

香港交易及結算所有限公司及香港聯合交易所有限公司對本公告的內容概不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何聲明，並明確表示，概不對因本公告全部或任何部分內容而產生或因倚賴該等內容而引致的任何損失承擔任何責任。



EEKA Fashion Holdings Limited
贏家時尚控股有限公司

(於開曼群島註冊成立之有限公司)

(股份代號：3709)

截至二零二四年十二月三十一日止年度全年業績公告

概要

- 截至二零二四年十二月三十一日止年度，本集團收益及毛利分別達人民幣6,588.54百萬元及人民幣5,035.55百萬元，分別較截至二零二三年十二月三十一日止年度減少4.68%及3.26%。
- 截至二零二四年十二月三十一日止年度的利潤為人民幣474.09百萬元，較截至二零二三年十二月三十一日止年度的人民幣832.63百萬元減少43.06%或人民幣358.54百萬元。截至二零二四年十二月三十一日止年度淨利潤率為7.20%（二零二三年：12.05%）。
- 截至二零二四年十二月三十一日止年度，經營活動產生的現金流入淨額為人民幣996.24百萬元（二零二三年：人民幣1,569.21百萬元）。
- 截至二零二四年十二月三十一日止年度，每股基本盈利為人民幣68分（二零二三年：人民幣124分）。
- 董事會擬就截至二零二四年十二月三十一日止年度宣派末期股息每股股份38港仙（二零二三年：70港仙）。

贏家時尚控股有限公司（「本公司」）董事（「董事」）會（「董事會」）謹此公佈，本公司及其附屬公司（統稱「本集團」）截至二零二四年十二月三十一日止年度的綜合財務業績連同二零二三年同期的比較數字如下：

綜合損益表

截至二零二四年十二月三十一日止年度

	附註	二零二四年 人民幣千元	二零二三年 人民幣千元
收益	6	6,588,536	6,912,301
銷售成本		<u>(1,552,984)</u>	<u>(1,707,313)</u>
毛利		<u>5,035,552</u>	<u>5,204,988</u>
其他收入及收益	6	162,960	237,083
銷售及分銷開支		(3,884,321)	(3,778,110)
行政開支		(678,421)	(608,744)
金融資產減值虧損	7	(998)	(4,772)
其他開支		(16,739)	(7,105)
融資成本		<u>(55,505)</u>	<u>(48,739)</u>
除稅前溢利	7	562,528	994,601
所得稅開支	8	<u>(88,440)</u>	<u>(161,969)</u>
年內溢利		<u>474,088</u>	<u>832,632</u>
以下人士應佔：			
母公司擁有人		468,504	838,170
非控股權益		<u>5,584</u>	<u>(5,538)</u>
		<u>474,088</u>	<u>832,632</u>
母公司普通股權益持有人應佔每股盈利	9		
基本			
一年內溢利		<u>人民幣68.3分</u>	<u>人民幣123.7分</u>
攤薄			
一年內溢利		<u>人民幣68.3分</u>	<u>人民幣121.9分</u>

綜合全面收益表

截至二零二四年十二月三十一日止年度

	二零二四年 人民幣千元	二零二三年 人民幣千元
年內溢利	<u>474,088</u>	<u>832,632</u>
其他全面收入		
於其後期間可重新分類至損益的其他全面收入：		
換算海外業務之匯兌差額	<u>(26,876)</u>	<u>(35,498)</u>
於其後期間可重新分類至損益的其他全面 虧損淨額	<u>(26,876)</u>	<u>(35,498)</u>
於其後期間將不會重新分類至損益的其他全面收入：		
指定為按公允價值計入其他全面收入之權益投資：		
公允價值變動	–	9,889
所得稅影響	<u>–</u>	<u>(1,483)</u>
於其後期間將不會重新分類至損益的其他全面 收入淨額	<u>–</u>	<u>8,406</u>
年內其他全面虧損，除稅後	<u>(26,876)</u>	<u>(27,092)</u>
年內全面收入總額	<u>447,212</u>	<u>805,540</u>
以下應佔：		
母公司擁有人	441,628	811,078
非控股權益	<u>5,584</u>	<u>(5,538)</u>
	<u>447,212</u>	<u>805,540</u>

綜合財務狀況表

於二零二四年十二月三十一日

	附註	二零二四年 人民幣千元	二零二三年 人民幣千元
非流動資產			
物業、廠房及設備		576,071	661,486
投資物業		79,217	–
使用權資產		829,764	766,589
商譽		1,253,540	1,253,540
其他無形資產		610,623	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		33,922	31,501
按公允價值計入損益之金融資產		45,667	80,655
遞延稅項資產		56,655	68,679
		<u>3,487,559</u>	<u>3,480,144</u>
流動資產			
存貨		1,572,275	1,152,505
貿易應收款項及應收票據	10	715,210	717,449
預付款項、其他應收款項及其他資產		191,735	208,688
按公允價值計入損益之金融資產		519,233	909,633
定期存款		9,340	120,625
現金及現金等價物		363,926	440,756
		<u>3,371,719</u>	<u>3,549,656</u>
流動負債			
貿易應付款項及應付票據	11	306,398	411,505
其他應付款項及應計費用	12	388,518	443,947
計息銀行借貸		524,068	513,779
租賃負債		457,147	470,115
應付稅項		97,725	149,927
		<u>1,773,856</u>	<u>1,989,273</u>
流動負債總額		<u>1,773,856</u>	<u>1,989,273</u>
流動資產淨值		<u>1,597,863</u>	<u>1,560,383</u>
資產總值減流動負債		<u>5,085,422</u>	<u>5,040,527</u>

綜合財務狀況表

於二零二四年十二月三十一日

	二零二四年 附註 人民幣千元	二零二三年 人民幣千元
非流動負債		
租賃負債	335,511	282,197
遞延政府補助	77,025	12,671
遞延稅項負債	170,833	181,239
其他長期負債	3,000	3,000
非流動負債總額	586,369	479,107
資產淨值	4,499,053	4,561,420
權益		
母公司擁有人應佔權益		
股本	5,766	5,766
為股份獎勵計劃而持有之股份	(235,685)	(211,914)
儲備	4,738,875	4,783,055
	4,508,956	4,576,907
非控股權益	(9,903)	(15,487)
權益總額	4,499,053	4,561,420

1. 公司及集團資料

贏家時尚控股有限公司（「本公司」）於二零一二年三月二十三日根據開曼群島法律第22章公司法（一九六一年法例三，經綜合及修訂）於開曼群島註冊成立為獲豁免有限公司。本公司及其附屬公司下文統稱為「本集團」。本公司之股份於二零一四年六月二十七日於香港聯合交易所有限公司主板上市。

2 編製基準

此等綜合財務報表乃根據國際會計準則理事會（「國際會計準則理事會」）頒佈之國際財務報告準則（「國際財務報告準則」）（包括所有國際財務報告準則、國際會計準則（「國際會計準則」）及詮釋）及香港公司條例有關披露之規定而編製。此等財務報表乃根據歷史成本慣例編製，惟按公允價值計量的按公允價值計入損益之金融資產除外。此等財務報表以人民幣（「人民幣」）呈報，且所有價值均四捨五入至最接近千位，惟另有註明者除外。

綜合基準

綜合財務報表包括本公司及其附屬公司（統稱「本集團」）截至二零二四年十二月三十一日止年度之財務報表。附屬公司為本公司直接或間接控制的實體（包括結構性實體）。當本集團對參與投資對象業務的浮動回報承擔風險或享有權利以及能透過對投資對象的權力（即本集團獲賦予現有以主導投資對象相關活動的既存權利）影響該等回報時，即取得控制權。

於一般情況下均存在多數投票權形成控制權之推定。倘本公司擁有少於投資對象大多數投票權或類似權利，則本集團於評估其是否擁有對投資對象的權力時會考慮一切相關事實及情況，包括：

- (a) 與投資對象的其他投票權持有人的合約安排；
- (b) 其他合約安排所產生的權利；及
- (c) 本集團的投票權及潛在投票權。

附屬公司與本公司就相同年度採用一致的會計政策編製財務報表。附屬公司之業績由本集團取得控制權當日起計入綜合賬目，並持續計入綜合賬目至該控制權終止當日為止。

損益及其他全面收入之各個組成部份歸屬於本集團母公司之擁有人及非控股權益，即使此舉會導致非控股權益有虧絀結餘。所有有關本集團各成員公司間交易的集團內部資產及負債、權益、收入、開支及現金流量會於綜合賬目時全數抵銷。

