

## 概覽

本集團之主要業務為經營「生活時尚」百貨店及其他零售店。本集團擁有其百貨店所在的大部分物業。對本集團的「生活時尚」百貨店的特色在於集合「一站式商店」、「店中店」、「日式」及「顧客至上」等概念，提供優質貨品與服務，方便顧客及營造舒適愉悅的購物環境。此外，本集團「生活時尚」百貨店提供之貨品種類繁多，由日常用品以至名貴精品，迎合現今社會典型消費者的「生活時尚」需要。目前，本集團於香港經營**崇光百貨**、**Nufront**及**Daiso Land**十元店。

本集團獲授獨家專利特許權，獲特許使用**崇光**商標經營零售百貨店業務，以及在香港以上述商標供應及出售貨品。自崇光（香港）交易於二零零一年五月完成後，崇光（香港）獲Sogo Co. Ltd.授出特許權，使用崇光商標，為期18年。**崇光**百貨所提供的貨品包羅萬有，大致可分為服裝及時裝、化妝品及配飾、家居用品、玩具及其他，以及食品及糖果類別。本集團以直接銷售及特許專櫃銷售方式出售貨品。

**崇光**百貨於一九八五年五月開業，而本集團現任股東於二零零一年五月九日完成崇光（香港）交易後，取得崇光（香港）之控制權。崇光百貨位於香港銅鑼灣最繁盛的購物區。該店現時總建築面積約364,419平方呎，其中約95%由本集團擁有。董事相信，以同一地點建築面積計算，**崇光**百貨為香港最大的獨立百貨店之一。

其他零售經營模式方面，本集團經營(i)為年青潮流顧客而設之日式購物中心**Nufront**；及(ii)提供各式優質廉價貨品之十元店**Daiso Land**十元店。

儘管過去幾年市況轉壞，迫使香港不少規模相若的百貨店經營商結業，惟**崇光**百貨仍能渡過該段艱難時期，並於二零零三年分別錄得經營溢利約400,000,000港元及溢利淨額約275,000,000港元，年度增長率分別為32.0%及126.4%。董事認為，本集團之理想成績實有賴下列因素：

- ✓ 管理隊伍具有豐富經驗，以「生活時尚」百貨店的概念在香港經營**崇光**百貨，能迅速就變化萬千的零售市場環境採取應變措施，尤其在一九九七年亞洲金融風暴後，香港經濟陷入衰退期間，仍能屹立不倒；

## 業 務

- ✓ 崇光百貨處於黃金地點，成為香港銅鑼灣最繁盛購物區的地標之一，人流如鯽，不斷吸引不同年齡、收入、喜好及來自不同地域的遊客及顧客前往購物；
- ✓ 由於崇光百貨所在物業大部分為本集團自置物業，本集團可避免受租金上漲影響，進行翻新工程時亦可靈活處理；
- ✓ 崇光百貨提供的優質貨品種類繁多，尤其是著名品牌；及
- ✓ 能夠影響崇光百貨所提供之貨品組合。

### 歷史與發展

鑑於崇光百貨所在物業處於香港銅鑼灣最繁盛購物區的黃金地段之一，且其業務在本港是家傳戶曉的名字，故Crystal Key的股東一直對該等物業及業務存有興趣。於一九九零年代末期至二零零零年初期間，崇光日本與其主要往來銀行進行財務重組，因而出售其部分海外資產及日本以外地區業務。有見上述投資機會，Crystal Key於二零零零年接洽崇光日本，並於有關商討落實後進行崇光（香港）交易。

於二零零一年一月一日，Crystal Key與崇光日本就收購Grandville（其後成為崇光（香港）及其附屬公司之控股公司）全部已發行股份及若干香港相關物業訂立買賣協議。買賣協議於二零零一年五月九日完成。Crystal Key繼而成為Grandville之控股公司及若干香港相關物業（包括崇光百貨佔用之若干物業）之最終業主。此外，崇光（香港）交易致使Sogo Co., Ltd. 授予崇光（香港）獨家專利特許權，獲特許使用崇光商標經營零售百貨店業務，並獲特許在香港以上述商標供應及出售貨品，特許權自二零零一年五月九日起為期18年。

崇光（香港）於一九八三年成立，旨在於香港開設及經營百貨店。崇光（香港）後來重建22層高零售及辦公室大樓，即現時之東角中心舊翼，除地庫二層至十樓連同若干高層保留自用外，其餘樓層則予以出售，目前由獨立第三方持有。崇光百貨與銅鑼灣地鐵站

於一九八五年五月三十一日同日啟用，當時的店舖面積約為189,470平方呎，其中一個入口與銅鑼灣地鐵站相連。當時香港還有多家百貨店經營商，市場由數家日式百貨店壟斷。該等雄踞市場的經營商之母公司均設於日本，且大部於香港銅鑼灣購物區設有店舖。

為實現「一站式商店」的概念，提供更多貨品種類，因而著手策劃擴充店舖面積。崇光（香港）遂重建其毗鄰地皮為全資擁有的新翼，擴充店舖面積。擴建後的**Jumbo Sogo**於一九九三年十一月開業，店舖面積約為347,677平方呎。

憑藉其穩固的市場地位，配合其容納更多特許專櫃以吸引年青顧客的擴充計劃，崇光（香港）於一九九六年起租用位於東角中心對面街之怡東商場三層合共約39,095平方呎樓面。大部分設於**崇光**百貨新擴充樓面的特許專櫃均屬首次進軍香港市場及／或貨品，並以年輕潮流一族為對象，百貨店這部分獲命名為「New Face by **Sogo**」。於一九九七年，崇光（香港）亦拓展其超市業務，將面積擴充至與地庫相連之香港銅鑼灣記利佐治街1號金堡中心地庫一及二層。

為滿足顧客不斷轉變的需要及迎合整體購物趨勢，崇光（香港）新任管理層進一步拓展其超市業務，並於二零零一年十一月以「Freshmart」名稱重新包裝擴充後的超市。

除上述業務拓展外，崇光（香港）新任管理層於二零零一年十一月向一位第三方特許專櫃商分配金堡中心地庫一層，以經營「**Daiso Land**十元店」。於二零零二年八月，本集團向當時之特許專櫃商收購金堡中心「**Daiso Land**十元店」全部相關存貨及設備，從而開始經營其本身的這類業務。

