

業務回顧及展望

截至二零零三年十二月三十一日止年度之營業額為港幣977,764,000元，去年則為港幣485,261,000元。玩具業務之營業額為港幣945,464,000元，而二零零二年則為港幣456,112,000元。物業投資及管理業務之營業額(未對銷內部分部收益前)為港幣33,311,000元，而二零零二年則為港幣30,683,000元。毛利較二零零二年增加123.5%。未計投資物業重估虧絀前之營運溢利為港幣128,610,000元，而二零零二年則為港幣13,865,000元(經重列)。股東應佔純利為港幣71,649,000元，而去年之虧損淨額為港幣1,043,000元(經重列)。每股基本盈利為5.57港仙，而去年則錄得每股基本虧損0.09港仙(經重列)。

物業投資

物業租金及管理費收入(未對銷內部分部收益前)較去年上升8.6%至港幣33,311,000元。收入增加源於二零零二年收購之大廈所帶來之全年租金及管理費收入。於二零零三年，儘管香港之經濟環境欠佳，但投資物業租金收益率仍維持在5.5%，與二零零二年相若。於二零零三年十二月三十一日之物業組合獨立估值產生重估虧絀港幣49,300,000元。由於本港整體經濟氣氛好轉，特別是物業市場方面，因此管理層對本集團之物業投資組合前景仍感樂觀。相信物業租金及管理費收入將會繼續為本集團帶來穩定之收入，並與本集團之核心玩具業務相輔相成。

玩具業務

二零零三年度推出之兩個新品牌業績理想，加上既有業務繼續增長，令玩具業務全年營業額倍增。彩星玩具除致力擴展其核心品牌外，亦積極開發若干新特許權及專利產品系列。彩星玩具現正蓄勢待發，向前邁進。

Teenage Mutant Ninja Turtles「忍者龜」

二零零三年一月推出之全新版本忍者龜動作模型及配件系列銷售情況超越預期。新一輯忍者龜卡通片集於二零零三年二月在美國Fox Box播出後，立即為這長壽產品吸納新一批支持者。

該品牌之產品獲得美國之零售商鼎力支持。部份客戶認為忍者龜是男性動作模型中最受歡迎之品牌。部份客戶更特設專櫃售賣忍者龜產品，加強宣傳效果。至年底，忍者龜動作模型已成為最暢銷男孩玩具之一，並獲提名為美國全年最佳男孩玩具。

忍者龜品牌在主要國際市場之推廣活動十分成功。該系列產品以及卡通片集在世界各地均大受歡迎，成功吸納來自不同地區之支持者。於年底，忍者龜在英國、法國、澳洲及加拿大各國均打入最受歡迎動作模型玩具品牌三甲之列，更獲英國零售商協會頒發全年最佳男孩玩具獎。於二零零三年，該品牌及有關之電視片集分別在十五個國際市場上推出。彩星玩具現與超過三十家大型分銷商合作，以確保忍者龜品牌在二零零四至二零零五年間打入所有重要國際市場。

忍者龜全球合作夥伴數目正不斷增加。已有超過四十名美國夥伴獲授權從事所有重點非玩具產品業務。主要之非玩具獲授權人包括Konami，該公司已推出首個忍者龜電子遊戲，並推出全美電視宣傳計劃作配合，更積極開發第二個遊戲產品。而Funimation則發行忍者龜錄映帶/DVD系列。該等合作夥伴之全面市場推廣及宣傳計劃在來年將有助進一步提高忍者龜品牌之知名度。

業務回顧及展望

二零零四年忍者龜已強勢出擊，包括連鎖快餐店Burger King於美加舉辦一連串大規模推廣計劃及廣泛宣傳，以及美國Time Warner之Cartoon Network宣佈亦將會播放忍者龜卡通片集。由四月中開始，除FOX BOX每逢週六上午繼續播映全新忍者龜片集外，Cartoon Network亦會由週一至週五播放該片集。兩大媒體相輔相成，相信會大大提高觀眾人數。

