

香港交易及結算所有限公司及香港聯合交易所有限公司對本公告的內容概不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何聲明，並明確表示，概不就因本公告全部或任何部分內容而產生或因倚賴該等內容而引致的任何損失承擔任何責任。



新世界百貨中國有限公司

New World Department Store China Limited

(於開曼群島註冊成立的有限公司)

(股份代號：825)

全年業績公佈 2008/2009

全年業績摘要

同店銷售⁽¹⁾ (「同店銷售」) 維持 5% 的增長。

收益比上年度的 1,489.3 百萬港元增長 15.6% 至 1,721.2 百萬港元。

經營利潤比上年度的 589.4 百萬港元增長 17.9% 至 695.0 百萬港元。

年度利潤比上年度的 476.6 百萬港元增長 14.8% 至 547.3 百萬港元。

建議末期股息每股 0.07 港元。

⁽¹⁾ 同店銷售增長指經營超過二年的百貨店。

截至2009年6月30日止財政年度的全年業績

新世界百貨中國有限公司(「本公司」)董事會(「董事會」或「董事」)欣然宣佈，本公司及其附屬公司(統稱「本集團」)截至2009年6月30日止年度的經審核全年業績如下：

綜合收益表

截至2009年6月30日止年度

	附註	2009年 千港元	2008年 千港元
收益	3	1,721,246	1,489,345
其他收入	4	112,939	119,250
其他收益	5	62,093	3,156
購買存貨及存貨變動		(209,275)	(176,575)
僱員福利開支		(252,971)	(214,920)
折舊及攤銷		(170,603)	(125,620)
經營租賃租金開支		(325,075)	(310,079)
其他經營開支	6	(243,322)	(195,163)
經營利潤		695,032	589,394
融資收入	7	—	10,789
應佔聯營公司虧損		(2,066)	—
除所得稅前利潤		692,966	600,183
所得稅支出	8	(145,657)	(123,608)
年度利潤		<u>547,309</u>	<u>476,575</u>
本公司權益持有人應佔		<u>547,309</u>	<u>476,575</u>
股息	9	<u>252,922</u>	<u>151,753</u>
年內本公司權益持有人應佔利潤的每股盈利 (每股以港元計值)			
— 基本及攤薄	10	<u>0.32</u>	<u>0.29</u>

綜合資產負債表
於2009年6月30日

	附註	2009年 千港元	2008年 千港元
非流動資產			
物業、廠房及設備		1,225,977	1,147,114
土地使用權		764,928	787,371
商譽		172,435	172,435
於聯營公司的投資		203	—
其他非流動資產	11	386,830	—
長期預付租金及租金按金		99,595	37,136
按公平值透過損益列賬的財務資產		—	60,154
可供出售財務資產		108,955	—
遞延所得稅資產		31,052	27,133
		<u>2,789,975</u>	<u>2,231,343</u>
流動資產			
存貨		53,448	57,472
應收賬款	12	14,354	25,656
預付款項、按金及其他應收款項		489,555	257,363
應收聯營公司款項		690	—
應收同系附屬公司款項		27,363	60,969
定期存款		737,529	790,909
現金及現金等值物		2,185,992	2,336,718
		<u>3,508,931</u>	<u>3,529,087</u>
總資產		<u>6,298,906</u>	<u>5,760,430</u>
權益			
股本		168,615	168,615
儲備		4,142,776	3,786,378
建議股息		118,030	151,753
		<u>4,429,421</u>	<u>4,106,746</u>
負債			
非流動負債			
應計款項及遞延收入		282,960	237,981
遞延所得稅負債		154,601	147,334
		<u>437,561</u>	<u>385,315</u>

綜合資產負債表(續)
於2009年6月30日

	附註	2009年 千港元	2008年 千港元
流動負債			
應付賬款、應計款項及其他應付款項	13	1,377,040	1,208,562
應付同系附屬公司款項		6,432	8,669
應付稅項		48,452	51,138
		<u>1,431,924</u>	<u>1,268,369</u>
總負債		<u>1,869,485</u>	<u>1,653,684</u>
總權益及負債		<u>6,298,906</u>	<u>5,760,430</u>
流動資產淨值		<u>2,077,007</u>	<u>2,260,718</u>
總資產減流動負債		<u>4,866,982</u>	<u>4,492,061</u>

財務報表附註

1 一般資料

本公司於2007年1月25日在開曼群島根據開曼群島公司法(法例第22章)註冊成立為獲豁免有限公司。註冊辦事處地址為 Cricket Square, Hutchins Drive, P.O. Box 2681, Grand Cayman KY1-1111, Cayman Islands。

本集團於中國內地從事百貨店業務。

本公司股份於2007年7月12日於香港聯合交易所有限公司(「聯交所」)主板上市(「上市」)。

除另有列明外，該等綜合財務報表以千港元(「千港元」)列值。該等綜合財務報表於2009年10月6日經董事會批准刊發。

2 編製基準

本公司的該等綜合財務報表乃根據香港財務報告準則編製。該等綜合財務報表已按照歷史成本法編製，並經可供出售財務資產、按公平值透過損益列賬的財務資產及財務負債的重估修訂。

以下新訂詮釋須於2008年7月1日開始的財政期間首次採納：

香港會計準則第39號及香港財務報告準則第7號(修訂)

香港(國際財務報告詮釋委員會)－詮釋第12號

香港(國際財務報告詮釋委員會)－詮釋第13號

香港(國際財務報告詮釋委員會)－詮釋第14號

香港(國際財務報告詮釋委員會)－詮釋第9號及

香港會計準則第39號(修訂)

