

本網上預覽資料集為草擬本，其所載資料並不完整，亦可能會作出更改。閱讀本網上預覽資料集時，必須一併細閱本網上預覽資料集封面「警告」一節。

## 概 要

### 概覽

本集團主要以「米蘭站」及「法國站」品牌經營合共14間零售店，在香港、中國及澳門從事尚未使用及二手名牌手袋及時裝產品零售業務。根據思緯報告，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，就所有零售商(包括國際時裝公司的時裝店或零售店與香港、中國及澳門的獨立零售商)的全新、尚未使用及二手奢華品牌手袋整體市場的總銷售額而言，本集團分別佔(i)香港總銷售額的6.5%及6.3%；(ii)中國總銷售額的0.04%及0.3%；及(iii)澳門總銷售額的4.7%及5.5%。根據思緯報告，本集團為市場領導者，在香港約174間奢華品牌手袋獨立零售商中佔奢華品牌手袋總銷售額逾50%市場份額，並在銷售價值及銷量方面均為二零零九年香港奢華品牌手袋獨立零售商之冠。於二零零九年中國及澳門獨立零售商的奢華品牌手袋銷售總額的市場份額方面，本集團分別佔中國及澳門的銷售總額約5.7%及77.7%(附註)。

本集團擁有近十年經營歷史。自二零零一年於香港尖沙咀開設首家「米蘭站」零售店以來，本集團已於香港建立零售網絡，二零零七年將其業務擴展至澳門，二零零八年擴展至中國大陸。截至最後實際可行日期，本集團一直以「米蘭站」品牌經營13間零售店，其中10間位於香港、2間位於北京，1間位於澳門。本集團亦以「法國站」品牌於香港銅鑼灣經營一間零售店。鑒於中國對奢華品的消費支出不斷上升，以及其在北京首間零售店表現理想，本集團管理層計劃進一步擴展其零售網絡至中國其他主要城市。

下表列示截至二零零八年、二零零九年及二零一零年十二月三十一日止三個年度各年本集團不同地理位置的收益及佔總收益的概約百分比：

	截至十二月三十一日止年度					
	二零零八年		二零零九年		二零一零年	
	百萬港元	(佔總收益 的百分比)	百萬港元	(佔總收益 的百分比)	百萬港元	(佔總收益 的百分比)
香港	456.1	89.1	555.5	90.9	645.4	88.4
中國	2.5	0.5	22.6	3.7	46.0	6.3
澳門	29.7	5.8	33.2	5.4	38.9	5.3
台灣	23.7	4.6	—	—	—	—
總計	<u>512.0</u>	<u>100.0</u>	<u>611.3</u>	<u>100.0</u>	<u>730.3</u>	<u>100.0</u>

附註：二零一零年所有零售商(包括精品店或國際時裝公司的零售店及獨立零售商)的全新、尚未使用及二手奢華品牌手袋整體市場的總銷售額，以及香港、中國及澳門的獨立零售商奢華品牌手袋總銷售額的市場佔有率均未能提供。

本網上預覽資料集為草擬本，其所載資料並不完整，亦可能會作出更改。閱讀本網上預覽資料集時，必須一併細閱本網上預覽資料集封面「警告」一節。

## 概 要

本集團自成立以來一直專注於零售銷售二手名牌手袋，並將其產品範圍擴大至其他名牌產品。本集團供應的產品包括尚未使用及二手手袋、服裝、鞋類、手錶及其他配飾。於最後實際可行日期，本集團銷售來自國際名牌時裝公司逾20個手袋產品品牌及逾30個其他產品品牌，包括Balenciaga (巴黎世家)、Bottega Veneta (寶緹嘉)、Céline (賽琳)、Chanel (香奈兒)、Chloé (珂洛艾伊)、Dior (迪奧)、Fendi (芬迪)、Goyard (戈雅)、Gucci (古琦)、Hermès (愛馬仕)、Louis Vuitton (路易威登)、Miu Miu (繆繆)、Prada (普拉達) 及Yves Saint Laurent (伊夫聖羅蘭)。

下表列示截至二零零八年、二零零九年及二零一零年十二月三十一日止三個年度各年本集團手袋的不同產品類別及各種價格範圍的收益及佔總收益的概約百分比：

	截至十二月三十一日止年度					
	二零零八年		二零零九年		二零一零年	
	百萬元	(佔總收益 的百分比)	百萬元	(佔總收益 的百分比)	百萬元	(佔總收益 的百分比)
<b>按產品類別劃分</b>						
<b>(手袋及其他產品)</b>						
手袋	497.1	97.1	600.4	98.2	722.8	99.0
其他產品	14.9	2.9	10.9	1.8	7.5	1.0
總計	<u>512.0</u>	<u>100.0</u>	<u>611.3</u>	<u>100.0</u>	<u>730.3</u>	<u>100.0</u>
<b>按產品類別劃分</b>						
<b>(尚未使用及二手產品)</b>						
尚未使用產品	111.9	21.9	229.0	37.5	339.6	46.5
二手產品	400.1	78.1	382.3	62.5	390.7	53.5
總計	<u>512.0</u>	<u>100.0</u>	<u>611.3</u>	<u>100.0</u>	<u>730.3</u>	<u>100.0</u>
<b>按手袋價格範圍劃分</b>						
10,000港元以下	230.4	45.0	237.7	38.9	231.9	31.7
10,001港元至30,000港元	110.4	21.5	111.4	18.2	153.0	21.0
30,001港元至50,000港元	9.0	1.8	11.7	1.9	22.4	3.1
50,000港元以上	147.3	28.8	239.6	39.2	315.5	43.2
總計	<u>497.1</u>	<u>97.1</u>	<u>600.4</u>	<u>98.2</u>	<u>722.8</u>	<u>99.0</u>

本網上預覽資料集為草擬本，其所載資料並不完整，亦可能會作出更改。閱讀本網上預覽資料集時，必須一併細閱本網上預覽資料集封面「警告」一節。

---

## 概 要

---

於往績記錄期，手袋乃本集團最為重要的產品類別，一般佔其總收益超過97.0%。於往績記錄期，銷售高價產品的增長乃推動本集團收益增長的主要動力。超過50,000港元高價手袋產品產生的收益由截至二零零八年十二月三十一日止年度佔總收益的28.8%增至截至二零一零年十二月三十一日止年度佔總收益的43.2%。

董事相信，由於未來中國遊客對高價產品需求的增加，該等產品的銷售收益亦將會增加，該趨勢預期會為本集團帶來較高的收益，惟毛利率較低。尚未使用產品的銷售亦大幅增長。尚未使用產品產生的收益由截至二零零八年十二月三十一日止年度佔總收益的21.9%增至截至二零一零年十二月三十一日止年度佔總收益的46.5%。

香港為本集團的主要市場，截至二零零八年、二零零九年及二零一零年十二月三十一日止三個年度各年，該市場為本集團的收益貢獻不低於88.0%。隨著本集團在其他城市拓展零售網絡，香港市場對本集團收益的貢獻由截至二零零八年十二月三十一日止年度佔總收益的89.1%輕微降至截至二零一零年十二月三十一日止年度的88.4%。

