

主席報告



業績

截至二零零二年十二月三十一日止之年度，本集團錄得營業額一億五千三百萬港元（二零零一年：一億九千三百萬港元），總營業額下降主要是由於在南非經營鴉片業務之附屬公司清盤，並在二零零二年一月起終止運作。然而，本集團整體毛利率則由二零零一年度百分之三十四增至本年度百分之三十六，此增長是由於本年度只包括了毛利率較高的酒類業務。本集團於二零零二年度之淨虧損為二千八百萬港元（二零零一年：三億四千一百萬港元），二零零一年度之虧損較大主要由於本集團於該年度錄得一項長綫投資項目損失和南非附屬公司清盤所致。

業務回顧

面對持續疲弱之經濟環境，本集團全力拓展核心之酒類業務。在二零零二年度，酒類業務在中國和日本市場之表現令人滿意，尤其是前者。東風紹興酒有限公司（「東風」）之營業額穩步上升，較去年增加5%，主要由於本集團推廣活動，致力研製新酒類產品，以及暢銷產品之市場據點。

在二零零二年，東風憑著數位新加入的高層管理層成員，協助擬定及推行一系列進取的市場滲透及改良產品包裝策略，以提升在國內的銷售量，結果市場反應熱烈，並有助鞏固其業內之領導地位。本集團之酒類產品已在多個消費力較龐大之市場如上海及廣東等廣受歡迎，尤其以上海市場表現最為突出，去年集團產品在當地的總銷售額增長約百分之十，成績相當理想。

為了進一步加強東風保健酒系列，東風與浙江大學緊密合作研究開發，成功研製兩款更香醇藥酒-「靈芝精雕酒」和「帝聚堂精雕酒」，並已獲得中國政府的認可。由於中國消費者對健康日益關注，上述產品自推出市場後反應理想。與此同時，本集團計劃將該兩款產品推進日本及其他亞洲市場。鑑於自行研製的新酒毛利率較高，本集團未來將繼續加強宣傳及研製更多新品種。

本集團出口至日本的酒類產品銷量依然理想。透過與日本最大酒類分銷商之一 Suntory 合作，縱使日本經濟不景，其產品在當地市場的銷售仍能保持穩定。





主席報告

展望

鑑於酒類業務的表現令人欣喜，本集團將繼續致力研製更多質素優良的新酒，並且在中國主要城市擴展新市場，以及提升其在潛力雄厚的上海及廣東市場的滲透率。鑑於保健酒類產品受中國消費者歡迎，本集團正計劃將產品拓展至華人眾多的海外市場。

財務資料

集團的財務狀況及流動資產在嚴謹的控制措施下保持穩定，於二零零二年十二月三十一日止，集團的資產負債比率為 0.86（二零零一年：0.85）；而流動比率則為 1.22 倍（二零零一年：1.32 倍）。

利率及貨幣風險

本集團並無重大之外幣及利率風險。

資金之運用及籌集

本集團具有充足之資金資源，可為現時經營之業務及計劃之拓展提供所需資金。

集團組合之轉變

於截至二零零二年十二月三十一日止年度內，本集團並無收購或出售任何附屬公司。

僱員及薪酬政策

於二零零二年十二月三十一日，本集團僱用員工共 1,080 人，其中 1,070 人在中國，10 人在香港。年內，僱員成本（包括董事酬金）約達 19,100,000 港元。僱員酬金乃按照個別之職責及表現而釐定。除購股權計劃外，本集團亦向大部份僱員提供醫療、強積金及津貼等其他福利。

承董事會命

主席

KWEE Cahyadi Kumala

香港，二零零三年四月二十四日