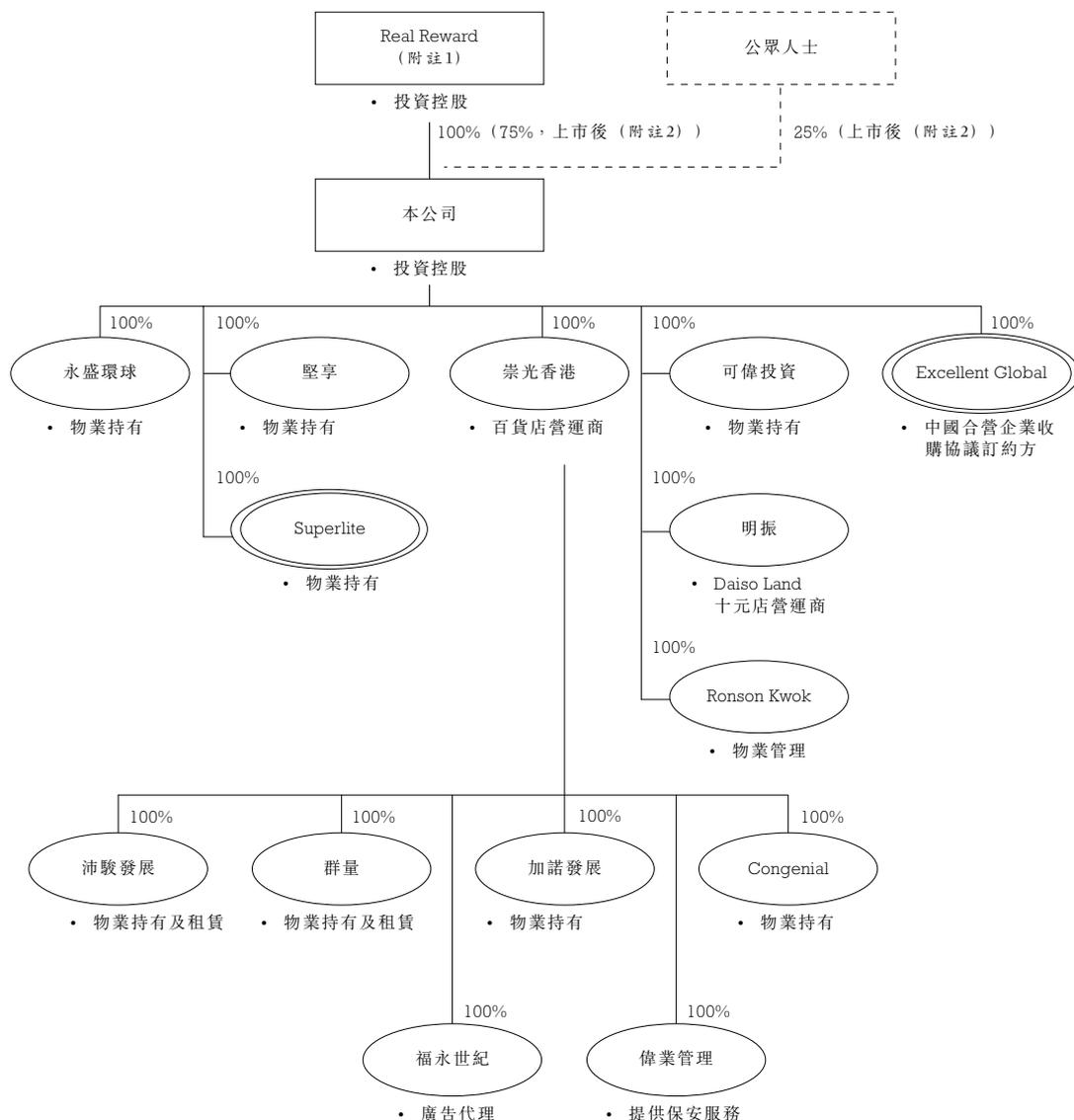
然而，自一九九七年市場逆轉以來，設於New Face by **Sogo**的新特許專櫃的銷售受到不利影響。有見及此，崇光（香港）新任管理層計劃以其他零售模式重新包裝此部分百貨店。於二零零二年五月在地下開設 Beauté@SOGO，設立精選化妝品特許專櫃。於二零零二年中，本集團完成New Face by SOGO的一樓及二樓之翻新工程，並將其他部分樓面分租予多家零售店及食肆，並增加「**Daiso Land**十元店」零售店面積，進一步擴充其規模。為建立此部分零售店舖追上潮流及充滿活力之形象，崇光（香港）新任管理層已將此部分（「**Daiso Land**十元店」佔用之面積除外）重新命名為**Nufront**，即日文「稍停下來購物」的意思，以配合前述形象。

## 業 務

本集團計劃進軍中國市場第一步將取得一間中國百貨店業務，成為享有先機之外資企業之一。本集團於二零零四年三月三十日訂立中國合營企業收購協議，以便實際收購兩家中國合營企業之權益，分別為物業合營企業及營運合營企業，代價受500,000,000港元限額所限，並將以股份發售之部分所得款項淨額支付。物業合營企業乃就發展及持有購物廣場而成立，該物業之地皮佔地17,222平方米（約相當於185,376平方呎），位於中國上海靜安區愚園路117號。有關發展為興建一幢總樓面面積為91,613平方米（約相當於986,113平方呎）之十層高購物商場。營運合營企業擬於上述物業經營一間百貨店約不超過總樓面面積之70%，不少於購物廣場店舖面積名為「久光百貨」。收購須待（其中包括）營運合營企業正式成立、物業合營企業與營運合營企業就久光百貨佔用之物業正式簽訂租賃協議、本集團就中國合營企業完成盡職審查而結果令人滿意以及上市後，方告完成。預期久光百貨將於二零零四年年中啟業。物業合營企業及營運合營企業之詳情載於「中國合營企業收購協議」一節。

## 集團架構

緊接上市前，本集團曾進行重組，本公司因而成為本集團控股公司。下圖顯示本集團之集團架構，當中包括緊隨重組完成後以及緊接股份發售前之主要營運附屬公司：



- 指於開曼群島註冊成立之有限公司
- 指於香港註冊成立之有限公司
- 指於英屬處女群島註冊成立之有限公司

附註：

1. (a) Real Reward分別由United Goal Resources及Go Create各擁有50%。
- (b) United Goal Resources由劉鑾鴻先生及合資格受益人為劉鑾雄先生若干家屬之全權信託最終擁有。

## 業 務

(c) Go Create由周大福全資擁有，拿督鄭裕彤博士之家屬於周大福擁有控股權益。

2. 未計及任何根據行使超額配股權將予發行之股份。

### 業務

本集團主要業務為經營以「生活時尚」為概念的百貨店及其他零售店，提供各式各樣貨品，迎合現今社會典型消費者的生活時尚需要。本集團亦擁有其百貨店所在的大部分物業。目前，本集團經營**崇光百貨**、**Nufront**及**Daiso Land**十元店。本集團亦出租及分租若干物業予獨立第三方。本集團業績記錄期間之營業額分析如下。

	二 零 零 一 年 三 月 一 日 至 二 零 零 一 年 十 二 月 三 十 一 日 止 期 間 (附 註 a) 百 萬 港 元	截 至 十 二 月 三 十 一 日 止 年 度	
		二 零 零 二 年 百 萬 港 元	二 零 零 三 年 百 萬 港 元
營業額			
— 直接銷售貨品	663	875	775
— 來自特許專櫃銷售 之佣金收入(附註1)	254	418	473
— 其他收入(包括租金收入及 服務收入)	23	37	56
	<u>940</u>	<u>1,330</u>	<u>1,304</u>

附註：

1. 下表為本集團於業績記錄期間銷售所得款項(包括來自直接銷售之銷售所得款項及特許專櫃銷售總額之所得款項以及其他收入)之概要：

	二 零 零 一 年 三 月 一 日 至 二 零 零 一 年 十 二 月 三 十 一 日 止 期 間 (附 註 a) 百 萬 港 元	截 至 十 二 月 三 十 一 日 止 年 度	
		二 零 零 二 年 百 萬 港 元	二 零 零 三 年 百 萬 港 元
銷售所得款項			
— 來自直接銷售	663	875	775
— 來自特許專櫃銷售(價值總額)	1,246	1,955	2,155
— 其他收入(包括租金收入及 服務收入)	23	37	56
	<u>1,932</u>	<u>2,867</u>	<u>2,986</u>

附註：

a. 由於本集團於二零零一年五月九日始啟業，故二零零一年三月一日至二零零一年五月八日期間並無營業額及銷售所得款項。

# 業 務

## 本集團零售面積

下表載列於最後可行日期本集團之零售面積分佈情況：

	自置物業		租賃物業			
	東角中心		怡東商場		金堡中心	
	佔用樓層	總建築面積 平方呎	佔用樓層	總建築面積 平方呎	佔用樓層	總建築面積 平方呎
<b>本集團經營之零售面積</b>						
<b>崇光百貨</b>						
Jumbo Sogo	地庫二層及一層、 地下至七樓以及 九樓與十樓	338,870	—	—	地庫二層 (包括東角道 地下通道)	11,847
Beauté@SOGO	—	—	地下	4,895	—	—
Jumbo Sogo 展覽廳(附註1)	二十一樓	8,807	—	—	—	—
<b>Daiso Land 十元店</b>	—	—	二樓	7,520	地庫一層	6,423
<b>本集團其他零售樓面</b>						
<b>Nufront</b>	—	—	一樓及二樓	26,680	—	—
總樓面面積(平方呎)		<u>347,677</u>		<u>39,095</u>		<u>18,270</u>

附註：

- 展覽廳屬Jumbo Sogo一部分，為崇光百貨舉行定期私人展銷活動之場地。
- 為配合拓展崇光百貨服務範圍之試驗計劃，自二零零四年二月起，由本集團擁有之新翼19樓部分面積已翻新成為本集團若干化妝品特許專櫃商之臨時美容中心。由於屬臨時性質，該等面積現時不被視作本集團零售面積。