二零零七年，本集團以「MS」品牌開發其自有私人品牌手袋系列。本集團亦為「Chouette」手錶的授權經銷商。本集團自二零零八年起一直從事以寄售方式買賣冬季皮裝業務。

本集團於過往年度實現持續增長。其總收益由二零零八年的512,000,000港元增至二零一零年的730,300,000港元，複合年增長率為19.4%。本集團溢利由二零零八年的46,000,000港元增至二零一零年的54,300,000港元，複合年增長率約為8.6%。

### 經營模式

本集團主要銷售國際時裝公司的二手及尚未使用的奢華品牌產品（特別是手袋）。本集團在香港及澳門的零售店同時銷售二手及尚未使用的產品，而在中國的零售店僅銷售二手產品。本集團的業務模式令奢華品牌手袋可較易獲得及購買。該經營模式旨在為其客戶提供一個平台於其零售店購買二手及尚未使用的奢華品牌產品，其後轉售該等產品予本集團以獲取現金。公眾亦可將並非購自本集團零售店的奢華品牌產品銷售予本集團。所有售予本集團的產品均會進入本集團庫存。

本網上預覽資料集為草擬本，其所載資料並不完整，亦可能會作出更改。閱讀本網上預覽資料集時，必須一併細閱本網上預覽資料集封面「警告」一節。

## 概 要

大多數執行董事及營銷總監加入本集團約十年。執行董事主要透過管理本集團經營，獲得本地及國際時尚趨勢及奢華品牌產品二手市場的經驗及知識。營銷總監曾於國際時裝公司任職逾兩年，並於本集團任職約十年，獲得相關經驗及知識。彼等的經驗及知識有助本集團根據不斷轉變的市場趨勢及客戶需求識別「熱銷商品」。

「熱銷商品」包括限量版奢華品牌產品及公開市場供應短缺或不可從國際時裝公司精品店或零售店購得的產品。時裝奢華品牌現正紛紛推出「頂級」版手袋，例如當中使用鮮為人採用的皮革(包括鱷魚皮或駝鳥皮)及珍貴物料。該等「熱銷商品」的優勢價格可令本集團賺取更高收益，但毛利率較低。本集團頂級價格產品的銷售於往績記錄期一直增加。為獲得該等「熱銷商品」，本集團可設定相對國際時裝公司精品店或零售店所報售價更高的回收價，以吸引公眾折價賣出其二手或尚未使用的「熱銷商品」。

作為增值服務，本集團為公眾消費者設立客戶服務熱線，藉此在客戶指定地點提供收集奢華品牌產品的服務。

下文載列本集團的香港、中國及澳門業務及營運的主要特點和差別。

	香港	中國	澳門
本集團購買和出售的產品類型	二手及尚未使用的產品。	僅二手產品(附註1)。	二手及尚未使用的產品。
本集團的供應商類型(附註2)	公眾消費者、貿易商及發達太太(一名關連人士)。	僅公眾消費者(附註1)。	公眾消費者及貿易商。
零售店的購買程序	本集團在香港、中國及澳門的零售店採納相同的購買程序。倘供應商未能提供若干所需資料，則本集團將拒絕接納任何產品。		

本網上預覽資料集為草擬本，其所載資料並不完整，亦可能會作出更改。閱讀本網上預覽資料集時，必須一併細閱本網上預覽資料集封面「警告」一節。

## 概 要

	香港	中國	澳門
貿易商登記政策	是。貿易商登記政策適用於供應商向本集團要約出售兩件以上的尚未使用產品。	否。本公司將不會向供應商購買尚未使用的產品。 (附註1)	是。貿易商登記政策適用於供應商向本集團要約出售兩件以上的尚未使用產品。
在零售店的初次產品檢測	本集團在香港、中國及澳門的零售店履行相同的初次產品檢測程序。		
第二次產品檢測	第二次產品檢測將由中央倉庫員工進行。只有通過第二次產品檢測的產品才會於本集團的零售店出售。	由於本集團在中國並無中心貨倉，故第二次產品檢測將由另一間在北京的零售店高級管理層或店舖經理或主管進行。只有通過第二次產品檢測的產品才會在本集團的	由於本集團在澳門並無中心貨倉，故第二次產品檢測將由香港零售店高級管理層或店舖經理或主管進行。只有通過第二次產品檢測的產品才會在本集團的零售店

本網上預覽資料集為草擬本，其所載資料並不完整，亦可能會作出更改。閱讀本網上預覽資料集時，必須一併細閱本網上預覽資料集封面「警告」一節。

## 概 要

	零售店出售。	出售。	
	香港	中國	澳門
<b>現金管理</b>	處理銷售收款及採購付款將使用獨立的收銀機及銀行賬戶。	處理銷售收款及採購付款將使用獨立的收銀機。在營業結束時記錄現金收款金額及用於採購產品而支付的現金後，現金收款將用於下一天購買產品。	處理銷售收款及採購付款將使用獨立的收銀機及銀行賬戶。
<b>現金存款</b>	現金收款將每天存入指定銀行賬戶(公眾假期除外)。	現金收款將不會每天存入指定銀行賬戶。相反，現金收款將會用作向公眾消費者購產品。	現金收款將每天存入指定銀行賬戶(公眾假期除外)。

附註：

1. 在中國，銷售二手產品徵收的增值稅為2%，而銷售尚未使用的產品徵收的增值稅為17%。考慮到中國稅率的差異，本集團在中國只專注銷售二手產品實為一項業務策略。由於本集團在中國的零售店將只會向中國公眾消費者購買二手手袋，本集團在中國並無任何貿易商。
2. 經營銷總監或區域經理批准後，員工可向本集團供應產品。

---

## 概 要

---

### 供應商

本集團採購產品主要有兩種渠道。一種是向本集團出售尚未使用的或二手產品的公眾消費者。另一種是向本地或海外貿易商採購，據董事所知，彼等直接向國際時裝公司的海外或本地精品店或零售店或其他經銷商採購產品，再在香港將產品作為尚未使用的產品售予本集團。

為保證本集團獲得穩定的產品供應，本集團將：

1. 提高採購價或進行其他市場推廣及宣傳活動，鼓勵忠誠會員計劃的現有會員及一般公眾向本集團供應產品。任何人士（包括現有及潛在客戶及供應商）與本集團無論是否進行交易，均可登記成為忠誠會員計劃的會員。於最後實際可行日期，忠誠會員計劃約有8,500名登記會員，所有登記交易商均為登記會員；
2. 在必要時提高產品採購價，委聘新貿易商。截至最後實際可行日期，66名貿易商已根據貿易商登記政策登記，且已有十多名供應商接洽本集團，以期與本集團發展業務關係。有關供應商不時透過電子郵件或電話接洽本集團，尋求向本集團供應兩件以上尚未使用的產品；
3. 擴大產品組合，採購更多國際品牌的產品；
4. 與其他海外二手產品零售商結盟，擴大供應商網絡；及
5. 規劃額外市場推廣活動（如開發智能手機應用程式），接觸更多供應商。

