



GOME Electrical Appliances Holding Limited

國美電器控股有限公司*

(於百慕達註冊成立之有限公司)
(股份代號：493)

截至二零零四年十二月三十一日止九個月期間
業績公佈

國美電器控股有限公司(前稱中國鵬潤集團有限公司及以下稱「本公司」)董事會公佈本公司及其附屬公司(「本集團」)於截至2004年12月31日止9個月期間之已審計業績連同前期2003年4月1日至2004年3月31日12個月期間之業績，現呈列如下：

綜合損益表

截至二零零四年十二月三十一日止九個月期間

	附註	截至2004年 12月31日止 9個月期間 港幣千元	截至2004年 3月31日止 12個月期間 港幣千元 (重列 — 附註1)
收入	3(a)	9,165,946	9,654,498
銷售成本		(8,266,726)	(8,873,686)
毛利		899,220	780,812
其他經營收入	3(b)	364,118	333,411
營銷費用		(513,645)	(508,438)
管理費用		(123,262)	(124,019)
其他經營費用		(57,606)	(41,910)
經營業務利潤	5	568,825	439,856
利息支出	6	(2,075)	(1,213)
利息收入	6	23,020	15,386
應佔聯營公司損失		—	(1)
稅前利潤		589,770	454,028
所得稅	7	(42,039)	(89,046)
除少數股東收益前利潤		547,731	364,982
少數股東收益		(194,817)	(120,862)
淨利潤		352,914	244,120
股息—擬派末期股息	8	41,061	—
每股盈利	9		
基本		22分	16分
攤薄		22分	16分

綜合損益表附註：

1. 公司資料／集團重組及財務報表呈報基準

國美電器控股有限公司(前稱「中國鵬潤集團有限公司」及以下稱「本公司」)，是於百慕達註冊成立的有限責任公司，其股份於香港聯合交易所有限公司上市。其註冊地址為Canon's Court, 22 Victoria Street, Hamilton HM12, Bermuda。

於2004年8月10日，公司名稱由中國鵬潤集團有限公司(「中國鵬潤」)更改為國美電器控股有限公司。公司董事認為其最終控股公司為成立於英屬處女群島的Shining Crown Holdings Inc. (「Shining Crown」)。

根據日期為2004年6月3日的收購協議，本公司向黃光裕先生(「黃先生」)實益擁有的公司Gome Holdings Limited收購了Ocean Town Int'l Inc. (「Ocean Town」)全部已發行股份，總代價約為港幣83億元。在此代價中，i)港幣243.5百萬元以發行約44.1百萬股本公司普通股；及ii)港幣7,031.4百萬元以發行首批可換股票據及港幣1,026.9百萬元以發行第二批可換股票據的方式支付。於2004年7月29日完成收購交易(「收購事項」)後，本公司成為Ocean Town的控股公司。

Ocean Town為2001年12月28日在英屬處女群島註冊成立的有限責任公司。自註冊成立之日起，Ocean Town除依下文界定的重組而持有國美電器有限公司(「國美電器」)的65%股本權益外，並無經營任何業務。國美電器於2003年4月2日在中華人民共和國(「中國」)註冊成立，由黃先生實益擁有。

在重組之前，國美電器在中國下列城市中經營電器及消費電子產品的零售業務(「相關業務」)：北京、天津、廊坊、重慶、成都、自貢、西安、昆明、深圳、福州、廣州、武漢、瀋陽、濟南、淄博、青島、濰坊、佛山、東莞、惠州、福清以及中山。在此之前，相關業務由黃先生實益擁有的十九家在中國註冊的公司(「相關公司」)經營。根據集團重組(「重組」)，從2003年4月2日至2004年4月6日止期間，下述資產、負債、權益及業務轉入國美電器：

- 1) 除與相關業務無關及不可轉讓的若干資產及負債外，由相關公司之一北京國美電器有限公司(「北京國美」)擁有的所有相關資產、負債及相關業務；及
- 2) 其餘十八家相關公司各自的全部股本權益。

上述轉讓作價現金約港幣448百萬元，乃依據各轉讓日轉入國美電器的上述淨資產價值而確定。

除上文所述者外，根據2004年4月20日起生效的重組，國美電器65%的股本權益以約港幣227百萬元之總現金代價轉讓予Ocean Town，該代價依據轉讓日國美電器及其附屬公司的資產淨值而確定。國美電器已轉型為中外合資經營企業。Ocean Town因而成為國美電器及其附屬公司之控股公司(下稱「Ocean Town集團」)。

由於黃先生一併控制本公司、Ocean Town、國美電器及相關公司，故本公司收購Ocean Town已於本公司之財務報表中反映為以類似合併權益法進行共同控制下的實體合併。因此，Ocean Town集團截至2004年12月31日止9個月期間及截至2004年3月31日止12個月期間的經營業績及於2004年12月31日及2004年3月31日的相關資產與負債已納入本集團的匯總利潤表及匯總資產負債表內。於上述收購事項結束後，本公司及其附屬公司(「本集團」)主要業務為在中國指定城市零售電器及消費電子產品，以及在香港特別行政區(「香港」)從事證券經紀和投資。

本集團先前匯報截至2004年3月31日止12個月期間的經營業績已重列至包括Ocean Town集團的業績，載述如下：

	本集團 (如前期匯報) 港幣千元	Ocean Town 集團 港幣千元	本集團 綜合 港幣千元
經營業績：			
收入	44,815	9,609,683	9,654,498
經營業務利潤	25,880	413,976	439,856
淨利潤	19,881	224,239	244,120

