

業 務

概覽

本公司主要從事休閒沙發生產及銷售。本公司於中國生產休閒沙發，出口至美國及歐洲等海外市場客戶，同時亦在中國當地銷售。本公司專注於以「芝華仕」品牌推廣具有收納腳椅及轉動功能等特色的休閒沙發。本公司以優質價美豪華時尚產品的標準設計及推廣本公司產品。

根據Euromonitor二零零九年報告的資料，在銷售收入方面，本公司是中國休閒沙發行業的市場翹楚，而按銷售收益計亦是美國休閒沙發市場的第八大營運商。

本公司就產品銷售採取雙管齊下的策略：在中國及香港主要以零售方式銷售以及直接出口。本公司客戶主要包括(i)在中國自主經營的「芝華仕」及「愛蒙」品牌專賣店及香港「芝華仕」及名華軒零售店購買產品的客戶、(ii)在中國以「芝華仕」或「愛蒙」品牌名經營店舖的分銷商及(iii)採購本公司「芝華仕」產品以在其店舖以本公司「芝華仕」品牌或其本身品牌向終端客戶出售產品的海外市場（不包括香港）零售商。截至二零零九年九月三十日止六個月，香港及美國批發商佔本公司銷售收入約1%。

本公司向逾50個海外國家的零售商出售一系列休閒沙發，而美國及歐洲為本公司主要出口市場。該等零售商一般透過彼等各自的零售網絡將休閒沙發轉售予終端客戶。在美國，本公司以大戶型因而家具需求大的郊區市場中產階層客戶為目標客戶。本公司致力於提供可滿足消費者欲望的優質價美豪華時尚產品，如附帶一張或多張躺椅或其他特色的大型組合式沙發、桶式座椅沙發及家庭影院組合沙發。本公司於美國的客戶包括美國家具零售商100強中的30間，如American Signature Inc.。於歐洲，本公司向Steinhoff International Holdings Ltd等零售商銷售產品。本公司海外客戶群由二零零六年的兩間美國大型家具零售商發展至二零零九年年尾遍佈美國、加拿大及歐洲若干國家逾500家零售商。

本公司在中國主要透過自營品牌專門零售店及本公司分銷商經營的店舖銷售休閒沙發。於中國，本公司以中高收入客戶為銷售對象，專注中國快速發展的當地家具及中產階層客戶市場。本公司透過龐大的零售網絡為該等客戶提供服務，而本公司的零售網絡由二零零二年在上海、北京及深圳的三間「芝華仕」品牌專賣店發展至二零零九年年尾的296間「芝華仕」品牌專賣店，分佈於中國逾20個省份的主要城市。

本公司「芝華仕」品牌於中國榮獲多項殊榮，包括中華人民共和國國家品質監督檢驗檢疫總局於二零零七年九月頒發的「中國名牌產品」榮譽獎。於二零零八年九月，本公司亦由福布斯亞洲評選為「銷售額在十億以內的亞洲中小企業200強」之一。根據Euromonitor的資料，本公司旗艦品牌「芝華仕」早於二零零四年已在銷售收入和市場份額方面於中國位居第一。

業 務

雖然本公司大部分銷售額來自休閒沙發，但本公司亦製造及出售非休閒沙發、床墊及床具配件，以及設計及出售「Cheers」或「芝華仕」、「Enlanda」或「Enlanda愛蒙」及「LAND」品牌的其他家具。除296間「芝華仕」品牌專賣店外，本公司亦於中國設有213間「愛蒙」專賣店及於香港設有一間「芝華仕」品牌專賣店及六間名華軒零售店，出售「Cheers」、「芝華仕」、「Enlanda」或「Enlanda愛蒙」及「LAND」品牌產品。本公司的名華軒零售店亦出售少量其他第三方品牌產品。

過往五年，本公司的銷售收入及純利錄得穩定增長。儘管經濟環境極其嚴峻，本公司的銷售收入由截至二零零七年三月三十一日止財政年度的884,900,000港元增長至截至二零零九年三月三十一日止財政年度的1,960,000,000港元。同期，本公司的純利亦從96,900,000港元增長至228,000,000港元。美國及歐洲是本公司的主要出口市場。於往績記錄期間，美國分別佔本公司銷售收入的22.8%、33.3%、39.6%及48.5%，而歐洲於往績記錄期間則分別佔本公司銷售收入的23.7%、20.6%、17.8%及12.9%。同期，於中國及香港的銷售分別佔本公司銷售收入的26.7%、29.8%、30.5%及29.0%。於截至二零零九年三月三十一日止財政年度，以銷售收入及毛利計算，中國是本公司增長速度最快的分部，銷售收入較去年同期增長45.2%至485,800,000港元，而毛利則增長56.7%至239,300,000港元。於截至二零零九年三月三十一日止財政年度，中國以外的市場亦錄得大幅增長，出口分部的銷售收入較去年同期增長22.3%至1,480,000,000港元，而毛利則增長36.0%至461,700,000港元。本公司計劃利用競爭優勢透過持續提供優質價美豪華時尚產品、打造現有品牌及擴大銷售及零售網絡的方式保持或提高中國及其他地區的增長率。

本公司競爭優勢

本公司認為，以下競爭優勢是本公司迄今取得成功的主要因素，將使本公司保持市場主導地位，並實現目標市場的日常預期增長：

本公司已準備就緒充分利用海外市場的發展商機。

本公司向逾50個海外國家的零售商出售休閒沙發，而美國及歐洲為本公司主要出口市場。根據Euromonitor的資料，於二零零八年按收益計，本公司在美國休閒沙發市場中排名第八。本公司於美國的客戶包括美國家具零售商100強中的30間（根據主要貿易刊物「今日家具」的排名），如American Signature Inc.。本公司的歐洲客戶包括Steinhoff International Holdings Ltd等零售商。本公司亦參加北卡羅來納州海波因特（高點）市場及拉斯維加斯市場等貿易展銷會。本公司亦正在英國等歐洲主要市場委任駐外經理。

業 務

本公司於截至二零零九年三月三十一日止財政年度在美國及歐洲銷售的銷售收入分別較截至二零零八年三月三十一日止財政年度增長51.2%及9.7%。美國銷售增長是由於數量增加以及新增客戶及現有客戶訂單金額增加所致。本公司認為，需求增長部分原因是本公司擴展生產平台、與優越零售商建立業務關係、產品符合消費者偏好、「居家」及家庭娛樂趨勢及本公司在提供優質價美豪華時尚產品方面享負盛名所致。本公司歐洲市場銷售增長是由於現有客戶訂單增加及新客戶下單所致。本公司認為，需求持續增長是由於本公司可提供優質價美豪華時尚產品所致。由於本公司產品在美國及歐洲的已有市場以及本公司與客戶之間的關係，本公司已準備就緒繼續擴大海外市場新增及現有客戶的銷售，尤其是於全球經濟開始復甦後。

本公司「芝華仕」品牌知名度高，蘊含優質價美豪華時尚產品之意

憑藉對產品品質的注重及有效的市場推廣策略，本公司已建立蘊含優質價美豪華時尚產品之意的「Cheers」及「芝華仕」品牌，並在銷售收入方面成為中國休閒沙發行業的市場翹楚。本公司「芝華仕」品牌榮獲多項殊榮，包括中華人民共和國國家質量監督檢驗檢疫總局於二零零七年九月頒發的「中國名牌產品」榮譽獎。自本公司於二零零二年在中國開設首間「芝華仕」品牌專賣店以來，本公司一直致力於打造「Cheers」及「芝華仕」品牌。本公司擁有一支由約50名員工組成的形象設計及開發團隊，專門負責提高品牌知名度及打造本公司產品及店鋪的形象及品牌。本公司在中國透過多項措施提高本公司品牌知名度，包括定期於報章及雜誌以及（較少）廣告牌投放廣告及參加貿易展銷會。最近，本公司與中國羽毛球隊（二零零八年奧林匹克運動會金牌得主林丹為其中一名隊員）發起體育贊助計劃。本公司亦積極參加亞洲、美國及歐洲的貿易展銷會，藉以推廣本公司產品。

本公司可憑藉於中國休閒沙發行業的市場領先地位利用中國日益發展的國內家具市場。

根據Euromonitor的資料，於二零零八年，中國消費商品市場零售銷售額超逾人民幣10,000,000,000,000元，而休閒沙發市場零售銷售額於二零零八年達人民幣2,100,000,000,000元，並預期於二零一一年將達到人民幣5,300,000,000,000元（800,000,000美元）。本公司已對利用此預期增長做好充分準備。根據Euromonitor的資料，本公司旗艦品牌「芝華仕」早於二零零四年已在銷售收入方面於中國位居第一。於二零零八年，Euromonitor預期「芝華仕」品牌會佔據16.2%的中國市場份額，遠高於業內市場份額達4.0%的第二品牌。本公司現時在中國上海、北京及深圳等一線城市設有296間「芝華仕」品牌專賣店，專賣本公司產品。本公司亦於北京、廣州、深圳及成都等一線城市設有逾213間「愛蒙」品牌專賣店，經營「Enlanda」或「Enlanda愛蒙」品牌產品。本公

業 務

司於中國的零售店舖已由二零零二年在上海、北京及深圳的三間「芝華仕」品牌專賣店穩定發展至遍佈中國逾20個省份的主要城市的296間「芝華仕」品牌專賣店及213間「愛蒙」品牌專賣店，本公司計劃繼續擴大網絡增加零售店舖。

於二零零八年，本公司為美國休閒沙發市場十大製造商中增長最快的公司。根據Euromonitor的資料，美國十大品牌中其中六個品牌的品牌價值於二零零七年至二零零八年期間下跌，而本公司的品牌價值則於同期增長42.4%。

本公司強大的設計及研發團隊可持續開發可滿足客戶需求的新款及創新產品。

本公司經驗豐富的產品設計及研發團隊由61名員工（包括兩名意大利設計師）組成，致力於開發新款及創新產品，滿足客戶需求及欲望。本公司產品設計及開發團隊會透過與銷售及市場推廣團隊經常探討、市場調查及參與貿易展而不斷監控市場趨勢。此外，本公司產品設計及開發團隊與研發團隊密切合作，尋求改善本公司產品的新方法及創新方法。本公司的設計及開發團隊設計出本公司的桶式座椅沙發及家庭影院組合沙發，並製造迎合個別市場所需的特色沙發，例如在美國市場，由於美國人在房屋及平均體型方面與亞洲人相比一般較為高大，本公司因而製造尺寸較大的沙發。透過本公司研發工作，本公司自主研製的休閒沙發旋轉扳機已從手動操作柄改進為電動扳機，藉此，透過按鈕可將沙發調整至不同的方位。本公司在惠州大亞灣沙發生產工廠擁有泡沫材料研究及測試中心，在此，本公司可進行多項測試，以釐定各種沙發款式適用的不同密度泡沫材料的最佳組合。憑藉本公司可引領市場趨勢及持續推出新款及改良產品（一般為每年100至150種新款沙發）的能力，本公司可向客戶提供更多產品選擇，以滿足客戶需求及預期。此外，憑藉本公司集成生產工序，包括本公司生產設施在中國的位置以及與原材料供應商之間穩健的關係，本公司可維持較低的生產成本，從而可以具競爭力的價格向中國及其他地區的客户供應產品。

