

概 要

本概要旨在向閣下提供本招股章程所載資料的概要，本概要連同本招股章程其他章節所載更詳盡資料及財務資料，方屬完整，並應一併細閱。由於本文僅屬概要，故並未包括對閣下而言可能屬重要的所有資料。我們建議閣下在作出投資決定前，應細閱整份招股章程。任何投資均有風險。投資發售股份所涉及若干特定風險載於本招股章程「風險因素」一節。閣下在決定投資發售股份前，應細閱該節。

概覽

本集團是中國頂尖的男士服飾企業及品牌運營商之一，擁有及管理兩個品牌，分別是**迪萊**和**鐵獅丹頓**，涵蓋中高至高檔男裝市場部分。根據Frost & Sullivan報告，按截至二零零八年及二零零九年十二月三十一日止兩個年度各年以及截至二零一零年六月三十日止六個月的零售收益計算，在中國高檔男士商務正裝與商務休閒男裝市場，本集團旗下**迪萊**品牌高踞三大品牌之列，於二零零八年及二零零九年的相應市場份額為3.8%，於截至二零一零年六月三十日止六個月則為4.2%。**迪萊**品牌於二零零零年推出，對準高檔商務正裝與商務休閒男裝市場。本集團於二零零五年推出**鐵獅丹頓**品牌，定位於中高檔時尚休閒男裝市場。本集團**迪萊**品牌的設計意念源自法國時裝匠心獨運及優雅的特點，品牌理念是「愛」，定位於35至50歲富裕的成功男士，提供商務正裝及商務休閒服飾以及配飾。**鐵獅丹頓**品牌倡導以簡約手法演繹藝術氣息，迎合25至40歲時尚觸覺敏銳的年輕男士，提供新生代的時尚男士休閒服飾及配飾。根據Frost & Sullivan報告，於截至二零零九年十二月三十一日止年度，中高檔時尚休閒男裝及高檔男士商務正裝與商務休閒男裝市場合共佔中國整個男裝市場約7.3%。

本集團已於中國建立覆蓋全國的零售網絡。根據Frost & Sullivan報告，截至二零零八年及二零零九年十二月三十一日以及二零一零年六月三十日止各段期間，在中國按零售收益計算名列十大的高檔男士商務正裝與商務休閒男裝品牌當中，以零售店數目計算，**迪萊**品牌排名第二。截至二零零七年、二零零八年及二零零九年十二月三十一日以及二零一零年六月三十日，本集團分別擁有167間、242間、259間及268間零售店，當中二零零七年有120間店以**迪萊**品牌銷售產品，47間以**鐵獅丹頓**品牌銷售產品；於二零零八年有184間以**迪萊**品牌銷售產品，58間以**鐵獅丹頓**品牌銷售產品；於二零零九年有197間以**迪萊**品牌銷售產品，62間以**鐵獅丹頓**品牌銷售產品；及於截至二零一零年六月三十日止六個月有202間以**迪萊**品牌銷售產品，66間以**鐵獅丹頓**品牌銷售產品。於二零零七年、二零零八年及二零零九年十二月三十一日以及二零一零年六月三十日各段期間，本集團分別有60名、101名、90名及88名經銷商(當中分別有3名、11名、9名及9名同時經營**迪萊**及**鐵獅**

概 要

丹頓店)，並分別有6名、6名、7名及7名分經銷商。零售店數目的增長於二零零九年放緩，主要是鑑於全球經濟危機，本集團決定於二零零九年鞏固其已有市場地位，而放棄採取更進取的計劃擴展業務。尤其為**迪萊**品牌，本集團於二零零九年致力增加自營零售店，而不是經銷商經營的店舖。有關分銷渠道的進一步詳情，請參閱本招股章程「業務－銷售及分銷」一節。

於往績記錄期間，本集團主要以兩項分銷渠道管理自有品牌：(i)本集團自營零售店；及(ii)經銷商及分經銷商經營的零售店。就自營零售店而言，本集團採購產品並向最終客戶出售。就由經銷商營運的零售店而言，本集團與經銷商訂立經銷協議，據此，彼等向本集團購買產品，其後向最終客戶出售。此外，自二零零九年起，本集團的銷售對象開始包括向本集團購買大量訂製產品的企業買家。於截至二零一零年六月三十日止六個月，本集團繼續透過此渠道銷售產品。有關分銷渠道之進一步資料，請參閱本招股章程「業務－銷售及分銷」一節。

