概覽

根據歐睿國際的資料，以寶馬汽車的銷量及經銷店數目計算，我們是一家在中國處於領先地位的豪華4S經銷集團，而我們的超豪華汽車經銷業務正急速增長。自二零一零年十一月與路虎捷豹展開合作起直至二零一一年六月三十日止，我們已開設三家路虎捷豹經銷店。根據歐睿國際的資料，我們是此期間內開設最多路虎捷豹經銷店的經銷集團。截至二零一一年九月三十日，我們完善的網絡由28家4S經銷店(包括一家共同控制實體)組成，其中18家為豪華及超豪華品牌門店。截至最後實際可行日期，我們已獲製造商授權、有條件批准及收到無約束力意向書以開設另外14家豪華及超豪華品牌4S經銷店、展廳及維修中心，包括預期將於二零一一年十二月三十一日前開業的五家門店。我們旗下所有4S經銷店均戰略布局於中國人口稠密且經濟增長迅速的富庶地區。我們擁有強大品牌組合，豪華品牌包括寶馬、迷你、奧迪及凱迪拉克；超豪華品牌如路虎捷豹；以及其他備受歡迎的中高檔品牌如別克、豐田、本田、日產、大眾、雪佛蘭及現代。於過往記錄期內，豪華及超豪華品牌的銷售額佔我們的汽車銷售收入及毛利的百分比不斷增加，於二零零八年、二零零九年及二零一零年以及截至二零一一年六月三十日止六個月分別佔銷售汽車所得收入的59.8%、70.6%、77.9%及85.6%，以及銷售汽車所得毛利的80.4%、80.9%、87.8%及93.8%。我們相信，我們對豪華及超豪華品牌的專注使得我們於過往記錄期內在收入及利潤方面迅速增長，利潤率亦不斷上升。

自我們於一九九九年開業及於一九九九年成為其中一家最早獲奧迪授權的經銷商以來，我們已在開設成功且高質量的4S經銷店方面建立了良好的過往記錄。我們於二零零四年在中國開設了最早獲華晨寶馬授權的4S經銷店之一，而自此之後，按二零一零年的銷量計算，我們已成為寶馬於中國最重要及最大型經銷商之一。根據歐睿國際的資料，以銷量而言，寶馬為二零一零年中國最暢銷及增長速度最高的豪華汽車品牌之一。於二零一零年，根據寶馬的二零一零年年報，按銷量計算，中國為寶馬第三大市場，而以增長速度計算，更居寶馬全球三大市場之首。於二零一零年，我們旗下三家寶馬4S經銷店分別在全國十家獲得寶馬經銷商運營品質獎的4S經銷店排名中名列第二、第三及第九位，有關排名考慮到4S經銷店的所有經營範疇，包括銷售表現、客戶服務質量及顧客滿意度。於公佈排行榜時，寶馬在中國擁有近170家授權4S經銷店，而我們是唯一有多家門店同時列入此排行榜的經銷集團。此外，於二零一零年，我們旗下兩家寶馬門店的售後業務分別在全國十家獲得寶馬經銷商運營品質獎的4S經銷店排名中名列第一及第三位。自二零一零年十一月與路虎捷豹展開合作起直至二零一一年六月三十日止，我們已開設三家路虎捷豹經銷店。根據歐睿國際的資料，此舉令我們成為期內開設最多路虎捷豹經銷店的經銷集團，而按截至二零一一年六月三十日的門店數目計算，我們亦為華東地區最大的路虎捷豹經銷集團之一。我們相信，我們的市場領導地位，加上卓越的運營能力及專業知識，有助我們與居於領先地位的汽車製造商發展長遠穩定關係，為我們日後向現有及新接觸汽車製造商爭取更多授權時佔得先機，並有利於內部擴展及進行潛在收購。

我們於二零零八年、二零零九年及二零一零年以及截至二零一一年六月三十日止六個月內，分別售出14,081輛、17,138輛、22,314輛及12,976輛汽車。下表載列按地區呈列我們的豪華及超豪華品牌汽車銷售可比較門店的每店平均銷量及每店平均汽車銷售收入的分析：

	截至十二月三十一日止年度										截至六月三十日止六個月					
	二零零八年		二零零九年				二零一零年				二零一零年		二零一一年			
收入來源	銷量	收入	銷量	增長	收入	增長	銷量	增長	收入	增長	銷量	收入	銷量	增長	收入	增長
	輛	人民幣百萬元	輛	%	人民幣百萬元	%	輛	%	人民幣百萬元	%	輛	人民幣百萬元	輛	%	人民幣百萬元	%
汽車銷售																
豪華及超豪華品牌																
汽車銷售																
上海	1,298	572.5	1,570	21.0	733.1	28.1	2,060	31.2	970.4	32.4	913	434.5	1,187	30.0	572.0	31.6
江蘇	1,669	823.1	1,733	3.8	849.0	3.1	1,972	13.8	977.2	15.1	905	437.9	1,025	13.3	473.7	8.2
浙江	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	976	—	497.5	—
環渤海經濟區	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	649	—	336.6	—
平均值：	**1,422**	**656.0**	**1,624**	**14.2**	**771.8**	**17.7**	**2,030**	**25.0**	**972.6**	**26.0**	**910**	**435.6**	**1,000**	**9.9**	**491.6**	**12.9**

截至二零一一年一月一日止已運營最少24個月的三家豪華及超豪華經銷店的每店平均銷量由截至二零一零年六月三十日止六個月的910輛增加24.5%至截至二零一一年六月三十日止六個月的1,133輛，而其每店平均汽車銷售收入則由截至二零一零年六月三十日止六個月的人民幣435.6百萬元增加23.8%至截至二零一一年六月三十日止六個月的人民幣539.2百萬元。

我們的售後業務為我們帶來經常性收入及高毛利率，並於過往記錄期內出現顯著增長。我們預期售後業務將持續發展。下表載列按地區呈列我們的豪華及超豪華品牌售後業務可比較門店的每店平均售後業務收入及毛利率分析：

	截至十二月三十一日止年度								截至六月三十日止六個月				
	二零零八年		二零零九年			二零一零年			二零一零年		二零一一年		
收入來源	收入	毛利率	收入	增長	毛利率	收入	增長	毛利率	收入	毛利率	收入	增長	毛利率
	人民幣百萬元	%	人民幣百萬元	%	%	人民幣百萬元	%	%	人民幣百萬元	%	人民幣百萬元	%	%
售後業務													
豪華及超豪華品牌													
上海	81.5	40.9	94.8	16.3	46.5	114.7	21.0	49.3	49.4	49.8	57.8	17.0	47.7
江蘇	52.9	41.6	70.8	33.8	50.3	70.4	(0.6)	44.6	33.9	43.6	34.1	0.6	47.8
浙江	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
環渤海經濟區	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
平均值：	**71.9**	**41.0**	**86.8**	**20.7**	**47.6**	**99.9**	**15.1**	**48.2**	**44.2**	**48.2**	**49.9**	**12.9**	**47.7**

我們擁有迅速內部擴展的良好過往記錄，並自二零零九年初加快旗下網絡擴展步伐，4S經銷店數目由截至二零零八年十二月三十一日的13家增至二零一一年九月三十日的28家(包括一家共同控制門店)。截至二零一一年九月三十日，旗下逾40%豪華及超豪華4S經銷店開業不足一年，而由於我們的新門店不斷展現業績，預期收入增長幅度將遠勝我們旗下舊有門店，而其於二零一一年及二零一二年所佔收入及毛利百分比亦將有所增加。截至二零零八年、二零零九年及二零一零年十二月三十一日以及二零一一年六月三十日，我們先後經營兩家、六家、九家及11家寶馬4S經銷店。此外，我們

於二零一零年開設一家寶馬授權維修中心。於二零零八年、二零零九年、二零一零年及截至二零一一年六月三十日止六個月，該等寶馬經銷店及維修中心分別產生收入人民幣16.806億元、人民幣29.582億元、人民幣50.754億元及人民幣34.039億元，佔有關期間我們總收入的45.4%、57.3%、65.8%及65.0%。自二零一一年七月一日以來，我們已開設一家新寶馬經銷店，而截至最後實際可行日期，我們已獲寶馬授權、有條件批准及收到無約束力意向書以於二零一一年底前另設四家寶馬4S經銷店及展廳，以及於二零一二年增設六家寶馬4S經銷店及一家維修中心。通過進一步內部擴展及選擇性收購，我們將物色機會在現有地區擴展及進入新地區，亦將謀求機會擴充旗下豪華及超豪華汽車品牌組合。通過龐大及戰略性布局的經銷網絡，我們得以發揮協同效應，在中國高度分散的汽車經銷業中取得顯著競爭優勢。我們的運營規模令我們得以更有效管理汽車及零配件存貨流轉，統籌和整合汽車用品及其他產品的採購程序，及系統性地培訓和提拔人才。

我們於過往記錄期的收入及利潤大幅增長。我們的收入由二零零八年的人民幣37.013億元上升至二零零九年的人民幣51.647億元及二零一零年的人民幣77.166億元，複合年增長率為44.4%，並由截至二零一零年六月三十日止六個月的人民幣33.927億元增長54.3%至二零一一年同期的人民幣52.333億元，而我們的純利則由二零零八年的人民幣57.5百萬元增至二零零九年的人民幣175.8百萬元及二零一零年的人民幣307.7百萬元，複合年增長率為131.3%，並由截至二零一零年六月三十日止六個月的人民幣131.2百萬元增長63.0%至二零一一年同期的人民幣213.9百萬元。我們汽車銷售的毛利率由二零零八年的3.1%增至二零零九年的5.0%、二零一零年的6.0%及截至二零一一年六月三十日止六個月的7.5%，而售後業務的毛利率則由二零零八年的41.6%增至二零零九年的46.5%、二零一零年的47.5%及截至二零一一年六月三十日止六個月的48.0%。

我們的競爭優勢

以下是我們賴以成功的競爭優勢，我們相信其將繼續協助我們在日益增長的中國汽車市場上競爭及擴展：

作為一家在中國處於領先地位的豪華4S經銷集團，我們將受益於中國預期迅速增長帶來的好處。

根據歐睿國際的資料，以寶馬汽車的銷量及經銷店數目計算，我們是一家在中國處於領先地位的豪華4S經銷集團，而我們的超豪華汽車經銷業務正急速增長。於二零一零年，中國是全球增長最迅速的乘用車市場，而以銷量計算，更是全球十大乘用車市場中增長速度最快的市場。有關我們就豪華、超豪華、中高檔及低檔乘用車的分類說明，請見"行業概覽—中國乘用車市場—豪華及超豪華乘用車增長超越整體市場增長"一節。我們擁有強大品牌組合，豪華品牌包括寶馬、迷你、奧迪及凱迪拉克，以及超豪華品牌如路虎捷豹。截至二零一一年九月三十日，我們旗下28家4S經銷店中，18家(或超過60%)專注於豪華及超豪華品牌。於過往記錄期內，豪華及超豪華品牌的銷售額

佔我們的汽車銷售收入及毛利的百分比不斷增加，於二零零八年、二零零九年及二零一零年以及截至二零一一年六月三十日止六個月分別佔銷售汽車所得收入的59.8%、70.6%、77.9%及85.6%，以及銷售汽車所得毛利的80.4%、80.9%、87.8% 及93.8%。自二零一一年七月一日以來，我們已增設兩家豪華及超豪華品牌經銷店，截至最後實際可行日期，我們已獲授權、有條件批准及收到無約束力意向書以開設另外14 家豪華及超豪華品牌4S 經銷店、展廳及維修中心，當這些經銷店正式成立後，將令我們網絡內豪華及超豪華品牌門店的比例增至超過70%。憑藉我們於中國高度分散的汽車經銷業所累積的12年經驗，我們得以取得以下主要成就：

