

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，概不就因本公告全部或任何部份內容而產生或因依賴該等內容而引致的任何損失承擔任何責任。



Casablanca Group Limited 卡撒天嬌集團有限公司

(於開曼群島註冊成立之有限公司)

(股份代號：2223)

2021年年度業績公告

摘要				
	附註	2021年	2020年	變動
收入 (港幣千元)		320,403	309,279	3.6%
EBITDA (港幣千元)	1	41,110	38,152	7.8%
本公司擁有人應佔溢利 (港幣千元)		11,936	16,129	-26.0%
毛利率		61.3%	62.0%	
EBITDA 利潤率		12.8%	12.3%	
純利率		3.7%	5.2%	
每股盈利 (港仙)		4.63	6.25	-25.9%
每股擬派末期股息 (港仙)		—	10.00	-100.0%
每股全年股息 (港仙)		5.00	10.00	-50.0%
		於 2021 年 12 月 31 日	於 2020 年 12 月 31 日	變動
總資產 (港幣千元)		522,259	510,573	2.3%
權益總額 (港幣千元)		404,718	424,793	-4.7%
銀行借貸總額 (港幣千元)		3,980	2,375	67.6%
銀行結餘及現金總額 (港幣千元)		142,335	194,629	-26.9%
現金淨額 (港幣千元)	2	138,355	192,254	-28.0%
資產負債比率	3	1.0%	0.6%	
附註：				
1. EBITDA 指毛利減銷售及分銷成本以及行政開支 (並已加回折舊、攤銷及以股份為基礎的付款)。				
2. 現金淨額指有抵押銀行存款以及銀行結餘及現金減銀行借貸總額。				
3. 資產負債比率按銀行借貸總額除以權益總額計算。				

卡撒天嬌集團有限公司(「本公司」)董事(「董事」)會(「董事會」)欣然公布本公司及其附屬公司(「本集團」)於截至2021年12月31日止年度(「本年度」或「回顧期內」)的經審核綜合業績如下：

綜合損益及其他全面收入表

截至2021年12月31日止年度

	附註	2021年 港幣千元	2020年 港幣千元
收入	3	320,403	309,279
貨物銷售成本		<u>(124,029)</u>	<u>(117,577)</u>
毛利		196,374	191,702
其他收入	4	1,457	12,372
其他收益／(虧損)		843	(1,502)
銷售及分銷成本		<u>(138,333)</u>	<u>(136,462)</u>
行政開支		<u>(43,738)</u>	<u>(45,598)</u>
融資成本		<u>(902)</u>	<u>(1,173)</u>
除稅前溢利	5	15,701	19,339
稅項	6	<u>(3,765)</u>	<u>(3,228)</u>
年內溢利		<u>11,936</u>	<u>16,111</u>
年內其他全面收入(開支)			
可能在隨後重新分配至損益之項目：			
換算海外業務財務報表所產生的匯兌差額		6,667	10,040
於撤銷註冊一間附屬公司時從換算儲備撥出		<u>—</u>	<u>(29)</u>
其他全面收入		<u>6,667</u>	<u>10,011</u>
年內全面收入總額		<u>18,603</u>	<u>26,122</u>
下列人士應佔年內溢利：			
本公司擁有人		11,936	16,129
非控股權益		<u>—</u>	<u>(18)</u>
		<u>11,936</u>	<u>16,111</u>
下列人士應佔年內全面收入(開支)總額：			
本公司擁有人		18,603	26,140
非控股權益		<u>—</u>	<u>(18)</u>
		<u>18,603</u>	<u>26,122</u>
每股盈利			
— 基本(港仙)	8	<u>4.63</u>	<u>6.25</u>
— 攤薄(港仙)		<u>4.60</u>	<u>6.23</u>

綜合財務狀況表

於2021年12月31日

	附註	2021年 港幣千元	2020年 港幣千元
非流動資產			
物業、廠房及設備		180,317	128,621
使用權資產		37,874	32,573
無形資產		—	—
收購物業、廠房及設備的已付按金		296	6,352
租賃及其他按金		2,290	1,617
遞延稅項資產		96	15
		<u>220,873</u>	<u>169,178</u>
流動資產			
存貨		85,804	76,329
貿易及其他應收款項	9	65,442	62,386
透過損益按公平值列賬的金融資產		7,349	5,244
可收回稅項		456	2,897
已抵押銀行存款		7,213	6,246
銀行結餘及現金		135,122	188,383
		<u>301,386</u>	<u>341,395</u>
流動負債			
貿易及其他應付款項	10	91,585	64,326
租賃負債		11,536	11,707
應付稅項		736	933
銀行借貸		3,980	2,375
		<u>107,837</u>	<u>79,341</u>
流動資產淨值		<u>193,549</u>	<u>262,054</u>
總資產減流動負債		<u>414,422</u>	<u>431,232</u>
非流動負債			
租賃負債		9,165	5,814
遞延稅項負債		539	625
		<u>9,704</u>	<u>6,439</u>
淨資產		<u>404,718</u>	<u>424,793</u>
資本及儲備			
股本		25,785	25,785
儲備		378,933	399,008
權益總額		<u>404,718</u>	<u>424,793</u>

綜合財務報表附註

截至2021年12月31日止年度

1. 一般資料

本公司為一間於開曼群島註冊成立的公眾有限公司，其股份於香港聯合交易所有限公司（「聯交所」）上市。其母公司為一間於英屬處女群島（「英屬處女群島」）註冊成立的公司 World Empire Investment Inc.，而其最終控股人士為鄭斯堅先生（亦為本公司主席）、鄭斯燦先生及王碧紅女士。

本公司的主要業務為投資控股。其附屬公司的主要業務為床上用品製造及貿易和家居用品及傢俬貿易。

綜合財務報表乃以本公司功能貨幣港幣（「港幣」）呈列。

2. 應用香港財務報告準則（「香港財務報告準則」）的修訂

(a) 概覽

香港會計師公會（「香港會計師公會」）已頒布以下香港財務報告準則的修訂，該等修訂於本集團的當前會計期間首次生效：

香港財務報告準則第9號、
香港會計準則第39號、
香港財務報告準則第7號、
香港財務報告準則第4號及
香港財務報告準則第16號的修訂

利率基準改革 – 第2階段

此外，本集團已提早應用香港財務報告準則第16號的修訂「於2021年6月30日後之新型冠狀病毒病相關租金寬免」。

此外，本集團應用國際會計準則理事會於2021年6月頒佈的國際財務報告準則詮釋委員會（「委員會」）的議程決定，該決定澄清實體於釐定存貨的可變現淨值時應列作「進行銷售所需估計成本」的成本。