### 崇光百貨

崇光百貨位於香港銅鑼灣最繁盛的購物區，分佈於三幢大樓，分別為東角中心、怡東商場及金堡中心，該店現時總建築面積約達364,419平方呎。

崇光百貨的營業時間為每日早上十時至晚上十時，而Beauté@SOGO的營業時間則為每日早上十一時至晚上十一時，另於聖誕節、元旦、農曆新年期間及若干特別節慶延長營業時間。

崇光百貨的設計概念在於營造一個具吸引力的百貨店環境，盡量提高營運效率，令購物成為方便寫意的樂事。陳列佈置可輕易隨著季節及假日推廣而轉換，銷售面積亦可靈活彈性分配。為使顧客在崇光百貨購物倍感便利，店內地面區劃設計簡單易明及指示清晰，方便顧客尋覓心目中品牌貨品。董事相信，由於崇光百貨提供的貨品繁多、擺放有序、貨品陳列形式吸引，本集團顧客能輕易選取其喜愛的款式、顏色及尺碼。

此外，本集團一直致力提供最高水準顧客服務，令其顧客享受在崇光百貨購物，使購物成為賞心樂事。本集團採取「顧客至上」的方針為崇光百貨顧客提供服務，令顧客稱心滿意乃本集團首要任務。各個銷售樓層均駐有親切友善的售貨員，為顧客提供協助及產品資料。此外，秉承日本傳統，崇光百貨聘有升降機控制員為顧客服務，高級管理人員每日早晚於營業時間開始及結束時在百貨店入口向顧客致謝行禮。部分貨品部（如電子用品及化妝品）的售貨員更受過特別培訓，為顧客提供全面的服務。最重要的是，本集團「聆聽」其顧客需要，並特別「關注」顧客的回應意見。

## 業 務

### 貨品

崇光百貨提供各式各樣貨品，大致可分為「服裝及時裝」、「化妝品及配飾」、「家居用品、玩具及其他」，以及「食品及糖果」類別，以滿足顧客的不同需要。崇光百貨各類別貨品於業績記錄期間之銷售所得款項（包括來自直接銷售所得款項及特許專櫃商銷售總額所得款項）分析如下：

類別	二零零一年三月一日至二零零一年 十二月三十一日止期間(附註)			截至二零零二年 十二月三十一日止年度			截至二零零三年 十二月三十一日止年度		
	特許專櫃			特許專櫃			特許專櫃		
	直接銷售	銷售	總計	直接銷售	銷售	總計	直接銷售	銷售	總計
	百萬港元	百萬港元	百萬港元	百萬港元	百萬港元	百萬港元	百萬港元	百萬港元	百萬港元
服裝及時裝	221	649	870	295	1,036	1,331	247	1,192	1,439
化妝品及配飾	170	453	623	199	651	850	167	662	829
家居用品、玩具及其他	155	89	244	207	148	355	180	188	368
食品及糖果	88	55	143	162	120	282	171	113	284
	<u>634</u>	<u>1,246</u>	<u>1,880</u>	<u>863</u>	<u>1,955</u>	<u>2,818</u>	<u>765</u>	<u>2,155</u>	<u>2,920</u>

類別	二零零一年三月一日至二零零一年 十二月三十一日止期間(附註)			截至二零零二年 十二月三十一日止年度			截至二零零三年 十二月三十一日止年度		
	特許專櫃			特許專櫃			特許專櫃		
	直接銷售	銷售	總計	直接銷售	銷售	總計	直接銷售	銷售	總計
	%	%	%	%	%	%	%	%	%
服裝及時裝	34.8	52.1	46.3	34.2	53.0	47.2	32.3	55.3	49.3
化妝品及配飾	26.8	36.4	33.1	23.0	33.3	30.2	21.8	30.7	28.4
家居用品、玩具及其他	24.4	7.1	13.0	24.0	7.6	12.6	23.5	8.7	12.6
食品及糖果	14.0	4.4	7.6	18.8	6.1	10.0	22.4	5.3	9.7
	<u>100.0</u>	<u>100.0</u>	<u>100.0</u>	<u>100.0</u>	<u>100.0</u>	<u>100.0</u>	<u>100.0</u>	<u>100.0</u>	<u>100.0</u>

附註：

由於本集團於二零零一年五月九日始啟業，故本集團於二零零一年三月一日至二零零一年五月八日期間並無營業額及銷售所得款項。

下表載列崇光百貨內部分精選名貴品牌（按英文字母排序）：

服裝及時裝

**Aquascutum**  
**Brooks Brothers**  
**Celine**  
**Christian Dior**  
**Daks**  
**Diesel**  
**Durban**  
**Gucci**  
**Hermes**  
**Le Coq Sportif**  
**Marlboro Classics**  
**Miss Sixty**  
**Nike**  
**Polo Ralph Lauren**  
**Prada**  
**Wacoal**

化妝品及配飾

**Biotherm**  
 周大福  
**Estee Lauder**  
**Lancome**  
**Shu Uemura**  
**Shiseido**

家居用品、玩具及其他

旭屋書店  
**Lalique**  
**M.J. Hummel**  
**Panasonic 陳列室**  
**Sheridan**  
**Slumberland**  
**Sony**

食品及糖果

**Beard PaPa**  
**Dong**  
**Mary's Chocolate**  
**Minamoto Kitchoan**  
**Morozott**

服裝及時裝

此類貨品包括男女老幼的禮服、上班西服、便服及運動服裝、睡衣及內衣，分別於下列崇光百貨樓層陳列：

- 世界名牌精品部－設於東角中心地下，匯聚名牌商店；
- 男士服裝部－設於東角中心五樓，陳列男士便服、上班西服、恤衫、領帶、內衣及襪子；

## 業 務

- 青春便服部－設於東角中心三樓，陳列青春便服、牛仔衫褲及T恤；
- 女士時裝部－設於東角中心一及二樓，陳列女士連衣裙、套裝、上衣、毛衣、外套、裙褲及內衣；
- 童裝部－設於崇光百貨六樓，陳列小童及嬰兒衣服、小童及嬰兒鞋履、孕婦時裝及嬰兒用品；及
- 運動用品部－設於崇光百貨四樓，陳列運動服裝及一般運動用品。

於最後可行日期，上述貨品部合共佔用崇光百貨總樓面面積約47%。

### 化妝品及配飾

此類貨品包括護膚品及化妝品、珠寶手錶、鞋履、手袋及其他時尚配飾，主要陳列於下列崇光百貨樓層：

- 化妝品專櫃－設於崇光百貨地下及位於怡東商場地下的擴充部分名為「Beauté@SOGO」；
- 男女配飾部－主要設於崇光百貨地庫一層，陳列男女鞋履、皮具、女士手袋、女士時尚配飾、襪褲、煙草及香煙配件；及
- 名貴配飾部－設於崇光百貨地下及一樓，陳列手袋及配飾；以及珠寶手錶。

於最後可行日期，上述貨品部合共佔用崇光百貨總樓面面積約16%。

如上表所示，截至二零零三年十二月三十一日止兩個年度，「服裝及時裝」與「化妝品及配飾」類別總銷售額中超過70%來自特許專櫃銷售。董事認為，此乃由於顧客在選購「服裝及時裝」與「化妝品及配飾」類貨品時較選購其他類別貨品更注重「品牌知名度」。

此外，「服裝及時裝」與「化妝品及配飾」供應商亦更注重其本身品牌形象，並通常透過其本身的特許專櫃而非以批發分銷形式銷售產品，從而密切監察品牌形象。於最後可行日期，「服裝及時裝」部與「化妝品及配飾」部分別設有132個及94個特許專櫃。

### 家居用品、玩具及其他

此類貨品包括廚房用具、瓷器、電器及影音器材，分別於下列**崇光**百貨樓層陳列：

- 家居用品部－設於東角中心七樓，陳列餐具及廚房用具；
- 家具部－設於東角中心九樓及十樓，陳列傢俬及寢具、毛巾及浴室配件、地毯、床褥、家庭電器、影音器材、保健器材以及書本雜誌等消閒貨品、禮品、文具及眼鏡等；及
- 玩具部－設於**崇光**百貨六樓，匯聚卡通人物精品店，陳列兒童文具及玩具。

