
概 要

本概要旨在概述本招股章程所載資料。由於屬概要，因此未必載入可能對閣下為重要的全部資料。閣下於決定投資發售股份前，應先細閱整份招股章程及其附錄。

任何投資均帶風險。與投資發售股份有關的若干特殊風險載於本招股章程「風險因素」一節。閣下於決定投資發售股份前，應先細閱該節。

概覽

本集團為中國領先的國內時尚體育用品企業。根據Euromonitor International的資料顯示，本集團的特步品牌按二零零七年的收益計算，為最大的國內時尚體育用品品牌，於二零零七年佔中國總體育用品市場約3.4%的份額。於二零零七年，時尚體育用品市場佔中國總體育用品市場約17.0%。所謂時尚體育用品，按照Euromonitor International的定義，乃派生於休閒與時尚體育用品，既能滿足運動需要，亦適合休閒穿著，並配合時尚潮流，其重點在於揉合運動功能與時尚品味及潮流於一身。本集團主要從事體育用品(包括鞋履、服裝及配飾產品)的設計、開發、製造及市場推廣，並以本集團擁有的特步品牌及柯林品牌，以及本集團根據於二零零六年十一月一日訂立的迪士尼許可協議(於二零零七年一月一日修訂)擁有中國特許使用權的迪士尼运动系列品牌進行銷售。

本集團於一九九九年開展業務時為一家原設備製造商企業，為多個國際品牌製造運動鞋產品。由於本集團相信品牌體育用品產品相比原設備製造商產品的商業潛力較大，利潤率亦較高，因此本集團著手重建其業務模式，發展本身的品牌，於二零零二年率先推出特步品牌。本集團乃中國首批除功能與用途外在本身的品牌體育用品產品注入時尚潮流元素的體育用品企業之一，因本集團相信時尚體育用品產品的市場潛力較大，而此定位亦可將本集團與主要競爭對手作明顯區分。自本集團於二零零二年推出特步品牌以來，特步品牌已發展成中國首屈一指的國內時尚體育用品品牌。本集團相信，特步品牌在中國已成為流行、創新、優質時尚體育用品產品的代名詞。基於本集團於特步品牌的成就，本集團開始實施多品牌策略，提供更多元化的產品，並於二零零七年在中國推出迪士尼运动系列產品及柯林品牌。一方面，迪士尼运动系列品牌以若干迪士尼肖像及人物為主題設計趣味性、休閒及種類廣泛的體育用品；另一方面，柯林品牌以大膽、奔放及極具吸引力的風格著稱。本集團憑藉多品牌策略，以多個別具一格的品牌針對不同的目標市場，迎合並吸引在年齡、可支配收入水平、時尚品味及喜好等方面各有不同的消費群。

本集團的業務模式以產品設計及研發作起點，本集團各品牌均設有本身的內部設計團隊，以設計迎合目標消費者品味及喜好的體育用品產品。本集團已實施多套創新及多元化

概 要

的市場推廣策略以宣傳本集團的品牌及產品，新產品則一般會在本集團的展銷會上向其分銷商及第三方零售商展示，而該等展銷會一般會於推出新一季產品予最終消費者前四至六個月舉行。本集團分銷商大部份新產品訂單均在展銷會上落實，本集團將根據這些訂單制定有關季度的生產時間表。然後，本集團會在本身的生產廠房及／或由分包商或合約製造商製造產品，再運送予本集團的分銷商，再由本集團的分銷商將產品直接出售予消費者或轉售予第三方零售商，最後出售予消費者。

本集團致力以最新技術及物料滿足消費者對時尚潮流體育用品的需求。本集團相信，本集團的產品設計團隊及研發團隊（於二零零八年四月三十日合共約有370名員工）在掌握及回應市場及潮流趨勢，以及於時尚體育用品應用新技術等方面擁有優秀往績。本集團旗下各品牌均設有本身的專門內部設計團隊。本集團相信，各團隊均能以具成本效益的方式，適時設計出迎合潮流的創新時尚體育用品產品，以滿足不同消費者的需求及品味。本集團亦擁有一支致力以新技術提升本集團產品功能和質量的研發團隊。例如，本集團開發的一項噴灑技術，可於本集團大部份鞋履產品噴灑納米銀抗菌化學物，有效殺滅噴灑範圍內99%的細菌。噴灑至本集團鞋履產品後，納米銀抗菌化學物的功效可經得起約40次以上洗滌。

