

財務摘要

截至二零零一年九月三十日止年度，本集團錄得營業額約港幣43.7億元（2000：港幣40.6億），較去年上升超過7.5%；營業銷量約為272萬部（2000：249萬），較去年增加9%。除稅後溢利及少數股東權益上升20%，約為港幣4.75億元（2000：港幣3.95億元）。本集團之每股基本盈利上升12%至港幣0.103元（2000：港幣0.092元）；每股攤薄盈利為港幣0.098元（2000：港幣0.088元），較去年增長11%。

中國

本集團在中國之營業額上升13%，約為港幣38億元（2000：港幣34億元），約佔本集團總營業額87%（2000：83%）。中國市場總營業額中，23%（2000：21%）來自華東，22%（2000：16%）來自華北，兩地合共錄得銷售額約港幣17億元（2000：港幣12億元）；華南錄得港幣19億元銷售額（2000：港幣18億元），佔中國市場總營業額52%（2000：56%）；華西地區佔餘下的3%（2000：7%），銷售額為港幣1.17億元（2000：港幣2.35億元）。

本集團於年內的營銷策略是以分銷高檔產品為主，透過上佳的產品銷售組合為本集團帶來最大的利潤，因此，我們在年內分銷的高檔產品較低檔產品為多。我們的銷售策略瞄準人均收入較高之地區，基於當地顧客有較多可動用收入，因而直接令華南、華東及華北之營業額較去年上升；但華西地區業績額則下跌，理由是當地人民的可動用收入較低。

本集團成功拓展中國及其他市場業務的關鍵在於能創造雙贏局面，保障供應鏈流程裡由上至下包括零售商的利益，讓他們可以從本集團銷售的貨品中獲得利潤。假若本集團未能保證客戶的利益，則難以取得客戶的重視及信任，而本集團也無法成功推行銷售策略，確保各方獲益，令上至供應商下至零售商皆能分享成果。

一項獨立調查顯示，截至二零零一年九月，三星在中國之市場佔有率超過9%（2000：6%）。管理層認為本集團對三星所取得的佳績極有貢獻。

中國一直是本集團業務之重要市場，根據中國國家統計局數據顯示，截至二零零一年九月中國之全年本地生產總值(GDP)上升7.6%至人民幣67,000億元，增長超越同區大部份國家。根據中國信息產業部資料顯示，截至二零零一年九月，中國流動電話用戶人數已上升至約1.3億元(2000：7千萬元)，流動電話普及率佔全國人口約9%。

受全球經濟衰退影響，中國明年之經濟增長預期將會放緩，惟中國政府仍對前景抱審慎樂觀態度，將會更積極以經濟政策刺激內需。中國加入世貿將吸引大量外來資金湧入，預期可抵消全球經濟放緩對其出口所造成的負面影響。

由於流動電話的營銷關乎本土消費情況，以上預測無疑對本集團維持其銷售額極為有利，減弱了全球經濟放緩所帶來的負面影響。與其他國家相比，中國流動電訊業的前景秀麗，乃全球增長最迅速的流動電訊市場。中國的流動電話普及率相當低，只有9%，本集團極有信心在中國保持良好的營業額及利潤，但本集團仍會謹慎地觀察中國的經濟狀況，並會因應情況度身訂造一套最佳的營銷策略。

香港、澳門及台灣

截至二零零一年九月，香港之流動電話普及率已超過80%，而本集團在香港主要發展流動電話換機市場。

香港及澳門之營業額為港幣4.67億元(2000：港幣7.02億元)。本集團上半年在香港市場的銷售額下跌是因為生產商延遲推出新型號手機。香港市場已發展得極為成熟，換機市場有龐大的發展空間，其特色是需要不停引入新型號手機以滿足潮流觸角極為敏銳的消費者需求。在下半年，不少優質新款手機相繼推出，因而刺激本集團銷售額向上增長。

本集團擁有三星流動電話在香港之獨家分銷權，亦成功協助三星在香港建立起其品牌形象，並於本年度下半年推出一系列新型號手機如SGH-A288及SGH-N288，未來本集團將陸續引入更多優質時尚的手機如SGH-408「Queen Phone」，因此雖然現時經濟不景，本集團亦極有信心能維持其營業額及毛利率。

上年度末，本集團獲得三星流動電話在台灣之獨家分銷權。本集團在二零零零年十月打入台灣市場，由零開始，為三星手機奪得7%*的市場總值，在台灣經濟大部份時間處於不景之際能得此成績，實屬難能可貴，此亦有賴新型號手機如SGH-A188、SGH-A288及SGH-N288的推出，幫助營業額增長。本集團有信心以現時銷售的手機陣容，加上新型號手機如SGH-408登場之助，提昇其當地市場佔有率。二零零一年九月，台灣的流動電話普及率已超過80%，因而本集團在台灣採取與香港相若的市場策略，瞄準流動電話換機市場。集團在台灣市場之營業額為港幣1.01億元（2000：無紀錄），經過最初六個月為三星進行的品牌建樹及定位工作後，其銷量持續上升。