本網上預覽資料集為草擬本，其所載資料並不完整，亦可能會作出更改。閱讀本網上預覽資料集時，必須一併細閱本網上預覽資料集封面「警告」一節。

## 概 要

本集團於往績記錄期內的總收益主要來自出售向公眾消費者採購的產品。下表列示二零零九年二月一日(即實施貿易商登記政策的第一個月)至二零零九年十二月三十一日期間及截至二零一零年十二月三十一日止年度向貿易商及公眾消費者採購的(i)所有產品；(ii)本集團尚未使用的產品；及(iii)50,000港元以上高價手袋產品的銷售收益總額明細表：

	二零零九年二月一日至 二零零九年 十二月三十一日期間 (附註)		截至二零一零年 十二月三十一日 止年度	
	百萬港元	%	百萬港元	%
<b>所有產品</b>				
貿易商	69.4	12.2	103.8	14.2
公眾消費者	498.5	87.8	626.5	85.8
總計	<u>567.9</u>	<u>100.0</u>	<u>730.3</u>	<u>100.0</u>
<b>尚未使用的產品</b>				
貿易商	47.6	21.7	82.6	24.3
公眾消費者	172.1	78.3	257.0	75.7
總計	<u>219.7</u>	<u>100.0</u>	<u>339.6</u>	<u>100.0</u>
<b>50,000港元以上高價手袋產品</b>				
貿易商	29.6	13.0	45.4	14.4
公眾消費者	198.7	87.0	270.1	85.6
總計	<u>228.3</u>	<u>100.0</u>	<u>315.5</u>	<u>100.0</u>

附註：本集團的貿易商登記政策於二零零九年二月推出。因此，於二零零九年二月前並無向貿易商採購的產品的收益記錄。



本網上預覽資料集為草擬本，其所載資料並不完整，亦可能會作出更改。閱讀本網上預覽資料集時，必須一併細閱本網上預覽資料集封面「警告」一節。

## 概 要

本集團大部分產品(包括50,000港元以上高價手袋產品及尚未使用產品)乃向公眾消費者採購。下表列示二零零九年二月一日(即實施貿易商登記政策的第一個月)至二零零九年十二月三十一日期間及截至二零一零年十二月三十一日止年度向貿易商及公眾消費者採購的(i)所有產品；(ii)本集團尚未使用的產品；及(iii)50,000港元以上高價手袋產品的銷售成本總額明細表：

	二零零九年二月一日至		截至二零一零年	
	二零零九年 十二月三十一日期間 (附註1)		十二月三十一日 止年度	
	百萬港元	%	百萬港元	%
<b>所有產品</b>				
貿易商	57.4	13.2	84.4	15.2
公眾消費者	376.4	86.8	469.2	84.8
總計(附註2)	<u>433.8</u>	<u>100.0</u>	<u>553.6</u>	<u>100.0</u>
<b>尚未使用的產品</b>				
貿易商	39.0	20.4	66.7	24.0
公眾消費者	152.2	79.6	210.8	76.0
總計(附註2)	<u>191.2</u>	<u>100.0</u>	<u>277.5</u>	<u>100.0</u>
<b>50,000港元以上高價手袋產品</b>				
貿易商	26.0	13.2	37.2	14.4
公眾消費者	171.3	86.8	220.5	85.6
總計(附註2)	<u>197.3</u>	<u>100.0</u>	<u>257.7</u>	<u>100.0</u>

附註：

1. 本集團的貿易商登記政策於二零零九年二月推出。因此，於二零零九年二月前並無向貿易商採購的產品的收益記錄。
2. 銷售成本總額並不包括滯銷存貨撥備、撇銷存貨及其他成本。

---

## 概 要

---

除貿易商及公眾消費者外，本集團亦向發達太太採購二手奢華品牌手袋或配飾產品。發達太太為一家主要從事貸款業務的公司。發達太太向借款人借出貸款時，借款人有時會將奢華品牌手袋或飾品寄存於發達太太作為貸款的抵押。如借款人就按照貸款文件償還貸款違約，發達太太將獲得奢華品牌手袋，將其出售予本集團。有關該安排的詳情，請參閱本文件「關連交易」一節「向發達太太採購二手奢華品牌手袋或配飾產品」一段。截至二零零八年、二零零九年及二零一零年十二月三十一日止三個年度各年，本集團向發達太太所採購產品總額的概約百分比分別為零、0.0014%及0.0447%。

自二零一一年一月起，所有有意向本集團供應產品的員工，須先填寫申請表並提交予營銷總監或區域經理審批，之後本集團才會與其進行交易。截至最後實際可行日期，本集團收到員工就供應產品提出的四項申請，本集團的採購成本總額約為40,000港元。於該政策實施前，本集團並無就向員工購買的二手或尚未使用的產品的金額保存任何記錄。

### 產品檢測

為確保透過本集團零售店銷售及分銷的產品為正品及授權產品，本集團實施一整套流程，以(i)辨別供應商供應的產品是尚未使用的還是二手產品；及(ii)避免本集團向供應商採購假冒偽劣產品。本集團編製一套產品檢測指引，指引對本集團經營的大部分國際奢華品牌的產品特性進行說明。指引乃根據執行董事及本集團營銷總監的經驗編製，彼等大多數加入本集團約十年。執行董事主要透過加入本集團後檢測奢華品牌產品時累積的經驗，獲得了檢測國際奢華品牌產品具體特徵的經驗。營銷總監曾於國際時裝公司任職逾兩年，並於本集團任職約十年，在此期間與國際時裝公司合作，獲得相關知識。

主要程序及指引載列如下：

1. 本集團為店舖經理及區域經理推薦的高級銷售人員舉辦內部培訓課程，以訓練他們的產品知識及區別尚未使用的產品與二手產品以及正品與假冒產品的技術、按照指引所載檢查產品具體特徵(包括防偽特徵)的技巧及程序。該等培訓課程乃於接獲店舖經理及區域經理推薦後於有需要時安排。該等高級銷售人員會接受培訓以識別防偽特徵，包括把手、襯里、扣環及拉鏈及產品上印刷的序列號。內部培訓課程由營銷總監及區域經理提供。營銷總監憑藉於國際時裝公司任職逾兩年及

