

本網上預覽資料集為初稿，當中所載信息並不完整，並可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載之「警告」一節一併閱讀。

## 概 要

### 概覽

我們是優質家用電器及電子消費品的零售連鎖營運商及分銷商，擁有近15年的卓越往績。我們的業務集中於從事零售、批量分銷(包括向特許經營商的銷售)及售後服務，而上述業務均相輔相成。本公司總部設於江蘇省揚州，銷售及售後網絡(包括自營店、自營店服務網點、特許經營店及授權服務網點)覆蓋江蘇省及安徽省27個城市／地區<sup>(附註1)</sup>，超過360個網點。

我們的策略性業務焦點讓我們為家用電器及電子消費品的製造商與客戶之間的供應鏈提供增值服務，並且使我們能在市場的競爭對手中脫穎而出。我們正積極主動地拓寬我們在中國銷售網路的地理覆蓋範圍。除了在現有地區開辦新自營店(這仍是我們的主要策略)，我們計劃拓展至新地區並且以謹慎及有選擇性的方式來物色及把握新的收購機會。我們將繼續沿用特許經營模式來維持我們於目標市場的滲透及拓展。此外，我們的董事計劃進一步發展我們的批量分銷業務，以補足零售及特許經營業務。

截至二零零七年、二零零八年及二零零九年十二月三十一日止三個年度，我們的零售業務(透過自營店)所產生的收益佔我們的總收益分別約48.3%、33.4%及35.3%，而我們的批量分銷業務於同期所產生的收益佔我們的收益分別約50.4%、65.7%及64.0%。我們源自批量分銷業務的收益包括向特許經營商的銷售及向其他第三方進行的分銷。我們的特許經營店將採購自我們的商品銷售予彼等的零售和批發客戶，而彼等各自的收益均不會記錄為我們收益的一部分。當來自於我們售後服務的收益僅佔我們於往績記錄期內總收益一個很小的百分比，我們相信，我們能提供優質維護服務的能力加上我們服務網點的廣泛策略性網絡將有助於提升客戶對我們零售連鎖業務的質量和可靠性的信心。

本公司在往績記錄期內收益出現強勁增長。本公司的收益由二零零七年約人民幣500.5百萬元增加至二零零九年約人民幣1,247.8百萬元，複合年增長率約為57.9%。我們的收益主要來自於商品銷售，當中包括來自於透過自營店直接向終端用戶銷售的產品零售及透過我們向特許經營商和獨立第三方(如家電零售商及企業客戶)作批量分銷的業務而進行的產品

*附註1*： 27個城市／地區包括(i)江蘇省的城市／地區(為揚州、江都、寶應、高郵、儀徵、邗江、泰州、興化、靖江、姜堰、泰興、南京、鎮江、丹陽、丹徒、揚中、常州、鹽城、濱海、惠山、江陰、淮安、濱湖及連雲)；及(ii)安徽省的城市／地區(為天長、滁州及寧國)。

本網上預覽資料集為初稿，當中所載信息並不完整，並可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載之「警告」一節一併閱讀。

## 概 要

銷售的收益。我們於往績記錄期內錄得收益增長，乃主要由於我們擴充銷售網絡和特許經營模式，包括增加自營店和特許經營店數目及透過(其中包括)向供應商收購授權批量分銷權而擴展我們的批量分銷業務。於往績記錄期內，我們向供應商作出大額的預付款項，以鞏固我們與該等供應商的業務關係及提高獲得額外授權分銷權及更多供應商返利的可能性。我們的收益由二零零七年約人民幣500.5百萬元增加至二零零八年約人民幣988.2百萬元。尤其是，截至二零零八年十二月三十一日止年度我們來自向特許經營商及其他第三方作批量分銷的業務收益錄得大幅增長，此乃主要由於(i)我們因收購常州可意的90%股權，致使我們能取得格力產品選定類別在指定區域(主要為常州)內的授權分銷權及(ii)我們取得美的產品選定類別在揚州指定區域內的授權分銷權。截至二零零九年十二月三十一日止年度，我們的收益增長亦受到中國政府頒佈的有利的政府政策的正面影響。

下表載列本公司於往績記錄期按營運分類的收益：

	截至十二月三十一日止年度					
	二零零七年		二零零八年		二零零九年	
	人民幣 (千元)	佔總 收益的%	人民幣 (千元)	佔總 收益的%	人民幣 (千元)	佔總 收益的%
<b>收益</b>						
(i) 零售業務	241,605	48.3	330,417	33.4	440,331	35.3
(ii) 批量分銷業務						
特許經營商	154,978	31.0	285,342	28.9	373,294	29.9
其他第三方	97,406	19.4	363,783	36.8	425,086	34.1
(iii) 服務收入						
維修收入	2,263	0.5	3,366	0.3	2,405	0.2
安裝收入	4,231	0.8	5,306	0.6	6,709	0.5
<b>總計</b>	<b>500,483</b>	<b>100.0</b>	<b>988,214</b>	<b>100.0</b>	<b>1,247,825</b>	<b>100.0</b>

