

13. 抵押集團資產

於二零零一年三月三十一日，本集團將其資產作下列抵押：

- a. 賬面值為港幣7,609,000元(二零零零年九月三十日：港幣7,689,000元)之租賃土地及樓宇已抵押予一所銀行以擔保本公司若干附屬公司之銀行融資。
- b. 就向本公司若干附屬公司批出銀行融資存入為數合共港幣614,440,000元(二零零零年九月三十日：港幣753,165,000元)之定期存款作為抵押品。

財務摘要及業績回顧

	未經審核		
	截至三月三十一日止六個月		
	二零零一年	二零零零年	增/(減)幅
營業額(港幣千元)	1,961,542	2,160,196	(9.2%)
營業銷量(千部)	1,338	1,198	11.7%
股東應佔溢利(港幣千元)	222,313	182,543	21.8%
每股盈利			
— 基本	港幣0.49元	港幣0.44元	11.4%
— 攤薄	港幣0.47元	港幣0.38元	23.7%

於本期間內，本集團股東應佔溢利上升21.8%，達港幣2.22億元（二零零零年：港幣1.83億元）。雖然營業額下跌9.2%，錄得港幣19.62億元，本集團於本期間內銷售之手機數量上升11.7%至約130萬部。本集團每股基本及攤薄盈利分別上升11.4%及23.7%，分別達港幣0.49元(二零零零年：港幣0.44元)及港幣0.47元(二零零零年：港幣0.38元)，每股盈利的計算基準詳見注釋6。

銷售及邊際利潤

於本期間內，本集團銷售約130萬部手機(二零零零年：約120萬部)，獲逾港幣19.62億元的營業額(二零零零年：港幣21.60億元)，每部手機之平均售價約為港幣1,400元(二零零零年：港幣1,800元)。營業額較去年同期下跌乃受本期間內手機整體平均售價下調，以及受製造商延遲推出某些機款所影響。

本集團代理手機整體平均售價下跌是因為某些型號已處於產品生命週期的末段，如諾基亞5110、三星SGH-600、SGH-800及SGH-2200，其平均售價每部約為港幣1,300元，佔本集團在本期間內之銷售數量之83%。截至目前為止，以上手機大部份已於市場出現兩至三年，此有賴本集團成功延長其產品生命週期的策略。

本集團於本期間內共推出五款三星新型號手機，其中包括本集團擁有獨家分銷權之SGH-A288及SGH-N288型號，此批新推出手機在本期間內之平均售價為港幣約2,500元，售價範圍介乎港幣約2,000元至港幣5,000元之間，預期將於未來數年為本集團業績帶來理想回報。

本集團於本期間內的營業額、銷售數量及毛利可進一步從手機銷售組合之層面分析。本集團於本期間內所銷售的三星手機逾829,000部(二零零零年：668,000部)，而諾基亞手機則超過501,000部(二零零零年：527,000部)，本集團所銷售的三星手機數目上相對諾基亞手機而言有較大的增幅，令整體毛利較去年同期有所上升。三星手機的平均毛利約為19% (二零零零年：約15%)，而諾基亞手機的毛利率則約為3% (二零零零年：約11%)。本集團於本期間內的整體毛利率約為15% (二零零零年：約13%)。

中國繼續成為本集團業務的主要市場，在銷售收入方面佔有極大比重。於本期間內，銷售營業總額港幣19.62億元(二零零零年：港幣21.60億元)中，來自中國市場的收入佔88%(二零零零年：約84%)，達港幣17.45億元(二零零零年：港幣18.17億元)，本集團亦喜見三星流動電話於中國市場的銷售數量較去年同期上升18%。

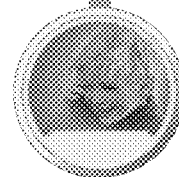
銷售總額之餘數(以價值及數量計)及經營溢利貢獻均來自本集團之其他市場：香港、台灣及澳門，該等地區之市場佔有率及經營溢利貢獻升幅穩定。

本集團於本期間內之業務繼續表現出色，有賴成功獲取三星流動電話數款型號之獨家代理權，並能針對每款代理型號手機的特色及目標市場的消費模式，度身訂造一套成功的營銷策略加以推廣。本集團日後將繼續運用產品及銷量組合營銷手法提升利潤。

財務回顧

	未經審核 二零零一年 三月三十一日	經審核 二零零零年 九月三十日
流動比率	1.68	1.50
現金及銀行結餘(港幣千元)	924,941	860,747
存貨週期		
— 以值計	38天	21天
— 以量計	32天	32天
應收賬款週期	46天	29天
負債比率	0.08%	0.13%

存貨水平上升4.8%至港幣3.50億元(二零零零年九月三十日：港幣3.34億元)，而存貨週期由平均21天上升至38天。存貨水平稍微上升主要由於本集團於本期間內推出五款新型號手機，故目前手頭上的存貨價值較往昔為高。以量計的存貨週期來說，本集團存貨供應維持於約一個月的水平。