金融工具：重新分類及計量－金融資產的重新分類

服務專營權安排

客戶忠誠計劃

香港會計準則第19號－界定福利資產限額、最低資金要求及兩者相互關係

嵌入式衍生工具的修訂

採納香港(國際財務報告詮釋委員會)－詮釋第13號對本集團的財務報表並無造成重大影響。香港會計準則第39號及香港財務報告準則第7號(修訂)、香港(國際財務報告詮釋委員會)－詮釋第12號、香港(國際財務報告詮釋委員會)－詮釋第14號、香港(國際財務報告詮釋委員會)－詮釋第9號及香港會計準則第39號(修訂)與本集團的營運無關。

此外，本集團已於截至2009年6月30日止年度提早採納以下經修訂準則：

香港財務報告準則第3號(經修訂)

香港會計準則第27號(經修訂)

企業合併

綜合及獨立財務報表

本集團並無提早採納以下若干須於2009年7月1日或之後開始的會計期間或較後期間採用的新訂或經修訂準則、修訂及詮釋：

香港財務報告準則第1號(經修訂)	首次採納香港財務報告準則
香港財務報告準則第2號(修訂)	歸屬條件及註銷
香港財務報告準則第7號(修訂)	金融工具：披露－改善金融工具的披露
香港財務報告準則第8號	業務分部
香港財務報告準則第1號(經修訂)及 香港會計準則第27號(修訂)	於附屬公司、共同控制實體或聯營公司的投資成本
香港會計準則第1號(經修訂)	財務報表的呈報方式
香港會計準則第23號(經修訂)	借貸成本
香港會計準則第32號及香港會計準則第1號(修訂)	可認沽金融工具及清盤時產生的責任
香港會計準則第39號(修訂)	合資格對沖項目
香港(國際財務報告詮釋委員會)－詮釋第15號	建設房地產協議
香港(國際財務報告詮釋委員會)－詮釋第16號	海外業務投資的對沖
香港(國際財務報告詮釋委員會)－詮釋第17號	向擁有人分派非現金資產
香港(國際財務報告詮釋委員會)－詮釋第18號	轉讓自客戶的資產
香港財務報告準則(修訂)	改善香港財務報告準則

3 收益及分部資料

收益包括專櫃銷售佣金收入、貨品銷售－自營銷售、管理費及租金收入。

	2009年 千港元	2008年 千港元
專櫃銷售佣金收入	1,163,257	1,017,231
貨品銷售－自營銷售	273,588	224,498
管理費	184,409	165,518
租金收入	99,992	82,098
	<u>1,721,246</u>	<u>1,489,345</u>

專櫃銷售收入分析如下：

	2009年 千港元	2008年 千港元
專櫃銷售總收益	<u>5,720,890</u>	<u>4,833,230</u>
專櫃銷售佣金收入	<u>1,163,257</u>	<u>1,017,231</u>

由於本集團主要經營一個業務分部，即經營百貨店，故並無呈列業務分部的分部分析。

由於絕大部分收益、經營業績、資產及負債均位於中國內地，故並無呈列地區分部的分部分析。

4 其他收入

	2009年 千港元	2008年 千港元
銀行存款利息收入	76,662	94,120
可供出售財務資產股息收入	3,994	—
政府補助金	12,239	8,804
其他佣金收入	7,060	6,009
雜項收入	12,984	10,317
	<u>112,939</u>	<u>119,250</u>

5 其他收益

	2009年 千港元	2008年 千港元
所收購淨資產的公平值超出收購附屬公司的成本	35,622	—
出售附屬公司的收益	9,755	—
按公平值透過損益列賬的財務資產的公平值收益	16,716	3,156
	<u>62,093</u>	<u>3,156</u>

6 其他經營開支

	2009年 千港元	2008年 千港元
水電	100,708	85,736
宣傳、廣告及相關費用	60,726	51,647
滙兌虧損淨額	7,604	3,053
以股份為基礎支付的款項	5,948	4,125
核數師酬金	3,499	3,454
出售物業、廠房及設備虧損	321	1,089
呆帳撥備	23,953	—
其他	40,563	46,059
	<u>243,322</u>	<u>195,163</u>

7 融資收入

	2009年 千港元	2008年 千港元
上市的股份認購存款利息收入	—	10,789
	—	10,789

8 所得稅支出

於綜合收益表扣除的稅項金額指：

	2009年 千港元	2008年 千港元
當期所得稅		
— 香港利得稅	—	1,033
— 中國內地稅項	146,929	119,972
過往年度超額撥備	(4,620)	(1,885)
遞延所得稅	3,348	4,488
	145,657	123,608

本集團按成員公司註冊及經營所在稅項管理區的適當稅率計提稅項撥備。本集團於截至2009年6月30日止年度在香港並無估計應課稅利潤，故並無就香港利得稅撥備。截至2008年6月30日止年度，香港利得稅按估計應課稅利潤按16.5%的稅率計提撥備。

本集團中國內地附屬公司須按25%的稅率(2008年：25%)繳納企業所得稅。

9 股息

	2009年 千港元	2008年 千港元
已付中期股息每股0.08港元(2008年：無)	134,892	—
建議末期股息每股0.07港元(2008年：0.09港元)	118,030	151,753
	252,922	151,753

於2009年10月6日舉行的會議上，董事建議就截至2009年6月30日止年度派發末期股息每股0.07港元(2008年：0.09港元)。此項股息建議並未於截至2009年6月30日止年度的財務報表中確認為應付股息。

