

# 主席報告書





經過次按危機及金融海嘯的洗禮，本集團仍在中國百貨市場穩佔領導地位，顯示公司已具備穩實的基礎，面對未來各種考驗。市場競爭愈趨激烈，本集團悉力推陳出新，於去年9月推行大規模的形象革新計劃，以前瞻的思維，率先引入「時尚·生活·新個性」的全新形象，打造一站式購物百貨的「生活館」及主題性百貨的「時尚館」，務求把「富品味」和「個性化」的生活帶給顧客。



形象革新計劃為百貨業掀開了新章節，回顧年內，本集團在營運策略制定及執行方面，皆配合形象革新計劃，打造無可比擬的購物體驗：

- ~ 推陳出新，將百貨店劃分為「時尚館」和「生活館」；
- ~ 大膽創新，打造兩家一站式購物百貨及一家女子俱樂部式主題百貨；
- ~ 引領潮流，舉辦「第一屆新世界百貨形象代言人」選舉；
- ~ 突圍而出，推出「N-only」標識及獨有品牌策略；
- ~ 貼心服務，度身訂造三個VIP會員俱樂部；
- ~ 應對市場，引入五官營銷策略……

截至2010年6月30日止年度，本集團收益總額達1,872.9百萬港元，較上年度增加8.8%。經營利潤為811.5百萬港元。股東應佔溢利增加5.5%，達577.6百萬港元。每股盈利約0.34港元，董事會決議派付末期股息每股7港仙。

經過次按危機及金融海嘯的洗禮，本集團仍在中國百貨市場穩佔領導地位，顯示公司已具備穩實的基礎，面對未來各種考驗。市場競爭愈趨激烈，本集團悉力推陳出新，於去年9月推行大規模的形象革新計劃，以前瞻的思維，率先引入「時尚·生活·新個性」的全新形象，打造一站式購物百貨的「生活館」及主題性百貨的「時尚館」，務求把「富品味」和「個性化」的生活帶給顧客。瀋陽於本年度已完成形象革新計劃，其他城市將陸續推行，預計於2012年全部完成。

回顧年內，本集團增設了三家自有店，包括為了抓緊2010年上海舉辦世界博覽會的機遇而開設的上海寶山店和上海成山店，兩家均為全新打造的「生活館」，是迎合男女老青幼、「衣、食、住、行、樂」及一家大小需要的一站式購物百貨。另於北京開設了首家俱樂部式女子時尚百貨—北京時尚店，是針對都市白領女性的「時尚館」。截至2010年6月30日止，本集團的百貨店數目為35家，遍佈中國17個主要城市，概約總樓面面積為1,174,530平方米。本集團於2010年1月收購了上海浦建店的經營權，正式由管理店轉為自有店。同年8月，本集團成功收購北京店之經營權，並同意收購成都店，有關收購成都店的申請現正進行中。此外，位於北京市順義區的北京千姿店已於本年9月對外營業；而鄭州店及瀋陽津橋路店則預計於2011年開業，逐步擴大本集團的市場份額。

隨著行業發展，國內零售業已相當發達，競爭甚為激烈，故此，本集團因應實際情況，制定了一系列的市場策略。為配合形象革新計劃，本集團於回顧年內舉辦了歷時十一個月的「第一屆新世界百貨形象代言人」選舉，透過獨具個性的代言人將「時尚·生活·新個性」的全新形象帶入人群。又推出「N-only」標識以及獨有品牌策略，以在競爭激烈的市場突圍而出。為了提升店內整體環境，本集團引入五官營銷策略，透過針對不同目標客群的店內陳列、燈光效果、香氣、音樂及開放式展示吸引顧客，刺激他們的購物慾望。此外，本集團以客為先，強化顧客與VIP貴賓服務計劃，針對不同客群提供精準服務，以增加會員專屬感，鞏固及開創客源。



在業務擴充方面，我們將維持「一市多店」的擴張策略，在同一城市或區域增加零售據點；並以「幅射城市」策略拓展，由已有穩固業務的據點幅射擴展至周邊城市。我們亦會嚴選目標城市的優越地段，維持每個財政年度增加2-3間自有店，概約樓面面積共100,000-120,000平方米的擴充策略。

本集團致力維持高水平的企業管治，設有完善的管理機制，除了董事會外，亦成立審核委員會和薪酬委員會，又適時發放公司資訊及積極推動強化投資者關係的活動，著力提高透明度。

本著「取之社會、用之社會」之理念，本集團竭力履行良好企業社會責任，支持各項公益及環保活動。於本年6月，全國分店同時舉辦了「愛心捐贈舊書行動」，將超過7萬本舊書捐贈予山區的學校和慈善機構。本集團又連續4年成為「無國界醫生日」的主要贊助機構及支持「光彩明天行動」，積極回饋社會。

金融海嘯自2008年爆發以來，中國政府一直積極、迅速及果斷地對應危機，使中國仍能繼續保持平穩的經濟增長。2010年，國家實施積極的財政政策和適度寬鬆的貨幣政策，以增加民眾收入，鼓勵群眾消費，擴大內需，以助加快經濟發展的步伐，這對國內零售業的發展無疑是有利的形勢。故本集團對未來百貨業的發展持審慎樂觀態度，展望2010年下半年，中國經濟可望保持穩定增長的趨勢。中國零售業充滿著變數，改革、謀變和創新對百貨業的發展極為重要，本集團將順應市場變化和配合國家政策，繼續謀求突破。

展望未來，中國市場龐大，商機處處，本集團將繼續抓緊中國經濟增長的機遇，拓展業務網絡、嚴格控制成本、提供精準服務、搜羅優質商品，並與時並進，適時調整經營策略，以維持競爭力及增加盈利，為股東謀求最佳回報。

本集團早著中國零售市場先機，業務遍佈中國17個主要城市，是國內知名度極高、信譽卓著的連鎖百貨店經營者。如此佳績，有賴管理層的領導、全體員工的努力、股東的信任、合作伙伴的支持及顧客的愛戴，本人謹代表董事局向他們致以衷心感謝。

我們將繼往開來、領先同業，創建品牌新版圖。

主席  
鄭家純博士

香港·二零一零年十月四日



創新營運模式  
暨立百貨業時尚、  
生活新典範

