

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。



EEKA Fashion Holdings Limited
贏家時尚控股有限公司

(於開曼群島註冊成立之有限公司)

(股份代號：3709)

截至二零二一年十二月三十一日止年度
全年業績公告

概要

- 截至二零二一年十二月三十一日止年度，本集團收益及毛利分別達人民幣6,354.88百萬元及人民幣4,737.99百萬元，分別較截至二零二零年十二月三十一日止年度增加19.34%及21.17%。
- 截至二零二一年十二月三十一日止年度的利潤為人民幣562.16百萬元，較截至二零二零年十二月三十一日止年度的人民幣439.37百萬元增加27.95%或人民幣122.79百萬元。截至二零二一年十二月三十一日止年度淨利潤率為8.85%（二零二零年：8.25%）。
- 截至二零二一年十二月三十一日止年度，經營活動產生的現金流入淨額為人民幣1,202.80百萬元（二零二零年：人民幣1,416.42百萬元）。
- 截至二零二一年十二月三十一日止年度，每股基本盈利為人民幣84分（二零二零年：人民幣67分）。
- 董事會擬就截至二零二一年十二月三十一日止年度宣派末期股息每股股份48港仙（二零二零年：38港仙）。

贏家時尚控股有限公司（「本公司」）董事（「董事」）會（「董事會」）謹此公佈，本公司及其附屬公司（統稱「本集團」）截至二零二一年十二月三十一日止年度的綜合財務業績連同二零二零年同期的比較數字如下：

綜合損益表

截至二零二一年十二月三十一日止年度

	附註	二零二一年 人民幣千元	二零二零年 人民幣千元
收益	6	6,354,875	5,325,107
銷售成本		(1,616,889)	(1,414,855)
毛利		4,737,986	3,910,252
其他收入及收益	6	104,599	121,411
銷售及分銷開支		(3,476,480)	(2,930,048)
行政開支		(536,831)	(519,112)
金融資產減值虧損	7	(31,554)	(4,136)
其他開支		(43,712)	(2,507)
融資成本		(43,017)	(46,774)
應佔聯營公司溢利／（虧損）		2,733	(3,000)
除稅前溢利	7	713,724	526,086
所得稅開支	8	(151,568)	(86,712)
年內溢利		562,156	439,374
以下人士應佔：			
母公司擁有人		564,018	452,838
非控股權益		(1,862)	(13,464)
		562,156	439,374
母公司普通股權益持有人應佔每股盈利	9		
基本			
– 年內溢利		人民幣83.7分	人民幣67.4分
攤薄			
– 年內溢利		人民幣81.4分	人民幣66.2分

綜合全面收益表

截至二零二一年十二月三十一日止年度

	二零二一年 人民幣千元	二零二零年 人民幣千元
年內溢利	<u>562,156</u>	<u>439,374</u>
其他全面收入		
於其後期間可重新分類至損益的其他全面收入：		
指定為按公允價值計入其他全面收入之權益投資：		
公允價值變動	(9,961)	(3,241)
所得稅影響	<u>1,494</u>	<u>486</u>
	(8,467)	(2,755)
匯兌差額：		
換算海外業務之匯兌差額	<u>42,430</u>	<u>18,979</u>
年內其他全面收入，扣除稅項	<u>33,963</u>	<u>16,224</u>
年內全面收入總額	<u>596,119</u>	<u>455,598</u>
以下人士應佔：		
母公司擁有人	597,981	469,062
非控股權益	<u>(1,862)</u>	<u>(13,464)</u>
	<u>596,119</u>	<u>455,598</u>

綜合財務狀況表

於二零二一年十二月三十一日

	附註	二零二一年 人民幣千元	二零二零年 人民幣千元
非流動資產			
物業、廠房及設備		668,658	650,354
使用權資產		871,256	686,447
商譽		1,253,540	1,253,540
其他無形資產		614,591	609,910
於聯營公司之投資		3,633	300
預付款項、其他應收款項及其他資產		53,470	55,216
指定為按公允價值計入其他全面收入之 權益投資		30,075	40,036
按公允價值計入損益之金融資產		61,074	–
遞延稅項資產		59,602	40,039
非流動資產總值		<u>3,615,899</u>	<u>3,335,842</u>
流動資產			
存貨		951,565	679,564
貿易應收款項及應收票據	10	599,092	673,069
預付款項、其他應收款項及其他資產		217,020	193,503
按公允價值計入損益之金融資產		339,092	280,455
現金及現金等價物		509,326	582,929
流動資產總值		<u>2,616,095</u>	<u>2,409,520</u>
流動負債			
貿易應付款項及應付票據	11	204,361	280,593
其他應付款項及應計費用	12	508,394	671,935
計息銀行借貸		417,672	252,872
租賃負債		390,565	377,250
應付稅項		113,030	105,415
流動負債總額		<u>1,634,022</u>	<u>1,688,065</u>
流動資產淨值		<u>982,073</u>	<u>721,455</u>
資產總值減流動負債		<u>4,597,972</u>	<u>4,057,297</u>

綜合財務狀況表

於二零二一年十二月三十一日

	二零二一年 人民幣千元	二零二零年 人民幣千元
非流動負債		
計息銀行借貸	73,584	113,616
租賃負債	370,859	226,374
遞延政府補助	50,682	–
遞延稅項負債	166,369	152,072
其他長期負債	3,000	87,160
非流動負債總額	664,494	579,222
資產淨值	3,933,478	3,478,075
權益		
母公司擁有人應佔權益		
股本	5,766	5,609
儲備	3,933,711	3,450,379
	3,939,477	3,455,988
非控股權益	(5,999)	22,087
權益總額	3,933,478	3,478,075

1 一般資料

贏家時尚控股有限公司（「本公司」）於二零一二年三月二十三日根據開曼群島法律第22章公司法（一九六一年第三號法例，經綜合及修訂）於開曼群島註冊成立為獲豁免有限公司。本公司及其附屬公司下文統稱為「本集團」。本公司之股份於二零一四年六月二十七日於香港聯合交易所有限公司主板上市。

2 編製基準

該等財務報表乃根據國際會計準則理事會（「國際會計準則理事會」）頒佈之國際財務報告準則、香港公認會計原則及香港公司條例有關披露之規定而編製。此等財務報表乃根據歷史成本慣例編製，惟按公允價值計量的指定為按公允價值計入其他全面收入之權益投資及按公允價值計入損益之金融資產除外。此等財務報表以人民幣（「人民幣」）呈報，且所有價值均四捨五入至最接近千位，惟另有註明者除外。

綜合基準

綜合財務報表包括本公司及其附屬公司（統稱「本集團」）截至二零二一年十二月三十一日止年度之財務報表。附屬公司為本公司直接或間接控制的實體（包括結構性實體）。當本集團對參與投資對象業務的浮動回報承擔風險或享有權利以及能透過對投資對象的權力（即本集團獲賦予現有以主導投資對象相關活動的既存權利）影響該等回報時，即取得控制權。

倘本公司直接或間接擁有少於投資對象大多數投票權或類似權利，則本集團於評估其是否擁有對投資對象的權力時會考慮一切相關事實及情況，包括：

- (a) 與投資對象的其他投票權持有人的合約安排；
- (b) 其他合約安排所產生的權利；及
- (c) 本集團的投票權及潛在投票權。

附屬公司與本公司就相同年度採用一致會計政策編製財務報表。附屬公司之業績由本集團取得控制權當日起計入綜合賬目，並持續計入綜合賬目至該控制權終止當日為止。

損益及其他全面收入之各個組成部份歸屬於本集團母公司之擁有人及非控股權益，即使此舉會導致非控股權益有虧絀結餘。所有有關本集團各成員公司間交易的集團內部資產及負債、權益、收入、開支及現金流量會於綜合賬目時全數抵銷。

倘事實及情況顯示上文所述三項控制因素之一項或多項出現變化，本集團會重新評估其是否控制投資對象。於一間附屬公司之擁有權權益變動，惟並無失去控制權，則以權益交易入賬。

倘本集團失去附屬公司之控制權，則會終止確認(i)該附屬公司之資產(包括商譽)及負債；(ii)任何非控股權益之賬面值及(iii)計入權益之累計匯兌差額；並確認(i)已收取代價之公允價值；(ii)任何保留投資之公允價值及(iii)所產生並於損益確認之任何盈餘或虧絀。先前已於其他全面收入確認之本集團應佔組成部分乃重新分類至損益或保留溢利(如適用)，基準與本集團直接出售相關資產或負債所需使用之基準相同。

3 會計政策及披露之變動

本集團已就本年度之財務報表首次採納下列經修訂國際財務報告準則。

國際財務報告準則第9號、國際會計準則第39號、 *利率基準改革－第二階段*

國際財務報告準則第7號、國際財務報告準則

第4號及國際財務報告準則第16號修訂本

國際財務報告準則第16號修訂本

於二零二一年六月三十日後與*Covid-19*
相關的租金寬減(提早採納)

