

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，概不對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2009/2010

摘要

同店銷售⁽¹⁾ (「同店銷售」) 增長5.3%。

收益增長8.8%至1,872.9百萬港元。

經營利潤增長16.8%至811.5百萬港元。以可比較的基準計算，不計其他收益及銀行存款的利息收入，經營利潤增長9.2%。

年度利潤增長5.5%至577.6百萬港元。以可比較的基準計算，不計其他收益、相關的所得稅支出及銀行存款的利息收入，年度利潤增長8.4%。

每股盈利0.34港元。

建議末期股息每股0.07港元。

(1) 同店銷售增長指營運中百貨店的合計銷售總收益及租金收入於可比較年度內錄得之變動。

截至2010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2010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2010年6月30日止年度

	附註	2010年 千港元	2009年 千港元
收益	3	1,872,905	1,721,246
其他收入	4	72,718	112,939
其他收益，淨額	5	165,972	61,772
購買存貨及存貨變動		(296,166)	(209,275)
僱員福利開支		(239,617)	(252,971)
折舊及攤銷		(198,968)	(170,603)
經營租賃租金開支		(362,325)	(325,075)
其他經營開支，淨額	6	(203,012)	(243,001)
經營利潤		811,507	695,032
應佔聯營公司虧損		(203)	(2,066)
除所得稅前利潤		811,304	692,966
所得稅支出	7	(233,697)	(145,657)
年度利潤		577,607	547,309
本公司權益持有人應佔		577,607	547,309
股息	8	252,922	252,922
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	9	0.34	0.32

綜合全面收益表

截至2010年6月30日止年度

	2010年 千港元	2009年 千港元
年度利潤	577,607	547,309
可供出售財務資產公平值收益	2,043	32,085
滙兌差額	211	5,514
年度其他全面收入(已扣除稅項)	2,254	37,599
年度全面收入總額	579,861	584,908
本公司權益持有人應佔全面收入總額	579,861	584,908

截至2010年及2009年6月30日止年度並無有關其他全面收入組成部分的稅務影響。

綜合財務狀況表

於2010年6月30日

	附註	2010年 千港元	2009年 千港元
資產			
非流動資產			
物業、廠房及設備		1,579,406	1,225,977
土地使用權		858,711	764,928
商譽		228,710	172,435
於聯營公司的投資		–	203
其他非流動資產	10	206,640	386,830
長期預付租金及租金按金		153,266	99,595
可供出售財務資產		110,998	108,955
遞延所得稅資產		44,247	31,052
		<u>3,181,978</u>	<u>2,789,975</u>
流動資產			
存貨		78,501	53,448
應收賬款	11	19,612	14,354
預付款項、按金及其他應收款項		362,213	489,555
應收聯營公司款項		–	690
應收同系附屬公司款項		32,991	27,363
定期存款		1,272,033	737,529
現金及現金等值物		2,324,666	2,185,992
		<u>4,090,016</u>	<u>3,508,931</u>
總資產		<u>7,271,994</u>	<u>6,298,906</u>
權益			
股本		168,615	168,615
儲備		4,482,548	4,142,776
建議股息		118,030	118,030
		<u>4,769,193</u>	<u>4,429,421</u>
負債			
非流動負債			
應計款項及遞延收入		312,305	282,960
遞延所得稅負債		151,552	154,601
		<u>463,857</u>	<u>437,561</u>

綜合財務狀況表(續)

於2010年6月30日

	附註	2010年 千港元	2009年 千港元
流動負債			
應付賬款、應計款項及其他應付款項	12	1,934,855	1,377,040
應付同系附屬公司款項		19,551	6,432
應付稅項		84,538	48,452
		<u>2,038,944</u>	<u>1,431,924</u>
總負債		<u>2,502,801</u>	<u>1,869,485</u>
總權益及負債		<u>7,271,994</u>	<u>6,298,906</u>
流動資產淨值		<u>2,051,072</u>	<u>2,077,007</u>
總資產減流動負債		<u>5,233,050</u>	<u>4,866,982</u>

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。

除另有列明外，綜合財務報表以港元列值。綜合財務報表於2010年10月4日經董事會批准刊發。

2 編製基準

本公司的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，並經按可供出售財務資產的重估修訂。

財務報表的編製方式符合香港財務報告準則，須採用若干關鍵會計估計，而管理層於採用本集團會計政策時亦須作出判斷。涉及高度的判斷或高度複雜性的範疇，或涉及對綜合財務報表屬重大假設和估算的範疇。

截至2009年6月30日止年度，本集團已提前採納香港財務報告準則第3號(經修訂)「業務合併」及香港會計準則第27號(經修訂)「合併及獨立財務報表」，該等修訂預期適用於2009年7月1日或之後開始之會計期間。於本年度，本集團已採納下列於截至2010年6月30日止年度強制生效的新訂或經修訂準則、對現有準則的修訂及詮釋：

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1號及 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—改善有關金融工具的披露
香港財務報告準則第8號	經營分部
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	海外業務投資淨額的對沖
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	自客戶轉讓資產
香港財務報告準則修訂	改善香港財務報告準則

此外，截至2010年6月30日止年度，本集團已提前採納香港會計準則第32號修訂「金融工具：呈列—供股的分類」。

採納該等新訂或經修訂準則、對現有準則的修訂及詮釋並無對如何編製及呈列本期間及／或過往會計期間的業績產生任何重大影響，惟下列者除外：

香港會計準則第1號(經修訂)禁止在權益變動表中呈列收入及支出項目(即「非擁有人的權益變動」)，並規定「非擁有人的權益變動」必須與擁有人的權益變動分開呈列。所有「非擁有人的權益變動」須於業績報表呈列。實體可選擇在一份業績報表(全面收益表)或兩份報表(收益表及全面收益表)呈列。本集團選擇呈列兩份報表：收益表及全面收益表按該等經修訂披露規定編製。

