

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2016年6月30日止六個月

中期業績公告

財務概要				
		截至6月30日止六個月		
		2016年	2015年	變動
收入	人民幣千元	2,211,369	2,207,351	0.2%
經營利潤	人民幣千元	222,950	347,892	-35.9%
本公司權益持有人 應佔利潤	人民幣千元	174,019	270,350	-35.6%
毛利率	%	47.7%	44.7%	6.7%
經營利潤率	%	10.1%	15.8%	-36.1%
本公司權益持有人 應佔利潤率	%	7.9%	12.2%	-35.2%
每股盈利				
-基本及攤薄	人民幣分	9.13	14.18	-35.6%

中期業績

都市麗人(中國)控股有限公司(「本公司」)董事會(「董事會」)欣然宣佈本公司及其附屬公司(「本集團」)截至2016年6月30日止六個月之未經審核綜合中期業績，連同2015年同期比較數字及經甄選解釋附註茲列如下：

簡明綜合損益及其他全面收益表

	附註	截至6月30日止六個月	
		2016年 未經審核 人民幣千元	2015年 未經審核 人民幣千元
收入	4	2,211,369	2,207,351
銷售成本	6	(1,157,341)	(1,220,653)
毛利		1,054,028	986,698
銷售及營銷費用	6	(714,660)	(577,806)
一般及行政費用	6	(141,330)	(82,633)
其他收入	5	24,216	22,957
其他收益／(虧損)－淨額	5	696	(1,324)
經營利潤		222,950	347,892
財務收入	7	12,180	11,012
除所得稅前利潤		235,130	358,904
所得稅費用	8	(61,111)	(88,554)
期內利潤		174,019	270,350
期內其他全面收益 (其後可能重新分類至損益的項目)			
匯兌差額		761	6,723
期內全面收益總額		174,780	277,073
本公司權益持有人應佔利潤		174,019	270,350
本公司權益持有人應佔全面收益總額		174,780	277,073
期內本公司權益持有人應佔每股盈利－基本	9	人民幣分 9.13	人民幣分 14.18
－攤薄		9.13	14.18

簡明綜合資產負債表

	附註	於2016年 6月30日 未經審核 人民幣千元	於2015年 12月31日 經審核 人民幣千元
資產			
非流動資產			
物業、廠房及設備		488,821	448,999
土地使用權		90,431	91,471
無形資產		42,621	40,110
於合營公司之投資		1,990	1,990
可供出售金融資產		18,600	15,600
給予第三方之貸款		–	105,000
按金、預付款及其他應收款項		26,256	32,780
遞延所得稅資產		38,764	30,318
		<u>707,483</u>	<u>766,268</u>
流動資產			
存貨		889,719	800,377
應收賬款	11	586,811	517,705
給予第三方之貸款		105,000	–
按金、預付款及其他應收款項		452,388	438,343
定期存款		9,225	9,435
現金及現金等價物		743,105	950,639
		<u>2,786,248</u>	<u>2,716,499</u>
資產總值		<u><u>3,493,731</u></u>	<u><u>3,482,767</u></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		1,254,574	1,431,994
其他儲備		295,111	244,196
保留盈利		971,640	845,352
權益總額		<u>2,638,645</u>	<u>2,638,862</u>
負債			
流動負債			
應付賬款	12	506,567	495,411
應計費用及其他應付款項		289,914	283,556
當期所得稅負債		56,916	63,160
		<u>853,397</u>	<u>842,127</u>
非流動負債			
遞延所得稅負債		<u>1,689</u>	<u>1,778</u>
負債總額		<u><u>855,086</u></u>	<u><u>843,905</u></u>
權益及負債總額		<u><u>3,493,731</u></u>	<u><u>3,482,767</u></u>

簡明綜合權益變動表

	未經審核				
	本公司權益持有人應佔				
	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	權益總額 人民幣千元
於2016年1月1日	117,320	1,431,994	244,196	845,352	2,638,862
全面收益					
期內利潤	-	-	-	174,019	174,019
其他全面收益					
匯兌差額	-	-	761	-	761
期內全面收益總額	-	-	761	174,019	174,780
與權益持有人交易					
股息	-	(177,420)	-	-	(177,420)
轉撥至法定儲備	-	-	47,731	(47,731)	-
以權益結算的股份報酬	-	-	2,423	-	2,423
與權益持有人交易總額	-	(177,420)	50,154	(47,731)	(174,997)
於2016年6月30日	117,320	1,254,574	295,111	971,640	2,638,645
於2015年1月1日	117,320	1,431,994	231,699	456,519	2,237,532
全面收益					
期內利潤	-	-	-	270,350	270,350
其他全面收益					
匯兌差額	-	-	6,723	-	6,723
期內全面收益總額	-	-	6,723	270,350	277,073
與權益持有人交易					
股息	-	-	-	(151,175)	(151,175)
以權益結算的股份報酬	-	-	3,539	-	3,539
與權益持有人交易總額	-	-	3,539	(151,175)	(147,636)
於2015年6月30日	117,320	1,431,994	241,961	575,694	2,366,969

簡明綜合現金流量表

	附註	截至6月30日止六個月	
		2016年 未經審核 人民幣千元	2015年 未經審核 人民幣千元
經營活動所得現金流量			
經營所得現金	13	109,181	301,389
已付所得稅		(75,889)	(80,739)
經營活動所得現金淨額		33,292	220,650
投資活動所得現金流量			
出售物業、廠房及設備的所得款項		168	–
已收利息		12,137	7,957
購買物業、廠房及設備		(68,633)	(68,920)
購買無形資產		(3,881)	(4,550)
初步期限超過三個月的定期存款		210	150,000
給予第三方之貸款		–	(105,000)
收購業務		(5,000)	(45,000)
投資活動所用現金淨額		(64,999)	(65,513)
融資活動所得現金流量			
已付股息		(177,420)	(114,713)
融資活動所用現金淨額		(177,420)	(114,713)
現金及現金等價物(減少)/增加淨額		(209,127)	40,424
期初現金及現金等價物		950,639	921,337
匯率變動影響		1,593	5,420
期末現金及現金等價物		743,105	967,181

附註

1 一般資料

都市麗人(中國)控股有限公司(「**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。本公司的附屬公司(本公司及其附屬公司以下統稱「**本集團**」)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。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，截至2016年6月30日止六個月簡明綜合中期財務資料(「**中期財務資料**」)以人民幣(「**人民幣**」)呈列。中期財務資料未經審核，惟已由本公司審核委員會審閱，並於2016年8月15日經本公司董事會批准刊發。

2 編製基準

中期財務資料乃根據國際會計準則(「**國際會計準則**」)第34號「中期財務報告」編製。中期財務資料須連同本集團根據國際財務報告準則(「**國際財務報告準則**」)編製的截至2015年12月31日止年度的財務報表一併閱讀。

