「本集團乃數一數二之嬰兒及學前兒童產品原設計製造商兼原設備製造商，在各主要市場中一直享有領導地位。」

各位股東：

本人謹代表董事會欣然宣佈隆成集團(控股)有限公司(「本公司」)及其附屬公司(「本集團」)截至二零零零年十二月三十一日止年度之經審核綜合業績。

財務業績

本年度，本集團之營業額再一次取得理想增長。於回顧年內之營業額達1,180,300,000港元，較去年上升10.7%，股東應佔溢利亦輕微上升2.6%至128,400,000港元。此外，每股基本盈利為17.66港仙，而去年則為17.33港仙。

股息

董事會建議派發末期股息每股8港仙。連同中期股息每股3港仙，於回顧年度之股息總額將為11港仙。

業務回顧

市場回顧

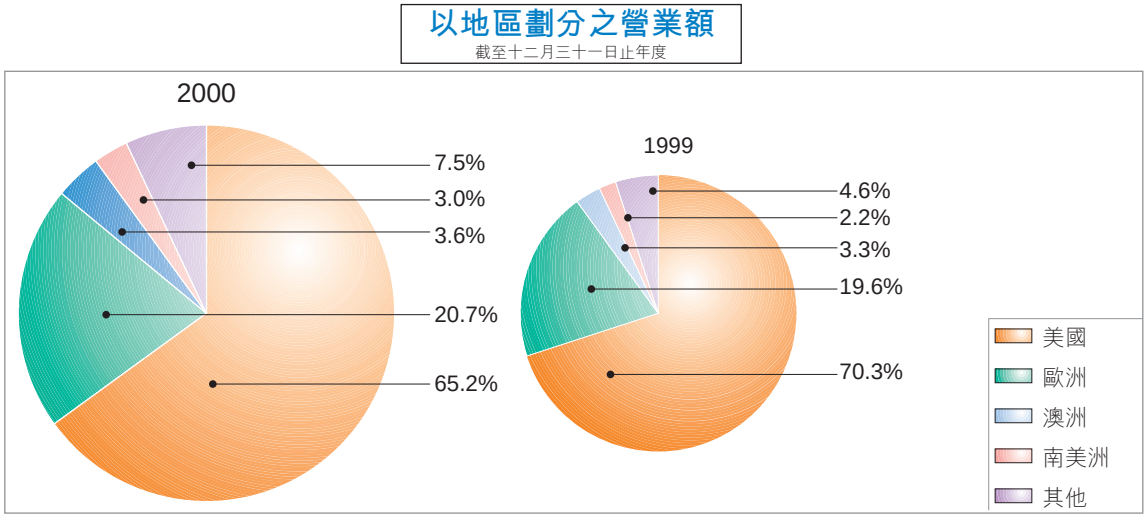
本集團乃數一數二之嬰兒及學前兒童產品原設計製造商兼原設備製造商，在各主要市場中一直享有領導地位。去年，美國及歐洲兩地市場繼續為本集團之最大市場，分別佔營業額之65.2%及20.7%，而澳洲、南美洲及其他國家之銷售額則分別佔總營業額之3.6%、3.0%及7.5%。

美國去年之銷量輕微上升了2.6%，銷售額達769,400,000港元。一直以來，本集團不斷致力確保產品質量優良且達到安全標準，時至今日，美國不少著名嬰兒產品品牌均已成為本集團之長期客戶，足證我們之努力成果。

此外，本集團亦在歐洲市場取得強勁增長，其營業額為244,200,000港元，增幅達17.1%。目前，歐洲品牌逐漸向製造商外判訂單，以低成本生產優質產品，正因如此，本集團得以把握良機提升本身在歐洲市場之知名度，並成功進一步攻佔市場。董事會相信，歐洲今後外判訂單之趨勢仍會繼續，而這個發展潛力龐大之市場亦將會為本集團帶來無限商機。

至於澳洲、南美洲及其他亞洲國家之增長速度亦令人鼓舞。該等國家之總營業額高達166,700,000港元，增幅平均為54.1%。

董事會相信，歐洲市場之銷售額增加，與本集團擴闊不同地區市場收入來源之策略相符。是項發展可減低依賴任何單一市場之風險，有利於本集團之長遠發展。



開發新產品

除嬰兒車、嬰兒床、軟類製品及配套產品四大產品種類外，本集團亦著手開發新產品，以期進一步擴大產品種類。於回顧年內，本集團之上海廠房已恢復運作，生產兩項新產品系列 — Step2 產品及奶瓶、奶嘴。去年四月，本集團於中山新設立了一條嬰兒服裝生產線。新產品推出後不久，旋即接獲試銷訂單，儘管數量不多，惟此佳績已令人感到滿意。

集團於年內亦進行了一連串電動騎行車市場推廣活動。我們參加了二零零一年一月舉行之香港玩具展銷會，市場反應非常熱烈。董事會深信，該類產品之收入可望於二零零一年度下半年反映出來。

由於新產品須耗用經營前開支及研究與開發支出，故此，本集團之邊際純利整體上出現了輕微下跌，由11.7%下降至10.9%。然而，董事會深信，當新產品逐漸為市場受落後，有關產品將可帶來正面貢獻。

前景與未來計劃

隆成之所以能踏上成功之道，產品研究與開發工作實為其中一項主要元素。展望未來，本集團將繼續加強旗下產品研發隊伍之能力，提升新產品功能及擴大產品種類，務求迎合客戶需求。

董事會相信，歐洲外判訂單之趨勢愈來愈盛，當地市場蘊藏龐大之發展潛力。為把握良機，本集團將運用本身在生產方面之專業知識及產品創新能力，抓緊即將湧現之商機。現時預期，歐洲市場乃本集團未來數年之主要增長來源。

董事會預料美國市場將穩步上揚。鑑於美國經濟放緩，本集團將重新檢討業務策略及產品組合，提升本身在美國之知名度，進一步鞏固本集團之市場領導地位。

中國市場可謂既充滿挑戰又滿佈商機。在國內主要城市，嬰兒車、嬰兒床等嬰兒產品愈來愈受市場歡迎，本集團以旗下「小天使」品牌生產之產品現時更在各主要省市之百貨公司發售。目前，中國即將加入世界貿易組織，加上當地生活環境日益豐裕，本集團對國內市場在未來數年之增長潛力相當樂觀。本集團將繼續物色適當時機進一步進軍當地市場，並致力在國內擴展銷售網絡。

本集團將進一步物色合適之商業發展及投資機會，當中尤以歐洲市場及中國新興市場為重。憑藉本集團在生產方面之專業知識及雄厚實力、強大之研發能力及廣大之客戶基礎，本集團定能處於有利位置，抓緊眼前湧現之機遇。

致謝

本人謹代表董事會衷心感謝全球各地客戶對旗下產品一直以來之信賴及支持。本人亦藉此機會，向一直鼎力支持本集團之各位股東及竭誠盡責之全體員工致以衷心感謝。我們今後將不遺餘力，繼續推動本集團之長遠發展。

承董事會命

主席

黃英源

香港，二零零一年四月十日