倘事實及情況顯示上文所述三項控制因素之一項或多項出現變化，本集團會重新評估其是否控制投資對象。於一間附屬公司之擁有權權益變動，惟並無失去控制權，則以權益交易入賬。

倘本集團失去附屬公司之控制權，則會終止確認相關資產（包括商譽）、負債、任何非控股權益及匯兌波動儲備；並於損益確認任何保留投資之公允價值及所產生之任何盈餘或虧絀。先前已於其他全面收入確認之本集團應佔組成部分乃重新分類至損益或保留溢利（如適用），基準與本集團直接出售相關資產或負債所需使用之基準相同。

3. 會計政策及披露之變動

本集團已就本年度之財務報表首次採納下列經修訂國際財務報告準則。

國際財務報告準則第16號修訂本	售後租回中的租賃負債
國際會計準則第1號修訂本	負債分類為流動或非流動（「二零二零年修訂本」）
國際會計準則第1號修訂本	附帶契諾的非流動負債（「二零二二年修訂本」）
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

經修訂國際財務報告準則的性質和影響載列如下：

- (a) 國際財務報告準則第16號修訂本訂明有關賣方兼承租人計量售後租回交易產生的租賃負債的規定，以確保賣方兼承租人不確認與其保留的使用權有關的任何收益或虧損金額。由於本集團自首次應用國際財務報告準則第16號當日起並無涉及不依賴指數或比率的可變租賃付款的售後租回交易，故該等修訂對本集團的財務狀況或表現並無任何影響。
- (b) 二零二零年修訂本闡明將負債分類為流動或非流動的要求，包括何謂遞期清償的權利，以及遞期權利必須於報告期末存在。負債分類不受實體行使其延期清償權利的可能性影響。該等修訂亦闡明，負債可以其自身的權益工具清償，只有當可轉換負債中的轉換選擇權本身作為權益工具入賬時，負債的條款才不會影響其分類。二零二二年修訂本進一步闡明，在貸款安排產生的負債的契諾中，只有實體於報告日期或之前必須遵守的契諾，才會影響負債分類為流動或非流動負債。對於實體須於報告期後12個月內遵守未來契諾的非流動負債，則須作出額外披露。

本集團已重新評估於二零二三年及二零二四年一月一日其負債的條款及條件，並認為於首次應用有關修訂後，其負債的流動或非流動分類維持不變。因此，該等修訂對本集團的財務狀況或表現並無任何影響。

- (c) 國際會計準則第7號及國際財務報告準則第7號修訂本闡明供應商融資安排的特徵，並要求對此類安排作出額外披露。該等修訂的披露規定旨在協助財務報表使用者了解供應商融資安排對實體的負債、現金流量及流動資金風險的影響。由於本集團並無供應商融資安排，該等修訂對本集團的財務資料並無任何影響。

4. 已發佈但尚未生效的國際財務報告準則

本集團並無在此等財務報表中應用下列已頒佈但尚未生效的新訂及經修訂國際財務報告準則。本集團擬於該等新訂及經修訂國際財務報告準則生效時予以採納（如適用）。

國際財務報告準則第18號	財務報表的呈列及披露 ³
國際財務報告準則第19號	非公共受託責任附屬公司：披露 ³
國際財務報告準則第9號及 國際財務報告準則第7號修訂本	金融工具分類及計量的修訂 ²
國際財務報告準則第10號及 國際會計準則第28號修訂本	投資者與其聯營公司或合營企業之間的資產出售或 投入 ⁴
國際會計準則第21號修訂本	缺乏可兌換性 ¹
國際財務報告準則會計準則之 年度改進—第11卷	國際財務報告準則第1號、國際財務報告準則第7號、 國際財務報告準則第9號、國際財務報告準則 第10號及國際會計準則第7號的修訂 ²

- ¹ 於二零二五年一月一日或之後開始的年度期間生效
- ² 於二零二六年一月一日或之後開始的年度期間生效
- ³ 於二零二七年一月一日或之後開始的年度／報告期間生效
- ⁴ 尚未確定強制性生效日期，惟可予採納

有關預期適用於本集團的國際財務報告準則之進一步資料於下文載述。

國際財務報告準則第18號取代國際會計準則第1號「財務報表的呈列」。國際財務報告準則第18號保留國際會計準則第1號的多個條文，僅作出少量改動，惟對損益表的呈列引入新規定，包括指定的總計及小計項目。實體須將損益表內的所有收入及開支分類為以下五個類別之一：經營類、投資類、融資類、所得稅類及已終止經營業務類，並呈列兩個新界定的小計項目。另外，亦要求在一個獨立的附註中披露管理層界定的業績指標，並對主要財務報表及附註中的資料歸類（匯總及分拆）及列報位置引入更嚴格的規定。先前包含在國際會計準則第1號中的若干規定已移至國際會計準則第8號「會計政策、會計估計變更及錯誤」中，並更名為國際會計準則第8號「財務報表的編製基準」。由於國際財務報告準則第18號的頒佈，國際會計準則第7號「現金流量表」、國際會計準則第33號「每股盈利」及國際會計準則第34號「中期財務報告」作出了有限但廣泛適用的修訂。此外，其他國際財務報告準則亦作出輕微的相應修訂。國際財務報告準則第18號及其他國際財務報告準則的相應修訂將於二零二七年一月一日或之後開始的年度期間生效，並可提早採用。該等修訂應追溯應用。本集團現正分析新規定及評估國際財務報告準則第18號對本集團財務報表的呈列及披露的影響。

國際財務報告準則第19號允許符合條件的實體選擇採用簡化披露要求，同時仍應採用其他國際財務報告準則的確認、計量及呈列要求。為符合條件，於報告期末，實體必須為國際財務報告準則第10號「綜合財務報表」所界定的附屬公司，不能具有公共受託責任，且其母公司（最終或中介）編製符合國際財務報告準則的綜合財務報表供公眾使用。相關修訂允許提早採納。由於本公司為上市公司，故不符合條件選擇應用國際財務報告準則第19號。然而，本公司部分附屬公司正考慮在其特定財務報表中應用國際財務報告準則第19號。

國際財務報告準則第9號及國際財務報告準則第7號修訂本闡明終止確認金融資產或金融負債的日期，並引入一項會計政策選項，即若符合特定標準，可終止確認於結算日前透過電子付款系統結算的金融負債。該等修訂闡明如何評估具有環境、社會及管治以及其他類似或

然特徵的金融資產的合約現金流量特徵。此外，該等修訂闡明了具有無追索權特徵的金融資產及合約掛鉤工具的分類要求。該等修訂亦新增對指定按公平值於其他全面收入列賬的股本工具投資及具有或有特徵的金融工具的額外披露要求。該等修訂應追溯應用，並於首次應用日期調整期初保留溢利（或權益的其他組成部分）。過往期間毋須重列，且僅可在不運用後見之明的前提下進行重列。允許同步提早採用所有修訂，或僅提早採用與金融資產分類相關的修訂。預期該等修訂不會對本集團的財務報表產生任何重大影響。

國際財務報告準則第10號及國際會計準則第28號修訂本處理國際財務報告準則第10號與國際會計準則第28號於有關投資者與其聯營公司或合營企業之間的資產出售或投入方面的要求不一致之處。該等修訂規定，當資產出售或投入構成業務時，須全面確認順流交易產生的收益或虧損。對於涉及不構成業務的資產的交易，交易產生的收益或虧損於投資者之損益中確認，惟僅以不相關投資者於該聯營公司或合營企業的權益為限。該等修訂應按未來適用基準應用。國際會計準則理事會已取消國際財務報告準則第10號及國際會計準則第28號修訂本的原先強制生效日期。然而，該等修訂現時可供採納。

國際會計準則第21號修訂本訂明實體應如何評估一種貨幣是否可兌換為另一種貨幣，以及在缺乏可兌換性時如何估計計量日期的即期匯率。該等修訂要求披露相關資料，以使財務報表使用者能夠了解貨幣不可兌換的影響。相關修訂允許提早採納。於應用該等修訂時，實體不可重列比較資料。首次應用該等修訂的任何累計影響，應確認為於首次應用日期對保留溢利期初結餘的調整，或對在權益的單獨部分累計的換算差額累計數的調整（如適用）。預期該等修訂不會對本集團的財務報表產生任何重大影響。

