

管理層 討論及分析

外銷市場



外銷市場

北美洲市場

於期內，縱使面對劇烈之競爭及油價高企導致原材料價格上升等不利的因素，本集團憑藉推行一系列嚴格成本控制措施，使集團於北美洲市場的營業額仍保持平穩增長。其中，加拿大市場之營業額更錄得高達約三倍的升幅，主要是由於集團年內進行策略性併購活動，並取得顯著效益所致。二零零五年，北美洲市場仍然是集團的主要市場，亦為集團的主要收入來源，佔總營業額達89%。



管理層討論及分析



家居照明部

於期內，集團旗下的家居照明業務營業額錄得平穩之增長7%。營業額錄得增長，主要受惠於北美洲市場之DIY連鎖式零售企業持續興旺，令現有客戶及新客戶的訂單需求不斷增加，推動本集團營業額上升。然而，集團之毛利率受壓來自於原材料的價格高企，集團亦未能將升幅全數轉嫁予客戶，因而對集團的整體盈利帶來一定的影響。

於期內，集團以總金額3,570,000美元收購了R.A.M. Lighting Ltd.（「R.A.M.」）。R.A.M.為加拿大著名的照明燈飾企業，主要從事照明產品之設計及分銷裝飾家居照明產品。通過此項收購，集團成功將享譽加拿大市場的「R.A.M. Lighting」品牌納入集團旗下，R.A.M.產品主要是高檔的花燈系列，更進一步完善集團之產品系列。

此外，R.A.M.已於加拿大建立穩固之業務網絡，此收購項目有助集團進一步擴闊北美洲之市場網絡，藉以提升集團北美洲市場的推廣及銷售實力。與此同時，R.A.M.本身擁有設計及產品開發團隊及穩定的訂單來源，將可為集團帶來廣闊的客源，提高盈利能力。在此收購項目帶動下，加上集團於期內推行多項成本控制措施，包括加強垂直生產效益，改善生產工序管理模式，嚴謹控制所有開支等，有效降低成本，使集團於北美洲市場的營業額及盈利貢獻保持平穩增長。



為了鞏固集團於研發實力方面的領先優勢，集團於期內致力加強產品研發力度，專注研發具有節能及環保功能之照明產品，並設計更多創意產品，創造家居環境裝飾潮流，進一步提升集團的產品組合，為客戶提供一站式的優質服務。



管理層討論及分析



商業照明部

於期內，外銷市場商業照明業務發展令人鼓舞，營業額錄得約26,400,000港元，與往年比較增長73%。儘管期內集團部份商業照明產品因美國安全規格之認證審批過程緩慢而延遲推出市場，影響了集團於美國市場的商業照明業務增長，然而集團完成了多家渡假式酒店的照明工程，包括拉斯維加斯Panorama Condos Hotel、德薩斯州Marriot Grande Vista Hotel及密西西比州Imperial Palace Hotel等。

為了進一步加強集團於美國商業照明市場的競爭力，集團於期內積極建立商業照明業務團隊，務求全面加強產品開發、設計及銷售能力。隨著大部份商業照明產品的安全規格認證批核逐步完成，集團有信心可抓緊商業照明市場的强大發展潛力，開拓更多業務機會。

歐洲市場

於期內，歐洲市場之營業額較去年顯著上升約42%，主要是因為商業照明客戶訂單增加。另一方面，集團於歐洲市場的整體業務已重拾升軌，亦有助集團於期內在該市場錄得營業額之增長。此外，在歐洲市場方面，集團亦與一家在北歐之照明批發商加強合作，開發多款日光燈及具節能效能之商業照明產品，成績理想，有助集團在歐洲市場之商業照明上取得理想的業績。

