

業績

截至二零零三年三月三十一日止財政年度仍然是充滿困難之一年。

縱然本集團於年內仍面對全球經濟疲弱及前景不明朗之挑戰，本集團之營業額及溢利仍得以改善，並且維持優良之資產負債結構及持續有效之現金管理。

年內，本集團之營業額錄得9%之增加至港幣1,540,000,000元。經審核股東應佔溢利及每股盈利分別上升4%至港幣91,000,000元及25.9港仙。股東資金增加4%至港幣554,000,000元或每股港幣1.57元。平均股本回報率仍為17%。

末期及特別股息

董事會欣然議決於本屆股東週年大會上建議派發末期股息每股12港仙（二零零二年：每股11.5港仙）及特別股息每股3港仙（二零零二年：每股2港仙），此等股息將於二零零三年九月十日支付予於二零零三年九月三日登記於股東名冊內之股東。連同已支付之中期及特別股息6.5港仙計算（二零零二年：每股5港仙），全年股息將為每股21.5港仙（二零零二年：每股18.5港仙），有16%之增長。

業務回顧

製造及出口業務

於回顧年度內，本集團之環球出口市場，特別是美國市場之經濟復甦一波三折，而下半年戰爭陰雲密佈進一步妨礙了復甦步伐。消費者信心及成衣零售低迷不振。本集團客戶對採購效率及成本效益提出前所未有之要求，並紛紛對存貨管理合理地實行嚴緊控制。在此嚴峻營商環境下，本集團繼續對所有基本條件實行高質管理，並專注於提升生產力、生產設施之能力及靈活性以及產品開發之多元化。因此，本年度之總出口業務銷售額年增長為8%，而毛利率與去年比較亦頗穩定。

在地區分類方面，下半年本集團對北美市場之出口銷售上升11%至港幣754,000,000元，而上半年則為7%之增長。因此，對北美市場之全年總出口銷售增加9%至港幣1,356,000,000元，佔本集團營業額之88%。對歐洲及其他市場之出口銷售則大幅增長49%至港幣46,000,000元。對低迷之日本市場之出口銷售則下跌40%，情況仍然令人失望。

美國批發業務

如最近期之中期報告所述，本集團於二零零二年十月購入批發成衣品牌「Zelda」及若干相關資產，總代價約為港幣2,000,000元。本集團隨即在市場重新推出該品牌系列及訂下設計及開發二零零三年秋裝系列之最先主要重點，並於二零零三年六月開始付貨。由於缺乏足夠之銷售收入來應付營運成本，截至年結日止，「Zelda」之開辦虧損約為港幣4,000,000元。本年度以「Fashion Active Laboratory」品牌及「Zelda」品牌於美國經營之批發品牌業務總銷售額約佔本集團營業額之約1.5%。

中國零售業務

於回顧年度內，中國經濟仍保持強勁增長勢頭，惟服裝零售市場之競爭卻日趨激烈及加劇。於二零零二年九月，本集團推出更高級之「Zariah」品牌產品系列，並在上海開設2間新店，以擴大零售產品系列。「Betu」品牌系列方面，本集團共開設30間新店，並關閉3間營業額欠佳的店舖，故於年結日其營業店舖數目合共為85間。而「Zariah」品牌直至年結日止合共有6間營業店舖。年內，在中國之總零售額增長23%，而溢利貢獻則由於「Zariah」之經營前期虧損而下跌17%。

於聯營公司之投資

如本集團在最近期之中期報告所載，於二零零二年七月，本集團策略性地增加對其擁有30%權益之聯營公司嵎州同泰絲服飾有限公司（「同泰絲」）之投資，投資額增加港幣2,200,000元至港幣3,900,000元。同泰絲為以中國浙江省為基地之絲針織服裝製造公司。該項投資有利本集團擴充其產品組合，為客戶提供更佳之服務平台。

本集團於年內所佔五間聯營公司之業績上升至港幣3,500,000元，較上一年度增加68%。

展望

在當前美國以及本集團全球出口市場經濟前景不明朗及不景氣之環境下，本集團採取審慎措施經營旗下所有業務部門。本集團繼續專注於提升業務基本條件，提高營運效率及效益及嚴格控制成本。長遠而言，本集團矢志向客戶提供更具競爭力之產品及服務，並為股東帶來更佳之業績。

本集團對二零零三年／二零零四年出口銷售及毛利前景之看法依然審慎。然而，基於本集團全力投入產品開發及進行銷售服務，現時之定單記錄顯示截至二零零三年九月三十日止六個月之出口銷售額有高單位數字百分率增長。在繼續倚重以美國市場為帶動核心營業額及利潤增長之動力的同時，本集團定下長期策略，增加對歐洲及日本市場之出口。

歐洲

紐約 

倫敦 

北美洲

「Zelda」品牌秋季時裝系列之市場反應良好，加上「Fashion Active Laboratory」品牌之新訂銷售目標，美國批發業務之總銷售額將佔本集團截至二零零三年九月三十日止六個月之營業額約3%，而經營虧損將會逐步收窄。

受到嚴重急性呼吸系統綜合症（非典型肺炎）疫情影響，中國成衣零售於二零零三年四月至六月期間之表現受到毀滅性之沖擊。為減少虧損，本集團採取連串自發性控制措施，其中包括暫緩「Betu」及「Zariah」品牌系列之擴張計劃、透過特別折扣減少存貨，及成本減省措施等。自從六月底世界衛生組織最後將整個中國大陸從非典型肺炎疫區名單中除名後，正常經濟秩序已逐步恢復，消費意慾正日益改善。然而，本集團理性地預期中國成衣零售業短期內價格激烈競爭仍會持續。相對於正常利潤計劃，本集團截至二零零三年九月三十日止六個月之零售營運可能錄得虧損。

長遠而言，本集團對中國零售業務之發展滿懷信心。本集團秉承之策略為在不斷完善及擴展已奠定市場地位之「Betu」品牌之同時，以嚴謹規範成本之方式開創新概念。本集團已增聘新的專業零售管理層，自二零零三年四月起推出更時尚及引領潮流之「T+T」品牌系列產品。於報告日期，本集團現正在中國經營85家「Betu」品牌專賣店、5家「Zariah」品牌專賣店及4家「T+T」品牌專賣店。

亞洲



人力資源

為確保長遠之持續發展及盈利能力，本集團致力在人力資源方面作出投資。本集團確認到並感謝現有員工及企業文化所作出之正面貢獻，且將調校本集團之人力資源管理程序以招募、保留、培訓及培養新的專業人才，和具備能力及各種才華及自我增值精神之各級人員。本集團已決心提升本集團每位員工之價值及進一步加強本集團之團隊精神，以確保本集團能夠欣然迎接新紀元之挑戰。

致謝

本人藉此感謝本集團各位同事對本集團不斷取得之成果所作之貢獻，同時亦向本集團之客戶、業務夥伴及各位股東對本集團之不斷支持表達衷心感激。

董華榮
主席

香港，二零零三年七月九日



上海百盛百貨



北京時代廣場



北京洋華堂百貨



廣州北京路

零售店舖



深圳銅鑼灣華僑城百貨



上海淮海中路



ZARIAH