國際財務報告準則會計準則之年度改進—第11卷載列國際財務報告準則第1號、國際財務報告準則第7號（及隨附的國際財務報告準則第7號應用指引）、國際財務報告準則第9號、國際財務報告準則第10號及國際會計準則第7號的修訂。預期適用於本集團的修訂詳情如下：

- 國際財務報告準則第7號「金融工具：披露」：是次修訂更新了國際財務報告準則第7號第B38段及國際財務報告準則第7號應用指引第IG1段、第IG14段及第IG20B段的若干措辭，旨在簡化條文或確保與該準則中其他段落及／或其他準則所用的概念和術語保持一致。此外，該等修訂澄清國際財務報告準則第7號應用指引並未全面闡釋國際財務報告準則第7號相關段落的所有要求，亦不構成額外要求。相關修訂允許提早採納。預期該等修訂不會對本集團的財務報表產生任何重大影響。
- 國際財務報告準則第9號「金融工具」：是次修訂闡明當承租人已根據國際財務報告準則第9號確定租賃負債已解除時，承租人須應用國際財務報告準則第9號第3.3.3段，並在損益中確認所產生的收益或虧損。此外，該等修訂更新了國際財務報告準則第9號第5.1.3段及附錄A中的若干措辭，以消除潛在混淆。相關修訂允許提早採納。預期該等修訂不會對本集團的財務報表產生任何重大影響。
- 國際財務報告準則第10號「綜合財務報表」：是次修訂澄清國際財務報告準則第10號第B74段所述的關係只是投資者與作為投資者實際代理人的其他方之間可能存在的各種關係的一個例子，從而消除了與國際財務報告準則第10號第B73段規定的不一致。相關修訂允許提早採納。預期該等修訂不會對本集團的財務報表產生任何重大影響。
- 國際會計準則第7號「現金流量表」：繼此前刪除「成本法」的定義後，是次修訂將國際會計準則第7號第37段中的「成本法」一詞替換為「按成本」。相關修訂允許提早採納。預期該等修訂不會對本集團的財務報表產生任何影響。

5. 經營分部資料

經營分部及財務報表所呈報各分部項目的金額，乃根據向本集團各項業務及地域地區分配資源及評估其業績表現而定期向本集團最高行政管理層提供的財務資料當中識別出來。

個別重要的經營分部不會合計以供財務報告之用，但如該等經營分部的產品和服務性質、生產工序性質、客戶類別或階層、分銷產品或提供服務的方法以至監管環境的本質等經濟特性均屬類似，則作別論。個別不重要的經營分部如果符合以上大部分條件，則可以合計為一個報告分部。

本集團於中華人民共和國經營單一業務分部，即女裝零售及批發。因此，並無呈列分部分析。

主要客戶資料

本集團擁有多元化客戶群，截至二零二四年及二零二三年十二月三十一日止年度，概無任何單一外部客戶收益佔本集團總收益之10%或以上。

6. 收益、其他收入及收益

收益分析如下：

	二零二四年 人民幣千元	二零二三年 人民幣千元
客戶合約收益	<u>6,588,536</u>	<u>6,912,301</u>

(i) 分拆收益資料

截至二零二四年十二月三十一日止年度

	總計 人民幣千元
貨物類型	
銷售服裝及配飾	<u>6,588,536</u>
地區市場	
中國內地	<u>6,588,536</u>
收益確認時間	
於某一時點轉移之貨物	<u>6,588,536</u>

截至二零二三年十二月三十一日止年度

總計
人民幣千元

貨物類型

銷售服裝及配飾

6,912,301

地區市場

中國內地

6,912,301

收益確認時間

於某一時點轉移之貨物

6,912,301

下表載列於本報告期間計入報告期初合約負債的已確認收益金額：

	二零二四年 人民幣千元	二零二三年 人民幣千元
計入報告期初合約負債的已確認收益：		
銷售服裝及配飾	77,028	64,020

(ii) 履約責任

有關本集團履約責任的資料概述如下：

銷售服裝及配飾

履約責任於服裝及配飾交付後獲達成，付款一般於交付後60日內到期支付，第三方零售商除外，其一般需要提前付款。

本集團選擇應用國際財務報告準則第15.121(a)條所述的實際權宜方法，不披露此類合約的剩餘履約責任。

	二零二四年 人民幣千元	二零二三年 人民幣千元
其他收入及收益		
銀行利息收入	4,200	2,740
補貼收入*	65,753	84,893
按公允價值計入損益的金融資產的其他利息收入	33,140	26,183
租金收入	12,543	11,981
匯兌收益，淨額	25,419	42,906
公允價值收益，淨額	-	47,964
其他	21,905	20,416
	162,960	237,083

* 補貼收入指中國內地相關政府機構給予的多項政府撥款以支持本集團發展。管理層認為，該等撥款並無任何相關之尚未達成條件或或然事項。

7. 除稅前溢利

本集團的除稅前溢利乃經扣除／（計入）以下各項後達致：

	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	1,552,984	1,707,313
物業、廠房及設備折舊	161,351	132,982
投資物業折舊	1,697	–
使用權資產折舊	880,366	836,134
其他無形資產攤銷	8,420	8,477
廣告及推廣開支	262,589	198,418
研究及開發成本 [^] ：		
本年度開支	181,581	183,134
未計入租賃負債計量之租賃款項	689,658	728,311
核數師薪酬	1,800	1,880
僱員福利開支（包括董事薪酬及外包人工成本）：		
工資及薪金	1,310,775	1,330,705
退休計劃供款（界定供款計劃）**	95,771	83,023
以權益結算的股份獎勵開支	99,481	30,711
	<u>1,506,027</u>	<u>1,444,439</u>
匯兌收益淨額 [#]	(25,419)	(42,906)
貿易應收款項減值	998	4,772
存貨撇減至可變現淨值*	5,799	22,256
公允價值虧損／（收益）淨額 [#] ：		
按公允價值計入損益之金融資產	15,483	(47,964)

[^] 研究及開發成本計入綜合損益表的「行政開支」內。

* 存貨撇減至可變現淨值計入綜合損益表的「銷售成本」內。

[#] 匯兌收益及按公允價值計入損益之金融資產公允價值收益計入綜合損益表的「其他收入及收益」內。公允價值虧損計入綜合損益表的「其他開支」內。

** 概無沒收供款可供本集團（作為僱主）使用，以減少現有供款水平。

8. 所得稅

本集團須根據本集團成員公司在所在及經營之司法權區所產生或源自有關司法權區之溢利按實體基準繳付所得稅。

本公司於開曼群島註冊成立，可獲豁免稅務。

本年度於香港產生的估計應課稅溢利乃按16.5%（二零二三年：16.5%）的稅率計提香港利得稅。由於本集團於二零二四年度並無自或於香港產生或賺取應課稅溢利，因此並無計提香港利得稅撥備（二零二三年：無）。

根據有關中國所得稅規則及法規，本集團於中國註冊的附屬公司須就截至二零二四年十二月三十一日止年度各自的應課稅收入按法定稅率繳納企業所得稅（「企業所得稅」）。

	二零二四年 人民幣千元	二零二三年 人民幣千元
即期－中國內地	92,941	152,796
遞延	<u>(4,501)</u>	<u>9,173</u>
年內稅項支出總額	<u>88,440</u>	<u>161,969</u>

按本公司及其大多數附屬公司所在及經營所在司法權區的法定稅率計算適用於除稅前溢利的所得稅項開支與按實際稅率計算的稅項開支的對賬如下：

	二零二四年		二零二三年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%
除稅前溢利	<u>562,528</u>		<u>994,601</u>	
按法定稅率計算的稅項	142,232	25.3	227,677	22.9
適用較低法定稅率的實體*	(40,695)	(7.1)	(62,452)	(6.2)
研究及開發成本加計扣除	(33,565)	(6.0)	(32,178)	(3.2)
已動用過往期間稅項虧損	(8,481)	(1.6)	(6)	(0.1)
毋須課稅收入	(3,110)	(0.6)	(15,185)	(1.5)
按本集團中國附屬公司可分派溢利計算之預扣稅的影響	20,000	3.6	30,000	3.0
未確認稅項虧損及暫時性差額	9,824	1.7	12,395	1.2
不可扣稅開支	522	0.1	1,504	0.2
稅率變動對一月一日遞延稅項結餘的影響*	2,381	0.4	-	-
就過往期間即期稅項作出的調整	<u>(668)</u>	<u>(0.1)</u>	<u>214</u>	<u>-</u>
按實際稅率計算的稅項開支	<u>88,440</u>	<u>15.7</u>	<u>161,969</u>	<u>16.3</u>