於最後可行日期，上述貨品部合共佔用**崇光**百貨總樓面面積約18%。

與收入主要來自特許專櫃銷售的「服裝及時裝」與「化妝品及配飾」類別相反，「家居用品、玩具及其他」類別之銷售如一般市場慣例般主要透過直接銷售進行，此乃由於此類產品大部分由供應商透過批發分銷及寄售方式供應。於最後可行日期，「家居用品、玩具及其他」類別僅設有36個特許專櫃。

### 食品及糖果

此類貨品包括：

- Freshmart超級市場；
- 美食廊，包括咖啡室、麵包店、糖果專櫃、快餐店及洋酒專櫃；及
- 其他店舖，包括一間藥房及一間花店。

## 業 務

本集團於崇光百貨內經營名為「Freshmart」之超級市場，貨品以「優質」、「新鮮」、「種類繁多」、「營養豐富」見稱，而且地方清潔，符合最高衛生標準。Freshmart位於東角中心地庫二層及東角道商用地下通道，供應的食品及家庭用品包括雜貨、糖果、冷藏食品、奶類食品、熟食及日式食品。大部分貨品及存貨由本集團直接採購自本地供應商或代理。

作為「一站式商店」的百貨店，崇光百貨內設有傳統中式與日式食肆、餅店、快餐店、洋酒及糖果專櫃。美食廊店舖計有 **Cafe Royce**、**Sogo Cafe**、**Beard Papa**、**Donq**、**Morozott**及**Mary's Chocolate**等，大部分位於Jumbo Sogo地庫一層及二層。然而，為方便顧客購物，Jumbo Sogo內不同樓層均設有其他食肆，如二樓設有UCC Coffee Shop及四樓設有UCC by Cafe City。此等美食餐廳均以特許專櫃方式運作，本集團並無參與其日常營運。於最後可行日期，「食品及糖果」部門設有29個特許專櫃。

於最後可行日期，上述貨品部合共佔用崇光百貨總樓面面積約14%。

### 店務管理

崇光百貨各銷售部門之日常運作（包括購貨及存貨控制）主要由其銷售部經理負責，並由管理層整體監管。彼等定期編製銷售報告，以協助管理層緊密監察店舖運作。資料包括就個別部門／購物樓層進行銷售分析、每日／每週／每月／按年比較、人流及逗留與購物比率等。下文為本集團於業績記錄期間收集得之分析數據，並特別列出崇光百貨之平均人流及逗留與購物比率：

期間	顧客概約人數 (人次)	每日 平均顧客人數 (人次)	逗留與 購物比率 (%)
二零零一年五月九日至 二零零一年十二月三十一日	19,900,000	83,989	27.2
二零零二年全年	31,300,000	85,802	30.1
二零零三年全年	30,600,000	83,840	28.9

## 業 務

下表概述**崇光百貨**於截至二零零三年十二月三十一日止三個年度各年之最高及最低人流量：

年份	最高人流量			最低人流量		
	日期	顧客 概約人數 (人次)	逗留與 購物比率 (附註)	日期	顧客 概約人數 (人次)	逗留與 購物比率 (附註)
二零零一年	一月二十三日	151,577	34.1	六月四日	55,291	29.2
二零零二年	十二月二十一日	143,875	33.5	六月十一日	59,192	27.0
二零零三年	十二月二十日	150,101	29.4	三月三十一日	43,183	27.3

附註：逗留與購物比率乃按照於特定日期將人流除以所發出發票數目計算。

此等分析協助管理層作出回應及採取任何必要措施，以制定策略改善店舖整體表現。銷售部經理繼而負責推行及監察遵守本集團採用之各項策略。彼等之工作包括設計店舖地面區劃、貨品陳列以及舉辦推廣及特價促銷活動等。本集團一向之宗旨為改善**崇光百貨**提供之產品及服務質素，特別是於店內提供舒適親切的購物環境，以滿足顧客最終需要。

至於店內整體管理方面，本集團發起及統籌店內整體宣傳活動，並經常檢討貨品組合、售價及貨品質素。

### 付款安排

**崇光百貨**的貨品以「現金」交收方式出售，即以現金、「承兌」支票、易辦事、**崇光**（香港）發出之禮券或信用卡付款方式支付。故此，本集團之零售業務不會受壞賬影響。

**崇光百貨**並無任何退貨及退款政策。然而，**崇光百貨**會考慮在若干特別情況下，容許顧客退回於**崇光百貨**購買之貨品或退回貨款，以維持其優質顧客服務水平。

### 禮券

**崇光**（香港）發出不同面額的禮券。於二零零三年二月十五日之前發出之禮券（「舊禮券」）並無屆滿日期，並可於出示有關禮券時兌現。於二零零三年十二月三十一日，尚未兌現之舊禮券金額約為13,000,000港元。於二零零三年二月十五日之後發出之禮券（「新

## 業 務

禮券」) 於其發出日期起三年內有效。於二零零三年十二月三十一日，尚未兌現之新禮券金額約為24,000,000港元。

	已發出禮券金額			
	二零零一年 五月九日至 二零零一年 十二月三十一日 止期間 百萬港元	截至十二月三十一日止年度 二零零二年 百萬港元	二零零三年 百萬港元	
	舊禮券	11	31	7
	新禮券	—	—	47
總計	11	31	54	

### NUFRONT

**Nufront**乃為年青潮流人士而設之日式購物中心，總樓面面積約26,680平方呎。**Nufront**自二零零二年中起根據分租安排分租／分特許予小型零售店經營。於最後可行日期，**Nufront**約有63名租戶及特許商，出租率逾80%。截至二零零三年十二月三十一日止兩個年度，租金收入分別約6,800,000港元及17,900,000港元。

### DAISO LAND十元店

「**Daiso Land**十元店」— 現以「**Daiso Land**」為名經營的十元店以均一價10港元出售店內貨品。於二零零二年八月，本集團向原經營**Daiso Land**十元店之第三方特許專櫃商收購所有存貨及配備後，本集團開始自行經營**Daiso Land**十元店。**Daiso Land**十元店設於金堡中心地庫一層及怡東商場二樓，合共佔用總建築面積13,943平方呎。截至二零零三年十二月三十一日止兩個年度，**Daiso Land**十元店分別為本集團帶來約5,500,000港元及9,900,000港元直接銷售收益。

### 銷售

本集團以直接銷售或特許專櫃銷售方式出售貨品。

## 直接銷售

就直接銷售而言，本集團為**崇光百貨**及**Daiso Land**十元店採購及銷售其直接購入貨品。本集團於業績記錄期間之直接銷售主要來自**崇光百貨**。一般而言，各個銷售部門會於每年編備購貨計劃，憑藉過往經驗及估計市場趨勢／需求後，經考慮本集團該年度的銷售及邊際利潤預算，列出將予購入之產品種類。各部門銷售經理參照購貨計劃採購貨品，以及磋商條款及條件。**崇光百貨**大部分貨品經香港本地代理進口。於業績記錄期間，本集團少於2%之直接銷售購貨以外幣結算。

此外亦會定期修訂購貨計劃，務求提供合適的貨品組合，改善店內存貨量控制，並同時更有效率地運用營運資金。一般而言，貨品按與供應商訂立之「購貨訂單」安排或「售後確認訂單」安排購入。按照「購貨訂單」安排，本集團會於購入貨品付運及妥為收取時將購入貨品記錄入賬及列為存貨，而按照「售後確認訂單」安排，本集團只會於購入貨品售出後方將購入貨品記錄入賬。「售後確認訂單」安排大大減低本集團之存貨風險。約多達65%購貨以「售後確認訂單」方式進行。

**崇光百貨**擁有一支有11名員工的隊伍，負責於貨品送抵後檢查貨品之狀況，而訂貨之銷售隊伍則負責於陳列及／或儲存前檢查貨品質素。於業績記錄期間，本集團就其以直接銷售方式出售貨品而接獲之有瑕疵貨品索償數目有限，而該等索償無論以個別或總體數額計算，均不被視為重大。為控制存貨，每年進行兩次存貨點算，並無有關存貨的一般撥備政策。本集團管理層定期評估貨品之市場銷售情況及貨品狀況。本集團管理層一旦確定出現陳舊貨品便會作出有關撥備。二零零一年之撥備金額約為10,000,000港元，截至二零零二年及二零零三年十二月三十一日止兩個年度各年並無作出任何撥備。

