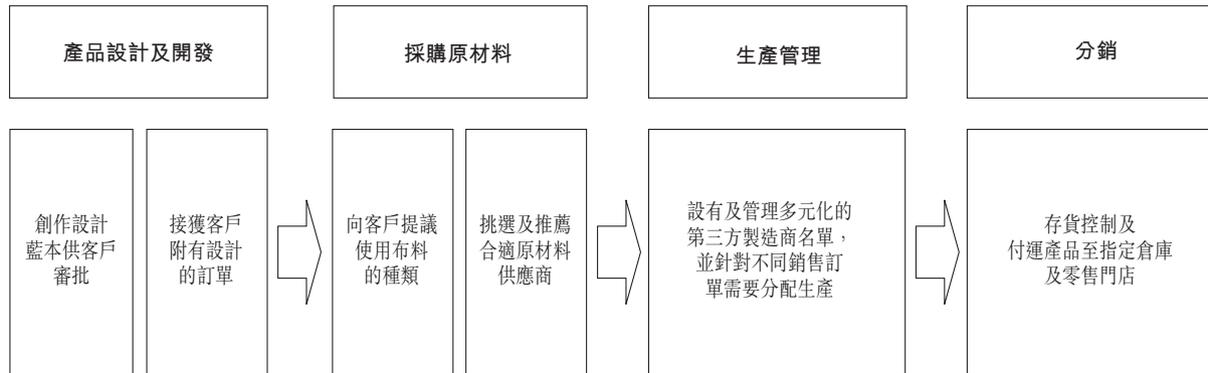


## 概要及摘要

### 概覽

#### 專注提供服裝供應鏈服務

下表闡釋我們的服裝供應鏈服務分部的業務模式：



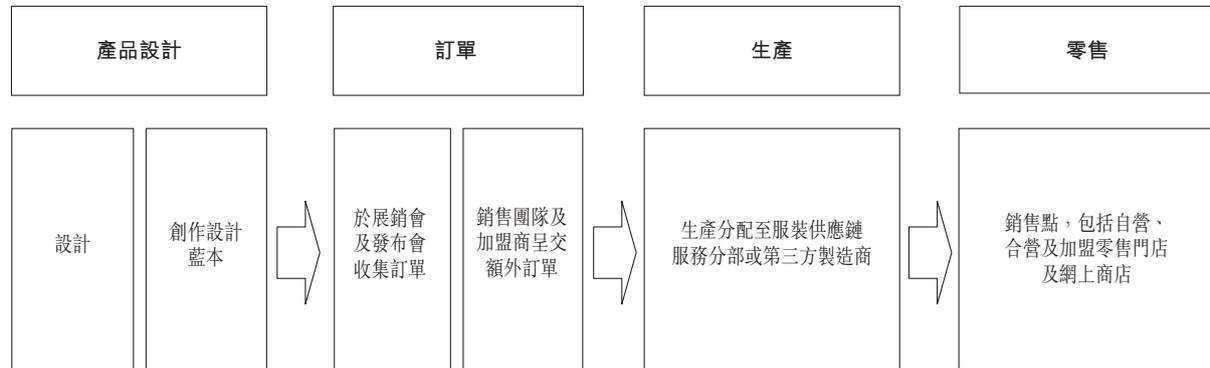
我們主要從事提供服裝供應鏈服務，主要包括提供產品設計及開發、查證時裝潮流及起辦、採購原材料、管理生產訂單及採購商品、品質監控、包裝、存貨管理及物流管理的全面服務。我們服裝供應鏈服務的客戶主要為產品於多個國家出售，獲普羅大眾認識的全球知名服裝零售品牌擁有人或代理。於目前的服裝供應鏈服務模式中，我們將勞動密集的生產工序外判予約100家第三方製造商，專注於為客戶提供服裝供應鏈服務。我們的服裝供應鏈服務旨在向客戶提供一站式解決方案，以配合彼等於服裝產品供應鏈的不同需要，從而讓彼等集中資源於彼等的零售業務。截至二零零九年、二零一零年及二零一一年十二月三十一日止年度以及截至二零一二年六月三十日止六個月，來自服裝供應鏈服務分部的收益分別佔總收益約96.2%、96.0%、95.8%及94.0%。