10 每股盈利

(a) 基本

每股基本盈利以本公司權益持有人應佔利潤除以年內已發行普通股加權平均數計算。

	2009年	2008年
本公司權益持有人應佔利潤(千港元)	<u>547,309</u>	<u>476,575</u>
已發行普通股加權平均數(以千股計)	<u>1,686,145</u>	<u>1,667,773</u>
每股基本盈利(每股港元)	<u>0.32</u>	<u>0.29</u>

(b) 攤薄

每股攤薄盈利乃經調整已發行普通股的加權平均數，以假設所有可攤薄的潛在普通股獲兌換後而計算。

截至2008年及2009年6月30日止年度，因購股權獲行使而應發行的股份，是僅有的攤薄性普通股。購股權並無產生潛在攤薄效應。

11 其他非流動資產

結餘主要指下列交易：

- (a) 於2008年7月7日，本公司的全資附屬公司武漢新世界百貨有限公司(前稱武漢新鵬發展有限公司)與第三方訂立協議，收購位於鄭州市的一幢樓宇及土地使用權。於2009年6月30日，本集團已就該收購作出分期付款約214,471,000港元。
- (b) 於2008年7月25日，本公司的全資附屬公司瀋陽新世界百貨有限公司與第三方訂立協議，收購位於瀋陽市的一幢樓宇、土地使用權及停車場使用權。於2009年6月30日，本集團已就該收購作出分期付款約145,748,000港元。

12 應收賬款

	2009年 千港元	2008年 千港元
應收賬款	38,307	25,656
減：應收賬款減值撥備	(23,953)	—
應收賬款—淨額	<u>14,354</u>	<u>25,656</u>

本集團根據發票日期，授出大多數為期 30 天的信貸期。

應收賬款的賬齡分析如下：

	2009年 千港元	2008年 千港元
為期		
0-30天	11,797	18,438
31-60天	965	2,326
61-90天	707	1,196
90天以上	24,838	3,696
於6月30日	<u>38,307</u>	<u>25,656</u>

13 應付賬款、應計款項及其他應付款項

本集團一般獲授為期 60 至 90 天的信貸期，應付賬款按發票日期的賬齡分析如下：

	2009年 千港元	2008年 千港元
為期		
0-30天	350,772	341,584
31-60天	247,754	271,985
61-90天	64,048	74,794
90天以上	137,562	170,020
於6月30日	<u>800,136</u>	<u>858,383</u>

業務回顧

回顧年內，本集團的收益由2008財政年度(或「上年度」)的1,489.3百萬港元上升15.6%至2009財政年度(或「本年度」)的1,721.2百萬港元。年度利潤由上年度的476.6百萬港元增加14.8%至本年度的547.3百萬港元。

業務網絡

本年度本集團共有33家百貨店，概約總樓面面積為1,063,470平方米，概約經營樓面面積為786,500平方米，分佈於東北、華北、華東、華中及西南五個營運區域，覆蓋全國17個主要城市，包括武漢、瀋陽、無錫、哈爾濱、天津、寧波、北京、上海、大連、昆明、蘭州、長沙、重慶、成都、鞍山、南京及台州。當中22家為自有店，11家為管理店。

收益來源

區域貢獻

華中區在回顧年內為本集團帶來最大收入，佔總收益31.8%，其次為華東區和東北區，分別佔總收益的28.6%及25.1%。

收入類別貢獻

收益以專櫃銷售佣金之收入為主，佔總收益的67.6%，自營銷售和管理費收入分別佔總收益的15.9%及10.7%，租金收入則佔總收益的5.8%。

百貨店發展

本集團在回顧年內於武漢、北京及台州開設了三家百貨店，當中包括兩家自有店：武漢新世界百貨－漢陽店(「武漢漢陽店」)及台州新世界百貨(「台州店」)和一家管理店：北京新世界利瑩百貨(「北京利瑩店」)。除了開設新店外，本集團在本年度亦擴充了哈爾濱新世界百貨(「哈爾濱店」)，概約樓面面積由32,000平方米增加至50,000平方米。此外，香港新世界百貨(「香港店」)於2008年7月終止成為本集團的管理店，而廈門新世界百貨(「廈門店」)於2009年6月起終止成為本集團的自有店。故截至2009年6月30日，本集團概約總樓面面積為1,063,470平方米，較上年度增加了10.5%。

營運區域

東北區

回顧年內，東北區收入佔本集團總收益25.1%。本集團在東北區內共有五家自有店：哈爾濱店、瀋陽新世界百貨 — 南京街店(「瀋陽南京街店」)、瀋陽新世界百貨 — 太原街店(「瀋陽太原街店」)、瀋陽新世界百貨 — 中華路店(「瀋陽中華路店」)、鞍山新世界百貨(「鞍山店」)及一家管理店：大連新世界百貨(「大連店」)。東北區概約總樓面面積為185,690平方米。

本年度，哈爾濱店的概約樓面面積由32,000平方米擴充至50,000平方米，擴充面積於2009年5月起陸續啟用，集中增強男士服飾商品；又針對家庭顧客，逐步革新家品區，引入琳瑯滿目的家品、精品及小家電商品，使之由原本以國際名品為主導的百貨店逐漸轉型為一站式購物熱點的「生活館」。

