

---

## 概 要

---

本概要旨在向閣下提供本招股章程所載資料的總覽。由於本文純屬概要，故不載有閣下可能認為重要的所有資料。閣下應閱畢全本招股章程後，始決定是否投資於發售股份。

任何投資均涉及風險。「風險因素」載有投資於發售股份的若干特定風險。閣下應仔細閱讀該節，始決定是否投資於發售股份。

### 概覽

我們是中國領先的男裝品牌之一。根據我們委託弗若斯特沙利文編製的市場研究報告，以截至2007年及2008年12月31日止年度的零售銷售額計，我們的LILANZ品牌(2008年9月之前的英文名為LILANG)在由中國二線及二線以下城市組成的主流品牌市場中名列首位，以零售銷售額計，主流品牌市場於2007年及2008年分別約佔中國男裝市場的29.0%及31.3%。有關進一步討論，見「行業概覽 — 中國男裝市場」。於2007年及2008年，福布斯雜誌中文版選出利郎中國為「中國最具潛力中小企業」之一。作為一家綜合時裝企業，我們設計、採購、生產並銷售優質男士商務和休閒服裝。我們於1995年創立，近年來發展迅速。

我們以LILANZ品牌向顧客提供為不同季節設計的產品。我們的男裝產品專為迎合商務及休閒需求而設計，主要目標客戶為28至45歲的人士。我們的產品包括西裝、夾克、襯衫、褲裝、毛衣和配飾，大致上可分為商務正裝、商務休閒、時尚休閒以及運動服裝。根據弗若斯特沙利文的資料，我們於同業競爭對手當中是首家推出男士商務休閒系列，並把其視作產品重點的男裝公司。

從本集團成立至2008年9月，我們的產品全部以我們的中文品牌利郎及我們的英文品牌LILANG獨家出售。為使我們從其他國內品牌中脫穎而出並展現我們的國際化風格，我們的品牌於2008年9月進行一系列的變革，即我們以英文品牌名稱LILANZ(與中文品牌利郎一起使用或單獨使用)推出由計文波先生設計的第一個產品系列，並革新了我們的店面主題及設計，以及改善了我們的營銷策略。我們的董事認為，LILANZ品牌已在中國成為知名品牌。

我們在計文波先生的指導下自行設計產品。計文波先生乃中國頂級時裝設計師之一，在時裝界已累積逾20年經驗。計文波先生於2001年加盟本集團擔任時裝及設計顧問一職，並於2007年開始擔任我們的總設計師。我們的設計及產品開發團隊在產品開發及設計方面

---

## 概 要

---

與供應商及分銷商緊密合作，以改善我們的設計，迎合本地顧客品味。我們亦銳意為中國男裝開創新潮流及風格。我們相信，我們為顧客提供的一系列服裝，可展現出一種「簡約而不簡單」的生活方式。我們的品牌哲學是讓消費者體驗自主生活方式。

我們的產品於遍佈中國31個省、自治區及直轄市的廣闊的分銷網絡進行銷售。我們主要以批發形式向分銷商出售我們的產品，分銷商繼而通過由其本身或其二級分銷商運營的零售店把我們的產品售予終端顧客。截至最後實際可行日期，我們的分銷商及二級分銷商全部為獨立第三方。在我們的批發業務模式下，我們的分銷商主要負責挑選及訂購產品，並監督零售店的運營。我們於挑選分銷商時會考慮多種因素，包括地理位置、零售和管理經驗，以及拓展零售網絡的資金來源和能力。我們直接與我們的分銷商訂立分銷協議。有關協議一般為期一年。倘分銷商未能遵守分銷協議，則我們有權終止協議。

根據分銷協議，分銷商可向二級分銷商轉包零售店的運營，惟二級分銷協議及各項業務計劃須獲得我們的批准。我們與該等二級分銷商並無直接合約關係。然而，分銷商必須確保其二級分銷商遵守分銷協議的條款與條件。

