

概 要

我們的業務

概覽

根據北京華通人報告顯示，以二零一二年營業額計，我們是第五大以廣東省為總部的民營汽車經銷集團。根據北京華通人報告，按二零一二年的營業額計算，綜觀全中國市場，我們為中國第78大汽車經銷集團，市場份額佔中國約0.1%。截至最後可行日期，我們經營13家經銷店，並且我們聯同我們的合營企業夥伴透過合營企業經營第14家經銷店，分布於中國五個省級地域的十個城市。其中六家經銷店位於廣東省境內。六家經銷店之中五家位於東莞市，即我們的集團總部所在。於最後可行日期，我們的4S經銷店涵蓋中高端及豪華品牌乘用車兼備的平衡組合，當中包括寶馬、雷克薩斯、豐田及現代。於二零一三年六月三十日，我們已取得初步授權(包括初步通知、無約束力批文或意向書)開設額外七家經銷店，包括兩家保時捷經銷店、三家寶馬經銷店、一家雷克薩斯經銷店及一家豐田經銷店，全部預計於二零一五年第一季末之前投入營運。基於我們經營東莞市基地所累積的經驗，我們得以支持將業務拓展到其他地區，尤其是廣東、福建和湖南等中國東南部省份。截至二零一零年、二零一一年及二零一二年十二月三十一日止年度，我們的營業額中分別有約81.9%、84.7%及84.2%乃從此區域的經銷店而來，而截至二零一三年六月三十日止六個月則為84.4%。我們專注於從三大方面提升經銷店層面的營運：實現快速存貨周轉率、提升每輛汽車銷售毛利率及拓展售後服務。請參閱本文件第108頁「業務 — 我們的競爭優勢」一節。我們依賴幹練的零售經理以在經銷店層面執行策略。我們通過培訓和人力資源管理，形成以數據為本的管理文化，強調利用定制化信息科技系統的協助，進行決策及採取相應行動，以提升經銷店層面的業務表現至最佳水平以及幫助總部監督經銷店。我們的培訓計劃有助於已有經銷店及新經銷店間複製以數據為本的管理方式，並在本集團內互相分享最佳的運營實踐。

產品及服務

我們為客戶提供各類的汽車相關產品與服務，包括乘用車的新車銷售，提供售後維修保養服務、零件與配件銷售、以及提供其他增值服務，譬如收購與出售二手乘用車，以及延保期服務及汽車保險分銷等。我們相信，齊備的產品及服務系列有助於我們與客戶維繫長遠關係，並在客戶身上開發多元化的盈利來源。我們希望奠定汽車產品與服務一站式供應商的地位。

概 要

營業額

我們的營業額乃來自乘用車銷售，當中亦包括銷售配套用品，以及提供售後服務。下表載列於往績紀錄期我們以類別及品牌分類的營業額明細：

	截至十二月三十一日止年度									截至六月三十日止六個月					
	二零一零年			二零一一年			二零一二年			二零一二年			二零一三年		
	營業額			營業額			營業額			營業額			營業額		
	銷量	金額	佔總額百分比	銷量	金額	佔總額百分比	銷量	金額	佔總額百分比	銷量	金額	佔總額百分比	銷量	金額	佔總額百分比
數量	人民幣千元	%	數量	人民幣千元	%	數量	人民幣千元	%	數量	人民幣千元	%	數量	人民幣千元	%	
	(未經審核)														
銷售乘用車															
豪華品牌															
寶馬.....	29	16,609	0.7	467	248,324	8.8	942	421,944	14.4	387	186,134	12.6	533	219,059	14.5
雷克薩斯.....	857	425,785	18.7	988	493,311	17.5	1,200	532,056	18.0	630	288,855	19.6	579	239,495	15.8
小計.....	886	442,394	19.4	1,455	741,635	26.3	2,142	954,000	32.4	1,017	474,989	32.2	1,112	458,554	30.3
中高端品牌															
豐田 ⁽¹⁾	8,475	1,534,603	67.3	9,863	1,702,025	60.3	9,304	1,501,153	50.9	4,670	789,843	53.5	5,291	759,987	50.1
現代.....	1,736	171,986	7.6	1,627	176,815	6.2	2,124	207,264	7.0	779	78,912	5.3	1,119	131,516	8.7
小計.....	10,211	1,706,589	74.9	11,490	1,878,840	66.5	11,428	1,708,417	57.9	5,449	868,755	58.8	6,410	891,503	58.8
總計(銷售乘用車).....	11,097	2,148,983	94.3	12,945	2,620,475	92.8	13,570	2,662,417	90.3	6,466	1,343,744	91.0	7,522	1,350,057	89.1
售後服務.....	不適用	130,614	5.7	不適用	203,583	7.2	不適用	287,080	9.7	不適用	132,729	9.0	不適用	164,469	10.9
總計.....	不適用	2,279,597	100.0	不適用	2,824,058	100.0	不適用	2,949,497	100.0	不適用	1,476,473	100.0	不適用	1,514,526	100.0