不論何種分銷渠道，本集團的策略為於著名的黃金購物地段開設零售店，而該等零售店之店址通常鄰近與本集團競爭的其他男裝品牌。現時，本集團相當部分零售店位於知名百貨店及購物商場。一般而言，本集團相信，該等百貨店及購物商場可發揮審查作用，只有彼等認為尊貴的品牌方獲准在場內銷售。因此，本集團相信，本集團大部分零售店於該等購物商場開設，正好反映本集團產品於品牌知名度及質素方面均有正面評價。本集團各個品牌的零售店由店面設計、用色以至商品陳列均經過精心設計及裝潢，冀能呈現統一而獨特的品牌形象。

於二零一零年六月三十日，於合共202間**迪萊**店中，71間由本集團營運，而131間由本集團經銷商營運。於66間**鐵獅丹頓**店中，13間由本集團營運，而53間由本集團經銷商營運(其中8間由一名經銷商透過分經銷商營運)。於二零一零年六月三十日，超過80%本集團直接營運的零售店位處中國一線及二線城市如北京、上海、天津、長春、西安、南京、深圳及廣州等，以及設於香港。於二零零八年及二零零九年以及截至二零一零年六月三十日止六個月，**迪萊**及**鐵獅丹頓**產品自營店的銷售分別佔本集團總銷售約34.8%、38.8%及41.0%。大部分自營店均根據下列安排營運。我們與百貨店及購物商場訂立合作協議或租賃協議，由該等百貨店及購物商場規管自營店的營運，特別是收取銷售所得款項。一般而言，百貨店及購物商場

概 要

收取固定費用或按本集團店舖的銷售營業額徵收某一百分比作為佣金，該項佣金須受相關店舖協定的最低銷售目標釐訂的協定每月或每年最低佣金額所限。有關此等合作協議或租賃協議主要條款的進一步詳情，請參閱本招股章程「業務－銷售及分銷－I.自營店」一節。另一方面，我們的經銷協議載列有關獨家地區、年期、獨家產品、定價及折扣、品牌名稱的使用以及店舖設計與其他條款。有關經銷協議主要條款的進一步詳情，請參閱本招股章程「業務－銷售及分銷－II.由經銷商／分經銷商分銷－經銷協議的主要條款」一節。

為提高本集團的分銷管理能力，於最後可行日期，應本集團要求，相關經銷商已終止所有與分經銷商就本集團產品訂立的分經銷協議，取而代之的是由該等分經銷商與本集團訂立直接經銷協議。董事確認，本集團將不再容許經銷商於日後委任分經銷商。

概 要

下表載列截至二零零七年、二零零八年及二零零九年十二月三十一日止三年度各年以及截至二零零九年及二零一零年六月三十日止六個月本集團按品牌及銷售渠道(自有品牌)劃分的收益分析：

收益	截至十二月三十一日止年度						截至六月三十日止六個月			
	二零零七年		二零零八年		二零零九年		二零零九年		二零一零年	
	(人民幣 百萬元)	佔總收益 百分比								
I. 按品牌劃分										
1. 自有品牌										
迦萊										
自營店	39.2	20.2	84.5	24.9	137.4	33.6	48.1	35.2	90.8	36.4
經銷商	108.1	55.8	154.9	45.5	157.6	38.5	52.9	38.7	113.3	45.5
企業銷售	—	—	—	—	6.0	1.5	1.4	1.0	2.1	0.8
小計	147.3	76.0	239.4	70.4	301.0	73.6	102.4	74.9	206.2	82.7
鐵獅丹頓(附註1)										
自營店	20.6	10.6	33.8	9.9	21.1	5.2	7.6	5.6	11.4	4.6
經銷商	21.6	11.2	41.2	12.1	64.5	15.7	14.0	10.2	19.2	7.7
小計	42.2	21.8	75.0	22.0	85.6	20.9	21.6	15.8	30.6	12.3
自有品牌總計	189.5	97.8	314.4	92.4	386.6	94.5	124.0	90.7	236.8	95.0
2. 特許品牌(附註2)										
卡地亞	—	—	8.8	2.6	15.5	3.8	7.1	5.2	10.1	4.1
Harmont & Blaine	4.4	2.2	17.2	5.0	6.9	1.7	5.6	4.1	2.3	0.9
特許品牌總計	4.4	2.2	26.0	7.6	22.4	5.5	12.7	9.3	12.4	5.0
總計	193.9	100.0	340.4	100.0	409.0	100.0	136.7	100.0	249.2	100.0
II. 按銷售渠道(自有 品牌)劃分(附註3)										
自營店	59.8	30.8	118.3	34.8	158.5	38.8	55.7	40.8	102.2	41.0
經銷商	129.7	67.0	196.1	57.6	222.1	54.2	66.9	48.9	132.5	53.2
企業銷售	—	—	—	—	6.0	1.5	1.4	1.0	2.1	0.8
小計	189.5	97.8	314.4	92.4	386.6	94.5	124.0	90.7	236.8	95.0

