

業 務

概覽

我們是建基於中山市石岐成立已久的百貨連鎖店，歷史逾18年，主營地區在中國廣東省及山東省，並正拓展至中國江蘇省。根據Euromonitor，按零售銷售值計（不含銷售稅），我們於2012年在中國廣東省的十大綜合零售商中排名第六。此外，我們是中國廣東省唯一一間專注於中國廣東省二線及三線城市的十大綜合零售商。旗下門店的市場定位為購物環境時尚、瞄準中高收入群體的百貨店。於最後實際可行日期，我們的零售網絡包括13間門店（包括十間百貨店及三間社區店），零售空間合共超過279,770平方米。

過往18年的發展中，我們掌握中國零售業增長機遇，將「益華百貨」發展為中國廣東省的零售品牌。基於我們目前專注於本地市場而非地區市場的策略，我們於1995年在中山開始經營業務後一直專注於二、三線城市，而非一線城市。經審慎考慮零售業的發展模式以及中國宏觀經濟趨勢及政策環境，我們一直奉行的策略是避免在直轄市及省會等大城市（其零售業的特點為同質化及競爭激烈）設立門店，並在經濟發展正值增長階段、商業發展潛力較佳的地級市重點發展門店。本公司相信此舉亦符合行業趨勢。根據Euromonitor報告，連鎖企業不斷滲透較低層級城市和富裕農村地區，是綜合零售商的發展趨勢和主要驅動力之一。

以具競爭力的成本（如較低租金成本）於新開發地區成立新百貨店，讓我們可抓緊區內由新興發展市場、人口增長、生活質素和水平不斷提升所帶來的機遇，以至更大的顧客需求，同時得以控制經營開支。隨著區內發展成熟，我們的門店連同鄰近的其他現有或未來業務將吸引人流，帶來互惠互利的裨益。若干互補業務包括益華投資集團所擁有的業務。在營運方面，我們採取結合時尚百貨店（設超市、電器及傢具業態）與餐飲、娛樂、休閒服務於大型城市綜合體的模式。過往，我們發揮門店所在城市的增長及城鎮化優勢促進增長，爭取自身發展。

我們門店的商品一應俱全，涵蓋手錶及珠寶首飾等奢侈品以至電器、雜貨、服裝、化妝品、紡織品、運動服裝、床上用品、兒童產品及家庭用品等日用品。憑藉門店國內外品牌商品以及舒適的環境，我們致力為顧客提供稱心滿意的購物體驗。

業 務

除(a)僅設百貨店業態的太陽城店及陽春店；(b)設有百貨店及超市業態的泰安店（龍潭）及英德店；及(c)設有百貨店、超市及傢具業態的陽江店外，我們的百貨店一般設有三種業態，即(i)百貨店業態；(ii)超市業態，亦即「益華樂家超市」；(iii)電器業態，亦即「益華四海電器」。傢具業態，亦即「益華世家」於2013年成立，目前僅設於中山店（主力店）、陽江店及江門店。董事相信，於旗下門店設立不同業態可設改善門店的商品組合。聯同其他配套零售及服務網點，我們的門店將打造一站式的購物體驗，成為集餐飲、娛樂及休閒服務於一體的綜合時尚百貨店。

於開設新店時，我們的管理團隊積極參與，根據彼等的過往經驗就不同開發階段提供意見，我們相信能有效節省裝修開支並促使新店加快開業。與我們在發展未臻成熟的地區開設新百貨店的業務策略一致，由於在發展未臻成熟的地區開店，我們能以較具競爭力的租金成本設立新店。我們相信，以較具競爭力的成本於新開發區設立門店對我們的成功及長遠發展至關重要。董事認為，避免於高度發展及具既定顧客基礎的地區設立門店，我們的門店初期可享有較低的啟動成本，其後亦可隨著當地客流量、生活質素和條件的改善，把握更高的利潤增長潛力。

我們一直積極致力以知名的「益華百貨」品牌經營百貨連鎖店，展望未來，我們的業務發展策略是於我們認為在消費開支以及經濟方面可長遠持續增長，並擁有優厚市場潛力的中國城市設立更多百貨店及社區店。

本集團致力誠信經營，並因此備受地方社區、中國行業機構及政府機關一致嘉許。本集團獲得的獎項及嘉許（其中包括）如下：

- 「廣東省著名商標」；
- 「企業信用評價AAA級信用企業」；
- 「連續十五年廣東省、中山市守合同重信用企業」；
- 「全國售後服務行業十佳單位」；及
- 「2010年及2012年度廣東連鎖五十強企業」。

業 務

我們亦組織及參與各類地方社區服務，支持地方社區的發展，進而與顧客建立深厚關係。有關業務及社會福利的其他獎項及嘉許的詳情，請參閱本節「獎項及嘉許」一段。

截至2012年12月31日止年度及截至2013年5月31日止五個月，我們的持續經營業務收益分別為約人民幣678.9百萬元及約人民幣302.4百萬元。同期本公司權益持有人應佔利潤分別為約人民幣42.6百萬元及約人民幣12.3百萬元。

在穩定且經驗豐富的管理層的帶領下，憑藉與眾多知名的國內外品牌的長期合作關係，自1995年於中山市開設首間百貨店至最後實際可行日期，我們的業務已擴張至覆蓋中國廣東省及山東省多個城市的13間門店。我們現正開設三間新門店，於中國廣東省、江蘇省及山東省各設一間，預期該等門店將於2014年及2015年陸續開業。

我們的競爭優勢

我們相信，以下為我們的主要競爭優勢。

「益華百貨」品牌深受顧客、中國行業機構及政府機關信賴

我們創辦並經營深受顧客、中國行業機構及政府機關信賴的知名品牌「益華百貨」，現已被視為質量保證。本集團屢獲獎項及嘉許，包括：

- 「廣東省著名商標」；
- 「企業信用評價AAA級信用企業」；
- 「連續十五年廣東省、中山市守合同重信用企業」；
- 「全國售後服務行業十佳單位」；及
- 「2010年及2012年度廣東連鎖五十強企業」，

有關我們的多項其他獎項及嘉許的詳情，請參閱本節「獎項及嘉許」一段。

業 務

我們從事各種品牌建設活動，如於旗下門店舉辦食品文化節、名人活動等。我們相信，「益華百貨」品牌及我們的門店定位可讓顧客將我們旗下的門店與競爭對手區別，進而持續吸引顧客惠顧我們的門店。

憑藉經營旗下門店積累的經驗，我們了解地方社區的需求，並得以在經營所在的不同市場優化定位，以期進一步擴大現有市場的市場份額。憑藉悠久歷史、品牌知名度及優質服務，相信我們已具備充分條件把握中國零售業的增長潛力。

門店選址和擴張經驗豐富

我們在選擇未來發展潛力優厚的合適地段方面擁有豐富經驗。

我們的管理團隊根據彼等過往的經驗，積極參與中國江門商業綜合體從初步設計到後期建設的各個階段，以根據我們的零售業務的具體需要開發樓宇的構築物及固定裝置。我們相信其參與能有效節省江門店的裝修開支並使其店加速開業。

我們相信，以較具競爭力的成本，於新開發區設立門店對本集團的成功及長遠發展至關重要。董事認為，避免於發展成熟及具既定顧客基礎的地區設立門店，我們的門店初期可享有較低的啟動成本，其後掌握由於該地區就業機會增加、人口增長以及生活質素及水平不斷改善所帶來的機遇，從而令顧客的需求量增加。

為配合我們的業務策略，我們繼續在我們認為經濟增長前景理想的中國城市經營門店。

促銷活動別具創意，社區關係穩定鞏固

我們一直在發掘顧客方面作出新嘗試，帶領營銷促銷活動的潮流，包括：

- 於2000年之前以VIP卡計劃設立顧客忠誠計劃已久；
- 向若干VIP卡會員提供免費旅遊以體驗旗下其他門店的「吃住玩購為一體的一站式中心」；
- 自2007年起創辦《優尚》雜誌；及

業 務

- 與駐中國的外國總領事館聯合舉辦食品文化節。

有關進一步詳情及本集團若干其他營銷促銷活動，請參閱本節「營銷及促銷」分段。

我們亦積極投身社會公益。本集團及其僱員積極參與多項公共、慈善及社交活動，包括2009年舉辦汶川地震一周年義賣活動以及於2012年參加中山慈善萬人行。此外，本集團一直與中國多間職業學校合作，為該等學校的學生提供培訓機會以及向該等學校贊助辦學資金。

商品優質卓越，選擇一應俱全

我們旗下門店的商品一應俱全，涵蓋奢侈品到日常必需品。我們的門店結合國內外品牌商品以及舒適的環境，致力為顧客提供稱心滿意的購物體驗。

我們目前於旗下門店出售1,000多個品牌，不時重新評估品牌組合，亦定期監控各專營銷售商的每月銷售數字，以檢討其認受性。我們不時調整採購策略，緊貼顧客不斷變化的需求及品味，以迎合最新市況。

我們相信旗下門店產品的價格相當具競爭力，尤其是電器、床上用品、兒童產品及日常必需品等直接向製造商採購的商品。對於向分銷商或代理採購的產品，我們通常於供應商的合約中納入一項條款，允許我們調整零售價，價格水平與相關分銷商或代理於指定地區就相同產品向其他顧客所提供者相同。

經濟規模效益

目前，我們在中國廣東省及山東省擁有13間連鎖門店，藉此享有並持續擴大經濟規模效益。我們享有以下優勢：

- 對直接供應商、專營銷售商及第三方整體有較高的議價能力；
- 品牌知名度及促銷活動共享優勢；
- 顧客忠誠度共享優勢；

業 務

- 透過忠誠計劃以及銷售數字收集更大量顧客喜好及消費趨勢數據；及
- 在營銷、營運、物流、培訓及管理方面實現成本效益。

資深穩定的管理團隊帶領及激勵員工

我們由一支資深穩定的管理團隊帶領，我們的執行董事大部分自我們成立後一年內一直效力至今。全體執行董事於中國零售市場的工作經驗逾18年，而大部分高級管理人員於中國零售市場的工作經驗則逾八年。有鑑於此，我們的管理團隊（由執行董事及高級管理人員組成）在中國廣東省內外開拓新的潛在市場、與地方社區建立關係、採購商品、顧客趨勢及消費習慣、供應商及專營銷售商管理、以及經營拓展零售網絡及百貨連鎖店方面均具備豐富經驗。

此外，我們相信員工是我們的成功關鍵之一。為確保服務質素令顧客滿意，我們已為全體僱員及專營銷售商的銷售人員設立標準化僱員培訓計劃，根據其個人表現建立評估獎勵制度，以激勵僱員提供符合顧客期望的優質服務。進一步詳情請參閱本節「員工及培訓」一段。

我們的業務策略

有關本集團未來計劃的詳情載於本文件「未來計劃」一節。

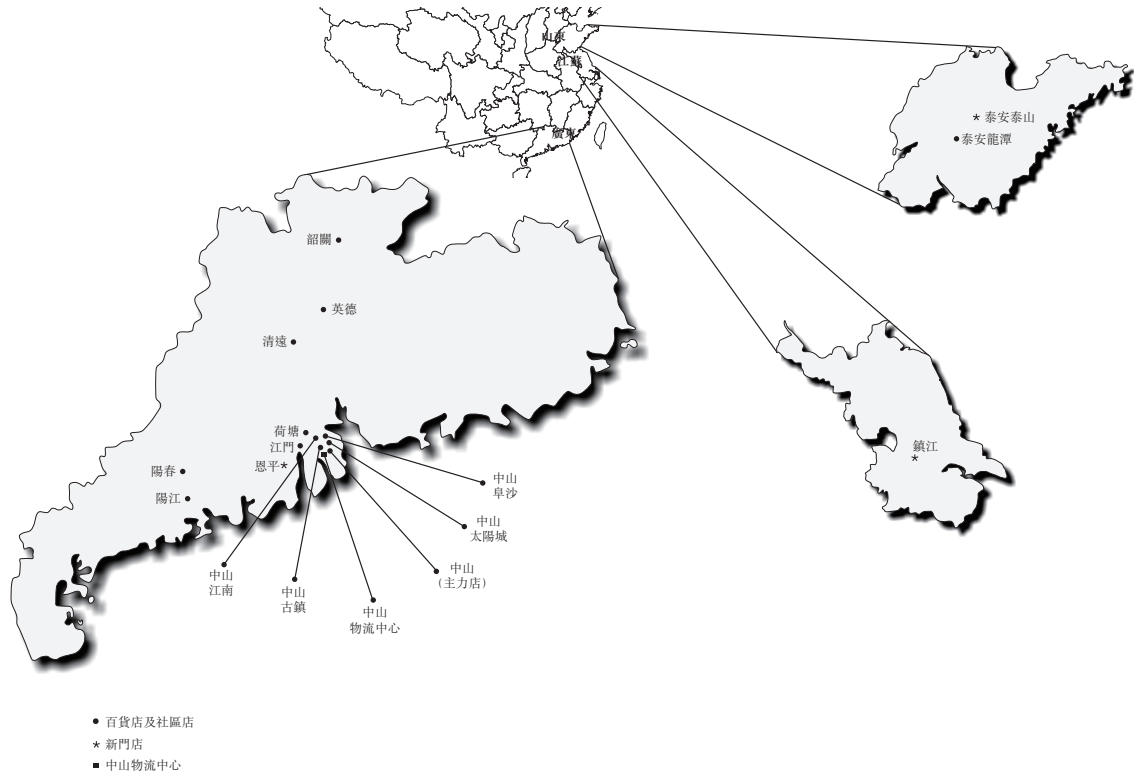
我們的營運

零售網絡

現有門店

於最後實際可行日期，我們的零售網絡包括於中國廣東省及山東省八個城市以「益華百貨」品牌經營的13間門店（十間百貨店及三間社區店）。我們現正開設三間新門店，於中國廣東省、江蘇省及山東省各設一間，預期該等門店將於2014年及2015年陸續開業。下圖說明於最後實際可行日期，我們經營中及將予開設門店的地理分佈。

業 務



下表載列門店的地理位置、開業日期、建築面積及租期。

| 門店 | 於最後實際 可行日期 設於門店內 的業態 | 於中國 所在位置 (省市) | 開業年份 | 總建築面積 (附註1) (平方米) (概約) | 概約租期(有關租約的 最早屆滿年份) (附註2) | 關連交易 (附註3) |
|---------------------|---|---------------------|-------|---------------------------------|---|---------------|
| 百貨店 中山店 (主力店) | <ul style="list-style-type: none"> 百貨店 電器 超市 傢具 | 廣東中山 | 1995年 | 48,121 | 18年零8個月 (2008年9月1日至 2027年4月30日) | |
| | | | | | 18年零8個月 (2008年9月1日至 2027年4月30日) | |
| | | | | | 4年零2個月 (2013年3月12日 至2017年5月31日) | C |
| | | | | | 4年零2個月 (2013年3月12日至 2017年5月31日) | C |
| | | | | | 1年零9個月(2013年3月12日 至2014年12月31日) (附註4) | C |

業 務

| 門店 | 於最後實際 可行日期 設於門店內 的業態 | 於中國 所在位置 (省市) | 開業年份 | 總建築面積 (附註1) (平方米) (概約) | 概約租期(有關租約的 最早屆滿年份) (附註2) | 關連交易 (附註3) |
|------|---|---------------------|-------|-------------------------------------|---|---------------|
| | | | | | 10年 (2012年9月1日 至2022年8月31日) | C |
| | | | | | 1年零9個月 (2013年3月20日 至2014年12月31日) (附註4) | C |
| 古鎮店 | <ul style="list-style-type: none"> • 百貨店 • 電器 • 超市 | 廣東中山 | 2006年 | 14,789 | 12年零6個月 (2006年7月1日至 2018年12月31日) | |
| | | | | | 11年零5個月 (2006年7月1日 至2017年11月30日) (附註5) | |
| 清遠店 | <ul style="list-style-type: none"> • 百貨店 • 電器 • 超市 | 廣東清遠 | 2003年 | 17,647 | 10年 (2010年1月1日 至2019年12月31日) | C |
| | | | | | 15年零1個月 (2003年4月1日至 2018年4月30日) | |
| | | | | | 6年零3個月 (2012年2月1日至 2018年4月30日) | |
| | | | | | 6年零2個月 (2012年3月1日至 2018年4月30日) | |
| 江門店 | <ul style="list-style-type: none"> • 百貨店 • 電器 • 超市 • 傢具 | 廣東江門 | 2004年 | 56,910 | 4年零7個月 (2013年10月1日至 2018年4月30日) | |
| | | | | | 17年零1個月 (2006年6月16日至 2023年7月25日) | C |
| 韶關店 | <ul style="list-style-type: none"> • 百貨店 • 電器 • 超市 | 廣東韶關 | 2008年 | 30,006 | 10年 (2009年9月17日 至2019年9月16日) | C |
| 太陽城店 | <ul style="list-style-type: none"> • 百貨店 | 廣東中山 | 2013年 | 17,432 | 15年零6個月 (2008年9月10日至 2024年2月28日) | |
| 陽春店 | <ul style="list-style-type: none"> • 百貨店 | 廣東陽春 | 2013年 | 8,480 | 15年零6個月 (2012年10月20日至 2028年4月18日) | |
| | | | | | 10年 (2013年2月5日 至2023年2月4日) | |

業 務

| 門店 | 於最後實際 可行日期 設於門店內 的業態 | 於中國 所在位置 (省市) | 開業年份 | 總建築面積 (附註1) (平方米) (概約) | 概約租期(有關租約的 最早屆滿年份) (附註2) | 關連交易 (附註3) |
|------------|---|---------------------|-------|---------------------------------|--|---------------|
| 泰安店(龍潭) | <ul style="list-style-type: none"> • 百貨店 • 超市 | 山東泰安 | 2013年 | 14,967 | 20年 (2013年5月1日至 2033年4月30日) | |
| 英德店 | <ul style="list-style-type: none"> • 百貨店 • 超市 | 廣東英德 | 2013年 | 13,800 | 12年 (2013年1月1日至 2024年12月31日) | |
| 陽江店 | <ul style="list-style-type: none"> • 百貨店 • 超市 • 傢具 | 廣東陽江 | 2013年 | 46,093 | 15年 (2013年7月1日至 2028年6月30日) | |
| 社區店 江南店 | <ul style="list-style-type: none"> • 超市 | 廣東中山 | 2010年 | 3,689 | 15年零19日 (2010年9月12日至 2025年9月30日) | |
| 荷塘店 | <ul style="list-style-type: none"> • 超市 • 電器 | 廣東江門 | 2011年 | 6,966 | 15年 (2011年6月1日 至2026年5月31日) | |
| 阜沙店 | <ul style="list-style-type: none"> • 超市 | 廣東中山 | 2012年 | 870 | 2年零8個月 (2012年5月1日至 2014年12月31日) | C |

附註：

1. 總零售空間的概約數字不包括有關臨時商業區、辦公室、車位及員工宿舍的租賃場所建築面積。
2. 此等租約乃屬商業用途，且為我們的門店所在。一間百貨店訂立多項租約的情況曾經出現，原因包括但不限於於簽訂首項租約後就場所鄰近或毗連部分訂立額外租約，而當時的首項租約仍然生效或租賃場所由不同所有人擁有。
3. 標示為「C」者均為文件「關連交易」一節所載的關連交易。
4. 該等物業包括西座501室及第5層（總建築面積約2,497平方米）及901室（建築面積約1,888平方米）以及東座501室（建築面積約1,063平方米），租期全部於2014年12月31日屆滿（有關詳情，請參閱本文件「關連交易－不獲豁免持續關連交易－與廣東益華管理的租賃協議」一節及「(a)第一份租賃協議」及「(b)第二份租賃協議」各段）。
5. 由於相關物業業權欠妥，我們預期將不會於到期時重續該項租賃。有關進一步詳情，請參閱本文件「業務－租賃物業」一節。

