

管理層討論及分析

業務回顧

華園為香港和中國市場領先的食品生產商、分銷商及零售商。本集團生產及分銷逾200款種類包羅萬有，並具備獨特亞洲風味的優質零食產品，分別以「華園」、「樂高」及「采楓」三大品牌推出市場，以及以原設備製造方式生產。與此同時，本集團亦以「華園」及原設備生產方式生產和分銷便利冷藏食品。

香港市場

受惠於經濟發展蓬勃及消費者購買力提升，儘管市場競爭加劇，本集團仍成功於香港市場取得理想增長。

回顧年內，本集團擴充網絡覆蓋，並進一步拓展銷售及分銷渠道。憑藉遍佈全港的2,300個零售點的廣泛零售網絡，華園透過其歷史悠久、深入民心的品牌知名度，以及多元化產品的卓越品質，繼續鞏固其作為香港最受歡迎的包裝食品品牌之一的超然地位。

截至二零零五年十二月三十一日止年度，香港市場之銷售約為118,862,000港元，較去年增加3%，佔本集團整體營業額57%。本集團於香港市場的銷售表現，主要由於產品開發進程可觀，以及產品推廣策略成效卓著所致。

二零零五年，本集團於新產品開發方面取得顯著的進展。繼推出不同的涼果及果仁產品系列以後，本集團亦開發多款創新的便利冷藏食品，包括炒飯、炒麵及中式點心。此外，本集團成功開拓新的銷售渠道，並於超級市場設立專櫃，銷售旗下產品，預期此舉將進一步加強集團與主要分銷商及零售連鎖商的合作關係。

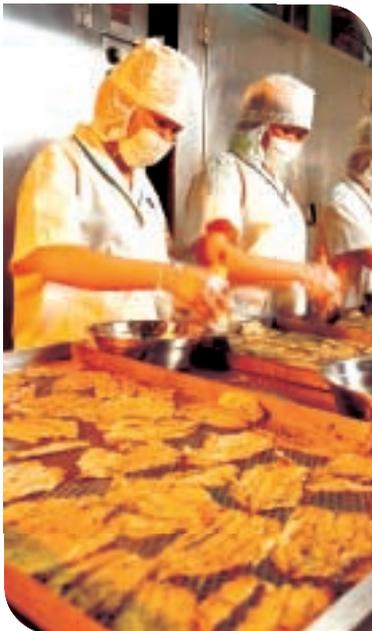




中國市場

中國市場方面，華園主要以「華園」、「樂高」及「采楓」三個品牌，透過其廣泛的分銷網絡，銷售至全國30個省及逾250個城市。

面對更多生產商進入市場的不利市場環境，本集團進一步加強其產品的銷售及推廣力度。為此，本集團的市場推廣及分銷開支顯著增加。同時，由於市場競爭仍然激烈，本集團於中國市場的業務表現未如理想。



截至二零零五年十二月三十一日止年度，本集團於中國市場之銷售下跌6%至約88,689,000港元，佔整體營業額約43%。

儘管產品銷售下跌，然而集團仍致力鞏固其分銷渠道及與國內超級市場和便利超市建立緊密的合作關係，藉以推動集團的未來增長。

與此同時，本集團一直力求完美，竭力追求卓越的產品質素。年內，本集團更榮獲中國權威性政府機構 - 中國質量信用評價中心頒發最高評級的中國質量信用企業證書，將有助本集團繼續領先中國市場。

海外市場

自二零零四年第四季成功進軍日本市場以來，本集團於此市場的進展一日千里，更錄得令人滿意的增長，成就斐然。

年內，本集團繼續加強其於日本市場的市場推廣力度。回顧年內，華園於日本市場出售多種多樣的便利冷藏食品產品，包括炒飯及一系列中式點心。

管理層討論及分析

此外，本集團與日本其中一家最大的上市綜合企業建立夥伴關係，達成合作協議。二零零五年，此日本綜合企業的代表更到訪本集團位於中國的生產設施，並頒發「A級認證」，足證華園的生產技術已達到日本的品質標準。

憑藉其過去一年建立的穩健基礎，華園充滿信心，日本市場勢將成為本集團的未來增長動力來源，進一步加強其核心優勢及鞏固其於區內之市場地位。

生產設施

於二零零五年十二月三十一日，本集團擁有三個生產基地，分別位於香港及廣東省廣州市花都區。本集團充分利用旗下10條先進高效的生產線，生產肉乾食品、便利冷藏食品、麵粉製產品、涼果及果仁產品、調味產品及其他產品。回顧年內，本集團提升其現有的設備和機械，藉以加強生產能力。