下文列出經修訂國際財務報告準則的性質和影響：

- (a) 當現有利率基準被可替代無風險利率替代方案替代時，國際財務報告準則第9號、國際會計準則第39號、國際財務報告準則第7號、國際財務報告準則第4號及國際財務報告準則第16號修訂本解決先前影響財務報告之修訂未處理的問題。該等修訂本提供對於釐定金融資產及負債之合約現金流量之基準之變動進行會計處理時無需調整金融資產及負債之賬面值而更新實際利率的可行權宜方法，前提為該變動為利率基準改革之直接後果且釐定合約現金流量的新基準於經濟上等同於緊接變動前的先前基準。此外，該等修訂本允許利率基準改革所規定對對沖指定及對沖文件進行更改，而不會中斷對沖關係。過渡期間可能產生的任何損益均通過國際財務報告準則第9號的正常規定進行處理，以衡量及確認對沖無效性。倘無風險利率被指定為風險組成部分時，該等修訂本亦暫時減輕了實體必須滿足可單獨識別的要求的風險。倘實體合理地預期無風險利率風險組成部分於未來24個月內將變得可單獨識別，則該減免允許實體於指定對沖後假定已滿足可單獨識別之規定。此外，該等修訂本亦規定實體須披露額外資料，以使財務報表的使用者能夠了解利率基準改革對實體的金融工具及風險管理策略的影響。該等修訂本並無對本集團的財務狀況及表現造成任何影響。
- (b) 於二零二一年四月頒佈之國際財務報告準則第16號修訂本將為承租人提供一個實際可行權宜方法以選擇不就covid-19疫情之直接後果所產生之租金寬減應用租賃修訂會計處理延長12個月。因此，該實際可行權宜方法適用租金寬減之租賃款項之任何減幅僅影響原到期日為二零二二年六月三十日或之前的付款，惟須符合其他應用實際權宜條件。該修訂本於二零二一年四月一日或之後開始年度生效，且應追溯應用，並將最初應用該修訂本之任何累積影響確認為對當前會計期間開始時之保留溢利期初餘額之調整。允許提早應用。

本集團已於二零二一年一月一日提早採納該修訂本。然而，本集團並無收到covid-19相關租金寬減，並計劃於允許採納期間內於其適用後採納該實際權宜法。

4 已頒佈惟尚未生效的國際財務報告準則

本集團尚未於該等財務報表應用以下已頒佈惟尚未生效的新訂及經修訂國際財務報告準則。

國際財務報告準則第3號修訂本	概念框架的提述 ¹
國際會計準則第1號修訂本	負債分類為流動或非流動 ^{2、4}
國際財務報告準則第10號及 國際會計準則第28號修訂本	投資者與其聯營公司或合營企業之間之資產出售或 投入 ³
國際會計準則第1號及國際財務報告 準則實務公告第2號修訂本	會計政策的披露 ²
國際會計準則第8號修訂本	會計估計的定義 ²
國際會計準則第12號修訂本	與單一交易所產生資產及負債相關之遞延稅項 ²
國際會計準則第16號修訂本	物業、廠房及設備：擬定用途前之所得款項 ¹
國際財務報告準則二零一八年至 二零二零年週期之年度改進	國際財務報告準則第1號、國際財務報告準則第9號、 國際財務報告準則第16號隨附的範例及 國際會計準則第41號的修訂本 ¹

¹ 於二零二二年一月一日或以後開始的年度期間生效

² 於二零二三年一月一日或以後開始的年度期間生效

³ 尚無強制性生效日期，惟可予採納

⁴ 因應國際會計準則第1號修訂本，國際詮釋第5號財務報表的呈列－借款人對包含應要求償還條款的定期貸款的分類已於二零二零年十月予以修訂，以統一相關用詞，總結部分並無變動

有關該等預期將適用於本集團的國際財務報告準則之進一步資料於下文載述。

國際財務報告準則第3號修訂本旨在以二零一八年三月頒佈的引用財務報告概念框架取代引用先前財務報表編製及呈列框架，而毋須大幅度改變其規定。該等修訂本亦就國際財務報告準則第3號實體引用概念框架以釐定構成資產或負債之內容之確認原則增設一項例外情況。該例外情況規定，對於可能屬於國際會計準則第37號或國際財務報告詮釋委員會－第21號範圍內的負債及或然負債而言，倘該等負債屬單獨產生而非於企業合併中產生，則應用國際財務報告準則第3號的實體應分別參考國際會計準則第37號或國際財務報告詮釋委員會－第21號，而非概念框架。此外，該等修訂本澄清或然資產於收購日期不符合確認條件。本集團預計自二零二二年一月一日起提前採納該等修訂本。由於該等修訂本提前適用於收購日期為首次應用日期或之後的業務合併，因此本集團於過渡日期將不會受該等修訂本的影響。

國際財務報告準則第10號及國際會計準則第28號修訂本針對國際財務報告準則第10號及國際會計準則第28號之間有關投資者與其聯營公司或合營企業之間資產出售或投入兩者規定之不一致情況。該等修訂本規定，當投資者與其聯營公司或合營企業之間的資產出售或投入構成一項業務時，須確認下游交易產生的全數收益或虧損。當交易涉及不構成一項業務之資產時，由該交易產生之收益或虧損於該投資者之損益內確認，惟僅以不相關投資者於該聯營公司或合營企業之權益為限。該等修訂本已前瞻應用。國際會計準則理事會已於二零一五年十二月剔除國際財務報告準則第10號及國際會計準則第28號修訂本的以往強制生效日期，而新的強制生效日期將於對聯營公司及合營企業的會計處理完成更廣泛的檢討後釐定。然而，該等修訂本現時可供採納。

國際會計準則第1號修訂本負債分類為流動或非流動澄清將負債分類為流動或非流動的規定。該等修訂本指明，倘實體延遲償還負債的權利受限於實體符合特定條件，則倘該實體符合當日之條件，其有權於報告期末延遲償還負債。負債的分類不受該實體行使其延遲償還負債權利的可能性的影響。該等修訂本亦澄清被視為償還負債的情況。該等修訂本於二零二三年一月一日或之後開始的年度期間生效，並應追溯應用。允許提早應用。該等修訂本預期不會對本集團的財務報表造成任何重大影響。

國際會計準則第1號修訂本披露會計政策要求實體披露其重大會計政策資料，而非其主要會計政策。倘連同實體財務報表內其他資料一併考慮，會計政策資料可以合理預期會影響通用財務報表的主要使用者根據該等財務報表所作出的決定，則該會計政策資料屬重大。國際財務報告準則實務報告第2號修訂本為如何將重大性概念應用於會計政策披露提供了非強制性指引。國際會計準則第1號修訂本於二零二三年一月一日或之後開始的年度期間生效，並允許提早應用。由於國際財務報告準則實務報告第2號修訂本提供的指引屬非強制性，因此該等修訂本不必設有生效日期。本集團現正評估該等修訂本對本集團會計政策披露的影響。

國際會計準則第8號修訂本澄清了會計估計變動與會計政策變動之間的區別。會計估計界定為財務報表內受計量不確定因素影響的貨幣金額。該等修訂本亦澄清了實體如何使用計量技術及輸入數據進行會計估計。該等修訂本於二零二三年一月一日或之後開始的年度報告期間生效，並應用於該期間開始或之後發生的會計政策變動及會計估計變動。允許提早應用。該等修訂本預期不會對本集團的財務報表造成任何重大影響。

國際會計準則第12號修訂本縮小了初始確認例外情況的範圍，使其不再適用於產生相等應稅及可扣除暫時性差額的交易，如租賃及退役責任。因此，實體須就該等交易產生的暫時性差額確認遞延稅項資產及遞延稅項負債。該等修訂本於二零二三年一月一日或之後開始的年度報告期間生效，並應用於與所呈列最早比較期間開始時的租賃及退役責任有關的交易，任何累計影響確認為對該日保留溢利或其他權益組成部分（按適用者）之期初結餘的調整。此外，該等修訂本將提前應用於租賃及退役責任以外的交易。允許提早應用。該等修訂本預期不會對本集團的財務報表造成任何重大影響。

國際會計準則第16號修訂本禁止實體從物業、廠房及設備項目的成本中扣除資產達到管理層預定的可使用狀態（包括位置與條件）過程中產生的全部出售項目所得款項。相反，實體於損益確認出售任何該等項目的所得款項及該等項目的成本。該等修訂本於二零二二年一月一日或之後開始的年度期間生效，並僅追溯應用於實體於首次採用該等修訂本的財務報表所呈列的最早期間的期初或之後可供使用的物業、廠房及設備項目。允許提早應用。該等修訂本預期不會對本集團的財務報表造成任何重大影響。