業 務

本公司策略

本公司以成為優質價美豪華時尚產品的全球知名品牌及維持本公司作為中國領先休閒沙發零售商的市場地位為主要目標。本公司旨在透過以下主要策略實現此目標：

持續拓展及提高本公司在中國的知名度

本公司計劃透過以下措施推進中國拓展策略：

- **在中國新建生產及配送設施。**為推動本公司於中國的拓展計劃，本公司計劃在江蘇省吳江市建造新生產及配送設施，以更好服務本公司於長江三角洲周邊城市的零售營運部門。本公司擬就此目的從〔●〕中撥款〔●〕，而餘款〔●〕則以內部現金資源撥付。於此新建設施完工後，本公司預期年產量將增加300,000套組合沙發及本公司經營效率將提高。本公司正在為設施尋覓合適地點以及取得所需牌照及批准，預期該設施於截至二零一二年三月三十一日止財政年度最後一季開始商業營運。本公司亦計劃於日後在中國北部興建設施以在當地建立生產及／或分銷中心，該等設施與本公司於深圳及惠州的現有設施類似，但其規模較小。
- **擴大中國零售網絡。**本公司現時於中國逾20個省份的主要城市設有296間「芝華仕」及213間「愛蒙」品牌專賣店。於未來兩至三年內，本公司計劃在選定地區將中國零售網絡拓展至約1,000間「芝華仕」及「愛蒙」品牌專賣店，以充分利用中國日益增長的中產階層及加速城市化，並從中國東北開始。
- **建立獨立家具專賣店。**本公司計劃開設25間大型獨立家具專賣店，於此，本公司可於同一場所提供所有產品。本公司現時於湖北省武漢市為首間獨立家具專賣店洽購物業，並計劃為此自〔●〕撥款〔●〕，預期於二零一零年第三季度開始商業營運。本公司認為，獨立家具專賣店將吸引更多客戶流量、延長客戶駐足時間，從而最終擴大客戶整體消費額。

擴大區域覆蓋及鞏固本公司作為海外休閒沙發市場領軍人之一的市場地位

本公司於一九九七年開始向北美的家具進口商及零售商銷售產品，隨後於二零零一年向歐洲銷售產品。本公司於北美的客戶現時包括美國家具零售商100強中的30間（根據「今日家具」排名），如American Signature Inc.。本公司歐洲客戶包括Steinhoff International Holdings Ltd等零售商。本公司旨在透過持續加強與客戶關係、善用本公司提供優質價美豪華時尚產品的口碑及監控市場趨勢確保本公司產品持續滿足客戶需求，鞏固本公司作為北美零售商主要供應商的地位。此外，在歐洲，本公司計劃於英國等主要市場委派駐外經理。本公司亦計劃透過參加更多貿易展銷會以及其他方法在西班牙、葡萄牙及意大利等國家加強市場推廣力度。此外，本公司現時在澳洲及新西蘭擁有策略買家，正在對於該等市場委派駐外經理進行評估。本公司正嘗試將地域覆蓋擴大至銷售潛力巨大的東歐，並嘗試委派其他代理以協助進入此市場。

業 務

加強品牌

品牌知名度及品牌認知度對本公司的成功至關重要。本公司認為，本公司在中國網絡規模方面已達到臨界點，本公司現準備利用廣告取得規模經濟效益。儘管本公司「芝華仕」品牌在中國享有較高的品牌知名度，但本公司認為，本公司可持續打造「芝華仕」品牌以及進一步建立及提高其他品牌的知名度。本公司已委聘奧美（作為品牌顧問）幫助完善本公司品牌策略及提高品牌定位，藉以進一步發展及提高本公司「芝華仕」品牌在中國的知名度。本公司計劃透過在報章、雜誌及電台等傳統媒體加大投放廣告的方式持續提高本公司品牌在中國的認受性及知名度。本公司亦計劃持續參加亞洲、北美及歐洲的大型貿易展銷會，並尋找機會參加新辦的貿易展銷會。此外，本公司最近亦與中國羽毛球隊（二零零八年奧林匹克運動會金牌得主林丹為其中一名隊員）發起體育贊助計劃，並計劃持續物色可進一步提高本公司品牌的其他新贊助體育項目及活動。

利用床具市場的增長商機

本公司床墊及床具配件在中國及香港以優質價美豪華時尚產品進行推廣。本公司將床具的銷售對象鎖定為中國及香港日益增長的中產階層。本公司床具銷售收入由截至二零零七年三月三十一日止財政年度的35,300,000港元增長至截至二零零九年三月三十一日止財政年度的117,100,000港元。本公司將充分利用現有銷售網絡進行交叉銷售及利用本公司從休閒沙發業務增長汲取的經驗及專門知識持續擴大床具業務。

產品

本公司是中國休閒沙發市場的翹楚，亦是美國休閒沙發市場的領軍人之一。本公司專注於以「芝華仕」品牌推廣具有收納腳椅及轉動功能等特色的休閒沙發。除休閒沙發外，本公司亦製造及出售非休閒沙發、床墊及床具配件，以及設計及出售「Cheers」及／或「芝華仕」、「Enlanda」或「Enlanda愛蒙」及「LAND」品牌的其他家具。本公司產品一般可分為以下類別：

沙發

本公司主要從事休閒沙發設計、製造及銷售業務。本公司產品品種齊全，如具有轉動、搖擺或收納腳椅等多項功能的個性化休閒家庭影院組合沙發及固定沙發。本公司

業 務

亦設計、製造及銷售非休閒沙發。本公司沙發以美國郊區市場中產階層及中國中高收入客戶為目標市場。



本公司致力於提供可滿足消費者欲望的優質價美豪華時尚產品，如附帶一張或多張躺椅或其他特色的大型組合沙發、桶式座椅沙發及家庭影院組合沙發。本公司的沙發可視乎客戶偏好按一個三座、一個兩座及一個一座或一個三座及兩個一座等不同配置進行組裝。於截至二零零九年三月三十一日止三個財政年度各年及截至二零零九年九月三十日止六個月，本公司生產的組合沙發（每套組合沙發由一個三座沙發、一個兩座沙發及一個一座沙發組成）總數中超過90%屬休閒沙發組合。

本公司可按多項不同設計風格製造沙發，如黑色、深褐色或其他深色木架工藝的傳統設計風格及紅色、橘色及淺藍等亮色鋼架或鋁架的現代風格。本公司以「Cheers」及「芝華仕」品牌名出售沙發。於截至二零零九年三月三十一日止財政年度及截至二零零九年九月三十日止六個月，本公司總銷售收入中約94.0%及92.3%分別來自沙發銷售。

於往績記錄期間，本公司出售沙發總數分別為約184,400套、253,900套、288,100套及188,800套。各沙發組合於往績記錄期間的平均售價分別介乎4,100港元至7,200港元、5,000港元至7,500港元、5,500港元至9,400港元及5,700港元至10,500港元。

床墊及床具配件

本公司透過雅典床具集團（根據重組，已於二零零九年十二月七日成為本集團一部分）以「Enlanda」或「Enlanda愛蒙」品牌名設計、製造及銷售一系列床墊。本公司亦出售床架以及蚊帳及床頭櫃等床具配件。該等床架及床具配件或由本公司設計及本公司採購部門認可的原設備製造商製造或從第三方採購。本公司的床墊及床具配件的目標客戶鎖定為中高收入消費者。於往績記錄期間，中國及香港的床墊及床具配件零售價介乎約2,390港元（就床具配件而言）至120,270港元（就高端床墊而言）。

木質家具

本公司擁有陳列櫃、桌椅等其他家具產品系列，並在香港名華軒零售店以「LAND」品牌名出售。本公司的其他家具一般由本公司設計並在中國由本公司認可的原設備製造商製造。本公司亦向第三方採購家具。本公司「LAND」產品以香港中產階層客戶為目標市場。於往績記錄期間，該等家具的零售價介乎約300港元（就椅子而言）至23,300港元（就電視櫃而言）。

業 務

銷售及分銷

本公司就產品銷售採取雙管齊下的策略：在中國及香港主要以零售方式銷售以及直接出口。本公司客戶主要包括(i)在中國自主經營的「芝華仕」及「愛蒙」品牌專賣店及香港「芝華仕」及名華軒零售店購買產品的客戶、(ii)在中國以「芝華仕」或「愛蒙」品牌名經營店舖的分銷商及(iii)於其店舖內向終端客戶出售本公司產品的海外市場（不包括香港）零售商。截至二零零九年九月三十日止六個月，香港及美國批發商佔本公司銷售收益約1%。

下表載列往績記錄期間，本公司自主經營專賣店、中國分銷商經營的專賣店及海外市場零售商數目的地域分佈詳情：

	於三月三十一日			於二零零九年 九月三十日	於最後實際 可行日期
	二零零七年	二零零八年	二零零九年		
自主經營專賣店					
中國					
「芝華仕」.....	23	37	44	71	74
「愛蒙」.....	16	25	33	36	43
香港					
「芝華仕」.....	—	—	—	1	1
「名華軒」.....	7	7	7	6	6
總數	46	69	84	114	117
中國分銷商經營的 專賣店⁽¹⁾					
「芝華仕」.....	131	176	221	225	222
「愛蒙」.....	35	96	142	164	170
總數	166	272	363	389	392
海外零售商⁽²⁾					
美國	124	182	227	276	291
加拿大.....	34	52	69	72	75
歐洲 ⁽³⁾	167	227	258	282	292
其他 ⁽⁴⁾	113	159	189	204	212
總數	438	620	743	834	870

附註：

- (1) 本公司90%以上的中國分銷商經營一至兩間「芝華仕」及／或「愛蒙」品牌專賣店，其餘中國分銷商則各自經營三間或以上「芝華仕」及／或「愛蒙」品牌專賣店。
- (2) 包括美國及香港少量批發商。
- (3) 包括英國、西班牙、波蘭、保加利亞、瑞典、德國、法國、愛爾蘭、克羅地亞及葡萄牙等國家。
- (4) 包括中東、澳洲、新西蘭、印度、馬來西亞及印度尼西亞。

