

## 財務資料

閣下參閱本節時應與附錄一「會計師報告」所載之本集團綜合財務資料(連同其相關附註)一併閱讀。財務資料乃根據國際財務報告準則編製。

下文之討論與分析載有若干反映本集團現時對未來事件及財務表現意見之前瞻性陳述。該等陳述乃以本集團根據其經驗及對歷史走勢之意見、目前狀況及預期未來發展、以及其他本集團認為適用於有關情況之因素所作出之假設及分析為依據。然而，實際結果及發展能否與本集團之預期及預測一致，則取決於多個並非本集團所能控制之風險及不確定因素而定。謹請參閱本[編纂]「風險因素」一節。

### 概覽

根據獨立市場調查公司弗若斯特沙利文的資料，以二零一三年零售收入計算，我們是其中一家領先且快速增長的中國高端女裝企業。以二零一三年零售收入計算，我們的**Koradior** (珂萊蒂爾) 品牌於中國高端女裝市場位踞第六大品牌，於二零一一年、二零一二年及二零一三年的市場佔有率分別為0.72%、0.87%及0.98%。我們從事自有品牌**Koradior**及**La Koradior** (拉珂蒂) 產品的設計、推廣、營銷及銷售，品牌以30至45歲具經濟實力的女性為目標顧客。截至二零一三年十二月三十一日，我們已經建立起由254家零售店組成、遍佈全國的門店網絡，策略性地覆蓋北京、上海、廣州、深圳、成都、西安及重慶等主要城市，當中237家店由我們直接營運。於截至二零一一年、二零一二年及二零一三年十二月三十一日止各年度，我們可比較直營零售店於各段可比較期間錄得增長率，二零一一年至二零一二年十二月三十一日年度之間為9.73%，二零一二年至二零一三年十二月三十一日年度之間則為9.79%。

我們於二零零七年推出**Koradior**品牌，主打高端時尚和都會簡約女裝市場。**Koradior**品牌定位是為顧客提供彰顯女人味、個性、優雅和款式年輕的四季服裝。為迎合顧客對高端正規女裝的需求，我們於二零一二年九月推出**La Koradior**品牌。**La Koradior**品牌定位是提供設計盡顯高貴與優雅特質的四季服裝，貫徹「奢華大氣，風格鮮明」的品牌基調。我們的產品包括連身裙、短裙、長褲、恤衫、針織衫、背心、外套、大衣、圍巾及配飾。了解到客戶追求簡約之餘不失女人味及時尚及摩登休閒的女裝設計，我們計劃於二零一四年下半年推出全新品牌**Koradior elsewhere**。

於二零一三年十二月三十一日，我們的產品設計由一支61人組成的研發設計團隊負責。我們亦自二零一三年十月及二零零九年九月起，分別邀得意大利籍設計師Luigi Fabio Piras先生和第7屆中國時裝設計「金頂獎」得主房瑩女士分別擔任本集團設計顧問。他們會每季為我們的目標顧客引進女裝新趨勢、主題及色彩。我們的設計團隊與供應商、店長及經銷商一起合作，改良設計以迎合客戶品味。

## 財務資料

於二零一三年十二月三十一日，我們的產品銷售網絡遍佈全中國，主要由直營零售店組成，覆蓋中國24個省、自治區及直轄市。我們的策略是在北京、上海、廣州、深圳、成都、重慶、西安以及部分其他二線城市，挑選零售點的黃金地段，開設直營零售店，建立初步根據地。一旦我們能夠確定產品有龐大需求及增長潛力，我們隨即擴展業務版圖至該等城市的其他戰略地點。藉採用經銷商，我們的銷售網絡得以擴展至較偏遠地區例如哈爾濱、烏魯木齊、安康、盤錦及張家口。截至二零一三年十二月三十一日，我們於北京、上海、廣州、深圳、成都、西安及重慶的銷售網絡分別開設20、20、8、13、12、11及17家零售店。目前，我們設於百貨公司的零售店，大部分均開設於其各自所在中國城市之知名百貨公司及購物中心內。我們銳意於各城市展示更多款式的系列產品，以進一步推廣品牌形象，為顧客帶來獨特購物體驗，有見及此，截至二零一三年十二月三十一日，我們已於包括上海、深圳和重慶在內的城市設立32家雙品牌零售店，店內同時銷售*Koradior*和*La Koradior*品牌產品，而雙品牌零售店的平均店舖面積一般較其他單一品牌零售店寬敞。我們計劃於未來數年開設更多零售店，包括多品牌零售店。

於二零一三年十二月三十一日，我們有213家*Koradior*品牌零售店，其中196家由我們直接營運，其餘17家由經銷商經營；我們另有9家*La Koradior*品牌零售店及32家雙品牌零售店。於二零一三年十二月三十一日，在237家直營零售店中，有205家零售店與百貨公司訂立聯營合同，設於百貨公司內，以及有32家零售店與購物中心訂立聯營合同或租賃協議，設於購物中心內，其中6個為特賣場。截至二零一一年、二零一二年及二零一三年十二月三十一日止年度，*Koradior*及*La Koradior*產品直營零售店錄得的銷售額，分別佔總銷售額97.01%、89.38%及92.42%。

我們利用第三方電子商貿平台作為銷售渠道之一。自二零一一年起，*Koradior*品牌成為天貓商城的認可商戶。此外，*Koradior*品牌的產品，亦可在當當網、唯品會及王府井網上商城進行網購。於往績期間，我們通過第三方電子商貿平台銷售*Koradior*產品的銷售額，由截至二零一一年十二月三十一日止年度的人民幣2.85百萬元增至截至二零一三年十二月三十一日止年度的人民幣31.38百萬元，複合年增長率達231.68%。

我們藉全國廣告宣傳活動樹立品牌形象。我們在中國主要機場的廣告牌展示廣告。於最後可行日期，我們的廣告可見於上海虹橋、浦東及深圳國際機場的入境及／或出境大堂。我們選取全國發行的潮流時尚雜誌投放廣告，樹立品牌形象。我們採取精心設計的營銷及宣傳策略，盡量提高我們在主要目標顧客群的曝光率。

為將資源集中在價值鏈的關鍵環節上，例如設計、銷售、市場營銷及客戶服務，我們將所有產品生產工序外判予OEM加工商。

## 財務資料

本集團收益由截至二零一一年十二月三十一日止年度人民幣327.08百萬元，增至截至二零一二年十二月三十一日止年度人民幣484.94百萬元，再增至截至二零一三年十二月三十一日止年度人民幣701.88百萬元，複合年增長率達46.49%。溢利由截至二零一一年十二月三十一日止年度人民幣19.44百萬元，增至截至二零一二年十二月三十一日止年度人民幣27.81百萬元，再增至截至二零一三年十二月三十一日止年度人民幣80.11百萬元，整個期間的複合年增長率達102.99%。

### 呈列基準

於二零一二年三月二十三日，本公司根據開曼群島法律註冊成立為獲豁免有限公司。於二零一二年十一月十五日完成重組後，本公司成為本集團現時旗下各公司的控股公司。參與重組之公司於重組前後均由金先生控制，且深圳珂萊蒂爾之業務及營運概無變動。重組僅涉及加入無實質業務的新組成實體作為深圳珂萊蒂爾的新控股公司。因此，重組已採用與國際財務報告準則第3號業務合併所載之反收購類似之原則入賬，而就入賬而言，深圳珂萊蒂爾被視作收購方。

會計師報告內之財務資料乃按深圳珂萊蒂爾財務報表延續基準編製而成，而深圳珂萊蒂爾之資產及負債乃按彼等於重組前之過往賬面值予以確認及計量。

所有集團間重大交易及結餘均於綜合入賬時對銷。

### 影響經營業績的主要因素

我們的經營業績及財務狀況一直並將繼續受到多項因素的影響，當中主要包括下列因素：

#### 品牌知名度

我們目前以Koradior及La Koradior這兩個品牌發售產品。我們相信，該等品牌與別具女人味、時尚、優雅和年輕款式有着緊密聯繫，有助我們吸引目標終端客戶，並使我們定位成為中國領先的高端時尚女裝品牌之一。我們的品牌於市場的接受程度可影響產品的售價及市場需求、我們能達致的利潤率，以及我們進一步擴展業務的能力。因此，我們相信品牌的市場知名度對我們的成功至關重要。我們與旗下零售店督導、店長及經銷商合作，確保我們的品牌文化在零售層面反映，以及所有品牌產品零售店維持統一的品牌形象。自二零一二年起，我們開始設立數間雙品牌直營零售店，主要透過展示我們更多款式的產品系列，從而提升我們的品牌形象，並為客戶締造獨一無二的體驗。我們計劃加強推廣，並繼續投放大量資源，通過多個廣告渠道及平台提升品牌形象。我們預計，隨著中國女裝市場成熟，目標消費客戶的品牌意識將不斷增強。我們能否成功擴大終端客戶群，取決於我們能否繼續提高品牌知名度，並維持吸引潛在客戶的一貫品牌文化。倘我們未能成功推廣旗下品牌或未能維持品牌地位，我們的

## 財務資料

品牌在市場的佔有率及消費者的接受程度可能下降，因而對我們的業務、經營業績及前景可能構成重大不利影響。

### 銷售網絡的規模及表現

我們的收益及溢利增長取決於銷售網絡的規模及表現。我們相信，結合我們與經銷商經營零售店的戰略網絡對我們的財務表現至為重要。我們與經銷商經營零售店的組合取決於一系列的因素，包括資本開支、樓面面積、地點、零售店類型及業績、目標客戶，以及市場營銷策略。我們與經銷商經營零售店的數目、組合及業績直接影響我們提升收益的能力。我們直營零售店銷售的毛利率一般較向經銷商批發產品為高，因為直營零售點以建議零售價向終端客戶銷售產品，而售予經銷商的产品則以建議零售價的預設折扣售出。我們與經銷商經營零售店的組合影響我們的整體毛利率。於往績期間，我們擴展銷售網絡，零售店總數由截至二零一一年十二月三十一日的119家，增加至截至二零一二年十二月三十一日的177家，而截至二零一三年十二月三十一日，更進一步增至254家，當中直營零售店於同期由109家增至162家，再進一步增至237家，我們同時亦根據擴充計劃調整零售店的組合。因此，我們的收益及溢利錄得相應增長。於二零一四年三月三十一日，我們直營零售店的總數增至254家。此外，我們計劃於二零一四年下半年及二零一五年分別開設37家及75家直營零售店。

### 產品組合及定價策略

我們的收益及盈利能力受我們產品的零售定價所影響，而零售定價乃由多項因素釐定，包括中國的整體經濟狀況及消費者的購買力、我們的品牌知名度、銷售成本及競爭對手的定價等因素。於釐定產品的建議零售價時，我們的品牌知名度是重要的考慮因素。我們能否持續將產品定價於反映品牌價值的水平，對我們的財務表現尤其重要。我們的零售店依從其全國零售定價政策，並按建議零售價銷售產品。我們以建議零售價的預設折扣向經銷商提供產品。我們產品的平均售價直接影響我們的收益及盈利能力。我們於釐定定價策略時，會考慮下列因素：(i)現時需求及客戶認為我們產品的應有價值；(ii)各個別產品的預期利潤率；及(iii)競爭對手的產品價格。藉提高我們的品牌知名度及產品成熟程度，我們可進一步提高產品的價格。

我們的產品組合亦影響我們的經營業績。我們以Koradior及La Koradior品牌提供各類女裝。該等品牌具其本身的品牌概念及定位，針對客戶不同的需求，並設有不同售價。我們的產品包括服裝及配飾。該等產品系列的利潤率各有不同。倘我們的產品系列或品牌的銷售組合改變，我們的收益及盈利能力將會受到影響。我們擬進一步將產品組

