
業 務

概覽

我們成立於一九七九年，是香港歷史悠久且家喻戶曉的旅行代理商之一。我們以「縱橫遊」品牌推廣旅遊配套產品，主營以日本為重點的外遊旅行團業務。根據國富浩華報告，按二零一五年日本旅行團旅客人數計算，我們是香港第二大旅行代理商，按二零一五年外遊旅行團旅客人數計算，我們於提供外遊旅行團的香港旅行代理商中排名第八，市場份額約為2.6%。

我們曾獲香港生活雜誌U周刊「我最喜愛日本旅行團2013」、網上旅遊資訊平台又飛啦「我最喜愛日本旅遊旅行社2015」及香港旅遊雜誌《新假期周刊》於二零一一年、二零一三年和二零一五年頒發的「最受歡迎主題旅遊套票」等獎項，因此相信客戶視我們為提供日本旅行團方面的專家。我們認為多年來的成功主要在於能夠並且竭誠為客戶提供新穎的旅行體驗，包括各類旅遊。

除日本外，我們亦安排南韓、中國、台灣、泰國、馬來西亞及新加坡、越南、柬埔寨、杜拜、澳洲、新西蘭及歐洲各地的旅行團。

除外遊旅行團外，我們亦為客戶提供其他旅遊產品及服務，包括自由行產品以及旅遊配套產品及服務。自由行指由旅客為自訂旅程購買自由行產品而非旅行團，而自由行產品通常包括機票、酒店住宿或機票加酒店住宿套票。我們亦提供景點門票、當地交通接送、汽車租賃、電話和網絡預付卡、旅遊保險及申請旅遊簽證等旅遊配套產品及服務。

我們的成就及優質產品和專業服務得到廣泛認可，屢獲殊榮。主要獎項的詳情請參閱「一獎項」。

根據國富浩華報告，短途旅遊國家(不包括中國內地)中，二零一五年最多香港外遊旅客前往的目的地為日本。二零一一年至二零一五年，香港赴日旅客人次複合年增長率約為43%，且預計二零一五年後會按每年約10%繼續增長。我們致力鞏固提供日本旅遊服務的領先地位。

我們憑藉日本旅遊方面的豐富經驗與成就，除了持續提供優質的日本旅遊服務外亦會開發其他目的地的旅遊業務，並提供更多自由行產品以及旅遊配套產品及服務，迎合不同客戶的需求和偏好。一如我們的中文宣傳口號「鍾意旅遊 鍾意縱橫遊」，我們致力提供最佳旅行體驗滿足客戶，成為香港最受歡迎的旅行代理商。

業 務

業務模式

我們作為香港持牌旅行代理商為客戶提供多種旅遊產品及服務，我們的業務包括(i)外遊旅行團設計、開發及銷售；(ii)自由行產品銷售；及(iii)提供旅遊配套產品及服務。我們的旅行團包括傳統觀光旅行團、特別主題旅遊、奢華體驗旅行和親子之旅及根據客戶要求專門定製的MICE旅遊；自由行產品包括機票、酒店住宿及機票加酒店住宿套票。為滿足客戶需求，我們亦提供旅遊配套產品及服務，包括景點門票、當地交通接送、汽車租賃、電話和網絡預付卡、旅遊保險及申請旅遊簽證。

我們主要透過「翱翔遊」於香港的四間分行及網上銷售平台銷售產品及服務。我們的客戶多為零售客戶，亦包括其他香港和澳門的旅行代理商客戶。

我們的供應商主要包括航空公司、地接營運商、旅遊車及其他當地交通營運商、酒店營運商、餐廳及景點營運商。

下表載列往績紀錄期間按主要產品／服務類別劃分的收益：

| | 截至三月三十一日止年度 | | | | 截至六月三十日止三個月 | | | |
|--------------------------------------|----------------|--------------|----------------|--------------|----------------|--------------|---------------|--------------|
| | 二零一五年 | | 二零一六年 | | 二零一五年 | | 二零一六年 | |
| | 千港元 | % | 千港元 | % | 千港元 | % | 千港元 | % |
| 旅行團 | 451,117 | 97.7 | 443,941 | 98.1 | 116,481 | 98.5 | 80,299 | 97.5 |
| 自由行產品 <small>(附註)</small> | 4,383 | 1.0 | 4,009 | 0.9 | 958 | 0.8 | 752 | 0.9 |
| 旅遊配套產品及 服務 <small>(附註)</small> | 6,046 | 1.3 | 4,682 | 1.0 | 846 | 0.7 | 1,336 | 1.6 |
| 合計 | <u>461,546</u> | <u>100.0</u> | <u>452,632</u> | <u>100.0</u> | <u>118,285</u> | <u>100.0</u> | <u>82,387</u> | <u>100.0</u> |

附註：我們作為代理提供服務，銷售自由行產品以及旅遊配套產品及服務的收益按淨額確認。

往績紀錄期間，本集團的業務重心概無任何重大變化。

競爭

我們在香港從事旅遊服務業。根據國富浩華報告，截至最後可行日期，香港持牌旅行代理商達1,756家，其中560家代理商從事批量銷售及／或經營旅行團。按二零一五年參加旅行團的香港旅客人次計算，香港從事批量銷售及／或經營旅行團的十大持牌旅行代理商佔市場份額逾75%。

我們的主要業務是提供外遊旅行團，往績紀錄期間我們97%以上的總收益來自銷售旅行團，而我們主要與香港其他向客戶提供外遊旅行團的持牌旅行代理商競爭。此外，我們

業 務

與直接向客戶或透過互聯網提供類似產品與服務的香港境內外航空公司及其他旅遊代理商競爭。

我們的董事認為，准入門檻可能是導致提供旅行團服務的香港旅行代理商為數不多的原因。根據國富浩華報告，准入門檻包括符合旅行代理商註冊處牌照規定、建立聲譽及往績並維持與航空公司、地接營運商及酒店等主要供應商的良好業務關係。根據國富浩華報告，旅行代理商的聲譽是客戶選擇旅行代理商尤其重要的考慮因素之一，但建立良好聲譽及往績非一日之功，因此對新入行公司來說是高准入門檻。此外，與航空公司、地接營運商及酒店等主要供應商維持良好業務關係對確保服務供應穩定至關重要。

儘管競爭激烈，但董事認為我們具備在香港旅遊服務業保持領先地位的競爭優勢。我們會繼續設計及開發優質旅行團、推出新的目的地、提供多元化產品及服務、提升服務質素以增加市場份額。有關競爭優勢詳情請參閱下文「競爭優勢」。

競爭優勢

董事認為我們具備以下競爭優勢：

我們扎根香港市場，品牌家喻戶曉

我們成立於一九七九年，是香港歷史悠久且家喻戶曉的旅行代理商之一。根據國富浩華報告，按二零一五年日本旅行團旅客人數計算，我們是香港第二大旅行代理商，按二零一五年外遊旅行團旅客人數計算，我們於提供外遊旅行團的香港旅行代理商中排名第八，市場份額約為2.6%。

我們以「縱橫遊」品牌在香港從事旅遊服務業達37年，相信已在香港建立提供優質旅遊產品及服務的品牌聲譽。憑藉現有市場份額及品牌知名度，相信我們持續改善產品及服務和致力提供多種旅遊產品及服務可增加我們的市場份額。

我們致力提供令客戶稱心滿意的優質產品及服務

我們相信致力為客戶提供優質產品及服務以確保客戶得到最大滿足度是我們成功的關鍵之一。我們謹慎挑選符合質素、安全、應變能力及可靠度等嚴格標準的供應商。我們的

業 務

供應商包括大型航空公司及五星級酒店。我們自客戶查詢產品及服務起直至旅程結束，一直為其提供專業服務及舒適體驗。我們為銷售代表、領隊及客戶服務代表提供持續培訓，確保彼等具備向客戶提供專業服務的必要知識、技能及禮儀。

我們對產品及服務質素進行持續評估時，要求領隊於每次旅程結束後就供應商提供產品及服務的質素提交旅程完成報告。此外，我們邀請顧客於旅程結束時填寫一份評價表，評價旅程中的各種旅遊元素和我們的員工及領隊的服務，亦會隨機抽選客戶作電話訪問，收集有關產品與服務質素的意見。

持續評估程序有助我們監察產品及服務質素，改善產品及服務以滿足顧客需求。

我們擁有豐富的產品組合為客戶提供不同旅遊體驗

我們致力開發新旅遊產品與理念，迎合不同客戶的需求及旅遊選擇。我們不時在現有旅遊地點推出新路線及活動，為客戶提供全新旅遊體驗。我們亦對新旅遊地點展開研究，開發新旅行團為客戶提供更多旅遊地點選擇。我們引進節日主題遊、鐵道之旅、美食之旅、郵輪旅遊、文化體驗遊及世界遺產遊等各類主題旅行團，迎合客戶不同的旅遊選擇。我們持續留意市場趨勢及旅遊選擇，相應開發全新旅行項目迎合客戶需求。此外，我們贊助電視旅行節目及電影並舉辦旅行研討會，為追求豐富旅行體驗的客戶提供最新旅行資訊及構思。我們相信致力開發新旅遊產品與理念及豐富產品組合將可吸引更多客戶。

與航空公司及其他供應商建立良好業務關係

我們與多家航空公司保持良好關係，每半年獲分配相連機位，便於提早計劃和設計產品並確保有足夠機位應付旅遊業務所需。我們可取消若干主要航空公司供應商最多若干百分比的預留相連機位，若於出發日期前協定期間內取消則毋需繳納罰款，按金亦不會被沒收。由於與航空公司業務關係良好，我們通常可在提出要求後獲獨家包機航班以滿足旺季需求。我們與若干主要航空公司供應商維持超過14年的長期業務關係。

我們出色的表現榮膺各大航空公司多個獎項，包括國泰航空、港龍航空、韓亞航空、日本航空及全日空。我們自二零零一年起連續15年獲得國泰航空高銷售大獎及自二零一三年起連續三年獲得港龍航空公司高銷售大獎。

業 務

我們與地接營運商及酒店等其他供應商業務關係良好。我們與若干地接營運商維持最少10年的長期業務關係。地接營運商熟悉當地市場，為我們提供最新旅行資訊，協助我們開發新行程及旅遊元素。我們亦與旅遊熱點的眾多酒店保持良好關係，因此我們能夠為客戶提供更多的酒店選擇，令客戶有更佳旅行體驗。

我們的管理層團隊具備豐富的旅遊業經驗

我們的執行董事袁士強先生及陳女士具備逾36年旅遊業經驗，袁振寧先生則具備逾10年旅遊業經驗，尤其是日本旅行團運作方面的經驗。彼等的寶貴知識及對旅遊業的見解令本集團取得卓著往績。憑藉執行董事的領導及高級管理團隊(成員平均具備逾15年相關領域經驗)的支持，我們相信本集團會繼續取得成功，為客戶提供全新且獨特的旅遊體驗。有關董事及高級管理人員的詳細資料，請參閱「董事及高級管理層」。

策略

我們致力提供最佳旅行體驗令客戶稱心滿意，成為香港最受歡迎的旅行代理商。為達成目標，我們擬實行以下策略：

提高品牌知名度與品牌意識

我們相信聲譽影響客戶選擇香港不同旅行代理商的旅遊產品。我們是香港歷史悠久且家喻戶曉的旅行代理商，此乃持續成功的關鍵。我們擬通過繼續推廣品牌並為客戶提供最佳性價比的體驗以維持聲譽及品牌知名度。

我們將以各種營銷渠道推廣品牌知名度，包括贊助電視旅行節目(包括網絡電視)及電影，於報章、電視、公共交通工具及旅遊生活雜誌投放廣告，於互聯網媒介包括社交媒體推廣產品及服務，舉辦旅行研討會，參與旅遊展，並分別與信用卡公司及銀行合作提供產品及服務折扣。我們已贊助兩套於二零一六年四月及十一月播放的電視旅行節目。

尤其是隨著使用互聯網進行旅行預訂日益普及，我們將加大數碼營銷力度，以便配合推出綜合網上銷售平台。我們已於二零一六年八月開展為期兩年的數碼營銷活動，致力通過數字化手段將本集團打造成香港旅行電子商務領導者。我們旨在透過社交媒體宣傳及搜索引擎營銷提高產品線上知名度和帶動線上交易及線上諮詢。為達致此目標，我們計劃向感興趣的團體推出優惠、開發特別套餐及旅行團和建立該類團體粉絲團。

業 務

我們會繼續開發新行程及各類主題旅遊，例如鐵道之旅、節日主題遊及美食之旅。我們相信多元化旅行團將有助提升我們提供獨特旅遊體驗的品牌知名度。例如，我們推出豪華五天溫泉美食旅行團，將於二零一七年中國農曆新年翌日起程，且我們的代言人亦會參團，旅行團價格約每人8萬港元。相信此舉將提升我們的品牌知名度及產品人氣。截至最後可行日期，旅行團報名人數可觀。

加強客戶關係管理，提高客戶忠誠度

我們將加強客戶關係管理以延長客戶週期及建立客戶忠誠度。我們通過分析數字營銷活動中收集的數據，深入了解轉售模式、產品偏好及客戶生命週期等客戶行為，亦會考慮採納優化的客戶關係管理制度，作量化測量、同步業務往來及提供最佳網站體驗。

此外，我們於二零一六年二月推行現時的會員制度。登記會員購買產品與服務可獲積分。積分可用作購買若干產品與服務的折扣。會員亦會不時收到我們發佈的最新推廣活動、產品及服務。於最後可行日期，我們有逾10,400名會員。我們定期檢討會籍制度並作出改善，或會擴展獎賞換領計劃，提供額外福利、紀念品或禮券，以提高客戶忠誠度及吸引新客戶。

