



■ VISI 35.0.26412



■ 1.456654.8



■ VISI 15.0.26412



■ 20.15.0.26412 - 1.564.5.801.55.3.2.21



■ 5.254



■ 2.00.23.012



長遠電信網絡集團有限公司

(於百慕達註冊成立之有限公司)



■ 1.456654.8



■ 2.00.23.012



■ 5.254

2002

第三季業績報告

香港聯合交易所有限公司(「聯交所」)創業板(「創業板」)之特色

創業板乃為帶有高投資風險之公司提供上市之市場。尤其在創業板上市之公司毋須有過往溢利記錄，亦毋須預測未來溢利。此外，在創業板上市之公司可因其新興性質及該等公司經營業務之行業或國家而帶有風險。有意投資之人士應了解投資於該等公司之潛在風險，並應經過審慎周詳之考慮後方作出投資決定。創業板的較高風險及其他特色表示創業板較適合專業及其他經驗豐富之投資者。

由於在創業板上市公司新興的性質所然，在創業板買賣之證券可能會較於主板買賣之證券承受較大之市場波動風險，同時無法保證在創業板買賣之證券會有高流通量之市場。

創業板發佈資料之主要方法為在聯交所為創業板而設的互聯網網頁刊登。上市公司毋須在憲報指定報章刊登付款公佈披露資料。因此，有意投資之人士應注意彼等能閱覽創業板網頁，以便取得創業板上市發行人之最新資料。

聯交所對本文件之內容概不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何聲明，並明確表示概不就因本文件全部或任何部份內容而產生或因倚賴該等內容而引致之任何損失承擔任何責任。

本文件乃根據香港聯合交易所有限公司創業板證券上市規則(「創業板上市規則」)之規定而提供有關長遠電信網絡集團有限公司之資料；長遠電信網絡集團有限公司各董事(「董事」)願就本文件之內容共同及個別承擔全部責任。各董事在作出一切合理查詢後，確認就彼等所知及所信：(1)本文件所載資料在各重大方面均屬準確及完整，且無誤導成分；(2)並無遺漏任何事實致使本文件所載任何內容產生誤導；及(3)本文件所發表之一切意見均經審慎周詳之考慮後作出，並以公平合理之基準及假設為依據。



摘要

- 截至二零零二年十二月三十一日止九個月之營業額約2,271,000,000港元，較去年同期下跌約4%，主要由於期內手機售價下降所致。
- 截至二零零二年十二月三十一日止九個月之未經審核經營溢利約70,000,000港元，較去年同期上升約62%。有關增長乃由於毛利率由去年同期之2.8%上升至4.8%所致。
- 截至九個月止期間之每股盈利為13.5港仙。

重大季度事項

- 與中國移動通信集團公司（「中國移動」）於廣東省多個城市，包括東莞、廣州及深圳合辦宣傳活動以推廣諾基亞8250及3610型號手機
- 於二零零二年十二月，與上海移動通信有限責任公司在上海合辦宣傳活動，以推廣諾基亞嶄新彩色顯示屏7210型號GPRS手機
- 於烏魯穆齊、石家莊及太原建立市場推廣網絡，以開拓更多新銷售渠道
- 取得科建K320型號手機之分銷權
- 於香港舉行之國際電聯2002年亞洲電信展上，長遠智揚（控股）有限公司（「長遠智揚」）獲委任為「指定無線網絡基礎建設供應商」
- 於季度期間，長遠智揚於香港推出O₂ Plus及Palm Tungsten T個人數碼助理



未經審核綜合業績

長遠電信網絡集團有限公司(「本公司」)董事會(「董事會」)欣然宣佈本公司及其附屬公司(統稱「本集團」)截至二零零二年十二月三十一日止三個月及九個月之未經審核綜合業績，連同二零零一年同期之未經審核比較數字如下：