## 財務資料

合多元化，並開發其他產品，我們相信該等產品有較大市場需求，並有助提高銷售及收益。我們計劃持續改善我們的產品組合及盈利能力。

### 競爭

我們能否從一眾競爭對手中脫穎而出，亦直接影響到我們的財務狀況及經營業績。中國女性時裝業競爭激烈，本地及國際競爭者數目愈來愈多，在產品組合、產品設計、銷售網絡覆蓋範圍及營銷推廣手法等方面比拼。本地品牌在熟悉當地客戶喜好及銷售網絡方面有優勢，在高端女裝市場的競爭力不斷上升。很多競爭對手都比我們擁有更優厚的財力及更豐富的營運經驗，以及擁有較全面的銷售網絡。我們必須繼續透過執行經營戰略，研發符合最新時裝潮流及客戶喜好的新產品，以應對競爭挑戰。我們相信，中國女性時裝業的激烈競爭日後仍將持續，而我們的業務及經營業績，將深受我們能否在業界保持競爭力所影響。如欲了解更多詳情，請參閱「風險因素 — 有關行業的風險 — 本集團面對中國女裝行業激烈競爭」一段。

### 銷售及營運成本

於往績期間，我們將旗下所有產品的生產工序外判予國內的OEM加工商。截至二零一一年、二零一二年及二零一三年十二月三十一日止年度，售出存貨成本分別為人民幣118.95百萬元、人民幣179.68百萬元及人民幣215.20百萬元。由於外判生產現時佔我們絕大部分的成本總額，任何重大變動均會對我們的經營業績造成重大影響。具體而言，由於外判生產成本反映OEM加工商為我們製造產品時產生的原料成本及勞工成本，故原料成本及勞工成本的變化會影響我們的外判成本。我們會向OEM加工商供應原料，或要求OEM加工商向我們認可的供應商採購原料。

受包括通脹在內的多項因素影響，近年外判產品成本、原料價格及員工薪酬均有所上升。我們未來的表現將繼續取決於我們能否將成本增幅轉嫁予終端客戶，以及我們能否按商業上可接受的價格，找到及管理符合我們標準的OEM加工商，並以具競爭力的薪酬吸納及挽留員工，以及與百貨公司及購物中心商議具競爭力的專櫃價格。如欲了解更多詳情，請參閱「風險因素 — 與本集團業務有關的風險 — 原料價格、供應及質量波動不定可能引致生產延誤及增加已售貨品成本。外判OEM加工商生產的產品成本亦可能令本集團總銷售成本增加」一段。

## 財務資料

### 季節因素及天氣情況

我們的業務及經營業績存在季節性波動。我們秋冬系列的銷售收益通常較高，而春夏系列的銷售收益則較低，原因是秋冬服裝的平均銷售單價高於春夏服裝。我們亦一般於假期及節日(如春節及國慶節假期)前錄得較高的經銷商銷售額。春節假期一般在一月底至二月中。我們的季度經營業績亦可能在不同時期因時尚潮流、消費需求的改變，以及消費者在女裝消費方面的季節因素而有所波動。因此，任何單一財政年度內不同期間或不同財政年度內不同期間的銷售額及經營業績比較未必有意義，亦不能以此作為我們的表現指標。我們的經營業績很可能會繼續因季節因素而波動。暖冬可能影響我們冬季產品的銷售額，而涼夏或會影響夏季產品的銷售額。如欲了解更多詳情，請參閱「風險因素 — 有關行業的風險 — 本集團產品的銷量易受季節及天氣狀況的影響」一段。

### 中國經濟增長、城鎮化、消費水平及稅項

我們的財務狀況及經營業績受中國的宏觀經濟情況、城鎮化趨勢加快及消費水平所影響。我們的所有業務及產品銷售一概於中國進行。中國近年出現重大經濟增長，根據中國國家統計局的資料，於二零零九年至二零一三年期間，名義國內生產總值之複合年增長率約達13.66%。中國的經濟增長帶動城鎮化發展、城鎮家庭的人均可支配收入及消費水平增長，繼而影響我們產品的市場需求及經營業績。根據弗若斯特沙利文的資料，於二零零九年至二零一三年期間，中國的城市人口總數由645.31百萬人增至731.11百萬人，而中國城鎮化比率亦由48.34%上升至53.73%。於二零零九年至二零一三年期間，城鎮家庭的人均全年可支配收入由人民幣17,175元增至人民幣26,955元，期間複合年增長率為11.93%。我們相信，消費水平會受城鎮家庭的人均可支配收入帶動增長。根據弗若斯特沙利文的資料，中國消費品的總零售額由二零零九年的人民幣132,680億元，增至二零一三年的人民幣237,810億元，複合年增長率為15.71%。此外，我們相信隨著中國城市地區消費者的可支配收入增加，彼等對名牌時尚產品的消費亦有增加趨勢。由於預計中國於二零一八年的城市人口總數將達833.40百萬人，城鎮化比率為59.75%，而城鎮家庭的人均全年可支配收入則約為人民幣43,815元，故我們的經營業績將繼續受惠於經濟增長。本集團盈利能力及財務表現亦受稅率變動影響，尤其是中國適用稅率，因為本集團全部業務均於中國進行，並從此產生收益及溢利。中國各項須付稅項之稅率變動可能對本集團之經營業績造成重大影響。

## 財務資料

### 重大會計政策、估計及判斷

我們於應用會計政策時使用的方法、估計及判斷，對我們的財務狀況及經營業績有重大影響。若干會計政策要求我們對內含不確定因素的事項，進行估計及判斷。下文討論我們編製財務資料時所採用，且我們認為很大程度上依賴應用上述估計及判斷的會計政策，此外亦包括我們認為對理解財務資料而言屬重要的若干其他會計政策。

### 收益確認

收益乃按已收或應收代價之公平值計量。倘經濟利益很可能流入本集團，而收益及成本(倘適用)能可靠地計量，則收益會按下列基準於損益確認：

#### (i) 貨品銷售—零售

本集團經營銷售女裝的零售連鎖店。貨品銷售額於本集團出售產品予客戶時確認。於銷售時，我們利用經驗對銷售退貨作出估計及撥備。收益指已售貨品銷售價值，扣除退貨、折扣及增值稅。

#### (ii) 貨品銷售—批發

批發所得收益於客戶接收所有權的相關風險及回報時確認。收益指已售貨品的銷售價值，扣除退貨、折扣及增值稅。

#### (iii) 貨品銷售—第三方電子商貿平台

本集團經營數間銷售女裝的網店。第三方電子商貿平台所得收益於貨品交付(即在客戶接受擁有權的相關風險及回報)時確認。於銷售時，本集團利用累積的經驗對銷售退貨作出估計及撥備。收益指已售貨品的銷售價值，扣除退貨、折扣及增值稅。

#### (iv) 利息收入

利息收入於產生時以實際利率法確認。

#### (v) 政府補助

政府補助將於取得將獲發補助之合理保證及本集團將符合附帶條件時，初步於資產負債表確認。補償本集團所產生開支的補助，於產生開支的相同年度按系統基準在損益內確認為收益。補償本集團一項資產成本的補助，會於資產的賬面值中扣減，其後於資產的可使用年期內採用降低折舊費用法，實際於損益內確認。

## 財務資料

來自當地市政府機關的無條件酌情政府補助金，乃於收取款項時在損益中確認為其他收益。

### 存貨及存貨的可變現淨值

存貨以成本及可變現淨值兩者的較低者入賬。

成本乃使用加權平均成本公式計算，並包括所有採購成本、轉換成本及將存貨運至現址及使其達至現時狀況所產生的其他成本。

可變現淨值乃於日常業務過程中的估計售價，減去估計完成的成本及進行銷售所需的估計成本。我們的管理層根據彼等對產品及整體市場環境的了解，評估存貨就賬齡而導致的潛在售價下降，以制定存貨撥備政策。我們根據存貨賬齡就製成品計提撥備：就賬齡介乎一年至兩年之間的製成品採用20%、就賬齡介乎兩年至三年之間的製成品採用50%、就賬齡介乎三年至五年之間的製成品採用80%，以及就賬齡為五年以上的製成品採用100%計提撥備。過季產品之賬面值相應地進行下調。本公司亦將就損壞的存貨項目計提全數撥備。

於出售存貨時，該等存貨的賬面值在確認相關收益的期間確認為開支。存貨撇減至可變現淨值的金額，以及存貨的所有虧損，在撇減或出現虧損的期間確認為開支。存貨的任何撇減撥回金額確認為存貨金額減少，並在出現撥回期間確認為開支。

存貨的可變現淨值乃於日常業務過程中的估計售價，減估計完成的成本及進行銷售所需的估計成本。該等估計乃基於目前市況及銷售同類產品的過往經驗。有關假設的任何變動將增加或減少過往年度作出的存貨撇減或有關撇減撥回金額，並影響本集團的資產淨值。本集團每年重新評估該等估計。

### 貿易及其他應收款項與貿易及其他應收款項的減值

貿易及其他應收款項初步按公平值確認，其後採用實際利率法按攤銷成本減呆賬減值撥備列賬，惟倘應收款項為向關聯方提供的無固定還款期免息貸款或其貼現影響並不重大者則除外。在該等情況下，應收款項按成本減呆賬減值撥備列賬。

我們根據信貸記錄及當前市況，評估貿易及其他應收款項的可收回性，從而對其減值撥備作出估計，當中需要使用估計及判斷。當發生事件或情況有變，顯示結餘可能無法收回時，則就貿易及其他應收款項計提撥備。倘預期與初步估計有所不同，則

## 財務資料

有關差額將影響估計變動期間的貿易及其他應收款項的賬面值，繼而影響減值虧損。我們每年重新評估減值撥備。

### 物業、廠房及設備與折舊

物業、廠房及設備按成本減累計折舊及減值虧損列賬。

自建物業、廠房及設備項目的成本包括物料成本、直接勞工成本、初步估計拆卸及搬遷項目以及恢復項目所在地原貌成本(如適用)，以及適當比例的生產經常開支及借貸成本。

概無就在建工程計提任何折舊。

物業、廠房及設備項目的折舊按下列估計可使用年期，以直線法撇銷其成本減其估計剩餘價值(如有)計算：

- 位於租賃土地上持作自用的樓宇按未屆滿的租賃期及其估計可使用年期(以較短者為準，且不超過完成日期後20年)折舊。
- 租賃物業裝修：一至五年或餘下租期(以較短者為準)
- 汽車：五年
- 傢俬、裝置及設備：三至十年

資產的可使用年期及剩餘價值(如有)會每年作檢閱。

物業、廠房及設備項目報廢或出售所產生的收益或虧損，按出售所得款項淨額與有關項目賬面值的差額釐定，並於報廢或出售當日於損益中確認。

物業、廠房及設備的折舊乃經計及估計剩餘價值後以直線法估計可使用年期計算。本集團定期審閱資產的估計可使用年期，以釐定於任何報告期內記錄的折舊開支金額。可使用年期乃根據本集團對類似資產的經驗，並計及預計的技術變化後得出。倘過往估計出現重大變動，則未來期間的折舊開支則會作未來適用調整。

我們確認過往作出的有關估計或相關假設大致上與往績期間的實際業績相符一致，且我們於往績期間已貫徹應用該等估計或相關假設。我們物業、廠房及設備的可使用年期並無任何重大變動。我們認為可使用年期之估計不大可能出現重大變動。