於2006年、2007年及2008年12月31日及2009年6月30日，我們分別擁有27、28、51及53家分銷商，而該等分銷商則分別擁有1,338、1,245、1,257及1,185家二級分銷商。於2009年6月30日，我們的53家分銷商在中國31個省、自治區及直轄市經營或分包經營2,456家零售店。除了採納這種批發業務模式外，我們還同時在晉江開設並經營一間旗艦店（於2008年2月設立的首間直接經營的零售店）。於往績記錄期間，向分銷商銷售產品所錄得的銷售額佔我們總營業額的絕大部分。

所有零售店均以LILANZ品牌營運，且僅可銷售LILANZ的產品。於2009年6月30日，在1,696家獨立店舖當中，473家由我們的分銷商直接經營，1,223家由其二級分銷商直接經營。而在760家設於百貨公司的授權經營店當中，363家由我們的分銷商直接經營，397家則由其二級分銷商直接經營。為使零售店貫徹一致的品牌形象，我們對店舖陳列、營銷活動及日常運營等各方面制定了統一標準，而分銷商及其二級分銷商必須符合此等標準。我們相信，我們廣泛且管理完善的分銷網絡有利於我們樹立統一的品牌形象及擴大市場滲透率。

在不斷擴展分銷網絡的同時，我們計劃與我們的分銷商合作開設旗艦店。我們擬於中國主要城市的黃金地段租賃物業，該等物業經翻新改裝為旗艦店後由我們指定的分銷商經營。此模式應該能令我們更好及更直接地掌控該等旗艦店的位置及陳設。我們預計將於2009

---

## 概 要

---

年年底開設一家此類的旗艦店，並於未來數年內開設更多旗艦店。該等旗艦店的面積預計將遠遠超過我們分銷商現時運營的零售店。我們相信，透過展示我們全線產品系列，該等新旗艦店能夠有助於進一步提升我們的品牌形象，可促進鄰近城市或地區分銷商或其二級分銷商的銷售。截至最後實際可行日期，本集團概無與我們的分銷商就開設任何旗艦店達成任何協議。我們預期僅就該等旗艦店向我們的指定分銷商收取租金，且概無預期與指定分銷商達成任何有關旗艦店收益的利潤分成安排。

我們每年舉辦三次訂貨會，以向現有及潛在分銷商展示我們的秋、冬及春／夏系列服裝。我們還會邀請二級分銷商及零售店經理出席訂貨會，而他們會透過彼等各自的分銷商訂貨。我們大部分訂單乃來自該等訂貨會。於該等訂貨會上，我們尋求並取得有關本地市場時裝趨勢及市場需求的反饋，讓我們能夠改善產品設計及採購策略。我們相信，訂貨會所帶來的銷售額及訂單可讓我們提前預測我們產品於下一季的需求數量，從而令我們能夠有效運用生產設備和外包生產商，以迅速回應市場需求並更有效地控制存貨量。

已經通過全國性廣告宣傳活動樹立我們的品牌形象。我們的電視廣告由著名演員陳道明先生擔任主角，我們相信他正好體現了我們「簡約而不簡單」的生活哲學。為致力推廣我們的品牌及吸引更多消費者，除陳道明先生外，我們亦於2009年8月聘請吳彥祖先生擔任我們的品牌代言人。我們還在時裝雜誌和產品目錄冊中刊登我們品牌的廣告。我們於整個宣傳廣告活動中使用「簡約而不簡單」的口號，以鞏固我們的品牌形象及我們品牌力求表達的生活方式。

