

## 1. 概覽

我們是時尚配飾供應商。我們的產品包括項鍊、手鐲、耳環及指環等等時尚配飾；及手錶、腰帶及髮飾等等配飾物品。我們的垂直整合業務模式包括兩個部分：(i)按同步設計生產基準(我們稱之為 CDM)，為國際品牌客戶設計及生產時尚配飾，及(ii)以我們的自創「雅天妮」及「Q'ggle」品牌經營零售分銷網絡，於中國、香港及澳門進行時尚配飾銷售。CDM 業務歷來為我們的主要收入來源，佔我們截至二零零七年三月三十一日止三年及截至二零零七年十一月三十日止八個月的總營業額分別約95.5%、92.6%、76.8%及52.0%。我們於二零零六年開始逐漸轉為集中於零售經營(尤以中國為主)。截至二零零七年三月三十一日止三年及截至二零零七年十一月三十日止八個月，來自我們的零售及分銷業務的營業額分別佔我們的總營業額約4.5%、7.4%、23.2%及48.0%。我們的策略為日後集中於中國發展及擴展我們的零售業務。

### CDM業務

我們於一九九二年成立，初期作為一間時尚配飾出口及貿易公司。於時尚配飾行業累積經驗後，我們於一九九八年開始透過與中國工廠的分包安排，為我們的品牌客戶生產時尚配飾。憑藉我們於行內的經驗及國際時尚觸覺，我們得以與我們的品牌客戶緊密合作，同步開發及設計產品。我們的客戶組合多元化，我們的客戶組合多元化，我們的十大客戶包括(i) Victoria + Co., Ltd.(擁有或持有Givenchy 及 Nine West 等品牌的牌照)；(ii) Lucas Design International Inc.(持有Playboy、Disney 及 Rocawear 等品牌的牌照)；(iii) Philipines Import/Export Ltda.(為位於巴西及加拿大的時尚首飾批發商)；及(iv) Connexions (Asia) Limited(為一家公司的代理，擁有或持有不同男士時尚首飾國際品牌的牌照)。我們的客戶群亦延伸至電視購物頻道經營商QVC Handel GmbH。我們並無與 CDM 客戶簽立任何長期採購合約，而銷售按逐一採購訂單基準作出。

我們於二零零四年於中國廣東省成立自有生產設施，並開始生產我們的自創的時尚配飾產品。考慮到生產時尚配飾涉及不少不同的步驟及工序，於廣東廠房設立初期，我們向獨立分包商外判若干生產工序，例如鑲石及電鍍工序。自二零零六年四月，我們的廣東廠房能夠處理我們的時尚配飾產品的所有所需生產工序。現時，我們的廣東廠房具備能力，為國際品牌客戶生產手工精細及高品質的時尚配飾物件。我們的廣東廠房為我們的 CDM 及零售經營生產及處理所有時尚配飾。截至二零零七年三月三十一日止年度，我們的廣東廠房已生產超過10,000,000件時尚配飾。

## 零售業務

我們於二零零三年於香港開設首個雅天妮零售點後便開始我們的零售業務。CEPA 實施後，我們其後開始於中國的零售經營，並於二零零六年六月於中國開設首個雅天妮零售點。於二零零八年三月三十一日，我們持有並管理於中國、香港及澳門的33間零售店及97間專櫃。此外，我們的零售網絡包括獨立第三方於二零零八年三月三十一日持有並以「雅天妮」及「Q'ggle」品牌經營的全數7個及1個獲授權零售銷售點。該獲授權零售銷售商安排於二零零六年九月首次推出。我們大部分的零售點均位於中國、香港及澳門的高端購物商場、百貨公司、酒店或其他高人流地點。我們的零售網絡於往績記錄期內擴展迅速，於二零零五年、二零零六年及二零零七年三月三十一日及二零零七年十一月三十日分別有5個、7個、48個及121個零售點，並於二零零八年三月三十一日進一步擴展至138個零售點。

## 業務轉型(從 CDM 轉為零售集中業務)

基於我們從 CDM 業務獲得的已建立生產經驗及廣泛產品設計能力，我們於二零零三年決定將我們的業務模式分散，加入零售業務。我們相信我們處於有利位置，開始我們的零售業務，因我們的已建立 CDM 平台讓我們能夠善用(i)與國際客戶及全球性品牌合作而獲得的豐富經驗；(ii)我們憑著對全球時裝潮流的認識設計產品的能力；(iii)我們就需要手工精巧的產品的生產技術及技巧；(iv) CDM 經營業務產生的穩定收益來源；及(v)來自規模經濟效益的重大成本優勢。

我們選擇香港作為進軍零售分部的起點，並於二零零三年開設首間雅天妮零售店，因香港為亞洲內具有已建立時裝相關零售市場的地區之一。於二零零六年，我們於實施 CEPA 後開始將我們的零售經營業務擴展至中國。我們透過於一線城市(包括深圳、上海、北京及廣州)的主要地點開設零售點，作為我們網絡的開端。我們會在這些主要城市站穩陣腳後，再擴展至二三線城市。於二零零八年三月三十一日，我們的網絡覆蓋中國合共34個省、自治區及直轄市，包含位於上述深圳、上海、北京及廣州的57個零售點。

就我們的零售經營的市場策略而言，我們開始發展市場計劃及進行多項不同市場及推廣活動，包括委聘品牌大使、印刷廣告、籌辦時裝表演及台步表演、贊助演唱會及電視節目以及推出貴賓客戶計劃。為了配合我們的擴展策略及更有效充分利用我們的資源，我們的市場及推廣活動主要集中於深圳、上海、北京及廣州等中國一線城市，而全國市場及推廣活動(例如時裝表演)一般限於國內零售點所在城市進行。憑藉我們於中國的擴展及市場策略，我們位於深圳、上海、北京及廣州的零售點均帶來大量初始零售貢獻。於截至二零零七年三月三十一日止年度及截至二零零七年十一月三十日止八個月，來自位於深圳、上海、北京及廣州的零售點的零售營業額分別約為19,000,000港元及93,300,000港元，分別佔零售營業額約24.0%及53.5%。

儘管我們的零售分部的經營歷史不足兩年，但該分部的零售分部溢利率由截至二零零七年三月三十一日止年度約4.8%增加至截至二零零七年十一月三十日止八個月約33.8%。董事相信我們於中國的零售經營能夠於開業不久開始便出現溢利貢獻，因(i)中國時尚配飾市場總括而言為未開發市場，市場零碎而現時未有主要營商者，讓我們能夠於成立後於主要城市站穩陣腳；(ii)我們採用重點市場策略，讓我們將推廣資源集中在主要城市；(iii)憑著我們的自有生產設施，我們能夠享有從價值鏈的生產工序產生的毛利率，並從下游零售經營中產生額外溢利；(iv)雖然我們的品牌相對較新，但將品牌價值加入零售產品中，我們便可就零售產品訂定比過往CDM溢利率較高的額外溢利率；及(v)每間零售點的開業成本相對為低。我們於中國的雅天妮零售點及 Q'ggle 零售點的開業成本(包括首個月的傢俬及裝置、存貨、租金按金及經營流動資金)分別約為331,000港元至531,000港元及232,000港元至334,000港元。因此，位於中國的雅天妮零售點及 Q'ggle 零售點的回本期分別約為2.0個月及9.1個月。

由於我們由純 CDM 生產商轉為零售集中時尚配飾公司的業務轉型涉及經營上及財政上的重大轉移，故可能涉及可能對我們日後業績有影響的不明朗因素。我們預期在(i)租金，(ii)品牌建立，(iii)員工招聘及培訓，及(iv)資訊科技系統及物流管理等方面出現額外成本。基於我們於中國零售經營的經營歷史相對較短，若我們不能有效管理所增加的成本，這會對我們的經營及財政表現造成不利影響。有關業務重點轉移的風險包括：

- 我們可能在維持及擴大我們零售業務的盈利能力方面缺乏經驗。由於我們的零售經營相對為新，我們於中國零售市場的有限經驗對我們造成挑戰。
- 本集團不能保證零售業務經營能夠產生收益及溢利，因我們不能保證我們的業務策略將成功實施。
- 若我們未能成功實施我們的業務策略，維持現有溢利水平，則本集團未必能維持其純利率、毛利率及經營溢利率。為了維持我們日後的毛利率、經營溢利率及純利率，我們致力實施不同業務策略。
- 我們可能在擴充業務方面遇到不明朗因素，亦可能未能有效管理我們的增長。零售網絡迅速擴展可能造成潛在經營風險，因為我們的經營規模較大，迅速擴展會增加我們的成本。
- 我們的溢利率可能因我們的市場推廣及品牌建立支出的增加而受壓。
- 我們的零售業務可能對我們與現有客戶的關係造成不利影響，因我們的CDM客戶可能與我們有相同或相若的目標客戶群。

相關風險因素的進一步詳情，見本招股章程「風險因素」一節「有關業務重點轉移的風險」分節。

## 2. 主要優勢

我們認為我們的成功歸因於我們具有以下主要優勢：

- 健全的垂直整合業務模式
- 強大的產品設計團隊及客制化能力
- 強大的生產能力及設施
- 已建立全球化和多元化的 CDM 業務客戶群
- 策略性零售地點及專利品牌
- 在時尚配飾業務富資歷的管理團隊

### 健全的垂直整合業務模式

我們的垂直整合業務模式包括產品設計及開發、生產、市場及推廣、銷售及分銷等，讓我們從原材料採購、設計和生產過程直至對終端客戶提供的銷售服務上對產品有最大的控制度。我們集團的設計團隊於二零零八年三月三十一日有35名設計師（包括4名自僱顧問），並且於最後實際可行日期得到擁有電腦化設備及超過2,000名工廠工人的老練及有組織的工廠支援。本集團的市場及推廣團隊訂定市場推廣策略並實施品牌建立計劃及產品促銷計劃。於二零零八年三月三十一日，我們的零售網路包括33個零售店、97個專櫃及8個獲授權零售銷售點，令我們能向遍及中國、香港及澳門的客戶推銷我們的產品。

我們相信市場主導垂直整合業務模式讓本集團對供應鏈主要階段施行最大的控制度，並因應市場趨勢作出生產應變及協調。我們進一步相信我們的模式維持受競爭成本架構，讓我們惠於規模經濟效益。具體而言，我們於以下範疇實現規模經濟效益：

- 物色零售樓面 — 我們相信我們與零售店及專櫃位處的百貨公司及購物商場保持的已建立關係、我們品牌的出色業績及零售經營規模讓我們比其他本地時尚配飾零售商以較低租金或特許銷售費於不同百貨公司或購物商場處於優勢地位洽談條款並獲得零售樓面。
- 擴大品牌組合 — 我們能夠利用零售經驗，透過擴大零售網絡發展新品牌及擴充

至新零售分部。任何該新嘗試可於銷售地區內的現有零售平臺開結其經營，從而減低開業及管理成本。辦公室、倉庫及產品運輸可共用若干資源。

### 強大的產品設計團隊及客制化能力

我們的設計團隊特別值得我們為之驕傲，他們最新潮流，把握未來趨勢。本集團的設計團隊的設計師來自英國、香港及中國，結合豐富經驗，為我們產品的設計帶來國際性的概念及意見，我們部分主要設計師出自知名設計學院，並取得國際認可獎項。例如，我們其中一位設計顧問持有 Royal College of Art 金加工、銀加工、金屬加工及珠寶碩士學位；另一名持有 Duncan of Jordanstone College of Art 銀加工及珠寶設計學士學位；Q'ggle 產品的設計師畢業於倫敦中央聖馬丁藝術與設計學院。

我們的設計師通過與市場推廣團隊定期參加世界各地的時尚配飾展覽、貿易展及展覽會來緊貼最新市場潮流及消費者喜好。我們的「雅天妮」品牌及「Q'ggle」品牌的 CDM 業務均擁有各自的指定設計團隊。本集團設計團隊亦會定期開會討論最新時尚配飾設計、各個生產技術環節及交流新概念。管理層又鼓勵設計團隊成員參加課程及工作坊，以加強本身在時尚配飾設計技術方面的知識。

我們相信產品的設計及生產效率對業務的成功同樣至關重要。為維持我們於時尚配飾市場的設計能力及競爭力，設計團隊每個月可設計約850件產品。有賴我們擁有超過2,000名工人且已獲得 ISO9001:2000 認證的工廠的支持，我們每年可生產超過15,000,000件產品。

我們與國際知名品牌的已建立業務關係證明了我們的客制化能力。我們與某些客戶維持超過八年的業務關係。憑藉強大的設計團隊及生產團隊，我們能夠於收到 CDM 客戶訂單要求及規格後最快30天將訂造產品送達。我們與 CDM 客戶的長久穩固關係，亦讓我們了解他們的要求、品味及目標市場，以致我們能夠按他們的要求提供客利化的產品。於二零零八年，我們獲 CDM 客戶之一 Virgin Vie at Home 頒發「全年最佳首飾供應商」獎項。

### 強大的生產能力及設施

佔地總建築樓面面積超過40,000平方米的廣東廠房於二零零四年成立，並於同年開始商業生產。我們的生產綜合大樓配備現代化機器，以保證生產效率，而我們大部份的主要生產設備都是電腦化及數位控制的機器。我們為 CDM 及零售業務生產的產品符合ISO9001:2000的規定，而截至二零零七年三月三十一日止年度，廣東廠房的指定年

產量超過15,000,000件時尚配飾及禮品及精品產品。為避免積存原材料存貨，我們於接到客戶訂單後才訂購所須的原材料。我們相信提供產品生產的效率對我們業務的成功非常重要。

## 已建立全球化和多元化的 CDM 業務客戶群

本集團認為，要成功建立全球化及廣泛的 CDM 業務客戶基礎，質量、設計、穩定性和卓越的服務是至關重要的因素。我們與 CDM 客戶維持長久關係。在截至二零零七年三月三十一日止三年及截至二零零七年十一月三十日止八個月內，我們的前五名 CDM 客戶佔本集團總收益約29.1%、29.3%、18.4%及18.4%。我們於 CDM 業務的時尚配飾生產，與 CDM 客戶合作設計或按規格代其進行產品生產。我們的十大客戶包括 (i) Victoria + Co., Ltd. (為一家公司的代理，擁有或持有 Givenchy 及 Nine West 等品牌的牌照)；(ii) Lucas Design International Inc. (持有 Playboy、Disney 及 Rocawear 等品牌的牌照)；(iii) Philipines Import/Export Ltda. (為位於巴西及加拿大的時尚首飾批發商)；及 (iv) Connexions (Asia) Limited (擁有或持有不同男士時尚首飾國際品牌的牌照)。我們的 CDM 客戶群亦延伸至電視購物頻道經營商 QVC Handel GmbH。另一方面，我們的 CDM 業務亦生產禮品及精品產品，包括相架、首飾盒、鑰匙扣、文具等。董事認為與 CDM 客戶建立的合作關係，對我們的成功和將來的發展都有至關重要的意義，因為我們提供穩定的客戶基礎，讓我們能夠保持現金流入以滿足業務需要。

## 策略性零售地點及專利品牌

於二零零八年三月三十一日，我們的零售網絡合共有33個零售店、97個專櫃及8個獲授權零售銷售點（約25%及72%分別設於購物商場及百貨公司），總可用面積約8,000平方米，設於香港、澳門及中國34個城市，包括深圳、北京、上海、廣州、成都等。我們的零售點大部分位於主要商場、酒店或百貨公司，例如深圳的萬象城、金光華廣場及中信城市廣場；北京的東方廣場及銀座廣場；上海的久百城市廣場、正大廣場及港滙廣場；香港的海港城及澳門的澳門威尼斯人度假村大運河購物中心。我們某些零售點位於商業中心區。

發展全國性零售網絡是為了讓本集團推廣新品牌及新產品，從而擴大本集團業務。零售店及專櫃的策略性選址對業務營運而言至關重要，因此我們集中於高人流量、高平均購買力等零售地點。我們大部份專櫃設於中國高級百貨公司，其為生活品味產品的主要零售渠道。我們部份零售店開設於高人流街道，確保客戶流量保持穩定及提升品牌產品知名度。

本集團直接掌控所有零售店及專櫃，因而跟客戶不斷保持聯繫，直接掌握最新市場趨勢。此外，憑藉開發我們的專利零售品牌「雅天妮」及「Q'gggle」，我們較能控制品牌定位及品牌建立策略，使我們能夠按客戶的喜好轉變及需求及時調節我們的策略。這兩個因素使管理層能及時作出準確決定，實行集中並有條理的品牌構建、促銷活動及定價策略，從而提升品牌知名度、市場佔有率及銷售量。

我們截至二零零八年三月三十一日止開設了138間零售點，並計劃在二零零九年三月底前，擴展至更多零售店及專櫃，目標為256間零售點。我們相信，設於黃金地段所組成的龐大零售網絡將有助我們提升品牌知名度，並增加我們的銷售業績。

