

業 務

概 覽

根據華通人的資料，於2013年12月31日，按豪華及超豪華汽車品牌的經銷點數目計，我們為中國西北地區第二大的豪華及超豪華汽車經銷集團。此外，根據華通人的資料，按2012年的收入計，我們為西安市及陝西省最大的汽車經銷集團。

根據華通人的資料，西安市於2012年按國內生產總值計，為陝西省最大城市，佔陝西省2012年總國內生產總值約30.2%，而榆林於2012年按國內生產總值計，為陝西省第二大城市，佔陝西省2012年總國內生產總值的19.2%。此外，根據華通人的資料，西安市於2012年按新車牌登記量計，為陝西省最大汽車市場，佔陝西省2012年總新車牌登記量的50.9%，而榆林於2012年按新車牌登記量計，為陝西省第二大城市，佔陝西省2012年總新車牌登記量的16.8%。根據華通人的資料，陝西省於2012年按國內生產總值計，為中國西北地區最大省份，佔中國西北地區2012年總國內生產總值的45.4%，而新疆於2012年按國內生產總值計，為中國西北地區第二大省級地區，佔中國西北地區2012年總國內生產總值的23.6%。此外，根據華通人的資料，陝西省於2012年按新車牌登記量計，為中國西北地區最大汽車市場，佔中國西北地區2012年總新車牌登記量的43.6%，而新疆於2012年按新車牌登記量計，為中國西北地區第二大市場，佔中國西北地區2012年總新車牌登記量的23.0%。

於最後實際可行日期，我們擁有23個營運中的銷售點，包括16間4S經銷店及七間展廳，而在23個營運中的銷售點中，15個位於陝西省西安，佔截至2013年9月30日止九個月的總收入約74.0%。於最後實際可行日期，我們其餘八個銷售點位於陝西省延安、甘肅省蘭州、寧夏銀川、山西省太原、內蒙古鄂爾多斯及江蘇省無錫及蘇州。於最後實際可行日期，我們23個銷售點中有18個位於中國西北。我們在開設成功、優質的銷售點方面往績卓越。我們為首家在中國西北地區開設凱迪拉克、保時捷、賓利、法拉利／瑪莎拉蒂及紅旗銷售點的先驅，並為設立奧迪銷售點的首批經銷商之一。於最後實際可行日期，我們旗下七個銷售點涵蓋保時捷及法拉利／瑪莎拉蒂等超豪華汽車品牌(我們是該等品牌於中國西北地區的唯一經銷商)，兩個銷售點涵蓋賓利(我們是該品牌於陝西省的唯一經銷商)，13個銷售點涵蓋奧迪、大眾進口、梅賽德斯-奔馳、凱迪拉克、雷克薩斯及紅旗等豪華汽車品牌。於最後實際可行日期，我們已接獲汽車供應商的無約束力意向書，並計劃為超豪華汽車品牌(包括法拉利／瑪莎拉蒂)開設四個銷售點，為豪華汽車品牌(包括奧迪、大眾進口、紅旗及克萊斯勒)開設九個銷售點，以及為中檔市場品牌上海大眾開設一個銷售點。

我們提供全面的汽車銷售及服務，包括(i)銷售汽車(進口及國產汽車)；及(ii)售後

業 務

服務，包括保養及維修服務、銷售零配件及汽車修飾服務。我們亦提供其他增值服務，如汽車保險代理服務、汽車融資服務、汽車牌照服務及汽車調查服務。

往績記錄期內，我們取得迅速增長。於2010年、2011年及2012年，我們的汽車銷量分別為7,283輛、11,032輛及14,810輛，複合年增長率為42.6%，而我們於同期的汽車銷售所得收入分別為人民幣3,023.4百萬元、人民幣4,967.5百萬元及人民幣6,619.3百萬元，複合年增長率為48.0%。其中，同期豪華及超豪華品牌汽車銷售所得收入分別為人民幣2,568.8百萬元、人民幣4,411.0百萬元及人民幣6,122.3百萬元，複合年增長率為54.4%。截至2013年9月30日止九個月，我們已出售11,680輛汽車。有關銷售所得的收入合共為人民幣4,940.9百萬元，當中銷售豪華及超豪華品牌汽車所得收入為人民幣4,610.0百萬元。

我們一直不斷改善售後服務能力。往績記錄期內，大部分向我們購買豪華及超豪華汽車的新客戶會選擇我們的4S經銷店為其提供保養或維修服務。售後服務的維修台次由2010年的85,729輛增至2011年的111,513輛，並進一步增至2012年的154,641輛。截至2013年9月30日止九個月的維修台次為124,885輛。

下表載列所示期間的收入明細：

收入來源	截至12月31日止年度						收入複合 年增長率	截至9月30日止九個月				
	2010年		2011年		2012年			2012年		2013年		
	收入	貢獻	收入	貢獻	收入	貢獻		收入	貢獻	收入	貢獻	收入變動
	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	%	%	
汽車銷售												
—豪華及超豪華品牌.....	2,568,793	78.9	4,410,970	82.5	6,122,318	85.0	54.4	4,559,113	84.8	4,610,033	84.6	1.1
—中檔市場品牌.....	454,571	13.9	556,514	10.4	496,951	6.9	4.6	392,280	7.3	330,888	6.1	(15.7)
小計.....	3,023,364	92.8	4,967,484	92.9	6,619,269	91.9	48.0	4,951,393	92.1	4,940,921	90.7	(0.2)
售後服務.....	233,266	7.2	380,920	7.1	585,963	8.1	58.5	423,270	7.9	506,358	9.3	19.6
總計.....	3,256,630	100.0	5,348,404	100.0	7,205,232	100.0	48.7	5,374,663	100.0	5,447,279	100.0	1.4

我們的收入由2010年的人民幣3,256.6百萬元增至2011年的人民幣5,348.4百萬元，並進一步增至2012年的人民幣7,205.2百萬元，複合年增長率為48.7%。截至2012年及2013年9月30日止九個月，收入分別維持在人民幣5,374.7百萬元及人民幣5,447.3百萬元的相對穩定水平。毛利由2010年的人民幣318.0百萬元增至2011年的人民幣515.9百萬元，並進一步增至2012年的人民幣562.5百萬元，複合年增長率為33.0%。毛利由截至2012年9月30日止九個月的人民幣407.7百萬元增長9.4%至截至2013年9月30日止九個月的人民幣446.1百萬元。

我們已與眾多領先的全球汽車製造商及其中國合資公司(尤其是大眾集團及其旗下品牌組合公司(包括保時捷、賓利、奧迪及大眾進口))建立長期關係。憑藉我們與現有豪華及超豪華汽車供應商的深厚關係，以及我們於豪華及超豪華汽車銷售和服務的專業知識，我們相信將能進一步鞏固我們於中國西北地區的領先市場地位，並將成功經驗複製至中國的新市場。

業 務

我們的競爭優勢

中國西北地區第二大的豪華及超豪華汽車經銷商

根據華通人的資料，按於2013年12月31日的豪華及超豪華汽車品牌經銷點數目計算，我們是中國西北地區第二大的豪華及超豪華汽車經銷集團。於最後實際可行日期，我們擁有23個銷售點，其中九個專門經營保時捷、賓利及法拉利／瑪莎拉蒂等超豪華汽車品牌，13個專營奧迪、大眾進口、梅賽德斯－奔馳、凱迪拉克、雷克薩斯及紅旗等豪華汽車品牌，而17個豪華及超豪華銷售點位於中國西北地區。於最後實際可行日期，我們已接獲汽車供應商的無約束力意向書，並計劃為超豪華汽車品牌(包括法拉利／瑪莎拉蒂)開設四個銷售點，以及為豪華汽車品牌(包括奧迪、大眾進口、紅旗及克萊斯勒)開設九個銷售點以及為中檔市場品牌上海大眾開設一個銷售點。於2010年、2011年及2012年，我們的收入分別為人民幣3,256.6百萬元、人民幣5,348.4百萬元及人民幣7,205.2百萬元，複合年增長率為48.7%。相較之下，根據華通人的資料，同期中國汽車經銷行業整體所得的收入的複合年增長率約為15.8%。

自我們於2002年在陝西省西安開展業務以來，我們是少數進駐正急速增長且供不應求的中國西北地區的先驅之一，並首先開設凱迪拉克、保時捷、賓利、法拉利／瑪莎拉蒂及紅旗銷售點，並為於該地區設立奧迪銷售點的首批經銷商之一。

由於豪華及超豪華汽車製造商在選擇經銷商時採納嚴格標準，我們相信，作為擁有良好往績記錄及營運能力的領先汽車經銷集團，我們在從現有豪華及超豪華品牌取得更多授權，以及與新的豪華及超豪華汽車品牌建立關係等方面佔有優勢。鑒於豪華及超豪華汽車市場的高門檻，我們的市場領先地位將使我們相對於任何新加入者較具競爭優勢。

作為中國西北地區汽車經銷行業的先驅參與者，我們已累積龐大的客戶群。我們相信龐大的客戶群已為我們的售後服務奠下堅實的基礎，售後服務於2010年、2011年及2012年以及截至2013年9月30日止九個月的毛利率分別約為34.9%、37.5%、41.6%及41.0%。此外，我們售後服務的毛利分別佔我們同期總毛利的25.6%、27.7%、43.4%及46.6%。我們相信這已使並將繼續使我們得以享有來自新汽車銷售及售後服務的穩定收入及利潤。

戰略性的銷售網絡佈局，覆蓋豪華、超豪華汽車增長潛力巨大的西北地區

我們已在陝西省建立穩固據點，並進一步拓展在資源豐富的周邊地區(例如內蒙古及山西省)的業務。根據華通人的資料，中國西北地區的石油、天然氣及煤儲量佔2012年中國總儲量約34.8%、40.0%及15.0%，導致高收入人士數目日益增加，彼等繼而成為

業 務

豪華及超豪華汽車的主要買家。因此，於往績記錄期，能源及相關行業的客戶成為我們最大的客戶組別，分別佔2010年、2011年及2012年以及截至2013年9月30日止九個月客戶總人數約7.9%、12.8%、12.7%及13.3%。

受惠於中國政府開發華中及華西地區的優惠政策及工作，中國西北地區及其周邊省份(包括內蒙古及山西省)的國內生產總值近年錄得快速增長。根據華通人的資料，中國於2009年至2012年的整體國內生產總值複合年增長率約為15.1%，而同期陝西省、甘肅省、青海省、寧夏及新疆的國內生產總值增長的複合年增長率分別約為20.9%、18.6%、20.5%、20.0%及20.6%。因此，根據華通人的資料，2012年中國擁有人民幣一千萬元或以上資產淨值的人數以約6.3%的速度增長，而我們基地所在的陝西省於2012年以約8.0%的速度增長。然而，2012年中國西北地區的汽車滲透率僅約為4.8%，同期全國則約為6.2%。由於經濟迅速增長及汽車的低滲透率，中國西北地區近年錄得豪華及超豪華汽車銷售快速增長，而我們相信該增長將會持續。

憑藉我們於中國西北地區的穩固地位及全面的經驗和知識，我們相信我們將可進一步鞏固於該地區的市場領導地位，並將成功經驗複製至中國的新市場。

對豪華及超豪華品牌的關注促進銷售收入和利潤持續增長

於最後實際可行日期，我們23個銷售點中有22個專門經營保時捷、賓利及法拉利／瑪莎拉蒂等超豪華汽車品牌，以及奧迪、大眾進口、梅賽德斯－奔馳、凱迪拉克、雷克薩斯及紅旗等豪華汽車品牌。我們相信，我們所出售的汽車品牌為在中國最受歡迎的品牌之列。有關品牌於中國錄得持續的銷售增長。

豪華及超豪華銷售點所得收入分別佔2010年、2011年及2012年以及截至2013年9月30日止九個月總收入的85.2%、88.8%、92.4%及93.3%。豪華及超豪華銷售點的毛利分別佔同期總毛利的90.4%、93.2%、95.8%及96.9%。豪華及超豪華汽車銷售的毛利率一般較中檔市場品牌銷售的為高。於2010年、2011年及2012年以及截至2013年9月30日止九個月，豪華及超豪華品牌的新車銷售毛利率分別為8.3%、8.0%、5.1%及5.2%。相較之下，根據華通人的估計，2012年中國新車銷售的平均毛利率介乎1%至2%。

與汽車廠商、特別是大眾集團及其旗下品牌組合公司，保持長期穩健的合作關係

我們已與大眾集團及其旗下品牌組合公司建立長期戰略合作關係，並成為其於中國重要的經銷集團之一。於最後實際可行日期，我們23個銷售點當中的15個獨家銷售大眾集團旗下品牌組合公司所製造的汽車。我們是獲奧迪授權於中國西北地區開設4S

業 務

經銷店的首批經銷集團之一，該經銷店亦為我們首家4S經銷店。我們亦為於中國西北地區首家開設保時捷及賓利銷售點的經銷商。根據華通人的資料，我們是中國西北地區保時捷及法拉利／瑪莎拉蒂的唯一經銷集團，而按保時捷、賓利、奧迪及大眾進口於2013年12月31日的4S經銷店數目合併計算，我們是中國西北地區此等品牌的最大經銷集團。於2012年11月，陝西新豐泰技術成為大眾進口的若干汽車型號的非獨家地區分銷商。有關更多詳情，請參閱「我們的銷售點－經銷安排」。我們獲大眾集團及其旗下品牌組合公司邀請出席與其全球及中國高級管理層成員的例會，提供我們對其於中國的拓展戰略和計劃的反饋意見，並參與其著名營銷活動。

根據華通人的資料，以新車登記數目計，保時捷和賓利品牌的汽車佔2012年中國超豪華品牌市場份額約92.9%；而奧迪、大眾進口及雷克薩斯則佔約42.3%。根據華通人的資料，以2007年至2012年的新車牌登記計，保時捷為中國最大超豪華汽車品牌，而奧迪為中國最大豪華汽車品牌。

於2010年、2011年及2012年以及截至2013年9月30日止九個月，大眾集團旗下品牌組合公司(包括保時捷、賓利、奧迪和大眾進口)所製新車的銷售為我們新車銷售業務的最大收入及利潤貢獻來源。此等汽車品牌的銷售額分別佔我們於2010年、2011年及2012年以及截至2013年9月30日止九個月的汽車銷售總額的64.2%、68.0%、80.7%及83.7%。

此外，我們已於2004年獲一汽大眾授權，在中國西北地區經營其首家零配件分銷中心，此分銷中心為唯一一家為陝西省、甘肅省、寧夏、青海省及山西省的汽車經銷集團提供奧迪及大眾品牌存貨及零配件的分銷中心。我們相信此分銷中心進一步鞏固我們與大眾集團及其旗下品牌組合公司的戰略合作關係。有關更多詳情，請參閱本[編纂]「業務－零配件分銷中心」。

我們相信我們的營運能力及專業知識已助汽車供應商提升其在中國的市場份額及贏取顧客的忠誠度，繼而有助我們與該等汽車供應商建立長遠關係。此外，我們正在積極尋求與其他豪華及超豪華品牌汽車供應商的合作機會，以擴闊我們的品牌組合。我們已與新汽車供應商(例如梅賽德斯－奔馳)建立關係。我們相信，憑藉豪華及超豪華汽車供應商的卓越品牌組合和出眾市場形象，我們佔據有利位置，進一步鞏固於現有的市場地位，同時進軍新市場及抓住中國迅速擴張的豪華及超豪華汽車市場的增長機會。此外，我們相信我們與豪華及超豪華汽車供應商穩固的關係將在我們尋求取得其他豪華及超豪華汽車供應商的授權時，為我們帶來競爭優勢。

業 務

通過有效的可複製自建模式，成功實現高質量的增長

我們於迅速建立成功且高質量的銷售點方面擁有良好往績。我們透過於2011年、2012年及2013年分別開設五個、八個及兩個新銷售點迅速擴展我們的網絡，將我們的豪華及超豪華銷售點數目由2010年12月31日的七個增加至最後實際可行日期的23個。我們過往透過建立及管理新銷售點的複製模式達致穩定內部增長，從而擴展我們的經銷網絡，該模式包括(i)物色新市場及地點；(ii)申請新經銷授權；及(iii)為新銷售點招聘、培訓及管理員工。該等標準化程序令我們可有效地運用人力資源，有助於為新店灌輸業務慣例及企業文化，確保整個網絡貫徹的服務質素。我們擁有大批熟練僱員，令我們可迅速適當地為新店安排人手。因此，我們的新銷售點開業後短期內可實現銷售及獲得利潤。例如我們於2012年2月在鄂爾多斯開設保時捷4S經銷店，該經銷店於開業後三個月內售出175輛新汽車，並於2012年錄得淨利潤。此外，我們於2011年9月在西安開設奧迪4S經銷店，該經銷店於營運首六個月錄得淨利潤。

我們相信，我們於中國西北地區的大量土地儲備有助確保我們豪華及超豪華汽車經銷業務的持續增長。於最後實際可行日期，我們旗下23個銷售點中，14個位於我們擁有土地使用權的土地上。截至2013年9月30日，我們使用的總土地面積為263,926平方米，其中我們擁有總面積179,600平方米地塊的土地使用權，佔我們所用總土地約68.0%。豪華及超豪華汽車供應商一般選擇將經銷授權授予擁有新店址土地使用權的經銷商，以確保可持續的銷售增長。此外，鑒於預期通脹和房地產價格持續上升，我們的大幅土地儲備確保我們可長遠控制營運成本。於2010年、2011年及2012年以及截至2013年9月30日止九個月，我們向第三方租賃土地及建築物的租賃費用分別佔我們總收入約0.03%、0.12%、0.33%及0.23%。另外，我們可透過質押我們的土地使用權，從銀行取得中長期貸款，讓我們易於取得穩定的外部融資，其融資成本亦低於無抵押貸款。

此外，我們向客戶提供優質及全面的售後服務。於往績記錄期內，大部分向我們購買豪華及超豪華汽車的新客戶會選擇我們的4S經銷店為其提供保養或維修服務。售後服務的維修台次由2010年的85,729輛增至2011年的111,513輛，並進一步增至2012年的154,641輛。維修台次由截至2012年9月30日止九個月的112,156輛增至截至2013年9月30日止九個月的124,885輛。我們相信，我們優質及全面的售後服務及專業知識讓我們得以與客戶發展長遠及穩固關係，從而有助我們擴大客戶群、擴闊收入來源以及改善經營業績。

業 務

經驗豐富的管理層團隊和高質量的人才儲備

我們的執行董事及高級管理層團隊乃由在多個汽車經銷行業方面經驗豐富的專業人士組成，彼等平均具備逾13年的行業經驗。公司創辦人之一胡先生擁有27年的汽車經銷行業經驗。有關高級管理層的行業經驗的進一步詳情，請參閱本[編纂][董事及高級管理層]。我們的執行董事及高級管理層團隊將我們由單一銷售點經營者轉型成為中國西北地區最大的豪華及超豪華汽車經銷集團之一。我們的執行董事及高級管理層團隊致力透過彼等對市場動態、人才培育及客戶需求的深入瞭解創造價值。我們相信，我們的管理層團隊具備深厚知識，乃於汽車經銷行業中取得成功的關鍵，並能把握市場機遇、制定完善的業務策略、評估及管理風險、實行管理及生產計劃以及提升整體利潤以將股東價值最大化。

我們集團內各階層具備才能及經驗的專家所組成的團隊為我們的管理團隊提供支援。我們認為僱員為我們維持業務成功的關鍵。因此，我們專注於物色、招聘及培訓具備才能人士。根據我們的經驗及汽車供應商的培訓課程，我們已為培訓僱員訂立標準化程序及全面的課程，持續提升彼等技能及技術訣竅。我們採取系統化的模式，透過不時將彼等調任至不同門店，識別及晉升具備才能的僱員，為彼等提供長遠事業規劃及績效獎勵，並使我們能於新店利用較具經驗的僱員的技術及專業知識。此舉有助縮短新銷售點所須的壯大期。我們相信，僱員不斷發展為我們業務持續成功提供穩固的基礎。

此外，Standard Chartered Private Equity於2011年4月對Top Wheel作出34.37百萬美元的投資，我們將該筆款項用於擴展本集團的經銷網絡。在Standard Chartered Private Equity的協助下，我們得以透過令持股架構更多元化改善管理層架構及企業管治，此舉將可改善我們的品牌價值及信譽。