我們的服裝供應鏈服務分部，主要為全球知名服裝零售品牌擁有人或代理(包括佐丹奴、班尼路及Armani Exchange)提供服裝供應鏈服務以生產各式各樣的男女裝梭織服裝及裁製針織服裝產品，主要包括便服，如汗衣、襯衣、牛仔褲、長褲、輕便夾克及外套。於往績記錄期間，我們服裝供應鏈服務分部旗下生產的梭織服裝及裁製針織服裝產品主要於中國及香港出售，而小部分產品則於全球其他國家出售。

## 概要及摘要

### 涉足服裝零售業務

下表載列我們的服裝零售分部的業務模式：



我們於往績記錄期間亦從事服裝零售業務。我們的服裝零售業務主要專注於設計、採購、營銷及零售 *Unisex* 品牌以及 *Republic* 品牌的男女服裝及配飾產品。*Unisex* 品牌產品為時尚便服及商務便服，一般目標客戶為 25 至 35 歲追求新款、時尚及型格設計時裝的人士，而 *Republic* 品牌產品則主要為便服，以經常於網上購物，追求價廉物美以及年輕、新潮及輕便時裝之青年人為目標。於最後可行日期，*Unisex* 品牌的服裝及配飾產品主要透過遍佈中國 19 個省、自治區及直轄市的 47 個城市的 87 間 *Unisex* 門店銷售予零售客戶，包括 27 間自營店、38 間合營店及 22 間加盟零售門店。我們亦設有網上銷售平台或不時聘用網上銷售代理，以出售我們的 *Unisex* 品牌產品，而我們亦透過 [www.tmall.com](http://www.tmall.com) 的兩間網上商店 <http://republichero.tmall.com> 及 <http://republicqueen.tmall.com> 獨家出售 *Republic* 品牌產品。截至二零零九年、二零一零年及二零一一年十二月三十一日止年度以及截至二零一二年六月三十日止六個月，來自服裝零售業務的收益分別佔總收益約 3.8%、4.0%、4.2% 及 6.0%。

除我們的自設服裝零售品牌外，於最後可行日期，我們已獲授非獨家權利 (i) 於中國製造、推廣及出售一個國際時裝品牌的男女裝成衣產品；及 (ii) 於中國推廣及出售另外兩個國際時裝品牌的男女裝成衣產品。該三個專利品牌、*Unisex* 品牌以及本集團不時物色到的其他合適品牌服裝產品，將於我們的 *Unisex Life* 門店出售。我們於二零一二年五月在中國四川省成都市開設首間 *Unisex Life* 門店，另於最後可行日期已成立另外兩間 *Unisex Life* 門店。

### 進一步擴展服裝零售業務

我們的未來策略是不斷發展服裝供應鏈服務業務。我們計劃透過於成都、武漢、長沙及瀋陽等二線城市以及哈爾濱及石家莊等三線城市開設新 *Unisex* 門店拓展服裝零售網絡，並滲透至深圳及廣州等華南地區以擴闊我們的地理覆蓋，從而進一步拓展服裝零售網絡。此外，為提升及多元化發展我們的品牌組合，我們計劃收購更多國際知

## 概要及摘要

名年青及潮流品牌的專利權，以生產、推廣及於計劃擴充的新Unisex Life門店出售該等品牌旗下產品，另於重慶、蘇州、南京等二線城市以及福州、昆明、哈爾濱等三線城市設立新門店。我們的擴展計劃進一步詳情，請參閱本文件「業務 — 我們的業務策略」一節。

### 我們的競爭優勢

我們相信下列競爭優勢有助我們邁向成功：

- 於中國服裝供應鏈服務業已建立市場地位，按策略促進本集團擴大服裝零售分部
- 優秀綜合服裝生產管理能力及豐富行業知識為我們的服裝供應鏈服務奠下穩固基礎
- 優秀產品設計及研發能力以及迅速回應市場趨勢
- 我們的ERP系統確保有效控制服裝供應鏈服務及零售分部的存貨及銷售額
- 嚴格品質保證及監控措施確保產品維持高品質
- 我們優秀的管理團隊於業內經驗豐富，確保業務成功發展

### 我們的業務策略

我們的主要業務目標為維持及進一步鞏固我們於中國作為大型梭織服裝及裁製針織服裝供應鏈服務供應商的地位，同時透過採取下列主要策略，將我們的市場份額進一步擴展至服裝零售業：

