

香港交易及結算所有限公司及香港聯合交易所有限公司對本公告的內容概不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何聲明，並明確表示，概不對因本公告全部或任何部份內容而產生或因倚賴該等內容而引致的任何損失承擔任何責任。



Cosmo Lady (China) Holdings Company Limited

都市麗人(中國)控股有限公司

(於開曼群島註冊成立的有限公司)

(股份代號：2298)

截至2015年12月31日止年度之全年業績公告

		財務概要		
		截至12月31日止年度		
		2015年	2014年	變動
收入	人民幣千元	4,953,415	4,007,636	+23.6%
經營利潤	人民幣千元	688,803	575,056	+19.8%
本公司權益持有人 應佔利潤	人民幣千元	540,008	425,227	+27.0%
毛利率	%	42.7%	39.1%	+9.2%
經營利潤率	%	13.9%	14.3%	-2.8%
本公司權益持有人 應佔利潤率	%	10.9%	10.6%	+2.8%
每股盈利				
— 基本	人民幣分	28.33	24.86	+14.0%
— 攤薄	人民幣分	28.33	24.86	+14.0%
每股末期股息	港仙	11.00	10.00	+10.0%

年度業績

都市麗人(中國)控股有限公司(「本公司」)董事會(「董事會」)欣然公佈本公司及其附屬公司(「本集團」)截至2015年12月31日止年度之全年業績，連同2014年同期比較數字及經甄選解釋附註如下：

綜合損益及其他全面收益表

		截至12月31日止年度	
	附註	2015年 人民幣千元	2014年 人民幣千元
收入	4	4,953,415	4,007,636
銷售成本		(2,838,621)	(2,440,117)
毛利		2,114,794	1,567,519
銷售及營銷費用		(1,306,751)	(890,308)
一般及行政費用		(197,495)	(185,792)
其他收入	5	76,735	79,098
其他收益—淨額	6	1,520	4,539
經營利潤		688,803	575,056
財務收入	7	21,766	12,400
除所得稅前利潤		710,569	587,456
所得稅費用	8	(170,561)	(162,229)
年內利潤		540,008	425,227
年內其他全面收益／(虧損) (其後可能重新分類至損益的項目)			
匯兌差額		5,478	(4,479)
年內全面收益總額		545,486	420,748
本公司權益持有人應佔利潤		540,008	425,227
本公司權益持有人應佔全面收益總額		545,486	420,748
每股盈利	11	人民幣分	人民幣分
基本及攤薄		28.33	24.86

綜合資產負債表

	附註	於12月31日	
		2015年 人民幣千元	2014年 人民幣千元
資產			
非流動資產			
物業、廠房及設備		448,999	271,339
土地使用權		91,471	93,551
無形資產		40,110	25,407
於合營公司之投資		1,990	—
可供出售金融資產		15,600	—
給予第三方之貸款	12	105,000	—
按金、預付款及其他應收款項		32,780	30,275
遞延所得稅資產		30,318	23,610
		<u>766,268</u>	<u>444,182</u>
流動資產			
存貨		800,377	638,606
應收賬款	13	517,705	280,805
按金、預付款及其他應收款項		438,343	324,716
銀行結餘及現金		960,074	1,080,562
		<u>2,716,499</u>	<u>2,324,689</u>
資產總值		<u>3,482,767</u>	<u>2,768,871</u>
權益			
本公司權益持有人應佔股本及儲備			
股本		117,320	117,320
股份溢價		1,431,994	1,431,994
其他儲備		244,196	231,699
保留盈利		845,352	456,519
權益總額		<u>2,638,862</u>	<u>2,237,532</u>
負債			
流動負債			
應付賬款	14	495,411	269,958
應計費用及其他應付款項		283,556	209,752
當期所得稅負債		63,160	51,629
		<u>842,127</u>	<u>531,339</u>
非流動負債			
遞延所得稅負債		1,778	—
負債總額		<u>843,905</u>	<u>531,339</u>
權益及負債總額		<u>3,482,767</u>	<u>2,768,871</u>

綜合權益變動表

	本公司權益持有人應佔				權益總額 人民幣千元
	股本 人民幣千元	股份溢價 人民幣千元	其他儲備 人民幣千元	保留盈利 人民幣千元	
於2015年1月1日	<u>117,320</u>	<u>1,431,994</u>	<u>231,699</u>	<u>456,519</u>	<u>2,237,532</u>
全面收益					
年內利潤	—	—	—	540,008	540,008
其他全面收益					
匯兌差額	—	—	5,478	—	5,478
年內全面收益總額	—	—	5,478	540,008	545,486
與權益持有人交易					
以權益結算的股份報酬	—	—	7,019	—	7,019
股息	—	—	—	(151,175)	(151,175)
與權益持有人交易總額	—	—	7,019	(151,175)	(144,156)
於2015年12月31日	<u>117,320</u>	<u>1,431,994</u>	<u>244,196</u>	<u>845,352</u>	<u>2,638,862</u>
於2014年1月1日	—	—	656,265	31,292	687,557
全面收益					
年內利潤	—	—	—	425,227	425,227
其他全面虧損					
匯兌差額	—	—	(4,479)	—	(4,479)
年內全面(虧損)/收益總額	—	—	(4,479)	425,227	420,748
與權益持有人交易					
就重組發行普通股	6	429,994	—	—	430,000
重組影響	—	—	(428,938)	—	(428,938)
股份溢價資本化	92,301	(92,301)	—	—	—
就首次公開發售(「首次公開發售」)發行普通股	25,013	1,136,655	—	—	1,161,668
發行股份成本	—	(42,354)	—	—	(42,354)
以權益結算的股份報酬	—	—	8,851	—	8,851
與權益持有人交易總額	117,320	1,431,994	(420,087)	—	1,129,227
於2014年12月31日	<u>117,320</u>	<u>1,431,994</u>	<u>231,699</u>	<u>456,519</u>	<u>2,237,532</u>

綜合現金流量表

	截至12月31日止年度	
	2015年 人民幣千元	2014年 人民幣千元
經營活動所得現金流量		
經營活動所得現金	568,442	75,457
已付所得稅	(165,738)	(129,568)
經營活動所得／(所用)現金淨額	402,704	(54,111)
投資活動所得現金流量		
出售物業、廠房及設備的所得款項	4,681	1,213
已收利息	18,711	12,400
購買物業、廠房及設備	(192,945)	(114,279)
購買土地使用權	—	(18,586)
購買無形資產	(12,166)	(10,038)
購買可供出售金融資產	(15,600)	—
向合營公司注資	(1,990)	—
初步期限超過三個月的定期存款	149,790	(150,000)
給予第三方之貸款	(105,000)	—
收購業務	(74,800)	—
投資活動所用現金淨額	(229,319)	(279,290)
融資活動所得現金流量		
就重組發行普通股的所得款項	—	430,000
就結算重組支付的款項	—	(428,938)
就首次公開發售發行新普通股的所得款項	—	1,161,668
發行股份成本	—	(34,680)
已付股息	(151,175)	(163,538)
融資活動(所用)／所得現金淨額	(151,175)	964,512
現金及現金等價物增加淨額	22,210	631,111
年初現金及現金等價物	921,337	290,027
匯率變動影響	7,092	199
年末現金及現金等價物	950,639	921,337

附註

1. 一般資料

本公司於2014年1月28日根據開曼群島公司法(2010年修訂)在開曼群島註冊成立為獲豁免有限公司。本公司的註冊辦事處地址為 Clifton House, 75 Fort Street, P.O. Box 1350, Grand Cayman, KY-1108, Cayman Islands。

本公司為投資控股公司。本集團的主要業務為於中華人民共和國(「中國」)從事設計、營銷及銷售貼身衣物產品(「業務」)。本公司普通股於2014年6月26日在香港聯合交易所有限公司(「聯交所」)主板上市。

除另有指明者外，本集團綜合財務報表以人民幣(「人民幣」)呈列，並於2016年3月29日經董事會批准刊發。

2. 編製基準

綜合財務報表乃根據所有適用國際財務報告準則(「國際財務報告準則」)編製，除另有說明外，此等政策已貫徹應用於所呈報的所有年度。綜合財務報表已按照歷史成本法編製，並就按公平值計量的可供出售金融資產的重估而作出修訂。