國際財務報告準則二零一八年至二零二零年年度改進載列國際財務報告準則第1號、國際財務報告準則第9號、國際財務報告準則第16號隨附之範例及國際會計準則第41號修訂本。預計適用於本集團的該等修訂詳情如下：

- *國際財務報告準則第9號金融工具*：澄清於實體評估是否新訂或經修改金融負債的條款與原金融負債的條款存在實質差異時所包含的費用。該等費用僅包括借款人與貸款人之間已支付或收取的費用，包括借款人或貸款人代表其他方支付或收取的費用。實體將有關修訂應用於實體首次應用有關修訂的年度報告期開始或之後修改或交換的金融負債。該等修訂本自二零二二年一月一日或之後開始的年度期間生效。允許提早應用。預期該修訂本不會對本集團的財務報表產生任何重大影響。
- *國際財務報告準則第16號租賃*：刪除國際財務報告準則第16號隨附之範例13中有關租賃物業裝修的出租人付款說明。此舉消除於採用國際財務報告準則第16號有關租賃激勵措施處理方面的潛在困惑。

5 經營分部資料

經營分部及財務報表所呈報各分部項目的金額，乃根據向本集團各項業務及地域地區分配資源及評估其業績表現而定期向本集團最高行政管理層提供的財務資料當中識別出來。

個別重要的經營分部不會合計以供財務報告之用，但如該等經營分部的產品和服務性質、生產工序性質、客戶類別或階層、分銷產品或提供服務的方法以至監管環境的本質等經濟特性均屬類似，則作別論。個別不重要的經營分部如果符合以上大部分條件，則可以合計為一個報告分部。

本集團於中華人民共和國經營單一業務分部，即女裝零售及批發。因此，並無呈列分部分析。

主要客戶資料

本集團擁有多元化客戶群，截至二零二一年及二零二零年十二月三十一日止年度，概無任何單一外部客戶收益佔本集團總收益之10%或以上。

6 收益、其他收入及收益

收益分析如下：

	二零二一年 人民幣千元	二零二零年 人民幣千元
客戶合約收益	<u>6,354,875</u>	<u>5,325,107</u>

客戶合約收益

(i) 分拆收益資料

截至二零二一年十二月三十一日止年度

	總計 人民幣千元
貨物類型	
銷售服裝及配飾	<u>6,354,875</u>
地區市場	
中國內地	6,354,137
香港	<u>738</u>
	<u>6,354,875</u>
收益確認時間	
於某一時點轉移之貨物	<u>6,354,875</u>

截至二零二零年十二月三十一日止年度

	總計 人民幣千元
貨物類型	
銷售服裝及配飾	<u>5,325,107</u>
地區市場	
中國內地	5,324,695
香港	<u>412</u>
	<u>5,325,107</u>
收益確認時間	
於某一時點轉移之貨物	<u>5,325,107</u>

下表載列於本報告期間計入報告期初合約負債的已確認收益金額：

	二零二一年 人民幣千元	二零二零年 人民幣千元
計入報告期初合約負債的已確認收益：		
銷售服裝及配飾	<u>105,447</u>	<u>76,493</u>

(ii) 履約責任

有關本集團履約責任的資料概述如下：

銷售服裝及配飾

履約責任於服裝及配飾交付後獲達成。

	二零二一年 人民幣千元	二零二零年 人民幣千元
其他收入及收益		
銀行存款利息收入	742	1,549
補貼收入*	46,673	48,338
按公允價值計入損益的金融資產的其他利息收入	26,109	36,654
租金收入	14,659	22,070
匯兌收益，淨額	-	5,492
公允價值收益，淨額	1,675	-
其他	<u>14,741</u>	<u>7,308</u>
	<u>104,599</u>	<u>121,411</u>

* 補貼收入指中國內地相關政府機構給予的多項政府撥款以支持本集團發展。管理層認為，該等撥款並無任何相關之尚未達成條件或或然事項。

7 除稅前溢利

本集團的除稅前溢利乃經扣除／（計入）以下各項後達致：

	二零二一年 人民幣千元	二零二零年 人民幣千元
已售存貨成本	1,616,889	1,414,855
物業、廠房及設備折舊	154,196	125,651
使用權資產折舊	715,481	581,808
其他無形資產攤銷	8,032	7,622
研究及開發成本 [^] ：		
本年度開支	147,226	144,052
未計入租賃負債計量之租賃款項	729,616	806,788
核數師薪酬	1,855	1,800
僱員福利開支（包括董事薪酬）：		
工資及薪金	1,173,872	1,079,058
退休計劃供款（界定供款計劃）**	65,001	11,244
以權益結算的股份獎勵開支	76,108	109,915
	<u>1,314,981</u>	<u>1,200,217</u>
匯兌虧損／（收益）淨額 [#]	37,115	(5,492)
應佔聯營公司（溢利）／虧損	(2,733)	3,000
貿易應收款項減值	10,304	4,136
計入預付款項、其他應收款項及 其他資產之金融資產減值	21,250	—
存貨（撥回）／撇減至可變現淨值*	(6,916)	9,463
公允價值收益淨額 [#] ：		
按公允價值計入損益之金融資產	<u>1,675</u>	<u>—</u>

[^] 研究及開發成本計入綜合損益表的「行政開支」內。

* 存貨（撥回）／撇減至可變現淨值計入綜合損益表的「銷售成本」內。

[#] 匯兌收益及按公允價值計入損益之金融資產公允價值收益計入綜合損益表的「其他收入及收益」內。匯兌虧損計入綜合損益表的「其他開支」內。

** 概無沒收供款可供本集團（作為僱主）使用，以減少現有供款水平。

8 所得稅

本集團須根據本集團成員公司在所在及經營之司法權區所產生或源自有關司法權區之溢利按實體基準繳付所得稅。

本公司於開曼群島註冊成立，可獲豁免稅務。

由於本集團於二零二一年度並無自或於香港產生或賺取應課稅溢利，因此並無計提香港利得稅撥備（二零二零年：無）。

本年度於香港產生的估計應課稅溢利乃按16.5%（二零二零年：16.5%）的稅率計提香港利得稅。

根據有關中國所得稅規則及法規，本集團於中國註冊的附屬公司須就截至二零二一年十二月三十一日止年度各自的應課稅收入按法定稅率繳納企業所得稅（「企業所得稅」）。

	二零二一年 人民幣千元	二零二零年 人民幣千元
即期 – 中國內地	145,662	97,097
遞延	<u>5,906</u>	<u>(10,385)</u>
年內稅項支出總額	<u><u>151,568</u></u>	<u><u>86,712</u></u>

按本公司及其大多數附屬公司所在司法權區的法定稅率計算適用於除稅前溢利的所得稅項開支與按實際稅率計算的稅項開支的對賬如下：

	二零二一年		二零二零年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%
除稅前溢利	<u>713,724</u>		<u>526,086</u>	
按法定稅率計算的稅項	184,076	25.8	128,951	24.5
適用較低法定稅率的實體*	(43,322)	(6.1)	(39,247)	(7.5)
研究及開發成本加計扣除	(16,215)	(2.3)	(20,571)	(3.9)
過往期間已動用稅項虧損	(4,736)	(0.7)	(6,386)	(1.2)
按本集團中國附屬公司可分派溢利 計算之預扣稅的影響	15,000	2.2	-	-
未確認稅項虧損及暫時性差額	14,872	2.1	21,647	4.2
不可扣稅開支	952	0.1	1,216	0.2
就過往期間即期稅項作出的調整	941	0.1	840	0.2
毋須課稅收入	-	-	(2,908)	(0.6)
稅率減低對期初遞延稅項的影響 [^]	<u>-</u>	<u>-</u>	<u>3,170</u>	<u>0.6</u>
按實際稅率計算的稅項開支	<u><u>151,568</u></u>	<u><u>21.2</u></u>	<u><u>86,712</u></u>	<u><u>16.5</u></u>

- * 東方素素創意設計(深圳)有限公司根據前海深港現代服務業合作區的優惠稅項政策享有減免企業所得稅稅率15%。

深圳市珂萊蒂爾服飾有限公司(「深圳珂萊蒂爾」)於二零一七年獲深圳市科技創新委員會、深圳市財政局、國家稅務總局深圳市稅務局批准為高新技術企業，可按高新技術企業納稅，且已於二零一九年重續該批准。根據該批准，深圳珂萊蒂爾享有中國企業所得稅優惠稅率15%，自二零一九年十二月起至二零二二年十二月為期三年。

深圳市娜爾思時裝有限公司(「娜爾思」)於二零二零年獲深圳市科技創新委員會、深圳市財政局、國家稅務總局深圳市稅務局批准為高新技術企業，可按高新技術企業納稅。根據該批准，娜爾思享有中國企業所得稅優惠稅率15%，自二零二零年十二月起至二零二二年十二月為期三年。