- 我們自二零零四年開設首家寶馬4S經銷店以來，按二零一零年銷量計算，我們已成為寶馬在中國最重要及最大型的經銷商之一，並為唯一有多家門店同時列入二零一零年全國十家獲得寶馬經銷商運營品質獎的寶馬4S經銷店排名的經銷集團。此外，於二零一零年，我們旗下兩家寶馬門店分別在寶馬4S經銷店售後業務全國排名中名列第一及第三位。根據歐睿國際的資料，以銷量計，寶馬為二零一零年中國最暢銷及增長速度最高的豪華汽車品牌之一；

- 根據歐睿國際的資料，按我們運營所在地區於二零一零年的銷量計算，我們為一家居於領先地位的寶馬經銷集團，尤其是在江蘇、遼寧及上海，我們在這三個地區的寶馬門店於二零一零年的每店銷量較我們的主要競爭對手的平均每店銷量一般高出30%；

- 根據歐睿國際的資料，於二零一零年，我們的奧迪4S店於上海10家奧迪4S店中按銷量計排名第二；及

- 自二零一零年十一月與路虎捷豹展開合作起至二零一一年六月三十日止，我們已開設三家路虎捷豹經銷店。根據歐睿國際的資料，此舉令我們成為期內開設最多路虎捷豹經銷店的經銷集團，而按截至二零一一年六月三十日的門店數目計算，我們亦為華東地區最大的路虎捷豹經銷集團之一。

豪華及超豪華汽車銷售通常為我們帶來相對銷售其他類型汽車更高的毛利率，亦令旗下售後服務業務得以增長，因豪華及超豪華汽車用戶傾向於需求4S經銷店提供的優質售後服務。過往記錄期內，我們豪華及超豪華品牌汽車銷售可比較門店的新客戶逾85%會回到我們的4S經銷店，要求為其坐駕提供保養或維修服務。

由於我們專注於豪華及超豪華品牌，我們於過往記錄期的收入及利潤顯著增長。我們相信，強勁汽車品牌組合讓我們做好了抓住豪華及超豪華市場未來增長機會的準備。

我們的完善門店網絡戰略布局於人口稠密且經濟增長迅速的富庶地區。

我們於人口稠密且經濟增長迅速的國內富庶地區設有完善門店網絡，具有戰略布局。根據《經濟學家》雜誌的資料，於二零一零年，我們經營業務的地區，如上海、江蘇、浙江、山東、天津及遼寧的人均本地生產總值在中國均列入前十位。根據歐睿國際的資料，於二零一零年，豪華及超豪華乘用車在該等地區的銷售額佔中國豪華及超豪華乘用車的總銷售額的47.2%。我們在該些富裕地區的網絡使我們相比其他在欠發達地區經營的競爭者更為有利。此等地區的相對較高人均可支配收入帶動對乘用車(特別是豪華及超豪華乘用車)的需求，並帶動對4S經銷店所提供的優質售後服務的需求。儘管上海、浙江、江蘇、山東、天津及遼寧相對中國其他地區較為發達，該些地區乘用車的擁有率仍遠低於美國、日本及德國等發達國家，故當地對乘用車的需求仍具增長潛力。與此同時，這些地區的本地乘用車需求較中國其他地區更早發展，我們相信更多最終用戶有意於未來數年更換其陳舊座駕。我們相信，由於過去十年這些地區日益富庶，這些潛在客戶當中大部分將於更換座駕時選擇升級。隨著我們運營所在地區的乘用車擁有率上升，我們亦受惠於售後服務市場的急速發展，其利潤更高於新車銷售。我們相信，憑藉我們的豪華及超豪華門店的優越位置，我們得以取得理想的每店銷量及收入。

上海市。截至二零一一年九月三十日，我們於上海經營13家經銷店。我們在上海開設的豪華及超豪華品牌汽車銷售可比較門店的每店平均汽車銷售收入由二零零八年的人民幣572.5百萬元增至二零一零年的人民幣970.4百萬元，複合年增長率為30.2%，於截至二零一一年六月三十日止六個月則達到人民幣572.0百萬元。於二零一一年一月，我們開展上海一家新路虎捷豹經銷店的業務。截至二零一一年六月三十日止六個月，該上海新門店的銷量達493輛汽車，而截至二零一一年六月三十日止六個月，來自該店的汽車銷售收入為人民幣447.5百萬元。於二零零八年、二零零九年、二零一零年及截至二零一一年六月三十日止六個月，我們的上海經銷店分別產生收入人民幣27.981億元、人民幣32.060億元、人民幣39.259億元及人民幣25.114億元，分別佔有關期間我們總收入的75.6%、62.1%、50.9%及48.0%。

江蘇省。截至二零一一年九月三十日，我們於江蘇省經營七家門店，其中六家於二零零八年之後開業。這些門店全部均為豪華或超豪華品牌門店。我們在江蘇的汽車銷售可比較門店的每店汽車銷售平均收入由二零零八年的人民幣823.1百萬元增至二零一零年的人民幣977.2百萬元，複合年增長率為9.0%，於截至二零一一年六月三十日止六個月則達到人民幣473.7百萬元。於二零一一年六月三十日，我們在江蘇有五家經銷店開業不足一年。截至二零一一年六月三十日止六個月，該等門店的每店平均銷量達125輛汽車，而截至二零一一年六月三十日止六個月，來自該等門店的每店平均汽

車銷售收入為人民幣64.3百萬元。於二零零八年、二零零九年、二零一零年及截至二零一一年六月三十日止六個月，我們的江蘇經銷店分別產生收入人民幣876.0百萬元、人民幣10.384億元、人民幣13.673億元及人民幣10.015億元，分別佔有關期間我們總收入的23.7%、20.1%、17.7%及19.1%。

浙江省。截至二零一一年九月三十日，我們於浙江省經營五家門店，全部均於二零零八年之後開業。這些門店全部均為豪華或超豪華品牌門店。我們於二零零九年在浙江所開設門店的每店平均汽車銷售收入由二零零九年的人民幣359.3百萬元增長134.3%至二零一零年的人民幣841.8百萬元，於截至二零一一年六月三十日止六個月則達到人民幣497.5百萬元。於二零一一年五月，我們開展浙江一家新路虎捷豹經銷店的業務。截至二零一一年六月三十日止六個月，該浙江新門店的銷量達41輛汽車，而截至二零一一年六月三十日止六個月，來自該門店的汽車銷售收入為人民幣46.3百萬元。於二零零八年、二零零九年、二零一零年及截至二零一一年六月三十日止六個月，我們的浙江經銷店分別產生收入人民幣23.4百萬元、人民幣727.9百萬元、人民幣17.254億元及人民幣10.720億元，分別佔有關期間我們總收入的0.6%、14.1%、22.4%及20.5%。

環渤海經濟區。截至二零一一年九月三十日，我們於環渤海經濟區經營三家門店，其中一家於二零零九年五月開業，兩家於二零一零年開業。這些門店全部均為豪華或超豪華品牌門店。於二零零九年開業的門店的汽車銷售收入由二零零九年的人民幣188.1百萬元增加159.3%至二零一零年的人民幣487.7百萬元，於截至二零一一年六月三十日止六個月則達到人民幣336.6百萬元。於二零一零年七月，我們開展天津一家新寶馬經銷店的業務。截至二零一一年六月三十日止六個月，該天津新門店的銷量達558輛汽車，而截至二零一一年六月三十日止六個月，來自該門店的汽車銷售收入為人民幣294.5百萬元。於二零零八年、二零零九年、二零一零年及截至二零一一年六月三十日止六個月，我們的環渤海經濟區經銷店分別產生收入人民幣3.8百萬元、人民幣192.4百萬元、人民幣698.0百萬元及人民幣648.4百萬元，分別佔有關期間我們總收入的0.1%、3.7%、9.0%及12.4%。

我們的卓越銷售表現、售後服務及其他運營能力及專業知識使我們能夠與具領導地位的汽車製造商建立牢固夥伴關係。

我們已建立了開設成功且高質量經銷店的往績記錄。我們為首批獲華晨寶馬、奧迪、別克及一汽豐田授權在中國建立4S店的經銷集團。我們相信我們的卓越運營表現及專長有助我們的汽車製造商夥伴提升其在中國的市場份額及贏取客戶的忠誠支持，繼而協助我們與該等汽車製造商建立長遠穩定關係。我們的卓越銷售表現、售後服務及其他運營能力及專業知識屢獲多家汽車製造商、業界團體、傳媒及政府部門頒發獎項並得到肯定。二零一零年，我們有三家寶馬4S經銷店在全國十家獲得經銷商運營品質獎的寶馬4S經銷店中分別名列第二、第三及第九位。此外，於二零一零年，我們旗下兩家寶馬門店分別在寶馬4S經銷店售後業務全國十大排名中名列第一及第三位。我們在上海的其中一家別克門店先後於二零零八年、二零零九年及二零一零年獲上海通用頒發銷售服務五星獎及先後於二零零六年、二零零九年及二零一零年獲售後服務五星獎，該等獎項僅頒發予在銷售及售後服務的整體表現最出色的前10% 4S經銷店。見下文"—我們的經銷網絡—獎項及成就"一節。

我們於過往記錄期內的每店銷售業績強勁，且每店收入理想，這足以體現我們強大的銷售能力。我們的豪華及超豪華品牌汽車銷售可比較門店的每店平均銷量由二零零八年的1,422輛增長14.2%至二零零九年的1,624輛，再進一步增長25.0%至二零一零年的2,030輛，於截至二零一一年六月三十日止六個月則達到1,000輛，而每店的汽車銷售平均收入亦由二零零八年的人民幣656.0百萬元增長17.7%至二零零九年的人民幣771.8百萬元，再進一步增長26.0%至二零一零年的人民幣972.6百萬元，於截至二零一一年六月三十日止六個月則達到人民幣491.6百萬元。

我們的強勁售後服務能力令我們的售後業務在過往記錄期內大幅增長。我們的豪華及超豪華品牌售後業務可比較門店的每店售後業務平均收入由二零零八年的人民幣71.9百萬元增長20.7%至二零零九年的人民幣86.8百萬元，再進一步增長15.1%至二零一零年的人民幣99.9百萬元，於截至二零一一年六月三十日止六個月則達到人民幣49.9百萬元。我們的豪華及超豪華品牌售後業務可比較門店的合併毛利率由二零零八年的41.0%增至二零零九年的47.6%及二零一零年的48.2%，截至二零一一年六月三十日止六個月則為47.7%。於過往記錄期內，我們豪華及超豪華品牌汽車銷售可比較門店的新車客戶逾85%會回到我們的經銷店，要求為其坐駕提供保養或維修服務，全賴我們優秀的服務質量和卓越的運營能力。

我們相信，憑藉我們卓越的運營能力及專長，有助我們與居於領先地位的汽車製造商發展長遠穩定關係，在日後從現有汽車製造商及新接觸汽車製造商贏取更多經銷授權方面佔有優勢，並有利於內部擴展及進行潛在收購。

我們取得了於各個地區迅速自身擴展門店網絡及成功管理門店的驕人成績。

我們擁有於各個地區迅速自身擴展門店網絡及成功管理門店的驕人成績。我們自二零零九年初迅速擴展旗下網絡，並於二零零九年、二零一零年及截至二零一一年九月三十日止九個月先後開設四家、三家(包括一家共同控制實體)及八家新4S經銷店，令我們的豪華及超豪華品牌門店數目由截至二零零八年十二月三十一日的三家增至截至二零一一年九月三十日的18家(包括一家共同控制實體)。除一家由我們與獨立第三方合作開設及經營的共同控制實體外，我們旗下所有4S經銷店均由我們開設及經營。我們有能力於開業後前六至八個月內提升新門店的銷售額及產生利潤。我們成功提升銷售的新店例子包括於二零零九年五月開業的寶馬4S店青島信寶行，其於二零零九年錄得汽車銷售收入人民幣188.1百萬元；以及於二零一一年一月開業的路虎捷豹門店上海天華，其於截至二零一一年六月三十日止六個月錄得汽車銷售收入人民幣447.5百萬元。我們許多新門店設於杭州、寧波及青島等我們以往未曾進入的市場，我們相信此足以展示我們擴展至不同地區及在當地經營業務的能力。我們於二零一零年十一月與路虎捷豹簽訂首份意向書，並於二零一一年九月三十日前開設四家此品牌的新4S經銷店。