## 財務資料

### 經營業績

下表載列我們於所示期間的收益表的選定項目：

#### 綜合損益表

	截至十二月三十一日止年度		
	二零一一年 人民幣千元	二零一二年 人民幣千元	二零一三年 人民幣千元
營業額	327,078	484,939	701,880
銷售成本	<u>(119,266)</u>	<u>(180,457)</u>	<u>(215,495)</u>
毛利	207,812	304,482	486,385
其他收益	81	852	1,935
其他虧損淨額	(2)	(48)	(77)
銷售及分銷開支			
— 支付予百貨公司及購物中心 的費用	(93,555)	(134,285)	(200,740)
— 其他銷售及分銷開支	(69,033)	(105,381)	(138,560)
行政及其他營運開支	<u>(18,255)</u>	<u>(26,394)</u>	<u>(38,095)</u>
經營溢利	27,048	39,226	110,848
融資成本	<u>(1,418)</u>	<u>(2,081)</u>	<u>(2,408)</u>
除稅前溢利	25,630	37,145	108,440
所得稅開支	<u>(6,188)</u>	<u>(9,333)</u>	<u>(28,328)</u>
年內溢利	<u>19,442</u>	<u>27,812</u>	<u>80,112</u>

## 財務資料

### 主要損益項目說明

#### 收益

#### 按銷售渠道劃分之收益分析

	截至十二月三十一日止年度					
	二零一一年		二零一二年		二零一三年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
直營零售店						
— 百貨公司零售店	306,400	93.68	409,256	84.39	586,722	83.59
— 購物中心零售店	10,910	3.33	23,047	4.75	48,137	6.86
— 特賣場	—	—	1,157	0.24	13,838	1.97
小計	317,310	97.01	433,460	89.38	648,697	92.42
電子商貿	2,852	0.87	9,639	1.99	31,376	4.47
批發予經銷商	5,577	1.71	15,170	3.13	16,256	2.32
其他	1,339	0.41	26,670	5.50	5,551	0.79
總計	327,078	100.00	484,939	100.00	701,880	100.00

我們的主要收益來源為(a)於直營零售店向終端客戶作出零售銷售；(b)於第三方電子商貿平台銷售；(c)向經銷商作出批發銷售，經銷商繼而透過其經營的零售店向終端客戶銷售我們的產品；及(d)其他途徑(主要來自員工內部銷售或透過於我們零售店以外地方進行推廣活動之直接銷售)。收入指售出貨品經扣除退貨撥備、貿易折扣及增值稅後的發票淨值。

直營零售店產生的銷售佔往績期間的總收入約97.01%、89.38%及92.42%，因為我們制定策略，主要透過增加直營零售店數目，促進業務增長，擴闊銷售網絡。於二零一三年，我們終止與6名經銷商的合作，新增8名經銷商，經銷商數目淨增加2名。由於新加入的經銷商需要時間達致現有經銷商的銷量水平，故二零一三年向經銷商作出的批發僅輕微上升7.16%。

電子商貿的收益增加，主要由於透過網上零售店銷售產品增加，這有賴我們增加了中國電子商貿及搜索引擎的宣傳及推廣，以及我們加強電子商貿團隊，組建獨立的電子商貿業務部門發展電子商貿業務。

其他項目主要包括員工銷售及透過於我們零售店以外地方進行特別推廣活動之直接銷售。

## 財務資料

### 銷售量及平均售價

	截至十二月三十一日止年度		
	二零一一年	二零一二年	二零一三年
<b>直營零售店</b>			
銷售量(千件)	264	320	438
整體			
平均售價(人民幣) <sup>1</sup>	1,201	1,354	1,480
平均吊牌價 <sup>2</sup>	1,801	2,071	2,309
冬裝			
平均售價(人民幣) <sup>1</sup>	2,016	2,109	2,295
平均吊牌價 <sup>2</sup>	3,024	3,226	3,579
夏裝			
平均售價(人民幣) <sup>1</sup>	949	1,047	1,095
平均吊牌價 <sup>2</sup>	1,424	1,601	1,708
<b>第三方電子商貿平台</b>			
銷售量(千件)	7	22	62
平均售價(人民幣) <sup>1</sup>	398	445	504
<b>批發予經銷商</b>			
銷售量(千件)	11	24	23
平均售價(人民幣) <sup>1</sup>	499	628	712

附註：

1. 平均售價指給予終端客戶或經銷商之平均價格，其中(i)已從吊牌價剔除增值稅；及(ii)已計算給予終端客戶及經銷商之相關折扣。
2. 平均吊牌價包括增值稅，而未計及提供予終端客戶及經銷商之任何折扣。

本公司第三方電子商貿平台產品之平均售價較直營零售店產品之平均售價低，因為電子商貿收益主要指我們以折扣價銷售過季產品之銷售收入。售予經銷商之本公司產品的平均售價較直營零售店的售價低，因為我們按直營零售店銷售的產品售價打折扣出售產品予經銷商。直營零售店之平均售價由二零一一年之人民幣1,201元增至二零一三年之人民幣1,480元，複合年增長率為11.01%，而經銷商獲得之平均售價由二零一一年之人民幣499元增至二零一三年之人民幣712元，複合年增長率為19.45%。

本公司不斷擴展零售銷售網絡，也是帶動直營零售店及經銷商批發於往績期間銷量增加的其中一個原因。此外，隨著我們在客戶服務、推廣活動及產品種類方面的改進，我們的品牌知名度日益提升。該等因素導致銷量及平均售價增加，因而推動可比較零售店的銷售額於可比較期間有所增加。

## 財務資料

### 每家零售店每月實際平均收益

	截至十二月三十一日止年度		
	二零一一年	二零一二年	二零一三年
<b>直營零售店</b>			
<i>百貨公司</i>			
零售店數目	102	150	205
每家零售店每月實際平均收益 (人民幣千元) <sup>1</sup>	273	286	279
<i>購物中心</i>			
零售店數目	7	11	26
每家零售店每月實際平均收益 (人民幣千元) <sup>1</sup>	312	233	201
<i>特賣場</i>			
零售店數目	—	1	6
每家零售店每月實際平均收益 (人民幣千元) <sup>1</sup>	—	289	322
<b>小計</b>			
零售店數目	109	162	237
每家零售店每月實際平均收益 (人民幣千元) <sup>1</sup>	274	282	272
<b>批發予經銷商</b>			
經銷商數目	10	15	17
每名經銷商每月實際平均收益 (人民幣千元) <sup>1</sup>	<u>89</u>	<u>94</u>	<u>79</u>

附註：

- 每家零售店／每名經銷商每月實際平均收益之計算方式為零售店／經銷商總收益除以該零售店／經銷商於期內之經營完整曆月數。

## 財務資料

### 可比較直營零售店於可比較期間之銷售額增長

	截至十二月三十一日止年度		
	二零一一年	二零一二年	二零一三年
<b>直營零售店</b>			
<i>百貨公司</i>			
可比較店舖數目 <sup>1</sup>	不適用	67	90
每家可比較店舖之平均收益			
— 本年度(人民幣千元)		3,797	4,118
— 先前年度(人民幣千元)		3,460	3,761
可比較零售店於可比較期間之銷售額增長		9.75%	9.51%
<i>購物中心</i>			
可比較店舖數目 <sup>1</sup>	不適用	1	5
每家可比較店舖之平均收益			
— 本年度(人民幣千元)		7,038	3,938
— 先前年度(人民幣千元)		6,455	3,413
可比較零售店於可比較期間之銷售額增長		9.03%	15.41%
特賣場 <sup>2</sup>	不適用	不適用	不適用
<i>小計</i>			
可比較店舖數目 <sup>1</sup>	不適用	68	95
每家可比較店舖之平均收益			
— 本年度(人民幣千元)		3,844	4,109
— 先前年度(人民幣千元)		3,504	3,742
可比較零售店於可比較期間之銷售額增長		9.73%	9.79%

附註：

1. 可比較零售店銷售額指於相關財政年度結束時存在的直營零售店產生之營業額，該等直營零售店於緊接該財政年度結束前已一直經營至少二十四個月。例如，二零一一年及二零一二年的可比較直營店舖於二零一一年及二零一二年兩個年度均全年開門營業。可比較店舖數目與店舖總數之差異源於可比較期間有店舖開設或關閉。
2. 由於概無特賣場於二零一三年十二月三十一日經營達二十四個月或以上，故並無就特賣場計算可比較店舖銷售額增長。

## 財務資料

### (a) 直營零售店

於往績期間，儘管百貨公司的零售店數目快速增加，百貨公司內每家零售店之每月實際平均銷售額維持相對平穩(於二零一二年增加4.76%及於二零一三年減少2.45%)，反映本公司能有效管理直營零售店及分銷網絡的快速增長及擴展。

於往績期間，購物中心的零售店數目快速增加，導致購物中心內每家零售店之每月實際平均銷售額下跌。因為購物中心對中國消費者而言，為相對較新的購物渠道，而相比百貨公司的零售店，購物中心新設零售店需要較長時間達致現有店舖獲得的收益水平。

於往績期間，可比較零售店銷售額之增長主要源自銷量及平均零售價增加，此乃由於本公司品牌知名度提升，產品種類增加以及向店舖員工提供培訓令客戶服務提升所致。

### (b) 批發予經銷商

二零一二年每名經銷商之每月平均銷售額增加，與該年度售予經銷商之銷量增加一致。於二零一三年，我們終止與6名經銷商的合作，新增8名經銷商，經銷商數目淨增加2名。由於新加盟的經銷商需要時間達到現有經銷商的銷量水平，故於二零一三年每名經銷商的每月平均銷售額有所下跌。

## 銷售成本

我們的銷售成本主要包括已售存貨成本及存貨撇減。

我們將所有旗下產品之生產外判予OEM加工商。為了更有效控制成本及品質，我們通常自行採購材料及配件，再由OEM加工商進一步加工。原料方面，所採購的數量不足以讓我們獲得大批採購折扣，故我們將要求OEM加工商根據我們的規格採購相關原料。因此，我們的已售存貨成本包括原料成本及支付OEM加工商之加工費用以及向OEM加工商購買製成品之成本。

存貨撥備成本指我們就陳舊及滯銷存貨計提的撥備及扣減。

## 財務資料

下表載列我們於所示期間的銷售成本：

	截至十二月三十一日止年度					
	二零一一年		二零一二年		二零一三年	
	估總銷售 人民幣千元	成本百分比	估總銷售 人民幣千元	成本百分比	估總銷售 人民幣千元	成本百分比
已售存貨成本	118,948	99.73	179,677	99.57	215,195	99.86
撇減存貨	318	0.27	780	0.43	300	0.14
<b>總計</b>	<b>119,266</b>	<b>100.00</b>	<b>180,457</b>	<b>100.00</b>	<b>215,495</b>	<b>100.00</b>

### 毛利及毛利率

下表載列我們於所示期間的毛利及毛利率：

	截至十二月三十一日止年度					
	二零一一年		二零一二年		二零一三年	
	毛利 (人民幣 千元)	毛利率 (%)	毛利 (人民幣 千元)	毛利率 (%)	毛利 (人民幣 千元)	毛利率 (%)
	207,812	63.54	304,482	62.79	486,385	69.30

我們的毛利由截至二零一一年十二月三十一日止年度的人民幣207.81百萬元，增加至截至二零一二年十二月三十一日止年度的人民幣304.48百萬元，並進一步增加至截至二零一三年十二月三十一日止年度的人民幣486.39百萬元。截至二零一一年、二零一二年及二零一三年十二月三十一日止年度，我們的毛利率分別為63.54%、62.79%及69.30%。毛利增加主要受我們的收益增加所帶動。

二零一二年整體毛利率微跌乃源於(i)為了推廣品牌，我們增加了直銷品推廣活動，直銷價格低於直營零售店的價格；及(ii)經銷商批發額增加，由於產品按折扣零售價予經銷商，因此批發的毛利率較低。

