前景秀麗

傳統上，嬰兒及學前兒童產品之需求主要視乎兒童人口多少，以及社會是否富裕。過去十年，雖然已發展國家出生率仍然相對穩定，但社會愈趨富裕，已成為刺激幼兒及學前兒童產品需求之主要因素。

踏入新千禧年，隨著全球已發展國家之婦女就業人口不斷上升，父母通常會花費較多金錢在每個孩子身上。本集團藉此市場趨勢，將產品種類擴展至包括嬰兒必需品，例如奶瓶及奶嘴，以至塑膠產品及電動騎行車。產品種類擴大後，可照顧到由初生至六歲兒童之需要，為本集團日後擴展業務帶來了新機會。

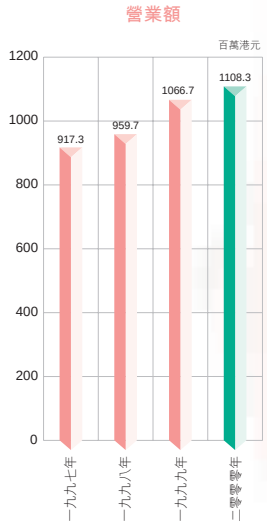
產品種類多元化，盈利基礎自然穩固

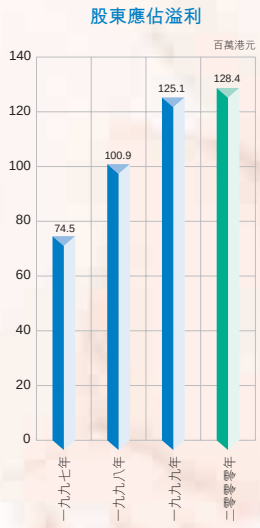
在嬰兒車、嬰兒床、軟類製品及配套產品四大產品種類中，前述兩種仍然為最大收入來源，分別佔總營業額61.1%及17.0%。誠如中期報告所述，由於美國一個嬰兒車品牌引發減價，致令美國嬰兒車市場於二零零零年上半年競爭轉趨激烈，本集團於回顧年度首半年之銷售額亦相應受到影響。

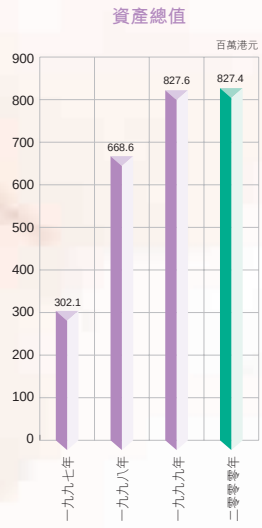
然而，上述影響僅屬短暫現象。下半年銷售額已重回升軌，抵銷了首六個月之跌幅。回顧年度之嬰兒車銷售額達721,000,000港元，較上年度微跌2.7%。

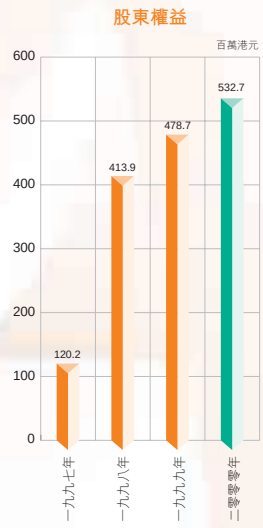
嬰兒床銷售額顯著上升，亦進一步抵銷了嬰兒車下降幅度，由於本集團客源廣闊，與現有客戶建立了密切關係，因此，數位嬰兒車客戶在回顧年度首次發出嬰兒床訂單。嬰兒床銷售額因此大幅增加至200,700,000港元，增幅達61.5%。

軟類產品及其他配套產品業務亦有不俗增長。銷售額分別上升16.7%及38.7%，為數達111,200,000港元及147,400,000港元。









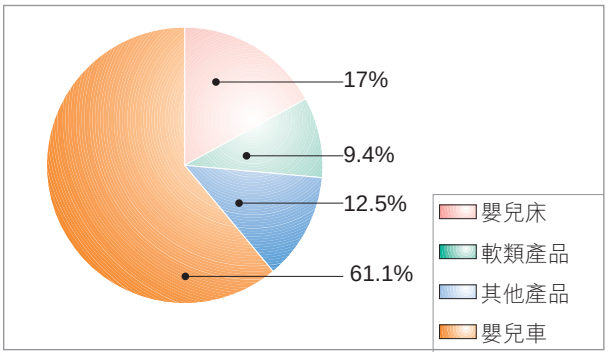
高效率之銷售及市場推廣

於回顧年度，本集團之產品售予全球60個國家及地區逾140位客戶，包括品牌擁有人、進口商及貿易代理。美國各大幼兒用品品牌均成為本集團客戶，董事會深感欣慰。

雖然美國仍為本集團最大收入來源，預料歐洲方面之業務增長日後可超越美國。本集團之目標乃從不同地區及產品建立出一個穩健及均衡之收益基礎。歐洲客戶於二零零零年居本集團五大客戶之列，實在令人鼓舞。

以產品劃分之營業額

截至二零零零年十二月三十一日止年度



本集團除了是原設計製造商兼原設備製造商，並將業務擴展至開發本身品牌。以「小天使」品牌生產之產品專為國內市場開發，現已於各大城市之百貨公司發售。此外，本集團亦開發了一系列銷往美國之「隆成」品牌電動騎行車。上述活動對本集團長遠發展有利。

研發優勢

為應付開發一系列新產品所需，本集團增加了研發預算，並投入23,500,000港元作研發用途，佔二零零零年總營業額之2.0%(一九九九年：1.8%)，較上年度增加22.4%。

本集團擁有一支優秀研發隊伍，因此擁有超過120種產品功能逾250項註冊專利權。除此之外，本集團於二零零零年有超過74種新產品功能向多國提交專利註冊申請。

流動資金及財政狀況

本集團之資產負債狀況穩健。截至二零零零年十二月三十一日止，本集團擁有現金及銀行結餘150,500,000港元。本集團於年內償還按揭貸款後，截至二零零零年十二月三十一日止之銀行借款總額下降至5,800,000港元，將本集團之資本負債比率(即債務總額與股東權益之比率)進一步降至2.2%(一九九九年：5.3%)。

本集團之流動資金狀況穩健。截至二零零零年十二月三十一日止，本集團之流動資產淨值為211,700,000港元。流動比率為1.73，一九九九年則為1.61，存貨週轉期仍維持於26.1日之低水平。

本公司於一九九八年初次公開售股之所得款項中，約19,000,000港元已於二零零零年內用作增購生產設施，以製造電動騎行車，另外3,000,000港元用於美國設立銷售辦事處。6,000,000港元撥作本集團於中國之市場推廣經費。所得款項餘額將按既定進度動用。

擴展中山產房

為配合生產較廣泛產品類別之需要，於回顧年度，本集團中山廠房之擴展工程已開始動工，該廠房新增了電動騎行車生產線。工程可望於二零零一年中完成。

領導潮流

自本集團之中國中山基地設立以來，供應商已開始搬到本集團廠房之鄰近地區，使我們享有原料效益。需求上升可使平均成本逐漸下降，加上本集團對生產、品質保證、付運及售後服務實施有效控制措施，必可保持產品未來數十年之競爭力。

本集團產品之設計及特色極具創意、品質控制措施嚴謹，加上安全標準要求嚴格，因此已建立了獨特優勢。