

概覽

我們為加拿大歷史悠久的機票批發商、旅遊業務流程管理供應商及旅遊產品及服務供應商，於1976年創立，並擁有逾40年的經營歷史。我們的主要業務包括(i)代表訂約航空公司向旅遊代理及旅客分銷機票及直接出票的機票分銷；(ii)為旅遊代理提供中端及後端支援服務的旅遊業務流程管理；及(iii)為旅遊代理及旅客設計、開發及銷售旅行團及其他旅遊產品及服務的旅遊產品及服務。

我們為加拿大機票中游市場的主要參與者。根據灼識報告，按2017年的銷量計，我們於加拿大機票批發市場名列頭三位，市場份額約為31.3%。我們為加拿大國際航空運輸協會認可旅遊代理之一，並為美國ARC認可旅遊代理之一，使我們合資格取得票務權代表國際航空運輸協會成員航空公司及ARC成員航空公司出具所有提供的航班(出發地及目的地)的機票並直接從彼等取得私有運價交易。於最後實際可行日期，我們已擁有逾150家航空公司的票務權及從約70家航空公司(包括以加拿大、美國及中國為基地的頂尖航空公司)取得私有運價交易。我們的銷售表現於往績記錄期間一直保持強勁。截至2015年、2016年及2017年12月31日止年度，我們分別售出約606,000張、861,000張及949,000張機票，分別相等於總銷售所得款項約3,095.1百萬港元、3,755.0百萬港元及4,018.9百萬港元。

我們為加拿大提供旅遊業務流程管理的頂尖旅遊代理之一。根據灼識報告，按2017年的服務收益計，我們於加拿大旅遊業務流程管理市場名列頭三位，市場份額約為14.9%。我們於2007年推出提供旅遊業務流程管理並已逐步擴大至提供一系列旅遊業務流程管理服務，包括機票交易處理、客戶聯絡、BSP / ARC結算及對賬、軟件開發、旅遊執照及合規事宜及其他行政事宜。我們相信旅遊業務流程管理供應商(例如我們)，在為旅遊代理提供以具成本效益的方式運行非核心業務流程的選擇及讓旅遊代理可專注於其核心競爭業務方面，扮演重要角色。於最後實際可行日期，我們已向十間旅遊代理(包括若干全球知名品牌)提供旅遊業務流程管理。

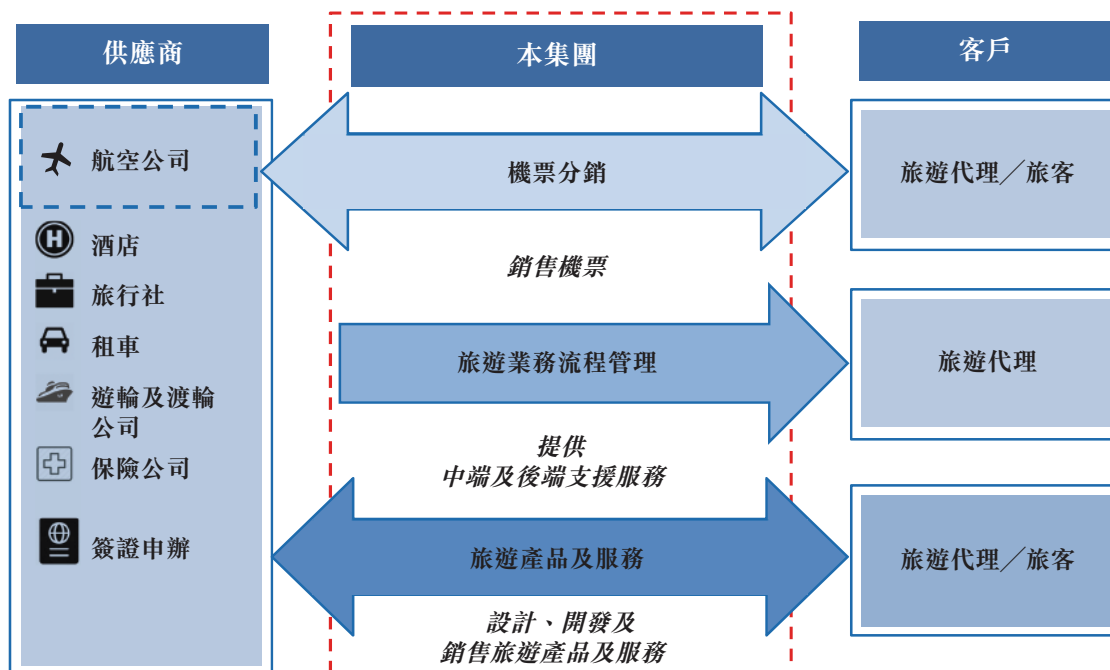
我們亦向旅遊代理及旅客提供旅行團及其他旅遊產品及服務。旅行團可再分類為團隊旅行團及長途巴士旅行團，一般包含預先安排的航班或長途巴士、酒店住宿、當地交通、觀光及其他活動安排。其他旅遊產品及服務主要包括定製旅行團、機票加酒店套票、酒店住宿、景點門票、租車、旅遊保險及簽證申辦。營運40年以來，我們已開發一系列目的地涵蓋亞洲、歐洲、中東、北美洲及南美洲逾40個國家逾200個城市的旅行團。我們相信我們所

業 務

提供的多元化產品及服務讓我們可更有效利用內部資源及滿足加拿大旅行及旅遊業參與者的各種需求。

業務模式

如下圖所示，我們的業務模式可概括為三個業務分部：(i)機票分銷；(ii)旅遊業務流程管理；及(iii)旅遊產品及服務：



競爭優勢

互補業務分部解決各類旅遊供應商、旅遊代理及旅客不斷變化的需求

我們的業務模式由三個不同但具互補效益的業務分部組成：機票分銷、旅遊業務流程管理及旅遊產品及服務，我們相信該業務模式為令我們從其他傳統旅遊代理中脫穎而出的主要區分因素。我們相信，發展不同業務分部能讓我們更有效善用資源，並滿足旅行及旅遊業價值鏈不同參與者不斷演變的需要。

我們的歷史可追溯至1976年，當時我們的創立人透過於加拿大多倫多向尋求返回亞洲家鄉的大學生提供廉價機票，開始機票分銷業務。自此，我們已由零售機票經銷商發展至加拿大頂尖機票批發商之一。根據灼識報告，按2017年的銷量計，我們於加拿大機票批發市場名列頭三位，市場份額約31.3%。我們為加拿大國際航空運輸協會認可旅遊代理之一，並為美國ARC認可旅遊代理之一，使我們合資格取得票務權，代表國際航空運輸協會成員航空公司及ARC成員航空公司發出所有提供的航班(出發地及目的地)的機票並直接自彼等

取得私有運價交易。我們相信，我們的強大分銷能力及一貫的銷售佳績令我們可從不同的航空公司獲得選擇廣泛的私有運價及提升我們的競爭力。於最後實際可行日期，我們已擁有逾150家航空公司的票務權及與約70家航空公司(包括以加拿大、美國及中國為基地的頂尖航空公司)取得私有運價交易。有關我們的機票分銷業務分部的詳情，請參閱本節「產品及服務—(i)機票分銷」一段。

我們相信，我們為加拿大旅遊代理的先行者之一，於1978年提供前往亞洲的旅遊產品及服務。通過逾40年的經營，我們已開發一系列的旅行團，包括前往亞洲、歐洲、中東、北美洲及南美洲逾40個國家逾200個城市以英語、法語或中文導航的團隊旅行團及長途巴士旅行團。我們亦提供其他旅遊產品及服務，包括定製旅行團、機票加酒店套票、預訂酒店住宿、景點門票、租車、旅遊保險及簽證申辦。我們相信我們多元化的旅遊產品及服務連同我們的出票能力及獲得選擇廣泛的私有運價的能力，均讓旅客加強自選旅程規劃，容許其比較大量旅遊選擇，以具競爭力的價格得到心儀行程，於預訂核心項目後購買配套項目，以及於旅遊流程較後階段添加特色性能。有關旅遊產品及服務業務分部的詳情，請參閱本節「產品及服務—(iii)旅遊產品及服務」一段。

憑藉我們底蘊深厚的行業專業知識及技術知識，我們於2007年開始提供旅遊業務流程管理。根據灼識報告，互聯網宣告網上旅遊代理的興起，若干參與者湧現，加劇競爭，紛紛提供「最抵價保證」旅遊產品及服務。為減少營運成本，若干網上旅遊代理或會外判其若干中端及後端流程以專注於其核心競爭業務。我們相信透過就一系列旅遊業務流程管理服務(包括機票交易處理、客戶聯絡、BSP/ARC結算及對賬、軟件開發及旅遊執照、合規事宜及其他行政事宜)提供單一接觸點，我們能協助此等旅遊代理減省經營成本，增加靈活性及提升經營效率，繼而讓其專注於其核心競爭業務。我們自2007年起逐漸發展及拓展市場份額，成為加拿大頂尖旅遊業務流程管理供應商之一。根據灼識報告，按2017年的銷售收益計，我們於加拿大旅遊業務流程管理市場名列頭三位，市場份額約14.9%。於最後實際可行日期，我們已向十間旅遊代理(包括若干全球知名品牌)提供旅遊業務流程管理。有關旅遊業務流程管理業務分部的詳情，請參閱本節「產品及服務—(ii)旅遊業務流程管理」一段。

我們與旅遊供應商及旅遊代理已建立良好業務關係

我們與旅遊供應商及旅遊代理已建立長期業務關係，我們為其中若干旅遊供應商及旅遊公司服務逾30年。我們相信，有關關係無法輕易為其他公司複製，且該等關係能及將持續令我們從其他競爭對手中脫穎而出。我們自頂尖航空公司獲得選擇廣泛的私有運價的能

力，令我們取得定價優勢，對我們業務至關重要。我們與若干主要航空公司(包括以加拿大、美國、香港及中國為基地的頂尖航空公司)保持牢固的長期關係，該等航空公司於往績記錄期間亦為我們的五大供應商。於最後實際可行日期，我們與五大供應商(均為航空公司)的關係介乎約12至37年。該等長期穩定的關係為航空公司對我們機票分銷能力及我們來自忠實客戶一貫高企的銷售業績的信心證明。

我們擁有龐大且多元化的客源，主要由加拿大及美國逾850間旅遊代理及旅客組成。於往績記錄期間，我們的五大客戶均為旅遊代理，且於最後實際可行日期，我們與五大客戶的關係介乎約一至15年。我們認為此乃由於(i)我們強調及致力盡可能一貫高效及及時地提供服務；(ii)我們自頂尖航空公司獲得選擇廣泛的私有運價之能力；(iii)我們尋求與客戶以「合夥方式」建立及培養長期關係；(iv)我們一直致力擴大我們的客源；及(v)我們若干產品及服務的增值性質。於往績記錄期間，我們以與我們最大的客戶(全球頂尖旅遊代理之一)的長期關係穩定尤為自豪，自2003年起我們一直為其提供機票，而自2007年起我們一直為其提供旅遊業務流程管理。我們相信與主要客戶的良好關係大大提高我們於旅行及旅遊業的知名度，從而提高吸引新客戶的能力。

淵博的技術知識及資訊科技能力是我們未來發展的支柱

憑藉逾40年的經營經驗，我們已於各業務分部開發出領域知識，並洞悉北美洲旅行及旅遊業的新興趨勢、技術及經營模式。我們已開發穩健的資訊科技基建，包括電腦硬件、作業系統、企業軟件應用、數據管理及儲存、網絡及通訊平台以及系統整合服務，以支援日常經營。我們亦擁有豐富的旅行及旅遊業技術知識。旅遊業務流程管理專責團隊由53名員工組成，彼等大部分均深諳中端及後端旅遊業務流程及熟悉涉及全球分銷系統、出票及溝通的不同技巧，為客戶提供旅遊業務流程管理。我們的旅遊科技服務團隊具備頂尖技巧及強大能力於(i)設計、安裝及整合實時平台，以與不同全球分銷系統同步；(ii)根據旅遊代理的業務需求開發支援採購及訂票平台、數據管理及付款系統；(iii)網站設計；及(iv)雲端計算。

隨著旅遊科技的持續發展，我們繼續更新現有的資訊科技基建、開發新軟件/應用程式及添加可增值的特色及功能，以提高經營效率(包括高等算式、決定支援及數據分析)。於往績記錄期間，於旅遊科技服務總監何錦安先生的監督下，旅遊科技服務團隊已完成逾30

業 務

項資訊科技項目，包括作內部用途的軟件升級及為若干客戶開發軟件。何錦安先生於科技軟件工程及項目管理擁有逾30年經驗。綜合而言，我們的技術知識及資訊科技能力的深度及廣度讓我們能透過滿足客戶對速度、靈活性及匯合點的需求於旅行及旅遊業保持競爭力。

我們擁有一支經驗豐富的管理團隊，彼等於加拿大的旅行及旅遊業擁有長期優良往績

我們擁有一支對北美洲的旅行及旅遊業有深入了解的敬業且經驗豐富的管理層團隊。我們的高級管理層團隊經驗豐富，並致力利用彼等對旅行及旅遊業的深入了解以提高及維持卓越的經營。我們的創辦人兼主席朱碧芳女士於1976年創辦Tour East Canada，並擁有逾40年的管理及營運經驗。行政總裁朱淑芳女士擁有逾30年旅行及旅遊業經驗。朱碧芳女士及朱淑芳女士攜手帶領本公司成為加拿大機票及旅遊業務流程管理市場的領導者。彼等對旅行及旅遊業的遠見及洞察力大幅促進我們的發展。

高級管理層團隊以技術嫻熟、多元且積極向上的員工為後盾，於2017年12月31日，高級管理層團隊由約139名僱員組成。透過投資於僱員培訓及技能開發，我們擬培養對本公司、旅行及旅遊業、旅遊科技及客戶特定需求有深入了解的領導者。我們亦透過外部僱用所需的人員引入新技術。我們結合管理層團隊的豐富行業及營運經驗與新員工的新視角及見解，為推動業務的成功、盈利能力及行業領導地位奠定堅實的基礎。

業務策略

我們的主要業務目標為鞏固我們作為北美洲穩健的機票批發商、旅遊業務流程管理供應商及旅遊產品及服務供應商的地位及創建長遠的股東價值。我們擬透過持續擴大於加拿大及美國旅行及旅遊業的市場份額，進一步加強業務經營的人力及財力，並升級資訊科技系統以提升經營效率及提高接觸潛在客戶的機會，從而達成業務目標。截至2020年12月31日止三個年度，上市後的資本開支總額預計約33.0百萬港元，主要包括資訊科技系統基建、電腦軟件及辦事處租賃物業的裝修款項。