本網上預覽資料集為初稿，當中所載信息並不完整，並可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載之「警告」一節一併閱讀。

## 概 要

我們提供超過16,000種商品，並將我們的產品廣分為五個產品類別：空調、電視機、電冰箱、洗衣機及其他。我們收益的大部分均來自於空調銷售，無論是透過零售業務或批量分銷(包括向特許經營商的銷售)出售。截至二零零七年、二零零八年及二零零九年十二月三十一日止三個年度，我們來自於空調銷售的收益佔來自商品銷售的收益總額分別約57.7%、71.8%及67.7%。

下表載列於往績記錄期內本公司按產品類別分類的零售及批量分銷業務的商品銷售收益：

	截至十二月三十一日止年度					
	二零零七年		二零零八年		二零零九年	
	人民幣 (千元)	來自商品 銷售收益 的百分比	人民幣 (千元)	來自商品 銷售收益 的百分比	人民幣 (千元)	來自商品 銷售收益 的百分比
空調	285,077	57.7	703,230	71.8	838,566	67.7
電視機	82,999	16.8	114,221	11.7	195,756	15.8
冰箱	57,548	11.6	83,532	8.5	88,164	7.1
洗衣機	20,979	4.2	33,565	3.4	47,008	3.8
其他小型電器	47,386	9.7	44,994	4.6	69,217	5.6
<b>總計</b>	<b>493,989</b>	<b>100.0</b>	<b>979,542</b>	<b>100.0</b>	<b>1,238,711</b>	<b>100.0</b>

我們的整體毛利率由截至二零零七年十二月三十一日止年度約16.9%下降至截至二零零八年十二月三十一日止年度約12.2%，主要原因乃由於批量分銷業務(該業務的產品一般以較低於零售業務銷售相同產品的價格出售)的銷售較零售業務的銷售(該業務的產品價格一般以較高價格銷售)的比例增加以及二零零八年中國家電市場情況較差所致。我們的整體毛利由截至二零零八年十二月三十一日止年度約12.2%增加至截至二零零九年十二月三十一日止年度約16.5%，主要由於二零零九年中國家電銷售市況轉好及「家電下鄉計劃」及「以舊換新計劃」所涵蓋的商業的銷量增加所致。有關我們的毛利及毛利率波動的詳細討論，請參閱本文件「財務資料－經營業績的期間與期間比較」一節。

本網上預覽資料集為初稿，當中所載信息並不完整，並可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載之「警告」一節一併閱讀。

## 概 要

下表載列於往績記錄期內本公司按業務分類的毛利率：

	截至十二月三十一日止年度		
	二零零七年	二零零八年	二零零九年
	%	%	%
(i) 零售業務	21.7	17.9	22.8
(ii) 批量分銷業務	11.3	9.1	12.8
特許經營商	13.4	10.7	14.1
其他第三方	8.1	7.8	11.7
(iii) 服務收入	56.6	28.3	34.7
<b>整體</b>	<b>16.9</b>	<b>12.2</b>	<b>16.5</b>

有關上述詳情，請參閱本文件「財務資料－主要收益表項目」一節。

### 業務營運

我們相信，憑藉中國東部擁有超過450百萬的龐大人口，本公司位於其中的三級及四級市場所具備的先發優勢及策略性重點投放，讓本公司在該等地區奪得大眾市場的增長機會，包括「家電下鄉計劃」和「以舊換新計劃」所帶來的商機。

除了在江蘇省及鄰近地區成功建立具聲譽的家電及電子消費品零售供應商之一外，本公司頗感自豪的亦是我們將策略焦點投放在這些地區的二級及三級市場。本公司的「匯銀」品牌於二零零八年獲江蘇省工商行政管理局認可為江蘇省著名商標，並於二零零三年至二零零六年期間獲江蘇省揚州工商行政管理局認可為揚州市知名商標。根據中國國家統計局的資料，於二零零八年，江蘇省的農村居民人均純收入在31個國內省份、自治區及直轄市中排名第五。於二零零八年十二月三十一日，其人口約達76.8百萬人，而當中約45.7%被視為農村人口。江蘇省的農村居民人均純收入由二零零三年約人民幣4,239.26元增至二零零八年約人民幣7,356.47元，複合年增長率為11.7%，而江蘇省的農村居民人均生活開支則由二零零三年約人民幣2,704.37元增至二零零八年約人民幣5,328.37元，複合年增長率為14.5%。本公司相信我們的目標市場遠比中國主要城市的城鎮市場落後，這表明大型的家電及電子消費品供應商及零售商的競爭水平明顯較低，同時為該等產品的需求的快速增長提

本網上預覽資料集為初稿，當中所載信息並不完整，並可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載之「警告」一節一併閱讀。

---

## 概 要

---

供更大潛力，皆因我們的目標市場的人均純收入將繼續增加而該等市場的消費者將繼續追求現代化的生活方式和提高生活水平。本公司是首家目標旨在於江蘇省三級及四級市場站穩陣腳的零售連鎖店之一，我們相信早佔優勢會讓本公司較現有及未來的競爭對手更具競爭優勢。

