

管理層討論與分析

市場概覽

過去一年，環球電信市場仍進行自身的調整。在需求疲軟，但競爭仍然激烈的環境下，迫使營運商發揮更大的創造力，尋求新的客戶群和業務增長點。推動新技術及引進新服務是營運商擺脫逆境的唯一選擇。正因如此，市場上的電信增值服務日見繁多，刺激了客戶尋選新服務的動力。另一方面，電信營運商為增強實力，減少固定成本支出，結盟合作的趨勢更加明顯。

就香港電信市場來說，固網市場開放全面落實，加上流動電話市場數年來激烈的價格競爭，導致話音通信成本已降至極低水平，相對完善的電信基建以及政府為持續開放市場而訂定的競爭原則，為有意針對大眾市場的營運商提供了進入市場的契機。在第二代流動電話服務方面，由於流動話音市場已趨飽和，促使電信商轉向開發更多增值服務，包括文字及多媒體短訊、資訊服務等。

中國加入世貿以來，全方位對外開放格局業已形成，對外經濟聯繫更為緊密，進出口貿易連年增長，外商投資持續增加，國際交往和跨境人員流動更為頻繁，對面向中國的跨境電信服務形成了越來越大的市場需求。香港作為中國與世界交流的重要窗口和橋樑，在發展跨境電信服務方面具有得天獨厚的區位優勢。特別是隨著更多港人北上工作及拓展業務、內地人來港旅遊消費，中港聯繫更趨頻繁，港深穗融為一體的趨勢日漸明顯，為開拓跨境電信服務業務提供了巨大的市場空間。

潤迅作為一家具有經驗的增值電信服務商，同時擁有中港兩地的分銷網絡及優秀的推廣人才，比香港企業更早更廣泛地掌握內地市場，比內地企業積累了更多更豐富的國際業務拓展經驗，於爭取及發展增值及跨境通信業務方面尤其有利。潤迅關注華語區的巨大商機，憑藉跨境增值業務的崛起實現了順利轉型，今後將沿著這一成功的發展方向進一步開拓市場，做大做強。

業務回顧

雖然全球經濟受到種種不利因素困擾，電信業營商環境滿佈挑戰，但潤迅憑藉其獨特之市場定位，在針對中國內地和香港及其它經濟密切交流地區的跨境通信領域上發揮優勢，於回顧期內，銳意引入更多增值服務、整合資源，摸索出清晰的未來發展方向，使業績走出谷底，轉虧為盈。具體而言，二零零二年六月出售傳呼業務，全面投入發展跨境增值電信服務以來，並於二零零三年年初成功取得香港本地固網服務牌照，潤迅已經形成包括網絡通信、移動電話相關服務以及分銷及連鎖銷售的三大核心業務。

於回顧期內，傳呼業務的售出並沒有造成營業額的大幅度滑落，迅速跨越低谷全賴網絡通信業務的突出表現。集團營業額大致保持穩定，達735,573,000港元，較去年同期輕微增長了2%，網絡通信業務全年營業額更上升80%至456,400,000



港元，佔總營業額62%，成為集團最主要的收益來源。網絡通信之國際長途電話業務表現突出，面向大陸的跨境增值業務是行業中為數不多的亮點。

於移動電話相關服務方面，集團於二零零二年八月正式推出首項虛擬網絡(MVNO)通信業務—集香港流動電話儲值卡及IDD電話卡兩項功能於一身的潤迅「2用」流動電話儲值卡及「1卡2號服務」，使集團成為取得MVNO牌照後，首批推出服務的營運商之一。期內MVNO業務為集團帶來20,578,000港元之營業額。

分銷及連鎖銷售業務下半年扭虧為盈，本著合理佈局和節約成本的原則，精簡門市，強化成本管理，保持了市場銷售能力。隨著集團自有產品的不斷推出，分銷及連鎖銷售業務成為自有產品聯結終端的重要出口。

集團於回顧期內，完成出售本港傳呼業務，使集團得以在期內更好地調配資源，集中發展集團的三大核心業務，並努力依循著創造更高盈利、開拓更多收入來源的策略原則向前邁進。

The logo for ChinaOne, featuring the word "china" in blue and "one" in orange, with a stylized orange circle above the "o" in "one".

業務表現

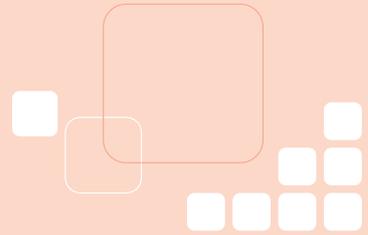
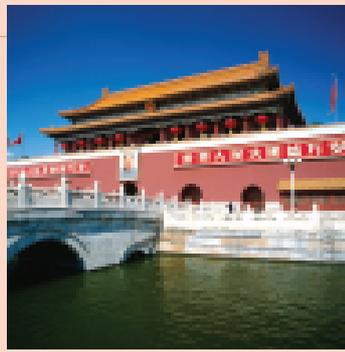
網絡通信