除下述者外，於本年度應用香港財務報告準則的修訂概無對本集團本年度及過往年度的財務狀況及表現及該等綜合財務報表所載披露事項產生重大影響。

(b) 香港財務報告準則第16號的修訂，於2021年6月30日後之新型冠狀病毒病相關租金寬免

本集團已於本年度提前應用該修訂。該修訂將香港財務報告準則第16號租賃（「香港財務報告準則第16號」）第46A段中可行權宜方法的可用性延長一年，以致可行權宜方法適用於租賃付款的任何減幅僅影響原到期日為2022年6月30日或之前的付款的租賃寬免，惟須符合應用該可行權宜方法的其他條件。

該申請對2021年1月1日的期初保留溢利無影響。年內，若干出租人已同意於2021年6月30日後減少若干物業租賃的租賃付款。本集團已取消確認使用最初分別應用於該等租賃的貼現率所消除的部分租賃負債，導致租賃負債減少港幣107,000元，其已於本年度損益中確認為可變租賃付款。

3. 收入及細分市場資料

本集團的業務活動屬於單一經營細分市場，專注於製造及銷售床上用品。此經營細分市場乃根據與香港財務報告準則一致的會計政策編製，由本公司執行董事（本集團的主要經營決策者）定期檢討的內部管理報表進行識別。本公司執行董事按(i)自營零售；(ii)電商銷售；(iii)分銷業務及(iv)其他劃分對收入分析進行定期檢討。然而，除收入分析外，概無經營業績及其他獨立財務資料可用於評估相關產品的表現。本公司執行董事審閱本集團的整體收入及年內溢利，以就資源分配作出決策。由於本公司執行董事未獲定期提供細分市場資產或細分市場負債的資料，故並無呈列細分市場資產或細分市場負債之分析。因此，並未呈列此單一經營細分市場之分析。

- 自營零售：透過自營零售渠道進行的銷售指於百貨公司的自營專櫃及自營專賣店向終端用戶消費者進行的零售。
- 電商銷售：電商銷售指透過由本集團或第三方營運於互聯網或流動裝置上的網上平台（而非由分銷商或批發客戶營運）向終端用戶消費者進行的零售。
- 分銷業務：分銷業務指對轉售產品予終端用戶消費者的分銷商（尤其是經營百貨公司專櫃及專賣店的分銷商）的銷售。
- 其他：其他銷售包括對位於中華人民共和國（就本公告而言，「中國」或「中國內地」，不包括香港、澳門及台灣）以及香港及澳門（統稱為「大中華地區」）的批發客戶的銷售以及對海外客戶的銷售。

細分市場的收入資料如下：

	2021年 港幣千元	2020年 港幣千元
自營零售	226,936	222,569
電商銷售	30,900	30,485
分銷業務	29,573	24,815
其他	32,994	31,410
	<u>320,403</u>	<u>309,279</u>

整家公司的資料

以下為本集團的主要產品收入分析：

	2021年 港幣千元	2020年 港幣千元
床品套件	167,311	163,213
被芯及枕芯	134,844	127,892
其他家居用品	18,248	18,174
	<u>320,403</u>	<u>309,279</u>

地域資料

本集團來自外部客戶的收入資料乃根據經營所在地的位置呈列：

	2021年 港幣千元	2020年 港幣千元
香港及澳門	236,672	226,949
中國	82,482	81,985
其他	1,249	345
	<u>320,403</u>	<u>309,279</u>

本集團的非流動資產(不包括租賃及其他按金以及遞延稅項資產)資料乃根據資產所在地的位置呈列：

	2021年 港幣千元	2020年 港幣千元
中國	182,056	131,525
香港	36,431	36,021
	<u>218,487</u>	<u>167,546</u>

主要客戶資料

截至2021年12月31日止年度，來自各外部客戶的交易收入佔本集團總收入少於10% (2020年：少於10%)。

4. 其他收入

	2021年 港幣千元	2020年 港幣千元
銀行利息收入	360	829
股息收入	439	—
政府補貼(附註a)	47	9,971
投資收入(附註b)	—	53
其他	611	1,519
	<u>1,457</u>	<u>12,372</u>

附註：

- (a) 截至2020年12月31日止年度，政府補助港幣9,971,000元主要包括新型冠狀病毒病相關補貼港幣9,934,000元，其中港幣8,614,000元與香港政府提供的「保就業」計劃有關、港幣1,280,000元與香港政府提供的防疫抗疫基金項下零售業資助計劃有關，以及港幣40,000元與中國政府提供的其他新型冠狀病毒病相關補貼有關。
- (b) 該等投資乃於截至2020年12月31日止年度內訂立及到期，回報率介乎每年1.95%至2.22%。

5. 除稅前溢利

	2021年 港幣千元	2020年 港幣千元
除稅前溢利已扣除：		
員工成本(包括董事薪酬)：		
薪金、工資及其他福利	85,810	86,416
退休福利計劃供款	5,981	2,777
以股份為基礎的付款	—	445
員工成本總額	<u>91,791</u>	<u>90,312</u>
核數師酬金	971	928
存貨撥備(計入貨物銷售成本)	4,167	3,229
撇銷壞賬	39	221
已確認為開支的存貨成本	119,862	114,348
物業、廠房及設備折舊	11,317	12,696
使用權資產折舊	15,490	15,369
短期租賃的相關開支	15,593	15,656
不計入租賃負債計量的可變租賃付款	19,555	19,690
設計費用(計入行政開支)(附註)	565	388
	<u><u> </u></u>	<u><u> </u></u>

附註： 設計費用包括截至2021年12月31日止年度的員工薪金港幣300,000元(2020年：港幣229,000元)，均已計入上文所披露的員工成本。

6. 稅項

	2021年 港幣千元	2020年 港幣千元
即期稅項		
香港	3,367	2,709
中國企業所得稅(「企業所得稅」)	<u>625</u>	<u>915</u>
	<u>3,992</u>	<u>3,624</u>
過往年度超額撥備		
香港	(60)	(240)
中國企業所得稅	<u>-</u>	<u>3</u>
	<u>(60)</u>	<u>(237)</u>
遞延稅項	3,932	3,387
	<u>(167)</u>	<u>(159)</u>
	<u><u>3,765</u></u>	<u><u>3,228</u></u>

香港利得稅撥備乃按截至2020年及2021年12月31日止年度的估計年度實際稅率16.5%計算，惟本集團一間附屬公司為利得稅兩級制下的合資格企業除外。

就該附屬公司而言，首港幣2百萬元之應課稅溢利按8.25%的稅率徵稅，而其餘應課稅溢利按16.5%的稅率徵稅。該附屬公司的香港利得稅撥備按截至2020年及2021年12月31日止年度的相同基準計算。

