

業 務

概 覽

我們是香港外國製進口瓷磚⁽¹⁾的零售商及供應商，專營高端⁽²⁾歐洲進口石英、陶質及馬賽克瓷磚。根據Ipsos，我們於二零一七年以收益計算，為香港外國製進口瓷磚零售行業最大的營運商，市場佔有率約為27.2%。除零售銷售外，我們亦按項目主要為香港及澳門大型物業發展項目及商住物業翻新項目供應瓷磚產品。此外，為在不對我們的資本及行政開支構成壓力的情況下開拓中國的進口瓷磚市場，我們自二零一一年開始透過中國分銷商銷售產品。該等中國分銷商為瓷磚零售商或貿易商。為配合旗下各式各樣壁磚及地磚產品，我們亦銷售來自意大利及西班牙製造商的衛浴潔具(例如浴缸、臉盆及其他配件)。我們於香港開業逾19年，與該等歐洲瓷磚製造商已建立並一直維持良好及穩定的關係，並為若干該等歐洲瓷磚製造商於香港、澳門及／或中國的獨家分銷渠道。作為我們成功的明證，我們於二零一五年九月獲Confindustria Ceramica(根據Ipsos的資料，為享譽全球的意大利瓷磚及耐熔材料製造商協會)頒發「Ceramica Distributor Award 2015」。

我們於一九九八年創立，初時從事於香港採購建材。自我們於二零零一年於香港開設首間零售店起，我們的業務一直專注於外國製瓷磚產品的零售銷售，並逐步擴大零售網絡。最後可行日期，我們經營17間零售店，全部均有策略地位於香港優越位置，適合零售家居裝修、改建及翻新材料。截至二零一八年五月，我們經營的外國製瓷磚零售店數目最多，並擁有最多海外瓷磚產品品牌。

於往績期間，我們的收益整體錄得增長。我們的收益由截至二零一五年三月三十一日止年度約173.8百萬港元，增至截至二零一八年三月三十一日止年度約190.8百萬港元，複合年增長率約3.2%。

註：

- (1) 香港瓷磚零售行業的所有瓷磚均由外地進口，因香港本地並無生產瓷磚。根據Ipsos，外國製瓷磚指來自中國以外國家例如意大利、西班牙、杜拜及東南亞的進口瓷磚。
- (2) 根據Ipsos，於瓷磚行業，定價為每平方呎80港元或以上的瓷磚視為豪華瓷磚，定價為每平方呎40港元至低於80港元以下的視為高級瓷磚，而定價為每平方呎40港元以下的則視為大眾市場瓷磚。

業 務

我們的競爭優勢

我們相信以下競爭優勢為我們的成功之道：

我們於二零一六年是香港外國製瓷磚零售行業的最大業者

根據Ipsos，我們於二零一七年以收益計算，為香港外國製瓷磚零售行業的最大營運商，市場佔有率約為27.2%。我們專營高端歐洲製造石英、陶質及馬賽克瓷磚零售。我們的石英、陶質及馬賽克瓷磚大多數進口自意大利及西班牙。作為我們成功的明證，於二零一五年九月，我們獲Confindustria Ceramica（根據Ipsos的資料，為享譽全球的意大利瓷磚及耐熔材料製造商協會）頒發「Ceramica Distributor Award 2015」。董事認為該獎項肯定本公司於外國製瓷磚銷售的佳績，特別是就零售店數目及本公司產品組合多元化而言。

根據Ipsos，於二零一八年五月，我們於香港經營的外國製瓷磚零售店數目最多，並擁有最多海外瓷磚產品品牌。有見及此，我們相信，在香港瓷磚業內，我們的業務規模及所提供的高端歐洲進口瓷磚產品種類均屬首屈一指。我們認為，由於香港消費者越來越精挑細選，十分講究高品質、富有品味及藝術性或環保的設計，因此對於上述特質的產品需求日益增加。我們決意定位為香港高端歐洲製壁磚及地磚的主要購物平台，為客戶提供多種多樣的優質產品。

憑藉於行內建立的穩固市場份額，我們相信，我們在產品選擇、定價及信貸等方面的議價能力均勝過大部分競爭對手。作為香港最大的外國製瓷磚零售商，我們深信我們具備實力，透過品牌定位及產品組合多樣性，繼續使我們從其他競爭對手脫穎而出，進一步鞏固我們的領先地位。

我們為外國製瓷磚零售行業的潮流指標，提供各種品牌的產品組合。我們亦擁有優良的成功品牌及產品管理往績

我們定期向市場引入新穎產品，矢志超越競爭對手，一枝獨秀。我們與多間意大利及西班牙的知名瓷磚製造商建立逾十年的長期關係。自我們於二零零一年於香港開設首間零售店起，我們逐步擴大瓷磚供應商網絡。於最後可行日期，我們的網絡已包含超過50間供應商，共有逾60個瓷磚品牌。我們的品牌組合包括多個意大利及西班牙品牌，包括Emil、Provenza、Supergres及LEA。根據Ipsos，該等品牌為瓷磚業內的主要及國際知名品牌。我們亦與Emil、Provenza及Supergres等數家瓷磚製造商／品牌擁有人訂

業 務

立獨家分銷協議，該等製造商授予我們其瓷磚產品於香港、澳門及／或中國的獨家代理權。該等獨家分銷權讓我們可為客戶提供獨特的產品組合，從芸芸競爭對手中脫穎而出。除該等獨家分銷權外，我們通常不時向瓷磚供應商下達採購訂單。

我們認為，我們於意大利及西班牙擁有廣泛的瓷磚製造商網絡並已與彼等建立穩固的業務關係，組成多元化及獨家產品種類，能讓我們展示及提供多種最新及獨一無二的產品，迅速應對變化不斷的市場趨勢及消費者需求，致使我們成為行業的潮流指標。我們相信，全面的品牌產品組合有助我們滿足不同需求及規格，從而就住宅或商業用途等不同目的及功能，為客戶提供解決方案。我們相信，我們的產品種類一應俱全，絕非競爭對手可複製的，亦正正是我們獨特之處。

憑藉逾19年的營運經驗，我們認為，我們已累積實務經驗，並透徹了解消費者對貴價瓷磚產品的品味及喜好。我們管理各品牌，以及提供各式各樣的瓷磚產品，使我們在香港掌握重大市場份額，有助將收入擴至最大，同時避免我們的品牌及產品組合之間互相競爭。我們相信，我們於品牌管理的經驗亦有助我們及時應對消費者日新月異的喜好變化，致使我們能夠採購全新品牌及產品，抓緊新商機。我們相信，我們高效的經營模式以及我們於品牌及產品種類及組合管理的經驗，一直是我們過往成功的關鍵，並為未來增長及盈利奠下穩固基礎。

我們於優越位置擁有廣泛零售網絡，並有充足存貨供應作為後盾

於最後可行日期，我們共有17間零售店，其中九間位於灣仔駱克道，七間位於旺角砵蘭街，其餘一間位於元朗。根據Ipsos，於二零一八年五月，我們於香港經營的外國製瓷磚零售店數目最多。我們的零售店全部均有策略地位於香港的優越位置，適合零售家居裝修、改建及翻新材料，確保有穩定的客流量。

為提高我們在香港的市場佔有率及在香港購買瓷磚的優越位置突圍而出，我們致力為所有零售店打造時尚獨特的形象。各零售店針對不同喜好及規格的不同客戶群而展示不同的瓷磚組合。我們相信，我們別緻而現代化的店面設計及室內裝潢已十分吸引客戶。各零售店的室內間隔是根據我們為各店採用的產品組合及款式而精心佈置。為提高我們產品的吸引力，我們亦在大部分零售店設置已粉飾的浴室模型以展示產品。我們廣泛的零售網絡有充足存貨供應作為後盾，且我們相信，我們的存貨量維持在充足水平，足以提供多種瓷磚產品及將產品及時而有效交付予客戶。

業 務

我們擁有經驗豐富、充滿熱忱及極具遠見的管理層團隊

我們的創辦人為主席兼執行董事曹先生，彼洞悉香港高端陶質磚市場擁有龐大的增長潛力。曹先生於香港瓷磚行業擁有逾19年經驗，且十分熟悉該行業。在其領導下，我們成功建立資源眾多的供應商網絡及抓住消費者變化無常的口味及最新的市場趨勢，為二零一六年按收益計算的香港外國製瓷磚零售業最大業者。

我們擁有穩定的管理層團隊。我們的管理層團隊中某些成員於行業擁有超過10年經驗。我們相信管理層團隊及僱員是我們成功經營業務及擴張的最寶貴資產。自二零零一年開設首間零售店起，我們的管理層一直展示強大的執行能力並成功將零售網絡擴大至最後可行日期的17間零售店。我們相信，我們高級管理層團隊的視野、行業知識及經驗、管理能力及竭誠將繼續協助我們於日後取得可持續增長。

我們設有SAP系統以提高營運效率

我們於二零一二年三月推行SAP系統。SAP系統涵蓋(其中包括)採購管理模式、銷售管理模式、存貨管理模式及交付管理模式，並按我們的營運需要定制。我們辦事處可透過SAP系統查閱所有零售店安裝的銷售點系統。SAP系統容許我們存取各零售店的採購資料、銷售資料、倉儲設施存貨量、銷售數據及其他主要財務及物流數據，有助我們監察及迅速有效地管理銷售表現、存貨量及變動以及其他營運資料。我們認為，得到這些資料，我們可進一步分析最近期的消費者喜好及市場潮流，並及時有效作出必要決定及調整，改善我們會計記錄系統。我們相信，SAP系統提升整體營運效率以及為業務增長提供穩健及可調整的基建。

我們的經營策略

我們透過採納以下策略，矢志維持及進一步提升我們於香港的外國製瓷磚零售行業的市場地位以及拓展中國分銷網絡：

鞏固我們於香港的市場地位

我們計劃透過於未來積極推廣及擴大業務，加強我們於香港的領先地位。我們現時計劃於截至二零二一年三月三十一日止三個年度在香港新增七間零售店，從而擴大我們的市場佔有率及增加市場份額。零售店位置對我們成功經營至關重要。我們計劃於香港優越位置開設全新家居裝修、改建及裝飾及建築材料的零售店，例如灣仔駱克道及旺角砵蘭街。我們致力為各新零售店注入獨特及嶄新的產品類型及概念，以擴闊客戶基礎及迎合不同消費者的喜好。我們一方面計劃繼續主要專注於在旗下零售店進

業 務

行瓷磚及衛浴潔具零售，我們亦計劃按項目基準擴大對項目客戶的銷售，項目客戶包括物業發展商、室內設計公司及工程承建商，以進行大型物業發展項目以及住宅及商用物業裝修項目。為推行上述擴充計劃，我們計劃透過招聘經驗豐富的項目銷售人員擴大項目銷售團隊。

擴大產品組合及增加產品種類多樣性

為發揮我們廣泛零售網絡及滿足客戶不同的翻新及改建需要，我們計劃進一步增加瓷磚產品種類，引入更多新品牌及新瓷磚產品。我們亦計劃擴闊產品種類，新增精選非瓷磚產品，包括由意大利進口的木地板及衛浴潔具。我們相信，該等新產品種類可補足我們瓷磚銷售核心業務，並增加收益來源。我們亦相信透過橫向增加產品種類，我們可為客戶提供更輕鬆愉快的一站式購物體驗。

我們計劃向更多瓷磚及非瓷磚產品的歐洲製造商取得我們認為在香港市場具備龐大潛力的獨家分銷權。該獨家分銷權亦使我們能夠承載大量新系列產品。我們根據多項準則，遴選獨家代理權供應商，包括但不限於產品受歡迎程度、定價、供應可靠性、對我們訂單的回應時間、所提供的具競爭力的信貸條款及最低採購承擔額。我們認為，訂立獨家分銷協議將使我們能夠透過取得有關品牌旗下新產品的獨家分銷權，豐富我們的產品組合，透過繼續在香港分銷行內最多品牌數目的外國製瓷磚，維持競爭力。

於最後可行日期，我們已物色到七個意大利品牌(包括兩個瓷磚產品、三個衛浴潔具及兩個木地板產品)，可能達成獨家分銷權。兩個瓷磚產品目標品牌中，有一個為豪華類別，定價約每平方呎200港元，而另一個被視為高端瓷磚，定價約每平方呎75港元。我們認為，擴展我們的產品供應至豪華類別，使我們可參與豪華瓷磚市場及吸納新客源。此外，上述精選意大利品牌的衛浴潔具及木地板產品被視為高端類別，而我們認為，與該等品牌訂立獨家分銷協議，將代表我們的產品供應類別達成重大的水平擴展。於最後可行日期，概無與有關製造商開展磋商，亦沒有與該等目標品牌就獨家分銷權訂立任何意向書或協議；且於往績期間，我們僅與七間意大利品牌中的兩間建立業務關係。就此，概不保證我們可就有關品牌獲得獨家分銷權。然而，誠如執行董事所告知，在瓷磚、衛浴潔具、木地板產品具有多個意大利品牌可供選擇，相關品牌尚進口本港。倘我們與有關供應商磋商時，未能提供我們已識別七個品牌的獨家分銷權，或我們難以接受獨家分銷權的條款，我們能輕易從替代供應商獲得其他品牌資料。請參閱「未來計劃及所得款項用途」一節了解執行計劃的更多詳情。

業 務

尋求戰略收購機會

除內部增長外，我們亦計劃探索和尋求收購機會，以鞏固我們在香港瓷磚零售業的市場地位和提高我們的競爭力。我們的潛在收購目標為在香港收購外國製造的瓷磚或衛浴潔具零售商，此舉有助(其中包括)(i)增加我們的客戶基礎；(ii)增添瓷磚供應渠道；及(iii)招攬具相關技能及在外國製造的瓷磚零售業擁有人脈的員工。無論如何，本集團只會考慮在香港收購可與現有業務創造協同效應的外國製造的瓷磚或衛浴潔具零售商。例如，(i)倘我們並無售賣客戶所喜愛的品牌，我們可轉介零售客戶造訪潛在收購目標的店舖，反之亦然；(ii)倘潛在收購目標在浴室裝置分部更為成熟，而我們卻仍在發展階段，則其可向我們提供寶貴的經驗，致使我們加快自身在該分部的發展；(iii)我們可中央化管理倉庫的產品存貨，致使整體倉庫成本及物流開支有望節省；及(iv)我們的SAP系統可整合我們零售店和潛在收購目標的銷售資料及存貨水平，致使行政成本及員工成本有望透過綜合管理節省。我們將衡量潛在收購目標對我們業務的價值以作出評估。我們亦將確保由我們收購目標經營的零售店將提供不同的產品組合供應及鎖定有不同偏好和規格的不同客戶群，藉此防止或盡量減少與我們的現有零售店競爭及互相蠶食。

我們在評估收購目標時將予考慮的因素包括：(i)代價及相關收購成本，每項收購的代價及相關收購成本合共介乎約20百萬港元至60百萬港元；(ii)潛在收購目標的財務表現，例如我們將會以每間店舖每月收益與我們相若的潛在零售商為目標，並考慮零售店的樓面面積、產品利潤率及淨利潤率；(iii)潛在收購目標於外國製造的瓷磚零售行業的聲譽；(iv)零售網絡及潛在收購目標的覆蓋範圍，具體而言，我們將會以擁有兩至八間零售店的潛在零售商為目標；(v)潛在收購目標的現有客戶群；(vi)潛在收購目標的供應商組合，具體而言，潛在零售商為最少數個高端或豪華衛浴潔具及／或瓷磚產品品牌的授權經銷商或獨家分銷商，我們將會以該等潛在零售商為目標；(vii)潛在收購目標員工的專業知識及經驗；及(viii)潛在收購目標的衛浴潔具及瓷磚存貨的品牌及質量(即高端及／或豪華產品)。董事相信成功的收購將為本集團帶來協同效應及為股東增值。

特別是，為擴闊及深化我們產品組合，我們矢志收購專營進口浴室產品及／或意大利及西班牙品牌瓷磚的目標，豐富我們的產品及品牌組合。我們深信，有關收購不只透過提升我們的瓷磚產品組合，締造協同效益，亦橫向擴闊我們的產品供應，並涵蓋高端歐洲浴室產品。於最後可行日期及[直至本文件日期]，我們尚未物色到特定收

業 務

購目標，亦概無就任何潛在收購與任何人士展開磋商或訂立任何意向函件或協議。儘管如此，我們已開始物色及評估潛在目標，並對彼等的產品組合進行初步市場調查。請參閱「未來計劃及所得款項用途」一節，以了解收購事項之更多詳情。

增強與現有分銷商的合作，尋求機會擴張中國分銷網絡

有見於中國經濟及人口持續增長，我們計劃擴張分銷網絡，於中國物色合適分銷商。根據Ipsos，中國的意大利瓷磚進口價值由二零一二年的約39.1百萬美元增加至二零一六年的約56.7百萬美元，複合年增長率為約9.7%，而中國的西班牙瓷磚進口價值則由二零一二年的約16.5百萬美元增加至二零一六年的約24.1百萬美元，複合年增長率為約9.9%。於往績期間，我們認為透過中國分銷商進行產品分銷在加強向中國客戶銷售及縮短產品推出中國市場的需時方面卓有成效。於最後可行日期，我們於上海、深圳、廣州、北京及成都合共有四名在上述地方營運其業務的第三方分銷商向我們購買瓷磚及衛浴潔具。我們認為必須進一步改善及循序漸進地擴張中國分銷網絡，可令我們受惠於中國消費力及對高端歐洲瓷磚及衛浴潔具的消費者需求增加，此舉亦對擴大於中國的市場份額及覆蓋範圍非常重要。

為達成此目標，我們擬：

- (a) 鎖定日益增多的中產人口，從中國國內瓷磚製造商及供應商中脫穎而出；及
- (b) 鞏固與現有分銷商的合作及／或委聘擁有更廣泛渠道的新分銷商，以於我們已建立分銷網絡的地區加深市場滲透。

我們已指派銷售團隊成員(包括本集團主席兼行政總裁曹先生)與中國分銷商緊密合作，確保與其合作順利。我們將繼續評估目標地區對我們產品的潛在需求，並於該等地區物色合適分銷渠道。我們相信向中國分銷商銷售外國製造的瓷磚產品以供於當地市場轉售是有效及具成本效益的做法，有助我們深化我們在中國市場的滲透率。我們估計有關擴張的成本並不重大，因為中國分銷商將承擔營運成本，而我們主要就編製相關分銷協議產生法律成本。

我們相信，建基於我們強大的香港零售業務基礎，我們將增強與現有分銷商的合作，同時尋求機會於中國市場擴張分銷網絡，以及時應對中國客戶的喜好及需求變動。於最後可行日期，尚未識別額外具體分銷渠道，亦並未與任何其他中國分銷售展開正式磋商。

