

管理層討論及分析

業績概覽

截至六月三十日止六個月	二零零五年 港幣千元	二零零四年 港幣千元	變動 百分比
營業額	462,762	436,658	+6.0%
毛利	240,796	237,426	+1.4%
未計非經常性項目前之營運溢利	46,794	41,928*	+11.6%
— 投資物業重估盈餘	67,271	—	
— 一次性重組開支	(22,576)	—	
營運溢利	91,489	41,928*	+118.2%
股東應佔溢利	94,814	34,879*	+171.8%
每股盈利	港仙	港仙	
— 基本	5.60	2.25	+148.9%
— 攤薄	5.41	2.22	+143.7%

* 由於採納新香港財務報告準則，二零零四上半年度之溢利經已重列。詳情請參閱簡明中期賬目之附註1及2。

物業投資及相關業務

本期間集團投資物業租金及管理收入(未對銷內部分部收益前)為港幣15,233,000元，較去年同期之港幣15,151,000元略為上升。穩定的收入水平主要由於大部份租約均仍在其租約期內繼續租賃。於本回顧期結束時，整體出租率為96%，較去年底進一步改善。

集團位於廣東道100號之主要投資物業現正進行大型增值提昇計劃，以期更有效地掌握其位處香港其中一個零售、飲食及娛樂核心地區之優勢。該計劃涉及翻新及重整樓面工程，以爭取最理想的租戶組合。由下半年度開始，多家高級及具特式的食府及著名品牌零售店將相繼開業。

在回顧期間內，物業市道持續改善，反映本港經濟繼續復甦。集團物業投資組合於回顧期結束時已作獨立評估，錄得估值盈餘港幣67,300,000元，並已根據最新會計準則反映在損益表中。

管理層對物業投資及相關業務的中長線前景仍具信心，該等業務將繼續成為集團業務組合之重要部份。

彩星玩具概覽

在二零零五年上半年度，彩星玩具全球玩具銷售額較去年同期之港幣421,791,000元增加6.2%至港幣447,816,000元。雖然在二零零五年首六個月內美國玩具業內整體零售銷售額據報錄得6%之跌幅及多項主要產品類別競爭劇烈的情況下，惟彩星玩具仍能達致增長。有賴彩星玩具繼續擴展其分銷網絡及在全球主要市場建立品牌形象，國際業務對期內整體銷售額增長居功至偉。

多個與電影相關之第三者品牌，如「Star Wars: Episode III」、「Batman Begins」及「The Fantastic Four」在上半年度之零售表現均對其他所有動作人偶模型以及其他男孩玩具之銷售額有負面影響。儘管在此競爭激烈環境下，彩星玩具主要男孩品牌「忍者龜」仍表現理想。除「Speedeez」模型車及玩具套裝業務外，全部核心品牌之銷售均較二零零四年有所增長。「Speedeez」銷售額下跌，反映出模型車市場整體萎縮，此乃受以上述電影為材之品牌所影響。

在二零零五年上半年度之玩具銷售毛利率為50.4%，而在二零零四年同期則為52.8%。該跌幅主要由於在年初輸往國際市場之較低毛利銷售額。

為配合長遠營運策略，彩星玩具繼續斥資擴大產品組合。若干新品牌將於本年下半年度推出，以開展彩星玩具在目標高增長類別之地位，並與在過往三年所建立之核心品牌基礎起輔承作用。該等新品牌包括：Universal Studios及Peter Jackson之「金剛」、「Amazing Amanda」、「Amazing Puppies」及「Kinder Garden Babies」。

品牌概覽：

雖然「忍者龜」品牌多少受到第二季推出與電影相關之競爭產品的負面影響，惟彩星玩具針對性之市場推廣及宣傳計劃有效地保持該品牌之增長動力。

在今年秋季，彩星玩具將為「忍者龜」品牌作大力推展全方位之市場推廣、宣傳及廣告計劃。「忍者龜」仍位列多個主要市場最暢銷人偶模型品牌。該品牌將在今年秋季進軍德國，並計劃在二零零六年春季在日本再下一城。

彩星玩具、Mirage Studios 及 4Kids Entertainment 最近落實在二零零六年秋季推出全新一輯26集的「忍者龜」電視劇集之製作計劃，該劇集會帶來全新的角色、故事情節及形象。該新計劃令已完成或製作中的劇集總數達130集。