深圳市迪珂萊科技開發有限公司獲中國軟件行業協會頒發的軟件企業認證，享受自二零二零年一月一日至二零二一年十二月三十一日為期二年免徵中國企業所得稅，並其後享受自二零二二年一月一日至二零二四年十二月三十一日為期三年的中國企業所得稅減半徵收優惠。

- ^ 娜爾思適用的中國企業所得稅稅率由25%下調至15%，導致二零二零年重新計量遞延所得稅資產相關虧損人民幣3,170,000元。

9 每股盈利

截至二零二一年十二月三十一日止年度每股基本盈利乃根據母公司普通權益持有人應佔年內溢利人民幣564,018,000元(二零二零：人民幣452,838,000元)及年內減就股份獎勵計劃持有之股份已發行普通股加權平均數673,660,946股(二零二零：671,641,109股)計算。

每股攤薄盈利乃根據母公司普通股權益持有人應佔年內溢利計算。在計算時所採用之普通股加權平均數即為計算每股基本盈利所採用之年內已發行普通股數目，以及假設被視為行使或兌換所有潛在攤薄普通股為普通股後已按無償方式發行的普通股加權平均數。

	二零二一年 人民幣千元	二零二零年 人民幣千元
盈利		
計算每股基本及攤薄盈利所使用之 母公司普通權益持有人應佔溢利	<u>564,018</u>	<u>452,838</u>

	股份數目	
	二零二一年	二零二零年
股份		
用於計算每股基本盈利之年內扣減持作		
股份獎計劃之股份後之已發行普通股之加權平均數	673,660,946	671,641,109
攤薄之影響 – 普通股加權平均數：		
購股權	3,784,031	4,247,957
獎勵股份	15,627,527	8,245,451
	693,072,504	684,134,517

10 貿易應收款項及應收票據

	二零二一年 人民幣千元	二零二零年 人民幣千元
貿易應收款項及應收票據	615,238	678,911
減值	(16,146)	(5,842)
	599,092	673,069

大部分貿易應收款項與本集團直營店的銷售有關。本集團於中國內地的百貨公司及購物中心內租賃多間零售店。本集團於該等租賃零售店所作銷售的所得款項主要由百貨公司及購物中心代表本集團收取。在與百貨公司及購物中心完成過往月份的銷售對賬後，本集團繼而會發出發票，其通常為自收益確認日期起計30日內。有關該等特許經營銷售的結算於扣除應付予百貨公司及購物中心的租金後作出，並通常預期自收益確認日期起計60日內結算。

基於收益確認日期並扣除虧損撥備的年末貿易應收款項的賬齡分析如下：

	二零二一年 人民幣千元	二零二零年 人民幣千元
貿易應收款項：		
一個月內	348,603	388,710
一至兩個月	170,061	190,230
兩至三個月	37,937	47,716
超過三個月	42,335	46,413
	598,936	673,069
應收票據	156	–
	599,092	673,069

貿易應收款項減值虧損撥備變動如下：

	二零二一年 人民幣千元	二零二零年 人民幣千元
於年初	5,842	1,706
減值虧損淨額	<u>10,304</u>	<u>4,136</u>
於年末	<u>16,146</u>	<u>5,842</u>

於二零二一年十二月三十一日，涉及個別減值應收款項的信用損失撥備為人民幣16,146,000元（二零二零年：人民幣5,842,000元）。管理層認為，由於該等客戶處於嚴重財務負債中，該等應收款項為無法收回。因此，已就該等應收款項確認預期信用損失撥備人民幣16,146,000元（二零二零年：人民幣5,842,000元）。

於二零二一年十二月三十一日，並未個別減值的貿易應收款項涉及大量獨立客戶，包括在中國內地近期並無重大違約記錄的百貨公司及購物中心擁有人，違約幾率及違約損失率估計甚低。

11 貿易應付款項及應付票據

基於發票日期的年末貿易應付款項及應付票據的賬齡分析如下：

	二零二一年 人民幣千元	二零二零年 人民幣千元
貿易應付款項：		
一個月內	152,307	197,721
一至兩個月	18	19,175
兩至三個月	20	254
超過三個月	<u>2,016</u>	<u>3,443</u>
	154,361	220,593
應付票據	<u>50,000</u>	<u>60,000</u>
	<u>204,361</u>	<u>280,593</u>

貿易應付款項不計息，且一般清償期限為一個月。所有應付票據的到期日均在一年以內。

12 其他應付款項及應計費用

	附註	二零二一年 人民幣千元	二零二零年 人民幣千元
合約負債	(a)	69,128	105,447
退款負債		5,342	6,011
除即期所得稅負債外的應付稅項		116,122	127,148
應付薪金及福利		139,661	142,349
其他應付款項	(b)	174,885	288,457
應付股息		3,256	2,523
		<u>508,394</u>	<u>671,935</u>

附註：

(a) 合約負債詳情如下：

	二零二一年 人民幣千元	二零二零年 人民幣千元
向客戶收取的短期預付款		
銷售貨品	<u>69,128</u>	<u>105,447</u>

(b) 其他應付款項不計息，且平均期限為一年內。

13 股息

	二零二一年 人民幣千元	二零二零年 人民幣千元
末期股息	212,216	96,772
二零二零年中期特別股息－16港仙	—	91,216
建議末期股息－每股普通股48港仙 (二零二零年：38港仙)	<u>264,734</u>	<u>211,990</u>
	<u>476,950</u>	<u>399,978</u>

管理層討論及分析

行業回顧

於二零二一年，COVID-19疫情在全球範圍內肆虐，Omicron 導致疫情惡化，但中國的疫情整體恢復穩定，且宏觀經濟在疫情下持續復蘇。國際市場的需求明顯回升。根據國家統計局的資料，二零二一年消費品零售總額達人民幣440,823億元，較二零二零年增長12.5%。從行業整體來看，二零二一年服裝類累計零售額為人民幣13,842億元，較二零二零年增長12.7%。根據胡潤研究院發佈的「二零二二年胡潤中國奢侈品消費者調查報告」，中國高端市場的消費規模增長2%至人民幣1.73萬億元。

於二零二一年上半年，疫情得到有效控制，服裝需求迅速恢復。三月的新疆棉花事件導致國內品牌崛起，國內紡織服裝企業進入公眾視野，許多國內品牌受到積極影響，品牌價值進一步提升。消費的穩步復蘇成為二零二一年中國經濟的「主旋律」之一。然而，在下半年，受疫情復發、房產稅等國家政策的負面影響，紡織服裝行業整體表現不盡如人意。根據Euromonitor的統計，預計二零二一年中國女裝市場規模將達到人民幣10,629.4億元，增長率約為13%，其中中高端女裝的市場規模預計將達到人民幣2,436.6億元，較二零二零年同比增長12.62%。

另一方面，二零二一年八月中央財政委員會第十次會議明確了「共同繁榮」的總體思路。在擴大中產階級「共同繁榮」的長期目標下，消費升級將是一個緩慢但持續的過程，從長遠來看將是一個不可避免的事件。消費者更加關注品質、健康及服務消費，而且消費正在傾向於高品質的供應商。根據招商銀行及貝恩公司發佈的「二零二一年中國私人財富報告」，高淨值人群主要集中在30至49歲，佔比65%，這使得中高端女裝品牌的發展空間更為廣闊。

經過疫情反復、國潮興起、消費升級後，國內高端女裝行業的發展變得更加多元化、差異化，憑藉新的銷售管道及方式，服裝品牌的抗風險能力也將在經濟下行中面臨考驗。在後疫情時代，原材料的大幅波動、政策調控等一系列事件對服裝行業的影響逐步顯現，而龍頭企業的抗風險能力強，服裝行業品牌集中度將進一步提高。

財務回顧

收益

本集團主要於中國從事女裝設計、零售及批發業務。本集團主要收益來源為(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消費者銷售產品；及(d)其他銷售途徑（主要來自員工內部銷售或透過於本集團零售店以外地方進行推廣活動之直接銷售）。收益指售出貨品經扣除銷售退貨及貿易折扣後的銷售價值（不包括增值稅及其他銷售稅）。截至二零二一年十二月三十一日止年度之總收益為人民幣6,354.88百萬元，較截至二零二零年十二月三十一日止年度收益人民幣5,325.11百萬元增加19.34%或人民幣1,029.77百萬元。本集團制定的策略為主要透過增加直營零售店數目來發展業務及擴大銷售網絡，因此，本集團直營零售店產生的銷售於二零二一年及二零二零年分別佔本集團總收益的約78.53%及82.35%。