本公司採取策略，首先於目標市級市場裡商業活動較多的位置設立建築面積較大的自營店，以提高「匯銀」品牌的知名度。然後在人口較多的周邊農村地區開設特許經營店，從而擴大連鎖網絡的覆蓋範圍和覆蓋面。該擴充策略讓本公司以較短的成立期和最少的資本支出在目標市場達到市場滲透的目的，因此降低營運風險。本公司相信該策略有助於江蘇省及安徽省以外的其他三級及四級市場，而我們計劃把這個策略套用於本公司的目標市場。

為防止我們的自營店與特許經營店之間出現競爭及吞噬情況，我們一般會在目標市場開設新店舖前對人口、該市場居民的生活水平及消費能力進行分析。有關詳情請參閱本文件「業務－管理與經營」一節「開店」一段。

下文載列我們按營運的業務的概要。

### 透過自營店經營的零售業務

於最後實際可行日期，我們擁有30間自營店，其中大部分以本公司已註冊的「匯銀」品牌經營（惟大部分專賣品牌零售店以及在百貨公司經營的四個店中店除外）。「匯銀」零售品牌已推廣至江蘇省24個城市／地區及鄰近的安徽省3個城市／地區。

本公司經營揚州旗艦店及16間店舖，於11個城市／地區銷售種類繁多的產品及品牌。我們亦在江蘇省由Golden Eagle Retail Group Limited經營的百貨公司（其中一家最具規模的百貨連鎖公司）內經營四個零售專櫃，主要銷售比較高端的家電及電子消費品（如液晶顯示器）。此外，我們亦經營9個專業空調或專用品牌的零售店舖以滿足不同地區消費者的特別需求。我們的自營店由我們的僱員在管理團隊的監督之下進行管理及經營。

本公司是超過50個國際或本地著名品牌（包括格力、美的、夏普、索尼、海爾、大金及西門子）<sup>(附註2)</sup>的零售商。本公司的零售連鎖店提供的商品選擇繁多，包括空調、電視機、電

---

附註2：截至二零零七年、二零零八年及二零零九年十二月三十一日止三個年度，上述七個品牌產品的銷售額佔收益總額分別約66%、82%及83%。

本網上預覽資料集為初稿，當中所載信息並不完整，並可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載之「警告」一節一併閱讀。

---

## 概 要

---

冰箱及洗衣機、小型家電、流動通訊產品、資訊科技數碼產品以及影音系統。透過我們的自營店所提供的產品型號約有16,000種。

### 特許經營業務

我們的業務營運的特點是：我們的連鎖店擁有大量特許經營店，其中大部分以本公司已註冊的「匯銀」品牌經營。

本公司的第一間特許經營店成立於二零零三年，於最後實際可行日期，本公司的特許經營零售業務迄今已擴展至220間特許經營店的龐大網絡。

本公司所有的特許經營店均以本公司已註冊的「匯銀」品牌由獨立第三方成立、出資及經營。我們實際上所有現時的特許經營商均為我們以前的客戶或前任僱員。本公司每年均會與特許經營商簽訂標準條款的特許經營協定，協定的其中一個要點是本公司的全部特許經營店須向本公司或本公司批准的渠道獨家購入其商品（本公司未能提供的小型電子產品及電子配件除外）。根據安排，特許經營店便成為本公司批量分銷業務的主要客戶。特許經營協議亦訂有條文規定本公司特許經營商遵守本公司不時訂明的標準、規定及程序。

除我們的特許經營商須向我們獨家採購其商品的規定外，特許經營協議的其他主要條款亦包括：

- 使用品牌名稱－我們授權特許經營商就特許經營業務使用我們的品牌。我們的特許經營商不允許任何第三方使用我們的商標及品牌名稱。倘特許經營商的名稱在特許經營協議屆滿或終止後仍包含我們的品牌名稱，該等特許經營商須停止使用我們的商標及品牌名稱，並須安排更改公司名稱。
- 支援－我們向特許經營商提供多項培訓及營銷的支援。
- 業務地區－我們的特許經營商的業務受限於各特許經營協議所訂明的地區範圍，且屬非獨家性質。
- 一般管理－我們的特許經營商須遵守與特許經營安排相關的準則、規則及程序。