除了危害分析重點控制系統證書 (HACCP)，以及ISO 9001及ISO 9002認證以外，華園更成功取得由中國質量信用評價中心頒發的最高評級中國質量信用企業證書，有助本集團進一步改善產品質素。

展望

展望未來，本集團已制定不同的業務策略，銳意鞏固其領先的市場地位、刺激產品銷售及加快盈利增長。

本集團將投入充裕的資源，開發新的產品，包括核心包裝零食產品及便利冷藏食品，從而抓緊市場轉變所帶來的龐大機遇。

在提升及豐富產品組合的同時，本集團將擴充其銷售及分銷渠道，加強其與主要分銷商及零售連鎖商的良好關係。因此，本集團能進一步滲透香港、中國及日本市場，並將業務拓展至海外市場。





二零零五年香港包裝蛋卷市場之
最暢銷品牌 (AC 尼爾森)

二零零四年香港包裝肉類小食
最暢銷品牌 (AC 尼爾森)

二零零四年榮獲香港「超級品牌」(超級品牌)

華園

隨著本集團成功與一家日本著名的上市綜合企業達成合作協議，華園對於其於日本市場之業務發展非常樂觀，預期將成為集團未來的新增長點。

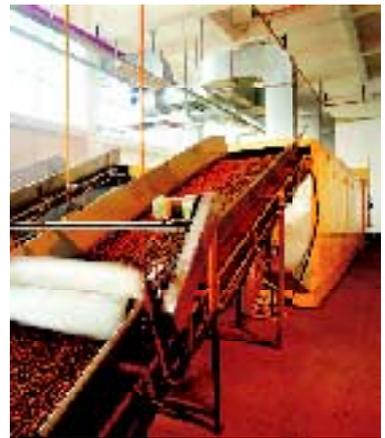
有見二零零六年世界盃此項體壇盛事及區內其他主要活動日益臨近，本集團正積極尋求合適的聯合推廣機會，充分利用特別設計的全新包裝，全力推動產品銷售，為集團帶來理想的盈利貢獻。

憑藉其廣泛成熟的銷售及分銷網絡、全面的業務基礎、清晰的市場推廣策略及嚴謹的品質監控，華園致力成為一家領先的一站式食品企業，以其獨特的市場定位及具特色的產品，繼續為全球的美食愛好者帶來款式繁多的優質食品。

財務回顧

本集團於截至二零零五年十二月三十一日止年度內錄得之營業額為207,551,000港元，較上年度之210,454,000港元下跌1%。截至二零零五年十二月三十一日止年度本集團之毛利及股權持有人應佔溢利分別錄得64,397,000港元及10,216,000港元。

肉乾產品之銷量佔本集團總營業額之44%，為本集團主要收入來源。便利冷藏食品、麵粉製產品以及涼果及果仁產品之銷量則分別佔總營業額之約20%、8%及4%，其餘之營業額則來自其他產品之銷量。





流動資金及財務資源

於二零零五年十二月三十一日，本集團之總資產值為365,314,000港元，而其流動資產總值則為256,843,000港元。於該日，本集團之流動及非流動負債總值分別為170,023,000港元及45,752,000港元。本集團的銀行借貸總額為168,576,000港元(二零零四年：164,441,000港元)。大部份以上借貸乃以港元計算，並附以浮動息率。於二零零五年十二月三十一日，本集團之資本負債比率為42%(二零零四年：37%)，以該日之總借貸減現金除以總資產模式計算。

面對外匯變動

本集團之現金資產及負債均以港元及人民幣計算，兩種貨幣於年內相對穩定。本集團概無面對任何其他重大外匯風險。



資本支出

年內，本集團於固定資產項目投資約9,080,000港元，其中74%用作購置生產機器，其餘則被用於其他資產之上。

於二零零五年十二月三十一日，本集團之資本承諾約為4,909,000港元，主要用以購買新機器及翻新生產線。

抵押資產

於二零零五年十二月三十一日，本集團將總賬面淨值約112,365,000港元之若干資產抵押予銀行，以換取銀行向本集團授予銀行融資。

僱員

於二零零五年十二月三十一日，本集團在香港及中國分別聘用約71名(二零零四年：72名)及約590名(二零零四年：865名)員工。本集團向僱員提供全面薪酬及福利組合。此外，本集團亦按個別員工的工作表現及本集團業績，向合資格員工發放購股權及酌情花紅。