---

## 概 要

---

- 於本集團任職約十年的經驗，獲得了相關知識及技術。區域經理主要透過加入本集團後檢查奢華品牌產品而獲得相關知識及技術。該等獲店舖經理及區域經理推薦的前線銷售人員需不時參與培訓課程。本集團要求參加培訓的員工進行書面測試，評估其對產品檢測的知識及技術。只有通過書面測試的員工才會獲指定在本集團的零售店進行產品檢測。
2. 初次產品檢測包括由本集團指定員工檢查產品具體特徵(包括原始價格標記、品牌標誌以及防偽特徵)，然後才向供應商購買。兩名指定員工負責進行首次產品檢測，其中最少一名須已在本集團受僱三年以上並已接受產品檢測培訓。指定員工均須在產品檢測單上標記及簽名，表明其已進行初次產品檢測。
  3. 任何產品在本集團的零售店出售前會經過第二次產品檢測。就香港的零售店而言，第二次產品檢測會在本集團的中央倉庫進行；本集團在中國及澳門並無中央倉庫。就中國的零售店而言，本集團會指派任何一間北京店舖的店舖經理或主管或高級管理層每星期一次為其他北京店舖進行第二次產品檢測。就澳門的零售店而言，本集團指定香港零售店的店舖經理或主管或高級管理層每月兩次對其購入產品進行第二次產品檢測。
  4. 於最後實際可行日期，本集團有63名經驗豐富的指定人員負責鑑別假冒產品及向供應商購買產品。其中，49名指定員工在本集團的香港零售店工作、10名指定員工在本集團的北京零售店工作及4名指定員工在本集團的澳門零售店工作。指定員工包括營銷總監、區域經理、中央倉庫員工、店舖經理以及店舖經理及區域經理推薦的高級銷售人員。負責向供應商採購產品的大多數員工於本集團擁有超過三年的經驗；及
  5. 其中一名指定員工會進行第二次產品檢測，而該名員工須在用於初步產品檢測的同一份產品檢測單上標記及簽名，以表明其已完成第二次產品檢測。只有通過第二次產品檢測的產品才會在本集團的零售店出售。

---

## 概 要

---

據董事確認，於往績記錄期，本集團曾保留於第二次產品檢測時發現的若干假冒產品和不能修復的損壞產品，並為進行內部培訓而曾向僱員展示為內部培訓材料。作為一項風險控制措施，本集團銷毀及處置有關假冒產品，並採取其他措施，如展示圖片作為內部培訓目的。若產品受損，中央倉庫員工（對澳門及中國的店舖而言，則為店舖員工）將安排產品修復，並於修復妥當後交由零售店出售。為減低改變或損害原來產品的風險。內部控制指引規定所有受損產品只可送交產品的相關品牌擁有人的零售店修復。

二零一零年，本集團位於香港的「米蘭站」及「法國站」零售店成為香港知識產權署推展的計劃「正版正貨承諾」的成員。根據此計劃，本集團僅會銷售正貨產品，並保證不會售賣或交易假冒產品。

### 撥備政策

在本集團香港、澳門及中國的所有零售店發現的假冒產品或未能修復的產品的成本由本集團全數撇銷。董事確認，於截至二零一零年十二月三十一日止年度並無假冒產品。而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，就假冒產品的撇銷金額分別佔本集團成本的6,000港元及14,000港元。截至二零零八年、二零零九年及二零一零年十二月三十一日止三個年度各年，就受損產品撇銷的金額分別約達125,000港元、85,000港元及93,000港元。

本集團的被竊貨品的成本金額將會由本集團悉數撇銷。於往績記錄期，本集團撇銷的被竊貨品金額於截至二零零八年、二零零九年及二零一零年十二月三十一日止三個年度各年分別約為75,000港元、209,000港元及150,000港元。

本集團制定對滯銷存貨進行撥備的政策。貨齡分別超過90天及45天的手袋產品及其他產品將會確認為滯銷存貨。於每年年終，本團將會就超過90天及45天的手袋產品及其他產品的賬面值作出10%撥備。倘手袋產品及其他產品的貨齡分別再超過90天及45天，本集團將會作出存貨賬面值額外10%的撥備，以此類推。於二零零八年、二零零九年及二零一零年十二月三十一日的存貨撥備分別約為2,400,000港元、2,800,000港元及4,300,000港元，即分別於截至二零零九年及二零一零年十二月三十一日止年度各年增加約400,000港元或16.7%及1,500,000港元或53.6%。

---

## 概 要

---

### 客戶

本集團客戶主要為公眾消費者。截至二零零八年、二零零九年及二零一零年十二月三十一日止三個年度各年，本集團與客戶進行的五大交易佔本集團總收益不到1.3%。自從於二零零九年二月推出忠誠會員計劃以來，二零零九年二月至二零一零年十二月三十一日止期間及截至二零一零年十二月三十一日止年度，本集團五大客戶佔本集團總收益不到0.2%。本集團於零售店的所有零售額均以現金或銀行借記卡及信用卡結算。

### 法律風險

鑑於本集團的業務模式涉及在香港、中國及澳門買賣二手及尚未使用的奢華品牌產品，該等司法權區多項法律及法規均與本集團有關。本集團已就其業務在該等司法權區的合法性徵求香港法律顧問、中國法律顧問及澳門法律顧問的法律意見。

本集團已就其現有業務營運取得一切必要的許可證、證書、牌照及批文，因此，根據本集團向其法律顧問徵求的法律意見，已遵守所有適用於其在香港、中國及澳門的現有業務營運的相關法律及法規。

根據本集團向香港法律顧問、中國法律顧問及澳門法律顧問徵求的法律意見，且[●]經獨立盡職審查後亦確認，於往績記錄期，本集團於香港、中國及澳門的營運符合該等司法權區所有相關法律及法規的規定及屬合法。

### 香港

據香港法律顧問告知，香港法律下並無對此類平衡進口的一般禁令。然而，香港知識產權法(包括商標法、版權法及商品說明法)及侵權法(包括仿冒、促使違反合約及私佔侵權行為)的多個方面或會對產品進口的合法性造成不同程度的影響。香港法律顧問進一步告知，香港並無限制或條文明確規管二手商品的買賣或限制若干產品作為二手商品出售。然而，盜竊罪條例(香港法例第210章)訂明處理贓物的罪行。有關詳情請參閱本文件「業務」一節「香港法律及法規」。

本網上預覽資料集為草擬本，其所載資料並不完整，亦可能會作出更改。閱讀本網上預覽資料集時，必須一併細閱本網上預覽資料集封面「警告」一節。

---

## 概 要

---

### 中國

據中國法律顧問告知，本集團的營運模式只涉及遵守與下列各項有關的法律及法規：—

1. 成立及開展銷售二手貨品的業務，相關法例包括《關於促進我國舊貨行業發展的意見》、《關於加快舊貨行業發展的通知》、《舊貨流通管理辦法(試行)》及《中國刑法》；
2. 知識產權法包括《中國著作權法》、《中國專利法》及《中國商標法》；
3. 反不正當競爭法包括《中國最高人民法院關於審理走私刑事案件具體應用法律若干問題的解釋》及《中國侵權責任法》；
4. 在中國成立外商獨資企業，相關法例包括《中國公司法》、《中國外資企業法》、《中國外資企業法實施細則》、《外商投資產業指導目錄》及《外商投資商業領域管理辦法》；及
5. 網上銷售業務，相關法例包括「商務部辦公廳關於外商投資互聯網、自動售貨機方式銷售專案審批管理有關問題的通知」(商資字[2010]272號)。

有關詳情，請參閱本文件「業務」及「監管」兩節「中國法律及法規」。

### 澳門

據澳門法律顧問告知，根據本集團現有的業務模式，營運模式僅會在澳門產生知識產權法律及法規的合規問題。相關法例為澳門法律《工業產權法律制度》第97/99/M號法令。就在澳門進口產品而言，相關法例載於六月二十三日—第7/2003號法律(對外貿易法)及十二月十三日—第4/99/M號法律(消費稅規章)。有關詳情，請參閱本文件「業務」一節「澳門法律及法規」一段。