本集團先前匯報於2004年3月31日的財務狀況及股東權益已重列至包括Ocean Town集團的資產與負債，載述如下：

	本集團 (如前期匯報) 港幣千元	OceanTown 集團 港幣千元	重分類 港幣千元	本集團 (匯總) 港幣千元
財務狀況：				
流動資產	224,798	2,909,611	10,861	3,145,270
資產總額	971,088	3,011,331	10,861	3,993,280
流動負債	160,545	2,661,555	10,861	2,832,961
負債總額	318,092	2,661,555	10,861	2,990,508
股東權益	651,449	227,360	-	878,809

根據本公司董事會於2004年11月17日通過的決議，董事會決定將本公司的會計截止期從3月31日改為12月31日，以與Ocean Town集團的會計截止期保持一致。

由此，本公司之財務報告披露的資料為9個月的資料而非像截至2004年3月31日止財務年度一樣為12個月的資料。因此本期9個月期間的損益表、所有者權益變動表及現金流量表的資料以及相關的附註與上期均不可比。

2. 主要會計政策

本公司之財務報表乃按照國際會計準則委員會（「國際會計準則委員會」）頒佈的《國際財務報告準則》（《國際財務報告準則》）編制。

更改會計政策

《國際財務報告準則》第3號「業務合併」、《國際會計準則》第36號「資產減值」（2004年3月修訂）及《國際會計準則》第38號「無形資產」（2004年3月修訂）自2004年4月1日起適用於本公司截至2004年12月31日止之財務報告。

採納《國際財務報告準則》第3號和《國際會計準則》第36號（修訂）令本集團自2004年4月1日起不再計算全年商譽攤銷，並按現金產生單位水平每年進行測試以作減值（惟於年內發生需更頻繁地就商譽進行測試的事項則作別論）。《國際財務報告準則》第3號的過渡性條文規定本集團於2004年4月1日撤除累計商譽攤銷的帳面值港幣92,000元，並對商譽作相應調整。此外，於2004年4月1日的負商譽的帳面值約港幣15.7百萬元將不予確認，並相應的調整至保留盈利的期初結餘內。

採納《國際會計準則》第36號及《國際會計準則》第38號對本期財務報告並無重大影響。

3. 收入及其他經營收入

(a) 本集團主要業務是電器及消費電子產品的零售、證券及期貨經紀及投資。

收入指所售出的貨物的發票淨值（已扣除退貨準備及貿易折扣、證券及商品買賣經紀佣金及租金收入）。期內已在收入中確認的各項重要收入類別的數額如下：

	本集團	
	截至2004年 12月31日止 9個月期間 港幣千元	截至2004年 3月31日止 12個月期間 港幣千元 (重列 — 附註1)
銷售電器及消費電子產品	9,156,185	9,609,683
其他	9,761	44,815
	<u>9,165,946</u>	<u>9,654,498</u>

(b) 其他經營收入包括下列各項：

	本集團	
	截至2004年 12月31日止 9個月期間 港幣千元	截至2004年 3月31日止 12個月期間 港幣千元 (重列 — 附註1)
來自供應商的收入：		
促銷收入	137,054	169,072
管理費收入	37,988	43,824
進場費	38,262	27,492
上架費	20,620	20,755
向母集團收取的管理費收入	56,685	15,566
空調安裝管理費	28,239	30,212
加盟店的特許權費	1,126	4,746
其他收入	44,144	21,744
	<u>364,118</u>	<u>333,411</u>

(i) 其他收入包括於期內獲豁免應付予一名前關聯人士的款項港幣20,336,000元。

4. 分部資料

(i) 期內本集團收入及業績超過90%源自電器及消費電子產品零售業務，因此，並無呈列業務分部分析。

(ii) 由於本集團的業務大部分於中國經營，故並無呈列地區分部分析。期內本集團的收入超過90%源自中國的客戶。

5. 經營業務利潤

本集團的經營業務利潤乃扣除／(計入)下列各項後得出：

	本集團	
	截至2004年 12月31日止 9個月期間 港幣千元	截至2004年 3月31日止 12個月期間 港幣千元 (重列 — 附註1)
列作費用的存貨成本	8,266,726	8,873,686
折舊	26,661	20,876
外匯交易權攤銷	17	87
負商譽攤銷	—	92
處置固定資產之(利得)／虧損	1,652	(437)
有關土地及樓宇經營租約之最低租賃款項	157,807	145,984
證券交易、外匯及遠期合約之虧損	23,090	—
審計費	2,600	600
員工費用(不包括董事薪酬)：		
工資、獎金及花紅	141,486	141,317
退休金費用	14,198	14,818
社會福利及其他費用	15,636	21,969
	<u>171,320</u>	<u>178,104</u>

6. 財務(成本)／收益

	本集團	
	截至2004年 12月31日止 9個月期間 港幣千元	截至2004年 3月31日止 12個月期間 港幣千元 (重列 — 附註1)
利息支出	(2,075)	(5,987)
減：資本化為發展中物業的借貸成本	—	4,774
利息支出淨值	<u>(2,075)</u>	<u>(1,213)</u>
銀行利息收入	14,903	15,096
其他利息收入	8,126	291
匯兌收益淨額	(9)	(1)
利息收入	<u>23,020</u>	<u>15,386</u>
	<u>20,945</u>	<u>14,173</u>

7. 所得稅

	本集團	
	截至2004年 12月31日止 9個月期間 港幣千元	截至2004年 3月31日止 12個月期間 港幣千元 (重列 — 附註)
本期稅項－香港	—	5,500
本期稅項－中國	48,530	77,435
以前年度所得稅調整	(6,608)	—
遞延稅項	117	6,111
本期所得稅	<u>42,039</u>	<u>89,046</u>

本集團須以每間企業為基準，就本集團成員公司於其所註冊及營運的司法權區所產生或取得溢利支付所得稅。根據中國相關所得稅法，除本集團所享有的若干優惠外，本集團附屬公司須就彼等各自的應課稅收入按33%的稅率支付中國所得稅。本期及遞延所得稅乃根據現行稅率確定。

