

EEKA

2024
中期報告



EEKA
FASHION
贏家時尚

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)

使命

融匯時尚美學，
臻享品質生活。

願景

成為享譽全球的中國
輕奢品牌管理集團。

價值觀

卓越、開放、創新、責任。



目錄

公司簡介	2
公司資料	3
財務摘要	4
二零二四年里程碑	6
主席報告	8
我們的商業模式	11
管理層討論及分析	12
投資者資料	37
其他資料	38
綜合損益表	43
綜合全面收益表	44
綜合財務狀況表	45
綜合權益變動表	47
簡明綜合現金流量表	49
未經審核中期財務報告附註	50

關於贏家時尚

我們是一家領先且快速增長的中華人民共和國（「中國」）中高端女裝企業，我們擁有獨特的品牌文化理念、先進的研發設計中心、完善的營銷服務體系以及高效的物流配送和網絡管理系統。於二零二四年六月三十日，我們的品牌組合涵蓋八個品牌：即自有高端品牌—(i) Koradior、(ii) La Koradior、(iii) ELSEWHERE 及 (iv) FUUNNY FEELN，以及收購品牌—(v) CADIDL、(vi) NAERSI、(vii) NAERSILING 及 (viii) NEXY.CO。

我們的業務由行政總裁、主席兼執行董事金明先生於二零零七年創立。「Koradior」品牌的定位是為顧客提供浪漫和女人味的設計。「La Koradior」品牌於二零一二年九月推出，其定位是提供感性、奢雅和浪漫的設計。「ELSEWHERE」品牌於二零一四年九月推出，其定位為提供舒適、質感及自在的美學風格設計。我們於二零一九年一月推出新品牌「FUUNNY FEELN」（簡稱「FF」品牌），其定位是追求自由灑脫，實現女性年輕率性、獨具一格的生活方式。

於二零一六年七月及二零二一年十一月本集團分別收購深圳市蒙黛爾實業有限公司（「蒙黛爾」）65%及35%股權及其「CADIDL」品牌，該品牌定位是為都市女性提供簡約、優雅及臻質的服裝。此後，蒙黛爾成為我們的全資附屬公司。我們於二零一九年七月收購 Keen Reach Holdings Limited（「Keen Reach」），其於中國擁有三個自有品牌「NAERSI」、「NEXY.CO」及「NAERSILING」，均以30至45歲具經濟實力的女性為目標顧客。「NAERSI」為職業女性打造兼具時尚和品質的高級時裝，彰顯都市女性「從容、自在」的優雅精神。「NEXY.CO」面向都市智慧精英女性，提供以時尚職場為主要的多場合服飾，打造知性、簡約、智美的品牌風格。「NAERSILING」體現了自由和藝術的品牌風格、兼具商務感與無束縛的著裝需求。

多年來，我們一直非常重視品牌的國際影響力，我們的品牌已受邀參加米蘭時裝週及紐約時裝週，藉此展現中國品牌魅力。我們始終專注品牌為根，創意為魂，研究顧客生活方式，以品牌文化為基礎，立足客戶需求和「融滙時尚美學，臻享品質生活」的使命，專注於產品創新與開發及品牌溝通推廣，及繼續引領女裝時尚和生活文化。

自二零一一年以來，我們已經開始在第三方電子商貿平台天貓商城的旗艦店銷售我們的產品，亦為唯品會的授權商戶。於二零二零年一月十三日，我們基於微信生態社交電子商貿平台上線了EEKA時尚商城。EEKA時尚商城開放了庫存、會員、營銷資源等關鍵要素的共享機制，實現了顧客消費體驗的全面升級。我們亦積極開發私域商城，尤其關注抖音直播銷售模式。於二零二一年，我們全面擴大在抖音平台的業務足跡。

我們的產品包括連身裙、短裙、長褲、恤衫、針織衫、背心、夾克、大衣、圍巾及配飾，銷售網絡遍佈全國並主要由直營零售店組成，覆蓋中國31個不同省、自治區及直轄市。

公司資料

執行董事

金明先生(主席兼行政總裁)
賀紅梅女士
金瑞先生

獨立非執行董事

周曉宇先生
鐘鳴先生
張國東先生

註冊辦事處

Conyers Trust Company (Cayman) Limited
Cricket Square, Hutchins Drive
P.O. Box 2681
Grand Cayman KY1-1111 Cayman Islands

總部及中國主要營業地點

中國
廣東省深圳市
福田區泰然四路85號
灣區時尚總部中心B座26樓

香港主要營業地點

香港九龍
尖沙咀廣東道25號
海港城港威大廈
第一座8樓812室

公司秘書

黃煒喬女士(FCCA, FCG, HKFCG(PE) · HKCGI Cert: ESG)

聯席公司秘書

梁嘉偉先生

授權代表

金明先生
梁嘉偉先生

審核委員會

張國東先生(主席)
周曉宇先生
鐘鳴先生

薪酬委員會

周曉宇先生(主席)
張國東先生
金明先生

提名委員會

金明先生(主席)
周曉宇先生
張國東先生

開曼群島股份過戶登記總處

Conyers Trust Company (Cayman) Limited
Cricket Square, Hutchins Drive
P.O. Box 2681
Grand Cayman KY1-1111
Cayman Islands

香港股份過戶登記分處

卓佳證券登記有限公司
香港
夏慤道16號
遠東金融中心17樓

主要往來銀行

香港上海滙豐銀行有限公司
平安銀行
深圳分行金沙支行

招商銀行

深圳分行泰然金谷支行

公司網址

www.eekagroup.com

股份代號

3709

財務摘要

截至六月三十日止六個月

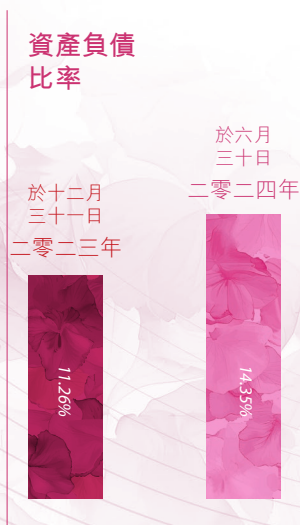
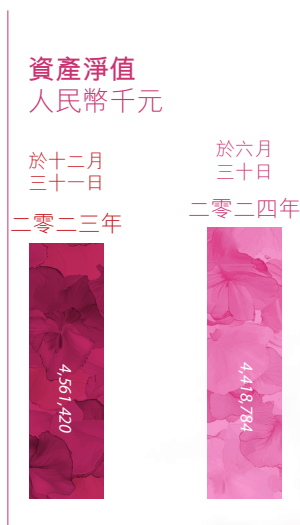
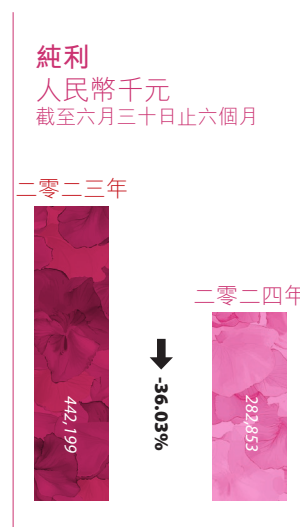
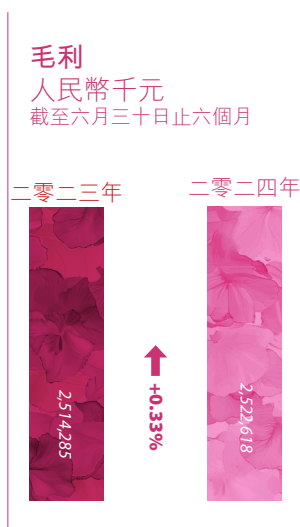
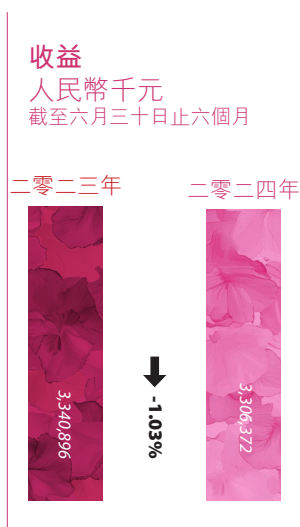
	二零二四年 (未經審核) 人民幣千元	二零二三年 (未經審核) 人民幣千元	增加／(減少)
收益	3,306,372	3,340,896	(1.03%)
毛利	2,522,618	2,514,285	0.33%
純利	282,853	442,199	(36.03%)
經營活動產生的現金流量淨額	451,831	914,610	(50.60%)
每股盈利 ¹			
—基本(人民幣分)	40.5	65.9	
—攤薄(人民幣分)	40.5	64.8	
盈利比率			
毛利率	76.30%	75.26%	1.04個百分點
淨利潤率	8.55%	13.24%	(4.69)個百分點

	於二零二四年 六月三十日	於二零二三年 十二月三十一日
流動資金比率		
流動比率 ² (倍)	1.90	1.78
貿易應收款項及應收票據周轉天數 ³	35.26	31.41
貿易應付款項及應付票據周轉天數 ⁴	69.17	93.61
存貨周轉天數 ⁵	278.60	232.65
資本比率		
資產負債比率 ⁶	14.35%	11.26%
利息覆蓋比率 ⁷ (倍)	12.08	21.41

附註：

- 每股基本盈利 = 本公司擁有人應佔溢利 / 普通股加權平均數 (二零二四年首六個月的股份加權平均數為687,889,680股，而去年同期為675,466,314股)
每股攤薄盈利 = 本公司擁有人應佔溢利 / 經計及被視為無償發行股份之影響後的普通股加權平均數 (二零二四年首六個月經計及被視為發行的股份加權平均數為687,889,680股，而去年同期為687,331,444股)
- 流動比率 = 流動資產 / 流動負債
- 貿易應收款項及應收票據周轉天數 = 貿易應收款項及應收票據的期初及期終結餘的平均數 / 期內收益 x 180天
- 貿易應付款項及應付票據周轉天數 = 貿易應付款項及應付票據的期初及期終結餘的平均數 / 期內銷售成本 x 180天
- 存貨周轉天數 = 存貨的期初及期終結餘的平均數 / 銷售成本 x 180天
- 資產負債比率 = 銀行借貸總額 / 權益總額 x 100%
- 利息覆蓋比率 = 除息稅前溢利 / 利息開支

財務摘要



四月

Koradior 417品牌日「玫瑰之境」

二零二四年四月十九日，Koradior於上海永福路52號舉辦新品發佈秀。演員孫怡身穿二零二四春夏系列K Dress亮相。活動現場以主題「玫瑰之境」，突出其品牌花—玫瑰、品牌符號—線形玫瑰、品牌色—玫瑰紅以及核心品類—連衣裙。」



六月

贏家時尚慶祝上市十週年

二零二四年六月二十一日，本集團於香港中環四季酒店舉行「贏家時尚上市十週年慶典」。此次活動以「BLOSSOMING：十年似錦，燦綻繁花」為主題，由國際超模現場走秀，展示旗下8個品牌的獨特風格。」



五月

NAERSI「無齡影像館」專欄

NAERSI聯合時尚媒體「MODE Magazine」摯獻無齡影像館二零二四特輯「我與我們」。



二零二四年里程碑

(於上半年)

一月

贏家時尚於年初榮獲三項大獎

贏家時尚榮獲第十三屆公益節「二零二三年度ESG先鋒企業獎」，並獲福田區工商聯（總商會）授予「二零二三年度最具社會責任企業」稱號。深圳珂萊蒂爾獲福田區工商聯（總商會）授予「二零二三年最具成長力企業」稱號。



三月

NAERSI 二零二四春夏高級成衣秀

NAERSI 二零二四春夏高級成衣秀在具有360年歷史的文物古跡博物館陝西會館舉行。著名演員黃奕應邀拍攝宣傳片、ID視頻，並領銜走秀。此外，他們將這場成衣秀與「優雅工坊」春夏系列主題展、主題沙龍、限時體驗館、門店非遺產品鑒賞會等活動相結合，在網絡媒體上進行廣泛宣傳。



二月

NEXY.CO 二零二四年秋冬新品發佈秀亮相米蘭時裝週

二零二四年二月二十三日，NEXY.CO 二零二四秋冬系列「木蘭綠境」亮相米蘭時裝週。這場時裝秀以品牌花「木蘭」為靈感，以品牌色「奈蔻綠」為主色調，於米蘭王宮 (Palazzo Reale) 拉開帷幕。



La Koradior 二零二四年秋冬發佈秀亮相巴黎時裝週

二零二四年二月二十六日，La Koradior 於法國巴黎布隆尼亞爾宮發佈其二零二四秋冬系列「蝶入蘭間」，演繹東西匯融的奢雅藝術。



A woman with long, wavy brown hair is wearing a bright pink, short-sleeved, knee-length dress with a flared skirt. The dress has a subtle vertical seam down the center and a thin, sparkling trim along the neckline and sleeve cuffs. She is standing against a vibrant pink background that features faint, stylized floral patterns and a series of thin, concentric white circles radiating from the top left. Her hands are clasped in front of her, and she is looking slightly to the right of the camera with a neutral expression.