香港財務報告準則第7號修訂增加公平值計量的披露規定及修訂流動資金風險的披露。該修訂引入金融工具公平值計量三級披露並規定須對最低級別工具作出若干特定量化披露。該等披露有助提升有關實體間公平值計量影響的可比性。此外，該修訂澄清及提高對流動資金風險披露的現有要求(主要要求對衍生及非衍生金融負債的流動資金風險作獨立分析)。該修訂亦規定倘需要資料了解流動資金風險的性質及背景，則須對金融資產進行到期日分析。本集團已於綜合財務報表作出額外相關披露。

香港財務報告準則第8號取代香港會計準則第14號「分部報告」。此準則要求採用管理層基準，即分部資料須按照與內部報告所採用的相同基準呈報。經營分部的呈報方式與向主要經營決策者提供內部報告的方式一致。主要經營決策者視為作出策略決定的董事會。

以下新訂或經修訂準則、對現有準則的修訂及詮釋須於2010年7月1日或以後開始的會計期間或較後期間強制生效，而本集團並無提前採納：

香港財務報告準則第1號修訂	首次採納的額外豁免
香港財務報告準則第1號修訂	首次採納就可比較的香港財務報告準則第7號披露的有限度豁免
香港財務報告準則第2號修訂	集團以股份為基礎的支付交易
香港財務報告準則第9號	金融工具
香港會計準則第24號(經修訂)	關連方披露
香港(國際財務報告詮釋委員會)－ 詮釋第14號修訂	預付最低提撥的規定
香港(國際財務報告詮釋委員會)－ 詮釋第19號	發行權益工具以清償負債
香港財務報告準則修訂	改善2009年及2010年香港財務報告準則

本集團現正評估該等新訂或經修訂準則、對現有準則的修訂及詮釋對其經營業績及財政狀況的影響。

3 收益及分部資料

主要經營決策者已被認定為董事會(「主要經營決策者」)。主要經營決策者檢討本集團的內部報告，以便評估表現及分配資源。管理層已根據該等報告釐定經營分部。

主要經營決策者認為本集團擁有一個經營及可呈報分部－經營及管理百貨店。所有收益均於中國內地產生，而本集團所有重大經營資產均位於中國內地。

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。

	2010年 千港元	2009年 千港元
專櫃銷售佣金收入	1,197,085	1,163,257
貨品銷售－自營銷售	397,419	273,588
管理費	154,247	184,409
租金收入	124,154	99,992
	<u>1,872,905</u>	<u>1,721,246</u>

專櫃銷售收入分析如下：

	2010年 千港元	2009年 千港元
專櫃銷售總收益	<u>6,156,659</u>	<u>5,720,890</u>
專櫃銷售佣金收入	<u>1,197,085</u>	<u>1,163,257</u>

4 其他收入

	2010年 千港元	2009年 千港元
銀行存款利息收入	37,606	76,662
政府補助金	10,754	12,239
可供出售財務資產股息收入	7,104	3,994
其他佣金收入	6,923	7,060
雜項收入	10,331	12,984
	<u>72,718</u>	<u>112,939</u>

5 其他收益，淨額

	2010年 千港元	2009年 千港元
出售物業、廠房及設備以及土地使用權收益／(虧損)	165,972	(321)
所收購淨資產的公平值超出收購附屬公司的成本	–	35,622
按公平值透過損益列賬的財務資產的公平值收益	–	16,716
出售附屬公司的收益	–	9,755
	<u>165,972</u>	<u>61,772</u>

6 其他經營開支，淨額

	2010年 千港元	2009年 千港元
水電	114,385	100,708
宣傳、廣告及相關費用	52,500	60,726
核數師酬金	3,950	3,499
以股份為基礎支付的款項	3,472	5,948
滙兌虧損淨額	1,841	7,604
呆帳(撥回)/撥備	(5,278)	23,953
其他	32,142	40,563
	<u>203,012</u>	<u>243,001</u>

7 所得稅支出

於綜合收益表扣除的稅項金額指：

	2010年 千港元	2009年 千港元
當期所得稅		
— 中國內地稅項	200,683	146,929
— 中國內地土地增值稅	35,867	—
過往年度撥備不足/(超額撥備)	936	(4,620)
遞延所得稅	(3,789)	3,348
	<u>233,697</u>	<u>145,657</u>

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2010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(2009年：無)。

本集團中國內地附屬公司須按25%的稅率(2009年：25%)繳納企業所得稅。

中國內地土地增值稅乃按土地增值以30%至60%的累進稅率計提。所謂土地增值，即物業銷售所得減可扣減開支，包括支付的土地使用權成本及相關營業稅。

8 股息

	2010年 千港元	2009年 千港元
已付中期股息每股0.08港元(2009年：0.08港元)	134,892	134,892
建議末期股息每股0.07港元(2009年：0.07港元)	118,030	118,030
	<u>252,922</u>	<u>252,922</u>

於2010年10月4日舉行的會議上，董事建議就截至2010年6月30日止年度派發末期股息每股0.07港元(2009年：0.07港元)。此項建議股息並未於截至2010年6月30日止年度的財務報表中確認為應付股息。

9 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。

	2010年	2009年
本公司權益持有人應佔利潤(千港元)	<u>577,607</u>	<u>547,309</u>
已發行普通股加權平均數(以千股計)	<u>1,686,145</u>	<u>1,686,145</u>
每股基本盈利(每股港元)	<u>0.34</u>	<u>0.32</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2009年及2010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。