我們就開設新門店設有一套同時適用於不同地區的運營模式。挑選新地區時，我們會考慮多項因素，其中包括當地人均可支配收入、消費模式及汽車保有率；而挑選新店址時，我們則會考慮地點便捷性、人流及停車位等各種因素。我們就分配工作、培訓及員工晉升設有標準程序，讓我們可有效運用人力資源，有助於向新門店灌輸我們的業務操作模式和公司文化，保證我們的整個網絡的服務質量的一致。我們擁有大批熟練員工，使得我們能夠快速、合理的為新門店安排員工。為協助新門店迅速達到成熟運營，我們設有由經驗豐富的管理人員、銷售及售後服務人員組成的經銷商質量控制(DQP)小組，專責監察旗下所有新4S經銷店的成立及早期運營。我們亦從現有門店挑選資深的門店經理及銷售和售後服務人員派往新門店工作。

我們相信，憑藉我們與主要汽車製造商建立的強大夥伴關係、驕人過往記錄及豐富運營能力及專長，我們在取得新品牌的授權和代表方面比大部分競爭對手更具優勢。我們相信，我們可迅速開設新門店的能力亦使我們在汽車製造商進行擴展時贏取它們的垂青。長遠而言，我們預期旗下豪華及超豪華品牌經銷店網絡，可為我們的業務帶來可持續的發展。

我們由一支業績驕人的資源高級管理團隊領導，並得到不斷增長的龐大人才儲備支持我們不斷擴大的網絡和業務。

我們由一支經驗豐富的高級管理團隊領導，多年來見證了一系列發展，包括旗下業務經歷不同經濟周期而茁壯成長；成功轉型為一家專營豪華及超豪華品牌的經銷商集團；旗下4S店數目增加；由最初以上海為基地逐步擴展至其他10個城市；以及經銷的汽車品牌數目由一九九九年的單一品牌增至現在的12個品牌。我們的高級管理團隊其中多人(包括楊愛華先生、楊漢松先生及朱結嶺先生)自二十世紀八十年代已投身中國汽車產業。大部分高級管理人員均已在本集團任職超過十年。我們相信，他們的經驗及在本集團的多年經歷，令他們對我們的業務及客戶非常熟悉，對本集團得以取得佳績有極大幫助。

我們聘有大量僱員，截至二零一一年九月三十日止包括81名管理人員、704名銷售與營銷人員及1,239名售後服務人員，為我們的網絡擴展計劃提供支持。我們投入大量資源於培訓、招聘及提拔人才。於過往記錄期，我們的員工數目倍增，以適應我們旗下經銷網絡及業務不斷擴大的需要。我們屬下多名僱員曾獲汽車製造商嘉獎，包括寶馬的"優秀經銷商管理獎(Top Dealer Management Award)"、"優秀市場表現獎(Top Marketing Performance Award)"、"傑出服務表現獎(Top Service Performance Award)"及"優秀媒體見報獎(Media Coverage Award)"。見下文"我們的經銷網絡—獎項及成就"一節。我們根據經驗和汽車製造商夥伴的培訓計劃發展出一套標準化工序及多元化課程，專為培訓員工和提升他們的技能和專業知識而設。我們自行聘請全職培訓導師，並定期派遣新入職員

工前往表現出色的經銷店接受培訓。我們系統性地物色及提拔優秀員工，輪流將他們調派至不同門店工作，給他們展示長遠事業發展前景及激勵其表現。此舉使得我們的新門店可借助資深員工的技能及知識。鑒於上述情況，我們得到大批熟練員工(人數不斷增長)支持我們不斷擴大的網絡和業務。

我們的龐大運營規模令我們得以在高度分散的中國汽車經銷行業中佔有競爭優勢。

我們的龐大運營規模令我們得以發揮協同效應，有助我們在中國高度分散的汽車經銷行業中佔有重大競爭優勢。

由於我們設於各區的業務規模有別，故可協調及匯總處理汽車用品及其他產品的訂單。我們亦可視乎需求及現有數量重新調配同一地區內同一汽車品牌各分店的汽車與零配件存貨及維修保養訂單，此舉可為我們提供靈活彈性，有助我們更妥善地控制存貨及優化旗下各經銷店的汽車及其他產品組合。此外，我們的運營規模與雄厚的財務資源亦令我們在向汽車用品及其他產品供應商爭取更佳商業條款時比小型競爭對手更佔優勢。

在運營規模支持下，我們相對小型競爭對手而言流動資金更充裕，而在取得銀行融資及其他財務資源方面亦更有優勢，有助於我們向供應商訂購數量最適宜的汽車以及零配件、汽車用品及其他產品，以滿足客戶的需求。此外，通過中央處理預算及管理程序，我們得以更有效地為整個經銷網絡分配財務資源。再者，作為一個大規模集團，我們可投放更多資源於能夠惠及旗下門店的項目，例如我們擬於常熟興建的培訓機構及中央企業資源籌劃("ERP")系統。

我們的戰略

我們的目標是通過以下戰略，加強我們作為中國處於領先地位的豪華4S經銷集團的市場地位，在該龐大而迅速增長的豪華及超豪華市場中把握機會：

繼續通過門店的內部增長及進行選擇性收購擴展經銷網絡及所提供的品牌。

我們將繼續主力推銷豪華及超豪華品牌，以吸引高收入客戶，因他們對產品及服務質量講究、較少計較價格並對品牌的忠誠度較大。我們擬增加專攻上述品牌的門店比例。我們計劃於未來數年通過增設新門店擴展旗下的4S經銷網絡，亦可能把握適當機會挑選合適的4S經銷商作為收購對象。

內部擴展。我們將憑藉於現有運營地區的業務、對當地的了解及所建立的關係，擴展至鄰近地區，以繼續增強我們在華東地區的領導地位。我們亦尋求機會將業務範

圍擴展至人口稠密、經濟增長迅速且人均可支配收入相對較高的富庶地區，我們相信這些地區於乘用車需求方面具有龐大增長潛力。我們計劃在可見將來集中在省級、副省級及地級城市拓展網絡，但我們相信，若干較為富庶的縣級市及小鎮亦於乘用車需求量方面有龐大發展潛力，我們將選取若干有關地區發展業務。在覓得適合的店址或市場時，我們亦會適時為我們經銷的中高檔汽車品牌開設新店。

我們亦計劃物色機會與其他豪華或超豪華品牌汽車製造商合作，借以擴大旗下的品牌組合。我們相信，我們與具領導地位的汽車製造商長久以來建立的關係及我們成功經營豪華及超豪華品牌(包括寶馬及路虎捷豹)的往績，有利我們取得其他豪華及超豪華品牌製造商的授權。我們相信，其他豪華及超豪華品牌加盟，可更有效利用我們的現有優勢、豐富我們現時的品牌及產品組合。

收購。我們相信，由於中國汽車經銷行業高度分散而汽車製造商愈來愈傾向於只與較大型的經銷集團合作，將出現通過業界整合來壯大本身規模的具吸引力機會。我們將物色機會收購其他擁有一定規模的經銷集團，借助這些經銷集團接觸不同地區的新市場、擴大我們的客戶基礎及擴充我們的品牌組合。我們相信，我們與具領導地位的汽車製造商長久以來的關係，以及我們在行內的經驗及經營專長，有助我們將任何收購目標納入旗下經銷網絡，借此實現協同效應。我們將利用我們的現有網絡、業內經驗及經營專長，改善所收購門店的業績。截至最後實際可行日期，我們並未就收購任何業務或資產訂立任何具約束力的口頭或書面承諾。

繼續提升及擴展我們的售後服務的實力及能力。

我們的售後業務為我們帶來經常性收入及高利潤。預期我們所累積新車客戶將發展成為不斷增長的長期售後服務客戶基礎。為壯大我們的售後服務業務，我們計劃繼續擴大服務能力、擴展我們的售後服務範圍、提升我們的售後服務人員的生產力並擴展至新產品及服務種類。

為擴大我們的服務能力，我們已延長現有門店的服務時間，並在可行情況下騰出更多空間用於售後服務或盡量提高空間使用率。我們亦重新分配同一區域內不同門店的工作量，以提升服務能力的使用率。我們目前經營一家寶馬授權維修中心，致力為寶馬客戶提供售後服務，為我們帶來可觀的售後業務收入。我們計劃開設更多維修中心以滿足日益增加的市場需求。截至最後實際可行日期，我們已獲授權開設另一家寶馬授權維修中心。

為提升售後服務人員的生產力，我們正於旗下所有門店推出一系列措施，旨在提高生產效率：(1)根據複雜程度、經驗水平及所需專業知識，更有系統地按不同汽車型

號及工作類型將客戶訂單分類及分配工作，借以提升售後服務技術人員的專業水平；(2)引進系統化表現評估程序及措施，以更有效地評估員工表現及產出量，並通過報酬體系鼓勵員工增加產出量及改進其技術及效率；及(3)根據不同的汽車型號及工作的工序流程，為店內的售後服務區採納更有效率的設計。

此外，我們將通過擴充其他汽車相關業務(包括毛利率較高的汽車裝潢及汽車用品業務)，不斷拓闊收入來源及提升我們的盈利能力。我們提供的汽車用品包括電子產品、裝潢產品及汽車護理產品。我們相信汽車裝潢及汽車護理產品日益增加的需求，加上我們龐大且日益增長的汽車客戶群，定會成為旗下汽車用品業務的重要增長動力。我們向獨立供應商採購大部分汽車用品。我們計劃維持並鞏固與這些供應商的關係，從而增加我們所提供優質汽車用品的種類，以具吸引力的價格向我們的客戶提供最新及最先進的產品。

此外，我們與保險公司合作，在旗下經銷店的維修站設立授權定損中心。我們相信這些定損中心將為我們旗下門店介紹更多維修服務。我們現正擴展的其他服務包括24小時客戶服務電話支援中心及緊急拖車服務。

進一步加強我們的經營能力及銷售及市場推廣力度。

我們將繼續設法加強我們的經營能力及銷售及市場推廣力度，以提升銷售表現及盈利能力。

作為持續努力改善業績計劃的一部分，我們將不斷加強培訓計劃並提高屬下銷售人員對產品的熟悉程度及其他專業知識。我們亦將加大銷售及市場推廣力度，推出更多廣告和營銷措施及參與促銷活動，例如就出席人士中有較大比例可能成為我們目標客戶的特定活動提供贊助。我們計劃進一步擴充汽車相關服務，如通過更積極進取的銷售及市場推廣活動提供汽車保險的代理服務及新車登記服務。

我們計劃於未來十二個月升級現有的中央企業資源籌劃系統，以提升我們的運營效率。將系統升級旨在加強管理我們旗下不同門店的供貨採購及庫存管理，降低我們的存貨週轉天數及減少相關開支。

繼續招募、培訓及留聘熟練僱員，以支持我們未來增長及擴展。

我們視員工為我們長期取得佳績的關鍵因素，故計劃繼續着眼於招募、培訓及留聘熟練僱員，以支持我們的持續增長及擴展。我們計劃於二零一一年十二月三十一日前在江蘇省常熟市開辦專業培訓機構。這家位於常熟市的培訓機構將設於常熟4S經銷店附近，並自設校舍、售後服務設施、教室及住宿設施。此培訓機構可為不同級別的僱員提供各個範疇的培訓課程，包括專門技術及產品知識、客戶服務、銷售及溝通技巧以及管理技巧。