持續開發新產品與服務，擴大市場份額

我們將繼續探索新旅遊地點及開發現有旅行團行程，帶給客戶全新及特別旅行體驗。具體而言，我們將開發豪華溫泉之旅、米芝蓮美食之旅及獨特體驗之旅等一系列特色旅程。我們會定期研究新的旅遊地點、新的吸引角度及地區特色活動等旅行新思路，以此改進現有旅行團及開發新地點增加旅行團類別，亦會根據客戶偏好及市場趨勢專門定製新行程。例如，我們一直在與主要航空公司供應商協商合作開發日本新旅遊地點的固定路線。結果我們的主要航空公司供應商提議於二零一七年四月中旬至六月底先運營飛往日本小松的包機航班，每週組織兩次旅行團。飛往小松的新航班可讓我們開發北陸地區及中部地區的新行程。我們亦計劃每年發展一至兩條旅遊路線，為客戶提供更廣泛選擇。我們相信多樣的產品與服務以及品質方面的良好聲譽有助擴大市場份額。

鞏固銷售網絡

我們現有四間位於銅鑼灣、旺角、尖沙咀及沙田的分行，為客戶提供個人服務。我們打算翻新現有分行，為所有分行打造一個統一的全新形象，相信此舉可改善客戶體驗及提

業 務

升品牌認知和認可度。我們租用另一個物業單位，擴大沙田分行的空間，為客戶提供更悠閒舒適的環境及配合日後營運需要，並於二零一六年十一月開始營業。我們亦將考慮是否於香港的有利地段增設一間分行以擴大分支網絡，以方便偏好親身選購的客戶。

對於偏好便捷服務的客戶，我們會持續改進網站及網上銷售平台提供最新旅行資訊及簡易的購買與預訂程序。我們聘請獨立軟件開發商開發及改進設有綜合預訂系統的網上銷售平台。截至最後可行日期，客戶可(i)瀏覽旅行團、機票及部分旅遊配套產品的即時資訊、供應與定價；(ii)預訂旅行團；(iii)購買機票並即時確認；(iv)購買部分旅遊配套產品及；(v)瀏覽有關酒店住宿供應與定價的即時資訊，進行購買及預訂並即時確認。

我們的網上銷售平台開發完成後，預期客戶可(i)購買「機票加酒店」自由行套票並即時確認；(ii)就所預訂旅行團全額付款，亦可更改預訂資料；及(iii)與銷售代表線上溝通，尋求協助。我們將增加綜合網上銷售平台的自由行產品供應以滿足自由行產品需求，把握自由行產品市場的增長契機。我們會提供若干獨家酒店預訂服務，提升產品吸引力。

於二零一六年十二月，我們與一名全球領先旅遊中介敲定長期合作協議，該旅遊中介將為我們提供酒店客房，遊客可透過我們的網上銷售平台挑選及於全球逾280,000家酒店預訂住宿。該協議為期三年，該旅遊中介已於最後可行日期完成進一步優化後開始提供酒店客房。該協議並無規定該旅遊中介所提供酒店客房的最低預訂量。我們將就該旅遊中介透過我們網上銷售平台提供的酒店住宿預訂收取營銷費用。

由於我們的網上銷售平台提供旅行團、自由行產品與旅遊配套產品及服務等多元產品，是能滿足客戶大部分旅行需求的一站式平台，因此我們得以從眾多一般僅提供機票及／或酒店預訂服務的網上代理商和機票及酒店預訂平台中脫穎而出。

改進資訊系統

我們將持續升級或替換資訊系統，提升經營效率。我們目前計劃以具備綜合管理資訊功能的新系統升級或替換現有的電話熱線系統、會計系統及旅行團運作系統。該等新資訊

業 務

系統將可簡化運作程序，提升經營效率。此外，具備綜合管理資訊功能的新系統有助管理層密切監察及檢討業務營運和財務表現，以便在面臨激烈的市場競爭時迅速應對市場變化。

擴充員工隊伍

我們計劃招募至少一名具備豐富高級管理經驗及才能的人士壯大管理團隊，監察我們的整體業務營運。我們亦計劃為營銷、會計及資訊技術團隊各招募一至兩名經驗豐富的人員。我們需增聘營銷人員執行營銷策略，通過廣告及其他營銷活動持續提高品牌意識。我們需增聘會計人員協助財務總監達至[編纂]後的其他財務申報要求。此外，我們需增聘資訊科技人員維護新網站及網上銷售平台，並協助客戶關係管理分析。

上述若干策略將以[編纂]所得款項淨額撥付。有關[編纂]所得款項擬定用途的詳情，請參閱「未來計劃及[編纂]」。我們將以內部資源撥付上文所載其他策略資金。

產品及服務

往績紀錄期間，我們的產品及服務主要可分為三類：(i)旅行團；(ii)自由行產品；及(iii)旅遊配套產品及服務。

旅行團

我們的主要產品為外遊旅行團。我們的旅行團銷售額分別佔截至二零一五年及二零一六年三月三十一日止年度與截至二零一五年及二零一六年六月三十日止三個月的總收益約97.7%、98.1%、98.5%及97.5%。旅行團一般包括航班、酒店住宿、餐飲、陸上交通及安排觀光旅遊和其他活動。我們的外遊旅行團由領隊陪同從啟程直至返回香港。截至二零一五年及二零一六年三月三十一日止年度與截至二零一六年六月三十日止三個月，我們已啟程超過2,100個、2,000個及400個外遊旅行團，旅客人數分別超過53,000人、52,000人及9,200人。

旅遊地點

往績紀錄期間，我們提供赴日本、南韓、中國、台灣、泰國、馬來西亞及新加坡、越南、柬埔寨、杜拜及澳洲的旅行團。日本旅行團為我們的主要產品，分別佔截至二零一五年及二零一六年三月三十一日止年度與截至二零一五年及二零一六年六月三十日止三個月的旅行團收益約78.1%、84.4%、84.9%及86.5%。

業 務

下表載列往績紀錄期間按旅遊地點劃分的旅行團收益：

| | 截至三月三十一日止年度 | | | | 截至六月三十日止三個月 | | | |
|------------------------|-------------|-------|---------|-------|-------------|-------|--------|-------|
| | 二零一五年 | | 二零一六年 | | 二零一五年 | | 二零一六年 | |
| | 千港元 | % | 千港元 | % | 千港元 | % | 千港元 | % |
| 日本 | 352,488 | 78.1 | 374,674 | 84.4 | 98,948 | 84.9 | 69,473 | 86.5 |
| 其他旅遊地點： | | | | | | | | |
| 南韓 | 68,214 | 15.1 | 34,424 | 7.8 | 8,067 | 6.9 | 5,503 | 6.9 |
| 台灣 | 12,247 | 2.7 | 12,891 | 2.9 | 2,955 | 2.5 | 1,036 | 1.3 |
| 中國 | 8,907 | 2.0 | 11,752 | 2.6 | 4,269 | 3.7 | 2,802 | 3.5 |
| 東南亞國家 ^(附註1) | 9,152 | 2.1 | 6,063 | 1.4 | 2,242 | 2.0 | 790 | 1.0 |
| 其他國家 ^(附註2) | 109 | 0.0 | 4,137 | 0.9 | — | — | 695 | 0.8 |
| 總計 | 451,117 | 100.0 | 443,941 | 100.0 | 116,481 | 100.0 | 80,299 | 100.0 |

附註：

- (1) 往績紀錄期間，東南亞國家包括泰國、馬來西亞、新加坡、越南及柬埔寨。
- (2) 往績紀錄期間，其他國家包括杜拜及澳洲。

類型

我們提供各類旅行團，包括為一般零售客戶提供的傳統觀光旅行團，為有特別愛好的客戶提供節日主題遊、鐵道之旅、郵輪旅遊、美食之旅、文化體驗遊及世界遺產遊等特別主題旅遊，為願意花費更多金錢換取豪華旅行體驗的客戶提供溫泉之旅及米芝蓮美食之旅等奢華體驗旅行以及親子之旅。我們的MICE旅遊部門亦為有特定要求的客戶提供定製旅遊。

自由行產品

我們的自由行產品包括機票、酒店住宿及機票加住宿套票。偏好自由旅遊的客戶可完全自由選擇航班及酒店住宿。

往績紀錄期間，我們的自由行產品大部分赴往日本，分別佔截至二零一五年及二零一六年三月三十一日止年度與截至二零一五年及二零一六年六月三十日止三個月的自由行產品收益約82.0%、86.2%、81.3%及80.6%。

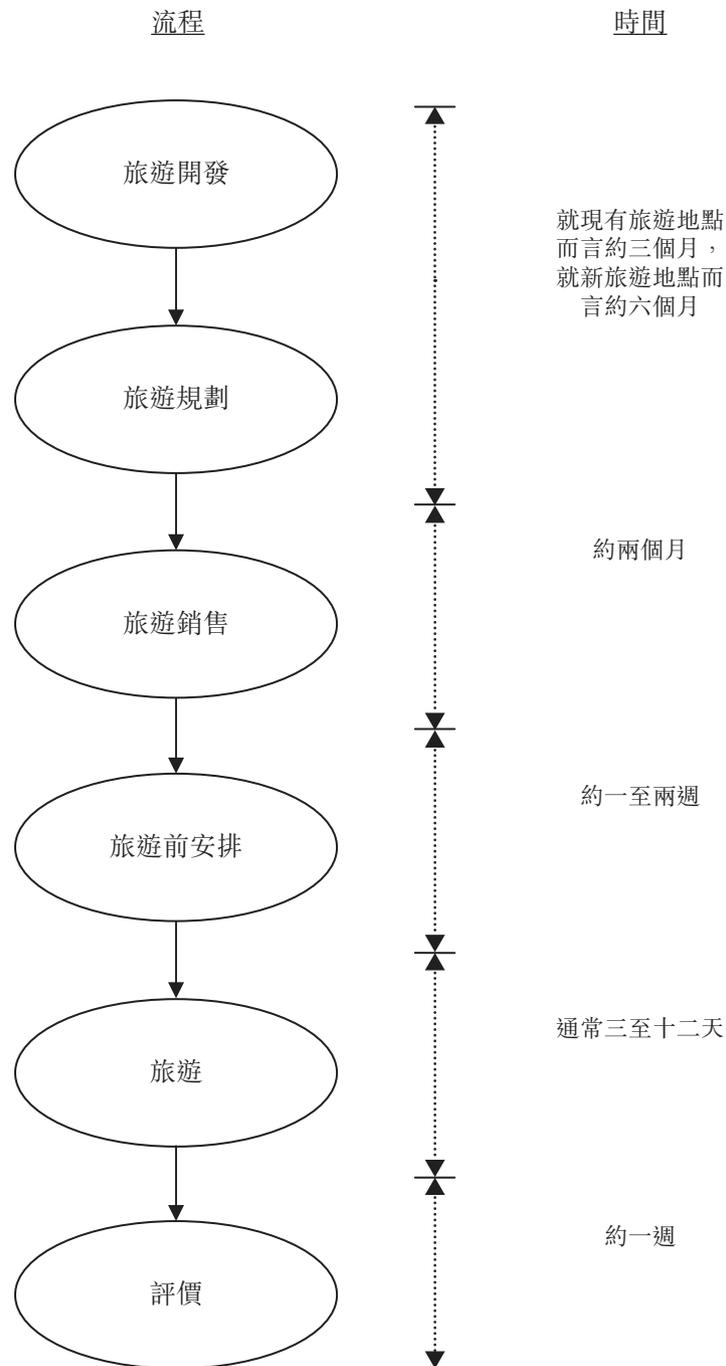
旅遊配套產品及服務

我們亦向客戶提供旅遊配套產品及服務，例如主題樂園及表演等景點門票、機場接送、鐵路車票及交通券等當地交通安排、汽車租賃、電話和網絡預付卡、旅遊保險及申請旅遊簽證。

業 務

運作流程

下圖詳述我們旅行團的運作流程：



旅行團開發

產品開發及市場推廣部在執行董事袁士強先生及袁振寧先生的監督下負責開發旅行團。我們不時研究全新及現有旅遊地點以便發掘新旅遊元素，設計及開發新旅行團及改進現有

業 務

旅行團。對於新旅遊地點，我們會考慮市場趨勢、客戶偏好、當地活動或有趣景點、當地旅遊協會優惠及當地設施能否配合旅遊活動順利進行等因素。對於現有旅遊地點，我們可因應客戶意見、領隊和地接營運商建議、市場趨勢、當地旅遊協會最新資訊、新增酒店及景點及當地特別活動調整旅遊元素及行程。我們一直致力推出新旅遊地點(目標每年推出一至兩個地點)及新旅遊方式，以豐富客戶旅遊體驗。為開發新旅遊地點及新旅遊方式，我們了解最新的市場趨勢及客戶偏好、新旅遊地點新增景點及名勝的信息。

旅遊規劃

我們每半年規劃旅行團時通常會考慮航班座位。主要航空公司供應商每半年提前分配我們系列航班的相連機位，我們亦不時提前預訂非系列航班機位或包機。此外，我們可隨時向航空公司供應商增訂航班座位或包機。

日本(沖繩除外)旅行團方面，我們直接或透過日本的預訂代理預訂酒店住宿、旅遊車及餐飲等其他旅遊元素。沖繩遊及其他非日本旅行團方面，我們委聘地接營運商安排當地旅遊元素。地接營運商負責目的地旅遊營運，向本集團收取固定金額支付當地旅遊元素的所有成本。地接營運商通常根據我們的要求及規定因應不同季節建議和編製詳細的行程供我們批准。