附註：

(1) 除另有指明者外，「豐田」的稱號包括一汽豐田、廣汽豐田及豐田(中國)供應予我們的車輛。

下表載列於往績紀錄期我們以銷售及服務種類分類的營業額明細：

	截至十二月三十一日止年度						截至六月三十日止六個月			
	二零一零年		二零一一年		二零一二年		二零一二年		二零一三年	
	營業額	佔總營業額百分比	營業額	佔總營業額百分比	營業額	佔總營業額百分比	營業額	佔總營業額百分比	營業額	佔總營業額百分比
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
	(未經審核)									
銷售乘用車										
乘用車銷售(不包括										
配套用品).....	2,089,132	91.7	2,544,220	90.1	2,572,323	87.2	1,302,811	88.2	1,290,757	85.2
配套用品.....	59,851	2.6	76,255	2.7	90,094	3.1	40,933	2.8	59,300	3.9
小計.....	2,148,983	94.3	2,620,475	92.8	2,662,417	90.3	1,343,744	91.0	1,350,057	89.1
售後服務.....	130,614	5.7	203,583	7.2	287,080	9.7	132,729	9.0	164,469	10.9
總營業額.....	2,279,597	100.0	2,824,058	100.0	2,949,497	100.0	1,476,473	100.0	1,514,526	100.0

除以上載列的的營業額外，我們亦產生其他收益及淨收入，主要包括分銷汽車保險產品的佣金收入，釐定基準為我們透過經銷店分銷的汽車保險產品數量及與相關保險公司協定的佣金比率，以及銀行存款的利息收入及出售物業、廠房及設備收益淨額。

概 要

毛利

下表載列於往績紀錄期我們以類別分類的毛利及毛利率明細：

	截至十二月三十一日止年度						截至六月三十日止六個月			
	二零二零年		二零一一年		二零一二年		二零一二年		二零一三年	
	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
	(未經審核)									
銷售乘用車.....										
中高端品牌.....	75,085	4.4	93,135	5.0	48,449	2.8	28,366	3.3	24,252	2.7
豪華品牌.....	31,078	7.0	47,967	6.5	36,934	3.9	24,011	5.1	15,609	3.4
小計.....	106,163	4.9	141,102	5.4	85,383	3.2	52,377	3.9	39,861	3.0
售後服務.....	44,790	34.3	88,607	43.5	139,379	48.6	62,271	46.9	90,066	54.8
總計.....	150,953	6.6	229,709	8.1	224,762	7.6	114,648	7.8	129,927	8.6

下表載列於往績紀錄期我們以銷售及服務種類分類的毛利及毛利率明細：

	截至十二月三十一日止年度						截至六月三十日止六個月			
	二零二零年		二零一一年		二零一二年		二零一二年		二零一三年	
	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
	(未經審核)									
銷售乘用車										
乘用車銷售										
(不包括										
配套用品).....	82,881	4.0	111,483	4.4	48,735	1.9	[37,239]	2.9	[7,971]	0.6
配套用品.....	23,282	38.9	29,619	38.8	36,648	40.7	15,138	37.0	31,890	53.8
小計.....	106,163	4.9	141,102	5.4	85,383	3.2	52,377	3.9	39,861	3.0
售後服務.....	44,790	34.3	88,607	43.5	139,379	48.6	62,271	46.9	90,066	54.8
總毛利.....	150,953	6.6	229,709	8.1	224,762	7.6	114,648	7.8	129,927	8.6

