



電動工具

# 業務回顧 摘要



- 在成功的V28™系列中建立新V18™ 鋰離子充電式電動工具
- 擴大 Sawzall® 馬力鋸產品種類
- 於歐洲取得增長



- 北美洲以外地區取得雙位數字增長
- 推出One+™ System系列九種新產品



ELECTRIC TOOLS

- 營業額及經營溢利錄得增長
- 擴大地域版圖

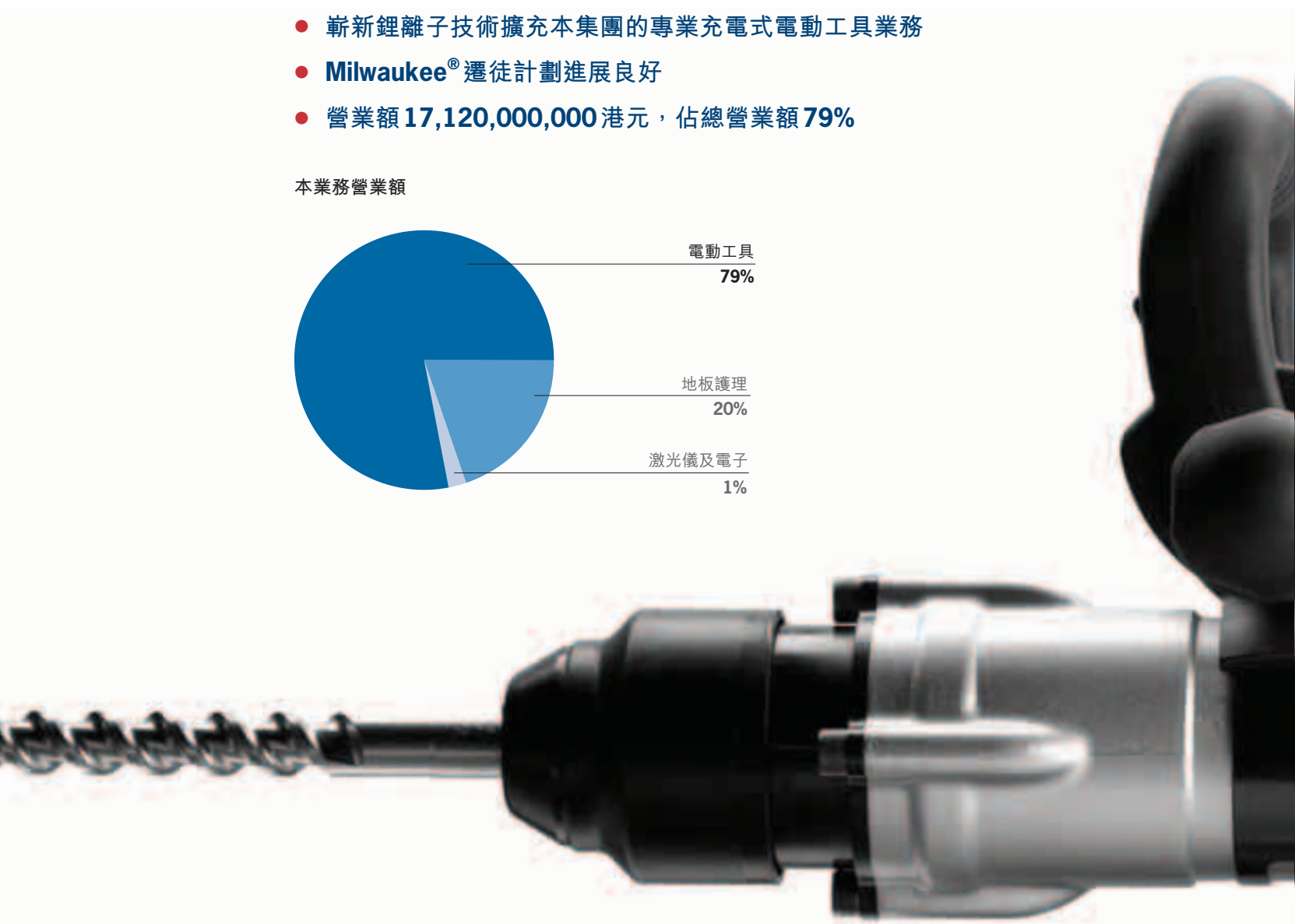
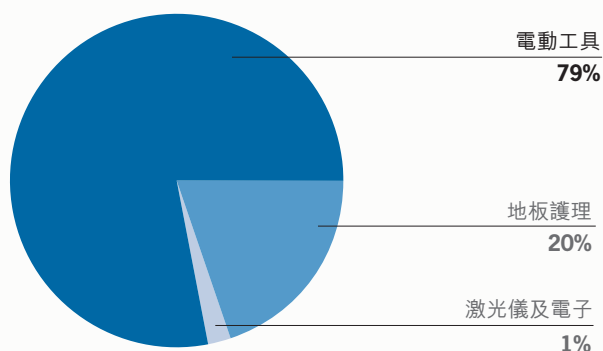


