



## 業務目標

本集團的業務目標是以 **Wanasports** 為品牌建立高爾夫球及其他體育相關用品的分銷業務。為達致此目標，本集團倚賴其控股股東的體育形象、網絡及名人圈子，推廣本集團的產品。本集團策略的其中一環為以特許經營網絡的方式發展分銷網絡。本集團的主要目標市場是香港、中國、美國及其他挑選的亞洲國家。

## 業務策略

### 推廣策略

#### 建立形象

本集團的策略為利用創辦人的知名度及本集團的產品的知名代言人，為 **Wanasports** 建立品牌知名度及創造獨特品牌形象。建立 **Wanasports** 品牌為高爾夫球手提供一系列體育相關的優質產品。董事認為，遵從這項策略可讓本集團處於有利位置，以便於合適機會出現時，於市場促銷本集團其他新產品，以及吸引新的加盟商及／或專門店業務夥伴。

董事相信，本集團透過其網站，一直能成功喚起其品牌 **Wanasports** 的吸引力。董事相信，該網站可推廣本集團作為體育專家的形象，並加強本集團控股股東聲譽與本集團的連繫，從而令本集團處於較其他體育用品供應商獨一無二的地位。

#### 名人認證

本集團選擇利用名人認證，以建立品牌的知名度及得到認同的形象。除本集團的兩位董事尹先生及任先生外，本集團於二零零一年六月在香港與三位名人簽訂協議，邀請他們擔任本集團現有服裝系列的代言人。代言人以獨家形式就他們認證的產品系列擔任本集團的代言人。

本集團所挑選的知名代言人，憑藉其個性及成就，進一步提升本集團每一個服裝系列的形象及風格。與每位知名代言人訂立的協議初步為期一年，除非任何一方事先發出二十八日書面通知予以終止，惟尹先生及任先生將於他們兩年的董事任期內擔任本集團的代言人，作為他們董事職務的一部分。協議同時訂明以合約方式界定各獲邀請擔任代言人所宣傳的本集團產品系列。為了向知名代言人提供獎勵，本集團將與該等代言人攤分他所宣傳的服裝系列銷售收益的若干百分比。代言人費用將以港元支付，並相等於協議年期出售有關服裝系列的產品離岸價格的5%，或預設最低限額500,000港元(以兩者較高者為準)。

**Prestige**－洪金寶先生

**Prestige**系列為一系列專為較成熟的高爾夫球手而設，包括對優質貨品有興趣的專業人士及高級行政人員而設計優質及品味典雅的服裝。所選用的布料約八成來自意大利、台灣及韓國，而兩成布料則從香港、中國及其他國家採購。這個系列生產過程中所採用的手工在本集團所分銷的各服裝系列中是最出色的。

為帶出這個服裝系列的高級形象，本集團聘請洪金寶先生擔任**Prestige**系列的代言人。洪先生為亞洲及荷里活的著名電影明星，並於美國引起普羅大眾對亞洲電影日漸關注。最近幾年，他於受歡迎的電視劇集「過江龍」中演出。洪先生為中國功夫電影導演及演員，曾製作超過160部電影，同時是一名活躍的高爾夫球手。

