

概 要

本概要旨在為閣下提供本招股章程所載資料的概覽。由於僅為概要，故並不包含可能對閣下屬重要的所有資料。本概要應與本招股章程全文一併閱讀，以保證其完整性。於決定投資發售股份前，閣下應細閱整份文件。

任何投資均涉及風險。投資發售股份的若干特定風險載於「風險因素」。閣下於決定投資發售股份前，應細閱該節。

概覽

根據弗若斯特沙利文報告，按2013年的銷售收入總額以及2013年12月31日的零售店數目計，我們為中國最大型品牌貼身衣物企業。於2013年12月31日，我們的零售網絡包括5,790間門店，遍佈中國所有省、省級直轄市及自治區超過330個地級市。

我們的行業及市場定位

中國貼身衣物行業不斷壯大，並有望持續快速增長。根據弗若斯特沙利文報告，中國貼身衣物行業於2013年的銷售收入達約人民幣1,944億元，即2009年至2013年的複合年增長率約為14.4%，中國貼身衣物行業銷售收入有望於2018年前達至約人民幣4,553億元，相當於2013年至2018年的複合年增長率約為18.6%。我們專注於中國貼身衣物行業大眾市場，根據弗若斯特沙利文報告，該市場為業內最大市場分部。根據同一份報告，中國貼身衣物行業的大眾市場為業內具有最高增長潛力的市場。2009年至2013年，中國貼身衣物行業大眾市場銷售收入總額按複合年增長率21.7%增長至2013年的人民幣1,018億元。中國貼身衣物行業大眾市場銷售收入有望於2018年前達至約人民幣2,921億元，相當於2013年至2018年的複合年增長率約為23.5%。

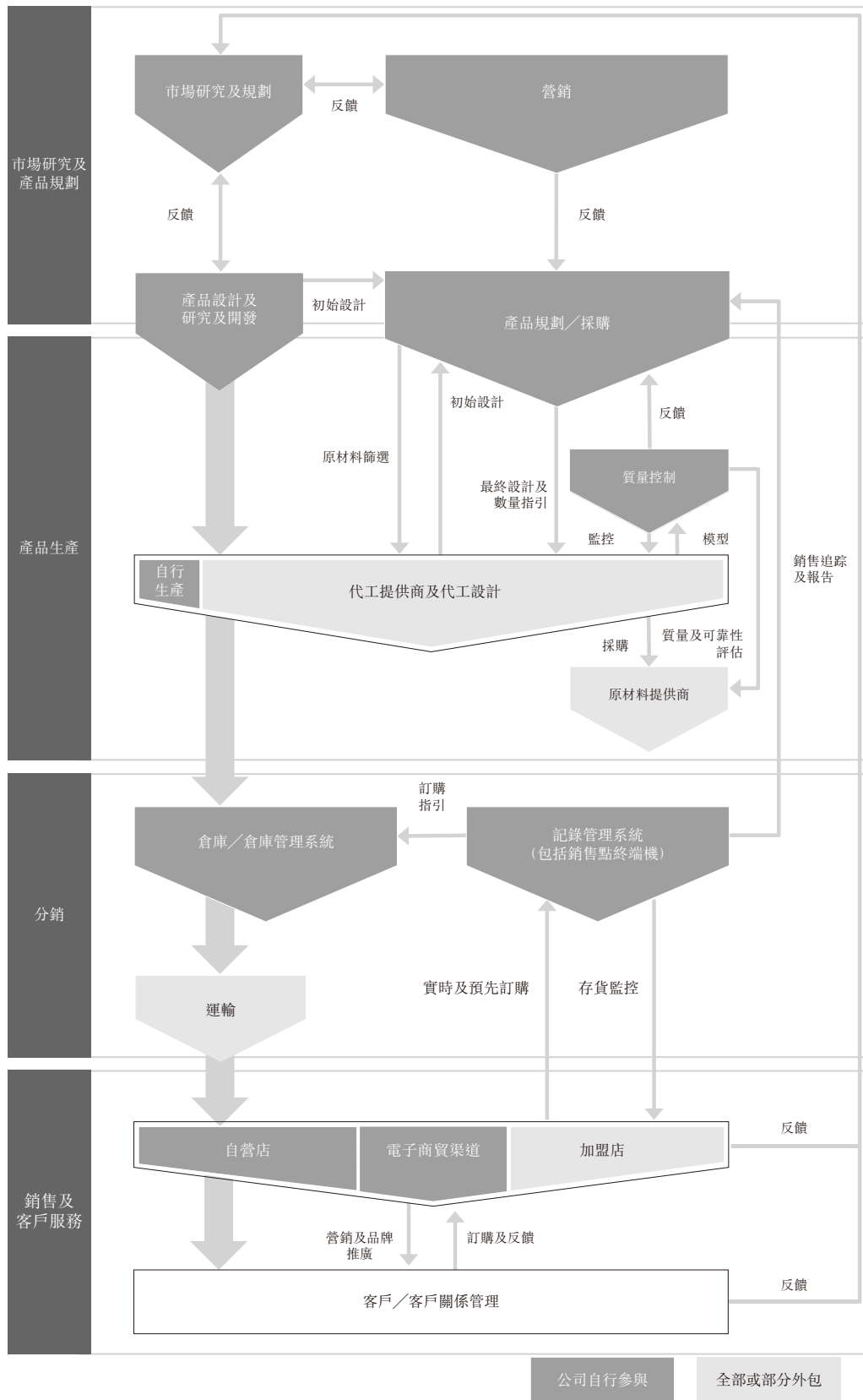
根據弗若斯特沙利文報告，截至2013年12月31日止年度，按銷售收入總額計，我們佔據貼身衣物行業約2.8%的市場份額，幾乎為中國第二大業者的三倍。