- 推出 MightyLite™
- 營運效率改善

# 電動工具

- 受惠於創新產品及營運效益，溢利創新高
- 專業電動工具品牌錄得增幅
- 嶄新鋰離子技術擴充本集團的專業充電式電動工具業務
- **Milwaukee®** 遷徙計劃進展良好
- 營業額 **17,120,000,000** 港元，佔總營業額 **79%**

本業務營業額



電動工具業務包括電動工具、電動工具配件及戶外園藝工具，此項業務之經營溢利再創新高，主要來自本集團專業品牌 Milwaukee<sup>®</sup>、AEG<sup>®</sup>及 RIDGID<sup>®</sup>的強勁銷售表現。經營溢利達 1,462,000,000 港元，較二零零五年顯著增長 18.16%。營業額為 17,120,000,000 港元，佔本集團營業額之 79%。由於北美洲市場本年度下半年相對表現疲弱，全年營業額較上年度輕微下跌 0.35%。儘管原材料成本持續上升導致經營環境困難，本集團溢利率仍可由去年 7.20% 改善至 8.54%，實有賴本集團不斷創新產品，致力改善品質，加上實施全球供應鏈系統、產品轉移計劃及 CIP，為集團的營運表現帶來正面影響。





## 業務回顧 電動工具

### 回顧 • 電動工具及配件

二零零六年，Milwaukee®繼續開發更多專業用鋰離子充電式電動工具系列產品，成功領導市場。新的V18™系列產品已廣為市場認受，連同V28™鋰離子電動工具系列，擴闊充電式產品的種類。此外，Milwaukee®在Sawzall®全線刀片系列之支持下，致力推出嶄新產品，同時加強市場推廣，包括制訂特定行業擴充計劃，藉此鞏固Sawzall®之市場地位。此外，Milwaukee®通過不斷建立品牌知名度及擴大分銷網絡，歐洲業務獲可觀增長。

二零零六年通過推出新產品、增加現有市場的分銷渠道、擴充至東歐、中東及南非市場，加上受惠於創科實業整合帶來的協同效益，AEG®的業績大有改善，營業額上升，溢利達標。二零零六年重心轉為全球產品開發，據此將AEG®品牌旗下15種新產品推出市面，連同二零零七年增加新產品數目的計劃，充分體現協同效益。

儘管Ryobi®品牌於北美洲面對重重挑戰，但是在北美洲以外地區仍錄得接近雙位數字增長，其中One+™System乃首次於全年銷售。Ryobi®品牌旗下One+™System產品共43種，包括9種18伏特電池及充電式工具平台開發的新產品，如One+™多角度打磨機及One+™收音機。此系列One+™產品已建立強大銷售點，深受用家歡迎，需求節節上升，相信可帶動本集團遍佈全球各地主要零售夥伴之未來業務增長。



於北美洲，創科實業製造的RIDGID® 電動工具產品業務營業額再創新高。Max Select® 整個產品系列大受市場歡迎、創新推出的雙電壓（18v及24v）工具，以及標榜採用鋰離子電池技術的嶄新Xli™ 24v 工具組合，種種創新產品使RIDGID® 繼續成為舉足輕重、增長迅速的專業電動工具品牌。