於業績記錄期間，本集團五大供應商約佔本集團直接銷售之總購貨額15%。同期，最大供應商（一家化妝品牌供應商）約佔本集團直接銷售之總購貨額約7%。本集團五大供應商包括國際知名品牌。五大供應商所提供產品包括化妝品、服裝及時裝、電器、食品

及糖果。董事或本公司或其附屬公司行政總裁或彼等各自任何聯繫人士或據董事所知擁有本公司或其附屬公司已發行股本5%以上之任何股東，概無於本集團截至二零零三年十二月三十一日止三個年度之五大供應商中擁有權益。

一般而言，本集團享有30至45天信貸期。就「售後確認訂單」而言，發票透過自動轉賬於每月二十五號清付上一個月之銷售。

### 特許專櫃銷售

除直接銷售外，本集團亦與若干供應商（特許專櫃商）訂有特許專櫃協議，准許其佔用**崇光**百貨指定位置，設置銷售其本身產品之專櫃。特許專櫃協議一般訂明特許專櫃商可於**崇光**百貨銷售之產品種類。一般而言，特許專櫃協議每兩年重續。幾乎所有特許專櫃商均自行承擔費用，按照本集團之粉飾政策指引，設計、佈置及裝修其本身專櫃，另亦承擔任何定期維修保養產生之費用。此外，特許專櫃商有責任自行聘請員工，而售出及提供之貨品及服務必須維持於本集團接納之優質水平。本集團積極監察特許專櫃銷售之產品組合及銷售情況。此外，本集團經常與特許專櫃商討論其銷售表現、市場推廣及宣傳策略、貨品陳列形式，並提供有關意見。本集團亦會向特許專櫃商員工提供顧客服務技巧講座。

本集團向每名特許專櫃商收取營業額佣金，有關佣金按協定比率以該特許專櫃商之銷售並參考最低佣金協定金額計算。本集團按此基準向差不多所有特許專櫃商收費。然而，應付營業額佣金低於最低佣金金額之特許專櫃商，則須支付最低佣金之金額。特許專櫃商銷售所得銷售金額會先由**崇光**百貨代為收取，然後在扣除一切有關費用及佣金後按月交回特許專櫃商。

透過與特許專櫃商合作的「店中店」安排，可為顧客提供更多種類貨品，從而提高**崇光**百貨的吸引力。此外，有關持有存貨之風險及成本，以及銷售成本均已轉嫁特許專櫃商，由其承擔。特許專櫃商一般是經營時尚貨品、名貴配飾、化妝品、家庭電器銷售以及食肆及快餐店業務。於最後可行日期，**崇光**百貨內共設有約291個特許專櫃。於業績記錄期間，本集團並無就其特許專櫃商所售出有瑕疵貨品造成之損失，接獲向本集團提出之重大索償。

為進一步突顯「店中店」的概念，本集團擬更注重**崇光**百貨內特許專櫃業務。

### 季節因素

本集團銷售隨著香港傳統購物季節波動，很大比重的銷售集中於聖誕節及農曆新年期間錄得。鑑於冬季貨品一般訂價較高，故截至二零零三年十二月三十一日止兩個年度，本集團超過39%收益源自十一月至二月止四個月期間。

此外，傳統上於每年五月及十一月之**崇光**百貨及Jumbo Sogo週年紀念促銷期，**崇光**百貨均會錄得較高銷售。

### 市場推廣及促銷活動

#### 市場推廣

本集團每月、每季及每半年制訂市場推廣計劃，並進行市場研究調查，收集有關消費者行為及顧客對店內各類型市場推廣手法回應等市場資料。此等市場調查通常以在**崇光**百貨各層訪問顧客的形式進行。問卷內容涉及顧客就價格及店內貨品種類、宣傳單張的成效及與競爭對手的比較等方面提供的意見。收集所得資料將用作本集團制定市場推廣策略之參考資料。除進行市場調查外，本集團亦檢討於**崇光**百貨內進行大型活動及特別節目之宣傳效用，當中包括週年紀念大減價，以及聖誕節及農曆新年期間活動，務求進一步改善本集團表現。

為協助提升**崇光**百貨形象，使其成為顧客購物「終點站」，本集團分別於報章、雜誌、電視、傳單及直接郵件刊登或播放廣告。此外，本集團亦於銅鑼灣地鐵站之廣告板刊登廣告，務求吸引普羅大眾光顧**崇光**百貨。

#### 店內廣告宣傳

作為另一種市場推廣手法，**崇光**（香港）新任管理層於二零零一年翻新**崇光**百貨大廈外牆及若干內牆，以便其特許專櫃商及供應商利用戶外廣告板及店內燈箱宣傳其產品及／或貨品。

戶外廣告板方面，大型海報分別張貼於**崇光**百貨面向軒尼詩道、駱克道及東角道大廈外牆。店內特許專櫃附近一般設有廣告支援燈箱。視乎廣告位置而定，除初期製作費及每月電費（僅適用於戶外廣告板）外，本集團亦會向特許專櫃商及供應商每月收取款額不一的贊助費。

### 促銷活動

#### 季度減價

本集團每年夏季及冬季均會透過夏季減價及冬季減價（包括農曆新年減價及清貨減價，一般於農曆新年減價後進行）舉行定期促銷活動，店內差不多所有貨品均以折扣價出售。

除定期舉行促銷外，**崇光**百貨亦以不同主題舉行特別推廣活動，以吸引顧客，當中包括春祭、**崇光**百貨周年祭（五月）、秋祭、Jumbo Sogo周年祭（十一月）及日本祭。推廣活動期內，選購特選貨品將享有特別折扣，且會舉行禮品獎賞、抽獎及遊戲等活動。視乎推廣活動及性質而定，店內特許專櫃商均會獲邀請參與，形式包括分擔本集團進行公關活動所產生成本及開支，或提供獨家精選貨品特惠價。

#### 私人展銷

**崇光**百貨於其展覽廳定期舉行私人展銷，以進一步擴闊其貨品種類。

#### 聯營信用卡

為提升店舖形象及吸引顧客忠實支持，並有助於建立資料庫作直接市場推廣及促銷推廣之用，本集團採納聯營信用卡安排。於二零零三年九月，**崇光**（香港）根據與香港的大華銀行有限公司訂立之聯營卡安排，以「**崇光**」及「大華銀行」之商號再度推出聯營信用卡（金卡或普通卡）。除享有以信用卡付款購物之財務優惠外，聯營信用卡持有人可於**崇光**百貨部分專櫃享有若干購物優惠，如九五折特別折扣。本集團旨在發展**崇光**／大

## 業 務

華銀行聯營卡為其商店之貴賓卡。本集團日後可向其長期支持顧客寄發市場推廣及宣傳資料，並提供額外購物優惠及邀請顧客參與特別活動。董事相信，此類顧客屬於經常購物者，本集團直接寄發宣傳資料可收事半功倍之效。

截至最後可行日期，本集團已有超過32,000名獲批核聯營信用卡顧客。

### 免息分期

本集團與信用卡公司作出安排，在顧客購買若干電器用品或自若干特許專櫃購物之款額達預設金額時，提供免息分期付款。除一般信用卡付款手續外，申請免息分期安排之顧客需填寫由信用卡公司提供之申請表。由於免息分期之目的為增加銷售及向顧客提供更優質服務，本集團及特許專櫃商均可受惠，故特許專櫃商一般須承擔基於上述安排而產生之額外信用卡收費。透過免息分期安排之優點，本集團可進一步提升其銷售，且毋須承擔任何與顧客有關之信貸風險。

### 顧客服務

本集團於**崇光**百貨提供下列服務，務求向購物人士／顧客提供更優質服務：

- ✓ 免費送貨服務
- ✓ 免費泊車
- ✓ 非特價貨品可享有免費修改服務
- ✓ 外幣兌換
- ✓ 結婚禮品名錄
- ✓ 禮品包裝
- ✓ 育嬰室

為鼓勵員工提供優質顧客服務，銷售員工之薪酬按表現釐定，並在達至若干目標時獲發放花紅。

## 中國合營企業收購

### 中國合營企業收購協議

於二零零四年三月三十日，本公司直接全資附屬公司Excellent Global作為買方與Pure Group及Full Partner作為賣方訂立中國合營企業收購協議，劉鑾鴻先生、劉鑾雄先生及周大福則為保證人。Pure Group及Full Partner各實益擁有Great Prosperity已發行股本50%權益。根據中國合營企業收購協議，Excellent Global已有條件同意收購：