(a) 採納準則修訂本的影響

以下準則修訂本乃本集團於2015年1月1日開始的財政年度首次採納。採納該等準則修訂本並無對本集團業績或財務狀況造成任何重大影響。

國際會計準則第19號(修訂本)	界定福利計劃：僱員供款
國際財務報告準則(修訂本)	2010年至2012年週期及2011年至2013年週期的年度改進

(b) 新香港公司條例(第622章)

新香港公司條例(第622章)第9部「賬目及審計」的規定於財政年度開始運作。因此，綜合財務報表中若干資料的呈列方式以及披露有所變動。

(c) 已頒佈但尚未生效的新準則及準則修訂本

以下新訂準則及準則修訂本已於2015年1月1日開始的財政年度頒佈但尚未生效，且本集團並無提前採納：

國際財務報告準則(修訂本)	2012年至2014年的年度改進 ¹
國際財務報告準則第9號	金融工具 ²
國際財務報告準則第10號、國際財務報告準則第12號及國際會計準則第28號(修訂本)	投資實體：應用合併的例外規定 ¹
國際財務報告準則第10號及國際會計準則28號(修訂本)	投資者與其聯營公司或合營企業之間的資產出售或注入 ¹
國際財務報告準則第11號(修訂本)	收購於合營業務的權益 ¹
國際財務報告準則第14號	監管遞延賬目 ¹
國際財務報告準則第15號	來自客戶合約的收入 ²
國際財務報告準則第16號	租賃 ³
國際會計準則第1號(修訂本)	披露計劃 ¹
國際會計準則第16號及國際會計準則第38號(修訂本)	澄清可接納的折舊及攤銷方法 ¹
國際會計準則第27號(修訂本)	獨立財務報表的權益法 ¹

¹ 於2016年1月1日或之後開始的年度期間生效

² 於2018年1月1日或之後開始的年度期間生效

³ 於2019年1月1日或之後開始的年度期間生效

本集團現正就首次應用該等新準則及準則修訂本對於本集團綜合財務報表的影響進行評估。

3 分部資料

本集團作為單一經營分部營運。單一經營分部的報告方式與向首席營運決策者提供的內部報告貫徹一致。首席營運決策者負責分配資源及評核經營分部表現，屬作出策略性決定的執行董事。

本集團主要從事設計、營銷及銷售貼身衣物產品，所有收入均來自中國。

概無任何單一外部客戶產生的收入佔本集團收入逾10% (2014年：無)。

4 收入

	截至12月31日止年度	
	2015年 人民幣千元	2014年 人民幣千元
向加盟商銷售	3,155,892	2,689,850
零售	1,622,952	1,244,013
電子商務	174,571	73,773
	<u>4,953,415</u>	<u>4,007,636</u>

5 其他收入

	截至12月31日止年度	
	2015年 人民幣千元	2014年 人民幣千元
加盟費收入	2,440	3,334
軟件使用費收入	4,283	4,230
政府補助(a)	50,909	41,101
服務費收入(b)	7,149	23,497
其他	11,954	6,936
	<u>76,735</u>	<u>79,098</u>

附註：

(a) 所收政府補助包括自中國各地方政府所收取的財政補助。就該等收入並無未達成條件或或然費用。

(b) 服務費收入主要包括向加盟店提供的店面室內設計服務。

6 其他收益—淨額

	截至12月31日止年度	
	2015年 人民幣千元	2014年 人民幣千元
出售物業、廠房及設備虧損—淨額	(94)	(139)
外匯收益淨額	1,614	4,678
	<u>1,520</u>	<u>4,539</u>

7 財務收入

	截至12月31日止年度	
	2015年 人民幣千元	2014年 人民幣千元
可供出售金融資產利息收入	8,170	7,249
給予第三方之貸款利息收入	7,861	—
短期銀行存款利息收入	5,735	5,151
	<u>21,766</u>	<u>12,400</u>

8 所得稅費用

	截至12月31日止年度	
	2015年 人民幣千元	2014年 人民幣千元
當期所得稅		
— 香港利得稅(附註(a))	—	—
— 中國企業所得稅	177,269	170,244
	<u>177,269</u>	<u>170,244</u>
遞延所得稅	(6,708)	(8,015)
所得稅費用	<u>170,561</u>	<u>162,229</u>

(a) 香港利得稅

截至2015年12月31日止年度，適用的香港利得稅率為16.5% (2014年：16.5%)。

(b) 中國企業所得稅

截至2015年12月31日止年度，本集團中國附屬公司根據有關中國企業所得稅的現行法例、其詮釋及慣例計算須繳的中國企業所得稅稅率為25% (2014年：25%)。

(c) 海外所得稅

本公司根據開曼群島第22章公司法於開曼群島註冊成立為一間獲豁免有限公司，故獲豁免繳納開曼群島所得稅。本公司於英屬處女群島(「英屬處女群島」)註冊成立的直接附屬公司乃根據英屬處女群島國際商業公司法註冊成立，故獲豁免繳納英屬處女群島所得稅。

9. 按性質劃分的費用

	截至12月31日止年度	
	2015年 人民幣千元	2014年 人民幣千元
確認為銷售成本的存貨成本	2,758,818	2,358,988
僱員福利費用(包括董事酬金)	476,242	265,747
土地及樓宇的經營租賃租金	444,633	140,673
根據合作安排店舖的代銷費用	117,943	389,601
營銷及推廣費用	108,740	63,207
折舊及攤銷	70,358	38,296
政府收費及徵費	44,952	31,186
倉儲及物流費用	37,908	12,932
確認為費用的消費品	35,945	18,775
公共事業費用	34,289	13,210
電子商務平台服務費	34,283	16,836
差旅費	27,714	14,033
存貨撇減	20,699	36,695
顧問服務費用	10,950	12,607
核數師酬金	3,080	2,750
上市費用	—	22,676
應收賬款減值撥回	(146)	(1,055)
雜項	116,459	79,060
	<u>4,342,867</u>	<u>3,516,217</u>
銷售成本、銷售及營銷費用以及一般及行政費用總額	<u>4,342,867</u>	<u>3,516,217</u>

10. 股息

於2016年3月29日舉行的會議上，董事建議派付末期股息每股本公司普通股11.0港仙(相當於約人民幣9.31分)，截至2015年12月31日止年度合計約209,710,000港元(相當於約人民幣177,420,000元)。該擬派股息並未計入截至2015年12月31日止年度之綜合財務報表的應付股息內，惟將計入截至2016年12月31日止年度部分。

於2015年3月9日舉行的會議上，董事建議派付末期股息每股本公司普通股10.0港仙(相當於約人民幣7.93分)，截至2014年12月31日止年度合計約人民幣151,182,000元，並已於截至2015年12月31日止年度派付及計入部分。

11. 每股盈利

基本

每股基本盈利按本公司權益持有人應佔利潤除以年內已發行普通股的加權平均數計算。

	截至12月31日止年度	
	2015年	2014年
本公司權益持有人應佔年內利潤(人民幣千元)	<u>540,008</u>	<u>425,227</u>
就每股基本盈利而言的普通股加權平均數(千股)	<u>1,906,457</u>	<u>1,710,467</u>
每股基本盈利(每股人民幣分)	<u>28.33</u>	<u>24.86</u>

附註：截至2014年12月31日止年度，就每股基本盈利而言的普通股加權平均數經已追溯調整，以反映於2014年6月26日進行的本公司普通股資本化的影響。

攤薄

由於本年度並無已發行具潛在攤薄效應的普通股，故每股攤薄盈利與每股基本盈利相同(2014年：無)。

12. 給予第三方之貸款

給予第三方之貸款人民幣105,000,000元指根據本集團之附屬公司與招商銀行訂立之委託貸款委託協議以及招商銀行與上海歐迪芬訂立之委託貸款協議通過招商銀行股份有限公司深圳分行(「招商銀行」)(作為貸款代理)向第三方上海歐迪芬內衣精品股份有限公司(「上海歐迪芬」)墊付之委託貸款，作為年內收購上海歐迪芬業務之一部分。

該貸款按年利率9%計息，應於2017年償還且由上海歐迪芬兩名股東提供共同擔保及以上海歐迪芬所擁有的一幅土地及於其上所建的樓宇作抵押。

13. 應收賬款

	於12月31日	
	2015年 人民幣千元	2014年 人民幣千元
應收第三方款項	519,170	282,416
減：減值撥備	<u>(1,465)</u>	<u>(1,611)</u>
應收賬款 — 淨額	<u>517,705</u>	<u>280,805</u>