## 概 要

---

我們亦管理其特許經營業務的以下方面：

- 價格－我們的特許經營店在考慮當地消費者的收入水平、我們競爭對手收取的價格及一般市場條件後可自行按我們訂明的價格範圍內定價。
- 市場營銷及推廣－我們的特許經營商須使用我們的標準營銷材料，並遵守我們的其他營銷及宣傳標準及程序。我們為特許經營商進行特別推廣或營銷活動。由於我們的特許經營商一般規模較細及缺乏資源和舉辦推廣及營銷活動的專才；且推廣及營銷活動通常於市場競爭水平較低的農村市場上在刺激銷量方面的重要性不大，故特許經營店一般依賴我們為彼等所舉辦的活動。
- 費用－當我們於往績記錄期內向特許經營商收取專利費（該費用乃根據我們個別特許經營店的估計收益和盈利而訂立）時，我們已豁免多名特許經營商繳付截至二零零八年十二月三十一日止年度的專利費。我們自二零零九年一月一日起已沒有向特許經營商收取該等專利費，目的為推動我們特許經營業務的發展。截至二零零七年、二零零八年及二零零九年十二月三十一日止三個年度，我們收取的專利費合共分別為約人民幣9.9百萬元、人民幣4.7百萬元及零元。
- 最低採購額－於往績記錄期，我們並無為任何特許經營店制定任何一般最低採購規定。
- 貨品退回－我們的特許經營店可將品質差的貨品退回給我們。截至二零零七年、二零零八年及二零零九年十二月三十一日止三個年度，我們的特許經營商及其他客戶退回給我們的貨品金額分別達約人民幣0.10百萬元、人民幣0.11百萬元及人民幣0.89百萬元。我們的董事確認，於往績記錄期內，我們的特許經營店僅將極少量的貨品退回給我們。
- 店舖規模－須按個別情況經我們批准，我們的特許經營店的規模預期將至少為100平方米（視乎特許經營店的地點而定）。
- 其他－我們的特許經營店亦須遵守其他規則，如帶有「匯銀」商標的僱員制服及其他物品的統一規定，及提交特許經營店的建築面積的資料連同特許經營的申請。

本網上預覽資料集為初稿，當中所載信息並不完整，並可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載之「警告」一節一併閱讀。

## 概 要

倘特許經營商(i)違反契諾或協議項下責任，且於違約通知獲發出後未能進行矯正；或(ii)未能實施我們的品牌建立營銷計劃，則我們可終止特許經營協議。我們董事確認，於往績記錄期內概無任何特許經營協議提早終止。

本公司透過特許經營業務向三級及四級市場的終端客戶提供的商品選擇繁多，包括空調、電視機、電冰箱、洗衣機及小型家電。我們的特許經營店一般提供的產品型號超過700種。我們來自向特許經營商銷售的收益均分類為我們來自批量分銷業務的收益(如下文所述)。

### 批量分銷(包括向我們的特許經銷商銷售)

為支持我們的零售業務，我們作為供應商分銷至特許經營店及其他獨立第三方，主要包括家用電子產品零售商及我們的企業客戶。於本公司店舖的鄰近地區內，本公司目前是超過20個國際或本地知名品牌(包括格力、美的、夏普、索尼、海爾、大金及西門子)<sup>(附註3)</sup>指定種類的家電及電子消費品(主要是空調、電冰箱及電視機)的批量分銷商之一。截至二零零七年、二零零八年及二零零九年十二月三十一日止三個年度，我們已取得多類品牌產品的23項、21項及31項分銷權利。

本公司相信本公司獲聘為這些名牌家電及電子消費品的批量分銷商，乃歸因於本公司在江蘇省及安徽省的卓越零售經驗，包括本公司對當地消費者喜好的深入瞭解並在中國目標市場擁有龐大的銷售網路及向該市場作持續滲透。此外，與大部分國內主要的家用電器及電子零售商不一樣，除向我們的若干供應商作出預繳外，本公司在採購物品時運用優勢採用貨到付現或極短信貸期的商業策略，本公司相信以此可增強本公司的信譽，亦可大力推動本公司與供應商建立良好的關係。本公司的供應商無需於我們的目標市場建立實質性據點，亦可受惠於我們從交貨到倉儲到賬戶管理的分銷物流。

本公司的批量分銷業務與本公司的零售業務相輔相成，為本公司的店舖提供穩定而可靠的貨源。同時，憑藉本公司特許經營店建立的獨家供應商的地位可確保本公司的批量分銷業務受惠於穩定的收入來源。

附註3：截至二零零七年、二零零八年及二零零九年十二月三十一日止三個年度，上述七個品牌產品的銷售額佔收益總額分別約66%、82%及83%。

本網上預覽資料集為初稿，當中所載信息並不完整，並可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載之「警告」一節一併閱讀。

---

## 概 要

---

### 售後服務

依從本公司的營商哲學，我們非常重視客戶服務，亦因此保持著高質素的售後服務網絡。目前，本公司經營和管理126個服務網點，其中包括七個自營服務網點（其中六個設於我們的自營店內）和119個授權服務網點，網點店舖比率為1間服務網點對大約2.0間店舖。這些網點均策略性地位於本公司的店舖以及本公司目標客戶的附近。本公司設立熱線處理所有查詢及售後服務指令，方便客戶獲得售後服務。本公司的服務網點為購自本公司或其他第三方賣家的產品提供各式各樣的安裝與維修服務。本公司在服務網點所在的大部分地區是超過15個名牌電子供應商（如格力、美的及夏普）的授權售後服務供應商，而我們已為大部分名牌電子供應商提供該等授權售後服務超過三年。我們一般透過自營服務網點及授權服務網點為相關名牌電子供應商提供售後服務。