	附註	截至十二月三十一日止 三個月		截至十二月三十一日止 九個月	
		二零零二年 千港元	二零零一年 千港元	二零零二年 千港元	二零零一年 千港元
營業額	2	587,570	747,560	2,271,114	2,364,408
銷售成本		(565,452)	(725,578)	(2,162,651)	(2,297,217)
毛利		22,118	21,982	108,463	67,191
其他收益		3,535	2,577	5,623	7,161
分銷成本		(4,625)	(3,764)	(17,418)	(11,494)
行政費用		(4,608)	(6,531)	(19,121)	(17,856)
其他經營開支		(772)	(1,232)	(7,947)	(1,973)
經營溢利	4	15,648	13,032	69,600	43,029
融資成本		(6,735)	(3,303)	(14,962)	(9,745)
一項物業投資之 重估虧絀	8	—	—	(1,250)	—
其他投資之未變現 持有收益(虧損)		1,491	(3,044)	683	(7,795)
攤佔聯營公司之業績		—	(29)	(38)	(130)
除稅前溢利		10,404	6,656	54,033	25,359
稅項	5	(3,707)	(4,212)	(13,302)	(2,080)
未計少數股東權益 前溢利		6,697	2,444	40,731	23,279
少數股東權益		(366)	(331)	(25)	(994)
本期間溢利		6,331	2,113	40,706	22,285
本期間已派付股息	6	—	—	15,105	3,021
每股盈利—基本	7	2.1仙	0.7仙	13.5仙	7.4仙



附註：

1. 編製基準及會計政策

本公司於一九九九年十月二十二日在百慕達註冊成立為一家受豁免有限公司。本公司為一家投資控股公司，其附屬公司之主要業務為分銷及買賣移動電話及相關配件，以及發展市場推廣及售後服務網絡。

本集團成員公司間之所有重大交易及結餘已於綜合賬目時抵銷。

編製綜合財務報表時所採納之會計政策及計算方法與截至二零零二年三月三十一日止年度之年度經審核綜合財務報表所採用者相同。

截至二零零一年十二月三十一日止三個月及九個月之未經審核綜合業績之若干比較數字已重新分類以符合本年度之呈列方式。

2. 營業額

營業額乃指本集團於期間向外界客戶出售貨品之已收及應收款項淨額。本集團之絕大部份營業額來自中華人民共和國（「中國」）之移動電話分銷及買賣業務。

3. 分類資料

截至二零零二年十二月三十一日及二零零一年十二月三十一日止九個月，本集團之絕大部份營業額及經營溢利均來自位於中國之移動電話分銷業務。



4. 經營溢利

本集團之經營溢利已扣除下列各項：

	截至十二月三十一日止 三個月		截至十二月三十一日止 九個月	
	二零零二年 千港元	二零零一年 千港元	二零零二年 千港元	二零零一年 千港元
商譽攤銷	159	372	479	413
折舊及攤銷	246	829	831	1,860
及計入下列項目後：				
利息收入	898	1,952	2,512	6,325

5. 稅項

	截至十二月三十一日止 三個月		截至十二月三十一日止 九個月	
	二零零二年 千港元	二零零一年 千港元	二零零二年 千港元	二零零一年 千港元
抵免(支出)包括：				
估計應課稅溢利				
按16%稅率計算之				
香港利得稅				
本期間	11	(340)	(19)	(340)
過往年度超額撥備	—	1,705	—	1,705
中國所得稅：				
本期間	(3,718)	(6,424)	(13,283)	(8,145)
去年超額撥備	—	500	—	4,700
聯營公司應佔稅項：				
香港	—	347	—	—
	(3,707)	(4,212)	(13,302)	(2,080)

中國所得稅指根據本公司在中國成立之全資附屬公司長遠(上海)國際貿易有限公司(「長遠上海」)截至二零零二年十二月三十一日止九個月之應課稅溢利按稅率15%(二零零一年：15%)計算之稅項支出。依據中國之所得稅法例，長遠上海須按稅率33%繳納中國所得稅。然而，長遠上海享有授予於上海外高橋保稅區成立公司之15%優惠中國所得稅率。



