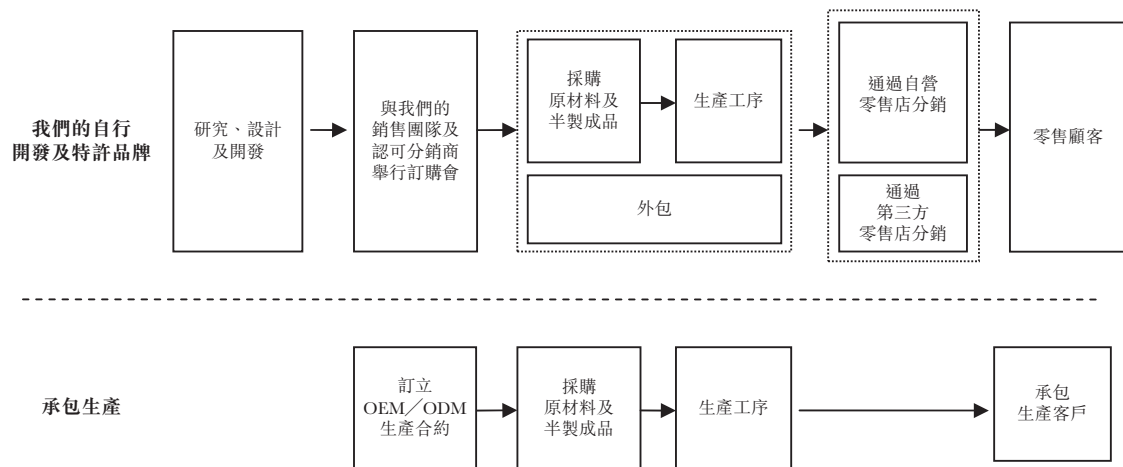


概 要

本概要旨在向閣下概述本文件所載的資料。由於純屬概要，故並無載列可能對閣下屬重要的全部資料。

概覽

我們主要在中國從事中高檔女士鞋履設計、生產及銷售。根據 Euromonitor 報告，按截至2010年12月31日止年度的估計零售收益計算，我們為中國第二大中高檔女士端莊及休閒鞋履零售商。我們主要通過在中國一二三線城市的百貨公司零售鋪位及獨立零售店零售自行開發及特許品牌的產品。我們亦向認可分銷商批發自行開發品牌產品，而認可分銷商主要在中國其他城市零售有關產品。除生產自行開發及特許品牌的女士鞋履外，我們亦以OEM或ODM方式為國際鞋履公司生產鞋履出口海外。我們已建立垂直整合業務模式管理主要業務鏈，包括設計與開發、採購、製造、市場推廣、分銷及銷售產品。我們相信，控制該等主要流程使經營靈活自如，可以快速應對不斷變化的市場趨勢及客戶品味推出合適產品，從而提高經營效率及於中高檔女士鞋履市場的有效競爭力。下圖說明我們的主要業務模式：



我們現時透過兩個自行開發品牌「千百度」及「伊伴」生產及銷售多種適合不同季節、款式多樣的女士鞋履，各品牌每季向市場推出約400個至500個SKU。我們亦透過授權品牌「娜然」銷售鞋履。根據 Euromonitor 報告，按2010年估計零售收益計算，我們的「千百度」品牌為中國第四大中高檔女士端莊及休閒鞋履品牌。我們已於2011年上半年推出另一自行開發鞋履品牌「範歐納」，並於2011年8月推出另一自行開發鞋履品牌「太陽舞」。

根據 Euromonitor 報告，按截至2010年12月31日止年度估計零售收益計算，女士鞋履佔整個中國鞋履市場約51.8%，中高檔女士鞋履佔整個中國女士鞋履市場約27.8%，其中端

