

概 要

本概要旨在向閣下概略提供本售股章程所載的資料。由於只屬概要，故並未載列可能對閣下重要的全部資料。閣下應閱讀整份文件後，始決定是否投資於發售股份。任何投資均存在風險。投資於發售股份涉及的部分特別風險概述於「風險因素」一節。閣下應仔細閱讀該節後，始決定是否投資於發售股份。

業務

本集團是一家集設計、製造、市場推廣、分銷及零售於一體的國際時裝及高級貨品公司。其主要業務是以設計、製造及零售分銷 *PORTS INTERNATIONAL* 品牌的男女時裝及於中國市場銷售如鞋類、手袋、圍巾及香水等配飾，最近更將業務拓展至香港。本集團目前將大部分的注意力投放於發展中國市場業務，為中國佔有領導地位的國際時裝公司之一，零售門市超過240間。

根據 Elle 雜誌（中國版）進行的一九九七年至一九九八年AC尼爾森讀者問卷調查，讀者依序列選出前五大知名時裝及配飾品牌如下：

Chanel
Louis Vuitton
Christian Dior
Gianni Versace
PORTS INTERNATIONAL

根據 Elle 雜誌（中國版）進行的二零零一年至二零零二年AC尼爾森讀者問卷調查，讀者希望在未來12個月購買的前五大國際時裝品牌依序如下：

PORTS INTERNATIONAL
Chanel
Gucci
Louis Vuitton
Esprit

於最後可行日期，本集團透過各大百貨公司內216個聯營專櫃及其經營的29間零售店在國內推廣及銷售其 *PORTS INTERNATIONAL* 品牌產品。這些零售門市遍佈中國50多個城市，其中包括北京、上海、重慶、深圳、武漢、瀋陽及大連。於最後可行日期，本集團在香港經營五間零售門市，該五間零售門市分別位於尖沙咀半島酒店購物廣場、太古廣場西武百貨（包括男裝聯營專櫃及女裝聯營專櫃）、銅鑼灣崇光百貨及尖沙咀新世界中心，並分別由二零零二年九月二十五日、二零零三年七月二十一日、二零零三年三月八日及二零零三年十月一日起啟業。

本集團在國內經營的專門零售門市銷售 BMW 時尚產品。本集團與 BMW 訂立了特許安排，據此，BMW 授予本集團權利，容許本集團製造的 BMW 時尚服裝產品使用 BMW 商標及 BMW 標誌。所有於 BMW 時尚產品專門零售門市出售的非服裝產品均從 BMW 採購。該特許於二零零四年十二月三十一日屆滿，為期三年，但可經雙方同意後續約。本集團於特許有效期內享有專利在中國推廣 BMW 時尚產品（BMW 汽車經銷商展廳除外）。於最

後可行日期，本集團經營八間 BMW 時尚零售門市，銷售 BMW 時尚產品，其中包括男女服裝及配飾。董事相信，與 BMW 訂立的特許安排可展現本集團的製造標準及市場推廣及零售能力。

中國是本集團的主要市場，而在香港開設零售門市為本集團打入中國以外零售市場的初步措施。本集團認為，在香港的黃金購物地點開設零售門市，有助維持其高檔國際品牌形象。

除零售業務外，本集團亦從事原設備製造業務，將商品輸往北美各大零售商。作為其原設備製造業務的一部分，本集團會應客戶要求提供設計、採購及購買原材料，以及安排製成品運送予客戶。目前，原設備製造商商品幾乎全部以外包形式製造。原設備製造商產品均以原設備製造商客戶所要求的品牌命名。

此外，本集團亦批發 *PORTS INTERNATIONAL* 品牌產品予中國客戶。這些批發客戶包括公司客戶及位於國內小城市（包括齊齊哈爾、南寧及包頭）的零售商。

