

業務目標表

緒言

本集團主要為鋼材業供應鏈內之從業者提供貿易及增值服務。本集團之傳統鋼材貿易業務始於一九九四年，由本公司之最大股東萬順昌集團創立。過往，本集團一直以透過電話、圖文傳真及私人探訪，為其客戶採購鋼材產品及安排增值服務。增值服務包括協助客戶進行存貨管理及後勤服務。鑑於本行業之競爭日趨激烈，不少競爭對手開始採用最新科技提高生產力及利潤。在此情況下，iSteelAsia.com 網站於一九九九年十二月推出。iSteelAsia.com 網站提供互聯網平台，作為買家採購鋼材產品及賣家出售鋼材產品之另一個方法，並於網上提供鋼材業之資訊及一系列增值服務，例如保險及貿易融資。於二零零零年二月十日，本公司註冊成立，目的為接管萬順昌集團之傳統貿易業務及 iSteelAsia.com 網址之運作。本公司所有解決方案及服務(包括附屬公司之解決方案及服務)主要為鋼材業內之客戶提供服務。鑑於鋼材業之規模、互聯網越來越受歡迎，而鋼材業之供應鏈向來效率低，董事相信鋼鐵市場以互聯網為基礎之縱向入門網站具有重大潛力。儘管本集團之傳統鋼鐵貿易解決方案及服務佔本集團於有關期間之全部營業額，惟董事預料本集團未來之大部份增長潛力來自其互聯網業務，而非鋼鐵貿易業務。

董事之目標為將 iSteelAsia.com 設立成亞太地區鋼材業之商業對商業縱向入門網站，擁有數目龐大之買家及賣家，彼等透過 iSteelAsia.com 貿易平台進行交易之比例持續增加，儘管董事有意初步專注於亞太地區之跨境交易，惟彼等亦有意開拓商機，將亞洲鋼鐵之概念及科技切合亞洲當地之鋼材市場，並使亞洲鋼鐵成為國際鋼材業顯赫、消息靈通及流動之貿易平台。

董事認為 iSteelAsia.com 已順利完成其最初階段。此階段主要包括在鋼材業內定位及推出 iSteelAsia.com。於第二階段，董事將專注於(i)客戶關係管理、(ii)建立穩健之品牌、(iii)與策略性夥伴拓展增值服務之關係及(iv)在亞洲當地鋼鐵市場建立國家之專設網站。

擴充及收購策略對本集團日後之增長策略甚為重要。透過合併、收購、合作安排、策略性結盟、換股及合營公司，本集團將繼續尋求合適之有意投資者及業務夥伴。董事現時正評估若干業務機會。然而，評估及與相關人士進行有關磋商仍僅屬初步階段，並不能保證任何該等磋商將會完成。

一般假設

董事現時所預期之本集團業務目標表乃以下列一般假設為編製之基準：

- 有關本集團、電子商貿或本集團所經營之政治、經濟或市場狀況有關之現行法例（不論是中國、香港或世界任何地區之法例）、政策或行業或監管規定不會出現任何重大變動。
- 於最後可行日期之現行通脹率、利率及滙率不會有重大變動。
- 適用於本集團之稅基或稅率不會有重大變動。
- 本集團可招聘及留用合適之員工。
- 本售股章程所述各項近期發展策略之資金需求與本集團管理層現時所估計者並無差異。
- 本集團可隨時獲得外來融資。
- 不會出現任何天災或政治上或其他方面的災難，致使本集團之業務或運作嚴重中斷或對其財產或設施構成重大損失、損毀或損壞。
- 互聯網電子商貿之商業對商業模式會不斷獲得支持及接納。
- 鋼鐵業供應鏈之從業者將採納 iSteelAsia.com 之互聯網形式。
- 創立會員及鋼鐵供應鏈之從業者將支持發展 iSteelAsia.com。
- 本集團將與增值服務供應商成功組成策略性聯盟。
- 本集團將成功物色及聯同合營企業夥伴在亞洲當地鋼鐵市場開發 iSteelAsia.com 之當地版本。

此外，謹請留意「風險因素」一節所述之風險因素。一旦出現上述任何風險，本集團在實踐任何上述業務目標方面或會有所延誤或受到其他影響。

警告

本節所述之本集團業務目標乃以本集團之現有計劃及意向（不論在構想階段或是在初步階段）為基礎。此外，上述意向及計劃均假設日後會發生本身具不明朗因素之事項。因此，本集團所採取之實際行動會因應不同之意向及計劃（見上文）而有所不同。儘管董事會致力按上述條款及時間表執行有關計劃，惟並不保證本集團之計劃將會落實、導致達成任何協議或根據上述時間表而執行，亦不保證本集團將全面達致或能否達致有關目標。

儘管董事相信 iSteelAsia.com 具備可行之業務模式，但鋼鐵業之縱向入門網站相對為嶄新之商業對商業電子商貿業務概念。此外，iSteelAsia.com 之業務現時增長迅速，而市場內存在多項競爭。雖然本集團之管理隊伍將分析市場發展列為優先項目，並聘用國際顧問公司制訂策略，惟並不保證市場競爭不會導致本集團業務目標變得不切實際或出現不可行之營商環境。