根據中國企業所得稅法(「企業所得稅法」)及企業所得稅法之實施條例，中國附屬公司之稅率為25%。

7. 股息

於年內確認為分派的本公司普通股股東的股息：

	2021年 港幣千元	2020年 港幣千元
2021年中期 – 每股港幣0.05元(2020年：無)	12,893	–
2020年末期 – 每股港幣0.10元 (2020年：2019年末期 – 每股港幣0.03元)	<u>25,785</u>	<u>7,753</u>
	<u><u>38,678</u></u>	<u><u>7,753</u></u>

本公司董事不建議就截至2021年12月31日止年度派付末期股息(2020年：每股普通股港幣0.10元)。

8. 每股盈利

本公司擁有人應佔每股基本及攤薄盈利乃按以下數據計算：

	2021年 港幣千元	2020年 港幣千元
盈利		
計算每股基本及攤薄盈利的本公司擁有人應佔年內溢利	11,936	16,129
	2021年	2020年
股份數目		
計算每股基本盈利的普通股加權平均數	257,854,000	258,165,267
潛在攤薄普通股的影響：		
購股權	1,599,754	612,478
計算每股攤薄盈利的普通股加權平均數	259,453,754	258,777,745

9. 貿易及其他應收款項

	2021年 港幣千元	2020年 港幣千元
貿易應收款項	53,105	53,270
減：虧損撥備	(6,300)	(6,099)
貿易應收款項，淨額	46,805	47,171
按金	2,493	4,397
預付款	4,698	4,188
可收回增值稅	8,556	3,478
預付僱員款項	1,016	744
其他應收款項(附註)	1,874	2,408
	18,637	15,215
貿易及其他應收款項總額	65,442	62,386

附註：該金額包括應收利息港幣20,000元(2020年：港幣36,000元)。

零售主要在百貨公司專櫃進行。百貨公司向最終客戶收取現金，然後扣除專櫃佣金後將餘額支付予本集團。百貨公司獲授信貸期介乎30至90天不等。就分銷商及批發銷售而言，本集團授予其貿易客戶的信貸期最多為90天，或可延長指定客戶的信貸期至180天。以下為於報告期末根據發票日期列示的貿易應收款項(扣除虧損撥備)的賬齡分析。

	2021年 港幣千元	2020年 港幣千元
30天內	27,534	32,397
31至60天	8,919	6,687
61至90天	8,047	6,487
91至180天	2,000	1,130
181至365天	277	339
超過365天	28	131
	<u>46,805</u>	<u>47,171</u>

就對分銷商的銷售而言，本集團要求新分銷商支付預付款項，同時，本集團授予其他分銷商較長的信貸期。就批發銷售而言，於接納任何有重大銷售的新客戶之前，本集團將透過外部來源檢查該等客戶的過往違約記錄。

10. 貿易及其他應付款項

	2021年 港幣千元	2020年 港幣千元
貿易應付款項	35,178	19,011
應付票據	20,697	22,235
	<u>55,875</u>	<u>41,246</u>
已收按金	1,772	2,574
應計開支	10,147	9,713
應付薪金	7,940	8,520
就收購物業、廠房及設備應付的款項	13,875	798
其他應付款項	572	1,475
合約負債	1,404	–
	<u>35,710</u>	<u>23,080</u>
貿易及其他應付款項總額	<u>91,585</u>	<u>64,326</u>

貿易應付款項及應付票據的信貸期為30至180天。

以下為於報告期末根據發票日期列示的貿易應付款項及應付票據的賬齡分析。

	2021年 港幣千元	2020年 港幣千元
30天內	10,053	15,352
31至60天	18,710	16,444
61至90天	17,944	7,247
91至180天	8,814	2,086
超過180天	354	117
	<u>55,875</u>	<u>41,246</u>

本集團在銷售貨品前預先向客戶收取按金，按金將確認為合約負債，直至貨品的控制權轉讓予客戶為止。

11. 或然負債

本公司及其兩間附屬公司均為一宗涉及被指稱侵犯版權的訴訟的被告。根據法律意見，董事認為，由於該訴訟仍在進行一般程序，於此早期階段實在難以預測本集團所面臨的風險。案件定於2023年3月2日在高等法院進行審前覆核，而審訊定於2023年5月3日開始進行，為期15天。根據法律意見，董事認為，即使未能成功為案件抗辯，估計本集團所面對的風險不重大（假設毋須就對原告或其品牌造成的商譽損失作出損害賠償）。

12. 報告期後事項

新型冠狀病毒病疫情自2020年初起對全球商務及經濟環境造成影響。截至2021年12月31日止財政年度，新型冠狀病毒病疫情帶來的影響已反映於本綜合財務報表內。由於情況仍在演變，將受政府在本集團經營所在國家控制病毒傳播的程度所影響，故在本綜合財務報表獲授權發佈時，無法合理確定新型冠狀病毒病疫情對本集團截至2022年12月31日止財政年度業績的全面影響。

本集團及本公司正採取措施積極管理業務，採取必要行動以確保本集團及本公司的長期業務前景保持穩定。

13. 比較數字

若干比較數字已被重新分類以符合本年度的呈列方式。

管理層討論及分析

概覽／疫情下的零售市場

2021年，全球經濟仍然受新型冠狀病毒病（「新冠疫情」）嚴重影響，年內出現Delta及Omicron變種令全球確診數字反覆上升，部份歐美城市疫情嚴重。幸而，大中華地區的新冠疫情在回顧期內大部份時間相對受控，區內經濟開始復甦，然而，消費者消費信心未有顯著改善。在香港方面，新冠疫情在2021年大部份時間受控，香港特區政府在年中逐步放寬食肆及公眾場所各項限聚措施，並在第三季推出電子消費券計劃推動本土消費，加上期內商場及百貨公司推出多項優惠，市面人流明顯回升，2021年下半年零售市道尤其暢旺。然而，新冠疫情持續約兩年，部份市民收入受到影響，以致消費時採取審慎態度，零售企業普遍認為，人流雖旺但整體銷售卻不如以往。

業務回顧

自刊發截至2020年12月31日止年度年報起，本集團的營運及分部資料概無任何重大變動。回顧期內，本集團收入總額為港幣320.4百萬元，對比2020年同期的港幣309.3百萬元上升3.6%。回顧期內，本公司擁有人應佔溢利港幣11.9百萬元，對比2020年同期的港幣16.1百萬元減少約26.0%。儘管本集團的銷售額輕微上升，本年度本公司擁有人應佔溢利減少，主要由於並無如截至2020年12月31日止年度獲香港及中國內地政府就新冠疫情的非經常性資助約港幣10.0百萬元。倘不計及2020年非經常性資助因素，2021年本公司擁有人應佔溢利對比2020年實際上升約93.1%。

