

緒言

本集團為一間具備自家設計、製造、市場推廣、分銷及零售能力的縱向合併女性內衣公司。自其於一九七零年代成立以來，本集團已發展成中國及香港著名女性內衣品牌的擁有人。現時，本集團的主要市場為中國，來自中國的收益分別佔本集團截至二零零五年十二月三十一日止三年及截至二零零六年六月三十日止六個月的總收益分別約77.3%、77.5%、80.8%及83.7%。於最後可行日期，本集團於中國大部份主要城市開設超過1,000間零售門市，並於香港開設合共44間零售門市。

本集團的產品主要以其自家擁有品牌名稱**安莉芳**、**芬狄詩**及**COMFIT**出售，提供多款不同設計及特性的產品。於二零零六年六月，本集團試行推出針對名貴女性內衣市場的**LC**品牌新系列產品。

本集團產品於過去數年屢獲殊榮，於二零零五年，**安莉芳**品牌胸圍獲中國國家質量監督檢驗檢疫總局頒發「中國名牌產品」獎項。此外，**安莉芳**女性內衣產品於二零零六年獲中國行業企業信息發佈中心頒授「1996-2005連續十年全國市場同類產品銷量第一名」。

截至二零零五年十二月三十一日止三年及截至二零零六年六月三十日止六個月，來自本集團零售業務的收益分別佔本集團總收益約88.5%、87.8%、88.2%及91.0%。本集團亦進行OEM及批發業務。本集團的OEM客戶主要包括於日本及英國的女性內衣貿易公司。本集團之品牌產品亦出售予其批發客戶，即在中國及香港以不同品牌出售內衣產品予零售客戶的人士及公司。

本集團於中國設有兩個生產地點，分別位於深圳及常州，建築面積合共約25,207平方米。

於往績期間，本集團的總收益由二零零三年的約429,300,000港元增加至二零零五年的約550,000,000港元，複合年增長率約達13.2%。此外，純利由二零零三年的約14,700,000港元增加至二零零五年的約44,400,000港元，複合年增長率約達73.8%。截至二零零六年六月三十日止六個月，本集團錄得約314,100,000港元總收益及約40,300,000港元純利。

本集團作為中國著名女性內衣品牌的擁有人，董事相信本集團將受惠於中國女性內衣市場的預期增長。此外，董事預期憑藉本集團於中國市場的領導位置，以進一步增加其中國市場佔有率及把握新出現的市場商機（如已識別）。

競爭優勢

董事相信本集團的成功有賴以下主要因素：

品牌知名度高

本集團於中國的發展歷史悠久，自其成立以來，經過過去數十年的努力，**安莉芳**已發展成中國著名女性內衣品牌。此外，本集團產品過去數年獲獎無數，詳見本節「獎項及認同」一段。另外，本集團擁有不同品牌，覆蓋不同女性內衣市場界別。

無遠弗屆之銷售網絡

本集團已建立廣闊零售銷售網絡，地理覆蓋範圍廣闊，遍佈中國主要城市及香港。於最後可行日期，本集團於中國及香港開設1,107間零售門市。

管理層經驗豐富

本集團的高級管理隊伍於女性內衣及相關產品之設計、製造及分銷經營方面經驗豐富。高級管理層隊伍與主要供應商及百貨公司建立了長期之業務合作關係。本集團相信管理層以及設計隊伍的業界知識及經驗，以及其對時裝及零售業的瞭解，加上彼能將國際商業標準及管理慣例實踐的能力，是本集團成功及未來發展的重要因素。

致力提供優質產品及服務

本集團採用一套全面之品質控制系統，涵蓋由原材料採購到檢驗製成品等各步驟。本集團亦致力於零售店舖及銷售專櫃向其零售客戶提供優質服務。此外，本集團不斷致力於產品開發工作，於每年均定期推出新產品系列。

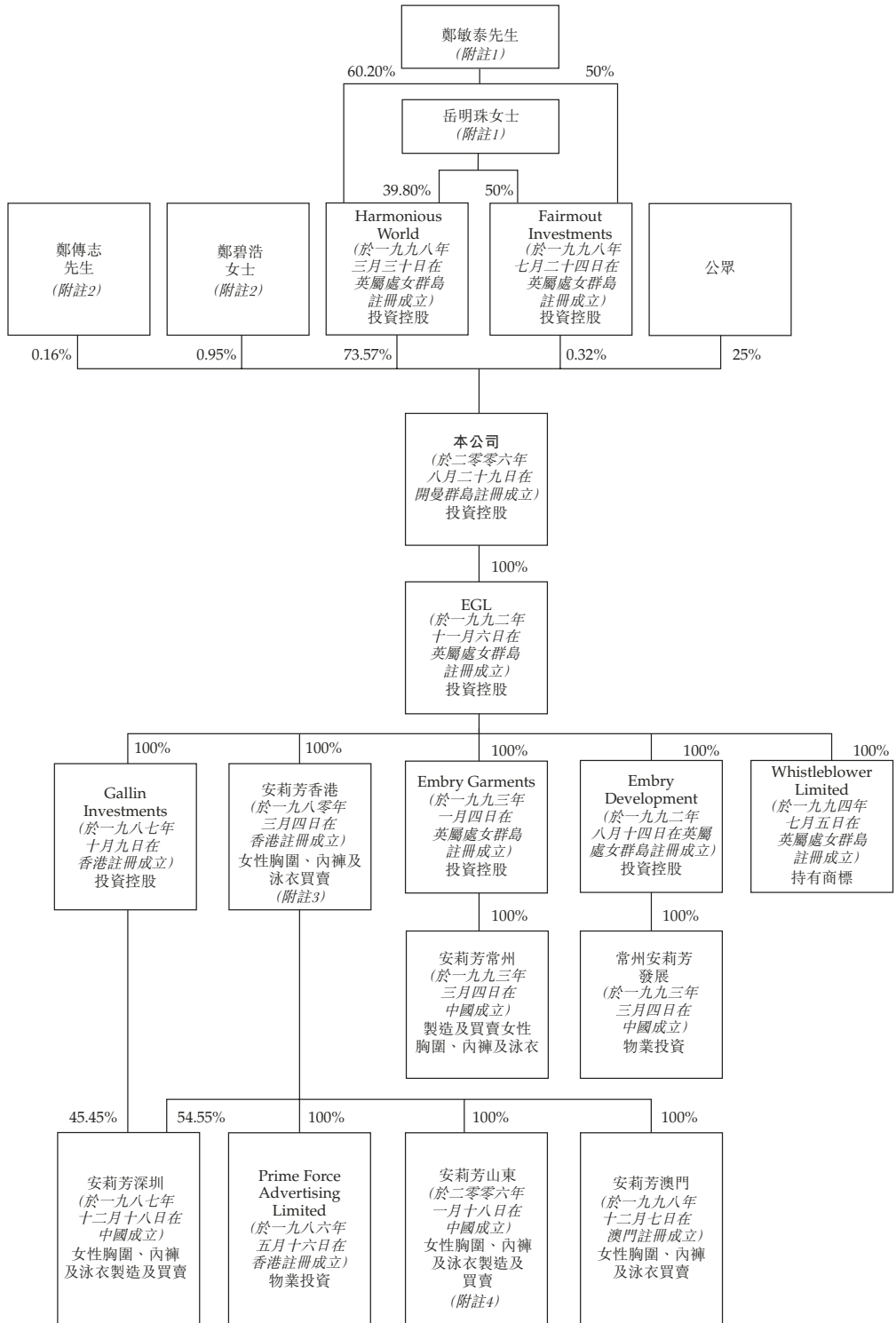
全面的供應鏈管理能力

本集團具備其自家部門管理其產品的供應鏈，由產品設計與開發、原材料採購、生產與分銷，以至零售門市管理。於二零零三年六月初步裝置ERP系統後，不但改善總辦事處、地區辦事處、零售門市與不同部門間的資訊傳遞，同時亦進一步加強供應鏈管理。

業 務

本集團及股權架構

下圖為緊隨股份發售及資本化發行完成後（假設超額配股權及首次公開發售前購股權不獲行使），本集團的股權架構及企業架構：



附註：

1. 鄭敏泰先生及岳明珠女士為執行董事，岳明珠女士為鄭敏泰先生的配偶。
2. 鄭傳志先生及鄭碧浩女士分別為鄭敏泰先生的兒子及女兒，鄭碧浩女士為執行董事。
3. 安莉芳香港亦擁有已發行每股面值1港元的無投票權遞延股份4,500,000股。有關無投票權遞延股份並無享有獲分派股息（安莉芳香港於任何財政年度可供分派股息之純利超過1,000,000,000,000港元除外）、於股東大會上投票及在清盤時扣除首筆500,000,000,000,000港元後之資本盈餘的權利。有關股份由鄭敏泰先生、岳明珠女士、鄭碧浩女士及鄭傳志先生分別持有2,887,500股、1,350,000股、225,000股及37,500股。
4. 於最後可行日期，安莉芳山東尚未開展業務。