我們的戰略

繼續提升我們於中國西北地區的領先市場地位以及選擇性地於中國擴展新市場

我們計劃利用我們的地方技術、透過現有經銷網絡建立的關係及正面品牌形象，以及深入的行業專業知識，於中國西北地區建立成功的新銷售點。我們相信我們目前於中國西北地區以及內蒙古及山西省的市場具備龐大的市場潛力。由於此等地區的經濟迅速增長，此等地區的汽車、保養及維修、零配件、修飾、汽車用品及其他服務的市場需求將會增加。為進一步鞏固我們於中國西北地區的超卓地位，於最後實際可行日期，我們已與汽車供應商簽訂無約束力意向書，並計劃於此地區建立五個豪華及超豪華品牌的銷售點。

業 務

鑒於中國西北地區為豪華及超豪華汽車經銷行業的穩固據點，我們力求進一步擴展經銷網絡至中國若干人口較稠密及富庶的地區，該等地區較為發達且經濟增長率持續高企。於2013年10月，我們於江蘇省無錫開展試營大眾進口展廳，並於2012年12月在蘇州開始試營一間大眾進口的展廳。我們亦已就北京的一間奧迪4S經銷店、揚州的一間奧迪4S經銷店、無錫的一間大眾進口4S經銷店、江蘇省蘇州的一間大眾進口展廳及一間克萊斯勒4S經銷店簽訂無約束力意向書。我們相信有關意向書將有助我們收入來源多元化及提供新增長動力。

我們已於北京及江蘇省取得土地儲備，我們認為此舉可使我們透過複製我們的網絡擴充模式進軍該等新市場，因此屬至關重要。於2013年9月30日，我們已就位於北京的土地悉數支付土地出讓金(不包括與該土地直接相關的稅項及開支)人民幣196.5百萬元。就北京的已規劃銷售點而言，於2013年9月30日，我們已產生資本開支(不包括土地出讓金)約人民幣0.9百萬元，並預期將產生額外人民幣107.5百萬元。就位於江蘇省無錫的大眾進口展廳及4S經銷店的土地而言，於2013年9月30日，我們已悉數支付土地出讓金(不包括與該土地直接相關的稅項及開支)人民幣13.8百萬元，並已取得相關土地使用權證。我們正在取得北京土地的土地使用權證。我們的董事及高級管理層成員，包括胡先生及賈若冰先生曾在北京及江蘇省的汽車經銷市場工作，或熟悉該等市場。我們相信彼等的經驗及知識將有助我們於較短期內在該等新市場建立穩固據點。我們已進行全面的調查及研究，鑒於強勁的經濟增長、龐大的富裕人口及超豪華及豪華汽車市場的迅速發展，我們相信該等新市場的超豪華及豪華汽車銷售增長仍然具有增長潛力。此外，我們的新銷售點及於該等新市場開設銷售點的無約束力意向書均為汽車供應商對該等新市場充滿信心的佐證。此外，憑藉我們強勁的往績記錄及與汽車供應商的長期合作關係，我們相信我們具備實力取得汽車供應商的新授權，於新市場開設新銷售點。憑藉我們於豪華及超豪華汽車經銷板塊的長期專業知識，並專注於我們目前所出售的豪華汽車品牌，我們相信，我們能把我們的成功經驗複製至新市場。有關我們成功的網絡擴展模式的更多詳情，請參閱「我們的競爭優勢—通過有效的可複製自建模式，成功實現高質量的增長」及「我們的銷售點—擴展經銷網絡」。

我們相信我們與現時合作的豪華及超豪華汽車供應商(尤其是大眾集團及其旗下品牌組合公司)良好的往績記錄及建立已久的關係，將使我們獲得更多經銷授權，以進一步擴展我們的經銷網絡。此外，我們或會戰略性地收購汽車經銷商或與其合併，以擴展我們的經銷網絡及品牌組合。於最後實際可行日期，我們並無物色任何目標。

繼續加強我們現有的品牌以及進一步使我們提供的豪華及超豪華汽車品牌組合多元化

我們相信，我們與領先汽車供應商建立已久的關係以及與豪華品牌(如奧迪及大眾進口)及超豪華品牌(如保時捷)的卓越往績記錄，使我們具備能從此等豪華及超豪華品

業 務

牌製造商取得更多授權的實力。我們旨在透過與現有汽車供應商維持緊密聯繫、在汽車供應商制定策略及作出決策時提供更多協助及自彼等獲得更多授權以鞏固我們與彼等的關係。

我們亦計劃尋求與其他豪華或超豪華品牌汽車供應商合作的機會，以擴充我們的品牌組合。我們相信，此舉將進一步提高我們的市場地位及改善我們的經營業績，此乃由於此等汽車需求量大但供應有限。

我們相信，透過於我們的組合及所提供的產品及服務中豐富及優化豪華及超豪華汽車品牌的組合，我們將能夠提高市場領導地位及盡量提升盈利能力。

擴充售後服務的範疇、改善售後服務的效率和提升客戶服務質量

我們的售後業務包括保養、維修、銷售零配件及修飾服務，其為我們產生穩定、經常性的收入及高利潤。我們相信，透過擴充我們的售後服務，將改善我們的毛利率及提升整體盈利能力。我們預期新車客戶將隨新店發展成熟而成為不斷增長的售後客戶群。我們的新車銷售使我們達致高客戶滿意程度，我們相信這將推動我們售後業務的增長。我們有意憑藉現有資源及客戶群擴充業務，以繼續鞏固我們的售後業務。

為發展我們的售後服務，我們計劃持續擴充售後服務範疇及提升我們的服務質量，以挽留現有客戶及吸引新客戶。我們計劃向客戶提供更多如緊急協助等新服務。我們將提供更多汽車部件類別，以迎合不斷轉變的市場需求及客戶喜好。此外，我們將加強向我們的維修及保養人員提供的培訓系統。

我們計劃憑藉我們豪華及超豪華汽車品牌及龐大的客戶群，進一步拓展汽車用品和相關產品的銷售。我們亦計劃拓展我們的流動售後平台至服務我們的汽車供應商授權地區內偏遠地區的客戶，我們相信此舉將改善我們的顧客滿意程度及忠誠度。

進一步提升我們的品牌、營運效率以及銷售及營銷工作

我們將繼續提升我們品牌、營運效率以及銷售及營銷工作，以改善銷售表現及改善盈利能力。我們將會定期就我們業務過程中各方面進行中央分析，以識別改善機會。我們的中央企業資源計劃(「ERP」)系統讓我們於經銷網絡中協調本集團的資源，並發掘及共享最佳作業方式。我們將繼續憑藉我們的經驗，進一步縮短經營新銷售點所須的壯大期，使我們加快經銷網絡的擴充。此外，我們亦將繼續投資信息技術系統，以支持業務實踐及擴展計劃。

我們亦將透過更多廣告及營銷活動以及參與宣傳活動，例如利用網上宣傳加強銷售及營銷工作。我們亦將繼續宣傳我們的新豐泰品牌。

業 務

持續吸引、培訓及留聘熟練僱員，以支持我們的未來增長及擴充

我們的僱員為我們成功的關鍵。我們已投放亦有意繼續在僱員方面投放大量資源，為我們的業務招聘、培訓及留聘最佳人員。我們設有一套招聘適合我們業務發展需求的人才的系統化方案。我們將維持及加強與地方教育機構的合作，確保我們能夠持續物色合資格的人選。

我們亦將繼續定期檢討以及改善培訓課程，以改善我們僱員的生產力及服務質素。此外，我們將繼續要求僱員參加我們的汽車供應商提供的培訓課程，使僱員獲得符合我們的汽車供應商所期望的知識及技能。

我們計劃培訓及內部晉升大部分為支持我們擴充所需的門店經理、高級經理及熟練技術員。我們計劃持續評估及提升人力資源管理程序，以鞏固我們培訓、物色及留聘僱員的能力。我們將繼續定期評估僱員的表現以及為具備才能的僱員提供在本集團內發展事業的機會。我們亦將持續改善及實施政策，以在不同銷售點內調任我們的僱員，確保分享成功經驗及提升服務質素。我們亦將繼續評估薪酬制度，確保我們為僱員提供具競爭力的薪酬待遇及與表現相稱的獎勵。

行業*

就以下中國汽車業的分析而言，中國分為六個地區，包括華北、中國東北、華東、中國中南、中國西南及中國西北。華北包括北京、天津、河北省、山西省及內蒙古。中國東北包括遼寧省、吉林省及黑龍江省。華東包括上海、江蘇省、浙江省、安徽省、福建省、江西省及山東省。中國中南包括河南省、湖北省、湖南省、廣東省、廣西省及海南省。中國西南包括重慶、四川省、貴州省、雲南省及西藏。中國西北包括陝西省、甘肅省、青海省、寧夏及新疆。

中國經濟增長強勁，特別是中國西北地區

中國經濟自中國政府於七十年代末實施一系統改革措施以來經歷強勁增長。根據中國國家統計局的資料，中國名義國內生產總值由2002年的人民幣120,330億元增加至2012年的人民幣518,940億元，複合年增長率為15.7%，而中國名義人均國內生產總值亦由2002年的人民幣9,398元相應增加至2012年的人民幣38,449元，複合年增長率為15.1%。

* 我們委聘獨立第三方華通人進行中國及全球乘用車市場分析。本公司就編製本[編纂]的行業報告向華通人支付的顧問費用約為人民幣440,000元。華通人根據其對中國汽車業的專業知識編製日期為2014年2月21日的行業報告，而有關預測乃基於華通人對歷史數據及趨勢的分析而作出，華通人透過多種行業來源取得有關資料，包括中國國家統計局、中國交通運輸部、中國汽車流通協會及中國汽車技術研究中心等相關中國政府部門及有名的中國業內組織。華通人已與市場參與者及業內專家進行會面，以支持、核實及覆核其估計。本節所載若干資料摘錄自華通人編製的行業報告。

業 務

經濟持續高速增長，帶動城市化進程加快，從而導致生活水平改善及購買力增加。根據中國國家統計局的資料，自2002年起至2012年，中國的城市居民每年人均可支配收入由約人民幣7,703元增至人民幣24,565元，複合年增長率為約12.3%。

經濟高速增長及城市化步伐加快，以致產生龐大的運輸基礎設施投資。根據中國交通運輸部的資料，中國公路網絡長度由2002年約1.8百萬公里增加至2012年約4.2百萬公里，複合年增長率為9.2%。公路長度增加，大大促進了城市間往來。運輸基礎設施改善，為支持中國汽車消費增長提供基本條件。

於2009年及2010年，中國政府出具一系列利好政策以協助推廣中國汽車市場，包括調低汽車購置稅、直接補貼農村居民購置汽車、補貼車主舊車換新車以及實施汽車產業調整和振興規劃。此等利好政府政策刺激中國的乘用車銷售額。中國政府現時在中國若干城市，例如北京及貴陽實施購車限制，加劇中國高收入及最高薪酬階層購買豪華及超豪華汽車的情況。

自2000年起，憑藉利好的政府支持及政策(包括十五規劃及十二五規劃)，中國西北地區經歷急速發展。自2002年起至2012年，中國西北地區的總國內生產總值由人民幣5,816億元增至人民幣31,779億元，複合年增長率為18.5%。中國西北地區的國內生產總值佔中國全國國內生產總值的百分比由2002年的4.8%增加至2012年的6.1%。自2002年起至2012年，中國西北地區的人均國內生產總值由人民幣6,272元增加至人民幣32,480元，複合年增長率為17.9%。

下表載列中國西北地區由2002年至2012年的名義國內生產總值及人均國內生產總值：

	2002年	2003年	2004年	2005年	2006年	2007年	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	複合年 增長率
名義國內生產總值 (人民幣10億元).....	581.6	670.9	807.6	962.1	1,144.0	1,369.8	1,688.8	1,826.9	2,272.1	2,768.2	3,177.9	18.5%
人均名義國內生產總值 (人民幣).....	6,272	7,183	8,579	10,167	11,988	14,237	17,422	18,741	23,482	28,470	32,480	17.9%

根據華通人的資料，2007年至2012中國西北地區的消費及零售板塊加速增長，複合年增長率為18.6%，同期全國平均複合年增長率為17.6%。此外，根據華通人的資料，中國西北地區的基建發展迅速，2007年至2012年新疆、甘肅省、寧夏及青海省道路長度的複合年增長率分別為5.9%、5.5%、5.2%及4.6%，較同期的全國平均複合年增長率3.4%高。此外，根據華通人的資料，中國西北地區天然資源豐富，估計分別佔中國的石油、天然氣及煤儲備的35%、40%及15%。

全球十大乘用車市場中增長最迅速的消費品

受上文所述的中國利好宏觀經濟環境所推動，按銷量計算，中國已成為全球最大乘用車市場及全球十大增長最迅速的乘用車市場。中國新乘用車銷量由2007年約5.58百萬輛增至2012年約14.32百萬輛，複合年增長率約為20.7%。

業 務

過往蓬勃增長記錄，加上中國乘用車滲透率低於世界各地其他主要市場，證明其具有龐大增長潛力。於2012年，中國乘用車滲透率僅為6.2%，而2012年全球平均滲透率則為10.8%，並遠低於發達國家，如美國的61.6%、德國的55.2%、法國的50.2%、英國的48.0%及日本的47.9%。

中國西北地區因其豐富資源而受惠於優惠政策並經歷高經濟增長，並顯示乘用車消費大幅增長。由2007年至2012年，中國西北地區新乘用車登記量按複合年增長率為24.7%，而全國平均複合年增長率則為15.3%。根據華通人的資料，鑒於2012年中國西北地區乘用車的滲透率為4.8%，遠低於6.2%的全國平均數，因此預期中國西北地區的強勁增長於未來將會持續。

按地區劃分的新乘用車登記量

	2007年	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	複合年 增長率
	(百萬輛)						
華北	1.15	1.27	1.91	2.15	2.00	2.21	14.1%
中國東北.....	0.42	0.45	0.76	0.76	0.85	0.87	15.6%
華東	2.08	2.01	3.36	3.86	4.14	4.26	15.4%
中國中南.....	1.32	1.25	1.76	2.23	2.38	2.5	13.6%
中國西南.....	0.58	0.57	1.09	1.23	1.14	1.22	16.0%
中國西北.....	0.26	0.31	0.59	0.63	0.73	0.79	24.7%
全國	5.82	5.86	9.47	10.87	11.24	11.87	15.3%

資料來源：華通人

於最後實際可行日期，我們在中國西北地區有17個豪華及超豪華品牌經銷點，包括保時捷、賓利、法拉利/瑪莎拉蒂、奧迪、大眾進口、梅賽德斯-奔馳、凱迪拉克、雷克薩斯及紅旗等品牌。於2013年12月31日，我們是該地區唯一的保時捷授權經銷商及於該地區經營法拉利/瑪莎拉蒂經銷點的唯一授權經銷商。於2013年12月31日，在中國西北地區有126個豪華及超豪華品牌4S經銷店。

中國西北地區高價乘用車市場的增長強勁

受2007年至2012年高經濟增長率(複合年增長率為18.3%)及高收入人口上升所帶動，中國西北地區的高價乘用車消費額大幅增長。自2007年至2012年，中國西北地區的高價乘用車登記量按複合年增長率為52.9%，而全國平均複合年增長率為39.2%。

高價乘用車登記量的地區分佈(輛)

	2007年	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	複合年 增長率
華北	48,534	76,222	86,801	139,938	169,463	213,255	34.5%
中國東北.....	16,378	24,594	28,118	39,254	60,879	75,760	35.8%
華東	103,082	135,882	173,747	277,063	414,554	505,045	37.4%
中國中南.....	39,976	54,413	63,196	113,418	185,192	242,415	43.4%
中國西南.....	18,557	28,076	34,864	57,177	90,926	127,927	47.1%
中國西北.....	6,847	10,736	15,208	23,239	41,632	57,250	52.9%
全國	233,374	329,923	401,934	650,089	962,646	1,221,652	39.2%

業 務

資料來源：華通人

我們的新市場錄得顯著增長

於2012年，以國內生產總值計，蘇州於全國所有城市中排名第六，並為江蘇省最大的乘用車市場。於2012年，蘇州超豪華及豪華乘用車的登記量佔江蘇省乘用車總登記量的24.7%，2007年至2012年複合年增長率為41.6%。

我們計劃在江蘇省揚州開設一間奧迪4S經銷店。揚州經濟近年錄得迅速增長。揚州名義國內生產總值及人均名義國內生產總值於2007年至2012年間平均按複合年增長率約17%的速率增長。2007年至2012年間，揚州超豪華及豪華乘用車的登記量的複合年增長率均為52.2%，預期未來數年繼續將加速增長。

於最後實際可行日期，我們於蘇州經營一間大眾進口4S經銷店。於2013年12月31日，在蘇州合共有41個豪華及超豪華汽車經銷點，而在揚州則有12個豪華及超豪華汽車經銷點。

由於經濟發展成熟以及居民收入水平高，北京為中國超豪華及豪華乘用車的傳統據點。於2012年，按城市居民人均年度可支配收入計，北京排名第二，貢獻中國超豪華及豪華乘用車總登記量的8.5%。於2013年12月31日，在北京合共有150個豪華及超豪華品牌經銷點。

下表載列於2013年12月31日按地區劃分的主要豪華及超豪華品牌經銷點數目：

	中國西北 ⁽¹⁾	蘇州	揚州	北京
保時捷	2	1	—	5
奧迪	14	5	1	22
賓利/法拉利/瑪莎拉蒂	5	3	—	7
凱迪拉克	8	3	1	6
大眾進口	18	3	1	6
雷克薩斯	5	2	—	5

資料來源：華通人

附註：

(1) 包括西安、銀川、榆林、延安及烏魯木齊。

高價乘用車市場的增長迅速

根據華通人的資料，中國乘用車市場大致可分為四個品牌類別：(i)超豪華；(ii)豪華；(iii)中檔市場；及(iv)低檔。分類乃以(其中包括)乘用車的價格範圍、品牌定位及品牌知名度等為基準。

超豪華細分市場的指示價格範圍超過人民幣1百萬元，代表品牌包括賓利、法拉利、蘭博基尼、瑪莎拉蒂、保時捷及勞斯萊斯。豪華細分市場的指示價格範圍介乎人民幣

業 務

300,000元至人民幣1百萬元，代表品牌包括謳歌、奧迪、寶馬、凱迪拉克、英菲尼迪、捷豹、雷克薩斯、梅賽德斯-奔馳及大眾進口。中檔市場細分市場的指示價格範圍介乎人民幣80,000元至人民幣300,000元；代表品牌包括福特、本田、馬自達、日產、標緻、豐田及大眾。低檔市場細分市場的指示價格範圍低於人民幣80,000元，代表品牌包括比亞迪、奇瑞、東風、吉利、長城、江淮、鈴木及夏利。

隨著客戶購買力提升，中國超豪華及豪華乘用車(統稱高價乘用車)以及中檔市場乘用車銷售額於過去數年高速增長。根據華通人的資料，超豪華品牌乘用車的銷量由2007年的5,022輛增至2012年的40,908輛，複合年增長率為52.2%。根據華通人的資料，豪華品牌乘用車的銷量由2007年約0.2百萬輛增至2012年約1.4百萬輛，複合年增長率為45.6%。根據華通人的資料，中檔市場品牌乘用車的銷量由2007年的3.13百萬輛增至2012年的9.24百萬輛，複合年增長率為24.2%。華通人預測按銷量計，2013年至2015年中國的超豪華及豪華汽車市場將分別繼續按複合年增長率44.0%及17.1%增長。另外，華通人預測按銷售收入計，2013年至2015年中國的超豪華及豪華汽車市場將分別按複合年增長率42.0%及18.8%增長。

中國乘用車的銷量(千輛)

	2007年	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	複合年 增長率	2013年 預測	2014年 預測	2015年 預測	複合年 增長率
超豪華品牌.....	5	11	10	16	32	41	52.2%	50	75	104	44.0%
豪華品牌.....	219	330	362	711	1,102	1,434	45.6%	1,616	1,824	2,217	17.1%
中檔市場品牌...	3,134	3,995	4,751	6,815	8,602	9,243	24.2%	10,202	11,233	12,127	9.0%
其他	2,223	1,724	3,627	4,609	3,494	3,603	10.1%	3,743	3,878	4,103	4.7%
乘用車總數.....	5,580	6,060	8,750	12,150	13,230	14,320	20.7%	15,610	17,010	18,550	9.0%