集團歷史及重組

PORTS INTERNATIONAL 品牌及相關時裝業務於一九六零年代由 Luke Tanabe 在加拿大多倫多一手創立。

一九八九年，ESL 收購了 *PORTS INTERNATIONAL* 業務。ESL 當時由在加拿大及亞洲從事成衣業多年的陳啓泰先生及陳漢傑先生控制，他們當時間接持有 ESL 37% 的股權。ESL 於一九九零年代初決定在中國廈門投資設立生產設施，生產 *PORTS INTERNATIONAL* 及其他品牌產品。ESL 當時的董事總經理陳啓泰先生及陳漢傑先生抓住一次機遇，在中國建立 *PORTS INTERNATIONAL* 高檔品牌。一九九三年，ESL 分別在廈門及上海開設 *PORTS INTERNATIONAL* 品牌試驗零售門市。一九八六年，ESL 於多倫多證券交易所上市。上市時，ESL 由陳漢傑先生及陳啓泰先生擁有 71% 的權益。陳啓泰先生及陳漢傑先生自 ESL 上市以來一直擔任 ESL 的執行董事，直至一九九三年三月辭退執行董事職務。此後，他們仍然留任非執行董事，直至一九九三年十月向 ESL 董事會請辭。一九九三年四月，陳啓泰先生及陳漢傑先生於 ESL 的家族權益減至只有約 13%。

一九九零年代初，對於加拿大零售商而言是艱難時期。大部分零售商都遇到財政困難，甚至被迫破產，其中包括一九九四年三月破產的 ESL。於一九九四年五月，CFS 收購 *PORTS INTERNATIONAL* 於中國業務的所有權，管理層更加致力在中國發展該品牌及有關業務。有關品牌的歷史、ESL 及陳漢傑先生及陳啓泰先生對 ESL 所作的貢獻的詳情，請參閱本售股章程「業務 — 集團歷史」一節。

寶姿亞洲及其附屬公司過去一直為 1074820 Ontario 的附屬公司，而 *PORTS INTERNATIONAL* 在亞洲區的業務由 1074820 Ontario 及其母公司 CFS 管理。本集團為準備發售股份事項而進行重組，藉以清楚劃分本集團與 CFS 及其他附屬公司之間的業務範圍。本公司於二零零二年六月根據百慕達法例註冊成立，於重組後，本公司成為寶姿亞洲及其附屬公司的控股公司。為進行重組，當時的股東曾進行多項股份轉讓事宜，詳情見本售股章程附錄六「公司重組」一節。重組自二零零二年八月三日起生效。本集團的財務資料呈列本

集團現時旗下各公司的經營業績，並假設本集團現時的架構於往績期（或自這些公司的註冊成立日期以來（以較短者為準））一直存在及維持不變。

CFS 將透過其全資附屬公司 1074820 Ontario 於緊隨發售股份事項完成後擁有本公司約 46.65% 權益（假設概無超額配股權獲行使）。有關這些公司之間的關係，請參閱本售股章程「業務」一節的架構表。

CFS 與本公司議定，本集團將致力發展其在區域的業務，而 CFS 及其附屬公司（本集團的成員公司除外）則專注於這些地區以外其他國家的業務經營。雙方亦同意，CFS 及其附屬公司（本集團的成員公司除外）將不會在區域繼續或從事與本集團直接或間接競爭的任何業務。有關本公司與 CFS 的安排，詳見本售股章程「業務 — CFS 及不競爭承諾」一節。本公司現擬日後在區域開設的任何 *PORTS INTERNATIONAL* 零售門市將成為本集團的業務一部分。

於最後可行日期，本集團在中國分別經營 216 個聯營專櫃及 29 間零售店，並在香港經營五間零售門市。在五間香港零售門市中，尖沙咀新世界中心門市先前由 PIHK 經營。於 PIHK 停止在香港的經營後，本集團與新世界中心的業主訂立一份新租約。根據 PIHK 與 PRHK 於二零零三年九月三十日訂立的協議，PIHK 同意按成本價向 PRHK 出售其持有但尚未出售的其餘 PORTS 產品及若干傢俱，總代價為 161,000 港元。

