



## 業 務

### 業務概覽

本集團成立於一九八七年，是香港及澳門領先的旅遊公司。本集團二零一三年在出境旅遊領域的市場份額為9.3%，位居第三。具體而言，本集團已成為香港的日本旅行團市場中的頂尖旅遊公司。根據益普索報告，以二零一一年、二零一二年及二零一三年的收益計，本集團的市場份額分別為32.5%、29.6%及31.6%。本集團主要從事旅行團及自由行產品的設計、開發及銷售。本集團品牌「東瀛遊EGL Tours」廣受歡迎且屢獲殊榮，於二零一一年、二零一二年及二零一三年，分別有約322,402位、318,123位及354,434位客戶購買本集團旗下的旅行團及自由行產品，涵蓋逾60個國家的逾250個城市。本集團相信，本集團擁有強大的品牌形象，客戶相信本集團以彼等的最佳利益為重。

本集團創辦人袁先生、品牌代言人禰先生、執行董事梁先生及李女仕均擁有逾30年旅遊行業經驗。本集團主席袁先生獲日本十個縣和市委任為觀光大使，並獲《資本》雜誌表彰為資本傑出領袖2013。禰先生是韓國觀光公社香港辦事處促進韓國旅遊顧問委員會的榮譽顧問。在執行董事的領導下，本集團已踏入營運的第28個年頭，本集團相信已成功樹立起「東瀛遊EGL Tours」的品牌形象，並且(i)於二零一三年收益超過1,600,000,000港元，再次光顧客戶達29%；及(ii)於最後實際可行日期擁有679名僱員。


本集團於旅遊行業的成就受到肯定，因此屢獲殊榮。本集團於二零一四年獲得日本國家旅遊局授予「JNTO理事長表揚獎」，獲香港中華廠商聯合會及香港品牌發展局授予「2013香港卓越服務品牌」，獲星島日報授予「2013最佳旅行社服務大獎」，以及於二零一一年獲TTG（一間全球旅遊出版公司）授予「香港地區最佳旅行代理」。

憑藉本集團深厚的經驗及強大的品牌形象，本集團不斷豐富產品種類，以本集團中文名「東瀛遊」的品牌從最初的重心日本遊擴展至前往全球各地的各類傳統出境旅行團、主題旅遊（如美食旅遊、婚紗攝影旅遊、遊學團及運動之旅）、MICE旅遊及自由行產品及旅遊相關服務（如針對自駕遊於日本推出的租車服務），以迎合客戶多元化的興趣及需求。本集團竭誠貫徹提供優質旅遊及旅行產品及服務，正如「EGL – Everything Good and Long-lasting」所體現的寓意，給客戶留下美好印象。

### 競爭優勢

董事相信，本集團具有以下競爭優勢：

#### 在香港及澳門旅遊行業中受歡迎的知名品牌及領先地位

本集團成立於一九八七年，是香港及澳門領先的旅遊公司。本集團二零一三年在出境旅遊領域的市場份額為9.3%，具體而言，本集團已成為香港的日本遊旅行團市場中的頂尖旅遊公司。根據益普索報告，以二零一一年、二零一二年及二零一三年的收益計，本集團的市場份額分別為32.5%、29.6%及31.6%。在執行董事的領導下，本集團已踏入營運的第28個年頭，本集團相信已成功將「東瀛遊EGL Tours」打造成著名品牌，代表「安全而無後顧之憂的旅行」理念。於二零一一年、二零一二年及二零一三年，約322,402、318,123及354,434名顧客向本集團購買旅行產品及服務。

## 業 務

如本節下文「獎項」一段所載，本集團在旅遊、服務及管理方面所獲得的各種獎項體現了本集團於旅遊業的成就。作為一間香港及澳門領先旅遊公司，本集團相信本集團強大且深入人心的品牌、領先的市場地位及成熟的業務模式提供了有利的條件，使本集團能夠把握市場的整體增長趨勢，擴大在香港及澳門的市場份額。

### 提供優質服務及多元化產品吸引新客戶及再次光顧客戶

本集團相信，通過專注提供優質旅行產品及服務，並不斷推出新產品，令本集團從競爭對手中脫穎而出，並吸引新客戶及再次光顧客戶。

- **對旅行安全及服務質素的堅持不懈。**本集團憑藉對旅遊安全、優質服務的堅持及對客戶滿意度的重視，令本集團品牌脫穎而出。本集團將服務質素視為重中之重，目標是令客戶能享受無後顧之憂的旅遊，內部及外部客戶調查均顯示客戶滿意度持續高企，且於往績記錄期間，概無對本集團提出任何職業保險索償，足以印證這一點。本集團尤為注重對領隊的培訓及考核，而本集團本身為資深導遊的執行董事經常直接與員工溝通，維持彼等對服務質素的重視並關注每位客戶在喜好及需求方面的細節。本集團亦在彼等的培訓中著重安全和應急處理程序。本集團要求為非日本遊聘用的地接旅行社在服務客戶時嚴格遵循本集團規定的安全標準及行為守則。執行董事及相關旅行目的地的主管經常前往不同目的地進行實地考察，以確保該等服務供應商的表現令客戶滿意以及探求新的旅行構思。
- **秉持良好商業操守，構建客戶信心。**本集團透過秉持良好商業操守，維持客戶對本集團的信心，從而建立客戶忠誠度及長遠再次光顧的購買力，而非以犧牲質量為代價，注重短期成本節約。本集團靈活的定價政策旨在避免可能推高最終旅行費用的隱形成本。例如，本集團一貫於營銷資料中訂明實際旅遊價格，而非以最低旅遊價格吸引客戶；若客戶已就某次旅行簽約，而該次旅行的價格之後有所下降，本集團的政策是主動向該客戶退還差價。若旅遊項目中指定的酒店已訂滿（該情況間或發生，且並非本集團的過失），本集團的政策是盡最大努力根據客房價格安排其他同等或更高標準的酒店住宿。
- **多元化產品及服務。**為吸引新的客戶及再次光顧客戶，本集團亦重視所提供產品及服務的多元性。執行董事及旅行主管經常前往各目的地進行實地考察並研究新的旅行構思及活動，將之納入本集團的旅遊項目。本集團密切觀察市場趨勢，並開發旅遊項目，以滿足客戶需求及喜好的變化。本集團在旅遊產品開發方面擁有成效卓越的往績記錄，例如竭力向客戶提供獨特及全新體驗的主題旅遊。此外，於二零一一年，本集團推出前往日本的婚紗攝影及結婚旅遊，結合旅行安排，增加如佈置婚禮現場以及場地預訂、婚宴及婚紗攝影等附加服務。本集團亦已為日本旅遊專門安排到達日本目的地的包機航班，如二零一三年到達鳥取及長崎。同時，本集團於二零一四年推出前往日本九州的七星級火車尊列旅遊項目，專門為本集團的旅行團提供服務。本集團亦與一間租車服務供應商合作，為日本自駕遊提供租車服務。透過提供齊全的長線及短線旅遊，本集團可吸引喜好及需求各異的客戶。

## 業 務

本集團相信，本集團穩定的服務質素及齊全的旅行產品使客戶再次光顧率處於高水平。於二零一一年、二零一二年及二零一三年，分別約28.6%、29.5%及29.0%的客戶是過去兩年曾購買本集團旅行團或自由行產品的再次光顧客戶。本集團相信，持續挽留客戶對本集團維持穩定的客戶群及支持增長非常重要。

### 穩健的經營及高效管理系統作為未來增長的平台

本集團認為，本集團穩健的經營及高效的銷售網絡有利於本集團取得規模經濟，提升盈利能力及建立可擴展的業務模式。本集團穩健及高效的經營系統主要包括以下方面：

- **集中採購及與供應商之間的穩固關係。**本集團集中採購旅遊元素，如機票、酒店房間、汽車以及總部的其他供應品。由於本集團對該等項目需求龐大，並與供應商建立了良好的合作關係，本集團在向供應商爭取具有競爭力的價格時通常處於有利地位。這些因素令本集團得以構建更具吸引力的旅遊計劃以供客戶選擇，並能提高本集團旅行產品的盈利能力。
- **多渠道及具成本效益的銷售網絡。**本集團的多渠道銷售網絡包括香港及澳門分別位於策略性位置的七家及一家分行、電話銷售中心及網上銷售平台，成為推廣及銷售產品及服務的便捷而具成本效益的渠道。本集團相信，憑藉強勁的品牌知名度及客戶對本集團的信心，且考慮到香港的物業租賃成本較高，本集團無須依賴開設大量分行來獲取業務。本集團能夠有效利用位於策略性位置的各分行的集中網絡、本集團的電話銷售中心及網上銷售平台以滿足往績記錄期間不斷增長的業務需求。本集團相信，具有成本效益的多渠道銷售網絡有助本集團擴大接觸客戶的範圍，令客戶的預訂過程更便利。

### 卓越的前線管理

- **支援充足的領隊。**本集團一直致力令客戶稱心滿意。為使領隊能夠即時滿足客戶在旅遊過程中的需求，本集團制定內部營運程序，指派本集團的後勤人員在啟程之前及旅遊期間處理所有旅遊必要事項，例如準備行程及客戶名牌，確認酒店、餐廳及陸路運輸安排。若在出境遊期間發生緊急事件，本集團將根據標準程序，由總部經驗豐富的員工幫助領隊處理相關情況，避免領隊承受不必要的工作壓力，使領隊能夠將所有精力投入客戶服務中。
- **高效及定期員工培訓及獎勵計劃。**本集團向其員工提供劃一而全面的培訓與指引，尤其是前線銷售代表及領隊，使他們具備必要的技能，並向彼等灌輸本集團「密切關注個別客戶的喜好及需求」的理念。為激勵本集團的員工士氣及吸引新人才，本集團為員工提供具吸引力的薪酬、員工評估制度及前景廣闊的晉升道路，藉以提升他們的士氣及對本集團的忠誠度（包括為所選的員工提供日本培訓計劃）。為招聘合資格人員，本集團自二零零九年啟用人才培養體系，招聘合適的大學畢業生加入本集團，並為彼等提供培訓及具吸引力的工作機會。有關詳情，請參閱本節下文「僱員」一段。



## 業 務


經驗豐富及敬業的管理層團隊在高效領導及執行方面擁有可靠的往績記錄，於本集團平均擁有逾10年相關經驗

本集團創辦人袁先生、品牌代言人禰先生及執行董事梁先生及李女仕均擁有逾30年旅遊行業經驗，包括擔任香港旅客日本遊及日本旅客香港遊領隊的豐富經驗，且已與眾多業務合作夥伴建立密切的關係。主席袁先生獲日本十個縣和市委任為觀光大使，並獲《資本》雜誌表彰為資本傑出領袖2013。禰先生是韓國觀光公社香港辦事處促進韓國旅遊顧問委員會的榮譽顧問。此外，本集團已打造一隊忠誠、經驗豐富、能力卓越，且擁有出色往績的高級管理層團隊，以及一隊幹勁十足且訓練有素的前線員工。本集團的高級管理層於本集團平均擁有逾10年相關經驗。更多有關董事及高級管理層的資料，請參閱「董事及高級管理層」一節。

### 業務策略

本集團致力成為香港領先的旅遊營運商及旅行服務供應商。本集團擬透過實施以下策略實現此目標：

#### 透過策略性營銷，繼續提升品牌

本集團的管理理念是透過強大的品牌形象，堅持以客戶的最佳利益為重，由始至終貫徹該目標，這對本集團的成功至關重要。本集團將繼續推廣本集團聲譽卓著及屢獲殊榮的「東瀛遊EGL Tours」品牌，以提升品牌知名度及意識。本集團的主要營銷及推廣措施包括下列各項：