* 東方素素創意設計（深圳）有限公司（「東方素素」）及簡默創意設計諮詢（深圳）有限公司（「簡默」）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%。

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。

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。

深圳市蒙黛爾實業有限公司（「蒙黛爾」）於二零二四年獲深圳市科技創新委員會、深圳市財政局及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。根據該批准，蒙黛爾享有中國企業所得稅優惠稅率15%，自二零二四年十二月起至二零二七年十二月為期三年。

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兩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. 每股盈利

截至二零二四年十二月三十一日止年度每股基本盈利乃根據母公司普通權益持有人應佔年內溢利人民幣468,504,000元（二零二三年：人民幣838,170,000元）及年內扣減就股份獎勵計劃持有之在外流通股份後在外流通普通股加權平均數685,852,612股（二零二三年：677,427,339股）計算。

每股攤薄盈利乃根據母公司普通股權益持有人應佔年內溢利計算。在計算時所採用之普通股加權平均數即為計算每股基本盈利所採用之年內在外流通普通股數目，以及假設被視為行使或兌換所有潛在攤薄普通股為普通股後已按無償方式發行的普通股加權平均數。

	二零二四年 人民幣千元	二零二三年 人民幣千元
盈利		
計算每股基本及攤薄盈利所使用之 母公司普通權益持有人應佔溢利	<u>468,504</u>	<u>838,170</u>

	股份數目	
	二零二四年	二零二三年
股份		
用於計算每股基本盈利之年內扣減就股份獎勵計劃 持有之股份後之已發行普通股之加權平均數	685,852,612	677,427,339
攤薄之影響－普通股加權平均數：		
獎勵股份	—	10,183,731
	685,852,612	687,611,070

10. 貿易應收款項及應收票據

	二零二四年 人民幣千元	二零二三年 人民幣千元
貿易應收款項及應收票據	736,280	739,456
減值	(21,070)	(22,007)
總計	715,210	717,449

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年末貿易應收款項的賬齡分析如下：

	二零二四年 人民幣千元	二零二三年 人民幣千元
貿易應收款項：		
一個月內	452,002	447,541
一至兩個月	173,540	189,455
兩至三個月	53,063	38,835
超過三個月	36,605	41,618
總計	715,210	717,449

貿易應收款項減值虧損撥備變動如下：

	二零二四年 人民幣千元	二零二三年 人民幣千元
於年初	22,007	17,235
減值虧損淨額	998	4,772
撇銷為無法收回金額	(1,935)	-
於年末	<u>21,070</u>	<u>22,007</u>

於二零二四年十二月三十一日，涉及個別減值應收款項的信貸虧損撥備為人民幣21,070,000元（二零二三年：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21,070,000元（二零二三年：人民幣22,007,000元）。

於二零二四年十二月三十一日，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。

11. 貿易應付款項及應付票據

基於發票日期的年末貿易應付款項及應付票據的賬齡分析如下：

	二零二四年 人民幣千元	二零二三年 人民幣千元
貿易應付款項：		
一個月內	148,869	172,432
一至兩個月	29,455	2
超過兩個月	74	71
	<u>178,398</u>	<u>172,505</u>
應付票據	<u>128,000</u>	<u>239,000</u>
	<u>306,398</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。

所有應付票據均於一年內到期。於二零二四年十二月三十一日，應付票據人民幣118,000,000元（二零二三年：人民幣138,500,000元）已由該等票據持有人貼現。

12. 其他應付款項及應計費用

	附註	二零二四年 人民幣千元	二零二三年 人民幣千元
合約負債	(a)	58,764	77,028
退款負債		7,598	6,038
除即期所得稅負債外的應付稅項		110,479	120,679
應付薪金及福利		50,663	124,457
其他應付款項	(b)	160,538	115,280
應付股息		476	465
		<u>388,518</u>	<u>443,947</u>

附註：

(a) 合約負債詳情如下：

	二零二四年 人民幣千元	二零二三年 人民幣千元
向客戶收取的短期預付款		
銷售貨品	<u>58,764</u>	<u>77,028</u>

(b) 其他應付款項不計息，且平均期限為一年內。

13. 股息

	二零二四年 人民幣千元	二零二三年 人民幣千元
末期股息	442,711	249,112
建議末期股息—每股普通股38港仙（二零二三年：70港仙）	<u>238,316</u>	<u>432,137</u>
	<u>681,027</u>	<u>681,249</u>

建議末期股息須經本公司股東於應屆股東週年大會上批准，方可作實。

管理層討論及分析

行業回顧

二零二四年，中國消費市場整體保持平穩。國家統計局數據顯示，全年社會消費品零售總額達人民幣48.8萬億元，同比增長3.5%，創下歷史新高。然而，受房地產市場深度調整等因素影響，中國經濟復甦依然乏力，消費需求持續疲弱。社會消費品零售總額月度同比增速介乎2.0%至5.5%，保持在低個位數區間。其中，服裝、鞋類及紡織品零售業銷售額連續七個月錄得同比負增長，全年增幅僅為0.3%。最終消費支出對經濟增長的貢獻率為44.5%，為二零二一年以來的最低水平。在中高端消費領域，主要國際奢侈品集團在華業績普遍下滑。全年通脹維持低位，全國居民消費價格指數(CPI)月度同比變動在-0.8%至0.7%之間波動。

面對經濟下行壓力，中國政府全年加大刺激力度。特別是九月份後，降准、降息、降存量房貸利率等系列政策逐步顯效，市場信心有所修復。股市強勢反彈，製造業採購經理指數(PMI)於十月重返擴張區間，結束連續五個月位於榮枯線下方的局面。隨着經濟刺激措施逐漸顯現成效，第四季GDP同比增長5.4%，較第一、第二及第三季的增幅分別高出0.1、0.7及0.8個百分點。

擴大內需、確保經濟穩定增長仍是中國經濟政策的重中之重。二零二四年十二月中共中央政治局會議首次提出「超常規逆周期調節」。財政政策的表述由往年的「積極的財政政策」改為「更加積極的財政政策」，而貨幣政策的表述則由「穩健」改為「適度寬鬆」—這是自二零一一年之後的首次調整。此外，會議明確提出要「穩住樓市股市」。中央經濟工作會議亦將「提振消費」列為二零二五年九項重點任務之首，此排序僅在二零二二年出現過，體現中國政府的高度重視和決心。

二零二五年一月，國家發展和改革委員會(NDRC)與財政部聯合發佈《關於二零二五年加力擴圍實施大規模設備更新和消費品以舊換新政策的通知》，首次將智能手機、平板電腦、智能手錶手環納入消費補貼範圍。隨刺激政策加碼及落地提速，消費需求有望顯著釋放，預期來年消費市場整體增速將明顯回升。

二零二四年，消費理性化趨勢持續深化。消費者對日常必需品追求「質價比」，同時亦體現通過消費實現情感滿足的旺盛需求。羅蘭貝格《二零二四亞洲消費者研究報告》顯示，食品、非酒精飲料和家居用品是亞洲消費者普遍關注的重點品類，而中國消費者更看重服裝、鞋履。另一方面，中國高淨值家庭財富的持續增長及代際傳承，將進一步擴大中高端消費市場。疊加中國經濟穩步復甦，國內中高端女裝市場仍具有巨大的增長潛力。

二零二五挑戰與機遇

二零二五年，中國經濟最大的挑戰仍是國內市場信心不足及有效需求不足。此外，美國對中國商品加徵關稅、地緣政治緊張等不確定因素及風險亦將帶來挑戰。

在經濟低迷、市場波動時期，本土中高端女裝品牌，特別是具備先發優勢的頭部企業，若能堅守「以消費者為中心」戰略，深耕產品研發，強化精細化運營與價值觀品牌塑造，將更易贏得消費者信賴，把握市場機遇，實現更大發展空間。

