

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)

截至二零二五年十二月三十一日止年度全年業績公告

概要

- 截至二零二五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6,285.80百萬元及人民幣4,812.29百萬元，分別較截至二零二四年十二月三十一日止年度減少4.59%及4.43%。
- 截至二零二五年十二月三十一日止年度的利潤為人民幣405.02百萬元，較截至二零二四年十二月三十一日止年度的人民幣474.09百萬元減少14.57%或人民幣69.07百萬元。截至二零二五年十二月三十一日止年度淨利潤率為6.44%（二零二四年：7.20%）。
- 截至二零二五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1,555.48百萬元（二零二四年：人民幣996.24百萬元）。
- 截至二零二五年十二月三十一日止年度，每股基本盈利為人民幣59分（二零二四年：人民幣68分）。
- 董事會擬就截至二零二五年十二月三十一日止年度宣派末期股息每股股份35港仙（二零二四年：38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」）截至二零二五年十二月三十一日止年度的綜合財務業績連同二零二四年同期的比較數字如下：

綜合損益表

截至二零二五年十二月三十一日止年度

	附註	二零二五年 人民幣千元	二零二四年 人民幣千元
收益	4	6,285,797	6,588,536
銷售成本		<u>(1,473,503)</u>	<u>(1,552,984)</u>
毛利		<u>4,812,294</u>	<u>5,035,552</u>
其他收入及收益	4	121,905	162,960
銷售及分銷開支		(3,659,429)	(3,884,321)
行政開支		(650,928)	(678,421)
金融資產減值虧損	5	(9,933)	(998)
其他開支		(51,327)	(16,739)
融資成本		<u>(48,987)</u>	<u>(55,505)</u>
除稅前溢利	5	513,595	562,528
所得稅開支	6	<u>(108,576)</u>	<u>(88,440)</u>
年內溢利		<u>405,019</u>	<u>474,088</u>
以下應佔：			
母公司擁有人		397,026	468,504
非控股權益		<u>7,993</u>	<u>5,584</u>
		<u>405,019</u>	<u>474,088</u>
母公司普通股權益持有人應佔每股盈利	7		
基本			
一年內溢利		<u>人民幣58.8分</u>	<u>人民幣68.3分</u>
攤薄			
一年內溢利		<u>人民幣58.8分</u>	<u>人民幣68.3分</u>

綜合全面收益表

截至二零二五年十二月三十一日止年度

	二零二五年 人民幣千元	二零二四年 人民幣千元
年內溢利	<u>405,019</u>	<u>474,088</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>(696)</u>	<u>(26,876)</u>
於其後期間可重新分類至損益的其他全面虧損淨額	<u>(696)</u>	<u>(26,876)</u>
年內其他全面虧損，除稅後	<u>(696)</u>	<u>(26,876)</u>
年內全面收入總額	<u>404,323</u>	<u>447,212</u>
以下應佔：		
母公司擁有人	396,330	441,628
非控股權益	<u>7,993</u>	<u>5,584</u>
	<u>404,323</u>	<u>447,212</u>

綜合財務狀況表

二零二五年十二月三十一日

	附註	二零二五年 人民幣千元	二零二四年 人民幣千元
非流動資產			
物業、廠房及設備		637,170	576,071
投資物業		72,428	79,217
使用權資產		961,825	829,764
商譽		1,253,540	1,253,540
其他無形資產		603,203	610,623
於聯營公司之投資		8,400	2,100
預付款項、其他應收款項及其他資產		25,944	33,922
按公允價值計入損益之金融資產		101,411	45,667
遞延稅項資產		70,285	56,655
		<u>3,734,206</u>	<u>3,487,559</u>
流動資產			
存貨		1,541,086	1,572,275
貿易應收款項及應收票據	8	686,093	715,210
預付款項、其他應收款項及其他資產		189,912	191,735
按公允價值計入損益之金融資產		549,934	519,233
定期存款		–	9,340
現金及現金等價物		437,932	363,926
		<u>3,404,957</u>	<u>3,371,719</u>
流動負債			
貿易應付款項及應付票據	9	343,068	306,398
其他應付款項及應計費用	10	461,869	388,518
計息銀行借貸		420,000	524,068
租賃負債		440,107	457,147
應付稅項		109,863	97,725
		<u>1,774,907</u>	<u>1,773,856</u>
流動負債總額		<u>1,774,907</u>	<u>1,773,856</u>
流動資產淨值		<u>1,630,050</u>	<u>1,597,863</u>
資產總值減流動負債		<u>5,364,256</u>	<u>5,085,422</u>

綜合財務狀況表

二零二五年十二月三十一日

	二零二五年 人民幣千元	二零二四年 人民幣千元
非流動負債		
租賃負債	513,938	335,511
遞延政府補助	56,404	77,025
遞延稅項負債	173,294	170,833
其他長期負債	3,000	3,000
非流動負債總額	746,636	586,369
資產淨值	4,617,620	4,499,053
權益		
母公司擁有人應佔權益		
股本	5,808	5,766
為股份獎勵計劃而持有之股份	(314,924)	(235,685)
儲備	4,928,646	4,738,875
	4,619,530	4,508,956
非控股權益	(1,910)	(9,903)
權益總額	4,617,620	4,499,053

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. 會計政策

2.1 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會計準則（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」）截至二零二五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。

2.2 會計政策及披露之變動

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的情況下，應如何在計量日估算即期匯率。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。由於本集團交易中使用的貨幣以及海外附屬公司換算為本集團呈列貨幣時的功能貨幣均為可兌換，故該等修訂對本集團的財務報表並無任何影響。

