

## 業 務

### 概覽

我們是一家位於中國浙江省寧波市的知名旅遊服務提供商。我們提供滿足不同旅行者需求的多樣化產品，包括提供出境旅遊和國內旅遊，以及其他旅遊配套產品及服務。根據弗若斯特沙利文報告，按2017年的收入計，我們在浙江省所有旅行社中排名第五，所佔市場份額為0.9%。

我們主要從事(i)設計、開發及銷售旅行團（包括傳統旅行團及定制旅遊）；(ii)銷售自由行產品（包括提供機票及／或酒店住宿）；及(iii)提供旅遊配套產品及服務，包括但不限於簽證申請辦理、旅遊景點門票、會議服務和代辦旅遊保險等。截至2016年及2017年12月31日止年度以及截至2018年9月30日止九個月，我們的旅行團銷售額分別約佔我們總收入的90.8%、87.6%及86.8%，而我們的自由行產品銷售額則分別約佔各期間我們總收入的5.1%、9.0%及11.3%。近年來，我們獲得了許多獎項及認可。根據國家旅遊局公佈的2015年度全國百強旅行社，2015年我們在全國排名前50位。我們亦於2013年榮獲寧波市企業家協會及寧波市工業經濟聯合會頒發的「寧波市企業管理現代化創新成果一等獎」，以表彰我們的「4+T」服務系統。有關我們榮獲的其他主要獎項，請參閱下文「獎項」。

我們的旅遊廣場（亦為我們位於浙江省寧波市的總部）擁有面積逾5,700平方米的營業區域及一個寬敞的禮堂，方便我們舉辦推廣活動和客戶旅前簡介會，並且也作為我們在接待客戶時的一個有效營銷工具。客戶可前往旅遊廣場，通過我們的客服專員及私人旅遊顧問查詢、預訂及購買旅遊產品和服務。我們的各種銷售渠道，包括我們的旅遊廣場、零售分公司、銷售辦公室、網站及移動互聯網應用程序，使我們能夠有效地接觸到廣大客戶群。於往績記錄期間，我們擁有多元化的客戶群，其中包括零售客戶以及企業及機構客戶。我們與航空公司、票務代理、酒店運營商、全球分銷系統服務提供商及地接公司等提供商保持著良好的業務關係。我們認為，我們在浙江省寧波市的成功商業模式是可複製的，且我們擬通過在中國其他沿海城市開設新的零售分公司及銷售點來增加市場份額及加強銷售，並與中國新興市場的其他地方旅行社進行合作及協調，以擴大我們的地理覆蓋範圍並增強我們與旅遊服務提供商的議價能力。詳情請參閱下文「我們的業務策略」。

## 業 務

根據弗若斯特沙利文報告，受(i)收入水平和旅遊消費支出不斷增加；(ii)網上旅行社提供更多容易獲得且便捷的產品和服務；(iii)政府推出更多與旅遊業相關的有利政策；及(iv)旅遊基礎設施及設備逐步完善所推動，2013年至2017年，中國旅遊消費總額快速增長，年複合增長率為14.9%，並預計將於2022年前持續增至約人民幣88,275億元，2018年至2022年的年複合增長率為9.8%。由於中國遊客可支配收入增加及人均旅遊消費支出增加所帶來的累積效應，我們的旅行團銷售額及自由行產品銷售額的邊際收益穩步增長，令我們於往績記錄期間的整體收入增加。我們的總收入從截至2016年12月31日止年度的人民幣410.1百萬元增加人民幣54.7百萬元或13.3%至截至2017年12月31日止年度的人民幣464.8百萬元；以及從截至2017年9月30日止九個月的人民幣361.8百萬元增加人民幣30.6百萬元或8.5%至截至2018年9月30日止九個月的人民幣392.4百萬元。

### 我們的競爭優勢

我們相信，我們擁有以下令我們從競爭對手中脫穎而出的競爭優勢：

#### 我們是中國浙江省領先的綜合「一站式購齊」旅遊服務提供商之一

我們是中國浙江省領先的綜合「一站式購齊」旅遊服務提供商之一。我們於2001年成立，且具有在中國專門提供旅行團、自由行產品以及旅遊配套產品及服務的往績記錄。隨著中產階級（其擁有穩定的收入來源及良好的生活水平，且有意願追求高品質的文化及娛樂體驗）人口不斷增長，浙江省的旅遊業持續發展。我們認為，我們具備優勢把握浙江省旅遊市場的機遇及發展。根據弗若斯特沙利文報告，在收入水平和休閒活動可持續增長的推動下，2013年至2017年間浙江省旅遊消費額以17.1%的年複合增長率增長，並預計至2022年將達到約人民幣9,777億元，2018年至2022年間的年複合增長率為10.9%；按2017年的收入計，我們在中國浙江省所有旅行社中排名第五，所佔市場份額為0.9%。在浙江省四大旅遊服務提供商中，有兩家是國有企業。根據國家旅遊局公佈的「2015年度全國百強旅行社」，2015年我們在全國排名前50位。我們在旅遊業的成就從多年來我們所獲各種獎項而得以證明，詳情載於本節下文「獎項」。

---

## 業 務

---

我們提供全面的旅遊信息及一系列產品和服務，從而便利有效地滿足客戶的需求。我們的旅遊產品和服務涵蓋主要旅遊元素，包括食品、住宿、交通、觀光、購物及娛樂。我們的產品開發部開發及提供各種旅行團供我們的客戶選擇。為提升客戶的便利性和滿意度，我們提供眾多旅遊相關服務，從一對一的旅遊諮詢服務、機票預訂服務、酒店和住宿預訂服務、簽證申請處理服務到交通安排服務、會議服務及旅遊景點門票。我們各私人旅遊顧問均專注於一類旅遊產品，具備為客戶提供建議方面的專業知識及能力，並為客戶量身定制涵蓋該類型產品所有主要旅遊元素的旅遊行程。通過提供廣泛的旅遊產品及服務，我們相信，我們已全方位擴展我們的市場範圍並延伸至絕大部分市場參與者，從而有助我們緊貼最新的市場趨勢、資源及信息，並進一步有助我們尋求成為中國浙江省旅遊業的先行者。憑借我們的行業經驗，我們認為，我們成熟的業務模式有利於我們把握旅遊業的整體增長勢頭，並提高我們在中國浙江省的市場份額。

### 我們通過各種方式提供滿足我們客戶需求的專業、優質及個性化服務

我們致力於為客戶提供專業、優質及個性化服務。鑒於我們的行業極以服務為本，我們相信採用專為每位客戶的需求量身定制的標準化系統提供優質服務，使我們從競爭對手中脫穎而出。我們已開創、設計並實施「4+T」服務系統來服務客戶，包括使用技術提供客戶服務、私人諮詢、產品管理及旅行團經營。我們相信，「4+T」服務系統連同我們的私人旅遊顧問提供的服務使我們能夠通過為客戶提供一對一的諮詢服務，為其提供專業、優質及個性化服務，並提供量身定制的解決方案，以滿足客戶的旅行需求。有關「4+T」服務系統的更多詳情，請參閱下文「質量控制及客戶服務」。我們於2013年榮獲寧波市企業家協會與寧波市工業經濟聯合會頒發的「寧波市企業管理現代化創新成果一等獎」，以表彰我們的「4+T」系統。

除我們多年來採用的服務體系外，我們通過各種渠道為我們的客戶提供服務。我們在浙江省寧波市的旅遊廣場（我們的總部）已對外營業。旅遊廣場擁有面積逾5,700平方米的營業區域及一個寬敞禮堂，方便我們舉辦促銷活動及為客戶進行旅前簡介會。客戶可前往旅遊廣場，通過我們的客服專員及私人旅遊顧問查詢、預訂及購買旅遊產品和服務。我們亦為客戶提供獲取旅行團及旅遊信息的各種其他便利方式。除了在我們的零售分公司及旅遊中心向客戶派發旅遊小冊子外，我們還在總部的不同地點

---

## 業 務

---

安裝了觸摸屏信息展台，以便客戶便利有效地獲取有關我們產品的具體信息。我們定期更新我們的官網及移動應用程序，以納入最新的旅遊行程、折扣及定價信息。除我們的官網及移動應用程序外，我們的產品及服務亦可以通過我們在飛豬和去哪兒等其他第三方網上銷售平臺上開設的虛擬商店購買。

我們的銷售團隊包括總部及位於中國寧波、溫州、台州、杭州及蘇州不同地區的零售分公司的客服專員及私人旅遊顧問，為我們的客戶提供一對一的旅遊諮詢服務。此外，我們建立了企業旅遊管理團隊，專門為我們的企業及機構客戶提供服務，包括但不限於實時旅遊預訂及機票、機場接送、行程規劃、安排海外會議及活動。憑藉我們向客戶提供專業、優質和個性化服務的能力，我們相信隨著時間的推移，我們已成功培養客戶的信任和忠誠度。

我們的運營系統令我們能夠構建一個可擴展的業務模式。我們的業務模式和管理經驗令我們能夠高效運營，確保為客戶提供全面的旅遊產品和服務。我們相信我們的業務模式可以複製，且我們將會繼續在中國浙江省的其他城市進行戰略擴展。有關擴展計劃的更多詳情，請參閱「通過擴展及改善我們的銷售渠道增加市場份額和提高銷售額」。

### 我們使產品供應多樣化以滿足不同客戶的需求

為吸引客戶，我們致力提供廣泛的精選旅遊產品和服務，涵蓋廣泛的地區目的地。於最後可行日期，我們向全球超過50個目的地提供旅遊產品，包括但不限於日本、韓國、台灣、東南亞、歐洲、北美、新西蘭及澳大利亞。於往績記錄期間，我們已推出不同的觀光旅行團及主題旅行團，以滿足不同的客戶旅遊喜好，例如適合家庭的旅遊、文化遺產之旅、攝影之旅和美食之旅。詳情請參閱「我們的產品及服務－I.旅行團－類型」。我們亦有能力將國內及／或國際機票與不同酒店住宿捆綁銷售，以滿足不同客戶的需求。我們亦與一家在全球擁有或經營高級度假村的公司及一家主要從事運營和提供郵輪假期的公司合作，舉辦新聞發佈會和營銷活動，以推廣和銷售為我們的客戶量身定制的旅遊產品。我們亦為客戶提供其他配套服務，例如簽證申請服務、當地交通預訂服務、預訂旅遊景點門票、會議服務和代辦旅遊保險。通過提供多樣化產品，我們得以兼為零售客戶和企業及機構客戶（如地方企業、公司及政府組織）提供服務。

---

## 業 務

---

我們密切觀察市場趨勢並開發迎合不斷變化的客戶需求和喜好的旅行團。我們尋求不時推出全新的旅遊行程和活動，以便為我們的客戶提供全新的旅遊體驗。我們對新目的地進行研究，旨在開發全新的旅行團，為我們的客戶提供更廣泛的目的地選擇。我們相信，我們致力於開發全新的旅遊產品和多樣化的產品供應，將有助我們進一步擴大我們的客戶群。

### 我們豐富的技術知識及信息技術能力為我們自由行產品的未來發展提供支持

多年來，我們已在自由行產品業務分部累積專業知識，並對中國旅遊業新興趨勢及技術有深入了解。根據弗若斯特沙利文報告，越來越多的旅遊產品及服務通過網上旅行社提供，且隨著網上旅行社的蓬勃發展，消費者更傾向於比較網上的價格、特色及服務。鑒於該市場趨勢，我們已於2011年推出自家的網上平台，用於銷售我們的旅遊產品及服務，且我們已建立穩固的信息技術基礎設施（包括計算機硬件、操作系統、企業軟件應用、數據管理與存儲及系統集成服務），為日常運營提供支持。我們擁有豐富的旅遊業技術知識，且我們的旅遊技術服務團隊在(i)設計、安裝及整合實時界面以搜尋及比較線上機票價格；(ii)開發軟件以支持第三方線上預訂平台；(iii)網站設計；及(iv)雲計算領域擁有雄厚實力。於2018年，我們訂購並獲得了新全球分銷系統服務提供商的服務，使我們能夠獲取信息及購買國際航空公司提供的機票。我們已自主開發可連接供應商數據流的內部應用編程界面，並使我們的預訂引擎與當地供應商相結合。該編程亦使我們能24小時不間斷搜索特價機票，並有助我們以最低價自我們的各供應商採購機票。

