

概覽

本集團為大北京地區的主要日用消費品分銷商之一，截至二零零五年十二月三十一日止年度的營業額超過人民幣41億元。本集團以知名品牌「京客隆」及「朝批」經營其分銷業務。根據中國連鎖經營協會的資料，於二零零五年，本集團於中國前百家快速消費品零售連鎖企業排行第21名及在中國前百家連鎖企業中位列第34名。

本集團的分銷網絡橫跨零售及批發分銷，於二零零六年六月三十日，本集團的零售分銷網絡共有169家零售門市，其中68家為直營，101家則根據特許加盟合同經營。本集團的直營零售門市包括四家大賣場、29家綜合超市及35家便利店，而本集團的特許加盟零售門市包括五家綜合超市及96家便利店。本集團亦藉朝批商貿及其附屬公司及聯營公司以知名「朝批」品牌經營批發分銷業務，以批發方式向零售門市、其他零售商及貿易公司等客戶供應日用消費品。憑藉此等零售及批發分銷模式，本集團定位為一家能滿足不同客戶（由零售商以至最終顧客）需要的分銷商。

本集團自開業以來一直主要於大北京地區經營，於朝陽區的網絡尤其強大，而該區乃北京最富裕的地區之一。北京奧林匹克運動會將於二零零八年舉辦，而當中的主要項目場館多位於朝陽區，董事相信旅遊業蓬勃發展，以及多個相關基建及住宅項目建築工程，將進一步刺激大北京地區（尤其是朝陽區）的經濟及人口增長，並加速都市化發展，為立足於朝陽區的零售連鎖店營辦商（例如本集團）帶來增長機遇。

憑藉該定位，本集團已於日用消費品分銷行業確立優勢。本集團旨在以最具成本效益的方式為客戶提供優越的服務質素，並同時保持其於日用消費品分銷行業中的領導地位，以及提升其競爭實力。本集團推崇「顧客至上」及「誠信為本」的理念，並以此為本集團顧客至上的市場推廣策略的依據。

憑藉具有廣泛批發及零售分銷渠道的基建設施，本集團可確保向其零售門市提供穩定的日用消費品供應，即使若干在旺季時深受歡迎的季節性產品亦有穩定供應，同時亦有助適時收集市場趨勢和最終顧客喜好的第一手意見，從而使本集團在批發層面上按市場趨向進行採購及存貨。董事相信，沒有在零售和批發兩方面相輔相乘的分銷商並無此等優勢。

業 務

下表列示本集團於二零零六年六月三十日以不同零售及批發分銷模式經營的門店數目和營運面積。

	零售分銷業務			批發 分銷業務
	大賣場	綜合超市	便利店	分銷中心
分銷點數目				
— 直營店	4	29	35	2
— 特許加盟店	—	5	96	—
	<u>4</u>	<u>34</u>	<u>131</u>	<u>2</u>
淨營運面積(平方米)				
— 直營店	38,638	72,409	8,065	70,431
— 特許加盟店	—	5,830	19,080	—
	<u>38,638</u>	<u>78,239</u>	<u>27,145</u>	<u>70,431</u>

為了在大北京地區內日用消費品分銷行業中脫穎而出，本集團擬繼續增設零售門市及特許加盟店，從而提高經濟規模效益及本集團「京客隆」品牌於消費者中的知名度，藉此進一步善用本集團已建立的「京客隆」品牌及廣泛的零售分銷網絡。此外，本集團亦會同時透過增設分銷中心及擴大本集團批發分銷網絡覆蓋面，發掘擴展本集團批發分銷網絡的商機。

競爭實力

深入民心的品牌

本集團於日用消費品分銷行業擁有超過10年經驗，一直以「京客隆」及「朝批」品牌經營。自當時起，兩個品牌已開始確立其作為日用消費品零售及批發分銷業主要品牌的地位。

於二零零六年六月三十日，本公司擁有一個包括169家零售門市及營業空間逾144,000平方米的零售分銷網絡。於二零零五年，本集團的銷售額約為人民幣41億元，並於二零零五年在中國前100家快速消費品零售企業中排行第21名。由於本集團的日用消費品在多家零售門市均可輕易購得，有助建立顧客對品牌的忠誠度，並增強本集團與消費者的關係。

本集團的批發分銷網絡由兩個分銷中心提供支援，兩者均向包括零售門市、其他零售商及貿易公司等客戶供應日用消費品的批發。

經營地區－大北京地區以朝陽區為主

本集團自開業以來一直主要於大北京地區經營，於朝陽區的網絡尤其強大，而該區乃北京其中一個最富裕的地區。根據北京市統計局，於二零零五年，朝陽區的勞動人口約為840,000人，其人口數目在北京市十八個分區中位列第二，其全年人均收入約為人民幣42,000元。此外，因北京市將為二零零八年奧林匹克運動會的主辦城市，而當中的主要項目場館都位於朝陽區，預期旅遊業將更蓬勃發展，並將會有多個與奧林匹克運動會有關的基建項目展開，凡此種種均會刺激大北京地區(尤其是朝陽區)的經濟增長，為本集團帶來巨大增長機遇。

整合零售及批發分銷網絡

有別於傳統零售連鎖店營辦商，本集團亦從事日用消費品批發分銷業務，並將此部分業務與零售分銷業務整合，形成一個覆蓋批發和零售分銷渠道及客戶的分銷網絡。董事相信，綜合零售及批發分銷模式為本集團帶來以下競爭優勢：

- － 配合在整個零售及分銷網絡實行劃一政策，達致產品採購(透過批發渠道)和產品分銷(透過零售渠道)兩方面的穩定性；
- － 有能力大量購貨，令本集團有較強的議價能力，因而能獲供應商給予較大的優惠，並降低本集團客戶所付出的成本；
- － 在零售層面適時收集市場趨勢及最終客戶喜好的第一手資訊，從而讓本集團在批發層面配合市場需要進行採購及存貨。

中央配送中心及分銷中心

為了發揮零售及批發分銷網絡的最大效益，本集團設有兩個現代化中央配送中心，包括乾貨配送中心及生鮮食品配送中心，以及兩個分銷中心，以滿足旗下零售門市及批發客戶的不同需求。配送中心通過信息管理系統與全線直營零售門市連接，因此能有效管理存貨，並協助貨品分銷，確保本集團零售業務的暢順配合。此外，透過將存貨及分銷設施中央處理，本集團可將存貨及分銷成本降低，從而提高邊際利潤。

高效率信息管理系統

本集團的信息管理系統專為加強存貨控制及配合準時分銷其日用消費品而設。董事相信，透過先進的信息管理系統，本集團可在全線零售門市、配送中心及分銷中心維持較低但具效益的存貨水平，並可就分銷、採購以至其他策略決定運籌帷幄。該信息管理系統亦可將零售門市的櫃面付款時間縮短。