業務模式

我們主要從事我們自家品牌貼身衣物的設計、研究、開發及銷售業務，而同時向經選定本地代工提供商外判差不多全部生產工序。我們按高度整合的業務模式營運，讓我們可大致控制行業價值鏈各重要階段，以確保生產靈活，保持合適存貨水平及向市場準時交付貨品。此業務模式對我們快速增長的零售網絡提供強大支援。

概要

下圖說明我們的業務模式。



概 要

我們的產品及品牌

我們設計及銷售五個主要系列貼身衣物產品(即文胸、內褲、睡衣及家居服、保暖服及其他(包括打底褲及緊身褲、背心、襪子及配飾))，並以核心品牌都市•儷人及三個子品牌都市•絲語、都市•繽紛派及都市•鋒尚為托，吸引不同的消費者人群。

下表顯示於所示期間按產品類別劃分的收入明細。

	截至12月31日止年度					
	2011年		2012年		2013年	
	收入	佔收入 百分比	收入	佔收入 百分比	收入	佔收入 百分比
	(人民幣千元，百分比除外)					
文胸.....	667,016	40.3	966,278	42.8	1,386,163	47.5
內褲.....	277,304	16.7	301,756	13.4	437,041	15.0
睡衣及家居服.....	242,982	14.7	332,722	14.7	443,308	15.2
保暖服.....	288,713	17.4	471,247	20.9	381,422	13.1
其他 ⁽¹⁾	179,788	10.9	185,623	8.2	268,332	9.2
總計.....	1,655,803	100.0	2,257,626	100.0	2,916,266	100.0

附註：

(1) 包括打底褲及緊身褲、背心、襪子及配飾。

我們專注於產品設計及研發，並已透過全面信息科技平台建立龐大的一手消費者數據庫。我們相信，高性價比產品已經及將繼續使我們建立高消費者忠誠度、鞏固品牌及保持定價競爭力。我們計劃繼續通過增加產品種類及提升品牌知名度鞏固我們的行業領先地位，以引領中國貼身衣物行業的時尚潮流。