二零一三年的毛利率增加主要由於(i)產品的平均售價增加；(ii)外判產品成本維持相對平穩；及(iii)產品組合重心移向溢利較高的產品，如連身裙、短裙及襯衫，減少倚重溢利較低的產品，如毛衫、皮衣及皮草。

## 財務資料

於往績期間，透過第三方電子商貿平台之銷售及批發予經銷商所得之毛利率較直營零售店的零售毛利率相對較低，主要由於我們於電子商貿平台通常以折價出售若干舊款產品，以吸引網絡客戶，及以批發價(零售價之折價)銷售產品予經銷商。

### 銷售及分銷成本

下表載列我們於所示期間的銷售及分銷成本明細：

	截至十二月三十一日止年度		
	二零一一年	二零一二年	二零一三年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
支付予百貨公司及購物中心的費用 (包括專櫃費、租金、管理費、 服務費及其他費用)	93,555	134,285	200,740
薪金與員工福利	38,064	61,445	85,035
廣告及品牌建設及推廣開支	14,714	23,261	22,261
裝修費用折舊及佈置費用	12,311	12,407	19,917
差旅及運輸開支	1,847	3,239	4,028
水電及電訊開支	1,356	2,038	3,917
其他	741	2,991	3,402
<b>總計</b>	<b>162,588</b>	<b>239,666</b>	<b>339,300</b>

銷售及分銷成本主要包括：(i)就百貨公司直營零售店及購物中心的店舖空間支付予百貨公司及購物中心的費用；(ii)銷售及市場營銷人員的薪金與員工福利；(iii)廣告及品牌建設及促銷開支；(iv)直營零售店的裝修及佈置費用；(v)差旅及運輸開支；及(vi)水電及電訊開支。

截至二零一一年、二零一二年及二零一三年十二月三十一日止年度，我們的銷售及分銷成本分別佔總收益49.71%、49.42%及48.34%。於往績期間，我們的銷售及分銷成本增加主要由於(a)我們因銷售額增加而令支付予百貨公司及購物中心的費用上升；(b)我們擴展零售網絡導致增聘銷售及營銷人員，以及提升營銷人員的基本薪金及銷售佣金，令薪金與員工福利增加；(c)廣告及品牌建設及促銷開支增加，包括於機場廣告牌展示廣告；及(d)我們擴充零售網絡時增加租賃裝修費用折舊及佈置費用。店舖專櫃費用佔我們於往績期間銷售及分銷成本的最大部分。店舖專櫃費用主要每月按百貨公司及購物中心的直營零售店銷售所得款項總額的若干百分比計算得出。截至二零一一年、

## 財務資料

二零一二年及二零一三年十二月三十一日止年度，我們向百貨公司及購物中心支付的費用分別為人民幣93.56百萬元、人民幣134.29百萬元及人民幣200.74百萬元。於往績期間，我們支付予百貨公司及購物中心的費用的增幅整體上與百貨公司零售店的零售銷售收益的增幅一致。

### 行政及其他經營開支

下表載列我們於所示期間的行政及其他經營開支明細：

	截至十二月三十一日止年度		
	二零一一年 人民幣千元	二零一二年 人民幣千元	二零一三年 人民幣千元
薪金與員工福利	10,481	18,061	21,047
法律及[編纂]開支	744	262	5,043
研發費用	1,778	1,624	4,198
折舊開支	2,145	2,573	2,978
租金開支及管理費	665	1,420	2,222
辦公室開支	406	816	1,016
差旅及酬酢開支	1,089	1,034	797
水電及電訊開支	251	248	369
其他	696	356	425
<b>總計</b>	<b>18,255</b>	<b>26,394</b>	<b>38,095</b>

行政及其他經營開支主要包括：(i)行政人員的薪金與員工福利；(ii)折舊開支；(iii)研發費用，主要為開發新SKU所耗用的原料成本；(iv)租金開支及管理費；及(v)法律及[編纂]開支。

截至二零一一年、二零一二年及二零一三年十二月三十一日止年度，我們的行政及其他經營開支分別佔總收益約5.58%、5.44%及5.43%。由截至二零一一年十二月三十一日止年度至截至二零一三年十二月三十一日止年度，我們的行政及其他經營開支增加，主要由於(a)我們因擴展業務及行政人員人數增加而令行政人員的薪金及福利增加；(b)新開發SKU增加，導致研發成本上升；(c)我們因行政人員人數增加而擴大總部樓面空間，致使租金開支及管理費增加；及(d)就[編纂]確認之法律及[編纂]開支所致。

### 融資成本

截至二零一一年、二零一二年及二零一三年十二月三十一日止年度，融資成本分別為人民幣1.42百萬元、人民幣2.08百萬元及人民幣2.41百萬元。融資成本主要指銀行借款的利息開支。

## 財務資料

### 所得稅開支

我們的所得稅開支主要包括即期稅項及遞延稅項。即期稅項主要包括中國營運附屬公司繳納的中國企業所得稅。

截至二零一一年、二零一二年及二零一三年十二月三十一日止年度，我們的實際稅率(所得稅開支除以除稅前溢利)分別約為24.14%、25.13%及26.12%。我們的實際稅率並無出現重大波動，與我們中國營運附屬公司適用的25%稅率一致。

我們於往績期間已悉數繳付所有相關稅項。

### 過往經營業績回顧

截至二零一三年十二月三十一日止年度與截至二零一二年十二月三十一日止年度之比較

#### 收益

本公司之收益由截至二零一二年十二月三十一日止年度的人民幣484.94百萬元增加人民幣216.94百萬元或44.74%，至截至二零一三年十二月三十一日止年度的人民幣701.88百萬元，主要由於(a)可比較直營零售店銷售額於二零一三年增加9.79%，此乃由於產品的平均售價由截至二零一二年十二月三十一日止年度之每件人民幣1,354元增加至截至二零一三年十二月三十一日止年度之每件人民幣1,480元；(b)由於銷售網絡由二零一二年十二月三十一日的177個擴展至二零一三年十二月三十一日的254個，而直營零售店於同期由162家增加至237家，因此產品銷量於同期由約320,000件增加至約438,000件；及(c)藉著我們擴充電子商貿團隊及成立業務分部專責電子商貿業務，在我們發展網上零售店的努力下，來自電子商貿平台的收入增加。

整體而言，可比較直營零售店銷售額增加乃由於(i)推廣活動湊效而提升品牌知名度；(ii)透過向店舖員工提供培訓提升客戶服務質素；及(iii)擴大產品組合，因而促使銷量及平均售價上升。

#### 銷售成本

截至二零一三年十二月三十一日止年度之銷售成本為人民幣215.50百萬元，較截至二零一二年十二月三十一日止年度之人民幣180.46百萬元增加19.42%，主要由於銷售增加帶動外判生產成本增加。

#### 毛利及毛利率

截至二零一三年十二月三十一日止年度之毛利為人民幣486.39百萬元，較截至二零一二年十二月三十一日止年度之人民幣304.48百萬元增加59.74%，主要由於收益增加以及上述毛利率改善所致。

## 財務資料

二零一三年的毛利率增加主要源於(i)產品的平均售價增加；(ii)外判產品成本維持相對平穩；及(iii)產品組合重心移向利潤率較高的產品，如連身裙、短裙及襯衫，減少倚重溢利較低的產品，如毛衫、皮衣及皮草。

### 其他收益

截至二零一三年十二月三十一日止年度之其他收益為人民幣1.94百萬元，較截至二零一二年十二月三十一日止年度之約人民幣852,000元增加127.11%，主要由於在截至二零一三年十二月三十一日止年度獲得地方政府授出之一次性現金獎勵人民幣1.72百萬元。

### 銷售及分銷開支

截至二零一三年十二月三十一日止年度之銷售及分銷開支為人民幣339.30百萬元，較截至二零一二年十二月三十一日止年度之人民幣239.67百萬元增加41.57%，主要由於(a)銷售增加以致店舖專櫃費用增加；(b)本公司增聘銷售及營銷人員以致銷售及營銷人員薪金及福利增加，及基本薪金及銷售佣金增加；及(c)為配合本公司銷售網絡擴展及業務發展而增加裝修及佈置所致。直營零售店由二零一二年末的162家增至二零一三年末的237家。

### 行政及其他經營開支

截至二零一三年十二月三十一日止年度之行政及其他經營開支為人民幣38.10百萬元，較截至二零一二年十二月三十一日止年度之人民幣26.39百萬元增加44.33%，主要由於(a)本公司擴展業務及增聘行政員工以致行政員工的薪金及福利增加；(b)研發費用增加，此乃主要由於開發更多SKU；及(c)就[編纂]確認法律及[編纂]開支。

### 融資成本

截至二零一三年十二月三十一日止年度之融資成本為人民幣2.41百萬元，較截至二零一二年十二月三十一日止年度之人民幣2.08百萬元增加15.71%，主要由於平均銀行借貸增加所致。

### 所得稅開支

截至二零一三年十二月三十一日止年度之所得稅開支為人民幣28.33百萬元，較截至二零一二年十二月三十一日止年度之人民幣9.33百萬元增加203.53%，主要由於經營溢利增加所致。實際稅率由截至二零一二年十二月三十一日止年度之25.13%增加至截至二零一三年十二月三十一日止年度之26.12%，因為香港營運產生成本，導致截至二零一三年十二月三十一日止年度之綜合除稅前溢利減少。

## 財務資料

### 年度溢利及純利率

基於上述因素，加上我們於過去數年透過銷售網絡取得之規模經濟，於截至二零一三年十二月三十一日止年度，本公司之年度溢利為人民幣80.11百萬元，較截至二零一二年十二月三十一日止年度之人民幣27.81百萬元增加188.05%。本公司之純利率由截至二零一二年十二月三十一日止年度之5.74%，增加至截至二零一三年十二月三十一日止年度之11.41%，此乃由於直營零售店網絡擴充使得收益大幅增加，加上本公司控制成本得宜，令成本增長率低於收益增長率。

### 截至二零一二年十二月三十一日止年度與截至二零一一年十二月三十一日止年度之比較

我們的收入由截至二零一一年十二月三十一日止年度的人民幣327.08百萬元，增加人民幣157.86百萬元或48.26%至截至二零一二年十二月三十一日止年度的人民幣484.94百萬元，主要由於(a)我們產品的平均售價由截至二零一一年十二月三十一日止年度的每件人民幣1,201元上調至截至二零一二年十二月三十一日止年度的每件人民幣1,354元，帶動可比較直營零售店銷售於二零一二年增長9.73%；及(b)由於我們將銷售網絡由二零一一年十二月三十一日的119家擴展至二零一二年十二月三十一日的177家(其中同期的直營零售店由109家增加至162家)，故同期產品銷量由約264,000件增加至約320,000件。

整體而言，可比較直營零售店的增長乃由於(i)我們進行推廣活動，令品牌知名度提高；(ii)透過向店舖員工提供培訓，改善客戶服務質素；(iii)推出新品牌*La Koradior*，提供不同系列產品供顧客選擇；及(iv)擴展產品組合，從而令銷量及平均售價有所增加。

### 銷售成本

我們的銷售成本由截至二零一一年十二月三十一日止年度的人民幣119.27百萬元，增加51.31%至截至二零一二年十二月三十一日止年度的人民幣180.46百萬元，主要由於我們的銷售增長，致使已售存貨成本上升所致。

### 毛利及毛利率

我們的毛利由截至二零一一年十二月三十一日止年度的人民幣207.81百萬元，增加46.52%至截至二零一二年十二月三十一日止年度的人民幣304.48百萬元，主要由於我們的收入增加，部分因我們的毛利率輕微下跌而抵銷所致。

