

概覽

本集團乃主要服務於大中華區的領先高級至奢華男仕服裝零售商之一。本集團旗下經營六個國際男仕服裝品牌，即 Altea、Cerruti 1881、D'urban、Gieves & Hawkes、Intermezzo 及 Kent & Curwen。這些品牌的業務於本招股章程中稱為核心業務。除自家擁有的 Kent & Curwen 品牌外，本集團品牌均按長期及可重續的特許權在大中華地區經營。本集團亦與 Salvatore Ferragamo 在南韓及多個東南亞國家成立了多家合營企業。

本集團透過於其經營所在市場成功引進、推廣及管理國際男仕服裝品牌，現已成功發展為大中華區最大的男仕服裝零售商之一。於二零零九年九月三十日，本集團在大中華區經營353間零售店舖，其中271間位於中國內地。同時，合營企業在南韓、馬來西亞、新加坡及泰國共經營37間零售店舖。

本集團的店舖均位於黃金地段高級購物中心及百貨公司內，用以吸引目標客戶群及維護品牌的高級形象。物業開發商及百貨商場將本集團視作其核心租戶。本集團所有店舖皆自主經營，以使銷售、市場推廣及客戶服務能保持高品質標準，且主要為單一品牌店舖，以支持增長及維護各品牌的聲譽。

本集團以輕資產業務模式經營，在此模式下本集團將(i)產品部件(例如前幅及後幅、貼邊、領子、標籤、翻領及夾克的袖子及褲子的褲筒等)的生產；以及(ii)若干類型的服裝產品(例如T恤及針織服裝)的生產外判予第三方製造商(包括若干關連方)。不過，本集團繼續保留某些產品(例如西裝、西裝上衣、外套、夾克、大衣及褲子)的關鍵裝配及完工工序(將產品部件與附加元件縫合、塑形、熨平，從而製成本集團的製成品)。董事認為，該等關鍵裝配及完工工序對保證產品優質而言至關重要。此外，本集團亦管理其全部品牌的供應鏈，以獲取可觀利潤、提升擴大規模的能力、確保符合質量標準及促進品牌擁有人與本集團的相互依存性。

競爭優勢

董事相信，本集團迄今所取得的成功乃歸功於以下主要競爭優勢：

擁有一系列高級至奢華國際品牌龐大組合的市場領先者

本集團及合營企業管理的高級至奢華品牌組合包括若干知名度最高的國際男仕服裝品牌。本集團所管理的六個品牌及合營企業管理的 Salvatore Ferragamo 品牌皆擁有特有的傳統和獨特的風格。因此，本集團及合營企業成為其經營所在市場中的行業領導，地位出眾。

本集團的多品牌策略使其可滿足不同需求及品味的目標客戶。各品牌設有專門設計團隊以迎合其目標客戶的特別需要，且整體上使本集團能將客戶群拓闊至涵蓋不同品味及

年齡的客戶。此舉亦使本集團能夠分散由於過度依賴任何單一品牌引致的風險且使得本集團於指定地段開設多間不同品牌的商舖。

位於黃金地段的完善零售網絡

本集團在黃金地段的高端購物中心及百貨公司經營大規模的零售網絡，例如位於北京的北京東方廣場、華聯新光百貨、中國國際貿易中心及金融街購物中心，位於上海的恒隆廣場、上海港匯廣場、上海久光百貨及上海的第一八佰伴商場，香港的國際金融中心及台灣的臺北101大廈。於二零零九年九月三十日，本集團在中國內地41個城市經營271間零售店，在香港及澳門經營38間零售店，及在台灣的5個城市經營44間零售店。

本集團的零售店舖皆自主經營且主要為單一品牌，通常位於客流量高並可吸引穩定目標客戶的黃金地段。由於高級購物中心及百貨公司通常力求擁有與著名國際品牌有關的零售商租戶，因此本集團能夠利用其多品牌組合以獲得更好的樓層空間及優惠租約。由於本集團與領先品牌建立廣泛網絡，故物業開發商及百貨商場將本集團視作其核心租戶。本集團因擁有在某特定的商業地點經營多間零售店舖的能力，使其得以於協商租賃條款時的議價能力大增。本集團為品牌獲取黃金零售舖位的能力鞏固了品牌形象，且策略性地使本集團可受惠於較高的客流量，從而透過開設新店舖令銷量增加。根據目前之最佳預計及董事預測，本集團估計新開設商舖的回本期為一年以內。

透過垂直整合的業務模式獲得可觀利潤

本集團擁有垂直整合的業務模式，透過該模式，本集團負責管理其主要供應鏈職能，從主題及產品設計、原材料採購及銷售、某些類型的服裝產品及產品部件的生產外判、關鍵裝配及產品部件完工，以至市場推廣及促銷、及其產品的銷售及分銷。此舉使本集團具備很大的經營彈性，能直接與終端客戶溝通，同時亦能對原材料／產品部件以至該等原材料／產品部件的成本、質量及交貨時間各方面採取更佳控制。

根據輕資產業務模式，本集團因應用低水平資產基礎而獲得回報。例如，本集團將某些類型的服裝產品（例如T恤及針織服裝）及產品部件的生產外判予第三方製造商，同時保留某些產品（例如西裝、西裝上衣、外套、夾克、大衣及褲子）的關鍵裝配及完工工序。本集團亦租賃其所有零售店舖、辦公室及倉庫。因此，本集團可將精力集中於其核心優勢及具有更高附加值的工序，以儘量提高營運效率及產品質量，並透過降低本集團成本基礎及資本風險來提高溢利。

已建立並經證明的可持續增長平台

本集團憑藉已建立的「後台資源共享平台」，使本集團的多品牌經營規模擴大。該「後台資源共享平台」保證了本集團以品牌為主的管理職能團隊（例如，產品設計、市場推廣、促銷及銷售）得到中央基礎設施及支援團隊透過提供營運（例如倉儲及物流管理、存貨管

理、採購及關鍵裝配及完工)及後台部門支持(例如資訊科技、人力資源、財務會計及行政服務)。本集團現時擁有一個完善的平台，可促進日後的可持續增長。

透過該平台，本集團受益於透過集中及分享後勤支援而實現的規模經濟、更強的議價能力及高度專業化。本集團亦相信，該「後台資源共享平台」使本集團能將其他品牌順利地整合至其組合，縮短了令該等品牌成為彼等市場中的知名品牌所需的時間，並確保以最有效及最理想的方式運用本集團的資源。由於經濟持續好轉，本集團正獲益於重組及投資。

經驗豐富的管理層

本集團由一支高級管理層團隊領導，該團隊由本集團董事及本集團高級管理層組成，彼等在大中華區的業務發展、國際品牌、銷售及分銷技巧方面擁有豐富經驗。大部份執行董事在亞洲的零售及供應鏈管理業務方面積逾七年經驗。高級管理層團隊亦包括品牌的品牌總監／品牌董事總經理，彼等在零售行業平均擁有約二十年經驗。

在收購 DDL 集團及 Green 集團後，為改善其供應鏈管理及優化本集團成本結構，本集團已簡化其營運。管理層團隊制定及主持可優化關鍵業務功能的舉措，包括設計、外判、採購、銷售、關鍵裝配及完工、存貨管理、營銷及零售。該等舉措包括在專門的組織架構內建立品牌管理、擴大設計團隊、外判產品部件及某些類型的服裝產品的生產、引進新的採購系統及改善存貨管理系統及銷售點系統。本集團相信該等努力已為本集團在未來數年取得進一步的業務增長及盈利能力奠定基礎。

業務策略

董事認為，為取得長遠成功，本集團必須有能力培育及打造品牌以及實現最優增長。因此，為獲得超越競爭對手的競爭優勢及增加市場佔有率本集團已制定以下清晰的增長策略：

提高同店銷售增長

本集團擬採取多種措施以促進同店銷售增長，其中包括以下各項：

(i) 擴大其產品系列

本集團相信，擴大品牌的產品系列會進一步使收入來源多元化。因此，本集團目前正在尋求在品牌下增加更多產品(例如配飾及運動服裝類型)。

(ii) 提升零售店舖形象

本集團已經並將繼續定期翻新其零售店舖的內部設計以確保品牌形象與時並進及符合時尚行業的潮流。

(iii) 改善存貨管理及控制措施

本集團將繼續加強其客戶關係管理及存貨管理以優化產品供應，迎合顧客的特殊需要。

擴大本集團於中國內地的零售網絡

本集團相信，中國內地經濟的迅速發展將為其中國內地的核心業務帶來較高增長潛力。截至二零零八年十二月三十一日止年度及截至二零零九年六月三十日止六個月，核心業務中約54.7%及59.5%的收入來自中國內地的業務。

