



New World Department Store China Limited 新世界百貨中國有限公司

(於開曼群島註冊成立的有限公司)

(股份代號：0825)

全年業績公佈2006/2007

全年業績摘要

同店銷售⁽¹⁾ (「同店銷售」) 維持16.5%的強勁增長。

收益比去年749.9百萬港元增長31.0%至982.2百萬港元。

經營利潤比去年171.9百萬港元增長105.9%至353.9百萬港元。

年度利潤比去年157.9百萬港元增長91.8%至302.8百萬港元。

⁽¹⁾ 同店銷售增長指經營超過三年的百貨店。

截至2007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」)董事會欣然宣佈，本公司及其附屬公司(統稱「本集團」)截至2007年6月30日止年度的經審核綜合業績如下：

綜合收益表

	附註	2007年 千港元	2006年 千港元
收益	3	982,161	749,861
其他收入	4	97,051	81,825
購買存貨及存貨變動		(85,272)	(65,023)
僱員福利開支		(147,393)	(128,833)
折舊及攤銷		(97,456)	(81,393)
經營租賃租金開支		(267,675)	(234,674)
其他經營開支	5	(185,489)	(149,816)
出售附屬公司收益		57,984	—
經營利潤		353,911	171,947
融資收入	6	2,186	10,677
除所得稅前利潤		356,097	182,624
所得稅支出	7	(53,332)	(24,686)
年度利潤		302,765	157,938
本公司權益持有人應佔		302,765	157,938
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	8	4.97	2.59
— 攤薄	8	不適用	不適用

綜合資產負債表

	附註	2007年 千港元	2006年 千港元
非流動資產			
物業、廠房及設備		563,723	568,124
土地使用權		168,449	170,566
長期預付租金及租金按金		43,989	49,579
遞延稅項資產		24,658	20,850
		<u>800,819</u>	<u>809,119</u>
流動資產			
存貨，按可變現淨值		29,705	15,712
應收賬款	10	19,192	8,041
預付款項、按金及其他應收款項		143,978	291,594
應收同系附屬公司款項		96,750	10,097
現金及現金等值物		967,534	488,730
		<u>1,257,159</u>	<u>814,174</u>
總資產		<u>2,057,978</u>	<u>1,623,293</u>
權益			
股本		6,095	6,095
儲備		851,134	182,354
		<u>857,229</u>	<u>188,449</u>
負債			
非流動負債			
應計款項		163,229	120,258
遞延稅項負債		10,577	17,784
		<u>173,806</u>	<u>138,042</u>
流動負債			
應付賬款及應計款項	11	949,564	806,095
應付稅項		39,011	21,281
應付同系附屬公司款項		38,368	47,974
應付最終控股公司款項		—	397,683
應付一間有關連公司款項		—	23,769
		<u>1,026,943</u>	<u>1,296,802</u>
總負債		<u>1,200,749</u>	<u>1,434,844</u>
總權益及負債		<u>2,057,978</u>	<u>1,623,293</u>
流動資產／(負債)淨值		<u>230,216</u>	<u>(482,628)</u>
總資產減流動負債		<u>1,031,035</u>	<u>326,491</u>

附註

1 一般資料及集團重組

1.1 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 Century Yard, 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。

除另有列明外，該等綜合財務報表以千港元(「千港元」)列值。綜合財務報表於2007年10月10日經董事會批准刊發。

1.2 集團重組

為籌備本公司股份於聯交所首次公開發售，本集團進行集團重組(「重組」)。根據2007年6月7日的協議，本公司透過換股收購新世界百貨(集團)有限公司全部已發行股本，並成為本集團旗下各公司的控股公司。按照重組，本集團於2007年1月1日按代價2元人民幣向本集團關連公司 Solar Leader Limited 出售兩間附屬公司，即寧波新世界滙美百貨有限公司(「寧波滙美店」)及雲南新世界百貨有限公司(「昆明店」)。

該等綜合財務報表乃應用香港會計師公會頒佈的香港會計指引第5號「共同控制合併的合併會計法」所規定的合併會計法原則編製及呈報本集團業績，猶如本集團重組後的集團架構於全年一直存在。截至2006年6月30日止年度的比較數字亦按相同基準呈列。