截至二零二一年十二月三十一日止年度之電子商貿總收益為人民幣756.69百萬元，較截至二零二零年十二月三十一日止年度之人民幣612.39百萬元增加23.56%，主要是由於本集團透過網上零售店銷售的產品增加。這有賴本集團增加了中國電子商貿平台及搜索引擎的宣傳及推廣支出，以及本集團致力擴大電子商貿團隊，組建專門的電子商貿業務部門發展網上零售店。

截至二零二零年十二月三十一日止年度來自經銷商的總收益為人民幣316.56百萬元，增加77.51%至截至二零二一年十二月三十一日止年度的人民幣561.93百萬元。

銷售成本

截至二零二零年十二月三十一日止年度的銷售成本為人民幣1,414.86百萬元，增加14.28%或人民幣202.03百萬元至截至二零二一年十二月三十一日止年度的人民幣1,616.89百萬元，主要由於本集團的收益增長，從而致使已售存貨成本上升。

毛利及毛利率

截至二零二一年十二月三十一日止年度的毛利為人民幣4,737.99百萬元，較截至二零二零年十二月三十一日止年度的人民幣3,910.25百萬元增加21.17%或人民幣827.74百萬元。本集團二零二一年的整體毛利率由二零二零年的73.43%略微增加至74.56%。

其他收入及收益

截至二零二一年十二月三十一日止年度的其他收入及收益（主要包括政府補助、租金收入、投資收益、匯兌收益及利息收入）為人民幣104.60百萬元，較截至二零二零年十二月三十一日止年度的人民幣121.41百萬元減少13.85%。該減少乃主要由於市場審慎型理財產品的收益率普遍下降，導致投資回報減少。

銷售及分銷開支

截至二零二一年十二月三十一日止年度的銷售及分銷開支為人民幣3,476.48百萬元，較截至二零二零年十二月三十一日止年度的人民幣2,930.05百萬元增加18.65%，主要由於(a)銷售增加，令店舖專櫃費用上升；(b)零售店擴展及改善薪酬，令銷售及營銷人員的薪金與員工福利增加；(c)本集團銷售網絡擴大及業務增長，增加了廣告、品牌建設及促銷開支；(d)零售店數量增加令租金開支增加；及(e)零售店的數量增加及店舖形象升級導致裝修費用上升。

行政開支

截至二零二一年十二月三十一日止年度的行政開支為人民幣536.83百萬元，較截至二零二零年十二月三十一日止年度的人民幣519.11百萬元小幅增加3.41%，主要由於(a)因本集團擴張業務，從而致使本集團行政人員的薪金及福利增加；(b)所有品牌研發成本增加，以提升產品設計；及(c)股份獎勵開支減少。

融資成本

截至二零二一年十二月三十一日止年度的融資成本為人民幣43.02百萬元，較截至二零二零年十二月三十一日止年度的人民幣46.77百萬元減少8.02%，此乃主要由於銀行借貸利率普遍下降。

所得稅開支

截至二零二一年十二月三十一日止年度的所得稅開支為人民幣151.57百萬元，較截至二零二零年十二月三十一日止年度的人民幣86.71百萬元增加74.80%，此乃主要由於經營溢利增加及中國附屬公司向香港附屬公司派付股息產生預扣稅所致。

純利及純利率

基於前述因素，截至二零二一年十二月三十一日止年度的股東應佔本公司純利為人民幣564.02百萬元，較截至二零二零年十二月三十一日止年度的人民幣452.84百萬元增加24.55%或人民幣111.18百萬元。截至二零二一年及二零二零年十二月三十一日止年度的純利率分別為8.85%及8.25%。

資本架構

本集團需要營運資金撥付其設計與開發、零售及其他業務營運。於二零二一年十二月三十一日，本集團流動資產總值為人民幣2,616.10百萬元（二零二零年十二月三十一日：人民幣2,409.52百萬元），流動負債總額為人民幣1,634.02百萬元（二零二零年十二月三十一日：人民幣1,688.07百萬元）。於二零二一年十二月三十一日，流動比率為1.60（二零二零年十二月三十一日：1.43）。

於二零二一年十二月三十一日，本集團的計息銀行借貸總額為人民幣491,256,000元（二零二零年十二月三十一日：人民幣366,488,000元），較去年年末增加，乃由於本集團積極開拓中國市場以滿足其資金需求。本集團之借貸主要以人民幣及港元計值。

財務狀況、流動資金及資產負債比率

於二零二一年十二月三十一日，本集團的現金及現金等價物為人民幣509.33百萬元（二零二零年十二月三十一日：人民幣582.93百萬元），其中95.15%以人民幣計值、0.13%以美元計值、4.60%以港元計值及0.12%以歐元計值。截至二零二一年十二月三十一日止年度，經營活動產生的現金流入淨額為人民幣1,202.80百萬元，較截至二零二零年十二月三十一日止年度的人民幣1,416.42百萬元下降15.08%。

於二零二一年十二月三十一日，資產負債比率（即未償還銀行貸款除以總權益）為12.49%（二零二零年十二月三十一日：10.54%）。

匯率波動風險

本集團面臨來自以外幣計值的應收款項、應付款項及現金結餘的貨幣風險，外幣指除相關附屬公司功能貨幣以外的貨幣。管理層積極監控外匯匯率波動，以確保其淨敞口保持於可接受水平。本集團主要於中國經營業務，其大部分交易均以人民幣結算。因此，董事會認為本集團面臨的匯率波動風險並不重大，且並無採用任何金融對沖工具以對沖貨幣風險。

或然負債

於二零二一年十二月三十一日，本集團並無重大或然負債（二零二零年十二月三十一日：無）。

資產抵押

於二零二一年十二月三十一日，本集團賬面值約人民幣99.58百萬元（二零二零年：人民幣106.37百萬元）之樓宇已就本集團獲授的銀行融資質押予銀行。

庫務政策

本集團在庫務和資金政策方面採取審慎策略，專注於與本集團相關業務直接相關的風險管理和交易。

重大收購及出售

於二零二零年一月二日，本公司之若干附屬公司就自平安銀行購買兩份理財產品訂立交易，總金額為人民幣227,000,000元，根據香港聯合交易所有限公司（「聯交所」）證券上市規則（「上市規則」）第14.07條，該金額超過其中一項適用百分比率的5%。於二零二一年三月八日，本公司之若干附屬公司就自招商銀行購買理財產品訂立交易，金額為人民幣21,000,000元，與本集團於二零二零年一月二日至二零二一年三月八日期間自招商銀行購買的其他理財產品合併計算時，超過上市規則第14.07條項下其中一項適用百分比率的5%。上述詳情載於本公司日期為二零二一年七月三十日之公告。

除上述披露者外，於二零二一年十二月三十一日，本集團並無重大收購或出售任何附屬公司、聯營公司或合營企業。

重大投資

於二零二一年十二月三十一日，本集團並無價值佔本集團資產總值5%或以上之重大投資。

募集資金

於二零二一年四月三十日，本公司訂立配售及認購協議，據此，(i) 配售代理同意按盡力基準按配售價每股10.50港元向承配人配售最多達Korador Investments Limited（作為賣方）所持19,000,000股本公司股份；及(ii) 本公司已有條件同意配發及發行，而Korador Investments Limited已有條件同意按配售價每股10.50港元認購最多19,000,000股本公司新股份（「先舊後新配售事項」）。先舊後新配售事項已於二零二一年五月十一日完成。先舊後新配售事項之詳情載於本公司日期為二零二一年四月三十日及二零二一年五月十一日之公告。

先舊後新配售事項所得款項淨額約198.09百萬港元，將按以下用途動用(i)約178.29百萬港元用於結算本集團現有債務；及(ii)餘下19.80百萬港元用作本集團一般營運資金。於二零二一年十二月三十一日，約48.07百萬港元已用於結算本集團現有債務。先舊後新配售事項的剩餘所得款項淨額將於二零二二年根據所得款項的擬定用途動用。

除上文所披露者外，截至二零二一年十二月三十一日止年度，本公司並未進行集資活動，亦無自過往年度集資活動中結轉任何未動用所得款項。

業務概覽

1. EEKA 品牌

本集團擁有並管理八個品牌以迎合其客戶的不同場合著裝需求，包括：高端品牌－(i) Koradior (ii) La Koradior 及 (iii) Koradior elsewhere，(iv) FUUNNY FEELLN，以及收購品牌－(i) CADIDL (ii) NAERSI (iii) NAERSILING 及 (iv) NEXY.CO。

本集團是中國中高端女裝行業中唯一能達到雙品牌銷售收益超過人民幣13億元的時裝集團。其兩個主要品牌Koradior及NAERSI均躋身行業品牌前十。Koradior elsewhere、La Koradior、NAERSILING、NEXY.CO、CADIDL等品牌銷售額普遍在人民幣3至9億元之間，且本公司於二零一九年推出面向更廣泛人群、滿足更多元需求的FUUNNY FEELLN。作為品牌集群企業，本公司集團化運營突出，已建成內生性多元化的中高端品牌矩陣。本集團品牌簡介如下：

