

CHAIRMAN'S STATEMENT



TAN SRI WILLIAM H.J. CHENG
Chairman

On behalf of the Board of Directors, it is my pleasure to present the Annual Report and Audited Financial Statements of Parkson Holdings Berhad for the financial year ended 30 June 2013.

FINANCIAL PERFORMANCE

The financial year under review was a very challenging year amid the global macroeconomic uncertainties. The economic growth in the People's Republic of China ("China" or "PRC") slowed considerably and geopolitical risks in selected corners of the world have further added pressures to the already weak and fragile recovery of the world economy from the 2008 financial crisis. Closer to home, the Asian economies were generally more resilient, but there were pockets of turbulence in the emerging countries as they grappled to manage and reform their economies.

Given the relatively tougher operating environment and the increasingly competitive market place, our Parkson stores were unable to sustain its high growth rate seen in the past few years. As a result, the Group has registered the following weaker set of operating results for the financial year ended 30 June 2013:

- Higher gross sales proceeds of RM11.6 billion, up by about 3% as compared to RM11.2 billion in the previous year;
- Lower profit before tax of RM619 million, down by about 30% as compared to RM888 million in the previous year; and
- Lower net earnings of RM240 million, down by about 37% as compared to RM380 million in the previous year.

Notwithstanding the above developments, the Group's financial position as at 30 June 2013 remains healthy with a net cash position and with shareholders' funds of about RM2.8 billion. This position of strength will allow the Group to build sustainable growth in the future and also explore merger and acquisition opportunities. Throughout the financial year, the Group had also made necessary adjustments to its strategies in order to cope with the challenging and fast changing operating environment.



Malaysia



China



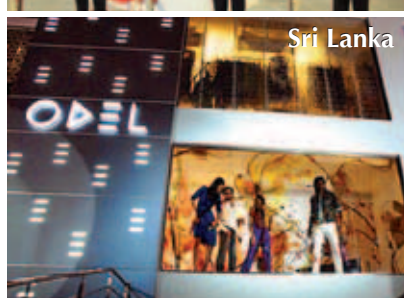
Vietnam



Myanmar



Indonesia



Sri Lanka

CORPORATE DEVELOPMENTS

During and subsequent to the financial year, the Group had undertaken the following significant corporate events:

- (i) In July 2012, the Group completed the acquisition of 42.2% of the then issued and paid-up share capital of Odel PLC (“Odel”), a company listed on the Colombo Stock Exchange in Sri Lanka.

Subsequent to the mandatory offer and Odel’s rights issue undertaken during the financial year, the Group owned 47.5% of the issued and paid-up share capital of Odel as at the end of June 2013.

- (ii) In December 2012, the Group completed the acquisition of 15 acres out of the 23.22 acres undivided interest of land located in Melaka for a cash consideration of RM93 million.
- (iii) In September 2013, the Group proposed to lease and acquire a 7-storey shopping mall together with the lower ground and accessory parcel levels (“Proposed Mall”) in Phnom Penh, Cambodia for a total purchase consideration of approximately US\$117.09 million (equivalent to approximately RM386.40 million) whereby a wholly-owned subsidiary of Parkson Retail Asia Limited would take up the anchor tenant space at the Proposed Mall.

Full details of the above corporate developments are contained in pages 150 to 152 of this Annual Report.

REVIEW OF OPERATIONS

The Group is principally engaged in the operations of the “Parkson” and “Centro” brands department stores. The Group offers a wide range of internationally renowned brands of fashion and lifestyle related merchandise focusing on four main categories namely: *Fashion & Apparel, Cosmetics & Accessories, Household & Electrical and Groceries & Perishables*, targeting the young and contemporary market segment. During the previous financial year, the Group further expanded its operations into the shopping mall business by opening its first self-owned retail mall in Kuala Lumpur, Malaysia.

The retail businesses are located in Malaysia, China, Vietnam, Myanmar, Indonesia and Sri Lanka. The year witnessed the growth of our portfolio from 108 stores at the beginning of the financial year to 128 stores as at 30 June 2013.

The number of owned and managed stores and the performance in each location are as follows:

	Number of Stores	
	2013	2012
(As at 30 June)		
Malaysia (Parkson)	38	38
China (Parkson)	55	54
Vietnam & Myanmar (Parkson)	9	8
Indonesia (Centro & Kem Chicks)	9	8
	111	108
Sri Lanka (Odel) (An associate)	17	–
	128	108

(RM'Million)	Revenue		Segment Profit	
	2013	2012	2013	2012
Retail operations in:				
- Malaysia	872	830	104	121
- China	2,357	2,340	462	690
- Vietnam & Myanmar	109	99	4	12
- Indonesia	131	133	13	9
	3,469	3,402	583	832
Property & investment holding	39	24	7	4
Less: Inter-segment	(5)	(3)	-	-
	3,503	3,423	590	836

("Segment profit" refers to operating profit before employee share-based payments, interests, share of results of associates and tax)



Malaysia (Parkson)

Parkson is an established department store chain in Malaysia since 1987. Supported by its 26 years of operating track record, our local Parkson Division continued to deliver satisfactory performance despite weakening consumer sentiments and intensifying competition. For the current financial year, Parkson Malaysia managed to maintain its growth momentum with decent same store sales ("SSS") growth of approximately 5% (2012: 9%) despite being bogged down by the softening of the retail market post-general election and the drop in blended margin due to the increased promotions.

To further strengthen its operations and network, Parkson Malaysia took up anchor tenant space in Plaza Merdeka, Kuching in November 2012. Following the closure of a Parkson store in Sunway Putra Mall, Kuala Lumpur during the financial year due to the change of the landlord's business model, our domestic network coverage remains at 38 stores, same as a year ago.

With the slower growth in the local retail market, Parkson will strengthen its presence via on-going refurbishment and upgrading of existing stores as well as increasing sales and promotion activities in order to capture greater market share and to further enhance the "Parkson" brand image.

China (Parkson)

In the year 2012, the economic growth in the PRC declined with a reported growth rate of 7.8%. The economic growth has been slowing largely due to the tightening of its macro policy to unwind the aggressive monetary stimulus introduced right after the 2008 financial crisis. This managed slowdown, however, ran into stronger than anticipated external headwinds and to avoid the risk that growth might be hampered by too great and too rapid a slowdown, policy action has been rebalanced and replaced by measures to support growth. The easing of inflationary pressures allowed the PRC government to relax its monetary policy and to introduce additional fiscal measures to speed up the transformation of its economic growth model.

Given the relatively tougher operating environment and the increasing competition especially from the one-stop shopping malls and e-commerce, Parkson China has registered marginally higher revenue but lower operating profit. In line with the generally weaker sentiments on discretionary spending, Parkson China posted a negative SSS growth of approximately 1% (2012: +6%) for the financial year under review.