中國乘用車的銷售收入(人民幣十億元)

	2007年	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	複合年 增長率	2013年 預測	2014年 預測	2015年 預測	複合年 增長率
超豪華品牌.....	7	11	11	21	40	53	49.9%	66	94	133	42.0%
豪華品牌.....	142	183	217	401	586	689	37.1%	783	893	1,105	18.8%
中檔市場品牌...	514	535	684	975	1,135	1,208	18.6%	1,324	1,438	1,453	4.7%
其他	107	77	173	231	157	170	9.7%	184	195	203	5.0%
乘用車總數.....	770	806	1,085	1,628	1,918	2,120	22.4%	2,357	2,620	2,894	10.8%

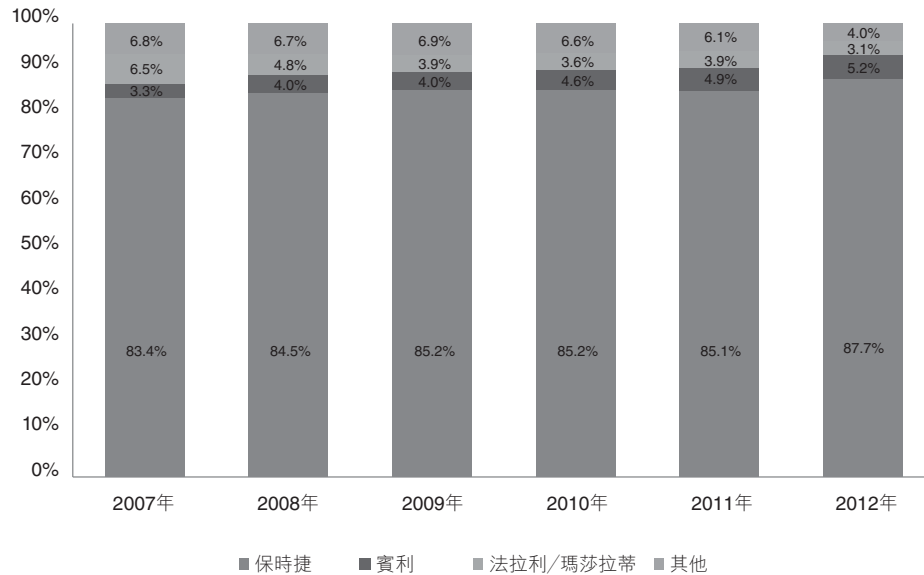
中國高價乘用車市場的主要業者

高價乘用車細分市場的特點為由少數品牌集中佔有市場份額。中國的高價乘用車市場由歐洲汽車製造商主導，以銷量計，大眾集團(包括保時捷、賓利、布加迪、蘭博基尼、奧迪及大眾進口)排第一位，佔2012年高價市場總銷量約38.3%，在該等品牌當中，保時捷佔2012年中國超豪華市場87.7%的最大市場份額，而奧迪則佔2012年中國豪華

業 務

市場30.4%的最大市場份額。下圖載列於所示期間按品牌劃分的中國超豪華乘用車銷量明細。

按品牌劃分的中國超豪華乘用車銷量明細

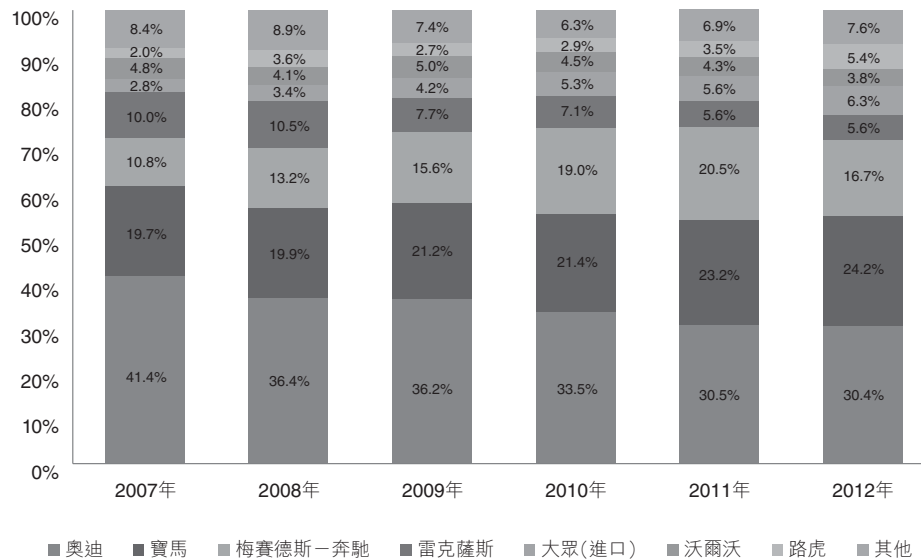


資料來源：華通人

業 務

下圖載列於所示期間按品牌劃分的中國豪華乘用車銷量明細。

按品牌劃分的中國豪華乘用車銷量明細



資料來源：華通人

此外，若干經篩選品牌在中國較在全球各地達致較高增長率。下圖載列各品牌於2010年至2012年在中國西北地區、中國及全球的複合年增長率。

按經篩選品牌劃分的2010年至2012年
中國西北地區、中國及全球銷量的複合年增長率

品牌	中國西北	中國	全球
奧迪	44%	34%	15%
賓利	104%	66%	29%
凱迪拉克	65%	32%	3%
法拉利/瑪莎拉蒂	60%	39%	5%
雷克薩斯	35%	12%	8%
梅賽德斯-奔馳	53%	15%	6%
保時捷	61%	45%	21%
大眾進口	102%	38%	13% ⁽¹⁾

資料來源：華通人

附註：

(1) 指大眾。

業 務

中國汽車經銷市場的概覽

中國乘用車市場的主要零售平台是專門的汽車經銷，即「4S經銷」。4S指銷售、零配件、服務及調查。

4S經銷是中國乘用車市場的主要零售平台

4S經銷零售平台於1990年代中期引入中國。商務部於2005年2月頒佈的《汽車品牌銷售管理實施辦法》(「汽車銷售辦法」)加強了4S經銷作為現有零售平台的主導地位。汽車銷售辦法規定，所有汽車經銷商必須取得汽車製造商的許可後方可經營有關製造商的品牌的零售。故此，汽車交易市場及汽車超市等其他種類的汽車銷售平台的重要性減弱。自2007年起至2012年，經4S經銷的新乘用車總銷售額由約人民幣7,315億元增加至人民幣21,195億元，分別佔新乘用車總銷售額的95.0%及100.0%，複合年增長率約為23.7%。預期經4S經銷的乘用車總銷售額將持續增長，由2013年約人民幣23,571億元增長至2015年人民幣28,938億元，複合年增長率為10.8%。

下表顯示於所示期間中國的過往及預測4S經銷收入明細：

4S經銷收入總額明細(2007年至2015年預測) (人民幣十億元)

	2007年	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	複合年 增長率	2013年	2014年	2015年	複合年 增長率
新車銷售.....	731.5	788.9	1,073.4	1,628.1	1,918.4	2,119.5	24%	2,357.1	2,619.5	2,893.8	11%
售後服務.....	60.0	72.0	108.0	167.4	218.0	294.5	37%	328.6	375.0	441.0	16%
其他.....	13.4	21.4	27.5	39.6	43.6	48.7	29%	55.2	64.1	75.7	17%
4S收入總額.....	<u>804.9</u>	<u>882.3</u>	<u>1,208.9</u>	<u>1,835.1</u>	<u>2,180</u>	<u>2,462.7</u>	<u>25%</u>	<u>2,740.9</u>	<u>3,058.6</u>	<u>3,410.5</u>	<u>12%</u>

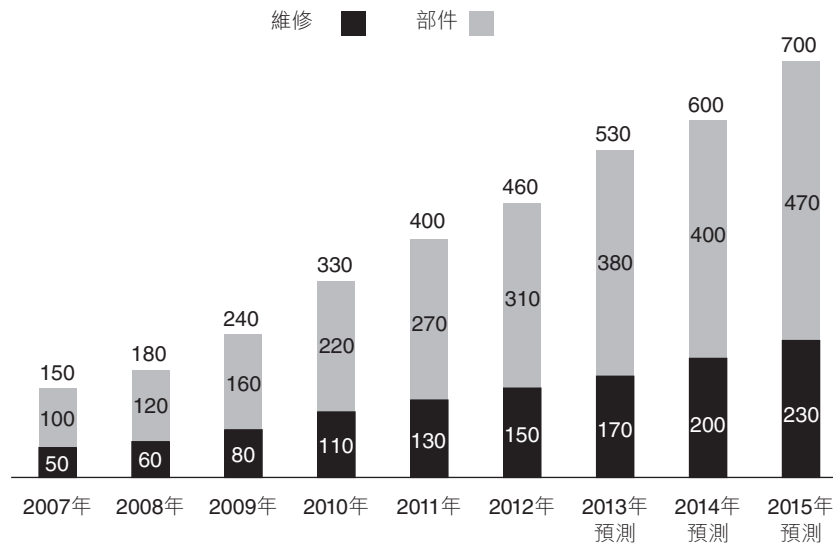
售後服務尤其在超豪華及豪華細分市場崛起

在中國的主要售後服務供應商包括4S經銷店，小型服務中心及專門店。華通人預期4S經銷店將成為中國主要售後服務供應商。由於客戶的購買力隨著時間增長，預期售後市場服務業務將成為經銷集團更大的利潤來源。根據華通人的資料，售後市場由2007年的人人民幣1,500億元增長至2012年的人人民幣4,600億元，複合年增長率為25.1%。預期售後市場將繼續由2013年的人人民幣5,300億元增長至2015年的人人民幣7,000億元，複合年增長率為14.9%。

業 務

下圖顯示於所示期間中國的過往及預測售後市場：

(人民幣十億元)



資料來源：華通人

高度分散市場的合併機會推動汽車經銷市場

汽車經銷商在收購資本投資後一直尋求機會擴展其4S經銷網絡及市場份額。其中一項選擇是利用現時與汽車供應商及客戶的關係建立新銷售點。鑒於汽車經銷市場分散，另一項選擇是尋求合併機會，這可能為擴充品牌組合及地區覆蓋的有效方法。

於2012年12月31日，中國的4S經銷店總數約為26,000間，而中國西北地區7.2%的貢獻比率相對較低，顯示其增長潛力高。

於2012年12月31日按4S經銷店數目劃分的汽車經銷地區分佈

地區	份額
華北	16.4%
中國東北	7.9%
華東	34.5%
中國中部	12.3%
華南	10.6%
中國西南	11.2%
中國西北	7.2%
全國	100.0%

資料來源：華通人

業 務

根據華通人的資料，按2013年12月31日豪華及超豪華汽車品牌的銷售點數目計，我們是中國西北地區第二大的豪華及超豪華汽車經銷集團。

下表載列於2013年12月31日按經銷點數目劃分的中國西北地區五大高價汽車經銷商。

編號	公司名稱	主要 經銷地區	主要 高價汽車品牌	高價汽車的 經銷店
1	公司A	新疆、甘肅、 青海	沃爾沃、迷你庫珀、 凱迪拉克、大眾進口、 奧迪、雷克薩斯、謳歌	24
2	新豐泰汽車集團	陝西、甘肅、 寧夏	保時捷、賓利、奧迪、 凱迪拉克、雷克薩斯、 大眾進口	17
3	公司C	陝西、甘肅、 新疆	梅賽德斯-奔馳、奧迪、 路虎、捷豹、克萊斯勒、 巴博斯	10
3	公司D	新疆、甘肅、 陝西、寧夏	路虎、捷豹	10
3	公司E	新疆、甘肅、 青海、陝西	梅賽德斯-奔馳	9

資料來源：華通人

中國乘用車售後市場

乘用車的私人消費是乘用車售後服務業增長的主要動力。根據中國國家統計局的資料，於1990年，私人擁有乘用車佔全國總乘用車的14.8%，並於2010年增至85%。於2012年，私人擁有乘用車數量較2011年增加22.8%至53.1百萬輛。由於私人汽車車主對品牌、功能以及個人特色有特定需求，汽車售後市場發展受私人汽車車主人數增長而推動。於2012年，中國汽車售後服務所得收入約為人民幣5,100億元，超逾2007年所賺取的人民幣1,500億元的三倍以上。

透過4S經銷的中國乘用車售後市場收入由2009年的人民幣1,080億元擴大至2012年的人民幣2,945億元，複合年增長率為39.7%。售後服務所產生的收入佔中國汽車經銷行業總收入的部分亦由2009年的9%增至2012年的12%。

近期發展

自2012年起，根據十二五規劃推出的一系列措施，包括迅速推出重點投資項目、優化出口貿易政策、推動結構性稅務減免、加強融資服務及減少企業成本負擔等，在穩定經濟增長方面有重要的影響力。此外，中國人民銀行於2012年已兩次調低一年期貸款基準利率，分別調低0.25%及0.31%，此有助降低汽車融資成本以及汽車貸款的利息。

業 務

於2013年5月9日，發改委及商務部聯合公佈於2013年6月生效的中西部地區外商投資優勢產業目錄(2013年修訂)。根據該目錄，中國西北地區(包括陝西省、甘肅省、新疆、青海省及寧夏)的汽車製造業被列為獲鼓勵行業，我們相信此舉對我們的業務有利。

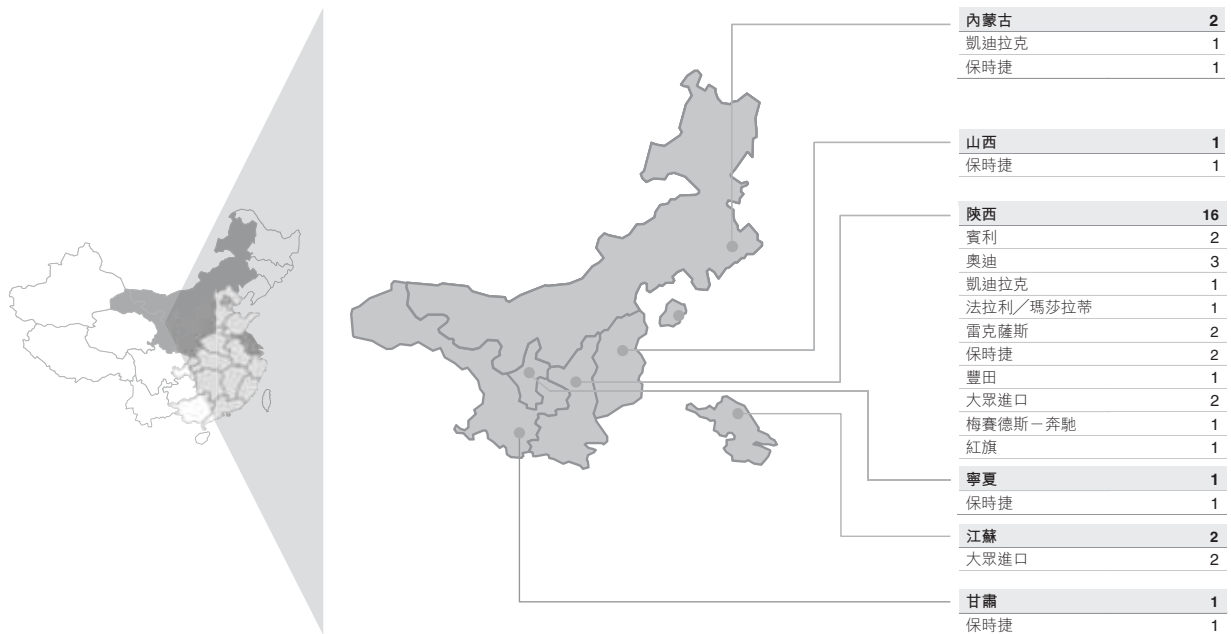
由於釣魚島的爭議，日本汽車在中國的銷量急速下跌。日本汽車的銷量由2011年的2.8百萬輛減少至2012年的2.5百萬輛。日本汽車於2013年上半年在中國的表現持續下跌，但於2013年第三季開始恢復。日本汽車的銷量於2013年第三季約為701,800輛，分別高於2013年第一季及第二季的594,000輛及686,900輛。

我們的董事已確認，中國汽車經銷市場的近期發展並無對我們的營運及財務狀況產生任何重大不利影響。

我們的經銷業務

根據華通人的資料，按於2013年12月31日的豪華及超豪華汽車品牌經銷點數目計算，我們是中國西北地區第二大的豪華及超豪華汽車經銷集團。

以下地圖載列我們現有的銷售點於最後實際可行日期的地理分佈：



我們已透過穩定的自建增長擴充我們的經銷網絡，我們的銷售點數目自2009年起增加逾一倍，此乃由於豪華及超豪華汽車品牌的數目有所增長。於最後實際可行日期，我們有16間4S經銷店及七間展廳。在中國，大部分汽車乃透過4S經銷店進行零售。我們的展廳僅提供汽車銷售。

業 務

下表載列我們於所示日期的銷售點數目：

	於12月31日			於2013年	於最後實際
	2010年	2011年	2012年	9月30日	可行日期
超豪華品牌					
保時捷	2	2	4	4	6
賓利	—	1	2	2	2
法拉利/瑪莎拉蒂 ⁽¹⁾	—	—	1	1	1
小計	2	3	7	7	9
豪華品牌					
奧迪	1	2	3	3	3
大眾進口 ⁽²⁾	1	2	4	3	4
梅賽德斯-奔馳	—	—	—	—	1
凱迪拉克	1	2	2	2	2
雷克薩斯	1	2	2	2	2
克萊斯勒 ⁽³⁾	—	—	1	—	—
紅旗	—	—	—	—	1
小計	4	8	12	10	13
中檔市場品牌					
豐田	1	1	1	1	1
小計	1	1	1	1	1
總計	7	12	20	18	23

附註：

- (1) 我們於2012年11月開始試營西安的法拉利/瑪莎拉蒂銷售點，並於2013年4月正式經營銷售點。
- (2) 我們於2012年12月在蘇州開始試營一個大眾進口銷售點，並於2013年5月正式經營銷售點。於2013年6月，我們出售位於江蘇省揚州的大眾進口銷售點。有關更多詳情，請參閱「我們的銷售點—經銷安排」。
- (3) 於2013年8月，我們試營後終止營運在陝西省榆林的克萊斯勒展廳。有關詳情，請參閱「我們的銷售點—經銷安排」。

我們提供全面的汽車銷售及服務，包括(i)銷售新車(進口及國產汽車)；及(ii)售後服務(包括保養及維修服務、銷售零配件及汽車修飾服務)。我們亦提供其他增值服務，如汽車保險代理服務、汽車融資服務、汽車牌照服務及汽車調查服務。

下表載列所示期間的收入明細：

	截至12月31日止年度						收入複合 年增長率	截至9月30日止九個月				
	2010年		2011年		2012年			2012年		2013年		
	收入	貢獻	收入	貢獻	收入	貢獻		收入	貢獻	收入	貢獻	收入變動
	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	%	%	
汽車銷售												
—豪華及超豪華品牌.....	2,568,793	78.9	4,410,970	82.5	6,122,318	85.0	54.4	4,559,113	84.8	4,610,033	84.6	1.1
—中檔市場品牌.....	454,571	13.9	556,514	10.4	496,951	6.9	4.6	392,280	7.3	330,888	6.1	(15.7)
小計	3,023,364	92.8	4,967,484	92.9	6,619,269	91.9	48.0	4,951,393	92.1	4,940,921	90.7	(0.2)
售後服務.....	233,266	7.2	380,920	7.1	585,963	8.1	58.5	423,270	7.9	506,358	9.3	19.6
總計	3,256,630	100.0	5,348,404	100.0	7,205,232	100.0	48.7	5,374,663	100.0	5,447,279	100.0	1.4

業 務

我們的銷售點

我們透過於2002年在陝西省西安開設首家奧迪4S經銷店開展我們的汽車經銷業務，並在過去兩年內成功擴展經銷網絡覆蓋範圍至山西省及內蒙古。於最後實際可行日期，我們23個營運中的銷售點當中20個位於陝西省、內蒙古、山西省、甘肅省及寧夏，我們認為此等地區的超豪華及豪華汽車的需求日益增長，惟市場需求仍未獲滿足。有關需求增長主要反映該地區的富裕人口日漸增長。

