

概覽

根據賽諾報告，按銷量計，我們為2013年中國最大的移動通訊連鎖店及第三大手機零售商。我們通過銷售及分銷移動通訊設備及配件以及提供增值服務來維持在中國移動通訊設備行業的領先地位。多年以來，我們為中國移動運營商（即中國移動、中國聯通及中國電信）發展龐大客戶基礎藉此獲得佣金並與彼等建立起長期的戰略合作關係，我們從中受惠。我們目前為顧客提供2,000餘款不同規格（如顏色及格式化系統）及品牌的國際品牌及國內品牌手機，可選品類繁多。我們提供個性化的增值服務，該等服務主要包括軟件及移動應用套餐以及手機配置服務。

我們很大一部份銷售額乃通過O2O平台產生，其中包括(i)線下渠道，主要包括我們的實體零售及分銷網絡；及(ii)線上渠道，主要包括電子商務銷售平台及其他虛擬平台。根據賽諾報告，按零售門店數目計，我們擁有中國移動通訊連鎖店中最大的實體零售及分銷網絡。截至2014年4月30日，我們的線下渠道由以下網絡組成：(i)覆蓋1,512間門店（包括956間獨立經營門店及556間加盟店，該等門店均以迪信通品牌經營，分佈在中國21個省及四個直轄市）的實體零售及分銷網絡；及(ii)向移動運營商及其他第三方零售商批量供應移動設備及配件的批發分銷網絡。加盟店乃由第三方加盟商根據與我們訂立的特許加盟協議經營。此外，於2013年，我們在中國三大移動運營商的超過1,500間門店推廣銷售移動產品及服務（駐廳銷售）。我們的線上渠道由各種電子商務平台組成，該等電子商務平台包括我們自有的互聯網平台(www.dixintong.com)以及天貓、亞馬遜及1號店等第三方互聯網平台。我們的虛擬平台亦包括電視銷售渠道及信用卡網店。受益於龐大的實體零售門店網絡及成熟的虛擬平台，我們的O2O平台使我們可提供多種移動設備及增值服務及提供智能通訊解決方案，藉此為我們的顧客提供移動互聯網接入服務。

我們透過由訓練有素的銷售人員提供多種服務，向顧客提供無與倫比的購物體驗。我們力求滿足顧客偏好及需求，並提供移動通訊設備、配件、軟件下載及其他增值服務等豐富的產品供應。我們認為，我們致力於滿足客戶喜好及需求乃我們從競爭對手中脫穎而出的主要策略，並能提升我們品牌的可靠度、可信度及價值。

受益於我們龐大的網絡及高標準服務，我們為中國三大移動運營商的全國主要戰略夥伴及少數全國性合作夥伴之一。我們已透過在若干領域進行協作與中國移動、中國聯通及中國電信分別發展超過12年、6年及4年的成功業務關係，包括為彼等發展客戶基礎，為彼等採購產品，共同設立門店及經營彼等門店。於2013年，按銷量計，我們乃銷售中國移動產品的最大零售商，相較其他大型零售商而言，我們為中國電信發展了最大的客戶基礎。我們亦與國內外移動設備製造商（如三星、諾基亞及聯想）維持長期的合作關係。根據賽諾報告，於2013年，按非網綁手機市場銷量計，我們在聯想、酷派及華為的所有中國手機零售商中名列榜首，在三星、諾基亞及HTC中排名第二，且我們為自三星、諾基亞及HTC直接採購產品的少數中國零售商之一。此外，我們於2012年3月開始與蘋果直接合作，截至2014年4月30日，我們在全國102間門店中擁有iOS蘋果授權專櫃。

根據賽諾報告，我們為首批開發及使用綜合ERP系統的移動通訊產品零售商之一，該系統用於管理我們的採購、存貨、銷售、物流配送及財務報告職能，從而縮減我們的管理成本。ERP系統對我們的銷售情況提供詳細的實時資訊，使我們能夠根據迅速變化的市場需求對商品配置及定價作出調整。憑借ERP系統，我們對每間獨立經營門店及若干加盟店實行標準化管理系統，這使得我們建立起可擴展且可複製的業務模式。

於往績記錄期間，我們經歷大幅增長。於截至2011年、2012年及2013年12月31日止年度，我們的總收入分別為人民幣6,513.5百萬元、人民幣8,802.7百萬元及人民幣12,812.0百萬元，於該等期間的年複合增長率達40.2%。同期，我們來自移動通訊設備及配件銷售的收入分別為人民幣6,162.8百萬元、人民幣8,406.2百萬元及人民幣12,186.4百萬元，分別佔我們總收入的94.6%、95.5%及95.1%。我們來自移動運營商服務收入的收入分別為人民幣257.2百萬元、人民幣329.2百萬元及人民幣496.2百萬元，分別佔我們總收入的4.0%、3.7%及3.9%。我們來自提供其他服務的收入分別為人民幣93.5百萬元、人民幣67.3百萬元及人民幣129.4百萬元，分別佔我們總收入的1.4%、0.8%及1.0%。同期，我們的年內溢利及全面收入總額分別為人民幣221.5百萬元、人民幣249.8百萬元及人民幣274.2百萬元，於該等期間的年複合均增長率達11.3%。

我們的競爭優勢

我們認為，下述競爭優勢已經並將繼續作為我們在移動通信行業取得成功的保障：

擁有O2O平台的中國最大移動通訊連鎖店

根據賽諾報告，按銷量計，我們乃2013年中國最大的移動通訊連鎖店及第三大手機零售商，月均零售銷量約625,000部手機，佔所有通訊連鎖店市場份額的約10.4%。我們通過實體零售店、網絡銷售及分銷渠道銷售分銷移動通訊設備及配件和提供定製服務，鞏固我們在移動通訊設備行業的領先地位。

根據賽諾報告，我們為中國通訊零售商中建立及開發包含有線下和線上渠道的O2O平台的先行者之一。根據賽諾報告，按零售門店數目計，我們在中國移動通訊連鎖店中擁有規模最為龐大的實體零售網絡。截至2014年4月30日，我們開設的1,512間門店遍佈全國21個省及四個直轄市。此外，我們亦開發並運營虛擬平台，包括能與我們的實體零售店起互補作用的眾多網絡銷售及分銷渠道。我們通過自有電子商務平台提供了直達消費者的銷售渠道。此外，我們亦在天貓、亞馬遜及1號店等各種第三方電子商務平台銷售手機及配件。我們的電子商務平台為顧客提供最新產品、促銷及顧客服務渠道，同時作為實體零售業務的補充，將我們的營銷及品牌策略覆蓋範圍擴大至龐大的互聯網消費群體。我們的虛擬平台亦包括電視銷售渠道及信用卡網店。

受益於龐大的實體零售門店網絡及成熟的虛擬平台，我們的O2O平台已使我們能夠通過吸引網購顧客並將彼等引向我們實體店或以相反方式提高我們的銷量及收入。對於已經熟悉我們實體店品牌及服務品質的顧客，彼等對我們虛擬平台所供應的產品有更強的信心，而來自虛擬平台的顧客能夠獲得我們產品及服務的相關資訊，進而受吸引拜訪我們的實體店。我們的O2O平台實現了線下及線上渠道的協同效應，使我們能夠進一步擴大客戶基礎，不斷推動收入增長，保持我們的市場領先地位。

通過一站式購物及定製化服務提供無與倫比的顧客體驗

根據賽諾報告，多年來，我們卓越的品牌迪信通為我們贏得了客戶忠誠度並吸引回頭客，我們根據有關不同品牌及型號的移動設備以及該等設備的功能及特點的專業知識，通過提供一站式購物及定製化服務迎合客戶的喜好及需求，並為客戶提供無與倫比的顧客體驗。我們認為，專注於客戶的喜好及需求乃我們從競爭對手（包括家用電器連鎖店）中脫穎而出的主要策略，並能提升我們品牌的可靠度、可信度及價值。

為使我們的銷售代表提供迎合顧客需求的服務，我們定期對銷售人員進行培訓，以使彼等採用諮詢及資訊方式協助顧客選擇、購買及使用我們的產品及服務。我們的銷售人員在為不同收入水平、需求及消費偏好的顧客提供建議及服務方面頗有見地且經驗豐富。最先與顧客接觸的銷售代表將負責在該位顧客的整個選購過程中向彼提供服務，並向彼提供全面的售前、售中及售後服務（即首問負責制）。我們在零售門店的手機配置專櫃提供手機配置服務。該等服務包括按照顧客的具體要求配置手機，安裝軟件及互聯網服務應用，並將顧客的數字電話簿及其他數據從一部手機傳輸到另一部手機上。

我們亦提供增值服務，包括(i)豐富移動設備智能功能的服務（例如軟件及移動互聯網服務應用包）；(ii)專門針對智能辦公解決方案的虛擬數據儲存雲平台；及(iii)其他位置服務，該服務乃通過終端客戶手機的地理位置而向彼等免費提供有關娛樂及生活的數字內容及服務。為專注於顧客需求，我們應彼等不斷變化的生活方式及需求持續更新我們的增值服務。

作為一站式購物服務的一部份，我們向顧客提供全方位的售後服務。我們為顧客向我們購買的手機提供全國聯保，這使我們的顧客可赴我們全國範圍內的任何一家門店退換手機或享受手機維修及維護服務。截至2014年4月30日，我們已在遍佈中國的門店內設立逾260個維修及維護專櫃。我們向顧客提供的高標準服務獲得了認可，我們曾於2009年獲中國商業聯合會授予「全國顧客滿意企業」獎，以及於2011年獲中國商業聯合會、中國保護消費者基金會及全國商品售後服務評價委員會授予「全國售後服務十佳單位」的殊榮。

覆蓋中國絕大多數省份的龐大實體店網絡，可擴充性極佳

根據賽諾報告，按零售門店數目計，我們在中國通訊零售商中擁有最大的實體零售及分銷網絡。於2014年4月30日，我們擁有956間獨立經營門店及556間加盟店，該等店舖覆蓋全國21個省及四個直轄市。此外，於2013年，我們於中國三大移動運營商的超過1,500間門店推廣銷售移動產品及服務（即駐廳銷售）。於往績記錄期間，我們的獨立經營門店及加盟店的數目分別由2011年1月1日的645間及422間增至2013年12月31日的936間及529間。截至2014年4月30日，我們獨立經營門店及加盟店的數目分別增至956間及556間。此外，我們亦通過附屬公司經營批發分銷業務。根據賽諾報告，我們位居北京、上海、天津以及安徽、河南及湖南各省所有手機零售商之首，2013年的銷量躋身浙江、四川、山東及遼寧等12個省份手機連鎖店三甲。

經過逾16年的經營，我們已在選取有未來增長潛力的合適店址方面積累了豐富的經驗，過往曾選取並租賃不少之前無利可圖的店舖，成功將其轉虧為盈。在選擇購買或租賃門店前，我們會對潛在店址進行深入的研究分析，綜合考慮有關地區的市場規模、家庭收入水平、顧客支出偏好及競爭狀況等多種因素。

我們在中國所有一線及二線城市中均具有較高的門店滲透率。截至2014年4月30日，我們在中國一線及二線城市擁有約800間門店，且所有門店均位於電子產品及手機門店高度集中的商業區，使我們的顧客可獲取及體驗我們的產品及服務。我們亦增加了中國三線及四線城市的加盟店數目，以提升在該等地區的品牌實力及知名度，力爭取得先行優勢。此外，我們已與華潤萬家、沃爾瑪及家樂福等在中國的全國性連鎖超市建立了戰略夥伴關係，通過在彼等位於黃金地段的超市內設立銷售專櫃，進一步擴大我們在全國的業務佈局。

與國內移動運營商保持穩固的戰略合作關係

我們乃中國三大移動運營商的主要全國性戰略夥伴，並在全國範圍內與彼等協作提供移動通訊產品及服務的少數零售商及批發經銷商之一。我們已與中國移動、中國聯通及中國電信分別協作超過12年、6年及4年。我們透過為彼等發展客戶基礎，為彼等採購產品，共同設立門店及經營彼等門店，已與移動運營商發展戰略夥伴關係。我們促銷及銷售由移動運營商綁定話費套餐的定製手機，並就銷售該等話費套餐收取佣金，相關佣金乃根據套餐金額及部份由顧客於訂購期內所支付的話費分成而計算得出。該等佣金為我們提供了數目可觀的收入來源。我們亦就派遣員工前往移動運營商

所設立並由我們經營的門店而收取服務收入。此外，我們採購及銷售移動運營商的定製移動設備，充當彼等的零售及批發渠道。於截至2011年、2012年及2013年12月31日止年度，我們向中國移動運營商收取的服務收入毛利分別為人民幣214.4百萬元、人民幣275.5百萬元及人民幣420.1百萬元，分別佔我們毛利總額的17.6%、18.8%及24.2%。於2011年、2012年及2013年以及截至2014年4月30日止四個月，我們幫助國內移動運營商分別發展合共約1.0百萬元、2.3百萬元、5.7百萬元及2.5百萬元顧客。

按銷量計，我們乃銷售中國移動產品的最大零售商，相較其他大型零售商而言，於2013年我們為中國電信發展了最大的客戶基礎。我們於2012年及2013年獲中國電信頒授「年度十佳連鎖渠道獎」，並於2013年獲中國電信頒授「開放渠道最佳市場表現金獎」及獲中國聯通頒授「最佳價值獎」。

鑑於移動運營商對移動通訊行業具有重大影響力，我們相信與中國三大移動運營商的穩固關係不僅反映了我們領先的市場地位及優質的服務，還為我們提供了相對競爭對手的優勢，為我們的快速可持續發展奠定了堅實的基礎，勢將開啟與彼等更廣闊的進一步合作空間。

與主要移動設備製造商的穩固及長期關係以及充足穩定的供應及存貨管理系統

我們與國內外移動設備製造商（如三星、諾基亞及聯想）維持長期的合作關係。根據賽諾報告，於2013年，按非捆綁手機市場銷量計，我們在聯想、酷派及華為的所有中國零售商中名列榜首，在三星、諾基亞及HTC所有零售商中排名第二，且我們為自三星、諾基亞及HTC直接採購產品的少數中國零售商之一。此外，我們自2012年3月起與蘋果直接合作，並在我們的門店中設立iOS蘋果授權專櫃。截至2014年4月30日，我們在全國102間門店中擁有iOS蘋果授權專櫃。我們相信，相較競爭對手而言，我們與該等移動設備製造商有更多合作機會，且能享受更多優惠安排。我們於2013年獲三星頒授「戰略合作獎」，於2013年獲華為頒授「公開渠道最佳合作獎」，並於2011年獲聯想頒授「手機優秀合作夥伴獎」。

憑借穩固的供應及存貨管理系統，我們能快速應對市場趨勢的變化，因此在維持與移動設備製造商的長期合作關係方面享有競爭優勢。根據賽諾報告，我們為首批開發及使用綜合ERP系統的移動通訊產品零售商之一，以管理我們的採購、存貨、銷

售、物流配送及財務報告職能，從而縮減我們的管理成本。我們的ERP系統針對銷售情況提供詳細的實時資訊，使我們能夠根據迅速變化的市場需求對商品配置及定價作出調整。我們利用該等資訊積極管理庫存，並通過降低陳舊存貨的減值來提升利潤率。

專責及經驗豐富的管理層團隊及強大的零售經營管理能力

我們擁有一支經驗豐富、積極進取的高級管理層團隊，其執行能力及遠見有目共睹。我們的管理團隊由我們內部晉升人員及我們所外聘在移動通訊設備行業具有豐富經驗的專家組成。我們高級管理層團隊的大部份成員均為本公司的創辦成員。我們的高級管理層成員平均擁有逾13年行業經驗。尤其是，我們的主席兼執行董事劉東海先生於移動通信行業擁有逾20年經驗，彼現為中國電子商會副會長，曾於2012年獲中國通信行業協會頒授「2012年度中國通信行業十大新聞人物」。我們的總經理金鑫先生於移動通信行業擁有深厚的營運經驗，負責我們的日常營運。我們的副總經理兼首席信息官（「首席信息官」）吳歡先生於通訊及資訊科技方面擁有豐富的經驗，曾於2013年獲《IT經理世界》雜誌頒授「2012年度中國優秀CIO」。

我們的高級管理層團隊擁有深厚的行業知識及強大的零售運營管理能力，使我們能捕捉市場機遇，並開創及執行我們的未來發展戰略。例如，我們的高級管理層團隊已努力物色位於中國新地區市場的機遇，彼等的專業知識使我們得以同時評估多個機遇及快速高效地進入該等市場。在我們高級管理層團隊的帶領下，我們乃採納ERP系統的首批移動通訊產品零售商之一，這使我們能有效監控業務營運的各個方面及改善我們的財務表現。憑借ERP系統，我們對每間獨立經營門店及若干加盟店實行標準化管理體系，這使得我們建立起可擴展且可複製的業務模式。此外，我們的高級管理層團隊已引領虛擬平台的發展，這令我們能進一步發展我們的O2O策略及令我們的線下及線上渠道實現協同效應。憑借我們強大的零售經營管理能力，我們已與中國三大移動運營商及主要移動設備製造商保持長期合作關係。