我們的零售網絡

我們已投入大量資源建立及維繫有效的零售網絡。我們的零售網絡主要包括加盟店及自營店，不涉及分銷商或分隔多層的加盟商。我們的業務模式透過健全體系直接控制零售網絡，令我們可按與管理自營店大致相同的方式管理加盟店。我們高效的加盟管理制度使我們能夠吸引及挽留加盟商並得以迅速增長，同時亦有助我們積極監督及全面控制加盟店在所有重要方面的營運情況，確保其嚴格遵守我們的零售政策及經營程序。

概 要

下表載列截至2013年12月31日各銷售區域的加盟店及自營店數目。

銷售區域	加盟店		自營店	
	門店數目	估門店總數百分比	門店數目	估門店總數百分比
華南.....	1,955	38.6	333	46.2
華東.....	1,369	27.0	159	22.1
西南部.....	1,035	20.4	105	14.5
華北.....	710	14.0	124	17.2
總計.....	5,069	100.0	721	100.0

下表載列於所示期間加盟店及自營店總數以及其收入貢獻。

	截至12月31日止年度								
	2011年			2012年			2013年		
	門店數目	收入 (人民幣千元)	估收入百分比	門店數目	收入 (人民幣千元)	估收入百分比	門店數目	收入 (人民幣千元)	估收入百分比
加盟商銷售...	3,412 ⁽²⁾	1,592,420	96.2	4,429 ⁽²⁾	2,069,687	91.7	5,069 ⁽²⁾	2,240,433	76.8
零售銷售 ⁽¹⁾ ...	82 ⁽³⁾	63,383	3.8	209 ⁽³⁾	187,939	8.3	721 ⁽³⁾	675,833	23.2
總計.....	3,494	1,655,803	100.0	4,638	2,257,626	100.0	5,790	2,916,266	100.0

附註：

- (1) 指透過自營店向消費者銷售產品。
- (2) 指加盟店。
- (3) 指自營店。

在迅速擴大零售網絡及地域覆蓋範圍的同時，我們現有門店亦保持強勁銷售增長。下表載列所示期間相比過往期間的同店銷售增長。

	截至2012年 12月31日 止年度 ⁽¹⁾	截至2013年 12月31日 止年度 ⁽²⁾⁽³⁾
門店整體同店銷售增長.....	7.3%	4.9%

附註：

- (1) 於計算整體同店銷售增長時，截至2012年1月1日至少已經營12個月的現有加盟店及自營店於截至2012年12月31日止年度的銷售值與去年銷售值作比較。
- (2) 於計算整體門店銷售增長時，截至2013年1月1日至少已經營12個月的現有加盟店及自營店於截至2013年12月31日止年度的銷售值與去年同期的銷售值作比較。
- (3) 我們門店的整體同店銷售增長由截至2012年12月31日止年度的7.3%跌至截至2013年12月31日止年度的4.9%。有關跌幅大致上歸因於影響中國貼身衣物行業的相同因素以及於2013年8月汕頭市(包括潮陽區)颱風所導致一次性供應短缺事件的部分影響。

作為我們開拓零售網絡的戰略計劃一部分，自2012年第四季度起，我們開始與第三方合作夥伴訂立合作協議，以擴展我們自營店的網絡。我們通常選擇我們相信可以

概 要

提供具吸引力門店地址的夥伴，且我們日後仍可據此準則選擇夥伴。根據此等安排，除提供租賃物業外，我們的夥伴負責申請相關政府牌照及批准，而我們則管理門店營運的各個方面。於2012年及2013年12月31日，我們根據合作安排經營58及519間門店。截至2012年及2013年12月31日止年度，該等門店產生的收入分別合計人民幣1.4百萬元及人民幣343.2百萬元。

龐大的零售網絡使我們可建立龐大及忠誠的客戶群。於最後可行日期，透過我們的會員計劃，我們擁有超過2,600萬名會員，其中七百萬名活躍會員於最後可行日期前六個月內在我們的其中一間門店購物多於一次。我們相信，穩健的客戶群有利我們持續發展業務。

