

主席報告書



- 業績創新紀錄
- 盈利連續十年雙位數增長
- 毛利率及淨利比率提高
- 主要產品成功面世
- 收購 Milwaukee 及 AEG 之專業級電動工具及 DreBo 配件業務

Horst Julius Pudwill

主席兼行政總裁

於二零零四年，本集團之業績創新紀錄，並繼續在各地域市場上建立世界級品牌組合。本集團得以邁進連續十年盈利以雙位數增長，有賴其清晰之業務策略，配合在產品創新、市場推廣、生產工序和建立合作夥伴關係等方面之優勢。

本集團對於二零零五年一月完成收購 Milwaukee 及 AEG 等高知名度專業級電動工具品牌和業務及 DreBo[®] 配件業務，深感興奮。上述收購體現本集團之業務策略，即為其核心業務之穩固和完備產品系列建立知名品牌組合。在二零零四年度業務穩步強勁增長之基礎上，新收購之業務將於二零零五年及往後進一步推動本集團之業務擴展。

創科實業在全球業務獨具優勢，將為其既有及新收購之品牌爭取更佳表現。本集團有信心，上述業務方針將可繼續為所有業務環節締造佳績。

最佳年度

於二零零四年，集團總營業額及純利再創新紀錄。集團總營業額為16,300,000,000港元，較二零零三財政年度增加23.7%。純利上升39.1%至938,000,000港元。每股盈利增加36.0%至70.11港仙。

董事會建議派發末期股息每股12.50港仙。連同中期股息每股4.50港仙合計，全年度合共派息每股17.00港仙，較二零零三年度之派息總額12.50港仙增加36.0%。

本集團在各業務環節均錄得雙位數之穩步強勁增長，再次展現出創科實業有能力在旗下高知名度品牌組合上將創新產品意念與營運優勢兩者相結合。本集團除不斷提升及擴充旗下各品

牌之既有產品類別外，並增添各品牌內之新產品類別。新產品之推出加上不斷致力減省成本，即使面對原材料漲價壓力，本集團產品之毛利率及淨溢利比率仍持續提升。

本集團奉行穩健之財務管理方針，既提升股東之長期投資價值，同時不斷發掘具吸引力之市場機遇。

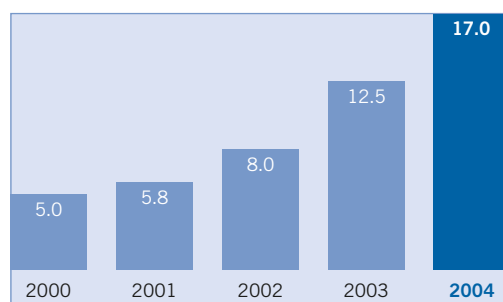
因此，本集團於二零零四年度持有之淨現金持續上升，活動現金流創新高，並保持高比率流動資金及穩固資本基礎。

年內營運資金管理穩健。得力於整合後之靈活生產工序，儘管銷售額急升，惟存貨水平仍能保持穩定。本集團擁有具雄厚財力之客戶，並審慎管理銷售賬和採購賬以盡量降低財務成本。

本集團各業務環節均取得更佳表現。電動工具產品業務之銷售額上升21.5%，其中電動工具業務在多款新產品面世(如Ryobi之18伏特

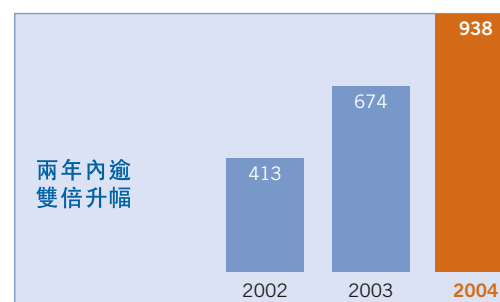
每股股息

港仙

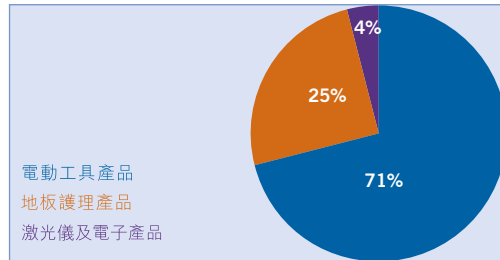


淨溢利

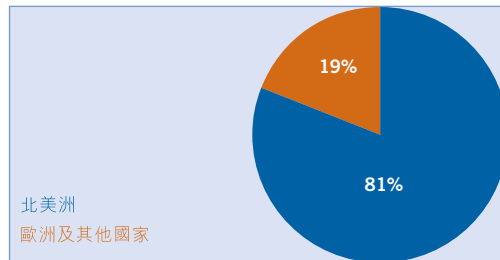
百萬港元



以主要業務劃分之營業額



以市場地區劃分之營業額



One+System™)、最後一季之市場推廣活動奏效及歐洲業務比重上升等因素之帶動下，表現出色。Ryobi及Homelite產品之銷售強勁，帶動戶外園藝電動工具業務取得雙位數增長。

地板護理產品業務繼續加強旗下之專屬權品牌，在全系列產品之創新設計和售價兩者間取得適當平衡(如Dirt Devil Dynamite™無袋式方便吸塵機)。歐洲業務之整體表現遠較同業優勝，產品不斷推陳出新並穩步建立市場實力。

得力於多款新穎創意產品(如非常暢銷之Ryobi AIRgrip™鐮射真空水平儀)，激光儀及電子產品業務之表現尤為突出。

本集團繼續加強原件設備製造(OEM)業務。本集團與多家主要品牌公司締結重要之策略聯盟及致力提供實惠質優產品，推動業務強勁增長。於二零零四年，本集團與上述公司開展更多OEM業務機會，從而為日後業務及盈利之進一步提升奠定基礎。