2 編製基準

本集團綜合財務報表乃根據香港會計師公會頒佈的香港財務報告準則編製。綜合財務報表已按照歷史成本法編製。

已頒佈並於2007年生效的新準則及修訂以及詮釋：

- (i) 香港會計準則第39號及香港財務報告準則第4號修訂，修訂「財務擔保合約」，(自2006年1月1日或之後開始的年度期間生效)。該修訂規定已發行的財務擔保，機構過往已確認為保險合約者除外，初步按公平值確認，隨後按結算日的(i)已收及延期的相關費用未攤銷結餘，及(ii)結清承擔所需開支中較高者計量。採納該修訂對該等綜合財務報表並無重大影響。
- (ii) 香港會計準則第21號修訂，「於海外業務之淨投資」，(自2006年1月1日或之後開始的年度期間生效)。該修訂批准以各種貨幣為單位的公司間貸款入賬列為於海外業務淨投資的一部分，而任何相關滙兌差異於綜合財務報表列為權益。以前，該等貸款須以其中一名交易方之功能貨幣呈列。採納該修訂對本集團財務報表並無重大影響。
- (iii) 香港(國際財務報告詮釋委員會) — 詮釋第4號，「釐定安排是否包含租賃」，(自2006年1月1日或之後開始的年度期間生效)。該詮釋規定釐定安排是否包含租賃須基於安排的性質。該詮釋規定評估(i)達成安排是否視乎個別資產或資產(「資產」)的用途；及(ii)安排是否轉讓使用資產的權利。採納該詮釋對本集團財務報表並無重大影響。
- (iv) 香港(國際財務報告詮釋委員會) — 詮釋第9號，「重新評估嵌入式衍生工具」，(自2006年6月1日或之後開始的年度期間生效)。該詮釋規定企業評估嵌入式衍生工具是否須與主合約分開呈列，及企業首次成為合約一方時是否須將有關工具入賬列為衍生工具。除非合約條款有重大修訂而使現金流量有重大改變以致須重新評估，否則禁止隨後重新評估。採納該詮釋對本集團財務報表並無重大影響。

3 收益及分部資料

收益包括專櫃銷售佣金收入、貨品銷售—自營銷售及管理費。

	2007年 千港元	2006年 千港元
專櫃銷售佣金收入	759,124	618,723
貨品銷售—自營銷售	116,591	86,698
管理費	106,446	44,440
	<u>982,161</u>	<u>749,861</u>

專櫃銷售收入分析如下：

	2007年 千港元	2006年 千港元
專櫃銷售總收益	<u>3,576,915</u>	<u>2,875,476</u>
專櫃銷售佣金收入	<u>759,124</u>	<u>618,723</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。

由於本集團絕大部分收益、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

	2007年 千港元	2006年 千港元
租金收入	64,724	56,881
其他佣金收入	3,139	4,465
政府補助金	6,039	3,930
銀行存款利息收入	11,851	5,823
加盟費	3,830	4,684
雜項收入	7,468	6,042
	<u>97,051</u>	<u>81,825</u>

5 其他經營開支

	2007年 千港元	2006年 千港元
宣傳、廣告及相關費用	48,497	42,073
核數師酬金	4,252	2,050
出售物業、廠房及設備虧損	113	1,278
水電	78,600	64,906
其他	54,027	39,509
	<u>185,489</u>	<u>149,816</u>

6 融資收入

	2007年 千港元	2006年 千港元
銀行手續費	(415)	(320)
外匯滙兌收益淨額	<u>2,601</u>	<u>10,997</u>
	<u>2,186</u>	<u>10,677</u>

7 所得稅支出

於綜合收益表扣除的稅項金額指：

	2007年 千港元	2006年 千港元
本公司及附屬公司 即期所得稅		
— 香港利得稅	998	—
— 中國內地稅項	63,261	38,315
過往年度超額撥備	(297)	(5,905)
遞延所得稅	<u>(10,630)</u>	<u>(7,724)</u>
	<u>53,332</u>	<u>24,686</u>

8 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。釐定已發行普通股加權平均數時，總計60,946,000股普通股視作由2005年7月1日起經已發行。

	2007年	2006年
本公司權益持有人應佔利潤(千港元)	<u>302,765</u>	<u>157,938</u>
已發行普通股加權平均數(以千股計)	<u>60,946</u>	<u>60,946</u>
每股基本盈利(每股港元)	<u>4.97</u>	<u>2.59</u>

(b) 攤薄

每股攤薄盈利假設具潛在攤薄影響的普通股悉數獲轉換而調整未轉換普通股加權平均數計算。

截至2006年及2007年6月30日止年度，並無具潛在攤薄影響的未轉換普通股。

9 股息

本公司於年內並無支付或宣派股息(2006年：無)。

10 應收賬款

本集團一般授出為期不多於30天的信貸期。於2007年6月30日，所有以人民幣計值的應收賬款按發票日期計算的信貸期介乎0至30天(2006年：介乎0至30天)。應收賬款的賬面值與其公平值相若。