彩星玩具將於二零零四年繼續擴潤忍者龜產品系列；除加強現有產品外，亦會引進若干新產品類別。

Speedeez

Speedeez迷你模型車及套裝於二零零三年春季面世。由於訂價吸引，加上全美大規模電視宣傳計劃，令該系列之零售分銷至二零零三年秋季更見大幅擴大。彩星之宣傳攻勢集中於介紹其專利Turbo Ball推動系統，使它能在其他同類產品中排眾而出。加上配合秋季之電視宣傳計劃及其他優惠推廣，市場需求大大提高，以致重點產品Hummer H2套裝一度斷市。該款產品獲美國玩具業協會提名全年最佳玩具模型車獎。

於二零零四年，彩星玩具將透過全面之電視宣傳及優惠推廣計劃，繼續以該款產品之速度、動力及競賽性能為宣傳重點。

The Simpsons「阿森一族」

The Simpsons「阿森一族」之精品模型及套裝在美國面世四年以來，彩星玩具不斷推陳出新，維持消費者對該系列產品之興趣。由於該品牌已屆成熟期，故彩星玩具預期來年將採取有限度的分銷策略。

Waterbabies「水娃娃」

Waterbabies「水娃娃」品牌在二零零三年繼續擴展。新成員如Care Bears已加入成為該系列之特許權產品。而迪士尼水娃娃亦增添多名經典成員。「My First Waterbabies」是專為幼兒／少年而設計，而「Sweet Cuddlers」則新增不同主題及各種基本與特殊功能。

此著名品牌已連續十五年在美國發售，贏得消費者一致稱許，其他娃娃品牌難以媲美。由於此品牌已有多年光輝歷史，而陸續推出之新產品亦相當受歡迎，促使彩星玩具決定更新其包裝設計及推出新推廣系列，務求令消費者耳目一新。於二零零四年秋季，彩星玩具將會為全新之「Wiggly Waterbabies」展開一套電視宣傳計劃，重點突出「水娃娃是唯一具真實動感之娃娃！」。

Disney Princess「迪士尼公主」

彩星之女孩玩具業務在二零零三年隨著迪士尼公主大型娃娃之擴展而再創高峰。彩星之「Little Princess」為美國最暢銷大型娃娃，反映迪士尼公司不斷支持經典迪士尼公主特許權產品之成果。在迪士尼公司支持下，迪士尼公主已成為彩星旗下一個重要品牌，彩星並會在二零零四年及以後不斷拓展迪士尼公主系列。

全新迪士尼公主「Princess Nursery」系列將於二零零四年秋季面世。該系列公主娃娃名為「Baby Princesses」，可自由配搭不同之服飾，將傳統之「育嬰」玩意引進迪士尼公主品牌，進一步拓展其市場地位。

過去三年來，彩星玩具之迪士尼公主系列不斷擴大，並與迪士尼公司緊密合作，開發適合之人物主題及新產品，相信此核心品牌在未來數年仍會不斷壯大。

新機會

彩星玩具現正積極開發多個新特許權及地道品牌，計劃將於二零零四年底及二零零五年面世。新產品包括Nickelodeon之「Evergirl」、Autocannon之「Max Boost」及一個嶄新互動人物產品系列。

Evergirl是Nickelodeon經過三年努力研製而成之嶄新全方位生活潮流品牌。Nickelodeon將於二零零四年推介此產品，並透過電視宣傳、推廣及優惠計劃向女孩子宣揚獨特而正面之「Evergirl」訊息。彩星會據此推出全新設計之娃娃及配件系列，以配合Nickelodeon之宣傳計劃。

鑑於彩星玩具之Max Boost產品在二零零三年十月舉行之玩具博覽會上反應熱烈，一套有關此潮流產品之電視卡通片集正在製作中。彩星玩具正與版權持有人緊密合作，確保Max Boost片集中之人物、汽車及套裝產品能活靈活現，同時亦能配合片集在美國首播同步推出產品。

彩星玩具集中於品牌管理之策略令去年之業績突飛猛進。此策略加上選擇性投資於新產品及特許權產品之方針，將會引領彩星玩具繼續前進，以期盈利繼續上升。