

業務回顧

於回顧年內，無法預期的非典型肺炎及伊拉克戰爭拖延海外客戶落單進度，影響集團上半年的訂單表現。然而，下半年全球及中國經濟復甦，海外買家累積一定購買力，集團下半年的訂單已逐步回升。集團下半年的營業額較去年同期上升8.0%。儘管如此，截至二零零三年十二月三十一日止，集團之營業額為421,700,000港元，股東應佔純利錄得56,900,000港元，分別較二零零二年的營業額502,800,000港元及股東應佔純利62,400,000港元下跌16.1%及8.8%。

集團於回顧年內的毛利共95,600,000港元（二零零二年：113,800,000港元），較上年度下跌16.0%，毛利率保持穩定達22.7%（二零零二年：22.6%）。儘管電子消費產品面對市場價格競爭的因素，但集團將採取一貫嚴格控制成本措施，亦同時致力開發高增值電子消費產品，包括液晶體顯示屏、電話及手錶，將進一步提升集團整體的毛利率。

電子計算機

於回顧年內，銷售電子計算機仍然是集團營業額的主要來源，達335,500,000港元，佔整體營業額79.6%（二零零二年：452,200,000港元，佔整體營業額89.9%）。電子計算機銷售的下跌主要因為上半年受非典型肺炎及伊拉克戰爭影響，但訂單已隨著下半年經濟復甦開始逐步回升。於回顧年內，集團推出130種不同類型的新款電子計算機，具備多元化的功能及增值元素，配合市場的不同需要。集團現時電子計算機產量保持每月約850萬件，類別增至逾380多款，傲視同儕，穩佔全國電子計算機生產商的領導地位。

其他電子消費產品

為配合全球對電子消費產品龐大的需求，集團積極開拓不同類型及高增值的電子消費產品。於回顧年內，集團於新廠房增添11條多功能防水手錶及6條家用電話生產線，推出43款多功能防水手錶及24款家用電話，主攻發展中國家市場。於回顧年內，多功能防水手錶及家用電話的銷售額分別為7,900,000港元及10,400,000港元，分佔集團的營業額約1.9%及2.5%。由於多功能防水手錶的邊際利潤較電子計算機為高，集團將會積極拓展此等電子消費產品的銷售及增加產量，增加收入來源。

液晶體顯示屏

於回顧年內，TN液晶體顯示屏的銷售額達34,400,000港元，佔集團的營業額約8.2%（二零零二年：20,800,000港元，佔4.1%）。集團採用靈活銷售策略，視乎市場供求，將部份TN液晶體顯示屏作外銷用途，增加收入來源。

市場拓展

於回顧年內，集團除了鞏固現有市場的佔有率外，更致力開拓潛質優厚的市場，擴大集團產品銷售的版圖。印度仍穩佔集團營業額最大的市場，達101,600,000港元，較去年的135,100,000港元下跌24.8%。受非典型肺炎影響，集團於亞洲地區（不包括香港）的營業額由去年的146,800,000港元下跌18.5%至119,600,000港元，佔整體營業額28.4%。集團亦積極開拓非洲、西歐、中東、南北美洲及俄羅斯等市場，擴闊集團收入來源。

於回顧年內，集團針對不同市場的需求，推出不同類型產品。集團採用多元化的銷售及市場推廣策略，推廣「愛信」品牌的電子計算機、手錶及家用電話，市場銷售反應理想。於回顧年內，集團參與世界各地多個電子消費產品的展覽會及貿易會，向海外買家展示集團的最新電子消費產品。

企業發展

為進一步提升集團電子消費產品的產能，於回顧年內，集團於中國福建省莆田市的第二期廠房擴建工程，包括兩座新廠房大樓及一座員工及行政大樓，已於二零零三年九月正式竣工。擴建後廠房總面積約70,000平方米，生產規模將可增加一倍。此外，集團亦於回顧年內增加11條多功能防水手錶生產線及6條家用電話生產線，每月最高生產量分別達60萬件及20萬件。集團更在莆田廠房的周邊預留約100,000平方米土地，應付未來擴充產能的需要。