最近，我們開始參加國際時裝展。特別是，我們於2007年及2008年分別應邀參加了「米蘭男裝週」(Milano Moda Uomo)及「日本東京時裝週」，兩者均為國際大型時裝展。我們採取獨具匠心的營銷及宣傳策略，以盡量提高我們在主要目標客戶群中的曝光率。同時，我們相信參與著名時裝展應有助提升我們品牌的聲譽，從而增強我們的品牌形象。於2007年，我們的商標「利郎 LILANG」獲認定為服裝界的「中國馳名商標」。於2008年，我們的利郎品牌榮獲「最具影響力服裝品牌」。於2009年，我們的利郎品牌榮獲「2007—2008中國服裝品牌年度大獎」策劃大獎，且我們的「利郎 LILANZ」品牌榮獲「2009亞洲服裝最具影響力十大馳名品牌」。

我們在福建省晉江市的自設生產設施生產我們的部分服裝，其餘部分則外包予外包生產商生產。我們將配飾產品的生產外包。我們相信，通過內部生產和外包生產相結合，我們能夠適時以符合成本效益的方法滿足需求。品質是我們最注重的環節之一，我們的質量控制團隊負責監督生產過程的每個階段。同時，我們與外包生產商密切合作，確保所有服裝和配飾均符合我們的品質標準。

### 競爭優勢

我們的董事將我們的成功歸屬於以下主要競爭優勢：

- 領先的中國休閒男裝品牌
- 廣泛且管理完善的全國分銷網絡
- 進取的全國銷售和營銷策略
- 非凡的產品設計及開發能力
- 經驗豐富且屢創佳績的管理層團隊

### 業務策略

為保持我們作為中國領先男裝品牌之一的地位，我們擬充分利用我們的品牌知名度、增強競爭力並實現可持續銷售增長。具體而言，我們計劃採取下列策略以實現目標：

- 擴大及多元化我們的產品供應
- 進一步鞏固和拓展我們的分銷網絡，並擴大我們的零售業務覆蓋範圍
- 進一步推廣我們的LILANZ品牌，並增強我們的營銷及宣傳策略
- 提高我們的營運和生產管理能力
- 進一步加強我們的產品設計和開發能力

## 購股權計劃

本公司已於2008年9月12日通過首次公開發售前購股權計劃，根據購股權計劃，於本招股章程刊發日期按最終發售價的80%發行可認購合共9,611,100股股份的購股權，緊隨全球發售及資本化發行完成後(因根據公開發售前購股權計劃授出的全部購股權獲行使(假設此等購股權獲全額行使)，惟不計及因行使超額配股權、或因行使根據購股權計劃可能授出的任何購股權而可能須予發行的任何股份而擴大)，約佔本公司已發行股本的0.79%。有關首次公開發售前購股權計劃詳情載於本招股章程「附錄六 — 法定及一般資料 — 其他資料 — 首次公開發售前購股權計劃」。

根據首次公開發售前購股權計劃授出的購股權獲行使時，將導致於行使之時當時的股東於股份的權益百分比以及每股盈利受攤薄。下表闡釋於全球發售及資本化發行完成後(假設超額配股權未獲行使)對本公司持股量的潛在攤薄影響。

股東(附註)	全球發售及 資本化發行 完成後的		根據首次公開 發售前購股權 計劃授出的 購股權獲行使後的已發	
	已發行股份數目	概約百分比	行股份數目	概約百分比
曉升國際 . . . . .	661,500,000	55.13%	661,500,000	54.69%
銘郎投資 . . . . .	148,500,000	12.38%	148,500,000	12.28%
王氏兄弟 . . . . .	68,850,000	5.70%	68,850,000	5.70%
管理層及其他股東 . .	21,150,000	1.79%	21,150,000	1.74%
購股權承授人 . . . . .	0	0%	9,611,100	0.79%
其他公眾股東 . . . . .	300,000,000	25.00%	300,000,000	24.80%
	<u>1,200,000,000</u>	<u>100.0%</u>	<u>1,209,611,100</u>	<u>100.0%</u>