台灣市場的銷售增長有賴本集團積極施行市場推廣策略，成功推行了連串之宣傳攻勢。

銷售組合及邊際利潤

本集團於年內推出了6款新型號之流動電話，使我們現時分銷的手機增至12款（2000：6）。

本集團銷售約272萬部（2000：約249萬）流動電話，並帶來約港幣43.7億元（2000：港幣40.6億元）之營業額。總銷售額較去年同期上升，主要是因為中國流動通訊市場仍在不斷增長，以及本集團推出之新型號流動電話廣受市場歡迎。

* 香港商亞洲市場調查顧問有限公司調查報告，2001年8月

新、舊型號流動電話對本集團的銷售額及毛利有均衡貢獻。上半年本集團之銷售額及毛利主要來自諾基亞5110、三星SGH-A188、SGH-600、SGH-800及SGH-2200型號。本集團分銷舊型號流動電話如SGH-600及SGH-800的工作做得極為出色，這些型號已在中國市場銷售逾三年之久。

三星新型號流動電話如SGH-A288、SGH-N188及SGH-N288則大大提昇了本集團下半年的銷售額及毛利。

從流動電話之銷售組合形式，可進一步分析本集團於年內的營業額、銷售數量及毛利。本集團於年內銷售超過190萬部（2000：120萬）三星流動電話及約70萬部（2000：120萬）諾基亞流動電話。按比例計算，三星流動電話銷售數量較諾基亞流動電話為多，因而令集團於年內之毛利較去年同期上升。三星流動電話之平均毛利率約為19%（2000：16%）；相比之下，諾基亞之平均毛利率約為2%（2000：8%）。全年合共之平均毛利率約為16%（2000：13%）。

本集團對中國各個檔次的流動電話市場有深厚認識，明白不同地區有不同特色，並擁有強大的業務網絡可接觸全國各地消費者，因而本集團敢於創新，採納與別不同之銷售策略，成功延長旗下分銷手機之生命週期，如SGH-600及SGH-800，已出現於市場兩至三年，比行內平均的九至十二個月生命週期為高。

本集團，剛於本年度下半年推出一系列新款三星型號手機，未來將陸續推出更多款式新穎之型號，故有信心於未來數年能取得良好的營業額及毛利。

產品對銷售數量及銷售額之貢獻可作以下分析：

新推出型號之銷售數量為 80 萬部，約為本年度總銷售數量的 30%，其餘的銷量來自去年或以前推出的手機。

本年度新推出手機之營業額約為港幣 20 億元，而去年推出的手機之營業額約為港幣 23 億元。來年，新引入之型號尤其是 SGH-A288 及 SGH-N188 將會對集團之利益及銷售數量大有貢獻，回報更大。

零售業務

本年度，本集團在零售業務方面錄得營業額為港幣 3,500 萬元。本年度，本集團在香港分別於二零零一年二月及五月開設了兩間三星流動電話專門店。在目前經濟氣候下，本集團對專門店取得之成績感到滿意。專門店經營得相當成功，推出不少三星新型號流動電話，往往未正式登場已吸引不少顧客預訂。雖然香港零售市場競爭激烈，本集團的零售業務經營得相當成功，我們相信隨著本集團推出更多新型號流動電話，其表現將不受經濟環境惡化所影響。

三星流動電話專門店的設立令消費者有一個直接渠道購買三星產品，也讓我們可以控制三星電話在市場的零售價格，同時多擁有一個途徑進行市場推廣。這兩間專門店為集團在零售業務上的成功例子，讓我們與供應商建立更緊密的合作，突顯我們作為分銷商為客戶提供增值服務的承諾。

本集團之資金流動、財務及營運資金

本集團之流動比率由 1.50 上升至 2.09，而速動比率則由 1.22 上升至 1.55，主要由於經營業務所獲得之現金流入由去年的虧損港幣 1.44 億元轉變為今年的進賬港幣 3.02 億元。

本集團之應收賬款由約港幣 4.84 億元上升至約港幣 7.47 億元，平均應收賬款週期由 29 天增加至 51 天。本集團業務在過去兩、三年突飛猛進，營業額及銷售數量均迅速增長，此有賴本集團運用上佳的市場推廣策略延長旗下分銷的流動電話壽命，以及成功取得不少新型號流動電話的獨家分銷權。應收賬款較去年同期上升，主要由於下半年之銷售增長。本集團於本財政年度最後三個月之手機銷售總額超過港幣 15 億元（2000：港幣 9.60 億元），主要是下半年度推出新型號流動電話如 SGH-A288、SGH-N288 及 SGH-N188 廣受歡迎；值得注意的是這些手機之平均成本較去年銷售產品高出三分之一有多，所以應收賬款亦因而上升。

