

業 務

概 覽

我們為一家位於中國廣為人知的百貨店營運商。我們營運上海久光店、蘇州久光店及大連久光店。我們在中國透過久光品牌經營「生活時尚」百貨店，定位中高端市場。根據灼識諮詢報告，上海久光店於二零一五年上海百貨店市場的零售銷貨值排名第三位，市場份額約為2.4%。蘇州久光店於二零一五年蘇州百貨店市場的零售銷貨值排名第四位，市場份額約為2.7%。我們百貨店的特色在於集合「一站式商店」、「店中店」及「客戶至上」等概念，我們旨在提供優質貨品及服務，方便客戶及營造舒適的購物環境。此外，新一間正在開發進程中的久光品牌百貨店將位於由我們在中國上海靜安區大寧路開發的綜合樓，該綜合樓目標於二零一八年十二月竣工(即大寧項目)。

我們的百貨店提供各式各樣貨品，從日用品至奢侈品以及個人護理服務(如髮廊及美容院)，以滿足我們客戶的需求。視乎百貨店的位置，商品乃透過特許專櫃銷售以及直接銷售方式銷售，大致可分為服裝及時裝、化妝品及配飾、家居用品、玩具及其他以及食品及糖果類別。我們不時檢討及調整我們百貨店提供的商品組合及服務，以提升所提供的購物體驗並吸引新客戶及保留現有客戶，目標乃為本集團增加營業額。我們亦租賃我們的百貨店空間予第三方服務供應商(如餐廳)作租金收入用途。此外，我們向特許專櫃商及供應商就於我們百貨店展示彼等產品及廣告牌收取服務收入。

除百貨店外，我們亦於中國營運超市，其中兩間位於上海久光店及蘇州久光店內。此外，本集團首家獨立超市於二零一三年七月在上海「尚嘉中心」開設。「尚嘉中心」為一間位於上海虹橋經濟開發區的高端奢華購物綜合樓。所有有關超市均以鮮品館品牌經營。我們的獨立超市代表本集團在擴大鮮品館品牌業務所作出的努力，因為董事相信鮮品館超市提供的高質素食品及糖果產品廣受上海久光店客戶歡迎。

我們亦於中國經營兩家和三味，於香港經營一家和三味，和三味為日式鐵板燒餐廳，菜式包括日式鐵板燒、日式火鍋及壽司，內設主廳雅座和私人貴賓廳。我們亦投資於一家聯營公司，該聯營公司在中國營運提供中高端粵菜的金桂皇朝餐廳和港式「茶餐廳」龍記。

業 務

為多元化經營進入我們從未踏足的中國河北省百貨店市場，並積累於該市場的營運經驗，我們分別於二零零八年及二零一零年對總部位於中國河北省石家莊的北人集團(領先的零售商集團)作出股權投資，以致於最後實際可行日期我們於北人集團的投資。

北人集團營運百貨店、超市及電器門店，其中大部分位於中國河北省石家莊。於截至二零一五年十二月三十一日止三個年度各年分佔北人集團的溢利分別約為337.9百萬港元、371.8百萬港元及370.8百萬港元，佔我們年度溢利的大部分，分別約為57.2%、65.7%及66.5%。然而，我們對北人集團的業務並無控制權。有關我們於北人集團對本集團的貢獻，請參閱本上市文件「財務資料」一節「香港財務報告準則計量」一段。

我們亦於上海久光及上海九百分別持有65%及50%股權。於最後實際可行日期，上海久光主要從事經營於中國上海的百貨店，即上海久光店，而上海九百則持有上海久光店所在中國上海的一項物業。

截至二零一五年十二月三十一日止三年，本集團錄得營業額分別約1,272.9百萬港元、1,355.8百萬港元及1,381.3百萬港元，本公司擁有人應佔純利分別約365.1百萬港元、324.8百萬港元及306.0百萬港元。

我們的競爭優勢

我們相信以下為我們的競爭優勢：

穩健經營策略所支持的具競爭力地位

我們著重進入我們認為有潛力之選定城市的百貨店市場以經營大型百貨店、優化其產品組合以及維持與品牌夥伴的密切關係。

我們相信經營大型百貨店為我們提供主要競爭優勢，乃由於中國客戶經常將購物遊覽視為娛樂或家庭活動。

我們亦著重優化我們百貨店的產品組合。我們的「生活時尚」百貨店主要集中於由日用品至奢侈品的中高端產品。除多種類型的產品外，我們的百貨店亦提供店內輔助業務服務(如餐廳及美容院)以吸引高人流及廣泛的客戶群。作為「一站式購物點」，我們相信各間百貨店能夠盡量延長客戶於百貨店的逗留時間，從而能夠自客戶取得較高購買額。

業 務

我們的百貨店亦與品牌夥伴關係密切，大部分品牌夥伴於我們的百貨店內經營彼等各自的特許專櫃。我們與多個品牌夥伴合作以應付大批客戶，而彼等提供的產品包括化妝品、美容及保健產品、男女時裝、家居用品及電子產品。我們的零售夥伴包括主要國際品牌。我們亦與當地品牌合作以迎合各百貨店的當地客戶口味。此外，透過主要依賴特許專櫃銷售而非直接銷售，我們能夠將風險組合及營運資金金額減至最低。

我們於中國百貨店市場的久光品牌

根據灼識諮詢報告，在二零一五年，上海及蘇州百貨分別在其對應城市的百貨店市場按零售銷售價值分別排名第三位及第四位，我們相信我們的久光品牌多年來已成為中國長三角地區家喻戶曉的品牌，將使本集團及管理層團隊亦能夠建立牢固的零售品牌，增強專業管理，並憑此進一步將我們的業務擴展至中國其他城市。根據灼識諮詢報告，良好的品牌形象對百貨店而言有兩個方面至關重要，第一，百貨店良好的品牌形象能吸引零售商，百貨店可從而得到較大的議價能力。第二，良好的品牌形象亦能吸引客戶，從而提升百貨店的客量。因此，客戶欲在具有可靠聲譽及品牌的商店購物。我們相信我們的久光品牌會提供此類保障，我們亦對客戶繼續並持久在我們百貨店購物充滿信心。

高物業擁有權比例增加經營效益及靈活性

我們的策略為經營大型百貨店，向客戶提供一站式購物體驗，於我們所在的城市將我們各百貨店建立為長期標誌性目的地。因此，我們集中於自置物業業務模式，作為實現我們策略及經營靈活性最大化的關鍵。於最後實際可行日期，我們擁有於中國的三間百貨店中的兩間，並透過上海九百項下的合資公司持有上海久光店的50%物業權益。我們的自置物業業務模式強調我們於有關城市(我們擴充至的城市)的承諾，我們相信可使我們不受波動的租金市場及強制搬遷的風險影響。我們亦以於計劃建設、百貨店佈局及規模時具有最大靈活性，而成為消費者的標誌性購物商場為目標。

經驗豐富的管理團隊及有效的管理架構

本集團擁有經驗豐富的管理團隊，帶領我們度過全球金融危機等經濟衰退期間，同時繼續增加營業額及溢利。於企業層面，本集團由具有豐富百貨店行業經驗的管理團隊領導。連同主席、行政總裁及本公司執行董事劉鑾鴻先生，此團隊

業 務

制定及實施本集團策略、願景及指導原則。有關進一步詳情，請參閱本上市文件「董事、高級管理層及員工」一節。

我們在中國的地位及市場份額

我們已於中國建立地位及市場份額。上海久光店、蘇州久光店及大連久光店分別於二零零四年、二零零九年及二零零九年開始營運。根據灼識諮詢報告，上海久光店零售銷售價值於二零一五年在上海百貨店市場店排名第三位，市場份額約為2.4%。蘇州久光店零售銷售價值於二零一五年蘇州百貨店市場排名第四位，市場份額約為2.7%。中國為本集團提供顯著的增長及機會。我們已經及將會持續識別出主要城市中心以支持我們的增長策略，尤其鑒於中國市場規模大以及消費者消費力上升。我們於中國的百貨店現時位於上海、蘇州及大連等國內人均可支配收入高於平均的城市。此外，我們現正開發大寧項目，目標於二零一八年十二月完成。儘管我們目前並無其他確實擴展項目，如上文所述，我們將利用久光品牌於長三角地區及主要市中心位置建立的地位作出選擇。

我們的策略

我們旨在鞏固我們作為久光品牌營運商的市場領導地位，以及增加我們於中國的競爭力。我們的策略包括以下各項：

繼續提供一站式購物體驗予客戶

我們尋求繼續於各百貨店提供一站式購物體驗。我們已投資於可提供多種產品以及店內輔助服務的大樓面面積，使百貨店吸引大量購物客戶並延長客戶逗留於我們百貨店內的時間。我們將根據客戶偏好繼續不時調整百貨店提供的產品組合。

儘管我們的核心業務包括專櫃銷售，我們確認為吸引客戶並誘使彼等於我們百貨店內花費更多時間，我們需要提供愉快購物體驗，滿足彼等不斷轉變的需求。我們相信百貨店美觀情況很重要，計劃持續翻新及擴充若干現有百貨店，以令百貨店更能吸引富裕客戶並提升我們品牌於中國的聲譽，乃經考慮當地市場狀況。我們尋求擴充我們的百貨店經營以包括咖啡店、貴賓活動室及停車場設施等附屬設施，以根據當地市場狀況滿足客戶需要。此外，我們將繼續進行百貨店佈局及

業 務

裝潢改善工作。我們相信此等措施將使我們的百貨店更具吸引力並鼓勵客戶於我們的百貨店花費更多時間。

繼續審慎地於中國市場多元化發展及擴充

我們將繼續借助我們現有中國百貨店的經營經驗及成功，擴充我們的經營至中國其他部分。於中國其他部分的擴充將透過自置物業業務模式以及吸引地點的機會性租賃，在適當時機及適當情況下進行。在實行我們的擴充計劃時，我們將審慎考慮管理資源可用性，並給予現有項目足夠時間提升彼等經營及業績。此外，我們現正開發我們的大寧項目，目標於二零一八年十二月完成。

與我們於北人集團的投資類似，我們亦將開拓能夠輔助我們於中國增長策略的策略性投資機會及其他零售形式。

維持高品質及具吸引力的商品組合

我們定位於中國零售市場中高端位置，於我們的百貨店提供一系列商品包括服裝及時裝、化妝品及配飾、家居用品、玩具及其他以及食品及糖果產品。截至二零一五年十二月三十一日止三個年度各年，服裝及時裝及化妝品及配飾合共分別佔我們銷售所得款項(除稅後)約64.5%、70.0%及70.7%。我們計劃繼續維持優質國際及本地品牌服裝及時裝及化妝品及配飾產品組合，乃由於我們相信此等商品類別能吸引目標中高收入客戶，並能為我們提供較好增長及盈利能力機會。

由於我們的百貨店市場定位及經營策略不同，我們的商品組合亦有所不同。我們透過監察當地客戶偏好、消費模式、消費力以及我們經營百貨店的所在城市的競爭水平，調整各百貨店的商品組合。當地百貨店層面及管理團隊均進行市場研究及銷售表現審閱，以識別出較受歡迎產品及品牌，提供予客戶。

進一步鞏固我們與特許專櫃商的關係

我們計劃繼續集中於特許專櫃銷售，並通過組織聯合推廣活動等方式繼續鞏固我們與特許專櫃商的關係。截至二零一五年十二月三十一日止三年，我們來自特許專櫃銷售的銷售所得款項(除稅後)分別約為3,256.2百萬港元、3,416.3百萬港元及3,347.5百萬港元，分別佔我們銷售所得款項(除稅後)約89.2%、89.0%及88.2%。收取自特許專櫃銷售的銷售所得款項先由我們代表特許專櫃商收取，隨

業 務

後在扣除所有相關開支及佣金後按月退回特許專櫃商。因此，我們並不收取銷售所得款項，但收取根據我們與特許專櫃商的安排項下的佣金收入。我們將繼續針對各產品類別的市場領導者，與彼等建立策略性合作(如可行)。我們與市場領導者建立關係，故我們相信更多特許專櫃商將願意與我們合作，為我們提供一系列商品及品牌以及我們與潛在特許專櫃商磋商時的較高議價力。

繼續擴大我們的貴賓客戶群

鑒於我們相信貴賓客戶群增長將有助促進我們長遠成功，我們擬繼續擴大我們的貴賓客戶群。截至二零一五年十二月三十一日止三個年度各年，產生自我們的貴賓客戶群的銷售所得款項(除稅後)分別佔我們所有百貨店銷售所得款項(除稅後)約26.5%、30.5%及31.1%。

持有我們J's Club卡的貴賓客戶於我們百貨店若干專櫃享有5%折扣，持有超市會員卡的貴賓客戶則可於選定日於我們的超市享受5%的折扣，彼等亦會獲得購物帶來的獎賞累計積分並兌換禮品獎賞。我們亦已於我們的百貨店引入聯營信用卡以提升客戶忠誠度。持有聯營信用卡的貴賓客戶亦於我們百貨店若干專櫃享有5%至10%的折扣，彼等亦可不時享受我們與發卡銀行協議進行的推廣優惠。我們相信申請我們J's Club卡或超市會員卡或聯營信用卡的客戶將為經常購物者。因此，日後可向貴賓客戶群不時寄發營銷及宣傳資料以及提供額外購物優惠及邀請客戶參與特別活動。我們相信透過我們J's Club卡或超市會員卡及聯營信用卡推行的貴賓客戶計劃將在我們的百貨店取得成功，有效促進客戶忠誠度並刺激於我們百貨店及超市的購買，而未來可能推行的其他聯營信用卡將有助進一步擴大我們的貴賓客戶群。

維持企業及當地化經營策略

我們採用容許企業及當地層面重大酌情權的管理架構，以釐定及應對中國內不同的當地市場狀況。

我們各間百貨店採用為應付當地客戶偏好、消費力、競爭水平及我們百貨店的市場地位而制定的當地化經營策略。此等當地化策略涵蓋範圍包括品牌及產品組合、營銷及宣傳渠道以及員工培訓。我們相信採用當地化經營策略有助更好地為我們的百貨店定位以及增加整體競爭力。例如我們的蘇州久光店採用之策略乃

業 務

提供適宜家庭為主導客戶的產品，而上海久光店採用之策略為提供適合商務行政人士及外籍客戶的產品。

此外，計及當地市場趨勢及中國總體經濟等因素，我們亦將考慮在未來於合適時機為我們的百貨店營運開發O2O業務平台。

業務活動

百貨店

我們的業務主要集中於中國經營百貨店。我們的百貨店定位以國內人均可支配收入處於高水平及增長急速城市中的中高收入分部客戶為目標。我們因此透過「一站式商店」、「店中店」及「客戶至上」等概念，於百貨店提供多種當地及國際品牌商品，旨在為客戶提供愉快購物體驗。

隨著強調我們的市場地位，我們已成立百貨店以滿足我們目標客戶的需要。我們所有百貨店均採用一致的內部設計，旨在從我們競爭對手區分出我們的久光品牌。

我們的百貨店一般按商品類別分為不同部分。我們於百貨店提供多種商品，由腕錶及珠寶等奢侈品至電器、雜貨、服裝、化妝品、美食、運動服飾、床上用品、兒童產品及家庭產品等日用品。然而，基於當地市場之不同每家百貨店的商品亦有所不同。

我們的百貨店的設計及管理概念為營造具吸引力的百貨店環境，盡量提高經營效益，令購物變得便捷及愉快。陳列佈置可輕易隨著季節及假日推廣而轉換，銷售面積亦可靈活重新分配。為使客戶在我們的百貨店購物倍感便利，百貨店佈局簡單易明，清晰指示有助客戶找出品牌商店。我們相信，由於我們百貨店提供的商品繁多、擺放有序且陳列形式吸引，客戶能輕易選取其喜愛的款式、顏色及尺碼。

此外，我們亦旨在提供最高客戶服務水平，令我們的客戶享受在我們的百貨店購物，使購物成為賞心樂事。本集團就於百貨店內提供客戶服務採用「客戶至上」方針，我們的銷售員工於各個銷售樓層協助客戶；及我們的員工每日於營業時間開始及結束時在百貨店入口向客戶致謝行禮。

我們營運三家百貨店，即上海久光店、蘇州久光店及大連久光店。

業 務

上海久光店

上海久光店於二零零四年九月開業，是我們第一家百貨商店，也是本集團百貨店營運營業額和利潤的最大貢獻者。其位於中國上海靜安區南京西路1618上海九百城市廣場。我們通過上海久光擁有上海久光店之65%。上海久光店營運之物業由上海九百租予，我們持有其50%之權益。

關於上海九百租賃之進一步詳情，請參閱本上市文件之「持續關連交易」一節。



上海久光店共10層，總建築面積約92,000平方米，以下為樓層佈局描述：

樓層	類別
9	餐廳
8	餐廳
7	電子設備及電器、家居用品、瓷器、寢具及特賣場
6	童裝、童鞋、玩具、嬰兒用品
5	男士服裝、男鞋、高爾夫球用具及J's Club卡貴賓廳
4	時尚男女潮流服飾、牛仔褲、鞋履、手袋及髮廊
3	女士時裝、設計師時裝、品牌內衣及美容院
2	國際時尚服飾、鞋履、手袋、珠寶及餐廳
1	世界名牌精品、化妝品、香水、珠寶及髮廊
B1	超級市場、美食廣場及停車場