我們計劃培訓並從內部提拔大部分門店經理、高級管理人員及熟練技術人員，以支持擴展所需。我們計劃不斷評估我們的人力資源管理程序，以求精益求精，加強本身在培訓、物色及留聘熟練僱員方面的能力。我們將繼續定期考核僱員的表現，為優秀僱員提供在本集團發展事業的機會。我們亦不斷評估現有的以業績為基礎的薪酬制度，確保獎勵與工作表現相稱。除汽車製造商的標準培訓課程外，我們亦將不斷投資、發展及提升內部培訓課程。作為提高員工生產力的措施之一，我們正在研製標準化工序及課程，協助僱員發展與他們所服務汽車品牌及地區有關的技能及產品知識。

我們的經銷網絡

概覽

根據歐睿國際的資料，以寶馬汽車的銷量及經銷店數目計算，我們是一家在中國處於領先地位的豪華4S經銷集團，而我們的超豪華汽車經銷業務正急速增長，截至二零一一年九月三十日，我們設有28家4S經銷店。有關我們就豪華、超豪華、中高檔及低檔乘用車的分類說明，請見"行業概覽—中國乘用車市場—豪華及超豪華乘用車增長超越整體市場增長"一節。截至最後實際可行日期，我們已獲製造商授權、有條件批准及收到無約束力意向書以開設另外14家豪華及超豪華品牌4S經銷店、展廳及維修中心，包括預期將於二零一一年十二月三十一日前開業的五家門店。截至二零一一年九月三十日，於我們現有28家經銷店中，18家專營寶馬、迷你、奧迪、路虎捷豹及凱迪拉克等豪華及超豪華品牌，其餘10家則專注於別克、豐田、本田、大眾、雪佛蘭、現代及日產等中高檔品牌。此外，截至二零一一年九月三十日，我們亦經營一家寶馬授權維修中心及兩家汽車訂製中心，我們另有一家寶馬授權維修中心及三家寶馬展廳尚在發展中。

我們旗下所有門店均戰略布局於中國人口稠密且經濟增長迅速的富庶地區，包括上海、江蘇及浙江。截至二零一一年九月三十日，我們在上述地區分別設有13家、七家及五家4S經銷店。我們亦已進軍環渤海經濟區，截至二零一一年九月三十日，我們共有三家4S經銷店分別設於山東、遼寧及天津。

我們提供全面的汽車相關銷售及服務，包括(1)銷售新車(兼售進口及國產汽車)；(2)汽車保養及維修服務；(3)銷售汽車用品及其他汽車相關產品；(4)汽車訂製及裝潢服務；及(5)協助顧客辦理保險、所有權及登記等銷售相關代理服務。我們的4S經銷店亦進行消費者調查，為汽車製造商提供其他客戶支援服務。我們旗下各4S經銷店皆與一家汽車製造商(或其中國聯屬公司)訂有一項非獨家經銷授權安排，僅為該製造商旗下一個或多個品牌提供產品及服務。

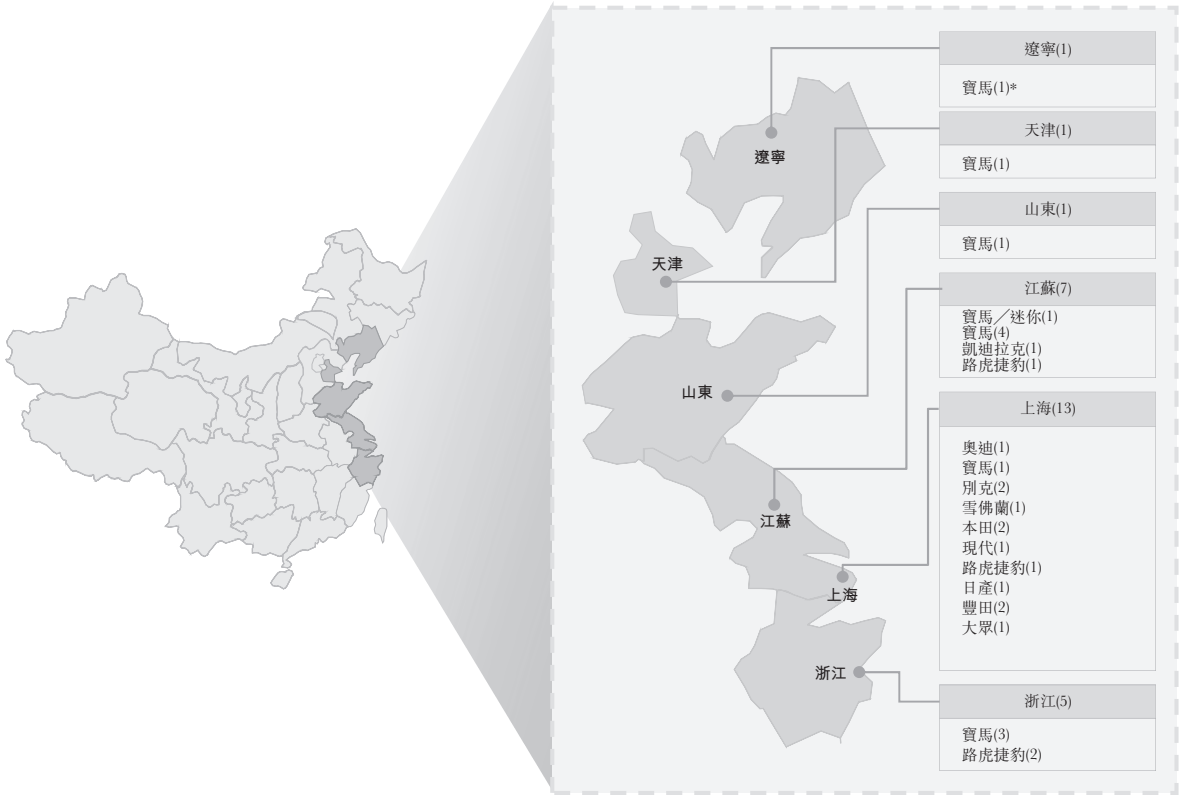
下表呈列所示期間我們所得收入的分析。

	截至十二月三十一日止年度						截至六月三十日止六個月			
	二零零八年		二零零九年		二零一零年		二零一零年		二零一一年	
收入來源	收入	貢獻	收入	貢獻	收入	貢獻	收入	貢獻	收入	貢獻
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
汽車銷售										
豪華及超豪華品牌	1,994,348	53.9	3,336,666	64.6	5,583,995	72.4	2,451,315	72.3	4,213,133	80.5
中高檔品牌	1,341,874	36.2	1,392,256	27.0	1,584,111	20.5	703,505	20.7	708,927	13.5
售後業務(1)	365,039	9.9	435,808	8.4	548,458	7.1	237,913	7.0	311,268	6.0
總計	**3,701,261**	**100.0**	**5,164,730**	**100.0**	**7,716,564**	**100.0**	**3,392,733**	**100.0**	**5,233,328**	**100.0**

附註：

(1) 包括提供售後服務，如維修、保養及訂製服務、銷售零配件及銷售汽車用品及其他產品所得的收入。

以下地圖列出截至二零一一年九月三十日旗下4S經銷店的地區分布資料。



本公司業務所在市場
括號內數字為4S經銷商數目

* *指一家共同控制實體，其收入及銷量並未列入我們的合併數據內。*

下表載列我們截至二零一一年九月三十日的4S經銷店詳情。有關我們就豪華、超豪華、中高檔及低檔乘用車的分類說明，請見"行業概覽—中國乘用車市場—豪華及超豪華乘用車增長超越整體市場增長"一節。

經銷店	城市	省份	開業日期	經銷權屆滿日期
豪華及超豪華品牌4S店				
寶馬				
上海寶信	上海	上海	二零零四年四月	二零一一年十二月
杭州寶信[6]	杭州	浙江	二零零九年一月	二零一二年十二月
寧波寶信	寧波	浙江	二零零九年二月	二零一一年十二月
常熟寶信[6]	常熟[1]	江蘇	二零零九年三月	二零一一年十二月
青島信寶行	青島	山東	二零零九年五月	二零一二年十二月
瀋陽信寶行[2]	瀋陽	遼寧	二零一零年一月	二零一一年十二月
天津寶信	天津	天津	二零一零年七月	二零一三年十二月
揚州信寶行[6]	揚州	江蘇	二零一零年九月	二零一三年十二月
泰州信寶行[6]	泰州	江蘇	二零一一年一月	二零一三年十二月
蘇州信寶行	蘇州	江蘇	二零一一年四月	二零一四年十二月
寧海寶信	寧波	浙江	二零一一年八月	二零一四年十二月
寶馬／迷你				
蘇州寶信	蘇州	江蘇	二零零五年二月	二零一一年十二月
路虎捷豹				
上海天華	上海	上海	二零一一年一月	二零一一年十二月
寧波天華	寧波	浙江	二零一一年五月	二零一一年十二月
無錫天華	無錫	江蘇	二零一一年五月	二零一一年十二月
嘉興天華	嘉興	浙江	二零一一年七月	二零一二年四月
奧迪				
上海開隆汽貿[3]	上海	上海	一九九九年十二月	二零一一年十二月
凱迪拉克				
揚州名凱	揚州	江蘇	二零一一年五月	二零一三年三月
中高檔品牌4S店				
別克				
上海太平洋金沙	上海	上海	二零零二年九月	二零一二年三月
上海太平洋虹橋	上海	上海	二零零四年八月	二零一二年三月
雪佛蘭				
上海太平洋申隆	上海	上海	二零零五年五月	二零一三年三月
一汽豐田				
上海開隆豐田	上海	上海	二零零二年十月	二零一二年三月
廣汽豐田				
上海徐匯開隆	上海	上海	二零零六年六月	二零一二年五月
廣汽本田				
上海信隆	上海	上海	二零零三年五月	二零一一年十二月
上海亞歐	上海	上海	二零零五年十二月	二零一一年十二月
一汽大眾				
上海開隆汽服	上海	上海	二零零一年十月	二零一一年十二月
現代				
上海中創[4]	上海	上海	二零零三年十二月	二零一一年十二月
東風日產				
閔行汽車[5]	上海	上海	二零零一年十一月	二零一二年三月

附註：

(1) 江蘇省常熟市為縣級市。

(2) 瀋陽信寶行為一家共同控制實體，其收入及銷量並未列入我們的合併收入及銷量中。

(3) 此4S經銷店的經銷授權協議乃與FAW-Volkswagen Sales Co., Ltd.訂立。FAW-Volkswagen Sales Co., Ltd.為一汽—大眾汽車有限公司所生產奧迪汽車的總經銷商。

(4) 此經銷店所位處土地乃由其中一名控股股東所控制的公司上海開隆汽銷擁有。進一步詳情請見"與控股股東的關係—與一名關連人士的租賃安排"一節。

(5) 此經銷店所位處土地乃由其中一名控股股東所控制的公司上海開隆汽銷擁有。進一步詳情請見"與控股股東的關係—與一名關連人士的租賃安排"一節。

(6) 我們持有替代物業，可於日後我們認為符合本公司利益時供此經銷店作搬遷之用。截至最後實際可行日期，我們尚未就此制訂任何搬遷計劃或搬遷時間表。

其他門店

除4S經銷店外，截至二零一一年九月三十日，我們的網絡亦包括其他門店，包括：

- 一家位於上海的寶馬授權維修中心，提供寶馬售後服務及零配件。此門店於二零一零年開業，可為上海的寶馬4S經銷店提供額外維修能力。

- 兩家位於上海的汽車訂製中心，為不同汽車品牌提供各式各樣的汽車裝潢及修飾服務，如車窗上色及電子安裝。該兩家汽車訂製中心分別於二零零三年及二零一零年開業。

截至最後實際可行日期，我們已獲授權開設三家展廳，以進行汽車銷售，但不會提供售後服務。

獎項及成就

我們的4S經銷店榮獲多家汽車製造商、業內貿易組織、媒體及政府機構頒發多個獎項，成績有目共睹，其中包括：

- 二零零八年，我們被中國汽車流通協會評為中國十大最具影響力的4S經銷集團之一；於二零一零年，我們榮獲中國汽車流通協會頒發的二零一零年服務模式創新獎。

- 二零一零年，在中國近170家寶馬4S經銷店中，我們的三家寶馬店於獲得寶馬中國經銷商運營品質獎的十家經銷商排名中分別高居第二、第三及第九位。我們是唯一一家在此排名佔據多個席位的經銷集團，該排行榜評估經銷店的

