

# 主席報告書

寶姿時裝有限公司（以下簡稱“寶姿”或“本公司”）及其附屬公司（以下稱“本集團”）在二零零六年上半年財政狀況持續表現良好。零售營業額、規模經濟及本公司零售分部在二零零六年上半年皆保持了增長形勢，同時，淨利潤增長更為強勁。二零零五年歐共體和美國實施的保護性配額在二零零六年上半年繼續給外銷及其他部分營業收入帶來負面影響，由於本季受保護性配額影響時間由六個月減少到三個月，故銷售額得以進一步增長。

鑒於上述因素，本公司營業額增長在二零零六年上半年較以往有所減緩。本公司營業額依然保持增長，主要由於本公司零售運營的增長，零售額從截至二零零五年六月三十日（二零零五年上半年）的人民幣3.832億元增長到截至二零零六年六月三十日（二零零六年上半年）的人民幣4.171億元，增長了8.85%。除稅前日常業務溢利從二零零五年上半年的人民幣0.686億元增長到二零零六年上半年的人民幣1.076億元，漲幅達到56.85%。股東應占溢利從二零零五年上半年的人民幣0.666億元增長到二零零六年上半年的人民幣1.008億元，增長51.35%。在營業額增長率不高於正常水準的條件下盈利能力的提高突出了本公司的經營杠杆和中國地區成本效率的提高以及零售業績規模效應的獲益。

本公司欣然宣佈，寶姿品牌與寶馬時尚產品零售概念表現持續良好，並在中國境內取得出色增長成績。零售分部對本集團的重要性有顯著增加，表現在總營業額百分比及提高總體利潤。在二零零六年上半年，本集團零售、外銷及其他營業分部分別占集團總營業額的87.24%、9.61%及3.15%，而二零零五年上半年為74.09%、18.97%及6.94%。同樣地，本集團零售、原設備製造商及其他營業分部分別占本集團毛利率的95.76%、2.48%及1.77%，而二零零五年上半年分別為89.07%、5.14%及5.79%。由於中國有利的經濟環境，管理層對未來零售部門的業績預測持謹慎樂觀態度。本公司資產負債情況良好，與二零零六年六月三十日現金流量狀況相同，公司已公佈之紅利政策在截至二零零六年六月三十日止已佔有淨贏利的60%。管理層繼續評估可行性方法以投資中國境內新零售業務的授權、分銷及所屬權合約，以擴大公司在中國境內的現有零售品牌。

## 聚焦二零零六年上半年

公司的零售分部，即於中國大陸及香港的經營寶姿和寶馬時尚產品的零售店，在二零零六年上半年的營業額和收益率又創新高。零售營業額從二零零五年上半年的人民幣2.839億元增長到二零零六年上半年的人民幣3.639億元，增長了28.18%。同樣，零售分部毛利從二零零五年上半年的人民幣2.218億元增長到二零零六年上半年的人民幣2.972億元，增長33.99%。零售分部的良好表現是由於零售數量的增加，管理層決定自二零零六年春夏季開始提高產品平均售價。

二零零六年上半年，公司繼續投資以增加和提高零售網點。管理層首先採用第五代店面設計提升寶姿零售店，並在增開新店以後關閉業績不高的零售店，故而寶姿零售店從截至二零零五年十二月三十一日止的298家減少為截至二零零六年六月三十日止的297家。二零零六年上半年，相比二零零五年十二月三十一日止的27家寶馬時尚產品零售店，截至二零零六年六月三十日止，公司共有32家寶馬時尚產品零售店，二零零六年上半年公司新開設5家寶馬零售店。因此，公司零售網點已從二零零五年十二月三十一日止的325家增加到截至二零零六年六月三十日止的329家。由於中國零售市場不斷變化，公司決定持續提升零售網點的專業水準，以增強品牌現有形象。

管理層欣然宣佈，在二零零六年上半年，公司存貨帳齡也有所改善。最近，公司已通過在中國許多五星級酒店舉辦折扣銷售活動方式售出過季產品。過去公司已在中國境內各大城市依次舉辦此類銷售活動（“展銷會”），從二月至六月銷售春/夏季服飾，九月至十二月銷售秋/冬季服飾，每月舉辦約3至4場展銷會。二零零六年上半年，管理層決定減少每月展銷會數量，進而將展銷會增加到貫穿全年。在新策略推動下，公司盡力提高展銷會品質與服務，同時提高零售單價。與去年同期相比，二零零六年僅七月及八月二個月中，展銷會所創造之銷售額就達到約人民幣0.159億元，而去年同期僅為人民幣0.021億元。另一令人振興發展便是品牌直銷折扣店的發展。在北美和歐洲，高檔品牌直銷折扣店是銷售過季產品的普遍方式並受到消費者的歡迎。儘管以往中國大陸試行品牌直銷折扣店，管理層認為以前所開設的品牌直銷折扣店並沒有達到專業水準。二零零六年五月，在上海第一家符合國際水準的品牌直銷折扣店開設，寶姿與寶馬參與該項目。自開業以來，寶姿品牌直銷折扣店的月營業額超過人民幣一佰萬元，高於寶姿品牌零售店之平均月銷售額。管理層預計此品牌直銷折扣店的成功將引導公司於中國大陸全境開設更多品牌直銷折扣店，為公司提供了傳統及有效的清理過季產品的渠道。