10 其他非流動資產

結餘主要指下列交易：

- (i) 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。截至2010年6月30日止年度，本集團已就該收購作出分期付款約322,201,000港元(2009年：214,471,000港元)及支付直接成本約17,087,000港元(2009年：14,444,000港元)。於2010年4月交易完成後，樓宇及土地使用權的賬面值已轉撥至物業、廠房及設備及土地使用權。
- (ii) 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2010年6月30日，本集團已就該收購作出分期付款約194,473,000港元(2009年：145,748,000港元)及支付直接成本約12,167,000港元(2009年：12,167,000港元)。於2010年6月30日，本集團就該收購的物業、廠房及設備以及土地使用權的資本承擔為約130,359,000港元。

11 應收賬款

	2010年 千港元	2009年 千港元
應收賬款	19,612	38,307
減：應收賬款減值撥備	-	(23,953)
應收賬款—淨額	<u>19,612</u>	<u>14,354</u>

本集團根據發票日期，授出大多數為期30天以內的信貸期。

應收賬款的賬齡分析如下：

	2010年 千港元	2009年 千港元
為期		
0-30天	17,187	11,797
31-60天	1,501	965
61-90天	866	707
90天以上	58	24,838
	<u>19,612</u>	<u>38,307</u>

應收賬款的賬面值與其公平值相若，所有應收賬款以人民幣計值。

12 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。以人民幣計值的應付賬款按發票日期的賬齡分析如下：

	2010年 千港元	2009年 千港元
為期		
0-30天	440,938	350,772
31-60天	370,643	247,754
61-90天	93,480	64,048
90天以上	191,997	137,562
	<u>1,097,058</u>	<u>800,136</u>

應付賬款包括應付關連公司的交易款項18,935,000港元(2009年：12,707,000港元)，並為無抵押、免息及須於90天內償還。

應付賬款、應計款項及其他應付款項的賬面值與其公平值相若。

業務回顧

回顧年內，本集團的收益由2009財政年度(或「上年度」)的1,721.2百萬港元上升8.8%至2010財政年度(或「本年度」)的1,872.9百萬港元。年度利潤由上年度的547.3百萬港元增加5.5%至本年度的577.6百萬港元。

業務網絡

本年度本集團共有35家百貨店，概約總樓面面積為1,174,530平方米，概約經營樓面面積為904,900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25家為自有店，10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32.4%，其次為華東區和東北區，分別佔總收益的31.5%及20.7%。

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64.0%，自營銷售和管理費收入分別佔總收益的21.2%及8.2%，租金收入則佔總收益的6.6%。

百貨店發展

本集團在回顧年內於上海及北京開設了三家自有百貨店，包括：香港新世界百貨—上海巴黎春天寶山店(「上海寶山店」)、香港新世界百貨—上海巴黎春天成山店(「上海成山店」)及北京時尚新世界百貨(「北京時尚店」)。此外，瀋陽新世界百貨—太原街店(「瀋陽太原街店」)已於2010年4月起終止成為本集團的自有店。

故截至2010年6月30日，本集團概約總樓面面積為1,174,530平方米，較上年度增加了10.44%。

營運區域

東北區

回顧年內，東北區收入佔本集團總收益20.7%。本集團在東北區內共有四家自有店：哈爾濱新世界百貨(「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—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」)。

自2009年9月開始，東北區率先以「時尚」及「生活」的新概念經營。瀋陽南京街店為第一家改革成「時尚館」的分店，以國際及時尚名品為賣點，在擁有受消費者歡迎的品牌基礎上，進一步引入獨有品牌，並致力走差異化經營路線，突出其強勢的名品區以及VIP服務。瀋陽中華路店則為「一站式購物生活館」，店內生活配套設施面積大幅增加，滿足消費者的生活需要，與同在太原街商圈之瀋陽南京街店錯位經營。哈爾濱店則定位為「生活館」，正逐步革新為男女老幼皆宜的一站式購物百貨。此外，鞍山店和大連店均定位為「時尚館」，將開始籌備分店革新。

促銷活動豐富多姿 刺激顧客回店消費

回顧年內，東北區在維護VIP忠誠度及刺激顧客回店消費方面不遺餘力，如瀋陽南京街店以強勢的VIP活動及優惠見稱，該店舉辦的酒店名品特賣會及名品專場特賣會深受會員喜愛和歡迎，大大加強VIP對新世界百貨的忠誠。在回顧年內，東北區的白金VIP會員人數增加了3.4%。

除此之外，東北區亦以特色創意的市場推廣活動吸引顧客消費，並在活動中採用多倍積分、滿額禮、即時積分返利等多項策略大力吸引顧客消費，活動效果理想，無論是銷售額和客流量均有增長。

華東區

回顧年內，華東區收入佔本集團總收益31.5%。華東區內共有14家百貨店，其中9家以巴黎春天品牌經營的百貨店，包括8家自有店：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」)、香港新世界百貨—上海巴黎春天七寶店(「上海七寶店」)、香港新世界百貨—上海巴黎春天浦建店(「上海浦建店」)、上海寶山店和上海成山店；以及1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」)。同時，區內亦有5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」)和台州新世界百貨(「台州店」)。

本集團貫徹「一市多店」策略，於2010年1月及2010年4月分別在上海開設了兩家新自有店：上海寶山店及上海成山店。上海寶山店座落在新發展的社區—寶山商圈，樓高7層，概約樓面面積為39,000平方米，為首家全新「生活館」，店內約30%面積規劃作配套服務用途，提供美容美髮、兒童早教中心及餐飲等設施。