本集團透過廣大的全國性分銷網絡分銷旗下品牌產品，範圍覆蓋中國全部31個省、自治區及直轄市。於二零零八年三月三十一日，本集團的廣大分銷商網絡分別由28名、31名及30名特步、迪士尼运动系列及柯林品牌分銷商組成。於二零零八年三月三十一日，該等分銷商分別擁有、直接經營或經由第三方零售商管理4,678家、265家及50家特步、迪士尼运动系列及柯林品牌零售店。至於迪士尼运动系列品牌產品，本集團獲授權可向中國的零售商及批發商進行銷售，特別是經由華特迪士尼（上海）批准的分銷渠道進行。本集團所有分銷商及彼等的零售商均為獨立第三方，而本集團對其分銷商的控制十分有限。本集團產品價格主要受供求等經濟因素帶動，本集團對於其分銷商或消費者採購本集團產品所願意支付的價格的控制亦很有限，且並無就分銷商購買本集團產品的最低購買價與分銷商訂立任何協議。本集團相信，此網絡可讓本集團深入中國的大眾消費市場。

目前，本集團就特步及迪士尼运动系列產品採用有別於柯林產品的分銷模式。特步及迪士尼运动系列產品的分銷商須獨家出售該等品牌體育用品產品，而柯林品牌產品分銷商則毋須獨家出售有關品牌體育用品產品。此外，特步及迪士尼运动系列產品於本集團的分銷商及第三方零售商經營的零售店出售，但柯林品牌產品僅可於本集團分銷商直接經營的零售店出售。

概 要

本集團分銷商須遵從本集團的訂價方針，並採納本集團的標準化零售店設計及陳設、宣傳工具及市場推廣手冊；本集團相信，此舉可提高本集團的品牌知名度，有助建立全國一致的品牌形象及管理方法。所有分銷商於落實理想的零售店位置前須獲得本集團批准，而本集團與分銷商亦會緊密協作，選擇顧客人流多及顯眼的位置，以提高本集團的品牌知名度及收益。

本集團相信，本集團在中國時尚體育用品市場的國內品牌中的領先地位，部份歸功於其創新及多元化的市場推廣策略。本集團為中國體育用品行業內首家以娛樂界明星(均為全球華語地區民眾所熟悉而非專業體育界名人)推廣本集團品牌及產品的公司，以吸引潮流觸覺敏銳的消費者。此外，本集團亦嘗試增加普羅大眾對本集團品牌的認知，特別是透過贊助體育活動向體育愛好者宣傳本集團品牌。例如，本集團為中華人民共和國第十屆全國運動會的唯一運動用品合作夥伴以及中國女子籃球甲級聯賽(WCBA)及全國男子籃球聯賽(NBL)的獨家冠名商。本集團亦透過成為僅有的四列奧運列車之一「特步號奧運列車」的獨家贊助商，參與推廣北京二零零八年奧運會；「特步號奧運列車」為一列由中國鐵道部經營的載客列車，行走北京至上海路線，以多款特步標誌及商標和北京二零零八年奧運會的相關圖像作裝飾。此外，本集團是唯一成功購入北京二零零八年奧運會所有決賽進行期間電視廣告播放時段的中國體育用品企業。

本集團於福建省泉州市自設生產廠房，藉此更有效地控制生產成本及產品質量，並更迅速地回應消費者的需求。於二零零五年、二零零六年及二零零七年十二月三十一日，本集團分別經營8條、12條及12條鞋履生產線，年產能分別約為7.9百萬雙、9.5百萬雙及11.5百萬雙鞋履產品。本集團於二零零七年底開始自行生產服裝，於二零零七年十二月三十一日共經營12條服裝生產線，年產能約為一百萬件服裝產品。本集團董事確認，截至二零零五年、二零零六年及二零零七年十二月三十一日止三個年度鞋履生產廠房的使用率分別約為98%、100%及83%，而截至二零零七年十二月三十一日止年度服裝生產廠房的使用率則約為100%。本集團鞋履生產廠房的使用率於二零零七年下降，蓋當時的精益鞋履生產線仍處於試行階段，故本集團選擇於二零零七年增加其鞋履生產的外判比例。「精益鞋履生產線」指一項特別的製造工序及廠房安排，生產線的陳設及流程設計可儘量減低部份完成貨品的貯存需要並縮短生產循環時間。此外，為應付突如其來的需求及季節性波動，本集團選擇不動用全部額外產能。截至二零零五年、二零零六年及二零零七年十二月三十一日止三個年度，本集團分別自行生產約97.4%、100%及68.8%的鞋履產品。於相同期間，本集團分別約2.6%、零及31.2%的鞋履產品由分包商及合約製造商所製造。本集團於二零零七年底開始自行生產服裝，並擬繼續將部份的服裝生產外判予分包商及合約製造商，以配合本集團