洪金寶先生透過其於Onwin United Group Limited的權益於本公司的股份擁有權益。

**Elegance**－任達華先生

**Elegance**系列為本集團最時尚及緊貼潮流的服裝系列，並為本集團現時五個服裝系列中最引人注目的系列。該系列的對象為正於事業中拼搏向上的年輕、專業人士以及演藝工作者。

任先生以其獨特的個人風格及形象作為**Elegance**系列的代言人。任先生為香港及中國的著名電影明星，於過去幾年主演逾120部電影。

任先生透過於Sun Oriental Development Limited持有的權益於本公司的股份擁有權益，並為董事之一。

**Challenge**－柯受良先生

**Challenge**系列的設計旨在帶出高爾夫球手體育家及充滿活力的形象。所採用的設計及物料均為精挑細選，有助高爾夫球手於打球時發揮更佳的表現，該服裝系列的主要對象為熱愛體育的人士及體育選手。

柯受良先生為**Challenge**系列的代言人。柯先生為亞洲的「第一飛人」。他亦曾以電單車飛越長城及以汽車飛越黃河。

柯受良先生於本公司的股份擁有權益。

**Confidence**－尹志強先生

**Confidence**系列的對象為普羅大眾，包括青年及高爾夫球新手。這個系列的服裝以實用纖維製成，本集團認為適合作為體育服裝穿著，亦適合風格簡約的都市人。該服裝系列以具競爭力的價格出售。

**Confidence**系列的代言人為尹先生，他為香港足球隊的中堅及香港首批本地足球明星之一。他曾於娛樂圈內發展其事業，並曾擔任體育評述員。尹先生為本集團主席及一名活躍的業餘高爾夫球手。

尹先生透過Charming Heart持有的權益於本公司的股份擁有權益，並為董事之一。

### **Michelle**－嚴惠玲女士

**Michelle**系列乃本集團第一條專為女高爾夫球手而設的服裝系列，旨在塑造出一個健康、美麗及年輕的形象。

嚴惠玲女士為該女裝系列的代言人。嚴女士曾於多部劇集中擔任主角。**Michelle**系列融合了嚴女士的靈感，而這系列的風格於設計的階段亦採用了她許多的建議。

嚴惠玲女士透過其於Charming Heart的權益於本公司的股份擁有權益，並為本集團成員公司立天的董事。

本集團將繼續採取利用其知名代言人的形象及名氣推廣本集團的產品及提高本集團品牌知名度的策略。本集團亦有意招攬更多名人擔任其產品的新代言人。於最後實際可行日期，本集團並無與委任上文所述以外的代言人簽訂任何合約協議。

### 經營策略

本集團採取以下經營策略：

#### 加盟商網絡

本集團的策略是以**Wanasports**品牌建立高爾夫球及其他體育相關用品的特許經營分銷業務。於最後實際可行日期，本集團分別與於美國及香港的三名加盟商簽訂協議。本集團將會繼續招攬加盟商，從而為其產品有效地擴大分銷網絡。董事相信，這策略能夠有效地促使本集團迅速實現增長。董事相信，本集團可進一步利用其知名代言人的聲譽，在進軍新市場時吸引新加盟商。

#### 產品類別

為維持產品的新鮮感，本集團將循序漸進地為其產品類別推出新項目。新項目將包括服裝產品，以及體育及時尚配件。除由集團內的設計隊伍負責設計外，本集團亦將不時委託設計師及承包原設計製造商設計特定項目。董事相信，該項安排令本集團在提供更多種類的產品的同時，毋須成立及維持陣容龐大的設計隊伍，讓本集團維持設計隊伍的靈活性。



## 限量生產

本集團每一個服裝系列的商品均不會大量製造。此舉有助本集團有效監控生產質素、控制其產品於市場的供應量，以及提高 **Wanasports** 品牌的獨一無二的形象。

## 產品

本集團已開發及分銷一系列以 **Wanasports** 為品牌的高爾夫球服裝及配件。高爾夫球服裝的系列包括外套、polo恤、毛線衫及襯褲。本集團產品由集團內設計小組或原設計製造商設計，而產品則由原設計製造商或於香港、韓國、澳門、台灣及意大利的原設備製造商負責製造。本集團現時正推廣四個專為男士設計的時裝產品系列，分別為 **Prestige**、**Elegance**、**Challenge** 及 **Confidence** 系列，並有一個專為女士而設，名為 **Michelle** 的時裝系列。每一個時裝系列的對象消費者的年齡組別及生活風格各有不同，並以不同級別定價，配合消費者不同的需要及喜好。本集團的策略為邀請名人擔任本集團各服裝系列的代言人。本集團已為五個現有服裝系列各自邀請到一位名人擔任代言人。

本集團的宗旨為相信體育用品的設計應以提高表現為依據。為貫徹此項宗旨，本集團於採用材料時盡量顧及可令穿著者感到最舒適，從而有助提高其於運動活動的表現，其中選用材料時將考慮其是否高品質及是否具備適合用於體育活動的特點，例如防紫外線、吸汗、透氣、快乾及防菌。