依據中國現行的企業所得稅法對在深圳經濟特區成立的企業的規定，深圳國美的企業所得稅減按15%的稅率徵收。

依據中國現行的企業所得稅法，新辦的商貿企業，安置城鎮下崗失業人員達到一定要求，可在三年內減免所得稅。依此，中國有關稅務機關批准對福州國美在2003年、2004年及2005年的期間內免予徵收企業所得稅。

依據中國現行的企業所得稅法，新辦的勞動就業服務企業，安置城鎮失業人員達到規定要求的，可在三年內減免所得稅。依此，中國有關稅務機關批准對天津國美在2001年、2002年及2003年的期間內免予徵收企業所得稅；批准對天津物流於2003年9月1日至2006年8月31日的期間內免予徵收企業所得稅；批准對天津諮詢於2003年12月1日至2006年11月30日的期間內免予徵收企業所得稅。

依據中國現行的企業所得稅法，對新辦的商貿企業可申請減免所得稅一年。依此，中國有關稅務機關批准對深圳國美，廣州國美，武漢國美在2003年免於徵收所得稅一年。

依據中國現行的企業所得稅，對設在西部地區，經營國家鼓勵業務，符合特定條件的企業每年可減按15%稅率繳納企業所得稅。依此，中國有關稅務機關批准對重慶國美，成都國美及西安國美於2003年和2004年減按15%稅率繳納企業所得稅。

依據中國現行的企業所得稅法，對在雲南省新成立的企業，其註冊資本超過人民幣500萬元並且超過51%的註冊資本源自雲南省外的，可在三年內免徵所得稅並且在其後的兩年內減半徵收。依此，昆明國美自2003年起至2005年12月31日免繳企業所得稅，自2006年起至2007年12月31日減半繳納企業所得稅。

依據中國現行的企業所得稅法，2004年武漢國美在安置城鎮下崗失業人員達到一定要求的情況下，享受應納所得稅額減免30%的優惠。

截至2004年12月31日止9個月期間和截至2004年3月31日止12個月期間的預計可實現利潤是按17.5%的稅率計提的香港所得稅準備。由於本集團於截至2004年12月31日止9個月期間並無於香港取得應課稅溢利，故本集團並無就香港利得稅計提準備。

本集團有結轉的稅損。然而，由於本集團在可預見的將來不可能有足夠的應稅利潤以享用時間性差異，因此沒有提撥遞延稅項準備。

期內，以法定所得稅率計算並適用於未扣除所得稅經營業務盈利的所得稅支出，與本集團以其實際所得稅率計算的所得稅支出的調節表如下：

本集團－截至2004年12月31日止9個月期間

	香港		中國		合計	
	港幣千元	%	港幣千元	%	港幣千元	%
除稅前利潤	<u>(14,043)</u>		<u>603,813</u>		<u>589,770</u>	
除稅前利潤稅項	(2,458)	(17.5)	199,258	33.0	196,800	33.4
優惠所得稅稅率的稅務影響	-	-	(158,031)	(26.2)	(158,031)	(26.8)
以前年度所得稅調整	-	-	(6,608)	(1.1)	(6,608)	(1.1)
免稅收入的稅項影響	-	-	(1,812)	(0.3)	(1,812)	(0.3)
不可扣減支出的稅項影響	-	-	9,232	1.5	9,232	1.5
未確認之稅損	<u>2,458</u>	<u>17.5</u>	<u>-</u>	<u>-</u>	<u>2,458</u>	<u>0.4</u>
所得稅支出	<u>-</u>	<u>-</u>	<u>42,039</u>	<u>6.9</u>	<u>42,039</u>	<u>7.1</u>

本集團－截至2004年3月31日止12個月期間

	香港		中國		合計	
	港幣千元	%	港幣千元	%	港幣千元	%
除稅前利潤	<u>25,499</u>		<u>428,529</u>		<u>454,028</u>	
除稅前利潤稅項	4,462	17.5	141,415	33.0	145,877	32.1
優惠所得稅稅率的稅務影響	-	-	(65,309)	(15.2)	(65,309)	(14.4)
免稅收入的稅項影響	(112)	(0.4)	-	-	(112)	-
不可扣減支出的稅項影響	861	3.4	7,440	1.7	8,301	1.8
未確認之稅損	<u>289</u>	<u>1.1</u>	<u>-</u>	<u>-</u>	<u>289</u>	<u>0.1</u>
所得稅支出	<u>5,500</u>	<u>21.6</u>	<u>83,546</u>	<u>19.5</u>	<u>89,046</u>	<u>19.6</u>

8. 股息

擬派末期股息－每股2.5分
(截至2004年3月31日
12個月期間：零)

截至2004年 12月31日止 9個月期間 港幣千元	截至2004年 3月31日止 12個月期間 港幣千元
-------------------------------------	-------------------------------------

41,061

—

截至2004年12月31日止9個月期間擬派之末期股息須經即將舉行的年度股東大會批准。

9. 每股盈利

期內每股基本盈利乃按本公司截至2004年12月31日止9個月期間普通股股東應佔淨溢利約港幣352.9百萬元(截至2004年3月31日止12個月期間：約為港幣244.1百萬元)及期內潛在之已發行普通股之加權平均數約為1,641.0百萬元(截至2004年3月31日止12個月期間：約為1,553.0百萬元)計算。期內潛在之已發行普通股之加權平均數已就下列兩項做出調整：i)股份合併之影響；ii)期內潛在之1,503.9百萬元普通股，猶如在所呈報期初44.1百萬元普通股及已存在收購事項中發行之因轉換強制可換股票據所產生的約1,459.8百萬元普通股。