本集團應收賬款增加5.2%至港幣5.09億元，而應收賬款週期由29天上升至46天，主要是由於本集團給予顧客的除銷政策於過去十二個月有所改變。本集團業務在過去兩年突飛猛進，營業額及銷售數量均錄得逾一倍以上的增長，此有賴本集團向客戶實施更優惠的除銷條款。本集團給予客戶的除銷期一般以90天為限，但對少數還款紀錄良好的客戶給予稍長的除銷期，惟此優惠需經由本集團高層管理人員批許。於本期間內，本集團已竭力管理如附註7分析中所示之逾期應收賬款之營運資金。超過95%之逾期應收賬款少於三個月，截至二零零零年九月三十日，少於三個月之逾期應收賬款則為82.7%。三個月以上之逾期應收賬款約下降73.1%至港幣23,000,000元。本集團就整體應收賬款作出之撥備相對維持不變。本集團應付賬款及應付票據一般為90天。

本集團在本期間內現金及銀行結餘由約港幣8.61億元上升至港幣9.25億元，增幅達7.5%。

本集團的融資擔保主要以營運資金支付，本集團的主要業務交易大多以港幣或美金進行，本集團的現金及銀行結餘逾99%均為港幣或美金，由於港幣與美金掛鈎，所以在正常營商環境下可免匯率變動之風險。

由於息率偏低，本集團在處理手頭現金方面頗費思量。於本期間內，本集團在專業管理層的指導下實行分散投資政策，為手頭現金爭取最大的回報，成功借助外匯投資工具獲得淨外匯收益約達港幣20,000,000元。集團將緊守風險管理指引，繼續有效地運用手頭資源為股東爭取最大回報。

本集團負債比率為0.08%，較以往減少38.5%，管理層對過去數年的業務增長感到滿意，並有信心可透過有效的組合銷售及資源增長政策支持業務發展，保持目前所獲取的回報率。但是，就現行的企業架構來說，本集團於不久將來可能需要進行集資，特別是由於現時息率偏低。本集團相信集資可加快其拓展中國電訊市場的步伐，情況如兩年前上市一樣，籌集更多營運資金壯大中國市場業務，可提高銷售量及利潤回報。在這方面，本集團已委託一家商人銀行籌組中期銀團貸款，有關借款額及條款已進入最後商討階段，快將落實。

中華體育管製有限公司

本公司之附屬公司中華體育管製有限公司（「CSS」）在二零零零年已開展一系列新的體育節目製作及播放，獲中國國家體育總局的支持，CSS將製作更多高質素的體育節目，透過各種媒體平台輸往全球。

CSS致力成為多媒體（包括無線通訊儀器）內容供應商，已於過去數個月不斷與有線及互聯網絡建立合作關係。此外，為切實反映其業務性質，CSS已於二零零一年向香港公司註冊處提出申請，把其公司名稱改為Sino Media Group Limited（「SMG」）。

除節目內容製作及供應外，SMG亦在國內及香港進行節目統籌。SMG獲北京申辦二零零八年奧運會籌委小組的支持，於二零零一年六月十日組織2008名青少年進行「跳繩馬拉松」，創造世界紀錄，宣示北京申辦二零零八年奧運會的決心。此外，SMG在香港獲南華體育會足球隊於二零零一年初委任為公關代表，SMG亦贊助該球隊出戰香港足總盃。

資本架構

除本公司若干股東行使購股權及認股權證外，本集團之資本架構自二零零零年九月三十日以來概無任何重大變動。

前景

本集團憑藉出色之市場研究及管理專業知識，成功識別流動電話分銷業務之市場層面。本集團為每一款手機型號度身訂造一套獨有之市場推廣策略，針對各地區市場特別是中國各省份消費者不同口味、消費模式及可支配收入款額而制定。與其他採用全球銷售策略或純粹「銷售」手法之流動電話分銷商或製造商有別，本集團恒常更新業務市場情報，以確保營銷推廣策略能配合市場走勢適時推行。本集團憑此經驗把業務鎖定換機市場，因當中大部份用戶為中高檔消費者，可帶來較高利潤。本集團憑較高之邊際溢利將該等產品之壽命延長，高於業內平均水平。

展望未來，管理層對本集團的前景充滿信心。本期間內，本集團成功推出合共五款新型號流動電話，本集團分銷業務主要市場中國內地消費者反應最為熱烈。本集團具有流動電話營銷推廣專業知識，素來擅長穩定產品價格以及延長其生命週期，故有信心新一批推出的流動電話於未來數年將為本集團提供理想的收入及盈利。

本集團目前分銷之手機型號所針對的市場可帶來高於業內一般水平之利潤，並可避免與區內本土及外國製造商直接交鋒，避開以低價產品在低檔市場進行價格戰的局面。

本集團擁有龐大業務網絡，而獨家代理之流動電話定位於中高檔市場，因而有信心透過調控市場策略及獲取均衡之銷售組合，以爭取最大的銷售數量及利潤空間。

為了配合區內電訊市場的迅速增長，本集團已分別就香港、中國及台灣市場訂立發展計劃。

中國

鞏固業務根基

中國流動電話用戶人數已於二零零一年第一季度突破1億關口，較一九九九年的43,000,000上升逾一倍，本集團相信內地流動電話市場於未來數年將維持良好的增長勢頭，讓本集團的業務發展更上一層樓，故目前正與供應商洽談更多新款流動電話的中國獨家代理權。

拓展零售業務

在中國市場，本集團計劃鞏固其零售／批發網絡，將借鑒管理香港三星流動電話專門店所獲取的品牌店營運經驗，開設自己品牌的店舖。本集團在香港、中國及台灣均有計劃設立零售點，是為了更有效調控旗下獨家代理手機的價格，以穩定利潤收入。本集團深知全球流動電話業所面對的一大挑戰乃價格下滑，故將針對此情況實施對策，減低影響。