除服裝產品外，本集團亦推廣一系列以 **Wanasports** 為品牌的高爾夫球用具及其他配件，包括高爾夫球、高爾夫球展示架、皮帶、手套、鞋袋、護目鏡、高爾夫球架、球袋、記分咭套、高爾夫球桿套、吊帶、襪、毛巾、打球用水壺及雨傘。該等配件根據本集團的規格由原設計製造商或原設備製造商製造。

## 銷售及分銷

### 銷售

截至二零零一年三月三十一日止兩年內，本集團並無錄得銷售額。截至二零零一年八月三十一日止五個月，本集團錄得銷售額約1,200,000港元。該收益其中約52.5%是於美國向一名加盟商銷售商品的銷售額，而約47.5%是由香港的旗艦店銷售商品的銷售額。緊接配售及資本化發行(不計及因行使超額配股權而發行的任何股份)後，概無董事或任何於本公司已發行股本擁有5%以上的股東或他們各自的聯繫人於該五個月期間錄得銷售的加盟店擁有任何權益。期內，所有的銷售額均以港元結算。加盟商均以電匯或匯票付款。

## 分銷

本集團的策略為建立特許經營網絡分銷以 **Wanasports** 為品牌的產品。於最後實際可行日期，本集團已與三名加盟商簽訂特許經營協議，於美國及香港設立銷售點，預期首間加盟店將於二零零二年首季末開始營運。此外，本集團的產品並透過其位於香港的旗艦店及香港多間高爾夫球會所的若干專門店可供銷售。於最後實際可行日期，本集團已與香港五間專門店簽訂協議以寄賣的方式分銷本集團的產品。

本集團已簽訂及／或將簽訂的標準寄賣安排的主要條款如下：

- (a) 本集團將為寄賣商提供產品，而寄賣商將於其銷售點某些矚目及突出的貨架存放、陳列及零售這些產品；
- (b) 寄賣商將只於專賣貨架擺放本集團的產品，直至該等產品售出為止；
- (c) 產品的零售價格由本公司決定，而未得本集團許可，寄賣商不得提供任何其他折扣；及
- (d) 寄賣商將每月獲取佣金，該佣金根據該月錄得的銷售毛利以一個固定百分比計算。

董事相信，基於以下策略，本集團將可成功建立其本身的分銷網絡：

## 形象

本集團已投入及將會持續投入大量資源，建立其作為一個體育用品分銷商的形象。董事相信，憑藉所邀請宣傳每一個產品系列的知名代言人的受歡迎程度，**Wanasports** 品牌可取得可觀的市場佔有率，尤其於大中華地區。

## 客戶服務

本集團的宗旨為提供令其產品的最終用戶滿意的客戶支援服務。為確保服務質素的一致性，本集團為其加盟商提供培訓指引，並要求其加盟商向直接與本集團產品消費者接觸的前線銷售人員提供有關服務概念及技巧，以及產品知識的培訓。此外，本集團亦設立一條客戶服務熱線處理客戶的查詢。

## 特許經營

除透過位於香港九龍彌敦道的旗艦商舖及多間高爾夫球場專門店的寄賣櫃位外，本集團產品將主要透過特許經營網絡進行銷售。於最後實際可行日期，本集團已就於美國及香港將成立分銷 **Wanasports** 服裝及配件產品的加盟店簽訂三份特許經營協議。



