

概覽

我們是一家於香港、新加坡、馬來西亞西部、中國內地及澳門均擁有業務的家品零售連鎖商。我們於店內提供超過**20,000**款家品，讓客戶能以合理且具競爭力的價格享受「一站式」購物體驗的便利以及各款優質產品。截至最後實際可行日期，我們擁有龐大的零售網絡，於香港、新加坡、馬來西亞西部、中國內地及澳門設有**293**間店舖。我們於香港以日本城、生活提案及文具世代品牌營運店舖，並分別於新加坡以日本の家品牌、於馬來西亞西部以日本城品牌、於中國內地以泛美家品牌及於澳門以日本城品牌營運店舖。此外，我們於馬來西亞東部、沙特阿拉伯、新西蘭、印尼及柬埔寨擁有十間特許店。我們全部店舖均位於住宅區或人口稠密的地點。根據弗若斯特沙利文報告，以**2012**曆年的收入及營運店舖數目計，我們乃香港、新加坡及澳門最大的家品零售連鎖商。

自**1991**年成立以來，我們已於香港及新加坡建立強大的品牌。截至**2010**年、**2011**年、**2012**年及**2013**年**4月30**日我們分別於香港、新加坡、馬來西亞西部、中國內地及澳門經營**204**間、**213**間、**252**間及**283**間店舖。我們計劃憑藉品牌優勢、廣闊的零售網絡及龐大的全球供應商網絡繼續擴充營運。我們亦會繼續於店舖推出新產品及新產品類別，以把握額外的市場機遇，並拓展我們的客戶群。

家品專門店包括家品零售連鎖店及零售小店，主要提供家品。家品零售連鎖店專門售賣並提供多種家品，其為家品的主要零售渠道。根據弗若斯特沙利文報告，我們於**2012**曆年分別佔香港及新加坡家品專門店市場約**49.0%**及**10.4%**的市場份額，並於同期分別佔香港及新加坡家品零售連鎖市場約**69%**及**75%**的市場份額。

於往績記錄期內，我們的收入錄得增長，自截至**2011**年**4月30**日止財政年度的**1,017.6**百萬港元增加至截至**2012**年**4月30**日止財政年度的**1,211.2**百萬港元，其後進一步增加至截至**2013**年**4月30**日止財政年度的**1,498.7**百萬港元，複合年增長率為**21.4%**。我們的利潤自截至**2011**年**4月30**日止財政年度的**62.4**百萬港元增加至截至**2012**年**4月30**日止財政年度的**86.5**百萬港元，其後進一步增加至截至**2013**年**4月30**日止財政年度的**103.2**百萬港元，複合年增長率為**28.6%**。

競爭優勢

我們相信下列優勢有助我們從競爭對手中脫穎而出，並使我們能夠有效競爭：

擁有標誌性品牌的市場領導者

根據弗若斯特沙利文報告，於**2012**曆年，以收入及營運店舖數目計，我們乃香港、新加坡及澳門最大的家品零售連鎖商。根據弗若斯特沙利文報告，於**2012**曆年，我們分別佔香港及新加坡家品零售連鎖市場約**69%**及**75%**的市場份額。根據弗

若斯特沙利文報告，於**2012**曆年，我們分別佔香港及新加坡的家品專門店市場約**49.0%**及**10.4%**的市場份額。於**2013**年**4**月**30**日，我們於香港、新加坡、馬來西亞西部、中國內地及澳門經營**283**間店舖，並於馬來西亞東部、沙特阿拉伯、新西蘭及印尼擁有九間特許店。

我們於**1993**年將「十元店」概念引入香港家品市場，我們相信我們是首批進行此舉的零售店之一。我們經營家品零售連鎖店已逾**20**年，建立起強大品牌，受到香港消費大眾信賴及認同。時至今日，透過我們於香港及其他地方，例如新加坡、馬來西亞西部及中國內地長江三角洲地區的龐大零售網絡，我們提供**11**種主要類別超過**20,000**款的多種家品，包括家居電器、家務用品、文具、塑膠製品、廚房用具及其他家居用品，使客戶能以合理且具競爭力的價格享受「一站式」購物體驗的便利以及各款優質產品。我們相信此為客戶選擇於我們店舖購物的關鍵因素。我們相信此等因素亦使日本城店舖於香港消費者間擁有高品牌認知度。根據弗若斯特沙利文進行的客戶調查，超過**99%**受訪者均認識香港的日本城品牌。

於**2007**年，我們獲香港品牌發展局頒發香港服務品牌。我們相信此一獎項印證了我們品牌的標誌性及市場領導地位。

我們成熟的品牌、聲譽及領先的市場地位使我們成為理想的業務夥伴，並於簽訂及磋商商業合約時賦予我們強大的議價能力。我們相信品牌的優勢有助我們於現有市場進一步發展及擴充業務，並滲透新市場。

龐大零售網絡並具有穩定增長的良好往績

於最後實際可行日期，我們的零售網絡包括於香港、新加坡、馬來西亞西部、中國內地及澳門的**293**間店舖，以及位於馬來西亞東部、沙特阿拉伯、新西蘭、印尼及柬埔寨的十間特許店。我們全部店舖均位於強勁或增長中市場內的住宅區或人口稠密的地點。

我們憑藉逾**20**年的業務營運所累積的零售業務經驗及對本地市場的深入了解，挑選能夠平衡客戶便利及我們成本效益的合適店址。我們緊貼消費者的消費習慣及各服務地區特點的變化，策略性將店舖設於最能滿足目標消費者日常家居需要的地點。由於我們於香港擁有強大的品牌及聲譽，我們並不特別依賴過路人流，因此不須於高檔地舖或購物中心的高檔舖位開設店舖，這讓我們於選擇新店位置時更具靈活性，並於現行租金水平上升時幫助我們穩定租金支出佔收入的百分比。

於往績記錄期內，我們的零售網絡顯著擴展，我們經營的店舖數目自2010年4月30日的204家增加至2013年4月30日的283家。我們的業務始於香港，現時於十個司法權區均有業務。我們亦於截至2011年、2012年、2013年4月30日止財政年度錄得香港地區同店銷售增長，分別為4.9%、11.8%及12.1%。

我們提供的很多產品均為廉宜的家居必需品，其需求不會因整體市況變動而出現大幅波動。因此即使在2008年全球及亞洲經濟低迷時期我們一直能做到持續的銷售增長。

龐大的全球供應商網絡

我們與超過650家來自13個地區的供應商及製造商建立龐大的全球網絡，我們相信此網絡為我們於產品質量及定價上帶來強大的競爭優勢。由於我們的任何產品並無依賴任何單一供應商，我們與眾多國際及香港供應商建立關係，使我們有能力以具競爭力的價格取得多款產品的穩定及持續供應，因此我們在評估及選擇供應商時處於較有利位置，可於磋商時取得有利定價及其他合約條款。我們與國際供應商的關係使我們能向製造商直接採購貨物，以避免香港分銷商慣常收取溢價的做法。於截至2011年、2012年及2013年4月30日止財政年度各年香港零售業務，我們的自家品牌產品及國際採購產品的毛利率超過50%，同年香港採購產品毛利率則低於35%。於截至2011年、2012年及2013年4月30日止財政年度各年，我們的自家品牌產品及國際採購產品佔我們香港零售收入的比例由45.0%增至50.7%再增至51.3%，而香港採購產品佔香港零售收入的比例則由53.4%下降至47.7%再下降至47.2%。由於我們的營運規模龐大，我們能因大量採購而進一步磋商價格，利用我們的規模經濟效益減低成本及提高利潤率。

我們相信與我們競爭的家品零售商及新加入市場的業者難以輕易複製我們的業務模式及達至與我們相若的營運規模，我們相信我們的全球採購網絡使我們脫穎而出，並為我們在產品質量及定價方面帶來競爭優勢，從而鞏固我們具競爭力的地位，彰顯我們的獨特性並提高我們於市場上的議價能力。

獨特的自家品牌產品帶來更高利潤率

我們與多家製造商有合作關係，由彼等生產我們的自家品牌產品，於我們店舖獨家銷售。此等產品按我們的要求及規格量身訂製，使我們能憑藉對消費者趨勢的了解，提供迎合我們經營的各個市場的客戶喜好的產品。我們的自家品牌產品與國際品牌產品互相配合，使我們獨特多變的產品組合更為豐富，能提供廣泛的產品選擇，迎合廣闊的客戶群及不同家居需要。我們提供自家品牌產品的能力是我們業務的標誌，我們相信此為挽留客戶並培養彼等的品牌忠誠度的關鍵。我們現時擁有12個主要的自家品牌，例如提供寢具及床單的「加勝」、提供家居電器的「JHE」、提供文具的「Kagaku」，以及提供DIY及五金用具的「japanhome」。

我們與自家品牌產品製造商的合作方面，基於我們大量採購而令我們有強大的議價優勢，能以具競爭力的價格購入該等產品。此外，由於我們的自家品牌產品乃量身訂製，該等產品於香港並不作廣泛發售，故此面對的價格競爭壓力較低。因此，我們於產品定價方面擁有相當的靈活性，能於提供具吸引力而合理的價格保持客戶忠誠度的同時，保持並提高我們的利潤率。截至2011年、2012年及2013年4月30日止財政年度，我們的香港零售業務自家品牌產品的毛利率分別為54.9%、55.4%及55.6%。我們自家品牌產品佔香港零售收入的比例自截至2011年4月30日止財政年度的28.7%增至截至2012年4月30日止財政年度的31.6%，並於截至2013年4月30日止財政年度下降至30.4%。

透過標準化且具彈性的營運模式擴充業務的良好往績

我們於所有店鋪制定標準化的營運模式，劃一的程序及政策致使我們於擴展業務時能易於整合及發展。我們成熟的運作系統及標準化程序能隨時應用於所有店鋪，我們亦維持高效的物流及交付系統以支持零售業務。因此我們能夠將開設及營運新店鋪時的初步資本開支維持於相對較低的水平。於往績記錄期內，我們於香港及海外開設的100間新店鋪中，97間已達至收支平衡，此等店鋪一般於兩個月內達至收支平衡。此外，我們的店鋪採用劃一設計，包括燈光、招牌及佈局均與我們的整體品牌策略一致，並能輕易應用於不同大小及配置的店鋪。我們的全球採購網絡使我們於所有地區均能取得即時的穩定貨品供應，幫助擴展業務。此外，我們廣泛而多元化的商品組合使我們於提供產品方面更具彈性，可善用個別地區的特點，例如店鋪大小及當地客戶特性量身訂做產品組合。以上因素對我們於香港及海外拓展業務起重大促進作用。

上述因素使我們得以成功迅速、高效且具成本效益地擴充零售網絡，並於整合收購業務時屢創佳績。我們於2000年收購日之城發展有限公司的業務，並於2007年收購家之良品的業務，兩家公司當時分別於香港經營約30家及19間店鋪。自此，我們將兩家公司的業務整合至我們的業務當中。我們亦收購了一家業務，該業務透過Japan Home Retail Pte Ltd.在新加坡經營17間店鋪；又收購了一家業務，該業務於中國經營五間店鋪。自此，我們透過相關合資企業的大多數股權於新加坡及中國經營店鋪。於2013年4月，我們於澳門收購日本城(澳門)，其在澳門營運五間店鋪。我們將自身的店鋪概念及經營哲學引入海外的店鋪，並加以改造以滿足各個市場的當地需要。我們將繼續於全球發掘合適的收購機會。我們相信，憑藉豐富的行業經驗，我們將能物色並進行對我們未來發展有利的收購項目。

兼具活力、魄力和豐富經驗的管理團隊

我們經驗豐富的管理團隊由共同創辦人劉先生及魏女士帶領，兩位均對家品市場擁有豐富的管理技巧、營運經驗及專業知識。劉先生於家品零售市場的採購及推廣方面積有逾30年經驗，再配以魏女士於行業租賃及營運方面的逾20年經驗。於兩位的領導下，我們從1991年於香港開設首間店舖發展至現時於多個司法權區經營有超過290間店舖的領先家品零售連鎖網絡。劉先生及魏女士的遠見及企業家精神在我們建立品牌及發展業務的過程中擔當著舉足輕重的角色。

我們的共同創辦人由一支豐富經驗的管理團隊提供支持，管理團隊於香港零售業務擁有豐富經驗。我們設有一隊穩定及盡職盡責的高級管理團隊，團隊由八名高級管理層成員組成，大部分成員均已為我們效力七年以上。我們強大的管理層陣容，使我們得以聘請多名曾效力其他主要零售業務並擁有豐富經驗的高級管理層成員。我們相信，於陣容強盛管理層的領導下，我們將繼續成功競爭並循獲利之途徑擴充業務。我們的成功亦吸引國際投資者，例如EQT Greater China II，其為由EQT Partners擔任顧問的EQT私募投資基金集團的一部分。EQT Partners於北歐及歐洲的德語區獲認定為領先的投資顧問。EQT Greater China II以其知識及資源強化我們的企業管治，並幫助我們業務進一步擴展。