### 管理團隊在時尚配飾業富資歷、具國際視野本土專才

我們擁有經驗豐富的管理團隊，集中處理不因業務領域如產品開發及設計、業務運作、銷售及市場管理、物流、資訊科技、庫存管理、出口、品牌及產品支援等。本集團的創辦人兼主席謝先生在時尚配飾業具超過十八年經驗。謝先生主要負責本集團的整體管理、策略規劃及業務發展。葉女士(本集團共同創辦人兼副主席)在時尚配飾業具超過十八年經驗，負責監管本集團的企業發展、投資部、行政、人力資源及資訊科技。謝海輝先生於時尚配飾業內亦具超過十年經驗，監管本集團的工廠管理、出口、零售管理及開發部。何女士於時尚配飾行業具超過十四年經驗，主要負責本集團 CDM 業務的管理及發展。

除董事會成員外，我們的管理層要員亦擔任重要的角色，他們負責領導本集團的出口及零售分部。例如，傅燕媚女士於市場推廣具超過十五年經驗，主要負責本集團的產品開發部。葉偉深先生於中國零售鏈管理具超過二十年經驗，負責本集團的零售管理及零售業務發展。袁思穎女士於策略性市場推廣規劃、品牌管理及客戶關係市場推廣具超過十六年經驗，為我們的市場主管，負責發展本集團的品牌建立及市場策略。李峻女士於中國零售業務擁有超過十四年管理經驗。彼為本集團的零售部總裁，負責我們的零售業務管理及發展。我們相信，管理團隊的行業知識及經驗，為本集團的成功及實行有效垂直整合業務模式的關鍵。我們的企業價值及團隊精神的重要性透過內部企業溝通及員工會議向不同層面員工交流。

### 3. 業務發展策略

我們的主要目標為維持及提升我們在中國時尚配飾市場的地位，成為全球時尚配飾業領先零售商之一。我們透過以下主要策略達到這一目標：

- 開拓及擴大我們在中國境內的零售業務
- 提高「雅天妮」及「Q'ggle」品牌的品牌價值
- 擴闊產品種類和客戶基礎
- 實施多品牌策略
- 進一步加強我們的 CDM 業務

#### 開拓及擴展我們在中國境內的零售業務

為延續過往幾年的零售增長勢頭，我們計劃(1)積極擴展地理覆蓋面至其他城市；(2)透過在中國增設零售店及專櫃，增大現有市場覆蓋面。單就中國市場而言，我們的目標是，於二零零八年三月三十一日擁有並管理18間雅天妮零售店、60間雅天妮專櫃、10間Q'ggle零售店及33間Q'ggle專櫃，並致力於二零零九年三月底之前擴展我們的零售網絡，開設32間雅天妮零售店、86間雅天妮專櫃及27間Q'ggle零售店及94間Q'ggle專櫃。

下表顯示本集團分別於二零零七年十一月三十日及二零零八年三月三十一日開設的雅天妮零售點及於二零零九年三月三十一日開設的Q'ggle零售點的估計數目：

地區	雅天妮					Q'ggle				
	於二零零七年十一月三十日	+/-	二零零八年三月三十一日	+/-	二零零九年三月三十一日	於二零零七年十一月三十日	+/-	二零零八年三月三十一日	+/-	二零零九年三月三十一日
零售店及專櫃										
— 海外、香港及澳門	8	—	8	—	8	—	1	1	—	1
— 中國	75	3	78	40	118	32	11	43	78	121
獲授權零售銷售點	6	1	7	—	7	—	1	1	—	1
總計	89	4	93	40	133	32	13	45	78	123

我們擬增加我們於深圳、上海、北京、重慶、成都、及廣州等一線城市的市場份額，以擴大現有市場覆蓋面。我們擬尋找機遇，於這些城市的五星級酒店、國際機場、主要購物商場及百貨公司增加零售店及專櫃的數量。此外，位於二線城市的主要購物商場及百貨公司數量不斷增加，有助我們擴大零售網絡的覆蓋面。我們亦有意於這些二線城市開設更多零售店及專櫃。就我們的「雅天妮」品牌而言，我們打算增加一線城市內佔地超過100平方米的零售店數目。就我們的「Q'ggle」品牌而言，我們打算增加一線及二線城市內佔地超過150平方米的零售店數目。

除在中國開設更多零售店及專櫃積極擴展外，我們打算通過引入不同分銷渠道，例如郵購、電視購物頻道、網上購物及推出福利計劃（向機構僱員發行貴賓咭或特製禮咭），以及尋求與其他零售商店或時裝店的合作關係，以期在短期內有效及迅速增加我們的零售覆蓋面。此外，我們計劃於節日例如聖誕派對及紀念日為不同機構生產客制禮品及精品產品。

鑑於當時的市場狀況、盈利能力的評估及該安排的可行性，我們可能亦計劃將「Q'ggle」品牌的特許經營權分授予具潛力的特許加盟商，作為擴展零售網絡的另一途徑。然而，該計劃僅處於極初步階段，並有可能不成功。

我們亦擬繼續參與不同時尚配飾展覽會及時尚配飾表演，吸引客戶採購訂單；及向客戶派發產品目錄及海報以供訂購，以增加 CDM 業務的銷售渠道。

### 提高「雅天妮」品牌及「Q'ggle」品牌的品牌價值

我們於二零零三年開始於香港從事零售業務，並開始建立「雅天妮」品牌。我們相信品牌知名度及忠誠度為建立一個成功零售品牌的重要元素。在香港，就品牌知名度而言，我們利用不同渠道，包括(i)於印刷媒體、佈告板及網站作宣傳；(ii)聘用名模琦琦擔任品牌大使；及(iii)提供季節性推廣及折扣，同時設立貴賓客戶計劃及積分計劃，提升零售客戶的品牌忠誠度。雖然香港與中國的營商環境不同，但是我們可善用香港經驗，於中國建立我們的品牌。

鑑於中國時尚配飾市場龐大，我們需有效分配我們的資源。因此，我們於中國的市場及推廣活動將首先主要集中於中國的一線城市，例如深圳、上海、北京及廣州。我們相信，只要我們的品牌於中國一線城市受接納，便有助我們的品牌滲透至國內二三線城市。為了推廣我們的品牌，我們主要集中於利用較具成本效益的推廣渠道，例如印刷媒體及佈告板與電視廣告比較為節省成本，我們集中特定目標客戶群而非大眾為目標。

截至二零零九年三月三十一日止年度，我們估計我們將花費約37,700,000港元在市場及推廣方面。於其後三年，我們打算每年花費我們的零售營業額約4%至6%在市場及推廣方面，提升「雅天妮」及「Q'gggle」品牌的知名度及忠誠度。我們將根據品牌的實際業績及成熟程度，就市場及推廣預算進行評估，並按年就預算作出適當調整。我們的市場及推廣支出將以內部資源及全球發售所得款項撥付。截至二零零九年三月三十一日止財政年度，我們打算利用下列推廣策略，提升品牌的品牌知名度及忠誠度：

## 品牌知名度

- 印刷媒體的宣傳： 我們打算於中國大概10本雜誌及10份全國或地方報章刊登廣告，因發行量高，故我們相信這為重要的推廣方法
- 佈告板的宣傳： 我們打算於中國最少10個戶外地點刊登佈告板廣告，例如主要機場及高交通日流量的高速公路
- 巡迴時裝表演： 我們打算於中國各地舉行最少50個巡迴時裝表演，並將成立指定的台步巡迴團隊，於中國不同地區籌辦小型時裝表演／台步表演
- 節目贊助： 我們打算贊助經挑選的演唱會、比賽或電視節目，於全國推廣品牌知名度
- 品牌大使： 我們將繼續聘用琦琦為「雅天妮」品牌的品牌大使，並將積極為「Q'gggle」品牌物色品牌大使

## 品牌忠誠度

- 貴賓客戶計劃： 我們打算透過加強及完善現有貴賓客戶計劃進一步增加兩倍（「雅天妮」品牌）及六倍（「Q'gggle」品牌）的貴賓客戶數目。此外，我們為吸納更多新的貴賓客戶，入會時均奉上精美禮品及享有會員折扣優惠，於每月及每季寄發會員通訊及產品目錄冊，讓貴賓客戶得悉我們的最新產品優惠及於中國各地開設新店的情況
- 積分計劃： 作為向貴賓客戶的額外尊享優惠，我們設立積分計劃，所有貴賓客戶均享有購物人民幣1元／1港元／澳門幣1元獲1積分的優惠，雅天妮貴賓客戶累積每滿2,000積分，即獲得人民幣100元／100港元／澳門幣100元現金禮券，而Q'gggle的貴賓客戶累積每滿1,000積分，即可換取Q'gggle兔禮品一個。我們相信此舉進一步加強我們的貴賓客戶計劃及提升品牌忠誠度

### 「Mix & Match」風格指引

我們將培訓一個專業員工團隊，透過提供最新時裝意見及全球時裝趨勢，為客戶提供「Mix & Match」風格指引，有助客戶作出知情的客制化購買決定

### 擴闊產品種類和客戶基礎

預期我們將不斷緊貼零售業務及 CDM 業務產品的最新潮流。

本集團將繼續定期為 CDM 產品及零售產品 (包括為我們自創的「雅天妮」及「Q'ggle」品牌而設的不同季節及節日的特別產品系列) 開發新設計及擴闊產品種類。我們亦打算配合「雅天妮」及「Q'ggle」品牌，於將來開發其他產品類型。例如包括衣服及家居裝潢，並發展「Q'ggle」作為一站式時尚配飾店的概念。

此外，禮品及精品部有望成為我們 CDM 業務及零售業務富高增長的範疇。由於我們於生產禮品及精品產品與生產時尚配飾共用經驗及資源，我們相信禮品及精品部受惠於規模經濟效益，提高效率及生產力。

為領導潮流、創造潮流，並不斷引入新時尚配飾迎合客戶需要，我們擬增聘有才華、有動力的設計師加入集團的設計團隊。尤其是，我們將繼續從歐洲及北美招聘設計師加盟，為我們的產品注入不同元素和靈感。

我們擬繼續鼓勵現有設計團隊成員參加不同類型的時尚首飾展、展覽會及設計比賽，維持其競爭力並協助他們找到新的設計靈感。我們亦打算於中國設立國際級設計學院，培育具潛力的設計人才。

### 實施多品牌策略

為進一步擴大零售網絡及補足現有業務，我們計劃伺機收購於中國擁有龐大市場潛力的時尚配飾品牌。我們相信，進行選擇性的公司收購活動及與具潛力的合作伙伴締結策略聯盟將提升本集團的競爭力及強化市場地位，有利於我們的零售業務。我們將慎重考慮及評估各潛在收購活動及聯盟，確保能提供協同作用及能夠成功配合我們的現有業務。然而，概無訂立有關該策略聯盟及／或收購的合約。

於最後實際可行日期，我們已建立「Artini」及「Q'ggle」兩個品牌，分別主攻具時尚觸

覺和品味的客戶及年輕一代。為擴闊集團於時尚配飾的消費者市場的份額，我們擬發展及引進嶄新自有或特許品牌，以針對特定客戶群。

## 進一步加強我們的 CDM 業務

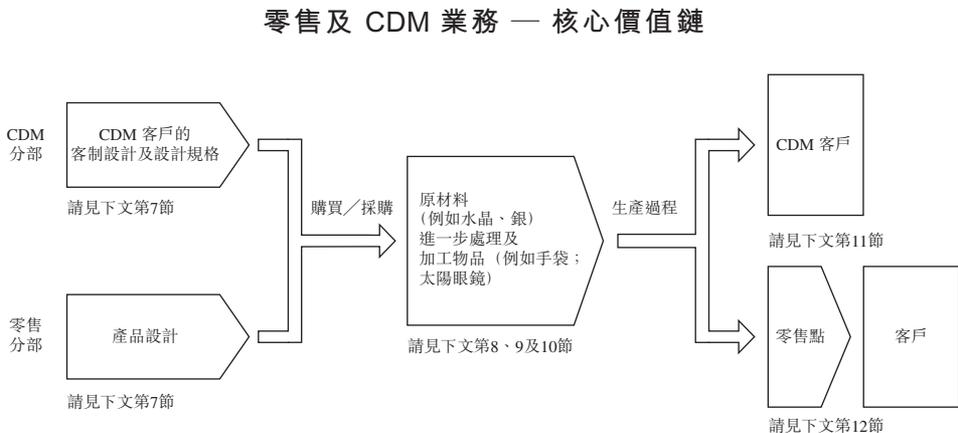
我們計劃不斷在全球各地為我們的 CDM 業務尋找新的客戶，不斷提高我們的 CDM 時尚配飾及禮品及精品產品的市場佔有率。

我們亦計劃發掘更多商機，與其他不同品牌及連鎖店合作，取得 CDM 業務的穩定增長。本集團打算積極與其他時尚及生活品味產品的品牌組成策略聯盟，開發其配飾產品系列。此外，我們擬投放更多資源開拓中國市場及其禮品及精品產品業務。

我們預期 CDM 及零售業務均將迅速增長。為了提升我們的現有生產力，本集團計劃於中國興建另一個生產廠房，以配合自有品牌產品及 CDM 業務的迅速增長及需求的急劇增加。

## 4. 垂直整合業務模式

本集團的垂直整合業務模式概述如下圖：



就 CDM 分部而言，所有供銷售的產品均按逐一訂單基準生產，CDM 客戶釐定產品種類、後期設計及實際產量。（請見下文第5節）

就零售分部而言，我們就銷售自有品牌產品（即雅天妮及 Q' ggle）釐定產品種類、設計及實際產量。（請見下文第6節）

對 CDM 業務及零售業務而言，我們的垂直整合業務均可提升生產效率及減少經營成本。

## 5. CDM 業務

### CDM 業務之性質

我們的 CDM 經營按客戶選擇參與設計過程的程度，與客戶同步參與產品設計，並按客戶要求的最終設計生產產品。與產品設計由生產商或客戶全權提供的一般「CDM」或「CDM」方式比較，我們的 CDM 客戶及設計部均會參與設計過程（即使各方參與程度或多或少），並其後由我們生產產品。我們提供的服務包括採購原材料、設計、生產及運送產品至指定地點。我們的客戶組合多元化，我們的客戶組合多元化，我們的十大客戶包括(i) Victoria + Co., Ltd. (為一家公司的代理，擁有或持有 Givenchy 及 Nine West 等品牌的牌照)；(ii) Lucas Design International Inc. (持有 Playboy、Disney 及 Rocawear 等品牌的牌照)；(iii) Philipines Import/Export Ltda. (為位於巴西及加拿大的時尚首飾批發商)；及(iv) Connexions (Asia) Limited (擁有或持有不同男士時尚首飾國際品牌的牌照)。我們的客戶群亦延伸至電視購物頻道經營商 QVC Handel GmbH。我們並無與 CDM 客戶簽立任何長期採購合約，而銷售按逐一採購訂單基準作出。

截至二零零七年三月三十一日止三年各年及截至二零零七年十一月三十日止八個月，我們來自 CDM 業務的營業額約為 230,500,000 港元、270,300,000 港元、260,800,000 港元及 189,100,000 港元。我們向五大客戶銷售產品已平均約六年。

我們的董事確認，我們的所有 CDM 客戶均為獨立第三方，而他們的訂單不時按逐一採購訂單基準作出。

本集團前五大客戶均為 CDM 客戶及獨立第三方，僅佔有關期間總營業額分別約 29.1%、29.3%、18.4% 和 18.4%，而最大客戶佔截至二零零七年三月三十一日止三年及截至二零零七年十一月三十日止八個月總營業額的比重則分別為 11.0%、9.3%、6.0% 和 4.1%。

## 業 務

截至二零零七年三月三十一日止三年及截至二零零七年十一月三十日止八個月，我們的十大客戶（彼等准許我們於本招股章程內引述其姓名及不同資料）包括以下：

客戶名稱	客戶履歷／背景	業務關係期 (概約)	銷售額佔總營業額的概約百分比 (彼等各自的貢獻排名)				截至
			截至三月三十一日止年度			十一月三十日止	八個月
			二零零五年	二零零六年	二零零七年	二零零七年	
Victoria + Co., Ltd.	彼從事品牌及私人品牌的時尚首飾業務，擁有或持有 Givenchy 及 Nine West 等特許牌照	八年	11.0% (第一名)	9.3% (第一名)	6.0% (第一名)	4.1% (第一名)	
Lucas Design International Inc.	彼的主要業務為持有品牌如 Playboy、Disney 及 Rocawear 等的銷售權	五年	2.9% (第五名)	8.3% (第二名)	4.7% (第二名)	3.5% (第二名)	
Philippines Import/Export Ltda.	此為位於巴西及加拿大的時尚首飾批發商	七年	0.1% (第十四名)	3.4% (第五名)	3.0% (第三名)	1.6% (第七名)	
QVC Handel GmbH	位於德國，經營時尚首飾及化妝產品電視購物頻道	一年	不適用 (不適用)	不適用 (不適用)	1.9% (第五名)	1.7% (第六名)	
Connexions Asia Limited	彼為一家公司的代理，擁有或持有不同男士時尚首飾國際品牌銷售權	七年	1.9% (第九名)	1.9% (第八名)	1.8% (第七名)	0.8% (第十四名)	