歷史及發展

本集團由鄭敏泰先生於一九七零年代成立。經過多年努力，本集團已發展成中國著名女性內衣品牌擁有人。本集團的產品廣受本集團客戶讚許。下文載列自本集團成立起其主要里程碑事項：

- 一九七零年代
 - 鄭敏泰先生在香港成立Embry Manufacturing Co.為獨資企業，以從事成衣製造業務。
 - 於一九七七年，本集團創立**安莉芳**品牌，並透過批發途徑在香港推出**安莉芳**產品。
- 一九八零年代
 - 安莉芳香港於一九八零年三月由鄭敏泰先生及岳明珠女士於香港成立，以從事製造及分銷女性內衣產品，生產設施當時位於香港。
 - 鑑於香港胸圍產品的零售業務具備前景，本集團於一九八零年九月在香港旺角開設**安莉芳**銷售專櫃。
 - 安莉芳深圳於一九八七年於中國成立為中外合資企業，以從事胸圍製造及銷售業務，並於一九八八年成為一間由安莉芳香港全資擁有的外資企業。
 - 於一九八九年，初步成立深圳廠房。
 - 於一九八九年，本集團的業務透過於澳門開設**安莉芳**銷售專櫃以進一步擴充至澳門。

業 務

- 一九九零年代
- 安莉芳常州及常州安莉芳發展於一九九三年三月於中國成立為中外合資企業，註冊資本分別為人民幣11,600,000元及人民幣20,000,000元。於成立時，Embry Garments於安莉芳常州擁有80%股權，而Embry Development則於常州安莉芳發展擁有80%股權。
 - 繼一九九三年成立安莉芳常州及常州安莉芳發展後，於一九九六年成立常州廠房。
 - 一九九五年十一月，安莉芳常州及常州安莉芳發展成為本集團擁有95%權益之附屬公司
 - 一九九六年，本集團獲香港生產力促進局頒發「香港工業獎：生產力獎」。
 - 於一九九六年，安莉芳深圳就其有關胸圍、內褲、泳衣及睡衣設計及製造的品質系統獲得ISO9001:1994認證。
 - 於一九九八年，為籌集額外資金，本集團引入Transpac Nominees Pte Limited（「Transpac」）作為策略投資者。根據Transpac與EGL訂立的協議，Transpac以總認購價100,000,000港元認購40股EGL的新股份（佔當時EGL經擴大已發行股本的40%）（「Transpac收購」），於Transpac收購後，鄭敏泰先生及岳明珠女士繼續為合共持有EGL（本集團當時的控股公司）60%權益的最終控股股東，繼續與管理隊伍負責本集團的日常業務。
 - 安莉芳澳門於一九九八年於澳門成立，負責本集團的分銷及買賣業務。
 - 一九九九年，安莉芳常州成為全外資企業和本集團之全資附屬公司。
 - 一九九九年，為加強滲入市場，本集團以芬狄詩品牌名稱推出新系列產品，其產品包括胸圍、內褲、泳衣及睡衣。

- 二零零零年至
最後可行日期
- 於二零零二年，安莉芳深圳就其有關胸圍、內褲、泳衣及睡衣設計及製造的品質系統取得的ISO認證，並由ISO9001: 1994升級為ISO9001:2000標準。於二零零五年，安莉芳常州亦取得ISO9001:2000認證。
 - 二零零三年六月初步推出ERP系統，以加強本集團補充存貨制度。
 - 於二零零四年十一月，常州安莉芳發展成為全外資企業及本集團的全資附屬公司。
 - 於二零零五年四月，鄭敏泰先生及岳明珠女士分別擁有其60.2%及39.8%權益的公司Harmonious World與Transpac簽訂一項股份轉讓協議，以總代價150,000,000港元（將按Transpac於股份轉讓協議之日起至收購完成之日（「有關期間」）收取EGL的股息金額扣減）收購Transpac於EGL持有的40%權益。於有關期間，EGL宣派中期股息150,000,000港元，Transpac有權獲得其中60,000,000港元。因此，收購代價下調至90,000,000港元（即原本代價150,000,000港元與向Transpac支付的股息60,000,000港元的差額）而交易亦已於二零零五年五月完成。緊隨交易完成後，本集團成為大致由鄭敏泰先生及岳明珠女士擁有，而當中由鄭敏泰先生的家族成員鄭碧浩女士及鄭傳志先生擁有之安莉芳香港則擁有少數股東權益。
 - 於二零零五年九月，安莉芳品牌胸圍獲中國國家質量監督檢驗檢疫總局列為「中國名牌產品」。
 - 二零零五年十一月，經過根據五項挑選標準－市場佔有率、客戶忠誠度、商譽、品牌起源及整體市場接受程度進行的品質評估及分級測試後，安莉芳亦獲香港超級品牌協會頒授「香港超級品牌」榮譽。

業 務

- 於二零零六年一月，為應付女性內衣產品日增的市場需求，本集團以**COMFIT**品牌名稱引入新系列產品。**COMFIT**產品針對高檔市場，專為尋求功能型胸圍、束衣及內褲的女士而設。
- 本集團於二零零六年一月於中國成立安莉芳山東為一間全外資企業，註冊資本為10,000,000美元，以籌備本集團於中國的擴展計劃。
- 於二零零六年六月，本集團試行以**LC**品牌名稱推出新產品系列，針對優質名貴女性內衣市場。
- 根據重組，執行董事鄭碧浩女士及鄭傳志先生出售彼等各自於安莉芳香港的少數股東權益予EGL，並成為EGL的股東，合共擁有約1.5%股權。
- 由於重組關係，本公司於二零零六年八月二十九日於開曼群島註冊成立，成為本集團的控股公司。重組的進一步資料載於本招股章程附錄六「集團重組」一段。
- 本集團於女性內衣業累積多年經驗，已發展成主要女性內衣品牌持有人，零售網絡覆蓋中國及香港。於最後可行日期，本集團於中國及香港開設1,107間零售門市。

於二零零六年，組成本集團的公司進行重組以精簡本集團的架構，以預備股份於聯交所上市，重組涉及由Harmonious World、Fairmout Investments、鄭碧浩女士及鄭傳志先生轉讓合共472股每股面值1美元的EGL股份（即本集團中介控股公司EGL的全部已發行股本）予本公司，其中463股、2股、6股及1股股份分別由Harmonious World、Fairmout Investments、鄭碧浩女士及鄭傳志先生轉讓予本公司。重組已於二零零六年十一月完成。

董事確認，本集團的運作於各重大方面均符合適用的中國法例及法規，而本集團亦無牽涉任何對本集團業務及運作而言屬重大的法律程序。

產品

本集團就零售及批發製造的產品主要以三個自家品牌安莉芳、芬狄詩及COMFIT出售予客戶。於二零零六年六月，本集團試行以品牌LC推出新系列產品，該四個品牌的產品各有本身的目標市場，其設計、特性與特點皆為獨一無二，切合目標客戶的品味及需要。

品牌		產品主要類別	目標市場
安莉芳	 安莉芳	胸圍、內褲、束衣、 泳衣及睡衣	中高檔市場 如職業女性及 行政人員
芬狄詩		胸圍、內褲、泳衣 及睡衣	年輕一代及中檔市場 如學生及青少年
COMFIT		胸圍、束衣 及內褲	尋求功能型內衣的 高檔市場
LC		胸圍、內褲 及睡衣	優質名貴市場

除上述有關本集團擁有品牌名稱發售的產品外，本集團亦經營其OEM業務，本集團的OEM客戶主要為日本及英國女性內衣貿易公司。為OEM客戶生產之產品標有該等客戶指定的標籤。