業 務

我們的經營模式

我們是香港外國製瓷磚的零售商及供應商，專營高端歐洲進口石英、陶質及馬賽克瓷磚。除零售銷售外，我們亦按項目主要為香港及澳門大型物業發展項目及商住物業翻新項目供應外國製瓷磚產品並銷售外國製造的瓷磚及衛浴潔具予中國屬瓷磚及／或衛浴潔具零售商或貿易商的分銷商。我們出售大量由意大利或西班牙進口的高端壁磚及地磚產品。我們並無參與我們產品的生產過程。我們的瓷磚產品包括石英、陶質及馬賽克瓷磚。為增添瓷磚產品種類，除了可用於客廳、廚房及浴室的瓷磚產品，我們亦出售少量由意大利進口的衛浴潔具，主要包括浴缸、臉盆及座廁。

我們以下列系統性流程圖說明我們的經營模式：



挑選產品

產品的挑選及裝配乃零售行業的關鍵競爭因素。我們會於國際展銷會發掘新產品組合，並根據我們累積逾19年的經營經驗，物色我們認為在香港市場會具備可觀潛力品牌。由於我們鎖定香港有利可圖的高端瓷磚及衛浴潔具市場，在挑選新產品時，我們主要考慮(i)製造商的聲譽；(ii)產品的設計及質量；(iii)製造商取得的證書；(iv)新產品與我們策略方針的匹配度；(v)市場趨勢；及(vi)採購產品涉及之供應備貨時間。

採購

我們的銷售團隊會根據銷售預測(乃通常根據過往銷售數字及預測市場趨勢釐定)估計向供應商訂購的產品數量，並提呈管理層審批，方才下達任何採購訂單。採購決定通常基於存貨水平及變動、預期銷售及產品由訂貨至交貨的時間。我們的SAP系統為我們提供有關瓷磚及衛浴潔具的銷售資料、每間零售店舖的存貨水平及銷售數據。我們亦會不時向供應商查詢彼等的存貨量，和瓷磚及衛浴潔具的交付時間。

就項目銷售而言，我們若干項目客戶可就大型物業發展項目向我們下達訂單，以大批採購若干產品。在該情況下，我們會與供應商作出背對背訂單。

業 務

銷售

我們的營運主要與香港的零售業務有關。我們並無參與我們供應予客戶的任何瓷磚或衛浴潔具的生產過程。我們主要專注於擴展零售網絡、擴闊產品組合及使產品組合更為多元化，實現業務增長。憑藉我們於香港建立的零售業務及我們與供應商穩固的關係，我們亦將營業模式多元化擴大至按項目基準供應瓷磚產品予項目客戶及銷售瓷磚及衛浴潔具予中國的分銷商。

我們的產品

我們銷售瓷磚及衛浴潔具。銷售瓷磚產品佔我們業務收益的最大部分。下表載列我們於所示年度按產品類別劃分之收益及分別佔總收益的百分比：

	截至三月三十一日止年度							
	二零一五年		二零一六年		二零一七年		二零一八年	
	千港元	%	千港元	%	千港元	%	千港元	%
瓷磚產品								
— 石英瓷磚	159,947	92.0	182,666	90.4	165,763	90.4	173,997	91.2
— 陶質瓷磚	5,327	3.1	7,813	3.9	10,706	5.8	5,661	3.0
— 馬賽克瓷磚	5,883	3.4	5,474	2.7	4,176	2.3	5,275	2.7
瓷磚產品小計	171,157	98.5	195,953	97.0	180,645	98.5	184,933	96.9
衛浴潔具及其他 ⁽¹⁾	2,648	1.5	6,159	3.0	2,799	1.5	5,906	3.1
總計	173,805	100.0	202,112	100.0	183,444	100.0	190,839	100.0

附註：

- (1) 其他主要包括安裝瓷磚用的水泥質材料。

瓷磚產品

瓷磚產品廣泛應用於商住場所的外牆、地板及其他表面修飾。我們的瓷磚產品大部分採購自意大利或西班牙製造商。根據Ipsos，意大利及西班牙為中端至高端瓷磚供應鏈的兩名主要參與者，意大利及西班牙瓷磚亦因其新潮設計、優秀質量及耐久性而享負盛名。於最後可行日期，我們的瓷磚產品品牌組合包括超過60個歐洲品牌，包括Emil、Provenza、Supergres及LEA。

業 務

我們的瓷磚產品包括石英瓷磚、陶質瓷磚及馬賽克瓷磚。

- (i) **石英瓷磚** — 石英瓷磚由礦物、瓷土、長石及黏土黏合，然後以機器壓制，並於燒窯以1,250°C高溫燒製而成。石英瓷磚擁有搪瓷結構、孔隙度較低，防酸、污垢及寒霜度較高。石英瓷磚適合安裝於住宅及公共設施，甚至高人流量的地面。
- (ii) **陶質瓷磚** — 陶質瓷磚主要以黏土物質製成，黏土於燒窯以1,000°C–1,250°C的溫度燒製。與石英瓷磚比較，陶質瓷磚毋須以高溫燒製，且耐用度或防濕度不如石英瓷。陶質瓷磚適合用於低至中度人流的範圍，惟不適用於室外。
- (iii) **馬賽克瓷磚** — 馬賽克瓷磚屬於瓷磚分類，通常為石英、陶瓷或玻璃，面積在2英寸(5厘米)或以下，一般用以做成不同圖案作裝飾之用。

我們的意大利及西班牙品牌壁磚及地磚產品選擇繁多，各式設計、質感、顏色、圖案及大小，一應俱全。我們擁有的部分瓷磚產品在顏色、紋理，甚至質感方面模仿大理石、木材及石頭等天然材料設計，價格較天然材料相宜，其中石英瓷磚獨有的物理及化學特性更是大受歡迎。該等瓷磚產品中，有些具有純色，有些則具有繪畫圖案。

衛浴潔具

我們的衛浴潔具乃向經挑選的意大利製造商採購，包括陶瓷衛浴潔具(例如浴缸、臉盆及座廁)及非陶瓷衛浴潔具(例如水龍頭、花灑頭、鏡及層架以及其他配件)。於最後可行日期，由於我們仍在發展該業務分部，我們衛浴潔具的品牌組合僅涵蓋有限的歐洲品牌。

業 務

銷售渠道

我們主要於香港零售店出售瓷磚及衛浴潔具予零售客戶。除零售銷售外，我們亦按項目主要為香港及澳門大型物業發展項目及商住物業翻新項目供應瓷磚產品並銷售瓷磚及衛浴潔具予中國分銷商。

下表載列於所示年度按銷售渠道劃分之收益明細：

	截至三月三十一日止年度							
	二零一五年		二零一六年		二零一七年		二零一八年	
	千港元	%	千港元	%	千港元	%	千港元	%
零售銷售	<u>152,388</u>	<u>87.7</u>	<u>147,610</u>	<u>73.0</u>	<u>145,607</u>	<u>79.4</u>	<u>144,361</u>	<u>75.6</u>
非零售銷售								
— 項目銷售	13,280	7.6	17,268	8.5	11,730	6.4	18,857	9.9
— 分銷銷售	5,119	2.9	30,834	15.3	18,311	10.0	23,745	12.5
— 其他 ⁽¹⁾	<u>3,018</u>	<u>1.8</u>	<u>6,400</u>	<u>3.2</u>	<u>7,796</u>	<u>4.2</u>	<u>3,876</u>	<u>2.0</u>
非零售銷售小計	<u>21,417</u>	<u>12.3</u>	<u>54,502</u>	<u>27.0</u>	<u>37,837</u>	<u>20.6</u>	<u>46,478</u>	<u>24.4</u>
總計	<u>173,805</u>	<u>100.0</u>	<u>202,112</u>	<u>100.0</u>	<u>183,444</u>	<u>100.0</u>	<u>190,839</u>	<u>100.0</u>

附註：

(1) 其他主要指直接採購。

零售銷售

零售銷售指於我們香港零售店完成的銷售。自我們的首間零售分店於二零零一年開業以來，我們一直穩步增加香港零售店數目。截至最後可行日期，我們共有17間以不同商號經營的零售店，全部均有策略地位於香港的優越位置，適合零售家居裝修、改建及翻新材料。

零售銷售以港元出具發票及結付。我們不會與零售客戶訂立銷售協議。零售客戶通常須為銷售訂單支付初步按金，金額介乎銷售發票價值的30%至50%，並最遲於產品交付時結付餘額。我們不會授予零售客戶任何信貸期。一般零售銷售條款及條件(包括付款條款)載於銷售發票附註。

業 務

零售網絡

以下載列我們於往績期間直至最後可行日期的各零售店位置、開業年份、概約建築面積及現有訂約租期的到期日詳請：

商號	店舖地址	開業年份	概約 建築面積 (平方呎)	現有訂約 租賃到期日
<i>港島灣仔駱克道</i>				
1. 俊匯建材	駱克道284號地下	二零零一年	587	二零一九年 二月九日
2. 俊煌	駱克道175、177、179、 181、183、185、187、 189、189A及191號京城 大廈地下2號舖	二零零二年	889	二零一八年十月 三十一日
3. LS3	駱克道175、177、179、 181、183、185、187、 189、189A及191號京城 大廈地下5號舖	二零零四年	1,033	二零一八年 十一月三十日
4. Glamour	駱克道161、163及165號 恒達大廈地下C號舖	二零零六年	760	二零一九年 一月三十一日
5. Luxe	駱克道282號地下	二零零七年	1,172	二零一九年 二月二十八日
6. La Maison	駱克道175、177、179、 181、183、185、187、 189、189A及191號京城 大廈地下8號舖	二零一零年	715	二零一八年 十一月三十日
7. My Habit	駱克道308、310及312號金 冠大廈地下A號舖	二零一三年	824	二零一八年 十一月三十日
8. Muse	駱克道175、177、179、 181、183、185、187、 189、189A及191號京城 大廈地下7號舖	二零一三年	713	二零一九年 五月三十一日
9. Home Savoy	駱克道151號地下B號舖	二零一四年	962	二零二零年 八月六日
<i>九龍旺角砵蘭街</i>				
10. Tile Concept	砵蘭街283-285號地下 B號舖	二零零一年	404	二零一九年 二月十五日
11. Futura	砵蘭街300號地下	二零零四年	642	二零一八年 十一月三十日
12. R&B	砵蘭街286號地下	二零零七年	702	二零一八年 十一月三十日
13. Casa 88	砵蘭街338號地下	二零零八年	800	二零一九年 一月二日

業 務

商號	店舖地址	開業年份	概約 建築面積 (平方呎)	現有訂約 租賃到期日
14. My Shop	砵蘭街314號福昌大廈 地下	二零一三年	960	二零二零年 五月十七日
15. Dolce Vita	砵蘭街280號地下B號舖	二零一四年	1,033	二零一八年 十一月三十日
16. Uptown	砵蘭街290號地下	二零一五年	581	二零一八年 八月三十一日
<i>新界元朗</i>				
17. RB Heritage	元朗鳳翔路69號建輝大廈 地下18號舖	二零一二年	533	(於二零一八年 三月十四日約滿 且沒有續約)
18. Mira	元朗合益路30-36號慶年 大樓地下5號舖	二零一四年	1,155	二零二零年 一月一日

在我們的零售網絡內，零售店乃集結於灣仔駱克道及旺角砵蘭街，選址具策略意義且店舖彼此相鄰。除了我們的零售店外，駱克道及砵蘭街亦有多間由競爭對手經營的其他瓷磚及衛浴潔具零售店。董事認為，該等零售店集中於駱克道及砵蘭街能促使瓷磚及衛浴潔具產業及業務聚集，進而增加區內客戶流量及銷售能力，讓我們可受惠於有關正面影響。

下表載列我們於所示財政年度／期間零售店數目的變動情況：

零售店位置	於往績期間初	截至		截至		後新增/ (關閉)	於最後可行 日期
		截至 二零一五年 三月三十一日 止年度 新增	截至 二零一六年 三月三十一日 止年度 新增/(關閉)	截至 二零一七年 三月三十一日 止年度 新增	截至 二零一八年 三月三十一日 止年度 關閉		
港島	8	1	(1)	1	—	—	9
九龍	5	1	1	—	—	—	7
新界	2	—	—	—	(1)	—	1
總計	15	2	—	1	(1)	—	17

於往績期間，我們於灣仔及旺角分別開設兩間及兩間新零售店。該等新零售店各自的開業成本介乎約1.0百萬港元至約2.0百萬港元。

業 務

下表載列於往績期間開設的每間零售店的初始開業成本(包括租賃按金)、回報期、損益平衡期及現金收支平衡期：

店舖	開店年度	初始開業 成本 (千港元)	回報期 (1) (4)	損益 平衡期 (2) (4)	現金收支 平衡期 (3) (4)
Home Savoy	二零一四年	966	7個月	3個月	3個月
Dolce Vita	二零一四年	1,462	10個月	2個月	2個月
Uptown ⁽⁵⁾	二零一五年	1,884	25個月	9個月	9個月
Glamour ⁽⁶⁾	二零一六年	1,994	不適用	4個月	4個月

附註：

- (1) 回報期被視為零售店自店舖開業開始，初始開業成本由其除息稅折舊及撥備前累計經營溢利(「EBITDA」)悉數彌償所需的年期。
- (2) 損益平衡期被視為零售店自店舖開業開始，首次錄得正面每月除稅前溢利所需的年期。
- (3) 現金收支平衡期被視為零售店自店舖開業開始，首次錄得正面每月EBITDA所需的年期。
- (4) 回報期、損益平衡期及現金收支平衡期乃根據我們的會計記錄所得上述各店舖的財務資料編製而成。
- (5) 旺角的Uptown乃於二零一五年十月開業。因為該店舖初始成本相對較高，故其需要約25個月收回其初始開業成本。據執行董事告知，該店舖先前乃由一家餐廳佔用，令我們在開始時須花耗更多成本重整及翻新。
- (6) Glamour於二零一六年四月由灣仔另一位址遷移並開業。由於翻新成本上漲，導致Glamour的開業成本相對較高，故於最後實際可行日期尚未收回其初始開業成本。

業 務

零售網絡擴張計劃

我們能否成功擴張零售網絡須視乎一連串因素而定，其中包括當地市場的承載力及潛在增長、目標客戶的偏好及購買力及其對我們的產品的需求、我們可動用的資金及能否為零售店取得優越地點。我們計劃於截至二零二一年三月三十一日止三個年度在香港適合家居裝修、改建及翻新材料的優越地點(即灣仔駱克道及旺角砵蘭街)新增七間零售店，以擴闊我們的市場版圖及市場份額。我們將持續檢討各零售店的銷售及經營表現，並不時調整日後成立新零售店的實際數目、地點及時機。下表列載我們於所示財政年度計劃開設的零售店數目(按地區劃分)：

零售店位置	截至三月三十一日止年度		
	二零一九年	二零二零年	二零二一年
港島	1	1	1
九龍	1	1	2
總計	<u>2</u>	<u>2</u>	<u>3</u>

根據Ipsos，外國製瓷磚零售業的估計收益由二零一二年的約344.8百萬港元增加至二零一七年的約523.6百萬港元，複合年增長率為約8.7%，並預期由二零一八年的約536.1百萬港元增加至二零二一年的約534.0百萬港元，複合年增長率為約-0.1%。然而，截至二零一八年三月三十一日止四個年度，每間零售店的平均每月收益分別約為794,000港元、720,000港元、674,000港元及672,000港元。董事認為於往績期間，每間零售店的每月收益下跌乃主要由於二零一四年至二零一六年二手物業交易量減少，導致我們零售客戶的需求減少，加上外國製瓷磚零售市場的競爭愈演愈烈，根據Ipsos，香港主要銷售意大利或西班牙瓷磚的零售店數目大約由二零一五年的68間增加至二零一六年的75間，並進一步增加至二零一七年的79間及二零一八年五月的78間。儘管各店舖的每月收益有所下降，惟我們截至二零一八年三月三十一日止四個年度的零售銷售總額分別約為152.4百萬港元、147.6百萬港元及145.6百萬港元及144.4百萬港元，代表負複合年增長率僅為約1.8%。此乃主要由於我們的零售店數目於過去幾年有所增加，即截至二零一八年三月三十一日止四個年度平均分別約為16.0間、17.1間、18.0間及17.9間零售店，對該期間的零售客戶需求跌幅產生紓緩效用。

雖然如此，根據Ipsos，(i)於二零一六年底起，物業市場成交量回升，而且上行趨勢於二零一七年持續；及(ii)預期短至中期內物業成交量將維持溫和向上趨勢，舉例而言，於二零一七年，住宅物業(一手及二手)的成交量相較二零一六年增加約12.6%，表示香港物業市場於消化多項政府稅收政策及對物業市場負面預測的所有負面影響後開始上升。

業 務

因此，董事認為物業市場增長將促使瓷磚行業增長，並為我們的零售網絡擴張計劃提供有利的市場環境。有關近期市場發展的更多詳情，請參閱本節「行業前景及我們持續經營的能力」分節。

為防止我們的零售店之間互相競爭及出現競食效應，開設任何新零售店前，我們會進行銷售團隊內部的討論，確定市場趨勢及最新市場取向，而我們多數會選擇鄰近競爭對手的地點，避免我們於鄰近地點的店舖過於集中。跟我們主要承載瓷磚碼產品的現有零售店不同，我們計劃讓新零售店承載較多衛浴潔具及木地板產品，藉此吸納廣泛的客戶群。我們的大原則為在評估潛在新零售店時考慮內部競爭及競食效應的潛在影響。我們倘若斷定新零售店對鄰近現有零售店客流量的潛在影響不會拖累我們整體營運及表現，方會落實開設新零售店。我們亦會致力確保每間零售店有不同的產品組合及不同偏好及規格的目標客戶群以避免零售店之間競爭及競食。

設立新零售店的預期平均成本約為1.9百萬港元，主要包括室內裝修及翻新成本及支付租賃按金(三個月的租金款項)。截至二零二一年三月三十一日止三個年度各年，我們為設立新零售店而產生的總成本估計分別約為3.8百萬港元、3.8百萬港元及5.7百萬港元。

我們會將我們從[編纂]取得的所得款項淨額的約[編纂]用於為未來三個財政年度的擴張提供資金。如有需要，我們亦會以經營所產生的內部資金及銀行借貸，為擴張計劃撥資。

董事估計，一間全新零售店的投資回報期為開店後的約14個月，損益平衡期約為兩至四個月及預計現金平衡期約為兩至四個月。上述估算乃基於以下各項的估計：(i) 初始開業成本(參考我們近年所開設的現有零售店在以往產生的翻新成本及支付的租賃按金並計及近年的通脹率後評估)；(ii) 收益(參考規模、位置及人流量與新零售店位置相近的現有零售店的過往收益水平評估)；及(iii) 經營成本(參考位置及人流量與新零售店位置相近的現有零售店的過往產品成本、租金開支及面積，新零售店將招致或取得有關成本、開支及人流量)。

零售店管理及營運

一般而言，我們於每間零售店平均有兩名銷售人員。每間零售店由一名店舖主管帶領，負責監督所屬零售店的銷售業績、銷售目標及日常運作。我們的店舖主管及銷售人員負責處理銷售交易、客戶服務以及安排送貨。我們設有經營程序以供我們的零售店遵循，內容涵蓋客戶服務、定價政策、存貨量、保安及現金處理。我們的店舖主管負責監察該等程序的遵從情況。