通過擴大客源以增加各業務分部的市場份額

機票分銷

我們擬在我們現有往績記錄及不斷累積的聲譽的基礎上進一步佔據加拿大機票中游行業的市場份額。我們將繼續尋求業務機遇橫向及／或縱向拓展經營規模。根據灼識報告，

加拿大及美國分別有超過2,000名及5,000名旅遊代理商，而當中逾850名為我們的現有客戶。因此，我們相信，我們的機票分銷業務仍有巨大的增長空間。我們計劃擴大業務發展團隊以專注於開發加拿大的民族旅遊代理商及旅遊管理公司。截至2015年、2016年及2017年12月31日止年度，來自民族代理商的機票分銷分部總銷售所得款項分別佔機票分銷分部總銷售所得款項總額約31.2%、21.8%及29.0%。我們能為未能與航空公司供應商直接建立關係、並無網上預訂平台及／或缺乏操多種語言的員工的民族旅遊代理提供(i)以具競爭力的價格往返不同目的地的廣泛機票選擇；(ii)與三個全球分銷系統整合的訂票平台；及(iii)旅遊科技，以支持及提升服務客戶的效率，並賺取更多收益。根據灼識報告，加拿大為多文化社會，同時亦為中國人、菲律賓人及印度人最大的移民地之一，總人口近20%為非本土出生人口。隨著加拿大持續增長的民族人口及民族旅遊不斷增長，民族旅遊代理商在接待非本土出生人士(為往返祖籍國探訪家人或親友的特殊族群)方面愈發重要。由於大部分民族旅客以價格優先且往往並無確定的旅遊日期，因此，在訂購航班時，民族旅遊代理商傾向花費大部分時間搜索、就最佳旅遊日期／價格組合提出建議及進行磋商，以滿足彼等客戶的需求。由於缺乏有效處理不斷變化的旅遊科技的專業知識，民族旅遊代理商在訂票、出票、發票、開票、收款及付款過程方面大多為人手操作。我們計劃首先開發簡體及繁體中文的定製網上預訂平台及移動預訂應用程式以及為講普通話及粵語的民族旅遊代理提供客戶服務，以支援全新預訂平台的營運需求。

我們亦計劃尋求與現有及／或新旅遊管理公司的業務合作機會。旅遊管理公司專注於提供滿足商業及企業客戶的旅遊需要的服務。目前，我們向若干旅遊管理公司提供旅遊業務流程管理惟不會向彼等提供機票。我們相信，我們將能夠利用我們的現有關係、正面的品牌聲譽、穩固的運營平台及向主要航空公司取得選擇廣泛的私有運價的能力，向現有旅遊管理公司客戶交叉銷售我們的機票分銷業務及產生額外收益。在橫向增長方面，我們計劃在地理上在加拿大進行擴張。於最後實際可行日期，我們在蒙特利爾、卡爾加里及溫哥華均設有區域辦事處，覆蓋加拿大的魁北克省、亞伯達省及英屬哥倫比亞省。我們正考慮分別於溫尼伯及哈利法克斯增設兩個區域辦事處，使業務覆蓋曼尼托巴省及新斯科細亞省，並聘請合資格人員開展業務，以吸引新客戶(包括但不限於民族旅遊代理商及旅遊管理公司)。我們尚未就地區拓展制定任何詳細計劃及識別地點。然而，我們將從股份發售所得款項淨額中抽出部分金額為可能不時出現的任何具吸引力的良機作準備。

此外，為吸引更多旅客，我們計劃升級現有網站以載入網上機票預訂功能並開發移動預訂應用程式。根據灼識報告，網上旅遊消費增加令旅遊代理商能夠通過設立網上預訂平台輕易接觸新開發的客源。目前，旅客僅能夠在零售分行或致電零售分行預訂機票，因此，我們接觸旅客的途徑相當有限。我們相信，網上預訂平台將不僅成為新收益來源，亦具備潛力節省我們向旅客分銷機票的成本。

旅遊業務流程管理

我們認為，我們處於滲透龐大且不斷成長的旅遊業務流程管理市場的早期階段。根據灼識報告，網上旅遊代理商領域及領先的旅遊科技的變化步伐加快，促使旅遊代理外判更多非核心業務流程及專注於其核心競爭業務。根據灼識報告，預計至2022年，加拿大及美國的旅遊業務流程管理市場將分別達52.1百萬加元及574.6百萬美元，複合年增長率分別為10.2%及5.4%。於最後實際可行日期，我們過往一直向加拿大及美國十間旅遊代理(主要透過現有供應商推介)提供旅遊業務流程管理。我們計劃僱用業務發展專責員工，通過積極參加或贊助行業貿易展及展覽等多種營銷渠道開展具針對性的銷售及營銷活動。我們將繼續以擁有與現有客戶類似背景及市場地位的旅遊代理為目標，藉開展銷售活動以加強、促進及加快建立長期關係。於建立該等關係時，我們的首要焦點將為繼續向加拿大及美國的旅遊代理提供增值、綜合及完整的旅遊業務流程管理解決方案。

此外，我們相信我們著重及致力持續以最高可行水平及時提供旅遊業務流程管理服務對客戶而言十分重要。我們自旅遊業務流程管理業務產生的服務收益取決於服務範圍及服務級別，例如所產生的時間成本、交易量及勞工成本。因此，準確、有效和及時計量服務供應團隊的生產力於我們而言十分重要。我們計劃購買生產力管理及計量的服務級別管理軟件。我們相信該等工具將協助我們改善內部資源、評估整體效率及提升競爭力。

升級資訊科技系統及繼續專注於經營效率

我們相信，強大的內部資訊科技能力對我們於加拿大的旅行及旅遊業建立領導地位至關重要，並讓我們為客戶提供效率最高及最有效的解決方案。由於我們擴展經營規模，我們計劃透過提升現行資訊科技基建，繼續專注於經營效率，該等基建包括數據儲存、電子文件、雲端備份儲存、通訊技術網絡、電腦系統及信息安全，以支援經營及財務數據流動、儲存、處理及分析。

我們計劃以先進的企業資源規劃(「ERP」)系統取代擁有售票及賬單、記錄維護、界面控制、會計及管理報告等功能的現有e-ITS系統。ERP系統為以電腦為基礎的整合收益管理工具，用作儲存及分析航班數據、乘客數據及預訂模式，讓我們可釐定價格並從而提高溢利。新ERP系統將提供全球分銷系統的直接連接，使我們能實時收集及監控銷售數據，亦將使我們(i)迅速且有效地收取及分析營運數據及信息(包括銷售、信息及財務數據)；(ii)管理區域辦事處及零售分行營運，以及整體營運的人力資源、財務及成本控制；及(iii)更好地洞察我們的表現並作出知情的業務決策及計劃。新ERP系統將會度身定製以達到本集團的要求。我們預期，該更新將為我們提供理想工具以進行更佳的內部溝通及更有效的管理、供業務策略分析的優質統計數據來源以及未來業務發展的穩固基礎。

提升品牌知名度

我們認為，我們作為一家歷史悠久的機票批發商、旅遊業務流程管理供應商及旅遊產品及服務供應商的聲譽對我們取得成功至關重要。我們擬透過持續推廣品牌保持聲譽及品牌知名度。我們將繼續實施營銷方案，包括於加拿大的地方及國家報刊投放廣告以及於各個電視及電台頻道插入商業公告、通過免費提供現金獎勵、機票及／或酒店住宿向經甄選活動提供贊助，以及定期參加貿易會議及舉辦旅遊展覽，以向潛在客戶宣傳我們的產品及服務。

尤其是，隨著使用網絡進行旅遊消費及預訂的現象增多及為配合推出我們的網上預訂平台，我們將提高數碼營銷的投入。通過於社交媒體投放廣告及搜尋引擎營銷，我們旨在增加網上渠道，以接觸範圍更廣的旅客，並附有彼等可方便瀏覽及預訂旅遊產品及服務的連接。數碼營銷活動亦將讓我們能收集有關旅客行為及興趣的數據以及其他有用資料，使我們能分析相關數據及針對特定興趣團體進行營銷，從而有效推廣旅遊產品及服務。

產品及服務

(i) 機票分銷

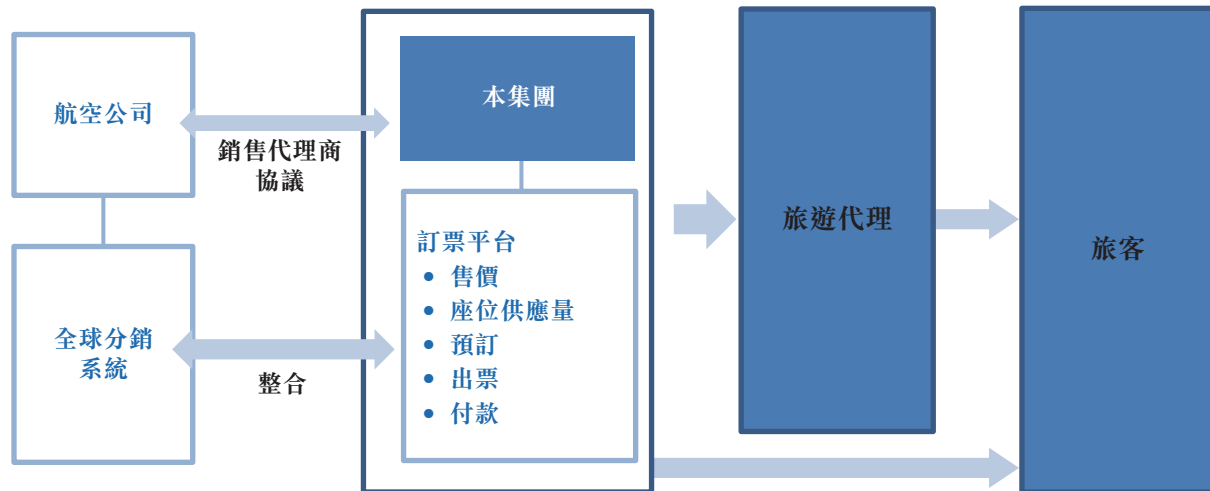
我們以機票批發商的身份經營業務，代表訂約航空公司分銷機票及出票。機票市場一般涉及航空公司，其為上游參與者，可(i)直接透過航空公司網站、流動渠道、熱線中心或售票處或(ii)間接透過中游中介角色如在線或離線旅遊代理、旅遊管理公司或機票批發商(例如我們)銷售機票，而下游旅客可直接從航空公司或自旅遊代理及旅遊管理公司預訂機票。機票批發商一般不會直接向旅客銷售機票，而是透過在線及離線旅遊代理分銷機票。根據灼識

業 務

報告，航空公司座位於特定時間點（即航班起飛）後不能售出，性質上為極易損耗，因此，預測需求及盡量提高入座率對航空公司而言至關重要。更好管理收益能盡量減少庫存機位浪費，增加客源及為其分銷渠道節省成本。因此，航空公司試圖以不同的渠道／收益組合，提高收益及減低成本。航空公司利用機票批發作為收益管理工具，以助航空公司於浮動市場中自銷售機位獲取最多收益。隨著年月過去，機票批發商（例如我們）已成為可靠的分銷渠道，航空公司可與機票批發商協商年度合約以出售私有運價機票、設立收益目標，以及透過特定票價種類以嚴格控制機票銷售，故機票批發商為旅遊代理重要的供應商夥伴。有關機票行業的詳情，請參閱本招股章程「行業概覽－加拿大及美國機票市場」一節。

我們於1976年在多倫多開展機票分銷業務，向打算返回亞洲母國的大學生銷售低成本機票，自此，我們由零售機票經銷商發展至加拿大頂尖機票批發商之一。作為國際航空運輸協會及ARC認可旅遊代理且於機票行業擁有逾40年經驗，我們為業內重要的機票批發商。一方面，我們憑藉主要由加拿大及美國逾850間旅遊代理及旅客組成的龐大且多元化的客源，免卻旅遊公司須與大量旅遊代理交易的煩惱，並協助航空公司擴大分銷範圍，向更多旅客分銷機票，從而降低其經營及銷售成本。另一方面，我們以具競爭力的價格向旅遊代理提供主要航空公司提供往返不同目的地的多種機票選擇及其他增值服務，以支持及提升旅遊代理服務客戶的效率，並讓其賺取更多收益。於往績記錄期間，我們已擁有逾150間航空公司的票務權，其中逾50間航空公司已與Tour East Canada訂立獎勵佣金安排及逾15間航空公司已與Tour East New York訂立獎勵佣金安排。我們亦從約70間航空公司（包括以加拿大、美國及中國為基地的頂尖航空公司）取得私有運價交易。有關獎勵佣金安排的詳情，請參閱本節「產品及服務－(i)機票分銷－航空公司的獎勵佣金安排」一段。

我們的服務工作列示於以下流程圖：



機票預訂平台

我們訂用三個全球分銷系統，以獲得航空公司的庫存機位、座位供應量、時間表、定價、政策及規則。全球分銷系統通過提供航空公司的數據庫及庫存機位管理系統的實時連接讓我們取得該等信息。我們亦能夠在各自的全球分銷系統與所有全球分銷系統參與旅遊供應商(如酒店集團、遊輪公司及租車公司)取得聯繫。全球分銷系統顯示的資料視乎旅遊供應商與旅遊代理訂立的安排而有所不同。例如，我們可於全球分銷系統上瀏覽若干航空公司向我們提供的私有運價。航空公司的票價資料如有任何變動，將於全球分銷系統即時更新。我們亦不時透過郵件接獲來自航空公司的機票限時搶購及限時優惠等一手最新消息。我們通常自全球分銷系統預訂及發出機票，因此，我們通常不會持有任何機票庫存及不會面對存貨風險。我們不時於航空公司的促銷活動事宜中直接自航空公司購買套票，以善用特別折扣。

訂票

旅遊代理通常透過自家開發的預訂平台預訂機票，而旅客則僅能透過零售分行預訂機票。旅遊代理獲提供密碼登入預訂平台，並利用首選航空公司、票價種類、機艙級別、中轉航班、出發地及目的地篩選器等便利功能，查看、選擇及向我們預訂機票。彼等亦可致電我們的總辦事處及區域辦事處預訂機票。為精簡訂票流程，我們已開發連接預訂平台至三個全球分銷系統的網絡界面，可讓我們同步全球分銷系統的機票信息至預訂平台及發出機票。因此，客戶可持續查看我們可獲取的航空公司更新的航班資訊及將可於銷售機票時就廣泛的航班選擇向客戶作出建議。

我們根據旅遊代理的要求，以提供增值服務的形式設計、開發及寄存獨具特色功能(例如同步多種內容來源以優化機票票價、按照出發地及/或目的地自動增加的服務費及訂單檢索網站服務)的定製訂票平台。例如，我們於網上開發向企業進行銷售的機票預訂平台，供客戶選購、預訂機票及發出機票。該機票預訂平台可支援於多個機票網站同時搜尋、根據預設選項要求及最高佣金展示綜合航程，以及提供發出機票後於網上取回賬單資料的服務。

我們亦不時接獲旅遊代理的團體訂票查詢。根據旅程的特定要求，機票銷售團隊將接洽航空公司供應商，獲取數個報價供旅遊公司考慮。一旦協定報價及確認團體訂票要求，我們將向航空公司供應商提供相關乘客的資料，以確認預訂。

定價及付款

預訂平台向旅遊代理呈列的機票價格乃參考市場可比較資料、各客戶的業務規模、交易量、若干航空公司供應商於銷售機票後所提供的直接自機票成本中扣除的銷售佣金、銷

售表現及與特定客戶的關係按成本加成基準釐定。截至2015年、2016年及2017年12月31日止年度，來自旅遊代理的機票分銷總銷售所得款項分別佔機票分銷分部總銷售所得款項總額約96.0%、97.1%及97.5%。我們一般要求我們的客戶在訂票時全數付款。有關定價政策的詳情，請參閱本節「銷售—定價、付款及退款」一段。

我們的機票銷售團隊亦積極收集市場資訊以與我們的競爭對手提供的票價作比較，從而確保我們向客戶提供的機票價格保持競爭力及吸引力。

出票及售後服務

一旦確認預訂，旅客姓名記錄將根據各自的全球分銷系統排隊出票。機票預訂後，賬單及電子機票將發出及發予客戶。出票流程基本上自動化，減少處理旅客姓名記錄及出票要求的繁瑣及盡量減少人工輸入導致的錯誤。