最近，Mirage Studios 及 Imagi Animation Studios 與 The Weinstein Company (由 Miramax 創辦人 Harvey Weinstein 領導) 及 Warner Bros. Pictures 達成協議，在全球分銷一套全新之「忍者龜」電腦動畫電影。該影片標誌着「忍者龜」娛樂事業進入蛻變性的新階段，亦為全新玩具產品系列的開發賦予新靈感，相關玩具系列將於二零零七年初預計在該電影上映時同步推出。

在上半年度，由於美國玩具模型車銷售額整體下跌及競爭產品持續減價，令「Speedeez」產品之銷售額受到負面影響。但最新加入之「Speedeez」二合一玩具套裝－福特汽車 Mustang GT 車系四十週年紀念特別版之初步零售業績令人鼓舞。該玩具套裝將成為該品牌秋季電視廣告計劃之核心產品。由於在新市場推出「Speedeez」系列，而現有市場(包括英國、西班牙、意大利及加拿大)亦擴充該系列，令此品牌在上半年度之國際銷售額大幅上升。為進一步邁向彩星玩具在模型車市場之長遠增長目標，另一個嶄新品牌－「Turbo Treads」將於本年底推出，並在二零零六年春季拓展。此新加入之產品將進一步鞏固彩星玩具在此核心類別之市場地位。

進入第五年作為迪士尼主要大型娃娃「迪士尼公主」特許權持有人，彩星玩具進一步擴大其產品系列，並為「Little Princess」及「Princess Babies」產品建立起公認之品牌地位。今年秋季，彩星玩具推出之「World of Cinderella」娃娃及配件將為該知名產品帶來一個全新造型及玩法。彩星玩具的產品將受惠 Disney Consumer Product 於秋季推出之前所未有及跨產品類別的大型市場推廣計劃。估計迪士尼計劃為重新發行「仙履奇緣」白金版光碟所花在電視、印刷品、網上、家庭影畫及零售宣傳開支將超過1億5千萬美元。

「Sweet Cuddlers」及「Wiggly 水娃娃」基本產品系列之銷情帶領着彩星玩具最長壽品牌「水娃娃」在上半年度進一步增長。特許權系列之銷售額較去年同期下降，惟預期隨著全球最受歡迎之學前特許權「芝麻街」系列面世，及推出以 Nickelodeon 系列(如 Blue's Clues 及 Spongebob Squarepants) 為設計藍本之產品後，下半年度之銷售額將會回升。此外，暢銷之「Wiggly 水娃娃」系列新增產品將於秋季以電視廣告方式推廣。

計劃在秋季推出核心類別之多個新品牌系列標誌着彩星玩具之增長策略邁向另一階段。「**金剛**」人偶模型及配件、「**Yo Stick**」活動玩具、「**Kinder Garden Babies**」娃娃、「**Amazing Puppies**」特色毛絨玩具及重新推出之暢銷「**Amazing Doll**」品牌將會大大擴展彩星玩具之品牌組合。

彩星玩具之「**金剛**」創新產品系列，乃取材自**Universal Studios**製作並由**Peter Jackson**執導之電影「**金剛**」。「**金剛**」人偶模型、毛絨玩具、角色扮演玩具及玩具套裝將於十月一日同步全球推出零售。**Universal Studios**已展開影片上畫前之推廣工作，並預計耗資1億美元於電影院、電視、印刷品及網上進行宣傳，預期將獲得理想成績。

彩星玩具的「**金剛**」產品將在大型百貨公司、全國性玩具連鎖店、藥房及雜貨零售店內出售。配合**Universal**的家庭影畫發行計劃，現計劃在二零零六年擴展「**金剛**」之零售業務。**Universal**計劃在二零零六年春季推出光碟及在二零零六年秋季推出特別版光碟。

本年較早時在加拿大成功推出之「**Yo Stick**」為二零零五年秋季在全美以電視廣告方式推廣之此創意活動玩具奠定基礎。現正計劃在二零零六年春季以全新規模、特色及主題開拓此一專利產品概念。