競爭優勢

董事相信，本集團有以下主要競爭優勢：

- 國內高級時裝業的先發優勢
- 有效的品牌推廣策略造就崇高品牌知名度
- 完整的供應流程管理能力
- 完善的分銷網絡使零售門市在中國的形象鮮明突出
- 強大的增長動力
- 管理層及設計師擁有在國內服裝業經驗豐富

增長策略

鑑於國內富裕的消費者人數不斷攀升，本集團的目標是要利用其在國內建立已久的品牌聲譽及市場地位，憑著不斷拓展產品系列及種類，鞏固其在國內市場作為時裝及高級貨品品牌領導者的地位，以不斷滿足國內客戶的需求。

概 要

董事相信，中國經濟迅速增長，富裕而講究品牌的消費者人數日益增加，實為時裝及高級貨品極具潛力的市場。本公司相信，本集團在國內芸芸高檔次品牌當中正處於有利位置，利用國內時裝及高級貨品市場的預期增長，透過以下途徑擬進一步鞏固其市場地位：

- 在中國各主要城市開設大型專賣店，在同一間商店內提供各式各樣的 *PORTS INTERNATIONAL* 品牌產品
- 在本公司已經設立零售門市的城市再增設多間零售門市，並在中國的其他城市及亞洲其他地區新開零售門市，藉以擴大銷售覆蓋範圍
- 繼續其市場推廣策略及活動，以提升本集團的品牌形象
- 擴大男裝系列、男裝零售門市及現有產品供應，以及引入新產品系列，藉以增加產品組合及令產品多元化
- 與現有合作夥伴發展成策略性聯盟，並與知名高級貨品合作夥伴物色新商機
- 開拓新分銷中心及投資新生產設施、廠房及機器，以擴大生產、儲存及分銷能力

截至二零零三年十二月三十一日止年度的溢利預測

除稅後但未計非經常項目的預測合併溢利 ⁽¹⁾	不少於人民幣107,000,000元
每股預測盈利	
加權平均 ⁽²⁾	人民幣0.98元
備考全面攤薄 ⁽³⁾	人民幣0.82元

附註：

- (1) 截至二零零三年十二月三十一日止年度除稅後但未計非經常項目的預測合併溢利已按本售股章程附錄二「基準及假設」一段所載的基準編製。
- (2) 按加權平均基準而得出的每股預測盈利乃根據本集團截至二零零三年十二月三十一日止年度除稅後但未計非經常項目的預測合併溢利，以及年內預期已發行約109,726,667股股份的加權平均數計算，但無計及因行使超額配股權或根據購股權計劃可能授出的任何購股權獲行使時可能發行的任何股份，或根據發行授權或購回授權本公司可能配發及發行或購回的任何股份。
- (3) 按備考全面攤薄基準而得出的每股預測盈利乃根據本集團截至二零零三年十二月三十一日止年度除稅後但未計非經常項目的預測合併溢利計算，並假設本公司自二零零三年一月一日起已上市及年內全年已發行合共130,560,000股股份，但無計及因行使超額配股權或根據購股權計劃可能授出的任何購股權獲行使時可能發行的任何股份，或根據發行授權或購回授權本公司可能配發及發行或購回的任何股份。就計算每股預測盈利而言，截至二零零三年十二月三十一日止年度的除稅後但未計非經常項目的預測合併溢利並未計及倘於二零零三年一月一日收取發售股份事項（假設超額配股權未獲行使）的所得款項淨額而可能賺取的利息收入。

進行發售股份事項的原因及所得款項用途

董事相信，發行新股的所得款項淨額將有助鞏固本集團的資本基礎，並為達致本集團的業務策略提供資金，以進行本售股章程「未來計劃及所得款項用途」一節所載的未來計劃。

根據發售價每股發售股份9.915港元（即每股發售股份9.00港元至10.83港元之間發售價中位數）計算，經扣除本公司應付的開支後，根據發售股份事項發行新股的所得款項淨額（假設超額配股權未獲行使）估計約為人民幣246,000,000元（相當於約230,000,000港元）。本公司現擬將所得款項淨額撥作下列用途：