概 要

莊及休閒鞋履分別佔整個中國中高檔女士鞋履市場約30.5%及55.8%。有關市場份額及排名詳情，可參閱本文件「行業概覽 — 中高檔女士鞋履競爭概況」一節。

廣泛的分銷及零售網絡

截至2011年3月31日，我們龐大的分銷及零售網絡包括遍佈中國31個省、市、自治區的1,015間自營零售店及344間第三方零售店。在1,015間自營零售店中，1,006間入駐全國各地百貨公司，九間獨立零售店則於百貨公司以外場所經營。我們的自營零售店主要分佈於中國一二三線城市。我們相信該等城市的消費者一般有較高的消費能力，因此會更傾向購買中高檔女士鞋履。為了以具成本效益的方式開拓中國其他地區，我們主要透過認可分銷商所設立第三方零售店在該等地區分銷鞋履。於2011年3月31日，我們有196名認可分銷商，而該等認可分銷商在中國經營344間第三方零售店。

雄厚的設計實力及可靠的生產能力

我們自行開發的品牌包括「千百度」、「伊伴」、「範歐納」及「太陽舞」，每個品牌均設有研究、設計及開發團隊，因應國內外潮流趨勢、品牌特色及市場需求推出豐富多樣的產品設計。目前，我們每年為「千百度」及「伊伴」品牌分別設計約4,800至6,400個SKU。

我們每年製造約50%至60%的自行開發品牌鞋履，其餘則外包予第三方製造商。我們通常與皮革等原料的主要供應商訂立一年協議，規定我們於年內發出定期採購訂單的條款。截至最後可行日期，我們有112名主要原料供應商，其中我們分別與31名、41名及40名供應商保持不少於10年、三年以上10年以內及不超過三年的業務關係。我們通常根據每個季節所供應的產品，按季外包製成品。截至2008年、2009年及2010年12月31日止年度以及截至2011年3月31日止三個月，我們分別向17名、20名、19名及18名分包鞋履製造商（均位於中國廣東省）下單。有關外包製成品的風險，請參閱本文件「風險因素 — 有關我們業務的風險 — 自第三方所購入原料或成品的價格或質量的不利轉變或供應中斷均會對我們的業務不利」一節。

我們亦以OEM或ODM方式生產多種適合不同季節且款式多樣的國際品牌鞋履，主要出口至其他國家。我們直接承包生產的客戶主要為經營國際鞋履品牌之鞋履貿易公司，但我們一般不與經營該等品牌的公司總部直接聯繫。截至2008年、2009年及2010年12月31日止

概 要

年度以及截至2011年3月31日止三個月，我們分別有6名、10名、6名及4名承包生產客戶，代理7個美國品牌、2個澳洲品牌及1個加拿大品牌。

營業紀錄期間增長迅速

由於我們在中國發展迅速的女士鞋履市場擴大分銷及銷售網絡，故此我們的財務及營運業績於營業紀錄期間快速增長。我們的收益由2008年的人民幣1,044.0百萬元增至2010年的人民幣1,575.0百萬元，複合年增長率約為22.8%，自營零售店及第三方零售店總數由2008年12月31日的928間增至2010年12月31日的1,289間，複合年增長率約為17.9%。比較截至2010年3月31日止三個月及截至2011年3月31日止三個月，我們的收益由人民幣373.5百萬元增加24.5%至人民幣465.1百萬元，而我們自營零售店及第三方零售店的數目由2010年3月31日的1,110間增加22.4%至2011年3月31日的1,359間。我們於2009年至2010年以及2008年至2009年的同店銷售增長率分別約為12.3%及17.7%。

分部資料

我們的收益及增長相當倚賴百貨公司零售店的銷售額。截至2008年、2009年及2010年12月31日止年度與截至2011年3月31日止三個月，百貨公司零售店的收益分別約為人民幣753.2百萬元、人民幣965.4百萬元、人民幣1,206.8百萬元及人民幣364.6百萬元，分別佔有關期間總收益約72.1%、75.1%、76.6%及78.4%。我們與百貨公司就百貨公司零售舖位訂立特許權協議，有效期介乎六個月至一年，而按本文件「風險因素—有關我們業務的風險—我們相當依賴百貨公司的銷售且未必可獲得百貨公司的零售店舖位，亦未必可按商業合理條款獲得有關舖位」一節所披露，我們未必可按我們認為合乎商業原則的條款獲得有關百貨公司零售店舖位。