11 應付賬款

本集團一般獲授為期60天至90天的信貸期。以人民幣計值的應付賬款按發票日期的賬齡分析如下：

	本集團	
	2007年 千港元	2006年 千港元
為期		
0 – 30天	235,274	187,322
31天 – 60天	253,177	200,638
61天 – 90天	59,392	69,096
90天以上	116,015	112,539
	<u>663,858</u>	<u>569,595</u>

應付賬款的賬面值與其公平值相若。

業務回顧

本集團的收益由2006財政年度(或「去年」)的749.9百萬港元上升31.0%至2007財政年度(或「本年」)的982.2百萬港元。年度利潤由2006財政年度的157.9百萬港元增加91.8%至2007財政年度的302.8百萬港元。

業務回顧 — 六個營運區

東北區

實力雄厚，潛力無限

回顧期內，在國家中央政府制定振興東北計劃後，東北區經濟發展更加蓬勃，各大省會及主要城市在商貿、金融、科技、資訊、文化等各方面均快速發展，服務業及百貨零售業亦增長顯著。

隨著人們收入提高，人們對售前及售後服務質素之要求也大為提升，呈現出著重個性化消費的模式。故此，良好的企業管理、商品安全及品牌形象之重要性日益提高。

區內的市場消費品零售價上升，商人、白領、專業人士、家庭主婦等為主要的消費群體。

籌備開店，密鑼緊鼓

回顧年內，本集團於東北區無新店開業。目前正在籌備遼寧省鞍山店，預計於2007年10月開業。

因應季節及顧客需求變化，擴闊並優化品牌

隨著區內各城市經濟的迅速發展，市場對高消費品的需求急速上升，各分店根據市場競爭情況，適時進行合理的商品結構策略性業務改革，使其更具有針對性，更加貼近消費需求。

根據東北區氣候變化大的特殊地域因素，各分店充分利用現有之策劃能力和品牌資源，因應市場和客源需求，由既定的中高檔偏高拓寬至中高檔之市場定位，致力擴增不同領域的消費客層，開發不同商品組合和品類配套。

哈爾濱新世界百貨商場店重點調整國際知名品牌及男女裝服飾。大連新世界百貨店(「大連店」)品牌組合以國內流行的一線品牌為主，二線品牌為輔。

瀋陽新世界百貨 — 南京街店與去年相比，專櫃調整較為多，著重優化國際名牌商品組合，全面提升品牌檔次。

瀋陽新世界百貨 — 太原街店積極引進獨有知名品牌，進一步降低市場相同品牌重疊率。瀋陽新世界百貨 — 中華路店亦在業務改革中，對商品進行重新組合。

華中區

把握中部發展契機

隨著生活模式、品味和觀念的轉變，消費市場的需求出現變化，消費者傾向追求更高層次的享受。因此，中部城市吸引了眾多國內外各大零售商之投資，百貨業充滿巨大發展潛力。

時尚新店顯新姿

回顧期內，本集團在華中區開設了一家新自有店(武漢新世界百貨 — 橋口店(「武漢橋口分店」))及新管理一家百貨店(長沙新世界時尚廣場(「長沙時尚廣場」))。武漢橋口分店於2006年9月開業，市場定位為中高檔偏高。

主要經營頂級國際品牌服飾、化妝品、珠寶、名錶、眼鏡、流行及運動服飾、男女鞋履、手袋、配飾、童裝及家居用品等。店內的步行街營造歐陸式時尚氛圍，整座商場洋溢時代動感，是集購物、餐飲和娛樂於一身的休閒文化中心。

長沙時尚廣場亦於2006年9月開業，位於長沙市最繁華的黃金地段，交通便捷，市場定位為中高檔，以25歲至45歲的消費者為目標客戶群。該店總樓面面積約35,000平方米，地下一層為潮流時尚館，地上六層分別為國際名品館、時尚女裝館、優雅女裝館、紳士服飾館、運動休閒館和繽紛生活館。消費者盡情享受購物樂趣之際，可享用店內一系列完備舒適的休閒娛樂配套服務。

一市多店，滙聚中外名牌

回顧期內，本集團分店推行完善市場策略，以進一步加強市場定位及企業形象。五家分店均以經營服飾類商品為主，但回顧期內，各店服飾相關類及非服飾類商品之銷售表現，如化妝品和手錶等均較去年同期有不同程度之提升。

