

管理層討論與分析



行業概覽

本集團目前仍以中國乘用車零部件市場中汽車裝飾條、汽車裝飾件、車身結構件的設計、製造與銷售為主要獲利來源，本集團所供應之中國乘用車市場於二零零五年年度呈現恢復及快速增長，乘用車產銷量分別同比增長約19%及21%。

09

與行業增長同時，零部件產業因乘用車整車市場激烈競爭及鋼材原材料波動而尤其日益凸顯技術、品質及成本控制能力之緊迫性。

於二零零五年年度，基於客戶斟選、強化技術研發、深化集中採購與互動策略以及嚴苛製造管理與推行體系標準，本集團得以繼續鞏固有關產品的市場強勢地位，並受益於甄選策略下主要客戶的快速增長，取得了明顯高於市場增長水平的盈利狀況。

業績

截至二零零五年十二月三十一日止年度，本集團之綜合營業額約為人民幣678,606,000元，較二零零四年度之人民幣464,178,000元，增長約46.2%。來自汽車裝飾條、汽車裝飾件、車身結構件的營業額分別為人民幣158,464,000元、人民幣157,691,000元、人民幣286,271,000元，所佔比重分別約為23.3%、23.2%、42.2%。車身結構件及汽車裝飾件銷售的所佔比重明顯有上升。股權持有人應佔溢利為人民幣195,067,000元，較二零零四年上升約58.5%。毛利率約為40.1%，與二零零四年相當，主要系公司產品降價造成的不利影響被材料國產化、新產品的推出等因素所抵消。

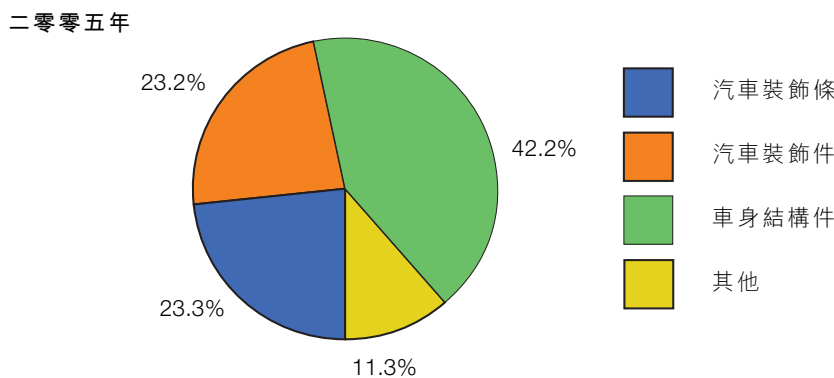
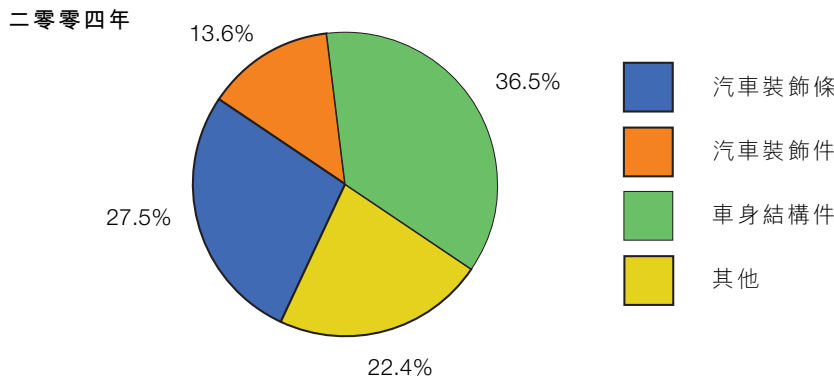
產品銷售

在二零零五年，本集團繼續專注於三大類產品的生產，產品主要銷售給全球6+3汽車製造商下屬的工廠。本集團大部分銷售於中國地區，出口的比重從二零零四年的5.0%上升到二零零五年的8.9%。