業務策略

我們計劃實施下列策略以維持我們作為家品零售連鎖商的領先市場地位、提高我們的市場份額及擴充業務：

進一步擴展香港以外地區(特別是新加坡、馬來西亞西部及澳門)的零售網絡

我們已成功擴展香港以外地區(特別是新加坡、馬來西亞西部及澳門)的業務。我們貫徹香港業務的方式，致力向新加坡客戶提供「一站式」購物體驗的便利，使彼等能以合理且具競爭力的價格購買多款獨特及優質的產品。我們相信，憑藉作為家品零售連鎖商的競爭優勢，我們將能從新加坡及馬來西亞西部的其他零售渠道(包括家品零售小店)取得市場份額。新加坡的家品市場於多方面與香港市場相似，包括一般消費者的購物及消費習慣。因此我們能利用我們的營運經驗及對行業的了解進入新加坡市場，並迅速建立業務據點及聲譽。於截至2013年4月30日止財政年度，我們新加坡業務的毛利率達至約52.9%。自我們於2011年11月進入新加坡市場以來，我們已成功開設16間店舖，顯示出我們具有穩定增長的能力，我們相信，我們具備實力進一步擴展於新加坡的業務及市場份額。於2013年4月30日，我們於新加坡經營32間店舖，並計劃於2016年4月30日前增開70間店舖。

我們亦相信，我們馬來西亞西部店舖的大小、規模以及提供的「一站式」購物體驗使我們從當地的競爭對手中脫穎而出。我們於馬來西亞西部將會持續擴闊產品組合，使其更趨多元化，以滿足客戶需求；具體而言，我們擬提供更時尚及高價值的產品以切合中產消費者消費力較高的特點，並於購物中心及其他高檔地段開設店舖。我們於馬來西亞西部的店舖面積普遍比香港店舖大，反映該地區房地產市場的特點，較大面積的店舖亦使我們能儲存較大型及較多種類的產品。於**2013年4月30日**，我們於馬來西亞西部經營九間店舖，並計劃於**2016年4月30日**前增開**50間**店舖。

我們於**2013年4月**在澳門收購五間店舖。我們擬增加澳門店舖提供的產品種類，特別是時尚及高價值的產品以迎合客戶需求。於**2013年4月30日**，我們於澳門經營五間店舖，並計劃於**2016年4月30日**前增開**15間**店舖，以把握額外的市場份額。

進一步擴展於中國內地的業務

於**2013年4月30日**，我們於中國內地經營七間店舖。我們擬致力在中國內地加強品牌及擴展零售網絡，以建立我們於中國內地目標地區作為領先家品零售連鎖商之一的地位。我們計劃於**2016年4月30日**前於中國內地增開**25間**店舖。

根據弗若斯特沙利文報告，中國內地家品零售市場主要由大賣場及超級市場主導，該等店舖一般提供基本必需品以滿足大眾市場的需要。由於可支配收入的增加、生活水平改善及城市人口上升，優質產品近年的需求日漸上升。我們瞄準增長中的中產人口，以可負擔的價格向此類人士提供一系列較高質素的國際產品，迎合彼等需求，從而使我們於本地家品零售商中脫穎而出。我們初步專注於長江三角洲地區，該地區的特點為中產人口龐大及正在增長，該等人士構成我們於中國內地主要目標消費者的基礎。隨著我們繼續擴展於中國內地的業務，我們擬擴展至同樣擁有較高水平的可支配收入的珠江三角洲地區。

為迎合中國內地目標客戶群的喜好，我們的產品組合包括較高比例的品味家居商品，或強調時尚設計以改善生活品質的商品，例如家居裝飾品。我們於中國內地店舖提供的產品一般比於香港提供產品擁有較高的平均零售值，因此於截至**2013年4月30日**止財政年度，我們中國內地店舖每宗交易的平均消費額比香港店舖為高。

憑藉我們於香港的強大營運基礎，我們得以將多款優質產品引入中國消費者市場，並於中國內地零售業務應用我們的標準化常規。於管理中國內地店舖時，我們亦從合資企業業務夥伴的當地專業知識受惠，並已指派香港管理隊伍的成員與彼等緊密合作，以確保店舖運作順利。我們貫徹香港業務的方式，於中國內地進行不同的產品推廣，透過客戶口碑而非傳統廣告模式建立彼等的正面購物體驗，以提升市場滲透率，從而推廣品牌及提高聲譽。我們將擴闊並管理中國內地的產品組合，以回應目標客戶群的喜好轉變。為達到此目的，我們將聘用新供應商，包括提供特別瞄準該等市場的產品並專注中國內地市場的供應商。我們現時使用位於南京的倉庫，並計劃隨著我們於中國內地擴展及採購量增加而設立物流中心。

令店舖及客戶群更為多元化，以維持香港的穩定增長及盈利能力

我們致力提高香港的同店銷售增長，並開設更多新店。我們相信此舉將可帶來更高利潤。於截至2011年、2012年及2013年4月30日止財政年度，香港店舖的同店銷售增長分別為4.9%、11.8%及12.1%。於2013年4月30日，我們於香港經營230間店舖，並計劃於2016年4月30日前增開40間店舖。我們擬透過改裝現有選定店舖，改善購物體驗質量，以及使產品種類更多元化，以拓展客戶群，令同店銷售持續穩定增長。我們相信此舉將可讓我們隨著家品市場持續整合而從其他零售渠道取得市場份額。

我們定期監察市場及銷售資訊，以緊貼我們店舖銷售各款產品的需求及銷售額。我們按店舖大小及客戶的消費能力分類店舖，為每間店舖制定最適合的產品組合。為擴闊客戶群，我們將繼續評估及改裝選定的店舖，以配合鄰近地區的特點、特定客戶需要及喜好。我們積極尋求引入認為有客戶需求潛力的新產品類別，以取得額外市場份額。例如，我們於高客戶消費能力地區的大型店舖內提供多款較高端產品，並於分析該等產品的銷售表現後進一步調整商品組合。我們亦計劃推廣生活提案店舖以擴大客戶群，生活提案店舖提供更多款較高端家品。憑藉我們的購買力及提供的多款產品，我們相信此舉將能使我們於較高收入的客戶中建立品牌，使我們比獨立經營或規模較小的競爭對手擁有更多戰略優勢。

我們相信，我們主要的客戶群乃中年婦女。我們繼續以具吸引力的價格提供優質產品保持現有客戶，同時亦計劃擴展客戶群至男性客戶及較年輕的客戶。例如，我們提供男性個人及健康產品以吸引男性客戶，並提供動畫角色餐具以吸引年輕客戶。此外，我們亦推廣文具世代店舖以針對學生及年輕客戶。

持續調整產品組合以優化利潤率

我們將繼續調整產品組合以滿足客戶的需要及喜好，並管理我們的成本及利潤率。由於我們的自家品牌產品及國際採購產品比香港採購產品產生更高利潤率，我們已逐漸提高店舖內自家品牌產品及國際採購產品的比例，長遠目標為使(i)自家品牌產品及(ii)運送至我們倉庫的產品(包括國際採購及香港採購產品)的銷售額佔我們收入約70%。我們的自家品牌產品及國際採購產品佔香港零售收入的比例自截至2011年4月30日止財政年度的45.0%增加至截至2012年4月30日止財政年度的50.7%，並於截至2013年4月30日止財政年度進一步增加至51.3%。為進一步提升盈利能力及加強產品類別的獨特性，我們將繼續提高自家品牌產品及國際採購產品佔總銷售額的比例。

我們將繼續根據當地需要調整新加坡、馬來西亞西部、中國內地及澳門店舖的產品組合，以提升我們的品牌形象及利潤。我們相信，自家品牌、國際採購及香港採購產品組成的獨特產品組合，為客戶帶來更多的購買選擇，並增強彼等對我們的店舖品牌作為獨特全面和提供優質產品的家品零售商的信心，從而使我們於上述地區的當地競爭對手中脫穎而出。

改善物流效率

我們相信高效的物流及交付系統乃維持競爭力、達至理想存貨水平及確保店舖及倉庫存貨補給效率的關鍵。隨著我們透過開設新店及收購業務以擴展全球業務，我們預期物流及交付系統的重要性將會提高，因此我們將繼續完善物流及交付系統。

我們現時分別於香港、新加坡、馬來西亞西部及南京使用兩個、一個、兩個及一個倉庫。該等倉庫是我們整合收取向供應商採購的貨物及隨後將產品分發至店舖的中心點。我們計劃設立物流中心以整合向中國內地及其他地區的供應商採購的產品。我們相信，於該等地區設立物流中心有助我們在繼續擴展海外營運時達致更高的營運效率及節省採購及物流成本。

我們的零售網絡

我們的家品及文具店以日本城、生活提案、文具世代、日本の家及泛美家品牌經營。

業 務

下表載列於所示日期按地區劃分以我們品牌營運的店舖數目：

	於4月30日					變動 淨額	於 最後實際 可行日期
	2011年	變動 淨額	2012年	變動 淨額	2013年		
我們的店舖							
香港 ⁽¹⁾	213	7	220	10	230	5	235
新加坡 ⁽²⁾	—	23	23	9	32	6	38
馬來西亞西部 ⁽³⁾	—	4	4	5	9	—	9
中國內地 ⁽⁴⁾	—	5	5	2	7	(1)	6
澳門 ⁽³⁾	—	—	—	5	5	—	5
	<u>213</u>	<u>39</u>	<u>252</u>	<u>31</u>	<u>283</u>	<u>10</u>	<u>293</u>
我們的特許店							
馬來西亞東部 ⁽³⁾	2	—	2	—	2	—	2
沙特阿拉伯 ⁽⁵⁾	5	—	5	—	5	—	5
阿拉伯聯合酋長國 ⁽³⁾	2	—	2	(2)	—	—	—
新西蘭 ⁽³⁾	1	—	1	—	1	—	1
印尼 ⁽³⁾	—	—	—	1	1	—	1
柬埔寨 ⁽³⁾	—	—	—	—	—	1	1
	<u>—</u>	<u>—</u>	<u>—</u>	<u>—</u>	<u>—</u>	<u>1</u>	<u>1</u>
總計	<u>223</u>	<u>39</u>	<u>262</u>	<u>30</u>	<u>292</u>	<u>11</u>	<u>303</u>

(1) 該等店舖包括日本城、生活提案及文具世代店舖。

(2) 該等店舖包括日本の家店舖。

(3) 該等店舖包括日本城店舖。

(4) 該等店舖包括泛美家店舖。

(5) 該等店舖包括日本城及文具世代店舖。

我們的主要市場為香港。下表載列於所示年度香港及香港以外業務的收入及佔收入總額的百分比：

	截至4月30日止財政年度					
	2011年		2012年		2013年	
	(千港元，百分比除外)					
香港業務收入.....	1,017,566	100.0%	1,154,175	95.3%	1,334,098	89.0%
香港以外業務收入.....	—	—	57,047	4.7%	164,575	11.0%
收入總額.....	1,017,566	100.0%	1,211,222	100.0%	1,498,673	100.0%

我們於香港的營運

我們的香港店舖遍佈香港島、九龍及新界，全港客戶均可輕易到達。香港所有零售空間均為租賃所得。下表載列於所示日期按地區劃分的香港店舖數目：

地 區	於4月30日				
	2011年	變動 淨額	2012年	變動 淨額	2013年
香港島	42	—	42	2	44
九龍	69	2	71	1	72
新界	102	5	107	7	114

我們以日本城、生活提案及文具世代品牌經營以上店舖。我們的店舖位於地舖零售空間、購物中心及屋苑內。就內部管理而言，我們設有**14**名地區經理，各負責不多於**30**間店舖。我們按可供選擇的地點及租金成本為店舖選址，並根據該區人口密度，以及選址與我們店舖或其他出售家品店舖的距離評估可用的零售空間。請參閱「—我們的營運—租賃及新店選址」。我們實施標準化的店舖佈局及簡約的室內設計，有充足的貨架空間並以具吸引力的方式陳列貨品。我們旨在向客戶提供愉快及舒適的零售體驗，並訓練員工提供優質的客戶服務。

截至**2011年**、**2012年**及**2013年4月30日**止財政年度的往績記錄期內分別錄得同店銷售增長**4.9%**、**11.8%**及**12.1%**，反映我們於香港的成功，而上述年度每宗交易平均消費額分別由**44.5**港元增至**49.1**港元，並進一步增至**53.4**港元，亦是我們成功的有力證明。

日本城

我們的日本城店舖提供多款產品，包括廚房用具、塑膠製品、家居電器及其他日常家品。我們不時擴闊產品種類及調整產品組合，以迎合客戶的需求及喜好。於**2013年4月30日**，我們於香港經營**216**間日本城店舖。

生活提案

我們的生活提案店舖，為那些收入較高並尋求猶如於日本城店舖一樣便利購物體驗的家庭，提供較高檔的選擇。生活提案店舖的英文前稱為**City Lifestyle**，我們正陸續將此類店舖更名為「**City Life**」。於**2013年4月30日**，我們經營**九**間生活提案店舖，店舖位於購物中心及設有大型屋苑的住宅區，包括沙田的駿景園、鰂魚涌的康怡花園及赤柱的赤柱廣場，使我們能夠接觸更廣闊的客戶群。此類店舖提供所有於日本城店舖有售的家品種類，並額外提供若干高檔家品。

文具世代

我們的文具世代店舖滿足學生及其他年輕客戶的需求，並提供種類繁多的文具、小型玩具及配件、旅行配件、書籍及家品、部分該等店舖亦提供影印服務。由於其特殊業務性質，此類店舖規模一般比日本城及生活提案店舖小。我們相信，我們的購買力使我們比獨立經營或較小型的競爭對手更有競爭優勢。於**2013年4月30日**，我們於九龍及新界經營五間文具世代店舖。我們於油塘、石籬及彩雲的文具世代店舖均位於學校或屋苑附近，為附近的學生提供服務。