下表載列所示期間(i)零售及批發分部及(ii)承包生產分部的收益，以及各自所佔持續業務總收益的相關百分比。

	截至12月31日止年度						截至3月31日止三個月			
	2008年		2009年		2010年		2010年		2011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)	%
零售及批發										
零售.....	758,457	72.7	972,100	75.7	1,214,566	77.1	299,475	80.2	367,214	79.0
批發.....	69,393	6.6	123,744	9.6	152,350	9.7	25,059	6.7	52,293	11.2
承包生產.....	216,109	20.7	189,079	14.7	208,047	13.2	49,011	13.1	45,589	9.8
總收益.....	1,043,959	100.0	1,284,924	100.0	1,574,963	100.0	373,545	100.0	465,096	100.0

我們有多個針對中高檔女士鞋履市場廣泛客戶基礎的品牌，相信具備有利條件，可繼續受惠於中國發展迅速的女士鞋履行業並進一步鞏固市場地位。

概 要

我們的競爭優勢

我們相信過往的成功及未來發展潛力歸因於以下競爭優勢：

- 發展迅速的女士鞋履行業之多品牌市場領先者；
- 在中國的策略位置有龐大的分銷及零售網絡；
- 以垂直整合業務模式迎合市場需要的供應鏈；
- 有系統的研究、設計及開發實力；及
- 管理團隊經驗豐富並克盡職守。

我們的業務策略

為保持並提升我們在中國中高檔女士鞋履市場的領先地位，我們已制定如下業務策略：

- 提高各零售店的同店銷售增長；
- 擴大分銷及零售網絡；
- 擴大品牌組合；
- 提高營運能力及效率；及
- 透過甄選收購拓展業務。

概 要

財務資料概要

下表概述我們於所示期間及截至所示日期的綜合財務資料節錄。該等概要摘錄自本文件附錄一會計師報告所載綜合財務資料，並應與該等資料一併閱讀。我們的綜合財務資料乃根據國際財務報告準則編製。

綜合全面收益表概要

	截至12月31日止年度			截至3月31日止三個月	
	2008年 (人民幣千元)	2009年 (人民幣千元)	2010年 (人民幣千元)	2010年 (人民幣千元) (未經審核)	2011年 (人民幣千元)
持續業務					
收益.....	1,043,959	1,284,924	1,574,963	373,545	465,096
銷售成本.....	(479,357)	(633,733)	(602,671)	(164,040)	(176,103)
毛利.....	564,602	651,191	972,292	209,505	288,993
其他收入及其他收益與虧損.....	7,811	10,787	9,076	2,798	4,174
分銷及銷售開支.....	(378,787)	(468,034)	(652,993)	(143,314)	(178,695)
行政及一般開支.....	(55,605)	(64,883)	(84,771)	(25,527)	(20,837)
融資成本.....	(613)	(1,015)	(903)	(780)	(185)
分佔合營公司虧損.....	(10,560)	(4,410)	(2,996)	(1,402)	(436)
除稅前溢利.....	126,848	123,636	239,705	41,280	93,014
所得稅開支.....	(20,004)	(32,603)	(67,643)	(10,756)	(24,660)
來自年／期內持續業務的純利....	106,844	91,033	172,062	30,524	68,354
已終止業務					
年／期內已終止業務虧損.....	(419)	(11,402)	(2,207)	(471)	—
年／期內本公司擁有人應佔 純利及全面收入總額.....	106,425	79,631	169,855	30,053	68,354
	(人民幣分)	(人民幣分)	(人民幣分)	(人民幣分)	(人民幣分)
每股盈利					
持續及已終止業務 基本.....	6.26	4.68	9.99	1.77	4.02
持續業務 基本.....	6.28	5.35	10.12	1.80	4.02

綜合財務狀況表概要

	於12月31日			於2011年 3月31日
	2008年 (人民幣千元)	2009年 (人民幣千元)	2010年 (人民幣千元)	(人民幣千元)
資產				
非流動資產.....	136,091	160,566	173,047	181,525
流動資產.....	643,961	783,212	823,746	784,410
總資產.....	780,052	943,778	996,793	965,935
負債				
流動負債.....	203,825	281,751	347,648	312,207
非流動負債.....	1,652	5,723	7,059	7,729
總負債.....	205,477	287,474	354,707	319,936
總權益.....	574,575	656,304	642,086	645,999

