

(c) 應收款項

	未經審核 二零零五年 六月三十日 人民幣千元	經審核 二零零四年 十二月三十一日 人民幣千元
應收下列人士之貿易帳款及其他款項：		
最終股東之公司	-	37,125
少數股東	-	3,223
	<u>-</u>	<u>40,348</u>

(d) 應付款項

	未經審核 二零零五年 六月三十日 人民幣千元	經審核 二零零四年 十二月三十一日 人民幣千元
應付下列人士之其他款項：		
最終股東之公司	754	6,854
少數股東	19,823	39,664
	<u>20,577</u>	<u>46,518</u>

管理層分析及討論

市場回顧

近年，中國國民生產總值保持穩定攀升，人民生活水平不斷提高，帶動消費水平上升。國內中高收入階層不斷擴大，對生活品味及生活質素的追求引發高收入者對品牌的訴求。在手錶領域，名貴、高檔進口手錶受到追捧，在中國市場的佔有率及影響力日漸擴大。其中瑞士手錶以其優良品質最受消費者的青睞。根據賽迪顧問股份有限公司於二零零五年九月發出的報告，2004年瑞士進口手錶銷售額佔中國手錶總銷售額的81%。

業務回顧

本集團在國內從事手錶零售批發之業務，專門分銷國際品牌手錶，在極具發展潛力的中國進口手錶領域，贏得了無限商機。

本集團透過其龐大的零售網路、眾多高檔瑞士手錶品牌代理、自有手錶品牌以及強有力的售後服務，於中國高檔手錶市場獲得超卓發展。

零售網路

本集團已於中國大陸建立起龐大的銷售網路，現時擁有包括眾多著名商號的51家零售門市，零售分銷約30個著名手錶品牌；在全國40個主要城市擁有約300家批發客戶；並與國內其他主要名表零售商，如上海三聯集團有限公司、上海東方商廈有限公司及深圳亨吉利世界名表中心有限公司組成了名表零售策略聯盟。聯盟零售網路內零售門市逾百家。本集團更擁有兩家旗艦店，分別為北京亨得利瑞士名表店、上海鐘錶商店等。

批發業務

本集團現為16個國際知名手錶品牌之批發商，其中有12個為獨家代理，如愛彼、寶齊萊、真利時、豪雅、克麗絲汀·迪奧、艾美、芬迪、名士、歌貝納、西馬／司馬、伊度和卡紛等，另有4個為非獨家代理，計有積家、天梭、CK及英納格。本集團與世界頂級手錶供應商一直保持著良好的合作關係，當中包括：SWATCH集團、LVMH集團及RICHEMONT集團，本集團所代理或經銷的品牌主要為以上集團所擁有。

自有品牌尼維達

本集團擁有自家手錶-瑞士品牌“尼維達”，擁有其於中國大陸、香港及澳門地區的自行設計、生產及分銷等權力。該品牌的擁有與發展，將增強集團的盈利能力及市場競爭力。

售後服務

作為零售網路及批發業務強有力的保障，本集團銳意為顧客提供優質而極有效率之售後服務。本集團於每一間零售門市均提供即場維修保養服務；更於北京、上海設立兩間大型客戶服務中心，為客戶提供多項售後增值服務；為進一步給予客戶優質服務，本集團正進行全國聯保體系的建立；本集團所有維修人員均獲專業技術資格，其中有品牌供應商於中國特約維修唯一指定技師，有全國勞動模範，技術評比先進者等。

財務回顧

於截至二零零五年六月三十日止六個月（「期間」），本集團錄得營業額約人民幣656,504,000元，除所得稅前溢利約達人民幣75,451,000元（二零零四年：人民幣68,163,000元）。期間溢利約達人民幣49,579,000元（二零零四年：人民幣45,478,000元）。每股基本盈利人民幣0.06元（二零零四年：人民幣0.05元）。

銷售

於期間內，本集團錄得營業額約人民幣656,504,000元（二零零四年：人民幣717,959,000元）。零售應佔的營業額約人民幣306,830,000元（二零零四年：人民幣249,847,000元）較去年同期上升約23%，批發應佔的營業額約人民幣341,983,000元（二零零四年：人民幣461,928,000元）較去年同期下降約26%。有關營業額下降乃歸因於歐米茄及雷達手錶之銷售額減少，幸此方面的減少已因本集團經銷的其他品牌的銷售額上升而部份抵銷。

毛利

於期間內毛利率約25.1%，較高於去年同期的20.1%，主要受以下因素影響：(1)若干品牌之平均銷售價增加導致該等品牌之毛利有所增長；(2)若干品牌建議售價給予零售客戶之折扣縮減；(3)業務分類組合中零售銷售的比例相對增加。