我們選擇符合我們品質及安全標準的酒店營運商、食肆及陸上交通營運商。我們亦要求地接營運商甄選符合我們品質及安全標準的當地旅遊元素。我們根據服務質素、安全標準、能否迅速對我們的要求作出回應、可靠性和定價評估潛在供應商。我們有恒常的評審程序，通過領隊和團員的意見監察供應商的表現。

作出必要安排後，我們會編製行程及向旅遊業議會告知我們的產品，經旅遊業議會批准後透過我們的營銷及銷售渠道推廣及發佈產品。

就MICE旅遊而言，我們的MICE旅遊部門會根據客戶的特別要求及需求為彼等設計定製旅行團。

我們的銷售代表及領隊會簡要說明新旅行團的情況，以便向客戶提供有用的建議及幫助。

業 務

旅遊銷售

客戶如參加我們的旅行團，須於預訂時支付訂金。根據我們的銷售條款，不管旅行團是否獲確定，客戶均須於啟程前十至30日（視乎旅遊方式及旺淡季而定）內結清餘額，而遊輪旅遊的客戶則須於啟程前100日內結清餘額。旺季一般指中國農曆新年假期、復活節、七月及八月的學校暑假、日本紅葉季節及聖誕節假期。

客戶須支付取消費用方可撤銷或取消已登記的旅行訂單，惟下文所述情形除外。我們一般於啟程日期前約八至14日確認旅行團。我們可能因旅客不足取消旅遊行程。我們通常會於啟程前至少七日或14日（倘出發日是中國農曆新年假期）通知客戶取消行程。客戶可以參加我們提供的另一個旅行團或取消預訂並要求悉數退還已付的全部費用（客戶支付的個人簽證申請費除外）。

倘於出發前發生我們認為可能對客戶安全構成威脅的事宜或旅遊業議會第177號指引界定之「迫不得已理由」情況，如戰爭、政治動盪、恐怖襲擊及天災等，我們或會取消行程及根據相關旅遊業議會指引盡快通知已報名的旅客。與因旅客不足而取消的旅遊行程相似，倘旅客報名參加的旅行團因安全問題而取消，則旅客可以參加我們提供的另一個旅行團或取消預訂，我們會根據相關旅遊業議會指引退還已付的費用。

旅遊前安排

確認旅行團後，我們會立即作出一切必要旅行安排。日本（沖繩除外）旅行團方面，我們會預訂機票、旅遊車、酒店住宿、餐飲及景點門票。沖繩及其他非日本旅行團方面，我們會預訂機票，並與地接營運商聯絡安排及營運旅行團（包括旅遊地酒店住宿、餐飲及當地交通）。

旅行團營運

日本（沖繩除外）旅行團方面，我們自行營運旅行團及安排酒店、當地交通、餐飲及觀光及其他活動。

就沖繩旅行團及非日本旅行團而言，我們選定的地接營運商將按我們於委聘特定旅行團之地接營運商前要求及批准的協定酒店、餐飲、當地交通及活動安排。

業 務

截至最後可行日期，我們有64名全職領隊，均為我們的員工。往績紀錄期間，我們不時聘請特約領隊，尤其在旺季期間。我們會安排一名領隊於旅遊期間全程陪同旅行團照料客戶，亦會確保旅遊活動順利進行。倘旅遊過程中出現任何問題或發生緊急情況，領隊須立刻向我們的旅遊營運部彙報，我們的旅遊營運部會協助領隊解決問題。

我們的領隊不就旅遊活動中提供的服務向我們或旅客收取酬金，而會根據香港行業慣例於旅遊結束時接受旅客自願酌情給予的賞金。我們從日本法律顧問獲悉，我們的領隊為日本旅行團提供導遊服務時並無收取酬金，而僅接受旅客給予的酌情賞金，並無違反日本任何相關法律法規。

評價

每次旅遊活動結束時，我們會邀請客戶填寫評價表，就我們產品及服務的各方面提出意見。我們的客戶服務及前台行政部門每週會對隨機挑選的客戶進行兩次電話訪問，收集彼等對我們的產品及服務質量的反饋意見。客戶亦可透過我們的客戶服務熱線或網站及社交媒體提交反饋信息。我們的領隊亦須就供應商及地接營運商的服務質量和彼等的旅遊活動安排提交旅遊活動完成報告。該持續評價程序有助我們持續監察供應商提供的產品及服務質量，改進我們的產品及服務。

自由行產品及其他旅遊配套產品及服務

我們的自由行部門負責開發、銷售及經營自由行產品。我們監察市場趨勢、客戶喜好及機票與酒店住宿的供應及價格，開發自由行套票，通常包括機票及酒店住宿。我們亦自其他旅行代理商購買自由行產品，向客戶提供更多選擇或更具競爭力的價格。

我們的客戶須於預訂自由行產品後支付定金。屆時我們會與供應商核實該產品是否仍適用，並將相應情況知會客戶。客戶須於我們確認適用情況後三日內或即時（倘三日內出發）作出全額付款。我們要求透過網上銷售平台購買機票的客戶作全數付款。倘所需產品不適用，我們會協助客戶選擇替代產品，或悉數退還客戶支付的全部款項。

我們亦提供旅遊配套產品及服務，包括景點門票、當地交通接送、汽車租賃、電話和

業 務

網絡預付卡、旅遊保險及申請旅遊簽證，以滿足客戶需求。客戶購買我們的旅遊配套產品或服務時須作出全額付款。

應急處理政策

我們已就處理旅遊地點發生的意外事件制定內部控制政策，盡量降低對客戶造成的人身傷害及個人財產損失。發生天災、恐怖襲擊、爆發傳染病或災難性事件等突發事件、發出任何出境旅遊警示或對客戶安全有潛在威脅的類似事件後，我們將立即成立由董事會主席及行政總裁領導並由各部門代表組成的危機管理指揮中心，以評估情況並採取一切及時有效行動處理意外情況，保護客戶的生命財產安全。我們將根據突發情況的嚴重性採取合適行動，如：(i)根據旅遊業議會的相關指引取消旅行團並向客戶退款；(ii)根據機票和酒店的取消政策協助自由行產品客戶重新安排行程；(iii)與我們的領隊及地接營運商保持聯絡，確保客戶安全並於客戶需要時提供協助；(iv)與客戶緊急聯絡人保持聯繫，使彼等了解情況；(v)調整行程以避免前往受影響地區；(vi)聯絡保險公司提供幫助，並於必要時安排客戶返港接受治療；(vii)與航空公司協調客戶提前返港；及(viii)聯繫受影響地點的旅遊業議會、旅行代理商註冊處、香港保安局和入境事務處及中國大使館協助客戶並為其提供一切所需幫助。

銷售

銷售渠道

我們透過各種平台分銷產品，包括分行及網上銷售平台。我們的MICE旅遊部門負責銷售MICE旅遊。我們亦向香港的其他旅行代理商銷售旅行團及自由行產品以及向澳門的其他旅行代理商銷售旅行團。

往績紀錄期間按銷售渠道劃分的銷售旅行團收益明細如下：

| | 截至三月三十一日止年度 | | | | 截至六月三十日止三個月 | | | |
|------------------------|----------------|--------------|----------------|--------------|----------------|--------------|---------------|--------------|
| | 二零一五年 | | 二零一六年 | | 二零一五年 | | 二零一六年 | |
| | 千港元 | % | 千港元 | % | 千港元 | % | 千港元 | % |
| 分行 | 424,216 | 94.0 | 420,532 | 94.7 | 109,657 | 94.1 | 69,892 | 87.0 |
| 網上銷售平台 ^(附註) | 2,115 | 0.5 | 3,035 | 0.7 | 1,021 | 1.0 | 5,991 | 7.5 |
| MICE旅遊部門 | 11,248 | 2.5 | 10,110 | 2.3 | 2,260 | 1.9 | 1,669 | 2.1 |
| 其他旅行代理商 | 13,538 | 3.0 | 10,264 | 2.3 | 3,542 | 3.0 | 2,747 | 3.4 |
| 總計 | <u>451,117</u> | <u>100.0</u> | <u>443,941</u> | <u>100.0</u> | <u>116,480</u> | <u>100.0</u> | <u>80,299</u> | <u>100.0</u> |

業 務

附註：往績紀錄期間，我們透過網上團購中介促銷我們的旅遊產品，截至二零一六年六月三十日止三個月，我們亦透過本身網站於網上銷售平台提供旅行團予客戶預訂，產生收益約5.9百萬港元。

分行

截至最後可行日期，我們於香港沙田、旺角、尖沙咀及銅鑼灣擁有四間分行。客戶可進店查詢、預訂及購買我們的產品。分行銷售代表將根據客戶需求及偏好為其提供專業協助及建議。我們租用另一個物業單位以擴大現有沙田分行的面積，為客戶提供更悠閒舒適的環境及配合日後營運需要，並於二零一六年十一月開始營業。

為配合營運擴展需要，我們於二零一五年二月將銅鑼灣分行搬遷至更大的單位。除上文所述者外，我們於往績紀錄期間並無搬遷任何其他分行。

網上銷售平台

於二零一六年四月，我們在公司網站推出網上銷售平台。在現有的網上銷售平台，客戶可透過瀏覽我們的網站(www.wwpkg.com.hk)(i)查詢旅行團、機票及部分旅遊配套產品的供應與定價；(ii)預訂旅行團；(iii)購買機票並即時確認；(iv)購買若干旅遊配套產品；及(v)瀏覽有關酒店住宿供應與定價的即時資訊，進行購買及預訂並即時確認。我們聘請獨立軟件開發商開發及改進設有綜合預訂系統的網上銷售平台，開發完成後，預期客戶可(i)購買「機票加酒店」自由行套票並即時確認；(ii)就所預訂旅行團全額付款，亦可更改預訂資料；及(iii)與銷售代表線上溝通，尋求協助。全面服務的網上銷售平台將自二零一七年上半年完成。

我們不時透過網上團購中介促銷旅遊產品。

MICE旅遊部門

我們的MICE旅遊部門會根據客戶的特別要求及需求設計及銷售定製的旅行團。

其他旅行代理商

我們向香港的其他旅行代理商銷售旅行團及自由行產品，亦向澳門的其他旅行代理商銷售旅行團。

付款

就我們的旅行團及MICE旅遊而言，我們要求客戶在啟程日期前十至30日內(視乎旅遊類型及旺淡季而定)作出全額付款。就遊輪旅行而言，客戶須於啟程前100日內付清餘款。我

業 務

們接受現金、支票（視乎結算而定）、易辦事（「EPS」）、信用卡、繳費靈（「PPS」）繳費及銀行匯款。倘客戶決定取消訂單，我們將根據取消當日距離啟程日期的剩餘天數及旅遊類型，向客戶收取取消訂單費用（介乎已付訂金的一半金額至全部旅遊付款之間），並向客戶退還餘額（如有）。

就自由行產品而言，我們與客戶確認預訂後，客戶須於三天內全額付款，倘三天內出發，則須立即付款。一旦自由行產品訂單經確認，倘其後客戶取消預訂，則概不退款。我們要求透過網上銷售平台購買機票的客戶作全數付款。

倘客戶在旺季取消使用自由行產品，則我們概不退款。而淡季的旅行機票須符合航空公司的取消政策及繳納免賠額，我們將於扣除固定手續費後向客戶退還餘額（如有）。對於淡季的酒店住宿，我們則會收取取消預定費用（介乎固定費用至住宿全部成本之間，視乎取消當日距離入住日期的剩餘天數而定），並向客戶退還餘額（如有）。

對於我們透過網上團購中介促銷的旅遊產品，客戶需向網上團購中介支付款項，然後獲取兌換券，可於指定兌換期兌換我們的產品。兌換期結束後，網上團購中介向我們提供兌換報告。審核兌換報告後，我們會向該網上團購中介發出付款要求書，而該網上團購中介會安排付款。

定價

我們一般按成本加成模式釐定旅遊產品的售價。

對於旅行團，我們基於旅遊元素的成本釐定旅行團售價。日本旅行團（沖繩除外）的主要旅遊元素成本包括機票、酒店住宿、當地交通、餐飲及景點門票成本。而沖繩及非日本旅行團的主要旅遊元素成本則包括機票成本及地接營運商成本。我們亦會考慮市場需求、產品過往價格、競爭對手所提供同類產品的價格、報團情況及（就日本旅行團而言）日圓匯率等其他因素。釐定日本旅行團（沖繩除外）價格時，我們一般會於日圓估計地接成本兌換為港元時增加餘量，以便於下次檢討價格前緩釋匯率上升的影響。我們定期（通常每週兩次）檢討旅行團價格。

我們須在旅行團進入市場前知會旅遊業議會並經其審批（包括行程及價格範圍）。倘我們隨後於旅遊業議會批准的價格範圍內調高旅行團價格，已預訂旅行團的客戶毋須支付差價。倘我們隨後調低旅行團價格，我們將向於旅行團價格調低前已預訂的客戶退還差價。截至二零一五年及二零一六年三月三十一日止年度與截至二零一六年六月三十日止三個月，

業 務

日本旅行團每人大致分別介乎約4,000港元至約63,000港元、約4,300港元至約50,000港元及約4,500港元至約46,000港元，平均價分別約為10,000港元、10,000港元及8,900港元。截至二零一五年及二零一六年三月三十一日止年度與截至二零一六年六月三十日止三個月，非日本旅行團每人大致分別介乎約900港元至約22,000港元、約700港元至約42,000港元及約1,000港元至約37,000港元，平均價分別約為5,000港元、4,200港元及4,700港元。

