

## 九龍倉通訊有限公司



## 有線寬頻通訊有限公司

### 資產負債表

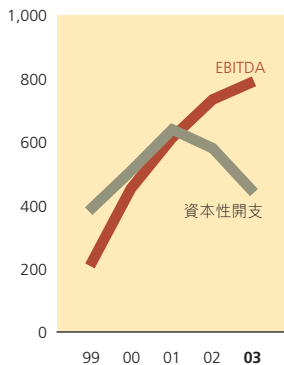
二〇〇三年十二月三十一日

	港幣百萬元
非流動資產	2,435
淨流動負債	(637)
非流動負債	(113)
淨資產	1,685
資本及儲備	
股本	2,019
儲備	(334)
	1,685

隨著香港經濟走出谷底，曾受不利環境與激烈競爭影響的有線寬頻核心業務開始重拾增長動力。雖然沒有世界盃足球賽等大型熱門節目，以及面對新經營者的競爭和積極的價格策略所帶來的壓力，但年內有線寬頻的收費電視和寬頻上網服務的訂戶人數均錄得穩健的增長。

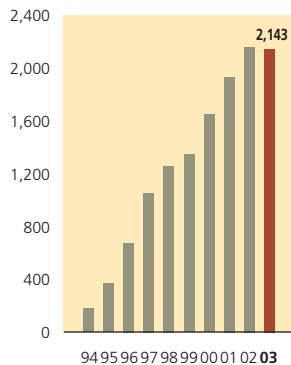
### EBITDA 及資本性開支 歷年趨勢

港幣百萬元



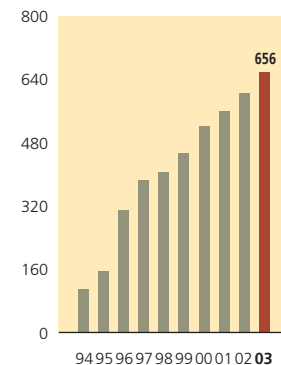
### 總營業額

港幣百萬元



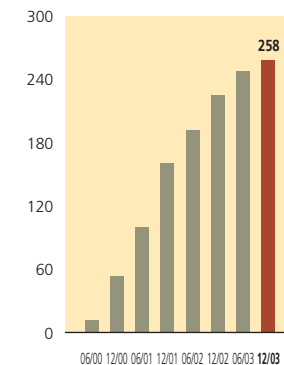
### 收費電視訂戶數目

以千位計



### 寬頻上網用戶數目

以千位計



## 收費電視

有線寬頻推出了多項措施，旨在進一步加強收費電視節目內容，包括增設二十四小時娛樂新聞頻道、購買體壇盛事的播映權，以及增闢衛星頻道，因此，即使出現新競爭者，收費電視分部仍然繼續增長。

二〇〇三年年底總客戶人數增加百分之八至六十五萬六千戶，平均客戶流失率由二〇〇二年的百分之一點六下降至百分之一點三，加上節目製作成本下降與電視廣告銷售額上升，二〇〇三年下半年收費電視分部的營業額與經營盈利均見增長。

除擴大客戶基礎外，有線寬頻亦繼續擴展節目平台，引入更多精選頻道與收費計劃。二〇〇三年購入的重大獨家播映權包括：球星如雲的西班牙足球聯賽、二〇〇四年歐洲聯賽冠軍盃，以及二〇〇六年世界盃足球賽。年內，有線寬頻繼續全速落實節目數碼化，目前近三分之二的收費電視訂戶已轉用數碼制式，預計所有訂戶將於二〇〇四年第三季全部改用數碼制式，較原訂時間提早一年。



有線電視於去年十月慶祝成立十周年。

## 寬頻及互聯網上網服務

雖然市場飽和及競爭激烈，使盈利率持續收窄，但二〇〇三年寬頻上網訂戶總數上升百分之十四至二十五萬八千戶。儘管有線寬頻在住宅寬頻上網市場的佔有率保持在百分之二十五左右，但由於在競爭激烈的情況下實施積極的價格策略以維持客戶人數增長的動力，每戶每月平均收入由去年的一百八十元下降至一百二十九元。然而，隨著去年下半年經濟好轉，每戶每月平均收入和營業額在二〇〇三年較後時間均出現回升跡象。

年內，有線寬頻繼續發揮其內容製作方面的獨特專長，致力增加多媒體服務的收入。有線寬頻於二〇〇三年夏季推出收費網站「必勝18波網」，並與香港首家第三代流動電話服務供應商簽訂轉播協議，再次肯定其在多媒體內容供應方面的領導地位。



截至二〇〇三年年底，寬頻上網訂戶人數達二十五萬八千戶。

### 資產負債表 (摘錄)

二〇〇三年十二月三十一日

	港幣百萬元
固定資產	3,157
淨流動負債	(268)
其他非流動負債	(22)
營業資產淨值(未扣除債項)	2,867

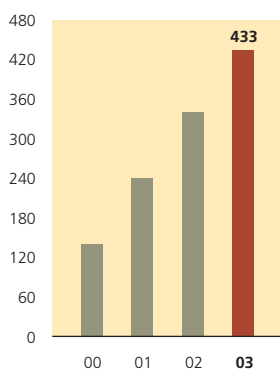
### 業務摘要

	二〇〇三年 港幣百萬元	二〇〇二年 港幣百萬元	變化 (%)
營業額	1,235	1,117	11
銷售成本	(472)	(388)	22
毛利	763	729	5
營運開支	(376)	(399)	-6
EBITDA	387	330	17
利息、稅項、折舊及攤銷	(333)	(277)	20
營業盈利	54*	53	2