2.3 已發佈但尚未生效的國際財務報告準則會計準則

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會計準則。本集團擬於該等新訂及經修訂國際財務報告準則會計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 ²
國際財務報告準則第19號	非公共受託責任附屬公司：披露 ²
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 ¹
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	涉及依賴自然能源生產電力的合約 ¹
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 ³
國際會計準則第21號修訂本	換算為惡性通貨膨脹呈列貨幣 ²
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 ¹

¹ 於二零二六年一月一日或之後開始的年度期間生效

² 於二零二七年一月一日或之後開始的年度／報告期間生效

³ 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會計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會計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會計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會計準則的確認、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會計準則的綜合財務報表供公眾使用。國際財務報告準則第19號於二零二五年四月作出修訂，將國際財務報告準則會計準則納入判定是否適用該準則的資格標準。該準則於二零二五年十月作出進一步修訂，以：(i) 從國際財務報告準則第19號刪除披露目標；(ii) 減少與供應商融資安排及特定類別金融負債相關的披露規定；及(iii) 將與管理層界定的業績指標相關的披露規定替換為相互參照國際財務報告準則第18號採用該等指標的實體。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號及其修訂本。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號及其修訂本。

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」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鈎工具的分類要求。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9號及國際財務報告準則第7號修訂本「涉及依賴自然能源生產電力的合約」澄清範圍內合約「自用」規定的應用，並修訂範圍內合約現金流量對沖關係中被對沖項目的指定規定。該等修訂亦包括額外披露，讓財務報表使用者能夠了解該等合約對實體的財務表現及未來現金流量的影響。與自用獲豁免情況相關的修訂應追溯應用。過往期間毋須重列，且僅可在不運用後見之明的前提下重列。與對沖會計相關的修訂應追溯應用於首次應用日期或之後指定的新對沖關係。允許提早應用。國際財務報告準則第9號及國際財務報告準則第7號之修訂應同時應用。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「換算為惡性通貨膨脹呈列貨幣」規定，須按期末匯率將非惡性通貨膨脹功能貨幣換算為惡性通貨膨脹呈列貨幣。該等修訂亦規定，若實體之功能貨幣及呈列貨幣均為惡性通貨膨脹經濟中的貨幣，則須根據國際會計準則第29號「惡性通貨膨脹經濟中的財務報告」第34段，對功能貨幣屬非惡性通貨膨脹經濟中的貨幣之境外業務比較數字採用一般價格指數進行重列。該等修訂引入若干額外披露要求。允許提早應用。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。然而，該等修訂並未處理承租人如何區分國際財務報告準則第16號所界定的租賃修訂與根據國際財務報告準則第9號終止租賃負債。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。

3. 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，截至二零二五年及二零二四年十二月三十一日止年度，概無任何單一外部客戶貢獻的收益佔本集團總收益之10%或以上。

4. 收益、其他收入及收益

收益分析如下：

	二零二五年 人民幣千元	二零二四年 人民幣千元
客戶合約收益	<u>6,285,797</u>	<u>6,588,536</u>
(i) 分拆收益資料		
截至二零二五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>6,285,797</u>
地區市場		
中國內地		<u>6,285,797</u>
收益確認時間		
於某一時點轉移之貨物		<u>6,285,797</u>
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>

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：

	二零二五年 人民幣千元	二零二四年 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	<u>58,764</u>	<u>77,028</u>

(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。

	二零二五年 人民幣千元	二零二四年 人民幣千元
其他收入及收益		
銀行利息收入	629	4,200
補貼收入*	74,656	65,753
按公允價值計入損益的金融資產的其他利息收入	15,469	33,140
租金收入	12,599	12,543
匯兌收益，淨額	-	25,419
其他	<u>18,552</u>	<u>21,905</u>
總計	<u>121,905</u>	<u>162,960</u>

* 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。

5. 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：

	二零二五年 人民幣千元	二零二四年 人民幣千元
已售存貨成本	1,473,503	1,552,984
物業、廠房及設備折舊	101,624	161,351
投資物業折舊	6,789	1,697
使用權資產折舊	865,582	880,366
其他無形資產攤銷	8,387	8,420
廣告及推廣開支	301,203	262,589
研究及開發成本 [^] ：		
本年度開支	159,020	181,581
未計入租賃負債計量之租賃款項	554,364	689,658
核數師薪酬	1,800	1,800
僱員福利開支（包括董事薪酬及外包人工成本）：		
工資及薪金	1,359,203	1,310,775
退休計劃供款（界定供款計劃）**	106,068	95,771
以權益結算的股份獎勵開支	—	99,481
	<u>1,465,271</u>	<u>1,506,027</u>
匯兌虧損／（收益）淨額 [#]	6,770	(25,419)
貿易應收款項減值	9,933	998
存貨撇減至可變現淨值*	59,865	5,799
公允價值虧損淨額 [#] ：		
按公允價值計入損益之金融資產	<u>29,690</u>	<u>15,483</u>

[^] 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。

[#] 匯兌收益計入綜合損益表的「其他收入及收益」內。匯兌虧損及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。

6. 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%（二零二四年：16.5%）的稅率計提香港利得稅。由於本集團於二零二五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（二零二四年：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二零二五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」）。

	二零二五年 人民幣千元	二零二四年 人民幣千元
即期－中國內地	119,745	92,941
遞延	<u>(11,169)</u>	<u>(4,501)</u>
年內稅項支出總額	<u>108,576</u>	<u>88,440</u>

支柱二所得稅

本集團屬於支柱二模型規則的適用範圍。本集團已應用暫時強制性例外，不對因支柱二所得稅產生的遞延所得稅資產和負債進行確認和披露。自二零二五年一月一日起，根據香港《二零二五年稅務（修訂）（跨國企業集團的最低稅）條例》，本集團須就其產生自香港的盈利繳納支柱二所得稅。本集團將支柱二所得稅在產生時作為即期稅項進行會計處理。截至二零二五年十二月三十一日，本集團運營的若干司法權區已頒佈或實質上頒佈了支柱二立法，但尚未生效。