我們的整體毛利率由截至二零一一年十二月三十一日止年度的63.54%，輕微下跌至截至二零一二年十二月三十一日止年度的62.79%，主要由於我們致力透過於直營零售店以外地方進行若干銷售推廣活動，提升品牌知名度，增加銷售。

## 財務資料

### 其他收益

我們的其他收益由截至二零一一年十二月三十一日止年度的約人民幣81,000元，增加約9.52倍至截至二零一二年十二月三十一日止年度的約人民幣852,000元，主要由於我們於截至二零一二年十二月三十一日止年度取得當地政府授予之一次性現金獎勵人民幣600,000元。

### 銷售及分銷開支

我們的銷售及分銷開支由截至二零一一年十二月三十一日止年度的人民幣162.59百萬元，增加47.41%至截至二零一二年十二月三十一日止年度的人民幣239.67百萬元，主要由於(a)我們增加銷售，令店舖專櫃費用上升；(b)我們增聘人手，及改善薪酬，令銷售及營銷人員的薪金與員工福利增加；及(c)由於銷售網絡擴大及業務增長，增加了廣告及品牌建設及促銷開支。我們的直營零售店由二零一一年年底的109家，增至二零一二年年底的162家。

### 行政及其他經營開支

我們的行政及其他經營開支由截至二零一一年十二月三十一日止年度的人民幣18.26百萬元，增加44.59%至截至二零一二年十二月三十一日止年度的人民幣26.39百萬元，主要由於(a)我們因擴展業務及行政人員人數增加而令行政人員的薪金及福利增加；(b)我們因行政人員人數增加而擴大總部樓面空間，致使租金開支及管理費增加；及(c)擴充倉庫，導致租金開支增加所致。

### 融資成本

我們的融資成本由截至二零一一年十二月三十一日止年度的人民幣1.42百萬元，增加46.76%至截至二零一二年十二月三十一日止年度的人民幣2.08百萬元，主要由於平均銀行借款增加所致。

### 所得稅開支

我們的所得稅開支由截至二零一一年十二月三十一日止年度的人民幣6.19百萬元，增加50.82%至截至二零一二年十二月三十一日止年度的人民幣9.33百萬元，主要由於我們的經營溢利增長所致。我們的實際稅率由截至二零一一年十二月三十一日止年度的24.14%增加至截至二零一二年十二月三十一日止年度的25.13%，因為根據中國企業所得稅法，適用企業所得稅稅率於二零零八年至二零一二年五個過渡年間，由15%增加至25%。因此，截至二零一一年及二零一二年十二月三十一日止年度的適用企業所得稅稅率分別為24%及25%。

### 年內溢利及純利率

由於前述因素，我們的年內溢利由截至二零一一年十二月三十一日止年度的人民幣19.44百萬元，增加43.05%至截至二零一二年十二月三十一日止年度的人民幣27.81百

## 財務資料

萬元。我們的純利率由截至二零一一年十二月三十一日止年度的5.94%，輕微下跌至截至二零一二年十二月三十一日止年度的5.74%，因為我們致力透過於直營零售店以外地方進行若干推廣活動以推廣我們的品牌，從而增加銷售，而該直接銷售渠道的售價低於我們的零售店售價。此外，我們開始加速擴展直營零售店，因而須向百貨公司及購物中心支付更高的店舖專櫃費用。

### 流動資產淨值

下表載列我們於所示日期的流動資產及流動負債：

	於十二月三十一日			於
	二零一一年	二零一二年	二零一三年	二零一四年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	四月三十日 人民幣千元
<b>流動資產</b>				
存貨	37,504	73,447	130,109	127,954
貿易及其他應收款項	67,184	87,356	116,779	113,280
現金及現金等價物	5,843	14,284	77,105	76,164
<b>流動資產總額</b>	<u>110,531</u>	<u>175,087</u>	<u>323,993</u>	<u>317,398</u>
<b>流動負債</b>				
銀行貸款	—	30,000	55,000	75,000
貿易及其他應付款項	52,302	124,671	133,290	79,774
應付即期稅項	7,650	11,229	21,639	16,021
<b>流動負債總額</b>	<u>59,952</u>	<u>165,900</u>	<u>209,929</u>	<u>170,795</u>
<b>流動資產淨值</b>	<u>50,579</u>	<u>9,187</u>	<u>114,064</u>	<u>146,603</u>

於往績期間，流動資產淨值(流動資產總額與流動負債之間之差額)維持正數。於二零一一年、二零一二年及二零一三年十二月三十一日以及二零一四年四月三十日，本公司之流動資產淨值分別為人民幣50.58百萬元、人民幣9.19百萬元、人民幣114.06百萬元及人民幣146.60百萬元。流動資產淨值由二零一一年十二月三十一日之人民幣50.58百萬元減至二零一二年十二月三十一日之人民幣9.19百萬元，乃由於(i)短期銀行貸款增加；(ii)作為重組一部分，收購深圳珂萊蒂爾，因此向深圳金和鑫支付人民幣40.16百萬元之非貿易相關短期應付款項。本集團之流動資產淨值其後增加至二零一三年十二月三十一日之人民幣114.06百萬元乃由於經營現金流量及新增及現有股東之注資增加所致。

於二零一四年四月三十日，本集團之流動資產淨值為人民幣146.60百萬元，包括流動資產人民幣317.40百萬元及流動負債人民幣170.80百萬元。二零一四年四月三十日之

## 財務資料

流動資產總額較二零一三年十二月三十一日減少，主要由於貿易應收款項減少所致。二零一四年四月三十日之流動負債總額較二零一三年十二月三十一日減少主要由於貿易及其他應付款項因償還結欠一名控股股東之款項後減少所致，而被銀行貸款增加所局部抵銷。

### 存貨

下表載列我們於所示日期的存貨概要：

	於十二月三十一日		
	二零一一年 人民幣千元	二零一二年 人民幣千元	二零一三年 人民幣千元
原料	9,102	17,525	29,696
在製品	456	1,219	2,206
製成品	27,946	54,703	98,207
	<u>37,504</u>	<u>73,447</u>	<u>130,109</u>

我們的存貨包括原料、在製品及製成品。原料指我們為OEM加工商購買的面料及其他輔料，以供彼等作進一步加工。在製品指我們向OEM加工商提供的原料，但於年末仍在生產中。製成品則主要包括我們於倉庫及直營零售店的已製成產品。

我們的製成品存貨由二零一一年十二月三十一日的人民幣27.95百萬元，增加95.75%至二零一二年十二月三十一日的人民幣54.70百萬元，並進一步增加79.53%至二零一三年十二月三十一日的人民幣98.21百萬元，主要由於(i)我們持續擴展零售店網絡；及(ii)計劃於二零一四年下半年推出全新品牌*Koradior elsewhere*，須就此準備額外已生產製成品。

下表載列所示期間的存貨平均週轉天數：

	截至十二月三十一日止年度		
	二零一一年	二零一二年	二零一三年
存貨平均週轉天數 <sup>(1)</sup>	94.57	112.21	172.39

附註：

(1) 存貨平均週轉天數相等於平均存貨除以銷售成本再乘以365日。平均存貨相等於年初存貨加年末存貨再除以二。

我們的存貨平均週轉天數由截至二零一一年十二月三十一日止年度的94.57日增加至截至二零一二年十二月三十一日止年度的112.21日，並增加至截至二零一三年十二月三十一日止年度的172.39日，主要由於(i)持續擴展零售店網絡；及(ii)計劃於二零

## 財務資料

一四年下半年推出全新品牌 *Koradior elsewhere*，須就此準備額外已生產製成品。我們銷售網絡的零售店數目由二零一一年十二月三十一日的119家增加至二零一二年十二月三十一日的177家，並進一步增至二零一三年十二月三十一日的254家，其中直營零售店於同期由109增加至162家並進一步增至237家。

存貨之賬齡分析載列如下：

	截至二零一一年十二月三十一日止年度						
	一年內	一至二年	二至三年	三年以上	撥備前總額	存貨撥備	撥備後總額
	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	人民幣千元	人民幣千元
原料	8,487	615	—	—	9,102	—	9,102
製成品	24,140	4,570	298	—	29,008	(1,062)	27,946
在製品	456	—	—	—	456	—	456
總計	<u>33,083</u>	<u>5,185</u>	<u>298</u>	<u>—</u>	<u>38,566</u>	<u>(1,062)</u>	<u>37,504</u>
	截至二零一二年十二月三十一日止年度						
	一年內	一至二年	二至三年	三年以上	撥備前總額	存貨撥備	撥備後總額
	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	人民幣千元	人民幣千元
原料	15,242	2,107	176	—	17,525	—	17,525
製成品	49,421	6,004	1,120	—	56,545	(1,842)	54,703
在製品	1,219	—	—	—	1,219	—	1,219
總計	<u>65,882</u>	<u>8,111</u>	<u>1,296</u>	<u>—</u>	<u>75,289</u>	<u>(1,842)</u>	<u>73,447</u>
	截至二零一三年十二月三十一日止年度						
	一年內	一至二年	二至三年	三年以上	撥備前總額	存貨撥備	撥備後總額
	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	人民幣千元	人民幣千元
原料	24,077	4,468	1,006	145	29,696	—	29,696
製成品	91,413	7,863	962	111	100,349	(2,142)	98,207
在製品	2,206	—	—	—	2,206	—	2,206
總計	<u>117,696</u>	<u>12,331</u>	<u>1,968</u>	<u>256</u>	<u>132,251</u>	<u>(2,142)</u>	<u>130,109</u>

本公司參考存貨賬齡及特定存貨之情況就製成品計提撥備。

更多有關存貨管理措施之詳情，請參閱本[編纂]「業務—存貨管理」一段。

## 財務資料

於二零一四年三月三十一日，已動用或出售於二零一三年十二月三十一日價值人民幣64.28百萬元或49.43%之存貨。

### 貿易應收款項

大部分貿易應收款項與透過直營零售店作出之銷售有關。我們與中國百貨公司及購物中心訂立聯營合同或租賃多間直營零售店。於該等租賃零售店及商店之銷售所得款項由百貨公司及購物中心代本公司收集。一旦本公司與百貨公司及購物中心協定每月銷售數額，我們將於確認收益日期起計30日內發出發票。該等專櫃銷售在扣除佣金及應付百貨公司及購物中心的租金後進行結算，並預期於確認收益日期起計60日內結算。有極小量的貿易應收款項乃來自經銷商。下表載列於所示日期貿易應收款項的概要：

	於十二月三十一日		
	二零一一年	二零一二年	二零一三年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
貿易應收款項	54,907	76,192	104,685

由於我們在往績期間拓展銷售網絡，並增加百貨公司及購物中心直營零售店數目，我們的貿易應收款項由二零一一年十二月三十一日人民幣54.91百萬元，增加38.77%至二零一二年十二月三十一日人民幣76.19百萬元，再增加37.40%至二零一三年十二月三十一日人民幣104.69百萬元。

下表載列於所示期間，我們百貨公司及購物中心零售店的整體貿易應收款項平均週轉天數及貿易應收款項平均週轉天數：

	截至十二月三十一日止年度		
	二零一一年	二零一二年	二零一三年
貿易應收款項平均週轉天數 <sup>(1)</sup>	48.03	49.34	47.03

附註：

- (1) 貿易應收款項平均週轉天數相等於平均貿易應收款項除以收益再乘以365日。平均貿易應收款項相等於年初貿易應收款項加年末貿易應收款項再除以二。

我們貿易應收款項的整體平均週轉天數維持於約48天的穩定水平，與我們與百貨公司及購物中心安排的付款條款一致。

## 財務資料

下表載列於所示日期我們貿易應收款項的賬齡分析(按收益確認日期)：

	於十二月三十一日		
	二零一一年	二零一二年	二零一三年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
一個月內	35,825	49,463	71,696
一至兩個月	14,407	18,818	25,732
兩至三個月	2,089	3,329	4,389
超過三個月	2,586	4,582	2,868
	54,907	76,192	104,685

