

管理層檢討與分析

總結

2004年，幾個因素促使集團取得不俗的業績。除擁車證（“COE”）價格穩定之外，多於往年的擁車證配額促使新加坡日產客車的銷量上升11%，輕型商用車的銷量，也由於配額金降低及價格較為便宜而增長15%。計程車投標取得的好結果，使日產計程車銷量增長五倍。Subaru汽車的銷量增長41%。新加坡和泰國的日產柴油卡車銷量上升26%。但是，由於市場競爭激烈，競爭者紛紛削價，加上日元對新加坡元升值，集團利潤的上升幅度並不如銷售收入。此外，我們的競爭者享有從較低生產成本國家採購貨物的優勢。

與上一年相比，集團收入和股東應佔利潤分別提高23%和18%，達到5.25十億港幣和341百萬港幣。不過，下半年的利潤與上半年基本相同。

汽车部门

經改裝的日產Sunny和日產Cefiro鞏固了日產汽車的銷量。2005年推出的新型日產客車如Latio, Presage, Lafesta和Murano等，將有助於集團在越來越受新加坡人青睞的MPV和SUV市場取得更大的銷量。這些新車型銷量的增長，將有助於降低擁車證配額減少所帶來的影響。

在新加坡，由於我們不斷地以性能和新潮為賣點，Subaru汽車的銷量比上一年上升24%，達到1,501輛。新穎而獨特的行銷方式，加上迎合特定組別消費者的銷售配套，吸引了新老顧客的目光。在香港，Subaru銷量上升32%，但利潤率卻由於激烈的市場競爭和猛烈的削價戰而略受影響。

汽車出租業務營業額基本上保持平穩，但利潤率較低，這是因為有許多新的競爭者進入汽車出租市場及業者爭相削價。但是，擁車證價格下降和其他相關成本的降低，也使我們得以提供優惠租金。在2005年，租金預計將保持穩定。

工业機械部門

卡車部門拜建築業開始復蘇之賜，取得19%的銷售增長。另一方面，叉車部門繼續受到物流業衰退及激烈競爭下大幅削價的影響。雖然新加坡和上海業務的利潤率略升高，但終因幣值變動和激烈的競爭而遭到侵蝕。為使其新加坡的產品種類更完整，該部門引進了牽引電池與充電器業務。

泰國的卡車銷售，因得益于泰國6%的經濟增長率而上升29%，達到1,278輛。市場佔有率一直保持在10%左右。新的自我研發車型，即載重牽引車和載重卡車，均受到顧客的好評和認同。

物業部門

物業租賃業務略有好轉。由於商業環境改善，租用率有所提高。但是，由於服務式公寓供過於求，利潤被受影響。這種局面預計接下來還會持續若干年。

位於阿裕尼路上段的永久地契新排屋工程，正按預定計劃進行，於2005年中旬取得竣工證書之後推出市場。位於烏美路的零件供應、維修服務兼汽車陳列中心，於3月份開始營業，在為顧客提供更好的服務方面，增強了現有設施。陳唱大廈的翻新工程按時完工，因其靠近市中心和商業購物地帶，租用率從55%飆升至88%，租金收入甚佳。

中国業務部

由于在北京汽車展上推出新型Subaru Legacy 和 Outback，意美中國有限公司在其東莞的零件供應、維修服務兼汽車陳列中心進行的銷售比去年遞增四倍。然而，中國經濟的降溫以及影響汽車工業的新條例和政策，預計將使集團的中國業務在2005年放緩。

目前，我們正在重組集團在中國的其他業務，特別是出售沒有達到預期目標的現有合營企業的股權。我們將把重點放在我們擁有直接股權和控制權的製造業上。

財務

銀行貸款為430百萬港幣。貸款增加，主要是為了在三月份對 Wilby Residence行使認購期權，這也同時導致淨現金額減少至483百萬港幣。此外，收購Zero Co., Ltd (“Zero”) 20.7%的股份以及支付資本工程的建設成本，也是導致淨現金額減少的一部分原因。為位於阿裕尼路上段 (Mulberry Grove)、大巴窰8巷、八達嶺及雅加達的汽車維修中心等建造及發展工程所提供的資本承諾總額達144百萬港幣。集團至今未發生任何或有負債。

未來展望

集團擁有強大的財務能力，這使它得以在汽車與卡車分銷及零部件製造領域進行區域擴展。我們現在已建立起一個橫跨好幾個亞細安國家、香港及中國華南四省的汽車分銷網路。這些地區都是擴大中的經濟體，將為擴大網路、提高收入水平提供良好的機會。

雖然我們預計全球經濟將會繼續去年的發展趨勢，但貨幣的匯率變動、油價上漲以及中國和美國的經濟調整所充滿的各種變數，仍然有可能影響我們的業務。然而，我們確信我們有能力駕馭各種變數，繼續為公司的未來奮鬥。