於往績記錄期間，我們的信息技術部門已完成多個信息技術項目，包括供內部使用的軟件更新及軟件開發，以在我們的執行董事兼技術總監黃宇先生（其於技術系統行業擁有逾八年經驗，並於在加入本集團之前在多家技術公司任職）的監督下為採購及銷售自由行產品提供支持。有關其履歷詳情，請參閱「董事及高級管理層－董事－黃宇先生」。我們相信，我們的技術專長及信息技術能力將有助使我們於旅遊業保持競爭優勢地位，為自由行產品的未來發展提供堅實基礎。

---

## 業 務

---

我們擁有一支經驗豐富和專注敬業的管理團隊，他們擁有領導力和執行方面的良好往績記錄

我們擁有一支經驗豐富、專注敬業並對中國旅遊業擁有寶貴知識和了解的管理團隊。我們的執行董事和創始人何斌鋒先生在旅遊業方面擁有24年以上的經驗。加入本集團之前，何先生在中國多家旅行社公司任職。本集團相信，彼對旅遊業的寶貴知識和洞察力有助本集團在過去取得成功。我們還建有一支忠誠、經驗豐富及能幹的高級管理團隊，他們致力於運用對旅行和旅遊業的廣泛知識來改善和維持卓越營運。我們的高級管理層平均擁有15年以上的旅遊業相關經驗。我們相信，我們的核心管理團隊將繼續擔當我們取得成功和未來發展的強大支柱。有關我們執行董事履歷的詳情，請參閱本文件「董事及高級管理層」。

### 我們的業務策略

我們的主要業務目標是鞏固我們在浙江省作為領先旅遊服務提供商之一的地位。我們計劃通過實施以下策略來實現我們的目標：

#### 通過擴展及改善我們的銷售渠道增加市場份額和提高銷售額

我們計劃通過加大我們在現有市場的滲透力度並進入具有較高增長潛力的新市場（包括如杭州及上海等華東地區的沿海城市），擴大我們的銷售額。例如，根據弗若斯特沙利文報告，杭州居民對國內及出境遊活動的熱情越來越高。因此，來自杭州的旅遊總人數從2013年至2017年實現快速增長，年複合增長率為13.8%，且預計至2022年約達人民幣231.4百萬元，於2018年至2022年間的複合年增長率為6.4%。我們擬複製我們在浙江省寧波的成功經驗，通過翻新現有的零售分公司，並在華東地區沿海城市設立新的零售分公司和銷售點，以逐步實施我們的擴展計劃。

我們計劃分階段翻新現有的零售分公司，以提高品牌知名度、提升我們的企業形象及豐富客戶到訪我們零售分公司時的體驗。我們將在零售分公司加裝觸屏服務台，使客戶能夠輕鬆、便捷及有效地獲取有關我們產品的具體信息。展示不同旅遊景點的風景照片及視頻亦可在我們新裝修的零售分公司牆面上安裝的移動應用程序和平板電視上觀看及播放，從而推廣旅遊文化及提升購物體驗。

---

## 業 務

---

我們亦計劃在華東地區的沿海城市（如杭州及上海）建立新的零售分公司和銷售點，以增加我們對客戶的可見度及市場存在度。通過開設更多零售分公司和銷售點，我們的客戶將會更方便地使用我們的產品和服務。我們已選擇在該等地點設立新零售分公司和銷售點，因為董事認為沿海地區中國居民的消費能力較強及對旅遊產品和服務的需求較高。為實施我們的計劃，我們擬聘請專業人士探討建立新零售分公司和銷售點所需的當地許可標準和公司程序。

我們擬將[編纂]的[編纂]（約[編纂]）用於翻新現有零售分公司、建立新的零售分公司及銷售點以及為新零售分公司及銷售點的運營招聘具備相關經驗及資質的人員。

### 通過與其他旅遊服務提供商進行合作及協調，加強我們整合上游資源的能力

我們計劃通過整合上游資源，鞏固我們在浙江省和中國其他新興市場的市場地位及立足點。根據弗若斯特沙利文報告，與多方旅遊資源提供商建立廣泛而穩定的關係，是提供優質服務以更好地滿足客戶需求的決定性因素之一。就採購旅遊資源而言，我們計劃與其他旅遊服務提供商（如票務代理及其他旅行社）合作及協調採購旅遊資源（例如機票及當地旅遊景點門票）。通過該合作及協調，我們可通過更強的議價能力和共享既得資源，在採購時享受批量採購折扣，繼而通過我們的合作夥伴和我們創建的該採購整合平臺，加強我們的上游資源並提高我們業務的採購成本效益。該安排使我們在設計及捆綁跟團遊與自由行產品不同旅遊元素時更具靈活性。董事認為，該合作及協調將使本集團能夠接觸到我們先前可能並無業務往來的該等上游供應商，且由於我們具備更強的能力以更低的成本購買各種旅遊商品和服務，故我們能夠更好地滿足消費者的需求。

此外，通過該合作及協調，我們將能夠收集有關中國各地的遊客行為及喜好的數據，並有助我們對最新市場趨勢進行大數據分析。我們將在中國其他城市精心挑選往績記錄良好、業務規模龐大、銷售網絡成熟及具備增長潛力的旅遊服務提供商。具體而言，我們將著眼的旅遊服務提供商應與我們願景一致，並具備相關經驗、地域專業知識及成熟營銷網絡的管理團隊。我們認為，我們的業務將受惠於與該等旅遊服務提供商形成的強大協同效益，且我們的盈利能力亦將通過該合作及協調得以提升。

---

## 業 務

---

由於董事預料會更頻繁地聘用新供應商，且考慮到我們銷售渠道的擴展及市場份額的增長，我們預計對供應商的預付款項及按金需求將會增加，原因為部分該等旅遊服務提供商（如航空公司、全球分銷系統服務提供商及票務代理）通常會要求我們支付按金或預付款項，具體金額將取決於交易量。詳情請參閱下文「銷售—定價與付款—機票分銷的預付及結算」。我們的預付款項、按金及其他應收款項從2016年12月31日的人民幣30.5百萬元增至2017年12月31日的人民幣43.5百萬元，並進一步增至2018年9月30日的人民幣98.6百萬元，主要由於我們購買機票的預付款項和按金增加所致。我們擬將[編纂]的[編纂]（約[編纂]）用於通過向供應商支付定金或預付款以擴大銷售渠道以及應對我們的機票供應商為我們分配電子票號而規定的預付款要求，從而加強我們整合上游資源的能力。

### 升級我們的信息技術系統並持續專注於經營效率

我們相信，我們的內部信息技術能力，對確立我們在中國浙江省寧波市旅遊業的領先地位、促進有效經營以及我們的旅行團和產品的動態定價至為關鍵。為配合我們的業務擴展，我們計劃升級現有的信息技術基礎設施，包括數據存儲、電子文檔、基於雲的備份存儲、通信技術網絡，計算機系統及信息安全，以支持我們的運營及財務數據的流量、存儲、處理及分析。

為擴大我們的客戶群，根據弗若斯特沙利文報告，聯繫各大互聯網平臺對市場參與者有效及高效地獲取客戶至為重要。鑒於消費者的購買能力改善以及快速準確的處理能力是在線預訂服務的關鍵，我們亦計劃探索構建我們自有系統的可能性，以促使我們通過我們的平臺連接到廉價航空運營商和國際性全球分銷系統服務提供商的系統而與其建立直接聯繫，且我們將能夠實時查看定價和庫存並確認預訂。董事認為，我們與廉價航空運營商和國際性全球分銷系統服務提供商的聯繫，將會提升我們的採購機票能力，並將使我們的產品較消費者在第三方線上平臺上可得的其他產品更具價格優勢。

---

## 業 務

---

除我們的核心技術系統以及進一步加強我們的「4+T」服務系統外，我們尋求探索及開發我們自有的軟件系統，以迅速便捷地處理客戶詢問，並利用機器學習技巧準確識別用戶目的。我們相信，該等自動化客戶服務將使我們準確有效地處理客戶詢問，並可節省我們僱員的工時和人工成本。

我們擬將[編纂]的[編纂] (約[編纂]) 用於升級我們的信息技術系統。

### 提升我們的品牌認知度和品牌知名度

我們的「飛揚」 品牌是業界知名品牌，且我們認為我們的品牌會讓客戶聯想到優質旅遊產品和卓越的客戶服務。我們認為，作為以客為本的旅遊服務提供商，聲譽對我們的持續成功至關重要。

我們計劃通過加大對下列各項的投資來持續建立以客為本的品牌形象：(i)傳統媒體，如在本地和全國中文報紙發佈廣告以及在各電視廣告中發佈商業廣告、聘用代言人及通過贈送機票及／或旅館住宿的形式對選定活動提供贊助；及(ii)新媒體，如互聯網、社交網絡廣告和移動應用程序，藉以提升品牌認知度和品牌忠誠度。我們亦擬參與行業貿易會議和組織旅行展，以向潛在客戶推廣我們的產品和服務。

隨著在互聯網上進行線上預訂旅行的情況日漸普及，我們將在受歡迎的社交媒體及在線銷售平臺上投放廣告，並向中國主要搜索引擎購買關鍵詞，藉以加強我們的數碼營銷力度。通過社交媒體廣告、線上銷售平臺及搜索引擎營銷，我們致力增加我們的線上曝光度以便接觸更廣泛的潛在客戶，使我們產品廣告隨時出現在客戶的社交媒體賬戶上，且我們網站的鏈接將會便利地在搜索引擎結果的前幾頁展示。數碼營銷活動亦將有助我們收集有關旅客行為、興趣和其他有用信息的數據，從而我們將可定期分析客戶的消費模式和喜好，並對特定興趣團體進行針對性產品推廣。

我們擬將[編纂]的[編纂] (約[編纂]) 用於增強我們的品牌認知度和品牌知名度。

## 業 務

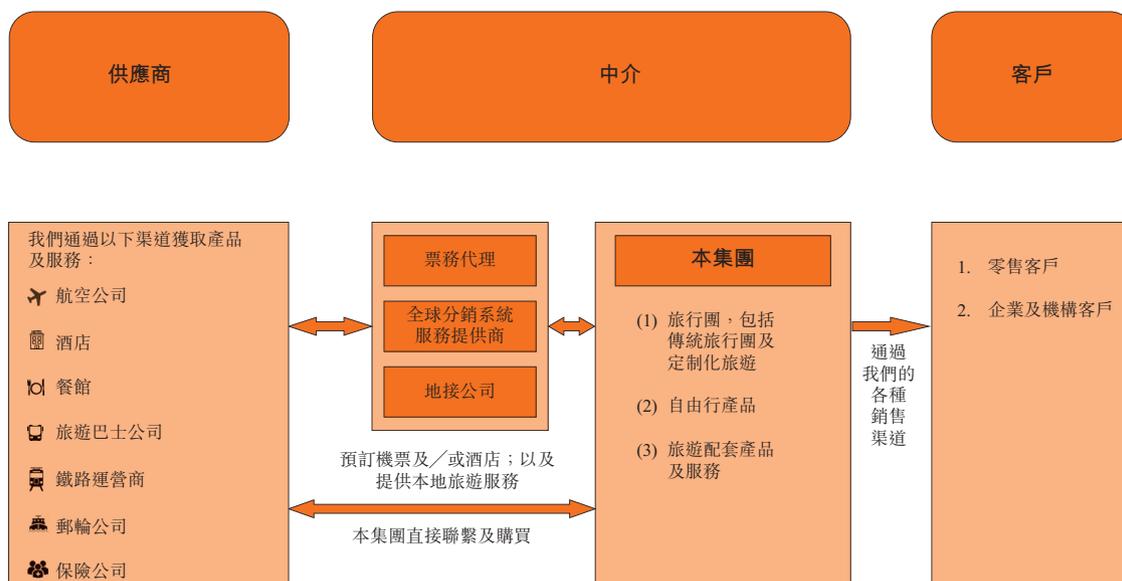
### 持續吸引、激勵和留住經驗豐富的優秀職員

我們以客為本的業務理念強調提供優質客戶服務。我們相信維持積極的工作環境將鼓勵更和諧的員工關係和留住人才，並通過激勵員工而提高客戶服務的質量。為了營造一個能吸引及激勵僱員實現優異表現的工作環境，我們亦將通過實施激勵計劃，將表現與薪酬和獎金掛鉤，從而激勵和留住有價值及才華的人員。董事會定期審核薪酬方案，以確保其始終具有競爭力。

