

## 管理層討論及分析

### 業績概覽

截至六月三十日止六個月	二零零四年 港幣千元	二零零三年 港幣千元	變動 百分比
營業額	<b>436,658</b>	277,366	+ 57%
毛利	<b>237,426</b>	148,077	+ 60%
營運溢利	<b>45,264</b>	13,020	+ 248%
股東應佔溢利	<b>37,211</b>	9,911	+ 275%
每股盈利	港仙	港仙	
— 基本	<b>2.40</b>	0.81	
— 攤薄	<b>2.37</b>	0.76	

### 物業租金及管理

本期間物業租金及管理收入（對銷分部之間收入前）為港幣15,151,000元，較去年同期之港幣17,399,000元下跌約13%。收入下跌主要因為二零零三年下半年非典型肺炎疫情過後的期滿租約未能及時由新租戶填補。隨著本港經濟復原，預期租務市場會轉趨活躍。本集團對下半年之租金及相關收入改善持審慎樂觀態度。於本期間結束時，整體出租率為91%，而二零零三年十二月三十一日則為88%。管理層仍認為物業投資及管理業務會繼續為本集團帶來穩定之收入來源，以輔助本集團之核心業務。

### 彩星玩具概覽

玩具分部之營業額為港幣421,791,000元，較去年同期之港幣260,473,000元上升62%。彩星玩具以嚴謹之品牌創建方針及專注的市場推廣策略，令營業額、邊際利潤及營運溢利大幅上升。全賴本集團持續發展均衡專利及特許權娛樂產品組合及擴大全球分銷網絡，所有核心品牌均有強勁的表現。二零零四年上半年表現理想，更為本集團達成全年目標奠定基礎。

值得注意的是邊際利潤及營運溢利均有顯著提升。邊際利潤在過去兩年持續改善，主要源自產品開發效率之提升。至於營運溢利之改善則反映本集團自二零零二年起採納之低成本營運模式正發揮更大的槓桿效應。

國際銷售增長除因 *Teenage Mutant Ninja Turtles*「忍者龜」繼續暢銷外，亦有賴其他核心品牌之強勁表現。*Speedeez*及*Disney Princess*「迪士尼公主」系列同於上半年在主要市場面世。國際銷售額較去年同期上升177%，並佔本期間彩星玩具營業額之27%。由於上半年業績佳，加上年中訂單數量理想，相信國際銷售額可望達到預期中之全年目標。

## 「忍者龜」

「忍者龜」系列之推廣計劃已踏入第二年，雖然動作模型市場競爭激烈，但該品牌仍能持續增長，並一直高踞美國及主要國際市場，如加拿大、英國、法國及澳洲之男孩動作模型暢銷品牌三甲之列。「忍者龜」之全球銷售額較去年同期上升79%。至今年年底，「忍者龜」之分銷網絡將遍及超過45個國家。

美國之「忍者龜」銷售增長全賴本集團之廣泛市場推廣及宣傳策略，以及*Cartoon Network*逢週一至週五播放有關之卡通片集。新一輯片集製作計劃已達104集，部份已完成，另一部份則在製作中。此製作計劃可在二零零四至二零零五年為*FOX Box*及*Cartoon Network*提供穩定片源，分別於星期六早上及平日播放。

今年秋季，「忍者龜」卡通片集將首度在*Majesco*之全新*Game Boy Advance Video*平台推出，肯定大受男孩子歡迎。現時美國共有超過二千萬個*Game Boy Advance*用戶，相信該平台能讓更多孩子認識「忍者龜」，並且可使其支持者隨時隨地欣賞到心愛的「忍者龜」動畫。有關將「忍者龜」片集提供予其他手提式娛樂平台採用之洽商，現正在進行中。