編製中期財務資料要求管理層作出影響會計政策的應用和所報告資產及負債、收入及開支金額的判斷、估計及假設。實際結果可能與該等估計不同。於編製中期財務資料時，管理層應用本集團會計政策時作出的重大判斷及估計不明朗因素的主要來源與本集團截至2015年12月31日止年度的合併財務報表所用者一致。

編製中期財務資料所使用會計政策與本集團截至2015年12月31日止年度之合併財務報表所採用者一致，惟以下所述者除外。

(a) 本集團採納之經修訂準則

以下準則修訂本乃本集團於2016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。

國際財務報告準則第14號	監管遞延賬目
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
國際財務報告準則第11號(修訂本)	收購於合營業務權益之會計法
國際會計準則第1號(修訂本)	披露計劃
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
國際會計準則第16號及國際會計準則 第41號(修訂本)	農業：生產性植物
國際會計準則第27號(修訂本)	獨立財務報表的權益法
2014年年度改進	2012年至2014年週期的年度改進

採納該等經修訂準則對本集團之經營業績或財務狀況並無任何重大影響。

(b) 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期內頒佈但尚未生效，且本集團並無提前採納：

國際財務報告準則第9號	金融工具 ⁽¹⁾
國際財務報告準則第15號	來自客戶合約的收入 ⁽¹⁾
國際財務報告準則第16號	租賃 ⁽²⁾
國際會計準則第28號及 國際財務報告準則第10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 ⁽³⁾

⁽¹⁾ 於2018年1月1日或之後開始的年度期間對本集團生效

⁽²⁾ 於2019年1月1日或之後開始的年度期間對本集團生效

⁽³⁾ 生效日期待國際會計準則理事會釐定

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

(c) 中期所得稅乃採用適用於預期年度盈利總額的稅率計提。

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。截至2016年6月30日及2015年6月30日止六個月，本集團所有收入均來自中國。

截至2016年6月30日止六個月，概無任何單一外部客戶產生的收入佔本集團收入逾10% (2015年：無)。

4 收入

	截至6月30日止六個月	
	2016年 人民幣千元	2015年 人民幣千元
向加盟商銷售	1,200,014	1,402,352
零售	846,418	761,683
電子商務	164,937	43,316
	<u>2,211,369</u>	<u>2,207,351</u>

5 其他收入及其他收益／(虧損)–淨額

	截至6月30日止六個月	
	2016年 人民幣千元	2015年 人民幣千元
其他收入：		
加盟費收入	483	1,443
軟件使用費收入	1,154	1,946
政府補助	13,312	11,309
服務費收入	1,765	2,627
其他	7,502	5,632
	<u>24,216</u>	<u>22,957</u>
其他收益／(虧損)–淨額：		
外匯收益／(虧損)淨額	832	(1,303)
出售物業、廠房及設備虧損–淨額	(136)	(21)
	<u>696</u>	<u>(1,324)</u>

6 按性質劃分的費用

	截至6月30日止六個月	
	2016年 人民幣千元	2015年 人民幣千元
確認為銷售成本的存貨成本	1,121,718	1,187,253
僱員福利費用(包括董事酬金)	280,541	217,617
零售店的經營租賃租金 (包括可變租金人民幣231,811,000元 (2015年：人民幣149,524,000元)(附註(i)))	273,765	188,472
根據合作安排有關店舖的代銷費用(附註(ii))	–	50,510
其他土地及樓宇的經營租賃租金開支	21,414	16,549
營銷及推廣費用	66,289	44,290
折舊及攤銷	43,214	30,765
倉儲及物流費用	23,200	15,968
電子商務平台服務費	23,123	10,092
政府收費及徵費	20,827	15,755
確認為費用的消費品	15,789	15,769
公共事業費用	15,714	14,430
差旅費	12,831	8,547
顧問服務費用	12,018	6,280
應收賬款撥備淨額	4,994	505
存貨撇減	9,241	11,976
雜項	68,653	46,314
銷售成本、銷售及營銷費用以及一般及 行政費用總額	2,013,331	1,881,092

附註：

- (i) 截至2016年6月30日止六個月，最低承擔可變租金安排下零售店的收入為人民幣730,037,000元(2015年：人民幣514,505,000元)。
- (ii) 截至2015年6月30日止六個月，代銷租賃安排下店舖的收入為人民幣122,976,000元。

7 財務收入

	截至6月30日止六個月	
	2016年 人民幣千元	2015年 人民幣千元
可供出售金融資產利息收入	5,777	3,064
給予第三方之貸款之利息收入	4,896	3,094
短期銀行存款利息收入	1,507	4,854
	12,180	11,012

8 所得稅費用

	截至6月30日止六個月	
	2016年 人民幣千元	2015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(附註(b))	<u>69,646</u>	<u>90,335</u>
	69,646	90,335
遞延所得稅	<u>(8,535)</u>	<u>(1,781)</u>
	61,111	88,554

(a) 香港利得稅

由於本集團於本期並無於香港產生應課稅利潤，故並無於中期財務資料中計提香港利得稅撥備(2015年：無)。

(b) 中國企業所得稅

本集團於中國的附屬公司的所得稅撥備乃根據現行法例、其詮釋及慣例按本期估計應課稅利潤稅率25%(2015年：25%)計算。

(c) 海外所得稅

本公司為根據開曼群島公司法第22章在開曼群島註冊成立的獲豁免有限公司，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」)的直接附屬公司乃根據英屬處女群島的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 每股盈利

基本

每股基本盈利是以本公司權益持有人應佔利潤除以本期已發行普通股的加權平均數目計算。

	截至6月30日止六個月	
	2016年	2015年
本公司權益持有人應佔本期利潤(人民幣千元)	<u>174,019</u>	<u>270,350</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>1,906,457</u>
每股基本盈利(每股人民幣分)	<u>9.13</u>	<u>14.18</u>

攤薄

由於本期間並無已發行具潛在攤薄效應的普通股(2015年：無)，故每股攤薄盈利與每股基本盈利相同。

10 股息

董事會並不建議就截至2016年6月30日止六個月向本公司股東派發任何中期股息(2015年：無)。

11 應收賬款

	於2016年 6月30日 人民幣千元	於2015年 12月31日 人民幣千元
應收第三方款項	590,460	519,170
減：減值撥備	(3,649)	(1,465)
應收賬款－淨額	<u>586,811</u>	<u>517,705</u>

(a) 於2016年6月30日及2015年12月31日，本集團應收賬款賬面值與其公平值相若並均以人民幣計值。

(b) 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。本集團一般分別就季節性產品及新門店首份產品訂單授予加盟商客戶自發票日期起計60至90日及180至360日的信貸期。此外，本集團亦向若干加盟商授予180至360日的額外信貸期。於2016年6月30日及2015年12月31日，按發票日期所作應收賬款賬齡分析如下：

