

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)

截至二零一九年十二月三十一日止年度全年業績公告

概要

- 截至二零一九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4,148.42百萬元及人民幣3,011.22百萬元，分別較截至二零一八年十二月三十一日止年度增加64.56%及67.02%。
- 截至二零一九年十二月三十一日止年度的利潤為人民幣393.92百萬元，較截至二零一八年十二月三十一日止年度的人民幣272.31百萬元增加44.66%或人民幣121.61百萬元。截至二零一九年十二月三十一日止年度淨利潤率為9.50%（二零一八年：10.80%）。
- 截至二零一九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699.45百萬元（二零一八年：人民幣400.05百萬元）。
- 截至二零一九年十二月三十一日止年度，每股基本盈利為人民幣69分（二零一八年：人民幣56分）。
- 董事會擬就截至二零一九年十二月三十一日止年度宣派末期股息每股股份16港仙（二零一八年：32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」）截至二零一九年十二月三十一日止年度的綜合財務業績連同二零一八年同期的比較數字如下：

綜合損益表

截至二零一九年十二月三十一日止年度

	附註	二零一九年 人民幣千元	二零一八年 人民幣千元
收益	6	4,148,421	2,520,906
銷售成本		<u>(1,137,197)</u>	<u>(717,946)</u>
毛利		3,011,224	1,802,960
其他收入及收益	6	42,981	38,844
銷售及分銷開支		(2,223,806)	(1,367,655)
行政開支		(308,914)	(149,882)
金融資產減值虧損	7	(488)	(122)
其他開支		(5,677)	(434)
融資成本		<u>(26,060)</u>	<u>(7,972)</u>
除稅前溢利	7	489,260	315,739
所得稅	8	<u>(95,339)</u>	<u>(43,425)</u>
年內溢利		<u>393,921</u>	<u>272,314</u>
以下人士應佔：			
母公司擁有人		405,606	272,759
非控股權益		<u>(11,685)</u>	<u>(445)</u>
年內溢利		<u>393,921</u>	<u>272,314</u>
母公司普通股權益持有人應佔每股盈利	9		
基本			
年內溢利		<u>人民幣69分</u>	<u>人民幣56分</u>
攤薄			
年內溢利		<u>人民幣69分</u>	<u>人民幣56分</u>

綜合全面收益表

截至二零一九年十二月三十一日止年度

	二零一九年 人民幣千元	二零一八年 人民幣千元
年內溢利	<u>393,921</u>	<u>272,314</u>
其他全面虧損		
於其後期間可重新分類至損益的其他全面虧損 換算財務報表產生之匯兌差額	<u>(8,126)</u>	<u>(375)</u>
年內全面收益總額	<u>385,795</u>	<u>271,939</u>
以下人士應佔：		
母公司擁有人	397,480	272,384
非控股權益	<u>(11,685)</u>	<u>(445)</u>
年內全面收益總額	<u>385,795</u>	<u>271,939</u>

綜合財務狀況表

於二零一九年十二月三十一日

	附註	二零一九年 人民幣千元	二零一八年 人民幣千元
非流動資產			
物業、廠房及設備		665,264	155,435
使用權資產		668,778	—
商譽		1,253,540	21,681
其他無形資產		612,309	21,780
預付款項、其他應收款項及其他資產		56,908	21,736
指定為按公允價值計入其他全面收益之 股本投資		43,277	43,277
按公允價值計入損益之金融資產		49,517	—
遞延稅項資產		30,932	17,852
非流動資產總值		<u>3,380,525</u>	<u>281,761</u>
流動資產			
存貨		651,565	460,634
貿易應收款項及應收票據	10	623,445	304,117
預付款項、其他應收款項及其他資產		165,499	65,087
按公允價值計入損益之金融資產		—	30,000
現金及現金等價物		691,327	613,376
流動資產總值		<u>2,131,836</u>	<u>1,473,214</u>
流動負債			
計息銀行及其他借貸		262,185	76,260
貿易應付款項及應付票據	11	198,121	102,682
其他應付款項及應計費用	12	878,325	238,291
租賃負債		357,870	—
應付稅項		99,872	68,654
流動負債總額		<u>1,796,373</u>	<u>485,887</u>
流動資產淨值		<u>335,463</u>	<u>987,327</u>
資產總值減流動負債		<u>3,715,988</u>	<u>1,269,088</u>

綜合財務狀況表

於二零一九年十二月三十一日

	二零一九年 人民幣千元	二零一八年 人民幣千元
非流動負債		
計息銀行借貸	—	21,905
遞延稅項負債	153,836	8,072
租賃負債	206,490	—
其他長期負債	179,159	—
	<u>539,485</u>	<u>29,977</u>
非流動負債總額	539,485	29,977
資產淨值	3,176,503	1,239,111
權益		
母公司擁有人應佔權益		
股本	5,609	3,859
儲備	3,135,343	1,214,866
	<u>3,140,952</u>	<u>1,218,725</u>
非控股權益	35,551	20,386
權益總額	3,176,503	1,239,111

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公司法第22章(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

該等財務報表乃按國際會計準則理事會(「國際會計準則理事會」)頒佈的國際財務報告準則(「國際財務報告準則」)、香港公認會計原則及香港公司條例以及香港聯合交易所有限公司證券上市規則(「上市規則」)之披露規定編製。該等財務報表乃採用歷史成本法編製,惟按公允價值計入其他綜合收益的權益投資及按公允價值計入損益的金融資產乃按公允價值計量。該等財務報表以人民幣(「人民幣」)呈報,所有金額均約整至最接近的千元,另有註明者除外。