多層零售分銷網絡

本集團採納多層零售模式—大賣場、綜合超市和便利店—以迎合廣泛消費者的不同購物習慣及喜好。

本集團大賣場的顧客對象是需要全面的「一站式」服務的人士。大賣場以具競爭力的價格，提供廣泛優質產品及服務。

與大賣場比較，本集團綜合超市的顧客對象是在住宅區需要日用必需品的人士。便利店的顧客對象則是需要快捷、省時及方便購物服務的人士。便利店一般座落居住小區附近。

資深和穩定的管理層

本集團擁有經驗豐富及穩定的管理隊伍，其具備廣泛的資歷背景，並於中國日用消費品分銷業務擁有豐富專業知識。本集團大部分高級管理人員在中國零售和批發分銷行業擁有多年的經驗。董事相信穩定的高級管理層讓本集團能夠制定清晰的業務發展方針，並有效執行業務計劃。董事相信，本集團憑藉經驗豐富的管理隊伍，加上對員工持續發展的重視，讓本集團有效率地分配其資源，並可按照市況而對發展策略作出調整。

收入模式

收入指扣除相關稅項以及退貨及貿易折扣後的已售貨品發票淨值。下表載列於所述期間本集團的主要收入模式：

	截至二零零三年 十二月三十一日年度		截至二零零四年 十二月三十一日年度		截至二零零五年 十二月三十一日年度		截至二零零六年 六月三十日止六個月	
	持續		持續		持續		持續	
	經營業務 人民幣千元	已終止業務* 人民幣千元	經營業務 人民幣千元	已終止業務* 人民幣千元	經營業務 人民幣千元	已終止業務* 人民幣千元	經營業務 人民幣千元	已終止業務* 人民幣千元
銷售商品及食品 —來自自營店的零售 —批發	1,864,672 1,026,615	-	2,009,270 1,555,895	2,060,573 2,057,361	1,052,799 998,077	1,121,636 1,037,148	-	1,121,636 1,037,148
銷售藥品	-	95,889	-	-	-	-	-	-
汽車貿易及提供 相關維修服務	-	269,037	-	97,893	-	-	-	-
其他	2,821	-	3,700	3,814	2,923	2,321	-	2,321
總計	2,894,108	364,926	3,259,034	4,121,748	2,053,799	2,161,105	-	2,161,105

* 藥品及汽車銷售及維修業務已分別於二零零三年及二零零四年終止。詳情請參閱本招股章程「歷史與發展及重組」一節。

於往績記錄期間，本集團在覆蓋地區和產品組合兩方面擴充其零售及批發業務，藉此加強其於大北京地區內的市場佔有率。就零售分銷業務而言，本集團的收入由截至二零零三年十二月三十一日止年度約人民幣1,864,700,000元增加至截至二零零五年十二月三十一日止年度約人民幣2,060,600,000元，代表年複合增長率約5.0%。就批發分銷業務而言，本集團的收入由截至二零零三年十二月三十一日止年度約人民幣1,026,600,000元增加至截至二零零五年十二月三十一日止年度約人民幣2,057,400,000元，代表年複合增長率約41.5%。本公司其中一間附屬公司朝批商貿於二零零四年六月收購兩家前聯營公司的額外股本權益，而該兩家前聯營公司其後成為本集團的附屬公司。倘就此影響作出調整，本集團從批發分銷業務所得的收入將由截至二零零三年十二月三十一日止年度約人民幣1,026,600,000元增加至截至二零零五年十二月三十一日止年度約人民幣1,532,100,000元，年度複合增長率約22.2%。

為了在大北京地區內日用消費品分銷行業中脫穎而出，本集團擬繼續增設零售門市，從而提高經濟規模效益及加深顧客對「京客隆」品牌的認識。此外，董事亦會增設分銷中心及擴大分銷中心的覆蓋面，藉此開拓擴展本集團批發分銷網絡的商機。

產品

本集團透過其零售分銷網絡分銷的日用消費品包括鮮肉及冷藏肉類、海產、菜蔬、熟食及加工食品、茶葉、糖果、植物、零食、麵包、調味料、家居紙製用品、塑膠產品、雜貨、家庭電器、軟件、移動電話及配件、鞋履及帽、紡織品、書籍、鐘錶、電器以至一般家居用品。

本集團透過其批發分銷網絡所分銷的日用消費品包括加工食品、飲料、酒類產品及副食品。在批發層面，本集團沒有分銷新鮮或急凍食品。

董事相信，憑著本集團批發及零售分銷渠道互相配合，本集團具備有利條件爭取更多分銷權，從而提升本集團的競爭實力及提高邊際利潤。

分銷網絡

於二零零六年六月三十日，本集團透過(i)包含169家零售門市的零售分銷網絡，其中所有四家大賣場、29家綜合超市及35家便利店均由本集團直營，而五家綜合超市及96家便利店則根據本集團的特許加盟安排經營；及(ii)包含兩個分銷中心的批發分銷網絡，分銷日用消費品。

於二零零六年六月三十日，本集團的分銷門市網絡包括以下門店：

	直營	特許加盟
零售分銷業務：		
大賣場	4	—
綜合超市	29	5
便利店	35	96
	<u>68</u>	<u>101</u>
批發分銷業務：		
分銷中心	2	—
	<u>2</u>	<u>—</u>
總數	<u><u>70</u></u>	<u><u>101</u></u>

本集團各分銷點(直營)及配送中心位置的詳細資料載列於本招股章程附錄三。

董事相信，批發及零售分銷渠道在基礎建設方面互相補足，使本集團達致高水平的成本效益。有賴本集團已確立的零售和批發分銷網絡，本集團能大量採購貨品並享有較強大的購買力。就這方面來說，本集團得以在零售層面享有經濟規模效益、較低成本及更能賺取的邊際利潤。

此外，批發和零售分銷網絡的互相配合，亦確保在不同需求狀況下日用消費品仍有充裕而穩定的供應。透過零售門市，本集團能適時獲得市場趨勢和消費者喜好的信息，在零售層面上增加了這些日用消費品需求情況的透明度，因而使分銷網絡中的購買和存貨達致最佳效能，同時減低批發採購方面的不穩定性。再者，憑藉本集團的分銷實力，讓本集團可通過控制日用消費品在零售門市的分銷或零售模式，達致最優化的產品分銷。

