

管理層討論與分析

業績刷新紀錄

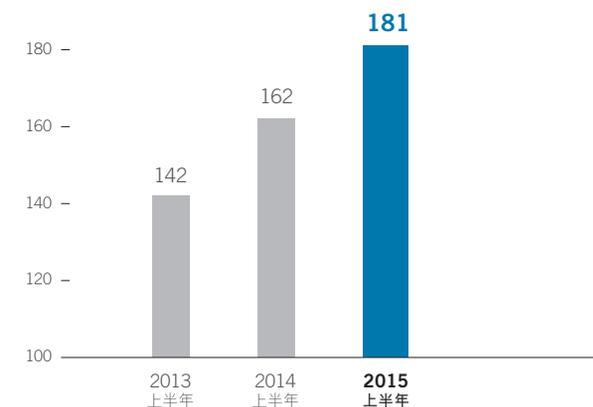
二零一五年上半年，創科實業在營業額、毛利及淨利潤均錄得創紀錄的雙位數字增長。毛利率及淨利潤率均持續改善，營業額增長10.0%，撇除匯兌影響營業額增長更達14.4%。所有地區均有可觀的增長，印證公司的創新產品有能力贏得市場份額。佔集團營業額79.1%的電動工具分部，創造16.7%雙位數字增幅，乃電動工具行業之冠，其中Milwaukee電動工具業務之全球營業額更增長24.4%。消費者電動工具及戶外園藝工具業務走勢強勁，帶動營業額也達致雙位數字增長。地板護理及器具業務佔集團總營業額五份之一，因要符合歐盟能源標籤指引及策略性退出低利率OEM產品市場，營業額下降9.7%，然而，充電式產品類別持續錄得增長。我們認為此業務將於來年回復常態。

集團上半年的強勁表現反映我們持續策略的成效，向市場成功推出尖端科技的嶄新產品，例如領先業界的鋰電充電平台、建基於深入瞭解客戶需要的強勁品牌、終端客戶的忠誠及承諾持續改善營運效益。

我們堅守策略令毛利率連續七個報告期間持續改善。我們對工業生產力、全球採購計劃及提升供應鏈效率的措施持續推行不遺餘力，加上推出高利潤嶄新產品以及銷量提升，令毛利率增加60基點至35.6%。研發投資、地域擴充及營銷計劃令我們的嶄新產品更有效地打進分銷渠道。我們的除利息及稅項前盈利增加12.1%，股東應佔溢利達159,000,000美元，增長為16.5%，而每股基本盈利則上升了16.4%至8.67美仙。

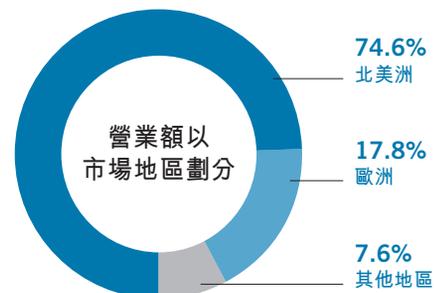
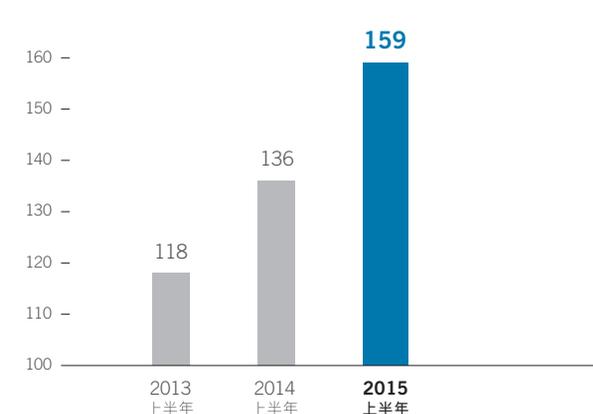
除利息及稅項前盈利

百萬美元



本公司股東應佔溢利

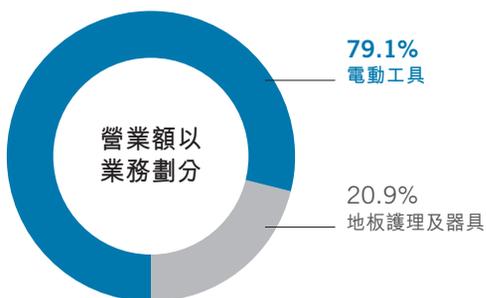
百萬美元



業務回顧

電動工具

電動工具業務增長強勁，於上半年的營業額達1,958,000,000美元，較二零一四年同期增加16.7%。該業務佔整體營業額的79.1%。



工業電動工具

Milwaukee電動工具業務於全球錄得24.4%增長，在所有地區均錄得雙位數字增幅。持續推出嶄新產品、實施以終端用家為對象的措施、專注於卓越營運，均令我們獲取更多市場份額。

MILWAUKEE M12及M18鋰離子充電平台持續滲透全球市場，並推出多項嶄新產品。隨著發展FUEL專利技術令品牌更為強大，例如推出業界首個手提12伏特無碳刷圓鋸等突破性產品。FUEL技術已廣為全球終端用家及分銷渠道的正面好評。憑藉領先業界的技術，MILWAUKEE品牌繼續促進專業及業界用戶由傳統交流式電動工具過渡至鋰電充電式電動工具。M18手提式無碳刷馬達鑽機、錘鑽及衝擊電鑽的推出鞏固了MILWAUKEE品牌在充電鑽及栓扭解決方案的地位。於下半年，我們將推出更多類別的M18充電式產品，以提升我們的工業產品及增進生產效率的解決方案。