6. 已付股息

	截至十二月三十一日止 三個月		截至十二月三十一日止 九個月	
	二零零二年 千港元	二零零一年 千港元	二零零二年 千港元	二零零一年 千港元
每股5港仙之二零零二年度末期股息 (二零零一年：每股1港仙之二零零一年度末期股息)	—	—	15,105	3,021

7. 每股盈利

每股基本盈利乃根據截至二零零二年十二月三十一日止三個月及九個月之溢利分別為6,331,000港元及40,706,000港元(二零零一年：分別為2,113,000港元及22,285,000港元)及期內已發行之加權平均數302,100,000股(二零零一年：截至三個月及九個月期間分別為302,100,000股及301,166,667股)計算。

8. 物業投資之重估虧絀

投資物業乃根據香港之長期租約持有，並由獨立物業估值師美聯測量師有限公司於二零零二年十月三十一日按公開市值現有使用基準作出重估。

因上述估值而出現重估虧絀1,250,000港元(二零零一年：零)，並已於截至二零零二年十二月三十一日止九個月之收入報表中扣除。

9. 轉撥至儲備

期內錄得之儲備變動如下：

	截至十二月三十一日止 三個月		截至十二月三十一日止 九個月	
	二零零二年 千港元	二零零一年 千港元	二零零二年 千港元	二零零一年 千港元
因換算中國業務財務報表產生滙兌差額而轉撥至滙兌儲備	1	—	53	—
自收益表轉撥至中國法定儲備	—	—	7,211	1,280



中期股息

董事會擬不派付截至二零零二年十二月三十一日止九個月之中期股息(二零零一年：無)。

回顧及展望

財務回顧

本集團主要銷售之移動電話型號為諾基亞8250及3610，於第三季度之銷售額約為435,000部，較去年同期之442,000部輕微下跌。然而，本集團截至二零零二年十二月三十一日止三個月之營業額約為588,000,000港元，較二零零一年同期下跌21%。此乃由於諾基亞8250型號手機已步入產品成熟期，平均成本及售價均下降，由二零零一年第三季度之零售價人民幣2,100元下降至本季度之人民幣1,650元。然而，本集團之邊際毛利於回顧期間卻有顯著改善，與此同時，本集團亦以人民幣1,450元之價格分銷諾基亞新型號移動電話3610，主要針對吸引中、低價市場消費者。由於供應商之毛利及回佣均有所改善，第三季度之邊際毛利上升至3.8%，而截至九個月期間更達至4.8%。截至二零零二年十二月三十一日止九個月，本集團於中國之移動電話總銷售約為1,563,000部，綜合營業額約為2,271,000,000港元。截至九個月止期間之毛利大幅增加61%，達至約108,000,000港元。本集團於截至九個月期間之經營溢利增加62%，達至約70,000,000港元。截至二零零二年十二月三十一日止九個月之純利亦顯著增長83%，約達41,000,000港元。

於二零零二年十二月三十一日，本集團之銀行借貸總額約為567,000,000港元，其中約144,000,000港元為非流動負債。本集團餘下之銀行借貸約423,000,000港元當中，約396,000,000港元乃以人民幣定值，主要為短期周轉營運資金貸款，此安排可讓本集團因應每月變動之營業額作彈性處理。所有貸款之利率均按每月、每季或每半年



定息計算。本集團之資本負債比率(以非流動負債除以股東資金計算)約為50%。本集團之銀行借款由二零零二年三月三十一日之約242,000,000港元增加至約567,000,000港元，主要由於期內營運資金需求增加及提取160,000,000港元之銀團借貸所致。於二零零二年十二月三十一日，銀行存款總額及現金結餘約為351,000,000港元。

