



成功的商業模式和追求優越的顧客服務及不斷的創新產品促使收入及經營邊際溢利保持增長

指定的銷售代理分佈48個國家以擴大經營範圍和網絡與顧客緊密聯繫藉以贏取市場佔有率

參與科技及物流中心的環節，以顧客關係管理和供應鏈管系統減輕成本及以縮短生產時間和準時交貨的優點來鞏固客戶持續的訂單

致各位股東：

本人很榮幸代表(「董事會」)向各位提呈截至二零零三年五月三十一日的年度財務報告。

本人(或集團)十分高興能錄得七億一千八百萬港元的收入。收入持續增長，比去年度全年計的收入增長了百分之十九，經營邊際溢利亦上升百分之六十達至10.7%，縱使年內的全球經濟甚不景氣。集團能享有

這佳績，實有不少是歸功於集團的獨特業務模式及承諾提供優越的客戶服務和不斷創新的概念。

作為國際珠寶品牌的動力企業並有製造和分銷架構作支援，集團策略性地在七個地區(德國、奧地利、泰國、香港、中國、日本及美國)設立業務據點，以聯繫遍佈48個國家的指定代理商及入口商，使集團更直接地接觸市場和更能適時收集及回應顧客的意見。

集團的收入其中78%來自歐洲，這部份的收入比去年度全年計增長了百分之十五(2002/3年度為五億六千三百萬港元相對2001/02年度全年計的四億九千萬港元)。為了加強集團的顧客關係管理及供應鏈管理功能，特別是在歐洲方面，集團參與了母公司聯洲國際集團在德國法蘭克福設立的科技及物流中心。這中心的設立，使集團的客戶和供應商伙伴受惠。歐洲物流中心自二零零三年六月已經開始運作，相信會為集團提昇運作效率和籍著顧客關係管理的改善，令訂單增多從而增加營運收入。

集團於德國、香港、中國及泰國分別設置先進生產設施，實行垂直綜合製造的模式，供應鏈管理對改善縮短貨品供應期及應付不斷變更的市場起了很重要的作用。

寶昌永耀珠寶廠房的熟練生產，採購效率及交貨準時各方面都由德國成功遷移至中國，加上與中方伙伴的合作關係與勞動力的素質都令集團有信心在中國能建立國際水平的先進生產設施。為此，集團在中國增設了另一所珠寶廠房，並已於二零零二年八月正式運作，隨著訂單不斷增加，生產量已達廠房的生產總容量的四分之三。

作為行業的先驅者，生產知識和技術是保持創新意念的重要元素。我們在零三年四月收購了 "Guthmann & Wittenauer" (G&W) 一家在德國Pforzheim (德國主要的珠寶製造中心) 的珠寶生產工廠。現在正與Abel & Zimmermann之現有生產設施進行融合以擴大生產的覆蓋面和專業技術。收購了 G&W 不單提供更多元化和/或更具創意的品牌珠寶系列，亦能為集團獲得更大的顧客品牌生產及客戶基礎。除了擴大客戶標籤產品的訂單外，這次收購亦為集團內的名牌產品的採購和行政上的效率作正面的貢獻。

在中國增設廠房以應付不斷增加訂單的要求，從德國Speidel 珠寶廠全引進先進的生產知識

於二零零三年六月，集團與母公司收購了 JOOP! GmbH三分之一的權益，穩固了集團為 JOOP! 環球獨家珠寶特許經銷商的地位。JOOP! 於德國享有很高的品牌聲譽，而在亞洲亦具有強大的增長潛力。

收購G&W以增加生產效率和爭取以顧客標籤及品牌產品為主的新客戶

年內，集團致力集中發展亞洲的推廣及分銷業務，來自區內的一億港元收益佔集團總收入14%(去年以全年計之收益為34,000,000港元，佔集團總收入6%)。除了JOOP!和MEXX外，皮亞卡丹珠寶於亞洲(尤其中國及印度)甚具發展潛力，而旅遊禮品系列亦甚有前景。

新增的JOOP!令集團多添一個有聲譽的品牌

由於市場推廣的活動加增及JOOP!，MEXX 和皮亞卡丹在亞洲的發展良好，令亞洲區的收入續增

二零零三年第三季，集團與上海一間知名的珠寶集團簽訂特許經營及合作協議，於中國各省份拓展皮亞卡丹珠寶(相信皮亞卡丹珠寶時尚典雅的系列會成為中國最受歡迎的珠寶系列)。這標誌著集團業務已伸展至中國，隨著中國加入世界貿易組織成為成員。

皮亞卡丹和Esprit珠寶在大中華地區成功推出，令集團在其五年發展計劃中亞洲收入增至28%的預期邁向前一大步

受德國客戶愛戴之Esprit 珠寶，於台灣及中國已漸漸擁有一定的市場佔有率。這有賴於集團「視野無疆界，行動本地化」的環球化策略，及在亞洲經營已有二十五年經驗，對中國和台灣的文化結構有深厚的認識。這有助集團以更有效的策略拓展產品及更能滿足顧客需求。

集團很有信心能在預期的五年計劃內將亞洲收益提升至28%並為集團及股東帶來利益。

繼續以差異行銷的發展模式針對美國的高檔市場

集團於美國透過Abel & Zimmermann, Kazto platinum 及 Jacquelin Designs 品牌以差異行銷策略迎合當地的高檔市場。為切合美國市場的需要，集團於泰國的廠房Keimothai及以色列鑽石供應伙伴已全力準備聯同主要著名的品牌推出新意念系列。現時，美國只佔集團收入10%以下，準備於五年內將所佔比率提升至22%。

Goldpfeil珠寶成為首市場的焦點

期望已久的 Goldpfeil 珠寶系列於二零零三年的巴塞爾展覽中推出，反應熱烈。Goldpfeil 品牌的優越加上悠久的歷史，相信這個品牌的系列會獲得美國客戶的歡迎及日本、中東及歐洲顧客的青睞。

致力保持在多品牌珠寶市場領導者的地位

透過適當的資源分配及策略合作，集團承諾會繼續成為具領導地位的多品牌珠寶企業，從而分享這行業之增長。

截至二零零三年五月三十一日至，集團擁有二千八百六十名員工其中二千六百名為勞動工人，分佈於德國、泰國、中國及香港五個生產基地，其餘二百六十人為銷售及市場推廣，產品開發及行政職員，分別是17名在香港總部和173名處於德國的歐洲總部。香港總部及在德國、奧地利、泰國、中國及美國各分支機構職員，聯同集團所指定的代理及分銷商，為建立及服務分佈在四十八個國家的客戶作出努力。

集團在全球擁有二千八百六十名員工

我謹代表董事會對員工所付出的努力和承諾由衷的感激。他們的熱誠工作態度和集團的務實模式，令集團對保持在市場的領導地位和實現可達到的理想目標及前景甚表信心。



主席兼行政總裁
史璧加
香港，二零零三年九月二十九日