銷售新乘用車

我們的新乘用車銷量受多個因素影響，包括由我們的業務決定的因素，例如經銷店網絡拓展、銷售網絡營運及定價，亦有我們控制範圍以外的因素，例如市場需求、法規變更及宏觀經濟條件。我們在制定乘用車的零售價時，一般會參考汽車生產商的建議零售價及零售定價指引。然而，我們亦有空間決定我們的汽車零售價，使我們可因應市場環境以及存貨中的乘用車數量調整我們的定價策略。請參閱本文件第131頁「業務—我們的業務—銷售及服務—定價政策」一節。

激勵性返利

激勵性返利亦屬會影響我們從銷售新乘用車所得毛利的另一因素。若我們的年度業績達至某些標準，例如銷量、客戶滿意度及其他業績指標等方面，汽車生產商往往會向我們提供激勵性返利。汽車生產商所設定的特定目標會不時改變，但大部份目標

概 要

均參考銷量計算。請參見本文件第131頁「業務 — 我們的業務 — 銷售及服務 — 汽車生產商的激勵性返利」。若我們剔除激勵性返利所帶來的貢獻，將對我們的毛利率有重大負面影響。截至二零一零年、二零一一年及二零一二年十二月三十一日止年度，純利率分別約為2.2%、2.8%及1.6%，而截至二零一二年及二零一三年六月三十日止六個月則分別約為1.9%及3.0%。相比之下，未計激勵性返利的純利(淨虧損)率在截至二零一零年、二零一一年及二零一二年十二月三十一日止年度將分別約為0.4%、0.8%及(1.3%)，而截至二零一二年及二零一三年六月三十日止六個月則分別約為(0.2%)及(0.8%)。請參閱本文件第206頁「財務資料 — 影響我們財務狀況及經營業績的因素 — 來自汽車生產商的返利」一節。

對日本品牌汽車的依賴

我們以往營業額的一大部份非常依賴豐田品牌乘用車的銷售(較小程度上亦依賴雷克薩斯品牌乘用車)。截至二零一零年、二零一一年及二零一二年十二月三十一日止年度及截至二零一二年及二零一三年六月三十日止六個月，我們來自銷售豐田品牌汽車的營業額佔我們新乘用車銷售分別約71.4%、65.0%及56.4%以及分別約58.8%及56.3%。如豐田品牌汽車需求下滑，或豐田與我們終止任何經銷協議，均會對我們業務、財務狀況、經營業績及增長前景構成不利影響。包括豐田及雷克薩斯在內的日本品牌汽車銷量在二零一二年下半年確實曾經歷短暫下滑，董事相信原因為二零一二年九月爆發的中日釣魚島領土爭議，令豐田及雷克薩斯經銷店的銷量受挫。我們正積極擴闊品牌組合，以減少我們對任何個別品牌乘用車的銷售表現的依賴。請參閱本文件第129頁「業務 — 我們的業務 — 銷售及服務 — 銷售新乘用車」。

售後服務

我們的售後服務屬於我們業務的重要部分，因為此分部的毛利率相對較高，需求亦較穩定。售後服務的營業額主要由銷售零件以及提供保修期內外維修保養服務組成，較少部分來自提供若干其他汽車有關服務，如汽車登記服務收費及按揭貸款申請服務的佣金收入。截至二零一零年、二零一一年及二零一二年十二月三十一日止年度，有關服務的毛利率分別約為34.3%、43.5%及48.6%，而該等服務截至二零一二年及二零一三年六月三十日止六個月則分別為46.9%及54.8%。

經銷店網絡

我們在中國經營4S經銷店網絡。我們自二零零四年起開始在廣東省東莞市經營4S經銷店。至二零零八年三月，我們設有五家經銷店，全部皆位處東莞市。我們拓展經銷店取得初步成效，對於4S經銷店累積了核心的知識，建立了卓有成效的執行與營運程序，在各經銷店實施我們的業務策略。