隨著中國經濟急速發展，中高收入群體不斷擴大，本集團以拓展零售網路及加快長期代理品牌的建設為目標，因此本集團對未來的前景是樂觀及正面。

期間溢利

於期間內，期間溢利約達人民幣49,579,000元，比去年同期增長約9.02%，增長主要來自毛利較高的零售業務升幅而引致。

開支

於期間內的分銷成本約人民幣50,631,000元（二零零四年：人民幣43,101,000元）。佔營業額比例為7.7%（二零零四年：6.0%）。分銷成本上升，主要是開拓零售網路中的銷售及市場推廣人員增加，與及店鋪租金開支增加所引致。行政費用約人民幣26,065,000元（二零零四年：人民幣23,668,000元），佔營業額約4.0%（二零零四年：3.3%），行政開支增加，主要是由於增聘行政人員，與及本集團於二零零五年開始於香港營運，導致薪酬及福利支出及向定額供款計劃作出之供款增加所致。

資產盈利能力

於二零零五年六月三十日，本集團的淨資產約人民幣347,528,000元，淨資產回報（界定為本公司股東應佔溢利除以淨資產）為13.3%（二零零四年：11.1%）。

流動資金及財政資源

於二零零五年六月三十日，本集團持有現金及現金等價物約人民幣79,729,000元（二零零四年十二月三十一日：人民幣78,180,000元）。於二零零五六月三十日，銀行借款總額為人民幣437,131,000元，將於一年內償還。

資本開支

本集團本期間的總資本開支為人民幣8,339,000元（二零零四年：人民幣40,662,000元），較去年同期減少了79%。

本集團本期間的資本開支主要包括根據本集團業務戰略增置所需的物業、零售店的租賃裝修及辦公室設備。

資產抵押

於二零零五年六月三十日，本集團有約人民幣35,000,000元的銀行借款以帳面淨值約人民幣31,810,000元之建築物作為抵押。

外匯風險

由於本集團大部份業務交易，資產，負債均主要以人民幣結算。然而，人民幣匯率近年來一直相對穩定；此外，本集團並無於過往貨幣匯率波動期間遇上任何重大經營困難或受到流動資金影響，故本集團所承受的外匯風險不大。

或有負債

於二零零五年六月三十日，本集團並無重大或有負債（於二零零四年十二月三十一日：無）。

人力資源及僱員薪酬

於二零零五年六月三十日，本集團在中國及香港合共聘用1,143位全職員工。本期間員工總成本約為人民幣20,521,000元；2004年同期則約為人民幣15,219,000元。

本集團投入資源為管理人員及其他業務人員提供持續教育及在職培訓，以改善其技能，並提高其知識水平。本集團特別為營業員及維修技術人員提供全方位的知識培訓，包括銷售技巧、品牌知識以及深入的手錶維修保養技術等，本集團相信，透過該等培訓及教育，可增強員工素養，提升其盈利能力。

本集團提供具有競爭力的薪酬。本集團提供於僱員的其他福利包括退休金供款計劃、保險計劃、房屋及膳食福利等。

本公司遵守所有員工福利計劃法規。

前景

中國經濟正處於快速、健康發展之中，國民生產總值的穩步上升必將帶來人民消費能力的提升。中產及以上階層正在不斷壯大，他們對生活品味及生活質素的追求也不斷提升，至於名貴、高檔品牌的訴求日趨強烈，其中包括對高檔名貴手錶的訴求。而相對於全球其他發達或發展中國家而言，中國現時的名表消費仍然偏低，因此，中國進口手錶市場尚有很大的發展空間。本集團在國內從事手錶零售批發之業務，專門分銷國際品牌手錶，並致力於不斷擴大作為市場終端環節的零售業務。董事相信，本集團必將於增長中的高品味消費市場上取得豐碩成果，保持盈利能力的穩定增長。

為進一步佔領市場，本公司將繼續在零售網路拓展及打造新品牌、客戶服務等方面作出更大努力。董事相信，本集團有能力把握市場先機，為企業創造更大利潤，回報股東和社會。

進一步拓展零售網路

對於國際知名手錶品牌銷售來說，零售網路的建設是十分重要的。本集團將進一步拓展集團於中國大陸的零售分銷網路，不僅為更多的國際知名品牌架起一座通往中國市場的橋樑及高速通路，同時也為更多國際品牌進入中國市場搭建一個優質的分銷平臺。

擴大品牌組合

加快建立新的品牌關係，力爭用較短的時間，使其銷售有明顯增長。為確保新品牌及自有品牌運作的成功，本集團將在確保零售業務拓展的同時，也將給予品牌推廣足夠的保障。

進一步提升售後服務的質量

董事相信，客戶是企業最重要的資產和資源之一，零售及品牌推廣發展的動力與活力來自於良好的客戶服務，建立以客戶為中心的服務體系是提升企業競爭力的重要方面。本集團將集中各項有效資源建立一個以客戶為中心的服務體系，客戶服務全國聯保系統是該服務體系之系統工程的第一步。在未來的發展中，本集團還將為客戶提供優質個性化的售前、售後服務，給予客戶最佳信心保證。

保持並加強集團之策略聯盟

本集團立足於為國際知名手錶品牌建立廣闊而優質的分銷平臺，與國內其他零售商謀求共同發展之道路。本集團認為，保持中國手錶市場良好的運行環境，統一市場規則，才能保證企業及社會的共同進步與發展。本集團將保持並進一步加強與供應商的良好合作關係、保持並進一步加強與中國其他零售商的策略聯盟，達到共存、共享、雙贏之局面。