根據本集團之應收賬款賬齡紀錄，本年底超過 95%（2000：83%）的應收賬款在 90 天數期以內，超過三個月之應收賬款下降 56% 至港幣 3,900 萬元。本集團給予客戶的除賬期一般以 90 天為限，但對少數還款記錄良好的客戶給予稍長的除賬期，唯此優惠需經由集團高層管理人員批許。本集團獲供應商給予除賬期長達 120 天。

由於本集團之銷售數量於下半年有明顯增長，存貨水平上升至港幣5.96億元（2000：港幣3.34億元），而平均存貨週期由21天上升至46天。存貨水平上升主要由於本集團下半年推出新型號手機，廣受市場歡迎，直接刺激需求。這批新型號流動電話包括SGH-A288、SGH-N288及SGH-N188，佔年結時總存貨量約92%，餘下的存貨主要為SGH-600及SGH-800等型號流動電話，於市場仍相當流行，因而其平均每月銷量在本財政年度最後一季仍超過100,000部。與去年年結時之存貨相比，本年存貨之平均成本較去年增加約34%，即每部手機增加港幣465元，主要因為價格較高的新型號流動電話佔存貨比重極高。存貨量上升的另一原因是本集團開拓台灣業務，令經營市場由去年的中、港兩地變為現今的中、港、台三地，存貨量亦因而有所增加。

於本年度，本集團於借貸市場籌集得一項約港幣2.8億元之銀團貸款（其中包括港幣1.91億元及美金1,150萬元），故集團截至二零零一年九月三十日之負債比率*約為11.7%（2000：0.05%）。

此銀行貸款由二零零一年九月起計為期三年，於借貸後21個月需要開始進行季度還款。此項貸款無需抵押，息率以3個月香港銀行同業拆息率另加1.5%年息計算。

*（負債比率 = 長期債務除以總資產）

雖然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，把回報率維持於現時水平；但管理層更相信年內籌集所得的資金在現行集團架構及低息率的環境支持下，將可加快其拓展中國電訊市場的步伐，情況一如兩年多前上市集資一樣。管理層相信壯大營運資金可以讓其捕捉更多商機，賦予銷售策略更大彈性，增加邊際利潤較高的高檔商品之銷售量，取得最大回報。

本集團向部份銀行借貸購買存貨，需以現金存款作抵押。於本年年結，集團之現金抵押約為港幣3.18億元或佔總現金額約為港幣8.69億元的37%，比去年之現金抵押下降58%，去年之現金抵押約為港幣7.53億元，佔去年總現金額港幣8.61億元的88%。於本年度，集團增加一項港幣2.2億元之無需擔保銀團貿易融資，不需現金存款抵押。集團會繼續與銀行緊密合作，以求取得一個更優惠的存款與融資比率，以令現金抵押可降至零，從而提昇現金運用之效率及流動性。

截至二零零一年九月三十日，集團之銀行融資約為港幣23.06億元（2000：港幣14.74億元），而當中的港幣11.56億元（2000：港幣10.92億元）已為集團所用。有關本公司的銀行融資之詳情，請參看財務報告之賬目附註23。

除本年度增加的港幣 2.8 億元銀團貸款外，集團的融資需要主要以營運資金支付。

本集團主要以港幣及美金進行交易，超過 99 % 之現金及銀行結餘均為港幣或美金，由於港幣與美金掛鈎，所以在正常營商環境下可免短期匯率變動之風險。

在港幣 2.8 億元之銀行貸款中，有相當於港幣 8,900 萬元之款項以美金為單位，即美金 1,150 萬，為避免該筆美金借款的兌換率未來出現波動帶來負面影響，本集團已與一家銀行就有關美金借款簽訂一項匯價與利率掉期合約安排，使其本金及利息均以港幣為單位，並以預早協定之兌換率計算，息率亦釐定於 3 個月香港銀行同業拆息率另加 1.5% 年息計算。

由於息率偏低，集團在處理手頭現金方面頗費思量。於回顧期內，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匯差淨額收入約達港幣 3,900 萬元。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。

策略性投資

中華體育營製有限公司（「中華體育營製」）（公司英文名稱由 Chinese Sports Program Syndicating Company Limited 改為 Sino Media Group (SMG) Limited）

於回顧期內，中華體育營製緊隨不斷轉變的市場同步前進，檢討及調整業務策略以面對挑戰，並在極具潛力的中國市場大展身手，藉 2008 年北京奧運會及中國進入世界盃決賽週所帶來的商機，成功取得未來幾年多個體育項目的管理權，其中包括中國國家女子籃球隊的商業及推廣權利、世界女排大獎賽中國賽事以及中泰冠軍拳王爭霸戰的籌備及宣傳權利等。