主席報告

主席報告

尊敬的贏家時尚控股有限公司各位股東：

本人代表贏家時尚控股有限公司（「本公司」或「贏家時尚」，股份代號：3709）董事會（「董事會」）欣然提呈本公司及其附屬公司（統稱「本集團」）截至二零二四年六月三十日止六個月（「報告期間」）的中期業績。

二零二四年上半年，中國GDP同比增長5.0%，第二季度同比增長4.7%。增速較第一季度略微放緩0.8個百分點。上半年，社會零售總額同比增長3.7%。然而，服裝、鞋類及紡織品的零售額於該期間僅同比增長1.3%。於高端消費領域，中國市場經營的主要奢侈品牌集團於第一季度均出現同比負增長，多個公司降幅超過10%。此外，與第一季度相比，部分奢侈品牌集團於第二季度的表現有所惡化。

於報告期間，本集團收益為人民幣3,306.37百萬元，略微減少1.03%，純利為人民幣282.85百萬元，較二零二三年上半年大幅減少36.03%。

三大品牌Koradior、NAERSI及NEXY.CO中，NAERSI及NEXY.CO呈現正增長，增長率分別為4.27%及5.14%。然而，Koradior的增長率同比下降6.19%。另一方面，La Koradior及FUUNNY FEELLN自二零二三年以來增長勢頭持續強勁，分別達致17.54%及13.95%的正增長率。ELSEWHERE、CADIDL、NAERSILING則分別同比下降9.77%、6.31%、10.83%。本公司積極推進實施卓越商品體系，加快產品全面升級，釋放產品改革效益。

於報告期間，直營零售店的收益達人民幣2,633.96百萬元，同比減少3.67%。該減少乃由於市場信心不足及消費者需求不足。於二零二四年六月三十日，本集團擁有1,912家零售店，其中1,485家由本集團經營，427家由我們的經銷商經營。

於報告期間，電子商貿平台的收益達人民幣546.34百萬元，同比增長17.82%，乃由於產品產出效率提高、新品線上銷售比例增加、會員銷售擴大、會員回購率提高及直播效益提升等因素。

於二零二四年六月二十一日，「贏家時尚上市十週年慶典」在香港中環著名的四季酒店隆重舉行，標志著本集團一個重要的里程碑。「B10SSOMING：十年似錦熠綻繁花」主題大秀營造優雅時尚之夜，紀念本公司於聯交所上市十年，彰顯本公司的成長、成就及對時尚業的貢獻。主題大秀透過國際超模現場走秀，展示本集團旗下八個品牌，彰顯各品牌的獨特風格與設計美學。此次活動吸引許多時尚愛好者、投資者、分析師、網紅及尊貴嘉賓參與，各位來賓齊聚一堂，共同見證贏家時尚十年崢嶸歲月。此次慶典巧妙融合創意、工藝、藝術及魅力，充分展現本集團對標新立異及樹立時尚業新標準的承諾。

主席報告

本集團致力於長期投資並將繼續加強品牌體系內的系統性推廣。在產品體系方面，聚焦提升卓越產品能力，不斷提高產品質量。

在渠道體系方面，將致力於優化線下門店，並保持特色線上渠道佈局。在供應體系方面，由於本集團更注重提供高品質產品，品質將為重中之重。

總之，本集團堅信，中國經濟將繼續肩負改善市場預期、加強市場信心及拉動有效需求的艱巨使命。本集團堅持長遠戰略，著力提升產品質量，優化產品架構，改善品牌形象，旨在成功渡過經濟週期，確保在市場中持續發展與增長。

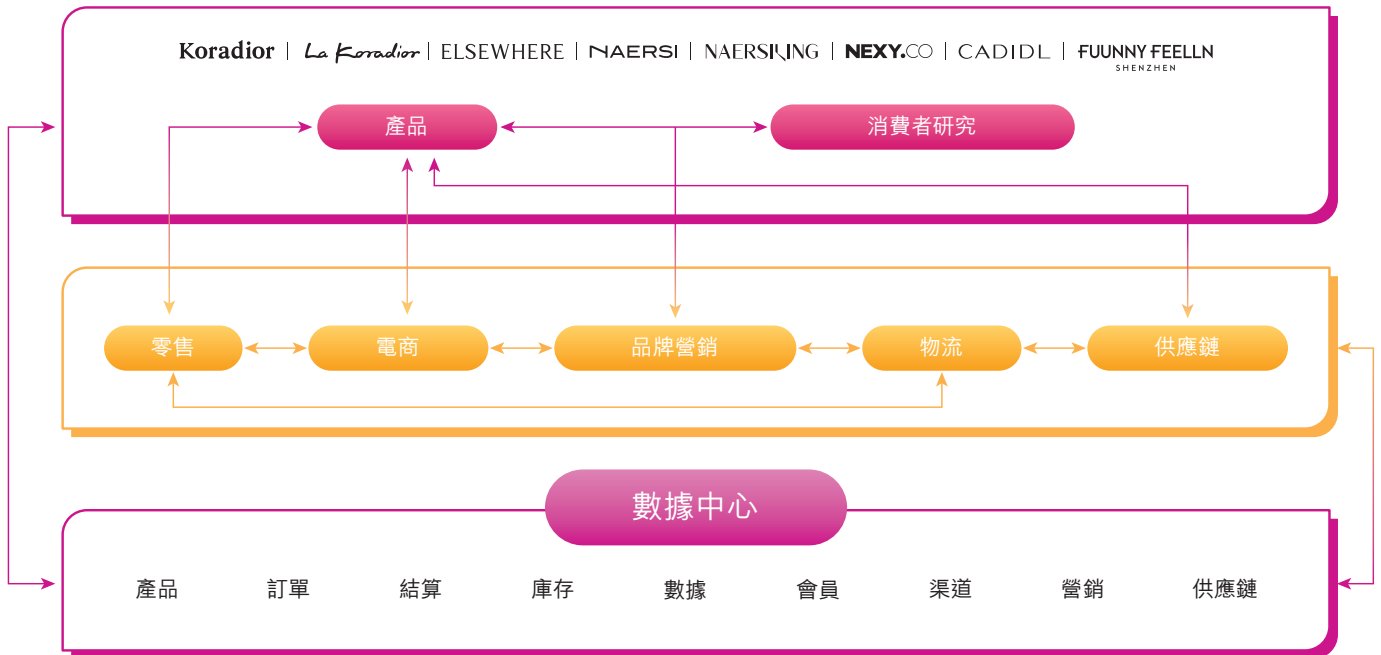
最後，本人藉此機會謹代表董事會衷心感謝各位股東、客戶、商業夥伴和員工一直以來的支持和信任！

董事會主席
金明

二零二四年八月十五日



我們的商業模式



多年來，本集團專注多品牌協同發展，採用平台化組織架構，高效管理多品牌運營，以強大的中台賦能多品牌發展，充分發揮不同品牌的定位優勢。高度數字化的數據中心提升各業務板塊效率，本集團致力於成為享譽全球的中國輕奢品牌管理集團。

三十多年來，本集團專注直接面向消費者的模式，積累大量終端直銷零售管理的方法論，通過直銷模式，本集團對消費者需求的洞察更加敏感和高效。同時，為適應消費環境的變化，我們採用直銷加分銷的線下銷售模式，以及多平台電商運營的線上銷售模式，使我們的產品充分觸達消費者。

管理層討論及分析



管理層討論及分析

行業回顧

今年上半年，中國經濟下行壓力持續增加，市場信心低迷，消費需求不足，企業普遍面臨與過去三年受疫情影響類似的困難及挑戰。上半年中國GDP同比增長5.0%，第二季度同比增長4.7%，較第一季度減緩0.8個百分點。上半年，社會消費品零售總額同比增長3.7%，服裝、鞋類和紡織品零售額較去年僅增長1.3%。六月，社會消費品零售總額同比增長2.0%，為近10年來（不含二零二零年至二零二二年）該月最低同比增速，服裝、鞋類和紡織品零售額較去年下降1.9%，進口出現負增長。在高端消費領域，第一季度中國市場各大奢侈品牌集團業績普遍錄得同比負增長，一眾品牌下降超10%，而與第一季度相比，部分奢侈品牌集團在第二季度的業績下降幅度更大。

面對經濟下行壓力，上半年中國政府持續強化寬鬆的財政及貨幣政策，大幅放寬房地產管控政策，提振市場信心，刺激消費需求。今年起，財政部計劃連續幾年發行超長期特別國債，今年首期發行規模為人民幣1萬億元，首批50年期超長期特別國債已於六月發售。上半年，央行兩度降息，二月份五年期貸款市場報價利率(LPR)利率按月由4.2%降至3.95%，為歷史單月最大降幅。七月底，中共中央政治局召開會議，在部署下半年經濟工作時強調「宏觀政策要持續用力、更加給力」，支持國家重大戰略和重點領域安全能力建設，更大力度推動大規模設備更新和大宗耐用消費品以舊換新，這些均為擴大內需的必要措施。

今年下半年，中國經濟將繼續面對提振市場預期、增強市場信心及釋放有效需求的艱巨任務。隨著調控政策深度鬆綁，房地產市場有望加快出清，實現企穩；加之財政、貨幣及消費刺激政策相繼落地，居民收入預期增長；以及資產價格企穩回升有望加強，逐步激發消費意願，穩定高端女裝市場。經濟下行期間，高端女裝存量市場競爭愈發激烈，頭部企業堅持長期戰略、持續聚焦於精進產品品質、優化產品結構、提升品牌形象，在經濟浪潮中乘風破浪，實現可持續發展。

業務回顧

本集團擁有並管理八個品牌以迎合其客戶的不同場合著裝需求，包括：自有品牌—(i) Koradior、(ii) La Koradior、(iii) ELSEWHERE 及 (iv) FUUNNY FEELN，以及收購品牌—(v) CADIDL、(vi) NAERSI、(vii) NAERSILING 及 (viii) NEXY.CO。

於截至二零二三年十二月三十一日止年度，本集團兩個主要品牌Koradior及NAERSI銷售收益超過人民幣38.5億元，該等品牌均躋身中國行業品牌前十。ELSEWHERE、La Koradior、NAERSILING、NEXY.CO、CADIDL等品牌銷售額普遍在人民幣4至10億元之間，且本公司於二零一九年推出面向更廣泛人群、滿足更多元需求的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。

Koradior

Koradior 品牌以「浪漫、女人味」風格為主，為客戶提供以玫瑰花型、蕾絲為特色、主打剪裁考究且工藝精湛的高品質服裝。其核心品類為「連衣裙」，主推「閒情雅質」的生活美學。其經典款K Dress 集合經典X廓形、浪漫V型領、精緻七粒扣設計、120°扇形裙擺，完美展現Koradior的獨特風格，強化品牌印記，牢牢握住客戶之心。



Koradior

管理層討論及分析

Koradior於二零零七年成立，二零一四年榮獲「中國時尚品牌年度大獎－風格大獎」。二零一六年，品牌邀請Miranda Kerr擔任代言人並參加米蘭時裝週，在米蘭大皇宮官方秀場呈上「Melody of South China (韻律南國)」風格大秀，連續九年堅持海外代言人策略，品牌「浪漫」基調深入人心，品牌實力持續提升。

於二零二四年上半年，在品牌建設方面，Koradior繼續攜手好萊塢國際巨星Lily Collins，合作演繹Koradior式浪漫，加強整體品牌營銷。上半年的重點為品牌的核心DNA工藝「珠鑽工藝」以及DNA元素「玫瑰」。其製作「瑰麗工坊」珠鑽工藝微電影，以提升產品的價值感。

與此同時，其亦圍繞產品在線上線下的多項推廣活動進行故事性包裝。在線下，其增加相關產品的門店展示。在線上，其利用各種媒體進行推廣及宣傳，進一步提升品牌影響力。四月，其舉辦以「玫瑰之境(Kora Rose Wonderland)」為主題的417品牌日活動及新品發佈秀，強化品牌印記。其通過品牌花講述裙裝故事，將產品與銷售融為一體，傳遞價值。

在線下營銷方面，其為核心貴賓策劃體驗活動，帶來精緻的生活方式體驗。其通過與「時尚芭莎」和「MadameFigaro」等主要時尚媒體合作，旨在提升品牌價值，擴大品牌影響力。

在卓越商品體系改革下，Koradior不斷強化產品品類，優化黃金三角結構，加強品類間的協同效應，使產品連單率大幅提升。

在渠道開發方面，Koradior注重擴張、重新選址、翻新及開設新店，以擴大平均店舖面積。品牌標識在各門店的顯著位置呈現，加深消費者認知度。此外，還開設了多家旗艦店和精品店，促進線下渠道的升級。截至二零二四年六月三十日，Koradior在中國共開設了700家門店。



NAERSI

NAERSI 是一個主推「都市優雅」風格的時尚品牌，專注職場女性著裝。NAERSI 通過簡約的設計、現代立體的剪裁、傳承的工藝及精良的面料，為都市女性打造兼具時尚與品質的高級成衣，彰顯現代女性「從容、自在」的優雅精神。其核心品類為「外套」及「褲子」，品牌標誌性產品「真我套裝」傳承27年，以弦月領、少女肩、公主腰、金魚尾、NAERSI oblique 圖樣等設計細節為特色，深受中國職場女性歡迎與喜愛，歷久彌新。