優化銷售渠道

經歷了持續兩年的新冠疫情，中國內地及香港的消費者已適應在線上渠道購買床上用品，而本集團早前投放資源發展電商銷售得以配合。回顧期內，我們更新了香港官方網店頁面設計，並加強與網購平台合作及增加調整產品組合的頻率，同時使用無線射頻識別技術後優化了發貨流程。此外，本集團努力擴展在香港各大線上零售平台的銷售，包括優化產品組合、與線上平台內其他品牌合作推廣等，均得到消費者的支持。品牌合作能有效吸納新客戶，達到擴闊客戶群的效果。在回顧期內，中港兩地線上銷售業務的收入貢獻維持穩定，主要策略包括繼續投放資源在搜尋引擎行銷、推薦內容及社交平台推廣，以及參與大型網購平台的推廣促銷。

截至2021年12月31日，本集團共有200個實體銷售網點（「網點」）（2020年12月31日：197），當中包括104個自營及96個由分銷商經營，覆蓋大中華地區共48個城市。受惠於回顧期內中港兩地大部份時間疫情穩定，本集團自營網點零售額同比錄得輕微增長。2021年下半年，香港政府向市民發放電子消費券後，明顯提升市民消費意欲，加上香港各百貨公司都頻繁推出不同促銷活動，本公司亦於各百貨公司及商場舉辦了數次主題展銷，以帶動銷售額增長。中國內地自營零售業務方面，本集團積極與商場協商扣點折讓，並且嚴控日常營運費用，同時通過員工培訓、加強推廣策略效益等，努力開源節流。

2021年，本集團來自中國內地及香港的分銷業務銷售額皆錄得雙位數同比增長。在國內銷售團隊的努力招商下，本公司的中國內地分銷商網點數目錄得同比淨增長。本集團積極為分銷商提供支援，包括指導他們對核心銷售點進行店面升級、調整店內產品結構及加強客戶服務，令本集團的分銷業務銷售額錄得同比增長19.2%。在回顧期內，本集團批發業務亦維持穩定，除了為不同商業客戶的免費贈品及積分換領計劃提供貨品，包括電器連鎖店、公用機構、電訊網絡供應商、銀行、嬰幼兒及健康食品品牌和電器品牌等，亦有為不同客戶提供代工生產產品。

提升產品組合

本集團堅持以「時尚、創意、功能」作為產品設計核心理念，提供高品質的產品和貼心優質的服務，並且持續研發環保概念及健康功能的產品，致力成為消費者的「健康睡眠專家」。2021年上半年，本集團推出「CoV ZAP抗病毒系列」產品，相關系列產品已通過多項國際及國家檢測認證，證明可抗禦人類冠狀病毒、H1N1及H3N2流感病毒，同時具有99%抑菌率，有效抑制如金黃色葡萄球菌、肺炎克雷白氏菌、大腸桿菌、白色念珠菌等有害細菌。

因應疫情發展，回顧期內消費者對於附有健康功能的床上用品的關注度提升，本集團亦加強推廣附有空氣淨化、防菌、防霉、防蟎及防臭等「5A功能」的CASA-V品牌產品。明白在疫情之下消費者更傾向容易清洗的產品，本集團在本年度下半年推出全新產品「再生抗菌速暖被」，產品採用了日本專利的環保纖維「e-Down」及不利塵蟎生存的特殊高密度精紡面料，e-Down通過GB/T20944.3-2008《紡織品抗菌性能評價》國家測試，證實有效抑制大腸桿菌、金黃葡萄球菌及白色念珠菌。「再生抗菌速暖被」的特殊高密度精紡面料有效防止滲絨，相比羽絨大大減低了粉塵等致敏源，產品更可以在家中機洗烘乾，呼吸道易敏者及關注家居衛生的用者都可以安心使用。

配合消費者喜好而且設計精美的卡通產品是本集團重點發展業務之一。回顧期內，本集團的特權及授權品牌產品銷售錄得相當理想增長，本集團的「Beloved Series」系列推出了自家設計以貓狗為主角的卡通床品，產品獲市場熱烈支持，尤其是家有愛寵的消費者。此外，本集團亦擁有多個熱門卡通的床上用品授權，並於回顧期內分別推出「Kakao Friends」、「BT21」、「櫻桃小丸子」、「寶可夢(Pokemon)」、「Mr. Men Little Miss」、「B.Duck」及「花生漫畫(PEANUTS)」等卡通的授權新床上用品。2021年上半年，我們於授權卡通組合內加入「罐頭豬LuLu」和「蠟筆小新」，產品深受消費者的支持。

考慮到市場競爭和毛利偏低，本集團在2021年上半年決定停止拓展「快時尚」項目。本集團在2021年下半年鑑於經營困難，亦已縮減「家居生活館」傢俬業務，以便集中投放更多資源發展「深睡眠系統床墊」業務。我們已經在卡撒天嬌工業園投入床墊生產設備及專業技術人員，「深睡眠系統床墊」業務初步以廣東、廣西和福建等省份為核心拓展市場。

鞏固品牌領導地位

為了回饋顧客對本集團品牌的支持，並且吸引更多消費者注意，我們在2021年上半年推出全新會員計劃「Casa Club」，為忠實顧客提供更好禮遇。我們積極在Facebook加強與消費者互動，除了分享床品護理知識，我們近年亦配合市場潮流以創意短片推廣本集團品牌理念及產品。回顧期內，我們於多家大型商場及百貨公司以不同授權卡通主題設立Pop-up Store作推廣，Pop-up Store除了有大型卡通人物拍照位置，亦提供即場消費限量紀念品，吸引消費者到場消費。我們於7月份在「香港動漫電玩節2021」蠟筆小新授權方的精品展位寄賣授權產品，有效加強年輕消費者對本集團品牌的認識。

2021年是本集團品牌成立28週年，我們於6月份以「The Art of Textiles」為主題推出全新電視廣告，展現本集團28年來對布藝美學及優質睡眠的追求。除了全新電視廣告及為一輯電視遊戲節目贊助產品，本集團品牌在7月份於人氣電視劇集《大叔的愛》作產品贊助及廣告播放，成功吸引大量消費者查詢及購買劇集內主角使用的床上用品，大收宣傳之效。

鑑於本集團在授權品牌管理的豐富經驗，2021年，本集團代表榮獲香港貿易發展局邀請成為「設計、市場及授權服務業諮詢委員會」成員，本集團亦榮獲國際授權業協會及全球授權展(上海站)聯合頒發「中國授權業大獎」。本集團代表在2021年下半年亦獲邀參與由香港貿發局及Licensing International合辦的亞洲授權網絡研討會，分享香港授權業務發展，本集團在授權品牌管理的領導地位得到肯定。

前景展望

展望2022年，市場期望提升疫苗接種率可以盡快控制全球新冠疫情Omicron蔓延，加上新增口服藥物作治療，以及全球多家企業積極推出快速測試工具及舒緩感染徵狀的藥物，各國經濟發展有望盡快重回正軌。然而，俄羅斯與烏克蘭爆發衝突，影響全球供應鏈運作，各國憂慮通貨膨脹及油價上漲等不確定性，而環球局勢動盪及經濟前景堪憂，嚴重影響大中華地區消費者信心。香港零售業現正期望香港政府即將派發新一輪電子消費券，可再刺激香港消費者疲弱的消費意欲。