業 務

目前，我們在租賃場所經營所有業務。於最後實際可行日期，旗下門店的總建築面積約為279,770平方米。就我們的門店所在的物業而言，我們已訂立多份租約，租期介乎一年零9個月至20年之間。該等租約的最早屆滿日期為2014年12月31日。

展望未來，本集團將繼續推行其於租賃場所內設立及經營門店的策略。我們相信，該等安排屬恰當且在商業上屬合理，本集團因此可於經營百貨連鎖店時將資本資源集中於其核心業務，而毋須投入資金建設自置場所。於開設新店前，管理層將考慮不同因素，包括(i)相關成本的可行性研究；(ii)人流量及市場需求等當地特徵；及(iii)地方政府的政策，尤其是有關建立新開發區的政策。

我們相信，新店的選址是我們業務成功的關鍵因素。我們因而會審慎考慮以下主要因素：

- 人流、交通便利性、車流、人口密度；
- 當地人口的增長潛力；
- 發展潛力及未來趨勢（如地方政府的政策，尤其是有關建立新開發區的政策）；
- 當地社區的預計消費能力；
- 開業成本、盈利能力及投資回報期；及
- 與周邊競爭對手的距離。

有關我們物業的進一步詳情，請參閱本節「物業」一段。有關我們未必能夠按相同條款重續或訂立租約（特別是短期租約）的相關風險的進一步詳情，請參閱本文件「風險因素－我們未必能為新店購入或租用合適地段或按有利條款為現有門店續租（尤其是短期租約）」一節。

業 務

下表載列我們於往績記錄期間來自現有經營中門店的收益：

| 門店 (附註1) | 截至12月31日止年度 | | | 截至5月31日止五個月 | |
|-----------------|-------------|--------|--------|-------------|--------|
| | 2010年 | 2011年 | 2012年 | 2012年 | 2013年 |
| | 人民幣百萬元 | 人民幣百萬元 | 人民幣百萬元 | 人民幣百萬元 | 人民幣百萬元 |
| 中山店 (主力店) (附註4) | 174.5 | 202.9 | 183.2 | 77.9 | 86.9 |
| 古鎮店 (附註2) | 91.8 | 111.1 | 117.8 | 50.3 | 48.1 |
| 清遠店 | 105.7 | 124.1 | 121.0 | 53.3 | 47.4 |
| 江門店 (附註3) | 169.0 | 192.2 | 179.6 | 78.3 | 77.5 |
| 韶關店 | 53.1 | 76.8 | 77.2 | 34.3 | 37.1 |
| 太陽城店 | - | - | - | - | 3.5 |
| 陽春店 | - | - | - | - | 1.0 |

附註：

- (1) 太陽城店、陽春店、泰安店(龍潭)、英德店及陽江店分別於2013年1月、2013年2月、2013年6月、2013年6月及2013年10日正式開業，故於上述期間並無收益。
- (2) 古鎮店包括古鎮百貨店和江南社區店。
- (3) 江門店包括江門百貨店和荷塘社區店。
- (4) 中山店(主力店)包括中山店(主力店)及阜沙社區店。阜沙社區店於2012年4月開業，故於2010年及2011年並無收益。

擴充零售網絡

我們計劃通過鞏固在廣東省的業務及進軍中國其他地區，繼續擴充自身的零售網絡。以下於往績記錄期間內已正式開業的各門店的資本開支及啟動成本如下：

| | 資本開支及 開業成本 (附註) |
|------------|-----------------------|
| | 人民幣百萬元 |
| 百貨店 | |
| 太陽城店 | 2.4 |
| 陽春店 | 0.5 |
| 泰安店(龍潭) | 16.1 |
| 英德店 | 1.8 |
| 陽江店 | 45.7 |
| 社區店 | |
| 江南店 | 5.8 |
| 荷塘店 | 11.5 |
| 阜沙店 | 1.2 |

業 務

附註：資本開支及開業成本乃根據門店正式開業的月份完結前所產生的成本計算。有關進一步說明，請參閱「財務資料－資本開支」一節。上述五間新設百貨店於2013年的資本開支約為人民幣61.1百萬元。

根據古鎮益華百貨、清遠益華百貨、江門益華百貨及韶關益華百貨的過往經驗，我們估計，於往績記錄期間正式啓業的上述百貨店需時約兩至四年方開始獲利。

除如下文所載開立陽江店的部分未償付開支外，我們通過內部產生資源撥付該等開支。

新店

我們擬在全國各地建立據點，兩間新百貨店及一間新百貨店分別將於2014年及2015年陸續（而非同時）正式開業。

下表載列我們的三間新門店的位置及擬訂啓業時間：

| 門店 | 於中國所在位置 (省市) | 擬訂 啓業時間 |
|---------|-----------------|------------|
| 百貨店 | | |
| 鎮江店 | 江蘇鎮江 | 2014年第一季 |
| 恩平店 | 廣東江門 | 2014年第三季 |
| 泰安店(泰山) | 山東泰安 | 2015年第二季 |

附註：鎮江店、恩平店及泰安店(泰山)的租賃協議尚未訂立，故建築面積及租期待定。

上述門店根據擬訂啓業時間開業後，我們將於2015年第二季完結前經營16間門店（13間百貨店及三間社區店）。

業 務

經營架構

零售主調

我們的零售業務以經營百貨店為主，門店定位的目標顧客是中國人均可支配收入迅猛增長城市的中高收入階層。因此，我們於門店內提供國內外品牌商品，並配合舒適的環境，致力為顧客提供稱心滿意的購物體驗。

由於我們高度重視市場定位，故門店為迎合目標顧客的需要而設立。我們的所有門店均採用統一的內部設計，以使我們的「益華百貨」品牌能從競爭對手中脫穎而出。同時，各地每間門店的樓面佈局及商品／品牌組合均依據當地消費喜好選擇或調整。我們的所有百貨店均配備設施，包括保安及消防監控系統、銷售點檢查系統、中央空調、電梯等，該等設施均符合經營統一百貨連鎖店的常規標準。

百貨店

我們的百貨店一般根據商品類別分為不同業態。在百貨店內，我們的商品一應俱全，涵蓋手錶及珠寶首飾等奢侈品到電器、雜貨、服裝、化妝品、紡織品、運動服裝、床上用品、兒童產品及家庭用品等日常必需品。

除(a)僅設百貨店業態的太陽城店及陽春店；(b)設有百貨店業態及超市業態的泰安店（龍潭）及英德店；及(c)設有百貨店、超市及傢具業態的陽江店外，我們的百貨店一般設有三種業態，即(i)百貨店業態；(ii)超市業態，亦即「益華樂家超市」；及(iii)電器業態，亦即「益華四海電器」。傢具業態，亦即「益華世家」於2013年成立，目前僅設於中山店（主力店）、陽江店及江門店。

業 務

(A) 百貨店業態

百貨店業態提供多元化商品，包括手錶、珠寶首飾、化妝品、手袋、皮具、兒童產品、衣物、鞋履、紡織品、運動服裝及床上用品。我們的所有百貨店目前均有經營百貨店業態。

我們相信，我們的市場定位是百貨店業態取得成功的關鍵。有關方針的要素在於品牌及商品選擇。我們致力為目標顧客提供涵蓋國內外品牌的商品。

我們相信，我們的競爭優勢之一是能夠優化商品選擇及門店佈局，務求更好地迎合顧客的需要及品味。

(B) 「益華樂家超市」

超市業態主要提供食品、飲料、易腐食品及其他家庭用品等日常必需品。

我們的超市十分注重食品質量及安全。為確保持續嚴格遵守國家《食品衛生法》的規定，我們實施嚴謹食品供應檢查程序，並設立一套質量保證體系。因此，我們已就食品安全獲得若干獎項，包括「廣東省食品藥品放心工程示範單位」。我們相信，該等獎項將提高顧客對旗下超市商品的信任，從而對我們的經營業績及業務拓展產生積極影響。

為豐富旗下超市優質商品的系列，我們已以引進國外原產地食品為重點為顧客引進不同國家的地道食品。旗下門店已舉辦多場外國食品文化節，包括澳洲、南韓、加拿大、美國、日本、馬來西亞、台灣及英國等國家。本公司管理層相信，該等食品文化節不僅可為門店吸引更多客流量，亦令超市可為顧客提供更多元化的產品。

業 務

(C) 「益華四海電器」

電器業態提供各類電器，涵蓋大型家電（如電冰箱、洗衣機、空調、電視機、廚房電器等）至小型家電（如電飯煲、吹風機、烤麵包機等）。

電器業態設有服務及維修中心，為顧客提供售後服務。於若干情況下，我們或我們的供應商亦為大型家電提供免費配送服務以及安裝及上門操作指導服務，以確保顧客了解其新電器的功能。

(D) 「益華世家」

傢具業態於2013年新成立，並提供一系列傢具及裝修組件，以滿足顧客的不同裝修需求和品味。我們透過將門店的若干劃定傢具業態區出租予傢具零售商，從而收取租金收入。於最後實際可行日期，僅中山店（主力店）、陽江店及江門店設有傢具業態。

於最後實際可行日期，我們的百貨店提供逾1,000個品牌的商品。董事相信，設立百貨店業態及於若干情況下設有超市業態、電器業態及傢具業態，可改善該等百貨店的商品組合。此外，我們的百貨店內設有其他配套零售及服務店、餐廳（如國際知名快餐連鎖店）、咖啡店及零售專賣店（即某一類別或品牌商品的專賣店），我們相信我們打造了一站式購物體驗。我們進一步相信，於百貨店內為顧客打造集餐飲、娛樂及休閒服務於一體的綜合百貨店可擴大潛在顧客群及增加門店人流。

展望未來，為應對各種情況，包括但不限於我們的場所的大小、當地競爭及市場趨勢，我們或會調整營運架構，例如增設其他業態，以迎合其他產品類別。

社區店

於最後實際可行日期，我們擁有三間社區店（即江南店、荷塘店及阜沙店），零售空間分別約3,689平方米、約6,966平方米及約870平方米。該等社區店的目標顧客主要為周邊地區的本地居民。該等社區店因而主要提供食品、飲料、易腐食品、其他家庭用品及小型家電等日常必需品。由於零售空間有限，該等社區店僅設有超市業態及小型家電業態。

業 務

銷售

產品挑選

於最後實際可行日期，我們於旗下門店提供超過1,000個品牌的商品。我們於中山總部的業務關係部主要負責為(i)與主要品牌的若干專營銷售商及直接供應商協商安排的主要條款；(ii)商品組合；及(iii)門店內不同品牌的產品展示及空間分配制訂整體指引。

中山總部的業務關係部負責主要品牌的磋商。對於其他品牌，特別是當地的品牌專營銷售商及國內供應商，由於許多品牌及供應商在各地區均設有不同分銷商，故各門店的業務關係部負責磋商、落實及執行各自的最終協議。

我們依據中山總部的整體指引挑選直接供應商及專營銷售商，其後根據各地的本土消費者喜好及需求度身打造門店內的商品類別及組合。於選擇過程中，我們設有標準評估程序以考慮以下因素：

- 合法性 — 直接供應商／專營銷售商須取得一切有效的執照及相關證書；
- 直接供應商／專營銷售商於我們經營所在城市的市場定位；
- 商品是否符合當地需求；
- 產品質量（特別是食品供應商）；
- 商品的價格競爭力；
- 直接供應商／專營銷售商與我們的形象及「益華百貨」品牌的協調度；
- 直接供應商／專營銷售商的往績；
- 直接供應商／專營銷售商的財務穩健性；及
- 有關品牌／產品的未來增長潛力。

業 務

我們備有標準格式的專營銷售商及直接供應商協議。然而，就若干大型品牌直接供應商及專營銷售商而言，我們按該等公司提供的標準格式簽訂協議。專營銷售商及直接供應商協議通常為期一年至兩年。訂立如此短期的協議有助我們的門店靈活管理品牌組合。此外，專營銷售商授予我們的合約信貸期一般為月底會計對賬後一星期。給予直接供應商的款項一般於收取商品前或至由我們向門店顧客出售商品當日後最多45天的合約信貸期支付。本公司確認，本集團與專營銷售商及直接供應商於往績記錄期間及直至最後實際可行日期並無有關延遲付款的重大爭議。

為迎合不斷變化的消費者喜好、當前經濟狀況及地方競爭環境，我們持續檢討及調整旗下門店的品牌組合及各種品牌的空間分配。我們相信，直接供應商及專營銷售商的質素對我們的採購策略實屬關鍵。我們的業務關係團隊監督獲供應商品的質量，以確保嚴格符合質量標準。我們亦將透過出席國內外博覽會不斷物色潛在新供應商及專營銷售商，並評估現有直接供應商及專營銷售商的表現。

我們尤其重視定期監控各專營銷售商的每月銷售數字，以了解消費者對各專營銷售商產品的認受性。我們採用稱為「末位淘汰制」的制度。經參照類似產品的專營銷售商銷售後，若某一專營銷售商表現較為遜色且持續表現遜色，我們將考慮終止相關專營銷售商協議或於協議到期後不再續約。本公司管理層相信該政策可確保每間門店的所有商品均獲得理想的市場反應。

根據中山總部制訂的指引，各個別門店的業務營運部將安排其門店內各品牌的商品展示及空間分配，以有效迎合當地顧客需要及喜好。各門店在調整各種品牌的位置及面積時，將依據不同的因素而定，包括直接供應商或專營銷售商產品的表現。實際上，我們就上述事項對直接供應商擁有酌情權。

就與專營銷售商的協議而言，經我們批准後，專營銷售商一般會就產品展示及在我們的門店獲分配的若干空間擁有若干權利。然而，我們可能會就專營銷售的產品展示提供建議。鑑於與專營銷售商的協議一般為期一至兩年，我們可能會於該等協議屆滿後與其討論重置或調整品牌。中山總部每兩週會從業務關係團隊委派一名代表前往各門店視察。中山總部的業務關係團隊與地方團隊保持密切溝通，確保本公司管理層知悉各門店的最新銷售數字，以便於必要時調整我們的採購策略。

自有品牌商品

我們亦提供少量「益華百貨」的自有品牌商品。於最後實際可行日期，我們的自有品牌商品包括打火機、紙杯、環保袋、禮品包裝紙及紙巾。

業 務

該等自有品牌商品的所有製造商均為原設備製造商（「原設備製造商」）。該等製造商為獨立第三方，以「益華百貨」品牌製造產品。於選擇原設備製造商過程中，我們採納一套與我們的其他供應商或專營銷售商類似的標準評估程序，確保嚴格符合我們的質量標準。

我們相信，引入自有品牌商品主要目的在於推廣我們的品牌，現時貢獻甚微（截至2011年及2012年12月31日止年度及截至2013年5月31日止五個月分別僅為約人民幣0.39百萬元（佔收益0.06%）、人民幣0.63百萬元（佔收益0.09%）及約人民幣0.2百萬元（佔收益0.07%））。然而，其日後可能為我們的顧客提供不同價位的另類商品選擇，而透過與製造商直接合作，我們可削減中間成本及廣告費，從而提升本集團的盈利能力。

業務模式

概況

我們的收益主要來自直接銷售、專營銷售商佣金、旗下門店商舖租戶租賃協議的租金收入及其他收入來源（包括管理顧問費）。透過採用不同業務模式，本集團能調整業務模式結構，以切合其自身情況，從而提高利潤。

下表說明我們於往績記錄期間的收益分析：

| | 截至12月31日止年度 | | | | | | 截至5月31日止五個月 | | | |
|---------------------|----------------|---------------|----------------|---------------|----------------|---------------|----------------|-------------|----------------|---------------|
| | 2010年 | | 2011年 | | 2012年 | | 2012年 | | 2013年 | |
| | 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 | % 人民幣千元 | 人民幣千元 | % 人民幣千元 | 人民幣千元 | % |
| 直接銷售貨品 | 416,822 | 68.9% | 475,214 | 66.5% | 419,333 | 61.8% | 182,498 | 62.5 | 182,110 | 60.2% |
| 來自專營銷售商 的佣金收入 | 146,472 | 24.2% | 189,233 | 26.5% | 208,855 | 30.8% | 87,725 | 30.1 | 96,179 | 31.8% |
| 來自經營業務的 管理費及服務收入 | 32,815 | 5.4% | 37,140 | 5.2% | 38,907 | 5.7% | 17,356 | 5.9 | 17,941 | 5.9% |
| 租金收入 | 9,095 | 1.5% | 13,499 | 1.8% | 11,781 | 1.7% | 4,214 | 1.5 | 6,169 | 2.1% |
| | <u>605,204</u> | <u>100.0%</u> | <u>715,086</u> | <u>100.0%</u> | <u>678,876</u> | <u>100.0%</u> | <u>291,793</u> | <u>100%</u> | <u>302,399</u> | <u>100.0%</u> |

業 務

有關我們與直接供應商、專營銷售商、商舖租戶訂立的安排以及有關其他收入來源的進一步詳情，請參閱本節「管理及經營」一段。

直接銷售

根據直接銷售模式的安排，我們直接從供應商採購商品，然後在門店向顧客出售商品。我們旗下門店的超市業態及電器業態內的大部分商品均訂有直接銷售模式的安排。

於最後實際可行日期，我們僅與本地公司訂立合約，故無任何海外直接供應商。

在超市業態，雜貨產品、家居清潔產品及個人護理產品等商品均訂有直接銷售模式的安排。我們一般於收到商品時或於相關合約信貸期（由在我們的門店出售商品當日後最多45天）後向直接供應商付款。採購完成後，商品所有權會由供應商轉移至我們。我們對送至物流中心及／或各門店的商品執行已制訂的質量保證程序，以確保商品質量及安全。我們一般要求直接供應商提供處理缺陷產品的退換政策，但與大型供應商訂立的若干協議可能僅包含退貨回扣，而並無缺陷產品退貨政策。

對於電器業態，我們一般於收取商品前或僅於收取某指定價值的未付商品（如訂購及收訖未付商品達人民幣20,000元或以上方會付款）後向直接供應商付款。電器的所有權其後於交付商品時自供應商轉移至我們。本集團的專責團隊負責在物流中心及／或各門店檢查電器的狀況。任何缺陷產品將可退還給相關供應商。

就直接銷售商品而言，我們參考直接供應商的建議零售價設定我們的零售價，亦會就定價進行市場調查，以確保我們的價格既具競爭力，同時可達到預期的利潤率範圍。

我們監察門店內的商品銷售情況，並根據各商品受歡迎程度調整產品組合。我們亦根據各項商品的銷量、產品到期期限以及型號過時情況定期選擇商品於促銷或於折扣產品的指定區域提供折扣、調整產品種類及促銷政策。直接供應商亦會於特定期間自行打折出售一些指定商品，在此情況下，折扣成本一般由供應商承擔。

於往績記錄期間，我們有少數直接銷售模式的安排下的缺陷商品申索，且無論個別或合計均不屬於重大申索。於往績記錄期間，大型供應商提供的退貨回扣足以彌補缺陷商品的成本。此外，除供應商直接處理的訟案外，本公司估計本集團於往績記錄