我們亦就由非乘客所能控制的原因導致的非自願變動（例如航班時間表變動、取消或延誤）提供免費售後服務。任何就以上所述的自願變動可能會被航空公司徵收額外費用及/或罰款及被我們徵收手續費。

航空公司供應商的獎勵佣金安排

我們就代表若干訂約航空公司分銷機票收取獎勵佣金。我們收取的獎勵佣金通常經參考售出的已飛行機票價值或數量的水平及表現同比期間增長後以分級佣金架構釐定，惟各自航空公司均設有最高佣金比率。若干航空公司供應商訂立的業績目標亦會考慮已飛行機票的地理分部及級別。分級佣金架構具可追溯性，即我們可達致的按級提升佣金率適用於所有於若干時期售出的已飛行機票。我們出售的已飛行機票數量不足或過多可能令我們處於不同的佣金比率分級，或會對我們收取的獎勵佣金金額造成重大影響。倘我們未能滿足某一特定航空公司供應商所規定的最低業績目標，我們將未能享有該航空公司供應商於相關期間的任何獎勵佣金。截至2015年、2016年及2017年12月31日止年度，我們分別自航空公司收取獎勵佣金約45.9百萬港元、57.9百萬港元及54.6百萬港元，分別佔機票分銷分部收益約61.0%、61.0%及58.8%及總收益約33.7%、37.8%及35.5%。於往績記錄期間，逾50間航空公司已與Tour East Canada訂立獎勵佣金安排及逾15間航空公司已與Tour East New York訂立獎勵佣金安排。有關與航空公司供應商的協議的進一步詳情，請參閱本節「供應商—旅遊供應商」一段。

截至2015年、2016年及2017年12月31日止年度，自五大航空公司供應商收取的獎勵佣金分別佔自航空公司供應商收取的總獎勵佣金約86.2%、72.0%及67.7%。截至2015年、2016年及2017年12月31日止年度，來自航空公司供應商的獎勵佣金平均比率分別約1.5%、1.5%及1.4%。我們於2015年與五大航空公司供應商的獎勵佣金安排項下定期最低業績目標由上一年度增加最多約129%，並於2016年進一步增加最多約85%。於2015年及2016年，我們已超出五大航空公司供應商所有定期最低業績目標。於2017年，五大航空公司供應商中部分航空公司供應商增加若干獎勵佣金安排下的定期業績目標，與截至2016年12月31日止年度的相應定期比較，增幅最多約165%，而部分航空公司供應商更改其向我們提供的獎勵佣金安排架構或機制。例如，五大航空公司供應商其中一間航空公司供應商自2017年第二季起更改其業績目標，由整體已飛行機票改為不同分部已飛行機票。五大航空公司供應商中另一間航空公司供應商由整體已飛行機票的業績目標改為計及(其中包括)已飛行機票級別及2017年的領域目標增長的計劃，基於上述原因，本集團要達到各定期業績目標變得更有挑戰性，故我們於2017年可達到五大航空公司供應商設立的部分(但非所有)定期業績目標。因此，我們截至2016年12月31日止年度自五大航空公司供應商收取的獎勵佣金較截至2017年12月31日止年度減少約4.7百萬港元。有關與獎勵佣金安排有關的風險，請參閱本招股章程「風險因素 — 與我們業務有關的風險 — 截至2017年12月31日止年度，來自航空公司供應商的獎勵佣金錄得跌幅」一節。

基於上述原因，我們出售已飛行機票的價值或數量的業績目標及航空公司供應商訂立的期間同比增長可能按期調整，取決於先前的同期業績。鑒於我們強勁的分銷能力以及我們達到業績目標的能力，航空公司供應商訂立的定期業績目標不斷提高，獎勵佣金安排的架構或機制亦相應更改，使我們要一貫地達致佣金比率更高分級變得更有挑戰性。董事認為我們能透過改善收益管理以克服該挑戰。例如，倘我們取得準確實時數據知悉特定航空公司的已飛行機票數量接近相關期末最低或更高分級的業績目標，則我們應及時推廣或降低該航空公司的機票價格以提高銷售額。倘特定航空公司的機票數量已達到業績目標上限，表示即使我們銷售更多其機票，我們將不會獲取更多獎勵佣金，則我們應將銷售目標轉移至推廣其他航空公司的機票。目前，我們或未能有效及時將(其中包括)航班時間表變動、客戶時間表更改、未飛行機票組合的數據融入e-ITS系統以掌握準確實時按分部劃分的機票銷售及已飛行數據。我們計劃升級e-ITS系統，新系統將提供(其中包括)能產生擁有詳細機票銷售、已飛行分部、各航班票價明細、銷售預測及趨勢估計的會計及管理報告等功能。

已升級的e-ITS系統將使我們能更準確及實時取得按分部劃分的機票銷售及已飛行數據，因此管理層能及時作出回應，制定或更改銷售策略（例如調整價格、推廣或更有效地分配於不同航空公司分銷的機票）以提高溢利。詳情請參閱本招股章程「未來計劃及所得款項用途」一節。

再者，若干航空公司經計及（其中包括）我們前一段期間的實際業績而訂立期間獎勵佣金安排及業績目標。因此，倘我們未能達到一段期間的業績目標，董事預期該等航空公司訂立的下一個業績目標一般將較低及相對較易達到。

我們相信有大量空間探討合作機會及提高獎勵佣金收益。於往績記錄期間，我們已擁有逾150家航空公司的票務權，當中逾50家航空公司與Tour East Canada訂立獎勵佣金安排，而逾15家航空公司與Tour East New York訂立獎勵佣金安排。除我們可能不時開展關係的新航空公司供應商除外，我們將尋求與剩餘逾90家航空公司（我們擁有其票務權但尚未與其訂立獎勵佣金安排的航空公司）訂立獎勵佣金安排。根據經驗，與我們擁有新或較短業務關係的航空公司傾向設立相對較低級別的業績目標，因此我們將更容易達到更高業績目標，以享有更高獎勵佣金比率。於往績記錄期間，Tour East Canada及Tour East New York已分別與23家及9家新航空公司訂立獎勵安排，截至2015年、2016年及2017年12月31日止年度來自該等航空公司的獎勵佣金收益約1.2百萬港元、6.3百萬港元及10.5百萬港元。經考慮上述原因，董事認為我們將能繼續自航空公司收取獎勵佣金。

除上述現金獎勵佣金外，其中一間主要航空公司亦可能提供獎勵計劃，使我們就機票分銷獲取積分及憑藉積分兌換免費機票。

全球分銷系統供應商的獎勵報酬計劃

我們就使用三個全球分銷系統供應商的全球分銷系統預訂旅遊內容（主要為航班）自彼等收取獎勵收入。獎勵收入金額乃基於我們經全球分銷系統預訂的機票層級數量釐定。截至2015年、2016年及2017年12月31日止年度，我們分別自全球分銷系統供應商收取獎勵收入約5.1百萬港元、3.8百萬港元及2.5百萬港元，分別佔機票分銷分部收益約6.8%、4.0%及2.7%及總收益約3.7%、2.5%及1.6%。有關全球分銷系統服務協議的詳情，請參閱本節「供應商 — 全球分銷系統供應商」一段。

(ii) 旅遊業務流程管理

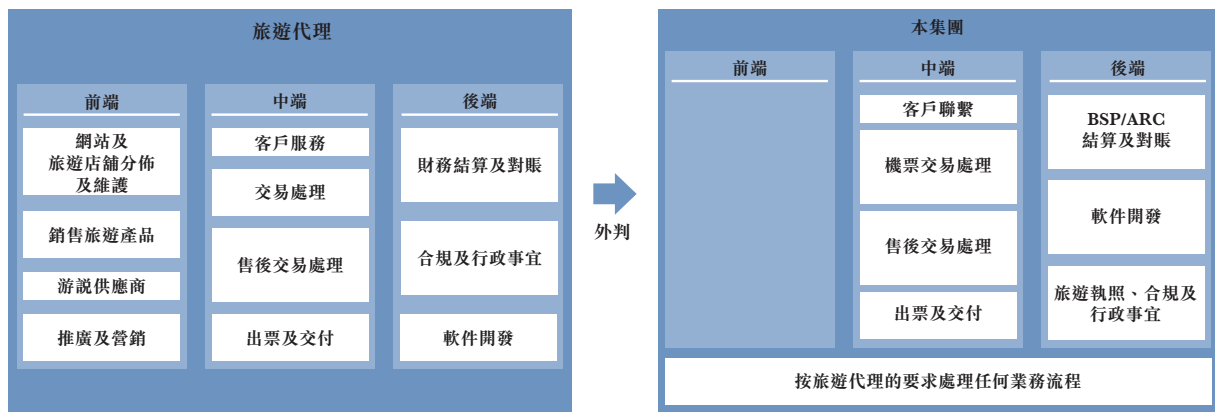
我們向北美洲的旅遊代理提供旅遊業務流程管理。旅遊代理的旅遊業務流程通常分為前端（包括銷售旅遊產品、網站或旅遊店分佈、游說供應商（就價格及獎勵佣金與航空公司

業 務

聯絡)、產品設計、以及推廣及營銷)、中端(包括交易處理及客戶服務)及後端(包括財務結算及對賬、退款、收回開支、旅遊執照及合規及其他行政事宜)等業務流程。根據灼識報告,旅遊代理外判其中端及後端業務流程越來越多,以降低成本,提高處理效率,維持靈活性,並提高業務成果。鑒於我們取得安大略省旅遊業議會及OPC的執照並同時為國際航空運輸協會及ARC認可代理,於機票行業擁有逾40年經驗,我們在為旅遊代理提供以具成本效益的方式外判非核心業務流程的選擇及讓旅遊代理可專注於其核心競爭業務方面,扮演重要角色。有關旅遊業務流程管理行業的詳情,請參閱本招股章程「行業概覽—加拿大及美國旅遊業務流程管理市場」一節。

我們於2007年開始為全球其中一家頂尖旅遊代理提供旅遊業務流程管理。自此,我們逐步發展並擴大我們的市場份額,成為加拿大頂尖旅遊業務流程管理供應商之一。於最後實際可行日期,我們已向十間旅遊代理提供旅遊業務流程管理,其中包括若干全球知名網上品牌。有關服務協議的主要條款及條件,請參閱本節「客戶—旅遊代理」一段。

我們的旅遊業務流程管理包括機票交易處理、客戶聯絡、BSP / ARC結算及對賬、處理旅遊執照及旅遊執照合規事宜及軟件開發等中端及後端工作。我們的服務範圍及服務級別視乎特定客戶的要求及業務需求而有所不同。我們的服務工作列示於以下流程圖:



機票交易處理

我們的機票交易處理服務一般包括以下代表客戶操作的程序:

- 機票交易程序
 - 發出機票

- 換票或補票
- 協助受航班變動影響的旅客重新訂票
- 售後交易處理
- 機票退款或取消
- 處理及監控退款要求
- 電子旅遊文件交付，包括(但不限於)電子機票、酒店套票及旅行團套票

鑒於我們獲安大略省旅遊業議會及OPC授予牌照及同時為國際航空運輸協會及ARC認可代理，旅客透過我們客戶的網上預訂平台預訂機票時，我們會代表客戶處理機票交易。為加快處理機票交易過程，我們已開發一款軟件監控新的預訂，分析行程詳情，自客戶網上預訂平台匯入預訂資料至我們的數據庫，並發出指示自動出票。在我們作為國際航空運輸協會／ARC認可旅遊代理發出機票後，已完成的訂票確認書將按客戶的要求及授權由客戶或我們代表客戶直接發送至旅客。我們亦將處理旅客所要求的售後交易的要求(如取消機票及退款要求)。

客戶聯絡

我們的客戶或將機票相關的客戶聯繫服務外判予我們。我們按客戶提出的服務級別代表客戶設立熱線服務，以提供全天候的客戶支援服務。我們的客戶支援服務一般包括(i)答覆旅客有關現有旅遊預訂的電話或電子郵件問詢、修訂或取消現有旅遊預訂；(ii)為購買客戶旅遊服務的旅客提供客戶支援服務；(iii)致電海外聯絡受航空公司航班變動影響的旅客；及(iv)通過向客戶發送電子郵件管理旅遊提示。

BSP/ARC結算及對賬

我們為客戶所銷售的機票提供BSP/ARC結算及對賬服務。BSP/ARC為國際航空運輸協會/ARC所採用的電子中央賬單系統，方便及簡化國際航空運輸協會或ARC認可旅遊代理進行的銷售、匯報及匯款程序。根據國際航空運輸協會的要求，國際航空運輸協會／ARC認可旅遊代理須於結算期末向BSP/ARC數據處理中心匯報所有的機票銷售及退款事宜。數據處理中心代表BSP或ARC航空公司參與者編製一份賬單報告，相關款項將嚴格遵照已公佈的匯款日期與BSP或ARC的結算銀行結算。

我們的職責為按照BSP或ARC結算規定安排客戶與航空公司交易的機票交易及佣金結

業 務

算，並通過代表客戶向航空公司發出借方或貸方調整請求來對差異進行對賬，將收費報告與客戶交易記錄對比，以及根據適用規定向BSP或ARC提交表格及報告。

軟件開發

我們亦不時開發新軟件並修改現有軟件，以支援客戶的技術要求。該軟件通常針對各客戶的特定業務需求而量身定製。於往績記錄期間，我們已為客戶完成九項軟件開發項目，包括定製機票預訂系統、自動票務控制系統及預約信息交流應用。我們僅授予客戶使用我們開發的軟件的許可。彼等將不會獲得相關軟件的任何所有權，亦不會獲提供源代碼。

我們自業務分析及需求、軟件設計及編程、用戶測試至漏洞修復的所有軟件開發均由我們的旅遊科技服務團隊進行。我們的旅遊科技服務團隊將一如既往進行版本更新及升級，以確保我們開發的軟件具有高質量、可用性及其可行性。

旅遊執照、合規及其他行政事宜

除上述者外，我們亦向客戶提供旅遊執照、合規及行政服務。我們處理相關省份規定之所有旅遊執照、合規及行政程序，一般包括(但不限於)(i)確保根據法規獲取所有文件；(ii)向客戶交付業務報告；(iii)管理安全訪問及文書工作；及(iv)擔任代理，以就客戶網上預訂平台及所有相關國際航空運輸協會成員向安大略省旅遊業議會及OPC存置及備案登記。

操作流程

下圖說明我們旅遊業務流程管理的一般操作流程：



提出建議、評估及實地視察要求

此流程一般始於客戶就旅遊業務流程管理提出要求建議及我們的服務範圍及定價方面的資訊。然後，客戶將評估我們的建議並可能實地視察我們的辦事處，方會僱用我們的服務。

制定服務範圍

客戶決定僱用我們的服務後，我們與客戶討論並協定服務的推出日期。推出日期通常介乎自簽署服務協議之日起計30至90日之間，視乎所僱用旅遊業務流程管理的範圍及規模而定。於釐定推出日期時，我們一般考慮的因素包括資訊科技基建的容量、旅遊業務流程管理團隊的可用性，以及額外培訓我們現有的旅遊業務流程管理團隊可能需要的工作量，而客戶通常考慮的因素包括彼等可動用的內部資源、整合資訊科技系統及開發及／或修改軟件所需的時間及其他過渡安排。