概 要

為管理我們日益壯大的經銷店網絡，我們已採取若干程序以於新經銷店內培訓及運用適當的管理資源。我們委派一名店長到各間計劃中的新經銷店，店長會與我們的項目部聯手計劃及籌備新經銷店開業、根據本集團的標準經營程序在開業後管理新經銷店日常營運，以及將報告定期呈交至我們的總部。請參見本文件第119頁「業務 — 我們的業務 — 我們的經銷店網絡 — 地理位置」。下表載列於各所示日期由我們及我們的合營企業經營並按汽車品牌劃分的經銷店明細：

	現有經銷店數目				
	於十二月三十一日			於六月三十日	於最後 可行日期
	二零一零年	二零一一年	二零一二年	二零一三年	
豪華品牌					
寶馬.....	1	1	1	2	2
雷克薩斯.....	2 ⁽¹⁾	3 ⁽¹⁾	3 ⁽¹⁾	4 ⁽¹⁾	4 ⁽¹⁾
小計.....	3	4	4	6	6
中高端品牌					
豐田 ⁽²⁾	5	6	6	6	6
北京現代.....	1	2	2	2	2
小計.....	6	8	8	8	8
總計	9	12	12	14	14

附註：

- (1) 現有經銷店數目包括我們擁有49%股權並透過與我們的合營企業夥伴共同經營的合營企業之一家經銷店(東莞美東)。該經銷店的收益及銷售額並不併入我們的合併財務業績。有關我們持有該實體權益的資料載於本文件附錄一會計師報告B節附註14。
- (2) 除另有指明者外，「豐田」即指由一汽豐田、廣汽豐田及豐田(中國)向我們供應的車輛。

我們的策略乃透過自然增長及收購，持續擴張經銷店網絡，專注於我們熟悉及投資回報可觀的地區。請參閱本文件第115頁「業務 — 我們的策略 — 通過自然增長及收購進一步拓展4S經銷店網絡，專注發展我們策略基地中增長迅速的地區」。於二零一三年六月三十日，我們已獲得製造商的初步通知、無約束力批文或意向書，可開設七間新4S經銷店，其中六間經營超豪華及豪華品牌，而其中一間將會經營中高端品牌。我們計劃其中五間經銷店會設於中國東南部省份，其餘兩間計劃設於中國其他地區。其中兩間經銷店會為保時捷經銷店。據北京華通人的調研顯示，二零零六年至二零一二年期間，保時捷汽車銷量每年佔中國超豪華車板塊全年銷售超過約80%。我們新4S經銷店的談判及規劃正處於不同階段。我們預期於與汽車生產商的商議接近尾聲時會訂立具法律效力的經銷協議。董事預期有關經銷協議將於4S經銷店預期開業時間或前後

概 要

如下表所列達成。請參閱本文件第125頁「業務 — 我們的業務 — 我們的擴張計劃」。下表載列於二零一三年六月三十日我們已獲得初步授權開設的新4S經銷店明細：

經銷店	城市	省份	是否已開始施工	開始運作的預計日期
超豪華及豪華品牌				
保時捷				
佛山東保.....	佛山	廣東	是	二零一四年第三季
汕頭東保.....	汕頭	廣東	否	二零一五年第一季
寶馬				
承德美寶行.....	承德	河北	是	二零一四年第一季
常德美寶行.....	常德	湖南	否	二零一四年第一季
北京美寶行.....	北京	北京	否	二零一五年第一季
雷克薩斯				
龍岩美東.....	龍岩	福建	否	二零一四年第二季
中高端品牌				
一汽豐田				
東莞東美鳳崗分公司.....	鳳崗	廣東	否	二零一四年第一季

經銷協議

我們各間4S經銷店的營運主要由其各自與汽車生產商之間的經銷協議規限。我們的授權經銷協議並非獨家，而初始授予的年期為一至三年，而汽車生產商可據不同原因以書面通知的形式終止我們的協議。根據各4S經銷協議，各間經銷店僅可於該特定經銷店及於指定地區內出售一個車輛品牌的車輛。此外，根據我們的經銷協議，我們一般須(i)提供售後服務；(ii)定期提供銷售、存貨及其他相關資料；(iii)舉行銷售及營銷活動，並配合汽車生產商安排的銷售及營銷活動；及(iv)使用汽車生產商指定的商號、商標及其他形式的品牌識認。請參見本文件第137頁「業務 — 銷售及服務 — 經銷協議的重要條款」。