概 要

綜合現金流量表概要

	截至12月31日止年度			截至3月31日止三個月	
	2008年 (人民幣千元)	2009年 (人民幣千元)	2010年 (人民幣千元)	2010年 (人民幣千元) (未經審核)	2011年 (人民幣千元)
經營活動所得現金淨額.....	33,592	200,490	109,341	54,673	35,195
投資活動所得／(所用) 現金淨額.....	(1,990)	(37,487)	6,157	7,943	(4,373)
融資活動所得／(所用) 現金淨額.....	14,172	—	(232,468)	—	—
現金及現金等價物增加／ (減少)淨額.....	45,774	163,003	(116,970)	62,616	30,822
年／期初現金及現金等價物...	69,602	115,376	278,379	278,379	161,409
年／期終現金及現金等價物， 即銀行結餘及現金.....	<u>115,376</u>	<u>278,379</u>	<u>161,409</u>	<u>340,995</u>	<u>192,231</u>

存貨水平

截至2008年、2009年及2010年12月31日止年度及截至2011年3月31日止三個月，我們持續業務的存貨平均週轉日數分別為199天、163天、200天及199天，部分原因是(i)我們的政策是維持一定水平的原料，足以生產本身品牌鞋履約50%至60%；(ii)我們的政策是維持一定水平的成品鞋，以配合自營店的零售，存貨水平視乎自營店大小及銷路而定；(iii)為配合銷售網絡擴展而維持較高的存貨水平；(iv)我們的業務有季節變化，為準備農曆新年銷售旺季，每年底一般會積存較多秋冬鞋履，加上秋冬鞋履成本一般高於春夏鞋履，故此年底的存貨水平較高；及(v)我們出售的鞋履產品款式甚多，因此須維持較多存貨。有關我們的存貨的其他資料(包括有關存貨水平的風險)，請參閱本文件「業務—存貨管理」、「財務資料—存貨分析」、「風險因素—有關我們業務的風險—我們有存貨風險」及「—我們未必可獲得充裕資金執行增長策略」各節。

下表載列所示期間結算日存貨的賬齡分析。

	12月31日			2011年
	2008年 (人民幣千元)	2009年 (人民幣千元)	2010年 (人民幣千元)	3月31日 (人民幣千元)
不足一年.....	291,211	207,636	366,709	320,192
一至兩年.....	47,035	51,373	31,389	27,577
兩至三年.....	5,559	11,281	12,165	12,617
合計.....	<u>343,805</u>	<u>270,290</u>	<u>410,263</u>	<u>360,386</u>

我們持續監察原料的存貨情況，先使用較舊的原料。超過12個月未使用的原料，我們先以成本價向其他生產商出售，如未能出售則作出適當撥備。截至2008年、2009年及2010

概 要

年12月31日及截至2011年3月31日，我們就有關存貨作出的撥備分別為人民幣1.4百萬元、人民幣1.3百萬元、人民幣1.3百萬元及人民幣1.3百萬元。我們重新衡量後認為撥備充分，毋須再為超過12個月未使用的原料作出撥備。