In light of the above, Parkson China has scaled down its expansion programme, and opened only 4 new stores during the financial year under review. In line with the Group's efforts to rationalise its store portfolio, enhance its stores' image and improve its operating efficiency, Parkson China has closed 2 stores and terminated a management agreement during the financial year. As at 30 June 2013, the Group operates 55 stores across 35 cities.

Parkson China will continue its expansionary strategy with lesser but bigger new stores to be opened in existing markets or nearby cities to better utilise the Group's many advantageous positions. To maintain its competitive edge, average size of new stores will increase gradually as the Group seeks to increase its offering of value merchandise and quality services to better service its customers. The Group will also continue to invest in the merchandise assortment with an aim to introduce new and distinctive brands with the latest range of products in the market place ahead of its competitors.

During the financial year, together with Parkson Malaysia, Parkson China introduced the e-commerce platform which forms part of the broader multi-channel marketing programme to enable the Group to better serve its customers.

Vietnam & Myanmar (Parkson)

Since the last financial year, the Vietnamese economy had faced various challenges resulting in tight government policies which have curbed economic growth. Parkson Vietnam has not been spared from the economic crisis and recorded a negative SSS growth of approximately 1% (2012: +9%) for the financial year under review. To mitigate this, Parkson Vietnam had made necessary adjustments to its operating strategies to keep abreast with the challenging and fast changing operating environment.

As at 30 June 2013, Parkson Vietnam has a network of 8 stores (inclusive of 3 managed stores) located in the top three major cities i.e. Ho Chi Minh City (5 stores), Hanoi (2 stores) and Hai Phong (1 store).

In May 2013, the Division opened its first store under the Parkson banner in FMI Centre in Yangon, Myanmar. Plans are in place to expand the existing business by opening more stores in Indochina over the next few years.

Indonesia (Parkson, Centro & Kem Chicks)

Our foray into the Indonesian retail market in 2011 through the acquisition of "Centro" department stores continued to yield encouraging results. The Division has performed well with SSS growth of about 6% (2012: 9%) and was able to contribute higher profit to the Group. However, due to the weakening of the Indonesian Rupiah, the Division reported a marginally lower revenue of RM131 million.

The Group will pursue a dual-brand strategy in Indonesia, which will see it leveraging on the Centro brand to capture the large middle-class market segment and at the same time, introducing new Parkson department stores there to meet the demands of the Indonesian upper-class market segment in first-tier cities. It is noteworthy to mention that the Group shall be opening new stores in Indonesia outside of its traditional bases in the islands of Java and Bali, with tenancies for new stores in Sumatra and Sulawesi islands. Such expansion plans are very much in line with the Group's strategies of reaching out to customers by establishing its presence across the different major cities and towns in each of its markets.

Sri Lanka (Parkson & Odel)

In July 2012, the Group completed the acquisition of Odel PLC (“Odel”), a company listed on the Colombo Stock Exchange in Sri Lanka. Odel is one of the leading retail companies in Sri Lanka and operates 17 retail stores located in Colombo and Kandy. At the end of June 2013, the Group owned 47.5% of the issued and paid-up share capital of Odel.

The acquisition is part of the Group’s strategy to go beyond the Southeast Asian retail market to seek opportunities in countries with strong growth. It marked another new milestone for the Group and is expected to provide the Group with the opportunity to establish a footprint in Sri Lanka and extend its department store chain into other parts of Asia.

Property & Investment Holding

KL Festival City shopping mall, the Group’s first local self-owned retail mall, continued to maintain a high occupancy rate of about 98% throughout the financial year. With the provision of the right tenant mix, exciting promotional activities and superior customer services, *KL Festival City* continued to attract an increasing number of shoppers to its shopping mall. Modern and convenience kiosks offering a variety of merchandise and services were also introduced to attract more shoppers.

For the financial year under review, the mall generated a full year revenue of about RM38 million to the Division as compared to RM23 million for its 8 months of operation in the previous year. On the back of encouraging revenue and improving operating efficiency since its commencement of business in October 2011, the retail mall continued to contribute positively to the Group.

DIVIDENDS

During the financial year ended 30 June 2013, the Company has paid a total of 18 sen (2012: 16 sen) dividend to shareholders. Net dividend paid amounted to approximately RM195 million (2012: RM174 million).

(Financial year ended 30 June)	Total Dividend	
	2013	2012
Interim	10 sen	10 sen
Second Interim	8 sen	6 sen
Final	–	–
Total	18 sen	16 sen



CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

We recognise the importance of Corporate Social Responsibility (“CSR”) as an integral part of business and are committed to supporting CSR initiatives with positive impact on our community and the environment.

Community

In the course of conducting its business operations, the Group is mindful of its responsibilities as a corporate citizen in contributing to society while enhancing the bottom-line and shareholders’ value. The Group is focused on helping the community to advance through education and medical care via the two Foundations established by the Lion Group of Companies of which the Group is a member.

The Lion-Parkson Foundation disburses funds for various needs such as education, charity and scientific research; and offers scholarships to undergraduates in the local universities annually. The Lion Group Medical Assistance Fund provides financial assistance to the less fortunate suffering from critical illnesses who require medical treatment including surgery, purchase of medical equipment and medication. The Fund also sponsors community health programmes such as medical camps, and the purchase of dialysis machines for Dialysis Centres providing subsidised treatment to those suffering from kidney failure.

The Group also organises its yearly Back-To-School Charity Drive with Parkson stores nationwide providing collection bins for the public to donate essential school items such as uniforms, shoes and stationery, which are distributed to needy school children throughout the country. Parkson is also working with its business associates such as the cosmetics houses to contribute certain portion of the sale of the associates' products in Parkson stores to charitable causes.



Environment

Under its *Parkson Cares My Park* programme, the Group has adopted parks in various states with the objective to maintain the parks for the enjoyment and benefit of the surrounding communities. The programme involves restoration, enhancement and upgrading facilities to improve the condition of the parks and recreational amenities in promoting a green environment and healthier lifestyle for the public.

Parkson's commitment to preserving the environment is also reflected in its participation in the 'No Plastic Bag Day' adopted by several states to reduce the use of plastic bags, and a replanting programme to rehabilitate the mangrove forests together with its business partner.

PROSPECTS

In line with the PRC's medium to long term economic reform objective of shifting its economic growth towards higher domestic consumption, the Group strongly believes that the emergence of the middle class in the PRC will continue to accelerate in the next decade. Given the Group's marketing focus on the middle to middle upper market segment, the Group is strategically positioned to tap on this evolving macroeconomic development. However, the competition landscape in the fast changing department store business is expected to remain challenging in the near future and consolidation is inevitable. Leveraging on the Group's strong balance sheet and the strong Parkson brand equity, the Group is well positioned and ready to capitalise on the consolidation of the retail industry in China.