本集團已根據當年度財務表現的可用信息評估其潛在風險敞口。因此，該評估可能無法完全代表未來的情況。根據評估結果，本集團在所有運營司法權區的實際稅率均高於15%，且本公司董事現時未了解到任何可能導致稅率變化的情況。因此，本集團預計不會面臨支柱二「補繳」稅款的潛在風險敞口。

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：

	二零二五年		二零二四年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%
除稅前溢利	513,595		562,528	
按法定稅率計算的稅項	135,584	26.4	142,232	25.3
適用較低法定稅率的實體*	(33,288)	(6.5)	(40,695)	(7.1)
研究及開發成本加計扣除	(20,974)	(4.1)	(33,565)	(6.0)
已動用過往期間稅項虧損	(9,514)	(1.9)	(8,481)	(1.6)
毋須課稅收入	(1,224)	(0.2)	(3,110)	(0.6)
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	3.9	20,000	3.6
未確認稅項虧損及暫時性差額	7,635	1.5	9,824	1.7
不可扣稅開支	10,513	2.0	522	0.1
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	(156)	-	(668)	(0.1)
按實際稅率計算的稅項開支	108,576	21.1	88,440	15.7

* 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工業和信息化局(附註)、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,且已於二零二五年重續該批准。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%,自二零二五年十二月起至二零二八年十二月為期三年。

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工業和信息化局(附註)、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工業和信息化局(附註)、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。

附註：自二零二四年起,深圳高新技術企業認定及證書批准機關正式由深圳市科技創新委員會改為深圳市工業和信息化局。

7. 每股盈利

截至二零二五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397,026,000元(二零二四年:人民幣468,504,000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674,935,842股(二零二四年:685,852,612股)計算。

截至二零二五年及二零二四年十二月三十一日止年度,本集團並無已發行潛在攤薄普通股。

	二零二五年 人民幣千元	二零二四年 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>397,026</u>	<u>468,504</u>
	股份數目	
	二零二五年	二零二四年
股份		
用於計算每股基本及攤薄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	<u>674,935,842</u>	<u>685,852,612</u>

8. 貿易應收款項及應收票據

	二零二五年 人民幣千元	二零二四年 人民幣千元
貿易應收款項及應收票據	716,170	736,280
減值	<u>(30,077)</u>	<u>(21,070)</u>
總計	<u>686,093</u>	<u>715,210</u>

大部分貿易應收款項與本集團直營店的銷售有關。本集團於中國內地的百貨公司及購物中心內租賃多間零售店。本集團於該等租賃零售店所作銷售的所得款項主要由百貨公司及購物中心代表本集團收取。在與百貨公司及購物中心完成過往月份的銷售對賬後，本集團繼而會發出發票，其通常為自收益確認日期起計30日內。有關該等特許經營銷售的結算於扣除應付予百貨公司及購物中心的租金後作出，並通常預期自收益確認日期起計60日內結算。

基於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：

	二零二五年 人民幣千元	二零二四年 人民幣千元
貿易應收款項：		
一個月內	440,569	452,002
一至兩個月	182,196	173,540
兩至三個月	34,537	53,063
超過三個月	<u>28,791</u>	<u>36,605</u>
總計	<u>686,093</u>	<u>715,210</u>

貿易應收款項減值虧損撥備變動如下：

	二零二五年 人民幣千元	二零二四年 人民幣千元
於年初	21,070	22,007
減值虧損淨額	9,933	998
撇銷為無法收回金額	<u>(926)</u>	<u>(1,935)</u>
於年末	<u>30,077</u>	<u>21,070</u>

於二零二五年十二月三十一日，涉及個別減值應收款項的信貸虧損撥備為人民幣30,077,000元（二零二四年：人民幣21,070,000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30,077,000元（二零二四年：人民幣21,070,000元）。

於二零二五年十二月三十一日，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。

9. 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：

	二零二五年 人民幣千元	二零二四年 人民幣千元
貿易應付款項：		
一個月內	153,817	148,869
一至兩個月	22,371	29,455
超過兩個月	76,880	74
	<u>253,068</u>	178,398
應付票據	<u>90,000</u>	<u>128,000</u>
	<u><u>343,068</u></u>	<u><u>306,398</u></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。於二零二五年十二月三十一日，應付票據人民幣26,000,000元（二零二四年：人民幣118,000,000元）已由該等票據持有人貼現。

10. 其他應付款項及應計費用

	附註	二零二五年 人民幣千元	二零二四年 人民幣千元
合約負債	(a)	68,430	58,764
退款負債		9,123	7,598
除即期所得稅負債外的應付稅項		100,048	110,479
應付薪金及福利		34,459	50,663
其他應付款項	(b)	249,345	160,538
應付股息		464	476
		<u>461,869</u>	<u>388,518</u>

附註：

(a) 合約負債詳情如下：

	二零二五年 人民幣千元	二零二四年 人民幣千元
向客戶收取的短期預付款		
銷售貨品	<u>68,430</u>	<u>58,764</u>

(b) 其他應付款項不計息，且平均期限為一年內。

11. 股息

	二零二五年 人民幣千元	二零二四年 人民幣千元
末期股息	233,825	442,711
建議末期股息－每股普通股35港仙（二零二四年：38港仙）	<u>212,178</u>	<u>238,316</u>
	<u>446,003</u>	<u>681,027</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

