



管理層討論及分析

中國七星購物有限公司(「中國七星購物」或「本公司」)及其附屬公司(統稱「本集團」)欣然呈報截至二零零六年十二月三十一日止年度之全年業績。

企業發展

二零零六年為本集團一個重要的轉捩點，隨著於二零零五年收購上海佩蓮商貿有限公司(「上海佩蓮」)後，本集團得以更加實質性地參與中國之零售及分銷業務。於二零零六年八月，我們透過併入電視購物平台持續提升分銷能力。於二零零六年十二月二十二日，本公司將名稱從「藍頓國際有限公司」更改為「中國七星購物有限公司」，以全面反映我們從物業投資轉向至專注發展快速增長的中國消費市場的決心。

我們全力在中國進行消費品零售及電視購物業務的決心亦得到機構投資者的大力支持。本公司於二零零六年四月二十六日以0.118港元配售438,250,000股新股份，並於二零零六年十月十二日以0.18港元發行832,200,000股新股份，籌得合共約202,000,000港元用以擴充業務，並確保集團有充足資金以把握市場商機。

中國的經濟增長、廣大及覆蓋全國的電視網絡，以及快速增長的人民收入，為集團電視購物業務的持續增長打下堅實的基礎。加上中國相對低效的零售網絡建設，使我們這些具有綜合多元化平台的營運商更能把握未來商機。

我們相信，在二零零七年以後，電視購物業務將會不斷拓展，其所帶來的收益將超越本集團的其他業務。展望未來，本集團將購買更多廣告時段，並透過與不同媒體公司及銷售渠道的合作擴大分銷網絡，進一步擴大本集團的市場份額。



市場回顧

中國消費品零售市場

本集團相信隨著中國經濟增長，加上國民收入持續上升及持續的城市化發展，零售業發展勢態可人。隨著人均收入提升，商品需求已由日常必需品提升至消費品層面。市場預期消費品開支佔總消費開支的比重將不斷提升，中國零售行業亦因而直接受惠，呈現強勁增長勢頭。

中國電視購物市場

電視購物於國內仍處於起步階段。根據《Euromonitor》資料顯示，二零零五年電視直銷營業額僅佔消費品零售總額的0.23%，遠較發達國家如美國(8%)及日韓(10%)為低。隨著中國逐漸由發展中國家邁向已發展國家，本集團相信中國電視購物能追趕美、日、韓。

在中國，電視購物業務主要透過全國性、衛星、省級及市級電視頻道，以廣告形式銷售產品。客戶經電話訂購後，便可安坐家中等候公司將貨品送上。電視銷售產品種類大致可分為家電用品、廚房用具、數碼電子產品、保健食品、健身器材、美容美體產品及教育產品。有趣的是，根據調查顯示，與其他發達電視家庭購物市場上主要銷售對象均為年輕且消費力強的女性、高收入年輕家庭或家庭主婦不同，中國市場上並無顯著性別差異。根據《Euromonitor》對中國電視家庭購物的調查顯示，超過75%的受訪市民接受電視購物的觀念，且並無性別差異。中國電視頻道覆蓋範圍廣闊，滲透能力強，不同地區的客戶都期待透過電視購物節目接觸及購買獨家、新穎、多元化的消費品，造就國內如日方中的電視購物行業。

市場預期二零零三年至二零零七年電視購物營業額複合年增長率將高達約22%。而流動通訊及互聯網的廣泛使用，將令電子化購物渠道更普及。除了規模效益外，電視購物還可讓客戶透過廣告了解產品詳情，透過保障個人資料的電話訂購及完備售後服務之優勢，令電視購物可迅速融入家庭及各階層顧客。



管理層討論及分析

業務回顧

截至二零零六年十二月三十一止年度，本集團的營業額達92,430,250港元，較二零零五年同期增長300%；本年度本公司權益持有人應佔溢利飆升至29,556,177港元，較去年扭虧為盈。每股基本盈利及每股攤薄盈利分別為0.70港仙及0.69港仙。

董事會（「董事會」）不建議就截至二零零六年十二月三十一日止財政年度派付末期股息（二零零五年：零港元）。

大幅改善的業績乃來自上海佩蓮的全年盈利貢獻，其貢獻之大更抵銷了因年內併入上海七星國際購物有限公司（「上海七星」）及其附屬公司（「上海七星集團」）之後所造成的虧損1,502,900港元。本集團於二零零六年第四季度始併入上海七星集團，全面展開電視購物業務。此後本集團積極為新業務爭取協同效益，同時加大投資以擴大產品組合、增加廣告時段，以及強化銷售網絡，目的迅速發展新業務。憑藉本集團於年內為新業務打下的堅實根基，深信電視購物業務於二零零七年起將為本集團帶來理想的收入貢獻。

電視購物業務

本集團於二零零五年收購上海佩蓮後，開始從事透過電視廣告、呼叫中心及郵寄目錄銷售消費品，使本集團業績得以顯著增長。為進一步擴充電視購物業務及擴大收益，本集團於二零零六年八月與上海七星訂立一系列的架構合同，本集團藉以能在中國發展零售及批發業務，並將核心業務成功轉型至經營電視購物業務。透過架構合同，本集團得以使用七星商標從事零售、批發及電視購物業務。

本集團主要通過電視廣告、呼叫中心及互聯網平台，24小時銷售包括數碼電子產品、廚房用具、教育產品、健身器械、化妝品及保健食品等一系列的消費品。於二零零六年八月上海七星榮獲「中國電視購物行業消費者滿意十佳品牌」殊榮，並於二零零七年一月榮獲「中國電視購物行業十大影響力品牌」殊榮。憑藉七星商標在中國零售及批發業內逾十年的品牌效應、遍佈全國的銷售網絡、龐大的客戶群、豐富的管理經驗及創新的服務技術等競爭優勢，本集團穩佔業界領先地位。