就董事所知，概無董事或他們各自的聯繫人士或擁有本集團已發行股本5%以上的現有股東於上述任何前五大 CDM 客戶中擁有任何權益。

我們一般於銷售合約訂立時要求 CDM 客戶支付訂金。我們的 CDM 客戶將以電滙、信用狀及支票方式償還應付款項。我們給予 CDM 客戶的信貸期由三十至九十天不等。我們定期跟進信貸之還款狀況。於往績記錄期內，分別就截至二零零五年、二零零六年及二零零七年三年各年及截至二零零七年十一月三十一日止八個月有 CDM 客戶清盤及有被視為不可收回的長期欠款作出全數撥備約為800,000港元、400,000港元、200,000港元及300,000港元。

## 6. 零售業務

除把握製造階段的溢利外，我們亦垂直整合我們的商業模式，將業務分散至零售界，抓緊品牌及零售的溢利。我們相信我們的CDM經驗可在以下方面協助零售業務的發展：(i)我們透過與國際客戶及全球性品牌合作，汲取豐富經驗；(ii)我們的設計團隊緊貼全球設計及時裝趨勢；(iii)我們獲得需要精細手工的生產技術及技巧；(iv)我們的CDM業務產生穩定的收益來源；及(v)我們從規模經濟效益享有重大成本優勢。

我們透過於中國、香港及澳門的零售網絡，提供我們自有品牌「雅天妮」及「Q'ggie」的零售產品。截至二零零七年三月三十一日止三年各年及截至二零零七年十一月三十日止八個月，我們的零售及分銷銷售的營業額分別約為10,700,000港元、21,500,000港元、78,700,000港元及174,300,000港元。

### 我們的產品組合

我們提供廣泛的時尚配飾，包括時尚首飾，如頸鍊、手鍊、耳環、胸針等，時尚腕錶，皮帶，手袋，太陽眼鏡，精品禮品，如首飾盒、相架、鑰匙扣、音樂盒、文具套裝等，分別以「雅天妮」及「Q'ggie」兩個不同品牌推出。這兩個品牌的產品以不同市場層面為目標，各有其獨特設計以迎合不同目標客戶的口味及形象。

### 「ARTINI」

雅天妮的哲學是「燃起生活火花」。「雅天妮」的產品設計意在結合藝術和潮流。

雅天妮提供典雅、高貴和浪漫的時尚配飾，目標客戶是具時尚觸覺及注重品味的人仕，她們注重複雜精細的工藝及設計獨特的產品。雅天妮產品隨著季節的轉變而推出，設計亦為迎合不同場合需要而設。「雅天妮」品牌的產品包括頸鍊、手鍊、耳環、指環、腕錶、皮袋、髮飾、胸針、袖扣等配飾件；及首飾盒、紙巾盒、相架、匙扣及飾物等精品。雅天妮產品系列正價由約280港元至28,000港元不等。於往績記錄期內，除截至二零

零五年及二零零六年三月三十一日止兩年向獨立第三方外判若干生產工序，例如寶石鑲嵌及電鍍外，所有我們「雅天妮」的產品均於廣東廠房生產或加工。



### 「Q'ggle」

「跳躍百變，時尚人生」是Q'ggle品牌的主題。Q'ggle品牌的目標客戶群是趨時又具創意的年輕人士。

Q'ggle旨在提供形象清新，有生氣及活力的時尚配飾。「Q'ggle」品牌的配飾產品包括：頸鍊、手鍊、耳環、指環、腕錶、皮帶、髮飾、太陽眼鏡、圍巾、手袋、錢包、零錢包、鴨舌帽、帽等配飾；及首飾盒、相架、匙扣、手機繩及鏡盒等精品。「Q'ggle」品牌的產品正價由約50港元至3,000港元不等。

於往績記錄期內，除截至二零零五及二零零六年三月三十一日止兩年向獨立第三方外判若干生產工序，例如寶石鑲嵌及電鍍外，所有我們「Q'gggle」的產品均於廣東廠房生產或加工。



## 我們的零售客戶

我們零售及分銷業務的大部分客戶為散客，我們不同的零售店及專櫃的個別年度支出並無對我們的營業額構成重大百分比。這些客戶的零售銷售於購物時以現金、信用卡或借記卡支付。我們亦向獲授權零售銷售點持有人批發分銷我們的「雅天妮」產品。我們一般要求這些獨立零售商於作出採購訂單時下訂金，並向他們授出三十日至六十日的信貸期。這些獲授權零售銷售點的銷售相對較小，合共僅佔我們截至二零零七年三月三十一日止三年及截至二零零七年十一月三十日止八個月的零售業務營業額分別約無、無、2.2%及1.9%。

## 7. 產品設計

我們認為產品開發對我們的成功至關重要。我們認為我們的成功主要歸因於我們對不斷變化的市場潮流的迅速反應以及我們能夠在設計、質量和原材料使用方面與市場上其他類似產品區分開來。

我們相信敏銳的潮流觸覺，強而有效的意見傳達以及高效率是設計過程至關重要的部分，我們於管理設計部門時將上述條件銘記於心。

## 業 務

於二零零八年三月三十一日，涉及設計過程的全職設計師有35名，當中駐於香港的有5名，駐於中國的則有26名。我們亦有來自英國的4名自僱設計師作為我們的顧問，幫助我們理解最新時尚潮流以及為我們提供設計概念及草圖。下表為我們於二零零五年、二零零六年及二零零七年三月三十一日、二零零七年十一月三十日及二零零八年三月三十一日的設計人員：

地點(職位)	於三月三十一日			於十一月三十日	於三月三十一日
	二零零五年	二零零六年	二零零七年	二零零七年	二零零八年
香港(全職)	2	3	9	9	5
中國(全職)	1	3	24	17	26
英國(自僱顧問)	—	—	3	3	4
總計	3	6	36	29	35

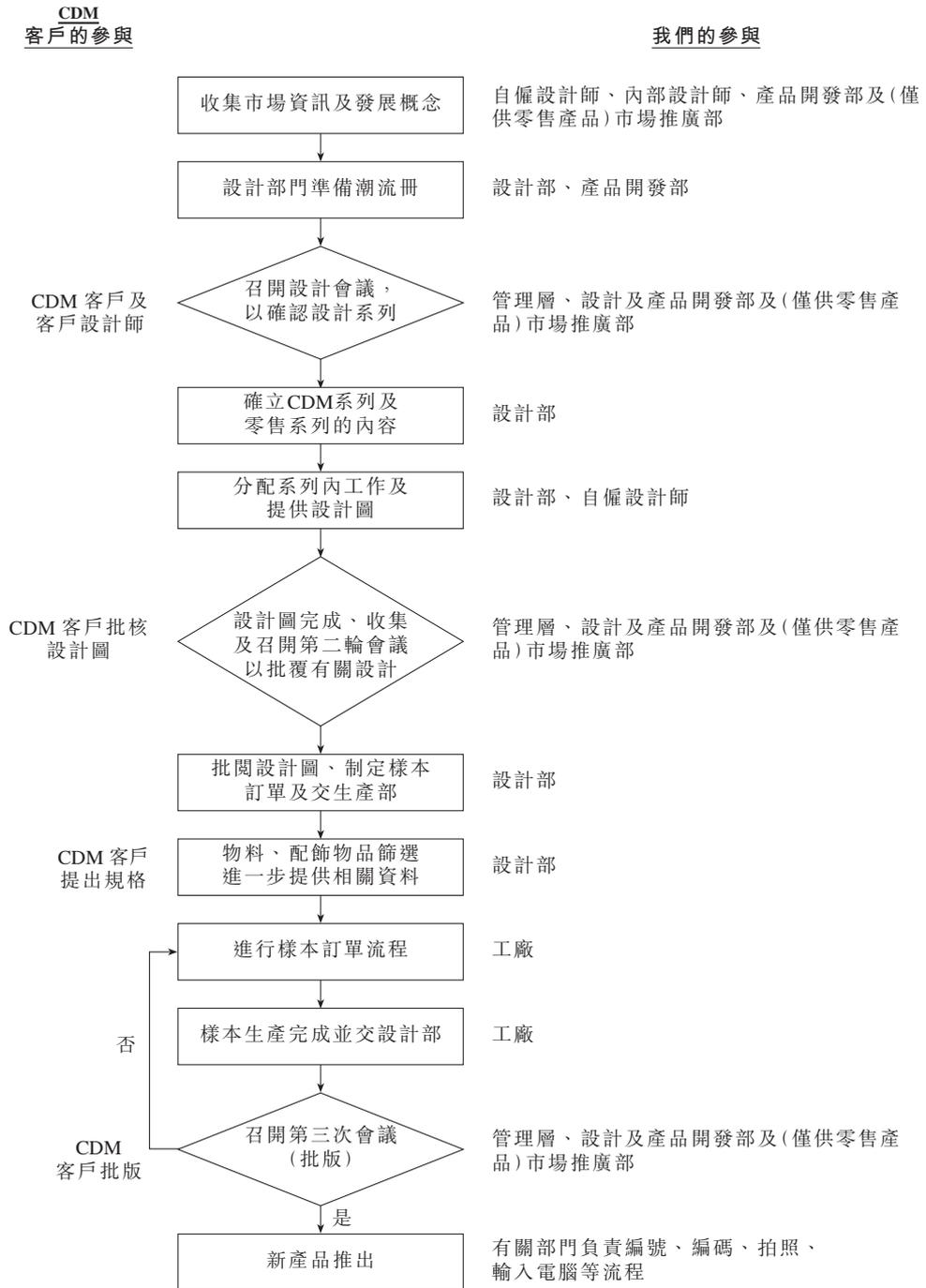
公司的全部內部設計師均為全職僱員。我們的設計師參加貿易展並且精讀市場訊息以緊貼時尚潮流。他們亦與我們的市場推廣部、銷售部及產品開發團隊合作，並分析以往的銷售表現，市場狀況以及客戶反饋，以創造設計概念。為了提供各式各樣的產品設計以配合不斷變化的時裝潮流及客戶品味，我們的設計師於設計中善用不同材料，例如水晶、環氧化物、皮革、珍珠、半寶石及布料。

我們與 CDM 客戶同步設計開發生產產品。我們給予客戶彈性以選擇他們在設計過程中的參與程度。客戶可以表明他們希望在製成品上呈現何種潮流或具體設計，又或者他們可以選擇讓我們的設計師為他們挑選潮流及設計，再交他們核准。客戶也可以從我們現有的設計挑選並訂購。設計過程中，CDM 客戶與我們的設計團隊會以開會、電郵通訊及電話會議等方式，分享他們在原定產品設計及建議設計修訂案方面的構思及想法。我們的設計團隊每年可生產超過10,000款新設計。這些設計的樣品存放在廣東廠房的樣品庫內。

「雅天妮」及「Q'ggle」的產品都是由我們的設計團隊悉心設計，在每季初會進行市場研究，並就該季製作時尚潮流冊及確定該季的趨勢，從而設計符合趨勢、款式及品牌定位的產品。基於設計及質量的要求，首飾方面會安排工廠製作樣辦及生產。而配飾方面亦會精心挑選合適的供應商作配飾產品的製作，同時亦加上工廠優質獨特的配件，令「雅天妮」及「Q'ggle」產品更具獨特的設計，細緻的工藝，及優異的質異。

# 業 務

以下的圖解說明 CDM 及零售業務的設計過程：



我們戰略性地為 CDM 客戶生產的產品，及我們自有品牌產品保持不同的設計，並採取以下內部監控措施防止知識產權備侵犯：

- 在設計過程早段，CDM 部門、雅天妮品牌及 Q'ggle 各自的設計小組會提出他們對來季新趨勢的意念，而這些意念會被整合成一個未來潮流手冊。趨勢簿勾劃的不同設計趨勢然後會按他們各自的品牌價值、特色以至他們當季的設計方向，分派予各設計小組。各小組間也會定期開會，確保沒有產品設計上的重複；
- 各設計小組自有登入本身主產品設計倉的電腦系統的密碼，而這些密碼會每月更新；
- 我們有為設計團隊建立嚴格內部政策／指引，列明我們不得侵犯第三方的知識產權。如非本身設計，他們必須確保註明出處及來源妥當，而設計師本身亦須具備藝術上的操守。如有侵犯第三方知識產權，違者會被管理層採取紀律行動處法，包括即時終止僱用合同及追討因侵權行為所造成的損害／賠償；
- 有產品設計投入生產之前，該產品設計須由抽樣部門檢視，確保生產自有產品時沒有侵犯 CDM 客戶的設計，反之亦然。
- 如有太陽鏡和腰帶等模型及／或配件採購自獨立供應商，以應用於我們產品的設計，負責設計師須緊跟內部指引，減低我們侵犯第三方知識產權的風險；及
- 向 CDM 客戶講示或開始生產前，涉及使用有關模型與配件的產品設計須由各設計小組組長按照內部指引檢視，以我們侵犯第三方知識產權的風險。

往績記錄期內概無發生侵犯知識產權，或發生本集團與 CDM 客戶之間因雙方各自開發知識產權起糾紛的情況。然而，我們曾在二零零六年十二月收到一獨立第三方（並非 CDM 客戶）發出的令狀，指我們向當時一供應商採購的花飾手鐲侵犯版權。該第三方尋求以禁制令禁止我們在銷售上述花飾手鐲，並交出手上存貨及要求賠償。我們經調查並經取法律意見後，於二零零七年一月同意和解，方式為承認該第三方的版權，向律師交出手上存貨並賠償協定損害及訟費共35,000港元。

## 8. 採購、物流管理和存貨控制

### 採購

我們自行為我們 CDM 產品以及零售業務的產品的生產進行原材料搜購和採納，讓我們對我們生產的產品所採用的原材料進行品質控制。

我們需要採購的原材料包括水晶、銀、半寶石及各種各樣的金屬及塑膠配件，用以生產時尚配飾及禮品及精品產品。此外，我們亦自獨立供應商尋找及採購腰帶、太陽眼鏡、手袋及鴨舌帽等等配飾物品，以作進一步處理（主要涉及加工及修改工序，例如鑲石、琢磨及加上標籤）。

水晶為用作生產我們大部分產品的主要原材料。雖然我們自其他供應商採購水晶，但截至二零零七年三月三十一日止三年各年及截至二零零七年十一月三十日止八個月，分別約 99.0%、97.1%、98.0%及98.1%的水晶均採購自施華洛世奇香港有限公司，而我們亦獲授權於我們的產品上使用 Crystalised® 字樣。截至二零零七年三月三十一日止三年各年及截至二零零七年十一月三十日止八個月，施華洛世奇香港有限公司亦為我們的最大供應商（佔我們的總採購量約23.7%、19.8%、19.7及19.8%）。銀為我們用作生產銀製配飾的另一主要原材料。半寶石（包括紫晶、瑪瑙、青金石、縞瑪瑙、虎眼石、綠松石等等）用於我們時尚配飾的若干生產線。金屬（包括合錫、合鋅、銅等等）及塑膠則用於本集團產品的倒模工序中。

現時，我們的原材料主要採購自中國、香港、南韓、意大利及美國。我們所訂購的某些材料已按照我們在顏色、大小及形狀等規格製成。

我們的政策是向最少兩名供應商採辦各項原材料或配件。我們在採購原材料及配件方面從來沒有遇到重大困難。基於我們與現有供應商已建立穩定的關係，及目前市場上我們的原材料及配件的供應情況，董事相信，我們向現有供應商採購原材料及配件方面並不會遇到任何困難。

截至二零零七年三月三十一日止三年及截至二零零七年十一月三十日止八個月，本集團購買原材料的成本分別約為84,300,000港元、110,800,000港元、117,400,000港元及124,500,000港元。

當接到來自 CDM 客戶或零售分部的生產訂單後，工廠開始準備內部採購訂單、索取報價及向經挑選供應商發送訂單。除了數量及價格外，工廠更經常與供應商進行關於採購的其他主要條款的磋商，包括付款條件、交貨方式及交貨時間。

我們的採購監測系統說明如下：

- 我們一般要求至少兩個供應商提供建議書，再在當中挑選較適合者；

- 採購訂單經採購部員工覆核，並由採購部經理審批。原材料運抵廣東廠房後，將由倉務員工檢驗。
- 任何折扣或回扣的方式及金額須向董事會列明及申報。
- 倉務員工就收到的原材料質量編寫報告，有關報告將用作將來的訂購參考。

除了我們常用的若干原材料以外，我們一般根據每份生產訂單對生產的實際要求來採購原材料。我們在收到 CDM 客戶或零售分部的訂單以後開始生產產品。我們通常只庫存不超過一個月用量的在製品。