期內，本集團之資金狀況及財務政策並無重大轉變。由於本集團之銷售及購貨超過90%均以人民幣定值，而人民幣兌港元之匯率穩定，因此所面對之外匯風險極低。

於二零零二年十二月三十一日之存貨款額為約466,000,000港元，即存貨周轉期約為58日，而根據二零零二年九月三十日之存貨水平約373,000,000港元計算之存貨周轉期則為42日。有關增加主要由於需要補充貨源，以迎接二零零三年新年及中國農曆新年長假期之需求增長。移動電話存貨均為近期型號，故毋須就滯銷貨品作出撥備，預期大部份存貨可於農曆新年長假期前售出。於二零零二年十二月三十一日之應收貿易賬款約為82,000,000港元，即債務人周轉期約為10日。

董事會相信，本集團將繼續保持充裕之財務資源以敷其營運所需。董事會深信，本集團具備能幹之管理層及採用合適之企業及市場推廣策略，故定可為股東帶來增值。



營運及行業回顧

中國移動電話服務網絡

於二零零二年十月，中國移動為General Pocket Radio Service(「GPRS」)客戶推出多媒體訊息服務(「彩信」)。「彩信」已廣受中國手機用戶之歡迎，推出後首兩個月之使用量已達560,000次。傳送每個「彩信」只需繳付低於人民幣1元服務費，吸引不少短訊服務用戶嘗試此項嶄新服務。隨著彩色顯示屏2.5G手機之供應量增加，預計「彩信」將得以普及，而Global System for Mobile Communication(「GSM」)及Code Division Multiple Access(「CDMA」)網絡將為爭奪日趨成熟之2.5G移動電話服務客戶而展開激烈競爭。

中國第二大移動電話供應商中國聯合通信有限公司(「中國聯通」)已於二零零二年底前達致為其CDMA網絡吸納7,000,000名客戶之目標。於二零零三年，中國聯通計劃提升至高速CDMA 1x制式(2.5G)及將容量增加至可容納額外15,000,000名使用者。新制式已於農曆新年期間在上海推出，並計劃於二零零三年首季覆蓋其他城市。CDMA客戶將可透過手機傳送多媒體電子郵件及圖片。

中國電信集團公司(「中國電信」)之「小靈通」為另一項移動電話服務，名為Wireless Local Loop，於較細小之區域內提供有限度之流動功能，估計中國電信擁有約12,000,000名「小靈通」用戶，並預期可於二零零三年底前激增至兩倍。該服務之網路流量與一般固網服務相同，大大減低移動電話網絡之擠塞問題。信息產業部認為此服務為固網服務之伸延，並已推廣至超過300個城市採用。管理層相信，「小靈通」移動電話服務將繼GSM及CDMA後成為另一個手機市場，本集團除留意著現有GSM及CDMA手機市場外，亦積極爭取分銷「小靈通」手機之機會。



中國手機市場

市場容量

於二零零一年，中國已成為全球最大之手機市場，並於二零零二年不斷增長。據信息產業部之數據顯示，於二零零二年十二月，GSM及CDMA移動電話服務之客戶數目增加60,000,000名(全球新增客戶約為190,000,000名)，而累計移動電話服務客戶則達至206,000,000名(全球為1,100,000,000名)。於二零零二年，約有110,000,000部手機由中國36家持牌製造商生產，作本地銷售及出口。

就手機市場容量而言，約有36,000,000名新移動電話客戶於選用服務時亦會購買新電話，餘下約42,000,000部手機為換機用戶之數量。管理層認為二零零二年之手機市場總額約為78,000,000部(全球為395,000,000部)。換言之，於二零零二年，手機市場總金額約達人民幣133,000,000,000元(根據每部手機平均零售價為人民幣1,700元計算)。根據管理層估計，由製造商之出廠價格至最終零售價之平均分銷渠道利潤介乎10%至20%，惟須視乎不同品牌及型號之產品週期和價格策略而定。