概 要

附註：

- 截至二零零九年十二月三十一日止年度，**鐵獅丹頓**自營店的**鐵獅丹頓**產品銷售額下降主要由於本集團在香港**鐵獅丹頓**自營店推出一系列推廣活動，於二零零九年因應香港零售市場競爭激烈，加上全球經濟危機導致香港整體經濟環境疲弱，故向客戶提供九折至四折折扣，以及香港兩間**鐵獅丹頓**店於二零零八年末結業所致。截至二零零九年十二月三十一日止年度，本集團向**鐵獅丹頓**經銷商的銷售額增加，主要由於(i)向於二零零八年委任並無透過零售店經營的若干其他經銷商作出銷售於二零零九年帶來全年影響；(ii)中國經銷商經營於二零零八年開業的15間**鐵獅丹頓**新店於二零零九年帶來全年影響；及(iii)中國經銷商經營的**鐵獅丹頓**店數目由二零零八年十二月三十一日的47間增至二零零九年十二月三十一日的51間。金融危機過後經濟狀況開始改善，四間於二零零九年開設的**鐵獅丹頓**新店於二零零九年下半年開業。
- 於二零零四年八月至二零零九年八月期間，本集團擔任意大利男裝品牌Harmont & Blaine在中國的獨家經銷商。Harmont & Blaine品牌的經銷協議已於二零零九年八月屆滿。根據經銷協議，於協議終止後，本集團尚有九個月時間出售剩餘存貨。於二零零八年初起，本集團開始擔任卡地亞配飾的特許經銷商，該等卡地亞配飾在兩間設於福州及南寧由本集團經營的卡地亞店銷售。於二零一零年九月，本集團在廈門開設第三間卡地亞店。
- 本集團客戶包括最終客戶及經銷商客戶。本集團的最終客戶包括透過自營店直接向本集團購買產品的零售客戶，及透過本集團的企業銷售直接向本集團購買訂製產品的企業客戶。本集團經銷商客戶則向本集團購買產品，然後向最終客戶銷售。

下表載列於截至二零零七年、二零零八年及二零零九年十二月三十一日止三年度各年以及截至二零零九年及二零一零年六月三十日止六個月各段期間，本集團自有品牌及特許品牌的毛利及毛利率：

	截至十二月三十一日止年度						截至六月三十日止六個月			
	二零零七年		二零零八年		二零零九年		二零零九年		二零一零年	
	人民幣 百萬元	毛利%	人民幣 百萬元	毛利%	人民幣 百萬元	毛利%	人民幣 百萬元	毛利%	人民幣 百萬元	毛利%
迪萊										
- 自營店	28.3	72.2	62.1	73.5	101.8	74.1	34.9	72.6	72.7	80.1
- 經銷商	51.6	47.7	81.6	52.7	85.3	54.1	23.0	43.5	68.8	60.8
- 企業銷售	-	-	-	-	3.8	63.5	0.8	55.7	1.7	82.3
小計	<u>79.9</u>	54.3	<u>143.7</u>	60.1	<u>190.9</u>	63.4	<u>58.7</u>	57.3	<u>143.2</u>	69.5
鐵獅丹頓										
- 自營店	14.6	70.9	24.4	72.2	13.8	65.0	4.8	63.3	8.8	76.6
- 經銷商/ 分經銷商	9.8	45.0	22.5	54.6	34.4	53.3	6.6	47.2	10.7	55.6
小計	<u>24.4</u>	57.7	<u>46.9</u>	62.5	<u>48.2</u>	56.2	<u>11.4</u>	52.8	<u>19.5</u>	63.5
卡地亞	-	-	3.4	38.9	5.8	37.4	2.3	32.0	3.2	32.1
Harmont & Blaine	1.4	32.5	9.3	54.1	3.0	44.1	2.0	35.4	1.0	44.5
總計	<u>105.7</u>	54.5	<u>203.3</u>	59.7	<u>247.9</u>	60.6	<u>74.4</u>	54.4	<u>166.9</u>	67.0