物業

我們在中國佔用若干物業作業務營運之用。有關物業用作非物業活動，而且該等物業主要用作汽車銷售及服務、辦公室及輔助用途。部份有關物業有業權缺憾。下表載列於最後可行日期業權有缺憾的自有物業的若干資料：

附屬公司	業權缺憾性質及成因 ⁽¹⁾	預計完成修正過程時間 ⁽²⁾
蘭州美東.....	目前用途不合乎指定用途。 我們從該蘭州市部門(為三方土地使用權轉讓合同的其中一方)了解到，對方會協助我們使用途差別變更得以生效。	二零一四年十二月

附註：

- (1) 所有詞彙釋義請參見本文件第153頁。
- (2) 完成修正過程的預計時間乃依據本公司經與相關政府部門洽商後所作的最佳估計而定。

概 要

下表載列於最後可行日期業權有缺憾的租賃物業的若干資料：

編號	附屬公司	業權缺憾性質及成因
1	東莞東美	目前用途不合乎指定用途。業主未能及時修正業權缺憾。
2	東莞東美 (鳳崗分公司)	物業位於集體擁有土地，相關業權證亦未獲取。業主未能及時修正業權缺憾。
3	東莞東鑫	目前用途不合乎指定用途。業主未能及時修正業權缺憾。
4	東莞冠豐	相關業權證尚未獲取。業主未能及時修正業權缺憾。
5	泉州美東	目前用途不合乎指定用途。業主未能及時修正業權缺憾。
6	廈門美東	目前用途不合乎指定用途。業主未能及時修正業權缺憾。
7	北京中業	物業位於國有分配土地，目前用途亦不合乎指定用途。業主未能及時修正業權缺憾。
8	長沙美東	物業位於集體擁有土地，相關業權證亦未獲取。業主未能及時修正業權缺憾。
9	佛山東保	物業位於集體擁有土地，相關業權證亦未獲取。業主未能及時修正業權缺憾。
10	汕頭東保	物業位於國有分配土地，目前用途亦不合乎指定用途。業主未能及時修正業權缺憾。
11	東莞東粵	目前用途不合乎指定用途，相關業權證亦未獲取。業主未能及時修正業權缺憾。

截至二零一零年、二零一一年及二零一二年十二月三十一日止年度及截至二零一三年六月三十日止六個月，我們在上文中自有及租賃的業權有缺憾物業中營運所產生的收益分別約為人民幣1,684.2百萬元、人民幣1,904.5百萬元、人民幣1,855.3百萬元及人民幣953.6百萬元，佔我們總收益約73.9%、67.4%、62.9%及62.9%。同期，於最後可行日期，從業權無缺憾的物業上營運所產生的收益分別約為人民幣595.4百萬元、人民幣919.5百萬元、人民幣1,094.2百萬元及人民幣560.9百萬元，分別佔我們的總收益26.1%、32.6%、37.1%及37.1%。請參見第152頁「業務—物業」。

客戶及客戶安排

我們的客戶主要包括個人汽車買家及用家以及一定數量的企業。由於我們屬零售性質，往績紀錄期間，我們並無任何單一顧客佔總營業額1%以上。銷售新乘用車時，我們與客戶之間的標準銷售合約列明銷售的條款及條件，包括價錢及交付日期。我們一般規定買家於簽署銷售合約時繳交全額價格的10%作為押金，當交付日期前全額購買價已經繳付時，我們會在交付日期將乘用車交付予買家。

存貨管理

我們積極監察經銷店內車輛及零件的存貨水平。我們的政策為儘可能保持最少而又符合若干經銷協議規定的合理適當的存貨。足以滿足客戶一般所需。於二零一零年、二零一一年及二零一二年，我們的平均存貨周轉日數(定義及更進一步探討請參見第232頁「財務資料—存貨分析」一節)分別為28.2日、33.6日及37.8日，而截至二零一三年六月三十日止六個月則為44.2日。我們的銷售計劃乃按每間經銷店的存貨水平制訂。