面對中港兩地零售業務經營困難的時期，本集團將會積極開源節流，將資源調配到更有增長潛力的產品業務，針對市場需要調整產品結構，努力拓展分銷業務、線上銷售及批發等渠道的銷售，並且重點發展附有健康功能的床上用品，提升本集團品牌的價值。

中國內地

銷售渠道方面，本集團於中國內地仍以自營零售、分銷、線上銷售和批發作為發展重點。為提升現有自營零售網點的單店收入貢獻，我們將會按地區推出針對式的推廣促銷，並推出社區團購活動。另外，本集團計劃在2022年按步驟新增5至10個優質自營零售網點，擴大收入規模。分銷業務方面，我們將會加強客戶服務，致力維護現有分銷客戶網絡，同時努力開拓新分銷客戶。2022年，本集團將會繼續優化國內線上銷售團隊的人員結構，並提升業績激勵動力。針對國內線上業務，本集團將會重點投放推廣資源在搜尋引擎行銷、推薦內容、社交平台、視頻及直播推廣，渠道包括天貓、京東、淘寶、拼多多、小紅書等，並且調撥資源扶持本公司於具增長潛力網購平台的自營線上店，以平衡收入來源太集中的風險。

近年反覆的新冠疫情促進了消費者對於健康家居用品的關注，本集團繼續研發更多附有5A功能及採用科技物料的產品，令消費者安心使用。為了吸納中國內地市場的年輕消費者，本集團將會推出設計風格簡約的產品。而針對一線城市線上客戶的消費能力，我們的線上銷售團隊亦持續優化商品結構，增加高端產品比例。由於行業競爭激烈，本集團縮減「家居生活館」及傢俬銷售業務，以投放更多資源到本集團更熟悉的「深睡眠系統床墊」業務，包括床褥生產及銷售。我們在2021年開始籌備床褥生產及銷售業務，包括購入生產設備、招聘生產人員、培訓銷售人員等，並目標在2022年大力推廣床褥產品。

鑑於本集團在產品研發及產能需求提升，本集團在2020年12月開展惠州卡撒天嬌工業園第二期建造工程，第二期主要工程為新建B生產大樓，原打算增加新產品生產設施（尤其用作研發）及為辦公室、展廳、培訓室及會議室提供更多空間。新建B生產大樓的建築工程已基本完成，目前正在進行政府各項安全檢測，其後進行內部裝修，預計2022年第三季或之前啟用。

香港

2022年第一季香港爆發第五波新冠疫情，單日確診個案數目屢見新高，而且，染疫死亡的老人又不斷增加，香港政府採取非常嚴厲的防疫措施，包括商場及百貨公司等指定場所強制使用「安心出行」及必須持有「疫苗通行證」、食肆禁止晚市堂食等。市面人流淡靜，零售商戶深受打擊，2022年上半年的經營情況未許樂觀。

銷售渠道方面，本集團在香港營運的實體網點大部份已有一定年期，與區內消費者建立良好關係，我們將會繼續積極向各店舖業主爭取租金優惠，預計香港實體網點的現時佈局維持穩定。自2021年起，本集團陸續優化銷售網點的裝修及貨品陳列，在成本控制前提下，我們在2022年將會繼續執行。除了香港官方網店及本集團於本地知名網購平台上經營的網店，本集團亦會以短期推廣或在更多網購平台開設網店的形式，擴闊本集團產品在線上領域的滲透率。縱使新冠疫情發展堪憂，本集團仍然繼續努力拓展商業客戶多元合作的商機，包括爭取為商業客戶不同形式的贈品或換購計劃、線上購物回贈等提供產品。

產品方面，經過2021年的努力籌備，本集團在2022年2月推出首個床褥系列「Casa Sleep-Lab Earth Mantle Series」，系列內6款床褥產品均附有CASA-V的5A功能，各款式參考人體工學設計採用不同的高效支撐系統及物料組合而成，照顧消費者不同睡眠承托需要及喜好。我們在香港6間面積較大的專門店劃出床褥體驗區，讓消費者親身體驗床褥產品。本集團近年集中推廣環保概念及健康功能的產品，除了繼續推廣5A功能床上用品，2022年亦會以「Love Casa Love Eco」為主題，陸續推出採用不同新科技物料的產品，鼓勵消費者將環保物料應用到睡眠環境。此外，本集團在2022年亦會繼續優化授權卡通產品組合，再度推出自家創作的寵物卡通設計，以及增加人氣卡通產品的選擇，進一步提升本集團品牌的香港市場份額。

推廣方面，為更有效將品牌定位及訊息傳達給目標消費群，本集團過去幾年加大力度在線上推廣，成功令更多香港年輕人關注本集團品牌。2022年，本集團將繼續加強線上推廣內容，增加製作短片及增加與消費者互動，同時積極尋求於商場或百貨公司的品牌推廣機會，包括Pop-up Store、主題展銷等，捕捉不同購物習慣的消費者關注。

本集團將秉持「時尚、創意、功能」為特色的設計理念，致力為消費者提供價格合理、品質上乘、設計時尚的床上用品及合適的新穎家居用品。本集團將會繼續開拓收入來源及提升集團品牌價值，長遠為股東帶來理想回報。

財務回顧

收入

本年度內，本集團錄得收入港幣320.4百萬元(2020年：港幣309.3百萬元)，增加3.6%。收入增加乃主要由於銷售額有所改善，而銷售額增加乃由於本年度內香港及中國內地新冠疫情與2020年相比相對穩定，從而導致自營及分銷經營的零售業務的消費情緒有所改善所致。

按渠道劃分的收入明細：

	2021年		2020年		變動	
	港幣千元	佔總額 百分比	港幣千元	佔總額 百分比	港幣千元	%
自營零售						
自營專櫃	168,613	52.6%	162,329	52.5%	6,284	3.9%
自營專賣店	58,323	18.2%	60,240	19.5%	(1,917)	-3.2%
自營零售小計	226,936	70.8%	222,569	72.0%	4,367	2.0%
電商銷售	30,900	9.7%	30,485	9.9%	415	1.4%
分銷業務	29,573	9.2%	24,815	8.0%	4,758	19.2%
其他(附註)	32,994	10.3%	31,410	10.1%	1,584	5.0%
總計	320,403	100.0%	309,279	100.0%	11,124	3.6%