產能的提升有助應付與日俱增的訂單，更可配合集團不斷擴大的垂直生產模式，提升營運效率。於二零零三年年底，集團再陸續於新建的廠房內增設三個新分廠，包括電路底板分廠、塑膠按鍵分廠和包裝紙箱分廠，進一步降低集團外購零件部份，提高產品邊際利潤以保持競爭優勢。已擴大的垂直生產模式，讓集團更有效地控制生產成本及存貨量，有助提升產品質素。

管理層討論及分析

僱員及薪酬

於二零零三年十二月三十一日，集團於中港兩地共聘用約8,000僱員(二零零二年十二月三十一日：6,000僱員)，員工的增加主要是來自新廠房落成聘用生產員工，配合電子消費產品的產量及類別的增加。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釐定。此外，集團亦為中港兩地的僱員提供退休福利計劃。

財務回顧

流動資金及財務資料

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。於二零零三年十二月三十一日，集團並無計息銀行貸款(二零零二年十二月三十一日：19,400,000港元)。二零零三年十二月三十一日，本集團之銀行借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。

於二零零三年十二月三十一日，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，於二零零三年十二月三十一日，集團並無任何已動用的對沖工具。

於二零零三年十二月三十一日，集團之流動資產約為243,200,000港元(二零零二年十二月三十一日：218,200,000港元)，流動負債約為153,000,000港元(二零零二年十二月三十一日：124,500,000港元)。集團之流動比率由二零零二年十二月三十一日約1.8倍下降至二零零三年十二月三十一日約1.6倍。集團之資產總值約為396,100,000港元(二零零二年十二月三十一日：321,100,000港元)，負債總額則約為153,100,000港元(二零零二年十二月三十一日：124,900,000港元)，以此計算，於二零零三年十二月三十一日之資本負債比率(以總負債對總資產呈列)約為38.7%(二零零二年十二月三十一日：38.9%)。

資本開支

於二零零三年九月底，集團已完成第二期廠房擴建的工程，包括兩座新廠房大樓及一座員工及行政大樓。截至二零零三年十二月三十一日止，集團興建廠房及添置新生產設備的總投資金額約為65,000,000港元。新廠房將可進一步提升集團於未來二至三年生產電子產品及液晶體顯示屏的能力。

展望

展望將來，集團將繼續秉承「德字立基、信譽為宗」的企業宗旨，一方面致力提升電子消費產品的產量，配合垂直生產模式，進一步提升營運效率；另一方面集團亦會繼續開拓不同類別的高增值電子消費產品，向產品價值鍊上游發展。

隨著福建莆田市面對勞工日益短缺及工資不斷上升的壓力，集團採取分散其生產基地之策略，已於浙江省義烏市購買土地作未來興建廠房及寫字樓之用，佔地面積約850,000平方米，預計於2004年4月底開始動工。義烏市是國際性小商品交易中心和外商採購小商品的重要基地，將為集團於國內銷售電子消費產品帶來龐大商機。此外，義烏市擁有龐大勞動人口市場，工資水平較莆田市為低，亦有助提升集團生產電子消費產品的效率，維持競爭力。

隨著集團TN液晶體顯示屏生產線的產量逐漸飽和，以及全球對STN液晶體顯示屏的需求殷切，集團於二零零四年將投資不少於30,000,000港元興建STN液晶體顯示屏生產線，預計於二零零四年第二季投產。STN液晶體顯示屏的產量預期為每月為4萬組，應用至手錶、電子手帳及手提電話等電子消費產品。集團更會因應市場的需求，分銷STN液晶體顯示屏予其他生產商，擴大收入來源。集團預期STN液晶體顯示屏將會是集團未來營業額增長的一個強大動力，由於售價和毛利均高於現有電子消費產品，估計產品推出後會增長至佔整體營業額的一個較大比重。

為拓展高增值市場及擴闊收入來源，繼二零零二年歐羅兌換機的成功，集團將會繼續針對不同市場的需要，開拓不同類型電子產品，擴展集團全球銷售的版圖。集團將透過積極參與海外展覽會與當地買家洽談不同電子消費產品的合作計劃，提升集團產品於海外市場的知名度。集團正在新接洽中的訂單分別是來自美國和歐洲市場，於原有發展中國家的基礎上再進一步拓展。集團亦會密切注視內銷市場，增加市場滲透率。憑藉集團龐大電子消費產品的產能、積極拓展高增值產品及開發潛質優厚的市場，集團將可攫取全球電子消費產品的龐大商機，鞏固電子消費產品生產商的領導地位。