

業務目標及策略

本集團的業務宗旨為穩固其於大北京地區的地位及拓展至華北及華東其他地區。本集團憑藉其競爭優勢及加強其競爭實力，矢志成為國內具領導地位的零售及批發分銷網絡營辦商之一。

策略

為實踐其業務目標，本集團已推行以下業務策略：

擴展分銷網絡

本集團將善用其於大北京地區的穩固市場地位，繼續擴展至毗鄰地區，包括華東及華北地區。本集團零售分銷網絡擴展的重點地區，將為由北京市向外輻射的四條主要公路沿線地區。

為增加本集團的零售門市數目，本集團將繼續開設更多新的直營大賣場、綜合超市及便利店，以及以與第三方訂立特許加盟安排的方式經營新綜合超市及便利店。本集團亦希望在交通便利和人口稠密的地點發展社區購物中心。董事相信社區購物中心將可吸引及滿足不同階層的消費者。

此外，本集團的配送中心將擴充產能及升級。本集團亦將進一步整合零售和批發分銷業務的配送能力，董事相信，此舉將提高規模經濟效益及擴大本集團分銷網絡。

於最後實際可行日期，本集團並無擬收購以使本集團加快擴大其分銷網絡的目標公司。然而，倘出現合適機會，本集團將考慮透過具協同效益的收購擴張其業務。

提升營運效率

本集團擬透過以下方法提升其零售和批發分銷網絡的管理，藉以達致更高效率及作出更快應對：

- 提升分銷中心及配送中心的倉庫管理系統，以加強零售及批發分銷網絡的效率及靈活性，從而降低分銷成本；
- 提升信息管理系統。以電子通訊方式與供應商及客戶保持聯繫，以保持並改善存貨流量、市場競爭實力及客戶的忠誠度；
- 董事相信客戶對鮮活農產品的需求非常殷切，並佔本集團銷售額的相當大比例，因而有意提升生鮮食品配送中心的分銷能力；
- 強化與供應商、客戶及零售商的業務關係，藉以精簡訂單及分銷工序以提高零售及批發分銷網絡的效率，從而降低成本，令採購產品(以批發渠道)及分銷產品(以零售渠道)兩方面均得以穩定；及
- 投資於員工培訓，務求能提供高效率兼具備豐富知識的優質客戶服務。

繼續建立品牌

為了進一步強化「京客隆」及「朝批」品牌，以及提高該兩個品牌在零售及批發分銷行業的知名度，本集團擬繼續(i)提升客戶服務質素；(ii)增加日常消費品種類及改良產品質素；(iii)翻新及提升零售門市；及(iv)將其批發分銷網絡伸延至北京市的周邊地區。董事相信，品牌是本集團其中一項最寶貴的資產，因此，本集團銳意繼續作出投資，以改善其品牌於大北京地區的知名度，藉此進一步提升其於大北京地區的競爭優勢，繼續作為大北京地區首屈一指的日用消費品零售及批發分銷商。

