

業務回顧

本集團主要從事自家品牌「TOUGH」、
「SALAD」及「80/20」之服裝、手提包背囊及配飾之設計、製造、批發及零售業務，以及若干其他流行的第三方品牌包括 Levi's、Miss Sixty、Energie、Killah、Fornarina、Religion 及 G-star 服裝之零售營運。除了在香港及台灣經營零售店外，本集團亦在世界各地積極拓展業務。集團自家品牌「TOUGH」之產品風行海外，計有中國、日本、泰國、新加坡／印尼、馬來西亞／汶萊、美利堅合眾國（「美國」）／加拿大／墨西哥、意大利／瑞士、英國／愛爾蘭、荷蘭／比利時／盧森堡及中東。本集團定位為時裝業時尚休閒服龍頭零售商之一，以具時裝觸覺之年輕顧客為目標。

零售營運

本集團經營及管理本身在香港及台灣之零售網絡。於二零零五年三月三十一日，本集團在香港以「BAUHAUS」、「TOUGH」、「SALAD」及「LIBRE!」之品名經營36間零售店及1個零售專櫃。本集團亦在台灣以「TOUGH」之名經營10個零售專櫃，分設於不同百貨公司。零售營運向為本集團之核心業務。於截至二零零五年三月三十一日止年度，來自香港及台灣零售營運之銷售額約達317,300,000港元（二零零三／零四年度：276,500,000港元），佔本集團營業額超過90%。

特許經營業務

除上述之零售營運外，本集團亦委任獨立特許經營商經營特許經營店。於二零零五年三月三十一日，本集團與獨立特許經營商訂立特許經

營協議，在中國及澳門經營八間特許經營店。根據特許經營協議，特許經營商有權於指定店鋪按有關特許經營協議訂明之零售價銷售由本集團供應之產品。未得本集團書面同意，特許經營商不得於店鋪內銷售非本集團供應之產品。於截至二零零五年三月三十一日止年度，來自特許經營店之收益約達7,700,000港元（二零零三／零四年度：6,200,000港元），增長約24.2%。於二零零五年三月三十一日後及直至本報告日期，本集團與獨立第三方訂立特許經營協議，在深圳、石獅、長沙、溫州、杭州、蘇州及瀋陽開設多七間「TOUGH」特許經營專賣店。

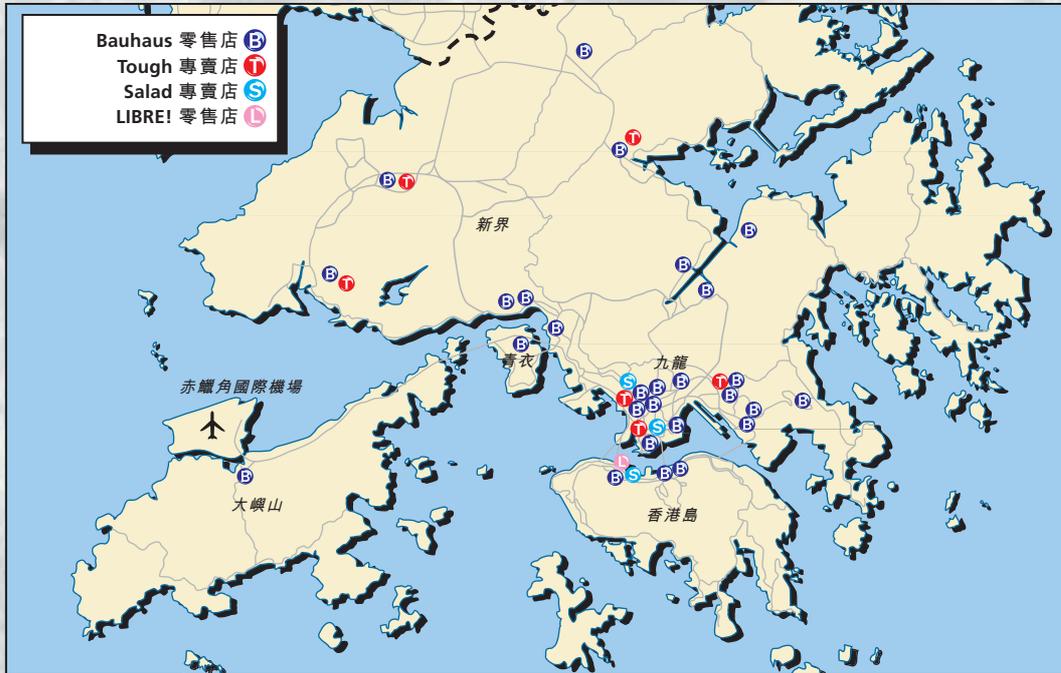


- 於二零零五年三月三十一日已開業
- ★ 於二零零五年三月三十一日後已訂立特許經營協議
- 中國

零售網絡

以下圖表顯示本集團於二零零五年三月三十一日在香港及台灣之零售網絡之地理位置分佈：

香港



零售店	於三月三十一日	
	二零零五年	二零零四年
BAUHAUS 零售店	26	25
BAUHAUS 零售專櫃	1	1
TOUGH 專賣店	6	5
SALAD 專賣店	3	1
LIBRE! 專賣店	1	—
	<hr/>	<hr/>
總樓面面積 (平方呎)	53,150	43,866

台灣



TOUGH 分店	於三月三十一日	
	二零零五年	二零零四年
分店數目	10	11
總樓面面積 (平方呎)	<hr/>	<hr/>
	6,184	7,251

管理層討論及分析



批發營運

於回顧年度內，來自批發營運之收益約達17,700,000港元(二零零三／零四年度：24,100,000港元)。於二零零五年三月三十一日，本集團共委聘九間(二零零三／零四年度：九間)海外分銷商，遍佈日本、泰國、新加坡／印尼、馬來西亞／汶萊、美國／加拿大／墨西哥、義大利／瑞士、英國／愛爾蘭、荷蘭／比利時／盧森堡及中東。分銷商有獨家權利在有關地區宣傳及銷售「TOUGH」產品。分銷協議為期三至十年不等。以收入計，日本為截至二零零四年及二零零五年三月三十一日止年度內的最大海外市場。日本市場於二零零四／零五年度為本集團之營業額帶來約7,900,000港元貢獻(二零零三／零四年度：18,400,000港元)，下跌約57.1%。

市場推廣及宣傳

於截至二零零五年三月三十一日止年度，本集團加大大地與國際市場的推廣力度，宣傳本集團之品牌形象，提升知名度。廣告及宣傳開支

由二零零三／零四年約2,100,000港元增至二零零四／零五年約3,300,000港元。除了定期更新店舖裝潢及向VIP會員提供宣傳項目的最新消息外，本集團亦參加了二零零五年一月在德國舉行的國際時裝貿易展「Bread and Butter」，安排「TOUGH」品牌之牛仔裝在時裝展上亮相，向大多來自歐洲之參展客戶宣傳自身產品。此外，於二零零五年三月，本集團於香港銅鑼灣舉辦以「GUILTY」為主題之時裝表演，邀得多位當紅明星出席。於二零零五年四月，本集團之零售店售出第一百萬條牛仔褲，為紀念此佳績，我們舉辦了「One Millionth Jeans Party」，邀請李嘉欣小姐擔任主禮嘉賓，頒獎予幸運兒。董事認為市場推廣攻勢有助提升集團形象及增加集團在本地媒體及國際時裝平台之曝光率。