作為我們持續提升客戶服務的部分努力，我們將繼續招聘合適僱員加入本集團，尤其是經驗豐富和優秀的旅遊團領隊及／或導遊、私人旅遊顧問以及其他經營管理人才。我們亦會繼續加強我們的員工培訓計劃，發展輔導和在職培訓以提升個別人員的技能及銷售知識與營銷技巧、客戶管理技能、客戶服務、產品信息、質量控制以及行業知識。

### 我們的業務模式

我們主要從事(i)旅行團設計、開發和銷售；(ii)銷售自由行產品；及(iii)提供旅遊配套產品及服務。我們的旅行團包括傳統的旅行團及為有特定要求的客戶量身定制的定制遊，包括國內及出境旅遊，而我們的自由行產品主要包括機票服務、僅酒店預訂及兩者組合服務。我們還提供旅遊配套產品及服務，如簽證申請服務、代辦旅遊保險、會議服務及旅遊景點門票。我們為零售客戶以和企業及機構客戶提供旅遊相關產品及服務，且我們向包括但不限於航空公司、票務代理、酒店運營商、地接公司和全球分銷系統服務提供商等供應商採購產品及服務。下圖載列了我們的業務模式：



## 業 務

### 我們的產品及服務

於往績記錄期間，我們的產品及服務可分類為三個主要分部：(i)旅行團；(ii)自由行產品；及(iii)旅遊配套產品及服務。由於本集團作為主事人，對提供旅行團服務具有控制權，故旅行團的銷售額按總數基準確認。由於本集團作為代理，無法取得航空公司及酒店所提供服務的控制權，故自由行產品銷售額的邊際收益按淨額基準確認。下表載列我們於所示期間按業務分部劃分的收入明細：

	截至12月31日止年度				截至9月30日止九個月			
	2016年		2017年		2017年		2018年	
	收入	收入百分比	收入	收入百分比	收入	收入百分比	收入	收入百分比
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
					(未經審計)		(未經審計)	
旅行團銷售額	372,456	90.8	407,362	87.6	317,967	87.9	340,448	86.8
自由行產品銷售額的								
邊際收益	21,022	5.1	41,712	9.0	31,429	8.7	44,176	11.3
旅遊配套產品及服務	16,637	4.1	15,770	3.4	12,439	3.4	7,778	1.9
合計	<u>410,115</u>	<u>100.0</u>	<u>464,844</u>	<u>100.0</u>	<u>361,835</u>	<u>100.0</u>	<u>392,402</u>	<u>100.0</u>

#### 1. 旅行團

我們的旅行團通常包括機票、酒店住宿、餐飲、交通及觀光作為捆绑套票，並由旅行團領隊及／或導遊全程陪同。我們兼經營出境及中國旅行團。更多詳情請參閱下文「目的地」。此外，我們為迎合不同客戶需求，亦提供不同類型的旅行團，如傳統旅行團（具有標準化行程的團體旅遊）；及定制旅遊（具有非標準化行程並讓客戶自由選擇其喜好的交通、酒店及旅遊景點的團體旅遊）。截至2016年、2017年12月31日止年度及截至2018年9月30日止九個月，我們分別服務合共逾174,000名、184,000名及138,000名旅行團客戶。

## 業 務

### 類型

我們為客戶提供各類型廣泛的跟團遊，這些跟團遊可分為兩類：(i)傳統跟團遊；及(ii)定制遊。傳統跟團遊分為兩類，即觀光遊；及特色主題遊。定制遊分為兩類，即定制企業遊，如企業度假及會議活動；及定制小團遊。就特色主題遊而言，我們已推出不同主題遊以滿足客戶的不同旅遊喜好，如文化體驗之旅、滑雪之旅、非洲觀賞野獸之旅、休閒海灘和度假之旅、自然遺產之旅和適合家庭的旅遊。我們亦為有特別要求更多私人旅行體驗的企業客戶及其他個人客戶定制旅行團。

下表載列於往績記錄期間我們向客戶提供的若干傳統旅行團：

旅行團名稱	旅行團類型	旅行團詳情	產品海報
歐洲11日遊	觀光旅行團	該旅行團包括德國、法國、瑞士及意大利受歡迎的觀光景點	
泰國魅力之旅	觀光旅行團	該旅行團提供地方美食、泰式按摩及騎大象體驗	

## 業 務

旅行團名稱	旅行團類型	旅行團詳情	產品海報
普陀山一日遊	觀光旅行團	該旅行團以普陀山主要旅遊景點為特色，如普濟寺、南海觀音及西天景區等	
日本本州滑雪之旅	特色主題遊	該旅行團的特色是在日本本州的滑雪勝地逗留五日四夜	

下表載列於往績記錄期間我們按類型劃分的旅行團收入：

	截至12月31日止年度				截至9月30日止九個月	
	2016年		2017年		2018年	
	收入	收入百分比	收入	收入百分比	收入	收入百分比
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
傳統旅行團	304,967	81.9	316,326	77.7	255,103	74.9
定制旅行團	67,489	18.1	91,036	22.3	85,345	25.1
合計	<u>372,456</u>	<u>100.0</u>	<u>407,362</u>	<u>100.0</u>	<u>340,448</u>	<u>100.0</u>

(未經審計)

## 業 務

### 目的地

於往績記錄期間，我們提供中國旅行團和赴全球50個以上目的地的出境旅行團。

我們的出境旅行團銷售額分別佔截至2016年及2017年12月31日止年度以及截至2018年9月30日止九個月旅行團銷售收入的約68.2%、63.3%及63.6%。於往績記錄期間，我們亦已向客戶出售郵輪假期套餐，包括乘郵輪開往日本。於往績記錄期間，我們已提供赴中國多個目的地（比如北京、海南、西藏、廣西、福建省、山東省、湖南省、雲南省、四川省和內蒙古）的中國旅行團。下表載列於往績記錄期間我們按目的地劃分的旅行團收入：

	截至12月31日止年度				截至9月30日止九個月	
	2016年		2017年		2018年	
	收入	收入百分比	收入	收入百分比	收入	收入百分比
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
	(未經審計)					
中國	118,257	31.8	149,536	36.7	123,939	36.4
美國、歐洲及加拿大	66,013	17.7	77,890	19.1	67,243	19.8
東南亞	55,665	15.0	67,989	16.7	61,119	18.0
日本及韓國	82,474	22.1	66,057	16.2	47,915	14.0
其他目的地	50,047	13.4	45,890	11.3	40,232	11.8
合計	<u>372,456</u>	<u>100.0</u>	<u>407,362</u>	<u>100.0</u>	<u>340,448</u>	<u>100.0</u>

## 2. 自由行產品

我們向零售客戶及企業和機構客戶銷售自由行產品，其中主要包括機票、酒店住宿及機票加住宿套票。客戶可單獨和分別購買機票、酒店住宿或機票加酒店捆绑套票。我們向零售客戶及企業和機構客戶（包括企業、政府組織及可能轉售予其他終端客戶的第三方網上旅行社）出售機票。於往績記錄期間，我們自由行產品的大部分收入來自機票銷售，於截至2016年及2017年12月31日止年度以及截至2018年9月30日止九

---

## 業 務

---

個月，分別約佔我們自由行產品總收入的91.9%、94.3%及95.7%。我們就銷售若干航空公司及票務代理提供的機票收取獎勵佣金。該獎勵佣金一般參考我們所採購機票的交易價值或數量以分層提成的方式釐定。截至2016年及2017年12月31日止年度以及截至2018年9月30日止九個月，我們從航空公司及機票銷售票務代理獲得獎勵佣金分別約為人民幣0.2百萬元、人民幣7.7百萬元及人民幣21.6百萬元，分別約佔我們自由行產品所產生收入的1.2%、18.5%及48.9%。

截至2016年及2017年12月31日止年度以及截至2018年9月30日止九個月，我們向企業及機構客戶銷售自由行產品的銷售額約佔本集團自由行產品收入的85.0%、92.0%及87.3%。為了進一步開發企業銷售，我們已設立一支企業旅遊管理團隊，以迎合企業及機構客戶的需求。彼等將向我們的企業及機構客戶提供如實時旅行預訂及票務、機場接送、行程規劃、安排海外會議及活動等服務。

### 3. 旅遊配套產品及服務

我們提供其他旅遊配套產品及服務，通常旨在為客戶帶來便利。我們的旅遊配套產品及服務包括簽證申請辦理、會議服務、代辦旅遊保險、主題樂園及表演等旅遊景點門票、汽車租賃服務及機場接送等當地交通安排。我們亦會將客戶介紹給一些與我們有業務關係的供應商，如旅遊景點和餐廳等，以換取該等供應商的費用。我們的旅遊配套產品及服務銷售額分別佔截至2016年及2017年12月31日止年度以及截至2018年9月30日止九個月總收入的約4.1%、3.4%及2.0%。

## 業 務

### 我們的營運

下圖列明我們的運營流程：



#### 1. 產品開發

我們的產品開發部負責設計及開發我們的旅行團和自由行產品。我們對新增和現有旅行目的地進行實地視察，以尋找新的旅遊目的地、新的旅遊景點和其他旅遊元素，以納入我們的旅行團或自由行產品中。在設計新的旅行團時，我們會考慮市場趨勢、客戶反饋、旅行團領隊及／或導遊和地接公司的建議，以及新增酒店和景點等因素。對於自由行產品，我們分析客戶的購買模式，將諸如國內及／或國際機票等不同旅行元素與不同的酒店住宿安排相搭配並開發自由行產品以滿足客戶不斷變化的喜好。

#### 2. 旅行規劃和採購

我們的旅行團及自由行經營部會與航空公司及票務代理聯絡，以核實航班座位的供應情況，並對住宿、地接公司、地面交通和餐廳的選擇進行詳細規劃。我們已訂閱並獲得兩家全球分銷系統服務提供商的訪問權，可訪問航空公司的庫存、供應情況、行程、定價、政策及規則，且我們可不時向全球分銷系統服務提供商預訂及發放機票。就定制旅遊而言，我們會根據客戶對旅遊目的地、航空公司、酒店及奢華程度的要求及喜好，協助將所需旅遊元素捆綁至套票中。

## 業 務

我們的部分主要航空公司供應商會提前三至六個月向我們分配其航班的相連機位。我們可不時根據我們旅遊產品的銷售情況提前預訂機位並安排包機，以及不時向航空公司供應商下達臨時訂單以獲得額外航班座位。就出境跟團遊而言，我們通常聘用地接公司安排當地旅遊元素，如當地交通、餐飲及酒店住宿。我們的地接公司負責目的地的旅行團經營，並會向本集團收取固定金額支付當地旅遊元素的所有成本。地接公司根據我們的規格及要求，就我們的跟團遊推薦和編製行程。就國內旅遊而言，我們主要負責就浙江省內及省外周邊地區的旅行團採購旅行元素，如機票、火車票及酒店住宿等，且我們或會聘用第三方地接公司經營前往中國其他目的地的國內旅遊。

我們選擇符合我們的品質及安全標準的酒店運營商、餐廳及地面交通運營商等供應商。我們要求我們的地接公司甄選符合我們的品質及安全標準的當地旅遊元素。我們根據服務質量、安全標準、回應能力、可靠性及定價來評估我們的潛在供應商。我們通過從旅行團領隊及／或導遊和參團人收集反饋，持續監控供應商的表現。我們的旅行團及自由行經營部會事先向客服專員和私人旅遊顧問簡要介紹我們新的跟團遊和產品，以便他們能了解每項產品的特點並向我們的客戶提供相關建議和協助。就現有目的地而言，旅行規劃和採購連同產品開發通常最多需要約三個月，而就新目的地而言，從研究到向客戶推出產品需要最多約六個月。

### 3. 銷售及營銷

我們通過零售分公司、銷售辦公室、網站、移動應用程序及其他線上銷售平台向個體客戶銷售旅遊產品及服務。於最後可行日期，我們的銷售團隊由70名私人旅遊顧問組成，主要負責經由我們的銷售渠道銷售我們的旅遊產品及服務。更多詳情請參閱下文「銷售」。我們擁有一個信息管理系統，可在銷售運營中協助前線私人旅遊顧問。我們的客服專員及私人旅遊顧問需要將所有客戶的喜好、詳情及銷售數據輸入系統。我們的系統擁有所有零售分公司及銷售辦公室實時更新的最新報名情況以及旅行團、飛機票及酒店住宿的供應情況。