業 務

上海久光店採取為商務行政人士及外籍客戶提供量身定制產品之策略。其主要集中於從國際及國內各大品牌生活必需品到奢侈品的各種中高端產品。

蘇州久光店

蘇州久光店於二零零九年一月開業，我們擁有其100%並全資擁有其營運之物業。其位於中國江蘇蘇州工業園區墩路268號，蘇州久光店自二零一三年以來開始轉為獲得盈利，一直為本集團穩定的營業額及利潤來源。



蘇州久光店共六層，總建築面積約176,000平方米，以下為樓層佈局描述：

樓層	類別
4	餐廳、教育中心及美容院
3	時尚男女潮流服飾、牛仔褲、鞋履、運動及戶外用品及教育中心
2	女士時裝、手袋、配件、品牌內衣、男士服裝及配飾、兒童及嬰兒產品、玩具、家居用品、禮品、寢具及小家電
1	世界名牌精品、化妝品、香水、珠寶、女鞋及J's Club卡貴賓廳
B1	超級市場及美食廣場
B2	停車場

蘇州久光店採取為家庭為主導客戶提供量身定制產品之策略。與上海久光店同樣主要集中於從國際及國內各大品牌生活必需品到奢侈品的各種中高端產品。

業 務

大連久光店

大連久光店於二零零九年五月開業，我們擁有其100%並全資擁有其營運之物業。其位於中國遼寧省大連中山區友好街11號。大連久光店自二零零九年開始營運起並未盈利。



大連久光店共11層，總建築面積約35,000平方米，以下為樓層佈局描述：

樓層	類別
9	餐廳
8	餐廳
7	咖啡廳、美麗館及J's Club卡貴賓廳
6	家居用品
5	男士時尚精品
4	青春便服、時尚配飾及髮廊
3	名牌女裝及手袋
2	國際名牌
1	世界名牌精品、珠寶及女鞋
B1	超級市場及美食坊
B2	停車場

大連久光店採取為本地中端客戶提供量身定制產品之策略。大連久光店主要集中於國際及國內各品牌的中端生活必需品。

業 務

根據灼識諮詢報告，大連的百貨店市場由大連大商集團股份有限公司主導，於二零一五年的市場份額超過80%。我們的董事認為，因大連百貨店市場的大部分市場份額由有限的參與者主導，其他參與者相對更加難以擴張至該市場以獲得有意義的市場份額。此外，與大連的其他競爭對手相比，大連久光店樓面面積較小。我們的董事認為較小的樓面面積限制了大連久光店產品組合的種類；及彼等亦認為較小的樓面面積亦較難吸引國際品牌於大連久光店銷售其產品，從而影響大連久光店的客流量及購買量。於業績記錄期間，因經濟疲弱及市場競爭，大連久光店營業額及毛利均錄得減少。由於就營業額及毛利而言，大連久光店於業績記錄期間僅佔我們整體業務的很少部分，故我們計劃繼續經營大連久光店。

以下載列我們百貨店的客戶數目、平均每日人流、每次到訪的平均銷售以及逗留及購物比率：

	截至二零一三年十二月三十一日止年度				截至二零一四年十二月三十一日止年度				截至二零一五年十二月三十一日止年度			
	客戶數目 (附註1)	平均每日 人流 (附註1)	每次到訪的 平均銷售 (人民幣)	逗留及 購物比率 (%) (附註2)	客戶數目 (附註1)	平均每日 人流 (附註1)	每次到訪的 平均銷售 (人民幣)	購物比率 (%) (附註2)	客戶數目 (附註1)	平均每日 人流 (附註1)	每次到訪的 平均銷售 (人民幣)	購物比率 (%) (附註2)
百貨店												
上海久光店	18,797,500	51,500	346	39	18,505,500	50,700	360	38	16,790,000	46,000	369	43
蘇州久光店	7,263,500	19,900	336	44	7,847,500	21,500	360	38	8,176,000	22,400	360	37
大連久光店	1,825,000	5,000	251	36	1,752,000	4,800	238	35	2,080,500	5,700	248	24

附註：

- (1) 平均每日人流乃按進入百貨店訪客總數(由電子感應器偵測)除以年內日數計算。
- (2) 逗留及購物比率乃按於特定日期將所發出發票數目除以客戶數目再乘以100%計算。

業 務

於業績記錄期間，我們經營四家百貨店，即上海久光店、蘇州久光店、大連久光店及瀋陽久光店(於二零一五年十二月關店)。下表載列該等百貨店的詳情：

地點	應佔權益	開始 營運年度	擁有/租用 物業權益	截至十二月 三十一日 止年度	財務資料			
					銷售 所得款項 (除稅後) 千港元	營業額 千港元	毛利 千港元	
上海久光店	中國上海靜安區 南京西路1618號	65%	二零零四年 九月	向我們擁有50% 權益的上海 九百租用	二零一三年	2,449,460	848,102	623,162
					二零一四年	2,424,195	860,049	634,857
					二零一五年	2,456,978	899,612	647,286
蘇州久光店	中國江蘇蘇州 工業園旺墩路 268號	100%	二零零九年 一月	擁有	二零一三年	887,640	254,076	198,009
					二零一四年	973,667	279,247	226,104
					二零一五年	961,816	280,770	228,380
大連久光店 (附註)	中國遼寧省大連市 中山區友好路 11號	100%	二零零九年 五月	擁有	二零一三年	148,321	36,520	36,319
					二零一四年	124,910	31,991	31,822
					二零一五年	93,082	23,257	23,172
瀋陽久光店	中國遼寧省瀋陽 瀋河區中街路 68號	100%	二零一三年 十月	擁有	二零一三年	18,508	5,479	3,638
					二零一四年	113,019	27,223	17,064
					二零一五年	86,769	27,679	16,133

附註：於業績記錄期間，大連久光店幾乎所有營業額均產生自特許專櫃銷售。誠如下文「特許專櫃銷售」一段所述，持有存貨的成本以及銷售成本均轉嫁至特許專櫃商並由其承擔，相比我們其他亦有直接銷售的百貨店，大連久光店錄得相對高毛利率。

下表載列我們各百貨店直接銷售及特許專櫃銷售的營業額及毛利：

	截至十二月 三十一日 止年度	營業額		毛利	
		直接銷售 所得款項 (除稅後) 千港元	來自特許專 櫃銷售的 收入(附註) 千港元	直接銷售 千港元	來自特許專 櫃銷售的 收入(附註) 千港元
上海久光店	二零一三年	204,432	547,543	55,260	547,543
	二零一四年	211,741	552,327	53,137	552,327
	二零一五年	241,103	556,215	54,219	556,215
蘇州久光店	二零一三年	72,519	146,801	16,452	146,801
	二零一四年	69,997	173,413	16,853	173,413
	二零一五年	69,309	173,429	16,919	173,429
大連久光店	二零一三年	255	28,741	54	28,741
	二零一四年	226	23,235	57	23,235
	二零一五年	99	15,783	13	15,783
瀋陽久光店	二零一三年	1,594	2,818	296	2,818
	二零一四年	10,273	15,487	845	15,487
	二零一五年	12,178	11,347	827	11,347

附註：持有存貨的成本以及銷售成本均轉嫁至特許專櫃商並由其承擔。因此，來自特許專櫃銷售的毛利等於來自特許專櫃銷售的收入。

業 務

超市

我們於上海久光店及蘇州久光店內營運超市。同時，本集團首家獨立超市於二零一三年七月在上海「尚嘉中心」開設。「尚嘉中心」為一間位於上海虹橋經濟開發區的高端購物綜合樓，提供各類奢侈品牌及國際飲食連鎖店。本集團首家獨立超市代表本集團在擴大鮮品館品牌業務所作出的努力，因為董事相信超市提供的高質素食品及糖果產品廣受上海久光店客戶歡迎。儘管於二零一五年十二月三十一日止年度，我們獨立超市營業額有所下降，反映中國經濟整體下滑，倘及於我們的股東在考慮多重因素包括市場趨勢及需求認為適宜時，我們將繼續擴大我們的鮮品館品牌。

餐廳

我們亦分別於中國與香港經營兩間及一間和三味。

該等餐廳的詳情以及若干財務及營運數據載列如下。

	香港	上海	蘇州
開始經營年份	二零零六年十月	二零一四年九月 (其租賃協議年期 於二零一四年 五月開始)	二零零九年四月 (其租賃協議年期 於二零零八年 十一月開始)
建築面積(平方米)	1,075.1	620.0	616.5
座位數目	200	100	88
二零一五年的銷售	67.7百萬港元	13.0百萬港元	13.1百萬港元
二零一五年的顧客總人數	115,841	23,582	24,111
二零一五年每位顧客平均 花費	584港元	553港元	543港元
二零一五年平均每日 營業額	185,413港元	35,746港元	35,881港元

和三味為日式鐵板燒餐廳，以日式火鍋、壽司及鐵板燒為特色。

和三味的管理由主廚負責，主廚向和三味所屬的相應百貨店之門店經理匯報。分拆後，於香港餐廳的主廚將不再向位於銅鑼灣崇光百貨店之門店經理匯報，而是將直接向上海久光店的副門店經理匯報。

業 務

向顧客提供安全、可靠及品質一致為我們的首要目標及重中之重，通過從可靠供應商採購食物原材料及配料將不僅使我們能夠實現該等目標，亦可使我們維持穩定的成本及存貨水平。

供應商管理及主要食材／配料採購

我們從50多家供應商採購我們的主要食物及物資，包括本地產品和採購自海外(包括澳洲、日本、美國、加拿大及南非)的原材料及配料。我們與我們主要供應商的業務關係平均保持在兩年以上。

在將某家供應商列為我們合格供應商之前，我們的廚師團隊將對來自各個潛在供應商的貨品進行檢查。任何關於甄選或替換關鍵供應商的決策需經主廚批准，並向負責餐廳的相應門店經理匯報。與供應商交易時，我們不僅考慮價格，亦考慮食物配料運送的可靠性及反應能力。鑒於我們透明的供應商甄選過程及高級管理層的密切監察，相信我們能夠有效避免供應商向僱員提供回扣或進行賄賂。

食物配料採購管理

為保持穩定供應並提高我們的議價能力，我們一般會為同一種原材料／配料甄選二至三家不同供應商，並根據品質及價格選擇一家訂貨。一般而言，我們的廚師團隊將根據近期消耗和以往經驗估計每兩天所需要的配料量，隔天進行下單。

我們主要的食物及物資包括(i)海鮮；(ii)新鮮食品如蔬菜；(iii)肉類；(iv)飲品；及(v)雜貨。通過與主要供應商建立長久關係並採用不同來源或國家的食物及物資，相信我們能夠保持相對穩定的食物成本。我們認為，於業績記錄期間，我們主要食物配料價格增長屬合理，對我們營運業績和財務狀況並無重大不利影響。

於業績記錄期間，並無因食物及飲品供應不穩定或不足而中斷我們餐廳營運之事故。

食品安全、品質控制及投訴

我們注重保持餐廳所提供之食物的安全及品質。所有供應商均就所提供的食物配料及其他供應品遵守本地監管部門實施的相關品質標準。我們亦定期對採購自各個供應商的貨品品質進行檢查。運送至我們餐廳的配料將由我們經驗更豐富的廚師進行監察，以確保食物及配料新鮮並達到我們的標準。

業 務

關於食品加工各個階段的品質控制，將由我們經驗豐富的廚師及餐廳經理監管，且食物會按適當加工流程備製。此外，三位經驗豐富的餐廳員工(包括各餐廳的餐廳經理及高級廚師)的部分日常工作為負責監察並確保食物和餐廳的品質、安全及衛生。

於業績記錄期間，概無任何政府機構進行過調查，亦無任何食品安全事故發生，我們並未受到關於餐廳的任何重大投訴。餐廳經理須負責處理任何餐廳顧客投訴。

餐廳達至收支平衡所需時間受許多因素影響，如(其中包括)當地顧客偏好、用於食物的可支配消費、競爭和地點。

現金管理

大部份客戶以現金或信用／扣賬卡或其他電子付款方式結算其餐廳賬單。為防止員工挪用或盜用現金及僱員合謀，我們設有措施及控制程序，包括透過授予適當權利進入我們的銷售點系統執行妥當分工、檢查及制衡。餐桌員工於銷售點接受客戶點餐，點餐指令直接向廚房傳達以加工食物，而收銀員於客戶結算賬單時自其收取款項。此外，所有現金所得款項於營業時段結束時提交，而獨立財務員工在閉路電視監察下於銷售點系統進行現金款項對賬。

於業績記錄期間，並無發生挪用或盜用現金事件。

商標

我們餐廳所用商標於中國及香港登記，並由本集團擁有。有關商標的更多詳情，請參閱本上市文件附錄五「知識產權」一段。

定價政策

我們的和三味針對中高端客戶，而我們相信，我們能夠達至更好的定價溢價及收取與各自地點內其他同級日式餐廳相若的價格。

業 務

我們的廚師團隊將一般每一至兩年預備標準餐單及作出更改。視乎可取得季節性材料，廚師團隊將能夠不時就客戶需要設計特色餐單。於設定我們餐廳餐單項目的價格時，我們計及以下主要因素：

- 原材料／材料成本；
- 食材稀有程度；
- 我們餐廳的位置及鄰近競爭對手；及
- 目標客戶的消費模式。

我們的餐廳經理將不時檢討主餐單項目的價格，以維持相對穩定的毛利率。對我們餐單項目的調整乃主要應對銷售成本(包括(其中包括)食物及飲品成本、其他經營成本)增加、市場趨勢及競爭對手設定的價格。

我們亦不時於我們的餐廳舉行推廣活動，例如母親節推廣或情人節推廣。我們亦加盟餐飲網站並利用其推廣餐廳，吸引新客戶嘗試我們的餐廳。持有聯營信用卡的客戶或和三味會員卡的客戶均於我們的餐廳享有折扣。

擴張

我們所有和三味附設於本集團百貨店(香港分店位於與餘下利福集團銅鑼灣崇光百貨店同一樓宇除外)。我們首間和三味於二零零六年十月在香港開店。其後，我們在中國於蘇州久光店及上海久光店開設和三味，分店分別於二零零九年四月及二零一四年九月開始營業。至今，我們的和三味營運與我們的百貨店業務互補。

儘管我們主要集中經營百貨店及超市，董事將視乎市場趨勢及需求在適當時考慮發展及擴大餐廳分部。此外，我們並不排除日後於我們百貨店以外開設獨立和三味的可能性。

服務及租賃

我們亦向我們的特許專櫃商及直接銷售供應商提供服務，例如於我們百貨店的產品陳列位置及廣告牌的服務。我們百貨店的特許專櫃商及直接銷售供應商向我們支付年度贊助費以支付宣傳成本，彼等亦可按其需要於我們百貨店付費租賃產品陳列位置及廣告牌(並非強制性但根據我們特許專櫃商的需要)。截至二零一五年十二月三十一日止三個年度各年，該服務收入於我們總營業額分別貢獻約4.2%、3.8%及4.0%。

業 務

我們亦租賃我們的百貨店空間予第三方服務供應商(如餐廳)作租金收入用途。截至二零一五年十二月三十一日止三個年度各年，租金收入於總營業額分別貢獻約7.5%、7.7%及7.9%。於二零一五年十二月三十一日，上海久光店約21.4%、蘇州久光店約22.6%及大連久光店約18.3%的區域已租賃予第三方服務供應商。各服務供應商的租賃條款各有不同，租金收入可為固定或按服務供應商總銷售所得款項變動。租賃合約年期通常為一至五年。透過租賃我們百貨店空間予第三方服務供應商，我們相信我們能夠提升客戶購物體驗、吸引更多百貨店客流量，並增加客戶於我們百貨店購物花費的時間。我們的租金收入亦提供穩定營業額來源。

銷售

銷售所得款項及商品

本集團百貨店及超市以直接銷售及特許專櫃銷售方式進行銷售。銷售所得款項(除稅後)包含直接銷售以及特許專櫃銷售的所收取款項淨額(即：扣除增值稅)。下表載列於業績記錄期間銷售所得款項(除稅後)概要：

	截至十二月三十一日止年度					
	二零一三年		二零一四年		二零一五年	
	千港元	%	千港元	%	千港元	%
銷售所得款項(除稅後)						
直接銷售	392,262	10.8	421,119	11.0	446,496	11.8
特許專櫃銷售	<u>3,256,183</u>	<u>89.2</u>	<u>3,416,283</u>	<u>89.0</u>	<u>3,347,490</u>	<u>88.2</u>
總計	<u><u>3,648,445</u></u>	<u><u>100.0</u></u>	<u><u>3,837,402</u></u>	<u><u>100.0</u></u>	<u><u>3,793,986</u></u>	<u><u>100.0</u></u>

我們大部分的銷售所得款項(除稅後)乃來自特許專櫃銷售。然而，本集團並不依賴於任何個別特許專櫃商，乃因概無我們的特許專櫃商個別佔我們於截至二零一五年十二月三十一日止三個年度任何一年營業額超過1.5%。