業 務

自主經營的專賣店

於最後實際可行日期，本公司於深圳、廣州、上海及北京等逾20個省份的主要城市經營74間「芝華仕」品牌專賣店及43間「愛蒙」品牌專賣店以及在香港經營所有「芝華仕」及名華軒零售店。於往績記錄期間，本公司分別有11.5%、18.3%、18.5%及15.8%的銷售收入來自本公司自主經營的店鋪。於往績記錄期間，本公司「芝華仕」品牌專賣店的每平方米平均銷售額分別為627港元、9,505港元、9,811港元及3,514港元，而同期本公司「愛蒙」品牌專賣店的每平方米平均銷售額分別為1,162港元、3,975港元、11,815港元及7,013港元。本公司計劃在選定地區拓展本公司自主經營「芝華仕」及「愛蒙」品牌專賣店，以充分利用中國日益增長的中產階層及加速城市化，並從中國東北開始，及在香港開設更多名華軒零售店。

本公司分銷商經營的店鋪

本公司目前出售產品予分銷商，彼等在中國合共經營392間「芝華仕」及／或「愛蒙」品牌專賣店。該等店鋪位於本公司滿意的場所，及分銷商須在該等店鋪專賣本公司產品。本公司一般不允許分銷商在本公司設立自主經營店鋪的城市或省份經營。本公司分銷商在北京、廈門、青島、南京、昆明及天津等中國逾20個省份的主要城市經營「芝華仕」及「愛蒙」品牌專賣店。於往績記錄期間，本公司分別有15.2%、11.5%、12.0%及13.2%的銷售收入來自於本公司中國分銷商經營的店鋪的銷售。

中國店鋪位置



業 務

本公司分銷商

本公司與分銷商的關係受本公司每年檢討的標準分銷協議的規管。為創建統一品牌形象，本公司分銷商須遵守本公司就（其中包括）店舖設計及佈局、服務標準、廣告內容及銷售價格制定的標準及指引。本公司分銷商須於本公司批准的地點經營，並嚴格遵守分銷協議所載條款使用本公司品牌名稱。本公司選擇分銷商時會考慮彼等的聲譽、相關經驗、信譽及誠信等因素。

本公司實施下列措施監管本公司分銷商的表現及其遵守本公司分銷協議的條款的情況：

- *監控銷售表現*

本公司僅在貨款悉數收訖後方會交付產品予分銷商。本公司亦要求分銷商於店舖裏專賣本公司產品，並會制定每月及全年銷售目標，且並無銷貨退回政策。本公司亦每月審閱分銷商於本公司的訂單數量，而本公司的銷售團隊亦會每星期與本公司分銷商溝通，以取得有關產品動向及存貨水平的資料。倘本公司預計或認為業績出現任何問題，將儘快與分銷商見面並提出本公司的憂慮。

- *監控定價合規事宜*

本公司分銷商須遵守本公司的定價指引。個別分銷商的产品定價有可能會低於本公司的建議價格，以增加銷售額，此舉只會令其利潤減少，因其向本公司採購的产品有固定價格。此外，本公司認為，由於沙發產品體積較大且運輸費較為昂貴，有損銷售地區間的任何潛在套利活動，因此個別分銷商降低價格並不大可能令區內價格下降。

- *監控獨家銷貨合規事宜*

本公司注意到品牌店展銷及產品是執行獨家銷貨的有效工具。向本公司分銷商出售的所有沙發均以本公司的「芝華仕」品牌為品牌，而其本身的店舖亦以「芝華仕」商標為裝飾。本公司相信，鑒於該等情況，分銷商不大可能冒險在「芝華仕」品牌店銷售另一品牌的產品。

除上述者外，本公司亦會不定期造訪本公司分銷商經營的店舖，且每年最少造訪一次，並會進行培訓，以確保彼等根據供應商協議的條款經營店舖。

上述者外，本公司最少每年隨機視察本公司分銷商經營的店舖一次，並為分銷商提供培訓，以確保彼等根據分銷協議條款經營店舖。

本公司董事確認，彼等並不知悉本公司或任何分銷商於往績記錄期間嚴重違反分銷協議條款，亦無本公司分銷協議於屆滿日期前終止。

業 務

出口銷售

於往績記錄期間之前及期內，本公司將本公司美國市場的重心由批發商轉移至主要零售商。於往績記錄期間，向批發商銷售的銷售額分別為78,000,000港元、49,200,000港元、10,700,000港元及2,300,000港元，分別佔本公司美國總銷售額約38.6%、9.5%、1.4%及0.3%。本公司集中向零售商直接出口產品，令本公司得以增加客戶群及節省支付予批發商的佣金而減低成本。本公司向其售貨的零售商通常是在美國全國多個州有多間店舖的連鎖店經營商，而非傳統上服務小量客戶群的批發商，令本公司向其得以因為零售商普遍會較批發商發出更大額訂單而增加銷售收入。與零售商直接進行交易亦令本公司能夠預知客戶的需求，並能較透過中間人進行交易更迅速地回應彼等的需求，令本公司於建立及維持與零售商的關係及提高客戶忠誠度方面擁有優勢。就本公司董事所深知，本公司概無與任何批發商發生任何糾紛。

下表列示於往績記錄期間內，本公司美國批發商及零售商的數目及對其售貨的銷售額：

對美國的銷售額	截至三月三十一日止年度									截至二零零九年 九月三十日 止六個月		
	二零零七年			二零零八年			二零零九年					
	排名	百萬元	%	排名	百萬元	%	排名	百萬元	%	排名	百萬元	%
批發商.....	4	78	38.6	3	49	9.5	3	11	1.4	2	2	0.3
零售商.....	120	124	61.4	179	465	90.5	224	766	98.6	275	641	99.7
總計.....	124	202	100	182	514	100	227	777	100	277	643	100

本公司現時向海外零售商出口本公司大部分「芝華仕」產品，其中以美國及歐洲為本公司主要出口市場。該等零售商中逾50%為與本公司有三年以上業務關係的客戶。本公司的美國出口客戶主要為American Signature Inc.等大型家具零售商，並包括美國大型家具零售商100強中的30個零售商（根據「今日家具」排名）。American Signature Inc.為中價至高端連鎖店，於全美國19個州份經營超過125間店舖。該等店舖大部分位於中西部及東岸州份，以「Value City Furniture」及「American Signature Furniture」的名稱經營。於往績記錄期間，美國佔本公司的銷售收入分別為22.8%、33.3%、39.6%及48.5%。

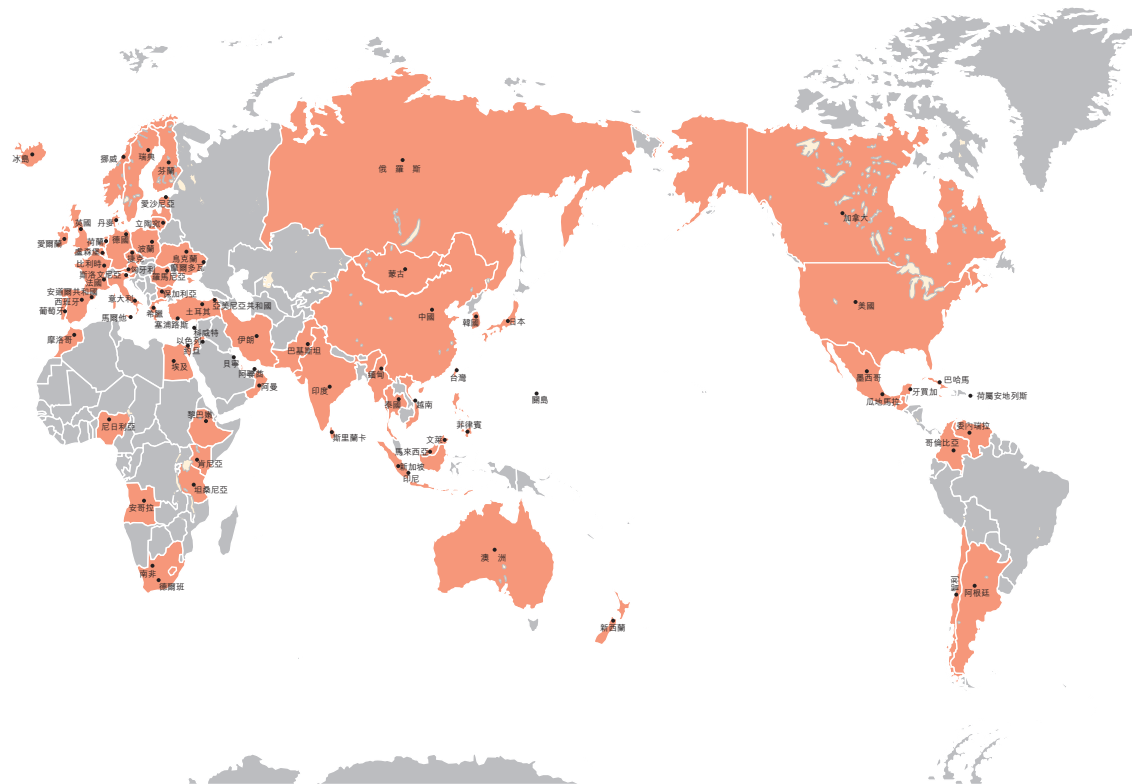
業 務

下表載列截至二零零九年九月三十日止六個月向美國零售商銷售沙發組合的平均價格範圍、數目及銷售額。

價格範圍 (美元)	沙發組合概約數目	%	概約銷售額 (美元)	%
0-600.....	17,000	17.6	8,900,000	11.0
601-900.....	31,000	32.0	23,500,000	28.7
901-1200.....	46,000	47.4	45,700,000	55.8
1201及以上.....	3,000	3.0	3,700,000	4.5

本公司的歐洲出口客戶主要為Steinhoff International Holdings Ltd等中大型及中型家具零售商以及（較少）網絡較小的獨立零售商。Steinhoff International Holdings Ltd於約翰尼斯堡上市，其主要業務為家居用品的生產、倉儲、零售及分銷，業務概約遍佈歐洲、南非及環太平洋。於往績記錄期間，歐洲佔本公司的銷售收入分別為23.7%、20.6%、17.8%及12.9%。於往績記錄期間，本公司分別有約17.4%、10.9%、9.4%及12%的銷售收入來自以零售商品牌出口及銷售的現有產品。本公司慣常不會為任何客戶設計產品。