本集團應收賬款主要來自向具有合適信貸記錄的若干加盟商客戶作出的銷售收入。本集團一般就季節性產品授予加盟商客戶自發票日期起計60至90日的信貸期。本集團亦就加盟商新門店首份產品訂單授予180至360日的信貸期。於2015年12月31日，按發票日期所作應收賬款賬齡分析如下：

	於12月31日	
	2015年 人民幣千元	2014年 人民幣千元
應收賬款，總額		
— 30日以內	324,271	153,555
— 超過30日但於60日以內	76,202	89,133
— 超過60日但於90日以內	46,968	21,432
— 超過90日但於180日以內	41,165	12,851
— 超過180日但於360日以內	21,475	2,740
— 超過360日	9,089	2,705
	<u>519,170</u>	<u>282,416</u>

14 應付賬款

	於12月31日	
	2015 人民幣千元	2014年 人民幣千元
應付第三方款項	489,652	266,470
應付關連方款項	5,759	3,488
	<u>495,411</u>	<u>269,958</u>

	於12月31日	
	2015年 人民幣千元	2014年 人民幣千元
應付賬款		
— 30日以內	69,468	21,588
— 超過30日但於60日以內	125,427	94,225
— 超過60日但於90日以內	154,705	68,690
— 超過90日但於180日以內	94,683	62,839
— 超過180日但於360日以內	30,864	22,048
— 超過360日	20,264	568
	<u>495,411</u>	<u>269,958</u>

市場回顧

保持中國經濟穩步增長

2015年中國經濟出現一系列大事件。根據中國國家統計局之資料，2015年國內生產總值（「GDP」）為人民幣67.671萬億元，同比增長6.9%。該增長自1990年以來首次低於7.0%。此外，2015年為中國股市波動較大的一年，且人民幣兌美元持續貶值，導致中國經濟面臨壓力。

為保持中國經濟穩定增長，中國政府繼續進行經濟改革且採取系列穩健增長措施，該等措施日益見效。中國政府預期未來五年GDP平均增長率將超過6.5%，且城鄉居民的人均收入於2020年將較2010年翻一番。

近期，消費增長不斷驅動經濟增長。根據中國商務部數據，消費對經濟增長的貢獻率於2015年達66.4%，較去年增長15.4%。該增長主要由於中國生活水平的持續提高及經濟增長的步伐穩定。於2015年，中國人均可支配收入增長7.4%，達人民幣21,966元。城鎮居民的人均可支配收入增長6.6%，達人民幣31,195元，而農村居民人均可支配收入增長7.5%，達人民幣11,422元。於2015年，中國社會消費品零售總額增長10.7%，達人民幣30.093萬億元，其中城鎮地區的零售總額佔該零售總額的86.1%，較2014年增長10.5%。農村地區零售額較2014年亦增長11.8%。根據以上數據，預期中國經濟未來將持續健康穩定發展。

中國貼身衣物行業持續高增長率

受不斷增長的收入水平及高質生活需求的驅動，中國消費者不僅提高對外套產品的標準，對貼身衣物亦有更高要求。隨著不斷增長的需求，中國貼身衣物市場的零售值總額於過往五年保持兩位數的增長，且受強勁市場營銷及不同分部市場發展的影響，根據弗若斯特沙利文的資料，預期未來五年中國貼身衣物零售市場總額的複合增長率（「複合增長率」）約為13.2%。

根據弗若斯特沙利文報告，自2011年至2015年，大眾市場的市場份額大幅增長，市場份額由47.8%增長至51.0%。由於潛在消費者基礎龐大及現有消費者更換其貼身衣物之需求不斷增加，大眾市場預期發揮巨大市場潛力，於2020年末市場份額增至55.7%，自2015年至2020年的年複合增長率為15.2%。由於消費者持續追求具有高性價比之產品，合理定價對大眾市場之快速增長產生巨大影響。此外，大眾市場消費者之另一特徵為持續追求款式多樣之產品。

根據弗若斯特沙利文報告，中國貼身衣物市場為一個高度分散之市場，擁有逾3,000名市場參與者。由於本集團之目標定位為市場容量最大且增速最快之大眾市場，故消費者需求大幅增加，於2015年，本集團佔3.3%之市場份額，於中國整個貼身衣物市場排名榜首。縱觀整個市場，本集團於過往年度就總零售銷售額而言為中國最大的品牌貼身衣物公司。就中國整個貼身衣物市場之各主要產品類別而言，於2015年，本集團就文胸、內褲、睡衣及家居服銷售方面排名第一，就保暖服的零售銷售方面排名第二。在所有大眾市場參與者中，本集團為唯一的領先市場品牌，於2015年佔貼身衣物大眾市場總零售銷售額之6.4%之市場份額。

業務回顧

截至2015年12月31日止年度，由於本集團努力為其股東創造最高利益，本集團的收入較上年度增長23.6%，達人民幣4,953,415,000元。儘管2015年中國經濟面臨不確定因素等挑戰及於2015年第四季度暖冬影響，本集團及時完善及有效採取其戰略計劃，銷售收入取得滿意增長，及2015年全年同店銷售保持中等單位數增長。本公司股權持有人應佔利潤增長27.0%，達人民幣540,008,000元。2015年每股盈利達人民幣28.33分(2014年：人民幣24.86分)，較去年增長14.0%。

於2015年，本集團透過增加品牌知名度、全面發展多個分銷渠道及多樣化的品牌下全面的產品類別，不斷追求在中國貼身衣物行業的大眾市場繼續增長。同時，本集團亦透過於2015年第一季度收購歐迪芬及其子品牌(「收購事項」)(包括但不限於璐比、伊夏)(「收購品牌」)等若干知名高端品牌，進入中國高端貼身物內衣市場。憑藉其廣大零售網絡、多樣化產品、多樣化品牌策略，本集團已進一步鞏固其年度內在中國貼身衣物最大品牌企業的行業地位。

里程碑：升級為高端貼身衣物分部

於2015年3月1日，本集團訂立資產轉讓協議以收購(其中包括)有關收購品牌的銷售、設計、研發及生產之資產及業務。透過收購事項(有關收購事項之詳情，請參閱本公司於2015年3月1日刊發之公告)，本集團成功進入中國高端貼身衣物銷售渠道，包括中國一二線城市的百貨商場及購物中心，並因此獲得高端貼身衣物市場之客戶，本次收購為進一步開發高端貼身衣物市場打下堅實基礎。緊隨收購事項後，本集團推出若干舉措實現將收購品牌整合及合併至本集團經營，以產生收購品牌與本集團之間的協同效益，包括連接各門店與總部的經營系統，令本集團可直接控制新收購零售網絡、實施企業資源計劃系統、提高零售、營銷及物流能力以及與供應商重新協商更優惠之條款。本集團成功改善零售管理、降低收購品牌經營若干成本、開發收購品牌項下之不同種類新產品及推出年度內為市場所歡迎之促銷活動。

於2015年12月31日，收購品牌有551家零售店(包括189家加盟店及362家自營店)，主要位於中國主要城市之大型購物中心及百貨商店。

自收購品牌之賬目於2015年6月1日於本集團之賬目合併入賬以來，其財務表現有所改善。由於上文所述之一系列改善及策略計劃，收購品牌的財務表現已於收購事項後大幅提高。

儘管銷售表現令人鼓舞，本集團將繼續精簡優化收購品牌未來的業務經營及分銷網絡，更為重要的是，加強及提升收購品牌在高端市場的品牌知名度。

廣泛覆蓋中國及高效的分銷網絡

具有覆蓋中國超過330個地級市以及全部省、市、自治區的龐大及廣泛分銷網絡是本集團有別於其他市場參與者的一個競爭優勢。根據弗若斯特沙利文報告，本集團於2015年所有主要貼身衣物市場參與者中的零售門店數在中國排名第一。龐大的網絡

令本集團與不同地區之消費者廣泛有效聯繫。於2015年12月31日，本集團的分銷網絡包括8,058家零售店，其中6,937家為加盟店，1,121家為自營店(不計及收購品牌的分銷網絡)。本集團於2015年淨增加1,032家零售店(不包括收購品牌之門店)，其中888家為加盟店，144家為自營店。主要擴張部分位於本集團市場份額相對較低的地區。

於2015年，本集團繼續其於五個主要區域類型(包括商業街、社區、交通樞紐、校區及商業超市)的大眾市場零售網絡以及商場、百貨店及購物中心的高端零售網絡的漸進擴張策略。此外，為提高市場滲透及取得穩定持續業務發展，本集團在全國開拓零售門店，尤其是在發展潛力較大的地區(主要為三、四線城市及縣城)。鑒於中國不確定之經濟狀況，本集團更謹慎地監控門店擴張計劃及加強相關政策。