	於2016年 6月30日 人民幣千元	於2015年 12月31日 人民幣千元
應收賬款，總額		
–30日以內	336,468	324,271
–超過30日但於60日以內	63,237	76,202
–超過60日但於90日以內	60,361	46,968
–超過90日但於180日以內	76,894	41,165
–超過180日但於360日以內	49,044	21,475
–超過360日	4,456	9,089
	<u>590,460</u>	<u>519,170</u>

12 應付賬款

	於2016年 6月30日 人民幣千元	於2015年 12月31日 人民幣千元
應付第三方款項	503,071	489,652
應付關連方款項	3,496	5,759
	<u>506,567</u>	<u>495,411</u>

於2016年6月30日及2015年12月31日，本集團應付賬款為不計息，其賬面值與其公平值相若。

於2016年6月30日及2015年12月31日，應付賬款以人民幣計值。

於2016年6月30日及2015年12月31日，按發票日期所作應付賬款(包括應付關連方貿易性質款項)分析如下：

	於2016年 6月30日 人民幣千元	於2015年 12月31日 人民幣千元
應付賬款		
-30日以內	72,778	69,468
-超過30日但於60日以內	161,334	125,427
-超過60日但於90日以內	121,918	154,705
-超過90日但於180日以內	105,634	94,683
-超過180日但於360日以內	30,715	30,864
-超過360日	14,188	20,264
	<u>506,567</u>	<u>495,411</u>

13 綜合現金流量表附註

	截至6月30日止六個月	
	2016 人民幣千元	2015 人民幣千元
除所得稅前利潤	235,130	358,904
調整：		
-物業、廠房及設備折舊	38,139	26,427
-土地使用權攤銷	1,040	1,040
-無形資產攤銷	4,035	3,298
-應收賬款減值撥備	2,185	505
-存貨撇減	9,241	11,976
-財務收入(附註7)	(12,180)	(11,012)
-外匯(收益)/虧損淨額	(832)	1,303
-以權益結算的股份報酬	2,423	3,539
-出售物業、廠房及設備虧損淨額(附註5)	136	21
	<u>279,317</u>	<u>396,001</u>
營運資金變動：		
-應收賬款(增加)/減少	(71,291)	3,480
-受限制銀行存款減少	-	11,072
-按金、預付款及其他應收款項增加	(19,943)	(103,637)
-存貨(增加)/減少	(98,583)	43,181
-應付賬款增加	11,156	22,642
-應計費用及其他應付款項增加/(減少)	8,525	(71,350)
	<u>8,525</u>	<u>(71,350)</u>
經營所得現金	<u>109,181</u>	<u>301,389</u>

管理層討論與分析

市場回顧

中國經濟發展放緩

2015年下半年中國股市大幅動盪，人民幣兌換美元呈貶值趨勢，導致地區經濟下行，2016年上半年繼續充滿挑戰，尤其是對中國的零售業而言。根據中國國家統計局的資料，中國國內生產總值（「GDP」）從2015年的6.9%下降至2016年上半年的6.7%。不明朗的經濟前景負面影響了消費者的購物慾望，根據中華全國商業信息中心的資料，截至2016年6月30日止六個月，中國百家重點大型零售企業商品零售額同比下降了3.2%。2016年上半年中國社會消費品零售總額增長為10.3%，而2015年同期增長為10.4%，消費者的消費態度轉趨謹慎。在2016年上半年的中國社會消費品零售總額中，86.0%的銷售額來自於城鎮地區零售活動，增長10.2%，農村地區零售額增長為11.0%。

正面來看，即使在當前的經濟情況之下，消費者可消費的財富及儲蓄持續增加。2016年上半年，中國人均可支配收入增長6.5%，達到人民幣11,886元。而城鎮居民人均可支配收入增長5.8%，高達人民幣16,957元，農村居民人均可支配收入增長6.7%，達人民幣6,050元。與城鎮地區相比，根據零售額和人均可支配收入的增長來看，農村地區的發展勢頭更為強勁。此外，為改善整體經濟及營商環境，中國政府繼續採取一系列刺激措施，該等措施日益見效。然而面對令人擔憂及不明朗的中國經濟前景，普遍認為在短期內中國消費者對於中國經濟前景及消費之信心不大可能轉好。

中國貼身衣物行業競爭加劇

鑑於消費者由於中國經濟發展放緩而形成的更為謹慎之消費觀，中國零售行業總體而言遭受到負面影響。面臨經濟發展疲乏，貼身衣物之高端市場首當其衝，而提供合理價格產品的大眾市場競爭者亦不能幸免。為了應對這一充滿挑戰之時期，一些市場競爭者提高折扣並加大宣傳力度，進而使得貼身衣物行業競爭愈加激烈。

除了經濟發展放緩之影響，2016年上半年期間微商(於中國新興的銷售渠道，包括但不限於貼身衣物零售商)的高速發展，亦打擊了大眾市場競爭者，主要由於其於市場上提供設計和功能相似的貼身衣物產品。微商又稱作微信營銷，這是以微信為操作平台的一種多層次層壓式分銷模式，包括多層(可多達10層)的分銷商持有和再分銷存貨，因而容易造成渠道庫存積壓問題。根據本集團所做的市場調研，微商零售額約佔了整個中國貼身衣物市場超過10%的份額。由於當地政府所採取的管制措施及騰訊加強對微商的合規管理，普遍認為長遠而言微商並不會持續下去，但在微商式微之前，其對本集團的威脅在接下來一段短時間仍持續。

從好的一面來看，即使是在當前的經濟情況之下，中國消費者的可支配收入仍在增長。他們不僅通過消費高性價比及時尚外衣產品，亦通過貼身衣物產品來提高生活質素。此外，本集團深化市場滲透在三線、四線城市打通銷售渠道，從中國農村地區之快速發展勢頭中獲利。本集團相信，由於大眾對於品牌力高、高性價比貼身衣物產品之需求不斷增長、營銷之力度持續提升以及不同市場分部之持續發展(特別是大眾市場分部)，中國貼身衣物市場在未來將會保持高速發展趨勢。

業務回顧

截至2016年6月30日止六個月，本集團持續聚焦於市場容量最大、發展最快的大眾市場。在面臨經濟放緩之際，來自微商的競爭為本集團帶來了新的挑戰。於2016年上半年，本集團未能全面預計來自微商的競爭強度，因此我們未能快速反應並消除威脅。在2016年上半年，本集團大眾市場產品之需求部分轉移至提供類似產品的微商，與此同時，本集團代工提供商(「OEMs」)的產品供應也受到影響。於本期內無痕無鋼圈文胸需求大增。微商能於供銷層面快速反應並把握此機遇，而本集團該段期間則缺乏此類產品，銷售增長受到影響，特別是向加盟商的銷售。所以，本集團致力於擴大業務並完成了2,211,369,000元之營業額，唯與2015年同期相比僅增長0.2%，同店銷售維持低單數增長。

