

管理層 研討及分析



集團將會繼續維持

嚴謹的成本

控制措施及生產

自用配件，從而降低

生產成本，並能以

具競爭力的價格作為

產品價格的定位指標，

以保持集團的競爭優勢。

管理層研討及分析

業務回顧

公司於二零零一年九月十八日在香港聯合交易所有限公司（「聯交所」）主板上市。集團主要業務為生產及銷售電子產品，並擁有自有品牌KADIO及TAKSUN。

流動資金及財務資源

公司股份於二零零一年九月十八日在聯交所上市。扣除有關費用後，集團藉發行120,000,000股本公司新普通股籌得約47,000,000港元。公司股份在聯交所上市不單擴大了公司的股東基礎，更提供額外資金供集團進一步拓展業務。年內，集團一般以內部產生之資源，以及中港兩地的主要往來銀行提供之銀行信貸撥付營運所需。於二零零一年十二月三十一日，集團之計息銀行貸款約為19,000,000港元（二零零零年十二月三十一日：16,800,000港元），當中約14,000,000港元為定息人民幣貸款並須於一年內償還，其餘則為浮息港元貸款。集團於二零零一年十二月三十一日之銀行貸款均以港元標示且於一年後到期償還。於二零零一年十二月三十一日，集團之銀行信貸由以下項目作抵押：(i)集團於香港之租賃土地及樓宇之首次法定押記及(ii)公司及若干本公司附屬公司所提供之公司擔保。

於二零零一年十二月三十一日，集團之銀行借貸以人民幣或港元標示，集團之銷售額及購貨額則以人民幣、港元或美元標示。由於人民幣、港元及美元之滙率頗為穩定，因此，董事認為集團並無承擔重大的外滙波動風險。年內，集團並無為對沖風險而使用任何金融工具，於二零零一年十二月三十一日，集團並無任何已動用的對沖工具。

於二零零一年十二月三十一日，集團之流動資產約為156,500,000港元（二零零零年十二月三十一日：86,800,000港元），流動負債約為95,000,000港元（二零零零年十二月三十一日：75,700,000港元）。集團之流動比率亦有所改善，由二零零零年十二月三十一日約1.1倍提升至二零零一年十二月三十一日約1.6倍。集團之資產總值約為243,100,000港元（二零零零年十二月三十一日：130,800,000港元），負債總額則約為99,300,000港元（二零零零年十二月三十一日：79,700,000港元），以此計算，於二零零一年十二月三十一日之資本負債比率約為40.8%，而於二零零零年十二月三十一日則約為60.9%。流動比率與資本負債比率均有改善，主要得力於公司在二零零一年九月十八日在聯交所上市時發行新股份（「股份發售」）替集團籌得資金，以及於年內錄得純利。

產品開發

集團生產之電子計算機共超過150款，並分為四類：袋裝計算機、座檯計算機、語音計算機及科學計算機。此外，集團亦生產其他電子產品，包括環球時間日曆、砌磚遊戲機、電子時鐘及歐羅兌換機。



目前，集團共推出分別約有60及70種款式具備典型功能（如基本運算功能、8至12位數液晶顯示、記憶功能、電池及/或太陽能自動儲電功能）的袋裝及座檯計算機。除包含基本運算功能外，還具有特別設計功能的語音及科學計算機，種類分別約有12及8種。

截止二零零一年十二月三十一日止，袋裝計算機、座檯計算機、語音計算機及科學計算機分別佔集團營業額之46%、24%、7%及5%。

於年內，針對高檔市場的KADIO及價格定位較大眾化的TAKSUN之營業額比例分佈分別約為29%及70%。年內，集團推出約60款新款計算機，並不斷按各市場需要改良產品款式與功能。

於二零零一年十一月，集團接獲為意大利政府製造歐羅兌換機的訂單。意大利政府共向香港製造商訂購總數達18,000,000部「里拉-歐羅兌換機」，當中集團接獲香港最大的單一訂單，負責生產三份之一，共達6,000,000部的兌換機。憑藉集團的生產規模及對產品實行嚴謹的監控，集團不但能於短時間內克服數量龐大的訂單及緊迫生產期限的嚴峻考驗，更為芸芸製造商中首間付運歐羅兌換機的生產商。是次經驗標誌著集團致力開拓歐洲市場及增加集團收入來源的目標。