百貨公司及購物中心一般於收益確認日期起計60日內清償本集團之應收款項。賬齡超過三個月之貿易應收款項，由須要較長時間結算專櫃銷售的百貨公司或購物中心之應收款項組成。於往績期間，概無賬齡超過一年的貿易應收款項。

我們負責部門的高級管理層會定期審閱逾期結餘，因我們的貿易應收款項來源於眾多不同客戶，故此認為本集團的信貸風險並無過度集中的情況。截至二零一一年、二零一二年及二零一三年十二月三十一日止年度，並無錄得任何貿易應收款項減值撥備。

於二零一四年三月三十一日，人民幣103.09百萬元或截至二零一三年十二月三十一日的貿易應收款項其中98.47%，已獲償付。

### 預付款項、按金及其他應收款項

下表載列於所示日期預付款項、按金及其他應收款項(計入流動資產)的概要：

	截至十二月三十一日止年度		
	二零一一年	二零一二年	二零一三年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
按金及預付款項	12,139	8,932	22,649
應收關聯方款項	—	2,000	—
其他應收款項	343	388	300
	12,482	11,320	22,949
減：非流動按金及預付款項	(205)	(156)	(10,855)
	12,277	11,164	12,094

## 財務資料

我們的預付款項、按金及其他應收款項主要包括(a)就直營零售店、辦公室及貨倉支付的預付租金及按金；及(b)預付原料供應商款項及預付OEM加工商的款項，即我們一般就外判生產向OEM加工商預付若干比例的OEM費用。

我們的按金及預付款項由二零一一年十二月三十一日人民幣12.14百萬元，下跌26.42%至二零一二年十二月三十一日的人民幣8.93百萬元，主要由於我們不再就外判生產向贏家服飾預付款項所致。我們的按金及預付款項增加153.57%至二零一三年十二月三十一日的人民幣22.65百萬元，主要由於我們根據深圳政府出台的政策，為僱員購買住宅而支付按金人民幣7.93百萬元，以挽留優秀人才。於二零一二年十二月三十一日產生一項應收關聯方款項，金額為人民幣2.00百萬元，此乃源於深圳金和鑫就本集團於二零一二年十月二十五日出售北京金悅然全部權益之未付代價。

### 貿易應付款項

我們的貿易應付款項主要包括應付予OEM加工商及原料供應商的款項。下表載列於所示日期貿易應付款項的概要：

	於十二月三十一日		
	二零一一年 人民幣千元	二零一二年 人民幣千元	二零一三年 人民幣千元
貿易應付款項	11,573	28,692	38,632

我們的貿易應付款項由二零一一年十二月三十一日人民幣11.57百萬元增加147.92%至二零一二年十二月三十一日人民幣28.69百萬元，再增加34.64%至二零一三年十二月三十一日人民幣38.63百萬元，主要由於本集團因增產而增加採購原料及將更多生產過程外判予OEM加工商，而本集團多數在製成品運抵後才付款。於往績期間，貿易應付款項的結付期一般為60日。

下表載列於各所示日期本集團貿易應付款項的賬齡分析(按發票日期)：

	於十二月三十一日		
	二零一一年 人民幣千元	二零一二年 人民幣千元	二零一三年 人民幣千元
一個月內	9,459	20,736	31,748
一至兩個月	156	3,457	3,042
兩至三個月	1,785	2,711	38
超過三個月	173	1,788	3,804
	<u>11,573</u>	<u>28,692</u>	<u>38,632</u>

## 財務資料

下表載列於所示期間我們的貿易應付款項的整體平均週轉天數：

	截至十二月三十一日止年度		
	二零一一年	二零一二年	二零一三年
貿易應付款項平均週轉天數 <sup>(1)</sup>	27.86	40.72	57.02

附註：

- (1) 貿易應付款項平均週轉天數相等於平均貿易應付款項除以銷售成本再乘以365日。平均貿易應付款項相等於年初貿易應付款項加年末貿易應付款項再除以二。

我們一般獲OEM加工商及原料供應商授予60日信貸期。我們的貿易應付款項平均週轉天數由截至二零一一年十二月三十一日止年度的27.86日增加至截至二零一二年十二月三十一日止年度的40.72天，並增加至截至二零一三年十二月三十一日止年度的57.02日，與OEM加工商及原料供應商授予我們的信貸期一致。

於二零一四年三月三十一日，我們已結付人民幣[28.42]百萬元或截至二零一三年十二月三十一日的貿易應付款項其中[73.56]%。

### 其他應付款項

下表載列於所示日期其他應付款項的概要：

	於十二月三十一日		
	二零一一年 人民幣千元	二零一二年 人民幣千元	二零一三年 人民幣千元
預收款項	1,990	1,024	2,901
應付其中一位控股股東金先生的款項	18,837	19,903	34,908
應付關聯方款項	639	52,174	51
其他應付款項	785	1,392	10,584
來自第三方的貸款	—	—	15,000
應付員工成本	10,092	10,166	15,129
增值稅及其他應付稅項	8,386	11,320	16,085
<b>總計</b>	<b>40,729</b>	<b>95,979</b>	<b>94,658</b>

我們的其他應付款項主要包括：(a)預收款項；(b)應付其中一位控股股東金先生的款項；(c)應付關聯方款項；(d)來自第三方的貸款；(e)應付員工成本；及(f)增值稅及其他應付稅項。

其他應付款項由二零一一年十二月三十一日的人民幣40.73百萬元，增加135.65%至二零一二年十二月三十一日的人民幣95.98百萬元，主要由於(a)結欠深圳金和鑫的款

## 財務資料

項人民幣40.16百萬元，乃收購深圳珂萊蒂爾100%股權(作為重組的一部分)而未償付之代價；及(b)應付贏家服飾的款項人民幣12.02百萬元，用作一般營運資金。於二零一三年十二月三十一日，其他應付款項減少1.38%至人民幣94.66百萬元，主要由於(a)應付其中一位控股股東金先生的款項增加，由於金先生額外向我們墊付人民幣15.00百萬元，作為我們的一般營運資金；及(b)因來自第三方的貸款而令其他應付款項增加，部分因應付深圳金和鑫款項減少而抵銷。

### 流動資金及資本資源

#### 現金流量

我們主要透過經營所得的現金流量、銀行借款及股東注資及墊款為營運提供資金。資金的主要用途為採購原料、向OEM加工商付款及用於擴展銷售網絡的現金，包括租賃裝修並為我們的營運資金及償還其中一名控股股東金先生的墊款提供資金。以往，我們透過經營活動所得現金流量、銀行貸款及其他借款(包括股東提供的融資)以及股東的注資為流動資金需求撥資。將來，我們的資金來源將擴展至涵蓋[編纂]的[編纂]及不時自資本市場籌集的其他資金。我們截至二零一二年及二零一三年十二月三十一日止年度的經營現金流量為正數，而我們截至二零一一年十二月三十一日止年度的經營現金流量則為負數。我們以往在銀行借款到期時償還或滾存。於往績期間，我們在滾存銀行貸款時並無遇到任何重大困難。經計及我們於二零一三年十二月三十一日現有的現金及現金等價物人民幣77.11百萬元，及我們截至二零一三年十二月三十一日止年度的經營現金流量淨額為正數人民幣49.95百萬元，以及預期自[編纂]收取的所得款項淨額後，董事在審慎仔細查詢後信納，我們擁有充足的營運資金，可應付自本[編纂]日期起計最少12個月的需求，包括為計劃擴展銷售網絡提供資金。

下表載列我們於所示期間的現金流量：

	截至十二月三十一日止年度		
	二零一一年 人民幣千元	二零一二年 人民幣千元	二零一三年 人民幣千元
經營活動(所用)／所得現金流量淨額	(19,261)	11,518	49,947
投資活動所用現金流量淨額	(14,375)	(16,478)	(21,898)
融資活動所得現金流量淨額	<u>36,912</u>	<u>13,427</u>	<u>34,782</u>
現金及現金等價物增加淨額	3,276	8,467	62,831
年初現金及現金等價物	2,567	5,843	14,284
外匯匯率變動之影響	<u>—</u>	<u>(26)</u>	<u>(10)</u>
年末現金及現金等價物	<u><u>5,843</u></u>	<u><u>14,284</u></u>	<u><u>77,105</u></u>

## 財務資料

### 經營活動所得現金淨額

截至二零一三年十二月三十一日止年度，未計營運資金變動前，我們自經營活動產生現金流入淨額人民幣127.76百萬元，而經營活動所得現金流入淨額為人民幣49.95百萬元。兩者相差人民幣77.81百萬元主要反映(i)受(其中包括)擴展零售網絡帶動，為應付新增的銷售水平，增加存貨人民幣56.66百萬元；(ii)來自第三方的貿易及其他應收款項增加人民幣33.34百萬元(主要由於銷售增加，令應收百貨公司及購物中心款項有所上升)，部分因貿易及其他應付款項增加人民幣28.86百萬元(由於我們增產而將更多OEM生產外判予OEM加工商)而抵銷。

截至二零一二年十二月三十一日止年度，未計營運資金變動前，我們自經營活動產生現金流入淨額人民幣51.11百萬元，而經營活動所得現金流入淨額為人民幣11.52百萬元。兩者相差人民幣35.59百萬元主要反映(i)受(其中包括)擴展零售網絡帶動，為應付新增的銷售增加存貨人民幣35.94百萬元；(ii)來自第三方的貿易及其他應收款項增加人民幣24.81百萬元(主要由於銷售增加，令應收百貨公司及購物中心款項有所上升)，部分因貿易及其他應付款項增加人民幣20.74百萬元(由於我們增產而將更多OEM生產外判予OEM加工商)而抵銷。

截至二零一一年十二月三十一日止年度，未計營運資金變動前，我們自經營活動產生現金流入淨額人民幣39.02百萬元，而經營活動之現金流出淨額為人民幣19.26百萬元。兩者相差人民幣58.28百萬元主要反映(i)由於我們償還贏家服飾的若干墊款，以致應付關聯方款項減少人民幣26.53百萬元；(ii)來自第三方的貿易及其他應收款項增加人民幣25.84百萬元(主要由於銷售增加，令應收百貨公司及購物中心款項有所上升)；(iii)受(其中包括)擴展零售網絡帶動，為應付新增的銷售增加存貨人民幣13.21百萬元；及(iv)我們向OEM加工商預付人民幣6.52百萬元，導致預付款項增加人民幣6.55百萬元，部分因貿易及其他應付款項增加人民幣16.96百萬元而抵銷。

### 投資活動所用現金淨額

於往績期間，影響投資活動所用現金淨額的主要項目為租賃裝修的資本開支，以及出售附屬公司。

截至二零一三年十二月三十一日止年度，投資活動所用現金淨額為人民幣21.90百萬元。該金額乃我們開設新直營零售店產生的租賃裝修費用，部分因我們以代價人民幣2.00百萬元轉讓北京金悅然的100%股權予深圳金和鑫時出售附屬公司而抵銷。

截至二零一二年十二月三十一日止年度，投資活動所用現金淨額為人民幣16.48百萬元。該金額乃(i)我們開設新直營零售店產生的租賃裝修費用；及(ii)部份因我們以代價人民幣2.00百萬元轉讓附屬公司北京金悅然的100%股權予深圳金和鑫而抵銷。