概 要

有關按品牌、銷售渠道及地理位置劃分的收益及毛利率分析詳情，請參閱本招股章程「財務資料」一節。

本集團主要專注於透過本身在品牌建立、研究、設計及經銷方面的實力管理本身的品牌及分銷網絡。由於本集團將大部分服飾及配飾產品的生產工序外判給獨立第三方外包生產商，故本集團盡享輕資產業務模式的好處。本集團在廣東省廣州花都區的生產設施主要就外包生產商生產的服飾產品進行製辦、包裝及為外包生產商所生產之成衣進行成品加工以及生產本集團少量服飾。本集團通過嚴格品質監控制度，確保產品質素優良。

附有**迪萊**及**鐵獅丹頓**標誌的服飾產品主要由本集團位於廣州之內部設計團隊設計。各項設計之構思與本招股章程「業務」一節「品牌戰略」分節所載各指定品牌策略及主題一脈相承。

設計團隊不單只主要透過出席中國、意大利及法國的時裝表演及貿易展銷會，更會透過其他方式，如自中國國內及國際的時裝雜誌取經，務求在新設計及布料種類方面，緊貼最新潮流及發展。本集團的設計團隊亦與銷售及市場推廣團隊緊密合作，以瞭解最新市場需要及喜好。

於往績記錄期間，本集團的主要收益及收入推動因素包括：中國的經濟增長、中國都市化、產品定價及成本控制措施、零售網絡規模、在競爭對手中脫穎而出的能力、持續維持及提升品牌認知度及知名度的能力、購物商場、百貨店及經銷商的業務表現、與彼等的合作關係、原料成本、季節及天氣因素、外包產品的購買成本以及外部生產安排及稅項。董事確認，鑑於本集團主要專注其於中國市場的業務，除可影響顧客信心的普遍市場環境外，近日香港及海外的市場環境對本公司資產、業務及財務狀況並無任何重大不利影響。

於二零零八年初，我們開始擔任於中國指定**卡地亞**店舖的**卡地亞**配飾授權經銷商。每份與Richemont訂立的**卡地亞**協議規管一間出售**卡地亞**配飾的店舖。該等協議並無授予我們於任何地區的獨家特許或分銷權，故我們毋須支付任何特許權費用或最低保證金。我們直接自Richemont購買配飾產品，價格乃根據交付時生效的價格清單釐定，我們按Richemont釐定的建議零售價銷售產品。若干**卡地亞**配飾獲**卡地亞**提供國際保用保障。我們遵照Richemont發出的指示店舖式樣營運**卡地亞**店舖。在其他條款當中，我們亦須提供充足的空間展示**卡地亞**配飾，確保**卡地亞**配飾將出售予終端顧客，另外亦須定期接受**卡地亞**代表的監督。倘我們未能履行協議項下責任，Richemont可終止經銷協議。有關該等經銷協議重大條款的進一步詳情，請參閱本招股章程「業務—品牌戰略—II.特許品牌—**卡地亞**」一節。

概 要

於二零一零年五月，我們與Admiralfly訂立數份協議。Admiralfly為特殊目的公司，由New Horizon專為投資於本公司而成立及全資擁有。New Horizon為於開曼群島成立及登記的有限責任合夥企業，專注於中國的股本投資。進一步詳情請參閱本招股章程「財務投資者」一節。

