



GZITIC Hualing Holdings Limited 國信華凌集團有限公司

(於香港註冊成立之有限公司)

全年業績公佈 截至二零零二年十二月三十一日止年度

致列位股東

國信華凌集團有限公司(「本公司」)董事會謹此宣佈，本公司及其附屬公司(「本集團」)截至二零零二年十二月三十一日止年度經審核之綜合全年業績連同去年同期之比較數字如下：

1. 綜合利潤表

截至十二月三十一日止

(除每股資料外，所有金額均以港幣千元為單位)

	附註	二零零二年 千港元	二零零一年 千港元 (附註8)
營業額	2	1,261,072	1,650,988
產品銷售成本		(1,093,402)	(1,216,590)
產品銷售利潤		167,670	434,398
其他業務收入		13,760	32,848
其他營運費用		(1,570)	(2,784)
銷售費用		(207,790)	(244,776)
管理費用		(171,892)	(146,543)
營業利潤		(199,822)	73,143
財務費用		(33,398)	(36,613)
應佔聯營公司之利潤／(虧損)		(6,663)	70
稅前利潤	3	(239,883)	36,600
稅項	4	(3,237)	(13,689)
稅後利潤		(243,120)	22,911
少數股東權益		(7,239)	(12,152)
股東應佔利潤		(250,359)	10,759
每股盈利			
— 基本及攤薄	6	(18.10)仙	0.8仙

2. 營業額

本集團的營業額主要來自生產及銷售家庭電器，包括空調、冰箱及小型冰箱。

3. 稅前利潤

稅前利潤已計入／(扣除) 下列各項

	二零零二年 千港元	二零零一年 千港元 (附註8)
固定資產折舊	(76,573)	(65,050)
匯兌收益	3,433	—
匯兌損失	—	(1,940)

4. 稅項

由於本集團並無賺取任何應課香港利得稅收入，故此並無提撥任何香港利得稅準備。本集團之海外稅項乃根據本年之估計應課稅溢利按當地之現行稅率計算。

	二零零二年 千港元	二零零一年 千港元
中國稅項	3,237	13,689

廣州華凌空調設備有限公司(「華凌空調」)符合《中華人民共和國外商投資企業和外國企業所得稅法》的規定，經番禺市國家稅務局第259號文件批准，可以享受由第一個獲利年度起兩年內免繳企業所得稅，其後三年減半以12%的稅率繳納企業所得稅。華凌空調第一個獲利年度為一九九九年，因此，可以享受於二零零二年年度減半以12%的稅率繳納所得稅的優惠。

合肥華凌電器有限公司(「合肥華凌」)符合《中國人民共和國外商投資企業和外國企業所得稅法》的規定，經合肥市國家稅務局第199號文件批准，可以享受由第一個獲利年度起兩年內免繳企業所得稅。其後三年減半以15%的稅率繳納企業所得稅。合肥華凌的第一個獲利年度為二零零零年，因此可享受於二零零二年年度減半以15%的稅率繳納所得稅的優惠。

於二零零二年十二月三十一日，本集團並無任何重大未撥備遞延稅項負債(二零零一年：零)。

5. 股息

截至二零零二年十二月三十一日止年度內，本公司並無宣派任何股息(二零零一年：零)。

6. 每股盈利／虧損

基本及攤薄每股虧損／盈利乃按集團的股東應假虧損約250,359,000港元(二零零一年：利潤約10,759,000港元)計算。

基本每股虧損／盈利乃按年內加權平均數計算之已發行股份1,381,727,588股(二零零一年：1,297,519,287股)計算。

攤薄每股虧損／盈利乃按1,383,094,294股(二零零一年：1,300,552,461股)計算，此乃年內加權平均數計算之已發行股份，加上所有未行使認股權證假設以認購價完全行使之加權平均股數合共1,366,706股(二零零一年：2,953,019股)。

7. 經修訂審核意見詳情

基於本集團截至二零零二年十二月三十一日止年度之綜合虧損淨額約為250,359,000港元而當日之流動負債淨額為301,601,000港元，因此核數師已修訂有關本集團截至二零零二年十二月三十一日止年度賬目之報告，加入一段說明編製財務報表時採用持續經營準則有基本不確定因素。

核數師認為上述基本不確定因素已在賬目中適當說明及披露，對此並無保留意見。

8. 比較數字

若干二零零一年之比較數字已重列以配合年內報表之表述。

末期股息

基於集團的審慎理財原則的前提下，因為盈餘滾存仍為赤字，董事會不擬派發截至二零零二年十二月三十一日止年度之股息。(二零零一年：無)

管理層討論及分析

行業環境

二零零二年，國內家電企業的競爭進一步加劇。國內家電總產量迅速增長，但銷量的增速卻出現下滑。其中尤以家用空調產品的影響較大，國內總產量比去年上升約32%，總銷量比去年增加了約7%，然而總銷量之增長率比去年卻大幅下跌了約34%。