附註： 股東詳情載於本招股章程「歷史與發展」一節「公司架構」一段。

除姚巧明先生(我們附屬公司的董事，王氏兄弟的侄子)為本公司的關連人士(定義見上市規則)外，概無首次公開發售前購股權計劃下的其他承授人為本公司的關連人士。由於受所授出認購合共105,878股股份的購股權的條件限制，姚先生承諾倘其行使購股權會導致本公司不能遵守上市規則第8.08條下的最低公眾持股量要求，則其不會行使該等購股權。

---

## 概 要

---

預期根據首次公開發售前購股權計劃授出的購股權獲全面行使後，將對本公司的每股盈利具有攤薄影響。

本公司亦已於2009年9月4日有條件採納購股權計劃。根據購股權計劃，該計劃的合資格人士包括本公司或附屬公司的董事、全職員工及顧問可獲授購股權，使其有權認購股份，惟根據任何其他計劃授出的購股權總額初步不得超過上市日期已發行股份的10%。有關購股權計劃的其他詳情載於本招股章程「附錄六 — 法定及一般資料 — 其他資料 — 購股權計劃」。

## 概 要

### 財務資料概要

下表載列截至2006年、2007年及2008年12月31日止三個年度各年及截至2008年及2009年6月30日止六個月，以及於2006年、2007年及2008年12月31日及2009年6月30日的財務資料概要。截至2009年6月30日止六個月的財務業績不必作為預期於截至2009年12月31日止年度業績的指標。以下財務資料概要已根據國際財務報告準則編製，節選自畢馬威會計師事務所編製的會計師報告及載於本招股章程附錄一。我們於截至2008年6月30日止六個月的財務資料尚未審核。投資者應閱覽以下過往財務資料概要及本招股章程附錄一，以獲取更多詳情。

### 綜合收益表數據

	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2006年	2007年	2008年	2008年	2009年
	(以人民幣千元計，除每股的數據外)				
	(未經審核)				
營業額 . . . . .	418,195	885,921	1,135,684	483,945	600,176
銷售成本 . . . . .	<u>(323,015)</u>	<u>(652,020)</u>	<u>(791,627)</u>	<u>(339,779)</u>	<u>(423,341)</u>
毛利 . . . . .	95,180	233,901	344,057	144,166	176,835
其他收益 . . . . .	1,545	5,243	5,868	5,325	1,227
銷售及分銷開支 . . . . .	(37,338)	(104,892)	(146,469)	(60,382)	(54,662)
行政開支 . . . . .	(9,233)	(22,681)	(34,300)	(15,406)	(15,183)
其他經營(開支)／收入 . . . . .	<u>(646)</u>	<u>(1,844)</u>	<u>1,888</u>	<u>2,221</u>	<u>(183)</u>
經營利潤 . . . . .	49,508	109,727	171,044	75,924	108,034
財務成本 . . . . .	<u>(3,904)</u>	<u>(11,996)</u>	<u>(11,551)</u>	<u>(4,572)</u>	<u>(4,295)</u>
除稅前利潤 . . . . .	45,604	97,731	159,493	71,352	103,739
所得稅 . . . . .	<u>(13,023)</u>	<u>(1,225)</u>	<u>(5,361)</u>	<u>(2,038)</u>	<u>(13,775)</u>
權益股東應佔利潤 . . . . .	<u>32,581</u>	<u>96,506</u>	<u>154,132</u>	<u>69,314</u>	<u>89,964</u>
每股基本盈利					
(人民幣(分)) . . . . .	<u>3.62</u>	<u>10.72</u>	<u>17.13</u>	<u>7.70</u>	<u>10.00</u>