- **提升本集團的品牌形象。**作為全方位品牌營銷策略，本集團會繼續秉持「以誠為本、以客為尊、不斷提高優質服務」的企業理念，將品牌形象打造為值得信賴及優質的旅行代理商。本集團將繼續通過傳統媒體渠道（如電視廣告、電視旅行節目贊助以及定期的報章及雜誌廣告）以及在本集團總部舉辦旅行研討會，開展本集團的綜合營銷計劃。本集團相信，於[編纂]後，[編纂]公司的身份將進一步提升本集團的品牌形象，以及客戶及業務合作夥伴對本集團的信心，從而促進本集團在香港及澳門以外地區的營運及擴張。
- **發展標誌性旅遊及產品以提升本集團旅行團的受歡迎程度。**本集團將繼續以本集團的品牌代言人發展及主推本集團的標誌性旅遊及產品，如本集團執行董事禰先生主持的高端美食旅遊，本集團認為，於往績記錄期間，該等標誌性旅遊及特色產品成功令本集團的品牌知名度及旅行團的受歡迎程度提升。本集團擬透過媒體宣傳活動推廣該等產品。
- **強化並鞏固會員制度。**本集團計劃強化本集團VIP會員制度下的各種營銷措施，以提高客戶的忠誠度以及吸引新客戶，尤其是高消費客戶。目前，擁有本集團會員身份的客戶每次均可以折扣價購買本集團的旅遊產品。本集團正在考慮與其他商家洽談更多新安排，以便本集團的會員可以在其商店享受折扣及／或獎勵積分。此外，本集團會定期分析客戶的消費模式及喜好，並根據有關分析開發出迎合客戶喜好的產品及進行有針對性的產品推廣。

## 業 務

### 透過改善銷售渠道，提升銷售額

本集團擬透過改善網上銷售平台及改善分行擴大客戶範圍。

- **進一步開發網絡及流動銷售平台。**本集團計劃開發一個配備完整網上預訂系統的全面門戶網站，該網上預訂系統將提供齊全的旅行產品及服務，可供用戶選購機票、酒店住宿、自駕遊產品、交通支援及旅行團等項目，並提供即時確認及網上支付功能。本集團亦計劃修改本集團的流動網站，以支援旅行產品及服務（例如餐廳預訂及／或主題樂園門票預訂）實時購買及電子付款通道。
- **翻新分行。**本集團計劃分階段翻新或修整本集團的現有分行，以提高營運效率及優化客戶到訪分行時的體驗。

### 繼續加強營運系統，實現可持續增長

本集團相信，本集團可通過繼續改善營運系統及流程進一步提高本集團旅行產品及服務的盈利能力。

- **增加包機航班使用率。**作為本集團(i)提高旅遊安排靈活度（尤其是在旺季），(ii)確保本集團可預訂航班座位的穩定性，以及(iii)開發前往較不常見的新目的地的旅行團的其中一項措施，本集團計劃為航班不多的目的地增加包機安排。本集團相信，使用包機將提升本集團的品牌形象。
- **擴大旅遊地接營運。**由於本集團直接營運所有的旅遊地接服務活動，一般而言，本集團日本旅遊的利潤率較高。此外，本集團相信，透過直接開展旅遊地接營運實施更嚴格的質素控制，能夠提升服務質量及客戶滿意度。本集團擬憑藉在直接開展日本旅遊營運方面的經驗，逐漸參與更多日本以外目的地的旅遊項目地接活動。本集團將利用內部資源實現該目的。
- **繼續招募經驗豐富的優秀員工。**本集團將繼續吸引及招聘合適的僱員加入本集團的行列，尤其是經驗豐富及高質素的領隊、銷售代表及營運管理方面的其他人才。本集團亦將透過向員工提供基於表現而釐定的報酬待遇、在職培訓及工作機會，繼續保留、培訓及激勵本集團敬業的人才團隊。
- **改善資訊科技系統。**本集團現正致力改善資訊科技系統，以提高業務營運的效率，並促進高效營運及就本集團旅遊及產品靈活定價。本集團計劃落實企業資源規劃系統，以管理供應鏈、分行業務營運、人力資源及整體業務營運的財務及成本控制。本集團亦計劃加強本集團中央預訂系統的功能及與第三方網上預訂系統的連接，並進行升級，為銷售員工提供相關客戶私人資料，藉以在各分銷渠道提供更個人化及貫徹一致的客戶互動體驗。

### 透過擴充旅行產品及服務供應範圍，增加市場份額

本集團擬透過擴充旅行產品及服務增加本集團於香港及澳門的市場份額。本集團不斷評估策略上適合現有業務的新構思，以擴充向客戶提供的產品及服務，如前往日

## 業 務

本新旅遊目的地的旅遊項目。本集團擬緊貼客戶喜好開發多元化及靈活多變的產品及服務並專注於提供針對個人定制的產品及服務。個人定制產品及服務乃以本集團對客戶需求的深入瞭解及更高的客戶參與度為基礎，包括結婚旅遊、邀學團及教育旅遊、體育賽事旅遊、奢華火車旅遊、美食旅遊及其他主題旅遊。此外，本集團計劃發展海外婚慶服務業務。本集團相信，以更多定制產品擴充旅行產品及服務種類可擴大本集團的客戶基礎，並改善業務的整體表現。

### 通過僱用當地旅行代理商推廣及銷售本集團產品，藉以進軍中國市場

根據二零一三年中國統計年鑒，中國非公幹出境遊客數目自二零零八年的40,100,000人次增至二零一二年的77,100,000人次，複合年增長率約為17.7%。根據中國國家旅遊局公佈的資料，旅行代理商市場高度分散，於二零一三年十二月二十四日，在中國提供出境遊產品及服務的旅行代理商有2,151間，其中251間位於廣東省。

憑藉本集團的強勢品牌形象進軍中國巨大的旅遊市場，本集團將與廣東省城市（如深圳、中山和珠海）當地的旅行代理商合作，從而推廣及銷售本集團的旅行產品（惟須遵守相關中國法律及法規），尤其是本集團的日本旅行團（從香港或中國出發，由操普通話的領隊帶團）。就本集團徵詢彼等對日本旅遊目的地的看法的調查問卷及對本集團旅遊產品的銷售預測，本集團近日已收到廣東省六間旅遊公司的書面回覆。

鑒於中國出境遊客數量持續增加及從廣東省內當地旅行代理商收集的初步回應，本集團相信，中國旅遊服務市場具有巨大潛力。本集團可利用該等所選業務夥伴已有的營運來推廣本集團的產品，而不會產生開設中國分行的開支。因此，我們預計進軍中國市場不會產生任何重大成本，在任何情況下我們的內部資源均可輕鬆提供資金。

本集團將謹慎選擇往績良好、具有可觀業務規模及完善銷售網絡的當地旅行代理商。本集團的初步目標是在二零一五年下半年開始該業務的營運。任何來自相關當地旅行代理商以人民幣計值的款項將通過銀行匯款及支票（記錄相關交易）進行付款。據中國律師告知，董事已知悉相關中國旅行代理商對匯款的限額並不適用該等屬貿易性質的交易。基於上述理由，董事預期該等匯款不會遭受任何法律障礙。有關本集團進軍中國市場的風險，請參閱「風險因素」一節「本集團計劃於中國市場的擴張面臨若干額外風險」。

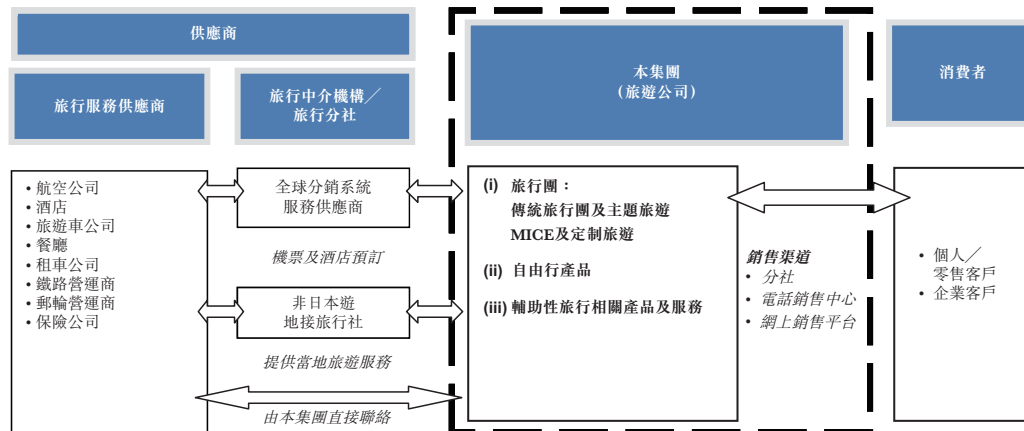
### 用於本集團策略的[編纂]所得款項

關於[編纂]所得款項（預期將用於落實若干上述策略），請參閱「未來計劃及所得款項用途」，本集團將利用內部資源落實其他策略。

## 業 務

### 本集團的業務模式

本集團主要從事旅行團及自由行產品的設計、開發及銷售，以及提供輔助性旅行相關產品及服務。本集團旅行團主要包括傳統旅行團以及主題旅遊、MICE旅遊及定制旅遊（針對有特別要求的客戶）。本集團亦於香港及澳門營運入境遊。本集團自由行產品分部設計及供應自由行產品，包括僅預訂航班、僅預訂酒店及航班加酒店套票。此外，本集團亦提供若干輔助性旅行相關產品及服務。本集團透過由香港的七間分行、澳門的一間分行、本集團電話銷售中心及網上銷售平台組成的多種銷售渠道推廣及出售本集團的產品及服務。



### 澳門業務營運

與本集團於香港的主要業務營運相似，本集團於澳門的分行是本集團香港營運部提供的出境遊及自由行產品的銷售渠道，同時提供由澳門出境的若干旅遊及自由行產品。於二零一一年、二零一二年、二零一三年以及二零一四年上半年，本集團澳門分行產生的收益分別為104,100,000港元、109,100,000港元、129,800,000港元及51,700,000港元，分別佔本集團於相關期間收益的8.4%、8.0%、7.9%及6.7%。

### 本集團的產品及服務

本集團的產品及服務包括三大部分：(i)旅行團；(ii)自由行產品；及(iii)輔助性旅行相關產品及服務。下表載列本集團於相關期間按業務分部劃分的收益明細：

收益	截至十二月三十一日止年度						截至六月三十日止六個月			
	二零一一年		二零一二年		二零一三年		二零一三年		二零一四年	
	金額	貢獻	金額	貢獻	金額	貢獻	金額	貢獻	金額	貢獻
	千港元	%	千港元	%	千港元	%	千港元	%	千港元	%
旅行團	1,154,513	92.6	1,252,821	91.8	1,498,836	91.0	661,184	91.1	702,283	90.9
自由行產品 <sup>(1)</sup>	44,728	3.6	56,701	4.2	75,725	4.6	33,391	4.6	33,513	4.3
輔助性旅遊相關服務及產品	47,448	3.8	55,083	4.0	72,612	4.4	30,812	4.3	36,604	4.8
總計	<u>1,246,689</u>	<u>100.0</u>	<u>1,364,605</u>	<u>100.0</u>	<u>1,647,173</u>	<u>100.0</u>	<u>725,387</u>	<u>100.0</u>	<u>772,400</u>	<u>100.0</u>

附註：

- (1) 自由行產品產生的收益乃按淨額基準確認，這是由於本集團以代理商的身份提供服務，並僅負責安排預訂機票及住宿。有關出售自由行產品的收益總額，請參閱「財務資料－節選損益表項目說明－收益－自由行產品」下的表格附註(1)。