- 透過擴展我們的零售銷售網絡及提升現有Unisex門店，進一步發展我們的服裝零售分部
- 進一步擴展及加強品牌組合及設立Unisex Life多品牌零售門店
- 持續發展不同品牌及設立網上銷售平台以抓緊急速增長的網上銷售市場
- 進一步提升我們的資訊科技系統及發展服裝供應鏈服務業務的設計及開發能力

## 概要及摘要

### 我們的客戶及供應商

#### 客戶

我們的服裝供應鏈服務業務的客戶主要為產品於多個國家出售、獲普羅大眾認識的全球知名服裝零售品牌擁有人及代理，如我們於往績記錄期間的五大客戶其中兩家佐丹奴及班尼路，以及我們於往績記錄期間的另一名客戶Armani Exchange的代理。截至二零零九年、二零一零年及二零一一年十二月三十一日止年度以及截至二零一二年六月三十日止六個月，我們的服裝供應鏈服務業務客戶基礎分別為超過80名、70名、60名及40名客戶，我們為其提供30至90天的信貸期。另一方面，我們服裝零售業務的客戶為我們的自營店、合營店及加盟零售門店的零售客戶。於我們的自營零售門店購物的客戶須於購買時付款，合作夥伴須每月付款，而加盟商則須於發出採購訂單後三天內清償採購金額。截至二零零九年、二零一零年及二零一一年十二月三十一日止年度以及截至二零一二年六月三十日止六個月，我們對本集團五大客戶的銷售額分別佔我們的總收益約81.9%、82.6%、84.5%及86.3%。

#### 我們依賴的主要客戶

佐丹奴是我們於往績記錄期間的最大客戶，分別佔我們截至二零零九年、二零一零年及二零一一年十二月三十一日止年度以及截至二零一二年六月三十日止六個月的總收益約63.6%、55.9%、63.5%及70.1%，此外，於往績記錄期間作為我們最大客戶的佐丹奴自二零零四年十二月起擁有Higrowth的股份權益，直至重組，其後則因重組而擁有我們的股份。詳情請參閱本文件「歷史及公司架構」一節。另一方面，我們於二零零四年開始已經與佐丹奴建立關係。我們相信佐丹奴是亞太區最有名的大型服裝零售商之一。基於我們與佐丹奴的長期關係，我們相信我們的生產知識、我們的產品的質素及成本符合佐丹奴及其客戶的要求，加上佐丹奴擁有本集團之權益，故保持交易對雙方皆有利。

我們並無與佐丹奴訂立任何長期銷售合約，而我們相信此乃服裝供應鏈服務業的普遍做法。反之，我們已與佐丹奴立製造專利協議，據此，我們獲委任為印有佐丹奴所擁有商標的產品的授權非獨家製造商。我們亦於二零一一年底與佐丹奴訂立不具法律約束力的合作備忘錄，而佐丹奴須據此在商業上盡最大努力委聘我們為其產品的製造商及供應商，每年總採購額最少500,000,000港元。有關合作備忘錄有效期直至二零一六年十二月三十一日，除非雙方書面同意終止，否則將會自動重續五年。

#### 供應商

本集團之供應商包括原材料(如布料、鈕扣及拉鍊)供應商及生產製成或半製成服裝產品的第三方製造商。截至二零零九年、二零一零年及二零一一年十二月三十一日止各年度以及截至二零一二年六月三十日止六個月，我們委聘超過300家原材料供應商及約100家第三方製造商，我們一般享有最多90天的信貸期以結清付款。截至二零零九年、二零一零年及二零一一年十二月三十一日止年度以及截至二零一二年六月

## 概要及摘要

三十日止六個月，本集團的五大供應商(包括原材料供應商及第三方製造商)分別佔採購總額約26.9%、24.8%、26.7%及32.5%。本集團的最大供應商(截至二零零九年及二零一零年十二月三十一日止年度以及截至二零一二年六月三十日止六個月為第三方製造商而截至二零一一年十二月三十一日止年度為原材料供應商)佔我們於上述各期間的採購總額分別6.9%、7.3%、6.4%及7.9%。