## 概 要

### 綜合資產負債表數據

	於12月31日			於6月30日
	2006年	2007年	2008年	2009年
	(人民幣千元)			
<b>非流動資產</b>				
物業、廠房及設備 . . . . .	35,289	106,088	135,823	146,582
投資物業 . . . . .	—	—	30,072	30,719
租賃預付款項 . . . . .	14,669	14,357	39,875	39,455
購買固定資產的訂金 . . . . .	16,228	21,542	3,615	728
遞延稅項資產 . . . . .	777	1,185	997	819
<b>非流動資產總值 . . . . .</b>	<b>66,963</b>	<b>143,172</b>	<b>210,382</b>	<b>218,303</b>
<b>流動資產</b>				
存貨 . . . . .	40,326	96,033	171,487	186,018
應收貿易賬款及其他應收款項 . . . . .	209,245	305,334	383,748	341,828
應收關連方款項 . . . . .	47,583	1,294	220	—
給予第三方的貸款 . . . . .	1,000	—	—	—
已抵押銀行存款 . . . . .	14,970	54,009	42,201	27,763
現金 . . . . .	27,276	58,519	53,567	94,280
<b>流動資產總值 . . . . .</b>	<b>340,400</b>	<b>515,189</b>	<b>651,223</b>	<b>649,889</b>
<b>流動負債</b>				
銀行貸款 . . . . .	125,500	94,500	140,000	98,000
應付貿易賬款及其他應付款項 . . . . .	83,795	277,076	259,419	217,765
來自第三方的貸款 . . . . .	1,400	—	—	—
應付關連方的款項 . . . . .	268	—	18,471	10,944
即期稅項 . . . . .	8,260	—	890	6,081
<b>流動負債總值 . . . . .</b>	<b>219,223</b>	<b>371,576</b>	<b>418,780</b>	<b>332,790</b>
<b>流動資產淨值 . . . . .</b>	<b>121,177</b>	<b>143,613</b>	<b>232,443</b>	<b>317,099</b>
<b>資產總值減流動負債 . . . . .</b>	<b>188,140</b>	<b>286,785</b>	<b>442,825</b>	<b>535,402</b>

## 概 要

	於12月31日			於6月30日
	2006年	2007年	2008年	2009年
	(人民幣千元)			
<b>非流動負債</b>				
遞延稅項負債 . . . . .	—	—	1,543	3,357
來自控股股東的貸款 . . . . .	139,422	139,422	—	—
在建工程應付款項 . . . . .	—	1,790	1,987	2,767
	<u>139,422</u>	<u>141,212</u>	<u>3,530</u>	<u>6,124</u>
<b>資產淨值</b> . . . . .	<u>48,718</u>	<u>145,573</u>	<u>439,295</u>	<u>529,278</u>
<b>權益</b>				
股本 . . . . .	21,016	98	176	176
儲備 . . . . .	<u>27,702</u>	<u>145,475</u>	<u>439,119</u>	<u>529,102</u>
<b>權益總額</b> . . . . .	<u>48,718</u>	<u>145,573</u>	<u>439,295</u>	<u>529,278</u>

### 綜合現金流量數據概要

	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2006年	2007年	2008年	2008年	2009年
	(人民幣千元)				
	(未經審核)				
經營活動(所用)／所產生 的現金淨額 . . . . .	(109,262)	91,910	43,138	(14,095)	106,383
投資活動所用現金淨額 . .	(61,537)	(16,461)	(92,165)	(42,990)	(11,540)
融資活動所產生／(所用) 現金淨額 . . . . .	<u>187,448</u>	<u>(44,206)</u>	<u>44,075</u>	<u>28,129</u>	<u>(54,130)</u>
現金的增加／(減少)淨額	16,649	31,243	(4,952)	(28,956)	40,713
於年／期初的現金 . . . . .	<u>10,627</u>	<u>27,276</u>	<u>58,519</u>	<u>58,519</u>	<u>53,567</u>
於年／期末的現金 . . . . .	<u>27,276</u>	<u>58,519</u>	<u>53,567</u>	<u>29,563</u>	<u>94,280</u>