## 業 務

有關本集團各業務分部的收益、毛利及毛利率的進一步討論，請參閱「財務資料－節選損益表項目說明」一節。

### I. 旅行團

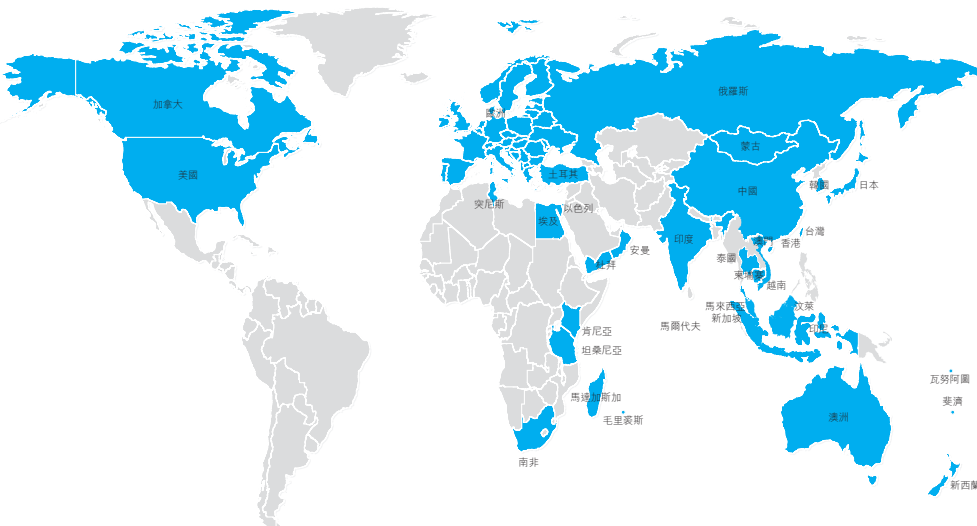
本集團的主要業務是營運出境旅行團，其中航班、酒店、飲食及換乘等旅遊元素均以組合形式出售，而旅行團在旅遊過程中通常會由領隊陪伴。本集團堅信，本集團已通過貫徹追求旅遊安全、服務質素及注重客戶體驗而為旅行團樹立良好聲譽。本集團亦於香港及澳門經營若干入境遊。

#### 出境遊

於往績記錄期間，本集團提供一系列全面的出境旅行團，覆蓋逾60個國家的逾250個城市。於二零一一年、二零一二年、二零一三年及二零一四年上半年，本集團分別組織7,486、7,508、7,457及3,687次出境遊，各期間的遊客數量分別為182,850、175,840、188,499及90,648人次。

#### 本集團出境遊目的地

於往績記錄期間，以收益計，日本、韓國、台灣、馬來西亞及新加坡以及中國為本集團旅遊中五個最受歡迎的地區。有關本集團於往績記錄期間按地區分部劃分的旅遊產生的收益明細，請參閱「財務資料－節選損益表項目說明－收益－旅行團」一節。以往，本集團注重日本遊的銷售，本集團認為這一直是本集團的專長。於二零一一年、二零一二年、二零一三年及二零一四年上半年，本集團來自銷售日本遊的總收益分別佔本集團旅行團總收益的42.3%、44.3%、54.9%及53.5%。下圖載列本集團於往績記錄期間的出境遊目的地。



附註：本集團歐洲（俄羅斯除外，上圖單獨標註）出境遊國家包括：阿爾巴尼亞、奧地利、比利時、波斯尼亞、保加利亞、克羅地亞、捷克、丹麥、芬蘭、法國、德國、直布羅陀、希臘、匈牙利、意大利、列支敦斯登、馬其頓、馬爾他、摩納哥、蒙特內格羅、荷蘭、挪威、波蘭、葡萄牙、羅馬尼亞、聖馬力諾、塞爾維亞、斯洛伐克、斯洛文尼亞、西班牙、瑞典、瑞士、英國及梵蒂岡。



## 業 務

### 本集團出境旅行團的類型

本集團的出境旅行團可分類為(i)傳統旅行團；(ii)主題旅行團，包括婚紗攝影及結婚旅遊、體育賽事旅遊、美食旅遊、攝影旅遊及其他主題旅遊；及(iii)MICE旅遊及定制旅遊，包括公司獎勵旅遊及遊學團等。本集團來自主題及MICE旅遊的收益由二零一一年的65,800,000港元增加至二零一三年的111,400,000港元，複合年增長率為30.2%。本集團相信，本集團主題及MICE旅遊擁有巨大增長潛力。詳情請參閱「行業概覽－香港及澳門旅遊服務業競爭分析－機遇」一節。

下表載列有關本集團旅行團的若干主要資料：

	傳統旅行團	主題旅遊	MICE及定制旅遊
特點	<ul style="list-style-type: none"> <li>預先安排一般旅遊元素的旅遊項目，包括航班、住宿、餐飲及當地交通及景點</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>預先安排特別主題及旅遊元素的旅遊項目</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>以客戶的需求為準設計的更為靈活的旅遊項目，以迎合他們的特殊需求或喜好</li> </ul>
目標客戶群	<ul style="list-style-type: none"> <li>一般零售客戶</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>主要為高收入人群或旅行愛好者，尤其是有特殊興趣要求的客戶</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>希望在旅行中加入特殊要求或項目的客戶</li> </ul>
主要旅遊	<ul style="list-style-type: none"> <li>日本、韓國、台灣、馬來西亞、新加坡及中國旅遊</li> <li>郵輪旅遊</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>婚紗攝影及結婚旅遊</li> <li>美食旅遊</li> <li>體育賽事旅遊（如馬拉松及單車旅遊）</li> <li>風景攝影旅遊</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>遊學團及教育旅遊</li> <li>公司獎勵旅遊</li> </ul>
二零一三年旅遊項目數目	6,984	58	415
旅遊時長	一般為1至14天	一般為4至9天	一般為1至12天
本集團於往續紀錄期間每次旅遊出行人數	一般15至35人	一般13至42人	取決於客戶的需求，最多172人

## 業 務

下表載列本集團於往績記錄期間按類別劃分的旅行團銷售收益明細：

	截至十二月三十一日止年度						截至六月三十日止六個月			
	二零一一年		二零一二年		二零一三年		二零一三年		二零一四年	
	收益	貢獻	收益	貢獻	收益	貢獻	收益	貢獻	收益	貢獻
	千港元	%	千港元	%	千港元	%	千港元	%	千港元	%
旅行團	1,088,717	94.3%	1,165,282	93.0%	1,387,415	92.6%	602,747	91.2%	637,966	90.8%
MICE旅遊	56,121	4.9%	75,670	6.0%	87,332	5.8%	50,570	7.6%	51,795	7.4%
主題旅遊	9,675	0.8%	11,869	1.0%	24,089	1.6%	7,867	1.2%	12,522	1.8%
總計	<u>1,154,513</u>	<u>100.0%</u>	<u>1,252,821</u>	<u>100.0%</u>	<u>1,498,836</u>	<u>100.0%</u>	<u>661,184</u>	<u>100.0%</u>	<u>702,283</u>	<u>100.0%</u>

### 入境遊及一日遊

本集團亦經營海外旅客（主要來自日本）前往香港及澳門的入境遊。於往績記錄期間，入境遊及一日遊產生的收益不足本集團同期收益的3%。儘管其在本集團收益中所佔比例相對較小，本集團將繼續提供入境遊，以維持與日本的旅行代理商及其他旅行服務供應商的業務關係。

## II. 自由行產品及套票

憑藉本集團的品牌形象、經驗以及與供應商的穩固關係，本集團亦出售自由行產品及套票，如僅預訂航班及僅預訂酒店，客戶可單獨購買亦可作為航班加酒店組合套票購買。就本集團自由行套票而言，本集團一般將來自航空公司、酒店及其他供應商的不同旅遊元素組合在一起並向客戶出售套票。就自由行產品而言，本集團客戶可享受無領隊的靈活、獨立、自由旅遊。本集團亦銷售由航空公司提供的航空套票，該等航空套票將精選的酒店與航空公司本身的航班組合在一起。

本集團相信，藉助直接營運經驗以及與日本酒店的穩固關係，本集團於日本自由行產品方面具備特殊優勢。這令本集團能夠以具競爭力的價格於自由行產品中加入優質酒店（通常由本集團經調查及實地考察後選出）的住宿選擇。於往績記錄期間，本集團自由行產品逾50%為前往日本。有關本集團於往績記錄期間自由行產品按地區劃分的收益明細，請參閱「財務資料－節選損益表項目說明－收益－自由行產品」一節。

## III. 輔助性旅行相關產品及服務

除提供旅遊及自由行產品外，本集團亦提供綜合旅行相關產品及服務，一般旨在為客戶提供便利，並在客戶報名參加本集團旅遊或購買自由行產品時向彼等推銷。本集團輔助性服務包括入境遊的交通安排服務（包括火車、旅遊車及機場快線預訂、日本租車服務（透過本集團與一間租車服務供應商的安排）、門票銷售、旅行保險服務及在本集團的入境遊旅遊車上零售紀念品、禮品及食品以及旅行簽證申請服務。

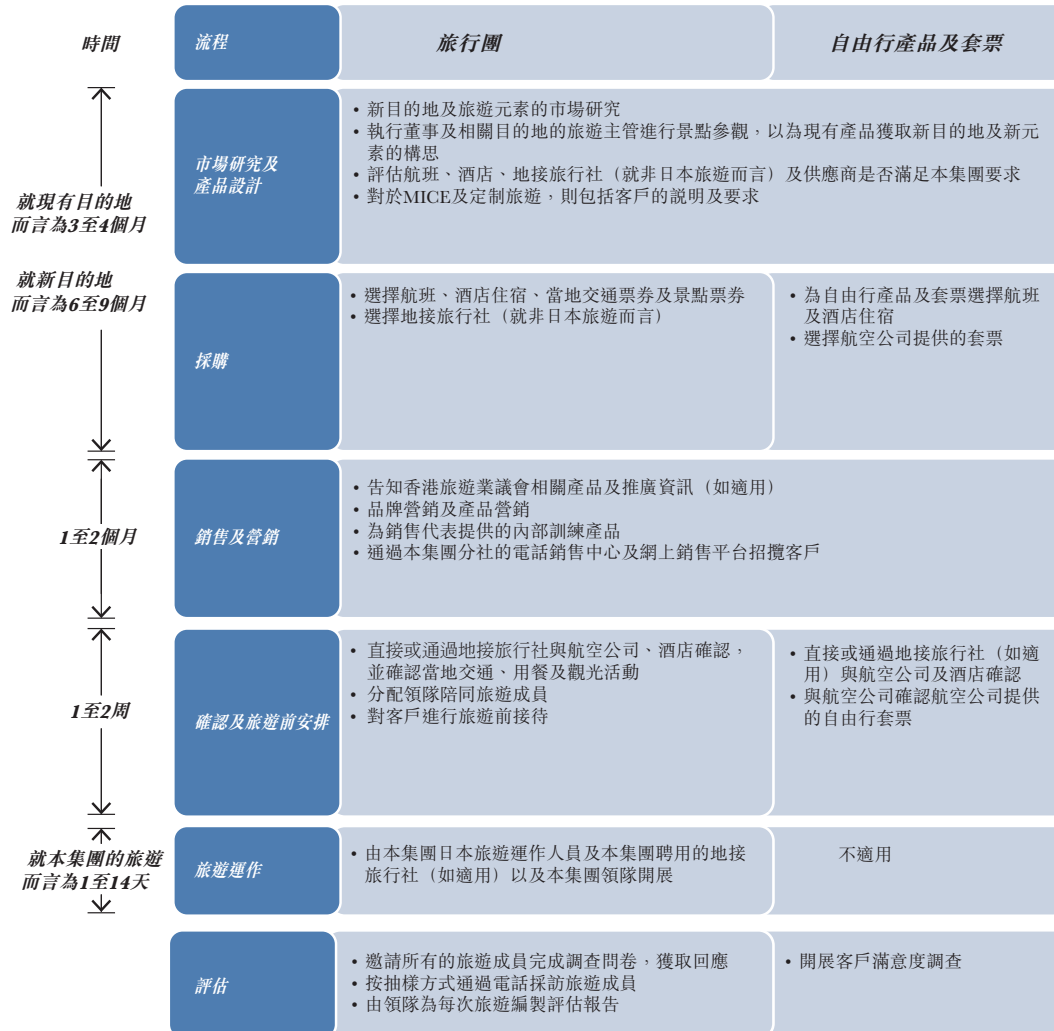
為確保旅行體驗無憂，本集團向旅遊客戶出售由一間國際保險公司承保的定制保險計劃「EGL至尊全球旅遊保險」，並從保險公司收取佣金。