全球市場方面，「忍者龜」之非玩具產品特許權計劃已擴展至113名特許權持有人，並會隨著「忍者龜」分銷網絡同步擴展。於上半年內以至未來半年，本集團會一直夥拍其他非玩具產品之「忍者龜」特許權持有人，透過廣泛而不同層面之市場推廣計劃，包括電視宣傳、零售推廣及電視台與網上活動等，致力推廣此品牌。

本年之「忍者龜」玩具系列比對去年在每個主要產品類別均進行大規模拓展，包括基本人物模型、特別造型的人物模型、模型車、玩具套裝及角色扮演配件等，所有客戶均大力支持。該品牌在今秋之零售櫃位及貨量將會較去年同期大幅增加。

「忍者龜」品牌在秋季會繼續進行電視宣傳，並且透過一系列推廣活動，與其他特許權夥伴共同擴展產品陣容，提高其知名度，加強零售網絡及集中拓展市場，為來年品牌之拓展奠定穩固的基礎。

## Speedeez

*Speedeez*品牌於上半年之銷售額較去年同期上升169%，由於彩星玩具致力針對產品的創新設計及包裝的創意，同時積極擴展分銷渠道，大力宣傳專利*Turbo Ball*技術之獨特性能，因此*Speedeez*能在同類產品中脫穎而出，成為競爭激烈之迷你模型車市場中之領導品牌。

*Speedeez*之國際分銷網絡將拓展至超過25個國家，包括西班牙、意大利及拉丁美洲。彩星玩具已取得*BMW*(寶馬車廠)之特許權，生產*Mini Cooper S*玩具套裝，各大主要國際市場之分銷商將於今年秋季全力推廣此產品。預期該款全球知名之模型車，將會是彩星玩具繼二零零三年於美國暢銷之*Hummer H2*玩具套裝後又一成功之作。

## 「迪士尼」

彩星玩具專注發展「**迪士尼公主**」品牌精選產品系列，令上半年之銷售較去年同期上升56%。*Little Princess*娃娃推出三年來，一直是美國最暢銷之大型娃娃。該品牌於年內以較高之零售價，推出*Little Princess Color Change*系列。彩星玩具能以較高價推出新系列，證明「**迪士尼公主**」品牌具備持續發展及長遠增長潛力。於二零零四年，「**迪士尼公主**」娃娃將於各個主要歐洲市場出售，屆時全球銷售該產品之國家數目共超過25個。

今秋，全新之*My Baby Princess*系列將會面世。該娃娃系列是首個以嬰孩造型推出之*Classic Princesses*系列，亦是彩星玩具與*Disney Consumer Products*緊密合作夥伴關係之佐證。該品牌在二零零五年將繼續擴充，而本集團將會推出「*World of Cinderella*」系列，藉此進一步拓展*Classic Princesses*系列之銷售規模及推廣策略。

## 「水娃娃」

上半年度「**水娃娃**」之銷售額較去年同期上升56%，而該暢銷十五年之品牌已計劃於今年秋季展開新一輪推廣計劃。銷售增長由核心產品*Sweet Cuddlers*系列及特許造型「**水娃娃**」產品類別帶動，而後者之增長主要來自大受歡迎之*Care Bears*特許系列。

新產品*Wiggly Giggly Waterbabies*系列將於今年秋季展開電視宣傳計劃，這將會是「**水娃娃**」多年來首次在電視上推出宣傳。過往經驗證實電視宣傳能提高整個品牌之銷量。*Wiggly Giggly Waterbabies*之宣傳計劃亦會作為「**水娃娃**」進軍拉丁美洲的前哨。

於二零零五年春季，彩星玩具將會推出一系列嶄新像真人物版「水娃娃」產品。第一個以「水娃娃」專利設計推出之造型是Nickelodeon卡通片集*Blue's Clues*中的*Blue*，*Blue*是Nickelodeon系列的首個角色造型，其他特許角色造型將陸續推出。