從盈利方面來看，2016上半年本集團運營費用如員工成本、經營租賃租金及營銷和推廣費用持續上升。東莞核心物流中心於2015年竣工，這大大加強了物流能力和效率，但與此同時也產生了更高額的固定運營費用及拆舊費。此外，東莞總部的擴張亦導致大部分一般及行政費用普遍上升。經營負槓桿效應導致費用對收入比率上升。截至2016年6月30日止六個月，本公司權益持有人應佔利潤下降35.6%至人民幣174,019,000元。2016年上半年每股盈利為人民幣9.13分(2015年上半年：人民幣14.18分)，與去年相比下降35.6%。

儘管面臨各種挑戰，本集團已經採取了一系列防禦措施減少不利影響，包括加快關閉低效率店鋪提升整體店鋪質量；鑑於更為激烈之競爭，推遲開放新的店鋪；以及進一步融合、加強本集團供應鏈管理和發展戰略評估，以應對最新的市場條件。本集團認為經營業績將在不久將來逐漸改善並恢復至原來面貌。

電子商務前景良好

作為中國貼身衣物行業湧起的銷售渠道之一，電子商務於2016年上半年發展勢頭強勁。本集團的電子商務平台2014年上半年搭建，此後一直與天貓、唯品會及京東等知名網絡銷售平台合作並採取有效夥伴戰略。於2016年6月30日止六個月，本集團通過舉辦更多有效促銷活動加強此分銷渠道，藉此增加線上分銷平台人流量，同時整合線上及線下銷售渠道。品牌知名度已逐漸樹立在線上消費群體的心中，產品也受到更廣大人群的歡迎，此等都能體現於整體客單價的增加、每單購買件數之增加以及新產品銷售比上升。

通過不斷加強營銷及促銷力度以提升本集團的品牌知名度，與此同時，透過完善產品結構、加強成本控制和更高談判能力以爭取更有競爭之平台佣金支出，本集團的線上渠道盈利能力得以提升。基於本集團在發展電子商務方面付出了巨大努力，2016年上半年取得的績效令人鼓舞，特別是在2016年3月8日國際婦女節當日，本集團銷售額和人流量雙雙創紀錄。截至2016年6月30日止六個月，電子商務的營業額達到人民幣164,937,000元，佔本集團總營業額之7.5%(2015年上半年：2.0%)，與去年同期相比，增加280.8%。截至2016年6月30日止六個月電子商務取得可觀盈利，預期於2016年下半年將持續增長勢頭。

根據弗若斯特沙利文報告，由於移動網絡及智能手機技術的發展，電子商務銷售在未來五年內將成為中國貼身衣物行業的更為主要的一個渠道，到2020年佔市場份額6.5%。因此，本集團將持續對電子商務加強並實施有效的發展戰略。本集團預期，其電子商務銷售收入將在未來持續明顯增長。

振興及優化高端品牌

2015年，本集團收購知名高端貼身衣物品牌，「歐迪芬」及其附屬品牌，包括但不限於「璐比」及「伊夏」(「**高端品牌**」)，成功打入中國高端貼身衣物市場。於2016年上半年，本集團為了實現高速發展之潛力，一直對高端品牌實施其發展戰略。一直以來，本集團實施多項措施優化高端品牌的運營效率，如透過在店鋪安裝運營系統對其直接控制，以及加強營銷和物流能力。與此同時，本集團通過向店鋪引入差異化之新產品，豐富其產品結構，並通過訓練項目提高銷售人員的能力，從而大大優化了零售運作。

儘管在大家共同努力下，通過推行一系列如上所述之改進及戰略計劃以改善高端品牌，但在中國經濟發展不景氣之衝擊下，2016年上半年高端品牌之業績以及門店之擴張受到了負面影響，特別是銷售增長遜於預期，以及整體運營費用對收入比率處於較高水平。因此，2016年上半年高端品牌錄得淨虧損。於2016年6月30日，高端品牌共有589家零售店，其中包括124家加盟店及465家自營店。大部分零售店位於中國主要城市的購物中心及百貨商店。

日後，本集團將持續加大成本控制，優化高端產品運營及渠道管理，並通過加強品牌知名度進一步鞏固其於高端市場之基礎。

覆蓋中國的龐大分銷網絡

作為中國最大的品牌貼身衣物企業，本集團具有覆蓋中國全部省份超過330個地級市以及省級市及自治區的龐大分銷網絡。本集團可通過五大地區類型全方位網絡，即商業街、社區、交通樞紐、校區和商業超市，以及商場、百貨商店及購物中心的高端零售網絡，有效接觸到不同地區之廣大消費人群。

於2016年上半年，鑑於中國經濟發展不明朗，以及微商的負面影響，本集團採取較謹慎方針，收緊門店拓展政策以及評估關閉不盈利門店。於2016年6月30日，本集團分銷網絡共有8,371家零售店，其中包括6,803家加盟店和1,568家自營店。這代表在2016年上半年由於淨減少323家加盟店部份被85家自營店的淨增加所抵消，總門店數量淨減少238家。截至2016年6月30日止六個月，有關本集團專賣店，即「都市麗人」、「自在時光」及「歐迪芬」之詳情按類別載列如下：

	截至2016年30日止六個月			
	都市麗人	自在時光	歐迪芬	合計
加盟店：				
期初	6,882	55	189	7,126
加：新開門店	306	45	–	351
減：已結業門店	(580)	(8)	(16)	(604)
轉為自營店	(21)	–	(49)	(70)
加盟店總數	6,587	92	124	6,803
自營店：				
期初	1,108	13	362	1,483
加：新開門店	61	19	64	144
轉自加盟店	21	–	49	70
減：已結業門店	(117)	(2)	(10)	(129)
直營店總數	1,073	30	465	1,568
門店總數	7,660	122	589	8,371

隨著低效率門店停止運營，本集團相信整體分佈網絡之盈利能力將得以改善，有助推進未來進一步增長。

除以上外，本集團於2016年4月開始推出其第五代門店形象(以白色為主題色的簡潔及簡單的設計風格)。為給消費者帶來煥然一新的面貌及刺激銷售業績，我們亦統一家具設計。於2016年6月30日，本集團約有100家門店完成形象升級，更多升級將於2016年下半年實施。

涵蓋不同消費者的多種品牌及產品組合

本集團採取多種品牌策略，為不同品味的各種消費者提供廣泛的高性價比的產品以滿足大眾及高端市場的需求。

就大眾市場分部而言，本集團有多個不同設計風格且屬於不同的價格範圍的品牌，涵蓋大範圍的消費者。針對女性消費者而言，本集團通過多個品牌營銷其產品，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」。就男性及兒童產品而言，本集團分別通過「都市•鋒尚」及「咪雅佳」銷售其產品。就高端貼身衣物分部而言，本集團透過收購高端品牌藉以取得高端貼身衣物市場之客戶及渠道。