## 業 務

此外，於往績記錄期間，就日本遊而言，本集團領隊向旅遊成員銷售紀念品及食品（貨源來自位於日本的若干供應商）。本集團向領隊收取銷售所得款項，並向紀念品及食品供應商提供匯款服務，以收取手續費。

### 本集團的營運

下圖顯示本集團旅遊及自由行產品分部的典型營運流程。



## 業 務

### 產品研發及旅遊安排

#### 市場研究及景點參觀

執行董事袁先生、禰先生及梁先生以及旅遊主管不時前往新的及現有目的地視察，以物色新的旅遊目的地、新的旅遊景點及旅遊元素，例如本集團旅遊或自由行產品內包含的新酒店。本集團的領隊亦為該流程提供有價值的意見。本集團會考慮多項因素，包括市場趨勢、客戶對旅遊項目的回應，以及符合本集團質素標準的航班、地接旅行社及酒店的供應情況。本集團一般期望每隔數月通過新路線、新主題（如目的地的本土節日）或新活動推出新的旅行團。對於自由行產品，本集團通過研究客戶的購買模式安排酒店及開發自由行套票，以配合客戶不斷轉變的喜好。

#### 旅遊規劃及安排

本集團的出境遊營運部會與航空公司聯絡以查看航班可否預訂，並會就選擇住宿、地接旅行社（就非日本境內旅遊而言）、陸地交通及餐廳制定詳細計劃，並繼續監察機票及酒店住宿的供應情況。

本集團出境遊營運部及產品開發部將編製行程並關注營運細節，以規劃好旅遊安排。

就本集團MICE旅遊而言，本集團MICE旅遊部門將在旅行目的地、航空公司、酒店、領隊要求及豪華級別等方面滿足本集團客戶的要求及喜好，並將所需的旅遊元素歸納成一項規劃縝密的行程。

#### 旅遊前營運

旅遊預訂通常於出發日期前一週左右確認。本集團要求客戶在相關旅遊項目確認後支付全部款項。就日本旅遊而言，本集團日本旅遊營運部將直接安排及預訂住宿、當地交通、餐飲及當地景點的門票。就非日本旅遊而言，本集團將與負責目的地旅遊安排及運作的地接旅行社溝通。有關詳情請參閱本節下文「供應商」一段。

#### 旅遊營運

就日本旅遊而言，本集團直接開展旅遊營運，包括安排酒店、當地交通、餐飲及觀光活動。就非日本旅遊而言，此等旅遊元素通常在考慮本集團從先前實地考察得出的意見及建議後，由本集團提前確定並由當地地接旅行社安排，或直接或由當地地接旅行社確定及安排。

本集團僱用的領隊將在整個旅遊過程中服務及帶領旅遊團，並負責服務客戶及保證服務質素令客戶滿意。本集團領隊並無就旅遊期間提供的服務從本集團或遊客獲得酬金。但其可於旅遊結束時自願接受遊客給予的酌情酬金。董事確認，上述領隊的酬金安排符合香港行業慣例。而且，董事從日本法律顧問獲悉，本集團領隊於往績記錄期間為日本旅行團提供的導遊服務並無違反日本任何相關法律法規，彼等並無獲得來自本集團的薪酬，僅於旅遊結束時接受遊客自願給予的酌情酬金。



## 業 務

為達到本集團的服務標準，本集團的領隊通常獲提供最新的必要培訓。例如，本集團日本旅遊的領隊對日本文化、習俗、旅遊景點及觀光勝地的資訊有充分的瞭解。作為旅遊活動的一部分，尤其就日本遊及入境遊而言，本集團可安排旅遊團在目的地參觀由獨立第三方經營的禮品店，這可能令本集團客戶感興趣。本集團通常按銷售所得款項的百分比或遊客的數目收取佣金，於二零一一年、二零一二年、二零一三年及二零一四年上半年合共分別收取7,000,000港元、5,700,000港元、3,900,000港元及2,100,000港元。關於該等佣金的會計處理，請參閱「財務資料－關鍵會計政策、估計及判斷－收益確認」一節。

### 銷售

#### 定價政策

對於旅行團，本集團一般基於旅遊元素的成本確定旅遊價格，同時考慮本集團的競爭對手提供的類似旅遊的價格以及市場需求。若干旅遊元素由本集團的海外業務夥伴提供，而該等成本須以外幣結算。因此，於釐定旅遊團價格時，本集團會在將成本換算成港幣時按照現行匯率對該等旅遊元素成本增加3%的利潤率，以在進行下一輪價格檢討之前緩解匯率變動帶來的不利影響。對於本集團的日本旅遊團，本集團通常每週進行一次價格檢討，而對於非日本旅遊團，本集團每兩週進行一次價格檢討。旅行團價格亦取決於本集團客戶的實際需求及臨近離境日期的參團情況。

旅遊的價格必須在首次推出市場時通告香港旅遊業議會並經其審批。然而，本集團將不會對已參團客戶作出任何旅遊價格的上調。反之，倘客戶參團後旅遊價格下降，本集團會主動向客戶退還差價。本集團相信，此浮動定價政策為本集團實現更高的靈活度，令本集團的旅行團及產品更具競爭力。對於MICE及公司旅遊，本集團基於相關旅遊元素及客戶的具體要求以及合理的銷售利潤確定價格，同時考慮其他營銷考慮事項，包括與相關客戶的業務關係及未來的業務潛力。

對於自由行產品，本集團一般根據成本加成模式進行定價，同時考慮其他相關因素，包括競爭對手提供的類似產品價格，以及該等產品的市場需求。

就輔助性旅行相關服務而言（如旅遊簽證申請服務），本集團通常會根據香港旅遊業議會在其指引中設定的推薦服務費向客戶收取服務費。就其他輔助性旅行產品而言，本集團通常按成本加成基準出售。就向日本的紀念品及食品供應商提供的匯款服務，本集團按固定比例或固定單位費用收費（取決於產品）。本集團亦就銷售保險商的保險產品收取佣金。

## 業 務

### 銷售渠道

本集團已建立一個包括本集團分行、電話銷售中心及網上銷售平台在內的多渠道分銷系統。下表載列本集團於所示期間銷售渠道所得收益的明細：

	截至十二月三十一日止年度						截至六月三十日止六個月			
	二零一一年		二零一二年		二零一三年		二零一三年		二零一四年	
	千港元	%	千港元	%	千港元	%	千港元	%	千港元	%
分行	771,763	61.9	857,037	62.8	1,059,769	64.3	459,711	63.4	482,081	62.4
電話銷售中心及 網上銷售平台	332,784	26.7	361,758	26.5	431,640	26.2	189,280	26.0	206,445	26.7
其他 <sup>(1)</sup>	142,142	11.4	145,810	10.7	155,764	9.5	76,396	10.6	83,874	10.9
	<u>1,246,689</u>	<u>100.0</u>	<u>1,364,605</u>	<u>100.0</u>	<u>1,647,173</u>	<u>100.0</u>	<u>725,387</u>	<u>100</u>	<u>772,400</u>	<u>100</u>

附註：

- (1) 其他包括向公司客戶直接銷售MICE產品、向其他旅行代理商銷售自由行產品及來自供應商的佣金回扣。

### 分行

於最後實際可行日期，本集團於香港擁有七間分行，分別位於旺角、銅鑼灣、沙田、荃灣、屯門、尖沙咀及元朗，並有一間澳門分行。分行銷售代表負責通過營銷手冊進行視覺營銷及推廣最新優惠活動。彼等亦會回答客戶的查詢、進行預訂及根據客戶的具體需求及喜好選擇合適的旅遊。連接至本集團中央預訂系統的電腦終端可供本集團銷售代表查看旅行團是否有位，並作出預訂。

### 電話銷售中心和網上資訊及銷售平台

本集團香港及澳門電話銷售中心的銷售代表負責回答客戶的查詢，並透過熱線進行預訂。本集團電話銷售中心的營運方式與分行相似，是具高成本效益的銷售渠道。

本集團的官方企業網站 ([www.egltours.com](http://www.egltours.com)) 亦作為一個營銷平台向客戶推廣本集團產品並提供資訊。本集團於本集團網站上定期更新旅遊產品資訊及優惠活動。本集團網站亦載有一系列熱門旅行目的地的旅遊資訊，可全天候服務潛在客戶，是具成本效益的平台。

### 客戶付款

本集團一般要求客戶在登記時支付訂金，並在啓程日期前一至三周左右結清所有款項。應付訂金數額一般介乎300港元至6,000港元之間，取決於相關旅行類型及是否旺季。本集團接受現金、電子支付系統或信用卡付款以及透過香港普遍接受的電話及網上賬單支付系統PPS轉賬系統等網上電子支付系統作出的付款。若客戶決定取消旅程，將視乎取消日期距離啓程日期的時間長短，收取介乎訂金金額與旅遊全部成本之間的取消訂單費用。

## 業 務

對於自由行酒店預訂，則取決於不同酒店營運者的慣例以及是否旺季，客戶可能須支付訂金或全額支付房費。如僅預訂機票，本集團將即時向客戶確認是否有機位，並要求客戶於航班座位確認時支付全部費用，然後才出票。

### 季節性

本集團的收益因旅遊業的固有特性而有季節性波動，因此旅行團、自由行產品及輔助性旅行產品及服務的銷售在春節、復活節、暑假及聖誕節等節假日期間通常較高，而在非旅遊旺季通常較低。

詳情請參閱「財務資料－影響本集團經營業績及財務狀況的重大因素－季節性」一節。

### 營銷及推廣

本集團相信，專注於旅遊及服務質素有助建立品牌形象，因此，本集團並無產生重大營銷開支。本集團採納有效且策略性的推廣策略，以期提升品牌知名度及客戶對本集團旅行產品的興趣。於二零一一年、二零一二年、二零一三年以及二零一四年上半年，本集團的廣告及推廣相關費用分別為14,700,000港元、13,800,000港元、17,800,000港元及9,100,000港元。

本集團的營銷及公關部負責開展市場研究、媒體規劃、制定營銷策略及透過多個渠道推廣本集團的品牌及產品：

#### (i) 媒體廣告

本集團透過選定的媒體渠道宣傳本集團的品牌和產品：

- **電視**：本集團已投放電視廣告，並贊助在一個主要電視頻道播放的電視旅遊節目。電視廣告極為有效，能使本集團品牌接觸大量香港、澳門及中國消費者。
- **報章及雜誌**：本集團在流行報章上投放廣告，以提供有關本集團最新產品及優惠的資訊，並安排在報章及生活時尚與旅遊雜誌上刊登有關特色主題旅遊的專題文章。
- **戶外展示**：本集團策略性地使用戶外廣告牌、標誌以及公共交通工具廣告及影片接觸本集團的目標客戶群。
- **網絡及流動營銷**：本集團透過公司網站、橫額廣告、改善本集團在主要搜索引擎的網站檢索，以及向現有客戶發送推廣電郵，營銷及推廣本集團的品牌及產品。本集團亦於流行社交網絡（如Facebook）設置本集團的企業專頁，並開發手機應用程式，以進一步接觸年輕一代。

#### (ii) 商品交易會、展覽會及旅行研討會

本集團參與展覽會及商品交易會，以向本集團的零售客戶及企業客戶推廣本集團的產品並提升本集團的品牌知名度。本集團通常（尤其於推出新產品及主題遊之前）於尖沙咀分行舉行旅行研討會，向潛在客戶提供有用的旅遊資訊。