我們密切監察每季所生產成品鞋的銷售情況。總部物流中心負責全中國實際存貨的整體管理。地區指定人員定期向總部報告，並負責各自銷售地區的實際存貨管理及補貨。

倘若干款式的銷量未達預期，我們會提供折扣促銷。對於成品鞋，根據自營零售店目前的政策，爭取在生產後一年內銷售80%或以上的「千百度」、「伊伴」及「娜然」以及70%或以上的「範歐納」以及「太陽舞」品牌鞋履。為推行有關政策，我們的分區辦事處密切監察我們所生產鞋履的每季銷量，並且進行各種推廣工作(尤其是臨近季末時)，爭取銷量達標。我們生產的冬季及夏季鞋履主要在當季銷售，而春秋兩季的鞋履則可能直至下一年春秋兩季仍然有銷售。接近季末時，我們個別貨品的零售價會有折扣。季度結束後仍未售出的鞋履，如有必要，我們會提供大幅折扣，盡快售出全部存貨。我們更會將大部分已脫季的產品轉到專門出售脫季產品的折扣店出售。鞋履生產後第三年仍未售出，須全部退回總公司處置。我們持有將處置且賬齡超過3年的未出售鞋履時，會為該鞋履悉數作出撥備。營業紀錄期間，「千百度」、「伊伴」及「娜然」鞋履約72%至82%於生產後一年內出售。按本文件「業務—銷售及分銷—經第三方零售店分銷我們自行開發的品牌產品—管理認可分銷商及第三方零售店」一節所披露，為免認可分銷商過度積存不必要的存貨，我們會協助認可分銷商分析當地市場，亦分析其採購訂單，衡量數量是否合理。

存貨會計政策

根據我們的存貨會計政策，存貨按成本與可變現淨值兩者之較低者列賬。成本採用加權平均法計算。可變現淨值指存貨的估計售價減所有估計完工成本及銷售所需成本。

製成品方面，由於存貨為當季產品且銷售毛利足以抵銷銷售成本，故董事估計賬齡少於一年的製成品可變現淨值超過其成本，因此並無作出撥備。賬齡超過一年但少於三年的製成品的可變現淨值是參考存貨估計售價而作出估計。我們會向客戶提供更多折扣以推廣過時存貨的銷售，由於售價減低，故估計可變現淨值會減至低於成本。因此，該等存貨

概 要

撇減至其估計可變現淨值。董事估計賬齡超過三年的存貨預期不會產生經濟利益，故會悉數作出撥備。半成品方面，由於半成品與當季產品有關，故董事參考當季製成品的可變現淨值後估計毋需作出撥備。我們會根據實際生產訂單採購原料(主要包括皮革)，可用作生產我們不同的產品。賬齡超過一年的原料主要是為若干設計特殊的產品而採購，不可用於其他產品。由於該等存貨的狀況良好，故我們會盡量向其他製造商出售該等原料。該等存貨的可變現淨值是按向其他製造商出售的估計售價而估計，並作出相應撥備。

我們定期檢查及檢討存貨以識別滯銷及過時存貨。減值虧損金額按存貨成本與可變現價值的差額計量。識別存貨減值須對預期可變現淨值作出判斷及估計。倘估計可變現淨值低於成本，則或會有重大減值虧損。

當其後評估顯示引致存貨撇減至低於成本的情況不再存在，或有明確證據證明可變現淨值因經濟狀況改變而增加，則可撥回先前確認的存貨撇減。

季節性影響

我們的業務受女士鞋履的季節需求波動影響，主要節假日我們的女士鞋履產品銷售額一般高於各財政年度其他期間的銷售額。此外，我們在秋冬季的收益通常較春夏季為高，主要是由於我們在秋冬季銷售的鞋履價格較春夏季所銷售者高，且秋冬季的節假日較多。鑑於該等波動，比較單一財政年度不同期間或不同財政年度不同期間的銷售及經營業績不可作為我們表現的指標。

天氣狀況亦可能改變消費者喜好。消費者通常傾向於天暖時購買較輕薄的鞋履產品而於相對寒冷時購買較厚重的鞋履產品。因此，倘天氣狀況不同於預期，則我們或無法以合適的鞋履產品滿足消費者需求，故我們的收益及存貨會因季節性影響導致消費者行為改變而受影響。詳情請參閱本文件「風險因素 — 有關我們業務的風險 — 我們的銷量受消費者消費模式、季節及天氣狀況變化影響」一節。

概 要

股息政策

根據公司法，我們可於股東大會上宣派以任何貨幣計值的末期股息，惟所宣派的股息不得超過董事會建議之數額。截至2008年、2009年及2010年12月31日止年度以及截至2011年3月31日止三個月，我們分別支付股息人民幣26.8百萬元、零、人民幣191.6百萬元及人民幣64.4百萬元。