MICE旅遊方面，我們按客戶要求設計及安排行程，並按成本加成模式釐定價格。我們的MICE旅遊毋須知會旅遊業議會並經其審批。

季節因素

旅遊業具季節性的固有特性。我們產品的需求在中國農曆新年、復活節、七至八月學校暑假及聖誕節等假期期間通常較高。此外，由於十月是日本的「紅葉季節」，故我們十月的日本旅行團需求一般會增加。旺季產品價格通常高於淡季產品價格，我們的收益亦因而較高。因此，我們的經營業績不時因季節因素而波動。

營銷及推廣

我們的營銷策略注重品牌知名度及推廣我們的產品及服務。截至二零一五年及二零一六年三月三十一日止年度與截至二零一五年及二零一六年六月三十日止三個月，我們的廣告及宣傳開支總額分別約為5.5百萬港元、8.0百萬港元、1.6百萬港元及2.1百萬港元。

我們透過多種渠道宣傳及推廣我們的品牌和產品：

媒體廣告

我們贊助電視旅遊節目及電影，旨在提升我們的品牌知名度及喚起潛在客戶對各個旅遊地點的興趣。我們贊助兩套先後於二零一六年四月及十一月播放的電視旅遊節目後收到正面反饋，相信品牌知名度有所提升。根據我們的營銷計劃，我們亦已聘請該電視節目主持人擔任我們的代言人。

我們在旅遊雜誌、報刊及公共交通工具上刊登廣告以推廣我們的產品。我們亦在社交媒體上宣傳及推廣我們的品牌及產品。

業 務

旅遊展及旅遊研討會

我們參與旅遊展，推廣我們的產品。我們亦舉行旅遊研討會，提供旅行團資訊。

分行陳列

我們的分行亦作為營銷產品的渠道。具吸引力的海報陳列於我們的分行顯眼處。載有產品資訊的單張、小冊子及傳單可供我們的客戶查閱。

我們設立的網站向我們客戶提供包括我們的產品及服務的資料和有用的旅遊資料及建議。客戶可查閱及下載旅行團的預定行程及價格清單和自由行產品傳單。我們亦備有介紹各類旅遊地點的一系列小冊子供客戶下載。

會員制度

我們於二零一六年二月推行現時的會員制度。客戶成為會員後購買我們的產品及服務時可累積積分，該等積分可用作抵消若干產品及服務的價格。部分旅行團銷售收益按積分公允價值（即根據我們的會員制度及估計兌換率，以積分兌換服務／產品的貨幣值）分配至積分。分配至積分的收益遞延至積分兌現或到期。於各資產負債表日期，剩餘積分的公允價值入賬為遞延收入。往績紀錄期間，由於該等遞延收入金額不重大，故並無於會計師報告另行披露該等結餘。會員將不時收到我們的通訊，了解我們最新促銷活動、產品及服務。於最後可行日期，我們有逾10,400名會員。

折扣

我們或會向客戶提供早鳥折扣或其他促銷折扣，鼓勵客戶預訂我們的旅行團。我們與香港的一家銀行合作，向使用該銀行簽發的信用卡結算訂單的客戶提供折扣。

供應商

我們的供應商主要包括航空公司、地接營運商、旅遊車及其他當地交通營運商、酒店營運商、旅行代理商、餐廳及景點營運商。

截至二零一五年及二零一六年三月三十一日止年度與截至二零一六年六月三十日止三個月，向單一最大供應商的採購額分別佔總採購額約42.5%、40.1%及31.2%，而截至二零一五年及二零一六年三月三十一日止年度與截至二零一六年六月三十日止三個月，向五大供應商的採購額分別佔總採購額約54.4%、54.0%及43.5%。

業 務

下表載列我們與主要供應商之間的安排的主要條款：

| | 供應商 | | |
|-----------|--|--|---------------------------------|
| | 航空公司 | 地接營運商 | 旅遊車營運商 |
| 安排條款 | 我們或會預定相連機位、包機或臨時購買機位，購買條款取決於航空公司、購買類型及是否為旺季而定 | 我們通常訂立服務協議，訂明地接營運商的責任，包括確保當地旅遊元素符合我們的要求，如遵守當地法律、購買保險、安全標準及其他事項 | 我們或會與旅遊車營運商訂立協議租賃旅遊專車或可能臨時租賃旅遊車 |
| 條款期限及終止條款 | 不適用 | 通常為期一年，或會提前一個月通知終止 | 不適用 |
| 最低購買承諾 | 無 | 無 | 無 |
| 付款期 | 視乎航空公司提供的各種預訂類型及條款而不同。一般而言，相連機位須支付按金並於出發前全數付款。包機及臨時購買機位一般須全數付款 | 一般於月結單發出後支付 | 一般於月結單發出後支付 |

業 務

| | 供應商 | | |
|------|---------------------------|---------|---------|
| | 航空公司 | 地接營運商 | 旅遊車營運商 |
| 付款方法 | 一般以支票、電匯及透過國際航空運輸協會繳費系統支付 | 一般以電匯支付 | 一般以電匯支付 |

附註：往績紀錄期間，除JCS外，我們並無與旅遊車營運商訂立任何框架協議。詳情請參閱「關連交易」。

往績紀錄期間，我們根據服務協議安排JCS（往績紀錄期間五大供應商之一，亦為本公司關連人士）提供旅遊車服務，確保為我們日本的旅遊業務提供穩定的觀光巴士服務。根據服務協議，JCS承諾提供觀光巴士服務，包括在日本租賃的四輛觀光巴士。服務協議一直有效，直到雙方協定終止為止。董事確認，往績紀錄期間，我們並無違反服務協議的任何重大條款。服務協議由本集團與JCS於二零一六年十二月二十一日訂立之服務框架協議取代。有關服務框架協議的詳情，請參閱「關連交易」。

為靈活規劃旅行團及其他旅遊產品，我們於往績紀錄期間並無與供應商訂立設有購買義務的長期協議。

下表載列往績紀錄期間五大供應商的背景資料：

截至二零一五年三月三十一日止年度

| 供應商名稱 | 採購額 (千港元) | 佔總採購 額百分比 | 背景 | 建立業務 關係的 概約年數 |
|-------------------------|----------------|--------------|----------------|---------------------|
| 供應商集團A ^(附註1) | 184,908 | 42.5 | 以香港為基地的航空集團 | 超過20年 |
| 供應商B | 19,878 | 4.6 | 位於南韓的地接營運商 | 超過10年 |
| JCS ^(附註2) | 12,314 | 2.8 | 位於日本的巴士營運商 | 超過4年 |
| 供應商C | 12,306 | 2.8 | 以香港為基地的低成本航空公司 | 超過2年 |
| 供應商D | 7,474 | 1.7 | 位於日本的巴士營運商 | 超過3年 |
| | <u>236,880</u> | <u>54.4</u> | | |

業 務

截至二零一六年三月三十一日止年度

| 供應商名稱 | 採購額 (千港元) | 佔總採購 額百分比 | 背景 | 建立業務 關係的 概約年數 |
|-------------------------|----------------|--------------|----------------|---------------------|
| 供應商集團A ^(附註1) | 167,935 | 40.1 | 以香港為基地的航空集團 | 超過20年 |
| 供應商C | 22,611 | 5.4 | 以香港為基地的低成本航空公司 | 超過2年 |
| JCS ^(附註2) | 13,622 | 3.2 | 位於日本的巴士營運商 | 超過4年 |
| 供應商B | 12,150 | 2.9 | 位於南韓的地接營運商 | 超過10年 |
| 供應商E | 10,278 | 2.4 | 以日本為基地的航空公司 | 超過15年 |
| | <u>226,596</u> | <u>54.0</u> | | |

截至二零一六年六月三十日止三個月

| 供應商名稱 | 採購額 (千港元) | 佔總採購 額百分比 | 背景 | 建立業務 關係的 概約年數 |
|-------------------------|---------------|--------------|----------------|---------------------|
| 供應商集團A ^(附註1) | 25,601 | 31.2 | 以香港為基地的航空集團 | 超過20年 |
| JCS ^(附註2) | 3,765 | 4.6 | 位於日本的巴士營運商 | 超過4年 |
| 供應商B | 2,249 | 2.7 | 位於南韓的地接營運商 | 超過10年 |
| 該名代理 | 2,222 | 2.7 | 位於香港的旅行代理商 | 超過13年 |
| 供應商C | 1,943 | 2.3 | 以香港為基地的低成本航空公司 | 超過2年 |
| | <u>35,780</u> | <u>43.5</u> | | |

附註：

- (1) 供應商集團A包括供應商A1及供應商A2，均為以香港為基地的航空公司營運商。據董事所知，供應商A1為國際航空公司，而供應商A2為區域航空公司，且供應商A2為供應商A1的全資附屬公司。

業 務

(2) JCS由執行董事袁士強先生及陳女士的兒子袁振宇先生全資實益擁有，因此JCS為本公司關連人士。

供應商集團A為截至二零一五年及二零一六年三月三十一日止年度各年與截至二零一六年六月三十日止三個月的最大供應商。截至二零一五年及二零一六年三月三十一日止年度與截至二零一六年六月三十日止三個月自供應商集團A的採購額分別佔總採購額約42.5%、40.1%及31.2%。我們自供應商集團A獲取機票應付業務營運所需。董事認為，往績紀錄期間我們自供應商集團A進行大量採購的主要原因如下：

- (i) 根據國際航空運輸協會的資料，按市值計算，供應商集團A為世界第三大航空公司，有提供優質服務的營業紀錄。供應商A1贏得多個國際獎項，包括四次獲得國際空運評級機構Skytrax頒發的全球最佳航空公司(World's Best Airline)獎項。於二零一五年及二零一六年連續兩年獲Jet Airliner Crash Data Evaluation Centre（一家提供全球商業航空安全分析的德國機構）評為全球最佳飛行紀錄航空公司。供應商A2三次獲Skytrax評為全球最佳區域航空公司(World's Best Regional Airline)及亞洲最佳區域航空公司(Best Regional Airline in Asia)獎項；
- (ii) 供應商集團A是香港最大航空集團，航班頻繁往來我們大部分旅行團和自由行產品的旅遊地點；及
- (iii) 我們與供應商集團A已建立逾20年的業務關係，並無遭受供應商集團A任何重大違約而導致我們營運中斷。

有關我們依賴供應商集團A的風險，請參閱「風險因素」。

由於供應商集團A為大型知名航空公司，為保證客戶滿意，我們將繼續維持供應商集團A作為我們主要的航空公司供應商。董事認為儘管依賴供應商集團A，但我們業務可持續發展，理由如下：

- (i) 我們已與供應商集團A維持逾20年良好的業務關係。預期供應商集團A將繼續維持與我們的業務關係。我們自二零零一年起連續十五年獲得供應商集團A頒發高銷售大獎。由於已建立長期業務關係，加上我們的表現理想，董事認為供應商集團A終止向我們供應機票的風險甚微；
- (ii) 我們已與其他地區及國際航空公司維持良好業務關係，該等航空公司的航班亦往來於我們的旅行團和自由行產品的旅遊地點。往績紀錄期間，我們亦自我們其他航空公司供應商獲取機票應付業務營運所需。截至二零一六年三月三十一日止年度，除供應商集團A外，兩家航空公司新增為我們的五大供應商。倘供應商集團A

業 務

因任何原因終止向我們供應機票，董事認為我們仍可自其他航空公司獲取足夠機票以供業務營運。

除JCS外，往績紀錄期間，概無董事或彼等各自的緊密聯繫人或擁有我們已發行股本5%以上的任何現有股東於我們餘下五大供應商中擁有任何權益。往績紀錄期間，除JCS外，餘下五大供應商均為獨立第三方。

往績紀錄期間及截至最後可行日期，我們概無因供應商重大違約而導致業務中斷。

存貨

本集團的存貨主要為景點門票及當地交通券。我們一般根據多項因素釐定將向供應商購買的景點門票及當地交通券金額，包括相關供應商要求的最低採購額、有關門票及交通券到期時能否更換、有否任何推廣活動、我們過往的用量及計劃維持的最低存貨結餘。我們將定期檢討存貨水平，並調整存貨採購，避免存貨過量。我們的旅遊營運部會編製載有建議採購量的存貨水平概要，再交執行董事審批。

倘到期時仍未使用，部分門票及當地交通券可換新一次。往績紀錄期間，我們並無錄得存貨減值。

客戶

我們的客戶主要為購買旅行團產品、自由行產品以及旅遊配套產品及服務的零售客戶。此外，我們亦於香港及澳門向其他旅行代理商銷售旅遊產品。往績紀錄期間按客戶類型劃分的銷售旅行團收益明細如下：

| | 截至三月三十一日止年度 | | | | 截至六月三十日止三個月 | | | |
|---------|----------------|--------------|----------------|--------------|----------------|--------------|---------------|--------------|
| | 二零一五年 | | 二零一六年 | | 二零一五年 | | 二零一六年 | |
| | 千港元 | % | 千港元 | % | 千港元 | % | 千港元 | % |
| 零售客戶 | 437,579 | 97.0 | 433,677 | 97.7 | 112,939 | 97.0 | 77,552 | 96.6 |
| 其他旅行代理商 | 13,538 | 3.0 | 10,264 | 2.3 | 3,542 | 3.0 | 2,747 | 3.4 |
| | <u>451,117</u> | <u>100.0</u> | <u>443,941</u> | <u>100.0</u> | <u>116,481</u> | <u>100.0</u> | <u>80,299</u> | <u>100.0</u> |