下表載列於所示期間按地區劃分的收入明細：

	截至12月31日止年度						截至9月30日止九個月	
	2010年		2011年		2012年		2013年	
	金額	%	金額	%	金額	%	金額	%
	(人民幣千元，百分比除外)							
陝西	3,176,349	97.5	4,919,429	92.0	6,014,562	83.5	4,329,400	79.5
其他 ⁽¹⁾	80,281	2.5	428,975	8.0	1,190,670	16.5	1,117,879	20.5
總計	3,256,630	100.0	5,348,404	100.0	7,205,232	100.0	5,447,279	100.0

附註：

(1) 其他包括山西省、內蒙古、甘肅省及江蘇省。

於最後實際可行日期，我們於西安擁有15個銷售點。位於西安的銷售點所產生的收入佔截至2013年9月30日止九個月總收入的74.0%。

此外，憑藉我們已與大眾集團及其旗下品牌組合公司建立的關係，我們透過在江蘇省無錫開設一間大眾進口展廳，並計劃在江蘇省揚州開設一間奧迪4S經銷店；在江蘇省無錫開設一間大眾進口4S經銷店及在江蘇省蘇州開設一間大眾進口展廳及一間克萊斯勒4S經銷店，藉以擴展至人口稠密及富裕的長江三角洲。

下表載列於最後實際可行日期我們的銷售點詳情：

銷售點	地點	開業	經銷屆滿日期	土地狀況	[我們的物業]一段下的參照
超豪華品牌銷售點					
保時捷					
陝西信捷	陝西西安	2007年3月	2014年7月 ⁽²⁾	自有	不適用
山西盈捷	山西太原	2010年11月	2014年12月 ⁽²⁾	租用	第6項租賃物業
鄂爾多斯新豐泰信捷	內蒙古鄂爾多斯	2012年2月	2014年12月 ⁽²⁾	自有	不適用
蘭州新豐泰	甘肅蘭州	2012年7月	2014年12月	自有	第1項自有物業
陝西信捷 ⁽¹⁾	陝西西安	2013年12月	2014年7月	自有	不適用
寧夏新豐泰信捷	寧夏銀川	2013年12月	未定 ⁽⁶⁾	租用	不適用
賓利					
陝西新豐泰賓利 ⁽¹⁾	陝西西安	2011年9月	未定 ⁽³⁾	租用	不適用

業 務

銷售點	地點	開業	經銷屆滿日期	土地狀況	「我們的物業」一段下的參照
陝西新豐泰賓利.....	陝西西安	2012年8月	未定 ⁽³⁾	自有	不適用
法拉利/瑪莎拉蒂					
陝西新豐泰駿美 ⁽¹⁾⁽⁶⁾	陝西西安	2012年11月	未定 ⁽⁴⁾	租用	第4項租賃物業
豪華品牌銷售點					
奧迪					
陝西新豐泰.....	陝西西安	2002年5月	2015年9月	自有	第2項自有物業
陝西新豐泰博奧.....	陝西西安	2011年9月	2015年9月	自有	不適用
延安新豐泰博奧.....	陝西延安	2012年2月	2014年5月	租用	第7項租賃物業
大眾進口					
陝西新豐泰技術 ⁽¹⁾	陝西西安	2005年11月	未定 ⁽⁵⁾	租用	不適用
陝西新豐泰技術.....	陝西西安	2011年3月	未定 ⁽⁵⁾	自有	不適用
蘇州新豐泰 ⁽⁷⁾	江蘇蘇州	2012年12月	未定 ⁽⁵⁾	自有	不適用
無錫新豐泰德輝 ⁽¹⁾	江蘇無錫	2013年11月	未定 ⁽⁶⁾	租用	不適用
梅賽德斯-奔馳					
西安新豐泰之星.....	陝西西安	2013年12月	未定 ⁽⁸⁾	自有	不適用
凱迪拉克					
陝西凱盛.....	陝西西安	2007年1月	2014年3月	自有	不適用
鄂爾多斯新豐泰凱盛.....	內蒙古鄂爾多斯	2011年12月	2014年3月	自有	不適用
雷克薩斯					
西安鈞盛.....	陝西西安	2008年1月	2014年4月	自有	不適用
西安鈞盛 ⁽¹⁾	陝西西安	2011年7月	2014年4月	租用	第1項租賃物業
紅旗					
西安紅旗 ⁽¹⁾	陝西西安	2013年11月	未定 ⁽⁶⁾	租用	第2項租賃物業
中檔市場品牌銷售點					
豐田					
西安新銘洋.....	陝西西安	2006年6月	(i) 一汽豐田 為2015年3月； (ii) 豐田進口為 2014年12月 ⁽⁵⁾	自有	不適用

附註：

- (1) 僅為展廳。
- (2) 該等經銷授權協議為期約一至兩年，並將於屆滿時自動延長。該等經銷授權協議可由任何一方事先發出三個月書面通知予以終止，並將於各經銷授權協議屆滿時終止。
- (3) 有關經銷授權協議可以事先發出12個月書面通知予以終止。
- (4) 有關經銷授權協議可由任何一方事先發出180天通知或由汽車供應商事先發出90天通知予以終止。
- (5) 有關經銷授權協議可由任何一方事先發出三個月書面通知予以終止，並將於緊隨書面通知後各經銷授權協議的簽訂週年日終止。
- (6) 我們已於2012年11月開展試營。
- (7) 我們已於2012年12月開展試營。
- (8) 有關經銷授權協議並無列明期限或終止方式。

自我們成立以來，我們從未被汽車供應商終止經銷授權協議，而我們一直能夠於所有經銷授權協議屆滿時予以重續。我們預期未來12個月將不會有任何經銷授權協議被終止。

業 務

作為我們擴展計劃的一部分及為進一步鞏固我們的超卓市場地位，我們計劃於2014年底前在中國西北地區開設14個新銷售點，包括於2014年底前開設五個豪華及超豪華品牌(如法拉利/瑪莎拉蒂、奧迪、大眾進口及紅旗)銷售點；在山西省太原開設一間瑪莎拉蒂4S經銷店、一間瑪莎拉蒂展廳及一間大眾進口4S經銷店；在北京開設一間奧迪4S經銷店；在江蘇省無錫開設一間大眾進口4S經銷店；在江蘇省揚州開設一間奧迪4S經銷店；在江蘇省蘇州開設一間大眾進口展廳及一間克萊斯勒4S經銷店；及在陝西省西安為中檔市場品牌上海大眾開設一間4S經銷店。

下表載列我們的已規劃銷售點的詳情。我們已就該等銷售點訂立意向書，亦已開展部分銷售點的建設：

地理位置	品牌	門店種類	計劃開業日期	土地狀況
山西太原.....	瑪莎拉蒂	展廳	2014年第一季	租用
山西太原.....	瑪莎拉蒂	服務中心	2014年第一季	租用
山西太原.....	大眾進口	4S經銷店	2014年第四季	自有 ⁽¹⁾
陝西西安.....	法拉利/瑪莎拉蒂	4S經銷店	2014年第二季	自有
寧夏銀川.....	瑪莎拉蒂	4S經銷店	2014年第一季	租用
江蘇無錫.....	大眾進口	4S經銷店	2014年第三季	自有
江蘇揚州.....	奧迪	4S經銷店	2014年第三季	自有
陝西渭南.....	奧迪	4S經銷店	2014年第二季	自有
北京.....	奧迪	4S經銷店	2014年第三季	自有 ⁽¹⁾
甘肅蘭州.....	紅旗	展廳	2014年第二季	租用
江蘇蘇州.....	大眾進口	展廳	2014年第二季	租用
陝西西安.....	大眾進口	展廳	2014年第二季	租用
陝西西安.....	上海大眾	4S經銷店	2014年第四季	自有
江蘇蘇州.....	克萊斯勒	4S經銷店	2014年第四季	自有

附註：

(1) 我們正在取得相關土地使用權證。

除14個已規劃銷售點外，我們亦與政府聯繫以為我們未來銷售點準備土地儲備。於2013年11月，新豐泰香港與西安市長安區招商局訂立意向書，以發展汽車經銷點。根據該意向書，長安區政府擬向我們提供一幅超過13,000平方米的土地作發展新豐泰(長安)汽車公園。我們擬分別於2014年及2015年在該汽車公園內每年設立五個經銷點，估計投資總額最多為人民幣6億元，惟須待與長安區政府及潛在的相關汽車供應商磋商後，方可作實。於最後實際可行日期，我們尚未就該項目的發展計劃與地方政府磋商，亦未開始收購相關土地使用權的程序或作出任何款項或就該目的投入任何資金。此外，我們尚未就該項目物色或聯絡任何目標汽車供應商。董事已確認，於最後實際可行日期，本集團尚未作出任何明確的計劃以發展該項目。董事相信，我們在履行意向書項下的責任方面正面臨若干不確定因素，其主要包括我們能否以商業上可接受的成本收購相關土地使用權，或甚至可能無法收購相關土地使用權，我們能否自我們的目標汽車供應商取得授權，及我們能否在我們的預算及時間表內發展經銷點。因此，我們目前的業務發展計劃尚未包括該項目。因此，董事相信，在上述不確定因素的規限下，與該項目有關的最大風險為我們將不能在目標時間內發展經銷點，甚至可能無法發展經銷點。

業 務

我們的中國法律顧問金杜律師事務所告知，雖然意向書反映新豐泰香港與地方政府合作的真實意願，但根據中國法律，意向書的條文並無法律約束力，原因為(i)意向書所載的發展計劃須取得地方發改委的批文及／或備檔後方可作實，而土地的出讓須取得地方土地機關的批文及與其簽立土地使用權出讓合同後方可作實；及(ii)長安區招商局為地方政府促進新豐泰香港投資的主要政府機關，惟其並非與新豐泰香港就特定發展計劃或出讓土地訂立最終協議的合適實體。金杜律師事務所已進一步告知我們，倘我們未能履行意向書，彼等預期，由於意向書並無就任何一方未能履行其責任而規定任何法律責任，故我們將不會被施加任何重大法律責任。倘我們最終計劃進行該項目，我們擬透過經營所得現金以及銀行及其他借貸撥支發展。

擴展經銷網絡

我們過往透過穩定的內部增長擴展經銷網絡，並成功在中國西北地區確立我們的市場領先地位。自2012年起，我們亦一直發掘在長江三角洲擴展業務的機會。因此，我們已就開設及管理新銷售點發展出一套可複製的模式，包括(i)物色新市場及店址；(ii)申請新經銷授權；及(iii)為新銷售點招聘、培訓及管理員工。

物色新市場及店址

物色新市場以開設新店主要是由汽車供應商釐定，其每年均制定其經銷網絡擴展計劃。汽車供應商根據其年度銷售目標制定其經銷網絡擴充計劃。進入新市場前，汽車供應商會考慮多項因素，例如乘用車的滲透率以及當地經濟狀況及增長潛力。汽車供應商亦善用汽車經銷商提供的市場情報以助彼等制定經銷網絡的擴充策略。

我們已建立網絡擴展部門，負責制定我們的網絡擴充策略及計劃，以及開設新銷售點。我們進行市場調查以物色具增長潛力的新市場，並就我們的新銷售點於該等新市場尋求機會取得地塊。藉著我們對營運所在地區的深入瞭解，我們亦不時向汽車供應商推薦我們相信具有增長潛力的新市場。

在選定新店地址時，我們會考慮不同的因素，例如：

- 地點當眼程度、便捷性；
- 人流及與其他汽車銷售點的距離；
- 人口密度及增長，以及發展潛力；
- 汽車消費模式及汽車保有率；

業 務

- 當地人均可支配收入及目標客戶的消費力；及
- 我們與當地商業社區和當地機關的關係。

為確保新銷售點穩定及可持續經營，我們一般傾向購買新店地址的土地使用權而非從第三方租用土地。我們相信此策略在汽車供應商挑選經銷商時，賦予我們較其他經銷商更具競爭力的優勢。

於最後實際可行日期，我們旗下23個營運中的銷售點中，14個位於我們擁有土地使用權的土地。於2013年9月30日，我們所用的總土地面積為263,926平方米，其中我們擁有土地使用權的土地總面積為179,600平方米，佔我們所用的總土地約68.0%。自我們開展汽車經銷業務以來，我們並未出售我們擁有的任何土地使用權。

下表載列所示期間(i)於我們自有土地上營運中的每個銷售點的土地使用權平均攤銷及物業折舊，及(ii)於租賃土地上營運中的每個銷售點的平均租金及物業折舊：

	截至12月31日止年度			截至9月30日 止九個月
	2010年	2011年	2012年	2013年
	(人民幣百萬元)			
自有土地上的銷售點.....	1.2	1.2	1.2	0.7
租賃土地上的銷售點.....	0.8	1.4	1.9	1.0

於往績記錄期，於自有土地上營運中的銷售點的資本開支(主要包括建築物、設備及土地使用權的開支)介乎人民幣23.3百萬元至人民幣118.8百萬元；而於租賃土地上營運中的銷售點的資本開支(主要包括建築物及設備的開支)介乎人民幣48.4百萬元至人民幣49.8百萬元。

我們相信大量的土地儲備長遠而言能有助確保我們銷售點的可持續營運。豪華及超豪華汽車供應商一般選擇向擁有新店址土地使用權的經銷商授出經銷授權。此外，大量的土地儲備使我們能長遠控制營運成本。再者，我們可透過質押我們的土地使用權自銀行取得中長期貸款，讓我們輕易取得穩定的外來融資，其融資成本亦低於無抵押貸款。

經銷授權

為獲取新銷售點的牌照，我們須向汽車供應商遞交載有我們市場分析及業務計劃的建議書。汽車供應商審閱並比較來自不同申請者的建議書後，將會物色候選經銷商向其授出新經銷授權。汽車供應商其後會進行實地考察，包括視察潛在門店的場地及

業 務

與新店的候選管理團隊進行面試。通過實地考察的候選經銷商會與汽車供應商的高級管理層進行一或兩輪面試。面試後，汽車製造商會挑選新店的授權經銷商。此過程一般需時約三個月左右。

我們一旦獲選為新銷售點的經銷商，我們會與汽車供應商簽訂無約束力意向書，當中一般載有開設新店的詳細時間表、最低資本開支及新店管理團隊成員的資歷。汽車供應商亦會為開設新銷售點提供詳盡的指引，包括內部及外部裝修的規管標準、汽車供應商的標誌及汽車的展示以及建設新銷售點及其開業的時限。此外，汽車供應商會向我們提供其專利信息技術系統，該系統會安裝於我們的銷售點以追蹤我們的銷售額及存貨以及收集客戶信息。新銷售點開業前必須通過汽車供應商的檢驗並獲其正式授權。在不同地區開設新店所需時間一般介乎六至十二個月。自成立以來，我們根據無約束力意向書所開設的銷售點一直能取得正式授權。

培訓、人員配置及管理

新銷售點開業前，汽車供應商規定銷售點的所有主要人員(包括銷售點經理、營銷、銷售、售後服務及融資經理以及首席技術員)參與強制性培訓課程。

我們一般自我們現有的門店中為新銷售點調配具經驗的門店經理以及受過培訓的銷售及售後服務人員。藉著彼等的經驗及技能，我們的新店營運可以迅速壯大。新銷售點一般需時六至八個月達致收支平衡，並需時**12至18**個月全面壯大營運。我們亦為新銷售點人員提供在職培訓，一般將彼等調派至汽車銷售額及售後服務量大的現有銷售點最少六個月。在職培訓期間，我們一般為新加入的人員各自指派一名具經驗的員工，每日進行監察及提供協助。新銷售點開業後，主管將會提供連續三個月的協助。我們相信，我們由超過**150**位獲汽車供應商認許的專才組成的人才儲備涵蓋營運的多個業務範圍，讓我們更靈活調配人員，得以迅速且適當地開設新店，並壯大業務營運。

我們採用一套中央系統管理我們的銷售點。於每年年初，我們制定本集團的整體年度目標，包括銷售額及服務量、收入及多項營運及財務目標。根據該等年度目標，我們為各銷售點設定月度營運目標。我們不時檢討年度及月度目標，並就回應市場變動適時調整該等目標。

我們進行全面的內部審核，以識別營運上的問題及改善營運。內部審核按季進行，涵蓋新車銷售、售後服務、營銷、行政、融資以及會計及人力資源等範疇。此外，我們多個業務單位亦就相關職能進行特別審核。

業 務

此外，汽車供應商規定我們於銷售點內安裝彼等的專利信息系統，以追蹤我們的銷售表現及存貨，並收集客戶資料。此外，我們採用中央ERP系統，向我們的總部提供有關各銷售點的現金水平及賬目以及各種汽車型號的銷售及存貨水平的實時資料。

經銷安排

我們的所有銷售點均受限於一間汽車供應商的非獨家經銷授權安排，僅提供該汽車供應商的一個或多個品牌的產品或僅就該等品牌提供服務。我們已與賓利、奧迪、保時捷、大眾進口、法拉利／瑪莎拉蒂、凱迪拉克、雷克薩斯及豐田的供應商訂立經銷授權協議。

根據該等協議，汽車供應商指定銷售點的地點及要求我們遵循彼等不時建議的定價指引。彼等的代表會進行實地視察，包括突擊視察，以檢測我們遵守彼等規定的情況。汽車供應商會為我們制定銷售目標，定期評估我們的表現及客戶滿意程度，以及定期進行審核。根據現有經銷授權協議，汽車供應商通常要求我們的銷售點：

- 於某一特定銷售點僅銷售若干汽車供應商的汽車品牌及其他產品；
- 僅於指定地區經營業務；
- 根據若干汽車融資安排，於付運前悉數支付汽車存貨款項，並於付運後或交付後取得汽車所有權及承擔風險；
- 在我們的4S經銷店提供指定服務，例如汽車保養及維修服務，以及提供零配件；
- 為汽車供應商的產品進行營銷及廣告活動；
- 遵守汽車供應商對銷售點的佈局及設計指引；及
- 遵循汽車供應商的銷售政策。

該等經銷授權協議允許門店以與汽車供應商設定的標準一致的方式使用汽車供應商的商標、商號及其他營銷及品牌內容，以提升我們銷售點的銷量。

該等經銷授權協議年期一般介乎一至三年。根據該等經銷協議，汽車供應商可因應若干原因，透過發出書面通知終止該等協議。有關原因包括我們未能遵守協議、我們與其他汽車供應商有未經批准的業務關係及我們的擁有權或管理架構出現影響我們履行合約責任的能力的未經批准變動等。彼等亦可透過發出書面通知終止協議，而毋須給予理由。汽車供應商無故終止的通知期介乎三個月至十二個月。

業 務

我們就重續經銷授權協議與汽車供應商的磋商大多於屆滿日期前約一至六個月開始。就表現出眾的銷售點而言，汽車供應商可能選擇訂立長期經銷授權協議，而非每年重續協議。我們預期能於屆滿前重續所有經銷授權協議。

就陝西信捷、山西盈捷及鄂爾多斯新豐泰信捷的經銷授權協議而言，該等協議為期介乎約一至兩年。倘任何一方並無送達終止通知，則可於屆滿時自動延長。該等經銷授權協議可由任何一方透過事先發出三個月書面通知予以終止，並將於各經銷授權協議屆滿時終止。就陝西新豐泰技術及蘇州新豐泰的經銷授權協議而言，該等經銷授權協議可由任何一方事先發出三個月書面通知予以終止，並將於緊隨書面通知後的各經銷授權協議簽訂週年日終止。陝西新豐泰賓利的經銷授權協議並無訂明屆滿日期，且可透過事先發出12個月書面通知予以終止。

我們於陝西省榆林的克萊斯勒展廳於2012年4月開始試營。鑒於煤價持續下跌、榆林當地經濟大幅下滑，繼而導致榆林對豪華汽車的市場需求下跌。因此，我們於2013年8月終止該展廳的營運。我們在並無產生任何額外成本或負債的情況下終止與汽車供應商的無約束力意向書。該展廳於2012年及截至2013年9月30日止九個月產生的收入分別為人民幣27.5百萬元及人民幣14.4百萬元，分別佔同期總收入的0.4%及0.3%。此外，董事估計關閉該展廳的潛在虧損約為人民幣0.4百萬元。因此，我們的董事相信，終止該展廳將不會對我們的經營業績或財務狀況造成任何重大不利影響。我們的董事計劃動用該展廳的場所開設另一豪華或超豪華汽車品牌銷售點。儘管我們結束克萊斯勒銷售點業務，我們與克萊斯勒保持良好關係。我們已訂立意向書，於江蘇省蘇州開設一間克萊斯勒4S經銷店，我們預期該店於2014年第四季開業。請參閱「我們的銷售點」。