- (a) Great Prosperity全部已發行股本；及
- (b) Great Prosperity於完成時結欠Pure Group及Full Partner之股東貸款面值，有關貸款已轉貸予Smart Fortune及Gainbest，

收購Great Prosperity全部已發行股本之應付代價將為相當於Great Prosperity所持權益應佔之購物廣場估值94%之金額，當中假設完成其室內佈置及裝修工程，並扣除於完成日期時Great Prosperity應佔購物廣場之賬面成本，而股東貸款將按其面值出售。購物廣場已由第一太平戴維斯（香港）有限公司估值為約人民幣1,660,000,000元，當中假設已根據所提供規格完全完成室內佈置及裝修，按購物廣場於二零零四年二月二十九日之未經審核賬面成本計算，預計代價約為483,000,000港元。根據中國合營企業收購協議，Excellent Global經調整應付總代價受限額500,000,000港元所限。獨立核數師將於購物廣場建築成本的最終賬目發出後，在可行情況下盡快進行完成後審核，以決定重估盈餘，而最終賬目預期將於二零零五年六月三十日前發出。Excellent Global應付總代價將就相等於(a)獨立核數師所核證購物廣場應佔總建築成本（包括按Excellent Global所提供規格完全完成室內佈置及裝修工程之成本）與(b)中國合營企業收購協議完成時所編製完成賬目所示建築成本間差額（如有）50%的款額（扣除稅項，如適用）作出調整。購物廣場的餘下總配備及室內佈置裝修成本現時預計將不超過人民幣27,000,000元（約25,200,000港元）。

由於營運合營企業的註冊資本尚未繳足，Gainbest將須繳付4,030,000美元作為營運合營企業之註冊資本。於中國合營企業收購協議完成後由Gainbest所繳付的營運合營企業任何資本，將由本集團自股份發售所得款項提供。

中國合營企業收購協議之條款乃經本公司與賣方公平磋商後達成，主要參考(a)第一太平戴維斯(香港)有限公司所編製購物廣場於二零零四年二月二十九日之物業估值；(b)股東於二零零四年二月二十九日在Great Prosperity之總投資額合共約245,100,000港元及(c)中國合營企業之業務前景，尤其是營運合營企業。

Pure Group由劉鑾鴻先生及合資格受益人為劉鑾雄先生若干家屬之全權信託最終擁有，而Full Partner則由周大福最終擁有。Pure Group及Full Partner均為於英屬處女群島註冊成立之有限公司。

### 物業合營企業

Great Prosperity之全資附屬公司Smart Fortune唯一資產為其於物業合營企業之50%權益。物業合營企業根據上海市外國投資工作委員會日期為二零零三年五月二十一日之批文及上海市工商行政管理局發出日期為二零零三年六月十一日之營業執照而成立，營運期由二零零三年四月十六日起，業務為發展及持有購物廣場。該項物業位於中國上海靜安區愚園路117號地塊上，該地塊的土地面積約為17,222平方米(約相當於185,376平方呎)，建有一幢總建築面積91,613平方米(約相當於986,113平方呎)之十層高購物商場。物業合營企業須承擔購物廣場之建築成本。購物廣場之興建工程已完成，現正進行內部及外牆粉飾工程。購物商場預期將於二零零四年中開業。

本公司有關中國法律的法律顧問向本公司指出，物業合營企業已正式組成，並有效存在為有限公司，而物業合營企業為位於中國上海靜安區愚園路117號地段之土地及該地皮上建築中物業之使用權登記擁有人。物業合營企業之註冊資本為35,000,000美元，已獲悉數繳付。

Smart Fortune、九百集團及上海九百(其A股於上海證券交易所上市)為日期為二零零三年八月二十二日之中外合資合營企業合約之訂約方，該合約由日期為二零零三年十一月十一日之修訂協議加以補充(統稱為「物業合營企業合約」)，從而規管彼等有關

## 業 務

物業合營企業之權利及責任。九百集團為國營公司，而上海九百則為九百集團擁有約30.5%之附屬公司。物業合營企業合約主要條款如下：

經營年期：	由二零零三年四月十六日起至 二零四三年四月十五日止，為期40年
合營企業形式：	中外合資合營企業
已批准總投資額：	90,000,000美元 (相當於702,000,000港元)
	倘需要額外資金，已批准總投資額90,000,000美元及已批准註冊資本35,000,000美元之差額，將透過銀行借款或根據下文所述合營企業訂約方於物業合營企業之股本權益按比例提供貸款／墊款撥付。
已批准註冊資本：	35,000,000美元 (約相當於273,000,000港元)
	包括： 九百集團－11,900,000美元 上海九百－5,600,000美元 Smart Fortune－17,500,000美元
股本權益、溢利分派百分比及 清盤時資產分派：	九百集團－34% 上海九百－16% Smart Fortune－50%
Smart Fortune應佔權益：	50%
董事會成員 (各方可提名董事人數上限)：	九百集團－兩名董事 上海九百－一名董事 Smart Fortune－三名董事
轉讓股本權益	倘其中一方擬向第三方(轉讓方之關連公司除外)轉讓其於物業合營企業之股本權益，則該等股本權益須先按向第三方提供之相同條款向上述其他兩名訂約方提呈購買(附註)。

附註：物業合營企業合約並無規定，倘Smart Fortune之最終實益擁有人出現變動，則其須根據中國法律取得任何中國監管批准或取得九百集團及上海九百之同意。

## 營運合營企業

待中國商務部批准及上海市工商行政管理局發出營業執照後，營運合營企業將會成立，Great Prosperity之全資附屬公司Gainbest將持有營運合營企業65%註冊資本。營運合營企業之成立目的及主要業務為經營久光百貨。有關成立營運合營企業之申請已提出。本公司有關中國法律的法律顧問並無得悉出現會阻礙營運合營企業取得營業執照的任何法律障礙。預期成立營運合營企業所需的一切相關批文將可於二零零四年下半年度取得。除營業執照外，營運合營企業或須視其所提供商品及服務而領取其他牌照或批文，例如有關食品、副食品類水果及影音產品等。

本公司有關中國法律的法律顧問向本公司指出，於取得中國商務部批准、批准證書及營業執照後，營運合營企業將正式成立，並有效存在為有限公司。

Gainbest、九百集團及上海九百訂立日期為二零零三年八月四日之中外合資合營企業合約（「營運合營企業合約」），從而規管彼等有關營運合營企業之權利及責任。營運合營企業合約主要條款如下：

建議經營年期： 由發出營業執照當日起計為期30年

合營企業形式： 中外合資合營企業

建議總投資額： 10,000,000美元  
(約相當於78,000,000港元)

倘需要額外資金，建議總投資額10,000,000美元及建議註冊資本6,200,000美元之差額將透過銀行借款或根據下文所述合營企業訂約方於營運合營企業之股本權益比例或所有合營企業訂約方協定之其他方式提供之貸款／墊款撥付。

建議註冊資本： 6,200,000美元 (附註)  
(約相當於48,360,000港元)

## 業 務

股本權益、溢利分派百分比及 清盤時資產分派：	九百集團－16% 上海九百－19% Gainbest－65%
Gainbest應佔權益：	65%
建議董事會成員 (各方可提名董事人數上限)：	九百集團－一名董事 上海九百－一名董事 Gainbest－四名董事
轉讓股本權益	倘其中一方擬向第三方(轉讓方之關連公司除外)轉讓其於營運合營企業之股本權益,則該等股本權益須先按向第三方提供之相同條款向上述其他兩名訂約方提呈購買。

### 附註：

1. 根據營運合營企業合約,營運合營企業之合營企業訂約方須於營運合營企業向政府機關取得其成立批准後三個月內,就彼等各自所佔營運合營企業註冊資本作出首期注資(即註冊資本15%)。餘款須於取得該等批文後三年內繳足。
2. 根據營運合營企業合約,Gainbest、上海九百及九百集團須分別出資4,030,000美元、1,178,000美元及992,000美元,分別佔營運合營企業註冊資本65%、19%及16%。
3. 營運合營企業合約並無條文規定,倘Gainbest之最終實益擁有人出現變動,其須根據中國法律取得任何中國監管批准或取得九百集團及上海九百之同意。