至於Sears Holdings Corporation的Craftsman® 電動工具及配件系列，本集團繼續致力提供頂級的新產品、進行產品創新及作出其他貢獻。二零零六年代表作包括推出全新的Craftsman® 數位深度剝鉋機及鑽床，使數位深度精密計算更為準確。另外亦推出了獨一無二的雙激光環形鋸機，配備創新的可調整前置激光，投射出虛擬邊緣指引線；還有配備「自動操作模式」自動鎖盤的14.4v 充電式電鑽／起子機。

回顧年內，本集團於市場推出多項新穎及革新的電動工具配件。Milwaukee® 推出新一代滑座式鋸機刀片Ice Edge™，專為切割高硬度的金屬而設，以符合專業人士需求。AEG® 推出DrillConnect™ 旋轉風鑽鑽頭連接套，鑽頭延伸快捷、堅固。此外，Milwaukee® 推出Secure Grip™ 風鑽，適用於平柄及附有中端保護包裝的充電式風鑽。本集團製造的超堅硬AEG® dynAC TCT 萬能孔鋸，亦在歐洲掀起了熱潮。





## 業務回顧 電動工具

二零零六年成功落實一項大型市場推廣計劃，對本集團的電動工具業務發揮長遠功效。Jobsite Solutions 是一透過各項建立及促進品牌忠誠度的措施，針對專業電動工具終端用戶的 Milwaukee® 產品專注改良計劃。Jobsite Solutions 不單只是產品解決方案範圍，還涉及到服務、付運、教育、維修、保用及其他增值服務，務求解決專業用戶的疑問。該計劃亦將為重要的人才培訓計劃，為 Milwaukee® 以至創科實業上下培育未來的管理人才。

二零零六年標誌著本集團的電動工具最佳成本計劃發展重要的一年。在 Milwaukee® 與 AEG® 整合下，本集團精簡全球研發及開發新產品的架構，以免資源重疊。產品開發資源現時按照產品種類、技術及品牌而分類管理，藉以建立專業性，而本集團亦因此而創立了高效率的全球產品開發團隊。隨著研發開支及新產品開發活動增加，二零零七年開發的新產品數量亦將會上升。

本集團藉著落實全球採購及 CIP，締造最佳價值。此等高水平措施提升創科實業的規模，於材料成本上漲時期為本集團節省成本及締造營運效益，本集團將於二零零七年進一步擴大此等措施。年內，Milwaukee® 遷徙計劃進行得如火如荼，本集團現時專心致志，利用中國生產設施製造品質專業的 Milwaukee® 充電式電動工具，產品分銷至世界各地的專業用戶。



## 展望未來 • 電動工具及配件

二零零六年下半年北美洲業務放緩，而本集團預期踏入二零零七年當地業務將會反彈回升，並已加強其電動工具之消費市場推廣計劃及力度。本集團將於來年推出利用嶄新鋰離子電池技術生產之充電式電動工具產品，力求進一步提升創科實業於充電式電動工具之領先地位。本集團於歐洲及世界各地之業務持續穩健增長，新產品乃本集團營業額增長之主要來源，至於在核心地區及新發展市場開發新分銷渠道亦會為本集團帶來貢獻。Ryobi® 品牌的 One+™ System 及 Milwaukee® V18™ 系列均為本集團業務增長的重要產品。

本集團深信，憑藉我們轉向成立全球產品開發平台、Milwaukee® 的遷徙計劃及創科實業的最佳價值措施，本集團的電動工具業務更具競爭優勢，投入更重要的投資於市場推廣方面。得到 Milwaukee® 為專業用戶推出的「Lighting Max Repair」（快速最佳維修），旨在提供簡便快捷的產品維修方案等市場推廣計劃的支持下，Milwaukee®, AEG® 及 Ryobi® 品牌表現強勁。另為一項重要計劃是本集團的北美洲門店服務團隊，該團隊現時與本集團培育未來領袖人才的領袖發展計劃 (LDP) 同步發展。LDP 將可加強市場培訓，而該團隊每天為本集團零售夥伴的零售店帶來活力和創意，將可使本集團的零售夥伴受惠。