我們與加盟商每年訂立加盟協議。我們的加盟協議一般包括以下主要條款：地理範圍及避免加盟商之間出現同一品牌競爭、建議零售價、獨家經營權、銷售目標、訂購、信貸期限、產品退回、運輸、品牌使用及終止權利。

我們的供應鏈管理制度

我們將幾乎所有生產工序外包予經挑選的本地代工提供商，使我們能夠將資源集中於生產周期最為重要的階段，例如產品設計、研發、品牌推廣及管理以及銷售及分銷。

我們高效及靈活的供應鏈管理制度縮短我們產品推出市場的時間，將存貨維持在合理水平，幫助我們在節奏急速的行業中保持競爭力。我們的信息科技平台無縫糅合企業資源計劃系統(ERP)、零售管理系統(RMS)及倉庫管理系統(WMS)，為我們提供每日營業額及產品追綜數據及彙報，並讓我們可快速應對瞬息萬變的市場趨勢及消費者的需求，保持生產與市場趨勢及消費者需求同步。得益於我們的信息技術平台，我們能夠在全國範圍內統一實施零售政策及經營程序。

競爭優勢

我們相信以下競爭優勢令我們在其他行業參與者中脫穎而出，促使我們邁向成功，並將繼續幫助我們增加市場份額及把握未來市場增長的機遇：

- 我們為中國最大型貼身衣物品牌企業
- 我們的品牌及產品定位把握增長最快的最大市場分部
- 我們對我們的零售網絡有高度的直接控制能力
- 我們設有高效及靈活的供應鏈管理制度
- 我們於上述優勢的支持下快速增長
- 我們聘有驕人往績的資深敬業管理團隊

概 要

業務策略

我們的目標為繼續鞏固我們作為中國貼身衣物行內龍頭企業的地位，並於將來成為全球業內的領導者之一。我們致力透過實施以下策略達成目標：

- 擴大零售網絡
- 提升品牌知名度
- 繼續優化產品組合與產品設計並提升開發能力，以緊貼最新市場趨勢
- 提升供應鏈及物流管理能力
- 優化信息及人力資源管理系統
- 收購經挑選的業務、品牌或產品及進一步建立戰略聯盟

匯總財務資料概要

以下為我們於2011年、2012年及2013年12月31日及截至該等日期止年度的匯總財務資料概要。有關概要乃摘錄自第I-3至I-6頁附錄一「會計師報告」所載匯總財務資料。以下概要應與附錄一所載匯總財務資料(包括第I-7至I-57頁隨附附註及「財務資料」所載資料)一併閱讀。我們的匯總財務資料乃按國際財務報告準則編製。

匯總全面收益表概要

	截至12月31日止年度		
	2011年	2012年	2013年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
收入	1,655,803	2,257,626	2,916,266
銷售成本	(1,255,607)	(1,640,951)	(1,847,409)
毛利	400,196	616,675	1,068,857
銷售及營銷費用	(132,713)	(295,303)	(588,906)
包括：有關土地及樓宇的經營租賃租金 ..	(28,374)	(64,970)	(176,938)
代銷費	—	—	(78,516)
僱員福利費用	(57,255)	(93,842)	(167,334)
營銷及推廣費用	(9,938)	(58,728)	(61,364)
行政費用	(59,651)	(90,297)	(147,410)
其他收入	16,424	24,962	38,957
其他虧損—淨額	(1,591)	(195)	(32)
經營利潤	222,665	255,842	371,466
財務收入	4,706	9,217	4,829
融資成本	(12)	(1,917)	(1,422)
財務收入—淨額	4,694	7,300	3,407
除所得稅前利潤	227,359	263,142	374,873
所得稅費用	(58,750)	(70,400)	(99,365)
年度利潤	168,609	192,742	275,508