我們的MILWAUKEE品牌持續在電動工具配件業務中增長，為市場帶來嶄新產品，並向終端用家提供加強工作效率的解決方案。我們推出HOLE DOZER合金圓孔鋸，為工地的終端用家提供高效鑽孔解決方案，於極端環境下仍持久耐用。此外，新的MILWAUKEE具調較功能的鑽孔鋸刀鞏固了此品牌作為棘手電氣及管道安裝領先解決方案供應商的地位。

為增強手動工具業務，我們推出嶄新的輕巧鉗子，以用家為本具革命性的儲物包產品，以及使用壽命更長的新一代捲尺。持續發展新一代捲尺業務，在目標市場的市場份額獲得雙位數字的增長。我們透過EMPIRE平水尺擴充我們的測繪工具業務，而EMPIRE平水尺在美國及加拿大獲得商業用家的強勁支持，並繼續擴展至全球市場。此外，我們手動工具業務內的營運改善令生產力大幅提升，同時奠定迅速及可持續增長的基礎。

消費者電動工具

消費者電動工具業務錄得顯著增長，在北美、歐洲(“EMEA”)及澳洲和新西蘭(“ANZ”)地區均錄得雙位數字自然增長。RYOBI為全球首屈一指的DIY電動工具品牌，以18伏特ONE+ SYSTEM平台的領先鋰電充電平台為旗艦。我們繼續透過嶄新產品及領先業界的創新技術(例如新的5.0安培鋰電池組)以擴充ONE+品牌工具系統。ONE+品牌在取得客戶忠誠方面的策略極為成功，新電池和工具可兼容並適用於所有過往RYOBI 18伏特ONE+工具及電池。

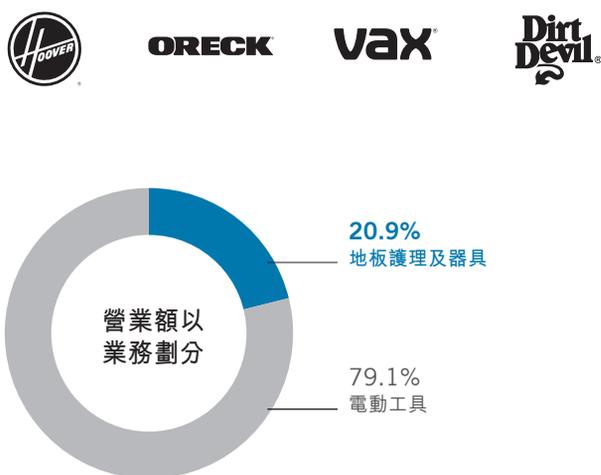
AEG品牌在EMEA及ANZ專業市場均有出色增長。該品牌的增長主要來自18伏特鋰電產品系列，配備行內最出色的功能，領導業界的鋰電技術及最近推出的嶄新無碳刷馬達技術。

戶外園藝工具

戶外園藝工具在北美、EMEA及ANZ市場均錄得出色的雙位數字增幅，增長源自有利的天氣狀況及推出多項嶄新產品。我們正透過RYOBI鋰電充電平台加入嶄新產品，引導行業過渡至鋰電戶外園藝工具。憑藉鋰電充電式電動戶外園藝工具的便利，我們極為成功的RYOBI 18伏特ONE+ SYSTEM平台及40伏特計劃的產品銷售量強勁及提升各主要市場的市場份額。在傳統交流電式及燃油驅動產品類別，RYOBI推出電動高壓清洗機、RYOBI全曲軸燃油驅動修草機、RYOBI燃油驅動2800PSI高壓清洗機等多項新產品，均對整體業務的增長作出貢獻。產品營銷活動、為零售夥伴提供產品培訓及營銷宣傳活動，為業務帶來良好的勢頭。

地板護理及器具

於二零一五年上半年，地板護理及器具的營業額達516,000,000美元，佔集團總營業額20.9%，下降9.7%。



我們的持續策略是專注於發展我們的品牌，因此在策略設計上會逐步退出低利潤率的OEM產品業務，致使此業務分部的營業額有所下降。再者，EMEA地區的營業額受到歐盟能源標籤指引的影響，引致不能預期的工程成本及過量供應傳統產品。尤幸地此問題已得到解決，我們將回歸正軌並於未來幾年達致增長。積極而言，歐洲對充電式產品的需求方興未艾，開始蓬勃發展，此對我們的地板護理業務有莫大裨益。

在北美，我們錄得高於同業的表現，乃是各主要大型零售商推動HOOVER品牌，以及商業清潔夥伴採用我們的HOOVER及ORECK商業品牌。創科實業的鋰電充電技術擴充HOOVER充電清潔產品系列並增進了所佔的市場份額。我們透過推出兩款具革命性的嶄新產品以推動充電式清潔需求，包括業界首款配備可拆除「剝離(lift off)」式塵罐的充電直立式吸塵機，此乃我們領先業界的FLOORMATE平台設計的首款充電式地板清洗機。ORECK品牌取得穩健的雙位數字增長，且持續擴充夥伴商店及推出新產品。此外，我們的商業HOOVER品牌推出表現領先業界及配備新HUSHTONE技術的產品平台，可在辦公室、酒店及醫院等寧靜環境安靜進行高效清潔。

展望

創科實業根基穩固，業務發展勢頭良好，我們預期下半年將持續取得強勁的自然增長。我們賴以成功的營商核心關鍵是利用精益求精的先進產品開發流程，以解決用戶的需要。我們嶄新的產品、強勁的品牌以及致力追求卓越營運，奠下穩健基礎，以迎接持續的自然銷售增長及亮麗的財務表現。我們不斷專注於透過投資產品開發、市場營銷及地域擴展以推進我們的業務。我們承諾持續執行此等措施以推進我們的業務並達致我們的財務目標。