

管理層論述及分析

本集團於截至二零零二年十二月三十一日止六個月錄得有史以來最佳之中期業績。總銷售額為551,600,000港元，上升37%，而淨收益為65,400,000港元，較去年同期上升173%。

本集團之每股基本盈利由去年同期之3.2港仙增加150%至8港仙。於二零零二年十二月三十一日後，5,800,000美元之本集團可換股債券已轉換為145,666,799股本公司股份。倘是次轉換於二零零二年十二月三十一日進行，則根據股東應佔溢利65,368,000港元及958,897,340股股份（即已發行股份813,230,541股之加權平均數及於轉換後將發行股份145,666,799股之總和）計算之每股備考盈利為6.8港仙。

本集團業務表現理想，乃主要受旗下之製造業務增長強勁所推動。期間，本集團付運超過26,000,000件胸圍產品。本集團已提高生產量，以應付不同市場之客戶需求。而廠房之生產力使用率實際上已達到100%，其中更包括傳統上業務使用率較淡靜之兩個月份－七月及八月。集團亦對在中國籌劃之第一期擴展項目準時完成感到滿意，而新增之低成本生產力更有助提升本集團之銷售額。隨著中國出口胸圍產品往美國之兩項主要配額類別於去年被撤銷後，集團可自行重組旗下之產品組合，並可根據不同地區廠房之生產力而為有關廠房制定生產計劃，因而毋須顧慮配額限制。此舉在更大程度上已提升本集團之製造效益及降低成本。

本集團之品牌業務於期間內錄得6,300,000港元之虧損。隨著退出台灣市場，有關業務單位之營業額已下降至並不符合成本效益之水平。因此，誠如本人於上一份報告所述，管理層決定重新建立以中國市場為核心之業務。於期間錄得之虧損中，超過50%乃視作過時存貨扣除之一次性支出，來替其品牌在市場重新定位。

企業開支較去年同期減少4,000,000港元或31%，主要因為銀行借貸減少，以致減省利息開支。

在財務狀況方面，本人欣然報告以下業務進展：

- 本集團於五年前訂立財務及業務重整計劃一部份之可換股債券協議，已於上月屆滿。債券持有人已合轉換票據其中87% (約104,200,000港元) 為普通股，本公司並以現金償還可換股債券之餘額 (約15,800,000港元)。轉換債券實際上將債務轉換為股本。於本六個月期間轉換之總額為48,300,000港元，並有助加強本集團之資產負債組合。
- 於期間內，來自業務運作產生之溢利已提升集團之銀行結餘及改善現金水準，由二零零二年六月三十日之70,600,000港元，增加至二零零二年十二月三十一日之113,600,000港元。
- 根據與往來銀行於二零零一年一月訂立之修訂協議，本集團之銀行借貸由92,700,000港元減少至85,100,000港元。
- 本集團之資本負債比率 (以借貸淨額佔淨值比例計算) 已大幅減少至二零零二年十二月三十一日僅22%，而於二零零二年六月三十日之資本負債比率為318%，取得以上成績乃上述各項因素所致。
- 本集團之淨值於二零零二年十二月三十一日已達到約150,400,000港元，而去年同日則錄得負淨值13,300,000港元。

此外，本集團最近與滙豐銀行、恒生銀行及ING Bank訂立協議，上述銀行成為本集團僅三家往來銀行，並提供140,000,000港元之循環信貸額度，足以支持本集團之業務所需。所有此等成績均反映本集團之財務實力與日俱增。

從已收到之生產訂單，本集團對本財政年度下半年之展望感到樂觀。然而，去年聖誕節假期零售市道表現失色，加上中東可能爆發戰爭，市場因此對情況感到關注，以至管理層在業務上採取審慎態度。

儘管本集團已重新發展以中國市場為核心之品牌業務，但預期該業務於短期內將不會對集團整體表現有任何顯著影響。然而，除中國之製造業務擴展項目外，品牌業務對本集團之持續增長亦具備重要策略意義。