所有經營範疇，包括銷售表現、客戶服務質量及顧客滿意度。此外，於二零一零年，我們的兩家寶馬門店的售後業務亦於寶馬中國的全國十大經銷店中分別排名第一及第三位。

- 我們在上海的一家別克門店先後於二零零八年、二零零九年及二零一零年被上海通用評為五星級銷售服務中心，並先後於二零零六年、二零零九年及二零一零年評為五星級售後服務中心，該等五星級評定僅頒予上海通用經銷商當中表現最出色的10%經銷商。

我們屬下多名僱員曾獲汽車製造商嘉獎。於二零零七年，我們的上海寶馬門店的零配件部經理憑藉其對產品的知識，以及對零配件、汽車用品及日常用品的銷售技巧，在德國的寶馬總部獲授予全球寶馬售後服務卓越大獎第一名。其他獎項包括廣汽豐田的"最有價值員工(Most Valuable Employee)"(二零零八年及二零一零年)及寶馬的"優秀經銷商管理獎(Top Dealer Management Award)"(二零零八年)、"優秀市場表現獎(Top Marketing Performance Award)"(二零零八年)、"傑出服務表現獎(Top Service Performance Award)"(二零零九年)及"優秀媒體見報獎(Media Coverage Award)"(二零零九年)。

擴大網絡

我們的網絡迄今一直通過內部增長而擴展。下表載列各個日期我們的4S經銷店數目：

	截至一月一日	截至十二月三十一日			截至六月三十日	截至九月三十日
門店數目	二零零八年	二零零八年	二零零九年	二零一零年	二零一一年	二零一一年
豪華及超豪華品牌	3	3	7	10[1]	16[1]	18[1]
奧迪	1	1	1	1	1	1
寶馬	2	2	6	9[1]	11[1]	12[1]
凱迪拉克	—	—	—	—	1	1
路虎捷豹	—	—	—	—	3	4
中高檔品牌	10	10	10	10	10	10
總計	13	13	17	20[1]	26[1]	28[1]

(1) 包括一家共同控制實體，其收入及銷量並未列入我們的合併數據內。

截至最後實際可行日期，我們已獲汽車製造商授權、有條件批准及收到無約束力意向書以開設另外14家豪華及超豪華品牌4S經銷店、展廳及維修中心。我們於旗下展廳進行汽車銷售，但不會提供售後服務。上述門店的詳情如下：

地區	品牌	門店種類	實際／計劃開店日期
浙江寧波[(1)(5)]	寶馬	展廳	二零一一年十一月
山東青島[(1)(5)]	寶馬	展廳	二零一一年十一月
天津[(1)(5)]	寶馬	展廳	二零一一年十一月
山東淄博[(2)]	路虎捷豹	4S店	二零一一年十一月
遼寧丹東[(2)(5)]	寶馬	4S店	二零一一年十二月
天津[(2)]	路虎捷豹	4S店	二零一二年第一季
廣東東莞[(2)]	寶馬	4S店	二零一二年第二季
江蘇無錫[(2)]	寶馬	4S店	二零一二年第二季
山東烟台[(2)]	寶馬	4S店	二零一二年第二季
浙江富陽[(2)(3)(4)]	寶馬	4S店	二零一二年第二季
上海[(2)]	奧迪	4S店	二零一二年第二季
遼寧瀋陽[(2)]	寶馬	維修中心	二零一二年第二季
北京[(2)]	寶馬	4S店	二零一二年第二季
上海[(2)]	寶馬	4S店	二零一二年第四季

(1) 我們已獲相關汽車製造商授權，可開始該門店業務運營，並正就該門店磋商經銷授權協議。

(2) 我們已就該門店取得相關汽車製造商的無法律約束力意向書。

(3) 浙江省富陽市為縣級市。

(4) 我們正就該經銷店收購一項物業。有關進一步詳情請參閱"我們的業務—物業—將予收購物業"一節。

(5) 截至最後實際可行日期，我們已就該經銷店訂立一份租賃協議。

我們現正就計劃於二零一一年及二零一二年開業的14家門店申領所需政府批文、牌照及許可證。截至最後實際可行日期，我們已就該14家門店其中八家正式註冊成立法人團體。我們已收到中國法律顧問競天公誠律師事務所的意見，表示我們於取得商務部或其地方相關部門批准開設計劃中的門店方面預期不會遇上重大法律障礙。進一步詳情請參閱"風險因素—與我們的業務有關的風險—我們作為外國企業在中國進行收購或擴充經銷網絡時可能需要面臨繁複的程序"及"監管概覽—與中國汽車行業有關的法規—30家經銷店限制"兩節。

我們現正就計劃於二零一一年及二零一二年開業的14家門店物色物業。誠如上表所披露者，我們已於最後實際可行日期就該等位於寧波、青島、天津、丹東、富陽及淄博的六家門店覓得物業，並將於適當時候在考慮到是否可取得土地及其他區內特定情

況以及我們的業務需要後，決定是否為其他擬開設的門店購買或租賃物業。我們估計計劃開設4S經銷店所需資本開支將介乎每家門店人民幣40百萬元至人民幣100百萬元，視乎地點及其他因素而定，例如有關門店位於自購抑或租賃物業。就位於自購物業的門店而言，資本開支總額中約40%至55%將作相關土地使用權以及物業建設及翻新用途。就位於租賃物業的門店而言，資本開支總額中約20%至30%將作預付租賃款項及翻新用途。此外，資本開支總額中約25%至40%將用作購置設備及裝置，另約10%至15%將作其他用途，包括購置試駕用汽車。

我們估計計劃開設展廳所需資本開支將介乎每家門店人民幣5百萬元至人民幣6百萬元，其中約50%至65%將作門店翻新用途，另約35%至50%將撥作租金付款。

除全球發售的估計所得款項淨額外，我們預期以(i)汽車銷售及售後業務產生的現金；(ii)其他經營活動產生的現金，如汽車保險佣金；及(iii)銀行貸款及其他借貸，為設立計劃中門店所需資本開支提供資金。

我們就開設新門店設有一套同時適用於不同市場的運營模式。我們在為新門店挑選店址時會考慮汽車製造商的擴展計劃(其中包含其開設新店所針對的目標市場)以及其他因素，包括當地人均可支配收入、消費模式及汽車保有率等。在挑選新店址時，我們則會考慮地點便捷性、人流及停車位等各種因素。我們就於目標市場開設新門店所提出的建議包括我們本身所作的市場分析及業務計劃。我們的新門店建議一經汽車製造商接納，則須在與製造商協定的指定時間內完成經銷店的建設及裝修工程。各新落成經銷店在開展業務前必須通過製造商檢驗。

我們就分配工作、培訓及員工晉升設有標準程序，讓我們可有效運用人力資源，有助於向新門店灌輸我們的業務實踐和公司文化，保證我們的整個網絡的服務質量的一致。為協助新門店迅速達到成熟運營，我們設有由經驗豐富的管理人員、銷售及售後服務人員組成的經銷商質量監控(DQP)小組，專責監察及支援新門店的成立及早期運營。我們亦從現有門店挑選資深的門店經理及銷售和售後服務人員派往新門店工作。我們擁有的大批管理、銷售及技術人員使得我們能夠快速、合理的為新門店安排員工。

為維持我們不斷擴展的網絡的整體服務質量一致，我們為面對顧客的全體員工提供定期培訓課程，而總部人員亦會進行實地考察，包括不定期視察我們旗下的門店，以監察其業務運營。為管理我們旗下各門店的存貨水平及運營資金，我們設有中央企業資源籌劃系統，該系統為我們的現金水平及賬目提供最新資訊，並向總部提供各4S

經銷店不同汽車型號的每日銷售及存貨水平資料。有關資料會定期檢討，以確保我們旗下的門店有充足資金及適當的存貨水平。

經銷安排

我們與寶馬中國、華晨寶馬、捷豹路虎、上海通用、一汽豐田、廣汽豐田、廣汽本田、北京現代、一汽大眾、東風日產或其於中國的總汽車經銷商簽署了經銷授權協議。

有關協議屬非獨家性質，初始期間為一至三年。該等汽車製造商通過經銷授權協議，對其汽車經銷商設定標準及限制。根據該等協議，汽車製造商指定我們的4S經銷店的所在地點，並要求我們遵守它們不時建議的售價指引。其將派代表進行實地考察(包括不定時的隨機考察)以檢測我們的門店是否符合其要求。根據我們的現有經銷授權協議，該等汽車製造商一般要求我們的4S經銷店：

- 於該門店僅可銷售他們的品牌汽車；
- 於裝運前悉數支付汽車存貨的所需款項，並於裝運或交付後取得汽車所有權及承擔風險；
- 提供指定服務，例如汽車保養及提供零配件；
- 遵守汽車製造商規定的經銷店設計指引；及
- 遵守汽車製造商的銷售政策。

經銷授權協議允許我們的門店使用汽車製造商的商標、商號以及其他符合汽車製造商設定的營銷及品牌推廣內容於旗下4S經銷店進行促銷。協議一般不會就4S經銷店設定最低購買要求。汽車製造商可就多種原因發出書面通知終止該等協議，包括我們不遵守協議、與其他汽車製造商存在未經批准的業務關係及擅自改變所有權或管理架構以致影響我們履行合約責任的能力。我們的中國法律顧問競天公誠律師事務所認為，我們已遵守有關與其他汽車製造商未經批准業務關係方面的限制。按照不同汽車製造商的政策，終止各經銷授權協議所需通知期各有不同，介乎零(即終止授權通知即時生效)至90日。於過往記錄期內，我們的經銷授權協議概無於其屆滿日期前終止，且於屆滿後均獲續簽，而有關協議的條款概無任何重大不利變動。

我們普遍會於經銷協議屆滿日期前一個月左右就續簽協議與汽車製造商進行磋商。由於二零一一年屆滿的所有經銷授權協議屆滿日期均為二零一一年十二月三十一日，

我們並未就續簽有關協議與相關汽車製造商展開磋商。我們預期所有協議均可於屆滿前續簽。我們能夠續簽於過往記錄期內屆滿的所有經銷授權協議。

汽車銷售

我們絕大部分收入源自汽車銷售。下表顯示我們於所示期間的汽車銷售收入：

	截至十二月三十一日止年度						截至六月三十日止六個月			
	二零零八年		二零零九年		二零一零年		二零一零年		二零一一年	
	收入	貢獻	收入	貢獻	收入	貢獻	收入	貢獻	收入	貢獻
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
汽車銷售										
豪華及超豪華品牌[1]	1,994,348	59.8	3,336,666	70.6	5,583,995	77.9	2,451,315	77.7	4,213,133	85.6
中高檔品牌[1]	1,341,874	40.2	1,392,256	29.4	1,584,111	22.1	703,505	22.3	708,927	14.4
總計	3,336,222	100.0	4,728,922	100.0	7,168,106	100.0	3,154,820	100.0	4,922,060	100.0

附註：

(1) 有關我們就豪華、超豪華、中高檔及低檔乘用車的分類說明，請見"行業概覽－中國乘用車市場－豪華及超豪華乘用車增長超越整體市場增長"一節。

我們的汽車製造商夥伴會為我們旗下各經銷店訂立年度無約束力銷售目標，並不時檢討其表現，一般情況為按季進行。達成有關目標與否，將作為相關汽車製造商其後評估經銷店表現及日後決定新車銷售分配的考慮因素。於過往記錄期內，我們旗下所有4S經銷店均達到汽車製造商夥伴訂立的銷售目標。我們的新車零售價乃參考製造商的批發價及零售定價指引而定，有關指引一般不會指定新車零售價。我們於制定新車零售價方面保留一定靈活彈性。新車零售價取決於多項因素，包括品牌及型號、市場需求、存貨供應及是否有其他經銷商競爭。於過往記錄期，我們遵守我們的汽車製造商夥伴訂立的零售定價指引。