本集團擬透過覆蓋人口眾多、可支配收入水平高及消費能力不斷提高的城市來擴大其零售網絡。本集團擬鞏固其在北京、上海及成都等一線城市的市場份額，而本集團已於該等城市的黃金地段擁有強大的立足點。

本集團亦擬提高其於省會城市及二、三線城市的市場份額(該等城市如大連、哈爾濱、杭州、太原及武漢)。本集團相信，由於城市化進程及可支配收入水平普遍提高，消費者支出將有所提高。

透過進入該等市場，本集團預期將受惠於可支配收入水平的提高及持續的城市化進程(令該等城市中高檔百貨公司及購物中心的數目增多)。本集團目前計劃於二零零九年餘下時期及二零一零年止年度分別增設約20間及約50間零售店舖，大部份該等店舖將位於北京及成都等城市。

加強供應鏈管理

本集團擬透過產品採購渠道多元化、將產品設計及開發工藝延伸至其他男仕服裝類型，比如休閒服裝及運動服裝，以及延伸至流行配飾等其他產品分類來進一步加強供應鏈管理。本集團亦擬擴大其現有原材料供應商及外判製造商網絡以確保產品乃按一致的質量標準及最佳的成本效益製造。

就產品設計而言，本集團的設計團隊一直及將繼續透過招募國際設計師進行拓展，同時專注於採納源自獲授權品牌的品牌擁有人的海外設計團隊的理念及潮流，以確保各品牌的製成品迎合彼等各自零售市場的顧客的區域性品味及喜好。

收購或獲授權經營其他品牌

作為大中華區擁有豐富本土市場知識及已於亞洲建立關係的領先高級至奢華男仕服裝零售商之一，不時有品牌擁有人前來與本集團洽談，擬將其品牌引進亞洲或增強其於亞洲的品牌價值。因此，本集團可利用潛在的品牌收購及獲授權的機遇，此等機遇經二零零八年收購 Kent & Curwen 品牌而得以證實。本集團亦將不時考慮與符合其長期目標的其他零售品牌公司建立戰略聯盟及／或合營企業。

本集團有選擇地向其組合引進其他品牌。在考慮目標品牌是否適合引進其組合時，本集團將考慮以下因素：(i)目標品牌是否為高級至奢華品牌；(ii)目標品牌是否鎖定更成熟、富裕及高收入客戶；(iii)目標品牌的店舖是否位於高檔專營地段；(iv)目標品牌是否允許本集團實行高水平的供應鏈管理；及(v)目標品牌是否為已在大中華區擁有佔有率及品牌知名度的國際品牌。

本集團現時正發掘將品牌推廣至亞洲新市場的潛在機遇並於必要時取得相關授權。

提升品牌價值

本集團將透過積極及針對各品牌的推廣活動來繼續提升品牌的品牌價值。該等市場推廣活動將獲授權品牌的品牌擁有人的促銷活動及本集團為了鞏固其現有客戶基礎及吸引新客戶而開展的推廣活動相結合。

本集團將繼續發展市場推廣活動及提高品牌知名度，包括活動贊助、長期惠顧計劃、媒體廣告、時裝表演及其他促銷活動。該等活動旨在使品牌與流行時尚活動及文化活動相結合，提升品牌的時尚、國際化及高檔形象。維持高級至奢侈品牌形象及培養顧客忠誠度的能力是並將繼續是提升品牌價值的關鍵因素。

品牌

本集團零售六個品牌下的高級至奢華男仕服裝及配飾，即 Altea、Cerruti 1881、D'urban、Gieves & Hawkes、Intermezzo 及 Kent & Curwen。本集團亦擁有合營企業在南韓、新加坡、馬來西亞及泰國零售 Salvatore Ferragamo 品牌服裝及配飾。

下表載列各品牌及 Salvatore Ferragamo 品牌概要：

品牌名稱	品牌標誌	可於下列 主要市場銷售	於二零零九年 九月三十日 的店舖數目
自有品牌			
Kent & Curwen		全球	95 ⁽¹⁾
授權品牌			
Altea		大中華區	5
Cerruti 1881	CERRUTI 1881	大中華區	91
D'urban	D'URBAN	大中華區	66
Gieves & Hawkes	GIEVES & HAWKES <small>THE SHIRT MAKERS OF LONDON</small>	大中華區	82
Intermezzo	INTERMEZZO	大中華區	14
本集團所經營的店舖總數			353
合營企業品牌			
Salvatore Ferragamo		南韓及東南亞 若干國家	37
本集團及合營企業所經營的店舖總數			390

附註：

(1) 所有 Kent & Curwen 店舖均位於大中華區。本集團擬於倫敦設立一間店舖。

本集團的品牌

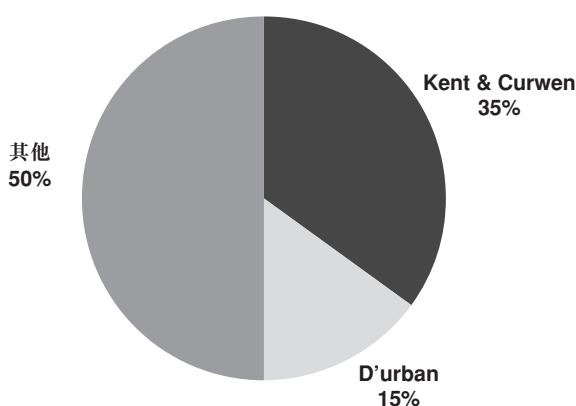
除 Altea 及 Intermezzo 外(本集團分別自二零零四年以來及自二十世紀七十年代以來就與其建立零售關係)，本集團與有關先前的品牌擁有人(就 Kent & Curwen 品牌而言)及品牌擁有人(就授權品牌而言)的零售關係始於二十世紀八十年代。所有品牌皆以高級至奢華男仕服裝市場的客戶為目標。Altea、Cerruti 1881、Gieves & Hawkes 及 Kent & Curwen 品牌乃歐洲傳統品牌，而 D'urban 及 Intermezzo 則源於日本。

Kent & Curwen 品牌之前已授權予本集團。本集團於二零零八年自 Renown 收購 Kent & Curwen 的商標，為此本集團擁有 Kent & Curwen 商標的所有權利、擁有權、權益及利益。有關該收購的其他詳情，請參閱本招股章程「歷史、重組及集團架構—其他收購—收購 Kent & Curwen 商標及 Kent & Curwen Limited」一節。

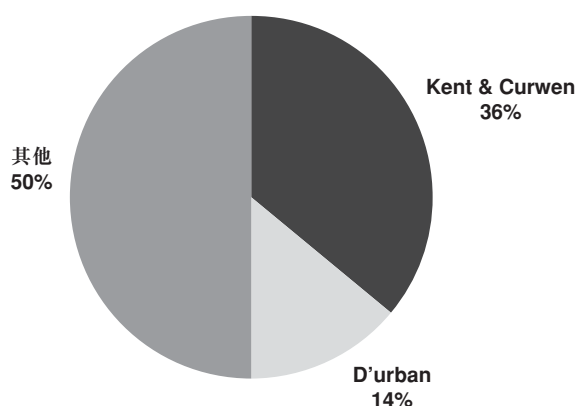
本集團根據各授權協議獲得在本集團經營所在的市場使用上述品牌的權利 (Kent & Curwen 品牌除外)。相關授權的年期介乎六至十年之間。本集團依照有關授權協議向各品牌擁有人支付專利權費。專利權費乃按銷售額的固定百分比或每年的固定金額而計算。截至二零零八年十二月三十一日止年度及截至二零零九年六月三十日止六個月，核心業務所產生的專利權費開支的金額佔核心業務銷售總額的百分比分別約為 1.6% 及 1.1%。有關該等授權的詳情，請參閱本節「本集團的品牌—品牌概況」分段。