NAERSI 於一九九五年成立，二零零零年實行代言人策略，中國女演員瞿穎擔任品牌形象代言人，二零一四年獲認定為「中國知名品牌」，二零一五年榮獲「影響力先進品牌」稱號，二零一七年首次亮相紐約國際時裝週，呈上「力與美」大秀，成為首個在美國自然歷史博物館舉辦秀場的中國品牌，品牌實力進一步增強。二零二零年，NAERSI 推出品牌顏色「25°藍」，樹立集團先鋒形象。



NAERSI

管理層討論及分析

於二零二四年上半年，NAERSI以產品為中心，打造「高能衣櫥」專題。這一舉措結合面料工藝、場合穿搭、圖案故事等元素，對產品的價值進行剖析，突出品牌的標志性工藝，如「臻工線跡」、「臻藝褶襖」及「匠藝線跡」。

通過「套裝節—優雅工坊春夏高級成衣秀」，其特邀著名演員黃奕拍攝宣傳片、互動視頻並領銜走秀。通過利用「優雅衣始」等專題系列、主題展覽、店鋪非遺品鑑活動、媒體推廣、跨品牌合作及雜誌合作，實現近1億次的整體曝光。該全面方法旨在以產品、品牌DNA及品牌故事進一步抓住消費者的心智。



在渠道拓展方面，NAERSI通過提升店鋪形象及設計、擴大店鋪規模、引進旗艦店及精品店等方式，積極加強線下零售業務。此戰略使本公司於二零二四年上半年的公司自有門店數量實現淨增長。其亦推出多種線下活動，如巡展、主題快閃店及互動推廣，在不同的場合吸引消費者。該整體方法旨在提升整體消費體驗，加深消費者對品牌風格和理念的認識，並通過線下渠道推動銷售增長。截至二零二四年六月三十日，NAERSI於中國共經營455家門店。



管理層討論及分析

La Koradior

La Koradior 深蘊「感性、奢雅、浪漫」品牌格調，主打產品「晚禮服」融合考究面料、繁複工藝和立體裁剪技術，為「新貴名媛」提供宴會、商務活動等場合的華麗高貴服飾。輕奢品牌 La Koradior 已設計多套高定禮服參展。例如，歷時 9,820 小時打造的傳世臻藏百萬禮服「金色軌跡」首次震撼亮相北京嘉德典亞藝術週 (Beijing GUARDIAN FINE ART Art Week)，是國內第一款登陸頂尖藝術展的高定禮服。「鎏金華彩」高定斗篷禮服參展新加坡「上元匯」文化遊園活動，「紫蘭花績」高定禮服在法國巴黎盧浮宮「法國世界非物質文化遺產展」巡展，奠定品牌在輕奢市場的地位。



La Koradior

管理層討論及分析

二零二四年上半年，La Koradior積極努力提升品牌實力，塑造輕奢的品牌形象。於巴黎時裝週期間，La Koradior舉辦主題為「蝶入蘭間」的秋冬高級成衣系列發佈會，贏得國內外時尚界的高度評價，亦與世界著名瑰寶工坊Maison Lemaire及創意總監Eric Charles-Donatien合作，將法國刺繡工藝與Lunéville獨特的鉤針妙藝相結合，展示品牌的高端刺繡美學，提升品牌的國際形象。



為進一步加深品牌印記，La Koradior於巴黎展會上廣泛融入以蝴蝶蘭花、La-purple、斗篷裙及鈴蘭裙等元素為特色的品牌DNA。其產品亦與油畫藝術家胡巍合作，以La-purple為色彩靈感，以蝴蝶蘭花為創作繆斯，共同創作《夢蝶蘭春》油畫作品。通過商店展示、公關展覽、線下活動、訂貨會及線上推廣活動，La Koradior利用品牌DNA元素塑造品牌身份，提高品牌實力。

渠道佈局方面，La Koradior採取關閉低效門店、擴建翻新選址、開設精品旗艦店等措施，提升線下門店品質。La Koradior始終堅持全面直營模式，新開門店的平均門店面積較以往標準大幅增加，門店效率顯著提高。La Koradior透過舉辦線下主題展覽、店內活動，加強消費者互動，致力以「頂尖服務」加「頂級品質」，打造「一流品牌」。截至二零二四年六月三十日，La Koradior於中國共經營45家門店。

NEXY.CO

NEXY.CO 臻享「知性、簡約、智美」品牌格調，主要為都市女性提供以時尚職場為主的多場合服飾，秉持「智慧彰顯魅力」的品牌主張。NEXY.CO 主打產品「西裝」、「 π Suit 典藏系列」和「94050 大衣」是消費者經久不衰的最愛，亦是 NEXY.CO 的出圈單品。

NEXY.CO 創於二零零九年。二零一四年，首家千萬旗艦店誕生。二零一五年，經典 94050 大衣問世。二零一七年，作為官方唯一受邀中國品牌，NEXY.CO 在米蘭時裝週上發佈亞洲秀，超模 Karlie Kloss 助陣，以「憶·未來」主題演繹智美時尚。二零二一年，NEXY.CO 再度攜手 WWF（世界自然基金會）和 OPF（一個地球自然基金會），共同推出「綠色星球」和「奈護自然」公益環保系列，倡導保護自然、和諧共處、可持續時尚。NEXY.CO 將藝術、環保與時尚融合，促進品牌的可持續之美。二零二二年，NEXY.CO 邀請演員袁泉作為品牌形象代言人，彰顯中國女性智美力量，推廣「蔻 Lady」形象，展現內在美與外在美。品牌影響力持續擴大。二零二四年二月，NEXY.CO 於米蘭時裝週發佈二零二四年秋冬系列「木蘭綠境」。此次大秀以品牌花「木蘭花」為靈感，以品牌顏色「奈蔻綠」為主色調，並在米蘭王宮拉開帷幕。



NEXY.CO 

管理層討論及分析

二零二四年上半年，NEXY.CO慶祝成立15週年，此乃該品牌的一個重要里程碑。繼二月亮相米蘭時裝週後，該品牌專注於加強品牌知名度，提高國際影響力。

NEXY.CO與Wonderland攜手，聯袂13位女性攝影師、2位超模呈現15幅攝影作品，共創15件聯名T恤。線下舉辦木蘭視界15週年聯名系列主題展，展示品牌顏色「奈蔻綠」及品牌花「木蘭花」。此次活動中，品牌代言人袁泉驚喜空降。

NEXY.CO繼續積極推進卓越商品體系改革，為消費者提供聚焦職場但不限於職場的多場景服飾，滿足消費者的多元需求。與此同時，NEXY.CO不斷加強經典單品的曝光度，不僅與《ELLE》雜誌深度合作海外期刊拍攝，亦邀請國際超模汪曲攸演繹經典「 π Suit」。此外，NEXY.CO通過「匠心博物館」專欄解構高品質面料及複雜工藝，向消費者展示高價值服裝，呈現品牌的大牌感。再者，NEXY.CO跨界攜手新媒體數字藝術家羅比凸顯品牌智美之姿，提升品牌相關性，增加品牌參與度。

渠道佈局方面，NEXY.CO繼續實施本集團的「渠道升級」戰略，聚焦「門店提質增效」。NEXY.CO正在積極開展線下巡展和快閃店，平均門店面積有所增加。此外，即便市場環境並無明顯改善，產品質素及品牌實力顯著提升有助於維持對NEXY.CO的未來發展的信心，且經銷門店數量仍在持續增加。截至二零二四年六月三十日，NEXY.CO於中國共經營233家門店。



ELSEWHERE

ELSEWHERE 深蘊「舒適、質感、自在」品牌格調，主張「人人都是生活藝術家」。ELSEWHERE 的主打產品是「針織服裝」，為都市女性提供輕鬆自在的服飾選擇，旨在傳遞現代都市女性悠閒、自由、享受的核心精神。此外，通過多項舉措，ELSEWHERE 加強自然和可持續發展元素，吸引崇尚可持續生活方式及關注環保的核心客群「生活藝術家」的青睞。

ELSEWHERE 創於二零一四年。二零一六年亮相深圳時裝週，二零二零年登場上海時裝週發佈大秀。二零二一年，ELSEWHERE 榮登可持續時尚聯盟(Green Fashion Alliance)(GFA)「SUSTAIN100 2021持續百分百-保護地球生態倡議榜」。同年，ELSEWHERE 邀請唐藝昕作為首位品牌代言人，推廣「從心悠享」品牌價值觀，進一步樹立品牌形象。

於二零二四年上半年，作為推廣活動的一部分，ELSEWHERE 舉辦2024春夏大秀，以「詩逸畫卷」為主題，以針織山水畫作為開場，徐徐展開品牌的故事，綿延品牌「詩與遠方」的故事。此策略旨在塑造品牌的高端文藝風格，強化品牌DNA，同時其舉辦線下巡展，令整體活動產生高曝光量，擴大品牌影響力。ELSEWHERE 在店鋪、形象展及指定地點等線上線下平台保持視覺統一，將主推單品佈置在悠閒、充滿藝術感的生活場景中。時裝秀中的主推單品比例有所增加，且該品牌持續整合產品、市場營銷及品牌形象，深化其一體化的市場營銷及推廣體系。此外，ELSEWHERE 持續創作一系列關鍵意見領袖(KOLs)群像故事，並深耕「生活藝術家」專欄，傳遞品牌「人人都是生活藝術家」的價值主張。



渠道佈局方面，ELSEWHERE 通過提升實體店鋪的品質，進一步優化線下門店的形象。二零二四年上半年，旗下直營店業績持續改善，門店平均面積均有所增加。門店採用全新形象，全面展示品牌形象、文化、風格等，提升品牌影響力。截至二零二四年六月三十日，ELSEWHERE 於中國共經營160家門店。



ELSEWHERE



管理層討論及分析

NAERSILING

NAERSILING 蘊含「自由藝術」的品牌格調，為都市名流、商界精英提供時尚、灑脫新奢時裝。經典單品「724真絲定位印花單西」，衣身圍度巧妙增加7公分，小H廓形，給予消費者身體舒適包容的穿著體驗。主打產品「西裝」和「裙裝」，聚集職場和社交場合。

NAERSILING 創於二零零九年，二零一五年至二零一六年連續兩年參加深圳時裝週。二零一八年，登場春夏紐約時裝週壓軸大秀，發佈「未來啟示」系列。二零二零年，NAERSILING 亦亮相上海時裝週，榮獲二零二零年中國國際時裝週時尚品牌獎。二零二一年，品牌形象升級，品牌標誌調整，以更精準傳遞品牌風格和理念。



於二零二四年上半年，NAERSILING 圍繞品牌色「自由紅」和品牌花「鬱金香」講述品牌故事，推出專題：「靈感藝術館」，其聚焦品牌的匠心精神，通過視頻剖析品牌的面料和工藝。



此外，NAERSILING 亦開展「NAERSILING TULIP 奇跡花園」主題展等線下活動，並在深圳機場投放機場廣告。線上，NAERSILING 專注於圍繞核心產品解讀產品花卉圖案和故事。通過在「基礎衣櫥」專題展示其主推單品和打造受歡迎產品，NAERSILING 有效地進行產品的市場營銷及推廣。

渠道佈局方面，NAERSILING 積極推進「門店提質增效」戰略，擴大線下直營店面積。本年度新開門店的平均面積顯著大於以往門店。



NAERSILING 通過概念店、精品店、主題展覽等優質線下渠道直接觸及消費者，提升消費者的購買體驗。截至二零二四年六月三十日，NAERSILING 於中國共經營88家門店。



NAERSILING 

CADIDL

CADIDL 創於一九九六年，二零一六年被本集團收購。CADIDL 臻享「簡約、優雅、臻質」品牌格調，為「智雅COO」提供不同場合的套裝。主打產品「西服套裝」，CADIDL 二十餘載始終保持「雕琢藝術品」的匠心精神，以臻質工藝打磨西服套裝。以「馬蹄蓮」為靈感，CADIDL 發佈了「馬蹄蓮領」獨特設計元素的「96套裝」，「143道精湛核心工藝」精雕細琢，結合獨家「防皺針法面料技術」，成就「黃金3釐米」舒雅收腰輪廓、「65公分經典廓形」，為消費者提供臻質套裝。

於二零二四年上半年，CADIDL 圍繞品牌標誌性雙色「卡迪灰」與「初見粉」，主推「西服套裝」、經典「96套裝」及新經典「智雅12H套裝裙」等主打產品，而採取這一策略旨在強化品牌形象。CADIDL 在「智雅套裝節」成功舉辦的基礎上，繼續舉辦最新的「WOMEN IN SUITS」主題活動。其製作了名為「套裝的誕生」的專題，突出經典96套裝及智雅12H套裝裙背後的设计巧思及版型工藝，展示該品牌套裝之臻質。