下列地圖顯示本公司出口產品的國家。



業 務

以下概述本公司與中國分銷商及海外市場零售商安排的主要差異：

	中國分銷商	海外零售商
產品知識培訓	由本公司員工於本公司設施內提供強制性培訓	一般由零售商在公司內部舉行培訓，有時會採用本公司提供的錄像及其他材料
獨家產品	規定其店舖專營本公司產品	店舖出售的產品不限於本公司產品，即非獨家
定價	須遵守本公司所定的建議價格	售價並無規限
折扣／回扣	一般情況下不會授出；有時會由本公司主席、董事總經理兼執行董事黃先生以及本公司執行董事兼中國銷售及營運副總裁李建宏先生根據分銷商經營的專賣店數目或訂單總額以及於本公司的信貸記錄等因素逐次授出5%或以下的折扣。	
銷售目標	指定每月及年度銷售目標	無指定銷售目標
銷貨退回政策	無	無
支付條款	於交付前支付	於收到提單正本時支付發票100%價值

業 務

	中國分銷商	海外零售商
運輸安排	一般由分銷商支付運輸費用及有關保險	就向本公司若干美國零售商出口的產品而言，本公司會負責安排運輸並支付運費及有關保險。就向本公司其他美國零售商及其他國家所有零售商出口的產品而言，本公司的零售商會負責安排其本身的運輸並支付運費及有關保險。
通關安排	不適用	本公司負責中國的出口清關工作，而本公司的零售商則負責於其各所在國家的進口清關工作。
銷售／信貸條款	無。以現金付款。	視乎客戶而定。一般以現金付款、於訂貨時支付按金並於收到提單副本時支付餘款項、於收到提單副本、信用狀時或於30至90日的信貸期內（倘有貿易保險）付款。
銷售收入確認	銷售貨物於交付貨物及轉移其擁有權時（即交付予客戶時）確認	

業 務

下表載列往績記錄期間本公司銷售的地域分佈詳情：

	截至三月三十一日止財政年度						截至二零零九年 九月三十日	
	二零零七年		二零零八年		二零零九年		止六個月	
	千港元	%	千港元	%	千港元	%	千港元	%
美國.....	201,674	22.8	514,213	33.3	777,410	39.6	643,958	48.5
加拿大.....	114,976	13.0	121,608	7.9	113,810	5.8	66,698	5.0
中國及香港								
直接客戶.....	101,995	11.5	281,689	18.3	363,140	18.5	210,242	15.8
分銷商.....	134,114	15.2	178,257	11.5	235,886	12.0	173,492	13.2
歐洲 ⁽¹⁾	209,662	23.7	317,699	20.6	348,614	17.8	171,559	12.9
其他 ⁽²⁾	122,449	13.8	129,623	8.4	124,977	6.4	60,697	4.6
總計.....	<u>884,870</u>	<u>100.0</u>	<u>1,543,089</u>	<u>100.0</u>	<u>1,963,837</u>	<u>100.0</u>	<u>1,326,646</u>	<u>100.0</u>

附註：

- (1) 包括英國、西班牙、波蘭、保加利亞、瑞典、德國、法國、愛爾蘭、克羅地亞及葡萄牙等國家。
- (2) 包括中東、澳洲、新西蘭、印度、馬來西亞及印度尼西亞。

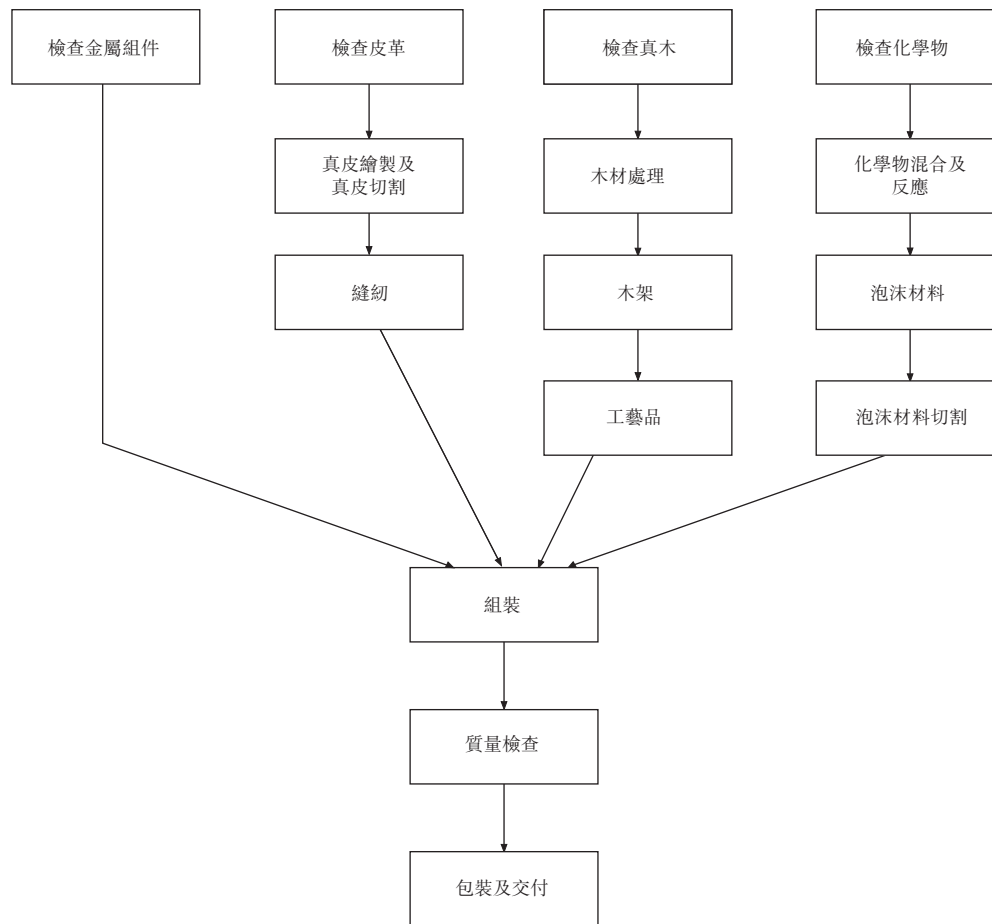
於往績記錄期間，對海外客戶的銷售額按年增加，此乃由於客戶數目整體增加，以及新增及現有海外客戶訂單數量及金額增加等因素所致。於往績記錄期間，中國零售及批發的銷售收入增加乃由於自主經營的專賣店及分銷商店舖增加，以及該等店舖的銷售額增加所致。

於往績記錄期間，對本公司單一最大客戶的銷售額分別約佔本公司銷售收入約7.1%、6.0%、6.3%及6.9%，而對本公司前五大客戶合共的銷售額分別約佔25.6%、22.8%、25.3%及28.8%。所有本公司的分銷商及零售商均屬獨立第三方，而本公司董事、彼等的聯繫人或據本公司董事知悉任何擁有本公司已發行股本5%以上的股東概無於本公司任何前五大客戶持有任何權益。

業 務

生產過程

本公司沙發生產過程於下表載列：



真皮組件

檢查真皮。真皮組件生產從檢查本公司購買的經處理真皮及仿皮開始。本公司購買的經處理真皮一般經過全面處理，即真皮已完成上色及塗層。因此，本公司毋須進行其他處理。本公司採購的所有真皮須經過一般目測及手工檢測。然後，真皮會抽樣送至第三方實驗室進行測試，以確保真皮符合本公司規格及品質標準。隨著公佈DMF指令後（於「規例－英國的消費者保障及產品安全法」一節詳述），本公司已通知其全部真皮供應商有關DMF等若干物質已被禁止或限制用於出口至歐洲的產品。本公司亦專門委託的皮革供應商確保向本公司供應我們的皮革不含（或僅含許可水平的）該等受管制物質，包括DMF。本公司要求其供應商向本公司提供有關其所供應的真皮符合該等限制的證書或其他憑證。

本公司亦在本公司生產設施對真皮進行測試以釐定以下各項：

- 耐光色牢度－真皮於日光曝曬時褪色的傾向性；
- 抗張強度－真皮斷裂前可承受的最大張力；及
- 耐磨強度－真皮抵抗持續磨損的程度。

業 務

有關本公司供應商及原材料的質控系統詳情，請參閱下文「質量保證」一節。

真皮繪製及真皮切割。通過檢查及檢測後，繪製真皮以進行切割，其中涉及在真皮上為切割繪製不同尺寸及形狀。此工序一般通過手工或打標機完成。繪製目的旨在確保盡可能準確繪製理想尺寸，確保善用真皮。打標機可快速準確計算每張真皮的最佳用途，藉此，可在本公司生產過程中減少浪費真皮。倘染色工序導致原色真皮凹凸不平，則須進行手工繪製。在某些情況下，如對高端沙發須匹配天然粒面，亦採用手工繪製。在該等情況下，手工繪製將由本公司員工利用模板進行，以繪製真皮切割的理想形狀及尺寸。真皮經繪製後，會切割成所需形狀及尺寸。倘真皮透過打標機繪製，則須透過切割機進行切割。倘真皮以手工繪製，則用人工切割。

縫紉。真皮切割成所需的形狀及尺寸後，會使用縫紉機將多塊真皮縫在一起。某些縫紉機可借助計算機更快縫紉。本公司惠州大亞灣沙發生產設施有1,000多台從德國進口的「杜克普」工業用縫紉機。該等工業用縫紉機一般用於縫紉汽車真皮，縫合牢固，較傳統縫紉機準確且速度更快。

泡沫材料

檢查化學物。本公司主要從美國、澳洲及香港的化學公司購買加工泡沫材料使用的化學物。化學物送抵本公司生產設施時，會對化學物進行檢查，以確認規格及數量正確，然後在混合前儲存在地下不銹鋼容器內。

混合。下一步，在反應堆機器內混氣化學物。化學物經完全混合後將生成泡沫材料。本公司能夠調整化學物的混合程度，以生成不同密度及特性的泡沫材料。本公司可根據客戶要求在混合工序中生成不同程度的防火泡沫材料。本公司的泡沫材料會根據泡沫材料的不同密度及特性按顏色進行編碼，因此，本公司可容易識別泡沫材料類型以用於沙發的不同部分及設計。

切割。泡沫材料混合及生成後，會將其切割成沙發不同部分適用的理想形狀及尺寸。泡沫材料使用手工機器進行切割，如形狀複雜，則使用數控機器進行切割。

金屬組件

本公司主要從禮恩派工業（惠州）有限公司等中國供應商購買金屬組件。該等組件主要用作本公司休閒沙發的框架及電力扳機。

業 務

木架

檢查木材。本公司主要從阿根廷採購木材。所有木材須經本公司員工一般目測及手工檢測。

木材處理。檢查後，本公司會在生產設施使用高壓蒸汽對木材進行處理，以確保木材無蟲害並經消毒。處理過程一般須需要約40個小時，可提高木材的堅固性及耐磨性。

木架。處理完成後，木材透過手工或使用機器的方式鋸成所需形狀及尺寸。本公司在此工序中使用自動數控鋸子等多種機器。自動數控鋸子可將木材切割成預先設定的長度，同時剔除損壞部分。本公司亦使用數控木材切割機。數控木材切割機經過設定後將木材切割成本公司所指定的形狀，而簡易形狀則利用人工切割。數控設備切割精確度高且浪費最少。切割後，會對木材進行加工，以在釘成木架前進行統一打磨。精確切割可使每塊木材安裝緊密，以製成紮實的木架。