下圖載列截至二零零八年十二月三十一日止年度及截至二零零九年六月三十日止六個月的核心業務零售額明細：

按品牌劃分的零售額百分比
(截至二零零八年十二月三十一日止年度)



按品牌劃分的零售額百分比
(截至二零零九年六月三十日止六個月)



終止經營 Basic Gear

於收購前，Basic Gear 一直作為 D'urban 的一個支線品牌經營及營銷。Basic Gear 店舖通常靠近 D'urban 店舖。由於該等經營協同效應，本集團於收購後繼續經營該兩個品牌。

此後，本集團認為 Basic Gear 不屬於本集團的高級至奢華目標市場。於二零零八年九月，本集團終止經營 Basic Gear 品牌，並關閉 Basic Gear 所有餘下的零售店舖，以將其從集團的產品組合中刪除。

本公司認為，Basic Gear 對本集團的總銷售額貢獻甚微。截至二零零六年十二月三十一日止八個月及截至二零零七年及二零零八年十二月三十一日止兩個年度各年，來自 Basic Gear

的收入分別佔核心業務收入的約4.9%、2.8%及0.7%，其貢獻的利潤分別佔核心業務利潤的約5.0%、3.2%及0.4%。

合營企業品牌

根據分別於二零零二年及二零零三年訂立的有關合營企業合約，Salvatore Ferragamo 集團及母集團透過合營企業於南韓及東南亞若干國家銷售 Salvatore Ferragamo 產品。Salvatore Ferragamo 集團及母集團各持有每家合營企業的50%權益。隨後本集團於二零零七年三月三十一日收購母集團於合營企業中的權益。本集團所銷售的 Salvatore Ferragamo 產品範圍包括男仕服裝、女裝及皮革製品。有關 Salvatore Ferragamo 品牌的其他詳情，請參閱本招股章程內「歷史、重組及集團架構 — Salvatore Ferragamo 合營企業」一節。

品牌概況

本集團所經營的各品牌概況載於以下幾頁：



品牌概況

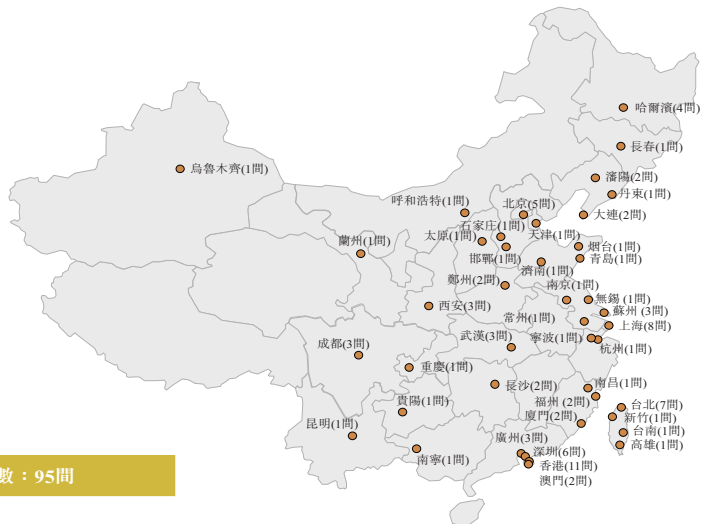
- 歷史：於一九二六年，Eric Kent 及 Dorothy Curwen 於倫敦建立 Kent & Curwen 品牌，並推出三獅標識。Kent & Curwen 最初為俱樂部、大學及社團領帶的製造商，其後擴展至時裝零售行業並成為如今最著名的英國時裝商店之一。該品牌與英國的民族運動板球有很深的淵源，並且曾贊助了眾多板球隊，包括英格蘭國家隊。
- 產品範圍：以商務及休閒男裝為主，目標客戶群是富有的男性客戶
- 中國內地的72間店舖，香港的11間店舖、澳門的2間店舖及台灣的10間店舖
- 本集團於全球範圍內擁有該品牌
- 自二十世紀八十年代中期以來前品牌擁有人與本集團在亞洲建立零售關係

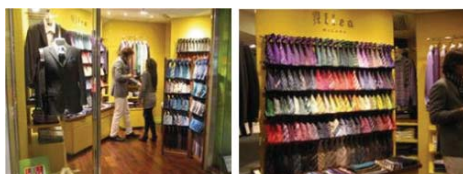
本集團於二零零九年九月三十日
在大中華區的零售網絡

所有權詳情

與本集團的關係

本集團在大中華區的 Kent & Curwen 零售網絡





品牌概況

- 歷史：一八九二年於米蘭建立，Altea乃領帶專家，其後拓展至男仕服裝領域。Altea的產品在北美洲及南美洲、歐洲、亞洲、澳洲及新西蘭等世界各地分銷，共有約3,500個銷售點。

- 產品範圍：以男仕服裝為主

本集團於二零零九年九月三十日的零售網絡

- 中國內地的3間店舖及香港的2間店舖

授權詳情

- 授權：獨家製造、市場推廣、廣告、促銷及分銷的權利

- 授權覆蓋區域：中國內地、香港、澳門及台灣

- 授權期限：六年(從二零零五年一月一日至二零一零年十二月三十一日)，在條件的規限下可另外重續六年期限，該等條件包括以下各項：

- 品牌擁有人與本集團至少須於該等授權協議屆滿前十二個月就是否重續授權協議進行互相協商；

- 須已履行協議項下的所有付款義務；及

- 銷售點的數量不得少於協議中所規定的數量

與本集團的關係

- 自二零零四年以來與本集團在亞洲維持零售關係

- 本集團無意按照現有條款重續 Altea 特許權，但會與 Altea 探尋其他可能的商機。本集團將不時就有關商機評估其商業計劃。本集團認為，Altea 業務對本集團收入貢獻微薄。

本集團的 Altea 零售網絡



大中華區店舖總數：5間



CERRUTI 1881

概要說明

品牌概況

- 歷史：最初自一八八一年建立為一間布料廠，Cerruti 1881 自一九六七年成立以來已成為服裝及時尚品牌，擁有一個世紀的悠久歷史。現時 Cerruti 1881 為一間高級意大利時裝商店。Cerruti 1881 在包括巴黎、羅馬、柏林、迪拜、大馬士革、安道爾及莫斯科在內的全球主要城市擁有時裝店

本集團於二零零九年九月三十日的零售網絡

- 產品範圍：以男仕服裝為主，代表著歐洲的奢華及優雅，目標客戶群是追求現代風格的男性客戶
- 中國內地的71間店舖，香港的6間店舖、澳門的2間店舖及台灣的12間店舖

授權詳情

- 授權：獨家批發、零售、進口、分銷及市場推廣的權利以及製造大部份產品的權利
- 授權覆蓋區域：中國內地、香港、澳門及台灣
- 主要授權期限：自二零零四年一月一日起至二零一三年十二月三十一日止，為期十年，可在條件規限下重續，比如要求品牌擁有人與本集團至少於有關授權協議屆滿前十二個月就是否簽訂新的授權協議進行協商

