

本集團的業務由兩個經營單位組成，分別為生產與品牌業務及企業成本中心。

	營業額		溢利(虧損)	
	二零零六年 千港元	二零零五年 千港元	二零零六年 千港元	二零零五年 千港元
生產業務	1,403,798	1,442,897	166,405	251,942
品牌業務	21,693	20,918	(6,457)	(5,594)
企業總部開支	-	-	(16,740)	(16,229)
	1,425,491	1,463,815	143,208	230,119

本集團今年度與上一個財政年度比較，除稅前溢利減少38%至143,208,000港元，營業額減少3%至1,425,491,000港元。

生產業務

集團的核心業務於本財政年度受到多項不利因素的影響。全球銷售微跌至56,700,000件胸圍產品，而二零零五年則為61,600,000件。

誠如二零零五年度年報所言，本集團預測於二零零六年財政年度會遇上短期的營運挑戰。然而，本集團並未能預料因應配額供應問題，而引致中國及海外廠房的生產調配所帶來的嚴重影響。

本集團於二零零六年度上半年共銷售25,900,000件產品，而去年同期為30,300,000件（以二零零四年底美國實施禁運調整後計算）。一如預期，由於美國消費市場轉弱，本集團的客戶在存貨管理方面抱審慎態度，導致第一季的銷售受到影響。但隨着市場氣氛好轉，第二季的業務回升，而生產需求亦隨之增加。

然而，本集團的製造業客戶對顏色及物料的批核程序日趨繁複，這不但令供應鏈出現延誤，更使本來已受中國與歐美貿易糾紛形成之困難營商環境雪上加霜。本集團大部份付歐盟國的產品原安排在中國的生產線製造，儘管集團旗下之中國佛山南海廠是國內獲歐盟配額最多的廠房之一，但受到為解決囤積在歐洲海關的大量貨品引致的混亂，而達成的貿易協議影響，本集團所獲得的配額如同作廢。再加上美國根據保護機制而實施禁運的威脅燃在眉睫，令本集團須於第二季重新調配中國、泰國及菲律賓的生產量。另外，因各產區的產能基本不同，集團的生產效率及產量均受到嚴重影響，這不單帶來貨期延誤的骨牌效應，更有損集團的銷售能力。

管理層討論及分析

本集團下半年財政年度共出售30,800,000件產品，而去年同期為31,300,000件（以二零零四年美國實施禁運調整後計算）。中國在二零零六年的配額情況透過配額分配及投標制度已趨穩定。連同從市場上購獲的配額，本集團已具備充裕的配額應付業務所需，並可基於各廠房的產能而靈活調配生產量。故此本集團廠房的生產效率於第三季已見回升，共生產14,800,000件產品，與去年同期數量相同，符合集團預期。另外，本集團在第四季的產量亦已提升至16,000,000件，符合集團預期。雖然產量逐步回升令人鼓舞，惟上半年堆積的訂單及付運工作需要處理，故帶來龐大的超時及物流開支，影響了下半年的成本開支及利潤。

儘管本集團的業務面對重重挑戰，年內的產品檔次及賣價均繼續上調，物料價格則大至穩定。於二零零四年八月，本集團在遠離曼谷周邊製造業密集的省份，增設了一衛星廠。該廠房現已全面投產，此舉不但有助擴大產能，增加勞工供應，倘若日後中國與其貿易國一旦發生任何貿易糾紛之時，這亦可減低運作風險。在二月，本集團按一貫策略，於中國內陸距離江西省龍南廠房五十餘公里外興建另一座小型衛星廠，將業務從工業密集的中國沿岸城市逐漸遷往內陸。

品牌業務

年內，品牌銷售額之營業額較去年輕微上升。錄得虧損為6,500,000港元，符合預期。該等虧損乃全源於香港區的業務。集團繼續在香港陳列產品來保持其品牌形象。本集團已於香港一商業熱點開設第二間Marguerite Lee門市。本集團對在中國之併購投資抱持審慎態度，目前並無任何併購目標。

企業總開支

於本年度，本集團企業成本中心的費用維持在16,700,000港元，與去年相同。

財政狀況

本集團的財政狀況保持穩健。

股東資金由二零零五年六月三十日的434,300,000港元增加至二零零六年六月三十日的461,200,000港元。本集團於二零零六年六月三十日的信貸額共150,000,000港元，其中4,900,000港元已經動用。負債仍然維持於極低水平，銀行及現金結餘為65,300,000港元，足以應付本集團的任何迫切需要，並為併購項目及擴展機遇建立穩固基礎。

展望

本集團相信來年仍然是充滿挑戰的一年。幸而，中國配額將不再是本集團的重大問題，故我們可靈活安排生產。我們廠房的生產效率已回復至理想水平，並將繼續擴充產能，務求滿足新舊客戶的需求。產品的平均售價可望維持或輕微上調。

然而，本集團將於二零零七財政年度在成本方面承受一定壓力。儘管我們預測物料價格將維持穩定，近期廣東省的最低工資卻再次急升約20%，紡織品及成衣產品之出口稅回扣會於可見將來減少，導致在中國生產之成本增加；另外，美元兌多種亞洲貨幣之表現持續疲弱，依然令本集團關注。銀行利率持續上調可能導致經濟回落，打擊消費者信心及影響業務，故本集團會抱審慎態度來計劃明年之業務，重點於加強成本控制。本年度第四季已提升產能，以冀改善明年之業績。