業 務

下表說明本集團往績期間之收益按品牌及產品類別分類的分析：

	截至十二月三十一日止年度						截至二零零六年六月三十日止六個月	
	二零零三年		二零零四年		二零零五年		千港元	%
	千港元	%	千港元	%	千港元	%		
安莉芳	286,089	66.7	328,428	64.6	349,894	63.6	199,529	63.5
芬狄詩	119,843	27.9	140,747	27.7	168,839	30.7	100,101	31.9
COMFIT	—	—	—	—	—	—	5,434	1.7
OEM產品	23,364	5.4	39,318	7.7	31,281	5.7	9,044	2.9
總計	<u>429,296</u>	<u>100</u>	<u>508,493</u>	<u>100</u>	<u>550,014</u>	<u>100</u>	<u>314,108</u>	<u>100</u>
	截至十二月三十一日止年度						截至二零零六年六月三十日止六個月	
	二零零三年		二零零四年		二零零五年		千港元	%
	千港元	%	千港元	%	千港元	%		
女性內衣								
胸圍	239,691	55.8	275,385	54.1	309,039	56.2	185,736	59.1
內褲	56,991	13.3	62,427	12.3	73,176	13.3	43,320	13.8
束衣	25,806	6.0	29,839	5.9	29,793	5.4	19,309	6.1
其他內衣	25,491	6.0	16,541	3.3	12,241	2.2	14,048	4.6
小計	<u>347,979</u>	<u>81.1</u>	<u>384,192</u>	<u>75.6</u>	<u>424,249</u>	<u>77.1</u>	<u>262,413</u>	<u>83.6</u>
睡衣	31,304	7.3	50,592	9.9	60,366	11.0	24,310	7.7
泳衣	15,853	3.7	22,179	4.4	23,150	4.2	11,090	3.5
OEM產品	23,364	5.4	39,318	7.7	31,281	5.7	9,044	2.9
其他產品	10,796	2.5	12,212	2.4	10,968	2.0	7,251	2.3
總計	<u>429,296</u>	<u>100</u>	<u>508,493</u>	<u>100</u>	<u>550,014</u>	<u>100</u>	<u>314,108</u>	<u>100</u>

附註： 其他產品主要包括男士內衣、男士睡衣、男士泳褲及其他配件。

業 務

銷售及分銷

下表載列本集團於往績期間之收益按業務活動及地理位置之分析：

	截至十二月三十一日止年度						截至二零零六年 六月三十日 止六個月	
	二零零三年		二零零四年		二零零五年		千港元	%
	千港元	%	千港元	%	千港元	%		
零售								
— 銷售專櫃	339,118	79.0	399,854	78.7	433,908	78.9	258,954	82.4
— 零售店舖	40,946	9.5	46,473	9.1	51,077	9.3	27,009	8.6
批發	25,868	6.1	22,848	4.5	33,748	6.1	19,101	6.1
OEM	23,364	5.4	39,318	7.7	31,281	5.7	9,044	2.9
總計	<u>429,296</u>	<u>100</u>	<u>508,493</u>	<u>100</u>	<u>550,014</u>	<u>100</u>	<u>314,108</u>	<u>100</u>

	截至十二月三十一日止年度						截至二零零六年 六月三十日 止六個月	
	二零零三年		二零零四年		二零零五年		千港元	%
	千港元	%	千港元	%	千港元	%		
中國	331,654	77.3	393,909	77.5	444,554	80.8	262,916	83.7
香港	74,278	17.3	75,266	14.8	74,179	13.5	42,148	13.4
其他*	23,364	5.4	39,318	7.7	31,281	5.7	9,044	2.9
總計	<u>429,296</u>	<u>100</u>	<u>508,493</u>	<u>100</u>	<u>550,014</u>	<u>100</u>	<u>314,108</u>	<u>100</u>

* 其他主要指英國及日本。

零售

經營模式

零售為本集團收益主要來源，分別佔本集團截至二零零五年十二月三十一日止三年及截至二零零六年六月三十日止六個月約88.5%、87.8%、88.2%及91.0%。根據零售經營模式，本集團透過其於中國及香港的零售店舖及銷售專櫃出售產品。零售店舖及銷售專櫃以安莉芳及／或芬狄詩品牌名稱開設及經營，出售該兩個品牌品稱的產品。COMFIT及LC產品目前於部份安莉芳零售店舖及銷售專櫃發售。視乎市場需求而定，本集團將考慮替COMFIT及／或LC品牌產品設立獨立零售店舖或銷售專櫃。

零售店舖

零售店舖一般設於購物中心或購物區內，零售店舖均由本集團經營及管理，於最後可行日期，本集團有64間零售店舖，全部位於從獨立第三方租用的處所。該等租約的年期一般介乎一至三年，並須就零售店舖每月支付定額租金及／或營業額租金。

本集團就每項直接於零售店舖進行的銷售收取客戶支付款項，倘客戶以信用卡或其他電子付款方式支付，本集團將承擔所有交易費用。

銷售專櫃

銷售專櫃為位於百貨公司或購物中心內的零售門市，銷售專櫃的全體推銷員均為本集團的僱員，銷售專櫃主要由本集團根據各個百貨公司或購物中心實施的政策直接經營及管理，本集團將不時與百貨公司或購物中心舉行會議及／或商討合作經營該等銷售專櫃。於最後可行日期，本集團於中國及香港開設1,043間銷售專櫃。本集團已與百貨公司或購物中心訂立協議，年期由一年至兩年不等，以監管其銷售專櫃的營運條款及條件。根據該等協議，百貨公司或購物中心一般向本集團收取根據個別銷售專櫃每月銷售額以預定一般介乎20%至30%之百分比計算的租賃費用或固定最低收費（以較高者為準）。

一般而言，百貨公司及商場代本集團從客戶收取每單於銷售專櫃進行的銷售的貨款，並在扣除涉及的租賃費用及其他交易成本（如有）後以所得銷售淨額與本集團結算。

業 務

零售店舖及銷售專櫃的數目及地點

本集團已於中國及香港兩地建立零售網絡。於最後可行日期，本集團於中國設有49間零售店舖及1,014間銷售專櫃；於香港設有15間零售店舖及29間銷售專櫃，零售店舖及銷售專櫃之地點載列如下：



附註：上圖在有關省、市、自治區或特別行政區所示數目，表示在最後可行日期在該區的零售門市（包括零售店舖及銷售專櫃）。

業 務

下表載列於最後可行日期零售店舖及銷售專櫃的地理分佈：

	零售店舖數目			銷售專櫃數目	
	安莉芳	芬狄詩	LC	安莉芳	芬狄詩
中國					
東部 (附註1)	6	—	—	131	115
北部 (附註2)	13	—	—	151	127
南部 (附註3)	21	2	1	205	193
西部 (附註4)	6	—	—	52	40
	46	2	1	539	475
香港	15	—	—	24	5
	15	—	—	24	5
總計	61	2	1	563	480

附註：

1. 該地區包括安徽省、江蘇省、上海市及浙江省。
2. 該地區包括北京市、甘肅省、河北省、黑龍江省、吉林省、遼寧省、山東省、山西省、陝西省、青海省、天津市、新疆維吾爾自治區及內蒙古自治區。
3. 該地區包括福建省、廣東省、廣西壯族自治區、海南省、河南省、湖北省、湖南省、江西省及澳門。
4. 該地區包括重慶市、貴州省、四川省及雲南省。

來自零售店舖的收益分別佔本集團截至二零零五年十二月三十一日止三年各年及截至二零零六年六月三十日止六個月的收益約9.5%、9.1%、9.3%及8.6%。來自銷售專櫃的收益分別佔本集團截至二零零五年十二月三十一日止三年各年及截至二零零六年六月三十日止六個月的總收益約79.0%、78.7%、78.9%及82.4%。本集團的策略為增加本集團的零售門市數目，以應付日漸上升的需求，本集團同時亦檢討各零售門市的表現，並關閉該等業績未如理想的零售門市。

就開設新零售門市挑選適當地點對本集團業務的成功及增長至為關鍵。於挑選過程中，本集團會先考慮多項因素，當中包括但不限於本集團可使用之樓面面積、百貨公司

或商場的形象及目標顧客、百貨公司或商場所達致的每月銷售額、百貨公司或商場內的競爭對手以及預期回報。

本集團並無成立銷售收益集中之任何旗艦零售店舖或銷售專櫃。於往績期間，本集團賺取最高收益的首100間零售門市佔本集團總收益分別約30.2%、30.6%、29.6%及31.0%。

零售店舖及銷售專櫃之模式

除配合市場推廣活動的定期變更外，各零售店舖及銷售專櫃之裝潢基本上統一，而不同品牌之零售門市各有突顯其品牌形象之主題，而以同一個品牌經營的零售門市一般則會統一裝潢。

零售店舖及銷售專櫃之管理

各零售店舖及銷售專櫃必須遵守本集團總辦事處制訂之營運政策及程序。此外，本集團於中國設有6個地區分公司及30個代表辦事處，以監督各地區（澳門除外）零售店舖及銷售專櫃之營運。該等地區分公司及代表辦事處由分區經理管理，而分區經理則由中國銷售總監監督。香港及澳門的零售店舖及銷售專櫃由香港分區經理管理。