概 要

的外判策略。於營業紀錄期間，本集團亦把所有配飾產品的生產外判。本集團相信，該外判策略可讓本集團以較少的資產投入適時調整產品組合，令本集團把握更多策略性商機。

本集團於營業紀錄期間發展迅速。本集團收益由截至二零零五年十二月三十一日止年度的人民幣297.4百萬元增加至截至二零零六年十二月三十一日止年度的人民幣483.6百萬元，再增至截至二零零七年十二月三十一日止年度的人民幣1,364.9百萬元，複合年增長率約為114.2%。本集團收益於營業紀錄期間激增，反映了市場需求增加及中國經濟狀況改善，更重要者，乃反映了本集團專注於其品牌產品銷售的策略決定，有關銷售額由二零零五年的人民幣70.3百萬元增至二零零六年的人人民幣197.6百萬元，再增至二零零七年的人人民幣1,259.1百萬元，佔二零零五年、二零零六年及二零零七年本集團總收益分別23.6%、40.9%及92.2%。本集團純利亦由二零零五年的人人民幣8.2百萬元急升至二零零六年的人人民幣50.1百萬元，再飆升至二零零七年的人人民幣221.9百萬元。

本集團經由多個銷售渠道分銷本集團的品牌產品。下表載列於營業紀錄期間本集團按銷售渠道劃分來自銷售旗下品牌產品的收益分析：

收益	截至十二月三十一日止年度					
	二零零五年		二零零六年		二零零七年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
分銷商.....	23,705	33.7	164,742	83.4	1,175,236	93.3
本集團直銷客戶.....	46,625	66.3	32,864	16.6	81,894	6.5
本集團零售店.....	—	—	—	—	2,009	0.2
總計.....	70,330	100.0	197,606	100.0	1,259,139	100.0

本集團的競爭優勢

本集團為中國領先的國內時尚體育用品企業，於二零零七年時尚體育用品市場佔中國總體育用品市場約17.0%。以下為本集團的主要競爭優勢：

- 中國首屈一指的時尚體育用品品牌
- 多品牌產品
- 強大的產品設計及開發能力
- 創新及多元化的市場推廣策略
- 在中國擁有廣大的全國性分銷網絡

概 要

- 強大產能
- 管理團隊經驗豐富

本集團的首要目標，為持續建立本集團作為可吸引中國廣大消費者的時尚體育用品產品領先供應商的市場地位，以達致業務增長及增加市場份額。以下為本集團的主要策略方針：

- 繼續提升本集團的領導品牌
- 繼續鞏固本集團的多品牌優勢
- 繼續加強產品設計及開發能力
- 擴大及優化本集團的分銷網絡
- 持續改善本集團的生產管理

風險因素

本集團的經營業務受多項風險影響，有關的詳細討論載於本招股章程「風險因素」一節。有關風險可大致分類為：

- 有關本集團業務的風險；
- 與體育用品行業有關的風險；
- 與在中國經營業務有關的風險；及
- 與全球發售及本集團股份有關的風險。

以下詳列上述各類別的風險。

有關本集團業務的風險

- 未能有效地維持或推廣本集團的品牌，或會對本集團日後的成就構成不利影響
- 本集團或未能預測中國消費者品味的變化及作出適時反應
- 本集團依賴第三方分銷商及第三方零售商(本集團對其控制十分有限)銷售本集團產品予消費者及(若干程度上)推廣本集團的品牌
- 本集團產品的售價受其所不能控制的變動影響