業 務

期間因該等申索而結欠的罰款總額約為人民幣12,200元。除該等訟案外，本公司於往績記錄期間並不知悉並非由供應商作出類似彌償保證的任何其他重大個案。

考慮到(i)我們精挑細選地挑選產品質量上乘的直接供應商；及(ii)在售前過程中，我們會於交收時對貨品進行驗收及其他內部控制措施，根據我們的經驗，董事認為往績記錄期間並無出現大量異常退貨情況。

就直接銷售模式的安排而言，本公司管理層認為制訂商品採購計劃對確保有效管理存貨水平及現金流量充裕性至關重要。根據管理層的經驗，我們於考慮過往及預算銷售、毛利率、目前經濟現狀、產品預期需求及未來市場趨勢後制訂商品採購計劃，並於隨後定期檢討及修改，以確保商品組合恰當、改善存貨管理以及提升營運資金充足率。

專營銷售

下表載列本集團於往績記錄期間的專營銷售商數目及按業態劃分的相關新增及終止／不續約情況：

| | 截至12月31日止年度 | | | 截至5月31日止五個月 | |
|----------------------|--------------|--------------|--------------|-------------|-------------|
| | 2010年 | 2011年 | 2012年 | 2012年 | 2013年 |
| 年／期初結餘 | 684 | 703 | 715 | 715 | 734 |
| 新增 | 157 | 161 | 148 | 53 | 65 |
| 百貨店 | 143 | 128 | 128 | 49 | 51 |
| 電器 | 6 | 15 | 13 | 4 | 13 |
| 超市 | 8 | 18 | 7 | - | 1 |
| (終止／不續約) (附註) | (138) | (149) | (129) | (56) | (45) |
| 百貨店 | (124) | (126) | (103) | (51) | (35) |
| 電器 | (8) | (15) | (13) | (1) | (7) |
| 超市 | (6) | (8) | (13) | (4) | (3) |
| 年／期末結餘 | 703 | 715 | 734 | 712 | 754 |

附註：該等數字與其合約因以下原因而被終止或不獲續約的專營銷售商有關：(i)根據末位淘汰制於特定期間內在該門店所售產品類別的最低銷售所得款項總額；(ii)應專營銷售商要求根據協議條款終止合約；或(iii)我們因應顧客需求或未來增長潛力變換門店的產品組合後不續約。有關終止或不續約概無重大歧見。

業 務

此外，下表載列於2013年5月31日按主要產品類別劃分的本集團專營銷售商數目分析：

| | 於 2013年 5月31日 (附註) |
|-----------------|-----------------------------|
| 類別 | |
| 電子產品及家電 | 116 |
| 衣物、服飾、床上用品及運動服裝 | 453 |
| 珠寶首飾、手錶 | 29 |
| 食品、飲料及器具 | 48 |
| 日常必需品、文具及化妝品 | 108 |
| 總計 | 754 |

附註：據董事全悉及確信，總數乃基於(i)同一集團內的公司作為單一專營銷售商計算；及(ii)非同集團但屬同一品牌分銷商的多間公司乃獨立計算而釐定。

根據專營銷售安排，我們安排個別專營銷售商佔用門店內獲分配的一定空間，以供專營銷售商為其本身品牌商品設立銷售專櫃。我們繼而收取按總銷售額某百分比（一般介乎7%至31%）計算的專營銷售商費用，包括以下（或以下多項）一般費用：(i)佣金；(ii)租金收入；(iii)管理費；(iv)倉儲費；及／或(v)廣告及促銷費。專營銷售商費用主要按彼等獲分配範圍的大小、其品牌實力、與我們建立關係的時間、專營銷售商的預期或過往利潤及我們對其各自的議價能力釐定。尤其是，管理費乃為百貨店的清潔服務、促銷活動、保安和維護服務等所提供的行政服務而收取。於專營銷售商協議屆滿後，我們可能會重新磋商專營銷售商費用。

我們一般不會對專營銷售商施加最低銷售目標。然而，我們與專營銷售商的標準格式協議載有一項條款，即倘若該專營銷售商於特定期間內在該門店所售產品類別錄得最低銷售收益，我們則可根據標準格式的專營銷售商協議內的條款終止其協議。

專營銷售商包括品牌所有人及分銷商（包括委託加盟商或特許加盟商）或代理人。專營銷售主要包括珠寶首飾、手錶、服飾、鞋履、化妝品、紡織品、運動服裝、床上用品及兒童產品等。於往績記錄期間，我們與五大專營銷售商各自的關係最少為期六年。

我們與專營銷售商訂立專營銷售商協議，該等協議通常列明專營銷售商可在我們的門店內銷售的商品種類。同時，專營銷售商保留其商品定價權。

業 務

我們的標準專營銷售商協議亦載有專營銷售商就其產品符合所有法律（包括知識產權法及產品質量法）的聲明。此外，專營銷售商須對我們就其缺陷商品連帶的所有開支及虧損作出彌償保證，而部分專營銷售商須向我們繳納質量保證金，我們可於若干預定的情況下（譬如因缺陷貨品或顧客投訴而蒙受損失）扣除該筆款項。於往績記錄期間，我們於截至2010年、2011年及2012年12月31日止年度各年及截至2013年5月31日止五個月分別扣除質量保證金約人民幣12,064元、約人民幣18,434元、約人民幣14,563元及約人民幣5,941元。我們亦可酌情處理任何顧客投訴，專營銷售商須配合我們採取的任何行動。

專營銷售商有權經我們事先同意下，根據我們的指引自費設計、裝飾及裝修其各自的專櫃及／或指定範圍。我們已就專營銷售商制訂設計、裝飾及裝修指引，以維持統一的門店內部設計及保持形象。我們提供空調、基本照明等基本設施、清潔、出納服務、保安及維護服務。專營銷售商通常支付其本身成本，包括但不限於電費、信用卡手續費及其他促銷費。

有關我們與專營銷售商的協議的進一步詳情，請參閱本節「標準格式協議－(B)與專營銷售商的協議」分段。

專營銷售商一般負責僱用本身的銷售員工，但須符合我們的管理標準。為維持我們的門店服務質素，我們向該等銷售員工提供培訓，要求彼等遵守我們的指引，並有權管理該等員工。對於我們門店內不符合門店標準的任何銷售員工，我們可要求專營銷售商更換該等員工。

我們密切監控專營銷售商提供的商品組合、質量及服務。所有與任何專營產品相關的產品責任均由專營銷售商自行承擔。此外，我們定期與專營銷售商就其銷售表現、營銷及促銷策略溝通，並向其提供反饋，包括交換意見和提供建議。倘經參照類似產品的專營銷售商的銷售，某一專營銷售商表現較為遜色且持續表現遜色，我們將考慮終止相關專營銷售商協議或於到期後不再續約。本公司管理層認為，有關政策可確保在我們旗下各門店銷售的商品均被市場廣泛接納。

作為盡量減低收賬風險的措施，我們向專營銷售商收取銷售商品的所得款項總額。所有專營銷售付款均於我們的出納櫃檯進行。我們於協定的付款時間（通常為按月付款）將銷售所得款項總額經扣減我們應收的所有相關費用及開支後匯予專營銷售商。

業 務

專營銷售商可在取得我們許可後在其專櫃或我們門店內的指定範圍自行組織促銷活動。當專營銷售商在我們門店同區的其他第三方門店進行促銷活動時，我們通常要求該等專營銷售商亦在我們的門店內舉行同樣的促銷活動，相關折扣成本由專營銷售商承擔。

專營銷售商安排有助我們為顧客提供一應俱全的商品。董事相信，在門店引入專營銷售商有助提升門店的整體品牌形象和吸引力。此外，根據專營銷售商協議，我們毋須承擔銷售成本、存貨管理風險及成本，包括過時商品的相關風險。

從商舖租戶收取的租金收入

下表載列本集團於往績記錄期間的商舖租戶數目以及商舖租戶按業態劃分的新增及終止／不續約情況：

| | 截至12月31日止年度 | | | 截至5月31日止五個月 | |
|---------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|------------|
| | 2010年 | 2011年 | 2012年 | 2012年 | 2013年 |
| 年／期初結餘 | 124 | 118 | 140 | 140 | 125 |
| 新增 | 9 | 51 | 30 | 9 | 3 |
| 百貨店 | 2 | 5 | 9 | 4 | 0 |
| 電器 | 0 | 4 | 5 | 2 | 0 |
| 超市 | 7 | 42 | 16 | 3 | 3 |
| (終止／不續約) | (15) | (17) | (17) | (2) | (7) |
| 百貨店 | (6) | (8) | (3) | (1) | (1) |
| 電器 | 0 | (2) | (2) | (1) | 0 |
| 超市 | (9) | (7) | (12) | 0 | (6) |
| (自租戶轉為專營銷售商) | 0 | (12) | (28) | (8) | (2) |
| 百貨店 | 0 | (11) | (22) | (8) | (2) |
| 電器 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 超市 | 0 | (1) | (6) | 0 | 0 |
| 年／期末結餘 | 118 | 140 | 125 | 139 | 119 |

業 務

為向顧客提供舒適愜意的環境及營造愉快的購物體驗，我們在門店的若干範圍分配空間出租予與我們的零售業務互補的業務。

我們透過將門店的若干經分配範圍出租予餐廳（如國際知名快餐連鎖店）及零售專賣店獲取租金收入。除餐廳外，租戶與專營銷售商提供的產品整體上並無差異。然而，除非租戶提出要求，否則當我們按特定情況制訂合約條款時，我們可能會將該訂約方視為商舖租戶而非專營銷售商，原因為專營銷售商的標準格式合約未必適合使用。舉例而言，如訂約方與我們並無建立長期關係或無良好的往績記錄，收取固定租金而非按總銷售額百分比計算的專營銷售商費用對我們更為有利。在某些情況下，商舖租戶安排屆滿後會與訂約方的關係以專營銷售商安排續約。於最後實際可行日期，所有商舖租戶均為獨立第三方。除固定租金收入外，我們與部分商舖租戶訂立其他安排，據此我們按一定百分比分享其利潤。該等安排可能須受某些限制或條件所限，比如銷售利潤分享只限於某些品牌，或僅在商舖租戶獲得約定的最低利潤後方可實行。

我們亦可能獲得或然租金收入，即出租門店內的若干空間以進行促銷活動（如出售衣物的專營銷售商展示最新穎時裝）的臨時及季節性收入。

管理顧問費

除經營自身的門店外，我們亦於2010年7月1日與一名獨立第三方訂立管理顧問協議，惟上述協議已於2012年9月30日終止。根據該協議的條款，我們就管理店提供顧問服務。我們繼而有權收取若干管理顧問費。有關我們的管理顧問協議條款的詳情，請參閱本節「管理及經營—管理顧問服務協議」一段。

截至2010年、2011年及2012年12月31日止年度各年及截至2013年5月31日止五個月，來自管理顧問費的收益分別為約人民幣1.1百萬元、約人民幣0.5百萬元、約人民幣0.4百萬元及零。

定價

一般情況下，就直接銷售商品而言，我們參考直接供應商的建議零售價以釐定商品價格，而專營銷售商則自行設定其商品價格。

業 務

我們的整體定價政策受某些因素影響，包括但不限於(i)競爭對手出售的類似貨品價格；(ii)供應商向我們出售貨品的價格；(iii)供應商的任何建議價格；(iv)我們的預期利潤率；及(v)中國物價法（如適用）（有關進一步詳情，請參閱本文件「法規－有關價格的法律」一節）。

顧客

我們的顧客包括個人零售顧客及公司顧客。顧客一般在我們的門店以現金、借記卡、信用卡、購物卡或根據本文件「業務－營銷及促銷－顧客忠誠計劃－與移動通訊服務提供商之間的促銷安排」一節所載的方式就商品付款。

我們主要從事零售市場業務，故概無單一顧客佔我們的收益1.0%以上。往績記錄期間，概無董事、最高行政人員或彼等各自的任何聯繫人，或就董事所知擁有我們已發行股本5%或以上的任何股東在我們任何五大顧客中擁有任何權益。

直接供應商

我們的大部分直接銷售來自超市業態及電器業態。我們已與直接供應商訂立安排，一般而言，(i)我們定接售得產品，尤其是超市業態的貨品；或(ii)我們取得某些貨品並存放於倉庫內，尤其是電器業態的貨品。該等產品一般由直接供應商交付至我們的門店或物流中心。就某些大型家電而言，供應商可能會直接交付予我們的顧客。截至2010年、2011年及2012年12月31日止年度各年及截至2013年5月31日止五個月，我們的五大直接供應商合計分別約佔我們的總採購額的約21.5%、約21.4%、約21.8%及約21.8%，最大單一直接供應商則分別佔約5.6%、約5.0%、約5.7%及約6.7%。往績記錄期間，概無董事、最高行政人員或彼等各自的任何聯繫人，或就董事所知於最後實際可行日期擁有我們已發行股本5%或以上的任何股東擁有我們任何五大供應商的任何權益。

管理及經營

中央管理系統

本集團在管理業務方面採取中央管理方針，中山總部的董事及高級管理層主要負責整體業務規劃及策略、制訂經營管理指引，以及監督該等指引的落實、資源配置、

業 務

商品及品牌審核、定價政策、合同審閱及法務事宜。中山總部的業務關係部亦負責與主要品牌進行協商。

其他一般業務（包括商舖設計及建設、客戶服務及溝通、員工培訓管理、保安監視、廣告及促銷）均由中山總部的業務營運部執行。董事認為中央管理方針有助我們(i)維持所有門店的服務質素；(ii)協調所有門店的促銷活動；(iii)盡量改善本集團內部資源的運用；(iv)局限法律及經營風險；及(v)代表整個零售網絡而非僅個別門店以更高的議價能力以至更優惠的條款與第三方磋商。

與此同時，各門店的地方經營團隊在中山總部的監督下專注日常經營及地方營銷，並與地方直接供應商、專營銷售商以及相關地方政府機關建立及維持關係。尤其是，我們根據當地的消費者喜好、需求和競爭情況，務求彈性維持各門店設定商品組合。本公司管理層認為此舉能讓各門店靈活調整業務，以應對當地營商環境的變化。

業態為本的經營管理

然而，我們亦希望能因時制宜，故採納業態為本的經營管理制度，我們據此設立獨立部門分別管理我們零售網絡中的百貨店業態、超市業態、電器業態及傢具業態。該四個部門各自制訂各門店內其所屬業態的規管指引，並可採取不同策略，(i)發揮該業態所售產品的全國趨勢及消費者喜好的變化的優勢；及(ii)引用個別門店過去成敗中所汲取的技巧於其他門店。我們與直接供應商及專營銷售商的協議一般為年期介乎一年至兩年的短期協議，以讓各部門可更靈活採納新策略（有關我們與直接供應商及專營銷售商的一般條款的進一步詳情，請參閱本節「管理及經營－標準格式協議」一段）。

規管百貨店業態、超市業態、電器業態及傢具業態的各部門負責制訂業務目標和計劃，以及制訂內部備忘錄，以列明各門店相關業態須遵循的營運及管理規則。各門店中的業態主管定期舉行會議，討論日常經營、質量控制和顧客關注事宜，並制訂涵蓋整個零售網絡的策略。

標準格式協議

我們為直接供應商及專營銷售商採用標準格式協議，要求將之作為與直接供應商及專營銷售商所訂條款的基本基礎，以確保操作一致、控制法律風險及盡量減少行政開支。

業 務

任何與我們的標準格式協議偏差的情況一般由中山總部的百貨店業態、超市業態或電器業態的相關主管檢閱。但與一些知名品牌直接供應商及專營銷售商訂立的協議，則採用該等公司提供的標準格式協議，但須經總部審閱及批准該協議作出若干修訂後簽約，以保障自身權利。當中包括與若干頂級供應商的產品預付款項有關的標準格式協議。

(A) 與直接供應商的協議

與直接供應商的協議一般為期一年，並通常包含以下條款及條件：

產品

將予提供的一般品牌及／或產品。

代價

我們一般從直接供應商採購商品，其後在門店向顧客銷售該等商品。在若干其他情況下，與直接供應商訂立的協議可能會載有我們在達到特定銷售目標後將可享有更優惠的價格折扣或回扣的條文。

對於向分銷商或代理人採購的產品，我們通常納入一項條款，允許我們調整零售價，價格水平與相關分銷商或代理於指定地區就相同產品向其他顧客所提供者相同。

促銷開支

我們為直接供應商提供一項選擇權，可通過支付年費取得我們對其產品及／或品牌的基本促銷服務。我們的直接供應商可選擇不獲取有關服務，或可與我們訂立補充協議以取得額外促銷服務，有關範圍及費用將由雙方協定。

定價政策

一般而言，概無有關產品售價的特定條款。

退換政策

一般而言，我們可因(i)質量問題；(ii)產品有效期即將屆滿；或(iii)包裝損毀而退回或更換供應商提供的產品。

業 務

保證及彌償保證

供應商保證其產品符合中國有關質量、安全、進口手續及稅務等方面的最新法律法規，且並無侵犯第三方知識產權。倘違反任何保證，供應商將承擔全部責任，並須對我們因此產生的所有開支及損失作出彌償保證。

終止

倘發生以下情況，我們有權終止與供應商訂立的協議：(i) 供應商未有根據我們的訂單提供足夠產品；或(ii) 其以更低價格向第三方提供相同產品並拒絕向我們支付差價。倘供應商有意終止協議，則須提前60天發出通知，並向我們支付任何未付費用。

對於超市業態的直接供應商，我們一般不收取佣金。在少數情況下，與大型直接供應商訂立的協議可能僅設有退貨回扣，而並無因缺陷產品而退貨的政策。

(B) 與專營銷售商的協議

與專營銷售商的協議乃因應其產品是屬於百貨店業態、超市業態或電器業態而異。該等協議一般為期一年至兩年，一般載有以下條款及條件：

產品

將予出售的一般品牌及／或產品。

代價

一般而言，我們向專營銷售商收取按總銷售額某百分比計算的總金額，包括以下（或以下多項）一般費用：(i) 佣金；(ii) 租金收入；(iii) 管理費；(iv) 倉儲費；及(v) 廣告及促銷費。

就超市專營銷售商而言，我們可能會載入一項總費用下限，按我們在門店內為其產品所分配範圍的大小收取。倘我們於年內收取的實際總費用少於下限金額，則專營銷售商須向我們支付差額。

就電器專營銷售商而言，我們可於其產品達到一定銷售目標時要求收取額外費用。

業 務

就百貨店專營銷售商而言，我們會載入一項年度總銷售額下限，倘實際年度總銷售額低於上述下限金額，則我們將按該下限金額計算佣金百分比。

作為盡量減低收賬風險的措施，所有專營銷售均在我們的出納櫃檯交易。我們於協定的付款時間（通常為按月付款）將銷售所得款項總額經扣減我們應收的所有相關費用及開支後支付予專營銷售商。