售後維修對本公司目標市場的客戶尤為重要，因為他們通常較少在短時間內將他們的電器換成新的型號，本公司相信及時和優質的售後維修是目標客戶在向電子零售商作出購買時其中一個關鍵的考慮因素。本公司董事更相信本公司提供優質的維修服務的能力，配合服務網點廣泛而具策略性的網路，有助提升客戶對本公司零售連鎖店的質素及可靠性的信心。

### 有利的政府政策

我們相信，我們具策略性地把焦點投放於中國東部三級及四級市場，是正確的經營方向，從中國政府最近頒佈的「家電下鄉計劃」和「以舊換新計劃」便尤見一斑。

### 家電下鄉計劃

中國政府於二零零七年十二月頒佈「家電下鄉計劃」。本公司是首四家自家電下鄉計劃於二零零九年二月在江蘇省推出以來獲指定為江蘇省「家電下鄉計劃」的授權分銷商的家電及電子零售連鎖營運商之一。此外，我們亦協助該等能符合相關規定的特許經營店申請成為我們備案銷售網點之一。於最後實際可行日期，我們的220間特許經營店中有67間均合乎資格出售「家電下鄉計劃」項下的商品。儘管多間特許經營店尚未取得該計劃下的備案銷售網點地位，我們將繼續協助特許經營店申請該備案銷售網點地位。

本網上預覽資料集為初稿，當中所載信息並不完整，並可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載之「警告」一節一併閱讀。

---

## 概 要

---

本計劃協助製造商在農村地區銷售家用電器，方法為給予農村客戶合資格商品價格的13%政府補貼。每戶農民凡購買任何兩台(件)合資格家電下鄉產品均有權獲得補貼。「家電下鄉計劃」適用於九類產品，包括電視、電冰箱(含冰櫃)、手機、洗衣機、電腦、空調、熱水器(含太陽能熱水器、燃氣熱水器及電熱水器)、微波爐及電飯煲。儘管我們須將合資格商品按不超過該計劃訂明的價格上限出售，我們的供應商亦須按不超過該計劃訂明的價格上限向我們供應該等合資格商品。

### 以舊換新計劃

我們是家電及電子零售連鎖營運商之一，並於二零零九年八月獲指定為江蘇省於二零零九年六月頒佈的「以舊換新計劃」下的授權銷售企業及授權回收企業。我們的特許經營店因本計劃的實施規則未獲落實而尚未取得「以舊換新計劃」下的授權分銷商地位。

本公司相信，「家電下鄉計劃」授權分銷商的地位和「以舊換新計劃」授權銷售企業及授權回收企業的地位使本公司處於有利地位，以取得合資格參與該等計劃下的龐大潛在客戶基礎。本公司作為指定的「以舊換新計劃」授權銷售企業及授權回收企業和「家電下鄉計劃」授權分銷商將繼續維持直至相關計劃屆滿為止，除非我們嚴重違反該委聘下的責任。

本公司相信「家電下鄉計劃」及「以舊換新計劃」均會繼續大力鼓勵中國鄉村社區的居民購買新家電及電子消費品，從而為我們的所有零售、分銷及售後服務業務帶來正面的影響。我們相信，本公司於「家電下鄉計劃」下的授權分銷商身份及「以舊換新計劃」下的授權銷售企業及授權回收企業身份亦有助吸引有意在目標市場發展電子零售業務的潛在特許經營商。

自分別於二零零九年二月及二零零九年八月獲指定為「家電下鄉計劃」的授權分銷商及「以舊換新計劃」的授權銷售企業及回收企業以來，我們截至二零零九年十二月三十一日止年度的收益約6.0%乃來自於銷售「家電下鄉計劃」項下的商品，而我們截至二零零九年十二月三十一日止年度的收益約8.4%乃來自於銷售「以舊換新計劃」項下的商品。然而，「家電下

本網上預覽資料集為初稿，當中所載信息並不完整，並可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載之「警告」一節一併閱讀。

## 概 要

鄉計劃」是短期政府獎勵政策，預期於二零一三年首季屆滿。此外，「以舊換新計劃」亦為短期獎勵政策，自二零零九年六月起以試驗性質基準實施達一年，而倘中國政府決定不再一步實施該計劃，則預期該計劃將於二零一零年五月屆滿。

### 財務業績記錄

下表載列本集團的綜合財務資料概要。我們截至二零零七年、二零零八年及二零零九年十二月三十一日止三個年度及於二零零七年、二零零八年及二零零九年十二月三十一日的綜合財務資料概要乃摘錄自本文件附錄一會計師報告所載的經審核綜合財務資料。綜合財務資料概要應與本文件附錄一的綜合財務資料(包括其附註)一併閱讀，以保證其完整性。