於2012年11月，陝西新豐泰技術與大眾集團旗下的大眾進口汽車銷售有限公司；訂立協議，並成為大眾進口旗下若干汽車型號(包括大眾輝騰、大眾途銳混合動力、大眾途銳V8及大眾邁特威)在陝西省及江蘇省揚州、蘇州及無錫的地區分銷商。授權為非獨家，此乃由於大眾進口可能修訂授權地區的地域覆蓋及不時在同區委任其他地區經銷商。於訂立該等地區分銷協議之時，在中國11個地理區域有11個大眾進口的非獨家地區經銷商，而有關經銷商經營所在地理區域並無重疊。根據授權協議，我們可向授權地區大眾進口的其他授權經銷商及終端客戶出售該等型號，倘於有關地區內有地區經銷商，而該地區的汽車經銷商欲採購及出售大眾進口的該等汽車型號，其將須向該地

業 務

區的地區經銷商進行採購。於最後實際可行日期，除揚州新豐泰外，我們有五家汽車經銷商為批發客戶，彼等均為獨立第三方。我們按相等於我們汽車供應商支付大眾進口汽車採購價的價格出售汽車予該等獨立第三方汽車經銷商，並就相關銷售收取返點，使我們可獲得盈利。大眾進口的供應商(而非我們)負責監察各汽車經銷商的存貨水平，包括揚州新豐泰。

自我們成立以來，我們從未被汽車供應商終止經銷授權協議，而我們一直能夠於所有經銷授權屆滿時予以重續。我們預期未來12個月將不會有任何經銷授權協議被終止。

汽車銷售

我們向客戶提供多元化組合的汽車品牌，包括超豪華汽車品牌(例如保時捷、賓利及法拉利/瑪莎拉蒂)、豪華汽車品牌(例如奧迪、大眾進口、梅賽德斯-奔馳、凱迪拉克、雷克薩斯及紅旗)及中檔市場汽車品牌(豐田)。我們大部分收入源自汽車銷售。於2010年、2011年及2012年以及截至2013年9月30日止九個月，我們已分別售出7,283輛、11,032輛、14,810輛及11,680輛乘用車，而我們銷售汽車所得的收入分別佔我們同期總收入的92.8%、92.9%、91.9%及90.7%。

我們透過銷售點銷售進口及國產乘用車。於2010年、2011年及2012年以及截至2013年9月30日止九個月，大眾集團的旗下品牌組合公司提供的汽車(包括保時捷、奧迪、大眾進口及賓利)為我們新車銷售業務的最大收入來源及利潤貢獻來源。該等汽車的銷售額佔2010年、2011年及2012年以及截至2013年9月30日止九個月的總收入分別59.6%、63.2%、74.2%及75.9%，而該等品牌銷售的毛利分別佔我們同期的毛利的53.3%、57.9%、51.2%及50.2%。

下表載列於所示期間按品牌分部劃分的汽車銷量及銷售收入明細：

汽車銷售	截至12月31日止年度									截至9月30日止九個月					
	2010年			2011年			2012年			2012年			2013年		
	銷量	收入	收入貢獻	銷量	收入	收入貢獻	銷量	收入	收入貢獻	銷量	收入	收入貢獻	銷量	收入	收入貢獻
	輛	人民幣千元	%	輛	人民幣千元	%	輛	人民幣千元	%	輛	人民幣千元	%	輛	人民幣千元	%
豪華及超豪華品牌.....	5,070	2,568,793	85.0	8,137	4,410,970	88.8	12,269	6,122,318	92.5	9,009	4,559,113	92.1	9,781	4,610,033	93.3
中檔市場品牌.....	2,213	454,571	15.0	2,895	556,514	11.2	2,541	496,951	7.5	1,999	392,280	7.9	1,899	330,888	6.7
總計.....	7,283	3,023,364	100.0	11,032	4,967,484	100.0	14,810	6,619,269	100.0	11,008	4,951,393	100.0	11,680	4,940,921	100.0

業 務

定價

我們的新車零售價乃主要參考汽車供應商的批發價及零售定價指引而釐定。於往績記錄期，我們遵守汽車供應商訂立的零售定價指引。只要我們並無違反汽車供應商的定價政策，我們可調整零售價以提升若干新車的銷售，新車零售價取決於多項因素，包括汽車品牌及型號、市場需求、存貨供應及是否有其他經銷商競爭。

我們知悉建議零售價主要根據產品成本、競爭產品價格、品牌形象及市場需求而釐定。汽車供應商於新型號開發的起始階段檢討其定價模式，且於開發完成時及正式推出該新型號前再次檢討定價。此外，汽車供應商將就於正式推出新型號前的建議零售價諮詢我們。我們亦就現行市況與汽車供應商保持緊密溝通，故彼等可及時檢討及調整汽車價格。

有關我們於往績記錄期提供的汽車售價詳情，請參閱「財務資料—特定損益表項目說明—收入」。

付款

我們一般要求客戶在下達訂單時支付一般介乎零售價**2%**至**10%**的按金，並須在提取汽車或我們向彼等交付汽車前結付餘額。我們要求客戶以現金結付，且一般不會向客戶就購買汽車提供任何信貸。我們一般為車隊銷售客戶提供為期一至三個月的信貸期。

部分客戶或會動用由財務機構提供的融資。此外，汽車供應商的聯屬汽車融資公司亦向客戶提供融資。於上述各情況下，我們要求客戶於提取汽車或汽車交付予客戶前悉數以現金結付。

退貨

我們不接受我們已出售的新車退貨或向其提供保修。然而，根據於**2013年10月1日**起生效的《家用汽車產品修理、更換、退貨責任規定》，汽車供應商需就新車提供修理、更換及退貨保證。我們向客戶提供有關服務，並自汽車供應商收取補償。更多詳情請參閱「監管概覽—家用汽車產品質量保證」。我們相信，該等新規則已擴大保修期內的維修範圍，從而增加我們保修期內維修的服務量，以及售後服務產生的收入。然而，該等新規則對我們營運的實際影響暫未清楚。請參閱「風險因素—與於中國經營業務有關的風險—任何對汽車交易商施加額外責任的未來法律、法規及規則可對我們的業務前景、財務狀況及經營業績造成重大不利影響」。

業 務

我們並無與客戶就我們所出售的新車有任何重大爭議。

零配件分銷中心

憑藉與大眾集團及其旗下品牌組合公司於中國的戰略合作關係、我們優越的地方知識、管理能力、銷售點網絡以及雄厚的財務狀況，我們於2004年獲一汽大眾授權經營其在中國西北地區的首家零配件分銷中心。此為唯一一家為奧迪及大眾品牌提供存貨及分銷零配件的分銷中心，以供陝西省、山西省、甘肅省、寧夏及青海省的經銷點作售後服務之用。此分銷中心位於西安，總建築面積為15,000平方米。我們的分銷中心現時提供超過30,000類的零配件。

分銷中心分銷的所有零配件均由一汽大眾或其承包商提供。根據一汽大眾與其經銷商之間的經銷授權協議，為確保有關經銷商提供高質素的售後服務，經銷商僅可使用由分銷中心提供的零配件。一汽大眾進行定期存貨檢查及對其經銷商進行審核，以確保所有零配件均由分銷中心提供。

我們已與一汽大眾訂立分銷中心協議，為期一年，並可於屆滿時重續。根據此協議，我們的分銷中心的零配件擁有權屬於一汽大眾，而我們則向一汽大眾提供獨家倉存、管理及分銷服務。我們須遵從一汽大眾規定之規管零配件分銷的物流管理政策。我們根據就我們提供的服務所分銷的零配件量按月向一汽大眾收取佣金。經銷商直接與一汽大眾結付零配件的採購。隨著近年奧迪及大眾於中國西北地區的銷售急速增長，我們分銷中心的業務取得顯著增長。我們的零配件分銷中心於2010年、2011年及2012年分別產生服務收入人民幣9.7百萬元、人民幣13.6百萬元及人民幣16.5百萬元，複合年增長率為30.4%；而截至2013年9月30日止九個月為人民幣15.1百萬元。我們相信此分銷中心不僅進一步鞏固我們與大眾集團及其旗下品牌組合公司的戰略合作關係，亦繼續成為重要的收入及利潤貢獻來源。此外，經營此分銷中心使我們能取得市場趨勢及發展的第一手資料，從而使我們可及時調整業務計劃。

售後服務

我們向客戶提供售後服務，包括(i)保養及維修服務及零配件銷售；(ii)修飾服務；及(iii)其他增值服務。我們所有的4S經銷店均設有全面的汽車維修保養設施及人手充足的經驗技術員團隊。我們所有的4S經銷店均跟隨汽車供應商規定的標準服務流程。

我們獲獎無數，足證我們的服務質素卓越。按TEQ(精裝備件，為一種特別配件)銷售額計算，山西盈捷於2011年下半年獲保時捷給予全中國第一名。此外，於往績記錄期內，我們數名售後服務人員的出色服務獲我們的汽車供應商頒發獎項。

業 務

由於售後服務的經常性及持續的業務性質，我們相信售後服務較汽車銷售產生更穩定的收入。此外，售後服務的毛利率遠高於汽車銷售。我們售後服務的客戶為我們所提供的品牌組合所涵蓋汽車的車主，包括向我們或向其他汽車經銷商購買新車的客戶。我們相信我們卓越的售後平台會改善客戶忠誠度及帶來新車銷售機會，例如透過我們的二手車服務銷售新車。我們預期客戶群迅速擴大及中國車主的數量快速增長，將因此帶動售後服務強勁增長。

往績記錄期內，大部分向我們購買豪華及超豪華汽車的新客戶會選擇我們的4S經銷店為其提供保養或維修服務。售後服務的維修台次由2010年的85,729輛增至2011年的111,513輛，並進一步增至2012年的154,641輛。維修台次由截至2012年9月30日止九個月的112,156輛增至截至2013年9月30日止九個月的124,885輛。我們相信此乃歸功於我們優質的服務及超卓的營運能力。

於2010年、2011年及2012年以及截至2013年9月30日止九個月，售後服務產生的收入佔我們總收入分別7.2%、7.1%、8.1%及9.3%。

下表載列我們於所示期間按品牌分部劃分的售後服務收入明細。

	截至12月31日止年度						截至9月30日止九個月			
	2010年		2011年		2012年		2012年		2013年	
	金額	%	金額	%	金額	%	金額	%	金額	%
	(人民幣千元，百分比除外)									
豪華及超豪華品牌.....	207,018	88.7	339,750	89.2	536,336	91.5	386,918	91.4	470,693	93.0
中檔市場品牌.....	26,248	11.3	41,170	10.8	49,627	8.5	36,352	8.6	35,665	7.0
總計.....	<u>233,266</u>	<u>100.0</u>	<u>380,920</u>	<u>100.0</u>	<u>585,963</u>	<u>100.0</u>	<u>423,270</u>	<u>100.0</u>	<u>506,358</u>	<u>100.0</u>

我們相信優質售後服務及高水平的客戶滿意度為我們挽留現有客戶及吸引新客戶的關鍵，不僅會確保我們售後服務的成功，亦會確保我們新車銷售的成功。我們尤其着重招募、培訓及留聘熟練技術員及客戶服務人員。我們規定僱員參加汽車供應商提供的培訓課程及我們的定期內部培訓課程，加強彼等的客戶服務技巧。

保養及維修服務

我們的保養及維修服務收費一般按我們技術員的人力和所用的零配件為基準，有關價格均參考汽車供應商的定價指引釐定。一般而言，豪華及超豪華品牌的人力及零配件較其他品牌更昂貴。就每項工作所指派人員的職級以及其專業知識及經驗，視乎有關工作的性質及複雜程度而各異。因此，為維持我們的服務質量，各項服務工作完成

業 務

時，均經由指定技術員檢驗，而客戶服務團隊會致電每位客戶檢測服務水平，了解其對我們所提供服務的滿意度。就售後服務而言，我們要求客戶以現金支付，且一般不向客戶提供任何信貸期。我們一般為車隊銷售客戶提供為期三至六個月的信貸期。

由於我們若干客戶居住於遠離我們的4S經銷店的地區，對彼等而言，到訪我們的4S經銷店享用保養及維修服務較不便利。為解決此問題，我們在中國西北地區獲汽車供應商授權的經營地區內向位於較遠地區的客戶提供保時捷、奧迪、凱迪拉克及雷克薩斯等若干汽車品牌的流動售後服務。我們的流動售後服務包括保養及小型維修。我們相信此服務有助吸引新客戶，提升客戶忠誠度及改善我們的銷售表現。

汽車供應商要求我們安裝其專利軟件，以記錄、追蹤和分析履行保養及維修服務所動用的人力及零配件。

保養

汽車需要定期保養，故經常性的汽車保養成為我們的持續收入來源。汽車供應商建議車主為座駕安排保養的頻次各有不同，一般介乎每三至六個月或行車里數介乎5,000至10,000公里進行一次。通常保養檢查服務一般包括例行汽車檢查和更換機油，亦可包括更換空氣濾清器、火花塞、剎車片及其他零配件以及測試輪胎的轉動是否暢順和進行其他調校。一般情況下，我們要求客戶在保養完成後取回汽車時全數支付保養服務費。我們定期提醒車主安排時間進行後續保養檢查。

為推動汽車的銷售和維持與客戶的長遠關係，若干汽車供應商免費提供首次保養服務，汽車供應商會就我們所提供的保養服務補償我們。該等汽車供應商一般於我們提出補償要求後的一個月內結付有關款項。

維修

我們提供全面的汽車維修服務，由劃痕等小型維修到事故後車身恢復等的大型維修。

保修期內的維修

在頒佈三包規定前，我們毋須就我們售出的汽車或其他產品提供任何保修。三包規定於2013年10月1日生效。請參閱「監管概覽—家用汽車產品質量保證」。三包規定要求汽車賣方(包括汽車經銷商)負責向終端客戶提供修理、更換及退貨服務，且汽車供應商最終須負責汽車的任何質量事宜。一旦賣方已履行彼等在三包規定項下的責任，彼等將就彼等提供的服務獲汽車供應商付款。

業 務

在頒佈三包規定之前及之後，汽車供應商一般並無且不會自行進行保修維修服務。取而代之，彼等透過4S經銷店提供保修期內的維修服務，並就保修期內所進行的維修補償經銷商。過往，不同汽車供應商的有關保修條款均有所不同，但一般而言僅限於因零配件或工藝造成的缺陷而導致的維修，且通常介乎三個月至六年或銷售後的行車里數介乎5,000至150,000公里。然而，根據三包規定，家用車產品的維修保證期不應少於三年或60,000公里(以較早者為準)；而保修期不應少於兩年或50,000公里(以較早者為準)。

董事相信三包規定並無向我們施加任何重大責任或對我們的業務營運或財務狀況有任何重大不利影響。此外，由於該等新規則擴大保修期內的維修範圍，董事相信該等新規則將使我們可增加保修期內維修量，因此，增加售後服務產生的收入。

我們透過由汽車供應商在我們的銷售點內提供的信息技術系統記錄並向相關汽車供應商提交保修期內維修服務的補償申索。我們一般在提交保修期內維修服務的申索後的一至兩個月內收到補償。往績記錄期內，我們已獲相關汽車供應商支付所有有關成本的補償。

保修期後的維修

我們向客戶提供保修期後維修服務，包括更換磨損零配件或維修因碰撞事故或其他意外造成的損壞。客戶必須於取回汽車前全數支付保修期後的維修費用。就若干涉及重大人力及零配件成本的維修，我們可能要求客戶預付定金。

倘保修期後的維修成本屬於由有效保險的承保範圍及我們與有關保險公司訂有安排，我們一般不會要求有關客戶支付費用，而將向有關保險公司直接提交補償要求。保險公司於我們提交補償要求後一至兩個月內支付有關款項。

零配件

我們向車主銷售由原汽車供應商以及原汽車供應商指定的第三方供應商提供的零配件，例如剎車片、火花塞及保險桿。

我們提供的保修

根據適用的中國法律，我們須就我們履行的維修服務提供保修。根據相關中國法律及法規，汽車維修分為數個類別，而每次維修的強制性保修期介乎10天或2,000公里

業 務

(就基本維修而言，以較短者為準)至100天或20,000公里(就重大維修而言，以較短者為準)。保修期由汽車離開我們4S經銷店當日起計算。於往績記錄期內，我們汽車服務的客戶作出的有關保修申索不屬重大，因此並無就有關保修申索作出撥備。

修飾

我們專注於處理豪華及超豪華汽車品牌，該等品牌的客戶一般非常著重個性化。鑒於客製化的潮流，我們為客戶提供修飾服務，使其能擁有與眾不同的汽車。我們所提供的修飾服務包括配件安裝、個性化改裝及汽車美容，所有修飾服務皆在相關中國法律法規許可的範圍內進行，且將不會影響車主根據相關中國法律及法規的擬定及安全使用。

配件安裝

我們提供汽車玻璃膜等配件，包括高強度保護膜以保護車主安全；電子器材如DVD播放器，全球定位系統(GPS)導航器、駕駛記錄器及安全系統以便利車主，以及座椅及裝飾為車主提供舒適度。

個性化改裝及汽車美容

我們根據車主的要求提供不影響汽車安全或效能的個性化改裝服務。該等服務包括更改汽車、輪殼及煞車鉗鍍鉻膜的顏色，以及更換內籠皮革。我們亦提供汽車美容服務，包括噴漆處理、車廂裝置及安裝豪華裝飾。

我們相信修飾服務不僅為我們帶來收入和毛利增長，亦促進對修飾服務感興趣的客戶的汽車銷售增長。

我們透過提供個性化及優質修飾服務滿足客戶多元化的需求。我們修飾服務的目標客戶不僅包括我們所售豪華及超豪華品牌的現有客戶，亦包括其他豪華及超豪華汽車品牌的車主。我們計劃憑藉我們提供的豪華及超豪華汽車品牌及龐大的客戶群，進一步發展汽車用品和相關產品的銷售業務。

其他增值服務

除售後服務外，我們亦為我們的客戶及汽車供應商提供各種服務。該等服務並不需要大量資本開支或成本。我們提供該等服務作為我們改善客戶滿意度及與客戶建立和維持長遠關係的一部分努力。

汽車保險代理服務、汽車融資服務及汽車牌照服務

我們在大部分的4S經銷店向客戶提供汽車保險代理服務、汽車融資服務及汽車牌照服務，以配合汽車銷售及售後服務。

業 務

就汽車保險代理服務而言，我們與獨立保險公司訂有安排，據此我們在店內向客戶推廣及分銷由該等汽車保險公司提供的汽車保險產品，並為該等保險公司向客戶收取保費。該等保險公司指定我們為其保險客戶的服務供應商。我們與多家保險公司(如中國平安財產保險股份有限公司、中國人民財產保險股份有限公司、永安財產保險股份有限公司及中國大地財產保險股份有限公司)訂立保險代理協議。該等保險代理協議一般為期一至三年，可經雙互協定終止，或倘任何一方違反協議，則單方面終止。我們的保險佣金費乃以在我們店內出售的汽車保險的保費為基準。於2010年、2011年及2012年及截至2013年9月30日止九個月，我們的保險佣金收入分別為人民幣3.0百萬元、人民幣5.5百萬元、人民幣25.0百萬元及人民幣20.0百萬元。

就汽車融資服務而言，我們轉介客戶予獨立財務機構，包括中國民生銀行股份有限公司、陝西萬乘投資有限公司及陝西新豐源投資擔保有限公司。我們與該等獨立財務機構訂立合作協議，據此，我們同意向彼等轉介我們的客戶，而彼等同意向我們的客戶提供汽車融資產品，或協助我們的客戶向其他財務機構取得汽車融資。該等合作協議一般並無指定年期，且可於屆滿時自動延長。我們的客戶將個別與財務機構訂立汽車融資協議。我們並無就客戶的汽車貸款提供任何反擔保。我們的汽車融資佣金費乃根據我們所轉介的貸款金額而定。於2010年、2011年、2012年及截至2013年9月30日止九個月，我們的汽車融資佣金收入分別為人民幣1.1百萬元、人民幣2.9百萬元、人民幣15.5百萬元及人民幣19.2百萬元。