定價政策

專營銷售商自行為其產品定價。然而，為維持我們的市場競爭力，專營銷售商有責任就同一地區銷售其品牌的其他第三方商舖為其商品採納標準定價政策。

專營銷售商將向我們的VIP卡持有人提供標準價格商品的特別折扣。此外，專營銷售商有基本責任參與我們的促銷活動，安排細節將由雙方協定。

裝修

經我們事先批准後，專營銷售商一般可自費設計其本身的專櫃及／或指定範圍。若我們要求對門店進行整體裝修，專營銷售商亦須配合並參與我們的裝修工程。

保證及彌償保證

我們的專營銷售商保證其產品符合中國有關質量、安全、進口手續及稅務等方面的最新法律法規。彼等亦須提供若干執照及許可證，證明其產品符合資格銷售及證明符合上述中國法律法規。專營銷售商須遵守《中華人民共和國消費者權益保護法》，電器專營銷售商亦須就其產品遵守《部分商品修理更換退貨責任規定》。

此外，專營銷售商須就其未能符合適用規則及法規及／或侵犯第三方知識產權負全責並同意向我們作出彌償保證。就電器專營銷售商而言，其須在接獲我們的通知後15天內處理其產品的任何質量問題，並協助我們在60天內解決相關問題。

業 務

終止

倘發生以下情況，我們有權終止與專營銷售商訂立的協議：(i)於某期間內，專營銷售商在該門店所售該類別產品的銷售收益最低；或(ii)侵犯第三方知識產權。此外，倘任何一方違反協議條款，則另一方有權終止協議。

在若干情況下，與該等專營銷售商訂立的協議可能載有視乎該等專營銷售商所售商品類別（如珠寶首飾）按不同比例收取佣金的條文。

與租戶的協議

我們通常就旗下門店內租賃商舖與商舖租戶訂立為期一年的租約，或與較大型的商舖租戶訂立介乎八至十年的較長租約。我們通常會收取租金，而該金額主要按租戶獲分配範圍的大小、其品牌及所提供產品的實力、與我們關係的年期及我們各自的議價能力而釐定。

在若干情況下，與該等商舖租戶訂立的協議可能會載有特別條款。以一名商舖租戶為例，協議條文限制我們向該商舖租戶的業內競爭對手分租個別門店的能力。

管理顧問服務協議

除經營自身的門店外，我們亦於2010年7月1日與一名獨立第三方訂立管理顧問協議，惟上述協議已於2012年9月30日終止。該協議為期兩年。

我們的全資附屬公司廣東益華百貨負責向前述獨立第三方所擁有的管理店提供服務。根據該等協議的條款，我們就該管理店提供顧問服務，包括於早期提供僱用及培訓員工、與向我們門店供貨的類似專營銷售商及直接供應商的關係、門店設計及佈局、銷售及促銷策略。於開設該管理店前，我們須向門店內的類似專營銷售商出租95%以上的營業範圍。該管理店根據執照可使用「益華百貨」品牌兩年，並有權另行續期一至三年。

作為回報，我們一般有權收取按某些一次性費用及年費計算的管理顧問費，以及經訂約方協定的其他費用。該一次性費用主要是用於經營門店的資訊科技系統。該年費主要包括：(i)使用「益華百貨」品牌的許可費；及(ii)管理店總收益的1.5%（惟某些產品按不同費率計算，且若干業務除外）。

業 務

於最後實際可行日期，(i)本集團於管理顧問協議項下並無任何未履行責任或義務；及(ii)該管理店已停止使用「益華百貨」品牌。

門店管理

一般而言，中山總部或業態所屬部門為各個別門店發佈所需遵循的營運指引，並協調多店聯辦促銷活動，如首間門店週年慶等。各門店可根據當地情況作出調整，如舉辦個別門店促銷活動等。我們亦監察個別門店的表現，並要求門店經理每月向總部匯報銷售表現及提交經營計劃。

營業時間一般為上午九時三十分至下午九時三十分（週日至週四）以及上午九時三十分至下午十時三十分（週五至週六）。於2013年9月30日，各門店的全職員工人數（不包括專營銷售商僱用的員工）各有不同，介乎於40名至503名僱員不等。大部分員工為我們直接銷售專櫃的銷售人員以及支援和行政員工。各個別門店由負責該門店經營及日常管理的門店經理管轄。

收款

我們的門店均設有由我們的員工操作及控制的出納櫃檯，以收取商品付款。為盡量減低收賬風險，顧客在門店的付款均在該等出納櫃檯收取。由於每種商品均有其各自獨一無二的項目代碼，故顧客在門店內購物時，收銀員會將型號或項目代碼輸入電腦化記錄保存系統，系統則將該等購物記錄為本集團的銷售數據。

業 務

下表顯示往績記錄期間內按不同付款方法劃分的銷售所得款項總額及發行部分新購物卡的所得款項總額分析：

| 付款方法 (附註) | 截至12月31日止年度 | | | | | | 截至5月31日止五個月 | | | |
|--------------|----------------|--------------|----------------|--------------|----------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| | 2010年 | | 2011年 | | 2012年 | | 2012年 | | 2013年 | |
| | 人民幣 百萬元 | % | 人民幣 百萬元 | % | 人民幣 百萬元 | % | 人民幣 百萬元 | % | 人民幣 百萬元 | % |
| 現金 | 538.5 | 33.0 | 582.0 | 29.8 | 574.7 | 30.2 | 254.1 | 30.0 | 241.4 | 26.9 |
| 信用卡及借記卡 | 722.7 | 44.3 | 890.1 | 45.6 | 959.9 | 50.4 | 416.5 | 49.2 | 466.4 | 52.0 |
| 購物卡 | 291.5 | 17.9 | 420.4 | 21.6 | 350.4 | 18.4 | 174.4 | 20.6 | 182.3 | 20.3 |
| 其他 | 77.6 | 4.8 | 58.1 | 3.0 | 18.4 | 1.0 | 1.9 | 0.2 | 7.1 | 0.8 |
| 總計 | <u>1,630.3</u> | <u>100.0</u> | <u>1,950.6</u> | <u>100.0</u> | <u>1,903.4</u> | <u>100.0</u> | <u>846.9</u> | <u>100.0</u> | <u>897.2</u> | <u>100.0</u> |

附註：該等金額包括截至2010年、2011年及2012年12月31日止年度及截至2012年及2013年5月31日止五個月就發行部分新購物卡以現金或信用卡及借記卡或銀行轉賬形式收取的付款總額，分別為約人民幣63.8百萬元、約人民幣19.8百萬元、約人民幣0.9百萬元、約人民幣44,000元及約人民幣0.7百萬元。

於往績記錄期間，我們的顧客主要以信用卡和借記卡付款。其他付款主要包括以電子卡和手機短訊作出的付款、就家電以舊換新政策收取中國政府的回扣或補貼及銀行轉賬付款。

零售業務屬於現金交易性質，因此我們實施嚴格的政策和程序，確保對現金流量和銷售收款進行所需的記錄。例如，現金收款每日存入我們的銀行賬戶。各門店的出納部每日進行對賬，將銷售數據與現金和信用卡收款進行對賬，以確認所得收益，並確保銷售數據與現金收款及信用卡收款並無差異。

此外，門店的監視器和保安人員監察門店安全。

業 務

僱員盜竊

(A) 背景資料

本集團曾發生一宗僱員盜竊案，涉案現金金額合共約人民幣4.0百萬元。涉案僱員於2005年至2012年為江門店出納部高級員工。彼濫用職權，保管所有保險箱鑰匙而挪用約人民幣4.0百萬元。本公司自行審查時揭發事故，本集團於彼於2012年自首及事件揭發後向公安局報案。該僱員已被檢控及被法院判監九年，並已遭解僱。

(B) 內部控制檢討

天職香港企業服務有限公司為本集團委聘的內部控制顧問。內部控制顧問屬天職香港成員，而天職香港為天職國際的聯屬公司。內部控制顧問主要從事向其客戶（包括香港上市公司及準上市公司）提供廣泛的企業管治及風險諮詢、內部審計及內部控制監管合規服務。內部控制顧問委聘團隊的主要成員均為合資格會計師及內部審計師。

內部控制顧問首先於2012年1月進行內部控制檢討，並發現本集團欠缺一套標準政策和程序，以致不同門店採納不統一的內部控制常規。

內部控制顧問在本公司的現金管理職能識別了下列數項內部控制制度的改善範疇：

- (1) 關於中山店（主力店）、江門店和古鎮店，進行現鈔盤點時無妥善存置盤點紙以證明所進行的工作。
- (2) 內部控制顧問進行現鈔盤點時發現江門店和古鎮店的現金日記賬未有及時更新，因此，實際現金結餘和現金日記賬所載的結餘無法即時對賬。
- (3) 江門店保險箱的現金保管工作欠缺分工。
- (4) 內部控制顧問亦發現江門店和古鎮店的銀行對賬並無獲妥善執行（即無及時執行及／或個別項目並非完全一致）。

業 務

(C) 內部控制防治措施

為加強現金收款管理及分工的內部控制措施及防止盜竊事件再度發生，內部控制顧問其後提出下述若干推薦建議。

事故後，經內部控制顧問建議，本集團於2012年5月採納多項糾正措施，包括但不限於：

- (i) 各地的辦公室出納員須每日提供經更新的現金日記賬（連同銀行入賬單正本），其將由專責人員審閱；
- (ii) 就現金保管分工而言，保險箱鑰匙及密碼由不同的專責人員保管，密碼將定期更改；
- (iii) 從保險箱提取現金時須最少由兩名專責人員進行；
- (iv) 各地的辦公室出納員須至少每日將銷售所得款項存入本公司的銀行賬戶一次，以及每日將相關文件轉交會計部作會計記錄；
- (v) 由獨立於出納部的人士進行定期及突擊現金盤點，現金盤點報告定期轉交管理層審閱，而該等報告將於〔●〕後呈交董事會（包括獨立非執行董事）；及
- (vi) 對於所有銀行入賬單，財務人員審核及核對所有相關文件。財務人員會每日審閱「現金手冊」、「銷售點結單」、「出納報告」、「入賬單」（出納副本）以及銀行入賬單正本，以確保並無誤差或異常情況，其後至少每日更新分類賬上的銀行賬戶一次。

2012年5月和2013年1月進行跟進檢討實地考察時，內部控制顧問發現本公司的管理層已實行該等推薦建議。鑑於已採納有關上述事宜的書面政策、充分的分工、定期進行對賬和相關監管審查，內部控制顧問認為，跟進結果令人滿意，且屬充分和有效。

業 務

據董事所深知，除前述事故外，本集團於往績記錄期間並無發生其任何僱員牽涉任何嚴重盜竊的記錄。

(D) 查找及解決日常對賬中的差額／錯誤的內部控制程序

考慮到充分分工的需要，以下所載為各方就查找及解決日常對賬中的差額及錯誤的程序而於2012年5月採納內部控制措施後的一般工作流程：

步驟一：由收銀員及 主管檢查

- 工作天結束後，樓層收銀員會在樓層主管在場下盤點現金。
- 主管印列銷售點結單，查核所收現金是否與結單相符。
- 如發現任何差額，而經盤點現金不足銷售點結單之數，相關樓層收銀員可能須補足現金差額。
- 如無發現差額，樓層收銀員將於銷售點結單上簽署，並填寫入賬單。
- 入賬單連同已收現金會存入保險箱，以於翌日交付予辦公室出納員。

步驟二：由辦公室 出納員審核

- 翌日，保管箱會運往出納辦公室。
- 辦公室出納員開啟保險箱，並盤點現金以核實所收取的現金金額，並與入賬單的金額核對。
- 如發現任何差額，辦公室出納員將即時與有關樓層收銀員及主管跟進，例如入賬單內的金額可能誤填。
- 如無發現差額，辦公室出納員將於入賬單上簽署，保存現金和入賬單副本，並將另一張入賬單副本發還樓層收銀員，作為收據。

業 務

- 步驟三：由會計文員審核**
- 所有入賬單均按上述程序處理，收集和確認所有入賬單後，辦公室出納員會將此等入賬單轉交會計文員，以與出納報告進行對賬，該報告載有樓層收銀員的姓名、當日銷售數字及已收取現金金額／購物卡數量。
 - 如入賬單有任何遺漏或入賬單與出納報告之間有任何差額，會計文員將即時與有關樓層收銀員及主管跟進。
- 步驟四：由會計主管審核**
- 會計文員妥為進行對賬後，辦公室出納員或銀行出納員會每天存入銷售所得款項。
 - 工作天結束後，會計主管將審查現金日記賬、銀行往來賬、銀行入賬單正本及出納報告，並將與相關樓層收銀員、辦公室出納員及銀行出納員跟進。
 - 突擊和定期現金盤點由會計主管和會計經理進行，以確保手頭及現金日記賬的現金準確，如發現差額，將即時與辦公室出納員跟進。

(E) 其他推薦建議

此外，內部控制顧問建議作出下列改善措施，以加強有關發行購物卡的反貪腐及洗黑錢的內部控制措施：

反貪腐

1. 所有以禮品形式發放予外界人士而發行的購物卡應由最少兩名管理行政人員批准，方可以禮品形式發行及發出購物卡。此外，以禮品形式發出購物卡時，管理層必須評估給予外界人士該等禮品有否恰當合理理據（如下列情況（包括但不限於週年晚宴獎品、本公司週年慶或節慶禮品）是否符合一

業 務

般商業慣例及／或習俗)，且作為禮品的購物卡數目須屬合理（不得抵觸中國反貪腐法律規定），管理層方可作出批准。目前，本集團的購物卡禮品上限為每名收卡人每年人民幣5,000元。

2. 作為禮品向外界人士發出購物卡的記錄（即發行日期、購物卡發出數目及編號、收卡人的詳情、審批人的姓名及簽署等）須保留及存置一段足夠長的時間（如七年）。
3. 本集團應嚴格遵守妥善分工原則（即要求以購物卡作為給予外界人士禮品的人士不得為審批人，而就此而言，審批須由兩名其他行政管理人員進行）。於取得管理層審批後，發行及發出購物卡應由專責部門連同會計部進行，以確保存有妥善分工及妥善記錄作為審計憑證。
4. 應定期向本集團負責人員提供有關中國反貪腐法律及法規規定及發展情況的最新消息及培訓。
5. 作為禮品向外界人士發出購物卡的記錄（如發行日期、購物卡發出數目及編號、收卡人的詳情、審批人的姓名及簽署等）應由內部控制委員會每兩個月進行定期審查，而倘認為有必要，則須由內部控制委員會（其可全面充分聯繫董事會（包括獨立非執行董事）及外部專業顧問（包括但不限於法律顧問、合規顧問、外聘核數師及內部控制顧問））採取跟進行動。

防止洗黑錢

1. 當顧客單次直接購買購物卡的金額超過上限（由本集團管理層參照一般商業慣例及／或中國反洗黑錢法律的慣例及規定而預訂）或同一顧客直接多次購買購物卡的累計金額超過某期間（如一星期／一個月）內的上限（由本集團管理層參照一般商業慣例及／或中國反洗黑錢法律的慣例及規定而預

業 務

- 訂)，須取得相關顧客的個人資料，並記入購買購物卡的相關名冊。須予記錄的詳情包括有關顧客的姓名及其個人身份證件號碼、購買日期以及所涉購物卡數目及編號等。
2. 有關購買購物卡超過單次直接購買上限或於某期間（如一星期／一個月）多次作出直接購買的名冊須保留及存置一段足夠長的時間（如七年）。
 3. 應定期向本集團負責人員提供有關中國反洗黑錢活動（如大額購買購物卡、可疑交易等）法律及法規規定及發展情況的最新消息及培訓。
 4. 有關購買購物卡超過單次直接購買或某期間多次直接購買上限的名冊（如發行日期、購物卡發出數目及編號、有關顧客的姓名及其個人身份證件號碼、審批人的姓名及簽署等）應由內部控制委員會每月定期審查，而倘認為必要，則須由內部控制委員會（其可全面充分聯繫董事會（包括獨立非執行董事）及外部專業顧問（包括但不限於法律顧問、合規顧問、外部核數師及內部控制顧問））採取跟進行動（如向相關機關匯報等）。

本集團已於2013年3月採納此等推薦建議。於2013年6月進行跟進檢討的實地考察後，內部控制顧問發現本公司的管理層已實行或採納該等政策。鑑於已採納有關上述事宜的書面政策、充分分工和相關監管審查，內部控制顧問認為，跟進結果令人滿意，且屬充分和有效。

除上述建議的內部控制措施外，請同時參閱本節「法律合規及訴訟－持續合規」分段所載有關此事宜的持續措施及往績記錄期間內的不合規事故。

客戶服務

秉持以客為本的服務，我們透過所有百貨店的客服中心、客服熱線或客服電郵的直接溝通渠道，處理顧客建議或投訴。此外，於若干情況下，我們為若干電器／大件商品提供免費送貨服務至百貨店鄰近地區、免費禮品包裝、電器安裝及調試服務，以及承諾對若干商品進行維修、退款及退換，以確保顧客滿意。

業 務

消防合規

作為我們為確保符合消防安全措施的一部分，我們通常每年最少進行模擬消防演習一次。作為新入職員工培訓的一部分，彼等會獲提供消防安全培訓及每年最少一次的額外培訓。我們的員工（或由業主或其他負責方委任的其他專門人士）不時巡邏門店內敞開的消防通道，以確保其實際上已敞開。此外，為確保消防安全通道無阻，本公司在某些情況下將於地面設置警示，勸戒路人切勿於該區棄置障礙物。

於往績記錄期間，本集團遇上若干消防安全不合規事故。2012年的兩宗相關事故與相關巡查員於巡查中山店（主力店）時發現消防通道有障礙物，及於古鎮店發現若干消防安全設備受損及不熟悉其操作有關。2013年的另一宗事故與中山店（主力店）的相關巡查員巡查應敞開的防火門被關閉及業主與租戶涉及該防火門的巡查及保安安排有關。董事認為，鑑於該等事故已獲改正及本集團並無被施以重大罰款，故該等事故並不重大。

拓展策略

我們擬將零售網絡從中國廣東省拓展至國內其他地區。於最後實際可行日期，我們擁有13間門店（十間百貨店及三間社區店）。我們擬在全國建立據點，並有兩間新門店於2014年及一間新門店於2015年開業（有關新店所在地點，請參閱本節「我們的營運－零售網絡－新店」一段）。

日後，我們將繼續訂立租約經營新店。在開設新店前，管理層因而將審慎考慮以下主要因素：

- 人流、交通便利性、車流、人口密度；
- 當地人口的增長潛力；
- 發展潛力及未來趨勢（如地方政府的政策，尤其是有關建立新開發區的政策）；
- 當地社區的預計消費力；
- 啟動成本、盈利能力及投資回報期；及
- 與周邊競爭對手的距離。

業 務

有關我們目前經營兩間新店的計劃，請參閱本文件「未來計劃」一節。

我們在確定新店地點時著眼於長遠計劃，且受當地政府政策（特別是建立新開發區）的重大影響。作為於新開發地區進行租賃交易的先行者，我們能以有利條款訂立較長期的租約。

此外，我們會透過收購現有百貨店或零售連鎖店業務或與之設立合營企業，力求拓展我們的網絡。評估潛在收購目標時，我們會考慮地點、市場份額、經營質素、財務狀況及其品牌聲譽。

物流管理、質量及存貨控制

物流管理

我們位於中山的物流中心現時向六間百貨店（不包括太陽城店、陽春店、泰安店（龍潭）及陽江店）及三間社區店提供支援。該物流中心一般作為電器業態商品及在部分情況下為超市業態商品（非生鮮食品）的倉庫。

我們的物流中心總面積約8,000平方米，自2003年起開始供我們使用。由於物流中心所在物業乃租賃所得，並將於2014年屆滿，故我們可能無法按相同條款重續或訂立租約（特別是短期租約），請參閱本文件「風險因素－我們未必能為新店購入或租用合適地段或按有利條款為現有門店續租（尤其是短期租約）。」一節。