---

## 業 務

---

### (iii) 分行展示

本集團的八間分行均採用寬敞的環境與現代風格的佈局。載有旅遊及產品資訊並配有具吸引力圖片的海報、小冊子及傳單陳列於分行內。

### (iv) VIP會籍制度

為增強客戶忠誠度，本集團設立VIP制度，向曾購買本集團旅遊產品或服務的客戶提供會籍，期限是自購買日期起計兩年。於最後實際可行日期，本集團已擁有340,100名會員。VIP會員可享有特定旅行產品及服務折扣等優惠。

### (v) 與業務夥伴的聯合推廣

本集團已與一間信用卡公司合作建立發行本集團品牌的信用卡。相關信用卡會員可享受會員專屬特權，如分期支付旅行團及自由行產品的費用，以及定期接收本集團特色旅遊及旅行產品的最新資訊。本集團亦與其他信用卡公司向使用相關信用卡購買本集團旅遊產品的客戶提供聯合推廣折扣。

## 企業社會責任

### 對慈善組織及遭受自然災害的城市的捐贈

於二零一一年、二零一二年、二零一三年及二零一四年上半年，本集團已分別向各個社會服務及慈善組織、教育機構以及市政組織及社區基金捐贈約10,000,000港元、400,000港元、680,000港元及零。具體而言，於二零一一年，在日本二零一一年三月的地震及海嘯過後，本集團向日本受災最嚴重的縣區慈善組織及政府捐款。本集團預期將於[編纂]後繼續作出類似捐贈，直至達到上一年溢利的5%，以履行本集團的社會責任。本集團相信，本集團的不懈努力已充分展示企業社會責任意識，而且進一步提升了企業形象。

### 質素控制與客戶服務

本集團致力於為顧客提供高質素的產品及服務，本集團更認為，對質素及顧客滿意度的承諾正是本集團成功的主要因素之一。本集團已實施以下一系列嚴格的質素控制政策。

### 供應商的選擇與質素控制

本集團的執行董事於旅遊行業擁有逾30年經驗，彼等及營運部將按照整套標準供應商管理程序考慮並評估潛在及現有供應商的服務質素、反應速度、完整性、可靠性及價格。

### 地接旅行社的選擇

於選擇地接旅行社時，本集團會考慮地接旅行社的往績記錄及相關經驗、所提供的旅遊元素及價格，以及是否持有相關牌照等因素。另外，本集團的出境遊營運部會實地視察並安排與入圍的地接旅行社會面。相關目的地的旅遊主管將根據實地視察及會面結果，以及彼等各自的行程計劃書選擇地接旅行社。本集團通常為同一目的地選擇多間地接旅行社，以作備用。



## 業 務

### 地接旅行社的質素控制

本集團所有非日本旅遊的地接旅行社均須嚴格遵守議定的行程並根據本集團要求的安全標準及行為準則執行旅遊活動。本集團持續評估地接旅行社的質素。於旅遊過程中，本集團的領隊將監察所安排交通、酒店、餐廳的質素及當地導遊在旅遊過程中的服務質素，確保相關行程及所提供服務的標準符合與客戶協定的行程及條款。如有任何問題，本集團的領隊將與地接旅行社或服務供應商溝通，以解決有關問題。

### 酒店的選擇

本集團極為重視對酒店的選擇，在選擇時考慮的因素包括酒店標準、可供使用的設施及位置。

在日本以外目的地的酒店房間預訂通常由相關地接旅行社根據本集團的指示及質素要求處理，或按MICE旅遊或自由行產品客戶指定的要求處理。對於地接旅行社推薦的任何新酒店，本集團將對酒店進行調查並會進行實地考察以評估其質素。

### 其他供應商及服務供應商的選擇及質素控制

本集團謹慎選擇其他供應商或服務供應商，如接待本集團旅行團的當地交通服務供應商及餐廳，並持續監控彼等的產品或服務質素及獲取客戶的回應。

### 客戶滿意度調查及評估

於每次旅遊結束時，本集團會邀請所有的旅遊參與者填寫詳細的調查問卷，以獲取彼等對旅遊各個方面的回應及整體滿意程度。此外，本集團會隨機挑選若干組旅遊參與者，由客戶服務部進行一次電話訪問，以獲取其對相關旅遊項目的深入評價。

本集團通過調查問卷及電話訪問瞭解顧客對該次旅遊各個方面的回應及滿意程度，包括領隊及司機的表現、行程的吸引力及安排、食物、航班、旅遊車及酒店的質素。客戶的回應是本集團評估領隊表現的重要參考。倘本集團發現某位顧客有任何不滿或收到任何投訴，會對相關旅遊的所有參與者進行問卷調查，以跟進事件並在必要時採取紀律處分。

另一方面，本集團更要求領隊在每次旅遊結束後編寫一份評估報告。該報告須涵蓋所有主要範疇，包括服務供應商的質素、行程及旅行過程中發生的任何特殊事件。來自領隊的負面意見將會盡快由出境遊營運部門跟進。

### 客戶服務熱線

本集團設有客戶服務熱線，並透過網站提供一般查詢服務，以向管理層通報有關產品及服務質素標準的顧客回應。

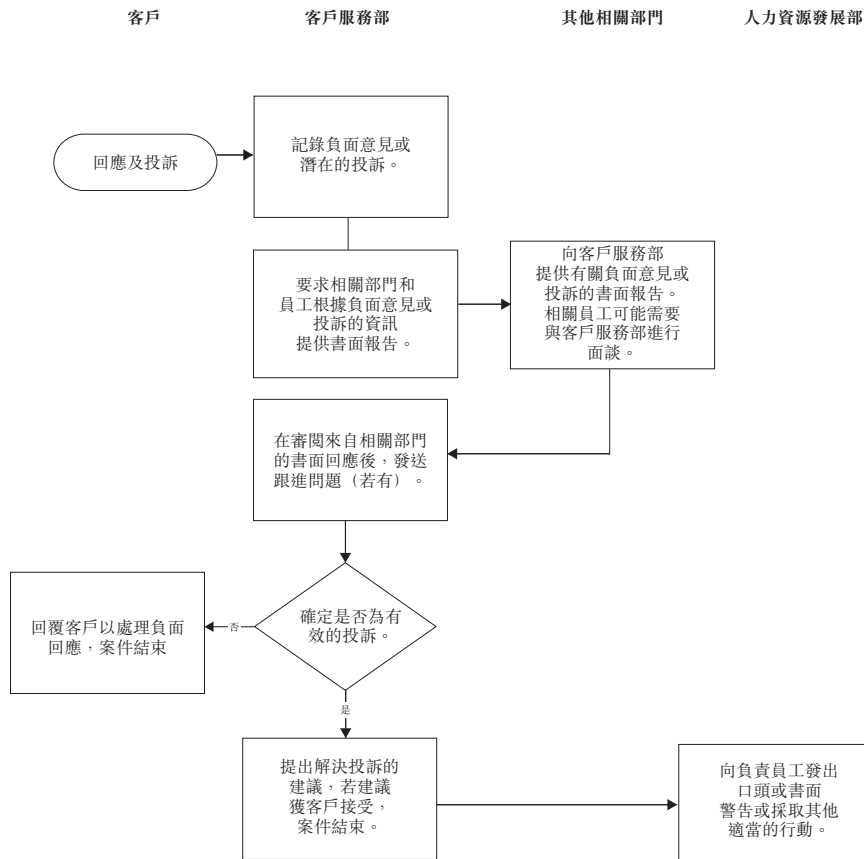
### 投訴處理

本集團嚴肅對待改善顧客的回應或投訴，並將此視為持續改進本集團服務及產品質素的方法。為評估及改善本集團的產品及服務，本集團設有全面的投訴處理程序，包括由客戶服務部持續監察的投訴記錄系統。

## 業 務

本集團的客戶服務部主要負責處理投訴。客戶服務部通常透過本集團的客戶服務熱線、顧客建議表格、本集團的網絡平台及媒體報道收集客戶反映的回應及投訴。根據本集團的顧客投訴處理政策，負面意見及投訴會提交至相關部門進行進一步的處理（若適用）。倘負面意見及投訴獲證實，本集團將採取適當的補救措施（如與相關客戶溝通、提供書面解釋、寄發道歉信或提供現金和解款項），惟須獲管理層批准。本集團的客戶服務部亦會負責編製月度報告，概括收到的新投訴及／或現有投訴的進展情況，並提交執行董事審閱。

以下流程圖顯示本集團一般處理客戶回應及投訴的程序：



## 業 務

基於旅行服務業的性質及客戶對所提供旅行產品及服務的體驗及滿意度的主觀性以及本集團的業務規模（於往績記錄期間為近一百萬名客戶提供服務），本集團偶爾會收到關於旅行團行程、產品或服務的定價、旅行安排錯誤傳達或誤解、領隊服務、交通及酒店住宿安排以及非本集團過失或不足的事宜的負面意見。其中某些負面意見最終會轉變成向相關監管機構作出的投訴。於往績記錄期間，共收到客戶的655項負面意見。下表載列於往績記錄期間的該等負面意見明細：

	截至十二月三十一日止年度			截至 六月三十日 止六個月	合計
	二零一一年	二零一二年	二零一三年	二零一四年	
直接向本集團提出的負面意見	83	198	166	67	514
向本集團及隨後向香港旅遊業議會提出的投訴	8	9	5	2	24
直接向香港旅遊業議會提出的投訴	52	23	21	10	106
直接向澳門旅遊局提出的投訴	-	-	-	1	1
直接向香港消費者委員會提出的投訴	2	-	1	2	5
直接向澳門消費者委員會提出的投訴	2	1	1	1	5
					<u>655</u>

對於在往績記錄期間直接向本集團作出的514項負面意見，(i)29宗個案已解決，涉及現金結算合共約80,400港元；(ii)325宗個案已通過書面道歉解決；及(iii)160宗個案已結案，因為經本集團客戶服務部盡職查詢後確定，該等投訴為非本集團過失或不足的無效投訴。

對於在往績記錄期間向本集團及向香港旅遊業議會提出的24宗投訴，(i)9宗個案已解決，涉及現金結算合共約17,700港元；(ii)8宗個案已通過書面道歉得以解決；及(iii)於最後實際可行日期，7宗個案已通過書面解釋得以解決。

對於在往績記錄期間直接向香港旅遊業議會提出的106宗投訴，(i)2宗個案已解決，涉及現金結算合共約3,400港元；(ii)19宗個案已通過道歉得以解決；及(iii)85宗個案已通過書面解釋得以解決。

於往績記錄期間直接向澳門旅遊局提出的1宗投訴已通過書面解釋得以解決。

對於在往績記錄期間向香港消費者委員會提出的5宗投訴已通過書面解釋得以解決。

於往績紀錄期間直接向澳門消費者委員會提出的全部5宗投訴均已通過書面解釋得以解決。

---

## 業 務

---

董事認為，考慮到本集團的營運規模（於往績記錄期間為近一百萬客戶提供服務），本集團收到的負面意見的數量及性質均不重大。董事認為，投訴在旅行服務業中屬常見，並認為，該等投訴並不表示本集團的產品、服務或內部控制牽涉更大的問題。於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，本集團並無遇到對本集團品牌、業務及經營業績存在任何重大不利影響的客戶投訴。

對於被證實有效的投訴，本集團已採取控制措施防止類似事件在將來再次發生。舉例而言，本集團已指示質素控制職員在執行質素檢查時更注重旅遊元素的相關方面（如酒店住宿、交通、餐飲及地接旅行社）。若收到有關本集團員工的嚴重投訴，本集團人力資源發展部可能會向相關員工發出口頭或書面警告。本集團分行銷售部的總經理助理亦可減少分配予表現欠佳領隊的出境遊數量（若適當）。