作為向客戶提供的回饋服務及促銷新車，我們旗下經銷店會將有意以以舊換新形式換車的客戶轉介予提供相關服務的第三方，協助客戶出售舊車。我們不會購入客戶的舊車或就此提供任何信貸。

售後服務

我們的售後業務包括提供保養、維修、汽車訂製服務以及銷售汽車零配件及銷售汽車用品和其他汽車相關產品。我們所有的4S經銷店均設有完善的汽車維修保養設施及備有免費茶點及上網服務的舒適等候區，為客戶提供日常機油更換以至撞後車身修復等一系列維修保養服務。

我們相信為客戶提供方便迅速的優質維修保養服務的能力有助我們成功留住現有客戶及吸引新客戶。我們的專業技術及所提供的高素質的售後服務，對我們吸引新客戶及與客戶建立長遠關係至關重要。我們尤其着重為我們的售後服務業務招募、培訓及留聘具備專門知識與經驗的熟練技術人員。為提高他們的客戶服務技巧及銷售技巧，我們的售後技術人員均接受我們以客戶服務為導向及以銷售為主導的理念而設計的定期培訓課程，以及由汽車製造商提供的培訓課程。

我們所提供保養及維修服務一般按所用零配件(如有)及技術人員的時薪收費，收費均參考汽車製造商的定價指引確定。就每項工作所指派人員的人數及職級以及他們的專業知識及經驗，須視乎有關工作的性質及複雜程度而定。為維持我們的服務水平，已完成的服務項目均經由富有經驗的技師檢驗，而門店經理會定期致電客戶，了解他們對我們所提供服務的滿意程度，以抽樣檢測服務水平。我們旗下各4S經銷店利用相關汽車製造商所提供專利軟件系統，記錄、追蹤和分析履行售後服務工作所動用的人力及零配件。我們通過使用資訊科技系統，從而收集及分析詳細的客戶資料及為銷售人員提供其他支援，以進一步提升售後服務水平。二零一零年，我們其中兩家寶馬門店的售後業務於寶馬全國十大經銷店的排名中分別名列第一及第三位。我們在上海的其中一家別克門店先後於二零零八年、二零零九年及二零一零年獲上海通用頒發銷售服務五星獎及先後於二零零六年、二零零九年及二零一零年獲頒發售後服務五星獎。該等五星獎僅頒予在銷售及售後服務的整體表現最出色的10%經銷商。

為更便利客戶享受我們所提供服務，我們正致力縮短不同類別的保養及維修工作所需時間。為配合工作繁忙的客戶，我們亦於門店網絡提供預約維修服務，並為貴賓優先提供服務，以及完成時間保證及即日交車的特快維修服務。我們亦為送修車輛提供24小時拖車服務，及協助欲短暫租用汽車代用的客戶。為進一步擴大我們的售後服務能力及滿足不斷增加的客戶需求，我們於二零一零年在上海開設了一家寶馬授權維修中心。

保養服務

汽車需要定期保養，故定期汽車保養成為我們的持續收入來源。對於車主應相隔多久為座駕安排保養，汽車製造商提供的建議各有不同，一般為每隔三至六個月或行車里數達5,000至10,000公里後進行一次。定期保養檢查服務一般包括例行檢查和更換機油，也可以包括更換空氣濾清器、火花塞、剎車片等部件以及測試輪胎的轉動是否暢順和進行其他調校。我們定期提醒車主按期安排後續保養檢查。

維修服務

我們4S經銷店提供一系列汽車維修服務，包括傳動系統及事故後車身恢復。汽車製造商通常就若干類別維修服務為新車客戶提供保修，保修條款因應汽車製造商而各有不同，但一般限於修理零配件或製造工藝上的瑕疵，且只適用於新車使用後首24至36個月及行車里數的首20,000至30,000公里為限。汽車製造商一般不會自行提供保養維修服務。

我們毋須就所售出汽車及其他產品提供任何質量保證。汽車製造商會就保修期內我們提供的維修服務而向我們付款，並承擔相關零配件的成本。我們一般於兩至三個月內獲汽車製造商補償保修期所提供維修服務的成本，而於過往記錄期的有關成本均獲相關汽車製造商補償。客戶必須支付保修期後的維修費用，而收費是根據維修所需零配件及勞動力的成本而定。我們的工程師與技術人員須全面了解相關汽車製造商的保修範圍。當汽車送抵我們旗下的4S經銷店進行維修時，我們的合資格人員會預備一份表格，列明工作要求，並由客戶簽署確認。於維修工作完成後，客戶須簽署另一份表格，確認所進行工作及所使用的任何零配件。相關資料通過相關汽車製造商所提供專利軟件記錄於我們的系統內，以記錄、追蹤和分析履行工作所動用人力及零配件。我們就保修期內所進行維修工作提出的補償申索會通過此軟件系統記錄並送呈至相關汽車製造商。我們一般於提交付款申請後兩至三個月內就有關申索獲得補償，門店及總部會計部會監察提交申索的進度，以確保及時獲得補償。於二零零八年、二零零九年、二零一零年及截至二零一一年六月三十日止六個月，我們就保修期內維修服務及產品召回向汽車製造商收取的補償金額分別合共人民幣37.7百萬元、人民幣46.1百萬元、人民幣53.9百萬元及人民幣29.0百萬元。有關金額包括保修期內維修工作、就任何汽車召回提供的服務及其他服務。

根據適用中國法律，我們須就所提供維修服務做出服務保證。根據相關中國法律及法規，汽車維修服務分為多個類別，其相關強制性保修期介乎(就基本維修而言)10天及2,000公里(以較短者為準)至(就重大維修而言)100天或20,000公里(以較短者為準)。保修期由汽車離店當日起計算。我們旗下門店的售後服務部會監察售後服務客戶向我們提交申索的狀況，以確保就此作出所需撥備(如有)。於過往記錄期內，我們的售後服務客戶提交的有關保養申索金額微不足道，因此並無就有關保養申索作出撥備。

汽車用品及相關產品銷售

我們的經銷店提供多種零配件，作為我們維修保養服務的一部分。我們所有零配件均購自原汽車製造商。我們亦零售汽車用品及其他汽車相關產品，例如機油、添加劑、衛星定位導航儀，以及原廠品牌商品，如行李箱、玩具汽車模型和服裝。

汽車召回

我們的經銷店亦通過向車主分發信息及提供修理服務，以協助汽車製造商處理汽車召回事宜。汽車製造商的召回程序各有不同。在公開召回前，汽車製造商一般會通知其授權經銷商、提供修理問題指引及解答車主查詢。在獲通知後，隨即聯絡受影響的客戶，要求其將其汽車送回我們的經銷店，以便根據汽車製造商的指示進行修理。汽車製造商一般不會就客戶必須將汽車送呈經銷店進行維修訂定限期。除為我們所售的召回汽車提供服務外，我們亦為其他經銷商所售的召回汽車提供服務。我們亦就須予召回而尚未售出的汽車存貨(如有)進行修理。於過往記錄期內，我們就汽車製造商召回汽車所進行的維修服務，獲汽車製造商給予補償。我們一律根據與汽車製造商夥伴訂立的經銷授權協議提供所有汽車銷售及售後服務，包括與汽車召回有關的服務。我們不曾參與任何由尚未與其訂立任何經銷協議的汽車製造商所發起的汽車召回。我們一般於兩至三個月內獲汽車製造商補償產品召回所涉及的成本，而於過往記錄期的有關成本均獲相關汽車製造商補償。根據我們的中國法律顧問競天公誠律師事務所向我們發表的意見，按照中國法律及法規，我們一般毋須承擔與汽車召回相關的成本。迄今為止，我們所經歷的汽車召回概無涉及受影響客戶向我們提出個人傷害申索。於過往記錄期內，我們循正常程序接獲若干客戶有關汽車召回方面的投訴。這些投訴概無對我們的業務及運營構成重大不利影響，我們亦無就汽車召回面對任何法律、規例或行政程序。見"風險因素—與我們的業務有關的風險—任何汽車召回均可能對我們的經營業績、財務狀況及增長前景產生負面影響"及"監管概覽—汽車召回"。

我們部分經銷授權協議規定相關汽車製造商須就其於汽車設計或生產方面的瑕疵負責，而我們旗下各經銷店則須就持有有關汽車期間造成的缺失負責。根據中國法律顧問競天公誠律師事務所向我們提供的意見，於中國出售汽車的產品責任受中國法例及規例項下強制性條文所監管。根據產品質量法，消費者一旦購入有問題的產品，可向製造商或零售商尋求賠償。如有關過失與製造商有關，零售商可向製造商尋求賠償，惟倘製造商與零售商所簽立協議另有規定則除外。進一步資料請參閱"監管概覽—產品質量"一節。

下表載列自過往記錄期開始至最後實際可行日期若干涉及我們所售汽車的召回情況。

品牌	型號	受影響組件	召回日期
豪華及超豪華品牌			
寶馬	個別09至10款5系GT，08至10款7系，08至10款X5，08至10款X6型號	電子泵	二零一一年十一月
寶馬	07至08款X5	汽油泵	二零一零年十一月
寶馬	個別04至10款5系，04至10款6系，02至08款7系型號	剎車真空管	二零一零年十月
寶馬	10款5系GT	油位傳感器	二零一零年八月
寶馬	09款520Li/530Li	制動主缸	二零零九年十一月
寶馬	個別08款1系，08款3系型號	氣囊線束	二零零九年七月
寶馬	個別09款7系型號	油箱	二零零九年六月
捷豹	10款XK，10款XF	轉向油管	二零一一年六月
捷豹	10/11款XJ	雨刮臂固定	二零一零年十一月
奧迪	09款TT	變速箱軟件更新	二零零九年十月
奧迪	01至06款A4, A6/A6L	點火線圈	二零零八年五月
奧迪	02至05款A6	油箱	二零零八年五月
中高檔品牌			
別克	新君威，新君越	燃油進油管	二零一一年二月
別克	09至10款昂科雷	座椅側飾板	二零一零年八月
別克	新凱越	天窗玻璃	二零零九年四月
雪佛蘭	個別10款愛唯歐型號	後輪車軸	二零一一年六月
雪佛蘭	個別08款科帕奇型號	轉向系統	二零一零年三月
雪佛蘭	個別08款愛唯歐型號	汽油泵	二零零九年五月
廣汽豐田	凱美瑞，雅力士	電動車窗開關	二零零九年八月
廣汽豐田	凱美瑞	剎車真空助力泵	二零零九年四月
廣汽豐田	08款雅力士	手動變速器換檔控制軸與檔杆固定螺母的扭矩	二零零八年十一月
一汽豐田	花冠	發動機控制單元程式	二零一一年八月
一汽豐田	皇冠，銳志	剎車液體泵	二零一零年十一月
一汽豐田	皇冠，銳志	後制動鉗	二零一零年十月
一汽豐田	09款RAV4	加速踏板	二零一零年二月
一汽豐田	威馳，卡羅拉	電動車窗開關	二零零九年八月
一汽豐田	蘭德酷路澤	前座補充阻力系統氣囊	二零零九年六月
一汽豐田	皇冠，銳志	EPS電動轉向機	二零零八年十二月
一汽豐田	花冠，威馳，卡羅拉	手動變速器換檔控制軸與檔杆固定螺母的扭矩	二零零八年十一月
廣汽本田	05至08款飛度，06至07款鋒範	電動車窗開關	二零一一年九月
廣汽本田	05至10款雅閣2.0/2.4升，05至09款奧德賽	電子操控軟件	二零一一年八月
廣汽本田	個別09至10款飛度／鋒範型號	空載彈簧	二零一一年二月
廣汽本田	個別09至10款奧德賽型號	轉向油管	二零一零年六月
廣汽本田	個別09款雅閣型號	副駕駛座正面氣囊	二零零九年九月
廣汽本田	個別05/07/08款鋒範型號	後輪制動	二零零八年十月
一汽大眾	09款邁騰	變速箱控制單元程式	二零零九年十月
一汽大眾	09款新寶來	引擎罩鎖	二零零九年四月
現代	個別名馭型號	水溫感應器	二零一一年六月
現代	08年1月銷售的悅動，伊蘭特，途勝，名馭，瑞納等	錦湖輪胎	二零一一年四月
現代	Ix35車型	電動車窗組合	二零一零年四月
現代	索納塔	碳油箱過濾器	二零零八年二月