當客戶參加我們的旅行團時，須在預訂時支付定金。客戶撤銷或取消參團訂單，通常其定金或取消費用會被沒收，惟倘旅行團在出發前因參團人數不足或戰爭、政治動蕩、恐怖襲擊及自然災害等超出我們控制的情況而取消則除外。對於因參團人數不足而取消的旅行團，我們會分別在國內／短途出發前一般至少7至15日及及出境／長途旅行團出發前15至30日告知客戶。倘旅行團因超出我們控制的情況及因參團人數不足而取消，客戶可參加我們提供的另一個旅行團或要求全額退款。

---

## 業 務

---

一般而言，根據航空公司及酒店運營商施加的條款，購買自由行產品的零售客戶須在預訂時支付全款且不得取消預訂。

### 4. 旅行前安排及旅行團經營

旅行團預訂通常在出發前約一至四週確認。旅行團一經確認，我們將指派旅行團領隊及／或導遊，並與當地地接公司進行聯絡。我們所選的地接公司一般會根據我們就相關旅行團聘用地接公司之前審批的酒店、餐飲、當地交通及活動規格和協定安排來處理旅行團經營。對於浙江省內及浙江省外週邊地區前往北京的國內遊，我們主要負責安排旅遊元素。我們聘用的旅行團領隊及／或導遊將會照顧客戶的需求並全程陪同旅行團。他們負責服務客戶，確保服務質量令客戶滿意。我們通常安排一名旅行團領隊及／或導遊，陪同各旅行團協調整個旅行團經營。若旅行團經營出現任何問題或在緊急情況下，旅行團領隊及／或導遊會立刻向我們的旅行團經營部門報告，而我們的旅行團經營部門將協助旅行團領隊及／或導遊解決問題。於最後可行日期，我們有72名全職旅行團領隊及／或導遊，均為我們的僱員。於往績記錄期間，我們不時聘請兼職旅行團領隊及／或導遊（尤其是在旺季）。

### 5. 評估

我們的客服專員會在旅行完成後一週內對客戶進行電話訪問，收集客戶對我們產品及服務質量的反饋意見。我們的旅行團領隊及／或導遊亦須提供一份有關供應商服務質量的旅行完成報告。客戶亦可通過我們的客服熱線、網站或移動應用程序提供反饋意見。我們聘用的地接公司可不時提供有關各旅行團的評論，並將客戶、旅行團領隊及／或導遊給出的任何反饋意見轉達給我們。這持續的評估過程將有助我們監察和改善產品及服務質量並評估客戶喜好。

## 銷售

### 我們的銷售渠道

為使購買體驗更便利，我們通過各種渠道（包括旅遊廣場、我們的零售分公司、銷售辦公室、呼叫中心及線上銷售平台（如我們的網站、我們的移動應用程序）和獨立第三方經營的線上平台（如去哪兒及飛豬））出售旅遊產品及服務。我們的若干客戶可能會結合採用多種渠道，例如，首先前往旅遊廣場、零售分公司或銷售辦公室以獲取

## 業 務

有關我們產品的資訊並在其確認購買後進行線上付款，或首先瀏覽我們的網站並在旅遊廣場、零售分公司或銷售辦公室進行付款。

### 旅遊廣場

旅遊廣場共有四層，概約總建築面積超過5,700平方米，是我們於浙江省寧波市的總部。我們或會不時在旅遊廣場舉辦促銷活動及客戶旅前簡介會。客戶可前往旅遊廣場，通過我們的客服專員及私人旅遊顧問查詢、預訂及購買旅遊產品和服務。我們認為，我們的旅遊廣場將進一步提升客戶的購物體驗，並進一步鞏固我們作為區域內「一站式購齊」旅遊服務提供商的地位。



### 零售分公司及銷售辦公室

於最後可行日期，我們經營位於寧波、溫州、台州、杭州及蘇州等多個中國城市的26家零售分公司及銷售辦公室。客戶可前往我們的零售分公司及銷售辦公室，查詢、預訂和購買旅遊產品及服務。我們零售分公司及銷售辦公室的私人旅遊顧問會為客戶提供一對一的協助及建議，以處理客戶的需求及顧慮。零售分公司及銷售辦公室的信息技術系統與我們的中央預訂系統互聯，而我們的私人旅遊顧問可實時查看可提供的旅行團、自由行產品和其他旅行相關產品及服務。



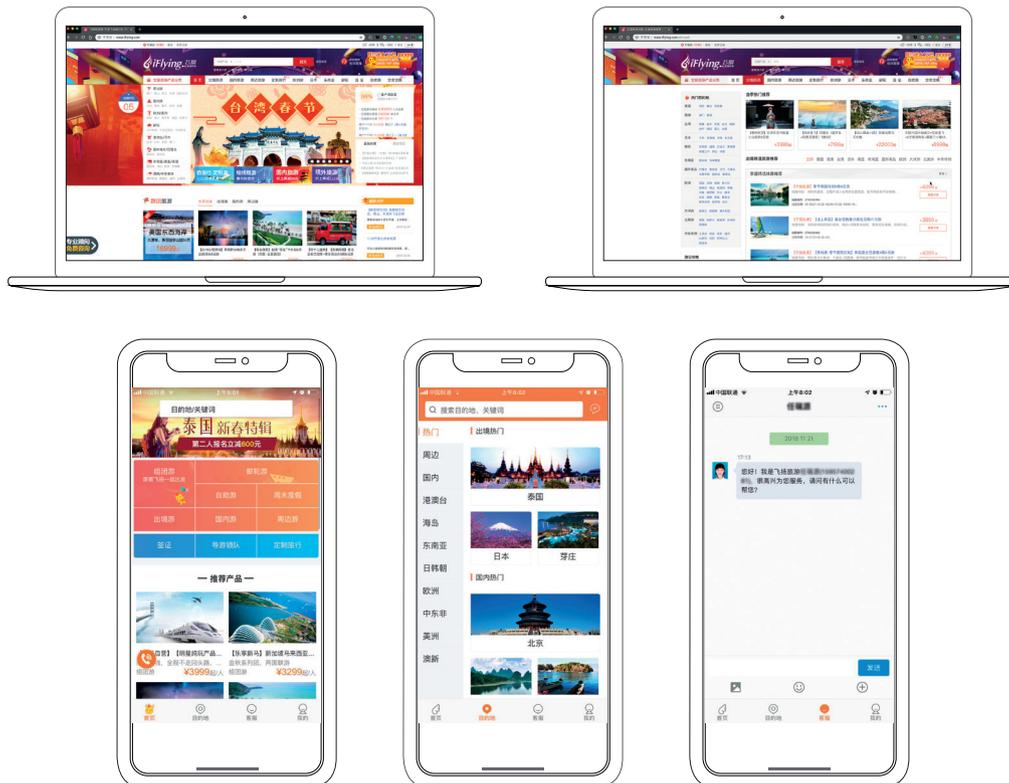
## 業 務

### 呼叫中心

我們呼叫中心的客服專員及私人旅遊顧問負責服務通過熱線進行諮詢及預訂的客戶。客服專員主要負責記錄客戶的喜好及要求，並根據其專業知識及客戶感興趣的目的地將通話轉接給不同私人旅遊顧問。私人旅遊顧問會個別為客戶提供一對一的諮詢服務，並跟進特定客戶的諮詢，直至達成交易。他們亦會不時向客戶提供更新的旅行團報名情況。我們運營諮詢及緊急熱線旨在為購買我們產品及服務的客戶帶來方便。於最後可行日期，我們的呼叫中心有49名客服專員及70名私人旅遊顧問提供服務。

### 網站及移動應用程序

我們分別於2011年及2014年推出自己的線上平台及移動應用軟件以銷售我們的旅遊產品及服務。我們建立網站及移動應用程序均是為了使客戶能夠(i)查看是否有旅行團和自由行產品及其定價；(ii)直接通過網站及移動應用程序預訂旅遊產品及服務和付款；(iii)與私人旅遊顧問在線聊天以尋求幫助；及(iv)查閱其他客戶對我們的旅行團的評論。我們的網站及移動應用程序亦是一個營銷平台，用於推銷產品並向客戶提供信息。我們在網站及移動應用程序上更新旅遊產品信息及促銷優惠。請見以下我們網站和移動應用程序的截圖：



## 業 務

### 第三方運營的在線銷售平台

自2011年起，我們在若干受歡迎的第三方中文在線購物網站（如專門提供出境遊服務的去哪兒及飛豬）開設了虛擬商店。我們通過該等在線銷售平台接收客戶訂單和付款，而該等在線銷售平台則向我們收取固定金額或在其在線平台上所進行交易的金額的一定百分比作為交易費用。

### 定價與付款

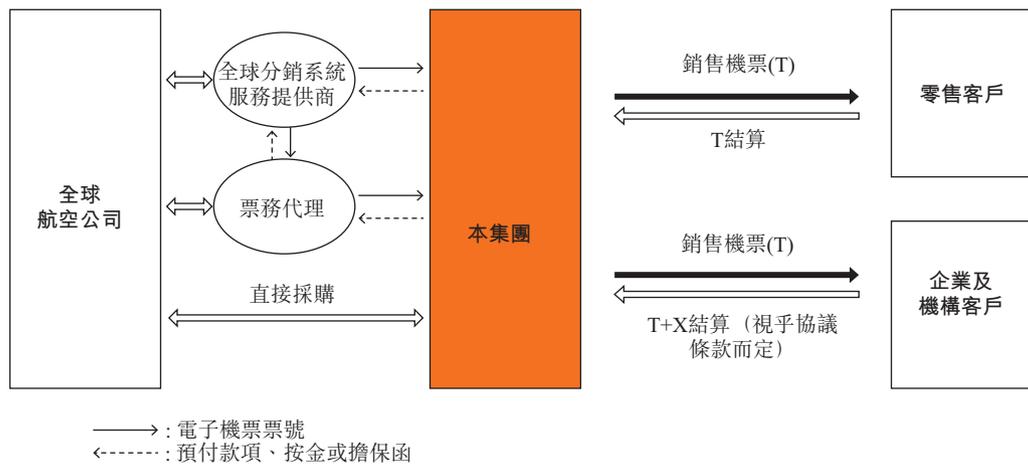
我們以成本加成的方式確定旅遊產品和服務的價格。我們考慮（其中包括）市場可比性、現行匯率和旅行元素成本，包括機票、酒店住宿、當地交通、餐飲和觀光、領隊及／或導遊及地接公司成本、旅遊景點門票成本、市場需求、競爭對手提供的類似產品的價格。一旦我們與客戶訂立協議後向其提供最終銷售價格，便不得調整該價格。我們會不時檢討旅遊產品和服務的價格。下表載列於往績記錄期間按目的地劃分的主要產品概約價格範圍：

	截至12月31日止年度		截至9月30日
	2016年	2017年	2018年
	人民幣元	人民幣元	人民幣元
中國	70 – 13,000	30 – 12,000	30 – 15,000
美國、加拿大及歐洲	8,000 – 50,000	8,000 – 29,000	8,000 – 55,000
東南亞	2,000 – 7,000	1,800 – 8,000	2,000 – 10,000
日本及韓國	2,000 – 17,000	3,000 – 17,000	3,000 – 15,000

就零售客戶而言，我們接受現金、信用卡、銀行轉賬或其他第三方移動電子轉賬方式付款。零售客戶如報名參加旅行團，通常需要在預訂時支付保證金，而餘款會在出發前七至30日內結算。倘客戶訂購長途旅行團，我們可能允許其在十至30日內結清餘款。就郵輪旅行團而言，客戶須在出發前約七日內結清餘款。至於其他產品，通常在預訂時全數付款。我們的企業及機構客戶通常會向我們開立企業賬戶，並須在收到我們的發票後10至15日內付款。

## 業 務

### 機票分銷的預付及結算



本集團直接從航空公司以及通過全球分銷系統服務提供商及票務代理購買機票。我們通常須就指定予我們的一系列與國內及國際航班相關的電子機票票號，向全球分銷系統服務提供商及／或票務代理支付預付款項、按金或發出擔保函。我們參考自我們付款日期起至少未來三天的預期客戶需求支付預付款項、按金或發出擔保函。截至2016年及2017年12月31日以及2018年9月30日，我們向該等機票供應商支付的預付款分別為人民幣8.8百萬元、人民幣13.3百萬元及人民幣24.7百萬元。