然後，我們將根據客戶的業務需求(如客戶向其顧客承諾提供的服務、預期交易量及我們旅遊業務流程管理團隊的能力)編製我們的工作報表，概述所提供服務的詳細範圍及服務級別。

推出服務

於落實工作報表後，我們將開始與客戶磋商服務協議的一般條款及條件。各服務協議將由行政總裁審查及簽署。其後，我們將開始推出前所需的籌備工作，如資訊科技系統整合、招聘及培訓業務流程管理員工以及與客戶會晤以知悉其工作流程服務標準。隨後將於協定推出日期開始為客戶提供旅遊業務流程管理。

提供服務

推出服務後，我們的旅遊業務流程管理團隊將根據將予提供的服務的協定範圍及將予交付的服務級別向客戶提供服務。

持續監督及定期報告

於整個服務期期間，指定客戶經理將定期監督旅遊業務流程管理團隊的表現，以確保達到協定服務級別。我們亦與客戶舉行定期會議以審閱我們的表現及解決客戶可能遇到的任何問題。

此外，我們將定期向客戶提供載列我們所提供服務詳細的服務報告。有關服務報告作為客戶審閱及評估是否已達致協定服務級別的基準。有關常規服務報告的例子包括回覆及150秒內及150秒後處理的電話查詢數目的日常報告及日常機票交易活動報告。所編製的該等常規服務報告於寄送至客戶前由相關業務部門的經理審閱。

旅遊業務流程管理團隊

於2017年12月31日，我們的旅遊業務流程管理團隊由53名旅遊業務流程管理員工(包括三名團隊負責人及四名客戶經理)組成，大部分團隊成員均非常熟悉不同的全球分銷系統、出票及溝通技巧。旅遊業務流程管理員工為我們的前線員工，負責根據與客戶的服務協議執行旅遊業務流程管理。旅遊業務流程管理員工向彼等各自的團隊負責人報告。

團隊負責人就有關營運及客戶問題等方面管理及監督旅遊業務流程管理員工。彼等亦負責協調及協助訓練彼等團隊內的旅遊業務流程管理員工，包括新入職旅遊業務流程管理員工的培訓、溝通技巧培訓及全球分銷系統技能培訓。團隊負責人亦協助客戶經理監督團隊的服務級別表現。

客戶經理負責監督我們向客戶提供的旅遊業務流程管理的所有範疇，包括實施、營運監督、資訊管理及分析以及旅遊業務流程管理團隊的表現。就各客戶而言，我們將委派定期與客戶會面的指定客戶經理審閱服務級別表現進度及解決客戶可能面臨的任何問題。

(iii) 旅遊產品及服務

我們向旅遊代理及旅客提供兩類旅遊產品及服務：(i)旅行團；及(ii)其他旅遊產品及服務。下表載列於所示期間按產品及服務類別劃分的收益分析：

	截至12月31日止年度					
	2015年		2016年		2017年	
	千港元	%	千港元	%	千港元	%
旅行團	36,702	92.4	30,719	89.6	28,197	87.7
其他旅遊產品及服務 ^(附註)	3,024	7.6	3,547	10.4	3,953	12.3
總計	<u>39,726</u>	<u>100.0</u>	<u>34,266</u>	<u>100.0</u>	<u>32,150</u>	<u>100.0</u>

附註：其他旅遊產品及服務的銷售收益按淨額基準確認，乃由於我們以旅遊供應商的代理身份提供服務。

旅行團

我們提供涵蓋亞洲、歐洲、中東、北美洲及南美洲逾40個國家超過200個城市的廣泛旅行團。我們的旅行團可分類為(i)團隊旅行團；及(ii)長途巴士旅行團。下表載列各種旅行團的主要資料：

	團隊旅行團	長途巴士旅行團
特徵	<ul style="list-style-type: none">• 預先安排一般旅遊元素(包括機票、酒店住宿、當地交通及觀光)的旅行團• 客戶由地接社委聘的英語、法語或中文講解的導遊帶領• 為客戶提供相關目的地的全面體驗	<ul style="list-style-type: none">• 預先安排酒店住宿、當地交通及觀光的旅行團• 由事先安排的長途巴士於選定日期營運• 客戶由我們委聘的英語或中文講解的自由職業導遊帶領• 為客戶提供可負擔的方式參觀旅遊目的地，同時仍專注主要景點
主要目的地	<ul style="list-style-type: none">• 亞洲、印度次大陸、中東及南美洲	<ul style="list-style-type: none">• 加拿大及美國
一般持續時間	<ul style="list-style-type: none">• 七至30天	<ul style="list-style-type: none">• 一至六天

其他旅遊產品及服務

我們亦向客戶提供通常致力於提供便利的其他旅遊產品及服務。我們的其他旅遊產品及服務包括定製旅行團、酒店加機票套票、酒店住宿預訂、景點門票、機場接送、鐵路車票及交通券等當地交通接送安排、租車、旅遊保險及簽證申辦。我們根據客戶有關旅遊目的地、航空公司、酒店、有趣景點及奢華級別要求的特定要求設計定製旅行團。我們的旅

遊顧問隨後編製相應的詳細行程。我們要求客戶在購買該等旅遊產品或服務時繳付全數費用，惟定製旅行團除外。

運作流程

下圖闡明旅行團的一般運作流程：



旅行團開發

我們的旅遊部總經理負責開發旅行團。為設計及開發新旅行團以及改善現有旅行團，我們會不時實地考察全新旅遊目的地及旅遊景點，以發掘嶄新旅遊元素。就新目的地而言，我們會考慮市場趨勢、客戶喜好、目的地當地活動或有趣景點、當地旅遊協會優惠及地緣政治氣候等因素。

旅遊規劃

我們的旅遊營運部與航空公司聯繫，以核實可選擇的航班及就住宿、地接社、當地交通及景點進行詳細規劃，以及繼續監控可提供的機票及住宿。我們根據服務質量、安全標準、應對能力、可靠性及定價評估潛在供應商。我們設有持續評估程序，以透過導遊及旅客的反饋監控供應商的表現。我們作出必要安排及取得報價後，我們將籌備路線、通過營銷及銷售渠道推廣及發佈我們的產品。

銷售旅遊產品及服務

我們透過總辦事處及區域辦事處以及透過零售分行及網站分別向旅遊代理及旅客銷售旅遊產品及服務。於最後實際可行日期，我們於大多倫多地區的主要購物中心營運五間零售分行，並於蒙特利爾、卡爾加里、溫哥華及紐約各設有一間區域辦事處。於2017年12月31日，我們的銷售團隊由26名旅遊顧問組成，主要負責透過銷售渠道銷售旅遊產品及服務。有關銷售渠道及銷售團隊的詳情，請參閱本節「銷售 — 銷售渠道」及「銷售 — 銷售團隊」各段。我們亦設有良好的資訊管理系統以於銷售運營中協助前線旅遊顧問並使總辦事處能監察我們的銷售活動。旅遊顧問須於交易進行後於系統內輸入所有銷售數據。所有系統使用者均能找到最新的報名狀態以及各旅行團剩餘的可報名人數。

我們一般於出發前約兩星期至四個月確認旅行團的預訂，而確認定製旅行團的時間將取決於客戶的心儀行程。我們可能因旅行團參與者不足而全權酌情取消旅行團。我們通常

會於出發前至少七日通知客戶取消行程。客戶可以參加我們提供的另一個旅行團或取消預訂並要求全額退款。

有關旅遊產品及服務付款及退款機制的詳情，請參閱本節「銷售 — 定價、付款及退款 — 旅遊產品及服務」一段。

旅遊前安排

確認旅行團後，我們會立即作出一切必要旅行安排。就團隊旅行團而言，我們(i)預訂自加拿大出發前往目的地的國際航班；及(ii)與監督當地航班供應量以及就預訂酒店住宿、當地交通及觀光活動進行詳細規劃及預訂的地接社聯絡。地接社將收取涵蓋有關旅遊元素所有成本的固定款項。就長途巴士旅行團而言，我們直接預訂酒店住宿及當地交通。最終文件(包括每日的詳細行程、聯絡表、電子票及收據、保險信息、旅遊目的地的一般出發前指引及反饋表格)將於出發前至少七至14日寄送至客戶。

旅行團營運

就長途巴士旅行團而言，我們直接進行旅行團營運(包括酒店住宿、當地交通接送及觀光活動等安排)。我們將僱用具必要證件的自由職業導遊陪同各長途巴士旅行團。

就團隊旅行團而言，選定的地接社將負責旅行團營運，按我們就指定旅行團委聘地接社前的要求及批准，就酒店、當地交通接送及觀光活動作出協定安排。地接社將安排一名具必要證件的導遊於旅遊期間全程陪同旅行團。

我們或地接社安排的導遊將照料客戶需求及確保旅遊順利進行。倘旅遊過程中出現任何問題或發生緊急情況，導遊須立刻向我們的旅行團營運部匯報，我們的旅行團營運部將協助導遊解決問題。我們向我們僱用的自由職業導遊支付導遊費，而地接社為團隊旅行團安排的導遊將直接自地接社收取酬金。

我們可能須為地接社及導遊的不當行為負責，故我們會聘用目的地旅遊局推薦的地接社。有關我們對地接社及我們或地接社安排的導遊的質素控制詳情，請參閱本節「質量控

制」一段。於往績記錄期間，概無客戶就地接社及導遊的不當行為對我們提出重大索償及我們於所有重大方面並未因地接社及導遊的不當行為而負上刑責。

評價

客戶可於眾多社交網絡的公司網頁就旅行團的不同方面及其整體滿意程度填寫評估表格或留下建議，提交反饋意見。我們委聘的地接社可就各旅行團提供意見及向我們轉達客戶及導遊的任何反饋意見。此持續評價程序有助我們持續監察及改善供應商或我們本身所提供的旅遊產品及服務的質量。

應急處理政策

我們已就處理旅遊目的地發生的意外事件制定內部控制政策，以盡量降低對客戶造成人身傷害及個人財產損失的風險。發生天災、恐怖襲擊、爆發傳染病或災難性事件等任何突發事件、發出任何外遊旅遊警示或對客戶安全有潛在威脅的類似事件後，我們將立即成立由行政總裁領導並由各部門代表組成的危機管理指揮中心，以評估情況並採取一切及時有效行動處理突發情況，保障客戶的生命財產安全。我們將根據突發情況的嚴重性採取合適行動，如：(i)取消旅行團並向客戶退款；(ii)根據機票和酒店的取消政策協助客戶重新安排行程；(iii)與我們的導遊及地接社保持聯絡，確保客戶安全並於客戶需要時提供協助；(iv)與客戶緊急聯絡人保持聯繫，使彼等了解情況；(v)調整旅行團行程以避免前往受影響地區；(vi)聯絡保險公司提供幫助，並於必要時安排客戶返回加拿大接受治療；及(vii)與航空公司協調客戶提前返回加拿大。

客戶

主要客戶

客戶主要為旅遊代理及旅客。於往績記錄期間，我們擁有約948名、876名及894名旅遊代理客戶。截至2015年、2016年及2017年12月31日止年度各年，來自五大客戶的總銷售所得款項分別為1,778.3百萬港元、2,660.2百萬港元及2,634.1百萬港元，分別佔總銷售所得款項總額約54.9%、68.0%及63.2%，而來自最大客戶的總銷售所得款項分別為1,365.2百萬港元、1,613.0百萬港元及1,808.2百萬港元，分別佔總銷售所得款項總額約42.2%、41.3%及43.4%。我們與五大客戶維持介乎一至15年的業務關係。

業 務

下表載列於所示期間五大客戶的若干資料：

截至2015年12月31日止年度							
客戶	主要業務及背景	地點 ^(附註1)	產品／ 服務類型	與本集團 保持 業務關係的 年數	付款期限	總銷售 所得款項 (千港元)	佔本集團 總銷售 所得款項 總額百分比 %
客戶A ^(附註2)	於200個國家擁有及經營頂尖旅遊品牌的網上旅遊代理，提供全球最廣泛的產品組合，擁有逾590,000項物業，涵蓋逾500間航空公司、套票、租車、遊輪、目的地服務及活動	美國	機票及旅遊業務 流程管理	15	— 旅遊業務流程管理： 於發賬單日期後30日內 — 機票分銷：不設信貸期	1,365,244	42.2
客戶B	零售客戶軟件供應商，提供技術開發、技術諮詢、會議及展覽、數據處理、收集及管理服務	中國	機票	2	— 機票分銷：七日	186,647	5.8
客戶F ^(附註3)	軟件開發商，其移動應用程式使用大數據預測及分析機票價格	美國及 加拿大	機票及旅遊業 務流程管理	3	— 旅遊業務流程管理： 於發賬單後淨30日 — 機票分銷：不設信貸期	79,541	2.4
客戶G ^(附註4)	於中國提供交通、機票及住宿預訂，以及企業旅遊管理及旅行團的網上旅遊服務供應商	香港	機票	2	— 機票分銷： 於發賬單後一個工作日	78,971	2.4
客戶H	向零售客戶提供機票、旅遊保險及旅遊組合等旅遊產品的旅遊代理商	加拿大	機票	3	— 機票分銷：不設信貸期	67,936	2.1

業 務

截至2016年12月31日止年度

客戶	主要業務及背景	地點 ^(附註1)	產品／ 服務類型	與本集團 保持業務關係 的年數	付款期限	總銷售 所得款項 (千港元)	佔本集團 總銷售 所得款項 總額百分比 %
客戶A ^(附註2)	於200個國家擁有及經營頂尖旅遊品牌的網上旅遊代理，提供全球最廣泛的產品組合，擁有逾590,000項物業，涵蓋逾500間航空公司、套票、租車、遊輪、目的地服務及活動	美國	機票及旅遊業務流程管理	15	— 旅遊業務流程管理： 於發賬單日期後30日內 — 機票分銷：不設信貸期	1,612,951	41.3
客戶G ^(附註4)	於中國提供交通、機票及住宿預訂，以及企業旅遊管理及旅行團的網上旅遊服務供應商	香港	機票	2	— 機票分銷： 於發賬單後一個工作日	575,958	14.7
客戶F ^(附註3)	軟件開發商，其移動應用程式使用大數據預測及分析機票價格	美國及加拿大	機票及旅遊業務流程管理	3	— 旅遊業務流程管理： 於發賬單後淨30日 — 機票分銷：不設信貸期	372,251	9.5
客戶H	向零售客戶提供機票、旅遊保險及旅遊組合等旅遊產品的旅遊代理商	加拿大	機票	3	— 機票分銷：不設信貸期	58,735	1.5
客戶I ^(附註5)	提供會議、旅遊產品、旅遊諮詢及出票服務的電子商務公司	中國	機票	3	— 機票分銷：一日	40,273	1.0

