

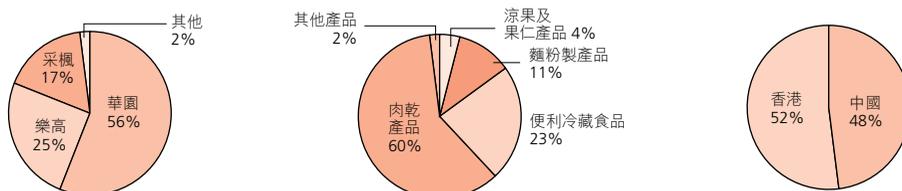
管理層討論及分析

回顧期內，本集團的營業額約為89,207,000港元，較去年同期約88,592,000港元之營業額錄得溫和增長約0.7%。由於集團推行嚴謹的成本控制措施及成功改善生產效率，令本集團的毛利錄得約3.5%增長。計及少數股東權益之純利微升至約6,770,000港元，而去年同期則約為6,750,000港元。期內，本集團收購廣州樂高食品企業有限公司之餘下35.19%權益，導致自二零零四年五月十九日起再無任何少數股東權益。每股基本盈利為3.4港仙(二零零三年：4.8港仙)。

營運回顧

華園是本港及中國市場之著名食品生產商、分銷商及零售商。本集團生產的零食家傳戶曉，並以其產品質素、獨特的亞洲風味及包羅萬有的產品種類而享負盛名。本集團以「華園」、「樂高」及「采楓」三大品牌推出產品，而便利冷藏食品則以「華園」品牌，及部份透過原設備製造方式分銷。本集團一直致力拓闊產品組合。現時，本集團生產及分銷五大類逾200種產品。

按品牌、產品類別及地區劃分之營業額劃分如下：





香港市場

截至二零零四年六月三十日止六個月，香港市場之銷售額約為46,070,000港元，佔本集團總營業額約51.6%。董事認為，本集團於香港的業務表現出色，實有賴香港經濟反彈、中國進一步放寬內地旅客來港規定，以及集團加強市場推廣及宣傳攻勢。

回顧期間，本集團與著名零售商聯手宣傳2004年的歐洲國家盃足球賽。此外，本集團亦於指定便利店推出「夏之脆」及「味之誘惑」等多種新產品。

中國市場

二零零四年上半年，中國市場的銷售額約43,137,000港元，佔本集團總營業額約48.4%。三個品牌旗下的零食產品，因市場競爭激烈而導致銷售額較去年同期下跌約10.2%。

期內，本集團致力加強市場力度鞏固其遍佈國內30省、250個城市的百貨公司、便利店及華園滋味屋專賣店的市場地位。

本集團於二零零四年上半年將旗下的便利冷藏食品引入中國市場，標誌著集團進軍國內龐大的便利冷藏食品市場。

本集團與本地分銷商成立合營企業所開設的華園滋味屋專賣店於期內繼續提升華園]之市場佔有率及品牌知名度。



生產設施

本集團現時於香港及中國廣東省廣州市花都區設有三個生產基地，分別為香港廠、花都一廠及花都二廠。本集團利用旗下10條生產線生產肉乾食品、即食及便利冷藏食品、麵粉製產品、涼果及果仁產品、調味產品及其他產品。回顧期內，本集團順利擴充其生產設施並提升產能。

本集團已經取得危害分析重點控制系統證書(HACCP)以及ISO 9001及ISO 9002認證，並將繼續致力加快落實擴充計劃及維持優良的產品質素。

未來前景

展望將來，本集團計劃透過引進多種新產品以鞏固其市場領導地位。本集團將於二零零四年下半年推出曲奇及果仁等新零食產品，從而提高市場佔有率及增加銷售額。

除零食產品外，本集團亦會以高檔市場為目標，引入飯與點心等多種創新的便利冷藏食品。隨著集團成功打進國內的便利冷藏食品市場，華園相信市場未來增長空間遼闊。本集團將繼續開發新產品以迎合顧客的不同口味與需求，抓緊董事預期中龐大的市場增長潛力。

除提升產品組合外，本集團亦會物色合適的合作機會，謀求與合作夥伴聯手籌辦宣傳活動。為此，本集團致力與主要分銷商及零售連鎖店維持緊密的合作關係，以進一步鞏固其市場地位。



本集團除會集中鞏固其於香港市場的領導地位，同時把業務拓展至海外市場。本集團現正於日本推出炒飯等一系列便利冷藏食品，面市後深受市場歡迎。展望二零零四年下半年，本集團將繼續在日本推出各式產品，當中包括點心及其他便利冷藏食品。預計本集團將於二零零五年起收到長期訂單。除日本市場外，本集團亦計劃於其他海外國家推出產品，以拓闊業務網絡及為本集團開拓新收入來源。

憑藉其廣闊之分銷網絡、多元化之產品組合、富創意及有效之市場推廣策略及嚴謹之成本控制，華園充滿信心，能抓緊龐大的市場潛力，將其優質產品帶給全球的美食愛好者。