於往績記錄期間，除與旅行團捆綁的機票外，我們的大部分機票均售予企業及機構客戶，如網上旅行社及地方企業。視乎旅遊產品的類型及我們與企業及機構客戶所訂立協議的條款，現金收款期限介乎一日至60日不等。就銷售機票而言，彼等通常在航空公司發出機票後的第二天結算購買價的約70.0%至90.0%，餘款將作為履約保證金於出發後翌日結清。我們的貿易應收款項主要為應收企業及機構客戶的款項。有關我們的零售客戶以及企業及機構客戶的付款詳情，請參閱上一分節；有關我們貿易應收款項的詳情，請參閱「財務資料－合併財務狀況表若干項目的說明」。

### 季節性

由於旅遊業的固有性質，我們的收入會出現季節性波動。在中國農曆新年及在7月和8月的暑假等假期期間，旅行團、自由行產品和旅遊配套產品及服務的銷售額普遍較高，而在非高峰時段則通常較低。董事確認，於往績記錄期間，我們的收入並無出現重大季節性波動。

---

## 業 務

---

### 營銷及推廣

我們致力於持續推廣我們的「飛揚」 品牌作為知名品牌，代表一站式專業及個性化旅遊產品及服務。我們相信品牌知名度對我們能否吸引客戶至關重要。截至2016年及2017年12月31日止年度以及截至2018年9月30日止九個月，我們的廣告及營銷開支總額分別約為人民幣6.7百萬元、人民幣5.9百萬元及人民幣3.4百萬元。我們已採用以下營銷策略來提升我們的品牌知名度和推廣我們的業務：

### 媒體廣告

我們通過我們的網站及移動應用推廣我們的旅遊產品及服務。我們亦在微信及微博等流行社交網絡開發我們的公司網頁以向客戶提供最新的促銷信息及鞏固我們的企業形象。

### 與供應商舉辦旅遊博覽會及聯合促銷活動

我們參加旅遊博覽會以向潛在客戶推銷我們的產品及服務，我們亦與（如郵輪公司及酒店運營商等）供應商組織促銷活動以向潛在客戶促銷其產品及服務。例如，於2016年9月，我們與一家全球主題公園及度假村經營商合作，在寧波國際會展中心舉辦一個為期三天的旅遊博覽會。

### 於旅遊廣場、零售分公司及銷售辦公室展示

在我們的旅遊廣場、零售分公司及銷售辦公室的顯眼位置展示海報、傳單和小冊子，其上載有旅行和產品信息並附上具吸引力的相片。

### 忠誠客戶計劃

我們已於2014年為客戶推出一個名為「飛揚老班長俱樂部」的忠誠客戶計劃。年齡介乎50至70歲的客戶有資格加入我們的忠誠客戶計劃。會員將享有如會員定制專屬產品及分公司的快速通道服務等優待。

### 供應商

我們的供應商主要包括航空公司、票務代理、郵輪公司、地接公司及線上銷售平台。我們最大供應商的銷售成本分別約佔截至2016年及2017年12月31日止年度以及截至2018年9月30日止九個月我們總銷售成本的4.3%、4.8%及6.1%，而五大供應商的銷售成

## 業 務

本分別約佔截至2016年及2017年12月31日止年度以及截至2018年9月30日止九個月我們總銷售成本的18.1%、14.9%及17.4%。就地接公司、機票及當地交通成本變動進行的敏感性分析，請參閱「財務資料－我們旅遊產品和服務的定價」。

於往績記錄期間，我們的五大供應商均與我們有超過兩年的業務關係。據董事所深知，於往績記錄期間，董事、其各自緊密聯繫人或擁有我們的已發行股本超過5%的任何人士或我們的任何附屬公司，概無擁有我們五大供應商中任何一家的權益。於往績記錄期間及直至最後可行日期，我們的供應商概無任何重大違約行為而導致我們的業務中斷或對本集團提供的旅遊產品或服務的重大投訴。我們並無於業務經營中維持存貨。

下表載列我們與供應商所簽訂安排的主要條款摘要：

安排條款	航空公司	郵輪公司	票務代理	地接公司	線上銷售平台
期限和終止條款	一般按季度且無終止條款	一般就每次購買訂立安排或為期一年	一般為期一年，倘無任何一方書面終止便自動續約一年	一般為期一年，可自動續約及應任何一方要求而終止	一般為期一年
保證金	簽立協議後通常須支付保證金	通常須於確認購買後支付保證金	訂立協議時，通常須支付保證金	通常無須支付保證金	通常無須支付保證金
付款期限	視乎不同目的地及航空公司提供的條款而各異，但未付結餘通常須於出發前結清	一般於郵輪出發前7天至1個月內結清	購買金額一般須於出票前結清	通常於收到發票後五個營業日內結清	通常於收到發票後15日內結清
付款方法	支票或匯款	匯款	匯款	匯款	匯款

## 業 務

下表載列於往績記錄期間我們五大供應商的資料：

截至2016年12月31日止年度

排名	供應商名稱	建立關係時間	供應商性質及背景	本集團 銷售成本 (人民幣千元)	佔銷售 成本總額 的百分比
1	八爪魚在線旅遊發展有限公司 (浙江分公司) (「八爪魚」)	2016年	一家從事在線旅遊業務及出售 旅遊相關軟件產品的中國有 限公司的浙江分公司	14,748	4.3%
2	北京匹匹扣國際旅行社有限公司 (上海分公司) (「北京匹匹扣」)	2016年	從事旅遊代理業務的中國公司 的上海分公司	14,315	4.2%
3	供應商A	2016年	一家在中國成立的從事提供郵 輪產品的有限公司	12,358	3.6%
4	杭州諾達航空服務有限公司 (「杭州諾達」) <sup>(1)</sup>	2015年	一家在中國成立的從事提供機 票及酒店客房的有限公司	10,714	3.1%
5	寧波正大票務有限公司	2016年	一家在中國成立從事提供機票 服務的有限公司	10,036	2.9%
五大供應商的銷售成本總額：				62,171	18.1%

## 業 務

截至2017年12月31日止年度

排名	供應商名稱	建立關係時間	供應商性質及背景	本集團 銷售成本 (人民幣千元)	佔銷售 成本總額 的百分比
1	上海華遠國際旅行社有限公司 (「上海華遠」)	2016年	一家在中國成立的從事旅遊代理業務及旅遊信息諮詢的有限公司	18,038	4.8%
2	杭州諾達 <sup>(1)</sup>	2015年	一家在中國成立的從事提供機票及酒店客房的有限公司	12,279	3.3%
3	上海春秋旅行社有限公司 (寧波分公司)	2014年	一家在中國成立的主要從事旅遊代理業務及機票服務的有限公司	8,539	2.3%
4	蘇州世界風情國際旅行社有限公司 (上海分社)	2017年	從事國內、入境及出境旅遊業務的中國公司的上海分公司	8,476	2.3%
5	供應商B	2014年	一家在中國成立的從事提供及出售郵輪產品的有限公司	8,198	2.2%
五大供應商的銷售成本總額：				<u>55,530</u>	<u>14.9%</u>

## 業 務

截至2018年9月30日止九個月

排名	供應商名稱	建立關係時間	供應商性質及背景	本集團 銷售成本 (人民幣千元)	佔銷售 成本總額 的百分比
1	上海華遠	2016年	一家在中國成立的從事旅遊代理業務及旅遊信息諮詢的有限公司	18,993	6.1%
2	杭州諾達 <sup>(1)</sup>	2015年	一家在中國成立的從事提供機票及酒店客房的有限公司	14,700	4.7%
3	浙江君威國際旅行社有限公司	2014年	一家在中國註冊成立的有限公司，從事國內、入境及出境旅遊業務	7,843	2.5%
4	浙江立喜國際旅遊有限公司 (杭州分公司)	2016年	一家從事境內外旅遊業務的中國公司的杭州分公司	6,666	2.1%
5	浙江中山國際旅行社有限責任公司 (南京分公司)	2013年	從事旅遊業務及提供票務服務的中國公司的南京分公司	6,311	2.0%
五大供應商的銷售成本總額：				54,513	17.4%

附註：

- (1) 印尼蘇拉維加亞航空公司(杭州代表處)為一家印尼航空公司的分公司，該印尼航空公司從事主要提供國家及地區航空服務業務，自2017年起與本公司存在業務關係。據董事所知、所悉及所信，於往績記錄期間，杭州諾達與印尼蘇拉維加亞航空公司(杭州代表處)存在共同管理層。

## 業 務

### 客戶

我們的客戶主要包括零售客戶以及企業及機構客戶，例如地方企業、公司及政府組織。截至2016年及2017年12月31日止年度以及截至2018年9月30日止九個月，我們已分別為超過174,000名、184,000名及138,000名參加我們旅行團的客戶提供服務。下表載列於往績記錄期間我們按客戶類型劃分的收入明細：

	截至12月31日止年度				截至9月30日止九個月	
	2016年		2017年		2018年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
零售客戶	282,687	69.0	304,526	65.5	241,688	61.6
企業及機構客戶	127,428	31.0	160,318	34.5	150,714	38.4
合計	410,115	100.0	464,844	100.0	392,402	100.0

截至2016年及2017年12月31日止年度以及截至2018年9月30日止九個月，我們五大客戶產生的收入分別為人民幣32.4百萬元、人民幣48.9百萬元及人民幣50.3百萬元，分別約佔我們總收入的7.9%、10.6%及12.8%，而我們最大客戶產生的收入分別為人民幣17.8百萬元、人民幣23.7百萬元及人民幣20.8百萬元，分別約佔我們總收入的4.3%、5.1%及5.3%。我們已與五大客戶維持了兩年至六年的業務關係。據董事所深知，董事或其各自緊密聯繫人或擁有我們的已發行股本超過5%的任何人士或我們的任何附屬公司概無於往績記錄期間擁有我們任何五大客戶的任何權益。

## 業 務

下表載列於所示期間有關我們五大客戶的若干資料：

### 截至2016年12月31日止年度

排名	客戶名稱	建立關係時間	客戶性質及背景	客戶採購額 (人民幣千元)	佔總收入的百分比
1	客戶A	2016年	一家在中國註冊成立的有限公司，從事境內外旅遊業務並提供電子商務以及計算機技術的開發	17,810	4.3%
2	同程國際旅行社有限公司 (「同程」)	2015年	一家在中國註冊成立的有限公司，從事出入境旅遊業務，是中國領先的網上旅遊服務提供商	4,958	1.2%
3	北京匹匹扣	2016年	從事旅遊代理業務的中國公司的上海分公司	4,426	1.1%
4	南京途牛國際旅行社有限公司 (「途牛」)	2015年	一家在中國註冊成立的有限公司，從事提供網上旅遊服務平台及其他旅遊產品與服務	2,904	0.7%
5	客戶B	2014年	從事國內、入境及出境旅遊業務的中國公司的北京分公司	2,325	0.6%
五大客戶的採購總額：				32,423	7.9%

## 業 務

### 截至2017年12月31日止年度

排名	客戶名稱	建立關係時間	客戶性質及背景	客戶採購額 (人民幣千元)	佔總收入的百分比
1	客戶A	2016年	一家在中國註冊成立的有限公司，從事國內、出境旅遊業務並提供電子商務以及計算機技術的開發	23,707	5.1%
2	客戶C	2016年	一家在中國註冊成立的有限公司，主要從事入境及出境旅遊業務及旅遊諮詢	10,492	2.3%
3	同程	2015年	一家在中國註冊成立的有限公司，從事出入境旅遊業務，是中國領先的網上旅遊服務提供商	8,763	1.9%
4	途牛	2015年	一家在中國註冊成立的有限公司從事提供網上旅遊服務平台以及其他旅遊產品與服務	3,308	0.7%
5	客戶D	2015年	一家在中國註冊成立的有限公司，從事國內及境內旅遊業務	2,626	0.6%
五大客戶的採購總額：				48,896	10.6%

## 業 務

截至2018年9月30日止九個月

排名	客戶名稱	建立關係時間	客戶性質及背景	客戶採購額 (人民幣千元)	佔總收入的百分比
1	客戶A	2016年	一家在中國註冊成立的有限公司，從事國內、出境旅遊業務並提供電子商務以及計算機技術的開發	20,775	5.3%
2	客戶C	2016年	一家在中國註冊成立的有限公司，主要從事入境及出境旅遊業務及旅遊諮詢	15,291	3.9%
3	溫州市精誠國際旅行社有限公司	2017年	一家在中國註冊成立的有限公司，主要從事境外、境內及國內旅遊業務	5,044	1.3%
4	寧波逍遙假期旅遊有限公司	2016年	一家在中國註冊成立的有限公司，從事境內外旅遊業務，並提供船舶及票務服務	4,685	1.2%
5	途益集團股份有限公司溫州分公司	2012年	一家主要從事出境旅遊的中國公司的溫州分公司	4,511	1.1%
五大客戶的採購總額：				50,306	12.8%