與本集團的關係

- 自二十世紀八十年代中期以來與本集團在亞洲維持零售關係

本集團的 Cerruti 1881 零售網絡



D'URBAN

品牌概況



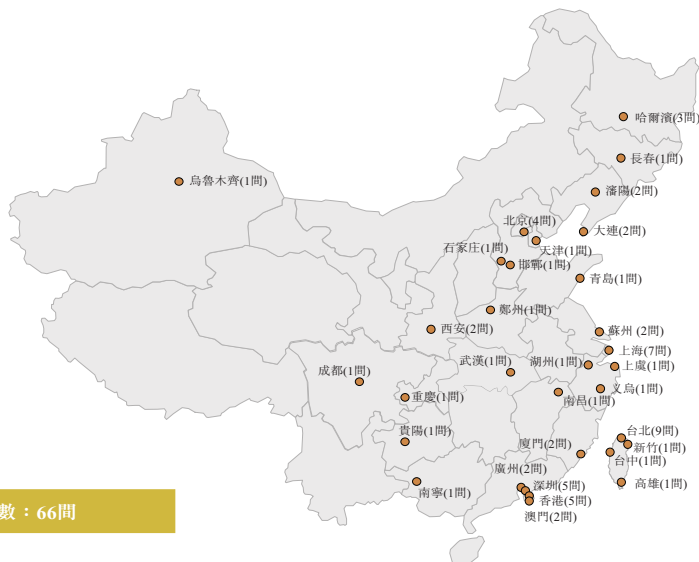
本集團於二零零九年九月三十日的零售網絡

授權詳情

- 歷史：於一九七零年於日本建立。於二零零八年十二月三十一日，D'urban 在日本的主要城市如廣島、京都、名古屋、大阪、札幌、仙台、東京及橫濱擁有189間店舖。D'urban 從歐洲享有盛譽的成衣業淵遠傳統中獲取靈感。D'urban 品牌的目標客戶為嚮往成熟簡約、休閒雅緻及現代保守的男仕。
- 產品範圍：以男仕服裝為主，以簡約及優雅為特色，目標客戶群是大都會的男士
- 中國內地的47間店舖，香港的5間店舖、澳門的2間店舖及台灣的12間店舖
- 授權覆蓋區域：中國內地、香港、澳門、台灣、澳洲及新西蘭
- 就大中華區而言：
 - 授權：獨家製造、分銷、批發及零售的權利
 - 授權期限：自二零零七年三月一日起為期十年。每十年自動重續。下一重續日期將為二零一七年三月一日
- 就澳洲及新西蘭而言：
 - 授權：非獨家製造權、獨家市場推廣及銷售權
 - 授權期限：二零零八年九月一日至二零一六年十二月三十一日，在條件規限下自動重續，該等條件包括要求品牌擁有人與本集團至少於授權協議屆滿前十八個月就是否重續協議進行互相協商
- 自二十世紀八十年代中期以來與本集團在亞洲維持零售關係

與本集團的關係

本集團的 D'urban 零售網絡





GIEVES & HAWKES

No.1 SAVILE ROW LONDON

品牌概況

- 歷史：一間於一七七一年於倫敦建立的高級英國時裝商店。Gieves & Hawkes 在英國的旗艦店位於薩維爾街1號，如今為英國最古老的西裝零售店之一
- Gieves & Hawkes 乃國際認可的品牌，於二零零八年十二月三十一日在英國擁有19間店舖及特許權店，於中東、俄羅斯、愛爾蘭及亞洲亦擁有直銷店
- Gieves & Hawkes 獲授權使用三枚皇室授權徽章，分別為女皇、愛丁堡公爵及威爾士王子。皇室授權徽章僅頒發予為英國皇室家族提供服裝的品牌，自一八零九年首次頒發徽章以來，Gieves & Hawkes 已獲授權使用一枚或多枚皇室授權徽章
- 產品範圍：以男仕服裝為主，包括定制及按客戶要求製作等服務

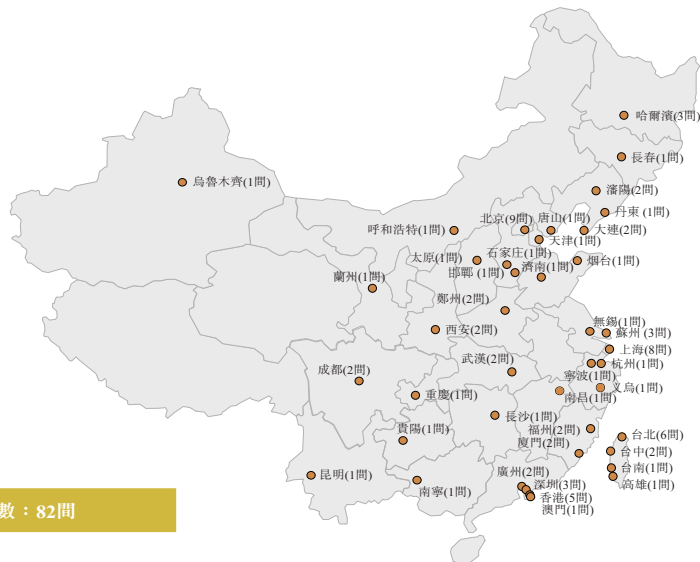
本集團於二零零九年九月三十日的零售網絡

授權詳情

- 中國內地的66間店舖，香港的5間店舖、澳門的1間店舖及台灣的10間店舖
- 授權：獨家製造、批發及／或零售的權利
- 授權覆蓋區域：中國內地、香港、澳門及台灣(不包括該等區域內的機場或港口免稅區)以及澳洲及新西蘭
- 授權期限：自二零零六年九月一日起至二零一二年八月三十一日，在條件規限下重續，該等條件包括要求特定期間內的若干銷售數據不得少於協議中所規定的數額
- 自二十世紀八十年代中期以來與本集團在亞洲維持零售關係

與本集團的關係

本集團的 Gieves & Hawkes 零售網絡



INTERMEZZO



品牌概況

- 歷史：一九七一年於日本建立。於二零零八年十二月三十一日，Intermezzo 在日本的主要城市擁有160間店舖。Intermezzo 的系列包括時髦、多用途及舒適的成人休閒服裝。
- 產品範圍：以當代風格的男仕服裝為主，包括別致及舒適的休閒服

本集團於二零零九年九月三十日的零售網絡

- 中國內地的12間店舖及香港的2間店舖

授權詳情

- 授權：獨家製造、分銷、批發及零售的權利
- 授權覆蓋區域：中國內地、香港、澳門及台灣
- 授權期限：自二零零七年三月一日起為期十年，每十年自動重續。下一重續日期將為二零一七年三月一日

與本集團的關係

- 自二十世紀七十年代以來與本集團在亞洲維持零售關係

本集團的 Intermezzo 零售網絡



大中華區店舖總數：14間

合營企業品牌概況

由合營企業經營的合營企業品牌概況載列如下：

Salvatore Ferragamo



品牌概況

- 歷史：由設計師 Salvatore Ferragamo 於一九二七年創立的世界聞名的意大利豪華品牌，以皮革製品聞名。於二零零八年十二月三十一日，Salvatore Ferragamo 在超過55個國家中擁有由超過450間店舖組成的全球網絡。

- 產品範圍：男仕服裝、女裝及皮革製品

本集團於二零零九年九月三十日的零售網絡

- 南韓的27間店舖，新加坡的4間店舖，馬來西亞的3間店舖及泰國的3間店舖

合營企業合約詳情

- 合營企業合約期限：直至二零一二年十二月三十一日將繼續有效，除非任何一方提前十二個月通知以終止協議，否則可重續五年期限

- 本集團與 Salvatore Ferragamo 品牌擁有人根據各自於合營企業的股權分享來自合營企業的溢利

與本集團的關係

- 二十世紀八十年代中期，當 Salvatore Ferragamo 在亞洲的第一間店舖於一九八六年在新加坡開業時，Salvatore Ferragamo 集團與母集團（及其前身）之間的零售關係已開始。自此，該品牌已擴張至馬來西亞、南韓及泰國