按照產品類別劃分的營業額分析

產品類別	二零零三年		二零零四年		二零零五年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
汽車裝飾條	82,069	27.5	127,500	27.5	158,464	23.3
汽車裝飾件	49,266	16.5	63,119	13.6	157,691	23.2
車身結構件	57,056	19.1	169,529	36.5	286,271	42.2
其它(附註)	110,442	36.9	104,199	22.4	76,411	11.3
合計	298,833	100	464,347	100	678,837	100
減：銷售稅	(57)		(169)		(231)	
總營業額	298,776		464,178		678,606	

附註： 其它包括PVC、模具、頂蓋內罩及其它。



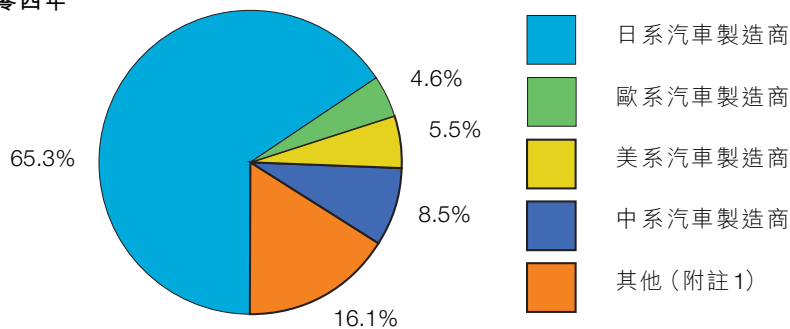
按以不同地區為基地的客戶的來源地／總部劃分的收入分析如下：

產品類別	二零零三年		二零零四年		二零零五年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
日系汽車製造商	125,989	42.2	303,100	65.3	463,782	68.3
歐系汽車製造商	12,181	4.1	21,479	4.6	66,152	9.7
美系汽車製造商	14,792	4.9	25,722	5.5	60,546	8.9
中系汽車製造商	41,117	13.8	39,477	8.5	56,892	8.4
其它(附註1)	104,754	35	74,569	16.1	31,465	4.7
合計	298,833	100	464,347	100	678,837	100
減：銷售稅	(57)		(169)		(231)	
總營業額(附註2)	298,776		464,178		678,606	

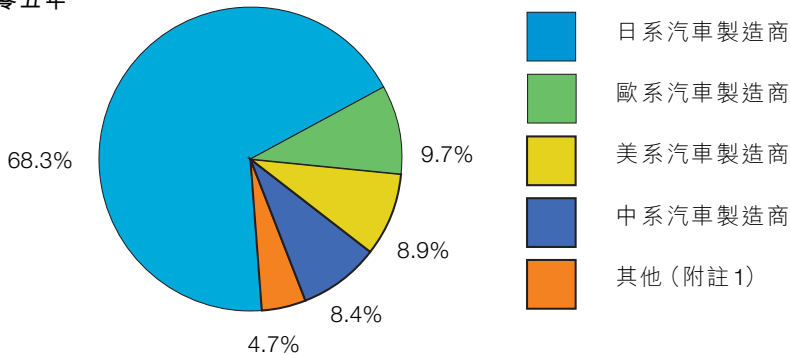
附註1：除汽車公司以外的客戶，主要指其它汽車零部件製造商及貿易公司。該等客戶包括跨國汽車製造商在中國所成立的合營企業的工廠。

11 附註2：總營業額包括二零零三年度、二零零四年度及二零零五年度的出口分別約人民幣10,148,000元、人民幣23,134,000元及人民幣60,750,000元。

二零零四年



二零零五年



本集團繼續擴大了核心產品的生產，二零零五年三大類產品的營業額約為人民幣602,426,000元，佔總營業額的比重達88.7%，較二零零四年的77.6%上升11.1%。

於二零零五年度，本集團對日系汽車製造商的營業額約為人民幣463,782,000元，佔總營業額的比重達68.3%，較二零零四年的比重上升3.0%；對歐系汽車製造商的營業額約為人民幣66,152,000元，佔總營業額的比重達9.7%，較二零零四年的比重上升5.1%；對美系汽車製造商的營業額約為人民幣60,546,000元，佔總營業額的比重達8.9%，較二零零四年的比重上升了3.4%。