附註： 「其他」包括對香港及中國內地的批發客戶的銷售額以及對海外市場的出口額。

本年度自營零售額佔總收入的70.8%，較2020年增加2.0%。2021年自營專櫃的零售額增加乃主要由於本年度內新冠疫情的情況相對穩定，百貨公司的自營零售業務有所改善所致。專賣店的自營零售額減少乃由於在香港政府實施嚴厲防疫措施下於2021年1月份在香港舉行的的重要促銷活動，對比2020年1月同項活動，業績相對較

不理想所致。本年度的電商銷售收入與2020年相比維持相若水平。2021年分銷業務大幅增加乃由於中國內地及澳門的分銷商因本年度內新冠疫情的情況相對穩定而受益於較佳的消費情緒所致。其他業務銷售增加乃由於公司及出口客戶的採購訂單增加。

按品牌劃分的收入明細：

	2021年		2020年		變動	
	港幣千元	佔總額 百分比	港幣千元	佔總額 百分比	港幣千元	%
自創品牌	265,949	83.0%	262,901	85.0%	3,048	1.2%
特許及授權品牌	54,454	17.0%	46,378	15.0%	8,076	17.4%
總計	320,403	100.0%	309,279	100.0%	11,124	3.6%

卡撒天嬌、卡撒·珂芬及CASA-V是我們的主要自創品牌。自創品牌的銷售額增加1.2%，乃由於本年度內的銷售額增加所致。特許及授權品牌於2021年的銷售額增加17.4%，乃由於本年度內推出更多特許及授權品牌產品以及推廣優惠（尤其是電商銷售）所致。

按產品劃分的收入明細：

	2021年		2020年		變動	
	港幣千元	佔總額 百分比	港幣千元	佔總額 百分比	港幣千元	%
床品套件	167,311	52.2%	163,213	52.8%	4,098	2.5%
被芯及枕芯	134,844	42.1%	127,892	41.3%	6,952	5.4%
其他(附註)	18,248	5.7%	18,174	5.9%	74	0.4%
總計	320,403	100.0%	309,279	100.0%	11,124	3.6%

附註： 「其他」包括家居用品、傢俬及其他產品的銷售。

床品套件和被芯及枕芯是本集團的主要產品。床品套件和被芯及枕芯於2021年增加，乃主要由於本年度內的整體銷售額增加所致。

按地區劃分的收入明細：

	2021年		2020年		變動	
	港幣千元	佔總額 百分比	港幣千元	佔總額 百分比	港幣千元	%
香港及澳門	236,672	73.9%	226,949	73.4%	9,723	4.3%
中國內地	82,482	25.7%	81,985	26.5%	497	0.6%
其他(附註)	1,249	0.4%	345	0.1%	904	262.0%
總計	320,403	100.0%	309,279	100.0%	11,124	3.6%

附註： 「其他」包括向除香港、澳門及中國內地以外地區進行的銷售。

2021年來自香港及澳門的收入增加4.3%，主要是由於香港及澳門自營零售及分銷業務以及向批發客戶的銷售額增加所致。2021年來自中國內地的收入與2020年相若，乃由於電商銷售及分銷業務的增長被中國內地自營零售及向批發客戶的銷售額減少所抵消。由於我們的部分出口客戶恢復在2020年受新冠疫情影響而暫緩的採購訂單，2021年來自其他業務的收入顯著增加。

毛利及毛利率

於2021年，毛利增加2.4%至港幣196.4百萬元，而2020年則為港幣191.7百萬元。於2021年，毛利率為61.3%，略低於2020年的62.0%，乃主要由於2021年利潤率較低的分銷業務比重增加所致。

其他收入

本年度的其他收入減少88.2%至港幣1.5百萬元(2020年：港幣12.4百萬元)。本年度內的減幅主要是由於2020年並無從香港及中國內地政府收到主要與新冠疫情相關的補貼約港幣10.0百萬元。

其他收益／虧損

本年度的其他收益為港幣0.8百萬元(2020年虧損：港幣1.5百萬元)，主要包括匯兌收益淨額港幣1.3百萬元(2020年：港幣1.5百萬元)及租賃修訂收益港幣1.4百萬元(2020年：無)抵銷減值虧損、出售及撇銷物業、廠房及設備虧損合共港幣0.5百萬元(2020年：港幣1.2百萬元)、透過損益按公平值列賬的金融資產的未變現虧損港幣1.3百萬元(2020年未變現收益淨額：港幣0.1百萬元)及使用權資產減值虧損港幣零元(2020年：港幣1.6百萬元)。

經營開支

於2021年，銷售及分銷成本增加1.4%至港幣138.3百萬元(2020年：港幣136.5百萬元)。該增加乃主要由於銷售員工的薪金及津貼、租金及差餉以及維修保養增加。

於2021年，行政開支減少4.1%至港幣43.7百萬元(2020年：港幣45.6百萬元)。該減幅主要是由於本年度的薪金及津貼、折舊以及法律及專業費用減少所致。

稅項

於2021年，本集團的實際稅率為24.0%，而2020年則為16.7%。2021年的實際稅率乃計及免稅補貼及收益並抵銷中國內地附屬公司的經營虧損以及其他不可扣稅開支。倘不計及2021年及2020年的上述補貼、經營虧損、貿易及其他應收款項以及存貨的虧損撥備以及匯兌收益或虧損，則2021年及2020年的經調整實際稅率將分別約為17.5%及16.9%。

本年度溢利

本公司擁有人應佔2021年溢利為港幣11.9百萬元，較2020年的港幣16.1百萬元減少26.0%。儘管本集團的銷售額略有增加，2021年的溢利減少乃主要由於並無如截至2020年12月31日止年度從香港及中國內地政府收到主要與新冠疫情相關的非經常性補貼約港幣10.0百萬元所致。倘不計及兩個年度自香港及中國內地政府收取的補貼，則2021年本公司擁有人應佔經調整溢利為港幣11.9百萬元(2020年：港幣6.1百萬元)，對比2020年增幅為93.1%。

EBITDA指毛利減銷售及分銷成本及行政開支(並已加回折舊、攤銷及以股份為基礎的付款)。2021年的EBITDA增加7.8%至港幣41.1百萬元(2020年：港幣38.2百萬元)，主要乃由於本年度的銷售額增加所致。

主要經營效率比率

	2021年	2020年
存貨週轉天數(天)	238.4	257.9
貿易應收款項週轉天數(天)	53.5	63.5
貿易應付款項及應付票據週轉天數(天)	142.9	139.8

存貨週轉天數

存貨週轉天數等於年初及年終平均存貨除以年度總銷售成本，再乘以365天。存貨週轉天數由2020年的257.9天減少至2021年的238.4天，原因是本年度的期初存貨金額較低，以及本年度的銷售額增加。存貨由2020年12月31日的港幣76.2百萬元增加12.5%至2021年12月31日的港幣85.8百萬元，於2021年12月31日存有較多的原材料和製成品，以供於2022年1月在香港舉行的促銷活動之用。