本公司的綜合財務資料乃根據香港財務報告準則而編製。

### 綜合收益表

	附註	截至十二月三十一日止年度		
		二零零七年 人民幣千元	二零零八年 人民幣千元	二零零九年 人民幣千元
收益	25	500,483	988,214	1,247,825
銷售成本	28	(415,794)	(867,423)	(1,041,737)
毛利		84,689	120,791	206,088
其他收入	26	13,199	8,616	11,647
其他收益／(虧損)－淨額	27	—	170	(52)
銷售及市場推廣開支	28	(28,163)	(41,763)	(51,226)
行政開支	28	(15,900)	(38,494)	(41,339)
經營盈利		53,825	49,320	125,118
財務收入		3,162	6,887	4,736
財務成本		(4,438)	(392)	(2,936)
財務(成本)／收入－淨額	31	(1,276)	6,495	1,800
除所得稅前盈利		52,549	55,815	126,918
所得稅開支	32	(9,131)	(17,248)	(34,291)
年度盈利		43,418	38,567	92,627

本網上預覽資料集為初稿，當中所載信息並不完整，並可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載之「警告」一節一併閱讀。

## 概 要

		截至十二月三十一日止年度		
		二零零七年	二零零八年	二零零九年
		人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
<b>以下應佔：</b>				
	附註			
— 本公司權益持有人		43,418	38,197	91,477
— 少數股東權益		—	370	1,150
		<u>43,418</u>	<u>38,567</u>	<u>92,627</u>
<b>本公司股權持有人</b>				
應佔盈利的每股盈利				
(以每股人民幣元列示)				
— 基本	33	[2.17]	[1.91]	[4.57]
— 攤薄	33	2.17	[1.90]	[4.51]
<b>綜合資產負債表</b>				
		於十二月三十一日		
		二零零七年	二零零八年	二零零九年
		人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
<b>資產</b>				
<b>非流動資產</b>				
土地使用權	7	11,264	10,991	18,664
物業、廠房及設備	8	69,346	72,585	116,587
投資物業	9	33,196	27,311	24,728
無形資產	10	1,190	5,043	3,303
遞延所得稅資產	11	8,442	11,750	11,169
		<u>123,438</u>	<u>127,680</u>	<u>174,451</u>
<b>流動資產</b>				
存貨	12	73,617	161,200	163,096
應收賬款及票據	13	44,240	33,660	102,604
預付款項、按金及其他應收款項	14	198,190	265,475	352,896
受限制銀行存款	15	134,910	97,925	134,347
現金及現金等值項目	16	120,682	81,684	18,150
		<u>571,639</u>	<u>639,944</u>	<u>771,093</u>
<b>資產總值</b>		<u>695,077</u>	<u>767,624</u>	<u>945,544</u>
<b>權益</b>				
<b>本公司股權持有人應佔股本及儲備</b>				
股本	17	—	142	142
儲備	18	443,281	481,336	572,813

本網上預覽資料集為初稿，當中所載信息並不完整，並可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載之「警告」一節一併閱讀。

## 概 要

	附註	於十二月三十一日		
		二零零七年	二零零八年	二零零九年
		人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
權益中的少數股東權益		443,281	481,478	572,955
		—	1,408	2,508
<b>權益總額</b>		<b>443,281</b>	<b>482,886</b>	<b>575,463</b>
<b>負債</b>				
<b>非流動負債</b>				
遞延所得稅負債	11	5,708	17,930	39,352
<b>流動負債</b>				
應付賬款及票據	19	175,874	177,933	196,167
應計款項及其他應付款項	20	39,899	72,200	60,889
借貸	21	21,290	—	70,000
即期所得稅負債		9,025	16,675	3,673
		246,088	266,808	330,729
<b>負債總額</b>		<b>251,796</b>	<b>284,738</b>	<b>370,081</b>
<b>權益總額及負債</b>		<b>695,077</b>	<b>767,624</b>	<b>945,544</b>
<b>流動資產淨值</b>		<b>325,551</b>	<b>373,136</b>	<b>440,364</b>
<b>資產總值減流動負債</b>		<b>448,989</b>	<b>500,816</b>	<b>614,815</b>
<b>現金流量</b>				

於最後實際可行日期，我們從金融投資者收取到的所得款項總額為約50百萬美元，該金額主要用作我們業務擴展的營運資金，包括開設新店舖及向供應商作出預付款項。有關詳情請參閱本文件「歷史及業務發展－有關本公司的金融投資者的資料」一節。

截至二零零七年、二零零八年及二零零九年十二月三十一日止三個年度，我們錄得經營活動產生的大量現金流出分別為約人民幣130.9百萬元、人民幣45.7百萬元及人民幣101.5百萬元。影響經營活動產生的現金流出淨額的主要因素是向供應商(尤其美的及格力空調供應商)作出預付款項導致預付款項、按金及其他應收賬款增加，原因是我們為確保取得選定產品類別的授權分銷權以及為鞏固與供應商的關係而迅速擴充業務營運所致。因我們使用更多銀行承兌票據以償還欠付供應商的款項致使我們的受限制銀行存款增加，亦增加上述經營活動產生的現金流出淨額。此外，截至二零零七年及二零零九年十二月三十一日止兩個年度，我們投資活動錄得現金流出乃主要由於我們為業務經營購買物業而支付款項所致。有關我們現金流量狀況的詳細討論，請參閱本文件中「財務資料－現金流量」一節。