工藝品。木架建好後，本公司會對若干款式沙發的木架增設工藝品，藉以提升沙發設計水平。此工序涉及利用木工工具精巧設計圖案或透過使用粘合劑將不同工藝品應用於本公司沙發。

組裝

真皮縫合、泡沫材料妥為切割及木架完成後，會進行組裝，並附有機械或其他功能特色，以製成休閒沙發。

質量檢查

下一生產階段涉及就質量保證對沙發進行檢查。此工序在下文「質量保證」一節詳述。

包裝及交付

符合本公司質量控制規定的沙發以保護膠套包裝，並儲存在本公司倉庫以交付予零售商舖及客戶。就出口銷售而言，沙發由卡車運至深圳，隨後運送至目的地。

質量保證

本公司認為，現有的質量控制系統是本公司得以成功的重要因素。本公司高度重視產品質量並致力於向客戶提供優質可靠、價格實惠的產品。於最後實際可行日期，本公司有一支由逾100名質量保證人員（具有相關技術專業知識）組成的團隊，以監管及確保本公司所有產品在各生產設施製造過程中的每個階段嚴格遵守本公司質量控制程序。本公司的質量保證程序包括以下各項：

業 務

使用經核准的供應商

本公司的質量保證程序以確保本公司使用優質原材料開始。因此，本公司供應商的表現至關重要。本公司全面監控所有供應商，就採購原材料而言，僅會使用本公司採購部門批准的供應商。本公司選擇供應商時會考慮其供應原材料的質量以及經驗、管理及在市場聲譽。本公司經常監控本公司供應商的質量及表現，本公司會定期檢討經批准供應商清單。本公司一般於訂購生產規定的產品前會從供應商取得樣品。本公司從供應商取得的樣品必須在本公司向該供應商下單前符合本公司質量標準。除檢查供應商的樣品外，本公司亦定期巡視供應商廠房以確保其質量控制程序符合本公司規定。本公司亦就各供應商編製質量評估報告。

本公司亦根據樣品質量評估本公司就「LAND」品牌家具或主要用於補充本公司產品系列的其他項目而外包生產的原設備製造商。本公司亦確保彼等已擁有必要的生產能力及往績記錄，以生產符合本公司香港質量標準的產品。

檢查原材料來料

本公司會對原材料來料進行人手及目測檢查，及於適當時在內部及第三方實驗室進行測試，以確保該等原材料符合協定規格及本公司的質量控制標準。倘發現瑕疵，本公司有權拒絕接收產品並要求供應商更換原材料。

於生產過程中進行檢查

本公司會在生產過程中實施制程質量保證措施，確保有瑕疵的半製成品不會在下一生產工序使用。部門主管在各生產階段將進行目測，而本公司的質量保證團隊將對半製成品及製成品進行檢查。任何不能通過質量檢查的項目將視乎瑕疵種類及程度被棄置或重新加工。

最終檢查

本公司會對所有產品進行最終檢查，以評估產品安全性、結構完整性及與設計及顏色規格的一致性，以確保產品符合客戶要求。若干客戶亦會派遣員工入駐本公司生產設施對製成品進行檢查以確保製成品符合彼等的規定。本公司亦會在包裝及交付產品至專賣店或客戶前就任何瑕疵對產品進行最終目測。

由於本公司著重質量保證，本公司產品的退回率極低。於往績記錄期間，本公司產品退回率低於總銷售額的1%。此外，於往績記錄期間，本公司客戶並無取消大額訂單。

業 務

除上述者外，本公司皮革沙發亦面臨並通過第三方實驗室就符合英國消防安全規定法規及中國質量規定法規進行的定期測試，其中包括含有DMF或富馬酸二甲酯（保護皮革家具免受黴菌損害的化學物）測試。

原材料

本公司在休閒沙發生產中使用的主要原材料是真皮、金屬、木材及泡沫材料。本公司從意大利、中國及巴西等國獲取經處理真皮，及從中國獲取仿皮。本公司主要從阿根廷採購木材，而金屬組件則由主要位於中國的供應商製造。本公司在深圳及惠州大亞灣的生產設施製造自用泡沫材料。

本公司與原材料供應商之間的採購安排視乎本公司的持續規定主要以訂單的方式訂立。本公司已與若干供應商建立密切關係，以確保獲穩定供應主要原材料，同時維持每個主要原材料項目供應的多個來源以取得優惠價格。鑒於市場上有關本公司主要原材料的供應商眾多，本公司預期必要時尋找替代供應商並非難事。本公司在採購原材料方面並無遇見任何重大困難，亦無發生原材料供應中斷的情況。

本公司由採購部門採購原材料。採購部門選擇能夠滿足原材料需求頻繁及快速改變且可滿足本公司質量規定的供應商。本公司採購團隊備有所有採購信息的綜合數據庫，以監控、控制及核實購買價格、購買合約條款及供應商的服務質量，以幫助本公司優化原材料採購及降低成本。於往績記錄期間，已消耗原材料成本分別約為610,400,000港元、965,400,000港元、1,100,000,000港元及683,300,000港元，分別佔本公司已售商品總成本約94.1%、91.9%、89.9%及87.9%。

於往績記錄期間，向本公司單一最大供應商的採購額分別佔本公司總採購額約11.0%、15.6%、10.3%及17.4%，而於本公司前五大供應商的採購額分別佔本公司總採購額約42.2%、38.1%、36.5%及46.1%。於往績記錄期間，本公司五大供應商主要是經處理真皮、金屬組件及化學物的供應商。所有供應商均屬獨立第三方，而本公司董事、彼等的聯繫人或據本公司董事知悉任何持有本公司已發行股本5%以上的股東概無於本公司任何前五大供應商持有任何權益。於最後實際可行日期，本公司在任何特定原材料供應方面並無依賴任何單一供應商。

業 務

存貨管理

本公司產品一般需要訂製，本公司不會在生產設施保存大量製成品存貨。本公司於生產設施的存貨主要包括原材料及半製成品。本公司自主經營的專賣店展示的製成品及運輸中的製成品亦列作存貨。

本公司就原材料存貨採取以下措施，以確保本公司能夠快速回應訂單要求，滿足客戶需要：

- 本公司採購產品生產所需的真皮、木材、泡沫材料所需的化學物、金屬組件及配件等主要組件，並儲存在深圳及惠州大亞灣生產設施。
- 本公司每月對原材料存貨進行實地盤存以確保本公司記錄準確及最新。
- 本公司採購部門定期檢討及評估供應來源及原材料價格，藉此，本公司可監控生產成本及確保原材料質量符合本公司規定以及相關政府及監管當局制定的適用標準。

本公司一般根據歷史銷售金額及產品預期需求購買原材料，並維持約兩至三個月生產規定的原材料存貨。本公司儲存使用壽命較長的真皮及其他原材料，以確保本公司可在接到臨時通知時製造及向專賣店及客戶供應產品。於往績記錄期間，本公司原材料存貨周轉日數大約如下：

	截至三月三十一日止財政年度			截至 九月三十日 止六個月
	二零零七年	二零零八年	二零零九年	二零零九年
存貨周轉日數	75	73	65	56

本公司定期檢討原材料存貨賬齡。倘原材料存貨持有期間超過一年，本公司一般會透過本公司自主經營的專賣店以較低價格出售利用該等材料生產的產品。

業 務

本公司自主經營的品牌專賣店的製成品存貨撥備政策是對持有期間超過180日的滯銷及過時製成品存貨作出50%的一般撥備，以及對持有期間超過365日的滯銷及過時製成品存貨作出100%的一般撥備。本公司亦將於適當情況下對滯銷及過時製成品存貨作出特定撥備。於往績記錄期間，本公司對滯銷及過時製成品存貨作出的撥備大致如下：

	截至三月三十一日止財政年度			截至 九月三十日 止六個月
	二零零七年	二零零八年	二零零九年	二零零九年
過時存貨撥備／(撥回)				
(千港元)	-	-	-	1,723

市場推廣

品牌知名度及認受性對本公司的成功至關重要。本公司根據優質價美豪華時尚產品的標準設計及推廣本公司產品，並將目標客戶鎖定為中高收入消費者。本公司透過媒體推廣活動等多個渠道、銷售及市場推廣員工及參與貿易展銷會的方式開展銷售及推廣活動。本公司亦與中國羽毛球隊（二零零八年奧林匹克運動會金牌得主林丹為其中一名隊員）發起體育贊助計劃。

品牌塑造

本公司致力於以相宜價格提供優質豪華時尚產品。憑藉對產品品質的注重及有效的市場推廣策略，本公司已於中國及海外建立蘊含優質價美豪華時尚產品之意的「Cheers」或「芝華仕」品牌。本公司「芝華仕」品牌榮獲多項殊榮，包括中華人民共和國國家質量監督檢驗檢疫總局於二零零七年九月頒發的「中國名牌產品」榮譽獎。

本公司認為，本公司在中國零售網絡規模方面已達到臨界點，本公司現準備利用廣告取得規模經濟效益。本公司擁有一支由約50名員工組成的形象設計及開發團隊，專門負責提高品牌知名度及提升本公司產品及店鋪的形象及品牌。此外，本公司已委聘奧美幫助完善本公司品牌策略及提高品牌定位，藉以進一步提高本公司「芝華仕」品牌在中國的認受性。

業 務

貿易展銷會

本公司定期參加各種貿易展銷會，以推廣本公司的沙發及其他產品，並招徠新客戶。參加貿易展銷會是本公司對現有及潛在海外客戶的主要市場推廣模式。本公司相信參與貿易展銷會為本公司帶來單純在媒體推廣活動中無緣接觸的新客戶，且將是本公司成功拓展海外家具市場的重要因素。自二零零六年以來，本公司一直定期參加德國科隆貿易展銷會、北卡羅來納州高點市場及拉斯維加斯國際家具博覽會。德國科隆貿易展銷會定於每年一月舉辦，拉斯維加斯國際家具博覽會定於每年二月舉辦，海波因特（高點）貿易展銷會（根據今日家具的介紹，乃全球最大的家具展銷會）定於每年四月及十月舉行。根據公開資料，海波因特高點市場每六個月吸引逾85,000名國際訪客，而拉斯維加斯國際家具博覽會展銷則有逾1,500間製造商。本公司定期參與的主要中國展銷會包括由國際傢私裝飾業（香港）協會舉辦的國際名家具展覽會，過往舉辦地點包括東莞等中國城市。該等貿易展銷會一般可吸引大量國際採購公司、家具進口商及零售商，藉此，本公司向全球大量潛在客戶推廣產品。本公司其後已與在該等展銷會上首次會面的多名潛在客戶建立了業務關係。本公司在拉斯維加斯市場及高點市場設有永久展示廳，確保本公司定期及持續參與該等貿易展銷會，並有助本公司與定期出席該等展會的零售商建立關係。

