



二零零三年香港送禮蛋卷市場最暢銷品牌 (AC 尼爾森)

二零零四年包裝肉類零食市場領導者 (AC 尼爾森)

二零零四年榮獲香港「超級品牌」(超級品牌)

## 行業概況

包裝食品可說是現代社會進步的一種產物。隨著經濟迅速發展，人們在追求更高的生活水準的同時，都市步伐變得越來越急速。因此，市場對高質素、物有所值的便利食品之需求欣切，而便利食品的種類也越來越多元化。

香港的包裝食品零售市場已發展成熟，踏入穩步增長的階段。因此儘管於二零零三年上半年爆發非典型肺炎，包裝食品市場所遇到的影響也相對輕微。由於顧客口味和要求不斷提高，加上市場上有多個本地及海外便利食品生產商，以及經銷商從日本、英國、美國等地引入各款新穎的包裝食品，使市場競爭更加激烈。要在香港包裝食品市場中進一步開拓空間，包括三項主要因素：知名品牌、多元化產品系列及廣泛完善的銷售網絡。所以近年來，生產商均致力推出新產品、改良包裝及加強市場推廣與宣傳。

中國市場方面，由於生活模式跟隨經濟轉變，包裝食品正逐漸形成潮流，款式、質量及價值持續遞增。但與此同時，中國正式加入世貿讓市場進一步開放，相信會有更多海外品牌加入食品零售市場。在這個勢頭下，中國包裝及便利食品市場潛力非常龐大，並在口味及款式上逐漸與香港市場拉近。

## 業務回顧

華園是香港及中國市場之著名食品生產商、分銷商及零售商，以「華園」、「樂高」及「采楓」三大品牌、超過 200 款不同款式的優質產品、具備獨特亞洲風味之零食產品享負盛名，同時亦以「華園」品牌及原設備製造方式生產之便利冷凍食品。



# 管理層分析及討論

## 香港市場

二零零三年，集團在香港市場的業務保持平穩發展。憑藉覆蓋全港 2,300 個零售點的完善市場網絡，加上深入民心的品牌優勢，華園繼續成為全港最受歡迎之包裝食品之一。根據 AC 尼爾森最新市場調查報告，華園包裝肉類零食及包裝蛋卷再次被評為香港包裝肉類產品市場及香港送禮蛋卷市場之最暢銷品牌。此外，華園於二零零四年一月獲選為香港「超級品牌」，證明品牌的卓越地位被受廣泛認同。

產品方面，集團進一步開拓包裝零食和便利冷凍食品之領域，推出多項新產品，包括日式炸甜蕃薯、中式點心新品牌系列、炒飯麵類新品牌系列，以及包裝零食新品牌系列等。

為進一步鞏固市場領導地位及加強企業形象，集團於二零零三年積極參與多個市場推廣及宣傳活動，包括參與由香港中華廠商聯合會主辦之第三十八屆工展會、推出新廣告及免費試食宣傳活動等。



## 中國市場

集團產品主要以「華園」、「樂高」及「采楓」行銷全國 30 個省及滲透超過 250 個城市。於二零零三年十二月三十一日，集團於中國七個城市，即北京、瀋陽、長春、大連、武漢、長沙及南寧設立分公司，從而有效地管理國內銷售及分銷。



## 管理層分析及討論

現時集團產品於中國供應超過 500 個客戶，主要包括連鎖超級市場、獨立貿易公司、連鎖便利店、連鎖保健店及個別雜貨店。

有見國內零售市場之龐大潛力，集團亦供應產品予多個獨立中國業務夥伴開設及經營之「華園滋味屋」專門店。於二零零三年十二月三十一日，集團共開設 50 間華園滋味屋，並預期於二零零四年將為集團帶來業務增長。與此同時，集團正積極與多個潛在客戶商討有關於二零零四年在中國推出便利冷凍食品之計劃。



### 生產設施

集團目前擁有三個生產基地。於二零零三年十二月三十一日，位於香港和廣東省廣州花都的廠房共有 10 條生產線。二零零三年七月，集團旗下兩個位於中國之廠房「華園(廣州)食品有限公司」及「廣州樂高食品企業有限公司」成功取得國際認可的品質標準 - HACCP「危害分析重點控制系統」認證證書，進一步證明集團之食品生產質素已達國際食品衛生標準，加強消費者對集團產品之信心。