財務資料概要

下表載列本公司於往績記錄期間的合併收益表概要、合併財務狀況表資料概要及合併現金流量表概要。有關列表所載資料乃摘錄自本招股章程「附錄一—會計師報告」一節所載根據國際財務報告準則編製的本集團合併財務報表。

合併收益表概要

	截至十二月三十一日止年度			截至六月三十日止六個月	
	二零零七年 人民幣千元	二零零八年 人民幣千元	二零零九年 人民幣千元	二零零九年 人民幣千元	二零一零年 人民幣千元
收入	193,879	340,408	409,013	136,716	249,235
銷售成本	<u>(88,190)</u>	<u>(137,053)</u>	<u>(161,141)</u>	<u>(62,358)</u>	<u>(82,311)</u>
毛利	105,689	203,355	247,872	74,358	166,924
其他收入	2,686	2,161	2,067	788	966
銷售及分銷成本	(46,531)	(98,673)	(89,079)	(41,471)	(63,059)
行政開支	(11,392)	(19,925)	(20,842)	(8,542)	(13,918)
其他開支	(304)	(6,767)	(3,000)	(493)	(8,643)
融資成本	<u>(1,496)</u>	<u>(5,217)</u>	<u>(6,065)</u>	<u>(3,392)</u>	<u>(3,828)</u>
除稅前溢利	48,652	74,934	130,953	21,248	78,442
所得稅抵免/(開支)	<u>510</u>	<u>(14,456)</u>	<u>(26,035)</u>	<u>(4,547)</u>	<u>(8,099)</u>
年/期內溢利	<u>49,162</u>	<u>60,478</u>	<u>104,918</u>	<u>16,701</u>	<u>70,343</u>
以下人士應佔：					
本公司擁有人	<u>49,162</u>	<u>60,478</u>	<u>104,918</u>	<u>16,701</u>	<u>70,343</u>

概 要

合併財務狀況表資料概要

	於十二月三十一日			於
	二零零七年	二零零八年	二零零九年	二零一零年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	六月三十日 人民幣千元
資產				
流動資產	188,472	272,527	365,724	498,373
非流動資產	9,783	15,876	16,235	23,663
資產總值	<u>198,255</u>	<u>288,403</u>	<u>381,959</u>	<u>522,036</u>
權益及負債				
流動負債	135,629	162,410	200,168	142,166
非流動負債	57	2,288	7,866	172,639
權益總值	62,569	123,705	173,925	207,231
權益及負債總值	<u>198,255</u>	<u>288,403</u>	<u>381,959</u>	<u>522,036</u>

合併現金流量表概要

	截至十二月三十一日止年度			截至六月三十日	
	二零零七年	二零零八年	二零零九年	二零零九年	二零一零年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
經營活動所得/(所用)					
現金流量淨額	(53,066)	6,077	153,333	30,061	29,521
投資活動所得/(所用)					
現金流量淨額	35,839	(20,816)	(102,318)	(25,422)	70,219
融資活動所得/(所用)					
現金流量淨額	22,172	28,971	(53,207)	(16,246)	84,899
現金及現金等價物增加/(減少)淨額	4,945	14,232	(2,192)	(11,607)	184,639
年/期初的現金及					
現金等價物	4,927	9,830	24,042	24,042	21,850
匯率變動影響淨額	(42)	(20)	-	1	(20)
年/期末的現金及					
現金等價物	<u>9,830</u>	<u>24,042</u>	<u>21,850</u>	<u>12,436</u>	<u>206,469</u>

概 要

截至二零一零年十二月三十一日止年度溢利預測

截至二零一零年十二月三十一日止年度

本公司擁有人應佔預測合併純利(附註1)不少於人民幣150,000,000元
(約相等於172,400,000港元)

截至二零一零年十二月三十一日止年度

未經審核備考每股預測盈利(附註2).....不少於人民幣0.16元
(約相等於0.18港元)