本網上預覽資料集為草擬本，其所載資料並不完整，亦可能會作出更改。閱讀本網上預覽資料集時，必須一併細閱本網上預覽資料集封面「警告」一節。

---

## 概 要

---

在處理法律風險時，本集團已採納若干監控措施，包括其業務的內部控制指引，當中涵蓋香港、中國及澳門零售店的門店經營各個方面，以及提供內部培訓以確保其僱員有意識及將會遵守內部控制指引。詳情請參閱本文件「業務」一節「店舖經營」、「採購及產品檢測」及「與本集團營運有關的內部控制措施」等段。

鑒於並無有關本集團向其客戶銷售產品而遭索償的法律訴訟，以及(a)本集團從香港法律顧問、澳門法律顧問及中國法律顧問取得的法律意見；及(b)本集團向[●]承諾：(i)本集團會在擴張的同時進一步加強內部控制措施；(ii)本集團已嚴格實施獨立內部控制顧問就內部控制措施提出的推薦建議，該顧問獲本集團委聘，不時協助[●]處理需要本集團內部控制方面的技術意見的事項；(iii)本集團會聘用勝任員工實施該推薦建議；及(iv)本集團會委聘本集團業務方面的法律顧問，評估本集團內部控制措施的有效性，處理本集團的法律風險；及(c)[●]就本集團的業務經營及獨立內部控制顧問和本集團法律顧問的勝任能力進行的盡職調查工作，[●]相信，本集團的內部控制措施可有效應對本集團的法律風險。

### 主要優勢

董事認為，本集團過往取得的成功及其未來前景實有賴若干主要優勢，其中包括以下方面：

- 二零零九年香港獨立零售商名牌手袋零售市場翹楚
- 針對不同客戶提供廣泛的國際品牌及一站式服務
- 銷售及管理人員的專業知識讓本集團能成功識別國內及國際趨勢
- 於黃金購物地段佔據龐大零售份額

本網上預覽資料集為草擬本，其所載資料並不完整，亦可能會作出更改。閱讀本網上預覽資料集時，必須一併細閱本網上預覽資料集封面「警告」一節。

---

## 概 要

---

### 業務策略

本集團的主要經營目標是維持持續增長及達致可持續競爭優勢，以維持其在名牌手袋零售業界的市場領導地位。本集團計劃採納以下策略進一步擴大其於香港、中國及澳門的現有零售網絡及聲譽，建立其於更廣闊的中國市場名牌產品領先零售商的地位：

- 於中國市場擴展零售網絡，在香港、中國及澳門搬遷及增設新零售店並翻新現有零售店
- 繼續其營銷策略及活動
- 開發自有品牌「MS」品牌產品
- 探索網上銷售渠道
- 加強員工培訓
- 提升本集團的資訊科技系統



本網上預覽資料集為草擬本，其所載資料並不完整，亦可能會作出更改。閱讀本網上預覽資料集時，必須一併細閱本網上預覽資料集封面「警告」一節。

## 概 要

### 財務資料概要

下表載列本集團的合併財務資料概要。本集團於往績記錄期的合併收益表及合併全面收益表、截至二零零八年、二零零九年及二零一零年十二月三十一日止三個年度各年的合併財務狀況表以及截至二零零八年、二零零九年及二零一零年十二月三十一日止三個年度各年的合併現金流量表，乃摘錄自本文件附錄一的會計師報告。有關進一步詳情，請閱讀合併財務報表全文，連同其附註（載於本文件附錄一—會計師報告）。

### 合併收益表及合併全面收入表

	截至十二月三十一日止年度		
	二零零八年 千港元	二零零九年 千港元	二零一零年 千港元
收益	511,998	611,273	730,259
銷售成本	(371,546)	(467,609)	(555,599)
毛利	140,452	143,664	174,660
其他收入及收益	2,025	536	935
銷售開支	(61,854)	(71,028)	(84,091)
行政及其他經營開支	(23,231)	(24,597)	(24,681)
融資成本	(244)	(381)	(187)
除稅前溢利	57,148	48,194	66,636
所得稅開支	(11,120)	(9,031)	(12,326)
年內溢利	46,028	39,163	54,310
其他全面收入：			
換算海外業務的匯兌差額	80	9	230
年內全面收入總額	46,108	39,172	54,540

本網上預覽資料集為草擬本，其所載資料並不完整，亦可能會作出更改。閱讀本網上預覽資料集時，必須一併細閱本網上預覽資料集封面「警告」一節。

## 概 要

### 合併財務狀況表

	十二月三十一日		
	二零零八年 千港元	二零零九年 千港元	二零一零年 千港元
<b>非流動資產</b>			
物業、廠房及設備	6,573	11,976	9,082
遞延稅項資產	334	1,060	1,231
租賃按金	—	4,360	10,719
非流動資產總值	6,907	17,396	21,032
<b>流動資產</b>			
存貨(附註1)	46,855	69,007	89,007
貿易應收款項(附註2)	4,968	6,443	9,691
預付款項、按金及其他應收款項(附註3)	8,180	6,478	17,295
應收關連方款項	28,248	16,298	—
可退回稅項	1,206	945	729
已抵押存款(附註4)	—	—	1,500
現金及現金等價物(附註5)	43,468	40,585	26,640
流動資產總值	132,925	139,756	144,862
<b>流動負債</b>			
應計負債及其他應付款項(附註6)	6,337	8,665	19,575
計息銀行借款	8,041	8,983	5,771
融資租賃項下責任	818	239	134
應付關連方款項	3,041	18,782	—
應付稅項	4,636	3,589	4,967
撥備	—	2,640	1,407
流動負債總值	22,873	42,898	31,854
<b>流動資產淨值</b>	110,052	96,858	113,008
<b>資產總值減流動負債</b>	116,959	114,254	134,040
<b>非流動負債</b>			
融資租賃項下責任	516	368	268
應付關連方款項	19,978	19,963	—
遞延稅項負債	93	379	177
非流動負債總值	20,587	20,710	445
<b>資產淨值</b>	96,372	93,544	133,595

本網上預覽資料集為草擬本，其所載資料並不完整，亦可能會作出更改。閱讀本網上預覽資料集時，必須一併細閱本網上預覽資料集封面「警告」一節。

## 概 要

	十二月三十一日		
	二零零八年	二零零九年	二零一零年
	千港元	千港元	千港元
<b>權益</b>			
已發行股本	—	—	—
儲備	96,372	93,544	133,595
權益總額	<u>96,372</u>	<u>93,544</u>	<u>133,595</u>