上海成山店位於浦東大華錦繡核心地帶，鄰近上海世博會會址，佔盡地利。該店樓高四層，概約樓面面積為38,000平方米，店內設有專為女性顧客而設的大型水療美容中心、陣容強勁的家飾匯包羅家品特賣區、家居坊及十元均一價小鋪，又聚集兒童用品專賣店、兒童樂園、兒童早教中心、兒童遊樂及攝影設施，全方位照顧兒童的需要。為迎合遊客需要，店內設有多間特色手信小鋪，方便遊客購買手信。

華東區是本集團繼東北區後，第二個推行形象革新的營運區。自2009年年底以來，區內分店各按所處地區及商圈的特點及消費者需求，陸續開始籌備及展開形象革新。

整合區域資源 推出精彩聯動活動

本年度，華東區整合區域內一市多店城市的共有資源，致力開拓VIP客群，又舉辦各種VIP專屬活動及特色活動推動銷售增長。此外，華東區各分店聯合舉辦「VIP繽紛回饋日」，以及寧波地區VIP俱樂部專享的戶外活動等均吸引大批會員參加，促進VIP銷售。區內還推出不少創新而有趣的促銷活動，在市場上成為熱話，成功帶動大量客流。回顧年內，華東區的VIP會員總人數共增加了2.0%。

華中區

回顧年內，華中區收入佔本集團總收益32.4%。區內共有5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」)、武漢新世界百貨—漢陽店(「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」)。

武漢市各分店面對強烈同業競爭，在回顧年內致力整合一市多店的資源，擴大大自營商品的規模，強化重點商品品類，以達到有效錯位經營和保持本集團在區內的領導地位。長沙時尚廣場則持續開發時尚年輕名品，鞏固其在區內的地位。

VIP活動各色其式 締造全城熱話

本年度，華中區致力舉行嶄新的VIP活動，加強與顧客之間的互動，大大提升顧客對新世界百貨的認同。回顧年內，特色VIP活動均透過遊戲或體驗課堂讓VIP參與其中，使VIP會員與新世界百貨互動。華中區的VIP及白金VIP會員人數分別增加了16.1%及20.6%。

華中區的推廣活動充分利用節日此一個重要元素，以帶動人流到店消費，如聖誕活動、以萬聖節為題的推廣活動等，讓廣大顧客均可參與其中，一同感受節慶購物樂趣。

華北區

回顧年內，華北區收入佔本集團總收益13.5%。本年度，華北區共有兩家自有店：北京時尚店、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」)、北京新世界利瑩百貨(「北京利瑩店」)及蘭州新世界百貨(「蘭州店」)。

本集團於2010年5月在北京崇文區開設新自有店－北京時尚店，是本集團首家全新打造的時尚館，概約樓面面積為40,000平方米。作為京城內首家俱樂部式女子百貨，新店以都市白領女性為目標客群，因此商品組合、推廣活動、俱樂部活動也特別針對女性客群的需要。

自2010年開始，華北區各分店陸續開展形象革新的籌備，其中，北京店在回顧年內已由傳統大型綜合百貨改造成強調提升生活質素的「生活館」。北京彩旋店、北京利瑩店、蘭州店則在積極籌備革新形象，務求與商圈內競爭對手形成鮮明對比。

創意推廣活動 深受顧客歡迎

本年度，華北區分店各出奇謀，透過多姿多采的VIP活動吸引顧客回店消費，鞏固VIP客群，如春季VIP專場活動、特色寵物比賽等，提升VIP回店消費比率，加強VIP對新世界百貨的忠誠度。回顧年內，華北區的VIP及白金VIP會員人數分別增加了22.7%及9.1%。

除此之外，分店亦把握節慶時機，推出各類具節日特色的推廣活動，如感恩節活動、兒童節主題活動、端午包粽子大賽等，均有助提升客流量；而2010南非世界盃期間，分店更特意推出富連續性及趣味性的活動，以刺激VIP會員回店消費。

西南區

本年度，西南區收入佔本集團總收益1.9%。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：成都新世界百貨(「成都店」)及重慶新世界百貨(「重慶店」)。

區內三家分店均在本年度訂立明確的業務優化策略，進行針對性的商品組合調整，迎合目標顧客層的需求。同時，面對結合國際名品的大型商場迅速在區內各城市冒起，使分店不得不加快步伐建立自身的經營特點，為將在西南區開展的形象革新作好準備。

靈活多樣的促銷活動 有效鞏固市場地位

西南區於回顧年內致力配合集團全國性VIP俱樂部的發展，推出靈活多樣的促銷及推廣活動，增加與顧客的互動，吸引顧客回店消費，促進VIP銷售。回顧年內，西南區的VIP及白金VIP會員人數分別增加了27.4%及16.3%。

西南區分店亦充分與新世界集團及周大福合作舉行VIP聯動活動，達到新世界集團多方公司共享VIP資源的目標，如成都店聯合新世界中國地產、周大福舉辦的聯袂夜宴，為會員提供多重贈禮及多倍積分優惠，提升VIP優越感，有效鞏固VIP忠誠度。

財務回顧

收益

本集團的收益由2009財政年度的1,721.2百萬港元上升8.8%至2010財政年度的1,872.9百萬港元。增長主要由於專櫃銷售佣金、自營貨品銷售及租金收入的貢獻。