本網上預覽資料集為初稿，當中所載信息並不完整，並可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載之「警告」一節一併閱讀。

---

## 概 要

---

### 供應商返利

我們大部分供應協議訂明，供應商須主要根據我們於特定期間的採購量而提供返利。供應商返利價格須由我們與供應商按個別情況而進行磋商。我們的銷售成本主要包括商品成本（經扣除供應商返利撥備）。我們的毛利率因而受到我們從供應商所收取的供應商返利影響。截至二零零七年、二零零八年及二零零九年十二月三十一日止三個年度，我們的供應商返利確認為銷售成本的減少並分別為約人民幣97.0百萬元、人民幣161.1百萬元及人民幣269.0百萬元，佔我們的商品成本（經扣除供應商返利前）分別約19.0%、15.7%及20.6%。我們的董事確認，收取供應商返利乃我們行業的慣例。於可見將來，我們董事預期我們將繼續從供應商收取供應商返利。根據我們與供應商的討論，〔●〕理解收取供應商返利在我們業內乃屬慣例。倘發生任何有關與供應商的返利安排的不利變動，我們的銷售成本及甚至毛利率將受到重大不利影響。

有關供應商返利安排的進一步詳情，請參閱本文件「業務－有關我們業務的風險」一節內「我們可能無法維持與供應商的返利安排」一段及「財務資料－主要收益表項目」一節內「銷售成本」一段。

### 總論

本公司相信隨著中國農村居民生活水平不斷改善，加上宏觀經濟政策及經濟刺激方案，尤其是頒佈「家電下鄉計劃」及「以舊換新計劃」，中國的家電及電子消費品業務將於可見的未來繼續穩定增長。本公司管理層亦相信由於本公司定位為早期進入目標市場的最具規模連鎖店之一，而且參與了「家電下鄉計劃」，加上本公司秉承社區為本和以客為尊的宗旨提供優質而且物有所值的商品，以及採用批量分銷（包括向我們的特許經銷商銷售）與售後服務的商業模式和全面的物流及分銷系統，因此，與本公司的競爭對手相比，本公司擁有極大的競爭優勢。為了保持競爭力，本公司打算繼續通過有機增長及／或收購方式拓展中國的三級及四級市場的銷售及售後服務覆蓋率，以及爭取更多的批量分銷權來實現市場份額最大化。

本網上預覽資料集為初稿，當中所載信息並不完整，並可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載之「警告」一節一併閱讀。

---

## 概 要

---

### 本公司的競爭力

本公司相信我們迄今取得的成功及未來發展的潛力均歸因於我們的競爭優勢，包括：

- 策略業務焦點投放於江蘇省以內或其附近的三級及四級市場
- 策略業務焦點投放於目標市場使本公司處於更有利地位，可把握近期有利的政府政策帶來的市場機遇
- 有效的業務模式 (包括零售、分銷及售後服務)
- 獲肯定的發展策略
- 有效的店舖特許經營及服務網點授權管理
- 在優越地點捷足先登及本公司資深及穩定的管理團隊眼光獨到
- 緊密的供應商關係

### 我們的業務策略

我們力求維持可持續增長並發揮我們的競爭優勢，以在我們進入的各個區域性市場中取得領先地位。我們旨在將股東價值最大化並實施以下業務策略：

- 通過內部發展及有選擇性的收購擴大我們的零售網絡
- 提高本公司店舖的銷售額及盈利
- 進一步鞏固我們與供應商的關係
- 提高特許經營店的運營標準及財務貢獻
- 進一步改進資訊科技系統

### 股息政策

本公司於●宣佈派付一次過非經常股息約〔●〕港元予現有股東，即中華瑞科、Pope、Dalton、ARC Huiyin及China Fund，而本公司計劃在取得外匯管理局及其他政府機構的所需批文後支付股息，並運用我們的內部資源派付該等股息。我們將就支付相關股息的情況

本網上預覽資料集為初稿，當中所載信息並不完整，並可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載之「警告」一節一併閱讀。

---

## 概 要

---

於首份中期報告及年報內作出披露。除上文所述外，本公司自其註冊成立日期起，並無支付或宣派任何股息。謹請閣下注意，以往股息分派不應視為本公司未來股息分配政策的指標。

本公司股東有權收取我們宣派的股息。派付任何股息及股息金額將由本公司董事會酌情釐定，並將視乎本公司日後的營運及盈利狀況、資本需求及盈餘、一般財務狀況、合約限制及本公司董事會視為相關的其他因素而定。宣派及支付任何股息及股息金額將受本公司章程文件及公司法，包括股東批准(若規定)所限。