3 會計政策變動及披露

本集團已於本年度之財務報表首次採納下列新訂及經修訂準則。

國際財務報告準則第9號修訂	具有負補償的提前還款特性
國際財務報告準則第16號	租賃
國際會計準則第19號修訂	計劃修訂、縮減或結算
國際會計準則第28號修訂	於聯營公司及合營企業之長期權益
國際財務報告詮釋委員會— 詮釋第23號	所得稅處理之不確定性
國際財務報告準則二零一五年 至二零一七年週期之年度改進	國際財務報告準則第3號、國際財務報告準則第11號、 國際會計準則第12號及國際會計準則第23號修訂
國際財務報告準則第3號修訂	業務的定義 ¹

¹ 於二零一九年一月一日開始的年度期間提前採納及生效

國際財務報告準則第9號修訂、國際會計準則第19號修訂及國際會計準則第28號修訂以及國際財務報告準則二零一五年至二零一七年週期之年度改進與本集團財務報表編製無關。

4 已頒佈惟尚未生效的國際財務報告準則

本集團尚未於本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9號、 國際會計準則第39號及 國際財務報告準則第7號修訂本	利率基準改革 ¹
國際財務報告準則第10號及 國際會計準則第28號 (二零一一年)修訂本	投資者與其聯營公司或合資公司之間的資產 出售或注資 ³
國際財務報告準則第17號 國際會計準則第1號及國際 會計準則第8號修訂本	保險合約 ² 重大的定義 ¹

¹ 於二零二零年一月一日或之後開始的年度期間生效

² 於二零二一年一月一日或之後開始的年度期間生效

³ 尚未釐定強制生效日期但可供採納

5 經營分部報告

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，截至二零一九年及二零一八年十二月三十一日止年度，概無來自任何單一外部客戶之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：

	二零一九年 人民幣千元	二零一八年 人民幣千元
客戶合約收益	<u>4,148,421</u>	<u>2,520,906</u>

客戶合約收益

(i) 分拆收益資料

截至二零一九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>4,148,421</u>
地理市場	
中國內地	4,148,026
香港	<u>395</u>
	<u>4,148,421</u>
收益確認時間	
於某一時點轉移之貨物	<u>4,148,421</u>

截至二零一八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	2,520,906
---------	-----------

地理市場

中國內地	2,520,906
------	-----------

收益確認時間

於某一時點轉移之貨物	2,520,906
------------	-----------

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：

	二零一九年 人民幣千元	二零一八年 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	84,586	69,853

(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。

	二零一九年 人民幣千元	二零一八年 人民幣千元
其他收入淨額		
銀行存款利息收入	1,599	2,977
政府補貼收入*	13,634	21,603
按公允價值計入損益的金融資產的其他利息收入	20,757	13,004
租金收入	1,171	—
設計服務收入	2,219	—
其他	3,601	1,260
	42,981	38,844

* 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）以下各項後達至：

	二零一九年 人民幣千元	二零一八年 人民幣千元
已售存貨成本	1,137,197	717,946
物業、廠房及設備折舊	82,566	58,072
使用權資產折舊	310,975	—
其他無形資產攤銷	5,834	5,135
研究及開發成本 [^] ：		
本年度開支	103,134	48,826
並無計入租賃負債計量之租賃付款	691,873	654,138
核數師薪酬	1,929	3,000
僱員福利開支（包括董事薪酬）		
工資及薪金	780,532	452,196
退休計劃供款	41,587	29,518
	822,199	481,714
匯兌虧損淨額 [#]	1,148	103
貿易應收款項減值	488	122
存貨撇銷至可變現淨值 [*]	1,499	3,546
公允價值虧損淨額： [#]		
按公允價值計入損益之金融資產		
附轉換權之應收貸款	733	—

[^] 研究及開發成本計入綜合損益表的「行政開支」內。

^{*} 存貨撇減至可變現淨值計入綜合損益表的「銷售成本」內。

[#] 匯兌虧損及按公允價值計入損益之金融資產－附轉換權之應收貸款的公允價值虧損計入綜合損益表的「其他開支」內。

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。

香港利得稅稅率為16.5%（二零一八年：16.5%）。

由於本集團於二零一九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（二零一八年：無）。

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二零一九年十二月三十一日止年度各自的應課稅溢利按法定稅率繳納企業所得稅。

	二零一九年 人民幣千元	二零一八年 人民幣千元
即期－中國內地 遞延	100,936 (5,597)	49,024 (5,599)
年內稅項支出總額	<u>95,339</u>	<u>43,425</u>

9 每股盈利

截至二零一九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405,606,000元（二零一八年：人民幣272,759,000元）及年內已發行普通股加權平均數585,421,388股（二零一八年：486,337,000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。

	二零一九年 人民幣千元	二零一八年 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>405,606</u>	<u>272,759</u>
股份數目		
	二零一九年	二零一八年
股份		
用於計算每股基本盈利之年內已發行普通股加權平均數	<u>585,421,388</u>	<u>486,337,000</u>
攤薄之影響－普通股加權平均數：		
購股權	<u>3,813,309</u>	<u>3,865,999</u>
	<u>589,234,697</u>	<u>490,202,999</u>