附註：

- (1) 截至二零一零年十二月三十一日止年度本公司擁有人應佔預測合併純利摘錄自本招股章程「財務資料—截至二零一零年十二月三十一日止年度溢利預測」一節。截至二零一零年十二月三十一日止年度本公司權益持有人應佔預測合併純利乃根據本集團截至二零一零年六月三十日止六個月之經審核合併業績及本集團截至二零一零年八月三十一日止兩個月之管理賬目所示之未經審核合併業績編製。溢利預測的編製基準在所有重大方面均與全文載於本招股章程附錄一之會計師報告第II節所載本集團現時採納的會計政策一致。本公司權益持有人應佔預測合併純利按人民幣0.87元兌1.00港元的匯率換算。
- (2) 未經審核備考每股預測盈利乃按截至二零一零年十二月三十一日止年度本公司擁有人應佔預測合併純利除946,695,763股已發行股份計算，並假設根據兌換及全球發售將發行的股份已於二零一零年一月一日發行，惟並無計及因超額配股權獲行使而可能發行的任何股份。未經審核備考每股預測盈利按人民幣0.87元兌1.00港元的匯率換算。

發售統計數字

	根據發售價 3.80港元計算	根據發售價 4.60港元計算
股份市值 ⁽¹⁾	3,597,400,000港元	4,354,800,000港元
備考預計市盈率 ⁽²⁾	20.9倍	25.3倍
未經審核備考經調整合併 每股有形資產淨值 ⁽³⁾	1.14港元	1.33港元

附註：

- (1) 股份市值按預期於全球發售及兌換後已發行946,695,763股股份計算，惟並無計及超額配股權或任何根據購股權計劃可能授出的購股權獲行使而可能配發及發行的股份或本公司可能配發及發行或購回的任何股份。

- (2) 備考預計市盈率基於截至二零一零年十二月三十一日止年度備考每股預測盈利分別按發售價每股3.80港元及4.60港元計算。該計算並無計及超額配股權或任何根據購股權計劃可能授出的購股權獲行使而可能發行的股份或本公司可能配發及發行或購回的任何股份。
- (3) 未經審核備考經調整合併每股有形資產淨值經作出附錄三所述調整，按預期於全球發售及兌換後已發行946,695,763股股份計算，惟並無計及超額配股權或任何根據購股權計劃可能授出的購股權獲行使而可能配發及發行的任何股份或本公司可能配發及發行或購回的任何股份。

股息及股息政策

本公司於截至二零零九年十二月三十一日止年度及截至二零一零年六月三十日止六個月就獲本公司之附屬公司向本公司分派有關上年度／期間溢利，分別宣派及派付中期股息人民幣54,600,000元及人民幣38,600,000元，該等股息自本公司內部資金撥付。

董事視乎本公司經營業績、營運資金、現金狀況、未來營運及資本需求，以及任何董事可能考慮之相關其他因素酌情決定宣派未來股息。此外，任何股息的宣派與派付以及金額均須受本公司組織章程文件及開曼群島公司法規限。日後任何股息宣派及派付不一定反映本公司過往股息宣派及派付情況，並將由董事全權酌情決定。根據適用的中國法例，本公司於中國的各附屬公司在就(i)填補累計虧損作出分配或撥備；及(ii)向法定公積金作出分配後，方可分派除稅後溢利。

在受上段所載條件規限下，董事目前有意自截至二零一零年十二月三十一日止年度起，於可見將來每年向股東建議派付不少於本公司擁有人應佔本公司年度純利30%作為股息。

有關詳情，請參閱本招股章程「財務資料—股息及股息政策」一節。

競爭優勢

董事認為本集團的主要競爭優勢在於：

- 憑藉兩個自有品牌，對準中高至高檔市場的不同客戶群，成為中國首屈一指男裝品牌營運商之一；

概 要

- 高效品牌建立及營銷戰略；
- 零售網絡遍布全國，佔據各黃金地段，帶來龐大增長空間；
- 策略性結合自營零售店及經銷商網絡的業務模式；
- 高增長勢頭及可觀利潤；
- 優質產品及嚴格質量控制；及
- 管理層深具豐富的中高至高檔男裝品牌管理經驗。

有關此等競爭優勢的詳情，請參閱本招股章程「業務－競爭優勢」一節。

戰略

本集團計劃成為中國中高檔男士服裝市場領域居領導地位的品牌經營商。有鑑於此，本集團將實行下列策略：

- 擴充零售網絡及銷售渠道；
- 透過(i)擴闊產品服務種類和增強設計能力；及(ii)提升自有品牌的品牌價值；
- 豐富品牌組合；
- 改進企業資源規劃系統及行政支援；及
- 刺激企業銷售。