期內每股攤薄利益乃按本期間普通股股東應佔淨利(已經加計可轉換票據的利息)約港幣353.0百萬元(截至2004年3月31日止12個月期間：約為港幣244.8百萬元)及期內之未發行普通股之加權平均數約為1,641.5百萬元(截至2004年3月31日止12個月期間：約為1,561.2百萬元)來計算。

自報告日起至財務報表完成日之前，沒有有關普通股或潛在之普通股的其他交易。

集團回顧

2004年為使本集團興奮的一年。截至2004年12月31日9個月內，本集團以總代價為港幣83億元收購Ocean Town全部已發行股份藉以進行企業重組。Ocean Town為一間於2001年12月28日在英屬處女群島註冊成立的有限公司，自註冊成立以來，除持有中國註冊公司國美電器65%股權外，Ocean Town並無從事任何業務。國美電器以「國美」的商業名稱在中國從事電器及消費電子產品的零售業務。因此，本公司名稱於2004年8月更改為國美電器控股有限公司，以反映本集團業務發展的新著眼點。

由於進行收購，本集團成功轉型為中國最大型的電器及消費電子產品零售商，在2004年底，共設有144間分店。傳統上，一間店面積為3千至6千平方米，位於商業區，交通便利。這些門店提供廣泛系列的產品，包括大型家用電器及小型電器及配件。於2004年中，本集團開始探討較小規模的分店形式，當時稱為「數碼門店」。這些數碼門店目標為於十分繁盛的地區出售高檔消費電子產品。然而，本集團在這試驗中遇上兩項重大挑戰。首先，本集團發現客戶一般偏好產品種類琳瑯滿目的較大型零售商店。其次是，當時中國可供選擇的高檔消費電子產品種類並不够多。因此，本集團已將這數碼門店計劃縮減。取而代之，本集團將會更靈活應變，在選擇於特定地點開新門店時會因應規模而作出決定。

於2004年底，共設有144間門店，遍佈中國25個城市。此外，在2004年底，有74間並非在本集團架構內經營的分店，其經營所在地與本集團並無構成競爭。

本集團管理層相信，中國電器零售業的增長潛力豐厚。根據中國國家信息中心資料顯示，在1992年至2002年期間，業內的複合平均增長率(CAGR)為11.4%。另外，中國國家信息中心預期業內CAGR將維持於12.5%，在2008年市場銷售額將達人民幣7,780億元。同時，管理層相信市場迅速增長的趨勢將會持續，而且對市場規模抱更樂觀的態度。

本集團的證券及期貨經紀業務所產生的收益及淨溢利貢獻並非重大。此外，本集團亦持有一幅位於北京的尚未開發土地。上述資產被視為非核心資產，管理層將不會進一步投入資金。因此，管理層正積極物色出售上述資產的適當時機。

為改善本集團內部營運的協調和財務匯報情況，由2004年起，財務年度的結算日已由3月31日更改為12月31日。故此，本財政年度的業績所涵蓋的時間只有由2004年4月1日至12月31日的9個月(「甲期間」)，不可與由2003年4月1日至2004年3月31日(「乙期間」)的過往期間業績作直接比較。

於甲期間，本集團營業額為港幣92億元，乙期間為港幣97億元。營業額主要包括零售業務所產生的銷售額，而證券及期貨經紀業務佔營業額不足1%。於甲期間，本集團繼續擴充其零售網絡，從而可進一步提升銷售額。本集團堅決將重點放在零售業務管理及財務資源的運用上。本集團的策略性目標，是透過以下競爭優勢，鞏固在市場的主導地位，並進一步發展遍及全國的零售網絡，成為不可取代的市場領導者：

- 18年經營背景，歷史較本集團國內任何競爭對手悠久，且在中國市場擁有豐富的零售經驗
- 以具競爭力的價格、交通方便的地點及良好的顧客服務態度，使顧客享有更佳的購物樂趣
- 擴充全國分店網絡，真正具備經濟規模效益

- 與國內外主要供應商有長久的合作關係
- 國美品牌為全國享負盛名

於甲期間之毛利為港幣8億9,900萬元。於乙期間為港幣7億8,100萬元。於甲期間之經營溢利及淨溢利分別為港幣5億6,900萬元及港幣3億5,300萬元，而於乙期間分別為港幣4億4,000萬元及港幣2億4,400萬元。每股盈利於甲期間及乙期間分別為港幣22分及港幣16分。

本集團董事會決定宣派每股港幣2.5分股息。

業務回顧

營商環境

隨著中國經濟持續發展，電器及消費電子產品的零售業出現急速增長。根據中國國家信息中心統計數字顯示，電器零售市場於1992年及2002年期間的CAGR增長11.14%，預期由2004年至2008年將進一步增長12.5%。管理層認為，增長由多項因素推動，包括：

- 城市及農村收入增長增加，因而提升購賣力。雖然比較基數低，農村收入增長將成為家電銷售的原動力，特別是大型家用電器。研究資料顯示，城市及農村收入增長於2004年首3季為11.4%
- 城市化令家電滲透率增加。研究資料顯示，中國於2003年的城市化速率為41%。中國政府及亞洲開發銀行均預期，有關比率於2010年將達至50%。城市化的增加預期會產生4千萬個新增城市家庭
- 住宅物業急速發展導致生活空間的擴大。研究資料顯示，於2003年平均每個家庭佔用75平方米或約人均25平方米的面積。住宅物業持續會令這統計數據有所增加
- 替換及升級需求(特別是家電類別)增加，令本行業的需求週期持續
- 中產消費者對高檔、先進及時尚裝置的需求日益增加，令消費額上升