我們嚴格按照ISO9001:2000標準要求及根據供應商提供原材料的質量及價格選擇原材料供應商。我們的方針是與供應商建立長期的合作關係，並且已經與不少供應商建立了良好的長期合作關係。我們的主要供應商包括總部位於奧地利的水晶供應商施華洛世奇香港有限公司。我們自五大供應商購買原材料平均超過十一年。

採購原材料一般使用港元、美元及人民幣。截至二零零七年三月三十一日止三年及截至二零零七年十一月三十日止八個月，原材料成本在我們總生產成本中所佔比例分別約為53.0%、54.6%、71.6%和69.8%；本集團從最大供應商的採購佔總採納值約為23.7%、19.8%、19.7%和19.8%，另從前五大供應商(均為獨立第三方)的採購總量佔總採納值分別約為52.9%、46.8%、48.5%及46.2%。

我們以電匯或支票方式償還應付貿易款項，小批量的訂貨一般使用現金或支票支付。結賬付款期限一般為30至60天。

概無董事或其各自的聯繫人士或就董事所知擁有已發行股本5%以上的現有股東於上述前五大供應商任何一員擁有任何權益。

### 物流和存貨控制

我們建立了物流管理體系，讓國外及香港供應商把原材料送達我們於香港的辦事處，然後再由該辦事處負責把原材料送達我們的廣東廠房。為提高效率，中國內地的原材料供應商將直接將貨物送達工廠。

本集團實施若干措施，以監管存貨水平。我們已實施存貨控制政策，詳情如下：

- 原材料的所有變動由倉庫員工記錄，並須每月審查；

- 我們一般保留不超過一個月總產量的生產產品存貨水平；
- 我們 CDM 業務的大部分原材料均於本集團收取銷售訂單時購買；
- 購買原材料前，本集團先檢查手頭現有存貨，確定本集團倉庫有否所需原材料；
- 我們維持足夠水平的原材料存貨（主要為水晶及銀），以應付生產需求；及
- 生產零售產品按每星期審閱的銷售預測計算。

本集團於往績記錄期內並無作出存貨撥備。

由於客戶對時尚配飾款式的需求不斷變化，我們毋需要保持配飾過高的存貨量。

## 9. 生產

我們的生產基地位於中國廣東省海豐縣，總佔地面積約27,800平方米。綜合生產大樓由廠樓組成，內設生產工場、職工宿舍樓及一個倉庫等，建築樓面面積超過40,000平方米。廠樓工場包括模型製作部、倒模部、焊接／鑲嵌部、拋光部、電鍍部、滴油部、鑲石部、包裝部、品控部、禮品及精品產品工場和銀飾工作間。我們為 CDM 及零售業務生產的產品符合 ISO9001：2000的規定。



### 生產設備

為了保證生產效率，綜合生產大樓配備現代化機器，如 MMII、CNC 雕刻機、CNC EDM 線切割機及壓鑄機。我們大部份的主要生產設備都是電腦化及數位控制的機器。截

至二零零七年三月三十一日止三年及截至二零零七年十一月三十日止八個月，我們分別投入了約4,100,000港元、300,000港元、6,500,000港元及6,000,000港元用於購置機器設備，我們的大部分機器設備購自中國或從海外進口。

為了保證正常生產設施運作不受影響，所有重大機器設備維修保養工作均安排在營業時間結束之後或週末。截至二零零七年三月三十一日止三年及截至二零零七年十一月三十日止八個月，我們從未發生過因生產設備短缺造成業務營運中斷的情況。

### 生產能力

截至二零零七年三月三十一日止年度，綜合生產大樓的年產量為每年生產超過15,000,000件高質素時尚配飾及精品禮品產品。下表列出截至二零零七年三月三十一日三年各年及截至二零零七年十一月三十日止八個月時尚配飾及禮品及精品產品的(i)實際產量；(ii)利用率；及(iii)年設定產能。

	截至三月三十一日止年度			截至
	二零零五年	二零零六年	二零零七年	十一月三十日 止八個月 二零零七年
實際產量(百萬件 <sup>(1)</sup> ) (約數)	10.8	13.2	10.5 <sup>(5)</sup>	8.5
利用率 <sup>(2)</sup> (約數)	68.9%	86.0%	67.5%	82.3%
年設定產能(百萬件) <sup>(3)及(4)</sup> (約數)	15.7	15.4	15.6	15.6

附註：

- (1) 實際產量「件數」可能包括多項項目。例如，配飾套裝以實際產量的「一件」計算，但可能包含一條項鍊及一對耳環。
- (2) 利用率指實際產量兌年設定產能的比率。
- (3) 設定年產量按年內每月最高設定月產量乘以12計算。廣東廠房自二零零六年四月起全面負責所有生產工序。於二零零六年八月，本集團收購一新生產線，計算截至二零零七年三月三十一日止年度及截至二零零七年十一月三十日止八個月的設定年產量時已計入新生產線對設定年產量的貢獻。
- (4) 截至二零零六年三月三十一日止兩年，我們透過分包商，就若干生產工序，例如寶石鑲嵌及電鍍，訂立的不同分包安排生產本集團產品計算。廣東廠房自二零零六年四月全面負責所有生產工序。
- (5) 截至二零零七年三月三十一日止年度，本集團專注生產較高毛利率、需要精細手工及較多生產工序的產品。因此，生產一件產品的平均時間較過往財政年度長。因此，實際產量由截至二零零六年三月三十一日止年度約13,200,000件減少約20%至截至二零零七年三月三十一日止年度約10,500,000件。

利用率指某個時間段內實際產量與年設定產能的比率。影響產能利用率的因素包括整體行業狀況、客戶訂單量、有效生產率及停工時間。設定產能受不同因素影響，如設定生產時間、工人配定更數、指派工人數目及生產技術狀況等。我們的指定生產時間大約30至45天，即無因設備維修保養或其他營運原因而造成停工誤工的條件下的估計生產時間。

於二零零五年，我們根據ISO9001：2000標準，實施高效生產控制、措施及生產工序流程，大大改善我們的生產效率。我們的工廠亦於同年獲得ISO9001：2000證書。

往績記錄期內，本集團從未發生因產能制約而造成的重大停工事件。

### 生產工序

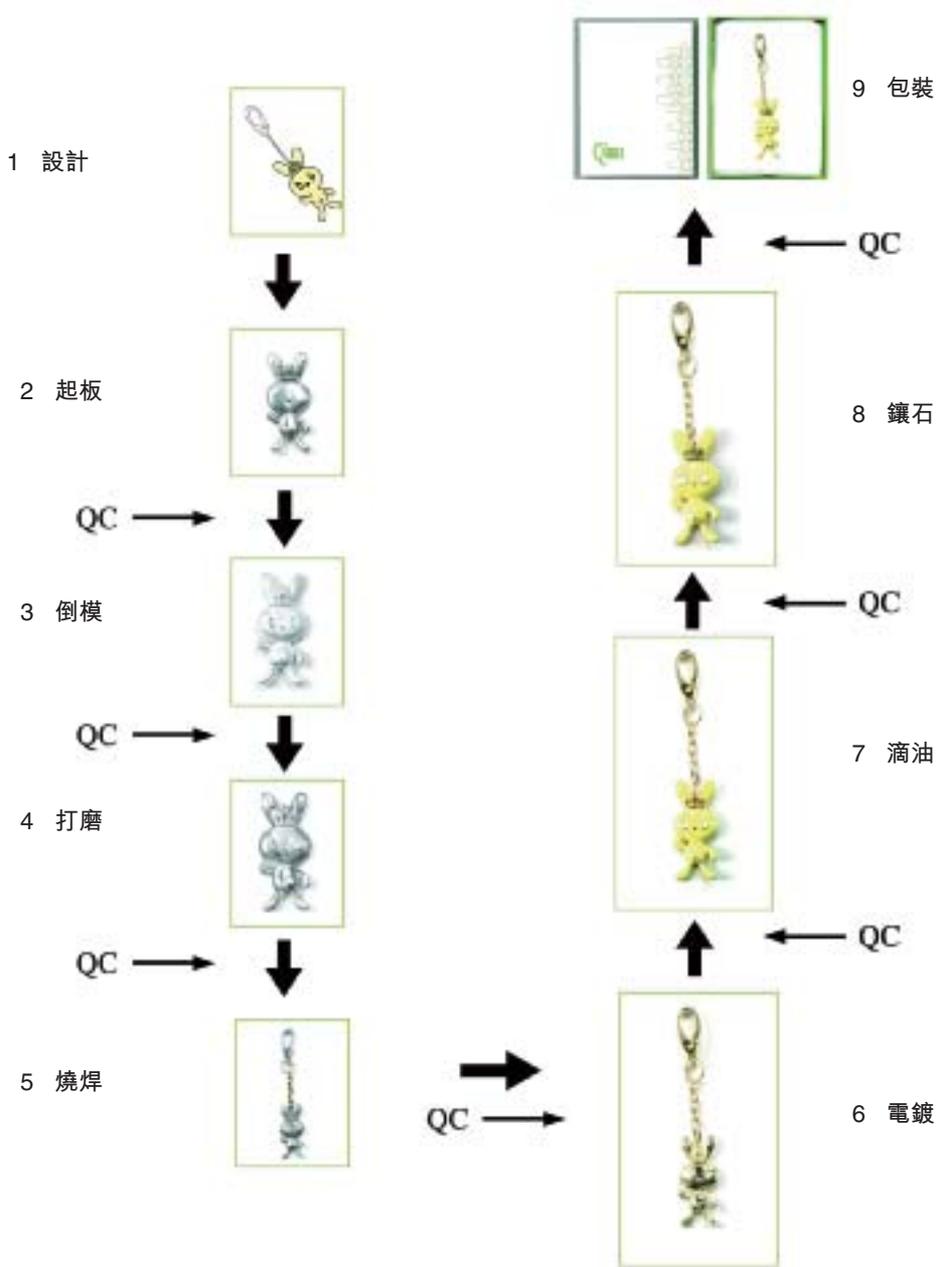
從收到設計部門的具體設計草圖至向客戶交付製成品，整個 CDM 業務生產過程大約需要30－45日的時間。

由於產品要求繁複及精密度高，若干生產工序主要由電腦化機器進行。該等機器由內置計算機軟件操作，操作工人只需要根據每個產品規格輸入相應的參數即可。

由於我們的產品規格須達到高精密度要求，我們在每個生產工序均貫徹了嚴格的品控政策，具體情況請參閱本節「10.品質控制」一段。

# 業 務

通過下圖可以說明時尚配飾及禮品及精品產品的整個生產工序：



1. 設計工序 — 我們的設計團隊成員不時就最新時裝潮流進行討論，並按季設定主題及方針，編製潮流冊。設定主題後，設計師及其他設計團隊成員將預備草圖及圖樣，作起板用途。



2. 起板工序 — 製作模型可以全人手或使用模型製作機或 MMII，設計師將設計草圖轉化為數據並輸入機器，模型從而自動製成。涉及複雜設計及細節的模型將由熟手工人以人手製成。



3. 倒模工序 — 我們採用離心鑄造法及脫蠟鑄造法等科技，並於倒模工序採用錫合金、鋅合金、銅、銀等金屬。為確保每次倒模均可以一次過完成，我們在壓力、熔解度、溫度等各方面進行密切監察。倒模所採用的不同金屬能減低本公司於反覆多變的中國金屬市場內所面對的風險。



4. 焊接／鑲嵌工序 — 進行電鍍前，因各設計而異，若干產品需進行鑲嵌，過程可能以人手或焊接方式進行。我們沿用使用免鉛焊接物料的做法，以確保我們的產品符合歐洲及美國的含鉛量規定。



5. 打磨工序 — 我們視乎產品及物料，於打磨工序採用不同技術。我們為工人制訂技術手冊，確保產品質量一致。



6. 電鍍工序 — 我們由前處理至最後電鍍階段均利用自設工場進行電鍍工序。我們的電鍍工場已達到國際品牌接納的水平，並具備進行包括金、銻、鈀、銀、銅等不同種類電鍍的設備。電鍍工序安全又環保，而且，我們已於二零零六年取得中國清潔生產認可。



7. 滴油工序 — 我們於滴油工序中使用優質環氧樹脂漆，可生產多款色漆。我們將上油產品以特定時間烘乾，確保顏色不容易脫落。



8. 鑲石工序 — 視乎寶石種類，我們的工人或用人手鑲嵌或黏合。如產品需要半寶石，工人會把每顆寶石逐一鑲嵌。另一方面，如工序涉及施華洛世奇水晶，工人就會把每顆水晶逐一用手黏合。現階段亦包括將我們的品牌名稱或任何圖案以激光雕刻在產品上。



9. 包裝工序 — 我們的工人根據CDM客戶或零售部的特定包裝要求包裝產品。製成品逐一以禮品盒或禮品袋包裝，為進一步確保產品安全及完好無缺送達至客戶，我們又使用合適的額外保護包裝。



我們的產品開發部向獨立第三方物色如皮帶、太陽眼鏡、手袋及鴨舌帽等配飾物品，並在該等物品上加入我們的設計。該等配飾物品將用於加工及修改(例如鑲石、琢磨及加上標籤)。我們並無與這些獨立供應商訂立任何長期供應合約，而訂單均不時以採購訂單基準作出。我們密切監視包裝物料及該等配飾物品的質量，以確保該等物品符合我們的品質控制標準。為了避免依賴同一來源，每件物品最少有2個認可供應商。

## 生產訂單的管理

為避免積存原材料存貨，我們於接到 CDM 客戶的銷售訂單及經生產部批准後才訂購所須的原材料。本公司訂立此採購政策，全因我們身處的是個日新月異，需要緊跟潮流的行業。

至於我們零售業務的庫存控制方面，各銷售地區的總監將監察零售店及專櫃產品的實際銷售表現，並按該等表現就個別貨品索取更多零售存貨。

## 二零零六年四月前的加工安排

二零零六年四月前，我們就外判若干生產工序(例如寶石鑲嵌及電鍍)與不同中國分包商(獨立第三方)訂立加工安排。截至二零零六年三月三十一日止兩年，本集團聘用了26個及28個中國分包商。我們與這些不同中國分包商的關係由一至三年不等。根據加工安排，截至二零零六年三月三十一日止兩個財政年度，我們向該等分包商支付加工費用分別約為65,300,000港元及54,200,000港元，分別佔銷售成本約42.2%及30.6%。根據該安排，中國分包商負責聘請勞工(包括根據中國相關規定及法規參與僱員福利計劃)。我們並無責任向該等分包商提供的現有及前員工就任何僱員福利計劃(包括社會保險、醫療保險及工作相關傷殘保險)作出供款。

由於廣東廠房於二零零四年末開始商業生產，故我們漸漸減少依賴中國分包商，並進行內部生產工序。截至二零零六年四月，我們的廣東廠房全面負責所有生產工序，加工安排因而終止。因此，我們自截至二零零七年三月三十一日止財政年度並無聘用任何分包商，亦無產生加工費用。

## 10. 品質控制

董事高度重視集團產品的品質控制。我們十分注重培訓我們的生產員工及工匠，以確保取得及保持始終如一的質量。我們按照ISO9001:2000程序，就每個生產工序均嚴格執行批量檢驗及最後檢驗。

於二零零七年十一月三十日，品質控制團隊有109名成員。進廠原材料配件及配飾物品經品控員工檢驗後，才可用於生產工序。同時，他們也會對生產工序中的每個環節進行品控檢驗，確保達到產品規格。

二零零五年，我們工廠的產品取得了 ISO9001：2000 認證，充分說明廣東廠房已達致內部質量保證標準，也是我們產品質量的證明。

所有的製成品在銷售予客戶之前都要接受最後質檢。當產品到達我們的零售店及專櫃後，在出售給我們的零售客戶前，各零售店／專櫃的店員將檢查每件產品。我們的員工在出口之前也會為 CDM 業務生產的製成品進行質量檢驗。



## 11. CDM 業務的銷售及市場推廣策略

本集團 CDM 業務的銷售和市場推廣策略重點為建立一貫質高價優的聲譽、提供可靠的客戶支援服務以及與客戶建立長期穩定的合作關係。

本集團以不同途徑向現有客戶及潛質 CDM 客戶推廣我們的商品，其中包括設立網站、生產及分發產品目錄及參加在國內外舉辦的貿易展銷會。通過參加展銷會可以提升本集團的形象取得客戶訂單及向潛在客戶推廣及推銷我們的產品。