財務回顧

收益

本集團主要於中國從事女裝設計、零售及批發業務。本集團主要收益來源為(a)於直營零售店向終端客戶作出零售銷售；(b)於第三方電子商貿平台銷售；(c)向經銷商作出批發銷售，經銷商繼而透過其經營的零售店向終端消費者銷售產品；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）。截至二零二四年十二月三十一日止年度之總收益為人民幣6,588.54百萬元，較截至二零二三年十二月三十一日止年度的人民幣6,912.30百萬元減少4.68%或人民幣323.76百萬元。本集團直營零售店產生的銷售於二零二四年及二零二三年分別佔本集團總收益的約78.50%及80.43%。總收益減少主要歸因於本集團上述各零售渠道產品銷售下降、產品大力改進及本集團的運營優化。

截至二零二四年十二月三十一日止年度之電子商貿總收益為人民幣1,129.32百萬元，較截至二零二三年十二月三十一日止年度之人民幣968.78百萬元增加16.57%，主要是由於本集團透過網上零售店銷售的產品增加。這有賴本集團增加了中國電子商貿平台及搜尋引擎的宣傳及推廣支出，以及本集團專注於客戶在線消費及購物習慣的轉變，擴大電子商貿團隊。通過特別關注抖音直播銷售模式，於抖音渠道實現銷售迅速增長。

截至二零二四年十二月三十一日止年度來自經銷商的總收益為人民幣287.27百萬元，較截至二零二三年十二月三十一日止年度的人民幣383.90百萬元減少25.17%。

銷售成本

截至二零二四年十二月三十一日止年度的銷售成本為人民幣1,552.98百萬元，較截至二零二三年十二月三十一日止年度的人民幣1,707.31百萬元減少9.04%或人民幣154.33百萬元，主要由於本集團的收益下降。

毛利及毛利率

截至二零二四年十二月三十一日止年度的毛利為人民幣5,035.55百萬元，較截至二零二三年十二月三十一日止年度的人民幣5,204.99百萬元減少3.26%或人民幣169.44百萬元。本集團二零二四年的整體毛利率由二零二三年的75.30%略微增加至76.43%。

其他收入及收益

截至二零二四年十二月三十一日止年度的其他收入及收益（主要包括政府補助、租金收入、投資收益、匯兌收益及利息收入）為人民幣162.96百萬元，較截至二零二三年十二月三十一日止年度的人民幣237.08百萬元減少31.26%。該減少乃主要由於二零二三年確認投資公允價值收益，以及匯兌收益減少。

銷售及分銷開支

截至二零二四年十二月三十一日止年度的銷售及分銷開支為人民幣3,884.32百萬元，較截至二零二三年十二月三十一日止年度的人民幣3,778.11百萬元增加2.81%，主要由於店鋪升級及廣告營銷推廣開支增加。

行政開支

截至二零二四年十二月三十一日止年度的行政開支為人民幣678.42百萬元，較截至二零二三年十二月三十一日止年度的人民幣608.74百萬元增加11.45%，主要由於股份獎勵開支增加。

其他開支

截至二零二四年十二月三十一日止年度的其他開支為人民幣16.74百萬元，較截至二零二三年十二月三十一日止年度的人民幣7.11百萬元增加135.44%，主要由於按公允價值計入損益的金融資產的公允價值虧損增加所致。

融資成本

截至二零二四年十二月三十一日止年度的融資成本為人民幣55.51百萬元，較截至二零二三年十二月三十一日止年度的人民幣48.74百萬元增加13.89%，此乃主要由於借貸淨額增加。

所得稅開支

截至二零二四年十二月三十一日止年度的所得稅開支為人民幣88.44百萬元，較截至二零二三年十二月三十一日止年度的人民幣161.97百萬元減少45.40%，此乃主要由於經營溢利下降所致。

純利及純利率

基於前述因素，截至二零二四年十二月三十一日止年度的母公司擁有人應佔純利為人民幣468.50百萬元，較截至二零二三年十二月三十一日止年度的人民幣838.17百萬元減少44.10%或人民幣369.67百萬元。截至二零二四年及二零二三年十二月三十一日止年度的純利率分別為7.20%及12.05%。

資本架構

本集團需要營運資金撥付其設計與開發、零售及其他業務營運。於二零二四年十二月三十一日，本集團流動資產總值為人民幣3,371.72百萬元（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1,773.86百萬元（二零二三年十二月三十一日：人民幣1,989.27百萬元）。於二零二四年十二月三十一日，流動比率為1.90（二零二三年十二月三十一日：1.78）。

於二零二四年十二月三十一日，本集團的計息銀行借貸總額為人民幣524,068,000元（二零二三年十二月三十一日：人民幣513,779,000元）。借貸淨額增加乃主要歸因於本集團生產及營運活動以及償還到期負債。本集團之借貸以人民幣計值。

財務狀況、流動資金及資產負債比率

於二零二四年十二月三十一日，本集團的現金及現金等價物為人民幣363.93百萬元（二零二三年十二月三十一日：人民幣440.76百萬元），其中96.96%以人民幣計值、2.31%以港元計值、0.19%以歐元計值及0.54%以日元計值。截至二零二四年十二月三十一日止年度，經營活動產生的現金流入淨額為人民幣996.24百萬元，較截至二零二三年十二月三十一日止年度的人民幣1,569.21百萬元下降36.51%。

於二零二四年十二月三十一日，資產負債比率（即未償還銀行貸款除以總權益）為11.65%（二零二三年十二月三十一日：11.26%）。

匯率波動風險

本集團面臨來自以外幣計值的應收款項、應付款項及現金結餘的貨幣風險，外幣指除相關附屬公司功能貨幣以外的貨幣。管理層積極監控外匯匯率波動，以確保其淨敞口保持於可接受水準。本集團主要於中國經營業務，其大部分交易均以人民幣結算。因此，董事會認為本集團面臨的匯率波動風險並不重大，且並無採用任何金融對沖工具以對沖貨幣風險。

或然負債

於二零二四年十二月三十一日，本集團並無重大或然負債（二零二三年十二月三十一日：無）。

資產抵押

於二零二四年十二月三十一日，本集團之資產及業務並無任何抵押（二零二三年十二月三十一日：賬面值約人民幣86.01百萬元之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。

重大收購及出售

截至二零二四年十二月三十一日止年度，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

於二零二四年十二月三十一日，本集團並無價值佔本集團資產總值5%或以上之重大投資。

募集資金

截至二零二四年十二月三十一日止年度，本公司概無進行任何股權籌資活動，亦無因過往財政年度發行任何股本證券而產生任何未動用所得款項。

業務概覽

本集團擁有並管理八個品牌以滿足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 FEELLN，以及收購品牌—(i) CADIDL、(ii) NAERSI、(iii) NAERSILING 及 (iv) NEXY.CO。

於截至二零二四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35.9億元，穩居中國女裝行業十大品牌之列。ELSEWHERE、La Koradior、NAERSILING、NEXY.CO、CADIDL 等品牌銷售額普遍在人民幣4億元至11億元之間，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 FEELLN。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輕奢品牌矩陣。

本集團一直採用直銷策略，在同業中直營門店數量最多，龐大的零售網絡賦予本集團更強的議價能力，規模效應顯著。在不確定性加劇的市場競爭環境中，直營渠道將為本集團業績的平穩持續增長發揮支柱作用。同時，直營零售店佈局亦讓品牌能夠全面充分地接觸客戶、掌握市場動態、精準滿足需求，應對不確定風險。

1. EEKA 品牌

按品牌劃分的收益分析

品牌	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	2,156,066	32.73%	2,387,053	34.54%	(230,987)	(9.68)%
La Koradior	508,909	7.72%	461,676	6.68%	47,233	10.23%
ELSEWHERE	477,982	7.25%	531,576	7.69%	(53,594)	(10.08)%
CADIDL (附註1)	397,552	6.03%	430,272	6.22%	(32,720)	(7.60)%
FUUNNY FEELLN	165,849	2.52%	135,685	1.96%	30,164	22.23%
NAERSI (附註2)	1,437,027	21.81%	1,464,413	21.19%	(27,386)	(1.87)%
NAERSILING (附註2)	433,340	6.58%	497,790	7.20%	(64,450)	(12.95)%
NEXY.CO (附註2)	1,011,811	15.36%	1,003,836	14.52%	7,975	0.79%
總計	<u>6,588,536</u>	<u>100%</u>	<u>6,912,301</u>	<u>100%</u>	<u>(323,765)</u>	<u>(4.68)%</u>

附註1：本集團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。蒙黛爾為香港聯合交易所有限公司證券上市規則（「上市規則」）所指之本公司非重大附屬公司。