此外，其亦與《F風尚志》雜誌合作拍攝「了不起的她們」，這是96位體現智雅的不同個體的肖像，高度聚焦經典及新經典LOOK。該舉措旨在建立一個智雅的品牌形象。上半年的推廣活動與產品的深度整合在戰略上保持一致，取得了顯著的推廣效果。

在渠道佈局方面，CADIDL 一直積極實施以大門店為重點的戰略，利用全新的6.0形象設計，融入品牌DNA，提升實體店形象。此外，其一直在舉辦主題展覽、快閃活動等線下活動，提升消費者的整體購物體驗。截至二零二四年六月三十日，CADIDL 於中國共經營153家門店。



CADIDL

管理層討論及分析

FUUNNY FEELLN

FUUNNY FEELLN 創於二零一九年，立足於深圳，傳遞「現代、獨立、自由、夢想」的品牌格調，打造酷颯FF 仿佛經典形象，精心打造翻領短外套 (SMART LOOK) 搭配牛仔褲特色。作為中檔設計師品牌，FUUNNY FEELLN 二零二三年邀請金晨作為品牌代言人，進一步提升品牌形象。



於二零二四年上半年，FUUNNY FEELLN 圍繞「仿佛有點態度」的主題，重點推廣品牌價值，強調「短外套」這一主打產品及「撞邊工藝」的核心工藝。目標是為該品牌創造標誌性產品。其與知名IP「大力水手」合作，融合酷颯女孩的生活方式，以「炫耀手臂肌肉」作為營銷話題。通過群像演繹，其講述了關於自律及自我實現的酷颯故事。

此外，FUUNNY FEELLN 結合品牌故事，進一步發展品牌符號「喵小弗」，並將品牌DNA「貓紋」融合到產品中，展現品牌的價值。

在渠道佈局方面，FUUNNY FEELLN 通過推出全新終端形象版本2.0，積極致力於提升其線下直營業務的質量。通過線下門店的實體裝置，向消費者展現品牌風格和精神，旨在提升直營門店的店能。

在電子商貿平台方面，FUUNNY FEELLN 於多個線上直播平台有效推廣品牌文化和價值，增加品牌曝光度，積極推動電子商貿業務的強勁增長。截至二零二四年六月三十日，FUUNNY FEELLN 於中國共經營78家門店。

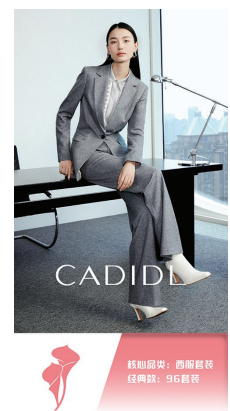
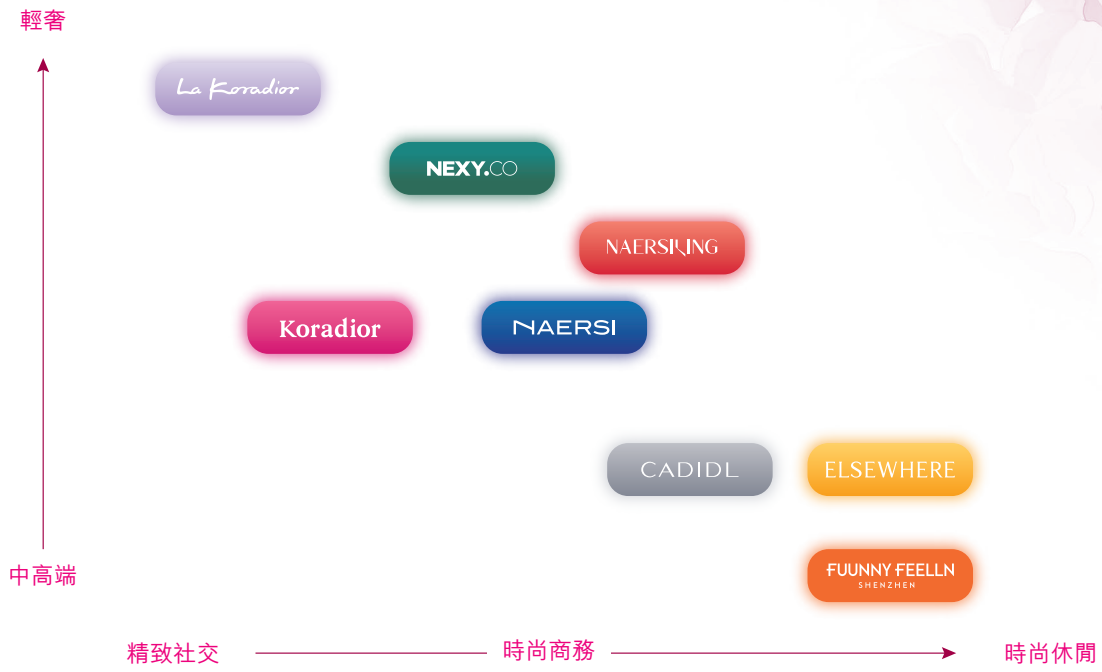


FF

FUUNNY FEELLN SHENZHEN

管理層討論及分析

品牌定位圖



管理層討論及分析

財務回顧

收益

本集團主要於中華人民共和國（「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消費者銷售產品；及(d)其他銷售途徑（主要來自員工內部銷售或透過於本集團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）。報告期間的總收益為人民幣3,306.37百萬元，較二零二三年上半年的人民幣3,340.90百萬元減少1.03%或人民幣34.53百萬元。

按銷售渠道劃分的收益分析

銷售渠道	截至六月三十日止六個月					
	二零二四年		二零二三年		增加／(減少)	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
直營零售店	2,633,960	79.67%	2,734,368	81.85%	(100,408)	(3.67%)
批發予經銷商	126,069	3.81%	142,813	4.27%	(16,744)	(11.72%)
電子商貿	546,343	16.52%	463,715	13.88%	82,628	17.82%
總計	3,306,372	100%	3,340,896	100%	(34,524)	(1.03%)

零售店收益分析

本集團一貫重視建立直營零售店。於二零二四年上半年，1,485家直營零售店（Koradior：481間；La Koradior：45間；ELSEWHERE：128間；CADIDL：134間；FUUNNY FEELLN：47間；NAERSI：361間；NEXY.CO：203間及NAERSILING：86間）合共產生收益人民幣2,633.96百萬元，較二零二三年上半年的自有品牌減少3.67%。直營收益減少主要由於現有門店銷售額下降。

於二零二四年六月三十日，七個品牌旗下的經銷商經營零售店427家（Koradior：219間；ELSEWHERE：32間；CADIDL：19間；FUUNNY FEELLN：31間；NAERSI：94間；NEXY.CO：30間及NAERSILING：2間），該等由經銷商經營的零售店產生的收益為人民幣126.07百萬元，較二零二三年上半年減少11.72%，乃由於市場信心低迷及消費需求不足所致。

電子商貿收益分析

來自電子商貿平台的總收益由二零二三年上半年的人民幣463.72百萬元增加17.82%至報告期間的人民幣546.34百萬元，其中：(i)天貓電子商貿平台產生的收益由二零二三年上半年的人民幣115.29百萬元增至報告期間的人民幣124.41百萬元，增加7.91%或人民幣9.12百萬元；(ii)唯品會電子商貿平台產生的收益由二零二三年上半年的人民幣208.79百萬元增至報告期間的人民幣239.69百萬元，增加14.80%或人民幣30.90百萬元；(iii)EEKA時尚商城電子商貿平台產生的收益由二零二三年上半年的人民幣36.70百萬元增至報告期間的人民幣49.71百萬元，增加35.45%或人民幣13.01百萬元；及(iv)抖音電子商貿平台產生的收益由二零二三年上半年的人民幣97.48百萬元增至報告期間的人民幣101.39百萬元，增加4.01%或人民幣3.91百萬元。報告期間收益的增長主要由於本公司的全面升級策略已開始顯現出積極的經營業績。

按地區劃分的零售店收益分析（不包括電子商貿）

下表載列截至二零二四年及二零二三年六月三十日止六個月本集團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	截至六月三十日止六個月			
	二零二四年		二零二三年	
	人民幣百萬元	%	人民幣百萬元	%
華中 ¹	267.48	9.69%	280.84	9.76%
華東 ²	909.43	32.95%	953.33	33.13%
東北 ³	175.06	6.34%	190.27	6.61%
西北 ⁴	197.97	7.17%	234.44	8.15%
華北 ⁵	341.24	12.36%	344.04	11.96%
西南 ⁶	494.10	17.90%	515.33	17.91%
華南 ⁷	374.75	13.59%	358.93	12.48%
總計	2,760.03	100%	2,877.18	100%

於截至二零二四年六月三十日止年度，華東及西南零售店產生的收益佔直營零售店及批發予經銷商的總收益一半以上。

管理層討論及分析



管理層討論及分析

* 下表列示分別於二零二四年一月一日及二零二四年六月三十日，按地區及品牌劃分的本集團品牌於中國的零售店（包括直營零售店及經銷商經營的零售店）明細：

地區	零售店數目			於二零二四年 六月三十日
	於二零二四 年一月一日	於報告期間開設	於報告期間關閉	
華中 ¹	204	5	(14)	195
華東 ²	626	35	(55)	606
東北 ³	135	17	(11)	141
西北 ⁴	218	3	(20)	201
華北 ⁵	244	17	(21)	240
西南 ⁶	315	12	(12)	315
華南 ⁷	222	7	(15)	214
總計	1,964	96	(148)	1,912

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、海南及廣東。

品牌

品牌	零售店數目	
	於二零二四年 一月一日	於二零二四年 六月三十日
Koradior	714	700
La Koradior	46	45
ELSEWHERE	172	160
CADIDL	161	153
FUUNNY FEELLN	91	78
NAERSI	454	455
NAERSILING	95	88
NEXY.CO	231	233
總計	1,964	1,912

管理層討論及分析

按品牌劃分的收益分析

品牌	截至六月三十日止六個月					
	二零二四年		二零二三年		增加／(減少)	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
Koradior	1,056,961	31.97%	1,126,736	33.73%	(69,775)	(6.19%)
La Koradior	255,117	7.72%	217,049	6.50%	38,068	17.54%
ELSEWHERE	246,436	7.45%	273,118	8.17%	(26,682)	(9.77%)
CADIDL (附註1)	201,907	6.11%	215,497	6.45%	(13,590)	(6.31%)
FUUNNY FEELLN	82,037	2.48%	71,996	2.15%	10,041	13.95%
NAERSI (附註2)	734,657	22.22%	704,565	21.09%	30,092	4.27%
NAERSILING (附註2)	224,900	6.80%	252,221	7.55%	(27,321)	(10.83%)
NEXY.CO (附註2)	504,357	15.25%	479,714	14.36%	24,643	5.14%
總計	3,306,372	100%	3,340,896	100%	(34,524)	(1.03%)

附註1：本集團已分別於二零一六年七月十三日及二零二一年十一月十日收購蒙黛爾（其擁有自有品牌「CADIDL」）65%及35%股權。蒙黛爾為上市規則所指之本公司非重大附屬公司。

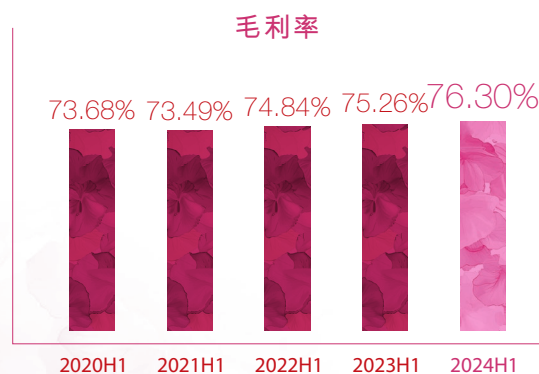
附註2：本集團已於二零一九年七月三日收購Keen Reach（其擁有自有品牌「NAERSI」、「NEXY.CO」及「NAERSILING」）100%股權。

銷售成本

報告期間的銷售成本為人民幣783.75百萬元，較截至二零二三年六月三十日止六個月的人民幣826.61百萬元減少5.18%或人民幣42.86百萬元，主要由於本集團的收益減少，從而致使已售存貨成本減少。

毛利及毛利率

報告期間的毛利為人民幣2,522.62百萬元，較截至二零二三年六月三十日止六個月的人民幣2,514.29百萬元增加0.33%或人民幣8.33百萬元。報告期間的整體毛利率由二零二三年上半年的75.26%略微增加至76.30%。



管理層討論及分析

按銷售渠道劃分的毛利分析

銷售渠道	截至六月三十日止六個月				
	二零二四年		二零二三年		毛利率 增加
	毛利 (人民幣千元)	毛利率 (%)	毛利 (人民幣千元)	毛利率 (%)	(百分點)
直營零售店	2,095,113	79.54%	2,142,336	78.35%	1.19
批發予經銷商	93,556	74.21%	104,592	73.24%	0.97
電子商貿	333,949	61.12%	267,357	57.66%	3.46
總計	2,522,618	76.30%	2,514,285	75.26%	1.04