業 務

本集團提供多種商品，大致可分為「服裝及時裝」、「化妝品及配飾」、「家居用品、玩具及其他」以及「食品及糖果」類別以滿足客戶需要。於業績記錄期間，我們百貨店各商品類別的銷售所得款項(除稅後)如下：

類別	截至十二月三十一日止年度								
	二零一三年			二零一四年			二零一五年		
	直接銷售	特許專櫃 銷售	總計	直接銷售	特許專櫃 銷售	總計	直接銷售	特許專櫃 銷售	總計
千港元	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元	
服裝及時裝	168	1,254,641	1,254,809	1,447	1,590,062	1,591,509	6,506	1,537,656	1,544,162
化妝品及配飾	78,947	1,019,247	1,098,194	117,227	977,532	1,094,759	147,891	990,241	1,138,132
家居用品、 玩具及其他	—	562,837	562,837	—	395,837	395,837	—	370,823	370,823
食品及糖果	313,147	419,458	732,605	302,445	452,852	755,297	292,099	448,770	740,869
總計	392,262	3,256,183	3,648,445	421,119	3,416,283	3,837,402	446,496	3,347,490	3,793,986

直接銷售

下圖為我們直接銷售營運流程表：



就百貨店直接銷售而言，我們採購及銷售我們直接購入商品，包括超市部分供應之商品、家居商品及部分化妝品。一般而言，購貨計劃乃每年由各個百貨店及超市銷售部門編製，基於過往經驗及預測市場趨勢及需求，經考慮本集團該年度的銷售及毛利率預算，列出將予購入的產品種類。商品採購以及磋商條款及條件隨後由相應部門的銷售經理參照購貨計劃處理。

購貨計劃不時修訂，以提供合適的商品組合，改善百貨店及超市存貨水平控制，並同時提高營運資金使用效率。一般而言，商品按與供應商訂立的「購貨訂單」安排。我們各部門銷售經理負責挑選供應商並與供應商磋商。根據此安排，我們亦就不同種類商品與我們的直接銷售供應商訂立標準直接供應協議，訂明供應及付運商品的期限。我們將於購入商品送達及滿意接收後方將其記錄入賬。除非貨品出現瑕疵，有關購入一般為不予退回。一般而言，相關期間(各月第26天至下月第25天)實際購買金額須於相關期間末後15天內確定。隨後，直接供應商須於5天內就結算向我們提供發票，且須於隨後10天內向直接供應商付款。我們以銀行轉賬向供應商支付及償付款項。

業 務

我們各間百貨店及超市擁有一支員工團隊，負責於貨品送抵後檢查貨品狀況，而訂購商品的銷售部門負責於陳列及／或儲存前檢查貨品質素。於業績記錄期間，我們就以直接銷售方式出售有缺陷貨品而接獲的索償數目極少，而有關索償不論以個別或總體基準計算，均對本集團而言並不重大。在檢查及接納直接銷售供應商的產品後，我們須就已售瑕疵貨品對終端客戶負責。我們並無退貨政策或擔保政策，任何產品退款及／或更換須根據適用中國法律及法規酌情處理。為存貨控制用途，不時進行存貨點算。

本集團管理層定期評估商品的可銷售性及狀況。本集團管理層一旦確定出現陳舊商品，將作出有關撥備。於業績記錄期間，就陳舊商品已撇銷約250,000港元、427,000港元及209,000港元。

我們亦於中國與香港分別經營兩間及一間和三味。和三味為日式鐵板燒餐廳，以日式鐵板燒、火鍋及壽司及為特色。

下表載列於業績記錄期間直接銷售的銷售所得(除稅後)、已售貨品成本、毛利及毛利率：

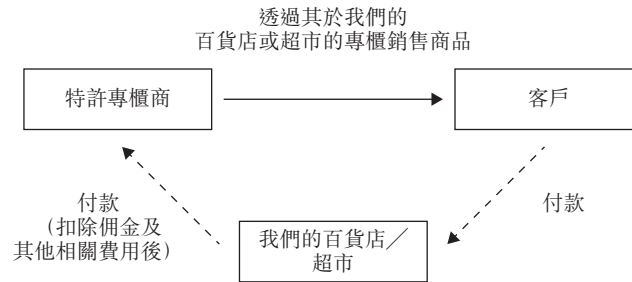
	截至十二月三十一日止年度		
	二零一三年	二零一四年	二零一五年
	千港元	千港元	千港元
來自直接銷售的銷售所得(除稅後)	392,262	421,119	446,496
直接銷售的已售貨品成本	(253,145)	(277,474)	(293,266)
直接銷售毛利	139,117	143,645	153,230
直接銷售毛利率	35.5%	34.1%	34.3%

截至二零一五年十二月三十一日止三個年度各年，來自直接銷售的銷售所得(除稅後)於本集團銷售所得(除稅後)分別貢獻約10.8%、11.0%及11.8%。

業 務

特許專櫃銷售

下圖載列特許專櫃銷售營運流程：



我們相信與特許專櫃商的「店中店」安排，可擴闊為客戶提供的商品種類，從而增加我們百貨店的吸引力。此外，持有存貨的風險及成本以及銷售成本均轉嫁至特許專櫃商，由彼等承擔。特許專櫃安排一般為經營時裝、奢侈品配飾、化妝品專櫃、家用電器、餐廳及快餐店。我們大部分銷售乃透過特許專櫃銷售進行，本集團能夠消除大部分存貨風險。

下表載列於二零一五年十二月三十一日按產品類別劃分的本集團特許專櫃數目明細：

類別	特許專櫃數目
服裝及時裝	466
化妝品及配飾	335
家居用品、玩具及其他	197
食品及糖果	146
總計	1,144

由於特許專櫃佣金提供固定營業額來源，不論特許專櫃達到最低佣金與否均須支付最低佣金，我們的特許專櫃安排減低純利率波幅。我們亦可靈活改變百貨店及超市所提供的產品組合，倘特許專櫃商未能達到最低佣金，則可取代及終止特許專櫃。

業 務

下表載列業績記錄期間來自特許專櫃銷售的銷售所得款項(除稅後)、來自特許專櫃銷售的收入以及平均特許專櫃佣金比率：

	截至十二月三十一日止年度		
	二零一三年	二零一四年	二零一五年
	千港元	千港元	千港元
來自特許專櫃銷售的銷售所得(除稅後)	3,256,183	3,416,283	3,347,490
來自特許專櫃銷售的收入	732,688	779,102	769,655
平均特許專櫃佣金比率	21.9%	22.1%	22.3%

截至二零一五年十二月三十一日止三個年度各年，來自特許專櫃銷售的銷售所得(除稅後)於本集團總銷售所得(除稅後)分別貢獻約89.2%、89.0%及88.2%。來自特許專櫃的收入乃按銷售所得(除稅前)的若干百分比計算，且符合協議最低額。

我們與若干特許專櫃商訂立特許專櫃協議，准許彼等佔用我們百貨店或超市指定位置，就彼等產品設置彼等本身的銷售專櫃。特許專櫃協議一般訂明特許專櫃商可於各百貨店或超市銷售的產品類別。特許專櫃協議的一般期限為一至三年。幾乎所有特許專櫃商按本集團佈置政策指引，負責設計、佈置及裝修彼等專櫃，自行承擔成本，亦承擔所產生的任何定期維修及保養成本。此外，各特許專櫃商有責任僱用其員工，維持售出商品及所提供服務的質素於本集團接受的水平。就特許專櫃銷售而言，本集團監察特許專櫃的產品組合及銷售情況。我們就銷售表現、營銷及宣傳策略，以及商品陳列與特許專櫃商討論並提供意見。另外，我們提供與遵守相關法規有關的若干培訓課程予特許專櫃商的員工。

業 務

我們向特許專櫃商收取佣金，有關佣金按就該特許專櫃商的銷售所得的若干協定比率計算，一般介乎約3%至34%，以及協定的最低佣金金額。除若干並無規定最低佣金的品牌外，我們按此基準向接近所有特許專櫃商收費。我們對該等除外品牌收取的佣金介乎約2%至26%。就該等品牌實施不同佣金政策乃基於特許專櫃商與我們之間的個別商業磋商。截至二零一三年、二零一四年及二零一五年十二月三十一日止三個年度各年，有關品牌支付的佣金金額分別約為人民幣6.5百萬元、人民幣8.5百萬元及人民幣9.6百萬元，佔我們於截至二零一三年、二零一四年及二零一五年十二月三十一日止三個年度各年自特許專櫃商所收取佣金總額分別約1.1%、1.4%及1.5%。

而應付佣金不超過彼等相應最低佣金的特許專櫃商，將須支付最低佣金。收取自特許專櫃銷售的銷售所得款項先由我們代表特許專櫃商收取，隨後在扣除所有相關開支及佣金後按月退回特許專櫃商。因此，我們並不收取銷售所得款項，但收取根據我們與特許專櫃商的安排項下的佣金收入。

於業績記錄期間自特許專櫃商收取的佣金收入明細載列如下：

	截至十二月三十一日止年度		
	二零一三年 千港元	二零一四年 千港元	二零一五年 千港元
所收取佣金總額			
最低佣金	458,776	465,483	463,364
最低佣金以外的佣金	309,859	344,913	336,232
減：銷售稅	<u>(35,947)</u>	<u>(31,294)</u>	<u>(29,941)</u>
	<u>732,688</u>	<u>779,102</u>	<u>769,655</u>

業 務

下表說明按相關協議屆滿年份分類的特許專櫃商數目明細：

	於二零一三年十二月三十一日				
	大連久光店	瀋陽久光店	上海久光店	上海的獨立超市	蘇州久光店
於二零一四年屆滿	89	14	543	12	94
於二零一五年屆滿	23	211	49	26	69
於二零一六年屆滿	1	56	6	5	214
於二零一七年屆滿	—	—	—	—	59
於二零一八年屆滿	—	5	1	—	4
	113	286	599	43	440
	於二零一四年十二月三十一日				
	大連久光店	瀋陽久光店	上海久光店	上海的獨立超市	蘇州久光店
於二零一五年屆滿	65	222	515	31	97
於二零一六年屆滿	26	66	85	18	278
於二零一七年屆滿	2	1	7	—	71
於二零一八年屆滿	—	5	1	—	7
	93	294	608	49	453
	於二零一五年十二月三十一日				
	大連久光店	瀋陽久光店	上海久光店	上海的獨立超市	蘇州久光店
於二零一六年屆滿	67	—	552	40	330
於二零一七年屆滿	4	—	39	7	92
於二零一八年屆滿	—	—	3	—	10
於二零一九年屆滿	—	—	—	—	—
	71	—	594	47	432

業 務

下表載列於業績記錄期間就未能達至每月最低佣金而終止的特許專櫃商數目。

截至十二月三十一日止年度	就未能達至 每月最低佣金而 終止的特許 專櫃商數目
二零一三年	9
二零一四年	9
二零一五年	15

截至二零一五年十二月三十一日止三個年度，我們並無就本集團特許專櫃出售有缺陷貨品導致的損害賠償而接獲任何對本集團的重大索償。倘特許專櫃商出售的貨品為有缺陷而導致對本集團的索償，彼等須彌償我們。

有關我們百貨店及超市營運的標準格式協議

總體而言，我們已就百貨店及超市營運與直接供應商及特許專櫃商採納標準格式協議。我們要求該標準格式作為百貨店及超市營運與直接供應商及特許專櫃商就條款的一般基礎，以確保做法一致、控制法律風險以及減低行政開支。

我們標準格式協議的任何偏差一般由本集團高級管理層批准。就與若干領先品牌直接供應商及特許專櫃商的協議，我們按彼等要求制定，惟將向彼等堅持使用輔以彼等建議修改的標準協議，以保障我們的權益。

下表載列我們與直接供應商及特許專櫃商就我們百貨店及超市達成之標準協議的主要條款概要：

	直接供應商	特許專櫃商
協議年期	一至兩年	通常一至三年
產品	提供的一般品牌及／或產品，例如化妝品及配飾及食品及糖果產品。	銷售的一般品牌及／或產品。

業 務

	直接供應商	特許專櫃商
對價	<p>我們一般向直接供應商購入商品，隨後於我們的百貨店及超市向客戶銷售該等商品。</p> <p>一般而言，相關期間(各月第26天至下月第25天)實際購買金額須於相關期間末後15天內確定。隨後，直接供應商須於5天內就結算向我們提供發票，且須於隨後10天內向直接供應商付款。</p> <p>以銀行轉帳方式向供應商支付並結算。</p>	<p>一般而言，特許專櫃商須就其獲得的銷售所得款項支付佣金款項。倘實際每月佣金低於上述最低佣金，我們亦可能收取每月最低佣金。倘實際每月銷售佣金連續六個月低於每月最低佣金，我們有權終止協議。</p> <p>除收取佣金以外，我們亦將向特許專櫃商收取管理費、信用卡交易費、倉儲費、交通費、彼等員工的更衣室費，以及宣傳費。</p> <p>作為減低收款風險的措施，所有特許專櫃銷售均於我們的出納櫃台進行交易。於付款協定時間，通常為按月基準，我們將銷售所得款項(扣除相關佣金、相關費用及開支後)退回特許專櫃商。</p> <p>一般而言，月度實際銷售所得款項及其他相關費用應於月終後20日內計算完成。隨後，特許專櫃商須於5日內就結算向我們提供發票，並於此後10日內支付特許專櫃商。</p>

業 務

	直接供應商	特許專櫃商
定價	<p>一般而言，我們參照建議零售價，為產品自行定價，但某些情況下產品價格亦可能由化妝品及配飾供應商決定。</p>	<p>特許專櫃商就彼等產品設定價格。然而，為維持我們於市場的競爭力，特許專櫃商設定的產品價格不得高於彼等在中國其他門店出售產品的價格。</p> <p>一般而言，特許專櫃商將向我們貴賓客戶就標準價格商品提供特別折扣。特許專櫃商亦可能參與我們的特別推廣活動，詳情及費用安排將由我們之間協定。</p>
保證	<p>供應商保證彼等產品遵守中國最新法律及法規。供應商亦需要提供款項作為誠意金，有關款項用於就(其中包括)我們因供應商對協議的任何違反(包括但不限於有缺陷產品)彌償我們的虧損。</p>	<p>特許專櫃商保證彼等產品遵守中國適用法律及法規。此外，特許專櫃商須對任何無法達到適用規則及法規及/或侵犯第三方知識產權負責。</p>
終止權利	<p>倘我們未能履行協議項下義務(包括但不限於我們未能或延遲向供應商付款，及未能於接獲供應商書面通知七天內修正)，供應商可終止協議。</p>	<p>協議內並無有關特許專櫃商終止協議的特定條文。然而，倘特許專櫃商擬終止協議，我們將與特許專櫃商商討，而協議將於達成共識後終止。</p>

業 務

客戶

我們百貨店(包括百貨店內超市)的銷售所得款項產生自於我們百貨店購物的客戶／購物者；而有關銷售所得款項可能來自我們的商品直接銷售或來自特許專櫃商的銷售。零售購物者主要為居住在我們百貨店附近社區及區域的個人，通常以現金、借記卡、預付卡或信用卡支付購物。於截至二零一五年十二月三十一日止三個年度任何一年，概無佔超過我們營業額比例超過1%的個人購物者。就營業額而言，我們於業績記錄期間的大部份營業額來自特許專櫃商。

五大特許專櫃商

於業績記錄期間，我們的五大特許專櫃商合共分別佔我們營業額約4.2%、4.3%及4.5%。於業績記錄期間，我們的五大特許專櫃商包括服裝及時裝以及首飾專櫃商。截至二零一五年十二月三十一日止三個年度各年，我們的最大特許專櫃商分別佔我們營業額約1.4%、1.1%及1.4%。

下表載列我們於業績記錄期間的五大特許專櫃商概況：

截至二零一三年十二月三十一日止年度

特許專櫃商名稱	特許專櫃商的業務活動	直至截至二零一三年十二月三十一日止年度與本集團的業務關係年期(以年計)	營業額 千港元	佔我們營業額的 概約百分比 %
特許專櫃商A	服裝及時裝銷售	9	17,277	1.4
特許專櫃商B	服裝及時裝銷售	5	10,229	0.8
特許專櫃商C	服裝及時裝銷售	1	9,724	0.8
特許專櫃商D	服裝及時裝銷售	4	8,890	0.7
特許專櫃商E	服裝及時裝銷售	4	6,751	0.5

業 務

截至二零一四年十二月三十一日止年度

特許專櫃商名稱	特許專櫃商的業務活動	直至截至二零一四年		佔我們 營業額的 概約百分比 %
		十二月三十一日止 年度與本集團的業 務關係年期(以年計)	營業額 千港元	
特許專櫃商A	服裝及時裝銷售	10	15,373	1.1
特許專櫃商C	服裝及時裝銷售	2	12,513	0.9
特許專櫃商F	首飾銷售	7	11,890	0.9
特許專櫃商B	服裝及時裝銷售	6	9,770	0.7
特許專櫃商D	服裝及時裝銷售	5	8,437	0.6