### 供應商

於往績記錄期間，本集團的主要供應商為地接旅行社、航空公司及酒店。於二零一一年、二零一二年、二零一三年及二零一四年上半年，本集團向最大供應商（一間航空公司）作出的採購分別佔本集團總銷售成本的14.9%、15.8%、19.8%及19.4%，而本集團向五大供應商作出的採購分別佔本集團於各期間總銷售成本的29.8%、31.2%、34.9%及34.9%。

本集團於往績記錄期間的五大供應商均為與本集團有七年以上業務關係的相關方。據董事所知，於往績記錄期間，概無董事或彼等各自的緊密聯繫人或擁有本集團或本集團任何附屬公司已發行股本5%以上的任何人士於本集團五大供應商中擁有任何權益。於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，概無本集團供應商的任何重大違約導致本集團業務中斷或客戶對本集團提供的旅行產品或服務作出重大投訴。



## 業 務

下表載列與本集團主要供應商的安排及主要服務條款摘要。

供應商	地接旅行社	航空公司	酒店營運商
於往績記錄期間的數目	約81間 為避免依賴，於大部分目的地與多於一間地接旅行社保持關係	約57間	約483間
主要服務協議及條款	通常為標準服務協議，載有詳細的質素及安全標準以及營運商的責任，包括： <ul style="list-style-type: none"> <li>• 維持充足的保額</li> <li>• 處理客戶投訴</li> <li>• 處理事故並向本集團報告</li> <li>• 就違約對本集團造成的損失作出賠償</li> <li>• 不強迫客戶購買或接受額外項目</li> <li>• 不外判予其他營運商</li> </ul>	本集團可能購買個人航班座位，作出團體預訂或包機。購買條款根據航空公司及視乎當時是否為旺季而定	通常會根據銷售量向本集團提供較無預訂散客優惠的價格，部分會提供進一步的折扣或回扣（視乎本集團與相關酒店營運商的關係）
有效年期／終止條款	通常為一年（可予更新）；可因任何違約或通過提前一個月發出的通知而終止		
訂金	取決於與本集團的關係，就非旺季而言通常無需支付訂金	取決於航空公司，可能要求支付訂金或提供銀行擔保，尤其在旺季。需就未使用的座位、團體購買或包機支付全額取消費	可能需於確認後或提前一個月（就旺季而言）支付訂金或全額付款，取決於相關酒店營運商的慣例
支付期限	通常須於收到發票14日內結算。某些營運商對此無要求或向本集團提供特定信貸期	視乎預訂類型及航空公司所提供條款而定	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 旅遊：通常按月結算或於收到發票後結算</li> <li>• 自由行產品：通常於入住日期前結算</li> </ul>
支付方式	現金、支票或匯款	通常透過國際航空運輸協會營運的結算系統或支票支付	現金、支票或匯款

### 其他供應商及服務供應商

本集團已就為本集團的日本旅遊提供旅遊車與數間旅遊車服務供應商訂立服務協議。本集團基於多種因素（如旅遊車的標準、服務及價格的往績記錄）選擇旅遊車公司。本集團通常每月為旅遊車結算款項。於二零零六年至二零一零年，本集團已向其中一家日本旅遊車服務供應商（本集團將其視為長期業務合作夥伴）支付總額為138,500,000日圓的預付款，以將七輛展示本集團品牌標誌的旅遊車保留供本集團日本遊使用。於二零一零年，雙方達成協議，將預付款餘額抵銷本集團應付月度旅遊車服務費的指定金額。於二零一四年六月三十日，應付該旅遊車公司的預付款的未償還餘額為7,200,000港元。本集團認為，該安排有助於促進本集團與旅遊車公司之間的關係，並確保本集團日本遊的高質素旅遊車服務供應穩定。根據本集團的預測，該旅遊車公司在滿足本集團有關旅遊車的要求方面並無困難。詳情請參閱「財務資料－若干合併財務狀況項目報表的分析－預付租賃付款」一節。

---

## 業 務

---

本集團亦聘請全球分銷系統服務供應商為本集團提供航班、酒店房間、租車及郵輪價格及供應情況的相關資料。本集團通常透過全球分銷系統預訂航班，偶爾亦會透過該系統預訂酒店住宿。

### 客戶

本集團主要向零售客戶提供旅行產品及服務，且不依賴任何主要客戶。於二零一一年、二零一二年及二零一三年以及二零一四年上半年，本集團的旅行團參團人數分別為200,188、185,196、191,410及92,443人次，購買本集團自由行產品的客戶人數分別為122,214、132,927、163,024及69,554人次。儘管本集團大多數客戶為個人客戶，本集團亦擁有企業客戶，企業客戶主要購買MICE旅遊，而本集團亦向其他本地及海外旅行代理商銷售若干旅行團及自由行套票，但於往績記錄期間並無對本集團的收益作出重大貢獻。

本集團並無過分依賴任何單一客戶。於二零一一年、二零一二年及二零一三年以及二零一四年上半年，本集團的五大客戶佔本集團收益總額不足5%，而最大客戶分別佔本集團同期收益總額0.2%、0.2%、0.2%及0.2%。

據董事所知，於往績記錄期間，概無擁有本集團或本集團任何附屬公司已發行股本5%以上的董事或彼等各自的緊密聯繫人或任何人士於本集團五大客戶中擁有任何權益。

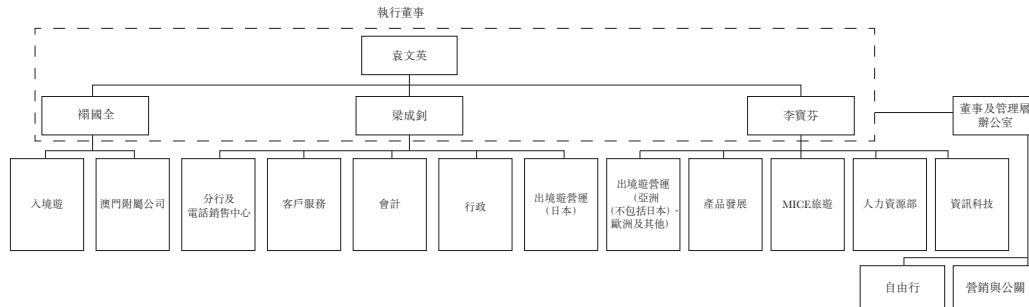
### 信貸控制

本集團的客戶主要包括零售及企業客戶。本集團一般不會向零售客戶授出任何信貸期，而本集團會向購買本集團旅遊產品的若干企業客戶提供最長為90天的信貸期。會計部會審閱各現有及潛在企業客戶的信貸期。授予企業客戶的結算及信貸期乃經參考（其中包括）(i)與本集團的業務關係年限；(ii)有關客戶的付款記錄；及(iii)企業客戶的財務實力及信貸質素。就任何新旅行代理商客戶而言，本集團一般會通過進行公司研究及到訪彼等的營業場所而評估其信貸質素。本集團會密切監察尚未結算的貿易應收款項，於往績記錄期間，本集團就貿易應收款項錄得1,000港元的減值。

## 業 務

### 僱員

於最後實際可行日期，本集團合共擁有679名僱員，其中614人位於香港，65人位於澳門。下表載列本集團的組織結構圖及僱員人數詳情（按部門劃分）：



#### 僱員人數

#### 於最後實際 可行日期的人數

董事及管理層辦公室 .....	15
領隊 .....	205
入境遊 .....	2
澳門辦事處 .....	53
分行及電話銷售中心 .....	77
客戶服務 .....	7
會計 .....	36
行政 .....	13
出境遊營運 .....	76
產品發展 .....	9
MICE旅遊 .....	19
人力資源發展 .....	11
資訊科技 .....	23
自由行 .....	113
營銷與公關 .....	20
<b>合計 .....</b>	<b>679</b>

於最後實際可行日期，本集團擁有205名全職領隊（彼等為本集團僱員）及565名特約領隊（彼等為自僱人士）。彼等由本集團執行董事及高級管理層（一般於本集團擁有10年以上相關經驗）領導及監督。於本集團的分行及電話銷售中心服務的若干員工亦持有導遊證，彼等會成為後備領隊，可於旅遊旺季擔任領隊的工作。本集團的領隊（包括特約領隊及後備領隊）均獲提供最新的必要培訓，以達到本集團的服務標準。本集團的特約領隊及後備領隊通常不享有本集團向全職領隊提供的所有福利。

## 業 務

董事認為，本集團的成功在很大程度上取決於吸引、激勵及留住充足數量合資格僱員及經營人員（如領隊、部門經理、分行管理層人員及銷售代表）的能力。本集團尤其注重透過向僱員提供具有競爭力的薪酬及花紅計劃、員工表彰制度（包括為入選的員工提供日本培訓計劃）及前景廣闊的職業道路，藉此提高彼等的士氣及對本集團的忠誠度，從而留住及激勵員工。

於往績記錄期間，本集團並未接獲或經歷與本集團僱員有關的重大勞資糾紛。

### 僱員薪酬

本集團的員工成本包括向本集團所有僱員及員工（包括執行董事）支付的所有薪金及福利。於二零一一年、二零一二年、二零一三年以及二零一四年上半年，本集團的員工成本分別佔本集團收益總額的8.0%、8.3%、8.8%及8.7%。本集團全職領隊的薪酬包括按其於香港或澳門辦事處工作的日數計算的基本工資，亦可按表現獲得花紅，而不會就旅遊期間提供的服務從本集團或遊客獲得酬金。然而，本集團全職及特約領隊可接受其帶隊遊客自願給予的酌情酬金。

### 領隊質素控制

本集團認為，領隊服務是客戶對本集團旅遊滿意的一項最重要因素，因此本集團將領隊質素控制視為重中之重，包括嚴格的新領隊篩選流程、全面的入職及持續培訓項目、定期內部考核及評估系統，以及與領隊服務質素有關的客戶回應，相關回應從旅行參與者於每次旅行後填寫的詳細問卷調查中收集而來。此外，倘若本集團收到任何有關本集團領隊的負面意見或投訴且經證明有效，本集團人力資源部可能會向相關員工發出口頭或書面警告或進一步採取適當的措施。

### 招聘

旅遊業內的招聘競爭激烈，尤其是銷售代表及領隊的招聘。本集團推行人才培養計劃，以招聘合適的大學畢業生，並為彼等提供培訓及工作機會，如向其中選定的人員提供日本培訓計劃。本集團認為，本集團正透過提供具有競爭力的工資及福利、集中培訓及內部晉升機會，在市場上招募高質素僱員。本集團已採取各項方法進行招聘員工，如舉辦招聘會，在報章、雜誌及互聯網網站刊登廣告。本集團深信，本集團的不懈努力將有助吸引合適的人員。

### 僱員培訓計劃

#### 一般入職培訓

本集團認為，僱員乃本集團取得成功的最為寶貴資源。為確保各級僱員的質素，本集團訂有密集及標準化的內部培訓計劃，以培訓新員工，主要集中於公司介紹及工作流程等技能培訓。培訓計劃旨在為對本集團僱員進行培訓及物色人才，從而增加集團內部的晉升機會、培養員工的忠誠度，並結合度身訂造的指導、輔導及培訓。

本集團已為前線員工制定由資深員工團隊組織的內部培訓計劃。該等安排將令本集團能準確而全面地滿足員工的不同培訓需求。本集團已委任外部專家對本集團的內部培訓者進行培訓，並為員工舉辦定期研討會。

## 業 務

### 客戶服務及投訴管理培訓計劃

本集團認為，提供內部培訓是提升前線工作人員的客戶服務質素並減少客戶投訴的主要方式之一。本集團向前線工作人員提供有關客戶關顧及投訴處理技能方面的培訓，要求所有員工瞭解並遵從本集團的標準投訴處理程序。本集團的策略為令前線銷售代表接受良好培訓，以提供一站式服務並跟進整個銷售流程。