(i) 配送中心

本集團的零售分銷網絡由朝陽區兩個專門設計的配送中心支援，將大北京地區的零售門市的訂單作合併處理，將貨品存倉及供應日用消費品予該等門市。

本集團有一個生鮮食品配送中心，一個乾貨配送中心。兩個配送中心均位於北京市朝陽區，藉著使用本集團的信息管理系統而連結至各直營零售門市，並且因應本集團的物流需要，為大北京地區的零售門市提供訂單綜合處理，以及日用消費品庫存及付運協調。

兩個配送中心均設有內聯網訂貨系統，各直營零售門市均可透過內聯網電子途徑發出訂單。此功能使本集團在交付貨物方面能達到最高靈活性，能夠在接獲通知後二十四小時內在無固定時間表的情況下出貨。本集團能夠有效地應付零售門市的各種需求情況，將對日用消費品貨流的干擾減低。

本公司的大多數供應商亦與本公司的自動訂貨系統建立聯繫，因而讓乾貨配送中心能快捷地添補偏低水平的存貨。基於實際考慮，較小型的供應商並無參與本公司的自動訂貨系統，而透過其他方法聯繫。因此，本公司能確保產品供應的穩定性及較快的訂單完成時間。

生鮮食品配送中心

本集團在北京市朝陽區經營一個生鮮食品配送中心，該配送中心的店址由本集團向朝陽副食品租賃，為期20年。該配送中心向零售門市供應生鮮食品。該配送中心於二零零四年十一月獲得商業牌照，並於二零零五年一月開展營運。本集團於生鮮食品配送中心的總投資額約為人民幣53,000,000元。

該配送中心的總面積約20,000平方米，產品總儲存量約為1,400公噸，並且擁有攝氏零度以下的凍倉儲存能力。

董事相信，隨著大北京地區消費者的入息水平提升和生活方式轉變，消費者的要求越來越高得選擇，較可能選擇於大賣場、綜合超市及／或便利店而非傳統的濕貨市場購買生鮮農產品。為嚴格保持貨物的品質、清潔和新鮮，本集團可達致銷售業務平均存貨週轉日數約五天。

乾貨配送中心

本集團亦於北京市朝陽區經營一個乾貨配送中心，該中心的店址由本集團向獨立第三方租賃，租期為20年。乾貨包括食品（如含酒精及不含酒精飲品、曬乾食物及菜蔬、調味料和加工食品）；以及非食品（如家居用品）。

該配送中心於二零零一年設立，總面積約22,500平方米。本集團於該配送中心的總投資約為人民幣57,000,000元。

(ii) 分銷中心

本集團的批發分銷網絡乃透過朝批商貿及其附屬公司及聯營公司以「朝批」品牌經營，並由分銷中心支援。分銷中心向零售門市及主要包括零售商及貿易公司等其他客戶提供日用消費品的批發供應。

本集團經營兩個分銷中心，一個設於北京市朝陽區，另一個則設於天津市。經過分銷中心分銷到市場的日用消費品，包括加工食品、飲品、酒類產品、副食品及非糧食貨品等。分銷中心並不分銷新鮮或急凍食品。

各分銷中心使用獨立的信息管理系統以管理存貨及貨運，可讓本集團提供最新的產品資料予其批發客戶。

董事相信，本集團的批發分銷實力以本身的本地資源為根基，如其銷售隊伍和本地付運能力及可完成每日配送的存貨管理，以及確立已久的批發貿易客戶網絡。

由於本集團具備同時為零售和批發分銷商的優勢，本集團亦可有效地監察零售層面的市場需求和波動，從而降低存貨過時及存貨過多的風險。

於北京市的分銷中心

本集團的分銷中心於一九九四年成立，二零零四年遷至北京市朝陽區的現址，總面積約69,000平方米，由獨立第三方出租予本集團，租期分別為五年及十年。本集團已注資總共約人民幣18,600,000元於該分銷中心。透過該分銷中心所分銷的產品包括食品、食油、飲料、調味品、含酒精飲品及一般商品。

該分銷中心包括三個倉庫，乃全天候運作，並已就偷竊、火災及爆水管風險投保。該中心確保批發貿易客戶的要求能獲得具效率而專業的回應。

於天津市的分銷中心

由二零零三年十一月開始，另一個分銷中心已於天津市設立，服務北京以外的地區。該分銷中心總面積約4,800平方米，乃本集團向獨立第三方租賃，租期為5年。本集團已注資總共約人民幣2,600,000元於該分銷中心。透過該分銷中心所分銷的產品包括食品、食油、飲料、調味品、含酒精飲品及一般商品。

該中心全天候運作，並已就偷竊、火災及爆水管風險投保。董事相信，除向本集團的零售門市供應及分銷日用消費品外，向批發貿易客戶批發供應及分銷日用消費品亦有無限商機，可以更進一步發展。

(iii) 配送中心及分銷中心相輔相成的業務

所有配送中心及分銷中心均可互相支援，並能在訂單完成及本集團零售及批發分銷網絡的補貨方面互相支援及補足。舉例而言，分銷中心可使用其部分產能協助乾貨配送中心，尤其正值旺季的時候。董事相信此產能互調的特點可讓本集團達致更高的生產力收益，並達到成本效益及經濟規模效益，保證沒有單一配送或分銷中心負擔過重，以及減低存貨過時及存貨過多的風險。另外，董事相信本集團配送中心及分銷中心之間的互相支持可提高分銷效率。

(iv) 零售門市

本集團的零售分銷管道包括大賣場、綜合超市及便利店，並以大北京地區為重點。受惠於本集團品牌的知名度，本集團已擴展其業務模式至管理及經營綜合超市及便利店特許權。所有零售門市，不論由本集團直營或根據特許加盟安排經營，均以「京客隆」服務標誌經營。透過零售分銷渠道銷售的日用消費品包括生鮮食品、乾貨、飲料、加工食品及日用必需品。零售門市根據商務部定下的分類準則劃分。

下表列示商務部頒佈的二零零四年零售業態分類規則：

	銷售面積	商品
大賣場	6,000平方米或以上	提供自有品牌產品及各種日用消費品
綜合超市	6,000平方米以內	銷售包裝食品、日用消費品、生鮮食品
便利店	約100平方米	提供約3,000種貨品，售價高於平均市價

零售門市普遍均設於交通便利及較當眼的地點，例如居住小區附近、鄰近公共交通系統及主要道路，此舉可提高公眾人士對本集團零售門市的知名度，讓本集團能藉著吸納新顧客及常客而奠定起明確的企業形象。

另外，大部分零售門市位於北京市朝陽區，而朝陽區交通四通八達，與北京市四條主要高速公路連接，計為京張高速公路、京石高速公路、京津唐高速公路及京沈高速公路。董事相信朝陽區位處有策略價值的位置兼交通便利，讓本集團能面向龐大的消費者群。

