

## 主席報告

### 業務回顧

由於面對伊拉克戰爭及非典型肺炎，北美及歐洲市場復甦緩慢，塑膠、化纖、棉布原料價格飆升等嚴峻挑戰，本集團年內之塑膠、棉布類家用產品之營業額為424,406,000港元(二零零二年：440,250,000港元)，較去年同期下降3.6%，此項業務年內之分類經營溢利為18,452,000港元(二零零二年：29,688,000港元)，較去年同期下跌37.8%。

中國加入世界貿易組織後持續令建築相關物料需求增長以應基建及建造物業之用。本集團之PVC管材及管件及各類建築相關材料之營業額為313,135,000港元(二零零二年：239,405,000港元)，較去年同期增加30.8%，而此項業務年內之分類經營溢利為27,802,000港元(二零零二年：27,867,000港元)，較去年同期減少0.2%。

地區分類方面，亞洲及美國仍然為本集團之主要市場，分別佔本集團營業額50.2%及42.6%。

於年內上半年度因美伊戰爭及非典型肺炎疫症，導致各國入口商採購意慾減退，落單態度非常審慎。國內亦因非典型肺炎肆虐，國家為確保疫症不會蔓延，嚴格控制人口流動，建築業施工因此被迫局部停頓，對建築物料採購亦相應減少。此戰亂及天災疫症等不可預見之因素，對本集團兩個主要業務產生了重大不良影響。下半年度塑膠、化纖、棉布等原料價格急劇上升，更令經營環境加倍困難，原料成本之漲幅因未能同步轉嫁買家，邊際溢利因而受壓減少。

### 展望

本集團位於江蘇省常熟市王庄鎮之附屬公司南塑家庭用具製品(常熟)有限公司(「南塑家品」)及南塑建材塑膠製品(常熟)有限公司(「南塑建材」)所興建之生產廠房及機器設備安裝等工程已大部份完工試產，並已局部投入生產。此外，北美、歐洲、加拿大等國家將於二零零五年初全部取消化纖、棉布類家用產品配額制度，此轉變將為本集團棉布類家用品帶來巨大商機。

而南塑家品之及時投產將有助本集團棉布類家用品迅速提高產值，擴大市場，爭取良好營利貢獻。

## 主席報告

### 展望 (續)

在國內經濟高速增長帶動下，各類基本建設房地產業務繼續蓬勃發展，南塑建材之投產將為週邊地區如上海、華中、華東等一帶客戶提供此類建築物料市場所需。運用高度靈活之銷售策略，全力拓展市場覆蓋率，提升經營溢利，董事會深信此業務未來會為集團帶來美滿效益。