

林麥集團公佈 2004 年度第三季業績
純利上升 7.0% 達 9,700,000 美元(75,700,000 港元)

* * *

(2004 年 3 月 22 日, 香港訊) - 一站式全球採購商 - 林麥集團有限公司(「林麥」或「集團」)(股票編號: 915)今天宣佈其截至 2004 年 1 月 31 日止九個月之第三季業績。

於九個月回顧期內, 集團錄得付運總值約達 482,900,000 美元(3,766,600,000 港元)。營業額約達 31,900,000 美元(248,800,000 港元), 其中採購代理及服務收入佔營業額約 82.6%, 餘下約 17.4% 來自商品銷售。毛利上升至約 27,500,000 美元(214,500,000 港元), 而除稅後溢利上升約 7.0% 至約 9,700,000 美元(75,700,000 港元)。每股基本盈利亦增長至約 1.5 美仙(11.7 港仙)。

林麥集團主席王祿閻先生表示: 「能看見林麥不斷成長, 本人感到欣慰。擴展增值服務之策略對進一步帶動集團業務仍然十分重要, 而更重要的是, 增值服務能有效提升盈利率。除此策略以外, 我們亦正積極地透過拓展產品種類及市場, 以刺激營業額上升。」

受惠於由增值服務帶來的動力, 林麥成功地提升毛利率; 與去年同期相比, 毛利率由約 82.1% 上升至約 86.3%。集團之純利率亦由約 27.4% 上升至約 30.5%。

林麥集團行政總裁范倚棋先生說: 「外判採購之趨勢於全球持續普及。同時, 整個採購行業亦更趨整合。所以, 不斷加強集團本身之競爭力亦是十分重要的。有見及此, 我們進行了首項收購活動, 預期它能於多方面帶動集團業務。」

去年十一月, 林麥收購 ISO International (Holdings) Limited (「ISO International」)。ISO International 為一家以香港為營運基地之供應鏈管理公司, 專注於家居消費電子產品, 並於歐洲擁有穩固客戶基礎。是項收購不但符合集團拓展雜貨業務之策略, 同時亦配合其進一步擴展歐洲市場之計劃, 林麥亦將受惠於潛在之交叉銷售商機。

集團亦於本地及海外採購業進一步獲得認同。林麥除了獲得由香港貿易發展局主辦的「二零零三年香港服務業獎 - 出口市場推廣獎」之外，亦被邀請到佛羅里達州，於國際零售協會（現稱「Retail Industry Leaders Association」）舉辦的二零零四年物流會議中演講，與沃爾瑪及 Home Depot 等主要零售商進行小組討論。

於 2004 年 1 月 31 日，集團持有現金及銀行結存約 28,700,000 美元(223,900,000 港元)。集團並無任何淨負債，流動比率維持約 6.3 之穩健水平。

展望未來，管理層將採取積極但審慎之業務方針。范倚棋先生續：「既定之增長策略會繼續支持本集團成長。歐洲及美國經濟逐步改善，對本集團業務有所幫助。同時，我們正積極吸納更多新客戶。」

集團預計將從 ISO International 獲得更大裨益，令集團得以於增長快速之消費電子產品市場盡攬商機。

憑藉穩健財政狀況，集團正積極尋找策略性收購合併之機會，以進一步推動增長。這一方面，集團已定下清晰準則，亦會採取開明態度，以揀選合適對象。

范倚棋先生總結：「根據目前評估，管理層對餘下財政年度持整體正面態度。」

(完)

關於林麥集團有限公司

林麥集團於 2002 年 5 月在香港聯合交易所上市，乃一站式的全球採購商。集團的網絡遍佈位於全球 20 個國家及地區的 29 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、亞洲及非洲之零售商、批發商、著名品牌、郵購公司及百貨公司，包括 Hudson's Bay Company, Brylane, Federated Department Stores, Jockey, J.C. Penney, Mothercare, Calvin Klein[®] Jeans, Chaps by Ralph Lauren[®], Speedo[®], Edcon 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

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

傳真：2804 2789 / 2527 1196