附註2：本集團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。

按品牌劃分的毛利及毛利率分析

品牌	二零二四年		二零二三年		毛利率增幅 (百分點)
	毛利 (人民幣千元)	毛利率 (%)	毛利 (人民幣千元)	毛利率 (%)	
Koradior	1,658,375	76.92%	1,834,412	76.85%	0.07
La Koradior	414,564	81.46%	375,145	81.26%	0.20
ELSEWHERE	343,918	71.95%	381,108	71.69%	0.26
CADIDL (附註1)	294,979	74.20%	299,283	69.56%	4.64
FUUNNY FEELLN	107,856	65.03%	87,707	64.64%	0.39
NAERSI (附註2)	1,097,594	76.38%	1,087,567	74.27%	2.11
NAERSILING (附註2)	339,825	78.42%	376,110	75.56%	2.86
NEXY.CO (附註2)	778,441	76.94%	763,656	76.07%	0.87
總計	<u>5,035,552</u>	<u>76.43%</u>	<u>5,204,988</u>	<u>75.30%</u>	<u>1.13</u>

附註1：本集團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。

按銷售渠道劃分的收益分析

銷售渠道	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	5,171,947	78.50%	5,559,614	80.43%	(387,667)	(6.97)%
批發予經銷商	287,266	4.36%	383,903	5.55%	(96,637)	(25.17)%
電子商貿	1,129,323	17.14%	968,784	14.02%	160,539	16.57%
總計	<u>6,588,536</u>	<u>100%</u>	<u>6,912,301</u>	<u>100%</u>	<u>(323,765)</u>	<u>(4.68)%</u>

按銷售渠道劃分的毛利及毛利率分析

銷售渠道	二零二四年		二零二三年		毛利率增幅 (百分點)
	毛利 (人民幣千元)	毛利率 (%)	毛利 (人民幣千元)	毛利率 (%)	
直營零售店	4,149,340	80.23%	4,383,968	78.85%	1.38
批發予經銷商	204,203	71.08%	271,644	70.76%	0.32
電子商貿	682,009	60.39%	549,376	56.71%	3.68
總計	<u>5,035,552</u>	<u>76.43%</u>	<u>5,204,988</u>	<u>75.30%</u>	<u>1.13</u>

零售店收益分析

本集團一貫重視建立直營零售店。截至二零二四年十二月三十一日止年度，1,444家直營零售店（Koradior：485間；La Koradior：46間；ELSEWHERE：119間；CADIDL：125間；FUUNNY FEELLN：35間；NAERSI：350間；NEXY.CO：201間；NAERSILING：83間）合共產生收益人民幣5,171.95百萬元，較截至二零二三年十二月三十一日止年度的自有品牌減少6.97%。直營收益減少主要由於現有門店銷售額下降。

於二零二四年十二月三十一日，八個品牌旗下的經銷商經營零售店395家（Koradior：191間；La Koradior：1間；ELSEWHERE：28間；CADIDL：19間；FUUNNY FEELLN：34間；NAERSI：86間；NEXY.CO：34間；NAERSILING：2間），經銷商經營的零售店產生的收益為人民幣287.27百萬元，較截至二零二三年十二月三十一日止年度減少25.17%，主要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

本集團利用第三方電子商貿平台及自有電子商貿平台作為其銷售渠道之一。於二零二四年，電子商貿收益達人民幣1,129.32百萬元，較截至二零二三年十二月三十一日止年度增加16.57%或人民幣160.54百萬元。來自天貓商城的電子商貿總收益由截至二零二三年十二月三十一日止年度的人民幣244.62百萬元增加1.19%至截至二零二四年十二月三十一日止年度的人民幣247.54百萬元（佔電子商貿總收益的21.92%）。來自唯品會的電子商貿總收益由截至二零二三年十二月三十一日止年度的人民幣440.40百萬元增加11.56%至截至二零二四年十二月三十一日止年度的人民幣491.31百萬元（佔電子商貿總收益的43.50%）。來自EEKA時尚商城的電子商貿總收益由截至二零二三年十二月三十一日止年度的人民幣71.21百萬元增加37.41%至截至二零二四年十二月三十一日止年度的人民幣97.85百萬元（佔電子商貿總收益的8.66%）。來自抖音的電子商貿總收益由截至二零二三年十二月三十一日止年度的人民幣187.32百萬元增加8.90%至截至二零二四年十二月三十一日止年度的人民幣204.00百萬元（佔電子商貿總收益的18.06%）。來自微信視頻號的電子商貿總收益由截至二零二三年十二月三十一日止年度的人民幣10.00百萬元增加519.60%至截至二零二四年十二月三十一日止年度的人民幣61.96百萬元（佔電子商貿總收益的5.49%）。截至二零二四年十二月三十一日止年度其他電子商貿收益為人民幣26.66百萬元（佔電子商貿總收益的2.37%）。

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十二月三十一日止年度本集團來自直營零售店及批發予經銷商的收益按地區劃分的明細：

地區	截至十二月三十一日止年度			
	二零二四年		二零二三年	
	人民幣百萬元	%	人民幣百萬元	%
華中 ¹	538.20	9.86%	593.17	9.98%
華東 ²	1,772.12	32.46%	1,943.67	32.70%
東北 ³	361.05	6.61%	371.42	6.25%
西北 ⁴	422.41	7.74%	514.57	8.66%
華北 ⁵	694.64	12.72%	714.67	12.02%
西南 ⁶	958.05	17.55%	1,050.69	17.68%
華南 ⁷	712.74	13.06%	755.33	12.71%
總計	<u>5,459.21</u>	<u>100%</u>	<u>5,943.52</u>	<u>100%</u>

附註：

- 1 華中包括河南、湖北及湖南。
- 2 華東包括山東、江蘇、浙江、安徽、上海、江西及福建。
- 3 東北包括吉林、黑龍江及遼寧。
- 4 西北包括陝西、寧夏、青海、甘肅及新疆。
- 5 華北包括天津、北京、內蒙古、河北及山西。
- 6 西南包括貴州、重慶、雲南、西藏及四川。
- 7 華南包括廣西、海南及廣東。

於截至二零二四年十二月三十一日止年度，華東及西南零售店產生的收益佔直營零售店及批發予經銷商的總收益一半以上。

按地區劃分的零售店明細

於二零二四年，本集團開設了197家新零售店（其中117家為直營店），關閉了322家零售店（其中198家為直營店），淨減少了125家零售店。下表載列於二零二四年十二月三十一日本集團在中國按地區劃分的銷售網絡中零售店（包括直營零售店及經銷商經營的零售店）的數目：

地區	零售店數目			於二零二四年 十二月三十一日
	於二零二四年 一月一日	年內開設	年內關閉	
華中 ¹	204	14	(32)	186
華東 ²	626	66	(124)	568
東北 ³	135	29	(21)	143
西北 ⁴	218	21	(45)	194
華北 ⁵	244	23	(38)	229
西南 ⁶	315	19	(25)	309
華南 ⁷	222	25	(37)	210
總計	<u>1,964</u>	<u>197</u>	<u>(322)</u>	<u>1,839</u>

附註：

- 1 華中包括河南、湖北及湖南。
- 2 華東包括山東、江蘇、浙江、安徽、上海、江西及福建。
- 3 東北包括吉林、黑龍江及遼寧。
- 4 西北包括陝西、寧夏、青海、甘肅及新疆。
- 5 華北包括天津、北京、內蒙古、河北及山西。
- 6 西南包括貴州、重慶、雲南、西藏及四川。
- 7 華南包括廣西、海南及廣東。

於二零二四年十二月三十一日，本集團擁有1,839家零售店，遍佈31個不同省市、自治區、直轄市。其中1,444家由本集團直接營運，其餘395家由本集團的分銷商進行經營。在1,444家直營零售店中，902家零售店設於百貨公司，215家零售店設於購物中心，271家零售店設於特賣場，40家零售店設於臨街店舖及16家零售店設於機場。

2. 設計及研發

本集團了解客戶的需求及偏好，通過建立底層的客戶資料庫，全面分析建模，指引開發評款和返單出貨。大數據及全渠道全面加持設計端。設計前期通過全渠道共用各品牌各會員資訊，精準畫像後根據資料制定設計研究開發方向；投入市場後，根據全渠道回饋調整方向，針對前期市場份額較小但產銷高的產品重點分析，科學快返，作為潛力產品，培養成為未來暢銷款。