業 務

分銷銷售

我們繼續透過向中國分銷商銷售外國製瓷磚產品探索中國市場。我們相信，這讓我們能夠快速擴張業務，而毋須招致額外管理成本，包括但不限於行政、銷售及市場營銷開支等。此外，在新地區評估市場商機及建立自家本地銷售及營銷團隊一般需要更多時間。我們相信使用分銷商一般符合中國進口瓷磚市場的行業慣例。

我們的分銷商為中國瓷磚及衛浴潔具零售商或貿易商，彼等擁有其自有本地銷售網絡。據董事所深知，除深圳一名分銷商(下文所披露的分銷商B)是按項目基準銷售我們的瓷磚及衛浴潔具以及於一名北京分銷商(即下文披露的分銷商E)及一名上海的前分銷商(即下文披露的分銷商F)是按批發基準銷售我們的產品外，我們現時及以往在中國所有分銷商均經營零售店舖，並將我們的產品銷售予零售顧客。我們向分銷商(彼等被視為我們的終端客戶)銷售瓷磚及衛浴潔具，而彼等則於自有零售店舖或透過中國的國內銷售網絡轉售產品。我們對分銷商的定價政策並無控制權。除深圳、北京及上海(即分銷商B、E及F)的分銷商基於彼等各自的營運性質可能擁有更深遠的地區伸延及影響力外，董事相信我們各分銷商的零售分銷網絡主要局限於彼等的當地城市。於最後可行日期，有兩間位於上海及一間位於成都的零售店，由我們一名分銷商(即下文披露的分銷商A)經營。作為營銷策略的一部分，我們允許以往的中國分銷商免費使用我們的品牌名稱／商標經營其零售店。

另一方面，我們認為我們中國分銷商之間互相蠶食的機會不大，因為我們盡量有策略地挑選位於中國不同城市的分銷商，加上中國市場非常龐大，毋須考慮互相蠶食的影響。至於若干在中國同一城市鄰近地區經營的中國分銷商，我們確保避免彼等互相嚴重蠶食。舉例而言，於往績期間就我們兩名在上海鄰近地區經營零售店的中國分銷商，其中一名主要於零售店陳列瓷磚產品(即分銷商C)，而另一名則主要於各自的零售店陳列衛浴潔具(即分銷商A)。

我們於分銷商交付產品予指定地點，且其未售商品不能退還予我們時確認向分銷商作出的銷售。分銷銷售主要以銀行轉賬及/或現金存款結算。

於截至二零一八年三月三十一日止四個年度，向中國分銷商的銷售分別產生約5.1百萬港元、30.8百萬港元、18.3百萬港元及23.7百萬港元，佔總收益分別約2.9%、15.3%、9.9%及12.5%。

我們根據多項標準選擇分銷商，包括但不限於分銷商在市場銷售高端歐洲瓷磚及衛浴潔具方面的經驗、客戶管理能力、分銷商財務狀況及目標市場的資源分配、其信譽水平及是否擁有相關執照。

業 務

下表載列往績期間及直至最後可行日期中國分銷商數目變動：

	截至三月三十一日止年度				於 二零一八年 三月三十一日 後及直至最後 可行日期
	二零一五年	二零一六年	二零一七年	二零一八年	
於年/期初之總數	3	6	6	6	3
增添	3	—	1	—	1
終止 ⁽¹⁾	—	—	(1)	(3)	—
於年/期末之總數	<u>6</u>	<u>6</u>	<u>6</u>	<u>3</u>	<u>4</u>

附註：

- (1) 誠如董事告知，分銷商D的擁有人於二零一六年八月前後自行終止其業務，以追求其他個人發展。面對該終止，我們自二零一六年九月起於同區與分銷商G合作。分銷商C及分銷商G其後分別於二零一七年十月及九月終止其與我們的分銷協議。誠如董事所告知，分銷商C的擁有人自行終止分銷協議，因為彼決定退休及停業，而分銷商G的擁有人認為客戶對我們獨家瓷磚產品的需求未能符合彼の期望，因此決定於分銷協議在關鍵時間屆滿時，不再重續，待進一步觀察我們瓷磚產品的銷售表現後再作決定。其後，分銷商G仍然有向我們作出採購，但並無簽署分銷協議，因為其擁有人正觀察我們產品的銷售趨勢。另一方面，由於我們有意與分銷商G保持關係，以期於不久將來重續分銷協議，即使分銷協議已在關鍵時間屆滿且尚未重續，我們繼續向分銷商G作出銷售。於二零一八年四月，分銷商G將其與我們的分銷協議延長一年。與分銷商F的分銷協議於二零一七年十二月屆滿後未獲重續，因分銷商F在二零一七年的銷售貢獻不大。

業 務

於最後可行日期，我們於中國擁有四名分銷商，彼等向我們採購瓷磚及衛浴潔具。下表載列分銷商的背景(據董事所深知)及我們與分銷商的業務關係，包括於最後可行日期已終止其業務的分銷商C及D，以及已終止其與我們的分銷協議的分銷商F。

分銷商名稱	主要向我們採購的產品	業務範疇 ⁽¹⁾	營運規模及店舖/業務地址 ⁽¹⁾	分銷商使用我們的品牌名稱/商標	與本集團的業務關係
分銷商A	瓷磚及衛浴潔具	瓷磚零售及建材及衛浴潔具批發及零售	三間零售店： (i) 上海徐匯區 (ii) 上海徐匯區 (iii) 成都金牛區	不適用 ⁽²⁾ 是 ⁽⁶⁾ 不適用 ⁽²⁾	由二零一五年三月開始
分銷商B	瓷磚	建材及瓷磚銷售	於深圳羅湖區的業務	不適用 ⁽³⁾	由二零一一年四月開始
分銷商C	瓷磚	建材、陶瓷產品及衛浴潔具零售	於上海徐匯區的一間零售店	是 ⁽⁶⁾	由二零一五年二月開始及直至二零一七年十月
分銷商D	瓷磚	瓷磚零售	於廣州天河區的一間零售店	是 ⁽⁶⁾	由二零一二年十二月開始及直至二零一六年八月
分銷商E	瓷磚及衛浴潔具	室內設計及建材銷售	於北京朝陽區的業務	不適用 ⁽⁴⁾	由二零一四年七月開始
分銷商F	瓷磚及衛浴潔具	樓宇翻新材料、衛浴潔具及家居用品銷售	於上海徐匯區的業務	不適用 ⁽⁵⁾	由二零一二年十二月開始及直至二零一七年十二月
分銷商G	瓷磚	建築及裝修材料零售及批發；傢俬零售及設計	於廣州天河區的一間零售店	是 ⁽⁶⁾	由二零一六年九月開始

附註：

- (1) 資料乃根據我們所知而提供。
- (2) 分銷商A的上海及成都店舖不以我們的品牌名稱/商標經營。
- (3) 分銷商B並無經營零售店。其按項目基準承接翻新工程及供應建材和瓷磚予終端用家客戶。據董事所深知及確信，分銷商B的擁有人為分銷商A的擁有人的兒子。
- (4) 分銷商E並無經營零售店。其按批發基準銷售其產品。
- (5) 於我們業務關係期間，分銷商F曾於上海徐匯區使用我們的品牌名稱/商標經營一間零售店，該店舖關閉後，其從事瓷磚及衛浴潔具的批發。
- (6) 本文件附錄四「法定及一般資料—B.業務資料—2.本集團的知識產權」所披露的我們的品牌名稱/商標(根據商標轉讓申請編號7172563)，由我們目前/以往的分銷商使用。

業 務

除分銷商A的成都店因我們於截至二零一七年及二零一八年三月三十一日止年度的銷售額並無重大貢獻，而我們尚未與其訂立分銷協議外，我們已與所有現有分銷商訂立書面分銷協議，有關協議於最後可行日期仍然存續。我們的典型分銷協議涵蓋以下重要範疇：

- 年期。協議通常為期一年。倘訂約方擬重續協議，則訂約方須於原協議屆滿三個月前磋商及訂立新協議。
- 指定銷售區域。協議列明我們各分銷商可轉售我們產品的指定城市。我們不允許分銷商於彼等的指定城市外銷售產品。我們有權就違反該條款終止協議。
- 不競爭。我們的分銷商通常須承諾，不會於協議期限內與本集團之外任何方訂立類似安排。分銷商於協議年期屆滿後一年內亦不得於指定銷售區域從事生產或銷售我們視之為與我們產品競爭的產品(不論其自行或連同其他第三方)。
- 定價。我們一般按我們提供予分銷商的價格清單列明的價格供應產品，而訂價較所報的價格可能有或可能沒有折扣。量購訂單亦可能獲得折扣。
- 最低採購規定。協議並無列明任何最低採購規定或銷售目標。
- 支付條款。我們一般按信貸情況銷售產品，並向大部份分銷商授出120日的信貸期，視乎彼等的信貸歷史及營運規模等多項因素。分銷商須於款項到期該月的最後一個曆日結付尚未償還的貿易應收款項。
- 交付。我們一般負責安排產品由我們倉存設施交付予香港境內分銷商指定的地點。
- 管理手冊。為保護本集團的品牌名稱，分銷商需要恪守有關商標及標誌以及營運系統的管理手冊。我們可在分銷商出現嚴重違規行為時終止協議。
- 退貨。貨品一旦出售後，我們不接納產品退貨。
- 稅項。分銷商須負責支付所有產品關稅、增值稅及進口稅。

業 務

- 終止。倘發生不可抗力事件，致使任何一方皆未能遵守任何協議條款，則訂約方可透過向對方發出不少於60日的書面通知，終止有關協議。此外，倘任何一方違反協議而未能於接獲非違約方發出要求違約方修正或補償的書面通知後15日內作出修正，則非違約方可透過向違約方發出書面通知即時終止協議。

相較於身為終端用家的公司客戶及其通常作出一次性的採購，我們的策略是在銷售條款方面向分銷商提供更高彈性，藉此維持與彼等的良好業務關係。由於我們在探索中國市場方面仍處於發展階段，加上考慮到多數供應商均向我們授出以交付日期起計90日至180日之信貸期，因此我們向分銷商授出120日的信貸期，藉此培育與分銷商的長期業務合作關係。

由於分銷協議的條款訂明產品售出後我們概不接納退貨，故即使分銷協議屆滿或終止，我們亦不會要求或接受分銷商退回未售出的存貨。誠如董事確認，本集團於往績期間並無任何未出售貨品被分銷商退回。

於往績期間及直至最後可行日期，我們對分銷商概無擁有權或管理控制權。就董事所深知，於往績期間及截至最後可行日期，我們所有分銷商均為獨立第三方。除上文所述的業務關係外，除了(i)分銷商D為本集團之前僱員所擁有；(ii)分銷商E的一名董事李舒先生亦為本集團一間附屬公司的董事及擁有30%權益的少數股東；及(iii)分銷商F的監事為曹先生的堂兄弟外，於往績期間及直至最後可行日期，我們、我們董事、主要股東、高級管理層或我們或彼等的聯繫人與中國分銷商或彼等各自的聯繫人之間概無其他關係(包括家庭或僱傭關係)。據董事所深知，除上文披露者外，我們所有分銷商以往或現在與本集團及我們的關連人士或關聯方均概無任何關係，且亦不曾接受本集團及我們的關連人士或關聯方任何援助(不論在財務或其他方面)。

項目銷售

除透過零售店及分銷商進行銷售後，我們亦按項目基準向主要位於香港及澳門的項目客戶供應瓷磚產品。項目銷售的銷售過程一般涉及於物業開發及翻新項目中負責編製投標文件、競投、提供產品及與工程師、承建商、室內設計公司協調安裝工程。

我們的項目銷售團隊由曹先生帶領，負責項目客戶的項目銷售。當我們得悉可能有新項目時，我們的項目銷售團隊將接觸潛在項目客戶，討論及了解其規格及要求。待潛在項目客戶提出邀請後，我們將提交招標文件連同根據其規格及要求以我們建議

業 務

選用的瓷磚產品(如需要)製作的模擬樣板。我們致力為各項目加入獨特及別樹一幟的元素。我們的項目銷售團隊其後會與潛在項目客戶面談，商討項目細節、我們建議的產品及價格。於中標後，企業客戶將向我們下達採購訂單。

鑑於項目客戶的訂單大小及要求，我們通常須與項目客戶訂立銷售協議。以下為與項目客戶訂立之一般銷售交易的主要條款概要：

- 規格。產品須遵守銷售協議內訂明的一套技術規格及要求。
- 定價。產品以零售價折扣價售予直銷項目客戶。價格包含改進或定製產品(倘適用)的費用。
- 付款及信貸期。我們的項目客戶須於我們交付產品前支付總採購價10%至50%的訂金。我們一般授予項目客戶自交付日期起計30日至60日的信貸期，視乎客戶的名聲及信譽以及銷售訂單的大小而定。
- 交付。我們通常負責交貨至建築地盤或項目客戶指定的其他地點。
- 退貨及換貨。倘若存在任何嚴重的產品瑕疵，則項目客戶可提出退貨或換貨。於往績期間及截至最後可行日期，我們並無項目客戶作出重大退貨及換貨。

其他銷售

其他銷售主要指我們的公司客戶的直接採購，該等客戶先前曾到訪我們的零售店且彼等所要求的規格、數量或折扣因我們的內部銷售及營銷政策而令我們的零售銷售團隊未能提供，因此被轉介至我們總辦事處的销售人員以作跟進。

定價及銷售策略

我們就於零售店售賣的產品設定預定零售價。我們按採購成本另加加成百分比訂定零售價，利潤率乃根據多項因素釐定，包括市況、各個別產品過往及預測之銷售表現，以及個別產品之存貨量。我們亦制定折扣政策，我們相信有關政策符合行內慣例，以確保所給予的折扣與我們的整體銷售策略保持一致。我們的店舖主管獲告知能給予零售客戶銷售折扣的可行範圍。我們的店舖主管及銷售人員可於該範圍內彈性決定給予各零售客戶的特定折扣。我們的店舖主管及銷售人員須嚴格遵從有關政策。

業 務

至於分銷商及項目客戶，我們銷售瓷磚產品時通常會向大批採購的客戶提供預定零售價的折扣減免。

銷售管理及支援團隊

我們的銷售管理及支援團隊在曹先生領導下，負責釐定價格及銷售政策、籌辦營銷及推廣活動，以及實現銷售目標。於最後可行日期，我們的銷售及營銷團隊由50名全職僱員組成。

我們每季及每年為每間零售店制定銷售目標，其根據多項因素釐定，包括該零售店過往每月銷售業績、我們截至該財政年度的整體銷售業績、整體銷售目標、個別零售店的指定產品庫存及有關產品的存貨量、整體市況及季節性因素。除基本薪金外，我們亦嘗試透過表現花紅激勵銷售人員達到每年銷售目標。

產品退貨及保修政策

我們一般不會為已售產品提供保修。然而，實際上，如因送貨時或之後發現所購貨品有瑕疵，我們一般容許零售客戶於合理時間內(通常為交貨後兩週內)將未使用及完好無損的產品退貨或換貨。為藉由客戶口耳相傳的傳宣方式推廣我們的品牌，我們的政策亦容許零售客戶於合理時間內(通常為交付後兩個月內)以售價折讓30%之價格，將若干部分未使用及完好無損的瓷磚產品(並非因有缺陷)向我們退貨，基準為每購買十包可退回一包，惟前提是退貨產品之包裝必須完好無損。於往績期間，客戶退回的貨品(並非因有缺陷)總額分別約為2.1百萬港元、1.3百萬港元、0.8百萬港元及1.1百萬港元。董事確認，於往績期間及截至最後可行日期，我們並無遭遇供應商回收產品事件且我們亦無接獲任何針對我們提出的重大產品責任索償。

季節性

我們的銷售業績受季節性因素影響。季節性波動一直並可能持續對我們的業務造成影響。我們的銷售額通常於夏季(六月、七月及八月)達致高峰，而於元旦及農曆新年則普遍較低，因為於該段期間之住宅及商業樓宇裝修及物業建造項目較少。因此，我們於一月及二月通常錄得較少銷售額。

業 務

客戶

我們的客戶包括零售客戶、項目客戶、分銷商及公司客戶。截至二零一八年三月三十一日止四個年度各年，我們分別約87.7%、73.0%、79.4%及75.6%收益源自零售客戶的銷售。

- 我們的零售客戶指我們於零售店直接向彼等銷售瓷磚及衛浴潔具的客戶。我們的零售客戶多數為業主／出租人。我們相信我們向業主／出租人作出的銷售大部分屬非經常性質，因為我們明白，基於我們的產品性質，大部分業主／出租人每隔數年才會購買瓷磚及衛浴潔具。
- 我們的項目客戶主要為香港及澳門的主要物業發展商、室內設計公司及建築承建商，彼等按項目向我們採購瓷磚產品，以進行大型物業發展項目以及住宅及商用物業裝修項目。
- 我們的分銷商一般為中國的瓷磚及衛浴潔具零售商及貿易商，彼等向我們採購產品並於彼等的零售店或透過彼等於中國國內的銷售網絡轉售。於最後可行日期，我們有四名分銷商與我們維持了約二至七年的業務關係，彼等的零售店位於上海、廣州及成都。
- 我們的公司客戶指直接採購客戶，彼等先前曾到訪我們的零售店且彼等所要求的規格、數量或折扣因我們的內部銷售及營銷政策而令我們的零售銷售團隊未能提供，因此被轉介至我們總辦事處的銷售人員以作跟進。

於截至二零一八年三月三十一日止四個年度各年，我們的五大客戶為獨立第三方，分別佔我們的總收益約5.6%、16.2%、13.3%及21.0%。於相同財政年度／期間，最大客戶分別佔我們的總收益約1.8%、6.1%、3.9%及7.8%。

下表載列往績期間五大客戶的背景及我們與彼等的業務關係。

截至二零一五年三月三十一日止年度

客戶名稱	背景	年內主要產品供應	業務關係開展年份	佔總銷售百分比
客戶A	房地產代理公司	瓷磚	二零一四年	1.8%
分銷商D	瓷磚零售商	瓷磚	二零一二年	1.1%
分銷商A及分銷商B	瓷磚零售商及建材及衛浴潔具批發商及零售商；及建材及瓷磚賣家	瓷磚	二零一一年	0.9%
客戶B	裝修及翻新承建商	瓷磚	二零一二年	0.9%
客戶C	建築承建商及物業發展商	瓷磚	二零一三年	0.8%

業 務

截至二零一六年三月三十一日止年度

客戶名稱	背景	年內主要產品供應	業務關係開展年份	佔總銷售百分比
分銷商A及分銷商B	瓷磚零售商及建材及衛浴潔具批發商及零售商；及建材及瓷磚賣家	瓷磚	二零一一年	6.1%
分銷商C	建材、陶瓷產品及衛浴潔具零售商	瓷磚	二零一五年	3.3%
分銷商D	瓷磚零售商	瓷磚	二零一二年	3.2%
分銷商E	室內設計師及建材賣家	瓷磚	二零一四年	2.7%
客戶D	樓宇建築承建商及土木工程服務承包商	瓷磚	二零一四年	0.9%

