



管理層討論與分析

業務回顧

由於亞洲受到非典型肺炎影響，集團本年度第二季接單情況，亦受到輕微影響。但綜觀上半年整體表現，集團仍錄得滿意增長。

隨著中國新擴建廠房相繼投入生產，而工人生產技術日趨成熟，河源廠和東莞廠房整體產力相對大大提高。在產品質素和生產效益上，都有明顯改進。而位於保稅區的廣州廠房仍專注生產高精度模架，由於 LKM 品牌在全球的知名度日高，海外訂單均有持續增長。

中國上海廠第二期廠房擴展工程已完成，機器設備亦已到位。產力會逐步提升，預期足可應付華東市場未來的業務增長。

由於星加坡模具工業逐漸萎縮，集團設於星加坡的小型工廠已轉為專責銷售之業務部；生產方面，會集中由馬來西亞廠靈活統籌和管理。

雖然日本市場內部需求不振，但 LKM 品牌在日本已廣被接受，故集團的市場佔有率和銷售數量仍見持續上升。

台灣分廠業務已上軌道，產力與營業額不斷增長，有助於集團整體業務的擴展。

至於進口模具鋼材之銷售，面對頗為激烈之價格競爭。新開發之國產優質鋼材銷售不斷增加，在一定程度上，彌補了市場對進口鋼需求的減少。



展望

自中國入世後，全球各地製造商紛紛進入中國設廠投資，展望中國會進一步發展成為「世界工廠」。再加上中國本土經濟發展蓬勃，內部消費強勁，對塑膠消費產品需求顯著增加。故本集團對未來發展前景非常樂觀。

中國河源廠新擴建廠房，主要針對生產大型模胚和汽車模胚，以承接中國內部對此類型產品需求的增加。另一方面，在浙江省興建的新廠房，基建部份會於明年初完成。預期明年中可投產，為浙江省一帶民企提供優質模具產品，進一步擴展集團在國內的業務。

集團會積極拓展其分銷網絡，務使銷售層面覆蓋中國各工業重鎮。並藉與客戶緊密聯系，能迅速把握當地商機。在華東地區，會相繼在浙江、江蘇省一帶增設數個直接銷售點，以發展華東龐大市場。而在廣東區域，亦分別在多處客戶集中的城市開設銷售點和辦事處，主要是給區內之民企及個體戶提供更貼身和高效率之直銷服務。

至於模具鋼材業務，集團會繼續推出更多元化之技術服務，強化優質進口鋼材之銷售。鑑於中國鋼廠生產的材料質素不斷提高，集團會採取嚴謹之品質監控手段，精選多種優質國產鋼，推出市場，迎合要求材料價格較低的客戶所需。進口鋼材與優質國產鋼兩個產品系列的雙線發展，可互補不足，從而增強集團整體的競爭力。

集團會擴大其服務範疇，除提供六面加工、真空熱處理和模具焊補等增值服務外，將會增設 PVD 物理氣相沉積塗層服務，透過不同之硬質鍍層，增加模具及機械



零件之使用效率，包括耐磨性、潤滑性及耐腐蝕性等。預期設備會於年底裝置完成，並於明年初投入服務，屆時會向客戶提供更全面之「一站式」服務。

流動資金及財務資源

於二零零三年六月三十日，本集團之現金結存約621,000,000港元。大部份現金結存乃存放於香港主要銀行作港元及美元短期存款。

本集團總負債約828,000,000港元，相當於股東資金約803,000,000港元之約103%。

僱員及薪酬政策

於二零零三年六月三十日，本集團僱用合共約5,400名僱員，包括中國國內生產廠房約5,000名員工及香港和其他國家約400名員工。本集團對僱員實行具競爭力之酬金制度。晉升及加薪皆按其表現評估。本集團尚會因應僱員之個人表現向其批授購股權。