截至二零一五年十二月三十一日止年度

特許專櫃商名稱	特許專櫃商的業務活動	直至截至二零一五年		佔我們 營業額的 概約百分比 %
		十二月三十一日止 年度與本集團的業 務關係年期(以年計)	營業額 千港元	
特許專櫃商C	服裝及時裝銷售	3	19,388	1.4
特許專櫃商A	服裝及時裝銷售	11	12,876	0.9
特許專櫃商F	首飾銷售	8	11,582	0.8
特許專櫃商B	服裝及時裝銷售	7	10,404	0.8
特許專櫃商E	服裝及時裝銷售	6	7,596	0.5

除了特許專櫃商F(即利福集團於截至二零一三年及二零一四年十二月三十一日止年度的控股股東的聯繫人，於截至二零一五年十二月三十一日止年度終止為利福集團控股股東聯繫人，並於業績記錄期間為利福集團一位董事的聯繫人)外，本集團於業績記錄期間的五大特許專櫃商均為獨立第三方。除上文所披露者外，概無董事、彼等的緊密聯繫人或我們股東(就董事所知擁有超過5%已發行股份)於本集團於業績記錄期間的五大特許專櫃商中擁有任何權益。有關五大特許專櫃商的付款方法，請參閱上文「有關我們百貨店及超市營運的標準格式協議」一段。

業 務

五大供應商

於業績記錄期間，我們的五大供應商合共分別佔採購總量約23.1%、29.6%及33.2%。於業績記錄期間，我們的五大供應商均來自直接銷售分部，包括化妝品及配飾以及食品及糖果供應商。截至二零一五年十二月三十一日止三個年度各年，我們的最大供應商分別佔採購總量約7.0%、9.0%及9.8%。

截至二零一三年十二月三十一日止年度

供應商名稱	與本集團的主要業務	直至截至二零一三年十二月三十一日止年度與本集團的業務關係年期(以年計)	購買 千港元	佔我們	佔我們
				總購買的 概約百分比 (不包括 餐廳業務) %	總購買的 概約百分比 %
供應商A	提供化妝品及配飾	7	18,374	8.0	7.0
供應商B	提供食品及糖果	6	14,649	6.4	5.6
供應商C	提供化妝品及配飾	9	11,614	5.1	4.5
供應商D	提供化妝品及配飾	5	8,069	3.5	3.1
供應商E	提供化妝品及配飾	9	7,563	3.3	2.9

截至二零一四年十二月三十一日止年度

供應商名稱	與本集團的主要業務	直至截至二零一四年十二月三十一日止年度與本集團的業務關係年期(以年計)	購買 千港元	佔我們	佔我們
				總購買的 概約百分比 (不包括 餐廳業務) %	總購買的 概約百分比 %
供應商A	提供化妝品及配飾	8	25,285	9.9	9.0
供應商C	提供化妝品及配飾	10	21,961	8.6	7.8
供應商B	提供食品及糖果	7	19,712	7.7	7.0
供應商E	提供化妝品及配飾	10	8,422	3.3	3.0
供應商D	提供化妝品及配飾	6	7,921	3.1	2.8

業 務

截至二零一五年十二月三十一日止年度

供應商名稱	與本集團的主要業務	直至截至二零一五年十二月三十一日止年度與本集團的業務關係年期(以年計)	購買 千港元	佔我們 總購買的 概約百分比 (不包括 餐廳業務) %	佔我們 總購買的 概約百分比 %
供應商A	提供化妝品及配飾	9	28,382	10.6	9.8
供應商C	提供化妝品及配飾	11	27,952	10.5	9.7
供應商B	提供食品及糖果	8	14,484	5.4	5.0
供應商F	提供化妝品及配飾	11	13,248	5.0	4.6
供應商G	提供化妝品及配飾	1	11,738	4.4	4.1

本集團於業績記錄期間的五大供應商均為獨立第三方。概無董事、彼等的緊密聯繫人或我們股東(就董事所知擁有超過5%已發行股份)於本集團於業績記錄期間的五大供應商中擁有任何權益。有關五大供應商的信貸期及付款方法，請參閱上文「有關我們百貨店及超市營運的標準格式協議」一段。

季節性

我們的直接銷售及特許專櫃銷售受季節性波動影響。我們的大部分銷售通常於十一月至下一年二月期間錄得，並覆蓋主要節日及假期，例如農曆新年及聖誕節。由於有關波動的影響，在同一財政年不同期間或不同財政年度不同期間進行銷售及經營業績的比較未必有意義，且不可依賴作為我們的業績指標。於業績記錄期間，我們可調整存貨水平以迎合傳統購物季節商品需求增加，因此並無經歷商品供應短缺。於截至二零一五年十二月三十一日止三個年度各年一月、二月、十一月及十二月四個月期間，銷售所得款項(除稅後)約37.5%、39.0%及37.1%。

門店管理

我們百貨店的各銷售部門的日常運作(包括購貨及存貨控制)主要由我們的銷售部門進行，並由副門店經理或主管部經理整體監督。將編製定期銷售報告，以協助管理層密切監察百貨店運作。資料將包括就個別部門/購物樓層、每日、每週、每月及按年比較、客流、每日平均客流以及逗留及購物比率的銷售分析。

業 務

上述分析協助管理層及時回應市場變動，並採取任何必要措施，以制定策略改善百貨店整體表現。我們的百貨店銷售部經理繼而負責實施及監察遵守本集團採納的各項策略。彼等的工作包括設計百貨店佈置、貨品陳列以至舉辦推廣及特價促銷活動。

就我們百貨店的整體管理而言，我們發起及統籌店內整體宣傳活動，不時檢討商品組合、定價及貨品質素。

我們百貨店的營業時間通常為星期一至日上午十時至下午十時。全職員工(不包括特許專櫃商僱用的員工)數目按門店而有所不同，於二零一五年十二月三十一日介乎125至567名僱員。我們大部分員工為我們直接銷售專櫃的銷售人員以及支援及行政員工。各百貨店由副門店經理或部門經理管理，負責該店的運作及日常管理。此外，監視鏡頭及我們百貨店的保安員工監控百貨店的安全。

我們亦可能不時進行百貨店翻新。我們一般自三家承包商取得報價，挑選一家為翻新承包商，亦可能聘用設計公司為我們設計翻新佈局。我們的銷售部門亦可能要求就百貨店佈局作小型翻新，例如合併兩間門店面積以配合可能需要較大門店面積的若干特許專櫃商要求。就若干大規模翻新工程而言，如需要時我們將向相關政府機關取得批准。

儘管就我們的百貨店進行主要翻新並無固定政策，全年均進行改善及維護工程。於業績記錄期間，上海久光店、蘇州久光店及大連久光店各自的年度維護資本開支各介乎約人民幣5百萬元至人民幣10百萬元。

我們各間百貨店的樓面佈局及商品／品牌組合均經挑選且可能根據當地消費偏好改變。我們所有百貨店均配有包括保安及火警監測系統、銷售點查核系統、中央空調、扶手電梯等設施，與經營統一連鎖百貨店的一般標準一致。

付款安排

我們的百貨店出售商品，以現金、借記卡、預付卡或信用卡付款。因此，本集團於零售業務面臨的壞賬微乎其微。

業 務

我們的百貨店均設有由我們的員工操作及控制的出納櫃檯，以收取商品付款。為盡量減低收賬風險，客戶在百貨店的付款均在該等出納櫃檯收取。由於每種商品均有其各自獨一無二的項目代碼，故客戶在百貨店內購物時，收銀員會將型號或項目代碼輸入電腦化記錄保存系統，系統則將該等購物記錄為本集團的銷售數據。

我們的業務屬於現金交易性質，因此我們實行政策及程序，確保對現金流量及銷售收款進行必要的記錄。例如，現金收款每日存入我們的銀行賬戶。各百貨店的出納部每日進行對賬，將銷售數據與現金及信用卡收款、借記卡及預付卡收款進行對賬，以確認所得營業額，並確保銷售數據與現金收款及信用卡收款、借記卡及預付卡收款並無差異。

客戶服務

我們透過百貨店的客戶服務中心，就顧客的建議或投訴提供直接的溝通渠道。

此外，我們一般於百貨店提供以下服務以提升購物體驗以及向購物人士／客戶提供的服務質素：

- 停車
- 免費更換非折扣商品
- 禮品包裝
- 育嬰室
- 免費無線網絡連接

消防合規

作為我們為確保符合消防安全措施的一部分，我們每年於百貨店進行一至兩次模擬消防演習。作為新入職員工培訓的一部分，彼等會獲提供消防安全培訓及不時的額外培訓。我們的員工不時巡邏百貨店消防出口，以確保消防安全通道無阻。

存貨管理、資訊科技系統及品質控制

存貨管理

我們的百貨店及超市銷售部釐定整體採購策略及監督採購團隊。百貨店及超市銷售部開發品牌及採購策略、建立及管理與主要特許專櫃商及其他商品供應商的關係、

業 務

維持品牌及供應商數據庫，幫助我們識別未在百貨店及超市銷售的品牌及供應商，以及發出選擇特許專櫃商及其他商品供應商的指引。我們百貨店及超市的銷售部亦負責其他事宜，例如開發新百貨店及超市、規劃商品及品牌組合及樓面佈局、接觸潛在特許專櫃商及其他商品供應商並與彼等磋商。我們百貨店及超市的銷售及市場部管理門店存貨、發展及管理與門店特許專櫃商的關係、組織門店層面的營銷及推廣活動，以及進行特定門店的市場研究。

我們董事相信，供應商及特許專櫃商的質素在分銷鏈上擔當重要角色，我們已採納有關選擇供應商及特許專櫃商的政策。我們定期進行市場研究及與多間供應商會面。於選擇供應商及特許專櫃商時，我們將探索其在產品品質、所提供產品定價、其所提供售後服務及推廣備份上的可靠程度等因素。就新品牌而言，我們將考慮有關品牌有否任何營銷計劃及政策，我們亦將內部討論有關品牌是否適合及配合我們的久光品牌。銷售部門將每星期與我們的副門店經理或部門主管經理進行會議，以報告銷售表現及討論任何改善計劃，而副門店經理或部門主管經理將每月與營運總監及行政總裁進行會議，以討論每間百貨店的經營及銷售表現。我們亦將自行進行市場研究，以及時了解競爭對手活動，幫助我們提升，並吸引新客戶及／或競爭對手的現有客戶。

大部份產品的直接供應商及特許專櫃商一般將須遵守我們的標準條款及條件。此外，我們將監察各特許專櫃商所得銷售，倘其銷售證實無法令人滿意，或其銷售未達到特許專櫃商協議所規定最低佣金，我們或會在可能的情況下行使終止我們合作的合約權利。

就直接銷售而言，我們按估計存貨週轉天數基準採納「安全存貨水平」及「先入先出」存貨政策，以確保我們百貨店及超市倉庫維持最佳存貨水平。就特許專櫃銷售而言，我們並無承擔任何存貨風險。截至二零一五年十二月三十一日止三個年度，存貨週轉天數分別約為54.9天、55.0天及47.4天。就我們的直接銷售商品而言，我們一般採納清空策略，例如提供產品銷售折扣(即超市的食品產品)，以在其使用期限前清貨。

資訊科技系統

我們的資訊科技系統規管我們的業務及經營範疇。我們設有自家資訊科技部管理該系統。我們董事認為在我們的零售網絡正不斷擴展時，我們的系統對監控及分析我們的經營效率，以至確保保持經營效率表現至關重要。

業 務

於最後實際可行日期，每間營運中的百貨店及超市內均設有獨立店內伺服器，實時記錄其財務及經營數據。我們的管理層及相關部門可獲得並分析來自零售及財務管理系統的數據，以管理百貨店及超市及開發未來策略。

我們的零售管理系統管理基本的日常零售營運，包括採購、銷售、倉儲、直接供應商及特許專櫃商管理、銷售及採購預算、審核及結算。該系統確認因特別促銷及貴賓客戶計劃或其他折扣而作出的零售價格調整。

通過自零售管理系統收集數據，我們的僱員可製作有關營業額、利潤、單價的每日、每月或年度銷售或財務報告以及進行所需的營運分析。一般而言，我們管理層將有權取得所有百貨店及超市的數據，而各分部的僱員僅可取得其部門的資料。財務管理系統的另一主要範疇是銷售點系統的使用，該系統記錄銷售及編製發票，協助員工每日對銷售數字進行對賬。

我們亦設有系統管理貴賓客戶資料，包括J's Club卡、超市會員卡及聯營信用卡管理、與貴賓客戶的溝通、貴賓客戶消費分析及貴賓客戶禮品、促銷及折扣管理。

百貨店及超市的質量控制

我們相當著重產品品質。就我們的直接銷售而言，我們每間百貨店及超市有一支員工團隊負責檢查貨品於送貨時的狀況，而訂購商品的銷售部門負責檢查貨品於備貨作展示及／或儲存前的質量。員工亦定期檢查展示及／或儲存中的貨品狀況，以確保並無出售受損或過期產品。就於我們百貨店內超市或獨立超市的產品而言，我們會進行更嚴格的產品檢查，包括有關產品是否過期及有關產品的標籤是否準確及遵守相關規例。就特許專櫃銷售而言，我們每名特許專櫃商有責任聘用其自有員工及就所出售商品及所提供服務維持我們可接受的品質標準。

業 務

營銷及推廣

營銷

我們每月或每年制定營銷計劃。我們進行市場研究以收集有關消費者行為及客戶對百貨店及超市各種營銷戰術的反饋等事宜的市場數據。該等市場調查一般透過訪問我們百貨店或超市各層客戶進行。客戶解答問卷所涵蓋範圍包括我們百貨店或超市所提供商品的定價及種類、所派發推廣材料的有效性以及與競爭對手的比較。所收集資料其後用作制定營銷策略的參考資料。除調查外，我們亦檢討就主要活動及特別情況(例如週年銷售及於聖誕及農曆新年時)而舉行的推廣促銷的有效性，以進一步提升我們日後的表現。

為有助推廣百貨店形像及將我們各百貨店定位為「目標」門店，我們於報紙及直郵刊登廣告，惟我們一直邁向數碼營銷，例如透過手機應用程式寄發廣告。我們亦在網站發佈消息，使客戶及時了解最新促銷活動及新信息。

店內廣告

就店內燈箱廣告而言，補充廣告通常放置於百貨店內特許專櫃附近。視乎廣告位置，除初步廣告費外，我們向特許專櫃商及供應商收取不同贊助費。

銷售推廣

推廣活動

自二零一一年起，我們每年為上海久光店及蘇州久光店聯合舉辦「久光高爾夫球公開賽」以推廣我們的門店形象以及推廣於我們百貨店銷售的若干運動及其他贊助品牌。其他推廣活動包括美食節、時裝表演、男女時裝及配飾的名人支持活動。我們利用該等活動以增加我們百貨店的客流量。

季節性銷售

我們每個夏季及冬季透過夏季銷售及冬季銷售進行銷售活動(包括農曆新年銷售及存貨清貨銷售)，我們門店於有關期間就幾乎所有商品提供折扣。

業 務

本集團銷售跟隨中國傳統購物季節模式，於聖誕及農曆新年前後錄得較高銷售比例。

除定期銷售活動外，我們亦於百貨店或超市舉行不同主題的特別推廣活動以吸引客戶。該等活動包括春節、中秋節、日本節日、福袋促銷、聖誕節促銷、母親節促銷、兒童節促銷以及每間百貨店的週年銷售。於該等活動期間，指定商品項目有特別折扣，而客戶享有禮品獎勵、幸運抽獎及遊戲。視乎推廣活動，我們的百貨店或超市內特許專櫃商獲邀參與，例如，為我們於營銷活動中所產生成本及開支提供資金或按特別價格提供獨家挑選項目。

私人銷售

我們的百貨店定期於其活動大廳私人銷售若干品牌，以進一步增加我們的商品種類。

忠誠計劃

持有我們J's Club卡的貴賓客戶於我們百貨店若干專櫃享有5%折扣，持有超市會員卡的貴賓客戶於若干日子可在超市享有5%折扣。J's Club成員及超市會員會獲得購物帶來的獎賞累計積分以兌換禮品獎賞。我們亦已於我們的百貨店引入聯營信用卡以提升客戶忠誠度。持有聯營信用卡的貴賓客戶亦於我們百貨店若干專櫃購物享有5%至10%的折扣，彼等亦可不時享受我們與發卡銀行間協議進行的促銷優惠。我們相信申請我們J's Club卡、超市會員卡或聯營信用卡的客戶將為經常購物者。我們不時向貴賓客戶群不時寄發營銷及宣傳資料以及提供額外購物優惠及邀請客戶參與特別活動。我們相信透過我們J's Club卡、超市會員卡及聯營信用卡推行的貴賓客戶計劃將在我們的百貨店及超市取得成功，有效促進客戶忠誠度並刺激於我們百貨店及超市的購買，而未來可能推行的其他聯營信用卡可有助進一步擴大我們的貴賓客戶群。

一般而言，每位客戶出示身份證，並於我們百貨店單日消費最低達到人民幣2,000元，即有權申請J's Club卡。一般而言，客戶出示身份證，並於超市單日消費最低達到人民幣500元，即有權申請超市會員卡。我們的董事相信，貴賓客戶計劃可能是目前在上海、蘇州及大連連鎖百貨店最具吸引力的客戶忠誠計劃之一，可同時提供購物折扣及積累獎賞積分。