補充存貨物流

除於常州設有貨倉外，本集團亦於深圳設有另一貨倉，以支持其在中國的銷售網絡。此外，本集團亦在香港設有一個貨倉，以應付於香港的存貨所需。一般而言，深圳的貨倉負責分發本集團的產品至其於香港及華南的零售門市，而常州的貨倉則負責供貨予本集團在華北的零售門市。按照ERP系統，補充存貨的決定由深圳總部參照零售門市主管的市場評估、零售門市的銷售表現及存放於零售門市及貨倉的個別產品存貨水平作出。貨倉的存貨水準以及零售店舖及銷售專櫃所出售的貨品透過ERP系統記錄。倘零售門市的存貨水準低於理想水準，則ERP系統將發出需要補充存貨的報告。所有產品均透過本集團的車隊及物流公司以陸路運送至指定門市。

客戶服務

本集團認為本集團前線推銷員的服務質素對本集團的聲譽影響重大，本集團重視產品及客戶服務之質素。本集團為全部新加盟的銷售人員提供多項培訓計劃，包括就／有關店舖經營、銷售技巧、客戶服務及產品知識的培訓計劃。簡佈會亦將定期舉行以確保銷售人員熟悉本集團新推出之產品。董事相信，透過該等培訓計劃及簡佈會，本集團可提升向其零售客戶提供的服務質素。

作為其為客戶提供的服務，本集團亦就其產品向其中國客戶提供免費維修服務，並且不時進行調查以蒐集客戶對產品及服務的意見。此外，客戶可透過本集團網站及於中國及香港之客戶服務熱線提出查詢及投訴。品牌管理部門及銷售中心於制定建議改善及修正政策時將考慮本集團客戶的意見。董事相信，提供該等客戶服務可有效建立客戶之忠誠支持，發展本集團之客戶群。

批發業務

除零售客戶外，本集團亦銷售其自家品牌產品予中國及香港批發商。於往績期間，來自批發業務的銷售額分別佔本集團截至二零零五年十二月三十一日止三年各年及截至二零零六年六月三十日止六個月的總收益約6.1%、4.5%、6.1%及6.1%。

本集團的批發客戶包括於中國及香港出售不同品牌女性內衣產品的零售客戶之人士及公司。截至二零零六年六月三十日止六個月，本集團的批發客戶逾500名。

OEM業務

由於本集團注重其自家品牌產品的生產，本集團一般僅於有剩餘生產能力時方會接納OEM客戶的訂單。確保合理的利潤為本集團決定是否接納OEM訂單時的另一考慮因素。

於往績期間，本集團的OEM客戶主要包括日本及英國之女性內衣貿易公司。來自本集團OEM業務的收益分別佔本集團截至二零零五年十二月三十一日止三年各年及截至二零零六年六月三十日止六個月的總收益約5.4%、7.7%、5.7%及2.9%。本集團為OEM客戶製造的產品主要為胸圍。

客戶

本集團截至二零零五年十二月三十一日止三個年度各年及截至二零零六年六月三十日止六個月之零售額佔其總收入超過87%，本集團的五大客戶均為OEM客戶，僅佔本集團相應期間之總收益分別約5.0%、7.3%、5.1%及2.6%。本集團最大客戶佔本集團截至二零零五年十二月三十一日止三年各年及截至二零零六年六月三十日止六個月之總收益分別約2.3%、2.6%、1.9%及1.8%。往績期間本集團之五大客戶大多與本集團有逾5年之業務合作關係。

截至二零零五年十二月三十一日止三年各年及截至二零零六年六月三十日止六個月，董事、彼等之聯繫人或就董事所知擁有本公司已發行股本逾5%之股東或彼等各自之任何聯繫人概無擁有本集團任何五大客戶之權益。

定價政策

本集團於釐定其產品的零售價時，主要考慮因素包括產品成本、產品類別、設計及類似產品市場售價等因素，本集團於中國（就此而言不包括澳門）、澳門及香港各個零售區域實行劃一零售價，而三個區域內的零售價或不一致。

本集團總辦事處決定所有產品宣傳折扣政策及計劃，儘管如此，如獲得本集團總辦事處同意，個別銷售專櫃或可能參與銷售專櫃所在的百貨公司或購物中心籌辦的宣傳活動，並向其客戶提供特別折扣或其他贈品。

信貸控制

於本集團零售店舖向客戶出售貨品主要以現金或信用卡付款。於銷售專櫃進行的銷售，百貨公司及商場代本集團就銷售而收取之客戶貨款，一般按月與本集團結清經扣除涉及的租賃費用及其他交易費用（如有）後的所得銷售淨額。與批發商的銷售通常於交付貨品透過現金或支票結清貨款，在個別情況或給與信貸期介乎一至三個月，以電匯結算。OEM業務之銷售額一般以信用狀或電匯結清，信貸期介乎一至三個月。

由於本集團大部份收益來自零售，本集團截至二零零五年十二月三十一日止三個年度及截至二零零六年六月三十日止六個月所錄得之應收款項周轉日數相對較短，介乎約14.1日至14.7日。於往績期間，本集團的非零售應收款項周轉日數介乎約14.4日至19.5日。

業 務

於決定向客戶授出之信貸條款時，本集團會考慮客戶之信譽、其銷量及業務關係年期等因素。管理層定期檢視應收貿易賬款之賬齡分析，並會不時根據客戶之風險組合修訂授予百貨公司、購物中心、批發客戶及OEM客戶之信貸額度。於往績期間，本集團向百貨公司、購物中心、批發客戶及OEM客戶收取應收貿易賬款方面並無遇到任何重大困難，而於截至二零零五年十二月三十一日止三年及截至二零零六年六月三十日止六個月，本集團分別約77.3%、77.5%、80.8%及83.7%的收益以人民幣結算，餘額則主要以港元、歐元及日元結清。

截至二零零五年十二月三十一日止兩年，本集團分別錄得約600,000港元及500,000港元之呆壞賬減值撥備，分別佔本集團有關年度之收益約0.1%及0.1%。本集團於截至二零零三年十二月三十一日止年度錄得約69,000港元之呆壞賬回撥，且並無就呆壞賬錄得任何減值撥備。

現金控制

就銷售專櫃而言，購物中心及百貨公司代表本集團直接向客戶收取款項，因此，本集團並無就銷售專櫃實施任何特定現金控制及現金管理，此乃由於該等責任已經由有關購物中心及百貨公司的營運商承擔，該等購物中心及百貨公司主要按月與本集團結算有關收取款項。至於中國的零售店舖方面，本集團指定某一職員負責保管各零售店舖的現金，每日收取的款項均須不遲於下一個營業日前存入本集團的指定銀行賬戶。此外，所有現金銷售記錄均須至少每星期兩次與各零售店舖的銀行存款對賬，如記錄出現任何差異，將會作出調查及跟進。

產品開發

董事認為產品開發對本集團能否維持其競爭優勢至為關鍵，除開發新產品（包括新特性及花紋）以迎合零售市場的預期需求外，本集團亦非常注重產品款式是否配合本集團相關品牌所展示的形象。現時，本集團已指派三隊功能組別（即設計隊伍、品牌管理部門及研究與開發隊伍）負責本集團的產品開發。

設計

本集團產品的設計由其自家設計隊伍負責，於最後可行日期，設計隊伍由五名首席設計師及4名助理組成，設計隊伍轄下有四隊小組，分別指定負責本集團四個品牌的設計工作，分別為**安莉芳**、**芬狄詩**、**COMFIT**及**LC**。

除內部產品開發外，本集團已委聘Concepts Paris SARL（「Concepts Paris」）為其顧問，以協助本集團開發及設計LC產品。Concepts Paris為一間專門設女性內衣的獨立法國設計公司，除擔任本集團的顧問外，Concepts Paris同時與多名著名海外女性內衣品牌商建立業務關係。根據Concepts Paris與本集團於二零零六年七月一日續訂的顧問協議，Concepts Paris根據協議進行的設計工作而產生的所有意念、創作、研究發現及任何相關知識產權，於中國及香港及本集團及其他品牌業務覆蓋的地區內均屬本集團所有。Concepts Paris為本集團LC產品提供設計意念，包括產品外觀草圖及採用布料建議。本集團的品牌管理部門將挑選Concepts Paris提供的設計意念，而內部設計隊伍將修改草圖，以迎合本集團目標客戶的預期品味及需求，並將設計意念轉化成詳細的產品規格。

品牌管理

於最後可行日期，品牌管理部門有18名員工，其主要職責為分別就本集團四個品牌旗下的新產品系列制定產品開發計劃，負責協調設計隊伍及研究與開發隊伍以於制定產品開發計劃時擬定產品詳情。

研究與開發

本集團的研究與開發隊伍集中於與本集團產品功能及特性關係密切的實際範圍，研究與開發隊伍就製造女性內衣產品進行研究及開發機器。於最後可行日期，研究與開發隊伍由99員工組成。於往績期間，本集團的研究與開發開支分別約700,000港元、1,400,000港元、1,700,000港元及500,000港元，主要為測試開支及其他於研究與開發過程中產生的相關成本。