10 貿易應收款項及應收票據

	二零一九年 人民幣千元	二零一八年 人民幣千元
貿易應收款項及應收票據	625,151	305,029
減值	(1,706)	(912)
	<u>623,445</u>	<u>304,117</u>

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。

基於發票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：

	二零一九年 人民幣千元	二零一八年 人民幣千元
貿易應收款項		
一個月內	337,949	163,697
一至兩個月	170,742	78,994
兩至三個月	55,386	27,200
超過三個月	58,368	34,226
	<u>622,445</u>	<u>304,117</u>
應收票據	1,000	—
	<u>623,445</u>	<u>304,117</u>

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：

	二零一九年 人民幣千元	二零一八年 人民幣千元
貿易應付款項		
一個月內	163,889	85,845
一至兩個月	15,751	7,761
兩至三個月	2,583	1,025
超過三個月	1,108	8,051
	<u>183,331</u>	<u>102,682</u>
應付票據	<u>14,790</u>	<u>—</u>
	<u>198,121</u>	<u>102,682</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

	二零一九年 十二月三十一日 人民幣千元	二零一八年 十二月三十一日 人民幣千元
合約負債 (a)	76,493	84,586
退款負債	6,231	2,764
除即期所得稅負債外的應付稅項	115,818	75,242
應付薪金及福利	116,081	57,995
其他應付款項 (b)	<u>563,702</u>	<u>17,704</u>
	<u>878,325</u>	<u>238,291</u>

附註：

(a) 合約負債詳情如下：

	二零一九年 十二月三十一日 人民幣千元	二零一八年 十二月三十一日 人民幣千元
向客戶收取的短期預付款		
銷售貨品	<u>76,493</u>	<u>84,586</u>

(b) 其他應付款項不計息，且平均期限為一年內。

13 股息

	二零一九年 人民幣千元	二零一八年 人民幣千元
末期股息	137,062	100,536
二零一八年中中期特別股息	—	55,561
建議末期股息－每股普通股16港仙（二零一八年：32港仙）	<u>98,187</u>	<u>136,361</u>
	<u>235,249</u>	<u>292,458</u>

建議末期股息須經本公司股東於應屆股東週年大會上批准。

管理層討論及分析

行業回顧

二零一九年，中國消費品市場總量平穩增長，結構持續優化，消費仍然是中國經濟最有力的增長引擎。二零一九年，國內全年社會消費品零售總額為人民幣41.16萬億元，較去年增長8.0%，其中實物商品網上零售額為人民幣8.52萬億元，較去年增長19.5%，佔社會消費品零售總額20.7%，比去年提高2.3個百分點。

受跨境電商監管收緊和人民幣匯率貶值等因素影響，海外高端消費加速回流國內，促使國內高端消費市場進一步擴大。政府亦出台了一系列政策鼓勵和引導居民升級消費結構，令國內高端消費保持增長。

受益於宏觀經濟環境趨於平穩，中高端女裝市場延續復蘇態勢，規模增速高於服裝行業平均水準。CBNData聯合天貓女裝、天貓服飾消費者洞察發佈的《2019女裝行業趨勢報告》中提到，亞太新興國家中，隨著中國居民消費能力及服飾消費規模的不斷提升，中國有望坐穩全球第一時尚消費市場的席位。未來中國消費增長的最主要驅動力將來自於崛起的中產和與新一代年輕人的消費新需求。

隨著中國經濟的崛起，中國風成為時尚界新寵，國內服裝品牌強勢崛起。消費能力的提升以及消費需求的多元化，驅動著80後、90後，甚至00後的消費群體更注重高品質的服裝產品與服務，更青睞有多年文化積澱的服裝品牌，更傾向為不同的細分場景選擇合適的服裝以及更追求個性化著裝。這類消費群體價格敏感度較低，其消費潛力不容小覷。時尚行業發展日新月異，科技正在賦能時尚產業，社交平台令消費者可享受場景式購物。虛擬試衣間、直播帶貨等方式為消費者提供新穎的購物體驗，時尚界跨界、聯名合作推出專款產品，都迎合了消費者追求新興事物的口味。

現階段，中高端女裝行業的總體發展趨勢呈現了類型多元、風格多元、場景多元、價格多元、品質升級五大特徵。多品牌集團式運營發展仍是中高端女裝企業的必經之路。隨著行業集中度提升，多品牌集團式運營、推進全渠道數位化戰略、積極探索新流量平台行銷、緊跟時尚潮流的中高端女裝企業將具備更強的競爭優勢。

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客戶銷售我們的產品；及(d)其他途徑（主要來自員工內部銷售或透過於我們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）。截至二零一九年十二月三十一日止年度之總收益為人民幣4,148.42百萬元，較截至二零一八年十二月三十一日止年度收益人民幣2,520.91百萬元增加64.56%或人民幣1,627.51百萬元。收益增加乃主要由於本公司於二零一九年七月收購Keen Reach Holdings Limited（「Keen Reach」）之業績綜合入賬所致。我們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，直營零售店產生的銷售於二零一九年及二零一八年分別佔我們總收益的約78.67%及81.08%。

截至二零一九年十二月三十一日止年度之電子商貿總收益為人民幣400.57百萬元，較截至二零一八年十二月三十一日止年度之人民幣208.03百萬元增加92.55%，主要是由於我們透過網上零售店銷售的產品增加。這有賴我們增加了中國電子商貿平台及搜索引擎的宣傳及推廣支出，以及我們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。