二零二五年，中國消費市場整體呈現溫和擴張態勢。據國家統計局數據顯示，全年社會消費品零售總額達人民幣50.1萬億元，同比增長3.7%。其中，商品零售額增長3.8%，餐飲收入增長3.2%。受「消費品以舊換新」政策帶動，家電及通訊器材類商品銷售額雙雙突破萬億元大關，創下歷史新高。然而，服裝品類依然面臨壓力，限額以上單位的服裝、鞋帽、針紡織品類商品零售額的增速落後於社會消費品零售總額增速，且多個月份出現同比負增長。

與此同時，中高端消費領域呈現出結構性分化。貝恩公司的數據顯示，二零二五年中國內地個人奢侈品市場同比收縮3%至5%，但較二零二四年的大幅下降有明顯緩和，市場在第三季度開始顯現初步復甦迹象。美妝與個人護理品類表現最佳，實現4%至7%的增長；而服飾品類下降了5%至8%，皮具及箱包品類則下滑8%至11%。服務型消費成為增長亮點，全國服務零售額同比增長5.5%，其中文化、體育、休閒、交通及旅行等品類均實現兩位數增長。「體驗型消費」熱度攀升，相較於實物商品，消費者更傾心於能帶來情緒價值與感官體驗的消費形式。

二零二五年，中國國內生產總值同比增長5%，順利達成預期目標。居民收入實現溫和增長，全年全國居民人均可支配收入達人民幣43,377元，名義與實際增幅均為5%，與國內生產總值增長保持同步。其中，人均工資性收入達人民幣24,555元，同比增長5.3%；人均轉移淨收入增長5.7%，凸顯再分配政策的均衡效應。然而，居民消費支出增速明顯滯後於收入增速，與上年相較，名義及實際增幅均為4.4%，較二零二四年分別放緩0.9及0.7個百分點。立信數據研究院的調查顯示，過去五個季度以來居民消費意願指數持續在底部徘徊。消費者並非缺乏消費能力，而是缺乏消費意願。這一現象的根源在於居民對未來就業穩定、收入保障的擔憂，以及教育、醫療、養老等公共產品覆蓋的明顯缺口。受此影響，居民更傾向於預防性儲蓄，消費偏好受到抑制。

二零二五年，中國政府加大了促消費政策的力度。貨幣政策方面，央行設立人民幣5,000億元服務消費及養老再貸款額度，激勵引導金融機構加大對住宿、餐飲、文化、體育、娛樂及旅遊等重點領域的信貸投放。財政政策方面，「消費品以舊換新」政策成效顯著。二零二五年，共有12類家電超過1.29億台產品參與以舊換新，手機等數碼產品購新超過9,100萬部。以舊換新活動帶動相關品類銷售額達人民幣2.61萬億元，惠及3.66億人次。此外，商務部推出「百城百區」文化和旅遊消費三年行動計劃，在全國範圍內遴選約50個試點城市，探索消費新業態、新模式與新場景。消費環境國際化步伐加快，選定15個左右城市開展「即買即退」跨區域互認試點，提升入境遊客消費體驗。二零二五年，最終消費支出對中國經濟增長的貢獻率達到52%，較上年提升5個百分點，再次凸顯其作為經濟增長主引擎的作用。

二零二六年挑戰與機遇

展望二零二六年，中國經濟面臨的主要挑戰包括有效需求不足以及消費信心復甦乏力。貝恩公司預測，二零二六年中國內地個人奢侈品市場將呈現溫和增長，並保持全球奢侈品市場增長的基石地位。隨著中等收入群體持續壯大、消費者信心逐步回暖以及利好政策的接續出台，預計將有更多奢侈品消費回流內地市場。對於中高端女裝行業而言，結構性機遇依然存在。尤其是那些已建立起清晰品牌形象、完善會員體系及差異化產品優勢的頭部企業，將更有能力贏得消費者的廣泛認同。

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）。截至二零二五年十二月三十一日止年度之總收益為人民幣6,285.80百萬元，較截至二零二四年十二月三十一日止年度的人民幣6,588.54百萬元減少4.59%或人民幣302.74百萬元。本集團直營零售店產生的銷售於二零二五年及二零二四年分別佔本集團總收益的約76.68%及78.50%。

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。截至二零二五年十二月三十一日止年度，電子商貿收益達人民幣1,265.01百萬元，較截至二零二四年十二月三十一日止年度增加12.01%或人民幣135.69百萬元，其中(i)來自天貓商城的電子商貿總收益由截至二零二四年十二月三十一日止年度的人民幣247.54百萬元增加8.75%至截至二零二五年十二月三十一日止年度的人民幣269.19百萬元(佔電子商貿總收益的21.28%)；(ii)來自唯品會的電子商貿總收益由截至二零二四年十二月三十一日止年度的人民幣491.31百萬元減少0.13%至截至二零二五年十二月三十一日止年度的人民幣490.68百萬元(佔電子商貿總收益的38.79%)；(iii)來自EEKA時尚商城的電子商貿總收益由截至二零二四年十二月三十一日止年度的人民幣97.85百萬元下降34.69%至截至二零二五年十二月三十一日止年度的人民幣63.90百萬元(佔電子商貿總收益的5.05%)；(iv)來自抖音的電子商貿總收益由截至二零二四年十二月三十一日止年度的人民幣204.00百萬元增加31.52%至截至二零二五年十二月三十一日止年度的人民幣268.31百萬元(佔電子商貿總收益的21.21%)；(v)來自微信視頻號的電子商貿總收益由截至二零二四年十二月三十一日止年度的人民幣61.96百萬元增加117.23%至截至二零二五年十二月三十一日止年度的人民幣134.59百萬元(佔電子商貿總收益的10.64%)；及(vi)其他電子商貿收益由截至二零二四年十二月三十一日止年度的人民幣26.66百萬元增加43.80%至截至二零二五年十二月三十一日止年度的人民幣38.34百萬元(佔電子商貿總收益的3.03%)。