### 所得款項用途

董事相信，全球發售應有助於提升及鞏固本集團的地位及資金基礎，亦有助於提供資金以達至本集團的業務策略以及執行本集團的未來計劃。

假設發售價為每股3.60港元（即發售價所列範圍的中位數），則在超額配股權獲行使之前，來自全球發售的所得款項淨額經扣除包銷佣金及其他估計開支後，估計約為9.799億港元。董事擬使用該等所得款項淨額如下：

- 約15%（1.470億港元）將用於進一步擴大我們在上海的產品開發工作室及發展廈門的設施，該等設施將包括一個新的設計及產品開發工作室、一個培訓中心及一個銷售中心。我們已就上述廈門的設施所在地塊取得土地使用權，預計上述設施的施工將於2010年竣工；
- 約15%（1.470億港元）將用於開發本集團的一個專門面向20至30歲年輕客戶群的副品牌，該款項將按以下方式使用：約20%用於設計及產品開發，約10%用於生產機械及設備，約30%用於廣告及推廣，約40%用於向分銷商發店舖翻新津貼。副品牌的產品將按類似於本集團現有業務模式的方式進行銷售；
- 約15%（1.470億港元）將用於在未來數年承租及翻新旗艦店（包括預計將於2009年年底開設的一家旗艦店）供分銷商經營運營。我們正在物色可開設旗艦店的策略性地段。於最後實際可行日期，我們尚未就開設旗艦店（在中國晉江總部經營的旗艦店及在中國鄭州收購的物業除外）而收購任何物業或訂立任何租約；
- 約20%（1.959億港元）將用於參與推廣活動及品牌塑造活動，比如媒體廣告及代言人的委聘以及協助分銷商裝修零售店。所有的分銷商及二級分銷商均可申請有關津貼。津貼的授予及有關金額將由我們於考慮零售店的大小及地段後酌情釐定；
- 約5%（4,900萬港元）將用於擴張我們位於晉江五里工業園的生產廠房，該款項將按以下方式使用：約50%用於興建新的生產廠房，約50%用於購買機器及設備；

---

## 概 要

---

- 約10% (9,800萬港元) 將用於建立一個企業資源規劃系統、開發所需的資訊技術網絡及取得必要的諮詢服務及系統軟件；
- 約10% (9,800萬港元) 用於償還部分本金介乎人民幣100萬元至人民幣3,000萬元的銀行貸款，年利率介乎2.31%至5.58%，而到期日介乎2009年10月至2010年2月。該等銀行貸款作營運資金用途；及
- 餘額約10% (9,800萬港元) 用作營運資金及公司其他一般用途。

假設超額配股權獲悉數行使，我們估計自認購額外股份所收取的所得款項淨額分別約為1.393億港元及1.741億港元(假設分別按建議發售價範圍的最低及最高點計算)。倘超額配股權獲悉數行使，我們現在擬將額外所得款項按比例用作上述用途。

倘發售價釐定為高於或低於每股3.60港元(即建議發售價範圍每股3.20港元至4.00港元的中位數)，我們有意按比例調整用於上述用途的所得款項淨額。

倘來自全球發售的所得款項淨額毋須即時用作以上用途，則我們會將該等所得款項淨額存入金融機構的計息活期存款賬戶。

### 截至2009年12月31日止年度的利潤預測

#### 權益持有人應佔

預測綜合利潤 <sup>(1)(3)</sup> . . . . .	不少於 人民幣2.81億元 (約3.19億港元)
------------------------------------	--------------------------------

#### 未經審核備考

預測每股盈利 <sup>(2)(3)</sup> . . . . .	人民幣0.234元(約0.266港元)
------------------------------------	---------------------

(1) 編製上述利潤預測的基準及假設概述於本招股章程附錄三。董事已根據截至2009年6月30日止六個月的經審核綜合業績及截至2009年12月31日止餘下六個月的綜合業績預測編製截至2009年12月31日止年度本公司權益持有人應佔預測綜合利潤。