## 業 務

以下為我們於二零零五年至二零零七年曾參加的主要展銷會：

舉辦日期	展銷會名稱	舉辦地點
<b>二零零五年</b>		
一月二十一日至二十四日	Macef Milano / CHIBI & CART	意大利
四月二十八日至五月一日	香港禮品及贈品展	香港
六月三日至七日	JCK Las Vegas Show 2005	拉斯維加斯
六月十八日至二十一日	亞洲時尚首飾及配飾展	香港
八月二十六日至三十日	Tendence Lifestyle Frankfurt 2005	法蘭克福
九月二日至五日	Macef Milano - Bijoux	意大利
九月二十一日至二十五日	香港珠寶及鐘錶展覽會	香港
<b>二零零六年</b>		
一月二十日至二十三日	Macef Milano	意大利
二月五日至九日	Birmingham International Spring Fair 2006	英國
四月二十八日至五月一日	2006香港禮品及贈品展	香港
六月三日至七日	JCK Las Vegas Show 2006	拉斯維加斯
六月二十二日至二十五日	亞洲時尚首飾及配飾展	香港
八月二十五日至二十九日	Tendence Lifestyle 2006	法蘭克福
九月十九日至二十三日	香港珠寶及鐘錶博覽	香港
十二月十七至二十日	Style Hong Kong in Dubai 2006	杜拜

舉辦日期	展銷會名稱	舉辦地點
二零零七年		
一月十五日至十八日	香港時裝節2007秋冬系列	香港
一月十九日至二十二日	Macef 07 Spring	意大利
二月九日至十三日	Ambiente International Frankfurter Messe	法蘭克福
三月七日至十日	亞洲時尚首飾及配飾展	香港
四月二十八日至五月一日	2007香港禮品及贈品展	香港
六月二十一日至二十四日	亞洲時尚首飾及配飾展	香港

我們亦利用網站向 CDM 客戶介紹我們的最新設計款式及產品系列，使世界各地人士瞭解本集團，同時也可以幫助我們提升國際 CDM 生產商和高品質時尚配飾供應商應有的形象。

銷售為我們 CDM 業務的重要一環，因很多 CDM 客戶將會到我們的陳列室挑選設計。因此，我們全體 CDM 業務的銷售人員均有接受培訓。培訓內容包括集團背景及歷史、銷售技巧及產品知識。

## 本集團 CDM 業務之定價策略

本集團 CDM 售價參考了下列因素而決定：

- 市場趨勢；
- 客戶門市產品的零售價；
- 設計及生產的複雜性；
- 生產成本如原材料成本；及
- 銷售訂單的數量。

## 12. 零售業務的銷售及分銷

本集團已於中國建立廣泛的銷售網絡。本集團所有零售點均以「雅天妮」或「Q'ggle」品牌開設及經營。截至二零零八年三月三十一日，我們於中國、香港及澳門擁有及管理

## 業 務

的零售網絡包括130間零售店及專櫃，以「雅天妮」品牌經營的有86間，及以「Q'ggle」品牌經營的有44間。由獨立第三方持有並分別以「雅天妮」及「Q'ggle」品牌經營的獲授權零售銷售點有7個及1個。

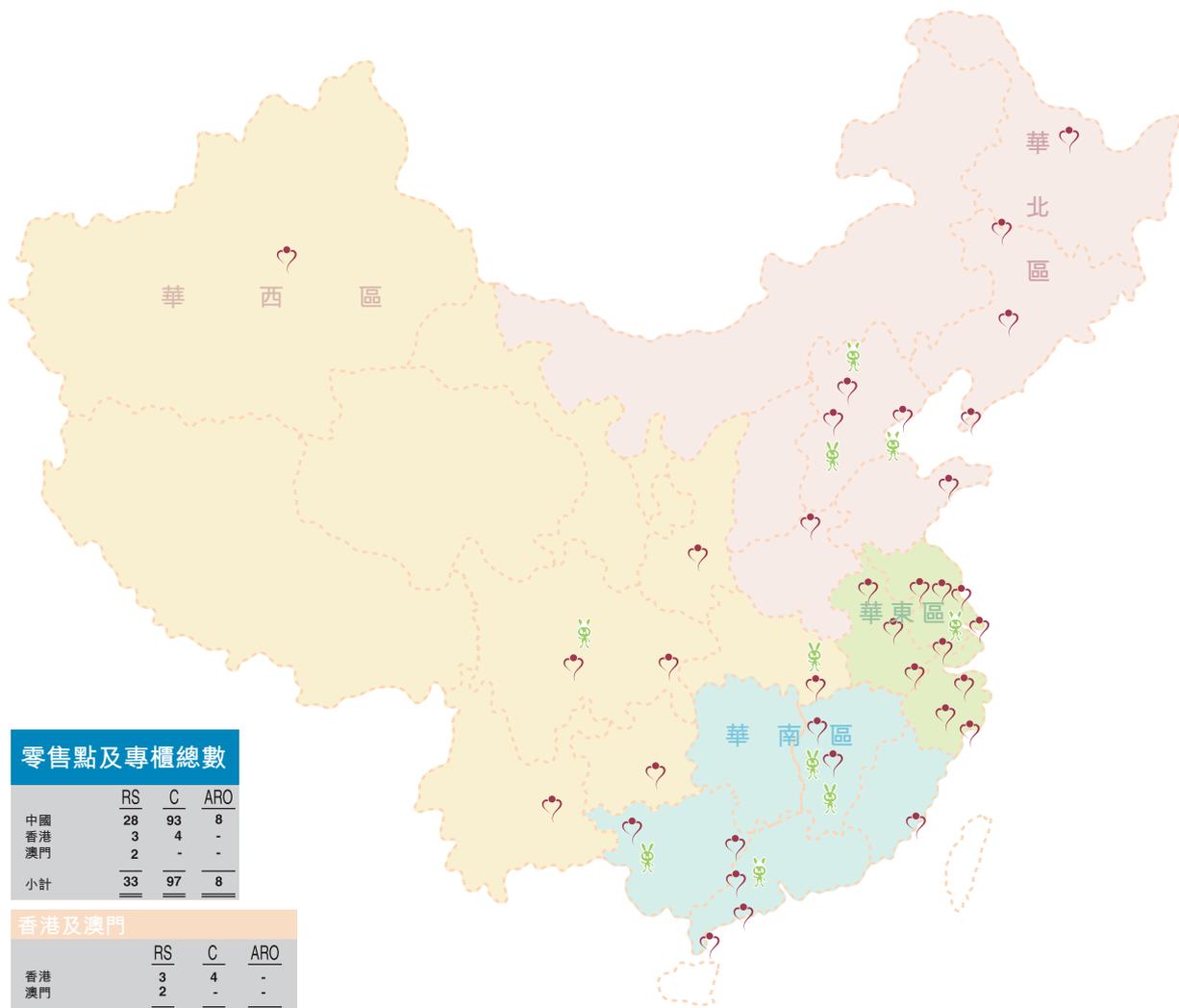
為促進我們零售店及專櫃的管理效率，我們將銷售網絡分為五個地區：(i)香港及澳門；(ii)華東(包括常州、杭州、合肥、南京、南通、寧波、上海、蘇州、無錫、揚州及溫州)；(iii)華南(包括長沙、福州、廣州、貴陽、南昌、南寧、深圳及廈門)；(iv)華西(包括成都、重慶、昆明、烏魯木齊、武漢及西安)；及(v)華北(包括北京、長春、大連、哈爾濱、青島、瀋陽、石家莊、天津及鄭州)。

於二零零五年、二零零六年及二零零七年三月三十一日、二零零七年十一月三十日及二零零八年三月三十一日，本集團於中國、香港及澳門的零售店及專櫃數目概述如下表：

	於二零零五年 三月三十一日			於二零零六年 三月三十一日			於二零零七年 三月三十一日			於二零零七年 十一月三十日			於二零零八年 三月三十一日		
	雅天妮	Q'ggle	總計	雅天妮	Q'ggle	總計									
零售店	3	—	3	3	—	3	11	2	13	22	8	30	22	11	33
專櫃	2	—	2	4	—	4	30	1	31	61	24	85	64	33	97
總計	5	—	5	7	—	7	41	3	44	83	32	115	86	44	130

# 業 務

以下地圖所示為於二零零八年三月三十一日本集團於中國、香港及澳門的零售點的地區分佈：



## 零售點及專櫃總數

	RS	C	ARO
中國	28	93	8
香港	3	4	-
澳門	2	-	-
小計	33	97	8

## 香港及澳門

	RS	C	ARO
香港	3	4	-
澳門	2	-	-
小計	5	4	0

## 華東

	RS	C	ARO
常州	-	4	-
杭州	-	1	-
合肥	-	1	-
南京	-	3	-
南通	-	1	-
寧波	-	2	-
上海	5	4	1
蘇州	-	2	-
無錫	-	4	1
揚州	-	1	-
溫州	-	-	3
小計	5	23	5

## 華南

	RS	C	ARO
長沙	-	4	-
福州	-	1	-
廣州	4	3	-
貴陽	-	-	1
南昌	-	2	-
南寧	-	4	-
深圳	7	12	1
廈門	-	1	-
小計	11	27	2

## 華西

	RS	C	ARO
成都	-	6	-
重慶	1	4	-
昆明	2	2	-
烏魯木齊	-	1	-
武漢	-	3	1
西安	1	1	-
小計	4	17	1

## 華北

	RS	C	ARO
北京	8	12	-
長春	-	2	-
大連	-	1	-
哈爾濱	-	2	-
青島	-	1	-
瀋陽	-	3	-
石家莊	-	2	-
天津	-	2	-
鄭州	-	1	-
小計	8	26	0

RS = 零售店  
C = 專櫃  
ARO = 獲授權零售銷售點

## 我們的零售網絡

我們為零售店及專櫃策略性選擇購物商場及商業中心區。我們的零售網絡包括(i)銷售所得款項由我們直接收取的零售店；(ii)銷售所得款項先由百貨公司收取的專櫃；及(iii)由獨立第三方經營及持有的獲授權零售銷售點。本集團的零售點大部分每星期經營七日。中國的零售點一般由上午九時三十分經營至晚上十時三十分，而香港及澳門則由上午十時經營至晚上十時。

除透過零售店進行銷售外，我們並無訂立任何批准或分銷協議，分銷我們的「Artini」或「Q'ggle」產品。

### 零售店

零售店一般設於購物商場或購物區。於二零零五年、二零零六年及二零零七年三月三十一日及二零零七年十一月三十日的零售店數目分別為3間、3間、13間及30間。零售店數目於二零零八年三月三十一日增加至33間。我們在中國、香港及澳門的所有零售店均位於向獨立第三方租用的場址。一般而言，業主所收取的月租是按固定金額(約9,000港元至260,000港元不等(平均約為89,000港元))及／或按營業額的某個百分比(10%至28%不等(平均約為17.8%))計算(如經審核銷售資料所載)。按董事經營業務的經驗，董事認為該等租賃安排於行內並不罕見。截至二零零七年三月三十一日止三年及截至二零零七年十一月三十日止八個月的租金開支金額分別約為5,000,000港元、4,800,000港元、7,200,000港元及17,400,000港元，分別佔我們的銷售及分銷成本約22.0%、14.6%、9.6%及9.6%。租約協議年期由一年至三年不等。

零售店的銷售大部份均由現金、信用卡或扣數卡支付。零售店的銷售為現款現貨。故此，我們無須就零售業務實施信用期或信貸控制政策。零售店收取的銷售所得現金按日存進指定銀行賬戶內。各零售店需向財務部提交每日銷售報告，財務部會以報告數據與銷售點系統每日記錄的銷售數據進行對賬。我們利用數序銷售發票查核銷售金額及現金款項。倘於日常對賬過程產生任何差異，進行對賬工作的指定財務人員將向我們的零售經營財務主管報告，零售經營財務主管將要求相關銷售地區經理跟進差異。

截至二零零七年三月三十一日止三年及截至二零零七年十一月三十日止八個月的零售店銷售所得款項分別約7,800,000港元、9,100,000港元、21,700,000港元及69,200,000港元，分別佔總營業額銷售約3.2%、3.1%、6.4%及19.0%。零售店的銷售所得款項一般由我們直接收取。

下圖闡明我們某些零售店：



## 專櫃

所有專櫃均由我們全資擁有。專櫃一般設於百貨公司或購物商場。於二零零五年、二零零六年及二零零七年三月三十一日及二零零七年十一月三十日，於中國、香港及澳門的專櫃數目分別為2個、4個、31個及85個。專櫃數目於二零零八年三月三十一日增加至97個。我們一般與百貨公司或購物商場簽訂專櫃協議，並由他們管理專櫃運作包括收取銷售所得款項。

此協議下，銷售所得款項一般先由百貨公司或購物商場收取並扣除專櫃費用及其他相關費用及開支，例如店鋪用品開支、管理費用及信用卡手續費等，一般情況下每30日至60日支付給我們。百貨公司或購物商場以支票支付銷售所得款項結餘。根據管理層的經驗，按不同購物商場的不同做法，專櫃費用按協定的銷售百分比率計算於行內實屬尋常。我們向百貨公司或購物商場支付的專櫃費用以(i)協定的固定費用(每月約3,800港元至108,700港元不等(平均約為38,000港元))；或(ii)雙方同意的某銷售點每月銷售額的百分比(17%至35%不等(平均約為25.7%))計算。專櫃協議有效期介乎3個月至3年之間。截至二零零七年三月三十一日止三年及截至二零零七年十一月三十日止八個月的已付專櫃

費用分別約1,000,000港元、1,700,000港元、8,900,000港元及26,200,000港元，佔我們於相應期間的銷售及分銷成本的4.4%、5.2%、11.8%及22.2%。

截至二零零七年三月三十一日止三年及截至二零零七年十一月三十日止八個月的專櫃銷售所得款項分別約3,000,000港元、5,100,000港元、32,800,000港元及97,400,000港元，分別佔總營業額銷售約1.2%、1.8%、9.7%及26.8%。

下圖闡明我們某些專櫃：



### 獲授權零售銷售點

除上述安排外，我們亦就「雅天妮」或「Q' ggle」品牌產品於獨立第三方於中國持有及經營的獲授權零售銷售點向獨立第三方進行批發分銷。根據與獲授權零售銷售點持有人訂立的協議，持有人獲授權以「雅天妮」或「Q' ggle」名稱經營獲授權零售銷售點，只可出售購買自本集團的「雅天妮」或「Q' ggle」品牌產品（視情況而定）。這些獲授權零售銷售點的設計及裝潢須依照我們提供的設計計劃。於往績記錄期內，這些獲授權零售銷售點並無不恰當使用我們的品牌名稱。

本集團並未就開設獲授權零售銷售點收取任何牌照費用，但我們要求大部分獲授權零售銷售點符合最低年度購買規定，約人民幣700,000元至人民幣1,500,000元不等。我們並無向獲授權零售銷售點持有人支付佣金，但我們會向購買我們產品的這些獨立第三方零售商給予零售價的折讓約60%至62%。產品將以本公司設定的零售價出售，價格與本集團應用於自有的零售店及專櫃的價格相同。我們一般以個別基準評估信貸期，並向這些獲授權零售銷售點持有人授予30至60日的信貸期。一般而言，我們亦將容許獲授權零售銷售點的持有人將未能於緊接上個月售出的我們的最新產品換貨，但換取貨品的最大金額不得超過獲授權零售銷售點相關持有人於緊接上個月的總購買額的30%。

獲授權零售銷售點由獲授權零售銷售點持有人聘請的員工經營，獨立第三方亦負責於購物商場或百貨公司聯絡。然而，我們要求這些獲授權零售銷售點的銷售員工參與我們總部舉辦的培訓講座，內容包括店鋪管理技巧、銷售技巧、品牌形象及市場策略等不同範疇。我們亦指派我們的代表到這些獲授權零售銷售點進行視察，確保產品安排及裝潢符合本集團的指引。我們對這些獲授權零售銷售點的經營、服務及營業額進行審查。若獲授權零售銷售點未能符合我們設定的標準，則需被要求改善表現。由於我們自二零零六年六月方才於中國開始我們的零售業務，故我們與獲授權零售銷售點所有人的關係平均約為十八個月。

批發協議的期限由六個月至三年不等，可由訂約方協意續期或終止。截至二零零七年三月三十一日止三年及截至二零零七年十一月三十日止八個月，獲授權零售銷售點產生的銷售所得款項分別佔我們的總營業額銷約為0%、0%、0.5%及0.9%。

雖然我們已進行擴展，並將透過設立零售店及專櫃，優先繼續擴展我們的零售網絡，但我們因應以下原因訂立及將訂立此等獲授權零售銷售點策略性安排：

- 該等獨立第三方當中有些於若干購物商場、百貨公司或特色商店擁有經營零售店的獨家牌照。通過此等獨立第三方零售商，我們不但可以於一般不得其門而入的限制地點銷售集團的品牌產品，更可以提升品牌產品的市場知名度。
- 該等獨立第三方當中有些於偏遠地區或城市設立零售店舖，而我們於該等地區並無即時擴充計劃或無任何市場份額。獲授權零售銷售點的策略有助我們提高品牌知名度，並在無需因成立新零售店及專櫃而招致相關開銷的情況下，提升銷售。