以下四項主要業務策略乃為本集團成功之基礎。連續十年取得雙位數增長，反映出本集團制訂之策略完善及業務持續增長之理想前景。

制訂完善策略

1. 建立目標產品類別之環球品牌組合

擁有具知名度品牌較以往更具價值，最終用戶願意付出較高價格購買，因這些知名品牌產品能超越其對品質的要求和令其感到稱心滿意。本集團一向致力在所有業務環節推行建立知名品牌組合之策略，並已成功收購及加強多個主要品牌，其中部份品牌早已獲得消費者高度認同並居於市場領先地位，而部份亦正朝向此目標發展。

於二零零五年一月，本集團為旗下電動工具業務增添 Milwaukee及 AEG 專業級電動工具和配件品牌，進一步加強產品組合。增添上述品牌後，本集團可加強進軍至為重要之工業用及專業級電動工具市場，在北美洲及歐洲之龐大專業承售商網絡和其他新零售渠道銷售此類產品。更具策略意義的是，Milwaukee及 AEG 等高端品牌可與本集團旗下屬中檔品牌之 Ryobi 家用電動工具及配件業務起著相輔相成作用。

本集團旗下 Ryobi 品牌戶外園藝電動工具業務在歐洲之表現良好，本集團並於二零零四年為北美洲之戶外園藝電動工具業務增添 Ryobi 品牌。連同 Homelite 品牌，在北美洲增添之 Ryobi 戶外園藝電動工具使本集團得以擴大客源。

此外，本集團之地板護理產品業務旗下擁有四個極具價值之品牌 — Royal、Dirt Devil、Regina 及 Vax，各自在其所屬市場上廣為人熟悉並佔有相當比重。

2. 超越在主要市場上各業界之增長

在支援品牌及鞏固市場地位之基礎上，本集團將進一步加強與客戶之合作夥伴關係，同時透過全面而深入之市場研究和完備而有效之市場推廣活動，更加緊靠及掌握最終用戶之需求。

本集團致力與客戶達成雙贏局面，雙方共同努力為最終用戶帶來物超所值之產品及服務，目標是藉開發合適產品和營造最佳零售環境，從而建立互惠互信關係。推行上述策略後，本集團之產品行銷各大零售渠道，目前並已晉身為北美洲兩大電動工具公司之一。

本集團致力在市場推廣活動上爭取先機。透過推行大型宣傳、推廣、零售展銷活動及提供增值服務，本集團不斷創出銷售佳績，並提高消費者及最終用戶對其品牌之認知。

3. 推動各產品類別之創新

創新一直是本集團核心策略之一，本集團深諳要保持業務增長實有賴在各層面之領先創新。Milwaukee及AEG在產品創新上顯著之先導地位，加上其在工程設計和生產技術方面之超卓往績，正是本集團決定收購此等業務之重要考慮因素。採用鋰離子電池技術之Milwaukee V28™ 電動工具系列即為最佳說明，其革命性設計意念標誌著充電式電動工具在性能上之重大躍進。

此外，本集團亦透過探索市場發展趨勢，在開發創新產品方面與合作夥伴保持緊密聯繫。例如，本集團於年內為RIDGID®完成開發同級產品中性能最佳之專業級氣動式緊固工具系列，並已於二零零五年第二季在北美洲面世。上述產品即為考慮到施工環境及用家需要而在當地經廣泛研究及開發之成果，並標誌著本集團進軍此重要氣動式工具市場，進一步確立RIDGID®在承造商心目中的專業品牌形象。

4. 提高全球範疇之營運效率

本集團具備極高效率之供應鏈，此為本集團能迅速成功整合所收購之業務的其中一項要素。本集團致力保持具備世界水平之品質控制系統、大規模生產能力、以及低成本之供應來源，同時保持營運架構精簡及具成本效益。存貨周轉期由二零零三年之69日縮短至二零零四年之62日，反映出本集團在營運表現上之提升。

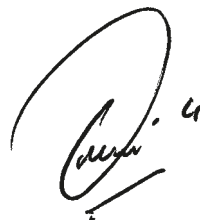
最近進行之策略性收購使本集團能進一步充份發揮品牌間之協同效應，從而減省成本及加快新產品投入市場。此外，本集團亦推行多項重要之物流及存貨管理措施，藉以加強客戶關係。本集團將憑藉以上實力繼續在營運效率上力爭全球領先地位，並在創新設計意念、提升競爭力及股東投資價值等方面爭取更佳表現。

展現卓越前景

要爭取更佳成績實在有賴制訂完善之業務策略並有效執行此等策略，創科實業在此兩方面均具備所需之條件，達致持續成功。本集團具備才能、資源和實力能在各層面貫徹推行業務策略，從而進一步推動業務之長遠重大發展。

本集團一如既往全心全意對客戶及合作夥伴作出承諾，並不斷探索加強相互間關係之新方向。此外，本集團對業務上之各個範疇均發揮創意精神，致力在各類目標產品和主要市場上建立知名品牌組合。

本人謹對董事會同寅、管理層及員工於年內之辛勤工作，致以衷心感謝。本集團分佈全球之員工所具之無比技能及工作熱誠，更是本集團成功之關鍵。此外，本人亦感謝各客戶及其他業務合作夥伴之鼎力支持，使本集團之潛力得以充份發揮。本人有信心，透過推行完善之業務策略令表現再創高峰，創科實業將可繼續為股東帶來豐厚的投資回報。



Horst Julius Pudwill
主席兼行政總裁
創科實業有限公司