

管理層討論與分析

銷售額及溢利創新高

二零一二年上半年，創科實業的銷售額及溢利再創新高，溢利率也進一步提升。憑藉我們在現有及新市場上實現內部增長，加上廣為用戶認知的強勁品牌、配備頂尖科技的創新產品、經營效率及採購的持續改善，公司得以創造驕人業績。

上半年股東應佔淨溢利為96,000,000美元，較二零一一年上半年增長20.1%。每股基本盈利為5.69美仙，較去年同期增長13.8%。未計外匯影響，集團於期內的總銷售額以自然內部增長計算上升5.2%，惟受匯率波動而影響1.2%。我們持續專注開發嶄新產品，為本集團帶來增長，佔銷售額的三分之一。我們繼續積極開拓新市場，使世界其他地方之銷售額增長8.5%（未計外匯調整）。

卓越營運效益提升盈利率

二零一二年上半年毛利率為33.5%，去年同期是32.9%。毛利率之提升，實有賴我們改進生產力，包括工程改造以調低成本、精簡製造流程及改善供應鏈計劃的效益，以上一切均有助抵銷通脹壓力。我們的銷售額增長了5.2%，然而僱員人數則下降了4.3%。

我們持續投資於研發及市場推廣，以支援新產品的推出及在全球市場建立品牌。

本公司營運資金持續改善，於二零一二年上半年，營運資金佔銷售額百分比改善至18.9%，二零一一年同期為22.1%。存貨減少了49,000,000美元，較去年同期下降了6.1%。

業務回顧

電動工具業務回顧

電動工具業務涵蓋電動工具、手動工具、戶外園藝工具及配件，銷售額為1,400,000,000美元，較去年同期上升10.1%（未計外匯調整），電動工具業務佔集團總銷售額75.9%。

工業電動工具

MILWAUKEE® 於二零一二年上半年在所有地域市場錄得雙位數字銷售額增長。集團透過推出更多MILWAUKEE® 先進技術的嶄新產品（如強勁的M18® FUEL™ 鋰電充電式工具系列），進一步擴張創新手動工具產品，以及持續深化分銷網絡以推動銷售額增長，從而增加市場份額。此外，MILWAUKEE® 電動工具配件繼續取得理想的市場收益，銷售額錄得強勁的雙位數字增幅，乃受惠於主要市場擴充SHOCKWAVE™ 鑽嘴及批嘴配件系列，以及積極推行的轉換計劃，並有助我們擴充家居用品中心、建築、工業及五金店渠道的市場。

消費者、行業及專業電動工具

於二零一二年上半年，北美消費者電動工具分部在家居裝修用品市場的銷售有中度的單位數字增幅，並增進了我們的市場地位。業務擴充的動力來自持續推出創新產品，再配合市場推廣活動令用戶了解產品的好處，充電式工具的潛在需求，並成功推出RIDGID® JobMax® 鋰電充電式多用途專業工具，以及RYOBI® 18伏特ONE+ System® 充電式工具持續取得佳績。

戶外園藝工具及配件

儘管第二季的天氣情況異常，戶外園藝工具在各主要市場仍有卓越表現，乃受惠於推出嶄新的RYOBI® 鋰電充電式戶外園藝工具錄得強勁的銷售、擴充RYOBI® 及HOMELITE® 燃油驅動式產品，以及配件銷售持續增長。