二零二四年內SKC^(附註)總數為5,894個，較二零二三年SKC總數6,365個減少7.40%，主要由於本公司卓越商品體系的升級，投入更多研發資源打造主銷款，並已將主線及副線品牌的產品研發合併操作，讓更多客戶獲得更好的產品體驗。因此，本集團的研究及設計團隊成員由二零二三年十二月三十一日的562名略微增加至二零二四年十二月三十一日的569名。

本集團與海內外知名設計師合作，聘請他們擔任「Koradior」、「La Koradior」、「ELSEWHERE」、「FUUNNY FEELLN」、「NAERSI」、「NEXY.CO」、「NAERSILING」及「CADIDL」的品牌創意總監。截至二零二四年十二月三十一日止年度，研發開支達人民幣181.58百萬元，佔本集團總收益2.76%，而截至二零二三年十二月三十一日止年度則為人民幣183.13百萬元，佔本集團總收益2.65%。產品研發不僅贏得客戶的滿意，亦獲得政府部門的高度認可。於年內，本集團發佈逾300個創意設計系列，其中包括Koradior的「玫瑰之境」、La Koradior的「蝶入蘭間」、ELSEWHERE的「詩逸畫春」、FUUNNY FEELLN的「高光態度」、NAERSI的「雅遇帆藍」、NEXY.CO的「木蘭視界」、NAERSILING的「TULIP奇跡花園」及CADIDL的「智雅經典」系列。

附註：單款單色(SKC)指當一批產品除尺碼外款式一致，則不同顏色會被視為歸屬不同的SKC。

3. 市場營銷及推廣

本集團透過多種方式繼續提升品牌影響力，其中機場廣告是最有效的品牌推廣手段之一。本集團現已在深圳寶安國際機場及上海虹橋國際機場投放廣告。本集團亦選取全國發行的頂級時裝／時尚雜誌及刊物如「Madame Figaro」、「ELLE」、「ELLE Arabic」、「VOGUE」、「Harper's BAZAAR」、「風尚志(T Magazine China)」、「WONDERLAND」、「OK!Magazine」等投放廣告。本公司的品牌影響力亦持續提升。本集團委聘的品牌代言人包括Koradior代言人Lily Collins、NEXY.CO代言人袁泉及FUUNNY FEELLN代言人金晨，以及ELSEWHERE品牌大使林嘉欣。為促進線上營銷渠道的多樣性，本集團使用短視頻、微信小程序、微信朋友圈廣告、微信服務號文章推送、電商直播及其他線上營銷手段接觸客戶及推廣營銷。此外，本集團於二零二四年繼續在抖音平台的營銷投入。截至二零二四年十二月三十一日止年度，品牌及營銷推廣開支（不包括促銷開支）為人民幣262.59百萬元，佔本集團總收益3.99%，較二零二三年的人民幣198.42百萬元增加人民幣64.17百萬元或32.34%，主要由於新代言人及現有品牌的推廣費用增加。

4. 人力資源

於二零二四年十二月三十一日，本集團在中國內地及香港共有10,313名僱員。下表載列分別於二零二四年十二月三十一日及二零二三年十二月三十一日本集團按部門劃分的僱員分佈明細：

	二零二四年 僱員人數	二零二三年 僱員人數
管理層、行政及財務	258	259
產品設計及研發	569	562
銷售及市場營銷 (二零二四年包括勞務派遣人員：6,032人)	9,115	9,140
採購、物流及質控	371	374
總計	<u>10,313</u>	<u>10,335</u>

本集團實行多項員工培訓及發展項目，尤其重視銷售及市場營銷技能培訓。本集團為員工提供具競爭力的薪金及福利待遇。截至二零二四年十二月三十一日止年度，薪金及福利開支總額為人民幣1,406.55百萬元，佔本集團總收益21.35%，較截至二零二三年十二月三十一日止年度人民幣1,413.73百萬元（佔本集團總收益20.45%）減少人民幣7.18百萬元或0.51%。

本公司共有兩項股份獎勵計劃（分別於二零一九年十二月及二零二四年四月採納），作為對選定參與者對本集團貢獻之鼓勵及獎賞。本集團亦加入強制性公積金計劃及當地退休福利計劃。本集團鼓勵僱員參加培訓以提升工作技能及促進個人發展。本集團亦為各個層面的員工舉辦講座，以提高彼等的工作安全知識及培養團隊精神。員工根據本集團的業績以及個人表現與貢獻獲得獎勵。

5. 前景

外部環境方面，二零二四年中國經濟保持穩中有進。展望二零二五年，在「更加積極有為」的財政政策與「適度寬鬆」的貨幣政策雙重「超常規逆周期調節」下，房地產市場有望築底企穩，消費信心將顯著修復，零售市場料將延續「量質並舉」的穩健增長格局。

內部運營方面，二零二五年，本集團將秉持「成為享譽全球的中國輕奢品牌管理集團」的願景，以「融匯時尚美學，臻享品質生活」為使命，繼續推進「多品牌、全渠道、平台化、上下游」的發展戰略，重點強化產品與品牌發展雙引擎。

(1) 品牌矩陣差異化戰略日趨清晰，推動多品牌協同發展

二零二四年，本集團對旗下八大品牌的風格定位、產品戰略、市場戰略進行深入研究和調整，品牌差異化發展路徑更趨明晰。二零二五年，各品牌將在保持既有風格與核心場景基礎上，進一步完善定位：Koradior 將延伸至「精緻社交」場景，NEXY.CO 聚焦打造中國輕奢女裝頭部品牌，La Koradior 將逐步擴展至珠寶配飾業務，CADIDL 將延伸至「商務差旅」場景，而FUUNNY FEEELLN 則保持「休閒通勤」核心定位，同時逐步融入「戶外／運動服」元素。

同時，本集團將實施差異化定價策略，持續拓寬價格帶覆蓋。通過豐富品牌造型場景與拓寬價格區間，本公司將吸引更多廣泛的客群，進一步提升市場佔有率。

二零二五年，本集團多品牌協同發展的能力將進一步提升。品牌協同將產生倍增效應，帶來更顯著的增長。

(2) 堅持品牌長期建設，夯實品牌價值體系

品牌影響力的構建非朝夕之功，亦非一役可成。我們致力於品牌建設的長期投入，不斷夯實品牌價值體系，豐富品牌DNA資產。二零二五年，我們將建立更科學、更高效的品牌整合營銷體系，強化產品研發、品牌推廣及終端營銷的協同效應。首先，品牌推廣將緊扣特定品類的產品開發主線，確保「產品」元素在品牌活動中持續佔據C位，同時突出品牌核心品類。其次，通過品牌代言、IP聯名、廣告投放、雜誌大片、時裝秀、零售店形象等線上線下的多渠道平台，持續向消費者傳達統一的品牌形象與故事。再者，本集團的企劃策略部牽頭建立創意策劃、數字藝術、動漫插畫、平面設計等專業資源庫，為品牌傳播持續賦能。

二零二五年，在線下推廣方面，我們將啟動全國旗艦店矩陣強化計劃，重點佈局萬象城等核心商業體系。同時，我們將繼續實施常態化時裝秀策略：Koradior將舉辦2025秋冬時裝秀，NAERSI將參加北京國際電影節並舉行30週年慶典大秀，La Koradior將亮相巴黎中法國際時裝週，而NEXY.CO將亮相米蘭時裝週。

在線上推廣方面，我們將加強在小紅書平台的營銷力度，重點深化Koradior與小紅書的戰略合作。借力小紅書平台內容種草與網紅營銷，吸引流量、深化品牌敘事，從而有效鞏固品牌價值。

(3) 強化卓越商品體系，深化「質價比」競爭優勢

本集團始終將打造優質產品置於戰略核心。自二零二一年引入卓越商品體系以來，我們以更加科學的方法進行產品開發，優化產品結構，持續提升卓越商品打造能力。

二零二五年，我們將從以下維度進一步強化卓越商品體系：提升消費者研究能力，深度解碼消費者的生活方式與時尚偏好；優化「黃金三角」產品體系，完善品牌產品結構，提升市場競爭力；深化品類專項研發，建立細分市場的領導地位；推進品牌事業部的矩陣式組織架構，提升產品開發的協同效應與效率。與此同時，為提升質價比優勢，我們將繼續升級產品材料，擴大優質面料使用比例，精進工藝及生產技術，以提升產品品質、精緻度及設計。此等舉措將確保我們的產品能夠滿足消費者不斷變化的期望，同時鞏固本集團於優質時裝領域的領導地位。