我們店舖提供商品的詳情請參閱「—我們的商品」。

我們的香港以外營運

我們於澳門的店舖

我們於**2013年4月**收購日本城(澳門)，該公司於澳門經營五間店舖。該等店舖以日本城品牌經營，於收購前已在我們的管理下經營並向我們採購大部分商品。自其於**1996年**註冊成立以來，我們的共同創辦人合共持有日本城(澳門)**40%**的權益，佔其最大權益，而緊接於收購前，彼等則持有**100%**的權益。與香港的日本城店舖相似，我們於澳門店舖內提供種類繁多的產品，包括廚房用品、塑膠製品、家居電器及其他日常家品。

我們的合資企業

我們於**2011年11月**開展海外店舖的營運。我們透過於新加坡、馬來西亞西部及中國的非全資附屬公司的大多數權益，於該等司法權區經營店舖。我們店舖的日常運作受惠於該等地區少數股東業務夥伴的業務網絡及對當地的認識。業務夥伴亦為我們於該等地區擴展策略的制定提供有用資訊及建議，包括有關尋找潛在新店舖位置的見解。於此等安排下，我們一般提供：

- 商品供應，包括國際採購產品及香港採購產品；
- 品牌及標誌的使用權；
- 店舖日常運作的指引及指示；
- 銷售及推廣材料；及
- 家品零售市場及店舖運作的專業知識。

根據合資企業協議的條款，我們的合資夥伴一般負責：

- 零售空間的租賃；

- 根據我們的指引，並以與我們品牌形象一致的方式進行日常店舖營運；及
- 就市場及客戶需求提供當地專業知識。

有關合資企業安排的主要條款的更多資料，請參閱「歷史與發展、重組及集團架構－業務發展」及「歷史與發展、重組及集團架構－公司發展」。

於截至**2012年**及**2013年4月30日**止財政年度，我們於新加坡、馬來西亞西部、中國內地及澳門的營運收入分別為約**57.0**百萬港元及**164.6**百萬港元，分別佔我們收入總額的**4.7%**及**11.0%**。於往績記錄期內，我們沒有與合資夥伴發生重大糾紛或指稱違約事件。

我們於新加坡的店舖

於**2013年4月30日**，我們透過與當地夥伴的合資企業安排中的**60%**權益在新加坡經營**32**間店舖。該等店舖遍佈新加坡的購物中心、屋苑及地舖零售空間。新加坡的店舖按香港日本城店舖佈置，提供的商品、店舖佈局及外觀均於考慮當地喜好及需求後大致跟從香港店舖。在新加坡，我們於截至**2012年4月30日**止財政年度運作的六個月間錄得淨利潤**2.2**百萬港元，於截至**2013年4月30日**止財政年度則錄得淨利潤**5.5**百萬港元，顯示我們於新加坡的擴展取得成功。

我們於馬來西亞西部的店舖

於**2013年4月30日**，我們透過與合資夥伴的合資企業安排中的**97.5%**權益在馬來西亞西部經營九間店舖。此等店舖主要位於巴生谷、布城及檳城地區人流暢旺的購物中心。於截至**2012年**及**2013年4月30日**止財政年度，馬來西亞西部店舖每宗交易的平均消費額分別約為**60.2**港元及**59.8**港元，較香港於上述年份的每宗交易平均消費額分別**49.1**港元及**53.4**港元為高。

我們於中國內地的店舖

於**2013年4月30日**，我們透過與當地夥伴的合資企業安排中的**85.6%**權益在中國內地經營七間店舖，當中五間店舖由我們於**2012年**收購，並以第三方品牌經營。我們並無就其中兩家中國內地店舖使用該品牌取得品牌擁有人的同意。店舖的前任擁有人已向我們發出承諾書，據此，彼等承諾向我們彌償因本集團繼續使用此品牌導致的任何糾紛、申索或法律訴訟所產生的任何損失或責任。該兩店舖將於**2013年10月**租賃協議屆滿時關閉。請參閱「風險因素－與業務有關的風險－我們失去知識產權或知識產權受到侵犯，或我們被指稱侵犯第三方的知識產權，均可能對我們的業務、財務狀況及經營業績有不利影響。」我們中國內地的店舖主要位於

長江三角洲地區南京、蘇州及上海的購物中心。我們相信中國內地該區的客戶擁有較高購買力，彼等追求更高生活標準，推動對品味優質的家品的需求，繼而為我們帶來更大的增長機會。我們亦相信，我們專注提供包括國際產品及自家品牌產品在內的較高檔家品，將可滿足增長中的中上階層及中產人口，並使我們有別於提供較低質素及當地採購商品的當地店舖。

特許店

於2013年4月30日，我們分別於馬來西亞東部、沙特阿拉伯、新西蘭及印尼與一家當地實體就該等地區共九間特許店訂有營運安排。基於策略原因，我們於該等地區並無經營店舖，此等安排為我們帶來自該等市場的額外收入來源。我們並不抗拒更多開設特許店的機會，但現時並不積極尋求增加該等地區或其他地區的特許店數目。

我們於該等安排下的業務夥伴乃擁有零售業務的獨立第三方，彼等從事家品銷售，是從貿易展覽會及我們的國際業務網絡中知悉我們的業務及廣泛的產品選擇。與業務夥伴就特許店簽訂協議前，我們的海外業務發展部會就潛在業務夥伴的業務及財務狀況與彼等進行面談，並評估彼等編製的計劃書及以往的零售經驗。我們現時與四家該等業務夥伴訂有營運安排。於往績記錄期內，阿拉伯聯合酋長國的業務夥伴決定結束營運時，我們先前與其訂立的安排亦告終止；另外，我們則開始與印尼另一業務夥伴訂立安排。

我們與特許店業務夥伴簽訂的協議一般初步為期五年。該等協議的條款可能規定在特許舖開業前，我們的業務夥伴向我們提供特許舖物業所有權或租賃的文件憑證、取得法律或合約規定的所有批文、許可證、執照或授權文件、就因未有遵照該等規定而招致的負債向我們作出彌償以及遵守我們可能施加的任何相關培訓規定。除遵守協議條款外，我們並不規定業務夥伴在開設新的特許店前另行獲取我們的同意，而我們亦不規定在某地區內最多可以開設的店舖數目。儘管該等協議一般無列明重續條文，但我們以往於協議屆滿後經雙方同意重續協議。根據我們與該等業務夥伴的安排，我們一般向彼等提供：

- 店舖成立及營運指引；
- 我們從龐大的供應商網絡採購的商品；
- 我們品牌及標誌的使用權；
- 店舖佈局及產品陳列的指引；及
- 季節性銷售及推廣計劃材料。

根據監管此等營運安排的協議，我們的業務夥伴負責：

- 根據我們的指引，包括此等店鋪售賣我們的產品的定價指引，並以與我們的品牌形象一致的方式經營零售店；
- 管理日常店鋪運作，包括成立及繼續營運的成本；
- 維持向我們採購商品組合最少**80%至100%**；及
- 持續遵守當地法律及法規。

我們的協議要求業務夥伴確保特許店提供的商品內，至少**80%至100%**的產品購自我們(視特定協議而定)。業務夥伴以信用證或電匯方式向我們採購產品以作存貨。根據信用證，我們會於業務夥伴確認收妥採購產品後自彼等收取款項。業務夥伴向我們採購產品後將承擔產品銷售予客戶後有關產品的產品責任、違反保證事項及其他申索而引致的所有申索、負債及責任。我們與此等業務夥伴的安排並無提供過時或未出售貨品的安排。我們允許業務夥伴於收到供貨後七天內通知我們退回或更換次貨或損毀的貨品，業務夥伴須負責退回商品所造成的所有開支(包括運費、其他運輸費用及進口稅)。於往績記錄期內，概無特許店的業務夥伴退回任何產品。

我們的特許店協議並無要求業務夥伴的最低採購額或銷售目標，亦無規定我們任何最低投資金額。然而，協議或會列明，倘業務夥伴向我們採購指定數額產品，彼等將獲扣減使用我們品牌及商標而應向我們支付的執照費。我們於初步訂立合約的五年內一般就每間店鋪收取**10,000**美元的執照費。我們或會按店鋪數目及業務夥伴預期作出的採購數量與彼等就執照費進行磋商。我們按此等安排授出的執照一般為非獨家，然而部分協議規定業務夥伴於某地區及／或某段時間為獨家。

業務夥伴每年向我們的海外業務發展部匯報，並就相關特許店提供若干營運資料，包括該業務夥伴經營店鋪的數目及店鋪經營的品牌。倘(其中包括)業務夥伴未能遵守協議的條款、因議定的搬遷以外的原因終止特許店租賃協議或業務夥伴無力償債，我們可終止特許店安排。我們的業務夥伴可向我們事先發出六個月通知而終止該等協議。我們並不就業務夥伴任何不遵守法律或法規的行為承擔法律責任。

於截至**2011年**、**2012年**及**2013年4月30日**止財政年度，此等店鋪的收入分別約為**3.4**百萬港元、**2.4**百萬港元及**2.4**百萬港元，佔我們收入總額分別**0.3%**、**0.2%**及**0.2%**。於往績記錄期內，概無與業務夥伴就特許店發生重大糾紛或指稱違約事件。

出口銷售

我們偶爾向出口客戶售賣商品，彼等位於我們並無經營任何店舖或特許店的地區。潛在買家一般於展銷會及展覽與我們接洽，要求購買產品以於彼等的零售門店內轉售。該等出口客戶向我們下達採購訂單，一般按個別基準進行磋商。我們的出口客戶一般不會大量採購貨品，而是購買少量而種類廣泛的產品。我們的營運規模及購自供應商的大量及多款商品使我們能向出口客戶提供此項選擇。由於我們維持各款家品的存貨，故此能於出口客戶下達訂單時有效率地為彼等組裝產品發貨。於截至2011年、2012年及2013年4月30日止財政年度，我們的出口業務收入分別約為25.3百萬港元、29.7百萬港元及29.0百萬港元，佔我們收入總額的2.5%、2.5%及2.0%。

計劃擴充

開設新店

隨著我們繼續擴充香港及海外的營運，我們計劃如下表所示於香港、新加坡、馬來西亞西部、中國內地及澳門開設店舖。

	截至4月30日止年度		
	2014年 ⁽²⁾	2015年	2016年
香港 ⁽¹⁾	10	15	15
新加坡	18	20	32
馬來西亞西部	10	20	20
中國內地	5	10	10
澳門	5	5	5
總計	48	70	82

(1) 我們計劃如下表所示每年於香港地區以各個品牌開設新店：

	截至4月30日止年度		
	2014年	2015年	2016年
日本城	7	5	5
生活提案	2	5	5
文具世代	1	5	5

(2) 自2013年5月1日至最後實際可行日期，我們開設了13間新店舖並關閉了三間店舖。

我們於香港及新加坡開設新店毋須取得任何監管批准。我們於馬來西亞西部須取得外資參與分銷貿易的批准，該類貿易包括家品零售。請參閱「法規－馬來西亞西部」。於中國內地，作為外店投資商業企業，我們開設新店舖前須向省級商務機關提出申請，並須向當地工商行政管理局登記註冊及為各新店舖取得營業執照。

請參照「法規－中國內地」。於澳門，我們開設新店舖前須向澳門財政局申請註冊，並取得營業執照。請參閱「法規－澳門」。

有關我們海外擴展策略的更多資料，請參閱「－業務策略－進一步擴展香港以外地區(特別是新加坡、馬來西亞西部及澳門)的零售網絡」及「－業務策略－進一步擴展於中國內地的業務」。我們現時並無積極尋求提升特許店的數目。

擴展地區

我們相信香港、新加坡、馬來西亞西部、中國內地及澳門國內生產總值不斷增加及可支配收入水平日漸提升將增加該等地區對家品的需求。根據弗若斯特沙利文報告，品牌家品零售連鎖店日漸普及，將使我們於家品市場取得額外市場份額，其中以香港、新加坡及馬來西亞西部尤甚。由於新加坡及澳門的家品市場與香港市場非常相似，及我們在香港、新加坡及澳門的業務在往績記錄期均有盈利能力，我們相信除「風險因素－與業務有關的風險－我們如未能成功實施擴展計劃，或未能就擴展計劃取得足夠資金，我們的業務及增長前景可能會受到不利影響。」一節所述者外，我們於香港、新加坡及澳門擴展營運時面對的營運及財務風險甚低。

隨著我們進一步拓展新加坡、馬來西亞西部、中國內地及澳門，我們將調整該等地區各自店舖營運的多方面，同時恪守我們集團讓客戶以合理且具競爭力的價格享受一站式購物體驗的便利以及各款優質產品的整體目標。我們在新加坡的店舖將繼續在產品組合及店舖面積方面，力求與香港的店舖相似，原因是兩地區的消費者購物及消費習慣相似。我們的澳門業務亦力求與香港業務相似，原因是兩地區的家品市場相似。我們在馬來西亞西部的店舖一般面積較大及位於購物中心內，我們相信此可讓我們更易洞察消費者，並能存置種類更多數目更多的產品。我們在中國內地的店舖主要瞄準日益增加的中產階層，滿足他們對較高檔家品的需求。因此，該等店舖的產品組合中，較高檔家品比例傾向較高。