根據我們可動用的現金、可分派儲備、現金流及營運資金需求，董事會的目標為就截至二零一零年十二月三十一日止年度及其後財政年度以股息宣派及建議派發可合共不少於本公司純利15%的股息。有關意向並不構成本公司必須或將會以有關方式宣派及支付股息及根本上會支付任何股息的任何保證或聲明或徵示。

### 風險因素

本公司董事認為，以下為有關本集團業務、行業、中國的風險及不明朗因素：

#### 有關我們業務的風險

- 我們可能無法按過往增長速度繼續增長
- 若干有利於我們的政府政策終結或改變，可能對我們的營運業績有重大不利影響或阻礙我們就目標市場所作的擴充計劃
- 向我們供應商作出的預付款項涉及信貸風險
- 我們很大部分的收益來自銷售空調
- 我們現時很大部分的業務於江蘇省經營，而我們很大部分的收入亦來自江蘇
- 交通及運輸基建故障可能會阻礙我們的業務營運
- 我們依靠我們的特許經營店及授權服務網點將零售網絡及售後服務擴展至三級及四級市場

本網上預覽資料集為初稿，當中所載信息並不完整，並可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載之「警告」一節一併閱讀。

---

## 概 要

---

- 我們不會控制我們的特許經營店及授權服務網點營運商
- 我們於打入新市場及實施擴充計劃時可能遇到困難
- 缺乏三級及四級市場的官方統計數據或會影響我們的擴充計劃
- 我們的批量分銷業務及售後服務依仗供應商逐年授予的批量分銷權利及售後服務供應商地位
- 我們很大程度上依賴與供應商的關係
- 我們於截至二零零八年及二零零九年十二月三十一日止兩個年度錄得龐大現金流出淨額。如我們未能為營運活動維持足夠的現金流量及如我們未能於適當時間取得足夠的銀行融資，則當債務到期之時，我們未必能夠應付債務及其他付款責任，而我們的財務狀況及營運業績亦會受到相當的負面影響
- 我們的毛利率可能繼續下降而進一步影響盈利能力
- 我們主要產品空調的銷售受季節性影響
- 我們可能無法維持與供應商的返利安排
- 向特許經營店的銷售未必反映彼等向其終端客戶的銷售的實際增長
- 維持及擴充我們的業務營運需要大量支出，我們未必有足夠或可供動用的財務資源
- 我們未必能夠以有利的租賃條款為自營店保持或續用現有地點
- 我們極依賴少數主要管理人員，未必能挽留及吸引人才
- 我們未能及時取得若干所需證書、牌照及准許證
- 我們未必能預見及提供吸引貨品，以滿足顧客品味及要求

本網上預覽資料集為初稿，當中所載信息並不完整，並可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載之「警告」一節一併閱讀。

---

## 概 要

---

- 倘若缺乏有效的存貨控制系統，我們的業務將會受到重大不利影響
- 我們的保險未必足以彌補所有虧損
- 我們的業務營運可能受到任何資訊科技系統故障的重大不利影響
- 我們可能因出租人的土地業權或房屋所有權出現租賃問題或產權負擔而須搬遷若干現有店舖

### 與中國零售業有關的風險

- 我們依賴知識產權
- 我們可能會面對侵犯第三方知識產權的法律責任
- 倘我們未能有效地推廣及宣傳我們店舖，我們的銷售或會下降
- 我們可能面對產品責任的申索
- 我們在中國零售業面對激烈競爭
- 當前全球金融危機及經濟低迷已經及可能繼續對我們的業務、經營業績及財務狀況造成重大不利影響
- 我們或未能成功應付消費者喜好及／或購買力的轉變
- 若我們不能領取或持有一切所需執照、許可證及批文，或我們須採取行動領取該等執照、許可證及批文而費時或耗費不菲，則我們的業務營運可能受到重大不利影響

### 與中國有關的風險

- 中國經濟、政治及社會狀況以及中國政府政策的變動或會影響我們的業務
- 外匯法規的變動或會對我們的營運業績造成不利影響
- 人民幣價值波動或會對閣下的投資造成重大不利影響

本網上預覽資料集為初稿，當中所載信息並不完整，並可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載之「警告」一節一併閱讀。

---

## 概 要

---

- 中國法律及法規的詮釋不明確
- 我們的經營成本或會因中國政府規定的員工福利而增加
- 可能難以向我們居於中國境內的董事或行政人員發出由非中國法院頒佈的傳票或執行裁決
- 新制定的中國稅法可能影響本公司及股東所收股息獲稅務豁免的現狀，亦可能增加我們的企業所得稅率
- 我們的附屬公司在中國稅法下享有的若干優惠待遇屆滿或改變，可對我們的經營業績產生重大不利影響
- 中國法律對我們於中國的經營附屬公司派息的限制
- 天災、戰爭、傳染病或流行疾病等非我們所能控制的因素或會令我們的業務受到損害、損失或干擾
- 本文件所載的前瞻性聲明不一定準確
- 無法保證本文件所載有關經濟及行業的事實及其他統計數據的準確性