就汽車牌照服務而言，我們協助客戶代其申請新車牌照。

二手車服務

我們以免費服務形式向客戶提供二手車服務，以助其物色二手車買家及促使該等客戶購買我們的汽車。若干汽車供應商規定銷售點提供二手車服務以促進新車銷售。我們將會尋求獨立買家(通常為二手車經銷商)向我們的客戶購買二手車。一旦售出二手車，我們會與客戶訂立新車銷售協議。我們的二手車服務受限於二手車辦法，而我們於往績記錄期直至最後實際可行日期一直符合二手車辦法。有關更多詳情，請參閱「監管概覽—與中國汽車行業有關的法規—二手車銷售」。

汽車召回

我們的4S經銷店透過向車主發佈信息及提供修理維修，以協助汽車供應商進行汽車召回。在公開召回前，汽車供應商一般將會通知其授權經銷商並提供修理問題指引及解答車主常見問題。

業 務

在接獲通知後，我們通常聯絡可能受影響的客戶，要求其將汽車送回我們的4S經銷店進行修理。除為我們所售的召回汽車提供服務外，我們亦為其他經銷商所售的召回汽車提供服務。我們亦就存貨中的被召回汽車(如有)進行修理。

我們所提供的有關汽車召回的所有服務均按照與汽車供應商的經銷授權協議或根據汽車供應商的要求進行。我們一般於提交補償申索後一至兩個月內獲汽車供應商補償產品召回所涉及的成本，而於往績記錄期的所有有關成本均已獲相關汽車供應商補償。根據我們的中國法律顧問金杜律師事務所向我們發表的意見，按照中國法律、法規或規則，我們毋須承擔與汽車召回相關的成本。

於往績記錄期內，我們在日常業務過程中接獲客戶有關若干汽車召回的投訴，然而，有關投訴概無對我們的業務及營運構成重大不利影響，我們亦無就任何汽車召回面臨任何法律、監管或行政程序。汽車召回可能對我們的經營業績、財務狀況及增長前景造成重大不利影響。例如，於2012年10月，豐田因電動車窗系統的缺陷而在全世界進行約7.4百萬輛汽車的召回計劃。我們相信，我們的雷克薩斯及豐田汽車的銷量及收入於2012年下跌部分乃由於此次召回，加上中國與日本之間於東海釣魚島的領土爭議所致。請參閱「風險因素—與我們的業務有關的風險—任何汽車召回均可能對我們的經營業績、財務狀況及增長前景造成重大不利影響」。

下表載列於往績記錄期直至最後實際可行日期所有影響我們所售汽車的所有汽車召回情況：

品牌	型號	受影響組件	召回日期
超豪華品牌			
一保時捷.....	911 Carrera	消音器	2013年5月22日
一保時捷.....	Panamera Turbo S/Civilian	渦輪增壓器	2012年8月至 2013年8月
一保時捷.....	Cayenne (92A) Cayenne S (92A) Cayenne S Hybrid (92A) Cayenne Turbo (92A) Cayenne Diesel (92A)	前大燈鎖止裝置	2012年3月
一保時捷.....	Cayenne (92A)	車頭燈	2012年2月至 2013年2月
一保時捷.....	911 Turbo (997) 911 Turbo S (997) 911 GT3 (997) 911 GT3 RS (997) 911 GT2 RS (997)	車輪中央鎖止裝置	2011年5月至 2012年5月
一保時捷.....	Panamera S Panamera 4S Panamera Turbo	安全帶座椅 固定終端	2010年4月
一賓利.....	賓利雅致 (T、R、RL、最終系列) Azure Brooklands	車標	2010年11月
一法拉利.....	FF	軸承	2012年5月至 2012年11月

業 務

品牌	型號	受影響組件	召回日期
一瑪莎拉蒂.....	瑪莎拉蒂 GT、瑪莎拉蒂總裁	橫向推桿	2013年5月25日
一瑪莎拉蒂.....	Gran Turismo S	差動行星齒輪	2011年9月至 2012年9月
一瑪莎拉蒂.....	GT MC Stradale	安全帶	2012年4月至 2012年10月
豪華品牌			
一大眾進口.....	甲殼蟲	合成機油	2013年11月25日
一凱迪拉克.....	SRX	蓋形螺母	2013年5月17日
一凱迪拉克.....	SRX	齒輪箱	2011年12月至 2012年12月
一凱迪拉克.....	CTS	前制動軟管	2010年4月
一雷克薩斯.....	IS	雨刮	2013年5月2日
一雷克薩斯.....	RX400h	混合系統	2013年4月9日
一雷克薩斯.....	RX300	皮帶輪	2011年11月
一雷克薩斯.....	RX300	曲軸皮帶輪	2011年12月
一雷克薩斯.....	MCU35L—AWAGKW RX300	地毯壓板	2011年3月
一雷克薩斯.....	MCU35L—AWAGKW RX300		
一雷克薩斯.....	MCU35L—AWAGKW RX350		
一雷克薩斯.....	GSU35L—AWAGKW GS300	制動總泵後端橡膠 密封圈	2010年11月
一雷克薩斯.....	RX300		
一雷克薩斯.....	LX470	轉向軸連接部位	2010年8月
一雷克薩斯.....	LS460/LS460L/LS600hL	發動機進/ 排氣門彈簧	2010年7月
一雷克薩斯.....	LS460/LS600hL	可變齒輪比轉向 系統	2010年6月
一雷克薩斯.....	USF41L/UVF46L		
一雷克薩斯.....	IS	窗刮	2006年1月至 2011年9月
一奧迪.....	Q5	遮陽蓬頂	2012年7月至 2013年7月
中檔市場品牌			
一豐田.....	普銳斯	水泵	2012年12月
一豐田.....	卡羅拉	中間動軸	2012年12月至 2013年12月
一豐田.....	RAV4	蓋形螺母	2012年9月至 2013年8月
一豐田.....	威馳、卡羅拉及Rav 4	電窗	2012年10月
一豐田.....	卡羅拉EX TV7164DLX/TV7164GD/TV7164GMD	發動機電腦(ECU) 殼體	2011年8月
一豐田.....	皇冠	制動總泵後端橡膠 密封圈	2010年11月
一豐田.....	銳志		
一豐田.....	海獅	傳動軸箍帶	2010年11月
一豐田.....	皇冠	發動機	2010年7月

汽車調查服務

作為改善我們的客戶服務質素及為汽車供應商提供市場信息的工作的一部分，我們定期進行客戶調查收集客戶意見。我們並無從汽車調查活動產生任何收入。我們擁有廣大的客戶群，可收集寶貴的市場信息供我們和汽車供應商使用。部分汽車供應商提供自製問卷供調查服務之用，該等問卷儲於彼等在我們旗下4S經銷店設置的信息技術系統。部分銷售點亦會為汽車供應商編製定期市況報告。

業 務

營 銷

我們利用各種方法宣傳我們的新豐泰品牌形象、經銷業務以及我們向客戶提供的產品及服務。我們籌辦的營銷活動分為三個層面，包括汽車品牌的營銷活動、新豐泰品牌旗下本集團的營銷活動及我們每個銷售點的營銷活動。於最後實際可行日期，我們有**484**名擁有介乎一至三年行業經驗的銷售及營銷人員。我們銷售點的所有銷售經理及營銷經理已通過相關汽車供應商的評估中心舉辦的測試及面試。

於每年年初，我們向汽車供應商提交汽車品牌的年度營銷預算及計劃。在進行營銷活動前，我們需取得汽車供應商的批准。我們透過結合汽車供應商的全國性活動主題及元素，協調我們的銷售及營銷活動與汽車供應商的營銷活動。我們亦會參與汽車供應商的營銷活動，包括新車型號發佈會、贊助活動、汽車愛好者俱樂部活動及其他活動。其中，藉著我們與大眾集團及其旗下品牌組合公司的戰略合作關係，我們獲邀以特別嘉賓身份參與大眾集團及其旗下品牌組合公司舉辦的著名全國及地區營銷活動，例如參與全國及海外汽車貿易展覽。

我們致力將新豐泰的品牌形象連繫至豪華生活品味及優質服務，以吸引我們的目標客戶。為統一我們的品牌形象，我們在我們贊助的活動及大型汽車貿易展覽展示新豐泰品牌。我們亦透過戶外廣告、於銷售點派發營銷材料、電台及電視廣告、互聯網廣告及報章及雜誌廣告宣傳新豐泰品牌。我們的總部負責協調地區營銷活動，及監察每個銷售點進行的地方營銷活動。

我們在每個銷售點調配一支營銷及銷售人員團隊，進行量身訂製的營銷活動。例如，我們邀請現有及潛在客戶到旗下銷售點參加店內促銷活動，為彼等提供娛樂和派發贈品。我們的銷售及營銷團隊亦會與旗下銷售點合作，為若干低銷量汽車型號進行廣告及銷售活動。我們就此等汽車提供的銷售工作包括禮品、免費保養服務方案及汽車修飾服務。

我們已設立和維持客戶資料的數據庫，用作分析市場趨勢及客戶需求，以物色向客戶出售新車或提供售後服務的機會。根據此數據庫，我們透過個人化電話、短訊服務、電郵和郵件通訊，通知客戶有關我們旗下銷售點的特別促銷活動、新車型號及新服務。此外，我們亦依賴現有客戶的轉介帶來新商機。

我們的營銷工作屢獲殊榮，包括陝西信捷於**2011**年獲保時捷頒發中國「最佳營銷案例」，以及陝西新豐泰於**2010**年榮獲奧迪頒發中國「營銷項目銅獎」。我們於往績記錄期內採用直接營銷方案並減低我們媒體廣告的開支，我們相信此舉已助我們控制銷售及

業 務

營銷開支。因此，於2010年、2011年及2012年以及截至2013年9月30日止九個月，我們分別錄得廣告及業務推廣開支人民幣47.5百萬元、人民幣52.8百萬元、人民幣46.1百萬元及人民幣25.3百萬元。

我們的營銷工作包括：

機場貴賓候機室

我們於2005年1月在西安咸陽國際機場設立貴賓候機室。此貴賓候機室為我們的重要客戶(如團體客戶及長期客戶)提供獨家服務，我們相信此服務可推廣我們的品牌形象及加強我們對服務的承諾。

贊助

我們亦於2005年、2007年、2009年、2011年及2013年贊助中國中央政府與聯合國開發計劃署舉辦的歐亞經濟論壇，我們亦為論壇貴賓的汽車供應商。我們相信，此等贊助已成功將我們的新豐泰品牌推廣至全國。

客戶忠誠計劃

基於我們龐大的客戶群，我們於2012年1月就我們出售的各汽車品牌推出客戶忠誠計劃。我們相信，此計劃不但讓我們能夠物色核心客戶及帶來新商機，更得以挽留現有客戶及吸引潛在客戶。

車隊銷售

在我們部分的銷售點內，我們有負責大型商業團體、政府及酒店車隊銷售的銷售人員團隊。此等銷售人員負責維繫及發展車隊銷售客戶。我們定期致電及到訪有關客戶，以了解該等客戶所需。此外，我們為車隊銷售客戶提供度身訂造的服務，例如優先訂購及保養維修取車及交車服務。除該等免費服務外，我們亦僅向車隊銷售客戶就購買新車及其他汽車服務提供信貸期。車隊銷售與個人客戶銷售的毛利率並無重大差異。

於2010年、2011年及2012年以及截至2013年9月30日止九個月，車隊銷售所產生的收入不超過我們總收入的1.5%。

客戶

我們致力與客戶建立長遠關係及提供優質服務。我們的銷售、服務及營銷工作主要針對購買豪華及超豪華汽車的高收入客戶。我們相信這些客戶傾向於追求優質產品及服務，對價格敏感程度較低及對品牌忠誠度較高。我們會存置客戶資料的記錄，包括其過往保養維修記錄，以定期致電客戶或進行調查及發送服務提示。

業 務

由於我們的業務屬於零售性質，我們的五大客戶於2010年、2011年及2012年以及截至2013年9月30日止九個月貢獻我們的總收入少於1%。我們的五大客戶均為獨立第三方。我們著重車隊銷售，且已推出多項活動推廣我們的車隊銷售。有關更多詳情，請參閱「－營銷－車隊銷售」。

各董事、其聯繫人士或擁有本公司5%以上股本的任何現有股東，並無在五大客戶中擁有任何須根據上市規則予以披露的權益。

供應商和採購

供應商

我們的五大供應商均為向我們供應新車和零配件的汽車供應商。於2010年、2011年及2012年以及截至2013年9月30日止九個月，五大供應商的採購額分別佔我們的總採購額92.8%、89.9%、92.7%及91.5%，而同期最大供應商的採購額則分別佔我們的總採購額32.0%、29.5%、36.9%及40.0%。我們的五大供應商均為獨立第三方。各董事、其聯繫人士或擁有本公司5%以上股本的任何現有股東，並無在五大供應商中擁有任何須根據上市規則予以披露的權益。

於2010年、2011年及2012年以及截至2013年9月30日止九個月，由銷售賓利、保時捷、奧迪及大眾進口新車而產生的收入分別佔我們汽車銷售收入的64.2%、68.0%、80.7%及83.7%。請參閱「風險因素－與我們的業務有關的風險－我們絕大部分的收入來自銷售大眾集團及其旗下旗下品牌組合公司製造的新車」。

我們已與汽車供應商建立長期關係。我們於中國西北地區率先開設凱迪拉克、保時捷、賓利、法拉利／瑪莎拉蒂及紅旗的銷售點，且是首個開設奧迪銷售點的經銷商。於最後實際可行日期，我們是該區唯一涵蓋如保時捷及法拉利等超豪華汽車品牌的經銷商。我們相信我們強勁的表現記錄彰顯我們的超卓能力及對中國西北地區汽車經銷業務的深入市場知識。我們相信我們的營運能力及專業知識有助汽車供應商取得中國的市場份額及贏得客戶忠誠，因此，我們的汽車供應商就彼等於中國西北地區的發展戰略與我們保持頻密聯繫及尋求我們的建議。

儘管汽車供應商負責物色及釐定開設新店的新市場及制定其經銷網絡擴充計劃，彼等的決定乃基於多項因素而作出。汽車供應商與我們溝通，以助彼等根據我們對市場的認識、彼等與我們的溝通及我們的意見，制定彼等經銷網絡擴充策略。

業 務

汽車供應商的銷售部門將於每年年末根據當前年度的銷售表現及對下一年度的市場預測，設定其每名經銷商於下一年度的年度銷售計劃及銷售目標。汽車供應商在設定年度銷售目標前會與我們進行商討以了解市況及市場趨勢。

汽車供應商於新型號開發的起始階段檢討其定價模式，且於開發完成時及正式推出該新型號前再審閱定價。汽車供應商將在正式推出新型號前就該型號的建議零售價諮詢我們。我們亦就現行市況與汽車供應商保持緊密溝通，故彼等可及時檢討及調整汽車價格。

銷售目標

我們汽車的採購乃按汽車供應商於每年年初為我們每個銷售點所設定的無約束力年度銷售目標而釐定。汽車供應商的銷售部門將於每年年末根據當前年度的銷售表現及對下一年度的市場預測，設定其每名經銷商於下一年度的年度銷售計劃及年度銷售目標。我們知悉該等銷售目標反映汽車供應商對該年度市況的估計，而有關估計部分基於汽車供應商進行的市場研究及調查。汽車供應商在設定其年度銷售目標前會與經銷商(包括我們)進行商討，使彼等可獲得經銷商的反饋意見及善用經銷商對當地市場的了解。

汽車供應商的銷售部門將基於該等年度銷售目標編製每月銷售計劃，有關計劃涵蓋將出售汽車的型號、數量、顏色、發動機容量及規格。根據有關每月銷售計劃，生產部門將制定生產計劃。我們亦與我們的汽車供應商保持緊密聯繫，以協助彼等及時了解市況，並在有需要的情況下調整彼等的每月銷售目標。於每年年中，我們與汽車供應商會評估上半年的表現，如有需要，可能訂立補充協議以調整銷售目標。

儘管此等銷售目標並無約束力，但達致此等銷售目標對我們的成功至關重要。汽車供應商根據其對我們過往表現的分析(包括是否達致上一年度或期間的銷售目標)決定提供予我們銷售點的銷量及型號。如我們的表現超出銷售目標，汽車供應商將向我們分配更多更受歡迎的汽車型號，從而改善我們的營運。於2012年，由於對日本市場的情緒，中國境內的日本品牌汽車銷售額大幅下跌。請參閱「一行業一近期發展」。因此，2012年，我們未能達到雷克薩斯及豐田各自的汽車供應商於2012年初制定的銷售目標。雷克薩斯及豐田的汽車供應商知悉2012年的市況轉變，並確認彼等不會對本集團採取任何行動。我們的董事確認，該等事件並無對我們的營運造成任何重大不利影響，包括我們就2012年自雷克薩斯及豐田汽車供應商獲得的返點，以及我們與該等供應商的關係。除此之外，於往績記錄期，我們所有銷售點均已達到或超越汽車供應商設定的年度銷售目標。

業 務

採購新車

我們直接向供應商下達訂單。銷售點每月的新車採購乃經考慮我們現時存貨、預期客戶需求、預期銷售趨勢及各汽車型號的交付時間表而釐定及作出調整。這不僅有助我們優化新車組合，盡量提升銷售和盈利能力，還改善我們與供應商的關係。

我們所出售的新車均於中國購入，而不論其是否進口或本地製造貨品。國產汽車的供應商為於中國註冊成立的汽車供應商，其為我們向客戶所提供汽車品牌的中外合資合營企業，而進口汽車的供應商為我們向客戶所提供汽車品牌的中國註冊成立聯屬公司。因此，我們毋須就汽車繳付任何進口徵稅、海關徵稅或關稅。由於我們主要基於汽車供應商所訂明的銷售目標內的產品組合採購新車，故我們在決定採購國產汽車或進口汽車方面的酌情權不高。倘任何汽車型號缺貨，我們所出售國產新車的所需交付時間一般為三至十五天，進口新車(尤其是超豪華汽車)則一般需時為四至五個月。於2010年、2011年、2012年及截至2013年9月30日止九個月，我們已售新車的銷售成本分別為人民幣2,786.7百萬元、人民幣4,594.3百萬元、人民幣6,300.7百萬元及人民幣4,702.6百萬元，同期售出汽車總數分別為7,283輛、11,032輛、14,810輛及11,680輛。

返點

視乎汽車供應商的返點政策，新車的整體採購成本可能受我們向汽車供應商收取的返點(按我們所採購或出售的新車輛數)影響。

我們相信，由汽車供應商釐定其返點政策屬我們的行業慣例，而該等政策一般不須經與汽車經銷商磋商。汽車供應商一般按其內部政策及指引授出返點，而該等內部政策及指引一般乃經參考汽車經銷商所採購或出售的新車輛數釐定，並按汽車經銷商達致汽車供應商所訂的銷售目標的表現作進一步調整。汽車供應商亦可按對我們整體表現(如客戶滿意度、銷售表現及營銷力度)的評估，向我們授出額外返點。汽車供應商亦可不時就特定型號的汽車提供特別返點。該等返點金額不時按不同汽車供應商的不同業務慣例支付。於2010年、2011年及2012年以及截至2013年9月30日止九個月，我們分別錄得返點人民幣51.8百萬元、人民幣71.1百萬元、人民幣175.2百萬元及人民幣157.6百萬元，分別佔我們同期毛利16.3%、13.8%、31.1%及35.3%。於往績記錄期，我們大部分的返點乃透過扣減我們就其後的汽車採購訂單應付總採購價的方式結付，餘款則以現金向我們支付。

業 務

付款

汽車供應商一般要求我們於接收新車前就新車採購支付全數款項。我們向汽車供應商付款與收到汽車之間的時間差距為：國產汽車三至十五日，進口汽車五至二十日。一家汽車供應商透過彼等的聯屬人士向我們提供融資，免息信貸期為我們接獲新車後90日。此外，我們亦可透過向銀行質押新車，以銀行承兌票據的方式向商業銀行取得融資。

