

本人謹代表董事會(「董事會」)欣然向閣下呈報包浩斯國際(控股)有限公司(連同其附屬公司統稱「本集團」)自二零零五年五月十二日在香港聯合交易所有限公司主板上市後首份年報。我們相信成功上市已為本集團未來之擴充計劃奠下穩固基礎，讓我們加快擴大本身之銷售網絡，提升自家品牌至國際水平。

本集團的企業定位為具領導地位的時裝零售商之一，產品走時尚及休閒路線，以具有時裝觸覺之年輕消費者為目標客戶群。本集團的其中一項競爭優勢為商品多樣化，款式與文化互相配合，以滿足具獨特品味及時裝觸覺人士之需求。另一方面，我們獨特時尚之設計，以及對時裝潮流之敏銳觸角，亦為我們成功之道。

年內，本集團之營業額及溢利均錄得穩健增長，合乎我們預期。本集團年內之毛利率大幅改善至64.2%，乃因自家品牌產品「TOUGH」及「SALAD」銷售額增加所致。

香港現為本集團最大市場。我們將繼續致力建立本地零售網絡，同時在本地以至全世界推廣自家品牌。年內，香港之零售銷售額增加15%，而台灣則增加17%。香港開設了五間新店，而台灣一間表現欠佳之門市則被關掉，使本集團於二零零五年三月三十一日之總店數增至55間。由於市場氣氛改善，加上我們穩固

的品牌知名度，旗下現有零售店於年內錄得超過15%之同店增長。

年內，國內業務表現理想，特許經營銷售額錄得24%之增長。我們將繼續以特許經營模式經營國內市場，以審慎的投資及擴充策略滲透此龐大市場。隨著本集團自家品牌開始在大中華區打響名堂，我們將進一步擴大本身在區內之銷售及分銷網絡，藉以壯大自己並爭取更大市場份額。

我們將通過不同市場推廣渠道宣傳及提升自家品牌在海外市場之地位。在日本方面，我們積極精簡分銷渠道，以中高檔零售店分銷本集團產品。此舉雖然削減了年內來自日本之銷售額，但我們有信心以更強品牌及新產品市場攻勢，令來自日本之銷售額在未來幾年重拾升軌。另一方面，年內歐美之銷售額大幅上升。憑藉於歐洲現有之分銷基礎，我們未來幾年將積極參加多個國際時裝展，如佛羅倫斯之 Pitti Uomo、柏林之 Bread and Butter 以及巴黎之 Who's Next，藉以在國際市場宣傳「TOUGH」自家品牌。我們相信，以上市場推廣工作能提升集團品牌之曝光率及形象，並吸納新客戶。

擴大零售網絡及建立品牌使年內開支增加。斥資開設新店、租金上漲、員工數目增加及廣告宣傳開支佔年內銷售及分銷成本一個重要部

份。此外，我們於二零零五年三月新開一間「LIBRE!」店，另於年結日後新開兩間「80/20」專賣店。「80/20」乃本集團全新的自家品牌。而本集團勇於成立品牌設計小組之成本支出，已於截至二零零五年三月三十一日止年度入賬。我們相信該等投資將進一步強化本集團之自家品牌，在未來提升集團銷售額以及改善利潤率。

展望將來，我們將致力達至長遠而持續的營業額增長和穩健的邊際利潤水平。我們將一方面以獨特時尚之設計繼續提升品牌形象，另一方面主動而審慎地擴大銷售及分銷網絡。董事們計劃在二零零六年財政年度以集團自家品牌在港增開10間以上之零售店，及在中國開設多10間特許經營店。配合海外宣傳擴充策略，我們相信本集團已踏正軌，邁向成為亞太區具領導地位之時裝店之一。

為答謝股東支持，董事們建議就下一財政年度派付特別中期股息每股2港仙。除特別中期股息外，本集團亦將如上市時所承諾般，就截至二零零六年三月三十一日止年度派發30%或以上息率之股息。

本公司生於斯長於斯，要飛昇國際殊非易事。然而，既已跨出第一步便絕無退縮之理。我們志比天高而明乎千裡之行始於足下。此中風險與回報之道，總得深思、盤算。

最後，本人願代表董事們衷心感謝各位股東、客戶、業務夥伴及員工的鼎力支持，以及為本集團之成功所作出的貢獻。我們定必繼續向客戶提供高質素的產品及服務，以及努力為股東帶來可觀的回報。

黃銳林
主席

香港，二零零五年七月六日