積極推行業改 擴大東北區內影響力

東北區域順應市場變化，全面整合銷售平臺，規範市場運作，不斷優化、調整專櫃品牌，引進市場獨賣並極具特色的商品，進行合理的商品結構佈局及策略性業改，使各分店運營更加貼近市場。為迎合瀋陽的市場變化及消費者的要求，瀋陽三家百貨店積極進行調整，使各分店更具經營特色，達到有效錯位經營：瀋陽南京街店盡享其市場知名度的優勢，擴大其獨特的精緻型百貨經營模式，朝著「時尚國際名品館」方向發展；瀋陽太原街店已於2009年5月轉型為遼寧省第一家「時尚折扣館」，主要出售知名品牌的換季貨品；瀋陽中華路店於本年度致力強化品牌組合，亦計劃在店內加入個人護理連鎖店、麵包店等配套服務，以滿足消費者的生活需要，構建全新「生活館」形象。

推廣力度加大，創造更高營業額

本年度，東北區亦策劃組織大型促銷及重大節日銷售活動，運用創新、靈活的行銷手段吸引消費，就特定目標顧客群推出針對性的市場推廣活動，如「樂購新世界·折享女人香」、「酷老爸時尚購」系列、「情人節·折扣同心結」系列等。分店亦與區內銀行合作，使用信用卡積分可在新世界百貨享購物折扣優惠，又大力發展團購市場，配合贈品、返點等銷售方

式推廣團購業務，提升營業額。為提高VIP卡的使用率，東北區繼續舉辦各類特色VIP專享活動，如「白金晚宴」、「深秋印象·感受時尚08 VIP專享酬賓會」等。本年度東北區VIP卡總數比對去年增加17.6%。

華東區

回顧年內，華東區收入佔本集團總收益28.6%。本集團在華東區內共有十二家百貨店，其中十家為自有店，包括五家以巴黎春天品牌經營的自有店：香港新世界百貨－上海巴黎春天淮海店（「上海淮海店」）、香港新世界百貨－上海巴黎春天新寧店（「上海新寧店」）、香港新世界百貨－上海巴黎春天虹口店（「上海虹口店」）、香港新世界百貨－上海巴黎春天長寧店（「上海長寧店」）和香港新世界百貨－上海巴黎春天七寶店（「上海七寶店」）；五家以新世界品牌經營的自有店：無錫新世界百貨（「無錫店」）、寧波新世界百貨（「寧波店」）、寧波新世界匯美百貨（「寧波匯美店」）、南京新世界百貨（「南京店」）和台州店；以及兩家管理店：香港新世界百貨－上海巴黎春天五角場店（「上海五角場店」）和香港新世界百貨－上海巴黎春天浦建店（「上海浦建店」）。華東區概約總樓面面積為296,430平方米。

本集團繼在華東區上海市建立穩固據點，並把業務幅射至浙江省的寧波和江蘇省的南京後，本年度，再進一步把業務拓展至台州，於2009年4月開設台州店。台州店是集團以合營模式經營的百貨店，樓高三層，設有地下停車場，概約樓面面積為30,000平方米。該店擁有市內最大女鞋區，引進多個首次進駐台州市的女裝品牌，並於一樓開設名品折扣樓層，網羅國內外知名運動品牌商品。台州店的獨有特色為消費者帶來潮流、時尚的品牌和商品，成為當地新時尚購物地標。

此外，於2004年成立之寧波匯美店為本集團為母公司管理之百貨店，本年度，本集團從母公司購回其經營權，自2009年4月起寧波匯美店正式由管理店轉為自有店。該店於本年度調整為時尚青春的定位，與寧波店實行有效的錯位經營。

因時制宜 開創行之有效的經營模式

面對經濟環境急劇變化，消費者行為普遍轉向理性及保守，因此全區各分店亦相繼調整了商品及銷售推廣策略。商品組合方面，華東區強調更貼近市民大眾生活所需的商品，商品價格亦更接近消費者要求，主力擴大較受顧客歡迎之商品專櫃面積。

針對消費者需要，引發精彩推廣活動消費空間

於本年度，華東區面對消費者消費情緒下滑、消費更審慎的現象，各分店積極推動更能針對普羅大眾需求的市場推廣活動、聯動活動等，如上海各分店舉辦的「淘寶日」和向全上海市民免費發放可在巴黎春天及30餘家上海知名餐飲、娛樂場所使用的消費券，目的是以更直接的購物優惠吸引顧客消費，提高銷售額。

區內分店一如既往地重視VIP維護工作，通過各類特色活動回饋會員的支持，豐富的活動包括「粉領達人俱樂部」為會員預備的《完美新嫁娘手冊》；「完美媽咪俱樂部」為會員提供的出國旅遊優惠服務；「白金風采俱樂部」為會員帶來無數貼心及舒適的服務與設施等，使該區全年VIP卡總數增加9.0%。

華中區

回顧年內，華中區收入佔本集團總收益31.8%。區內共有五家自有店：武漢新世界百貨（「武漢店」）、武漢新世界時尚廣場（「武漢時尚廣場」）、武漢新世界百貨 – 武昌店（「武漢武昌店」）、武漢新世界百貨 – 橋口店（「武漢橋口店」）、武漢漢陽店及兩家管理店：長沙新世界時尚廣場（「長沙時尚廣場」）和武漢新世界百貨 – 徐東店（「武漢徐東店」）。華中區概約總樓面面積為237,650平方米。

武漢漢陽店於本年度正式開業，樓高6層，設有地下停車場，概約樓面面積為53,000平方米。該店一至五樓率先於2008年11月對外營業，概約樓面面積為43,000平方米，而六樓樓面面積約10,000平方米，預計於2010年正式啟用。漢陽區人口以年輕家庭為主，區內購