業 務

預付卡

預付卡於上海久光店及蘇州久光店有售。客戶所購買之預付卡於發卡後三年內有效。客戶購買此等不同金額之預付卡可於之後用於購買商品。若持卡用戶希望購買超過卡中現金額度之貨品，則需支付商品價格與卡內額度之差價。來自預付卡銷售之現金額記錄於合併財務狀況表之「貿易及其他應付款項」一項，且直至客戶使用預付卡購物為止，並不被確認為營業額或銷售所得。於截至二零一五年十二月三十一日止三個年度售出的預售卡分別為約205.2百萬港元、164.0百萬港元及187.2百萬港元。於二零一五年十二月三十一日，已售預付卡之未付款項為約118.0百萬港元。截至二零一五年十二月三十一日止三年，贖回的預付卡金額分別約為184.4百萬港元、166.3百萬港元及181.5百萬港元，分別相當於總銷售所得款項(除稅後)約5.1%、4.3%及4.8%。於業績記錄期間，由於我們將容許客戶在預付卡存在未動用結餘的情況下於屆滿日期延長使用期，故我們並無來自預付卡的已沒收收入。我們已實施控制措施以確保遵守有關發出、銷售及使用預付卡的相關中國法律及法規，包括登記購買預付卡名稱的規定。

我們的擴展計劃

我們有意擴展我們的「利福」百貨店及於中國的市場份額，就此已不時探索投資機會。鑒於我們的策略為經營向客戶提供一站式購物體驗的大型百貨店以及將我們各百貨店建立為門店所在城市或地區的長期地標，我們採用自有物業業務模式。此外及如可能，我們傾向選擇透過收購土地及於地盤上建設自有百貨店的自行建設方法。

我們的大寧項目位於閘北區(其後於二零一五年十一月合併至上海靜安區)並鄰近地鐵站。我們已就我們的大寧項目進行可行性研究，包括但不限於上海百貨店市場的一般分析、我們大寧項目鄰近地區的競爭及交通網絡的詳細研究、以及我們大寧項目建設規劃及經營模式的可行性分析。上海久光店所在的靜安區是位於上海市中心的上海中心區之一。我們認為，相鄰靜安區(彼時閘北區為不同的分區)的閘北區可受益於靜安區的增長及發展，且閘北區本身亦逐漸成為越來越受城市居民青睞的地區。我們亦認為我們的大寧項目亦可享受作為先行者的優勢，乃因大寧項目鄰近地區現時並無具規模的百貨店及購物商場。因我們於考慮當時於上海的發展計劃時亦計劃開發一座具規模的商業／購物綜合體，我們認為閘北區將符合我們的發展策略，乃因其能夠向

業 務

我們提供具規模的地塊以開發成為具規模的商業／購物綜合體。考慮該等因素後，我們相信大寧項目落成後將成為閘北區的地標。因此，我們於二零一一年收購靜安土地。閒置地盤開發及建築工程於二零一三年展開。大寧項目計劃於二零一八年十二月竣工。閘北區現時已合併至靜安區，故我們認為大寧項目所在區域的增長潛力將能夠更好地實現。

大寧項目將於約50,153平方米的地盤上興建，建築面積預期約為348,337平方米。大寧項目計劃用作商業及辦公室用途，地面面積約179,116平方米(包括約98,019平方米用作商業及其他用途以及約81,097平方米用作辦公室用途)及地下室面積約169,221平方米(地下層區域，用作商業及其他用途)。

預期大寧項目將設有兩棟20層辦公大樓及一棟6層地面及4層地下的零售綜合大樓。零售綜合大樓的1號地下室擬用作零售用途，而零售綜合大樓的2號地下室至4號地下室計劃主要用作停車場、電力供應及水加工的廠房設施以及其他相關支援設施。大寧項目將設有我們於上海的第二間久光品牌百貨店(「第二間上海久光店」)，其將位於零售綜合大樓，而餘下的零售空間將作為購物商場營運，設有補充我們第二間上海久光店的品牌及零售商。

下表載列我們大寧項目建設計劃詳情：

建設計劃狀況(附註)	預計總樓面面積 (附註) 平方米	預計竣工日期 (附註)	預計成本 (附註) 人民幣百萬元
收購土地使用權 (佔地面積約50,153 平方米)	—	—	2,557
地下層區域	169,221	二零一七年十一月	1,581
辦公樓	81,097	二零一七年七月	785
商業購物綜合樓	98,019	二零一八年十二月	943
扣除財務成本前之估計投資總額			<u>5,866</u>

業 務

附註：關於建設、預計總樓面面積、預計竣工日期及預計成本均基於中國監管部門的建設批准及管理層評估。

大寧項目的估計總投資成本在扣除財務成本前約為人民幣5,866百萬元，將由內部資源及銀行借款提供資金。收購土地使用權產生的成本約為人民幣2,557百萬元，已於二零一二年悉數償付。於二零一六年四月三十日，已產生建築成本約人民幣672.7百萬元。於二零一六年四月三十日，大寧項目的餘下估計投資成本(包括建築成本)約為人民幣2,636.3百萬元。我們的銀行結餘及現金及現有未動用銀行融資於二零一六年四月三十日約為4,123.1百萬港元，預期將足夠為有關未償付成本提供資金。此外，本集團亦計劃於獲相關部門授予銷售許可後出售部分或所有兩棟辦公樓。基於本集團的預測以及假設該兩棟辦公樓可按現時市價出售，本集團將能夠變現大量現金，將有助於改善大寧項目及本集團整體的現金流量。按此基準及假設大寧項目餘下零售部分將持作出租用途(包括將用於經營我們第二間上海久光店的區域)，該項投資的回報期將縮短至約15年。作為大寧項目餘下零售綜合體的業主，假設第一年出租率為85%，我們預測其將能夠產生足夠現金以覆蓋經營成本並因此於首個全年的營運中取得正面的未扣除利息支出與融資成本、稅項、折舊及攤銷前之盈利(「EBITDA」)及於第二個全年營運中取得純利。

作為大寧項目零售綜合體中的許多零售商之一，我們的第二間上海久光店的定位將與我們現有的上海久光店(單獨佔用整個場地)稍有不同。基於本集團的預測及假設其就佔用店舖場地經營店舖而支付租金，我們預計第二間上海久光店將於開始營運後的首個全年年底前取得EBITDA平衡，並於其開始營運後的第二個全年取得純利。

上海的龐大零售市場及客戶強勁消費力使上海從其他中國零售市場脫穎而出。根據灼識諮詢報告，上海百貨店行業零售銷售價值由二零一零年約人民幣907億元增加至二零一五年約人民幣974億元，複合年增長率約為1.4%。零售銷售價值於二零一三年約為人民幣1,002億元的高峰。上海作為國際貿易中心、國際金融中心、國際航運中心及國際經濟中心，於二零一五年在所有中國城市當中國內生產總值最高。根據經濟發展，上海的人均可支配收入亦為所有中國城市當中最高。因此，上海佔有中國百貨店市場一大份額，於二零一五年約為8.2%。於二零一五年按零售銷售價值計算，上海久光店在上海百貨店市場中排名第三，但上海久光店的市場份額僅為2.4%。我們的董事認為此正面顯示了上海零售市場規模及容量；以及本集團進軍該市場以獲得更多銷售及增加市場份額的潛力。

根據灼識諮詢報告，上海百貨店行業的零售銷售總值已於二零一五年達到約人民幣974億元，與二零一四年相比年增長率約為2.0%。上海百貨店行業的零售銷售價值預計將於二零二零年達到約人民幣1,130億元，從二零一五年至二零二零年的複合年增長率約為3.0%。上海百貨店行業未來的預期持續增長乃基於以下市場驅動因素：第一，如上所述，上海的本地生產總值及人均可支配收入為二零一五年中國所有城市中最高。上海經濟及購買力的持續增長預計將刺激百貨店行業持續增長。第二，對優質商品的消費結構升級以及該等商品大部分乃通過線下渠道(如百貨店)購買。第三，百貨店所提供的休閒體驗預計亦將刺激行業進一步增長，乃因該體驗(網上所無法提供)可

業 務

滿足消費者的社交需求。此外，百貨店能夠提供不同類型的推廣活動以吸引消費者，而不僅僅是網上平台最為常見的價格折扣。因此，預計上海百貨店行業於預測期間將保持增長。

本集團首間百貨店上海久光店於二零零四年在上海開店。截至二零一五年十二月三十一日止年度，上海久光店獨自錄得營業額及毛利分別約899.6百萬港元及647.3百萬港元。大寧項目將為我們於上海的第二個百貨店項目。利用我們於上海經營百貨店超過10年的經驗，及鑒於大寧項目距離上海久光店五公里(距離我們上海久光店八個地鐵站，預計需約35分鐘)，我們相信，大寧項目將不會蠶食上海久光店的銷售，反而可增加我們於上海的立足點。此外，我們董事認為，通過大寧項目進一步增加我們於上海市場的存在度，與我們確保具有吸引力的零售位置以在附近地區打造地標性位置的企業願景非常一致。我們的大寧項目將不僅包括本集團在上海的第二家百貨商店，該項目預計將成為一個由具有一定規模的零售物業與寫字樓組成的商業綜合體開發項目。

上海是中國人口最多的城市，截至二零一五年十二月三十一日人口約24.2百萬人，上海外環線內城鎮面積約為660平方公里。根據上海市統計局，二零一五年上海城鎮居民的人均可支配收入約為人民幣52,962.0元，與二零一四年相比年增長率約為8.4%。上海的百貨商店市場分散，擁有眾多市場參與者。如上所述，儘管上海久光按零售銷售價值計在上海百貨商店市場中位列第三，上海久光的市場份額僅約佔2.4%，說明上海百貨商店市場規模及容量龐大。此外，根據灼識諮詢報告，儘管百貨商店市場在類似上海的發達城市已相對成熟，但於二零二零年上海百貨商店產業零售銷售價值預計達到約人民幣1,130億元，二零一五至二零二零年複合年增長率約為3.0%，上海的百貨商店業在可預見未來預計保持穩定增長。另外，我們認為閘北區毗鄰靜安區(當時

業 務

閘北區為不同區)，可從靜安區的增長及發展中獲益，未來幾年內增長潛力巨大。鑒於我們大寧項目附近並未有具有一定規模的百貨商店或購物商場，我們認為閘北區百貨商店市場擁有巨大潛力。根據上海市商務委員會，大寧商業區消費品零售銷售價值增長率於二零一五年上半年約為**11.6%**。鑒於上海總體百貨商店行業之規模及增長，消費者強勁的消費能力和閘北區不久未來百貨商店市場的增長潛力，我們相信我們的大寧項目可以讓我們把握住上海百貨商店市場特別是閘北區的增長機遇。此外，上海久光店財務表現一致，儘管上海零售市場競爭越趨激烈，我們的董事認為我們的大寧項目將不會對上海久光店的銷售產生直接競爭。相反地，預計我們的大寧項目可進一步提升我們的品牌價值及於上海百貨店市場的市場份額以及對上海其他百貨店或購物商場的競爭力。

我們已與多個本地及國際品牌建立工作關係。於二零一五年十二月三十一日，本集團有**1,144**間特許專櫃商，而我們於截至二零一五年十二月三十一日止年度的十大特許專櫃商與我們建立業務關係年期介乎**2**年**11**年。

我們的久光品牌為中國長三角地區知名百貨店品牌，根據灼識諮詢報告，於二零一五年，上海久光店就零售銷售價值在上海百貨店市場排名第三，所佔市場份額約為**2.4%**，而蘇州久光店就零售銷售價值在蘇州百貨店市場排名第四，所佔市場份額約為**2.7%**。

經計及上述理由及因素後，我們對達成本集團的擴展計劃充滿信心，並對本集團的未來財務表現態度正面。

本集團將保留對該零售綜合體(包括若干地下層區域)的擁有權以經營我們於上海的第二家久光百貨店，管理層擬在獲得中國相關主管部門授出的銷售許可後，出售部分或全部兩幢辦公大樓。倘我們於竣工後出售或出租此商業綜合體的任何部分(百貨店營運或補充我們百貨店營運的部分除外)予第三方，我們須遵守新公司不競爭契約之條款。有關進一步詳情，請參閱本上市文件「與我們的控股股東及利福集團之關係」一節。

業 務

截至最後實際可行日期，我們並無任何其他收購目標。

瀋陽久光店

瀋陽久光店於二零一三年十月開始營運。於我們在二零零六年收購瀋陽土地以開發瀋陽久光店前，我們已對瀋陽進行足夠的可行性研究，且瀋陽於彼時被認為是經濟快速增長及為強勁的零售市場。該可行性研究已計及經濟因素，然而，與我們進行可行性研究時的期望及原先市場預期相反，由於宏觀經濟因素及當地市場供應過剩，瀋陽的經濟狀況及零售市場於其後年份疲弱。如本上市文件「行業概覽」一節所述，中國百貨店行業遇到中國經濟增長放緩、新零售業態的影響以及勞工及房地產成本增加的挑戰。

自瀋陽久光店於二零一三年十月開店以來，其於瀋陽不斷面臨充滿挑戰且不斷惡化的營運環境、經濟活動縮減、零售空間供應過剩、當地客戶消費力弱以及脆弱的消費者情緒。截至二零一五年十二月三十一日止三個年度各年，瀋陽久光店經歷經營虧損，主要由於其營業額無法彌補經營開支，經營開支包括銷售成本、其物業及設備的折舊及攤銷以及員工成本。預計未來瀋陽的經濟將長期放緩，本集團處於策略考慮，為將集團資源重置於更具前景的門店或商業區，於二零一五年十二月關閉瀋陽門店。事實上，由於當地經營環境艱難，自二零一三年起，瀋陽內多間大小及規模與瀋陽久光店相若的其他百貨店亦已關店。

我們擁有瀋陽土地及位於其上的物業，含地上四層及地下三層的商業建築總樓面面積約115,182.39平方米，位於中國遼寧省瀋陽瀋河區中街路68號。於最後實際可行日期，瀋陽久光店被撤離及關閉而物業一直空置。我們董事仍在考慮關於利福廣場的未來用途，倘本集團決定於分拆完成後更改瀋陽物業之用途為其他用途，新公司不競爭契約下有關更改用途之條款將適用於瀋陽物業。鑒於此種情形，本集團將根據新公司不競爭契約之要求就收購相關物業向利福地產集團發出要約，其價格相當於獨立物業估值師所釐定的相關物業公平估值。倘該要約被利福地產獨立董事會委員會及(如必要)利福地產獨立股東拒絕，本集團將有權處置、持有或使用相關物業作其他用途。倘我們決定日後進一步開發瀋陽物業或重新營業，我們董事須確保我們遵守相關法律法規，並獲得關於瀋陽物業的所有相關許可及物業證書。

業 務

於聯營公司之投資

我們於下列聯營公司中擁有權益：

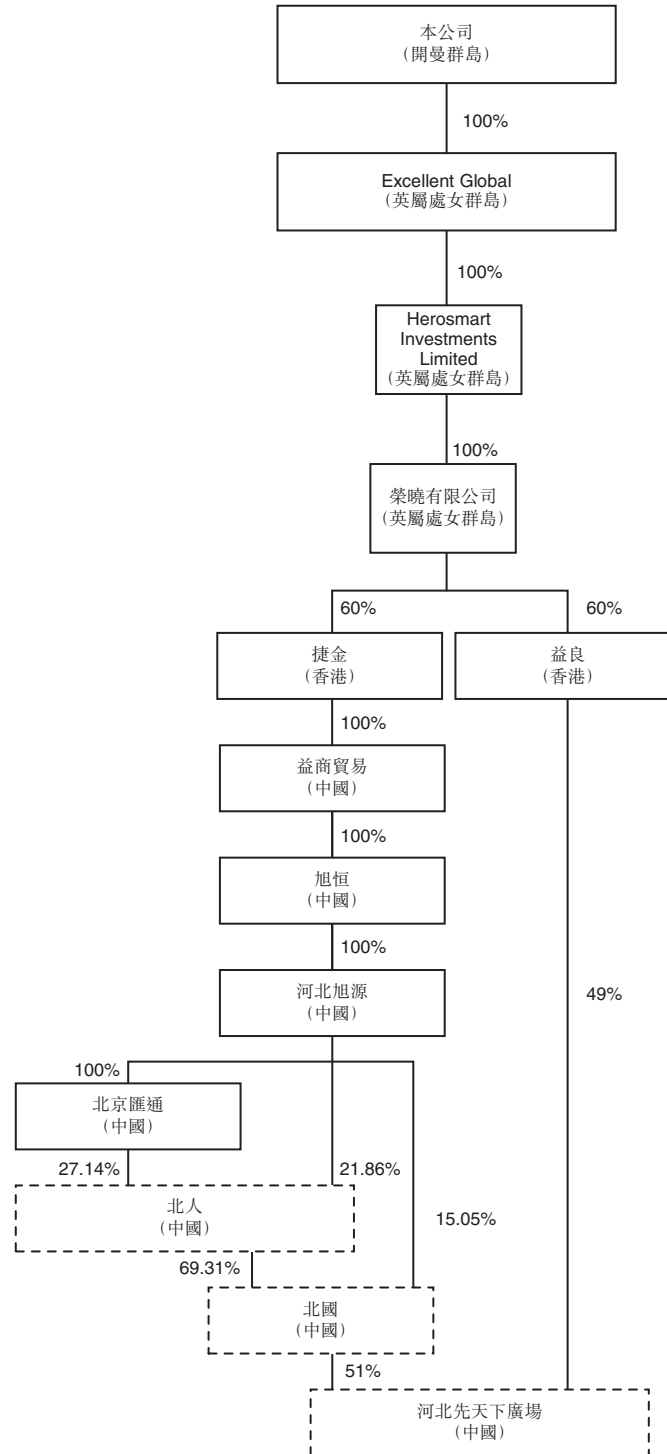
實體名稱	業務結構形式	成立／註冊地點／國家	主要經營地點	本集團持有之已發行股本／註冊資本面值百分比	持有投票權百分比	主要活動
北人(附註1)	註冊成立	中國	中國	49%	49%	從事百貨店、超市及物業租賃業務之集團公司之投資控股
河北先天下廣場(附註2)	註冊成立	中國	中國	二零一三年及二零一四年：48% 二零一五年：49%	二零一三年及二零一四年：48% 二零一五年：49%	中國零售業務
龍信有限公司	註冊成立	香港	中國	50%	50%	在中國從事食肆經營之公司之投資控股