我們的自設車隊至少每天將商品由物流中心運至各門店一趟，亦運送在我們門店購買的電器至鄰近地區的顧客。物流中心目前位置臨近上述門店，足以讓我們補充存貨及在較短時間內迅速應對顧客需求。

質量及存貨控制

(A) 質量控制

我們的日常業務須具備充裕的優質商品。為確保商品質量，我們致力在售前階段控制產品質量。專營銷售商及供應商對確保門店所售產品的質量水平扮演重要角色。

業 務

下文載列質量保證制度的概覽：

售前

挑選

- 根據我們的採購策略，我們精挑細選我們的直接供應商及專營銷售商。
- *供應商*：我們設立核准供應商名單，並根據該名單向供應商採購貨品。我們於名單加入新供應商前會進行評估程序。該核准供應商名單會於每季進行檢討，以確保能及時剔除名單上在產品質量方面表現遜色的供應商。
- *專營銷售商*：根據專營銷售商協議的一般條款，專營銷售商所售貨品的產品質量主要由相關專營銷售商負責。專營銷售商須向我們提供產品質量保證，並須為因其產品質量引致的任何申索負責。

檢測

- 另一項售前程序中採取的步驟包括驗收送達門店貨品。相關員工將檢驗超市業態及電器業態的各類產品，以確保其符合說明及產品狀態良好。超市業態的相關員工亦會檢查產品的有效日期、產品有否附有質量標準標籤以及抽查貨品重量是否與包裝所示重量一致。
- 經檢驗貨品相關標籤後，有關貨品會即時妥為儲存。我們的員工定時監察製冷設備，以確保其於任何時候均運作正常。
- 我們特別關注超市貨品的質量問題。例如，我們目前擁有由七名成員組成的資深團隊，負責檢查江門店超市貨品的質量。

業 務

- 由於所銷售產品種類繁多及供應商的質量保證制度，我們主要依賴適用的監管測試（即質量標準標籤）和（在若干情況下）我們本身如抽查蔬菜質量的測試。
- 記錄及處理投訴
- 我們可能不時接獲顧客或政府機關有關我們的產品質量的投訴。
 - 發生有關情況時，我們的員工將調查有關產品及具體事故以考慮何種（如有）跟進措施屬必要。門店經理一般會獲接報該事故。倘若員工認為相關專營銷售商、供應商或商舖租戶應全面或部分負責，則我們將一般要求該人士改正問題或就任何改正措施向我們提供彌償保證。我們的員工亦將根據投訴中發現的問題考慮是否有需要限制或回收該產品或來自該專營銷售商、供應商或商舖租戶的其他產品。
 - 投訴紀錄（包括狀況及改正措施）一般於全面處理及／或改正後保存最少一年。我們亦將於考慮是否重續與專營銷售商、供應商或商舖租戶的協議時審閱有關記錄。
- 售後
- 透過客服中心、客服熱線或客服電郵，提供處理顧客建議或投訴的直接溝通渠道。
 - 我們提供電器安裝及調試服務，以及對若干商品提供維修、退款及退換保證，以確保顧客滿意。
 - 持續檢討及在若干情況下終止與持續出現質量問題的相關專營銷售商、供應商或商舖租戶的關係。

業 務

(B) 存貨控制

為確保具備充裕商品，我們採納「安全存貨水平」(即維持額外存貨水平的政策，以防止存貨不足)及「先入先出」存貨政策，以確保門店的直接銷售存貨量維持於最佳水平。就專營銷售而言，我們並無承擔任何存貨風險。於往績記錄期間，我們並無大量過時存貨，故我們並無於往績記錄期間計提存貨撥備。此外，由於(i)本節所載的存貨政策；(ii)我們以多種方法減少過時存貨的能力(如舉辦促銷活動出售該等貨品)；及(iii)我們要求供應商就缺陷或過期存貨提供載於供應商協議內的退換政策，故我們的存貨風險下降。截至2010年、2011年及2012年12月31日止年度各年及截至2013年5月31日止五個月，我們的平均存貨周轉天數分別為約78.4天、約81.2天、約100.5天及約85.7天。

儲存時間

我們的存貨儲存於物流中心及個別門店。一般而言，物流中心有兩種用途，即(i)管理我們網絡內不同門店的存貨水平，故自物流中心收貨起至送抵個別門店之間會存在一段短時間；及(ii)儲存暢銷產品或量購產品以節省成本。一般而言，只有若干超市業態商品(不包括生鮮食品及易腐食品)及電器業態商品會於物流中心儲存一段介乎一至三天的短時間，方會送抵個別門店。在少數情況下，倘我們預計某商品將漲價而大量訂購時，該商品在物流中心的儲存時間將較長。

記錄保存及存貨檢查

進行存貨檢查時，倘商品合格，員工將在電腦化記錄保存系統記錄該商品的相關信息，如相關供應商名稱、貨品數量、識別編碼及有效日期。當商品從物流中心送抵個別門店後，個別門店亦會在商品上架前複查貨品質量。一般而言，我們全年每月對物流中心及個別門店的存貨數量及質量進行定期存貨檢查，每月進行存貨分析，並向採購部匯報，以便制訂採購策略。

在個別門店層面，員工每日進行早段存貨檢查，如某項商品需要補貨，則於該日向物流中心或供應商發出要求。透過使用電腦化記錄保存系統，我們能檢查存貨的地點、數量以及分析存貨的變動，以改善採購策略。於往績記錄期間，我們並無大量過

業 務

時存貨，故我們並無於往績記錄期間計提存貨撥備。根據與直接供應商的協議條款，一般而言，我們可能因(i)質量問題；(ii)產品有效日期即將完結；或(iii)包裝損毀而退換該等貨品。為盡量降低存貨損失，電器業態及超市業態分別會每個月及每半年進行一次存貨盤點，以確定系統記錄的數量與門店及物流中心的實際存貨數量是否有任何不符。

由於並無中國法律強制規定我們對產品責任投保，按照市場慣例，我們未有投購任何該等保險。

我們的專營銷售商或供應商的若干產品可能不時如相關政府機關檢查所發現未有嚴格遵守相關中國法律、規則及法規，而我們可能會(i)接獲投訴；(ii)被要求銷毀產品；及／或(iii)可能被罰款。於往績記錄期間至最後實際可行日期，概無針對本公司產品及／或服務質量的任何重大產品退貨／回收或投訴。

營銷及促銷

營銷

我們推行多項營銷和促銷活動，以(i)確保潛在顧客和常客了解我們的最新促銷活動；(ii)作為以客為本服務的一部分；及(iii)有助向顧客和地方社區宣傳「益華百貨」品牌。

網站

我們的網站www.yihua.com.cn是我們與顧客溝通的渠道，展示我們的門店資訊、促銷活動和部分商品。該網站亦包含向VIP會員提供的眾多功能。顧客亦可通過該網站載列的客服電郵與我們溝通。

《優尚》雜誌

我們自2007年起設立《優尚》季刊雜誌。該雜誌刊載了市場潮流以及我們的促銷活動和節目。我們聘請一間獨立第三方廣告代理負責該雜誌的出版。《優尚》雜誌免費在旗下門店派發或寄發予VIP顧客，主要用作促銷及增進顧客對我們活動的認識。

促銷活動

為促銷、提高顧客忠誠度以及降低存貨風險，我們舉辦多項減價、促銷及其他活動，包括一般的季節性和節慶（如元旦、春節、勞動節、中秋節和國慶）減價，以及首

業 務

間門店週年慶等。此外，個別門店亦會舉辦其週年慶或按照當地習慣舉行其他減價活動。我們通常會在減價促銷活動中提供直接購物折扣、禮品、購物卡和若干免費服務。

一般而言，我們有權發起及落實該等減價和促銷活動，且供應商和專營銷售商同意參加。然而，就該等活動提供折扣所涉及的成本(i)（倘為直接供應商）須由我們自行承擔；及(ii)（倘為專營銷售商）會按個別情況磋商。

此外，我們亦舉辦時裝表演及食品文化節等多項其他促銷活動。我們的食品文化節一般與外國駐華大使館合辦。此舉既可增加外國產品在華知名度，亦有助我們測試顧客是否接受該等產品。若某類產品在活動中深受顧客歡迎，我們其後將接洽相關供應商訂立正式供應協議。

媒體資訊發佈

除在網站和雜誌上發佈資訊外，我們還會在門店提供以及向VIP會員郵寄有關商品和促銷活動的小冊子和宣傳單張。我們亦在電視、電台、報章、雜誌、公共海報及燈箱投放廣告，以提高品牌和門店的知名度。

社區服務和社會公益

本集團成功的關鍵之一是與地方社區緊密聯繫並熱心社會公益。本集團已舉辦並參與多項社區服務以及社會活動，如於2009年發起汶川地震一周年義賣活動及於2012年參加中山慈善萬人行。

此外，本集團一直與國內多家職業學校合作，不僅為其學員提供培訓機會，亦向該等學校贊助辦學資金。

有關我們因參與該等事項及活動所獲獎項及嘉許的詳情，請參閱本節「獎項及嘉許－社區公益」一段。

顧客忠誠計劃

為提升對「益華百貨」品牌的忠誠度及增進與顧客的長期關係，我們於2000年之前推出購物卡及VIP卡。有關顧客忠誠計劃的詳情載於下文。

業 務

VIP卡

我們設有VIP卡計劃，讓持卡人可根據於我們旗下門店的消費金額累積積分，並可於門店使用。VIP卡計劃將參加顧客分為兩類：(i)普通VIP卡會員；及(ii)VIP黃金卡會員。益華投資集團亦發行VIP白金卡，此類會員可於我們的門店中享有與我們的VIP顧客相同的一般優惠。根據該分類，參加顧客可享有各種禮遇（包括購物折扣、若干免費服務及在我們的門店及益華投資集團旗下酒店、餐廳、停車場等業務享有優惠），並可參加我們舉辦的免費假日遊。VIP卡的累積積分可根據VIP卡不時的條款及條件使用，主要為換領(i)購物卡（現時按每10,000分兌領人民幣100元購物卡換算，每購物滿人民幣1元，所得積分可於電器業態及超市業態兌換0.5分及於百貨店業態兌換1分）；(ii)禮品；或(iii)購物袋。VIP積分負債按公平值確認為遞延收益項下的負債，於2010年、2011年及2012年12月31日及截至2013年5月31日止五個月，我們的遞延收益結餘分別為約人民幣2.7百萬元、約人民幣2.9百萬元、約人民幣3.6百萬元及約人民幣4.2百萬元。根據上述過往金額，董事相信，兌換VIP積分將不會對本集團的營運有重大影響。

於2013年5月31日，我們共有110,704名普通VIP卡會員、8,814名VIP黃金卡會員及2,238名VIP白金卡會員。有關我們與益華投資集團所共享其他優惠的進一步詳情，請參閱本文件「與控股股東的關係」一節。

本公司保存有關VIP卡持有人及兌換所得VIP卡積分為購物卡的記錄。於申請VIP卡的過程中，申請人須提供其身份證件號碼、地址及聯絡電話。於兌換所得VIP卡積分為購物卡的過程中，我們的員工會查證VIP卡持有人的狀況，方法是要求VIP卡持有人再度出示其身份證件，以核實我們有關VIP卡顧客數據庫所記錄的資料。我們的電腦系統其後會列印一張載有VIP卡持有人的姓名、身份證件號碼及已贖回購物卡數量的紙條，持卡人亦須核查該等詳情並於紙條上簽署。我們會保存該紙條作記錄存檔用途。

業 務

截至2010年、2011年及2012年12月31日止年度各年及截至2013年5月31日止五個月，來自VIP顧客的銷售所得款項總額分別為約人民幣538.8百萬元、約人民幣698.5百萬元、約人民幣586.0百萬元及約人民幣271.3百萬元，分別佔總銷售所得款項總額約34.4%、約36.2%、約30.8%及約30.2%。此數字並無計及來自無出示VIP卡購物的VIP顧客的任何銷售所得款項總額，且此數字與涉及以購物卡付款銷售（該等VIP顧客的購物涉及以購物卡付款）的銷售所得款項總額部分重疊。

VIP顧客於我們門店購物時的首次銷售交易中，收款分為兩部分，即該產品的有關收益及來自同一項交易所賺取的獎賞積分。獎賞積分部分將按其公平值確認為遞延收益項下的負債。於顧客換取禮品時，禮品的成本將於損益賬扣除，而資產負債表的相關存貨結餘會減少。遞延收益於積分換取禮品時確認為收益，於積分換取購物卡時則分類為顧客墊款。

下表載列於往績記錄期間以換取方法所換取的獎賞積分。

| | 截至12月31日止年度 | | | 截至5月31日止五個月 | |
|--------------|-------------|---------|---------|-------------|---------|
| | 2010年 | 2011年 | 2012年 | 2012年 | 2013年 |
| | ('000) | ('000) | ('000) | ('000) | ('000) |
| 換取購物卡 (附註1) | 73,330 | 306,840 | 255,860 | 119,630 | 113,640 |
| 換取購物袋 | 472 | 1,250 | 82 | 31 | 40 |
| 換取其他禮品 (附註2) | 94 | 399 | 385 | 331 | 4,712 |
| | 73,896 | 308,489 | 256,327 | 119,992 | 118,392 |

單位：VIP卡積分

附註1：現時按每10,000分兌領人民幣100元購物卡換算，每購物滿人民幣1元，所得積分可於電器業態及超市業態兌換0.5分及於百貨店業態兌換1分。

附註2：其他禮品主要為床單、浴巾、食品容器、衣架和紙巾盒。

業 務

根據廣東益華百貨與益華投資集團的若干成員公司簽訂的四份VIP卡合作協議，廣東益華百貨負責生產及促銷VIP卡（包括益華投資集團發行的VIP白金卡）。有關協議的詳情，請參閱本文件「關連交易－獲豁免持續關連交易－(a)VIP卡合作協議」一節。本公司及益華投資集團並無攤分有關向VIP顧客提供商品或服務的交叉銷售利潤及成本。

一般而言，任何人士均可在遞交個人資料（並出示身份證或提供身份證副本）及支付一定費用後申請我們的普通VIP卡。VIP卡於三年後到期，但可通過付費或於VIP卡到期前在我們的門店消費若干金額續期。於VIP卡有效期內累積足夠積分或消費超過若干金額的任何VIP卡持有人均可升級為VIP黃金卡持有人。

購物卡

本集團於2000年之前開始發行購物卡。購物卡乃由廣東益華百貨發行，並可於所有門店（其為已啓業的百貨店）用以選購商品。購物卡的發行方式有五種：(i)由顧客購買；(ii)購買一定金額的購物卡後獲免費發行額外購物卡（如凡一次性購買滿人民幣10,000元的購物卡後可獲免費發行人民幣200元的購物卡，而該等人民幣10,200元的購物卡亦將須遵守監管規定）；(iii)顧客的VIP卡已累積及兌換一定數目的積分（現時按每10,000分兌換人民幣100元購物卡換算，每購物滿人民幣1元，所得積分可於電器業態及超市業態兌換0.5分及於百貨店業態兌換1分）後發行；(iv)為促銷而免費發行；或(v)單位購卡作為僱員福利或促銷安排。

按照上述第(i)、(ii)及(v)種方法發行於該等預付卡發行前涉及付款的購物卡須遵守若干監管規定。有關詳情，請參閱本文件「法規－有關預付卡的規定」一節。同時，按照第(iii)及(iv)種方法發行於該等預付卡發行前並無涉及付款的購物卡則毋須遵守該等監管規定。

業 務

據中國法律顧問告知，我們於管理意見公佈前所發行的預付卡並無遵守一般禁止印製、發售、購買及使用代幣購物券以代替中國市面上流通的人民幣的法律法規。因此，中國人民銀行相關分行有權根據中國人民銀行法律責令我們停止發行購物卡，並就發行該等預付卡向我們徵收最多達人民幣200,000元的最高罰款總額。

中國法律顧問認為，該等中國法律法規屬規管性質，而不符合該等法律法規的罰款屬管理性質，因此將不涉及刑事責任或刑事懲罰。中國法律顧問進一步告知，上述中國法律法規並無向相關機關制訂任何措施，以責令該等預付卡的發卡人贖回所有發行在外的預付卡，或規定我們須就預付卡持有人款項所產生的相關收入退款。此外，根據中國法律顧問與各縣市的中國人民銀行的電話諮詢，在一般實際情況下，會根據中國人民銀行法律向已確認到期預付卡價值為收益的發卡人責令停止發卡及徵收罰款。由於董事確認我們從未於購物卡到期時確認任何收益，中國法律顧問相信向本集團施加懲罰的風險不大，且中國人民銀行相關分行將不大可能就該不合規事故追溯懲罰本集團。

於最後實際可行日期，所有購物卡屬單用途預付卡，我們亦設有不記名預付卡（即人民幣10元起至人民幣1,000元（含）等不同面額的購物卡）及記名預付卡（即面額僅為人民幣2,000元的購物卡）。根據或為遵守允許發行預付卡的管理意見及預付卡管理辦法的規定，

- (a) 我們設定購物卡的面值限額；
- (b) 我們分別於2013年3月29日及2013年6月6日向商務部中山分部及商務部廣東分部完成登記為預付卡發卡人；
- (c) 個人／單位(i)購買我們的記名預付卡；及(ii)一次性購買總值達人民幣10,000元（含）以上不記名預付卡的，我們則會登記購卡人的姓名、有效身分證件號碼及聯絡資料；
- (d) 我們開立資金存管賬戶，並與存管銀行簽訂資金存管協議。存管規定部分以資金存管賬戶的存款撥付及部分以銀行擔保撥付；
- (e) 就銀行轉賬而言，我們根據管理意見及預付卡管理辦法登記相關轉賬詳情；

業 務

- (f) 我們就每批實物卡設定屆滿日期。新一批實物卡生效後，持卡人可出示舊卡以換取附有舊卡未使用價值的新卡。由於我們為購物卡提供續卡服務，故購物卡的未使用價值不會到期；及
- (g) 我們將根據預付卡管理辦法規定保存上述購物卡購卡人的信息最少五年。

中國法律顧問告知，本集團所發行的購物卡於管理意見在2011年5月23日頒佈時已全面符合管理意見的規定，且在截至最後實際可行日期仍繼續符合該等規定。中國法律顧問進一步告知，除於預付卡管理辦法生效後90天內登記廣東益華百貨為預付卡持有人外，本集團於預付卡管理辦法在2012年11月1日生效時已全面符合其規定，且在截至最後實際可行日期仍繼續符合該等規定。誠如本節「不合規事故」分段所載，根據我們向商務部中山分部作出的查詢，商務部廣東分部正落實登記制度的實施細節，故我們無法及時進行登記。廣東益華百貨其後(i)於2013年3月29日向商務部中山分部；及(ii)於2013年6月6日向商務部廣東分部登記為預付卡發卡企業。

根據管理意見及預付卡管理辦法，我們或須於本文件「法規－有關預付卡的規定」一節所載的若干情況下登記顧客資料。中國法律顧問確認，於最後實際可行日期，除預付卡管理辦法條文要求存置預付卡顧客資料最少五年外，現時概無任何其他有關存置本集團所收集的個人資料的重大相關中國法律法規及規則。