我們的策略

我們矢志透過下列策略鞏固我們作為國內一家大型通訊連鎖店的領導地位並最終擴大我們的業務範圍至包括提供智能生活解決方案。

改進我們的O2O平台及進一步發展移動互聯網服務

我們計劃進一步更新及改進我們的O2O平台並整合線上及線下業務。為此，我們計劃實施下列策略：

- *進一步改進我們的網上平台。*我們擬利用官網(www.dixintong.com)作主要網絡銷售平台，推廣及宣傳在門店銷售的移動設備、應用程序及軟件包。我們相信我們的官網將吸引及引導更多網上顧客前往我們的實體零售門店購買手機及配件。我們亦計劃與第三方電子商務平台（例如天貓、亞馬遜及1號店）進一步合作，通過該等電子商務平台向網上顧客提供更全面的服務（包括店內提貨服務、店到點送貨服務及面對面體驗）。針對通過我們的官網或有合作關係的第三方電子商務平台購買手機及配件的顧客，我們旨在通過訓練有素及經驗豐富的銷售人員在實體店提供額外售後及輔助服務來補充其網上購物體驗，該等銷售人員將會推薦及銷售一系列產品或服務，例如SIM卡、數據計劃、配件、平板電腦及其他服務包。我們認為該等服務會提升網上顧客的信心，從而進一步鞏固我們的客戶基礎及增加來自該等網上顧客的銷售額及收入。
- *升級我們的實體店。*我們計劃在實體店展示基於應用的服務，例如移動安全服務、維修及維護服務以及移動付款服務。我們的每間實體零售門店均會向進店及經過的客戶提供免費Wi-Fi接入服務，以吸引更多顧客親身體驗店內服務及下載我們的移動應用程序及軟件。使用我們Wi-Fi服務的顧客將通過我們的虛擬平台獲得更多有關我們所提供產品的資料並更熟悉我們的產品，我們認為彼等將會更有興趣時常前往我們的實體店及體驗店內服務。
- *豐富智能通訊技術。*為推廣我們的各種智能解決方案，我們擬提升智能通訊產品的知名度及通過在我們官網、其他第三方互聯網平台及新社交媒體渠道（包括微信及微博）刊發的營銷資料來鞏固客戶關係。我們不僅要滿足網上顧客的消費需求，而且會引導彼等到實體店體驗面對面銷售及服務。

我們計劃實施一系列多功能移動互聯網項目，其中包括（但不限於）以下內容：

- *提升我們的銷售及服務管理系統。*我們計劃升級門店Pad銷售系統，該系統允許我們的顧客比較及選擇移動設備及配件以及話費套餐包，並透過使用平板電腦發出訂單。我們認為門店Pad銷售系統可滿足顧客需求及使我們達致成本效益。我們亦計劃設立增值服務管理系統以更好地組織及管理為顧客安裝移動應用程序及配置移動設備。通過該等管理系統，我們計劃收集及分析可獲得的顧客數據以提升我們的定製化服務。
- *繼續發展我們的移動顧客服務平台。*我們計劃進一步發展口袋迪信通，透過位置服務技術，向顧客提供附近門店的服務資訊，包括在附近門店提取在線訂購商品。顧客亦可免費使用「口袋迪信通」應用程序獲得在線客服，如我們的產品介紹、促銷資訊、門店諮詢服務、與手機專家進行在線交流以及其他售後服務。透過「口袋迪信通」應用程序，顧客將能通過使用電子發票及電子保修卡獲得我們的服務。我們亦計劃提供更多位置服務應用程序以豐富我們的服務並創造更多收入來源。

透過將我們的零售及分銷網絡擴展至中國其他地區來增加我們的市場份額

我們計劃繼續透過自行發展及選擇性收購來擴大零售及分銷網絡，以進一步鞏固我們作為中國最大移動通訊連鎖店的地位。我們尋求透過下列方式擴大零售網絡：(i) 通過在新地區市場建立新門店實現自行發展，包括於連鎖超市、購物中心及百貨商場內增加店中店門店數目，及(ii) 物色及收購合適的零售門店，以即時進入目標市場。我們亦尋求在三線及四線城市成立更多加盟店，以在該等地區進一步加大我們的品牌滲透力及知名度。我們認為，我們的網絡擴張將拓闊收入基礎及增強競爭力。

在評估新零售門店的潛在地點時，我們將考慮相關地區的市場規模、家庭收入水平、顧客消費偏好及競爭狀況。此外，我們計劃策略性地收購經選定的當地零售門店及連鎖店的部份或全部權益。請參閱「未來計劃及所得款項用途」一節。於選擇收購目標時，我們側重選擇可增加及補充我們顧客基礎的當地零售門店及連鎖店，向我們的

零售業務提供專業知識，鞏固我們與移動運營商的關係及擴大我們零售網絡的地理覆蓋範圍。我們擬在所選地區（如我們零售網絡目前尚未全面覆蓋的黑龍江、甘肅及吉林以及寧夏回族自治區）物色目標零售商。我們認為，我們對該等地區的滲透將與我們的現有業務覆蓋範圍形成互補，並將提升我們於該等地區的市場份額。

鞏固並繼續利用與移動運營商及移動設備製造商的現有夥伴關係

我們計劃鞏固並繼續利用與中國移動運營商以及移動設備製造商的現有關係，並進一步發展與增值服務供應商（例如軟件及應用程序供應商）之間的關係。

我們愈來愈注重與中國移動運營商的進一步合作。我們已與彼等建立戰略夥伴關係以發展客戶基礎、經營門店及與彼等共同設立門店。由於中國移動通信行業重組而導致移動運營商對用戶的競爭加劇，我們認為移動運營商將繼續與我們合作以受惠於我們深厚的行業知識及管理專長。我們將會高效經營彼等的零售門店並向其顧客提供服務，而作為回報，我們會就銷售合約話費套餐收取佣金。我們擬根據與中國移動運營商訂立的框架戰略合作協議，與彼等的省級附屬公司訂立更多經營協議來加強與彼等之間的合作。我們認為通過該合作，我們將會享有更多優惠信貸限額及付款條款，進而會進一步降低我們的信貸風險及提升我們的資金流動性。我們亦將繼續通過銷售與移動運營商話費套餐綁定的產品來發展彼等的客戶基礎，矢志成為彼等於中國最大的零售及分銷渠道。

我們將繼續與移動設備及配件製造商合作。我們計劃增加對彼等定製產品及服務的銷售，以迎合顧客的需求及偏好。我們亦計劃鞏固與高端移動通訊產品製造商之間的合作，以對彼等的產品組合有更深入的了解並於日後對我們的採購計劃作出調整。

透過提升顧客服務增加銷量及收入

我們矢志通過在門店提升顧客服務及吸引更多新顧客以及增加常客人數來增加銷售額及收入。我們擬通過以下方式實現此目標：(i)擴大我們的產品種類，尤其是增加我們精選的創新智能設備；(ii)向我們的銷售人員提供進一步培訓，使彼等能夠向顧客提供更高層次的服務；(iii)翻新我們的現有門店，從而向我們的顧客提供更舒適及更具吸引力的購物環境；及(iv)建立更多具有較大門店面積及提供作商業、辦公及住宅用途的特色產品的綜合體驗店。

我們擬透過提供更多具有較高利潤率的產品及服務來增加我們的收入及溢利，其中包括(i)手機配件(如耳機、充電器、保護膜及外殼)及智能健康及穿戴設備(如智能手錶、健身及健康手環、智能手鐲及智能眼鏡)；(ii)會員服務；(iii)增值服務，如移動應用包；及(iv)與移動運營商合作提供的合約話費套餐。

我們亦擬升級售後服務，如延長保修期及為意外損壞的手機提供保險。我們計劃在更多零售門店建立手機維修及維護服務專櫃。我們亦計劃升級我們全國統一的售後服務熱線及拓寬手機保險服務的範圍。我們認為，提升我們門店的顧客體驗及售後服務水平，將使我們能夠增強客戶忠誠度及招攬更多新顧客，從而保持我們相對其他零售商的競爭優勢及進一步增加銷售額及收入。

擴大我們提供的智能解決方案範圍並成為智能生活解決方案供應商

憑藉我們對移動通訊設備及配件的深入瞭解及形成的長期供應鏈，我們計劃進一步擴大我們提供的智能解決方案範圍，包括通過O2O平台提供移動通信行業日漸普遍的智能家居及智能辦公解決方案。為此，我們計劃實施下列策略：

- *持續開拓智能穿戴產品市場*。我們計劃鞏固與智能穿戴產品(從健身及健康手環到可錄制視頻的智能眼鏡、可接聽電話的智能手錶及最終能通過移動設備連接及管理其他裝置及設備的其他智能穿戴產品)製造商的合作。
- *持續打造智能辦公解決方案*。智能辦公解決方案提供經改進、高效及輕便的移動設備以取代龐大的計算機及傳統辦公設備，從而使移動辦公成為可行。我們擬進一步改進我們的雲存儲平台迪雲，以實現線上雲同步及雲共享。我們亦擬因應客戶需求向彼等提供更多全面智能辦公解決方案包。
- *推出智能家居解決方案*。智能家居解決方案利用居住環境作為平台提供綜合家居生活設施，提供家庭安全保障並在移動設備與佈線技術、網絡通訊技術、安全系統設計技術、自動控制技術及視聽技術相結合的情況下實現便利與舒適。我們計劃在該等智能家居解決方案日漸普遍時向顧客進行展示及推廣。

發展與MVNO的合作夥伴關係

我們認為，中國開放MVNO市場將為我們帶來巨大的商機。MVNO可與移動運營商訂立協議按批發價獲取大宗網絡服務，因而在設定零售價方面享有決定權。根據賽諾報告，預期MVNO市場捆綁定製手機的用戶人數將於2014年達到15百萬人，並於2018年達到92百萬人。我們的聯屬公司迪信通通信服務為於2013年12月獲工信部正式批准的首批MVNO之一，已從中國聯通及中國電信取得MVNO牌照並與中國移動就MVNO業務訂立合作協議，且將透過我們的零售平台開展MVNO業務。

我們擬與我們的聯屬公司迪信通通信服務建立合作夥伴關係，以開發MVNO市場，包括通過銷售話費套餐或與話費套餐綁定的手機為其發展顧客。憑借我們龐大的通訊設備零售網絡，我們將透過與我們的聯屬公司合作提供的產品及定製服務來賺取佣金，相關佣金乃基於套餐金額及部份由顧客於訂購期內所支付的話費分成而計算。我們預期，通過該種合作，我們移動通訊設備的銷量將會經歷強勁增長。此外，透過與我們的聯屬公司合作進軍MVNO市場，將大大提升我們於中國移動通信行業的品牌形象及在顧客中的知名度。

我們的業務

根據賽諾報告，就2013年於中國的銷量計，我們為最大的移動通訊連鎖店及第三大手機零售商，平均月零售銷量約625,000部手機。我們通過銷售及分銷移動通訊設備及配件及提供定製服務維持我們在中國移動通訊設備行業的領先地位。根據賽諾報告，我們亦為中國移動通訊零售商中建立及開發O2O平台的先行者之一。我們目前為顧客提供2,000餘款不同規格（如顏色及格式化系統）及品牌的手機，可選品牌繁多，包括三星、蘋果、諾基亞、HTC及索尼等國際品牌以及聯想、華為、中興、酷派、小米及Vivo等國內品牌。我們亦銷售手機配件及智能設備，包括智能穿戴設備、智能手機周邊產品、智能手機保護及安全配件及智能應用周邊產品。此外，我們提供個性化的增值服務，主要包括軟件及移動應用包及手機配置服務。受益於龐大的實體零售門店網絡及成熟的虛擬平台，我們的O2O平台已使我們提供多種移動設備及增值服務及提供智能通訊解決方案，從而為我們的顧客提供移動互聯網接入服務。

我們的業務模式

我們的業務分為三個部份，包括(i)移動通訊設備及配件銷售；(ii)向中國移動運營商提供服務；及(iii)向顧客提供維修、維護及增值服務。我們的移動通訊設備及配件銷售包括(i)我們透過獨立經營門店及線上渠道開展的零售業務；(ii)我們的特許加盟業務；及(iii)我們的批發業務。

我們的零售業務涉及通過獨立經營門店及與中國移動運營商合作的門店以及我們的自有網上平台及其他電子商務平台銷售手機、手機配件、智能設備及其他產品。

我們的特許加盟業務涉及根據第三方加盟商與我們訂立的特許加盟協議向彼等銷售移動通訊設備及配件。

我們的批發業務涉及將移動通訊設備及配件分銷予向我們批量採購的批發客戶。我們將產品從我們於中國多個城市的倉庫直接交付予批發客戶。

我們亦會向中國移動運營商提供服務，據此獲得服務收入。該等服務主要包括推廣及銷售已綁定移動運營商所提供合約話費套餐的手機以及派遣員工前往移動運營商設立並由我們經營的門店。作為對我們提供服務的回報，我們就銷售新的合約話費套餐服務而收取佣金以及收取移動運營商的顧客於訂購期間支付的部份話費分成，及就派遣員工前往移動運營商設立並由我們經營的門店而收取服務收入。

此外，我們在許多零售門店提供手機維修及維護服務以及就移動設備提供各種增值服務及個性化解決方案，其中包括銷售軟件及移動應用包，手機配置服務，提供雲平台及位置服務。位置服務可根據顧客手機所在地理位置通過手機提供娛樂及生活服務。

移動通訊設備及配件銷售

我們的零售業務

在零售業務方面，我們目前為顧客精選2,000餘款不同規格（如顏色及格式化系統）及品牌的手機，可選品牌繁多，包括三星、蘋果、諾基亞、HTC及索尼等國際品牌以及聯想、華為、中興、酷派、小米及Vivo等國內品牌。我們亦銷售多種手機配件

及其他智能設備。我們提供的手機配件包括(i)保護性配件(如保護膜及保護殼)；(ii)充電配件(如充電器及電池組)；(iii)存儲配件(如SIM卡)；(iv)音頻配件(如耳機)；及(v)其他配件。我們所提供的智能設備包括智能穿戴設備、智能手機周邊產品、智能手機保護性及安全性配件及智能應用周邊產品。

我們為中國許多領先移動設備製造商的重要零售夥伴。根據賽諾報告，於2013年，按非綁定手機市場銷量計，我們在聯想、酷派及華為的所有零售商中名列榜首，在三星、諾基亞及HTC所有零售商中排名第二，且我們為自三星、諾基亞及HTC直接採購產品的少數零售商之一。此外，我們自2012年3月開始與蘋果直接合作，並在我們的門店中設立iOS蘋果授權專櫃。截至2014年4月30日，我們在全國102間門店中擁有iOS蘋果授權專櫃。

我們致力於透過由訓練有素的銷售人員提供多種一站式服務，向顧客提供無與倫比的購物體驗。我們定期對銷售人員進行培訓，以使彼等通過提供諮詢及資訊方式協助顧客選擇、購買及使用我們的產品及服務。最先與顧客接觸的銷售代表在該顧客的整個選購過程中向其提供服務，並向彼提供全面的售前、售中及售後服務(首問負責制)，從而提升客戶滿意度。我們於零售門店透過手機配置專櫃提供手機定製化服務。該等服務包括按照顧客的具體要求配置手機、安裝軟件及互聯網服務應用及將顧客的電子電話簿及其他數據從其手機傳輸至另一部手機內。

我們通過O2O平台(包括線上及線下渠道)經營零售業務。我們擁有獨立經營門店網絡，其中包括獨立門店以及在連鎖超市、購物中心及百貨商場內設立的店中店門店。我們的獨立門店由四類門店組成，包括旗艦店、主力店、標準店及社區店。請參閱「—我們的零售網絡—獨立經營門店—獨立門店」。我們根據市場規模及家庭收入水平等因素選擇店址，以確保顧客可輕易享受及體驗我們的產品及服務。我們門店的佈局、設施及裝修旨在切合顧客的購物習慣及消費偏好。此外，我們利用互聯網及其他不斷發展的銷售渠道，如網絡銷售平台、電視銷售渠道及信用卡網店，推廣及銷售移動通訊設備、手機配件及智能設備。請參閱「—我們的零售網絡—網店及其他不斷發展的零售渠道」。

我們通過自身的電子商務平台(www.dixintong.com)向消費者提供最新產品、促銷資訊及顧客服務，補充實體零售營運及擴大營銷及品牌宣傳範圍至龐大的互聯網消費

群體來維持直接面向消費者的銷售渠道。我們亦透過第三方互聯網平台（如天貓、亞馬遜及1號店）銷售產品。此外，我們在多個電視頻道及信用卡網店推廣及提供移動通訊產品。請參閱「—我們的零售及分銷網絡—網店及其他不斷發展的零售渠道」。

受益於龐大的實體零售門店網絡及成熟的虛擬平台，我們的O2O平台使我們得以通過吸引網上顧客及引導彼等拜訪我們的實體門店或以相反方式增加銷售及收入，從而實現線下及線上渠道協同效應。在實體門店了解我們的品牌及服務質量的消費者對我們透過虛擬平台提供的產品更有信心，而來自虛擬平台的消費者能夠獲得有關我們的產品及服務的資料，並會受吸引拜訪我們的實體門店以體驗實體產品及可向我們的專業銷售職員了解更多資訊。

於截至2011年、2012年及2013年12月31日止年度，來自零售業務的收入分別為人民幣4,261.3百萬元、人民幣5,693.8百萬元及人民幣6,862.9百萬元，分別佔我們總收入的65.4%、64.7%及53.6%。

