

林麥公佈 2005 年財政年度中期業績
營業額上升 22.3% 達 25,900,000 美元 (202,000,000 港元)

* * *
贏取新客戶有助開拓更多中國業務

(2004 年 12 月 14 日，香港訊) 一站式環球採購商**林麥集團有限公司**(「林麥」或「集團」)(股票編號：915)今天公佈其截至二零零四年十月三十一日止六個月的中期業績。集團同時宣佈於二零零四年十一月與中國一家超級連鎖店集團簽訂一項代理協議，打開為中國零售商提供更多設計及採購服務之門。除了贏得新客戶，於二零零四年十一月簽訂收購 Tamarind International Limited(「Tamarind」)業務及資產的有條件協議，為集團擴闊客戶基礎提供重大商機。

截至二零零四年十月三十一日止六個月，集團之付運量總值約達 376,400,000 美元(相等於 2,935,900,000 港元)。營業額增長約 22.3% 至約 25,900,000 美元(相等於 202,000,000 港元)。毛利上升約 21.3% 至約 22,100,000 美元(相等於 172,400,000 港元)。

中國加入世貿之後，成衣配額將於二零零五年一月被取消。集團已推行一項策略計劃，擴大其設於中國內地的採購網絡，並在大部份目標客戶所在的重要市場，包括英國、美國及加拿大增設據點。有關基礎業務發展所需的資金，加上收購 ISO International (Holdings) Limited 的額外開支令營運開支增加約 3,000,000 美元(相等於 23,400,000 港元)，由約 12,800,000 美元(相等於 99,800,000 港元)增至約 15,800,000 美元(相等於 123,200,000 港元)。然而，回顧期間的除稅後溢利仍由去年同期約 7,000,000 美元(相等於 54,600,000 港元)增至約 7,400,000 美元(相等於 57,700,000 港元)，增幅約為 5.1%。

每股基本盈利維持於約 1.1 美仙(相等於 8.6 港仙)。董事會宣派中期股息每股 2.63 港仙(相等於每股 0.34 美仙)。

林麥主席王祿閣先生表示：「我們很高興集團於回顧期內的除稅後溢利及營業額兩方面繼續錄得穩定增長。儘管受到石油價格高企及利率趨升影響，環球市場難以預料，但集團多元化擴展客戶的明確策略繼續帶來成效。」

「為把握配額取消後湧現的商機，林麥已從三方面作出部署，以增強競爭優勢。回顧期內，集團與中國有關機構，即中國紡織信息中心、國家紡織產品開發中心及中國紡織工業協會合作，以改善中國紡織業界的社會責任標準。集團亦在中國廣州及青島開設辦事處，以加強在中國市場進行採購的滲透力。另外，為了在北美及歐洲市場吸納更多源自新舊客戶之業務，集團在加拿大、法國、英國及美國的五個主要城市增設據點。林麥的管理層深信，上述策略將為旗下的環球採購代理業務建立一個更強大的平台。」王先生續說。

回顧期內，美國仍為本集團最大的收益來源市場。源自美國客戶的收益佔總營業額約 40.6%，其次是加拿大，佔收益貢獻約 22.4%。歐洲約佔 8.9%。集團將繼續推行多元化擴展策略，以達至更平衡的客源地域分佈。

源自增值服務的營業額增加約 21.2%，由約 6,600,000 美元(相等於 51,500,000 港元)增至約 8,000,000 美元(相等於 62,400,000 港元)，佔集團總營業額約 30.8%。雜貨採購業務持續錄得增長，於回顧期間由佔集團總營業額約 11.6%增至約 20.7%。

林麥行政總裁范椅棋先生表示：「我們於本財政年度上半年的進展良好。在集團的核心成衣業務之上，增值服務及雜貨採購業務均錄得穩健增長。我們欣然見到集團多項多元化發展策略續見實質的成效。」

集團於二零零四年十月三十一日持有現金及銀行結餘約為 38,000,000 美元(相等於 296,400,000 港元)。集團繼續貫徹無負債的營運模式，於二零零四年十月三十一日並無任何未償還負債。

展望及於中國招攬新客戶

展望未來，儘管短期內油價高企及利率趨升的情況將會持續，惟集團對截至二零零五年四月三十日止財政年度餘下時間的表現表示樂觀。集團尤其相信其一站式採購解決方案及強大的地域網絡將為尋求更高效益及節省成本的環球客戶帶來增值效益。