擴展至馬來西亞西部及中國內地

我們於**2011年10月**開設首間於馬來西亞西部的零售店舖，並於**2012年3月**收購中國內地業務，以策略性部署我們在該等成長型市場內的據點。董事相信由於兩地區對家品需求漸殷，可支配收入增加以及欠缺單一獨大的家品零售連鎖競爭對手，故此該等市場(特別是中國內地)，對於家品零售連鎖店(例如我們的連鎖店)而言，具備強勁增長潛力。我們在馬來西亞西部及中國內地的業務的規模仍相對較小，截至**2013年4月30日**，我們在該等地區分別僅經營九間及七間店舖。我們相信在馬來西亞的業務因鄰近我們在新加坡現有的穩定業務，故可有所依靠。同樣，我們相信在中國內地的業務因鄰近香港現有的穩定業務而可有所依靠。我們亦有

意憑藉香港和新加坡業務累積而來的經驗，去擴充及改善馬來西亞西部和中國內地的業務。有關與該等地區業務相關的風險的資料，請參閱「風險因素－與我們於中國內地及馬來西亞西部的營運仍處於相對初期發展階段，未必能達致理想的業績」。

過往及估計財務表現

我們於馬來西亞西部及中國內地市場的營運歷史較短，因此我們於該等地區的擴展將面對各種營運及財務風險。請參閱「風險因素－與我們業務相關的風險－我們於中國內地及馬來西亞西部的營運仍處於相對初期發展階段，未必能達致理想的業績。」我們在馬來西亞西部及中國內地的業務的規模仍相對較小，截至**2013年4月30日**，我們在該等地區分別僅經營九間及七間店舖。因此，該等業務對本集團尚未有重大的收入及利潤貢獻。我們預期將可憑藉香港業務的經驗，去擴充及改善馬來西亞西部和中國的業務。該等市場的可支配收入日益增加，對家品需求漸殷，我們相信進入該等市場後，可為我們提供平台，在該等地區的家品零售連鎖行業建立地位。

由於我們於馬來西亞西部及中國內地的店舖營運仍處於發展初期，消費者未必熟悉我們的品牌，但董事相信，計劃中於該等地區增設店舖可提升規模經濟效益，繼而提高我們在該等地區的收入以及利潤。我們按地區劃分的利潤和利潤率的更多資料，請參閱「財務資料－綜合收入表經選定組成部分的說明－毛利、毛利率、淨利潤及淨利潤率」。

收支平衡及回本

我們預期新店舖達至收支平衡及回本的平均所需時間與近年的收支平衡及回本情況相若。根據我們過去的經營業績及經驗，按地區劃分的新店舖達至收支平衡及回本的估計平均所需時間載列如下。

	達至收支平衡的 平均所需時間	達至回本的 平均所需時間
	(月)	
香港	1.7	9.9
新加坡	1.2	6.1
馬來西亞西部 ⁽¹⁾	1.6	—
中國內地 ⁽²⁾	—	—
澳門 ⁽³⁾	—	—

(1) 由於我們在馬來西亞西部的店舖尚未回本，董事相信可取得的歷史資料有限，未能為估計在馬來西亞西部計劃開設的店舖達致回本的資料提供基準。

(2) 由於我們在中國內地的店舖尚未達致收支平衡或回本，董事相信可取得的歷史資料有限，未能為估計在中國計劃開設的店舖達致收支平衡及回本的資料提供基準。

(3) 由於我們在**2013年4月15日**收購澳門的業務後並無在澳門開設任何新店，董事相信可取得的歷史資料有限，未能為估計在澳門計劃開設的店舖達致收支平衡及回本的資料提供基準。

我們對收支平衡及回本的估計乃根據過去的經營業績及多項假設及估計而作出，並非本公司或本集團未來財務表現的指標。有關計算收支平衡及回本的更多資料，請參閱「財務資料－影響經營業績的因素－營業中的店舖數目」。

按地區劃分的收入貢獻

我們在海外市場擴展業務時，可能面臨挑戰，導致我們於該等市場的業務的業績(包括利潤率)波動。就香港以外的業務而言，特別是尚在投資階段尚未獲利的馬來西亞西部及中國業務而言，董事預期該等地區所貢獻的收入將於業務達致若干規模經濟效益時可填補初期的資本開支。另外，由於我們的中國業務是在仍錄得虧損時被我們收購的，我們對該等業務正在進行較大的調整。然而，我們過去在香港的業務的財務表現穩定，對我們整體的收入及利潤有很大佔比。除香港以外進行的業務擴張外，我們將繼續在香港擴充業務。截至**2013年4月30日**，我們合共**283**間店舖中，有**230**間店舖在香港經營，淨利潤率為**7.9%**，而根據我們的擴展計劃，至**2016年4月30日**，我們將有合共**483**間店舖，其中有**270**間在香港經營。因此，我們預期在截至**2016年4月30日**止三個年度，我們在香港的業務仍將繼續佔本集團的收入及利潤的一大比例。在往績記錄期內，我們在新加坡和澳門的業務亦錄得淨利潤，而根據我們的擴展計劃，截至**2016年4月30日**，我們的合共**483**間店舖中將有**122**間在新加坡和澳門經營。因此，我們預期在截至**2016年4月30日**止三個年度，我們在香港、新加坡和澳門的業務將佔本集團的收入及利潤的一大比例，並抵銷我們在中國內地和馬來西亞西部的業務錄得的淨虧損。我們按地區劃分的利潤和利潤率的更多資料，請參閱「財務資料－綜合收入表經選定組成部分的說明－毛利、毛利率、淨利潤及淨利潤率」。因此，即使計劃在海外市場擴展面臨挑戰及不明確因素，董事相信在可預見未來及按合併基準而言，我們香港業務表現及利潤率的預期持續改善可抵銷有關擴充可能導致的業績或利潤率的任何波動。以上是假設我們營運所在市場的整體經濟環境及經營狀況維持穩定。基於上述，董事相信與我們的過往業績相比，在香港以外地區擴充業務相關的不明確因素將不會對本集團的整體表現及利潤率造成任何重大不利影響。

增加產品供應

我們預期將增加存貨水平以確保有充足產品存貨支持新店。我們計劃於香港及廣州設立的額外倉庫將使店舖得以貯存額外的存貨。就我們的存貨採購上升而言，我們將繼續維持龐大全球供應商網絡，並可能於必要時尋找額外供應商。我們擬維持大量供應商，不會依賴任何主要的產品供應商，這與現時的慣例一致。此外，我們預期資訊科技系統的改善計劃將增加採購部門、物流系統及零售店舖的效益，並提升店舖售賣產品的供貨及補貨效率。

改善倉庫設施及物流

我們計劃於截至**2015年4月30日**止財政年度在香港租賃額外的倉庫以應付我們店舖數目的計劃增長。我們亦計劃於截至**2015年4月30日**止財政年度於廣州租賃物業作倉庫設施以及興建倉庫設施，我們將以此倉庫整合採購自中國內地供應商的商品，以向我們在香港及海外的店舖發貨。

我們的擴展計劃乃基於多項假設及不明確因素，包括下列各項：

- 行業趨勢繼續如我們預期發展；
- 我們回應競爭勢態改變的能力；
- 我們維持全球供應商網絡的能力；
- 我們營運所在地區有利的經濟、政治及其他狀況；及
- 我們將來的財務狀況、經營業績及現金流量。

資金

往績記錄期內我們在香港、新加坡、馬來西亞西部及中國內地每開設一間新店的平均資本開支分別約為**400,000**港元、**274,000**港元、**714,000**港元及**311,000**港元。根據在香港開設新店的資本開支以及在澳門搬遷一間新店的成本而言，董事估計在澳門開設新店的資本開支約為**400,000**港元。我們擬部分以全球發售的所得款項淨額及部分以營運產生的現金，撥付新店開幕以及物流及倉庫擴充所需。詳情請參閱「未來計劃及所得款項用途」。有關計劃擴充業務的資本開支明細，請參閱「財務資料－資本開支。」

我們相信我們目前的現金(包括現金等值物)、預期從經營所得的現金流量、可用銀行融資以及全球發售所得款項淨額將足以應付本招股章程日期後最少十二個月的預期現金需求。

我們的商品

透過我們的零售網絡，我們向客戶提供各款優質家品。我們店舖銷售的商品可大致分為以下類別：

- 家居電器—鬧鐘、電飯鍋、便攜式爐具、電風扇、暖爐、電線、電源轉換器、其他小家電及配件。
- 家務用品—清潔用品、家居用具、垃圾桶、掃帚及垃圾鏟。
- 塑膠製品—各類大小、形狀及用途的塑膠器皿。
- 廚房用品—煮食用具、廚房用具、鍋及平底鍋。
- 文具—紙張、書寫工具、剪刀、橡皮及筆記本。
- *DIY*及五金用具—小工具、鉤子、鎖、家居安全用品。
- 室內及布藝產品—枱墊、枱布、床單、枕頭、坐墊、地墊及小地毯。
- 個人及健康產品—化妝品、毛巾及浴室用的小型金屬器件。
- 餐具—碟子、杯、扁平餐具及其他用具、調味罐、餐具墊及茶杯墊。
- 室內及小型傢俱—桌子、架子、椅子、櫥櫃及床褥。
- 其他—園藝用品、盆栽、玩具、禮物及配件。

下表載列我們於往績記錄期內各商品類別的零售收入：

商品類別	截至4月30日止財政年度					
	2011年		2012年		2013年	
	(千港元，百分比除外)					
家居電器.....	199,298	20.3%	247,511	21.1%	301,591	20.7%
家務用品.....	188,143	19.2%	234,785	20.1%	284,453	19.5%
塑膠製品.....	116,092	11.8%	131,791	11.3%	162,206	11.1%
廚房用品.....	91,564	9.3%	109,052	9.3%	129,704	8.9%
文具.....	88,057	9.0%	101,955	8.7%	122,713	8.4%
DIY及五金用具.....	58,388	6.0%	74,877	6.4%	104,174	7.2%
室內及布藝產品.....	72,400	7.4%	72,807	6.2%	88,987	6.1%
個人及健康產品.....	50,286	5.1%	70,954	6.1%	86,720	6.0%
餐具.....	43,852	4.5%	53,167	4.5%	66,594	4.6%
室內及小型傢俱.....	41,522	4.2%	38,909	3.3%	58,545	4.0%
其他.....	31,108	3.2%	34,841	3.0%	51,011	3.5%
總計.....	980,710	100.0%	1,170,649	100.0%	1,456,698	100.0%

業 務

我們的商品包括自家品牌產品、國際採購產品、自製產品及香港採購產品，詳情見下文所述。下表載列我們按來源劃分的香港零售收入明細：

	截至4月30日止財政年度					
	2011年		2012年		2013年	
	(千港元，百分比除外)					
自家品牌.....	281,680	28.7%	351,668	31.6%	392,405	30.4%
國際採購.....	159,479	16.3%	212,402	19.1%	269,887	20.9%
自製.....	15,680	1.6%	18,394	1.6%	19,979	1.5%
香港採購.....	523,871	53.4%	531,138	47.7%	609,977	47.2%
總計.....	980,710	100.0%	1,113,602	100.0%	1,292,248	100.0%

下表載列我們按來源劃分的香港零售業務毛利率：

	截至4月30日止財政年度		
	2011年	2012年	2013年
自家品牌.....	54.9%	55.4%	55.6%
國際採購.....	53.6%	53.4%	54.7%
自製.....	69.2%	65.3%	67.1%
香港採購.....	31.7%	32.9%	34.1%

自家品牌產品

「自家品牌產品」指按原設備製造或原設計製造基準，由多家製造商按我們的要求及規格為我們量身訂製的產品，並於我們的店內獨家銷售。我們憑藉對消費者趨勢的了解，提供迎合我們營運所在的各個市場內的客戶喜好的產品。我們與逾250家自家品牌製造商訂立安排，彼等主要位於中國內地、香港及台灣。該等製造商一般專門生產若干產品類別，亦可能以彼等本身或第三方品牌製造產品。我們於釐定自家品牌產品規格上參與程度不同，例如顏色、圖樣或包裝。我們對完成品有最終審批權。我們就若干自家品牌產品與自家品牌製造商訂立協議，以生產指定數量的一種或多種類型產品。我們一般即時以信用證結算該等採購。此等協議列明相關產品的設計及數量，以及與定價、交付、付款、產品質量及產品責任相關的條款。由於此等協議為非持續協議，一般無列明終止日期，故其於訂單完成後即告終止。

就其他自家品牌產品而言，我們授權製造商於指定產品上使用我們的自家品牌，並按個別情況及需要向製造商下達列明定價、交付及付款詳情的採購訂單。

我們與自家品牌製造商的協議並無有關產品退貨的規定，然而製造商一般就因產品責任或侵犯知識產權(有關我們規定的規格者除外)的申索引致的損失向我們作出彌償保證。我們採購的產品倘有缺陷，將與製造商按個別個案基準進行磋商，要求更換有缺陷的產品或退款。根據自家品牌安排，我們一般毋須遵守任何最低採購要求，然而倘製造商需要鑄造模具或其他模子方能根據我們的規格生產產品，我們一般須每年購入最低數量的相關產品，直至總採購額達至模具或模子的成本為止。倘我們預計將不會購入此最低數量，我們一般會容許相關製造商使用模具或模子為其他客戶生產產品。此等安排並不為我們帶來任何回扣。