鑑於互聯網為新興之行業，並且以極速發展，故本集團或有需要因應其經營環境之變動而修訂業務計劃。因此，董事認為不適宜具體落實動用發行配售股份所得款項淨額之時間。鑑於互聯網行業（包括商業對商業之鋼材業縱向入門網站）競爭激烈，董事亦認為，將上述所得款項用作實踐任何業務目標之付款金額及時間均為敏感及機密之商業資料。故此，董事認為，說明上述將用於本售股章程各前瞻期間之所得款項金額並不符合本集團之利益。

由最後可行日期至二零零零年九月三十日止期間之業務目標

市場研究	服務之發展	市場推廣活動	資源調配
<ol style="list-style-type: none"> 繼續聘用國際顧問人員協助製訂整體業務策略 將另行作出研究，以調查於個別亞洲國家設立業務之可能性 研究實行忠實客戶回佣計劃，以鼓勵公司會員使用 iSteelAsia.com 作為主要銷售及採購渠道 研究於 iSteelAsia.com 推出韓文及／或日文版本之可行性 研究收入新來源，例如網上廣告 進行可行性研究，評估與中國之鋼材產品經銷商成立聯盟之可能性 傳統貿易業務部門研究於華北採購鋼材產品並於華南經銷之可能性 	<ol style="list-style-type: none"> 透過簡化工作流程及／或主要貿易特點及／或加強現有功能修正網站 引進新特點，例如便利使用者之網站介面、新聞通訊及／或鋼材分析報告 研究為本集團網站添購其他內容之可行性 開始與國際高科技公司成立技術聯盟 開始於韓國、中國及印度為當地鋼材市場發展有關國家的專設網站 傳統貿易業務將低調推出廣泛用於變壓器產品之硅鋼產品 	<ol style="list-style-type: none"> 集中於中國及韓國 繼續發揮 iSteelAsia.com 作為亞洲首個鋼材業專門縱向入門網站之優勢 繼續透過記者招待會、定期會議、會議及私人探訪不同國家(例如韓國、中國及／或印度)根基穩固之工業家，以提高 iSteelAsia.com 網站品牌之國際知名度 繼續與供應鏈各參與者成立多個策略性聯盟 繼續與其他電子商貿網站成立超文本連結 研究於具重要策略性之國家設立分行或代辦處之可能性，以加強客戶關係管理 運用 iSteelAsia.com 網站之優勢開始舉辦用戶培訓會議 專注於仍未準備就緒過渡至網上貿易業務之傳統客戶，及評估彼等對高度專門服務(例如存倉及減低存貨成本)之需求 	<ol style="list-style-type: none"> 將繼續增加總辦事處之高級管理人員、技術人員及市場推廣人員 開始為個別國家組織當地人員，初期集中招聘高級管理人員

截至二零零一年三月三十一日止六個月期間之業務目標

市場研究	服務之發展	市場推廣活動	資源調配
<ol style="list-style-type: none"> 繼續聘用國際顧問人員協助製訂就亞太地區個別國家整體業務策略 將另行作出調查以研究於亞洲個別國家設立地區專用網站之可能性 舉行週年策略性檢討工作坊，將包括檢討地區市場發展 研究於某些地區(如華南地區之順德)發展一群鋼材零售商，以於珠江三角洲成立實際鋼材經銷網絡 研究市場推廣潤滑電鍍顏色鋼板、不銹鋼及 PVC 塗層鋼材 	<ol style="list-style-type: none"> 藉簡化增值服務及/或提供物流管理及/或加強現有功能以修調網站 研究於網站推出泰文及印度文之可行性 研究可能來自 iSteelAsia.com 網站之新收入來源以分散收入來源 在可能情況下為 iSteelAsia.com 網站收購其他內容 研究於網站實行限制會員以規定賣方限制資料之方式進入告示板之功能之可行性 研究於網站為個別會員實行透過電郵通知登記新聞更新服務之功能之可行性 研究於網站執行網上實時援助功能之可行性 研究於網站實行額外保安措施之必要性 提供自中國採購之電鍍鋼索及型材 	<ol style="list-style-type: none"> 繼續專注於中國及韓國市場 開始將注意力集中於印度及泰國市場 繼續透過記者招待會、定期會議、會議等推廣活動及私人探訪不同國家(例如韓國、日本、印度、泰國及/或其他國家(倘適用))根基穩固之工業家，以提高 iSteelAsia.com 網站品牌之國際知名度 繼續與供應鏈各參與者成立多個策略性聯盟，包括與於中國之一名經銷商成立策略性聯盟，以擴大傳統貿易業務客戶之基礎 開始評估為 iSteelAsia.com 網站所有用戶組織會議之可行性 	<ol style="list-style-type: none"> 將繼續擴大總辦事處之高級管理人員、技術人員及市場推廣人員 繼續盡力為個別國家組織本土工作隊伍(包括支援人員)