品牌	型號	受影響組件	召回日期
日產	個別於04至06年生產的軒逸型號 於06年生產的軒逸	發動機點火	二零一零年十一月
日產	個別於06至08年生產的逍客、軒逸型號	恒壓變壓器	二零一零年五月
日產	個別於08年生產的逍客，09年生產的奇峻型號	轉向機器	二零零九年十月
日產	個別於10年生產的天籟型號	螺絲母	二零一零年八月
日產	個別於04-08年生產的天籟型號	發動機空氣管	二零零九年六月
日產	個別於06年生產的陽光型號	懸臂	二零零九年三月
日產	個別於07年生產的天籟型號	消音器	二零零八年三月

其他服務

汽車相關代理服務

為配合汽車銷售，我們的4S經銷店還提供相關汽車代理服務，協助買家在購買新車時投購保險及辦理車輛登記。我們與保險公司作出代理安排，為客戶提供保險產品。所有有關保險公司均為獨立第三方。我們會就經由我們的經銷店售出的保險計劃收取佣金。於二零零八年、二零零九年及二零一零年以及截至二零一一年六月三十日止六個月，我們錄得佣金收入分別為人民幣7.1百萬元、人民幣16.8百萬元、人民幣21.5百萬元及人民幣24.5百萬元。我們亦會協助客戶辦理和提交新車登記申請以及繳付相關稅項或費用，並從中收取服務費。

調查

我們通過進行客戶調查收集意見，以改善本身的客戶服務及為汽車製造商提供市場資訊。我們擁有廣大的終端客戶基礎，讓我們可為汽車製造商夥伴提供寶貴的客戶反饋意見及市場資訊。部分製造商會提供自製問卷供調查之用。客戶反饋經審閱後，會於適當情況下轉交相關部門主管跟進。汽車製造商指示進行的調查儲存於資料庫，汽車製造商可自行取用。我們旗下部分4S經銷店亦會定期向汽車製造商發布市況報告，披露有關銷售、市場條件及客戶喜好方面的資料。

銷售及營銷

我們的營銷、銷售、售後及客戶關係管理團隊相互合作，為各個品牌及汽車型號編製客戶檔案、研究客戶喜好趨勢及督導營銷活動，務求瞄準目標客戶群。

我們會設立潛在客戶資料庫，運用有關資料識別潛在銷售機會。我們亦依重客戶推薦買家。我們的銷售及市場推廣活動包括由專人致電、發送電郵及寄發郵件通知及邀請貴客出席我們的經銷店所舉辦的推廣活動。

我們通過不同媒體宣傳我們的汽車和服務，包括電台、雜誌、報章、互聯網、看板及電梯廣告。我們亦會參與汽車製造商的市場推廣活動，包括新車型號發佈會、贊助、車迷俱樂部活動及其他促銷活動。我們的銷售措施包括贈品、折扣及配套服務組合。

於二零零八年、二零零九年及二零一零年以及截至二零一一年六月三十日止六個月，我們錄得廣告及業務推廣開支分別為人民幣13.0百萬元、人民幣22.9百萬元、人民幣37.5百萬元及人民幣32.2百萬元。

客戶

我們非常重視與客戶建立長遠關係及提供優質服務。我們的銷售及營銷工作主要針對資產豐厚或高收入的客戶。根據我們的經驗，我們相信這些客戶傾向於追求優質產品及服務，價格敏感度較低及對品牌忠誠度較高。我們會存置客戶的記錄，包括其過往維修保養記錄，以定期致電客戶或安排探訪作調查及發送服務提示。

我們的客戶須於下單時支付訂金，金額一般介乎零售價的2%至10%，並必須於取車或向客戶交付汽車前以現金或經由獲核准汽車融資貸款作擔保償付所結欠餘額。客戶一般可於向融資者提供獲其信納的所需文件後兩至三星期取得汽車融資貸款。然而，我們一般並無向客戶就購買汽車提供信貸，惟一般會就我們於保修期提供維修服務的成本向汽車製造商提供兩至三個月的信貸期。客戶必須支付保修期後的維修費用，而收費是根據維修所需零配件及勞動力的成本而定。倘預計保修期後的維修費用屬於客戶所持有有效保險的承保範圍，我們一般不會要求該名客戶付款，而直接向有關保險公司要求償付所需維修費用。有關維修費用將於兩至三個月內結清。我們不會為並未涵蓋於承保範圍的保修期後維修提供任何信貸期。我們向客戶交付汽車所需時間一般介乎一至三星期，在極端情況下可長達四個月，取決於多項因素，主要包括相關經銷店的現時存貨水平及特定型號的供應量。相關汽車製造商會就產品退回向我們提供全額補償。於過往記錄期內，我們的客戶並無大量退回產品。我們的五大客戶於過往記錄期佔我們總收入少於1%。我們的五大客戶均為獨立第三方。各董事、其聯繫人或擁有5%以上股本的任何現有股東，均未在五大客戶中擁有任何須根據上市規則予以披露的權益。

供應商和採購

我們直接向汽車製造商採購新車和零配件。汽車製造商為其每家授權經銷店設定無約束力的年度銷售目標及按客戶滿意程度計量的服務標準。達成有關目標與否，將作為相關汽車製造商其後評估經銷店表現及日後決定新車銷售分配的考慮因素。於過往記錄期內，我們旗下所有4S經銷店均達到汽車製造商夥伴訂立的銷售及服務目標。我們須預先為所訂購的汽車及零配件以現金或現金等價物付款，並於裝運或交付後取得新車及零配件的所有權。於二零零八年、二零零九年及二零一零年以及截至二零一一年六月三十日止六個月，我們的新車採購成本分別約為人民幣32.752億元、人民幣45.428億元、人民幣70.487億元及人民幣53.030億元。於過往記錄期內，我們就採購新車與零配件向汽車製造商支付的所有款項均為人民幣，而人民幣匯率波動未有對我

們的業務及財務表現構成重大不利影響。於二零零八年、二零零九年、二零一零年及截至二零一一年六月三十日止六個月，我們自汽車製造商採購的新車數目分別合共為13,950輛、17,160輛、22,993輛及14,575輛。

我們所出售新車均於中國購入，而不論其是否進口或本地製造貨品。因此，我們毋須繳付任何進口徵稅、海關徵稅或關稅。我們所出售新車的所需交付時間介乎兩至三星期，在極端情況下可長達四個月，視乎汽車於中國或海外製造而定。

我們的五大供應商均為向我們供應新車和零配件的汽車製造商。二零零八年、二零零九年及二零一零年以及截至二零一一年六月三十日止六個月，五大供應商的採購額分別佔我們的總採購額約82.9%、88.2%、91.4%及93.6%，而最大供應商的採購額則分別佔我們的總採購額約23.0%、35.5%、46.9%及47.7%。

我們的五大供應商均為獨立第三方。各董事、其聯繫人或擁有5%以上股本的任何現有股東，均未在五大供應商中擁有任何須根據上市規則予以披露的權益。

存貨管理

我們監測旗下各4S經銷店的新車和零配件存貨，以確保成本效益、質量控制和及時配送。我們力求維持新車及零配件的存貨量處於最合適的水平，既滿足客戶需求，亦可管理運營資金需求以支付存貨成本。我們的4S經銷店一般按月訂購存貨，並按有關汽車製造商於每年年初定下的無約束力全年銷售指標安排每月的存貨採購量。每間門店的每月採購量因應其現有存貨水平、預計客戶需求、預算銷售趨勢及不同汽車型號的預計交付時間作出調整。

在管理存貨水平上，每家4S經銷店的總經理及銷售經理按日審查本身門店的銷售及存貨水平，確保不同汽車型號的銷售情況能符合我們的期望。我們的中央存貨管理系統每日為我們在上海的總部提供有關旗下各4S經銷店不同汽車型號的銷售及存貨水平的最新資料，使得我們的管理團隊可監督個別門店及與其合作管理銷售及存貨水平事宜。為促銷流轉速度較慢的存貨，個別4S經銷店可不時針對特定汽車型號進行推廣活動。我們的銷售及市場推廣團隊亦會與旗下經銷店合作，就該等特定汽車型號開發推廣及銷售活動。我們的銷售優惠包括送贈禮品、免費維修服務組合及訂製汽車服務。我們亦可靈活調節經銷網絡內的存貨，如因應市場需求於經銷店之間調動汽車，前提是必須遵守汽車製造商若干限制。

我們以現金及銀行承兑票據(於合併財務報表記錄為應付票據)購買新車存貨。該等銀行承兑票據一般以銀行存款及存貨作抵押，並以客戶就購買新車支付的現金償付。截至二零一一年六月三十日，我們有應付票據人民幣11.995億元、已抵押銀行存款人民幣496.8百萬元及存貨人民幣15.152億元。於償付銀行承兑票據時，已抵押存款將予解除，屆時可用作新銀行承兑票據的抵押。如果我們的新車存貨銷量不足以令我們於一般為兩至三個月的適用信貸期限內償還我們的銀行承兑票據，則我們將須動用其他現金資源償付有關票據。此舉足以對我們的運營資金及採購新存貨的能力造成不利影響。我們可能由於新增借款而須承擔額外融資成本。於二零零八年、二零零九年及二零一零年，我們的存貨平均周轉天數分別為35.6天、30.1天及30.1天。截至二零一一年六月三十日止六個月，我們的存貨平均周轉天數為43.7天。於過往記錄期內，我們的存貨周轉天數一般短於我們的銀行承兑票據的信貸期限，而我們於動用就銷售新車而向客戶收取的款項償還銀行承兑票據方面並未面臨任何困難。

我們致力將旗下經銷店的汽車、零配件及汽車用品存貨維持在合理水平，務求及時回應客戶需求。如果我們積壓存貨，我們所需運營資金將會增加，並產生額外融資成本。如果存貨不足，我們可能無法滿足客戶的需求，繼而令我們可能需要放棄收入並對我們的信譽造成不利影響。請參閱“風險因素—與我們的業務有關的風險—我們的業務和財務表現取決於我們有效管理存貨的能力”一節。請參閱“財務資料—存貨”及“財務資料—應付貿易賬款及票據”兩節。

信息科技

我們現正處於開始設置一套企業資源籌劃系統的過程中，此系統在設計上能夠為我們實時提供關鍵績效指標，同時監察現金流量及帳目，並進行人力資源及其他管理功能。我們的新企業資源籌劃系統是為收集及分析潛在和現有客戶以及他們的汽車資料而設。我們擬將此中央信息科技系統進一步開發至可進行其他業務功能，包括客戶數據分析及線上僱員培訓。此外，我們亦定期提升信息科技系統的其他軟硬件組合，借此加強員工生產力和業務表現。

我們通過互動網站提供有關經銷產品、服務、經銷店和最新發展的信息。客戶可提供反饋意見和預約車輛保養。

競爭

中國汽車經銷行業充滿競爭，且高度分散。我們在以下各方面面對來自競爭經銷商(包括所售汽車品牌與我們旗下經銷店相同的經銷商)的競爭：爭取經銷授權、門店的優越地段、擴充和存貨所需資金、汽車與售後服務的客戶及有經驗的僱員。我們亦在售後服務及零配件銷售方面與獨立維修店及汽車配件零售中心競爭。我們的經銷業務受到各汽車製造商之間的競爭及其品牌的質量、設計及價格所影響。