我們不依賴任何主要客戶。截至二零一五年及二零一六年三月三十一日止年度與截至二零一六年六月三十日止三個月，五大客戶（主要為MICE旅遊客戶及其他旅行代理商）的銷售發票金額佔我們的銷售發票總金額分別約為1.3%、2.6%及2.4%。往績紀錄期間，五大客戶均為獨立第三方。

業 務

往績紀錄期間，我們自截至二零一五年及二零一六年三月三十一日止年度五大客戶中的其中一名客戶（為香港旅行代理商，該「代理」）採購若干自由行產品，而該名代理亦自本集團採購旅行團及自由行產品。當我們因市場供應不足而無法自行採購自由行產品，或於緊急情況或價格更優惠時，我們會不定時自其他旅行代理商採購該等產品，而其他旅行代理商亦如此（該「安排」）。截至二零一六年六月三十日止三個月，概無五大客戶為我們同期的供應商。

截至二零一五年及二零一六年三月三十一日止年度與截至二零一六年六月三十日止三個月，該名代理銷售旅行團及自由行產品的銷售發票金額分別約為0.3百萬港元、6.8百萬港元及0.1百萬港元，佔我們相應年度／期間銷售發票總金額分別約0.1%、1.3%及0.1%。截至二零一五年及二零一六年三月三十一日止年度與截至二零一六年六月三十日止三個月，向該名代理銷售的毛利率分別約為12.0%、23.6%及2.1%。

於往績紀錄期間自該名代理採購的自由行產品採購額分別約為6.7百萬港元、7.4百萬港元及2.2百萬港元，佔我們於相應年度／期間採購總額約1.6%、1.8%及2.7%。

董事認為，安排屬於正常行業慣例，且由於本集團與其他旅行代理商可以更優惠的價格採購或獲得產品，對本集團及其他旅行代理商均有利。

往績紀錄期間，概無董事或彼等各自的緊密聯繫人或擁有我們已發行股本5%以上的任何現有股東於我們的五大客戶中擁有任何權益。

信貸政策

我們的客戶主要為購買旅行團、自由行產品以及旅遊配套產品及服務的零售客戶。我們亦向主要購買自由行產品的其他旅行代理商銷售。我們一般不向客戶提供信貸。

往績紀錄期間及截至最後可行日期，經考慮與旅行代理商的業務關係年期、信譽及付款紀錄後，我們僅批准一間旅行代理商按月開票及結算。往績紀錄期間，我們並無錄得任何應收款項減值。

現金及庫務管理

自客戶收取款項的現金管理

我們要求銷售代表將自客戶收取的所有現金及支票交予各自的分行主管或助理分行主管，分行主管或助理分行主管將用指定個人員工號碼登入旅行團運作系統，產生收據（收據上印有其員工號碼），並將現金及支票存置於安全或上鎖的抽屜。每日結束時，各分行的分行主管或助理分行主管將確保自客戶收取的所有款項（包括現金及支票）與我們的預訂及銷

業 務

售系統所保存的銷售紀錄及向客戶開具的正式收據相符。現金及支票須於下一個銀行營業日存入本集團銀行賬戶；並須於同日向我們的會計部提供銀行收據副本。銀行收據原件連同其他文件(例如正式收據及電子付款收據)須於每個工作日遞交予我們的會計部；然後我們的會計人員負責檢查所收到的款項金額是否與正式收據、銀行賬戶及預訂和銷售系統所記錄的金額相符。

就旅行團營運向領隊墊款的現金管理

日本(沖繩除外)旅行團方面，我們或須於旅遊期間以現金方式結算部分旅遊元素(例如酒店住宿、餐飲、景點門票及當地交通)成本。因此，我們向領隊作出現金墊款以便彼等結算該等旅遊營運開支。

我們的會計部將於每個旅行團出發前三個工作日內根據各旅行團的旅程安排估計旅遊營運開支，通常會向負責該旅行團的領隊作出相當於估計旅遊營運開支80%的日圓現金墊款(「現金開支」)，該領隊須於收據上簽字。我們的領隊將現金開支用於結算旅遊營運開支時須取得付款收據原件，並須於旅程結束後三個工作日內向我們的會計部遞交旅遊開支摘要表，該表須載有彼於旅程中結算的所有實際開支詳情連同現金開支的所有收據原件及結餘。旅遊開支摘要表將由兩名會計人員獨立檢查，再遞交我們的總會計師批准。倘實際旅遊營運開支超出現金開支，我們的會計部將於總會計師批准後向領隊報銷超出部分金額。所有現金開支及已收取結餘或已報銷的超出部分金額詳情將記錄於現金變動表的月結單以供我們的財務經理審閱。

往績紀錄期間及截至最後可行日期，除上述現金開支安排外，我們未向僱員作出現金墊款，且並無遭遇領隊或僱員濫用或未經授權使用資金的情況。

本集團應收及由領隊收取的賞金之現金管理

我們的領隊須將旅客給予的賞金交還予本集團，一般應在各旅行團結束後三日內交予我們。倘任何旅客拒絕支付建議賞金，領隊須要求旅客簽署其不願支付建議賞金的確認函。我們將領隊歸還的實際賞金金額記錄在由領隊簽署的賞金記錄冊內，並保留旅客簽署的確認函。領隊收取的賞金可獲確認，並會記錄在為每位領隊獨立備置的紀錄冊內。於各季度

業 務

末，我們的會計部會查閱紀錄冊，計算領隊於當季收取的賞金總額，釐定是否須向領隊支付差額以令其達致最低工資水平。往績紀錄期間及截至最後可行日期，概無領隊向我們呈報旅客拒絕支付建議賞金的事件，及我們已自領隊收取全部應收賞金。

質素控制

供應商

我們認為提供優質產品及服務的能力是我們成功的主要因素之一。我們就篩選供應商實施嚴格的政策並密切監察供應商的表現。我們的執行董事袁士強先生與袁振寧先生及產品開發及市場推廣部將根據彼等服務質素、安全標準、應變能力及可靠度評估及評價潛在及現有供應商。

就我們的沖繩遊及非日本旅行團而言，我們聘用地接營運商安排旅程事宜。選擇地接營運商時，我們將向旅遊目的地之旅遊局查詢適任候選旅行社有否取得必要的經營牌照。屆時，我們將考慮地接營運商的往績紀錄、有否任何負面事件、旅遊元素及價格，並將實地視察以評估該等路線是否合適。我們通常為各旅遊地點選擇多於一間地接營運商。

我們要求領隊遞交旅行完成報告向我們彙報旅程中或旅程結束後的任何不良表現、是否偏離既定旅程或未達致我們要求的服務及安全標準，監察地接營運商及其他服務供應商的質素。

日本(沖繩除外)旅行團方面，我們將選擇酒店、餐廳及當地交通等旅遊元素並基於質素、安全、清潔及選址評估彼等是否合適。

同樣，我們要求領隊在旅程中及旅程結束後向我們彙報供應商提供的產品及服務的質素問題，監察日本遊(沖繩除外)供應商提供的產品及服務質素。

我們了解客戶滿意度對我們持續成功的重要性，評估供應商的產品及服務質素時會參考客戶的意見。每次旅程結束時，我們會邀請客戶填寫詳細的評估表，獲取彼等對旅程中所體驗的各種旅遊元素的評價，亦會每周隨機挑選客戶進行兩次電話訪問，以獲取彼等對我們產品及服務的意見。

領隊

我們對領隊採用嚴格的質素控制措施，保障旅客安全及旅行樂趣。我們新招募的領隊

業 務

須接受技能、我們的產品及服務的知識、客戶服務與安全及緊急事項處理等方面的全面培訓。我們的領隊亦須接受持續培訓及定期考核。

我們的特約領隊須達到與受僱領隊相同的服務標準。我們審慎挑選特約領隊，確保其能力足以服務客戶。

我們亦根據以客戶評估表、電話訪問及其他方式獲得的客戶意見，監察及評估領隊的質素。

我們認為持續的評估程序可讓我們持續監察產品及服務的質素並據此提升產品與服務。

客戶服務及投訴處理

我們致力為客戶提供高質素產品及服務，並提供客戶評估表及電話訪問等多重渠道供客戶提交意見及建議。

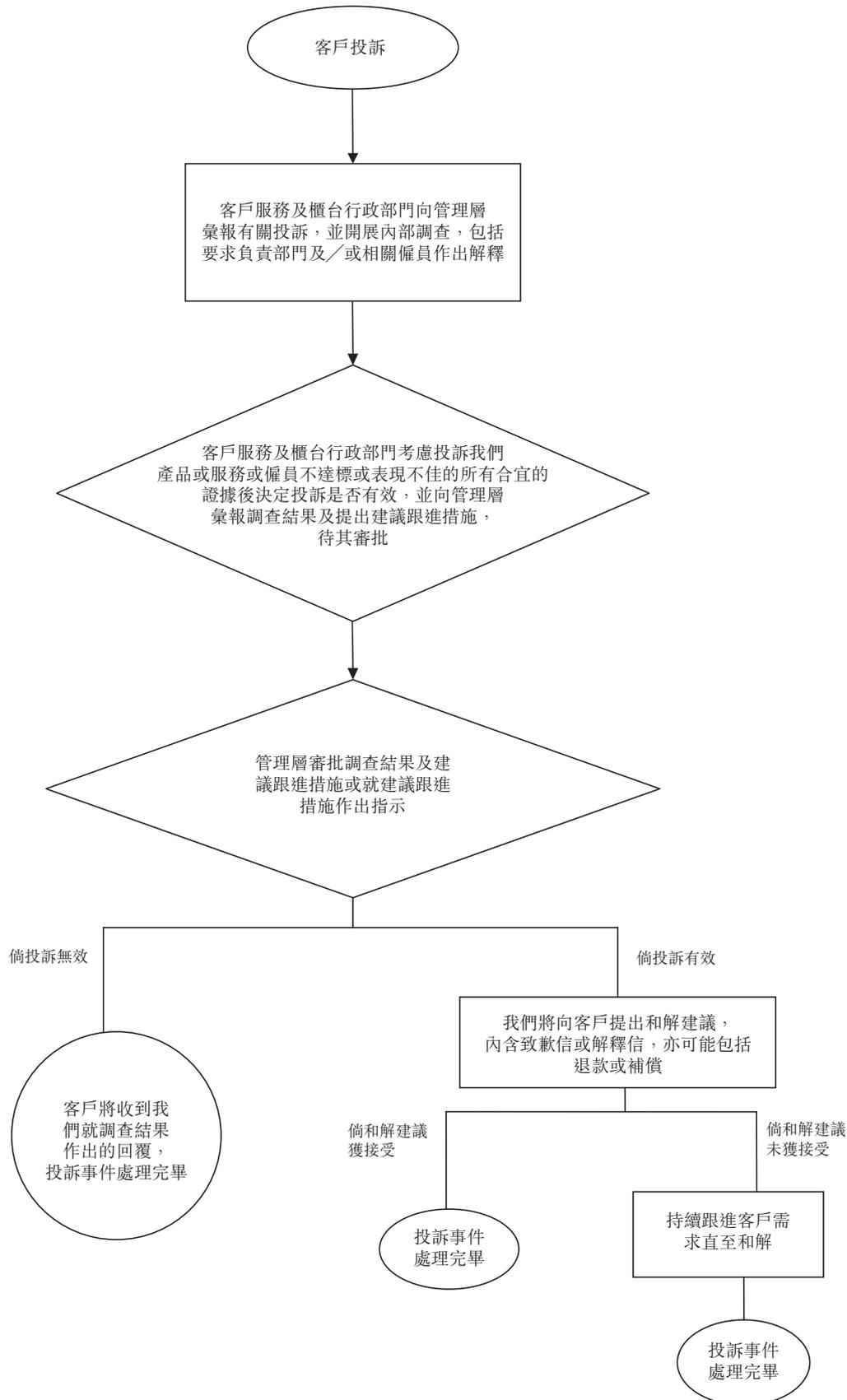
此外，我們設有客戶服務熱線供客戶查詢，及我們的客戶服務代表將以專業態度解答客戶的查詢。我們亦已於公司網站及社交媒體開設留言板供客戶評論。

投訴

客戶滿意度是我們的核心理念，我們嚴肅對待客戶的意見及建議。我們已設立投訴處理系統，致力以我們的客戶可接受的融洽方式消除客戶的不滿。

業 務

以下流程圖顯示我們的投訴處理程序：



業 務

客戶可向旅遊業議會投訴而不直接向我們投訴。我們與旅遊業議會處理投訴的程序一致，但我們會經旅遊業議會作為客戶與本集團的中介盡力與客戶解決問題，而不會直接聯絡客戶。

我們截至二零一五年及二零一六年三月三十一日止年度與截至二零一六年六月三十日止三個月分別收到來自客戶本人及旅遊業議會的118宗、139宗及31宗投訴。該等投訴通常涉及旅行團行程或價格、領隊或員工服務、旅程安排、旅遊配套產品或服務的質素或安排及與我們產品或服務無關的其他事宜。我們於往績紀錄期間並無收到來自消費者委員會的任何投訴。

| | 截至三月三十一日止年度 | | 截至 二零一六年 六月三十日 止三個月 | 總計 |
|-------------|-------------|-------|------------------------------|-----|
| | 二零一五年 | 二零一六年 | | |
| 我們直接收到的投訴 | 78 | 114 | 29 | 221 |
| 經旅遊業議會提出的投訴 | 40 | 25 | 2 | 67 |
| 總計 | 118 | 139 | 31 | 288 |