概 要

- 本集團或不能準確記錄本集團分銷商及零售店的存貨水平
- 本集團流失主要客戶或大幅減少向主要客戶的銷售可能會對本集團的財務狀況及經營業績造成重大不利影響
- 本集團非常依賴本集團若干主要行政人員、設計及技術人員。倘若本集團未能吸引、挽留及激勵合資格人員，可能會對本集團的業務及增長前景構成不利影響。
- 本集團面對若干與迪士尼許可協議相關的風險
- 迪士尼运动系列及柯林品牌發展時間尚短
- 本集團在品牌體育用品行業時間尚短
- 其他人士使用與本集團相同或類似的商標或品牌可能會對本集團品牌的商譽、價值及形象構成負面影響
- 本集團或未能充份保障本集團的知識產權，進而危害本集團的品牌及業務
- 倘第三方以可能侵犯其知識產權而提出申索，則本集團業務或會有不利影響
- 本集團依賴分包商及合約製造商生產部份鞋履、大部份服裝及所有配飾產品。本集團向分包商或合約製造商採購製成品的任何供應中斷或其價格或質量出現不利變動，或本集團與分包商或合約製造商的協議條款出現不利變動，均可能對本集團的經營業績構成重大不利影響
- 本集團未必能成功實施提高產能及生產效率的計劃，因而可能對本集團執行增長策略的能力構成重大不利影響
- 本集團的行政或生產設施如有任何嚴重損壞，將對本集團的經營業績構成重大不利影響
- 本集團須承受環境責任的風險。中國改變現行環境保護法律及法規，或新增或收緊相關法律及法規，均可能導致本集團產生額外資本開支
- 原材料價格、供應及品質的波動可能導致生產延誤及增加生產成本

概 要

- 倘若本集團未能充份增加內部資源管理擴充業務，則本集團或不能執行本集團的增長策略或維持本集團的增長率
- 過往財務業績不應作為本集團日後財務表現的指標
- 本集團於二零零五年及二零零六年錄得負營運現金流量，於二零零七年則錄得正營運現金流量，本集團無法向閣下保證日後可再錄得正營運現金流量
- 倘本集團未能優化及調整其產品及業務組合，則本集團的銷售或會起伏不定，而本集團的邊際利潤或會大幅下滑
- 本集團取得額外融資的能力或有限，可能導致本集團一項或多項策略延遲或未能完成
- 本集團在中國擁有的物業可能存在違規情況
- 勞資糾紛可能會嚴重影響本集團的營運
- 本集團或須面對產品責任、財產損毀或人身傷害索償，或會對本集團的聲譽及業務構成不利影響
- 本集團或須就過往向一名獨立第三方墊付貸款而被處罰

與體育用品行業有關的風險

- 本集團經營的市場競爭激烈，或會使本集團的市場份額下降及邊際溢利減少
- 本集團的行業過往面對季節性影響，而本集團預期有關影響將會持續並對本集團的經營業績造成波動

與在中國經營業務有關的風險

- 中國宏觀經濟狀況變動導致消費者支出出現的波動或會對本集團的業務及財務業績構成重大影響
- 中國政府所採納的法律、法規及政策(包括有關環境、勞工及稅務的法律、法規及政策)改變或會對本集團的業務、增長策略、經營業績及財務狀況構成不利影響

概 要

- 外匯及派付股息的限制或會限制本集團營運附屬公司匯款予本集團的能力
- 匯率波動或會對本集團的財務狀況及經營業績構成不利影響
- 本集團於中國的稅務優惠的任何變動(包括優惠企業稅率的不利變動)或對本集團的經營業績構成負面影響
- 本集團股份銷售收益或須繳納中國所得稅
- 本集團股份的股息或須繳納中國所得稅
- 向駐居中國的本集團董事或高級管理層成員送達法律文件或對彼等執行任何中國境外判決可能存在困難
- 中國法律體制的發展未臻完善，而中國法律及法規的詮釋及執行存在不明朗因素，或會限制對投資者的法律保障
- 本集團的業務可能因知識產權爭議而受到不利影響
- 天災、戰爭、政治動盪及傳染病等非本集團所能控制的因素或會導致本集團業務遭受損害、損失或中斷
- 未能遵守外匯管理局有關實益擁有人成立離岸特殊目的公司的法規可能對本集團的業務營運造成不利影響
- 中國新勞動法或會對本集團的經營業績造成不利影響

與全球發售及本集團股份有關的風險

- 本集團股份過往並無公開市場，並可能無法形成股份交投活躍的市場
- 本集團股份的流通量、成交量及成交價或會波動，可能對股東造成重大損失
- 出售或有待出售大量股份可能對股份市價構成不利影響
- 過往股息分派並非本集團日後股息政策的指標