二零零三年之移動電話服務新登記客戶之增長幅度預期稍為緩和，達52,000,000名。根據集團預測，於二零零三年，約有30,000,000名新客戶將購買新手機，而換機市場更預計約達60,000,000至65,000,000部。故此，預計於二零零三年手機市場將達90,000,000至95,000,000部(業內估計，全球手機市場約為430,000,000部)。

手機供應商

於二零零一年，中國市場之手機供應商數目為20多家，投放於市場及零售店鋪銷售之手機型號總數約為150種，而且全為GSM手機。於中國擁有手機市場佔有率總額超過90%之最暢銷十家品牌包括摩托羅拉、諾基亞、西門子、三星、愛立信、科健、波導、飛利浦、阿爾卡特及TCL。時至今日，手機品牌數目增加至超過40家，於手機



市場上競爭之型號超過400種(包括超過200種新型號)，當中超過90%之型號為GSM手機，其餘為CDMA手機。首十家暢銷品牌取得共超過80%市場佔有率，而且與二零零一年比較，組合亦有所不同，依次為摩托羅拉、諾基亞、TCL、波導、三星、西門子、夏新、科健、阿爾卡特及東方通信。另外僅有10種手機型號可獨佔超過2%之市場佔有率，而諾基亞8250於二零零二年十二月則仍錄得最佳銷量。

一般手機之平均產品週期介乎六至九個月，因此，手機製造商盡快成功推出新產品、增加產量及市場佔有率之能力至為重要。手機價格將隨著產品週期變化而逐漸下降，以維持與新型號產品之競爭力及市場佔有率。然而，受歡迎手機之吸引力將可得以延長，例如諾基亞8210於中國之銷售熱潮維持超過兩年，直至生產商停止生產為止。

手機銷售渠道之特色

管理層相信，中國擁有超過50,000家手機零售店舖，遍佈超過31個省及直轄市。一般典型之手機店舖為40-50平方米，所能陳列之手機最多亦不超過100種型號。這表示所有手機型號須爭取於有限空間之陳列場所內吸引客戶，以求脫穎而出。手機製造商均致力於建立有效之銷售及分銷渠道，以吸引居於超過3,000個城市及城鎮之200,000,000名現有用戶及其他潛在新客戶，當中有數百個城市及城鎮之人口超過400,000人。除四個一級城市—北京、上海、廣州、深圳及部份省會為零售主導市場外，其他城市及縣鎮之手機分銷模式均以批發為主導。

身處於該等競爭激烈之環境中，於中國擁有穩健財務資源、具效率之物流系統、強大零售客戶基層、龐大分銷網絡及專業銷售及推廣隊伍之手機分銷商，乃手機製造商達致銷售目標及推廣新型號之理想業務夥伴。



國產品牌之策略

- 市場主導策略

國產品牌一般較外國品牌稍遲進入手機市場。他們於評估市場需求後，再設計適合中國消費者使用之款式，如機殼鑲有珠寶及鑽石(TCL及迪比特)。於二零零二年大部份國產品牌之手機主要為折疊式設計，夏新更於二零零二年首次在市面上推出16和弦鈴聲功能之手機，並取得空前成功。

- 宣傳及推廣策略

於二零零二年十一月，所有知名國產品牌手機供應商，包括熊貓、TCL、夏新、南方高科、康佳等，均參與及成功以高價競投中國中央電視台黃金時段之廣告播映時間。其中熊貓更出價人民幣108,000,000元，成為最高價投標者。

此反映國產品牌製造商除於去年之產品及銷售策略取得成果外，於二零零三年更進一步藉著品牌效應以壯大國產品牌之市場佔有率。由於外國著名品牌亦積極調整於中國市場之產品及銷售策略，因此實難以猜測誰能夠成為雄踞中國市場之最終領導者。