\* 未扣除港幣八千五百萬元的固定資產的減值撥賬

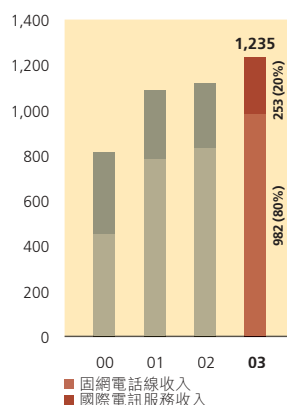
### 固網電話線增長

以千條計



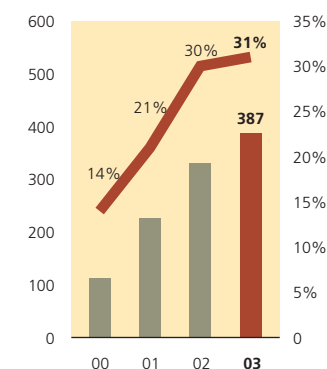
### 總收入

港幣百萬元



### EBITDA 及其盈利率

港幣百萬元



## 九倉電訊

受到年初中東戰事與非典型肺炎爆發的影響，不少公司倒閉及縮減規模，進一步削弱商業客戶對電訊服務的需求，這個趨勢在二〇〇三年全年大致上持續。這種舉步維艱的經營環境，直到年底才略見舒緩，加上供應過剩導致競爭加劇，令九倉電訊的收入增長、銷售成本和經營成本均受到嚴重壓力。

於二〇〇三年，已安裝的固網線數達四十三萬三千條，較去年增加約九萬四千條，增幅為百分之二十八，整體市場佔有率為百分之十一。在已安裝線數中，二十九萬三千條屬於商業客戶，十四萬條則屬於住宅市場。集團在上述兩個市場的佔有率分別為百分之十七和百分之七。固網電話及國際直撥電話的收入比率改善至接近四比一，反映九倉電訊的業務模式不斷轉型至集中發展固網電話服務。國際直撥電話總撥出通話量，在二〇〇三年為三億七千八百萬分鐘，與去年的三億八千三百萬分鐘大致相若。

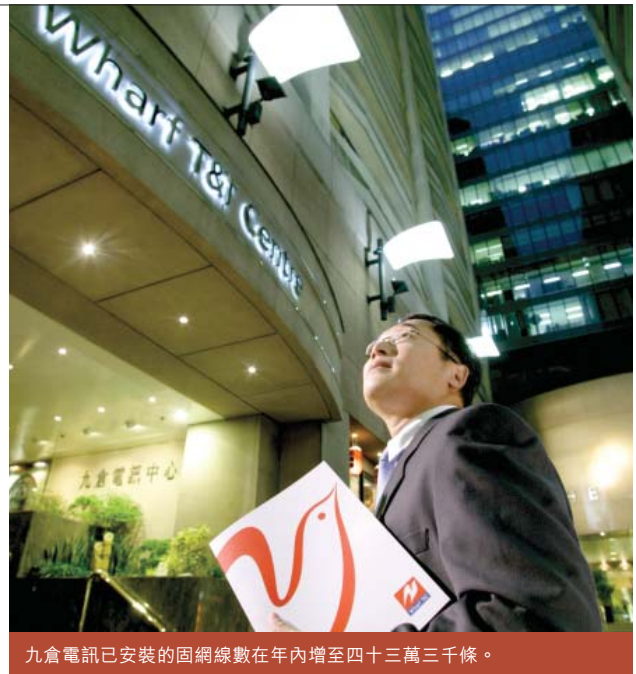
年內增鋪了一百八十九公里的光纖，使總長度增至一千七百八十七公里。

## 商業客戶市場

於二〇〇三年，商業客戶整體上佔九倉電訊總收入的百分之七十六。

批發業務方面，九倉電訊的非自用ETS寄存業務保持領導地位，市場佔有率高達百分之九十五左右。此外，憑著超卓的服務質素與靈活的訂價策略，九倉電訊成為 AT&T、BT 和 NTT Com Asia 等大型國際機構選用的服務供應商。目前為國際電訊網絡商提供的批發業務，佔九倉電訊每月固網租賃營業額約一成。

高頻寬光纖服務方面，九倉電訊繼續成功滲透企業、資訊科技、金融和政府等市場。至於商業互聯網上網服務方面，九倉電訊寬頻「上網通」服務去年的上客率亦顯著增長。



九倉電訊已安裝的固網線數在年內增至四十三萬三千條。

## 消費市場

於二〇〇三年，住宅客戶整體上佔九倉電訊總收入的百分之二十四。

九倉電訊透過主機代管 (co-location) 和直接接駁來擴大網絡覆蓋面，加上增聘銷售人手和加強推廣活動，使住宅業務加速增長。住宅固網線數較去年銳升百分之六十二，而來自消費市場的固網收入則錄得較去年為大的升幅，達百分之七十二。為保障國際直撥電話服務的盈利率，九倉電訊避免割價來刺激通話量，使其在住宅國際直撥電話市場的佔有率於年內跌至百分之六。

固網電話線市場佔有率