### 領隊培訓

本集團向新招聘及現有的領隊提供全面的培訓計劃。作為擔任領隊的先決條件，新招聘的領隊必須通過由香港旅遊業議會舉辦的考試，以取得外遊領隊證。本集團會持續提供各種培訓課程（包括由袁先生、禰先生及梁先生直接培訓），使員工獲得領隊的專門技術與技能。本集團亦會培訓其帶團時出現意外事故及緊急事件的處理方法。

此外，本集團持續向領隊提供新推出出境旅遊以及旅行產品及服務的最新資料及培訓計劃。

### 僱員晉升

本集團採用了一個評估機制，以有系統地審查並考核僱員的技能及知識水平。該年度績效考核向相關部門主管評估僱員的表現及潛力提供重要參考。本集團持續為現有僱員提供度身訂造的培訓及職業指導，以物色有前途的人才於日後晉身管理層。本集團相信，培訓方案亦有助員工實現內部晉升，從而增加員工留任率。

### 資訊科技

本集團擁有完善的資訊管理系統，以協助前線銷售代表進行銷售，並讓本集團總部能夠實時監察本集團的銷售活動。本集團要求銷售代表在交易達成時立即將所有銷售數據輸入該系統。所有系統用戶均能查閱各旅行團的最新報名情況以及餘下可供銷售的名額。本集團亦已將會計系統電腦化，以保證會計程序的效率及準確性。

本集團採用全球分銷系統服務，該服務廣為旅遊行業的成熟營運商所使用。使用全球分銷系統使本集團可以實時向航空公司預訂機票，這一點對本集團的自由行產品業務而言尤為重要。



## 業 務

### 保險

#### 本集團承保範圍

於最後實際可行日期，本集團已投購以下與本集團業務營運有關的主要保險。

保險類別	承保	承保的最大責任
僱員補償保險	因工作導致身體受傷、患病或死亡的補償	香港：任何一宗事故或一宗疾病 200,000,000港元；及澳門：依據法律
專業彌償保險	因以下申索造成的損失： <ul style="list-style-type: none"><li>作為旅行代理商及旅遊營運商開展業務而遭受的任何民事責任申索</li><li>地接旅行社在履行服務時遭受的任何民事責任申索</li></ul>	總計最高50,000,000港元
集團業務旅行保險	本集團員工的事故死亡及永久殘疾：	每宗事故最高50,000,000港元
公共責任保險	第三方意外人身傷害及財產損害	香港：每宗事故20,000,000港元；及 澳門：每宗事故10,000,000澳門元

除上文載列的主要保險外，本集團亦為本集團香港及澳門的董事及僱員購有公共責任險（包括與本集團經營場所有關的責任險）、財產全險、現金保險及醫療保險。董事認為，本集團投購的保單的保險覆蓋範圍就本集團的現有業務營運而言屬充足，並符合行業慣例。於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，本集團並無提出亦未遭受任何重大保險申索。

#### 客戶保險

為確保旅行體驗無憂，本集團向本集團的旅遊客戶出售由一間國際保險公司承保的定制保險計劃「EGL至尊全球旅遊保險」。具體而言，本集團要求本集團的日本遊客客戶購買該項旅遊保險，該保險提供的保險賠償費包括最高1,000,000港元的個人意外保險金額、最高1,000,000港元的醫療費用、最高2,500,000港元的個人責任保險、最高30,000港元的旅程取消或縮短保險以及最高15,000港元的旅行證件及個人行李丟失賠償費。

## 業 務

### 旅遊業賠償基金

根據旅行代理商條例，本集團須以旅遊業賠償基金徵費的形式就已收的每筆出境費用繳付該筆金額的0.15%，該規定自二零零九年七月起已不再生效。旅遊業賠償基金為外遊旅客在旅行代理商倒閉時及在參加旅行代理商所提供或舉辦的包辦式旅行團外遊時於活動過程中遇上意外傷亡，提供保障。

旅遊業賠償基金為外遊旅客提供的保障包括：

- (a) 如光顧的持牌旅行代理商倒閉，外遊旅客可申請最高相等於所付外遊團費90%的賠償；及
- (b) 參加持牌旅行代理商所提供或舉辦的包辦式旅行團外遊時，於活動過程中發生意外，導致死亡或身體受傷，每位旅客可根據旅行團意外緊急援助基金計劃申請總數高達300,000港元的緊急援助。可獲緊急援助項目每次最高限額為：

在發生意外當地（香港以外）所須支付的醫療開支	最高100,000港元
在發生意外當地（香港以外）的殮葬事宜或運送遺體／骨灰返回香港的開支	最高100,000港元
兩名親屬前往當地探視或處理身後事的開支	最高100,000港元 (每名親屬25,000港元)

### 知識產權

#### 商標

於最後實際可行日期，本集團已分別在香港、中國、澳門及日本註冊重要商標。

有關本集團知識產權的詳情，請參閱附錄五「法定及一般資料－有關本集團的進一步資料－8.本集團的知識產權」一節。

就董事所知及所信，於往績記錄期間，並無出現嚴重侵犯知識產權權利的情況，且本集團、本集團的客戶及其他第三方之間並無在知識產權方面出現爭議。

### 市場及競爭

香港旅遊服務業相當分散，可透過不同渠道提供多種旅遊產品及服務。於二零一三年，香港五大旅行服務供應商佔行業收益總額近50%，這很大程度上得益於彼等的營運規模、行業知名度及開發新旅遊項目的能力。香港持牌旅行代理商總數由二零零九年的1,493間增至二零一三年的1,698間，複合年增長率約為3.3%。澳門旅行代理商總數則以約5.2%的複合年增長率增加，於二零一三年達到約207間。澳門旅行服務業於二零零九年至二零一三年一直快速增長。

## 業 務

本集團為香港及澳門領先的旅遊公司之一，根據益普索報告，以二零一三年的收益計，本集團佔出境遊市場份額9.3%。尤其是，就日本遊旅行團市場而言，本集團為香港頂尖的旅遊公司，以二零一一年、二零一二年及二零一三年的收益計，市場份額分別為32.5%、29.6%及31.6%。就日本自由行市場而言，本集團亦為香港頂尖的旅遊公司，根據益普索報告，以二零一一年、二零一二年及二零一三年的收益計，市場份額分別為16.2%、15.2%及14.3%。

本集團與其他旅行社競爭，其中部分旅行社專注於若干產品或目的地，或可能擁有更悠久的經營歷史、更多分行、更大客戶群及／更佳的財務、技術、營銷及其他資源。本集團亦面臨直接向客戶提供其產品及服務的酒店及航空公司的競爭。

香港及澳門旅遊服務行業的主要准入門檻包括建立廣為人知的品牌聲譽、滿足牌照及行業會員身份要求以及建立使用與地接旅行社、機票預訂及酒店房間預訂相關的各種網絡及／或系統。

董事相信，鑒於本集團的競爭優勢，本集團處於有利的競爭地位，有關詳情載於本節「競爭優勢」一段。有關香港及澳門旅遊服務行業的詳情，請參閱「行業概覽」一節。

### 國際航空運輸協會認可

國際航空運輸協會是國際航空運輸協會旅客代理計劃的管理機構，該計劃是一項全球性計劃，旨在透過一個經認可的銷售渠道網絡促進機票的可靠分銷及銷售。僅國際航空運輸協會認可代理商獲准代表國際航空運輸協會的成員航空公司銷售國際航空乘客機票。大部分主要航空公司均為國際航空運輸協會的成員。

於最後實際可行日期，香港有324家國際航空運輸協會認可代理商，澳門則有18家，而東瀛遊及東瀛遊澳門分別自一九九一年和二零零八年起便成為國際航空運輸協會的認可代理商。

國際航空運輸協會認可代理須滿足國際航空運輸協會發行的國際航空運輸協會旅行代理商手冊規定的標準及資格，方可維持國際航空運輸協會的認可。該等標準通常要求認可代理(i)在其當地司法權區維持交易及提供旅行代理服務的適當登記及牌照；(ii)符合國際航空運輸協會制定的具體財務規定；(iii)僱用能銷售國際航空運輸及正確發行電子旅行文件的有勝任能力及合資格的員工；(iv)根據其當地司法權區的適用法律維持營業地點；及(v)承諾根據其當地司法權區的相關條文為其業務提供充足保障。

於往績記錄期間及於最後實際可行日期，本集團已遵守國際航空運輸協會規定的標準及資格，並維持國際航空運輸協會對本集團的認可。

## 業 務

### 獎項

本集團致力追求卓越，令本集團及董事獲得眾多航空公司、連鎖酒店、地接代理商及旅遊局的認可，並授予本集團及董事眾多獎項及榮譽。下表載列本集團及董事於過往數年獲得的主要獎項及榮譽的概要：

年度	獎項	頒發機構
一九九八年、一九九九年、 二零零三年、二零零四年、 二零一零年至二零一三年	Top Agent Award	國泰航空公司 (一間香港航空公司)
二零一零年至二零一三年	Top Agent Award	港龍航空(一間香港航空公司)
二零一零年至二零一二年	Top Agency Award	韓亞航空(一間韓國航空公司)
二零一零年、二零一二年至 二零一三年	Best Performance/Best Retail Agent Award	香港航空／香港快運航空 (香港航空公司)
二零一一年	香港地區最佳旅行代理	TTG(一間全球旅遊出版公司)
二零一一年	香港驕傲企業品牌－潛質 香港企業品牌獎	明報(香港報章)
二零一一年	第3屆觀光廳長官表彰獎	日本觀光廳
二零一二年	服務第壹大獎2012－旅行社	壹週刊(香港雜誌)
二零一二年	鹿兒島大使	日本鹿兒島縣縣長
二零一二年	廣東旅遊貢獻獎	中國廣東省旅遊局
二零一二年至二零一三年	新人至愛蜜月旅遊服務	生活易(香港雜誌)
二零一三年	最佳旅行社服務大獎	星島日報(香港報章)
二零一三年	服務第壹大獎2013	壹週刊(香港雜誌)
二零一三年	新人至愛海外婚禮服務	生活易(香港雜誌)
二零一三年	卓越企業品牌選舉－香港良心僱 主品牌	明報(香港報章)
二零一三年	卓越企業品牌選舉－香港潛質品 牌	明報(香港報章)
二零零七年至二零一三年	台灣觀光貢獻獎	台灣交通部觀光局
二零一二年至二零一三年	旅遊貢獻感謝狀	日本京畿道觀光公社

## 業 務

年度	獎項	頒發機構
二零一三年	旅遊貢獻感謝狀	日本鹿兒島縣觀光連盟
二零一三年	Appreciation For Thailand Consumer Fair 2013	泰國觀光局(香港辦事處)
二零一三年	旅遊貢獻感謝狀	日本和歌山電鐵株式會社
二零一三年	新沖繩民間大使	日本沖繩縣知事
二零一三年	和歌山縣觀光大使委任狀	日本和歌山縣知事
二零一三年	旅遊貢獻感謝狀	韓國觀光公社
二零一三年	鳥取縣國際觀光大使	日本鳥取縣知事
二零一三年	宮崎大使	日本宮崎縣知事
二零一三年	山形縣觀光大使	日本山形縣知事
二零一三年	關西地區觀光大使	日本關西政府聯盟主席
二零一三年	德島縣國際觀光大使	日本德島縣知事
二零一三年	北海道登別市旅遊大使	日本北海道登別市市長
二零一三年	2013 Best Retail Agent Award	香港航空
二零一四年	石川縣旅遊大使	日本石川縣知事

### 健康、工作安全、社會及環境事宜

本集團的業務須遵守香港及澳門的若干適用健康、工作安全、社會及環境的法律及法規。為確保遵守有關法律及法規，本集團已委任行政及人力資源發展部門監督及監控本集團遵守法定規例以及本集團有關健康、工作安全、社會及環保事宜的內部標準的情況。