### 向第三方製造商外判

為符合我們現時擬專注於產品設計及開發以及品質控制及銷售管理方面的策略，從而維持以較少資金基礎達致具規模業務模式，我們已按策略提高分配予第三方製造商的生產訂單比例。我們過往使用位於四項不同物業的生產設施已出租予不同第三方製造商，因此，由二零一一年十一月起至最後可行日期，我們僅維持樣品室主要作生產產品樣本及提供生產支援用途，且不再擁有任何內部產能。我們並無計劃於不久將來重新展開內部生產。我們相信，按我們的生產計劃善用外部生產力使我們於經濟上受惠，有助我們適時滿足客戶需求。此外，透過減輕管理生產設施及員工的行政工作，我們相信可藉此優化及靈活善用內部資源。

### 風險因素

任何投資均存在風險。若干投資於股份的特定風險載於本文件「風險因素」一節。決定投資於股份前，閣下謹請細閱整個章節。當中與本集團有關而相對重大的風險包括：

- (i) 我們五大客戶的銷售額佔我們於往績記錄期間的總收益介乎81.9%至86.3%之間及佔我們的應收賬款結餘總額介乎約72.4%至84.9%之間。我們並無與任何客戶(包括五大客戶)訂立長期銷售合約，倘我們的客戶徹底終止與我們的關係，或倘彼等的信貸水平出現任何變動，我們的業務將會受到不利影響。
- (ii) 我們倚賴第三方為我們生產服裝及配飾產品，我們的第三方製造商的生產業務一旦受阻，可能會對我們的業務造成重大不利影響。
- (iii) 我們目前正執行服裝零售分部的增長策略，而我們計劃擴展服裝零售業務。如無法實行有關策略可對我們的業務構成重大不利影響。
- (iv) 我們的服裝零售業務或會對我們與服裝供應鏈服務業務客戶的關係構成不利影響，特別是佐丹奴。

上述風險詳情載於本文件「風險因素」一節。

## 概要及摘要

### 個別財務資料

下表載列摘錄自所示期間綜合全面收益表及分部詳情的個別資料及分析：

	截至十二月三十一日止年度			截至六月三十日止六個月	
	二零零九年	二零一零年	二零一一年	二零一一年	二零一二年
	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元
收益	830,207	1,103,721	1,167,934	494,027	446,809
— 服裝供應鏈服務分部	799,060	1,059,654	1,118,404	471,155	419,919
— 服裝零售分部	31,147	44,067	49,530	22,872	26,890
毛利	93,723	107,855	202,233	69,309	79,834
— 服裝供應鏈服務分部	75,055	83,930	174,956	56,902	65,332
— 服裝零售分部	18,668	23,925	27,277	12,407	14,502
毛利率	11.3	9.8	17.3	14.0	17.9
— 服裝供應鏈服務分部	9.4	7.9	15.6	12.1	15.6
— 服裝零售分部	59.9	54.3	55.1	54.2	53.9
除所得稅前溢利	32,115	33,175	113,406	34,286	26,392
所得稅開支	(8,734)	(11,660)	(29,569)	(13,920)	(5,182)
年／期內溢利	23,381	21,515	83,837	20,366	21,210

截至二零零九年、二零一零年及二零一一年十二月三十一日止年度，我們的收益取得強勁增長。我們的收益由截至二零零九年十二月三十一日止年度約830,200,000港元增加至截至二零一一年十二月三十一日止年度約1,167,900,000港元，年複合增長率約為18.6%。截至二零零九年、二零一零年及二零一一年十二月三十一日止年度的溢利分別約為23,400,000港元、21,500,000港元及83,800,000港元，年複合增長率約89.2%。截至二零一零年十二月三十一日止年度溢利下跌，主要由於我們自客戶接獲訂單後始進行採購，故二零一零年原材料價格的升勢導致自供應商及第三方製造商採購的原材料及製成品價格增加，以及第三方製造商收取的加工費增加，影響我們服裝供應鏈服務分部的毛利率。

截至二零一一年十二月三十一日止年度溢利大幅增加之主要原因如下：

- 二零一零年底原材料價格急升後，我們已加緊執行定價政策，產品價格必須參考最低毛利目標後釐定，並計及原材料價格及自我們的第三方製造商所採購服裝產品的預期增幅。由於我們與客戶訂立個別訂單後不允許作出價格調整，故有關定價政策可讓我們於二零一零年底及二零一一年第一季當原材料價格相對較高時，鎖定所接收平均售價較高的銷售訂單，以抵銷於生產期間內預期相對較高的原材料價格。然而，棉花價格於二零一一年第一季見頂，其後於該年逐步下跌。由於我們(i)分開採購原材料及半製成品供內部生產或第三方製造商(而我們負責向其提供原材料)生產；及(ii)就第三方製造商的製成品作分開採購安排，期內我們所受惠的較低原材料採購成本，更勝進行大