而其中四家店(武漢新世界百貨商場(「武漢店」)、武漢新世界百貨 — 武昌店、武漢橋口分店及長沙時尚廣場)的市場定位為中高檔綜合百貨，經營優勢在於國際知名品牌及眾多獨有品牌集中。

此外，自營品牌有較顯著的發展，尤以各店的奧運專櫃及武漢店的化妝品銷售表現卓越。

本集團於華中區內充分利用一市多店的資源優勢，聯手招商，為產品供應商提供更廣闊的合作空間，更好地維持及提升市場佔有率。

例如位於不同商業區的三間武漢分店同屬中高檔定位，品牌重疊率高，不但滿足了供應商的發展需要，亦強化了各分店的經營優勢。

華東區

充分利用東部優勢

華東地區是中國內地經濟最富庶的區域，資金及資源利用率最高，旅遊資源也最豐富。全國鐵路於2007年4月18日正式實施第六次大面積提速，華東區乃最主要的受益地區，縮短了往來各大城市的行程時間，為進一步開拓區內旅遊業及零售業帶來了契機。

嶄新面貌新方向

廈門新世界百貨（「廈門店」）於2006年9月初開業，位於嘉禾路富山商業區明發商業廣場，總樓面面積約20,000平方米，市場定位為中高檔服飾主題百貨，以中高收入的當地居民及來自閩南金三角的周末休閒人士為主要目標客戶群，年齡由25歲至50歲，以女性消費者為主。

廈門店充分利用其位置優勢和集團卓越的經營理念，不斷優化商品組合，鞏固及擴增國際品牌，增加非服飾類商品，逐步將服飾主題百貨調整至綜合百貨。

錯位經營，收最佳效益

無錫新世界百貨（「無錫店」）及兩家寧波店重點提升品牌定位，因應市場對高消費品之需求，調整及優化各類商品組合，新引入國際知名品牌及增加高檔獨家品牌，並分別對部分商品區重新裝修或改造設計，以改善購物環境，提高百貨店形象。

回顧期內，無錫店的國際知名品牌、化妝品及高檔女裝銷售增長顯著，韓裝品牌及銷售在無錫市場亦佔主要地位。

同樣，寧波新世界百貨的國際知名品牌、珠寶首飾、精品男裝、男鞋及皮包、高檔女裝及女鞋等之銷售亦顯著增長。寧波滙美店則擴大精品規模及珠寶區。

廈門店根據近一年的實際經營狀況及市場調查研究，優化店內的商品組合，增加化妝品、床上用品、兒童服飾及運動休閒服飾，引進了多種著名的品牌。

本集團於華東區成功實行了錯位經營的業務策略，針對不同消費市場，有效推動整體銷售業績增長。

華北區

迎接2008年北京奧運，商機蓬勃

華北區乃中國政治、文化及商貿重心，人口集中，各大城市發展迅速。回顧期內，市民生活環境及質素進一步改善，消費市場規模及消費品種持續擴大，新興的消費市場活力充沛。

由於愈來愈多消費者深受促銷活動影響而改變消費模式和習慣，各大零售商紛紛針對市場之高消費品、新穎產品及打折產品的需求各出奇謀，務求透過廣告宣傳及促銷活動有效推廣商品。

適逢2008年北京奧運會舉辦在即，北京市內及周邊地區的基建、交通網絡、旅遊配套設施等多方面均在快速完善，吸引了眾多大型投資項目。

嶄新面貌，引領時尚

北京新世界彩旋百貨店(「北京彩旋百貨」)於2007年3月開業，坐落於東長安街北側的商業核心區萬達廣場，毗鄰地鐵、長途汽車換乘站，交通十分便利，是北京最繁華的商業中心之一。

提升商品檔次，改善購物環境

回顧期內，華北區共有一家自有店(天津新世界百貨(「天津店」))及三家管理店(北京新世界商場(「北京商場」)、北京彩旋百貨及蘭州新世界百貨店)。坐擁優越的地理位置及完善的交通網絡，是三家分店的經營優勢。

回顧期內，各分店先後成功進行了業務改革，引進眾多為人熟悉及信賴的中外知名品牌，從而使品牌組合更具競爭力，令業績較以前大幅提升。

北京商場通過中空填平、天花及地面改造等工程，使商場設計更臻完美，購物環境更為舒適，商場整體氛圍獲得提升。

天津店引進了近300個新品牌，擴大了品類規模並提升了商品檔次。除此之外，還擴大了運動服飾類及非服務種類商品的營業面積，以鞏固具有優勢之商品類業績，帶動營業額上升，成功地令該店成為多元化、全方位的綜合性時尚生活廣場。