附註：

- (1) 於二零一三年、二零一四年及二零一五年十二月三十一日，本集團持有60%權益之附屬公司捷金間接持有北人49%股本權益。
- (2) 截至二零一五年十二月三十一日止年度，本集團進一步購入河北先天下廣場1%之股權，其對價為13,360,000港元。於二零一三年、二零一四年及二零一五年十二月三十一日，本集團持有60%權益之附屬公司益良分別持有河北先天下廣場48%、48%及49%股本權益。此外，51%的河北先天下廣場股權由北人非全資附屬公司間接持有。

業 務

下表為本集團於北人集團投資的簡化示意圖：



附註：北人、北國及河北先天下廣場為北人集團旗下公司。

業 務

北人集團

我們已於二零零八年及二零一零年對北人集團(一間總部位於中國河北省石家莊的領先零售商)作出股權投資，以致我們投資於北人集團。然而，我們對北人集團業務、營運或財務政策並無控制權。我們相信該投資已擴大我們對中國河北省百貨店市場(我們過往並無接觸該市場及並無相關經驗)的接觸面，因而本集團及北人集團可利用各自於中國零售市場的經驗。

北人集團於二零零零年成立，為二零一二年中國五百強企業之一。北人集團聘用超過30,000名員工。北人集團為一間總部位於中國河北省石家莊的領先國有零售集團，其零售業務包括百貨店及購物商場經營、超市及電器及消費電子產品。於二零一五年十二月三十一日，北人集團經營的零售面積合共約為1.3百萬平方米，涵蓋18間百貨店、39間超市及多間商舖及零售點，專注於銷售電器、消費電子產品及黃金及珠寶。北人集團大部分經營業務均位於石家莊市。北人集團的百貨店及零售業務位於石家莊市，於中國河北省其他地區(如保定、行唐、清河及邢臺)亦有若干經營業務。北人集團的百貨店包括河北先天下廣場擁有的先天下廣場，為一座位於石家莊總建築面積達約162,151平方米的購物中心。

與我們的自有百貨店營運類似，視乎各門店的規模及位置，北人集團的百貨店及購物廣場亦透過特許專櫃安排及直接銷售進行各種銷售。儘管其大部份較小型門店專注於中端市場項目零售，北人集團的旗艦店(包括先天下廣場及北國商城)提供各種高端國際品牌商品。

我們亦於北人集團三間投資公司(包括北人、北國及河北先天下廣場)中擔任董事職務。我們於北人集團的董事會代表使我們能不時獲提供北人集團的營運及財務資料，使我們作為北人集團的投資者在並無直接參與其營運的情況下仍可對北人集團的發展保持了解。

業 務

下表載列了於最後實際可行日期，本集團於北人集團下列公司之董事會代表：

公司名稱	來自本集團的 北人集團董事	註冊資本	主要業務
北人	劉鑾鴻先生 潘福全先生	人民幣 800百萬元	投資控股公司
北國	劉鑾鴻先生 潘福全先生	人民幣 603.26百萬元	百貨店、超市及 零售業務
河北先天下廣場	劉鑾鴻先生 潘福全先生	人民幣 55百萬元	零售業務

考慮到北人集團於近年的穩定財務表現以及我們與其管理團隊的長期關係，我們預計於可見未來將維持我們現時於北人集團的投資。

北人集團的購物商場及百貨店

北人集團的百貨店銷售多類產品，包括但不限於運動服飾、辦公服飾、休閒服飾、服裝、內衣、鞋類、奢侈設計師商品、珠寶、配飾、化妝品、皮具、玩具、兒童服飾、家用電器、電腦、數碼相機、手錶、床及床墊等。此外，北人集團的百貨店擁有多樣的餐飲選擇，菜式包括但不限於中國火鍋、快餐、日式拉麵、咖啡店、麵包店、茶館等。北人集團的百貨店擁有其個人網站，展示各商場內設有的品牌及餐廳的資訊。網站亦包括資訊更新、各樓層、入口的簡介以便客戶與客戶服務台聯繫，並為有意僱員提供招聘信息以及生活相關博文。此外，網站為多個品牌提供廣告，展示百貨店建築的圖片，提供促銷信息更新及發佈其店鋪提供的新產品。

儘管北人集團於石家莊擁有廣泛的網絡及最大的市場份額，北人集團仍繼續通過其市場推廣投入(如會員俱樂部)努力發展。俱樂部為其會員提供促銷優惠活動及折扣，以及多層次的客戶忠誠計劃。就客戶忠誠計劃而言，客戶視乎其於北人集團百貨店(任何北人集團連鎖店)的總消費額而合乎資格成為不同等級的貴賓客戶。不同等級提供不同的促銷優惠及折扣。部分百貨店設有會員專用區。

業 務

根據灼識諮詢報告，石家莊為河北省的省會，亦為京津冀地區的重要城市之一。根據灼識諮詢報告，北人集團百貨店業務於二零一五年的零售銷售價值約達人民幣68億元，於石家莊的市場份額約為47.2%。

北人集團最為知名的百貨店及購物商場包括如下：

北國商城



北國商城為位於石家莊市由北人集團經營的購物商場。北國商城於一九九六年開業，且為河北省領先的零售企業之一。北國商城包括百貨店、餐廳及其他娛樂設施。北國商城提供的商品包括(其中包括)電子產品、家庭用品、辦公室用品、珠寶、食品及副食品、時尚產品以及國際品牌精品及化妝品店。根據灼識諮詢報告，北國商城是北人集團旗下於石家莊的最大百貨店。

業 務

先天下廣場



先天下廣場為位於石家莊由北人集團經營的購物商場。其位於石家莊的商業中心，擁有超過600個不同的國際品牌。其亦經營一間超市、多間餐廳、美容院、遊樂場及電影院，亦設有貴賓客戶區及商務會議室。先天下廣場為北人集團最新的購物商場。

新百廣場



業 務

新百廣場為又一間位於石家莊由北人集團經營的購物商場。其設有購物商場，內有百貨店、超市、電子產品、電影院、餐廳及其他設施。與上述其他購物商場類似，其亦有為貴賓客戶而設的設施及其他促銷優惠以吸引客人。

北國東尚購物廣場



北人集團自二零一零年起經營同樣位於石家莊的北國東尚購物廣場，北人集團將該廣場的目標客戶定為更年輕的客戶群。其亦設有百貨店、卡拉OK、電影院、餐廳及其他為更年輕客戶群而設的設施。

北人集團亦經營其他購物商場及百貨店，如益友購物中心、益元百貨及益東百貨購物中心，其均位於石家莊市。

北人集團的超市



北國超市包括多間由北人集團經營的超市，位於河北省石家莊、邢臺及保定等多個地區。北國超市於二零零零年開業。如上所述，北人集團的購物商場內亦設有北國

業 務

超市。北國超市提供廣泛的產品，如電子產品、家庭用品及食品及副食品產品。根據灼識諮詢報告，北國超市為石家莊超市行業內領先的參與者，二零一五年零售銷售價值約為人民幣48億元。

北國超市通過其多項推廣及貴賓客戶計劃達到經濟效益及於石家莊超市行業的領導地位。北國超市經營網站使供應商可進入其線上供應鏈管理系統。就其客戶忠誠計劃而言，與北人集團的百貨店類似，北國超市亦提供多層次的客戶忠誠計劃，於任何連鎖超市的消費均可計入客戶的貴賓客戶賬戶。不同等級提供不同的促銷優惠及折扣。北人集團不時通過其附屬公司以折扣價格向貴賓客戶提供季節性旅遊套餐。

北人集團的電器門店



北國電器包括多間由北人集團經營的電器門店，位於石家莊多個地區，其第一間主要門店於一九九六年開業。自此之後，北國電器已於中國河北省多個地區及北人集團經營的購物商場內開設其他電器門店。北國電器提供的產品包括電視、手機及其他家庭電器。

其他

北人集團亦為包括若干知名品牌在內的珠寶品牌授權經銷商。北人集團經營的珠寶店位於石家莊及主要位於京津冀地區的其他地點，於全中國擁有超過70間珠寶店。

業 務

北人集團的財務資料

北人集團的財務資料概要載列如下。

	於十二月三十一日		
	二零一三年 千港元	二零一四年 千港元	二零一五年 千港元
流動資產	7,299,030	7,558,800	7,518,270
非流動資產	5,308,482	5,708,220	6,150,530
流動負債	8,309,585	8,423,681	8,374,419
非流動負債	75,984	77,174	75,832

	截至十二月三十一日止年度		
	二零一三年 千港元	二零一四年 千港元	二零一五年 千港元
收益	8,079,094	8,131,158	8,825,993
年內溢利	429,319	470,846	450,963

龍信有限公司

我們亦投資於龍信有限公司，其於中國經營龍記餐廳及金桂皇朝。龍記餐廳為一間港式「茶餐廳」，而金桂皇朝為一間提供包括中高端粵菜在內的菜式的餐廳。

員工培訓

於最後實際可行日期，我們約有1,478名全職僱員，其中1,416人位於中國，62人位於香港。有關董事、高級管理層以及僱員的經驗及資歷以及僱員職能分佈，請參閱本上市文件「董事、高級管理層及員工」一節。我們已就各類僱員培訓、評估及福利方面制訂若干政策。我們董事認為我們與僱員一直維持良好關係，此外亦確認於業績記錄期間，我們與我們的僱員並無任何重大勞資糾紛。

為確保客戶服務質素並使顧客滿意，我們對全體僱員(一般包括特許專櫃商的員工)提供僱員培訓課程。在職僱員亦須不時參與技能提升培訓。我們相信，新入職員工及在職員工培訓乃維持以客為本服務及為百貨店、超市及餐廳招徠顧客的關鍵。我們亦為高級管理層安排管理技能培訓。

業 務

我們於中國的僱員參與社會保險計劃及住房公積金計劃。於最後實際可行日期，我們對退休金計劃、醫療保險、失業保險、工傷保險、生育保險及住房公積金繳納供款。

根據香港勞工法規定，本集團須加入強制性公積金計劃，為香港僱員提供退休福利。本集團的香港員工亦有權獲得本集團提供的醫療保障，本集團向於中國工作的香港僱員提供住宿。

保險

根據中國法律法規以及中國零售業的市場一般慣例，我們已投購涵蓋業務中斷、財產損失或損壞、公眾責任、僱員補償及運送中貨品等風險的保險。我們通常每年向三間不同保險公司要求報價，並每年選出其中一間為我們的保險公司。然而，本集團因各種原因並無就其業務的所有有關風險投購保險，包括保險公司標準保單內一般不受保或對本集團僅影響輕微或牽涉大額及商業上屬不合理保費的若干風險。根據行業慣例，業內一般不會就產品責任等若干風險投保，故我們並無對該等風險投保。此外，基於業績記錄期間內就缺陷貨品向我們提出的索償金額有限，及鑑於零售百貨店產品責任保險的溢價，我們並不認為就我們出售的所有貨品投購產品責任保險在成本及利益立場上屬恰當。此外，我們一般規定相關特許專櫃商、供應商及於若干情況下的商舖租戶根據相關協議，就其所銷售或供應而侵犯第三方知識產權的產品向我們作出彌償保證。

我們董事確認，現有投保額為同類業務常見，且足以保障我們的業務。

市場挑戰

根據灼識諮詢報告，中國百貨業的市場挑戰包括中國經濟增長放緩及新零售業態的影響。中國宏觀經濟漸趨成熟，二零一五年名義國內生產總值排名世界第二，而中國宏觀經濟增長率預期將於未來數年放緩。因此，百貨店市場的增長率預測將相應放緩。根據世界貨幣基金組織，實際國內生產總值年度增長率將由二零一零年至二零一五年介乎約6.9%至約10.6%放緩至未來五年介乎約6.0%至約6.5%。

根據灼識諮詢報告，網上零售渠道的興起對超市及大賣場以及整個零售業造成重大影響。因為網上零售的價格具競爭力且偏低、付款系統方便及分銷服務逐漸改善，網上零售正從零售業奪取更多市場份額。根據國家統計局，中國消費品網上零售銷售值由二零一零年約人民幣15.7萬億元增加至二零一五年約人民幣30.1萬億元，複合年

業 務

增長率約為13.9%。網上零售近年迅速增長。根據灼識諮詢報告，中國網上零售銷售總值由二零一零年約人民幣0.5萬億元增加至二零一五年約人民幣3.2萬億元，複合年增長率約為45.0%，遠高於中國消費品網上零售銷售值於同期的增長。

中國百貨店面對來自新零售業態(特別是網上零售)的巨大挑戰，且很可能在未來繼續面對這些挑戰。由於百貨店的經營成本(如勞工成本、房地產成本及市場推廣開支)與網上零售相比較高，百貨店無法在價格方面(即消費者最重要的準則之一)與網上零售商競爭。此外，基於人們的生活步伐迅速，網上零售亦勝過零售銷售市場，原因網上購物更加快捷、容易和方便，而且產品可運送至家居或所選地點。

儘管最近中國經濟及消費市場不景氣，上海久光店及蘇州久光店於業績記錄期間的營業額及溢利維持穩定。此外，根據灼識諮詢報告，預期二零一五年至二零二零年的消費品零售銷售額將按約8.4%的複合年增長率增長。由於大量消費品零售銷售額源自百貨店及超市，預期未來該兩個行業將保持增長。

根據灼識諮詢報告，儘管網上零售獲廣泛接受，由於大部份中高端產品乃透過百貨店及購物廣場等線下渠道購買，百貨店仍然是重要的零售方式。由於我們的「生活時尚」百貨店以中高端產品為主，我們相信我們面對來自網上零售的挑戰較少。根據灼識諮詢報告，儘管網上零售正在快速增長，大部分的消費品仍在線下零售渠道購買。根據中國商務部資料，於二零一五年，消費品網上零售銷售總值約為人民幣3.2萬億元，相當於消費品零售銷售總值約10.6%。另一方面，消費者在購買中高端產品時更加注重購物體驗及客戶服務，因此線下零售渠道與網上零售渠道相比在這方面有優勢。此外，大部分中高端品牌並無在中國提供官方網上零售的選擇。根據灼識諮詢報告，於二零一五年可通過官方網上渠道購買的中高端品牌數量不足10%。因此，大部分消費者仍通過線下零售渠道(如百貨店、特賣場及購物中心)購買該等品牌產品。

鑒於網上零售的潛在威脅，我們將嘗試透過進行更多市場研究，識別受顧客歡迎的產品及品牌，並加強我們的營銷及推廣活動，包括與奢侈品牌合作籌辦時裝表演及抽獎，從而在市場上維持競爭力。憑藉我們的財務資源及人力資源，我們相信我們能夠透過有關研究及推廣活動，應對市場需要的轉變及鞏固我們的市場地位。再者，網上零售無法取代或提供線下零售渠道帶來的購物體驗，包括客戶服務，改衣服務及試衣服務。尤其是，網上零售欠缺個人化客戶服務(例如提供購物建議)及直接客戶溝通。

業 務

我們維持舒適的購物環境及優質客戶服務的能力有助應對網上零售的威脅。此外，本集團擁有經驗豐富的管理團隊，帶領我們度過全球金融危機等經濟衰退期間，同時繼續增加營業額及溢利。經計及上述理由及因素，以及上海久光店及蘇州久光店於業績記錄期間的銷售維持穩定，我們相信本集團的業務模式為可持續，並對本集團的未來財務表現態度正面。

競爭

根據灼識諮詢報告，中國百貨店市場相對集中，行業領先者多為於不同區域運營百貨店之連鎖百貨集團。百貨店主要位於經濟較發達地區，如沿海城市及長江三角洲區域。

根據灼識諮詢報告，於二零一五年上海為中國名義國民生產總值最高的城市。上海的百貨店市場相對成熟。市場內的眾多國內外公司競爭十分激烈。於二零一五年，按零售銷售價值計算的三大百貨店分別為上海第一八佰伴、上海新世界百貨及上海久光店，所佔市場份額分別約為4.7%、3.6%和2.4%，為於二零一五年，蘇州國民生產總值位居中國城市第七。於二零一五年，按零售銷售價值計算的五大百貨店分別為蘇州人民百貨、蘇州石路國際商城、蘇州泰華百貨店、蘇州久光店及蘇州第一百貨店，五家百貨店所佔市場份額分別約為6.0%、3.0%、2.9%、2.7%及0.7%。大連為東北發達城市之一。大連百貨店市場由大連大商集團為主導，按銷售零售價值計算，於二零一五年其所佔市場份額達80%以上。石家莊為河北省省會及最大城市。石家莊百貨店市場由北人集團主導，我們擁有後者股權。

