

林麥集團公佈 2001/02 年度全年業績
營業額達 231,254,000 港元(29,648,000 美元)
純利報 65,068,000 港元(8,342,000 美元)

* * *

致力擴大客戶基礎及拓展全球採購網絡

(2002年7月29日，香港訊) - 發展迅速的一站式全球採購及供應鏈管理解決方案供應商 - 林麥集團有限公司(「林麥/集團」)(股票編號：915)今天宣佈其截至2002年4月30日止之經審核全年業績。

於回顧年內，集團之付運量較去年上升1.9%，約達489,378,000美元(3,871,148,000港元)。營業額(包括佣金收入及集團採購之衣服銷售收入)較去年下跌8.8%至約29,648,000美元(231,254,000港元)。營業額下跌之部份原因，是由於集團的新客戶 Warnaco Inc. (「Warnaco」)在2002年2月至4月期間已自行完成部份採購程序，集團從其收取之採購佣金因而下降。

林麥集團的業績受到全球疲弱經濟影響。此外，發展新業務所牽涉的支出亦減低了集團的盈利。集團本年度錄得之純利約為8,342,000美元(65,068,000港元)。縱然純利較去年下跌35.2%，但與招股書內的盈利預測比較則高出342,000美元(2,668,000港元)。每股盈利為1.67美仙(13.03港仙)。

董事局建議派發末期股息每股3.0港仙(每股0.38美仙)。集團將按現金需要釐定息率，預期每年將派發全年溢利之約35%為股息。

林麥集團主席王祿閻先生表示：「2002年度對林麥而言是充滿挑戰的一年。環顧全球市況，多項不明朗經濟因素拖慢世界多個地區的增長步伐。此外，去年九一一恐怖襲擊進一步打擊北美市場。至於世界其他地區的情況亦與美國市場大致相若。」

集團的營運模式簡單，既無存貨，亦無借貸，確保集團不需承擔庫存風險。在 2002 年 4 月 30 日，集團之手頭現金約為 2,122,000 美元，相等於 16,552,000 港元(2001 年：1,319,000 美元，相等於 10,288,000 港元)。銀行可用借貸為 1,026,000 美元(8,000,000 港元)。流動比率維持於理想的 3.7 倍水平。於年結日，資產淨值為 9,986,000 美元(77,891,000 港元)。

由於新客戶加入，加拿大市場佔營業額之比重已由 43.3% 下降至 37.4%。管理層相信憑藉集團積極引入新客戶以擴大業務基礎之策略，加拿大市場佔營業額之比重將於未來進一步下降。

儘管回顧年內市況疲弱，集團仍採取積極進取的業務方針，並贏得兩名新客戶。在今年 2 月，集團與著名衣服製造商 Warnaco 簽署為期三年的獨家採購合約，為 Warnaco 旗下多個著名品牌包括 Calvin Klein® Jeans、Calvin Klein® Kids、Chaps by Ralph Lauren® 及 Speedo® 提供採購服務。在此之前，集團亦於 2001 年 10 月開始，成為英國著名內衣及睡衣品牌 Virginware 的採購代理。

林麥集團行政總裁范倚棋先生表示：「贏得這些新客戶不僅代表集團深得客戶信賴，他們更將成為集團未來業務增長的催化劑。雖然在回顧年內，Warnaco 才剛開始為集團帶來貢獻，然而，由於付運量已與預期的進取目標相若，我們相信未來一年這新客戶將為集團帶來可觀貢獻。」

范倚棋先生續說：「在回顧年內，集團落實了多項策略性措施，以為整體業務增值。為提升邊際溢利及開拓更多收入來源，集團於年內推出了數項增值服務，包括社會責任經營守則監查服務、市場資訊及產品開發服務，以及包裝和配件服務。這些服務能為集團現有之供應鏈服務增值。此外，集團亦重點擴大現有的品質保證部和社會責任經營守則監查服務部。除一站式服務外，上述服務亦以組件形式提供，務求為集團建立獨特市場地位，鞏固我們在業內的領導優勢。」

我們更在回顧年內成功進軍中國市場，為集團之同系公司兼國內著名大型消費品經銷商廣州中威日用品企業有限公司採購鞋類產品。

為讓客戶享有最具效率之服務，林麥集團在 2001 年 2 月開始發展互聯網式的關鍵路徑管理系統—LOGON(林麥在線全球營運網絡)系統。這系統聯繫集團、客戶及供應商，令訂單跟進過程自動化，確保集團能迅速回應顧客需要。系統已按原定計劃在 2002 年 6 月正式採用，並正在不斷加大整合。

范倚棋先生解釋集團的發展策略時說：「向前邁進，我們的發展策略將從兩個方向進行。對外方面，集團將致力擴展客戶基礎以及實行市場多元化，積極拓展歐洲及亞洲市場，特別是中國市場的份額。此外，我們亦正積極物色機會，透過收購合併加速發展。」

范先生續說：「對內方面，隨著中國成為全球最重要的生產基地，集團將整合採購網絡，並針對擴展中國的採購網絡。另一工作重點則是分配更多資源發展新推出之增值服務，以及透過 LOGON 系統提升營運效率。」

王祿閻先生總結：「集團將會隨著越來越多公司採用代理商提供之供應鏈管理服務而受惠。管理層亦將致力建立以客為本的強大營運模式，務求為股東帶來最佳投資回報。」

— 完 —

有關林麥集團有限公司

林麥集團乃發展迅速的一站式全球採購商及供應鏈管理方案供應商。集團的網絡遍佈全球 17 個國家 25 個城市，為客戶提供包羅萬有及極具效率之採購方案。集團之主要客戶乃北美及歐洲之零售商、批發商、著名品牌、郵購公司及百貨公司，包括 Hudson's Bay, Brylane, Federated Department Stores, Jockey, J.C. Penney, Mothercare, Calvin Klein® Jeans, Calvin Klein® Kids, Chaps by Ralph Lauren®, Speedo®等。

新聞垂詢：

縱橫財經公關顧問有限公司

吳慧怡： 電郵 veron@strategic.com.hk 電話：2864 4831

徐天心： 電郵 cecilia@strategic.com.hk 電話：2864 4895

陳恩柏： 電郵 fiona@strategic.com.hk 電話：2864 4853

錢慧玲： 電郵 ines@strategic.com.hk 電話：2864 4867

傳真：2804 2789 / 2527 1196