截至二零一七年三月三十一日止年度

客戶名稱	背景	期內主要產品供應	業務關係開展年份	佔總銷售百分比
分銷商A及分銷商B	瓷磚零售商及建材及衛浴潔具批發商及零售商；及建材及瓷磚賣家	瓷磚	二零一一年	3.9%
客戶E	物業項目的裝修承建商擁有的公司	瓷磚	二零一六年	2.9%
客戶F	住宅及酒店項目裝修承建商	瓷磚	二零一三年	2.6%
分銷商E	室內設計師及建材賣家	瓷磚	二零一四年	2.4%
分銷商C	建材、陶瓷產品及衛浴潔具零售商	瓷磚	二零一五年	1.5%

截至二零一八年三月三十一日止年度

客戶名稱	背景	期內主要產品供應	業務關係開展年份	佔總銷售百分比
分銷商A及分銷商B	瓷磚零售商及建材及衛浴潔具批發商及零售商；及建材及瓷磚賣家	瓷磚	二零一一年	7.8%
客戶G	物業項目裝修承建商	瓷磚	二零一六年	6.9%
分銷商E	室內設計師及建材賣家	瓷磚	二零一四年	3.5%
客戶E	由物業項目裝修承建商擁有的公司	瓷磚	二零一六年	1.7%
分銷商G	建築及裝修材料零售商及批發商；傢私零售商及設計師	瓷磚	二零一六年	1.1%

據董事經合理查詢後所深知及確信，於往績期間，我們的董事、彼等各自的緊密聯繫人或任何股東(據董事所知擁有我們的已發行股本5%以上)概無於我們的任何五大客戶中擁有任何權益。

業 務

供應商及採購

向供應商採購

我們的瓷磚及衛浴潔具乃主要向意大利及西班牙製造商採購。自我們於二零零一年開設首間零售店起，我們逐步擴展供應商網絡。於最後可行日期，我們的採購網絡合共包括逾60名瓷磚供應商及衛浴潔具供應商。

我們挑選瓷磚及衛浴潔具供應商時基於多個因素，包括彼等於行業的聲譽、品質及標準、交付可靠性、獨家權及價格。我們主要瓷磚供應商大部分已獲得ISO 9001：2008證書(品質管理系統)及ISO 10545證書(瓷磚標準及品質)，同時獲得CE標籤，證明其符合歐洲經濟區規定。為表明產品屬於保持生態可持續性及環保，我們主要瓷磚供應商大部分亦已取得歐盟環保標籤(Ecolabel)、美國綠建築協會認證及ISO 14001(環境管理)等證書。

我們並無依賴任何單一供應商，因為我們擁有廣泛的供應商網絡。由於瓷磚行業極易受市場趨勢及客戶喜好變化的影響，我們致力不斷採購新產品，而我們通常不時會向不同供應商採購。除與若干主要供應商訂立獨家分銷協議外，我們一般不會與供應商訂立任何長期協議。產品的採購價格乃經供應商與我們經參考供應商的批發價及我們的採購量而協定。一般而言，我們大部分供應商會根據採購訂單給予我們信貸期，約為交付日期後90至180天。

為了管理我們的存貨水平，我們於適當時間向供應商下達適當數量的採購訂單，就此我們的銷售團隊將根據銷售預測(一般根據以往銷售數字及預測市場趨勢釐定)估計將向供應商訂購的產品數量，並提呈管理層批准，然後方才下達任何採購訂單。我們的SAP系統為我們提供瓷磚及衛浴潔具的銷售資料、存貨水平及各零售店的銷售數據。我們亦不時諮詢供應商關於彼等的現有存貨以及瓷磚及衛浴潔具的交付時間。

於往績期間，我們並無遇到任何瓷磚產品或衛浴潔具重大缺貨或延遲供貨。

業 務

外匯波動

由於我們的產品採購主要以歐元計價，同時收取港元銷售收益，我們於日常業務營運過程中須承受外幣匯兌波動。我們的採購付款多數透過電匯及票據融資方式以歐元支付。外匯波動由我們承擔。於往績期間，我們就截至二零一五年及二零一七年三月三十一日止年度分別錄得匯兌收益淨額約8.8百萬港元及1.8百萬港元，而就截至二零一六年及二零一八年三月三十一日止年度則錄得匯兌虧損淨額分別約1.9百萬港元及4.8百萬港元。我們認為往績期間的歐元整體走勢下跌，故我們向歐洲供應商的採購對已售存貨成本產生整體有利效應。

雖然外匯波動可能對整體業務營運及財務表現造成重大影響，惟我們認為我們仍能夠根據定價策略賺得高產品利潤率。據此，我們目前並無外幣對沖政策。我們密切留意外幣匯率變動及定期審視外匯風險承擔淨值，以管理外幣風險。一旦情況發生任何變化及我們認為所承受的外幣風險增加，我們將實施必要的措施和政策以管理該等風險，例如日後訂立外幣對沖交易。

獨家分銷權

視乎最低銷售目標金額及我們就市場對品牌和產品接受性的評估，我們可能與供應商訂立獨家分銷協議。於最後可行日期，我們與意大利及西班牙瓷磚及衛浴潔具製造商／品牌擁有人訂立十一份現存獨家分銷協議。我們與供應商的常見獨家分銷協議的主要方面載列如下。

- 期限。協議期限通常為一至五年。
- 獨家性。我們的供應商一般向我們授出獨家分銷權，以於香港、澳門及／或中國部分或全部地區的零售或項目業務銷售其產品。
- 銷售目標。我們於大部分協議訂立年度銷售目標。倘指定銷售目標未能達成，供應商有權終止協議。
- 定價。產品按供應商的價目表上所載價格(無論是否有折扣)供應予我們。
- 終止。根據協議條款，訂約雙方其中一方(i)可向另一方發出或不發出通知；及／或(ii)因另一方違反協議任何條款而終止協議。
- 產品退貨安排。概無就於協議屆滿及／或終止後向供應商退貨的明確安排。

業 務

- 使用知識產權。若干協議列明有關我們使用供應商的知識產權作為我們銷售及宣傳用途的陳列品的指引和限制，例如商標及標誌。

由於我們於獨家分銷協議期限內購買的產品所有權已轉移至本集團，以及鑑於獨家分銷協議並無訂明於獨家分銷權屆滿或終止後禁止我們售賣未售出的存貨，即使該等獨家分銷權已屆滿或終止，我們仍可售賣任何未售出的存貨。除獨家分銷權外，我們一般根據經營需求不時向供應商下訂單。

主要供應商

於截至二零一八年三月三十一日止四個年度各年，我們的五大供應商均為瓷磚製造商，亦為獨立第三方，合共分別佔我們採購總額約56.3%、59.5%、53.6%及56.3%。於相同財政年度／期間，最大供應商分別佔我們採購總額約24.0%、26.5%、21.1%及23.5%。於我們五名最大供應商中，供應商A、B及D(定義見下文)已與我們訂立於最後可行日期仍有效的獨家分銷協議。

下表載列我們於往績期間五大供應商的背景及我們與彼等的業務關係，五大供應商的主要業務活動為製造及供應瓷磚。

截至二零一五年三月三十一日止年度

供應商名稱	背景	業務關係 開展年份	佔總採購 百分比
供應商A	意大利瓷磚製造商， 分銷網絡遍及全球	二零零二年	24.0%
供應商B	意大利瓷磚製造商， 銷售網絡遍及全球	二零零六年	17.8%
供應商C	意大利瓷磚製造商， 銷售網絡遍及全球	二零零六年	6.4%
供應商D	意大利瓷磚及浴室 用具製造商	二零零八年	4.8%
供應商E	意大利陶瓷、衛浴潔具 及化學品成份製造商	二零一二年	3.3%

業 務

截至二零一六年三月三十一日止年度

供應商名稱	背景	業務關係 開展年份	佔總採購 百分比
供應商A	意大利瓷磚製造商， 分銷網絡遍及全球	二零零二年	26.5%
供應商B	意大利瓷磚製造商， 銷售網絡遍及全球	二零零六年	13.3%
供應商C	意大利瓷磚製造商， 銷售網絡遍及全球	二零零六年	7.7%
供應商F	西班牙瓷磚製造商， 分銷網絡遍及全球	二零零六年	7.6%
供應商G	意大利瓷磚製造商	二零一零年	4.4%

截至二零一七年三月三十一日止年度

供應商名稱	背景	業務關係 開展年份	佔總採購 百分比
供應商A	意大利瓷磚製造商， 分銷網絡遍及全球	二零零二年	21.1%
供應商H	意大利瓷磚製造商	二零零六年	10.0%
供應商B	意大利瓷磚製造商， 銷售網絡遍及全球	二零零六年	9.4%
供應商E	意大利陶瓷、衛浴潔具 及化學品成份製造商	二零一二年	8.0%
供應商I	意大利瓷磚製造商	二零一零年	5.1%

業 務

截至二零一八年三月三十一日止年度

供應商名稱	背景	業務關係 開展年份	佔總採購 百分比
供應商A	意大利瓷磚製造商， 分銷網絡遍及全球	二零零二年	23.5%
供應商J	意大利瓷磚製造商	二零一零年	9.2%
供應商B	意大利瓷磚製造商， 銷售網絡遍及全球	二零零六年	8.5%
供應商E	意大利陶瓷、衛浴潔具 及化學品成份製造商	二零一二年	7.7%
供應商K	意大利瓷磚製造商	二零一四年	6.3%

據董事作出一切合理查詢後所深知及確信，於往績期間，概無董事、彼等各自之緊密聯繫人或任何股東(據董事所知擁有我們已發行股本5%以上者)擁有我們五大供應商之任何權益。

運輸及物流

供應商交付貨品

我們的供應商負責用紙箱包裝產品，並裝載貨物備妥透過船運向我們交付貨品。視乎貨運條款，我們將負責安排貨運代理公司交收供應商的貨運產品並運往香港。於貨品運抵香港後，我們之後會安排物流公司交收貨品，並從貨運代理公司的香港倉庫運往我們的儲存設施。

向客戶交付貨品

除非客戶到我們零售店內取貨，否則我們一般會交付產品予香港零售客戶指定的地點。憑藉大量存貨，我們一般能夠於購貨後兩日內向客戶交付產品。我們通常按指定時間向分銷商及項目客戶交付產品。就向項目客戶銷售而言，我們會將產品送往項目客戶的所在地或彼等指定的地點，例如建築地盤。就向中國分銷商銷售而言，我們一般透過分銷商將產品交付至香港指定地點。

我們與兩間以上的物流服務供應商維持穩定的合作關係，以將我們的產品交付予客戶。我們並無依賴任何單一物流公司，因為我們可於市場上很容易找到另一間物流公司。據董事作出一切合理查詢後所深知及確信，我們於往績期間委聘的所有物流服務供應商均為獨立第三方。

業 務

企業資源規劃系統

我們已實施SAP系統，其與我們全線零售店內安裝的銷售點系統整合，據此可從我們辦事處查閱實時銷售資訊。SAP系統屬於企業資源規劃系統的一種，為用戶提供實時商務應用，我們相信這有助我們在以下方面提升整體營運效率及業務發展：

最新銷售資料 — 我們的銷售人員於進行每宗銷售交易時均需輸入銷售資料，包括已售產品種類、已售貨品數量、價格、付款資料及送貨資料；

實時查閱 — 我們的全體管理人員、後勤員工及銷售人員均可實時查閱所有產品的存貨量以及有關已售產品的物流數據；

存貨及物流規劃 — SAP系統讓我們取得存貨量的最新資料及變動，有助我們更有把握及有效規劃我們的採購及物流工作；

制定業務規劃 — SAP系統讓我們對近期客戶喜好及潮流進行分析，有助我們制定業務規劃，並能適時和有效地作出調整。

現金管理

客戶主要於零售店舖透過信用卡或電子付款作出付款，因此我們零售店每日處理的現金有限。雖然如此，我們已就現金管理實施簡易內部程序。每間零售店的銷售人員均需將每宗銷售交易的詳情輸入我們的銷售點系統，使所有日常交易均有記錄及總公司可監察有關交易。每間零售店的店舖主管負責每日於營業日結束時點算現金。收取的現金將於下一個工作日或之前由一名銷售員工存入銀行，而我們的會計部將以信用卡及電子付款核對存入現金的入數紙及銷售記錄。所有相關的付款證明及銀行存款收據均遞交至我們的會計部以作覆查。

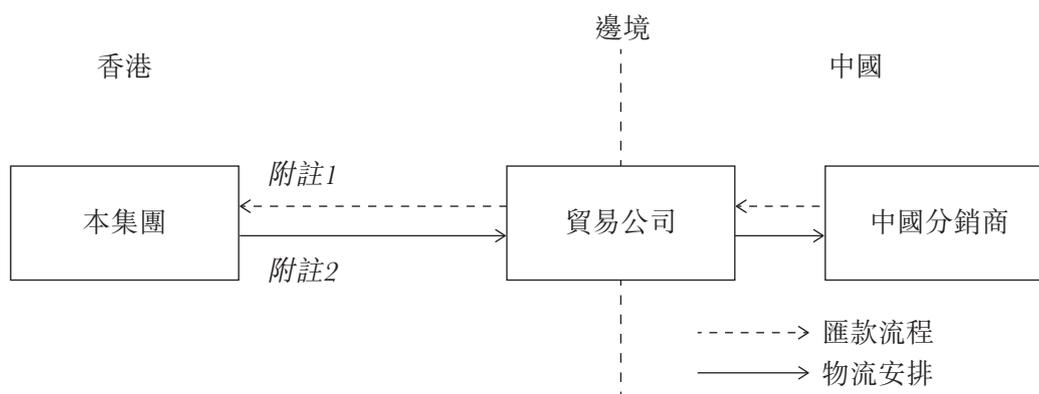
我們的董事確認，於往績期間並無注意到有任何因不當處理現金及信用卡銷售而導致的重大損失，亦無注意到有任何員工、顧客或其他相關第三方重大挪用或盜取現金。

業 務

透過一間中國貿易公司與中國分銷商的跨境貿易結算

於往績期間，中國分銷商委聘一間貿易公司結算彼等結欠我們的貿易應付款項，該公司為獨立第三方，主要在中國從事進口貿易代理業務，並向中國商務部註冊為對外貿易經營者（「貿易公司」），以加快結算與我們的進口貿易交易（「跨境貿易結算」）。根據Ipsos，針對該類安排，中國本地公司通常的方式為委聘外國貿易經營商。更多詳情，請參閱「行業概覽—香港進口瓷磚零售行業競爭分析」。

跨境貿易結算的一般工作流程



附註1：於往績期間，貿易公司負責代表中國分銷商向本集團進行銷售所得款項匯款。

附註2：於往績期間，貿易公司一般負責安排(i)透過貿易公司的物流團隊於指定地點收貨；及(ii)海關清關。

中國分銷商就彼等向我們採購進口瓷磚及衛浴潔具至中國委聘貿易公司提供跨境物流服務。貿易公司接獲中國分銷商的指示及銷售所得款項後，透過申請將資金自其中國銀行賬戶轉移至我們的香港賬戶，安排向我們匯寄銷售所得款項。貿易公司確認於轉賬申請過程中已提供及披露進口貿易的相關詳情(包括與中國分銷商的分銷協議及所涉及交易方的身份)予匯款銀行。於往績期間，我們接獲的結算款項貨幣乃以人民幣或港元計值。由二零一六年一月開始，我們僅接受以港元計值的結算款項。

業 務

與中國分銷商的跨境貿易結算安排的理由

根據行業報告，就中國的跨境交易而言，中國本地公司通常的方式為尋找外國貿易經營商，其為具有資格可從事外國貿易業務的註冊公司，以代表本地公司於跨境交易中進口／出口商品及處理付款事宜。據董事所深知及確信，(i)於往績期間，中國分銷商為於中國成立的實體，在香港並無銀行賬戶以供結算上述貿易應付款項。故此，中國分銷商倚賴身為外國貿易經營商的貿易公司向我們支付結算款項；及(ii)於往績期間及直至最後可行日期，與中國分銷商或貿易公司的跨境貿易結算概無存在任何糾紛。

與跨境貿易結算有關的法律涵義

經審閱(i)來自本公司、貿易公司及中國分銷商的確認；(ii)本公司與中國分銷商之間的分銷協議；及(iii)跨境匯款文件，並假設匯款銀行已根據適用中國法律及法規正式履行其相關職責及採取所需步驟，中國法律顧問認為透過跨境結算收取貿易應付所得款項不會違反任何中國法律、規則及法規。

市場營銷及推廣

我們認為，鑑於瓷磚及衛浴潔具性質，零售客戶一般偏好親臨零售店舖選購產品。然而，我們亦深明市場營銷及推廣對業務增長的重要性，故此已採納以下瓷磚及衛浴潔具的市場營銷及推廣策略：

陳列室展示

我們認為實店購物體驗是吸引及刺激客戶購買的主要渠道。我們十分重視各間零售店的設計及產品佈置。我們的各間零售店針對不同喜好及規格的不同客戶群而展示不同的瓷磚組合。我們的各間零售店的室內間隔是根據我們為各店採用的產品組合及款式而精心佈置。為提高我們產品的吸引力，我們亦在部分零售店設置已粉飾的浴室模型以展示產品，讓客戶感受我們的產品在現實生活環境的狀態。我們相信，我們的陳列室展示可大大提高消費者對產品的體驗，此並非單靠媒體市場營銷活動能做到的，因此也是我們的成功之道。

市場營銷材料

客戶可於我們零售店查閱供應商的產品目錄以作參考。對於項目客戶，我們亦會特製資料夾，載列我們推薦的產品組合以及產品規格。

業 務

社交網絡

我們為大部分零售店開立Facebook專頁，定期上載我們的新品照片以推廣新產品。

由於我們的市場營銷著重於各間零售店的設計及產品佈置，以提高客戶的實店購物體驗，我們產生的廣告及宣傳開支金額極微。

就項目客戶的營銷

當我們知悉有新潛在項目時，我們的項目銷售團隊會與潛在項目客戶接洽，以討論及了解彼等的規格及要求。應潛在項目客戶的邀請，我們會遞交招標文件，連同根據我們按照彼等的規格及要求建議的瓷磚產品選擇(如有需要)所製作的模擬型號。我們致力為每個項目帶來獨一無二的元素。之後項目銷售團隊會與潛在項目客戶會面，以討論有關項目的細節，我們推薦的產品和其價格。

分銷商的營銷

我們參與各項營銷及宣傳活動，以加強中國的分銷銷售，例如透過出席展覽、寄發產品樣本以供於分銷商的零售店陳列之用及允許若干分銷商在中國經營使用我們的品牌名稱／商標零售店，宣傳我們獨家瓷磚及衛浴潔具。

品質監控

基於進口瓷磚及衛浴潔具的性質使然，我們依賴供應商的品質監控。我們主要瓷磚供應商大部分已獲得ISO 9001：2008品質管理系統證書及ISO 10545瓷磚標準及品質證書，同時獲得CE標籤，證明其符合歐洲經濟區規定。為表明產品屬於保持生態可持續性及環保，我們主要瓷磚供應商大部分亦已取得歐盟環保標籤(Ecolabel)、美國綠建築協會認證及ISO 14001環境管理等證書。

