

耀科國際打入台灣市場已有一年，請問 你對台灣市場的情況有何理解？公司在 當地有何未來發展大計？

耀科國際於二零零零年十月正式進軍台灣市場，並獲得三星流動電話在台灣之獨家分銷權。台灣現時的流動電話普及率已超過80%，流動電話用戶人數超過二千萬，和香港一樣屬於極為成熟的市場，擁有龐大的換機市場。

進入台灣不到一年，耀科國際的分銷網絡已成功為三星流動電話取得市場總值的7%*，實在讓人感到鼓舞。台灣經濟全年大部份時間處於衰退，有此佳績更是難能可貴，充分顯示本集團管理層的卓越工作及業務推廣策略的成功。

為加速分銷業務的發展，我們將擴展本集團的銷售網絡，與台灣其中一間最大的流動電話網絡服務商台灣電店合作，透過該公司遍佈台灣的業務點推廣本集團所代理的流動電話。本集團亦正計劃於2002年初在台北開設三星流動電話專門店。本集團將繼續密切留意台灣的經濟狀況，審時度勢，制定最佳之推廣策略配合業務發展。

* 香港商亞洲市場調查顧問有限公司調查報告，2001年8月

中國加入世貿對國內流動電話零售及分 銷業務有何影響？耀科國際有何得益？

首先，我很高興見到中國經歷多年的多邊談判後終能成功加入世貿。

中國加入世貿，意味著外國公司在中國擁有電訊業務權益的限制將會續步放寬。換言之，耀科國際將來可以在中國擁有及運作自己的零售網絡。我們正與多家經營得十分成功的中國流動電話連鎖店洽談，共同成立合資公司發展零售業務，並計劃建立自己品牌的零售網絡。

由於關稅、進口稅及牌照費將會續步放寬，我們把流動電話輸入中國之流程將進一步改善，即代表貨物會更快運抵顧客手上，而我們的邊際利潤亦會有所提高。稅項及配額下調，將幫助外國公司與本地流動電話生產商競爭，以管理效率取勝。中國加入世貿所帶來的有利條件，讓耀科國際更能發揮所長，以強大的網絡幫助生產商開拓開放後的中國電訊市場。

我們現時已獲多個著名外國流動電話供應商接洽，商討其流動電話之中國分銷權，進展順利。

香港的兩間三星流動電話專門店是否已錄得盈利？在這競爭劇烈的流動電話零售市場，你們有何對策爭取佳績？

在香港成立三星流動電話專門店的主要目的是為了加強三星流動電話的品牌形象及為其開闢新的宣傳推廣途徑。我們分別在銅鑼灣及尖沙咀開設專門店後，令本集團與三星的合作更形緊密，兩者已聯手於本年內成功推出一系列極為受歡迎之型號，包括 SGH-A288 及 SGH-N288。在香港主要購物區設立兩間專門店，不但強化了三星流動電話的形象，更已為本集團帶來盈利。

三星流動電話專門店是我們為生產商提供增值服務及客戶服務的最佳證明。

無疑香港流動電話零售市場之競爭已十分激烈，要在這行業中突圍而出，我們強調高質素的客戶服務。我們為店員提供上乘的訓練，令他們擁有一流的產品知識及服務精神。除此以外，我們亦為顧客提供最佳的售後支援服務。



本集團股份拆細建議於二零零一年八月獲通過後，股份交易之流通量有否明顯改善？

本集團建議將每股面值港幣 0.10 元之股份分拆為十股面值港幣 0.01 元之已拆細股份，目的是要改善本集團股份交易之流通量及擴大股東基礎。

股份一拆十後產生約 4,751,567,900 股拆細股份，惟股份拆細後並不影響本集團股份之買賣單位，即仍然以每手 2,000 股在香港進行買賣。跟據本集團之交易紀錄，股份拆細後，每日之股票買賣交易量已明顯上升，證明股價隨股份拆細調整後可令一般投資者受惠。

股份一拆十後，亦令我們的股價於「美國九一一恐怖份子襲擊事件」後獲得強大的支持，沒有跟隨恒生指數一同下滑。我們的股價在過去幾個月一直都表現堅挺。

你們業務主要集中在某幾個流動電話品牌，這似乎有點不太健康，你認同此見解嗎？

有些人可能會覺得存在風險，但站在我們的立場來說，只有這樣我們才能竭誠為供應商服務，達至讓雙方俱感滿意的成果。

若你從另一個角度看，便會理解真實的情況，就是生產商對我們極之信賴。耀科國際擁有強大的客戶基礎，遍佈整個大中華地區，因此我們達成銷售指標的往績十分出色，本集團今昔合作供應商如摩托羅拉、諾基亞及三星的成功更印證此點。我相信欲與耀科國際合作的流動電話生產商都是希望借助本集團的長處，協助他們建立品牌形象及爭取最大利潤。其實道理很簡單，耀科國際從事的不單是純粹買賣流動電話，而是為生產商提供增值服務，就售後服務、業務推廣、品牌建立及價格調控策略上提供更多意見及支援，這一切均突顯我們與其他流動電話分銷商。

環視我們的競爭對手，你可能會發現他們所分銷的品牌較多，有五個或更多；但以從中所獲之利潤作比較，我們則遠勝一籌，因為我們能把資源集中於合作伙伴身上，貫徹始終。我們選擇生產商的態度是貴精不貴多，最重要的是能結合雙方的長處，保持緊密合作，達至雙贏，此乃我們的經營哲學，也是成功之道。

你對今年的全年業績是否滿意？你認為哪一個因素是本集團盈利增長的關鍵？

本集團今年交出了亮麗的業績，我感到十分滿意。我們在全球經濟走下坡的情況下，仍然錄得雙位數字的盈利增長，可能有人會說這只是本集團找對了行業，再加上天時地利所造就的結果，我卻認為關鍵在於眼光獨到，決策果斷，拒絕盲從跟風，另闢新路。早於數年前，耀科國際的業務方向已與大部份同業背道而馳，決定集中發展中、高檔市場業務，不投入大眾參與的高銷量低利潤「銷量遊戲」，當時許多人以為不然。但數年下來，事實證明大部份「銷量遊戲」玩家都碰釘受傷，有些大生產商甚至因而結業。耀科國際清晰了解中國市場，明白「銷量遊戲」只會導致邊際利潤下降，繼而令流動電話壽命縮短，最終激發減價戰，引致多方傷亡。

作為致力提供增值服務的分銷商，我們的着眼點是要給予流動電話適當的價格與推廣，確保其邊際利潤能保障客戶、生產商及本集團的利益。我喜見本集團今年的業績能達致此點，表示客戶及生產商均受惠於我們成功的市場推廣策略，促成各方日後更緊密的合作。