- Salvatore Ferragamo 集團及本集團各擁有合營企業的50%權益

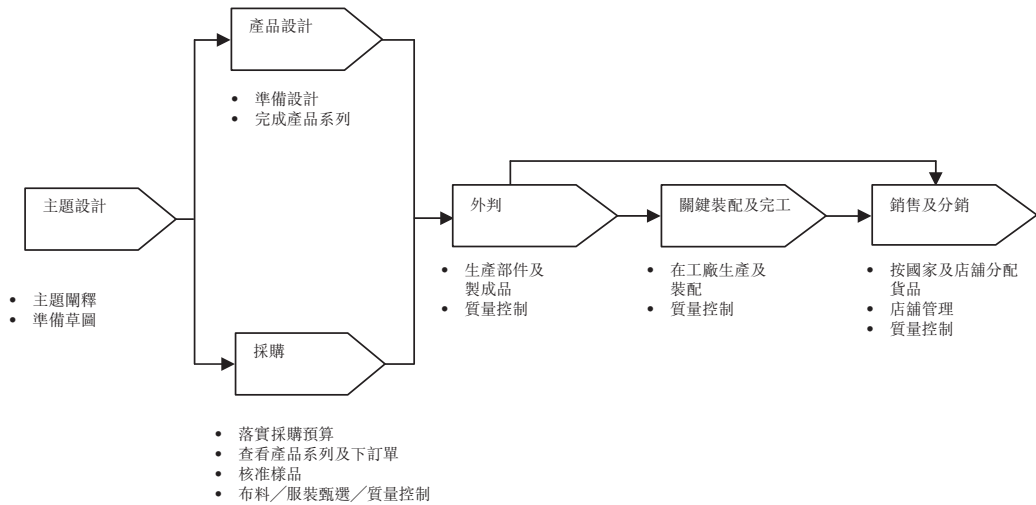
合營企業在亞洲的 Salvatore Ferragamo 零售網絡



合營企業在亞洲的店舖總數：37間

本集團的垂直整合業務模式

在管理及經營品牌時，本集團主要採用垂直整合業務模式，包括以下階段：主題及產品設計、採購、外判、關鍵裝配及完工、及銷售及分銷。本集團的業務模式圖截列如下：



如上圖所示，本集團管理品牌供應鏈的不同階段，從季節主題及產品設計、採購、關鍵裝配及完工、市場推廣與促銷到銷售及分銷。不論為本集團自有或授權品牌，本集團均實質上採用上述業務模式管理及經營。

收購 Kent & Curwen 品牌的所有權令本集團有完全的自由以實施本集團的業務策略及管理 Kent & Curwen 品牌，尤其是針對大中華區市場。關於授權品牌，即 Altea、Cerruti 1881、D'urban、Gieves & Hawkes 及 Intermezzo，本集團須按合約不時從相關品牌擁有人取得各階段的主題及產品設計、產品安排及促銷，及／或產品銷售及分銷等方面的若干批准。然而，本集團認為，對於此等合約中須獲得批准的規定事實上不會影響其管理授權品牌的能力及效率。與本集團業務模式有關的風險的詳情，請參閱本招股章程「風險因素 — 與本集團有關的風險」一節。

Salvatore Ferragamo 產品的零售業務由合營企業經營。合營企業對 Salvatore Ferragamo 品牌採用「進口及分銷」業務模式。根據該業務模式，合營企業直接向 Salvatore Ferragamo 集團或彼等指定的授權經銷商採購 Salvatore Ferragamo 品牌的製成品以於南韓、新加坡、馬來西亞及泰國進行分銷。與合營企業有關的風險的詳情，請參閱本招股章程內「風險因素 — 與本集團有關的風險」一節。

主題及產品設計

通常每年分為兩季時尚系列，即秋／冬季產品系列及春／夏季產品系列。本集團於該等季節開始前約十二個月開始準備新產品系列。

本集團於其經營市場上所出售的多款服裝產品乃由本集團設計。本集團的各個品牌皆擁有一支專門的設計團隊，定期與本集團委聘的國際設計師或各自的品牌擁有人(有關授權品牌)就各個新系列的主題進行合作。

本集團各季節的大部份服裝產品的主題及產品設計流程一般在收到各自的國際設計師／品牌擁有人的主題／草圖後開始，該等主題／草圖突出各品牌於下一季節的建議主題及特色。根據設計團隊對此等基本主題／草圖的品牌主題的詮釋，從而對各品牌的設計進行深化並製成樣品。然後設計團隊與各自的國際設計師及品牌擁有人的海外設計團隊合作，最後完成樣品並確保最終產品的設計可反映品牌的商標質量，及同時迎合亞洲人士的喜好，符合本集團目標客戶的身形及尺碼。

本集團的配飾(如領帶、皮帶及鞋子)由各品牌的授權經銷商授權的廠家進行設計及生產該等產品，或由本集團設計，然後外判予第三方製造商進行生產。

採購

本集團的跟單團隊透過與本集團的設計團隊緊密合作以履行本集團的採購及跟單職能。

原材料及產品部件的選擇乃取決於特定產品的概念、規格及預期定價。當採購預算確認，本集團從適合的原材料供應商及外判製造商以具競爭力的價格選擇及採購高品質布料及產品部件。本集團的採購及跟單團隊及產品開發團隊經常參加布料展覽並檢視來自不同供應商及製造商的產品，以確保彼等能採購優質的原材料及產品部件。

布料乃本集團生產產品部件所用的主要原材料。用於本集團產品的大部份布料皆採購自歐洲。一經採購，布料即運送至外判製造商處進行產品部件及製成品生產。然後所有完工的產品部件則運至本集團位於香港的關鍵裝配及完工工廠，進行最後裝配或製成品。

本集團的採購及跟單團隊和產品開發團隊亦負責直接向其他廠商(為各品牌生產該等產品的授權製造商)採購若干由本集團出售的配飾及服裝產品。採購決策乃根據為各品牌所釐定的預算及該等廠商的產能而定。

外判

誠如本招股章程「歷史、重組及集團架構」一節所載作為本集團重組成果的一部分，本集團保留設計職能但將(i)其大部份服裝產品的產品部件及(ii)若干類型的服裝產品(如T恤和針織服裝)的生產外判予第三方製造商。

就產品部件的生產而言，本集團通常負責採購及運送布料等原材料至外判製造商，外判製造商根據本集團的要求將原料加工並製成產品部件。隨後將產品部件交付予本集團位於香港的工廠進行關鍵裝配及完工。所有該等產品部件現由 Lever Style 生產，該公司從事為國際服飾品牌(包括本集團的品牌)製造襯衫、部件及其他成衣貨品。

就服裝產品(如T恤和針織服裝)的生產而言，本集團可能(i)採購及運送布料等原材料予外判製造商，以供其製造或(ii)將全部工序(即從採購布料至製造服裝產品)外判予外判製造商。產品部件從下訂單到交貨日一般不超過兩個月，而服裝產品的週期一般為四至六個月，需視所訂的產品部件及服裝產品類型而定。

本集團將透過派遣員工前往外判製造商的生產工廠進行定期的質量控制檢查，以確保外判製造商製造的產品部件及製成的服裝產品的質量控制，且本集團將於自外判製造商處接收產品時檢查已完工的產品部件及製成的服裝產品。

本集團委聘外判製造商並於接收已完工的產品部件或製成的服裝產品時根據協議支付條款向彼等支付款項。為維持其靈活性，本集團與外判製造商並無訂立任何獨家外判協議。

透過該等外判安排，本集團可專注於其認為能提高產品價值的關鍵裝配及完工工序。

本集團的供應商

截至二零零八年十二月三十一日止三個年度各年及截至二零零九年六月三十日止六個月，本集團五大供應商(於最後實際可行日期，全部為獨立第三方)分別佔本集團採購總量的約74.9%、47.7%、31.1%及37.1%，而本集團的最大供應商於各該等期間佔本集團採購總量的43.6%、27.3%、8.4%及10.8%。本集團的五大供應商包括布料、服裝及服裝產品的外判製造商及供應商。

截至二零零八年十二月三十一日止兩個年度及截至二零零九年六月三十日止六個月，Lever Style 均為本集團的五大供應商。Lever Style 為獨立第三方，Fung Trinity Holdings (母集團的一家成員公司)持有其已發行普通股的25%，而餘下75%已發行普通股由 Lever Style Holdings Limited 持有。Fung Trinity Holdings 亦持有 Lever Style 100%的已發行有限表決權優先股(「有限表決權股份」)。

有限表決權股份持有人並不擁有任何表決權，惟就公司清盤、減低股本或更改或廢除有限表決權股份所附帶的任何特別權利進行表決的權利除外。彼等亦無權獲派付任何股息。資本回報清算時，有限表決權股份持有人僅於償清公司負債及清算相關的成本及費用後方有權取得彼等已繳足有限表決權股份的認購價。於支付普通股持有人的已繳足普通股的認購價及派付所有未償付股息後，有限表決權股份持有人無權獲分配任何剩餘資產(如有)。全部有限表決權股份須由 Lever Style 於其組織章程大綱及細則採納日期起五年內或清算事件發生時(以較早者為準)按認購價贖回，清算事件指(i) 任何實體(不論是法人團體、基金或可支持交易證券發行的其他形式實體)證券在任何司法權區的公開發行，其中 Lever Style 全部或任何大部份的證券或業務構成或代表發行實體任何重大部份的資產，或組成或承載該發行實體任何重大部份的收入或利潤；或(ii)透過發行債務證券或其他工具，或以銀行借貸對 Lever Style 的全部或幾乎全部債務進行再融資。