瓷磚及衛浴潔具運抵倉庫時，我們的品質監控團隊將會按我們下達的相關採購訂單所載之規格檢查產品，然後對以紙盒獨立包裝的產品進行目測，作為產品品質樣板檢查。當發現任何明顯瑕疵，我們會即時聯絡相關供應商，以就有關產品的退貨或換貨達成彼此同意的機制。董事確認，於往績期間，我們並無遇到任何嚴重的供應商交付的次貨事件。

業 務

我們將產品交付客戶前，我們的品質監控團隊會以目測方式進行產品樣板檢查。我們並無為已售產品提供保證期，然而，實際上，倘客戶在交付時或之後發現瑕疵，我們一般容許零售客戶在合理時間內(通常為交付後兩週內)，退回或更換其未使用及無污漬的貨品。為藉由客戶口耳相傳的宣傳方式推廣我們的品牌，我們的政策亦容許零售客戶於合理時間內(通常為交付後兩個月內)以售價折讓30%之價格，向我們退回若干部分未使用及完好無損的瓷磚產品(非因瑕疵)，基準為每購買十包可退回一包，惟前提是退貨產品之包裝必須完好無損。

存貨

我們的存貨包括瓷磚及衛浴潔具，全部均存放在我們的倉儲設施。我們的SAP系統跟我們已在所有零售店舖安裝的銷售點系統整合，據此我們辦公室可查閱零售店的實時銷售資訊，協助我們管理存貨。當瓷磚及衛浴潔具運抵倉庫，我們會將所有相關數據輸入SAP系統，包括品牌名稱、產品系列、規模、數量及單位採購價。我們各零售店的銷售人員須於進行銷售交易時輸入銷售資料，包括已售產品類別、已售產品數量、價格、付款資料及交付資料。同樣地，我們的項目銷售團隊須提供與項目客戶完成之所有銷售交易的銷售資料以供我們的負責員工進行相關資料存檔。SAP系統可讓我們監察及獲得存貨量及變動的最新資訊。曹先生將與銷售經理會面，平均最少每月一次，以商討銷售表現及存貨水平。為確保存貨資料的準確性，我們每年進行一次倉庫盤點。

於往績期間，我們的平均存貨周轉日數分別約為307.5日、377.0日、433.5日及416.0日。

透過定期監察存貨周轉情況，我們認為，我們可根據最新市場資訊適當地調整我們的產品組合，以掌握客戶喜好，我們亦可能採取不同的營銷策略，以加快滯銷貨品的銷售。我們制定存貨撥備政策，會計部門每年會編製存貨賬齡分析，而董事將評估是否有跡象表示存貨的可變現淨值跌至低於其各自成本，其中考慮多項因素，包括但不限於(i)採購成本；(ii)類似產品的近期售價；(iii)市場狀況；及(iv)我們的定價政策。倘有跡象表示存貨的可變現淨值跌至低於成本，我們將參考前述因素以釐定相關存貨的可變現淨值及就差額作出相應撥備。於往績期間及直至最後可行日期，我們並未就本集團任何存貨計提任何撥備，因為並無跡象顯示存貨的可變現淨值跌至低於其相關採購成本。為確保我們維持良好的存貨控制及現金流量，我們採納靈活定價策略及不時審閱該策略，其中計及我們的存貨結餘及存貨賬齡。

業 務

獎項

作為我們成功的明證，Confindustria Ceramica於二零一五年九月根據多項準則的評審，包括公司歷史、多年來所展現的能力及專業水平，以及為宣傳意大利瓷磚而作的投資，向我們頒授「Ceramica Distributor Award 2015」獎項。根據Ipsos的資料，Confindustria Ceramica為享譽全球的意大利瓷磚及耐熔材料製造商協會。我們是亞太區少數能獲得這項榮譽的瓷磚零售商／分銷商。

競爭

競爭分析

我們所經營的行業競爭極為激烈且頗為分散。根據Ipsos，我們於二零一七年以收益計算，為香港外國製瓷磚零售行業最大的營運商，在香港外國製瓷磚零售市場的市場佔有率則約為27.2%及在整體瓷磚零售行業的佔有率約為17.2%。進口瓷磚零售行業相等於整體瓷磚零售行業，因香港本地並無生產瓷磚，所有瓷磚均由外地進口至香港。根據Ipsos，於二零一八年五月，我們在香港經營的零售店數目最多，擁有最多外國製瓷磚產品品牌。

根據Ipsos，於二零一七年，香港約有40名瓷磚零售商。雖然我們與香港其他瓷磚零售商競爭，但我們相信，在香港瓷磚業內，我們的業務規模及所提供的高端歐洲進口瓷磚產品種類均屬首屈一指。

根據Ipsos，由二零一五年至二零一七年，瓷磚零售市場整體穩定，零售店數目輕微增長。此外，根據Ipsos與行業持份者的訪問，西班牙及意大利瓷磚零售市場於前述期間的競爭更為激烈，原因如下：(i)於中國內地所製造的瓷磚(可作為西班牙及意大利瓷磚的替代)質量有所改善；(ii)中國內地瓷磚的設計及圖樣相較過往種類增加；(iii)更多中國內地瓷磚獲得ISO 9001等證書或獲認可為環保建材；及(iv)中國內地瓷磚通常比西班牙及意大利瓷磚價格更低。因為上述原因，西班牙及意大利瓷磚零售市場或因競爭而受到溫和影響。

業 務

入行門檻

我們認為，外國製瓷磚零售業的入行門檻很高。若要成功在此行業立足，廣大及穩定的供應商網絡、獨家及可靠的優質產品供應、存貨能力、零售店位置、專業的銷售人員、有經驗的管理層均為關鍵要素。憑藉在行內建立已久的領先及知名地位，我們亦相信，我們在產品選擇、定價及信貸等方面的議價能力均勝過大部分競爭對手。我們相信，憑藉我們在瓷磚零售行業豐富的經驗及專業知識、廣泛及穩定的供應商基礎、與供應商建立長期及穩定的關係及信任，以及於香港擁有廣泛的零售網絡，我們具備強大優勢，與現有及新晉競爭對手比拚。

行業前景及我們持續經營的能力

香港物業市場於二零一二年至二零一六年的過往期間錄得下滑。根據差餉物業估價署的資料，住宅物業(包括一手銷售及二手銷售)成交宗數由二零一二年的81,333宗減少至二零一六年的54,701宗，複合年增長率為約-9.4%。成交量及樓價下跌乃主要由於香港政府為壓抑樓市炒賣所採取的監管政策、預計利率會因美國聯邦基金利率上升而增加及香港近期經濟放緩所致。根據Ipsos，然而，於二零一六年底起，住宅物業市場的物業價格攀升及本地成交量回升，上行趨勢於二零一七年持續。根據差餉物業估價署，於二零一七年住宅物業的成交量回升至61,591宗，表示香港物業市場於消化多項政府稅收政策及對物業市場負面預測的所有負面影響後開始上升。

董事認為二零一二年至二零一六年物業市場整治趨勢將不會導致對本公司產品需要大幅減少，從而不會影響本集團業務的可持續性，理由如下：

- 住宅物業市場長遠會因本地終端用家的需求強勁及購買力增加而回暖。根據Ipsos，於二零零五年至二零一六年，住屋供應相對不足，樓價上升，壓抑消費力日益增強的本地終端用家的需求(據二零一八年至二零二一年人均私人消費的預測複合年增長率為3.2%所支持)，且不受打擊物業炒賣及樓市降溫的若干監管措施限制；
- 事實上，於二零一六年底起，住宅物業市場的物業價格攀升及本地成交量回升，上行趨勢於二零一七年持續。舉例而言，於二零一七年，住宅物業(一手及二手)年度成交量相較二零一六年增加約12.6%。預期短至中期內成交量將維持溫和向上趨勢。印證本地終端用家對住宅物業的需求仍然強勁；

業 務

- 由於住宅物業市場於二零一六年底起復甦及上升趨勢於二零一七年持續，Ipsos進一步告知，考慮到本地終端用家的需求及購買力以及香港的經濟前景，於二零一八年至二零二一年預測期間住宅物業市場在成交量方面預期維持於類似水平，或至多面臨輕微波動(據二零一八年至二零二一年預測本地生產總值年度增長率介乎約3.1%至約3.6%)，以及基本假設並無外部衝擊(如金融危機)可能對香港經濟狀況產生潛在影響。此外，香港政府於二零一六年施政報告中預測二零一六年至二零一九/二零年間將推出約87,000個全新私人住屋單位。隨著住宅物業市場復甦，新樓落成及本地居民購買力提升長遠將支持住宅物業市場持續增長；
- 住宅物業成交量只是眾多影響香港瓷磚零售市場增長的因素之一。雖然更多住宅物業買家購置新房或遷入新物業可能會帶動家居裝修及翻新項目增加，推進對瓷磚的需求，住宅物業成交量減少未必一定會嚴重削減香港的瓷磚零售市場的規模；
- 瓷磚零售市場增長或有賴(但不限於)：(i)本地客戶就替換使用中的磨損或陳舊裝飾材料而對家居裝修、改建及翻新材料的需求；(ii)香港政府及私人發展商每年興建的新落成物業，從而帶動就該等新物業對瓷磚的需求，抵銷零售客戶的銷售跌幅；(iii)住宅物業租賃數目穩定，繼而令業主需要翻新彼等的物業，方才出租予租戶，並帶動對更多建材材料(例如瓷磚)的需求。上述因素結合引致進口瓷磚零售行業錄得溫和增長，或會蓋過以往住宅物業成交量下跌所帶來的不利影響；及
- 雖然近期住宅物業市場氣氛審慎，但Ipsos認為，瓷磚零售市場來年將繼續增長。誠如文件「行業概覽」一節所披露，於二零一八年至二零二一年，預測瓷磚進口總值由約125.0百萬美元增加至約130.3百萬美元，複合年增長率約為1.4%。因而預測香港瓷磚零售行業會繼續可持續地發展。物業市場整治趨勢或會影響本集團的業務發展或使本集團的增長放緩，惟將不會導致對本集團產品的需求大幅減少，亦不會影響本集團業務的可持續性。

業 務

此外，我們一直發掘項目銷售及分銷銷售等零售銷售以外的收入來源。截至二零一七年三月三十一日止年度，非零售銷售收益約為37.8百萬港元(佔年內總收益約20.6%)，而截至二零一五年三月三十一日止年度則約為21.4百萬港元(佔年內總收益約12.3%)。截至二零一八年三月三十一日止年度，非零售銷售的收益進一步增加至總收益的約24.4%。因此，我們認為減少依賴零售銷售，在香港住宅物業市場整體經歷衰退時會減低對本集團產品的影響(如有)。

經考慮上述各項後，董事認為物業市場衰退將不會導致對本公司產品需要大幅減少，從而不會影響本集團業務的可持續性。

僱員

按職能劃分的僱員人數

於最後可行日期，我們合共聘有73名全職僱員。下表載列於最後可行日期按職能劃分的僱員人數：

	僱員人數
高級管理層(包括執行董事)	5
財務及會計	4
一般行政	4
採購	2
銷售及營銷	50
品質監控、倉儲及物流	8
	<hr/>
總計	<u><u>73</u></u>

與員工的關係

我們認為我們已與僱員維持友好關係。我們確認我們於往績期間與僱員並無經歷任何嚴重問題或因勞工糾紛而導致業務中斷，且我們在招聘及挽留有經驗員工或技術人員方面亦無遭遇任何重大困難。於往績期間及直至最後可行日期，我們的僱員概無設立工會。

業 務

培訓及招聘政策

我們一般於公開市場招聘僱員。我們持續評估可動用的人力資源，以釐定是否需要額外人手應付業務發展。我們定期為僱員提供各種培訓，以加強彼等的產品知識及深化彼等對行業的洞察力。我們亦為新僱員提供培訓，以向彼等教導我們的內部守則及提高彼等的安全意識。通過我們向僱員提供的培訓，我們擬培養僱員的工作安全意識及提升與每名僱員職責有關的技能。

薪酬政策

我們為僱員提供的薪酬待遇包括基本薪金及花紅。我們根據各僱員的資格、職位及年資釐定僱員的薪金。至於我們的銷售人員，彼等可根據(其中包括)彼等是否符合我們所訂立的每月銷售目標，享有表現掛鈎花紅。

我們根據香港強制性公積金計劃為僱員提供退休福利。

健康工作場所安全、社會及環境事宜

健康工作場所安全

根據《職業安全及健康條例》(香港法例第509章)，僱主須合理可行地確保所有僱員的工作安全及健康。我們認為我們的業務營運已適當考慮工作場所的安全及健康狀況並遵守有關規定。

為了向僱員提供一個安全及健康的工作環境，我們給予營運及倉庫員工的員工手冊列載工作安全守則，例如在零售店發生火警、電力中斷及水災等情況的緊急逃生程序。在適當情況下，我們會張貼警告訊號或通知，提醒員工注意職業安全，特別是在彼等在倉庫執行職務之時。

於往績期間，本集團並無任何涉及僱員的重大安全事件。於往績期間直至最後可行日期，我們概無嚴重違反健康及安全事宜，且我們亦無接獲任何相關政府當局要求罰款、處分、施加特定安全規定或其他特殊情況的通知。

業 務

社會及環境事宜

目前，香港沒有法例規管與輻射排放水平有關的瓷磚產品，而且香港也沒有行業測試標準或基準，為進口商提供輻射保護或安全指引參考。雖然如此，惟我們認為確保我們所出售的瓷磚產品符合安全輻射排放水平是社會責任。因此，我們制定政策不會進口含有對人體有害的放射性物質的瓷磚產品，而我們大部分主要瓷磚供應商已取得環保標籤、LEED認證及ISO 14001有關環境管理等認證。

保險

我們投購各類保險，當中涵蓋(其中包括)我們的資產(包括就我們倉庫或店舖內的存貨的損失或損壞投保，針對(其中包括)火災及爆竊投購的保險。我們亦已投購其他保險，包括僱員補償保險、零售店及辦公室保障保險及公眾責任保險。我們概無就我們的產品購買產品責任保險，因為我們認為，此乃符合市場慣例。我們認為，我們已根據經營需求為資產及存貨投購足夠的保險。於往績期間及截至最後可行日期，我們並無提出或面臨對任何重大的保險索償。

於往績期間，我們支付的保險費用總額分別約為0.2百萬港元、0.3百萬港元、0.3百萬港元及0.3百萬港元。

知識產權

於最後可行日期，我們已於香港註冊兩項商標。我們亦於香港及中國分別申請由曹先生轉讓一個及兩個註冊商標予本集團。我們為一個域名(即rbmsgroup.com)的註冊擁有人。更多詳情請參閱本文件附錄四「法定及一般資料—B.業務資料—2.本集團的知識產權」。

根據我們與歐洲品牌瓷磚及衛浴潔具供應商之間訂立的獨家分銷協議，我們的供應商可授權我們於獨家分銷協議期間使用彼等的知識產權以在經授權地區推廣及銷售瓷磚產品。於二零一四年，一名第三方供應商(「投訴方」)於香港高等法院針對香港俊匯建材提出申索，指其涉及商標侵權、假冒及違反《商品說明條例》(香港法例第362章)第六條。投訴方聲稱香港俊匯建材銷售及營銷未經授權的建築及裝修材料及在零售店內展示附有投訴方商標的標示牌，因而已侵犯投訴方的商標，因為於二零一零年十二月三十一日終止香港俊匯建材擔任投訴方的經授權分銷商的特許後，香港俊匯建材已不得繼續於銷售及營銷建築及裝修材料時使用有關商標(「商標侵權申索」)。投訴方尋求禁止令、下令宣誓交回或銷毀任何印有商標的產品及損害賠償。

業 務

香港俊匯建材以委任書形式獲委任為投訴方產品的香港地區核准經銷商，有效期由二零零五年一月一日至二零零六年一月三十一日（「首次任命」）。誠如香港俊匯建材的董事確認，於首次任命屆滿後，各方在口頭上同意，香港俊匯建材會繼續獲授權銷售尚未售出的存貨（「後續特許」）。經香港俊匯建材的董事確認，各有關方並無達致進一步協議以訂明後續特許的終止日期。雖然投訴方宣稱後續特許已於二零一零年十二月三十一日終止（香港俊匯建材對此作出否定），香港俊匯建材聲稱從未於關鍵時間收到來自投訴方有關該項終止的任何書面或口頭通知。香港俊匯建材只是在二零一三年收到投訴方的法律顧問致函要求香港俊匯建材結束及停止繼續使用投訴方的商標和公司標誌時，方知悉有該項終止。按香港俊匯建材的理解，在與投訴方的核准代理權安排下，香港俊匯建材有權繼續處理或處置任何投訴方產品的剩餘存貨，對使用投訴方的商標和公司標誌以及銷售投訴方的產品亦無任何限制，甚至當有關的核准代理權安排終止後亦然。因此，香港俊匯建材於二零一三年接獲有關其核准代理權安排終止的通知後，仍繼續銷售及營銷投訴方的產品。

於二零一四年八月收到投訴方送出的傳訊令狀後，香港俊匯建材於二零一四年十一月指示法律顧問呈交抗辯書及反申索，以否認及反對投訴方的宣稱，並堅持其繼續銷售剩餘存貨的權利。為尋求以友善方式解決爭議以節省管理層處理法律訴訟的時間及資源，香港俊匯建材與投訴方同意著手調解，並自二零一五年五月以來一直就和解進行磋商。

於二零一六年一月，糾紛雙方按以下條款及條件達成和解：(1)按香港俊匯建材獲法律允許的範圍內，香港俊匯建材有權於二零一六年十二月三十一日前（包括當日）在我們的香港零售店銷售投訴方產品的餘下存貨，售價不得低於若干價格及設有折扣幅度限制；(2)香港俊匯建材須於指定期間內在我們的香港零售店及全部廣告物料（包括展覽陳列品及／或模型）移除所有與投訴方商標有關的餘下標誌；及(3)香港俊匯建材須承諾不會於香港直接或間接投放或協助投放涉及投訴方商標的任何其他廣告材料、標誌或其他材料。於二零一六年一月二十一日，雙方向香港高等法院提交簽署合意令，當中載有上述完整及最終和解條款。

董事維持彼等的立場，即由於香港俊匯建材根據後續特許獲授權銷售尚未售出的存貨，及商標侵權申索僅屬本集團正常業務過程中出現的商業糾紛，而且董事整體上已本著誠實及真誠基於香港俊匯建材的利益行事。雖有投訴方作出的聲稱（遭董事否認），香港俊匯建材亦無違反首次任命或後續特許的任何合約條款。保薦人經考慮上述的事實及情況後認為，商標侵權申索並無顯示我們的董事達不到上市規則第3.08條及3.09條規定的適合程度。

業 務

董事認為商標侵權申索為單獨個別事件，不會對業務營運造成持續不利影響。然而，為減低將來與商標侵權申索類似的潛在商標侵權及／或假冒申索及任何臨時禁制令申請產生的潛在風險，我們已決議採納以下預防措施：