根據灼識諮詢報告，鑒於目前百貨店產品同質化情況，百貨店品牌忠誠度較低。市場中領先百貨店的其中一個成功關鍵因素乃與眾不同。透過提供獨家及獨特的產品，領先百貨店能夠吸引更多的客戶，進而推動銷售上升。此外，百貨店的成功很大程度上取決於管理團隊。出色的管理團隊能夠制定成功的市場推廣策略，提升日常營運效率，提供更好的客戶服務，甚至在與零售商協商時取得優勢。此外，良好的品牌形象對百貨店而言在兩個方面至關重要。百貨店良好的品牌形象能吸引零售商，百貨店可從而得到較大的議價能力。良好的品牌形象亦能吸引客戶，從而提升百貨店的客量。最後，有利的店舖位置為百貨店市場的另一個成功因素。通過於公共交通方便的市區開立百貨店，百貨店能夠接觸更多客戶，並利用市中心的人口密度帶來更多銷售額。

業 務

根據灼識諮詢報告，中國百貨店市場有各種准入障礙。例如開設百貨店的投資要求對新市場參與者，尤其對自有物業模式而言，構成高資本障礙。百貨店的運營需要較大的房地產成本以及擁有完整的門店管理團隊及員工，因此需要大規模初期資本投資。一般而言，由於客戶相信知名百貨店所提供的商品具備更高質素及價值，故亦傾向於從知名百貨店購買商品。品牌知名度的建立需要數年成功運營，對新市場參與者而言亦是一大障礙。此外，為在提供優質客戶服務方面取得競爭優勢，管理團隊就日常運營與長期品牌發展而言對百貨店至關重要。一家知名百貨店通常聘用具備多年運營經驗的管理團隊。而獲得經驗豐富的管理團隊是新市場參與者另一障礙。最後，由於中國百貨店市場仍高度依賴特許專櫃銷售模式，對百貨店而言獲得理想零售商十分重要。比如著名奢侈品品牌通常謹慎地作出開設新獨立門店的決定。百貨店通常會加大對此類零售商的投入，例如設立專屬出納櫃檯及降低其支付百貨店的營業額百分比，以享受頂級品牌為百貨店所帶來的實惠。

我們董事認為，本集團於中國百貨店市場中具備應對挑戰的競爭優勢。本集團於上海、蘇州及大連營運之久光品牌百貨店，定位中高端市場。根據定位策略，每家門店引進知名高端品牌，於客戶中享有良好的聲譽及品牌形象。同時本集團百貨店所在位置包括上海南京西路，蘇州圓融時代廣場及大連市中心區域，均能獲得市中心高人口密度及公共交通便利帶來的優勢。有利的店鋪位置能為本集團提高客量。此外，本集團擁有一支經驗豐富的管理團隊來管理位於中國的百貨店。最後，本集團採取的策略是為客戶創造一站式購物體驗，透過提供多元化產品及店內配套服務，以令百貨店吸引大量購物民眾並延長客戶逗留於我們百貨店內的時間，從而提升本集團的整體客量及銷售。

法律合規及訴訟

執照及許可

有關我們於中國營運的百貨店、超市及餐廳，除獲得經營大賣場必要的營業執照及公共場所衛生許可證外，根據供應的商品種類，我們還須獲得酒類流通登記、食品經營許可證及食品服務許可證等。關於在香港營運食肆，我們需要獲得食肆牌照及在食肆所銷售酒類飲料的酒牌。詳情請參閱本上市文件「監管概覽」一節。

業 務

各特許專櫃商須取得所有有效牌照(如適用)以於我們的百貨店及超市經營其業務。倘特許專櫃商依賴我們的牌照以於指定區域經營其業務，其須保留所有有關牌照，且不會作出任何可能損害日後授出或重續有關或類似牌照的事宜，並不時遵守發出牌照當局的所有規定、指示及建議。有關特許專櫃商亦須向本集團彌償所有本集團任何成員公司可能因任何不合規理由而招致的成本、索償、責任、罰款、處分或其他開支。

我們亦聘有具備法律、守章及公司秘書事務方面豐富經驗之員工隊伍，負責監管本集團運作，以確保遵守知識產權註冊等相關監管規定，並處理訴訟及勞工事宜。我們亦不時委聘顧問及專業顧問，就牌照及監管規定、處理本集團日常業務所產生糾紛及其他法律事宜提供意見。

環保及安全事宜

我們須遵守中國環保法律及法規以及地方政府機關頒佈的環保法規，其中包括空氣污染、噪音發放和水與廢物排放等法規。本集團發展的每項物業均須通過環境評估，於物業發展獲准施工前，有關環境影響研究報告須呈交相關政府當局審批。於各物業建設竣工時，相關政府機關亦將檢查工地，確保達到適用的環保標準，然後呈交調查報告連同其他指定文件至當地的建設行政機關以作記錄。

有關我們於香港營運之食肆，我們應取得環保署發出的水污染管治牌照並遵循水污染管制條例規定之要求。

我們的百貨店、超市及餐廳亦設有與職業健康及安全相關的政策，確保為員工提供安全的工作環境。於業績記錄期間，我們的百貨店、超市及餐廳僅發生少數且輕微的員工意外事件，而有關人身傷害或財產損壞的索賠及向員工作出的補償金額亦不重大。於業績記錄期間，我們就符合環保法規產生之年度成本分別約為1.1百萬港元、1.4百萬港元及1.2百萬港元。我們預計來年就合規產生之年度成本約為1.5百萬港元。

我們的營運亦須就各種安全及環保事宜受政府機關檢查。誠如我們的中國法律顧問所告知，除本上市文件所披露外，本集團之營運在所有重大方面已遵守適用中國法律法規。除本上市文件所披露事項外，本集團亦在所有重大方面遵守有關我們於香港營運之適用法律法規。

業 務

不合規

根據彌償契據，利福已承諾就(包括但不限於)以下所述不合規事故(包括但不限於本招股書所披露的不合規事件)導致(i)本集團成員公司於上市日期或之前因未能就在香港、中國或全球任何地區經營業務繳納一切所需稅項或取得一切相關或所需批文、許可證、牌照及/或證明而蒙受的任何費用、索償、損失、開支、虧損、罰款、責任、行動及訴訟；及(ii)因本集團任何成員公司於上市日期或之前就未能遵守任何中國法律、法規或條例而使該公司被處以的任何處罰，或該公司因該處罰而可能承擔的任何成本、開支及損失而補償及持續全數補償本集團。

不合規事故

於業績記錄期間，本集團未能符合中國及香港若干適用法律法規，重大及系統性不合規事故的概要載列如下：

重大不合規

條例/法規 相關條款	不合規事故 概要	不合規原因 及負責人員	法律後果、 潛在最高處分 及財務影響	改正措施
《水污染管制 條例》第9條	<p>根據《水污染管制條例》第20條的水污染管制牌照須於開始受《水污染管制條例》管制的新污水排放前取得。</p> <p>世高擁有並管理的香港和三味渠於二零零六年十一月排放商業污水前，並未根據《水污染管制條例》第20條申請水污染管制牌照。我們於上市準備階段知悉此合規問題，並已於二零一六年一月申請有關牌照。</p>	<p>不合規事故主要由於本公司室內項目設計部門經理(其依賴利福集團聘請的顧問公司專業意見就所有經營牌照處理)無心疏忽造成。室內項目設計團隊並未就申請水污染管制牌照的必要性得到顧問公司建議。</p>	<p>根據《水污染管制條例》第11(1)條，世高不合規之最高罰款為200,000港元(若為初犯)。再犯之罰款則為400,000港元。倘持續違反則為每一日另處罰款10,000港元。</p> <p>根據《水污染管制條例》第10A條，如果世高因不合規被檢控，而任何董事、經理、秘書或其他與管理世高有關的人士(「負責人員」)同意、縱容或可歸因於疏忽或不作為而導致犯法，則負責人員亦會被處分上述罰款及可被監禁六個月。</p>	<p>世高已於二零一六年一月為和三味於香港申請水污染管制牌照及於二零一六年三月十七日獲得有效水污染管制牌照。</p> <p>本集團將於開展新公司業務前向專業顧問尋求合適建議及不時遵守現行內部監控程序。</p> <p>有關其他內部監控措施載於下文「持續合規」一段。</p>

業 務

條例／法規 相關條款	不合規事故 概要	不合規原因 及負責人員	法律後果、 潛在最高處分 及財務影響	改正措施
	<p>根據《水污染管制條例》第20(3)條，如環保署認為有下述情況，則不會批出水污染管制牌照：</p> <p>(i) 有關的排放會危害或相當可能危害公眾衛生；</p> <p>(ii) 有關的排放對從事排水或排污系統的操作或保養工作的人的健康或安全會有害或相當可能有害；</p> <p>(iii) 有關的排放對排水或排污系統會有害或相當可能有害；或</p> <p>(iv) 水質指標的達致與保持不會或相當可能不會達到。</p> <p>鑒於(a)和三味在香港排放的性質乃來自食物製備、煮食及器具洗滌，並已加裝隔油池；及(b)環保署已批給水污染管制牌照，且並無根據《水污染管制條例》第20(3)條行使拒絕權力，本集團認為概無任何有關此項不合規事故的環境及健康問題。</p>		<p>我們的香港法律顧問告知本集團：</p> <p>(i) 檢控與否乃由環保署及律政司酌情決定。然而，由於(a)世高已於二零一六年一月採取積極措施申請水污染管制牌照及於二零一六年三月十七日獲得牌照；(b)世高已向環保署披露在申請水污染管制牌照方面不合規的期間；及(c)世高並未於香港收到環保署已向和三味採取調查的通知，我們的香港法律顧問經考慮不合規事的性質及嚴重性後認為，世高或負責人員受檢控的機會相對較低；</p> <p>(ii) 即使有任何檢控，經參考環保署向商業處所處以的罰款統計數據後，其就未取得水污染管制牌照而向世高處以的潛在罰款(如有)應低於100,000港元；及</p> <p>(iii) 向負責人員處以監禁的機會甚微。</p>	

業 務

條例／法規 相關條款	不合規事故 概要	不合規原因 及負責人員	法律後果、 潛在最高處分 及財務影響	改正措施
《中華人民共和國城鄉規劃法》(二零零八年一月一日起實施，二零一五年四月二十四日修訂)	<p>於二零一一年十月，瀋陽卓遠並無就利福廣場二期建設發生以下變動而申請修訂《建設工程規劃許可證》，可能被認定為未按照《建設工程規劃許可證》所載的規劃條件進行建設工程：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 利福廣場二期的人防工程的建設範圍於建設期間發生變更。 2. 利福廣場二期的內部平面佈局於建設期間發生變更。 3. 利福廣場二期的最終實際總建築面積及商用業建築面積與《建設工程規劃許可證》所載的面積有差異。 	<p>室內項目設計部門經理並不知悉於中國關於建設項目須遵循之相關法律法規。</p>	<p>根據於二零零八年一月一日實施並於二零一五年四月二十四日修訂之《中華人民共和國城鄉規劃法》，開發商須按照規劃條件進行建設。未按照《建設工程規劃許可證》的規定進行建設的，由地方人民政府城鄉規劃主管部門責令停止建設。如開發商尚可採取改正措施消除不利影響的，開發商將被責令限期改正，並被處以建設工程造價5%以上10%以下的罰款；如無法採取改正措施消除不利影響，開發商將被責令限期拆除工程，如不能拆除的，開發商將被沒收實物或違法收入，並被處以建設工程造價10%以下罰款。</p> <p>我們董事確認，建設成本約為人民幣10億元。據此，基於建設成本10%之潛在最高處罰為約人民幣100百萬元。</p> <p>於最後實際可行日期，就上述不合規事件，我們尚未遭受任何處罰，且就我們所知也不存在潛在的遭受處罰的風險。我們的中國法律顧問告知，根據相關官員(為瀋陽市規劃和國土資源區瀋陽分局主管機關副局長(「副局長」))的諮詢，該機關已經知曉不合規事件，但並未責令其停止建設或改正。</p>	<p>我們已委派方玉貴先生，彼為我們的財務總監，聘請當地法律顧問並就建設工程要求尋求當地法律顧問建議，此前不會開啟任何新項目。方玉貴先生亦將定期審查該等項目是否具備所需許可證及審批，並於必要時申請。方玉貴先生將密切監督我們未來建設項目(含大寧項目)的規劃條件，確保及時編制並報備所有於中國進行之建設工程規劃許可證修訂所需文件。我們亦將就未來建設項目(含大寧項目)依照相關要求辦理適當存檔向中國法律顧問需求意見我們亦將安排我們的中國法律顧問對相關員工進行培訓，以在必要時確保相關員工知悉中國建設項目相關法律法規。關於其他內部監控措施，請參閱下文「持續合規」段落。</p>

業 務

條例／法規 相關條款	不合規事故 概要	不合規原因 及負責人員	法律後果、 潛在最高處分 及財務影響	改正措施
			<p>儘管副局長指出其意見不應作為官方政府意見，根據我們中國法律顧問關於中國慣例的意見，高級地方官員通常知悉其以公職身份向中國律師作出的回應將會被中國律師用以確定法律問題的立場。在此情況下，即使有說明不要將副局長的意見作為代表瀋陽市規劃和國土資源局瀋河分局的正式意見，其意見很大程度上仍可以被視為官方意見。瀋陽卓遠亦向瀋陽市房屋登記證中心提交了關於利福廣場二期竣工的相關申請，並被告知瀋陽卓遠已達到登記的基本文件要求和登記標準。因此，根據我們中國法律顧問的理解，來自瀋陽市房屋登記證中心及瀋陽市規劃的意見與國土資源局瀋河分局的一致。</p>	
			<p>因此，我們因上述不合規而被處以罰款的可能性非常小。</p>	
			<p>誠如中國法律顧問所確認，利福廣場二期的建設項目通過建設品質及消防檢查，及因此符合相關中國法律規定。此外，根據彼等於二零一六年五月十六日與瀋陽卓遠員工的訪談，自建設項目開始營運以來並無安全事宜。</p>	

業 務

條例／法規 相關條款	不合規事故 概要	不合規原因 及負責人員	法律後果、 潛在最高處分 及財務影響	改正措施
《中華人民共和國房屋建築和市政基礎設施工程竣工驗收備案管理辦法》(二零零九年一月一日起實施)	於二零一四年十一月，瀋陽卓遠未能於利福廣場二期竣工驗收後15日內向有關縣級政府報送備案。	室內項目設計部門經理並不知悉於中國關於建設項目須遵循之相關法律法規。	根據中國《房屋建築和市政基礎設施工程竣工驗收備案管理辦法》，開發商在工程竣工驗收合格後15日內向縣級政府報送備案，若未能辦理，備案機關責令限期報送備案，並處人民幣200,000元以上人民幣500,000以下罰款。於最後實際可行日期，就上述不合規事故，我們尚未被處以任何罰款。我們隨後已就工程竣工驗收進行相關備案。瀋陽卓遠已取得瀋陽城鄉建設委員會於二零一五年十二月十八日發出的利福廣場二期建設項目的建設工程竣工驗收備案證明(「備案證明」)。備案證明指定利福廣場二期建設項目的竣工驗收日期，顯示瀋陽城鄉建設委員會一直注意到瀋陽卓遠未能於法定期間(即通過建設項目竣工檢驗後15天)內提交所須備案，惟其仍向瀋陽卓遠發出備案證明而不就上述不合規事宜對瀋陽卓遠施加任何罰款。誠如中國法律顧問所告知，根據彼等於到訪瀋陽城鄉建設委員會時與負責就發出備案證明審閱利福廣場二期建設項目的瀋陽城鄉建設委員會行政審批辦公室的諮詢，委員會向瀋陽卓遠發出備案證明已顯示其已決定不就瀋陽卓遠未能於法定期間內就竣工驗收備案向瀋陽卓遠施加罰款，而其將不會於日後向瀋陽卓遠施加有關罰款。因此，我們的中國法律顧問認為我們因上述不合規事件而受到處罰的風險極小。此外，我們的董事認為，倘我們被處罰款，由於罰款最高額為人民幣500,000元，不會對我們的運營造成重大不利影響。	於二零一五年十二月，瀋陽卓遠已就利福廣場二期建設辦理完成竣工驗收備案手續。我們已委派方玉貴先生，彼為我們的財務總監，聘請當地法律顧問並就建設工程要求尋求當地法律顧問建議，此前不會開啟任何新項目。方玉貴先生亦將定期審查該等項目是否具備所需許可證及審批，並於必要時申請。方玉貴先生將密切監督我們未來建設項目(含大寧項目)的進度，確保於我們百貨店開業前及時編制並報備竣工檢查的一切所需文件。我們亦將就未來建設項目(含大寧項目)依照相關要求辦理恰當備案事宜而尋求中國法律顧問建議。我們亦將安排我們的中國法律顧問對相關員工進行培訓，以在必要時確保相關員工知悉中國建設項目相關法律法規。關於其他內部監控措施，請參閱下文「持續合規」段落。