業 務

截至2017年12月31日止年度

客戶	主要業務及背景	地點 ^(附註1)	產品／服務類型	與本集團保持業務關係的年數	付款期限	總銷售所得款項 (千港元)	佔本集團總銷售所得款項總額百分比 %
客戶A ^(附註2)	於200個國家擁有及經營頂尖旅遊品牌、目標為商務及悠閒旅客的網上旅遊代理，提供全球最廣泛的產品組合，擁有逾590,000項物業，涵蓋逾500間航空公司、套票、租車、遊輪、目的地服務及活動	美國	機票及旅遊業務流程管理	15	— 旅遊業務流程管理：於發賬單日期後30日內 — 機票分銷：不設信貸期	1,808,201	43.4%
客戶G ^(附註4)	於中國提供交通、機票及住宿預訂，以及企業旅遊管理及旅行團的網上旅遊服務供應商	香港	機票	2	— 機票分銷：於發賬單後一個工作日	526,827	12.6%
客戶K ^(附註6)	於2000年成立的旅遊代理商，主要提供商務客運銷售代理及機票服務	中國	機票	1	— 機票分銷：一日	137,006	3.3%
客戶J	於1999年成立的機票代理商，提供本地及國際旅遊業務服務以及旅遊供應物及產品	中國	機票	2	— 機票分銷：於每星期兩次發賬單後一日	96,570	2.3%
客戶F ^(附註3)	軟件開發商，其移動應用程式使用大數據預測及分析機票價格	美國及加拿大	機票及旅遊業務流程管理	3	— 旅遊業務流程管理：於發賬單後30日 — 機票分銷：不設信貸期	65,543	1.6%

附註：

(1) 基於訂約方的位置。

業 務

- (2.) 包括與客戶A及其附屬公司的交易，並視為單一客戶。客戶A於納斯達克股票市場上市。根據其2017年年報，於2017年錄得約100.6億美元收益，其於2017年12月31日的流動負債淨額約2,339.1百萬美元。
- (3.) 包括與客戶F及其附屬公司的交易，並視為單一客戶。我們自2015年起已向客戶F提供旅遊業務流程管理。我們於2017年停止向客戶F提供旅遊業務流程管理。
- (4.) 包括與客戶G的附屬公司的交易，並視為單一客戶。客戶G於納斯達克股票市場上市。根據其2016年年報，於2016年錄得約2,850.1百萬美元收益，而根據其2017年年報，其於2017年12月31日的流動資產淨值約2,623.1百萬美元。
- (5.) 包括與兩家公司的交易，均受同一控制及按合併基準呈列。
- (6.) 包括與客戶K及其附屬公司的交易，並視為單一客戶。

就我們所深知及確信，主要客戶亦可直接自航空公司採購機票，惟我們仍能以優惠價格自多家航空公司取得並提供廣泛的機票選擇，以助主要客戶滿足其客戶的部分需求。董事相信，此乃由於(i)與多家航空公司長久建立的關係；(ii)需求穩定的龐大客源；(iii)航空業專門的分銷策略；及(iv)向客戶提供的一站式服務。

與航空公司長久建立的關係：根據灼識報告，許多旅遊代理可能並無必要認證、財務實力及資訊科技基建等經營要素與航空公司直接交易，因此，彼等可能難以與航空公司建立聯繫以優惠價格直接自航空公司獲得機票或根本未能獲得機票。直接與航空公司磋商進行獨立交易為長期而繁瑣的承諾，需時多年始能達成。經過40年的經營，我們已與全球多家航空公司建立長久穩定的關係。於最後實際可行日期，我們已與五大供應商維持平均23年的業務關係、擁有逾150家航空公司的票務權，以及自約70家航空公司(包括以加拿大、美國及中國為基地的頂尖航空公司)取得私有運價交易。尤其是，由於管理層的亞洲裔加拿大籍背景及熟悉北美洲機票業及亞洲業務慣例及文化，我們相信，我們於與以中國及其他亞太國家為基地的航空公司磋商私有運價交易較擁有外國背景且以北美洲為基地的旅遊代理擁有競爭優勢。於往績記錄期間，最大客戶開始向我們採購來自若干以亞太為基地的主要航空公司供應商的機票並向我們採購更多機票。此外，鑒於經營歷史悠久，我們維持穩定的機票需求並獲得與航空公司供應商議價的能力，使我們能取得更優惠的價格，特別是前往歐洲及亞洲的長途航班機票，截至2015年、2016年及2017年12月31日止年度各年，前往歐洲及亞洲的航班機票佔最大客戶的總採購量逾50%。

需求穩定的龐大客源：我們強勁的分銷能力由龐大客源(主要包括加拿大及美國逾850個旅遊代理)的穩定需求所支持。董事相信，由於旅遊代理客戶較世故、見識廣博及要求較高，與彼等建立良好關係需要時間及資源。就董事所深知，一旦建立關係及往績記錄，

旅遊代理客戶傾向較為穩定，因彼等尋求與供應商建立穩定而長久的業務關係，而非進行一次性交易或如與旅客進行的限時交易。因此，產品及服務透過專業及偶爾透過經一段時間建立的個人關係銷售。旅遊代理客戶的需求彈性較低，因短期價格變動並不會影響其需求，至於旅客，其需求可能較不穩定，因彼等對價格較敏感及易於變化。我們已與客戶維持良好關係，由客戶持續自我們採購大量機票可見一斑。例如，按總銷售所得款項及銷量而言，向主要客戶的機票銷售於往績記錄期間一直穩定上升。截至2014年、2015年、2016年及2017年12月31日止年度各年，機票總銷售所得款項分別約2,790.7百萬港元、3,095.1百萬港元、3,755.0百萬港元及4,018.9百萬港元，平均增長率約13.1%，複合年增長率為12.9%。我們相信我們強大的分銷能力及一貫的銷售佳績已加強我們的議價能力，並使我們能繼續與航空公司協商更優惠的私有運價交易。例如，於往績記錄期間，除持續自現有航空公司供應商取得私有運價外，我們亦成功自新航空公司供應商取得私有運價，而最大客戶一般於我們自該等航空公司取得私有運價後向我們採購更多機票，可見我們自私有運價取得的定價優勢。

*航空業專門的分銷策略：*根據灼識報告，由於向旅客銷售機票的營運及銷售成本高昂、與客源的接觸有限，以及航空公司座位極易損耗的性質，航空公司通常採納多渠道分銷策略。因此，航空公司直接透過航空公司網站、流動渠道、熱線中心或售票處銷售機票，亦會透過在線及離線旅遊代理、旅遊管理公司及機票批發商(例如我們)等中介角色分銷機票。為嘗試不同的渠道或收益組合以提高收益及減低成本、避免與其分銷渠道出現直接競爭，以及分散過度依賴任何特定分銷渠道的風險，航空公司通常以不同價格向多個中介角色分配機票。由於(i)穩健客源(由分銷量增長可見一斑)對多家航空公司的機票需求穩定，截至2014年、2015年、2016年及2017年12月31日止年度，分銷量分別約436,000張、606,000張、861,000張及949,000張機票；(ii)截至2014年、2015年、2016年及2017年12月31日止年度，我們自航空公司收取大量獎勵佣金，分別約30.9百萬港元、45.9百萬港元、57.9百萬港元及54.6百萬港元；(iii)於最後實際可行日期，我們已與五大供應商維持平均23年的業務關係；及(iv)於最後實際可行日期，我們擁有逾150家航空公司的票務權，並與全球約70家航空公司取得私有運價交易，我們相信我們為航空公司可靠及重要的分銷渠道。

*向客戶提供的一站式服務：*就董事所深知，若干主要客戶(例如最大客戶)傾向專注於向其客戶作出銷售及推廣，而非與所有航空公司建立及管理關係，因建立及管理有關關係可能極度耗時及需投放大量資源。尤其是，主要客戶可能認為與經營規模較小的航空公司

業 務

及／或與其不熟悉的航空公司進行交易不便。透過向擁有多家航空公司廣泛產品選擇的穩健機票批發商(例如我們)採購機票，主要客戶可以較少時間及資源與航空公司進行交易，同時能減低成本及以優惠價格採購機票。此外，本集團於確認預訂後將提供多元化的售後服務，包括向客戶出票及改票。會計結算及對賬、退款、收回開支及其他行政事宜等旅遊業務流程管理亦使客戶能專注於其核心競爭業務。

此外，如上文所述，許多其他旅遊代理於與航空公司直接交易可能面對必要認證、財務實力及資訊科技基建等重大障礙。因此，彼等或未能向主要客戶提供類似產品及服務。

認證。國際航空運輸協會及ARC認證使我們合資格取得票務權，代表國際航空運輸協會成員航空公司及ARC成員航空公司發出所有提供的航班(出發地及目的地)的機票並直接從彼等取得私有運價交易。由於認證要求達到若干標準，包括(其中包括)牌照、財務、員工資格及文件維護，故僅少數旅遊代理獲國際航空運輸協會或ARC認證。

財務實力。達到若干財務標準(包括營運資金及財務比率要求)乃取得國際航空運輸協會及ARC認證的關鍵。為符合該要求，旅遊代理可能需要以擔保函或債券的方式提供若干財務擔保，而其中可能涉及巨大的財務及其他資源及開支。於2016年及2017年12月31日，我們須向銀行存入約41.4百萬港元及45.0百萬港元的巨額定期存款，作為發出該擔保函的擔保。除國際航空運輸協會及ARC不時訂立的財務要求外，若干航空公司亦可能要求客戶提供擔保函等財務擔保，作為履行相關銷售協議責任的擔保。倘客戶欲直接自航空公司取得機票，其可能缺乏所需財務背景達到上述要求。

資訊科技。我們已建立穩健的資訊科技基建以支援日常經營，亦累積豐富的旅行及旅遊業技術知識，讓我們能透過滿足客戶對速度、靈活性及匯合點的需求保持競爭優勢。我們亦具備頂尖技巧及強大能力於設計、安裝及整合實時平台，以與不同全球分銷系統及客戶資訊科技平台同步。由於全球分銷系統顯示的資料會因旅遊供應商與旅遊代理的安排有所不同，我們訂用三個全球分銷系統，以獲得多家航空公司的庫存機位、座位供應量、時間表、定價、政策及規則的全面資料。鑒於網上旅遊代理的業務需要資訊科技系統與其供應商／服務供應商自動整合，供應商／服務供應商須具備資訊科技能力以與該等網上旅遊代理交易。

業 務

綜合而言，董事認為，其他服務供應商或我們的主要客戶未必能如我們一般獲取優惠價格，且我們相信，我們與主要客戶的合作相得益彰。

旅遊代理

我們與旅遊代理已訂立提供旅遊業務流程管理的服務協議。下文概述我們與旅遊代理訂立的旅遊業務流程管理協議的主要條款。

旅遊業務流程管理協議

- 期限** : 自生效日期起計一至三年
- 服務範圍** : 我們根據客戶的需求提供多種服務，包括機票交易處理、客戶聯絡、BSP或ARC結算及對賬、軟件開發或旅遊執照、合規及行政事宜
- 定價** : 費用因服務範圍及服務級別(如交付服務所產生之耗時、交易量及服務勞工成本)而變動
- 付款** : 通常於發賬單後15至30日內
- 重續** : 協議一般將自動重續，可提前終止
- 終止** : 任何一方一般可透過向另一方發出最多180日書面通知終止協議，且無須提供理由

我們亦與部分旅遊代理訂立長期協議，以向其提供機票及旅遊產品及服務。以下為與旅遊代理訂立的有關協議的主要條款概要。

優先賣方協議

- 安排條款 : 我們向旅遊代理提供機票及旅遊產品及服務
- 期限 : 自生效日期起計一至兩年
- 最低購買規定 : 我們並不規定客戶購買機票及旅遊產品的最低數目
- 獎勵安排 : 我們可能因應客戶的銷售表現向彼等提供獎勵佣金及/ 或營銷基金
- 付款 : 通常於預訂時結算
- 重續 : 訂約方可互相同意以書面形式續訂協議(惟可提前終止)
- 終止 : 任何一方一般可透過向另一方發出最多90日通知終止協議

於往績記錄期間，我們根據優先賣方協議向旅遊代理支付的獎勵佣金及/或營銷基金並不重大。就其他旅遊代理而言，我們按訂單與彼等訂立機票及旅遊產品及服務交易。於往績記錄期間，概無任何旅遊代理單方面終止任何服務協議。

於往績記錄期間，我們自客戶A(即往績記錄期間的最大客戶)採購若干旅遊產品。我們偶爾於緊急情況或以較佳價格從其他旅遊代理採購旅遊產品，同樣地，其他旅遊代理亦自我們採購旅遊產品(「安排」)。於往績記錄期間，我們從客戶A採購旅遊產品分別約0.6百萬港元、1.1百萬港元及1.0百萬港元，佔相應年度的總採購成本總額不足0.1%。來自客戶A採購機票的銷售所得款項約1,344.7百萬港元、1,593.1百萬港元及1,783.8百萬港元，佔相應年度的機票總銷售所得款項約43.4%、42.4%及44.4%，而來自向客戶A提供旅遊業務流程管理的服務收益約20.5百萬港元、19.9百萬港元及24.4百萬港元，分別佔相應年度的旅遊業務流程管理分部總收益約96.9%、82.9%及84.7%。董事認為有關安排乃正常行業慣例，對本集團及其他旅遊代理均有利，原因為本集團及其他旅遊代理能以較佳價格取得旅遊產品。

我們無法控制我們的旅遊代理客戶的銷售及定價政策、退款及兌換安排及銷售目標。就我們的董事所深知，並無旅遊代理客戶以本公司的名義經營其業務。

旅客

旅遊產品及服務分部客戶亦包括購買我們的旅行團、定製旅行團、酒店及機票套票及其他旅遊相關產品及服務的旅客。我們並未與旅客訂立任何長期協議，而按訂單與其訂立交易。旅客通常以現金或信用卡結付。截至2015年、2016年及2017年12月31日止年度各年，我們並無任何旅遊產品及服務分部的單一客戶佔該業務分部收益5%以上。

除朱淑芳女士擁有客戶A的400股權及客戶G的500股權(兩名客戶均為上市公司)，於最後實際可行日期，並無持有逾5%本公司已發行股本的董事或彼等各自的聯繫人或任何股東緊隨股份發售完成後擁有本集團五大客戶任何一名的權益。

客戶的集中風險

客戶A的背景

我們已與最大客戶客戶A(營運若干為廣大旅客提供廣泛旅遊產品的網站的網上旅遊代理)建立長久穩定的關係。我們向客戶A供應機票及提供旅遊業務流程管理。截至2015年、2016年及2017年12月31日止年度各年，客戶A於機票分銷分部購買機票的總銷售所得款項分別佔機票總銷售所得款項總額約43.4%、42.4%及44.4%，而自客戶A產生的服務收益分別佔旅遊業務流程管理分部總收益約96.9%、82.9%及84.7%。

客戶A與本集團互補互助

基於以下原因，董事認為與客戶A合作為相得益彰：

截至最後實際可行日期，我們與上市公司客戶A擁有逾15年業務關係。我們自2003年起開始向客戶A提供機票及自2007年起向客戶A提供旅遊業務流程管理。客戶A營運多個網站，向眾多旅客提供機票、酒店預訂、租車、乘船、度假套餐及各類景點等廣泛的旅遊產品。就董事所深知，客戶A將自旅遊供應商及旅遊代理等多家供應商以最佳市價採購酒店、機票、租車及度假套餐等所需旅遊產品。

一方面，作為一家歷史悠久的機票批發商，我們能以具競爭力的價格提供多家航空公司廣泛的機票選擇，以協助客戶A滿足其客戶的部分需求。就我們所深知，儘管客戶A亦不時直接自航空公司購買機票，但於往績記錄期間，本集團向客戶A銷售機票的所得款項總額

