

管理層討論 及分析



至真追求
完美演繹

管理層討論及分析

I 市場概況

二零零六年中國經濟持續發展，國內生產總值(GDP)成長率達到10.6%；社會消費品零售總額高達人民幣8萬億元，按年增長達13.5%。加上在二零零六年，中國政府一系列的有利政策刺激居民收入持續較快增長，包括提高個人所得稅起征點、農業稅的免征及調高公務員工資等，使居民實際可支配收入提高，消費者的購買力大幅提升，對奢侈品如高檔名牌手錶帶來強烈的需求。本集團作為國內最大的國際名錶零售及代理商，受惠於此有利的市場環境，得到飛躍的發展。

II 財務回顧

銷售額

截至二零零六年十二月三十一日止年度，本集團銷售額錄得人民幣2,404,699,000元，其中批發業務佔42.6%，達人民幣1,024,507,000元；而零售業務則佔56.7%，達人民幣1,362,863,000元。銷售額增長主要是由於本集團充份把握中國名錶市場需求旺盛的有利時機，以強大的銷售網絡，配合品牌效應，強化經營管理，因而推進業務表現。

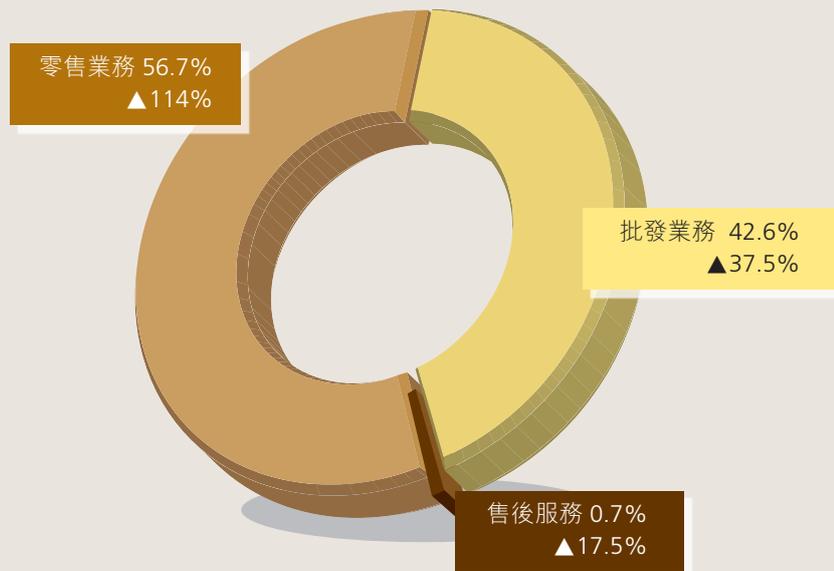


管理層討論及分析

集團的銷售額分佈：（截至二零零六年十二月三十一止年度）

	二零零六年		二零零五年		二零零四年	
	人民幣 (千元)	%	人民幣 (千元)	%	人民幣 (千元)	%
零售業務	1,362,863	56.7	636,725	45.6	530,264	34.9
批發業務	1,024,507	42.6	745,059	53.4	974,771	64.2
售後服務	17,329	0.7	14,747	1.0	13,547	0.9
總計	2,404,699	100.0	1,396,531	100.0	1,518,582	100.0

2006



管理層討論及分析

毛利及毛利率

截至二零零六年十二月三十一日止年度，本集團之毛利約人民幣562,904,000元，較去年同期上升54.6%，毛利率約23.4%，較去年同期減少2.7個百分點。這是由於本年度的銷售及毛利合併了三寶集團的數據，而香港市場的毛利率低於內地市場。

年度溢利及溢利率

本年度之年度溢利約人民幣213,598,000元，較去年同期增長62.1%。

分銷成本

回顧年度，本集團致力拓展零售網絡，新增門店共31間，致令本集團的分銷成本約人民幣175,889,000元，佔本集團銷售額7.3%。本集團的分銷成本增幅與集團業務增長相符。

末期股息

本公司建議派發截至二零零六年十二月三十一日財政年度的末期股息每股人民幣0.028元，以回饋股東的支持。惟尚需經股東於二零零七年六月一日舉行的股東週年大會審核批准。建議現金股息將於二零零七年六月二十六日或之前支付予二零零七年五月三十一日名列本公司股東名冊的股東。