---

## 業 務

---

### 零售客戶

我們的零售客戶包括購買我們的旅行團、自由行產品、簽證申請服務及其他旅遊相關產品與服務的旅客。我們並無與我們的零售客戶訂立任何長期協議，而是按訂單與他們進行交易。零售客戶通常以現金、信用卡、銀行轉賬或其他第三方移動電子轉賬方式結算。由於我們的行業性質使然，截至2016年及2017年12月31日止年度各年以及截至2018年9月30日止九個月，我們並無任何單一零售客戶佔我們收入的5%以上。下文載列我們與零售客戶根據相關中國法律法規所規定的模板協議就銷售我們的旅行團訂立的標準化協議的主要條款概要：

- 安排條款**                   ：    我們應提供旅遊行程文件中所述的旅行團，包括但不限於目的地、時期、交通及住宿安排、餐飲標準以及景點詳情
- 付款**                        ：    付款款項因我們所提供產品及服務的類型而異
- 終止**                        ：    倘我們於出發前30日終止合約，而客戶拒絕延期、轉至另一團或接受我們於出發前30日通知的行程變動，我們應向零售客戶退還已付的總金額。倘我們於出發前不足30日內終止合約，則我們應向客戶支付2%至20%的對價作為損害賠償金。倘我們的客戶於出發前不足30日終止合約，則客戶應向我們支付對價的5%至70%作為損害賠償金（若干情況除外，包括但不限於健康理由以及從事違法活動等）

## 業 務

### 企業及機構客戶

我們的企業及機構客戶包括地方企業、公司及政府組織，且其通常向我們購買機票或定制旅遊。於往績記錄期間，我們為企業度假及會議活動提供旅遊產品及服務。下文載列我們與企業及機構客戶訂立的供應協議的主要條款概要：

- 期限：自協議日期起生效
- 安排條款：我們供應的產品因企業客戶而異，取決於企業客戶的需要
- 付款：支付條款因協議條款而異
- 終止：企業客戶一般可在向我們支付不超過總購買價10%的補償金及協議終止前我們所產生的所有必要費用後終止協議

### 網上旅行社

我們已與攜程、去哪兒、飛豬、途牛及同程等網上旅行社簽訂協議，主要向其供應機票及其他旅遊產品。下表載列我們與網上旅行社所簽訂協議的主要條款概要：

- 期限：通常自生效日期起計一年
- 安排條款：我們主要向網上旅行社供應機票和其他旅遊產品，如旅遊套餐和郵輪度假套餐
- 最低採購要求：我們並無對網上旅行社施加最低採購要求
- 付款：就機票而言：購買價的70.0%至90.0%通常於機票簽發後的下一個營業日結算，而餘下結餘則於出發後翌日結算
- 續期：訂約方可互相協定續新協議
- 終止：任何一方均可通過提前一個月發出書面通知而終止協議

我們無法控制網上旅行社客戶的銷售及定價政策、退款和匯兌安排以及銷售目標。就董事所深知，概無網上旅行社客戶以本集團名義開展其業務。

---

## 業 務

---

### 同時屬我們的客戶及供應商的實體

於往績記錄期間，我們的部分供應商亦為我們的客戶。於往績記錄期間我們的供應及採購對象為同一實體的情形如下：

- (i) *線上銷售平台*：於往績記錄期間，同時屬我們的供應商及客戶的線上銷售平台包括八爪魚、匹匹扣、途牛及同程。部分該等線上銷售平台屬旅行社間線上分銷平台，旅行社可在該等平台上向業內同行銷售及購買旅遊產品與服務。於往績記錄期間，我們在該等線上銷售平台上銷售我們的旅行團併在其上購買若干其他旅遊套餐產品；
- (ii) *其他旅行社及航空公司*：我們亦分別向部分旅行社及航空公司供應機票及簽證辦理服務，而我們於往績記錄期間亦分別自該等旅行社及航空公司購買地接服務及機票。航空公司包括上海春秋，其位列截至2017年12月31日止年度我們的五大供應商之一；及
- (iii) *其他*：於往績記錄期間，在旅遊團報名人數不足的情況下，我們自提供類似旅行團的其他旅行社採購了參團名額，以使我們的客戶成團，反之亦然。

截至2016年及2017年12月31日止年度以及截至2018年9月30日止九個月，我們向兼為我們的客戶及供應商的該等實體作出的銷售額分別約佔我們總收入的6.8%、7.2%及8.0%，而同期我們就該等實體的成本分別約佔我們總成本的27.0%、29.6%及28.9%，這主要是由於我們採用了上文(i)所載的旅行社間線上分銷平台。經董事確認，向該等實體的銷售乃按一般商業基準進行。

### 信貸控制

企業及機構客戶通常獲授長達60日的信貸期。零售客戶通常不獲提供信貸期。我們的財務部門審查每名現有及潛在的企業及機構客戶的信貸期。授予企業及機構客戶的結算及信貸期乃參考(其中包括)(i)與我們建立業務關係的時長；(ii)客戶的付款記錄；及(iii)這些客戶的財務實力和信譽釐定。

## 業 務

我們密切監察未收回的貿易應收款項。於2016年及2017年12月31日以及2018年9月30日，根據本集團的政策，就貿易應收款項減值虧損作出的一般撥備分別為人民幣0.4百萬元、人民幣0.6百萬元及人民幣1.5百萬元。倘我們與相關客戶聯絡後仍無法收回未付的貿易應收款項，我們可於適當情況下向該客戶發出催款通知。於往績記錄期間，本集團不曾產生任何重大壞賬。

### 現金控制政策

#### 自客戶收到的付款

我們的財務部負責監察和監控我們於運營過程中收到的現金收入。我們所有的私人旅遊顧問均須在一個營業日內將從客戶收到的所有現金收入交予財務部的結算人員。結算人員會在單據上加簽以確認收到現金收入，並將現金收入提交予財務部主管作進一步處理。當我們的保險箱或上鎖抽屜存有超過人民幣100,000元的現金收入，主管通常會將其存入銀行，並於同日向財務部經理提供一份銀行存款收據連同正式收據和電子付款單其他文件。財務部會負責根據我們銷售系統中的記錄核對收到的付款金額。如有不符之處，財務部會向私人旅遊顧問或銷售代表詢問有關交易。據董事確認，於往績記錄期間並無發生任何重大的現金挪用事件。

#### 就旅遊運營向旅行團領隊及／或導遊支付的墊款

在我們的旅遊運營中，我們可能須在旅行期間以現金方式結算酒店住宿、餐費、門票和當地交通費等旅遊費用。我們向旅行團領隊及／或導遊預付現金，以便其能結算該等旅遊運營費用。在每個旅行團出發之前，旅行團領隊及／或導遊會根據旅遊行程估算在旅行期間須以現金結算的旅遊費用，並會向我們的財務部提交一份費用報告。該費用報告會由財務總監及業務部門經理審閱及加簽。財務部在收到相關批准後繼而向旅行團領隊及／或導遊預付相關貨幣現金。

旅行團領隊及／或導遊須在旅遊歸來後七個工作日內向財務部提交旅遊費用匯總表，列明金額、供應商詳情和付款日期、收據正本和剩餘未用現金。倘費用超出各類費用的最高允許限額，財務部會在獲其財務總監批准後報銷旅行團領隊及／或導遊的相關費用。據董事確認，於往績記錄期間，我們並未遇到任何導遊挪用或未經授權使用資金的情況。

---

## 業 務

---

### 質量控制及客戶服務

#### 供應商

我們高度重視對供應商的選擇，因為我們相信承諾提供優質產品和服務是促進我們成功的主要因素之一。我們有一份根據我們的選擇標準編製的供應商候選名單，而我們的產品開發團隊僅會根據獲批准名單挑選供應商。

負責不同目的地的行程經理及我們的旅行團領隊及／或導遊通常會就其旅行團委聘的供應商的服務質量向採購委員會提供反饋。我們的旅行團領隊及／或導遊須在旅遊期間密切監察當地導遊安排的交通、酒店、餐廳及服務的質量，並確保所提供的行程和服務標準符合與客戶協定的行程及條款。旅遊結束後，我們的旅行團領隊及／或導遊須提供一份有關我們的供應商的服務質量的旅遊評估報告。我們每年對供應商進行評估，且若我們與其合作期間發生重大安全事故，或倘我們頻繁收到旅行團領隊或導遊或行程經理的劣評，我們或會將該等供應商從獲批准名單中移除或與其終止合作關係。

董事確認，於往績記錄期間及直至最後可行日期，我們概未就獲取旅遊元素與供應商聯絡時出現任何重大延誤或與其存在任何爭議，且我們的供應商並無提供造成任何重大不利後果的任何缺陷產品或服務。

#### 旅行團領隊及導遊

我們已就旅行團領隊及導遊採取嚴格的質量控制措施。我們向新招募的旅行團領隊及導遊提供全面培訓，內容將涵蓋我們的產品及服務知識、客戶服務、溝通技巧和 safety 及緊急處理等方面。彼等亦須接受定期評估及持續培訓。我們亦會要求自由職業旅行團領隊達到我們的服務標準，即我們期望自所僱用導遊達到的水平。我們於招聘過程中與自由職業旅行團領隊面談，以確保其有能力服務顧客。

---

## 業 務

---

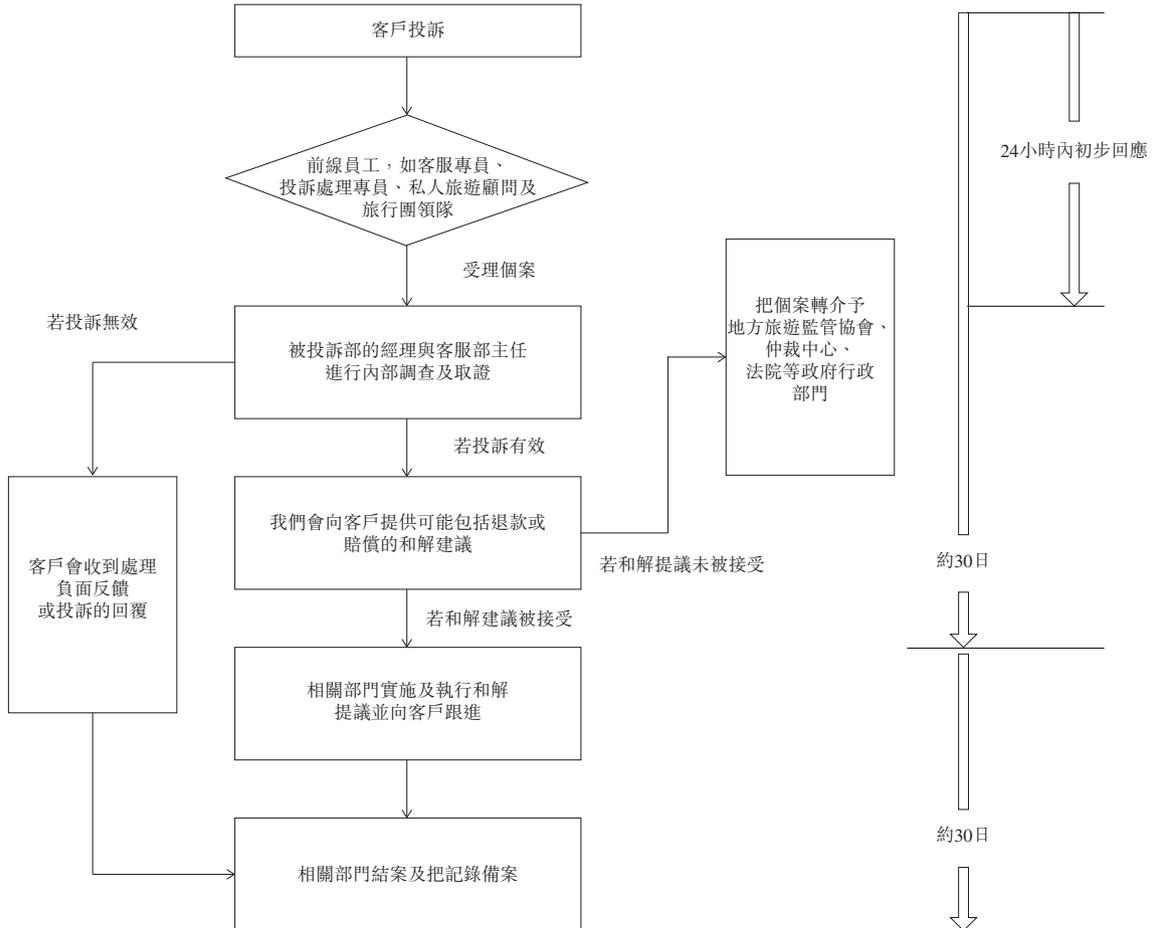
### 客戶服務及投訴處理

由於我們的行業高度以服務為本，故我們相信採用專為每位客戶的需求量身定制的標準化系統提供優質服務可使我們從競爭對手中脫穎而出。我們在銷售和經營過程中實施「4+T」服務系統：