彩星玩具現正推出一個最新造型之「**Kinder Garden Babies**」，該娃娃系列在一九九七年及一九九八年之全球零售銷售金額超過5千萬美元，今年秋季將會在全美以電視廣告方式宣傳。該系列在二零零六年春季將予擴展，以較低的價格推廣新人物及新產品。

今年秋季，彩星玩具藉已建立之**Amazing**品牌，打入特色毛絨玩具市場。「**Amazing Puppies**」的特色毛絨系列將重新塑造在現實世界與小狗玩樂的樂趣，為小男孩及小女孩獻上真實而濕潤的親吻「**Cold Nose Kisses**」。彩星玩具已計劃推出全美之廣告計劃及公關計劃，以傳遞此項創意產品魔力之訊息。

「**Amazing Amanda**」乃最近加入彩星玩具「**Amazing**」娃娃品牌之產品。**Amanda**乃同類產品內技術最先進及像真之互動娃娃，並加入前所未有之傳統哺育及護理玩法。**Amanda**置有先進辨聲技術、像真活動裝置及聰明配件辨識，為小女孩締造全新及奇妙的玩樂體驗。美國電視廣告，大型公關計劃及零售廣告將於八月底展開並持續至十二月。英國方面之初期銷售業績理想，**Amanda**更榮獲英國兩大玩具零售商**Hamleys**及**Woolworths**評為二零零五年假期季度十大玩具之一。擴大「**Amazing Amanda**」產品之發展工作經已展開，並會在二零零六年推出新一代**Amazing**娃娃。

憑着近年推出陣容最強之新品牌組合，彩星玩具正蓄勢待發作持續增長。預期日後增長將由新推出之產品推動，逐步減低對現有品牌之倚賴。

二零零六年及未來之展望：

彩星玩具最近已取得多項新項目特許權及開始發展在目標高增長類別之全新專利產品。

彩星玩具已獲**American Greetings**委任為經典女孩品牌「**Strawberry Shortcake**」之總玩具特許權持有人。早在八十年代初推出，「**Strawberry Shortcake**」在一九八零至一九八五年間之零售銷售額超過10億美元。**American Greetings** 夥拍 **DiC Entertainment**在二零零三年向新一代的小女孩及其母親推介「**Strawberry Shortcake**」，預測全部特許權產品之零售銷售額在二零零五年底前將超過10億美元。**Fox Home Video**推出之該家庭影畫連續劇在過往兩年均躋身十大暢銷兒童劇集之列，三套新劇將於二零零六年推出。為此項特許權開創歷史，一部電腦動畫劇場版電影計劃在二零零六年下半年度上映。該部全新**Fox Entertainment**電影將介紹全新人物及主題。於二零零六年首季一項全美快餐店推廣計劃預期將為數以百萬計之消費者對此品牌留下深刻印象，並會配合彩星玩具全新玩具系列之電視宣傳攻勢一併推出。

二零零六年春季，彩星玩具將推出一個名為「**Battle Dice**」全新專利及可延展之平台。「**Battle Dice**」代表一個完全新穎之玩法及收藏模式，揉合擲骰子與動作人偶模型的長青魅力。配合新品牌推出的首個特許權系列的各類基本套裝、伸展裝備及擲骰器均以風靡全球之**Marvel Heroes**漫畫世界中的超級英雄及反派角色為藍本。

在二零零五年推出之新品牌及二零零六年及以後進一步拓展之品牌組合，標誌着向管理層訂下的策略性增長目標邁進一大步。

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。於二零零五年六月三十日，玩具業務之應收貿易賬項為港幣164,938,000元（二零零四年十二月三十一日：港幣336,433,000元），而存貨為港幣50,785,000元（二零零四年十二月三十一日：港幣36,736,000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96%於二零零五年六月三十日已租出。於期末時之應收賬項不多。

於二零零五年六月三十日，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1.5%，而二零零四年十二月三十一日則為3.2%。流動資金比率(即流動資產與流動負債之比率)於二零零五年六月三十日為3.8，而於二零零四年十二月三十一日則為2.1。於二零零五年六月三十日，本集團之現金及銀行結餘為港幣521,592,000元(二零零四年十二月三十一日：港幣195,839,000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十。

僱員

於二零零五年六月三十日，本集團在香港、中國大陸及美國共有130名僱員。

本期間支付薪酬之方針與最近期公佈之年報所述者相比並無重大轉變。