電子商貿收益增加，主要由於透過線上零售店銷售的本集團產品增加，此銷售表現一方面得益於本集團在中國電子商貿平台及搜索引擎上增加廣告及推廣開支，同時亦歸因於本集團致力緊貼消費者線上消費及購物習慣的轉變，擴充電子商貿團隊。由於特別專注於抖音直播帶貨模式，透過抖音渠道實現的銷售額迅速增長。

銷售成本

截至二零二五年十二月三十一日止年度的銷售成本為人民幣1,473.50百萬元，較截至二零二四年十二月三十一日止年度的人民幣1,552.98百萬元減少5.12%或人民幣79.48百萬元，主要由於本集團的收益減少。

毛利及毛利率

截至二零二五年十二月三十一日止年度的毛利為人民幣4,812.29百萬元，較截至二零二四年十二月三十一日止年度的人民幣5,035.55百萬元減少4.43%或人民幣223.26百萬元。本集團二零二五年的整體毛利率由二零二四年的76.43%微升至76.56%。

其他收入及收益

截至二零二五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121.91百萬元，較截至二零二四年十二月三十一日止年度的人民幣162.96百萬元減少25.19%。該減少乃主要由於截至二零二四年十二月三十一日止年度確認匯兌收益而截至二零二五年十二月三十一日止年度並無確認有關收益，以及按公允價值計入損益的其他金融資產的其他利息收入減少。

銷售及分銷開支

截至二零二五年十二月三十一日止年度的銷售及分銷開支為人民幣3,659.43百萬元，較截至二零二四年十二月三十一日止年度的人民幣3,884.32百萬元減少5.79%，主要由於本集團收益的減少導致店舖租賃及相關開支的減少。

行政開支

截至二零二五年十二月三十一日止年度的行政開支為人民幣650.93百萬元，較截至二零二四年十二月三十一日止年度的人民幣678.42百萬元減少4.05%，主要由於股份獎勵開支減少。

其他開支

截至二零二五年十二月三十一日止年度的其他開支為人民幣51.33百萬元，較截至二零二四年十二月三十一日止年度的人民幣16.74百萬元增加206.63%，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。

融資成本

截至二零二五年十二月三十一日止年度的融資成本為人民幣48.99百萬元，較截至二零二四年十二月三十一日止年度的人民幣55.51百萬元減少11.74%，此乃主要由於借貸淨額減少。

所得稅開支

截至二零二五年十二月三十一日止年度的所得稅開支為人民幣108.58百萬元，較截至二零二四年十二月三十一日止年度的人民幣88.44百萬元增加22.77%，此乃主要由於本集團可用的政府稅收優惠減少所致。

純利及純利率

基於前述因素，截至二零二五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397.03百萬元，較截至二零二四年十二月三十一日止年度的人民幣468.50百萬元減少15.26%或人民幣71.47百萬元。截至二零二五年及二零二四年十二月三十一日止年度的純利率分別為6.44%及7.20%。

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。於二零二五年十二月三十一日，本集團流動資產總值為人民幣3,404.96百萬元（二零二四年十二月三十一日：人民幣3,371.72百萬元），流動負債總額為人民幣1,774.91百萬元（二零二四年十二月三十一日：人民幣1,773.86百萬元）。於二零二五年十二月三十一日，流動比率為1.92（二零二四年十二月三十一日：1.90）。

於二零二五年十二月三十一日，本集團的計息銀行借貸總額為人民幣420,000,000元（二零二四年十二月三十一日：人民幣524,068,000元）。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

於二零二五年十二月三十一日，本集團的現金及現金等價物為人民幣437.93百萬元（二零二四年十二月三十一日：人民幣363.93百萬元），其中82.83%以人民幣計值、16.58%以港元計值、0.42%以歐元計值、0.14%以日元計值及0.03%以英鎊計值。截至二零二五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1,555.48百萬元，較截至二零二四年十二月三十一日止年度的人民幣996.24百萬元上升56.13%。

於二零二五年十二月三十一日，資產負債比率（即未償還銀行貸款除以總權益）為9.10%（二零二四年十二月三十一日：11.65%）。

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

於二零二五年十二月三十一日，本集團並無重大或然負債（二零二四年十二月三十一日：無）。

資產抵押

於二零二五年十二月三十一日，本集團之資產及業務並無任何抵押（二零二四年十二月三十一日：無）。

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

截至二零二五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

於二零二五年十二月三十一日，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

於二零二五年九月十二日，本公司與德林控股集團有限公司（「德林控股」）訂立戰略合作及投資協議，內容有關（其中包括）建議按認購價每股認購股份6.50港元向德林控股發行本公司4,600,000股總面值為46,000港元的普通股（各自為一股「認購股份」）。本公司股份於二零二五年九月十二日在聯交所所報收市價為每股8.00港元，而每股認購股份的淨價約為6.43港元。認購事項已於二零二五年十月十五日完成。

董事會認為，認購事項乃引入戰略投資者的良機，且認購事項所得款項可提供即時現金清償本集團貸款債務，同時不影響本公司持續性業務活動所需的營運資金。有關認購事項的進一步詳情已於本公司與德林控股日期為二零二五年九月十二日及二零二五年十月十五日的聯合公告以及本公司日期為二零二五年十月十日的公告中披露。

認購事項所得款項總額約29.9百萬港元，截至二零二五年十二月三十一日止年度，所得款項淨額約29.6百萬港元已根據本公司上述公告所披露的意向全數用於償還本公司一項於二零二五年十二月到期的貸款融資。