增長穩定。截至2015年、2016年及2017年12月31日止年度各年，來自客戶A的機票總銷售所得款項分別約1,344.7百萬港元、1,593.1百萬港元及1,783.8百萬港元。自2008年起至2017年，來自客戶A的機票總銷售所得款項增長穩定，自2008年起至2017年，平均增長率約14.0%，複合年增長率為13.6%。鑒於客戶A的業務需要資訊科技系統與其供應商自動整合，供應商須具備資訊科技能力以與客戶A交易。就董事所深知，加拿大其他兩家主要機票批發商為具備有限資訊科技能力的傳統離線公司，我們的資訊科技能力則能符合客戶A的技術規格。此外，由於本集團獲國際航空運輸協會或ARC認證，亦符合資格代表國際航空運輸協會成員航空公司及ARC成員航空公司發出所有提供的航班(出發地及目的地)的機票。就購買任何機票而言，我們將提供附加機票交易處理服務，例如出票、因航班時間表變動、取消或延誤等旅客無法掌控的事件引致的不自主變動。董事相信客戶A難以於短時間內物色能以具競爭力的價格供應與我們類似的機票數量及種類，並提供優質服務的替代供應商。

另一方面，鑒於我們取得安大略省旅遊業議會及OPC的執照、豐富的旅行及旅遊業經驗、豐富的技術知識以及資訊科技能力，我們能向客戶A提供有效的旅遊業務流程管理，董事相信有關服務能協助降低客戶A的經營成本，並讓其能專注於其核心競爭業務。就董事所深知，客戶A並無中後端經營團隊以於加拿大處理機票交易處理、客戶聯絡、BSP結算及對賬、旅遊執照、合規及其他行政事宜。加拿大三大旅遊業務流程管理公司中，我們為唯一一家本地旅遊業務流程管理公司能提供全面服務以客戶A要求的服務級別滿足其需求，與客戶A建立自身的經營團隊相比，預期其能以更低的經營成本享有本集團的專業服務，並可專注於其銷售及營銷功能。十年以來，我們已充分了解客戶A的日常營運。多年合作以來，我們均能達到客戶A訂立的主要業績指標，並維持其旅遊業務流程管理協議，以及擴大其服務範圍。因此，我們透過獲得先進技術及憑藉向客戶A提供服務獲得的豐富經驗提升旅遊業務流程管理，繼而改善我們的服務組合及提升企業形象。於往績記錄期間，我們的旅遊業務流程管理客戶由2015年四間旅遊代理增至2017年的12間旅遊代理。

此外，董事認為客戶A並無商業理由，且實際上其難以於加拿大物色既能提供等同我們服務級別的類似服務範圍，又不會中斷其業務的替代服務供應商。根據與客戶A訂立的旅遊業務流程管理協議，任何一方可向另一方發出書面通知終止協議，而通知期為較於與其

業 務

他客戶訂立的旅遊業務流程管理協議所訂明的期間長。就我們所深知及確信，終止協議的通知期較長體現我們服務的複雜性及專業性，且以市場上其他服務供應商取代我們並不容易，即使能取代，過渡期也將相對較長。此外，鑒於我們向客戶A提供的旅遊業務流程管理涉及日常營運，倘客戶A就相關服務選擇並不具備與我們相同的經驗及專業知識的新服務供應商，其業務營運將因新服務供應商未如理想的表現受到不利影響，而客戶A面對的風險可以非常重大，甚至無法承受。

詳情請參閱本招股章程「風險因素 — 與我們業務有關的風險 — 我們依賴多名主要客戶。倘我們未能有效管理與客戶的關係，我們的業務、前景、財務狀況及經營業績可能會受到重大不利影響」一節。

供應商

主要供應商

供應商主要為旅遊供應商，包括但不限於航空公司、地接社及全球分銷系統供應商。截至2015年、2016年及2017年12月31日止年度各年，五大供應商的總採購成本分別約2,130.1百萬港元、2,435.4百萬港元及2,543.5百萬港元，分別佔總採購成本總額約68.0%、64.4%及62.9%。同期，最大供應商的總採購成本分別約1,116.5百萬港元、1,229.8百萬港元及1,318.0百萬港元，分別佔總採購成本總額約35.6%、32.5%及32.6%。我們已與五大供應商維持平均23年的業務關係。

業 務

下表載列於所示期間五大供應商的若干資料：

截至2015年12月31日止年度							
供應商	主要業務	地點 ^(附註1)	供應品／ 產品	與本集團 保持業務關係 的年數	付款期限	總採購成本 (千港元)	佔本集團 總採購成本 總額百分比 %
供應商A	航空公司	加拿大	機票	30	每週結算後最多10日	1,116,540	35.6
供應商B	航空公司	美國	機票	13	每週結算後最多10日	393,230	12.6
供應商D	航空公司	美國	機票	25	每週結算後最多10日	250,456	8.0
供應商C	航空公司	香港	機票	37	每週結算後最多10日	209,137	6.7
供應商E	航空公司	中國	機票	12	每週結算後最多10日	160,771	5.1

截至2016年12月31日止年度							
供應商	主要業務	地點 ^(附註1)	供應品／ 產品	與本集團 保持業務關係 的年數	付款期限	總採購成本 (千港元)	佔本集團 總採購成本 總額百分比 %
供應商A	航空公司	加拿大	機票	30	每週結算後最多10日	1,229,787	32.5
供應商B	航空公司	美國	機票	13	每週結算後最多10日	407,739	10.8
供應商D	航空公司	美國	機票	25	每週結算後最多10日	400,468	10.6
供應商C	航空公司	香港	機票	37	每週結算後最多10日	201,400	5.3
供應商E	航空公司	中國	機票	12	每週結算後最多10日	195,969	5.2

業 務

截至2017年12月31日止年度

供應商	主要業務	地點 ^(附註1)	供應品／ 產品	與本集團 保持業務關係 的年數	付款期限	總採購成本 (千港元)	佔本集團 總採購成本 總額百分比 %
供應商A	航空公司	加拿大	機票	30	每週結算後最多10日	1,318,028	32.6
供應商B	航空公司	美國	機票	13	每週結算後最多10日	443,563	11.0
供應商D	航空公司	美國	機票	25	每週結算後最多10日	385,580	9.5
供應商C	航空公司	香港	機票	37	每週結算後最多10日	259,582	6.4
供應商E	航空公司	中國	機票	12	每週結算後最多10日	136,741	3.4

附註1：基於訂約方的位置。

旅遊供應商

我們與若干航空公司訂立附帶獎勵安排的銷售協議（「銷售協議」），其主要條款載列如下。

- 期限**：一般自生效日期起為期一至兩年
- 最低銷售目標**：若干航空公司供應商設定最低銷售目標，我們未能按現有條款達致最低銷售目標可能導致按以下條款撤銷獎勵佣金
- 獎勵佣金**：獎勵佣金按分級佣金架構釐定，惟若干航空公司供應商設定最高佣金比率
- 付款**：通常於每個季度或半年度或年度結束後
- 終止**：任何一方一般可透過向另一方發出30日通知終止協議
- 重續**：除以書面通知不重續或提早終止外，協議通常會自動重續
- 監管合規**：遵從國際航空運輸協會及／或ARC的條款及條件

於往績記錄期間，概無任何航空公司供應商單方面終止銷售協議。除與航空公司供應商訂立的銷售協議外，於往績記錄期間，我們並未與其他旅遊供應商訂立任何長期協議，以維持我們業務營運的靈活性。

全球分銷系統供應商

我們依賴全球分銷系統進行日常營運。全球分銷系統為連接眾多旅遊供應商與眾多旅遊代理的網絡，透過全球分銷系統，我們可獲得、搜尋及預訂更廣泛的旅遊內容，包括有關機票、酒店房間、租車及遊輪的價格及供應情況的實時資料。根據全球分銷系統服務協議，我們須向全球分銷系統供應商支付獲得資訊、訂票、硬件使用及服務的相關費用。與此同時，我們就使用全球分銷系統供應商的全球分銷系統預訂旅遊服務而從彼等取得獎勵收入。獎勵收入的金額乃根據我們透過相關的全球分銷系統預訂的機票層級數量釐定。我們亦於2017年在與其中一名全球分銷系統供應商重續全球分銷系統服務協議時從彼取得簽約花紅。於最後實際可行日期，我們已與三名獨立全球分銷系統供應商訂立不少於三年的長期服務協議，以獲取航空公司的庫存機位、座位供應量、時間表、定價、政策及規則。於往績記錄期間，概無任何全球分銷系統供應商單方面終止全球分銷系統服務協議。

地接社及導遊

我們僱用地接社及導遊經營我們的旅行團。我們從目的地旅遊局及航空公司推薦的地接社中作出嚴謹挑選。我們並未與地接社及導遊訂立任何長期協議。我們通常於出發前透過電匯方式向地接社以美元付款。我們透過支票方式向由我們聘用的自由職業導遊以加元支付導遊費，而地接社為我們團隊旅行團安排的導遊則直接自地接社收取酬金。於往績記錄期間，我們概無就有關地接社及導遊方面受到重大干擾及面臨其他質量問題。

除(i)朱碧芳女士擁有供應商A(一家上市公司)的3,000股權；及(ii)楊明女士(朱碧芳女士、朱淑芳女士及朱醫生的母親)擁有供應商A的1,000股權，於最後實際可行日期，並無持有逾5%本公司已發行股本的董事或彼等各自的聯繫人或任何股東緊隨股份發售完成後擁有本集團五大供應商任何一名的任何權益。

供應商的集中風險

我們自供應商A(為一家上市公司)購買機票。截至2015年、2016年及2017年12月31日止年度各年，與最大供應商的交易分別佔機票分銷分部總採購成本總額約35.6%、32.5%及32.6%。董事認為，於往績記錄期間，我們與供應商A擁有大筆的購買金額，乃主要由於(i)

供應商A為全球航空運輸市場的主要參與者之一，擁有較大的市場份額；(ii) 供應商A乃加拿大最大的航空公司，運營通往全球大部分目的地的密集航班；及(iii) 我們已與供應商A建立約30年的業務關係，且未曾經歷供應商A作出令我們營運受干擾的任何重大違約行為。

由於供應商A為一家聲譽卓越的加拿大主要航空公司，我們將與作為我們主要機票供應商的供應商A繼續業務關係，此乃我們對客戶滿意度的一部分承諾。另一方面，我們為供應商A的主要分銷商之一。截至2015年、2016年及2017年12月31日止年度，我們已分別向供應商A售出約216,800張、272,100張及278,300張機票。我們相信，供應商A亦依賴我們分銷機票，因此，董事認為依賴關係乃互補互利。儘管我們與供應商A的服務協議通常並無固定期限(除非任何一方發出所規定的事先通知予以終止)，經計及(i)我們與供應商A約30年的穩定長期關係；及(ii)於往績記錄期間概無任何航空公司供應商單方面終止我們的銷售協議後，我們認為我們能夠繼續與供應商A合作。詳情請參閱本招股章程「風險因素 — 與我們業務有關的風險 — 未能與主要航空公司供應商維持關係及重續協議，可能對盈利能力、業務及經營業績造成重大不利影響」及「風險因素 — 與我們業務有關的風險 — 我們依賴第三方旅遊供應商提供旅遊產品及服務，倘相關旅遊供應商表現欠佳或行為不當或會對我們的聲譽及業務造成不利影響」各節。

銷售

銷售渠道

我們主要通過預訂平台(自家開發的預訂平台或總辦事處及區域辦事處收到的電話預訂)向旅遊代理分銷機票，並通過零售分行向旅客分銷機票。我們透過總辦事處及區域辦事處向旅遊代理銷售旅遊產品及服務，並透過零售分行及網站向旅客銷售旅遊產品及服務。

我們的總辦事處現時位於加拿大多倫多，佔地面積約14,490平方呎，作為我們的總部，以監管整體業務營運、處理所有行政事宜以及向旅遊代理分銷機票及銷售旅遊產品及服務。我們亦已於蒙特利爾、卡爾加里、溫哥華及紐約設立區域辦事處，以向旅遊代理進行機票分銷。我們於加拿大的區域辦事處監管於魁北克省、亞伯達省及英屬哥倫比亞省的機票分銷業務營運，以及處理所有相關行政事宜，包括與旅遊代理客戶的購買及提供購後服務支援聯絡。於總辦事處及區域辦事處進行的銷售乃一般透過(i)電子交易(如電子郵件)；及(ii)電話訂單作出。

於最後實際可行日期，我們於大多倫多區域的主要購物商場設有五間零售分行。旅客可親臨分行或致電分行諮詢、預訂及購買機票及旅遊產品及服務。零售分行的旅遊顧問向

旅客提供專業援助及意見，以處理其需求及喜好。連接我們中央預訂系統的電腦終端可讓銷售代表實時核查旅行團的供應，並相應地向客戶提供建議及進行預訂。

我們亦建立一個網站www.toureast.com，以便於旅客瀏覽旅遊產品及服務種類、網上查詢及預訂長途巴士旅行團。我們的網站亦包含眾多熱門目的地的旅遊資料並提供具競爭力的平台，以全天候服務潛在客戶。

銷售團隊

我們的銷售團隊包括26名旅遊顧問，於旅行及旅遊業擁有平均逾十年經驗，主要負責通過銷售渠道銷售旅遊產品及服務。

定價、付款及退款

機票分銷

我們按成本加成基準釐定機票價格，當中會計及(其中包括)市場可比較資料、客戶的業務規模、交易量、若干航空公司供應商於分銷機票後所提供的直接自機票成本中扣除的銷售佣金、銷售表現及與特定客戶的關係。預訂時須付款。除航空公司罰款外，我們亦可能收取介乎20加元至100加元的退改手續費。

就團購機票預訂而言，航空公司通常要求旅遊代理在報價協定後支付按金及於出發日期前45日內悉數結付款項。按金一般視乎已預訂的機票數量而定。我們接納信用卡或支票付款，但大部分銷售乃以信用卡結算。倘旅遊代理決定作出更改或取消預訂，除航空公司徵收的附加費及／或罰金外，我們或會收取手續費。倘機票條款出現機票價格計算錯誤、更改罰款傳達失誤或錯過出票截止日期等錯誤，我們會將機票價格的全額退款記入旅遊代理下一張賬單內。於往績記錄期間，概無出現任何因我們犯錯所致的重大退款。

旅遊產品及服務

我們的旅遊產品及服務的價格一般按成本加成基準釐定，當中主要計及旅遊元素(包括機票／長途巴士、住宿、當地交通及觀光)的成本、競爭對手所提供類似產品及服務的價格及市場需求。由於部分旅遊元素乃由海外地接社提供，我們不時須以功能貨幣加元外的貨幣(主要包括美元)結算相關成本。

客戶須於預訂長途巴士旅行團時繳付全數款項，以及於預訂團隊旅行團時繳付按金500加元。購買定製旅行團的客戶須於預訂旅行團時繳付按金及於出發日期前約30日內結付全

數款項。按金金額視乎定製旅行團的價格而定。我們接納現金、電子支付系統或信用卡付款。於計劃出發日期前，更改任何旅客資料、出發日期或已確認預訂目的地或須繳付旅遊供應商收取的部分或全部適用附加費及／或罰款及我們收取的服務費。倘客戶決定取消預訂，我們或根據出發前餘下的天數收取介乎已付按金至旅遊全部成本的取消費，並將退還餘額(如有)予客戶。客戶亦可自行決定是否向導遊支付小費。導遊有權享有所有從客戶收取的小費。

旅遊業務流程管理

我們就所提供服務範圍而收取的服務費乃根據服務供應團隊於提供旅遊業務流程管理的過程中產生的服務時間、所處理的電話查詢次數或所出機票的張數等可變因素以及根據所需財務及申報服務的工作量釐定的每月固定管理費等因素計算。我們一般要求客戶於收到賬單後15至30日內支付全數款項。我們接受銀行轉賬付款。