董事認為，於往績記錄期間內，遵守適用香港及澳門健康、工作安全、社會及環境的法律、法規及政策的年度合規成本並不重大，預期有關合規成本日後亦不重大。

於往績記錄期間內，本集團並無就健康、工作安全、社會及環保事宜遭受任何重大申索或罰款，亦無涉及任何意外或死亡事故，且已於各重大方面遵守適用香港及澳門的法律及法規。

### 物業

於最後實際可行日期，本集團於香港擁有11處租賃物業（位於觀塘、尖沙咀、旺角、銅鑼灣、沙田、荃灣、元朗及屯門），於澳門擁有三處租賃物業，用作本集團的主要營業地點、辦公室、分行及電話銷售中心，總樓面面積為約74,442平方英尺。



## 業 務

於二零一一年、二零一二年、二零一三年以及二零一四年上半年，有關本集團租賃物業的租金總額分別約為18,500,000港元、19,300,000港元、20,900,000港元及11,000,000港元。

於最後實際可行日期，本集團並無擁有任何物業。本集團租賃的物業乃用作[編纂]第5.01(2)條所界定的非物業業務。根據香港法例第32L章《公司條例（豁免公司及[編纂]遵從條文）公告》第6(2)條，本[編纂]獲豁免遵守有關[編纂]第34(2)段公司條例第[編纂]條所載有關本集團於土地或樓宇所有權益的估值報告的規定。

下表載列本集團於往績記錄期間營運的分行的數目、租金費用、總樓面面積及各分行租賃協議的屆滿日。本集團於二零一三年開設元朗分行，且於往績記錄期間並未關閉任何分行。

分行	概約 總樓面面積 (平方英尺)	當前租賃 協議的屆滿日	租金費用(百萬港元)			截至 二零一四年 止六個月	每平方英尺 月度租金 費用 <sup>(6)</sup> (港元/ 平方英尺)
			截至十二月三十一日止年度				
			二零一一年	二零一二年	二零一三年		
旺角	2,345	二零一七年三月三十一日	1.6	1.8	1.8	1.0	70.9
銅鑼灣 <sup>(1)</sup>	2,695	二零一四年十一月三十日 <sup>(1)</sup>	1.7	1.8	1.9	0.9	58.6
沙田	1,586	二零一六年八月十五日	0.9	0.9	1.0	0.5	55.0
荃灣區 <sup>(2)</sup>	1,430	二零一五年七月三十一日	0.7	0.8	0.8	0.4	46.9
屯門	1,089	二零一七年四月六日	1.5	1.5	1.7	0.9	141.9
尖沙咀 <sup>(3)</sup>	6,366	二零一四年十一月十六日	0.7	0.7	1.1	0.7	18.2
元朗 <sup>(4)</sup>	748	二零一六年十月十四日	-	-	0.1	0.4	78.2
澳門 <sup>(5)</sup>	1,159	二零一五年九月三十日	0.5	0.6	0.6	0.4	52.6
<b>合計</b>	<b>17,418</b>		<b>7.6</b>	<b>8.1</b>	<b>9.0</b>	<b>5.2</b>	<b>49.9</b>

附註：

- (1) 本集團銅鑼灣分行的租賃預計將於簽署續期協議後續期至二零一七年十一月三十日。
- (2) 本集團於荃灣區的分行已於二零一一年九月從另一位置搬遷至當前位置。
- (3) 本集團於尖沙咀的分行已於二零一三年四月從另一位置搬遷至當前位置。相關物業乃自本公司關連人士大寶行租賃，且將續期至二零一七年十月三十一日，詳情載於「持續關連交易－須遵守公佈規定的不獲豁免持續關連交易－物業租賃協議－其士大廈租賃協議」一節。
- (4) 本集團於元朗的分行開設於二零一三年十一月。
- (5) 本集團澳門分行位於自本公司關連人士大寶行租賃的物業，且將續期至二零一七年十月三十一日，詳情載於「持續關連交易－須遵守公佈規定的不獲豁免持續關連交易－物業租賃協議－中華廣場租賃協議」一節。
- (6) 每平方英尺月度租金費用指二零一四年上半年的平均月度租金費用。

## 業 務

### 法律合規及法律程序

#### 牌照及許可證

有關本集團為於香港及澳門開展業務及營運而持有的重要牌照及許可證，請參閱「法律及法規」一節。董事確認，就彼等所知及所信，於最後實際可行日期，本集團已從有關政府機關取得對本集團業務經營屬重大的一切必要批准、許可證、牌照、批准及證書。

本集團的管理層定期檢討本集團的營商做法，以確保本集團符合所有發牌規定及本集團的牌照每年成功續牌。就董事所知及所信，彼等認為本集團在為以上牌照續期時將不會存在任何重大法律障礙。

#### 不合規事件

於往績記錄期間及於最後實際可行日期，本集團並無牽涉對本集團的業務營運、財務狀況或聲譽造成重大影響的任何重大不合規事宜。

#### 法律程序

於往績記錄期間及於最後實際可行日期，本集團或任何董事概無面臨任何待決或即將進行的重大訴訟或仲裁程序。

#### 內部控制

董事會負責建立本集團的內部控制系統及審核其有效性。根據適用的法律法規，本集團已建立開發和維護內部控制系統的程序。該等系統涵蓋企業管治、營運、管理、法律事項、財務及審計，適合本集團需求。本集團認為，本集團的內部控制系統及現有程序在全面性、可行性及有效性方面均已足夠。然而，雖然本集團設立完備的規則、政策及程序體系，本集團無法保證彼等可按預期妥為實施，本集團僱員以其個人身份行事時不會違反本集團的內部控制程序。本集團已聘請一位內部控制顧問對本集團的內部控制系統進行審查，並已實施該內部控制顧問的相關建議。然而，隨著本集團業務繼續擴張，本集團將進一步對內部控制系統作出適當的調整及改進，以應對本集團擴充營運不斷變化的需求。本集團將繼續檢討內部控制系統，以確保遵循香港及澳門的規管要求。

#### 外匯風險管理

##### 本集團收益與銷售成本之間的貨幣錯配

本集團收益主要以港元及澳門元收取，而本集團若干旅遊元素（如酒店及地接旅行社）則以外幣結算，包括日圓、歐元、澳元、人民幣及新加坡元。於二零一三年，本集團銷售成本中約26.6%、3.4%、1.8%、2.0%及1.6%分別以日圓、歐元、澳元、人民幣及新加坡元計值。倘外幣兌港元升值，則本集團旅遊產品的成本亦會升高（反之亦然）。因此，本集團的定價政策須考慮外匯匯率波動且本集團亦須採取外匯風險管理程序來控制該等風險。

## 業 務

對於日本遊（本集團為此市場分塊的領導者），本集團會每周對價格進行審查，以確保本集團價格的競爭力。而對於非日本遊，則每兩周開展價格審查。在釐定本集團旅遊產品的價格時，對於以外幣計值的旅遊元素，本集團在將其轉換成港元時會在成本上增加約3%的餘裕，以緩和下次價格審查前匯率的任何不利波動。

然而，於過往，本集團並無就購買外幣（用以結算相關應付款項／應計款項）的時間及金額界定外匯風險管理準則。於往績記錄期間，本集團持有的外幣（尤其是日圓）現金餘額往往多於結算將予支付的應付款項及應計款項所需的金額。因此，當日圓從二零一二年九月的約1港元兌10.1日圓貶值至二零一三年五月的約1港元兌13.2日圓時，本集團於二零一三年錄得淨外匯虧損約9,400,000港元，其中大部分是年內過多的日圓現金餘額引起的轉換虧損所致。有關本集團外匯收益／虧損的詳情，請參閱「財務資料－節選損益表項目說明－其他收入及收益／（虧損）淨額」。

### 本集團外匯風險管理程序

自二零一四年八月一日起，本集團為控制本集團外匯風險已實施以下外匯風險管理程序。該等程序使本集團能夠確定恰當的購買外幣金額，從而充分預測未來一周（就日本遊而言）及未來兩周（就非日本遊而言）的估計銷售額產生的外匯風險。該等程序亦可以預防持有過多的外幣現金餘額（如上文所提及），因購買的外幣金額僅限於根據特定期間（不超過兩周）估計銷售額確定的旅遊元素相應成本。本集團亦已於該等程序中實施「回顧流程」（定義見下文），以於先前銷售額估計出現錯誤時調整恰當的購買外幣金額。

本集團外匯風險管理程序包括以下環節：

1. 出境遊營運部主管每周／每兩周向賬務部提交以下資料：
  - (i)
    - 對於日本遊，未來一周的**估計**付訖登記數據（銷售額）；
    - 對於非日本遊，未來兩周的**估計**付訖旅遊登記數據（銷售額）；
  - (ii)
    - 對於日本遊，前一周的**實際**付訖登記數據（銷售額）；
    - 對於非日本遊，前兩周的**實際**付訖旅遊登記數據（銷售額）；及
  - (iii) 第(i)和第(ii)項所述登記數據中以外幣計值的旅遊元素的相應估計成本。

## 業 務

2. 財務總監將審核上述(i)項所載資料的合理性，並在透過對比先前提提供的估計付訖登記數據與同期的實際付訖登記數據，決定是否需要對擬議的購買金額作出調整後，確定未來一周／兩周期間需要購買的相關外幣的金額（「回顧流程」）。
3. 在確定最終購買金額後，財務總監將提交購買申請連同所有必需的支持性文件，以供本集團指定的執行董事在同一日審批。
4. 然後，會計部將審閱銀行就上述購買申請提供的外匯交易確認書，並標出任何不法行為，提請董事會注意。
5. 財務總監將就本集團外幣風險管理程序的執行情況每季度編製一份報告，概述(i)出境遊營運部主管提供的估計登記數據及相應旅遊元素成本的準確性；及(ii)該季度錄得外匯收益／虧損的原因，該報告將提交本集團執行董事及風險管理委員會，以便審核及監控。
6. 風險管理委員會將於[編纂]前由董事會建立，將由本集團獨立非執行董事陳儉輝先生擔任主席，委員會成員為本集團的獨立非執行董事鄧冠雄先生和黃麗明女仕以及執行董事梁先生。
7. 風險管理委員會亦將負責於適當時就改善本集團外匯風險管理提供意見。

本集團外匯風險管理程序的目標在於充分預測與特定期間（不超過兩周）產生的以外幣計值的旅遊元素成本相關的外匯風險。本集團不能根據該等程序對日後的外匯波動作出任何判斷。本集團營運人員須嚴格遵守相關操作步驟。因此，本集團認為，本集團風險管理委員會的成員（均為合資格專業會計師及律師）應具備必要才幹，能夠確定風險管理程序是否獲嚴格遵守。

### 以人民幣計值的盈餘現金管理

於往績記錄期間，本集團維持超過本集團經營及營運資本現金要求的以人民幣計值的盈餘現金水平。於二零一一年、二零一二年及二零一三年十二月三十一日以及二零一四年六月三十日，本集團分別擁有現金及現金等價物（以人民幣計）約17,100,000港元、42,500,000港元、32,600,000港元及35,900,000港元。本集團決定以人民幣計值本集團的盈餘現金，因為本集團認為(i)人民幣兌換港元的外匯匯率較穩定，因其一般被允許每天於較窄範圍內浮動；(ii)人民幣存款較其他主要貨幣支付較高利息；及(iii)本集團中國旅行產品的地接旅行社費用以人民幣計值。本集團通常於收到中國地接旅行社的月報表後通過匯款結算相關款項。由於相關匯款與貿易性質的交易有關，中國律師已告知本集團執行董事，相關匯款的金額並無特定限制。

儘管如此，作為本集團就外匯盈餘現金的內部控制措施的一部分，本集團將人民幣存款的金額限制在本集團常備的盈餘現金結餘總額的20%以內。本集團執行董事負責根據上述內部控制措施監控本集團的盈餘現金水平以及人民幣存款餘額。此外，風險管理委員會將負責按季度檢討本集團的盈餘現金管理，並提供適當的建議改善本集團的盈餘現金管理。