我們現時有逾1,000款自家品牌產品。下表載列我們的主要自家品牌及其對應的產品種類：

自家品牌	標誌	產品類別
Colo		雨傘
ECOPAL		文具
Epo		文具
EZ KEEP		儲存箱
japanhome		DIY及五金用具
JHE		家居電器
Kagaku		文具
加滕		寢具及床單
MATSUSHO		電器
Naxos		個人及健康用品
peter bear		個人護理用品

自家品牌

標誌

產品類別

本瓷



陶瓷廚具

於截至2011年、2012年及2013年4月30日止財政年度，我們的自家品牌產品分別佔香港零售收入28.7%、31.6%及30.4%。

國際採購產品

「國際採購產品」指我們從全球供應商，例如日本、韓國、泰國、台灣、馬來西亞、中國內地、歐洲及美洲等司法權區供應商採購的產品。我們審慎考慮供應商的產品質量、價格、可靠度以及我們過往與彼等進行業務的經驗，以選擇供應商。我們一般直接從製造商或品牌擁有人採購商品，以避免分銷商收取溢價。此外，我們的國際採購產品亦不受香港分銷商收取的額外溢價影響。為維持自不同供應商採購、調整產品組合及引進新產品的靈活性，我們並無與此等供應商簽訂標準協議。我們按個別情況及於需要時向製造商下達列明定價、交付及付款詳情的採購訂單。我們就此等產品的採購安排並無有關產品退貨、最低採購額或回扣的規定。我們主要即時以信用證結算該等採購。我們與國際品牌擁有人已建立穩定的關係，於我們進行業務的若干地區作為彼等的官方及(於某些情況下)獨家代理行事。部分該等品牌擁有人根據我們的顏色及包裝規格訂製彼等的若干品牌產品。

於截至2011年、2012年及2013年4月30日止財政年度，該等國際採購產品分別佔香港零售收入16.3%、19.1%及20.9%。

自製產品

「自製產品」指我們自行設計及於香港生產設施生產的產品。大部分自製產品以自家品牌銷售，其餘皆為無品牌。我們乃香港兩座生產設施的主要擁有人，並以該等設施生產各款塑膠器皿、小型手提及家用鏡以及鏡框，供我們店舖及特許店獨家銷售。我們負責從設計、生產、質量控制至物流及交付至店舖及倉庫的各個環節。我們隨機抽取產品進行檢查及質量測試，確保其功能齊全。

我們的自製產品類別亦可供第三方自家品牌製造商採購，而由於我們的業務是集中於零售而非製造，我們一般選擇從第三方製造商購買大部分產品。然而，

自製產品的其中一項優勝之處，是讓我們更有效地控制利潤率，並能設計一些我們認為規格最符合客戶喜好的獨特產品，且可更靈活控制生產所需數量。因此，我們一方面通常委託自家品牌製造商生產此類產品，同時我們會在自行生產較為符合成本效益、較快或較具效率的情況下，使用內部的製造能力滿足所需。例如，我們比對從第三方製造商購買自家品牌產品的成本及於內部設施生產產品的成本。倘從自家品牌製造商採購產品的成本顯著較高，而我們的生產設施有足夠產能，我們會考慮於內部生產產品。我們擬繼續在內部自行生產部分商品，其利潤率通常高於其他自家品牌、國際採購及香港採購產品。

我們於香港的生產設施總建築面積為約**1,360**平方米。於截至**2011**年、**2012**年及**2013**年**4月30**日止財政年度，我們的生產設施產量分別為**583,000**件、**628,000**件及**616,000**件，而我們估計生產設施按超過**90%**產能(即接近全部產能)營運。我們相信本身的生產產能足以應付我們目前所需，現時並無計劃擴建生產設施。倘有需要以及擴展時出現機會，管理層或會考慮提高我們的生產能力。

於截至**2011**年、**2012**年及**2013**年**4月30**日止財政年度，我們的自製產品分別佔香港零售收入**1.6%**、**1.6%**及**1.5%**。

香港採購產品

「香港採購產品」指我們購自香港供應商，包括國際品牌的分銷商、品牌代理及直銷代表的產品。香港採購產品會運送至我們的倉庫以作進一步分發，又或直接運抵我們的個別店舖。與選擇國際採購產品供應商相同，我們選擇香港供應商時審慎考慮彼等產品的質量、價格、可靠度以及我們過往與彼等進行業務的經驗。我們一般於**30**至**90**天內按無擔保信貸的不同條款結算該等採購。由於我們大量採購產品，部分供應商及品牌代理給予我們折扣。

我們透過下達採購訂單採購香港採購產品，有關採購受標準協議所規管。我們的標準協議乃具法律約束力的框架協議，並無終止日期，且將根據情況所需定期修訂。一般而言，自該等供應商採購所有產品及定價均須經我們的採購部批准。我們與香港供應商訂立的標準協議一般並無指定任何最低採購金額。然而，根據若干標準協議，我們有權向供應商收取相等於每年採購金額若干百分比的年度回扣；若干協議規定，當特定採購目標超越收取回扣的最低採購目標，我們將可獲額外固定百分比的回扣。該等回扣可能以現金或信用額支付。倘貨品有缺陷或並不符合我們向供應商提供的規格，我們可選擇向供應商退貨或換貨。截至**2011**年、**2012**年及**2013**年**4月30**日止財政年度，我們分別收取約**5.9**百萬港元、**7.8**百萬港元及**8.4**百萬港元的銷售回扣。

截至2011年、2012年及2013年4月30日止財政年度，我們的香港採購產品分別佔我們香港零售收入的53.4%、47.7%及47.2%。截至2011年、2012年及2013年4月30日止財政年度，運送至我們的倉庫以作進一步分發的香港採購產品分別佔我們香港零售收入的3.5%、6.0%及8.4%，而該等年度的毛利率分別為52.8%、47.9%及45.8%。截至2011年、2012年及2013年4月30日止財政年度，直接運抵個別店舖的香港採購產品分別佔我們香港零售收入的49.9%、41.7%及38.8%，而該等年度的毛利率分別為30.2%、30.7%及31.5%。

供應商

我們於香港、日本、韓國、泰國、台灣、馬來西亞、中國內地、歐洲及美國等13個地區挑選及聘用超過650家供應商，並與彼等維持關係。由於我們的供應商網絡龐大，我們並無依賴任何單一供應商供應商品。我們與截至2012年4月30日止財政年度的十大供應商已進行業務平均達十年。於往績記錄期間，我們的五大供應商大部分為主要於香港及日本經營的分銷商，分別佔本集團截至2011年、2012年及2013年4月30日止財政年度總採購額的19.7%、19.4%及17.3%。於往績記錄期間，我們向五大供應商主要採購家居電器、家務用品、塑料製品及燈泡。

客戶

我們的客戶(透過我們的出口業務及特許店購買商品的出口客戶除外)主要為零售客戶。我們並無透過任何分銷商出售產品。我們相信，我們大部分的零售客戶是中年婦女。我們旨在拓展客戶群，涵蓋年輕一族及男性消費者。我們的五大客戶為出口客戶及特許店。於往績記錄期間，我們的五大客戶分別佔本集團截至2011年、2012年及2013年4月30日止財政年度各年收入總額的2.8%、2.6%及2.1%。

客戶服務對我們而言非常重要，且我們相信其對我們業務成功作出莫大貢獻。因此，我們培訓銷售僱員，為客戶提供有用及有效率的服務。我們設有電話熱線，客戶可致電提出投訴或意見。我們的退貨政策一般允許客戶於購買後七天內憑收據退回有缺陷的產品，以換貨或現金退款，我們相信這能吸引客戶惠顧，使我們有別於一般不予退貨的小型、獨立零售小店。於往績記錄期間，我們並無大量退貨或客戶投訴。

我們的營運

我們已發展及實施標準化營運，相信可藉此從存在競爭的小型家品店中脫穎而出。我們為業務營運訂立一套標準營運程序(詳情載於僱員手冊、店舖開業經營手冊及結賬及現金管理手冊)，以及產品來源的全面產品總清單。

管理架構

我們的管理架構的設計，旨在提高監督、指導及支援經營效率、品質控制、招聘及僱員培訓。我們業務及營運的整體管理於香港進行，包括本集團整體的公司業務及行政、經營管理及監察、管理層招聘以及銷售及營銷。我們的營運以職能分類，有多個團隊處理採購、日常店舖營運、倉庫管理及物流、資訊科技、租賃以及會計及財務事宜。此外，我們有人員專門負責新加坡、馬來西亞西部及中國內地店舖營運、特許店及出口客戶。

店舖資料

我們按各區店舖大小及客戶的消費能力將店舖分類。舉例而言，於香港，我們將店舖分類為三種規模：小型店舖約為**140**平方米以下、中型店舖介乎約**140**平方米至**230**平方米；大型店舖約為**230**平方米或以上。我們根據可租用店舖空間及租用成本、周邊地區的人口密度及客戶需要，以及我們於區內的店舖或區內其他類似店舖的距離，去選擇店舖大小。

我們的店舖資料乃作為就決定存於店內的产品種類及數量，以及引進店舖的新產品種類及數量的框架。我們根據經驗及對市場的了解，按客戶消費習慣及店舖銷售等數據建立該等店舖資料。於店舖大小及客戶消費能力分類的範疇內，此資料讓我們就產品策略作出知情的策略決策。例如，收入較高地區內的店舖產品組合一般會較收入較低地區內的店舖收納更多較高值的商品。

租賃及新店選址

我們擁有一支由魏女士領導的專責團隊，監察我們零售店舖的租賃協議，存置租金開支及租賃協議的其他條款的記錄，並緊貼物業租賃市況，以評估租賃零售店舖的現有及潛在機會。此團隊亦積極探求合適地點開設新舖及搬遷店舖。

物色合適的地點是我們成功的關鍵。我們為新店舖挑選零售空間時所考慮的因素包括面積、交通便利程度、地理位置、是否鄰近競爭對手、當地人口統計資料及我們本身的店舖及租金。就開設新店籌備零售空間的主要步驟為租金磋商及簽立、裝修、店舖設置及聘請人手。一旦租賃團隊物色及選定店舖地點後，我們一般可於三至四星期內開張。我們開設店舖的資本開支包括裝修費用以及購置貨架及其他設備，可能視乎租用的零售空間的面積及條件而有所差別。我們於往績記錄期在香港、新加坡、馬來西亞西部及中國內地開設各間新店的平均資本開支分別約為**400,000**港元、**274,000**港元、**714,000**港元及**311,000**港元。我們在新加坡開設新店的平均資本開支相對較低，原因是該等店舖所需的裝修和重新裝飾較少。我們在馬來西亞西部開設新店的平均資本開支相對較高，原因是馬來西亞西部的店

舖一般建築面積顯著較大，因此需要較多初期資本開支，以支付所需的裝修以及購置貨架和其他固定裝置。我們亦為著提升整體的購物環境，而對馬來西亞西部的店舖投入較大開支以進行裝修和裝飾。基於在香港開設新店的資本開支，董事估計在澳門開設新店的資本開支約為400,000港元。我們經常與主要的業主溝通，以隨時獲得最新的租賃市場資料及機會。我們主要與業主直接進行磋商，而向同一業主租用多個零售空間使我們在磋商租金及其他條款時有額外議價能力。簽訂租賃協議及完成裝修、裝飾及其他籌備工作後，我們的管理層將指派一隊僱員到新店工作。

由於我們的品牌在香港已發展成熟，因此店舖選址能分散至地點優越的地舖以外的零售空間，因而受惠於該等選址的較低租金成本。此外，我們無須特殊儲存場所或大型產品陳列範圍，且我們的產品組合易於就各店舖空間大小或其他特點而作出調整，因此我們亦可靈活租用各種大小的零售空間。

訂價策略

作為範疇廣泛的普通日用家品零售商，具競爭力的產品訂價對業務成功而言至關重要。我們有一套訂價政策，據此，我們就產品制定利潤率目標。我們與競爭對手提供的類似產品的訂價作出比較，並根據經驗將價格設定在我們相信是物有所值的水平，既能具有充足的競爭力，同時亦達致我們的利潤率目標。我們不斷定期檢查對競爭對手店舖的訂價，作為我們店舖所有產品的參考。除按競爭對手的訂價為基準外，我們亦參考市場趨勢及季節性，以及管理層釐定的訂價策略以釐定產品的零售價。

商品策略

我們不斷為店舖引入新品，並因應地方文化、習俗及其他特性提供季節性商品。我們的商品組合乃根據店舖收集的客戶反饋意見及銷售資料，依照客戶不斷改變的喜好及需要而定。

我們就商品制定中央採購程序。我們的採購團隊積極尋求引進新產品目錄。彼等評估新供應商和現有供應商提供的所有產品及定價資料，據此就引進新產品及補充存貨作出決策。

物流及存貨

產品分銷

我們按需要向供應商下單訂購商品。管理層透過資訊科技系統收集的數據，每星期監察香港店舖及倉庫的商品及存貨水平。我們透過海外地區的管理層定期

呈交的報告監察海外業務的存貨。我們的採購團隊根據自資訊科技系統所得的該等報告及分區及店舖經理所輸入的數據向供應商下達訂單，補充已售商品，維持充足的存貨水平，並引入合適的新產品。更多資料，請參閱「一存貨管理」。

透過倉庫交付

我們於香港、新加坡、馬來西亞西部及南京設有倉庫設施。產品交付至該等倉庫後，將送往檢查、包裝及整合，以按存貨需要進一步交付。香港倉庫整合及運送商品予我們的店舖及出口客戶。我們與物流公司訂約，定期將商品自倉庫交付至店舖。