鑑於

- (i) 禁止印製、發售、購買及使用代幣購物券的中國人民銀行（作為根據中國法律法規負責發行代幣購物券的主管機關）其後共同頒佈管理意見，允許發行預付卡；
- (ii) 我們所發行的購物卡於管理意見在2011年5月23日頒佈時已全面符合管理意見的規定，且在截至最後實際可行日期仍繼續符合該等規定；
- (iii) 我們已根據預付卡管理辦法完成登記為預付卡發卡企業，故我們已完全符合預付卡管理辦法；

業 務

- (iv) 商務部中山分部（作為主管機關）的書面確認已確認廣東益華百貨自1994年10月成立以來至於2013年[10]月的確認日期，已遵守國家和地方有關市場流通管理的法律法規及規則（包括規管預付卡作為市面上流通的代替貨幣者），且並無被處以任何相關重大罰則。此外，根據中國法律顧問與各縣市的相關機關進行的電話諮詢，上級機關質疑或撤回上述已取得的確認的可能性不大；及
- (v) 我們並無確認已到期預付卡的尚未支付應付款項為收益，

中國法律顧問告知，截至最後實際可行日期就發行該等購物卡的不合規事故而向我們施加懲罰的風險不大，且本集團可根據管理意見及預付卡管理辦法繼續發行購物卡。

顧客購買購物卡後，發行該等預付購物卡所收取的現金構成顧客預付款項，而資產負債表的顧客墊款亦增加，但當符合收益確認準則時將確認為收益。根據管理意見及預付卡管理辦法，購物卡的未使用價值不會到期。因此，我們並無於往績記錄期間於購物卡到期時確認任何收益。所有購物卡的未使用價值於資產負債表列作顧客墊款。

購物卡根據與其他公司的僱員福利或促銷安排發行，並根據該等企業的一般訂單而發行。該等安排一般涉及僱員福利或根據該等公司的顧客忠誠計劃而發行購物卡。有關該計劃的例子，請參閱下文「與移動通訊服務提供商之間的促銷安排」一段。

於往績記錄期間及於最後實際可行日期，本集團發行購物卡，並計劃於〔●〕後繼續發行購物卡。截至2010年、2011年及2012年12月31日止年度各年及截至2013年5月31日止五個月，我們已分別發行964,740張、1,045,301張、1,020,517張及415,598張購物卡（包括新卡及由於到期而更新的購物卡），並已分別使用810,570張、1,102,383張、841,292張及451,276張購物卡。

購物卡不時重新設計（目前每隔三年），每批卡均設有屆滿日期，以識別購物卡的發行時間。每隔一段時段發行新一批卡乃防偽策略，令我們的購物卡可配備更嶄新

業 務

技術，以最佳的方法來提供最大的保障，而屆滿日期可鼓勵顧客選用最新批次的購物卡。新一批實物卡生效後，持卡人可出示舊卡以換取附有舊卡未使用價值的新卡。由於銷售購物卡所收取的款項會列賬為顧客墊款，倘購物卡的未使用價值金額增加，有關購物卡將導致本集團的顧客墊款持續增加。

截至2010年、2011年及2012年12月31日止年度各年及截至2013年5月31日止五個月，涉及以購物卡付款銷售的銷售所得款項總額分別為約人民幣291.5百萬元、約人民幣420.4百萬元、約人民幣350.4百萬元及約人民幣182.3百萬元，分別佔總銷售所得款項總額約17.9%、約21.6%、約18.4%及約20.0%。此數字與來自VIP顧客購物（有關VIP顧客的購物涉及以購物卡付款）的銷售所得款項總額部分重疊。

此外，下表載列於往績記錄期間已發行及使用的購物卡卡值。

| | 截至12月31日止年度 | | | 截至5月31日止五個月 | |
|--------------|-------------|------------|------------|-------------|------------|
| | 2010年 | 2011年 | 2012年 | 2012年 | 2013年 |
| | 卡值 | 卡值 | 卡值 | 卡值 | 卡值 |
| | 人民幣 百萬元 | 人民幣 百萬元 | 人民幣 百萬元 | 人民幣 百萬元 | 人民幣 百萬元 |
| 年／期初結餘 | 121.1 | 164.6 | 153.3 | 153.3 | 216.6 |
| 期內 | | | | | |
| 已發行購物卡 | 335.0 | 409.1 | 413.7 | 135.4 | 167.4 |
| (已使用 購物卡) | (291.5) | (420.4) | (350.4) | (174.4) | (182.3) |
| 年／期末結餘 | 164.6 | 153.3 | 216.6 | 114.3 | 201.7 |

業 務

與移動通訊服務提供商之間的促銷安排

自2007年以來，我們一直根據與獨立第三方移動通訊服務提供商訂立的年度協議，參與彼等與其用戶之間的促銷安排。根據該項安排，該提供商的用戶僅可在我們的主力店及古鎮店透過使用由該提供商發放的電子卡或兌換手機短信條碼購物。電子卡包含由該提供商設定的人民幣值，持卡人每次消費的金額將從電子卡的預付金額的結餘中扣除。手機短信包含獨立條碼，用於購物時會由我們的銷售點系統確認及兌換為人民幣值。兌換時未使用的價值將視為已支銷，因此僅可在單筆交易中使用。另外，電子卡及手機短信方式的金額可兌換購物卡。

截至2010年、2011年及2012年12月31日止年度各年及截至2013年5月31日止五個月，來自與移動通訊服務提供商安排而涉及電子卡或手機短信方式直接付款的銷售所得款項總額分別為約人民幣7.5百萬元、約人民幣2.3百萬元、約人民幣1.2百萬元及約人民幣1.0百萬元，分別佔總銷售所得款項總額約0.5%、約0.1%、約0.1%及約0.1%。

我們的資訊科技系統記錄涉及上述兩種任何一種方法購物的總值，本集團與提供商的記錄進行每月對賬後，提供商會結清銷售額，惟倘若金額超出某指定金額，則須扣除某百分比作為折扣。

此外，與移動通訊服務提供商就電子卡和手機短訊兌換方法訂立的相關協議一般為期一年，其所載條款一般訂明：(i)本集團所售產品符合相關質量標準，且本集團會為該等產品的質量引致的任何問題負責；(ii)有關與提供商競爭對手訂立類似安排的若干不競爭條款；及(iii)賦予提供商於本集團未能符合提供商設定的若干最低質量標準時終止協議的權利。

與向其他顧客作出的銷售相若，倘移動通訊服務提供商根據促銷安排出售的產品出現質量問題，我們將向相關專營銷售商及供應商追討彌償保證。

季節性

中國消費者於年內的消費模式往往因季節而變。根據我們的經驗，元旦假期、春節假期、勞動節假期、中秋節及國慶假期等重要假期及節慶的銷量一般較高。因此，我們的銷售受季節性因素影響。以往，我們通常於該等期間前調整存貨水平，以應付需求增加，因此並無出現任何商品供應短缺的情況。

業 務

資訊科技系統

我們的資訊科技系統規管我們業務及經營的多個範疇。我們設有資訊科技部（每間門店均自設資訊科技部），於2013年9月30日，管理該系統的全職僱員共有32名。董事認為，我們的系統對監控及分析以至確保保持經營效率至關重要，尤其是我們的零售網絡正不斷擴展。

於最後實際可行日期，我們經營中的13間門店各自均設有店內伺服器，實時記錄其財務及經營數據。各門店的數據〔每日〕發送至中國廣東省中山市總部的中央伺服器匯總，可供管理層及相關部門隨後於經營門店及制訂未來策略時查閱及分析。

零售管理、財務管理及VIP卡管理系統

我們的零售管理系統管理基本的日常零售營運，包括採購、銷售、倉儲、直接供應商及專營銷售商管理、銷售及採購預算、審核及結算。誠如本文件「業務－營銷及促銷－顧客忠誠計劃－與移動通訊服務提供商之間的促銷安排」一節所載，該系統確認因特別促銷及VIP卡或其他折扣而作出的零售價格調整，以及根據我們與移動通訊服務提供商訂立的安排以電子卡或兌換方法支付的款項。

通過自零售管理系統收集數據及利用財務管理系統，我們的僱員可製作有關（其中包括）收益、利潤、單價的每日、每月及年度銷售或財務報告以及進行所需的營運分析。財務管理系統的另一主要範疇是銷售點系統的使用，該系統記錄銷售及編製發票，協助員工每日對銷售數字進行對賬。

我們亦設有系統管理VIP顧客資料，包括VIP卡管理、與VIP顧客的溝通、VIP消費分析以及VIP禮品、促銷及折扣管理。此外，為確保VIP顧客的個人資料受到保障，我們僅容許某些員工查閱該等資料。

應急計劃

我們已就系統故障及停電制訂應急計劃，以確保店內所有系統迅速恢復正常。應急計劃包括於所有門店安裝配備獨立電源的備用伺服器，以於停電時記錄門店的銷售

業 務

數據。我們設有團隊於緊急事故發生時執行應急計劃，並向各門店提供詳盡的應急措施、內部評估、報告及恢復程序。以往，我們的資訊系統並未發生任何嚴重故障或中斷，導致長期或重大損失或嚴重損害。

員工及培訓

僱員

於2013年9月30日，我們約有2,085名全職僱員。有關董事及高級管理層的經驗及資質，以及僱員的其他相關詳細資料，請參閱本文件「董事、高級管理層及員工」一節。我們已就各類僱員制訂若干政策，包括培訓、評估及福利。董事認為我們與僱員一直維持良好關係，此外亦確認於往績記錄期間，我們與我們的僱員並無任何重大勞工糾紛。

培訓

為確保客戶服務質量並使顧客滿意，我們對全體僱員（一般包括專營銷售商的員工）開展統一僱員培訓課程，包括向所有新聘員工提供為期三天的詳盡入職培訓，以熟悉我們的企業文化、營運系統、消防安全及預期應向顧客提供的服務水準。所有在職僱員亦須不時參與持續技能提升培訓。此外，我們的高級管理層及若干傑出僱員會獲邀出席由大學或專業培訓機構舉辦的培訓課程及計劃，以進一步增進其知識及提升技能。董事相信，新入職員工培訓及在職員工的持續培訓乃維持以客為本服務及為門店招徠顧客的關鍵。

評估

我們已根據僱員的個人表現制訂僱員績效為本的評估獎勵制度，以降低僱員流失率，並激勵僱員提供符合顧客期望的優質服務。董事相信，若僱員獲悉存在晉升機會，則留效的機會更大，維持及提升客戶服務水平的可能性亦更大。

福利

自1994年起，我們一直根據中國相關規則及法規向中國僱員提供若干社會保險。自2012年4月起，我們亦開始為僱員繳納住房公積金供款，包括2012年1月1日至2012年

業 務

3月31日期間的供款。於最後實際可行日期，我們對養老保險、醫療保險、失業保險、工傷保險、生育保險及住房公積金繳納供款。

除本節「法律合規及訴訟－不合規事故」分段所詳述的若干住房公積金問題外，本公司已遵守所有重要地方勞動及僱傭法規。為確保本集團持續合規（包括避免未來違反重要地方勞動及僱傭法規），我們已採納本節「法律合規及訴訟－持續合規」分段所載的若干措施。

保險

根據中國法律法規以及中國零售業的市場一般慣例，我們已就業務投購涵蓋財產損失或損壞、僱主責任、現金及汽車以及若干公眾責任所涉及風險的保險。然而，本集團因各種原因並無就其業務的所有有關風險投購保險，包括保險公司標準保單內一般不受保或對本集團僅影響輕微或牽涉大額及商業上屬不合理保費的若干風險。根據行業慣例，業內一般不會就產品責任等若干風險投保，故我們並無對該等風險投保。

儘管我們並無就產品責任投保，我們一般規定相關專營銷售商、供應商及於若干情況下的商舖租戶根據相關協議，就其所銷售或供應而侵犯第三方知識產權的產品向我們作出彌償保證。往績記錄期間內，我們有三宗法律程序涉及廣東益華百貨作為其中一名被告人，而在我們的百貨店出售侵犯原告人知識產權的產品。其中一宗案件所售的產品為印有卡通人物的文具及小型玩具（「首宗案件」），而第二宗案件所售的產品為音樂光碟及影碟（「第二宗案件」），而第三宗案件所售的產品為行李袋（「第三宗案件」）。該等產品由獨立第三方供應商供應或由獨立第三方專營銷售商於我們的門店出售。首宗案件和第二宗案件的各方已達成庭外和解，其後原告人已撤回其各自的法律申索，而於第三宗案件，被告人上訴得直，故廣東益華百貨毋須支付任何款項。首宗案件中，廣東益華百貨同意支付約人民幣31,600元及供應商同意支付約人民幣10,600元予原告人，但兩筆款項均由供應商償付。第二宗案件中，相關供應商已支付人民幣30,000元予原告人，而廣東益華百貨則毋須支付任何款項。

董事確認，現有投保額為同類業務常見，且足以保障我們的業務。

業 務

競爭

中國零售業競爭激烈，尤其是對於百貨經營商。我們持續面對的壓力來自國內小型商店及零售商以至較大型商店的競爭，且在中國加入世貿組織之後，可能面對國際超市、大賣場及百貨店營運商的競爭。我們的門店以中國人均可支配收入迅猛增長城市的中高收入階層顧客為目標。主要競爭對手為旗下門店周邊的下列國內外百貨店，以：(i)按相若價格出售同類商品；(ii)提供同一水平的客戶服務；及／或(iii)類似方式於其門店進行促銷及營銷。倘我們的專營銷售商及供應商於我們的門店周邊經營自身門店，我們亦可能面對來自該等專營銷售商及供應商的競爭。

我們雖已採納多項措施維持競爭力，但仍須在（其中包括）顧客、合適地段、供應商及專營銷售商以及合資格僱員方面競爭。該等競爭壓力可能因而影響我們的持續經營業務及未來拓展策略。有關競爭環境相關風險的進一步討論，請參閱本文件「風險因素」一節，尤其是「風險因素－我們經營所在的行業競爭極為激烈，並面對網上零售商日益激烈的競爭」。

尤其是，雖然本公司面對來自網上零售商的競爭，但其認為儘管所有城市的公司均面對網上零售商的競爭（包括我們經營所在的二三線城市），但相關直接競爭有限。我們相信競爭有限的主要理由如下：

- (i) 我們的百貨店藉著為顧客提供實際的購物體驗（包括檢驗及試用實質產品（如試身或試食食物樣本等）及令彼等可參與我們舉辦如食品文化節等活動（網上購物一般無舉辦相關活動）的能力，以瞄準中高收入群體；
- (ii) 我們相信質量保證制度（如員工驗查）對如生鮮產品等貨品的相關目標顧客而言尤其重要；
- (iii) 透過門店，我們能提供相信能備受目標顧客所重視的額外服務，如售後服務（如承諾對若干商品進行維修、退款及退換）及透過百貨店的員工或客戶中心的直接溝通渠道，處理顧客建議或投訴。為表彰相關服務，我們於2011年榮獲「全國售後服務行業十佳單位」；及
- (iv) 我們的大部分銷售均來自舊顧客，即我們相信通過顧客忠誠計劃可令彼等對我們的門店產生親切感的VIP顧客。

業 務

展望未來，本集團將專注於我們獨有的上述優勢，我們亦將採取以下策略：

- (i) 與專營銷售商及直接供應商磋商時或考慮選擇專營銷售商及直接供應商時，我們將討論彼等是否會向我們提供若干具地區獨特性的協定產品，並規定彼等出售該等協定產品的網上零售商遵守該獨家安排；
- (ii) 透過邀請商舖租戶落戶於我們的門店，及於開設新門店時考慮附近具吸引力的業務，如餐廳、電影院及娛樂場所，旨在締造集餐飲、娛樂、休閒服務於一身的大型城市綜合體，並提升我們顧客的購物體驗；及
- (iii) 通過我們的網站、雜誌、小冊子和宣傳單張利用媒體資訊發佈關於我們的商品和促銷活動，以加強我們與顧客的關係，令其優先考慮惠顧我們而非網上零售商。

雖然本集團目前無計劃建立任何網上零售平台，但我們日後可能會開拓此領域或其他機會。

法律合規及訴訟

不合規事故

往績記錄期間，本集團未能符合中國及香港若干適用法律法規，該等重大不合規事故的概要載列如下：

不合規事故概要及原因

發行預付卡形式的購物卡

事故：本集團於2000年之前及直至最後實際可行日期發行購物卡。管理意見於2011年5月生效前，以預付卡形式發行購物卡乃遭禁止。

此外，我們未能根據2012年11月1日生效的預付卡管理辦法，於90天內登記廣東益華百貨為預付卡發卡企業。根據我們向商務部中山分部作出的查詢，商務部廣東分部正落實登記制度的實施細節，故我們無法及時進行登記。

原因：董事認為，不論中國監管限制如何，百貨店發行預付卡屬中國常見慣例，停止發行購物卡將導致本集團的競爭力遜於同業。此外，彼等認為如下所示，相關機關已認同此項慣例：(i)截至最後實際可行日期，就本集團發行及銷售購物卡而言，我們並無收到相關中國機關對本集團發出的任何指令或獲悉其所提出的任何行政訴訟，相反，我們接獲商務部相關分部接納該等慣例的書面確認；及(ii)誠如「法規一有關預付卡的規定」一節詳述，過往禁製該等預付卡的中國法律法規已獲管理意見及預付卡管理辦法重新詮釋，倘符合其項下規定，則該等預付卡可予接納。

改正措施、現狀及發備

作為預付卡的集團發卡企業，廣東益華百貨是唯一一間須登記的企業，其已(i)於2013年3月29日向商務部中山分部；及(ii)於2013年6月6日向商務部廣東分部完成登記手續。

中國法律顧問告知：(i)我們的購物卡於最後實際可行日期已遵守管理意見及預付卡管理辦法；(ii)相關中國法律規並無制訂任何措施，以勒令發卡人或要求退還自預付卡持有人款項產生的有關收入；及(iii)本集團於管理意見頒佈前發行預付卡而被施加罰則的風險甚微。根據上述建議及(●)，故無就此不合規事故計提撥備。

法律後果、潛在最高處分及財務影響

中國人民銀行相關分行可根據中國人民銀行法律令發行的代幣購物券，並向該等企業徵收達人民幣200,000元的最高罰款總額。

如發卡人未能於預付卡管理辦法生效後90天內向商務部有關分部登記預付卡，相關機關有權要求發卡人仍未登記，可能被處以人民幣10,000元以上人民幣30,000元以下的罰款。

根據上述者，中國人民銀行相關分行可向我們徵收達人民幣200,000元的最高罰款，並責令我們停止發行購物卡，而商務部有關分部可向我們施加最多人民幣30,000元的罰款。

本公司的風險分析

中國法律顧問告知，根據下列因素，我們因發行該等購物卡而遭處罰（包括追溯處罰）的風險甚微，且本集團可根據管理意見及預付卡管理辦法繼續發行購物卡：

- (i) 禁止印製、發售、購買及使用代幣購物券的中國人民銀行（作為根據中國法律法規負責代幣購物券發行的主管機關）其後共同頒佈管理意見，允許發行預付卡；
- (ii) 我們所發行的購物卡於管理意見在2011年5月23日頒佈時已全面符合管理意見的規定，且在截至最後實際可行日期仍繼續符合該等規定；
- (iii) 我們已根據預付卡管理辦法完成登記為預付卡發卡企業，故我們已完全符合預付卡管理辦法；
- (iv) 根據中國法律顧問與各縣市的中國人民銀行的電話諮詢，在一般實際情況下，會根據中國人民銀行法律向已確認到期預付卡價值為收益的發卡人責令停止發卡及徵收罰款。董事確認我們從未於購物卡到期時確認任何收益；及
- (v) 商務部中山分部（作為主管機關）的書面確認已確認廣東益華百貨自其於1994年10月成立以來至於2013年10月的確認日期，已遵守國家和地方有關市場流通管理月的法律法規及規則（包括就管預付卡作為市面流通的代幣貨幣者），且並無被處以任何相關重大罰款。此外，根據中國法律顧問與各縣市的相關機關進行的電話諮詢，上級機關質疑或撤回前述已取得的確認的可能性不大。

