

華鼎集團 2007 年全年純利上升 10%至港幣 4.5 億元
OEM 及零售業務表現理想 業務迅速增長

* * * *

持續豐富業務組合 品牌零售及 OEM 業務雙軌擴展

業績要點:

- 2007 年業務迅速增長，營業額及純利較 2006 年分別上升 22.6%及 10%
- 擴大客戶群及產品種類，使 OEM 業務收入全年錄得 21.0%增長，其中非絲綢 OEM 業務收入同比大幅增長，占比 OEM 營業額 56%。
- 品牌零售業務效率提升，全年零售業務收入大幅提升 34%

港幣百萬元	2007 年	2006 年	變動
收入	2,354	1,920	+22.6%
毛利 (毛利率)	793(33.7%)	670(34.9%)	+18.4%
淨利潤 (淨利潤率)	450(19.2%)	409(21.4%)	+10%
每股基本盈利 (港仙)	21.75	19.79	+10%

(2008 年 4 月 3 日，香港訊) –中國大型縱向整合的成衣製造商、出口商及零售商華鼎集團控股有限公司（「華鼎集團」或「集團」，股份編號: 3398）昨日宣佈截至 2007 年 12 月 31 日止全年業績。

在 2007 年，華鼎面對多項經營成本突飛，加上人民幣不斷上升的困難，但增幅未有對集團產生顯著影響。來自非絲綢 OEM 業務及品牌零售業的盈利貢獻持續擴大，華鼎集團 2007 年全年營業額同比增長 22.6%達港幣 23.54 億元。集團在年內控制營運成本得宜，純利同比上升 10%達港幣 4.5 億元，每股基本盈利 21.75 港仙。董事會建議派發末期股息每股 4.98 港仙及特別股息每股 2.84 港仙。

華鼎集團行政總裁丁雄爾先生表示：“在華鼎集團‘團結、務實、創新、發展’的企業精神指引下，勇於改革創新，積極進取，規範管理，提高效率，使集團公司取得了良好的經營業績，我們感到由衷地驕傲和自豪。”

(第一頁)

集團主要業務分爲 OEM 業務及品牌零售業務，2007 年集團持續增加品牌零售業務的比重。

OEM 業務 2007 年的營業額達港幣 20.9 億元，較 2006 年上升 21%。然而，OEM 業務的訂單量較 2006 年平穩。非絲綢 OEM 業務表現較 2006 年強勁，其營業額錄得雙位數字增長。集團年內積極擴大客戶層，增加了出口至歐洲的比例，來自出口歐洲及其他市場的收入佔 OEM 業務總收入比重爲 15% (2006:14%)。

爲加強集團製造業務的競爭力及迎接新訂單，集團會利用本身企業優勢，如一站式生產、快速交貨能力，品質至上及優質服務，擴展至 ODM 業務以加強集團於業內的優勢，更能滿足現今歐美時裝零售商採用的快速流轉時裝商業模式的需求。同時亦會繼續擴充產品線，自設羊毛布料生產線，預計 2009 年成爲羊毛布料供應商，並爲集團增設一條秋冬季度產品的垂直生產線，使產能可以在整年平均使用，清除“旺”、“淡”季之分，集團對此充滿期望。

品牌零售業務，營業額增加 34% 達港幣 2.62 億元。隨著國內經濟持續增長，以及集團於各大著名百貨公司構建的廣泛零售網絡，董事矢志於 2008 年加大力度發展零售業務。集團將透過一系列計劃，如開置旗艦店、邀請歐洲設計師加盟、提升店舖形象及增強市場推廣和廣告宣傳等，以提升旗下多個品牌的形象及知名度。集團計畫在全國各地舉行 10 場品牌時裝表演。附件照片顯示兩場分別在杭州及北京展出的 2008 年春夏裝的產品系列。集團並計劃擴大零售網絡，目標於 2008 年底將網點擴展至大約 550 個。

丁先生總結：“展望未來，我們對業務寄予厚望。華鼎集團將繼續爲 OEM/ODM 業務擴大產品組合，並通過戰略性措施、大量投入資源，打算利用在首次公開發售所得款項的餘下的港幣 4 億多元，積極發展品牌零售業務，與在中國服裝零售業高知名度的品牌合作，加快擴大零售在集團業務的占比，並爲股東帶來最佳之回報。”

~完~

有關華鼎集團

華鼎集團爲一家在香港聯交所主板上市的企業，其股份於二零零六年十一月二日成爲恆生綜合指數系列及恆生流通指數系列成份股之一。華鼎集團是採用縱向整合生產模式的時裝製造、出口及零售商，綜合營業額超過了 3 億美元。華鼎集團的辦事處及生產設施分別位於香港、杭州、上海、深圳、及紐約，而集團的零售業務主要由遍佈中國 27 個省市的龐大零售店網絡組成。華鼎集團已在杭州設立佔地 810 畝的工業園，包括 13 間現代化廠房。如欲取得更多資料，請瀏覽：www.chinating.com.hk。

新聞垂詢:

許瑞珍小姐

電話: (852) 2273 7931

jaimehui@chinatingholdings.com

鄭浩龍先生

電話: (852) 2273 7922

raymondcheng@chinatingholdings.com