於2016年上半年，本集團通過其核心品牌包括「都市•儷人」、「都市•絲語」、「都市•繽紛派」(其佔本集團總收入約77.6%)繼續加強在大眾市場中的領導地位，並且同時培養其他品牌來提升其品牌價值。尤其，就「自在時光」(於2014年下半年推出的品牌，以簡單清新的韓版設計為理念)而言，本集團一直致力於配置大量資源來振興其營銷效能，聚焦於大眾市場中年輕且具有時尚意識的消費者來推動銷售。於2016年6月30日，本集團有122間「自在時光」專賣店。

除以上外，上海迪士尼於2016年6月之開幕預計將對「咪雅佳」的銷售表現有積極及正面影響。咪雅佳為兒童及青少年品牌並且於2015年獲華特迪士尼集團授權推出印有迪士尼卡通人物的貼身衣物。於2016年6月30日，咪雅佳的迪士尼系列產品在本集團約有7,000家門店有售。

核心資產-消費者忠誠度

本集團確信建立消費者對其品牌的忠誠度為其長期可持續增長之最關鍵要素之一。鑒於此，本集團推出一項會員計劃，使本集團能深入了解客戶的消費行為並且因此令本集團能夠為來自不同背景及不同地區的消費者推出專屬營銷活動。此外，此計劃亦為其電子商務業務的發展提供龐大且忠誠的客戶基礎。於2016年6月30日，此會員計劃的註冊會員（「會員」）人數已超過3,900萬人。

於2016年上半年，為了更為主動的管理會員計劃，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，本集團已為加盟店編程開發移動應用程式（「應用程式」），因此加盟店將可及時準確取得其會員之銷售數據及購買行為。此程式為加盟店推出專屬會員營銷活動提供強大基礎及有效地創造銷售增長勢頭。我們仍在準備推出應用程式，於2016年6月30日，本集團約有3,000間加盟店採取此種新的商業發展工具。

除會員計劃外，本集團亦營運自身電子商務平台（www.dsirpark.com）*，通過建立交流平台有效地連接本集團及其會員。本集團承諾將繼續加強平台多樣化功能，包括但不限於會員促銷活動，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。

* 本網站的內容不構成本公告之一部分。

專注及有效的品牌建設計劃

本集團致力於透過多種方式包括但不限於傳統渠道(如電視媒體、贊助活動及展會等)舉辦專屬及多樣化營銷活動，藉此提升其品牌認知度及消費者忠誠度。除以上內容外，於2016年上半年本集團繼續透過贊助一系列中國電視頻道知名綜藝節目，包括浙江衛視的「奔跑吧兄弟」、「來吧冠軍」及「12道鋒味」，此等提升了本集團的品牌知名度。

作為一項使本集團從其他眾多競爭對手脫穎而出的戰略舉措，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若干核心女士品牌及其男士品牌「都市•鋒尚」之代言人，該等方式有效的擴大了其提升企業形象的營銷力度的影響。

為了持續鞏固本集團於中國貼身衣物市場之領軍地位，我們於2016年4月舉辦主題為「邁向星世代」之年度大型貼身衣物時尚秀，並加入多種表演元素，包括來自中國、台灣及韓國的著名歌手的歌唱表演。於該走秀上，本集團代言人、其他著名藝人及專業模特展示了本集團最新時尚產品集合，該活動獲得了觀眾及媒體的廣泛歡迎，該時尚秀相關視頻於網絡上的觀看量超過3億次。該活動極大提升本集團在行業的曝光度及公眾知名度，及為本集團未來業務進一步發展創造了堅實的基礎。

經營能力持續提高

卓越的物流能力為零售商長期持續發展的關鍵。作為中國貼身衣物行業中的最大品牌企業，本集團堅信不斷提高其物流管理將有效提供堅實基礎應對快速時尚業務本性及超越其他市場競爭者。除東莞核心物流中心的建設已於2015年完成外，本集團目前正在建設位於天津的另一個新區域性物流中心，預期於2017年下半年開始運行。此等核心及區域性物流中心將極大地發展本集團物流能力。

在零售方面，基於我們門店現有的支付系統，本集團開始與騰訊及中國電信合作，採用逐漸成為潮流的手機支付方法-微信支付及翼支付。於2016年6月30日，約有1,300間門店安裝該支付系統。採用該等支付選擇不僅向消費者提供多種支付選擇，而且促進了門店銷售業績。

除上文所述者外，本集團了解，若沒有組織內支持性功能的有效支援，一家企業不可能成功。在本期間，本集團開始透過發展SAP系統的若干功能增強其財務及人力資源管理，內容涉及合併流程及獎懲制度。該等增強措施預期於2016年下半年實施。

致力於創新及質量控制

鑑於客戶對時尚、高質量、高性價比的產品及貼身衣物舒適度之需求的不斷提升，本集團擁有逾100人組成的專責產品設計及研發團隊，不斷推出新產品，以滿足客戶不斷變化的需求。於2016年6月30日，本集團在中國擁有127個註冊專利。此外，面對不斷變化的商業環境，於2016年上半年，本集團已開始研發有關產品生命週期管理的新系統，促進對各式各樣產品更有組織性的數據存儲及分析。該系統預期於2016年7月推出。

此外，本集團已採用有組織的質量控制系統，以確保其產品的質量標準。本集團於2016年6月獲ISO9001「質量管理體系」認證，這歸功於其為客戶最佳利益而一直維持功能完備的質量控制系統。此外，鑑於持續的業務擴張，本集團已完成在東莞建設並開始營運一座新的、更大的、並安裝更高端設備的質量控制中心。

企業社會責任及榮譽

本集團認為回饋社會及維持高標準的社會及企業責任與將股東的財富最大化同樣重要。於2016年上半年，本集團同意向若干慈善機構捐款，關注幫助弱勢群體及促進教育，如中國扶貧基金會、東莞市鳳崗鎮新中心小學項目及廈門大學。本集團致力透過慈善捐贈及參與社區活動與地方政府機構、大學及社會組織維持良好的關係。

本集團對中國貼身衣物市場作出的貢獻及領導作用亦備受肯定。於2016年上半年，本集團獲得以下殊榮，肯定了本集團致力成為行業領導並對行業做出貢獻的承擔：獲中國國際內衣文化周組委會頒發「2015-2016中國內衣行業年度推動獎」、獲中國國際內衣文化周組委會及中國(深圳)國際品牌內衣展組委會頒發「中國內衣行業年度十大領軍品牌」及「中國內衣行業年度消費者喜愛品牌獎」。