截至二零一八年十二月三十一日止年度來自經銷商的總收益為人民幣257.42百萬元，增長84.59%至截至二零一九年十二月三十一日止年度的人民幣475.18百萬元。

銷售成本

截至二零一八年十二月三十一日止年度的銷售成本為人民幣717.95百萬元，增加58.40%或人民幣419.25百萬元至截至二零一九年十二月三十一日止年度的人民幣1,137.20百萬元，主要由於因Keen Reach之業績綜合入賬導致我們的收益增長，從而致使已售存貨成本上升。

毛利及毛利率

截至二零一九年十二月三十一日止年度的毛利為人民幣3,011.22百萬元，較截至二零一八年十二月三十一日止年度的人民幣1,802.96百萬元增加67.02%或人民幣1,208.26百萬元。二零一九年的整體毛利率由二零一八年的71.52%略微增加至72.59%。

銷售及分銷開支

截至二零一九年十二月三十一日止年度的銷售及分銷開支為人民幣2,223.81百萬元，較截至二零一八年十二月三十一日止年度的人民幣1,367.66百萬元增加62.60%，主要由於(a)我們的銷售增加，令店舖專櫃費用上升；(b)我們擴展零售店及改善薪酬，令銷售及營銷人員的薪金與員工福利增加；(c)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；及(d)零售店數量增加令租金開支增加，所有原因均由於收購Keen Reach所致。

行政開支

截至二零一九年十二月三十一日止年度的行政開支為人民幣308.91百萬元，較截至二零一八年十二月三十一日止年度的人民幣149.88百萬元增加106.10%，主要由於(a)因收購Keen Reach導致本集團擴張業務及增加行政人員人數，從而致使行政人員的薪金及福利增加；及(b)現有品牌研發成本增加。

融資成本

截至二零一九年十二月三十一日止年度的融資成本為人民幣26.06百萬元，較截至二零一八年十二月三十一日止年度的人民幣7.97百萬元增加266.98%，此乃主要由於採納國際財務報告準則第16號確認本集團的年內租賃負債利息開支。

所得稅開支

截至二零一九年十二月三十一日止年度的所得稅開支為人民幣95.34百萬元，較截至二零一八年十二月三十一日止年度的人民幣43.43百萬元增加119.53%，此乃主要由於Keen Reach業績入賬並且綜合所得稅稅率較高導致。

純利及純利率

基於前述因素，截至二零一九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405.61百萬元，較截至二零一八年十二月三十一日止年度的人民幣272.76百萬元增加48.71%或人民幣132.85百萬元。截至二零一九年及二零一八年十二月三十一日止年度的純利率分別為9.50%及10.80%。

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。於二零一九年十二月三十一日，本集團流動資產總額為人民幣2,131.84百萬元（二零一八年十二月三十一日：人民幣1,473.21百萬元），流動負債總額為人民幣1,796.37百萬元（二零一八年十二月三十一日：人民幣485.89百萬元）。於二零一九年十二月三十一日，流動比率為1.19（二零一八年十二月三十一日：3.03）。

於二零一九年十二月三十一日，本集團的計息銀行借款總額為人民幣262,185,000元（二零一八年十二月三十一日：人民幣98,165,000元），較去年年末增加，乃由於本集團於中國市場積極開拓以滿足其資金需求。本集團之借款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

於二零一九年十二月三十一日，本集團的現金及現金等價物為人民幣691.33百萬元（二零一八年十二月三十一日：人民幣613.38百萬元），其中93.93%以人民幣計值、0.19%以美元計值、5.61%以港元計值、0.05%以韓元計值及0.22%以歐元計值。截至二零一九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699.45百萬元，較截至二零一八年十二月三十一日止年度的人民幣400.05百萬元上升74.84%。

於二零一九年十二月三十一日，資產負債比率（即未償還銀行貸款除以總權益）為8.25%（二零一八年十二月三十一日：7.92%）。

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

於二零一九年十二月三十一日，本集團並無重大或然負債（二零一八年十二月三十一日：無）。

重大收購

於二零一九年三月二十五日，本公司與Apex Noble Holdings Limited（「Apex Noble」）訂立買賣協議，據此，本公司有條件同意收購及受讓，而Apex Noble有條件同意出售Keen Reach全部已發行股本以及結欠的股東貸款（「收購事項」），代價為2,387,775,349港元。代價中500,000,000港元以現金形式支付，及1,887,775,349港元通過按發行價每股9.50港元發行及配發198,713,195股本公司新股份支付。收購事項已於二零一九年七月三日完成。通過是項收購，本集團已擴闊在市場上以多品牌集團模式的經營以及發展中高端女裝業務。收購目標為知名的時裝公司，擁有獨特的品牌文化理念、先進的研發設計中心、完善的市場服務體系、高效的物流分銷及網絡管理體系。鑒於Apex Noble乃由金明先生之胞弟金瑞先生全資擁有，收購事項構成本公司根據上市規則的一項主要及關連交易。有關收購事項的詳情分別載於本公司日期為二零一九年三月二十五日之公告及日期為二零一九年四月二十九日之通函。