On the **Southeast Asian** retail scene, the continued economic expansion in the countries where the Group has presence augurs well for Parkson as our store design and offerings will be more than able to meet the demands and expectations of the emerging middle class. We believe that our store expansion strategy will allow us to harness the largely under-served middle to upper income segment of the retail market in these countries for which the leverage potential and rewards will be significant.

For the Division involved in the management of shopping **malls**, the number of malls in Malaysia has been increasing with the rising income and prosperity level in the country. The presence of more malls will mean keener competition for shoppers and tenants. However, the Group has the advantage of its Parkson department store being its own anchor tenant, thus enabling this Division to attract high shopper traffic and good tenant mix. The Group will continue to seek expansion opportunities in key locations commensurate with its investment strategies.

BOARD OF DIRECTORS

The Board would like to extend its warm welcome to Cik Zainab binti Dato' Hj. Mohamed on her appointment as an Independent Non-Executive Director of the Company during the financial year. The Board is confident that the Company will benefit from her invaluable experience and expertise.

At the forthcoming Annual General Meeting, Mr Cheng Sin Yeng will be retiring and will not be seeking re-election as Director of the Company. Mr Cheng served as a member of the Nomination Committee and Remuneration Committee of the Company. On behalf of the Board, I would like to express my sincere appreciation for his invaluable contribution during his tenure as a Director of the Company, and a member of the Company's aforementioned committees.

ACKNOWLEDGEMENT

On behalf of the Board, I wish to extend my sincere thanks to all our valued customers, suppliers, financiers, business associates, Government authorities and shareholders for their continued support, co-operation and confidence in the Group.

I would also like to convey my sincere appreciation and gratitude to my fellow Directors for their invaluable guidance, support and contribution throughout the year as well as to record my appreciation to our employees at all levels for their dedication, commitment and contribution to the Group.

TAN SRI WILLIAM H.J. CHENG
Chairman



PENYATA Pengerusi



Bagi pihak Lembaga Pengarah, saya dengan sukacitanya membentangkan Laporan Tahunan dan Penyata Kewangan Beraudit Parkson Holdings Berhad bagi tahun kewangan berakhir 30 Jun 2013.

PRESTASI KEWANGAN

Tahun kewangan dalam kajian adalah satu tahun yang sangat mencabar di tengah-tengah tidak ketentuan makroekonomi global. Pertumbuhan ekonomi yang perlahan di Republik Rakyat China ("China" atau "PRC") dan risiko geopolitik di beberapa negara tertentu di dunia telah menambahkan lagi tekanan terhadap pemulihan ekonomi dunia yang sedia lemah dan rapuh daripada krisis kewangan 2008. Di rantau berdekatan pula, ekonomi Asia secara amnya lebih berdaya tahan, namun terdapat beberapa pergolakan di negara-negara membangun yang sedang bergelut untuk mengurus dan melakukan pembaharuan ekonomi mereka.

Dengan persekitaran operasi yang agak sukar dan pasaran yang semakin kompetitif, gedung-gedung beli-belah Parkson kita tidak dapat mengekalkan kadar pertumbuhan tinggi sepertimana yang direkodkan pada tahun-tahun kebelakangan ini. Berikutan itu, Kumpulan telah mencatatkan keputusan operasi yang lemah berikut bagi tahun kewangan berakhir 30 Jun 2013:

- Hasil jualan kasar yang lebih tinggi berjumlah RM11.6 bilion, meningkat kira-kira 3% berbanding dengan RM11.2 bilion dalam tahun kewangan sebelumnya;
- Keuntungan sebelum cukai yang lebih rendah berjumlah RM619 juta, susut kira-kira 30% berbanding dengan RM888 juta dalam tahun kewangan sebelumnya; dan
- Pendapatan bersih yang lebih rendah berjumlah RM240 juta, susut kira-kira 37% berbanding dengan RM380 juta dalam tahun kewangan sebelumnya.

Di sebalik perkembangan di atas, kedudukan kewangan Kumpulan pada 30 Jun 2013 kekal sihat dengan kedudukan tunai bersih dan dana pemegang saham sebanyak kira-kira RM2.8 bilion. Kedudukan kukuh ini akan membolehkan Kumpulan membina pertumbuhan mapan di masa depan dan juga meneroka peluang penggabungan dan pengambilalihan. Sepanjang tahun kewangan, Kumpulan juga telah membuat perubahan yang perlu terhadap strateginya dalam usaha menghadapi persekitaran operasi yang mencabar dan cepat berubah.

PERKEMBANGAN KORPORAT

Semasa dan berikutan tahun kewangan ini, Kumpulan telah melaksanakan langkah-langkah korporat penting seperti berikut:

- (i) Pada Julai 2012, Kumpulan telah menyelesaikan pengambilalihan 42.2% modal saham terbitan dan berbayar Odel PLC ("Odel"), sebuah syarikat yang disenaraikan di Bursa Saham Colombo di Sri Lanka.

Selepas tawaran mandatori dan terbitan hak Odel dilaksanakan semasa tahun kewangan ini, Kumpulan memiliki 47.5% modal saham terbitan dan berbayar Odel pada akhir Jun 2013.

- (ii) Pada Disember 2012, Kumpulan menyelesaikan pengambilalihan 15 ekar daripada 23.22 ekar kepentingan tidak dibahagi tanah yang terletak di Melaka pada pertimbangan tunai sebanyak RM93 juta.
- (iii) Pada September 2013, Kumpulan bercadang untuk memajak dan mengambilalih pusat beli-belah 7 tingkat bersama-sama dengan tingkat bawah dan ruang tambahan (“Cadangan Pusat Beli-Belah”) di Phnom Penh, Kemboja pada jumlah pertimbangan pembelian kira-kira AS\$117.09 juta (bersamaan dengan kira-kira RM386.40 juta) di mana anak syarikat milik penuh Parkson Retail Asia Limited akan mengambil ruang penyewa utama di Cadangan Pusat Beli-Belah.

Maklumat penuh perkembangan korporat di atas terkandung dalam muka surat 150 hingga 152 dalam Laporan Tahunan ini.

