

## 管理層討論及分析

### 業績回顧

回望過去的半年裡，本集團成功通過了多項嚴峻的考驗。由於全球的經濟仍受美國經濟不景氣的影響，導致整體及至香港的消費者信心嚴重受損；一直牽制著與本土經濟息息相關的飲食業，為本集團的業務發展帶來不少壓力。

然而猛烈的競爭，成為了集團不斷向前的推動力。本集團以穩健的業務為基礎，繼續審慎地發展，待經濟復甦時大展拳腳。我們相信，憑著本集團嚴謹、果斷及不斷創新的精神，定能克服目前外圍因素帶來的難關。

儘管受到經濟不景氣的影響，藉著穩健的基礎，本集團之業務依然保持平穩的表現，營業額錄得3%的升幅，總收入由截至二零零一年十月三十一日止六個月的約172,000,000港元升至截至二零零二年十月三十一日止六個月的約176,600,000港元。營業額的增長乃由本年中期內開設新餅店及去年十月開張的寶翠園酒樓帶來的影響。

由於邊際盈利率略受本集團薄利多銷的價格策略及高昂的租金影響而收窄，本集團之經營溢利由截至二零零一年十月三十一日止六個月的約19,800,000港元跌至截至二零零二年十月三十一日止六個月的約3,800,000港元，跌幅為81%。

### 業務回顧

面對市場消費減力弱的衝擊，管理層已於本期內推行一系列的業務重整方案，以鞏固及改善本集團的營運。

#### 酒樓業務

酒樓業務之營業額於本期輕微上升。酒樓業務之營業額由截至二零零一年十月三十一日止六個月的約112,100,000港元，上升至截至二零零二年十月三十一日止六個月的約115,300,000港元，微升約3%。而經營溢利由截至二零零一年十月三十一日止六個月的約16,000,000港元，下跌至截至二零零二年十月三十一日止六個月的約5,900,000港元，跌幅約63%。

營業額的上升及經營溢利的下降是由於激烈的競爭令價格下降，而且疲弱的經濟令客人普遍平均消費力趨向下降。

在經濟不景氣的氣氛籠罩下，集團積極推地出了一連串推廣活動以維持顧客量，另外亦設計了多款創新的餐單及不斷推出價格具競爭力的創新產品，以刺激顧客之平均消費額；再配合更嚴緊的品質控制，務求不斷鞏固酒樓業務。

## 麵包糕點及食品業務

憑藉進取的市場推廣策略，本集團麵包糕點及食品業務的營業額由截至二零零一年十月三十一日止六個月的約59,900,000港元，上升至截至二零零二年十月三十一日止六個月的約61,400,000港元，即約3%的增長。

本集團的麵包糕點及食品業務得以迅速發展，乃建基於優質及創新的出品。至今，本集團已成為業內的市場領導者之一。本集團繼於上年九月在香港其中一間大型連鎖式超級市場—惠康超級市場一分銷月餅後，集團之「蒜香粒粒」已於一百間百佳超級市場發售。

然而，經營溢利由截至二零零一年十月三十一日止六個月的約3,800,000港元，下跌至截至二零零二年十月三十一日止六個月的經營虧損約2,100,000港元，跌幅約155%。麵包糕點及食品業務的盈利能力下跌乃因部份店舖之高昂租金所拖累而未見能為集團帶來增長。

故此，本集團已開始策略性重組集團之餅店分佈，一方面於本期內關閉表現欠佳之餅店；另一方面於本期內分別於牛頭角及長沙灣地鐵站內，以及奧海城、黃大仙及馬鞍山等地開設了新分店。重點地進行改善資源分配的同時，亦不斷加強本集團的市場佔有率及汲取高顧客流量地區所帶來的好處。於二零零二年十月三十一日本集團於香港共經營三十二間餅店。

## 策略與前瞻

廣州旗艦店的建立，標誌著本集團進軍中國大陸市場

面對香港市場趨向飽和，集團將進行國際化發展。集團已於中國廣州開設了國內的第一間旗艦店，為集團於大中華的發展奠下基石。本集團認為中國大陸的飲食業擁有相當龐大的發展潛力，因此，本集團將繼續致力研究發展內地之飲食業務。

我們相信，以集團的優良服務及優質產品，加上利用我們在香港建立多時的品牌效應，本集團在開拓南中國之市場時應可事半功倍。故此，除了廣州的旗艦店外，集團亦積極地為集團在中國其他主要城市如深圳開設新酒樓進行可行性研究。

### 煥然一新的餅店形象

集團亦積極改善店鋪的裝修，並計劃對多間餅店進行了翻新，以祈帶給顧客一個充滿朝氣之形象。憑藉進取的市場推廣策略，連同期內推行的各種成本控制措施，餅店業務的業績可望獲得改善。

另外，鑑於現時商業租金水平尚有下調的空間，以及大量優質飲食及服務業人才供應的有利條件下，再加上集團有效的成本架構，管理層對未來業務發展充滿信心。

### 擴充以提高成本效益

面對嚴峻的競爭，本集團不斷作出有計劃及謹慎的成本控制並提升工作效率，例如將部份支援及行政部門遷移至內地，以減低營運成本。

為使產量提升、生產成本下降、達至更高生產效率，集團在中國東莞增加的食品生產設施亦已進入投產階段。此外，集團計劃於大埔開設一間廠房，以代替將於二零零三年租約期滿之觀塘廠房。預計由於新廠房位於多條公路的樞紐旁，大大節省運輸時間及費用，更有利於集團之物流管理。估計由於新設施令員工成本及管理費用下降，加上經濟規模效益，生產成本將大大地下降。

### 長遠增長的有利架構

維持集團之盈利能力乃集團的管理層在為未來起草藍圖的重點目標之一。與此同時，本集團亦利用現今之經濟環境建立更強大的分銷渠道。進軍地下鐵站的網絡正標誌著集團謹慎地擴張其餅店網絡以網羅更大的結婚禮券市場。

由過往在惠康超級市場中分銷月餅的成功經驗，本集團計劃把此等分銷形式推及至其他超市及連鎖店等分銷商。加強與分銷商之間的合作及增大餅店網絡，贏取更大的市場佔有率，從而使集團業績在經濟起飛時能強勁飆升。

### 遇強越強、穩步向前

本集團憑著在業內多年的經驗、大眾的支持而建立的聲譽、密集的分銷網絡、以及管理層高瞻遠矚的市場策略；董事有信心以本集團優質的出品及優良的服務，在經濟不景氣中逆流而上，並奠下將來長遠發展的基石。集團將不斷致力改善整體業務表現，務求為股東帶來理想回報。

### 季節／週期因素

於節日期間之銷售量一般比淡季為高。