

業務回顧

截至二零零三年九月三十日止六個月，本集團之銷售營業額增加3%至405,985,000港元(二零零二年：396,064,000港元)，綜合純利減少6%至30,718,000港元(二零零二年：32,827,000港元)。本集團之每股基本盈利下降0.6港仙至9.2港仙(二零零二年：9.8港仙)。董事會建議派付中期股息每股2港仙(二零零二年：2港仙)。

家電產品之營業額下降5%至284,809,000港元，佔本集團營業額70%。個人護理產品之營業額上升26%至121,176,000港元，佔本集團營業額30%。

以地區劃分而言，歐洲業務之營業額減少3%至188,286,000港元，佔本集團營業額46%。美洲業務之營業額減少1%至147,094,000港元，佔本集團營業額36%。亞洲及其他市場業務營業額攀升35%至70,605,000港元，佔本集團營業額18%。

由於客戶的削價壓力不斷，毛利率由23%降至22%。本集團之分銷成本及行政費用分別維持於營業額4%及10%之水平。經營溢利下跌2%至營業額之9%，降至34,874,000港元(二零零二年：41,671,000港元)，此乃主要由於平均售價下降及塑膠原料價格上漲所致。

香港及中國爆發的非典型肺炎對本集團之業務營運並未構成重大影響。在疫症爆發期間，本集團在香港辦事處及中國廠房實施預防措施，引致行政費用微升。此外，集團之部份海外客戶擱置香港之旅遊活動，在某程度上令致新項目之發展時間表受到延誤。

期內，新推出之產品包括新型號之足浴器、水力按摩器、食物處理器、電炸鍋、攪拌器及電蒸鍋。