除上文所披露者外，截至二零二五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

本集團擁有並管理七個品牌以滿足客戶的不同場合著裝需求，包括：自有品牌－(i) Korador、(ii) La Korador、(iii) ELSEWHERE 及 (iv) FUUNNY FEELLN，以及收購品牌－(i) CADIDL、(ii) NAERSI 及 (iii) NEXY.CO。

於截至二零二五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37.9億元，穩居中國女裝行業十大品牌之列。ELSEWHERE、La Koradior、NEXY.CO、CADIDL 等品牌銷售收益普遍在人民幣3.67億元至9.86億元之間。本公司於二零一九年推出FUUNNY FEELLN 品牌，旨在拓展更廣泛的客戶群，滿足更多元需求。為進一步提升品牌競爭力與運營效率，本集團於二零二五年十月宣佈戰略整合「NAERSI」與「NAERSILING」，將後者納入為主品牌之高線系列，統一品牌架構。此舉旨在優化資源配置、消除內部競爭、提升品牌溢價並聚焦長期成長，非簡單的品牌收縮，而是實現品牌戰略聚焦與價值躍升。本集團旨在以更輕盈的組織、更清晰的定位、更強大的資源合力，迎接新輪消費升級與市場機遇。作為品牌集群企業，本集團運營表現卓越，成功構建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	二零二五年		二零二四年		增加／(減少)	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
Koradior	2,108,528	33.54%	2,156,066	32.73%	(47,538)	(2.20%)
La Koradior	559,780	8.91%	508,909	7.72%	50,871	10.00%
ELSEWHERE	388,093	6.17%	477,982	7.25%	(89,889)	(18.81%)
CADIDL (附註1)	367,267	5.84%	397,552	6.03%	(30,285)	(7.62%)
FUUNNY FEELLN	197,775	3.15%	165,849	2.52%	31,926	19.25%
NAERSI (附註2)	1,678,375	26.70%	1,870,367	28.39%	(191,992)	(10.26%)
NEXY.CO (附註2)	985,979	15.69%	1,011,811	15.36%	(25,832)	(2.55%)
總計	<u>6,285,797</u>	<u>100%</u>	<u>6,588,536</u>	<u>100%</u>	<u>(302,739)</u>	<u>(4.59%)</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」及「NEXY.CO」）100%股權。

按品牌劃分的毛利及毛利率分析

品牌	二零二五年		二零二四年		毛利率 增幅／(減幅) (百分點)
	毛利 (人民幣千元)	毛利率 (%)	毛利 (人民幣千元)	毛利率 (%)	
Koradior	1,610,313	76.37%	1,658,375	76.92%	(0.55)
La Koradior	459,283	82.05%	414,564	81.46%	0.59
ELSEWHERE	282,023	72.67%	343,918	71.95%	0.72
CADIDL (附註1)	279,921	76.22%	294,979	74.20%	2.02
FUUNNY FEELLN	126,469	63.95%	107,856	65.03%	(1.08)
NAERSI (附註2)	1,295,291	77.18%	1,437,419	76.85%	0.33
NEXY.CO (附註2)	758,994	76.98%	778,441	76.94%	0.04
總計	<u>4,812,294</u>	<u>76.56%</u>	<u>5,035,552</u>	<u>76.43%</u>	<u>0.13</u>

按銷售渠道劃分的收益分析

銷售渠道	二零二五年		二零二四年		增加／(減少)	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
直營零售店	4,819,573	76.68%	5,171,947	78.50%	(352,374)	(6.81%)
批發予經銷商	201,215	3.20%	287,266	4.36%	(86,051)	(29.96%)
電子商貿	1,265,009	20.12%	1,129,323	17.14%	135,686	12.01%
總計	<u>6,285,797</u>	<u>100%</u>	<u>6,588,536</u>	<u>100%</u>	<u>(302,739)</u>	<u>(4.59%)</u>

按銷售渠道劃分的毛利及毛利率分析

銷售渠道	二零二五年		二零二四年		毛利率增幅／ (減幅) (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	3,863,573	80.16%	4,149,340	80.23%	(0.07)
批發予經銷商	141,703	70.42%	204,203	71.08%	(0.66)
電子商貿	807,018	63.80%	682,009	60.39%	3.41
總計	<u>4,812,294</u>	<u>76.56%</u>	<u>5,035,552</u>	<u>76.43%</u>	<u>0.13</u>

零售店收益分析

本集團一貫重視建立直營零售店。截至二零二五年十二月三十一日止年度，1,356間直營零售店（Koradior：479間；La Koradior：43間；ELSEWHERE：105間；CADIDL：116間；FUUNNY FEELN：26間；NAERSI：409間及NEXY.CO：178間）合共產生收益人民幣4,819.57百萬元，較截至二零二四年十二月三十一日止年度減少6.81%。直營收益減少主要由於門店數目減少，銷售額下降。

於二零二五年十二月三十一日，七個品牌旗下的經銷商經營零售店383間（Koradior：181間；La Koradior：1間；ELSEWHERE：24間；CADIDL：19間；FUUNNY FEELN：27間；NAERSI：90間及NEXY.CO：41間；），經銷商經營的零售店產生的收益為人民幣201.22百萬元，較截至二零二四年十二月三十一日止年度減少29.96%，主要由於市場信心低迷及消費需求不足所致。

按地區劃分的零售店收益分析（不包括電子商貿）

下表載列截至二零二五年及二零二四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			
	二零二五年		二零二四年	
	人民幣百萬元	%	人民幣百萬元	%
華中 ¹	520.46	10.37%	538.20	9.86%
華東 ²	1,578.73	31.44%	1,772.12	32.46%
東北 ³	340.97	6.79%	361.05	6.61%
西北 ⁴	366.86	7.31%	422.41	7.74%
華北 ⁵	662.58	13.20%	694.64	12.72%
西南 ⁶	859.24	17.11%	958.05	17.55%
華南 ⁷	691.95	13.78%	712.74	13.06%
總計	<u>5,020.79</u>	<u>100%</u>	<u>5,459.21</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。