- 我們維持內部記錄，載有與我們的供應商訂立的各份獨家分銷協議的屆滿日期。有關內部記錄由物流及行政經理劉嘉文女士不時編製及審閱，以確保及時與該等我們的供應商就重續展開磋商。有關劉嘉文女士之年資及經驗的進一步詳情，請參閱「董事及高級管理層」一節。
- 我們將於相關獨家分銷協議的屆滿日期前最少一個月與我們的相關供應商展開磋商，以於屆滿後重續協議。我們的主席曹先生負責就重續協議與我們的相關供應商進行磋商。有關曹先生之年資及經驗的進一步詳情，請參閱本文件「董事及高級管理層」一節。
- 我們將適時就可能侵犯第三方擁有的任何知識產權尋求外部法律意見。

董事確認商標侵權申索所涉其餘存貨已於二零一六年十二月三十一日前悉數出售。因此，概無未出售的存貨須根據處理條款銷毀，並須於截至二零一七年三月三十一日止年度的財務報表內撇銷有關存貨。

除上文披露者外，於最後可行日期，我們概不知悉我們特許品牌的知識產權有遭到任何重大侵權。

物業

於最後可行日期，我們並無擁有任何物業。就營運而言，我們就合共19項物業（其中17項用作我們的零售店；一項用作倉儲設施及一項用作辦公室）訂立租賃協議。於最後可行日期，上述租賃物業的詳情載列如下：

物業	年期	樓面面積 (平方呎)	每月 租金開支 (港元)	用途
香港灣仔駱克道284號地下	二零一六年二月十日至 二零一九年二月九日	587	155,000	零售店(RBMS)
香港灣仔駱克道175、177、179、 181、183、185、187、189、 189A及191號京城大廈地下 2號舖	二零一五年十一月一日至 二零一八年十月三十一日	889	206,000	零售店(Fei Concept)

業 務

物業	年期	樓面面積 (平方呎)	每月 租金開支 (港元)	用途
香港灣仔駱克道175、177、179、 181、183、185、187、189、189A 及191號京城大廈地下5號舖 ⁽¹⁾	二零一七年十二月一日至 二零一八年十一月三十日	1,033	210,000	零售店(LS3)
香港灣仔駱克道161、163及165號 恒達大廈地下C號舖	二零一六年二月一日至 二零一九年一月三十一日	760	230,000	零售店(Glamour)
香港灣仔駱克道282號地下	二零一七年三月一日至 二零一九年二月二十八日	1,172	162,500	零售店(Luxe)
香港灣仔駱克道175、177、179、 181、183、185、187、189、189A 及191號京城大廈地下8號舖 ⁽¹⁾	二零一七年十二月一日至二 零一八年十一月三十日	715	210,000	零售店(La Maison)
香港灣仔駱克道308、310及312號 金冠大廈A號舖 ⁽¹⁾	二零一七年十二月一日至二 零一八年十一月三十日	824	200,000	零售店(My Habit)
香港灣仔駱克道175、177、179、 181、183、185、187、189、189A 及191號京城大廈地下7號舖	二零一六年六月一日至二零 一九年五月三十一日	713	225,000	零售店(Muse)
香港灣仔駱克道151號地下B號舖	二零一七年八月七日至 二零二零年八月六日	962	195,500	零售店(Home Savoy)
九龍旺角砵蘭街283-285號 地下B號舖	二零一七年二月十六日至 二零一九年二月十五日	404	175,000	零售店(Tile Concept)
九龍旺角砵蘭街300號地下	二零一六年十二月一日至 二零一八年十一月三十日	642	228,000	零售店(Futura)
九龍旺角砵蘭街286號地下 ⁽¹⁾	二零一七年十二月一日至 二零一八年十一月三十日	702	200,000	零售店(R&B)
九龍旺角砵蘭街338號地下	二零一六年一月三日至 二零一九年一月二日	800	180,000	零售店(Casa 88)

業 務

物業	年期	樓面面積 (平方呎)	每月 租金開支 (港元)	用途
九龍旺角砵蘭街314號 福昌大廈地下	二零一八年五月十八日至 二零二零年五月十七日	960	288,000	零售店(My Shop)
九龍旺角砵蘭街280號地下B號舖 ⁽¹⁾	二零一七年十二月一日至 二零一八年十一月三十日	1,033	280,000	零售店(Dolce Vita)
九龍旺角砵蘭街290號地下	二零一五年九月一日至 二零一八年八月三十一日	581	240,000	零售店(Uptown)
新界元朗合益路30-36號 慶年大樓地下5號舖	二零一七年一月二日至 二零二零年一月一日	1,155	88,000	零售店(Mira)
位於新界元朗白沙山路 丈量約份第119約地段第1256號、 第1258號及第1259號的倉庫	二零一八年八月一日至 二零一九年七月三十一日	22,927	330,000	倉庫
香港灣仔駱克道333號 中國網絡中心50樓	二零一六年十月一日至 二零一九年九月三十日	3,575	174,420	辦公室

附註：(1) 該等物業乃向關聯方租用。

我們認為租賃安排有利於我們的整體業務計劃，因其有助我們減低資本承擔，並讓我們可將資本資源集中於業務及經營。目前，我們並無計劃收購任何物業以供用作零售店。於往績期間，我們的物業租金及相關開支分別約為38.7百萬港元、46.5百萬港元、50.2百萬港元及50.2百萬港元，佔我們的總收益分別約22.3%、23.0%、27.4%及26.3%。

我們已就管理租賃協議採納一項政策。我們的董事及高級管理層負責於現有租賃協議各自的屆滿日期前與業主商討重續有關協議的事宜。於重續零售店的現有租賃協議時，我們會考慮多項因素，包括客流量、零售店的收益表現及租金升幅金額。於最後可行日期，我們擬於屆滿時重續所有有關我們零售店的現有租賃協議。我們的董事確認，於最後可行日期，我們並無收到業主有關我們的零售店不會於現有租賃協議屆滿時重續任何租約的任何指示。

業 務

於最後可行日期，本集團並無就其業務營運擁有任何物業。本集團租賃的物業用作非物業活動(定義見上市規則第5.01(2)條)用途。各租務協議條款按公平原則磋商及按正常商業條款訂立。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，本文件獲豁免遵守有關公司條例附表三第34(2)段公司條例第342(1)(b)條規定載列有關本集團於土地或樓宇所有權益的估值報告的規定。

法律訴訟

於往績期間，除本節「知識產權」一段所披露者外，我們並無牽涉任何重大訴訟、仲裁或申索。董事確認於最後可行日期，我們並無牽涉任何實際尚未了結或可能提出或針對我們的訴訟、仲裁或申索，以致我們的業務、經營業績或財務狀況受到重大不利影響。

法律及監管事項

誠如董事確認，於往績期間，(i)我們已取得於香港經營業務所需之一切適用牌照、許可或證明；及(ii)已在所有重大方面遵守所有香港相關法律及法規以及我們獲政府當局授予相關批文或牌照所載之條款及條件，惟本節「法律違規事項」一段所載違規事件除外。

就最近頒佈的《競爭條例》而言，我們已徵得法律顧問有關該條例對本集團業務經營的適用性的意見。

經考慮《競爭條例》的三柱鼎立——即第一行為守則、第二行為守則和合併守則的監管進路，法律顧問認為，本集團的營運不會被視為在香港反競爭或妨礙、限制或扭曲競爭：

(1) 第一行為守則

第一行為守則禁止一家經營企業(其中包括)訂立或執行其效果是妨礙、限制或扭曲在香港的競爭的協議，或從事具有該等目的或效果的經協調做法。

因(i)本集團一般會就我們的產品在香港與供應商訂立個別採購訂單，而我們並無與供應商訂立具反競爭目的或效果的長期協議；及(ii)本集團並無參與任何協調做法去妨礙、限制或扭曲香港的競爭，法律顧問認為本集團的營運並無違反第一行為守則。

業 務

(2) 第二行為守則

第二行為守則禁止一家在市場上具有相當程度的市場權勢的經營實體藉從事目的或效果是妨礙、限制或扭曲在香港的競爭的行為，而濫用該種權勢。

由於本公司二零一七年於外國製瓷磚零售市場的市場佔有率約有27.2%，而於整體瓷磚零售市場的市場佔有率有17.2%，法律顧問認為，我們甚有可能在外國製瓷磚零售市場獲得較大程度的市場權勢。因此，有關問題在於本集團有否濫用該種相當程度的市場權勢（「濫權行為」）。濫權行為包括：(i)掠奪式定價；(ii)網綁銷售及搭售；(iii)利潤擠壓行為；(iv)拒絕交易；及(v)獨家交易。

獨家交易

就獨家交易而言，第二行為守則規定，將市場上大部分具效率的來料供應商封鎖的安排，其導致競爭對手無法從其他供應商獲取來料，可構成濫權。

本集團在高度競爭及分散的行業中經營。從客戶角度考慮，若本集團大幅提高／已提高八個（或於最後可行日期的十三個）我們已／曾取得獨家分銷權的品牌瓷磚的價格（本集團於最後可行日期共銷售逾60種品牌瓷磚），客戶可十分輕易（並十分可能）選購其他質量和風格類似的品牌，因為市場上有大量不同品牌可供選擇。

根據Ipsos，外國製瓷磚品牌有超過1,000個，但只有約100個品牌輸入香港。競爭對手可輕易就我們沒有獨家分銷權或沒有進口香港的品牌向其他供應商取得進口貨品。因此從競爭對手角度考慮，由於本集團從供應商已／曾取得八個品牌（或於最後可行日期的十三個）的瓷磚產品的獨家分銷權，我們的競爭對手能輕易向其他供應商取得各式各樣質量及風格類似的其他品牌的瓷磚。此外，鑒於市場上有超過1000個瓷磚品牌，我們將不能藉著擁有獨家分銷權而於市場上鎖定大多數具效益的來料供應商。截至二零一八年三月三十一日止四個年度，來自我們已／曾擁有獨家分銷權的八個品牌（或於最後可行日期的十三個）的瓷磚產品的收益分別約為9.6百萬港元、90.7百萬港元、70.7百萬港元及66.6百萬港元，分別佔截至二零一四年、二零一五年、二零一六年及二零一七年香港瓷磚零售行業銷售價值約404.4百萬港元、397.6百萬港元、399.1百萬港元及523.6百萬港元的約2.4%、22.8%、17.7%及12.7%。

業 務

本集團過往和現在均沒有採取任何濫用權勢行為以增加在香港的市場佔有率，或藉收取較高價格或故意削弱產品質量而損害市場，而且我們的競爭對手沒有被拒諸市場門外，從而導致消費者的選擇變得有限。

基於上述因素，及據競爭事務委員會口頭告知，表示第二行為守則並不禁止單獨代理安排(例如就品牌取得獨家分銷權)，法律顧問認為，訂立獨家分銷協議本身不會構成濫權行為。

擴張計劃

誠如法律顧問所述，第二行為守則沒有阻止一家公司佔取市場權勢或藉權勢去增加利潤，而且干犯者必須參與濫權行為，才會違反第二行為守則。儘管本集團擬於二零二一年三月三十一日前在香港增設七間分店的建議擴張計劃，可能會有獲取權勢或借助權勢增加利潤的效果，法律顧問認為，基於本集團並無參與濫權行為，該擴張計劃不會違反第二行為守則。

因此，法律顧問認為，本集團的業務營運並無違反第二行為守則。

(3) 合併守則

由於合併守則目前僅適用於電訊業，法律顧問認為，合併守則對本集團並不適用，因我們並非從事電訊業。

基於上述理由，董事認為我們的業務經營沒有違反最近頒佈的《競爭條例》，而《競爭條例》對本集團業務並無重大不利影響。

我們會實施以下措施，確保我們執行擴張計劃時將遵守《競爭條例》及不作出任何濫權行為：

1. 我們將實施內部指引，規管開設新零售店及訂立獨家分銷協議；
2. 所有有關開設新零售店及訂立獨家分銷協議的建議書均會由執行董事審閱及批准；
3. 我們將就《競爭條例》為所有相關員工提供培訓材料(包括但不限於競爭事務委員會發出的指引)，詳列違反《競爭條例》(特別是構成濫權行為)的行為；及
4. 我們與供應商磋商獨家分銷協議時，倘有任何我們認為並不符合《競爭條例》的條文，我們會諮詢外部法律顧問。

業 務

法律違規事項

下文載列我們於往績期間違反適用法律及法規的事件：

1. 違反政府租契及許可用途

背景

於往績期間，我們佔用及使用位於新界元朗的八項物業，總面積約為50,000平方呎至60,000平方呎（「該等物業」），作為我們存放大部分瓷磚產品及衛浴潔具的倉儲設施。下列載列八項物業的詳情，包括各自的最新有效租期，全部均已屆滿，且我們在其屆滿後並無再續約：

物業	最近的租期	政府租契下的地段指述	分區計劃大綱圖下的許可用途	本集團的用途
物業A(新界元朗白沙村丈量約份第119約地段1302及1303號(部分))	二零一五年四月一日至二零一六年三月三十一日	稻田及早地耕作	住宅	存放瓷磚及衛浴潔具
物業B(新界元朗白沙村丈量約份第119約地段1298號(部分))	二零一五年四月一日至二零一六年三月三十一日	稻田	住宅	存放瓷磚及衛浴潔具
物業C(新界元朗白沙村丈量約份第119約地段1298及1302號(部分))	二零一五年四月一日至二零一六年三月三十一日	稻田	住宅	存放瓷磚及衛浴潔具

業 務

物業	最近的租期	政府租契下的地段指述	分區計劃大綱圖下的許可用途	本集團的用途
物業D(新界元朗白沙村丈量約份第119約地段774A號)	二零一五年四月一日至二零一六年三月三十一日	稻田及早地耕作	未確定	存放瓷磚及衛浴潔具
物業E(新界元朗白沙村丈量約份第119約地段774B號)	二零一五年四月一日至二零一六年三月三十一日	稻田及早地耕作	未確定	存放瓷磚及衛浴潔具
物業F(新界元朗白沙村丈量約份第119約地段774C1號)	二零一五年四月一日至二零一六年三月三十一日	稻田及早地耕作	未確定	存放瓷磚及衛浴潔具
物業G(新界元朗白沙村丈量約份第119約地段784C號)	二零一五年四月一日至二零一六年三月三十一日	稻田	未確定	存放瓷磚及衛浴潔具
物業H(新界元朗白沙村丈量約份第119約地段697及698號)	二零一四年八月十五日至二零一六年八月十四日 (於二零一五年十二月提前終止)	旱地耕作	綠化帶	存放瓷磚及衛浴潔具

經考慮法律顧問的法律意見，我們認為先前將該等物業用作倉庫構成違反(i)政府租契；(ii)分區計劃大綱圖下的許可用途；及(iii)城市規劃條例第21條及23條。

業 務

違規起因

由於董事未有於關鍵時刻就該等物業的租賃安排尋求任何法律意見，我們未能了解佔用該等物業的相關法律風險。於有關時間，本集團總務管理部門的倉務經理負責倉儲設施的租賃安排，包括評估本集團於擴充倉儲設施方面的需要、就新租約和續租與有關業主聯絡，以及執行租賃安排。倉務經理向香港俊匯建材當時的管理層作出匯報。董事確認違規行為皆因在關鍵時刻未取得專業意見所致，並非故意為之。於籌備上市申請過程中方發現違規行為及知會董事。

本集團及董事所承擔的法律後果及最大法律責任

誠如法律顧問告知，可能面對的法律後果如下：

- (i) 由香港地政總署重收土地 — 因違反政府租契及分區計劃大綱圖下的許可用途，香港地政總署可要求地段業權人停止違規。憑其獲賦予的權力，地政總署可強制執行批租條件，向有關地段業權人發警告信著其於指定時限內糾正違規情況。倘地段業權人未能於期限內作出糾正，則地政總署可對該等物業強制執行土地重收權利。政府可對地段業權人提出法律程序以佔管該地段。會就土地重收發出並送達傳票至地段業權人；
- (ii) 城市規劃條例第21條下所負責任 — 根據城市規劃條例第21(1)條，當某發展審批地區的圖則有效時，概無任何人在該發展審批地區進行或繼續發展，除非(a)該發展屬現有用途；(b)該發展根據該發展審批地區的圖則獲許可；或(c)進行發展或繼續發展的許可已根據城市規劃條例第16條授出。根據城市規劃條例第21(2)條，第一次定罪最高可處以500,000港元罰款；
- (iii) 城市規劃條例第23條下所負責任 — 根據城市規劃條例第23(1)條及第23(3)條，香港政府規劃署可向違例發展的地段業權人、佔用人及／或負責人士發出警告通知，要求違例發展應於指定日期前終止或將土地復原。任何人士倘未能遵守警告通知，第一次定罪最高可處以500,000港元罰款，其後未有遵從的每一日可處以50,000港元罰款。
- (iv) 在普通法下的責任 — 地段業權人有權提早終止租賃協議。

業 務

根據香港土地註冊處記錄，香港地政總署已對物業D、E及F的有關業主登記警告函件，規劃署已對物業A、B及C的有關業主登記強制執行通知書，而香港地政總署及香港建築事務監督已先後向物業H其中一名業主發出警告信及命令。於最後可行日期，本集團(為當時的佔用人)並無就有關不合規用途收到相關政府部門的任何通知、函件或命令。

就本集團身為當時的佔用人的潛在責任而言，誠如法律顧問告知，由於本集團事前未有收到規劃署發出的任何警告通知書，故署方因我們使用租賃物業而根據城市規劃條例第21條控告我們的機會很微。

就根據城市規劃條例第23條提出控告而言，誠如董事確認，於最後可行日期，本集團並無接獲就該等物業向本集團發出的通知。法律顧問認為根據城市規劃條例第23條對本集團提出控告的機會很微。

誠如法律顧問進一步告知，由於該等物業的租賃協議已經失效，規劃署因過往的不合規情況而對地段業權人及／或我們提出法律訴訟的機會不大。

有關我們可能因違規事項及搬遷而承受的潛在風險，請參閱本文件「風險因素 — 我們於往績期間租賃的物業不符合政府租契、分區計劃大綱圖及／城市規劃條例的許可使用用途，可能導致我們面對法律訴訟」一節。

所採取的補救／糾正行動及最新狀況

我們知悉與該等物業有關的法律風險後，董事隨即決定終止該等物業的租賃協議，並實行補救計劃，將所有倉儲設施遷至附帶可存放瓷磚及衛浴潔具許可使用用途的物業。

作為應急計劃，於二零一五年十二月二十九日，我們與一名獨立第三方就新界葵涌一號碼頭現代貨箱碼頭一期地下(「特許物業」)的倉儲設施(附帶相關許可使用用途)訂立特許權(「特許權」)，期限由二零一五年十二月二十九日至二零一六年十二月三十一日。根據特許權，我們擁有獨家權利可使用特許物業內最多54,000平方呎的倉儲空間，月租為每平方呎14.9港元，以存放瓷磚及衛浴潔具。特許權列明我們根據特許權應付的租金將根據我們於有關月份內佔用的實際空間計算。考慮到該等物業的相關租賃將於二零一六年三月三十一日屆滿，我們於二零一六年二月執行搬遷計劃，將我們當時所有現有儲存設施從該等物業搬遷至特許物業，以及時糾正該等物業的違規用途。我們最終