憑藉本集團的強勁品牌、創新產品、優秀人才及最佳產品價值策略下，電動工具業務的溢利大為改善，並為其奠下良好基礎，繼續追求達到全球第一領導地位。







## 業務回顧 電動工具

### 回顧 • 戶外園藝工具

二零零六年，戶外園藝工具營業額錄得增長，Homelite® 及 Ryobi® 品牌於北美洲以外地區之營業額持續錄得雙位數字增長。至於營運方面，集團專注改善成本效益，透過亞洲供應鏈提升新產品推出的效率及生產力，為集團於下半年締造良好收益。此外，本集團積極實施嚴謹的管理措施及採購系統，加上推出CIP減省不少成本，均為本集團減省成本之主要因素。此外，本集團亦投放資源開發創新產品，充分善用工程資源，擴大產品系列，促進業務增長。

加入全新的剪草機、修邊機、高壓清洗機和鏈鋸以擴大 Ryobi® 品牌產品系列，為主要市場帶來營業額增長，產品系列更為完備，同時亦可建立品牌知名度及忠誠度。Homelite® 開始生產新的MightyLite™系列汽油剪草機、剪邊機及吹風機，它們均獲業內定位為價格合理、體積最輕巧的戶外園藝產品。Homelite® 及 Ryobi® 兩個品牌定位更為優越，同時定位為創新、易用兼可供DIY及輕型商業用途的工具，切合本集團按特質及價格劃分市場，以便終端用戶作出明智的產品選擇。

## 展望未來 • 戶外園藝工具

本集團期望二零零六年的市場佔有率增長將於二零零七年持續。汽油吹風機於二零零六年錄得雙位數字增長，加上已計劃的多個新產品，將有助帶動業績上揚。下年度，Homelite®將會在全球各地推出全新的MightyLite™系列。於北美洲，本集團成功開發創新產品系列及加強市場推廣實力後，預期現有分銷渠道及潛在新渠道將會同時增加。至於北美洲以外地區，本集團的產品及品牌已上了軌道，營業額將持續增長，並且積極擴大業務範圍至東歐、中東、南非及拉丁美洲等地。

二零零七年，所有的生產工序將在亞洲進行，加上CIP將可進一步控制成本，本集團勢將按照最佳價值策略，繼續獲得營運效益。推出眾多新產品、積極進取的市場推廣與促銷策略和優越營運效率，締造了讓業務持續躍進的平台。





# 地板護理

# 業務回顧 摘要



- 北美洲信譽最超著之地板護理品牌
- 高檔次及齊全地板護理產品系列
- FloorMate™, WindTunnel™及SteamVac™  
All Terrain產品領先創新



- 高踞美國吸塵機品牌銷量第一
- 成功推出KONE™及Reaction™產品，反應熱烈，遠超預期

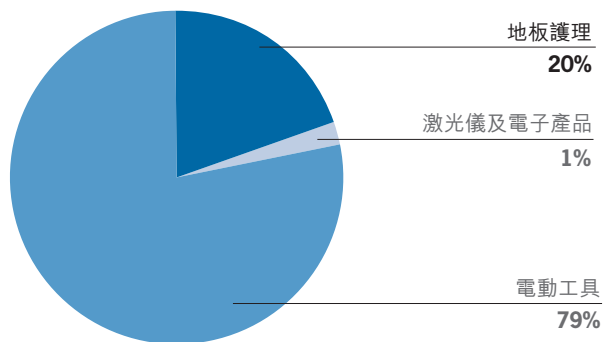


- 英國第二大品牌
- 營業額錄得雙位數字增長

# 地板護理

- 首要任務乃完成與 **Hoover®** 之業務整合
- 創新產品帶動下半年業務增長
- 享譽國際品牌及產品開發計劃
- 營業額 **4,430,000,000** 港元，佔總收入 **20%**