在該288宗投訴當中，116宗與旅行團行程或定價有關，49宗與領隊或員工服務有關，60宗與旅程安排有關，26宗與旅遊配套產品及服務的質素或安排有關，26宗涉及與我們產品或服務無關的投訴（例如遊客對旅遊景點所購買紀念品有關的投訴），另有11宗涉及不止一項上述種類的投訴。

往績紀錄期間，我們直接收到的221宗投訴當中，(i)178宗在我們發出道歉信或解釋信後得以解決，且毋須支付任何款項；及(ii)43宗通過支付合共約40,000港元的款項得以解決。

截至最後可行日期，往績紀錄期間經旅遊業議會提出的67宗投訴當中，(i)43宗在我們發出道歉信或解釋信後得以解決，且毋須支付任何款項；(ii)20宗通過支付合共約49,000港元的款項得以解決；及(iii)四宗尚待解決。

董事認為我們並無收到對我們的業務、經營業績或財務狀況有任何重大不利影響的投訴（包括經旅遊業議會提出的四宗尚未解決的投訴）。

資訊系統

我們採用電腦化資訊系統，因此我們所有旅行團的預訂及銷售均可集中處理並進行電子化操作，各分行的所有銷售代表可查閱即時報名情況及餘下旅行團名額。資訊系統使我們可有效銷售及對我們的業務營運進行系統化及準確監察與評估。我們的電腦化資訊系統設有防火牆、病毒防護及入侵防護。

業 務

我們的旅行團運作系統及網上銷售平台等系統由第三方資訊技術供應商開發及維持。此外，我們採用可即時查詢及預訂機票的全球分銷系統。我們的全球分銷系統服務供應商提供必要設備及軟件，令我們可接入全球分銷系統查詢機票信息及預訂。我們的資訊技術部作為與該等資訊技術供應商的接觸點，確保我們所有系統及應用處於最佳安全運行狀態。

我們的全球分銷系統服務供應商或資訊技術供應商的服務中斷或終止或表現轉差，可能嚴重干擾我們的業務營運、影響我們的服務質素並削弱我們向客戶提供產品及服務的能力。有關我們依賴第三方服務供應商提供資訊技術系統與服務的相關風險，請參閱「風險因素—1.與本集團業務有關的風險—1.22我們依賴第三方服務供應商提供資訊技術系統與服務」。

往績記錄期間，我們向第三方資訊技術供應商支付服務及維護費合共約為163,000港元、163,000港元及47,000港元。預期[編纂]後總年度服務及維護費約為373,000港元，其中新增約210,000港元為我們的全面開發的網上銷售平台之維護期首年屆滿後支付的年度支援及維護費。

為持續升級資訊系統，提高營運效率，我們聘請獨立軟件發展商開發及改進我們網上銷售平台的綜合預定系統，開發完成後，預期客戶可(i)購買「機票加酒店」自由行套票並即時確認；(ii)就所預訂旅行團全額付款，亦可更改預訂資料；及(iii)與銷售代表線上溝通，尋求協助。

保險

截至最後可行日期，我們已購買與業務營運及僱員有關的各類保險。下表概述有關我們業務營運及僱員的主要保險：

| 保險名稱 | 承保內容 | 最高賠償 |
|--------|----------------------------|------------------------------|
| 僱員補償保險 | 因工作導致身體受傷、患病或死亡的補償 | 香港的每宗事故或疾病最高可獲賠200,000,000港元 |
| 公共責任保險 | 第三者意外人身傷害或財產損失 | 香港的每宗事故最高可獲賠10,000,000港元 |
| 專業彌償保險 | 作為旅行代理商及旅行團營運商業務營運所承擔的賠償責任 | 最高獲賠合共10,000,000港元 |

業 務

我們亦就辦公室財物、業務中斷及金錢損失投保。僱員方面，我們投購集團醫療保險，僱員可獲補償部分醫療支出。

我們亦要求受僱於我們的領隊於香港境外帶團時購買保險。

客戶保險

根據我們的優質服務承諾，我們免費為客戶購買團體旅遊保險：意外死亡及永久殘疾最高可獲賠償100,000港元，第三者人身傷害及意外財產損失個人責任最高可獲賠償200,000港元。我們亦要求客戶於預訂時為個人安全購買旅遊保險，意外死亡或永久殘疾最高可獲賠償1,200,000港元(或600,000港元(中國遊))，個人責任最高可獲賠償2,000,000港元。我們是一家保險公司的登記保險代理商，獲授權向客戶推廣及銷售旅遊保險。

旅遊業賠償基金

此外，旅遊業賠償基金為外遊旅客提供保障。旅遊業賠償基金的其他詳情請參閱「法律及法規 — 香港法律及法規 — 旅遊業議會 — 旅遊業賠償基金」。

董事認為，我們的投保範圍對於營運而言屬充足，符合香港一般行業慣例。往績紀錄期間至最後可行日期，我們並無涉及任何重大申索或責任。

健康及工作安全

我們視員工為最寶貴資產，極為注重員工健康及工作安全。我們為僱員投購僱員補償保險及集團醫療保險。

我們的高級管理層密切監督工作安全是否符合相關法律。我們設有安全管理系統降低工作安全風險。

於往績紀錄期間及截至最後可行日期，我們並無在健康與工作安全方面涉及與僱員有關的重大申索或處罰。

知識產權

於最後可行日期，我們為香港六個註冊商標的持有者，亦已分別於香港及中國提交一項及六項商標申請。

業 務

於最後可行日期，我們為以下註冊域名的持有者：www.wwpkg.com.hk。

有關本集團知識產權的詳情，請參閱本文件附錄四「法定及一般資料 — B.有關我們業務的其他資料 — 2.本集團的知識產權」。

據董事所知及所信，往績紀錄期間至最後可行日期，概無任何第三方侵犯我們的知識產權。

僱員

於最後可行日期，本集團於香港共有163名僱員。下表載列按職能劃分的僱員詳情：

| <u>職能</u> | <u>僱員人數</u> |
|----------------|-------------|
| 董事 | 3 |
| 產品開發及市場推廣 | 17 |
| 櫃台銷售與客戶服務 | 28 |
| 自由行營運 | 17 |
| 旅行團營運 | 15 |
| 領隊 | 64 |
| 會計 | 11 |
| 人力資源、資訊技術及一般行政 | 8 |
| 總計 | <u>163</u> |

於往績紀錄期間，我們聘請特約領隊(均為自僱人士)為部分旅行團營運提供服務。我們要求所有特約領隊持有有效領隊證及遵守與我們對受僱領隊的要求一致的服務標準。

往績紀錄期間及截至最後可行日期，我們與僱員並無任何重大勞資糾紛。

薪酬

僱員薪酬包括薪金及其他員工福利。我們的領隊不就旅遊中提供的服務向本集團或旅客收取酬金，惟可就陪同旅遊接受旅客酌情自願給予的賞金。我們的全職領隊在不用帶團旅遊期間須於各分行履行銷售及客戶服務職能，並可就所銷售的旅遊保險獲取佣金。我們不會向全職領隊支付其他酬金。然而，若我們的領隊自旅客賞金及銷售旅遊保險的佣金(如有)所得收入總額低於最低工資水平，我們將支付其中的差額以符合香港最低工資規定。

業 務

截至二零一五年及二零一六年三月三十一日止年度與截至二零一五年及二零一六年六月三十日止三個月，我們的僱員總成本(包括董事酬金)分別約為26.0百萬港元、28.3百萬港元、6.2百萬港元及7.2百萬港元。

招聘

為配合我們的擴張，我們將繼續物色合適的優秀僱員加入本集團。我們根據資質、行業知識與經驗、品格及積極性等多項因素招募僱員。

我們在報刊及網上招聘平台刊登招聘廣告。對於高級管理崗位，我們可能聘用人力資源公司物色並挑選優秀人才。

培訓

為確保優質服務，我們根據僱員職能為彼等提供適當培訓。對於銷售代表，我們在彼等入職前提供為期三天的內部培訓。其他後勤人員亦會獲相關主管提供在職培訓。

我們的經理及主管將定期考核員工表現，用作薪金調整及晉升基準及彼等工作滿意度及需求指標。

領隊須持有領隊證。我們為新招募的領隊提供有關彼等技能、我們產品和服務知識、客戶服務和關注及安全和應急處理等的培訓。接受領隊必要的基本培訓後，新領隊將被安排陪同由資深領隊帶隊的旅行團。

我們亦聘用外部專業培訓員為員工舉辦研討會及講座。

此外，我們的銷售代表及領隊須參加每週例會以了解我們的最新產品及促銷活動。

物業

自有物業

於最後可行日期，本集團並無擁有任何物業。

租賃物業

於最後可行日期，我們於香港租用七項物業，均用作辦公室及分行。

往績記錄期間，有關我們租賃物業的租金總額分別約為6.1百萬港元、6.9百萬港元及2.0百萬港元。

業 務

於最後可行日期，我們於香港經營四間分行，詳情如下：

| 分行 | 地址 | 概約建築面積 (平方英尺) | 當前租約到期日 |
|----------------------|------------------------|------------------|------------------|
| 沙田 ^(附註1) | 新界沙田沙田車站圍1號連城廣場725室 | 1,325 | 二零一九年 八月三十一日 |
| 旺角 | 九龍彌敦道636號永隆銀行中心4樓409室 | 1,282 | 二零一七年 十月三十一日 |
| 銅鑼灣 ^(附註2) | 香港百德新街2-20號恒隆中心712-13室 | 950 | 二零一八年 一月三十一日 |
| 尖沙咀 | 九龍柯士甸道102號16樓1603-5室 | 1,521 | 二零一七年 十二月三十一日 |

附註：

- (1) 我們租用新界沙田沙田車站圍1號連城廣場725室以擴大空間，為客戶提供更愜意愉悅的環境及應對未來營運，並於二零一六年十一月開始營運。沙田分行先前位於同一大廈606號舖（建築面積約為846平方英尺），目前用作沙田分行後勤辦公室，租期將於二零一八年一月十五日屆滿。
- (2) 我們於二零一五年二月從同一大廈同一樓層的相鄰單位遷至目前地點（更大單位）以應付營運擴充需求。

截至最後可行日期，我們自本公司關連人士正天租用位於尖沙咀的兩項物業，用作辦公室，詳情如下：

| 地址 | 概約建築面積 (平方英尺) | 當前租約到期日 |
|-------------------------------|------------------|-----------------|
| 香港九龍尖沙咀廣東道28號力寶太陽廣場7樓706-8室 | 1,792 | 二零一九年 三月三十一日 |
| 香港九龍尖沙咀廣東道28號力寶太陽廣場7樓703及705室 | 3,671 | 二零一九年 三月三十一日 |

有關自正天租賃的詳情，請參閱「關連交易」。

業 務

獎項

本集團獲眾多航空公司、旅遊組織及其他實體授予諸多獎項，表彰我們的突出銷售成就及優質產品及服務。下表載列我們於過往數年獲授的獎項及認可概要：

| 獎項／認可 | 頒發方 |
|------------------------------------|--|
| 一九九八年、一九九九年、二零零一年至二零零五年高銷售大獎 | 國泰航空 |
| 一九九六年、一九九七年高增長代理商大獎 | 國泰航空 |
| 二零零一年、二零零二年、二零零四年、二零零一年至二零零五年高銷售大獎 | 港龍航空 |
| 二零一一年、二零一二年高銷售大獎 | 韓亞航空 |
| 二零零六年、二零零七年高銷售大獎 | 日本航空 |
| 二零零二年至二零零五年感謝狀 | 日本航空 |
| 二零零三年、二零零五年、二零零七年、二零零八年最佳表現獎 | 全日空 |
| 一九九六年感謝狀 | 日本國家旅遊局(Japan National Tourist Organization) — 九州旅遊促進局(Kyushu Tourism Promotion Council) |
| 二零一一年感謝牌 | 日本國家旅遊局(Japan National Tourist Organization) |
| 二零一二年感謝函 | 青森縣政府 |
| 二零一六年感謝牌 | 富山縣政府 |
| 一九九九年感謝牌 | 韓國旅遊業協會(The Korea Association of General Travel Agents) |
| 二零一三年感謝牌 | 京畿道觀光協會(Gyeonggi Tourism Organisation) |
| 二零零九年、二零一零年、二零一一年、二零一三年台灣旅遊獎 | 台灣旅遊局 |
| 二零一一年、二零一三年、二零一五年最受歡迎主題旅遊套票 | 《新假期周刊》 |
| 二零一三年旅遊潮流領導品牌 | 《新假期周刊》 |
| 我最喜愛日本旅行團2013 | U周刊 |
| 我最喜愛日本旅遊旅行社2015 | 又飛啦 |
| 二零一五年最可信賴旅行社 | Mediazone Publishing |
| 二零一五年最佳旅遊服務供應商 | 華富財經 |

業 務

牌照、許可證及批准

董事確認，往績紀錄期間及截至最後可行日期，我們已取得所有對我們業務營運屬重大的必要牌照、許可證及批准。有關我們就業務營運所持有的重要牌照、許可證及批准詳情，請參閱「法律及法規」。

董事進一步確認，預計本集團續期重要牌照、許可證及批准不會有任何法律障礙。

會籍

截至最後可行日期，本集團持有旅遊業議會及旅遊業議會屬會的會籍。旅遊業議會及旅遊業議會屬會會籍的其他詳情請參閱「法律及法規 — 香港法律及法規 — 旅遊業議會 — 旅遊業議會會籍」。

截至最後可行日期，本集團已就旅遊保險於保險代理登記委員會登記為保險代理。我們於保險代理登記委員會登記的其他詳情請參閱「法律及法規 — 香港法律及法規 — 旅行保險 — 保險代理的管理」。