我們現正於主要供應商地區內物色合適選址或場所設立物流中心，以支援擴展計劃。

我們的僱員點算及確認收妥送往倉庫產品的正確數量，並定期隨機抽查交付的產品，進行品質控制檢查，確定有否缺陷或損壞。倘數量不足或品質未如理想，我們將通知負責的供應商或製造商補充差額或更換有缺陷的產品。此外，供應商或製造商亦可將有缺陷產品的價值計入其後發票內。於往績記錄期間，我們並無發生商品有任何重大缺陷的情況。

質量控制

我們經考慮供應商的產品質量、價格、可靠度以及過往與他們業務往來的經驗，包括供應商是否有任何產品責任問題或投訴，而挑選供應商。委託新的供應商及購買新產品須經由採購部門審批。我們在作出購買決定前，要求供應商為家居電子產品提供測試證書，並檢查家居電子產品的樣品。為減低與食品相關的任何安全風險，我們僅委託信譽良好的供應產品給香港各地區的供應商，且一般僅提供保存期較長的食品。我們從供應商獲取食品，亦僅接受到期日是在購買日期起計達最少六個月的產品。我們的店舖僱員經常檢查食品的到期日，此乃我們持續的存貨管理的一部分。我們會抽查自製產品進行質量測試，以確保其功能齊全。

如發現產品有缺陷或處於不可出售狀態，我們可商議退貨或換貨。根據協議條款，我們的自家品牌製造商就我們因產品責任而招致的損失提供彌償保證。倘若我們的產品導致我們須面對產品責任申索，我們可根據合約條款或在適用法律許可的範圍內，從相關供應商尋求補償。我們亦可停止與他們的業務往來。更多有關產品責任風險的資料，請參閱「風險因素－與業務有關的風險－我們須承受產品責任風險」。

在往績記錄期內，我們在香港、新加坡、馬來西亞西部、中國內地或澳門，概毋須因產品質量缺陷而承受任何產品責任申索或負面報道。

交付至店舖

部分香港採購產品直接由供應商送往我們的店舖。我們根據相關採購訂單的條款，安排將商品交付至特許店及出口業務客戶。

存貨管理

我們的存貨包括自家品牌產品、國際採購產品、香港採購產品及自製產品。過往，香港及香港以外地區的各店舖及倉庫每年進行盤點。自**2012年5月1日**開始的財政年度起，各店舖及倉庫每年進行兩次盤點。我們的中央管理層定期監察店舖的存貨水平及倉庫的過往存貨變動、銷售進度，並按此調整存貨水平。請參閱「一資訊科技」。

在店舖層面，香港及香港以外地區的各店舖持續監察其存貨，以補充已售出的產品及識別滯銷、損壞或過期的存貨。於各營業日完結時，僱員識別需要補充的項目。各店舖按需要與相關倉庫或供應商下達訂單，確保及時補充所出售的產品。我們的僱員亦每月檢查倉庫存貨有否損壞或過期，包括由店舖退回且不符合可銷售狀態的產品。我們每月編製倉庫存貨報告，當中包括存貨水平的資料、庫存價值、售罄存貨，以及過去兩個月內銷售額為零的項目。這使我們能定期評估存貨的銷售表現及識別滯銷存貨或我們計劃不再於店舖出售的產品。我們可能偶爾提供折扣優惠，以促銷滯銷存貨。

我們的採購部監督店舖及倉庫中各項產品的存貨水平。採購部每星期與營運總監就存貨管理及採購舉行會議。採購部僱員各自負責監督若干產品，並可在需要時參考每月倉庫存貨報告。根據存貨水平及變動、各項產品的預期銷售及生產時間作出採購決定。這有助我們倉庫規避庫存過剩。於往績記錄期內存貨水平增加是由於國際採購產品因我們擴展業務而增加大量採購。

由於我們並不依賴存貨賬齡報告以識別滯銷存貨，我們並無編製存貨賬齡報告。我們的管理層及採購部門個別評估每項產品，以識別滯銷存貨。一般而言，倘產品保存為存貨的時間較我們購買有關產品時所預期長，我們則視有關產品為滯銷。部分產品除非於一年內尚未售出，否則不會被視為滯銷；其他產品於數月後尚未售出可能被視為滯銷。由於不同產品有不同的存貨周轉期，我們相信集團整體層面的賬齡分析並不能對評估存貨周轉期提供任何有意義的資料。反之，我們使用每月倉庫存貨報告，以追蹤並管理存貨變動。

我們相信，主要包括家品在內的存貨基於其性質使然，一般不會成為過時存貨。我們於往績記錄期內並無就存貨計提撥備。我們撇銷已損壞或不再處於可售狀態的存貨。我們亦可能就相信將會以低於原先所預期的價格出售的存貨作出撇減。於往績記錄期，撇銷存貨的金額不超過我們截至2011年、2012年及2013年4月30日止財政年度各年收入的1.0%。

內部控制程序及現金管理

海外擴展風險管理

隨著業務不斷於新加坡、馬來西亞西部、中國內地及澳門擴大，我們將會監察及管理與海外業務有關的風險。請參閱「風險因素－與業務有關的風險－我們的香港以外營運使我們面對額外風險」。於香港境外開設新店時，我們的管理層考慮(其中包括)成本、現時經濟狀況、資金充足性及增長機會。我們在擴充及就此調整擴充計劃的同時，持續透過編製預算管理財務風險，監察表現。與香港、新加坡及澳門發展較成熟的業務比較，中國內地及馬來西亞西部的業務尚處於發展初期，因此仍未開始錄得利潤。我們作為集團會維持(並要求海外業務維持)充足現金及銀行結餘，以管理流動資金風險。

我們面對正常業務經營過程中所產生的外幣匯率波動風險，主要與美元、人民幣及日圓有關。我們相信本身外匯風險不大，原因是大部分採購是以港元結付，並無訂立付款期較長或信貸期較長的合約，且大部分銷售均是即時結付。截至2013年4月30日，逾90%貿易及其他應付款項均以港元計值，其餘金額以新加坡元、馬來西亞令吉、人民幣、新台幣、澳門幣及美元計值。有關往績記錄期內貿易及其他應付款的貨幣明細，請參閱本招股章程附錄一會計師報告附註23(c)。我們的外匯風險的產生，主要是因以若干貨幣從供應商採購產品並以不同貨幣向客戶出售，而該等貨幣的匯率又出現大幅波動所致。倘若外幣匯率大幅波動，我們會透過調整產品價格，將成本轉嫁客戶。我們要求海外合資夥伴管理以其功能貨幣以外的貨幣進行的交易所面臨的匯率及外匯風險，我們的財務總監則定期審閱本集團的淨外匯風險。倘相關匯率被發現有大幅波動，我們的合資夥伴可與我們的採購部及財務總監商討，並將對採購及定價策略作出調整。我們並無用任何對沖安排對沖外匯風險。有關流動資金及外匯風險的更多資料，請參閱本招股章程附錄一會計師報告附註3，而有關我們經營所在的司法權區的外匯管制的更多資料，請參閱「風險因素－與全球發售有關的風險－匯率變動或會導致外匯虧損，並可能對閣下的投資造成重大不利影響」。

海外業務須繳納稅款。有關我們業務的海外稅務的額外資料，請參閱「財務資料－綜合收入表經選定組成部分的說明－所得稅開支」。為監察我們在新加坡及馬來西亞的海外稅務風險，我們已委聘**PricewaterhouseCoopers Singapore**及**PricewaterhouseCoopers Malaysia**為地方稅務代表，監管我們的稅務申報及其他責任。因預期在中國擴充，我們已在中國內地委託江蘇蘇瑞稅務師事務所，監管我們的稅務申報及其他責任，並預期於上市前敲定有關委託安排。我們的澳門核數師方美芬亦擔任我們在澳門的合資格稅務代表，監管我們的稅務申報及其他責任。

我們現時的轉讓定價稅風險極微。我們集團內銷售的定價，是反映已售及已購產品的採購及交付成本，該等價格與我們經營所在的第三方供應商所提供的同等產品的價格相若。隨著海外業務擴展，我們預期各司法權區的經營實體將可獨立達致其各自供應商最少訂貨數量，並因此可直接向供應商下達訂單，而毋須自本集團內採購該等產品。我們預期這將逐步消除我們的轉讓定價稅風險。

我們確保於非全資附屬公司經營的海外店舖中擁有大部分權益，以在主要決策上可維持足夠的控制權。我們亦挑選相信具有彼等各自市場的足夠知識、經驗及專業知識的合資夥伴，確保我們的店舖營運能符合當地規定、客戶需求及喜好。我們的特許店由經營安排監管，據此，我們獲授彼等店舖經營的控制權。此外，我們在必要時可諮詢當地律師意見，確保符合我們經營所在的司法權區的相關地方法律及法規。

我們的高級管理層每季檢討及評估我們的擴充計劃及進度，並參考各分區零售業務主管及合資夥伴的意見。在有需要的情況下，零售業務主管或合資夥伴會更頻密與高級管理層通訊，以持續調整我們的擴充計劃。營運總監及總經理定期向董事會報告香港店舖的狀況及表現。新加坡、馬來西亞西部、中國內地及澳門的零售業務主管定期向董事會報告彼等各自地區的店舖的狀況及表現。根據財務表現及該等地區零售業務主管評估，董事會可決定修訂擴充計劃或以其他方式調整經營。

就我們香港以外業務而言，我們的內部控制顧問已審視我們新加坡業務的內部控制及識別需要改進的範疇。內部控制顧問審視的範疇包括控制銷售及收入、供應商管理及賬目及存貨管理。此外，我們的內部控制顧問已提供有關改進與上述範疇有關的内部控制的建議，並已與相關地方管理層商討該等措施的實施。截至最後實際可行日期，我們已完成實施被認定對本集團業務重大的由內部控制顧問建議的内部控制措施。我們相信該等建議亦其他在香港以外的業務相關，並擬在我們持續拓展業務過程中，在適當情況加以採用。尤其是，我們的內部控制顧

問亦已審視海外業務整體管治相關的政策，而我們日後擬實施此項規管海外業務的政策。上述進行的內部控制審視乃基於本公司提供的資料而進行，內部控制顧問並無發表有關內部控制的保證或意見。

經考慮目前業務情況、審視擴充計劃及諮詢我們的內部控制顧問後，董事相信「—海外擴展風險管理」所述計劃中及現有的內部控制措施以及政策將足以減低未來在經營所在司法權區不合規情況的風險。根據所進行的盡職審查，並經與本公司、本公司的內部控制顧問討論本集團現有及計劃中的內部控制措施，以及經考慮本集團的已知情況，保薦人信納「—海外擴展風險管理」所述本集團的內部控制措施及政策當按計劃實施時在有關情況下將為充足。

與我們香港以外業務營運有關的風險的進一步資料，請參閱「風險因素—與業務有關的風險—我們於中國內地及馬來西亞西部的營運仍處於相對初期發展階段，未必能達致理想的業績」、「風險因素—與業務有關的風險—我們依賴在香港以外地區為我們的店舖經營特許店的合資夥伴及業務夥伴」及「風險因素—與業務有關的風險—我們若干業務乃通過業務夥伴經營的特許店進行，故有獨特的風險」。

現金管理

截至2011年、2012年及2013年4月30日止財政年度，我們80%以上的香港銷售均以現金交易。我們於香港、新加坡、馬來西亞西部及澳門各店舖已連接銷售點(POS)系統，以供香港的管理層每天監察銷售。我們的香港管理層亦可每天從中國店舖取得銷售數據。我們每天將銷售所得的現金存入本集團的銀行賬戶，並根據管理指引於各店舖維持特定水平的手頭現金。各店舖經理負責為該店舖點算現金、對賬及存款。我們已委聘一間信譽良好的運鈔服務公司，由特定店舖交付現金。

現金管理的其他程序包括銷售及實際收取現金每日對賬。香港店舖的報告於每天營業時間結束後透過中央會計系統發送予管理層以作對賬，而管理層則利用此資料監察現金存入銀行賬戶的情況。倘有遲交或丟失現金存款，管理層會通知分區經理，由分區經理向相關店舖跟進，解決該事宜。

香港業務方面，我們的現金管理政策就以下範疇提供指引：

- 收銀機的處理程序；
- 處理銷售點(POS)系統與貨架價格差異的方法；
- 500港元及1,000港元鈔票的驗鈔程序；

- 控制攝影機；
- 店鋪現金保管；及
- 每天須將每天銷售所得的現金存入銀行賬戶。

同樣地，我們於新加坡、馬來西亞西部、中國內地及澳門的店鋪定期於店鋪層面進行銷售及實際所得現金對賬，並將現金存入銀行賬戶。我們的香港管理層每天可取得該等海外店鋪的銷售數據及銀行賬戶資料。香港管理層定期檢查該等店鋪銷售所得現金存款的銀行結餘，並直接聯絡有關店鋪，釐清任何差異。