回顧過去一年，網絡通信業務逆市大幅增長，進入高速成長期。中國在全球經濟低迷中一枝獨秀，出口和外商直接投資保持了強大的增長勢頭，國際長途電話市場前景光明。網絡通信積極調整業務策略，著力拓展以中國話務量為核心的國際長途電話批發業務。

通話量大幅度增長 於回顧年內，集團之國際長途電話業務營業額因通話量大幅上升而增加，較去年同期增長約91%，達到439,096,000港元。國際長途電話業務錄得全年超過十二億分鐘，平均每月一億分鐘語音通話量，全年通話量較去年高出約150%。

中港話務份額提高 因應市場供需變化，集團積極拓展以中國通話量為核心的國際長途電話服務，為集團業務提供更多盈利。目前，中國通話量已佔本公司國際長途電話業務總通話量約90%，達到一億四千萬分鐘，較去年度大幅上升133%。

獲得多個國家營運牌照 著眼於中國出口與外商投資的區域特點，潤迅網絡通信在鞏固香港及北美話音市場的同時，積極開拓新市場，在海外取得多個牌照。集團已在新加坡、台灣、紐約、溫哥華及多倫多等地取得經營牌照，並已在上述各地設立辦事處，開展業務。新加坡和台灣辦事處開業僅數個月，截至三月底，業務量已分別達四千七百萬分鐘和三千萬分鐘，而在越南也與當地主要電信營運商簽訂合作備忘錄，為日後開展業務奠定良好基礎。



傳輸網絡奠定新的發展基石 傳輸網絡是潤迅網絡通信作為海外發展的一個重要基石，年內集團在不同地方如香港、洛杉磯、紐約、新加坡、台灣及日本建立了完全屬於自己的接點，海外接點跟香港及洛杉磯的主接點已經連在一起，將形成新的業務增長點。

開通寬帶連通話音供應商 潤迅網絡通信又分別新開通了超過1,000M的國際帶寬，並在世界各地新開通了多條國際專線與不同的第一層話音供應商相連接。

業務增長迅速交換設備數度擴容 為適應通話量迅猛增長的需要，為客戶提供更優質的服務，年內集團也數度對交換設備進行了擴容，截至年底，全球範圍內外換容量已增加至大約50,000個埠；而洛杉磯、新加坡和台灣也分別安裝了新的交換機，VOIP的容量也由於新增的多個海外接點，令現時全網激增至超過1,500個埠。

推出本地固網服務進入零售市場 於二零零三年初，集團成功取得了經營香港本地固網服務牌照，並已於二月份以「ChinaOne」品牌推出香港本地固網服務。在取得牌照後，我們推出了針對有密切中港通信需要的商業及住宅客戶而設的「ChinaOne 0050」國際長途電話零售服務。集團亦同時在北美推出「ChinaOne」本地預付電話卡，市場反應亦頗理想。

移動電話相關服務

於回顧期內，移動電話相關業務總共錄得109,841,000港元的營業額，比去年下降了16%。主要由於中國內每戶平均收入值持續下降，而隨著移動電話相關服務及產品的推出，業績於下半年明顯改善。

推出移動電話務持續增長 集團於二零零二年八月以「CM Mobile」為品牌推出移動電話服務，於回顧期內為集團營業額提供了20,578,000港元的貢獻，成為集團業務的一個重要成分，而該業務上升趨勢仍然持續，具備龐大的上升空間。

「CM Mobile」品牌深入人心 針對中港跨境的遊旅和商旅人士的通信需求，集團利用本身的跨域通信平台和連鎖銷售優勢，以CM Mobile為品牌推出一系列產品，其中包括本地預付卡、本地後付服務和「1卡2號」服務，市場之接受程度良好。

「1卡2號」產品吸引高端用戶 於二零零二年底開始發展的「1卡2號」產品，實現了一張電話卡提供中、港兩地流動電話號碼，同時結合話音、短訊、秘書服務等增值功能，鎖定了經常穿梭中港兩地的商旅人士，為集團帶來一批ARPU值頗高的

CM Mobile





用戶。集團目前正積極在「1卡2號」的基礎上，開發新平台以推出更多增值服務，為集團之移動電話服務吸納更多高ARPU的用戶。

分銷及連鎖銷售

由於市場的飽和移動運營商之間的劇烈競爭，香港手機銷售市場一直處於疲弱狀態，本集團之分銷及連鎖銷售業務全年錄得營業額約146,140,000港元，比去年同期下跌21%。然而，此業務透過積極的成本控制措施，下半年錄得利潤5,554,000港元。

第四季成功跨越低谷 隨著各移動運營商於新一年展開市場攻勢，集團之分銷及連鎖銷售業務亦於第四季好轉，手機上台服務人數亦有所增加，再加上自營產品所貢獻的收入，使該業務營業額止跌回升。

精簡網絡營運成本大幅下降 面對零售環境未有好轉的局面，本集團採取一系列措施縮減營運開支，門店數目亦由三十三間減少至二十六間。在上半年虧損的不利情況下，有關措施之成效已在下半年度顯現，全年扭虧為盈。