由於朝陽區處於有策略價值的位置，亦令配送中心能及時回應零售門市對不同貨品的需求，提升本集團分銷網絡的分銷效能；加上本集團的信息管理系統及擁有貨運專車，董事相信，本集團定能提升其分銷實力。

不論是直營或根據特許加盟安排經營的零售門市均以「京客隆」服務標誌營運。此等零售門市通常採用一套統一及鮮明的佈置及顏色組合，而該等零售門市的員工亦穿著標準制服。董事相信使用統一的佈置、顏色組合及設計，可令本集團在連鎖店營辦商中脫穎而出，並有助提高「京客隆」品牌的公眾認知度。

業 務

下表載述於二零零六年六月三十日的零售門市地點：

	大賣場		綜合超市		便利店		合共	
	門店數目	淨營運面積 (平方米)	門店數目	淨營運面積 (平方米)	門店數目	淨營運面積 (平方米)	門店數目	淨營運面積 (平方米)
由本集團直營								
朝陽區	2	19,450	23	56,774	35	8,065	60	84,289
	-	-	-	-	1 ⁽¹⁾	400	1	400
密雲縣	-	-	1	4,580	-	-	1	4,580
廊坊市	1	9,381	1	2,620	-	-	2	12,001
昌平區	1	9,807	-	-	-	-	1	9,807
順義區	-	-	1	1,390	-	-	1	1,390
通州區	-	-	8 ⁽¹⁾	12,590	1 ⁽¹⁾	124	9	12,714
東城區	-	-	1	1,800	-	-	1	1,800
西城區	-	-	1	2,400	-	-	1	2,400
海淀區	-	-	1	2,845	-	-	1	2,845
小計	4	38,638	37	84,999	37	8,589	78	132,226
由特許加盟營辦商經營								
朝陽區	-	-	3	2,580	75	14,506	78	17,086
房山區	-	-	1	1,350	-	-	1	1,350
昌平區	-	-	-	-	2	436	2	436
海淀區	-	-	-	-	2	568	2	568
豐台區	-	-	-	-	7	1,512	7	1,512
通州區	-	-	-	-	2	500	2	500
順義區	-	-	-	-	3	754	3	754
大興區	-	-	-	-	3	695	3	695
宣武區	-	-	-	-	2	109	2	109
延慶縣	-	-	1	1,900	-	-	1	1,900
小計	-	-	5	5,830	96	19,080	101	24,910
總計	4	38,638	42	90,829	133	27,669	179	157,136

⁽¹⁾ 租賃協議已簽訂，有關門市將於二零零六年下半年開業。

下表列出於所述期間本集團直營的零售門市的收入：

	截至十二月三十一日止年度					截至六月三十日止六個月				
	二零零三年		二零零四年		二零零五年		二零零五年		二零零六年	
	總營業額 (人民幣千元)	(%)	總營業額 (人民幣千元)	(%)	總營業額 (人民幣千元)	(%)	總營業額 (人民幣千元) (未經審核)	(%)	總營業額 (人民幣千元) (未經審核)	(%)
大賣場	591,619	31.7	653,687	32.5	694,362	33.7	354,271	33.7	360,685	32.2
綜合超市	1,120,717	60.1	1,208,077	60.1	1,205,007	58.5	621,717	59.0	675,540	60.2
便利店	152,336	8.2	147,506	7.4	161,204	7.8	76,811	7.3	85,411	7.6
	1,864,672	100.0	2,009,270	100.0	2,060,573	100.0	1,052,799	100.0	1,121,636	100.0

業 務

除本集團由銷售取得收入外，本集團於往績記錄期間亦從以下業務活動取得收入，包括但不限於：

- 就津貼推廣活動分別向供應商取得推廣收入約人民幣19,600,000元、人民幣35,600,000元、人民幣42,800,000元及人民幣31,400,000元；
- 就於零售門市顯眼位置陳列產品分別向供應商取得陳列空間租賃費約人民幣8,800,000元、約人民幣12,900,000元、人民幣18,300,000元及人民幣19,300,000元；
- 向(其中包括)餐館、快餐店、相片沖印店及銀行出租或分租零售門市的若干指定空間，而分別取得租金收入約人民幣32,800,000元、人民幣34,500,000元、人民幣37,000,000元及人民幣19,600,000元。

大賣場

於二零零六年六月三十日，本集團擁有並經營四個大賣場，並透過該等大賣場分銷其自有品牌產品及其他日用消費品。大賣場的消費對象是需要全面「一站式」購物服務，並在同一地點購買一切所需物品的顧客。據此，大賣場以具競爭力的價格提供廣泛優質貨品及多種配套服務以滿足消費者對一站式購物服務的需要，該等服務包括洗衣店、銀行、藥房、鐘錶修理及相片沖曬服務。

大賣場的詳細資料

下表列示本集團於所述期間的大賣場總數及直營大賣場的總營運面積：

	於十二月三十一日			於六月三十日	
	二零零三年	二零零四年	二零零五年	二零零五年	二零零六年
直營大賣場	4	4	4	4	4
總營運面積(千平方米)	38.6	38.6	38.6	38.6	38.6

業 務

下表分別列示分別於所述期間本集團大賣場的概約平均交易數字：

	截至十二月三十一日			截至六月三十日	
	止年度			止六個月	
	二零零三年	二零零四年	二零零五年	二零零五年	二零零六年
營業額 (人民幣百萬元)	592	654	694	354	361
每日平均銷售額 (人民幣千元)	1,634	1,786	1,902	1,957	1,993
每日平均交易宗數	34,576	38,904	39,289	38,581	38,200
每日每單位營運面積營業額 (人民幣)	42.3	46.2	49.2	50.7	51.6
每宗交易平均價值 (人民幣)	47.3	45.9	48.4	50.7	52.1

於二零零六年六月三十日，兩家大賣場的店址為本集團向獨立第三方租賃的物業，該等租約為期20年。另外兩家店址為本集團自置物業。

綜合超市

於二零零六年六月三十日，本集團直營29家綜合超市，並以特許加盟方式經營五家綜合超市。本集團透過綜合超市分銷其自有品牌產品及其他日用消費品。綜合超市多位於人口密度較高的住宅區，而店舖規模較大賣場小。

綜合超市的詳細資料

下表列示本集團所述期間的綜合超市總數及直營綜合超市的總營運面積：

	於十二月三十一日			於六月三十日	
	二零零三年	二零零四年	二零零五年	二零零五年	二零零六年
	直營綜合超市	27	26	26	26
直營綜合超市的總營運面積 (千平方米)	65.1	66.9	65.4	67.9	72.4
以特許加盟協議經營的綜合超市	4	4	5	5	5