銷售成績

截至二零零六年十二月三十一日止年度，本集團銷售總額達92,430,250港元，較二零零五年上升300%，主要為上海佩蓮於二零零六年的全年貢獻及於二零零六年第四季度開始來自上海七星的收入貢獻。憑藉本集團不斷擴大分銷網絡，毛利率上升32個百分點至72%。零售收益59,185,501港元，為去年的5倍。而年內本集團來自媒體管理服務的收入增長6倍至32,433,550港元。本集團於年內商品銷售之毛利率為56%(二零零五年：44%)。



管理層討論及分析

銷售渠道

本集團以電視廣告/互聯網平台及呼叫中心進行零售分銷。本集團的產品電視廣告於約25個衛星電視頻道播放，地區覆蓋率高達85%。電話服務中心亦屬24小時運作，可在任何時候接受訂單。二零零六年電話服務中心成功將約20%的查詢來電提升作訂購，而來電平均消費為人民幣860元，較行業平均數高。客戶訂單獲確認後，本集團隨即安排相關地區之物流或速遞服務供應商付運。憑藉遙距銷售業務模式及最低存貨策略，本集團得以迅速調整產品組合，以配合迅速轉變的客戶喜好及最新之市場及產品趨勢。

為了輔助電視購物提供更多、更全面的產品選擇、與客戶維持長期關係，以及鞏固客戶對品牌的信心同時穩定盈利，本集團的銷售網絡遍佈全國，包括約300間專門店及20,000個銷售點，規模媲美其他零售同業。

媒體策略

產品推廣計劃全面落實後，本集團便會製作電視直銷廣告，並制定播放時間表，正式將產品推出市場。於二零零六年，本集團合共有約11,000分鐘廣告時間。

為應付預期業務需要及增強市場領導地位，本集團計劃於二零零七年進一步增加其媒體開支，並向客戶提供二十四小時電視直銷廣告。

上海七星在中國擁有超過10年的經營歷史，目前已累積約一百萬個客戶，這將有助分析國內客戶的消費模式及趨勢，從而建立本集團獨有的數據庫，有利制定更佳市場策略，更有效吸引中國13億人口中的目標客戶。

電視購物業務最新發展

於二零零七年一月，本集團開拓手機銷售業務並獲得理想的市場反應。於二零零七年第一季度，本集團平均日銷2,000台手機。憑藉本集團與手機銷售商的戰略伙伴關係，本集團目標於二零零七年銷售超過100萬台手機，長遠成為中國最大的無店鋪手機零售商。本集團亦會積極與著名品牌合作，為客戶提供更多選擇及更快捷方便的服務。



於二零零七年四月，本集團開始於電視購物平台銷售保險產品並獲得令人鼓舞的回響。中國人民傾向存款，且國內人口老化均有助本集團為新產品創造高質量的收入來源。

本集團將繼續發展電視購物業務。透過擴大產品組合、增購廣告時段、拓展零售網絡及併購，本集團將積極擴充市場版圖，在不斷壯大的電視購物市場佔據領導地位。本集團亦擬於二零零七年增加投入資金購買更多廣告時段，以配合本集團不斷擴展的產品組合。

憑藉上海七星集團，本集團得以迅速於國內電視購物市場佔一席位，並成為最大的電視購物企業之一。本集團將會繼續積極尋找併購機會，以加快電視購物業務的成長步伐，進一步鞏固本集團的領導地位。

物業投資

本集團於二零零六年六月出售一項投資物業項目，並錄得約6,200,000港元之利潤。截至二零零六年十二月三十一日，集團持有一項持作重售之投資物業，賬面值為9,800,000港元。該物業已被租出，短期回報率約為9.8%。董事會預期將適時出售餘下持有物業，以專注發展其電視銷售核心業務。

財務資源及流動資金

於二零零六年十二月三十一日，本集團銀行及現金結存金額約為141,407,000港元(二零零五年：4,003,000港元)。借款為10,229,000港元(二零零五年：19,603,000港元)。借款之年利率由固定利率及浮動利率組成，而年內利率約為6%。借款已於二零零六年十二月三十一日後悉數償還。

於二零零六年四月二十六日及二零零六年十月十二日，本公司分別向投資者以每股0.118港元配售438,250,000股股份及以每股0.18港元配售832,200,000股股份，淨收益合共約202,326,000港元，主要用於為本集團日常營運提供資金。於二零零六年十二月三十一日，本集團淨現金餘額約為131,178,000港元(二零零五年：負債淨值約15,600,000港元)，董事認為，本集團擁有足夠現金資源以滿足其財務承擔及業務需求。

於二零零六年十二月三十一日，本集團並無任何重大或然負債。



管理層討論及分析

匯率波動風險及任何相關對沖

董事認為，由於本集團大部分業務交易、資產及負債主要以港元及人民幣列值，故面對之外匯風險甚微。本集團現時並無就外匯債務制定外匯對沖政策。本集團將密切監控其外匯風險，並於需要時考慮對沖重大外匯風險。

本集團員工及酬金政策

本集團於二零零六年十二月三十一日之僱員(包括董事)數目有206名(二零零五年：156名)。本集團乃根據員工之功績及於職位上之發展潛力而聘用及提供晉升機會。薪酬組合乃參照彼等之表現及市場當時之薪金水平而釐定。此外，本集團為合資格僱員(包括董事)設立一項購股權計劃，以獎勵參與者所作貢獻及鼓勵彼等繼續努力提升本集團利益。