日後股息派付取決於能否獲得我們的中國營運附屬公司宣派股息。中國法律規定僅可自按中國會計準則計算之純利派付股息，而中國會計準則在眾多方面有別於國際財務報告準則。中國法律亦規定，外資企業(如我們在中國的營運附屬公司)須撥出部分純利作為法定儲備且不得用作現金股息分派。倘我們附屬公司產生債務或出現虧損或根據我們或我們附屬公司已訂立或日後可能訂立之銀行信貸融資、可換股債券工具或其他安排的任何限制契約，我們的附屬公司於作出分派時亦可能受限。

基於上述因素，預期股息政策為各財政年度將建議不少於約20%的可供分派溢利用作分派。實際派付予我們股東的股息金額將視乎我們的盈利及財務狀況、營運規定、資本規定及董事認為可能相關的其他條件而定並須經股東批准。

風險因素

有關我們業務的風險

- 我們相當依賴女士鞋履品牌「千百度」及「伊伴」，未能維持任何該等品牌的商譽可能會嚴重不利我們的業務；
- 我們可能無法生產或及時生產出商業可行的商品，因而令盈利減少；
- 我們有存貨風險；
- 我們未必可維持增長或有效管理擴充；
- 我們相當依賴百貨公司的銷售額且未必可獲得百貨公司的零售店舖位，亦未必可按商業合理條款獲得有關舖位；
- 我們並無持有合營公司的控制權益，故可能失去使用「娜然」品牌的非獨家特許權；
- 自第三方所購入原料或成品的價格或質量的不利轉變或供應中斷均會對我們的業務不利；
- 我們並無就生產設施及倉庫投保，為存貨購買的保險亦有限，而我們亦可能涉及未投保的產品責任索償；

概 要

- 勞工短缺、勞工成本上漲或勞資糾紛或會對我們有不利影響；
- 未能於女士鞋履行業有效競爭或會不利我們的盈利能力及前景；
- 我們的銷量受消費者消費模式、季節及天氣狀況變化影響；
- 我們未必可及時向我們的生產基地付運原料或向自營零售店或認可分銷商交付商品；
- 倘我們的認可分銷商未能按照標準管理第三方零售店，將導致我們的品牌形象及商譽受損；
- 使用我們品牌名稱或特許品牌的假冒產品或會有損消費者對我們產品的信心及商譽；
- 我們在中國所佔用若干物業租賃協議業權的若干問題可能嚴重不利我們使用該等物業的能力；
- 我們的日後發展依賴主要人員；
- 我們未必可發覺並防止僱員或第三方作出欺詐或其他失當行為；
- 過往宣派的股息未必可作為我們日後的股息政策指標；
- 控股股東對我們有重大控制權，而彼等的利益未必與其他股東的利益一致；
- 我們未必可獲得充裕資金執行發展策略；
- 倘我們的生產設施運作因不可抗力及其他原因而中斷，或會令銷售額及經營業績倒退；及
- 倘我們未能與現時的品牌代言人續約或聘用有相同或更高知名度的品牌代言人，我們未必能達到我們預期市場推廣的成效。

與我們的行業有關的風險

- 我們易受中國鞋履零售業不斷變化的狀況影響；及
- 我們受全球經濟衰退的影響。

有關中國的風險

- 中國經濟、政治及社會狀況以及政府政策會影響我們業務；
- 中國政府對人民幣兌換的限制或會限制我們有效利用收益及資金以及中國附屬公司獲得融資的能力；
- 人民幣幣值波動或會對我們業務及中國附屬公司分派的價值有不利影響；

概 要

- 中國法律及法規的詮釋涉及不確定因素；
- 稅務待遇的任何變化可能對我們的業務、財務狀況及經營業績有重大不利影響；
- 我們為控股公司，倚賴附屬公司的股息付款提供資金，惟受中國法律限制；
- 我們的勞工成本或會隨勞動合同法及中國其他勞動相關法規的實施而增加；
- 自然災害、天災及疫症爆發可能對中國的國家及地區經濟以及我們的前景有不利影響；
- 可能難以向我們或居於中國內地的董事或行政人員送達傳票或對彼等執行非中國法院作出的判決。