⁽¹⁾ 不包括將於二零零六年下半年開業的八間綜合超市。

下表分別列示分別於所述期間由本集團直營的綜合超市的概約平均交易數字：

	截至十二月三十一日			截至六月三十日	
	止年度			止六個月	
	二零零三年	二零零四年	二零零五年	二零零五年	二零零六年
營業額 (人民幣百萬元)	1,121	1,208	1,205	622	676
每日平均銷售額 (人民幣千元)	3,395	3,408	3,623	3,602	3,753
每日平均交易宗數	133,093	136,213	130,286	126,338	123,278
每日每單位經營面積營業額 (人民幣)	51.2	48.1	46.9	49.2	51.8
每宗交易平均價值 (人民幣)	25.5	25.0	27.8	28.5	30.4

於二零零六年六月三十日，11家綜合超市的店址為本集團主要向獨立第三方租賃的物業，另外17個物業乃主要向朝陽副食品租賃，該等租約一般為期20年。而另外一家店址則為本集團自置物業。

便利店

於二零零六年六月三十日，本集團直營35家便利店，並以特許加盟方式經營96家便利店。便利店的消費對象為需要快捷、省時及方便購物服務的人士。便利店的規模一般遠較其他零售門市模式細小，並多數座落於居住小區附近。便利店提供有限種類的日用消費品，而且售價通常較大賣場和綜合超市所售貨品為高。

便利店的詳細資料

下表列示本集團於所述期間的便利店總數及直營便利店的總營運面積：

	於十二月三十一日			於六月三十日	
	二零零三年	二零零四年	二零零五年	二零零五年	二零零六年
直營便利店	34	34	35	34	35 ⁽¹⁾
直營便利店的總營運面積(千平方米)	7.7	8.2	8.1	8.2	8.1
以特許加盟協議經營的便利店	46	72	88	84	96

⁽¹⁾ 不包括兩家將於二零零六年下半年開業的便利店。

下表分別列示本集團於所述期間由本集團直營的便利店的概約平均交易數字：

	截至十二月三十一日 止年度			截至六月三十日 止六個月	
	二零零三年	二零零四年	二零零五年	二零零五年	二零零六年
營業額(人民幣百萬元)	152	148	161	77	85
每日平均銷售額(人民幣千元)	444	410	439	423	470
每日平均交易宗數	42,981	44,075	49,071	50,758	53,886
每日每單位營運面積營業額(人民幣)	54.5	49.7	55.3	51.8	58.2
每宗交易平均價值(人民幣)	10.3	9.3	9.0	8.3	8.7

於二零零六年六月三十日，八家便利店的店址為本集團向獨立第三方租賃的物業，而另外26家店址為朝陽副食品租賃予本集團的物業，該等租約一般為期20年。另外一個店址由本集團擁有。

顧客

至於本集團的零售分銷業務方面，本集團的主要顧客為定居於相關門市附近的個別居民。顧客向本集團購買商品，主要以現金付款。因此，零售分銷業務於往績記錄期間的全部收入均為現金，分別佔本集團持續經營業務收入64.4%、56.3%、50.0%及51.9%。

至於本集團的批發分銷業務方面，本集團主要的顧客為零售門市營辦商、連鎖零售門市營辦商及批發業務營辦商。於往績記錄期間，本集團已授出不多於60日的信用期予批發分銷業務的顧客。因此，於往績記錄期間，本集團分別35.6%、43.7%、50.0%及48.1%來自持續經營業務的收入乃以信用期方式結算。

本集團五名最大的顧客佔本集團截至二零零五年十二月三十一日止三個年度各年及截至二零零六年六月三十日止六個月的經審核營業額少於18%。

於往績記錄期間，對本集團二十大客戶之銷售額分別佔本集團營業額約20.2%、20.8%、30.5%及33.2%。就董事所深知，銷貨予國有企業的銷售額分別佔截至二零零五年十二月三十一日止三個年度各年及截至二零零六年六月三十日止六個月對本集團二十大客戶的銷售額約14.9%、14.7%、12.2%及12.5%。

特許加盟業務

由於本集團大賣場、綜合超市及便利店品牌的成功，本集團接獲其他人士有興趣以特許加盟方式經營「京客隆」零售門市的邀請。於二零零六年六月三十日，共有五間綜合超市及96間便利店根據本集團的特許加盟安排經營。所有該等綜合超市及便利店均以「京客隆」商標經營。

董事認為以特許加盟方式經營「京客隆」品牌，可以有效地擴大本集團分銷網絡的地域覆蓋面，而毋須動用大量的本集團資源。此外，董事相信，透過特許加盟安排，本集團可進一步提升其「京客隆」品牌的公眾知名度。

於往績記錄期間，本集團收取的加盟金收入分別約為人民幣800,000元、人民幣1,300,000元、人民幣1,700,000元及人民幣1,100,000元。加盟金按定額一次性收取，便利店、綜合超市的加盟金最高額分別為人民幣20,000元及人民幣90,000元。另外，本集團按月收取特許權使用費，按店舖收入的某一個百分比或定額，定額之最高額為人民幣4,800元／月。特許加盟營辦商須負責特許加盟店的固定資產及經營費用。

特許加盟零售門市向本公司或本公司核准的供應商購貨。於往績記錄期間，本公司銷貨予特許加盟零售門市的銷售額約為人民幣44,600,000元、人民幣52,100,000元、人民幣55,500,000元及人民幣27,800,000元。向特許加盟營辦商售貨的收入於所有權的主要風險及回報已轉交買方及收入數額能可靠地計算時予以確認。據此，該等已出售的貨品由特許加盟營辦商擁有。

至於向特許加盟營辦商提供的貨品，合約規定，損毀、損失或不合規格的風險於送貨獲接收時轉移予特許加盟營辦商。所有特許加盟便利店均以現金交易方式付款。

本集團於挑選特許加盟營辦商時有若干準則：





1. 特許加盟營辦商是否有權進行特許加盟業務或擁有進行有關業務的法定地位；
2. 特許加盟營辦商須有充裕人力資源獨自進行特許加盟業務；
3. 特許加盟營辦商是否擁有適合經營特許加盟業務的門市；及
4. 特許加盟營辦商是否認同本集團的經營理念及願意受本集團的經營政策所約束。

特許加盟的年期一般為期五年，並可在雙方同意的情況下於特許加盟協議到期前延長。特許加盟營辦商負責其門市的日常營運及管理，以及確保特許加盟門市的品牌形象與本集團的品牌政策維持一致。此外，特許加盟營辦商有責任向本公司獨家訂購貨物。本集團將向各特許加盟營辦商收取加盟金，加盟金將以「加盟金」於計入損益帳的其他收入項下。加盟金乃以專營門市的大小為基準計算。本公司並無退回未能售出貨物的政策。

