

財務回顧

(以下所有分析乃以本集團截至二零零四年三月三十一日止年度及二零零三年三月三十一日止年度之業績作為基礎，故此僅作比較之用)

截至二零零四年三月三十一日止年度，本集團之營業額錄得約154,600,000港元，與去年相比營業額保持穩定。於回顧年度，本集團於海外市場之銷售表現疲弱，出口至美國市場之銷售錄得顯著跌幅約25%，而其他主要海外市場(如日本及歐洲)於回顧年度之表現亦未如理想。本集團之整體出口銷售下跌約4%，自約139,000,000港元跌至133,000,000港元。儘管海外市場表現不利，然而本集團於中國市場之強勁銷售已明顯抵銷海外市場銷售之減少。

由於出口銷售下跌，以及只作出口及香港銷售之思捷廠房之產量縮減，本集團須承擔高定額間接成本。於回顧財政年度，本集團之毛利率自約35%跌至33.6%。毛利率之減少主要是由於皮革價值於回顧年度上升所致。

股東應佔溢利於二零零四年下跌約9.7%，並錄得約31,600,000港元。溢利之減少主要是由於毛利率下跌以及行政及其他經營開支增加所致。行政及其他經營開支(如董事酬金、員工薪金及其他上市開支)自本集團於二零零三年三月十二日上市後增加。與去年相比，開支增加20%至約14,300,000港元。本集團相信實施嚴謹預算控制政策、預期可減低其後年度之生產及經營成本。每股基本盈利約10.2港仙，而二零零三年則錄得14.23港仙。

地區分析

日本依然是海外市場中佔最大部分銷售之市場，佔本集團總銷售額約54%。於回顧年度，來自本集團日本主要零售店客戶之訂單仍屬穩定，惟由於來自細規模貿易公司之訂單不定，使於日本之銷售微跌。

美國之銷售於截至二零零四年三月三十一日止年度之業績未如理想。與去年相比，美國之銷售下跌約25%。於回顧年度上半年爆發之非典型肺炎對美國及歐洲市場之銷售構成不利影響。歐洲之銷售於財務年度下半年復原速度較快，因此銷售跌幅收窄至約13.7%。

香港之銷售於爆發非典型肺炎後受阻，下跌約8%。爆發非典型肺炎後，來自本集團香港主要零售客戶之銷售訂單數量低於管理層之預算。本集團自家品牌 Stranger 皮帶及皮包之銷售佔本集團營業額約1,000,000港元。

於回顧年度，本集團致力擴展中國市場之銷售。截至二零零四年三月三十一日止年度，中國之銷售錄得令人振奮之業績，約7,400,000港元，佔本集團總營業額約4.8%。管理層認為，此為本集團進軍中國市場成功之開始。本集團預期中國市場佔有率將進一步擴大，其於可預見之將來佔本集團總營業額之分額亦會增加。

本集團出口至其他國家(如加拿大、澳洲、台灣、菲律賓、新加坡及馬來西亞等)之銷售繼續增長。截至二零零四年三月三十一日止年度，其他國家之銷售急升83%至約11,900,000港元。升幅由主要由於澳洲及馬來西亞客戶訂單增加，並取得數個澳洲知名品牌客戶之新訂單所致。澳洲及馬來西亞之銷售分別錄得約4,400,000港元及3,100,000港元。

業務分析

拓展中國市場

於二零零三年三月，本集團憑藉有效之市場推廣策略打進中國市場。自成立新市場以來，本集團已取得理想表現。鑑於中國經濟增長強勁，零售商(尤其是本集團之主要客戶)借勢推出積極之市場推廣策略，透過其龐大分銷網絡吸納更多市場份額。現時，本集團接獲之銷售訂單主要來自本集團現有客戶，有關客戶擁廣闊之分銷網絡，遍佈中國若干主要城市之銷售點。於回顧年度，本集團成功與一名客戶建立關係。該名客戶為一間知名之服飾企業，並於國內擁有一定市場知名度。本集團為配合其於國內之市場拓展策略，於二零零三年九月參加第十五屆大連國際服裝博覽會，並成功將其原設備及原設計生產之產品推廣予本集團之準客戶。長遠而言，本集團將繼續參加貿易博覽會及展銷會，藉此將本集團之產品推介給更多潛在客戶，以最終受惠於市場升勢，擴大其銷售額。

繼續建立品牌 — Stranger

於回顧年度，本集團採用不同市場推廣及宣傳策略，繼續推廣本集團自家品牌 — *Stranger*。透過本集團之獨家零售代理 — Bauhaus(一間香港知名之年青人時尚服飾零售商)，*Stranger* 於二零零二年十一月連同其首推之皮革產品—銀包及皮帶首度於市場亮相。藉著 Bauhaus 龐大之分銷網絡，*Stranger* 將於二零零四年七月在香港市場進一步推出背包及手袋等新產品。展望未來，本集團將不會僅僅推出皮革產品，反而將 *Stranger* 之產品範疇推廣至時尚服飾，包括牛仔褲、T-恤及流行腕表，以深化 *Stranger* 之市場滲透性。本集團另一重大突破性發展為於二零零四年十月假座朗豪坊開設首間 *Stranger* 之香港店鋪。朗豪坊憑藉其位於旺角區之核心地段，勢將成為九龍區知名之五星級購物及商務綜合大樓。於朗豪坊之首間 *Stranger* 店鋪不單出售 *Stranger* 產品，更會搜羅日本及歐洲不同之時尚潮流品牌，讓客戶對該品牌有全新接觸。