貿易應收款項週轉天數

貿易應收款項週轉天數等於年初及年終平均貿易應收款項除以年度總銷售額，再乘以365天。隨著2021年的銷售額增加，以及2020年的期初貿易應收款項較高，儘管貿易應收款項於2021年12月31日與2020年12月31日相若，2021年貿易應收款項週轉天數由2020年的63.5天減少至53.5天。

貿易應付款項及應付票據週轉天數

貿易應付款項及應付票據週轉天數等於年初及年終平均貿易應付款項及應付票據除以年度總銷售成本，再乘以365天。貿易應付款項及應付票據週轉天數由2020年的139.8天增加至2021年的142.9天，而貿易應付款項及應付票據則由2020年12月31日的港幣41.2百萬元增加35.5%至2021年12月31日的港幣55.9百萬元，此乃由於在2021年第四季為於2022年1月在香港舉行的促銷活動購入更多原材料。

流動資金及資本來源

資產負債架構載列如下：

	於12月31日	
	2021年 港幣千元	2020年 港幣千元
銀行借貸總額	3,980	2,375
已抵押銀行存款及銀行結餘及現金	142,335	194,629
現金淨額	138,355	192,254
總資產	522,259	510,573
總負債	117,541	85,780
權益總額	404,718	424,793

本集團一貫恪守審慎財務管理原則，以盡量減少財務及經營風險。本集團通常以內部產生的現金流作其營運資金。銀行借貸主要用於償還有外匯風險的集團內公司間的跨境貸款。

於2021年12月31日的銀行結餘及現金減少乃主要由於本年度內派付2020年度末期股息、2021年中期股息及根據建造協議興建卡撒天嬌工業園第二期之新建B生產大樓(「建造事項」)所致。即使於2021年12月31日預留現金以悉數清付資本承擔、應付建造事項款項及銀行借貸，本集團於2021年12月31日仍然有約港幣119.3百萬元的可用現金淨額及約港幣72.5百萬元的未使用銀行融資，足以在並無不可預見的情況下應付其未來的營運。

已抵押銀行存款及銀行結餘及現金

於2021年12月31日，本集團的已抵押銀行存款約為港幣7.2百萬元(2020年：港幣6.2百萬元)，有關存款以港幣及人民幣計值，而本集團的銀行結餘及現金約為港幣135.1百萬元(2020年：港幣188.4百萬元)，其中除約2.3%以美元及歐元計值外，其餘皆以港幣及人民幣計值。

銀行借貸

於2021年12月31日，本集團的銀行借貸約為港幣4.0百萬元(2020年：港幣2.4百萬元)，其中100.0%以人民幣計值，所有銀行借貸餘額須於一年內償還，並為定息借貸，實際年利率為5.42%。本年度內本集團的財務狀況穩健。

流動比率

本集團於2021年12月31日的總流動資產及總流動負債分別減少至港幣301.4百萬元(2020年：港幣341.4百萬元)及增加至港幣107.8百萬元(2020年：港幣79.3百萬元)。因此，流動比率由2020年12月31日的4.3下降至2021年12月31日的2.8。流動比率下降主要是由於銀行結餘及現金減少，以及貿易及其他應付款項增加所致。

資產負債比率

資產負債比率按借貸總額除以年末的權益總額計算。於2021年12月31日，資產負債比率僅為1.0%(2020年：0.6%)，當中中國內地銀行借貸增加港幣1.6百萬元，而權益總額則減少港幣20.1百萬元。於2021年12月31日及2020年12月31日，本集團皆處於淨現金狀態。

資產抵押

於2021年12月31日，概無向銀行抵押租賃土地及樓宇，作為授予本集團銀行融資的抵押(2020年：無)。於2021年12月31日，本集團僅向若干位於香港及中國內地的銀行抵押賬面總值為港幣7.2百萬元(2020年：港幣6.2百萬元)的定期存款，作為授予本集團銀行融資的抵押。

資本開支

本年度內，本集團投放港幣59.2百萬元(2020年：港幣4.9百萬元)主要用於收購物業、租賃物業裝修及設備以及建造事項。

資本承擔

於2021年12月31日，本集團的資本承擔約為港幣5.1百萬元(2020年：港幣48.8百萬元)，其中主要約港幣4.6百萬元(2020年：港幣48.4百萬元)與建造事項的成本有關，付款視乎建造事項竣工而定。

股本

於2021年12月31日，本公司普通股(「股份」)總數為257,854,000股股份(2020年：257,854,000股股份)。於2021年12月31日，本公司已發行股本總額為港幣25,785,400元(2020年：港幣25,785,400元)。

為鼓勵或獎賞合資格人士對本集團所作出的貢獻及使本集團能夠聘請及挽留對本集團具價值的人力資源，本公司上市前已採納購股權計劃。

外匯風險

本集團主要在香港及中國內地經營業務。本集團主要面對人民幣的外匯風險，而有關風險或會影響本集團的表現。人民幣兌港幣於2021年升值約3.3%(2020年：6.2%)。管理層知悉人民幣持續波動可能引致的匯率風險，將密切監察其對本集團表現的影響，以決定是否須作出任何對沖安排。本集團現時並無為日常業務過程中產生有關外匯交易以及其他金融資產及負債的波動採用衍生金融工具作對沖。

或然負債

本公司及其兩間香港附屬公司均為一宗涉及於香港被指稱侵犯版權的訴訟的被告。根據法律意見，由於該訴訟仍在進行一般程序，於此早期階段實在難以預測本集團所面臨的風險。案件定於2023年3月2日在高等法院進行審前覆核，而審訊定於2023年5月3日開始進行，為期15天。

根據對初步評估的法律意見，即使未能成功為案件抗辯，估計本集團所面對的風險不重大(假設毋須就對原告或其品牌造成的商譽損失作出損害賠償)。董事會認為，該指稱申索將不會對本集團的業務營運及財務狀況造成任何重大不利影響。

僱員及薪酬政策

於2021年12月31日，本集團僱員人數為516人(2020年：549人)，本年度員工成本總額(包括董事酬金)為港幣91.8百萬元(2020年：港幣90.3百萬元)。僱員人數下跌乃主要由於關閉中國東莞的惠州市卡璐威家居有限公司(一間本公司全資附屬公司)辦事處導致銷售、行政及人力資源人員減少所致。儘管僱員人數有所減少，本年度員工成本總額增加乃主要由於中國內地支付的退休福利計劃供款增加，而在新冠疫情的影響下，該支付在2020年獲豁免所致。