除上文所述者外，本集團獲ISO14001「環境管理體系」及OHSAS18001「職業健康與安全管理體系」認證，以肯定其在上述方面的承擔。

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2015年6月30日止六個月的人民幣2,207,351,000元略微上升0.2%至截至2016年6月30日止六個月的人民幣2,211,369,000元，主要由於以下共同影響(i)核心品牌「都市·儷人」及其附屬品牌向加盟商的銷售較去年同期下降人民幣222,173,000元或16.0%：該下降乃主要由於中國經濟發展放緩導致的更加謹慎消費情緒及高速發展的微商影響本集團收入及從代工提供商之產品供應，以及無痕無鋼圈文胸庫存短缺，該產品於2016年上半年需求大增，但由於本集團未能全面預測該市場變動或未能有效回應以抓住機遇所致；(ii)「歐迪芬」及其附屬品牌通過線下渠道銷售的全期影響，其業績自2015年6月1日完成收購起開始合併入本集團如：截至2016年6月30日止六個月之銷售較2015年同期超出人民幣116,703,000元；及(iii)本集團採納有效發展策略導致電子商務銷售較去年同期增長人民幣121,621,000元或280.8%。

按銷售渠道劃分的收入

本集團透過由8,371家門店(截至2016年6月30日包括遍佈全國逾330個地級市的6,803家加盟店及1,568家自營店)及網絡銷售平台向消費者銷售產品。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2016年6月30日止六個月				佔比 %
	都市·儷人及 其附屬品牌 人民幣千元	自在時光 人民幣千元	歐迪芬及 其附屬品牌 人民幣千元	總計 人民幣千元	
向加盟商銷售	1,165,604	29,780	4,630	1,200,014	54.2
零售	710,866	5,860	129,692	846,418	38.3
電子商務	137,407	–	27,530	164,937	7.5
總收入	2,013,877	35,640	161,852	2,211,369	100.0

	截至2015年6月30日止六個月				佔比 %
	都市·儷人及 其附屬品牌 人民幣千元	自在時光 人民幣千元	歐迪芬及 其附屬品牌 人民幣千元	總計 人民幣千元	
向加盟商銷售	1,387,777	10,892	3,683	1,402,352	63.5
零售	747,682	65	13,936	761,683	34.5
電子商務	41,673	–	1,643	43,316	2.0
總收入	2,177,132	10,957	19,262	2,207,351	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6月30日止六個月			
	2016年		2015年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%
向加盟店銷售及零售：				
文胸	1,006,453	45.5	1,112,704	50.4
內褲	318,178	14.4	337,408	15.3
睡衣及家居服	344,470	15.6	355,434	16.1
保暖服	119,416	5.4	99,138	4.5
其他 ⁽¹⁾	257,915	11.6	259,351	11.7
小計	2,046,432	92.5	2,164,035	98.0
線上平台銷售：				
文胸	107,349	4.9	37,672	1.7
內褲	21,335	1.0	3,002	0.2
睡衣及家居服	7,021	0.3	476	0.0
保暖服	9,344	0.4	1,678	0.1
其他 ⁽¹⁾	19,888	0.9	488	0.0
小計	164,937	7.5	43,316	2.0
總收入	2,211,369	100.0	2,207,351	100.0

附註：

⁽¹⁾ 包括打底褲及緊身褲、背心、襪子及配飾。

由於2016年1月及2月的天氣較正常寒冷，截至2016年6月30日止六個月保暖服的銷量較去年同期增長27.7%或人民幣27,944,000元。

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。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6月30日止六個月			
	2016年		2015年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%
向加盟商銷售及零售：				
都市·儷人	807,161	36.5	875,220	39.7
都市·絲語	499,963	22.6	684,561	31.0
都市·繽紛派	289,744	13.1	285,841	13.0
都市·鋒尚	207,660	9.4	206,008	9.3
歐迪芬及其附屬品牌	134,322	6.1	17,619	0.8
自在時光	35,640	1.6	10,957	0.5
其他	71,942	3.2	83,829	3.7
小計	2,046,432	92.5	2,164,035	98.0
線上平台銷售：				
都市·儷人	75,714	3.4	24,688	1.1
都市·絲語	32,344	1.5	6,987	0.3
都市·繽紛派	10,338	0.5	4,554	0.2
都市·鋒尚	9,850	0.4	882	0.1
歐迪芬及其附屬品牌	27,530	1.2	1,643	0.1
其他	9,161	0.5	4,562	0.2
小計	164,937	7.5	43,316	2.0
總收入	2,211,369	100.0	2,207,351	100.0

按地理位置劃分的收入

為方便進行銷售及作出決策，本集團劃分全部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(定義見下文)，而此等地區各自獨自向總部匯報。下表載列按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6月30日止六個月			
	2016年		2015年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%
向加盟商銷售及零售：				
華南 ⁽¹⁾	837,366	37.9	902,996	40.9
華東 ⁽²⁾	527,066	23.8	543,652	24.6
中國西南部 ⁽³⁾	348,894	15.8	417,374	18.9
華北 ⁽⁴⁾	333,106	15.0	300,013	13.6
小計	2,046,432	92.5	2,164,035	98.0
線上平台銷售	164,937	7.5	43,316	2.0
總收入	2,211,369	100.0	2,207,351	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2016年及2015年6月30日止六個月分別合共為總收入貢獻約61.7%及65.5%。於2016年上半年，全國向加盟商銷售及零售額總體下降，唯受微商發展的影響較小的華北除外。

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。

截至2016年6月30日止六個月銷售成本準確金額較2015年同期下降5.2%，因為由產品銷售量下降導致確認為銷售成本的存貨成本下降及存貨撇減減少。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6月30日止六個月			
	2016年		2015年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%
確認為銷售成本的				
存貨成本	1,121,718	96.9	1,187,253	97.3
僱員福利費用	13,225	1.1	11,486	0.9
政府收費及徵費	12,458	1.1	9,693	0.8
存貨撇減	9,241	0.8	11,976	1.0
其他	699	0.1	245	0.0
總銷售成本	1,157,341	100.0	1,220,653	100.0

毛利及毛利率

截至2016年6月30日止六個月，本集團錄得毛利人民幣1,054,028,000元，較2015年同期增加6.8%。

本集團毛利率由截至2015年6月30日止六個月的44.7%上升至截至2016年6月30日止六個月的47.7%。下表載列按銷售渠道劃分的毛利率明細。

	截至2016年6月30日止六個月			總計 %
	都市·儷人及其附屬品牌 %	自在時光 %	歐迪芬及其附屬品牌 %	
向加盟商銷售及零售	47.0	14.5	72.7	48.1
電子商務	38.6	不適用	59.1	42.0
總毛利率	46.4	14.5	70.4	47.7