媒體推廣活動

本公司在中國透過多項措施提高本公司品牌知名度，包括定期於報章及雜誌以及（較少）廣告牌及電台投放廣告。在中國及香港，本公司會在頭條日報、都市日報、蘋果日報及東方日報等報章及雅舍、上海家居、Myhome及Modern Home等雜誌定期投放廣告。本公司亦在今日家具（美國一本貿易刊物）投放廣告。於香港，本公司亦在多個港鐵站利用橫幅進行推廣。近來，本公司亦於中國開始進行電視廣告宣傳。

銷售及市場推廣員工

於最後實際可行日期，本公司銷售及市場推廣團隊由601名專業及資深銷售及市場推廣代表組成。本公司透過銷售及市場推廣代表與客戶保持良好關係。本公司銷售及市場推廣團隊與新客戶及現有客戶定期會面，以取得新產品訂單、讓客戶得悉本公司的產品供應及取得客戶反饋。定期召開會議亦可使本公司對客戶需求及市場變化有更深入了解，及本公司可利用該等關係推廣新產品及擴大銷售。除管理日常銷售及市場推廣活動外，本公司市場推廣團隊亦制定整體市場推廣及促銷計劃。

業 務

於最後實際可行日期，本公司銷售及市場推廣員工分為若干小組，彼等的職責及職能於下表載列：

銷售及市場推廣小組	職責及職能	本公司 執行董事／ 主要行政人員帶領	於最後 實際可行日期 的員工人數
零售銷售及 市場推廣（香港）	於名華軒零售店銷售及 推廣本公司產品	許慧卿女士	41
零售銷售及 市場推廣（中國）	在中國「芝華仕」品牌專賣店銷售 及推廣本公司產品及在中國將 床墊及床具配件銷售予專賣店	李建宏先生	531
北美銷售及 市場推廣（北美）	銷售及推廣本公司「芝華仕」品牌 沙發至北美	Stephen Allen Barr先生	19
國際銷售及 市場推廣 （其他海外市場）	出口銷售	Chan Chi Cheung先生	10

本公司銷售及市場推廣代表遍佈中國本公司設有「芝華仕」及「愛蒙」品牌專賣店的所有城市，以便接近特定客戶群並能有效及以低成本對客戶需求做出快速反應。

本公司擁有一支北美洲市場推廣團隊，其中五位成員長駐美國。每位團隊成員負責管理指定領域，而大部分主要賬目均由Stephen Allen Barr先生處理。除該等經理外，本公司亦聘請獨立代理人，以收取佣金方式，輔助市場推廣經理。本公司於北美的主要銷售對象為可訂購大批貨物的美國較大型零售商。除定期致電客戶以進行市場推廣外，本公司亦與客戶保持緊密關係，並每月最少拜訪主要客戶一次。北卡羅來納州及拉斯維加斯的貿易展銷會亦為本公司的銷售及市場推廣員工向北美客戶推廣產品的重要平台。

本公司的國際銷售及市場推廣團隊，負責所有海外市場的出口銷售（北美洲除外）。每位團隊成員負責管理指定領域，且於若干情況下，當地聯絡人及代理人亦會給予支援。本公司聘用兩名銷售經理，負責管理歐洲客戶。該等銷售經理定期出訪歐洲，每月逗留二至三星期，拜訪客戶推廣產品及維持關係。

業 務

產品設計及研發

本公司出售的所有家具均由本公司設計及開發。本公司的成功部分取決於本公司在費用、質量及設計方面適當及不斷滿足客戶需求的能力。本公司力求以相宜價格向客戶提供功能豐富的一系列產品。本公司認為，本公司強大的產品設計及開發能力賦予本公司不可比擬的競爭優勢。本公司的產品設計及研發團隊負責設計及開發新休閒沙發，是本公司持續開發新款及創新產品以滿足客戶需求的關鍵。本公司產品設計及開發團隊通過（其中包括）以下方式汲取創意：

- 與知悉當前市場趨勢的銷售及市場推廣團隊經常討論並聆聽彼等的反饋；
- 本公司一直致力於尋求創新方法以改進產品的研發團隊；及
- 市場調查及參與貿易展銷會。

透過軟件程序的援助，本公司產品設計及開發團隊每年一般可設計及開發100至150款新款沙發。本公司研發團隊負責尋求創新方法提高及改善本公司現有產品的設計及功能。於往績記錄期間，本公司的研發開支分別約為1,800,000港元、2,200,000港元、5,200,000港元及3,100,000港元。本公司研製的新產品設計會在貿易展銷會上展示，以判斷客戶反應及需求。本公司亦會於年內定期推出現有產品的更新版本。在開始為客戶生產新產品前，本公司通常會製造一款經本公司質量控制團隊在符合設計規定及多項行業及安全標準方面進行測試的模型。模型經認可後，方會進行試產，並對製成品及生產過程進行檢討，必要時會進行修改，以確保生產優質價美豪華時尚產品。

截至二零零九年九月三十日，本公司產品設計及研發團隊由67名全職員工（包括兩名意大利設計師）組成，每人平均擁有六年相關業務經驗。設計及研發團隊中超過30%成員學歷最少達大學程度。

知識產權

本公司倚重各種知識產權法律及合約限制（如分銷協議所載列者）保護知識產權。本公司以「Cheers」及／或「芝華仕」、「Enlanda」或「Enlanda愛蒙」及「LAND」品牌，製造及銷售自家的沙發、床墊及床具配件，該等品牌已於相關領域獲註冊登記。於最後實際可行日期，本公司(i)已於英國註冊1個商標、於美國註冊1個商標、於加拿大註冊1個商標、於歐盟註冊1個商標、於澳洲註冊1個商標、於中國註冊33個商標、於香港註冊5個商標以及於中國註冊85項設計專利及於香港註冊24項設計專利，中國6項實用新型專利及(ii)已申請在香港註冊1個商標，在中國註冊23個商標。有關本公司註冊商標、設

業 務

計及實用新型專利的更多資料，請參閱本文件附錄六「知識產權」一節。本公司獲中國法律顧問告知，完成註冊程序所需的時間不能確定，因為其取決於中國商標局審批程序的進度。根據中國法律顧問的意見，中國商標局將檢查標的商標是否具有顯著特徵及可予區別，及標的商標是否與其他人士取得的事先權利有抵觸。

我們現正嘗試註冊「芝華仕」商標，以於中國不同領域（包括皮革、紡織、床套、廣告及工業運作）使用，但芝華士兄弟（美洲）有限公司已提出反對，指該商標與其所使用的其中一個很相似。本公司可能因此而於使用「芝華仕」作其他用途時，未能取得同等保障，以及於利用此商標進入其他領域的業務線時受到限制。然而，本公司現時未有打算將業務擴展至該等領域，且本公司的現有業務及營運並無因商標異議而受到不利影響。

就於中國正在申請的註冊專利而言，根據中國法律顧問的意見，完成註冊程序所需的時間不能確定，因為其取決於中國知識產權局審批程序的進度。中國法律顧問亦告知本公司，標的設計不得與提交日期前中國或國外公開披露或國內公開使用的任何設計相同或類似，且不得與其他人士取得的任何事先權利抵觸。

於最後實際可行日期，本公司亦已註冊16個域名，包括下列者：

- enlanda.com
- manwahgroup.com
- manwahholdings.com
- morewellfurniture.com

有關本公司註冊域名的其他詳情，請參閱「有關業務的進一步資料－知識產權」一節。

此外，本公司家具設計一般受到本公司經營所在國家（屬保護文學和藝術作品伯爾尼公約及世界貿易組織與貿易有關的知識產權協定（TRIPS協定）（一九九四年）締約國）版權法的保護。在可享設計註冊保護的國家，版權保護對該等已註冊設計並不適用。

除本文件披露的商標、註冊設計及域名外，本公司業務及盈利能力並無倚重任何商標、註冊設計、專利或其他知識產權。

於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，本公司董事確認，彼等並不知悉(i)本公司侵犯知識產權；(ii)本公司與任何第三方之間涉及任何知識產權的任何糾紛或訴訟；及(iii)任何第三方侵犯本公司知識產權。

業 務

獎項及認證

本公司憑藉其優質價美豪華時尚產品及品牌從競爭對手中脫穎而出。多年來，本公司獲授或獲頒發若干確認本公司行業地位及產品質量的多個獎項及認證。下表載列往績記錄期間本集團獲授的若干主要獎項及認證：

授出年度／月份	獎項／認證	頒發機構／協會
二零零八年九月	「銷售額在十億以內的 亞洲中小企業200強」	福布斯亞洲 ⁽¹⁾
二零零八年二月	「創名牌產品先進單位」	廣東省家具協會 ⁽²⁾
二零零七年九月	「中國名牌產品」	中華人民共和國國家質量監督 檢驗檢疫總局 ⁽³⁾
二零零七年八月	「軟體系列創意獎」	國際名傢俱（東莞）展覽會組委會
二零零七年三月	「軟體系列銀獎」	國際名傢俱（東莞）展覽會組委會

附註：

- (1) 每年，福布斯亞洲從亞洲逾20,000間年度銷售收入低於1,000,000,000美元的上市公司中編製亞洲企業200強名單。此份名單蘊含福布斯亞洲「十億以下最強」事宜的特色。評選標準包括過往五年盈利正增長及於上個財政年度稅前利潤率不低於5%。
- (2) 廣東省家具協會是在廣東省民政廳註冊的機構，受廣東省民政廳及廣東省工商業聯合會監管，擁有逾200名成員，包括家具設計及裝飾從業人員、家具製造商及原材料供應商。
- (3) 中華人民共和國國家質量監督檢驗檢疫總局是中國國務院主管（其中包括）全國質量、商品檢驗及衛生、動植物檢疫的直屬部級機構。

業 務

競爭

家具行業競爭激烈並高度分割。競爭範疇包括成本、質量、設計、品牌實力、功能、產能、交付速度及市場推廣。鑒於本公司銷售及零售網絡廣泛及產品系列豐富，本公司面臨眾多競爭對手，包括：