在體育節目方面，作全國廣播的體育節目「中體傳播網」在中國教育電視台繼續取得良好的收視率。中華體育營製擁有強大的媒介平台，並獲得中國國家體育總局支持，在內地體育事業的發展形勢極佳。

世界體育推廣事業發展迅速，中國龐大的市場仍有待開發，賦予中華體育營製不少商機。年內，中華體育營製已為開發此等商機奠定良好基礎，朝著盈利的目標進發。

策略性前景

中國信息產業部預測流動電話用戶人數將於2005年高達三億（2001年9月：約1.3億）。在中、短期來說，這對集團在新手機及換機市場的發展都極為有利。

本集團在中國擁有強大的業務網絡，可擔當重任為流動電話生產商開發目標市場，並在品牌建樹及售後服務方面為他們提供增值服務。

本集團將繼續發展手機分銷業務，目前正洽談多個型號手機未來幾年的獨家分銷權。同時，本集團正與多個流動電話生產商對其產品分銷權。

短期內，本集團將發掘機會開展自己品牌手機的分銷業務，以原始設計製造商（ODM）的形式進行有關計劃。憑著本集團在流動電話營銷推廣方面的突出成績，我們有信心能成功把自己品牌的流動電話推向市場。

本集團會留意市場轉變，採取審慎的銷售及推廣策略為股東財富爭取最大的回報。透過運用銷售組合，本集團有信心於未來數年維持銷售及利潤增長。

中國加入世貿後，本集團將以謹慎的經營策略發展零售業務。中國之營商環境不斷轉變，賦予新來者不少挑戰，本集團雖然在中國市場多年來經營有道，亦會審慎尋找最適當的時機，方進行投資以確保利潤回報。

股本結構

根據於年內本公司股東特別大會上通過之一項普通決議案：

- (a) 本公司已發行及未發行股本中每股面值港幣0.10元之普通股分為十股每股面值港幣0.01元的普通股。本集團之每股盈利、每股股息及購股權計劃資料（如行使價及購股權及認股權證之數目）已作出調整，反映分拆之影響。
- (b) 以港幣0.68元認購權為單位，增設527,951,988份紅利認股權證並發行予本公司之股東，由發行日期二零零一年八月二十七日至二零零四年八月二十六日（包括首尾兩日）隨時按認購價每股股份港幣0.68元（可予調整）認購本公司之股份。按初步認購價港幣0.68元全面行使紅利認股權證所附認購權，將導致本公司收取約港幣359百萬元。董事會現時計劃動用行使紅利認股權證所附認購權所得款項作為一般營運資金。

有關本公司的股本結構之詳情，請參看財務報告之賬目附註19及23。



或然負債

於二零零一年九月三十日，本集團或然負債如下：

(a) 本公司及本集團若干附屬公司向若干銀行提供擔保，作為授予本公司及本集團若干附屬公司銀行融資之抵押；及

(b) 在去年有關收購 Calaview Assets Management Limited 及中華體育營製（「已收購公司」）條款中，本集團須於其中一家已收購公司在任何認可證券交易所成功上市後向賣方支付港幣 35 百萬元。於二零零一年九月三十日，管理層並無任何計劃讓上述已收購公司上市，因此並無就有關負債在賬目中作出撥備。

(b) 以本集團約達港幣 318 百萬元（二零零零年：港幣 753 百萬元）之定期存款設立之押記；及

(c) 以本集團持有約達港幣 51 百萬元（二零零零年：零）之債務證券設立之押記。

僱員資料

於二零零一年九月三十日，本集團僱有 195 名（二零零零年：104 名）員工，僱員成本總額包括薪金及花紅，合共約為港幣 94.6 百萬元（二零零零年：港幣 68.5 百萬元）。僱員的酬金組合以其各自的職責及表現釐定，並可與業內其他公司以資比較。本集團以花紅酬謝對集團成績有突出貢獻的員工。本集團亦致力於員工培訓及推動員工的發展。

根據一項本公司股東批准之購股權計劃，本公司董事可酌情邀請僱員（包括本公司執行董事）按該計劃所規定之條款及條件接納可認購本公司普通股之購股權。

有關購股權計劃之詳情，請參看財務報告之賬目附註 20 (a)。

本集團資產之押記

於二零零一年九月三十日，本集團擁有以下資產押記，作為授予本集團若干附屬公司銀行融資之抵押：

(a) 以本集團賬面值約為港幣 7.5 百萬元（二零零零年：港幣 7.7 百萬元）之租賃土地及樓宇設立之第一法律押記；