按品牌劃分的毛利分析

品牌	截至六月三十日止六個月				
	二零二四年		二零二三年		毛利率 增加／(減少)
	毛利 (人民幣千元)	毛利率 (%)	毛利 (人民幣千元)	毛利率 (%)	(百分點)
Koradior	799,009	75.59%	861,187	76.43%	(0.84)
La Koradior	206,744	81.04%	173,796	80.07%	0.97
ELSEWHERE	173,140	70.26%	191,986	70.29%	(0.03)
CADIDL	152,988	75.77%	158,699	73.64%	2.13
FUUNNY FEELLN	51,688	63.01%	42,769	59.40%	3.61
NAERSI	566,570	77.12%	526,241	74.69%	2.43
NAERSILING	177,169	78.78%	191,916	76.09%	2.69
NEXY.CO	395,310	78.38%	367,691	76.65%	1.73
總計	2,522,618	76.30%	2,514,285	75.26%	1.04

管理層討論及分析

經營開支

報告期間的經營開支為人民幣2,272.42百萬元，較截至二零二三年六月三十日止六個月的人民幣2,081.93百萬元增加9.15%或人民幣190.49百萬元。經營開支包括銷售及分銷開支、行政及其他經營開支，詳情載列如下：

銷售及分銷開支

報告期間的銷售及分銷開支為人民幣1,902.95百萬元，較截至二零二三年六月三十日止六個月的人民幣1,792.03百萬元增加6.19%，主要由於(a)薪金及僱員福利，(b)店舖專櫃費用及(c)推廣及廣告投資增加。

行政及其他經營開支

報告期間的行政及其他經營開支為人民幣369.47百萬元，較二零二三年同期的人民幣289.90百萬元增加27.45%，主要由於(a)薪金及福利以及(b)就所有品牌提升產品設計而產生的研發費用成本增加。

融資成本

報告期間的融資成本為人民幣27.47百萬元，較二零二三年同期的人民幣23.37百萬元增加17.54%，主要由於借入的貸款增加所致。

所得稅開支

報告期間的所得稅開支由二零二三年上半年的人民幣63.81百萬元減少至人民幣21.54百萬元，主要由於經營溢利減少所致。

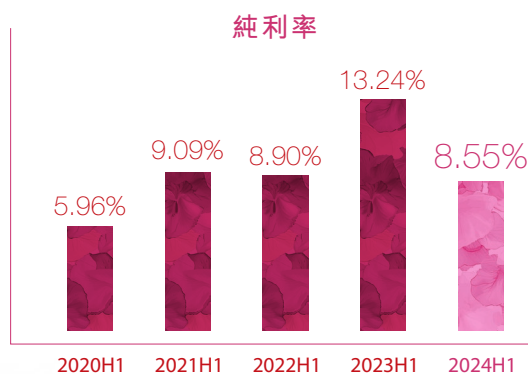
純利及純利率

基於前述因素，報告期間的純利為人民幣282.85百萬元，較二零二三年上半年的人民幣442.20百萬元減少36.03%或人民幣159.35百萬元。純利率由二零二三年上半年的13.24%下降至報告期間的8.55%。

資本架構

本集團需要營運資金以支持其設計與開發、零售及其他業務營運。於二零二四年六月三十日，本集團流動資產總值為人民幣3,156.18百萬元（二零二三年十二月三十一日：人民幣3,549.66百萬元），流動負債總額為人民幣1,660.55百萬元（二零二三年十二月三十一日：人民幣1,989.27百萬元），流動比率為1.90。董事會認為，此穩健的資本架構及經營活動產生的現金流入淨額足以支持本集團的經營活動。

於二零二四年六月三十日，本集團的計息銀行貸款乃以人民幣計值，包括按固定利率計息及須於一年內償還的貸款人民幣634百萬元。



財務狀況、流動資金及資產負債比率

本集團一般以內部產生的現金流量及其往來銀行提供的銀行融資為其業務提供資金。

於二零二四年六月三十日，本集團的現金及現金等價物為人民幣357.58百萬元（二零二三年十二月三十一日：人民幣440.76百萬元），其中93.34%、6.40%、0.01%、0.19%及0.06%分別以人民幣、港元、美元、歐元及日圓計值。於報告期間，經營活動產生的現金流入淨額為人民幣451.83百萬元，較截至二零二三年六月三十日止六個月的人民幣914.61百萬元減少50.60%。於二零二四年六月三十日，本集團的資產負債比率（即未償還銀行貸款總額除以總權益）為14.35%（二零二三年十二月三十一日：11.26%）。

資產抵押

於二零二四年六月三十日，概無本集團的資產（二零二三年十二月三十一日：賬面值約人民幣86.01百萬元的樓宇）已就本集團獲授的銀行融資質押予銀行。

庫務政策

本集團在庫務和資金政策方面採取審慎策略，專注於與本集團相關業務直接相關的風險管理和交易。

匯率波動風險

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。

人力資源

於二零二四年六月三十日，本集團僱員人數已增加至10,512人（二零二三年六月三十日：10,137人）。於報告期間的員工總成本（包括基本工資及薪金、佣金、花紅、退休福利計劃供款及股份獎勵開支）為人民幣805.95百萬元（截至二零二三年六月三十日止六個月：人民幣703.78百萬元），佔我們收益的24.38%（截至二零二三年六月三十日止六個月：21.07%）。

本集團設有一項股份獎勵計劃（「二零一九年股份獎勵計劃」），於二零一九年十二月獲採納，以肯定選定參與者作出的貢獻並給予獎勵，以挽留彼等為本集團之持續發展效力。由於二零一九年股份獎勵計劃項下可授予的最高股份數目已接近上限，本集團於二零二四年四月採納一項新的股份獎勵計劃（「二零二四年股份獎勵計劃」），以繼續肯定選定參與者的投入。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。

或然負債

於二零二四年六月三十日，本集團並無重大或然負債。

管理層討論及分析

重大收購及出售

於報告期間，本集團概無重大收購或出售任何附屬公司、聯營公司或合營企業。

重大投資

於二零二四年六月三十日，本集團並無價值佔本集團資產總值5%或以上之重大投資。

發行股本證券或銷售庫存股份以換取現金

於報告期間，本公司概無進行任何股權籌資活動或銷售任何庫存股份，亦無因過往財政年度發行任何股本證券或銷售庫存股份而產生任何所得款項。

展望

就外部環境而言，下半年中國經濟將繼續面臨較大的不確定性和持續的下行壓力。中央政府提出下半年經濟工作，重點是「宏觀政策要持續用力，更加給力」，聚焦提振消費、擴大內需。還明確提出「更大力度推動大規模設備更新和用大宗耐用消費品以舊換新」的消費刺激政策。我們認為，下半年，這些政策的綜合影響將加速並顯現積極的業績，消費市場將逐步穩定和好轉。

就內部營運而言，下半年，本集團將重點圍繞現有品牌業務穩步發展，穩中求發展，全力以赴沖刺年度經營目標。同時，本集團將堅持全面「提質」戰略，持續磨礪內功。實現「成為享譽全球的中國輕奢品牌管理集團」的願景無疑將是一個漫長而充滿挑戰的旅程，但本集團堅信「行將則至」。下半年，本集團將堅定不移推進品牌、產品、渠道、供應鏈等各業務領域的改革升級，持續強化平台運營和系統化管理能力，積跬步而至千里。各業務領域的詳細計劃概述如下：

- (1) 品牌體系：本集團將堅持長期投入，持續加強系統性推廣。本集團將繼續長期投入品牌建設，確保戰略推廣行動於下半年全面有效實施。通過完善組織形式、建立流程規範、實施量化目標考核等方式，提升整合營銷效率和品質，本集團旨在進一步加強品牌代言、廣告投放、時裝秀、終端門店形象的系統化佈局和推廣，不斷強化品牌在客戶心中的影響力。
- (2) 產品體系：本集團將深化卓越的產品能力，不斷提升產品品質。下半年，本集團將進一步完善品牌業務部矩陣式組織架構，聚焦核心產品品類，加強品類間聯動，提升品類化研發的協同效率。本集團將持續升級產品材質，加大高端材質的整體使用率，精煉工藝技術，提升工藝精細度和品質感。

管理層討論及分析

- (3) 渠道體系：重點聚焦線下門店優化，持續差異化線上渠道佈局。下半年，本集團將穩步推進「大而優」線下業態調整，聚焦並深耕高線市場，著力打造高生產力標杆門店。本集團將繼續鞏固中高端百貨商場業態的競爭優勢，深化和拓展購物中心業態佈局。同時，本集團將加強與優質區域分銷商的合作，推動分銷市場增長。下半年，本集團將繼續推進天貓和京東向高級化及品牌化運營轉型，實施抖音「擴增量、做大店」戰略，帶動直播業務增長。
- (4) 供應體系：以品質為先，本集團將進一步提升集中度。下半年，本集團將繼續整合和構建優質供應鏈，扶持核心供應商，不斷拓寬頭部供應鏈佈局，通過整合多品類多品種的原材料採購，進一步提升本集團的整體議價能力，提質降本。本集團將持續提升供應鏈的智能系統和應用，不斷提升全品類工藝技術管理能力。

投資者資料

公司發展與股東利益的雙贏局面

贏家時尚投資者關係團隊積極與本公司股東、機構投資者、各類市場參與者等建立及時、高效、準確的溝通機制，努力實現本公司發展與股東利益的雙贏，實現財務表現超越同業，保持穩定的盈利能力，給股東帶來更多回報，並維持近五年的平均股息派付率50%。本集團一如既往重視其股東並希望彼等能夠共同享受贏家時尚增長的成果。同時，本公司積極透過官網等渠道發佈每月投資者簡報，在富途、同花順等股票交易平台開設企業賬戶及問答頻道，網絡直播業績發佈會，參加線上線下投資者見面會，積極主動接觸各類投資者，準備並及時向投資者傳達本公司的業務發展、未來策略等公司動態，增強投資者對本公司的了解及認可。截至二零二四年六月三十日，透過滬港通、深港通持有的本公司股份數目增加16,061,000股。

截至二零二四年六月三十日

本公司分析師人數：11
投資者策略會議次數：10
反向路演次數：2
業績公告：1

投資者會議次數：25
(其中：虛擬(3)場、上海(4)場、北京(4)場、深圳(6)場、香港(6)場、新加坡(1)場)

股份資料

上市日：二零一四年六月二十七日
每手買賣單位：500股
已發行股份數目：704,050,195股
(截至二零二四年六月三十日)

股份代號

香港交易所：3709
路透社：3709.HK
彭博：3709:HK

股息

港仙	二零二零年	二零二一年	二零二二年	二零二三年	二零二四年
末期股息	38	48	40	70	-
特別股息	16	-	-	-	-

重要日期

二零二四年八月十五日
二零二四年十二月三十一日

中期業績公告
二零二四財政年度結束日期

投資人關係聯絡人

閣下如有任何疑問，請聯絡：

Jay Wong (FCCA, FCG, HKFCG(PE), HKCGI Cert: ESG)

贏家時尚控股有限公司—公司秘書

香港九龍尖沙咀

廣東道25號海港城港威大廈一座8樓812室

電話：(852) 2325 5292

傳真：(852) 2325 5685

電郵：ir@eekagroup.com

網站：<http://www.eekagroup.com/>

中期股息

董事會已議決不宣派報告期間之任何中期股息（截至二零二三年六月三十日止六個月：無）。

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。本公司於報告期間一直遵守基於上市規則附錄C1第二部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C.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。

董事進行證券交易的標準守則

本公司已採納上市規則附錄C3所載上市發行人董事進行證券交易的標準守則（「標準守則」）作為有關董事進行證券交易之行為守則。經向全體董事作出特定查詢後，本公司已與全體董事確認，彼等於報告期間已遵守標準守則所載的規定標準及其有關任何董事進行證券交易之行為守則。

根據上市規則第13.51B(1)條所作出的披露

獨立非執行董事周曉宇先生已獲委任為雲遊控股有限公司（一間於聯交所主板上市的公司，股份代號：00484）的執行董事，自二零二四年八月二日起生效。

除上文所披露者外，並無其他資料需根據上市規則第13.51B(1)條的規定予以披露。

購股權計劃

根據本公司股東於二零一四年六月六日通過的決議案，本公司已採納一項購股權計劃（「購股權計劃」），作為對選定參與者對本集團貢獻之鼓勵及獎賞，購股權計劃已於二零二四年六月五日屆滿。於報告期間，概無購股權獲授出。於二零二四年一月一日及二零二四年六月三十日，購股權計劃項下概無尚未行使的購股權。

於二零二四年一月一日，計劃授權項下可供授出的購股權數目為40,500,000份，而於二零二四年六月三十日則為0。

其他資料

股份獎勵計劃

本公司已採納股份獎勵計劃，以肯定及激勵合資格參與者作出的貢獻並給予獎勵，以助本公司挽留現有參與者並招募額外參與者，同時為實現本公司長期業務目標向彼等提供直接經濟利益獎勵。

二零一九年股份獎勵計劃

二零一九年股份獎勵計劃於二零一九年十二月二日由董事會採納，並直至採納日期起計第10個週年日維持有效。本公司根據二零一九年股份獎勵計劃向若干承授人（包括本集團董事、高級管理層及僱員）授出合共40,973,000股獎勵股份。在達成歸屬條件的前提下，獎勵股份將以每年五等份的方式歸屬。