國內冰箱及空調市場的零售價格持續下調。家用空調產品的零售平均價格下降了約25%。而家用冰箱產品的平均價格亦在去年較低的基礎水平上，再度錄得約4%的跌幅。

儘管國內家電市場的發展放緩，然而行業出口卻快速增長，產銷和行業利潤方面均錄得可觀的增長。中國家電產量已佔據全球市場的約20%，正加速發展並鞏固其世界家電製造基地的地位。其中空調產品約佔全國家電出口總額的約30%以上。

集團財務表現摘要

流動資金及財政資源

截至二零零二年十二月三十一日止年度，本集團之銀行貸款為約530,468,000港元，當中包括約491,876,000港元為短期貸款，銀行結餘及現金則為約174,262,000港元。本集團截至二零零二年十二月三十一日止年度的應收賬款總額約為132,460,000港元。

集團之銷售及採購的主要貨幣為人民幣及港元，因此本集團於匯率波動方面並無重大風險。

資本結構

截至二零零二年十二月三十一日止年度，本集團之總股東權益約為431,460,000港元，比較去年同期下調約37%。於結算日，將短期貸款及長期貸款總和除以股東權益後，借貸比率約為1.2。

銀行融資及資產抵押

於二零零二年十二月三十一日，本集團有關透支、貸款及貿易融資之銀行信用額度約為709,931,000港元(二零零一年：634,896,000港元)。截至該日已動用530,468,000港元(二零零一年：535,074,000港元)。短期借款乃由集團的賬面淨值約95,916,000港元(二零零一年：116,967,000港元)之若干物業、機械及設備等資產作抵押。

僱員及薪酬政策

截至二零零二年十二月三十一日，本集團於中港兩地共聘用約3,000名全職員工。本集團並按照國內專業顧問公司提出之薪酬研究報告，根據員工之表現、經驗及當時行業薪酬水平釐定僱員酬金。本公司並設有購股權計劃及為部分國內僱員免費提供宿舍。

業務表現

於回顧年內，本集團致力鞏固空調及冰箱在國內的市場佔有率，擴大國外的市場佔有率，以嚴格的成本控制、提高營運效率及加強產品開發來迎合市場的需要。企業內部管理方面，本集團於年內亦積極優化人力資源及強化企業文化，務求以對內及對外的結構調整，盡力減低因市場劇烈競爭所帶來的影響。

空調業務

於年內，本集團空調業務的銷售量比去年同期下降約11%，約達416,000台。然而受國內空調產品價格下調的影響，營業額大幅下跌約35%，錄得約745,000,000港元。

其中，窗機之銷售數量佔總銷售量的約27%，比去年同期上升約12%，而櫃機及分體機則分別佔總銷售量的15%及58%，比去年同期分別下跌16%及17%。由於整體價格水平下降及銷售價格調低，削弱了空調業務之盈利貢獻。

海外出口

承接去年增長的優勢，年內本集團的空調出口量較去年同期上升約52%，約為198,000台。其中尤以歐洲市場的發展較佳，希臘市場於二零零二年上半年的出口已達約23,000台，遠超過去年全年此市場的出口量；土耳其市場在三月獲得TSE認證後，出口量亦錄得約14,000台，呈恢復性增長；西班牙是集團今年新開拓的市場，出口達約8,000台。

國內市場

年內空調產品於國內之銷售量下跌了約24%，達約215,000台。國內市場銷量下調的主要原因是由於國內眾多新加入的空調製造商為迅速提高知名度及市場份額，以低價進佔市場，管理層為維持市場佔有率，除繼續向用戶提供高品質的產品與服務外，還調節價格。此舉雖在年內令集團於國內的空調業績受到負面影響，然而長遠而言將有利於提升集團空調品牌形象和市場競爭力。

國內OEM市場

回顧年內，本集團的空調OEM總銷售量約為3,000台，較去年下跌94%營業額錄得約9,000,000港元，較去年下跌約93%。這是由於國內家電銷售商自行設廠製造，以致對國內OEM的需求下跌。

冰箱業務

年內，本集團之冰箱業務銷售量較去年同期稍微下降約4%，錄得約636,000台；而營業額則比去年微升約0.8%，約達516,000,000港元。

海外出口

本集團於年內的冰箱業務獲得理想的發展。年內冰箱總出口量達到約327,000台，上升了約31%；銷售額亦比去年增長了約15%，約達199,000,000港元。

國內市場

於年內，由於國內市場總體需求持續平淡，令集團國內冰箱之銷售量比去年同期下降了約35%，約達219,000台。營業額則比去年下降了約15%，約為229,000,000港元。

國內OEM市場

年內冰箱OEM產品的銷售量約達90,000台，較去年上升13%。此乃由於部份客戶增加訂單所致。

整體營運表現

本集團看準中國家電產品在國際市場的渠道將在中國加入世貿後逐漸放寬，於年內積極發展其出口業務，成績理想；減低因國內家電市場發展放緩所帶來的影響。

嚴格控制成本

本集團於回顧年內嚴格控制成本從開發、設計、生產、採購、管理等各個環節入手開展降成本工作，採取了整合資源及強化財務管理等策略控制成本。本集團於四月初成立的集團採購中心，採取集團統一採購的方法，有效地控制了採購成本的增長。截至二零零二年底，本集團已實現大半以上的原料通過招標實施集團採購，使採購平均成本比原來採購模式下降超過10%。