附註：

1. 於二零零九年十二月三十一日，存貨由約46,900,000港元增加約22,100,000港元至約69,000,000港元，主要是由於(i)於二零零九年四月及五月在香港銅鑼灣及香港旺角擴建零售店；及(ii)於二零零九年七月在香港活方開設零售店而提高平均存貨水平所致。於二零一零年十二月三十一日，存貨進一步增至89,000,000港元，主要是由於(i)於二零一零年八月位於北京三里屯路的零售店開業；及(ii)根據本集團的未來計劃，計劃將於二零一零年上半年在中國及香港開業及擴充的零售店而提高存貨水平所致。
2. 貿易應收款項指銀行借記或信用卡應收款項，於交易發生後一個月內向銀行全數結付。於往績記錄期內，貿易應收款項於往績記錄期內增加主要是由於本集團於相關期內的總收益增加所致，並以銀行借記或信用卡付款。
3. 預付款項、按金及其他應收款項由二零零九年十二月三十一日的6,500,000港元增加10,800,000港元至二零一零年十二月三十一日的17,300,000港元，主要是由於(i)預付[●]開支；(ii)本集團在香港支付的零售店租金按金及本集團在中國支付的新零售店按金增加；及(iii)主要包括來自姚先生的[●]開支應收款項的其他應收款項。
4. 於二零一零年三月，本集團與銀行簽立融資函件，據此，本集團以定期存款形式就銀行貸款及銀行融資抵押1,500,000港元。
5. 現金及現金等價物由40,600,000港元減少14,000,000港元至二零一零年十二月三十一日的26,600,000港元，主要是由於經營活動所用的現金流出所致，而後者則主要是(i)新店開張及現有店舖擴張使存貨增加；(ii)年內與關連方的現金交收餘額；及(iii)預付款項、按金及其他應收款項增加。
6. 應計負債及其他應付款項由8,700,000港元增加10,900,000港元至二零一零年十二月三十一日的19,600,000港元，主要是由於米蘭站香港董事會向其當時的權益持有人World Top宣派的截至二零一零年十二月三十一日止年度的應付股息增加10,000,000港元所致，並已由本集團於二零一零年一月結付。

本網上預覽資料集為草擬本，其所載資料並不完整，亦可能會作出更改。閱讀本網上預覽資料集時，必須一併細閱本網上預覽資料集封面「警告」一節。

## 概 要

### 合併現金流量表

	截至十二月三十一日止年度		
	二零零八年	二零零九年	二零一零年
	千港元	千港元	千港元
<b>經營活動現金流量</b>			
除稅前溢利	57,148	48,194	66,636
就下列各項調整：			
銀行利息收入	(324)	(95)	(18)
出售一間附屬公司的收益	(938)	—	—
出售物業、廠房及設備項目的收益	—	(400)	(873)
撇銷物業、廠房及設備	—	327	217
滯銷存貨撥備	1,132	439	1,542
折舊	3,692	4,490	5,742
融資成本	244	381	187
	60,954	53,336	73,433
存貨增加	(10,755)	(22,591)	(21,542)
貿易應收款項減少／(增加)	2,975	(1,475)	(3,248)
預付款項、按金及其他應收款項增加	(844)	(2,658)	(17,176)
與關連方結餘變動	(12,815)	(7,824)	(22,447)
應計負債及其他應付款項增加	1,633	2,328	910
撥備增加／(減少)	—	2,640	(1,233)
	41,148	23,756	8,697
經營活動所得現金(附註)			
已付利息	(153)	(253)	(158)
融資租賃款項利息部分	(91)	(128)	(29)
已付香港利得稅	(9,308)	(9,562)	(8,759)
已付海外稅項	(84)	(695)	(2,346)
	31,512	13,118	(2,595)
經營活動所得／(所用)現金淨額			

本網上預覽資料集為草擬本，其所載資料並不完整，亦可能會作出更改。閱讀本網上預覽資料集時，必須一併細閱本網上預覽資料集封面「警告」一節。

## 概 要

### 合併現金流量表(續)

	截至十二月三十一日止年度		
	二零零八年 千港元	二零零九年 千港元	二零一零年 千港元
<b>投資活動現金流量</b>			
已收取利息	324	95	18
購買物業、廠房及設備項目	(2,783)	(9,292)	(2,953)
出售一間附屬公司	(1,230)	—	—
出售物業、廠房及設備項目所得款項	—	—	780
	<u>          </u>	<u>          </u>	<u>          </u>
投資活動所用現金流量淨額	(3,689)	(9,197)	(2,155)
	<u>          </u>	<u>          </u>	<u>          </u>
<b>融資活動現金流量</b>			
新增銀行貸款	10,182	9,110	6,251
償還銀行貸款	(6,718)	(8,768)	(8,875)
已抵押定期存款增加	—	—	(1,500)
已付股息	—	(6,500)	(4,489)
融資租賃應付款項的資本部分	(962)	(1,255)	(205)
	<u>          </u>	<u>          </u>	<u>          </u>
融資活動所得／(所用) 現金流量淨額	2,502	(7,413)	(8,818)
	<u>          </u>	<u>          </u>	<u>          </u>
<b>現金及現金等價物增加／(減少) 淨額</b>	30,325	(3,492)	(13,568)
年初現金及現金等價物	13,040	43,445	39,962
外幣匯率變動的影響淨額	80	9	211
	<u>          </u>	<u>          </u>	<u>          </u>
<b>年末現金及現金等價物</b>	43,445	39,962	26,605
	<u>          </u>	<u>          </u>	<u>          </u>
<b>現金及現金等價物結餘分析</b>			
合併財務狀況表所列現金及現金等價物	43,468	40,585	26,640
銀行透支	(23)	(623)	(35)
	<u>          </u>	<u>          </u>	<u>          </u>
合併現金流量表所列現金及現金等價物	43,445	39,962	26,605
	<u>          </u>	<u>          </u>	<u>          </u>

本網上預覽資料集為草擬本，其所載資料並不完整，亦可能會作出更改。閱讀本網上預覽資料集時，必須一併細閱本網上預覽資料集封面「警告」一節。

---

## 概 要

---

附註：

本集團的經營活動所得現金由截至二零零八年十二月三十一日止年度約41,100,000港元增至截至二零零九年十二月三十一日止年度約23,800,000港元，並進一步減少至截至二零一零年十二月三十一日止年度約8,700,000港元。

本集團截至二零零九年十二月三十一日止年度的經營活動所得現金減少主要是由於本集團因(i)於二零零九年四月及五月擴張位於香港銅鑼灣及香港旺角的零售店及(ii)於二零零九年七月在香港活方開設零售店而令平均存貨水平增加所致。

即使截至二零一零年十二月三十一日止年度的除稅前溢利增加，本集團截至二零一零年十二月三十一日止年度的經營活動所得現金卻減少，主要是由於(i)年內若干租賃協議以較高租金續訂及訂立新租賃協議後租金按金增加；及(ii)以現金向關連方償付結餘所致。