我們的特許加盟業務

我們通過加盟店經營特許加盟業務，據此獨立第三方加盟商根據彼等與我們訂立的特許加盟框架協議按我們的品牌及經營模式經營加盟店。據董事所知，我們的所有加盟商均屬獨立第三方。根據賽諾報告，與加盟商合作經營加盟店乃移動通信行業的常見做法。

我們設有專門負責監管本集團特許加盟業務管理的團隊。於簽訂任何正式特許加盟協議前，我們會與有意加盟商商討相關加盟店的投資預算，並對該有意加盟商的業務背景及財務狀況進行盡職審查。我們負責區域特許加盟業務的人員會與彼等各自區域內潛在加盟商審查及評估銷售及營運計劃。

我們一般並無對加盟商的最低採購額或銷售或擴張目標或彼等所經營加盟店的最低投資額設置任何要求。承諾向我們採購彼等產品供應量逾40%的加盟商毋須向我們支付任何加盟費，以此作為根據彼等與我們的交易量的獎勵。另一方面，未承諾向我們採購彼等產品供應量逾40%的加盟商須向我們支付人民幣20,000元作為年度加盟費。

特許加盟框架協議

我們與加盟商訂立的特許加盟框架協議一般為期五年。期限屆滿後，加盟商可向我們申請續期特許加盟協議。

根據特許加盟框架協議，加盟商向我們採購移動通訊設備及配件並在其加盟店使用我們的標識向其顧客售出該等產品並提供相關服務。我們的特許加盟框架協議及加盟手冊通常包括以下主要條款：

- 加盟商在相關協議期限內應獲取及備存相關法律或合同規定的所有批文、許可或牌照；
- 我們按季度向加盟商提供有關銷售及營運、業務管理及人力資源的培訓；加盟商須接受我們提供的強制性培訓，且自行承擔參加該等培訓的費用；倘加盟商所完成的培訓未令我們滿意或未按期完成培訓，則我們有權單方面終止特許加盟協議，而加盟商將無權獲得任何賠償；
- 我們有權對加盟店進行定期及不定期檢查及造訪，以確保加盟商遵守必要的標準及規定，包括加盟商僱員的表現、加盟店的日常營運以及裝飾及裝修；我們亦會對加盟商的整體表現進行年度審查；
- 加盟商須遵循我們的業務及營運模式以及我們於相關地區的區域附屬公司設定的定價及最低價格標準；
- 承諾向我們採購佔彼等產品供應量逾40%的加盟商須採用我們的ERP系統；
- 我們協助加盟商為加盟店選址、進行加盟店設計，並向彼等提供我們的營銷材料及操作指引；
- 我們允許加盟商將我們的品牌及標識用於彼等相關加盟店的營運；
- 加盟商將竭力招募及培訓合資格僱員及經營彼等的加盟店；
- 加盟商同意向我們指定的供應商採購印有我們品牌的僱員制服及價格標籤；
- 我們同意不會在方圓500米範圍內開設另一家加盟店；及

- 加盟商不得(i)將我們的品牌用作經營相關加盟店以外的其他用途；(ii)未經我們同意發佈任何廣告；(iii)在特許加盟協議範圍以外從事銷售產品及提供服務的類似商業活動；(iv)向我們競爭對手的業務提供可能會影響我們業務營運的財務資助或投資；或(v)向我們的任何競爭對手披露我們的商業機密。

我們根據已採納我們ERP系統的加盟商與我們的關係及彼等各自的銷量授予彼等介乎30至90天之間的信貸期。就已採納我們ERP系統的加盟商而言，我們亦透過ERP系統協助彼等管理銷售及存貨。倘加盟商的年採購額超過人民幣2.0百萬元，我們提供有關年度年採購額1-3%的返利。

我們的加盟商可選擇向我們或向任何其他供應商採購產品。彼等通過採購訂單向我們採購產品，且一般按月下達訂單。向我們採購產品後，加盟商須承擔產品有關的責任，同時我們會確認該等銷售的相關收入。由於我們與加盟商的關係為賣方與買方的關係，故我們並無就積壓或滯銷存貨與彼等訂立任何安排。除任何缺陷或損壞產品外，我們在合約方面並無義務接納已售予加盟商的產品退貨。於往績記錄期間，概無加盟商於購貨後向我們退回任何產品。因此，董事認為，本集團於往績記錄期間營業額增加與我們加盟商的任何存貨囤積並無直接關連。

我們的特許加盟框架協議並不包含獨家條款。根據我們的特許加盟協議，倘我們的加盟商與其他方合作或為其他方的僱員以經營類似業務，或提供財務資助予或投資於我們競爭對手的業務，則我們有權收取不少於人民幣20,000元的彌償。我們的加盟商會翻新其加盟店，費用概由彼等自行承擔。

我們的特許加盟業務管理團隊負責監管加盟商的任何違規事件。倘發現任何違規事件，我們的負責人員會上報予負責各自地區特許加盟業務的經理。該等經理將向我們的特許加盟業務管理團隊匯報該違規事件，其後該團隊會將其匯報予董事會。於必要時，董事會將尋求法律意見及審查有關違規情況，以釐定是否應根據有關特許加盟協議條款終止特許加盟協議。

於截至2011年、2012年及2013年12月31日止年度，我們來自特許加盟業務的收入分別為人民幣1,061.9百萬元、人民幣1,340.3百萬元及人民幣1,976.8百萬元，分別佔我們同期總收入的約16.3%、15.2%及15.4%。

我們的批發業務

我們透過附屬公司經營批發業務，並向自我們批量購買移動通訊設備及配件的批發客戶提供多種產品。我們的批發分銷網絡由中國移動運營商、大型網店（如京東商城）、區域經銷商及零售商以及中小型獨立經營通訊店在內的批發客戶組成。截至2014年4月30日，我們的批發分銷網絡包括約400位批發客戶，覆蓋18個省及三個直轄市。透過廣泛的批發客戶網絡，批發分銷業務令我們能夠提升銷量並增強我們向供應商採購時的議價能力，為我們提供穩定而持續的收入來源並與我們的零售及特許加盟業務相輔相成。

我們與移動運營商合作分銷移動運營商指定的國際及當地品牌手機。我們亦為移動運營商的批發供應商，向製造商採購根據移動運營商的定製要求定製的手機。通過該項合作，我們能夠就向移動運營商及其他區域經銷商以及零售商進行批發分銷而產生收入，同時能夠鞏固我們與該等移動運營商的關係。

我們一般與批發客戶訂立為期一年的分銷協議，而根據該等協議，我們的批發客戶將就其採購與我們訂立特定採購訂單。我們的批發分銷協議通常包含以下主要條款：

- 移動設備及配件乃根據國家質量標準及特定採購訂單的任何定製要求而銷售；
- 客戶須承擔貨物的公路及鐵路運輸及保險費用，除非我們指定其他運輸方式；
- 客戶須於產品交付時檢查產品並及時接收；及
- 除非產品有缺陷或不符合定製要求，否則客戶無權退回任何產品。

與特許加盟協議不同，我們的批發客戶無權使用我們的品牌或於我們的品牌下運營，我們亦無義務向彼等提供任何形式的銷售支持。於往績記錄期間，我們的批發客戶概無於購買後退回任何產品。

我們可根據客戶的信譽、訂單規模及彼等先前與我們的業務關係授予若干批發客戶介乎30至90天不等的信貸期。有關我們評估客戶（包括批發客戶）信貸風險的政策，請參閱「－ 內部控制 － 財務集中管理系統」。

於截至2011年、2012年及2013年12月31日止年度，來自批發分銷業務的收入分別為人民幣839.6百萬元、人民幣1,372.1百萬元及人民幣3,346.7百萬元，分別佔我們同期總收入的約12.9%、15.6%及26.1%。

我們向中國的移動運營商提供服務

受益於我們龐大的網絡及高標準服務，我們為中國三大移動運營商（即中國移動、中國聯通及中國電信）的主要全國性戰略夥伴及與彼等在全國範圍開展合作的少數夥伴之一。我們已透過為三大移動運營商發展客戶基礎、採購產品、與彼等共同設立門店及經營彼等門店，與彼等成功發展業務夥伴關係。

我們向中國的移動運營商提供服務，據此獲得服務收入。該等服務包括推廣及銷售由移動運營商提供的話費套餐，及派遣員工前往移動運營商設立並由我們經營的門店。作為對我們所提供服務的回報，我們就銷售新合約話費套餐收取佣金並收取移動運營商顧客於訂購期間支付的部份話費分成。我們亦就派遣員工前往移動運營商設立並由我們經營的門店而收取服務收入。請參閱「— 與中國移動運營商的合作」。

於截至2011年、2012年及2013年12月31日止年度，我們自中國的移動運營商獲得的服務收入分別為人民幣257.2百萬元、人民幣329.2百萬元及人民幣496.2百萬元，分別佔我們同期總收入的約4.0%、3.7%及3.9%。

我們提供維修、維護及增值服務

我們在遍佈全國的門店內設立逾260個維修及維護專櫃提供手機維修及維護服務。我們為顧客向我們購買的手機提供全國聯保，顧客可赴我們全國範圍內的任何一家門店退換手機或享受手機維修及維護服務。請參閱「— 售後服務」。

我們亦提供增值服務，包括(i)豐富移動設備智能特徵（如軟件及移動互聯網服務應用包）的服務；(ii)用於專門針對智能辦公解決方案的虛擬數據存儲的雲存儲服務平台「迪雲」；及(iii)其他位置服務，即透過終端用戶的手機按其地理位置免費提供有關娛樂及生活方式的數字內容及服務。

業 務

我們十分注重顧客的需求，因應顧客不斷變化的生活需求持續改變及升級我們軟件包內的軟件。例如，我們定期升級我們所售賣的軟件包內的軟件，確保該等軟件保持最新狀態及符合顧客需求。我們在所營運的全部門店中提供增值服務，並鼓勵顧客購買及利用該等服務。於顧客向我們購買其他產品時，我們會安排訓練有素及知識豐富的銷售人員推薦及解釋在彼等購買後如何使用相關增值服務，從而使顧客在作出購買決定前親身體驗該等增值服務。

於截至2011年、2012年及2013年12月31日止年度，源自提供維修、維護及增值服務的收入分別為人民幣93.5百萬元、人民幣67.3百萬元及人民幣129.4百萬元，分別佔我們同期總收入的約1.4%、0.8%及1.0%。

下表載列我們於往績記錄期間源自各部份的收入。

	截至12月31日止年度					
	2011年		2012年		2013年	
	(人民幣千元)	估總收入 百分比	(人民幣千元)	估總收入 百分比	(人民幣千元)	估總收入 百分比
移動通訊設備及配件銷售 . . .	6,162,814	94.6%	8,406,194	95.5%	12,186,395	95.1%
— 移動通訊設備及配件						
零售	4,261,320	65.4%	5,693,802	64.7%	6,862,902	53.6%
— 向加盟商銷售						
通訊設備及配件	1,061,939	16.3%	1,340,285	15.2%	1,976,843	15.4%
— 移動通訊設備						
及配件批發	839,555	12.9%	1,372,107	15.6%	3,346,650	26.1%
來自移動運營商						
的服務收入	257,227	4.0%	329,208	3.7%	496,205	3.9%
其他服務費收入	93,460	1.4%	67,287	0.8%	129,424	1.0%
總計	<u>6,513,501</u>	<u>100.0%</u>	<u>8,802,689</u>	<u>100.0%</u>	<u>12,812,024</u>	<u>100.0%</u>

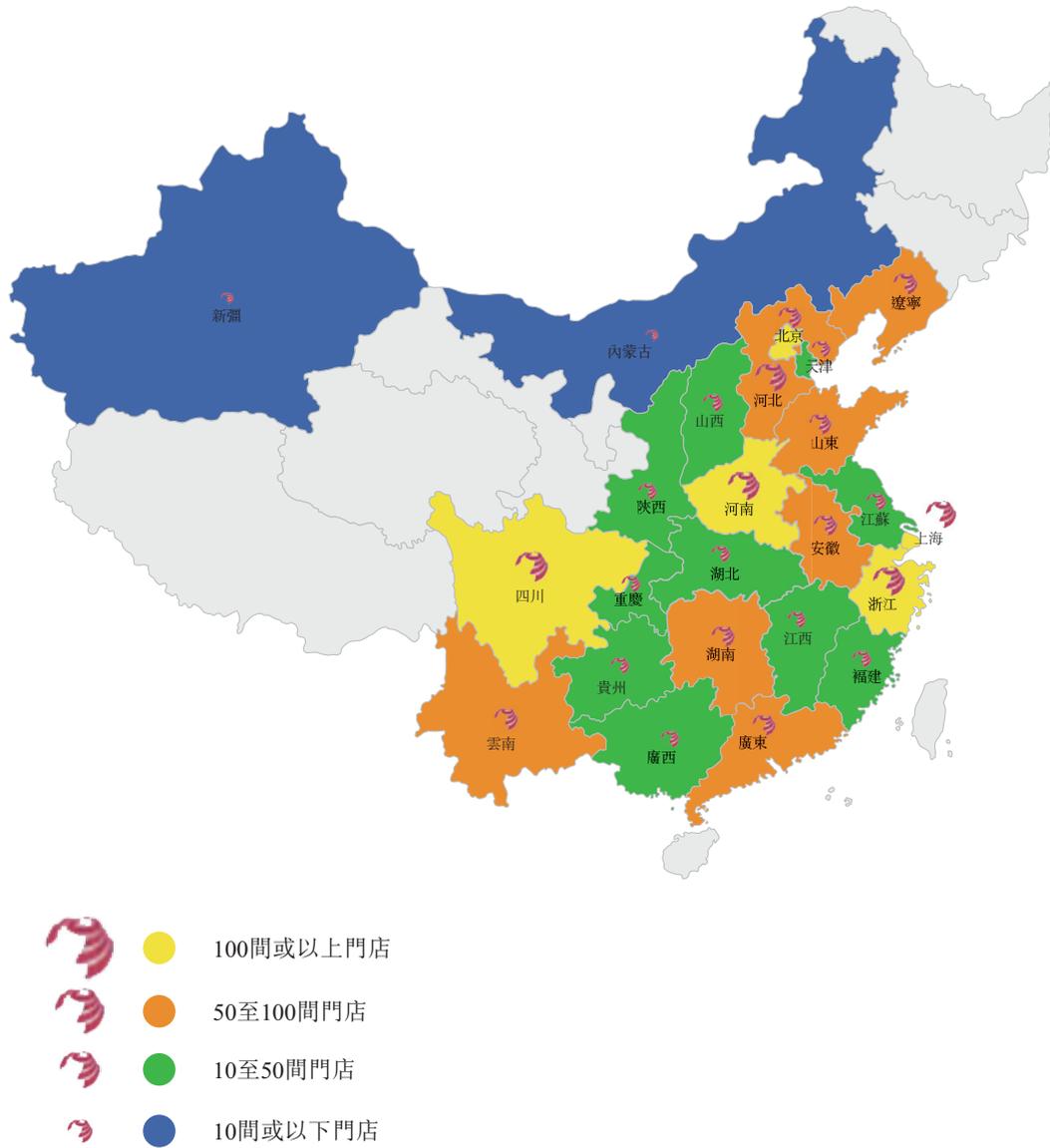
我們的零售及分銷網絡

我們擁有龐大的零售及分銷網絡，該網絡由獨立經營門店（包括我們擁有及運營的獨立門店以及在連鎖超市、購物中心及百貨商場內設立的店中店門店）、第三方加盟商根據彼等與我們訂立的特許加盟協議營運的加盟店、與中國的移動運營商合作的門店、我們的網店及其他不斷發展的零售渠道組成。我們的獨立門店、店中店門店及我們的加盟店均以我們的迪信通品牌營運。我們與中國三大移動運營商在多領域展開合作，包括發展客戶基礎、為彼等採購產品、共同設立門店及經營彼等的門店。我們的零售網絡亦包括網上及其他不斷發展的銷售渠道，例如電子商務平台、電視購物頻道及信用卡網店。

截至2014年4月30日，我們營運的零售及分銷網絡覆蓋21個省及四個直轄市的合共1,512間獨立經營門店及加盟店。此外，於2013年，我們於中國移動運營商的逾1,500間門店促銷移動產品及服務。我們將繼續透過收購及開設新零售門店增加我們在中國的獨立經營門店數量及擴大地域覆蓋範圍。在評估開設新零售門店的潛在地點時，我們會考慮（其中包括）市場規模、家庭收入水平、顧客消費偏好及相關地區的競爭情況等因素。我們亦擬在中國的三線及四線城市增設加盟店，以補充我們在一線及二線城市的強大獨立經營門店網絡及擴大我們在中國其他地區的品牌滲透力及知名度。

我們的批發分銷網絡由不同批發客戶組成，其中包括中國移動運營商、大型網店（如京東商城）、地區經銷商及零售商及中小型獨立經營通訊店。截至2014年4月30日，我們的批發分銷網絡由遍佈18個省及三個直轄市的約400位批發客戶組成。