	截至2015年6月30日止六個月			總計 %
	都市·儷人及其附屬品牌 %	自在時光 %	歐迪芬及其附屬品牌 %	
向加盟商銷售及零售	44.2	38.1	75.9	44.4
電子商務	59.1	不適用	59.8	59.1
總毛利率	44.5	38.1	74.5	44.7

毛利率增加主要由於本集團不斷改善銷售渠道及產品組合、進一步整合供應鏈以及毛利率較高的產品銷售佔比提升。

銷售及營銷費用

銷售及營銷費用主要包括僱員福利費用、經營租賃租金、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。

銷售及營銷費用由截至2015年6月30日止六個月的人民幣577,806,000元增加23.7%至截至2016年6月30日止六個月的人民幣714,660,000元，此乃主要由於(i)自營店的經營租賃租金及僱員福利費用的增加。自營店的租售比從截至2015年6月30日止六個月的29.5%上升至截至2016年6月30日止六個月的32.3%；(ii)自營店的其他經營費用上升，如物流費用及折舊及攤銷費用；及(iii)於2016年上半年，總部運營之擴張導致銷售及營銷費用中的其他項目如營銷及推廣費用及差旅費的普遍上升。

下表載列銷售及營銷費用的明細，各項以準確金額及所佔銷售及營銷費用總額的百分比列示。

	截至6月30日止六個月			
	2016年		2015年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%
僱員福利費用	188,217	26.3	162,085	28.1
零售店的經營租賃租金	273,765	38.3	188,472	32.6
根據合作安排店舖的 代銷費用	—	—	50,510	8.7
其他土地及樓宇的經營租金 開支	13,911	2.0	12,890	2.2
營銷及推廣費用	66,289	9.3	44,290	7.7
折舊及攤銷	32,996	4.6	22,613	3.9
倉儲及物流費用	22,778	3.2	15,968	2.8
電子商務平台服務費	23,123	3.2	10,092	1.7
政府收費及徵費	3,083	0.4	1,963	0.3
確認為費用的消費品	12,206	1.7	14,683	2.5
公共事業費用	12,464	1.7	11,455	2.0
差旅費	7,798	1.1	5,530	1.0
顧問服務費用	7,734	1.1	6,280	1.1
雜項	50,296	7.1	30,975	5.4
銷售及營銷費用總額	714,660	100.0	577,806	100.0

一般及行政費用

一般及行政費用主要包括僱員福利費用、其他土地及樓宇的經營租金開支、政府收費及徵費、顧問服務費、折舊及攤銷以及其他。

一般及行政費用由截至2015年6月30日止六個月的人民幣82,633,000元增加71.0%至截至2016年6月30日止六個月的人民幣141,330,000元，此乃主要由於東莞總部之擴張導致(i)僱員福利費用增加人民幣35,053,000元；及(ii)其他運營費用如其他土地及樓宇的經營租金開支、差旅費及顧問服務費用等的普遍上升。

下表載列一般及行政費用的明細，各項以準確金額及所佔一般及行政費用總額的百分比列示。

	截至6月30日止六個月			
	2016年		2015年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%
僱員福利費用	79,099	56.0	44,046	53.3
其他土地及樓宇的經營租金 開支	7,503	5.3	3,659	4.4
折舊及攤銷	9,520	6.7	7,907	9.6
倉儲及物流費用	422	0.3	—	—
政府收費及徵費	5,286	3.7	4,099	5.0
確認為費用的消費品	3,583	2.5	1,086	1.3
公共事業費用	3,250	2.3	2,975	3.6
差旅費	5,033	3.6	3,017	3.7
顧問服務費用	4,284	3.0	—	—
應收賬款撥備淨額	4,994	3.5	505	0.6
雜項	18,356	13.1	15,339	18.5
一般及行政費用總額	<u>141,330</u>	<u>100.0</u>	<u>82,633</u>	<u>100.0</u>

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2015年6月30日止六個月的人民幣22,957,000元略微增加5.5%至截至2016年6月30日止六個月的人民幣24,216,000元，乃主要由於已收政府補助增加人民幣2,003,000元，部份被其他收入中與新開加盟店相關之其他項目的普遍下降(歸因於2016年上半年開新加盟店轉趨謹慎)抵消。

其他收益／(虧損)–淨額

其他收益／(虧損)淨額包括出售物業、廠房及設備淨虧損及外匯收益／(虧損)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2016年及2015年6月30日止六個月，本集團的財務收入分別為人民幣12,180,000元及人民幣11,012,000元。於2016年上半年財務收入當中包括金額為人民幣4,896,000元(2015年上半年：人民幣3,094,000元)是指透過中國招商銀行股份有限公司深圳分行(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」)委托貸款人民幣105,000,000元得到的利息收入。該等貸款按年利率9%計息，應於2017年3月1日償還且由上海歐迪芬兩名個人股東提供共同擔保及以上海歐迪芬所擁有位於上海的一幅土地及樓宇作抵押。

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」)相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2015年6月30日止六個月的人民幣88,554,000元減少至截至2016年6月30日止六個月的人民幣61,111,000元。該等所得稅費用減少乃主要由於應課稅收入減少。截至2015年及2016年6月30日止六個月，本集團的實際稅率分別為24.7%及26.0%。於2016年6月30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		不包括高端品牌	
	截至2016年 6月30日 止六個月	截至2015年 12月31日 止年度	截至2016年 6月30日 止六個月	截至2015年 12月31日 止年度
存貨週轉天數	131.4	92.5	118.1	88.3
應收賬款週轉天數	45.0	29.4	45.1	29.6
應付賬款週轉天數	77.9	49.2	79.0	49.9

存貨週轉天數增加38.9天乃主要由於於2016年上半年採用多品牌策略以及低於本集團預期的銷售增長，致使存貨結餘由2015年12月31日的人民幣800,377,000元增至2016年6月30日的人民幣889,719,000元。

應收賬款週轉天數由截至2015年12月31日止年度的29.4天增長至截至2016年6月30日止六個月的45.0天，乃由於本期間對加盟商的信用銷售上升。

應付賬款週轉天數由截至2015年6月30日止六個月的49.2天增長至截至2016年6月30日止六個月的77.9天，乃由於提高了對代工提供商的議價能力。

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2016年6月30日，營運資金淨額為人民幣1,932,851,000元，較2015年12月31日略微增加3.1%或人民幣58,479,000元。於2016年6月30日，流動比率為3.3倍(2015年12月31日：3.2倍)(流動比率以以下公式計算所得：流動資產／流動負債)。

經營活動產生現金淨額由截至2015年6月30日止六個月的人民幣220,650,000元減少至截至2016年6月30日止六個月的人民幣33,292,000元，主要歸因於在本公告「營運資本管理」一節中所討論的向代工提供商購置存貨及向加盟商信用銷售的增加所致。