有關此等戰略的詳情，請參閱本招股章程「業務－戰略」一節。

所得款項用途

扣除全球發售的包銷佣金及估計開支後，並假設發售價是每股發售股份4.20港元(即指示性發售價範圍每股發售股份3.80港元至4.60港元的中位數)，全球發售的所得款項淨額估計約為920,400,000港元。董事擬動用所得款項淨額作下列用途：

- 其中約414,200,000港元(佔全球發售所得款項淨額約45%)將用於擴大及提升零售網絡，其中(i)約55%將用作開設新自營店；(ii)約7%將用作為現有自營店進行裝修工程；及(iii)約38%將用作有關委任新經銷商的相關開支，如與經銷商分擔裝修及其他開辦成本。於二零一零年底，本集團預期擁有325間店舖，當中105間為自營店(包括出售經營特許品牌產品的店舖)，220間由經銷商經營。至二零一一年底，本集團預期擁有497間店舖，當中164間為自營店(包括出售經營特許品牌產品的店舖)，333間由經銷商經營。我們預期該等店舖將遍佈中國30個省／市／自治區141個城市。有關可能影響本集團零售網絡擴展計劃的因素，請參閱本招股章程「業務—戰略」一節。於二零一零年第四季及二零一一年，自營店預算初步成本及營運資金需求(包括翻新現有自營店)預期分別為人民幣20,000,000元(約23,000,000港元)及人民幣87,300,000元(約100,400,000港元)。於二零一零年第四季及二零一一年，由經銷商經營的店舖預算初步成本及營運資金需求分別為人民幣12,900,000元(約14,800,000港元)及人民幣57,500,000元(約66,100,000港元)；
- 其中約92,000,000港元，佔全球發售所得款項淨額約10%，將用於透過開發品牌服飾及配飾的獨立系列，包括但不限於皮具及鞋履，擴大**迪萊**品牌的產品組合，並計劃於二零一二年或二零一三年前後推出該等產品；
- 其中約184,100,000港元，佔全球發售所得款項淨額約20%，將用於收購或以特許形式取得更多品牌，該等品牌須已辦妥知識產權註冊、具良好品牌記錄及規模、優良資產、具盈利能力之經營及管理模式、發展潛力及互補的品牌定位及銷售網絡，以加強本集團的品牌組合。於最後可行日期，我們並無任何潛在收購目標；

概 要

- 其中約64,500,000港元，佔全球發售所得款項淨額約7%，將用於二零一一年及二零一二年的市場推廣及宣傳活動，其中(i)約40%將用於刊登媒介廣告；(ii)約10%將用於時裝展；(iii)約30%將用於品牌建立及產品推廣；及(iv)約20%將用於贊助代言人及大型活動；
- 其中約46,000,000港元，佔全球發售所得款項淨額約5%，將於三年間用於就本集團的企業資源規劃系統及數據庫管理系統軟硬件升級，以便將經銷商經營的各間店舖的個別系統連繫起來，讓我們可以實時取得營運數據之餘，又能讓中央管理層進一步提升存貨及財務的管理能力。為本集團企業資源規劃系統及數據庫管理系統升級的預算初步成本及營運資金需求預期約人民幣20,000,000元至人民幣40,000,000元(約23,000,000港元至46,000,000港元)；
- 其中約46,000,000港元，佔全球發售所得款項淨額約5%，將用於聘請國際設計專才及設計顧問公司、擴充本集團現有的設計團隊以及自設研究設計中心，其中(i)約43%將用於僱用合適的設計人員；及(ii)餘下約57%則用作本集團設計團隊的營運成本；及
- 其中約73,600,000港元，佔全球發售所得款項淨額約8%，預期用作本集團的額外一般營運資金。