鑒於有限表決權股份於表決、利潤分派及剩餘資產分配方面所附帶的有限權利，有限表決權股份就性質而言為一項債務而非權益。此外，有限表決權股份持有人概無獲授予任何 Lever Style 的管理權。

於作出一切合理查詢後，就董事所知，Lever Style Holdings Limited 及其最終實益擁有人與李氏家族概無任何關係。董事確認本集團從 Lever Style 採購乃按公平原則且依照提供予其他供應商的並非更有利的普通商業條款進行，並於截至二零零八年十二月三十一日止兩個年度各年以及截至二零零九年六月三十日止六個月分別佔本集團採購總量的約26.8%、8.4%及10.8%。

本集團五大供應商亦包括萬邦製衣廠有限公司及I.D.D. Italia S. R. L.。萬邦製衣廠有限公司於二零零七年六月前為本集團最終控股公司的附屬公司，而I.D.D. Italia S. R. L.則為Renown的全資附屬公司。於二零零八年一月二十九日前，Renown 擁有Trinity China (BVI) (本公司擁有51%權益的公司)49%權益。截至最後實際可行日期，Renown 持有本公司2.22%權益，且於Trinity China (BVI)並無任何權益。萬邦製衣廠有限公司分別佔本集團截至二零零七年十二月三十一日止兩個年度各年的採購總額約43.6%及約10.8%，而I.D.D. Italia S. R. L.則佔本集團截至二零零七年十二月三十一日止年度的採購總額約4.3%。

關鍵裝配及完工

本集團目前在香港經營兩間關鍵裝配及完工設施，總樓面積約佔58,000平方呎。

該等設施的典型運作程序如下：

- 待本集團收到產品部件後，將該等部件縫合成半製成品。該等半成品隨後將予以檢查，作為質量控制程序的一部份，以確保其可供用於完工工序。

- 在完工階段，將半成製品熨壓及加上鈕扣及其他部件。
- 在所有製成品進行包裝及交至本集團倉庫前進行最終質量控制檢查。

本集團認為關鍵裝配及完工過程乃為產品(尤其是男仕西裝)增加最多價值的工序。因此，本集團決定保留其位於香港的有關產品(例如西裝、西裝上衣、外套、夾克、大衣及褲子)的關鍵裝配及完工設施，以確保產品保持一貫的高品質標準。關鍵裝配及完工設施的所有工人均具有豐富的經驗，整體擁有平均逾十年的相關經驗。部份主要員工，例如，Trinity (Business Wear) 及 Trinity (Casual Wear) 的生產部董事林浩明先生擁有逾30年的西裝生產及製造管理經驗，彼負責監管西裝及休閒裝的關鍵裝配及完工。

市場推廣及促銷

本集團擁有專門的市場推廣團隊，負責各品牌的市場推廣及促銷活動。此外，由於各品牌在各自的海外市場皆享有盛譽，本集團亦於經營所在市場利用品牌知名度以對產品進行促銷。此外，本集團在發起及進行市場推廣主題時會徵詢其設計團隊的意見。就授權品牌而言，本集團在進行其自身的市場推廣活動時通常使用品牌擁有人提供予本集團的促銷資料。

本集團就品牌進行的主要市場推廣及促銷活動包括以下各項：

活動贊助

本集團定期對吸引本集團目標客戶的一次性活動提供贊助。例如，本集團於二零零八年北京奧運會贊助提供香港代表團 Kent & Curwen 品牌的制服。本集團亦將於二零一零年一月與香港賽馬會聯合舉辦 Kent & Curwen 賽馬日。本集團亦委任世界知名網球運動員拉菲爾·納達爾先生擔任 Cerruti 1881 的全球大使。世界著名網球選手拉菲爾·納達爾亦是 Cerruti 1881 品牌的知名客戶。本集團相信，品牌可受惠於某些盛大且廣泛宣傳的活動。

長期惠顧計劃

由於本集團相信客戶忠誠度對高級至奢華男仕服裝市場而言相當重要，故本集團對中國內地、香港及台灣的各品牌皆採用個別的長期惠顧計劃。該等長期惠顧計劃向會員提供折扣及可能要求最低年度消費以延續其會員資格。本集團亦為其會員進行特定的促銷活動，包括貴賓銷售活動及寄送新季節的產品目錄。

媒體廣告

本集團在時裝雜誌、報紙、廣告牌及高銷量的雜誌上刊登廣告以提升品牌在目標客戶中的知名度。

時裝表演

就本集團經驗所得，品牌的時裝表演可以透過媒體重點報導來提升品牌知名度。於往績記錄期間，品牌已經舉行多次時裝表演，包括於北京舉行的「Kent & Curwen 2007年秋／冬季時裝表演」及於上海舉行的「D'urban 2008年春／夏季時裝表演」。該等時裝表演為單一品牌活動，展示該品牌的最新設計及色彩主題。當地名流、設計師、媒體及時裝雜誌的編輯均被邀請參與以吸引媒體更廣泛報導。

其他促銷活動

本集團不時進行其他促銷活動。例如，本集團邀請品牌擁有人的設計師參加香港促銷活動。本集團亦與百貨公司及購物中心業主合作參與若干季節性的促銷活動。

銷售及分銷

零售

本集團在中國內地、香港及台灣擁有廣泛的高級至奢華男仕服裝零售網絡。合營企業亦覆蓋了南韓及若干東南亞國家(比如馬來西亞、新加坡及泰國)的男裝、女裝及皮革製品市場。

下表載列本集團及合營企業於二零零九年九月三十日按地域及品牌劃分的零售店舖明細：

地區	本集團						合營企業	總計
	Altea	Cerruti 1881	D'urban	Gieves & Hawkes	Intermezzo	Kent & Curwen	Salvatore Ferragamo	
華東 ⁽¹⁾	—	26	15	21	5	24	—	91
華南 ⁽²⁾	—	11	10	10	4	14	—	49
華西 ⁽³⁾	—	9	6	9	2	11	—	37
華北 ⁽⁴⁾	3	25	16	26	1	23	—	94
中國內地小計	3	71	47	66	12	72	—	271
香港	2	6	5	5	2	11	—	31
澳門	—	2	2	1	—	2	—	7
台灣	—	12	12	10	—	10	—	44
本集團總計	5	91	66	82	14	95	—	353
南韓及東南亞 ⁽⁵⁾	—	—	—	—	—	—	37	37
本集團及合營企業總計	5	91	66	82	14	95	37	390

附註：

- (1) 華東地區包括長沙、常州、杭州、湖州、南昌、南京、寧波、上海、上虞、蘇州、武漢、無錫、義烏及鄭州。
- (2) 華南地區包括福州、廣州、南寧、深圳及廈門。
- (3) 華西地區包括成都、重慶、貴陽、昆明、蘭州、烏魯木齊及西安。
- (4) 華北地區包括北京、長春、大連、丹東、邯鄲、哈爾濱、呼和浩特、濟南、青島、瀋陽、石家莊、太原、唐山、天津及烟台。
- (5) 東南亞地區包括新加坡、馬來西亞及泰國；及於南韓及東南亞地區的零售店舖目前由合營企業經營。

零售店舖的位置及佈局

本集團的零售店舖皆位於百貨公司及購物中心，且通常接近其他競爭的奢華品牌。物業開發商及百貨商場將本集團視作其核心租戶。本集團各品牌內所有零售店舖，從店舖店面設計及色彩以至貨品陳列及員工制服，皆呈現出一致且與眾不同的視覺形象。

品牌直銷折扣店

於二零零九年九月三十日，本集團的零售店舖包括香港、成都、上海、北京、蘇州、重慶、長沙及台灣的27間品牌直銷折扣店。該等品牌直銷折扣店主要為單一品牌，一般位於城市的郊區，且一般較本集團的其他零售店舖規模大。