業 務

| 不合規事故概要及原因 | 改正措施、現狀及撥備 | 法律後果、潛在最高處分及財務影響 | 本公司的風險分析 |
|--|---|---|--|
| <p>租賃協議尚未登記</p> <p>事故：於最後實際可行日期，我們就中國的租賃場所簽訂的若干租賃協議並無根據適用中國法律於簽訂後30天內向相關機關登記或備案。</p> <p>原因：本集團已盡力安排辦理租賃協議的登記手續。然而，如無相關業主協助，我們無法登記租賃協議，經我們要求後，若干業主仍未將租賃協議登記或備案。本集團有兩份與關連人士相關的未登記租約，其中包括(i)與阜沙店相關的租約因欠缺房屋所有權證而未登記(有關改正措施的現況，請參閱本節「租賃物業」一段)；及(ii)與部分古鎮店有關的租約未能登記，原因為所述租約屬分租物業，相關業主(為本集團的關連人士)在無該業主出租該物業擁有人協助下無法登記租約。據我們了解，於向物業擁有人提出請求後，其仍未就相關租賃協議進行登記或備案。然而，根據中國法律顧問的意見，未能登記租賃將不會影響租賃協議的效力，故即使於最後實際可行日期尚未辦理租賃登記手續，我們仍計劃繼續使用該等物業。</p> | <p>於最後實際可行日期，本集團所租賃及佔用物業的36份租賃協議中，有12份仍未根據中國法律法規向相關機關登記。在12份租賃協議中，四份租賃協議的業主未取得房屋所有權證及兩份租賃協議乃與本集團的關連人士訂立。</p> <p>鑑於(i)若干業主同意，倘我們因有關不合規事故而被施加任何罰則，則會向我們作出彌償保證；及(ii)〔●〕，故無就此不合規事故計提撥備。</p> | <p>中國法律顧問告知，未能登記租約將不會影響租賃協議的效力。</p> <p>倘若租賃協議並無於簽訂後30天內登記，相關機關有權要求租賃協議的訂約方限期改正。倘若訂約方仍未能登記租賃協議，彼等可能因每份未登記租賃協議被處以人民幣1,000元以上人民幣10,000元以下的罰款。</p> <p>因此，最高罰款估計將為人民幣120,000元。</p> | <p>中國法律顧問確認，商務部有關分部為發出相關確認的主管機關，且上級機關質疑或撤回該等確認的可能性不大。</p> <p>我們並無接獲相關機關就未登記租約發出任何書面確認。</p> <p>於最後實際可行日期，董事確認，彼等並不知悉相關中國機關就本集團的租賃登記對本集團提出任何行政訴訟。</p> <p>此外，大部分相關業主同意，倘我們因有關不合規事故而被施加任何罰則，則會向我們作出彌償保證。此外，本集團現正與出租人磋商，以登記租賃協議或於租賃協議引入規定出租人須於租賃協議重續時安排登記的條款。</p> |

業 務

| 不合規事故概要及原因 | 改正措施、現狀及撥備 | 法律後果、潛在最高處分及財務影響 | 本公司的風險分析 |
|---|--|--|--|
| <p>權權破陷</p> <p>事故：於往績記錄期間，我們經營業務的江南社區店、阜沙社區店和英德店和泰安店（龍潭）及部分古鎮店的物業業主並無向我們提供有關上述物業的房產所有權證。有關該等物業的進一步詳情，包括取得房屋所有權證的進度，請參閱本節「租賃物業」分段。</p> <p>原因：我們據我們了解，業主有權出租該物業且為物業的實際合法擁有人而訂立租賃協議。</p> | <p>有關改正措施的現況，請參閱本節「租賃物業」分段。</p> | <p>誠如本文件「風險因素」一節所載，於最後實際可行日期，倘若我們因業權缺陷被迫切店的業務營運可能中斷或暫停，而我們的財務狀況及經營業績可能受影響。如被迫切上述物業的業務所置需時間和總成本分別為約兩個月及約人民幣6.1百萬元。</p> | <p>根據《最高人民法院關於審理城鎮房屋租賃合同糾紛案件具體應用法律若干問題的解釋》，倘業主已取得建設工程規劃許可證及建設工程一般會確證租賃協議的物業均有建設工程規劃許可證；及(ii)根據上述物業取得的許可證和證書來核實上述物業的業主為合法擁有人，中國法律顧問認為，有關業主有權向我們出租該等場所，而租賃協議屬有效及可強制執行。</p> <p>於最後實際可行日期，董事並不知悉有關未領取所有權證的場所擁有的任何爭議。</p> |
| <p>公司間計息貸款</p> <p>事故：往績記錄期間，江門益華百貨向益華投資授出若干貸款，詳情如下：</p> <ul style="list-style-type: none">於2010年、2011年及2012年12月31日及截至2013年5月31日止五個月的貸款分別為人民幣20百萬元、人民幣50百萬元、零及零，分別按年利率約6.03%、約4.85%、約9.00%及零計息；截至2010年、2011年及2012年12月31日止年度及截至2013年5月31日止五個月的最高貸款金額分別為約人民幣35百萬元、約人民幣50百萬元、約人民幣50百萬元及零；及截至2010年、2011年及2012年12月31日止三個月度各年及截至2013年5月31日止五個月的貸款利息收入分別為約人民幣1.9百萬元、約人民幣2.9百萬元、約人民幣1.0百萬元及零。 | <p>於最後實際可行日期，貸款及相關利息已全數清還，且概無貸款及有關利息的爭議。</p> <p>鑑於(i)中國法律顧問認為上述公司向貸款被罰款的風險甚微；及(ii)〔●〕，故無就此不合規事故計提撥備。</p> | <p>根據《貸款通則》，中國人民銀行可(i)對貸款人處以相當於貸款交易所得收入一倍以上五倍以下的罰款；及(ii)壓制該等放貸活動。</p> <p>此外，據中國法律顧問告知，該等申索限期為兩年，故應不會就2011年6月30日前收取的利息作出處分。</p> <p>根據2011年9月1日至最後實際可行日期的利息收入總額人民幣1.9百萬元，潛在最高罰款為人民幣9.6百萬元。</p> | <p>我們已獲中國人民銀行有關分行書面確認，自江門益華百貨成立(即2004年8月24日)起至2013年5月31日止，江門益華百貨並無被提出任何行政訴訟，且江門益華百貨並無違反任何相關法律法規或規則。</p> <p>我們獲中國法律顧問告知，上述機關均為發出有關確認的主管機關，上級機關質疑或撤回該等確認的可能性不大，而根據該等確認，罰款風險甚低。</p> <p>於最後實際可行日期，董事確認，彼等並不知悉相關中國機關就公司向貸款對本集團提出任何行政訴訟。</p> |

業 務

| 不合規事故概要及原因 | 改正措施、現狀及撥備 | 法律後果、潛在最高處分及財務影響 | 本公司的風險分析 |
|--|--|--|---|
| <p>開立住房公積金賬戶及繳足供款事故：我們於2012年前並無為僱員開立住房公積金賬戶及無繳納任何該等供款。</p> <p>我們估計，於往績記錄期間產生的未繳住房公積金款項總額（我們尚未接獲主管機關的確認）為人民幣1.5百萬元。</p> <p>原因：據我們理解，就非公營企業而言，於中國廣東省中山、江門、清遠及韶關等二線城市開立住房公積金賬戶及供款仍處於宣傳階段。</p> | <p>於2012年4月，我們為僱員開立住房公積金賬戶，並由2012年1月1日至2012年3月31日繳納住房公積金供款。</p> <p>自2012年4月起至最後實際可行日期，我們已為相關僱員繳納住房公積金。</p> <p>由於我們無接獲任何主管住房公積金管理中心責令改正，我們並無繳納2012年前尚未繳付的住房公積金款項。</p> <p>根據主管住房公積金管理中心（●），僅就此不合規事故為江門益華百貨、清遠益華百貨及韶關益華百貨計提撥備。截至2010年、2011年及2012年12月31日止年度已就前述者分別計提撥備約人民幣0.5百萬元、約人民幣1.0百萬元及零。</p> | <p>根據相關中國法律法規，本集團於2012年前期間未有為僱員開立住房公積金賬戶並繳納供款，因而被主管住房公積金管理中心責令限期時糾正。</p> <p>倘僱主未能於指定時限內開立該等賬戶，將因未能開立賬戶而被處以人民幣10,000元以上人民幣50,000元以下的罰款。</p> <p>就未能及時繳納住房公積金或有任何供款不足，中國法律顧問確認除須根據糾正令支付欠繳款項外，概無其他處罰。</p> <p>因此，不合規事故於往績記錄期間的潛在後果預期為人民幣1.5百萬元（即欠繳金額）及罰款人民幣50,000元。</p> | <p>我們自主管住房公積金管理中心接獲書面確認，指廣東益華百貨、古鎮益華百貨、朗華模具、清遠益華百貨、江門益華百貨及韶關益華百貨已於往績記錄期間符合住房公積金的相關中國法律法規，惟下述者除外。</p> <p>書面確認並無涵蓋整個往績記錄期間（並無涵蓋2011年的清遠益華百貨、2010年及2011年的江門益華百貨及韶關益華百貨），原因為我們並無於該等期間繳款。</p> <p>根據有關地方住房公積金管理中心的書面確認及經與彼等面談後，中國法律顧問認為</p> <p>(a) 廣東益華百貨、古鎮益華百貨及朗華模具就支付欠繳住房公積金而被責令改正的風險不大；</p> <p>(b) 清遠益華百貨就支付於2011年1月前欠繳的住房公積金而被責令改正的風險不大；及</p> <p>(c) 江門益華百貨及韶關益華百貨被責令改正繳納2012年未付住房公積金的風險低。</p> <p>我們獲中國法律顧問告知，各上述有關住房公積金管理中心均為發出有關確認的主管機關，上級機關質疑或撤回該等確認的可能性不大。</p> <p>根據日期為2013年1月31日的一項承諾，中山市朗華模具注塑有限公司已同意就（其中包括）朗華模具註冊成立起至承諾日期發生的不合規事故向朗華模具作出彌償保證。</p> |

業務

| 不合規事故概要及原因 | 改正措施、現狀及撥備 | 法律後果、潛在最高處分及財務影響 | 本公司的風險分析 |
|--|---|---|--|
| <p>其他行政通知</p> <p>我們就朗華模貝於往績記錄期間的事宜進行盡職調查時及根據中國中山報關行日期為2013年1月15日的確認（「確認」），我們於2010年獲通知，朗華模貝就免稅品申索若干稅項豁免，但當有關機關查證此申索時，其並無就若干免稅品的下落提供足夠解釋，故被處罰款。</p> <p>原因：於往績記錄期間，朗華模貝並非由我們的控股股東全資擁有，而其管理層並非完全受我們控制，故可能並無保存恰當記錄。</p> <p>違反公司條例第122條</p> <p>事故：自註冊成立起至於2012年揭發不合規事故止，智鏈設備的董事並無根據公司條例第122條安排編製智鏈設備的損益賬及資產負債表，並於各股東週年大會上向股東提呈。</p> <p>原因：智鏈設備的董事誤以為此項規定不適用於僅有一名股東的情況。此外，智鏈設備管理層依賴作為智鏈設備公司秘書的公司秘書公司履行行政職務。</p> | <p>於最後實際可行日期，我們已悉數支付罰款。</p> <p>由於已作出上述付款，故無就此不合規事故计提撥備。</p> <p>已根據公司條例第122(1B)條於2013年6月13日向高等法院提出申請，以押後提呈賬目的時間。香港高等法院於2013年10月28日授出該判令，批准將公司條例第122(1)條項下規定提呈智鏈設備過往於1994年至2012年的股東大會上的先前損益賬，改為規定提呈智鏈設備於2013年7月8日舉行的股東週年大會上的所述賬目。</p> | <p>根據相關機關的確認，我們可能須繳納罰款人民幣110,000元，並已繳納該罰款。</p> <p>未能採取一切合理措施遵守規定的董事須承擔最高300,000港元的罰款及可被判監禁最多12個月。</p> | <p>由於已作出付款，中國法律顧問認為，概無有關所識別不合規事故的風險。</p> <p>我們並無接獲相關機關就有關不合規事故發出的任何書面確認。然而，香港高等法院於2013年10月28日授出判令，押後提呈所述賬目的時間，而該等賬目已於智鏈設備於2013年7月8日舉行的股東週年大會上正式提呈。</p> |
| | <p>此外，我們現正為智鏈設備尋求合適的公司秘書候補人選。</p> | | |

業 務

持續合規

為確保持續遵守內部控制顧問建議的任何前述法律、規則及法規及避免日後發生載於本節「僱員盜竊」一段的事故，我們已執行下列內部控制措施：

- 就租賃登記的遵守情況而言，本集團已設立及存置載有登記狀況詳情的租賃協議登記冊。就簽立新租賃協議進行磋商時，管理層會與員工加緊合作，以要求及監督業主根據中國適用法律就租賃協議登記及備案。此外，倘若我們獲業主同意，我們承諾會就日後的租賃協議進行登記及備案；
- 就有業權缺陷的物業而言，我們將執行「獨立非執行董事的批准及有關業權缺陷的其他措施」分段所載的措施；
- 就質量標準事宜而言，本公司將據其所得悉由政府機關就專營銷售商或供應商於我們的門店出售或供應的任何次貨發出的任何處分通知保留足夠記錄；
- 我們已於〔●〕前成立內部控制委員會，成員包括梁維君先生、王古坪女士和張天國先生（具備中國法律經驗的兼職顧問）（有關委員會的職責、張先生的經驗及委任王女士的理由詳情，請參閱本文件「董事、高級管理層及員工－內部控制委員會」一節），以為本集團提供最新消息，並就本集團內部控制制度的成效提供意見。本公司高級管理層成員王古坪女士已獲委任為我們的內部合規顧問。王女士負責執行推薦建議，並負責整體管理及監督與中國業務有關的監管合規事項。此委員會（包括王女士）可於必要時不時諮詢我們聘請的外部專業顧問，包括法律顧問、核數師和其他顧問；
- 我們已委聘天職香港企業服務有限公司為〔●〕後的獨立內部控制顧問，以就我們的內部控制制度的充足性和成效進行進一步詳細評估，並根據其檢討建議改善範疇（包括於本節「管理及經營－門店管理－僱員盜竊」一段所載的合規職能及事宜）的執行計劃；
- 〔●〕
- 誠如本節「管理及經營－門店管理－僱員盜竊」一段所載，本集團已採納

業 務

多項內部控制措施，以加強現金收款管理及分工方面的內部控制，以免日後發生僱員盜竊事故，並加強有關涉及以購物卡行賄及洗黑錢的措施；

- 我們的審核委員會將定期審閱合規記錄和內部控制措施，並在年報中披露其審閱結果及確認合規記錄；及
- 董事已根據〔●〕接受有關董事職責及義務的培訓。此外，於2013年7月5日，執行董事以及內部控制委員會成員及若干高級管理層成員接受由本公司法律顧問提供的培訓，以加強彼等對本文件所載的不合規事故的知識，尤其是法律規定及適當程序，而於2013年7月11日，執行及非執行董事以及內部控制委員會成員於同日接受由香港廉政公署代表提供的培訓。我們將在外聘中國法律顧問的協助下制訂培訓計劃，使相關僱員了解最新的適用中國法律法規，包括但不限於有關預付卡的相關中國法律、規則及法規及反貪腐意識培訓、租賃協議、公司間貸款、有關社會保險及住房公積金的法律。

獨立非執行董事的批准及有關業權缺陷的其他措施

就有業權缺陷的物業而言，我們於租賃物業前將對其進行盡職調查，以確保業主為真正的擁有人，且相關中國法律、規則及法規有權出租該物業。於訂立無獲業主提供房屋所有權證的未來租賃前，我們將徵求全體獨立非執行董事的同意。就商討應否授出有關同意時，獨立非執行董事將考慮該情況的背景資料，包括但不限於(i)所述業主是否合法擁有人；(ii)租賃協議是否有效並可強制執行；及(iii)導致業權缺陷的情況。執行董事將在相關員工的協助下搜集有關業權缺陷的資料，並提呈予獨立非執行董事。此外，獨立非執行董事將可就彼等的疑問徵詢中國法律顧問（倘彼等認為合適，其他專業顧問和專家）意見，而該中國法律顧問將獲委聘，就業權缺陷的原因出具報告、核實所謂的業主為物業的合法擁有人及審查糾正業權缺陷的預計時間表。我們亦將於年報和中期報告披露原應取得但尚未取得房屋所有權證的租約，以及取得房屋所有權證進度的任何重大最新消息。倘業主糾正業權缺陷的預期時間表有重大延誤，獨立非執行董事將查找延誤原因，並考慮由本集團採取潛在行動，包括有關租約條款項下的法律選項。

業 務

內部控制顧問、董事〔●〕

內部控制顧問已檢討有關僱員盜竊事故（包括現金收款管理、分工、涉及以購物卡行賄及洗黑錢等事宜）及前述不合規事故的措施，並就此作出建議。於最後實際可行日期，本集團已實行內部控制顧問信納的措施。

董事認為，經考慮(i)內部控制顧問提供的建議及改進措施並根據內部控制顧問的推薦建議實行有關措施；(ii)不時向相關僱員提供相關法律、規則及法規的培訓；及(iii)本集團的專責團隊（審核委員會、內部控制委員會及內部合規顧問）獲外聘專業顧問（內部控制顧問、合規顧問及外聘律師）支援，本集團採納的多項內部控制措施乃屬及應屬充足及有效。

訴訟

我們亦可能不時牽涉業內以及日常業務過程中常見的法律程序（主要涉及顧客索償、勞工索償和供應商索償）。董事確認，往績記錄期間內，該等法律程序（個別或合計）及我們或任何董事的未決或面臨的法律程序或仲裁（包括但不限於勞工糾紛）概無對我們的財務狀況或經營業績造成重大不利影響。

知識產權

商標

我們依賴品牌名稱「益華百貨」，該名稱已註冊為商標及由本集團擁有。

於最後實際可行日期，我們已：

- 在中國註冊14個商標，並在中國申請註冊87個商標；及
- 在香港註冊兩個商標，並申請註冊兩個商標。

業 務

域名

我們為域名 www.yihua.com.cn 的註冊人。

有關我們的註冊商標、商標申請、域名及其他知識產權的詳情，請參閱本文件附錄四「法定及一般資料－B.有關本集團業務的進一步資料－2.本集團的知識產權」一節。

董事確認，於最後實際可行日期，彼等並不知悉任何嚴重侵犯我們知識產權的事件，而我們於往績記錄期間在中國及香港所用的知識產權亦並無涉及任何重大訴訟或重大糾紛。

獎項及嘉許

業務

我們在中國廣東省（尤其是中山市）創立已久，因此屢獲有關業務的獎項及嘉許，其中部分載列如下：

| 年份 | 獎項／認證 | 頒發機構 |
|-------|----------------------|---|
| 2013年 | 「2012年度廣東連鎖五十強企業」 | 廣東省連鎖經營協會 |
| 2012年 | 「全國零售商公平交易（誠信）企業一百強」 | 中國商業聯合會 中國保護消費者基金會及 全國零售商供應商公平交易 （誠信）評價活動組織委員會 |