本網上預覽資料集為草擬本，其所載資料並不完整，亦可能會作出更改。閱讀本網上預覽資料集時，必須一併細閱本網上預覽資料集封面「警告」一節。

## 概 要

### 毛利及毛利率

下表載列截至二零零八年、二零零九年及二零一零年十二月三十一日止三個年度各年，本集團按各產品類別、產品價格範圍及地理位置劃分的本集團毛利及毛利率明細：

	截至十二月三十一日止年度					
	二零零八年		二零零九年		二零一零年	
	毛利 百萬港元	毛利率 (百分比)	毛利 百萬港元	毛利率 (百分比)	毛利 百萬港元	毛利率 (百分比)
<b>按產品類別劃分</b>						
<b>(手袋及其他產品)</b>						
手袋 (附註1)	136.7	27.5	141.6	23.6	175.0	24.2
其他產品 (附註1)	5.2	34.7	2.8	25.7	1.7	23.1
減：滯銷存貨、存貨撇減 及其他成本撥備	(1.4)		(0.7)		(2.0)	
總計	<u>140.5</u>	27.4	<u>143.7</u>	23.5	<u>174.7</u>	23.9
<b>按產品類別劃分</b>						
<b>(尚未使用及二手產品)</b>						
尚未使用產品 (附註1)	19.3	17.2	29.8	13.0	62.1	18.3
二手產品 (附註1)	122.6	30.6	114.6	30.0	114.6	29.4
減：滯銷存貨、存貨撇減 及其他成本撥備	(1.4)		(0.7)		(2.0)	
總計	<u>140.5</u>	27.4	<u>143.7</u>	23.5	<u>174.7</u>	23.9
<b>按產品價格範圍劃分</b>						
10,000港元以下 (附註1)	87.8	36.0	81.1	32.8	77.5	32.4
10,000港元至30,000港元 (附註1)	28.5	25.5	28.8	25.5	37.2	24.2
30,000港元至50,000港元 (附註1)	1.8	20.1	2.1	18.0	4.2	18.9
50,000港元以上 (附註1)	23.8	16.2	32.4	13.5	57.8	18.3
減：滯銷存貨、存貨撇減 及其他成本撥備	(1.4)		(0.7)		(2.0)	
總計	<u>140.5</u>	27.4	<u>143.7</u>	23.5	<u>174.7</u>	23.9
<b>按地理位置劃分</b>						
香港 (附註1)	123.2	27.0	125.8	22.7	148.5	23.0
中國 (附註1及2)	0.9	37.1	8.0	35.2	14.8	32.2
澳門 (附註1及3)	10.8	36.1	10.6	32.1	13.4	34.4
台灣 (附註1及4)	7.0	29.6	—	—	—	—
減：滯銷存貨、存貨撇減 及其他成本撥備	(1.4)		(0.7)		(2.0)	
總計	<u>140.5</u>	27.4	<u>143.7</u>	23.5	<u>174.7</u>	23.9

本網上預覽資料集為草擬本，其所載資料並不完整，亦可能會作出更改。閱讀本網上預覽資料集時，必須一併細閱本網上預覽資料集封面「警告」一節。

## 概 要

附註：

1. 毛利不包括滯銷存貨、已撇銷存貨及其他成本的撥備。因此，毛利率按扣除滯銷存貨、已撇銷存貨及其他成本撥備前的毛利佔總收益的比例再乘以100%計算
2. 位於北京華貿中心的首間零售店及位於北京三里屯路的第二間零售店分別於二零零八年十月及二零一零年八月開始營業
3. 在澳門的零售店於二零零七年七月開始營業
4. 在台灣的零售店於二零零七年十月開始營業，本集團已於二零零八年十月三十一日出售該店舖

### 有關本集團店舖經營的資料

	截至十二月三十一日止年度		
	二零零八年 千港元	二零零九年 千港元	二零一零年 千港元
有關期初經營的店舖數目	12	13	[13]
有關期間開設的其他店舖	分別位於 香港元朗教育路 及北京華貿中心 的兩間店舖	位於香港 活方的一間店舖	[位於北京 朝陽區三里屯路 的一間店舖]
有關期間出售／終止 經營的店舖	位於台灣 的一間店舖	位於香港 長沙灣道 的一間店舖	[—]
有關期間末經營的店舖數目	13	13	[14]
收益(千港元)	511,998	611,273	730,259
每間店舖的平均收益(千港元)	39,384	47,021	52,161
每間店舖的平均收益變動百分比	不適用	19.4%	10.9%
存貨(千港元)	46,855	69,007	89,007
每間店舖的平均存貨(千港元)	3,604	5,308	6,358

本集團的每間店舖平均存貨於二零零九年十二月三十一日約5,300,000港元較於二零零八年十二月三十一日的3,600,000港元有所增加，主要是因為(i)於二零零九年七月在香港活方開設一間新零售店；(ii)於二零零九年四月及五月擴張本集團位於香港銅鑼灣及香港旺角的兩間零售店；及(iii)本集團改變業務策略以增加高價產品所佔的銷售份額，從而令總存貨增加所致。



---

## 概 要

---

本集團的每間店舖平均存貨於二零一零年十二月三十一日約6,400,000港元較於二零零九年十二月三十一日的5,300,000港元有所增加，主要是因為(i)於二零一零年八月在北京三里屯路的零售店開業；及(ii)持續增加本集團的高價產品所佔的銷售份額，從而令總存貨增加所致。

儘管截至二零零八年及二零零九年十二月三十一日止年度店舖的總數仍為13間，本集團截至二零零九年十二月三十一日止年度的收益及存貨於有關期間分別上漲19.4%及47.3%。收益及存貨增加乃由於(i)有關期間高價產品的銷售增加；(ii)於二零零九年五月搬遷及擴充於香港旺角的零售店，(iii)於二零零九年四月擴充位於香港銅鑼灣的零售店，(iv)香港元朗及北京華貿中心的零售店錄得全年營運及(v)於二零零九年七月位於香港活方的零售店開業所致。截至二零零九年十二月三十一日止年度每間店舖的平均收益較截至二零零八年十二月三十一日止年度上漲19.4%，而收益於有關期間亦有所增加。截至二零一零年十二月三十一日止年度，收益及存貨較截至二零零九年十二月三十一日止年度有所增加，乃由於(i)於二零一零年六月搬遷及擴充位於香港尖沙咀的零售店，(ii)位於香港旺角、香港銅鑼灣及香港活方的零售店於二零零九年搬遷、擴充或開業後錄得全年的營運及(iii)二零一零年八月位於北京三里屯路的第二間零售店開業所致。

### 股息政策

本公司自註冊成立日期起並無派付或宣派任何股息。

截至二零零八年、二零零九年及二零一零年十二月三十一日止年度及直至最後實際可行日期，本公司附屬公司應付其當時股東的股息載列如下：

- 米蘭站香港的董事會就截至二零零八年十二月三十一日止年度擬派的末期股息7,000,000港元已於二零零九年八月十四日獲批准；
- 米蘭站香港的董事會就截至二零零九年十二月三十一日止年度向其當時股東宣派的中期股息35,000,000港元；及
- 米蘭站香港的董事會已於二零一零年十二月二十二日向其當時股東宣派中期股息14,500,000港元。部分中期股息4,500,000港元以現金支付並向姚氏私人集團收取。