## 概要及摘要

量採購的潛在收益。董事估計，上述定價政策及原材料價格的波動讓我們取得額外收益，為我們的服裝供應鏈服務分部於截至二零一一年十二月三十一日止年度毛利大幅增長約91,000,000港元中貢獻約60,400,000港元或無計及其他營運開支後除稅後溢利約45,800,000港元。董事相信，倘於任何期間原材料價格維持穩定，則不大可能獲得此類額外收益；及

- 年內，毛利率較高的產品如夾克、牛仔褲及長褲的銷售所產生收益比例增加。銷售該類產品所貢獻收益比例，由截至二零一零年十二月三十一日止年度佔服裝供應鏈服務分部的收益約61.3%，升至截至二零一一年十二月三十一日止年度約64.9%。此外，截至二零一一年十二月三十一日止年度夾克的毛利率增加約10.1%，牛仔褲及長褲的毛利率則增加約8.1%。除採取分批採購政策外，夾克、牛仔褲及長褲的毛利率亦有所改善，此乃由於我們於年內接獲的訂單需要較為複雜的生產工序，讓我們可為該等產品商議及爭取較高價格。董事估計，此為我們的服裝供應鏈服務分部於截至二零一一年十二月三十一日止年度毛利大幅增長約91,000,000港元中貢獻約30,600,000港元或無計及其他營運開支後除稅後溢利約23,200,000港元。

截至二零一二年六月三十日止六個月，我們的收益約為446,800,000港元，較二零一一年同期減少約47,200,000港元或9.6%，乃主要由於我們自服裝供應鏈服務分部的收益減少所致，此乃主要歸因於中國經濟增長放緩，導致主要為服裝零售商的客戶(包括我們的若干主要客戶)所下銷售訂單整體減少。此外，我們並無接納多名客戶所發出的銷售訂單，原因為我們認為按所提出的條款履行訂單在商業上並不可行，或基於部分客戶過往曾有長期拖欠還款記錄。我們相信，這僅屬個別事件，由於我們於往績記錄期間每年自客戶接獲大量訂單。截至二零一二年六月三十日止六個月，訂單不獲我們接納的客戶的收入貢獻較截至二零一一年六月三十日止六個月減少約33,800,000港元。

服裝供應鏈服務提供的產品乃根據每份訂單的產品估計成本獨立定價，其後我們將加入目標利潤以計算最終價格。我們已訂立採購政策，據此，我們的管理層將於與客戶磋商訂單及接獲訂單的階段檢討原材料價格波動的現有及預期風險。進一步詳情請參閱本文件「業務一服裝供應鏈服務分部一我們的定價策略及採購政策」一節。

由於我們一般於交付產品前三至六個月接獲客戶的採購訂單，原材料及加工費用波動可能對我們的盈利能力構成重大不利影響，特別是當有關價格於生產過程中有向上波動的趨勢。有關進一步詳情，請參閱本文件「風險因素一我們不一定能於日後維持毛利率及年內溢利增長」一節。

## 概要及摘要

僅供說明，下文闡釋倘經計及存貨變動，原材料及所用消耗品及所購入商品總成本（「總成本」）增加或減少約12.0%，即於往績記錄期間的總成本最大波幅百分比，我們於各所示期間的溢利的敏感度變動。有關總成本的假設性價格波動的進一步詳情，請參閱本文件「財務資料—影響我們整體財務狀況及經營業績的因素」一節。

	截至十二月三十一日止年度			截至 六月三十日 止六個月
	二零零九年	二零一零年	二零一一年	二零一二年
	千港元	千港元	千港元	千港元
總成本增加約12.0%引致的年／ 期內溢利變動	(51,065)	(63,393)	(71,289)	(30,985)
總成本減少約12.0%引致的年／ 期內溢利變動	51,065	63,393	71,289	30,985

下表載列摘錄自所示期間綜合財務狀況表的個別資料：

	於十二月三十一日			於六月三十日
	二零零九年	二零一零年	二零一一年	二零一二年
	千港元	千港元	千港元	千港元
流動資產	331,204	428,437	442,302	327,598
流動負債	335,260	444,206	368,130	297,987
流動(負債)／資產淨額	(4,056)	(15,769)	74,172	29,611
資產淨值	30,976	34,588	104,868	63,604
資產總值	366,782	480,432	473,902	361,797