季節性

旅行及旅遊業本身具有季節性。對我們的產品及服務的需求將通常於復活節、春假、學校暑假、聖誕節、新年及農曆新年等假期季度前一至兩個月增加。因此，我們的下半年收益通常較高。因此，我們的經營業績會因季節因素而波動，且我們於該等期間的財務表現或未能準確顯示我們全年的整體表現。

市場營銷及推廣

我們的市場營銷策略重點放在旅遊產品及服務的品牌意識及推廣。截至2015年、2016年及2017年12月31日止年度各年，宣傳及推廣開支總額分別約2.3百萬港元、2.8百萬港元及4.3百萬港元。以下為推廣業務的主要市場營銷活動：

媒體宣傳

- **刊物**：我們於加拿大地方及全國報章(如多倫多星報及星島)上投放廣告，提供有關我們最新的旅遊產品資訊。
- **電視及電台**：我們在各個電視及電台頻道投放商業廣告。我們相信此舉能有效地使我們的品牌接觸更多加拿大客戶。
- **贊助**：我們通過提供現金獎勵、機票及／或酒店住宿贊助多倫多華裔小姐選美比

賽、The Princess Margaret Cancer Foundation及Yee Hong Wellness Foundation Dragon Ball Raffle等特別活動。

- **互聯網及社交網絡：**我們透過網站www.toureast.com及電子快訊向現有客戶推廣旅遊產品及服務。我們亦已於知名社交網絡(如Facebook)上製作公司專頁，目標是與客戶互動及交流，從而加強品牌意識及提升公司形象。

旅遊展覽及貿易會議

我們定期參與貿易會議及組織旅遊展覽，以向潛在客戶推廣產品及服務。該等市場營銷活動使我們能夠結識需要供應機票及旅遊業務流程管理的旅遊代理。我們每年亦於多倫多舉辦兩至三次旅遊展覽，特別是於推出新旅行團前，以向潛在客戶提供有用的旅遊資訊。

分行展示

我們於零售分行的當眼位置張貼傳單。旅客可領取及瀏覽載有旅行團資訊的英語、法語及中文小冊子。

銷售致電及拜訪

我們的業務開發團隊定期對旅遊代理進行銷售致電及拜訪，以推廣機票分銷業務及告知彼等航空公司向我們提供的私有運價。

獎勵計劃

我們於2009年為旅遊代理客戶發起現有獎勵計劃，名為Tour East Points。Tour East Points會員自我們購買機票將獲得積分。獲贈積分的水平會浮動並取決於下列多項因素，包括(i)目的地；(ii)票價類型(常規機票淨價、含佣金的公開運價或特價座位)；及(iii)機票等級(經濟艙、商務艙或頭等艙)。會員可用積分兌換知名商舖如百思買、沃爾瑪及星巴克的各類禮品卡。如預訂取消且未收取服務費(即未產生收入)，相關積分將被撤銷。

推廣

就旅遊產品及服務而言，我們向在計劃出發日期60至90日前預訂及支付訂金的旅客提供提前購票優惠。在旅遊展覽上或於旅遊展覽當日在我們的分行預訂旅行團的旅客亦可獲得展覽日特價優惠。此外，我們可能不時向回頭客提供總預訂價5%的折扣。

質量控制

我們相信我們提供及交付優質產品及服務的能力是我們成功的主要因素之一。就旅遊產品及服務而言，我們取得當地旅遊局的地接社推薦建議。我們隨後根據服務級別、安全記錄、競爭力、聲譽、可靠性、是否持有運營業務的必要許可證、牌照及批文，以及是否有保險覆蓋將向客戶提供的旅遊服務評核及評估各個地接社。我們委聘的所有地接社須根據我們規定的安全標準及行為準則嚴格遵守協定的旅遊路線及帶領旅行團。我們亦要求我們委聘的地接社提供有關每條旅行路線的評估及將客戶及導遊提供的任何反饋轉達予我們。我們透過審閱客戶的評估及反饋持續評估地接社的表現。

就旅遊業務流程管理而言，一名指定客戶經理將每日審閱服務級別報告，以監控旅遊業務流程管理團隊的生產力。我們亦將定期召開會議討論有關交付協定服務級別的任何事項。此外，指定客戶經理將聽取旅遊業務流程管理團隊與客戶的電話錄音進行電話服務校正，以確保其服務質量。

此外，於客戶使用軟件前，我們的旅遊科技服務團隊透過開展一系列內部測試、用戶測試及故障調試負責我們為旅遊代理開發的新軟件及修改的現有軟件的質量。

客戶關注及投訴處理

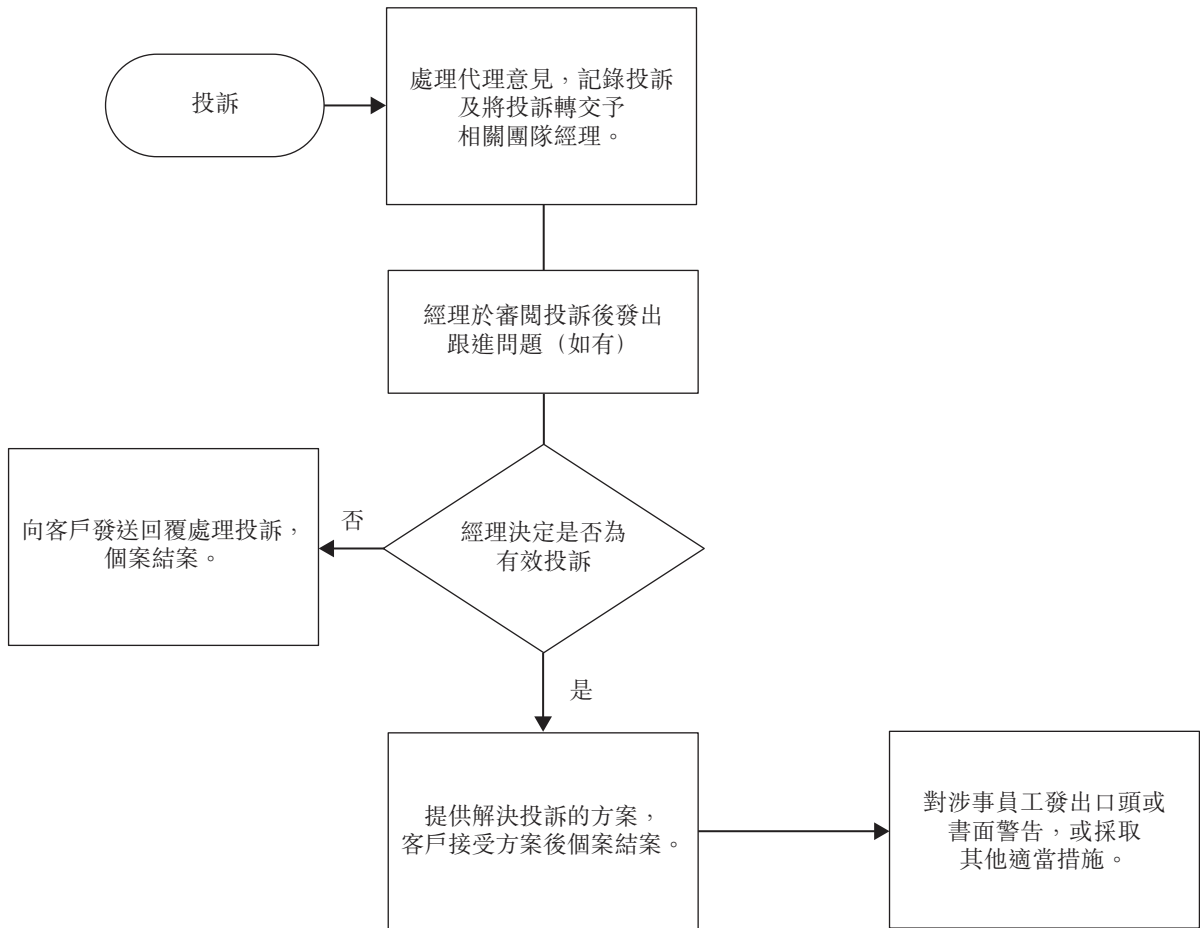
客戶滿意度及評估

我們致力向客戶提供優質產品及服務。我們提供客戶評估表格、電話訪談、客戶服務熱線及於知名社交網站上的公司網頁，供我們的客戶作出查詢及提供反饋。

投訴處理

客戶滿意度為我們的核心價值，我們嚴肅對待客戶及旅客反饋及建議。我們已實施投訴處理系統，竭力以客戶所能接受的友好方式解決客戶的任何不滿意的事項。

下圖載列我們處理客戶投訴程序的一般操作流程：



就旅遊產品及服務而言，客戶及旅客可向安大略省旅遊業議會或OPC及BCPC投訴或直接向我們投訴。直接向我們投訴及經安大略省旅遊業議會、OPC或BCPC作出投訴的處理程序相同。倘投訴與旅遊代理客戶或供應商有關，我們的客戶或供應商將解決投訴。

於往績記錄期間，我們收到合共57宗、46宗及66宗投訴。於最後實際可行日期，我們已解決直接收到或從安大略省旅遊業議會或OPC或BCPC收到的所有投訴。

董事確認於往績記錄期間概無投訴導致訴訟，從而對我們的業務、經營業績或財務狀況產生任何重大不利影響。

資訊科技

資訊科技基建及技術專業知識

我們已開發穩健的資訊科技基建，包括電腦硬件、作業系統、企業軟件應用、數據管理及儲存、網絡及通訊平台以及系統整合服務，以支援日常經營。旅遊科技服務團隊具備

頂尖技巧及強大能力於(i)設計、安裝及整合實時平台，以與不同全球分銷系統同步；(ii)根據旅遊代理的業務需求開發支援採購及訂票平台、數據管理及付款系統；(iii)網站設計；及(iv)雲端計算。

就機票分銷而言，我們已開發內部軟件，包括航空合約管理系統提供上載、搜索、查看及獲取航空合約等功能；自動票務系統提供掃描新旅客姓名記錄的全球分銷系統序列；輸入及核實訂票信息、產生票務指示及監察出票狀態；旅客姓名記錄輸入系統提供旅客姓名記錄的分析及輸入、決定運價類型的選擇、自飛機價格控制系統取得加價及佣金、應用付款及向自動票務系統發出旅客姓名記錄以供出票等功能。我們亦開發旅遊產品及服務控制系統，以提供控制長途巴士旅行團及團隊旅行團的庫存、定價及銷售的功能。控制指標包括旅遊團價格、日期、時限、團體規模、可利用性、路線、服務選擇及團體銷售。我們的預訂平台自該系統取得詳細資訊，以提供實時搜索、預訂及確認的能力。

旅遊科技服務團隊

我們的旅遊科技服務團隊負責進行就業務需求及分析所需的所有軟件開發工作、軟件設計及編程以及用戶測試以修復漏洞。團隊將一貫計劃進行版本升級及改良，以確保我們開發的軟件優質、可用及可行。

旅遊科技服務團隊由10名具備軟件開發、系統整合及互聯網開發及網站設計專業知識的員工組成，其中四名員工於相關領域擁有逾25年經驗及四名員工於相關領域擁有逾15年經驗。團隊由擁有逾30年軟件開發及項目管理經驗且已與我們工作五年的何錦安先生領導。

市場及競爭

我們相信就加拿大機票分銷、旅遊業務流程管理及旅遊產品及服務而言，概無公司與本集團提供的多元化產品及服務的種類及能力相同。

根據灼識報告，加拿大的機票批發市場集中於三大機票批發商，於2017年按機票銷量計合共佔市場約82.8%。我們主要在客戶服務、優勢定價及經濟規模的方面與其他旅遊代理競爭。由於與航空公司的關係、國際航空運輸協會／ARC認可、重大資本投資、旅遊科技及行業專業知識對市場成功屬必要，新入行者難以於短期內在該等方面立足，故董事認為機票中游行業的准入壁壘為高。

業 務

根據灼識報告，加拿大的旅遊業務流程管理行業基本集中於三大服務供應商，於2017年按於加拿大的已收取服務費用總額計合共佔市場約33.3%。我們主要在旅遊科技專門知識、旅遊交易處理領域的知識及客戶服務方面與其他旅遊業務流程管理供應商競爭。旅遊業務流程管理的准入壁壘主要包括資訊科技基建的實力、行業專業知識、滿足服務要求的效率及準確度、行業聲譽及過往優績。

根據灼識報告，旅遊產品及服務行業高度分散，於2017年，數千旅遊代理於加拿大的旅行及旅遊業內經營業務。此外，網上旅遊代理提供另一種形式的競爭，客戶可於網上訂購其心儀旅遊產品及服務。我們主要在所提供的旅遊產品及服務、具競爭力的定價及客戶服務方面與其他旅遊代理商競爭。旅遊產品及服務供應商的准入壁壘相對較低。

根據灼識諮詢，近年來自網上旅遊代理、航空公司及住宿預訂網站的競爭加劇，令傳統離線旅遊代理難以維持持久及急促增長。然而，來自網上旅遊代理的激烈競爭亦為機票分銷及旅遊業務流程管理業務帶來機會。網上旅遊代理的興起令彼等向旅客(佔其大部分客源)提供「最抵價保證」旅遊產品及服務的競爭加劇，因此，網上旅遊代理通常選擇與機票分銷商(例如我們)合作，為求以具競爭力的價格取得旅遊產品及服務，故我們的機票分銷業務分部出現增長。事實上，網上旅遊代理乃我們其中一個主要客戶類別。此外，由於網上旅遊代理的競爭加劇，愈來愈多網上旅遊代理開始依賴旅遊業務流程管理供應商進行若干非核心業務流程，從而降低成本、提高效率及專注於其核心競爭業務。因此，旅遊業務流程管理的需求增加，加速我們旅遊業務流程管理業務的發展，其於往績記錄期間的分部收益取得持續增長。該商機亦讓我們能進入網上旅遊代理市場，以進行機票分銷及銷售旅遊產品及服務。

知識產權

於最後實際可行日期，我們已於加拿大註冊八個商標及兩個域名以及於香港註冊一個商標，該等商標及域名均對業務十分關鍵。我們正於加拿大及美國註冊兩個商標。有關知識產權的詳情，請參閱本招股章程附錄四「B.有關我們業務的資料—2.知識產權」一節。

我們確認保護知識產權的重要性。我們就源碼的整體保護及保密管理採納內部措施，訂明我們的僱員、客戶及其他第三方於處理我們的專屬及機密資料時的相關責任。此外，我們資訊科技員工隊伍的僱員一般須訂立標準的僱傭合約，其中載有規定我們資訊科技員工隊伍的僱員對其知悉或取得的我們專屬資料及商業機密保密的條文。董事相信，我們已

業 務

採取一切適當的行動保護知識產權。於往績記錄期間及最後實際可行日期，我們並未接獲任何向我們提出的任何重大申索，亦不知悉向我們提出與知識產權侵犯或使用知識產權的限制有關的任何待決或潛在申索。

物業

於最後實際可行日期，我們並無任何自有物業及我們於加拿大租賃九項物業，位於大多倫多地區、卡爾加里、蒙特利爾及溫哥華，用作總辦事處、區域辦事處及零售分行，及一項租賃物業位於紐約，用作區域辦事處，總建築面積約21,011平方呎。