由於中國電器及消費電子零售市場急速增長，小型店舖及百貨公司櫃台等傳統零售店的市場佔有率已逐漸被專業零售連鎖店所侵佔。根據中華人民共和國商務部於2005年2月發放的數據顯示，連鎖企業已在中國零售業穩佔一席位。30家頂尖的零售商目前在中國零售市場的佔有率為7.1%。本集團相信，家用電器及消費電子產品零售市場中專業連鎖店所佔的百分比明顯較高。由於消費者追求的是更實惠的價格、更多型號、更好的購物經驗及更佳售後服務，這些專業連鎖店對他們的普及程度迅速上升。

作為中國最大型的電器及消費電子產品連鎖式零售商，本集團正處於有利位置，可從中國經濟增長及這行業的正面轉變中獲益。

零售網絡覆蓋範圍

於甲期間，本集團推行一項快速擴展計劃，為本集團取得令人滿意的業績的主要因素。

於2004年底，本集團總共經營144家分店，遍及25個中國主要城市。於甲期間，本集團開設58家新分店，並擴展至5個新城市。下表顯示於2004年底我們分店遍佈的地點：

地點	分店數目
北京	24
天津	15
重慶	14
成都	13
廣州	10
深圳	9
瀋陽	9
武漢	7
西安	7
福州	6
青島	5
濟南	5
其他地點	20
總數	144

此外，於2004年12月底，還有另外74家以「國美」名義經營的分店，由本集團主要股東黃光裕先生最終擁有之公司所擁有及經營。此外，於2004年底，另外有9家特許專營門店以國美名稱經營，亦為黃光裕先生所擁有。這些店舖並不屬本集團所有，而所設置的地點均與本集團的分店分開，並且不會與本集團構成競爭。根據本集團與黃先生簽訂之協議，各方均可享有分別在其現時所在地點經營的專營權，而本集團擁有優先權打入雙方現時尚未有任何業務的新市場。

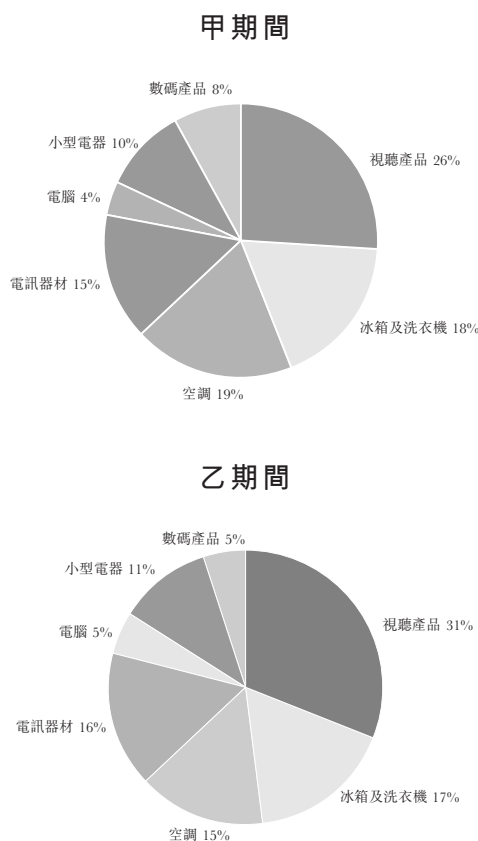
零售網絡快速擴展令本集團的議價能力增加。本集團可藉著正在不斷增加的採購平台及規模獲取有利的銷售額回贈及來自供應商的其他優惠。

儘管於甲期間本集團的網絡擴展步伐迅速，本集團均能夠保持高水平的服務水準。本集團於進軍新市場的同時，仍能嚴格遵守既定生產程序、規則及標準，在設計分店及製定營運過程時均會加入若干特定本地化特色。因此，本集團可以取得日益多元化的收入基礎，並可進一步將其網絡發展為一個真正全國網絡。舉例說，本集團北京業務的收入僅佔總收入約20%。

於2004年可使用總面積約為410,000平方米，於甲期間增加約107,000平方米。

產品銷售

傳統大型家用電器(包括冰箱、洗衣機及空調)佔這甲期間總銷售額的37%，較乙期間增加5%。中國仍然是發展中國家，未來對大型家用電器應會有持續的需求。視聽產品佔26%，較乙期間減少5%。數碼產品佔甲期間收入的比例較大，達8%，而乙期間僅為5%，原因是客戶購買這些產品的能力增加。概括來說，與乙期間比較，於甲期間按產品類別劃分的銷售額更為平均。



本集團在分店銷售大量獨家產品型號，與競爭對手比較享有較大競爭優勢。獨家安排包括可供國美門店首先銷售的新型號、國美設計之特定規格型號，以及多項其他安排。此等獨家安排佔甲期間總收入約20%，一般毛利率較可予比較但非獨家型號為高。在本集團分店可供選擇的產品獨家型號的類別多不勝數，對本集團毛利率有相當貢獻。

於甲期間，以金額計算外國品牌及本地品牌各佔總收入約一半，而本地品牌的銷售數量較外國品牌略高。管理層認為，這平衡狀況反映產品及品牌結構恰當，亦反映出消費者的喜好相當平均，以及本集團能夠與外國及本地品牌有效地配合並透過本身的零售渠道分銷其產品。

互聯網銷售額於甲期間佔銷售額不足1%。有關銷售涉及高度標準化及低價值的傳統大型家用電器及小型電器產品。雖然網上交易目前僅佔本集團總銷售額的一小部份，但本集團管理層正密切留意中國電子商貿發展的趨勢，並希望把握未來的上升趨勢以獲取利益。

採購

誠如本節所述，本集團的零售網絡於這期間快速擴展。管理層相信，一個正在擴展的全國性網絡對於由經營模式中獲取規模經濟效益及與供應商談判方面極為重要。目前，本集團及以國美名稱經營但並不是由本集團擁有的門店按共同基準進行採購，務求由供應商獲取更佳銷售額回贈及更優惠的條款。在目前的採購平台下，本集團80%的採購額乃直接與供應商進行交易。