於二零二零年五月十五日，第一份合共8,058,200股獎勵股份已歸屬，136,400股獎勵股份已被沒收，以及1,017,000股獎勵股份已於二零二零年十二月三十一日被沒收。

於二零二一年五月十五日，第二份合共7,918,200股獎勵股份已歸屬，22,150股獎勵股份已被沒收，以及752,850股獎勵股份已於二零二一年十二月三十一日被沒收。

於二零二二年五月十五日，第三份合共7,507,160股獎勵股份已歸屬，182,240股獎勵股份已被沒收，以及1,307,600股獎勵股份已於二零二二年十二月三十一日被沒收。

於二零二三年八月三十日，第四份合共7,154,000股獎勵股份已歸屬，509,600股獎勵股份已被沒收，以及625,800股獎勵股份已於二零二三年十二月三十一日被沒收。

於二零二四年五月十五日，第五批合共14,531,500股獎勵股份已歸屬，894,300股獎勵股份已被沒收。於報告期間歸屬的獎勵股份乃按購買價每股股份10.62港元購入，而緊接獎勵股份歸屬日期前的股份加權平均收市價為每股股份12.18港元。

本集團於報告期間已確認獎勵股份開支109,500,000港元（相當於人民幣99,481,000元）。

二零二四年股份獎勵計劃

由於二零一九年股份獎勵計劃項下可授予的最高股份數目已接近上限，董事會於二零二四年四月十日採納二零二四年股份獎勵計劃，以繼續肯定選定參與者的投入。二零二四年股份獎勵計劃直至採納日期起計第10個週年日維持有效。本公司已根據二零二四年股份獎勵計劃向若干承授人（包括董事、高級管理層及僱員）授出合共9,415,000股獎勵股份。

上述授出的獎勵股份將首先由受託人根據二零二四年股份獎勵計劃從公開市場購買的股份支付，費用由本公司承擔。於報告期間，本公司指示受託人從市場購買合共約3,100,000股股份以獎勵相關承授人。所涉及的費用總額（不含相關交易費用）約為32,000,000港元。

權益披露

(a) 董事及主要行政人員於本公司及其相聯法團證券之權益及淡倉

於二零二四年六月三十日，下列董事或本公司主要行政人員於本公司及其相聯法團（定義見香港法例第571章證券及期貨條例（「證券及期貨條例」）第XV部）之股份、相關股份或債券中擁有或被視為擁有(i)根據證券及期貨條例第XV部第7及第8分部須知會本公司及聯交所的權益或淡倉（包括彼等根據證券及期貨條例有關條文被當作或視為擁有之權益或淡倉）；或(ii)根據證券及期貨條例第352條須記錄於該條所述登記冊的權益或淡倉；或(iii)根據標準守則須知會本公司及聯交所的權益或淡倉：

董事姓名	權益性質	所持股份／		佔已發行股本 概約百分比
		相關股份數目	倉位	
金明先生	全權信託創立人（附註1）	247,715,000	好倉	35.18%
賀紅梅女士	實益擁有人（附註2）	666,074	好倉	0.09%
金瑞先生	全權信託創立人（附註3）	198,713,195	好倉	28.22%

附註1：該等股份由Koradior Investments Limited持有，Koradior Investments Limited由Mayberry Marketing Limited全資擁有，而Mayberry Marketing Limited之全部已發行股本由BOS Trustee Limited（作為Fiona Trust的受託人）全資擁有。Fiona Trust為由金明先生（作為財產授予人）設立之全權信託。Fiona Trust的受益人為金明先生、其配偶及其子女。金明先生（作為Fiona Trust的創立人）根據證券及期貨條例第XV部被當作於Koradior Investments Limited持有之247,715,000股股份中擁有權益。

附註2：該等股份指授予賀紅梅女士的股份獎勵中相關獎勵股份。

附註3：該等股份由Apex Noble Holdings Limited持有，Apex Noble Holdings Limited由Heritage Holdings Limited全資擁有，而Heritage Holdings Limited的全部已發行股本則由BOS Trustee Limited（作為Jin's Heritage Trust的受託人）全資擁有。Jin's Heritage Trust為由金瑞先生（作為財產授予人）設立之全權信託。Jin's Heritage Trust的受益人為金瑞先生、其配偶及其子女。根據證券及期貨條例第XV部，金瑞先生（作為Jin's Heritage Trust的創立人）被當作於Apex Noble Holdings Limited持有之198,713,195股股份中擁有權益。

除上文所披露者外，於二零二四年六月三十日，概無董事或本公司主要行政人員於本公司及其相聯法團（定義見證券及期貨條例第XV部）之股份、相關股份或債券中擁有或被視為擁有(i)根據證券及期貨條例第XV部第7及第8分部須知會本公司及聯交所的任何權益或淡倉（包括彼等根據證券及期貨條例有關條文被當作或視為擁有之權益或淡倉）；或(ii)根據證券及期貨條例第352條須記錄於該條所述登記冊的任何權益或淡倉；或(iii)根據標準守則須知會本公司及聯交所的任何權益或淡倉。

其他資料

(b) 主要股東於本公司股份及相關股份中之權益及／或淡倉

據董事及本公司主要行政人員所知，於二零二四年六月三十日，以下人士（董事或本公司主要行政人員除外）於股份或相關股份中擁有或被視作擁有根據證券及期貨條例第XV部第2及第3分部的條文須向本公司及聯交所披露的權益或淡倉，或記錄於本公司根據證券及期貨條例第336條須存置的登記冊的權益或淡倉：

股東姓名／名稱	身份	所持股份數目	倉位	佔已發行股本的概約百分比
Korador Investments Limited (附註1)	實益擁有人	247,715,000	好倉	35.18%
Mayberry Marketing Limited (附註1)	受控制法團權益	247,715,000	好倉	35.18%
Apex Noble Holdings Limited (附註2)	實益擁有人	198,713,195	好倉	28.22%
Heritage Holdings Limited (附註2)	受控制法團權益	198,713,195	好倉	28.22%
BOS Trustee Limited (附註3)	受託人	446,428,195	好倉	63.41%
CA Indosuez (Switzerland) SA, Hong Kong Branch	託管人	59,560,000	好倉	8.46%

附註：

1. Korador Investments Limited之全部已發行股本由Mayberry Marketing Limited全資擁有，而Mayberry Marketing Limited之全部已發行股本由BOS Trustee Limited（作為Fiona Trust的受託人）全資擁有。Fiona Trust為由金明先生（作為財產授予人）設立之全權信託。Fiona Trust的受益人為金明先生、其配偶及其子女。根據證券及期貨條例第XV部，金明先生（作為Fiona Trust的創立人）被當作於Korador Investments Limited持有之247,715,000股股份中擁有權益。
2. Apex Noble Holdings Limited的全部已發行股本由Heritage Holdings Limited全資擁有，而Heritage Holdings Limited之全部已發行股本由BOS Trustee Limited（作為Jin's Heritage Trust的受託人）全資擁有。Jin's Heritage Trust為金瑞先生（作為財產授予人）設立之全權信託。Jin's Heritage Trust的受益人為金瑞先生、其配偶及其子女。根據證券及期貨條例第XV部，金瑞先生（作為Jin's Heritage Trust的創立人）被當作於Apex Noble Holdings Limited持有之198,713,195股股份中擁有權益。
3. BOS Trustee Limited (i) 為Fiona Trust的受託人，而Fiona Trust由金明先生（作為財產授予人）以Fiona Trust的受益人為受益人設立，持有Mayberry Marketing Limited之全部已發行股本，而Mayberry Marketing Limited持有Korador Investments Limited之全部已發行股本；及(ii) 為Jin's Heritage Trust的受託人，而Jin's Heritage Trust由金瑞先生（作為財產授予人）以Jin's Heritage Trust的受益人為受益人設立，持有Heritage Holdings Limited之全部已發行股本，而Heritage Holdings Limited持有Apex Noble Holdings Limited之全部已發行股本。

除上文所披露者外，於二零二四年六月三十日，董事並不知悉任何其他人士（董事及本公司主要行政人員除外）於股份或相關股份中擁有或被視為擁有根據證券及期貨條例第XV部第2及第3分部的條文須向本公司及聯交所披露的權益或淡倉，或記錄於本公司根據證券及期貨條例第336條須存置的登記冊的權益或淡倉。

購買、贖回或出售本公司上市證券

根據二零二四年股份獎勵計劃的規則，本公司指示受託人於報告期間從市場購買合共約3,100,000股股份以獎勵相關承授人。所涉及的費用總額（不含相關交易費用）約為32,000,000港元。除上文所披露者外，本公司或其任何附屬公司概無於報告期間購買、贖回或出售任何本公司之上市證券（包括銷售庫存股份）。於二零二四年六月三十日，本公司並無持有庫存股份（定義見上市規則）。

審核委員會

本公司審核委員會由所有三名獨立非執行董事張國東先生（作為主席）、周曉宇先生及鐘鳴先生組成，主要負責審閱及監督本集團之財務申報、內部監控及風險管理。審核委員會已與管理層討論本集團所採納之會計政策及審閱本集團於報告期間之未經審核中期財務報表。

綜合損益表

截至二零二四年六月三十日止六個月（以人民幣列示）

	附註	截至六月三十日止六個月	
		二零二四年 人民幣千元	二零二三年 人民幣千元
收益	5	3,306,372	3,340,896
銷售成本		(783,754)	(826,611)
毛利		2,522,618	2,514,285
其他收入及收益	6	81,734	105,947
其他淨虧損		(70)	(8,919)
銷售及分銷開支		(1,902,954)	(1,792,031)
行政及其他經營開支		(369,470)	(289,902)
融資成本		(27,469)	(23,370)
除稅前溢利	7	304,389	506,010
所得稅開支	8	(21,536)	(63,811)
期內溢利		282,853	442,199
以下應佔：			
母公司擁有人		278,662	445,227
非控股權益		4,191	(3,028)
期內溢利		282,853	442,199
母公司普通股權益持有人應佔每股盈利			
基本	10(a)	人民幣40.5分	人民幣65.9分
攤薄	10(a)	人民幣40.5分	人民幣64.8分

綜合全面收益表

截至二零二四年六月三十日止六個月（以人民幣列示）

	截至六月三十日止六個月	
	二零二四年 人民幣千元	二零二三年 人民幣千元
期內溢利	282,853	442,199
其他全面收益		
於其後期間可重新分類至損益的其他全面虧損：		
– 換算海外業務之匯兌差額	(11,954)	(31,073)
於其後期間可重新分類至損益的其他全面虧損淨額	(11,954)	(31,073)
於其後期間不會重新分類至損益的其他全面收益／（虧損）：		
– 指定為按公允價值計入其他全面收益之權益投資：		
公允價值變動	–	6,061
所得稅影響	–	(909)
於其後期間不會重新分類至損益的其他全面收益淨額	–	5,152
期內其他全面虧損，除稅後	(11,954)	(25,921)
期內全面收益總額	270,899	416,278
以下應佔：		
母公司擁有人	266,708	419,306
非控股權益	4,191	(3,028)
	270,899	416,278

綜合財務狀況表

於二零二四年六月三十日（以人民幣列示）

	附註	於二零二四年 六月三十日 (未經審核) 人民幣千元	於二零二三年 十二月三十一日 (經審核) 人民幣千元
非流動資產			
物業、廠房及設備		641,578	661,486
使用權資產		751,031	766,589
商譽		1,253,540	1,253,540
其他無形資產		613,671	615,894
於聯營公司之投資		2,100	1,800
預付款項、其他應收款項及其他資產	14	30,931	31,501
按公允價值計入損益之金融資產		77,612	80,655
遞延稅項資產		54,494	68,679
非流動資產總值		3,424,957	3,480,144
流動資產			
存貨	12	1,273,691	1,152,505
貿易應收款項及應收票據	13	577,927	717,449
預付款項、其他應收款項及其他資產	14	234,112	208,688
按公允價值計入損益之金融資產		712,877	909,633
定期存款		–	120,625
現金及現金等價物		357,575	440,756
流動資產總值		3,156,182	3,549,656
流動負債			
貿易應付款項及應付票據	15	190,846	411,505
其他應付款項及應計費用	16	366,959	443,947
計息銀行借貸	17	634,000	513,779
租賃負債		405,525	470,115
應付稅項		63,220	149,927
流動負債總額		1,660,550	1,989,273
流動資產淨值		1,495,632	1,560,383
資產總值減流動負債		4,920,589	5,040,527

綜合財務狀況表

於二零二四年六月三十日（以人民幣列示）

	附註	於二零二四年 六月三十日 (未經審核) 人民幣千元	於二零二三年 十二月三十一日 (經審核) 人民幣千元
非流動負債			
租賃負債		345,095	282,197
遞延政府補助		3,168	12,671
遞延稅項負債		150,542	181,239
其他長期負債		3,000	3,000
非流動負債總額		501,805	479,107
資產淨值		4,418,784	4,561,420
權益			
母公司擁有人應佔權益			
股本	18	5,766	5,766
儲備	18	4,424,314	4,571,141
		4,430,080	4,576,907
非控股權益		(11,296)	(15,487)
權益總額		4,418,784	4,561,420