流動資產及流動負債

於二零零六年十二月三十一日，本集團之流動資產約人民幣1,968,560,000元，其中包括存貨約人民幣1,262,382,000元、應收貿易帳款及其他應收帳款約人民幣330,995,000元、現金及現金等價物約人民幣298,275,000元。

於二零零六年十二月三十一日，本集團之流動負債約人民幣832,996,000元，其中包括銀行貸款及其他計息借款約人民幣387,814,000元、應付貿易帳款及其他應付款項約人民幣370,698,000元，以及本期應繳稅項約人民幣74,484,000元。



管理層討論及分析

III 業務回顧

店鋪增長

本集團在中國大陸擁有龐大的零售網絡，為國際著名手錶品牌提供進入國內市場的快速公路。截至二零零六年十二月三十一日止，集團在中國大陸共30個城市，設有92家零售門店，較去年同期增加27家，開店步伐超過預期20家的目標。



在經營模式方面，集團旗下有82家屬於新宇零售品牌的綜合性門店，亦有14家屬單一品牌專賣店。不同經營模式除有助本集團迅速建立零售網，提高集團的市場滲透外，亦有助集團針對不同的消費群，明確以不同的零售品牌作市場定位，為顧客提供更稱心的產品及更貼身的服務。



集團所有零售門店均位於富庶地區，策略性設於北京、上海、天津、沈陽、哈爾濱、杭州、南京和深圳等主要城市的繁華地段。

在加快中國大陸零售網絡拓展的同時，期內的重點工作之一，是加快香港及海外市場零售業務的拓展。於回顧期內，本集團成功收購Elegant International（三寶集團）。三寶集團於香港從事國際品牌手錶之零售業務達36年，共有4間零售門店，尖沙咀有2間、銅鑼灣及中環各1間。這次收購不但有助提升盈利，更為集團實踐海外零售戰略寫下優秀篇章，在雄厚的根基上繼續穩健發展。三寶集團加盟本集團後，業務得到快速提升，其銷售額及毛利率同比增長均超過三成。



管理層討論及分析



回顧期內，本集團與安徽合肥著名零售商合資組建安徽三新鐘錶有限公司，並收購河南富豪表行有限責任公司70%的股權。兩個項目令本公司整體零售店數目增加10間，並分別於合肥及鄭州中高檔手錶市場佔有85%及90%的份額。另外，亦與溫州著名零售商達成合作協定，成立溫州新宇鐘錶有限公司，令本集團在溫州中、高檔手表市場的佔有率達90%，及在中國大陸的零售門店增加至92間。



零售網絡在海內外的快速拓展，為集團的發展注入了強大動力。在報告期內，零售銷售收入比去年同期增長114%，其中新增門店提供的銷售額佔本年度零售增長額的五分之四，原有門店的銷售也取得理想業績，佔去年同期的零售銷售額增長的五份之一。

現時，為統一形象、分類經營，本集團將零售店鋪分別三個類別，包括頂級店、中高檔綜合店及時尚店。中高檔綜合店將逐步統一以「盛時表行」(PRIME TIME) 為店招。

手錶分銷業務

本集團認為，零售及分銷業務兩者的發展同樣十分重要，彼此起相輔相成的作用，故此本集團致力拓展零售業務的同時，亦非常重視分銷業務的發展，一直努力不懈地建立龐大的分銷網絡。截至二零零六年十二月三十一日止年度，集團於全國40個城市，擁有逾300名批發客戶，集團的分銷客戶大部份為中國名錶零售商。



管理層討論及分析

加強品牌合作

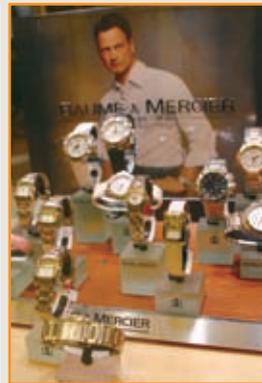
回顧期內，本集團與不同的國際知名品牌合作，共同開設了6家新的手錶專賣店，包括與國際著名之曆峰集團 (Richemont Group) 合作，在中國山西省太原市華宇國際精品商廈及洛陽丹尼斯分別開設卡地亞 (Cartier) 手錶專賣店，另外4間分別為北京君悅真力時旗艦店、深圳陽光表行豪雅旗艦店、北京東方君悅豪雅旗艦店及瀋陽商貿豪雅旗艦店。此6家專賣店分別坐落於北京、山西、深圳及河南人流極廣的豪華商業區域。