- (i) *客戶服務*：我們呼叫中心的客服專員將負責在客戶首次聯繫我們時記錄他們的喜好，而且我們的專員會根據客戶對旅遊目的地和產品的喜好，將數據輸入我們的系統中，並指派一名熟悉客戶所選目的地的私人旅遊顧問為客戶提供建議和意見。他們還負責在客戶旅行回後對客戶進行評估和調查；
- (ii) *私人諮詢*：我們的每一名私人旅遊顧問均是某類旅遊產品（如長線出境遊、短線出境遊及國內遊等）的專家，且彼等專員指派予他們的客戶負責。我們的私人旅遊顧問會綜觀及監控整個銷售流程回答詢查、提供意見以至下單及不時跟進其獲指派的客戶；
- (iii) *產品管理*：我們的產品經理通常負責產品研究和設計、採購、質量控制及監督客服專員和私人旅遊顧問。他們不時審核我們客服專員和私人旅遊顧問的表現，並在收到投訴時與客戶溝通；
- (iv) *旅行團運營*：我們的旅行團領隊及／或導遊負責在旅行期間為客戶提供服務並照顧客戶的需要。他們亦在旅行期間監督我們的供應商（如酒店運營商和地接公司）為我們的客戶所提供服務的質量，並在旅行期間收集我們客戶的反饋；及
- (v) *技術*：我們已採用客戶關係管理軟件系統（「**CRM系統**」）以追蹤客戶的互動並管理客戶賬戶。我們不時分析從CRM系統累積的數據，以深入了解我們客戶的行為，包括轉售模式、產品喜好及客戶生活方式。我們相信，CRM系統將為我們提供檢查和發現市場趨勢、客戶喜好及其他有用信息的工具，有助我們為不同類型的客戶提供準確的旅遊意見。

## 業 務

我們相信我們的「4+T」服務系統對我們提供優質服務至關重要，且我們致力於為客戶提供優質產品及服務。我們已提供多種方式供客戶提供反饋、諮詢及建議，如客戶服務熱線及多個知名社交網站的企業頁面。詳情請參閱上文「我們的運營－5.評估」。由於客戶滿意度是我們的核心理念，我們亦已採用一個投訴處理系統以提高客戶的滿意度及和睦地解決任何分歧。下圖載列我們處理客戶投訴程序的一般流程：



## 業 務

於往績記錄期間，我們收到有關旅遊行程、行李遺失、導遊服務質量及旅遊保險的客戶投訴，董事預期，該等投訴概不會對我們的營運或財務狀況造成任何重大不利影響。於往績記錄期間收到的所有客戶投訴個案中，所有已解決個案均涉及金錢和解，而於最後可行日期仍有一宗個案尚未解決。

### 僱員

於2018年9月30日，本集團在中國共有531名僱員。下表載列按職能劃分我們僱員的明細：

職能	僱員人數
管理及行政	27
產品開發	57
旅遊及自由行業務	91
旅行團領隊及導遊	76
簽證辦理業務	10
銷售及營銷	116
客戶服務	78
人力資源	3
信息技術	34
財務	39
合計	<u>531</u>

於往績記錄期間，我們就部分旅遊業務聘請若干兼職旅行團領隊／或導遊。我們要求所有兼職旅行團領隊及／或導遊均持有有效的旅行團領隊／或導遊許可證，並符合我們所僱用旅行團領隊及／或導遊所需達到的服務標準。我們相信，我們能否招聘及挽留經驗豐富及熟練的勞工是我們成長與發展的關鍵。我們通過招聘會及廣告招聘員工。我們基於包括資格、經驗、個性、團隊精神及行業知識等多項因素招聘僱員。

我們的成功取決於我們能否吸引、挽留及激勵合格人員。我們為僱員提供具競爭力的薪資、績效獎金及其他激勵措施，並進行年度績效評估以評定僱員的表現。我們通常會與僱員訂立標準勞動合同，試用期為一至三個月不等。截至2016年及2017年12月31日止年度以及截至2018年9月30日止九個月，我們的僱員福利開支總額（包括董事及最高行政人員的薪酬）分別約為人民幣31.3百萬元、人民幣40.9百萬元及人民幣37.6百萬元。

---

## 業 務

---

根據適用中國法律及法規，我們須為僱員提參與項僱員福利計劃，如養老金、醫療保險、工傷保險、失業保險、生育保險及住房公積金。

我們與僱員保持良好的工作關係。我們相信，我們的管理政策、工作環境、員工發展機會及福利有助我們建立良好的僱員關係及留住僱員。截至最後可行日期，我們未曾經歷任何僱員罷工或任何勞資糾紛事件而對我們的業務有重大影響。

### 信息技術

我們已建立穩固的信息技術基礎設施，包括計算機硬件、操作系統、企業軟件應用、數據管理與存儲及系統集成服務，為日常運營提供支持。我們的信息技術團隊在(i)設計、安裝及整合與不同全球分銷系統服務提供商同步的實時界面；(ii)開發軟件支持預訂、支付平台和數據管理；(iii)網站設計；及(iv)雲計算領域擁有進階技能及雄厚實力。就機票銷售而言，我們已開發內部軟件應用程序以提供上傳、搜索和查看實時機票價格、輸入和驗證預訂信息、監控出票狀況和創建售票指令服務。

我們聘有專責人員負責開發和改進我們的軟件程序以及在我們的運營中利用應用程序最新技術。我們的信息技術部負責進行業務需求及分析、軟件設計及編程以及錯誤修復等所有軟件開發工作。彼等亦負責不時規劃及實施版本升級和功能強化。於2018年9月30日，我們的部門由34名專門從事軟件開發、系統集成、網絡設計和網站開發的人員組成，由執行董事兼技術總監黃宇先生領導，其在技術系統行業擁有超過八年的經驗，且在加入本集團之前曾任職於多家科技公司。

### 知識產權

於最後可行日期，我們為中國25個商標的註冊擁有人。我們亦分別於香港及中國提交10項及82項商標申請。

---

## 業 務

---

於最後可行日期，我們是以下重要域名的註冊擁有人：iflying.com。對我們的業務及營運屬重大的知識產權的詳情，載於本文件附錄五「法定及一般資料—F.有關業務的其他資料—2.我們的知識產權」。

於最後可行日期，我們並未遭到針對我們的任何重大知識產權申索或遇到有關侵犯我們知識產權的任何爭議。董事相信，我們已採取合理措施以防止我們的知識產權被侵犯。

### 競爭

中國的旅遊服務行業高度分散且競爭激烈。根據弗若斯特沙利文報告，截至2017年底，浙江省約有2,200家旅行社。五大持牌旅行社的收入約佔浙江省持牌旅行社總收入的8.3%。按2017年收入計，我們在浙江省所有旅行社中排名第五，收入為人民幣464.8百萬元，佔據0.9%的市場份額。我們主要就提供旅遊產品及服務與中國其他持牌旅行社進行競爭。我們還面臨來自航空公司、國外旅行社及網上旅行社的競爭，因其允許客戶通過互聯網預訂其自身的旅行機票及住宿。

我們相信，相較其他持牌旅行代理，我們具有以下競爭優勢，例如(i)我們作為領先的綜合「一站式購齊」旅遊服務提供商的地位；(ii)能夠通過多種方式提供滿足我們客戶需求的專業、優質和個性化服務；(iii)產品供應多樣化；(iv)深入的技術知識及信息技術能力；及(v)經驗豐富和專注敬業的管理團隊。儘管我們面臨旅遊行業的激烈競爭，但鑒於我們具有上文「我們的競爭優勢」所述優勢，董事相信本集團致力於提供全面優質「一站式購齊」旅遊服務將使我們於業內其他旅行代理中別樹一幟。

### 保險

於最後可行日期，我們已就業務營運投購多份保單。本集團每年投購一份公眾責任保險，承保範圍包括人身意外傷害或第三方財產損失。我們亦要求我們聘請的旅行團領隊及／或導遊在中國境外隨團時的人身安全。董事認為，我們投購的保單足以保障我們現時營運並符合行業規範。於往績記錄期間及直至最後可行日期，我們概無作出亦不曾遭受任何重大保險索賠。

## 業 務

### 許可、牌照及批准

我們須向政府部門領取相關許可、牌照及批准。據中國法律顧問告知，於往績記錄期間及至最後可行日期，我們在所有重大方面已遵守所有相關法律及法規，並已在各相應期間就我們的業務經營從相關中國機構取得所有必要的重大許可、牌照及批准及維持其有效性。下表載列我們的重大許可及牌照的詳情：

牌照／許可／證書	持有人	簽發機構	到期日期／簽發日期*
旅行社業務經營許可證	飛揚國際	國家旅遊局	2015年10月22日*
旅行社業務經營許可證	飛揚聯創	浙江省旅遊局	2016年9月20日*
旅行社業務經營許可證	笨鳥旅遊	浙江省旅遊局	2018年10月26日*
旅行社業務經營許可證	飛揚旅行社	浙江省旅遊局	2018年10月11日*
航空運輸銷售代理 業務資質認可證書一類	寧波啟航	中國航空運輸協會	2020年9月25日
航空運輸銷售代理 業務資質認可證書二類	寧波啟航	中國航空運輸協會	2021年5月19日

---

## 業 務

---

牌照／許可／證書	持有人	簽發機構	到期日期／簽發日期*
航空運輸銷售代理 業務資質認可證書一類	飛揚商務	中國航空運輸協會	2021年3月12日
航空運輸銷售代理 業務資質認可證書二類	飛揚商務	中國航空運輸協會	2021年3月12日
保險兼代理業務許可證	飛揚國際	中國保險監督管理 委員會	2019年9月21日
增值電信業務經營許可證	飛揚國際	浙江省通信管理局	2019年3月16日

我們的若干重要許可證及牌照的有效期有限。我們會監察許可證及牌照的有效情況，並在屆滿日期之前及時申請續展相關許可證及牌照。於往績記錄期間或直至最後可行日期，我們在取得或續展我們的業務運營所需的許可證及牌照方面並未遇到任何重大困難。我們預期於日後重要許可證及牌照屆滿時予以續展而不會遇到任何重大障礙。

## 業 務

### 獎項

我們對優質產品及服務的承諾已獲許多旅遊組織及其他實體認可。下表載列我們多年來所獲獎項／榮譽的概要：

年份	獎項／榮譽	簽發機構
2013年	寧波市企業管理現代化創新 成果一等獎	寧波市企業聯合會、寧波市 企業家協會及寧波市工業 經濟聯合會
	2013年度寧波市十佳旅行社	寧波市旅遊局
2014年	寧波市服務業十佳「創新之星」企業	寧波市人民政府
	2014年度旅遊機構「最佳 電商企業獎」	現代金報社
2015年	最佳合作夥伴	中國國際航空公司
	2015年度全國百強旅行社 (排名第50位)	國家旅遊局
	「飛揚旅優」獲認可為寧波市 知名商標	寧波市市場監督管理局
	2015年度寧波市十佳旅行社	寧波市旅遊局
2016年	優秀代理獎	大韓航空
	最佳合作夥伴	中國國際航空公司
	2015年度全國百強旅行社	國家旅遊局