於截至二零二五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將近一半。

按地區劃分的零售店明細

截至二零二五年十二月三十一日止年度，本集團開設了170家新零售店（其中89家為直營店），關閉了270家零售店（其中177家為直營店），淨減少了100家零售店。下表載列於二零二五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			於二零二五年 十二月三十一日
	於二零二五年 一月一日	年內開設	年內關閉	
華中 ¹	186	18	(31)	173
華東 ²	568	39	(86)	521
東北 ³	143	13	(21)	135
西北 ⁴	194	18	(40)	172
華北 ⁵	229	36	(29)	236
西南 ⁶	309	20	(38)	291
華南 ⁷	210	26	(25)	211
總計	<u>1,839</u>	<u>170</u>	<u>(270)</u>	<u>1,739</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。

於二零二五年十二月三十一日，本集團擁有1,739家零售店，遍佈31個不同省市、自治區、直轄市。其中1,356家由本集團直接營運，其餘383家由本集團的經銷商進行經營。在1,356家直營零售店中，819家零售店設於百貨公司，204家零售店設於購物中心，278家零售店設於特賣場，40家零售店設於臨街店舖及15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。

二零二五年內SKC^(附註)總數為5,338個，較二零二四年SKC總數5,894個減少9.43%，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。本集團的研究及設計團隊成員由二零二四年十二月三十一日的569名略微減少至二零二五年十二月三十一日的567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」及「CADIDL」的品牌創意總監。截至二零二五年十二月三十一日止年度，研發開支達人民幣159.02百萬元，佔本集團總收益2.53%，而截至二零二四年十二月三十一日止年度則為人民幣181.58百萬元，佔本集團總收益2.76%。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「第7朵玫瑰」系列、La Koradior的「交響花園」系列、ELSEWHERE的「棲絨牧境」系列、FUUNNY FEELLN的「態度貓旅」系列、NAERSI的「百合加冕」系列、NEXY.CO的「木蘭之韌」系列，及CADIDL的「智雅隨行」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」、「VOGUE」、「Harper's BAZAAR」、「風尚志(T Magazine China)」、「WONDERLAND」、「OK!Magazine」、「時裝L'OFFICIEL」、「Architectural Digest」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及辛芷蕾、NAERSI代言人李冰冰、NEXY.CO代言人袁泉及FUUNNY FEELLN代言人金晨。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，本集團於二零二五年繼續在抖音平台的營銷投入。截至二零二五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301.20百萬元，佔本集團總收益4.79%，較截至二零二四年十二月三十一日止年度的人民幣262.59百萬元增加人民幣38.61百萬元或14.70%，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

於二零二五年十二月三十一日，本集團在中國內地及香港共有9,936名僱員。下表載列於二零二五年十二月三十一日及二零二四年十二月三十一日本集團按部門劃分的僱員分佈明細：

	二零二五年 僱員人數	二零二四年 僱員人數
管理層、行政及財務	246	258
產品設計及研發	567	569
銷售及市場營銷（二零二五年包括 勞務外包人員：7,519人）	8,762	9,115
採購、物流及質控	361	371
總計	<u>9,936</u>	<u>10,313</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。截至二零二五年十二月三十一日止年度，薪金及福利開支總額為人民幣1,465.27百萬元，佔本集團總收益23.31%，較截至二零二四年十二月三十一日止年度人民幣1,406.55百萬元（佔本集團總收益21.35%）增加人民幣58.72百萬元或4.17%。

本公司有一項股份獎勵計劃（於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. 前景與展望

外部環境方面，二零二五年中國經濟增長率為5.0%，國內生產總值將首次突破人民幣140萬億元。最終消費支出對經濟增長的貢獻率達到52%，重新確立其作為經濟增長主要引擎的地位。展望二零二六年，隨著國家「十五五規劃」的啟動，消費市場預期將延續量增質升的發展階段。需求層面，隨著城鄉居民增收計劃的深入實施及社會保障體系的完善，居民消費能力與消費意願有望穩步恢復。供給層面，擴大優質商品與服務供給是政策重點，即時零售、直播電商等新興業態快速發展，消費場景創新與線上線下深度融合將持續深化。

內部營運方面，二零二六年，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，落實「多品牌、全渠道、平台化、上下游協同」的發展戰略，全面深化各項改革，推動從「重規模」邁向「重質量」的戰略轉型。

(1) 品牌推廣：煥新美學語言，提升品牌競爭力

我們進行七大品牌深度重塑，啟用全新的品牌視覺形象。以更精準的美學語言、更深刻的文化表達，構建面向未來的品牌體系（例如原NAERSILING品牌已整合融入NAERSI高級系列，開啟嶄新篇章）。

品牌推廣層面：

i. 定義場景，確立風格：

構建包括明星、博主、知名人士在內的多元女性形象矩陣，打造具感染力的產品故事。強化品牌風格標籤，聚焦核心品類，深化消費者對特定生活場景的聯想。

ii. 話題製造：

依託標誌性商圈及高關注度電商活動，推動「品牌力與營銷力」雙向增長。強化社群共鳴，將用戶轉化為品牌活動的參與者。透過公關展覽、VIP私享沙龍、時裝秀、明星晚宴、明星直播等高品質活動，支持品牌建設。

iii. 內容營運與維護：

透過視覺內容升級，激活並擴大用戶群體。將品牌DNA轉化為產品與空間語言，引發目標女性群體共鳴。持續完善「內容工廠」，實現內容體系工業化，賦能產品競爭力。

iv. AI賦能：

運用AI輔助視覺內容製作（攝影／攝像），提升效率與產出，同時降低成本，賦能全渠道銷售場景。持續優化生成式引擎優化（GEO）及全球AI大模型搜索，提升品牌曝光度與可信度。借助AI管理與更新品牌形象及消費者認知，多維協同提升品牌競爭力。