本業務營業額



於二零零六年，本集團地板護理業務成功建立推動未來業務發展的平台，包括收購 Hoover<sup>®</sup> 地板護理業務。本集團之強勁品牌組合陣容鼎盛，包括 Hoover<sup>®</sup>、Dirt Devil<sup>®</sup> 及 Vax<sup>®</sup>。除此以外，本集團的地板護理業務亦擁有強勁的競爭優勢，包括強大的產品開發能力、具成本效益的供應鏈，以及全面的產品系列。本集團將繼續以創科品牌產品擴展北美洲以外地區之業務。

本集團成功開發多個自身品牌，因此地板護理業務於下半年在北美洲及歐洲均錄得增長。去年全年營業額為 4,430,000,000 港元，較上年度下調 2.16%，佔本集團總營業額的 20%。至於成本方面，儘管原材料價格不斷上漲，但本集團實施全球採購系統及 CIP 後經已抵銷部分不利影響。本集團同時致力推出嶄新產品，強化各主要市場之推廣活動。經營溢利下降至 3.54% 至 157,000,000 港元。

#### 回顧 • 地板護理

憑藉強大的品牌優勢，地板護理業務將會不斷推陳出新，致力爭取最佳價值效益，組成一支人才濟濟的管理團隊。於二零零六年，本集團集中力量成功達到多項重要目標。首先，本集團不斷革新及改良現有技術，開創出獨一無二的產品，藉此提高終端用戶對集團產品的認受程度，同時滿足零售市場之需求，積極提高產品的利潤。此策略成效顯著，這從 Dirt Devil<sup>®</sup> Reaction™、Broom Vac<sup>®</sup> 及 KONE™





## 業務回顧 地板護理

系列產品在北美洲的銷售表現相當突出已可見一斑。再者，即使面對全球成本不斷上漲壓力，在本集團有效實踐成本控制策略、全球採購措施及CIP加強供應鏈體系下，集團整個供應鏈成功運作，減省不少成本。至於中國製造業務方面，本集團主力發展核心品牌業務，並致力開發產品平台。經過一輪業務整頓後，本集團會繼續積極進一步精簡製造業務架構。建立品牌優勢一直是創科實業之基本發展策略，自從本集團於二零零六年加強Dirt Devil®及Vax®等核心品牌之市場推廣策略後，產品知名度日隆。收購Hoover®業務更令本集團如虎添翼，星級品牌組合令本集團實施終端用戶按品牌分類策略。此外，本集團積極招攬世界各地人才，匯聚傑出的管理人員，矢志建立一支專業的管理團隊。北美洲及亞洲的管理團隊經已準備就緒，負責整合Hoover®業務。本集團已於加拿大及中東等地增設區域業務部主管新職位，並計劃於其他地區增設有關職位。



於二零零六年，Dirt Devil®於美國的表现遠勝其他品牌競爭對手，吸塵機銷量高踞業內榜首。Dirt Devil®品牌強勁，本集團可借助此機會開發其他高價貨品，於市場推出更多嶄新產品，為產品的營業額及盈利建立平台推動增長。Hoover®乃針對高檔次優質吸塵機市場之品牌，可同時利用創科實業最佳成本控制供應鏈、最近成立之創科實業地板護理全球研發中心以及創科實業龐大的市場推廣及分銷力量，相信Hoover®將可因而受惠。加快與Hoover®整合乃本集團之首要任務，通過業務合併，兩者在銷售、市場推廣、工程及後勤支援都可產生協同效應，藉以取得優勢。本集團宣佈已開始整合Hoover®位於美國俄亥俄州的製造廠及營運業務。本集團深信地板護理業務經合併重整後，將會在北美洲市場處於領導地位，並在本集團引領下再創高峰。

至於北美洲以外地區，此項業務營業額錄得雙位數字增長，主要由本集團Vax®業務帶動。儘管市場競爭相當激烈，Vax®仍穩佔英國第二大品牌地位，其營業額取得雙位

數增長。Vax®已推出逾五十種嶄新產品，成功擴大市場版圖。加入Hoover®後，將可為Vax®業務締造新的產品發展契機。年內，Dirt Devil®在歐洲艱苦經營，新產品的受歡迎程度較預期緩慢。經重新改良產品系列後，全線新產品已開始獲用家接納，市場反應良好。整體而言，本集團於未來將會繼續開發北美洲以外地區之業務，積極推出嶄新產品，致力擴大地域市場。