於年內，集團的產品有突破性的發展。除了生產計算機外，集團亦積極發展液晶顯示屏的業務，為集團邁向生產高科技產品踏出關鍵的一步。

生產設施

集團之生產設施位於中國福建省莆田縣。共設有約80條裝配生產線裝嵌所有零件，包括塑膠外殼及印刷線路板等。目前，生產能力為每日約310,000件。

於年內，集團投資4,000,000港元擴展集團液晶顯示屏之生產設施。現有生產線的產能約為每月50,000組。集團目前只需約十四天便可完成液晶顯示屏之生產工序，而其他液晶顯示屏製造商則一般需時三至四星期。集團採取一條龍生產模式可更有效地確保產品質素、保障配件貨源穩定，還可節省訂購配件的時間，從而增加效率。目前，集團生產的液晶顯示屏主要供

給集團作計算機顯示屏幕使用。現時集團供應少量樣本予其他電子產品製造商，以作產品及市場測試。

地區市場

集團的主要銷售市場為：(i)印度、(ii)亞洲其餘地區、(iii)非洲、西歐、中東、南北美洲以及俄羅斯市場。截至二零零一年十二月三十一日止，集團主要市場分佈比例分別為28%、32%及39%。此外，集團產品亦在香港銷售。

除亞洲之主要市場外，集團於年內積極拓展東歐及俄羅斯市場。憑藉集團之優良品質及已建立之聲譽，集團已開始接獲來自此等新開拓之市場的訂單。由於這些市場潛力龐大，預期將成為集團未來重點發展之新市場。

策略

在競爭劇烈的電子產品市場中，集團將會繼續維持嚴謹的成本控制措施及生產自用配件，從而降低生產成本，並能以具競爭力的價格作為產品價格的定位指標，以保持集團的競爭優勢。

此外，集團秉承一貫實施嚴謹的品質控制及有效的管理措施，如進行品質比較、實行獎勵制度，以提高產品質素及生產力，加上不斷招聘專業而具豐富經驗的工程及研發人員，並投入充裕的資金，藉此加強集團生產技術和研發的優勢。



集團的工程部負責設計及開發新產品，及改良現有產品。集團能把握潮流趨勢，設計不同款式的計算機，如手錶型、流動電話型的計算機，加上色彩繽紛的外殼，滿足不同客戶及市場的要求。同時，集團與海外其他地區的客户保持密

切聯繫，掌握市場發展趨勢及了解客戶的需要，設計嶄新型號的計算機及不斷改良產品款式和功能。

公司首次公開發售之所得收益用途

公司於股份發售所取得之收益，於扣除有關股份發行費用後約為47,000,000港元。上述部份收益已於截至二零零一年十二月三十一日止年度撥作下列用途：

- (a) 約9,000,000港元撥作增購機器及設備，藉以提高集團之計算機生產能力；
- (b) 約4,000,000港元撥作興建廠房，放置增購之計算機生產機器及設備；
- (c) 約4,000,000港元撥作擴展集團液晶顯示屏之生產設施；
- (d) 約5,000,000港元撥作擴大集團現有之計算機生產線，以及開發諸如電子記事簿、電子錶等新產品生產線；
- (e) 約1,000,000港元撥作市場推廣及宣傳活動；及
- (f) 約10,000,000港元撥作本集團之一般營運資金。

於二零零一年十二月三十一日，收益餘款約14,000,000港元已存入香港財務機構作為短期存款。

股份發售所得收益淨額之實際用途與公司於二零零一年九月六日刊發之售股章程所載之計劃用途相符。

僱員人數及薪酬

於二零零一年十二月三十一日，集團在中港兩地之業務共聘用約4,500員工及職工。集團根據僱員工作表現、經驗及目前市場薪酬釐定僱員薪酬。集團亦為中港兩地的僱員提供退休福利計劃。由二零零一年九月十八日起，集團採納一項購股權計劃，董事會可據此酌情授予集團僱員購股權。直至本公佈日期為止，並無授出購股權。