業務目標陳述

實施計劃

以下為最後實際可行日期至二零零八年十二月三十一日期間本集團就其中國分銷門市業務實施主要業務策略的時間表。

	最後實際 可行日期至 二零零六年 十二月三十一日	截至 二零零七年 六月三十日 止六個月	截至 二零零七年 十二月三十一日 止六個月	截至 二零零八年 六月三十日 止六個月	截至 二零零八年 十二月三十一日 止六個月	總計 百萬港元
擴充中國零售分銷網絡						
大賣場	在大北京地區 開設不少於 一間大賣場	於二零零七年 在大北京地區 開設不少於 兩間大賣場	於二零零七年 在大北京地區 開設不少於 兩間大賣場	於二零零八年 在大北京地區 開設不少於 兩間大賣場	於二零零八年 在大北京地區 開設不少於 兩間大賣場	
所得款項用途 (百萬港元約數)	40.0	100.0	100.0	40.0	40.0	180.0
綜合超市	在大北京地區 開設不少於 三間綜合超市	於二零零七年 在大北京地區 開設不少於 八間綜合超市	於二零零七年 在大北京地區 開設不少於 八間綜合超市	於二零零八年 在大北京地區 開設不少於 八間綜合超市	於二零零八年 在大北京地區 開設不少於 八間綜合超市	
所得款項用途 (百萬港元約數)	18.0	48.0	48.0	28.6	28.6	94.6
便利店	在大北京地區 開設不少於 三間便利店	於二零零七年 在大北京地區 開設不少於 八間便利店	於二零零七年 在大北京地區 開設不少於 八間便利店	於二零零八年 在大北京地區 開設不少於 八間便利店	於二零零八年 在大北京地區 開設不少於 八間便利店	
所得款項用途 (百萬港元約數)	2.0	5.2	5.2	-	-	7.2
	在大北京地區 開設不少於 5間透過特許 加盟安排營運 的便利店*	於二零零七年 在大北京地區 開設不少於15間 透過特許加盟 安排營運的 便利店*	於二零零七年 在大北京地區 開設不少於15間 透過特許加盟 安排營運的 便利店*	於二零零八年 在大北京地區 開設不少於20間 透過特許加盟 安排營運的 便利店*	於二零零八年 在大北京地區 開設不少於20間 透過特許加盟 安排營運的 便利店*	
所得款項用途 (百萬港元約數)	<u>60.0</u>	<u>153.2</u>	<u>153.2</u>	<u>68.6</u>	<u>68.6</u>	<u>281.8</u>
實施總成本 (百萬港元約數)	<u>60.0</u>	<u>243.2</u>	<u>243.2</u>	<u>133.2</u>	<u>133.2</u>	<u>436.4</u>

* 本公司無意將任何由股份發售取得的所得款項分配於開設特許經營便利店。

業務目標陳述

	最後實際 可行日期至 二零零六年 十二月三十一日	截至 二零零七年 六月三十日 止六個月	截至 二零零七年 十二月三十一日 止六個月	截至 二零零八年 六月三十日 止六個月	截至 二零零八年 十二月三十一日 止六個月	總計 百萬港元
提高營運效率						
配送中心	持續提升生鮮 食品配送中心	為零售及批發分 銷業務進一步 綜合	為零售及批發分 銷業務進一步綜 合配送產能	升級乾貨配送中 心以提升自動化 配送產能	改進工作流程及 改進管理標準 處理功能	
信息管理系統	發展網上購物 系統	發展企業資源 規劃系統	提升企業資源 規劃系統	提升企業資源規劃 系統	提升企業資源規劃 系統	
營運系統	持續推廣及改良 一致營運及服務 標準	持續推廣及改良 一致營運及服務 標準	持續推廣及改良 一致營運及服務 標準	持續推廣及改進 一致營運及服務 標準	持續推廣及改進 一致營運及服務 標準	
員工培訓	向新零售門市的 經理及僱員 提供培訓課程	向新零售門市的 經理及僱員 提供培訓課程	向新零售門市的 經理及僱員 提供培訓課程	向新零售門市的 經理及僱員 提供培訓課程	向新零售門市的 經理及僱員 提供培訓課程	
所得款項用途 (百萬港元約數)	<u>65.0</u>	<u>27.0</u>	<u>8.0</u>	<u>27.0</u>	<u>11.6</u>	<u>138.6</u>
實施總成本 (百萬港元約數)	<u>65.0</u>	<u>27.0</u>	<u>8.0</u>	<u>27.0</u>	<u>11.6</u>	<u>138.6</u>

業務目標陳述

	最後實際 可行日期至 二零零六年 十二月三十一日	截至 二零零七年 六月三十日 止六個月	截至 二零零七年 十二月三十一日 止六個月	截至 二零零八年 六月三十日 止六個月	截至 二零零八年 十二月三十一日 止六個月	總計 百萬港元
繼續建立品牌						
現有零售門市	翻新及提升 現有零售門市	翻新及提升 現有零售門市	翻新及提升 現有零售門市	翻新及提升 現有零售門市	翻新及提升 現有零售門市	
提升客戶服務的質素	建立電子 平台，方便 顧客交流信息	調查顧客滿意 程度	建立內部顧客 服務評估能力	研究顧客的需求 及發展新顧客 服務	發展顧客關係 管理系統	
	為年長及行動 不使顧客提供 送貨服務	為年長及行動 不使顧客提供 送貨服務	為年長及行動 不使顧客提供 送貨服務	為年長及行動 不使顧客提供 送貨服務	為年長及行動 不使顧客提供 送貨服務	
推出自有品牌 的新產品	推出自有品牌 的其他產品	推出自有品牌 的其他產品	推出自有品牌 的其他產品	推出自有品牌 的其他產品	推出自有品牌 的其他產品	
所得款項用途 (百萬港元約數)	<u>13.0</u>	<u>8.0</u>	<u>8.0</u>	<u>8.0</u>	<u>4.6</u>	<u>41.6</u>
實施總成本 (百萬港元約數)	<u>13.0</u>	<u>8.0</u>	<u>8.0</u>	<u>8.0</u>	<u>4.6</u>	<u>41.6</u>