- 中國家具製造商及零售商；
- 美國及歐洲批發商及製造商（其中若干批發商及製造商可能從海外供應商採購產品或組件或與其他國外製造商建立關係或訂立聯盟）；及
- 向本公司目標市場推廣產品的製造商（主要是位於亞洲的製造商）。

在本公司經營所在的中國城市，本公司認為浙江顧家工藝沙發製造有限公司（「顧家」）及左右傢俬有限公司（「左右」）是本公司「芝華仕」系列產品的主要競爭對手。根據截至最後實際可行日期的本公司網站資料及其他公開資料，顧家是中國軟墊沙發製造商，通過其當地零售店銷售產品，亦將產品出口至世界各地。該公司分別於中國、荷蘭、保加利亞、俄羅斯及越南等國擁有約1,000間品牌商店，旗下兩間工廠每月製造逾3,000個家具貨箱。左右是中國皮革沙發製造商，並自詡為中國市場其中一個業界領導者，其年產能約為200,000套沙發，而且其大部分產品均出口至美國、歐洲及亞洲。

就海外業務而言，本公司認為HTL Corporation Limited（「HTL」）、La-Z-Boy Inc.（「La-Z-Boy」）及Natuzzi S.p.A（「Natuzzi」）等國際休閒沙發製造商及出口商是公司的主要競爭對手。根據截至最後實際可行日期的公開資料，HTL是一間於新加坡上市的皮革製造工場及皮家具裝飾製造商，並於亞洲設有七間製造廠。該公司出口逾95%產品，市場遍佈四大洲逾30國家。La-Z-Boy及Natuzzi均於紐約證券交易所上市。La-Z-Boy是休閒座椅及裝飾家具製造商，主要於美國及加拿大銷售其產品。該公司擁有逾60間獨立家具店，超過250間獨立家具店的獨立經銷商訂立協議。Natuzzi是一間意大利公司，主要從事真皮與織物裝飾家具及客廳擺設的設計、製造及市場推廣。Natuzzi於意大利設有逾100間家具店。於意大利境外，Natuzzi主要以批發方式，於英國及愛爾蘭逾190間家具店及15個特賣場銷售家具。

就本公司於香港的名華軒零售店而言，本公司認為宜家、G.O.D. Ltd.（「G.O.D.」）、Giormani Arredamenti Co. Ltd（「Giormani」）及瑞典歐化（遠東）有限公司「歐化傢俬」是公司的主要競爭對手。根據截至最後實際可行日期的本公司網站資料及其他公開資料，宜家是全球最大的家具零售商，其通過覆蓋全球逾35個國家300間店舖的零售

業 務

網絡，銷售家具及其他家居用品。G.O.D是香港的「生活概念」零售商，現於香港經營六間零售店，產品包括家具、家居用品及照明產品。Giormani及歐化傢俬均為香港公司。Giormani出口沙發至美國、澳洲、中國及歐洲等國家，並擁有由12間店舖組成的香港銷售網絡。歐化傢俬的產品包括購自歐洲及東南亞的家具及床墊。該公司現於香港及澳門經營八間店舖。

本公司董事、彼等的聯繫人或據本公司董事知悉任何持有本公司已發行股本5%以上的股東概無持有任何上述競爭對手的任何權益。

信貸政策

本公司一般要求中國及香港客戶支付訂單金額10%至100%的按金，並僅在貨款悉數收訖後方會交付產品。本公司一般會授予海外客戶30至90日信貸期，但該等信貸期一般會由信貸保險或保理安排涵蓋。每名客戶的所有信貸期及限額須由本公司總裁黃敏利先生進行審核並一般由其批准。每名客戶的按金金額、信貸期及限額乃基於多個因素釐定，如本公司對有關客戶財務狀況的評估、過往收賬記錄、銷量及其業務表現等。

本公司根據特定債務收回的可能性、客戶信譽及客戶對本公司跟進未嘗還債務的反應按個別情況對呆壞賬作出特定撥備。倘本公司提出法律訴訟以收回債務，亦將作出撥備。此外，本公司對貿易結餘逾期超逾180日的呆賬作出50%的一般撥備，及倘貿易結餘逾期超過365日，則作出100%的一般撥備。於往績記錄期間，本公司壞賬開支分別為零港元、800,000港元、3,600,000港元及1,200,000港元。

物業及廠房

本公司生產設施所在的物業由本公司擁有，而所有本公司自主經營的專賣店所在的物業則由本公司租賃。有關本公司物業的其他詳情，請參閱本文件附錄四物業估值報告。

沙發生產設施

本公司於中國深圳市龍崗區橫崗鎮工業區189號敏華工業區擁有沙發生產設施。載於本文件附錄四「第3類－貴集團於中國持有作自用的物業權益」一節的第5項生產設施，由三間工廠及兩座宿舍組成，本公司已為其正式領取土地使用權證及地產權證。此生產設施建築面積約為27,892平方米，佔地面積約14,500平方米，包括若干幢裝配沙發生產所需機器及裝配線的樓宇、展示廳、辦公室及行政大樓以及倉庫及宿舍。此生產設施每年產能約為50,000套沙發。

業 務

本公司亦於中國惠州大亞灣經濟技術開發區擁有沙發生產設施。載於本文件附錄四「第3類－貴集團於中國持有作自用的物業權益」一節的第4項生產設施，由13間工廠及五座宿舍組成，本公司已為其正式領取土地使用權證及地產權證。此新完工的生產設施建築面積約為276,075平方米，佔地面積約259,000平方米，其中85%已被佔用。本公司計劃將剩餘15%的可用閒置土地用於日後透過建設其他生產線及倉庫擴大生產設施。此生產設施包括一幢分層工廠大廈及一幢五層廠房（分層工廠大廈及五層廠房已合併以精簡營運），並裝備高性能生產設備，如可將木材切割成預先設定的長度，同時剔除損壞部分的自動數控切割鋸子。此自動系統較手工切割更快，並大量減少危險，可從切割清單中計算最佳長度組合，從而優化產出。本公司於此生產設施亦使用一般用於縫紉汽車真皮的工業用縫紉機。工業用縫紉機縫合牢固，較傳統縫紉機準確且速度更快。本公司認為，技術投資可增大產能、減少人手錯誤並實現產出最大化。本公司向逾50個供應商購買生產設備，而且在任何一項生產設備上，均不依賴任何單一供應商。

本生產設施每年產能約516,000套沙發，較截至二零零七年三月三十一日止財政年度的203,000套增加313,000套。此增加產能令本公司於處理客戶訂單以及將客戶群由批發商轉移至擬向本公司下發更大額訂單的現有零售商時更添彈性。

本公司於深圳的生產設施主要為中國客戶生產沙發，而於惠州大亞灣的生產設施主要為海外客戶生產沙發。

床墊及床具配件生產設施

本公司於深圳龍崗區橫崗鎮橫崗路79路向黃先生的聯繫人租賃床墊及床具生產設施。此生產設施的建築面積及佔地面積約為11,982平方米。租約為期一年，並將於二零一一年二月三日屆滿。租約乃根據本公司中國法律顧問競天公誠律師事務所的建議於有關機關辦妥註冊手續。根據租賃協議，倘無首先給予本公司機會按不遜於第三方給予的該等條款再續租約的情況下，出租人將不能向第三方出租該等設施。有關承租約詳情，請參閱「關連交易」一節。

業 務

本公司生產設施於往績記錄期間的產能利用率如下：

	截至三月三十一日止財政年度			截至 九月三十日 止六個月
	二零零七年	二零零八年	二零零九年	二零零九年
	(套 ⁽¹⁾ /件)	(套 ⁽¹⁾ /件)	(套 ⁽¹⁾ /件)	(套 ⁽¹⁾ /件)
沙發生產設施				
概約年產能	203,000	500,000	500,000	516,000
產能利用率 ⁽²⁾	90.8%	50.7%	57.6%	73.2%
床墊及床具生產設施				
概約年產能	29,400	42,800	42,800	60,000
產能利用率 ⁽²⁾	71.4%	68.9%	74.4%	69.8%

附註：

- (1) 一套沙發由一個三座沙發、一個兩座沙發及一個單座沙發組成。
- (2) 產能利用率乃根據各生產設施於各年的實際產量除以各生產設施的概約年產能計算。

辦公室

本公司已向第三方購入載於本文件附錄四「第3類－貴集團於中國持有作自用的物業權益」一節第3項物業，作為本公司其中一個辦公室，並已為此辦公單位正式領取地產權證。

持有作投資的物業

本公司已為載於本文件附錄四「第2類－貴集團於中國持有作投資的物業權益」一節的物業，正式領取土地使用權證及地產權證。此物業由一間工廠及一座宿舍第二至第五層共32個單位組成，此物業租予租戶，租約將於二零一二年十二月三十一日屆滿。

持有作未來發展的物業

於二零零八年十二月二十日，本公司就載於本文件附錄四「第4類－貴集團於中國持有作未來發展的物業權益」的物業的土地使用權，與江蘇省吳江市國土資源局訂立土地出讓合約。本公司已於二零零九年十一月二十七日，根據土地出讓合約悉數償付地價。根據中國法律顧問競天公誠律師事務所的建議，根據中國法律，此土地出讓合約屬有效、合法及可執行，且本公司在為此物業領取土地使用權方面，並無重大法律障礙。

業 務

為自主經營的專賣店租賃的物業

於最後實際可行日期，本公司已就自主經營的中國專賣店訂立109份租賃協議。截至最後實際可行日期，本公司僅與有關負責當局，登記其中21份租賃協議，本公司將繼續向有關負責當局申請登記其餘的租賃協議。不過，本公司未能保證其餘所有租賃協議將辦妥登記。本公司中國法律顧問競天公誠律師事務所表示，(a)此等租約乃合法、有效並對此等租約訂約方具有法律約束力，出租人擁有該等物業的出租權；(b)訂約方須向地方行政部門辦理此等租約的登記手續；及(c)若未能登記此等租約，將不會影響該等租賃協議的有效性，但可能導致本公司與持有有效登記租約的正式第三方發生爭議時，無法繼續租賃該物業。本公司的中國法律顧問競天公誠律師事務所另亦告知本公司，即使本公司不登記相關租賃物業，亦不會遭受行政處罰或懲處。本公司董事認為，由於全部該等物業均用作零售用途，故該等不具有有效登記租約的物業對本公司的營運並不重要。本公司董事亦認為，此不會為本公司就搬遷（倘有需要）而物色類似物業造成不便，而任何該等搬遷的估計費用將為每間店舖約5,000港元。因此，本公司董事認為，就須搬遷任何專賣店導致的任何業務中斷均可能屬過渡性質，並會對本公司業務及盈利能力造成輕微影響。故此，除物色替代性物業（倘有需要）外，本公司將不會採取補救行動。