(2) 未經審核備考預測每股盈利乃根據截至2009年12月31日止年度權益持有人應佔預測綜合利潤，並假設於全年內合共發行1,200,000,000股股份計算。預測每股盈利並無計及行使超額配股權後可能發行的任何股份、根據首次公開發售前購股權計劃授出的購股權或根據購股權計劃可能授出的購股權而可能予以發行的股份。

- (3) 權益持有人應佔預測綜合利潤及未經審核備考預測每股盈利乃根據於2009年6月30日1港元兌人民幣0.8815元的通行匯率兌換為港元。

### 股息政策

於2009年8月，我們宣派特別現金股息人民幣5,300萬元。該等特別股息於2009年8月20日及21日派付予我們的當時股東。除上述股息以外，我們或我們的任何附屬公司於往績記錄期間並無向我們或彼等當時的股東派付任何其他股息。我們擬於日後宣派及派付股息。股息的支付及金額將取決於經營業績、現金流量、財務狀況、對支付股息的法定及監管限制、未來前景及我們認為可能相關的其他因素。股份持有人將有權根據已繳足或入賬列作已繳足股份金額按比例獲得有關股息。我們可酌情決定股息的宣派、派付及金額。

股息僅可在有關法例許可下自我們的可供分派利潤派付。倘以利潤分派股息，則有關利潤將不能再投資於我們的業務。概不保證我們將能按任何計劃的金額宣派或分派任何股息或作出任何宣派或分派。過往股息分派記錄不可用作釐定我們日後可能宣派或派付股息金額的參考或基準。

除上述因素外，我們目前計劃在本公司股東週年大會上建議，於全球發售後向股東分派我們可供分派純利約30%至50%的股息。

## 概 要

### 發售統計數字

	根據發售價 3.20港元計算	根據發售價 4.00港元計算
股份市值 <sup>(1)</sup> . . . . .	38.400億港元	48.000億港元
每股股份未經審核備考 經調整有形淨資產 <sup>(2)</sup> . . . . .	人民幣1.08元 (1.23港元)	人民幣1.25元 (1.42港元)

#### 附註：

- (1) 市值乃按全球發售及資本化發行完成後(假設並無行使超額配股權及根據首次公開發售前購股權計劃及購股權計劃授出或可能授出的購股權)預期已發行股份1,200,000,000股股份為基準計算。
- (2) 未經審核備考經調整每股有形資產淨值乃經本招股章程附錄二「未經審核備考財務資料 — A.未經審核備考經調整有形資產淨值」所述調整，並按全球發售及資本化發行後預期已發行共1,200,000,000股股份為基準計算，但並無計及行使超額配股權及根據首次公開發售前購股權計劃及購股權計劃可能授出的購股權後可能發行的任何股份。

### 風險因素

我們相信，我們的業務涉及若干風險，其中很多風險並非我們所能控制。該等風險載於「風險因素」，並概述如下：

#### 與我們的業務相關的風險

- 無法成功推廣我們的品牌或會對我們的業務及經營業績產生重大不利影響。
- 我們倚賴少數分銷商銷售我們的產品，而倘我們不能與主要分銷商重續分銷協議或有關分銷商違反該等分銷協議，或會對我們的經營業績產生重大不利影響。
- 倘我們的分銷商或其二級分銷商未能遵守我們的零售政策，則我們的業務或會受到負面影響。
- 我們可能無法監控分銷商的存貨水平。
- 我們的品牌形象及業務或會因我們外包生產商的行為而受到負面影響。