優化人力資源管理

為保持企業可持續發展，保持利潤的不斷增長，本集團將更進一步加強管理，並不斷完善人力資源之薪酬及激勵之政策，以保持員工積極而旺盛的進取精神。

根據上市規則第13.13-19條作出披露

於二零零五年六月三十日本公司並無向任何公司提供墊款，亦無向本公司任何聯屬公司提供財務資助及擔保而須根據上市規則第13.13-19條作出披露。

中期股息

董事不建議就截至二零零五年六月三十日止六個月派付中期股息。然而，按招股章程所載，待本公司在聯交所上市後，本公司將向當時股東宣派不少於母公司股份持有人應佔溢利的30%作為股息。

購股權計劃

二零零五年八月二十七日，本公司股東採納購股權計劃（經董事會轄下一委員會於二零零五年九月十三日修訂）（「購股權計劃」），可向選定之參與者授出購股權，作為彼等為本集團所作貢獻之獎勵或報酬。

本報告日期，並無根據購股權計劃授出或同意授出任何購股權。

董事及主要行政人員於股份之權益及淡倉

本公司已於二零零五年九月二十六日上市。於本報告日期，董事及主要行政人員於本公司或其任何相聯法團（定義見證券及期貨條例）的股份、相關股份或債券中，將擁有須根據證券及期貨條例第XV部第7及第8分部而予以披露的權益及淡倉（包括根據證券及期貨條例有關條款被當作或視為擁有的權益及淡倉），或根據證券及期貨條例第347條或上市規則之上市公司董事進行證券交易的標準守則須知會本公司及聯交所的權益及淡倉或根據證券及期貨條例第352條須記入該條所指的登記冊的權益及淡倉如下：

董事姓名	權益性質	股份數目	佔已發行股份的概約百分比*
張瑜平先生	所控制公司(附註1)	726,300,000股	72.63%
宋建文先生	所控制公司(附註2)	11,850,000股	1.185%

附註1：張瑜平先生擁有佳增國際有限公司51.52%的已發行股本，而該公司則持有本公司已發行股本的72.63%。

附註2：宋建文先生擁有藝新發展有限公司100%的已發行股本，而該公司則持有本公司已發行股本的1.185%。

* 假設並未行使超額配股權

主要股東於股份之權益及淡倉

本公司已於二零零五年九月二十六日上市。

- (a) 下列人士於股份或相關股份中擁有須根據證券及期貨條例第XV部第2及第3分部之規定須向本公司披露的權益或淡倉：—

姓名	股份數目	持股之 概約百分比
佳增國際有限公司(「佳增」)(附註1)	726,300,000股	72.63%
張瑜平先生(附註1)	726,300,000股	72.63%
The Swatch Group (Hong Kong) Limited (附註2)	50,000,000股	5.00%

附註：

1. 張瑜平先生擁有佳增51.52%的已發行股本。
2. The Swatch Group (Hong Kong) Limited乃Swatch Group Limited(在瑞士成立且股份在瑞士證券交易所上市的公司)的附屬公司。

- (b) 下列人士將直接或間接擁有可在任何情況下於本集團任何其他成員公司之股東大會上投票之任何類別股本面值10%或以上的權益：—

本集團成員公司	本集團成員公司 主要股東名稱 (本公司除外)	權益百分比
北京市亨得利瑞士 鐘錶有限責任公司	北京一商集團有限 責任公司	45%
合肥新宇亨得利世界 明錶中心有限公司	合肥金寶集團公司	10%
青島新宇亨得利鐘錶 眼鏡有限公司	青島亨得利有限公司	45%
天津市惠昌鐘錶 眼鏡有限公司	劉英琦女士	40%

購買、出售或贖回本公司之上市股份

截至二零零五年六月三十日止六個月，本公司或其任何附屬公司概無購買、出售或贖回任何本公司上市股份之權益。

審核委員會

本公司已遵循上市規則成立本公司的審核委員會。審核委員會由三位獨立非執行董事組成。審核委員會負責審閱公司採納的會計原則及慣例，重大不尋常項目及內部監控以及財務報告事宜，其中包括審閱截至二零零五年六月三十日止的中期賬目。

遵守最佳應用守則

本公司董事概不知悉有任何資料可合理顯示本公司由二零零五年九月二十六日(即本公司股份開始在聯交所上市日期)至本報告日期任何時間不遵守聯交所上市規則附錄十四所載的最佳應用守則。

遵守標準守則

本公司已採納上市規則附錄十所載標準守則作為本公司規管所有董事買賣證券的行為守則及規則。本公司已向所有董事作出特定查詢，由二零零五年九月二十六日至本報告日期，本公司董事已嚴格遵守標準守則。

一般資料

於本報告日期，本公司有執行董事張瑜平先生、宋建文先生及黃永華先生，非執行董事李佳林先生、陳聖先生及沈致遠先生，獨立非執行董事劉焜松先生、蔡建民先生及黃錦輝先生。

承董事會命
主席
張瑜平

二零零五年九月二十七日