概 要

經銷店店長根據經銷店所提供的資料每週評估及計劃採購及銷售，並提出措施，針對各間經銷店以提高存貨周轉速度。請參見第149頁「業務－存貨管理」。

合併經營業績

下表載列所示期間合併全面收益表：

	截至十二月三十一日止年度						截至六月三十日止六個月			
	二零一零年		二零一一年		二零一二年		二零一二年		二零一三年	
	人民幣千元	佔營業額 百分比	人民幣千元	佔營業額 百分比	人民幣千元	佔營業額 百分比	人民幣千元	佔營業額 百分比	人民幣千元	佔營業額 百分比
							(未經審核)			
營業額.....	2,279,597	100.0	2,824,058	100.0	2,949,497	100.0	1,476,473	100.0	1,514,526	100.0
銷售成本.....	(2,128,644)	(93.4)	(2,594,349)	(91.9)	(2,724,735)	(92.4)	(1,361,825)	(92.2)	(1,384,599)	(91.4)
毛利.....	150,953	6.6	229,709	8.1	224,762	7.6	114,648	7.8	129,927	8.6
其他收益及淨收入.....	13,492	0.6	18,176	0.6	19,800	0.7	8,702	0.6	20,374	1.3
分銷成本.....	(49,966)	(2.2)	(70,970)	(2.5)	(89,368)	(3.0)	(42,837)	(2.9)	(41,881)	(2.8)
行政開支.....	(39,028)	(1.7)	(54,340)	(1.9)	(58,519)	(2.0)	(26,980)	(1.8)	(34,232)	(2.3)
經營溢利.....	75,451	3.3	122,575	4.3	96,675	3.3	53,533	3.6	74,188	4.9
融資成本.....	(17,283)	(0.8)	(32,215)	(1.1)	(43,158)	(1.5)	(21,575)	(1.5)	(19,148)	(1.3)
應佔一家聯營公司(虧損)/溢利.....	(1,510)	(0.1)	299	—	(523)	—	(376)	—	612	—
應佔一家合營企業溢利.....	8,740	0.4	10,401	0.4	8,586	0.3	4,486	0.3	4,987	0.3
除稅前溢利.....	65,398	2.9	101,060	3.6	61,580	2.1	36,068	2.4	60,639	4.0
所得稅.....	(15,092)	(0.7)	(22,983)	(0.8)	(13,797)	(0.5)	(8,119)	(0.5)	(14,865)	(1.0)
年/期內溢利及全面收益總額.....	50,306	2.2	78,077	2.8	47,783	1.6	27,949	1.9	45,774	3.0

市況疲弱及釣魚島事件影響

中國乘用車市場受中國市況轉差以及中日雙方在二零一二年九月爆發有關釣魚島的領土糾紛影響。往績紀錄期間，我們中高端乘用車及豪華乘用車的平均售價均有所下滑。乘用車所有市場區塊的平均售價於截至二零一二年十二月三十一日止年度一致下滑的原因主要為中國市況普遍疲弱。釣魚島事件對我們的日本品牌乘用車豐田及雷克薩斯的需求造成另一重打擊。截至二零一二年十二月三十一日止年度，我們的乘用車銷量及營業額之按年增長較截至二零一一年十二月三十一日止年度為慢。此外，截至二零一二年十二月三十一日止年度，毛利及純利亦較截至二零一一年十二月三十一日止年度下滑。我們相信有關方面在截至二零一二年十二月三十一日止年度的按年增長放緩及下滑主要因為市況疲弱及期內發生的釣魚島事件。我們亦因應嚴峻的市況，在二零一二年放慢擴張計劃，推遲若干新經銷店的建設以及終止我們開設若干其他新經銷店的初步授權。然而，我們預計會透過收購現有經銷店及發展新經銷店，包括在二零一五年第一季末前開設七間新經銷店，有望重拾擴張速度。請參見本文件第133頁「業務－我們的業務－銷售及服務－市況疲弱及釣魚島事件影響」。