於二零零九年及二零一零年十二月三十一日，我們分別錄得流動負債淨額狀況約4,100,000港元及15,800,000港元。我們於二零零九年十二月三十一日錄得流動負債淨額狀況，乃主要由於年內我們以現金及短期銀行借貸撥付若干資本開支。該等資本開支的金額約為10,900,000港元，乃因翻新我們的辦公室物業及為於年內設立的惠州廠房購置若干廠房及機器而產生。另一方面，截至二零一零年十二月三十一日止年度錄得流動負債淨額亦主要由於我們以現金及現金等價物約21,200,000港元收購香港辦公室物業及購置若干汽車。截至二零一一年十二月三十一日止年度，我們的營運資金淨額有所改善，於二零一一年十二月三十一日錄得約74,200,000港元的流動資產淨值狀況。此乃主要由於年內溢利由截至二零一零年十二月三十一日止年度約21,600,000港元增加至截至二零一一年十二月三十一日止年度約83,800,000港元。我們的流動資產淨值於二零一二年六月三十日有所減少，乃主要由於期內收益減少，加上我們於期內派付股息約67,900,000港元導致現金及現金等價物減少。

## 概要及摘要

下表載列摘錄自所示期間綜合現金流量表的個別資料：

	截至十二月三十一日止年度			截至六月三十日止六個月	
	二零零九年	二零一零年	二零一一年	二零一一年	二零一二年
	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元
經營活動所得／(所用)					
現金淨額	69,064	(15,529)	59,330	13,999	39,455
投資活動(所用)／所得					
現金淨額	(10,476)	(21,074)	16,397	(1,541)	(5,802)
融資活動所得／(所用)					
現金淨額	14,736	(11,540)	(40,169)	19,435	(54,889)
現金及現金等價物增加／(減少)淨額	73,324	(48,143)	35,558	31,893	(21,236)
年／期初現金及現金等價物	25,098	99,442	54,122	54,122	93,486
現金及現金等價物匯兌收益	1,020	2,823	3,806	2,102	(795)
年／期終現金及現金等價物	99,442	54,122	93,486	88,117	71,455

現金流量狀況由截至二零零九年十二月三十一日止年度錄得經營活動所得現金淨額約**69,100,000**港元轉變為截至二零一零年十二月三十一日止年度錄得經營活動所用現金淨額約**15,500,000**港元，主要由於來自一名客戶的大量訂單已完成生產並於年結時等待交付，以致存貨增加約**38,500,000**港元，加上因二零一零年底棉花價格上升而導致期內有更多第三方製造商要求我們預付部分或全數款項(董事認為此乃業界於該期間的正常做法)，以致預付款項增加約**44,700,000**港元。我們的現金流量狀況於截至二零一一年十二月三十一日止年度改善，乃主要由於年內溢利如上文所述由截至二零一零年十二月三十一日止年度約**21,500,000**港元增加至截至二零一一年十二月三十一日止年度約**83,800,000**港元。另一方面，經營活動所得現金淨額由截至二零一一年六月三十日止六個月約**14,000,000**港元增加至截至二零一二年六月三十日止六個月約**39,500,000**港元，乃主要由於自償還應收賬款及其他應收款項而收取的現金一次性增加所致，此情況乃與截至二零一一年十二月三十一日止年度後期銷售額增加有關，董事相信其原因為我們服裝供應鏈服務業務的客戶補充存貨應付二零一二年一月相對較早的農曆新年假期，而該等銷售金額於截至二零一二年六月三十日止六個月內到期。

## 概要及摘要

下表列示截至二零零九年、二零一零年及二零一一年十二月三十一日止年度以及截至二零一一年及二零一二年六月三十日止六個月本集團按銷售地區劃分的收益分析：

	截至十二月三十一日止年度						截至六月三十日止六個月			
	二零零九年		二零一零年		二零一一年		二零一一年		二零一二年	
	千港元	估總數 百分比	千港元	估總數 百分比	千港元	估總數 百分比	千港元	估總數 百分比	千港元	估總數 百分比
中國及香港	778,332	93.8	1,042,915	94.5	1,133,717	97.1	474,161	96.0	427,266	95.6
亞太區(不包括中國及香港) <sup>(1)</sup>	16,830	2.0	27,462	2.5	22,254	1.9	14,602	3.0	13,684	3.1
其他地區 <sup>(2)</sup>	35,045	4.2	33,344	3.0	11,963	1.0	5,264	1.0	5,859	1.3
總計	<u>830,207</u>	<u>100.0</u>	<u>1,103,721</u>	<u>100.0</u>	<u>1,167,934</u>	<u>100.0</u>	<u>494,027</u>	<u>100.0</u>	<u>446,809</u>	<u>100.0</u>