於二零一九年九月五日，深圳市珂萊蒂爾服飾有限公司，本公司之間接全資附屬公司，與深圳市西部城建投資控股集團有限公司（「賣方」）訂立股份轉讓協議及債務清償協議，據此，(i) 賣方已同意出售而本集團已同意購買深圳市豪威平板顯示材料有限公司（「目標公司」）全部股權，現金代價為人民幣401,134,629.32元（相當於約449,270,785港元），分兩期支付；(ii) 本集團已同意承擔目標公司若干未償還債務責任人民幣188,865,370.68元（相當於約211,529,214港元）；及(iii) 鑒於深圳市珂萊蒂爾服飾有限公司有資格於二零二零年七月三十一日前支付全部現金代價，賣方已同意免除上述金額為人民幣20,000,000元的現金代價總額。本集團預計將於二零二零年七月三十一日前解除付款，因此收購代價總額為人民幣570,000,000元。根據上市規則，該收購事項構成本公司的一項須予披露交易。收購事項之詳情載於本公司日期為二零一九年九月五日之公告。

除上文披露者外，截至二零一九年十二月三十一日止年度，本集團概無重大收購或出售附屬公司及聯營公司。

重大投資

於二零一五年十二月十五日，本集團與深圳東方瑞哲資產管理有限責任公司、深圳和而泰智能控制股份有限公司及杭州心坤股權投資合夥企業簽訂合夥協議，共同出資人民幣110百萬元成立深圳前海瑞霖投資管理企業（有限合夥）（「前海瑞霖」）。於二零一九年十二月三十一日，本集團於前海瑞霖已出資人民幣30百萬元（公允價值為人民幣43.28百萬元）（二零一八年：人民幣43.28百萬元）。成立前海瑞霖僅用於投資青島酷特智能股份有限公司。

所得款項用途

本公司股份於二零一四年六月二十七日在香港聯合交易所有限公司（「聯交所」）主板成功上市，籌得534.74百萬元所得款項淨額。於二零一九年十二月三十一日，所有所得款項均已按計劃動用。

截至二零一九年十二月三十一日止年度，本公司概無進行股權集資活動。

業務概覽

1. EEKA 品牌

本集團目前經營十個品牌以迎合我們客戶的不同場合著裝需求，包括：我們自有高端品牌(i) Koradior (ii) La Koradior (iii) Koradior elsewhere，(iv) 高性價比品牌 – FUUNNY FEELN，收購品牌 – (i) CADIDL (ii) NAERSI (iii) NAERSILING (iv) NEXY.CO，國際代理品牌 – Obzee 及 O'2nd。

本集團是中高端女裝行業中唯一的時裝集團，能達到雙品牌銷售收益超過人民幣1,000百萬元。其兩個主要品牌 Koradior 及 NAERSI 均躋身行業前十。Koradior elsewhere、La Koradior、NAERSILING、NEXY.CO、CADIDL 等品牌銷售額普遍在人民幣300 – 600百萬元之間，本公司打造「超品」「多品」能力皆備。報告期，為豐富本公司中端線的產品層次，本公司推出面向更廣泛人群、滿足更多元需求的高性價比品牌FUUNNY FEELN。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，其定位是為客戶提供彰顯女人味、個性、潮流和款式年輕的設計；(ii)「La Koradior」品牌於二零一二年九月推出，其定位是提供設計奢華大氣與優雅特質的服裝；(iii)「Koradior elsewhere」品牌於二零一四年九月推出，其定位為提供休閒、舒適及有品質的設計；(iv)「CADIDL」由蒙黛爾擁有，而蒙黛爾於二零一六年七月十三日收購完成後由本集團擁有65%之股權，CADIDL定位為對著裝有較高藝術追求的客戶；(v)於二零一七年三月九日，本集團透過其擁有90%權益之附屬公司與漢纖國際有限公司訂立五年的獨家經銷協議，以從事分銷及營銷「Obzee」及「O'2nd」品牌旗下的產品；(vi)「FUUNNY FEELN」為高性價比品牌於二零一九年一月推出，其定位是提供精緻、摩登及有趣味服裝，聚焦未來女性生活方式；及(vii)「NAERSI」、「NEXY.CO」及「NAERSILING」由 Keen Reach Holdings Limited 擁有，而 Keen Reach 於二零一九年七月三日收購完成後由本集團擁有100%之股權。NAERSI傳遞「都市精英」時尚文化及高端素質，為追求成功事業及生活的精英女性提供優雅品味及舒適服裝。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。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NAERSILING風格定位「自由，簡約，摩登」。

於二零一九年十二月三十一日，本集團擁有1,697家零售店，遍佈32個不同省市、自治區及直轄市。其中1,257家由我們直接營運，其餘440家由我們的分銷商以我們十個自有品牌進行經營。在1,257家直營零售店中，841家零售店設於百貨公司，153家零售店設於購物中心，199家零售店設於特賣場，33家零售店設於臨街店舖及31家零售店設於機場。截至二零一九年十二月三十一日止年度，本集團收益增至人民幣4,148.42百萬元，較截至二零一八年十二月三十一日止年度增加64.56%。我們的直營零售店產生的收益佔我們總收益的78.67%，而電子商貿收益達人民幣400.57百萬元，佔我們總收益的9.66%，主要產生自天貓商城、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	二零一九年		二零一八年		增加／(減少)	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
Koradior	1,874,378	45.18%	1,635,890	64.89%	238,488	14.58%
La Koradior	239,031	5.76%	208,044	8.25%	30,987	14.89%
Koradior elsewhere	410,681	9.90%	352,857	14.00%	57,824	16.39%
CADIDL (附註1)	189,141	4.56%	192,815	7.65%	(3,674)	(1.91%)
De Kora	615	0.01%	2,954	0.12%	(2,339)	(79.18%)
O'2nd (附註2)	87,111	2.10%	94,389	3.74%	(7,278)	(7.71%)
Obzee (附註2)	27,055	0.65%	33,957	1.35%	(6,902)	(20.33%)
FUUNNY FEELN	4,113	0.10%	—	—	4,113	100%
NAERSI (附註3)	743,532	17.92%	—	—	743,532	100%
NAERSILING (附註3)	271,937	6.56%	—	—	271,937	100%
NEXY.CO (附註3)	300,827	7.26%	—	—	300,827	100%
總計	<u>4,148,421</u>	<u>100%</u>	<u>2,520,906</u>	<u>100%</u>	<u>1,627,515</u>	<u>64.56%</u>