截至二零零一年九月三十日止六個月期間之業務目標

市場研究	服務之發展	市場推廣活動	資源調配
<ol style="list-style-type: none"> 繼續協助業務人員製訂／修正／完善其整體及目標國家業務策略 將另行作出調查以研究於亞洲其他國家(例如台灣)及／或全球其他國家設立國家專用網站之可能性 為本集團高級管理人員舉行兩次半年度策略性檢討工作坊 於日本物色及拓展中國沒有生產之鋼樁貨源 開拓可能因生產力不足而導致過度鋼材需求之東南亞市場 	<ol style="list-style-type: none"> 繼續努力修正及／或強化網站之功能(倘適用) 研究於網站推出其他語言版本(亞洲或其他地區之語言)之可行性 研究新收入來源以分散收入來源 在可能情況下為網站收購其他內容 開始設立鏡像網站以加強 iSteelAsia.com 網站之表現 於網站執行網上即時援助功能 開始買賣應用於深圳市及廣州市中心興建高層大廈以及發電廠項目用之鋼承重樁 開始於越南銷售鋼筋及冷軋鋼材之貿易 	<ol style="list-style-type: none"> 繼續將注意力集中於中國、韓國、印度及台灣市場 開始將注意力集中於泰國市場 研究拓展亞洲及其他地區國家之商機 繼續透過記者招待會、定期會議、展覽會等推廣活動及私人探訪各國具規模的國際性業內人士，以提高 iSteelAsia.com 網站品牌之知名度 繼續與供應鏈各參與者成立多個策略性聯盟 研究與其他網上業務結盟之可能性 與一間新鋼廠建立關係並作為其代理，以協助其於華南及香港經銷產品 	<ol style="list-style-type: none"> 盡力為個別國家組織本土工作隊伍

截至二零零二年三月三十一日止六個月期間之業務目標

市場研究	服務之發展	市場推廣活動	資源調配
<ol style="list-style-type: none"> 繼續聘用國際顧問人員協助業務人員製訂／修正／完善全球業務策略(倘適用) 將另行作出調查以研究於全球各地個別國家設立業務之可能性 舉行週年策略性檢討工作坊以檢討整體業務 繼續開拓提供予供應商及客戶額外增值服務，包括但不限於與在獨立國聯合體之鋼廠作出融資安排 	<ol style="list-style-type: none"> 繼續努力修正及／或加強本集團網站之功能(倘適用) 研究於iSteelAsia.com 推出其他語言版本之可行性 研究新收入來源以分散收入來源 繼續添購內容(倘適用) 開始成立鏡像站以加強在目標國家的表現 開始買賣中國國內製造之工字鋼 開始買賣板坯及熱軋鋼卷 	<ol style="list-style-type: none"> 繼續於有前景之國家進行市場推廣活動，重新調配／分配資源(倘適用) 研究全球其他國家之商機(倘適用) 繼續透過記者招待會、定期會議、展覽會等推廣活動及私人探訪各國具規模的國際性業內人士，以提高品牌之知名度 進一步將供應來源分散至華北之鋼廠 繼續利用東南亞市場之過度需求 由於最終用戶非常依賴鋼材服務中心提供之鋼材切割及裁切服務，因此盡力取得於供應鏈中十分重要之鋼材服務中心為客戶 	<ol style="list-style-type: none"> 繼續集中注意力為個別國家組織及／或擴充本土工作隊伍

截至二零零三年三月三十一日止財政年度

董事認為，每半年詳細列明本集團截至二零零三年三月三十一日止往後之財政年度之業務計劃為不可行。然而，董事認為下列事宜為本集團截至二零零三年三月三十一日止財政年度業務目標之主要重點。

傳統貿易業務之長遠目標乃照顧仍未準備使用網上貿易平台或有需要高度度身服務之特別要求之客戶。因此，董事相信，傳統鋼材貿易業務將繼續為本集團業務之重要部份。傳統貿易業務在提供增值服務予最終客戶時須不斷推陳出新，及擴展貿易產品之範疇以迎合客戶要求。在若干情況中，最終客戶可能需要其他相關產品，例如合金或添加劑。鋼廠等供應商可能需要軋鋼機、耐火材料、鐵沙及燃煤。管理層亦相信，華南地區順德之零售業務在服務相同客戶之餘將擴展至其他建築材料。本集團之傳統貿易業務將透過本集團之網絡，積極進行推廣活動，並為中國國內之鋼廠組織技術研討會，協助該等鋼廠擴展出口市場。此外，本集團亦將研究各個進一步於華南以外之中國其他地區發展客戶基礎之機會。

本集團計劃不斷改善／提升其網站，以提供最優質之服務。本集團將採用嶄新之銷售及市場推廣計劃吸引不甚活躍之會員及招攬新會員。當地員工會不斷推動該等計劃，以策劃及實施專為配合彼等特定市場所需而進行之宣傳運動。另一項目標為採用進一步建立品牌之形式，試圖增加網站之貿易業務。