### 展望未來 • 地板護理

二零零六年乃奠定地板護理業務迅速增長的一年，本集團目前擁有差不多所有最著名的地板護理產品品牌。Dirt Devil®已穩佔有利位置，繼續運用目前的策略，充分發揮製造業務方面的規模經濟效益，輔以快捷有效的供應鏈運作，推出獨有全新系列產品。展望來年，本集團計劃推出多項嶄新產品，包括KURV™及KRUZ™手提式吸塵機，以及新推出「i」™直立式吸塵機。二零零六年，由於本集團致力開發自身領先品牌，故此本集團旗下合約業務將會繼續經歷過渡期，相信自本集團於本年度上半年推出新一代Sears® Kenmore®吸塵機後，此項業務仍然可望於二零零七重拾升軌。

本集團已為Hoover®系列吸塵機定下一連串積極進取的發展大計，其中包括推出更多嶄新的優質產品，令Hoover®業務順利合併，成功與本集團位於世界各地的業務整合，最終達致規模經濟效益。本集團預期Hoover®將會繼續於高檔次吸塵機市場穩據一席，有效提升營運效益，大大降低經營成本。

此外，Vax®已為日後持續增長作好充分準備。二零零六年推出之新產品將可於二零零七年為集團帶來全年貢獻，集團亦已準備於年內推出更多全新產品。Dirt Devil®及Hoover®在全球多個市場經已爭佔領先位置，相信未來將會逐漸邁向國際化。與此同時，Hoover®品牌亦為本集團締造大好良機，作好準備進軍拉丁美洲市場。





# 激光儀 及電子





# 業務回顧 摘要

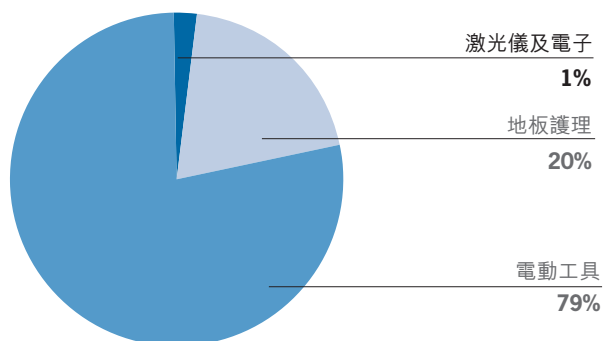
**RYOBI**

- 推出 **AIRgrip™** 自動十字激光水平儀
- 積極推出手動及自動激光水平儀、超聲波探測儀、牆體金屬及電流探測器
- 推出先進創新的內置計算機及錄音功能之長波超聲量度儀

# 激光儀及電子

- 貢獻溢利
- 業務表現符合預期
- 營業額 279,000,000 港元，佔總營業額 1%

本業務營業額



激光儀及電子二零零六年之業績符合預期，營業額因激光產品市場持續調整而較去年下調。歐洲的營業額維持穩定，護嬰產品的銷售則上升。本集團藉著CIP及改善支出架構有效控制開支，故此錄得營業額279,000,000港元，佔本集團總營業額1%，經營溢利為37,000,000港元。

### 業務回顧 • 激光儀及電子

本集團在多個主要類別及市場中獨當一面。創科實業遵行專注產品創新的策略，在電子手提工具、太陽能照明燈及護嬰產品中，成功推出多項新產品。因應激光儀產品市場回復至正常存貨及銷售周期，集團亦在Ryobi®品牌下開發了全新AIRgrip™產品，以供稍後時間付運。

### 展望未來 • 激光儀及電子

從種種跡象顯示，二零零七年激光儀市場正開始緩慢地復甦。本業務在其他電子手提工具及探測器、太陽能照明燈及護嬰產品類別中，有機會錄得增長。新產品開發規劃已擴展至電子工具的新市場，包括數位恆溫器及濕度計、太陽能充電器及全新系列電子牆體探測器等等。