所有該等股息均於本文件刊發日期前結算，且本集團會透過其營運活動產生的現金淨額為該等股息的付款撥付資金。本集團過往的股息分派不應作為本集團未來股息政策的指標。

本網上預覽資料集為草擬本，其所載資料並不完整，亦可能會作出更改。閱讀本網上預覽資料集時，必須一併細閱本網上預覽資料集封面「警告」一節。

---

## 概 要

---

宣派或支付任何股息的決定及任何股息的數額(如派付)視乎多項因素而定，包括營運業績、現金流量、財務狀況、未來前景、法定、監管及本集團有責任遵守的其他限制，以及董事可能認為有關的其他因素。股份的現金股息(如有)將以港元支付。其他分派(如有)將透過董事認為合法、公平及可行的方式派付予股東。

本公司宣派及支付任何股息將受其組織章程文件及開曼群島公司法規限。任何未來股息僅可在開曼群島公司法允許範圍內自本集團的可分派溢利中撥付。本公司支付的末期股息須透過普通決議案由股東於股東大會上批准，及不得超過董事推薦的金額。

由於本集團的部分營運是透過在中國及澳門註冊成立的附屬公司進行，該等附屬公司向本集團支付股息及其他付款的能力可能受到該等附屬公司適用的法律及法規限制。中國法律規定股息僅可從根據中國會計準則計算的純利中撥付，而中國會計準則在多方面有別於其他司法權區的公認會計準則，包括國際財務報告準則。中國法律亦規定外資企業須撥出其部分純利作為法定儲備，而此等法定儲備不得用作現金股息分派。此外，倘本集團附屬公司產生負債或虧損，或本集團日後可能訂立的銀行信貸融資、可換股債券工具或其他協議有任何限制性契諾，則亦可能限制該等附屬公司向本集團分派股息。自本集團中國附屬公司收取的股息可能須繳納中國稅項。在澳門，公司毋須就或由於其宣派及派付任何股息及／或其他分派(不論以現金或實物方式)而預扣或扣減稅項。

### 風險因素

投資股份涉及若干風險，可分類為(i)與業務有關的風險；(ii)與本集團營運所在行業有關的風險；(iii)與在中國經營業務有關的風險；(iv)與[●]及股份表現有關的風險；及(v)與本文件有關的風險。該等風險因素載於本文件「風險因素」一節，並概述如下。鑒於本集團的業務模式，謹請閣下特別垂注「本集團在其經營業務所在不同司法權區面對各項法律風險，而可能對本集團的營運、財務狀況及聲譽構成不利影響」所載的風險因素。鑑於本集團的業務模式，本集團面臨包括銷售假冒及被竊產品、遵守香港知識產權法(包括版權法、商標法及商品說明法)及香港侵權法(包括仿冒、促使違反合約及私佔侵權行為)、有關銷售二手產品的法律、知識產權法律(包括中國著作權法、中國專利法及中國商標法)、中國反不正當競爭法、中國侵權責任法、有關在中國註冊成立、經營及管理外商獨資企業的法律

本網上預覽資料集為草擬本，其所載資料並不完整，亦可能會作出更改。閱讀本網上預覽資料集時，必須一併細閱本網上預覽資料集封面「警告」一節。

---

## 概 要

---

及有關網上銷售業務的法律及包括澳門《工業產權法律制度》第97/99/M號法令的知識產權法律及法規及有關產品進口的法律等多項法律風險。詳情請參閱本文件「監管」一節及「業務」一節「法律及監管」一段。

### 與業務有關的風險

- 本集團的業務視乎其維持穩定及充足存貨供應以滿足消費者對其產品需求的能力，而此能力可能取決於其維持存貨最佳水平與及時或以可接受價格獲取充足存貨數量以向其客戶銷售的能力
- 本集團在其經營業務所在不同司法權區面對各項法律風險，而可能對本集團的營運、財務狀況及聲譽構成不利影響。
- 本集團以米蘭站及法國站的 brand 經營，倘若其商標被第三方侵權，其業務可能受到損害
- 倘未能遵守本集團的內部監控指引及核證程序失敗，則本集團的業務及聲譽可能受到不利影響
- 本集團的業務倚賴若干零售店的表現
- 本集團或未能按商業上合理的條款獲得零售店物業或重續現有租約及本集團對租賃物業的使用權可能負上產權負擔
- 本集團在中國選定合適的地點及在該等合適的地點租賃零售店可能會遭遇困難
- 本集團依賴主要管理層與資深及經驗豐富的銷售人員，而倘本集團未能為其業務招聘及挽留人才及合適員工，則其業務可能受到不利影響
- 倚賴香港的零售額
- 依賴銷售尚未使用的產品及逾50,000港元的高價產品
- 依賴若干品牌的產品
- 季節性
- 本集團或無法有效管理其零售網絡的擴展

本網上預覽資料集為草擬本，其所載資料並不完整，亦可能會作出更改。閱讀本網上預覽資料集時，必須一併細閱本網上預覽資料集封面「警告」一節。

---

## 概 要

---

- 實施新市場拓展及擴展計劃的限制
- 未能取得及續新一切相關批文、牌照及許可
- 本集團在預計時間內或不能維持零售店的相同銷售水平，且新零售店或不能實現收支平衡
- 本集團於截至二零一零年十二月三十一日止年度經營活動出現負現金流量
- 本集團經營所在市場准入門檻低，競爭激烈，從而令利潤率較低等
- 進口關稅及營業稅
- 本集團未必享有優惠稅待遇
- 產品責任
- 保險未必足以彌補所有損失
- 倘本集團未能有效推廣及宣傳其零售店，則本集團的銷售可能下降
- 本集團或面臨其不能控制的天災、戰爭及疫症或流行病，並可能招致損失、虧損或業務中斷
- 本集團有不遵守香港監管要求的記錄
- 本集團於往績記錄期內並無為及代表本集團僱員繳付若干住房公積金供款

### 與本集團營運所在行業有關的風險

- 現有法律及法規變動及／或實施新法律、法規、限制及／或其他准入門檻可招致額外成本，以遵守更嚴格規則及／或限制本集團擴充能力，或會拖慢本集團發展計劃，局限本集團增長及發展，並對本集團的財務狀況造成不利影響

本網上預覽資料集為草擬本，其所載資料並不完整，亦可能會作出更改。閱讀本網上預覽資料集時，必須一併細閱本網上預覽資料集封面「警告」一節。

---

## 概 要

---

### 與在中國經營業務有關的風險

- 中國經濟、政策及法律發展與政府政策或會影響本集團在中國的業務
- 有關貨幣兌換的政府法規及人民幣波動或會重大不利影響本集團以外幣向其股東派付股息的能力及就股份應付股息的價值
- 實施勞動合同法、勞工成本增加及日後勞資糾紛或會影響本集團業務及盈利能力
- 新頒佈的中國稅法或會影響本集團及股東所收股息的稅項豁免，並增加本集團的企業所得稅率
- 中國法制存在不明朗因素，或會對本集團營運及業務產生不利影響

### 與本文件有關的風險

- 前瞻性陳述未必準確
- 本文件所載的若干事實及公共統計數據未必可靠