### 展望

產品種類及品牌推廣將繼續是集團未來發展的重點。近年，便利冷凍食品的普及性和受歡迎程度不斷上升，集團將致力

## 管理層分析及討論

開發更多不同種類的包裝零食及便利冷凍食品，滿足消費者追求優質食品的要求，集團相信國內消費者對便利冷凍食品的需求亦日漸提高，所以集團將引入更多適合國內口味的便利冷凍食品到中國市場。

在鞏固香港及中國市場業務的同時，集團亦開始致力開拓海外市場的銷售和分銷網絡。來自日本市場之訂單已經開始生產，目標於二零零四年上半年度付運。另外，為於日本宣傳華園品牌及產品，集團在二零零四年三月參加日本最大型食品展銷會之一「Foodex」。集團將繼續與多個日本分銷商洽談銷售計劃，藉此加快「華園」進軍全球市場的步伐。

作為一家具特色的一站式食品企業，華園會繼續致力為顧客帶來新口味及驚喜，並擴大集團在香港和中國市場的滲透率，將香港「超級品牌」地位推向新高峰，把更多優質食品帶給全世界。



### 財務回顧

本集團於截至二零零三年十二月三十一日止年度內錄得之營業額為 198,934,000 港元，較上年度之 192,865,000 港元輕微上升 3%。截至二零零三年十二月三十一日止年度本集團之毛利及股東應佔溢利分別達 81,869,000 港元及 20,143,000 港元。



肉乾產品之銷量佔本集團總營業額之 58%，為本集團盈利之主要來源。便利冷藏食品、麵粉製產品及涼果及果仁產品之銷量則分別佔總營業額之 19%、10% 及約 4%，其餘之營業額則來自其他產品之銷量。以上數字與上年度數字相約。

## 流動資金及財務資源

於二零零三年十二月三十一日，本集團之總資產值為 352,011,000 港元，而其流動資產總值則為 244,821,000 港元。於該日，本集團之流動及非流動負債總值分別為 174,734,000 港元及 49,949,000 港元。本集團的銀行借貸總額為 133,199,000 港元（二零零二年：118,281,000 港元）。大部份以上借貸乃以港元及人民幣計算，並附以浮動息率。於二零零三年十二月三十一日，本集團之資本負債比率為 49%（二零零二年：51%），以該日之總借貸除以總資產模式計算。

於二零零三年十二月三十一日，本集團之應收貿易賬款為 131,306,000 港元。截至二零零四年四月十五日，其中之 68,700,000 港元已完全被清還。本集團為某些具備長久業務關係及良好還款紀錄之客戶提供特長還款期優惠。

## 上市所得款項用途

於截至二零零三年十二月三十一日止年度，本集團把部份上市所得款項用於以下用途：

- 約 6,000,000 港元用以於中國拓展其銷售及分銷網絡；
- 約 6,000,000 港元用以於中國購入新機器及提升其生產設備之生產能力；
- 約 2,000,000 港元用以支援食物產品的研究及開發工作；
- 約 1,000,000 港元用以於日本建立銷售及分銷網絡；

尚未動用之款項被儲存於銀行內。

# 管理層分析及討論

## 面對外匯變動

年內，本集團之現金資產及負債均以港元及人民幣計算。本集團概無面對任何其他重大外匯風險。

## 資本支出

年內，本集團於固定資產項目投資約 17,542,000 港元，其中 87% 用以購買廠房及機器，其餘則被用於其他資產之上。

於二零零三年十二月三十一日，本集團之資本承諾約為 9,831,000 港元，主要用以購買新機器及翻新生產線。

## 抵押資產

於二零零三年十二月三十一日，本集團將總賬面淨值 143,728,000 港元之部份資產抵押予銀行，以換取銀行向本集團授予銀行融資。

## 僱員

於二零零三年十二月三十一日，本集團於香港及中國分別有約 85 名（二零零二年：83 名）及約 821 名（二零零二年：718 名）員工。本集團向僱員提供全面薪酬及僱員福利計劃。此外，本集團亦按個別職員的工作表現及本集團的業績表現而向合資格職員授予購股權及提供酌情花紅。