針對廣泛消費者的多種品牌

本集團透過其於貼身衣物行業的營業價值鏈採取多種品牌策略。本集團目前已有十個主要品牌，為不同地區不同品味的消費者提供多樣化的高性價比的產品及滿足大眾及高端市場的需求。

就大眾市場分部而言，本集團通過多樣化的品牌向女性顧客營銷其產品，包括「都市•儷人」、「都市•絲語」、「都市•繽紛派」、「都市麗人的秘密」及「自在時光」，其中每個品牌都展示了不同的設計風格且屬於不同的價格範圍及針對不同的年齡階層，而男性及兒童產品銷售品牌分別為「都市•鋒尚」及「咪雅佳」。就高端市場而言，本集團銷售歐迪芬及其子品牌項下之產品。

「都市•儷人」、「都市•絲語」及「都市•繽紛派」仍為本集團之核心品牌，佔本集團收入超過80%，而於2014年第四季度推出的「自在時光」品牌，以簡單清新的韓版設計理念，為本集團2016年創造新的增長勢頭。「自在時光」以合理的價格範圍為具有時尚意識之年輕消費者提供優質產品。年內，本集團以簡單活力之風格改善「自在時光」專賣店之設計，達致明顯銷售增長，此次改善受到市場的廣泛歡迎。於2015年12月31日，本集團有60間「自在時光」專賣店。本集團認為此品牌於2016年將繼續保持其增長潛力。

根據弗若斯特沙利文之資料，就男性產品而言，「都市•鋒尚」於2015年繼續為中國男性貼身衣物市場零售銷售之領導品牌。鑒於男性貼身衣物市場之高增長潛力，本集團一直致力於豐富男性產品，市場實際上處於起步階段，男性消費者正在提高自身對貼身衣物之品牌意識，並逐漸意識到舒適貼身衣物之重要性。儘管如此，本集團將繼續整合其能力，進一步滲透入男性貼身衣物市場。

多樣化之產品組合

為滿足消費者之增長需求，本集團一直致力於實現其產品組合多樣化，從多方面入手，如產品功能及設計。「都市麗人的秘密」為一個於2014年推出之優質貼身衣物品牌，產品質量上乘兼具塑身效果，旨在吸引都市白領女士及富裕的家庭主婦。於2015年，為鞏固本集團之領導地位及在其門店提供一站式的購物體驗，本集團推出一個新品牌「咪雅佳」，為兒童與青少年提供貼身衣物產品。除迎合兒童及青少年需求之時尚設計外，因市場對兒童安全優質衣物之需求日益增長，咪雅佳亦強調舒適衛生。於2015年12月31日，「咪雅佳」品牌於本集團約6,700間門店中有售。

為進一步提升其品牌價值，本集團已於2015年與華特迪士尼集團訂立合作協議及獲授權推出印有迪士尼卡通人物的貼身衣物。該等產品預期於2016年上半年以本集團之品牌(包括「咪雅佳」)面世。本集團相信，上海迪士尼於2016年6月開幕將有效促進本集團迪士尼系列產品的銷售。本集團亦與三麗鷗集團(Sanrio Group)合作，並已推出印有諸如凱蒂貓及酷企鵝等著名卡通人物產品。

本集團明白產品質量及功能之持續升級有助增強其競爭優勢。除投資內部研發外，目前，本集團與多家國際著名公司合作開發及提升其產品，包括與日本最大的腈綸纖維公司之一的三菱麗陽株式會社合作推出暖智能保暖衣(專營「Warmtech」生產面料和品牌)及英威達(為美國科氏工業集團之附屬公司，專營「萊卡」纖維)。

此外，作為一個負責任市場參與者，本集團致力於改善女士之健康。於2015年，本集團與國際知名乳腺癌意識慈善平台「粉紅絲帶」合作，通過一系列活動(包括設計、推廣及銷售「粉紅絲帶」系列文胸)培養此方面之知識，該活動受到市場廣泛歡迎。該活動提升消費者對女性健康意識，同時在其產品中加入新元素，成為本集團產品多樣化發展策略之增長動力。

電子商務之利好表現

本集團意識到電子商務作為中國貼身衣物行業其中一個銷售渠道之重要性，並於2014年2月推出其電子商務平台。自2014年第二季度起，本集團已採納有效之策略與知名線上銷售平台(包括但不限於天貓、唯品會及京東)合作。於2015年，本集團進一步透過提升其品牌意識及增加線上平台瀏覽量、拓寬線上銷售網絡及加強線上和線下銷售渠道的融合，鞏固該等分銷渠道。此外，本集團於年內獲邀加入聚划算的精選核心商人聯盟，其為阿里巴巴集團經營的一個大型網絡銷售平台。該聯盟成員有權通過阿里巴巴集團經營的網絡媒體平台優先享有與營銷活動有關的額外資源與支持。該授權大力推動了本集團整體電子商務業務之銷售增長。

得益於本集團發展電子商務業務之努力，其2015年之表現令人滿意，特別是於2015年11月11日的「光棍節」(中國有名的網上購物節)，本集團的銷售及瀏覽量較2014年取得驕人增長。截至2015年12月31日止年度，電子商務銷售收入達人民幣174,571,000元，佔本集團總收入之3.5%(2014年：1.9%)。該等款項較去年之電子商務銷售增長136.6%。

根據弗若斯特沙利文之資料，電子商務銷售佔2015年中國整個貼身內衣市場總銷售之3.2%。然而，由於移動互聯網及智能手機的發展，電子商務銷售於未來五年將會大幅增長，於2020年佔市場份額之6.5%。因此，本集團之電子商務銷售比例日後將持續大幅增長。

消費者忠誠度：長期可持續增長之實質

本集團推出一項會員計劃，於2015年12月31日註冊會員(「會員」)已超過3,700萬人。該會員計劃有效地使本集團了解來自不同背景及不同地區的消费行為及習慣，以便本集團推出不同營銷活動，加強顧客對本集團品牌的忠誠度。

此外，本集團確認在其市場營銷及推廣活動中，會員參與為其成功之關鍵因素。就此而言，本集團自身之電子商務平台(www.dslrpark.com)*為本集團及其會員之有效溝通渠道，如會員可參與定期舉行的會員促銷活動，根據其會員類別享有不同級別的折扣、用其購買累積的積分兌換免費禮品或在本集團電子商務平台購買產品時獲得現金折扣。本集團的會員計劃亦為其進一步發展電子商務業務提供龐大且忠誠的客戶基礎。

此外，為加強會員之管理，增進會員對本集團之感情並協助加盟店準確開展針對會員之營銷活動，自2015年11月，本集團已為加盟店開始編程開發移動應用程式(「應用程式」)，因此加盟店將可因能夠及時準確取得其會員之銷售數據及購買行為而獲利。該應用程式之編程開發現已完成，正在聯合測試認證階段。預期該應用程式將於2016年上半年推出。於該應用程式推出使用後，預期會員銷售比例將能夠大幅增加，同時為加盟店推出專屬會員營銷活動提供強大基礎。

* 此網站內容不構成本報告之一部分。

專注及有效的品牌建設計劃

品牌認知為消費者作出採購決定之主要因素，並為長期業務發展之關鍵。本集團持續投資營銷活動，透過廣泛多樣媒體涵蓋傳統渠道(如電視媒體)、展會及各種贊助活動等培養消費者忠誠度及品牌意識。為優化整體營銷策略之有效性，本集團繼續邀請中國知名藝人林志玲小姐及黃曉明先生分別擔任其核心女士品牌及其男士品牌「都市·鋒尚」之代言人。彼等參與各種推廣營銷活動促進了本集團之企業以及品牌之形象。

為了增強本集團於中國貼身衣物市場之影響力及領軍地位，本集團於2015年4月為其最新產品系列舉辦主題為「The One」之年度大型貼身衣物時尚秀，該走秀展示了都市麗人的高品質及潮流產品，亦彰顯了其引領中國貼身衣物時尚潮流之地位。於該大型時尚潮流走秀上，本集團代言人、其他藝人及專業模特身著本集團之時尚新品進行走秀，該活動獲得了觀眾及媒體的廣泛認可。