下列地圖列示截至2014年4月30日我們零售門店的地理位置及我們於中國各省的零售門店概約數目。



業 務

下表載列截至2014年4月30日我們位於中國若干省份／直轄市的(i)獨立經營門店(包括獨立門店及店中店門店)；及(ii)加盟店的數目明細。

編號	省份／城市	獨立經營門店			加盟店	合計
		獨立門店	店中店門店	小計		
1	安徽.....	15	2	17	56	73
2	北京.....	107	59	166	1	167
3	重慶.....	0	6	6	6	12
4	福建.....	1	16	17	6	23
5	甘肅.....	8	5	13	0	13
6	廣東.....	3	63	66	10	76
7	廣西.....	13	8	21	13	34
8	貴州.....	0	0	0	28	28
9	河北.....	5	19	24	40	64
10	河南.....	82	55	137	95	232
11	湖北.....	1	7	8	4	12
12	湖南.....	16	2	18	50	68
13	內蒙古.....	0	2	2	6	8
14	江蘇.....	8	7	15	7	22
15	江西.....	7	0	7	9	16
16	遼寧.....	14	53	67	17	84
17	陝西.....	5	14	19	11	30
18	山東.....	14	33	47	29	76
19	上海.....	64	50	114	0	114
20	山西.....	6	4	10	13	23
21	四川.....	36	31	67	61	128
22	天津.....	1	10	11	5	16
23	新疆.....	3	5	8	1	9
24	雲南.....	12	41	53	20	73
25	浙江.....	17	26	43	68	111
	合計.....	438	518	956	556	1,512

此外，於2013年，我們於中國三大移動運營商的逾1,500間門店促銷移動產品及服務(即駐廳銷售)。請參閱「一 與中國移動運營商的合作」。

業 務

下表載列於所示期間我們新開及關閉的獨立門店、店中店門店及加盟店的數目以及於所示日期各類門店的數目：

	截至12月31日止年度									截至4月30日止四個月		
	2011年			2012年			2013年			2014年		
	截至			截至			截至			截至		
	新開	關閉	2011年 12月31日	新開	關閉	2012年 12月31日	新開	關閉	2013年 12月31日	新開	關閉	2014年 4月30日
獨立門店	77	37	351	71	49	373	131	77	427	12	1	438
店中店門店	238	63	509	162	110	561	91	143	509	15	6	518
加盟店	206	104	524	143	130	537	162	170	529	27	0	556

於往績記錄期間，我們一般根據我們的戰略規劃作出關閉獨立門店及店中店門店的決定，此舉旨在改變我們零售網絡的地理佈局。在此期間，亦因城市規劃或其他政府資助的建設項目而關閉門店。關閉加盟店主要因為出於我們不時的業務或戰略方面的考慮而決定不再續期有關特許加盟協議，或我們的加盟商決定搬遷其門店。董事認為，考慮到我們零售業務的增長及市況，於往績記錄期間我們的獨立經營門店及加盟店的週轉率並不高於與我們的業務類似者通常錄得的週轉率。

我們的零售網絡

我們的零售網絡由(i)我們的獨立經營門店（包括我們擁有及運營的獨立門店以及在連鎖超市、購物中心及百貨商場內設立的店中店門店）；及(ii)我們的網店及其他不斷發展的零售渠道組成。

獨立經營門店

截至2014年4月30日，我們營運合共956間獨立經營門店，包括438間獨立門店及第三方物業（包括連鎖超市、購物中心及百貨商場）內的518間店中店門店。該等獨立經營門店均位於中國一線及二線城市中電子及手機門店密集的商业區域及地區，具有戰略意義。

獨立門店

截至2014年4月30日，我們在本身所擁有或向第三方租賃的物業營運438間獨立門店。通常，我們獨立門店的零售面積介乎約80平方米至約1,000平方米之間。我們根據市場規模、家庭收入水平、顧客消費偏好及相關地區的競爭情況等因素挑選我們的獨立門店位置。獨立門店的租期一般介於三至五年。我們的若干獨立門店乃由中國移動運營商與我們共同設立。請參閱「－與中國移動運營商的合作－我們通過採購通訊設備及配件並在移動運營商的門店銷售及與彼等共同設立零售門店而與彼等合作」。我們的獨立門店分為四類，其中包括：

- 旗艦店，乃我們用以提升品牌形象及銷售全部移動通訊產品的規模最大及級別最高的門店。旗艦店的零售面積通常超過500平方米，主要位於一線及二線城市的中心商業區；
- 主力店，乃我們用以提升品牌形象及銷售全部移動通訊產品的二級門店。主力店的零售面積通常介乎200至500平方米，主要位於重要商業區；
- 標準店，乃我們銷售核心品牌及類別移動通訊產品的門店。標準店的零售面積通常介乎80至200平方米，主要位於旗艦店周邊區域或重要商業區；及
- 社區店，乃我們銷售基本品牌及類別移動通訊產品的門店。社區店的零售面積通常為約80平米，主要位於非中心商業區。

於截至2011年、2012年及2013年12月31日止年度，我們來自獨立門店的收入分別為人民幣2,922.6百萬元、人民幣3,202.7百萬元及人民幣3,977.3百萬元，分別佔同期我們總收入的約44.9%、36.4%及31.0%。

店中店門店

截至2014年4月30日，我們在連鎖超市、購物中心及百貨商場營運518間店中店門店，集中於客流密集的全國性超市（如家樂福、沃爾瑪及華潤萬家）及區域性購物中心（如上海百聯、北京華聯及北京新世界）。該等物業供應商允許我們在其物業內設立店中店門店、派遣自身的銷售人員促銷及銷售我們的產品。

我們於超市設立的店中店門店一般位於通常靠近超市入口的家電銷售區。除促銷及銷售多種品牌產品外，我們亦在該等店中店門店設立專區銷售移動運營商及三星等移動設備製造商的產品。該等超市對我們設於其物業內的店中店門店的銷售人員實施統一管理，包括工作時間及著裝。該等超市亦為我們設於其物業內的店中店門店的購物顧客開具發票。我們的店中店門店向該等超市按月支付固定租金或支付部份銷售額作為租金，其餘銷售款額則由我們保留。

我們亦在購物中心及百貨商場租賃專區，設立及經營店中店門店，以利用密集的顧客流量促銷及銷售產品。該等店中店門店的裝修及銷售模式與我們的獨立門店相同。在我們的店中店門店購買產品的顧客，由購物中心及百貨商場的出納員開具發票。倘我們的顧客由購物中心及百貨商場的出納員開具發票，我們須向該等購物中心及百貨商場支付店中店門店的部份銷售額作為租金。我們銷售人員的工作時間遵循有關購物中心及百貨商場的規定。

於截至2011年、2012年及2013年12月31日止年度，我們的店中店門店產生的收入分別為人民幣895.3百萬元、人民幣1,158.5百萬元及人民幣1,326.5百萬元，分別佔同期我們總收入的約13.7%、13.2%及10.4%。

我們的獨立經營門店平均每三至五年翻新一次，通常與我們門店的租期一致。我們的翻新計劃通常涉及重新佈置及／或升級門店的裝修及裝置以及軟件程序和系統。我們獨立門店及店中店門店的每平方米平均翻新成本分別約為人民幣1,100元及人民幣450元。我們通常於翻新期間關閉獨立門店的部份區域或暫時關閉整間門店。若是關閉整間門店進行翻新，則暫時關閉平均持續15日。通常情況下，我們並不會因翻新而關閉店中店門店，因為該等門店的翻新過程相對簡單。對於獨立門店，我們會在所謂的

業內「淡季」期間或在緊隨我們續新門店租約後於業主向承租人提供的「免租」期內關閉或部份關閉門店進行翻新。此外，我們於翻新後能夠吸引較高的客流量並提高顧客滿意度。作為一家全國性移動通訊零售商，使我們的門店保持美觀並提供一流的購物體驗對我們的業務而言至關重要。鑑於獨立門店的營運中斷時間較短且翻新將導致該等零售門店的整體外觀狀況改善，故董事認為，從營運或財務方面來講，我們的升級計劃將不會對我們產生任何負面影響。

為滿足業務發展的需要，我們計劃於上市後升級約150間獨立門店及120間店中店門店，分別約佔截至2014年4月30日我們獨立門店總數的三分之一及店中店門店總數的四分之一。翻新計劃的預算總額為約人民幣35.0百萬元。我們預計將以部份經營業務所得收入及部份全球發售所得款項淨額為該等翻新計劃提供資金。請參閱「未來計劃及所得款項用途－所得款項用途」。預計該等翻新將於2016年年底完成。於最後可行日期，本公司尚未開始實施任何該等翻修計劃。

網店及其他不斷發展的零售渠道

我們亦擁用在各種電子商務平台（包括我們的互聯網銷售平台(www.dixintong.com)以及天貓、亞馬遜及1號店等第三方互聯網平台)上推廣及銷售移動通訊設備、手機配件及智能設備的線上渠道。根據賽諾報告，儘管中國移動通訊零售商對O2O平台的使用尚處於發展階段，但我們已率先為我們的中國移動通訊零售業務成立及發展O2O平台。我們的電子商務平台為O2O平台的一部份，可提供有關我們最新產品、促銷活動及顧客服務（如售後支援服務）等資訊，以期補充我們的實體零售業務，發展及維持顧客關係，擴大營銷及品牌宣傳力度，直面互聯網消費群體。我們的虛擬平台亦包括電視銷售渠道及信用卡網店。

於截至2011年、2012年及2013年12月31日止年度，我們來自網店及其他不斷發展的零售渠道的收入分別為人民幣126.1百萬元、人民幣670.6百萬元及人民幣884.7百萬元，分別佔同期我們總收入的約1.9%、7.6%及6.9%。

我們的特許加盟網絡

截至2014年4月30日，我們擁有由556間加盟店組成的全國性網絡，據此，獨立第三方加盟商根據與我們訂立的特許加盟框架協議以我們的品牌及營運模式經營門店。我們致力在中國三線及四線城市增設加盟店，以補充我們在一線及二線城市的強大獨立經營門店網絡及擴大我們在中國其他地區的品牌滲透力及知名度。

我們主要根據多個標準甄選第三方加盟商，該等標準包括：(i)彼等營運的地點，而我們青睞彼等在商業區或手機零售中心營運；(ii)加盟商是否擁有自己的物業，或倘有關物業乃由加盟商租用，則餘下租期情況；(iii)加盟商的業務及財務狀況；及(iv)加盟商在當地商業界的聲譽。

在開設加盟店時，我們已充分考慮加盟店與獨立門店之間可能出現的不良內部競爭。我們有關零售網絡地點的策略規劃一般偏重在一線及二線城市建立獨立門店。就於三線及四線城市或我們經驗不足的地區進行的發展及擴張計劃而言，我們的規劃戰略偏重採用加盟店方式。倘我們決定同意於我們已擁有獨立門店的地區開設新加盟店，則該等加盟店很可能將位於我們的獨立門店未充分覆蓋的商業中心或地區。根據我們的特許加盟協議條款，我們的加盟商在開設或建立任何新加盟店前須尋求我們的同意。我們僅在認為開設該等門店不會導致與現有獨立門店產生任何重大不良競爭的情況下方予以同意。

我們的批發網絡

我們的批發分銷網絡由包括中國移動運營商、大型網店（例如京東商城）、區域經銷商，並為零售商以及中小型獨立經營通訊店在內的批發客戶組成。截至2014年4月30日，我們的批發分銷網絡覆蓋遍佈18個省及三個直轄市的約400位批發客戶。

與中國移動運營商的合作

我們為中國三大移動運營商（即中國移動、中國聯通及中國電信）的主要全國性戰略夥伴，並為與彼等在全國範圍內開展合作的少數通訊產品及服務零售商及批發經銷商之一。在與移動運營商開展合作時，我們通過下列渠道向移動運營商提供移動通訊產品及服務：

- 透過銷售彼等的定製移動設備、合約話費套餐及預存話費SIM卡為彼等發展客戶基礎；

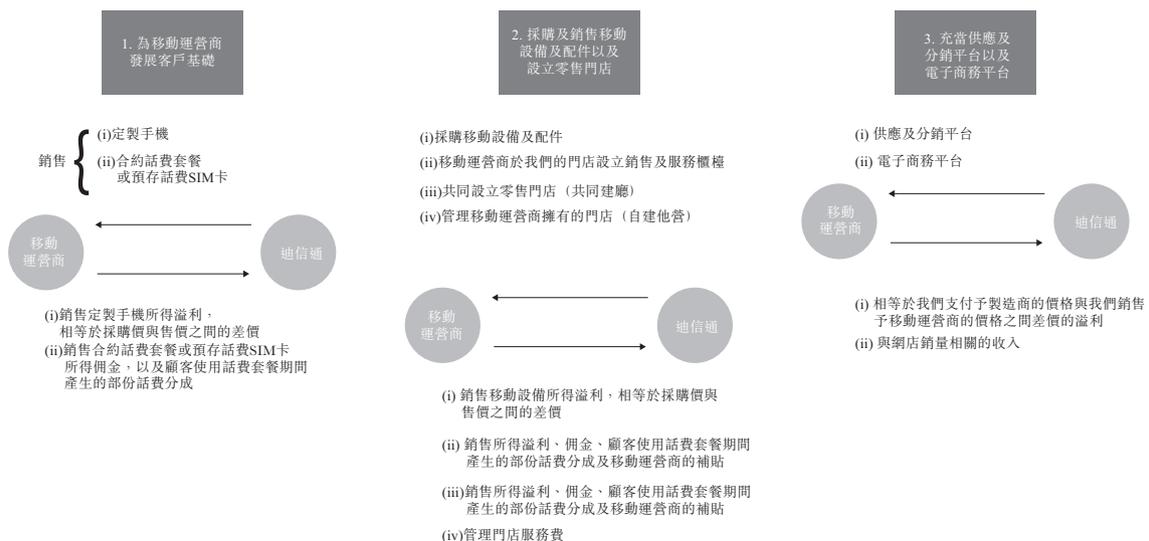
- 採購通訊設備及配件並在彼等的零售門店銷售，及與彼等共同設立零售門店；及
- 充當彼等的移動設備供應及分銷平台及電子商務平台。

作為提供移動通訊產品及服務的回報，我們按下列方式獲得來自移動運營商的收入：

- 銷售移動設備所得溢利；
- 銷售合約話費套餐或預存話費SIM卡所得佣金，以及顧客使用話費套餐期間產生的部份話費分成；
- 我們向由移動運營商擁有並由我們管理的門店派駐銷售人員所得的服務收入；及
- 移動運營商根據若干合約安排就租金、翻新及銷售人員薪金而給予的補貼。

有關來自三大移動運營商的服務收入（包括就銷售合約話費套餐向彼等收取的佣金）的資料，請參閱「財務資料－若干收益表項目－收入」。移動運營商的薪酬基準因地區不同而各異，乃根據不同地區的特定協議條款按個案基準釐定，並經計及不同地方政府政策及市場需求。

下圖概述我們向移動運營商提供的服務及產品以及我們就此向彼等收取的收入類型：



我們透過銷售移動運營商的定製移動設備、合約話費套餐及預存話費SIM卡為彼等發展客戶基礎

我們透過在我們自己的零售門店及在移動運營商擁有的門店設立的銷售專櫃銷售移動運營商提供的手機及合約話費套餐，發展自己的客戶基礎，同時亦為移動運營商發展客戶基礎。我們銷售的移動運營商的話費套餐主要包括下列各項：

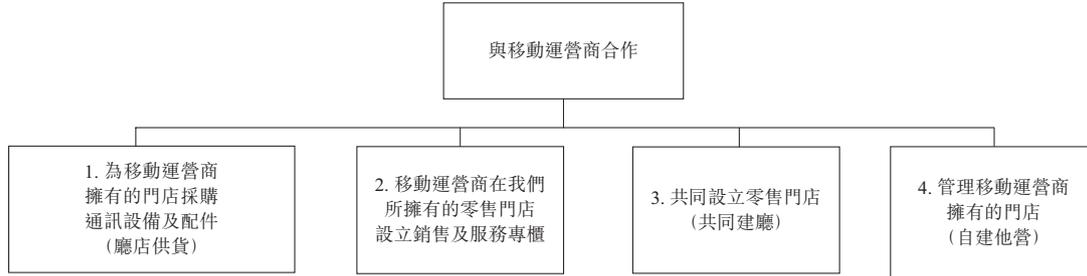
- 我們銷售移動運營商的定製手機，包括向承諾購買若干合約話費套餐（例如「通話包時」或數據包）的顧客銷售定製手機。此外，顧客亦可選擇僅購買定製手機及收取移動運營商提供的若干禮品。我們以下列方式收取銷售該等定製手機的收入：(i)收取銷售手機產生的溢利，相等於採購價與售價之間的價差，作為來自銷售移動通訊設備及配件的收入列賬；(ii)就銷售新的合約話費套餐而向移動運營商收取佣金；及(iii)收取移動運營商的顧客於訂購期間支付的部份話費分成。
- 我們亦為移動運營商銷售預存話費SIM卡。向我們購買預存話費SIM卡時，顧客可免費獲得移動運營商提供的手機及「通話包時」。通話包時指SIM卡可用於接打電話的時長。我們以向移動運營商收取佣金形式就銷售該等預存話費SIM卡賺取收入。

通過利用遍佈全國的零售網絡，我們認為我們已幫助移動運營商建立彼等目前大部份客戶基礎。下表載列於所示期間我們為中國移動運營商開發的客戶的概約總數。

	截至12月31日止年度			截至4月30日
	2011年	2012年	2013年	止四個月
	(千位)	(千位)	(千位)	2014年 (千位)
中國移動.....	~590	~1,230	~3,770	~1,350
中國聯通.....	~350	~700	~1,200	~670
中國電信.....	~90	~320	~720	~510