KAJIAN OPERASI

Kumpulan pada dasarnya terbabit dalam operasi gedung beli-belah jenama “Parkson” dan “Centro”. Kumpulan menawarkan pelbagai fesyen dan barangan berkaitan gaya hidup berjenama terkenal antarabangsa dengan memfokuskan kepada empat kategori utama barangan iaitu: *Fesyen & Pakaian, Komestik & Aksesori, Kelengkapan Rumah & Barangan Elektrik* dan *Barangan Runcit & Tidak Tahan Lama*, yang mensasarkan segmen pasaran golongan muda dan kontemporari. Dalam tahun kewangan sebelumnya, Kumpulan telah meluaskan operasi ke perniagaan pusat beli-belah dengan membuka pusat beli-belah milik sendiri yang pertama di Kuala Lumpur, Malaysia.

Perniagaan peruncitan bertumpu di Malaysia, China, Vietnam, Myanmar, Indonesia dan Sri Lanka. Tahun ini portfolio kita menyaksikan pertumbuhan daripada 108 gedung beli-belah di permulaan tahun kewangan kepada 128 gedung beli-belah setakat 30 Jun 2013.

Jumlah gedung beli-belah yang dimiliki dan diuruskan serta prestasi di setiap lokasi adalah seperti berikut:

(Sehingga 30 Jun)	Bilangan Gedung Beli-Belah	
	2013	2012
Malaysia (Parkson)	38	38
China (Parkson)	55	54
Vietnam & Myanmar (Parkson)	9	8
Indonesia (Centro & Kem Chicks)	9	8
	111	108
Sri Lanka (Odel) (Sebuah syarikat sekutu)	17	–
	128	108



(RM'juta)	Pendapatan		Segmen Untung	
	2013	2012	2013	2012
Operasi peruncitan di:				
- Malaysia	872	830	104	121
- China	2,357	2,340	462	690
- Vietnam & Myanmar	109	99	4	12
- Indonesia	131	133	13	9
	3,469	3,402	583	832
Hartanah & pegangan pelaburan	39	24	7	4
Tolak: Antara segmen	(5)	(3)	–	–
	3,503	3,423	590	836



(“Segmen untung” merujuk kepada untung operasi sebelum bahagian bayaran perkongsian kakitangan, faedah, bahagian keputusan syarikat sekutu dan cukai)

Malaysia (Parkson)

Parkson adalah rangkaian gedung beli-belah yang terkenal di Malaysia sejak 1987. Disokong oleh rekod operasi selama 26 tahun, Bahagian Parkson tempatan terus mencatatkan prestasi memuaskan di sebalik sentimen pengguna yang lemah dan persaingan yang semakin sengit. Bagi tahun kewangan semasa, Parkson Malaysia berjaya mengekalkan momentum pertumbuhan baik dengan jualan gedung sama ("SSS") berkembang sebanyak kira-kira 5% (2012: 9%), meskipun dipengaruhi oleh kelembapan pasaran runcit pasca pilihan raya umum dan penurunan dalam margin ekoran peningkatan aktiviti promosi.

Dalam usaha mengukuhkan lagi operasi dan rangkaianannya, Parkson Malaysia mengambil ruang penyewa utama di Plaza Merdeka, Kuching pada November 2012. Susulan penutupan gedung beli-belah Parkson di Sunway Putra Mall, Kuala Lumpur kerana perubahan model perniagaan tuan tanah semasa tahun kewangan, liputan rangkaian domestik kekal dengan 38 gedung beli-belah, sama seperti tahun lalu.

Dengan pertumbuhan yang lebih perlahan dalam pasaran runcit tempatan, Parkson akan terus mengukuhkan kehadiran melalui penambahbaikan dan menaik taraf gedung beli-belah sedia ada, di samping meningkatkan aktiviti promosi dan jualan dalam usaha menguasai bahagian pasaran yang lebih besar serta meningkatkan lagi imej jenama "Parkson".

China (Parkson)

Pada tahun 2012, pertumbuhan ekonomi di China mencatatkan penurunan dengan kadar pertumbuhan yang dilaporkan sebanyak 7.8%. Pertumbuhan perlahan ekonomi sebahagian besarnya disebabkan oleh langkah mengetatkan dasar makro untuk merehatkan rangsangan kewangan agresif yang diperkenalkan sejurus selepas krisis kewangan 2008. Langkah itu berjaya menangani kelembapan, namun ia menyebabkan cabaran luaran yang lebih kuat daripada dijangkakan dan untuk mengelakkan risiko kemungkinan pertumbuhan terjejas oleh kelembapan yang serius, langkah dasar yang diambil telah diimbangi semula dan digantikan dengan langkah untuk menyokong pertumbuhan. Penurunan tekanan inflasi membolehkan kerajaan PRC untuk melonggarkan dasar kewangan dan memperkenalkan langkah fiskal tambahan untuk mempercepatkan transformasi model pertumbuhan ekonomi.

Dengan persekitaran operasi yang agak sukar dan persaingan semakin meningkat terutama dari pusat beli-belah sehenti dan e-dagang, Parkson China telah mencatatkan perolehan lebih tinggi sedikit tetapi keuntungan operasi yang lebih rendah. Seajar dengan sentimen yang secara umumnya lemah dalam perbelanjaan, Parkson China mencatatkan pertumbuhan negatif SSS kira-kira 1% (2012: +6%) bagi tahun kewangan yang dikaji.

Bersandarkan perkembangan di atas, Parkson China telah mengurangkan program pengembangan, dan hanya membuka 4 gedung beli-belah baru dalam tahun kewangan yang dikaji. Selaras dengan usaha Kumpulan untuk merasionalkan portfolio dan meningkatkan imej gedung beli-belahnya serta menambahbaik kecekapan operasi, Parkson China telah menutup 2 gedung beli-belah dan menamatkan satu perjanjian pengurusan sepanjang tahun kewangan. Setakat 30 Jun 2013, Kumpulan mengendalikan operasi 55 gedung beli-belah merangkumi 35 bandaraya.

Parkson China akan meneruskan strategi pengembangan dengan membuka bilangan gedung beli-belah baru yang lebih rendah tetapi lebih luas di pasaran sedia ada atau bandar berdekatan untuk memanfaatkan kelebihan yang banyak dimiliki oleh Kumpulan. Untuk mengekalkan daya saing, saiz purata gedung beli-belah baru akan meningkat secara beransur-ansur memandangkan Kumpulan sedang berusaha untuk menambahkan penawaran barangan bernilai dan perkhidmatan berkualiti dalam usaha menawarkan perkhidmatan terbaik kepada pelanggan. Kumpulan juga akan terus melabur dalam pelbagai barangan dengan matlamat untuk memperkenalkan jenama baru dan tersendiri dengan pelbagai rangkaian produk terbaru di pasaran lebih awal daripada pesaingnya.

Dalam tahun kewangan ini, Parkson Malaysia bersama-sama dengan Parkson China memperkenalkan platform e-dagang yang merupakan sebahagian daripada program perluasan pemasaran pelbagai saluran untuk membolehkan Kumpulan menawarkan yang terbaik kepada pelanggan.