於2010財政年度的銷售總收益(包括專櫃銷售及自營貨品銷售的總收益)為6,554.1百萬港元，較2009財政年度的5,994.5百萬港元增長了9.3%。增長主要基於：第一、自營貨品銷售由上年度的273.6百萬港元增長45.2%至本年度的397.4百萬港元。自營銷售營業額主要包括化妝品(約38.0%)、女裝及男裝(約27.5%)、雜貨、家居用品及鮮活產品(約14.5%)、配飾、手袋及內衣(約10.4%)。本年度自營銷售毛利率達25.5%，而上年度則為23.5%；第二、專櫃銷售總收益由上年度的5,720.9百萬港元增長至本年度的6,156.7百萬港元。本年度的佣金收入率為19.4%，而上年度則為20.3%。於2010財政年度，女裝及配飾佔銷售總收益約57.3%，男裝及配飾約佔26.7%，餘下銷售總收益主要來自童裝、運動服裝、手錶、禮品及文具。

管理費由2009財政年度的184.4百萬港元減少至2010財政年度的154.2百萬港元。減少主要由於昆明店及寧波匯美店分別於2009年3月及4月由管理店轉為自有店，故對本年度管理費沒有貢獻，而2009財政年度則帶來約九個月的管理費。此外，上海浦建店於2010年1月由管理店轉為自有店，故對本年度只帶來約六個月的管理費，而上年度則確認整個期間的管理費。

租金收入於2010財政年度上升24.2%至124.2百萬港元，主要由於出租的地方因下列原因而增加：第一、自有店上海寶山店、上海成山店及北京時尚店於本年度新開業；第二、上海浦建店於本年度轉為自有店；第三、確認於上年度開業及收購的若干百貨店的全年經營。

其他收入

本集團於2010財政年度的其他收入為72.7百萬港元，主要包括本年度銀行存款利息收入37.6百萬港元，而上年度則為76.7百萬港元。減少乃由於本年度的現行低存款利率所致。

其他收益，淨額

本集團本年度的其他收益為166.0百萬港元，而上年度則為61.8百萬港元。本年度其他收益包括出售瀋陽太原街店所在的土地使用權及物業未扣除有關所得稅支出前收益167.6百萬港元。有關所得稅支出為69.3百萬港元，包括土地增值稅支出35.9百萬港元及企業所得稅支出33.4百萬港元(歸類為下文所述的所得稅支出)。扣除出售土地使用權及物業的有關所得稅支出後的淨收益為98.3百萬港元。

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的成本。購買存貨及存貨變動由2009財政年度的209.3百萬港元增加41.5%至2010財政年度的296.2百萬港元。增加的百分比與自營貨品銷售的增幅趨勢一致。本年度自營銷售毛利率為25.5%，而上年度則為23.5%。

僱員福利開支

僱員福利開支由2009財政年度的253.0百萬港元減少至2010財政年度的239.6百萬港元。僱員福利開支的改善乃主要由於僱員購股權開支由上年度同期的18.5百萬港元減少至本年度的9.4百萬港元；於2009年5月出售廈門新世界百貨及管理層於本年度持續努力實行成本控制措施，導致僱員福利開支減少。然而，僱員福利開支的改善，部分由於下列原因導致僱員福利開支增加所抵銷：確認於2008年11月開業的武漢漢陽店的全年經營；昆明店、寧波匯美店及上海浦建店分別於2009年3月及4月以及2010年1月由管理店轉為自有店；以及自有店上海寶山店、上海成山店及北京時尚店分別於2010年1月、4月及5月新開業。

折舊及攤銷

折舊及攤銷開支由2009財政年度的170.6百萬港元增加至2010財政年度的199.0百萬港元。增加主要由於擴充哈爾濱店的資本開支導致額外的折舊及攤銷。確認於2008年11月開業的武漢漢陽店的全年經營；昆明店、寧波匯美店及上海浦建店分別於2009年3月及4月以及2010年1月由管理店轉為自有店；以及上海寶山店、上海成山店及北京時尚店新開業，也使本年度折舊及攤銷增加。

經營租賃租金開支

經營租賃租金開支由2009財政年度的325.1百萬港元增加至2010財政年度的362.3百萬港元，主要由於確認於2008年11月開業的武漢漢陽店的全年經營；昆明店、寧波匯美店及上海浦建店分別於2009年3月及4月以及2010年1月由管理店轉為自有店；以及上海寶山店、上海成山店及北京時尚店於本年度新開業。本年度經營租賃租金開支佔收益的百分比為19.3%，稍高於上年度的18.9%。

其他經營開支，淨額

其他經營開支由2009財政年度的243.0百萬港元減少至2010財政年度的203.0百萬港元，主要由於：第一、撥回撥備5.3百萬港元，主要與於2009財政年度就收回儲值卡的應收賬款而作出撥備24.0百萬港元有關；第二、管理層於本年度有效控制廣告宣傳、促銷開支及其他經營開支。然而，該減少部分，部分由於確認於2008年11月開業的武漢漢陽店的全年經營；昆明店、寧波匯美店及上海浦建店分別於2009年3月及4月以及2010年1月由管理店轉為自有店；以及上海寶山店、上海成山店及北京時尚店於本年度新開業導致的開支增加所抵銷。

經營利潤

2010財政年度的經營利潤為811.5百萬港元，而2009財政年度則為695.0百萬港元。經營利潤佔收益的百分比為43.3%，而2009財政年度則為40.4%。

應佔聯營公司業績

於2009財政年度，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%股權權益。本年度應佔聯營公司業績0.2百萬港元即本集團於本年度應佔台州公司虧損。

所得稅支出

所得稅支出由2009財政年度的145.7百萬港元增加至2010財政年度的233.7百萬港元。本年度所得稅支出包括出售瀋陽太原街店所在的土地使用權及物業的有關所得稅支出。有關所得稅支出為69.3百萬港元，包括土地增值稅支出35.9百萬港元及企業所得稅支出33.4百萬港元。