為掌握市場趨勢及客戶品味，本集團不時進行內部市場研究。根據該等研究結果分析及設計隊伍及研究與開發隊伍的意見，品牌管理部門將制定詳細產品開發計劃，列明各個新產品系列的主題、數量、產品款式及預期推出日期。根據品牌管理部門預備的詳細產品開發計劃，設計隊伍將準備設計草圖，然後不斷修改或調整設計。倘設計草圖獲品牌管理部門批准，研究及開發部門將預備原型，內部模特兒將會試穿原型，以評核新產品之功能及是否舒適美觀。原型亦將經過連串功能及可靠性測試，包括縮水測試、力度測試、

褪色測試及布料及橡皮帶表現測試。經過一連串改良及調整後，產品、技術及手工設計將定案及用作訂立大量生產的標準。

市場推廣

本集團於中國及香港之市場推廣活動分別由本集團的深圳總辦事處及香港辦事處協調。本集團執行董事兼行政總裁鄭碧浩女士負責監督本集團的市場推廣活動。本集團有時候亦會委聘專業公關或廣告公司策劃或舉辦宣傳活動。於往績期間，本集團之市場推廣開支佔截至二零零五年十二月三十一日止三年各年及截至二零零六年六月三十日止六個月總收益約4.7%、3.0%、3.6%及2.8%。

本集團舉行不同主題的市場推廣活動，以配合推出若干新產品、季節交替及不同節日。一般而言，本集團透過以下途徑以推廣品牌形象及提高客戶對本集團產品的認識：

(i) 媒體廣告

本集團透過不同媒體，包括電視廣告、時裝雜誌及報章等印刷傳媒及其他戶內及戶外廣告，藉此宣傳本集團之產品及品牌形象。本集團亦定期更新網站，向客戶提供有關本集團產品之最新資料。此外，本集團亦為其不少新推產品系列預備宣傳小冊子，在本集團零售店舖及銷售專櫃供客戶免費取閱。

(ii) 銷售活動

舉辦時裝活動為本集團採取的另一市場推廣渠道，以宣傳品牌形象及吸引準客戶及業務夥伴。於往績期間，本集團舉辦了合共九次時裝展，中國及香港分別佔八次及一次。

此外，本集團於往績期間贊助多項大型活動，包括二零零三年及二零零四年「中華杯•安莉芳」國際內衣／沙灘裝設計大賽。

(iii) 客戶獎勵計劃

本集團於中國深圳及上海的零售門市舉辦顧客獎勵計劃。顧客於購買超過若干金額的本集團產品後，即可登記為本集團尊貴客戶，於若干情況下亦可於將來消費時享特別折扣優惠。

(iv) 紀念品

客戶於購買的貨品超過若干金額時可獲贈免費禮品，於往績期間，本集團提供的免費禮品包括但不限於印有本集團品牌標誌的筆記簿、洋娃娃、鏡子、毛巾及手挽袋。

獎項及認同

本集團多年來獲獎無數，屢獲殊榮。以下為本集團於往績期間至最後可行日期獲得的若干獎項概要：

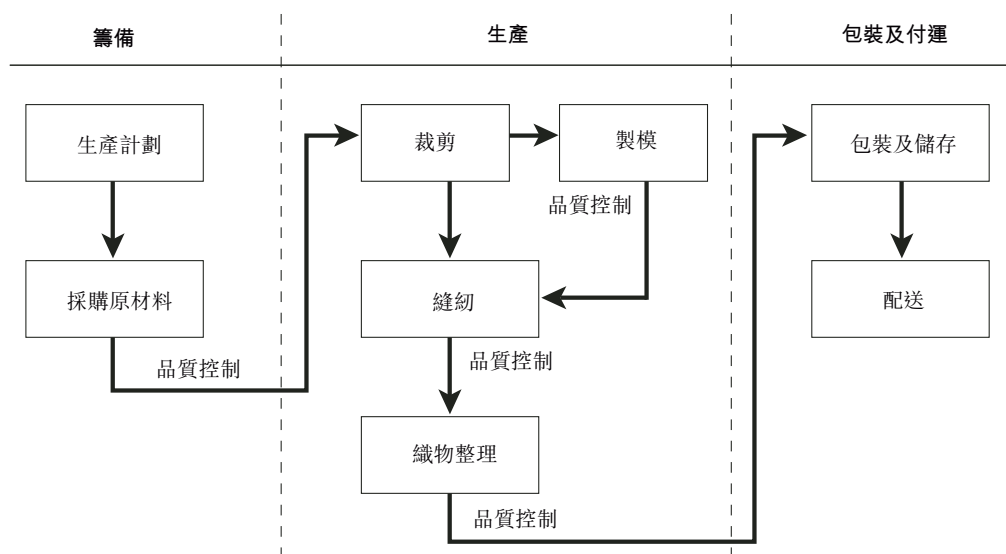
獲授年度	獎項	頒發機構
二零零六年	安莉芳 安莉芳牌女內衣— 1996-2005連續十年 全國市場同類產品銷量 第一名	中國行業企業資訊 發佈中心
二零零六年	2005全國 服裝行業 百強企業	中國服裝協會
二零零五年	中國超級品牌™	中國超級品牌主委會
二零零五年	安莉芳女式內衣系列— 上海市場暢銷品牌 (連續五年銷量第一)	上海市商業信息中心

業 務

獲授年度	獎項	頒發機構
二零零五年	二零零五年／ 二零零六年 安莉芳－香港 超級品牌™	香港超級品牌協會
二零零五年	安莉芳牌文胸－ 中國名牌產品	國家質量監督檢驗 檢疫總局
二零零五年	2004全國服裝行業百強企業	中國服裝協會
二零零四年	最具影響力的 深圳知名品牌	深圳知名品牌評價 委員會
二零零四年	安莉芳 內衣系列－ 消費者信賴的知名品牌	中國保護消費者 基金會
二零零三年	中國環境標誌產品 認證證書	中國環境標誌產品 認證委員會

生產工序

本集團之生產工序主要包括裁剪、製模與縫紉，而員工之技術與技巧則主宰產品質素。因此，整個生產工序得到品質控制員工全面支援並進行緊密監察。本集團將品質控制員工分配到特定之工序，以優化效率及確保產品質素。各項產品生產所需時間視乎產品設計及複雜程度而有異。下圖說明本集團產品生產工序所涉及之主要步驟：



籌備

生產計劃

生產統籌部負責根據由品牌管理部按上文討論預備的產品開發計劃及現有產品之實際銷售數字及存貨水平，以制訂深圳廠房及常州廠房的生產計劃。主要因應產品之性質及兩間廠房之產能利用率而將生產訂單分配至深圳廠房及常州廠房。倘尚餘生產能力，本集團亦將考慮接受其OEM客戶之訂單。

採購原材料

採購部門根據產品開發計劃及生產計劃採購所需類別及數量的原材料。有關採購部門之詳情，請參閱本節內「採購」一段。

業 務

本集團品質控制部門員工將檢查收到之原材料以確保達到物料質量規格及購貨單所列規格。有關採購的品質控制程序，詳情載於下文「品質控制」一段。

生產

裁剪

本集團的排料、放碼及繪圖工序由本集團的內部花紋嘜架組管理員以電腦系統輔助處理，以儘量善用布料。布料、海棉及合成纖維棉絮隨後裁剪成不同形狀。就若干胸圍設計而言，則會採用製模機以指定模具高溫處理布料、海棉及合成纖維棉絮，以生產所需胸圍杯墊。其他物料（包括裝飾網眼織物）亦已剪裁出不同長度，以供進一步加工處理。所有半製成之部份須通過品質控制員工之檢查，從而保證產品質素。

縫紉

半製成之部份乃按照產品縫紉規格而縫合。整個縫紉工序以流水式進行，每名縫紉工人僅須進行其專門負責若干縫紉工序，以確保改善效率及維持產品質素。品質監控員工會於整個縫紉過程中抽樣檢查半製成產品，從而控制產品品質。半製成產品倘發現任何重大差異，將會重新處理。

成品整理

品牌與尺碼之標籤將加在產品上，品質控制員工將進一步抽檢及測試製成品以確保質素。

包裝及付運

包裝

本集團以適當方式包裝製成品，儘量減低製成品可能遭受之損壞。包裝後之產品乃運至深圳廠房及常州廠房的中央貨倉，以進一步分發到零售店舖及銷售專櫃。就OEM之產品而言，製成品於安排裝運前根據客戶規格包裝及儲存於倉庫內，或付運至目的地。