(4) 線下渠道提質增效，線上佈局差異化拓展

二零二四年，本集團積極實施「調店質、提店效」戰略，在減少直營門店總數的同時，增加門店平均面積。二零二五年，我們將繼續採取這一做法，堅持實施「開大店、拓好店」策略。門店擴張將著重於提升門店品質，並最大化每平方米的銷售效益，確保直營及特許經營渠道均符合我們的長期增長目標。我們將繼續專注於高端市場，在一線城市的黃金地段開設旗艦店，以強化我們的高端品牌形象，同時實施單一品牌、單一區域的市場滲透策略。此外，我們將發展面積更大、銷售額更高的高效標桿店，利用其發展勢頭向低階市場擴張。保持我們在中高端百貨店競爭優勢的同時，我們將戰略性地拓展購物中心，並優化特賣場渠道戰略。此外，我們將推動經銷業務的穩定增長，與頂尖地區經銷商建立長期合作關係，提高市場佔有率，強化分銷網絡。

二零二五年，本集團將繼續在公域及私域的電子商貿渠道實施差異化策略。在天貓及京東上，將專注於品質提升，利用雙店模式（旗艦店+正價店）服務不同客群，同時穩步擴大市場份額。抖音上將佈局「全價+折扣」店鋪矩陣，優化直播營銷以提高平台滲透率，而唯品會則繼續專注於庫存清理。同時，我們將精細化私域運營，強化流量獲取、保留及轉化策略，以提升參與度及忠誠度。此外，我們將探索新興的電子商貿渠道，如微信視頻號以及Shopee、Lazada等跨境平台，擴大我們的國際業務，提高品牌在全球的知名度。

(5) 堅持「品質為先」戰略，推進供應鏈垂直專業化與精準優化

經過三年的整合，我們已有效精簡核心面料供應商名單，實現供應商數量穩定。未來，我們將加強與核心品類主要供應商的合作關係，提升資源配置的效率與精準度。在上游開發和採購方面，我們將加強原材料的集中管理，實施全生命周期風險管控。此外，我們將深化與上游原材料供應商的合作，注重材料升級、溯源管理與技術創新，從而在提升品質的同時支持品牌故事敘述。

在生產方面，我們將堅持品類化、集約化、專業化的方式，優先考慮OEM合作關係，同時推動ODM（原始設計製造商）向FOB（船上交貨）的過渡，以確保對原材料的更大控制權及供應鏈的穩定性。在物流與倉儲方面，我們將實行專業化、集中化管理，在主要城市群建立綜合物流網絡，並推出區域配送中心(RDC)，以減少效率低下的情況，優化倉儲結構，最終降低成本，提高運營效率。此外，我們將加強商品營運，進一步建立全渠道庫存共享機制，加強商品調配，確保流通速度，不斷提高整體營運效率。

風險管理

本集團致力於建立其認為適合管理業務營運風險的風險管理系統，而隨著業務日益增長，本集團亦致力監控該等系統的效能，並於必要時進行改進以維持成效。

環境及安全措施

本集團須遵守中國有關環境的各種法律和法規，包括《中華人民共和國環境保護法》、《中華人民共和國水污染防治法》、《中華人民共和國大氣污染防治法》、《中華人民共和國環境噪聲污染防治法》及《中華人民共和國固體廢物污染環境防治法》。該等法律及法規規管廣泛的環境事宜，包括空氣污染、噪音排放以及廢水及廢物排放。

本集團並無擁有或經營任何生產設施。本集團相信(i) 內部指引和政策足以符合中國一切適用的環境法律和法規及(ii) 於回顧期間遵守適用法規及規例的年度成本及未來預計合規成本並不重大。由於本集團將所有生產工序外判予OEM加工商，其業務營運只排放生活廢水及產生垃圾。

股息

董事會擬就截至二零二四年十二月三十一日止年度自本公司股份溢價賬向於二零二五年六月十七日營業時間結束時名列本公司股東名冊之股東宣派末期股息每股股份38港仙（二零二三年：末期股息70港仙）。該建議須待本公司股東於應屆股東週年大會（「股東週年大會」）上批准方可生效，並於二零二五年六月三十日或之前以現金方式派付末期股息。董事會信納，本公司有能力於緊隨末期股息派付日期後，在正常業務過程中償還到期債務。

暫停辦理股東登記手續

為確定本公司股東出席股東週年大會之資格，本公司將於二零二五年六月三日（星期二）至二零二五年六月六日（星期五）期間（包括首尾兩日）暫停辦理股東登記手續，期間將不會辦理任何股份過戶登記。為符合資格出席股東週年大會並於會上表決，所有過戶表格連同相關股票，最遲須於二零二五年六月二日（星期一）下午四時三十分前送交本公司之香港股份過戶登記分處卓佳證券登記有限公司，地址為香港夏慤道16號遠東金融中心17樓，以辦理登記手續。

為確定本公司股東收取擬派末期股息之資格，本公司將於二零二五年六月十三日（星期五）至二零二五年六月十七日（星期二）期間（包括首尾兩日）暫停辦理股東登記手續，期間將不會辦理任何股份過戶登記。為符合資格收取擬派末期股息，所有過戶表格連同相關股票，最遲須於二零二五年六月十二日（星期四）下午四時三十分前送交本公司之香港股份過戶登記分處卓佳證券登記有限公司，地址為香港夏慤道16號遠東金融中心17樓，以辦理登記手續。

企業管治常規

本公司致力維持高水平企業管治常規及實行有效的企業管治措施。本公司於截至二零二四年十二月三十一日止年度一直採納並遵守基於上市規則附錄C1第2部分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士兼任主席及行政總裁兩個角色，可確保本集團內部領導貫徹一致，使本集團之整體策略規劃更為有效及更具效率。經考慮董事之背景與經驗及董事會獨立非執行董事人數，董事會認為現行安排不會使權力及權限平衡受損，而此架構可讓本公司迅速及有效地作出及落實決策。董事會將繼續進行檢討，並會在計及本集團整體情況後考慮於適當時候將董事會主席與本公司行政總裁的角色分開。

為符合企業管治守則的新多元化規定（於二零二五年七月一日生效），執行董事賀紅梅女士及獨立非執行董事鐘鳴先生已獲委任為本公司提名委員會成員，自二零二五年三月二十五日起生效。

遵守標準守則

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」）作為其董事進行證券交易之操守守則。本公司經向全體董事作出特定查詢後確認，全體董事於截至二零二四年十二月三十一日止年度已遵守標準守則所載之規定標準及其有關任何董事證券交易之操守守則。

購買、贖回或出售本公司上市證券

根據二零二四年四月採納的股份獎勵計劃的規則，本公司指示受託人於截至二零二四年十二月三十一日止年度從市場購買合共約15,700,000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143,370,000港元。除上文所披露者外，本公司或其任何附屬公司概無於截至二零二四年十二月三十一日止年度購買、贖回或出售任何本公司之上市證券（包括銷售庫存股份）。於二零二四年十二月三十一日，本公司並無持有庫存股份（定義見上市規則）。

審核委員會

本公司已於二零一四年六月六日成立審核委員會（「審核委員會」），以檢討及監察本集團之財務申報程序、內部監控制度及風險管理。

審核委員會由三名獨立非執行董事組成，由張國東先生擔任主席。

審核委員會已審閱本集團截至二零二四年十二月三十一日止年度之全年業績。審核委員會亦已就有關本集團所採納之會計政策及常規之事項與外聘核數師進行討論。

本公司核數師已將本集團初步公告所載截至二零二四年十二月三十一日止年度的綜合財務狀況表、綜合損益表、綜合全面收益表及相關附註之數據與本集團本年度綜合財務報表初稿所載金額進行比較，並同意兩組數據相符。本公司核數師就此進行的工作並不構成按照香港會計師公會所頒佈香港審計準則、香港審閱委聘準則或香港核證業務準則所規定的核證業務，故本公司核數師並未對初步公告作出任何保證。

承董事會命
贏家時尚控股有限公司
主席
金明

香港，二零二五年三月二十五日

於本公告日期，董事會包括執行董事金明先生、賀紅梅女士及金瑞先生；及獨立非執行董事鐘鳴先生、周曉宇先生及張國東先生。