未計入本年度內出售瀋陽太原街店所在的土地使用權及物業的收益167.6百萬港元及其有關所得稅支出69.3百萬港元，本年度的實際所得稅稅率為25.5%，而上年度則為21.0%。

年度利潤

基於上述原因，本年度利潤為577.6百萬港元，而上年度則為547.3百萬港元。

流動資金及財務資源

於2010年6月30日，本集團的現金及定期存款為3,596.7百萬港元(2009年6月30日：2,923.5百萬港元)。財務資源足以讓本集團進行業務營運及未來發展。

本集團於2010年6月30日並無借貸。

本集團於2010年6月30日的資本承擔為249.5百萬港元，其中248.7百萬港元已訂約但未於財務狀況表中撥備。於訂約款項248.7百萬港元中，約130.4百萬港元用以購置於瀋陽市的一幢樓宇、土地使用權及停車場使用權，而約108.1百萬港元則用以收購翰柏有限公司(「翰柏」)的100%股權權益及其結欠本公司的同系附屬公司光領有限公司(「光領」)的股東貸款。翰柏為一家於香港註冊成立的公司及光領的全資附屬公司。

資產抵押

於2010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滙率變動所產生的外滙風險。本集團並無使用任何遠期合約或外滙借貸以對沖本集團的外滙風險。

或然負債

於2010年6月30日，本集團並無任何重大或然負債。

前景

2009年下半年至今，國內消費增長基本已擺脫了金融危機的影響，進入正常增長軌道。根據國家統計局報告顯示，2010年上半年社會消費品零售總額和城鎮居民人均可支配收入亦有所增長。2009年12月召開的中央經濟會議以「穩增長、調結構、防通漲」作為重點，「調結構」為中國消費市場迎來發展機遇，零售業將隨著國內消費的發展共同被推動。國內零售業已逐漸走出金融危機的陰霾，漸見曙光，故本集團對行業發展持審慎樂觀態度。我們將因時制宜，根據國內零售市場的消費模式和發展趨勢，再配合2009年6月宣佈推出的形象革新計劃，制定長遠而完備的發展策略。

集團未來發展策略

十七年來，本集團一直努力不懈，致力成為中國連鎖百貨龍頭經營商之一。自2009年6月宣佈形象革新計劃後，率先引入「時尚」及「生活」的新概念經營模式，突破傳統百貨店以檔次作為定位之模式，改為劃分成一站式購物百貨的「生活館」及主題性百貨的「時尚館」，打造「時尚·生活·新個性」的全新形象。整項計劃以瀋陽為啟動城市，正按時間表分階段在各城市推行，並預計於2012年內全部完成。

為配合新世界百貨形象革新計劃，本集團於2009年7月舉辦了為期11個月的「第一屆新世界百貨形象代言人」選拔活動，挑選出一男一女，作為代表新世界百貨敢於創新、帶領潮流的代言人，將「時尚·生活·新個性」的全新形象帶入人群。

營運策略

在形象革新計劃開展的過程中，本集團對內以全新企業價值觀建立良好的企業文化和架構；對外則全面推行分店的形象革新改造，全力打造富「時尚·生活·新個性」的優質購物環境。形象革新計劃將從革新商品組合、優化VIP貴賓服務及提升員工質素和革新分店室內裝修及購物氛圍方面作出調整，致力滿足消費者追求高品質生活的需要。

革新商品組合

推陳出新，將百貨店劃分為「時尚館」及「生活館」

本集團率先引入「時尚」及「生活」的概念作為百貨店的定位方向，劃分所有分店為「時尚館」及「生活館」，配合定位革新商品組合及配套服務。

「時尚館」以「時尚」及「個性」為主題，為銷售各類時裝及配飾的「主題性百貨」，強調「混搭」Mix & Match風格，引入獨家品牌及設計師品牌，致力成為各地城市的「時尚」潮流地標，如以俱樂部式女子百貨為主題的北京時尚店、以「時尚折扣館」為主題的上海長寧店及以「時尚名品館」為主題的瀋陽南京街店。

而「生活館」則為強調迎合男女老青幼、「衣、食、住、行、樂」及一家大小所需的一站式購物百貨。「生活館」特別規劃約20%-30%的面積為服務用途，如超市、兒童樂園、教育中心、水療美容中心、洗衣、修鞋、溜冰場、餐飲、影院等生活配套，以照顧不同家庭成員的需要，延長顧客留店時間。

樓層重組，進一步增加客流量

「生活館」和「時尚館」給顧客帶來嶄新的購物體驗，部份分店較高之樓層更結合多用途活動館概念，舉辦主題性推廣活動，定期轉換主題；或打造為「時尚折扣樓層」，以售賣時尚品牌的換季貨品為主，吸引人流往頂層，發揮由上而下的樓層分流效應。回顧年內，上海成山店開設運動折扣店及家品特賣區；北京利瑩店亦有「羊絨折扣區」和「男士休閒折扣區」；上海七寶店新增以生活起居為主題的床品折扣櫃及家居用品折扣櫃，以相宜價格吸引顧客，進一步促進業績提升。

突圍而出，推出「N-only」標識及獨有品牌策略

為與競爭對手形成錯位經營及配合個性化與Mix & Match概念，我們於2010年4月率先推出「N-only」標識，方便顧客辨識新世界百貨的獨有品牌。但凡看見貼有「N-only」標識的專櫃或產品，即表示該專櫃售賣的品牌或產品於所在商圈，僅在新世界百貨獨家專賣。此策略預期能有效地吸引顧客定期前來購物，在增加客流量的同時，亦能鞏固顧客的忠誠度。