概 要

匯總資產負債表概要

	於12月31日		
	2011年	2012年	2013年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
資產			
非流動資產.....	186,356	290,688	334,673
流動資產.....	685,932	799,880	972,423
總資產.....	872,288	1,090,568	1,307,096
總權益.....	563,433	606,323	687,557
負債			
非流動負債.....	22,722	—	—
流動負債.....	286,133	484,245	619,539
總負債.....	308,855	484,245	619,539
總權益及負債.....	872,288	1,090,568	1,307,096
流動資產淨值.....	399,799	315,635	352,884
總資產減流動負債.....	586,155	606,323	687,557

匯總現金流量表概要

	截至12月31日止年度		
	2011年	2012年	2013年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
經營活動所得現金淨額.....	142,486	42,735	217,595
投資活動(所用)／所得現金淨額.....	(296,382)	109,134	(60,747)
融資活動所得／(所用)現金淨額.....	306,984	(134,105)	(46,691)
現金及現金等價物淨增加額.....	153,088	17,764	110,157
年初現金及現金等價物.....	9,018	162,106	179,870
年末現金及現金等價物.....	162,106	179,870	290,027

概 要

主要財務比率

下表載列於所示日期或期間我們主要財務比率的概要。

財務比率	計算方式	於12月31日／截至12月31日止年度		
		2011年	2012年	2013年
盈利能力比率：				
1. 增長				
a. 收入增長.....		—	36.3%	29.2%
b. 純利增長.....		—	14.3%	42.9%
2. 利潤率				
a. 毛利率.....	a. 毛利／收入x100.0%	24.2%	27.3%	36.7%
b. 純利率.....	b. 年內利潤／收入x100.0%	10.2%	8.5%	9.4%
3. 權益回報				
a. 權益回報.....	a. 年內利潤／平均權益總值 x100.0%	52.7%	33.0%	42.6%
b. 總資產回報.....	b. 年內利潤／平均資產總值 x100.0%	30.6%	19.6%	23.0%
流動資金比率：				
1. 流動資金比率				
a. 流動比率.....	a. 流動資產／流動負債	2.4	1.7	1.6
b. 速動比率.....	b. (流動資產－存貨)／流動 負債	1.7	1.0	0.9
2. 周轉比率				
a. 存貨周轉天數.....	a. 平均存貨／銷售 成本x365日	44.4	59.0	72.3
b. 自營店經調整存貨 周轉天數.....	b. 自營店存貨 周轉天數	109.4	143.5	132.5
c. 應收款項周轉天數 (平均收款期).....	c. 平均應收賬款／收入 x365日	8.8	20.0	22.0
d. 應付款項周轉天數 (平均付款期).....	d. 平均應付賬款／銷售成本 x365日	25.2	42.6	45.1
資本充足比率				
1. 資產負債比率.....	銀行借款總額－現金及 現金等價物以及受限制 銀行存款／權益總值 x100.0%	淨現金	淨現金	淨現金
2. 利息覆蓋率.....	除融資成本及所得稅 費用前利潤／融資成本	18,947.6	138.3	264.6

概 要

下表載列於所示期間按銷售渠道劃分的毛利及毛利率明細。

	截至12月31日止年度					
	2011年		2012年		2013年	
	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
向加盟商銷售	363,960	22.9	509,036	24.6	683,626	30.5
零售 ⁽¹⁾	36,236	57.2	107,639	57.3	385,231	57.0
毛利總額	400,196	24.2	616,675	27.3	1,068,857	36.7

附註：

(1) 指透過自營店向消費者銷售產品。

下表載列於所示期間按產品分類所劃分向加盟商銷售產品的毛利及毛利率明細。

向加盟商銷售	截至12月31日止年度					
	2011年		2012年		2013年	
	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
文胸	209,526	32.9	318,579	36.0	402,291	37.7
內褲	37,687	14.2	42,202	15.9	74,034	22.6
睡衣及家居服	41,507	17.6	36,965	12.1	78,890	22.4
保暖服	41,904	15.0	83,720	18.9	83,188	28.7
其他 ⁽¹⁾	33,336	19.2	27,570	16.1	45,223	22.2
總計	363,960	22.9	509,036	24.6	683,626	30.5