- 約人民幣22,500,000元（相當於約21,000,000港元）撥作在中國主要城市開設大型專賣店；
- 約人民幣70,600,000元（相當於約66,000,000港元）撥作設計、開發、擴充及／或改進在中港兩地以至亞洲其他地區的零售業務，包括在國內開設約80間零售門市及約15間BMW時尚產品零售門市；
- 約人民幣8,600,000元（相當於約8,000,000港元）撥作廣告及市場推廣活動以及其他公司形象提升計劃；
- 約人民幣10,700,000元（相當於約10,000,000港元）撥作設計、開發及宣傳現有及新產品（尤其是男裝系列）；
- 約人民幣40,600,000元（相當於約38,000,000港元）撥作擴充國內生產、製造及分銷設施，包括開設新分銷中心及投資新廠房及機器；
- 約人民幣40,600,000元（相當於約38,000,000港元）撥作償還貸款；及
- 餘額約人民幣52,400,000元（相當於約49,000,000港元）撥作為本集團的額外一般營運資金。

倘所得款項淨額未能即時撥作上述用途，董事現擬將有關所得款項淨額存放於香港的持牌銀行或金融機構作為短期存款。

倘發售價釐定為高於最低發售價及／或倘超額配股權因本公司發行新股而獲悉數或部分行使，則額外所得款項淨額將用作本集團的額外一般營運資金。

風險因素

董事相信，本集團的業務涉及多個風險因素，這些風險因素可分為(i)與本集團有關的風險；(ii)與行業有關的風險；(iii)與中國有關的風險；及(iv)與發售股份事項有關的風險，其中茲列如下：

與本集團有關的風險

- 增長策略
- 聯營專櫃未能續期或聯營專櫃的年期出現變動
- 本集團的零售店租約未能續期或租金大幅上漲
- 依賴國內零售市場
- 本集團的商標及其他知識產權可能遭侵權
- 品牌的用途
- 依賴分包及特許合作夥伴
- 季節性及時機因素
- 無法預知的氣候因素
- 本集團原設備製造業務依賴幾家主要原設備製造商客戶
- 依賴主要人員
- 依賴與第三方供應商的關係
- 依賴國外採購、進口及外幣
- 原材料價格波動
- 股息
- 勞資糾紛
- BMW授予的特許可能不會續期
- 國內物業使用權
- 未來集資

與行業有關的風險

- 時裝及服裝業的風險
- 存貨過時

- 競爭
- 服裝業內環境的變化

與中國有關的風險

- 政治及經濟因素
- 法律及其他監管法規改革措施及司法環境
- 國內的外幣兌換
- 天災、戰爭、流行病
- 能源短缺

與發售股份事項有關的風險

- 此前股份並無在公開市場買賣；流通量可能會偏低且市價可能會出現波動
- 於發售股份事項完成後在公開市場大量出售股份可能會對股份的現行市價造成不利影響
- 本公司無法保證本售股章程內有關中國及其經濟或時裝業的事實及統計數字的準確性
- 與預測性陳述有關的風險

有關上述風險的詳細討論，請參閱本售股章程「風險因素」一節。

概 要

營業紀錄

下表為本集團截至二零零二年十二月三十一日止三個年度各年及截至二零零三年六月三十日止六個月的合併業績概要。此概要呈列本集團現時旗下各公司的經營業績，猶如目前的集團架構由二零零零年一月一日至二零零三年六月三十日（或自這些公司的註冊成立日期以來（以較短者為準））期間一直存在及維持不變。詳情請參閱本售股章程附錄六「公司重組」一節。就某個財政年度不同期間的銷售額及經營業績或就不同財政年度的不同期間進行比較已不一定有意義，比較結果亦不可作為本集團業績表現的指標而予以依賴。此概要應與本售股章程附錄一所載的會計師報告一併閱讀。