附註：

- (1) 亞太區(不包括中國及香港)包括台灣、新加坡、澳門、日本、韓國、印尼、菲律賓及印度。
- (2) 其他地區主要包括加拿大、美國、英國、澳洲及德國。

下表列示截至二零零九年、二零一零年及二零一一年十二月三十一日止年度以及截至二零一二年六月三十日止六個月按向不同類別顧客所作銷售劃分本集團來自服裝供應鏈服務分部的收益的分析：

	截至十二月三十一日止年度						截至六月三十日止六個月	
	二零零九年		二零一零年		二零一一年		二零一二年	
	千港元	%	千港元	%	千港元	%	千港元	%
全球知名服裝零售								
品牌擁有人	715,825	89.6	963,535	90.9	1,024,276	91.6	367,497	87.5
全球知名服裝零售								
品牌代理	70,432	8.8	83,764	7.9	88,878	7.9	48,621	11.6
其他人士 <sup>(1)</sup>	12,803	1.6	12,355	1.2	5,250	0.5	3,801	0.9
	<u>799,060</u>	<u>100.0</u>	<u>1,059,654</u>	<u>100.0</u>	<u>1,118,404</u>	<u>100.0</u>	<u>419,919</u>	<u>100.0</u>

附註：

- (1) 其他人士主要指向全球知名服裝零售品牌擁有人及代理以外的客戶銷售布料、樣板及產品。

## 概要及摘要

下表列示截至二零零九年、二零一零年及二零一一年十二月三十一日止年度以及截至二零一一年及二零一二年六月三十日止六個月按銷售渠道及品牌劃分本集團來自服裝零售分部的收益分析：

### 銷售渠道

	截至十二月三十一日止年度						截至六月三十日止六個月			
	二零零九年		二零一零年		二零一一年		二零一一年		二零一二年	
	估收益 千港元	百分比								
自營零售門店	19,033	61.1	24,478	55.6	22,578	45.6	11,446	50.0	15,628	58.1
合營零售門店	7,826	25.1	11,382	25.8	14,129	28.5	6,570	28.7	6,967	25.9
加盟零售門店	4,288	13.8	7,751	17.6	10,167	20.5	3,613	15.8	2,812	10.5
網上商店	—	—	456	1.0	2,656	5.4	1,243	5.5	1,483	5.5
來自服裝零售分部的 總收益	<u>31,147</u>	<u>100.0</u>	<u>44,067</u>	<u>100.0</u>	<u>49,530</u>	<u>100.0</u>	<u>22,872</u>	<u>100.0</u>	<u>26,890</u>	<u>100.0</u>

### 品牌

	截至十二月三十一日止年度						截至六月三十日止六個月			
	二零零九年		二零一零年		二零一一年		二零一一年		二零一二年	
	估收益 千港元	百分比								
Unisex品牌	31,147	100.0	44,067	100.0	49,530	100.0	22,872	100.00	26,870	99.9
Republic品牌	—	—	—	—	—	—	—	—	20	0.1
來自服裝零售分部的總收益	<u>31,147</u>	<u>100.0</u>	<u>44,067</u>	<u>100.0</u>	<u>49,530</u>	<u>100.0</u>	<u>22,872</u>	<u>100.0</u>	<u>26,890</u>	<u>100.0</u>