Vietnam & Myanmar (Parkson)

Sejak tahun kewangan yang lalu, ekonomi Vietnam menghadapi pelbagai cabaran ekoran dasar kerajaan yang ketat yang menjejaskan pertumbuhan ekonomi. Parkson Vietnam tidak terlepas daripada krisis ekonomi dan mencatatkan pertumbuhan negatif SSS kira-kira 1% (2012: +9%) bagi tahun kewangan yang dikaji. Untuk mengurangkan kesan ini,

Parkson Vietnam melaksanakan pengubahsuaian yang perlu terhadap strategi operasi membolehkannya berdepan dengan persekitaran operasi yang mencabar dan cepat berubah.

Setakat 30 Jun 2013, Parkson Vietnam mempunyai 8 rangkaian gedung beli-belah (termasuk 3 gedung yang diurus) yang terletak di tiga bandar utama iaitu Bandaraya Ho Chi Minh (5 gedung), Hanoi (2 gedung) dan Hai Phong (1 gedung).

Pada Mei 2013, Bahagian ini membuka gedung beli-belah pertama di bawah jenama Parkson di FMI Centre di Yangon, Myanmar. Perancangan telah dibuat untuk mengembangkan perniagaan yang sedia ada dengan membuka lebih banyak gedung beli-belah di Indochina dalam tempoh beberapa tahun yang akan datang.



Indonesia (Parkson, Centro & Kem Chicks)

Pembabituan kita ke dalam pasaran runcit Indonesia pada 2011 menerusi pengambilalihan gedung beli-belah "Centro" terus menyumbang hasil yang menggalakkan. Bahagian ini mencatatkan prestasi yang baik dengan pertumbuhan SSS kira-kira 6% (2012: 9%) dan berupaya menyumbang keuntungan lebih tinggi kepada Kumpulan. Walau bagaimanapun, disebabkan kelemahan Rupiah Indonesia, Bahagian ini melaporkan pendapatan yang lebih rendah berjumlah RM131 juta.



Kumpulan akan melaksanakan strategi dwi-jenama di Indonesia, yang akan menyaksikan ia memanfaatkan jenama Centro untuk menguasai segmen pasaran kelas pertengahan yang besar dan pada masa sama, memperkenalkan gedung beli-belah baru Parkson di sana untuk memenuhi permintaan segmen pasaran kelas atasan Indonesia di bandaraya peringkat satu. Kumpulan juga akan membuka gedung beli-belah baru di Indonesia iaitu di luar lokasi tradisional di Pulau Jawa dan Bali, dengan menyewa kedai baru di kepulauan Sumatera dan Sulawesi. Rancangan pengembangan itu sejajar dengan strategi Kumpulan mendekati pelanggan dengan mewujudkan kehadiran di seluruh bandaraya utama dan bandar besar yang berbeza di setiap pasarannya.

Sri Lanka (Parkson & Odel)

Pada Julai 2012, Kumpulan menyelesaikan pengambilalihan Odel PLC ("Odel"), sebuah syarikat yang disenaraikan di Bursa Saham Colombo di Sri Lanka. Odel adalah salah satu daripada syarikat runcit terkemuka di Sri Lanka dan mengendalikan operasi 17 gedung beli-belah yang terletak di Colombo dan Kandy. Pada akhir Jun 2013, Kumpulan memiliki 47.5% daripada modal saham terbitan dan berbayar Odel.

Pengambilalihan itu adalah sebahagian daripada strategi Kumpulan untuk beroperasi melampaui pasaran runcit Asia Tenggara bagi meneroka peluang di negara-negara dengan pertumbuhan yang kukuh. Ia menandakan satu lagi pencapaian baru bagi Kumpulan dan dijangka akan menyediakan Kumpulan dengan peluang untuk bertapak di Sri Lanka dan mengembangkan rangkaian gedung beli-belah ke rantau lain di Asia.

Hartanah & Pegangan Pelaburan

Pusat beli-belah *KL Festival City*, sebuah pusat beli-belah tempatan pertama milik sendiri Kumpulan terus mengekalkan kadar penghunian yang tinggi kira-kira 98% sepanjang tahun kewangan. Dengan peruntukan gabungan penyewa yang tepat, aktiviti promosi menarik dan perkhidmatan pelanggan yang mantap, *KL Festival City* terus menarik peningkatan jumlah pembeli ke pusat beli-belahnya. Kiosk moden dan selesa yang menawarkan pelbagai barangan dan perkhidmatan turut diperkenalkan bagi menarik lebih ramai pembeli.

Bagi tahun kewangan yang dikaji, pusat beli-belah ini menjana pendapatan kira-kira RM38 juta untuk setahun penuh kepada Bahagian berbanding RM23 juta bagi tempoh 8 bulan beroperasi pada tahun sebelumnya. Disokong oleh pendapatan yang menggalakkan dan peningkatan kecekapan operasi sejak memulakan perniagaannya pada Oktober 2011, pusat beli-belah ini terus memberi sumbangan positif kepada Kumpulan.

DIVIDEN

Pada tahun kewangan berakhir 30 Jun 2013, Syarikat telah membayar dividen sebanyak 18 sen (2012: 16 sen) kepada pemegang saham. Dividen bersih yang dibayar berjumlah kira-kira RM195 juta (2012: RM174 juta).

(Tahun kewangan berakhir 30 Jun)	Jumlah Dividen	
	2013	2012
Interim	10 sen	10 sen
Interim kedua	8 sen	6 sen
Akhir	–	–
Jumlah	18 sen	16 sen



TANGGUNGJAWAB SOSIAL KORPORAT

Kami mengakui kepentingan Tanggungjawab Sosial Korporat (“CSR”) sebagai sebahagian daripada perniagaan dan komited untuk menyokong inisiatif CSR yang memberi kesan positif kepada masyarakat dan alam sekitar.

Komuniti

Dalam melaksanakan operasi perniagaan, Kumpulan sedar akan tanggungjawabnya sebagai warga korporat dalam menyumbang kepada masyarakat, di samping meningkatkan keuntungan dan nilai pemegang saham. Kumpulan memberi tumpuan dalam membantu masyarakat untuk mencapai kemajuan melalui pendidikan dan rawatan perubatan melalui dua Yayasan yang ditubuhkan oleh Syarikat-Syarikat Kumpulan Lion di mana Kumpulan adalah ahli.