我們通過採購通訊設備及配件並在移動運營商的門店銷售及與彼等共同設立零售門店而與彼等合作

以下圖表載列我們與移動運營商合作的主要方式：



1. 為移動運營商擁有的門店採購通訊設備及配件 (廳店供貨)

我們按相關移動運營商的指示採購移動通訊設備及配件並運送至移動運營商擁有的門店 (商品供貨)。根據此類安排，我們成為有關移動運營商的供應商，按彼等的定製要求採購產品並通過銷售該等產品賺取溢利。

在若干情況下，我們亦會派遣銷售人員前往移動運營商擁有的零售門店協助彼等銷售相關通訊設備及配件 (駐廳銷售)。於2013年，我們於中國三大移動運營商的逾1,500間門店中推廣銷售移動產品及服務。我們的銷售人員須遵守移動運營商的標準門店管理政策，並在門店內穿著移動運營商銷售代表的制服。根據此類安排，我們向移動運營商收取補貼，以支付我們派遣銷售人員前往彼等門店產生的薪金成本。我們亦會就代表移動運營商進行的銷售而向彼等收取佣金，惟我們通常須達致指定的銷售目標方會獲得佣金。

2. 移動運營商在我們的零售門店設立銷售及服務專櫃

我們於我們的零售門店為移動運營商劃定銷售區域，供彼等設立銷售及服務專櫃。在若干情況下，我們或須根據有關移動運營商的規定及喜好裝修所劃定的銷售區域及專櫃。我們一般會向該等銷售及服務專櫃指派銷售人員，彼等將負責推廣及銷售移動運營商的定製移動設備及話費套餐，並提供其他配套服務，如收費、開戶及處理手機或SIM卡掛失。

我們根據有關安排從多個來源賺取收入，包括(i)收取銷售移動設備產生的溢利，相等於採購價與售價之間的價差，作為來自銷售移動通訊設備及配件的收入列賬；(ii)就銷售預存話費SIM卡而向移動運營商收取佣金；(iii)就銷售新的合約話費套餐而向移動運營商收取佣金；(iv)收取移動運營商的顧客於訂購期間支付的部份話費分成；及(v)來自移動運營商就裝修費、門店租金以及銷售及服務專櫃所派銷售人員的薪金等所給予的補貼。

3. 共同設立零售門店 (共同建廳)

我們與移動運營商訂立合作協議共同設立門店。具體合作範圍因應不同地區的不同移動運營商及不同的市況而有所差別，然而就共同設立的門店而言，我們與移動運營商的一般安排通常包括下列主要特徵：

- 合作安排期限介於一年至三年不等；
- 共同設立的門店或會被冠以共同品牌或獨立品牌；
- 共同設立門店的租約或會由我們或移動運營商與業主訂立；倘租約由我們訂立，則共同設立的門店被計為我們的獨立門店並屬於我們零售網絡的一部份；
- 我們於共同設立的門店內獨家推廣移動運營商的移動通訊設備及服務並推廣其品牌形象，並承諾不會與其他兩家移動運營商合作於預定地區範圍內共同設立門店（統稱「獨家條款」）；
- 我們承諾倘違反獨家條款將彌償移動運營商；
- 我們負責採購於共同設立門店銷售的產品，並無權利將任何未售出產品退回移動運營商；

- 相關移動運營商或會透過下列任何一項或多項方式向我們提供若干補貼或獎勵：(i)基於定製手機及／或新合約話費套餐的預定銷售目標的佣金，(ii)支持我們相關共同設立門店營運的經營補貼，或(iii)基於在共同設立門店銷售的手機（包括定製手機及話費套餐）的預定銷售目標的租賃補貼（如門店銷售終端機及移動運營商的銷售記錄系統所妥為記錄者）；
- 移動運營商根據我們就共同設立門店產生並經移動運營商妥為審核的實際翻新成本提供若干翻新補貼。我們應事先就門店翻新計劃與移動運營商預先協定並確保根據移動運營商的標準及規定進行設計及翻新；
- 移動運營商為我們的營銷及促銷活動提供補貼，該等活動會使用相關移動運營商的標誌並配合相關移動運營商的主要營銷策略。營銷及促銷活動範圍包括於報章及其他媒體投放廣告、製作傳單、廣告牌及其他廣告資料以及主持營銷活動及促銷；
- 移動運營商或會為我們的銷售代表提供必要的培訓及為我們經營共同設立門店提供技術支持；及
- 我們就與移動運營商共同設立門店所處相同地區內開設、搬遷及關閉自身獨立門店向相關移動運營商發出事先通告。

除上文所述者外，我們自主經營該等共同設立門店及負責該等門店可能產生的溢利及虧損。該等門店亦毋須接受相關移動運營商的年度或定期視察。

我們根據有關安排從多個來源賺取收入，包括(i)銷售移動設備產生的溢利，相等於採購價與售價之間的價差，作為來自銷售移動通訊設備及配件的收入列賬；(ii)銷售預存話費卡所得佣金；(iii)銷售新合約話費套餐而向移動運營商收取的佣金；(iv)移動運營商顧客於訂購期間支付的部份話費分成；及(v)移動運營商就翻新費用、門店租金及其他營運開支作出的補貼。

4. 管理由移動運營商擁有的門店 (自建他營)

我們經營管理由移動運營商擁有的門店。根據該類安排，移動運營商負責支付採購價款或就用於設立其自有門店的物業支付租金。我們須達致預定銷售目標，有關銷售目標乃根據移動運營商的估計及預期予以釐定。移動運營商或會制定供我們遵行的門店管理政策，並會定期評估我們的銷售及管理活動。倘我們未能達致預定銷售目標，我們將須向移動運營商支付特定短欠款項。如長期未能達致銷售目標，可能致令移動運營商終止有關安排。

我們主要通過收取管理門店服務收入而從有關安排中賺取收入。

我們充當移動運營商的移動設備供應和分銷平台及電子商務平台

我們已與移動運營商合作分銷移動運營商指定的其他國際及本地品牌移動設備。移動運營商指定我們分銷製造商為其定製的手機，並為該等手機設定零售價。同時，我們亦充當移動運營商的批發供應商，向製造商採購按移動運營商定製要求定製的移動設備。例如，倘相關移動運營商的公司客戶要求該移動運營商提供大量符合彼等定製要求的移動設備，該移動運營商可指定我們代為處理採購程序。我們收取向移動運營商銷售移動設備產生的利潤，利潤金額等於我們支付予製造商的價格與我們向移動運營商進行銷售的價格的差額。

此外，我們充當移動運營商的電子商務平台。例如，於2013年，中國移動廣東分公司授權我們經營及管理其在1號店及天貓開設的網店。該等網店主要專注於為有關移動運營商開展在線的銷售活動和官方營銷活動。我們已透過參與該等活動獲得利潤，該等活動包括協助有關移動運營商經營網店、規劃和實施銷售推廣活動、管理產品及庫存、提供客戶服務及售後服務。我們亦通過微博和微信協助有關移動運營商推廣銷售。我們因此項安排錄得的收入主要來自就管理網店收取的服務費。我們自該項安排獲得的收入亦與我們經營該等網店實現的銷量掛鉤。

與移動運營商訂立合約條款

於2012年12月、2012年2月及2014年3月，我們分別與中國移動、中國聯通及中國電信訂立全國性戰略合作協議，借此與彼等建立全國性戰略合作關係。該等戰略合作協議訂明合作框架，據此，我們與移動運營商合作推廣移動通訊設備及服務。協議亦訂明將予訂立的其他合作協議的基準。透過訂明有關框架，該等戰略合作協議令移動運營商與我們可在經考慮適用於各類安排及地方市場需求的不同地方政府政策後，就不同地區的具體安排制定實施方案。據我們的中國法律顧問中倫律師事務所告知，該等戰略合作協議乃屬有效，且對我們及移動運營商具約束力。

中國移動

於2012年12月，我們與中國移動訂立戰略合作協議。根據該份戰略合作協議，我們同意在以下方面與中國移動展開合作：

- (i) 銷售定製移動設備－我們同意於我們的全部零售門店銷售中國移動的定製移動設備，並達致若干預定銷售目標。為促進該等銷售，中國移動同意在全國範圍內向我們提供統一的營銷支持及補貼，並就銷售其定製移動設備、供貨及付款結算提供優惠政策。我們亦在就所銷售的中國移動定製移動設備提供售後服務方面展開合作。
- (ii) 經營零售門店－我們同意於我們的零售門店推廣中國移動的品牌，並允許中國移動於我們的獨立經營門店設立免租銷售專櫃。中國移動同意負責在我們門店設立其銷售專櫃方面所需進行的裝修以及傢俬及設備採購。
- (iii) 發展合約顧客－我們同意為中國移動發展並維持客戶群，而中國移動同意向我們提供待售SIM卡以及銷售推廣及其他營銷活動所需資源。
- (iv) 共同開發新商機－我們與中國移動同意透過在研發、提供顧客體驗資源及推廣新業務方面展開合作，共同開發新型移動通訊業務。

- (v) 大規模聯合營銷活動及促銷－我們與中國移動同意合作開展大規模營銷活動及促銷。中國移動同意於展開大規模營銷活動以推廣中國移動的產品及服務時，將我們視作戰略夥伴；及
- (vi) 支持新型定製服務－我們同意支持中國移動在我們的零售門店提供如下產品及服務：(a) 新型服務及產品以及相關營銷活動；(b) 手機軟件應用程序；及(c) 定製移動設備。

為促進我們與中國移動展開合作，中國移動同意按不遜於其向任何其他合作方所提供的條款，在佣金支付、移動設備及通訊服務推廣及營銷方面向我們提供支持及與我們進行合作。中國移動亦同意培訓我們的僱員及向我們提供技術支持。戰略合作協議為期三年。

中國聯通

於2012年2月，我們與中國聯通訂立戰略合作協議。根據該份戰略合作協議，我們同意在以下方面與中國聯通展開合作：

- (i) 零售渠道－我們同意推廣中國聯通的品牌，允許中國聯通於我們遍佈中國的獨立經營門店設立銷售專櫃。作為交換，中國聯通授權我們銷售其3G相關產品及服務，並自其營銷政策及刺激措施中受惠；
- (ii) 零售渠道擴張方面的收費安排－中國聯通同意就渠道擴張向我們支付服務費，有關金額與我們達致的銷量掛鉤。

此外，我們同意為中國聯通的業務在我們的獨立經營門店開設大量專櫃，以推廣其3G移動設備及相關服務。我們與中國聯通擬就我們銷售3G手機須達致的年度銷售目標進行磋商。戰略合作協議為期三年。倘出現下列嚴重違約事項，中國聯通有權終止協議：(i) 我們銷售違法或仿冒產品；(ii) 我們未經中國聯通事先書面同意將權利及義務轉讓予第三方；(iii) 我們單方面中止於中國聯通為實施其通訊服務或策略銷售而指定區域的正常業務營運；及(iv) 我們違反中國聯通的銷售及業務政策，導致大量顧客投訴或負面的媒體報導。我們可於初步年期屆滿時訂立新協議。

中國電信

我們於2014年3月與中國電信訂立業務合作協議。根據該業務合作協議，我們同意在下列領域與中國電信合作：

- (i) 零售渠道 — 中國電信准許我們進入其零售門店銷售通訊設備而我們同意准許中國電信在我們的獨立經營門店設立其銷售區域。中國電信同意負責設計及整修在我們門店設立的銷售區域並提供所需設備，而我們同意向其銷售區域指派銷售人員以協助銷售。
- (ii) 提供通訊服務 — 我們同意擔任中國電信的代理商，在我們的零售店代表中國電信提供若干通訊服務，包括授權客戶接入中國電信網絡、銷售各類充值卡、收集客戶付款賬單及開發新合約客戶。
- (iii) 供應及銷售移動設備 — 中國電信同意向我們供應其定製移動設備而我們同意透過我們的零售網絡銷售其定製移動設備。中國電信同意就銷售其定製移動設備向我們提供較其他零售商獲授條款更為優惠的條款。
- (iv) 提供通訊及資訊服務 — 我們同意在中國電信就所提供的有關服務向我們提供的條款與向其他服務供應商所提供者相似的情況下，選擇中國電信作為向我們提供若干通訊及資訊服務的主要供應商。該等服務包括網絡維護及安全相關服務、我們的零售門店資訊整合及資訊服務外包。
- (v) 共同營銷活動及促銷 — 我們與中國電信同意共同制定銷售及營銷政策並共享營銷資源。我們與中國電信亦同意合作開展營銷活動及銷售推廣；及
- (vi) 給予彼此客戶優先待遇 — 我們與中國電信同意選擇彼此的產品及服務作為彼此向各自的忠誠客戶提供的促銷獎勵或獎品。此外，中國電信及我們的共同客戶有權享有中國電信及我們提供的優惠銷售政策。

業務合作協議年期為三年。倘我們發生如下違約情況，包括(i)我們違反協議條款時未能給予補救；(ii)破壞中國電信的形象及聲譽；及(iii)無理由關閉我們的總部，中國電信有權終止相關協議。於協議期限屆滿後，我們與中國電信可選擇續新業務合作協議或訂立新協議。

採購

我們在向國內移動運營商及移動設備製造商採購移動通訊設備及配件方面推行全國統一的系統，以(i)降低採購成本；(ii)優化庫存管理；(iii)獲得更佳營銷支持；及(iv)獲得優惠零售安排。

我們將採購計劃與銷售和營銷計劃相結合，以確保我們所購買的產品符合顧客需求。我們進行市場調研以了解不同地區的市場需求和供應情況。我們亦進行財務和定價分析並比較不同製造商的採購價格，旨在控制我們於全國範圍內的採購價格，優化所採購的產品組合及降低採購成本。根據我們的銷售計劃及通過ERP系統進行的分析，我們為我們的附屬公司設定產品採購目標。

我們通過ERP系統有效地管理採購流程。我們亦利用該系統來跟蹤各種產品的庫存及管理物流，以確保產品及時送達我們的附屬公司的倉庫或零售門店。存貨週轉水平為評估我們採購計劃的一個關鍵因素。我們要求採購部門主管密切監察各類產品的採購、銷售及庫存，並及時調整我們的採購計劃以應對不斷變化的庫存水平。

我們的採購流程可概述如下：

- 我們根據各附屬公司上一財政年度的市場需求分析及業務表現，為各附屬公司設定下一財政年度的年度銷售及收入目標；
- 其後，我們將所有附屬公司的銷售及收入目標綜合入賬，並與移動設備製造商協商簽立年度採購協議，當中將載列產品價格保證及定量採購訂單返利等主要條款；
- 附屬公司在我們設定的銷售目標規限下制定其自身的每周採購計劃，並呈報予我們審閱及批准；

- 我們搜集附屬公司的全部採購計劃，將不同供應商所提供的銷售條款進行比較，進而向提供最優惠條款的供應商訂購產品。由於手機的市場需求瞬息萬變，我們的ERP系統會取消72小時內未獲受理的訂單，同時，我們要求相關供應商重新確認訂單條款及價格；
- 我們的供應商直接將產品運抵附屬公司的倉庫，其後各附屬公司將產品派送至我們的零售門店及批發客戶；及
- 我們與供應商合作持續於我們的零售門店推出新產品。我們自零售門店收集顧客反饋意見及銷售信息以獲知不斷變化的客戶偏好及需求，依此設定產品組合。

我們已與中國的移動運營商以及三星、聯想、中興及酷派等主要移動設備製造商建立了長期合作關係。請參閱「－我們的業務－與中國移動運營商的合作」及「－供應商」。我們享有該等製造商提供的優惠價格安排。我們在銷售新型產品和清理剩餘庫存方面亦獲得營銷和推廣支持。此外，若干供應商提供優惠的信貸條款和產品價格保證，從而使我們能夠降低資本風險並進一步提高存貨週轉率。

憑借我們從中國三大移動運營商獲得的有利安排，我們將繼續與彼等合作，以提高彼等提供的綁定合約話費的定製手機的採購和銷售。我們亦將致力於提供更多具有較高利潤空間的產品和服務，以進一步降低採購成本並提高我們的利潤和收入，包括(i)如耳機、充電器及保護膜和外殼等手機配件；(ii)智能設備（包括智能穿戴設備），如智能手錶、健身及健康手環以及智能眼鏡；(iii)會員制服務；及(iv)如移動應用套餐等增值服務。

存貨、配送及物流

存貨管理

我們已開發出先進的存貨管理系統，用於監控數百萬手機及配件的付運及倉儲。我們整合存貨管理系統與ERP系統，以最大限度地降低處理及管理成本以及確保我們及時訂購產品及交付產品。我們覆蓋全公司的在線存貨管理系統將我們的分支辦事處、服務中心、倉庫及零售店與若干製造商相連。這不僅使我們可實時更新每種特定庫存單位的銷售數據，密切監察存貨水平，按需求優化商品分配及釐定價格，同時亦可跟蹤產品於出廠後至輸入我們庫存系統前期間的位置。

我們的零售及批發業務一般維持約30至60天的存貨供應。倘存貨存放超逾45天，我們的ERP系統將自動發出存貨積壓警告。存貨存放超逾60天將被視作陳舊庫存。為處置陳舊庫存，我們通常(i)於指定零售門店舉辦該等產品的專項促銷活動；(ii)與供應商協商用該等產品換取新產品；及(iii)在與製造商簽訂的採購協議許可的情況下將該等產品退回予製造商。