除以上活動外，為了紀念本集團第十億件貼身衣物產品之銷售，本集團於2015年11月舉行了一次盛大紀念慶典。於慶典上，專業模特以走秀的方式展示了不同主題(如古代中國不同朝代)的東西方風格傳統內衣產品，詮釋了內衣文化的跨時代變革。慶典的亮點為林志玲小姐對第十億件特製紀念性精品內衣產品的展示。該活動被媒體廣泛報道，並進一步提升了本集團於市場中的領導地位。

作為提升本集團曝光度及公眾知名度的有效方式，本集團已於2015年贊助一系列知名中國綜藝節目，包括浙江衛視的「奔跑吧兄弟」、「中國好聲音4」、「挑戰者聯盟」、「12道鋒味」及北京衛視的「歌手是誰」，該等方式極大地提升了本集團的品牌形象。我們亦於全年實施其它營銷計劃，包括電視廣告、紙品印刷／在線廣告、於不同城市舉辦的小型時尚秀及於各節日專門組織的促銷活動，該等方式極大地提升了本集團的品牌知名度並促進了銷量。

流線型零售及供應鏈管理

鑒於持續擴張，本集團明白優秀的物流管理是長期可持續發展的重中之重，因此已不斷加速打造其供應鏈。除現有的本集團位於東莞總部的物流中心及位於天津的區域性物流中心外，本集團位於東莞的新核心物流中心已於2015年7月開始營運。新東莞核心物流中心建築面積逾70,000平方米，擁有先進的自動化設備，極大地提升了本集團有關運輸及倉儲量之物流能力以及分揀效率，亦縮短了訂單處理週期。與此同時，於天津之另一新區域性物流中心之建設已於2015年4月動工，且預計將於2017年開始營運。

除以上事件外，為應對不斷變化的市場環境，本集團已於2015年採用訂單管理系統(「**訂單管理系統**」)。於運營訂單管理系統中，我們以快速及有效的供應鏈管理為目標，來自多個渠道的訂單可整合至單一管理系統，由此所有資料之獲取將更為方便及直觀。該訂單管理系統項目一期已於2015年4月完工，實現了對倉庫庫存的單一途徑管理，亦為不同的物流流程(如產品直接分銷、轉運及快遞)提供了支持。訂單管理系統項目二期將於2016年開始運營，屆時將可實現對供應商庫存的管理及對運送中產品的跟蹤。

此外，本集團一直致力於鞏固其供應鏈管理。於供應鏈上游，本集團不斷加強其信息系統與其原材料供應商及代工供應商之間的聯繫，促進了該等供應商與本集團之間的信息共享及流動。這不僅提升了本集團與供應商於生產及訂單週期上的效率，亦為本集團採購條款磋商提供了有意義的資料。

於零售方面，本集團已採用銷售終端系統，該系統與本集團總部進行每日分析的中央系統相連接，因此本集團能夠及時知曉及應對市場變化，對生產計劃及營銷策略進行及時及靈活的調整，以更準確地把握市場機會及管理存貨風險。針對逐漸成為潮流的移動支付作為支付手段，本集團已於2015年與騰訊及中國電信訂立安排，以透過於現有之零售點出納系統之基礎上採用移動支付系統——微信支付及翼支付，亦對這一支付方式進行探索開發。實施該等系統不僅使得消費者有更多支付方式可供選擇，更有助產品銷售額大幅提升。

本集團將繼續優化其於零售管理、採購、生產過程、配送協調及庫存管理中的訊息技術系統。

竭誠的產品創新及質量控制

處於潮流意識不斷提升、對內衣舒適度要求不斷增加的市場環境下，本集團已對其產品創新能力進行投資，以生產新的以消費者為導向的產品。措施包括不斷進行計算機化設計系統開發及聘用及挽留優秀設計師。現時，本集團為各主要產品類別聘請專責產品設計、研究及開發團隊，約100名員工，發佈全年全新的產品外觀及功能以應對消費者需求變化。截至2015年12月31日，本集團於中國擁有117項註冊專利。

除產品創新外，為確保向消費者提供高質量產品，本集團致力於採納功能完備的質量監控體系。鑒於不斷擴張業務，本集團正於東莞建造內置精良設備的新質量監控中心，佔地面積約1,200平方米。本集團將繼續尋求符合消費者利益的質量監控管理最高標準。

企業社會責任及獎項

作為克盡己任的企業公民，本集團不僅專注為客戶提供高質量產品，而且一直致力回饋其經營業務所在社區。於2015年，本集團已向多個從事教育及發展貧困兒童少年之慈善組織(如廣東僑屆人文學會、新閩青年服務中心及廣東青少年發展基金)作出捐款。

本集團於貢獻及領導中國貼身衣物市場方面所作的努力有目共睹。於2015年，本集團榮獲以下稱號：中國針織工業協會授予「中國針織行業品牌貢獻獎」，肯定了本集團對該行業的持續貢獻；及中國紡織工業聯合會和中國紡織服裝教育學會授予「中國紡織服裝人才培養基地」稱號，肯定了本集團在培養中國紡織工業優秀人才方面所作的努力。本公司將致力於為其顧客提供高質量產品及對貼身衣物作出貢獻。

財務回顧

收入

本集團收入源自銷售產品，包括向加盟商或透過自營店及網絡銷售平台向消費者銷售產品。

總收入由截至2014年12月31日止年度的人民幣4,007,636,000元上升23.6%至截至2015年12月31日止年度的人民幣4,953,415,000元，主要由於加盟店及自營店數目增加，帶動已售產品銷量上升，再加上零售網絡經營效率提升以及網絡銷售平台業績有所增長。

按銷售渠道劃分的收入

本集團透過由8,609間門店(截至2015年12月31日包括遍佈全國逾330個地級市的7,126間加盟店及1,483間自營店)及網絡銷售平台組成的廣闊銷售網絡向消費者銷售產品。下表載列按銷售渠道劃分的總收入明細，各項以準確金額及所佔總收入的百分比列示。

	截至12月31日止年度			
	2015年		2014年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%
向加盟商銷售	3,155,892	63.7	2,689,850	67.1
零售	1,622,952	32.8	1,244,013	31.0
電子商務	174,571	3.5	73,773	1.9
總收入	4,953,415	100.0	4,007,636	100.0

按產品類別劃分的收入

本集團的收入源自五個主要貼身衣物產品系列：文胸、內褲、睡衣及家居服、保暖服及其他。下表載列按產品類別劃分的總收入明細，各項以準確金額及所佔總收入的百分比列示。

	截至12月31日止年度			
	2015年		2014年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%
文胸	2,269,562	45.8	1,854,044	46.3
內褲	795,833	16.1	622,152	15.5
睡衣及家居服	715,422	14.4	606,815	15.1
保暖服	600,198	12.1	517,094	12.9
其他 ⁽¹⁾	572,400	11.6	407,531	10.2
總收入	4,953,415	100.0	4,007,636	100.0

附註：

⁽¹⁾ 包括打底褲及緊身褲、背心、襪子及配飾。

按品牌劃分的收入

本集團的收入源自不同品牌的貼身衣物產品：都市·儷人、都市·絲語、都市·繽紛派、都市·鋒尚、都市麗人的秘密、自在時光以及歐迪芬及其附屬品牌等新收購品牌。下表載列按品牌劃分的總收入明細，各項以準確金額及所佔總收入的百分比列示。

	截至12月31日止年度			
	2015年		2014年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%
都市·儷人	2,015,772	40.7	1,679,758	41.9
都市·絲語	1,360,763	27.5	1,244,193	31.0
都市·繽紛派	628,711	12.7	460,206	11.5
都市·鋒尚	599,298	12.1	496,758	12.4
歐迪芬	179,942	3.6	—	—
其他	168,929	3.4	126,721	3.2
總收入	4,953,415	100.0	4,007,636	100.0

按地理位置劃分的收入

為方便進行銷售及作出決策，本集團劃分四個銷售地區以便管理全國零售網絡，即華南、華東、中國西南部及華北(全部定義如下)，而此等地區各自獨自向總部匯報。下表載列按地理位置劃分的總收入明細，各項以準確金額及所佔總收入的百分比列示。

	截至12月31日止年度			
	2015年		2014年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%
華南 ⁽¹⁾	1,893,066	38.2	1,800,279	44.9
華東 ⁽²⁾	1,241,543	25.1	804,075	20.1
中國西南部 ⁽³⁾	912,791	18.4	748,986	18.7
華北 ⁽⁴⁾	906,015	18.3	654,296	16.3
總收入	4,953,415	100.0	4,007,636	100.0