鑒於這集中採購的安排，以及本集團管理層的視野亦放在本集團架構以外的國美門店，本集團獲取那些門店的銷售額若干百分比作為管理費及採購服務費。詳情請參閱較後一節。

本集團積極尋求進一步發展與主要供應商的長遠策略性關係。本集團管理層相信，只有按雙方滿意及長線地與策略性供應商共同合作，本集團才可於未來繼續有美好的發展。

競爭

於部份城市或地區，本集團面對來自當地或地區性競爭對手的競爭，甚至在市場佔有率方面落後競爭對手。在這些城市中，本集團一般來說仍未有完善網絡，或在多個領域處於弱勢，如與供應商之關係、產品種類、推廣活動及門店地點選擇等。這弱勢因而令業務規模難以增長，門店的貨物流量亦難以改善。本集團全面掌握有關問題，並正積極解決這些問題。採取的措施包括下列各項：

- 實行管理層主動訓練，尤其是中層及門店經理
- 於銷售及採購部門建立策略聯盟單位，務求與主要策略供應商配合更佳
- 簡化電訊及數碼產品的採購程序，以加強與供應商的工作關係
- 加強配件、小型電器、不同品牌的資訊科技產品、產品種類及型號之數量
- 改進多間分店的市場推廣策略，以改善產品流量及銷售
- 增加獨家產品型號的銷售比例
- 增加擺放空間的有效使用
- 改進客戶服務，尤其是空調銷售方面
- 主辦主要會議，以進一步推廣國美品牌及提高其知名度
- 內部監察部門將製訂嚴格措施，以清除不合乎常規的情況

財務分析

邊際利潤

於甲期間，本集團營業額為港幣92億元，於乙期間為港幣97億元。本集團於甲期間的毛利率達9.8%，於乙期間為8.1%。毛利率上升的原因是獨家型號銷售比率上升、供應商直接採購更多及本集團採購規模增長令供應商提供更佳條款所致。

經營邊際利潤因多項因素由4.6%增至6.2%。首先，毛利率由8.1%增至9.8%，其次是經營邊際利潤因其他經營收入上升而受惠儘管經營開支佔收益的百分比由乙期間的7.0%增加至甲期間的7.6%。於甲期間的淨邊際利潤由乙期間的2.5%增加至3.9%。

下表顯示邊際利潤的比較：

	甲期間	乙期間
毛利率	9.8%	8.1%
經營邊際利潤	6.2%	4.6%
淨邊際利潤(扣除少數股東權益前)	6.0%	3.8%
淨邊際利潤(扣除少數股東權益後)	3.9%	2.5%

其他經營收入

隨銷售額回贈及利潤保證之外，本集團能夠獲取其他來自供應商的營運收入，包括門店開張優惠、上架費及分擔聯合推廣開支。

下表顯示其他經營收入概要：

	甲期間 港幣百萬元	乙期間 港幣百萬元
來自供應商		
促銷收入	137	169
管理費收入	38	44
上架費	21	21
進場費	38	27
	<hr/>	<hr/>
小計	234	261
	<hr/>	<hr/>
安裝空調管理費	28	30
加盟店的特許權費收入	1	5
來自母集團之管理費收入	57	16
其他	44	21
	<hr/>	<hr/>
經營收入總額	364	333

經營開支

作為一家零售商，本集團的盈利能力由銷售額及邊際利潤所推動。因此，本集團必須時常尋找增加邊際利潤的方法及實行有效成本控制。於甲期間，總經營開支佔收入7.6%，於乙期間佔7.0%。

下表為兩段期間的經營開支明細：

	甲期間 百萬港元	乙期間 百萬港元
銷售及分銷開支	514	508
行政開支	123	124
其他	58	42
	<hr/>	<hr/>
總經營開支	695	674

於甲期間，由於市場對理想零售地點需求增加，本集團在租金開支方面遇上壓力。因此，於乙期間租金佔銷售額的百分比由1.5%增加至1.7%。與此同時，本集團投入更多資源於培訓、發展及保留員工方面。因此，員工開支佔銷售額的百分比由乙期間的1.8%增加至甲期間的1.9%。由於本集團繼續擴大銷售分店，故本集團認為招聘及保留高質素人材變得日益重要。

其他經營收入有所改善抵銷了經營開支增加的部份影響。因此，經營邊際利潤由乙期間的4.6%增加至甲期間的6.2%。本集團的淨邊際利潤亦由乙期間的2.5%增加至甲期間的3.9%。

展望及前景

2005年擴展計劃

自收購Ocean Town後，本集團已明確表示，其有意將管理及財政資源集中發展電器及消費電子產品零售業務。在中國經濟持續發展下，零售業具有巨大的增長潛力，管理層對電器零售業務的前景及其增長潛力充滿信心。

本集團管理層相信，2005年是關鍵性的一年。這是本集團開展極為進取4年擴展計劃的第一年。擴展計劃的策略性目標為增加市場佔有率及進一步鞏固本集團在市場的領導地位。因此，本集團預期會透過在全國開設約130間新分店，以進一步擴大現時的零售網絡，並尋求於2005年底前將分店數目增加一倍。推行擴展計劃，整體而言可能對本集團邊際利潤構成壓力。然而，本集團有信心，透過推行控制成本措施，維持相同分店銷售額增長，及加強與主要供應商的策略性關係，可在若干程度紓緩對邊際利潤的負面影響。

本集團計劃於北京、天津及深圳等主要城市開設這些新分店，力求進一步鞏固其現時城市網絡的實力，以及搶佔競爭對手的市場佔有率。同時，本集團將進軍人口集中及獲人均國內生產總值支持的城市，以進一步擴展本集團的全國性網絡，將國美的服務帶給國內更廣泛的消費者。一般而言，本集團目標為人口50萬及以上之城市。本集團相信這業務具有真正的規模效益，因此認為市場佔有率的增長為未來4年的主要策略。