概 要

- 控股股東的權益或未必與本公司及本集團其他股東的權益相符，而控股股東可能對本集團施予重大控制或影響力，並可能採取不符合公眾股東最佳利益或與該等利益有所衝突的行動
- 全球發售中本集團股份的買方將面臨即時攤薄，而倘若本集團日後發行額外股份則或會受到進一步攤薄
- 根據首次公開發售前購股權計劃已授出及根據購股權計劃將授出的購股權的成本將對本集團的經營業績構成不利影響，而行使任何授出購股權或會使本集團股東的權益被攤薄
- 本招股章程所載有關本集團品牌產品分銷商的存貨結餘及平均存貨周轉日數的資料均未經獨立核實或審核
- 投資者務請細閱整本招股章程，本集團促請投資者切勿依賴報章或其他媒體所載有關本集團及／或全球發售的任何資料

概 要

財務資料概要

下表概述本集團截至二零零七年十二月三十一日止三個年度的綜合財務資料。以下的綜合收益表、資產負債表及現金流量表資料概要，乃摘錄自本招股章程附錄一會計師報告所載本公司根據香港財務報告準則編製的經審核綜合財務資料，閣下應閱讀整份會計師報告及其附註，詳情載於附錄一。

綜合收益表資料概要

	截至十二月三十一日止年度		
	二零零五年	二零零六年	二零零七年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
收益			
鞋履	294,817	441,948	849,135
服裝	2,628	40,596	497,635
配飾	—	1,018	18,177
	297,445	483,562	1,364,947
銷售成本	(237,731)	(347,474)	(921,804)
毛利	59,714	136,088	443,143
其他收入及收益	437	963	4,417
銷售及分銷成本	(29,251)	(56,153)	(119,414)
一般及行政開支	(13,170)	(17,651)	(42,151)
其他經營開支	(3,372)	(6,227)	(16,627)
財務成本	(5,270)	(6,948)	(14,179)
除稅前溢利	9,088	50,072	255,189
稅項	(877)	(3)	(33,311)
年內溢利	8,211	50,069	221,878
股息	—	—	129,455
本公司股權持有人應佔每股盈利			
基本 (人民幣分)	0.56	3.41	15.11
攤薄 (人民幣分)	不適用	不適用	14.52

概 要

綜合資產負債表資料概要

	於十二月三十一日		
	二零零五年	二零零六年	二零零七年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
資產			
非流動資產	81,906	107,484	128,637
流動資產	234,024	414,918	774,890
資產總額	<u>315,930</u>	<u>522,402</u>	<u>903,527</u>
權益及負債			
流動負債	183,813	335,035	405,808
非流動負債	—	—	217,923
權益總額	<u>132,117</u>	<u>187,367</u>	<u>279,796</u>
負債及權益總額	<u>315,930</u>	<u>522,402</u>	<u>903,527</u>

綜合現金流資料概要

	截至十二月三十一日止年度		
	二零零五年	二零零六年	二零零七年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
來自經營活動的現金流入／(流出)淨額	(13,671)	(62,938)	12,892
用於投資活動的現金流淨額	(43,284)	(42,186)	(9,971)
來自融資活動的現金流入淨額	63,729	112,931	189,881

收益分析概要

下表載列於營業紀錄期間本集團按品牌產品銷售及原設備製造商銷售劃分的收益分析：

收入	截至十二月三十一日止年度					
	二零零五年		二零零六年		二零零七年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
品牌產品銷售						
特步	70,330	23.6	197,606	40.9	1,199,231	87.9
其他品牌	—	—	—	—	59,908	4.3
小計	<u>70,330</u>	<u>23.6</u>	<u>197,606</u>	<u>40.9</u>	<u>1,259,139</u>	<u>92.2</u>
原設備製造商銷售	227,115	76.4	285,956	59.1	105,808	7.8
總計	<u>297,445</u>	<u>100.0</u>	<u>483,562</u>	<u>100.0</u>	<u>1,364,947</u>	<u>100.0</u>

概 要

本集團於二零零二年開始重新定位，發展本身的品牌，並推出特步品牌，以及於二零零七年推出迪士尼運動系列及柯林品牌。基於本集團專注於其品牌產品銷售的策略決定，加上市場需求增加及中國經濟狀況改善，本集團來自品牌產品銷售的收益由二零零五年的人民幣70.3百萬元急增至二零零六年的人幣197.6百萬元再激增至二零零七年的人幣1,259.1百萬元，佔截至二零零五年、二零零六年及二零零七年十二月三十一日止年度本集團總收益分別23.6%、40.9%及92.2%。