附註1：本集團已於二零一六年七月十三日收購深圳市蒙黛爾實業有限公司（其擁有自有品牌「CADIDL」）65%股權。

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）。

附註3：本集團已於二零一九年七月三日收購Keen Reach Holdings Limited（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	二零一九年		二零一八年		增加／(減少)	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
直營零售店	3,263,382	78.67%	2,044,019	81.08%	1,219,363	59.66%
批發予經銷商	475,176	11.45%	257,415	10.21%	217,761	84.59%
電子商貿	400,566	9.66%	208,028	8.25%	192,538	92.55%
其他	9,297	0.22%	11,444	0.46%	(2,147)	(18.76%)
總計	4,148,421	100%	2,520,906	100%	1,627,515	64.56%

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、瞭解市場、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。截至二零一九年十二月三十一日止年度，1,257家直營零售店合共產生收益人民幣3,263.38百萬元，較截至二零一八年十二月三十一日止年度增加59.66%。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。

經過大規模發展後，越來越多的經銷商紛紛前來尋求與本集團合作，使本集團品牌得以進一步擴張。於二零一九年，由經銷商以十個品牌（Koradior、La Koradior、Koradior elsewhere、CADIDL、Obzee、O'2nd、FUUNNY FEELN、NAERSI、NEXY.CO及NAERSILING）經營的新零售店為122家。於二零一九年十二月三十一日，由經銷商經營的零售店為440家，該等由經銷商經營的零售店產生的收益達人民幣475.18百萬元，較截至二零一八年十二月三十一日止年度增加84.59%。

本集團利用第三方電子商貿平台作為其銷售渠道之一。於二零一九年，電子商貿收益達人民幣400.57百萬元，較截至二零一八年十二月三十一日止年度增加92.55%或人民幣192.54百萬元。截至二零一九年十二月三十一日止年度來自天貓商城的電子商貿總收益為人民幣272.71百萬元（佔電子商貿總收益的68.08%），較截至二零一八年十二月三十一日止年度的人民幣161.85百萬元增加68.50%。截至二零一九年十二月三十一日止年度來自唯品會的電子商貿總收益為人民幣127.57百萬元（佔電子商貿總收益的31.85%），較截至二零一八年十二月三十一日止年度的人民幣45.92百萬元增加177.81%。截至二零一九年十二月三十一日止年度來自其他電子商貿總收益人民幣0.29百萬元（佔電子商貿總收益的0.07%）。

本集團旗下各品牌會員全面打通，由於各品牌風格定位、著裝場合差異明顯，因此會員體系的打通將會規模化的提升各品牌客戶數，從而帶來潛在的銷售提升。為突破及充分鏈接會員數據，本集團上線EEKA時尚商城，建立統一的會員運營中心，會員運營全面數位化、資訊化，構建行業內非常具有競爭力的「經營消費者」的業務體系，打通存貨共用及分配系統。

按地區劃分的零售店收益分析 (不包括電子商貿及其他)

下表載列截至二零一八年及二零一九年十二月三十一日止年度我們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			
	二零一九年		二零一八年	
	(人民幣 百萬元)	%	(人民幣 百萬元)	%
華中 ¹	426.04	11.40%	294.72	12.81%
華東 ²	1,214.61	32.49%	751.25	32.64%
東北 ³	200.51	5.36%	106.67	4.64%
西北 ⁴	325.90	8.72%	193.25	8.40%
華北 ⁵	398.09	10.65%	241.98	10.51%
西南 ⁶	690.62	18.47%	440.60	19.14%
華南 ⁷	482.79	12.91%	272.96	11.86%
總計	<u>3,738.56</u>	<u>100%</u>	<u>2,301.43</u>	<u>100%</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。

於截至二零一九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與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

於二零一九年，本集團開設了231家新零售店（其中131家為直營店），關閉了93家零售店（其中77家為直營店），淨增加了138家零售店。下表載列於二零一九年十二月三十一日我們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				
	於二零一九年 十二月 三十一日	於二零一九年 通過收購	於二零一九年 Keen Reach 十二月 三十一日	於二零一九年 Keen Reach 十二月 三十一日	於二零一九年 Keen Reach 十二月 三十一日
	於二零一九年 一月一日	年內開設	年內關閉	擴大	於二零一九年 十二月 三十一日
華中 ¹	106	14	(12)	86	194
華東 ²	283	87	(28)	217	559
東北 ³	59	20	(5)	52	126
西北 ⁴	90	20	(8)	54	156
華北 ⁵	94	33	(16)	86	197
西南 ⁶	137	28	(12)	106	259
華南 ⁷	93	29	(12)	96	206
總計	862	231	(93)	697	1697