作為一家在中國處於領先地位的豪華汽車經銷集團，我們在開設新店及在短時間內提升新店銷量方面建立了良好的過往記錄。我們相信，我們將受益於中國豪華及超豪華乘用車市場不斷增長帶來的機會，從而鞏固我們的領導地位。

物業

截至最後實際可行日期，我們在中國擁有六項物業及租賃42項物業。有關我們在經營中擁有及租賃的物業詳情，請參閱本招股書附錄四所載由第一太平戴維斯房地產評估有限公司編制的物業估值報告。

我們自有的物業

截至最後實際可行日期，我們在中國擁有六項物業，總佔地面積約為49,215.7平方米。我們已就所有該等物業取得相關業權證。該六項物業分別位於蘇州、常熟、寧波、揚州、杭州及泰州。有關進一步詳情，請參閱本招股書附錄四"估值證書—第一類—貴集團於中國持有作自用的物業權益"、"估值證書—第二類—貴集團於中國持有的發展中物業權益"及"估值證書—第三類—貴集團於中國持作日後發展的物業權益"各章節。

將予收購物業

截至最後實際可行日期，我們正就日後運營一家4S經銷店以人民幣36.8百萬元於浙江省富陽收購一項總佔地面積約為7,232平方米的物業。我們已就該物業與有關地方土地主管部門簽訂土地使用權轉讓協議，並已支付保證金人民幣12.7百萬元。結餘將以我們的內部資源撥付，而非動用全球發售所得款項淨額。我們的中國法律顧問競天公誠律師事務所認為，我們於悉數繳納土地出讓對價後在取得該物業的業權證方面將不會遭遇法律障礙。截至最後實際可行日期，我們並無於該物業經營任何4S經銷店。

我們租賃的物業

截至最後實際可行日期，我們租賃42項物業，樓宇部分的總建築面積約為82,240.2平方米，而土地部分的總佔地面積則約為166,254.3平方米，其中：

- 就總建築面積約為11,299.0平方米(佔我們所租賃樓宇總建築面積的13.7%)及總佔地面積約為800.0平方米(佔我們所租賃土地總佔地面積的0.5%)的三項物業而言，截至最後實際可行日期我們於其上經營三家4S經銷店，而有關業主尚未取得相關業權證。此等物業分別位於江蘇省無錫、遼寧省丹東及上海。

- 就總建築面積約為412.0平方米(佔我們所租賃樓宇總建築面積的0.5%)及總佔地面積約為23,550.0平方米(佔我們所租賃土地總佔地面積的14.2%)的三項物業而言，截至最後實際可行日期我們在該地塊上經營四家4S經銷店及一家維修中心，有違劃定用途。其中兩項物業位於上海，而另一項物業則位於山東省青島。根據中國法律、規則及條例，國家實行土地用途管理制度，有關實體及個人必須嚴格遵守劃定土地用途。我們的中國法律顧問競天公誠律師事務所認為，如果當局對違反土地用途的情況提出反對，則就該地塊簽訂的租賃協議可能無效。因此，我們在該地塊的業務及運營可能受到不利影響。

- 總建築面積約為10,643.0平方米(佔我們所租賃樓宇總建築面積的12.9%)及總佔地面積約為30,761.0平方米(佔我們所租賃土地總佔地面積的18.5%)的四項物業為集體土地，根據中國法律、法規及規例，該等物業不得租賃予其他人士作非農業或商業用途。截至最後實際可行日期我們於該等物業經營四家4S經銷店。其中三項物業位於上海閔行區，而另一項物業則位於浙江省杭州市蕭山區。杭州市規劃局蕭山規劃分局及上海市閔行區規劃和土地管理局已確認，我們可於該等物業經營門店。我們的中國法律顧問競天公誠律師事務所認為，上述兩個機關有權作出該等確認，而我們使用該四項物業的能力將不會受到不利影響。

截至二零一零年十二月三十一日止三個年度及截至二零一一年六月三十日止六個月，在我們租用的業權不完善的物業上經營的11家4S經銷店及一家維修中心產生的收入總額載列如下：

	截至十二月三十一日止年度			截至六月三十日止六個月
	二零零八年	二零零九年	二零一零年	二零一一年
收入(人民幣千元).....	1,533,475	2,159,525	3,330,729	2,011,954
佔總收入百分比(%).....	41.4%	41.8%	43.2%	38.4%

截至二零一零年十二月三十一日止三個年度及截至二零一一年六月三十日止六個月，在我們就其上所經營經銷店取得相關政府機關確認的四項物業上經營的四家4S經銷店產生的收入總額載列如下：

	截至十二月三十一日止年度			截至六月三十日止六個月
	二零零八年	二零零九年	二零一零年	二零一一年
收入(人民幣千元).....	983,360	1,536,528	2,295,519	1,366,631
佔總收入百分比(%).....	26.6%	29.8%	29.7%	26.1%

上述業權不完善的物業(無論自有或租賃)主要用作4S經銷店、倉庫及附屬樓宇。我們的董事認為，該等物業對我們的經營並不起決定作用，原因是：(i)我們已取得大部分自有及租賃物業的業權證或使用權；(ii)就從事汽車經銷業務的4S經銷店的經營而言，與我們4S經銷店所在的位置相比，品牌組合的選擇、與汽車製造商的關係、門店的設計及布局、服務類別、服務質量及管理水平等因素對於吸引客戶及為本集團帶來收入更為重要；(iii)必要時我們可隨時找到相當的物業供搬遷業務；(iv)就一項位於浙江省杭州市建築面積及佔地面積分別為5,000.0平方米及16,008.0平方米屬集體土地的物業方面，我們已取得另一項位於杭州佔地面積為5,176.0平方米的物業的土地使用權，並計劃於新店物業建設工程完成後將我們的4S經銷店遷往該新地點；及(v)根據我們所租賃物業的長期租賃安排，我們在有關租期內擁有該等物業的獨家使用權。

根據我們現時獲得的資料，我們估計搬遷位於業權不完善物業的業務所需總成本及開支不會超過人民幣10百萬元，而搬遷一家4S經銷店一般將需時兩至三星期。我們預期上述搬遷程序及相關成本開支不會對我們的業務或運營構成重大不利影響。

我們的每名控股股東已同意就我們將業務或資產遷出任何業權不完善的物業而產生的任何成本、開支及對經營或業務造成的損失(包括但不限於相關中國政府部門作出的罰則及罰款)向我們作出彌償保證。有關彌償保證契據的更多詳情，請參閱本招股書附錄六"法定及一般資料—有關我們業務的進一步資料—重大合約概要"一段。有關我們所持物業的詳情，請參閱本招股書"附錄四—物業估值"一節；而與受業權不完善影響的物業有關的風險詳情，則請參閱本招股書"風險因素—與我們的業務有關的風險—我們尚未取得使用若干物業的有效業權或權利，或於我們所佔用的若干物業進行建設及開發所需的許可證"一段。

挑選新店址時，我們會考慮地點便捷性、人流及停車位等各種因素。我們所選定店址可能存在業權不完善問題。為保障我們未來於物業的權益，我們將系統性地審閱門店店址，作為新店開幕計劃的其中一環，同時會盡最大努力遵守相關規則及規例。我們亦擬尋求專業法律意見，以確定潛在賣家或業主所持有土地使用權是否存在任何瑕疵或第三方權利，並在知情的情況下做出決定。

保險

我們投保的保險涉及財產(例如我們的經銷店的固定資產和存貨)的損失、失竊及損壞，以及因火災、水災及多種其他自然災害(不包括地震)造成的損失。我們並未就日常業務過程中可能產生的任何潛在責任投保責任險，而且由於在中國業務中斷險的承保範圍有限，故我們亦無投保任何業務中斷險。我們認為，我們的投保範圍已經足夠，並且符合中國的行業慣例。然而，我們的物業、存貨或其他資產如發生重大的未投保

損害(無論是因火災或其他原因引致)，將可能對我們的經營業績造成重大不利影響。請參閱本招股書"風險因素—與我們的業務有關的風險—我們的投保範圍可能不足以保障我們免受若干類別損失"一節。

僱員

我們視僱員為我們賴以成功的關鍵。我們投入大量資源於招聘、培訓和提拔員工。於過往記錄期，我們的員工數目倍增，以滿足旗下4S經銷店網絡及業務持續擴展的需要。

截至二零一一年九月三十日，我們共僱用2,407名全職員工。

職務	僱員人數	佔總數百分比
		(%)
管理	81	3.4
行政	228	9.5
銷售與市場推廣	704	29.2
售後服務	1,239	51.5
財務和會計	155	6.4
合計	2,407	100.0

我們非常重視內部晉升，以便為員工提供長遠事業發展前景及表現獎勵。我們的銷售、營銷及售後服務人員獲發績效獎金是根據他們的銷售或收入貢獻，並計及其技能及根據其工作性質評定其他表現範疇而定，以示獎勵。有關績效獎金乃每月計算。我們定期審核僱員的工作表現，從而評定其晉升前景及待遇。

我們的對外招聘途徑包括互聯網、媒體廣告、招聘會、前往院校及職業學校的校園進行招募以及招聘公司。

我們的僱員定期參加培訓課程，以改進其技巧及專業知識，並緊貼行業最新發展。除由我們的汽車製造商夥伴提供的培訓課程外，我們亦自行開發及創辦員工培訓計劃。我們聘用資深培訓師，該等培訓師參與我們的製造商夥伴提供的培訓計劃後，於我們的門店進行定期培訓。為充分利用旗下網絡的現有運營專長及知識，我們經常將新入職員工調派至表現最突出的經銷店接受培訓，然後將他們調派至其他地區的門店。此外，通過旗下多元化汽車品牌組合，我們可為僱員提供在不同汽車品牌以及在中國各地工作的機會，我們相信此舉有利於留聘僱員。

我們計劃在二零一一年十二月三十一日前，在江蘇省常熟市開辦專業培訓機構。該培訓機構鄰近我們旗下位於常熟的4S經銷店，並自設校舍、售後服務設施、課室及

寄宿設施，長遠可為不同崗位的各級員工提供各項培訓課程，包括專門技術及產品知識、客戶服務、銷售以及溝通技巧及管理技能。

法律訴訟和監管合規

我們或我們的任何董事概無面臨任何訴訟或仲裁，或者面對任何訴訟或仲裁的威脅而可能會對我們的財務狀況或經營業績造成重大不利影響。在日常業務過程中，我們可能不時捲入各種法律、仲裁或行政程序。於過往記錄期內，我們所面對的大部分法律訴訟及第三者糾紛是關於客戶欠付款項，或汽車的細節與其要求不符的糾紛，以及涉及與我們的僱員或前僱員就不同事項而引起的糾紛，包括解僱理由或個人傷害申索等。於過往記錄期內，涉及客戶欠款糾紛的總金額每年不超過人民幣200,000元。大部分有關訴訟及糾紛均已解決，董事認為，有關訴訟及糾紛並無且不足以對我們的財務狀況或經營業績造成重大不利影響。於二零一零年三月，其中一名客戶向我們提出申索，聲稱我們依賴偽造文件向未經授權個別人士交付汽車一事存在疏忽。向我們申索的金額達人民幣1.51百萬元。於二零一一年七月，中國相關上訴法院裁定我們在當時情況下已採取審慎態度行事，故最終裁定我們毋須就原告所蒙受損失負責。原告其後向高級法院申請重審此案。截至最後實際可行日期，高級法院尚未決定是否接納有關重審申請，亦未安排任何重審日期。根據我們就有關事實及情況所作評估，我們認為，我們須就原告所蒙受損失負責的可能性極微，故毋須就上述申索作出撥備。我們預期是項申索不會對我們的財務狀況或經營業績構成重大不利影響。

我們的中國法律顧問認為，在過往記錄期內及截至最後實際可行日期，我們在所有重大方面均已遵守中國法律、規則和規章，包括(但不限於)貸款辦法及環境和安全生產方面的法律和法規，而除本章節及“風險因素”一節所披露外，我們和我們旗下所有子公司均已向有關監管部門取得在中國經營業務關係重大的一切必要執照、批文和許可證。