地域方面，本集團藉於二零零四年七月在一間獨家零售分銷商之零售連鎖店出售 *Stranger* 產品，從而將其銷售網絡拓展至新加坡。於新加坡開展之零售業務乃本集團日後將其零售業務推廣至日本、韓國、台灣、馬來西亞及其他亞洲地區之踏腳石。

擴大產品範疇及將產品多元化

本集團為保持其於國際皮革配飾設計及生產業之領導地位，承諾為客戶提供不同種類之皮革產品。於回顧年度，不同客戶落實之皮包及其他小皮具貨品銷售訂單數目較去年有所上升，惟訂單之數額則相對減少。儘管小皮革配飾之收入表現未如去年，惟本集團強大之產品開發實力卻獲得廣泛認同。有賴於一支富經驗、具創意之設計及產品開發專家團隊，本集團已開發多種皮革產品，包括皮包、皮帶、背包及手袋予本集團之原設備及原設計產品客戶，藉此打進不同市場及加大市場份額。

策略聯盟及縱向整合計劃

本集團擬進行縱向整合以將原材料供應業務納入生產加工，從而成為皮革配飾之綜合生產商。本集團於二零零三年八月與一間香港皮革加工公司簽訂諒解備忘錄(「諒解備忘錄」)，該公司之其生產設施位於中國東莞。根據該項諒解備忘錄，本集團建議與該間皮革加工公司成立合營公司。截至全年業績公佈日

期，該計劃因當地機關仍未落實授出東莞生產設施之環境許可證續期而暫時擱置。就此，訂約雙方並未就協議達成妥協。鑑於皮革成本上升，本集團相信縱向整合將為有效控制生產成本之最佳解決方案之一。本集團日後將繼續尋求其他潛在夥伴及策略聯盟，藉以提升其競爭優勢、擴大產品種類以及切合客戶對時裝界瞬息萬變之要求。

所得款項用途

本公司股份於上市日期在聯交所上市時發行新股之所得款項，經扣除有關發行開支後，約為29,300,000港元。由上市日期至二零零四年三月三十一日之所得款項如下：

- 約469,000港元用於進一步發展本集團在東莞之生產設施；
- 約350,000港元用於增強本集團產品之開發能力及使本集團產品更趨多元化；
- 約280,000港元用於推廣活動及進一步開拓本集團之品牌認知度；及
- 約5,000,000港元作為本集團額外一般營運資金。

於二零零四年三月三十一日，上市所得款項之餘額為約23,200,000港元，並存放於香港持牌銀行作短期存款。

流動資金、財務資源及資本結構

於二零零四年三月三十一日，本集團之現金及銀行存款約為67,000,000港元(二零零三年：約54,300,000港元)。

於二零零四年三月三十一日，本集團有關進出口備用額之銀行備用總額約8,000,000港元，乃以本公司提供之公司擔保作抵押。

本集團於二零零四年三月三十一日錄得流動資產總額約113,000,000港元(二零零三年：87,800,000港元)，而流動負債總額則約為13,800,000港元(二零零三年：8,700,000港元)。本集團於二零零四年三月三十一日之流動比率約為8.2倍(二零零三年：10.1倍)，乃以流動資產總額除以流動負債總額計算。

本集團之財務狀況穩健，故年內毋須籌借任何銀行貸款。

本集團之股東資金自二零零三年三月三十一日約86,300,000港元增加至二零零四年三月三十一日約105,700,000港元。增加主要由於年內行使本公司購股權之所得款項及年內產生之經營溢利所致。

財務政策

本集團一般以內部產生之資源應付其業務所需。

本集團之現金及銀行存款主要以港元列算。

本集團之交易主要以港元、人民幣或美元列算，故本集團無需承受重大外匯波動風險。

儘管本集團並無訂立任何對沖合約，本集團之外匯風險仍僅屬輕微。

資產抵押

本集團並無抵押任何資產以獲銀行備用額。

重大收購／出售

截至二零零四年三月三十一日止年度，本集團並無任何重大收購／出售。

僱員資料

於二零零四年三月三十一日，本集團共有29名全職僱員於香港，56名全職僱員於中國。本集團僱員之薪酬主要按其個別表現而釐定。除基本薪金、酌情花紅及法定退休計劃之供款外，本集團採納購股權計劃並據其向本集團若干僱員授出購股權以認購本公司股份。

或然負債

於結算日，本公司就授予附屬公司之一般信貸提供擔保。於二零零四年三月三十一日，附屬公司所動用之信貸額約1,000,000港元（二零零三年：無）。