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+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。

於二零一九年十二月三十一日，本集團十個品牌共推出328個系列的產品，而於二零一八年則由六個品牌推出219個系列的產品。於二零一九年，SKU¹總數達6,763個，較二零一八年SKU總數4,710個增加43.59%。我們的研究及設計團隊成員迅速由二零一八年十二月三十一日的241名擴大至二零一九年十二月三十一日的487名。

附註1：最小存貨單位，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單位，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

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」、「Obzee」、「O'2nd」、「FUUNNY FEELN」、「NAERSI」、「NEXY.CO」及「NAERSILING」的品牌創意總監。截至二零一九年十二月三十一日止年度，研發開支達人民幣103.13百萬元，佔本集團總收益2.49%，而該項開支於截至二零一八年十二月三十一日止年度為人民幣48.83百萬元，佔本集團總收益1.94%。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「Beautiful Life（美麗人生）」、La Koradior的「Starlight Oscar（星光Oscar）」、Koradior elsewhere的「Europe Mystery Travel（歐洲秘境之旅）」、CADIDL的「Urban Aesthetics（向新而型）」、Obzee的「Modern & Rational（現代π理性）」、O'2nd的「Curious Collector（好奇收藏家）」、FUUNNY FEELN的「Morse Code（摩斯密碼）」、NAERSI的「WOMEN\REBUILD（WOMEN\重•塑）」、NEXY.CO的「CROSSOVER（跨界•時空）」及NAERSILING的「TRAVELER（時空旅行者）」系列。

3. 市場營銷及推廣

於二零一九年五月二十八日，本公司在香港環球貿易廣場天際100舉辦一場公司推介會暨品牌二零一九新品發佈秀，向投資者、客戶、股東、時尚名流及商業夥伴展示了我們的品牌及介紹了本集團的發展歷程、品牌整體運營及未來發展戰略。本次推介會為本集團在香港上市後於資本市場的首秀，突破了傳統的投資者關係推介會，亦是本集團首次以創新形式在香港以高端女裝集團的整體實力及形象亮相。

機場廣告是推廣品牌的最有效方式之一。本集團目前已在深圳寶安國際機場、上海浦東國際機場、上海虹橋國際機場及西安咸陽國際機場投放廣告。公司邀請了國際名模Rosie Huntington-Whiteley為春夏形象大使，以及Miranda Kerr是集團品牌代言人。本集團透過公共平台微信上的優惠卡及賀卡功能加大品牌促銷力度和加強客戶互動，以提升品牌知名度及影響力。本集團亦選取全國發行的頂級時裝／時尚雜誌及刊物如《ELLESHOP》、《HAIBAO》、《CHIC》等投放廣告，樹立品牌形象。截至二零一九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105.50百萬元，佔本集團總收益2.54%，較二零一八年的人民幣61.54百萬元增加人民幣43.96百萬元或71.43%，主要由於收購Keen Reach所獲得品牌所致。

4. 人力資源

於二零一九年十二月三十一日，本集團在中國共有9,631名全職僱員。下表載列分別於二零一八年十二月三十一日及二零一九年十二月三十一日我們按部門劃分的僱員分佈明細：

	二零一九年 僱員人數	二零一八年 僱員人數
管理層、行政及財務	274	142
產品設計及研發	487	241
銷售及市場營銷	8,551	4,402
採購、物流及質控	319	148
總計	<u>9,631</u>	<u>4,933</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。截至二零一九年十二月三十一日止年度，薪金及福利開支總額為人民幣822.12百萬元，佔本集團總收益19.82%，較截至二零一八年十二月三十一日止年度人民幣481.71百萬元（佔本集團總收益19.11%）增加人民幣340.41百萬元或70.67%。

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。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. 中央平台化管理系統

本公司具備強大的組織中台體系，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位化基礎設施，通過系統中台、業務中台、組織中台協同發力，支撐各個品牌的成長，打造品牌集群企業。作為中高端女裝行業的平台型公司，本公司具備極強的多品牌運營能力。

6. 供應鏈管理機制

本集團建立數位驅動的供應鏈管理體系，推動集約化採購、快速翻單、高效化物流的供應鏈管理體系建設，進一步提升供應鏈上下游的協同能力。報告期，本公司進一步提升供應鏈管理能力，在原材料端，與核心供應商建立戰略供應機制，成本及效率均有大幅提升；在加工端，與頂級加工製造商長期穩定的合作關係保證了在品質和交期上，擁有極大的供應優勢。

7. 公司名稱更改

於二零一九年六月二十六日，珂萊蒂爾控股有限公司之名稱更改為贏家時尚控股有限公司，將更好地反映本集團目前的業務重點及未來發展方向。我們相信，本公司的新英文及中文名稱將賦予本公司更明確的公司形象及身份，有利於本公司未來業務發展。我們將成為中國中高端女裝時尚集團的領導者，致力使每一位女性獨具魅力。