另外，本集團積極加大了財務預算和成本控制，使各項預算得到嚴格執行。集團亦適當地精簡了營運架構，有效降低了集團的整體營運成本。

提高營運效率

企業整體之營運效率是企業致勝之道。本集團於去年的信息化建設取得了可喜的成果。企業資源規劃(ERP)及產品數據管理(PDM)項目均於四月成功推行。其中以ERP項目的發展最為顯著，大大的降低了庫存及提高了決策效率。年內的庫存金額比去年下降達約38%，應收賬款比去年下降56%。

PDM項目方面，目前正在完善知識庫並進行第二期開發工作。未來一年，本集團將進一步拓展信息化建設，以充份地發揮信息管理的綜合效能。

迎合市場需要

於回顧年內，本集團在開發新產品的同時，積極調整及優化產品結構，以差異化的產品特色和產品佈局迎合不同層次的用戶需求。本集團還利用互聯網科技，提高了市場資訊反饋及市場物流運轉的效率。

加強產品之開發

年內，集團各附屬公司堅持以市場為導向，通過積極調整研發體制，優化資源配置及完善研發人員獎勵機制等，使本集團技術研發的效率與成功率均得到明顯的提升。本集團於年內順利完成了25個新產品開發項目，相信將為本集團實現二零零三年發展市場的新目標提供強大的動力。

本集團於年內加速發展小型中央空調業務，成功開發了18個機種。其中風管機系列產品不但技術先進，而且具有通用性強，安裝與操作方便的技術特點，為新一代空調的發展開闢了廣闊的空間。

優化人力資源

本集團高度重視員工專業素質的提升。回顧年內，本集團進一步完善人力資源管理體制，增加了各級員工獲得培訓的機會，改進了考核辦法，優化了薪酬福利機制，使人力資源的整體管理水平提高。

強化企業文化

於年內，本集團積極為員工創造一個易於發揮才能和創造力的組織與文化環境，建立和諧的企業文化，提供全體員工的積極性和創造性，使集團生產及管理的整體工作效率得到明顯的提高。

未來展望

本集團於未來將積極掌握有利的宏觀經濟環境及穩定的經濟政策，並落實世界貿易組織的各項經貿政策，開拓海外市場的新機遇；而居民家用電器更新換代及農村市場的啟動，管理層預期需求將有所增長。

產品發展方面，集團將進一步優化產品系列：冰箱、家用空調、小型中央空調、冰櫃、酒櫃、小家電，已經形成高、中、低三檔次的配置。小型中央空調現已成功開發了18個機種，其中風管機系列具有較強的技術與性能優勢，並已推出市場，初步反應良好，未來一年，集團將加快市場推廣，充分發揮其技術優勢，成為集團新的收入增長點。

至於出口市場方面，集團將致力令產品質量體系更加完善，空調廠及冰箱廠已完成了多種產品的出口認證工作，通過了ISO9002、CCEE環保標誌認證以及出口CE、CB、GS及EMC認證，有利集團進一步拓展海外市場；集團高度重視出口機型技術和性能的特殊要求，產品研發能力有了很大的提高，出口產品競爭力進一步加強。

集團於未來將致力提升技術研發能力，擴大現有產品系列，採用OEM形式生產小家電，充分發揮華凌品牌的價值；並推進技術開發體制改革，提高研發人員工作積極性；另外，集團將提高技術對市場變化的應變能力，加強技術網絡建設，增加客戶滿意度。於未來一年，集團將致力提高品牌知名度，以深化國內市場的滲透率。

審核委員會

為進一步保障股東利益，集團於一九九九年八月五日成立審核委員會，委員會成員包括陳維端先生、林明勇先生及張新華先生，藉以加強集團內部監控。本集團於制定該委員會之職能時，已參考香港會計師公會頒佈之「成立審核委員會指引」。

遵守最佳應用守則

除本公司並無指定任期之非執行董事和獨立非執行董事因須依據本公司組織章程之規定在股東年大會上輪值告退及重選外，本公司於年內一直遵守香港聯合交易所有限公司證券上市規則之最佳應用守則。

購入、出售或贖回上市證券

於截至二零零二年十二月三十一日止年度，本公司並無贖回其任何證券。本公司或任何其附屬公司概無購入或出售本公司任何已發行之證券。

於聯交所網頁披露資料

根據香港聯合交易所有限公司之上市規則附錄16第45(1)至45(3)段規定，有關業績公佈之全部資料將在聯交所網頁列載。

承董事會命
董事長
陳小石

香港，二零零三年四月十六日

請同時參閱本公佈於信報刊登的內容。