於往績記錄期間，我們並無發生僱員挪用現金而對我們的業務及經營業績造成重大不利影響的情況。

銷售及營銷

我們已展開多種廣告及宣傳活動，維持及進一步加強我們的品牌。由於我們已建立強大且信譽良好的品牌，我們的廣告及宣傳工作主要集中維持品牌在公眾消費者中的知名度及提高產品銷量。我們一直以具競爭力的價格提供便利及一站式的優質產品購物體驗，贏得強大品牌及客戶商譽，這是我們最大的廣告資產。我們的銷售及營銷團隊為店鋪及特許店制定營銷計劃、定期廣告及宣傳活動，並修訂此等計劃及活動以滿足各地區當地客戶的喜好及季節性需求。然而，我們並無投放大量時間及資源於廣告活動，此乃由於我們相信，我們與客戶之間透過購物體驗及客戶服務的互動關係，讓我們可吸引新客戶及挽留現有客戶的忠誠。截至2011年、2012年及2013年4月30日止財政年度，我們分別投放約6.5百萬港元、6.8百萬港元及10.7百萬港元於廣告及宣傳開支，佔我們於該等年度收入分別0.6%、0.6%及0.7%。

慈善及企業社會責任

本集團非常重視企業社會責任，並參與眾多慈善活動。例如，我們贊助敬老護老愛心會籌辦的活動，以及其他專注協助長者或貧困人士的社區團體。我們亦與消除貧窮及不公義的國際協會樂施會、致力對抗可預防性失明的非牟利組織奧比斯及遏止世界饑荒的組織國際小母牛合作，於我們若干店鋪放置捐款箱。

我們亦支持環保意識組織，例如定期捐款支持世界自然基金會香港分會(我們為其純銀會員)及透過捐款及參與環保意識活動支持環保生態協會等。若干店鋪是慳電膽及光管回收計劃的回收點，客戶交回用過的慳電膽及光管，作安全環保處理。我們亦參與及協助宣傳環保生態協會的全港辦公室紙張回收行動。

資訊科技

我們的資訊科技系統支援店舖經營、存貨控制、銷售管理及整體管理功能。我們的資訊科技系統包括銷售點(「POS」)系統、電子補貨系統及中央會計系統。我們所有的店舖均使用我們專屬的銷售點(POS)系統處理銷售。該系統追蹤所有店舖內的各種產品的銷售情況，讓我們監察銷售及存貨。每天獲得店舖的存貨及銷售數據，讓我們的管理層監察店舖表現，並因應客戶的購買行為作出適當調整。我們專屬的電子補貨系統，讓香港的各間店舖就所有存放於香港倉庫的產品直接下達訂單。我們亦利用此電子補貨系統就直接送往個別店舖的產品發出訂單，而訂單隨後會轉發予相關供應商。我們每天透過中央會計系統收集及監察香港及澳門各店舖的銷售。我們於新加坡、馬來西亞西部及中國內地的店舖亦定期呈交其會計資料予我們的中央管理層。

知識產權

我們的知識產權(尤其是店舖品牌及自家品牌產品)對我們的業務非常重要，我們亦依賴商標法保障該等品牌。

於最後實際可行日期，我們於香港擁有**21**項註冊商標、於新加坡擁有兩項註冊商標及於中國內地擁有**14**項註冊商標。以下為對我們的業務、經營及競爭地位而言屬重大的節選商標。

商標	註冊人	註冊日期	屆滿日期	司法權區
	日本城(香港)	4/12/2003	註冊後10年 (已獲續訂，由 2013年12月3日 起為期10年)	香港
	日本城(國際)	14/2/2008	註冊後10年	香港
	日本城(新加坡)	13/9/2011	註冊後10年	新加坡
Living plus	泛美家	14/6/2013 21/6/2013 7/5/2013 7/7/2013	註冊後10年	中國
泛美家	泛美家	7/5/2013	註冊後10年	中國
泛美家 Living plus	泛美家	7/5/2013	註冊後10年	中國

業 務

商 標	註 冊 人	註 冊 日 期	屆 滿 日 期	司 法 權 區
	日本城(香港)	28/9/2012	27/9/2022	香港

僱 員

於2013年6月30日，我們有1,942名僱員，包括香港1,569名、新加坡252名、馬來西亞西部59名、中國內地35名、澳門24名及台灣3名，並不包括於特許店的僱員。當中，約1,267名為全職僱員，而675名為兼職僱員。下表載列按部門分類的僱員明細：

職 能	僱 員 人 數
管理	15
辦公室	128
倉庫	105
製造	20
零售業務.....	1,674
總 計	<u>1,942</u>

我們旨在為僱員在激勵環境中營造強烈的社區意識，提高僱員忠誠度及貢獻。我們致力以清晰的晉升途徑激勵僱員，為彼等帶來提升技能的機會。聘請僱員後，我們為彼等提供強制培訓，並進一步持續提供適合其職責的量身訂製培訓計劃。此培訓包括為零售業務僱員提供銷售及客戶服務技巧。我們不時邀請新加坡、馬來西亞西部、中國內地及澳門的僱員到香港出席額外培訓課程。為維持切合僱員培訓及改善客戶服務所需，我們定期派遣管理層成員前往新加坡、馬來西亞西部、中國內地及澳門，持續評估僱員表現，並於有需要時提供進一步指引及指示。

全職僱員的薪酬一般包括底薪、若干津貼及酌情花紅。兼職僱員的薪酬一般包括底薪及酌情花紅。我們亦為達致若干銷售目標的僱員提供獎勵，作為推動力，促進我們的銷售。我們根據香港法例的規定，為香港合資格僱員作出強積金界定供款。我們根據香港境外司法權區相關法律項下的規定，為該等地區店舖的僱員提供福利。

物業

於最後實際可行日期，我們並無擁有任何物業，且所有店址、辦公室場所、倉庫、製造及其他設施均為租用。截至2011年、2012年及2013年4月30日止財政年度，我們租用物業的租金開支分別為**143.9**百萬港元、**171.8**百萬港元及**220.1**百萬港元。我們未來並不擬收購任何物業作零售地點之用。

就新租約而言，租賃協議的初步年期一般為兩或三年，帶有一般不超過一或兩個月的免租期。於往績記錄期間，我們在及時重續租賃協議方面並無重大困難。

於2013年4月30日，我們於香港合共租用**235**項物業，包括店舖、倉庫、辦公室場所及製造設施。我們租用**230**間店舖，面積分為三類大小：小型店舖建築面積約為**140**平方米以下、中型店舖建築面積介乎約**140**平方米至**230**平方米，及大型店舖建築面積約為**230**平方米或以上。我們亦租用兩個建築面積分別約為**7,650**平方米及約**10,220**平方米的倉庫、建築面積約為**228**平方米的辦公室場所及兩個建築面積合共約為**1,360**平方米的生產設施。我們於新加坡租用**32**間店舖及一個倉庫、於馬來西亞西部租用九間店舖及兩個倉庫、於中國內地租用七間店舖及一個倉庫，以及於澳門租用五間店舖。

下表載列於2013年7月31日，我們於香港、新加坡、馬來西亞西部、中國內地及澳門的店舖的租賃協議屆滿日期。

	租賃協議屆滿曆年	與我們店舖 有關的 租賃協議數目
香港 ⁽¹⁾	2013年	26
	2014年	83
	2015年	86
	2016年	30
	2017年及之後	12
	小計	237
新加坡 ⁽²⁾	2013年	7
	2014年	5
	2015年	16
	2016年	9
	2017年及之後	1
	小計	38

業 務

	租賃協議屆滿曆年	與我們店舖 有關的 租賃協議數目
馬來西亞西部 ⁽³⁾	2013年	—
	2014年	3
	2015年	5
	2016年	1
	2017年及之後	—
	小計	9
中國內地 ⁽⁴⁾	2013年	3
	2014年	1
	2015年	1
	2016年	1
	2017年及之後	—
	小計	6
澳門 ⁽⁵⁾	2013年	1
	2014年	2
	2015年	2
	2016年	—
	2017年及之後	—
	小計	5
總計		295

- (1) 除該237份租賃協議外，於2013年7月31日，我們訂立另外三份可每月重續的香港租賃協議。146份香港租賃協議規定須繳付固定租金及一般介乎約4%至8%的營業額租金，而其餘91份租賃協議則規定僅須繳付固定租金。十份租賃協議將於上市後成為持續關連交易。詳情請參閱「關連交易」。

我們在香港的合共109份租賃協議將於2013曆年及2014曆年內屆滿如下：兩份將於2013年8月屆滿；四份將於2013年9月屆滿；六份將於2013年10月屆滿；八份將於2013年11月屆滿；六份將於2013年12月屆滿；五份將於2014年1月屆滿；五份將於2014年2月屆滿；六份將於2014年3月屆滿；五份將於2014年4月屆滿；十份將於2014年5月屆滿；六份將於2014年6月屆滿；12份將於2014年7月屆滿；四份將於2014年8月屆滿；九份將於2014年9月屆滿；四份將於2014年10月屆滿；十份將於2014年11月屆滿；七份將於2014年12月屆滿。

- (2) 八份新加坡租賃協議規定須繳付固定租金另加0.5%或1.0%的營業額租金；八份新加坡租賃協議規定須繳付固定租金或營業額租金(以較高者為準)；及22份新加坡租賃協議規定須繳付固定租金。營業額租金介乎約10%至20%。

我們在新加坡的12份租賃協議將於2013曆年及2014曆年內屆滿如下：兩份將於2013年8月屆滿(其中一份已續訂，新屆滿日期為2016年8月，另一份正在商討續訂安排)；一份將於2013年11月屆滿(並已續訂，新屆滿日期為2016年11月)；四份將於2013年12月屆滿；一份將於2014年5月、2014年6月、2014年7月、2014年10月及2014年12月屆滿。

- (3) 兩份馬來西亞西部租賃協議規定須繳付固定租金；一份馬來西亞西部租賃協議規定須繳付營業額租金；及六份馬來西亞西部租賃協議則規定須繳付固定租金或營業額租金(以較高者為準)。營業額租金介乎約5%至10%。

我們在馬來西亞西部的其中一份租賃協議將於2014年10月屆滿，兩份將於2014年11月屆滿。

- (4) 兩份中國內地租賃協議規定須繳付固定租金；三份中國內地租賃協議規定須繳付固定或營業額租金(以較高者為準)；及一份中國內地租賃協議則規定繳付營業額租金。營業額租金介乎約12%至19%。

我們在中國的四份租賃協議將於2013曆年及2014曆年內屆滿如下：一份將於2013年9月屆滿；兩份將於2013年10月屆滿；一份將於2014年2月屆滿。

- (5) 兩份澳門租賃協議由劉先生以個人身份訂立。詳情請參閱「關連交易—涉及一名關連人士的安排」。

我們在澳門的三份租賃協議將於2013曆年及2014曆年內屆滿如下：一份將分別於2013年12月、2014年4月及2014年9月屆滿。

於2013曆年內將會(或已經)屆滿的香港租賃協議方面，經考慮該等協議項下的原租金金額，以及續訂後租金的預期增加後，預期將予續訂的協議租金的預期增加合計將低於本集團截至2013年4月30日止財政年度的收入的1%。因此，董事相信預期續訂的租金的預期增加對本集團的潛在影響將不重大。

於2013曆年內將會(或已經)屆滿的在本集團香港以外司法權區的租賃協議方面，董事相信本集團未能提供續訂該等協議後租金變動潛在影響的有意義估計，原因是租金的變動受很多因素影響，最終經各方磋商後釐定。然而，董事相信潛在影響對本集團不重大，原因是於2013曆年在該等香港以外司法權區屆滿的租賃數目乃佔本集團持有的租賃總數的一小部分。

董事相信，我們一般可於並不會產生重大額外成本的情況下，將我們的業務搬遷到其他相若的物業，因此認為概無本集團佔用的物業對我們的業務而言屬重大或關鍵。

由於我們並無擁有任何物業，我們毋須遵照上市規則第5章進行估值或於本招股章程載入任何物業權益估值報告。因此，根據公司條例(豁免公司及招股章程遵從條文)公告第6(2)條，本招股章程豁免遵守有關公司條例附表三第34(2)段的公司條例第342(1)(b)條的規定，該條例規定須就本公司於土地或樓宇的全部權益提交估值報告。

獎項及認可

基於本集團的良好信譽及優質產品，於我們的經營歷史中，我們已獲得多項獎項及認可。下表載列歷年我們獲得的主要獎項及認可：

獎項／會員資格	獲授年份	舉辦者／協會
香港服務名牌選舉.....	2007年至2013年	香港品牌發展局＋香港中華廠商聯合會
正版正貨.....	2007年至2013年	香港特區知識產權署
商界展關懷.....	2004年至2013年	香港社會服務聯會
微笑企業服務大獎.....	2012年	神秘客戶服務協會
香港Q嘜優質服務計劃.....	2006年至2012年	香港工業總會
香港優質旅遊服務.....	2003年至2012年	香港旅遊發展局
香港家庭最愛家庭用品連鎖店.....	2008年至2011年	Take Me Home生活區報
優質生活名牌.....	2009年	3週刊
最佳創建品牌企業獎2007 (大中華區)－具潛質品牌企業獎.....	2007年	香港生產力促進局
亞太區最佳零售商500強.....	2008年	Retail Asia雜誌
香港優質商號.....	2008年	香港家居寶鑑
「香港名牌」－金獎品牌.....	2008年	中華(海外)企業信譽協會
超級品牌.....	2004年	Superbrands
港澳優質誠信商號.....	2003年至2004年	廣州日報

競爭

我們於家品市場內經營。我們的直接競爭對手為其他家品零售連鎖店，而間接競爭對手則為超級市場、大賣場、百貨公司、傢俱店及家品零售小店。於香港，家品零售連鎖店市場由數個領先市場業者主導。於新加坡、馬來西亞及中國內地，家品零售連鎖店市場仍處於發展初期。零售空間有限及開業成本高昂是進軍家品零售連鎖店市場的主要障礙。