於二零零五年、二零零六年及二零零七年三月三十一日及二零零七年十一月三十日，獲授權零售銷售點分別為0個、0個、4個及6個。2個獲授權零售銷售點因人流量低，於往績記錄期內關閉。於二零零八年三月三十一日，有8個獲授權零售銷售點位於深圳、溫州、貴陽、武漢、上海及無錫。

基於董事經營業務的經驗，董事認為透過獲授權零售銷售點安排的銷售安排於行內並不罕見。

# 業 務

## 我們的零售網絡的分析

於二零零五年、二零零六年、二零零七年及二零零八年三月三十一日，香港、澳門及中國的零售店及專櫃的實用面積概述如下：

城市	於二零零五年 三月三十一日		於二零零六年 三月三十一日		於二零零七年 三月三十一日		於二零零八年 三月三十一日	
	零售店及 專櫃數目	總實用 面積約數 (平方米)	零售店及 專櫃數目	總實用 面積約數 (平方米)	零售店及 專櫃數目	總實用 面積約數 (平方米)	零售店及 專櫃數目	總實用 面積約數 (平方米)
<b>零售店</b>								
華東								
上海	—	—	—	—	2	90	5	295
華南								
廣州	—	—	—	—	—	—	4	468
深圳	—	—	—	—	2	230	7	760
華西								
重慶	—	—	—	—	—	—	1	104
昆明	—	—	—	—	—	—	2	101
西安	—	—	—	—	—	—	1	29
華北								
北京	—	—	—	—	6	360	8	603
<b>香港及澳門</b>								
香港	3	88	3	136	3	136	3	136
澳門	—	—	—	—	—	—	2	305
<b>專櫃</b>								
華東								
常州	—	—	—	—	1	77	4	189
杭州	—	—	—	—	1	15	1	15
合肥	—	—	—	—	—	—	1	30
南京	—	—	—	—	1	47	3	201
南通	—	—	—	—	—	—	1	32
寧波	—	—	—	—	1	20	2	50
上海	—	—	—	—	2	43	4	142
蘇州	—	—	—	—	—	—	2	43
無錫	—	—	—	—	1	110	4	346
揚州	—	—	—	—	—	—	1	40
華南								
長沙	—	—	—	—	2	100	4	200
福州	—	—	—	—	—	—	1	38
廣州	—	—	—	—	1	41	3	134
南昌	—	—	—	—	1	47	2	127
南寧	—	—	—	—	—	—	4	229
深圳	—	—	—	—	6	730	12	1,268
廈門	—	—	—	—	—	—	1	30
華西								
成都	—	—	—	—	3	71	6	222
重慶	—	—	—	—	1	65	4	155
昆明	—	—	—	—	—	—	2	97
烏魯木齊	—	—	—	—	—	—	1	29
華北								
武漢	—	—	—	—	2	99	3	108
西安	—	—	—	—	—	—	1	58
北京	—	—	—	—	1	12	12	767
長春	—	—	—	—	1	21	2	94
大連	—	—	—	—	1	14	1	14
哈爾濱	—	—	—	—	—	—	2	68
青島	—	—	—	—	—	—	1	30
瀋陽	—	—	—	—	1	80	3	150
石家莊	—	—	—	—	—	—	2	106
天津	—	—	—	—	—	—	2	135
鄭州	—	—	—	—	—	—	1	63
<b>香港及澳門</b>								
香港	2	25	4	51	4	51	4	51
<b>總數</b>	<b>5</b>	<b>113</b>	<b>7</b>	<b>187</b>	<b>44</b>	<b>2,459</b>	<b>130</b>	<b>8,062</b>

# 業 務

香港、澳門及中國的零售店及專櫃營業資料顯示如下表：

		香港及澳門	中國
平均每項交易銷售額 (人民幣) <sup>(1)</sup>	雅天妮	907	1,091
	Q'ggle	—	279
零售店及專櫃每日平均售出產品件數 <sup>(1)</sup>	雅天妮	12	9
	Q'ggle	—	14
平均每日營業額 (人民幣／營業日) <sup>(1)(2)</sup>	雅天妮	11,245	10,063
	Q'ggle	—	3,864
同店銷售增長 <sup>(1)(3)</sup>	雅天妮	21.9%	63.6%
	Q'ggle	不適用	27.7%
新零售店平均開業成本 (港元) <sup>(1)(4)</sup>	雅天妮	601,010	530,909
	Q'ggle	不適用	334,296
新專櫃平均開業成本 (港元) <sup>(1)(4)</sup>	雅天妮	293,696	330,801
	Q'ggle	不適用	232,123
新零售店的平均回本期 (月數) <sup>(1)(5)</sup>	雅天妮	6.6	1.3
	Q'ggle	不適用	5.7
新專櫃的平均回本期 (月數) <sup>(1)(5)</sup>	雅天妮	8.9	2.7
	Q'ggle	不適用	12.5

附註：

- (1) 「協定程序」由獨立執業會計師行信永中和 (香港) 會計師事務所有限公司執行 (費用約為200,000港元)，證實該等經營數據的準確性。
- (2) 平均每日營業額按二零零七年一月至十二月期間的總營業額 (人民幣) 除以位於香港、澳門及中國的零售店及專櫃的營業日總數計算。
- (3) 數字根據於二零零七年整年有營業的所有零售店及專櫃於首六個月與次六個月的每間零售店／專櫃的平均營業額作比較而計算。
- (4) 每間零售點的平均開業成本包括一個月的資本支出、存貨、租賃訂金及營運資金。上交呈列的數據按截至二零零七年十一月三十日止八個月的經營數據計算。
- (5) 平均回本期按平均資本支出及存貨除以由二零零七年四月至十一月期間每間零售點每月的平均貢獻計算。

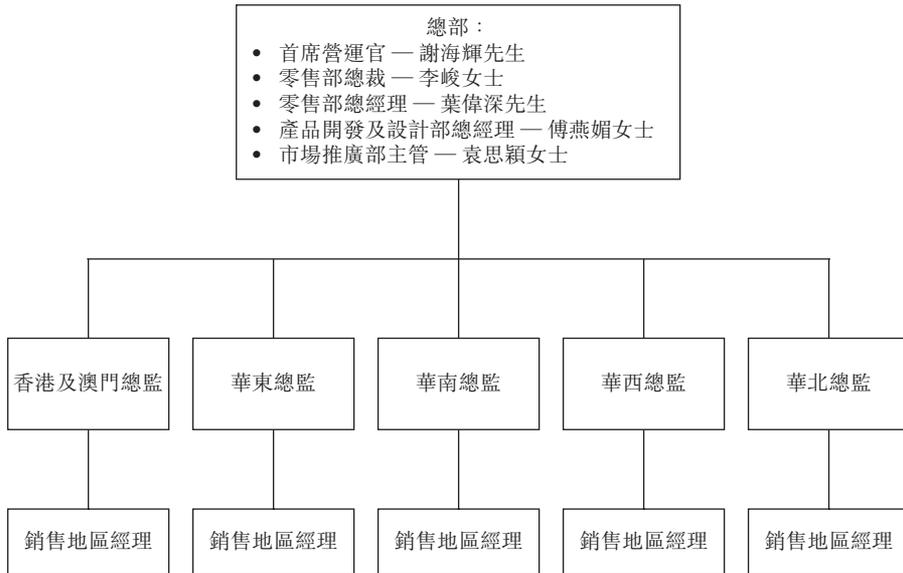
## 零售店及專櫃的管理

### 管理架構

本集團成立了三層管理架構以管理本集團的零售店及專櫃。總部為架構的最高層，負責策略業務發展、企業形象、培訓、市場推廣、公共關係及財務管理。本集團的總部

亦制定營運政策及程序手冊，所有銷售地區均須依隨。位於總部的各銷售地區總監監控各銷售地區經理的表現，並每星期向零售部總經理報告。銷售地區經理監管各自銷售地區的所有零售店及專櫃。

下表說明管理我們的零售店及專櫃的三層管理層架構：



我們相信三層管理層架構確保集團各職責清晰分類、有效履行總部層面的決策，並進一步確保重要的市場資料有效地由零售店及專櫃傳遞至各銷售地區及總部。

## 銷售地區

本集團將銷售地區分為五個地區：(i)香港及澳門；(ii)華東(包括常州、杭州、合肥、南京、南通、寧波、上海、蘇州、無錫、揚州及溫州)；(iii)華南(包括長沙、福州、廣州、貴陽、南昌、南寧、深圳及廈門)；(iv)華西(包括成都、重慶、昆明、烏魯木齊、武漢及西安)；及(v)華北(包括北京、長春、大連、哈爾濱、青島、瀋陽、石家莊、天津及鄭州)。各銷售地區由銷售地區經理管理，他們直接由總部的銷售部總監監管。各銷售地區經理主要負責管理及監管區內的零售店及專櫃及開拓區內新零售店及專櫃。他們須每星期向相關地區的總監報告。

## 零售店及專櫃

零售店及專櫃主要用作產品銷售及客戶服務。各零售店及專櫃一般聘請約七名銷售代表，惟視乎各零售店或專櫃的規模。店長負責零售店及專櫃從產品展示到客戶服務的整體營運。他們須每日向各自的銷售地區經理報告。

## 零售店及專櫃選址

選址對零售店及專櫃業務成功影響重大。由於我們以具時尚觸覺的客戶為目標，我們的零售店及專櫃一般策略性地設立於行人流量多的主要商場及繁忙商業區。本集團依靠開發部尋求及物色適當地點。於開設各零售店或專櫃前，我們的開發部分析具潛力的地點，及向零售部總經理葉偉深先生報告分析結果，彼將與首席營運官謝海輝先生商討可行地點。謝海輝先生將釐定是否租賃該地點，開設新零售店或專櫃。我們一般考慮下列因素以選擇設立新零售店或專櫃的地點：

- 人流；
- 地點的位置及可達性；
- 該建議地區的購買模式及購買力；
- 鄰近地區的競爭；及
- 資本投資的回報預測。

內部業務評估程序通過後，本集團將聯繫各業主開始磋商租約條款及細則，及將於成功完成磋商後簽立租賃協議。

我們的零售網絡由二零零五年三月三十一日的5間零售店及專櫃迅速擴展至二零零八年三月三十一日的130間零售店及專櫃，全賴我們開發部的努力。我們零售業務日後的成功在若干程度依賴我們開發部就(i)根據我們的擴展計劃，開設新零售店或專櫃；及(ii)重置我們現有的零售店或專櫃(如需)物色合適地點的能力。

## 零售人員及客戶服務

零售人員提供的優質客戶服務對業務增長十分重要。本集團向所有新加入的零售人員提供培訓課程，包括產品知識、銷售技巧、客戶服務、店舖營運及安全措施。我們的培訓部定期為所有零售人員舉辦培訓班，皆有關銷售技巧發展、產品陳列及客戶服務。

作為我們優質客戶服務的承諾，我們於中國及香港均提供客戶服務熱線供零售客戶

查詢及投訴。我們亦就零售店及專櫃出售的貨品提供免費維修政策，客戶可於購買產品一個月或一年內（視乎時尚配飾種類而定）將損壞及／或損毀的產品退回，以便維修。

我們亦為零售人員設立獎勵計劃。除底薪及佣金外，我們亦實行不同獎勵計劃以激勵零售人員，從而提升銷售表現。該等獎勵計劃包括在員工達到某個銷售目標時或成功帶來指定目標數目的貴賓客的獎勵。

### 零售點格局

本集團旗下各品牌的零售點應用獨特的風格裝修。本集團亦就旗下各品牌的零售點制定關於設計、空間規劃、佈局、產品陳列、價格牌、員工制服等方面的詳細指引。配合各品牌產品的特色，加上溫和的燈光效果，「Artini」品牌零售點的裝修旨在給客戶提供典雅及具型格的購物環境；而「Q'ggle」品牌零售點則營造時尚及充滿動感的風格，以青綠色及白色為主，營造舒適寬闊的購物環境。零售點的裝修及產品陳列需要隨市場推廣活動主題而定期轉換。「Artini」品牌零售點面積一般介乎約15平方米至220平方米，而「Q'ggle」品牌零售點面積一般介乎約20平方米至180平方米。

## 業 務

我們將零售店及專櫃以面積分為兩類：(1)尊貴；及(2)標準。尊貴零售店及專櫃設於一線城市黃金地段如商業中心區及大型購物商場及百貨公司，實用面積80平方米或以上。它們並無對我們的收益或溢利作出重大貢獻。大部分標準零售店或專櫃設於購物商場及百貨公司，實用面積80平方米以下。於二零零八年三月三十一日，位於中國、香港、澳門的尊貴零售店／專櫃及標準零售店／專櫃數量概述如下：

	旗艦零售點 實用面積 80平方米以上	標準零售點 實用面積 80平方米以下
<b>香港及澳門</b>		
香港	—	7
澳門	2	—
<b>華東</b>		
上海	1	8
寧波	—	2
其他	3	14
<b>華南</b>		
廣州	3	4
深圳	12	7
南寧	1	3
其他	1	6
<b>華西</b>		
重慶	1	4
成都	—	6
武漢	—	3
其他	—	8
<b>華北</b>		
北京	7	13
天津	1	1
其他	—	12
<b>總計</b>	<b>32</b>	<b>98</b>

以下為部分「Artini」品牌旗下零售點的圖片：



以下為部分「Q'ggle」品牌旗下零售點的圖片：



## 定價策略及折扣政策

本集團在各地的零售點實行劃一價格策略。然而，由於外匯率波動，故相同產品的零售價於中國、香港及澳門可能略有不同。我們參考以下因素以釐定產品的零售價：

- 目標客戶的購買力；
- 生產成本；
- 設計及生產的複雜性；
- 產品類型；
- 產品的獨特性；及
- 已認知的市場趨勢。

我們決定所有產品的推廣折扣政策及方案。然而，個別零售點或加入所在百貨公司或購物商場舉辦的宣傳活動，並向客戶提供特別折扣或贈品。

## 零售業務的市場推廣及宣傳

集團的市場推廣部負責制定整體全國性市場策略及推行市場推廣及宣傳活動。於二零零七年十一月三十日，市場推廣部有29名員工。除了設立網站外，本集團於每季及因應特別節日舉辦各種不同主題的市場推廣活動，我們亦為新產品推出舉行活動。由於我們相信品牌知名度及忠誠度為建立一個成功零售品牌的重要元素，故我們的市場及推廣活動可大致分為下列各類：

### 品牌知名度

- 品牌大使

為樹立「Artini」品牌的典雅、高貴及浪漫的形象，本集團自二零零五年起委聘名模琦琦為我們的品牌大使。我們亦委聘國際模特兒為我們的品牌演繹不同特色及風格。

- 印刷廣告

本集團採用印刷廣告，一般在時裝月刊，如Elle、Cosmopolitan、Marie Claire、Jessica及Bazaar等刊登。我們相信，此舉有助我們接觸及曝光於目標市場。本集團亦使用各種不同戶內及戶外廣告來推廣產品及品牌形象。此外，集團為新推出產品製發小冊子，放於各零售點供客戶免費索閱。

- 大型活動市場推廣

本集團於往績紀錄期內共舉辦了3個時尚配飾展及無數台步表演，以宣傳品牌形象及新設計。為增加品牌曝光率，我們贊助各項活動包括於香港舉辦的演唱會及電視節目，為藝人提供配飾贊助。我們亦舉行記者招待會及產品系列預展，介紹新推出產品系列。此外，我們有時會為零售店舉行盛大開幕典禮。

- 季節性推廣及折扣

本集團就指定產品於限定推廣期內提供折扣。本集團一般在每季季末進行此類促銷。本集團亦偶爾參與百貨公司或購物商場舉辦的推廣活動。

### 品牌忠誠度

- 貴賓客戶計劃

本集團奉行以全國性貴賓客戶計劃來建立品牌客戶的忠誠度及培養熟客。「Artini」品牌的貴賓客戶計劃於二零零三年推出，而「Q'ggle」品牌則於二零零六年推出。客戶如

購物超過若干金額則可登記成為貴賓客戶，可享有品牌產品的特別折扣。貴賓客戶可定期收到市務通訊、產品目錄、特別活動提示等市場推廣資訊，亦可享有特別及獨家優惠及生日禮物。於二零零七年十一月三十日，Artini 品牌及 Q'gggle 品牌的貴賓客戶計劃分別有超過46,000名會員及接近1,800名會員。

- 積分計劃

於二零零七年一月，我們為尊貴會員推出積分計劃，提高客戶忠誠度。所有尊貴客戶自動成為積分計劃的合資格參與人士。於計劃下，尊貴會員享有購物人民幣1元／1港元／澳門幣1元獲1積分。適用於積分計劃的獎賞將由管理層於每年年初決定。於適用於二零零七年的積分計劃下，雅天妮尊貴會員累積每滿2,000積分，該尊貴會員獲得人民幣100元／100港元／澳門幣100元現金禮券，由發出日期起計三個月內有效。Q'gggle 尊貴會員累積每滿1,000積分，則可換取一份Q'gggle 兔禮品。未出示現金禮券的公允價值等於未出示現金禮券的面值減預期失效的現金禮券的比例。