本集團認為，憑著18年的市場經驗，擁有可以調整的營運模式，以及廣為人知的國美品牌，2005年擴展計劃將可令本集團發展成一個更強的競爭對手及鞏固其領導地位。為了確保該計劃可以順利進行，本集團認為管理資源、僱員培訓及增強信心是關鍵因素。因此，本集團正推行以下措施：

- 三層管理結構 — 為了應付本集團迅速發展，已建立新管理層架構，將零售業務劃分為7個地區辦事處，監督地區分店。北京總辦事處負責釐定策略目標及計劃，作出重大投資決定，與供應商商討採購合約及實行內部監控及監察。地區辦事處集中處理在地區層面上統籌本集團策略，最後由分店管理層在各區落實各措施。本集團管理層相信這架構會令資源調配更理想、加強本地客戶化及反應時間加快。
- 增強營業員信心 — 前線的銷售資源帶動我們的業務邁向成功。本集團致力與供應商合作，確保供應商的營業員受到妥善的管理，以及於銷售技巧及技術產品知識方面接受過正規化訓練。
- 培訓門店經理 — 按照4年擴展計劃，對優質門店經理的需求會非常殷切。針對這問題，國美管理學院於2005年初成立，作為一個培訓場地。於國美管理學院，管理理論及技巧、與學院及大學的聯合課程及行政人員計劃為其課程主要元素。
- 指導計劃 — 經驗豐富的經理與培育對象兩人一組參加指導計劃，目標為培育未來優秀管理人員，以滿足公司高速發展的人才需求。
- 招聘中層及高級管理人員 — 本集團已在大學範圍內展開招聘計劃及全面管理層練習生計劃。本集團已定期在春季及秋季作出招聘。此外，本集團亦積極在這行業內羅致人才。
- 獎勵與表現掛鉤 — 透過清楚訂明表現目標並監察其進展，本集團透過獎勵表現達致預先訂定表現基準的僱員，務求令僱員的利益與本集團的策略性舉措一致。

另一項左右本集團能否根據擴展計劃製訂的目標取得令人滿意進展的關鍵因素為選擇合適門店地點。為了確保選擇程序可以有效及妥善執行，本集團編製標準全面門店選擇手冊，所有新門店須符合既定的指引。此外，一但選定了地點，便採用標準化的門店開設程序。

該等措施是連同業務回顧上節「競爭」所載應付競爭的措施一併執行。

改進ERP系統

本集團計劃進行一系列改進企業資源管理(ERP)系統措施。本集團目前估計該項目在硬件及軟件投資方面花費約人民幣1,500萬元。採取的措施包括：

- 設立存貨監察機制，以更有效地辨別流動緩慢的存貨，並作出必需的修正行動
- 與供應商的資訊科技基建連繫，使供應商可監察其本身品牌於本集團門店的流動情況
- 改善現時的網上基建，務求締造更佳的網上購物經驗

市場滲透率

本集團擴展計劃的主要前提為於短期內增加市場佔有率。本集團管理層相信，現時的城市市場佔有率由20%至60%。本集團管理層相信，鑒於這行業仍非常分散，而像本集團的專門零售連鎖店仍未打入大部份中國城市，故全國而言本集團的市場佔有率仍十分低。為了獲得經濟規模效益提供的最高價值及利用在當地及全國水平的大量分店的優勢，本集團管理層認為提高其本身已經營的城市或地區及全國的市場佔有率是極為重要的。因此，2005年擴展策略為一個雙向策略。

產品別具一格

本集團亦會力求增加獨家產品型號的銷售比例。透過與供應商達成這獨家型號安排，本集團將可藉獨家型號的較高毛利率而提升盈利能力。此外，廣泛產品類別的獨家型號擁有令人渴求的特徵亦成為本集團的主要別具一格因素，這將增加客戶購物的意欲，亦可令客戶忠於國美品牌。

除了增加獨家型號的銷售比例之外，為客戶提供合適產品選擇同樣重要。同時，本集團必需推廣小型電器及配件等較高邊際利潤的產品。因此，本集團會積極地針對這問題，務求令客戶稱心如意。

未來收購計劃

作為中國加入世貿的承諾，有關零售資產的擁有權限制於2004年12月11日解除，市場競爭應會更加激烈，尤其是當外資競爭對手進軍這市場。因此，本集團須要進一步增加市場佔有率及增強財政實力。因此，若國美電器餘下的35%權益可供收購的話，本集團會考慮購入。就購入此35%權益而言，本公司已獲得優先權。

流動及財政資源

於2004年底，本集團有現金及現金等價物港幣16億元，較於2004年3月31日的港幣3億元為高。此外，本集團於2004年底已抵押港幣8億5,000萬元存款(截至2004年3月31日止：為港幣7億6,200萬元)。除了貿易及應付票據(2004年底金額港幣30億1,200萬元)，本集團並無任何銀行貸款。於2004年3月31日，貿易及應付票據金額

為港幣23億8,500萬元。存貨由2004年3月31日的港幣7億8,400萬元增加至2004年底的港幣10億4,600萬元。

於甲期間經營活動的現金流金額為港幣6億4,800萬元。於乙期間，現金流金額為港幣13億8,400萬元。於兩個回顧期內的資本開支分別為港幣5,100萬元及港幣7,900萬元。有關資本開支主要用於開啟新分店及資訊科技系統的開發及改進。

非常重大收購及關連交易

於2004年6月，本集團收購Ocean Town全部股權，Ocean Town為一間於英屬處女群島註冊成立的有限公司，持有國美電器65%股權。國美電器為一間根據中國法例成立的中外合資經營企業，當時持有位於中國22個城市共96間電器零售店的全部權益。收購Ocean Town的代價為人民幣88億元（約港幣83億元）。有關代價以下列方式支付：