在二零零五年下半年受到歐共體和美國的保護性配額影響過後，寶馬時尚產品出口德國寶馬汽車公司及原設備製造商業務在二零零六年上半年有所恢復。由於接收定單和發貨之間存在約三個月的延時，二零零五年實施的保護性配額在二零零六年上半年依然給營業額帶來負面影響。鑒於此，原設備製造商業務分部及寶馬時尚產品在二零零六年上半年只代表了約三個月的外銷業績，而非完整的六個月業績，故而原設備製造商業務分部和寶馬時尚產品之營業額有所下降。原設備製造商業務分部營業額從二零零五年上半年的人民幣0.727億元下降到二零零六年上半年的人民幣0.401億元，降幅44.84%。其他分部營業額從二零零五年上半年的人民幣0.266億元下降到二零零六年上半年的人民幣0.131億元，減少了50.75%。

管理層欣然看到寶姿品牌在二零零六年上半年在國際上表現出色，曝光率逐漸增加。一些新的知名認識認可及在高端時尚雜誌上曝光率的提高，吸引了更多顧客、商場及高端百貨商場。知名時尚編輯撰寫文章，及一些穿著寶姿品牌服飾的名人，如Reese Witherspoon, Celine Dion and Kelly Preston, 不斷吸引了客戶到寶姿位於紐約的展示廳參觀購買。寶姿贊助了21世紀FOX電影公司發行的電影“時尚女魔頭”也吸引了廣大媒體的注意。本公司計劃即將在中國大陸及香港通過舉辦特別推介活動來擴大此事件之影響。



## 展望二零零六年下半年

本公司對二零零六年下半年的業務前景持謹慎樂觀態度。零售分部在二零零六年上半年增長趨勢持續到二零零六年七月及八月。本公司依然堅持開設新店之計畫，預計在二零零六年下半年增開約20家寶姿品牌專賣店。二零零六年七月和八月，本公司新開了七家寶姿品牌專賣店。二零零六年下半年，由於對中國零售環境預期看好，預期本公司零售業務的增長，存貨量有可能增多。本公司將通過品牌直銷折扣店銷售更多寶姿品牌及寶馬時尚產品服飾。本公司希望此類品牌直銷折扣店之成功能引導公司在中國其他城市開設類似品牌直銷折扣店，同時增開更多寶姿品牌和寶馬時尚品牌直銷折扣店，使公司得以儘快處理過季產品。

寶馬生活方式零售概念當前正在改變，隨著銷售和市場的推廣將進一步塑造寶馬生活方式的消費者為對跑車和寶馬品牌技術影像的興趣。因此，管理層設計出全新的寶馬時尚產品專賣店，同時提升服飾產品風格以映襯此全新形象。通過在慕尼黑和寶馬集團的洽談，從新定義了新概念的推出計畫，將影響到二零零六年下半年原來制訂的寶馬生活方式的開店計畫。但是無可避免的，此新定位將在二零零六年下半年影響寶馬時尚產品現有零售店業績。

儘管與二零零五年上半年相比，二零零六年上半年原設備製造商業務分部及寶馬時尚產品出口業績有所下降，公司相信二零零六年財政年度內，出口營業額有希望接近二零零五年財政年度出口營業額。二零零六年下半年保護性配額或其他不可預見情況除外，寶馬時尚產品出口定單有望同二零零五年下半年大幅度增長。美國境內原設備製造商業務分部出口定單亦有望在二零零六年下半年恢復到正常水準。

在二零零六年上半年，本公司依然保持對生產設備之投資。一種全新生產管理系統已在廈門採用，中國有能力提高町市人力，縮短反映時間，從而減少公司零售及寶馬時尚產品出口業務之庫存量。最初跡象表明，此產品管理系統可用於公司生產程式之中。管理層期望在二零零六年下半年能將此管理系統試行至所有產品線中。

在我提交本報告給我們的股東時，我同樣著重提及了我們員工通過創新努力尋求新的經營模式，在過去成功的經驗基礎上改進我們的經營。在我們公司的歷史上淨利潤率首次超過20%，一個值得我們慶祝的記錄，同時也為我們未來經營效率設立了一個新的標準。



陳漢傑  
主席

二零零六年八月三十一日  
中國，廈門