自有電信產品增加突顯分銷網絡價值 過去一年，集團之電信產品種類不斷增加，產品所覆蓋的範圍亦更為廣泛，一個既具成本效益兼而擁有合適地點的零售分銷網絡因而更為重要。集團之分銷及連鎖網絡，對分銷集團現有產品的作用極大。集團深信，緊密的分銷網絡有助提升集團各類電信產品之營業額，而不斷增加的電信產品種類亦會進一步提升分銷

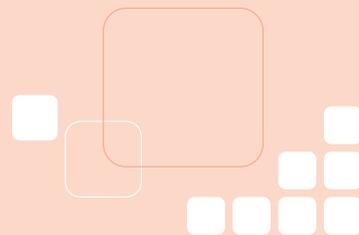
網絡之吸引力，兩者持續發揮強大的協同效應，定能持續為集團帶來更大的收益。

全球手機銷售市場已經轉暖 有媒體援引美國市場調查公司加特納公司的調查結果，由於全球很多手機廠商正在對手機進行更新換代，二零零三年第一季度全球手機銷量已達到一億一千萬部，比去年同期增長18%。而第三代流動電話已經在歐洲開始營運，為流動電話的銷售帶來了新的商機，集團之分銷及連鎖銷售業務必將受惠。

長期投資

本集團於二零零三年一月三十日簽署了購入潤迅通信集團有限公司子公司深圳市潤迅網絡通信服務有限公司50%股權(分兩階段購入，每階段25%)的有條件協議，發展國內長途電話代理業務。該公司現在主要經營北京及上海之長途電話代理業務。是次收購協議之先決條件須於二零零三年十月三十一日或之前達成，而兩階段的股權購入須分別於二零零三年及二零零四年十二月三十一日前完成。於本報告日期，收購事項之有關方面仍在實現有關先決條件。

是次收購的總轉讓價為258,000,000港元，已支付押金為46,729,000港元。而去年投入的80,159,000港元將用作購買股權之部分款項。本集團認為透過是項收購，集團可充份運用累積的長途電話運營經驗，和國內策略合作夥伴，共同發展中國龐大市場，為股東帶來更大的回報。



展望

隨著中國經濟增長持續、外來投資增加、內部消費保持穩勁，再加上中國成功取得多個國際盛事的主辦權，集團有信心中外及中港之通信將隨著交流之增加而更為頻繁，跨境電信發展空間極為龐大，而潤迅亦必將繼續受惠於此。

集團將在本身的業務範疇內，努力實現以下目標：

- 將現有國際長途電話批發業務擴大至主要具備大量中國通話需求的地區，包括英國、澳洲等地
- 強化剛起步的零售語音業務市場
- 進一步完善中、港通信系統及服務平台，致力打造ChinaOne和CM Mobile品牌，開發更多針對個人和中小企業的產品
- 擴大潤迅產品的零售市場
- 與各大電信運營商合作，發展電信業務

在集團之業務性質更為清晰，業務範疇更為全面之前提下，潤迅同時做到減省營運開支的目標，達致轉虧為盈。在此基礎上，我們預期集團業務已步入穩定，並向著擴大盈利之目標推進。

財務狀況

本集團一直採取嚴謹穩健的財政策略。於二零零三年三月三十一日，本集團手持流動現金及銀行結餘約為86,013,000港元。借貸總額約為135,419,000港元，其中132,362,000港元以港元結算，而3,057,000港元以美元結算。銀行貸款以每月定期還款形式償還，最後一期供款到期日為二零一三年八

月。目前集團資產負債狀況良好，資產負債比率為18%，與上年度相若。

於年內，本集團營運資金來自內部產生的現金流量、銀行融資總額及於二零零一年三月三十一日止財政年度內進行的兩項融資活動。該兩項融資活動所得款項淨額303,000,000港元，已按原計劃於本年度及以前年度運用。

於二零零三年三月三十一日，本集團的銀行融資額約為73,520,000港元，當中已動用約45,313,000港元。本集團於該結算日的現金及銀行結餘連同未動用的銀行融資額，將足夠償還債務及支付其營運開支。

外匯波動風險

由於本集團若干應付支出及應收賬款分別以人民幣及美元結算，故本集團只承對人民幣及美元的波動風險。

僱員及薪酬政策

於二零零三年三月三十一日，本集團聘請約523名員工。於年內集團支付僱員總支出(不包括董事酬金)為119,455,000港元。本集團之薪酬政策一直與現行市場慣例相若，並根據個別僱員之表現及經驗釐定。

除薪酬外，本集團亦為員工提供其他附帶福利，包括培訓津貼、公積金及醫療保險。本集團亦已向本公司若干董事及本集團若干僱員授出購股權。

中國實力

連結中港兩地各大電信營運商的業界經驗、業務實力及強大網絡等優勢，潤迅通信提供最優質的跨境電信增值服務，並進一步擴展全球業務網絡，帶領客戶享受無邊界的電信服務。