## 營運

久光百貨預期將座落於購物廣場,店舖面積約為不少於廣場整體總建築面積之70%。營運合營企業與物業合營企業將於稍後訂立租賃協議,租金將參考當時市場租金釐定。預期廣場餘下樓面面積將出租予獨立第三方。

久光百貨擬成為以「生活時尚」為概念之百貨公司,提供各式各樣貨品。此外,貨品擬透過直接銷售及特許專櫃銷售出售。目前正制訂直接銷售之購貨計劃。特許專櫃銷售方面,大部分於**崇光**百貨經營專櫃之若干著名特許專櫃商已表示有興趣在久光百貨經營特許專櫃。於最後可行日期,約200個經營商已書面表示有興趣參與成為特許專櫃商。久光百貨預期將於二零零四年年中開業。

## 業 務

本集團計劃額外聘請人員負責久光百貨之日常運作，並由本集團現任高級管理人員密切監管及督導。現時，已就此聘請三名具有豐富百貨店經驗之日本員工。

### 條件

根據中國合營企業收購協議，達成所有完成條件之最後限期為二零零四年十二月三十一日，而完成日期為中國合營企業收購協議所載所有完成條件達成後十個營業日，其中包括下列條件：

- (i) 正式成立營運合營企業；
- (ii) 物業合營企業與營運合營企業，就久光百貨佔用物業，正式簽訂租賃協議；
- (iii) 本集團就中國合營企業完成盡職審查且認為滿意；及
- (iv) 上市。

### 進一步資料

於二零零三年十二月三十一日，Great Prosperity之綜合虧絀淨額約為12,100,000港元。Great Prosperity之會計師報告載於本售股章程附錄三。於二零零四年二月二十九日，股東於Great Prosperity之總投資額合共約為245,100,000港元。下文所述Great Prosperity應佔重估購物廣場所產之盈餘淨額約190,700,000港元，是根據購物廣場的公開市值計算，並假設室內佈置裝修工程已於二零零四年二月二十九日完成，並扣除購物廣場的應佔賬面成本以及就佈置裝修工程將須額外支出的金額經計入有關應計款項15,400,000港元後約25,200,000港元與重估盈餘之遞延稅項撥備。重估盈餘之遞延稅項撥備，是按照購物廣場的土地增值稅及所得稅撥乃根據相關當時稅率作出之基準計算。

於上述之重估盈餘中，包括購物廣場重估盈餘之遞延稅項撥備約93,900,000港元。由於該等物業將為長期用途持有，且並無計劃於可預見之將來出售該等物業，該等遞延稅項負債將會實現之機會甚微。倘不計算該等遞延稅項撥備，估值盈餘將會增加至約284,600,000港元。

## 業 務

獨立物業估值師第一太平戴維斯(香港)有限公司對購物廣場於二零零四年二月二十九日之估價為人民幣1,455,000,000元(約相當於1,373,000,000港元)。於二零零四年二月二十九日,購物廣場正進行內部佈置及裝修。倘有關工程於二零零四年二月二十九日完成,則第一太平戴維斯(香港)有限公司對購物廣場之公開市值估值應約為人民幣1,660,000,000元。第一太平戴維斯(香港)有限公司之估值函件及有關購物廣場之估值證書載於本售股章程附錄六。

上海九百於上海證券交易所上市,而九百集團為其控股公司。九百集團從事各式業務,當中包括於上海經營百貨公司。

### 物業

#### 佔用之物業

本集團擁有**崇光**百貨佔用之大部分物業。截至最後可行日期,本集團擁有新翼及舊翼多個樓層,總建築面積約458,027平方呎,其中約454,132平方呎之總建築面積由本集團佔用。本集團總辦事處亦設於上述自置物業。此外,本集團於香港擁有另外五項物業,總建築面積合共為49,741平方呎。所有該等物業詳情載於本售股章程附錄五由第一太平戴維斯(香港)有限公司編製之物業估值報告「第一類— 貴集團於香港持有佔用之物業」一節。第一太平戴維斯(香港)有限公司評估本集團該等物業權益於二零零四年二月二十九日之價值為4,790,700,000港元。

於一九九三年拆除連接舊翼與新翼之外牆,以連接舊翼與新翼。舊翼若干管理範圍及公用地方與設施亦由Congenial改建或拆除。部分此等公用設施已搬至舊翼其他地方,該等地方原為Congenial根據舊翼公契(「公契」)指定獨家使用之地方。根據公契原為管理範圍或公用地方之若干部分現時供Congenial或本集團其他成員公司使用。根據Congenial向法律顧問取得之法律意見,指出前述改建或拆除違反公契,惟就違反公契追究損失向Congenial或本集團有關成員公司要求索償及/或要求還原舊貌之實際風險極低。董事估計,還原舊貌費用將約為10,000,000港元。由於上述改建及拆除於崇光(香港)交易完成前已存在,且該等改建及拆除並非由現有股東引致,故並無及不會向本公司現

任股東要求作出賠償保證，以向本公司償付上述建築及還原舊貌費用。於業績記錄期間，並無因上述改建及拆除收到任何投訴，倘於土地審裁處或法院提出索償，法律顧問認為，會被要求還原舊貌的機會甚低，而前述有關損失之任何索償亦應不會成功。舊翼業主立案法團已於二零零四年二月二十五日通過決議案，批准公用地方之改建及公用地方及設施之遷移，以處理因改建及遷移公用地方及設施所造成之使用問題。法律顧問及其他必要的專業人士將被委任，擬備相互授權契據，以解決有關違契行為。

於最後可行日期，(i)本公司全資附屬公司Congenial為位於舊翼之物業若干部分之登記業主（詳載於本售股章程附錄五所載估值報告第6項物業附註(1)(a)(i)及第12項物業）及(ii)本公司全資附屬公司加諾發展為位於新翼之物業若干部分之登記業主（詳情載於本售股章程附錄五所載估值報告第8、13及15項物業）。位於舊翼之物業為Congenial（作為賣方）及本公司另一全資附屬公司崇光（香港）（作為買方）所訂立日期為一九八五年五月二十九日之買賣協議（由日期為一九八六年七月八日及一九八七年五月二十九日之補充協議修訂及補充）所涉及物業；而位於新翼之物業為加諾發展（作為賣方）及沛駿發展（作為買方）所訂立日期為一九九六年一月三十一日之買賣協議（經日期為一九九七年七月七日之修訂書作出修訂）所涉及物業。至今仍未轉讓有關物業以完成買賣，董事正查明於近期完成轉讓之可能性，並根據印花稅條例第45條，基於Congenial、加諾發展及沛駿發展均為崇光（香港）全資附屬公司，是否可獲豁免繳付印花稅。有關應付印花稅之或然負債詳情，請參閱本售股章程附錄一所載會計師報告附註28。董事並不預期將於二零零五年十二月三十一日或之前轉讓上述物業。

### 投資物業

本集團於香港持有三項物業作投資用途，涉及總建築面積約19,415平方呎。其中兩項物業按公平磋商之不同年期出租予獨立第三方，而有關租約之最後到期日將為二零零五年十二月。該等投資物業詳情載於本售股章程附錄五由第一太平戴維斯（香港）有限公司編製之物業估值報告「第二類— 貴集團於香港持有作投資之物業」一節。第一太平戴維斯（香港）有限公司評估本集團該等物業權益於二零零四年二月二十九日之價值為62,400,000港元。

## 本集團租用之物業

本集團於香港租用四項物業，涉及總建築面積約57,365平方呎，其中兩項物業乃向華人置業一間附屬公司租用怡東商場不同部分／單位合共約39,095平方呎總建築面積。有關租約將於二零零五年十月三十一日屆滿，每月最低租金為3,300,000港元。租用物業部分由本集團以**崇光**百貨「Freshmart」及「**Daiso Land**十元店」之商號佔用，其餘合共約26,680平方呎則以「**NuFront**」之商標經營，且根據分租／分特許安排，分租／分特許予多名獨立第三方。該等分租／分特許使用協議一般為期一至三年。分租／分特許使用協議之最早到期日為二零零四年五月十五日，而最後到期日為二零零五年十月三十一日。董事認為，上述分租／分特許使用協議年期在本集團經營業務的業界中屬常見商業做法，尤其當考慮到怡東商場有關部分／單位之總租約預計將於二零零五年十月三十一日到期。此外，董事已確認，該等與獨立第三方訂立之分租／分特許使用協議條款乃按一般商業條款訂立，符合本集團利益，本集團已就上述分租／分特許使用安排取得其業主同意。