1. 其中港幣2億4,350萬元於每40股股份合併為1股新股份的股本重組後以配發及發行約4,410萬股新股份支付；
2. 其中約港幣70億3,140萬元以發行首批可換股票據償付；及
3. 其中約港幣10億2,690萬元以發行第二批可換股票據償付。

於收購日期，以「國美電器」為品牌的電器零售網絡於中國37個城市合共經營135間門店。然而，本集團管理層僅確認位於22個城市共96間門店（「目標集團」）進行收購，而餘下位於15個城市的39間門店（「母集團」）將維持現狀，其原因如下：

1. 目標集團擁有更良好往績紀錄，因此可就未來發展奠定穩固基礎；及
2. 與目標集團比較，餘下城市的業務較不成熟，因此須面對較高的業務風險。

由於目標集團及母集團均於不同地區經營，因此不會出現直接競爭。為於網絡營運中取得最大的競爭優勢，目標集團及母集團均由同一隊資深管理隊伍管理，並已就下列關連交易訂立協議：

1. 臨時採購服務協議

於收購前，母集團已與多名供貨商訂立採購合約，並為母集團及目標集團的門店採購電器產品。作為臨時採購安排，母集團及目標集團先前已訂立協議，據此，母集團會繼續為目標集團向該等供貨商採購產品。有關採購安排於2004年9月30日屆滿。然而，於有關收購後至2004年9月30日期間，目標集團向母集團採購總額為港幣9億8,300萬元。

2. 採購服務協議

目標集團及母集團已訂立協議，據此，目標集團將於收購完成後向母集團提供採購服務，為期36個月，並將收取母集團銷售電器及消費電子產品的收入0.9%作為服務費。於有關收購後至2004年12月31日期間，源自母集團的服務費為港幣3,000萬元。

3. 管理協議

目標集團及母集團已訂立協議，據此，目標集團將向母集團提供管理服務，倘母集團從銷售電器及消費電子產品所產生的銷售收入相等於或少於人民幣50億元（約港幣47億元），目標集團將收取總額0.75%作為年度管理費用，而倘有關銷售收入超過人民幣50億元，則按0.6%的比率收費。於有關收購後至2004年12月31日期間，源自母集團的管理費用為港幣2,700萬元。

於收購日期，母集團結欠目標集團人民幣10億8,850萬元。該筆款項其後已於2004年10月全數清償。

資產抵押

於2004年12月31日，本集團已抵押金額達港幣8億5,000萬元的存款，以作為授予本集團的一般銀行信貸的抵押。

或然負債及承擔

於2004年12月31日，並無任何重大或然負債或承擔。

外幣及庫務政策

由於本集團大部分業務交易、資產及負債均主要以人民幣或港元結算，故本集團所承受的外匯風險不大。本集團的庫務政策為只會在外匯風險（如有）對本集團有潛在重大財務影響時進行管理。本集團將繼續監察其外匯狀況，並於有需要時以外匯遠期合約對沖外匯風險。

人力資源

於2004年12月31日，本集團共有9,236名僱員，其中9,219人駐於中國，17人則駐於香港。本集團極為重視人

力資源，深明吸納和挽留表現稱職的員工對其繼續成功十分重要。薪酬組合一般參考市場水平及個別員工的資歷而定出。

董事會審核委員會

董事會審核委員會由三名獨立非執行董事史習平先生、陳玉生先生及陳淮先生組成。董事會審核委員會擬每季召開一次會議，以協助董事會就本集團財務報表的完整性、準確性及公平性，以及本集團營運及內部監控的效率及效力提供獨立評審。此外，董事會審核委員會已審核管理層匯報事宜，包括審核本集團綜合財務報表及核數師相關報告，並將其報告提交董事會。

末期股息

董事提呈於2005年4月15日星期五舉行的應屆股東週年大會上建議派發末期股息每股港幣2.5分。末期股息(若經批准)將派發予於2005年4月15日名列股東名冊的股東。

暫停辦理股份過戶登記

股份過戶登記處將於2005年4月11日(星期一)至2005年4月15日(星期五)(首尾兩天包括在內)暫停辦理過戶登記手續。於這期間內，將不會辦理股份過戶手續。要符合獲派末期股息的資格，所有過戶表格連同有關股票須於2005年4月8日(星期五)下午四時前送達香港灣仔告士打道56號東亞銀行港灣中心地下，本公司之股份過戶登記處雅柏勤證券登記有限公司辦理過戶手續。

買、賣及贖回本公司股份

本公司及其附屬公司於有關期間概無買、賣或贖回本公司股份。

遵守上市規則最佳應用守則

並沒有董事察覺有任何資料顯示本公司在本年報所涵蓋的會計期間內的任何時間不遵守香港聯合交易所有限公司上市規則附錄十四之最佳應用守則，惟因根據本公司細則規定，獨立非執行董事須在股東週年大會上輪值告退，彼等之任期並未定明。

業績公佈詳情

本集團之詳盡業績報告涵蓋根據聯交所證券上市規則附錄十六第45(1)至45(3)段所需之資料，將於適當時候於聯交所之網站發佈。

致謝

本人謹代表董事會向各股東、客戶、供貨商、往來銀行及專業人士對本集團的支持致謝，並對全體員工於整段期間內所付出的努力及貢獻致謝。

承董事會命
董事
伍健華

香港，2005年3月14日

於本公佈刊發之日，本公司之執行董事為黃光裕先生、杜鵑女士、林鵬先生及伍健華先生；而本公司之獨立非執行董事則為史習平先生、陳玉生先生及陳淮先生。

* 僅供識別

請同時參閱本公布於香港經濟日報刊登的內容。