Yayasan Lion-Parkson mengagihkan dana untuk pelbagai keperluan seperti pendidikan, kebajikan dan penyelidikan saintifik, dan setiap tahun, menawarkan biasiswa kepada pelajar di universiti tempatan. Tabung Bantuan Perubatan Kumpulan Lion menyediakan bantuan kewangan kepada golongan kurang bernasib baik yang menderita penyakit kritikal yang memerlukan rawatan perubatan termasuk pembedahan, pembelian peralatan perubatan dan ubat-ubatan. Tabung turut menaja program kesihatan masyarakat seperti kem perubatan, dan pembelian mesin dialysis untuk Pusat Dialisis yang menyediakan subsidi rawatan untuk mereka yang menderita kegagalan buah pinggang.

Kumpulan juga menganjurkan Program Amal Tahunan Kembali Ke Sekolah di mana gedung beli-belah Parkson di seluruh negara menyediakan tong pungutan untuk orang ramai menderma barangan utama persekolahan seperti pakaian seragam, kasut dan alat tulis, yang diedarkan kepada kanak-kanak sekolah yang memerlukan di seluruh negara. Parkson juga bekerjasama dengan rakan perniagaan seperti pusat kosmetik untuk menyumbang bahagian tertentu daripada jualan produk syarikat bersekutu di gedung beli-belah Parkson untuk tujuan kebajikan.

Alam Sekitar

Di bawah program “Parkson Pelihara Taman Saya”, Kumpulan telah menjadikan taman di beberapa negeri sebagai taman angkat dengan matlamat untuk mengekalkan taman untuk dinikmati dan memberi manfaat kepada masyarakat sekeliling. Program ini melibatkan pemulihan, peningkatan dan menaik taraf kemudahan bagi memperbaiki suasana taman dan kemudahan rekreasi dalam usaha mempromosikan persekitaran hijau serta gaya hidup sihat untuk orang ramai.

Komitmen Parkson untuk memelihara alam sekitar juga dapat dilihat menerusi penyertaan dalam ‘Hari Tanpa Beg Plastik’ yang digunapakai oleh beberapa negeri untuk mengurangkan penggunaan beg plastik, dan program penanaman semula untuk memulihkan hutan bakau bersama-sama dengan rakan kongsi perniagaannya.

PROSPEK

Selaras dengan objektif pembaharuan ekonomi jangka sederhana hingga panjang **PRC** untuk mengubah pertumbuhan ekonominya ke arah penggunaan domestik yang tinggi, Kumpulan percaya bahawa kemunculan kelas pertengahan di PRC akan terus meningkat pada dekad akan datang. Dengan fokus pemasaran Kumpulan kepada pasaran segmen pertengahan hingga pertengahan atas, Kumpulan berada dalam kedudukan strategik untuk memanfaatkan perkembangan pembangunan makroekonomi ini. Walau bagaimanapun, persaingan dalam perubahan perniagaan gedung beli-belah dijangka kekal mencabar dalam masa terdekat dan penggabungan tidak dapat dielakkan. Memanfaatkan lembaran imbalan kewangan Kumpulan dan ekuiti jenama Parkson yang kukuh, Kumpulan berada pada kedudukan baik dan bersedia untuk merebut peluang daripada penggabungan industri runcit di China.

Mengenai industri peruncitan **Asia Tenggara**, perkembangan ekonomi yang berterusan di negara di mana Kumpulan mempunyai operasi perniagaan telah memberi manfaat kepada Parkson kerana reka bentuk dan barangan yang ditawarkan oleh gedung beli-belah kita berupaya memenuhi permintaan dan harapan kelas pertengahan baru muncul. Kita percaya bahawa strategi pengembangan gedung kita akan membolehkan kita merebut peluang dalam pasaran runcit segmen pendapatan pertengahan hingga atasan yang belum banyak diterokai di mana ia menawarkan potensi dan ganjaran yang signifikan.

Bagi Bahagian yang terlibat dalam pengurusan **pusat beli-belah**, bilangan pusat beli-belah di Malaysia telah bertambah seiring dengan peningkatan pendapatan dan tahap kemakmuran di negara ini. Kehadiran lebih banyak pusat beli-belah akan menyumbang kepada persaingan lebih sengit untuk pembeli dan penyewa. Walau bagaimanapun, gedung beli-belah Parkson Kumpulan memiliki kelebihan kerana ia sendiri menjadi penyewa utama, sekali gus membolehkan Bahagian ini menarik kehadiran pembeli yang tinggi dan penyewa yang baik. Kumpulan akan terus meninjau peluang pengembangan di lokasi utama selaras dengan strategi pelaburannya.

LEMBAGA PENGARAH

Lembaga Pengarah ingin mengalu-alukan Cik Zainab binti Dato' Hj. Mohamed sebagai Pengarah Bebas Bukan Eksekutif Syarikat pada tahun kewangan. Lembaga Pengarah yakin bahawa Syarikat akan beroleh manfaat daripada pengalaman dan kepakaran beliau yang tidak ternilai.

Pada Mesyuarat Agung Tahunan yang akan datang, Encik Cheng Sin Yeng akan bersara dan tidak memohon untuk dilantik semula sebagai Pengarah Syarikat. Encik Cheng berkhidmat sebagai ahli Jawatankuasa Pencalonan dan ahli Jawatankuasa Gabungan Syarikat. Bagi pihak Lembaga Pengarah, saya ingin merakamkan setinggi-tinggi penghargaan di atas sumbangan beliau yang tidak ternilai sepanjang tempoh perkhidmatan beliau sebagai Pengarah Syarikat, dan ahli jawatankuasa syarikat yang disebutkan di atas.

PENGHARGAAN

Bagi pihak Lembaga Pengarah, saya ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pelanggan, pembekal, pembiaya, rakan perniagaan, pihak berkuasa kerajaan dan para pemegang saham atas sokongan berterusan, kerjasama dan keyakinan mereka terhadap Kumpulan.

Saya juga ingin merakamkan penghargaan ikhlas dan terima kasih kepada rakan-rakan Pengarah atas bimbingan dan sokongan mereka dan sumbangan yang tidak ternilai sepanjang tahun serta menyatakan penghargaan saya kepada kakitangan di semua peringkat atas dedikasi, komitmen dan sumbangan kepada Kumpulan.