由於本集團開始落實主攻品牌產品銷售的策略，並調配更多資源到該銷售範疇，因此於營業紀錄期間本集團來自原設備製造商銷售的收益有所縮減。原設備製造商銷售的收益佔截至二零零五年、二零零六年及二零零七年十二月三十一日止年度本集團總收益分別76.4%、59.1%及7.8%。由於本集團不斷透過銷售特步、迪士尼運動系列及柯林三個品牌的品牌擴大業務，本集團預期，未來本集團原設備製造商銷售貢獻的收益將會進一步縮減。

全球發售統計數字⁽¹⁾

	按發售價 4.05港元計算	按發售價 5.50港元計算
股份的市值 ⁽²⁾	8,910百萬港元	12,100百萬港元
預測市盈率		
(a) 備考全面攤薄 ⁽³⁾	17.1倍	23.3倍
(b) 備考加權平均 ⁽⁴⁾	15.3倍	20.8倍
未經審核備考經調整		
每股股份綜合有形資產淨值 ⁽⁵⁾	1.08港元 (人民幣0.97元)	1.43港元 (人民幣1.28元)

附註：

- (1) 本表格的所有統計數字均假設並無行使超額配股權。
- (2) 市值乃按預期緊隨全球發售及資本化發行完成後已發行股份2,200,000,000股計算。
- (3) 備考全面攤薄預測市盈率乃按截至二零零八年十二月三十一日止年度按發售價4.05港元及5.50港元各自計算的每股股份預測盈利，以及假設10,380,417股及413,965股A類優先股份已轉換為股份，資本化發行及全球發售已自二零零八年一月一日起進行，而自二零零八年一月一日起已發行股份總數為2,200,000,000股計算。
- (4) 備考加權平均預測市盈率乃按截至二零零八年十二月三十一日止年度按發售價4.05港元及5.50港元各自計算的每股股份預測盈利，以及假設10,380,417股及413,965股A類優先股份已轉換為股份，資本化發行已自二零零八年一月一日起進行，及全球發售於二零零八年六月三日進行，而自二零零八年六月三日起已發行股份總數為2,200,000,000股計算。
- (5) 未經審核備考經調整每股股份有形資產淨值乃於作出本招股章程附錄二「未經審核備考財務資料」一節「未經審核備考經調整有形資產淨值」一段所述的調整後達致，並按緊隨全球發售及資本化發行完成後按發售價每股股份4.05港元及5.50港元各自己發行股份2,200,000,000股計算。

所得款項用途

假設並無行使超額配股權及假設發售價為每股股份4.78港元，即建議發售價範圍每股股份4.05港元至5.50港元的中位數，全球發售所得款項淨額(扣除本公司就全球發售應付的包銷費用及估計開支後)估計約為2,451百萬港元。本集團擬將該等所得款項淨額作以下用途：

- 約539百萬港元(相當於本集團估計總所得款項淨額約22%)用於媒體廣告(例如電視廣告及電視節目贊助)及品牌宣傳活動(例如委聘娛樂明星為品牌及形象代言人、贊助大型體育項目聯賽及體育盛事以及舉辦季度展銷會)；
- 約417百萬港元(相當於本集團估計總所得款項淨額約17%)用於擴大及增加本集團於湖南、福建、黑龍江、吉林、遼寧、江蘇、廣東、浙江及四川等省份分銷網絡的覆蓋；
- 約466百萬港元(相當於本集團估計總所得款項淨額約19%)用於擴充本集團的服裝生產廠房(將服裝生產線由12條增至約120條)及提升本集團的生產機械，以進一步提升生產效率；
- 約588百萬港元(相當於本集團估計總所得款項淨額約24%)用於收購品牌。本集團將考慮多項因素，例如市場、銷售潛力及分銷網絡。目前，本集團並無物色到任何具體投資目標；
- 約172百萬港元(相當於本集團估計總所得款項淨額約7%)用於招聘專業設計師、聘用設計及顧問機構及改進實驗室以提高本集團的設計及技術能力；
- 約195百萬港元(相當於本集團估計總所得款項淨額約8%)用於營運資金及其他一般公司用途；及
- 約74百萬港元(相當於本集團估計總所得款項淨額約3%)用於提升本集團的現有資訊管理系統以提升效率。

