

管理層討論及分析

股息

董事會建議派發截至二零零五年十二月三十一日止年度之末期股息每股5.5港仙。連同已派發的中期股息每股9.5港仙，截至二零零五年十二月三十一日止年度之全年股息為每股15.0港仙。待股東於應屆股東週年大會批准後，末期股息將於二零零六年五月二十九日或前後派發予二零零六年五月二十六日營業時間結束時名列本公司股東名冊之股東。

董事現時預期股息派息率將維持本集團有關財政年度可供分派溢利約50%。然而，財政年度之實際派息率將由董事全權酌情釐定，董事將考慮投資及收購機會等因素後作決定。

財務回顧

回顧年內，雖然中國政府實施宏觀緊縮措施及結婚人數減少造成不利之環境，中意仍錄得業務增長。年內營業額由去年403,800,000港元溫和上升至413,300,000港元。油價由每桶45美元以下急升至每桶70美元，令原料價格上升。雖然如此，本集團維持其毛利於139,000,000港元(二零零四年：150,700,000港元)，毛利率為33.6%。本集團本年之零售銷售約為43,700,000港元，其毛利率為59.9%。批發予特許經銷商之毛利率降至30.5%(二零零四年：37.3%)。這是由於售價下跌及製造成本上升所致。

純利為78,200,000港元(二零零四年：108,000,000港元)。純利下降是由於若干主要因素：批發之毛利率下降6.8%，由37.3%降至30.5%；宣傳及推廣成本增加約12,000,000港元；以及薪金及津貼增加約6,000,000港元。此外，零售店舖之業務令銷售及分銷開支增加約21,800,000港元。由於銷售及分銷開支增加，零售業務錄得虧損淨額約700,000港元。稅項開支大幅下降，此乃由於就以往年度之稅項超額撥備作出調整所致。

營運回顧

卓越品牌策略

借助本集團提升其知名品牌「皇朝傢俬」、「金騎士」及「聖木威」在國內中高檔家居傢俱市場形象之策略，本集團能在行業之不利背景下維持滿意業績。於過去幾年，該些品牌透過印刷媒體、海報及由我們的形象代言人關之琳小姐擔演之電視廣告等廣泛推廣已在消費者中獲得廣泛接受及深入人心。

除品牌建設活動外，本集團在北京開設其第一間「皇朝傢俬」旗艦店以進一步加強其在中高檔傢俱市場之聲譽及領導地位。該間30,000平方尺、樓高5層旗艦店展示本集團之現代浪漫傢俱之六大主要系列及逾千種品牌產品。該寬敞舒適之傢俱購物場加上高品質產品及服務，為北京傢俱市場樹立新模式，並成為集團其他專賣店的模範。

管理層討論及分析

網絡延伸

本集團之廣泛分銷網絡覆蓋中國29個省份及自治區，在二零零五年已設立逾1,000間專賣店。年內，本集團亦收回在上海及深圳之特許經營權及將該些網點歸於其直接監管。該等零售網點亦作為全中國其他特許經營店之示範。除在中國之全國性分銷網絡外，本集團擴展特許經營制度至印度尼西亞、菲律賓及阿拉伯聯合酋長國，以及在西班牙與分銷商訂立特許協議。

產品擴展

消費者日益要求更多選擇。數年前，本集團只在市場供應有限之系列。本年，本集團推出多個系列之家居傢俱系列，包括「淺胡桃」、「黑檀」、「黑胡桃」、「亮光」、「沙比利」及「聖木威」系列。本集團亦推出適用兒童之新產品「愛子成龍」系列及專攻年輕置業人士之「都市印象」系列。為使產品範圍多元化，本集團推出「健康」概念的產品，包括「皇朝傢俬」品牌下之按摩椅。該新電子健康傢俱在市場上廣受歡迎。

設計能力

由於本集團致力於提供獨特及創新設計及高質量產品，本集團之產品由中國質量認證中心（為由政府部門授權之獨立及專業認證機構）授予「中國環保產品證書」。此外，本集團獲由人民日報、中國企業文化促進會及中國工業設計協會命名「傢俱行業十大知名品牌」。該等榮譽表揚本集團在產品設計及創新及持續致力客戶服務之承諾。

作為培育及鼓勵新產品之設計者及提高其產品之設計性能，中意已於二零零五年在北京舉行「首屆全國優秀傢俱設計獲獎作品展」，展示設計之優秀原創作品。

生產設施投資

為配合客戶之需求，本集團需要更多更為集中之產品線。本集團透過在廣州建設新生產工廠擴展其生產設施。第一期建造工程已於二零零六年第一季度完成及當該階段全部營運時，總產能將增加20%。

建設整個工廠計劃於三至五年內完成。於完成後，本集團產能總計將增加150%。憑著現有東莞廠及廣州新廠之產能，本集團將有足夠能力應付二零零六年之預期需求。

其他收益

年內，本集團透過為特許經銷商提供配件傢俬及配件之採購服務獲取其他收益。受惠於批量採購，例如來自其供應商之床褥及沙發，本集團在市場上享有更有利採購價。此外，搜尋傢俱及配件有助本集團為其傢俱豐富產品組合。此外，本集團能因此突出其作為其特許經銷商之緊密業務夥伴之地位從而強化與特許經銷商之關係，並透過提供採購服務確保所有專賣店形象一致。

管理層討論及分析

前景

二零零五年整個行業和中意皆經營困難，對本公司而言是經歷倒退和整合之一年。趁行業增長放緩之機會，本公司採取步驟整合及重組部分營運單位，為未來發展奠下基礎。

展望將來，中意將採取透徹計劃尋求擴展網絡分銷之商機，繼續鞏固其在中高檔家居傢俱市場之領導地位。本集團對傢俱行業之前景持審慎樂觀態度，預期中國中等至富裕階層人士之增加將成為本集團未來主要之增長推動力。

為提高競爭力，本集團將繼續積極參與各類國際傢俱展及傢俱設計賽事。在即將到來的一年，本集團將針對高檔市場推出一款新的產品系列，包括專攻高檔市場的實木及皮傢俱。本集團相信，面向客戶對現代時尚生活之全新理念，透過多樣之創新品牌系列，本集團之產品將吸引更多不同風格及品味之客戶。鑒於於二零零五年成功推出電子健康產品，本集團將繼續積極物色額外產品系列，以擴充核心產品之範圍。

於二零零五年，本集團透過發行新股份籌集97,400,000港元，作為收購或內部擴充籌集資金。由於收購仍未實現，本集團動用29,000,000港元於生產設施，及動用24,200,000港元於購回股份。餘額將用作擴充本集團生產設施及分銷網絡，以於未來數年達致進一步內部增長。

定位為中國領先傢俱品牌之一，集團將繼續努力進一步鞏固其品牌聲譽，提高產品在中國之覆蓋。憑藉市場推廣策略、卓越之設計能力、良好之品牌聲譽、優質之產品及廣泛之分銷網絡，本集團已準備就緒把握中國龐大市場之未來商機。