綜合超市及便利店的主要分別在於付款信用期。就特許加盟綜合超市而言，本公司給予約一星期的付款信用期。特許加盟便利店並無信用期。

本集團會向特許加盟營辦商提供若干支援，例如有關本集團信息管理系統、門店設計、財務規劃、營運指引及員工訓練等的培訓課程。於往績記錄期間，向特許加盟營辦商提供信息管理系統、店舖裝修、財務計劃及員工培訓的成本約為人民幣700,000元、人民幣400,000元、人民幣300,000元及人民幣4,500元。本集團就提供該等活動事先向其特許加盟營辦商收取費用，而牽涉的任何相關成本將自預收帳款扣除。

自有品牌的發展

本集團已發展四個自有品牌－「曼妙」、「惠廉」、「蜜屋」及「京客隆」，而本集團將日用消費品外判予供應商製造（彼等皆為獨立第三方），並由本集團的零售門市獨家銷售。董事相信自有品牌可讓本集團從擴大盈利基礎和增加額外優質收入來源兩方面，改善其盈利能力。

於二零零六年六月三十日，本集團分判約170種日用消費品予有13家生產供應商生產，範圍由食品至家居用品。一般外判生產條款列明，產品所定的價格相對目前市價而言，須具競爭力，而本集團將每年收取相關年度訂單數額的某個百分比作為返利。根據本公司與供應商之間的安排，供應商同意向本公司提供北京地區內最低產品價格。於往績記錄期間購貨的總購貨額分別約為人民幣7,600,000元、人民幣10,500,000元、人民幣21,100,000元及人民幣9,200,000元。

董事擬將自有品牌定位為向消費者提供物有所值的產品的優質品牌，亦定位為提供同類日用消費品的其他受歡迎品牌以外的選擇。自有品牌產品的建議零售價均由本集團直接控制，並就各種特定的自有品牌產品，經考慮相關成本、競爭對手的售價及本集團的市場策略而釐定。

於往績記錄期間，本集團零售門市的自有品牌產品的銷售額分別約為人民幣15,300,000元、人民幣25,000,000元、人民幣29,000,000元及人民幣11,100,000元，分別佔本集團於各有關期間的持續經營業務收入總額約0.5%、0.7%、0.7%及0.5%。

信息管理系統

本集團設有兩個獨立分開的信息管理系統，供其零售及批發分銷網絡使用。董事相信，具效率的信息管理系統顯著改善產品採購、送貨時間表、存貨管理及商品營銷，從而減低維持存貨量的成本，並使空間分配和整體銷售表現更理想。因此，本集團在往績記錄期間於各種信息系統的硬件、軟件及相關服務已投資超過人民幣30,000,000元。

就零售分銷網絡而言，本集團的信息管理系統包括自動訂購系統、配送管理系統及會計和財務系統。就批發分銷網絡而言，本集團採用一套信息管理系統，包括倉庫管理系統及會計和財務系統。

本集團亦採用條碼系統，辨別不同商品。使用條碼掃描器掃描，貨物資料就能立刻顯示於屏幕上；此系統提高零售門市的付款效率。此外，付款資料會立刻記錄於資料庫內，令數據亦可即時查閱，提高結算及收集數據的效率。

於往績記錄期間對信息管理系統作出的投資於附錄一的會計師報告中記入固定資產、無形資產及開支。

內部控制－現金及存貨

本集團已設立詳細存貨政策。每季末及每年年底進行存貨點算，以檢查所有商品的存貨程度，倘總存貨值損失達若干百分比，負責僱員將受懲罰。已到期及受損貨品會送回配送中心，由供應商及／或生產商更換，此乃由於有大部分有關貨品可由供應商退款或更換。董事確認，於往績記錄期間完結後本集團並無重大貨品退回或更換。

於往績記錄期間，本集團的平均存貨周轉期分別約為46日、41日、37日及34日。本集團通常為存貨維持0.5%一般存貨撥備。於二零零三年、二零零四年及二零零五年十二月三十一日及二零零六年六月三十日，本集團分別有約人民幣2,600,000元、人民幣3,300,000元、人民幣2,500,000元及人民幣2,000,000元的存貨撥備，以抵消陳舊及流動量低存貨。

本集團信息管理系統設計有記錄及匯報存貨的到期日期功能。本集團亦會定期點算存貨以確認過期存貨。

鑑於零售業以現金為主的特性，嚴格的現金控制對本集團的營運非常重要。本集團已就所有零售門市的現金管理採納嚴格內部控制措施，包括於本集團管理信息系統記錄所有銷售數據；本集團財計部每日進行銷售單據與電腦記錄對帳；倘每日對帳發現誤差，則出納員須負責；大部分零售門市每日將產生的現金存入銀行。此外，本集團正為大賣場及綜合超市安裝監察攝影機，監察出納櫃檯附近的活動。

遵例及批准

提供配套服務的各零售門市、零售門市的第三方專櫃、配送中心及分銷中心均須從有相關中國政府機關取得牌照及／或許可證，才可銷售若干類日用消費品，當中包括但不限於(i)衛生許可證；(ii)煙草專賣零售業務許可證；(iii)出版物經營許可證；及(iv)動物防疫合格證。沒有相關牌照及許可證而銷售若干產品，均屬犯法行為。

誠如中國法律顧問向本公司確認，於整個往績記錄期間，本集團已為其零售門市、配送中心及分銷中心取得一切所需牌照及許可證，亦無涉及任何罰款或任何賠償令。

採購

董事相信供應商的質素在連鎖分銷業務上扮演著重要的角色。因此，本集團在挑選供應商方面採納了一套嚴謹的政策。產品質量、價格優勢及供貨能力為本集團篩選供應商的三大重點準則。

憑藉本集團根基穩固的零售和批發分銷網絡，本集團有能力大量購入貨品並享有相當強勁的購買力。因此，朝批商貿與本公司共同與供應商洽商。董事相信，此舉可增強集團的議價實力，從而讓本集團享有經濟規模效益，並減低成本，同時在零售層面上爭取邊際利潤。就此而言，董事相信藉著與供應商保持正面而穩定的業務關係，採購成本將可進一步降低。

此外，朝批商貿以批發形式供應日用消費品予本公司，即使於旺季，亦能確保本集團可為其零售分銷網絡穩定地採購產品。

於往績記錄期間，本集團約有76%、77%、81%及80%的商品分別直接向製造商採購，其餘24%、23%、19%及20%的商品則分別向批發商採購。本集團直接向製造商採購商品，可進一步利用大量購貨價格的優勢，並確保產品質量、數量及成本均與本集團的定價及採購政策貫徹一致。