重組商品，特設皇牌商品類別

形象革新計劃強調的是靈活地調整商品組合，並建立皇牌商品種類，以進一步強化經營優勢。回顧年內，多家分店持續進行各品類的汰弱換強和市場主力品牌引進策略，並針對重點品類進行優化及重整。

提升毛利，增加自營商品比例

本集團將著力提高自營銷售比例，如多家分店均設有自營的「10元小鋪」，售賣從廚房用具到文儀用品的全方位商品。而長沙時尚廣場則擴大了自營專櫃—新世界之家，售賣家品及床品等。我們因應經營需要，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，優化利潤結構。

緊密維繫，與專櫃商及供應商合作無間

本集團向來重視與專櫃商及自營供應商的良好合作關係，為顧客提供最優質的商品。我們會繼續積極發掘具市場潛力的優質供應商作為合作伙伴，保持與重要供應商長期互惠互利的合作關係，爭取供應商的支持。本集團亦會繼續透過「新商網」商務溝通平台，增進彼此了解，促進與供應商及合作伙伴的良好合作關係和長遠發展。

優化VIP貴賓服務及提升員工質素

為配合形象革新的全新使命—「創新、前瞻、高效，構建中國都市時尚生活新典範」，對外，本集團致力為VIP貴賓提供貼心服務，增強俱樂部會員的專屬感及尊貴感；而對內方面，我們加強員工的培訓，為顧客提供最優質的服務。

貼心服務，鞏固VIP顧客忠誠度及拓闊客源

回顧年內，我們特別開設了三個VIP俱樂部：「粉領達人俱樂部」針對年輕女性，不時聯同知名化妝品牌，舉辦彩妝教室、美容沙龍等展現個性的活動；主攻母親的「完美媽咪俱樂部」定期舉辦親子活動，亦會舉辦季度旅遊講座、烹飪及家事課程和居家裝飾佈置指導等；而專為白金貴賓而設立的「白金風采俱樂部」則會定期舉辦如葡萄酒品鑒會、專屬導購／陪購、購物88折等專屬活動。本集團致力為不同背景的VIP貴賓提供合適活動與貼心服務，增強俱樂部會員的專屬感及尊貴感。在推出VIP俱樂部的短短一年間，會員人數已超過40萬人，俱樂部活動亦成功吸納更多VIP會員，VIP會員總人數由上年度的165萬增至本年度的188萬人。

回顧年內，本集團於新店打造全新豪華的白金VIP貴賓廳，提供上網、按摩椅等服務設施。我們將繼續陸續翻新顧客服務中心、VIP休息室及洗手間，為顧客提供更舒適愜意的購物環境。

為擴闊VIP層面，新世界百貨連同新世界集團旗下子公司，新世界中國地產、新世界酒店及兄弟公司周大福聯合推出新世界集團及周大福VIP，實現公司會員權益共享。另外，我們亦會繼續強化與交通銀行推出的聯名咭，進一步拓闊客源。

培育人才，為業務發展奠下基礎

本集團視員工為最寶貴的財富，本著「以尊重、關懷、信任培育人才」的全新信念，培育人才，為業務發展奠下穩固的基礎。

經驗豐富且獨具遠見的管理團隊適時根據市場變化準確地制定出具前瞻性及競爭力的發展策略。除了緊貼當地市場運作外，配合形象革新，又於本年度遠赴日本作商務考察，交流兩地百貨業的營運機遇及挑戰，互相汲取經驗。

為配合形象革新，本集團特意邀請了日本著名設計師為員工提供店內陳列及櫥窗展示設計課程，教授基本設計技巧，其後更舉辦了全線分店的視覺營銷比賽，既可發掘員工潛能，也讓他們學以致用，為不同主題的

百貨店設計合適的店內陳列及櫥窗展示。此外，本集團又積極開辦各項培訓課程，包括見習管理人員計劃、崗位輪換計劃、培訓津貼計劃、海外受訓計劃等，為員工安排合適的發揮機會。

提升分店室內裝修及購物氛圍

配合形象革新，本集團引入五官營銷策略，透過針對不同目標客群的店內氛圍(視覺)、多元化餐飲(味覺)、香氣(嗅覺)、音樂(聽覺)及開放式展示(觸覺)吸引顧客。

「時尚館」的設計體現前衛、動感的流行元素，透過強烈造型及顏色對比，塑造潮流個性。館內設置多媒體空間，傳遞最新時尚信息，並以抽象藝術品點綴休憩場所，帶出潮、新、優的特點。「生活館」則以「生態樂園」為題，用燈紅色為主要色調，將大自然的不同元素滲透至全店每個角落，塑造充滿生機和休閒的百貨購物環境，同時亦帶出綠色環保意識。

2010年春節期間，本集團特別引入統一主題性佈置，務求為顧客提供最優越的購物環境，營造普天同慶的節日氣氛，帶來了源源不絕的人流。

聽覺方面，本集團將根據不同分店之主題，播放不同背景音樂，讓顧客在逛百貨店的同時，放鬆心情，一邊聽著動聽的音樂，一邊享受購物樂趣。

本集團致力引入多元化之餐飲，滿足不同食客之要求。「生活館」是迎合一家大小的百貨店，如上海寶山店設有近百間食品及餐飲店舖，選擇十分豐富。而「時尚館」則提供最優質時尚的特色餐飲及主題餐廳，如北京時尚店推出獨創複合式個性書吧，將書店與咖啡店結合，適合追求個性生活的時代女性。