管理層討論及分析

日本市場

日本市場方面，業務保持平穩增長約2%。隨著日本經濟開始復蘇，預計可見將來日本市場業務將會有更理想成績。

為了進一步開拓具有可觀潛力的日本市場，集團的研發中心將致力研發更多美觀、新穎、具創意的產品，以符合日本市場的口味，刺激銷售表現，加強日本市場的業績及盈利貢獻。

內銷市場

於期內，集團繼續作出調整，鞏固及積極開拓中國內銷市場，位於上海之瑩輝照明應用中心（「照明中心」）及瑩輝照明連鎖旗艦店，於二零零五年八月正式開幕。照明中心設有各種產品的展示區、光線對比區、照明博物館及設計師俱樂部等。集團旗下有152家的連鎖加盟店，均以照明中心為展示樣板店。

集團於照明中心通過多場景觀的演示，向客戶闡釋於各種環境中應使用的照明設計，以及在特定場景中正確應用照明設計的方法和重要性。此外，照明中心內之照明博物館，展示首個燈泡的發明過程以至最新的照明技術，與客戶一同追索「光」的歷程。

透過成立照明中心，集團期望促進與大眾之間的交流，將照明解決方案廣泛應用到生活層面，把照明產品融入生活之中。與此同時，此照明中心將進一步加強與客戶溝通，強化集團的研發能力、提升集團的產品設計，有助集團緊貼客戶的品味變化，設計並生產更多優質創新的照明產品，推動未來業務及盈利增長。

家居照明部

隨著國內經濟蓬勃發展，人均收入增加，生活水平有所改善，消費者對中、高檔燈飾產品，需求與日俱增。為了滿足客戶的不同需要，集團積極調整配送中心的存貨量及配送能力。集團在東莞、上海、北京和成都四個主要城市均設有配送中心，為全國客戶提供完善的配送供應服務。在提升營運效率以及加強配送能力的同時，集團亦進一步豐富其產品組合，致力提升集團在國內市場之滲透率，為集團未來取得增長奠定穩健的基礎。

商業照明工程部

於期內，集團的照明工程業務穩步發展，年內已完成逾45個商業照明項目，主要包括廣東三正半山酒店、青島國際農展館、洛陽中亞大飯店、上海檀宮別墅、北京榮尊堡公寓、虎門豐泰花園酒店、西安驛馬市景觀及上海青浦橋樣灣景觀等。

管理層討論及分析

隨著二零零八年北京奧運會及二零一零年上海世博即將舉行，加上國內經濟持續迅速增長、城市化發展越趨普及，預期照明工程項目之高峰期快將來臨。與此同時，中國基建工程項目不斷增加，而市政項目亦呈現快速增長的勢頭，將為集團照明工程業務締造更大的發展空間。集團將繼續開發高增值及創新的照明產品，包括具節能用途的環保照明產品，加強產品的市場競爭力，銳意抓緊湧現的商機，加快提升集團於中國內銷市場業務實力。

透過多元化的銷售及推廣途徑，集團將進一步提升「瑩輝照明」的品牌認知度，繼續為客戶提供完善及具效益的服務和解決方案，再創業務新高峰。

展望

展望未來，市場競爭持續激烈，加上原材料價格高企，集團將採取更進取的措施，精簡集團架構，嚴格控制成本，藉以保持集團本身之利潤及競爭力。

產品策略方面，集團將投放更多資源，開發及生產高附加值產品。集團將繼續致力提升產品設計及研發，開發更多針對不同市場的照明產品，從而提高產品質素及經濟效益。

此外，集團將於中國建立經銷商網絡，並加強「瑩輝照明」品牌產品的推廣，強化集團銷售渠道，擴大集團之收入來源。與此同時，集團將密切留意合適的併購對象，通過進行策略性收購，拓寬客源、加大中國市場份額。

商業照明工程方面，由於市場要求越來越高，為滿足客戶的需求並進一步拓展業務商機，打好穩健的基礎，集團將重點提升內部實力，包括加強員工培訓，提升商業照明工程項目管理專業知識，以及提高技術人員水平等。

有見整體經濟發展持續向好，以及中國市場潛力可觀，集團未來仍將以開拓商業照明及中國市場為發展重心。憑藉龐大的業務網絡、雄厚的規模化生產實力、有效的銷售及推廣策略以及多元化的產品組合，集團繼續致力作為客戶一站式360°度全方位的照明產品供應商。