(i)「Koradior」品牌於二零零七年推出，其定位是為本集團客戶提供彰顯女人味、個性和款式年輕的設計；(ii)「La Koradior」品牌於二零一二年九月推出，其定位是提供感性、奢雅和浪漫的設計；(iii)「Koradior elsewhere」品牌於二零一四年九月推出，其定位為提供悠閒、舒適及高品質的設計；(iv)「CADIDL」主要由深圳市蒙黛爾實業有限公司（「蒙黛爾」）擁有，而蒙黛爾分別於二零一六年七月十三日及二零二一年十一月十日收購完成後由本集團擁有100%之股權，CADIDL定位為提供都市、優雅及摩登的設計；(v)「FUUNNY FEELLN」為於二零一九年一月推出，其定位是推廣精緻、摩登及有趣味服裝，聚焦未來女性生活方式；及「NAERSI」、「NEXY.CO」及「NAERSILING」由Keen Reach擁有，而Keen Reach於二零一九年七月三日被本集團收購；(vi) NAERSI秉承“TO BE MYSELF”的生活態度，為精英女性提供時尚和高品質的服裝，彰顯她們獨立自信、實現真我的精神；(vii) NEXY.CO提供以時尚職場為主的多場合服飾，打造知性、簡約、智美的品牌風格；及(viii) NAERSILING將現代化設計和經典剪裁相融合，從藝術表現形式中抒發自由的精神，自信的生活方式和多元化的美感體現，正如其品牌風格定位「自由，簡約，摩登」。

於二零二一年十二月三十一日，本集團擁有2,041家零售店，遍佈32個不同省市、自治區及直轄市。其中1,558家由本集團直接營運，其餘483家由本集團的分銷商以其七個自有品牌進行經營。在1,558家直營零售店中，1,024家零售店設於百貨公司，217家零售店設於購物中心，245家零售店設於特賣場，38家零售店設於臨街店舖及34家零售店設於機場。截至二零二一年十二月三十一日止年度，本集團收益增至人民幣6,354.88百萬元，較截至二零二零年十二月三十一日止年度增加19.34%。本集團的直營零售店產生的收益佔其總收益的78.53%，而電子商貿收益達人民幣756.69百萬元，佔其總收益的11.91%，主要產生自自有電子商貿平台EEKA時尚商城以及天貓商城及唯品會等第三方電子商貿平台。

按品牌劃分的收益分析

品牌	二零二一年		二零二零年		增加/(減少)	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
Koradior	2,325,283	36.59%	1,970,434	37.00%	354,849	18.01%
La Koradior	352,893	5.55%	301,637	5.66%	51,256	16.99%
Koradior elsewhere	505,229	7.95%	455,188	8.55%	50,041	10.99%
CADIDL (附註1)	342,248	5.38%	234,791	4.41%	107,457	45.77%
O'2nd (附註2)	-	-	53,976	1.01%	(53,976)	(100)%
Obzee (附註2)	-	-	15,834	0.30%	(15,834)	(100)%
FUUNNY FEELLN	116,199	1.83%	49,913	0.94%	66,286	132.80%
NAERSI (附註3)	1,381,393	21.74%	1,202,059	22.57%	179,334	14.92%
NAERSILING (附註3)	459,914	7.24%	427,256	8.02%	32,658	7.64%
NEXY.CO (附註3)	871,716	13.72%	614,019	11.54%	257,697	41.97%
總計	<u>6,354,875</u>	<u>100%</u>	<u>5,325,107</u>	<u>100%</u>	<u>1,029,768</u>	<u>19.34%</u>

附註1：本集團已分別於二零一六年七月十三日及二零二一年十一月十日收購蒙黛爾（其擁有自有品牌「CADIDL」）65%及35%股權。蒙黛爾為上市規則所指之本公司非重大附屬公司。

附註2：本集團已於二零一七年三月九日收購愛思開實業（上海）有限公司之資產（包括「Obzee」及「O'2nd」品牌時尚產品），並於二零二零年四月終止一項獨家分銷協議。

附註3：本集團已於二零一九年七月三日收購Keen Reach（其擁有自有品牌「NAERSI」、「NEXY.CO」及「NAERSILING」）100%股權。

按銷售渠道劃分的收益分析

銷售渠道	二零二一年		二零二零年		增加	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
直營零售店	4,990,241	78.53%	4,385,060	82.35%	605,181	13.80%
批發予經銷商	561,934	8.84%	316,560	5.94%	245,374	77.51%
電子商貿	756,690	11.91%	612,393	11.50%	144,297	23.56%
其他	46,010	0.72%	11,094	0.21%	34,916	314.72%
總計	<u>6,354,875</u>	<u>100%</u>	<u>5,325,107</u>	<u>100%</u>	<u>1,029,768</u>	<u>19.34%</u>

本集團在同業中直營門店數量最多，龐大的零售網絡使本集團擁有更強的議價能力，規模效應顯著。在不確定性加深的市場競爭環境中，直營渠道將為本集團業績的平穩持續增長發揮支柱作用。同時，直營零售店佈局也讓品牌能夠全面充分的接觸客戶、了解市場、滿足需求、應對不確定風險。

本集團一貫重視建立直營零售店。截至二零二一年十二月三十一日止年度，1,558家直營零售店合共產生收益人民幣4,990.24百萬元，較截至二零二零年十二月三十一日止年度增加13.80%。直接收益主要產生自現有店舖的銷售增長及新開店舖的銷售。

於二零二一年十二月三十一日，七個品牌（Koradior、Koradior elsewhere、CADIDL、FUUNNY FEELLN、NAERSI、NEXY.CO及NAERSILING）旗下的經銷商經營零售店483家，由於新型冠狀病毒疫情得到控制，該等由經銷商經營的零售店產生的收益為人民幣561.93百萬元，較截至二零二零年十二月三十一日止年度增加77.51%。

本集團利用第三方電子商貿平台及自有電子商貿平台作為其銷售渠道之一。於二零二一年，電子商貿收益達人民幣756.69百萬元，較截至二零二零年十二月三十一日止年度增加23.56%或人民幣144.30百萬元。來自天貓商城的電子商貿總收益由截至二零二零年十二月三十一日止年度的人民幣281.66百萬元減少13.95%至截至二零二一年十二月三十一日止年度的人民幣242.38百萬元（佔電子商貿總收益的32.03%）。來自唯品會的電子商貿總收益由截至二零二零年十二月三十一日止年度的人民幣293.89百萬元增加19.69%至截至二零二一年十二月三十一日止年度的人民幣351.76百萬元（佔電子商貿總收益的46.49%）。來自EEKA時尚商城的電子商貿總收益由截至二零二零年十二月三十一日止年度的人民幣32.67百萬元增加229.97%至截至二零二一年十二月三十一日止年度的人民幣107.80百萬元（佔電子商貿總收益的14.25%）。來自抖音的電子商貿總收益由截至二零二零年十二月三十一日止年度的人民幣3.39百萬元增加1,437.46%至截至二零二一年十二月三十一日止年度的人民幣52.12百萬元（佔電子商貿總收益的6.89%）。截至二零二一年十二月三十一日止年度其他電子商貿收益為人民幣2.63百萬元（佔電子商貿總收益的0.34%）。

按地區劃分的零售店收益分析
(不包括電子商貿及其他)

下表載列截至二零二一年及二零二零年十二月三十一日止年度本集團分別來自直營零售店及批發予經銷商的收益按地區劃分的明細：

地區	截至十二月三十一日止年度			
	二零二一年		二零二零年	
	人民幣百萬元	%	人民幣百萬元	%
華中 ¹	564.32	10.16%	535.18	11.38%
華東 ²	1,944.85	35.03%	1,605.93	34.16%
東北 ³	333.95	6.01%	252.26	5.37%
西北 ⁴	433.98	7.82%	342.85	7.29%
華北 ⁵	603.59	10.87%	495.02	10.53%
西南 ⁶	988.00	17.80%	849.03	18.06%
華南 ⁷	683.48	12.31%	621.35	13.21%
總計	<u>5,552.17</u>	<u>100%</u>	<u>4,701.62</u>	<u>100.00%</u>

附註：

- 1 華中包括河南、湖北及湖南。
- 2 華東包括山東、江蘇、浙江、安徽、上海、江西及福建。
- 3 東北包括吉林、黑龍江及遼寧。
- 4 西北包括陝西、寧夏、青海、甘肅及新疆。
- 5 華北包括天津、北京、內蒙古、河北及山西。
- 6 西南包括貴州、重慶、雲南、西藏及四川。
- 7 華南包括廣西、海南、廣東及香港。