國際航空運輸協會認可

國際航空運輸協會為全球主要航空公司的行業協會，包括約260家航空公司。國際航空運輸協會是國際航空運輸協會客運代理計劃的管理人，國際航空運輸協會客運代理計劃乃旨在透過可靠的認可銷售渠道網絡促進機票穩定分銷及銷售的全球計劃。僅國際航空運輸協會認可代理商獲授權代表身為國際航空運輸協會成員的航空公司銷售國際機票。縱橫旅遊自一九九七年起成為國際航空運輸協會認可代理商。

為維持國際航空運輸協會認可，國際航空運輸協會認可代理商須滿足國際航空運輸協會發行的旅行代理商手冊規定的標準及資格，包括(i)在當地司法權區維持交易及提供旅行代理服務的必要登記及牌照；(ii)僱用能銷售國際航空運輸及正確發行電子旅行文件的合格稱職員工；(iii)符合國際航空運輸協會設定的財務要求；(iv)根據當地司法權區的法律維持營業地點；及(v)承諾為業務提供充足保障。

董事確認，於往績紀錄期間及截至最後可行日期，本集團於所有重大方面已遵守上述標準及資格，並已維持國際航空運輸協會認可。

業 務

法律合規及法律程序

香港個人資料私隱專員公署（「個人資料私隱專員公署」）於二零一四年十二月十一日向翱翔旅遊及縱橫旅遊送達執行通知（「執行通知」）。根據執行通知，縱橫旅遊及翱翔旅遊違反個人資料（私隱）條例（「個人資料（私隱）條例」）第1項原則（「事件」），內容如下：

| 違反有關保障資料原則及描述 | 縱橫旅遊 | 翱翔旅遊 |
|---|------|------|
| 原則1(1) 程序應用過程中及用移動應用程式查詢積分時就驗證用戶身份目的過度收集出生日期及身份證號碼 | 不適用 | ✓ |
| 原則1(3) 未告知移動應用程式用戶(i)個人資料使用目的；(ii)資料會轉移給哪類人士；(iii)用戶有權請求查閱及更正資料；及(iv)處理有關請求的人士之姓名或職銜及地址 | ✓ | ✓ |

事件原因

董事確認，由於本集團首次推出收集個人資料的程序，故管理層對遵守個人資料（私隱）條例並不熟悉，且移動應用程式的設計外判予對個人資料（私隱）條例並不了解的第三方。

違反執行通知的最高處罰

根據個人資料（私隱）條例第50(1)條，在完成一項調查後，個人資料私隱專員公署可送達書面通知，指示糾正該項違反，以及（倘適當）防止該項違反再發生。根據個人資料（私隱）條例第50(A)條，違反執行通知即屬犯罪，而違反者可處50,000港元罰款及兩年監禁。倘罪行持續，可處每日罰款1,000港元。

本集團採取的補救措施

本集團收到執行通知後立即採取補救措施。於二零一四年十二月二十四的函件中，我們知會個人資料私隱專員公署，為遵守執行通知，我們已（其中包括）(i)暫停會員制度接納會員；(ii)下架移動應用程式；及(iii)刪除並銷毀過往會員制度收集的所有生日及身份證號碼等資料。移動應用程式僅用於向會員提供會員資料和旅行及旅行資訊。

業 務

二零一五年二月十八日，個人資料私隱專員公署向翱翔旅遊及縱橫旅遊發出合規函件（「合規函件」），以確認彼等已遵守執行通知所述指示。

對本集團業務營運及財務狀況的影響

根據合規函件，本集團已嚴格遵守執行通知，翱翔旅遊及縱橫旅遊無再違反個人資料（私隱）條例第50條。本集團任何成員公司或董事亦無遭受任何罰款或監禁。

根據個人資料（私隱）條例第66條，任何個人如因與其資料有關的違反個人資料（私隱）條例事項而蒙受損害，包括感情傷害，可就該損害向有關的資料使用者申索補償。然而，董事確認(i)違反行為已全部糾正；及(ii)未再次違反個人資料（私隱）條例規定。基於上述董事確認及：

- 事件並非與未經授權使用或查閱個人資料有關；
- 董事確認，本集團已於收到執行通知後立即刪除及銷毀有關資料，及採取其他補救措施；及
- 時間的流逝，

本公司香港法律顧問告知，與事件有關的當事人成功申索大額補償的可能性很小。

除上文所披露者外，往績紀錄期間及截至最後可行日期，我們在各重大方面均符合適用的香港法律和法規。

截至最後可行日期，本集團或任何董事概無面臨任何可能對我們的業務營運、財務狀況或聲譽有重大影響的實際或潛在重大索賠或訴訟。

內部控制及風險管理

我們設有內部控制及風險管理政策與程序。董事會主要負責監察內部控制及風險管理系統，審查該系統的效用。我們認為，董事及高級管理層掌握監察內部控制及風險管理方面良好企業管治的必要知識和經驗。有關彼等資質及經驗詳情，請參閱「董事及高級管理層」。

內部控制

我們已建立涵蓋企業管治、營運、管理、合規及財務事宜的內部控制系統。董事認為現時內部控制系統對我們的業務營運和風險管理而言屬恰當。董事會將定期檢討內部控制

業 務

系統的管理及是否完備，並因應我們的擴張發展和修改內部控制系統。我們於二零一六年已詳細評估及檢討內部控制系統，並已根據檢討結果改善內部控制系統。

風險管理

往績紀錄期間，我們基於管理經驗評估及管理營運風險。為加強我們的風險管理系統，我們設立正式的風險管理政策持續識別、評估及管理本集團面對的風險。

管理層識別日常營運相關風險，供董事會審查。已識別的風險將記錄在風險登記冊並定期更新。董事會負責評估及釐定董事會為達成戰略目標所願意承擔之風險的性質與程度，以及制定政策將任何重大風險管控在可接受範圍內。管理層負責董事會所制定風險管理政策的日常執行。

董事會密切監控及定期審查內部控制及風險管理系統的效用。為加強內部控制及風險管理方面的企業管治，我們已採用或將採用下列措施：

- (a) 聘請力高企業融資有限公司為合規顧問，就[編纂]後遵守創業板上市規則向我們提供建議；及
- (b) 於[編纂]後聘請獨立顧問協助我們定期審查[編纂]後的內部控制系統。

外匯風險控制

我們的收益主要以港元計值。然而，大部分地接成本（例如酒店費用、交通費用、餐費及門票成本）以日圓結算。該等地接成本包括酒店住宿、旅遊車租用、食肆及日本遊（沖繩除外）的其他供應商成本。因此，我們面對主要與日圓有關的外匯風險。

我們已制定外匯風險管理程序管理與日圓相關的外匯風險。我們的目標是通過確保我們能以可接受的匯率獲得足夠日圓，履行業務營運產生的付款責任，亦不會購買超出我們所需的不必要日圓金額，將外匯風險控制在可接受水平。我們的客戶通常於起程前四週（旺季不超過八週）報名旅行團。因此，我們基於四週（旺季則為八週）的預計銷售額並考慮實際報名數據估計地接成本，以確保估計較為準確，而我們往後會根據有關估計購買日圓。該

業 務

政策有助我們釐定須購買的適當日圓金額以便充分履行付款責任，同時防止我們持有過多日圓現金從而引致匯兌虧損。我們的外匯風險管理程序無意對外匯波動的日後發展趨勢作出判斷或猜測。由於日圓波動，對匯率日後發展趨勢的任何猜測將使本集團面臨重大財務風險。因此，董事認為合適的外匯風險控制措施可準確估計地接成本，少量購買日圓以充分履行付款責任同時避免持有過多結餘。董事認為我們的外匯風險控制措施符合市場慣例。

我們一般按成本加成基準並計及日圓匯率等旅遊元素成本釐定旅行團價格。我們定期（通常每週兩次）檢討旅行團價格，以便我們因應日圓匯率的任何不利波動及時調整旅行團價格。此外，釐定日本旅行團（沖繩除外）價格時，我們一般會於日圓估計地接成本兌換為港元時增加餘量，以便於下次檢討價格前緩釋匯率上漲的影響。董事認為我們的定價政策及外匯風險管理程序可使我們長期有效管理因匯率不利波動所引致日圓地接成本潛在增長的影響。

我們的外匯風險管理程序包括以下步驟：

1. 旅遊營運部會向會計部提供以下資料：
 - (i) 日本遊未來一週的報名人數；及
 - (ii) 日本遊未來四週（旺季則為八週）的估計報名人數。
2. 屆時會計部將估計日本遊未來四週（旺季則為八週）以日圓計值的應付旅遊元素成本，其中人均旅遊元素成本根據過往開支及一般通貨膨脹的影響估計。
3. 接收及分析上述資料和手頭日圓餘額後，會計部會每週向財務總監提交日圓購買請求，由財務總監審查資料是否準確與合理，並釐定購買額及匯率上限後交予袁士強先生審批。購買額通常於考慮匯率上限（根據近期日圓走勢釐定）後釐定，佔未來四週估計日圓使用額約50%至100%。

業 務

4. 釐定最終購買額並經袁士強先生審批後，會計部將按即期匯率或以一個月遠期外匯合約採購所審批的金額，不超過經審批的匯率上限。本集團訂立的遠期外匯合約並無特別指定用以對沖以外幣計值的相關資產或負債任何特定程度的外匯收益或虧損風險。因此，本集團所訂立的遠期外匯合約並無指定為對沖工具，亦不符合對沖會計標準。
5. 與所審批購買金額或匯率上限的任何偏差均須經袁士強先生事先批准。
6. 財務總監定期(i)檢討估計報名人數及旅遊營運部所提供的旅遊元素相應成本的準確性；(ii)檢討錄得外匯收益／虧損之原因；及(iii)密切監察匯率變動及我們的日圓餘額。

袁士強先生擁有豐富的旅遊業從業經驗及有關日本旅遊產品的專業知識，多年來一直負責本集團的重大決策及整體策略規劃(包括外匯風險管理)。我們的財務總監韓女士為合資格專業會計師，擁有豐富的會計及審計經驗，亦於過往任職的上市公司獲得庫務及外匯管理政策方面的知識。董事相信，通過上述程序，我們可適當將外匯風險控制在可接受水平。

目前我們主要面臨與日圓有關的外匯風險。董事將定期監控外匯風險，如發現我們所面臨有關其他貨幣的外匯風險增加，我們將採取有關其他貨幣的風險管理措施以確保風險維持在可接受水平。

業務的持續發展

儘管本集團截至二零一七年三月三十一日止年度的經營業績及財務狀況預期會受「概要—近期發展及重大不利變動」所述若干因素的不利影響，不過董事相信，基於以下理由，我們的業務可持續發展：

我們歷史悠久的經營往績、品牌知名度及與供應商的穩固業務關係

我們有37年的經營往績，是香港歷史悠久且家喻戶曉的旅行代理商之一。執行董事袁士強先生及陳女士從事旅遊業逾36年，而袁振寧先生亦有超過10年的旅遊業經驗。董事相信，我們一直以來均能了解和適應客戶的需要。我們為客戶提供優質的產品和服務，設計周全旅程安排，成績有目共睹。我們一直透過不同營銷渠道提升品牌知名度，包括但不限

業 務

於贊助電視旅行節目與電影以及報章、旅遊雜誌及公共交通工具廣告。以上均有助我們成功在香港的旅遊服務業中脫穎而出。我們的市場份額便可見一斑。根據國富浩華報告，按二零一五年日本旅行團旅客人數計算，我們是香港第二大旅行代理商，按二零一五年外遊旅行團旅客人數計算，我們於提供外遊旅行團的香港旅行代理商中排名第八，市場份額為2.6%。

我們計劃將部分[編纂]所得款項淨額用於(其中包括)電視、旅遊生活雜誌、互聯網及公共交通工具等不同媒體渠道的廣告宣傳，以及用於贊助電視旅行節目及電影等營銷活動，相信可進一步提升我們的品牌知名度，繼續推動我們短期和長期的業務表現。

除持續推廣旅行團服務外，我們亦將致力開發及加強網上銷售平台。我們已聘請獨立軟件開發商開發及加強設有綜合預訂系統的網上銷售平台。我們的網上銷售平台開發完成後，預期客戶可(i)購買「機票加酒店」自由行套票並即時確認；(ii)就所預訂旅行團全額付款，亦可更改預訂資料；及(iii)與銷售代表線上溝通，尋求協助。我們相信，開發和加強網站門戶可為客戶提供更靈活方便的服務，從而加強我們的競爭力。

有關我們的業務策略及未來計劃詳情，請參閱上文「一策略」及「未來計劃及[編纂]」。

根據國富浩華報告，維持良好的供應商網絡(例如航空公司、酒店營運商及地接營運商)是旅行代理商成功的關鍵之一。穩定的供應商網絡和關係可確保獲得供應商穩定的供應和可靠的服務。我們與部分主要航空公司供應商已維持超過14年的長期業務關係，並獲分配相連機位，以確保有足夠機位應付旅遊業務所需。我們與地接營運商及旅遊車營運商等其他供應商亦有良好的業務關係，亦與部分地接營運商已維持最少10年的長期業務關係。我們認為，與供應商的長期良好業務關係可降低優質供應不足的風險，亦可維持我們的服務質素，確保我們的業務穩定經營。

市場規模與市場機會與日俱增

根據國富浩華報告，預期二零一六年至二零二零年香港外遊旅行團的收益將按複合年增長率約6.1%增長。截至二零一五年及二零一六年三月三十一日止年度與截至二零一五年及二零一六年六月三十日止三個月，我們的日本旅行團收益佔旅行團總收益分別約78.1%、84.4%、84.9%及86.5%。根據國富浩華報告，二零一一年至二零一五年香港赴日旅行團的總收益持續增長，預期二零一六年至二零二零年將每年穩定增長約6.0%。根據國富浩華報告，