業 務

條例／法規 相關條款	不合規事故 概要	不合規原因 及負責人員	法律後果、 潛在最高處分 及財務影響	改正措施
《中華人民共和國 建設工程質量管 理條例》(二零零 零年一月三十日 起實施)	經地方政府批准， 瀋陽卓遠於二零 一三年十月十九 日開始試運營，試 運營期限不超過 六個月。地方政府 要求瀋陽卓遠在 上述六個月期間 完成建設項目竣 工驗收手續，惟瀋 陽卓遠未能完成 手續。儘管如此瀋 陽卓遠已於二零 一五年十二月完 成利福廣場二期 竣工驗收手續。	室內項目設計部 門經理並不知悉 於中國關於建設 項目須遵循之相 關法律法規。	根據《中華人民共和國建設 工程質量管理條例》，倘建 設物業未經有關機關驗收， 擅自交付使用的，處相關工 程成本2%以上4%以下罰 款。我們於二零一三年十月 十日自當地政府取得特別 批准，建設項目竣工驗收手 續可暫時以已先前取得的 消防安全檢驗批准代替。我 們已於二零一三年八月就 利福廣場二期建設項目獲 得瀋陽政府相關部門環保 驗收批准，亦於二零一五年 二月獲地方工程品質監督 部門的批准。此外，我們已 在二零一五年十二月後補 工程竣工驗收備案，另目前 利福廣場二期處於暫停營 業狀態。誠如中國法律顧問 所告知，於有關當局決定就 建設項目施加罰款的典型 個案下，發出竣工驗收手續 的證書將通常受限於須先 繳交罰款的先決條件。於發 出竣工驗收手續的證書後， 其後將不太可能施加罰款。 於最後實際可行日期，我們 並未就上述不合規事件被 處以任何罰款。因此，我們 的中國法律顧問認為，我們 就上述不合規事件被處以 罰款的風險極小。	我們已於二零一五 年十二月暫停利福 廣場二期百貨店營 業，且我們已於二零 一五年十二月辦理 利福廣場二期建設 項目的工程竣工驗 收備案手續。我們已 委派方玉貴先生，彼 為我們的財務總監， 聘請當地法律顧問 並就建設工程要求 尋求當地法律顧問 建議，此前不會開啟 任何新項目。方玉貴 先生亦將定期審查 該等項目是否具備 所需許可證及審批， 並於必要時申請。方 玉貴先生將密切監 督我們未來建設項 目(含大寧項目)進 程，並確保於我們的 百貨店開始營運前 及時準備並報備關 於竣工檢查的一切 所需文件。我們亦將 就未來建設項目(含 大寧項目)依照相關 要求辦理恰當備案 而尋求中國法律顧 問建議。我們亦將安 排我們的中國法律 顧問對相關員工進 行培訓，以在必要時 確保相關員工知悉 中國建設項目相關 法律法規。關於其他 內部監控措施，請參 閱下文「持續合規」 段落。
			我們董事確認，建設成本約 為人民幣10億元。據此，基 於建設成本4%之潛在最高 處罰為人民幣40百萬元。	

業 務

系統性不合規事故

條例／法規 相關條款	不合規事故 概要	不合規原因 及負責人員	法律後果、 潛在最高處分 及財務影響	改正措施
《中華人民共和國 商品房屋租賃管 理辦法》(二零 一一年二月一日 施行)	我們若干附屬公 司作為業主或租 戶於中國簽署租 賃協議，但未向中 國相關部門登記 備案。	行政部部門經理 及銷售部部門經 理並不知悉中國 關於租賃協議登 記備案手續之相 關法律法規。	根據於二零一一年二月一 日起實施的《中華人民共和 國商品房屋租賃管理辦 法》，租賃合同訂立後即刻 生效，合同簽訂後三十日內 應於市或縣級房地產相關 主管部門進行登記。未能遵 守上述規定，則會被中國縣 級或市級相關主管部門責 令進行登記。倘未能在主管 部門責令期限內完成登記， 或處人民幣1,000元以上人 民幣10,000元以下罰款。誠 如中國法律顧問所告知，來 自所有不合規租賃協議的 最高潛在責任總額將為人 民幣430,000元。於二零零 九年七月，中國最高人民法院 公佈一項解釋，澄清當事 人以房屋租賃合同未辦理 登記備案手續為由，請求確 認合同無效的，人民法院不 予支持；倘當事人約定以辦 理登記備案手續為建築租 賃合同生效條件的，從其約 定。誠如中國法律顧問所告 知，罰款將僅於有關當局已 頒令改正而相關附屬公司 仍未能於指定時期內改正 時施加。因此，我們的中國 法律顧問認為，未辦理租 賃協議登記備案手續不會影 響租賃協議的有效性，而我 們因上述不合規事故被處 以罰款風險輕微，且就上述 不合規事件被處以罰款的 風險極小。我們的董事亦認 為，倘被處以罰款，亦不會 對我們的財務狀況造成重 大不利影響。	誠如中國法律顧問 所告知，根據相關中 國法律及法規，業主 及租戶雙方有共同 責任向相關中國機 關登記彼等已訂立 的租賃協議。就本集 團與第三方訂立的 租賃協議而言，由於 對手方不願意與我 們合作改正，而有關 改正措施無法單方 面進行，故我們無法 改正不合規事宜人 就本集團成員公司 之間訂立的租賃協 議而言，我們將盡快 向相關中國機關完 成登記。

於業績記錄期間及直至最後實際可行日期，本集團並未由於上述不合規事件而被控告或處罰，且由於認為毋需作出撥備，故並無在其財務報表中就不合規事件作出撥備。我們董事預期，不合規事件不會對本集團帶來任何營運及財務的重大不利影響。

業 務

鑒於上述不合規事件之性質及導致該等事件之情況主要是因缺乏相關法律知識及專業意見而引起，我們董事認為，該等事件均不會對我們的業務及營運帶來任何重大不利影響，亦不會令我們董事之勝任能力受到質疑。

持續合規

確保維持有效的內部監控系統以便於任何時候都能保障我們股東的投資及我們的資產是我們董事會的責任。為避免日後發生不合規事故及提升企業管治水平，我們已採取或將採取下列措施：

1. 我們現正計劃多項內部審批政策及程序。為進一步加強內部監控措施，我們預計於二零一六年五月底採用能提供內部監控程序詳細資料的內部審計指引以確保符合上市規則及相關的法律及法規；
2. 我們的財務總監方玉貴先生將負責監督財務報告及會計及財務事宜的內部監控程序以確保符合上市規則及相關的法律及法規；
3. 我們將於上市後聘請及持續委任外部專業顧問，包括核數師、法律顧問及其他顧問以不時就適用於本集團的法定要求向我們提供有關合規事宜的專業意見；
4. 此外，為進一步加強我們董事對有關相關法律及法規和上市規則的知識，我們董事已於二零一六年三月十八日接受由我們香港法律顧問提供的相關培訓；
5. 於上市後，我們亦計劃聘請香港法律顧問不時或於有需要時為我們董事提供有關適用於本集團的多項最新合規事宜最新發展的培訓，包括上市規則及相關法律及法規；及
6. 我們將委聘凱基亞洲金融有限公司為上市後的合規顧問，以就根據上市規則的事宜向我們的董事及管理層團隊提供意見。

董事及保薦人的意見

方玉貴先生於二零一二年加入本集團，並曾擔任財務部經理、財務部高級經理及目前為本集團首席財務官。方先生負責管理本集團財務部及資訊科技部。於財務及會計領域超過20年工作經驗，彼已獲得專業內部審計知識以及有關中國管治、業務過程、

業 務

風險管理及科技延續性的管理技能。自彼於二零一二年任職本集團以來，方先生已於百貨店行業取得豐富知識，而董事認為，方先生擁有充足行業相關知識，讓其可有效及勝任地監察本集團營運。方先生亦將於需要時自相關合資格專業人士諮詢及尋求建議。此外，鑒於本集團財務部與其他經營部門分開營運，董事相信，此舉讓方先生能夠獨立監察營運程序。基於上文所載理由及因素，董事認為，方玉貴先生勝任及合資格監察營運程序。保薦人同意有關觀點。

董事認為，我們已採取所有合理步驟以加強我們的內部監控系統，包括採納上述措施以防止不合規事故於未來再次發生及我們內部監控顧問所推薦的其他步驟以加強我們的內部監控系統。此外，經計及(i)上文所披露不合規事故主要由於缺乏相關法律知識及專業建議；(ii)本集團採取的上述措施及我們經提升的內部控制措施；(iii)在專業外聘顧問的協助及建議下(如需要)持續監察及監督；(iv)誠如董事所確認，不合規事故並無涉及任何董事欺詐或不誠實；及(v)於發現上文所披露不合規事故時，董事在相關專業顧問的協助下，已採取所有合理改正行動以防止進一步不合規事宜及有關事故任何可能再度發生，董事認為，我們經加強的內部監控措施為充足有效，而不合規事故對我們董事根據上市規則第3.08條、第3.09條及第8.15條的適當性以及我們根據上市規則第8.04條上市的適當性並無重大不利影響。保薦人同意有關觀點。

訴訟

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

知識產權

於最後實際可行日期，本集團成員公司為若干域名的註冊人。此外，我們已於中國註冊第35、36及43類的商標。有關進一步詳情，請參閱本上市文件附錄五。

於業績記錄期間，我們收到來自若干第三方的數項侵權索償，該等第三方聲稱我們百貨店內出售的若干商品侵犯其知識產權。為避免不必要糾紛，我們同意撤回或促

業 務

使特許專櫃商撤回於我們百貨店內銷售有關商品。於業績記錄期間，我們並無就有關索償須支付損害賠償。

物業

於最後實際可行日期，我們的三間百貨店位於本集團擁有或租賃的物業內。於最後實際可行日期，我們現正經營的三間百貨店佔用的總面積約為303,000平方米。

自置物業

截至最後實際可行日期，我們擁有四幅土地之土地使用權，總所在地面積約131,031平方米，其中兩幅土地及／或其上的建築物受產權負擔規限。誠如我們中國法律顧問告知，我們有權在土地使用權證書規定使用範圍內，遵照中國關於土地使用之相關法律法規，合法佔用及使用前述土地(包括受產權負擔規限的土地)。蘇州久光店及大連久光店均位於上述土地中之兩幅。瀋陽久光店亦位於上述土地中一幅土地，但瀋陽久光店於二零一五年十二月關閉。於最後實際可行日期，我們正在為瀋陽物業取得房地產物業權證。誠如我們中國法律顧問告知，除了瀋陽物業外，我們持有我們有權合法佔用及使用的物業的有效產權證書。此外，前述土地中一幅為我們位於上海靜安之大寧項目，建設工程已於二零一三年十二月開展。大寧項目將發展成包括大型零售場所、辦公大樓及我們於上海的第二間久光品牌旗下百貨店的商業綜合樓。地塊面積約為50,153平方米，而總建築面積約為346,733平方米。該項目目標於二零一八年十二月竣工。

租用物業

於最後實際可行日期，我們分別向位於中國上海及大連的獨立第三方租用中國20項物業作辦公室、員工宿舍及商業用途，總建築面積約為9,070平方米，各物業的總建築面積介乎20平方米至7,433平方米。租賃期介乎1至15年，最近到期日二零二八年。就辦公室而言，年租為人民幣22,000元；就員工宿舍而言，月租介乎每個單位約人民幣6,000元至約人民幣14,000元；而就商用物業而言，目前月租約為人民幣743,300元。

我們曾於香港租用一項物業，並將於香港向餘下利福集團旗下公司租用另一項物業作餐廳及辦公室用途，總樓面面積約為11,842平方米。我們已與上海九百及利福地產集團旗下中國上海及瀋陽的公司訂立租賃協議。有關香港兩項租賃物業以及中國租賃物業安排的更多詳情，請參閱本上市文件「持續關連交易」一節。

業 務

下表載列我們自獨立第三方租用的20項中國物業的詳情：

租賃協議日期	地點	用途	面積 (平方米)	租賃期	租金
1. 並無註明	中國上海	經營場所	20.0	二零一二年二月二十八日至 二零一七年二月二十七日	每年人民幣 12,000元
2. 並無註明	中國上海	辦公室	30.3	二零一五年三月一日至 二零一八年二月二十八日	每年人民幣 22,000元
3. 並無註明	中國上海	商用	7,433.0	二零一三年六月十七日至 二零二八年六月十六日	目前每月人民幣 743,300元 累進
4. 二零一四年 三月十七日	中國大連	住宅	106.7	二零一四年三月二十日至 二零一六年九月十九日	每月人民幣 6,000元
5. 二零一五年 七月十五日	中國大連	住宅	99.0	二零一五年八月一日至 二零一六年七月三十一日	每月人民幣 6,500元
6. 二零一五年 十月十三日	中國上海	住宅	95.4	二零一五年十月十七日至 二零一六年十月十六日	每月人民幣 7,500元
7. 二零一五年 十月二十三日	中國上海	住宅	110.3	二零一五年十月二十六日至 二零一六年十月二十五日	每月人民幣 9,800元
8. 二零一五年 九月二十八日	中國上海	住宅	96.2	二零一五年十月十日至 二零一六年十月九日	每月人民幣 8,000元
9. 並無註明	中國上海	住宅	68.5	二零一五年十月三日至 二零一六年十月二日	每月人民幣 9,700元
10. 二零一六年 二月十六日	中國上海	住宅	30.7	二零一六年三月三日至 二零一七年三月二日	每月人民幣 7,500元
11. 二零一六年 一月二十一日	中國上海	住宅	97.4	二零一六年二月九日至 二零一八年二月八日	每月人民幣 8,800元
12. 二零一五年 十月十三日	中國上海	住宅	72.6	二零一六年一月一日至 二零一七年十二月三十一日	每月人民幣 6,800元
13. 二零一五年 六月十七日	中國上海	住宅	75.2	二零一五年八月一日至 二零一六年七月三十一日	每月人民幣 9,000元
14. 二零一五年 八月十日	中國上海	住宅	116.6	二零一五年九月二十二日至 二零一六年九月二十一日	每月人民幣 7,800元
15. 二零一五年 六月四日	中國上海	住宅	106.3	二零一五年八月三十日至 二零一六年八月二十九日	每月人民幣 9,500元
16. 並無註明	中國上海	住宅	100.4	二零一五年十月一日至 二零一六年九月三十日	每月人民幣 8,450元
17. 二零一五年 八月二十八日	中國上海	住宅	75.2	二零一五年十月四日至 二零一六年十月三日	每月人民幣 8,950元
18. 二零一五年 十月十五日	中國上海	住宅	89.3	二零一五年十月十六日至 二零一六年十月十五日	每月人民幣 14,000元
19. 二零一五年 九月二十日	中國上海	住宅	141.1	二零一五年十月二十日至 二零一六年十月十九日	每月人民幣 12,000元
20. 二零一五年 四月二十一日	中國上海	住宅	105.8	二零一五年四月二十一日至 二零一七年四月二十日	每月人民幣 12,820元

我們從獨立第三方租用的20項中國租賃物業中，16項租賃物業的租賃協議將於最後實際可行日期後一年內到期。該16項租賃物業的總建築面積為1,436.7平方米。除一項總建築面積為20平方米的租賃物業乃用作營運用途外，我們從獨立第三方租用的餘下15項將於最後實際可行日期後一年內到期的租賃物業乃用作員工宿舍。

業 務

我們尚未開始就重續該等16項租賃物業的租賃協議與業主磋商。就我們的董事所知，並無可阻礙該等租賃協議續期的實質障礙。即便我們未能重續該等16項租賃物業的租賃協議，我們在尋找替代租賃物業方面沒有實質障礙，並應不會對我們的業務造成任何重大不利影響。

除上述租用物業外，本公司兩間非全資附屬公司的一名40%間接股東的一名聯繫人亦已授出(i)一項位於中國石家莊及建築面積2,808.0平方米的物業，供益商貿易免費使用作辦公室，自二零一三年十月三十日起為期10年；及(ii)一項位於中國石家莊及建築面積2,822.5平方米的物業，供河北旭源免費使用作辦公室，自二零一五年八月十九日起為期10年。

我們自上海九百租用物業以運營上海久光店。該租約將於二零二四年九月屆滿，可進一步續期十年。該門店位於上海主要業務中心南京西路。該門店的總建築面積約為92,000平方米。

上海久光店及大寧項目當中有若干面積被指定作民用空防之用，其設計規劃方案已獲中國政府民用空防機關批准。其帶來之相關風險請參閱本上市文件「風險因素」一節。

重大物業分析

根據本上市文件附錄一所載的合併財務狀況表，我們董事確認除瀋陽土地及其上所建物業以及我們的大寧項目外，概無構成本集團非物業業務一部分的單一物業權益的賬面值佔本集團於二零一五年十二月三十一日資產總值15%或以上。

因此及根據上市規則第5.01A條，我們瀋陽土地及大寧項目的估值報告載於本上市文件附錄三。