銷貨成本

本集團在二零零五年度的銷貨成本約為人民幣406,641,000元。直接材料、直接人工及間接成本佔銷售成本分別約68.2%、4.5%、27.3%。二零零四年的銷貨成本約為人民幣277,640,000元，直接材料、直接人工及其他生產成本佔銷售成本分別約70.2%、5.3%、24.5%。

毛利

本集團二零零五年度毛利為人民幣271,965,000元，較二零零四年的人民幣186,538,000元，增長約45.8%。毛利率由二零零四年的40.2%，減少至二零零五年的40.1%，略減少了0.1%。毛利率基本維持不變，主要系產品降價造成的利潤率的影響被材料國產化、新產品的推出等因素所抵消。

其他收入

本集團二零零五年的其他收入約為人民幣23,545,000元，較二零零四年的人民幣21,142,000元增加約11.4%。

分銷及銷售開支

本集團二零零五年的分銷及銷售開支為約人民幣15,402,000元，較二零零四年的人民幣7,771,000元，增長了約98.2%。主要是由於隨著出口收入的增加，運輸費用相應增加；同時因為加強了對新市場，尤其是海外市場的開拓，業務人員人數增加，工資及差旅費均有所增加。

行政開支

本集團二零零五年的行政開支約為人民幣72,455,000元，較二零零四年的人民幣46,793,000元，增加了25,622,000元。主要是由於隨公司規模的擴大，管理人員的人數增加使工資和福利有所增加，以及公司承擔的上市費用開支。

銀行借貸利息

本集團二零零五年的銀行借貸利息約為人民幣9,088,000元，較二零零四年的人民幣2,107,000元，增長了人民幣6,981,000元，主要系銀行貸款增加所致。

稅項

本集團的稅項由二零零四年的人民幣6,251,000元，增加至二零零五年的人民幣12,179,000元，增長約94.8%。實際稅率由截至二零零四年的4.1%，增至二零零五年同期約5.8%。稅項增長乃本集團溢利增加，加上廣州敏惠的免稅期期滿所致。

本集團股權持有人應佔溢利

本集團二零零五年的股權持有人應佔溢利為人民幣195,067,000元，較二零零四年的人民幣123,091,000元，增長約58.5%。純利率約28.7%，較二零零四年的26.5%增長約2.2%。

少數股東權益

本集團二零零五年的少數股東權益為人民幣3,041,000元，較二零零四年的人民幣21,667,000元，減少約86%。主要原因乃集團已與一附屬公司的少數股東達成一份協議，集團向該少數股東支付固定金額以換取截止於二零零八年十二月三十一日為期四年之分配股息。

股息

本集團二零零五年已宣派的股息為人民幣164,903,000元，較二零零四年已宣派股息的人民幣109,562,000元，增加50.5%。本次提議分派的股利為每股港幣0.033元，共計分派港幣27,390,000元。

財務資料

現金及銀行結餘由二零零四年十二月三十一日的人民幣86,380,000元，增加至二零零五年十二月三十一日的人民幣465,540,000元，主要系公司首次公開發售所得款項及二零零五年之良好經營業績所致。

資產負債比率由二零零四年度的17.5%下降至二零零五年的16.4%。

流動比率也由二零零四年度的1.1上升至二零零五年的2.7。

存貨周轉日由二零零四年十二月三十一日的104日，減少至二零零五年十二月三十一日的94日，主要系公司加強了存貨管理，存貨餘額控制較好。

應收款項周轉日亦由二零零四年十二月三十一日的93日，減少至二零零五年十二月三十一日的80日，主要系公司加緊對應收貿易賬款的追蹤及控制所致。

應付款項周轉日由二零零四年十二月三十一日的106日，減少至二零零五年十二月三十一日的77日，主要原因系一方面因本集團致力開發新供應商以降低採購成本，而由於雙方關係發展不久，故該等供應商授出信貸期較短；另一方面，原材料成本增加導致現有供應商要求加價，本集團同意以縮短與之的信貸期而拒絕加價，乃至獲取更為優惠的商業條款。