於二零零七年三月三十一日及十一月三十日，尊貴會員分別累積約3,400,000積分及9,900,000積分。所有未動用積分於二零零七年十二月三十一日到期及失效。截至二零零七年三月三十一日止財政年度及截至二零零七年十一月三十日止八個月，因推出積分計劃而確認的開支(扣除銷售)金額分別為8,200港元及272,300港元。董事認為積分計劃於二零零七年三月三十一日及二零零七年十一月三十日的遞延收入對我們的整體財務狀況並不重大，故於我們的財務報表並無作出調整。

- 網站

本集團維持自有網站，以推廣品牌形象及提供產品線最新資料。

截至二零零七年三月三十一日止三個財政年度及截至二零零七年十一月三十日止八個月，本集團的市場宣傳推廣及開支約為3,700,000港元、8,200,000港元、18,200,000港元及11,500,000港元，分別佔相應期間分銷開支約16.2%、25.1%、24.2%及9.8%。

## 13. 財務管理

我們的總部負責本集團的財務管理。除本集團首席財務官林曉豐先生外，我們有三名高級財務人員，分別為零售經營財務總監；CDM 財務總監及領導本集團財務管理層的財務總監。所有高級財務人員須直接向首席財務官報告，而所有現金流出及付款要求均須跟據董事會制定的本集團政策處理。

我們於往績記錄期內就現金流出及付款要求維持審批政策。各部門主管及管理層的具體批准限制按彼等各自的角色及責任釐定。就不超過已釐定限制的日常開支而言，付款須由各

自的部門主管批准。就超過已釐定限制的日常開支付款及其他非經常性交易而言，付款須由執行董事批准。財務部發出任何付款前將查核批准。管理層透過財務部產生的現金支出報告及銀行對賬過程，緊密監察付款過程，確保審批政策實施恰當。

## 14. 資訊管理系統

有效的資訊管理系統對業務營運至關重要。因此，我們於總部及各地區辦公室之間建立虛擬私人網絡，提升數據傳送及保安措施。於最後實際可行日期，我們的所有零售店及專櫃均設有「銷售點」系統，提供線上訂單及會員賬戶查詢服務。由於「銷售點」系統即時自動將銷售記錄傳送至我們的總部，我們可迅速及準確回應客戶的需求。我們亦利用資訊管理系統收集的資料，按地理區域識別開設零售點較高潛力的地區，增加銷售。我們的尊貴會員資料的數據庫亦儲存於資訊管理系統內。尊貴會員的購買歷史記錄於系統內，讓銷售人員熟知各尊貴客戶的品味及風格，於該等尊貴客戶尋找適合品味及風格的產品時提供更佳協助。

為了進一步提升我們的資訊管理系統，我們正發展全面的 ERP 系統，以使總部數據庫與我們於香港、澳門及中國的零售店及專櫃的數據庫同步。採納 ERP 系統的目的為進一步協調及綜合，其中包括存貨管理、供應鏈管理、銷售訂單管理、店舖管理、採購等等，以對客戶的要求作出快捷及充足的回應，產生及時分析數據，供管理層作出決策，並縮短物流管理及生產過程。

## 15. 保險

我們已就 CDM 客戶應收款項、公眾責任、忠誠責任、火災意外購置保險，以及為包括財產、廠房及設備、固定資產及存貨等所有資產辦理全面的資產保險。我們亦按照中國全國及當地的社會保障規定，為僱員提供社會保險，例如退休保險、失業保險、醫療保險和工傷事故保險等。

## 16. 僱員

於二零零五年、二零零六年及二零零七年三月三十一日，本集團有1,196名、1,846名及3,727名員工。

於二零零七年十一月三十日，我們僱用了3,302名全職員工，包括在中國內地的3,183名員工、香港的112名員工（其中84名為辦事處人員及28名為零售人員）及澳門的7名員工。

按部門計算的員工數目明細載列於本招股章程「董事、高級管理層及員工」一節「員工」一段。

17. 知識產權

商標

就「雅天妮」品牌而言，我們已於香港註冊3個商標（「」、「ARTINI」及

「雅天妮」）、於中國註冊4個商標（「」、「ARTINI」、「雅天妮」及

「雅天妮」）、於澳門（「ARTINI」及「雅天妮」）、新加坡（「ARTINI」及「雅天妮」）及台灣（「ARTINI」及「雅天妮」）註冊2個商標，及於日本（「ARTINI」）、歐共體（「ARTINI」）、德國（「ARTINI」）、英國（「ARTINI」）、澳洲（「ARTINI」）及韓國（「ARTINI」）註冊1個商標。

我們亦已為中國申請的2個註冊商標（「ARTINI」及「雅天妮」）於其他組別及規格再作註冊。此外，我們亦於泰國及馬來西亞各申請註冊2個商標，以及在加拿大註冊1個商標。

「Q'ggle」品牌方面，我們的主要商標為「」，已於香港、新加坡、台灣、澳洲、韓國、澳門及日本按第14類進行註冊，並於歐共體按第14、18及25類進行註冊，就此商標在中國提出

的註冊申請則仍有待當局批准。我們亦已在香港註冊另一款商標（「」）並在中國申請註冊「Q'ggle」品牌另一款商標（「」）。

除「Artini」及「Q'ggle」品牌的商標外，我們已於香港及中國分別註冊3個（「」，

「」及「」）及4個（「」、「」、「 謝超群」及「 謝超群珠寶」）

額外商標，並已申請於中國註冊3個額外商標（「ELILI」、「嬌酷」及「」）及於香港註冊1個額外商標（「嬌酷」）。

於中國（我們的主要市場），心形圖案「」、「ARTINI」及「雅天妮」品牌註冊為第14類商標，即本集團的主要利益相關類別，因與首飾及相關產品有關。我們的商標

「ARTINI」、「雅天妮」、「ELILI」、「」、「」亦在本集團主要商品及服務的利  
益範圍外，亦就中國的其他商品及服務提出申請，保障我們主要商標的商譽。

我們的數項申請仍有待處理，我們從法律顧問得悉，不同國家的商標註冊的所需時間不一，而於某些國家申請註冊商標更需時幾年。各商標局可能就我們的商標申請發出審核報告及評論。倘商標局接納註冊商標，該等商標一貫將須刊登三十日至九十日，讓第三方有反對我們的申請的機會。如無反對，我們的申請將獲註冊。雖然上述因素可延遲我們的商標註冊，但延遲並不表示於註冊過程中有任何問題，或我們將不能成功獲得註冊。

於任何情況下，商標於商品以各自的商標於現時進行銷售的國家註冊並獲得適當保障。

我們不少有待處理的申請與我們現時並無我們商標下的產品的直接零售銷售的國家有關，但我們擁有 CDM 客戶。倘有待處理申請於該等國家不能註冊，董事相信將不要對本集團的經營及財務狀況造成任何重大影響。向 CDM 客戶出售的產品均以 CDM 客戶各自的牌而非本集團的品牌出售。

## 已註冊設計

我們已在香港、歐洲共同體及中國註冊了一個鳳凰形狀的飾品。

我們亦為本招股章程附錄六「知識產權」一節所列域名的註冊所有人。

於最後實際可行日期，概無本集團的知識產權在香港或中國被侵權。

有關上述商標及域名的詳細資料，請參閱本招股章程附錄六「知識產權」一節。

## 18. 獎項及榮譽

本集團自創立以來獲得了一定數量的獎項及榮譽。以下摘要載列了我們於截至二零零七年三月三十一日止三個財政年度及截至二零零七年十一月三十日止八個月所獲的獎項：

獎項	頒授方	日期
優質旅遊服務證書	香港旅遊發展局	有效日期至 二零零七年九月三十日
海豐縣2006年度統計工作 — 先進集體	海豐縣統計局	二零零七年三月
海豐縣2006年度模範納稅大戶	中共海豐縣委， 海豐縣人民政府	二零零七年二月
海豐縣2005－2006年度最佳用工單位	海豐縣總工會， 海豐縣工人和社會保障局， 海豐縣投資服務中心	二零零六年五月一日
重合同守信用企業榮譽證書	海豐縣人民政府	二零零六年五月六日
優質註冊管理系統證書 (Certificate of Registration of Quality Management System) (ISO 9001 : 2000 Certificate)	英國標準協會 (British Standards Institution)	二零零五年九月六日

以上獎項及榮譽顯示我們過往的傑出表現或管理制度的標準，但就我們的經營而言為非必要。

## 19. 物業

於二零零八年三月三十一日，我們於香港擁有3個物業，作為辦公室、陳列室及倉庫及於中國的1個物業，作為生產廠房。此外，我們於香港、中國及澳門租入4個、31個及3個物業，大部分作為零售點或辦公室。在我們所租入的38個物業當中，所餘租期載列如下表：

	租約數目
上市前屆滿	1
上市後六個月內屆滿	6
上市後六個月至十二個月內屆滿	6
上市後十二個月後屆滿	25
<b>總計</b>	<b>38</b>

有關物業權益的詳情載於本招股章程附錄四。

### 中國

#### 持有物業

有4幢樓宇並未於動工前取得臨時建設工程規劃許可證（「規劃許可證」），違反《中華人民共和國城市規劃法》。該4幢樓宇佔地總建築樓面面積約1,400平方米。因此，於二零零八年一月三十日獲海豐縣建設局發出規劃許可證前，興建該4幢樓宇並不符合《中華人民共和國城市規劃法》。我們得悉違規後，即時申請（並其後於二零零八年一月三十日取得）該四幢樓宇的規劃許可證。這4幢樓宇並無亦將不會用作任何生產用途，故董事認為對我們的經營並不重要。除了上述規劃許可證外，我們無須就興建該4幢樓宇獲得相關政府機關發出的其他許可證或批准。董事確認我們日後只會於取得相關規劃許可證後才動工興建樓宇。詳情見本節「合規及訴訟」一段的圖表。

#### 租賃物業

就我們於中國分別自二零零六年十一月及二零零七年七月用作零售店的2個租賃物業而言，業主並無向我們提供有效及可強制執行房屋所有權證明、相關業權文件或相關權利或分租該物業的授權憑證，故租賃協議不能作登記。該2個租賃物業的合共總出租面積約172平方米。由於這些零售店僅貢獻營業額的合共約9,400港元及6,000,000港元及毛利約3,400港元及3,700,000港元，分別佔本集團截至二零零七年三月三十一日止財政年度及截至二零零七年十一月三十日止八個月各自的營業額及毛利不多於2%，我們認為這些零售店對我們的經營不重要。我們的中國法律顧問認為，由於相關業主未能提供業權證明，該2個物業的租賃協議

的合法性及有效性並不確定，因此，相關零售店的經營可能受到不利影響。於最後實際可行日期，就我們所知並未有任何第三方就任何該等物業的業權提出任何挑戰而可能影響我們現時的業務。如因該等物業業權的產權負擔而產生糾紛，我們將難以繼續租用該等物業並需重選地點。我們現正與各業主商討，以取得業權文件及登記該等租賃協議。若業權的產權負擔問題未能於該等租約到期日前解決，董事將慎重考慮是否繼續租用該等物業。倘於租期內，我們於這些物業的佔用權受到任何質疑，而被迫遷離這些物業，視乎我們決定是否於該地點繼續維持零售點、是否將於鄰近地區另尋合適物業及業主是否能夠提供業權文件及願意協助本集團登記租賃。我們預期重置這2個租賃物業的所需時間及成本分別約為兩個月及合共600,000港元。我們日後只會租入具正當合法業權的物業。

相較要求大幅土地及數幢樓房的生產廠房比較，經營零售的處所供應相對充裕。隨著雅天妮及Q'ggle品牌知名度日高，也有些業主和百貨公司主動接觸我們，邀請我們在他們的處所開設零售門市。因此，董事相信，本集團必要時可以搬到相若的地方經營。

### 香港

就我們於香港分別用作陳列室（實用面積約420.4平方米）及辦公室（實用面積約419.0平方米）的2個物業而言，我們並無取得物業經理就重新更改單位號碼的同意憑證，這可構成違反公契。物業現時作為陳列室及辦公室亦可能違反批准物業作為非住宅工場的佔用許可證。詳情見本節「合規及訴訟」一段的圖表。

我們認為這2個物業對經營不重要。倘本公司被要求停止這2個物業的現有用途，本公司將重置陳列室及辦公室。重置的預期所需時間及成本分別約為一個月及100,000港元。

### 本集團控股股東作出的彌償保證

控股股東亦訂立彌償保證契據，據此，根據彌償保證契據的條款及細則，控股股東同意向本集團就於上市日期前本集團有關不完善物業用途的任何違規行為導致的任何負責作出彌償。有關彌償保證契據的進一步詳情請見本招股章程附錄六「稅務及其他彌償保證」一段。

除上述披露者外，本集團已取得其他物業的所有相關業權文件，租賃亦作正式登記。

## 20. 合規及訴訟

除本招股章程外，於最後實際可行日期及往績記錄期，我們並無涉及任何重大訴訟、仲裁或申索，而本集團或任何董事並無涉及任何可對經營業績或財務狀況造成重大影響的重大未決訴訟、仲裁或申索。

由於我們於往績記錄期內迅速擴展，我們不慎違反若干中國及香港法律及法規。下表為本集團就違反中國及香港監管規定的概要：

集團公司名稱	違反規定 (有關期間)	違規理由	糾正行動	潛在最高處罰／罰款	就潛在處罰／罰款 作出撥備的基準
超群海豐	4幢樓宇在未取得相關臨時建設工程規劃許可證(「規劃許可證」)之下便開始進行建設工程。 (由各建設日期至二零零八年一月內)	這4幢樓宇結構相當簡單，其中3幢乃在地面搭上鐵皮的臨時倉庫，僅作儲存用途，其餘1幢為予謝超群先生及謝海輝先生的3層高臨時宿舍。	我們已申請並其後於二零零八年一月三十日取得該四幢樓宇的規劃許可證。	不適用	根據我們的中國法律顧問的意見，由於我們已取得規劃許可證，故根據廣東省實施《中華人民共和國《城市規劃》辦法》，就違規行為無需被處罰／被罰款。
		由於(i)這些樓宇只打算作臨時用途；及(ii)我們聘用熟練承建商為該4幢樓宇進行建設工程，故我們於興建這4幢樓宇前並無留意到需申請各規劃許可證。			

集團公司名稱	違反規定 (有關期間)	違規理由	糾正行動	潛在最高處罰／罰款	就潛在處罰／罰款 作出撥備的基準
超群海豐	未能支付住房公積金及生育保險款項。 (自二零二零年三月)	海豐縣地區政府並無規定外資企業支付住房公積金，亦無實施生育保險款項規定。	我們自願根據住房公積金管理條例支付住房公積金，惟海豐縣地區政府拒絕接納。	根據住房公積金管理條例，未能作出付款及住房公積金存款登記，或未能夠為員工開設住房公積金賬戶，可處罰款最高人民幣50,000元。	經我們的中國法律顧問提出，由於海豐縣地區政府並無於往績記錄期內實施生育保險，故超群海豐就未能繳付員工生育保險款項，並無違反相關中國規定，而超群海豐須償還未繳付款項的機會不大。此外，由於海豐縣地區政府並無規定外資企業於往績記錄期內支付住房公積金費用，故超群海豐因不遵守規定而被處罰的機會不大，亦毋須償還未繳付的款項。

集團公司名稱	違反規定 (有關期間)	違規理由	糾正行動	潛在最高處罰／罰款	就潛在處罰／罰款作出撥備的基準
深圳雅天妮及寶華豐	<p>深圳當地政府要求當地單位就擁有深圳常住戶口的中國員工每月薪金的13%支付住房公積金費用。深圳雅天妮及寶華豐未能支付住房公積金分別合共約人民幣63,000元及人民幣24,000元。</p> <p>此外，深圳雅天妮及寶華豐未能支付截至二零零七年三月三十一日止財政年度及截至二零零七年十一月三十日止八個月的其他社會保障付款約人民幣870,000元及人民幣1,040,000元。</p> <p>(由其各自成立日期及(即二零零六年六月及二零零六年十月)至二零零七年七月(就住房公積金而言)及二零零七年十二月(就其他社會保障付款而言))</p>	<p>由於我們的業務擴展快速，於深圳新招聘員工的流轉率亦高，我們在緊跟社會保障付款狀況時出現遺漏。</p> <p>我們已告知地區政府，並自願償還累積至二零零七年七月的尚未支付款項，惟地區政府拒絕接納。我們分別自二零零七年八月及二零零八年一月一直遵守地區規定的最低住房公積金及其他社會保障付款費用。</p> <p>我們已於合併財務報表就尚未支付款項作出全數撥備。</p>	<p>根據《深圳市社會保險暫行規定養老保險及住房公積金實施細則》，相關行政機關亦就過期付款每日收取尚未償還住房公積金供款的0.5%；假設所有尚未支付的住房公積金自成立以來到期，截至二零零八年三月三十一日，就違規行為須支付的累計罰款合共不多於人民幣280,000元。</p> <p>根據《社會保險費申報繳納管理暫行辦法》第18條，僱主未能於收到相關行政機關發出的社會保險繳納通知書後指定期限內繳付尚未清償金額，相關行政機關亦就過期付款每日收取尚未清償的社會保障款項的0.2%。假設所有尚未支付的社會保障款項分別自深圳雅天妮及寶華豐成立日期到期，截至二零零八年三月三十一日，就違規行為須支付的累計罰款合共不多於人民幣1,930,000元。</p>	<p>我們的中國法律顧問認為，根據《社會保險費申報繳納管理暫行辦法》第18條，深圳雅天妮及寶華豐僅於未能於收到相關行政機關發出的社會保險繳納通知書後及時清償所有未清償社會保險溢價的情況，方才被處罰；由於我們並無收到地區政府就我們於最後實際可行日期的未繳付款項發出的社會保險催繳通知書，故深圳雅天妮及／或寶華豐因不遵守規定而被處罰的機會不大。</p>	