品質控制及保證

董事認識到品質控制對本集團分銷網絡的成功非常重要。本集團極為重視其向供應商及製造商採購所得的產品質量。

此外，本集團採用了下列品質控制政策，以訂明發出任何產品的訂單前將採取的步驟：

- a. 商品管理部將對本集團計劃採購的特定產品進行研究，包括取得樣品及批文；
- b. 商品管理部將根據相關法律規定及企業品質管理政策，核實所提供的資料；
- c. 商品管理部亦密切留意受到政府及公眾關注其產品品質標準的供應商。如有需要，有關部門會到供應商的單位進行實地視察。商品管理部於評定供應商的品質標準時亦會填妥一份《供應商渠道評估表》；

- d. 所有配送中心、分銷中心及零售門市於收取商品時，將進行一系列檢驗。檢驗範圍包括送貨方法、外貌、氣味、包裝、生產日期、有效期限、淨重及品牌商標。就生鮮產品、奶類產品及肉類而言，在正式收取有關產品前，批文及相關證書必須可供核實。

獎項及成就

本集團就其業務發展在中國曾獲取多項獎項及嘉許。董事確認，本集團所獲的獎項及嘉許並非根據任何本集團委托撰寫的報告而給予。下表列出本集團所獲部分主要獎項及業內排名：

獎項及認證	獲獎年份	頒發組織
中國百家快速消費品連鎖零售 企業第21名	二零零五年	中國連鎖經營協會
中國百強連鎖 企業第34名	二零零五年	中國連鎖經營協會
北京市百強企業第35名	二零零五年	北京市企業聯合會／ 北京市企業家聯合會
中國服務業企業500強 第143名	二零零五年	中國企業聯合會／ 中國企業家聯合會
中國企業500強第324名	二零零四年	中國企業聯合會／ 中國企業家協會
北京市百強企業第40名	二零零四年	北京企業聯合會／ 北京市企業家協會

此外，本集團採納的質素保證架構及質素控制措施已顯示，本集團致力達到國際認可的質素管理系統標準，因此，本公司56家直營零售門市及乾貨配送中心於二零零五年八月獲頒ISO 9001：2000證書嘉許。

市場推廣及宣傳






董事相信，建立卓越的公司形象及維持本集團「京客隆」商標、「朝批」品牌和自有品牌產品的公眾知名度實在十分重要。因此，本集團的市場推廣策略專注於提供優質及價格具競爭力的產品，以及完善的客戶服務，致力凝聚忠誠的客源。

為配合本集團客戶對本集團零售門市的忠誠度的市場推廣策略，因此於二零零三年十二月推出了京客隆卡，並於二零零四年九月推出了會員積分卡。於二零零六年六月三十日，會員積分卡計劃已有逾530,000名會員，而儲存於京客隆卡的總值約為人民幣105,000,000元。本集團推出京客隆卡及會員積分卡，京客隆卡為儲值卡，可代替現金使用，從而令顧客購物時更為方便及輕鬆。京客隆卡不須交押金。會員積分卡容許消費者累積分數，當分數達到一定標準，則可換領獎品。會員積分卡的分數於一年內有效，換領獎品的積分年限自四月一日至下一年三月三十一日。於相關期間累積可換領獎品的分數於該期間累計及申報為費用。京客隆卡及會員積分卡並非貸記卡或借記卡。

透過推行各項市場推廣和宣傳活動，董事相信零售門市將可於零售連鎖業務中維持其競爭實力。於往績記錄期間，本集團在公眾媒體及推廣活動方面的市場推廣及宣傳開支總額分別約為人民幣8,600,000元、人民幣11,100,000元、人民幣14,300,000元及人民幣6,300,000元，佔來自持續經營業務的收入約0.3%、0.3%、0.3%及0.3%。

知識產權

董事相信商標對本集團業務尤關重要，因為該等商標可讓客戶分辨本集團與集團的競爭對手。

所有直營或特許加盟零售門市皆以「京客隆」品牌管理及營運。此外，本集團已開發四大自有品牌：「曼妙」、「惠廉」、「蜜屋」及「京客隆」。本集團已註冊及正在辦理註冊的商標載列於本招股章程附錄五「法定及一般資料—本集團的知識產權」一節內。

與本集團主要供應商的關係(不包括集團內公司間)

本集團五大供應商於往績記錄期間分別佔本集團總採購額約21.3%、18.1%、16.9%及15.3%。五大供應商均各自與本集團建立超過五年的業務關係。於往績記錄期間，本集團的最大供應商分別佔本集團總採購額約4.5%、5.0%、3.7%及3.9%。

下表載列於所述期間五大供應商的資料：

供應商	所供應的產品	佔總採購額的百分比(%)				
		截至十二月三十一日止年度			截至六月三十日止六個月	
		二零零三年	二零零四年	二零零五年	二零零五年	二零零六年
四川省宜賓五糧液集團進出口有限公司	含酒精飲品	不適用*	不適用*	不適用*	不適用*	3.9
上海雀巢產品服務有限公司北京分公司	食品及飲品	4.4	5.0	3.7	4.7	3.2
北京金六福酒有限公司	含酒精飲品	4.5	3.9	不適用*	不適用*	2.9
北京紅星股份有限公司	含酒精飲品	3.7	3.5	3.6	3.4	2.7
北京蒙牛宏達乳製品有限責任公司	奶類產品、雪糕及其他奶製品	不適用*	3.0	不適用*	2.6	2.6
天津嘉里糧油工業有限公司	食油	不適用*	不適用*	3.1	3.0	不適用*
萊陽魯花濃香花生油有限公司北京分公司	食油	4.3	不適用*	3.7	2.9	不適用*
北京市朝陽煙草公司	煙卷	不適用*	2.7	2.8	不適用*	不適用*
南海油脂工業(赤灣)有限公司北京分公司	食油	4.4	不適用*	不適用*	不適用*	不適用*

* 並非五大供應商之一

儘管本集團從上述供應商取得絕大部分商品，但董事認為本集團並無倚賴任何一位主要供應商，原因是董事相信上述供應商如不再為本集團的供應商，本集團可向另外一些供應商取得商品。

於往績記錄期間，向本集團二十大供應商之採購額分別佔本集團總採購額約40.9%、36.8%、40.0%及34.7%。就董事所深知，於往績記錄期間，向國有企業採購的採購額分別佔向本集團二十大供應商購貨的採購額約27.1%、28.3%、31.1%及34.4%。