附註：

- (1) 華南包括廣東、福建、湖北、湖南、廣西、江西及海南(「華南」)；
- (2) 華東包括上海、江蘇、浙江、安徽、山東及河南(「華東」)；
- (3) 中國西南部包括四川、重慶、甘肅、青海、雲南、貴州、西藏、新疆及寧夏(「中國西南部」)；及
- (4) 華北包括黑龍江、吉林、遼寧、北京、內蒙古、河北、天津及山西(「華北」)。

華南及華東一直為兩大地區市場，於截至2015年及2014年12月31日止年度分別合共貢獻約63.3%及65.0%總營業額。截至2015年12月31日止年度，來自華南及華東的收入合共佔總收入的百分比相較2014年同期有輕微下降，此乃由於華北銷售較去年顯著增加38.5%。

銷售成本

銷售成本主要包括確認為銷售成本的存貨成本、僱員福利費用、政府收費及徵費、存貨撇減及其他。

鑒於業務擴充，截至2015年12月31日止年度銷售成本準確金額相較2014年同期增加16.3%。下表載列銷售成本明細，各項以準確金額及所佔總銷售成本的百分比列示。

	截至12月31日止年度			
	2015年		2014年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%
確認為銷售成本的				
存貨成本	2,758,818	97.2	2,358,988	96.7
政府收費及徵費	31,100	1.1	23,017	0.9
僱員福利費用	27,247	1.0	21,003	0.9
存貨撇減	20,699	0.7	36,695	1.5
其他	757	0.0	414	0.0
總銷售成本	2,838,621	100.0	2,440,117	100.0

毛利及毛利率

截至2015年12月31日止年度，本集團錄得毛利人民幣2,114,794,000元，較2014年同期增加34.9%。

本集團毛利率由截至2014年12月31日止年度的39.1%增至截至2015年12月31日止年度的42.7%，此乃主要由於銷售渠道及產品組合不斷改善、進一步整合行業供應鏈以及繼續鞏固規模經濟。

銷售及營銷費用

銷售及營銷費用主要包括僱員福利費用、土地及樓宇的經營租賃租金、代銷費、營銷及推廣費用、確認為費用的消費品、折舊及攤銷以及其他。截至2015年12月31日止年度，包含於僱員福利費用的以權益結算股份支付的報酬為人民幣2,081,000元(2014年：人民幣2,655,000元)。

銷售及營銷費用由截至2014年12月31日止年度的人民幣890,308,000元增加46.8%至截至2015年12月31日止年度的人民幣1,306,751,000元。該增加主要歸因於(i)自營店數目由2014年12月31日的977間增加至於2015年12月31日的1,483間，故綜合僱員福利費用、土地及樓宇的經營租賃租金及代銷費等費用於所示年度顯著增加；(ii)電子商務業務大幅擴張導致年內相關營銷及市場推廣開支顯著增加；及(iii)因收購產生的收購品牌相關額外營銷及市場推廣開支增加。

一般及行政費用

一般及行政費用主要包括僱員福利費用、政府收費及徵費、顧問服務費、折舊及攤銷以及其他。截至2015年12月31日止年度，包含於僱員福利費用的以權益結算股份支付的報酬為人民幣4,938,000元(2014年：人民幣6,196,000元)。

一般及行政費用由截至2014年12月31日止年度的人民幣185,792,000元增加6.3%至截至2015年12月31日止年度的人民幣197,495,000元。該增加主要歸因於僱員福利費用因本集團業務擴張而增加人民幣32,466,000元部分被上一年度產生的一次性上市開支減少人民幣22,676,000元抵銷。

其他收入

其他收入包括加盟費收入、軟件使用費收入、政府補助、服務費收入及其他。

其他收入由截至2014年12月31日止年度的人民幣79,098,000元輕微減少3.0%至截至2015年12月31日止年度的人民幣76,735,000元。該減少主要由於大部分加盟店(本集團提供內部設計服務)於2014年或之前完成第四代店面形象升級及為開設更多門店而對現有加盟商提供的裝修補助導致的服務費收入顯著減少人民幣16,348,000元部分被已收政府補助增加人民幣9,808,000元抵銷所致。

其他收益 — 淨額

其他收益淨額包括出售物業、廠房及設備淨虧損及匯兌收益淨額。

財務收入

財務收入指來自短期銀行存款、給予第三方之貸款及其他金融資產的利息收入。截至2015年及2014年12月31日止年度，本集團的財務收入分別為人民幣21,766,000元及人民幣12,400,000元。

所得稅費用

所得稅費用主要指本集團根據中華人民共和國(「中國」)有關所得稅規則及規例應繳的所得稅。所得稅費用包括當期所得稅項及遞延所得稅項。當期所得稅項包括本集團的中國附屬公司根據其應課稅收入，按稅率25%繳納的中國企業所得稅。遞延所得稅按資產和負債稅務基礎與其賬面值之間產生的暫時性差異確認。所得稅費用由截至2014年12月31日止年度的人民幣162,229,000元增加至截至2015年12月31日止年度的人民幣170,561,000元。該等所得稅費用增加乃主要由於應課稅收入增加。截至2014年及2015年12月31日止年度，本集團的實際稅率分別為27.6%及24.0%。於2015年12月31日，本集團已履行所有納稅義務，且概無任何未解決稅項糾紛。

營運資本管理

	本集團		不包括已收購品牌	
	截至12月31日		截至12月31日	
	2015年	2014年	2015年	2014年
存貨週轉天數	92.5	78.0	88.3	78.0
應收賬款週轉天數	29.4	20.6	29.6	20.6
應付賬款週轉天數	49.2	36.6	49.9	36.6

存貨週轉天數增加14.5天主要由於存貨結餘由於2014年12月31日的人民幣638,606,000元增加至於2015年12月31日的人民幣800,377,000元，乃主要由於自營店銷售比重增加以及於2015年6月完成收購已收購品牌相關資產之影響。

應收賬款週轉天數由截止2014年12月31日止年度的20.6天增加至截至2015年12月31日止年度的29.4天，乃由於2015年第四季度之暖冬天氣對加盟店的零售業績及現金流產生暫時性負面影響從而於2015年12月臨時延長授予加盟商之信貸期所致。

應付賬款週轉天數由截至2014年12月31日止年度的36.6天增加至截至2015年12月31日止年度的49.2天，乃由於提高了對代工廠的議價能力。

流動資金及財務資源

本集團保持強勁及健康的資產負債表。於2015年12月31日，營運資金淨額為人民幣1,874,372,000元，較2014年12月31日增加4.5%或人民幣81,022,000元。於2015年12月31日，流動比率為3.2倍(2014年：4.4倍)(流動比率以以下公式計算所得：流動資產／流動負債)。

截至2015年12月31日止年度，經營活動產生現金淨額為人民幣402,704,000元(2014年：經營活動所用現金淨額人民幣54,111,000元)，主要歸因於本集團擴充業務以及經營現金流管理優化。

截至2015年12月31日止年度，投資活動所用現金淨額為人民幣229,319,000元(2014年：人民幣279,290,000元)。截至2015年12月31日止年度，本集團就購買物業、廠房及設備(包括零售店裝飾)支付的款項及按金、向第三方貸款及收購業務分別投放人民幣192,945,000元、人民幣105,000,000元及人民幣74,800,000元。

截至2015年12月31日止年度，融資活動所用現金淨額為人民幣151,175,000元(2014年：融資活動所得現金淨額人民幣964,512,000元)，主要歸因於向當時權益持有人派付的股息人民幣151,175,000元。

於2015年12月31日，本集團錄得淨現金狀況人民幣950,639,000元(2014年：人民幣921,337,000元)。

資本性支出

資本性支出由截至2014年12月31日止年度的人民幣130,816,000元增加至截至2015年12月31日止年度的人民幣346,954,000元。2015年資本性支出主要用於(i)撥付東莞及天津物流中心的建築工程費用，(ii)收購事項，(iii)為新設自營店添置物業、廠房及設備，(iv)添置計算機軟件，及(v)投資可供出售金融資產及合營企業。

資產質押

於2015年12月31日，本集團概無就獲取銀行融資而質押任何物業、廠房及設備以及土地使用權作為抵押。

或然負債

於2015年12月31日，本集團概無任何重大或然負債。

財務風險管理

外匯風險

本集團定期審閱外匯風險淨額，以管理其外匯風險，並在可行時透過自然對沖嘗試降低該等風險，或可能於有需要時訂立若干遠期外匯合約，以管理其外幣風險及減輕匯率波動的負面影響。截至2015年12月31日止年度，本集團概無訂立任何遠期外匯合約。