綜合權益變動表

截至二零二四年六月三十日止六個月—未經審核（以人民幣列示）

母公司擁有人應佔

	股本		股份溢價		獎勵		為股份獎勵計劃而		匯兌儲備	保留溢利	總額	非控股權益	權益總額
	股本 人民幣千元	股份溢價 人民幣千元	贖回儲備 人民幣千元	股本儲備 人民幣千元	股份儲備 人民幣千元	法定儲備 人民幣千元	持有之股本 人民幣千元	持有之股本 人民幣千元					
於二零二四年一月一日	5,766	2,020,313	196	90,414	58,103	172,862	(211,914)	14,887	2,426,280	4,576,907	(15,487)	4,561,420	
期內溢利	-	-	-	-	-	-	-	-	278,662	278,662	4,191	282,853	
期內其他全面收益：													
換算財務報表產生的匯兌差額	-	-	-	-	-	-	-	(11,954)	-	(11,954)	-	(11,954)	
全面收益總額	-	-	-	-	-	-	-	(11,954)	278,662	266,708	4,191	270,899	
根據股份獎勵計劃購回股份	-	-	-	-	-	-	(29,793)	-	-	(29,793)	-	(29,793)	
股份獎勵計劃安排	-	-	-	-	99,481	-	-	-	-	99,481	-	99,481	
以股份為基礎的付款交易之													
稅務扣減	-	-	-	-	(8,575)	-	-	-	-	(8,575)	-	(8,575)	
股份獎勵計劃歸屬股份	-	15,006	-	-	(154,557)	-	107,614	-	-	(31,937)	-	(31,937)	
已宣派二零二三年末期股息	-	-	-	-	-	-	-	-	(442,711)	(442,711)	-	(442,711)	
於二零二四年六月三十日	5,766	2,035,319*	196*	90,414*	(5,548)*	172,862*	(134,093)*	2,933*	2,262,231*	4,430,080	(11,296)	4,418,784	

* 該等儲備賬包括綜合財務狀況表內的綜合儲備人民幣4,424,314,000元。

綜合權益變動表

截至二零二四年六月三十日止六個月一未經審核（以人民幣列示）

母公司擁有人應佔

	為股份獎勵											非控股權益	權益總額
	股本	股份溢價	贖回儲備	股本儲備	獎勵	法定儲備	持有之股份	公允	匯兌儲備	保留溢利	總額		
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
於二零二三年一月一日	5,766	2,039,004	196	90,414	74,422	132,222	(264,416)	(3,552)	50,385	1,873,008	3,997,449	(9,949)	3,987,500
期內溢利	-	-	-	-	-	-	-	-	-	445,227	445,227	(3,028)	442,199
期內其他全面收益：													
計入其他全面收益之													
權益投資公允價值變動													
扣除稅項	-	-	-	-	-	-	-	5,152	-	-	5,152	-	5,152
換算財務報表產生的匯兌差額	-	-	-	-	-	-	-	-	(31,073)	-	(31,073)	-	(31,073)
全面收益總額	-	-	-	-	-	-	-	5,152	(31,073)	445,227	419,306	(3,028)	416,278
股份獎勵計劃安排	-	-	-	-	11,165	-	-	-	-	-	11,165	-	11,165
已宣派二零二二年末期股息	-	-	-	-	-	-	-	-	-	(249,112)	(249,112)	-	(249,112)
於二零二三年六月三十日	5,766	2,039,004	196	90,414	85,587	132,222	(264,416)	1,600	19,312	2,069,123	4,178,808	(12,977)	4,165,831

簡明綜合現金流量表

截至二零二四年六月三十日止六個月—未經審核（以人民幣列示）

	截至六月三十日止六個月	
	二零二四年 人民幣千元 (未經審核)	二零二三年 人民幣千元 (未經審核)
經營活動所得現金流量		
經營活動所得現金	585,160	969,222
已付所得稅	(133,329)	(54,612)
經營活動所得現金淨額	451,831	914,610
投資活動所得現金流量		
購買物業、廠房及設備付款	(55,893)	(36,771)
投資活動所得／(所用)之其他現金流量	329,790	(200,175)
投資活動所得／(所用)現金流量淨額	273,897	(236,946)
融資活動所得現金流量		
支付予本公司權益股東之股息	(442,383)	(248,910)
銀行貸款之所得款項	434,000	373,000
償還銀行貸款	(313,883)	(360,149)
已付利息開支	(10,537)	(5,957)
融資活動所產生之其他現金流量	(29,793)	–
主要租賃付款	(442,702)	(404,811)
融資活動所用現金淨額	(805,298)	(646,827)
現金及現金等價物(減少)／增加淨額	(79,570)	30,837
於一月一日的現金及現金等價物	440,756	361,463
外匯匯率變動的影響	(3,611)	415
於六月三十日的現金及現金等價物	357,575	392,715

未經審核中期財務報告附註

(除另有所指外均以人民幣列示)

1 公司資料

本公司於二零一二年三月二十三日根據開曼群島法律第22章公司法(一九六一年法例三·經綜合及修訂)在開曼群島註冊成立為獲豁免有限公司。本公司註冊辦事處位於Cricket Square, Hutchins Drive, P.O. Box 2681 Grand Cayman KY1-1111, Cayman Islands。其香港主要營業地點為香港九龍尖沙咀廣東道25號海港城港威大廈第一座8樓812室。

2 編製基準

本集團的本中期財務報表乃根據香港聯合交易所有限公司(「聯交所」)《證券上市規則》(「上市規則」)之適用披露條文編製,包括符合國際會計準則理事會(「國際會計準則理事會」)所頒佈之國際會計準則(「國際會計準則」)第34號中期財務報告。此財務報表已於二零二四年八月十五日獲准發佈。

除預期將於二零二四年年度財務報表反映之會計政策變動外,中期財務報表乃根據二零二三年年度財務報表所採納之相同會計政策編製。會計政策任何變動之詳情載於附註3。

管理層在編製符合國際會計準則第34號的中期財務報表時,須作出判斷、估計及假設,該等判斷、估計及假設會影響政策的應用以及年初至今資產及負債、收入及支出的呈報金額。實際結果可能有別於該等估計。

3 會計政策變動

本集團已採納下列將自二零二四年一月一日或之後開始的財政期間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」)或國際財務報告準則修訂本:

國際財務報告準則第16號修訂本

售後租回的租賃負債

國際會計準則第1號修訂本

負債分類為流動或非流動*

國際會計準則第1號修訂本

附帶契諾的非流動負債*

國際會計準則第7號及國際財務報告準則第7號修訂本

供應商融資安排

於當前中期期間應用新訂及經修訂準則對該等簡明綜合財務報表內的呈報金額及/或該等簡明綜合財務報表所載的披露事項並無重大影響。

未經審核中期財務報告附註

(除另有所指外均以人民幣列示)

4 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及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。

5 收益

	截至六月三十日止六個月	
	二零二四年 人民幣千元	二零二三年 人民幣千元
直營零售店	2,633,960	2,734,368
批發予經銷商	126,069	142,813
電子商貿平台	546,343	463,715
	3,306,372	3,340,896

6 其他收入及收益

	截至六月三十日止六個月	
	二零二四年 人民幣千元	二零二三年 人民幣千元
銀行利息收入	3,340	1,746
補貼收入(附註)	37,673	43,076
按公允價值計入損益的金融資產的其他利息收入	14,102	12,704
租金收入	6,641	5,575
匯兌收益淨額	9,469	34,665
其他	10,509	8,181
	81,734	105,947

附註： 補貼收入指中國內地相關政府部門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

除稅前溢利乃經扣除或(計入)以下各項後達致:

	截至六月三十日止六個月	
	二零二四年 人民幣千元	二零二三年 人民幣千元
已售存貨成本	783,754	826,611
物業、廠房及設備折舊	75,712	66,354
使用權資產折舊	439,738	404,371
其他無形資產攤銷	4,056	3,770
廣告及推廣開支	121,554	84,335
研究及開發成本**	103,430	84,856
未計入租賃負債計量的租賃款項	311,025	356,452
僱員福利開支(包括董事薪酬):		
工資及薪金	662,752	653,841
以權益結算的股份獎勵開支	99,481	11,165
退休計劃供款	43,713	38,773
	805,946	703,779
匯兌收益淨額#	(9,469)	(34,665)
貿易應收款項(迴轉) / 減值^	(155)	5,425
迴轉存貨至可變現淨值*	(6,596)	(1,988)

** 研究及開發成本計入綜合損益表的「行政及其他經營開支」內。

匯兌收益計入綜合損益表的「其他收入及收益」內。

* 迴轉存貨至可變現淨值計入綜合損益表的「銷售成本」內。

^ 貿易應收款項(迴轉) / 減值計入綜合損益表的「其他淨虧損」內。

未經審核中期財務報告附註

(除另有所指外均以人民幣列示)

8 所得稅開支

	截至六月三十日止六個月	
	二零二四年 人民幣千元	二零二三年 人民幣千元
即期稅項		
中國企業所得稅(「企業所得稅」)	38,048	81,723
遞延稅項		
產生暫時性差額	(16,512)	(17,912)
	21,536	63,811

附註：

- (i) 本集團須就本集團成員公司於所在及經營的司法權區產生或源自該司法權區的溢利按實體基準繳付所得稅。
- (ii) 本公司於開曼群島註冊成立，可獲豁免繳納稅務。
- (iii) 於截至二零二四年及二零二三年六月三十日止六個月的應課稅收入按香港利得稅稅率16.5%計提撥備。香港特別行政區政府就二零二三年至二零二四年課稅年度應繳稅項授予100%減免(每間公司的最高額為3,000港元)。
- (iv) 東方素素創意設計(深圳)有限公司及簡默創意設計諮詢(深圳)有限公司根據前海深港現代服務業合作區的優惠稅項政策享有減免企業所得稅稅率15%。
- (v) 深圳市珂萊蒂爾服飾有限公司(「深圳珂萊蒂爾」)於二零一七年獲深圳市科技創新委員會、深圳市財政局、國家稅務總局深圳市稅務局批准為高新技術企業，可按高新技術企業納稅，且已於二零二二年重續該批准。根據該批准，深圳珂萊蒂爾享有中國企業所得稅優惠稅率15%，自二零二二年十二月起至二零二五年十二月為期三年。
- (vi) 深圳市娜爾思時裝有限公司(「娜爾思」)於二零二零年獲深圳市科技創新委員會、深圳市財政局、國家稅務總局深圳市稅務局批准為高新技術企業，可按高新技術企業納稅，且已於二零二三年重續該批准。根據該批准，娜爾思享有中國企業所得稅優惠稅率15%，自二零二三年十月起至二零二六年十月為期三年。
- (vii) 深圳市迪珂萊科技開發有限公司獲中國軟件行業協會頒發的軟件企業認證，享受自二零二零年一月一日至二零二一年十二月三十一日為期二年免徵中國企業所得稅，並其後享受自二零二二年一月一日至二零二四年十二月三十一日為期三年的中國企業所得稅減半徵收優惠。

9 股息

董事會已議決不向本公司股東宣派截至二零二四年六月三十日止六個月之任何中期股息(截至二零二三年六月三十日止六個月：無)。

10 每股盈利

(a) 每股基本盈利

每股基本盈利乃按本公司普通股權益股東應佔溢利人民幣278,662,000元(二零二三年六月三十日:人民幣445,227,000元)及截至二零二四年六月三十日止六個月的扣減持作股份獎勵計劃之股份後的已發行普通股加權平均數687,889,680股(二零二三年六月三十日:675,466,314股)計算。

	截至二零二四年 六月三十日 止六個月	截至二零二三年 六月三十日 止六個月
期內扣減持作股份獎勵計劃之股份後的 已發行普通股加權平均數	687,889,680	675,466,314
每股基本盈利(人民幣分)	40.5	65.9

(b) 每股攤薄盈利

每股攤薄盈利乃根據母公司普通股權益持有人應佔期內溢利計算。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期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。

	截至二零二四年 六月三十日 止六個月	截至二零二三年 六月三十日 止六個月
用於計算每股基本盈利之期內扣減持作股份獎勵計劃之 股份後的已發行普通股加權平均數	687,889,680	675,466,314
攤薄影響—普通股加權平均數: 獎勵股份	—	11,865,130
	687,889,680	687,331,444
每股攤薄盈利(人民幣分)	40.5	64.8

未經審核中期財務報告附註

(除另有所指外均以人民幣列示)

11 物業、廠房及設備

於截至二零二四年六月三十日止六個月內，本集團按成本人民幣55,893,000元（截至二零二三年六月三十日止六個月：人民幣36,771,000元）購置廠房及機器項目。

12 存貨

綜合財務狀況表的存貨包括：

	於二零二四年 六月三十日 人民幣千元	於二零二三年 十二月三十一日 人民幣千元
原料	153,393	173,386
在製品	8,800	8,799
製成品	1,111,498	970,320
	<u>1,273,691</u>	<u>1,152,505</u>

