

管理層討論與分析

(一) 市場回顧

承接二零零五年良好的經濟態勢，二零零六年上半年，中國經濟繼續保持平穩而較快的增長。據官方統計，國內生產總值一季度已達到人民幣43,313億元，比去年同期增長10.02%，而社會消費品零售總額亦達到人民幣18,440億元，同比增長12.8%。經濟發展及居民收入持續增長，帶動了強勁的消費需求，令手錶零售業得到長足的發展。



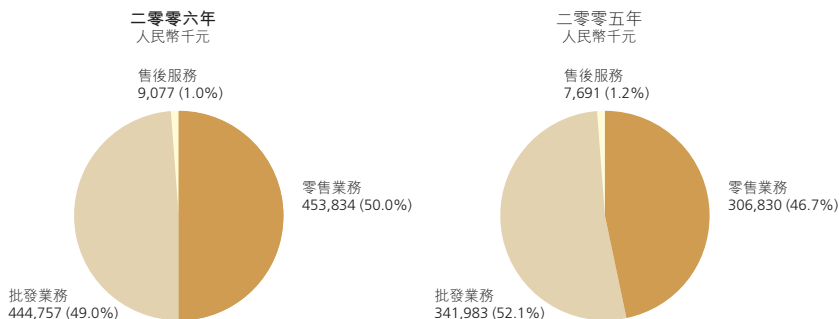
在此有利的環境下，本集團作為中國最主要之國際名錶零售商及代理商，獲得了超卓的發展。

(二) 財務回顧

銷售額

截至二零零六年六月三十日止六個月，本集團銷售額錄得人民幣907,668,000元，較去年同期上升38.3%，而零售業務則佔50.0%，達人民幣453,834,000元，較去年同期上升47.9%。

集團的銷售額分佈：(截至二零零六年六月三十日止六個月)



毛利

截至二零零六年六月三十日止六個月，本集團之毛利約為人民幣224,366,000元，較去年同期上升36.0%。這主要是由於集團在期內積極拓展毛利較高的零售業務所致。

期間溢利及溢利率

於回顧期內，本集團錄得可觀的的溢利增長，期間溢利約為人民幣70,147,000元，較去年同期增長41.5%；溢利率約為7.7%。這主要是由於本集團不斷拓展零售網絡，擴大利潤空間，並保持良好的企業管治所致。同時，中國經濟高速成長，高消費客戶群迅速壯大，為國內高檔消費品提供充裕的購買力也是因素之一。

分銷成本

於回顧期內，本集團大力拓展零售業務，分銷成本約為人民幣76,034,000元，佔本集團營業額8.4%。

財務成本

於回顧期內，本集團的財務成本約為人民幣9,336,000元，比去年同期下降約19.0%。

或然負債

於二零零六年六月三十日，本集團無任何重大或然負債。



流動資產

於回顧期內，本集團之流動資產約為人民幣12.28億元，其中包括存貨約為人民幣742,707,000元、應收貿易帳款及其他應收帳款約為人民幣236,733,000元、現金及現金等價物約為人民幣194,633,000元。



(三) 業務回顧

零售業務

不斷加強零售網絡的拓展，是集團今年的戰略指導方針。回顧期內，集團致力於以多種方式大力拓展零售分銷網絡，包括：與零售商實施多種形式的並購或合作；與品牌供應商合作，共同開設品牌專賣店；直接投資開設零售店等。並在零售網絡的拓展中不

斷加強與品牌供應商之間良好的合作關係，以滿足中國市場對高檔手錶的龐大需求。

加快香港及其他海外市場零售業務的拓展是本集團今年的工作重點之一。回顧期內，集團與香港三寶集團簽訂臨時收購協議，收購該集團全部已發行之股本，並已於七月簽訂正式收購協議。三寶集團主要於香港從事國際品牌手錶之貿易及零售業務，於香港尖沙咀、銅鑼灣及中環共設有4家高檔手錶零售店。三寶集團管理層於高檔手錶銷售領域有著極其豐富的經驗。本集團相信，此舉對企業的長遠發展將起到極為主要之作用。

00 14:00 15:00 16:00 17:00 18:00 19:00 20:00

回顧期內，本集團於省會城市合肥及鄭州新增兩家公司：收購河南富豪表行有限責任公司70%的股權及與安徽著名零售商共同組建安徽三新鐘錶有限公司。兩個項目令集團整體零售門店數目增加10家，並分別於合肥及鄭州中高檔手錶零售市場佔有85%及90%之份額。

