

股息

董事局建議派發截至二零零三年十二月三十一日止年度之末期股息每股12.0港仙。連同已派發的中期股息每股6.0港仙，截至二零零三年十二月三十一日止年度之全年股息為每股18.0港仙。

管理層討論及分析

在國內高速增長的家具業及消費帶動下，集團的業績再創新高，營業額達300,700,000港元，較二零零二年上升45.3%。經營溢利上升73.4%至89,000,000港元，而純利亦較二零零二年之44,500,000港元上升73.5%至77,200,000港元。憑藉自有品牌及嚴謹的成本控制措施，故集團一直維持可觀的盈利增長。此外，在回顧年內木材的價格亦保持穩定。截至二零零三年十二月三十一日止年度，集團錄得毛利率為35.8%，高於二零零二年之35.3%。與此同時，純利率亦由去年21.5%提高至本年度25.7%。

縱使中國整體家具市場競爭激烈，集團一貫以中高檔家居家具市場為目標，並憑藉穩固的市場地位，以高回報的經營模式，保持在中國家居家具行業翹楚的領導位置。集團擁有自有品牌，並透過廣闊的特許經營網絡分銷產品。

在回顧年內，集團以「皇朝傢俬」及「金騎士」的品牌，推出四個中高檔的時尚家居家具系列，包括「淺胡桃」、「黑檀」、「黑胡桃」和「亮光」系列，並因深受客戶愛戴而感到欣喜。其中以「淺胡桃」系列銷量最高，而「亮光」系列則在二零零三年十月最新推出。集團強勁的產品設計及開發隊伍每年開發兩項新產品系列。同時，集團在產品設計方面的努力，亦獲得由國內著名家具雜誌「現代家具」於二零零三年頒贈數個獎項，包括產品質素、服務和業務管理方面，甄選為排行榜首的家具品牌。

專注於產品設計和生產，並透過外判特許專賣店形式分銷產品乃集團的核心優勢。集團積極與分銷商維持緊密的業務夥伴關係。於二零零三年十二月三十一日，我們在國內擁有600多家特許專賣店，遍佈29個省份。覆蓋全國的專賣店須符合集團在產品擺放和店舖佈置上的要求，而集團則負責建立品牌、市場推廣及廣告範疇。為提升品牌形象，集團委任著名影星關之琳為代言人。在二零零三年十一月，由關之琳主演的電視廣告正式在主要媒體如中央電視台和鳳凰衛視播放。這些市場推廣策略有助集團宣傳，以及讓全國潛在的分銷商與客戶更認識我們的品牌。

在回顧年間，集團之其他收入包括為分銷商採購非木材家具配件所收取的服務費，亦成為集團另一項重要的收入來源，為集團帶來12,600,000港元收入。分銷商以往多採用較低檔次的家具配合集團的品牌家具。為貫徹整體形象與風格，集團現為分銷商採購大部份的配件，同時亦藉此擴闊我們的收入來源。

管理層討論及分析

有關生產規模，集團已於現有廠房毗鄰興建三層高的新廠房、成品倉及發貨大樓。集團現時於廣州的70,000平方米的總生產樓面面積，以及100,000平方米的廠房總面積，最高產量可達每月10,000套家具。鑒於市場對集團品牌的家具需求殷切，集團於年內在東莞租用了一所廠房，其總資本支出約為30,000,000港元，並由內部資源支付。此新廠房可提高每月產量約30%至40%。上述投資將增加集團產量，使集團能更有效率、更靈活地迎合市場對優質家居家具不斷上升的需求，大大提升競爭優勢。

前景

中國憑藉加入世貿以及作為國際生產基地的競爭優勢，使經濟日趨蓬勃，並刺激消費開支。集團相信隨著都市化及生活質素不斷提升，家具市場將會成為國內增長最為高速的消費產品之一。因此，集團對內地家具市場的前景充滿信心，並期待在往後數年保持可觀的升幅。

集團以享譽全國的「皇朝傢俬」及「金騎士」品牌為基礎，致力進一步加強產品設計能力。保護知識產權對我們的長遠發展亦十分重要，現時集團超過100個產品設計已取得專利。在獲得內地政府鼎力支持下，我們有信心能遏止侵權者，並確保知識產權得到妥善保護。集團近期剛推出兩個嶄新的家具系列—「白橡」及「亮光」系列，分別以年輕及較成熟的消費群為對象。新產品系列從分銷商及顧客兩方面均獲得良好的反應。

由於集團的專賣店已廣遍國內主要城市，集團現正積極在各省市開拓新縣級城市之業務，實現市場多元化之目標。這些經濟結構規模相對較小的縣級城市遍佈全國，隨着這些城市發展，我們的業務將繼續擴展。集團矢志在二零零五底，把專賣店的數目增至1,000家。集團為加速增長，將會在潛在分銷商及客戶所處省份陸續推出各項市場推廣及宣傳活動。

在生產設施方面，我們將繼續維持有效率而靈活的運作。集團透過大量生產坐享成本效益，預期生產效率將有所提升。此外，最新興建的成品倉及發貨大樓亦將提升物流系統，有助集團滿足客戶需求。

作為國內具領導地位的家居家具品牌之一，集團致力為投資者及業務夥伴帶來可觀的回報。透過結合市場主導的產品、卓越的設計能力、優質及有效率的生產工序、強大的品牌宣傳策略以及廣泛的分銷網絡，集團已為日後持續拓展建下康莊大道。