我們提供「一站式」購物體驗，我們的特點是地點便利、品牌卓越、價錢合理、商品優質及產品組合獨特。我們相信，該等因素讓我們於香港、新加坡、馬來西亞、中國內地及澳門的大眾商品零售商、跨國家品零售連鎖店及大賣場競爭對手中脫穎而出。我們已於香港建立強勁品牌形象，並透過多個宣傳及換購計劃，加強品牌與所供應的產品是「物有所值」的聯想。我們的議價能力強而且全球供應商網絡龐大，讓我們可以按具競爭力的價格向供應商購買產品，從而讓我們以合理及具競爭力的價格向客戶提供優質產品。

有關我們競爭對手及家品零售市場的詳情，請參閱「行業概覽」。

保險

本集團的業務受涵蓋(其中包括)存貨、資產及店舖的保險保障。我們已投購全球海運預約保險，保障我們以海路自供應商運送至香港港口的商品。我們的保險亦涵蓋店舖及零售業務相關的風險及負債，包括關於我們的僱員、財產實體損失或損壞風險、第三方責任及僱員賠償。

我們相信，我們的保險覆蓋範圍與行業及地區慣例一致，對我們的業務經營而言為充足。我們不時審視及評估風險，並於適當時調整保險涵蓋範圍。有關詳情，請參閱「風險因素－與業務有關的風險－我們的保險範圍未必足以涵蓋所有損失」。

法律訴訟

於日常業務過程中，本集團不時涉及法律訴訟或其他糾紛，主要為第三方就若干自供應商採購的產品作出侵權申索。我們並無就該等法律訴訟產生大額法律成本及開支。我們目前並無且亦不知悉任何待決或對我們造成威脅的重大法律或行政訴訟、申索或糾紛。

監管合規

董事確認，於最後實際可行日期，本公司已取得於香港、新加坡、馬來西亞西部及澳門經營其業務所需的所有重大執照及許可證。下列為於最後實際可行日期的不合規事件(不論正在解決或本質並非嚴重的事件)，我們相信該等事件對本集團而言並不重大。

編號	事項	有關處分的法律及法規	糾正
1.	四間於馬來西亞西部的店舖未能取得必要的國內貿易合作社與消費事務部批准。 ⁽¹⁾	於馬來西亞從事分銷貿易的外國實體須於展開該等業務前取得國內貿易合作社與消費事務部批准。 據我們的馬來西亞西部法律顧問表示，由於此規定僅載於國內貿易合作社與消費事務部刊發的指引，並非馬來西亞國會通過的法案，亦非任何現有法律項下的法規，故若不符合此規定並不會受法律制裁。然而，國內貿易合作社與消費事務部可能就該不合規事宜施加其他制裁。例如，地方機關可能拒發馬來西亞法律可能規定的營業執照或許可證。	我們於2013年7月12日向國內貿易合作社與消費事務部提交全部必需文件。 國內貿易合作社與消費事務部於2013年7月25日就這四間在馬來西亞西部店舖授予批准。不合規事宜已完全糾正。
2.	中國內地兩間店舖未能註冊為分支且該兩間店舖無法取得營業執照。 ⁽²⁾	中國內地法律規定，公司於其所在地以外經營業務須成立分支，並就該分支取得由地方工商行政管理局出具的營業執照。 據我們的中國內地法律顧問表示，若未能註冊分支可能導致遭相關機關充公收入及／或徵收每間店舖最高人民幣30,000元的罰款。	其中一間店舖將於相關租賃協議於2013年10月31日屆滿時結束。我們正為餘下店舖申請營業執照，預期於上市前取得營業執照。 據我們的中國內地法律顧問表示，我們在糾正此不合規事宜方面概無重大法律阻礙。

業 務

編號	事項	有關處分的法律及法規	糾正
3.	未能所有中國店鋪取得消防安全檢驗批文。 ⁽²⁾	中國內地法律規定，任何於公眾聚集地點經營的店鋪均須於開業前申請消防安全檢驗，並取得消防安全批文或證書。 據我們的中國內地法律顧問表示，我們可能須暫停相關物業的店鋪業務，並可能就每間未能取得消防安全檢驗批文或證書的店鋪支付最多人民幣300,000元的罰款。	我們正在為所有店鋪申請消防安全檢驗批文或證書，惟其中兩間店鋪將於2013年10月租賃協議屆滿後結束。 於2013年8月21日，江蘇鍾星消防工程有限公司獲委任為我們的代理，為我們的中國內地店鋪申請消防檢查批文。進行檢查後，我們的中國內地代理將代為呈交消防檢查批文或證書的正式申請。我們預期店鋪的申請將於上市前進行(兩間如上文所述將於2013年10月關閉的店鋪除外)。據我們的中國內地法律顧問表示，假設相關當局不要求延後期限，消防檢查批文或證書一般約於申請呈交後一至兩個月授出。按此基準，假設有關申請概無其他不可預見的情況或複雜性，本公司預期將於本年年底獲取批文或證書。本公司將於上市後，在中報和年報內披露有關此糾正措施的進度。 任何因火災而起的潛在損失將自2013年9月3日開始投保。 據我們的中國內地法律顧問表示，我們在糾正此不合規事宜方面概無重大法律阻礙。

業 務

編號	事項	有關處分的法律及法規	糾正
4.	部分香港附屬公司未能於其公司資料出現若干變動時在指定時限內向香港公司註冊處處長備檔所需通知。	根據公司條例第45、92、107、109及158條(「相關條文」)，香港公司必須於其公司資料出現若干變動時在相關條文指定的時限內向香港公司註冊處處長備檔所需通知。 相關附屬公司及相關附屬公司違反有關規定的每名高級人員或會就該等先前的違反事項遭受第三級(10,000港元)或第五級(50,000港元)(視乎情況而定)的罰款，以及就相關條文項下每項逾期備檔遭受每日逾期罰款300港元(第三級)或700港元(第五級)(視乎情況而定)。	相關香港附屬公司已向香港公司註冊處處長備檔所有相關及必要指定表格及通知，本集團或任何相關附屬公司高級人員概無接獲任何有關該等逾期備檔事項而對本集團或任何相關附屬公司高級人員的任何潛在起訴的通知，或對本集團或任何相關附屬公司高級人員施加的處分。
5.	若干香港附屬公司(「相關香港附屬公司」)未能於在過往年度舉行的其各自的若干股東週年大會上呈列彼等各自的經審計賬目，及該等若干經審計賬目乃於相關股東週年大會日期前，超過九個月呈列於該等股東週年大會上。	根據公司條例第122條，香港公司的董事必須促使公司於其股東週年大會前編製並向公司呈列損益賬及資產負債表。該等賬目的日期必須為相關股東週年大會日期前九個月以內。 未能採取合理步驟遵守公司條例第122條的董事或會被監禁12個月及罰款300,000港元。	於2013年7月5日，各相關香港附屬公司的董事根據公司條例第122(1B)條向香港高等法院申請頒令糾正上述不合規事宜。於2013年8月15日，香港高等法院就各項有關申請作出所要求的頒令，以使下列各項生效：(i)取代公司條例第122(1)及122(2)條的規定，並批准向相關香港附屬公司提交相關經審計賬目；及(ii)延長公司條例第122(1A)所指定提交經審計賬目的時間。因此，相關香港附屬公司未能遵守公司條例第122條的情況已獲糾正。

業 務

編號	事項	有關處分的法律及法規	糾正
6.	未能根據中國法律規定登記我們的中國租賃協議。(2)	中國內地法律規定租賃協議必須向地方房地產行政管理局登記。 據我們的中國內地法律顧問表示，未能遵守此項規定可能導致就每項租賃物業（倘我們未能於有關機關指定的時限內糾正不合規情況）被處以人民幣1,000元至人民幣10,000元的罰款。	我們已與業主及／或有關各方討論，並將盡我們商業上合理之努力登記相關租賃協議。倘若若干該等租賃協議不能於屆滿時登記，本公司將與業主重新磋商以登記協議為續期條款的一部分，並考慮不續訂協議。 據中國內地法律顧問表示，為完成登記，我們需要業主合作。展望未來，每當在中國續訂租賃或訂立新租賃時，在作出決定前，我們將考慮所有相關因素及情況，包括業主所表示是否願意提供租賃協議登記事宜上的協助。 據我們的中國內地法律顧問表示，我們在糾正此不合規事宜方面概無重大法律阻礙，雖則糾正此不合規事宜須待業主合作，例如提供及登記總協議。
(1)	據我們的馬來西亞西部法律顧問表示，我們過往未能遵守國內貿易合作社與消費事務部的指引，並不會妨礙我們按目前計劃於馬來西亞西部擴展業務或開設新店鋪。		
(2)	據我們的中國法律顧問表示，我們將不會因此項有關中國內地店鋪的不合規事項而根據相關中國內地法律被限制或禁止開設新店。		

除上文所披露者外，我們確認，於最後實際可行日期，我們概無重大違反或觸犯我們適用的香港、新加坡、馬來西亞西部、中國內地或澳門法律及法規的事項，而可能對我們的整體業務或財務狀況構成重大不利影響。

為避免日後違反公司條例，本集團已採取及將採取下列步驟，確保日後妥為遵守公司條例項下的適用法律：

- 一 本集團將聘用富榮秘書服務有限公司（一家具有秘書經驗，專為香港上市公司提供專業公司秘書服務的事務所），以監督及處理本公司及其香港附屬公司的公司秘書事宜；

- 我們的執行董事兼財務總監鄭聲旭先生為香港合資格會計師，於會計及財務方面擁有逾20年經驗，為香港會計師公會會員，將監督本集團的會計事宜，並將與富榮秘書服務有限公司協力監督我們的香港附屬公司的公司秘書事宜；
- 我們的公司秘書顧菁芬女士為一名特許秘書，將監督有關本公司及其香港附屬公司的公司秘書事宜及相關法律及監管合規事宜；
- 本集團將聘用專業會計師審計本集團賬目；
- 本集團將聘用外部法律顧問，以於必要時就合規事宜提供意見；及
- 本集團已成立由我們的獨立非執行董事及非執行董事組成的審計委員會，以監督本集團的財務匯報及內部控制程序。

新法律或法規或執行現有法律或法規的變動可能對我們的營運造成影響。例如，儘管尚未落實確實的生效日期，但香港競爭條例的重要條文將於2013年或2014年生效。本集團將採取其認為恰當的措施，包括實施內部指引及培訓及監察本集團的行為，確保其將於新引入的香港競爭條例生效時遵守有關條例。

過往的不合規事宜乃由於本集團旗下在相關司法權區負責日常營運的當地人員的無心疏忽所致。

董事確認，本集團將於任何新店投入營運前向相關政府機關取得所有必要執照、批文、許可證及證書。為確保我們的海外業務營運遵守相關地方法律及法規，我們將會進行定期合規審查，包括完成將會處理有關下列各項合規事宜的清單(由我們的員工編製並由外聘法律顧問給予意見及定期審閱)：

- 營業執照及許可證；
- 租賃安排；
- 健康及安全規定；
- 地方財務申報規定；
- 稅務合規；及
- 其他適用法定規定。

我們於新加坡、馬來西亞西部及中國內地的合資夥伴以及我們在中國內地和澳門的零售業務主管，連同當地的人員，將會負責每年兩次在他們各自的司法權區完成該等合規審查。該等合規審查將透過收集及審閱所需文件及在有需要時諮詢相關地區的零售業務主管而完成。該等合資夥伴及零售業務主管將會每年兩次出席與相關地方附屬公司董事會的會議，以監督我們的海外合規事宜。舉行該等會議後，香港及中國內地的合規事宜情況將會向營運總監匯報，而新加坡、馬來西亞西部及澳門的合規事宜情況將會向魏女士匯報，魏女士及我們的營運總監各自在多個司法權區的零售業務及管理業務方面有豐富經驗。有關詳情請參閱「董事及高級管理層」。負責進行合規檢查及監督合規事宜的合資夥伴及零售業務主管，在各自的地區有豐富零售業務經驗，對相關規則規例有認識。其中，我們的新加坡合資夥伴(其在馬來西亞西部的零售行業及新加坡具備經驗)，亦將負責監察本集團在馬來西亞西部的業務；而我們最近委任一位中國內地的零售業務新主管，其曾效力本集團內不同崗位已逾十年。在該等不合規事宜在各自司法權區發生時，此等人士概無從事該等角色。所發現的任何重大事宜將向董事會匯報，以採取進一步行動及解決方案。

本公司亦可於必要或適當時諮詢新加坡、馬來西亞西部、中國內地及澳門的外聘法律顧問，以取得有關其當地業務的法律及監管規定以及在日常業務過程中產生的其他事宜的法律意見。其中，為進一步提升馬來西亞西部及中國內地的內部控制及監管合規措施，本集團正在各個該等司法權區委任外聘法律顧問恒常提供有關當地法律法規規定的顧問及諮詢服務。該等外聘法律顧問亦將周期性提供監管方面的資料更新，以令我們知悉任何額外的監管方面的責任。有關委任預期將於上市前敲定。

經考慮導致過往不合規事宜的事實及情況，該等不合規事宜的性質及重要性，以及本集團為避免再次發生該等不合規事宜而實行的內部控制措施，獨家保薦人認為該等過往不合規事宜並不影響董事擔任上市發行人董事的合適性。