本集團租用之該等物業詳情載於本售股章程附錄五由第一太平戴維斯（香港）有限公司編製之物業估值報告「第三類－ 貴集團租用之物業」一節。此等租用物業並無商業價值。

## 保險

本集團已為其業務購買保險，所保障之風險包括業務干擾、財物損失或損毀、公眾責任、僱員賠償及貨物運送等。董事相信，投保金額與業內類似業務相近，且就本集團而言已屬足夠。

本集團並無購買任何產品責任保險。於業績記錄期間，本集團接獲就有瑕疵貨品向本集團提出索償之數目有限，加上考慮到零售百貨店產品責任保險之保險金金額，董事分析成本與利益後認為，就本集團為售出的所有貨品購買產品責任保險並不恰當。

## 知識產權

### 商標特許協議

崇光(香港)交易於二零零一年五月九日完成後,崇光日本於崇光(香港)或其任何集團/附屬公司再無擁有任何股權,亦無擔任任何管理層職務或參與**崇光**百貨之營運。然而,作為崇光(香港)交易之其中部分,Sogo Co., Ltd.於二零零一年五月與崇光(香港)訂立商標特許協議(「特許協議」),據此,Sogo Co., Ltd.作為特許人向崇光(香港)授出獨家唯一不可轉讓特許權,於香港採用一系列引用「**Sogo/SOGO**」、「**崇光**」及**ⓧ**名稱及標誌之商標(「特許商標」),為期18年。特許協議可由特許人於發生若干事件(包括崇光(香港)破產、崇光(香港)違反特許協議任何條款而該等違反未能於特許人發出書面通知後60日內作出補救、崇光(香港)連續超過三年停止經營零售百貨店業務或第三方收購崇光(香港)之控制權)時予以終止。除非發生特許協議所指事件,否則特許人不得在單方面向崇光(香港)發出終止通知的情況下終止特許協議。根據特許協議,特許協議可按訂約方於協議屆滿前最少六個月同意之條款及條件重訂。倘訂約方未能協定重訂特許協議,則特許協議將告終止,本集團可能採取措施,(包括但不限於)使用其他商標或名稱,以進行市場推廣及促銷計劃。此舉可能令本集團產生額外市場推廣開支。

根據特許協議,崇光(香港)須向Sogo Co., Ltd.支付專利費,金額為崇光(香港)自其於香港根據特許商標經營零售百貨店業務之銷售收益淨額之若干比率。根據特許協議,除雙方另有協定外,特許人無權增加專利費。

於二零零二年一月三十一日,Sogo Co., Ltd.向Sogo Inc.轉讓特許商標,特許協議之特許人因而轉為Sogo, Inc.(其後重新命名為Millennium Retailing, Inc.)。

### 其他知識產權

於最後可行日期,本集團為網名Sogo.com.hk之登記人。此外,本集團已於香港按第42類註冊商標,並申請於香港按第18類、第25類、第35類及第36類註冊若干商標及於中國按第35類及第36類註冊若干商標。進一步詳情請參閱本售股章程附錄八「知識產權」一節。

### 侵權索償

於業績記錄期間，本集團接獲由若干第三方提出之數宗侵權索償，指稱百貨店內出售若干侵犯彼等知識產權之貨品。為免不必要之爭議，本集團同意停止銷售或促使其特許專櫃商停止於百貨店銷售該等貨品。本集團於業績記錄期間內毋須就該等索償支付任何損失。

為處理業績記錄期間前發生之同類索償，本集團於不承認須就該索償負上任何責任之情況下，於二零零二年支付一筆650,000港元特惠金。

### 營業執照

崇光百貨之營運須取得若干牌照及許可證，諸如一般食肆或快餐店牌照（倘適用）、出售若干限制出售食物或飲料之批准、食物製造廠牌照、新鮮糧食店牌照、烘製麵包餅食店牌照、奶品許可證、冰凍甜點許可證、非樽裝飲料許可證、酒牌、殺蟲劑牌照、毒藥銷售商牌照及污水排放牌照等，主要視乎崇光百貨於有關時間所提供之商品及服務類別而定。此外，任何特定商業推廣活動（如崇光百貨不時進行之抽獎活動）均須取得商業推廣活動牌照。

本集團若干成員公司所提供保安服務則須取得准許個別人士進行第一類保安工作（即提供保安警衛服務）之保安公司牌照，以及就此所需之流動無線電系統之流動無線電系統牌照。

本集團取得之牌照及許可證之進一步資料載於本售股章程附錄八「牌照」一段。於最後可行日期，崇光百貨內少數由特許專櫃商經營之食肆或食物專櫃提供若干食物及／或以某形式經營而超出其現有食品牌照範疇，而可能需另行領取食物或食肆牌照。然而，上述食肆或食物專櫃經營之食品業務總營業額佔本集團截至二零零三年十二月三十一日止年度總營業額不足0.3%，對本集團並不重大。根據香港法例第358章水污染管制條例，任何人士均須就排放任何物質（住宅污水除外）至水質管制區內之公用污水渠或公用排水渠向環境保護署領取牌照。於崇光百貨經營食物業務之特許專櫃須就排放污水領取有

關牌照。多名特許專櫃商尚未就排放污水向環境保護署領取牌照。本集團已要求該等特許專櫃商就該等違規行為作出修正行動，要求彼等之經營須遵守彼等之經營牌照或許可證之條款及條件，並於適當情況下，取得所需牌照或許可證。除上文所述者外，本集團已就其現有業務運作遵照適用法例及規例，向有關政府機關取得所需牌照、許可證或批准。

本集團聘有具備法律、守章及公司秘書事務方面豐富經驗之員工隊伍，負責監管本集團運作，以確保遵守相關監管規定。本集團亦不時委聘顧問及專業顧問，就牌照及監管規定、處理本集團日常業務所產生糾紛及其他法律事宜提供意見。

### 競爭

香港有多家百貨店以不同形式經營。日式百貨店在顧客服務、貨品選擇及購物環境方面，均與其他形式百貨店有所不同。由於九零年代後期日本泡沫經濟爆破，多家日本公司被迫從海外撤出，多家香港日式百貨店相應結束。

多家日式百貨店相繼於一九九零年代末期結業後，**崇光**百貨為香港少數僅餘日式百貨店之一。部分此類日式百貨店集中零售日常用品，且位於住宅區，而另一家日式百貨店則集中售賣化妝品及時裝，似乎只有一家日式百貨店之銷售重點與**崇光**百貨相類似，且地理位置相近。**崇光**百貨以「生活時尚」焦點及「一站式商店」策略而有別於上述日式百貨店。**崇光**百貨店提供各種各類貨品組合，以中高檔次市場為目標。此外，**崇光**百貨專注於「店中店」的經營概念，銷售高檔名牌產品。

儘管香港零售業競爭激烈，董事認為質素、價值、貨品組合、服務及便利程度為業內最重要競爭優勢。董事相信，本集團之銷售策略與香港其他百貨店經營商有明顯分別。本集團著重透過直接銷售及特許專櫃銷售提供多元化貨品，從而讓本集團可滿足不同年齡組別及收入組別顧客之要求，並吸引不同類別顧客。特許專櫃銷售及本集團大部分直接銷售之付款安排為於貨品實際售出後始將購貨額記錄入賬，能夠減低本集團之存貨風險及改善營運資金之運用。

## 業 務

董事明白，百貨店面對專門售賣若干種類貨品之連鎖店之挑戰越趨激烈，董事相信，透過特許專櫃銷售之「店中店」安排可讓本集團應付該等挑戰。此外，董事認為，**崇光**百貨位處銅鑼灣最繁盛購物區，可吸引穩定顧客流量，且**崇光**百貨主要位於由本集團自置物業，使得本集團免受租金上漲影響，並就翻新工程作出靈活彈性處理，由此可見，本集團處於有利地位迎接市場挑戰。