---

## 業 務

---

年份	獎項／榮譽	簽發機構
	寧波地區最佳國際銷售獎	海南航空
	浙江省商標品牌示範企業	浙江省工商行政管理局
2017年	傑出合作夥伴	澳洲航空公司
	最佳合作夥伴	中國國際航空公司
	「飛揚」被認可為浙江省知名商號	浙江省工商行政管理局
	浙江省AAA「守合同重信用」企業	浙江省工商行政管理局
2018年	寧波市服務業百強企業 (排名第67位)	寧波市企業聯合會、寧波市企業家協會及寧波市工業經濟聯合會
	寧波市消費者信得過單位	寧波市消費者權益保護委員會

## 業 務

### 健康、工作安全、社會及環境事宜

我們承諾遵照適用的健康、工作安全、社會及環境保護法律及法規開展業務，且我們始終致力於為僱員提供安全的工作環境。為確保遵守相關法律及法規，我們的人力資源部門對有關健康、工作安全、社會及環境事宜的法規及我們的內部標準進行監督和監控。

董事認為，我們於往績記錄期間遵守香港及中國適用的健康、工作安全、社會及環境法律、法規及政策的年度成本並不重大，且預計日後相關成本也不會重大。

於往績記錄期間，我們並無就健康、工作安全、社會及環境保護事宜遭受任何重大申索或處罰，亦無發生任何事故或傷亡，且在所有重大方面均遵守香港及中國適用的法律及法規。

### 物業

#### 自有物業

於最後可行日期，我們擁有位於中國的一處物業的房屋所有權證，該物業的總建築面積約為527.5平方米。

下表載列我們所擁有物業的概要：

地點	概況／用途	概約建築面積 (平方米)
<b>中國</b>		
寧波市甬江大道188號	租賃予獨立第三方作為辦公場所	527.5

有關我們物業的進一步詳情，請參閱本文件附錄三物業估值報告。

## 業 務

### 租賃物業

於最後可行日期，我們在中國租賃若干物業，總建築面積8,942.5平方米。下表載列於最後可行日期本集團所租賃物業的概要：

地點	概況／用途	概約面積 (平方米)	租賃期限	租賃屆滿日期
<b>中國</b>				
寧波市中山東路2369號 6601、6502、6501室及 2437號6116、6117室	辦公場所	4,481.0	十年	2027年11月6日
寧波市中山東路2369號 6403室	辦公場所	1,291.0	十年	2027年11月9日
蘇州市姑蘇區蘇站路 1599號9棟809及810室	辦公場所	300.9	兩年	2021年1月15日
寧波市鎮海區四明街 西長營弄225號	商業用途	50.0	三年	2019年6月9日
奉化市南山路160號 11-12樓	辦公場所	95.0	三年	2019年5月31日
寧波市海曙區聯豐路 225-227號	辦公場所	100.0	兩年	2019年7月14日
寧波市大沙泥街3號 (1-140)	辦公場所	386.4	五年	2023年10月15日

## 業 務

地點	概況／用途	概約面積 (平方米)	租賃期限	租賃屆滿日期
溫州市鹿城區車站大道金 林花園2棟901-2室	辦公場所	140.0	三年	2020年6月4日
蘇州市蘇州工業園區 蘇華路8號中銀惠龍大廈 1樓901室	辦公場所	315.7	兩年	2019年3月4日
寧海縣潘天壽廣場西場側 文聯辦公樓9-10室	辦公場所	120.0	三年	2019年3月16日
寧海縣西子國際廣場2棟 1-9	旅遊業務經營	100.9	四年	2022年1月5日
台州市市府大道32號	辦公場所	207.5	三年	2021年10月19日
北侖區新碶富邦街12號及 16號	辦公場所	138.0	三年	2019年5月9日
象山縣丹東街象山港路 668號1樓	辦公場所	41.0	五年	2023年4月30日
石浦鎮鳳栖路南側217號	辦公場所	49.0	兩年	2021年12月31日
杭州市濱江區長河街道 科技館街1505號 凱瑞金座1913室	辦公場所	58.4	兩年	2020年10月14日

## 業 務

地點	概況／用途	概約面積 (平方米)	租賃期限	租賃屆滿日期
上海市奉賢區聯合北路 215號5棟2372室	辦公場所	20.0	十年	2027年6月11日
7/F, Building 7, Ruilitang Sanli, Gongsheng Street, Fangshan District	辦公場所	43.1	一年	2019年4月28日
北京市大興區中科電商谷 14棟6-03	辦公場所	98.8	三年	2021年7月31日
重慶市渝北區洪湖東路 9號0705/0706	辦公場所	310.0	兩年	2020年2月28日
杭州市濱江區濱盛路1505 號銀豐大廈603室	辦公場所	118.0	兩年	2019年8月14日
上海市淮海東路85號淮海 商業大廈19樓A&D室	辦公場所	376.8	三年	2021年12月31日
北京豐台區方莊南路2號1 單元512室	辦公場所	101.0	兩年	2019年12月31日

## 業 務

### 法律合規及訴訟

於往績記錄期間，我們在旅遊行程、行李遺失、導遊服務質量及代辦旅遊保險方面與客戶發生若干法律糾紛，但上述法律糾紛概無遭受任何重大申索、損害賠償或損失。於最後可行日期，本公司、本公司的附屬公司或我們的任何董事概無牽涉任何重大訴訟、仲裁或申索而可能對我們的財務狀況或經營業績產生重大不利影響。據我們作出合理查詢後所知，本公司或其任何附屬公司概未面臨任何上述重大訴訟、仲裁或行政程序的威脅。

### 合規

於往績記錄期間，本集團發生以下不合規事件：

不合規事件詳情	理由	潛在法律後果及影響	補救行動及內部控制措施
<p><b>1. 自僱員受僱之日起一個月內未與僱員訂立勞動合同</b></p> <p>寧波啟航自其僱員受僱之日起一個月內未與僱員訂立勞動合同。</p> <p>我們估計，截至2017年及2018年12月31日止財政年度，自受僱之日起一個月內未訂立勞動合同的僱員可能索賠的索賠總額分別為人民幣60,000元及人民幣0.1百萬元。</p>	<p>不合規事件乃由於人力資源部相關人員不了解中國就業相關法律法規。</p>	<p>根據《中華人民共和國勞動合同法》及《中華人民共和國勞動合同法實施條例》，若僱主未能自僱員受僱之日起於一個月後且不足一年的期間內與之簽訂書面僱傭合同，僱主應支付僱員兩倍月工資。若僱主未能自僱員受僱之日起一年內與之簽訂書面僱傭合同，自滿一個月的次日起，至自僱員受僱生效日期起未滿一年的期間內，僱主應支付僱員兩倍月工資。</p> <p>勞動爭議仲裁的時效為自一方意識到或應已意識到其權利已被侵犯日期起一年。</p>	<p>我們應實施內部控制程序，據此，我們須於人力資源管理政策所述自受僱日期起一個月內與僱員簽訂勞動合同，且拒絕簽訂勞動合同的僱員應被視為自願離職。</p>

## 業 務

不合規事件詳情	理由	潛在法律後果及影響	補救行動及內部控制措施
<b>2. 未能在中國足額繳納社會保險及住房公積金</b>			
於往績記錄期間，我們並無足額繳納社會保險基金和住房公積金。我們估計，截至2016年及2017年12月31日止兩個財政年度以及截至2018年9月30日止九個月，欠繳的社會保險基金和住房公積金分別為人民幣2.0百萬元、人民幣3.4百萬元及人民幣1.1百萬元。	發生不合規事件的主要原因是地方部門對中國法律法規的執行或詮釋不一致，且我們的人力資源人員對相關中國法律法規的了解不充分。	就於往績記錄期間及之後欠繳的社會保險而言，根據相關中國法律法規，社會保險部門可責令我們於規定期限內繳納相等於未繳供款0.05%的滯納金（自相關社會保險供款欠繳之日起按日計算）。	<p>我們已獲得大部分附屬公司各自所在地方社會保險部門和住房公積金部門的確認，確認我們並未因違反社會保險和住房公積金法律法規而對我們施加過任何行政處罰。</p> <p>我們的中國法律顧問告知我們，地方社會保險部門和住房公積金部門為出具上述書面確認的主管部門。</p> <p>於最後可行日期，我們已就人民幣約6.5百萬元的逾期供款作出撥備。董事認為，該等供款可涵蓋與不合規事件相關的潛在款項。</p> <p>為符合相關法規，我們會向有關政府部門確認計算我們現有僱員的社會保障保險和住房公積金供款的依據，並根據適用中國法律法規，基於僱員的實際薪金繳納社會保險和住房公積金。</p>

---

## 業 務

---

不合規事件詳情	理由	潛在法律後果及影響	補救行動及內部控制措施
			<p>董事認為，上述不合規事件（不論單獨或共同）並無亦不會對我們造成任何重大不利的財務或運營影響，原因如下：</p> <p>(a) 我們已修改內部政策及指引，以納入(i)計算社會保險和住房公積金供款事宜的合規；(ii)我們的人力資源部負責人會審核有關供款的計算，並適當記錄任何已繳納的供款；及</p> <p>(b) 控股股東已不可撤銷地向我們承諾，倘有關社會保險部門和住房公積金部門要求我們就該等違規行為作出補償，其將就我們因現有或潛在不合規行為而遭受的一切損失、索賠、處罰、罰款及開支作出彌償。</p>

---

## 業 務

---

### 內部控制及風險管理

#### 內部控制及風險管理系統

董事負責制定及監督內部監控措施的實施以及質量和風險管理系統的有效性。我們已採納或預期將於[編纂]前採納一系列內部控制政策、程序及計劃，旨在為實現目標（包括有效及高效的運營、可靠的財務報告及遵守適用法律法規）提供合理保證。我們的內部控制系統重點包括以下內容：

- **行為守則**：我們的行為守則明確告知每位僱員我們的價值觀、可接受的決策標準以及我們的基本行為規範。我們的行為守則亦包括舉報政策，以鼓勵全體僱員為任何不合標準的行為發聲。
- **反貪污**：我們的反貪污政策為實現、監督及全面遵守中國以及我們開展業務運營所在其他國家的反賄賂及反貪污法律提供了必要的工具及資源。
- **遵守《上市規則》**：我們的各項政策旨在確保遵守《上市規則》，包括但不限於有關企業管治、關連交易及董事進行證券交易的各個方面。我們已委任智富融資有限公司為我們[編纂]後的合規顧問，並將聘請外部法律顧問就《上市規則》的遵守情況向我們提供意見。
- **內部審計**：我們的內部審計職能團隊定期監察關鍵控制及程序，以使我們的管理層及董事會確信內部控制系統正如預期般運作。董事會審計委員會負責監督我們的內部審計職能。
- **有關未能及時於中國訂立勞動合同並作出社會保險及住房公積金供款的不合規事件**：我們已通過：(i)就社會福利及住房公積金供款以及及時與僱員簽訂勞動合同制定人力資源管理政策以加強內部控制程序；及(ii)委聘我們的中國法律顧問為董事及人力資源部提供有關勞動合同、社會福利及住房公積金供款法律規定的培訓來實施內部改進措施以防止再次發生不合規事件。基於上文所述，董事認為，內部強化措施屬充分有效。

---

## 業 務

---

我們風險管理流程的最終目標在於識別及聚焦我們的業務運營中對我們的成功造成障礙的問題。我們的風險管理流程始於識別與企業戰略、目標及對象相關的主要風險。我們風險管理的流程要點包括：

- **識別**：我們識別業務運營中現有及新出現的風險，並根據時間範圍、可能性、程度及影響嚴重性而對該等風險進行合理分類。我們建立四個風險類別，包括戰略風險、財務風險、經營風險及法律風險。
- **評估**：我們評估風險並列出風險的優先次序，以便能識別並處理最重要的風險。根據定性及定量分析，我們就可能性及影響嚴重性列出風險的優先次序。
- **緩解**：根據我們對(i)風險的概率和影響嚴重程度，及(ii)緩解計劃的成本和收益的評估，我們選擇適當的風險處理方案，包括通過暫停相關業務活動來消除風險，通過採取適當的控制措施來降低風險，通過外包或購買保險單來轉移風險，以及通過選擇接受低優先級風險來接受風險。
- **衡量**：我們通過釐定是否已實施變動及變動是否有效來衡量我們的風險管理。倘存在任何控制缺陷，我們通過調整風險管理措施及向董事報告重大事項來進行跟進。

### 外匯風險管理

我們的所有收入均以人民幣收取，且我們的所有成本亦以人民幣結算。因此，我們認為本公司所面臨的外匯風險非常小。於往績記錄期間及直至最後可行日期，我們尚未為減少我們面臨的外匯風險而訂立任何對沖交易。