

管理層討論及分析

業務回顧

本集團截至二零零五年十二月三十一日止六個月之綜合營業額達129,300,000港元，較去年同期之113,500,000港元（經重列）上升14.0%。經營溢利（息稅前利潤「EBIT」）增加至7,600,000港元，較去年同期上升33.6%。股東應佔純利增加至5,400,000港元，較去年同期上升89.6%。

中國為一個充滿機遇及具有強大消費力之市場，故本集團於過往數年將注意力投於其中國業務上。儘管中國政府實施宏觀經濟調控措施，藉以緩和投資過熱之情況，但其經濟及政治環境依舊穩定。中國之國內生產總值持續錄得增長，帶動市場平穩發展，為本集團業務帶來實質利益。中國之整體零售意欲強勁，而時裝零售市場亦得以不斷擴大。

截至二零零五年十二月三十一日，本集團於國內經營264間「Fun」品牌門店，其中本集團直接管理之分店有137間，特許經營店則有127間。本集團大部分零售分店銷售額均錄得按年增長。

儘管成衣業內新進數目日增，競爭越見激烈，本集團擬為「Fun」確立更鮮明之品牌定位，藉以加強該品牌之市場據點。本集團認為透過別樹一格之設計、優質超值之產品及鮮明醒目之店舖陳列建立優越品牌形象，加上高效率之交付物流，乃本集團發展之必須條件。為緊貼快速轉變之時裝潮流，本集團成功保持每年內推出四個系列共10款服裝，每一系列均各具風格及特色，以優閒及高雅之格調作主打。此外，由東南亞著名年青歌手吳克群擔綱之廣告活動獲本集團年輕客戶群之一致好評及歡迎。