截至2016年6月30日止六個月，投資活動所用現金淨額為人民幣64,999,000元(2015年上半年：人民幣65,513,000元)。截至2016年6月30日止六個月，本集團就收購高端品牌、購買物業、廠房及設備(包括零售店裝飾)及無形資產支付的款項及按金分別為人民幣5,000,000元、人民幣68,633,000元及人民幣3,881,000元，部分被已收利息收入人民幣12,137,000元抵消。

截至2016年6月30日止六個月，融資活動所用現金淨額是指向當時權益持有人派付的股息人民幣177,420,000元(2015年上半年：人民幣114,713,000元)。

於2016年6月30日，本集團錄得淨現金狀況人民幣743,105,000元(2015年12月31日：人民幣950,639,000元)。

資本性支出

資本性支出由截至2015年6月30日止六個月的人民幣181,463,000元減少至截至2016年6月30日止六個月的人民幣84,811,000元。2016年上半年資本性支出主要用於(i)天津物流中心的建築工程費用，(ii)為新設自營店添置物業、廠房及設備，(iii)添置無形資產。

資產質押

於2016年6月30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2016年6月30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2016年6月30日止六個月，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2016年6月30日及2015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2016年6月30日及2015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18,600,000元(2015年12月31日：人民幣15,600,000元)外，於2016年6月30日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會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2016年6月30日及2015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2016年6月30日，本集團共有約8,000名全職員工。員工是企業取得長期可持續發展之寶貴資產。本集團通過提供具有競爭力的薪酬及基於員工表現的各種獎勵機制並提供全面的提升員工培訓而一直在錄用、培訓及挽留員工方面大量投資。在本集團於截至2016年6月30日止六個月內舉行的約600多個員工培訓項目中，超過9,000人次參與受訓。本集團還致力於為員工創造一個充滿關愛的工作環境以及培養員工之歸屬感。本集團已於截至2016年6月30日止六個月落實福利計劃及項目。此外，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。

期後事項

自2016年6月30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2016年6月30日止六個月，本集團已動用人民幣97,604,000元(相當於約115,339,000港元)拓展及維持零售網絡；分別動用人民幣36,354,000元(相當於約42,960,000港元)及人民幣32,033,000元(相當於約37,853,000港元)用於建立並營運東莞及天津物流中心；人民幣3,950,000元(相當於約4,668,000港元)用以升級信息技術基礎設施；及人民幣5,000,000元(相當於約5,909,000港元)用作支付收購高端品牌之代價。於2016年6月30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

於2016年上半年，由於上述提及的微商高速發展及中國經濟增長放緩而引起的更為謹慎的消費情緒，在經歷前幾年高速發展階段後，本集團經歷了首次重大挑戰。預期該等外部不確定因素將繼續於2016年下半年影響整個貼身衣物行業。

儘管如此，我們對於前景審慎樂觀，因為(1)雖然鑑於經濟狀況消費者目前轉趨謹慎消費，但他們的可支配收入仍以中單位數百分比同比增長，這意味著他們正在積累自己的財富及購買力，這為行業未來的迴轉創造了堅實的基礎；(2)鑑於本集團在中國三線及四線城市深化市場滲透之方向，相對於城鎮地區而言，農村地區較強的增長勢頭(體現於農村方面相對較高增長的總零售額及可支配收入)將對本集團有利；(3)由於地方政府採取管制措施，普遍相信微商不可能取得長期可持續發展；及(4)本集團在其意識到無痕無鋼圈文胸庫存短缺的問題時，便已採取了有效應對措施，並預期該存貨短缺將於2016年第三季度得到較大的改善。

為了振興本集團業務及把握未來潛在的行業復甦而帶來的發展機遇，本集團進行了深入的評估並尋找改善空間，尤其是於2016年上半年所遇到的諸如與微商之高速發展相關的零售與供應方面之遲緩反應等問題，並根據最新的市場變化調整其發展戰略。本集團將致力透過一系列舉措提高其核心競爭力及超越其競爭對手，包括(i)謹慎擴張其全渠道分銷網絡，尤其把握在三、四線城市的農村地區的較高發展勢頭；(ii)繼續整合線上線下銷售渠道以提高品牌知名度，進而最終促進銷量；(iii)通過增強產品設計及質量控制能力而提升各產品類別之競爭力，預期已投入使用的新質量控制中心及正在開發的產品生命週期管理系統將發揮重要作用；(iv)增加於市場研究與預測之資源以便本集團能夠及時應對市場變化來捕捉消費者行為轉變並使庫存短缺風險最小化；(v)加快店面形象升級至第五代以刺激消費者需求並增加銷量；(vi)重新打造「自在時光」及「歐迪芬」，包括優化其產品結構及銷售渠道；(vii)持續改進供應鏈及物流管理，連同正在建設的天津區域物流中心及運營中的東莞核心物流中心將為本集團可持續擴張奠定堅實的基礎。同時，本集團將進一步整合及鞏固供應鏈，包括連接精選原材料及代工提供商的信息系統，以促進該等供應商與本集團之間的信息共享及流動；(viii)審查成本結構並加強成本控制；及(ix)不斷探索本行業外延式增長，如收購貼身衣物業務及其他相關業務，預期將擴大本集團的收入流。

儘管於2016年上半年面臨挑戰及遭受業績下滑，本集團已從挫折中吸取教訓並已做好準備迎接未來的挑戰。

中期股息

董事會不建議向本公司股東派付截至2016年6月30日止六個月的中期股息。

企業管治

本集團董事會及管理層致力恪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十四所載之企業管治守則及企業管治報告(「**企業管治守則**」)之規定寬鬆。以上所有委員會的成員大部份為本公司獨立非執行董事。

董事會已審閱本公司企業管治常規，並信納本公司於截至2016年6月30日止六個月已遵守企業管治守則所載守則條文，惟守則條文第A.2.1條除外。

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。鄭先生在中國貼身內衣行業享負盛名，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，由彼同時出任該兩個職位可加強本公司一致管治，有助本集團實行及執行業務策略，符合本公司的最佳利益。在鄭先生的領導下，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，方會作出，且董事會有三名獨立非執行董事提出獨立見解，故董事會認為有足夠保障措施確保董事會權力平衡。然而，董事會將根據現況不時檢討董事會架構及組成，以保持本公司的高水平企業管治常規。

遵守標準守則

本公司已採納上市規則附錄10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該標準守則。於作出具體查詢後，本公司各董事及相關員工已確認於截至2016年6月30日止六個月內一直遵守標準守則所載規定準則。

審核委員會之審閱

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公司截至2016年6月30日止六個月之中期業績。

購買、出售或贖回本公司上市證券

截至2016年6月30日止六個月，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。

刊發業績公告及中報

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。2016年中期報告將於適當時候寄發予本公司股東並刊載於上述網站。

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8月15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。