為不斷提升集團零售形象，為其長遠發展打下牢固基礎，集團於大力拓展零售網絡的同時，亦不斷加強內部調控，統一形象，分類經營。現時，集團零售基本分為：中高檔綜合店、品牌專賣店、時尚店等。中高檔綜合店將逐步統一冠以「盛時表行」(PRIME TIME)之店招。經過不斷調整，現時，集團於中國大陸擁有87家零售門市，共經銷逾50個國際著名手錶品牌，除經銷本集團代理的品牌外，還包括勞力士(Rolex)、歐米茄(Omega)、雷達(Rado)、江詩丹頓(Vacheron Constantin)、卡地亞(Cartier)等品牌。



新宇亨得利廣泛的零售網絡



集團零售上半年實現銷售為人民幣453,834,000元，較去年同期增長47.9%；毛利為人民幣152,488,000元，較去年同期增長43.7%；零售與批發銷售之對比為50.0：49.0，而去年同期則為46.7：52.1。零售的發展完全符合集團的戰略指導方針。

與品牌供應商緊密合作

本集團於中國已建立起龐大的分銷網絡，於全國40多個城市，擁有逾300家批發客戶。

本集團與眾多的國際著名手錶品牌商一直保持良好的合作關係，其中包括：Swatch集團、LVMH集團、Richemont(曆峰)集團、Rolex(勞力士)集團及Desco(達昌)集團。本集團共代理包括上述集團所屬之19個國際著名手錶品牌，其中16個為獨家代理，包括豪雅(TAG Heuer)、積家(Jaeger-LeCoultre)、寶齊萊(Carl F. Bucherer)、名士(Baume & Mercier)、艾美(Maurice Lacroix)、克麗絲汀·迪奧(Christian Dior)、真力時(Zenith)及愛彼(Audemars Piguet)等。

Swatch集團為本公司策略股東之一；LVMH集團也在市場上購入本公司股票，並聲稱將不斷增持。

本集團不斷加強與品牌供應商的合作，於回顧期內新增品牌專賣店5家。目前，本集團共擁有14家品牌專賣店，包括：北京君悅積家專賣店、北京君悅真力時專賣店、北京君悅豪雅專賣店、北京東方廣場勞力士—帝舵專賣店、南京德基歐米茄專賣店、杭州大廈歐米茄專賣店、無錫東方商廈卡地亞專賣店等等。這些店鋪均位於北京、上海、杭州、南京、深圳等中國經濟富庶地區之繁華地段。

於回顧期內，本集團與愛彼表簽訂了三年續期長期獨家代理協定，此舉，標誌著本集團與愛彼表的合作進入了一個嶄新的歷史時期。

客戶服務

良好的客戶服務是給予客戶之良好的售後保障。尤其於高檔產品方面，高品質的服務起著關鍵性的作用。有鑒於此，本集團一向十分重視客服建設，除於每家零售店設有即時維修服務外，更於北京、上海設有兩家大型維修工廠，以給予顧客之信心保障。兩家大型維修工廠技術力量雄厚，有多名高級維修技術人員，並擁有積家等高檔手錶品牌特約維修技師。本集團客戶服務網絡，可在全國範圍內實施聯合保修。

(四) 未來計劃

國內經濟強勁增長，人民收入及消費能力不斷提高，將為中國手錶零售市場創造更理想之營商環境，對集團之業務拓展有莫大的裨益。

本集團將繼續以多元化的方式於海內外發展零售網絡，為集團奠定堅實的發展基礎。預計，下半年度，本集團零售門店將超過90間。

本集團將繼續保持並鞏固與品牌供應商之間的緊密合作關係，共同推動品牌在中國市場的發展；開設品牌專賣店，使之發揮品牌形象及旗艦作用。

本集團還將把為顧客服務提高到更高更新的層面，建立並健全客戶服務熱線，完善服務系統。在完成香港三寶收購後，將在全國聯合保修的基礎上，建立香港、內地等大中華區互動式客戶服務網絡。

本集團相信，與手錶銷售相關的配套性生產，將是企業新的利潤增長點，本集團將儘快完成相應的生產基地建設，並儘快形成規模效應。

本集團亦將以完善的企業資源規劃管理系統，促進營運效益及優化資源的運用；同時，積極提高企業管理水準，確保集團作出符合整體股東利益的決策。

本集團將不斷加強自有品牌的研發及推廣力度，以增強集團發展後勁。同時，本集團亦將加強內部管理及市場推廣的力度，大力提升新宇亨得利零售品牌－「盛時表行」(PRIME TIME)的知名度。