怡人的香氣使人神清氣爽，本集團將配合不同區域，擺放不同氣味的香薰，讓顧客在購物時，同時享受嗅覺愉悅的感覺。此外，嗅覺亦可激發顧客的購物慾望，如北京時尚店將書店與咖啡店結合，顧客在閱讀的同時，自然地嗅到咖啡的香氣，誘發他們購買。

而觸覺方面，新世界百貨特設開放式專櫃及展示，鼓勵顧客試穿或試戴店內衣飾，讓他們自行搭配，展示個人風格。

擴充策略

嚴格選址，循序漸進的擴充策略

本集團將維持每個財政年度開設2至3間自有店的擴充策略，預計共增加約100,000-120,000平方米的樓面面積。新店選址方面，我們會嚴選具發展潛力城市的黃金地段，以繁盛商圈為主，並開始進入社區型商圈，於2010年4月開業的上海成山店及9月開業，位於北京市順義區的北京新世界千姿百貨(「北京千姿店」)便是進駐社區型商圈的例子。而將於2011年開業的瀋陽新世界百貨—津橋路店(「瀋陽津橋路店」)及鄭州新世界百貨(「鄭州店」)則是開設於二線城市的新店，本集團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作為開店的考慮指標，積極尋找進入合適的百貨商圈的最佳時機。

此外，本集團不但於北京、四川、哈爾濱和遼寧省等現有城市積極發掘其他優秀項目，更審慎評估進駐新城市的機會，如陝西的西安、山西的太原和廣東的廣州等。

貫徹方針，「一市多店」及「輻射城市」策略

本集團於每個區域均設定核心發展城市，並透過「一市多店」策略，於核心城市開設多家百貨店。

本集團於1998年進駐北京，作為華北區的核心發展城市，前後開設了北京店、北京彩旋店及北京利瑩店，再分別於2010年5月及9月增設了北京時尚店及北京千姿店。另外，以華東區為例，連同於本年度開業的上海寶山店及上海成山店，上海共有九家分店。「一市多店」策略能增加市場份額，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。

本集團將繼續透過「幅射城市」策略拓展業務，由已有穩固業務的據點幅射擴充，減低進駐新市場風險。將於2011年開業的鄭州店位於鄭州市，便是從華中區核心發展城市—武漢幅射拓展的周邊城市。

抓緊機遇，物色具潛力的收購項目

回顧年內，本集團於2010年1月收購了上海浦建店的經營權，正式由管理店轉為自有店。同年8月，本集團成功收購北京店之經營權，並同意收購成都店，有關收購成都店的申請現正進行中。未來，本集團將繼續積極尋找可收購之現有管理店及優秀項目。

合適機會，增加管理店數目

與此同時，本集團會積極尋求合適機會，增加具發展潛力的管理店，以維持穩定的管理費收入。

此外，本集團在審慎評估當地市場需要及潛力後，亦會在原店進行擴充，保持競爭優勢。

股息

董事議決建議宣派截至2010年6月30日止年度之末期股息每股0.07港元(2009年：每股0.07港元)予於2010年11月23日名列本公司股東登記名冊之股東。待股東於本公司應屆股東週年大會上批准後，預期建議之末期股息將於2010年12月21日或前後派付。

僱員、薪酬政策及退休金計劃

於2010年6月30日，本集團總僱員數目為4,842名(2009年：3,768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，且會根據本集團的薪金、獎勵制度及表現相關基準，向僱員發放獎金。

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。

收購及出售

於2010年1月，新世界百貨投資(中國)有限公司，為本公司於中國成立的外商獨資企業及全資附屬公司，向獨立第三方收購上海滙雅百貨有限公司的全部股權權益，包括所有權益及權利，該公司為一家在中國註冊成立的有限公司，並為上海浦建店的經營方，總代價為人民幣2.0百萬元。

於2010年3月，瀋陽新世界百貨有限公司(「瀋陽公司」)，為本公司於中國的全資附屬公司及該物業(定義見下文)的擁有者，與獨立第三方上海美特斯邦威服飾股份有限公司訂立買賣協議，以出售瀋陽太原街店所在的土地使用權及物業(「該物業」)，其概約總樓面面積為10,716平方米，總代價為人民幣224.0百萬元。

於2010年6月，本集團與光領訂立協議，據此，本集團同意從光領收購翰柏的100%股權權益及其結欠光領的款項(約11.5百萬港元)，總代價為人民幣150.0百萬元(約相等於170.5百萬港元)減除北京易喜新世界百貨有限公司(乃翰柏的全資附屬公司)的未付註冊資本(約人民幣54.9百萬元，約相等於62.4百萬港元)。此收購已於2010年7月27日獲本公司股東(新世界發展有限公司及聯交所證券上市規則所界定的聯繫人除外)批准，並於2010年8月1日完成。

於2010年8月，本集團同意按代價人民幣2.0百萬元，從若干獨立第三方收購成都新世界百貨有限公司(「成都公司」)的100%股權權益。成都公司於成都從事一家百貨店業務。

於2010年10月4日，瀋陽公司與瀋陽新世界酒店有限公司(乃新世界中國地產有限公司的全資附屬公司及本公司的同系附屬公司)訂立合同買賣物業。瀋陽公司同意收購位於瀋陽市的一幢樓宇的若干獨家及一般用途面積的房屋所有權、土地使用權，以及設備及設施房、外牆、設施、機電系統的使用權，代價約為人民幣456.5百萬元(可予進一步調整)。

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。而年內，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2010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的所有適用守則條文。

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所載之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2010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2010年6月30日止年度之財務報表，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2010年11月18日(星期四)至2010年11月23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及有資格出席本公司即將召開之股東週年大會，並於會上投票的股東身份，所有過戶文件連同有關股票及已填妥之過戶表格須於2010年11月17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，2010年10月4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。