倘發售價定為每股股份3.80港元，即指示性發售價範圍的低端，所得款項淨額將減少約91,800,000港元。於這種情況下，董事擬按比例調減上述所得款項的撥用。

倘發售價定為每股股份4.60港元，即指示性發售價範圍的高端，所得款項淨額將增加約91,800,000港元。於這種情況下，董事擬按比例動用額外的所得款項。

在全球發售所得款項淨額毋須即時應用作上述用途的情況下，本集團現時擬將該筆所得款項存放在香港的持牌銀行或財務機構作短期存款。

風險因素摘要

本集團認為其業務涉及若干風險，其中大部分風險非本集團所能控制，可分為：(i)有關業務的風險；(ii)有關行業的風險；(iii)有關中國的風險；及(iv)有關全球發售的風險。

有關業務的風險

- 本集團十分依賴**迪萊**及**鐵獅丹頓**品牌。本集團可能無法有效宣傳及維持其品牌；
- 本集團可能無法及時回應中國瞬息萬變之時裝潮流及消費者品味；
- 倘本集團的經銷商未能遵守本集團的零售政策，則本集團的業務或會受到負面影響；
- 本集團失去向主要經銷商之銷售或銷售顯著減少，可能對本集團之財務狀況及經營業績構成重大不利影響；
- 本集團能否在合適地段及按照商業上可接受條款租賃物業可能影響其擴充計劃；
- 本集團可能需要就部分租賃物業另覓替代物業及／或倘相關業主並無業權，本集團可能須就部分租賃物業並無登記或更改既定用途支付罰款；
- 本集團可能無法監察其經銷商之零售價及存貨水平；
- 本集團的品牌形象及盈利能力或會因其外包生產商及經銷商的訴訟而受到負面影響；
- 本集團依賴外包生產商生產大部分產品，而本集團來自外包生產商的產品供應倘有任何重大中斷，可能對本集團的經營業績造成重大不利影響；
- 本集團可能受到侵犯知識產權之行為影響；
- 本集團可能無法充分保護其知識產權；
- 原料價格、供應及品質波動不定可能延誤生產及增加生產成本；

概 要

- 勞工短缺或勞工成本或外包生產商生產的產品成本上漲可能令本集團成本總額增加；
- 本集團可能無法有效管理其零售網絡的急速增長及擴充；
- 本集團可能失去銷售卡地亞配飾的特許權或可能無法以合理商業條款或根本無法重續有關特許權；
- 本集團在很大程度上依賴若干主要行政人員及高級管理人員；
- 行政或生產設施之任何重大干擾或損毀可能對本集團經營業績構成重大不利影響；
- 本集團存貨可能過時；
- 本集團可能無法成功將新收購或獲特許的品牌及／或業務併入本集團的業務模式；
- 本集團供應商及外包生產商或會受到彼等經營業務所在地區之國家及當地政府規例影響；
- 本集團或須面臨產品責任、財產損毀或人身傷害索償；
- 本公司未來派息政策由董事酌情決定；
- 本集團日後不一定能取得融資；及
- 本集團將不能繼續享有現行的稅務優惠。

有關行業的風險

- 本集團面對中國男裝行業激烈競爭；
- 本集團之銷量易受季節及天氣狀況的影響；
- 本集團可能會受到近期爆發的全球金融危機影響；及
- 本集團之業務可能因自然災害、爆發傳染病、戰爭、恐怖活動及社會或政治動亂等非本集團所能控制事情而受到影響。

與在中國經營業務有關的風險

- 中國之外匯規例變動可能會對本集團造成影響；
- 人民幣匯率波動可能影響本集團業務及營運業績；
- 本集團或會因中國宏觀經濟狀況變動而面臨消費者購買意慾變化不定；及
- 中國法律及法規之詮釋牽涉不明朗因素，可能對本集團之業務及經營業績構成不利影響及限制投資者可獲得之法律保護。

與全球發售有關的風險

- 股份以往並無公開市場；市場可能波動及流通性可能偏低；
- 股東權益可能被攤薄；
- 大量股份日後或預期於公開市場出售，可能對股份當時之市價造成重大不利影響；
- 本招股章程所載若干事實及公開統計數字不一定可靠；
- 向本集團或在中國居住的董事送達傳票或於中國對彼等或本集團執行任何非中國法院作出的判決方面，可能遇到困難；
- 本招股章程載有前瞻性陳述；及
- 投資者務請細閱整份招股章程，考慮本招股章程或媒體報導刊登的個別陳述時，應仔細研究本招股章程所載風險及其他資料。