## 財務資料

截至二零一一年十二月三十一日止年度，投資活動所用現金淨額為人民幣14.38百萬元。該金額乃我們開設新直營零售店產生的租賃裝修費用。

### 融資活動所用現金淨額

於往績期間，融資活動主要包括[編纂]投資者的資本注資、銀行借款之所得款項及還款，以及關聯方的墊款及還款。

截至二零一三年十二月三十一日止年度，融資活動所得現金淨額為人民幣34.78百萬元，主要包括(i)向[編纂]投資者發行股份所得款項人民幣34.61百萬元；(ii)銀行借款人民幣25.00百萬元(扣除還款)；(iii)來自第三方的貸款人民幣15.00百萬元；及(iv)關聯方墊款人民幣2.74百萬元(扣除還款)，部分因(i)就收購深圳珂萊蒂爾(作為重組一部分)支付予深圳金和鑫的代價人民幣40.16百萬元；及(ii)已付利息人民幣2.41百萬元而抵銷。

截至二零一二年十二月三十一日止年度，融資活動產生之現金淨額達人民幣13.43百萬元，主要包括(i)關聯方墊款人民幣11.80百萬元(扣除還款)；(ii)向[編纂]投資者發行股份所得款項人民幣3.71百萬元，部分因已付利息人民幣2.08百萬元而抵銷。

截至二零一一年十二月三十一日止年度，融資活動產生之現金淨額達人民幣36.91百萬元，主要包括(i)銀行貸款所得款項人民幣30百萬元；及(ii)關聯方墊款人民幣8.33百萬元(扣除還款)，部分因已付利息人民幣1.42百萬元而抵銷。

### 資本開支

於往績期間，資本開支主要涉及直營零售店的租賃裝修及購置汽車的所用款項。截至二零一一年、二零一二年及二零一三年十二月三十一日止年度，資本開支總額分別達人民幣14.41百萬元、人民幣14.52百萬元及人民幣16.18百萬元。

截至二零一四年十二月三十一日止六個月及截至二零一五年十二月三十一日止年度，就開設新直營零售店的計劃資本開支分別約為50.54百萬港元及105.32百萬港元，主要與店舖裝飾及為各零售店購置傢俱及設備有關。截至二零一四年十二月三十一日止六個月及截至二零一五年十二月三十一日止年度，我們計劃使用[編纂]所得款項淨額155.86百萬港元為開設新直營零售店提供資金(包括(i)上述店舖裝飾及為各零售店購置傢俱及設備的資本開支；(ii)存貨；及(iii)預付租金)。

與店舖裝飾及為各零售店購置傢俱及設備有關的資本開支將分別根據租賃裝修及傢俱、固定裝置及設備資本化。我們預期開設新直營零售店後將產生折舊開支。租賃裝修及傢俱、固定裝置及設備的成本預期分別按租期及估計可使用年期折舊。

## 財務資料

### 債項

#### 銀行借款及其他債項

	於十二月三十一日			於
	二零一一年 人民幣千元	二零一二年 人民幣千元	二零一三年 人民幣千元	二零一四年 四月三十日 人民幣千元
須於一年內償還之有抵押銀行 借款	—	30,000	25,000	25,000
須於一年後償還之有抵押銀行 借款	30,000	—	—	—
須於一年內償還之無抵押銀行 借款	—	—	30,000	50,000
小計	30,000	30,000	55,000	75,000
須於一年內償還之無抵押借款	—	—	15,000	15,000
總計	30,000	30,000	70,000	90,000

於二零一四年四月三十日(即就釐定債項而言的債務資料最後可行日期)(「債務資料最後可行日期」)，我們的銀行借款總額達人民幣75.00百萬元。

於往績期間，銀行借款包括短期銀行借款，以作營運資金用途。該等銀行借款以人民幣計值，並為浮動利率借款。於二零一一年、二零一二年及二零一三年十二月三十一日及二零一四年四月三十日，我們有抵押短期借款的實際年利率分別為6.405%、6.405%、6.60%及6.60%。

於二零一一年及二零一二年十二月三十一日，我們的銀行借款總額維持穩定，達人民幣30.00百萬元，並於二零一三年十二月三十一日增加至人民幣55.00百萬元，由於我們於年內借入新銀行借款人民幣65.00百萬元，並償還現有銀行借款人民幣40.00百萬元。由於我們於截至二零一四年四月三十日止四個月新造銀行借款人民幣20.00百萬元，我們的銀行借款總額增加至二零一四年四月三十日的人民幣75.00百萬元。於往績期間，本集團自銀行取得短期借款，因為自銀行取得信貸融資可提高本集團財政的靈活性及流動性，為我們持續擴展業務提供資金。

金先生就取得銀行融資提供擔保及抵押彼擁有的若干樓宇，於二零一一年及二零一二年十二月三十一日，銀行融資的賬面值分別為人民幣30.00百萬元及人民幣30.00百萬元，而於上述各日期，有關銀行授出的銀行融資分別為數人民幣30.00百萬元及人民幣30.00百萬元。金先生就本集團銀行借款以其若干樓宇為抵押品所作之抵押已於截

## 財務資料

至二零一三年十二月三十一日止年度獲解除。金先生亦對一家銀行批授之銀行融資提供擔保，截至二零一四年四月三十日該銀行融資金額為人民幣20.00百萬元。於二零一三年十二月三十一日及二零一四年四月三十日，金先生及其配偶就賬面值為人民幣30.00百萬元及人民幣50.00百萬元的銀行融資提供擔保，而有關銀行於相關日期授出的銀行融資金額為人民幣30.00百萬元及人民幣50.00百萬元。於完成[編纂]後，金先生(控股股東之一)及其配偶提供的所有擔保將悉數解除及由本集團公司承擔。有關貸款將不會在該等擔保解除時被要求償還。

於二零一一年、二零一二年及二零一三年十二月三十一日及二零一四年四月三十日，我們亦以總部(位於中國深圳市泰然九路紅松大廈B座7層)的樓宇抵押，其賬面值分別為人民幣20.71百萬元、人民幣19.79百萬元、人民幣18.88百萬元及人民幣18.58百萬元，藉此取得有關銀行於上述各日期分別授出為數人民幣30.00百萬元、人民幣30.00百萬元、人民幣25.00百萬元及人民幣25.00百萬元的銀行融資。

我們須遵守與銀行訂立的貸款協議條款項下的若干條件及契諾。貸款協議規定，我們於進行合併、整合、收購、分拆、股份轉讓、於合營公司之投資、銷售或出售資產及重組時，須通知或取得銀行的同意書。概無特定條文要求我們就[編纂]取得任何現有貸款協議項下的放貸人的同意。

於往績期間，我們向一名獨立第三方借入無抵押借款總額人民幣15.00百萬元，該獨立第三方於二零零五年八月十五日在中國成立，並主要從事電子產品貿易、樓宇裝修物料及其他國內業務。其由本集團控股股東金先生之友人全資擁有。貸款乃獨立第三方應控股股東金先生的要求而授出。該貸款並無抵押，因為獨立第三方對金先生領導之管理層充滿信心。該貸款亦無計息，因為(i)屬短期貸款；及(ii)未獲中國人民銀行授權的任何公司間借款利息將受《貸款通則》懲罰。

我們於往績期間向上述獨立第三方借入的借款包括短期借款，作為營運資金。其以人民幣計值，並已於最後可行日期悉數償還。

我們的中國法律顧問告知，來自上述獨立第三方的借款並無遵守《貸款通則》的若干條文，惟其全面遵守中國相關法律及行政規例，且概無構成重大違反中國法律，因為《貸款通則》僅為部門規則，並不構成中國法律及行政規例。

於往績期間直至最後可行日期，據董事所知，並無任何其他違反財務契約或任何重大拖欠貿易及非貿易應付款項及銀行借款。

## 財務資料

除上文所述者外，於最後可行日期，我們並無任何已發行或同意將予發行的未償還貸款股本、銀行透支、貸款、債務證券、借款或其他類似債務、承兌負債或承兌信貸、債券、按揭、押記、融資租賃、租購承擔、擔保或其他重大或然負債。

於債務資料最後可行日期，我們有未動用無限制銀行融資人民幣45.00百萬元。基於我們與地方銀行的友好關係，我們相信可在必要時取得額外的銀行融資及提取額外銀行貸款。

董事確認，自二零一四年四月三十日起至本[編纂]日期止，本集團之債務及或然負債概無任何重大變動。

### 合約責任

#### 經營租賃承擔

於往績期間，我們根據經營租賃租用多處物業，包括我們位於深圳的辦公室單位及倉庫及中國的直營零售店。倉庫的經營租期約為3年。辦公室單位的兩個經營租賃年期分別為3及4年。我們14家直營零售店的經營租賃年期平均一般為3年。下表載列我們於所示日期根據不可撤銷經營租賃應付的未來最低租賃款項：

	於十二月三十一日		
	二零一一年 人民幣千元	二零一二年 人民幣千元	二零一三年 人民幣千元
一年內	4,970	6,440	20,787
一年後但五年內	<u>2,706</u>	<u>6,317</u>	<u>11,997</u>
	<u>7,676</u>	<u>12,757</u>	<u>32,784</u>

## 財務資料

### 財務比率

下表載列我們於往績期間的主要財務比率概要：

財務比率	公式	於／截至十二月三十一日止年度		
		二零一一年	二零一二年	二零一三年
<b>盈利比率：</b>				
1. 增長				
a. 收入增長		—	48.26%	44.74%
b. 溢利增長		—	43.05%	188.05%
2. 利潤率				
a. 毛利率	a. 毛利／收入 x 100.00%	63.54%	62.79%	69.30%
b. 息稅前純利率	b. 息稅前溢利／收入 x 100.00%	8.27%	8.09%	15.79%
c. 純利率	c. 稅後溢利／收入 x 100.00%	5.94%	5.74%	11.41%
3. 權益回報率				
a. 權益回報率	a. 溢利／平均總權益 x 100.00%	46.04%	58.40%	79.60%
b. 總資產回報率	b. 溢利／平均總資產 x 100.00%	16.73%	15.84%	27.76%
		於／截至十二月三十一日止年度		
財務比率	公式	二零一一年	二零一二年	二零一三年
<b>流動資金比率：</b>				
1. 流動資金比率				
a. 流動比率	a. 流動資產／流動負債	1.84	1.06	1.54
b. 速動比率	b. (流動資產－存貨)／流動負債	1.22	0.61	0.92
2. 週轉率				
a. 存貨週轉天數	a. 平均存貨／銷售成本 x (365天)	94.57	112.21	172.39
b. 應收款項週轉天數 (平均收款期)	b. 平均貿易應收款項／收入 x (365天)	48.03	49.34	47.03
c. 應付款項週轉天數 (平均付款期)	c. 平均貿易應付款項／銷售成本 x (365天)	27.86	40.72	57.02
<b>資本充足率：</b>				
1. 資產負債比率	銀行借款總額／權益總額 x 100.00%	57.75%	69.30%	34.81%
2. 負債淨值比率				
a. 負債權益比率	a. 負債淨額(銀行借款總額－銀行結餘及現金)／權益總額 x 100.00%	46.50%	36.30%	淨現金
b. 利息覆蓋比率	b. 息稅前溢利／利息	19.07	18.85	46.03

### 流動比率

我們於往績期間維持穩健的流動資金狀況，於二零一一年、二零一二年及二零一三年十二月三十一日，流動比率分別為1.84、1.06及1.54。流動比率由二零一一年十二月三十一日的1.84，跌至二零一二年十二月三十一日之1.06，主要由於收購深圳珂萊蒂爾100%股權(作為重組一部分)，導致應付深圳金和鑫款項增加。流動比率由二零

## 財務資料

一二年十二月三十一日的1.06，增至二零一三年十二月三十一日之1.54，主要由於現金及現金等價物結餘因經營現金流量增加及新股東的注資而有所上升，以及因擴展銷售網絡，預期產品需求攀升而增加存貨。