物、休閒娛樂場所及配套服務匱乏。本集團看準時機，將武漢漢陽店打造成一所集購物、娛樂、餐飲、服務於一身的生活百貨。武漢漢陽店的開業，標誌著新世界百貨在武漢的業務網絡進一步拓展至「武漢三鎮」中的漢陽區，而本集團在武漢的百貨店亦增至6家，大大鞏固本集團在武漢及華中區的影響力。

充分發揮潛力 增強在區內經營優勢

華中區在一市多店的策略下，進行了區域資源優化及整合，擴大自營商品的經營規模。各分店除了出售由總部策劃的自營品牌外，華中區亦逐步自行開拓適合該區發展的自營品牌，對自營商品發展起著推動作用。

特色VIP活動 提升顧客忠誠度

回顧年內，區內分店透過舉行嶄新的VIP獨享活動，包括舉辦“尊貴白金會員專場夜宴”，進行特定時間內封閉專場供會員在內購物；透過各類VIP沙龍向顧客推介新商品；推出新興的節日活動，如“萬聖節小鬼英語Party”等，刺激會員回店購物消費，有助提高顧客忠誠度。年內華中區VIP卡總數比去年增加13.3%。

華北區

回顧年內，華北區收入佔本集團總收益12.7%。本集團在華北區內共有一家自有店：天津新世界百貨（「天津店」）及四家管理店：分別是北京新世界百貨（「北京店」）、北京新世界彩旋百貨（「北京彩旋店」）、北京利瑩店及蘭州新世界百貨（「蘭州店」）。華北區概約總樓面面積為259,600平方米。

本集團貫徹「一市多店」的策略，繼於北京崇文區及朝陽區核心地段穩紮根基後，正式進駐近年發展繁盛的望京區，開設了一家全新管理店－北京利瑩店，成為本集團於北京市內的第三個據點。北京利瑩店樓高六層，概約樓面面積為52,000平方米。店內匯聚三百多個中外知名品牌，當中三份之一的品牌為首次進駐望京區域，為消費者帶來獨有的品牌體驗。為迎合商圈內顧客呈現一家大小購物的特點，店內約30%面積規劃為配套服務設施，包括多國風情的餐廳組合、健身中心、美容中心、銀行、兒童玩具城、親子廁所和大型兒童同樂區等，成為適合一家大小購物消閒、共聚天倫及歡度假日的好去處。

順應市場需求 全力推動業務改革

自2008年年底，在順應市場需求的情況下，北京店和天津店相繼進行大規模的業務改革，而北京彩旋店、北京利瑩店也因應市場形勢和顧客購物模式，靈活調整了商品組合，為未來改造成「時尚館」和「生活館」邁進。

精彩推廣活動 刺激顧客消費意慾

本年度，華北區各分店透過豐富精彩的推廣活動，成功吸引市民來店消費，大大刺激銷售，鞏固各分店在當地的市場份額。區內各分店亦花盡心思，借助全國推行「粉領達人」、「完美媽咪」和「白金風采」VIP會員俱樂部展開針對會員需要的專享活動，如為「完美媽咪」會員舉辦「和媽媽一起學英語」親子活動；為「白金風采」會員舉辦高端商務遊藝聚會，如馬術俱樂部、到高尚劇院、電影院觀賞表演等；為「粉領達人」會員提供美容、健身俱樂部和化妝公司的優惠，又與專業求職網站和機構合辦「職場面面觀」配套服務和講座，吸引會員回店消費。回顧年內，華北區VIP卡總數對比去年增加53.0%。

西南區

回顧年內，西南區收入佔本集團總收益1.8%。本集團在西南區共有一家自有店：昆明新世界百貨（「昆明店」）及兩家管理店：重慶新世界百貨（「重慶店」）及成都新世界百貨（「成都店」）。西南區概約總樓面面積為84,100平方米。

昆明店於2004年6月成立，為本集團為母公司管理的百貨店，本年度，本集團從母公司購回昆明店的經營權，自2009年3月起，昆明店由管理店轉為自有店，成為本集團在西南區內的首家自有店，為本集團在西南區的長遠發展奠定根基。

強化經營特色 業務增長迅速

西南區三家分店經過商品組合的持續優化和運用靈活有效的市場營銷推廣活動，使本集團百貨店在市場上的影響力和顧客認知度不斷提升。

話題式促銷，提升分店市場知名度

本年度，區內各分店圍繞自身之市場定位，制定了詳細周密的市場推廣活動計劃，透過靈活多樣的話題式促銷，增加了與顧客的互動，迎合目標消費客群的需求，又特別將各個優勢品類的推廣活動貫穿於平日，以刺激到店顧客隨機性購物，提高推廣活動的成效。此外，分店積極透過各類購物優惠、贈禮和尊享活動，繼續拓展VIP顧客群。西南區全年VIP卡總數較去年增長4.6%。

財務回顧

收益

本集團的收益由2008財政年度的1,489.3百萬港元上升15.6%至2009財政年度的1,721.2百萬港元。增長主要由於所有收益來源的貢獻，包括專櫃銷售佣金收入、自營銷售額、管理費及租金收入，較上年度分別錄得14.4%、21.9%、11.4%及21.8%之增長。