業 務

不少香港居民生活緊張忙碌，外遊已成為他們舒緩壓力的一種生活方式。此外，香港旅客的消費能力增強將擴大香港旅遊業規模。市場規模擴大亦有助推動本集團的業務增長。低成本航班在航空業迅速興起，較低廉的價格使旅行團銷售成本下降。此外，航空公司提供的新航點亦進一步豐富我們的旅遊地點，使我們的產品更多元化。例如，我們其中一家航空公司供應商於二零一六年六月及七月先後推出香港至日本石垣島、高松市及鹿兒島市三個新旅遊地點的直飛航班。我們亦陸續增加每日香港飛往日本數個地點的航班數目。董事相信，上述利好因素均對香港旅遊業（尤其是安排日本旅行團的旅行代理商）有利，並為我們提供商機。

日本財政部亦實施多項有關日本消費稅的措施，例如(i)自二零一四年十月一日起，訪日旅客享有的免稅項目新增指定商店的藥品、食品及化妝品等消耗品；及(ii)自二零一五年四月起，於購物街及商場不同店舖消費的退稅手續可在一站式櫃台辦理。董事相信，上述因素會繼續帶動赴日旅遊的需求增加。此外，日本國家旅遊局已設定目標，直至二零二零年東京主辦奧運會時，每年吸引20百萬名旅客到訪。此目標包括為二零二零年奧運會及往後推廣旅遊業，擴充到訪旅遊市場的計劃，透過放寬簽證規定等簡化入境手續，開發未為人知的地區旅遊資源，為國際旅客營造友善的環境及發展會議和獎勵旅遊市場。我們的董事相信，當地的民生基建發展將可進一步提升日本的吸引力，帶動赴日旅遊的香港旅客人數上升，繼而促進我們的銷售。

我們應對逆境的能力

按「風險因素」所披露，基於旅遊業的性質，我們的業務相當易因天災、恐怖活動或威脅、戰爭、旅遊相關事故、爆發疫症或傳染病、政局不穩或其他災難事故而中斷及受損。此外，我們面對外匯風險，尤其是有關日圓的風險。日圓兌港元的匯率波動會影響本集團的經營業績及財務狀況。此外，旅遊業極易受香港經濟周期的影響，而香港經濟周期可能受到全球經濟狀況的影響。雖然該等事件及轉變可能對我們的業務表現及財務狀況有不利影響，但董事認為，該等不利事件及變化僅為個別事件或周期性質，不會有長遠影響。

過去十年，本集團曾面對經濟不景及不利事件，導致業務營運及業績受影響，包括但不限於二零零七年及二零零八年的全球金融危機、二零零九年全球爆發H1N1流感疫症、二

業 務

零一一年東日本大地震及二零一一年日圓兌港元匯價升至十年新高。不過，除截至二零一零年、二零一一年及二零一二年三月三十一日止年度外，本集團於過去十年均每年獲利。

董事認為截至二零一二年三月三十一日止三年度的淨虧損很大程度上是由於日圓兌港元匯價於二零零七年六月至二零一二年二月呈上升趨勢。本集團於截至二零一二年三月三十一日止年度的財務業績亦受二零一一年三月東日本大地震影響。地震引致的損失程度及範圍與誘發的海嘯巨大。二零一一年三月日本全境發佈外遊紅色警報。因應二零一一年三月及二零一一年四月赴日的外來遊客數量逐月驟減約48.1%及16.1%，我們的供應商（包括日本航空公司及酒店營運商）迅速降低機票及酒店客房價格。因此，儘管地震及二零一一年八月至二零一二年二月日圓匯率升至十年新高產生影響，惟本集團截至二零一二年三月三十一日止年度的毛利率高於截至二零一一年三月三十一日止年度。事實上，儘管收益大減，惟截至二零一二年三月三十一日止年度的淨虧損遠低於截至二零一一年三月三十一日止年度。

由於自二零一二年二月以來日圓兌港元匯率逐漸降低，本集團獲得更高毛利率並於截至二零一三年三月三十一日止年度成功扭虧為盈錄得純利。

董事相信，雖然我們的業務極易受到不利環境影響，我們過往的財務表現及狀況以及穩固的市場份額足證我們有能力應對逆境，減低對本集團的影響，因此一直為香港旅遊業的主要營運商之一。

健康及穩健的財務狀況

本集團於過去十個財政年度末均持續錄得資產淨值。於二零一五年及二零一六年三月三十一日與二零一六年六月三十日，我們的資產總值分別達至約92.2百萬港元、95.7百萬港元及101.3百萬港元，資產淨值分別約為38.0百萬港元、61.3百萬港元及53.4百萬港元。我們一直維持穩健的流動資金，於二零一五年及二零一六年三月三十一日與二零一六年六月三十日的流動資產淨值分別約為35.5百萬港元、56.3百萬港元及47.5百萬港元，流動比率分別約為1.7倍、2.7倍及2.0倍。往績紀錄期間，本集團只有極少負債。於二零一六年六月三十日，我們的現金及現金等價物約為76.9百萬港元。董事相信，健康及穩健的財務狀況有助推動我們的業務營運持續發展和增長。

扭轉不利狀況的措施

為彌補截至二零一六年六月三十日止三個月的不良財務業績，加強我們的盈利能力，

業 務

我們已採取或將採取以下針對性的措施以緩和日圓兌港元持續升值的不利影響以及同業之間的激烈競爭：

- 我們截至二零一六年六月三十日止三個月的收益大幅下降，主要是由於二零一六年四月發生熊本地震。往績紀錄期間，以客戶人數計算，位於九州的熊本縣是本集團最受歡迎的日本旅行團目的地之一。二零一六年熊本地震過後，九州旅遊促進局採取協調措施重振九州的旅遊業，二零一六年七月至九月及二零一六年十月至十二月分別提供由政府資助的三折及五折九州住宿優惠。我們亦相應設計及宣傳新行程及新酒店住宿安排的九州旅行團，以抵銷九州旅行團需求的跌幅，結果令人滿意。自二零一六年七月起，參加我們九州旅行團的客戶數目逐漸回升，報名參加我們於二零一六年九月及十月起程的九州旅行團客戶總數較二零一五年九月及十月增加約137.1%。根據截至最後可行日期的報名數據，我們已於二零一六年七月至十一月收到九州縣政府酒店住宿補貼約1.6百萬港元，預期將於二零一六年十二月另外收到補貼約294,000港元。旅遊復甦後，加上補貼，預計我們九州旅行團二零一六年七月至十二月的毛利率會高於二零一六年六月。基於本集團的未經審核財務資料，九州旅行團二零一六年七月至十月的平均毛利率較二零一六年六月高出約2.1個百分點。此外，我們獲邀並以唯一旅行代理商的身份參與由日本經濟產業省舉辦的「Touch the Kyushu九州物產祭」，於二零一六年九月下旬至十月上旬在香港舉辦活動，是宣傳九州旅遊的振興活動之一，相信有助提升我們的品牌聲譽及增加我們九州旅行團的銷量。
- 我們將繼續致力開發現有旅遊地點，提供有別於競爭對手或其較少提供的新行程，使我們的產品更勝對手而不必在價格方面競爭，從而提高我們的盈利能力。我們已開發並推出多個提供秋冬兩季新行程的日本及南韓旅行團，更多行程正在計劃當中，包括新大阪鐵道之旅等。此外，根據我們開發新旅遊地點的計劃，我們一直在與主要航空公司供應商協商開發日本新旅遊地點的固定路線。因此，我們的主要航空公司供應商提議於二零一七年四月中旬至六月底先運營飛往日本小松的包機航班，每週組織兩次旅行團，航線包括(i)往返小松、(ii)飛往小松及由名古屋

業 務

返航以及(iii)飛往名古屋及由小松返航。以上航線組合可讓我們開發北陸地區及中部地區的新行程。根據我們要求的機位數目及名古屋旅行的過往價格，我們估計新航線旅行團初期將錄得銷售總額逾10百萬港元。

- 此外，我們亦會增加毛利率普遍較高的MICE旅遊及特色旅程的市場推廣。我們亦會聯絡過往MICE旅遊客戶，並根據客戶偏好安排自訂旅行計劃及行程，吸引顧客再次光顧並建立忠誠的客戶基礎。經過努力，二零一六年四月至十一月MICE旅遊的發票銷售額較二零一五年同期增加約68.8%，旅行團數目亦增加約47.8%。我們亦會開發一系列特色旅程，例如豪華溫泉之旅、米芝蓮美食之旅及獨特體驗之旅，亦會訂立針對消費能力較高或樂意在旅遊方面消費的舊客戶及潛在客戶的宣傳，以增加特色旅程的銷售，提高收益及盈利能力。例如，我們推出豪華五天溫泉美食旅行團，將於二零一七年中國農曆新年翌日起程，且我們的代言人亦會參團，旅行團價格約每人8萬港元。截至最後可行日期，旅行團報名人數可觀。董事相信此旅行團將提升我們特色旅遊產品的知名度及人氣，而致力上述工作亦有助建立更為忠誠的客戶群以及提升品牌聲譽。
- 我們贊助的電視旅行節目於二零一六年四月播出，獲得良好評價，提升了我們的品牌知名度。由於電視旅行節目取得成功，我們再贊助第二輯的電視旅行節目，於二零一六年十一月播映，亦獲得好評。我們已委任該電視節目主持為我們的代言人，相信可進一步提高我們的品牌知名度及吸引顧客採用我們的產品，亦可提升品牌忠誠度。
- 我們已於二零一六年八月推出為期兩年的電子推廣活動，透過多個網上社交媒體及搜尋引擎推廣品牌與旅遊產品，接觸更多潛在客戶，以網站連結方便客戶瀏覽我們的旅遊產品資料及預訂旅行團。電子推廣活動亦可讓我們分析客戶行為及偏好、客戶週期及其他有用的資料，以便針對有特定偏好的客戶宣傳並發展旅行團。
- 我們將與主要供應商(包括航空公司及酒店營運商)洽商要求降低價格，以減低我們的銷售成本同時提高毛利率。二零一六年九月及二零一六年十二月，我們的最大供應商同意於二零一六年九月十三日至二零一七年一月二十五日及於二零一七

業 務

年二月三日至二零一七年三月三十日(不包括限載期)降低前往日本數個目的地的機票價格。下表概述我們主要航空公司供應商機票的降價幅度：

| 期間 | 相比原價的 概約降價幅度 | 目的地 |
|----------|-----------------|--------------------|
| 二零一六年九月 | 8%至41% | 札幌、福岡、廣島和關西 |
| 二零一六年十月 | 4%至55% | 東京、札幌、福岡、廣島、名古屋、關西 |
| 二零一六年十一月 | 18%至39% | 東京、札幌、名古屋、關西和福岡 |
| 二零一六年十二月 | 18%至47% | 東京、札幌、名古屋、關西和福岡 |
| 二零一七年一月 | 18%至51% | 東京、札幌、名古屋、關西和福岡 |
| 二零一七年二月 | 13%至30% | 東京、札幌、名古屋、關西、福岡及沖繩 |
| 二零一七年三月 | 13%至30% | 東京、札幌、名古屋、關西、福岡及沖繩 |

估計二零一六年九月至二零一七年三月每月節省上述目的地的機票價格介乎18.3%至34.9%。

- 我們正在建立並會分階段推出網上銷售平台。自二零一六年四月起，我們的客戶可透過網上銷售平台預訂旅行團。截至二零一六年六月三十日止三個月，透過網上預訂系統銷售旅行團的收益佔同期總收益約7.3%。電子推廣活動會直接將查詢轉到我們的網站，董事相信，除可增加我們的網上旅遊銷售市場佔有率外，亦可增加我們的收益。網上銷售平台於二零一六年八月推出機票模塊並於二零一六年十二月推出酒店模塊，並會進一步優化該模塊，屆時我們可提供較其他網上代理商及機票及酒店預訂平台更方便且即時的自由行產品購買體驗，不僅可提升我們自由行產品的市場競爭力，我們亦可把握迅速增長的自由行產品市場的機遇。於二零一六年十二月，我們與一名全球領先旅遊中介敲定長期合作協議，該旅遊中介將為我們提供酒店客房，客戶可透過我們的網上銷售平台挑選及於全球逾280,000家酒店預訂住宿。由於我們的網上銷售平台提供旅行團、自由行產品與旅遊配套產品及服務等多元產品，是能滿足客戶大部分旅行需求的一站式平台，因此我們得以從眾多一般僅提供機票及／或酒店預訂服務的網上代理商和機票及酒店預訂平台中脫穎而出。

董事認為而獨家保薦人亦認同，以上針對性措施將有效緩和日圓持續升值與市場競爭日益激烈的不利影響，並加強本集團在不利狀況下的盈利能力。由於近期日圓匯率呈下行趨勢加上上述針對性措施，我們的業務表現近期初步改善。

業 務

董事相信，[編纂]可提升本集團的企業形象和聲譽，並可進一步鞏固我們在香港旅遊業的市場地位。根據國富浩華報告，旅行代理商的聲譽是香港旅客的主要考慮因素之一。[編纂]地位有助向潛在客戶推銷本集團，並提升我們在公眾及業務夥伴心目中的公司形象和信譽，繼而提高我們的競爭力，有助我們的業務表現及增長。

基於以上各項，董事認為本集團的業務可持續發展。