配送及物流

我們的配送及物流管理系統亦與ERP系統相整合，用於管理我們的採購、存貨、銷售、物流配送及財務報告職能。我們亦與第三方訂立協議，以外包我們的倉儲及物流服務，並每年與該等供應商續新有關協議。我們與該等第三方倉儲及物流服務供應商保持著良好關係。在我們開設較多零售門店的都市，我們設有自身的配送和物流設施。根據附屬公司呈遞的採購計劃，我們分配運抵區域倉庫的產品，該等倉庫其後將產品派送至零售門店。

ERP系統

根據賽諾的報告，我們為首批開發及使用ERP系統的移動通訊產品零售商之一。於2003年，我們利用Oracle系統建立ERP系統，以提高我們的經營效率。該系統使我們能夠有效監察我們業務營運的各個環節，管理採購、存貨、銷售、物流及財務報告職能，並將我們的分公司辦事處、服務中心、倉庫及零售門店相連。

我們的ERP系統可提供有關我們總賬、資產、應付賬款及應收賬款的最新詳細實時資料，使我們能夠完善商品分配及定價，以應對快速變化的市場需求。我們利用該等資訊積極管理庫存，並通過降低陳舊存貨的減值來提升利潤率。該綜合系統可在提高效率及盡最大程度降低成本的同時，使我們對多個市場的產品需求作出快速回應。我們的ERP系統不僅提升我們的系統化管理能力，亦改善我們的財務報告及風險管理職能。

憑借ERP系統，我們對每間獨立經營門店及若干加盟店實行標準化管理體系，從而建立起可擴展且可內部複製的業務模式。

銷售及營銷

銷售及營銷

我們通過實體零售和批發分銷網絡及電子商務平台向零售終端用戶及大型批發客戶提供通訊產品及服務。請參閱「我們的業務－我們的零售及分銷網絡」。

截至2014年4月30日，我們的銷售團隊包括逾5,000名銷售人員，彼等分佈於我們在第三方場所內營運的獨立經營門店或店中店門店等各個地點。我們的銷售人員具備透過我們的培訓課程獲取的廣泛產品知識，從而可向消費者傳授我們產品的性能及優點並解答產品相關問題。我們經常對銷售人員進行培訓，內容涵蓋產品及行業最新情況、銷售及營銷技巧以及客戶管理及支持。為激勵我們的銷售人員，我們基於所獲零售客戶的人數及零售門店的銷量等多種因素提供與業績掛鈎的薪酬待遇。

我們根據產品生命週期階段（導入及成長期、成熟期及衰退期）分類產品，以為處於不同階段的產品制訂具體銷售及促銷計劃以及存貨管理計劃。我們的產品管理機制提高了我們在門店著力推廣及銷售的產品及品牌的銷量及溢利。

我們進行一系列促銷活動，以達致董事會所設定的銷售目標並最大限度地提高潛在溢利。我們的銷售及營銷部門與採購部門、附屬公司、移動運營商及移動設備製造商密切合作，透過共同開展區域及季節性營銷及促銷活動（包括抽獎、特別優惠、促銷禮品、路演及其他營銷活動方式）來提升銷售業績。我們的總部主要負責制訂營銷策略，並策劃及安排全國性促銷活動以及大型合作及贊助項目。我們省級附屬公司的營銷部門主要負責在相關省份實施營銷策略以及與相關移動運營商的省級附屬公司及製造商合作組織大型區域性促銷活動。我們的區域門店負責組織店內促銷活動及在我們門店的周邊區域實施省級營銷計劃。

我們的銷售及經營業績受季節性因素影響。請參閱「財務資料－影響我們業務、經營業績及財務狀況的重大因素－季節性」一節。於節假日及銷售活動期間，我們與移動設備製造商合作，通過印刷及媒體廣告活動按促銷價銷售產品，以增加我們未售存貨的營業額。此外，我們透過新媒體渠道（包括微信及微博）發佈我們的營銷及廣告資訊。我們亦與中國移動運營商合作制訂零售市場的銷售及營銷策略，並主要負責實施該等策略。

定價

我們產品的價格頗具競爭力。在我們的零售業務中，移動設備製造商一般為彼等供應的非定製產品設定參考價，而移動運營商則為由製造商為彼等定製的手機設定參考價。我們根據該等參考價為所銷售的產品設定價格。我們持續監控零售門店周邊的競爭對手所提供類似產品的售價，以確保我們的價格保持競爭力。下表列示我們截至2014年4月30日於我們獨立經營門店所銷售主要品牌手機的零售價格範圍。

品牌	價格範圍
三星	人民幣115元至人民幣16,500元
蘋果	人民幣2,200元至人民幣6,000元
聯想	人民幣72元至人民幣2,500元
小米	人民幣880元至人民幣2,700元
華為	人民幣160元至人民幣2,600元

在特許加盟業務方面，我們的加盟商必須遵守我們的定價政策，該政策乃根據移動設備製造商設定的參考價釐定。

在批發分銷業務方面，我們根據產品的成本及市場需求、類似產品的定價以及與有關製造商的商討結果，為直接向終端用戶銷售產品的次級批發經銷商及零售商設定產品價格。

我們已就向製造商採購移動通訊設備、手機配件及智能設備實施全國集中制，以優化我們的議價能力及獲得優惠價格安排。我們亦要求部份製造商提供產品價格保證，以盡最大程度減少我們所面臨的市價波動風險。根據該價格保證，倘供應商於我們採購產品後特定期限內調整有關產品的價格，則我們有權就調整後的價格與我們未售存貨的採購價之間的差價獲得該供應商的補償。於往績記錄期間，三星、諾基亞、聯想、華為及HTC等主要製造商均就我們向彼等採購的移動設備提供產品價格保證或其他優惠定價條款。

售後服務

我們致力於透過訓練有素的銷售員工提供一體化的售前、售中及售後服務，為顧客提供卓越的購物體驗。我們的銷售代表自與顧客接觸伊始即在顧客的整個選購過程中向顧客提供服務。我們向顧客提供全面的售後服務。我們為顧客向我們購買的手機

提供全國聯保，顧客可蒞臨我們全國範圍內的任何一家門店退換手機或享受手機維修及維護服務。我們的顧客自我們門店購機起計七天內可退回或退換手機。自購機起計15天內，顧客可將故障手機換成新手機或另一型號的手機，而無需提供有關製造商指定的客戶服務中心所出具的任何檢測報告。

截至2014年4月30日，我們已在遍佈中國的門店內設立逾260個維修及維護專櫃。我們與移動設備製造商協作實行售後服務政策並遵守適用的中國法律及法規。一般情況下，我們出售的手機均可保修，顧客有權於其購機後一年內向相關製造商退回其故障產品。我們並無就該等保修產生額外開支或作出撥備。倘手機在保修期內損壞，我們將通過客戶服務部協助顧客將故障產品轉寄至相關製造商。對於不在製造商保修範圍內的受損手機，顧客可將其送至我們的任何一家維修及維護服務中心進行維修或維護，惟需支付一定費用。

截至2011年、2012年及2013年12月31日以及2014年4月30日，我們在中國分別約有9.6百萬名、11.4百萬名、13.7百萬名及14.6百萬名會員。我們為已支付會員費的會員提供額外的售後服務。我們將會員向我們購買的手機的保修期延長至最多三年。對於不在製造商保修範圍內的意外損壞，我們對該等意外損壞提供保險服務。我們的會員可通過支付不超過受損手機購買價65%的費用將受損手機更換為新手機，或選擇按封頂維修費（目前為人民幣540元）修理手機。倘我們需將會員的受損手機留在店內進行維修，我們亦會為會員提供一部備用手機供其臨時使用。

我們在客戶關係管理(CRM)系統中記錄顧客信息，從而能夠於客戶購機後向客戶發送更多的營銷和廣告信息。我們亦已建立客戶服務熱線，為客戶提供及時的售後信息和服務。

供應商

憑借我們強大的零售經營管理能力，我們已與中國三大移動運營商及主要移動設備製造商保持長期合作關係。截至2014年4月30日，我們已與逾800名供應商（包括國際品牌製造商（如三星、蘋果、諾基亞、索尼及HTC）及國內品牌製造商（如聯想、華為、中興、酷派、小米及Vivo））維持業務關係。供應商向我們提供移動通訊設備（包括手機、手機配件、智能設備及其他產品）。尤其是，蘋果選擇我們作為主要零售夥伴在中國開展合作。截至2014年4月30日，我們在102間門店設有iOS蘋果授權專櫃。

由於我們擁有龐大的供應商網絡且我們在尋覓替代供應商方面並無困難，故我們並不依賴任何單一供應商進行採購。於2011年、2012年及2013年，來自我們五大供應商的採購額分別約佔我們產品採購總額的56.4%、59.8%及51.0%。於2011年、2012年及2013年，來自我們單一最大供應商的採購分別約佔我們產品採購總額的22.3%、21.2%及20.9%。我們已與該等供應商建立起二至十五年的業務關係。我們的供應商一般授予我們30至45天的信貸期。

於往績記錄期間，董事、彼等各自的聯繫人或任何股東概無於我們的任何五大供應商中擁有任何權益。

手機

我們向中國三大移動運營商採購並銷售定製移動通訊設備。請參閱「我們的業務－與中國移動運營商的合作」。此外，我們亦直接向移動設備製造商採購移動通訊設備，以獲得優惠價格安排及直接採購更廣泛的移動通訊設備。我們已與中國三大移動運營商訂立戰略合作協議及與諸多移動設備製造商（如三星、蘋果、諾基亞、聯想及華為）訂立協議，根據該等協議，我們(i)能夠以優惠價格採購移動通訊設備；(ii)可優先獲得產品供應；(iii)可優先獲得新型產品及暢銷產品；及(iv)可獲提供營銷及促銷支持，如新型產品的若干廣告展示、促銷禮品及促銷人員。我們亦與若干該等製造商建立直接供應關係。根據賽諾報告，於2013年，按非捆綁手機市場的銷量計，我們在聯想、酷派及華為所有零售商中名列榜首，在三星、諾基亞及HTC所有零售商中排名第二，且我們是自三星、諾基亞及HTC直接採購產品的少數零售商之一。

除與中國移動運營商訂立的戰略合作協議外，我們一般與移動設備製造商及其他間接供應商訂立為期一年的採購協議，該等協議可於屆滿時重續。

配件

我們向供應商採購的移動設備配件包括：(i)保護性配件（如保護膜及保護殼）；(ii)充電配件（如充電器及電池組）；(iii)存儲配件（如SIM卡）；(iv)音頻配件（如耳機）；及(v)其他輔助配件。我們與該等供應商訂立的採購協議一般為期一年，並可於屆滿時重續。我們自大多數供應商獲得優惠定價條款，其中若干供應商已向我們保證向我們供應的配件價格為市場最低價。就已向我們提供有關保證的供應商而言，倘我們能夠以較低的價格向另一供應商採購相同產品，則我們將有權收回有關差價作為賠償金。

智能設備及其他產品

我們向原設備製造商及區域供應商採購智能設備（包括智能穿戴設備、智能手機周邊產品、智能手機保護性及安全性配件及智能應用周邊產品）。我們與原設備製造商及其他供應商訂立的採購協議一般為期一年，並可於屆滿時重續。與就手機及配件訂立的採購協議類似，我們與智能設備及其他產品供應商訂立的採購協議亦載有優惠定價條款。

我們亦按委託基準為若干供應商銷售配件、智能設備及其他產品，並就有關銷售收取佣金。我們與該等供應商訂立一般為期一年的委託協議。根據有關委託協議，該等供應商保留產品的所有權，直至我們在門店將該等產品售出為止。

質量控制

我們在選擇供應商時會仔細考慮彼等的產品質量、價格、可信度及我們過往與彼等開展業務的經驗，包括我們的供應商是否曾遭受任何產品責任申索或投訴。委託新供應商及採購新產品須經我們的採購部審批。我們要求供應予我們的產品須經全國質量管理機構認證。我們亦於決定採購前要求供應商就將供應的產品提供相關認證文件，包括由中華人民共和國信息產業部頒發的電信設備進網許可證。

根據移動電話機商品修理更換退貨責任規定，零售商將負責在保修期（通常為一年）內對彼等售出的手機進行維修、更換及退貨。有關保修期的進一步詳情，請參閱「監管概覽－產品質量和產品責任」。手機製造商亦將負責維修彼等在保修期內生產的手機。在保修範圍內的有缺陷手機將由製造商自身維修人員或製造商指定的其他合資格維修人員進行維修。一般而言，根據我們與供應商訂立的協議條款，彼等負責有缺陷產品維修、接納退貨或更換。於往績記錄期間，我們的供應商概無拒絕就其供應的有缺陷產品提供維修、更換或退貨服務。我們的若干供應商同意就因產品責任所導致的損失對我們作出彌償，而倘我們的產品令我們遭受產品責任申索，我們可根據合約條款或在適用法律允許範圍內向相關供應商尋求賠償。我們亦可終止與該供應商的業務關係。我們在中國並無投購產品責任險。請參閱「風險因素－與我們業務有關的風險－我們在中國並無投購商業險」。於往績記錄期間，我們未曾遭遇任何因產品質量缺陷導致的產品責任申索或重大不利新聞報導，亦未因所供應產品的質量而終止與我們供應商的業務關係。

客戶

我們在整個國內市場均擁有廣泛而成熟的客戶基礎。我們的客戶包括零售及批發客戶。我們的零售客戶為移動通訊設備及配件的終端用戶。我們的批發客戶包括國內移動運營商、大型網店（如京東商城）、區域經銷商及零售商以及中小型獨立經營通訊店。我們通常根據批發客戶的信譽及訂單量向彼等授出介乎30至90天的若干信貸期。

於2011年、2012年及2013年，我們對五大客戶的銷售額分別約佔本公司總收入的13.9%、11.1%及14.2%。同期，我們對單一最大客戶的銷售額分別約佔本公司總收入的6.0%、5.2%及3.7%。我們已與主要公司客戶（包括移動運營商、家樂福及沃爾瑪等連鎖超市以及京東商城等大型網店）建立並保持二至十二年的穩定關係。

於往績記錄期間，董事、彼等各自的聯繫人或任何股東概無於我們的任何五大客戶中擁有任何權益。

我們已與中國所有三大移動運營商建立及維持戰略合作關係，據此移動運營商既為我們的供應商又為我們的客戶。作為供應商，移動運營商向我們的零售門店提供定製移動通訊設備。於截至2011年、2012年及2013年12月31日止年度，我們向移動運營商的採購量分別約佔我們產品採購總量的17.6%、37.9%及37.3%。作為我們的客戶，移動運營商向我們大宗採購指定品牌移動通訊產品，並接受我們的服務，包括促銷及銷售彼等的定製移動設備、合約話費套餐及預存話費SIM卡以及向由移動運營商建立並由我們營運的門店派駐人員。請參閱「一與中國移動運營商的合作」。於截至2011年、2012年及2013年12月31日止年度，我們提供予移動運營商的產品及服務所產生的收入分別約佔我們總收入的5.8%、5.7%及7.3%。同期，我們來自移動運營商服務收入的溢利總額分別為人民幣214.4百萬元、人民幣275.5百萬元及人民幣420.1百萬元，分別佔毛利總額的17.6%、18.8%及24.2%。請參閱「財務資料－若干收益表項目－毛利及毛利率」。根據賽諾報告及我們對行業的了解，我們與運營商之間的該等客戶／供應商關係在中國通信行業中屬常見現象並與中國手機零售商中的行業慣例一致。

內部控制

我們所維持的內部控制系統使我們可監督及管理我們業務營運中包括現金管理及財務管理在內的重要方面。

現金集中管理系統

我們業務營運中的現金集中管理措施包括就本公司及附屬公司的收入、開支及銀行結餘生成每日財務報告：

- 我們就資金在總部及附屬公司間的分配採用集中管理系統。我們於各財政年度年初為附屬公司編製年度營運計劃及設定收入目標。我們根據該等年度計劃及目標為附屬公司分配足夠資金，以滿足彼等的營運需求。總部向附屬公司轉移任何資金均須透過內部程序提出申請，並經總部批准。
- 我們一直嚴格控制我們的現金流入。截至2014年4月30日，由於我們的業務營運橫跨全國合共956間獨立經營門店，我們已建立集中管理系統，以保持對門店現金流入的嚴格控制。於該系統下，我們經營門店所產生的一切現金流入均須每日存入我們的銀行戶口。各門店的經理負責於每日結束時對相關門店進行現金盤點對賬及存款。任何延遲或並未存入現金的行為將受到我們管理層的調查。
- 我們及附屬公司亦會編製有關我們現金流量及現金結餘狀況的每日報告。我們的附屬公司須向總部的現金管理部提交彼等的每日報告。透過該每日報告系統，我們的管理層可定期監察附屬公司的資金動用情況及確保附屬公司為彼等的業務營運維持充足水平的現金及現金等價物。

財務集中管理系統

我們的信貸及借貸活動亦由總部集中管理。我們就借貸及信貸融資用途採用集中管理系統，以便我們的任何附屬公司的任何借貸及所提取的任何信貸融資均由總部管理、批准及監控。我們的總部及附屬公司根據業務營運需求編製融資計劃，當中載明（其中包括）借貸目的、方法、成本及所需抵押品金額。我們的附屬公司須向總部提交彼等的融資計劃以待批准。