我們運用現金及銀行承兌票據的組合方式採購新車。此等銀行承兌票據一般由我們的銀行存款和存貨作抵押，並以客戶就向我們購買新車支付的現金償還。銀行一般要求我們存入所發行銀行承兌票據金額約10%至20%。償還此等銀行承兌票據後(期限一般為兩個月)，已質押存款獲解除並可用作新增銀行承兌票據的抵押。於2013年9月30日，我們有應付票據人民幣402.9百萬元、已質押銀行存款人民幣232.7百萬元及已質押存貨人民幣74.5百萬元。於2010年、2011年及2012年12月31日及2013年9月30日，我們的應付票據分別為人民幣62.9百萬元、人民幣347.4百萬元、人民幣546.9百萬元及人民幣402.9百萬元。於2011年12月31日及2012年12月31日，我們的應付票據大幅增加，主要歸因於我們的業務增長及網絡擴充導致2011年及2012年我們的汽車採購增加。我們於2013年9月30日的應付票據減少，主要由於截至2013年9月30日止九個月我們使用年期較短的銀行承兌票據，從而改善我們的流動資金狀況。

我們所有採購均以人民幣結算。

存貨管理

我們密切監測各銷售點的新車和零配件存貨，以平衡成本效益、質量控制和及時配送。我們力求維持新車及零配件的存貨量於最合適的水平，既滿足客戶需求，亦可為擴展銷售點網絡維持充足的存貨水平，並管理營運資金需求以撥支存貨。我們的銷售點一般每月訂購存貨數次，並參考有關汽車供應商定下的無約束力銷售目標，安排每月的存貨採購量。

我們的存貨乃根據汽車供應商設定的銷售目標而採購。我們明白該等銷售目標反映汽車供應商對該年度市況的估計，有關估計乃基於汽車供應商進行的市場研究及汽車供應商與我們經考慮當地市況及我們銷售點的銷售能力而進行的討論。此外，於每年年中，我們與汽車供應商將評估上半年的表現，且可能在有需要時訂立補充協議以調整銷售目標。

我們設有嚴格的存貨控制政策，透過實行一系列控制措施規定銷售點的平均存貨周轉天數不得超過45天。每個銷售點的門店經理及銷售經理按日檢討其門店的銷售額及存貨水平，確保不同汽車型號的銷售情況能符合我們的預期及銷售目標。此外，我們亦正在更新我們的中央ERP系統，為我們的總部提供各銷售點不同汽車型號的實時銷

業 務

售額及存貨水平，使得我們的管理團隊可監督個別門店及與其合作管理銷售額及存貨水平。我們的高級管理層將會定期檢討有關資料，以確保我們的門店有充裕資金和適當存貨水平。我們亦認為，在評估門店經理的表現(對其酬金有直接影響)時，存貨周轉天數乃重要因素。

此外，我們的銷售點連同銷售及營銷團隊可就若干低銷量汽車型號進行廣告及銷售活動，包括禮品、免費維修及修飾服務。在遵守汽車供應商若干限制的前提下，我們亦可靈活調節經銷網絡內的存貨，例如因應市場需求於各銷售點之間調動汽車。例如，雷克薩斯允許我們在各經銷商之間調動新車。奧迪允許我們在某經銷業務位於同區的銷售點之間調動汽車。就保時捷而言，我們獲准在取得汽車供應商事前同意後，調動位於同區銷售點之間的新車。倘銷售點計劃採購低銷量的汽車型號，我們將要求有關銷售點向總部取得事先批准。此外，我們與汽車供應商保持緊密溝通，以改善新車組合迎合市場需要，並進一步加強存貨管理。

於往績記錄期，根據汽車供應商的政策及要求，在若干非常特殊情況下，我們以低於採購成本的價格售出少量低銷量的若干型號，以刺激較舊型號的銷量。然而，經計及我們所收取的賣家返點，我們從該等銷售錄得正毛利率。我們已獲主要供應商確認彼等與我們維持良好的工作關係，且概無任何情況，導致或可能導致彼等撤回授予本集團的經銷授權或終止彼等與我們的合作關係。我們的董事認為經銷授權不大可能被汽車供應商撤回。我們的董事確認，這並無對我們的經營業績造成任何重大不利影響，於最後實際可行日期，亦無對我們存貨的價值造成任何重大不利影響。

於2010年、2011年及2012年以及截至2013年9月30日止九個月，我們的平均存貨周轉天數分別為24.3天、33.5天、40.8天及35.4天，一般短於我們的信用證及銀行承兌票據的期限以及汽車融資的免息期。請參閱「財務資料—存貨」。於往績記錄期，我們並未拖欠償還任何銀行承兌票據或汽車融資。

我們致力將銷售點的汽車、零配件及汽車用品存貨維持在合理水平，務求及時回應客戶需求。如果我們過度積壓存貨，我們或須增加營運資金，並產生額外融資成本。如果存貨不足，我們可能無法滿足客戶的需求，繼而可能令我們錯失收入並對我們的品牌聲譽造成不利影響。請參閱「風險因素—與我們的業務有關的風險—我們的業務及財務表現取決於我們有效管理存貨的能力」。

業 務

信息技術

我們透過由第三方開發的中央ERP系統監察銷售點的營運，以達致具效率及效益的客戶管理、存貨管理及僱員管理，並優化我們內部財務、營運及人力資源的分配。我們正在升級ERP系統，以向我們的總部提供有關不同銷售點的經營及財務狀況(如現金、各種汽車型號的銷售及存貨水平等)的實時資料，讓我們能夠設立一體化的中央財務及會計管理系統，並生成各項實時財務指標以支援我們管理層決策過程。此外，此系統將使我們的總部能夠密切監察各銷售點的營運以及改善就本集團層面及個別經銷店層面而言的資金預算、計劃、分配及控制，從而進一步改善存貨管理及減少營運資金需求。

透過我們的信息技術系統，我們已於業務的主要範疇設立全面的資料庫。例如，我們的信息技術系統收集有關潛在及現有客戶的資料，例如電話查詢、實地視察銷售點或出席宣傳活動，以及自銷售點購買汽車及該等汽車的維修保養記錄。有關資料使銷售人員及客戶關係經理更了解潛在及現有客戶的需要，並因應個別客戶為客戶提供個人化的通訊及服務。

知識產權

我們認為我們的商標「新豐泰」及「SFD」對我們業務營運而言十分重要。有關更多詳情，請參閱本[編纂]附錄六「法定及一般資料—有關我們業務的進一步資料—本集團知識產權」。

僱員

我們視經驗豐富、盡忠職守及勇於創新的僱員為我們成功的關鍵。我們投放大量資源招聘、培訓及晉升人員，亦提供具競爭力的薪酬待遇，包括具競爭力的固定薪金加績效花紅。

我們的管理層團隊包括銷售點經理以及總部各部門的經理。彼等具備中國汽車經銷業務的豐富專業知識及經驗。其中約51%擁有大學學位或以上學歷，以及約35%主修汽車相關科目。我們的管理層團隊自我們成立以來維持相對穩定，管理層成員效力我們平均達七年以上。

業 務

於最後實際可行日期，我們共僱用**2,053**名全職僱員，下文載列彼等之各項職能：

職能	僱員人數	佔總數百分比
管理	174	8.5%
行政	305	14.9%
汽車銷售及營銷.....	484	23.6%
汽車服務.....	990	48.2%
財務及會計.....	100	4.9%
總計	2,053	100.0%

下表載列於最後實際可行日期按地區劃分的僱員資料：

	僱員人數	佔總數百分比
陝西	1,613	78.6%
江蘇	161	7.8%
內蒙古	73	3.6%
山西	92	4.5%
甘肅	54	2.6%
寧夏	60	2.9%
總計	2,053	100.0%

我們與僱員建立了良好的關係。於往績記錄期，我們並無出現任何罷工、停工或重大勞資糾紛，且在招聘或挽留合資格員工方面亦無任何重大困難。

聘用

我們於作出聘用決定時考慮以下因素，如發展策略、擴展計劃、行業趨勢、競爭環境及我們的競爭對手。我們一般與招聘代理合作，物色擔任高級職位的人選。我們亦採用專業線上招聘網站及報章發佈招聘資料。此外，我們亦與數間職業學校及專上學院簽訂聘用安排。

培訓

我們為僱員提供定期培訓課程，提升彼等的技能及專業知識，並在銷售點層面及集團層面為彼等職務提供最新的發展資料。我們的銷售點定期舉辦培訓計劃，涵蓋如產品知識以及銷售及服務技巧等的課題。

我們亦為僱員提供在職培訓。例如，我們經常安排新僱員到已上軌道的銷售點工作以作培訓，善用我們在網絡內累積的營運專業知識及技術訣竅。此外，我們已實施指導計劃，為新僱員指派熟悉我們產品及政策的經驗僱員進行培訓，為期最少三個月。

業 務

除內部培訓計劃外，汽車供應商要求我們的僱員出席由彼等提供的必修培訓課程。例如在新銷售點開業前，汽車供應商規定銷售點的所有主要人員(例如銷售點經理及首席技術員)參與其培訓課程並取得其認證。

此外，由於我們擁有多元化的汽車品牌組合，我們可為僱員提供在不同汽車品牌工作的機會，相信將可有助留聘僱員。

晉升及獎勵

我們非常重視內部晉升，以便為僱員提供長遠事業發展及表現獎勵。

我們相信，內部晉升對提高僱員滿意度尤其重要，從而使我們改善服務質素、減低流失率及保持競爭力。我們設有一套系統，透過全面評估，例如銷售業績、培訓及測試結果、業務技巧及技能及客戶滿意度，識別及晉升具備才能的僱員。我們時常調配僱員到不同門店，為彼等提供長遠事業發展及績效獎勵，並容許我們在新店利用較具經驗的僱員的技巧及專業知識。超過80%的銷售點經理為內部晉升。

我們提供具吸引力的薪酬待遇，包括具競爭力的固定薪金加績效花紅。我們經考慮汽車銷售及營銷員工以及汽車服務人員的銷售額或收入貢獻、技能、客戶滿意程度及按其工作性質的其他表現評估向彼等發放績效花紅。有關績效花紅按月計算。我們定期檢討僱員的工作表現，從而釐定其晉升前景及待遇。為維持我們日益增長的網絡貫徹的服務質素，我們會對銷售點進行實地視察(包括突擊視察及神秘顧客調查)，以監察其營運。

我們的物業

我們大部分的銷售點均建於我們擁有土地使用權的場所內，董事認為，相比以租賃場所開設銷售點的競爭對手而言，我們在向汽車供應商申請新經銷授權方面因此較具優勢。於最後實際可行日期，我們於中國擁有19項物業及於香港擁有一項物業。於最後實際可行日期，我們於中國租賃15項物業。

在該等自有及租賃物業中，其中23處對我們而言屬重要，此乃由於我們在其上經營23個銷售點及一間零配件分銷中心，合共佔往績記錄期收入的絕大部分。有關該等物業的詳情，請參閱本[編纂]附錄六「法定及一般資料—有關我們業務的進一步資料—重大物業」一節。

業 務

自有物業

於最後實際可行日期，我們在中國擁有15項總建築面積107,703平方米的已落成物業、一項地盤面積為13,348平方米的在建中物業以及三項總地盤面積59,983平方米的日後發展物業(其於最後實際可行日期為空置)。我們亦於香港擁有一項建築面積66平方米的已落成物業，作辦公室用途。

下表載列我們於最後實際可行日期在中國的19項自有物業明細(按省市劃分)：

省市	物業數目
已落成物業	
陝西	11
內蒙古	2
甘肅	1
江蘇	1
小計	15
在建中物業	
揚州	1
小計	1
日後發展物業	
江蘇	2
北京	1
小計	3
總計	19

15項已落成的自有物業中的14項主要用作銷售點，建築面積介乎513平方米至23,656平方米。餘下一項已落成的自有物業則用作我們的零配件分銷中心，建築面積為14,706平方米。

我們擁有兩幅位於江蘇省的土地，總地盤面積為23,229平方米，並將利用該等土地興建一間大眾進口汽車展廳及作未來發展。我們已取得該兩項物業的土地使用權證。我們已購買一幅位於北京、地盤面積為36,754平方米的土地，將用作興建一間奧迪汽車4S經銷店。我們已悉數支付土地出讓金，並正在申請取得土地使用權證。我們獲我們的中國法律顧問金杜律師事務所告知，我們概無面臨任何重大法律障礙，致使我們不能取得土地使用權證。

於最後實際可行日期，我們若干自有物業存在業權瑕疵：

我們於蘭州擁有一項建築面積為1,424平方米的物業(「第1號自有物業」)，佔我們所擁有物業總建築面積的1.4%。我們在未取得竣工驗收備案及房屋所有權證的情況下於第1號自有物業經營一間4S經銷店。我們已獲中國法律顧問金杜律師事務所告知，政府機關或會要求我們繳付罰款，金額為我們所支付興建相關建築物的對價的2%至4%。我們正申請房屋所有權證，預期將於2014年2月底前取得證書。由於取得相關備案及證書耗時甚久，我們已與相關政府機關進行口頭溝通，以在完成及/或取得備案及證書前取

業 務

得其同意根據經銷授權中規定時間表進行營運。蘭州經濟技術開發區規劃建設和房地產管理局出具書面確認，確認將不會有重大法律障礙使我們未能取得有關物業的所有權證，並知悉有關物業的現時營運狀況。基於相關確認，我們的中國法律顧問金杜律師事務所告知，(i)我們可合法佔用、使用、轉讓、租賃、按揭或以其他形式出售第1號自有物業的土地使用權；及(ii)概無重大法律障礙，致使我們不能取得該物業的所有權證。

我們於西安擁有一項建築面積為1,500平方米的物業(「第2號自有物業」)，佔我們所擁有物業總建築面積的1.5%。第2號自有物業用作汽車預檢場及待修汽車停車場，且對營運而言不屬重要。該物業賬面值為人民幣349,584元。第2號自有物業在未取得建設批文的情況下興建，而我們尚未取得房屋所有權證。現時的商業用途符合相關土地的指定用途。然而，其設計及建設因我們的誤會而並不完全與建設計劃一致。基於西安市規劃局未央規劃分局出具的書面確認，第2號自有物業符合西安市及未央區的整體規劃。我們已獲金杜律師事務所告知，政府機關或會要求我們取得建設批文及房屋所有權證、支付罰款或於若干期間內拆卸配套建築物。我們已向西安市規劃局未央規劃分局及西安市未央區建設局申請相關批文及證書。然而，基於我們與相關政府機關的溝通，尚未確認將取得相關批文及證書的時間。同時，我們已取得主管機關西安市規劃局未央規劃分局的確認，表示第2號自有物業符合西安市及未央區的整體規劃。基於上述確認，金杜律師事務所認為我們使用第2號自有物業的能力將不會受到不利影響。我們已在鄰近地區物色且相信有可供使用的替代地盤。倘我們被要求自第2號自有物業重置相關業務活動至其他替代地方，租賃類似場所以進行第2號自有物業的相關營運的成本介乎每年人民幣50,000元至人民幣100,000元，且經考慮相關營運的輔助性質、該物業非重大的賬面值及額外租賃成本，重置相關營運將不會對本集團業務或財務狀況有重大不利影響。

我們已於2006年取得位於西安的零配件分銷中心(「第3號自有物業」)的房屋所有權證，該中心建築面積為14,706平方米，佔我們所擁有物業總建築面積14.4%。然而，基於當地政府的整體規劃，該建築物所在土地的指定用途於2010年(其時物業建設已竣工及物業已投入運用)後改為住宅用途，有別於我們現時的用途。第3號自有物業的用途原本符合變更前相關土地的原指定用途，而現時的業權瑕疵乃因該機關要求變更土地用途所致。我們並無因土地用途變更而獲得賠償。取而代之，我們就土地用途變更支付額外土地出讓金人民幣4,139,540元。誠如金杜律師事務所告知，我們可能(i)須於若干

業 務

限期內更改第3號自有物業的用途為倉庫或重新申請相關證書及調整土地出讓金；及(ii)面臨罰款；此外，土地使用權可能被收回而不獲賠償。主管機關高陵縣規劃建設和房屋保障局已(i)確認土地指定用途的過往變動；(ii)知悉第3號自有物業的現時用途；及(iii)確認其將不會就我們的土地用途對我們施加任何處罰。因此，金杜律師事務所認為我們使用第3號自有物業的能力將不會受到不利影響。

截至2010年、2011年及2012年12月31日止年度以及截至2013年9月30日止九個月，存在業權瑕疵的自有物業錄得收入分別為零、零、人民幣134.5百萬元及人民幣177.2百萬元，分別佔我們相關期間總收入的零、零、1.9%及3.3%。

租賃物業

於最後實際可行日期，我們在中國租用15項總建築面積52,548平方米的物業。下表載列我們於最後實際可行日期於中國按省市劃分的15項租賃物業明細：

省市	物業數目
陝西*	7
江蘇	2
山西	3
北京	1
寧夏	2
總計	15

*附註： 我們已在陝西省租賃一項地盤面積為20,593平方米的物業作未來發展。

我們的13項租賃物業用作或將用作4S經銷店及展廳之用，涉及的建築面積介乎493平方米至12,000平方米。餘下的兩項租賃物業用作辦公室，總建築面積為175.94平方米。在該等物業中：

我們租賃五項總建築面積為7,628平方米的物業，佔我們租賃物業總建築面積23.9%。其中兩項物業位於西安，而我們於相關物業經營兩家間汽車展廳（「第1號租賃物業」及「第2號租賃物業」）。其中一項物業位於銀川，我們於該物業經營一間4S經銷店（「第3號租賃物業」）。我們計劃於另外兩項物業開設兩間汽車展廳，該等物業分別位於西安（「第4號租賃物業」）及太原（「第5號租賃物業」）。於最後實際可行日期，相關出租人尚未向我們提供該等租賃物業的相關業權證書。我們獲我們的中國法律顧問金杜律師事務所告知，倘出租人未能取得有效的業權證書，則我們的租賃協議可能被視為無效，

業 務

且倘因該等租賃物業的任何業權瑕疵出現爭議，我們根據有關租賃協議使用該等物業的權利可能會受到不利影響。我們已要求相關出租人盡快取得房屋所有權證，而所有相關出租人已同意就租賃協議或彼等各自向我們發出的確認項下的業權瑕疵產生的任何潛在責任(包括但不限於相關中國機關作出的處罰及罰款)向我們作出彌償。我們已獲金杜律師事務所告知，我們有權根據相關租賃協議或相關出租人的確認向出租人索償。我們認為大部分該等租賃物業(倘必要)可被其他可資比較的替代場所取代，而不會對我們的業務或財務狀況造成任何重大不利影響。

我們租賃一項建築面積為**3,705**平方米的物業(「第**6**號租賃物業」)，佔我們租賃物業總建築面積的**11.6%**。該物業位於國有劃撥土地，而出租人並未向主管機關取得向我們租賃場地的批文。第**6**號租賃物業位於太原，而我們於該處經營一間**4S**經銷店，並計劃於日後在該物業開設另一間**4S**經銷店。誠如金杜律師事務所告知，中國法律及法規項下概無針對承租人的具體處罰條文，然而，倘地方機關就未取得相關批准向出租人提出質疑，我們可能須重置相關業務。我們的出租人已同意就上述瑕疵產生的任何潛在責任，以及因從該物業重置業務或資產而產生的任何費用、開支及經營或業務虧損(包括但不限於相關中國機關作出的處罰及罰款)向我們作出彌償。我們已要求出租人盡快向相關政府機關申請解決任何不合規情況。此外，我們已取得主管機關太原市國土資源局的確認，表示我們對土地的使用並非無效。基於上述確認，金杜律師事務所認為我們使用該物業的能力將不會受到不利影響。

我們租賃一項建築面積為**12,000**平方米的物業(「第**7**號租賃物業」)，佔我們租賃物業總建築面積的**37.6%**，我們亦租賃一幅地盤面積為**20,593**平方米的土地(「第**8**號租賃物業」)。該兩項物業位於集體所有用地，而根據適用中國法律及法規，出租人不得租賃該等地盤作非農業或商業用途。第**7**號租賃物業位於延安，我們於該物業經營一間**4S**經銷店。第**8**號租賃物業位於榆林，我們持有該物業作日後發展。誠如金杜律師事務所告知，我們可能面臨的最大處罰或責任乃地方機關責令我們於指定時限內整改、沒收所產生的非法收入及當局指定金額的罰款。我們的出租人已同意就從該物業重置業務或資產而產生的任何費用、開支及經營或業務虧損(包括但不限於相關中國機關作出的處罰及罰款)向我們作出彌償。我們已要求出租人盡快向相關政府機關申請解決任何不合規情況。就第**7**號租賃物業而言，主管機關延安國土資源局城區分局已出具批文，確認該土地的使用符合土地使用的整體規劃。就第**8**號租賃物業而言，我們已取得主管機關橫山縣國土資源局的確認，表示我們可於該物業經營業務而不會被施加處罰，且倘我們未能於該物業繼續經營，彼等將協助我們重置經營場所。基於上述確認，金杜律師事務所認為我們使用該兩項物業的能力將不會受到不利影響。