確認作開支並計入綜合損益表的存貨金額分析如下：

	截至二零二四年 六月三十日 止六個月 人民幣千元	截至二零二三年 六月三十日 止六個月 人民幣千元
已售存貨成本	790,350	828,599
迴轉存貨	(6,596)	(1,988)
	<u>783,754</u>	<u>826,611</u>

13 貿易應收款項及應收票據

	於二零二四年 六月三十日 人民幣千元	於二零二三年 十二月三十一日 人民幣千元
貿易應收款項及應收票據	599,779	739,456
減值	(21,852)	(22,007)
	577,927	717,449

賬齡分析

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。

基於收益確認日期並扣除虧損撥備的報告期末貿易應收款項的賬齡分析如下：

	於二零二四年 六月三十日 人民幣千元	於二零二三年 十二月三十一日 人民幣千元
貿易應收款項		
1個月內	320,751	447,541
1至2個月	155,230	189,455
2至3個月	49,242	38,835
超過3個月	52,704	41,618
	577,927	717,449

於二零二四年六月三十日，涉及個別減值應收款項的信用損失撥備為人民幣21,852,000元（二零二三年十二月三十一日：人民幣22,007,000元）。管理層認為，由於該等客戶處於嚴重財務負債中，該等應收款項為無法收回。因此，已就該等應收款項確認預期信貸虧損撥備人民幣21,852,000元（二零二三年十二月三十一日：人民幣22,007,000元）。

於二零二四年六月三十日，並未個別減值的貿易應收款項涉及大量獨立客戶，包括在中國內地近期並無重大違約記錄的百貨公司及購物中心擁有人，違約幾率及違約損失率估計甚低。

未經審核中期財務報告附註

(除另有所指外均以人民幣列示)

13 貿易應收款項及應收票據(續)

賬齡分析(續)

貿易應收款項減值虧損撥備變動如下：

	於二零二四年 六月三十日 人民幣千元	於二零二三年 十二月三十一日 人民幣千元
於期／年初	22,007	17,235
減值(收益)／虧損淨額	(155)	4,772
於期／年末	21,852	22,007

14 預付款項、其他應收款項及其他資產

	於二零二四年 六月三十日 人民幣千元	於二零二三年 十二月三十一日 人民幣千元
流動		
預付款項	136,600	110,868
按金及其他應收款項	95,819	95,566
退貨權資產	1,311	2,043
向僱員提供貸款	382	211
	234,112	208,688
非流動		
按金及其他應收款項	29,526	29,504
向僱員提供貸款	1,405	1,997
	30,931	31,501

附註：

按金及其他應收款項主要為支付推廣活動的按金、已付百貨公司及購物中心的租賃按金及向僱員提供貸款。

估計預期信貸虧損時，已參考本集團歷史虧損記錄。上述結餘包括與應收款項相關且並未個別減值的金融資產，其於近期並無拖欠記錄。

未經審核中期財務報告附註

(除另有所指外均以人民幣列示)

15 貿易應付款項及應付票據

基於發票日期的報告期末貿易應付款項及應付票據的賬齡分析如下：

	於二零二四年 六月三十日 人民幣千元	於二零二三年 十二月三十一日 人民幣千元
貿易應付款項		
1個月內	145,770	172,432
1至2個月	23	2
2至3個月	-	-
超過3個月	53	71
	<u>145,846</u>	<u>172,505</u>
應付票據	<u>45,000</u>	<u>239,000</u>
	<u>190,846</u>	<u>411,505</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於一年內。

16 其他應付款項及應計費用

	附註	於二零二四年 六月三十日 人民幣千元	於二零二三年 十二月三十一日 人民幣千元
合約負債	(a)	60,076	77,028
退款負債		4,055	6,038
除即期所得稅負債外的應付稅項		89,478	120,679
應付薪金及福利		74,089	124,457
其他應付款項	(b)	138,468	115,280
應付股息		793	465
		<u>366,959</u>	<u>443,947</u>

未經審核中期財務報告附註

(除另有所指外均以人民幣列示)

16 其他應付款項及應計費用 (續)

附註：

(a) 合約負債詳情如下：

	於二零二四年 六月三十日 人民幣千元	於二零二三年 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	60,076	77,028

(b) 其他應付款項不計息，且平均期限為一年內。

17 計息銀行借貸

於二零二三年十二月三十一日及二零二四年六月三十日，應償還銀行貸款如下：

	於二零二四年 六月三十日 人民幣千元	於二零二三年 十二月三十一日 人民幣千元
於一年內到期償還之銀行貸款	634,000	513,779
	634,000	513,779

於二零二四年六月三十日，本集團的計息銀行借貸乃以人民幣計值，人民幣634百萬元按固定利率計息及須於一年內償還。

18 股本、儲備及股息

	二零二四年		二零二三年	
	已發行 股份數目	人民幣千元	已發行 股份數目	人民幣千元
(i) 法定股本				
每股面值0.01港元的普通股				
於二零二三年十二月三十一日及二零二四年六月三十日	1,500,000	15,000		
(ii) 已發行股本				
普通股，已發行及繳足				
於一月一日	704,050,195	5,766	704,050,195	5,766
已發行股份	-	-	-	-
期／年末發行在外	704,050,195	5,766	704,050,195	5,766

(a) 股份溢價

股份溢價指本公司股份面值與本公司發行股份已收所得款項間的差額。

根據開曼群島公司法，本公司的股份溢價賬可向本公司股東分派，惟於緊隨擬派股息日期後，本公司須能夠清償其於日常業務過程中到期的債項。

於二零二一年四月三十日，本公司訂立配售及認購協議（「配售及認購協議」），以通過配售代理按每股擬配售股份10.50港元的價格向不少於六名承配人（彼等及彼等之最終實益擁有人應為獨立第三方）配售最多19,000,000股配售股份。配售及認購協議下的所有先決條件均已獲達成，並已於二零二一年五月十一日完成。

未經審核中期財務報告附註

(除另有所指外均以人民幣列示)

18 股本、儲備及股息 (續)

(b) 股本儲備

- (i) 於二零一二年十一月十五日，拉珂帝服飾(深圳)有限公司(「拉珂帝服飾」)以代價人民幣40,155,000元向深圳市金和鑫投資發展有限公司(一間由控股股東控制的公司)收購深圳市珂萊蒂爾服飾有限公司的全部股權。代價與深圳珂萊蒂爾繳足股本間的差額人民幣25,155,000元乃列作股本儲備。
- (ii) 本公司並無根據就以股份為基礎之付款採納之會計政策入賬於截至二零二四年六月三十日止六個月仍未行使之向僱員授出之購股權之授出日公允價值部分(二零二三年十二月三十一日：無)。
- (iii) 於二零二零年四月二十七日，本公司之直接控股公司Koradior Investments Limited將合計20,735,500股公允價值為人民幣144,839,000元之股份轉讓予受託人，直至按董事會指示根據本公司於二零一九年十二月採納的股份獎勵計劃之條款將其作為獎勵股份派發予任何獲選承授人為止。
- (iv) 於二零二一年五月三十一日，深圳珂萊蒂爾以代價人民幣5,000,000元向上海申淵品牌管理有限公司收購上海珂蒂品牌管理有限公司的10%股權。代價與資產淨值公允價值間的差額人民幣3,927,000元乃列作股本儲備。
- (v) 於二零二一年十一月，拉珂帝服飾以代價人民幣42,000,000元收購蒙黛爾的35%股權。代價與資產淨值公允價值間的差額人民幣16,849,000元乃列作股本儲備。
- (vi) 於二零二二年六月，深圳珂萊蒂爾以代價人民幣10,000,000元收購深圳方弗的9.09%股權。代價與資產淨值公允價值間的差額人民幣13,051,000元乃列作股本儲備。

(c) 股本贖回儲備

股本贖回儲備指所購回及註銷股份之面值。

(d) 法定儲備

按照中國法規的規定，本公司於中國內地成立及營運的附屬公司須將其按中國會計規則及法規釐定的除稅後溢利的10%(經抵銷往年虧損後)撥入法定盈餘儲備，直至儲備結餘達到註冊資本的50%為止。撥款予該儲備須於向母公司分派溢利前進行。

法定儲備待相關機構批准後方可用以抵銷累計虧損或增加附屬公司的股本，惟於有關發行後的結餘不得低於其註冊資本的25%。

18 股本、儲備及股息 (續)

(e) 匯兌儲備

匯兌儲備包括因換算中國內地境外業務的財務報表而產生的所有外匯差額，此換算乃根據會計政策處理。

(f) 資本管理

本集團管理資本的首要目標為保障本集團持續經營的能力，以令其能透過因應風險水平為產品定價以及以合理成本取得融資，持續為股東帶來回報及為其他權益持有人帶來利益。本集團積極定期審視及管理其資本架構，以期爭取在實現憑藉更高借貸水平可能取得的更高股東回報與維持穩健資本狀況所帶來的優勢及保障之間維持平衡，並因應經濟狀況的變化調整資本架構。本集團參照其債務狀況監察資本架構。本集團的策略是保持權益與債務的平衡，確保有足夠的營運資金償還其債務。於二零二三年十二月三十一日及二零二四年六月三十日，本集團的資產負債比率分別為11.26%及14.35%。本公司及其任何附屬公司概無受限於外部施加的資本規定。

19 重大關聯方交易

除本中期財務報告其他部分披露的關聯方資料外，本集團訂有以下重大關聯方交易：

(a) 關聯方交易

	截至下列日期止六個月	
	二零二四年 六月三十日 人民幣千元	二零二三年 六月三十日 人民幣千元
加工服務費	189,892	160,858
	189,892	160,858

附註： 深圳市贏家服飾有限公司（「贏家服飾」）由陳靈梅女士及金景全先生分別擁有53%及47%權益。

截至二零二四年六月三十日止六個月，本集團與贏家服飾及其兩間附屬公司（統稱為「贏家服飾集團」）訂立加工協議，據此，贏家服飾集團向本集團提供加工及生產服務。截至二零二四年六月三十日止六個月，支付給贏家服飾集團的加工費用（含增值稅）為人民幣189,892,000元（二零二三年六月三十日：人民幣160,858,000元）。

未經審核中期財務報告附註

(除另有所指外均以人民幣列示)

19 重大關聯方交易 (續)

(b) 關聯方未結算結餘

	附註	應付關聯方		應收關聯方	
		於 二零二四年 六月三十日 人民幣千元	於 二零二三年 十二月 三十一日 人民幣千元	於 二零二四年 六月三十日 人民幣千元	於 二零二三年 十二月 三十一日 人民幣千元
流動					
贏家服飾集團	(1)	38,210	120,974	5,831	26,195
		38,210	120,974	5,831	26,195

(1) 於報告期末，本集團應付贏家服飾集團之未結算餘額為人民幣38,210,000元（二零二三年十二月三十一日：人民幣120,974,000元）及應收贏家服飾集團款項為人民幣5,831,000元（二零二三年十二月三十一日：人民幣26,195,000元）。該結餘為無抵押、免息及按要求償還。

(c) 關聯方承擔

	於二零二四年 六月三十日 人民幣千元	於二零二三年 十二月三十一日 人民幣千元
租賃負債－流動	735	715
租賃負債－非流動	379	749
	1,114	1,464

根據租賃合約，報告期內最低租賃付款為人民幣384,000元（二零二三年六月三十日：人民幣384,000元）。

於二零二四年六月三十日，本集團與該等租賃合約有關之使用權資產為人民幣1,151,000元（二零二三年十二月三十一日：人民幣1,535,000元）。

20 金融工具之公允價值計量

公允價值層級

下表呈列本集團於報告期末按經常性基準計量的金融工具的公允價值，有關公允價值分類為三級公允價值層級。公允價值計量所歸類的層級乃參考以下估值技術所用輸入數據的可觀察性及重要性而釐定：

第一級：相同資產或負債於計量日期之活躍市場報價

第二級：未能符合第一級規定之可觀察輸入數據，以及不使用重大不可觀察輸入數據，重大不可觀察輸入數據即不可獲取市場數據之輸入數據

第三級：以重大不可觀察輸入數據計量的公允價值

下表列示本集團的金融資產及負債的公允價值計量層級，據此披露公允價值：

	於二零二四年六月三十日的公允價值計量使用			
	活躍市場報價 (第一級)	重大可觀察 輸入數據 (第二級)	重大不可觀察 輸入數據 (第三級)	總計
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
指定為按公允價值計入				
其他全面收益之權益投資	-	-	-	-
按公允價值計入損益之金融資產	241,567	548,922	-	790,489
	241,567	548,922	-	790,489

金融資產及負債之公允價值以自願交易方（強迫或清盤出售除外）當前交易中該工具之可交易金額入賬。用於估計公允價值之方法及假設如下：

非上市權益投資的公允價值乃基於最近一次市場交易。

本集團投資的非上市投資指中國內地銀行發行的理財產品。本集團基於擁有相似條款及風險的工具的市場利率使用貼現現金流估值模型估計該等非上市投資的公允價值。

21 報告期後未調整事項

概無任何報告期後未調整事項。