當前季節內的產品一般將繼續於本集團的零售店舖中出售。當產品的設計過時且不再反映當前季節的潮流及時尚時，本集團將其產品列為去季產品。去季產品可遷至本集團的品牌直銷折扣店銷售。

零售店舖的管理

本集團直接管理其零售店舖。各品牌由其自身的專門零售團隊提供支援，該等團隊通常由一位品牌董事總經理、區域品牌經理及零售品牌經理組成。

本集團位於香港的總部主要負責(其中包括其他活動)有關零售網絡管理的業務決策，決策涉及業務策略制定、市場分部識別及分析、資訊科技、員工招聘、培訓及晉升、內部監控、品牌預算及後勤分配安排及管理。

本集團位於香港的總部由品牌總監／品牌董事總經理領導，總部會制定宏觀品牌零售策略。各品牌由其自身的區域品牌經理提供支援，該等經理以本集團各自的地區總部為基地。該等區域品牌經理直接向駐香港的相應品牌董事總經理匯報。該等區域品牌經理的職責包括實施本集團總部制定的策略、就存貨控制、物流管理、招聘及晉升作出執行決策。零售品牌經理向區域品牌經理匯報，各人負責管理本集團的許多零售店舖並直接參與該等零售店舖的營運及管理。

截至二零零八年十二月三十一日止三個年度各年及截至二零零九年六月三十日止六個月，核心業務已付百貨公司／購物中心的租賃費用分別約為155.3百萬港元、244.9百萬港元、311.8百萬港元及163.7百萬港元。

本集團核心業務零售店舖的租金按附帶或不附帶最低固定金額的可變租金或固定租金支付。就支付附帶最低固定金額的可變租金的店舖而言，倘營業額低於已釐定的下限，則該店舖將支付最低租金。倘店舖的營業額高於該下限，則該店舖的租金將為營業額的某

一百分比。就支付不附帶最低固定金額的可變租金的店舖而言，概無任何預定下限，因此本集團並無任何約定支付的租金，租金將按營業額的某一百分比支付。就支付固定租金的店舖而言，租金並不隨營業額變動，而是以協定數額支付。本集團應付固定及可變租金的租賃比例以及於二零零九年九月三十日該等租賃的到期年份之概要請參閱「財務資料 — 銷售及營銷開支」。

由品牌主導的定價政策

各品牌擁有其自身的專門管理層團隊為各個季節審閱及制定定價政策。本集團產品的零售價格乃按照總部所訂水平並參考品牌規格、生產成本、競爭對手的零售價格、預期市場趨勢及預期市場需求等因素而釐定。

除在本集團的品牌直銷折扣店裏所出售產品的折扣外，本集團亦於夏／冬時令在其所有零售店舖中提供季節性折扣。根據本集團的長期惠顧計劃，通常亦會給貴賓會員提供一定的折扣。本集團亦定期檢討其競爭對手設定的價格，同時提供折扣以確保其價格的競爭力。

其他業務

本集團亦從事下列業務，截至二零零八年十二月三十一日止年度及截至二零零九年六月三十日止六個月該等業務於核心業務總收入中分別約佔2.7%及0.9%：

- (i) *批發業務*：本集團透過一名分銷商在澳洲及新西蘭銷售 D'urban、Gieves & Hawkes 及 Kent & Curwen 品牌的產品；
- (ii) *制服業務*：本集團向香港及澳門的大型企業客戶銷售制服。該等制服的生產全部外判。本集團於二零零九年四月終止此制服業務；及
- (iii) *管理服務*：本集團向母集團提供有關自有品牌的管理服務。

本集團的客戶

由於本集團業務的性質為主要集中於零售銷售，因此本集團的客戶主要為零售客戶。

存貨控制

由於本集團的產品受到季節性及顧客喜好變化所規限，本集團的銷售量也不斷波動，從而影響存貨水平。本集團相信保持最佳存貨水平對其整體盈利能力而言至為重要。因此，

各品牌皆擁有自身專門的管理層團隊，以便在考慮到未來數月的預期銷售額後釐定各品牌的最佳存貨水平及相應調整各品牌的存貨水平。團隊的角色亦為識別及力求修正相關品牌存貨管理中的低效率之處以使貨齡及存貨量達致理想水平。本集團的存貨控制政策載列如下：

- (i) 由於核心業務經營高級至奢華男仕服裝分類，且若干過季產品繼續在零售店(品牌直銷折扣店除外)出售，故其銷售的產品不易受時尚趨勢多變的影響；
- (ii) 核心業務管理層(包括本集團的首席財務官及董事總經理)每月檢視查看過時存貨的水平並設定具體目標以減少出現過多的過時產品(因季節性而有所不同)，如於百貨公司設立特許專櫃以舉行特賣及為本集團員工舉辦私人銷售活動。本集團會不時評核銷售及需求水平，以釐定理想的存貨水平及制定相關策略，以達致該目標水平。本集團亦旨在對各季銷量以及所需的原材料及製成品水平作出更加準確的估計，以確保擁有最佳的存貨水平，從而縮短存貨期及嚴格控制採購程序；及
- (iii) 核心業務已於大中華區設立品牌直銷折扣店出售過剩的往季產品。

現金控制

現金管理

本集團每日處理數目龐大的現金及信用卡交易。因此本集團對其現金管理保持嚴格監控至為關鍵。本集團銀行結餘的日報單由本集團財務人員編製並經管理層審閱。亦須編製月度現金流預測以便於本集團現金流的管理。

現金收款

百貨公司中的店舖

銷售所得款項首先由百貨公司進行收集，一般於兩個月內將扣除每月租金及任何其他相關費用及開支後的每月銷售款項支付予本集團。每月租金乃按本集團商店編製的每月銷售收據的約定百分比計算。應收百貨公司銷售收入及應付百貨公司每月租金的金額透過本集團銷售點系統所錄入的月度銷售額與百貨公司所錄入的銷售額進行對賬來核查。

於往績記錄期間，本集團未曾收取自百貨公司銷售所得款項的過程中遭受任何重大拖欠。

位於購物中心的店舖

就本集團的其他店舖而言，主要位於購物中心及品牌直銷折扣店，購買商品時以現金、信用卡或借記卡支付銷售款項。本集團已經採取嚴格的內部監控程序來處理店舖的已收現金，該等程序包括以下各項：

- 所有現金款項每天存入指定的銀行；
- 每天將銷售點系統記錄的銷售額與實際現金所得款項進行對賬；
- 使用連號銷售收據來核對銷售金額及現金所得款項；
- 由員工定期檢查對比現金所得款項及現金存款記錄，及隨機抽查銷售金額以確保銷售點系統正確記錄銷售額；
- 僅於獲得銀行／卡務營運商的在線批准後方接受借記卡或信用卡付款；及
- 核查銀行對賬單及借記卡或信用卡進行的結算，以確保收據正確。如有偏差，將與銀行／卡務營運商跟進。

現金支付

為對所有現金支付保持嚴格監控，本集團僅允許台灣的地區管理辦公室進行特定限額的支付。超過特定限額的支付僅可由本集團於香港總部的財務部門作出安排。

內部監控及風險管理

董事會認同內部監控對保護股東權益及管理業務風險的重要性。

董事會已將內控系統、營運及合規控制及風險管理程序的實施指派給本集團的高級管理層。本集團的合資格人士持續維護並監控該等控制體系。於二零零九年一月一日成立的審核委員會對審閱本集團內部控制及風險管理的充分性及完整性承擔所有責任。

在集團監察總裁(彼於二零零七年十月二十四日獲委任)的監督下，本集團公司監察組中的企業管治團隊進行定期審核檢查，該等檢查涵蓋包括財務、營運及合規控制及風險管理職能在內的所有重大監控。檢查的目的乃為評估該等體系的充分性及有效性及是否符合該等體系的規定。集團監察總裁向審核委員會報告所有重大發現並提出建議，而企業管治團隊則監控該等建議的實施。

質量控制

本集團相信其對質量控制的承諾乃成功的主要因素之一。因此，本集團已建立一套嚴格的質量控制體系及一套質量標準。

本集團進行以下質量控制核查：

- **各生產階段的質量控制**

本集團採取措施如(a)在接受使用之前檢查原材料及組件；(b)在各生產階段檢查產品以確保產品質量令人滿意；(c)派遣人員駐外判製造商的生產工廠進行定期的現場質量控制檢查；及(d)於完成生產程序時檢查製成品的穩定性及質量。