概 要

未來展望

儘管中國市況疲弱及面臨其他挑戰，董事相信本集團的業務仍可持續發展。往績紀錄期間，我們的毛利率主要受市況影響而相當波動，同時亦有來自售後服務營業額上升的正面影響。我們的毛利率由截至二零一零年十二月三十一日止年度的約6.6%升至截至二零一一年十二月三十一日止年度的約8.1%，其後跌至截至二零一二年十二月三十一日止年度的約7.6%。我們的毛利率由截至二零一二年六月三十日止六個月的約7.8%上升至截至二零一三年六月三十日止六個月的約8.6%。

銷售乘用車業務時有波動，且受多個外來因素影響，例如我們銷售的汽車品牌是否成功、行業狀況、宏觀經濟狀況及其他因素。銷售乘用車的毛利率由截至二零一零年十二月三十一日止年度的約4.9%升至截至二零一一年十二月三十一日止年度的約5.4%，然後跌至截至二零一二年十二月三十一日止年度的約3.2%。二零一二年的下跌主要受市況疲弱拖累。根據北京華通人報告，汽車經銷商的市況預期會在二零一三年改善。我們的乘用車銷售毛利率由截至二零一二年六月三十日止六個月的約3.9%下跌至截至二零一三年六月三十日止六個月的約3.0%，主要因為我們售出的中高端汽車數量上升，令毛利率較低的中高端汽車於我們在截至二零一三年六月三十日止六個月的乘用車銷量所佔比例更大。此外，同期我們乘用車平均售價下跌，因為我們向客戶提供更多車價折扣，力求增加售出汽車數目以及在此等汽車買家身上取得更多高毛利率增值服務的收益，例如提供汽車登記服務及提供按揭貸款申請服務。來自售後服務的表現較不受市況變動所影響。於往績紀錄期，我們在售後服務錄得強勁增長，且在毛利率方面亦有所上升。來自售後服務的毛利率由截至二零一零年十二月三十一日止年度的約34.3%增至截至二零一三年六月三十日止六個月的54.8%。本集團的售後服務營業額比重由截至二零一零年十二月三十一日止年度的約5.7%增至截至二零一三年六月三十日止六個月的10.9%。

因此，董事相信雖然市場波動為影響乘用車銷售的主要因素，長遠而言銷售乘用車業務仍屬穩定。再者，預期即使短期乘用車銷售收益如有任何不利波動，亦會得到我們日益增長的售後服務收益部份抵銷。故此，因上述理由，我們的整體業務仍然可持續。

《家用汽車產品修理、更換、退貨責任規定》

根據三包規定，保證維修、替換及退回家用汽車產品的責任（「三包」）須由家用汽車產品賣方承擔。若責任可歸咎於生產商或其他經銷商，則賣方有權向家用汽車產品生產商或其他經銷商追討賠償。參見本文件第68頁「法規 — 適用中國法律及法規 — 中國汽車業 — 家用汽車保證」。就三包規定而言，我們已在除汽車生產商外的供應商合約及客戶銷售合約中作出修改，以符合或處理由三包規定引起的事項。例如，在我們的客戶銷售合約中，我們已加入規定釐清我們對消費者在三包規定的若干章節下的責任範圍，並描述三包規定特別指明我們獲豁免於其規定的情況。此外，在我們與非汽

概 要

車生產商的供應商之間的供應商合約中，我們已添加規定以釐清按照三包規定有關我們將發現有生產瑕疵的產品退回予供應商的程序。我們預期汽車生產商亦會嘗試調整經銷協議的條款以符合或處理由三包規定引起的事項。董事認為，三包規定對我們的經營業績有重大不利影響的機會甚微，因為我們為於往績紀錄期間所提供的汽車之汽車生產商保修期條款一般符合或超出三包規定的要求，而且根據我們在處理客戶保修申索方面的經驗，我們不預期由三包規定帶來的維修、替換及退貨申索在數量及性質上會有重大改變，而在任何情況下，我們預期將可就大部份因三包規定引起的客戶對汽車產品提出的維修、替換及退貨申索，向汽車生產商要求及獲得退款。