8. 前景

二零二零年初爆發的新冠病毒肺炎對第一季度的經濟產生了重大影響，但疫情對經濟及零售業的影響屬暫時及短暫性質。於二月，約20%的商舖暫時關閉，餘下80%商舖則縮短了營業時間。於三月初，除湖北約30家門店外，其餘門店基本恢復營業，惟多數門店仍為縮時營業。為增加銷量，銷售人員還將使用混搭分享、限時搶購及其他微信營銷方法。雖然二、三月份的銷售受到影響，但通過微信、電子商務及特許經營銷售實現良好現金收入，本集團現金餘額充足。就中長期而言，中國經濟將保持穩健向上的勢頭，消費者對美的需求亦不會改變。故對本集團業務只會產生短期影響，不會影響中長期持續向上的態勢，同時肺炎疫情有利於加速結構分化和市場出清，令龍頭企業的市場份額集中。本集團將持續關注形勢變化，於未來及時作出反應及調整，積極評估及應對其對本集團財務狀況及經營業績的影響。直至本公告日期，評估仍在進行中。基於迄今為止之銷售數據及對中國中長期經濟穩定增長的預期，故其可能對本集團業務只會產生短期影響，不會影響本集團中長期持續向上的態勢。

展望二零二零年，本集團堅持穩中有進，逆勢進取的總基調。本集團將：

(i) 繼續深化多品牌矩陣

本集團繼續推進多品牌戰略，通過有品質的發展，能夠在不同風格、不同定位的領域有所突破。保持主力品牌Koradior、NAERSI穩健增長態勢，促進Koradior elsewhere、La Koradior、CADIDL、NAERSILING、NEXY.CO等品牌維持高速增長，優化O'2nd和Obzee兩個品牌的代理業務。本集團將大力推進高性價比FUUNNY FEELLN品牌的發展，豐富公司中端條線的產品層次，繼續深化本集團的品牌集群，並擴大客戶群體。

(ii) 持續鞏固公司存貨共用及分配系統

本集團推進系統中台、業務中台建設，進一步明晰中台部門與業務部門的職責劃分，打造會員運營的「硬實力」。逐步推進會員權益、會員服務跨渠道、跨品牌互通，完善會員標籤體系和資料庫，完善贏家時尚存貨共用及分配系統，通過存貨監控、共用、配送有效降低門店斷貨概率，提高顧客購買的成功率。

(iii) 持續深化品牌建設及產品研發

本集團通過更加專業、系統化、差異化的手段推進品牌建設，持續提升品牌知名度和附加值，品牌推廣上，本集團強化新媒體及機場廣告的大膽投放，堅持明星代言人策略，同時將推動品牌聯名款產品的合作，品牌形象持續更新，從而進一步提升品牌影響力，推動公司品牌的優化升級。產品研發上，本集團加強研發隊伍的建設和能力的提升，加大在創新款的投入和應用比例。

(iv) 優化渠道建設，增加新業態佈局

本集團將積極推進，量質並重，加大、加速市場拓展力度和速度，在低谷期完善市場的前置佈局。本集團繼續鞏固以直營為主的銷售體系：直營渠道穩步擴店、提高店效、優化業態佈局，多種合作模式並舉開拓經銷渠道，積極展開經銷聯渠道。進一步鞏固本公司品牌在中高檔百貨業態的競爭優勢，本集團加快在購物中心的佈局，加密進駐優質奧萊，積極拓展優質機場店，有序嘗試新業態。本集團持續優化天貓和唯品會商品投放政策，包括商品品類、價格區間分佈等，客質、客單、客量、客價穩步提升。

(v) 加強供應鏈協同

在上游原材料的採購上，本集團充分發揮優勢品類核心供應商的高性價比優勢，從產品開發源頭開始選料整合，與核心供應商深入合作，提高產品開發效率、降低開發成本。在商品運營管理方面，結合IT系統的優化，探索建立智慧的配貨、補貨、流轉機制、快速翻單決策機制，盤活庫存流動性和流動品質，帶動產銷比和提高售罄率。本集團持續推動集約化採購、快速翻單、高效化物流的供應鏈管理體系建設，進一步提升供應鏈管理能力。

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。

我們並無擁有或經營任何生產設施。我們相信(i)我們的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。由於我們將所有生產工序外判予OEM加工商，我們的業務營運只排放生活廢水及產生垃圾。

股息

董事會擬就截至二零一九年十二月三十一日止年度向二零二零年七月三十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16港仙（二零一八年：32港仙）。該建議須待本公司股東於即將舉行的股東週年大會（「股東週年大會」）上批准方可生效，並於二零二零年八月二十日或前後派付末期股息。

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，本公司將於二零二零年六月二十二日（星期一）至二零二零年六月二十九日（星期一）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，最遲須於二零二零年六月十九日（星期五）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，本公司將於二零二零年七月三十日（星期四）至二零二零年七月三十一日（星期五）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，最遲須於二零二零年七月二十九日（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。

企業管治常規

本公司致力維持高水平之企業管治常規及實行有效的企業管治措施。本公司於截至二零一九年十二月三十一日止年度一直採納並遵守基於聯交所證券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。

購買、出售或贖回本公司上市證券

於截至二零一九年十二月三十一日止年度，本公司或其任何附屬公司並無購買、出售或贖回任何本公司上市證券。

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、內部監控及風險管理制度。

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。

本公司核數師已同意，初步公告中所載本集團截至二零一九年十二月三十一日止年度之綜合財務狀況表、綜合損益表、綜合全面收益表以及相關附註的數據與本集團於本年度之綜合財務報表草擬本內的數據相符。本公司核數師在這方面進行的工作並不構成根據香港會計師公會頒佈之香港核數準則、香港審閱聘用準則或香港核證聘用準則而進行的核證聘用，故本公司核數師並未就初步公告作出任何核證。

審核委員會已審閱本集團截至二零一九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，二零二零年三月三十一日

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。