TAN SRI WILLIAM H.J. CHENG
Pengerusi



主席报告



我谨代表董事部，欣然提呈百盛控股有限公司截至2013年6月30日的会计年度之常年报告和经审核财务报表。

财务表现

在全球宏观经济不稳定的情况下，本会计年度可谓是挑战重重的一年。中国经济成长大幅放缓，同时世界一些角落的地缘政治风险依然存在，都对世界经济自2008年金融危机以来本已脆弱的复苏态势构成压力。接近本国的地区，亚洲各地经济基本上较具回弹力，但正当新兴国家在致力于管理和改革它们的经济之际，这些新兴国家的经济会出现少许动荡。

鉴于营运环境较为艰难且市场竞争日益激烈，我们的百盛商店无法维持过去几年的高增长率。因此，在截至2013年6月30日的会计年度，本集团录得下述较疲弱的营运业绩：

- 较高的销售所得款额，共116亿令吉，比上一年度的112亿令吉增加约3%；
- 较低的税前利润，共6亿1千900万令吉，比上一年度的8亿8千800万令吉减少约30%；以及
- 较低的净利润，共2亿4千万令吉，比上一年度的3亿8千万令吉减少约37%。

虽然如此，本集团在2013年6月30日的财务状况仍然健全，处于净现金状态并拥有股东基金约28亿令吉。这样的实力将为本集团建立可持续的增长，以及探讨合并与收购的机会。在本会计年度，本集团也在策略上进行所需的调整，以便应付具挑战性和迅速变化的营运环境。

企业发展

在本会计年度期间及期后，本集团进行下述的重大企业事项：

- 在2012年7月，本集团完成收购Odel PLC（“Odel”）当时42.2%发行及缴足资本。Odel是在斯里兰卡于科伦坡股票交易所挂牌的公司。
过后在本会计年度内通过强制性献购和Odel发行附加股，截至2013年6月底，本集体拥有Odel47.5%的股权。
- 在2012年12月，本集团以现金9千300万令吉完成收购在马六甲一片23.22依格其中15依格的土地。
- 在2013年9月，本集团建议租赁和收购在柬埔寨首都金边的一座7层楼购物广场及其底层和附属楼层，总收购价约1亿1千709万美元（相等于大约3亿8千640万令吉）。Parkson Retail Asia Limited的独资子公司将成为此购物广场的主要租户。

上述企业发展的详情列在本常年报告的150页至152页。

业务检讨

本集团主要从事经营“百盛”和“Centro”品牌的百货商店业务。本集团提供一系列国际知名品牌的时装及时尚商品，专注于四类主要商品：时装与服装、化妆品与配饰、家居用品与电器以及食品与生鲜商品，以年轻人和时尚消费者为对象。在上一个会计年度，通过在马来西亚首都吉隆坡开设本身拥有的第一家零售购物广场，本集团的业务进一步扩充到购物广场业务。

零售业务分布在马来西亚、中国、越南、缅甸、印尼和斯里兰卡。本会计年度见证了本集团投资的增长，百货商店从会计年度开始时的108家增加至2013年6月30日的128家。

本集团在各国有和管理的百货商店的数目和个别的业务表现如下：

(在6月30日)	百货商店数目	
	2013	2012
马来西亚(百盛)	38	38
中国(百盛)	55	54
越南和缅甸(百盛)	9	8
印尼(Centro和Kem Chicks)	9	8
	111	108
斯里兰卡(Odel)(联号公司)	17	-
	128	108



(单位：百万令吉)	营业额		部门利润	
	2013	2012	2013	2012
百货业务营业地点：				
- 马来西亚	872	830	104	121
- 中国	2,357	2,340	462	690
- 越南和缅甸	109	99	4	12
- 印尼	131	133	13	9
	3,469	3,402	583	832
产业及投资控股	39	24	7	4
减去：部门之间的交易	(5)	(3)	-	-
	3,503	3,423	590	836



(“部门利润”是指计算雇员股份开支、利息、分享联号公司业绩以及税务之前的经营利润)

马来西亚 (百盛)

百盛是自1987年以来在马来西亚知名的百货商店连锁店。我们本地的百盛业务，在26年营业记录的支撑下，尽管面对疲弱的消费情绪和激烈的竞争，继续交出令人满意的业绩。在本会计年度，尽管面对大选后零售市场疲弱和增加促销活动以致赚幅减少的局面，马来西亚百盛依然能维持其成长动力并取得不俗的同店销售增长约5%（2012年：9%）。

为了进一步加强业务和网络，马来西亚百盛在2012年11月承租古晋Plaza Merdeka的主要租户空间。在本会计年度，随着吉隆坡Sunway Putra Mall的业主改变营业模式，我们关闭了在该广场的百盛百货商店，以致我们在本地的百盛百货商店分布网和一年前一样，即38家。

鉴于本地零售市场成长放慢，百盛将致力于加强势力，通过不断翻新和提升现有的百货商店以及增加销售与促销活动，以夺取更大的市场份额并进一步加强“百盛”品牌的形象。

中国 (百盛)

中国经济增长率在2012年放缓，仅录得增长7.8%。经济增长放缓主要是由于其推出的宏观紧缩政策奏效，以缓和2008年金融危机后采取的积极财政及货币刺激措施。然而，这一系列控制经济有序放缓的措施在实行时遇上比预期更为严峻的外部不利因素，同时未免增长放缓速度过快及减幅过大，政策举措已进行重整以取得平衡。通货膨胀压力的下降让中国政府可以放宽货币政策及推行新的财政措施以加速其经济成长转型的计划。

由于营运环境相对严峻且竞争日益激烈，尤其是来自一站式购物广场以及电子商业的竞争，中国百盛的营业额仅微增，营运利润则下降。由于可支配消费情绪普遍不振，中国百盛在本会计年度的同店销售降1%（2012年：增长6%）。

鉴于以上情况，本集团相应放缓扩张计划，在本会计年度只开设4家新店。为配合本集团在优化其门店组合，提升门店形象及改善经营效益的努力，中国百盛在本会计年度关闭2家百货商店和终止一家管理店的管理协议。截止2013年6月30日，本集团在中国35个城市经营55家百货商店。

中国百盛将继续其扩充策略，在现有市场或邻近城市开设较少但规模更大的新店，以充分利用本集团的许多优势。为保持其竞争优势，新店的平均规模将逐渐扩大，因为本集团追求提升其商品价值及服务素质，务求为客户提供更优质的服务。本集团也将继续投资在商品配搭，旨在领先竞争者在市场推介最新且具特色的产品系列。

在本会计年度，中国百盛连同马来西亚百盛，推介电子商务平台，这构成更广泛的多元管道经销计划的一部分，使到本集团能更好地为其顾客服务。

越南和缅甸 (百盛)

自上一个会计年度以来，越南的经济面对各种挑战，导致政府采取紧缩政策以抑制经济成长。在本会计年度，越南百盛同样遭受经济危机打击，同店销售降约1%（2012年：增长9%）。为缓和以上挑战，越南百盛已对营业策略进行所需的调整以迎合具挑战性和迅速变化的营运环境。