上海市

國際都會，天時地利人和

上海是全國最富裕的現代大都市之一。回顧期內，國民經濟增長平穩，地方財政收入上升，全市生產總值連續15年保持兩位數字的高速增長。有賴全面的民生保障政策，上海居民消費價格水平上漲，消費指數屢破紀錄，以信用卡購物消費逐漸普及並成為人們的消費習慣。社會消費品零售價格上揚，增幅更創1998年以來的新高。

市內積極推動高增值服務行業之發展，在基建、金融、物流、信息服務、旅遊、會議展覽等多方面現代產業加快發展步伐，成績驕人。2010年世界博覽會及其他大型項目，使全市固定資產投資率持續增長。

最新中外品牌，精彩呈獻

回顧期內，本集團於2006年12月開始管理的香港新世界百貨—上海巴黎春天五角店（「上海五角場分店」），市場定位為中檔，總樓面面積約44,000平方米，是上海區內面積最大的綜合型百貨店。分店共有七層，主要經營男女時裝、化妝品、珠寶、配飾、傢俱、休閒用品、童裝、鞋、運動服及用品等。

上海五角場分店店內首設面積寬敞的品牌旗艦店，為顧客呈獻最新的中外時尚款式及設計，提供豐富的知名品牌選擇，並有多種顧客服務配套設施，包括顧客休息處、貴賓休息室、嬰兒及小孩休息處等，令消費體驗更臻完美。

經營策略推陳出新，致力成為消費熱點

回顧期內，各分店通過各種策略，包括提升樓面面積生產力、擴大經營面積、引入特色商品及調整商品組合等，使區內業務維持增長，為顧客提供更多別具特色的消費體驗。

香港新世界百貨—上海淮海店轉換了運動服飾及用品部門的經營模式，有效提升銷售佣金收益率；香港新世界百貨—上海新寧店結束了超市部門，將營業面積轉作百貨經營用途，使面積生產力大大提高；香港新世界百貨—上海虹口店擴充其中一層的經營面積，完成法律手續及進行重新裝修，並於2007年8月投入使用。

於香港新世界百貨—上海七寶店及上海五角場分店首先引進了日本生活用品店「均一10元店」商品，經營品種豐富，達3000種，品種數量處上海市內領先水平。推出後即廣受消費者歡迎，現已計劃於區內合適的分店推廣。

西南區

得天獨厚，西南區發展迅速

回顧期內，西南區的內陸大城市發展方向明確，中央政府及市政府致力吸引外來投資，實現西部大開發的經濟扶持政策。區內各大城市由依賴傳統產業，遂漸向高增值行業轉型，電子信息、生物製藥等高等技術產業方興未艾。

區內人們的生活環境及質素得到顯著改善，消費模式因而轉變，對前衛、時尚的高消費品之需求大增。

時尚新店，凝聚潮流

重慶新世界百貨店（「重慶店」）於2006年9月進駐江北商業區最核心地帶，全館共六層，總樓面面積約為42,000平方米，主要目標客戶群為日益提升的北部新城都市新貴及中產階級，以國際知名品牌、男女時尚服飾為基礎，結合家庭用品、兒童服裝、美食廣場及其他服務配套設施，乃一站式的都市綜合百貨店。

成都新世界百貨店(「成都店」)於2006年12月開業，位於成都市鹽市口商業區與春熙路步行街商業區交界處的中環廣場，共有五層，總樓面面積約為29,500平方米，市場定位為中檔路線，以經營服飾、皮具、男女鞋、配飾、化妝品、珠寶、手表等商品為主，滙集購物、休閒、餐飲為一體，囊括了各式各樣的時尚流行類知名品牌及受年輕人歡迎的品牌，並配備國際連鎖快餐店、日韓料理、川菜小吃、西式餐點為一體的服務設施。

優化品牌，洋溢青春活力

本集團於西南區共有三家管理店，分別是重慶店、成都店和昆明店。三家分店盡佔繁華商務區及交通樞紐之地利，毗鄰大型購物中心、商業步行街、酒店、高級商業大樓及休閒廣場，人流如織。

區內各店於回顧期內著重增加知名品牌的數量，有效推行業務改革。針對市場對年輕時尚流行服飾、休閒用品及高檔消費品的熱切需求，對品牌組合作出有利整體銷售之調整。

重慶店進一步強化在男裝商品類別的優勢，結合市場需要及發展趨勢，增加了男仕休閒商品之比例，同時引進新興時尚女裝，大大提升了重慶店商品組合的吸引力，鞋類業績方面於江北商業區內表現極為突出。