於截至二零二一年十二月三十一日止年度，華東及西南零售店產生的收益佔直營零售店及批發予經銷商的總收益一半以上。

按地區劃分的零售店明細

於二零二一年，本集團開設了452家新零售店（其中311家為直營店），關閉了247家零售店（其中175家為直營店），淨增加了205家零售店。下表載列於二零二一年十二月三十一日本集團在中國按地區劃分的銷售網絡中零售店（包括直營零售店及經銷商經營的零售店）的數目：

	零售店數目			於二零二一年 十二月三十一日
	於二零二一年 一月一日	年內開設	年內關閉	
華中 ¹	200	48	(30)	218
華東 ²	630	144	(93)	681
東北 ³	118	37	(18)	137
西北 ⁴	180	54	(33)	201
華北 ⁵	215	51	(25)	241
西南 ⁶	270	69	(22)	317
華南 ⁷	223	49	(26)	246
總計	<u>1,836</u>	<u>452</u>	<u>(247)</u>	<u>2,041</u>

附註：

- 1 華中包括河南、湖北及湖南。
- 2 華東包括山東、江蘇、浙江、安徽、上海、江西及福建。
- 3 東北包括吉林、黑龍江及遼寧。
- 4 西北包括陝西、寧夏、青海、甘肅及新疆。
- 5 華北包括天津、北京、內蒙古、河北及山西。
- 6 西南包括貴州、重慶、雲南、西藏及四川。
- 7 華南包括廣西、海南、廣東及香港。

2. 設計及研發

本集團了解客戶的需求及偏好，通過建立底層的客戶資料庫，全面分析建模，指引開發評款和返單出貨。大數據及全渠道全面加持設計端。設計前期通過全渠道共用各品牌各會員資訊，精準畫像後根據資料制定設計研究開發方向；投入市場後，根據全渠道回饋調整方向，針對前期市場份額較小但產銷高的產品重點分析，科學快返，作為潛力產品，培養成為未來暢銷款。

於二零二一年十二月三十一日，本集團八個品牌共推出349個系列的產品，而於二零二零年則由十個品牌推出345個系列的產品。於二零二一年，由於本年度大量投入維持產品研發，SKU^(附註)總數達6,910個，較二零二零年SKU總數6,760個略增2.22%。本集團的研究及設計團隊成員由二零二零年十二月三十一日的516名迅速擴大至二零二一年十二月三十一日的542名。

本集團與海內外知名設計師合作，聘請他們擔任「Koradior」、「La Koradior」、「Koradior elsewhere」、「CADIDL」、「FUUNNY FEELLN」、「NAERSI」、「NEXY.CO」及「NAERSILING」的品牌創意總監。截至二零二一年十二月三十一日止年度，研發開支達人民幣147.23百萬元，佔本集團總收益2.32%，而截至二零二零年十二月三十一日止年度為人民幣144.05百萬元，佔本集團總收益2.71%。產品的研發不僅令客戶大為滿意，亦受到多個政府部門的高度認可。於年內，本集團發佈一系列創意設計，其中包括Koradior的「法國玫瑰」、La Koradior的「金色軌跡」、Koradior elsewhere的「天空之境」、FUUNNY FEELLN的「跨越邊界」、NAERSI的「25°真的時光」、NEXY.CO的「地圖之外」、NAERSILING的「逐光之翼」及CADIDL的「輕鬆職場」系列。此外，於二零二一年九月六日，CADIDL發佈了新標識圖案「CDL」。

附註： 最小存貨單位(SKU)，當一批產品除顏色外完全一樣，會視為歸屬不同的最小存貨顏色，當一批產品除尺碼外完全一樣，則會視為歸屬一個最小存貨單位(SKU)。

3. 市場營銷及推廣

本集團透過包括機場廣告（最有效的品牌推廣手段之一）在內的方式繼續提升品牌影響力。本集團現已在深圳寶安國際機場、上海虹橋國際機場及西安咸陽國際機場投放廣告。本集團亦選取全國發行的頂級時裝／時尚雜誌及刊物如「ELLESHOP」、「Bstone」、「STAR BOX」、「Street Snap」、「CHIC」及「Madame Figaro」等投放廣告。儘管受疫情影響，但本公司的品牌推廣力度並未減小，本公司的品牌影響力亦持續提升。Koradior 雙品牌代言人 Miranda Kerr 及佟麗婭及主要品牌代言人王珞丹及唐藝昕已完成續約；NEXY.CO 代言人王珞丹穿著 NEXY.CO 服飾出演中國網絡電視劇「北轍南轅 (Crossroad Bistro)」。為促進線上營銷渠道的多樣性，本集團使用短視頻、微信小程序、微信朋友圈廣告、微信服務號文章推送、電商直播及其他線上營銷手段接觸客戶及推廣營銷。截至二零二一年十二月三十一日止年度，品牌及營銷推廣開支（不包括促銷開支）為人民幣158.74百萬元，佔本集團總收益2.50%，較二零二零年的人民幣131.67百萬元增加人民幣27.07百萬元或20.56%，主要由於廣告量增加。

4. 人力資源

於二零二一年十二月三十一日，本集團在中國內地及香港共有10,355名全職僱員。下表載列分別於二零二一年十二月三十一日及二零二零年十二月三十一日本集團按部門劃分的僱員分佈明細：

	二零二一年 僱員人數	二零二零年 僱員人數
管理層、行政及財務	281	269
產品設計及研發	542	516
銷售及市場營銷	9,153	8,787
採購、物流及質控	359	344
總計	<u>10,355</u>	<u>9,916</u>

本集團實行多項員工培訓及發展項目，尤其重視銷售及市場營銷技能培訓。本集團為員工提供具競爭力的薪金及福利待遇。截至二零二一年十二月三十一日止年度，薪金及福利開支總額為人民幣1,238.87百萬元，佔本集團總收益19.49%，較截至二零二零年十二月三十一日止年度人民幣1,090.30百萬元（佔本集團總收益20.47%）增加人民幣148.57百萬元或13.63%。

本公司已設立一項股份獎勵計劃，作為對選定參與者對本集團貢獻之鼓勵及獎賞。本公司亦於二零一九年十二月採納一項股份獎勵計劃以肯定選定參與者作出的貢獻並給予獎勵，務求挽留彼等繼續為本集團之持續發展效力。截至二零二一年十二月三十一日止年度，股份獎勵開支為人民幣76.11百萬元。本集團亦加入強制性公積金計劃及當地退休福利計劃。本集團鼓勵僱員參加培訓以提升工作技能及促進個人發展。本集團亦為各個層面的員工舉辦講座，以提高彼等的工作安全知識及培養團隊精神。員工根據本集團的業績以及個人表現與貢獻獲得獎勵。

5. 中台管理系統

本公司具備強大的組織體系（即中台），各品牌事業部獨立運作，企劃、拓展、終端管理、供應鏈管理、經管、財務、人力等等共通共用，支持多品牌的共建共生。同時通過構建全渠道運營中台系統來完善數字化基礎設施，通過中台系統協同發力，支撐各個品牌的成長，打造品牌集群企業。

6. 供應鏈管理機制

於二零二一年，本公司採用供應商關係管理系統，促進供應鏈前端信息共享；推進模板生產流程標準化，提高生產效率及質量穩定性；整合商品運輸，優化物流成本。本集團亦繼續推進核心品類面料採購的集約化改革，建立與核心面料供應商的戰略供應機制，加強面料採購規劃及供應商集中度。於報告期內，絲綢、羊毛、醋酸等品類面料的採購集中度均同比提高，採購單價同比均有不同程度的下跌，面料採購的供應效率得到提高。通過該等措施，二零二一年本公司的供應鏈能力得到顯著提升。

7. 前景

於二零二一年，中國GDP同比增長8.1%，遠高出年初政府工作報告提出的6%底線目標。於二零二二年，新冠病毒疫情的影響將進一步減弱，面對需求收縮、供給衝擊、預期轉弱這三重壓力，宏觀政策將更加注重充分發力、靠前發力，市場信心將繼續得到提振，預計中國經濟將保持5%至6%的較高增長速度，消費持續回暖，中高端消費保持穩定增長趨勢。行業集中度持續上升，龍頭企業受益最深。於二零二二年，本公司將保持積極的發展策略，穩步推進品牌建設、產品體系及供應鏈改革，務實基礎，增強實力，力爭於二零二三年實現零售額突破100億元的目標，繼續提升其作為中國中高端女裝市場龍頭企業的優勢地位。

展望二零二二年，本集團堅持穩中有進，逆勢進取的總基調。本集團將：

(i) 品牌力 – 繼續推進品牌多層次佈局及大力加強品牌建設

針對各品牌研究及提出不同的品牌建設策略及工作計劃，分批、分階段推進品牌全面升級，實現品牌建設的高效率、高效性及精準投入；明確品牌定位，從產品開發、品牌推廣、門店形象等多方面打造品牌，加強品牌故事策劃及推廣能力，並建立系統化、專業化的品牌故事策劃及推廣機制。積極開展與跨行業的授權聯名合作，堅持明星代言，提升品牌知名度。