保險

本公司購買若干一般保險，包括為敏華實業及敏華國際僱員投買的僱員賠償保險、為全體工人投買的工傷保險、為售予海外客戶的產品投買產品責任保險、為位於香港新界火炭的辦公室及惠州及深圳的生產設施的廠房及機器、貿易工具、裝置及配件、辦公設備及裝置、原材料、半製成品及製成品等本公司資產投買的火災保險。本公司亦為若干主要管理層人員購買旅行保險及為本公司若干物業購買租金損失保險。本公司亦為所有自主經營的專賣店就（其中包括）設備、業務中斷、財務損失及人身意外購買保險，並就海外客戶無還款能力而購買出口信貸保險。本公司董事認為，本公司現有保單足以涵蓋本公司就火災對本公司上述資產及辦公室引起的虧損或損失、產品責任索償及僱員索償面臨的風險。

僱員

於最後實際可行日期，本公司有超過4,500名全職僱員，較往績記錄期間開始時增聘近2,000名僱員。本公司大部分僱員位於香港及中國。本公司約10%的僱員參與「產品推廣」工作，包括銷售及市場推廣，以及形象設計及開發等工作。本公司中國附屬公司

業 務

僱員（敏華家具僱員除外）已成立工會，而本公司香港附屬公司的僱員尚未成立工會。本公司管理層與僱員之間保持良好關係並密切合作，預期日後亦將如是。並無發生任何影響本公司營運的停工或勞工糾紛事件。

除中國的社會保險及養老保險以及香港的強積金計劃外，本公司並無提留或累積任何款項，為僱員提供退休或類似福利。

僱員於最後實際可行日期的職能分配如下：

管理.....	15
行政.....	251
產品設計及研發.....	61
財務及會計.....	74
資訊科技.....	11
生產.....	3,477
採購.....	19
產品推廣 ⁽¹⁾	723
質量監控.....	109
倉儲.....	145

附註：

(1) 「產品推廣」包括本公司的銷售及市場推廣以及形象設計及開發團隊。

本公司每年評核僱員表現一次，作為年度薪金檢討及晉升評估的依據。本公司會根據各項表現標準及評估結果考慮對主要僱員發放每月及年度花紅。本公司會調查其他同業公司類似職位的薪酬待遇，本公司認為，此舉將有利於保持本公司在勞動力市場的競爭力。本公司主要僱員亦有權參與本公司僱員購股權計劃，有關詳情於本文件附錄六詳細載列。

培訓

本公司高度重視員工培訓及發展。本公司向員工提供內部及外部培訓，以確保員工掌握本公司業務營運所需的必要技術及專門知識。本公司的培訓計劃主要致力於銷售及市場推廣、質量控制及生產培訓等特定領域。本公司會定期舉辦培訓班，惟一般在公司內部舉行。當本公司真皮切割機及泡沫材料切割機運行所需的更新版本軟件發行時，相關供應商亦會有本公司員工進行培訓。

此外，本公司亦會在銷售及市場推廣及產品售後服務方面對零售商及分銷商的銷售員工進行培訓，以確保彼等掌握本公司產品出售所需的必要產品知識。本公司亦會定期向零售商及分銷商提供有關本公司產品、市場開發、消費者偏好及需求變動及其他業

業 務

內消息的最新資訊。該等培訓班一般由本公司銷售及市場推廣團隊透過視像會議為中國境外的零售商舉辦，或倘對本公司中國分銷商進行培訓則一般在本公司的惠州大亞灣生產設施進行。

內部控制

於二零零九年前，本公司的內部審核乃分包予獨立第三方進行。本公司於二零零九年初設立內部審核部門。本公司亦已制定多項程序、系統及監控措施（包括會計及管理系統），而本公司相信足以協助本公司及董事履行〔●〕及其他監管規定的責任，而本公司亦認為足以讓董事妥善評估本公司營運、財務狀況及前景。本公司對採購、銷售、庫務及會計等主要業務工作實施內部控制政策。本公司審計委員會對內部控制系統及內部控制程序及安排的落實情況進行監控。該等程序、系統及監控措施目前包括（其中包括）：

- 確立正式政策及程序監管董事進行證券交易、公佈年度及中期業績、投資者關係及公司通訊、採購、存貨、原材料、收款、應付款及集團內公司間的交易，以確保符合〔●〕；
- 維持場外儲存系統以將資料備檔，降低因天災或其他災害引致的業務中斷風險；
- 設定用戶及密碼以防止未經授權存取保密資料；
- 設立煙／火感應器及溫度濕度調節系統等環境控制以減少火警所引致的電腦系統損毀風險；
- 主要帳目結餘每月對賬；及
- 確立正式政策及程序監管財務預算、主要銷售程序及申報。

環保及安全法規

本公司須遵守中國國家環保法律及法規，並須接受地方環保當局的定期檢查。該等法律及法規的其他詳情載於本文件「規例」一節。基於本公司產品的成分，本公司營運會產生微量噪音、工業廢料或違反中國適用環保標準及措施的其他有害廢物。

生產過程所產生的任何廢料均售予若干第三方面，例如廢物處理公司。本公司亦定期檢討本公司的活動及營運，以確保其符合適用環保法律及法規。

本公司的生產設施已通過有關環保機構檢查，並獲准營業。於往績記錄期間和截至最後實際可行日期，本公司並無因違反任何相關環保法律或法規而面臨重大罰款或法律行動，本公司董事亦未得悉任何已由環保監管機構採取或即將採取的行動。

業 務

於往績記錄期間，本公司的環境合規支出分別約為人民幣271,000元（約307,955港元）、人民幣218,000元（約247,727港元）、人民幣5,600,000元（約6,363,636港元）、人民幣1,000,000元（約1,136,364港元）。於截至二零零九年三月三十一日止財政年度，開支有所增加，主要原因是本公司於惠州興建生產設施並自願支付廢水處理及循環再用以及改善空氣質素的費用。展望未來，本公司預期環境合規的年度支出約為人民幣2,000,000元（約2,272,727港元）。由於本公司的生產設施過往並無造成任何重大環境污染，本公司董事認為，本公司將來的營運不會因環保法律及法規而受到任何重大限制或採取任何措施，故並無就因環保問題而可能產生的風險而制定任何詳細計劃或預留預算。

本公司亦須遵守中國安全法律及法規，其中載有本公司營運須遵守的健康及安全措施法律準則。

有關此等法律及法規的其他詳情，載於本文件「規例」一節。為確保遵守此等安全法律及法規，本公司定期為所有員工提供生產安全培訓，以提高其安全意識。本公司亦向每位員工派發有關設備及機械操作生產安全的書面通告及指引，並提供安全保護設備及配件，例如耳塞、面罩及手套，以確保本公司員工在安全環境中工作。本公司董事確認，於往績記錄期間，生產過程中並無發生重大意外。本公司的中國法律顧問競天公誠律師事務所已確認，根據主管環境及安全監管部門出具的確認函，本公司現已符合全部相關環境及安全法律、規則及法規。

許可、執照及批文

於最後實際可行日期，本公司已取得本公司業務經營所需的所有必要許可、執照及批文。有關本公司營運適用的許可、執照及批文的其他資料，請參閱「規例」一節。

法律程序

於二零零八年五月，深圳市橫崗投資股份有限公司（「深圳市橫崗投資」）於深圳龍崗區人民法院向敏華實業及敏華榮提出民事訴訟，就深圳第189號工業區兩塊土地的行政費用及權益索償人民幣1,170,000元（約1,329,546港元）。該等索償乃基於深圳市橫崗投資及敏華實業分別於一九九七年及一九九九年訂立有關轉讓土地使用權的兩份合同。上述兩塊土地的土地使用權由深圳市國土資源局分別於一九九八年及二零零一年授予敏華實業。於二零零八年十一月，深圳市橫崗投資撤銷索償。然而，敏華實業向深圳市橫崗投資提出交相申索聲明有關合同（獲龍崗區人民法院一審支持）無效。上訴於二零零九年十一月進行聆訊，而本公司仍在等待上訴結果。

業 務

於二零零九年三月，專利復審委員會應廈門康城健康家居產品有限公司東莞分公司（「廈門康城」）的要求廢止了國家知識產權局於二零零八年五月二十一日授予敏華榮的沙發設計號碼#ZL 2007 3 0170517.6。於二零零九年五月，敏華榮於北京市第一中級人民法院向專利復審委員會及廈門康城提出行政訴訟，聲明廢止上述設計號碼應為無效及防止其他製造商抄襲本公司的設計。本公司的申索由北京市第一中級人民法院一審支持。於二零一零年一月，廈門康城已向北京市高級人民法院提出上訴，而上訴尚待聆訊。

董事確認由於上述設計僅為本公司註冊的多個沙發設計之一，因此對本公司業務而言並不重大。

於二零零九年四月及九月，本公司接獲其中一名英國零售商的承保人及其律師通知，零售商的若干客戶指稱彼等因使用本公司的沙發產品（型號#8365及#8188）而出現不良皮膚反應／皮膚炎。本公司進一步接獲通知，承保人可能收回向本公司追討將支付予客戶的任何補償，且該等客戶現正量化其索償，包括人身傷害及隨之引致的損失及開支連同利息及法律成本的索償。以概要方式略述，下列為就此事而收到的索償例子，即有關痛疹、出差、醫療開支、喪失假期及損失收入的人身損害索償。於二零零九年十二月，承保人的律師通知本公司該承保人與客戶和解，但並未提供索償的任何詳情或證據。本公司自二零零九年十二月後未再接獲有關該事宜的任何進一步通訊。於往績記錄期間，沙發型號#8365及#8188的總銷量及累計銷售收入分別為1,366套及1,593,000美元以及14,769套及13,348,000美元，其中1,175套（1,414,000美元）#8365型號沙發及10,184套（9,275,000美元）#8188型號沙發出售予英國零售商。於最後實際可行日期，本公司並不知悉本公司就此被提出任何法律訴訟，而該等指控並未對本公司的業務帶來重大及不利影響。根據所得的法律意見，董事相信，由於本公司產品不含DMF，此等索償的成功機會不大，而本公司將採取一切必要行動為本公司反駁及抗辯此等索償。由於該等索償並未量化，且董事相信此等索償的成功機會不大，本公司並未為該等索償作出任何撥備。控股股東已向本公司提供涉及任何於英國產生的申索的彌償，該申索指稱及／或經證實已於〔●〕前購買本公司產品的人士因該等產品含有DMF而蒙受人身損傷。

於最後實際可行日期，本公司並無涉及可能預期將對本公司業務或經營業績產生重大不利影響的任何重大仲裁、訴訟或行政程序。除上述者外，本公司並不知悉針對本公司的任何未決或可能進行的仲裁、訴訟或行政程序。