附註：

(1) 包括打底褲及緊身褲、背心、襪子及配飾。

下表載列於所示期間按產品類別所劃分透過自營店向消費者銷售產品的毛利及毛利率明細。

零售	截至12月31日止年度					
	2011年		2012年		2013年	
	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
文胸	19,254	65.1	49,868	60.7	197,799	62.0
內褲	6,234	56.2	20,703	57.2	65,716	60.2
睡衣及家居服	3,663	47.3	14,641	53.6	41,638	45.4
保暖服	4,304	48.1	14,953	52.8	45,732	49.8
其他 ⁽¹⁾	2,781	46.3	7,474	53.5	34,346	53.5
總計	36,236	57.2	107,639	57.3	385,231	57.0

附註：

(1) 包括打底褲及緊身褲、背心、襪子及配飾。

概 要

下表載列截至最後可行日期我們租賃物業的租賃協議年期及概約總建築面積。於整段租約期內，我們全部租約均設固定租金。

租約屆滿日期	租約數目	概約建築面積 (平方米)
3個月內.....	16	996.53
3至12個月.....	63	4,243.97
12個月以上.....	129	35,322.45
總計	208	40,562.95

經營租賃承諾

下表載列我們於所示日期就不可撤銷租賃協議項下租賃物業支付的未來最低租賃付款總額。

	於12月31日		
	2011年 人民幣千元	2012年 人民幣千元	2013年 人民幣千元
一年以內.....	29,020	70,348	97,778
一年以上五年以內.....	30,253	101,162	137,111
五年以上.....	5	3,938	4,406
總計	59,278	175,448	239,295

全球發售統計數據

	按每股股份發售價 3.27港元	按每股股份發售價 4.42港元
我們股份的市值 ⁽²⁾	6,234百萬港元	8,427百萬港元
每股未經審核備考經調整匯總有形資產淨值 ⁽³⁾ ...	1.08港元	1.32港元

附註：

- (1) 本表所有統計數據乃基於超額配股權未獲行使的假設得出。
- (2) 市值乃基於根據全球發售預期將予發行406,457,000股股份計算，並假設緊隨全球發售完成後將有1,906,457,000股已發行及發行在外股份。
- (3) 每股未經審核備考經調整有形資產淨值乃經作出附錄二「未經審核備考財務資料」所述調整並基於緊隨全球發售完成後將有1,906,457,000股已發行及發行在外股份計算得出。

所得款項用途

我們估計，經扣除包銷費及佣金以及我們就全球發售應付的估計開支後，假設發售價為每股發售股份3.85港元(即本招股章程所述發售價範圍的中位數)及超額配股權未獲行使，我們將可收取全球發售所得款項淨額約1,457.2百萬港元。我們擬將全球發售的所得款項淨額作以下用途：

- 約39.0%，或568.3百萬港元將用於撥付擴充零售網絡(尤其增加自營店數目)所需(包括相關營運資金)。
- 約25.3%，或368.7百萬港元將用於撥付在東莞、天津及重慶建立三間物流中心所需的資本開支。
- 約12.6%，或183.6百萬港元將用於收購經挑選的業務、品牌或產品及進一步建立戰略聯盟。
- 約6.6%，或96.2百萬港元將用於撥付成立設計及研發中心所需的資本開支。
- 約6.6%，或96.2百萬港元將用於撥付升級信息技術基礎設施所需的資本開支。
- 餘下約144.2百萬港元(即不多於所得款項淨額10%)將用作營運資本及其他一般公司用途。

倘發售價按低於或高於指示價格範圍的中位數的價格釐定，上述所得款項分配將會按比例作出調整。

倘悉數行使超額配股權，經扣除包銷費及佣金以及我們就全球發售應付的估計開支後，我們將額外收取所得款項淨額155.7百萬港元(假設發售價為每股發售股份3.85港元，即擬定發售價範圍的中位數)。