我們可將資產負債比率由二零一零年十二月三十一日約105.3%大幅減低至二零一一年十二月三十一日約24.2%，而股本回報則由截至二零一零年十二月三十一日止年度約65.6%增至截至二零一一年十二月三十一日止年度約120.2%，主要由於截至二零一一年十二月三十一日止年度銀行借貸減少加上溢利水平改善。於往績記錄期間，我們採取策略，我們先前用作內部生產位於四項不同物業的生產設施已出租予不同第三方製造商，且我們已自二零一一年十一月起終止所有內部生產，因此我們可分配資源提供服裝供應鏈服務，管理由我們的第三方製造商進行的生產，讓我們減少用作撥付生產設施廠房及機器的資本開支的銀行借貸需求，而我們主要透過營運所產生現金撥付業務營運所需資金，短期銀行借貸則主要用作短期現金準備。於往績記錄期間主要財務比率波動的進一步詳情，請參閱本文件「財務資料—其他主要財務比率」一節。

## 概要及摘要

基於我們的過往信貸記錄及與主要貸款人的關係、我們的現時信貸狀況及於中國現時可供動用資金，我們相信我們於取得額外銀行借貸方面將不會遇上任何重大困難。於二零一二年六月三十日，我們可提取而尚未動用的銀行融資總額約為**287,800,000**港元，有關款項以關連方及附屬公司提供的擔保作抵押。本集團可取得的銀行融資並無重大限制條款。董事確認，我們並無違反任何有關銀行融資的條文。於最後可行日期，我們現時經營的地點並無收緊信貸，而我們取得外部融資的能力並無受到影響。

### 我們的近期發展

根據管理層編製的未經審核財務資料，截至二零一二年九月三十日止三個月，我們錄得總收益約**284,700,000**港元或每月平均約**94,900,000**港元。相比之下，我們截至二零一一年九月三十日止三個月的總收益約為**321,500,000**港元或每月平均約**107,200,000**港元。每月平均收益有所減少乃主要由於二零一二年中國經濟增長放緩，導致每月平均銷量由截至二零一一年九月三十日止三個月約**2,800,000**件減至截至二零一二年九月三十日止三個月約**2,000,000**件。於往績記錄期間後，我們並無接納我們認為按其提出的條款處理其銷售訂單在商業上並不可行的客戶或於截至二零一二年六月三十日止六個月內出現長期拖欠還款記錄的客戶發出的新銷售訂單。

根據管理層編製的未經審核財務資料，於二零一二年九月三十日，我們的存貨結餘、應收賬款結餘及應付賬款結餘分別約為**96,100,000**港元、**185,200,000**港元及**221,000,000**港元。相比之下，於二零一一年九月三十日，我們的存貨結餘、應收賬款結餘及應付賬款結餘則分別約為**79,700,000**港元、**180,300,000**港元及**187,200,000**港元。存貨結餘增加，乃主要由於已完成一名客戶所發出大量訂單的生產，而有關產品於二零一二年九月三十日仍尚待付運。另一方面，應收賬款結餘增加乃主要由於客戶較遲還款，當中大部分結餘仍未超過我們向該等客戶授出的信貸期。應付賬款增加主要因為我們於二零一一年十一月終止內部生產，並於其後將所有生產訂單分配予我們的第三方製造商。

於二零一二年十月三十一日，我們已收取於二零一二年六月三十日結存的應收賬款**122,100,000**港元當中約**120,100,000**港元，而我們已償還於二零一二年六月三十日結存的應付賬款**159,900,000**港元當中約**153,200,000**港元。另一方面，於二零一二年十月三十一日，在我們於二零一二年六月三十日約**71,400,000**港元的存貨當中，約**44,200,000**港元已於其後出售或動用。此外，根據管理層編製的未經審核財務資料，於二零一一年及二零一二年九月三十日的銀行借貸分別為**74,500,000**港元及**83,500,000**港元。於二零一二年九月三十日的銀行借貸約**83,500,000**港元當中，約**16,300,000**港元為於往績記錄期間後已重續的銀行借貸。

棉花市價於二零一二年維持穩定，並於截至二零一二年九月三十日止九個月內在介乎每噸人民幣**18,000**元至每噸人民幣**20,000**元之間波動。截至二零一二年九月三十日止三個月棉花平均價格為每噸約人民幣**18,400**元，較截至二零一一年九月三十日止三個月每噸約人民幣**20,300**元減少約**9.4%**。

## 概要及摘要

---

二零一二年七月一日至最後可行日期止期間，我們維持所有銷售訂單皆分配予第三方製造商的生產管理模式，因此我們於往績記錄期間後並無進行任何內部生產。

### 無重大不利變動

董事確認，截至本文件日期，本集團自二零一二年六月三十日以來的財務或業務狀況或前景概無重大不利變動。