業 務

於二零一六年七月當我們再將倉儲設施遷移至向一名關聯方租賃的現有倉庫時使用特許物業的倉儲設施，詳情如下。根據我們於二零一六年三月至七月實際佔用的面積，我們就特許物業承擔的平均月租成本為約0.4百萬港元，而於緊接相關租約終止前，就物業所承擔的月租成本為約0.4百萬港元。

數碼科技中心有限公司(由曹先生及徐女士分別擁有50%)於該等物業同區的鄰近地點擁有一幅土地。據董事表示，數碼科技中心有限公司及若干鄰近土地業主向相關政府部門(更多詳情載於下文)申請於分別由數碼科技中心有限公司及該等鄰近土地的業主擁有的多幅土地(統稱「新土地」)建設倉庫。新土地的政府租契將其列作「稻田」用途，而新土地在分區計劃大綱圖下的許可用途為「未確定」，按該等物業的相同方式限制新土地的用途。

據法律顧問表示，業權人如欲暫時偏離指定土地用途，必須(i)向城市規劃委員會申請城市規劃條例第16條下的准許；及(ii)向地政總署申請短期豁免。若地政總署批准該項申請，會向申請人發出通知書，訂明授出豁免的條款及條件。待達成條款及條件並得到地政總署信納後，申請人將獲授出豁免。假如獲得城市規劃委員會授予城市規劃條例第16條下的准許並獲地政總署授予豁免，業權人可偏離政府租契及分區計劃大綱圖下的指定及許可用途。

曹先生及該等鄰近土地的業主向規劃署(經城市規劃委員會授權)取得城市規劃條例第16條下的准許，並取得地政總署授予新土地註冊擁有人(即數碼科技中心有限公司及該等鄰近土地的業主)的短期豁免。授權期為截至二零一六年七月十五日止三個年度期間。

於最後可行日期，新土地已完成興建一項新儲存物業，建築面積為約23,000平方呎(「新物業」)。數碼科技中心有限公司為其土地的業主及由其他第三方擁有的鄰近土地的承租人，其向我們租賃及分租新土地及新物業。就此而言，我們與數碼科技中心有限公司就自二零一六年八月起租賃新土地及新物業作倉儲設施用途訂立租賃協議。有關租約條款的更多詳情，請參閱「物業」分節。

業 務

2. 二零零四／二零零五年至二零一三／二零一四年評稅年度的額外評稅及稅務罰款

背景

於二零一一年一月，香港俊匯建材獲稅務局告知，其被選定參與二零零九／二零一零年評稅年度的審查。稅務局在其致香港俊匯建材的通知內並未具體說明選擇理由。其後，稅務局向香港俊匯建材發出有關二零零四／二零零五年至二零零八／二零零九年評稅年度的額外利得稅評稅，總額為約8.4百萬港元。香港俊匯建材董事認為該等評稅屬二零零四／二零零五年至二零零八／二零零九年評稅年度保護性評稅，乃稅務局在法定限期屆滿前作出，而審查的結果尚未作出。在通知中，稅務局並無具體載述達致額外應課稅溢利或額外稅金的計算基準。稅務局並無發出任何有關二零零九／二零一零年及其後評稅年度的額外利得稅評稅通知。

香港俊匯建材作為一間私人公司，當時並無內部稅務專才可處理相關稅務事宜，於二零零四／二零零五年至二零一三年／二零一四年評稅年度，其採納的計稅基準不獲稅務局同意。香港俊匯建材當時的核數師（一間本地會計師事務所）（「時任核數師」）亦擔任稅務代表代香港俊匯建材向稅務局就二零一一年額外評稅提出反對，理由為額外評稅僅為估計，並不正確，並提交多份資料及支持文件以應對稅務局不時提出的查詢。

違規起因

該違規事項乃由於管理層主要重心放在本集團的商務及策略擴展方面，因此未能對相關稅務規定給予足夠的關注，以及即使香港俊匯建材時任核數師（亦擔任稅務代表）有提供意見，但管理層及負責我們利得稅報稅事宜的員工在關鍵時間對相關稅務監管規定理解不足所致，有關違規事項概無涉及董事或本集團高級管理層的故意不當行為、欺詐或不誠實行為。於有關時間，香港俊匯建材當時的會計團隊中的一名指定職員負責處理報稅及相關稅務事項，包括聯絡香港俊匯建材時任核數師，而彼等則向香港俊匯建材當時的管理層作出匯報。

於關鍵時間，曹先生及譚志偉先生（本集團的財務總監）為香港俊匯建材當時的管理人員，負責（其中包括）批准稅務事宜。曹先生為香港俊匯建材創辦人及董事，主要專注於本集團的業務發展、零售網絡策略擴張、定期引入新產品及擴大產品組合。曹先生於香港瓷磚行業擁有多多年經驗，對業界有豐富認識，他認為瓷磚產品市場會因客戶喜好及市場趨勢改變。具體而言，本集團一直專攻香港的高端至奢華瓷磚市場，目標客戶擁有較高消費能力及藝術設計鑑賞能力，曹先生認為本集團的業務模式由潮流主導，其產品較容易受到海外室內設計趨勢影響，因此，倘我們的產品不能再反映趨勢及季度流行風格，則

業 務

可能會遭淘汰。曹先生未經任何正式會計及稅務培訓，認為(i)倘存貨的存放期間長於供應商提供的最長信貸期，即屬滯銷存貨，將須支付額外行政成本，例如倉存成本；及(ii)倘存貨已於零售店下架或不能再反映趨勢及季度流行風格，即屬管理層認為屬銷情較差的棄置或陳舊存貨。曹先生認為，從商業角度看，應就此等滯銷存貨或棄置／陳舊存貨計提撥備，因此指派譚志偉先生按此基準為計提存貨撥備設立標準內部規則。

譚先生於二零零六年加入香港俊匯建材，任職會計經理，負責香港俊匯建材的整體會計管理。譚先生及香港俊匯建材當時的會計團隊負責編製會計報表供時任核數師審閱。彼等亦負責提供一切所需相關資料，供時任核數師履行核數／稅務工作。於相關時間，譚先生及當時的會計團隊成員概無持有任何專業會計資格，亦不曾接受任何正式稅務培訓，彼等概不熟識香港財務報告準則或稅務合規要求。

基於(i)有需要持續向客戶提供不同品牌的多樣化瓷磚產品，以維持香港俊匯建材的業界地位；(ii)致力緊貼及反映國際市場趨勢；及(iii)對存貨趨勢的觀感，並參考計提存貨撥備估計時的一切可得資料，香港俊匯建材當時的管理層有意為存貨管理採納一套標準存貨撥備政策。諮詢時任核數師後，譚志偉先生提出存貨撥備估計並獲曹先生同意，據此須對滯銷存貨計提一般撥備，方法為就有關賬齡組別對期末存貨結餘應用若干百分比，並對特別釐定為棄置或陳舊存貨的若干存貨計提全額撥備。由於上述計提存貨撥備時不論有否任何後續銷售或相關存貨的可變現淨值是否高於其相關成本，在二零一四／二零一五財政年度委聘申報會計師前，在香港俊匯建材經審核法定財務報表計提存貨撥備的估計基準並不符合香港會計準則第2號。

於有關時間，稅務計算及申報由當時的核數師完成審核工作及作出多項審核調整後履行。曹先生及譚志偉先生均具備十分有限的稅務知識，故於有關時間依賴時任核數師(亦擔任香港俊匯建材當時的稅務代表)審核法定賬目、編製相關稅務計算及提供稅務意見，而香港俊匯建材當時的管理層認為此舉

業 務

對人力資源有限的私人公司屬常見。香港俊匯建材當時的管理層主要專注本集團的業務營運及策略擴張，主要依賴時任核數師對稅務及會計事項提供專業意見及知識，於違規事項發生前，未能投放足夠精力以改進及提升本集團內部會計團隊對稅務及會計的知識。由於發生該等違規事宜，我們已採取一系列行動以處理及糾正問題。有關所採取補救及糾正行動的詳情，請參閱下文段落。

所採取的補救／糾正行動及最新狀況

為求積極解決與稅務局的稅務糾紛，於二零一四年八月，香港俊匯建材委聘新外部稅務顧問（「稅務糾紛代表」）接替時任核數師，以代表香港俊匯建材處理稅務糾紛，香港俊匯建材董事認為彼等具備更好的能力及更豐富的經驗。

為了與稅務局盡早達致和解，曹先生和稅務糾紛代表一同與稅務局的負責人員進行數次會面及討論，並了解到稅務局不同意香港俊匯建材於二零零四／二零零五年至二零一三／二零一四年評稅年度採納的計稅處理方式（「該意見分歧」）。二零零四／二零零五年至二零一三／二零一四年評稅年度的和解建議已按無偏見基準提交予稅務局。

最終和解建議詳情

於最終和解建議，香港俊匯建材應稅務局要求調整二零零四／二零零五年至二零一三／二零一四年評稅年度的應課稅溢利（「最終和解建議」），致使二零零四／二零零五年至二零一三／二零一四年評稅年度額外徵收利得稅約10.1百萬港元（「額外利得稅」）及罰款約10.6百萬港元（「稅務罰款」）。調整的理由及金額包括：

- (i) 陳舊存貨的一般撥備 — 香港俊匯建材對陳舊存貨計提一般撥備，方法為就有關賬齡組別對期末存貨結餘應用若干百分比，因為香港俊匯建材管理層認為該等陳舊存貨屬滯銷及該等陳舊存貨的成本未必能收回。於關鍵時間，香港俊匯建材視陳舊存貨的一般撥備為可扣稅開支，並於二零零四／二零零五年至二零一零／二零一一年評稅年度的稅務計算中將陳舊存貨的一般撥備記入銷售成本。其後，稅務局於稅務糾紛代表與稅務局在稅務審閱後的討論中確認，該等陳舊存貨的一般撥備於稅務計算中為不可扣稅，因此，二零零四／二零零五年至二零一零／二零一一年評稅年度的該等陳舊存貨的一般撥備的稅務處理並不符合相關稅務規例及法規。據此，香港俊匯建材已就二零零四／二零零五年至二零一零／二零一一年評稅年度使用經修訂毛利

業 務

比率(通常為50%以上，稅務局與香港俊匯建材雙方協定的限度)，以上調最終和解建議的應課稅溢利至總額約36.4百萬港元。由於香港俊匯建材已視存貨一般撥備為不可扣稅開支，其於二零一一／二零一二年及往後評稅年度的報稅表已重新計入稅務計算，因此，於與稅務局協定的最終和解建議內，概無因存貨一般撥備而須對二零一一／二零一二年及往後評稅年度的最終應課稅溢利作出調整；

- (ii) 釐定為棄置或陳舊存貨的存貨 — 香港俊匯建材對特別釐定為棄置或陳舊存貨的若干存貨計提特定撥備。與陳舊存貨的一般撥備相反，香港俊匯建材對棄置及陳舊的存貨計提全額撥備，其由香港俊匯建材管理層個別評估及視之為無法轉售或無法銷售。於二零零七／二零零八年評稅年度，香港俊匯建材認為若干陳列項目(價值約1.4百萬港元)可能無法轉售。

於稅務局審閱及當時的核數師向稅務局提出後續查詢以尋求存貨撥備的澄清及其他指引後，當時的核數師於編製香港俊匯建材二零一三／二零一四年評稅年度的報稅表時從稅務局得悉倘能提供釐定為棄置存貨的詳細文件，則釐定為棄置存貨的應佔開支可能於評定應課稅溢利時視為可扣稅。按此理解，香港俊匯建材於香港俊匯建材截至二零一四年三月三十一日止年度的財務報表釐定約18.0百萬港元的存貨(賬齡超過一年)為棄置。因此，香港俊匯建材於相關評稅年度就特別釐定為棄置或陳舊的存貨計提全額撥備。

釐定為棄置或陳舊的存貨分別約1.4百萬港元及18.0百萬港元於二零零七／二零零八年及二零一三／二零一四年評稅年度的稅務計算視為可扣減開支。然而，於稅務局與稅務糾紛代表磋商最終和解建議時，稅務局認為所提供的文檔證據不足以支持有關稅務扣減申請，因此有關開支不屬於可扣稅。據此，香港俊匯建材已上調於最終和解建議的應課稅溢利，方法為撤銷就釐定為棄置及陳舊存貨申請的稅務扣減，金額於(i)二零零七／二零零八年評稅年度為約1.4百萬港元；及(ii)二零一三／二零一四年評稅年度為約18.0百萬港元；

業 務

- (iii) 香港俊匯建材於關鍵時間借入若干計息銀行貸款(「**銀行貸款**」)，該等貸款其後不計息轉借予曹先生控制的公司(「**關連公司貸款**」)，以供其用作物業投資業務用途。香港俊匯建材就銀行貸款產生利息開支，並將有關利息開支計入稅務計算作為可扣稅開支。該等利息開支並未計入相關關連公司的稅務計算作為可扣稅開支。然而，稅務局認為關連公司貸款並非產生收益資產，因為提供關連公司貸款不屬香港俊匯建材一般業務範疇，而關連公司貸款亦無為香港俊匯建材產生任何收益。因此，銀行貸款的利息開支不被稅務局視作可扣稅開支。香港俊匯建材禁止對非產生收入的資產計入利息開支，藉此調整應課稅溢利，方式為(i)於二零零七／二零零八年至二零一一／二零一二年評稅年度總額增加約1.1百萬港元；及(ii)於二零一二／二零一三年至二零一三／二零一四年評稅年度總額減少約0.2百萬港元；及
- (iv) 誠如香港俊匯建材確認，其客戶經常要求瓷磚產品切割成不同形狀及大小，以符合其設計規格。為滿足客戶的有關需求，香港俊匯建材委聘及轉交瓷磚產品予第三方加工代理，該代理於二零零四／二零零五年至二零零九／二零一零年之評稅年度於中國提供有關瓷磚切割服務。瓷磚切割過程中，瓷磚的若干部分必定會廢棄且不能重用或不會使用(「**廢棄瓷磚**」)，其不會運返香港，以節省有關運輸成本。因此，此舉導致香港俊匯建材交付之瓷磚產品數量與香港俊匯建材銷售之瓷磚產品數量之記錄不一致。基於上述事項，稅務局認為香港俊匯建材可能從事於中國銷售其瓷磚產品，其超出於二零零四／二零零五年至二零零九／二零一零年評稅年度提交之報稅表所載，並要求增加銷售額0.7%，以反映相關評稅年度銷售與存貨記錄之間的估計差額。香港俊匯建材作出相應調整，將二零零四／二零零五年至二零零九／二零一零年評稅年度之銷售數字增加0.7%，總額約為2.7百萬港元。稅務局並未要求本公司就二零一零／二零一一年及之後評稅年度之銷售額作出有關調整。

業 務

稅務局接納及和解

稅務糾紛代表於二零一五年十月十三日提交最終和解建議。我們獲稅務糾紛代表告知，最終和解建議已獲稅務局之主管高級評稅主任批准。其後，稅務局就二零零四／二零零五年至二零一三／二零一四年評稅年度向香港俊匯建材發出評稅通知，於二零一五年十二月八日應付額外利得稅合共約為9.1百萬港元，連同先前發出的保障利得稅評估之利得稅費用總額約為1.0百萬港元。根據最終和解建議協定的額外利得稅包括額外利得稅評估與保障利得稅評估合共約10.1百萬港元視為於二零零四／二零零五年至二零一三／二零一四年相關評稅年度產生的額外利得稅開支。因此，額外利得稅已於相關年度追溯確認及列載如下：

	截至三月三十一日止年度										
	二零零五年	二零零六年	二零零七年	二零零八年	二零零九年	二零一零年	二零一一年	二零一二年	二零一三年	二零一四年	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	千港元	千港元
額外利得稅											
撥備	440	597	1,061	2,274	1,679	1,085	(7)	(13)	(14)	2,952	10,054

準備繳納額外利得稅時，我們購買儲稅券約4.9百萬港元並向稅務局存放按金約2.7百萬港元。我們將透過金額約4.9百萬港元之儲稅券以及餘款以現金於二零一六年一月悉數繳納應付額外利得稅約9.1百萬港元(經扣除香港俊匯建材先前根據保障稅評支付的總額約1.0百萬港元)。

董事確認，於編製會計師報告(載於本文件附錄一)時，我們已確認二零零四／二零零五年至二零一三／二零一四年評稅年度的相關額外利得稅開支，此乃藉著對二零一四年四月一日的保留溢利作調整。此外，截至二零一六年三月三十一日止年度，我們為稅務罰款計提撥備約10.6百萬港元。據此，已納入會計師報告內的本集團截至二零一七年三月三十一日止三個年度的財務資料，已妥善及充份記入按照稅務局高級評稅主任批准的最終和解建議所產生稅務違規事項的稅項負債及稅務罰款的影響。在約10.6百萬港元的稅務罰款中，我們已於二零一五年十二月以現金結付3.6百萬港元，而3.6百萬港元已於二零一六年一月結付及餘額已於二零一六年二月結付。

基於上述和解，法律顧問認為香港俊匯建材及／或其董事違反稅務條例第51(1)條(香港法例第112章)之事宜已與稅務局全面和解，而就有關違規針對其提出訴訟的機會甚微。

業 務

對其他附屬公司的適用性

董事確認，有關稅務計算方法不適用於本公司的其他香港附屬公司，即豪宅建材、信鋒及Petracer's China，因為其主要業務活動性質不同。豪宅建材及信鋒主要負責有關本集團業務營運的租賃安排及並無從事銷售瓷磚及衛浴潔具。故此，不論豪宅建材或信鋒，於往績期間彼等各自的賬目內均並無錄得任何導致爭議稅務處理的有關銷售瓷磚及衛浴潔具的收益或任何賬項結餘／交易。至於Petracer's China，其僅僅從事分銷若干品牌瓷磚及衛浴潔具予中國的分銷商的訂單貿易，當中，Petracer's China只會在接收客戶的訂單後才會向香港俊匯建材開立背對背採購訂單。按照Petracer's China由註冊成立日期(二零一四年十一月十日)至二零一六年三月三十一日期間的經審核財務報表及截至二零一七年三月三十一日止年度的經審核財務報表，以及Petracer's China截至二零一八年三月三十一日止年度的未經審核賬目，Petracer's China並無錄得任何導致爭議稅務處理的賬項結餘／交易，及於二零一六年、二零一七年及二零一八年三月三十一日並無存貨餘數。因此，爭議稅務處理對該等本公司香港附屬公司並不適用。董事進一步確認，其他本公司香港附屬公司概無利得稅撥備不足情況，據此，無需要向稅務局作出未繳足利得稅申報或於該等本公司香港附屬公司的賬目作出足夠撥備。保薦人同意董事之見解，認為香港俊匯建材之稅務處理糾紛不適用於本公司其他附屬公司。