配送

各零售店舖及銷售專櫃之存貨水平由ERP系統監察，以免出現存貨售罄或存貨過多之情況。本集團將製成品分發到不同之零售店舖及銷售專櫃，以補足任何可能出現的缺貨。有關倉庫、零售店舖及銷售專櫃之存貨控制的詳情，請參閱本節內「存貨控制」一段。

生產設施

生產地點

目前，本集團於中國的深圳及常州各設有一個生產地點。為應付本集團之擴充計劃，本集團擬成立山東廠房以增加其產量。

深圳廠房

深圳廠房於一九八九年初步成立，位於中國深圳一幢五層高工廠大樓內，總建築面積約12,888平方米，而深圳廠房其中佔地建築面積約1,821平方米的部份乃透過兩份租賃協議向一名獨立第三方租賃。兩份租賃協議各於二零零七年十二月三十一日屆滿。此外，本集團向一名獨立第三方租用位於中國深圳羅湖區東昌路的一個單位作為其貨倉，總建築面積為400平方米，租賃協議將於二零零八年九月十四日屆滿。本集團已就由其擁有包括深圳廠房在內的單位取得至二零一五年一月七日屆滿的有關房地產所有權證。

本集團現時將深圳廠房用作本集團在中國之主要生產地點。深圳廠房之生產設施一應俱全。此外，深圳廠房亦配備設計、研究與開發及採購等其他支援功能。

常州廠房

本集團另一生產地點位於中國常州，佔地約16,700平方米。本集團已取得於二零四五年六月二十七日屆滿之土地使用權。建於此地點上之主要建築物為一幢樓高五層，總建築面積約9,378平方米之廠房、一幢總建築面積約4,111平方米之三層高綜合大樓（包括貨倉及員工飯堂）及兩間總建築面積約651平方米的水電供應房。本集團已就建於此地上之所有建築物取得有關房屋所有權證。

常州廠房於一九九六年成立，以應付本集團業務持續擴充之需要。有別於深圳廠房的是，常州廠房專責生產職能，而其他支援職能則由深圳廠房的總部集中協調。

山東廠房

本集團為加強其生產業務及進一步提升生產力，計劃於中國山東省章丘市成立山東廠房，山東廠房將建於地盤面積約167,870平方米的土地上（「山東土地」），本集團已獲授山東土地的土地使用權，年期至二零五六年十月二十八日屆滿。待取得所有必需批文後，董事計劃山東廠房的建築工程於二零零七年年初動工，目標為於二零零七年內竣工，並於二零零八年中投產。根據目前的發展計劃，山東土地將分為三個區域，分別為廠房區、辦公室區及住宿區。預期該三個區域合共的總發展成本（包括就山東土地支付的地價、興建成本及機械安裝成本）將約70,000,000港元。

於最後可行日期，本集團正與山東省土地部門商討建議授出鄰近山東土地的另一幅土地（地盤面積約203,000平方米）的土地使用權，計劃保留作山東廠房日後進一步擴充之用。本集團已就預計獲取該幅鄰近土地使用權而向中國山東省章丘市人民政府支付合共約13,000,000港元。預期額外土地代價合共約18,500,000港元，董事擬以內部資源撥付該等款項。根據與章丘市人民政府訂立的協議，倘本集團未能於二零零八年十二月三十一日前獲授土地使用權證書，則本集團可向章丘市人民政府要求退還訂金13,000,000港元。本公司的中國法律顧問表示，倘本集團根據適用法例及規例申請有關土地的土地註冊，本集團將於(i)取得建設用地規劃許可證；(ii)與有關土地當局簽立正式土地使用權授出合約；(iii)建築單位獲授建設用地批准書；及(iv)悉數支付地價及有關稅項後獲授土地使用權證書。本公司的中國法律顧問進一步指出，倘達成上述條件，則本集團於取得有關土地使用權證書方面並無重大法律障礙。已於二零零六年四月取得建設用地規劃許可證。

生產機器

本集團之生產機器主要包括縫紉機、製模機、自動拉布機、自動電剪裁剪檯、氣體壓縮機、電腦化設計系統及各種測試機器。以上機器主要於日本與美國製造。本集團於往績期間並無重大之生產機器報廢，亦無發生嚴重意外。

產能

由於本集團每件產品的手工複雜程度不同，加上就生產計劃及行政而言，本集團的生產能力及每款產品的產量以標準產品件表達，一個標準產品件指本集團生產的一個基本款式胸圍。

視乎產品（包括胸圍、內褲、泳衣及束衣）的設計而定，本集團將透過評估各項產品的概約所需生產時間，為各項產品指定一個複雜程度指標。一般而言，本集團胸圍的複雜程度指標介乎1個標準產品件的1.1倍至1個標準產品件的1.4倍，而內褲的複雜程度指標則介乎0.3倍標準產品件至0.7倍標準產品件。截至二零零五年十二月三十一日止三年各年及截至二零零六年六月三十日止六個月，本集團所製造產品的加權平均複雜程度指標分別約為0.9倍、0.9倍、1.0倍及1.1倍標準產品件。

下表載列本集團生產設施於往績期間以標準產品件計算的之產能及平均使用率：

	截至十二月三十一日止年度			截至
	二零零三年	二零零四年	二零零五年	二零零六年 六月三十日 止六個月
產能（標準產品件數目 （百萬計））（附註）	6.5	6.7	7.2	8.4*
平均使用率	90.4%	89.7%	93.3%	95.3%

附註： 根據本集團於個別期間所製造產品的加權平均複雜程度指標。

* 按每年基準計算

為配合本集團業務擴充所需，本集團於往績期間一直提升產能，於深圳廠房及常州廠房裝置更多自動機器、擴大生產面積及聘用更多工人。本集團已於二零零六年七月一日起進一步增加其年度產能至約達11,800,000個標準產品件。於最後可行日期，深圳廠房及常州廠房之年產量分別約6,600,000及5,200,000標準產品件。

由於本集團已於往績期間用上接近全部產能，為進一步拓展市場，本集團計劃興建山東廠房。於山東廠房全面投產後，本集團之年產能預期將進一步增約11,900,000標準產品件。

電力供應

為舒緩若干高峰期間的大量用電，有關地方當局實施政策，要求各區企業每星期輪流轉換營業工作日，由於本集團可重新安排其運作日數，毋須減少以正常電力供應運作的日數，因此該政策一般不會對本集團的整體生產能力構成任何重大不利影響。此外，本集團亦有預備後備電源系統。於往績期間，本集團並無出現任何嚴重影響本集團生產的電力短缺問題。

分包

本集團分包其非核心產品如睡衣及內衣的部份生產工序予若干中國分包商，該等分包商均為獨立第三方。董事相信分包安排將可減低成本及縮短交貨時間，有助改善其競爭優勢。

本集團並無與其分包商訂立任何長期協議，反而每次透過訂立個別供應協議作出分包安排，本集團根據協議為產品提供設計、規格及品牌標識以及批准建議原材料，於個別情況下，本集團將直接向分包商提供主要原材料。為確保本集團的產品質量，分包商須嚴謹按照本集團的產品規格。本集團亦將緊密監察分包商於生產工序的表現。對分包商生產的產品所進行的品質控制詳述於本節「品質控制」一段「檢查分包產品」分段內。

於往績期間，本集團分包費用總額分別佔本集團截至二零零五年十二月三十一日止三年各年及截至二零零六年六月三十日止六個月之總銷售成本約12.2%、15.4%、14.7%及4.6%。董事確認，據彼等所知，於往績期間，本集團與分包商並無重大爭議，亦無因任何與有關分包商產生之爭議而錄得重大損失。

採購

本集團採用之主要原材料主要是布料（包括堅韌、彈力及網眼織布），乃向中國及其他國家如日本採購。截至二零零五年十二月三十一日止三年及截至二零零六年六月三十日止六個月，布料之成本佔本集團於有關年度或期間之總銷售成本約75.2%、76.1%、78.4%及76.3%。

本集團的採購業務會由其採購部門中央管理，採購部門預備一份合資格供應商之名單，並根據各供應商之品質可靠程度、付運準時程度及價格水平每年對供應商進行評核。對於經常及普遍使用之原材料，採購部份會從本集團保存的合資格供應商名單中篩

選部份合適的供應商，並比較各供應商提供的報價，決定與某供應合作。在個別情況下，部份新產品設計可能需要採購若干一般由本集團與合資格供應商共同開發的特別原材料。

雖然本集團並無與供應商訂立長期合約，但已與各大供應商保持長遠之業務合作關係。本集團目前有超過15名合資格布料之供應商，部份與本集團有逾十年之業務合作關係。董事確認，彼等並不知悉本集團於往績期間在採購原材料方面曾遇到任何難題。截至二零零五年十二月三十一日止三年及截至二零零六年六月三十日止六個月，原材料退貨分別佔本集團總採購額約2.8%、2.8%、2.8%及2.8%。