成都店根據周邊商業區的特色，重點打造特賣場銷售，擴大休閒區域，著力引進市場熱銷少淑女裝品牌，成功突現青春時尚店之特色，令客流量及銷售額穩步上升。

回顧期內，昆明店則繼續擴大女鞋及珠寶的經營面積和品牌數量，重新裝修珠寶區域專櫃以提升形象，並調整各銷售樓層的商品組合佈局，更加方便顧客消費。

公司未來發展策略

十多年來，本集團一直致力經營中國百貨零售業務，以成為全國百貨連鎖店之領導者為企業目標。針對中國零售市場的消費模式和發展趨勢，本集團制定了長遠而完備的發展策略及方針：

盡佔各大城市黃金地段之地利

本集團的百貨店均位於經濟發達、人口眾多而交通網絡四通八達的大、中城市，並座落於人流量多的黃金地段。

上海浦建路新店、遼寧省鞍山市新店、武漢徐東新店及北京利瑩新店，將分別計劃於2007年9月、2007年10月、2007年12月及2008奧運年年底隆重開業。

此外，我們正積極於其他具潛力發展百貨業務的城市開設新店，例如南京、西安、鄭州及太原等地。

把握收購具潛力百貨店及開設新店之良機

本集團未來的業務發展將採取最符合經濟效益的途徑獲取新的百貨店項目。我們會考慮收購現有的管理店及收購符合本集團要求的商業物業或經營中的百貨店，亦會考慮與政府或開發商洽購土地或商業裙房的擁有權，然後按本集團要求建造百貨店。

此外，我們會繼續選擇合適的物業租賃經營百貨店，並爭取擁有優先續租權和優先購買權。

實行高效率、高透明度及促進業務增長之經營模式

為使本集團能從競爭日益激烈的零售市場脫穎而出，並維持市場優勢地位，我們將會於專櫃銷售、自營銷售及管理顧問服務三方面採取一系列高效率、高透明度及促進業務增長的經營模式及策略。

例如強化自營銷售商品，以提高利潤結構及豐富商品組合，維持較同業更優勢的毛利率；增加化妝品類之銷售比例，使銷售商品組合更能迎合市場需求，快速提升營業額。繼續鞏固與忠誠消費者的關係，更普及地推行VIP活動計劃，令其內涵更豐富。

快速擴展新店，以自有店及管理店雙頭並進；優化品牌組合，以提升下單率及客單價。

依靠經驗豐富之管理團隊經營及拓展業務

未來，我們的管理團隊將更加大力培養本地的中高層管理人員、重點注重中階管理人員的培訓，以及根據區域未來發展需要制定管理團隊的培訓規劃。我們深信，通過周詳規劃，公司將會一如以往培養出具豐富經驗的管理團隊，拓展及經營全國多個地區的百貨分店。

充分利用高效率之資訊管理系統

在本年度，本集團成功開發了圖示分析系統，大大提高了公司總部對分店經營的管理及調控能力。未來，我們將繼續增強電腦網路性能，提升分店與總部之資料傳送效率，使總部能在更短時間內掌握分店的營運狀態。

我們亦會加強財務管理系統，增強財務分析能力，以便更好地對各類型新專案進行投資回本分析，加強對新投資專案的評估能力。

另外，會有效運用公司資源，進一步加強對VIP客戶的消費習慣與分店客流分析，以滿足顧客的需要。

著重人才培訓

本集團按照文化之道、服務之道、日常營運之道及領導之道四大類別，發展公司現有的員工培訓課程體系，從而持續提升員工素質。我們成立了新世界百貨管理學院，與上海交通大學聯合提供專門課程。我們並定期舉辦海外行業考察和各類別公司發展策略研討會，為公司中、高級管理人員開拓視野。

此外，以新世界百貨「理想、使命、信念」為核心，有效傳承及推廣新世界百貨文化，以「新百核心才幹能力模型」為基礎，有效開發骨幹人才員工職業生涯規劃。

財務回顧

收益

本集團的收益由2006財政年度的749.9百萬港元上升31.0%至2007財政年度的982.2百萬港元。增長主要由於所有收益來源均表現出色，包括專櫃銷售佣金收入、自營銷售額及管理顧問費，較去年分別錄得22.7%、34.5%及139.6%之增長。