## Blinkies

彩星玩具將於今年秋季推出*Blinkies*，並以大規模之宣傳及全面之市場推廣計劃配合。*Blinkies*是一款「模擬好朋友」的互動電子玩具，配備不同主題及遊戲模式，捕捉時下女孩最喜愛之潮流趨勢。該款電子時尚產品是首個裝置彩色互動屏幕之同類產品，而且價格相宜，相信年青人定會愛不釋手。

*Blinkies*已廣受美國各大主要客戶支持。英國及加拿大之分銷商亦會配合美國之市場推廣計劃，同步推出*Blinkies*。在主要非英語市場方面，現正積極進行產品當地化之準備，預期*Blinkies*可於二零零五年面世。

## 二零零五年及未來之展望

本集團最近已向各主要客戶預先推介二零零五年春季之產品。不論是核心品牌之擴展或新品牌之推介，均獲得美國零售商及國際分銷商之支持。

最新加盟彩星玩具品牌行列的娛樂特許權產品包括*Atomic Betty*及*Delgo*。彩星玩具已取得上述兩項產品之玩具總特許權。

根據Cartoon Network之同名卡通片集構思生產之*Atomic Betty*娃娃及玩具套裝，將於二零零五年春季推出。該套片集將於二零零四年九月首播，預料將會成為Cartoon Network的皇牌女孩動作片集。

*Delgo*是由Fathom Studios製作之電腦動畫影片，該公司為美國之著名電腦動畫製作公司。片中之嶄新動畫特技，精采故事情節及多姿多采之原創人物角色，將會轉化成一系列之動作人物模型及相關配件。預計*Delgo*將於二零零五年末在美國上映。

本集團會繼續挑選並投資於各項具長遠增長潛力之新品牌及特許權娛樂產品。繼續發展已公佈之品牌，以及開拓*Delgo*與*Atomic Betty*兩個新品牌，均符合上述之產品發展策略。

二零零四年上半年之業績進一步引證本集團營運策略之成效。本集團所訂的品牌創建原則在過去兩年一直為本集團帶來增長動力，將會繼續引領彩星玩具向前邁進，在不斷擴展核心品牌之餘，亦積極物色新特許權及產品發展機會。

隨着秋季銷售展開，本集團繼續拓展美國及國際分銷網絡。核心業務表現持續理想，邊際利潤及營運溢利亦可望達到目標。此外，為二零零五年及未來業務發展洽購新特許權及開發新產品系列，亦在逐步落實。

### **流動資金及財政來源**

本集團所經營之玩具業務基本上受行業季節性影響，一般而言，下半年之營業額會顯著高於上半年。因此，在每年下半年之銷售旺季中，應收貿易賬項之比例會大幅上升。按照業內慣例，大部分應收貿易賬項會在第四季後期至下年度第一季內收取，以致在銷售旺季中會對營運資金有額外需求。於二零零四年六月三十日，玩具業務之應收貿易賬項為港幣114,611,000元（二零零三年十二月三十一日：港幣267,182,000元），而存貨為港幣36,355,000元（二零零三年十二月三十一日：港幣29,108,000元）。

本集團之物業投資及管理業務在本期間每月均帶來穩定之收入。本集團之投資物業之總樓面面積約91%於二零零四年六月三十日已租出。於期末時之應收賬項不多。

於二零零四年六月三十日，本集團之資產負債比率（即銀行借貸總額與有形資產總值之百分比）為4.5%，而二零零三年十二月三十一日則為21.9%。流動資金比率（即流動資產與流動負債之比率）於二零零四年六月三十日為2.5，而於二零零三年十二月三十一日則為2.1。於二零零四年六月三十日，本集團之現金及銀行結餘為港幣287,664,000元（二零零三年十二月三十一日：港幣471,457,000元）。

### **集團資產之抵押**

集團資產之抵押詳情見中期賬目內附註八。

### **僱員**

於二零零四年六月三十日，本集團在香港、中國及美國共有112名僱員。

本期間支付薪酬之政策與最近期公佈之年報所述者相比並無重大轉變。