(ii) 產品力 – 加強需求管理及穩步推進商品制度改革

加強消費者需求管理，持續提升組織能力，提高消費者研究的系統性及專業性；穩步推進產品制度改革，並逐步完善產品動力系統建設，精益求精；促進新產品線的研究及佈局，擴大市場細分；加強功能性產品的創新設計，提高產品差異化；通過加強面料設計及發展能力提升產品開發及設計能力；建立數字產品開發與設計系統及智能產品管理系統，持續提升產品開發及管理數字化。

(iii) 營銷力 – 深化整合線上及線下數據採集、品牌推廣與銷售轉化的能力，全面提高成員公司的運營能力。

本集團將通過更加專業化、系統化、差異化的手段推進品牌建設，並持續提升品牌影響力和附加值。品牌推廣上，本集團將逐步推進多平台分享及推薦以及多渠道轉化戰略，堅持明星代言，積極開展與不同行業的授權聯名合作，推進品牌代言人聯名產品的發展，並強化客戶與品牌之間的互動交流。鞏固直營銷售體系，優化調整直營門店以提高門店效率，同時適度擴張門店；擴大分銷渠道的市場規模。充分結合全渠道營運與公司直銷渠道的優勢及終端管理能力，促進線上線下深度融合。鞏固公司品牌於中高端百貨行業的競爭優勢，探索購物中心等新業態，繼續發揮機場品牌推廣及形象展示作用。擴大線上渠道規模，整合電商與社交平台，實施不同的產品交付策略，加強天貓平台新品推出與線下同步，加大對抖音、小紅書等內容平台的投入，全面推動整合線上渠道數據採集、品牌推廣與銷售轉化。繼續全渠道營運，拓展經銷商體系的會員及產品管理系統，並完善會員標籤系統及數據庫。

(iv) 運營力 – 深化供應鏈改革及聚焦數據驅動

本集團將重點加強直營體系建設，提高門店效率，充實及加密優質渠道，穩定分銷市場，穩步擴大分銷渠道市場規模。本集團亦將繼續鞏固其品牌在中高端百貨門店模式的競爭優勢，促進購物中心佈局，繼續增加針對新業務形式的戰略研究和試點項目及在研究多個平台的業務佈局的同時，疊代優化各種電商平台上的產品發佈策略，包括產品類別、產品規模、價格範圍分佈等。促進採購改革，尋找面料核心品類的主要供應商；探索上游面料研發，提升面料專業水準。隨著加工生產端向「品類化及集約化」方向改革，加工製造供應商的考核制度進一步明晰，產品質量控制將進一步加強。加快響應市場需求、優化工作流程及縮短OTT。於數據中心基礎上構建一個涵蓋功能強化及會員管理、商品管理、運營管理統一標準化等多個領域的數據庫，以提升成員公司運營能力及產品管理的效率及準確性。

(v) **組織力 – 持續完善人力資源管理體系及鞏固以平台為基礎的組織體系優勢**

本集團將推進其全渠道營運體系建設，以改善跨渠道和跨品牌的運營管理及服務能力，推廣及優化商品鏈接、會員鏈接和服務鏈接，並根據市場和業務發展需要疊代及升級中央平台IT系統，完善會員管理、商品管理、運營管理等領域的數據庫，完善及規範數據標籤，建立完整的大數據管理機制，實現數據驅動型增長。繼續實施股權激勵計劃，激發核心僱員及管理層的積極性，吸引優秀人才加入，從而增強發展動力。完善公司營銷部的架構，進一步加強需求管理，提高消費者及市場調查的系統化和專業化。加強供應鏈中心、全渠道營運中心、策劃及推廣中心等新型中台部門的組織與建設，不斷提高該等部門的能力以賦能品牌部，並進一步提高公司平台營運的組織能力。

風險管理

本集團致力於建立其認為適合管理業務營運風險的風險管理系統，而隨著業務日益增長，本集團亦致力監控該等系統的效能，並於必要時進行改進以維持成效。

環境及安全措施

本集團須遵守中國有關環境的各種法律和法規，包括《中華人民共和國環境保護法》、《中華人民共和國水污染防治法》、《中華人民共和國大氣污染防治法》、《中華人民共和國環境噪聲污染防治法》及《中華人民共和國固體廢物污染環境防治法》。該等法律及法規規管廣泛的環境事宜，包括空氣污染、噪音排放以及廢水及廢物排放。

本集團並無擁有或經營任何生產設施。本集團相信(i)內部指引和政策足以符合中國一切適用的環境法律和法規及(ii)於回顧期間遵守適用法規及規例的年度成本及未來預計合規成本並不重大。由於本集團將所有生產工序外判予OEM加工商，其業務營運只排放生活廢水及產生垃圾。

股息

董事會擬就截至二零二一年十二月三十一日止年度向於二零二二年六月十六日營業時間結束時名列本公司股東名冊之股東宣派末期股息每股股份48港仙（二零二零年：末期股息38港仙）。該建議須待本公司股東於應屆股東週年大會（「股東週年大會」）上批准方可生效，並於二零二二年六月三十日或之前以現金方式派付末期股息。

暫停辦理股東登記手續

為確定本公司股東出席股東週年大會之資格，本公司將於二零二二年六月二日（星期四）至二零二二年六月八日（星期三）期間（包括首尾兩日）暫停辦理股東登記手續，期間將不會辦理任何股份過戶登記。為符合資格出席股東週年大會並於會上表決，所有過戶表格連同相關股票，最遲須於二零二二年六月一日（星期三）下午四時三十分前送交本公司之香港股份過戶登記分處卓佳證券登記有限公司，地址為香港皇后大道東183號合和中心54樓，以辦理登記手續。

為確定本公司股東收取擬派末期股息之資格，本公司將於二零二二年六月十四日（星期二）至二零二二年六月十六日（星期四）期間（包括首尾兩日）暫停辦理股東登記手續，期間將不會辦理任何股份過戶登記。為符合資格收取擬派末期股息，所有過戶表格連同相關股票，最遲須於二零二二年六月十三日（星期一）下午四時三十分前送交本公司之香港股份過戶登記分處卓佳證券登記有限公司，地址為香港皇后大道東183號合和中心54樓，以辦理登記手續。

企業管治常規

本公司致力維持高水平企業管治常規及實行有效的企業管治措施。本公司於截至二零二一年十二月三十一日止年度一直採納並遵守基於上市規則附錄十四所載原則的企業管治守則（「企業管治守則」）的相關守則條文，惟企業管治守則之守則條文第A.2.1條除外，該條文規定主席與行政總裁之職責應有所區分，並不應由一人兼任。金明先生目前兼任本公司該兩個職位。董事會認為由同一人士兼任主席及行政總裁兩個角色，可確保本集團內部領導貫徹一致，使本集團之整體策略規劃更為有效及更具效率。經考慮董事之背景與經驗及董事會獨立非執行董事人數，董事會認為現行安排不會使權力及權限平衡受損，而此架構可讓本公司迅速及有效地作出及落實決策。董事會將繼續進行檢討，並會在計及本集團整體情況後考慮於適當時候將董事會主席與本公司行政總裁的角色分開。

董事進行證券交易的標準守則

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」）作為有關董事進行證券交易之行為守則，其條款的嚴格程度不遜於規定交易標準。經向全體董事作出特定查詢後，全體董事已向本公司確認，彼等於年內已遵守標準守則所載的規定標準及其有關任何董事進行證券交易之行為守則。

購買、贖回或出售本公司上市證券

根據本公司於二零一九年十二月二日採納的股份獎勵計劃之規則，本公司指示該計劃之受託人於年內從市場購買合共13,991,000股股份以供獎勵予相關承授人。所涉成本總額（包括相關交易成本）為148,573,000港元（相當於人民幣123,572,000元），乃由本集團出資。除上文披露者外，於年內本公司或其任何附屬公司概無購買、贖回或出售任何本公司之上市證券。

審核委員會

本公司已於二零一四年六月六日成立審核委員會（「審核委員會」），以檢討及監察本集團之財務申報程序、內部監控制度及風險管理。

審核委員會由三名獨立非執行董事組成，由張國東先生擔任主席。

審核委員會已審閱本集團截至二零二一年十二月三十一日止年度之全年業績。審核委員會亦已就有關本集團所採納之會計政策及常規之事項與外聘核數師進行討論。

承董事會命
贏家時尚控股有限公司
主席
金明

香港，二零二二年三月二十五日

於本公告日期，董事會包括執行董事金明先生、賀紅梅女士及金瑞先生；及獨立非執行董事鐘鳴先生、周曉宇先生及張國東先生。