

## 財務回顧

截至二零零二年十二月三十一日止年度，集團錄得營業額約503,000,000港元，較二零零一年之441,000,000港元上升約13.9%。股東應佔日常業務純利則錄得約62,000,000港元，較去年同期增加約24.5%。縱使環球經濟持續衰退，對多個行業做成不同程度的打擊，然而，集團於回顧年內仍錄得溢利增長，成績令人鼓舞。

## 流動資金及財務資源

集團於回顧年內均以內部生產之資源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。於二零零二年十二月三十一日，集團之計息銀行貸款約為19,400,000港元(二零零一年十二月三十一日：19,000,000港元)，當中約18,700,000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。集團之銀行信貸由以下項目作抵押：(i)集團於中國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。

於二零零二年十二月三十一日，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、港元及美元之匯率頗為穩定，因此，董事認為集團並無承擔重大的外匯波動風險。年內，集團並無為對沖風險而使用任何金融工具，於二零零二年十二月三十一日，集團並無任何已動用的對沖工具。

於二零零二年十二月三十一日，集團之流動資產約為218,200,000港元(二零零一年十二月三十一日：156,500,000港元)，流動負債約為124,400,000港元(二零零一年十二月三十一日：95,000,000港元)。集團之流動比率由二零零一年十二月三十一日約1.6倍提升至二零零二年十二月三十一日約1.8倍。集團之資產總值約為321,000,000港元(二零零一年十二月三十一日：243,100,000港元)，負債總額則約為124,900,000港元(二零零一年十二月三十一日：99,300,000港元)，以此計算，於二零零二年十二月三十一日之資本負債比率約為38.9%(二零零一年十二月三十一日：40.8%)。

## 產品開發

集團所生產的電子計算機主要分為袋裝計算機、座檯計算機、語音計算機及科學計算機，截至二零零二年十二月三十一日止年度，上述四類計算機分別佔集團之總營業額約36%、29%、11%及6%，合共超過180種款式，包括分別約70及80種款式之袋裝及座檯計算機，以及12及8種款式之語音及科學計算機。

針對高檔市場的「卡迪奧」計算機佔總營業額44%，而價錢較大眾化的「德信」計算機佔總營業額的48%。

回顧年內，集團共推出約60款新型號計算機，其中包括針對高檔市場的「愛信」計算機，並獲得理想的市場反應，集團預期需要約兩至三年的時間，此產品便能夠提供實質的盈利貢獻。

除計算機外，集團亦生產其他類型的電子產品，包括環球時間日曆、電子時鐘及歐羅兌換機等。於回顧年內，集團亦致力研發更多類型的新產品，以拓展多元化的業務及迎合市場的需要，其中包括家用電話及多功能手錶，並為集團開拓了新商機及市場。

憑藉集團嚴謹的質量監控及生產規模，集團於二零零一年十一月開始接獲意大利政府訂購的「里拉—歐羅兌換機」，由於集團具營運效率的優勢，故此來自歐洲的訂單接踵而來，進一步肯定集團的行業地位。

為了提高毛利率，集團已採取垂直生產策略，因此投資設置生產線生產液晶體顯示屏，其中較高科技的STN液晶體顯示屏專用生產線為集團的投資及生產重點。

### 產品功能及品質

除了研發新產品外，集團亦不斷改良產品的功能及品質，為客戶提供質量更優秀的產品。於回顧年內，集團改進了液晶體顯示屏的效果，令顯示屏的畫面質素及文字顯示效果更臻完美。

再者，集團亦於產品的功能及設計方面作改進，例如計算機機殼的顏色選擇、款式的設計等，均於回顧年內有所改進，為客戶提供功能與設計兼備的嶄新產品。

### 生產設施

集團的生產設施設於中國福建省莆田縣。目前集團的生產力每日約達330,000件，共有90條生產線，負責裝嵌所有生產零件，包括集團電子產品之塑膠外殼及印刷線路板等。而集團於二零零一年開始投資興建的三層高新廠房及辦公大樓將於本年六月底竣工，將能進一步提升集團的生產力。

另外，集團亦將於二零零三年內計劃斥資約四千萬港元，添置生產設備，其中約有三千萬港元為投資於STN液晶體顯示屏專用的生產線。現時液晶體顯示屏的產量約為每月110,000組，為集團的電子產品提供高質素的顯示屏，此種一站式的生產模式有效地確保了產品質素、配件貨源的穩定性及訂購配件之時間。現時集團亦有供應產品樣本予某些電子產品製造商作市場測試。

## 市場拓展

截至二零零二年十二月三十一日止年度，集團於(I)印度、(II)亞洲其餘地區、(III)非洲、中東、南北美洲以及俄羅斯市場的營業額分佈比例分別為27%、31%及42%。

集團之產品已廣泛被市場接納，集團於年內積極擴展於上述市場的滲透率，尤其是印度及亞洲市場，由於人口數目高，因此市場需求強大，提高佔有率能為集團帶來更優厚的盈利。另外，集團亦致力開拓東歐及俄羅斯市場，來自這些地區的訂單已日趨穩定，集團將於未來進一步擴大這些國家的市場佔有率。

於回顧年內，集團一直與各客戶保持密切的聯繫，以加強彼此的了解及吸取客戶的意見，積極回應他們的需要，為客戶提供更優質的產品與服務。

## 未來發展策略

展望未來，本集團將抓緊多個有潛力的市場，加強內部的研發實力，實踐產品多元化，以功能卓越的產品來回應瞬息萬變的市場需要，並繼續實施嚴謹的品質控制及成本控制措施，配以完善的管理系統及成本核算制度，提升產品質素及生產力，鞏固集團的行業優勢。

集團將積極抓緊市場及顧客的需要，開發更多新穎及高性能的產品，除了家用電話、多功能手表產品外，將會挑選有潛力的產品以作生產。與此同時，集團亦致力改良現有產品的功能及設計，以創意的設計及顏色配合用於外殼及機身上，滿足客戶不斷變更的需求。管理層相信，憑藉集團優良的品質保證及管理措施，及專業而具豐富經驗的工程及研發人員，定能為集團帶來不斷的發展動力。

### 僱員人數及薪酬

於二零零二年十二月三十一日，集團於中港二地共聘用約6,000僱員。本集團員工的薪酬是根據僱員之工作表現及經驗以及市場薪酬來釐定。此外，本集團亦為中港兩地的僱員提供退休福利計劃。自二零零一年九月十八日起，集團亦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。直至本年報日期為止，集團共授出48,000,000股購股權予若干公司董事及集團之僱員。