本集團及董事所承擔的法律後果及潛在最大法律責任

就上述向稅務局錯誤報稅而言，香港俊匯建材及其當時的各名董事(即曹先生及徐女士)均違反《稅務條例》第51(1)條，據此，香港俊匯建材及其當時的各名董事均可能根據《稅務條例》第80、82及82A條遭受處罰。倘稅務局認為香港俊匯建材及其當時的各名董事在並無合理辯解的情況下作出不正確報稅，會根據《稅務條例》第80條向彼等提出檢控；及／或倘稅務局認為香港俊匯建材及其當時的各名董事蓄意意圖逃稅或蓄意意圖協助他人逃稅(透過作出虛假陳述或簽署任何陳述，而該陳述是該人無合理理由相信屬實的)會根據《稅務條例》第82條向彼等提出檢控。倘稅務局並無根據《稅務條例》第80條及／或第82條檢控香港俊匯建材，則可能根據《稅務條例》第82A條對香港俊匯建材處以額外稅款的罰款。

業 務

根據《稅務條例》第80條的檢控

根據《稅務條例》第80(1)條，在並無合理辯解的情況下，未能遵守根據《稅務條例》第51(3)、51A(1)、52(1)或(2)或64(2)條向彼發出的通告的規定的任何人士構成違法並判定處以第三級罰款，即10,000港元，且法院可頒令判定該人士於規定時間內責令其糾正未能遵守的行為。

根據《稅務條例》第80(2)條，就無合理辯解而向稅務局提交不正確報稅表申報、陳述及／或資料，稅務局可能施加或香港俊匯建材及／或其當時的董事應付的最高罰則為第三級，即10,000港元加少徵收的稅款三倍的罰款，少徵收的稅款指因報稅表的申報、陳述或資料而少徵收的稅款，或假若該報稅表、陳述或資料被接受為正確少徵收的稅款，或因該人不遵照根據《稅務條例》第51(1)或(2A)條發出的通知書內的規定辦理或不遵照《稅務條例》第51(2)條而被少徵收的稅款，或假若該等不曾遵辦事項沒有被發現則會少徵收的稅款。

根據《稅務條例》第82條的檢控

根據《稅務條例》第82條，就報稅表的申報、陳述及／或資料不正確，稅務局可能施加或香港俊匯建材及／或其當時的董事應付的最高罰則為：

- 一經循簡易程序定罪，可處第三級罰款，即10,000港元加相等於因該罪行而少徵收的稅款(或假若該罪行沒有被發現則會少徵收的稅款)三倍的罰款及監禁六個月；或
- 一經循公訴程序定罪，可處第五級罰款，即50,000港元加相等於少徵收的稅款(或應會少徵收的稅款)三倍的罰款及監禁三年。

根據《稅務條例》第82A條的檢控

根據《稅務條例》第82A條，稅務局就申報、陳述或資料不正確可能施加或香港俊匯建材及／或其當時的董事應付的最高罰則為就申報、陳述或資料不正確而少徵收的稅款三倍的罰款，少徵收的稅款指因報稅表的申報、陳述或資料不正確而少徵收的稅款，或假若該報稅表、陳述或資料被接受為正確少徵收的稅款，或因該人不遵照根據《稅務條例》第51(1)或(2A)條發出的通知書內的規定辦理或不遵照《稅務條例》第51(2)條而被少徵收的稅款，或假若該等不曾遵辦事項沒有被發現則會少徵收的稅款。

業 務

根據《稅務條例》第80條判處懲罰

稅務局於二零一六年三月二十三日向香港俊匯建材發出處罰通知（「處罰通知」），判定香港俊匯建材須就違反下列各項承擔罪責：(i)《稅務條例》第80(1)(A)條，未能遵守《稅務條例》第51C條的規定，保留充分的收支記錄，使其能夠即時確定應課稅溢利；及(ii)《稅務條例》第80(2)條，於二零零八／二零零九年、二零零九／二零一零年及二零一三／二零一四年評稅年度錯誤報稅。根據處罰通知，香港俊匯建材就《稅務條例》第80(1A)條及第80(2)條合共被處罰款約10.6百萬港元，清算有關罰款後，概無根據《稅務條例》第80(1A)條及第80(2)條對香港俊匯建材展開任何訴訟。處罰通知按最終和解建議所載之協定罰款入賬。

根據《稅務條例》第80、82及／或82A條可能提出起訴

《稅務條例》第80(1)條

由於香港俊匯建材在稅務局進行稅務審查時已派出稅務爭議代表協助，並與之充份合作，法律顧問認為香港俊匯建材及／或其董事已遵守《稅務條例》第51(3)及51(4)條。概無觸犯《稅務條例》第80(1)條。

《稅務條例》第80(2)條

根據處罰通知，稅務局認為香港俊匯建材在沒有合理的理由下觸犯《稅務條例》第80(2)條，於二零零八／二零零九年、二零零九／二零一零年及二零一三／二零一四年評稅年度錯誤報稅。因此，香港俊匯建材及其董事最高或被處以第三級罰款（即10,000港元），連同因錯誤報稅而少繳稅額的三倍。

誠如法律顧問在審閱稅務局的決定後告知，香港俊匯建材向稅務局提供錯誤報稅時擁有合理的理由，因為香港俊匯建材在技術事宜上依賴其當時的稅務代表的專業意見。即使具備合理理由，但香港俊匯建材仍接納與稅務局於最終和解建議中所協定的和解條款，協定罰款約10.6百萬港元，並及時結清額外評稅及稅務罰款，務求解決與稅務局的糾紛。基於上述，法律顧問認為針對香港俊匯建材及／或其董事興訟的機會不大。倘香港俊匯建材及／或其董事被起訴，則可能施加的處罰將遠低於最高刑罰。法律顧問進一步認為向時任董事徵收罰款的機會極微，因為有關違反事項並非蓄為之，並無逃稅的意圖，且香港俊匯建材在稅務審查中已與稅務局充分合作。

業 務

《稅務條例》第82條

鑑於稅務局在處罰通知確認，倘香港俊匯建材悉數結算稅務罰款，則其不會對香港俊匯建材展開訴訟，法律顧問認為香港俊匯建材及其董事根據《稅務條例》第82條被起訴的機會不大。尤其是事實上稅務局乃就違反《稅務條例》第80條而向香港俊匯建材處以罰款，而非《稅務條例》第82條，明顯可以得出總論，稅務局並不認為香港俊匯建材及其時任董事透過進行逃稅或避稅活動蓄意逃稅或協助他人逃稅。

《稅務條例》第82A條

誠如法律顧問告知，大部分起訴均根據《稅務條例》第80條提出，只有嚴重及受關注的個案根據《稅務條例》第82條提出。此外，稅務局在處罰通知確認，倘香港俊匯建材悉數結算稅務罰款，則其不會對香港俊匯建材展開訴訟，香港俊匯建材已與稅務局解決額外評稅；並已協定將由香港俊匯建材支付額外利得稅撥備。針對香港俊匯建材及／或其董事提出訴訟的機會不大。鑑於求情因素，香港俊匯建材主動積極與稅務局解決評稅糾紛。法律顧問進一步認為按照稅務局一般做法，稅務局局長較為傾向根據《稅務條例》第82A條透過額外評稅徵收行政罰款而非根據《稅務條例》第82條構成刑事訴訟。

法律顧問進一步認為，倘香港俊匯建材及／或其董事被起訴，可能被徵收的罰款將遠低於最高罰款，且時任董事被處以罰款的機會極微，因為有關違規並非故意造成，亦無意逃稅且香港俊匯建材經已於稅務審查期間與稅務局充份合作。

為防止再犯不合規事件的內部監控措施

我們已實行／將實行以下措施，防止違規事件再次發生：

1. 我們已委聘一名內部監控顧問(一名獨立第三方)履行關於我們的內部監控政策的內部監控檢討，而內部監控顧問已建議一套內部監控手冊及政策，涵蓋公司擔保、風險管理、營運及法律事宜，供我們採納；
2. 我們將透過定期審核及視察，評估及監察有關部門及本集團內部公司對我們的內部監控手冊及政策的實施情況；
3. 我們相信本身已為營運維持充足保險保障，而保障範圍符合行業常規；

業 務

4. 聯席公司秘書陳璋先生將監督我們的公司事務，確保我們在公司事務方面符合有關法律及法規；
5. 我們已根據上市規則第3A.19條委任豐盛融資有限公司擔任我們的合規顧問；
6. 為確保我們持續符合適用法律及法規，我們將保留香港法律顧問，就香港及對我們的業務適用的法律及法規要求，定期向董事及高級管理層提供法律培訓；
7. 為確保符合政府租契及其他關於土地租賃的適用法律及法規，我們將：
 - (i) 確保所有租賃協議由執行董事、聯席公司秘書及財務及會計部門複審；
 - (ii) 在有需要情況下訂立任何後續租賃協議前，諮詢外部法律顧問；及
 - (iii) 訂立任何後續租賃協議前進行物業許可用途調查；
8. 為防止再次發生稅務違規事件：
 - (i) 我們已委任及擬繼續委任稅務爭議代表擔任香港俊匯建材的稅務顧問，以編製其利得稅計算及提交報稅表；
 - (ii) 自二零一六年三月起，我們已委任及擬繼續委任一間國際會計師行擔任豪宅建材、信鋒及Petracer's China的稅務代表，以協助處理提交報稅表的程序及處理該等公司與稅務局之信函來往(如有)，以及向員工提供從稅務角度出發的一般報稅規定及常見稅務問題培訓；
 - (iii) 我們籌備二零一四／二零一五評稅年度及之後的稅務計算時已採納並將繼續採納與稅務局協定之俊匯建材稅務計算處理方法，並將按稅務局接納的基準計算二零一四／二零一五評稅年度後的應課稅溢利；
 - (iv) 我們擬委聘德勤•關黃陳方會計師行為核數師，其將根據香港會計師公會頒布的《香港審核準則》對我們的財務報表作出獨立審核；

業 務

- (v) 於遞交任何報稅表前，報稅表會由我們的聯席公司秘書陳璋先生審批。陳璋先生為香港會計師公會會員，於銀行、會計、財務管理及公司秘書事宜擁有逾25年經驗，有關陳璋先生經驗及資格的進一步詳情，請參閱本文件「董事及高級管理層」一節委任陳璋先生前，前述責任由二零一五年七月起由前公司秘書承擔，彼亦有充份的專業會計資格；
 - (vi) 已於二零一六年三月十五日向我們的會計員工提供有關稅務事宜及報稅的培訓，而我們的管理團隊將不時就稅務事宜及報稅為我們的會計員工安排定期培訓；
 - (vii) 我們的聯席公司秘書陳璋先生將負責處理稅務局的稅務查詢。委任陳璋先生前，前述責任由二零一五年七月起由前公司秘書承擔，彼亦有充份的專業會計資格；視乎有關事宜或查詢的複雜性，我們在有需要時將尋求稅務爭議代表就相關稅務事宜發表意見；及
 - (viii) 我們的審核委員會將監察財務匯報及會計及財務事宜的內部監控程序，以確保遵守上市規則及一切有關法例及規例。
9. 為提升企業管治措施，我們將成立企業管治委員會，其主要職責列載本文件「董事及高級管理層—董事委員會—企業管治委員會」一節。

控股股東就上述違規事件的任何損失向本公司作出的彌償保證

根據彌償契據，我們的控股股東已承諾就本集團任何成員公司因上述違規事項所遭受的一切損失、法律責任或損害(包括但不限於搬遷成本)向本公司作出彌償保證，惟額外利得稅及稅務罰款除外，其已透過本集團的內部產生資金及銀行借貸結付。

由於我們的控股股東已承諾就本集團於[編纂]成為無條件因當日或之前發生的上述違規事項所遭受的一切損失、法律責任或損害(不包括額外利得稅及稅務罰款)向本公司作出彌償保證，因此，董事認為，上述違規事件不會對本集團的業務、經營及財政狀況造成任何重大影響。有關彌償契據的更多詳情，請參閱本文件附錄四「法定及一般資料—D.其他資料—2.稅項及其他彌償保證」一節。

業 務

董事及保薦人的意見

就該等物業違規事件而言，於最後可行日期，概無針對本集團或我們當時或現任董事而提出任何訴訟，且彼等亦無就上述違規事件接獲任何轉歸通知或被處以罰款。根據法律顧問的意見，在該情況下提出訴訟及／或申索的機會不大，故董事概無於本集團的財務報表中就罰款計提撥備。此外，本集團並無依賴該等物業產生利潤，且任何具有合理面積的替代物業均可用作本集團的儲存設施。於最後可行日期，我們已將倉儲設施遷至新物業，我們已於二零一六年八月就新物業與業主／出租人訂立租賃協議。詳情請參閱本節「法律違規事項—1.違反政府租契及許可用途」。

就稅務計算違規事項而言，董事認為違規事項源於管理層主要集中於本集團的商業層面及策略擴張，因而未能對相關稅務規定投放足夠精力，以及管理層及負責人員未有充分了解相關稅務監管規定。本集團已採取所有必要措施以糾正違規事項，包括結清稅務局評定的額外稅項及採納適當措施防止類似事件再次發生。

鑑於上文所述，除稅務罰款對截至二零一六年三月三十一日止年度的財務狀況及財務業績的影響外，董事認為有關違規事項對本集團的經營或財務狀況並無任何重大影響。

保薦人在考慮以下各項後(i)上述法律顧問之意見(香港俊匯建材及其董事根據有關逃稅的《稅務條例》第82條被起訴的機會不大)；及(ii)國際會計師行之意見(該稅務違規事項並不構成任何由香港俊匯建材或其管理層作出的逃稅行為)，認為該稅務違規事項並非逃稅行為。

董事亦認為上述違規事項不會影響執行董事根據上市規則第3.08、3.09及8.15條是否適任，或本公司根據上市規則第8.04條是否適合上市，而根據上市規則，我們採納的各項內部監控措施屬充足及有效，當中已計及(i)我們已採納上述內部監控措施以避免違規事件再次發生；(ii)自採納措施以來再無發生其他重大違規事項；及(iii)上述違規事項屬無心之失，並不涉及執行董事的任何欺詐行為及並無令執行董事的誠信受到質疑。

經考慮上文所述及審閱本集團採納的內部監控措施，保薦人同意董事的見解，認為(i)我們採納的各項內部監控措施屬充足及有效；(ii)執行董事具體相應誠信及能力水平，可根據上市規則第3.08及3.09條擔任上市發行人的董事；及(iii)上述違規事項不會影響董事根據上市規則第3.08、3.09及8.15條是否適任及本公司根據上市規則第8.04條是否適合上市。

業 務

風險管理

董事確認，於日常業務經營中，我們主要面臨(i)與我們整體監督體系有關的監控風險；(ii)與我們業務相關的常規風險；(iii)營運風險；(iv)與貿易應收款項相關的信貸風險；及(v)與宏觀經濟變動有關的市場風險。

以下載述我們的主要業務風險及應對之內部監控步驟：

風險控制

我們已識別需要管理的若干風險，包括不適當的常規及未能發現不道德行為、錯失或潛在欺詐。為控制該風險，我們已在員工手冊及本公司政策內做出批註，要求全體董事及僱員遵守。

監管風險管理

於上市後，我們可能面對違反上市規則的風險。我們已指派指定人員至少每年更新本公司政策的內容，並將上市規則的新修訂本分派予全體負責的董事及僱員。我們已委任豐盛融資有限公司為合規顧問，以就合規事宜向我們提供意見。我們的負責董事及僱員將至少須每年出席培訓，以更新彼等對員工手冊及本公司政策的了解。我們亦將聘請法律顧問，以就適用的香港法律及法規的合規事宜向我們提供意見。

營運風險管理

我們的執行董事及高級管理層負責維持營運及評估我們零售及非零售業務的營運風險。彼等負責執行內部政策及程序。我們重視道德價值及防止欺詐和賄賂。我們已設立舉報計劃，此舉將促進部門與業務單位之間的溝通以匯報任何違規行為。

信貸風險管理

我們面臨信貸風險，倘若客戶未能履行其責任，或導致本集團承受財務損失。為盡量降低信貸風險，待我們確認客戶訂單後，客戶一般須分階段結算付款。一般而言，我們並無向零售客戶授出任何信貸期。而大宗採購的非零售客戶則將獲授30日至120日的信貸期。接受任何新非零售客戶前，我們會評估潛在客戶的信貸質素及界定其信貸限額。具備理想可靠的信貸記錄的客戶可獲信貸銷售。我們會定期檢討客戶獲批的信貸限額。

業 務

此外，我們亦考慮非零售客戶與我們建立業務關係的時間、過往信譽、財務實力及還款記錄，以監察付款情況。我們的管理層及財務員工會監察付款情況。就逾期未付的結餘，執行董事將會提高警覺，並將採取適當的跟進行動。

市場風險管理

我們面對與宏觀經濟環境變化及市場變量(如國內生產總值、外匯波動、香港及我們分銷商經營所在的該等中國城市的物業市場)出現變動及其他市場變化有關的一般市場風險。執行董事負責識別及評估潛在市場風險，並不時制定政策以應對此等市場風險。

在管理層面，執行董事及高級管理層負責質控措施和監督我們各方面的營運。有關我們執行董事及高級管理層的更多資料，請參閱本文件「董事及高級管理層」一節。

內部監控

我們的內部監控系統及程序乃為迎合特定業務需求及為盡量減低風險而設計。籌備上市時，我們於二零一五年八月委聘內部監控顧問(「內部監控顧問」)擔任我們的獨立外部顧問，對我們的財務程序、系統及內部監控進行初步審閱。內部監控顧問於二零一五年十一月、二零一七年八月及二零一八年一月進行跟進審閱。

內部監控顧問提供推薦建議，以供管理層考慮，藉此提升我們的內部監控系統，據此我們已採納補救措施，修正我們內部監控系統的缺陷，並為實現目標提供合理核證，包括但不限於有效及快捷的營運、可靠的財務申報及對適用法律及法規的遵守情況。我們的內部監控系統概要包括下列各項：

- **內部審核**：我們將向獨立專業人士外判內部審核職能，以定期評核及評估我們的內部監控機制。我們亦制定政策及程序，監管風險評估及風險管理。
- **供應商甄選及評核**：我們亦制定政策及程序，監管供應商甄選及評核，包括但不限於完成新供應商評核表格，載列供應商甄選及評核的標準。
- **分銷安排**：我們已採納標準規格的分銷協議，載列分銷商的責任，並使主要分銷商正式及合法地受協議的條款及條件約束。所有主要分銷商均已與我們訂立該等分銷協議。

業 務

- **競爭：**由於競爭條例剛剛生效不久，我們的管理層團隊及人員將主動徵詢外界顧問的意見，以釐清我們的潛在法律責任(若然及一旦需要時)。我們的法律顧問亦將為我們的管理層團隊及員工舉辦培訓課程，提升彼等有關競爭條例的效力及違反條例的後果的意識，以及避免和制止任何會在香港妨礙、限制或扭曲競爭的活動或行徑。我們的董事相信，該等政策及程序能有效確保我們遵守競爭條例的相關條文。

誠如董事確認，我們於上市後將全面推行所有補救措施，而內部監控顧問已採納我們採取的補救措施。我們將繼續監察及改善我們的管理程序，確保該等內部監控有效運作，配合我們的業務增長及良好的企業管治常規。