於2007財政年度的銷售總收益(包括專櫃銷售佣金收入及自營貨品銷售額)為3,693.5百萬港元，較去年的2,962.2百萬港元增長了24.7%。雖然本年度出售了三間百貨店，銷售總收益仍錄得增長，主要原因為：第一、經營三年以上的分店之同店銷售增長強勁，約16.5%；第二、確認去年開業的若干百貨店於一整年期間經營帶來的銷售總收益；第三、於本回顧年度新開業的若干百貨店帶來的銷售總收益。2007財政年度佣金收入率為21.2%，略低於去年的21.5%。於2007財政年度內，女士服裝及配飾佔銷售總收益約為57.5%，男士服裝及配飾約佔31.5%，其餘銷售總收益為童裝、運動裝、手錶、精品及文具。

管理顧問費於2007財政年度增長了139.6%至106.4百萬港元，主要來自若干新開管理店，包括長沙時尚廣場、成都店、重慶店、上海五角場分店及北京彩旋百貨開業，於2007財政年度成為管理店的大連店、昆明店及寧波滙美店亦對管理顧問費的增長有貢獻。

其他收入

本集團的其他收入由去年的81.8百萬港元增加了18.7%或15.3百萬港元至2007財政年度的97.1百萬港元。此增長乃主要由於本年度租金收入增加了7.8百萬港元或13.7%，以及銀行存款的利息收入增加了6.0百萬港元或103.5%。於租金收入及利息收入兩方面的增長有賴於中國內地蓬勃的零售市場及本集團的營運表現。

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。為配合自營貨品銷售的增長，購買存貨及存貨變動由去年的65.0百萬港元增加了31.2%至2007財政年度的85.3百萬港元。毛利潤率佔自營貨品銷售的百分比，由去年的25.0%增加了1.8%至2007財政年度的26.8%，增長主因乃由於本集團於商品組合策略改變包括轉向較高邊際利潤商品。

僱員福利開支

僱員福利開支由2006財政年度的128.8百萬港元增加了14.4%至2007財政年度的147.4百萬港元。此增長主要由於確認在去年開業的若干百貨店一整年期間以及於本回顧年度新開業的百貨店而導致工資、薪酬和其他僱員福利增加。於2007財政年度僱員福利開支佔收益減少了2.2%，主要歸因於經營效率的改善。

折舊及攤銷

折舊及攤銷開支由2006財政年度的81.4百萬港元增加了19.8%至2007財政年度的97.5百萬港元。此增長主要由於確認去年開業的若干百貨店一整年經營及於本回顧年度新開業

百貨店帶來的折舊及攤銷影響。於2007財政年度折舊及攤銷佔收益之百分比減少了1.0%，主要由於收益之強勢表現。

經營租賃租金開支

經營租賃租金開支由2006財政年度的234.7百萬港元增加了14.1%至2007財政年度的267.7百萬港元。此增長主要由於確認於去年開業的若干百貨店一整年經營及於本回顧年度新開業百貨店的影響。於2007財政年度經營租賃租金開支佔收益的百分比減少了4.0%，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2006財政年度的149.8百萬港元增加了23.8%至2007財政年度的185.5百萬港元。此增加乃主要由於本年度新開業百貨店、確認若干百貨店於一整年期間經營的影響令水電費用增加了13.7百萬港元，及促銷、廣告宣傳及相關開支增加了6.4百萬港元。其他經營開支於2007財政年度佔收益之百分比下降了1.1%。

出售附屬公司收益

出售附屬公司所得58.0百萬港元之收益，主要來自於2006年7月1日出售大連店所得的31.9百萬港元收益，其餘主要為於2007年1月1日出售昆明店及寧波滙美店予本集團關連公司 Solar Leader Limited 所得的26.1百萬港元收益。

經營利潤

經營利潤(包括出售附屬公司收益)於2007財政年度佔收益之百分比增加了13.1%，達36.0%。經營利潤(不包括出售附屬公司收益)於2007財政年度佔收益之百分比增加了7.2%，至30.1%，主要原因是由於收益的強勢增長及開支佔收益百分比較低所致。

融資收入

融資收入減少了8.5百萬港元，主要由於外匯換算淨收益減少。換算收益減少主要由於應付新世界發展有限公司(「新世界發展」)以港元計值的款項的會計處理方法所致。根據與新世界發展於2006年12月28日達成的協議，共397.7百萬港元已於2007財政年度內撥充資本。