持股架構

於最後可行日期，本公司全數已發行股本由晉帆擁有。緊接●完成後(不計及根據●行使可能發行的任何股份，以及根據購股權計劃可能授出的購股權)，晉帆會直接擁有我們經擴大已發行股本的約●%，而晉帆公司(於最後可行日期為晉帆的唯一股東)於我們的經擴大已發行股本中間接擁有約●%。晉帆公司為葉氏家族信託的信託資產，該信託為可撤回酌情家族信託，由葉帆先生以創立人身份創立。葉氏家族信託的委託對象包括葉氏兄弟及部份家屬。故此，葉帆先生連同及透過晉帆公司及晉帆為我們的控股股東。為進一步激勵主要僱員及使其利益與本集團一致，我們已採納購股權計劃，據此，我們日後或向僱員授出購股權以認購股份。倘該等購股權獲全面授出及行使，將發行新股份，股數佔我們於緊隨●完成後及假設並無行使●的已發行股本最多10%。有關購股權計劃及據此將會授出購股權的進一步詳情，請參閱本文件附錄五第V-20頁「D.購股權計劃」一節。

股息政策

自註冊成立日起，本公司並無派付或宣派股息。東莞美東分別就截至二零一零年及二零一二年十二月三十一日止年度向其當時的股東大東集團宣派及派付總額約為人民幣2.9百萬元及人民幣11.8百萬元的現金股息。廈門美東亦就截至二零一二年十二月三十一日止年度向其當時的股東大東集團宣派及派付總額約為人民幣12.0百萬元的現金股息。於二零一三年五月，東莞東美、東莞東鑫、東莞東部、東莞冠豐、廈門美東及株洲美寶行向該等中國附屬公司的當時股東，包括大東集團以及本集團一間附屬公司的非控股股東，宣派股息合共約人民幣169.9百萬元。此等股息中，人民幣126.2百萬元以抵銷我們應收大東集團而尚未收回款項的方式清償，人民幣11.4百萬元在二零一三年五月以現金支付，人民幣29.0百萬元在二零一三年六月以現金支付，而人民幣3.3百萬元則以現金於二零一三年九月付予本集團一間附屬公司的非控股股東。●後，宣派股息須待董事會及當時股東批准後，方可作實。任何股息一旦派付，其支付及金額

概 要

會取決於經營業績、現金流量、財務狀況、有關我們支付股息的法定及監管限制、日後展望及其他我們認為有關的因素。支付股息時亦可能受法例及我們現受其所制或日後或會訂立的財務協議所限制。我們以往宣派及作出的分派金額不應視作我們日後可能會支付股息(如有)的指標。

近期發展

下表載列按截至二零一三年九月三十日止三個月及二零一二年同期的未經審核綜合財務報表根據類別顯示的營業額、銷量、平均售價、毛利及毛利率明細：

	截至九月三十日止三個月(未經審核)									
	二零一二年					二零一三年				
	銷量	營業額	平均售價	毛利	毛利率	銷量	營業額	平均售價	毛利	毛利率
數量	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	%	數量	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	%	
銷售乘用車										
中高端品牌.....	3,036	426,971	141	7,059	1.7	3,510	467,707	133	12,822	2.7
豪華品牌.....	639	266,688	417	6,353	2.4	785	333,919	425	11,388	3.4
小計.....	3,675	693,659	189	13,412	1.9	4,295	801,626	187	24,210	3.0
售後服務.....	不適用	78,285	不適用	39,653	50.7	不適用	97,353	不適用	52,027	53.4
總計.....	不適用	771,944	不適用	53,065	6.9	不適用	898,979	不適用	76,237	8.5

風險因素

閣下投資於●時會涉及風險，當中我們相信或屬相對重大者包括：我們在授權經銷協議中依賴數家主要汽車生產商及其品牌的銷售表現；中國汽車經銷市場競爭日益激烈；政府對購置及擁有汽車的政策以及中國消費者的消費情況波動；以及中國與日本及／或其他國家的政治關係惡化。上文所列者並非風險因素之全部。風險因素的詳細探討請參見本文件「風險因素」。