於本年度的銷售總收益(包括專櫃銷售佣金收入及自營貨品銷售額)為5,994.5百萬港元，較上年度的5,057.7百萬港元增長了18.5%。銷售總收益的表現主要基於：第一、經營兩年以上的分店之同店銷售增長，約為5%；第二、確認上年度擴充、開業及收購的若干百貨店全年經營帶來的銷售總收益，該等百貨店包括鞍山店、南京店，上海虹口店擴充部份及武漢店；第三、本年度開業的武漢漢陽店帶來的銷售總收益；向本公司同系附屬公司 Solar Leader Limited 收購的昆明店及寧波匯美店，於本年度成為本集團的自有店，亦對銷售總收益增長有貢獻。2009財政年度的佣金收入率為20.3%，較上年度的21.0%低0.7%，主要由於本年度的增加銷售活動推廣所致。本年度，女裝及配飾佔銷售總收益約56.4%，男裝及配飾約佔28.2%，餘下銷售總收益主要來自童裝、運動服裝、手錶、禮品及文具。自營貨品銷售額主要包括化妝品(約49.6%)、雜貨、家居用品及鮮活產品(約17.6%)、配飾、手袋及內衣(約12.4%)。

管理費於本年度增加11.4%至184.4百萬港元，主要來自確認於上年度成為新管理店的若干管理店的全年管理費。於本年度開業的北京利瑩店，亦對本年度管理費的增長有貢獻。然而，該等增加部分因昆明店及寧波匯美店分別於2009年3月及2009年4月由管理店轉為自有店，使管理費減少，以及香港新世界百貨的管理諮詢服務於2008年7月終止而抵銷，而上年度同期則確認整個期間的管理費。此外，武漢店於2008年2月由管理店轉為自有店，故於本年度對管理費沒有貢獻，而上年度則帶來約七個月的管理費。

租金收入於本年度上升21.8%至100.0百萬港元，此增長乃主要由於新開業及新收購自有店出租的地方及確認於去年擴充、開業及收購的若干百貨店的全年租金收入。

其他收入

本集團於本年度的其他收入為112.9百萬港元，稍低於上年度的119.3百萬港元，主要由於銀行存款的利息收入減少。銀行存款的利息收入為76.7百萬港元，上年度則為94.1百萬港元，利息減少是由於市場的現行存款利率較低。然而，其降幅因來自人和商業控股有限公司(或「人和」)的股息收入而減輕。

其他收益

本集團本年度的其他收益為62.1百萬港元，包括第一、於昆明店及寧波匯美店之所收購淨資產的公平值分別超出收購成本22.9百萬港元及12.7百萬港元；第二、於人和的投資的公平值收益16.7百萬港元；第三、向獨立第三方出售廈門店全部權益的出售收益9.8百萬港元，出售廈門店是由於該店與本集團之策略發展並不配合，且並不預期可於不久將來帶來利潤。該出售事項可進一步改善本集團的流動資金及財務資源。

購買存貨及存貨變動

購買存貨及存貨變動反映自營貨品銷售之成本。購買存貨及存貨變動由上年度的176.6百萬港元增加了18.5%至本年度的209.3百萬港元。毛利潤率(利潤佔自營貨品銷售的百分比)由上年度的21.3%上升2.2%至本年度的23.5%。

僱員福利開支

僱員福利開支由上年度的214.9百萬港元增加至本年度的253.0百萬港元。此增長主要由於確認在上年度擴充、開業及收購的自有店之全年經營，而導致工資、薪酬、退休福利成本、購股權開支和其他僱員福利增加。該等百貨店包括鞍山店、南京店，以及上海虹口店擴充部份及武漢店。新開業的武漢漢陽店及新收購的昆明店及寧波匯美店也使僱員福利開支增加。

折舊及攤銷

折舊及攤銷開支由上年度的125.6百萬港元增加至本年度的170.6百萬港元。此增長主要由於在2008財政年度下半年收購武漢店物業及瀋陽南京街店物業，及於2009財政年度下半年收購的昆明店及寧波匯美店，而為本年度帶來的總折舊及攤銷32.5百萬港元所致。此外，確認上年度擴充、開業及收購的若干百貨店全年經營、本年度新開業的自有武漢漢陽店，也使整體折舊及攤銷增加。

經營租賃租金開支

經營租賃租金開支由上年度的310.1百萬港元增加至本年度的325.1百萬港元。此增長主要由於確認於上年度開業的鞍山店、南京店及上海虹口店擴充部份的全年經營的影響。此外，於2008年11月開業的武漢漢陽店及於2009財政年度下半年收購的昆明店及寧波匯美店也使整體經營租賃租金開支增加。於本年度經營租賃租金開支佔收益的百分比減少了1.9%，主要受開支的營運槓桿影響。

其他經營開支

其他經營開支由上年度的195.2百萬港元增加48.1百萬港元至本年度的243.3百萬港元。此增加主要由於就收回本集團在東北區一家儲值卡發卡公司的應收賬款而作出撥備24.0百萬港元所致。該撥備為未清償款項的全數，故無需再就該發卡公司進一步撥備。本集團已採取一切必要措施，以透過中國內地的法院收回該債項。至於廣告宣傳及促銷開支、能耗費及其他經營開支的增加，則主要由於2008年11月開業的武漢漢陽店及於2009財政年度下半年收購的昆明店及寧波匯美店所致。此外，確認於上年度開業的鞍山店、南京店及上海虹口店擴充部份的全年經營的影響，也使相關開支增加。

經營利潤

經營利潤由上年度的 589.4 百萬港元增加了 17.9% 至本年度的 695.0 百萬港元。經營利潤包括於昆明店及寧波匯美店之所收購淨資產的公平值超出收購成本，以及有關廈門店的出售收益；經營利潤於本年度佔收益之百分比為 40.4%，而上年度則為 39.6%。