本集團的政策為與各加盟商簽訂標準的一年特許經營協議。標準特許經營協議的條款如下：

- (a) 本集團同意出售而加盟商同意購買本集團產品；
- (b) 加盟商承諾，只於特許經營協議指定的若干地區獨家銷售本集團產品。本集團承諾，不會於協定的地區內設立其他加盟店，與該加盟商競爭；
- (c) 加盟商向本集團承諾，不會經營任何其他類似業務或與本集團的業務競爭；
- (d) 有關經營加盟店的所有直接成本(包括租金、營業員薪金、稅項及其他開支)，由加盟商負責；
- (e) 所有加盟店須以 **Wanasports** 或本集團日後可能指定的任何其他品牌命名；
- (f) 加盟商承諾裝飾及裝修每間加盟店的費用將由其自行承擔，並將按照本集團提供的規格進行。
- (g) 特許經營協議的初步年期為一年，可予續期；
- (h) 特許經營協議續期須待加盟商須於協議年期內進一步訂購貨品的訂單逾協定的最低限額(通常為1,000,000港元)，方可作實；
- (i) 本集團要求加盟商須將每年銷售毛額最少3%用於所在的地區的推廣活動；及
- (j) 未取得本集團的書面許可前，加盟商不得出售或陳列供出售不屬於本集團的任何產品，假如加盟商違反這項責任，則將須彌償本集團因此蒙受及招致的一切損失、虧損、索償、賠償、費用(包括法律及專業費用)、成本及責任。

加盟商一般於簽訂特許經營協議時須支付按金，並將用以抵銷其於特許經營協議期間所落的訂單。

出售產品予加盟商的價格，將視乎多項因素而釐定，如原材料成本及其他固定經常費用，因此，每個地區的定價可能有所不同。根據特許經營協議，加盟商須於出售本集團提供的產品時，就價格的調整幅度及水平，以及所收取的費用徵詢本集團。加盟商並須就經營加盟店，遵守本集團提供的所有其他意見及指示。



本集團向其加盟商的銷售並非寄賣性質，因此，加盟商並非擔任本集團的代理。加盟商毋須繳付特許權使用費。

### 給予加盟商的支援

本集團將根據多項因素，例如店舖前方是否處於當眼位置及行人流量等，協助加盟商選擇店舖的地點。然後，每間加盟店將按本集團指定的設計裝修。這種做法確保本集團一致呈現時尚而緊貼潮流的形象。董事預期，本集團於協助加盟商於本地及海外設立加盟店時，大多數會採取類似的策略。

本集團的推廣小組將協助每名新加盟商設計及籌備若干開業前或開幕時的推廣活動，包括但不限於，知名代言人出席開幕儀式，旨在確保以為新加盟店於開業時即可成為焦點所在。

每名新加盟商於加盟店開幕前及開幕後，都會得到本集團持續提供全面支援，除得到知名代言人以宣傳性質到訪亮相外，還包括為員工提供銷售及營運方面的培訓、提供本集團銷售點及存貨管理系統、產品目錄、標誌、印有本集團知名代言人的海報，以及由業務拓展及產品採購人員定期視察。加盟商並可透過本集團本身的網站所刊登有關加盟商的專用網頁，獲得最新資料。

### 設計

本集團除了擁有內部設計隊伍，亦將不時委聘承包設計師及原設計製造商設計指定產品。董事相信，這項安排令本集團可提供種類繁多的產品，又毋須建立及保留陣容龐大的設計隊伍，可以讓本集團維持設計的靈活性的能力。

於最後實際可行日期，本集團擁有二人組成的內部設計隊伍，設計由本集團以 *Wanasports* 品牌分銷的商品。設計隊伍定期進行市場研究及出席時裝展覽的預展，藉以掌握時裝的最新趨勢。設計隊伍旨在創作風格獨特而又能反映最新時裝潮流的設計。本集團並將積極向本集團的知名代言人、海外設計師、製造商及加盟商收集意見，確保本集團產品的設計將能緊貼最新時裝潮流，同時又能滿足客戶的需求。海外設計師主要與海外的設計公司或正與本集團的原設備製造商合作的設計師中挑選，本集團將以逐次訂單形式與他們訂立合約。

## 採購及生產

於最後實際可行日期，本集團的商品採購隊伍包括八名員工，負責根據設計隊伍提供的規格，從意大利、日本、台灣、香港及韓國採購優質的原材料。採購隊伍同時負責挑選原設計製造商或原設備製造商生產本集團的商品。

本集團著重創新，因此，採購隊伍積極物色適合用作製造體育服裝的新纖維及其他物料。製成本集團產品的主要原材料為棉、聚脂纖維、尼龍、微纖維及羊毛，根據本集團的經驗，該等物料均非常吸汗而舒適，並可防紫外線、透氣、快乾及防菌。於最後實際可行日期，本集團並無與任何供應商簽訂任何長期供應合約，惟截至最後實際可行日期止，本集團並無就採購原材料遇上任何重大問題。