競爭

本集團在競爭非常激烈的行業經營，並預期會面對來自現有競爭對手及未來新加入的業者的熾熱競爭。於二零零四年四月，中國商務部頒佈一項名為「外商投資商業領域管理辦法」的新法例，降低外商投資者進軍中國國內零售與批發市場所須面對的大部分入行障礙，如大幅削減註冊資本的規定及擴大許可的業務範疇。由於中國必須進一步開放國內零售與批發業務予國際投資者一併競爭，而隨著外商投資者加入國內市場競爭，董事相信零售及批發業務的競爭將會加劇。

家樂福及沃爾瑪等頂級國際零售公司已開始進入中國市場。部分該等公司已於某些大城市開設逾20家門市。該等公司有優秀財務及管理資源、分銷及配送管理和技術人材，因此彼等之市場份額持續增加。於此方面，外國零售連鎖店進入中國市場將為中國同類業務營辦商帶來極大壓力。再者，本集團亦面對國內零售連鎖門店、本地零售門市營辦商及批發營辦商的劇烈競爭。

根據《二零零五年中國連鎖經營年鑒》，於二零零四年，中國有103家零售連鎖店營辦商，其中13家連鎖店營辦商的銷售額超過人民幣10億元，佔中國整體零售連鎖店業12.6%。在北京市，北京華聯和物美集團是最大兩家國內零售連鎖店營辦商。

下表載列二零零五年北京市主要連鎖超市營辦商(以銷售額計算)。

二零零五年北京市主要連鎖超市營辦商

	零售門市類型	零售門市數目	(銷售額 (人民幣百萬元))
物美集團	大賣場／綜合超市／便利店	615	17,389
北京京客隆	大賣場／綜合超市／便利店	156	5,510 ⁽¹⁾
北京美廉美	大賣場／綜合超市	20	1,898
北京超市發	綜合超市	44	1,683
北京順天府	綜合超市	20	941

資料來源： 中國連鎖經營協會

附註：

- (1) 該數字由中國連鎖經營協會提供，代表本集團成員公司於扣除集團內公司間對銷核數調整及中國公認會計準則調整前的總銷售額。因此該數字與本招股章程附錄一合併收入所報之數字不同。

董事相信，本集團於以下競爭因素佔有優勢，有別於其他連鎖店營辦商、國際企業以及本地零售店營辦商及批發營辦商：

1. 價格及產品種類：董事相信，本集團的產品價格具競爭力，亦能提供優質產品及服務，較其競爭對手優勝。此外，本集團提供多種類別的產品，包括自有品牌產品，為顧客提供便利的一站式購物解決方案，因而進一步擴闊優勢。本集團銷售僱員對產品有豐富認識，深切了解本集團顧客的喜好，此等因素皆為本集團與其對手的競爭中致勝的關鍵所在。
2. 門市選址：董事相信，零售門市是否位於優越地點，乃擴大零售門市銷售量的關鍵，亦是本集團提高盈利能力的關鍵。董事相信，本集團可藉著與朝陽副食品訂立的租賃協議以有利條款取得位於策略性地點的物業。該等物業在其他情況下未必可由本集團取得。
3. 品牌知名度：本集團已採取各種推廣及宣傳活動，包括推出京客隆卡及會員積分卡，致力提高其品牌於顧客的知名度。此外，董事相信，本集團已透過其特許加盟門市主要於大北京地區建立其品牌。

4. 採用有效率的先進技術：董事相信，本集團投資於改進其信息管理系統，令其可改善產品採購、送貨時間表、存貨及存貨管理及周轉期，從而減低維持存貨量的成本，並使空間分配和整體銷售表現更理想。
5. 相輔相承的批發及零售分銷網絡：憑藉備有廣泛的批發及零售分銷渠道的基礎設施，本集團可確保向其零售門市提供穩定的日用消費品供應，使若干在旺季時深受歡迎的季節性產品亦有穩定供應，同時亦有助收集市場趨勢和顧客喜好的第一手意見，從而使本集團在批發層面上按市場趨向進行採購及存貨。董事相信，不能在零售和批發兩方面相輔相乘的分銷商並無此等優勢。

本集團的競爭力由其營業額及溢利的增長、零售及批發網絡的擴張以及引進自有品牌的產品可以獲得證明。本集團主要的競爭優勢及達致優勢的業務策略詳情載列於本招股章程「業務－競爭優勢」一段及「業務目標陳述－策略」一段內。

定價政策

董事相信，以具有競爭力的價格維持優質日用消費品以穩定供應，對本集團的持續成功甚為重要。

在零售層面，各零售業態的定價政策，均根據各零售業態的業務模式及各自主要提供的產品及服務而不同。大賣場業務的定價政策重點在於提供「一站式」購物體驗的整體策略。綜合超市業務的定價政策重點在於均衡地提供各種產品及提供「快捷銷售」推廣的能力。推廣便利店為一間「住宅區附近的便利型超市」的概念，意味著本集團此項零售業務的定價政策重點在於提供既親切，又方便快捷的購物服務。

基於以上目標，本集團的採購部透過下列方法，落實有關政策：

- 本公司與朝批商貿聯手進行磋商，充分利用本集團的規模經濟，務求從本集團的供應商和生產商獲得優惠條款及價格；
- 與本集團的供應商及生產商保持良好的溝通渠道，從而搶先獲取新產品的優勢以及商討促銷方法；

- 評估競爭對手的業務表現，對消費潮流進行市場調查，從而制定本集團的採購策略。

保險

本集團已參加保險計劃，有關保單的保障範圍涵蓋本集團於其零售門市、配送中心及分銷中心內的固定資產和存貨因盜竊、火災及爆水管而造成的損害或損失。董事認為本集團的保額已經足夠，並確認本集團過去未曾就該等保單申索保險賠償。

本集團亦為其僱員購買勞工賠償保險，保障範圍涵蓋僱員於受僱期間發生的個人工傷及意外死亡。

遵守監管規例

本集團擬訂立以下措施以持續遵守中國及香港的監管規例：

- 李春燕女士已獲委任為本集團的規章主任。
- 本集團定期舉行會議及研討會，以提供本集團的業務發展及有關零售及批發分銷的監管規定的最新資料。
- 就聯交所上市公司適用的監管規定於本集團內定期舉行會議及研討會，並更新其不時作出的任何修訂。
- 與規章顧問定期溝通，以更新監管規定。
- 就任何或須根據創業板上市規則而須予披露及獲得批准的擬進行的交易或事件向規章顧問作出諮詢。
- 倘出現任何須遵守中國及香港多項監管規定的事件，全體管理層及員工均須向董事及規章主任迅速作出報告。