根據產品之開發計劃、現有產品之實際銷售額及存貨水平，生產協調部據此制訂深圳廠房及常州廠房之生產計劃。根據生產計劃，採購部門據此購入有關原材料之種類及數量。此外，採購部門將定期監察原材料之存貨水平，確保備有足夠之原材料可供生產之用。本公司一般保持足夠約45日至60日生產用的原材料存貨水平。

截至二零零五年十二月三十一日止三年各年及截至二零零六年六月三十日止六個月，本集團五大供應商分別佔本集團總採購成本約13.6%、27.6%、25.7%及29.9%，而本集團最大供應商分別佔本集團有關年度或期間之總採購成本約4.2%、8.1%、6.4%及8.7%。據董事所知，各董事、彼等之聯繫人或據董事所知悉擁有本公司已發行股本逾5%之股東或彼等各自之任何聯繫人於往績期間內概無擁有本集團任何五大供應商之權益。

本集團之採購額主要以人民幣、港元及美元計價，信貸期介乎30日至90日不等。貨款通常以電匯、信用狀及現金支付。

品質控制

產品品質

本集團非常著重產品質素以保護本集團之品牌價值及形象，因此，本集團已於不同之生產階段落實全面之品質控制程序以確保生產質素。鑑於本集團致力做好品質控制工作，安莉芳深圳於一九九六年就其胸圍、內褲、泳衣及睡衣產品設計及製造系統取得ISO9001:1994認證，認證其後於二零零二年獲升級至ISO9001:2000認證。安莉芳常州亦已

業 務

於二零零五年取得ISO9001:2000認證。於最後可行日期，本集團共有40名品質控制員工，負責執行以下品質控制程序：

檢查原材料

本集團於向供應商發出採購訂單前，先向供應商取得原材料樣本進行測試，包括：

測試類別	主要目的
布料縮水測試	測試布料型態及尺寸穩定程度
布料褪色測試	測試布料顏色對洗滌、磨擦及濕水的褪色程度
布料及彈性帶測試	測試布料抗磨損及起毛球能耐，以及布料及彈性帶拉伸力度及復原程度
布料強力度測試	測試布料伸張、撕扯及爆破力度

原材料訂購及付運至本集團後，將會根據購貨單所列之規定徹底檢查原材料。

生產檢查

本集團於整個生產工序設有生產品質控制檢測點，確保半製成品達到生產規格。檢查通常會以隨機抽樣形式進行。若發現任何產品出現瑕疵，則須經再加工後方可進入下一個生產工序。

檢查製成品

本集團會抽檢製成品，使向客戶出售次貨之機會減至最低。

檢查分包產品

本集團密切注視分包商生產之產品質素，在進行大量生產前，分包商須提供產品樣本供本集團批核，並就所用的原材料向本集團提供標準測試報告。本集團亦定期參觀承包商之廠房，抽檢分包商之產品及監察生產工序。本集團亦會於個別情況下要求分包商

於付貨前提供製成品測試報告。接收貨品前，品質控制員工將根據本集團與分包商訂立的供應協議所訂明之規格檢查分包商生產之製成品。

培訓

本集團定期向員工提供品質認識培訓。由於本集團奉行嚴謹之品質控制程序，董事確認，據彼等所知，本集團客戶於往績期間並無就次貨提出任何重大申索。

存貨控制

作為零售女性內衣品牌擁有人，本集團須於其零售門市就其胸圍設計提供不同尺碼及就各個產品系列提供不同顏色，以迎合客戶的不同要求。此外，本集團須確保於貨倉存置充足存貨以於有需要時為零售門市補充存貨，及於其零售店舖及銷售專櫃預備足夠存貨以供櫥窗擺設，而於最後可行日期分別有合共64間零售店舖及1,043間銷售專櫃。除維持充足的製成品存貨水平外，就生產而言，本集團一般儲存足夠45日至60日生產用的原材料存貨水平。截至二零零五年十二月三十一日止三年各年及截至二零零六年六月三十日止六個月，本集團的存貨周轉日數（即平均存貨結餘除以收益乘以365日）分別約為148.3日、129.7日、125.0日及119.2日。

於最後可行日期，本集團於中國（深圳及常州）及香港分別有兩間主貨倉及一間貨倉，以支持本集團在中國及香港之銷售網絡。品牌管理部門監察每間零售店舖及銷售專櫃的存貨水準，以供制訂及於有需時修改其存貨計劃，藉此優化不同地點不同產品的存貨水準。貨倉的存貨水平及於零售店舖及銷售專櫃售出的商品記錄於ERP系統內。在存貨水平低於最佳存貨量時，系統會發出需要補充存貨的報告。

本集團就存貨採納嚴謹控制，為監察陳舊存貨的水平，本集團的管理層於各個月底檢閱存貨年期分析，並就不再適用於生產或轉售的陳舊及滯銷存貨項目作出撥備。

截至二零零五年十二月三十一日止三年及截至二零零六年六月三十日止六個月，於損益賬扣除之陳舊存貨撥備分別為零元、約1,900,000港元、4,500,000港元及1,000,000港元，分別佔本集團於有關年度或期間之收益0%、約0.4%、0.8%及0.3%。

保險

本集團為深圳及常州生產設施內的資產投保，包括裝修、存貨、其他物業、廠房及機械設備。本集團憑各種保險或與若干百貨公司或購物中心訂立的合約權利為其財產取得保障，有關財產亦包括但不限於若干零售店舖及銷售專櫃之製成品及現金、運輸途中的產品及本集團擁有的汽車及其他資產。

至於本集團僱員方面，本集團已為其全體香港員工投購僱員補償保險。有關員工福利之進一步詳情，請參閱本招股章程「董事、高級管理層及員工」一節中「員工福利」一段。

董事相信，本集團為其財產、資產及潛在負債投購之保險足以應付營運需要。董事同時確認本集團於往績期間並無提出任何重大保險申索。

知識產權

於最後可行日期，本集團於中國擁有37項註冊商標、於香港有53項註冊商標，而於海外國家則有26項註冊商標。此外，於最後可行日期，本集團擁有合共36項專利註冊及9項外觀設計註冊。本集團的政策為於中國、香港及本集團的其他目標市場，根據適用監管規限及規定註冊與其業務有關的商標，有關本集團之知識產權之詳情，請參閱本招股章程附錄七。

於最後可行日期，本集團並未同意任何其他人士使用本集團擁有之商標或專利。董事確認，彼等並不知悉(i)本集團採用之商標或專利於往績期間曾遭到任何重大侵權；及(ii)往績期間任何有關本集團所使用知識產權的訴訟或重大糾紛。

競爭

本集團面對其他中國及海外品牌擁有人之競爭，特別是已擁有強大品牌及營運規模與本集團看齊甚至超越本集團之製造商。業內競爭主要在於設計、定價、產品質素及品牌等方面。

董事認為，加入該行業將面對以下數個主要的門檻：

大型製造商享有的規模經濟

業務範疇較廣的製造商通常可憑大量採購原材料而享有折扣，亦因營運規模而可減低固定成本。因此，與其他小型製造商比較，大型製造商一般享受較低的經營成本。

知名品牌之重要性

與其他消費產品相若，擁有知名品牌為客戶選購女性內衣產品時的其中一項重要考慮因素。董事因此相信新品牌擁有人難以建立可與本集團相比之客戶基礎。

設計及研發能力之重要性

女性內衣之產品趨勢急速轉變，因此女性內衣品牌擁有人能不時推出新產品設計，以配合客戶不時轉變的品味及加強客戶對其產品的關注甚為重要。因此，於市場上建立設計隊伍已有一段時間的品牌擁有人將較其他新公司具備優勢。

環境保護

本集團於中國的主要業務為製造及銷售女性內衣產品，為監察環境保護措施，本集團於過去已委聘深圳市環境保護監測站及常州市環境監測中心站分別評估深圳廠房的排放有機廢氣及噪音水平以及常州廠房的噪音及排放污水水平，發現於一般情況下均達到有關標準。由於本集團的生產程序主要涉及裁剪及縫紉布料，若干排放煙霧或液體污染物類別等若干廢物處理監察標準並不適用。本集團的主要製造單位安莉芳深圳及安莉芳常州已遵守根據環境保護法例及法規的所有適用規定，於往績期間並無嚴重違反該等法例及法規。