集團公司名稱	違反規定 (有關期間)	違規理由	糾正行動	潛在最高處罰／罰款	就潛在處罰／罰款 作出撥備的基準
深圳雅天妮	4間零售店在未取得分公司營業牌照之下便開始營運。 (自其各自開業日期分別至二零零八年一月十八日、二零零八年一月十四日及二零零八年一月十日及二零零七年十二月二十八日)	由於我們擴展迅速，於行政上出現遺漏，並未及早發現相應出租人未有提供所有必需文件進行登記，導致延遲取得相應公司營業牌照。	我們已於二零零八年二月前為這4間零售店取得分店營業執照。	根據中國國務院於二零零二年十二月十八日頒佈的《無照經營查處取締辦法》(「該辦法」)，無照經營實體可被判罰人民幣20,000元或以下。該辦法也列明，無照經營實體如屬大規模經營且其社會影響嚴重，其違規行為得被有關行政管理當局視為「嚴重案件」，並可施以人民幣20,000元及人民幣200,000元不等的罰款。	我們的中國法律顧問提出，由於4間零售店均已取得分公司營業執照，我們被有關行政管理當局視為「嚴重案件」及／或本集團被相關地方工商行政管理局懲罰的可能性不大。
香港 質達及振亨	我們於香港分別用作陳列室及辦公室的2個物業可能違反批准物業作為非住宅工場的佔用許可證，以及就重新更改單位號碼違反公契。 (自一九九五年(陳列室)及二零零五年(辦公室))	鑒於(i)我們向各物業管理處說明該2個物業的用途，而其對我們的現有用途並無異議及(ii)我們留意到相同樓宇內不少承租人的用途及目的與我們相若，則各項違反事宜對我們而言並不顯。	我們委聘的獲授權人士及註冊建築師提出，屋宇署採取強制執法的風險的機會不大。	無	我們的香港法律顧問提出，屋宇署可以書面通知要求擁有人或佔用人停止現有用途。本公司委聘的獲授權人士及註冊建築師提出，屋宇署採取強制執法的機會不大。



集團公司名稱	違反規定 (有關期間)	違規理由	糾正行動	潛在最高處罰／罰款	就潛在處罰／罰款 作出撥備的基準
TCK	未能於指定時間告知香港稅務局(「稅務局」)其應繳稅。(截至二零零六年及二零零七年三月三十一日止財政年度)	我們於編製TCK的財務報表中花了比預期更長的時間。	TCK已於二零零七年十二月就二零零五年／二零零六年及二零零六年／二零零七年財政年度繳稅向稅務局申報存檔，而上述報稅表已於二零零八年三月五日遞交予稅務局。	根據稅務條例，任何人士無合理辯解而未通知稅務局他應課稅，即屬犯罪，可處第三級處罰(即10,000港元罰款)，以及提交申報不確的報稅表或資料，可處相等或少徵收稅款三倍的罰款。根據稅務條例第80(2)節及第82A節的罰則，稅務局有可能向TCK徵收不多於少數徵收稅款三倍的罰款。TCK已正式委聘稅務代表協助處理向稅務局報稅事宜，並已得悉於自願披露情況下，稅務局可根據相等於由查明稅項日期起按最優惠借貸利率每月複息計算的商業賠償判處罰款。基於該意見，我們估計就該違規行為的潛在負債將合共不多於950,000港元。	經我們的稅務代表提出，於自願披露情況下，被處最高罰款的機會不大。

控股股東亦訂立彌償保證契據，據此，根據彌償保證契據的條款及細則，控股股東同意向本集團就於上市日期前本集團的任何違規行為導致的任何負責作出彌償。有關彌償保證契據的進一步詳情請見本招股章程附錄六「稅務及其他彌償保證」一段。

就上文所述違規事項，及基於我們收到的專業意見，此違規行為有可能導致被判罰總估計最高罰款少於約5,600,000港元。

就有關公司文書事宜延誤向公司註冊處歸檔而言，我們的香港法律顧問提出，不同香港附屬公司就文書事宜歸檔延誤的實際風險不明確，因為雖然公司註冊處有權徵收罰款及處罰，而公司法亦具體說明相關罰款水平，但公司註冊處不會控告歸檔延誤或徵收罰款。倘這風險可能不會導致本公司被罰款或處罰（因已經作出歸檔，而公司註冊處已知悉歸檔事宜，而於最後實際可行日期，相關公司並無收取任何處罰或罰款的通知），我們未能就當前損失作出合理估計。此外，由於股東已就該報稅延誤導致的任何損失向本集團作出相關賠償，故我們的董事並無就此作出任何撥備。就報稅延誤以外的違規行為而言，根據本公司獲得的專業意見（包括我們的香港法律顧問、中國法律顧問、稅務代表及獲授權人士及註冊建築師），董事相信本公司被罰的機會不大。因此，並無就這些違規行為作出任何撥備。

經(i)與管理層會面，以了解違規事項的背景、理由及本公司其後採取的糾正行動；(ii)審閱與違規行為有關的相關文件；(iii)與相關專業人士（包括我們的香港法律顧問、中國法律顧問、稅務代表及獲授權人士及註冊建築師）會面；(iv)審閱本公司自其香港法律顧問、中國法律顧問、稅務代表及獲授權人士及註冊建築師獲得的相關文件；(v)審閱控股股東提供的彌償保證契據；及(vi)與本公司的申報會計師會面，以了解未為撥備進行確認的基準後，保薦人認為不就違規行為確認潛在罰款／處罰撥備為恰當。

### 為免日後違規而採取的行動

為避免任何日後就不同中國供款的不遵守行為，我們已實施明文政策，向本集團有關人員作出清晰指引，及聘請財務專員，處理中國零售附屬公司的相關社會保險付款的計算及行政工作。該人員將每半年向控制部報告。該財務人員為會計文員，將按人力資源部提供的員工薪金資料，就社會保險付款作出詳細計算。計算每月進行一次。經我們各自的財務總監審

閱及批准後，會計文員將進行付款。我們認為，社會保險付款的計算及行政管理工作為日常及簡單程序，故只須每半年報告一次。

為防止日後有關獲取分公司營業牌照的違規，我們將在磋商及簽訂租約前要求出租人提供所有必要文件。我們也將在簽訂租約後盡快辦理登記。我們亦已自聘一名中國律師，負責照看集團的遵例事務。未來，我們的零售店將會在取得所有相關許可、營業執照及稅務登記證後，才開始業務。相較要求大幅土地及數幢樓房的生產廠房比較，經營零售的處所供應相對充裕。隨著雅天妮及Q' ggle品牌知名度日高，也有些業主和百貨公司主動接觸我們，邀請我們在他們的處所開設零售門市。因此，董事相信，本集團必要時可以搬到相若的地方經營。

除上文所述者及本招股章程「風險因素」一節所披露者外，(i)經我們的香港法律顧問告知，我們的香港附屬公司於香港從事時尚配飾的設計、買賣及零售時，無須持有特別牌照，接納該法律意見後，董事確認本集團已取得於香港從事業務的所有一般所需牌照，並於往績記錄期內，遵守所有適用於香港經營的重大規章及法規；(ii)經我們的澳門法律顧問告知，我們的澳門附屬公司於從事業務時無須持有任何特別牌照，而該等公司已取得從事業務所需的適當牌照及登記；(iii)經我們的中國法律顧問告知，除本集團於往績記錄期內租入及佔用並於最後實際可行日期停止租用及將其空置的1間零售店外，所有中國附屬公司於中國經營時已取得所有所需許可證、牌照及登記，並於往績記錄期內，就本集團的經營(包括於中國的零售經營)遵守所有相關規章及法規。

## 為確保日後合規而採取的行動

為提升未來潛在違規事項的偵測能力，並鞏固本集團的企業管治與提升其效能，本集團已採取並將採取下列步驟整合企業管治常規，以確保符合多項適用的規則及法規：

- (a) 於上市日期前委聘一家檢討風險管理及內部控制的顧問公司，或審核委員會所決定的其他專業顧問對內部控制系統及以下各項程序進行評估：
  - (i) 財務報告及披露控制(如財務結算程序、財務數據分析及財務報表編製)；
  - (ii) 企業內部控制(如風險評估、持續監控及對內部審核及其他特別審閱評估)；及

- (iii) 透過業務流程進行內部控制(如訂單管理及應付貿易款項監控、定價管理及應付貿易款項處理、存貨管理、流動資金及借貸)；
- (b) 於上市日期前，董事已收到及審閱我們的法律顧問編製的章程大綱詳情(當中載列上市後所需的持續上市規則及一般香港公司法規管要求及董事的責任)分發予各董事，而董事對該等詳情進行審閱；
- (c) 於上市日期前，執行董事參加由我們的法律顧問舉辦有關所屬公司股份於聯交所上市的董事應持續履行責任及職責的培訓課程。此外，本集團全體執行董事均已向本公司及保薦人承諾，彼等各自將於自上市起計首兩年內接受最少十小時的培訓課程，以緊貼彼等對身為上市公司董事的相關責任的適用法律及法規發展；
- (d) 受人選及協定任期所限，我們將盡力委任三名分別在財務、會計及法律行業具經驗的獨立非執行董事。我們將利用彼等的經驗遵循適用法律、法規及財務報告要求；
- (e) 我們將招聘在處理香港上市公司合規事宜方面有經驗的香港特許秘書公會會員為助理公司秘書，以與公司秘書合作負責本集團日常的合規事宜。本公司的秘書團將有三名成員，並將由我們的首席財務官兼公司秘書林曉豐先生領導。公司秘書團隊將接觸本集團不時保留的外聘專業人員，包括合規顧問、外聘法律顧問、核數師及其他顧問(如必要)，並將直接向董事會匯報。公司秘書亦將每兩個月就本集團的合規狀況及任何特定的合規相關事宜編製報告並提交予董事會；
- (f) 於上市日期前，成立監控部門，公司秘書組將組成其中一部分，以提供本集團合規及控制環境之日常管理及就控制及合規事宜與董事會密切合作。控制部將有三名成員，並將由葉女士領導。控制部門將直接向董事會報告。

控制部門的主要職責包括以下各項：

- (i) 就本集團內部控制手冊的規定和該手冊的更新或修訂，向相關員工提供訓練(或(倘適用)外聘其他人士提供訓練)，以確保正確遵守該手冊；
- (ii) 與本集團不時外聘的內部控制評估人員合作，以不時更新及改善本集團的內部控制手冊；及

- (iii) 於本集團任何成員公司在本集團過往並無涉足的司法權區設立新公司或實體前，就(不限於)法律、稅務及行政規定進行評估。在有需要時，控制部門亦將尋求適當的專業人士意見。

該控制程序涉及(i)價值超過1,000,000港元的業務相關合約；及(ii)價值超過500,000港元的非業務相關合約時，除有關部門主管的核准外，在由董事簽署合約之前須經本集團控制部門的審核及批准。就任何重大合約而言，控制部門須徵詢本集團合規顧問、法律顧問及其他相關顧問(如必要)並將其意見滙報給董事會以供參考。控制部門將為每份經核准的合約編號，本集團董事只會簽署此類經核准的合約。

作為執行董事，謝先生熟悉本集團的公司架構及業務。謝先生亦就過往違規事項或公司法第122節若干條文參與策劃措施工作，確保改善本集團的內部控制。謝先生履行執行董事職務時，與其他執行董事相比下，較少涉足本集團的日常業務運作。因此，我們認為，謝先生將能貢獻時間，配合本集團的控制工作及合規事宜。有關謝先生資歷的詳情，請參閱本售股章程「董事、高級管理層及員工」一節。

- (g) 成立審核委員會，而該委員會由獨立非執行董事組成，該等董事將(其中包括)審閱內部控制制度及程序，以符合相關會計、財務及上市規則規定。該審核委員會已接納載列其職務及責任詳情的職權範圍，確保符合監管規定，(其中包括)審核委員會將於作出適當及仔細查詢後，於緊隨上市後兩個財政年度各年，在本公司的年報內披露其就本公司合規及內部監控相關事宜發表的主要意見；及
- (h) 委聘嘉誠作為我們的合規顧問，以根據上市規則第3A.19條就本公司的合規事宜提出建議。

為了幫助股東及投資者瞭解及審查本集團內部控制的有效性，我們向保薦人及聯交所承諾於上市前委聘信永中和風險服務有限公司或審核委員會決定的其他專業顧問(如適合)就上市後首兩年各年期間(其後則視乎需要而定)本集團內部控制的有效性進行評估並在我們的年報中公佈此評估之重要結果及其他適當的披露。

保薦人認為，以上企業管治措施將令本集團能夠強化營運層面及審核層面的控制環境。

保薦人認為，除其他新上市公司採取的標準措施以外，此等事宜將為本集團提供更堅實的基礎以更有效地甄別及處理合規相關事宜並有助於本集團董事監控本集團在法律法規規定方面的整體合規狀況。

盡職調查過程中，保薦人並未發現任何重大事項會令其擔憂本集團董事的能力、誠信、性格或作為本公司董事的恰當性。

## 21. 環境保護事宜

我們受中國國家及當地有關環境保護的法律法規的規限。當地特別訂立有關排放廢水的環境保護法規，我們須接受相關監管機關就我們遵守以上法律和法規的情況進行年度檢查。

電鍍工序過程中會產生含有氰化物及金屬(例如銅及鎳)的污水。產生的污水其後經收集並透過本集團維持的污水處理設施再處理。於過程中，污水中的氰化物及金屬將排出，而污水的pH值亦將予調整。經處理污水其後將根據相關規定設定的標準排放。本公司亦設立水質控制實驗室，監管排放污水的水質。污水的排放量、pH值及顏色變化的每日記錄儲存於水質控制實驗室，以監察排放污水的水質及確保遵守標準。我們的水質控制實驗室由2名實驗室技術人員及3名污水排放處理專員組成。

我們生產工序中產生的污水的排放須遵守地表水環境質量標準及廣東省水污染排放限值二級標準。污水水質亦一年五次受海豐縣環境監測站檢察。我們的廣東廠房已取得由海豐縣環境保護局發出的排放污染物許可證。董事亦確認本集團遵守中國法律及法規就污水處理設施的相關規定。根據海豐縣環境監測站於二零零五年八月二十九日、二零零五年十二月十二日、二零零六年三月二十二日、二零零六年九月二十日、二零零六年十二月五日、二零零七年二月七日、二零零七年五月二十四日及二零零七年八月十六日刊發的環境監察報告，我們的廣東廠房排放的污水遵守地表水環境質量標準及廣東省水污染排放限值二級標準設定的標準。此外，超群海豐於往績記錄期正式支付排放污染物費用。

於往績記錄期內，我們並無就違反任何相關環境保護規定涉及任何重大罰款或法律行動，就董事所知，我們亦無涉及本集團經營的任何司法權區的任何環境監管機關提出的訴訟或待決訴訟。另外，我們並無發生任何意外及事故。我們的中國法律顧問已確認，於往績記錄期內，(i)廣東廠房全面遵守相關環境法律、規章及法規，並已為其生產設施獲取所有所需許可證及環境批准；(ii)並無發現任何環境污染事件；及(iii)本集團於中國成立的任何成員公司並無因任何有關環境保護問題受到重大罰款。

截至二零零七年三月三十一日止三年及截至二零零七年十一月三十日止八個月，就環境保護產生的年度支出分別約為135,000港元、650,000港元、780,000港元及580,000港元。現時的环境保護設施被評為足夠，而我們並不預期有需要購買新設施或設備。因此，無須支付有關環境保護的潛在資本支出。雖然已有污水處理設施及水質監控實驗室，但我們將持續監察及確保遵守環境保護的規章及法規。