倘發售價設定為建議發售價範圍的最高價或最低價，全球發售的所得款項淨額(假設並無行使超額配股權)將分別增加或減少約381百萬港元。在此情況下，本集團將按比例增加或減少分配至上述用途的所得款項淨額。

概 要

倘超額配股權獲悉數行使，假設發售價為每股股份4.78港元（即建議發售價範圍的中位數），則全球發售所得款項淨額將增加至約2,827百萬港元。倘發售價設定為建議發售價範圍的最高價或最低價，則全球發售的所得款項淨額（包括行使超額配股權的所得款項）將分別增加或減少約438百萬港元。本集團擬將額外的所得款項淨額按上述比例應用於以上用途。

倘全球發售所得款項淨額並未即時用作上述用途，則本集團現擬將該等所得款項淨額存放於香港持牌銀行及／或金融機構的計息銀行賬戶。

凱雷投資

於二零零七年六月十三日，CAGP L.P.及CAGP III, L.P.（兩者皆為凱雷內部實體管理的投資基金）與（其中包括）丁先生及本公司訂立可換股貸款協議及投資協議。可換股貸款協議及投資協議根據補充協議於二零零七年八月二十四日被修訂，其後再根據第二份補充協議於二零零七年九月十七日進行修訂。

根據可換股貸款協議，凱雷投資基金同意向本公司提供本金總額約人民幣40百萬元，可兌換為A類優先股份的可換股貸款。於二零零七年九月十八日，根據可換股貸款協議（經修訂），凱雷可換股貸款獲轉換為2,161,010股及86,180股A類優先股份，分別由CAGP L.P.及CAGP III, L.P.持有。

根據投資協議，凱雷投資基金同意按總代價約人民幣180百萬元進一步認購A類優先股份。於二零零七年九月十八日，根據投資協議（經修訂），本公司向CAGP L.P.及CAGP III, L.P.分別發行9,724,551股及387,809股A類優先股份。

於二零零八年三月二十一日，經參考可換股貸款協議（經修訂）及投資協議（經修訂）所規定的預定股份調整公式後，CAGP L.P.及CAGP III, L.P.所持的A類優先股份數目已根據本集團各公司截至二零零七年十二月三十一日止年度的財務表現，分別調整至10,380,417股及413,965股A類優先股份。根據該預定調整公式，CAGP L.P.及CAGP III, L.P.分別將各自先前持有的1,505,144股及60,024股A類優先股份轉換為1,505,144股及60,024股本公司普通股，並以象徵式代價1.00美元將上述所轉換並無產權負擔的本公司普通股轉讓予群成作為實益擁有人。除該股份調整機制外，再無進一步調整作為凱雷投資的部份條款。

於最後實際可行日期，CAGP L.P.及CAGP III, L.P.按全面攤薄基準分別持有合共10,380,417股及413,965股A類優先股份，按全面攤薄基準分別佔本公司約9.2%及0.4%股權。

概 要

根據可換股貸款協議(經修訂)及投資協議(經修訂)，凱雷投資基金可隨時將其A類優先股份轉換為本公司股本中每股面值0.01港元的普通股。除非凱雷投資基金於完成全球發售前選擇將A類優先股份轉換為本公司普通股，否則緊隨全球發售完成後，其A類優先股份將自動轉換為相同數目的本公司普通股。

於二零零八年五月七日，CAGP L.P.及CAGP III, L.P.各自向本公司發出兌換通知，待本招股章程附錄六所載上市條件達成後，將A類優先股份轉換為本集團股份，並要求本公司就股份拆細及資本化進行調整後，於上市前向CAGP L.P.及CAGP III, L.P.分別發行10,380,417股及413,965股股份。該轉換乃按照各A類優先股份以一對一轉換基準轉換為一股股份進行，轉換價為預定的固定價格，但可視乎若干事件予以調整，例如本集團股份合併、拆細及資本化。

隨該項轉換及資本化發行及全球發售完成後，CAGP L.P.及CAGP III, L.P.將分別持有合共152,436,424股及6,079,076股股份，分別佔本公司約6.9%及0.3%股權，假設本公司並無具攤薄作用的發行，例如本集團股份合併、拆細或資本化。