本集團為僱員提供符合行業慣例具競爭力的薪酬待遇及各種附帶福利，包括醫療福利、社會保險、強積金、花紅及購股權計劃。

有關附屬公司及聯營公司的重大收購及出售

本年度內，本集團無任何有關附屬公司、聯營公司及合營公司的重大收購及出售。於截至2020年12月31日止年度，本集團已撤銷註冊深圳市卡撒天嬌家居營銷有限公司，該公司為本集團在中國內地的附屬公司，於撤銷註冊前實際擁有55%權益。

重大投資

除本公佈所披露者外，本集團並無持有任何重大投資。

透過損益按公平值列賬的金融資產

透過損益按公平值列賬的金融資產(「透過損益按公平值列賬的金融資產」)指本集團投資於在聯交所上市的恆生指數成份股公司的股份，該等股份乃為中長期投資目的而持有。於2021年12月31日，本公司總投資的公平值為港幣7.3百萬元(2020年：港幣5.2百萬元)，不超過本集團總資產的5%。透過損益按公平值列賬的金融資產增加乃主要是由於本年度內購買更多在聯交所上市股份，以抵銷透過損益按公平值列賬的金融資產的未變現虧損淨額(其主要由於2021年12月31日持有的上市股份價格下降所致)約港幣1.3百萬元(2020年未變現收益淨額：港幣0.1百萬元)所致。由於本集團的投資為於聯交所上市的恆生指數成份股，預期最終將為本集團帶來回報。本年度該等投資於聯交所上市公司股份的股息收入為港幣0.4百萬元(2020年：無)。

於2022年3月10日及11日，本集團作出合共約港幣1.9百萬元的進一步投資，買入兩間於聯交所上市的恆生指數成份股公司的股份，並擬持作中長期投資。

重大投資或資本資產的未來計劃

本集團正積極物色及尋找具潛力且為其現有業務帶來協同效應的合適投資，將僅會考慮任何符合本公司及股東整體利益的潛在投資。就中長期投資而言，本集團或會考慮投資於聯交所上市公司的股份及投資物業，以運用手頭現金盈餘努力尋求更佳的中長期回報。本集團將不時檢討其資本資產(包括但不限於本集團所持有物業)的業務策略。為優化本集團的整體效益，本集團或會根據本集團經營需要、實際情況及本集團整體利益作考量，就本集團所持有物業的業務計劃作出調整或採取新措施。

茲提述本公司日期為2022年1月18日、2021年4月16日及2020年10月30日的公告及本公司日期為2020年12月15日的通函，內容有關建造協議。本集團與獨立第三方承包人於2020年10月30日訂立建造協議以及於2021年4月16日訂立補充協議(統稱「建造協議」)，以為中國惠州卡撒天嬌工業園第二期建造一座樓高四層的綜合樓宇作為新建B生產大樓，最初預計於2021年12月竣工。根據價格調整機制及所用原材料變動的相關向上調整人民幣3.3百萬元(相當於約港幣4.0百萬元)後，建造協議項下的總代價迄今為止調整為人民幣51.9百萬元(相當於約港幣63.6百萬元)。

截至本公告日期，本公司已就建造協議之工程支付進度款項約人民幣40.1百萬元(相當於約港幣49.2百萬元)，而建造事項已大致完成，正在安排相關政府部門進行檢查。建造事項的竣工日期延至不遲於2022年4月30日。竣工後，建造事項項下的新建B生產大樓將進行內部裝修，將於2022年第三季或之前投入使用。

除上文所披露者外，董事會於本公告日期並無授權重大投資或增添資本資產的計劃。

股息

董事不建議派發截至2021年12月31日止年度末期股息(2020年：每股股份港幣0.10元)。在董事會於2021年8月27日宣派截至2021年6月30日止六個月的中期股息每股股份港幣0.05元(截至2020年6月30日止六個月：無)的情況下，本年度股息總額為每股股份港幣0.05元(2020年：每股股份港幣0.10元)，相當於本年度每股股份基本盈利港幣0.0463元(2020年：港幣0.0625元)約108.0%。

購買、出售或贖回本公司上市證券

本年度內，本公司或其任何附屬公司並無購買、贖回或出售任何本公司上市證券。於截至2020年12月31日止年度，本公司在聯交所以總代價約港幣370,470元(未計及佣金及相關開支前)購回合共578,000股股份。

股東週年大會

本公司定於2022年5月23日(星期一)舉行截至2021年12月31日止年度的股東週年大會(「股東週年大會」)。召開股東週年大會的通告將適時發出及派發予本公司股東。

暫停辦理股份過戶登記手續

本公司將於2022年5月18日(星期三)至2022年5月23日(星期一)(包括首尾兩日)暫停辦理股份登記手續，該期間內概不受理任何股份轉讓。為合資格出席本公司應屆股東週年大會並於會上投票，所有已填妥的過戶文件連同相關股票須不遲於2022年5月17日(星期二)下午四時正前(香港時間)遞交予本公司的香港股份過戶登記分處聯合證券登記有限公司(地址為香港北角英皇道338號華懋交易廣場2期33樓3301-04室)，以辦理登記手續。

企業管治常規守則

本公司已採納上市規則附錄十四所載的企業管治守則中的守則條文(「企業管治守則」)，作為其自身的企業管治守則。本年度內，本公司一直遵守企業管治守則所載的守則條文。

董事概無知悉任何資料，可合理地指出本公司於本年度之任何時間內，並無遵守企業管治守則所載之守則條文。

審核委員會

本公司的審核委員會(「審核委員會」)由三名獨立非執行董事(即盧紹良先生、張華強博士及周安華先生)組成，而盧紹良先生為審核委員會主席。審核委員會主要負責審閱本集團之財務報告過程以及風險管理及內部監控系統。其已審閱本集團採納的會計原則及慣例以及本集團截至2021年12月31日止年度的經審核年度業績。

執業會計師鄭鄭會計師事務所有限公司的工作範圍

此初步公告所載的有關本集團截至2021年12月31日止年度的綜合財務狀況表、綜合損益及其他全面收入表及相關附註所列數字，已獲本集團核數師執業會計師鄭鄭會計師事務所有限公司（「鄭鄭會計師事務所」）同意作為本年度本集團經審核綜合財務報表所載列的數額。鄭鄭會計師事務所就此執行的工作並不構成根據香港會計師公會所頒佈的香港核數準則、香港審閱委聘準則或香港核證委聘準則而進行的核證工作，因此鄭鄭會計師事務所亦不會就此初步公告作出保證。

致謝

我們對本公司的尊貴客戶、商業夥伴及股東一直以來的支持致以衷心謝意，並對管理團隊及員工為本集團本年度發展作出的寶貴貢獻表示感謝。

承董事會命
卡撒天嬌集團有限公司
主席
鄭斯堅

香港，2022年3月25日

於本公告日期，本公司董事會成員包括：執行董事鄭斯堅先生（主席）、鄭斯燦先生（副主席）及王碧紅女士；以及獨立非執行董事盧紹良先生、張華強博士及周安華先生。