所得稅支出

所得稅支出由2006財政年度的24.7百萬港元增加了115.8%至2007財政年度的53.3百萬港元，主要由於除所得稅前利潤增長了95.0%或173.5百萬港元達至同年的356.1百萬港元。於2007財政年度的所得稅支出佔除所得稅前利潤為15.0%，較去年的13.5%略高。

年度利潤

基於上述原因，年度利潤由2006財政年度的157.9百萬港元增加91.8%至2007財政年度的302.8百萬港元。淨利潤率(不包括出售附屬公司收益)由去年的21.1%增至2007財政年度的24.9%。

流動資金及財務資源

本集團的現金及現金等值物增長了478.8百萬港元達至於2007年6月30日的967.5百萬港元(2006年6月30日：488.7百萬港元)。此增長主要由於經營活動所帶來的現金淨額，而該現金淨額受到百貨店租賃物業裝修導致的現金流出量而所緩減。

本集團於2007年6月30日並無借貸。於2006年6月30日應付新世界發展的397.7百萬港元款項已根據2006年12月28日達成之協議撥充資本。

本集團於2007年6月30日的資本開支及資本承擔為105.2百萬港元，其中5.4百萬港元已訂約但未於資產負債中撥備。

本集團於2007年6月30日的經營租賃承擔為3,861.9百萬港元，其中2,742.6百萬港元為五年以上應付租賃開支。

資產抵押

於2007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2007年6月30日，本集團並無任何重大或然負債。

擔保

本集團就部分管理店若干租戶的租賃及物業管理責任向若干業主提供擔保。該等租戶為獨立第三方，所有該等已發出的擔保均已於2007年3月前解除。

出售附屬公司

於2006年7月1日，本集團將大連店100%的權益以人民幣1元向獨立第三方出售。於2007年1月1日，本集團將昆明店及寧波滙美店100%的權益向本集團關連公司Solar Leader Limited 出售，代價共為人民幣2元。根據本集團與該三間分店訂立的管理顧問合同，本集團繼續管理該三間分店並收取管理顧問費。

僱員及薪酬政策

於2007年6月30日，本集團總僱員數目約為3,198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表現獎金。

自本公司於2007年6月12日採納僱員購股權計劃起，本公司並無授出購股權。

本公司首次公開發售所得款項淨額的用途

本公司於2007年7月12日於聯交所上市。本公司發行新股的所得款項淨額(扣除悉數行使超額配股權後本集團就本公司於聯交所主板上市之包銷佣金及應付預計開支)將按本公司於2007年6月28日刊發的售股章程「未來計劃及所得款項用途」一節所載用於擬定用途。

購買、出售或贖回本公司股份

於截至2007年6月30日止年度，本公司並無贖回，而本公司及其附屬公司亦無買賣任何股份。

企業管治常規守則

由於本公司於2007年7月12日(「上市日期」)方在聯交所上市，本公司於截至2007年6月30日止年度毋須遵守聯交所證券上市規則(「上市規則」)附錄14所載的企業管治常規守則(「企業管治守則」)規定。然而，本公司已採納企業管治守則所載守則規定，並自上市日期起一直採用企業管治守則所載原則及遵守一切適用守則規定。

證券交易標準守則

本公司已採納上市規則附錄10所載上市公司董事進行證券交易的標準守則(「標準守則」)，作為董事進行證券交易的行為守則。經向全體董事作出具體查詢，彼等均已確認自上市日期起一直遵守標準守則所規定的準則。

關連交易及持續關連交易

於截至2007年6月30日止年度內，本公司並未上市，亦無進行上市規則規定的任何關連交易。然而，自上市日期起，本公司已遵守上市規則第14A章所載有關規定。

審核委員會

本公司於2007年6月12日成立審核委員會(「委員會」)並遵照企業管治守則制訂書面職權範圍。

委員會由本公司四名獨立非執行董事組成，包括張英潮先生、陳耀棠先生、湯鏗燦先生及余振輝先生。

委員會已審閱截至2007年6月30日止年度的綜合財務報表。

暫停辦理股東登記

本公司將於2007年11月22日至2007年11月26日(包括首尾兩日)暫停辦理股東登記，期間不會進行任何股份過戶登記。為確定可出席本公司將於2007年11月26日舉行之應屆股東週年大會的股東身份，所有過戶文件連同有關股票及已填妥之過戶表格須於2007年11月21日下午4時正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，2007年10月10日

於本公佈日期，本公司的非執行董事為鄭家純博士及歐德昌先生；而執行董事為張輝熱先生、林財添先生、黃國勤先生、鄭志剛先生及顏文英小姐；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。