本集團主要基於以往銷售記錄及加盟商發出的訂單，並根據存貨量作出適當的調整後，就生產商品落單，生產過程一般需時兩個月，視乎訂單的數量。本集團並無與任何製造商簽訂任何長期合約，而只與他們逐次落單進行生產。於最後實際可行日期，本集團未曾因分包商業務中斷或延誤而引致未能履行責任或未能交付訂單。

截至二零零一年三月三十一日止兩年，本集團並無進行採購。截至二零零一年八月三十一日止五個月，本集團錄得採購額約8,000,000港元，主要是向物料供應商及製造商作出採購。發票主要以港元或美元發出，而本集團通常獲提供由交付貨物起計十五日的賒賬期。貨款一般以信用狀、電匯或貨到付款的方式以港元償付。

目前，本集團從香港、韓國、澳門、台灣及意大利的供應商及製造商採購物料。截至二零零一年八月三十一日止五個月，這些國家的供應商及製造商分別佔本集團總採購額約89.4%、5.7%、2.5%、2.1%及0.3%。於最後實際可行日期，本集團從香港三十位供應商及製造商，以及韓國、澳門、台灣及意大利各一名供應商或製造商處採購。

截至二零零一年八月三十一日止五個月，本集團的五大供應商及製造商佔本集團採購總額約53.2%。於同期，最大供應商約佔本集團採購總額約15.7%。本公司及其附屬公司的董事或行政總裁，或於緊隨配售及資本化發行(並無計及行使超額配股權而發行的股份)後擁有本公司已發行股本5%以上權益的任何股東或他們各自的聯繫人概無於本集團的任何供應商及／或製造商擁有任何權益。



## 品質控制

董事相信，產品保持高質素非常重要，因為這樣才能維持本集團競爭力及本集團作為專業體育用品供應商的形象。為確保有效地控制產品質量，本集團實行以下嚴格的控制程序：

- 本集團於委任製造商前，將檢查及視察所有準原設計製造商或原設備製造商的生產設施、品質控制程序及經營管理制度。
- 本集團將視察工廠，確保有關製造商的生產過程符合本集團的標準。
- 於決定選用布料前，必須對所選擇的布料進行測試，同時有關的原設計製造商或原設備製造商亦必須就布料提交一份經認可測試化驗所或本集團及有關製造商接受的指定專家認證的測試報告。
- 所有商品必須於付運前由本集團的人員進行審查，確保商品符合指定的規格及協定的質量水準。倘產品未能通過審查，則將會暫緩付運整批商品。
- 所有物料及包裝規定將須符合有關環境法例及規例。

## 存貨管理

本集團產品的存貨是於香港透過專用倉貯系統進行管理。本集團擬於日後在中國額外租用倉庫，以便運送貨品到位於中國可能成立的加盟店，惟須待銷售額錄得令人滿意的增長，才會作實。存貨系統預期足以應付達每月銷售額25%的補充訂單，以及約4,000,000港元的額外定額存貨，應付增加新加盟商及銷售增長。

本集團相信，以上述條件管理存貨足以應付預計的需求，令貯存存貨的成本處於合理的水平及盡量減低陳舊存貨的風險。

## 推廣及宣傳

董事認同維持本集團品牌的知名度，以及致力為其商品建立一個獨特的形象的重要性。董事並相信，與加盟商建立良好關係，是本集團日後業務拓展的一個重要元素。因此，本集團主要圍繞這兩方面進行推廣。於最後實際可行日期，本集團的銷售及推廣隊伍，由十名員工組成。為實行本集團的推廣策略，重點包括以下各項：