整體而言，本集團嚴密監控資金流動性，以確保優化的資本結構。

承擔

截止於二零零五年十二月三十一日，本集團有以下承擔：

	(人民幣千元)
經營租賃	1,997
資本承擔	50,320

經營租賃承擔指本集團就租用土地而支付的未來最低租金；而資本承擔則指本集團就購置物業、廠房及設備而已訂約但未撥付的資本開支。

利率及外匯風險

本集團的絕大部分銷售及採購用人民幣計價，管理層亦將高度關注外匯風險，並會在必要時考慮採取措施規避重大外匯風險。

集團二零零五年十二月三十一日止向銀行借款餘額為人民幣230,252,000元，其中美元借款約人民幣149,452,000元，均採用浮動利率。美元相對於人民幣的匯率波動將使該借款存在一定的匯率風險。

或有負債

截至二零零五年十二月三十一日止，本集團並無或然負債。

資本開支

資本開支包括購置設備、廠房及物業、在建工程的增加和新增的土地使用權。截止於二零零五年十二月三十一日止，本集團的資本開支為人民幣152,218,000元，增加的資本開支系由本集團不斷致力於提升及擴大生產設施所致。

首次公開招股之集資淨額

本集團從首次公開招股所募集之集資淨額為人民幣508,007,000元。本集團剛於二零零五年十二月一日在香港證券交易所上市，故尚未大規模動用首次招股之募集款項。除小額資金用於擴大經營規模及購建固定資產外，剩餘款項存入公司在香港和中國大陸的銀行賬戶。

僱員及酬金政策

截止二零零五年十二月三十一日，本集團共有僱員1,841名，較二零零四年度增加577名。僱員之總成本佔總營業額之10%（二零零四年為8%）。

本集團亦按持續穩定的人事管理政策為僱員提供醫療、養老保險等福利。

購股權計劃

本集團已採納一項購股權計劃，該計劃用以的集團有貢獻或將有貢獻之合資格人士授予購股權，以對其獎勵或激勵。詳情請閱第26頁至第27頁。

未來發展

市場

中國汽車行業之增長速度雖經二零零四年度而略有下挫，然二零零五年度產銷量恢復並呈快速增長，普遍認為至少在未來十年內，中國汽車市場仍然是全球增幅最快的市場，即便短期或局部有調整波動，但整體保持持續穩定增長不容置疑。本集團將保持中國乘用車市場中優勢客戶的甄選策略，在評估客戶需求之同時，配合其產能穩步採取包括擴充與新設成本可控的生產設施之投入措施，以提升本集團綜合競爭力及最大限度降低風險，與此等優勢客戶共同成長。另外，本集團亦將在客戶甄選策略之基礎上，繼續與目前尚未建立供應關係之中國其他整車製造客戶保持密切接觸及充分的商業論證，以便在合適時機進入其供應商體系。

本集團亦將於未來年度在海外市場主要區域設立辦事機構、研發機構及生產設施，並規劃與促成集團內製造與出口基地的形成，加之二零零五年度內已與日本三惠、德國Kittel構建之緊密合資關係及其他眾多海外合作夥伴之融洽技術及商務合作，致力於推進本集團產品在北美、歐洲、澳洲、日本乃至東南亞市場的銷售。

供應商

本集團仍將深化集中採購及與主要供應商、部分工藝承制商的互動策略，強化實施對主要供應商的管理體系考核及成本估算，鞏固與彼等的長期同贏之伙伴關係，確保原材料與半成品品質提升及供應價格的穩定。

技術研發與拓展

本集團預期於二零零六年度進一步擴大對現有技術研發、產品設計部門的建設，將在目前已有之針對產品新類別、新工藝、新材料之內部資源配置規劃基礎上，繼續強化同步設計，厚積包括陽級氧化工藝在內等新工藝、新材料之技術能力與經驗，著力於在已有之技術素養基礎上迅速拓展新產品類別，以求鞏固與提升本集團的核心競爭能力。

企業資源管理系統

本集團在以往局部試行的經驗基礎上將繼續推進包括ERP等企業資源管理系統在其他附屬公司的實施，並力求系統的整合以符合本集團之管理與營運特徵，實現準確的財務控制與日常管理，進一步提高本集團中央管理及資源調度效率。