(2) 商品運營：提升產品全生命週期效能

透過優化營運機制，建立產品全生命週期流程，並推進商品管理標準化。其中包括落實數據結構框架及「贏家字典」的交付與應用，完成商品體系第一期建設，打通產、供、銷數據孤島，實現跨部門數據協同與核心流程可視化，同時確保團隊成員達到商品運營能力畫像門檻。

在此基礎上，藉助數智化力量，推動多源數據融合，引入AI工具，實現核心業務場景的數字化、智能化與可視化。通過統籌、協調、支持與管控，促進從產品開發到生產、銷售的全鏈條高效協作，以確保精準的商品管理、快速的市場反應及閉環式生命週期管理。最終實現降低存貨周轉天數、提升產銷率的核心目標。同時，全面提升業務能力，致力成為兼具敏銳美學觸覺與專業素養的「懂商品的數字專家」或「懂數字的商品管家」。

(3) 渠道建設：優化直營，提升電商效率，升級加盟體系

直營渠道－優化店舖，活化會員：

(i) 擴大旗艦店規模，透過擴增大型門店與優化小型門店消除「長尾效應」，同時持續提升門店形象，強化品質與功能性。(ii) 嚴格管控促銷與定價，實現線上線下渠道的差異化運營，簡化門店分級，逐步提高正價品與特賣品的折扣率。(iii) 完善會員體系，調整積分方案，實施精細化運營，提升線下活動品質與消費體驗，從而提高會員活躍度。

線上電商－全渠道營運、降低費用率、提升人效：

(i) 透過優化投資結構、去機構化營運、培育內部網紅、建立內部費用評估分析體系，提升費用效率。(ii) 落實「一盤貨、一個團隊、一個價格」的全渠道營運。提高新品佔比，實行全域會員管理，以全渠道推廣賦能品牌，實現庫存共享。(iii) 全面升級天貓平台業務營運，快速擴大京東平台業務規模，穩定唯品會店舖市場份額，拓展自營直播業務，提升各平台營運品質。

加盟渠道－吸引優質加盟商，試行新模式：

(i) 設計全渠道加盟解決方案，試行新型加盟模式，完善營運支持流程。(ii) 梳理並精簡現有加盟商體系，縮減總量，建立分級管理機制。(iii) 引進省級加盟商，建立初步戰略合作關係。(iv) 將加盟業務整合至全渠道營運體系，提供統一的數字化店舖系統（包括POS、CRM及庫存管理）。(v) 逐步將集團品牌標準手冊（涵蓋店舖形象、服務流程、視覺陳列及營銷活動）應用於加盟渠道，建立標準化管理與作業流程。

(4) 供應鏈管理：聚焦頭部夥伴，堅持品質優先

全面啟動供應鏈管理(SCM)系統，實現端到端可視化管理。建立科學的供應商評估體系，實施供應商分級分類管理，目標是將80%的成品採購集中於20%的供應商，70%的原材料採購集中於30%的供應商。此外，我們將與選定的戰略性核心供應商簽訂三至五年的長期框架協議。同時，推動成本管理全面數字化與可視化，並啟動季度成本覆盤會議。我們亦將引進具備數字化及精益管理經驗的專家人才，組建高效管理的精英團隊。

(5) 組織發展：提效革新，優化成本

全面推進集團精英計劃，確立核心組織架構與協作關係。透過內部人才培養與外部引進的雙軌機制，完成核心團隊（包括一、二級部門負責人）的組建，促進高效協作。同時，進一步優化績效、薪酬、招聘及福利等關鍵模塊，為組織高效運轉提供系統性支持。

致力實現全流程預算管控的線上閉環系統及關鍵運營數據看板建設，深化財務管理及財務指標分析的數字化與智能化。此外，在滾動預測基礎上，逐步構建財務預測模型，例如損益滾動預測模型、渠道盈利能力模型、產品盈利能力模型、現金流模型及庫存優化模型，以賦能營運管控，實現「降本增效」。

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

董事會擬就截至二零二五年十二月三十一日止年度自本公司股份溢價賬向於二零二六年六月十二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35港仙(二零二四年：末期股息38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，並於二零二六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，本公司將於二零二六年六月二日(星期二)至二零二六年六月五日(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，最遲須於二零二六年六月一日(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，本公司將於二零二六年六月十一日(星期四)至二零二六年六月十二日(星期五)期間(包括首尾兩日)暫停辦理股東登記手續，期間將不會辦理任何股份過戶登記。為符合資格收取擬派末期股息，所有過戶表格連同相關股票，最遲須於二零二六年六月十日(星期三)下午四時三十分前送交本公司之香港股份過戶登記分處卓佳證券登記有限公司，地址為香港夏慤道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。本公司於截至二零二五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。

遵守標準守則

本公司已採納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，全體董事於截至二零二五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

根據二零二四年股份獎勵計劃的規則，本公司指示受託人於截至二零二五年十二月三十一日止年度從市場購買合共約10,670,000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86,660,000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二零二五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）。於二零二五年十二月三十一日，本公司並無持有庫存股份。

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二零二五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。

本公司核數師已將初步公告所載本集團截至二零二五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
主席兼行政總裁
金明

香港，二零二六年三月二十七日

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。