業 務

| 年份 | 獎項／認證 | 頒發機構 |
|-------|------------------------|---|
| 2011年 | 「2010年度廣東連鎖五十強企業」 | 廣東省連鎖經營協會 |
| | 「連續十五年廣東省、中山市守合同重信用企業」 | 廣東省工商行政管理局及中山市工商行政管理局 |
| | 「全國售後服務行業十佳單位」 | 中國商業聯合會 中國保護消費者基金會 全國商品售後服務評價委員會 |
| 2010年 | 「廣東省著名商標」 | 廣東省著名商標認定委員會 |
| | 「企業信用評價AAA級信用企業」 | 中國商業聯合會 |
| | 「全國商業質量效益型先進企業」 | 中國商業聯合會 |
| 2009年 | 「全國公平交易行業十佳單位」 | 中國商業聯合會 中國企業報社及 全國零售商供應商公平交易評價活動組織委員會 |

業 務

| 年份 | 獎項／認證 | 頒發機構 |
|-----------------|-------------|-----------------------|
| 2006年至 2008年 | 「廣東省誠信示範企業」 | 廣東省企業聯合會及 廣東省企業家協會 |
| 2006年 | 「中山市流通龍頭企業」 | 中山市經濟貿易局 |
| 2001年 | 「全國青年文明號」 | 共青團中央國家國內貿易局 |
| 2000年 | 「誠信維權單位」 | 中國消費者協會 |

產品質量及安全

為表彰我們致力維持門店所售商品的產品質量及安全，我們屢獲獎項及嘉許，其中部分載列如下：

| 年份 | 獎項／認證 | 頒發機構 |
|-------|-----------------------|------------------------|
| 2004年 | 「廣東省食品藥品放心工程 示範單位」 | 廣東省食品行業協會 廣東省醫藥行業協會 |

業 務

社區公益

除了維持業務發展，我們亦致力為門店所在的地方社區作出貢獻。我們從事社區服務活動所獲頒發的部分獎項及嘉許載列如下：

| 年份 | 獎項／認證 | 頒發機構 |
|-------|------------------------|--|
| 2011年 | 「熱心公益－關愛青少年健康成長」 | 中山市人民政府東區辦事處 共青團中山市東區工作委員會 中山市東區青年志願者（義務工作者）服務總隊 |
| 2010年 | 「百家企業幫扶百戶貧困殘疾家庭活動愛心企業」 | 中山市人民政府殘疾人工作委員會 |
| 2004年 | 「支持省委省政府十項民心工程募捐活動貢獻獎」 | 中山市扶貧領導小組辦公室 中山市工商行政管理局 中山市個體勞動者協會 中山市私營企業協會 |
| 1999年 | 「中山市尊老敬老愛心單位」 | 中山市老齡工作委員會 |

業 務

物業

於最後實際可行日期，我們的13間門店、物流中心和員工宿舍均位於本集團租賃的物業內。於最後實際可行日期，現正經營的13間門店佔用的總建築面積約為330,605平方米（其中約279,770平方米為零售空間）。

自置物業

於往績記錄期間直至2013年6月6日，我們擁有位於中國廣東省中山市東區中山三路的怡華商業中心西座第1層（「西座第1層」），為我們中山市主力店的電器業態所在樓層。我們亦擁有並將於〔●〕後繼續擁有位於中國廣東省中山市石岐區中山二路富榮花園G幢302-303室的員工宿舍。

為反映西座第1層過往被視作由益華投資擁有的實際情況，我們將西座第1層的所有權轉讓予益華投資集團的成員公司益華投資。轉讓於2013年6月7日完成後，相關關連人士再次向我們出租該物業（進一步詳情載於本文件「關連交易—III.不獲豁免持續關連交易」一節。）

於2012年6月20日，作為重組的一部分（進一步詳情載於本文件「歷史及發展—企業重組」一節），我們於中山益華管理撤銷註冊前自中山益華管理向廣東益華百貨轉讓上述員工宿舍的所有權（進一步詳情，請參閱「歷史及發展—企業重組—出售及撤銷註冊若干附屬公司」一節）。

租賃物業

於最後實際可行日期，我們已在中國訂立36份租賃協議，總建築面積或可出租面積約330,605平方米。除本文件「關連交易—III.不獲豁免持續關連交易」一節所載者外，該等租賃協議均與獨立第三方訂立。

就我們現正營運的門店而言，四間門店各自的建築面積達30,000平方米或以上，五間門店各自的建築面積超過10,000平方米但少於30,000平方米，而餘下四間門店各自的建築面積則少於10,000平方米。我們的物流中心同樣位於租賃場所內，總佔地面積約8,000平方米。

我們擬就用作香港主要營業地點的香港場所訂立租賃協議。於最後實際可行日期，我們並未就此訂立任何協議。

業 務

除本節「法律合規及訴訟－不合規事故」各段所載者外，上述所有租賃協議已向中國相關機關登記。

下表載列本集團所租賃及佔用的物業權益概要。務請留意，我們的若干租賃可能包括超過一項下述物業：

| 編號 | 說明／地點 | 承租人／ 分租人 | 建築面積／ 可出租面積 (平方米) (概約) | 用途 | 附註 |
|-----|---|-------------|------------------------------|--------|----------|
| (1) | 中國廣東省中山市東區中山三路世紀廣場裙樓的一部分 | 廣東益華百貨 | 23,443.83 | 商用 | (i) |
| (2) | 中國廣東省中山市東區中山三路世紀廣場裙樓的一部分 | 廣東益華百貨 | 6,500.00 | 商用 | (i) |
| (3) | 中國廣東省中山市火炬開發區陵崗村陵崗牌坊側物流中心第2層的一部分以及第3至6層 | 廣東益華百貨 | 7,956.38 | 倉庫及辦公室 | (i)、(ii) |
| (4) | 中國廣東省中山市東區中山三路怡華商業中心西座第1至2層 | 廣東益華百貨 | 5,115.25 | 商用 | (i) |
| (5) | 中國廣東省中山市東區中山三路怡華商業中心西座第5層 | 廣東益華百貨 | 2,497.35 | 商用 | (i) |
| (6) | 中國廣東省中山市東區中山三路怡華商業中心西座第9層901室 | 廣東益華百貨 | 1,888.38 | 辦公室 | (i) |

業 務

| 編號 | 說明／地點 | 承租人／ 分租人 | 建築面積／ 可出租面積 (平方米)(概約) | 用途 | 附註 |
|------|----------------------------------|-------------|-----------------------------|--------|----------|
| (7) | 中國廣東省中山市東區中山三路怡華商業中心東座第1至3層 | 廣東益華百貨 | 4,444.38 | 商用 | (i) |
| (8) | 中國廣東省中山市東區中山三路怡華商業中心東座501室 | 廣東益華百貨 | 1,063 | 商用 | (i) |
| (9) | 中國廣東省中山市東區中山三路怡華商業中心西座第3至4層 | 中山益華世家 | 5,056.76 | 商用 | (i) |
| (10) | 中國廣東省中山市火炬開發區海傍村太陽城商業中心第1至3層的一部分 | 廣東益華百貨 | 17,431.68 | 百貨店 | (i) |
| (11) | 中國廣東省清遠市清城區先鋒中路18號清遠城市廣場3街1層3號舖 | 清遠益華百貨 | 43.83 | 商用及百貨店 | (i)、(ii) |
| (12) | 中國廣東省清遠市清城區先鋒中路18號清遠城市廣場3街7號舖 | 清遠益華百貨 | 43.23 | 商用及百貨店 | (i) |
| (13) | 中國廣東省清遠市清城區先鋒中路18號清遠城市廣場3街8號舖 | 清遠益華百貨 | 42.70 | 商用及百貨店 | (i) |

業 務

| 編號 | 說明／地點 | 承租人／ 分租人 | 建築面積／ 可出租面積 (平方米)(概約) | 用途 | 附註 |
|------|--|-------------|-----------------------------|------------------------|-----|
| (14) | 中國廣東省清遠市清城區先鋒中路18號清遠城市廣場3街3、5、6號舖 | 清遠益華百貨 | 374.26 | 商用 | (i) |
| (15) | 中國廣東省清遠市清城區先鋒中路18號清遠城市廣場第1至3層的一部分 | 清遠益華百貨 | 16,442.95 | 商用 | (i) |
| (16) | 中國廣東省清遠市清城區先鋒中路18號清遠城市廣場第2層觀景台的一部分 | 清遠益華百貨 | 163.68 | 商用 | (i) |
| (17) | 中國廣東省清遠市清城區鳳苑路二棟714、715及813號 | 清遠益華百貨 | 264.59 | 員工宿舍 | (i) |
| (18) | 中國廣東省清遠市清城區北門街西六座405、505、605、705及805號 | 清遠益華百貨 | 586.25 | 員工宿舍 | (i) |
| (19) | 中國廣東省江門市蓬江區迎賓大道118號裙樓的地庫1層、第1至2層及附樓第2至4層 | 江門益華百貨 | 27,900.46 | 商用、辦公室、 員工宿舍、 倉庫 | (i) |
| (20) | 中國廣東省江門市蓬江區迎賓大道116號金匯世紀廣場地庫1層的一部分、第1至3層 | 江門益華百貨 | 40,177.81 | 商用及車位 | (i) |

業 務

| 編號 | 說明／地點 | 承租人／ 分租人 | 建築面積／ 可出租面積 (平方米)(概約) | 用途 | 附註 |
|------|---|-------------|---------------------------------|-----------------|----------------|
| (21) | 中國廣東省江門市蓬江區 迎賓大道116號金匯世紀廣 場地庫1層的一部分及中國 廣東省江門市蓬江區迎賓大 道118號第1層的空地 | 江門益華百貨 | 19,585.11 | 車位及臨時 商業區 | (i)、(ii) |
| (22) | 中國廣東省江門市蓬江區荷 塘鎮良村市瑞豐路1號大樓 第1至3層及第5層的一個單 位以及供電站第1至3層 | 江門益華百貨 | 8,031.30 | 商用、員工宿舍 及辦公室 | (i) |
| (23) | 中國廣東省中山市古鎮崗南 村晉南路江南海岸花園第1 層 | 古鎮益華百貨 | 3,689.00 | 商用 | (ii)、 (iii) |
| (24) | 中國廣東省中山市古鎮中興 大道六坊村綜合樓第2層 | 古鎮益華百貨 | 6,590.00 | 商用 | (ii)、 (iii) |
| (25) | 中國廣東省中山市古鎮中興 大道中山市古鎮國貿大酒店 B區第1至2層及第3層的一部 分 | 古鎮益華百貨 | 4,129.10 | 商用 | (i)、(ii) |
| (26) | 中國廣東省中山市古鎮中興 大道中山市古鎮國貿大酒店 B區第3層的一部分 | 古鎮益華百貨 | 4,650 | 商用及辦公室 | (i)、(ii) |

業 務

| 編號 | 說明／地點 | 承租人／ 分租人 | 建築面積／ 可出租面積 (平方米)(概約) | 用途 | 附註 |
|------|---|-------------|---------------------------------|-------|----------------|
| (27) | 中國廣東省韶關市武江區惠民南路50號中環廣場裙樓第1至4樓及第5至6樓的一部分 | 韶關益華百貨 | 30,005.62 | 商用 | (i)、(ii) |
| (28) | 中國廣東省韶關市武江區惠民南路19號12E及C室 | 韶關益華百貨 | 132.41 | 員工宿舍 | (i) |
| (29) | 中國廣東省韶關市武江區惠民南路58幢0301室 | 韶關益華百貨 | 108.92 | 員工宿舍 | (i) |
| (30) | 中國廣東省韶關市武江區惠民南路98號北1層204室 | 韶關益華百貨 | 73.08 | 員工宿舍 | (i) |
| (31) | 中國廣東省中山市阜沙鎮東阜路衛民路段國貿(逸豪)酒店第1層的一部分 | 廣東益華百貨 | 870 | 商用 | (ii)、 (iii) |
| (32) | 中國廣東省清遠市清城區先鋒中路18號清遠城市廣場第3層的一部分 | 清遠益華百貨 | 536.83 | 商用 | (i) |
| (33) | 中國廣東省英德市和平路東富強東路南交匯處維多利廣場第1及2層 | 廣東益華百貨 | 13,800 | 百貨店 | (ii)、 (iii) |
| (34) | 中國廣東省陽江市陽東縣東風四路318號的建築物第1幢及第2幢的一部分 | 陽江益華百貨 | 27,987 | 商用及車位 | (i)、(ii) |

業 務

| 編號 | 說明／地點 | 承租人／ 分租人 | 建築面積／ 可出租面積 (平方米) (概約) | 用途 | 附註 |
|------|------------------------------------|-------------|------------------------------|----------|----------|
| (35) | 中國廣東省陽江市陽東縣東風四路318號的建築物第1幢及第2幢的一部分 | 陽江益華世家 | 18,888 | 商用 | (i)、(ii) |
| (36) | 中國廣東省陽春市東湖東路陽春國際會展中心第1及2層 | 廣東益華百貨 | 8,480 | 百貨店 | (i) |
| (37) | 位於中國山東省泰安市龍潭路(徐家樓)社區的一幢商用樓宇 | 廣東益華百貨 | 21,432 | 商用、倉庫及車位 | (iii) |
| (38) | 位於中國江蘇省鎮江市鎮江新區通港路以西的一幢辦公大樓的一個辦公室單位 | 廣東益華百貨 | 40.04 | 辦公室 | (i)、(ii) |
| (39) | 中國廣東省英德市英城建設路15號東座第3及6層 | 英德益華百貨 | 140 | 員工宿舍 | (i) |
| 合計： | | | 330,605.18 | | |

附註：

根據中國法律顧問：

- (i) 對於第1至22、25至30、32、34至36、38及39號物業，相關租賃協議為合法、有效且對租賃雙方均具約束力。本集團受中國法律保障有權根據相關租賃協議佔用及使用物業；
- (ii) 對於第3、11、21、23至27、31、33至35及38號物業，儘管未登記租約，但不會影響相關租賃協議的效力；
- (iii) 第23至24、31、33及37號物業的出租人並無向我們提供有關機關的房屋所有權證。有關進一步詳情，請參閱下述改正措施的進度及分析。

業 務

於最後實際可行日期，我們並無就我們門店所在的若干物業，獲相關業主提供房屋所有權證。該等物業租約項下的租金均根據當前市場租金釐定或較當前市場租金低。據有關業主發出的口頭確認，該等物業（下文所載的部分古鎮店除外）屬較大型建設項目的一部分，各部分仍處於不同的發展階段。相關機關一般會於整個建設項目完成後進行竣工驗收程序，且將於竣工驗收程序及其他程序完成後方會申請房屋所有權證。然而，據我們的理解，該等物業現時符合國家及地方的法律和建設標準、強制性安全和防災建設標準。相關業主進一步確認，彼等有權向我們出租該等物業，並承諾就我們因該等物業的業權缺陷而可能蒙受的潛在經濟損失向我們作出賠償。據中國法律顧問告知，我們已就上述賠償承諾根據相關業主發出的相關確認函或有關租賃協議獲彼等提供彌償保證。

根據《最高人民法院關於審理城鎮房屋租賃合同糾紛案件具體應用法律若干問題的解釋》，倘業主已取得建設工程規劃許可證及建設工程已符合建設工程規劃許可證所載的條款，中國人民法院一般會確認租賃協議的有效性。鑑於(i)所有下述未有房屋所有權證的物業均取得建設工程規劃許可證；及(ii)根據所述物業已獲取的許可證和證書來驗證所述物業的各業主為合法擁有人，中國法律顧問認為，有關業主有權向我們出租該等場所，而租賃協議屬有效及可強制執行。

我們門店所在而無房屋所有權證的物業詳情如下：

- 江南店為零售空間總建築面積約3,689平方米的社區店。業主已取得土地使用權證、建設工程規劃許可證及消防證書。然而，業主並未完成物業所在整個建設項目的竣工驗收程序，故未取得房屋所有權證。業主估計房屋所有權證將於2013年12月前取得。截至2010年、2011年及2012年12月31日止年度以及截至2013年5月31日止五個月，董事估計來自江南店的收益分別為約人民幣3.0百萬元、約人民幣7.3百萬元、約人民幣8.7百萬元及約人民幣3.1百萬元。

業 務

- 阜沙店為零售空間總建築面積約870平方米的社區店。業主已取得土地使用權證、建設工程規劃許可證及消防證書。然而，業主並未完成物業所在整個建設項目的竣工驗收程序，故未取得房屋所有權證。業主估計房屋所有權證將於2013年12月前取得。截至2010年、2011年及2012年12月31日止年度以及截至2013年5月31日止五個月，董事估計來自阜沙店的收益分別為零、零、約人民幣2.5百萬元及約人民幣1.0百萬元。
- 英德店為零售空間總建築面積約13,800平方米的百貨店。業主已取得土地使用權證、建設工程規劃許可證及消防證書，並已完成整個建設項目的竣工驗收程序。然而，業主並無取得房屋所有權證。業主估計房屋所有權證將於2013年12月前取得。英德店於2013年6月啟業。
- 泰安店（龍潭）為零售空間總建築面積約14,967平方米的百貨店。業主已取得土地使用權證、建設工程規劃許可證及消防證書。然而，業主並未完成物業所在整個建設項目的竣工驗收程序，故未取得房屋所有權證。業主估計房屋所有權證將於2013年12月前取得。泰安店於2013年6月啟業。
- 部分古鎮店（佔零售空間總建築面積14,789平方米當中約6,590平方米的百貨店）的業主已取得土地使用權證、建設工程規劃許可證及消防證書。然而，業主尚未取得建設用地規劃許可證且未完成竣工驗收程序，故未獲取房屋所有權證。截至2010年、2011年及2012年12月31日止年度以及截至2013年5月31日止五個月，董事估計來自此部分古鎮店的收益分別為約人民幣41.8百萬元、約人民幣39.7百萬元、約人民幣34.3百萬元及約人民幣13.2百萬元。

就英德店而言，相關業主已完成整個建設項目的竣工驗收程序。英德店的業主於申請未領取的證書前正待開發較大型工程項目的其他部分。鑑於部分古鎮店的租金現低於市租及相關業主已確認其有權向我們出租該物業，故董事認為繼續租賃該等場所乃符合本公司的最佳利益，惟擬訂該等場所於2017年租期屆滿後不再續租。

業 務

考慮到中國法律顧問的意見，即業主有權出租物業及租賃協議的效力，董事認為租賃前述未領取房屋所有權證的物業將不會對我們的業務及財務狀況造成任何重大不利影響。

董事估計重置上述物業的業務所需時間和總成本分別約兩個月及約人民幣6.1百萬元。董事經考慮(i)上述無房屋所有權證的物業的收益貢獻佔我們於往績記錄期間的總收益百分比；(ii)我們一般能重置業務至其他可資比較物業；及(iii)搬遷的估計成本和時間後，認為上述物業對我們的業務並不重要。