

詞彙

本詞彙表載有本招股章程內就本集團及我們的業務所用的若干詞彙的解釋。該等用詞及其意思不一定與該等用詞的標準業內意思或用法一致。

「系列商品營銷員」	指	我們屬下按品牌及產品線劃分並負責以下工作的僱員：(i)了解潮流及機遇；(ii)就各個銷售渠道及地區提出的有關係列產品適當組合的建議；及(iii)按地區決定每款產品以當地貨幣計算的售價
「固定匯率」	指	用以比較連續兩個年度的業績的外幣匯率，就下一年度的業績使用上一年度的匯率
「角落店」	指	我們批發渠道的開放式銷售區，一般位於百貨店之內，以招牌和裝置等特色原素辨認其為我們其中一個品牌
「設計小組」	指	本集團屬下按品牌及產品線劃分並負責本集團各系列產品設計工作的工作小組
「門店」	指	批發客戶的個別銷售點(包括角落店)
「直營店」	指	直接營運店舖，即本集團在零售渠道直接營運的單一品牌銷售點，包括超級旗艦店及折扣店

詞 彙

「超級旗艦店」	指	位於紐約、東京及洛杉磯與著名建築師 Rem Koolhaas (紐約及洛杉磯) 及 Herzog & de Meuron (東京) 合作設計的三家大型 Prada 旗艦店。除提供全線零售服務及產品外，超級旗艦店亦用作溝通工具，融合了綜合影音技術、文化交流及時裝節目
「ERP」	指	企業資源策劃：用於管理供應鏈(生產策劃、採購、存貨、與供應商互動交流、訂單追縱及開出發票) 的應用軟件
「外部生產商」	指	不屬於本集團一部份而進行一個或多個生產程序或供應若干製成品的實體
「快速時裝」	指	公司透過快速的設計、生產及分銷週期對潮流發展作出反應並將近期時裝潮流(通常根據時裝展展出的設計) 引入店舖的較低價服裝及配飾產品
「短期系列」	指	定期引入以補充主要系列的产品系列，為直營店提供的商品帶來新鮮感及補充存貨，確保直營店定期獲得新貨供應以引起消費者對我們所提供產品的興趣

詞彙

「同比」	指	以固定匯率比較我們所營運的全部直營店超過一年的業績時，採用前一年度每家直營店的可資比較實際營運日數(即只採用該直營店兩個年度均開放營業的日子)；有關同比的其他比較詳情，請同時參閱本招股章程「財務資料－經營業績－按分銷網絡劃分的淨銷售額－按同比基準比較直營店淨銷售額」一節的內容
「總訂單」	指	本集團擬於下一季在直營店推出發售的全球選定產品；此訂單預計了不同國家訂單的下達
「每月特選」	指	定期推出的按計劃短期系列，主要引入直營店網絡以配合特別活動、當地假期或其他機遇
「折扣店」	指	本集團直接營運的店舖，以折扣價銷售於前一季在零售店減價後仍未售出的若干季節性時裝產品、次等廠貨、產品樣版及為折扣店特定生產的產品，綜合款式、顏色及尺碼以確保可提供完整套裝
「產品開發小組」	指	本集團按品牌及產品線劃分的工作小組，負責(i)將繪圖及草圖轉化為原型、(ii)生產樣版及(iii)將產品投入生產階段
「生產分部」	指	本集團每類產品的組織單位，負責產品開發、採購及製造

詞彙

「原型」	指	對設計師繪圖的首次演繹，於商業投產前可按設計小組的建議修改
「成衣」	指	大量生產的服裝，毋須作重大修改便可穿着，以標準尺碼提供
「零售渠道」	指	本集團的銷售分銷渠道，由直營店網絡組成，其中包括超級旗艦店及折扣店
「零售商品採購員」	指	本集團商業部門的僱員，按地區、品牌及產品線劃分，負責(i)銷售分析、了解潮流及競爭定位、(ii)產品篩選及(iii)為零售渠道進行採購
「樣版」	指	從原型發展而成的產品，在系列終定後陳列於展示廳
「出廠價」	指	向獨立批發客戶發出的發票價格(不包括增值稅)，與營運直營店(按國家基準劃分)的附屬公司所獲得的發票價格相同
「售價」	指	產品售予個別最終消費者的已含增值稅(如適用)價格
「展示廳」	指	按要求配置，專為批發客戶、傳媒及零售商品採購員陳列本集團的新系列產品的地點

詞彙

「店舖委員會」	指	負責審批新店地點及業務計劃的委員會。委員會由本集團營運總監、財務總監、集團總監、工程董事、人力資源董事及(獲邀請的)本公司傳播與公關部成員組成
「視覺營銷小組」	指	本集團的工作小組，負責在直營店及選定的批發門店內安排產品陳列及櫥窗陳列，以及物色最適合傳達與有關品牌及系列形象一致的視覺材料
「批發渠道」	指	本集團的銷售分銷渠道，包括(i)高級多品牌商店、(ii)著名高級百貨店及(iii)特許店舖