本集團於中國經營業務，且大部分交易乃以人民幣計值及結算。本集團的資產及負債以及業務衍生的交易並無致令本集團承受重大外匯風險，此乃由於本集團於2015年12月31日及2014年12月31日的資產及負債乃以相關集團公司的功能貨幣計值。

利率風險

由於本集團並無重大計息資產(銀行結餘及現金及給予第三方之貸款除外)，故本集團的收入及經營現金流量大致上不受市場利率變動所影響。本集團於2015年12月31日及2014年12月31日並無計息負債。

價格風險

除本集團持有及於綜合資產負債表中分類為可供出售金融資產之投資人民幣15,600,000元(2014年：無)外，本集團概無面對任何股本證券價格風險。

信貸風險

本集團並無高度集中的信貸風險。計入綜合資產負債表的給予第三方之貸款、應收賬款、按金及其他應收款項、現金及現金等價物、定期存款以及受限制銀行現金的賬面值反映本集團所面對有關金融資產的最大信貸風險。本集團已訂立政策確保僅向過往信貸記錄好的加盟商授予信貸期，並會定期對該等加盟商進行信貸評估，考慮彼等的財務狀況、過往經驗以及其他因素。對於並無獲授信貸期的客戶，本集團

一般要求彼等於交付產品前支付按金及／或預付貨款。本集團一般不會要求客戶提供抵押品。當管理層認為本集團很有可能因客戶違約而蒙受損失時，則會就逾期結餘作出撥備。向零售客戶銷售產品乃以現金或主要銀行發行的信用卡結算。本集團亦就租賃若干自營店向相關業主支付按金。管理層預期不會因該等交易對手違約而產生任何虧損。

本集團亦制定政策以確保銀行存款主要存放於中國及香港境內的國有或具信譽的金融機構。截至2015年12月31日及2014年12月31日，所有銀行結餘及受限制銀行存款乃存放於中國及香港區內信譽良好、頗具規模及並無重大信貸風險的銀行及金融機構。管理層預期不會因該等銀行及金融機構違約而產生任何虧損。

流動資金風險

管理層密切監察流動資金狀況。本集團會監察現金及現金等價物水平，並將現金及現金等價物維持於管理層認為足以資助其營運及減輕現金流量波動影響的水平。

人力資源管理

截至2015年12月31日，本集團共有約8,800名全職員工。本集團認為員工對其持續成功發展至關重要，因此本集團於錄用、培訓及挽留優秀員工方面大量投資。在本集團於2015年舉行的1,300多個員工培訓項目中，超過13,500人次參與受訓。本集團一直致力於為員工創造一個充滿關愛及積極向上的工作環境及為其提供資源，以及培養員工之歸屬感。本集團已於2015年落實多項福利計劃及項目。此外，本集團向不同部門的員工提供具有競爭力的薪酬及基於員工表現的各種獎勵機制。為及時滿足企業發展需要，本集團定期檢討自身人力資源政策。

環境保護

作為一家肩負社會及環境責任的企業，集團致力於通過日常運營中的一系列措施以實現環境保護和可持續性發展。本集團尤為重視定期留意環境保護相關法律法規的更新，並確保落實相關法律內容。本集團絕大部分產品的生產均外包至經挑選的國內代工供應商，因此本集團運營不產生重大工業廢物，對環境影響有限。

本集團擁有獲得 ISO14001 認證的生產流程，說明本集團於東莞生產設施的環境管理系統符合國際標準化組織(ISO)訂立的相關國際標準。本集團產品驗收所使用的安全標準全部依照國家相關標準和行業標準，如 GB18401-2010(國家紡織產品基本安全技術規範)，並會因應該等國家和行業標準發生任何變動而更新。

就資源使用方面，本集團一直採用節約用電、用水和減少紙張使用的制度。採取措施包括(i)開展培訓和宣傳活動，提升員工在工作中節約能源的意識，(ii)鼓勵使用電子系統和數據庫存儲數據和溝通，以減少紙張使用量，採取雙面打印或使用回收紙打印，及(iii)設定年度預算，如超額使用上述資源須作出解釋，從而確保資源消耗的持續監管。

截至2015年12月31日止年度，本集團未發現違反包括2015年1月1日生效的《中華人民共和國環境保護法》在內的環境保護相關法律法規的事件。

有效的利益相關方的關係管理

本集團相信在可持續發展的道路上各利益相關方與其並肩前行。與利益相關方保持穩定的關係並進行有效溝通，以及平衡各利益相關方利益對集團的成功和可持續發展均至關重要。

客戶關係

本集團視客戶利益為最高要務，致力於為客戶提供稱心滿意的購物體驗。為確保持續提高產品和服務質量，本集團定期進行門店運營數據分析，瞭解不同客戶的需求和不同區域的市場趨勢。本集團同時推行會員計劃，現擁有註冊會員3,700萬名。通過此計劃，本集團可以瞭解到會員的消費行為和習慣，幫助其制定並推出多樣化的市場宣傳活動以加強客戶對本集團的品牌忠誠度。此外，為了充分瞭解客戶需求，本集團定期進行市場調研和與選定客戶進行面對面訪問，直接獲取客戶反饋並與客戶交流意見。

除以上內容外，本集團建立了內部培訓中心，定期培訓所有門店銷售人員，以確保向客戶提供高素質服務。最後，本集團還採取其他多種方法與客戶保持聯繫，其中包括電子商務平台，新聞消息和媒體訪談等。

加盟商關係

加盟商是本集團取得長久成功重要的業務夥伴。為持續提升加盟商業績，本集團通過多種措施與加盟商維持緊密的關係，包括但不限於(i)新門店開業時，就門店設計、選址和產品組合等向加盟商提供建議，(ii)定期提供門店管理培訓和指引，(iii)持續與加盟商合作，監督門店表現，包括設定門店關鍵業績指標和目標，定期檢討門店業績，(iv)定期組織加盟商開展會議和座談會，便於本集團和加盟商分享市場信息，及(v)連接門店和本集團總部運營系統，對運營數據及時進行分析，有助迅速反饋並滿足客戶需求。

供應商關係

本集團認為高質量產品的可持續供應是取得長期業務發展不可或缺的因素。因此，本集團採取了供應商管理政策，確保產品供應的質量及可持續性。

針對潛在供應商，本集團採取覆蓋以下多方面內容的綜合評估方法挑選供應商，包括產品質量和安全性、價格競爭力、合規性、勞動安全、業務可持續性和穩定性等。為實現有效評估，集團會進行廠房考察。本集團對主要供應商進行定期評估，以確保其持續滿足上述各方面要求。本集團向未滿足要求的供應商作出建議，如仍不能達標將免除其供應商資格。

僱員關係

本集團認為其僱員對其業務可持續發展至關重要，因此在錄用、培養及挽留人才方面大量投資。除提供具有競爭力之薪酬及基於員工表現的各種獎勵計劃外，本集團為其僱員提供定期培訓課程及各種員工福利計劃及項目，從而創造一個充滿關愛和積極向上的工作環境並培養其歸屬感。本集團定期檢討其人力資源政策，及時滿足其企業發展需要。

投資者關係

本集團投放大量資源維護與投資者的有效關係。高級管理層定期參與其中，因為彼等相信來自投資者的建設性反饋和意見有利於公司未來發展。本集團採取多種途徑穩固投資者關係，包括但不限於(i)向投資者提供年報、中報和公告等法定報告，(ii)舉行股東週年大會和新聞發佈會，使管理層和參與者(如股東和媒體)就本集團的企業

長期發展計劃及策略交流意見，(iii)通過會議面談和電話會議直接與股東及投資者交流，(iv)在投資者關係網站(<http://www.cosmo-lady.com.hk>)*適時發佈財務業績、新聞稿、公告和中期及年度業績簡報會網上視頻，及(v)通過媒體訪問和新聞稿向投資者和公眾公佈有關集團最新資訊。