需要大量資金的項目須進行特別審批程序。於考慮是否批准有關需求時，我們會考慮溢利預測分析、銷售預測分析及存貨週轉分析的結果。

我們亦運作一個統一信貸管理系統，以支撐我們不斷擴大的批發及特許加盟業務，同時維持較高的應收賬款週轉率及較低的壞賬率。我們總部制定信貸政策及程序，定期檢討及分析我們批發客戶及加盟商的信貸情況，根據我們對不同批發客戶及加盟商的內部評級批准及調整信貸限額。我們亦根據我們對批發客戶及加盟商所作的四級內部評級授出不同的信貸限額及信貸期。我們對具有A級評級的批發客戶及加盟商授出長達90天的信貸期，彼等與我們保持著超逾兩年的長期穩定關係，基於我們的調查及內部評估彼等已於市場建立較高品牌知名度及聲譽，並已達致規模經濟。對於與我們保持一至兩年關係且擁有良好銷售記錄的具有B級信用評級的客戶，我們授出長達60天的信貸期。我們向具有C級信用評級的批發客戶及加盟商授出長達30天的信貸期，彼等相對較少但已與我們保持超逾一年的關係。我們並未向與我們並無過往業務關係的批發客戶及加盟商及具有D級信用評級的客戶授出信貸限額或信貸期，而是要求彼等預付款項或選擇貨到付款。我們總部亦對月度賬齡報告進行分類及分析並制訂提早收款計劃，以避免壞賬及逾期應收賬款。

反腐敗政策

我們已採納內部控制政策，以預防腐敗等失當行為。我們的內部審計部會進行內部審計，以監察我們附屬公司的每日業務營運情況。此外，我們總部的財務部亦會定期檢查我們附屬公司的現金流出。我們採購部的僱員會不時輪值調派崗位，任期各異，這有助預防在我們的業務營運中出現腐敗。此外，為避免行為失當，包括財務經理在內的多個部門的負責人，須出席所有重要會議（例如磋商我們門店租金的會議）。

為進一步規管我們與業務合作夥伴之間的業務行為，我們已實施內部控制程序以確保符合高標準商業道德。在與新對手方建立業務關係前，業務部門必須就其背景進行盡職調查，包括對該對手方的日常業務活動及該對手方採納或慣常採納的指示進行盡職調查。應在切實可行的情況下尋求我們擬採購服務或產品的報價，從而確保根據現行市價支付合理價格。服務或產品一經採購，應根據足夠的支持文件加以確認及核

實。除非獲適當授權，否則僱員不得通過個人賬戶進行採購且不得向我們客戶的僱員或代表要求預先結算開支。此外，我們與其主要業務夥伴訂立的全部合約載有要求彼等遵守反賄賂及反洗錢的適用法律法規。

我們的內部審核團隊定期嚴格審查我們的反腐敗制度。我們的內部審核團隊由八名成員組成，彼等均具有財務、會計或管理背景以及本科學歷。彼等每年對我們的所有附屬公司進行內部審核，並檢查其是否符合本公司的內部控制政策。如果確定員工行為或業務經營方面存在任何不正常行為，內部審核團隊將進行臨時調查並記錄其所採取的所有行動及調查結果，就優化內部控制體系提出推薦意見並向高級管理層報告有關情況。我們的高級管理層將檢查內部控制體系是否存在任何缺陷或不足，並及時作出改善。

我們亦已開設舉報熱線，以在嚴格保密的情況下及時獲知與腐敗及欺詐性商業活動有關的活動。我們確保董事會能及時獲取法律建議並向有關部門匯報任何反常活動（如適用）。董事會按年評價及評估我們反腐敗措施的效率。年度審閱的範圍包括與我們營運及業務相關的反腐敗措施的程度及有效性，我們的風險管理能力，內部審核團隊的表現及所發現的任何不足及所採取的相應補救措施。我們亦每半年向我們的僱員及高級管理層提供有關商業道德規範以及反腐敗、反欺詐及其他商業犯罪的執業慣例、政策及法律視野的培訓。

關於我們採納的其他內部控制措施詳情，請參閱「— 法律及行政程序及合規 — 旨在防止未來違規及改進企業管治的措施」。

僱員

截至最後可行日期，我們有6,817名全職僱員。下表列示於最後可行日期我們在各業務領域的僱員人數。

職能	僱員人數	佔總人數的百分比
銷售	5,021	73.7%
管理及行政	1,236	18.1%
會計	356	5.2%
採購	204	3.0%
合計	<u>6,817</u>	<u>100%</u>

於截至2011年、2012年及2013年12月31日止年度，我們所產生的員工成本（包括員工薪金及薪酬）分別為人民幣312.2百萬元、人民幣379.0百萬元及人民幣466.0百萬元，分別約佔各期間我們總收入的4.8%、4.3%及3.6%。

我們十分注重員工招聘、培訓及發展。我們從高等院校招聘及培訓資質出眾的畢業生，並在內部發展及晉升我們的僱員。我們為管理層人員及其他僱員投資繼續教育及培訓計劃，以期不斷提升彼等的技能及知識。我們的員工培訓由我們內部的管理層及各部門主管開展，或由外部培訓師進行培訓。我們矢志確保全體員工具備必要的技能，以不斷瞭解彼等各自工作領域的最新動態，從而有利於我們保持競爭力。

我們認為我們與員工保持著良好的工作關係。於往績記錄期間，我們並無經歷阻礙我們運營或對我們業務、財務狀況或經營業績造成重大影響的任何罷工、重大勞資糾紛或其他勞工騷亂。

根據中國適用的法律法規，我們須為僱員向社會保險基金（包括退休金計劃、醫療保險、工傷保險、失業保險及生育保險）及住房公積金作出供款。截至2013年12月31日，除我們過往因各種客觀原因（包括若干收入較低的僱員不願參加社會保險或住房公積金計劃及在為僱員開立社會保險或住房公積金賬戶時遭遇行政阻礙）而未能向若干僱員的社會保險及住房公積金作出供款外，我們已為幾乎所有僱員足額繳交社會保險及住房公積金供款。於最後可行日期，我們正為若干僱員安排繳交社會保險及住房公積金（估計將於上市後四個月內完成）。截至最後可行日期，除上文所述者外，我們在所有重大方面一直遵守中國法律法規項下適用於我們的一切法定社會保險及住房公積金責任，且我們的中國法律顧問確認，繳交餘下社會保險及住房公積金後，我們不會受到行政處罰。我們的控股股東已同意就我們為餘下僱員繳納社會保險及住房公積金所產生的任何索賠、行動、要求、訴訟、判決、損失、負債、損害、成本、收費、費用、開支及罰款向我們作出彌償。有鑑於此，董事認為對僱員的社會保險及住房公積金作出相關供款不會對本集團造成任何重大法律或營運風險。

截至最後可行日期，我們亦僱用第三方人力資源公司的受僱個人（「派遣僱員」）。根據於2014年3月1日生效的《勞務派遣暫行規定》（「暫行規定」），一家公司的派遣僱員人數不得超過其僱員總數的10%，且自暫行規定生效日期起計兩年內須將派遣僱員人數減至許可水平。截至最後可行日期，我們一家附屬公司的派遣僱員超過其僱員總數的10%，其已制定調整計劃，以於2016年3月1日之前將派遣僱員的人數減至許可水平。我們的中國法律顧問認為我們並未違反暫行規定，且鑑於相關附屬公司現正於指定期間內將其派遣僱員的人數減至許可水平，故對本集團而言，遵守暫行規定將不會有任何法律或營運風險。控股股東已同意就我們於指定期間根據暫行規定將相關派遣僱員人數減少至許可水平而蒙受或產生的索賠、行動、要求、訴訟、判決、損失、負債、損害、成本、收費、費用、開支及罰款向我們作出彌償。

獎項及認可

本公司及其品牌已在中國榮獲眾多獎項及認可，其中部份代表性獎項及認可載列如下：

年份	獎項／證書	頒獎機構
2010年	中國馳名商標	國家工商行政管理總局商標局
2011年	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
2012年	中國特許連鎖120強	中國連鎖經營協會
2012年	中國最具成長性通信企業	中國通信工業協會

業 務

年份	獎項／證書	頒獎機構
2012年 及2013年.....	專業通信流通品牌第一名	中國電子商務協會安全生產 信息技術專業委員會 中華品牌戰略研究院
2013年	中國電子五大流通品牌	中國電子商務協會安全生產 信息技術專業委員會 中華品牌戰略研究院

競爭

中國移動通訊設備及配件市場競爭極為激烈。我們面臨來自大型家電零售商（包括國美及蘇寧）、主要全國性通訊連鎖店（如樂語）及區域性通訊連鎖店（如中域）的競爭。我們認為，我們競爭的基礎為我們遍佈全國的零售及分銷網絡、品牌、與中國所有三大移動運營商的戰略夥伴關係、產品組合、質量、價格及售後服務。有關與我們所面臨競爭相關的若干風險描述，請參閱「風險因素－與我們業務有關的風險－我們可能無法將零售門店銷售額維持在同一水平，且新零售門店可能無法於預計時限內達到收支平衡」、「－失去大型客戶的訂單或訂單減少或我們銷售或分銷產品的定價下調，均可能導致我們的收入減少及現金流量受損」及「－與行業有關的風險－我們的業務所處市場競爭激烈可能會導致利潤率下降」。有關移動通信行業及我們所面臨競爭的更多詳情，請參閱「行業概覽」。

知識產權

我們依賴商標、版權及其他商業秘密法律共同來保護我們的知識產權。

我們為中國64個商標的註冊擁有人。我們亦已在中國就與我們用於管理零售及批發分銷活動的資訊系統有關的若干軟件的著作權獲得20項註冊版權。此外，我們亦為www.dixintong.com域名的註冊擁有人。有關對我們的業務而言屬重要的知識產權的進一步詳情，請參閱本招股章程附錄六「法定及一般資料－有關本公司業務的其他資料－B.本公司的知識產權」。

截至最後可行日期，我們概不知悉(i)我們曾嚴重侵犯第三方所擁有的任何知識產權；或(ii)任何第三方曾嚴重侵犯我們所擁有的任何知識產權。

保險

我們目前投購有中國有關法律法規所規定的社會福利保險。我們並無投購任何業務中斷保險、產品責任保險、要員保險或涵蓋潛在環境破壞索賠的保險，因為根據中國法律法規，該等類型的保險不屬強制性質，且在中國無法投購或需產生巨額開支方可投購。

董事認為，就我們的業務營運所蒙受的虧損或損失及來自僱員的索賠而言，我們的現有保單足以涵蓋我們可能面臨的風險，且與中國移動通訊設備行業內規模及業務營運與我們類似的其他零售商及經銷商可資比較。於往績記錄期間，我們並無提出任何重大保險索賠，亦無收到顧客就因使用我們的產品或服務而產生或與使用我們的產品或服務有關的任何責任而提出的任何重大索賠。

物業

截至2014年4月30日，我們擁有三處物業，其中兩處位於安徽省，總樓面面積約為1,186.8平方米，一處位於湖南省，總樓面面積約為74平方米。我們擁有這兩處位於安徽省的物業的房屋所有權證。根據有效的法院判決書，截至2014年4月30日，我們亦於湖南省擁有一處物業。據我們的中國法律顧問告知，我們擁有該處物業的合法擁有權。截至最後可行日期，我們正辦理該處位於湖南省的物業的房屋所有權證。據我們的中國法律顧問進一步告知，待取得相關房屋所有權證後，我們將可出售該處物業，或作為貸款抵押品對其進行抵押。截至最後可行日期，我們無意出售或抵押該處位於湖南省的物業。

截至2014年4月30日，我們在中國租賃524處總樓面面積約為157,255.2平方米的物業用作辦公室、倉庫及獨立門店。於截至2011年、2012年及2013年12月31日止年度，我們所租賃物業的租賃開支分別約為人民幣240.2百萬元、人民幣297.4百萬元及人民幣324.7百萬元。於上述524處所租賃物業中，48處總樓面面積約為14,463.5平方米的物業作辦公用途，十處總樓面面積約3,775.0平方米的物業用作倉庫，剩餘總樓面面積約為139,016.7平方米的物業用作獨立門店。

我們就作零售門店用途的租賃物業而訂立的租賃協議一般為期三至五年，且新租約的免租期一般不超過一個月或兩個月。就我們現有466處作獨立門店用途的租賃物業而言，其中81、96及85項租賃協議將分別於2014年、2015年及2016年到期，而167項租賃協議將於2017年或之後到期。餘下37項租賃協議則並無固定到期日。於往績記錄期間，我們在及時重續該等租賃協議方面並無遭遇任何重大困難。

截至2014年4月30日，出租人並未向我們提供524處租賃物業中的110處物業的所有權證或分租所需的同意書，該等物業的總樓面面積約為22,198.6平方米，佔我們總租賃物業的約14.1%。我們或面臨與該等租賃物業有關的若干風險。請參閱「風險因素－與我們業務有關的風險－我們於租賃物業開展多數業務，故我們面臨若干與所租賃物業有關的風險」。我們的控股股東已同意就因該等物業而導致本集團蒙受或發生的一切索賠、行動、要求、訴訟、判決、損失、負債、損害、成本、收費、費用、開支及罰款向我們作出彌償。

根據上市規則第5章及公司條例（豁免公司及招股章程遵從條文）公告第6(2)條，鑑於截至最後可行日期，我們並無持有或租賃賬面值佔我們綜合總資產15%或以上的物業，故本招股章程獲豁免遵守公司條例第342(1)(b)條有關公司條例附表三第34(2)段的規定，即毋須就本集團於土地或樓宇中的所有權益編製估值報告。

勞工及安全事宜

我們所適用的與勞動安全有關的中國法律法規為《中華人民共和國勞動法》、《中華人民共和國勞動合同法》、《工傷保險條例》、《社會保險法》及《社會保險費徵繳暫行條例》。我們一直保持相對良好的安全記錄，並無出現任何重大工傷事件，且我們的營運符合目前適用的勞動法律及安全法規。

我們為僱員制定的與社會保險、薪金及休假相關的勞動政策符合適用的法律法規。我們的法務部及人力資源部會密切監察任何新法律法規的頒佈。此外，我們向所有僱員提供安全及勞工相關培訓，並保存每名僱員的培訓記錄，以提高安全意識。人力資源部會監督所有僱員，以確保彼等遵守所有內部安全指示。

誠如我們的中國法律顧問中倫律師事務所確認，我們一直遵守與勞工、社會保險及安全事宜相關的法律法規及管理條例。於往績記錄期間，中國有關監管機構概無對本集團施加任何處罰。

牌照、許可證及批文

根據中國法律法規，為維持業務營運，我們須持有若干牌照及許可證（如與外商投資、商業特許加盟活動、網絡銷售、稅務、外匯、社會保險、勞工以及共衛生及安全相關的牌照及許可證），並在有關政府機構進行若干備案。我們須在當地工商局對我們的零售門店進行登記，並取得營業執照。我們的店中店門店毋須單獨

取得營業執照。於2008年，我們在商務部或相關地方機關完成可使我們進行商業特許經營活動的備案(特許經營備案)。截至最後可行日期，我們已對通過自有網站(www.dixintong.com)進行網絡銷售在工信部備案。

我們獲我們的中國法律顧問中倫律師事務所告知，除下文「一 法律及行政程序及合規一 合規」所披露者外，我們已就我們在中國境內的現有業務取得一切必要牌照及作出一切妥善備案。截至最後可行日期，該等牌照及備案仍屬合法有效。據我們的中國法律顧問告知，重續有關牌照及備案概不存在法律障礙。有關我們經營業務所需的重要牌照及許可證的進一步詳情，請參閱「監管概覽」。

法律及行政程序及合規

截至最後可行日期，我們並無牽涉任何訴訟、仲裁或行政程序，致令單獨或共同對我們的業務、財務狀況或經營業績可能造成重大不利影響。此外，我們並無牽涉任何懸而未決或對我們或任何董事構成威脅的任何訴訟或仲裁程序，致令可能單獨或共同對我們的業務、財務狀況或經營業績造成重大不利影響。

董事經我們的中國法律顧問中倫律師事務所告知後確認，截至最後可行日期，除下文「一 合規」分節所披露外，本集團在一切重大方面一直遵守中國所有相關法律法規，已取得一切重要牌照及許可證，並已作出本集團於中國營運所需的一切相關備案。

於2011年及2012年，我們自控股股東所控制的公司(「貸款公司」)分別取得總額為數人民幣8.6百萬元及人民幣4.0百萬元的短期及臨時貸款。於接受貸款時，我們急需資金撥付業務之所需，而貸款公司按免息基準向我們借出資金。我們已於2011年及2012年悉數清償所借資金，而貸款公司並無自有關貸款活動獲得任何收入。根據中國人民銀行貸款通則，「貸款人」須為金融機構。從事貸款活動的企業可被處以違反貸款通則所得收入一至五倍的罰款。由於貸款人並非獲許可的金融機構，故我們的中國法律顧問認為彼等並未遵守貸款通則的規定，及該違規事宜可能引致的法律責任將由貸款公司承擔。然而，鑑於貸款公司並無自有關貸款活動中獲益，故我們的中國法律顧問認為，貸款人被處以罰款的風險甚微。基於上文所述，董事認為我們將不會面臨有關違反貸款通則的任何風險。儘管如此，為加強對我們借貸活動的監控，我們後續已加強有關資金管理及借貸活動的內部控制措施，自2012年底起，我們並無向股東借入任何其他資金。