- 較高渠道利潤、增加「推動」力

國產品牌製造商相信，手機分銷渠道之「推動」力乃影響消費者作出購買決定之關鍵因素。彼等亦相信，「推動」力可藉提高分銷商、批發商及零售商之分銷利潤得以加強，例如一部國產手機之零售價為人民幣3,000元，則給予分銷渠道20%(人民幣600元)作為回佣。此策略已證實可鼓勵分銷商，尤其零售商，更積極地推銷可享有更高利潤之國產手機。事實上，在某些省份，國產手機市場份額已超過50%。



- 龐大終端支援增加「拉動」力

國產手機製造商採用與家庭電器行業相似之推廣及終端市場策略，聘用一支包括本地化市場代表及推廣員之龐大隊伍，與本地之零售商及批發商緊密合作，於商店內向客戶推廣彼等之手機，國產手機通過各種渠道和零售獎勵亦有助激勵商店售貨員及店主提升銷售額。此策略亦可藉商店對最終客戶購買產品之影響力造成一種「拉動」力。

業務回顧

手機分銷

截至二零零二年十二月三十一日止三個月，分銷移動電話業務仍然為本集團之核心業務，佔期間本集團營業額超過90%。所有移動電話均於中國採購，並於本地出售。諾基亞8250現時之零售市價(包括稅項)已下降約至人民幣1,650元。儘管諾基亞8250型號推出市面已有一段時期，但由於推廣策略及價格策略得宜，因此於中國仍廣受客戶歡迎。根據數據顯示，價格介乎人民幣1,000元至人民幣2,000元之移動電話佔中國手機市場約60%。於十一月，本公司與諾基亞透過報章宣傳，攜手合辦全國宣傳活動，以促銷8250型號移動電話，並透過支援若干分銷渠道銷售及引進嶄新諾基亞原裝彩色機殼(藍色及紅色)，來加強產品之時尚形象。除諾基亞3610型號移動電話之分銷權外，本集團亦於回顧季度期間成功取得諾基亞新型號7210及6610移動電話之分銷權。

鑑於本地品牌之市場佔有率日漸擴大，加上本集團擁有完善之分銷網絡，本集團已開始分銷國產品牌之GSM手機，如科健(www.chinakejian.net)K320型號及迪比特(www.dbtel.com.cn)2017C型號之手機。



就CDMA業務而言，本集團繼續取得摩托羅拉最新彩色顯示屏並具備卡拉OK功能之V730型號手機之分銷權。本集團將因應中國移動電話市場之發展步伐，於開拓分銷各種品牌移動電話之機會時採取審慎態度。本集團矢志進一步加強其市場推廣隊伍之實力，致力進軍手機滲透率及市場增長率正迅速增長之小鎮及農村，並與不同手機供應商進行持續磋商，以開拓未來之業務機會。

於回顧期間，本集團並無持有任何重大投資，亦無進行重大收購或出售附屬公司或聯營公司，自二零零二年三月三十一日以來，亦無任何重大人事變動及任何重大或然負債或資本承擔。本集團亦無任何計劃就資本資產進行重大投資。

董事會深信，憑藉本集團所建立之完善分銷網絡及於手機業務所擁有之專業知識，本集團定可在不同手機製造商爭相推出新型號手機的熾熱競爭環境中，以其全國性分銷商的地位佔盡優勢，旗開得勝。

無線局域網（「WLAN」）及個人數碼助理（「PDA」）分銷

自長遠智揚於二零零二年首次推出O₂ XDA以來，廣受香港企業市場愛戴。於二零零二年十月，長遠智揚再引進具備64MB隨機接達記憶體（「RAM」）之嶄新XDA plus。於二零零二年十二月，長遠智揚亦分銷由Palm新發展之Tungsten T，此乃一部具有彩色顯示屏（320x320解像度）之手作PDA，擁有Palm 5.0操作系統之特點及16MB RAM。另一個全新先進型號Tungsten W，乃一部結合PDA及移動電話的產品，而長遠智揚將於二零零三年三月推出市面。