股份發售的原因及所得款項用途

本集團估計，經扣除本公司就股份發售應付的有關支出後，並假設超額配股權概無獲行使，按發售價每股H股4.20港元（即指示發售價3.90港元至4.50港元的中位數）計算，本公司自股份發售取得的所得款項淨額估計約為462,000,000港元。董事現擬將該等所得款項淨額用於下列用途：

- 約281,800,000港元用作拓展本集團在中國的零售網絡；
- 約138,600,000港元用作改善及發展本集團信息及配送系統；及
- 約41,600,000港元用作一般營運資金，包括但不限於建立品牌。

業務目標陳述

倘超額配股權獲全數行使，本公司預期收取的估計額外所得款項淨額約為73,000,000港元，其中44,500,000港元將主要用於擴大本集團在中國的零售網絡，21,900,000港元將主要用作改善及發展本集團信息及配送系統及6,600,000港元將主要用作一般營運資金。

倘發售價經釐定為每股H股3.90港元（即指示價格範圍的下限）（並假設並無超額配股權獲行使），本公司應得的所得款項淨額（相較根據上述發售價格範圍的中位數計算所得的所得款項淨額）將會減少約34,700,000港元。在此情況下，董事擬將用作擴大及提升本集團在中國的零售網絡的所得款項減少21,200,000港元、用作改善及發展本集團信息及配送系統的所得款項減少10,400,000港元，以及撥作一般營運資金的所得款項減少3,100,000港元。

倘發售價經釐定為每股H股4.50港元（即指示價格範圍的上限）（並假設並無超額配股權獲行使），本公司應得的所得款項淨額（相較根據上述發售價格範圍的中位數計算所得的所得款項淨額）將會增加約34,700,000港元。在此情況下，董事擬將用作擴大及提升本集團在中國的零售網絡的所得款項增加21,200,000港元、用作改善及發展本集團信息及配送系統的所得款項增加10,400,000港元，以及撥作一般營運資金的所得款項增加3,100,000港元。

誠如「業務目標陳述」一節「實行計劃」一段所述，董事估計實行業務計劃的總成本約為616,600,000港元。董事擬以本集團業務產生的內部流動現金、銀行借款及／或其他借款，為實行業務計劃提供餘下所需資金約154,600,000港元。倘本公司自股份發售取得的所得款項淨額並未即時用於上述用途，則本集團有意在有關中國法律及法規允許的情況下，將該部份所得款項存入香港或中國的銀行的計息帳戶。

經扣除朝陽副食品承擔的包銷費用及就股份發售應付的估計支出後，並假設發售價定於每股H股4.20港元（即指示售價範圍的中位數），股份發售中出售待售H股的所得款項淨額將約為48,600,000港元，或倘超額配股權獲全數行使，則約為55,900,000港元。本公司將不會獲得任何該等所得款項。根據有關中國法律及法規，該等所得款項淨額將須匯至社保基金理事會。

基準及假設

董事已根據其經驗及日用消費品的預期市場需求及未來需求增長，評估市場潛力及籌劃適當策略，務求達到本集團的業務目標。董事在評估及籌劃有關事項時已作出以下主要假設：

- (i) 中國的政治、法律、財務、對外貿易或經濟狀況並無重大改變；
- (ii) 適用於本集團的中國稅基或稅率並無重大變動；
- (iii) 利率或外幣匯率並無重大變動；
- (iv) 不會在中國或世界其他地方爆發可能影響中國經濟、一般公眾購買力及消費者信心的傳染病；
- (v) 在挽留及聘請資深及合資格人員方面並無重大困難；及
- (vi) 不會發生可嚴重破壞本集團業務或營運，或對其財產或設施造成重大損失、損壞或破壞的任何災禍、天災、政治或其他事故。