

## 回顧及展望

### 業務回顧

#### 按業務範疇

##### 全球綜合製造分銷業務

近年泰興光學已轉型為一間有效率，並主攻中價市場的全球眼鏡集團。貫徹集團的重點發展策略，分銷業務增長迅速，營業額達港幣983,000,000元，於2003年佔集團總營業額的79.4%。

包括新收購的 NiGuRA Optik GmbH ("NiGuRa")在內，集團於全球擁有17個銷售辦事處，250個銷售代表及超過500個客戶服務專員，網絡遍佈全世界，其產品更透過數以千計的零售商銷往全球。

與其他競爭對手相比，泰興光學擁有較高的營運效率、強大的全球分銷能力以及相對低廉的製造成本。在其多個重組項目中之一，為集團基於對成本效益的長遠考慮，成功把部份先進的生產技術由歐洲的生產基地轉移至位於中國成本較低廉的生產基地。

另外，集團於回顧年內在中國及香港興建了貨倉及物流設施，其位於香港的物流中心佔地7,000平方呎，可為全球客戶集中提供具效率的直接船運服務。集團於廣東潮陽市佔地30,000平方呎的貨倉，則主要負責處理儲存眼鏡框架的半製成及製成品。

於回顧年內，集團憑藉這些競爭優勢，得到更多特許品牌經營的機會。因此集團能更有選擇性地發展其品牌組合，令其更具吸引力及多元化。在2003年內，泰興光學於其組合增添了多個新品牌，包括Reebok、Féraud、NiGuRa及Enjoy，並預期加入這些品牌能直接使營業額迅速增長。

#### 歐洲

於歐洲市場，集團其中一項最重要業務發展，乃於2003年收購了NiGuRa。由於此乃近期的收購，管理層預期此項收購之效益將於集團2004年業績中獲得更全面的反映。

#### 美國

至於美國市場，集團在2002年底及2003年初成功獲得若干針對大眾市場之大型零售客戶的合約，有關貨品並已於2003年下半年度付運。此外，集團成功擴展其直接銷售網絡，為其產品分銷開拓了更多渠道。集團亦成功擴展其直接銷售網絡，通過與美國第二大的隱形眼鏡分銷商簽訂分銷協議，為獨立視光護理師提供服務。

## 業務回顧 (續)

### 亞太區

儘管個別地區的表現較為波動，集團在亞太區市場的整體表現仍保持平穩。由於上半年度市場環境欠佳，零售消費意欲不振，集團於香港、台灣及新加坡的業務受輕微影響。相反，集團在印尼、菲律賓及馬來西亞的業務卻表現強勁，並成功從大型零售連鎖店客戶中取得大額訂單。

### 中國

集團在中國的業務於2003年錄得顯著增長，主要由於集團把數個現有國際品牌，包括貝納通、AIGNER及KAPPA引入中國市場所致。這些著名國際品牌深受新一代富裕及追求獨特高尚的時款眼鏡的城市消費者歡迎。

### **OEM/ODM業務**

於回顧年內，集團來自OEM/ODM業務之營業額維持在港幣170,000,000元。然而，儘管面對激烈的市場競爭，毛利率仍保持於約41.1%。集團來年亦計劃投入適量的資源以保持OEM/ODM業務的穩定收入。

### **零售業務**

隨著上海泰興不斷擴展零售網絡，令國際品牌在中國的銷售增長更見凌厲。集團於2003年下半年度加快發展步伐，於上海開設多間新店。這些新店無論在銷售額及盈利能力方面均為集團帶來正面的貢獻。營業額對比2002年度經按年折算後之數字大幅上升23.2%至港幣85,000,000元。以「美式眼鏡」經營的店舖已由2002年年底的29間增至2003年年底的34間。

## 回顧及展望

### 前景

泰興光學擁有先進及具效益的綜合製造及分銷網絡，從而成為全球稱著的眼鏡企業。集團正處於有利位置以把握不同國家及業務範疇所產生的協同效益。為達到這目標，集團將積極謹慎地實踐各項發展策略。

#### 不斷投資尋求增長

##### 繼續向下游擴展

集團計劃繼續投放更多資源發展分銷業務。這包括向下游尋找更多的投資機會，尤其是收購在美國的零售據點。此舉將令集團更能全面掌握整個供應鏈網絡以及直接將產品銷售予最終消費者。為配合這項投資策略，集團亦會同時投入資源發展內部管理和物流系統，以精簡及加快營運程序。舉例說，集團的網上SAP信息系統、存貨管理系統及客戶服務中心分佈於各個辦事處令工作流程更為精簡，並建立起一個快捷及具效率的全球付運系統。

##### 品牌組合

集團在過去一年成功重整其品牌組合，現時已準備就緒專注對一些能為集團帶來顯著增長的策略性品牌進行市場推廣。為進一步把握市場商機，集團將提升在各個業務範疇的市場推廣能力，尤其著重進一步擴展其國際性的市場推廣團隊。

##### 管理層質素

泰興光學大量投放資金以提升管理層，使管理團隊更優化，充分顯示集團對其發展方向及業務長遠的發展潛力信心十足。集團期望透過招攬更多行業專才以進一步強化其管理團隊。

#### 透過進一步整固尋求增長

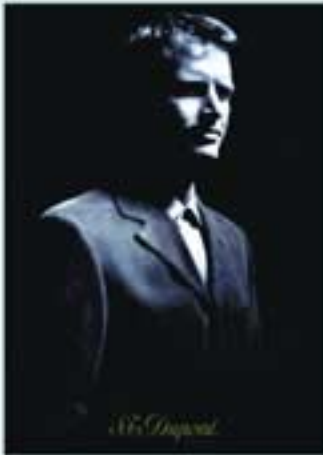
儘管泰興光學的各项重大整固計劃已於2003年完成，然而集團將繼續發掘各項有助提升集團盈利能力及業務表現的環節進行整固。舉例說，集團正在研究如何儘量發揮德國各分銷業務之間的協同效益，而其位於歐洲的貨倉及物流中心將於短期內與捷克共和國的新設施合併。這位於捷克共和國的新型設施，不僅能集中歐洲的付運系統，亦將成為集團在歐洲的物流中心及客戶服務支援的中樞。

## 前景 (續)

### 透過擴展中國市場尋求增長

未來數年，集團將繼續鞏固其在中國的領導地位，以全力把握龐大的市場潛力。集團預期在全面整合在中國的各項業務後，將會帶來更多的協同效益。為加快中國業務的增長步伐，集團正在當地積極尋求各項併購的機會。

集團計劃於2004年年底多增開16間自營店，與此同時，而其分銷業務將把更多特許經營品牌引入中國市場。



Aigner

Longines

Nikon

Marc O'Polo

United Colors of Benetton

Sisley

Reebok

Revlon

S.T. Dupont

Féraud

Paloma Picasso

Kappa

Giordano

Van Laack

Otto Kern

Jeff Banks

Fratelli Lozza

Jackie Chan EyeGear

Krizia

Red Rose

Metzler

Filos

NiGuRa

Enjoy

Blue Eagle

Titane

Indigo

Spacio

Aigner  
Longines  
Nikon  
Marc O'Polo  
United Colors of Benetton  
Sisley  
Reebok  
Revlon  
S.T. Dupont  
Féraud  
Paloma Picasso  
Kappa  
Giordano  
van Laack

Otto Kern

Jackie Chan EyeGear

Jeff Banks

Fratelli Lozza

Krizia

Red Rose

Metzler

Filas

NiGuRa

Enjoy

Blue Eagle

Titane

Indigo

Spacio



# Brand Portfolio