

財務回顧

二零零六年對包括本集團在內的毛絨玩具製造商而言，仍然是充滿挑戰。然而，憑藉本集團龐大的營運規模，以及作為業內翹楚的聲譽，加上在金屬及塑膠玩具業務急速增長帶動下，截至二零零六年十二月三十一日止年度，營業額錄得溫和增長，達1,084,400,000港元（二零零五年：1,040,400,000港元）。毛利下降至160,000,000港元（二零零五年：186,900,000港元），主要由於中國沿岸地區勞工成本上升所致。此外，人民幣升值及原材料成本高企，亦加重了銷售成本方面的負擔。

股權持有人應佔虧損為129,700,000港元（二零零五年：36,300,000港元），當中包括於二零零三年收購Dream INKO Co., Ltd.所產生的商譽減值虧損100,200,000港元。若不計及是項非經常性虧損，股權持有人應佔虧損比去年有所改善，下降至29,500,000港元。本集團自二零零五年起一直致力重組業務，並於二零零六年下半年度始見成果。事實上，本集團於下半年度錄得純利（不包括一次性商譽減值虧損）7,100,000港元，較上半年度的虧損淨額36,600,000港元顯著改善。

本集團財務狀況穩健，於二零零六年十二月三十一日的現金及銀行存款（不包括長期結構式存款）達82,800,000港元（二零零五年十二月三十一日：103,100,000港元）。

業務回顧

本集團為保持在玩具業的領導地位，於年內專注於大額訂單，並致力擴展客戶基礎及豐富產品組合。本集團亦實行多項措施，以應付市場挑戰及在營運方面所面對的種種壓力。本集團繼續將其生產設備遷往勞工成本較低的中國內陸地區。為增加以人民幣計值的收入，本集團致力透過金屬及塑



膠玩具業務開拓極具潛力的中國市場。本集團亦繼續重組其業務，如精簡人手及重新調配各個辦事處的資源，從而提升營運效率及成本效益。

產品分析

於回顧年內，來自毛絨玩具的收入為903,900,000港元，佔本集團總營業額83.4%。由於本集團專注於大額訂單及邊際利潤較高的客戶，原設備製造（「OEM」）業務佔來自毛絨玩具業務的銷售額比例降至77.8%。雖然如此，該業務仍是本集團的核心業務。本集團繼續與著名角色造型擁有人及特許商保持緊密的業務關係。年內，本集團更取得為一間國際知名的快餐連鎖店生產宣傳玩具的新訂單。本集團憑藉其於毛絨玩具業的領導地位，繼續尋求向現有OEM客戶銷售金屬及塑膠產品的商機。

本集團的原設計製造（「ODM」）業務錄得營業額199,800,000港元，佔毛絨玩具業務的銷售額比例大幅上升至22.2%。年內，本集團推出專為學前兒童設計的一系列互動電子毛絨玩具，並深受市場歡迎。本集團除將重點轉向邊際利潤較高的客戶外，亦調配更多資源至研發部門，務求能緊貼瞬息萬變的市場趨勢，並製造能符合客戶獨特要求的產品。

在強勁的市場需求帶動下，加上計入於二零零五年下半年成立的合營企業全年的營業額貢獻，來自金屬及塑膠玩具業務的銷售額較二零零五年上升逾200%至180,400,000港元。在合營企業支持下，本集團擴大其產品範疇至踏板車、單線滾軸溜冰鞋及滑板，並藉此贏得一間美國連鎖店的訂單，更擴展了在美國及歐洲的業務。年內，本集團亦以收購而來的「Great」及「Far Great」品牌，將其金屬及塑膠玩具包括踏板車、自行車、三輪車及單線滾軸溜冰鞋打入中國市場。

市場分析

在金屬及塑膠玩具業務的增長帶動下，北美洲仍是本集團最主要的市場，佔本集團總營業額49.3%。日本為第二大市場，佔25.0%，此外，歐洲也成為另一主要市場，佔營業額17.3%。而潛力龐大的中國市場則佔本集團總營業額2.6%。

營運分析

年內，本集團在中國經營十間廠房，並在越南經營一間廠房，生產設備使用率平均約在85%的水平。自本集團自建的廠房準備就緒作全面投產後，在越南租用的臨時廠房便於二零零六年關閉。此後，所有在越南的生產已集中在自建廠房內進行，從而達到規模經濟效益並提升營運效率。該廠房主要製造毛絨玩具，並於年內為本集團帶來42,700,000港元的營業額。

面對中國沿海地區勞工成本上漲的局面，本集團繼續把生產基地遷往內陸地區，並額外投資1,300,000美元（約10,100,000港元）於巢湖市和明光市的新廠房，而該等廠房

已於二零零六年下半年開始試產。加上在沅陽市及北流市的廠房已於二零零六年上半年全面投產，預期此四間位於中國內陸地區的廠房皆全面投產後，將佔本集團總產能達28%。

展望

本集團於過去數年經歷了玩具業一次嚴峻的整固時期，期間不少小型廠商遭受淘汰，只有那些具相當規模並財力雄厚的企業能碩果僅存。在激烈的削價競爭下，苟延殘喘的小型廠商日益減少，仍然屹立不倒的玩具製造商將可獲取較佳的利潤回報，並能在與供應商和客戶磋商時享有較強的議價能力。

作為業內一家主要企業，本集團雖可從市場整固中獲益，但仍對其業務前景保持審慎樂觀。憑藉於生產能力、品質控制和設計能力方面具備相對的優勢，加上主要跨國企業須遵守其國內和其產品最終市場嚴格的法律和非官方組織的要求，本集團深信定能成為此等企業優先選擇的製造商。

此外，本集團將極力把握中國市場的商機，其金屬及塑膠產品不論以「Great」及「Far Great」品牌推出，還是按照OEM形式生產，均在此市場中顯示了龐大的增長潛力。於二零零七年第一季，本集團受惠於與一位知名毛絨玩具客戶的緊密合作關係，成功取得該位客戶的金屬及塑膠玩具訂單。此等業務進展將一方面增加金屬及塑膠玩具業務對集團的貢獻，亦將有助消滅因人民幣升值而造成的壓力。除中國市場，集團將進一步開拓「Great」及「Far Great」產品於其他國家的商機。

為了於日新月異的市場中穩步發展，集團將進一步增強其競爭優勢，致力維持在業內的領導地位。有見本集團於二零零六年首次推出的電子毛絨玩具在市場中反應理想，集團將把握更多由電子玩具和其他創意玩具帶來的商機。為實現這個目標，本集團將投入更多資源，提升產品開發及生產能力，同時亦將尋求機會，與追求優質可靠製造商作業務夥伴的潛在客戶合作。

本集團於二零零六年下半年的業績（不包括商譽減值虧損100,200,000港元）有所改善，足以證明其業務策略和成本控制措施得宜。來年，本集團將繼續推行此等策略和措施，以鞏固其作為全球最大毛絨玩具製造商的地位。