大同估計，經扣除包銷費及佣金以及彼等就全球發售應付的估計開支後，其於超額配股權獲悉數行使後將可自全球發售獲取約70.8百萬港元所得款項淨額(假設發售價為每股股份3.85港元，即本招股章程所述發售價範圍的中位數)。

超額配股權應就大同期權股份及本公司期權股份按順序行使，即(i)首先根據超額配股權出售大同期權股份及(ii)僅待出售所有大同期權股份後方可就本公司期權股份行使超額配股權。

有關我們未來計劃及全球發售所得款項用途的進一步資料，參閱第248至249頁「未來計劃及所得款項用途」。

股息政策

我們可能透過現金或我們認為合適的其他方式派付股息。我們於2011年並未派付任何股息。我們於2012年及2013年分別向當時股東派付總計人民幣150.0百萬元及人民幣200.0百萬元的股息。

我們目前擬於上市後採用一般年度股息政策，按任一財政年度本集團可供分配純利不超過30%按年宣派及派付股息。有關我們的股息政策的詳細討論載於第211至212頁「財務資料—股息政策」。

控股股東及首次公開發售前投資者

緊隨全球發售完成後(及於任何超額配股權獲行使前)，控股股東將持有本公司已發行股本總額63.19%。緊隨全球發售完成後(但於任何超額配股權獲行使前及宇鋒所持可轉換票據獲兌換前)，首次公開發售前投資者(今日資本及宇鋒)將分別持有本公司已發行股本總額約9.98%及3.54%。緊隨全球發售完成後但於任何超額配股權獲行使前，大運將持有本公司已發行股本總額約1.97%，當中約1.77%乃以信託形式代本集團94名僱員持有。詳情見第90至108頁「歷史、發展及重組」。

近期發展

根據我們摘錄自本集團截至2014年4月30日止四個月未經審核簡明綜合中期財務資料的截至2014年4月30日止四個月未經審核財務資料(已由我們的申報會計師根據國際審計與鑒證準則理事會所頒佈國際審閱委聘準則第2410號「由實體的獨立核數師審閱中期財務資料」審閱)，我們錄得總收入為人民幣1,189.0百萬元，而於2013年同期則為人民幣920.7百萬元。

截至2014年4月30日止四個月的毛利率較2013年同期有所增加，原因是零售銷售收入比例增加及產品組合得以改善。

截至2014年12月31日止年度，我們預期產生以權益支付的非現金酬金費用，該費用與向我們的僱員授予以權益支付的報酬有關。根據截至2014年4月30日未授出獎勵單位數目，我們於截至2014年12月31日止年度將予確認的以權益支付的報酬費用預期約為人民幣8.3百萬元。

並無重大不利變動

董事確認，自2013年12月31日至本招股章程日期，我們的財務、營運或經營狀況並無出現任何重大不利變動。

風險因素

我們的業務營運及全球發售涉及若干風險，其中許多風險不受我們控制。該等風險可分為：(i)有關我們行業及業務的風險，(ii)有關於中國經營業務的風險，及(iii)有關全球發售的風險。例如，我們不一定能夠於競爭激烈的貼身衣物行業中脫穎而出。此外，我們不一定能夠有效監察加盟店的營運及存貨水平或與加盟商維持現有關係。所涉及全部風險因素的詳細論述載於第30至54頁「風險因素」，閣下於決定投資發售股份前，應細閱該節全文。

已產生及將產生的上市開支

於往績記錄期間，我們產生上市開支約人民幣21.7百萬元，其中人民幣16.5百萬元於截至2013年12月31日止年度的匯總全面收益表中確認為行政費用，及人民幣5.2百萬元於截至2013年12月31日的匯總資產負債表中資本化為遞延費用，將於權益確認為扣減。我們預期將產生額外上市開支(不包括包銷佣金)約人民幣31.2百萬元，其中人民幣24.1百萬元預期確認為截至2014年12月31日止年度的行政費用，及人民幣7.1百萬元預期將直接於權益確認為扣減。董事預期，該等開支不會對我們截至2014年12月31日止年度的財務業績構成重大不利影響。