- **在本集團零售店鋪進行的質量控制**

本集團各零售店鋪的人員負責在接收產品時，關於產品在獲接納及出售予顧客前，檢查各產品。

本集團遵守營運所在國家相關客戶保護法例的商品退貨政策。本集團的銷售團隊亦獲得培訓以處理任何可能來自客戶的投訴，包括驗證商品被認為存在的任何缺點。

管理資訊系統

本集團擁有多套管理資訊系統以支援其業務，主要包括一套實時銷售點系統及一套會計系統。本集團的零售店鋪皆設置有銷售點終端機以及時記錄及收集銷售詳情及存貨動態。銷售系統與會計系統相連接，以銷售點系統每日報告形式(可按表現、品牌、店鋪及地區分類)及月度銷售報告形式(可按目錄分類)為各零售店鋪及本集團管理層提供經處理的資料。按零售店鋪及本集團管理層的要求進行資料分類的能力使其得以(其中包括)更好的追蹤及分析產品溢利、顧客喜好及需求，以及支援存貨、採購及物流管理。此外，作為進一步加強本集團的管理資訊系統，本集團已於二零零八年七月實施分銷及倉庫管理系統，該系統將訂單規劃、存貨控制及貨品計價功能結合起來。於二零零九年七月，本集團亦推行採購信息系統，使本集團能夠有效地計劃原材料及製成品採購，並可密切監控其採購流程，以更好地管理採購的數量、質量及時間安排。

競爭

亞洲的高級至奢華男仕服裝行業與國內及國際同業者之間的競爭非常激烈，進入這個行業一般沒有很高的壁壘。競爭一般在產品質量、定價、店鋪位置、促銷活動及客戶服

務方面。本集團的競爭對手可能在特定的目標市場有所專長，在其細分市場中，透過對顧客的需要及喜好作出更迅速的反應，可擁有建立更密切客戶關係的更強能力。

特別是中國加入世貿組織及中國內地的零售行業對外國企業開放以後，本集團在中國內地的業務面臨更大競爭。該等外國公司包括國際知名的服飾品牌，大部份擁有更多資本資源且在零售業務經營方面經驗更為豐富。該等外國品牌的進入給予客戶更多服飾產品選擇，因此競爭更為劇烈。任何競爭加劇將為本集團產品的定價帶來壓力，並嚴重影響本集團的盈利能力。

儘管如此，由於擁有集中的男仕服裝品牌組合、已建立的零售網絡、綜合的供應鏈、「後台資源共享平台」及經驗豐富的管理層，本集團相信相對其競爭對手而言擁有明顯的競爭優勢。尤其是本集團通過調節其高級至奢華國際品牌的組合可使其產品脫穎而出。本集團透過其於大中華的廣泛零售網絡與客戶緊密聯繫。本集團透過其垂直整合的經營模式及「後台資源共享平台」享有規模經濟及較低營運成本。此外，本集團由一支經驗豐富管理層團隊領導。因此，董事相信本集團的競爭優勢為其他競爭者的進入設置了相當高的壁壘。

保險

本集團購買涵蓋包括財產損失、失竊、損壞（例如本集團的固定資產及本集團所有零售店舖、倉庫及工廠中的存貨）等風險的保險。本集團相信其保險覆蓋範圍對其營運而言乃屬足夠，及截至二零零九年九月三十日本集團未曾作出或遭受重大保險索償。

環境保護及監管事務

就本集團的產品部件而言，本集團並無擁有或營運任何製造設施。本集團在香港操作關鍵裝配及完工設施，而該等設施則採用蒸汽鍋爐。本集團已就使用上述蒸汽鍋爐而遵守所有法定要求。本集團相信，上述關鍵裝配及完工設施並不會對環境產生任何重大不利影響的危害。本集團認為其環境保護措施足以符合所有適用的香港法例及法規要求。於最後實際可行日期，本集團並不知悉本集團有任何違反任何香港適用環境法律或法規的行為。

根據有關中國法律法規，在中國從事零售業務的外商投資企業須遵守《外商投資商業領域管理辦法》商務部令[2004]第8號及其四項補充規定。根據該法律，外商投資商業企業須滿足下列條件：(i)最低註冊資本符合中國公司法的規定；(ii)外商投資企業所適用的註冊資本與總投資額之間的固定比率；及(iii)外商投資商業企業的期限不得超過三十年。此外，就該等需要開設店舖的外商投資商業企業而言，則須滿足下列條件：(i)必須符合即將開設店

舖所在地的城市發展及城市商業發展的規定；(ii)及時參加並通過外商投資企業聯合年檢；及(iii)註冊資本必須全額繳足。成立外商投資商業企業，以及該等外商投資商業企業開設店舖須獲得中國商務部或其指定的地方省級商務廳的批准。本公司確認，本集團已取得與上述中國規定有關的一切批文及許可證，並已遵守該等中國法律及法規。

除上文披露者外，本集團毋須就其經營所在司法權區的零售業務特別遵守任何規則或法規。

知識產權

本集團的知識產權詳情於本招股章程附錄六「法定及一般資料 — B.有關業務的其他資料 — 2.知識產權」一節中有更詳細記載。

物業權益

於二零零九年九月三十日，本集團在香港擁有一項用於住宅用途、樓面面積約為59.36平方米的物業。

於二零零九年九月三十日，本集團在香港租賃一項總樓面面積約為18,453平方米的物業，其中5,387平方米用作關鍵裝配及完工設施，10,279平方米用作附屬辦公室及倉庫，該物業的餘下部份2,787平方米及停車位轉租予 Branded Lifestyle HK及Lever Style 的一家附屬公司。

於二零零九年九月三十日，本集團亦在中國內地、香港、台灣及新加坡根據協議租賃或持有28項總樓面面積約為9,301.11平方米的物業，用作倉儲、住宅及辦公樓。

於二零零九年九月三十日，本集團在中國內地、香港、台灣及澳門根據協議租賃或持有347項總樓面面積約為33,610.19平方米的物業，用作零售。

除本招股章程「關連交易」一節所披露的租約以外，其餘租約皆與作為獨立第三方的出租人訂立。

於二零零九年九月三十日，總樓面面積約為3,743.55平方米的24項租賃物業的租賃尚未於中國內地有關機構進行登記。於此等24項物業中，其中4項與辦公室房產有關，15項與店舖房產有關及5項與倉庫有關。本公司認為，未登記租賃對本集團的業務影響不重大，其原因是於截至二零零八年十二月三十一日止年度該等未登記租賃項下的店舖對核心業務收入及店舖貢獻溢利佔不足5%。根據相關的中國法律及法規，此等登記及備案乃業主的責任。儘管本集團已經要求其業主辦理登記及備案手續，但本集團仍無法確定業主會否及將於何時完成該等登記及備案。本集團的中國法律顧問已向本集團提出意見，根據中國法律，業主未能就此等租賃進行登記及備案將不會使作為承租人的本集團遭受任何處罰，也不會致使租賃協議失效。因此，根據相關租賃協議租賃的此等租賃物業乃有效且可由本集團佔

用，就本集團佔用該租賃物業而言並無任何法律障礙。然而，根據相關中國法律及法規，未曾登記的租賃對於第三方如租賃物業的承押人並不具約束力。在該等情況下，儘管由於業主違反業主與本集團之間訂立的租賃協議，本集團有權獲得業主補償，倘該物業被用於抵押且隨後被承押人出售，則本集團並無任何要求繼續租賃的權利。本集團並無非法使用租賃物業，且租賃物業不受任何司法或行政沒收命令規限。

本集團認為由於業主未就租賃進行登記而致使本集團被驅逐出該等租賃物業的風險有限。倘本集團由於缺乏必要的登記而無法使用任何該等物業，則本集團將尋找其他代替物業。於最後實際可行日期，本集團未曾遭遇任何問題、驅逐或罰款。即使本集團因無法就租賃進行登記而產生任何爭端導致無法繼續租賃該等物業，本集團的中國法律顧問已建議本集團保留對該等租賃物業所付租賃訂金的追索權。