融資收入

本年度並無融資收入，上年度則錄得來自 2007 年 7 月 12 日在聯交所主板上市的股份認購存款利息收入 10.8 百萬港元。

應佔聯營公司業績

截至 2009 年 6 月 30 日止年度，本集團與第三方訂立協議成立台州新世界百貨有限公司（「台州公司」），並向台州公司注資人民幣 2.0 百萬元或 25% 股權。應佔聯營公司業績 2.1 百萬港元即應佔台州公司於本年度虧損之 25%。

所得稅支出

所得稅支出由上年度的 123.6 百萬港元增加了 17.9% 至本年度的 145.7 百萬港元，主要由於除所得稅前利潤增加所致。本年度的實際所得稅稅率為 21.0%

年度利潤

基於上述原因，本年度利潤為 547.3 百萬港元，較上年度增加 14.8%。

流動資金及財務資源

於 2009 年 6 月 30 日，本集團的現金及定期存款為 2,923.5 百萬港元（2008 年 6 月 30 日：3,127.6 百萬港元）。財務資源足以讓本公司進行業務營運及未來發展。

本集團於 2009 年 6 月 30 日並無借貸。

本集團於 2009 年 6 月 30 日的資本承擔為 330.5 百萬港元，其中 328.4 百萬港元已訂約但未於資產負債表中撥備。約 323.7 百萬港元為訂約款項用以購置於鄭州市的一幢樓宇及土地使用權及於瀋陽市的一幢樓宇、土地使用權及停車場使用權。

資產抵押

於2009年6月30日，本集團並無將資產抵押。

庫務政策

本集團主要於中國內地經營，且本集團大部分交易均以人民幣結算。本集團承受由港元兌人民幣匯率變動所產生的外匯風險。本集團並無使用任何遠期合約或外匯借貸以對沖本集團的外匯風險。

或然負債

於2009年6月30日，本集團並無任何重大或然負債。

收購附屬公司

截至2009年6月30日止年度，本集團與本公司控權股東新世界發展有限公司的間接全資附屬公司 Solar Leader Limited 訂立協議，以收購昆明店及寧波滙美店的100%股權，代價分別為3.0百萬港元及人民幣2.0百萬元。

展望

金融危機自去年10月爆發以來，許多國家經濟尚未能走出陰霾。然而，自去年年底國家推出4萬億元人民幣刺激經濟方案，內需逐步擴大，銀行資金充裕，投資金額增加，房地產市場、股票市場回暖，充分顯示中國經濟正在復甦，呈現平穩增長狀態。另外，中央政府持續加快農村城市化步伐，促進城鄉一體化，以減少低收入人口，使城市及農民收入差距拉近，提升國內人民整體生活質素及消費力，以上因素都有利於內需市場的發展。根據國家統計局發佈之數據，中國2009年上半年國內生產總值同比增長7.1%，其中第一季度增長6.1%，而第二季度的增長更達7.9%，反映中國於2009年上半年的國民經濟已經平穩回升。其中，社會消費品零售總額比去年同期增長15.0%，可見消費信心持續穩定向好，有利百貨零售市場發展。本集團相信2009年下半年國內經濟發展將穩步上揚，給國內百貨零售業帶來更多機遇。

集團未來發展策略

本集團成立十六年至今一直致力經營中國百貨零售業務，並以成為國內百貨龍頭企業為目標。根據中國百貨零售業之勢態，本集團制定了適時而完備的發展策略：

營運策略

百貨形象革新 率先引入「時尚」、「生活」新概念經營模式

本集團在2009年6月宣佈革新形象，率先引入「時尚」及「生活」的新概念經營模式，打造「時尚·生活·新個性」的全新形象。全國分店不再以檔次作定位，並劃分為「時尚館」及「生活館」。「生活館」為揉合百貨店及商場經營元素的「一站式購物百貨」，館內將規劃約20%-30%面積為配套服務用途，全面照顧「男女老青幼」的「衣、食、住、行、樂」需要。「時尚館」為銷售時裝服飾的「主題性百貨」，強調「混搭」(Mix & Match)風格，亦會引進獨家品牌和設計師品牌，並建立皇牌商品品類，致力成為各地城市的「時尚」潮流熱點。本集團預期形象革新計劃推行後，分店可以增加交易量、提升客單價及提高客流量，有助鞏固顧客忠誠度，擴闊客群。

本集團將分階段於不同區域推行形象革新計劃，東北區為第一個推行區域，以瀋陽作為啟動城市；華北區及華東區將於2010年進行革新，並分別以北京及上海為啟動城市；華中區及西南區則會於2011年推行，武漢及成都分別為其啟動城市。

各百貨店將分三階段逐步推行形象革新，第一階段將重新調配商品組合，第二階段會革新店內圖像佈置與裝飾設計，而第三階段則革新分店室內裝修及購物氛圍。

打造主題性活動館 增設時尚折扣樓層

本集團將繼續採取靈活而有效的經營策略，在部份面積較大的分店頂層設置「多用途活動館」，舉辦主題性推廣活動，每兩周轉換主題，以吸引人流往頂層，發揮由上而下的樓層分流效應，除可增加客流，亦可平均分佈人流至各樓層區域。

部份分店之樓層將結合多用途活動館概念，打造為「時尚折扣樓層」，以售賣各類時尚品牌的換季貨品為主，並以相宜價格吸引顧客，為追求時尚名品之顧客提供更多選擇。回顧年內，大連店便將百貨店三層改為以女裝為主的品牌折扣樓層。