本集團與眾多國際著名手錶品牌商一直保持良好的合作關係，如 Swatch 集團、曆峰集團 (Richemont Group)、LVMH 集團、達昌集團及勞力士集團等。截至二零零六年十二月三十一日止，集團共代理19個國際著名手錶品牌，其中17個為獨家代理，包括：愛彼、積家、寶齊萊、豪雅、真力時、名士、艾美、CK、克麗絲汀·迪奧等。於回顧期內，本集團更與愛彼表續簽了三年長期獨家代理協定及與艾美表續簽了五年長期獨家代理協定，該等合作將有助彼此於中國市場的長遠發展奠定良好的合作基礎。



加強配套業務建設

集團於回顧期內成功收購廣州雅迪裝飾包裝有限公司，該公司是設計並製作手錶、珠寶、化妝品、高級禮品等包裝盒，高檔消費品零售店中各品牌的形象櫃、銷售專用道具及門店裝設、裝璜等產品的專業公司，目前主要製作國際著名手錶品牌的錶盒、展示櫃及銷售道具。在收購廣州雅迪裝飾包裝有限公司後，集團可進一步拓展與主業相配套的產品的生產能力，並可以為集團改善銷售網絡的店舖形象及產品包裝設計提供強大基礎。同時，該公司亦可為集團拓展在裝飾包裝產品生產方面的新業務。



加強配套業務建設

集團於回顧期內成功收購廣州雅迪裝飾包裝有限公司，該公司是設計並製作手錶、珠寶、化妝品、高級禮品等包裝盒，高檔消費品零售店中各品牌的形象櫃、銷售專用道具及門店裝設、裝璜等產品的專業公司，目前主要製作國際著名手錶

品牌的錶盒、展示櫃及銷售道具。在收購廣州雅迪裝飾包裝有限公司後，集團可進一步拓展與主業相配套的產品的生產能力，並可以為集團改善銷售網絡的店舖形象及產品包裝設計提供強大基礎。同時，該公司亦可為集團拓展在裝飾包裝產品生產方面的新業務。



管理層討論及分析

市場推廣

於二零零六年度，集團積極參加及推行各項市場推廣活動，以進一步提升集團品牌的知名度。

集團與各大品牌合作，舉行大型的市場推廣活動，如跟Ferrari跑車合作，贊助其推廣活動，以達到品牌推廣的協同效應。此外，集團亦與招商銀行合作，讓顧客可以信用咭以分期付款方式購買產品，以達到速銷效果。更在四個城市的特選尊貴會所內設路演，展示名貴手錶，邀請貴賓參觀及選購。

客戶服務

本集團一向致力為客戶提供優質而妥善的客戶服務。為全面照顧客戶的需要，除了在北京及上海設有兩家大型維修中心外，每家零售門店亦設有即時維修服務，擁有完善的售後服務系統。隨著全國聯合保修服務啟動後，覆蓋香港及中國等的大中華區互動式客戶服務網絡亦全面推行，給予顧客最佳的產品保障。



展望將來

隨著國內消費群的不斷壯大及新富貴階層的掘起，將大大提升國內的購買力，令高檔手錶的需求得以持續增長。預計在二零零七年，高檔手錶市場將繼續迎來較快的發展。為配合國內外龐大的消費市場，本集團將繼續以多種方式擴張零售網絡，為集團奠定堅實的發展基礎。在來年，本集團計劃再增加20間零售門店，以迎接眼前龐大的商機。



除了與全球頂尖的名貴手錶品牌持有人保持緊密的合作關係，本集團也將積極發展與手錶銷售相關的配套性生產，以提升利潤增長；另外，亦將加強市場推廣的力度，提升新零售門市的知名度。本集團亦以完善的企業資源規劃管理系統，促進營運效益的提升及優化資源的運用。本集團定將繼續發揮內在優勢，致力擴大市場佔有率，不斷提升服務水平，以實踐對顧客提供最優質服務的承諾。