**名人認證：**除尹先生及任先生外，本集團已與三名人所共知的名人簽訂協議，分別為洪金寶先生、柯受良先生及嚴惠玲女士，擔任各個系列產品的代言人。



**媒體廣告**：本集團於報章、體育雜誌及電視上刊登及播放廣告。

**產品目錄**：本集團製作及印刷產品目錄，用以通知客戶 **Wanasports** 系列每季的最新商品。目錄將會每年出版兩次及直接郵寄給客戶。

**網站**：本集團網站為宣傳 **Wanasports** 品牌的主要工具。本集團將繼續利用其網站作為 **Wanasports** 品牌的宣傳途徑之一。網站將提供最新產品介紹，瀏覽者可透過網站落訂單及／或購買本集團的產品，而該等訂單將由就近的店舖提供。網站以免費訂閱形式經營以吸引更多瀏覽者。這個網站並與其他體育相關的網站超連結，例如南華體育會及香港明星體育會的網站，以取得更多曝光率及增加本集團網站的瀏覽率。

**贊助**：本集團將贊助體育項目如高爾夫球比賽，亦將委任其他名人推廣 **Wanasports** 服裝，以增加一系列產品的曝光率。

本集團的產品可能因侵犯第三者（「第三者」）知識產權而面臨被索償。本集團於二零零一年九月二十日接獲第三者就侵犯知識產權提出索償，指一件侵權服裝產品的相片展示於本集團的廣告（「索償」）。於二零零一年十月，本集團已就索償達成和解。為避免日後發生類似任何該等侵權行為，本集團將採取以下預防措施：

- (i) 本集團的所有宣傳品將於生產及發放前交由本集團的監察主任及營運總監審核及批准；
- (ii) 本集團營運總監及業務拓展副總裁將檢查本集團加盟商所用的宣傳文字及陳列品，再批准他們發放；及
- (iii) 本集團業務拓展的副總裁或市場推廣經理將定期巡視加盟商，以確保他們並無出售或陳列出售不屬於本集團的任何產品。最後，預期每月最少視察位於香港的加盟商的店舖一次及每三個月視察位於香港以外的加盟商的店舖一次。

董事確認，於最後實際可行日期，本集團只接獲上述一宗侵權索償，並已於其後達成和解。該索償的其他詳情於本招股章程「風險因素」一節披露。

由二零零零年六月五日至二零零一年三月三十一日及截至二零零一年八月三十一日止五個月，本集團產生的推廣費用分別約為 160,000 港元及 1,700,000 港元。



## 競爭

董事相信，現時於本集團分銷網絡所覆蓋或擬覆蓋範圍的市場內，存在有大量本地及海外供應商，提供及推廣類似用途及質素的商品。為於設計及分銷高爾夫球或體育相關商品的業務中取得成功，本集團須要在提高產品質素、設計、宣傳及推廣等方面作出重大投資及持續投入資源。儘管董事相信，本集團需要一段時間，才能為一個新產品及配件系列的品牌建立知名度，進軍該行業並無其他重大的障礙。董事相信，本集團已選擇進軍服裝業的其中一個獨特環節，產品以著重形象及質素的顧客為對象。另外，本集團相信，本集團創辦人、股東及代言人的聲譽及網絡非常重要，並可視為本集團發展分銷業務的獨一無二的無形資產。因此，董事預計，只有有限的競爭對手享有與本集團類似的市場競爭優勢。

董事相信本集團擁有以下的優勢，預期有助本集團於體育相關市場掌握業務機會：

- 本集團的服裝產品獲名人認證及擔任其代言人，此舉將成為鞏固 *Wanasports* 品牌的有效銷售及推廣工具；
- 尹先生為集團的創辦人及 *Wanasports* 品牌的原創者，憑藉其作為專業足球員、體育評述員及高爾夫球手的形象，將可加強本集團作為高爾夫球及其他體育相關用品分銷商的形象；
- 本集團有能力藉著集團內的設計師或原設計製造商設計出切合其客戶不同需要的體育服裝及配件；
- 本集團可以提供種類繁多的高爾夫球及其他體育相關用品，這些產品是由原設計製造商或原設備製造商按照本集團的設計或本集團所要求的規格製造。

為鞏固本集團的市場佔有率，董事認為，本集團能提供風格獨特的產品是非常重要的。本集團相信，其特別著重形象表達、趕及時裝潮流、運用創新、優質物料及設計水平。董事相信，本集團將可於目標市場建立及維持體育／高爾夫球服裝及配套用品的龐大市場佔有率。