於二零零四年十一月，本集團訂立一項有條件協議，以最高總代價 226,600,000 港元(相等於約 29,100,000 美元)(可按若干表現指標向下調整)購入 Tamarind 的業務及特定資產與承擔其有關負債。有關收購事項預期於二零零五年一月底前完成。Tamarind 之總部設於香港，為一家綜合採購服務供應商，於中國及菲律賓均設有辦事處。Tamarind 擁有多元化的客戶群，包括歐洲、南非及澳洲多家主要客戶，有助林麥擴展客源地域分佈及體現共用網絡資源及掌握地區市場脈搏方面的協同效益。

本集團亦宣佈在中國贏得一位新客戶。於二零零四年十一月，集團與 Lotus Group(「Lotus」)簽訂一項代理協議，為其提供設計及採購服務。Lotus 是泰國上市公司 C.P. Seven Eleven Public Company Limited 的附屬公司，本身為中國其中一家增長最快的超級連鎖店集團，其商店主要設於消費力較高的中國沿海地區及省會城市。Lotus 計劃於二零零四年年底前開設共逾 40 家商店，預期到二零零六年將商店總數增至超逾 100 家。根據協議條款，林麥同意為 Lotus 處理一個私人品牌系列旗下所有年齡組別的男女服裝。這新夥伴關係促進集團與中國零售商建立業務關係及為該等零售商採購產品方面踏出了第一步。

於評論與 Lotus 訂下之協議時，范椅棋先生表示：「林麥獲得 Lotus 獨家委任，為其客戶提供一系列優質且價格相宜的西式設計服裝。協議成立後，林麥及 Lotus 均期望將業務關係擴展至其他範疇，包括家居及時尚產品業務，以迎合中國客戶對設計精美的商品越趨殷切的需求。」

「連同於十一月公佈的 Tamarind 協議，林麥已建立更強大的環球採購網絡及國際客戶群，為配額制度取消所帶來的商機作好準備。儘管近日市場討論美國可能於二零零五年一月對若干常用的配額類別實施保護機制，然而，透過集團旗下的環球網絡，林麥能為客戶提供高度靈活的採購服務，從世界各地採購產品。縱使美國對中國實施保護機制，亦可盡量減低潛在影響。」范椅棋先生總結。

(完)

關於林麥集團有限公司

林麥於 2002 年 5 月在香港聯合交易所有限公司上市，乃一站式的環球採購商。集團的網絡遍佈位於全球 25 個國家及地區的 36 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、歐洲、亞洲及南半球之零售商、著名品牌、批發商、郵購公司及百貨公司。林麥亦是恆生成份股指數內恆生香港小型股指數的成份股。

新聞垂詢：

縱橫財經公關顧問有限公司

吳慧怡 電話：+852 2864 4831 電郵：veron@strategic.com.hk

鄭英華 電話：+852 2864 4836 電郵：ingrid.cheng@strategic.com.hk

梁麗明 電話：+852 2864 4863 電郵：keris@strategic.com.hk

傳真：+852 2804 2789 / 2527 1196

林麥集團有限公司

2005 年財政年度中期業績

綜合收益表

	截至 10 月 31 日止	
	2005 年度	2004 年度
	(未經審核)	(未經審核)
	千美元	千美元
營業額	25,946	21,211
銷售成本	(3,895)	(3,029)
毛利	22,051	18,182
其他經營收入	1,380	1,742
行政開支	(15,817)	(12,759)
經營溢利	7,614	7,165
財務費用	(1)	(1)
解散一間附屬公司之收益	14	-
除稅前溢利	7,627	7,164
稅項	(243)	(141)
期間溢利	7,384	7,023
股息	2,207	2,091
每股盈利 ^(註) (美仙)		
— 基本	1.1	1.1
— 攤薄	1.1	1.1

註：

截至 2004 年 10 月 31 日止六個月之每股基本盈利乃根據本期間股東應佔溢利約 7,384,000 美元(2003 年：7,023,000 美元)及已發行股份之加權平均數約 654,378,000 股(2003：647,603,000 股)計算。

截至 2004 年 10 月 31 日止六個月之每股攤薄盈利則根據本期間股東應佔溢利約 7,384,000 美元(2003 年：7,023,000 美元)與已發行及可發行股份之加權平均數約 662,731,000 股(2003 年：657,372,000 股)(包括本期間已發行股份之加權平均數約 654,378,000 股(2003 年：647,603,000 股)及經就本期間尚未行使購股權之攤薄影響作出調整之股份加權平均數約 8,353,000 股(2003 年：9,769,000 股))計算。