業 務

截至2010年、2011年及2012年12月31日止年度以及截至2013年9月30日止九個月，我們錄得業權瑕疵的租賃物業產生的收入分別為人民幣80.3百萬元、人民幣418.1百萬元、人民幣881.0百萬元及人民幣794.7百萬元，佔我們相關期間總收入2.5%、7.8%、12.2%及14.6%。

我們的董事認為，上述物業整體而言對我們的經營尤其關鍵，此乃由於我們於其上經營若干4S經銷店。我們將土地儲備視為我們長遠而言在汽車經銷業務的持續增長的主要因素之一。然而，我們的董事認為，與我們4S經銷店的所在位置相比，品牌組合、與汽車供應商的關係、門店的設計及佈局、所提供的服務類別、所提供的服務質量及管理等因素對於吸引客戶及帶來收入而言更為重要。

鑒於我們的銷售點大部分位於市郊地區，該等地一般有可以低成本重置的可資比較物業，且由於我們的控股股東及存在業權瑕疵租賃物業的出租人已同意就我們因業權瑕疵產生的任何潛在責任、虧損及／或重置費用向我們作出彌償，而計及上文所披露自主管機關取得的各項確認，以及我們中國法律顧問提供的法律意見，我們的董事認為，我們所擁有及租賃物業的瑕疵將不會對我們的業務造成重大不利影響。

根據目前可得的資料，董事已評估我們重置存在業權瑕疵物業上的業務的可能性，彼等估計有關重置的費用及開支總額將不會超過人民幣9百萬元。我們預期，倘我們需要重置，對門店營運的影響將不屬重大。董事亦已估計銷售點的重置程序將不會超過30天，並預期將不會對銷售點的業務造成重大干擾。

有關控股股東訂立的彌償契據的更多詳情，請參閱本[編纂]附錄六「法定及一般資料—其他資料—稅項及其他彌償保證」一段。與受業權瑕疵影響的物業有關的風險詳情，則請參閱本[編纂]「風險因素—與我們的業務有關的風險—我們有關若干物業的業權或使用若干物業的權利存在瑕疵」一段。

根據公司條例(豁免公司及[編纂]遵從條文)公告第6(2)條，本[編纂]獲豁免遵從公司條例第342(1)(b)條關於公司條例附表三第34(2)段所作的規定，該條例規定本[編纂]須包含一份就本公司所有土地或建築物權益編製的估值報告，此乃由於於2012年12月31日，我們各項物業的賬面值均佔合併資產總值低於15%，而租賃物業被認為並無商業價值。

競爭

中國的汽車經銷行業高度分散。根據華通人的資料，中國的十大汽車經銷集團佔2012年乘用車汽車市場總收入的約17.4%。

業 務

我們與其他經銷集團(包括出售與我們相同的汽車品牌的經銷商)在經銷商授權、優越門店位置、撥支擴充及存貨的資金、汽車銷售及服務的客戶以及管理人員及經驗豐富的僱員方面存在競爭。我們的經銷業務亦受汽車供應商之間的競爭及其品牌的質量、設計及價格影響。

根據華通人的資料，中國西北地區的豪華及超豪華汽車市場競爭激烈。於**2013年12月31日**，在中國西北地區有**126**個豪華及超豪華銷售點，其中以豪華及超豪華銷售點數目計的五大經銷商經營**70**個豪華及超豪華銷售點，佔該區豪華及超豪華銷售點總數目的**55.6%**。於最後實際可行日期，我們為中國西北地區保時捷及法拉利/瑪莎拉蒂的唯一經銷商。

北京是中國超豪華及豪華乘用車的傳統重要據點，其經濟發展成熟且居民收入高。於**2013年12月31日**，在北京有合共**150**個豪華及超豪華品牌經銷點，其中**20**個為超豪華銷售點，涵蓋**12**個品牌。於**2013年12月31日**，按中國的經銷點數目計，北京為第三大的超豪華汽車市場，僅次於浙江省及廣東省。

江蘇省的豪華及超豪華汽車市場的競爭激烈。於**2013年12月31日**，在江蘇省有**273**個豪華及超豪華汽車銷售點，使其成為中國的第三大市場，僅次於浙江省及廣東省。以**2012**年的國內生產總值計，蘇州在中國所有城市中排名第六，並為江蘇省的最大乘用車市場。揚州的經濟近年快速增長。於最後實際可行日期，我們於蘇州經營一間大眾進口**4S**經銷店，並計劃於蘇州開設兩個新銷售點及在揚州開設一個新銷售點。於**2013年12月31日**，在蘇州合共有**41**個豪華及超豪華汽車經銷點，而在揚州則有**12**個豪華及超豪華汽車經銷點。

中國的主要售後服務供應商包括**4S**經銷店、小型服務中心及專門店。華通人預期**4S**經銷店將成為中國主要售後服務供應商。由於客戶的購買力隨著時間而擴大，預期售後服務業務將成為經銷集團利潤更重要來源。

作為中國西北地區的領先豪華及超豪華品牌汽車集團，以及持續優化表現的優越往績，我們相信我們具有優勢，善用中國增長中的豪華及超豪華乘用汽車市場的機會，以應付我們的競爭。

保險

我們的保險涵蓋我們的物業(如固定資產)及銷售點的存貨的損失、失竊及損壞等的風險，以及因火災、水災及多種其他自然災害造成的損失。我們的保單一般不包括地震。我們並未就日常業務過程中可能產生的所有潛在責任投保責任險，而且由於在中國業務中斷險的承保範圍有限，故我們亦無投保任何業務中斷險。我們相信，我們的投

業 務

保範圍已經足夠，並且符合中國的行業慣例。然而，我們的物業、存貨或其他資產如發生重大的未投保損害，將可能對我們的經營業績造成重大不利影響。有關進一步資料，請參閱「風險因素—與我們的業務有關的風險—我們的投保範圍可能不足以保障我們免受若干類別的損失」。

法律及合規

我們的董事已確認，於往績記錄期，我們或任何董事概無面臨任何訴訟或仲裁程序，且就彼等所知，彼等亦不知悉有任何待決或面臨威脅的訴訟或仲裁程序而已經或可能會對我們的財務狀況或經營業績造成重大不利影響。我們可能不時在日常業務過程中涉及各種法律、仲裁或行政程序。有關進一步資料，請參閱「風險因素—與我們的業務有關的風險—倘我們或我們的汽車供應商或其他供應商未能遵守任何適用法律、法規和規則，可能對我們的業務產生不利影響」。

於往績記錄期，我們有若干不合規事件。

業 務

中國的不合規事件

編號	不合規事件	補救措施	可能產生的法律後果及影響
1.	<p>根據適用中國法律、法規及規例，從事汽車保養及維修業務之外商投資企業必須向交通運輸部取得立項批准，且必須就其汽車保養及維修業務呈交立項批准，以向交通運輸部地方部門申請道路運輸許可證。</p> <p>我們的五家中國附屬子公司，即陝西新豐泰博奧、延安新豐泰博奧、鄂爾多斯新豐泰凱盛、鄂爾多斯新豐泰信捷及蘭州新豐泰，以及我們的前附屬子公司揚州新豐泰過往曾在並未獲得立項批准及道路運輸許可證的情況下進行汽車保養及維修業務。</p>	<p>所有該等附屬子公司已於2013年6月前取得其各自的立項批准及道路運輸許可證。我們亦已自相關地方運輸機關(即西安市汽車維修行業管理處、延安市交通運輸局、鄂爾多斯市交通運輸管理處、揚州市交通運輸局及蘭州市交通運輸局)取得書面確認，確認該等附屬子公司可於取得相關立項批准及道路運輸許可證前提供汽車保養及維修服務。此外，西安市汽車維修行業管理處、鄂爾多斯市交通運輸管理處及揚州市交通運輸局已分別書面確認彼等將不會就相關不合規事件處罰陝西新豐泰博奧、鄂爾多斯新豐泰凱盛、鄂爾多斯新豐泰信捷或揚州新豐泰。我們的中國法律顧問金杜律師事務所已確認，相關地方運輸機關合資格出具有關確認。</p> <p>我們於2013年6月向趙先生出售揚州新豐泰。根據新豐泰香港、趙先生及揚州新豐泰於2013年10月訂立的協議，趙先生及揚州新豐泰向我們承諾(i)除下文第(ii)項的承諾外，倘相關政府機關因過往不合規事件(包括揚州新豐泰過往在取得立項批准及道路運輸許可證的情況下進行汽車保養及維修業務)而施加任何處罰，彼等將不會向本集團提出任何申索；及(ii)彼等將就我們因與上文第(i)項所述承諾有關的過往不合規事件而被施加的任何處罰或所產生的虧損悉數償付予我們。</p> <p>我們的控股股東已訂立以本公司為受益人的彌償契據，據此，彼等同意就(其中包括)本集團任何成員公司因有關不合規事件或與之有關而可能蒙受的任何費用、開支、虧損、申索、損失、訴訟或法律程序向本集團作出彌償。</p>	<p>我們獲我們的中國法律顧問金杜律師事務所告知，根據道路運輸條例，任何有關未經授權業務所得的收入可能被充公，並且可能被處以介乎該收入二至十倍的罰款。我們從未因該等不合規情況而被任何相關政府機關處罰。金杜律師事務所已進一步告知我們道路運輸規例並無訂明有關收入是否指收入或淨利潤，且收入及罰款的最終金額乃視乎主管道路運輸機關的決定。</p> <p>金杜律師事務所已告知我們，根據西安市汽車維修行業管理處、鄂爾多斯市交通運輸管理處及揚州市交通運輸局出具的確認，我們不大可能會因我們的其中三家中國附屬子公司及揚州新豐泰的不合規事件而遭該等政府機關處罰。就餘下兩家附屬子公司而言，儘管延安市交通運輸局及蘭州市交通運輸局尚未確認我們將不會遭處罰，基於以下事實，(i)該等機關知悉不合規事件及已確認我們可於取得相關批文及許可證前提供汽車保養及維修服務；(ii)我們已取得立項批准及道路運輸許可證；及(iii)我們從未就相關不合規事件遭該等機關處罰，金杜律師事務所認為我們不大可能就我們的其中兩家中國附屬子公司的相關過往不合規情況而遭該兩個政府機關處罰。</p>

業 務

編號	不合規事件	補救措施	可能產生的法律後果及影響
2.	<p>根據中國法律及法規，外商投資汽車經銷公司於開始設立及經營其外商投資項目前，必須取得發改委或其地方分局的批文。本集團的前附屬子公司揚州新豐泰在尚未取得發改委批准的情況下開業。</p>	<p>我們已於2013年6月出售揚州新豐泰予趙先生。根據新豐泰香港、趙先生及揚州新豐泰於2013年10月訂立的協議，趙先生及揚州新豐泰已向我們承諾(i)除下文(ii)項中的承諾外，倘因過往的不合規事件而被相關政府機關處以任何處罰，彼等將不會對本集團提出任何申索；及(ii)彼等將就我們因與上文第(i)項所述承諾有關的過往不合規事件而被施加的任何處罰或所產生的虧損悉數償付予我們。</p> <p>我們相信，基於以下原因，揚州新豐泰的業務將不會直接或間接與本集團業務競爭：(i)我們目前並無經營或無意在揚州開設任何大眾進口銷售點；(ii)根據大眾進口的規定，揚州新豐泰僅可向位於揚州的公司及基於相關身份證明向居住在揚州的個人居民進行銷售；及(iii)我們的附屬子公司，包括在蘇州及無錫經銷銷售點的附屬子公司在進行其汽車銷售業務時受限於指定地區的類似規定。因此，揚州新豐泰的客戶及目標市場完全獨立於本集團的客戶。</p>	<p>我們獲我們的中國法律顧問金杜律師事務所告知，目前的中國法律及法規概無就欠缺發改委或其地方分局就外商投資項目的批文制定明確的處罰條文及懲處程序。揚州新豐泰從未因其欠缺發改委批文而受到任何相關政府機關處罰。</p> <p>我們的中國法律顧問金杜律師事務所已確認(i)趙先生及揚州新豐泰的承諾根據中國法律屬有效且具有法律約束力；(ii)根據該等承諾，趙先生及揚州新豐泰無權就因過往的不合規事件而遭主管政府機關對彼等處以任何處罰或彼等所產生的任何其他虧損向本集團提出任何申索；及(iii)根據該等承諾，我們有權因過往的不合規事件而對我們處以任何處罰或我們所產生的虧損獲趙先生及揚州新豐泰悉數補償。</p>

業 務

上文概述與我們的中國附屬子公司有關的不合規事件主要由於我們依賴與相關地方機關的溝通及其就我們開展相關營運發出的口頭及書面確認。由於相關機構為負責我們申請必要的批文、許可證及執照及負責施加處罰的主管機關，在接獲彼等的口頭或書面確認後，我們有合理理由相信有關確認代表該等機關的意見或同意，且應可作為我們開展相關建設或營運的可靠基準。然而，金杜律師事務所告知，當地機關的有關口頭及書面確認並不足以使我們獲豁免遵守相關法律規定。我們已盡力糾正有關不合規事件。為規避未來再次發生任何不合規事件，我們已加強監管合規措施。有關詳情請參閱「－風險管理－內部控制」。

基於上文所載已採取的措施及鑒於已採取的補救行動，並經考慮本集團已採用了內部控制顧問提出的絕大部分建議，我們的董事相信，且[編纂]同意，經加強的內部控制措施足以有效確保我們於日後遵守中國法律、法規及規則，且董事並不知悉任何可能會影響我們董事的合適性及我們[編纂]的合適性的事實或情況。

我們的控股股東已以我們為受益人訂立彌償契據，據此，彼等已同意就(其中包括)本集團任何成員公司可能因或就上述的不合規事件而蒙受之任何費用、開支、虧損、申索、損害賠償、訴訟及法律程序，向本集團作出彌償。

根據接獲的主管機關確認、我們已進行的糾正行動、趙先生及揚州新豐泰的承諾、我們的中國法律顧問提供的法律意見及控股股東提供的彌償，我們的董事認為不大可能對我們的營運造成任何重大不利影響，故不必就該等不合規事件作出任何撥備。

我們的中國法律顧問金杜律師事務所已確認，於往績記錄期及直至最後實際可行日期止，及除本[編纂]所述者外，我們已在所有重大方面遵守所有適用中國法律、法規及規則，且已向適當的監管部門取得對我們在中國的業務營運而言屬重大的所有執照、批文及許可證。

我們的董事認為，我們的經銷授權因本[編纂]所披露之不合規事件被汽車供應商撤銷的可能性極小，且過往概無經銷商授權因任何不合規事件而被撤銷。自我們成立以來，我們從未被汽車供應商終止經銷授權協議，而我們一直能夠於所有的經銷授權協議屆滿之前或之時予以重續。此外，我們已自我們的主要供應商取得書面確認，確認彼等與我們維持良好的工作關係，且概無任何情況可能造成彼等(i)撤回授予我們的經銷授權；或(ii)終止彼等與我們的合作。我們董事認為汽車供應商不大可能撤回經銷授權。

業 務

香港的不合規事件

不合規事件	簡要說明及 補救措施	可能產生的 法律後果及影響
於2000年至2011年(包括首尾兩年)新豐泰香港的股東週年大會上提呈的經審核財務報表的結算日較有關大會相關日期早逾九個月，且新豐泰香港未能於2012年舉行的股東週年大會上向其股東提交其經審核財務報表。該等事項均違反公司條例第122條。	據新豐泰香港的董事趙女士告知，有關不合規情況並非故意發生，乃由於新豐泰香港的專業秘書事務所並無恰當地向新豐泰香港就公司條例項下的會計及公司秘書責任提出意見。本公司正在甄選其他候選人以取代上述秘書事務所，並計劃於[編纂]前完成有關甄選。 為糾正有關不合規情況，新豐泰香港於2012年8月1日獲香港高等法院原訟法庭頒令，其延長法定期限以納入提呈各相關財務報表予股東的相應日期。	本公司的執行董事胡先生及趙女士自1997年起已出任新豐泰香港的董事，而本公司的非執行董事朱偉先生自2011年起已出任新豐泰香港的董事。 我們的香港法律顧問高偉紳律師行認為新豐泰香港的董事違反香港公司條例。法院的頒令未必能開脫董事的不當行為，而在最壞的情況下，董事將須支付300,000港元的罰款並監禁12個月。然而，鑒於已採取補救措施及概無證據顯示不合規事件對股東造成任何損害，高偉紳律師行認為新豐泰香港的董事不大可能遭到檢控。

為確保日後遵守公司條例，我們的公司秘書蘇漪筠女士(特許秘書及特許秘書及行政人員公會及香港特許秘書公會會員)將連同董事會及我們的法律顧問監察本集團(包括新豐泰香港)的合規事宜。我們亦已成立審核委員會，以審閱及監督本集團的財務申報過程及內部控制制度。董事認為，該等措施將可令本集團規避日後任何不符合公司條例項下規定的情況。

風險管理

我們在營運過程中面臨不同的風險。有關更多詳情請參閱「風險因素」。我們已經實行多種政策及程序以確保風險管理的成效。有關政策及程序包括下列各項：

董事會及審核委員會

董事會監察及管理我們與營運相關的整體風險。我們已設立審核委員會，以審閱及監督本集團的財務申報過程及內部控制系統。審核委員會包括三名成員，即劉傑先生(其擔任委員會主席)、于元渤先生及符致京先生。就該等委員會成員的資歷及經驗，請參閱「董事及高級管理層」。我們已編製符合上市規則第3.21條及上市規則附錄14所載的企業管治守則及企業管治報告的職權範圍。

業 務

內部控制

於2013年9月，我們委聘內部控制顧問就我們的內部控制系統(包括就監管合規、控制環境、風險管理、資訊系統控制、財務管理控制、披露控制、人力資源及薪金、收入及應收款項、採購及應付款項、存貨管理以及固定資產管理的控制及程序)進行全面的檢討。內部控制顧問於2013年11月發出最終版本的報告，且報告中並無有關發現重大缺陷或重大不足之處的陳述。

監管合規事務

為了加強我們的監管審批程序，我們已於2012年9月成立監管合規事務工作小組(「監管合規事務工作小組」)。執行董事及副總裁游嘉女士及我們的法律部門總監許松柳先生於2012年9月獲委任為監管合規事務工作小組成員，而我們的首席財務官王泰松先生於2012年10月獲委任為監管合規事務工作小組成員。游女士及許先生負責在營運及法律方面監控我們的監管合規情況，而王先生則負責在財務管理方面監控我們的監管合規情況。

自2012年12月起，我們已制定及落實監管合規措施(「監管合規措施」)。根據監管合規措施，戰略投資及發展部、企業管理部門及法律部門負責取得經營經銷店所必須的所有政府批文及執照，該過程涵蓋三個階段，即選址、興建新銷售點及開業。就各步驟而言，戰略投資及發展部、企業管理部門及法律部門僅可在已取得所有必須的政府批文及執照後，向監管合規事務工作小組提出申請。監管合規事務工作小組將審閱申請及相關政府批文及執照，並決定是否授出批文。僅於獲得監管合規事務工作小組的批文後，戰略投資及發展部、企業管理部門及法律部門方可進入下一階段。所有該等活動乃於我們的經營管理系統進行。

監管合規事務工作小組設有合規資訊的資料庫，例如必須的政府批文及執照，以確保持續遵守中國法律及法規。此外，我們的審核部門亦定期進行內部審核工作，其亦涵蓋本集團的合規工作。

自監管合規事務工作小組成立以來，其已協助我們糾正過往的不合規事件，並使我們遵守適用中國法律及法規。例如我們於2013年開設兩個新銷售點，而我們於開展經營該等新銷售點前，已取得該兩個新銷售點的所有必須批文、執照及許可證，包括立項批准、道路運輸許可證及發改委批准。