

管理層討論與分析

財務摘要

業績概覽

截至二零零三年九月三十日止六個月，本集團營業額約為港幣二億四千七百二十萬元，較去年同期之港幣二億六千二百四十萬元下跌6%，惟經營溢利下跌72%，由去年同期之港幣一千九百八十萬元下跌至港幣五百五十萬元。此外，本集團股東應佔溢利淨額為港幣一百四十萬元，而去年同期錄得股東應佔溢利為港幣一千四百六十萬元。本集團每股基本盈利為港仙零點一六。

於回顧期內，本集團準備提早償還根據二零零零年十一月十日簽訂之債務重整契約（「債務重整契約」）中尚欠債權人的全數餘款；所需資金擬取自調配本集團之內部資源、向中國銀行深圳市分行寶安支行（「中銀深圳」）貸款，以及撤銷現時營運資本保證金。根據本公司於二零零三年十一月四日及二零零三年十一月六日刊登之公佈，提早還款已於二零零三年十一月六日完成。

於回顧期內，本集團並無收購或出售任何主要附屬公司或聯營公司。而本集團持有投資項目的情況，與最近之年報所示者，亦無重大改變。

流動資金和財政資源

於二零零三年九月三十日，本集團之淨資產值升至港幣二億七千三百四十萬元，每股淨資產值為港仙三十一點五。同時，本集團總資產值為港幣七億二千五百七十萬元，其中現金及銀行存款約佔港幣一億五千八百萬元。由於本集團當時正處於提早還款計劃之過渡時期，本集團之綜合借貸增加至港幣三億二千七百六十萬元，其中包括二零零三年九月二十七日中銀深圳貸款合同所簽定之港幣一億元的三年期貸款。故此，本集團其時之負債資產比率由二零零三年三月三十一日的83%，上升至二零零三年九月三十日的120%。本集團之綜合借貸包括港幣五千四百六十萬元之五年期貸款及港幣八千七百一十萬元之可換股債券。該兩項借貸已於二零零三年十一月完成提早償還計劃後全數償還。

資本架構

根據債務重整契約，本集團之主要借貸包括(i)一項五年期的貸款，本集團在過去兩年半已按時支付五期合共港幣五千五百萬元的還款，現剩餘債項為港幣五千四百六十萬元；以及(ii)無息票有抵押可換股債券及四厘息票有抵押可換股債券之欠款，分別為港幣三千萬元及港幣五千七百萬元。

此外，本集團於上述提早還款計劃之過渡期內，向中銀深圳貸款港幣一億元，為期三年。

本集團所有借貸，包括中銀深圳之貸款，均以港幣結算。此外，本集團所有借貸之息率均為浮息，但四厘息票有抵押可換股債券則為例外，是以定息計算。由於市場息率穩定，加上本集團逐步攤還債項，本集團於回顧期內的財務費用較去年同期縮減5%。因此，本集團的財務狀況健全，並具充足融資額以支援在提早還款前後業務之營運。

本集團資產抵押

於回顧期內，本集團之銀行借貸由本集團的資產作擔保。

重大投資或資本資產之未來計劃

本集團並無任何重大未來投資計劃，惟本集團將恰當地作出資本性資產投資，尤其是在擴建廠房、增建電鍍廠及相關環保設施、添置新的機器及模具，以配合生產及市場需求。當中所需資金，主要來自本集團的經營利潤，其次來自銀行融資。

外幣兌換風險

本集團之貨幣資產及負債以港幣、人民幣及美元為主要結算貨幣。由於港幣與美元掛鈎，而港幣兌人民幣的匯價波幅亦相當輕微，因此本集團所承受的外幣兌換風險極低。

業務分部資料

本集團按市場地區劃分之銷售業務並無大變化。北美洲仍是本集團的第一大市場。本集團於北美洲、中國大陸、香港、歐洲及其他地區之業務分佈比例，分別為60%、19%、11%、6%及4%。

或然負債

本集團的或然負債與最近之年報所示者，並無重大改變。

僱員資料

於二零零三年九月三十日，本集團僱用員工四千一百一十八人，分佈於中、港兩地之辦公室及廠房。僱員之薪酬是以其個人職責、資歷、經驗及表現來釐定。本集團亦為員工提供在職培訓及安全訓練。