### 速動比率

速動比率的走勢基本上與流動比率相符，於二零一一年、二零一二年及二零一三年十二月三十一日，速動比率分別為1.22、0.61及0.92。速動比率由二零一一年十二月三十一日的1.22減至二零一二年十二月三十一日的0.61，主要由於收購深圳珂萊蒂爾100.00%股權(為重組一部分)，導致應付深圳金和鑫款項增加。速動比率由二零一二年十二月三十一日的0.61增至二零一三年十二月三十一日的0.92，主要由於現金及現金等價物結餘因經營現金流量增加及新股東的注資而有所上升。

### 資產負債比率

於二零一一年、二零一二年及二零一三年十二月三十一日，資產負債比率分別為57.75%、69.30%及34.81%。二零一二年十二月三十一日的資產負債比率較高，主要由於本集團進行重組，令其資本架構出現變動，導致權益基礎減小所致。二零一三年十二月三十一日的資產負債比率較低，主要由於股本注資後，權益基礎增加所致。

### 權益回報率

截至二零一一年、二零一二年及二零一三年十二月三十一日止年度，權益回報率(「權益回報率」)分別為46.04%、58.40%及79.60%。權益回報率由截至二零一一年十二月三十一日止年度的46.04%，增加至截至二零一二年十二月三十一日止年度的58.40%，並進一步增加至截至二零一三年十二月三十一日止年度的79.60%，乃由於本公司權益持有人應佔溢利因直營零售店收益增加而有所上升，而直營零售店收益出現增長則是因為同期可比較零售店銷售增加，以及我們擴展銷售網絡及擴充產品組合。

### 總資產回報率

截至二零一一年、二零一二年及二零一三年十二月三十一日止年度，資產回報率(「資產回報率」)分別為16.73%、15.84%及27.76%。截至二零一一年十二月三十一日止年度至截至二零一二年十二月三十一日止年度的資產回報率下降，主要由於我們擴展業務及銷售網絡，導致存貨及貿易應收款項增加所致。截至二零一三年十二月三十一日止年度之資產回報率上升，主要由於本公司權益持有人應佔溢利因直營零售店收益增加而有所上升，而直營零售店收益增長則是因為同期可比較零售店銷售增加，以及我們擴展銷售網絡及擴充產品組合，這超出我們資產總值的增幅。

## 財務資料

### 債務對權益比率

我們的債務對權益比率由二零一一年十二月三十一日的46.50%跌至二零一二年十二月三十一日的36.30%，並於二零一三年十二月三十一日跌至淨現金水平，主要由於二零一三年十二月三十一日的現金及現金等價物的結餘增幅超逾計息債務的結餘。

### 利息覆蓋比率

利息覆蓋比率由截至二零一零年十二月三十一日止年度的19.07下跌至截至二零一一年十二月三十一日止年度的18.85，主要由於經營溢利的增幅百分比比較利息成本增幅為低，但於截至二零一三年十二月三十一日止年度增加至46.03，主要由於經營溢利較利息成本增幅為高。

### 資產負債表外承擔及安排

截至最後可行日期，我們並無進行任何資產負債表外交易。

### 或然負債

除本[編纂]披露者外，截至最後可行日期，我們並無任何未償還的按揭、押記、債券、借貸資本、銀行借貸、透支、債務證券或其他類似債項、融資租賃或租購承擔、承兌負債或承兌信貸、擔保或重大或然負債。

### 營運資金

我們主要以經營所得現金流量、銀行借貸和股東出資及墊款提供營運資金。日後，我們預期會綜合利用各種來源的資金，以支持營運及其他潛在收購，包括借貸及內部產生的現金流量。

經計及我們從業務營運中產生的現金、從[編纂]估計可獲得的所得款項淨額，及我們在銀行和金融機構設立的可供動用信貸融資後，董事確認本集團具備充足營運資金，應付自本[編纂]日期起計未來十二個月的目前營運需要。

[編纂]

## 財務資料

### 關聯方交易

於往績期間，本集團曾進行若干關聯方交易，詳情載於本[編纂]附錄一會計師報告的附註23「重大關聯方交易」。本集團預期會繼續與贏家服飾、王素敏先生及金先生(控股股東之一)交易。有關[編纂]後持續關聯方交易之進一步詳情，請參閱本[編纂]「關連交易」一節。董事確認，此等關聯方交易是按正常商業條款及／或不遜於獨立第三方可享有的條款進行，被認為是公平合理，並符合股東整體利益。

### 結算表日期後事項

於二零一四年二月二十五日，本公司透過增設[編纂]股每股面值0.01港元之股份，增加法定股本，並發行[編纂]股每股面值0.01港元之股份，以及購回97,701股每股面值1.00美元之已發行股份，並透過註銷100,000股每股面值1.00美元之股份，減少法定股本。

### 有關市場風險的定量及定性披露

本集團於日常業務過程中承受多種市場風險，例如信貸風險、流動資金風險及利率風險。本集團的風險管理策略旨在盡量降低上述風險對我們財務表現的不利影響。

#### 信貸風險

本集團的信貸風險主要歸因於貿易及其他應收款項及非即期租金按金。我們已實施信貸政策，並持續監控該等信貸風險。

#### 貿易及其他應收款項

本集團的貿易及其他應收款項主要包括應收中國百貨公司及購物中心的款項，而該等百貨公司及購物中心近期並無嚴重違約記錄。我們承擔的信貸風險主要受每家百貨公司及購物中心的個別特性影響，且並無重大集中信貸風險。我們進行信貸評估，專注於客戶的付款記錄及現時付款能力。我們並無收取客戶抵押品。我們於往績期間並無錄得重大壞賬虧損。

最高信貸風險指經扣除任何減值撥備後綜合資產負債表內各金融資產的賬面值。我們並無提供任何會導致我們面臨信貸風險的其他擔保。

#### 非即期租金按金

非即期租金按金乃支付予百貨公司及購物中心。考慮到其信譽，我們認為該等款項可悉數收回。

## 財務資料

### 流動資金風險

本集團內個別經營實體負責其本身的現金管理，包括現金盈餘的短期投資及募集貸款以應付預期的現金需求，惟倘借款超出若干預定的授權水平，則須取得管理層及董事批准。我們的政策為定期監察流動資金需要，並遵守借貸契諾，確保維持足夠現金儲備及來自大型財務機構的充足承諾融資額度，應付我們短期和較長期的流動資金需要。

下表列示本集團於各有關結算日的銀行借款以及貿易及其他應付款項的餘下預定到期日期(若有關金額將會於經議定還款期內償還)，乃根據預定未貼現現金流量計算(包括按合約利率計算的利息付款，或如屬浮息，則以結算日適用的利率計算的利息付款)：

	於二零一一年十二月三十一日			
	已訂約未貼現現金流出			
	一年內或 按要求 人民幣千元	超過一年 但少於兩年 人民幣千元	總額 人民幣千元	賬面值 人民幣千元
銀行貸款	1,938	30,478	32,416	30,000
貿易及其他應付款項 (不包括預收款項)	50,312	—	50,312	50,312
	<u>52,250</u>	<u>30,478</u>	<u>82,728</u>	<u>80,312</u>

	於二零一二年十二月三十一日			
	已訂約未貼現現金流出			
	一年內或 按要求 人民幣千元	超過一年 但少於兩年 人民幣千元	總額 人民幣千元	賬面值 人民幣千元
銀行貸款	30,478	—	30,478	30,000
貿易及其他應付款項 (不包括預收款項)	123,647	—	123,647	123,647
	<u>154,125</u>	<u>—</u>	<u>154,125</u>	<u>153,647</u>

## 財務資料

於二零一三年十二月三十一日

已訂約未貼現現金流出

	一年內或 按要求 人民幣千元	超過一年 但少於兩年 人民幣千元	總額 人民幣千元	賬面值 人民幣千元
	銀行貸款	58,630	—	58,630
貿易及其他應付款項 (不包括預收款項)	130,389	—	130,389	130,389
	<u>189,019</u>	<u>—</u>	<u>189,019</u>	<u>185,389</u>

### 利率風險

本集團的利率風險主要來自銀行借款。以浮息發行的借款令我們承擔現金流量利率風險。我們一般借入短期一年內到期的短期銀行貸款，藉此限制我們承擔的利率風險。本集團由管理層監察的利率組合載於下文。

### 利率組合

下表詳述我們於結算日的借款利率組合：

	二零一一年		於十二月三十一日 二零一二年		二零一三年	
	實際利率	金額 人民幣千元	實際利率	金額 人民幣千元	實際利率	金額 人民幣千元
浮息借款：						
銀行貸款	6.405%	<u>30,000</u>	6.405%	<u>30,000</u>	6.60%	<u>55,000</u>
借款總額		<u>30,000</u>		<u>30,000</u>		<u>55,000</u>

### 敏感度分析

於二零一一年、二零一二年及二零一三年十二月三十一日，估計當利率整體上升／下降100個基點而所有其他變數保持不變，我們的年內除稅後溢利及保留溢利將分別減少／增加約人民幣228,000元、人民幣225,000元及人民幣413,000元。權益的其他部分不會受利率變動所影響。

## 財務資料

上述敏感度分析顯示假設利率變動對利息收入及開支產生年化影響情況下，對本集團期間溢利及保留溢利造成的影響。該分析乃按整個往績期間的相同基準進行。

### 貨幣風險

本集團的業務主要以人民幣進行交易，而我們大部分貨幣資產及負債均以人民幣計值。因此，管理層認為本集團承受的貨幣風險並不重大。

### 可分派儲備

於二零一三年十二月三十一日，我們有人民幣37.53百萬元之可分派儲備。本公司之可分派儲備將隨往後期間獲得任何溢利而增加，或會因產生任何虧損淨額或作出任何分派而減少。

### 股息政策

於往績期間，我們並無宣派任何股息。

經計及我們的經營業績、現金流量及財務狀況、營運和資本需要以及當時可能被董事會視為相關的其他因素後，董事會可能會宣派股息(如有)。未來股息派付亦將取決於是否獲派中國附屬公司股息。中國法律規定，僅可自按照中國會計準則計算的溢利中派付股息，而中國會計準則在很多方面有別於其他司法權區的一般公認會計準則(包括國際財務報告準則)。中國法律亦規定外商投資企業須將其部分純利轉撥為法定儲備，而不得作為現金股息分派。本公司附屬公司若產生債項或虧損，則來自本公司附屬公司的分派或會受到限制，或須遵守本集團或其附屬公司及聯營公司在日後可能訂立的銀行信貸融資、可換股債券文據或其他協議的限制性承諾。

董事現擬[編纂]。此意向並不等於任何保證、聲明或表示本公司必定或將會按上述方法宣派及派付股息，或宣派及派付任何股息。董事於二零一五年往後宣派日後的股息金額，將取決於我們的(i)整體經營業績；(ii)財務狀況；(iii)資本需要；(iv)股東利益；(v)未來前景；及(vi)董事視為相關的其他因素。請參閱「風險因素 — 與本集團業務有關的風險 — 本公司未來派息政策由董事酌情決定」一節。

## 財務資料

[ 編纂 ]

## 財務資料

### 概無重大不利改動

我們概不知悉，自二零一三年十二月三十一日(如本[編纂]附錄一所載，即本集團最近期經審核綜合財務報表之編製日期)以來，本集團財務狀況有任何重大不利變動，且自二零一三年十二月三十一日以來，概無發生任何事項會對附錄一會計師報告所載之財務資料造成嚴重及不利影響。

### 根據[編纂]須予作出之披露

我們確認，於最後可行日期，並無出現任何根據[編纂]第13.13至13.19條須予披露規定的情況。