投資者意見是寶貴的無形資產，本集團將持續精簡其投資者關係政策和慣例。

* 本網站內容不構成本公告之一部分。

履行適用法律和法規

本集團及其運營業務須遵守多項法律和法規的要求限制，其中包括涉及商業特許經營、產品質量和責任、透過互聯網進行產品銷售、勞動和職業安全、商標和專利、稅務、外匯、環境保護等內容的中國法律和法規。同時，作為一家在香港聯合交易所有限公司(「聯交所」)主板上市發行人，本公司還須遵守香港聯合交易所有限公司證券上市規則(「上市規則」)。本集團已採取多種措施確保遵守該等規定，包括但不限於內控和風險管理系統，與法律顧問定期密切進行交流和諮詢，在本集團不同層面通過特定資源對各業務部門進行培訓和監管。截至2015年12月31日止年度，本集團未發現對其業務和運營有重大影響的任何嚴重違反或未履行適用法律和法規事件。

期後事項

自2015年12月31日起至本公告日期，並無對本集團造成影響之重大期後事項。

首次公開發售所得款項用途

本公司普通股於2014年6月26日在聯交所主板上市。本公司首次公開發售所得款項淨額總計約為14.63億港元(相當於約人民幣11.62億元)。截至2015年12月31日止年度，本集團已動用人民幣136,534,000元(相當於約167,866,000港元)，增加直營店數目以拓展零售網絡；人民幣69,007,000元(相當於約84,843,000港元)及人民幣52,966,000元(相當於約65,121,000港元)，分別用於建立東莞及天津區域物流中心；人民幣16,338,000元(相當於約20,087,000港元)，以升級信息技術基礎設施；及人民幣74,800,000元(相當於約91,965,000港元)，用作支付收購事項之代價。於2015年12月31日，尚未動用之所得款項淨額存放於香港及中國持牌銀行。

展望及策略

本集團預期2016年的業務環境將會更具挑戰性，但亦更多機會。主要宏觀經濟指標顯示中國經濟增長緩慢，加上全球金融市場的動蕩不安，全國人均可支配收入的增長、中國的城市化進程以及消費者之情緒必將受到影響。儘管如此，中國政府已實施一系列政策及措施刺激經濟發展及消費，並提高國民生活水平。展望未來，本集團將繼續擴張其零售網絡，尤其是具有較低市場份額及較高市場增長潛力之地區之零售網絡。

2016年為充滿挑戰的一年，本集團認為於中國貼身衣物行業具有較低品牌知名度及競爭力之市場參與者將會在激烈的競爭中被邊緣化及淘汰。為在充滿機會的環境中把握市場整合帶來的增長潛力，本集團將繼續探索行業外延式增長之機遇。同時，本集團將致力於提高其核心競爭力及透過一系列舉措超越其競爭對手，包括(i)擴張及整合其全面線上線下廣泛分銷網絡，尤其是於三四綫城市人群密集地區及社區；(ii)提供多樣化品牌及物有所值產品類別，同時抓住具有較高增長之機會(特別是「自在時光」、「都市·鋒尚」、迪士尼系列產品及電商渠道)；(iii)整合運營及重新提升收購品牌之品牌形象、以 OMS 及 BW 系統等先進信息技術系統快速提升其零售及供應鏈管理；及(iv)通過全面市場推廣活動(如大型時裝秀)及其代言人提升其知名企業品牌形象。本集團亦將考慮擴展海外版圖及與其他著名貼身衣物品牌合作。

儘管2016年中國環境動蕩不安，本集團已做好準備迎接即將到來的挑戰及進一步鞏固其於中國貼身衣物市場的領導地位。長期而言，鑒於城市化進程持續進行、消費者對優質及品牌貼身衣物意識的提高以及中國新二胎政策導致人口增長，本集團對中國貼身衣物行業的前景持積極態度。

企業管治

本集團董事會及管理層致力遵守良好企業管治守則並重視透明度及問責制。董事會已成立審核委員會、提名委員會、薪酬委員會及風險管理委員會並制定有關職權範圍，其不比上市規則附錄14所載企業管治守則及企業管治報告(「企業管治守則」)所載者寬鬆。所有該等委員會由本公司大部分獨立非執行董事組成。

董事會已審閱本公司企業管治常規，信納本公司除守則條文第A.2.1條外，於截至2015年12月31日止年度一直遵守載於企業管治守則的守則條文。

根據守則條文第A.2.1條，主席及行政總裁的職能應予以區分，不應由同一人士擔任。本公司偏離此條文，原因是鄭耀南先生(「鄭先生」)同時履行本公司董事會主席兼行政總裁的職務。鄭先生在中國貼身衣物行業享負盛名，為本集團的創始人，在一般業務營運及管理方面擁有豐富經驗。董事會相信，由彼身兼該兩職可使本公司領導穩固一致，有助本集團落實及執行業務策略，符合本公司的最佳利益。在鄭先生領導下，董事會有效運作並履行其職責，適時商討所有重要及適當問題。此外，由於所有主要決策均經諮詢董事會成員及相關董事委員會後作出，且董事會有三名獨立非執行董事提出獨立見解意見，故董事會認為有足夠保障措施確保董事會權力平衡。然而，董事會將不時根據現況檢討董事會架構及組成，保持本公司的高水平企業管治常規。

本公司企業管治常規的詳細資料將載於本公司2015年年報。

審核委員會之審閱

本公司成立審核委員會，旨在(但不限於)協助董事會獨立審閱及監督本集團財務及會計政策，監管本集團的財務控制、內部控制及風險管理，並監管審核過程及履行董事會指定的其他職務及責任。

審核委員會由本公司三名獨立非執行董事丘志明先生、戴亦一博士及陳志剛先生組成。丘志明先生為審核委員會主席，具備合適專業資格。

審核委員會已審閱本集團截至2015年12月31日止年度的年度業績。

遵守標準守則

本公司已採納上市規則附錄十所載上市發行人董事進行證券交易的標準守則（「標準守則」）作為本公司董事進行證券交易的操守守則。可能擁有本集團未公開內部資料的相關員工亦須遵守標準守則。於作出特別查詢後，各本公司董事及相關員工確認於截至2015年12月31日止年度內一直遵守標準守則所載規定準則。

購買、出售或贖回本公司上市證券

截至2015年12月31日止年度，本公司或其任何附屬公司概無購買、出售及贖回任何本公司上市證券。

末期股息

董事會建議向本公司股東派發截至2015年12月31日止年度末期股息每股普通股11.00港仙（2014年：10.00港仙）。擬派末期股息須經本公司股東於2016年5月25日舉行的股東週年大會（「股東週年大會」）批准，方告作實。倘獲股東批准，預期擬派末期股息將於2016年6月14日或前後派發予於2016年6月2日名列本公司股東名冊之股東。

暫停辦理股東登記手續

本公司將暫停辦理股東登記手續如下：

- (1) 於2016年5月25日（星期三）名列本公司股東名冊的股東有權出席股東週年大會並於會上投票。為確定股東出席股東週年大會並於會上投票的資格，本公司將於2016年5月23日（星期一）至2016年5月25日（星期三）（包括首尾兩天）暫停辦理股份過戶登記手續。為符合資格出席股東週年大會並於會上投票，所有填妥的過戶表格連同有關股票須不遲於2016年5月20日（星期五）下午4時30分前送達本公司香港股份過戶登記分處香港中央證券登記有限公司以作登記。

- (2) 末期股息將於2016年6月14日(星期二)或前後支付予於2016年6月2日(星期四)名列本公司股東名冊的股東。為確定股東獲派末期股息的資格，本公司將於2016年5月31日(星期二)至2016年6月2日(星期四)(包括首尾兩天)暫停辦理股份過戶登記手續。為符合資格獲派末期股息，所有填妥的過戶表格連同有關股票須不遲於2016年5月30日(星期一)下午4時30分前送達本公司香港股份過戶登記分處香港中央證券登記有限公司以作登記。

香港中央證券登記有限公司地址為香港灣仔皇后大道東183號合和中心17樓1712至1716號舖。

股東週年大會

股東週年大會將於2016年5月25日舉行。股東週年大會通知將適時寄發予本公司股東。

刊發業績公告及年報

本業績公告載於本公司網站 www.cosmo-lady.com.hk 及聯交所網站 www.hkexnews.hk。2015年年報及股東週年大會通告將適當時候寄發予本公司股東並刊載於相同網站。

承董事會命
都市麗人(中國)控股有限公司
主席
鄭耀南

香港，2016年3月29日

於本公告日期，董事會包括執行董事鄭耀南先生、張盛鋒先生、林宗宏先生、程祖明先生及吳小麗女士；非執行董事溫保馬先生；以及獨立非執行董事丘志明先生、戴亦一博士及陳志剛先生。