截至2013年6月30日，越南百盛拥有8家百货商店（包括3家管理百货商店），位于越南的三大城市，即胡志明市（5家），河内（2家）以及海防（1家）。

在2013年5月，本组在缅甸首都仰光的FMI Centre，开设第一家百盛品牌的百货商店。本集团正计划扩展现有的业务，在未来几年内在印度支那国家开设更多的百货商店。

印尼 (百盛, Centro和Kem Chicks)

我们在2011年通过收购Centro品牌的百货商店进军印尼的零售业市场，这项业务继续取得令人鼓舞的业绩。本组表现良好，同店销售增长约6%（2012年：9%），也为本集团带来更高的利润。不过，由于印尼盾币值疲弱，本组取得1亿3千100万令吉的微低营业额。

本集团将在印尼执行双品牌策略，以Centro品牌夺取众多中产阶级市场的份额，同时推介百盛品牌的百货商店以迎合在印尼一线城市上层阶级市场的需求。值得一提的是，本集团将会在印尼爪哇岛和巴厘岛以外的地区开设新店，即在苏门答腊岛和苏拉威西岛租赁场地开设新店。这样的扩充计划非常符合本集团的策略，通过在每一个市场个别的大城市和城镇立足，和顾客们接触。

斯里兰卡 (百盛和Odel)

在2012年7月，本集团完成收购一家在斯里兰卡于科伦坡股票交易所挂牌的公司Odel PLC（“Odel”）。Odel是斯里兰卡领先的零售公司之一，在科伦坡和康提经营17家百货商店。截止2013年6月底，本集团拥有Odel47.5%的发行资本和缴足资本。

这项收购是本集团跨越东南亚零售业市场并在强劲成长的国家寻找机会的策略之一。这标志着本集团另一个新里程碑，相信能提供机会让本集团在斯里兰卡立足并把我们的百货商店连锁店开拓到亚洲其他地区。



产业与投资控股

本集团第一个本地自有的购物广场，吉隆坡百乐广场，在本会计年度继续保持约98%的高租用率。正确的租户组合，激动人心的促销活动以及优越的客户服务使吉隆坡百乐广场继续吸引更多顾客到访。另外，现代化和方便的购物亭，提供各类商品和服务，也为此购物广场吸引更多的购物者。

在本会计年度，此广场为本组提供3千800万令吉整年的营业额，相比上一年度营业8个月的业绩是2千300万令吉。自2011年10月开始营业以来，通过令人鼓舞的营业额以及不断改善的营运效益，这个购物广场继续对本集团作出积极贡献。

股息

在2013年6月30日的会计年度，本公司总共派发了18仙的股息给股东（2012年：16仙）。派发的净股息大约1亿9千500万令吉（2012年：1亿7千400万令吉）。

(6月30日的会计年度)	总股息	
	2013	2012
中期	10 仙	10 仙
第二中期	8 仙	6 仙
终期	-	-
总数	18 仙	16 仙



企业的社会责任

我们意识到企业社会责任的重要性，并认为它是商业活动中不可或缺的一部份，并将继续承诺支持可为社区与环境带来正面影响的企业社会责任的倡议。

社区

本集团在展开商业活动时，深切了解到作为企业公民的责任，在提高利润和股东企业价值的同时，也要回馈社会。作为金狮集团成立的两项基金的成员，本集团着重于通过这两项基金，以教育和医疗服务来回馈社会。

金狮百盛基金拨款供许多用途诸如教育、慈善和科学研究；每年都提供奖学金给在本地大学深造的在籍大学本科生。金狮集团医药援助基金则为迫切需要医疗，患严重疾病的不幸社群提供财务援助，包括手术、购置医疗仪器和药物。这项基金也赞助社区保健计划如医疗营，并且添购洗肾机器给那些提供津贴治疗服务给肾病患者的洗肾中心。

本集团也联合全国百盛商店主办年度回校慈善活动，提供回收箱给大众以便捐献学校必需品如校服、鞋子和文具，然后分发给全国各地有需要的学童。百盛也和其商业附属伙伴，诸如化妆品公司合作，把其在百盛百货商店内的档位销售产品收入的一部份捐作慈善用途。

环境

在“百盛关怀我的公园”计划下，本集团“领养”各州属的公园，提供维修让周围的社区得以享用。这项计划涉及修复、加强与提升公园环境与休闲设施，为大众提倡绿色环境与更健康的生活方式。

百盛对保护环境的承诺，也反映在其参与各州“无塑胶袋日”的活动，以减少对塑胶袋的使用；以及与其商业伙伴参与一项重植计划以恢复红树林。

展望

配合中国的中期至长期经济改革以把其经济增长目标转移到更高的国内消费，本集团深信正在崛起的中国中产阶级在未来十年将会继续增加。鉴于本集团的行销集中在中至中高档阶级市场，本集团将尽占宏观经济发展的优势。然而，竞争形势在迅速改变的百货商店业务预料在近期仍具挑战性，因此业内合并将无可避免。凭藉本集团良好的资产负债表和强劲的百盛品牌资产，本集团已为百货商店业内合并准备就绪。

关于东南亚的零售业务，本集团拥有业务的国家继续取得经济扩展，对百盛而言是吉兆，预示着我们的百货商店的设计和所提供的商品将能迎合正在兴起的中产阶级的需求和期待。我们相信，我们的百货商店扩展策略将使到我们在这些国家的零售市场，开拓大体上服务不够周全的中产阶级至高等收入阶层的市场，其优势潜能和回报将是不凡的。

本组管理购物广场的业务，随着人民的收入日益提高和国家日益繁荣，马来西亚购物广场的数目逐渐增加。更多的购物广场意味着更激烈的竞争以争取顾客和租户。不过，本集团因为百盛百货商店是其本身的主要租户而占优势，使到本组能够吸引更多的购物者人流和良好的租户组合。本集团将继续寻找配合其发展策略，在关键地点寻找扩展机会。

董事部

本集团热烈欢迎Zainab binti Dato' Hj. Mohamed女士在本会计年度被委任为本公司的独立非执行董事。董事部确信本公司将从她宝贵的经验和专长中受惠。

在即将召开的常年股东大会，郑善营先生将荣休并不会寻求连任本公司的董事。郑先生任本公司的提名委员会和薪酬委员会的委员。我谨代表董事部，对于郑先生在担任本公司董事以及上述两个委员会的委员所做出的杰出贡献表达真诚的谢意。

鸣谢

我谨代表董事部，真诚感谢所有尊贵的客户、供应商、银行家、商业伙伴、政府机构以及股东们，继续给予本集团支持与合作，及对本集团有信心。

我也要最真诚感谢董事们，在过去一年来给予的可贵指导，支持和所作的贡献，也要感谢我们各级雇员不懈的献身精神及对本集团的贡献。

主席
丹斯里锺廷森