	截至十二月三十一日止年度			截至
	二零零零年	二零零一年	二零零二年	二零零三年 六月三十日止 六個月
	(人民幣元)			
營業額	339,998,928	415,124,813	469,737,982	253,350,648
銷售成本	(153,117,718)	(170,336,755)	(175,277,732)	(114,786,018)
毛利	186,881,210	244,788,058	294,460,250	138,564,630
其他經營收入 ⁽¹⁾	10,233,407	4,165,253	8,851,881	4,594,852
分銷開支	(118,698,482)	(152,668,423)	(160,738,303)	(86,268,503)
行政開支	(13,190,149)	(13,585,686)	(16,600,802)	(9,234,399)
其他經營開支	(7,673,471)	(10,815,879)	(16,995,770)	(9,588,009)
經營溢利	57,552,515	71,883,323	108,977,256	38,068,571
財務費用淨額 ⁽²⁾	(3,868,088)	(4,326,550)	(4,730,726)	(2,042,097)
除稅前日常業務溢利	53,684,427	67,556,773	104,246,530	36,026,474
所得稅開支	(6,072,187)	(8,931,863)	(11,327,589)	(180,897)
股東應佔溢利	47,612,240	58,624,910	92,918,941	35,845,577
每股盈利				
— 基本 ⁽³⁾	0.45	0.56	0.88	0.34
股息 ⁽⁴⁾	24,860,817	35,347,196	60,000,000	—

附註：

- (1) 其他經營收入主要包括政府根據業務資助計劃撥出的資助金及向第三方人士提供店舖設計和裝修服務而獲取的收入。

概 要

- (2) 財務費用淨額主要包括借貸利息開支、利息收入及外匯兌換損益。
- (3) 每股盈利 — 基本是根據有關期間內的股東應佔溢利計算，並假設於本售股章程刊發日期已發行的105,560,000股股份於往績期內均已發行。
- (4) 本公司於二零零三年十月十三日宣派股息人民幣35,000,000元，將派付予於二零零三年十月二十五日名列股東名冊的股東。股息將以現金支付，惟不會向發售股份事項項下的股份認購人士派發任何部分的股息，詳情請參閱本售股章程「財務資料 — 股息及股息政策」一節。

中國及香港爆發 SARS，影響了本集團二零零三年首六個月之經營業績，詳情載於本售股章程「財務資料」一節。

發售股份事項統計數字⁽¹⁾

	按發售價計算	
	9.00港元	10.83港元
市值 ⁽²⁾	1,175,000,000港元	1,414,000,000港元
經調整每股有形資產淨值 ⁽³⁾	3.05港元	3.39港元
預計備考全面攤薄市盈率 ⁽⁴⁾	11.69倍	14.06倍
預計加權平均市盈率 ⁽⁵⁾	9.78倍	11.77倍

附註：

- (1) 上述統計數字是根據緊隨發售股份事項完成後預期已發行130,560,000股股份而編製，但無計及因行使超額配股權或根據購股權計劃可能授出的任何購股權行使時而可能發行的任何股份，或根據發行授權及購回授權本公司可能配發及發行或購回的任何股份。
- (2) 市值是根據發售價範圍及緊隨發售股份事項完成後預期已發行130,560,000股股份計算，但無計及因行使超額配股權或根據購股權計劃可能授出的任何購股權行使時而可能發行的任何股份，或根據發行授權及購回授權本公司可能配發及發行或購回的任何股份。
- (3) 經調整每股有形資產淨值須根據本售股章程「財務資料 — 經調整有形資產淨值」一節所述的調整達成後釐定。倘因本公司發行新股而致使超額配股權獲悉數行使，則經調整每股有形資產淨值將有所增加。
- (4) 預計備考全面攤薄市盈率乃根據截至二零零三年十二月三十一日止年度備考全面攤薄每股預測盈利人民幣0.82元(0.77港元)計算。⁽⁶⁾
- (5) 預計加權平均市盈率乃根據截至二零零三年十二月三十一日止年度加權平均每股預測盈利人民幣0.98元(0.92港元)計算。⁽⁶⁾
- (6) 按備考全面攤薄基準計算的每股預測盈利，以及按加權平均基準計算、截至二零零三年十二月三十一日止年度的每股預測盈利，按照1.00港元兌人民幣1.07元的比率折算為港元。