為迎合香港及中國市場日益增長之需求，長遠智揚首次於香港推出Proxim ORiNOCO全新雙制式802.11a/b Combo PC卡及AP-2000。此乃首個可同時支援2.4GHz及5GHz頻譜及可採用802.11a、802.11b及802.11g網絡之企業WLAN解決方案。

長遠智揚引進該等嶄新先進產品，可盡顯其於香港WLAN及PDA市場之領導地位。

展望及前景

本集團知悉移動電話市場之競爭日趨激烈，而國產品牌手機業務亦不斷擴張，本集團視之為一項挑戰，亦同時為開拓多元化移動電話分銷業務之良機。董事會相信，於競爭激烈之移動電話市場上，移動電話分銷商之專業知識對移動電話製造商之重要性將日益增加。憑藉完善之分銷平台及充裕之營運資本作後盾，本集團已準備就緒，於與不同品牌合作之業務商機上盡享優勢。本集團已向香港聯合交易所有限公司申請將其上市地位由創業板轉為主板。本集團預期轉板完成後，將有利本集團進行合適之股本融資以減低其融資成本。

董事於證券之權益

於二零零二年十二月三十一日，按照本公司依據香港證券(披露權益)條例(「披露權益條例」)第29條所設存名冊之記錄，董事及彼等之聯繫人士擁有本公司及其聯營公司股本之權益如下：

	以其他權益方式持有 之普通股數目
劉小鷹	211,500,013



該等股份由於英屬處女群島註冊成立之公司Future 2000 Limited持有，而該公司由一信託人持有。有關全權信託之受益人包括劉小鷹先生、其配偶及其子女。

除上文披露者及若干董事以信託方式代本公司持有附屬公司之若干代理人股份外，董事或彼等之聯繫人士於二零零二年十二月三十一日概無擁有本公司或其任何聯營公司（定義見披露權益條例）任何證券之任何權益。

董事購買股份或債券之權利

依據於二零零零年二月二日採納之本公司購股權計劃及如符合於二零零一年十月一日生效之創業板上市規則第二十三章之修訂，本公司董事可向本公司或其任何附屬公司任何執行董事或全職僱員授予可按任何價格認購本公司股份之購股權，惟上述價格不得少於(i)股份面值、(ii)股份於授出日期在聯交所之收市價與(iii)股份於緊接購股權授出日期前五個交易日在聯交所之平均收市價三者之較高價，而授出之購股權可認購之股份數目最多以本公司不時已發行股本之10%為限。自採納購股權計劃以來，概無購股權根據該計劃授出或獲行使。

除上文所述之購股權計劃外，於期內任何時間本公司、其控股公司或其任何附屬公司概無參與任何安排，致使本公司董事可藉購入本公司或任何其他法人團體之股份或債券而獲益。董事、彼等之配偶或未滿18歲之子女於期內概無擁有任何可認購本公司證券之權利或曾行使任何該等權利。



主要股東

於二零零二年十二月三十一日，除上文「董事於證券之權益」一節披露之權益外，本公司未獲知會有任何其他權益佔本公司已發行股本10%或以上。

於競爭對手之權益

本公司各董事或管理層股東（定義見創業者上市規則）概無擁有與本集團業務作出或可能作出競爭之權益。

購買、出售或贖回本公司之上市證券

於二零零二年四月一日起至二零零二年十二月三十一日止期間內，本公司及其任何附屬公司概無購買、出售或贖回本公司之任何上市證券。

審核委員會

審核委員會成員包括獨立非執行董事鄭永勝先生及廖國輝先生。審核委員會之主要職能乃檢討及監督本集團之財務申報程序及內部監控系統，並向董事會提供意見及回應。審核委員會已審閱及批准本報告。

董事會常規及程序

本公司自二零零二年四月一日起至二零零二年十二月三十一日止期間一直遵從創業者上市規則第5.28條至5.39條之董事會常規及程序。

承董事會命
長遠電信網絡集團有限公司
劉小鷹
主席

香港，二零零三年二月十一日