貴賓升級服務 招徠新客群 鞏固現有顧客忠誠度

為吸引更多具消費潛力之顧客及鞏固現有客群之忠誠度，本集團將重點加強VIP貴賓服務。為配合新形象推行，本集團推出3個貴賓俱樂部計劃，分別是針對年輕女性的「粉領達人俱樂部」、主攻母親的「完美媽咪俱樂部」及為白金貴賓而設立的「白金風采俱樂部」，繼續致力為不同背景的VIP貴賓提供合適活動與貼心服務。

增加自營商品比例 提升毛利率

本集團將會增加自營商品的比例，根據自營商品之經營需要，採用中央、區域、分店三層自營採購及營運架構，按照不同商品特性以決定採購方式，增加採購靈活性，確保商品有足夠及穩定的供應，以提升毛利率，優化利潤架構。

擴充策略

增加自有店 選址策略明確

本集團將維持每個財政年度開設2-3間自有店的擴展策略。

新店選址方面，本集團將嚴選具發展潛力城市的黃金地段開店。一線城市將以市內繁盛商圈為主，而二線城市則以人均國民生產總值、社會消費品零售總額及人均可支配收入等數據為開店的考量指標，積極尋找進入二線城市百貨商圈的最佳時機，增加自有店數目。

貫徹「一市多店」及「輻射城市」策略

本集團在每個營運區域均設定核心發展城市，並透過「一市多店」策略，於核心城市開設多間百貨店。

以東北區為例，瀋陽作為其核心發展城市，除了瀋陽南京街店、瀋陽太原街店及瀋陽中華路店外，將於2011年在中街商圈開設瀋陽新世界百貨—津橋路店(「瀋陽津橋路店」)，概約樓面面積為32,500平方米。另外，北京作為華北區核心發展城市，繼開設北京店、北京彩旋店及北京利瑩店後，將於2010年增設北京首家俱樂部式女子時尚百貨—北京時尚新世界百貨(「北京時尚店」)。「一市多店」策略能增加市場份額，錯位經營之餘，更可聯合市內各分店舉辦聯動活動，盡享規模效益，發揮協同效應。

本集團亦透過「幅射城市」策略從核心城市幅射擴展至其他周邊城市，以減低進駐新市場的風險。將於2011年開業，位於鄭州市的鄭州新世界百貨(「鄭州店」)便是從華中區核心發展城市—武漢幅射拓展的周邊城市，新店概約樓面面積為34,500平方米。此外，華東區的上海作為核心發展城市，除在上海設有7家分店外，亦先後幅射拓展至周邊城市包括無錫、南京、寧波及台州，構建成以無錫、寧波、南京等長三角地區圍繞上海作為中心的龐大連鎖行銷網絡，進佔華東長三角各主要城市之百貨業重要商圈，形成長三角版圖佈局，有效進行資源整合。

原店擴充維持優勢 積極物色收購良機

除開設自有店外，本集團亦透過在原店進行擴充來維持競爭優勢，哈爾濱店擴建面積於2009年5月開始陸續啟用。同時本集團也會積極尋找可收購之優勢項目，以利迅速進入具潛力的新市場。本集團亦會考慮收購具潛力的現有管理店，本年度便向母公司分別收購昆明店及寧波匯美店的經營權。

合適時機增加管理店

除了開設自有店，擴充原店及收購項目外，本集團亦會在合適時機增加管理店，以維持穩定的管理費收入。

僱員、薪酬政策及退休金計劃

於2009年6月30日，本集團總僱員數目為3,768名(2008年：3,893名)。本集團確保所有級別的僱員的薪金水平與市場水平相若，且會按本集團的薪金及獎勵制度向僱員發放按表現相關基準的獎金。

本集團按照法規，向員工相關計劃或基金作出供款，如退休金計劃、醫療保險、失業援助金、工傷保險及生育保險。該等安排乃符合有關法例及法規。

購買、出售或贖回上市證券

年內，本公司並無贖回其任何上市證券，而本公司及其任何附屬公司均無購買或出售本公司之任何上市證券。

企業管治守則常規

本公司於截至2009年6月30日止年度內，一直遵守聯交所證券上市規則(「上市規則」)附錄14所載之企業管治常規守則之所有適用守則條文。

董事進行證券交易的標準守則

本公司已採納上市規則附錄10所載上市發行人董事進行證券交易的標準守則(「標準守則」)作為其董事進行證券交易的守則。經向個別董事作出具體查詢，彼等均已確認於截至2009年6月30日止年度內一直遵守標準守則及由本公司所採納有關董事進行證券交易的守則所載列之準則。

審核委員會

本公司已根據上市規則之規定成立審核委員會(「審核委員會」)，以審閱及監督本集團之財務匯報程序及內部監控。審核委員會由四名獨立非執行董事組成。審核委員會已審閱內部監控系統及截至2009年6月30日止之財務報表，並與管理層討論財務相關事宜。

暫停辦理股東登記

本公司將於2009年12月3日(星期四)至2009年12月8日(星期二)(包括首尾兩天)暫停辦理股東登記，期間將不會辦理任何本公司股份過戶登記手續。為確定享有建議末期股息的權利，所有過戶文件連同有關股票及已填妥之過戶表格須於2009年12月2日(星期三)下午4時30分前一併送達本公司之香港股份過戶登記分處—卓佳證券登記有限公司，地址為香港灣仔皇后大道東28號金鐘匯中心26樓，辦理登記手續。

代表董事會
主席兼非執行董事
鄭家純博士

香港，2009年10月6日

於本公告日期，非執行董事為鄭家純博士及歐德昌先生；執行董事為鄭志剛先生、張輝熱先生、林財添先生、黃國勤先生及顏文英小姐；而獨立非執行董事為張英潮先生、陳耀棠先生、湯鏗燦先生及余振輝先生。