合規

下表概述我們於往績記錄期間及上市後期間違反中國適用法律及法規的三宗事件。董事認為，該等違規事件（無論個別或共同）將不會對我們造成重大營運或財務影響，而我們將於上市後發佈的中期或年度報告中披露有關整改的進展情況。

違規事件	違規原因	法律後果、潛在最高處罰；對我們業務及財務狀況的潛在影響	防止未來違規並確保持續合規的補救辦法及措施	負責整改的高級管理層
<p>1. 「迪風市場」為一家以互聯網網站及手機軟件程序形式開設的移動應用軟件(包括遊戲)商店，移動互聯網用戶可通過該軟件程序在其手機上免費下載各種移動應用軟件(「迪風市場」)。在重組之前，作為我們定製服務的一部份，我們曾在我們出售予客戶的手機中預裝或應客戶要求安裝「迪風市場」或允許互聯網用戶通過迪風市場的互聯網網站安裝「迪風市場」。由於我們並無對迪風市場進行任何商業化運營，亦未向迪風市場的上游軟件供應商及下游軟件用戶收取費用，故根據中國法律法規，迪風市場屬於「非經營性的活動」。為籌備上市，本公司聘請中倫律師事務所擔任其中國法律顧問，以就包括重組、遵守中國法律法規以及上市在內的事宜提供建議。在審查中，中倫律師事務所告知本公司，迪風市場並未遵守以下適用的條例及法規。</p>	<p>鑑於迪風市場相對較低的資本投入及非商業化運營性質，故並未尋求高級管理層或董事會的授權或批准。</p> <p>本公司並未從上游軟件供應商或下游軟件用戶收取任何費用，「迪風市場」運營亦未產生收入，「迪風市場」應屬於非經營性網站。</p>	<p>根據《互聯網出版管理暫行規定》，逾期未辦理互聯網文化單位備案的，由縣級以上人民政府文化行政部門或文化市場综合执法機構責令限期改正，拒不改正的，可能面臨被責令停止互聯網文化活動並處以人民幣1,000元以下罰款的處罰。</p> <p>根據《互聯網出版管理暫行規定》等相關法規，未經批准而從事互聯網出版的單位可被撤銷相關執照及登記，並可沒收非法出版活動使用的主要設備和專門工具以及獲得的非法收入。有關單位可被處以非法經營所得收入總值五倍以上十倍以下的罰款(如非法經營所得收入總值超過人民幣10,000元)，或人民幣10,000元以上人民幣50,000元以下的罰款(如非法經營所得收入總值不足人民幣10,000元)。</p> <p>我們並無就任職記錄期間的此宗違規事件作出任何撥備及預計未來亦不會作出任何撥備，因為我們的控股股東豐永泰已同意就本集團因運營迪風市場而直接或間接遭受或招致或與之相關的所有索賠、行動、要求、訴訟、判決、損失、負債、損害、成本、收費、費用、開支及任何性質的罰款向我們作出彌償(「彌償保證」)。</p>	<p>有關迪風市場的資產已於2014年2月被轉讓予本公司控股股東豐永泰的聯繫人。請參閱「我們的歷史、重組及公司架構—重組」。截至最後可行日期，豐永泰已完成非經營性互聯網信息活動備案，並正在進行互聯網文化單位備案及取得互聯網出版批文。於該等備案及審批完成前，備案完成後方可提供的迪風市場的相關內容將被暫停使用。於2014年2月14日，本公司與豐永泰訂立一份協議，授權本公司在我們銷售的手機中預裝或安裝迪風市場軟件程序。請參閱「關連交易—獲豁免持續關連交易—(2) 營銷服務」。豐永泰已確認，直至豐永泰完成相關備案及迪風市場的運營完全恢復，我們將無義務向豐永泰提供預裝和安裝服務。據我們的中國法律顧問告知，根據中國相關法律及法規，豐永泰授權允許本公司預裝或安裝迪風市場為合法有效，因為豐永泰為有關迪風市場版權的合法擁有人，且任何適用的中國法律法規並不禁止預裝及安裝迪風市場。</p>	<p>李冬梅女士(董事會秘書、聯席公司秘書兼法律總監) 吳歡先生(副總經理兼首席信息官)</p>

下頁待續

自發現該違規事件後，我們已制定並採取進一步內部控制措施。請參閱「旨在防止未來違規及改進企業管治的措施」。

違規事件	違規原因	法律後果、潛在最高處罰；對我們業務及財務狀況的潛在影響	防止未來違規並確保保持續合規的補救辦法及措施
<p>迪風市場所提供上述服務的性質可被解釋為通過提供「網絡文化」產品(包括網絡遊戲)從事非經營性的信息服務活動。依據(i)《互聯網信息服務管理辦法》、(ii)《互聯網文化管理暫行規定》、(iii)《關於貫徹落實國務院〈「三定」規定〉和中央編辦有關解釋，進一步加強網絡遊戲前置審批和進口網絡遊戲審批管理的通知》(新出聯[2009]13號)及(iv)《互聯網出版管理暫行規定》，我們須就迪風市場辦理非經營性互聯網信息活動備案及互聯網文化單位備案，並取得互聯網出版許可。然而，我們在開展前述非經營性業務活動前，僅辦理了非經營性互聯網信息活動備案，而未曾辦理互聯網文化單位備案，亦未取得互聯網出版許可。</p>	<p>本公司誤以為向有關中國部門辦理的非經營性網站備案已屬足夠，但由於無心之失，未有注意到提供軟件(包括網絡遊戲)屬於受規管的文化活動，因而未能及時申請辦理互聯網文化單位備案及互聯網出版許可。</p>	<p>董事認為，我們的業務及財務狀況將不會因此違規事件而受到重大影響，因為考慮到：(i)迪風市場於往績記錄期間並無產生任何收入，(ii)彌償保證，及(iii)本公司促成豐永泰與本公司訂立一份協議，以滿足客戶的相關需求。請參閱「關連交易－獲豁免持續關連交易－(2)營銷服務」。</p>	<p>負責更改的高級管理層</p>
<p>根據該事件「法律後果、潛在最高處罰；對我們業務及財務狀況的潛在影響」一欄所載原因，董事及聯席保薦人認為，根據聯交所指引信GL63-13，迪風市場違規可被分類為非重要的不合規事件，且將不會對我們的營運及財務狀況造成任何重大不利影響。</p>			

負責整改的高級管理層

李冬梅女士 (董事會秘書、聯席公司秘書兼法務總監)

防止未來違規並確保持續合規的補救辦法及措施

儘管成立相關附屬公司及店舖缺失批文並無法律後果，我們現正尋求向商務部主管部門就相關批准程序進行澄清，以令我們的營運符合未來的監管規定及最大限度度地與相關現行監管措施及慣例一致。截至最後可行日期，我們連同我們的中國法律顧問已就相關審批程序尋求北京、上海以及四川、河南兩省 (位於該等地區的60%以上的附屬公司及獨立門店並未取得有關批文) 商務主管部門的澄清，我們正向有關行政程序規定有可行機制可獲得批准的地區的有關部門辦理該等批文。我們已與其他省及直轄市的商務主管部門建立聯系，並將於取得有關批文的程序得到澄清時尋求取得相關批文。

法律後果、潛在最高處罰；對我們業務及財務狀況的潛在影響

我們的中國法律顧問確認，我們將不會因違反《外商投資商業領域管理辦法》而面臨任何制裁、處罰或其他不利法律後果，因為並無有關措施或其他適用中國法律及法規對有關制裁、處罰或其他不利法律後果有所規定。

此外，我們的中國法律顧問向北京市商務委員會 (商務部下屬主管部門) 的相關人士確認，就慣例而言，主管部門不會對違反外商投資規定的企業進行任何處罰，亦無權力如此行事。我們的中國法律顧問亦走訪商務部若干省級主管部門，並發現各地主管部門對執行此類外商投資法規所作出的努力不盡相同。在若干地區，尚無建立取得有關批文的可行機制，因此有關主管部門並不會要求亦無獲授權要求違反有關外商投資法規的外商投資企業糾正其違規行為。

誠如我們的中國法律顧問所告知，成立相關附屬公司及店舖符合《公司登記管理條例》的規定，且相關附屬公司及店舖已獲工商總局主管部門批准及根據中國法律有效存在。

截至最後可行日期，我們並未因未自商務部主管部門取得批文開設店舖而被任何其他商業部門或其他監管部門施加罰款或處罰。控股股東已同意就取得有關附屬公司及門店的批文而蒙受或產生的索賠、行動、要求、訴訟、判決、損失、負債、損害、成本、收費、費用、開支及罰款向我們作出彌償。

根據上文所述，我們的中國法律顧問認為，相關附屬公司及門店缺少批文將不會對我們的過往營運記錄或我們的日後營運造成重大不利影響。

根據上文所述，我們的中國法律顧問亦認為，相關附屬公司及門店缺少批文將不會對我們的營運或財務狀況造成重大不利影響。

違規原因

據我們的中國法律顧問確認，相關法規規定與監管慣例存在不一致。根據《商務部關於公開現有行政審批事項目錄的通知》，外商投資企業成立再投資企業或開設門店的批文並未收錄於有效的商務部行政批文目錄內。請參閱「監管概覽」主要法律及法規—外商投資」。此外，在登記相關附屬公司及店舖的過程中，我們並未獲工商總局主管部門要求提供來自商務部主管部門的任何批文。

由於有關條文及法規存在不確定性，又因無心之失，我們並無注意到我們須根據《外商投資商業領域管理辦法》取得相關批文，方可對企業作出重新投資或開設門店。

違規事件

2. 截至最後可行日期，於本公司作為外商投資企業投資的70間附屬公司以及我們在中國的257間獨立門店 (「相關附屬公司及門店」) 成立之前，我們並未向商務部主管部門取得批文。

截至最後可行日期，本公司有外國投資者 (即3i、鼎暉及冠發)，故根據《中華人民共和國中外合資經營企業法》，本公司被視為「外商投資企業」。根據《外商投資商業領域管理辦法》，外商投資企業在建立再投資企業或開設店舖前須自商務部下屬的當地商業主管部門取得批文。

誠如我們的中國法律顧問所告知，商務部已將相關行政審批權轉授予省級商業主管部門 (及經商務部同意的地方商業主管部門)，同時保留若干事項的行政審批權。

根據該事件「法律後果、潛在最高處罰；對我們業務及財務狀況的潛在影響」一欄所載原因，董事及聯席保薦人認為，根據聯交所指引信GL63-13，有關附屬公司及門店缺乏相關批文可被分類為非重要的不合規事件，且將不會對我們的營運及財務狀況造成任何重大不利影響。

旨在防止未來違規及改進企業管治的措施

為確保未來遵守適用的法律法規，我們已採取或將採取下列行動及措施：

1. 於上市程序進行伊始，我們便已委聘國衛就我們的內部控制環境及措施向我們提供意見。國衛的工作範圍包括但不限於審閱本公司有關經營及財務控制、財務預算及預測、現金管理及庫務功能、財務申報及披露程序、管理會計資訊體系、董事及高級管理層角色、風險評估、資料及通訊、人力資源及薪酬的內部控制措施。於發現迪風市場存在違規後不久，我們即已制定並採取多項糾正步驟及內部控制措施，以預防該違規事件再度發生並擴大及改進我們的合法性及合規性程序。於整個過程中，國衛與我們的管理層進行持續面談，且與我們及我們的專業各方進行現場及電話檢討及會晤，以討論改善我們內部控制體系的方法及提供意見。國衛亦開展後續檢討，以了解最新狀況及檢查我們實施推薦建議的進展情況、測試是否實施內部政策及程序以及評估其有效性。國衛已參考獲全球認可的內部控制整合框架（由Treadway Commission的Committee of Sponsoring Organizations於1992年9月發佈），對內部控制體系執程序。
2. 我們已委聘本集團的中國法律顧問中倫律師事務所，以於上市前及上市後就中國法律法規持續向我們提供意見並告知我們相關更新。
3. 我們已採納精簡的業務檢討及審批政策，當中載列我們在進行一項新業務（無論所涉金額或所察覺對本集團業務的重要程度）前將予採納的檢討及審批程序。該政策規定，業務部門須對新業務領域進行可行性研究，而管理層應指派人員負責就該等新業務發展相關業務策略及計劃。相關業務策略及計劃應提交董事會討論及須於董事會會議上通過一般董事會決議案獲得批准。我們的內部法律顧問應出席有關董事會會議並就涉及新業務的任何合規事項與董事進行討論。該政策亦規定，董事、管理層及負責設計及發展新業務的人員於規劃、批准及貫徹新業務的整個期間一直有權聽取外部建議（來自法律顧問、核數師、內部控制顧問、行業專家、合規專責小組（定義見下文）或其他顧問）。

4. 就業務檢討及審批政策而言，我們已設計一份許可及批准規定清單（已由中國法律顧問及國衛審閱），以便在今後審批及經營我們業務時用於我們的內部管理及確保合規性。在我們從事新業務前，我們的法律部門將審查規定清單，並確定從事新業務所需的特定牌照及批文。我們的法律部門亦將與相關監管機構聯絡，並確保本公司及時獲得從事新業務所需的相關牌照及批文。

5. 本集團已成立一個專責小組，以監察及監督本集團的合規事宜（「**合規專責小組**」）。該小組由四名成員組成，即董事會秘書兼法務總監李冬梅女士、主席兼執行董事劉東海先生、獨立非執行董事冷榮泉先生及獨立非執行董事呂廷杰先生。有關李女士、劉先生、冷先生及呂先生的履歷詳情，請參閱「董事、監事及高級管理層－董事」及「－高級管理層」。該小組負責監督本集團經增強內部控制措施的執行情況，以防止未來違規行為及確保持續合規性。該小組將(i)監控可能涉及關連交易、內幕消息及內幕交易的交易；(ii)就遵守適用的法律法規制訂及審核（或委派適當人士制訂及審核）我們的內部控制政策；(iii)總體監管我們的整體內部控制及風險管理體系及處理所上報或發現的任何不合規事件，並向董事會作出匯報；(iv)檢討可能由我們內部控制部門及外部律師編製的任何報告，並將有關報告提交予董事會檢討；(v)為我們的僱員及董事制訂操守守則；及(vi)就本公司的合規情況向董事會作出半年度報告。合規專責小組每六個月召開至少一次會議，且倘必要，可隨時邀請其認為必要的任何執行董事、僱員或外聘核數師出席相關會議。我們負責內部控制部門的人員應出席合規專責小組的所有會議。合規專責小組亦應出席本公司的股東週年大會，並回答股東的任何提問。

6. 本集團已委任申銀萬國融資（香港）有限公司（「**申銀萬國**」）為合規顧問，以根據上市規則第3A.19條就合規事宜向本公司提供意見。合規專責小組將確保本公司與申銀萬國保持密切聯絡，且在上市規則第3A.23條所載情況下向其諮詢及（倘必須）及時向申銀萬國尋求的意見。

7. 我們的中國法律顧問中倫律師事務所已向董事及高級管理人員提供有關中國法律法規的培訓，尤其是與本公司業務及營運相關的培訓。我們的合規專責小組將確保按季度向我們的董事及高級管理人員提供合規培訓，內容有關法律法規（包括上市規則）的最新發展、稅務事宜、會計政策及董事職責等事項，以及妥善記錄已進行的培訓課程。
8. 本公司審核委員會負責監督本公司的內部審核財務申報及內部控制程序，亦將於上市後根據相關司法權區的法律定期檢討我們的合規情況。我們的審核委員會將通過下列方式進行監督：
 - (i) 監督本公司的內部審核系統及其實施；
 - (ii) 按季度審核我們內部審核部門的工作計劃及報告；
 - (iii) 按季度向董事會匯報內部審核計劃及於內部審核過程中發現的主要事項；
 - (iv) 檢討本公司的內部控制及法律合規性；
 - (v) 與管理層討論內部控制系統，以確保管理層履行其建立有效內部控制系統的職責；及
 - (vi) 經董事會指派或自行省覽內部控制事宜的重大調查結果以及管理層對該等調查結果的回覆。
9. 董事會（負責監察本集團的企業管治）亦將於上市後根據有關法律法規定期檢討我們的合規情況。

鑑於上述措施，董事及國衛認為，我們已採取適當及有效的內部控制措施，可確保本公司持續遵守適用的法律法規。

經(i)考慮上述措施及國衛的意見；(ii)檢討本公司所編製的內部控制程序及相關文件；(iii)與本集團管理層討論國衛對本集團內部控制系統的檢討結果及推薦建議；(iv)計及本公司中國法律顧問就法律合規性向董事提供的培訓課程；(v)考慮到本公司將繼續挽留中國及香港法律顧問以於上市後就規管合規事宜及向董事及高級管理層提

供的培訓而向本集團提供專業協助，及本公司致力實施經增強的內部控制措施；(vi)考慮到有關違規事件乃因無心之失（指與迪風市場有關的違規事件）而引致；及(vii)考慮到有關違規事件均並無對本集團的主要業務營運產生任何重大營運及財務影響，董事（包括獨立非執行董事）信納上述違規事件將不會影響董事於上市規則第3.08、3.09及8.15條項下的適當性及本公司上市於上市規則第8.04條項下的適當性。鑑於聯席保薦人並無留意到將使彼等對上述理由產生懷疑的事宜，故聯席保薦人認同董事的上述觀點。