於二零零三年，安莉芳深圳獲中國環境標誌產品認證委員會頒授中國環境標誌產品認證證書，以嘉許其產品符合環境標誌產品的技術標準。

關連交易

以下為本集團與其關連人士（定義見上市規則）於往績期間內進行之交易，預期此等交易將於股份在主板上市後繼續：

豁免持續關連交易

二零零六年九月二十六日，本集團與本公司執行董事兼主要股東（定義見上市規則）岳明珠女士訂立租約（「租約」），據此，岳明珠女士同意向本集團出租位於香港葵涌嘉慶路6-10號僑光工業大廈5樓A室之處所作為本集團之貨倉，由二零零六年十月一日至二零零八年十二月三十一日止，每月租金12,000港元（不包括政府地租、差餉及管理費，並將由本集團作為租戶而支付）。

岳明珠女士為本公司之執行董事及主要股東（定義見上市規則），故為本公司之關連人士（定義見上市規則）。本集團截至二零零六年十二月三十一日止三個月及截至二零零八年十二月三十一日止兩年根據租約支付予岳明珠女士之租金總額分別為36,000港元、144,000港元及144,000港元。

獨立估值師戴德梁行有限公司已確認租約所載之條款為一般商業條款，而本集團根據租約所支付之租金屬公平市場租金。

本集團已佔用上述處所超過十年。截至二零零五年十二月三十一日止三年及截至二零零六年十月三十一日止十個月，本集團向岳明珠女士支付之租金分別為180,000港元、180,000港元、180,000港元及147,000港元。

董事（包括獨立非執行董事）認為租約乃按一般商業條款及以公平磋商原則，在本集團一般日常業務過程中訂立，而租約之條款對股東整體而言屬公平合理。

由於按全年基準計算，參考上市規則第14.07條計算適用於租約之各項百份比比率（溢利比率除外）低於2.5%，而根據租約所支付之全年租金不足1,000,000港元，故根據上市規則第14A.33(3)(b)條，租約獲豁免遵守根據上市規則第14A章作出呈報、公佈及獲取獨立股東批准之規定。

非豁免持續關連交易

於二零零六年十一月二十五日，已就提供裝修服務訂立總協議（統稱「總協議」）：

- (1) 多思維五金塑膠製品（深圳）有限公司（「多思維深圳」）與安莉芳深圳及安莉芳常州就多思維深圳向安莉芳深圳及安莉芳常州提供裝修服務（包括製作裝修及裝置）而訂立總協議；及
- (2) 常州多思維家俱裝飾工程有限公司（「多思維常州」）與安莉芳深圳及安莉芳常州就多思維常州向安莉芳深圳及安莉芳常州提供裝修服務（包括製作裝修及裝置）而訂立總協議。

多思維深圳為在中國成立之全外資企業，並由Multiple Idea Limited（由鄭傳全先生全資擁有之公司）全資擁有。多思維常州為在中國成立之全外資企業，由鄭傳全先生全資擁有，鄭傳全先生是執行董事兼控股股東鄭敏泰先生之兒子。

多思維深圳及多思維常州（統稱「多思維公司」）主要從事生產及出售作展覽之裝修及裝置。

總協議之主要條款

各總協議之年期由總協議日期起，並將於二零零八年十二月三十一日屆滿。

根據總協議，本集團已同意聘用多思維公司以非獨家形式向本集團若干零售店舖及銷售專櫃提供裝修服務（包括製作裝修及裝置）（「持續關連交易」）。為釋疑起見，本集團根據總協議，並無合約上之責任須使用多思維公司之服務，且可於總協議年期內隨意聘用任何第三方提供有關服務。多思維公司將根據本集團提供之設計及規格製作有關裝修及裝置。

裝修及裝置之實際數量、規格及質素，以及交付之地點及日期，將載於本集團向多思維公司發出之訂單。

業 務

定價

裝修服務之條款（包括價格）屬一般商業條款，並由本集團及多思維公司按公平磋商原則而釐訂，並且與本集團獨立承包商所提供者的相若。各訂單之實際定價須獲本集團接納有關多思維公司就各訂單所提供之報價單後始能作實。由於本集團不時委聘另一獨立承包商提供裝修服務，本集團可確定多思維公司所報的價格是否與獨立承包商所報的價格相若。

過往數字

以下為上述交易截至二零零五年十二月三十一日止三個年度各年及截至二零零六年六月三十日止六個月之過往數字概要：

	截至十二月三十一日止年度			截至二零零六年六月
	二零零三年 (百萬港元)	二零零四年 (百萬港元)	二零零五年 (百萬港元)	三十日止六個月 (百萬港元)
過往金額	9.8	6.6	13.8	6.2

根據本集團未經審核管理賬目所示，截至二零零六年十月三十一日止十個月向多思維公司就裝修服務而支付之金額約10,800,000港元。

進行連續關連交易的理由

根據總協議，本集團並無合約上之責任須委聘多維思公司提供裝修服務，而本集團亦可隨意委聘其他獨立承包商提供該等服務。於往績期間，本集團已不時委聘另一獨立承包商提供裝修服務，本集團於往績期間錄得的裝修開支總額分別為18,200,000港元、13,600,000港元、24,000,000港元及8,200,000港元。本集團於決定委聘適當承包商提供裝修服務時將考慮不同供應商提供裝修服務的報價。多維思深圳已為本集團提供裝修服務逾九年，而多維思常州與本集團的業務關係則逾五年，由於服務質素一直達到本集團的要求及標準，而多維思公司所報的價格亦與獨立承包商所報的價格相若，因此董事認為訂立總協議及於股份在主板上市後繼續委聘多維思公司提供裝修服務均合乎股東的整體利益。

業 務

建議全年上限金額

本集團估計持續關連交易於截至二零零八年十二月三十一日止三個財政年度不會超過下列之全年上限金額：

	截至十二月三十一日止年度		
	二零零六年 (百萬港元)	二零零七年 (百萬港元)	二零零八年 (百萬港元)
建議全年上限金額	15.1	17.3	19.9

全年上限金額基準

本集團於開設新零售店舖或銷售專櫃時會聘用多思維公司提供裝修服務。截至二零零五年十二月三十一日止三個年度各年，多思維公司分別向82、87及110間新設的零售店舖或銷售專櫃提供裝修服務。

本集團亦會於為現有零售店舖及銷售專櫃推出新裝修主題時提供裝修服務。一般而言，本集團之零售店舖及銷售專櫃會每兩至三年推出新裝修主題。截至二零零五年十二月三十一日止三個年度各年，多思維公司別向437、353及400間現有零售店舖或銷售專櫃提供裝修服務。

截至二零零八年十二月三十一日止三年各年持續關連交易的各項年度上限金額主要基於以下各個因素估計：(i)本集團截至二零零五年十二月三十一日止三年及截至二零零六年十月三十一日止十個月向多思維公司支付的費用；(ii)根據本集團的未來計劃估計於中國開設新零售門市所需的裝修工程；及(iii)本集團就其現有零售門市推出全新裝修主題的計劃。董事認為持續關連交易截至二零零八年十二月三十一日止三個年度各年各自之年度上限為公平合理。

上市規則之影響

各多思維公司均由鄭傳全先生（執行董事兼控股股東鄭敏泰先生之兒子）最終及實益擁有。因此，各多思維公司為本公司之關連人士之聯繫人。本集團與多思維公司之間之交易，於本公司上市後，將須受上市規則第14A章所載之條文限制。

業 務

由於各多思維公司為本公司之關連人士之聯繫人並經計及持續關連交易所涉及之金額，總協議所述之持續關連交易構成本公司之非豁免持續關連交易，須受上市規則第14A.35條所載之呈報、公佈及獨立股東批准之規定所限。

董事之確認

董事（包括獨立非執行董事）確認持續關連交易乃按一般商業條款，在日常業務過程中訂立，對本集團屬公平合理，且符合股東及本集團整體之利益。董事（包括獨立非執行董事）亦確認上文所載之全年上限金額屬公平合理，且符合股東整體利益。

保薦人之確認

保薦人認為持續關連交易乃按一般商業條款，在日常業務過程中訂立，上文所載持續關連交易之條款及全年上限金額屬公平合理，且符合股東整體利益。

尋求豁免

由於持續關連交易將持續進行，董事認為於每次出現有關交易時，嚴格遵守公佈及獨立股東批准之規定，屬不切實際且會增加本公司無謂之行政成本。

本公司已申請而聯交所已向本公司授出豁免，豁免就持續關連交易嚴格遵守上市規則第14A.42(3)條之規定，惟須符合以下條件：

- (a) 根據總協議之持續關連交易截至二零零八年十二月三十一日止三個財政年度之全年上限將不會超過：

	截至十二月三十一日止年度		
	二零零六年 (百萬港元)	二零零七年 (百萬港元)	二零零八年 (百萬港元)
建議全年上限金額	15.1	17.3	19.9

- (b) 本集團遵守上市規則第14A章的所有規定（第14A.42(3)條有關公佈及獨立股東批准的規定除外）。