---

## 概 要

---

- 我們依賴外包生產商生產我們大部分的產品，而我們來自外包生產商的产品供應倘有任何重大中斷，均可能對我們的經營業績造成重大不利影響。
- 我們的經營業績可能會受到原材料、勞動力或外包生產商生產產品成本上升的不利影響。
- 我們或無法實施及管理日後的迅速增長及擴張。
- 我們取得額外融資的能力或會有限，這可能導致我們一項或多項策略延遲或不能完成。
- 我們的成功取決於我們挽留高級管理層團隊的能力及我們吸引及挽留其他管理層人員及其他合資格人員的能力。
- 我們的業務易受季節性波動及惡劣或反常天氣狀況的影響。
- 我們可能會受到知識產權被侵害或被指稱可能因侵犯第三方的知識產權而遭其索償。
- 我們的行政或生產設施如有任何嚴重損壞，將對我們的經營業績造成重大不利影響。
- 我們可能會面對產品責任、財產損毀或人身傷害索償，該等事件均可能對我們的聲譽及業務造成重大不利影響。
- 我們於往績記錄期間可能須就社會保障保險計劃補足未支付的供款。
- 控股股東可能採取不利於公眾股東最佳利益或與公眾股東最佳利益相衝突的措施。
- 我們為一間控股公司，極其倚賴我們附屬公司的股息付款來供資。

### 與我們行業有關的風險

- 中國宏觀經濟狀況變動所引致的消費者支出波動可能對我們的業務、財務狀況、經營業績及前景造成重大影響。
- 我們面臨激烈的競爭。

### 與中國有關的風險

- 中國的經濟、政治及社會狀況以及政府政策或會對我們的業務帶來不利影響。

---

## 概 要

---

- 中國關於中國居民設立境外特殊目的公司的規例可能使我們的中國居民股東承擔個人責任，並限制我們收購中國公司或向中國附屬公司注資的能力，限制我們中國的附屬公司向我們分配利潤的能力，或對我們構成其他重大不利影響。
- 我們未必能夠繼續享有當前的稅務優惠待遇。
- 我們日後的全球收入可能須繳付中國所得稅。
- 我們未來股息的價值及銷售股份所得收益可能會因繳納中國預扣稅而減少。
- 我們的勞工成本可能因實施新的中國勞動合同法而增加。
- 近期在美國、歐洲及其他地區出現的金融危機及經濟狀況可能會對我們的業務產生重大不利影響。
- 向我們或我們駐居於中國的董事送達法律文件或對彼等或我們執行任何非中國法院作出的判決可能存在困難。
- 外匯管理條例變動、人民幣價值波動或若干中國會計要求及我們中國附屬公司的公司章程條文可能對我們支付股息的能力構成不利影響。
- 中國法律及法規的詮釋存在不明朗因素，可能對我們的業務、經營業績以及股份價值構成不利影響，並令投資者可獲的法律保護受到限制。
- 我們的經營或分銷商及／或二級分銷商的經營因不可抗力事件而受重大中斷可能對我們的經營業績造成重大不利影響。
- 嚴重急性呼吸系統綜合症(非典型性肺炎)、禽流感或H1N1型流感(豬流感)疫情加重或其他傳染性公眾健康問題的再度爆發可能對我們的業務及經營業績構成重大不利影響。

### 與全球發售有關的風險

- 股份之前並無公開市場。
- 全球發售後股份的流動性和市場價格可能有波動。
- 全球發售後股份在公開市場中的大量出售或預期未來的大量出售可能對股份通行的市場價格產生不利影響。
- 過往股息分派並非我們日後股息政策的指標。
- 本招股章程中有關中國、中國經濟及男裝行業的若干事實、預測及其他統計數據均取材於政府官方刊物，且未必可靠。
- 由於我們根據開曼群島法例而註冊成立，相較於香港法例及其他司法權區，開曼群島法例對少數股東所獲得的保障較少，故閣下在保障自身的權益時可能面臨困難。
- 本招股章程所載的前瞻性資料可能被證實為不準確。
- 全球發售將令潛在投資者遭受即時及重大攤薄，且行使根據我們的購股權計劃授出或將予授出的購股權可能導致我們股東的權益遭到攤薄。
- 閣下不應倚賴報章或其他媒體載列的任何有關本集團及全球發售的資料。