截至2015年、2016年及2017年12月31日止年度各年，與租賃物業有關的總租金分別約2.7百萬港元、2.7百萬港元及2.5百萬港元。

本集團租賃的物業用於非物業業務(定義見上市規則第5.01(2)條)。根據香港法例第32L章公司條例(豁免公司及招股章程遵從條文)公告第6(2)條，招股章程獲豁免遵守公司條例第342(1)(b)節有關公司條例附錄三第34(2)段就我們於土地或樓宇的所有權益編製估值報告的規定。

下表載列於往績記錄期間我們於加拿大及紐約的租賃物業、相關物業的用途、建築面積及租賃協議的到期日。

加拿大租賃物業

	概約建築面積 (平方呎)	用途	目前租賃 協議屆滿期
1. 15 Kern Road, Toronto, Ontario, Canada M3B 1S9 ^(附註1)	14,490	總辦事處	2021年5月6日
2. Unit 173, 4438 Sheppard Avenue E, Scarborough, Ontario, Canada M1S 5V9 ^(附註1)	295	零售分行	2020年12月31日
3. Ground Floor, Unit G1, 4168 Finch Avenue E, Scarborough, Ontario, Canada M1S 5H6 ^(附註1)	493	零售分行	2020年12月31日
4. Unit 104, 10 Ravel Road, North York, Ontario, Canada M2H 1S8	558	零售分行	2020年12月31日
5. Unit 16, 328/333 Highway 7 East, Richmond Hill, Ontario, Canada L4B 3P7	480	零售分行	2019年11月30日

業 務

	概約建築面積 (平方呎)	用途	目前租賃 協議屆滿期
6. Unit 22A, 1177 Central Parkway West, Mississauga, Ontario, Canada L5C, 4P3	564	零售分行	2020年2月28日
7. 408-5900 No. 3 Road, Richmond, British Columbia V6X 3P7	998	區域辦事處	2019年10月31日
8. Suite 735, 2000 Peel Street, Montreal, Québec H3A 2W5	1,653	區域辦事處	2020年1月31日
9. Suite 105 138-18th Avenue SE, Calgary, Alberta, Canada T2G 5P9	750	區域辦事處	2019年3月31日
10. 123-3255 Highway 7 East Unit #125, Markham, Ontario, Canada L3F 3P9 ^(附註2)	603	已停業的 零售分行	2016年8月31日
11. 23, avenue de Viger Ouest, Montreal, Québec H2Z 1E6 ^(附註3)	1,185	已停業的 零售分行	2017年3月31日
總計	22,069		

附註：

- (1) 更多詳情，請參閱本招股章程「關連交易」一節。
- (2) 由於租賃期屆滿，我們於安大略省萬錦的分行於2016年8月結業。
- (3) 由於鄰近建築發生火災事故，我們於蒙特利爾的分行於2016年10月結業。

紐約租賃物業

辦事處	概約建築面積 (平方呎)	用途	目前租賃 協議屆滿期
2 Mott Street 6 Floor, Unit 608 New York United States	730	區域辦事處	2018年 11月30日

保險

我們投購一系列保單，以確保我們的業務營運所產生的潛在風險或損失能獲得彌償。相關風險的進一步詳情，請參閱本招股章程「風險因素 — 與我們業務有關的風險 — 我們的保險可能不足以涵蓋可能發生的全部損失」一節。

業 務

下文為我們於最後實際可行日期所投購的主要保單：

保險類型	保障涵蓋範圍	保障所涵蓋的最高責任額
一般責任及第三方保險	賠償(其中包括)設備故障、地震及洪水導致的損失及出租汽車損壞	總額最高達5,000,000加元
職業責任保險	業務經營所產生的損失	總額最高達5,000,000加元

此外，若干省份(如英屬哥倫比亞省、安大略省及魁北克省)已建立特定旅遊賠償基金，補償未有接受旅遊服務的消費者及保障消費者免受詐騙。請參閱本招股章程「監管概覽 — 加拿大相關法例及規例概覽 — 賠償基金」。

董事認為，我們當前的保險範圍屬足夠且符合行業慣例。我們將繼續不時檢討我們的保單，以確保我們的保險範圍足以應付現有的風險。於往績記錄期間，我們並未經歷業務營運的任何重大損害，亦無重大醫療索償。

僱員

於2017年12月31日，我們總共有139名僱員，其中136名於加拿大及三名於美國。下表載列按職能劃分的僱員數目明細：

職能	於2017年12月31日 的僱員數目
董事及一般行政管理	6
金融、申報及結算	21
人力資源及內部審計	1
旅遊科技服務	10
市場推廣及宣傳	2
旅遊業務流程管理	53
票務服務業務	20
旅行團業務	26
總計：	139

招聘

我們認為，我們招聘及挽留富有經驗及技能的勞工之能力對我們的增長及發展至關重要。為應對我們的擴張，我們將繼續尋求合適及有才能的僱員加入本集團。我們的招聘乃基於多項因素釐定，包括候選人的專業知識、技術、行業知識及經驗、團隊合作、個性及主動性。我們主要通過於報章及網上就業平台投放招聘廣告招聘僱員。

薪酬

我們的成功取決於招攬、挽留及激勵合資格人員的能力。作為挽留策略的一部分，我們向僱員提供有競爭力的薪金、績效紅利及其他獎勵。我們一般會與僱員訂立標準僱傭合約。向僱員提供的薪酬組合一般包括底薪、酌情花紅及醫療福利。一般而言，我們根據僱員的專業知識、經驗及能力釐定彼等的薪資。我們亦進行年度績效審核，以評估僱員的表現，而此構成我們作出有關薪金調整、紅利及升職的決定的基準。

截至2015年、2016年及2017年12月31日止年度，僱員福利開支分別約50.4百萬港元、52.6百萬港元及55.4百萬港元。

培訓

我們已採納培訓項目，據此，僱員定期自管理層或外部顧問接受有關技術、法規及知識的培訓。董事擬通過向僱員提供必需的培訓培養人才及加強其忠誠度。所有新員工須參加入職課程，以熟悉本公司、我們的服務及工作安全標準。

僱員關係

僱員現時概無由工會代表。我們相信，我們與僱員保持良好的工作關係。於往績記錄期間及於最後實際可行日期，我們並未經歷任何罷工或與僱員發生任何勞資糾紛，以致對本集團的業務營運、經營業績或財務狀況造成重大不利影響。

健康及工作安全

我們致力確保僱員的工作環境安全。我們設有健康及安全政策，並已於總辦事處、區域辦事處及零售分行實行多項措施，以促進職業健康及安全及確保符合適用法律及法規。我們於適當時為所有新僱員安排健康及安全在職培訓，力臻完善。我們亦刊發載列職業健康及安全指引、規則及程序的公告，不斷強調及宣揚工地安全的重要性，並存置內部工作場所意外的記錄。

我們的業務須遵守加拿大及美國的若干適用健康及工作安全法律及法規。為確保遵守相關法律及法規，我們已成立安全及健康委員會，負責不時檢討健康及安全事宜，以監督工作環境的安全；檢討任何近期工作場所的意外事故及設計任何所需補救行動。我們內部匯報協議其中一部分規定，如發生工作場所的意外、發現職業病個案及健康和安全事故，均須記錄及存檔。

業 務

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們於營運過程中並無任何重大意外，亦無任何與我們僱員的健康或安全相關的意外，且我們並無收到僱員就人身或財產損害提出的任何索賠或因而支付任何賠償。誠如加拿大法律顧問及美國法律顧問所告知，我們並無知悉在所有重大方面適用於我們業務的相關職業健康及安全法律及法規的任何重大違反。

牌照、批准、許可證及認可

牌照、批准及許可證

於最後實際可行日期，我們已取得以下對業務營運屬重大的牌照、許可證及批准：

頒發機構	牌照／許可證／ 批准	持有人	牌照編號	授出／ 登記日期	現有牌照的 屆滿日期
1. 安大略省 旅遊業議會	安大略省 旅遊業議會 營業執照	Tour East Holidays (Canada) Inc	1616280	2018年 3月31日	2019年 3月31日
2. 安大略省 旅遊業議會	安大略省 旅遊業議會 營業執照	Tour East Holidays (Canada) Inc	1631281	2018年 3月31日	2019年 3月31日
3. 安大略省 旅遊業議會	安大略省 旅遊業議會 營業執照	Tour East Holidays (Canada) Inc	4061339	2018年 3月31日	2019年 3月31日
4. 安大略省 旅遊業議會	安大略省 旅遊業議會 營業執照	Tour East Holidays (Canada) Inc	4061347	2018年 3月31日	2019年 3月31日
5. 安大略省 旅遊業議會	安大略省 旅遊業議會 營業執照	Tour East Holidays (Canada) Inc	4671319	2018年 3月31日	2019年 3月31日
6. 安大略省 旅遊業議會	安大略省 旅遊業議會 營業執照	Tour East Holidays (Canada) Inc	4671327	2018年 3月31日	2019年 3月31日
7. 安大略省旅 遊業議會	安大略省旅遊業 議會營業執照	Tour East Holidays (Canada) Inc	50012021	2018年 3月31日	2019年 3月31日
8. 安大略省旅 遊業議會	安大略省旅遊業 議會營業執照	Tour East Holidays (Canada) Inc	50013838	2018年 3月31日	2019年 3月31日
9. 安大略省旅 遊業議會	安大略省旅遊業 議會營業執照	Tour East Holidays (Canada) Inc	50015827	2018年 3月31日	2019年 3月31日

業 務

頒發機構	牌照／許可證／ 批准	持有人	牌照編號	授出／ 登記日期	現有牌照的 屆滿日期
10. 魁北克省消費者保護辦公室	OPC旅遊代理商牌照	Arseneau, Philippe	702246	2017年 8月1日	2018年 7月31日
11. 英屬哥倫比亞省消費者保護協會	綜合旅遊代理／批發商牌照	Tour East Canada	3193	2018年 4月1日	2019年 3月31日

董事確認，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們已取得對業務經營屬必要的所有重要牌照、許可證及批准，及我們並無知悉重續本集團之重要牌照、許可證及批准有任何法律障礙。

國際航空運輸協會認可

國際航空運輸協會為世界航空公司的貿易協會，佔全球航空運輸可用座位公里總數約83%。僅認可旅遊代理獲授權代表國際航空運輸協會成員航空公司出票。為成為國際航空運輸協會認可旅遊代理，申請者須滿足國際航空運輸協會設立的標準及條件，其中包括(i)擁有於其當地司法權區買賣及提供旅遊代理服務的適當官方牌照；(ii)滿足國際航空運輸協會不時設立的標準所訂明的財務規定；(iii)僱用合資格及能勝任銷售國際航空運輸及發出旅行文件的旅遊職工；(iv)根據當地司法權區的適用法律維持營業地點；及(v)根據國際航空運輸協會所設標準就妥為保管國際航空運輸協會成員提供的文件及場所保安作充足準備。

Tour East Canada自1977年起成為加拿大國際航空運輸協會認可代理。董事確認，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們已遵守國際航空運輸協會規定的所有標準及條件並保持國際航空運輸協會認可。

ARC認可

ARC乃一間向在美國銷售其產品的航空公司與旅遊代理提供機票交易結付系統的公司。僅ARC認可旅遊代理獲授權在美國代表ARC成員航空公司發出機票。為成為ARC認可旅遊代理，申請者須滿足ARC設立旅遊的標準及條件，其中包括(i)位於美國並獲授權於美國進行業務；(ii)提供債券、信用證或最低金額20,000美元的現金保證金；(iii)履行及滿足ARC不時設立的具體人員規定；及(iv)符合ARC不時設立的機票安全標準。

Tour East New York自1981年起成為美國ARC認可旅遊代理。董事確認，我們已遵守ARC規定的所有標準及條件並於往績記錄期間及直至最後實際可行日期保持ARC認可。

法律訴訟程序及合規

法律訴訟程序

據董事所深知，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，概無本集團的成員公司涉及任何重大訴訟、仲裁或申索，且據董事所知，本集團並無任何董事認為將會對財務狀況或經營業績產生重大不利影響的待決或構成威脅的重大訴訟、仲裁或申索。

法律合規

據董事所深知，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，本集團並無重大或屬系統性質的任何不合規事宜。經諮詢加拿大法律顧問及美國法律顧問後，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，概無可能引致重大責任而與遵守分別任何適用於加拿大及美國業務營運的重大法律及規例相關的已知事實或情況。

風險管理及內部控制

董事會意識到風險管理及內部控制的重要性並負責密切監控風險管理及內部控制系統以識別內部控制的不足之處及實行其他措施，以在業務經營方面維持健全有效的內部控制。以下為風險管理及內部控制系統的概要：

- **內部審核部門**：我們設有內部審核規章，當中明確載列我們內部審核部門的目標、組織、職能及職責、工作範圍及程序。內部評估、內部檢測及內部調查的結果將呈報予董事會的審核委員會，而審核委員會則監察我們的財務申報、風險管理及內部控制系統。
- **內部控制政策及程序**：我們已採納多項政策及程序以增強內部控制，包括(i)管理層設立的員工手冊，其概述我們在操守及誠信方面的指引及預期；(ii)對職責區分、批准及授權的控制；及(iii)利益衝突的監控及匯報政策。

業 務

- **保護個人資料**：為避免任何侵犯或不當使用個人資料行為，我們已採取數據私隱政策。僱員須保密其知悉或獲得的個人資料。
- **舉報政策**：我們已採納舉報政策，向僱員、客戶、供應商及其他利益相關者提供匿名渠道，以舉報任何可疑的違反操守事件；
- **遵守上市規則及相關法律及規例**：我們已採納一份書面合規手冊以確保我們遵守所有相關規則、法律及規例，包括(其中包括)上市規則。我們亦就公司秘書及財務總監遵守法定責任進行責任劃分；及
- **資料披露**：我們已設有框架，以確保於上市後遵守上市規則、證券及期貨條例以及其他適用法律及規例的披露規定。尤其是，該框架訂明內部控制措施，以及時處理及散佈內幕資料，令所有利益相關者瞭解本集團的最新狀況。

經考慮我們設立的風險管理及內部控制措施後，董事認為，我們已實行足夠的企業管治措施以保障股東利益。

外匯風險控制

我們的收益主要以加元計值。然而，大部分旅行團成本(例如主要費用為地接社費用)以美元結算。該等地接費用包括酒店住宿、當地交通、景點及旅行團的其他活動及導遊服務費用。因此，我們面對主要與美元有關的外匯風險。

我們已採納外匯風險管理程序管理與美元相關的外匯風險。我們的目標是通過確保我們能以可接受的匯率獲得足夠美元，履行業務營運產生的付款責任，將外匯風險控制在可接受水平。我們一般於出發前約兩星期至四個月確認旅行團的預訂，而確認定製旅行團的時間將取決於客戶的心儀行程。因此，我們考慮實際報名人數，並根據相應期間的估計銷售額估計陸路成本，以確保有關估計公平準確。我們可在匯率合適時根據相關估計再提前購買美元。該政策有助我們釐定須購買的適當美元金額以便充分履行付款責任，同時防止我們持有過多美元現金結餘。董事認為我們的外匯風險控制措施符合市場慣例。

我們一般按成本加成基準釐定旅遊產品及服務的定價，當中會計及旅遊元素的成本，包括美元匯率。我們定期審核旅遊產品及服務的定價，使我們能就任何美元匯率的不利浮

業 務

動調整旅遊產品及服務的定價。董事認為長遠而言，定價政策及外匯風險管理程序讓我們能有效管理因匯率的不利浮動令以美元計值的陸路成本的潛在升幅的影響。