本集團設有股份認購權計劃，惟於回顧期內並無任何僱員獲授以股份認購權。

業務回顧

由於本集團於北美洲市場之表現未如理想，營業額下跌6%至港幣二億四千七百二十萬元，同時經營溢利下降72%至港幣五百五十萬元，導致股東應佔溢利淨額達港幣一百四十萬元，此與銷售下跌及製造成本上升有關。本年初，香港爆發非典型肺炎，對本集團的業務構成一定程度的影響，因為海外商家減少到本集團設於香港之陳列室及國內廠房參觀，引致一些意料中之主要訂單流失。另一方面，塑膠原料價格急漲30%至40%，而鋼鐵材料價格亦攀升10%至40%。

然而，本集團一直努力擴闊客戶層面，因而成功在回顧期內簽定多個來自加拿大及韓國市場的「原件生產」客戶，主要提供禮品及精品。

國際業務

截至二零零三年九月三十日止六個月，本集團的海外市場合共錄得港幣一億七千四百四十萬元的收入，較去年同期下跌13%。

綜觀本集團的全球銷售數字，美國市場的成績未如理想，營業額為港幣一億三千三百六十萬元，較去年同期的港幣一億六千五百一十萬元下跌19%。究其原因，是由於美國經濟衰弱，直接打擊消費者及零售商的信心，以致本集團顧客認為存貨已足夠供應市場所需，在訂購貨品時紛紛採取謹慎態度，將存貨數量維持最低需求水平。

加拿大市場表現同樣欠佳，營業額為港幣一千四百四十萬元，較去年同期的港幣一千六百二十萬元下跌11%；然而，歐洲市場表現甚為出色，共錄得港幣一千五百七十萬元收入，較去年同期之港幣九百四十萬元增長67%。此有賴集團自兩年前起銳意加強與歐洲客戶的聯繫，致使回顧期內客戶數目有所增加。而其他國際市場營業額則合共攀升10%至港幣一千零七十萬元。

中國大陸業務

於回顧期內，中國大陸銷售上升5%，達港幣四千六百二十萬元。此穩定增長有賴本集團以「櫻櫻」品牌推出一系列新穎產品獲得市場良好反應，該品牌現已成為中國大陸家居用品名牌。此外，本集團以多元化的手法推廣「櫻櫻」品牌，包括與主要客戶合辦了多個夏日推廣活動，刺激銷售增長。

本集團在回顧期內繼續維持廣闊的銷售網絡，覆蓋超過三十個主要城市，跨越二十個省、四個直轄市及三個自治區，為上千個零售商旗下約四千三百多個銷售網點供應產品。

於回顧期內，本集團在中國市場最暢銷的產品包括多功能儲存組合系列、飲品器皿及肥皂盒系列。

香港業務

香港市場的表現令人鼓舞，有賴本集團與零售客戶合辦更多推廣活動，令營業額比去年同期的港幣一千七百九十萬元上升48%，達港幣二千六百五十萬元。

前景

本集團預期，在現時世界經濟不穩，及美國市場表現欠佳之情況下，將面對更多挑戰。惟本集團會繼續努力增強海外銷售工作；同時在中國市場投入更多資源，以抓緊當地銷售增長蓬勃所帶來的機遇。

由於中國人民的生活水平與購買能力不斷上升，本集團透過拓展內地零售網絡及與地方業務夥伴加強合作，有信心令中國市場銷售數字在來年保持增長。然而，本集團亦深知大陸市場開放已逐漸引來更多外商競爭，最終令邊際利潤被攤薄。為此，本集團決定在中國市場採取下列四項措施：(1)將「櫻櫻」品牌系列多元化，以該品牌推出更多迎合市場需求的新產品；(2)加強與顧客之間的緊密連繫，並與更多擁有地方網絡的強勢分銷商簽訂合作協議，以鞏固本集團之市場地位；(3)開設專櫃以刺激銷售及加強品牌認受性；及(4)提高物流及供應鏈的管理效益，以減低成本，增加產品競爭力。

展望未來，在提早償還債務重整契約中尚欠的全數餘款、及大為減輕昔日背負的財務負擔後，本集團預計更能專心一意，致力刺激北美洲市場銷售表現回復昔日的光輝，同時繼續拓展中國市場，為來年爭取佳績。