



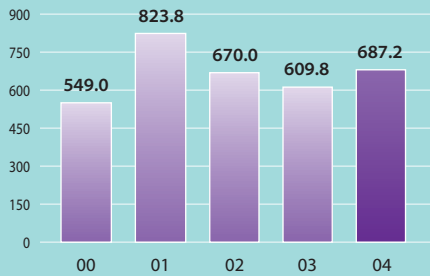
業務回顧

電訊產品

電訊產品業務於二零零四財政年度的收入與盈利均錄得強勁增長

電訊產品業務過往五年的收入

百萬美元



電

訊產品業務於二零零四財政年度的收入與盈利均錄得強勁增長。年內

收入上升12.7%至687,200,000美元，而有繩電話、無繩電話及電話配件的銷售額則較去年同期增長17.4%。收入錄得增長主要由於 AT&T 及偉易達品牌的無繩電話銷情暢旺，以及集團擴展歐洲 DECT 無繩電話業務所致。此外，電訊產品業務的盈利亦連續第二年創下新高。鑑於二零零三年初爆發非典型肺炎，加上自二零零三年中至二零零四財政年度結束期間，部分主要零件的供應出現短缺，能創出上述佳績更顯得難能可貴。

年內，我們於北美洲推出偉易達 VMIX 2,400 兆赫無繩電話，錄得接近一百萬部的銷量，是電訊產品業務於二零零四財政年度的一項重要成就。VMIX 電話具備多項創新功能，包括和弦鈴聲、載錄電話鈴聲，以及有多種顏色的可替換手機與底座面板，是專為青少年而設計的產品。另一方面，AT&T 及偉易達品牌的5,800兆赫無繩電話亦錄得驕人銷量，反映偉易達創先河的5,800兆赫技術深受消費者歡迎，帶動這些電話的銷量激增。憑著上述於年內推出的電話及其他產品，我們得以繼續成為北美洲有繩及無繩電話市場的最大供應商。

創意推動

業務增長

電訊產品業務透

過與英、德兩國的主要

電訊商和 Swissvoice Group 的

緊密合作關係，積極擴展在歐洲市場的業務，使歐洲成為業務增長的主要來源之一。DECT 無繩電話的銷售額較上一年度增加 91.1%。在此項增長帶動下，歐洲銷售額佔電訊產品業務總收入的比重由二零零三財政年度的 4.8% 增至二零零四財政年度的 8.1%。

於二零零四年一月，我們在北美洲以 AT&T 品牌推出首批數據網絡產品，當中包括無線路遊器、筆記簿型電腦及 PCI 的網絡配接卡，以及其他數據網絡配件。這些產品的推出為未來提供收入增長的機會，並將可透過先進科技如網上電話 (VoIP) 技術，加速融合話音與數據傳輸服務，有助新電話產品的開發。

集團「以客為本」的經營方針，亦是成功的重要因素。於二零零四財政年度，我們向更多主要客戶推出協作式規劃、預測與補貨計劃，以進一步加強客戶關係。這項計劃有助客戶和偉



易達改善存貨管理，並在精益生產模式的運作下，以更

高的靈活性更緊密地回應客戶的需求。基於上述措施及其他在整體供應鏈上的改善，電訊產品業務在營運資金沒有相應增加的情況下，仍然能夠錄得顯著的收入增長。

於二零零四財政年度，電訊產品業務的研發活動開銷大大增加，以致在北美洲主要零售客戶於二零零四年春季重設貨架時，能及時推出更多新產品，並且有助歐洲的業務擴展。整體而言，年內電訊產品業務的研究及開發費用上升 31.0% 至 22,000,000 美元。集團透過推出創新的多功能產品，例如在北美洲推出具備彩色液晶顯示屏、內置下載圖象及載錄鈴聲功



能的 5,800 兆赫無繩電話，以及在歐洲推出更多具備多項功能的 DECT 無繩電話，以積極抗衡因無繩電話功能及技術平台日趨成熟而出現的持續跌價現象。

除了增加研發活動的投資外，電訊產品業務亦為未來作出投資，推行資訊科技升級項目，包括採用新的甲骨文數據庫及滙報模式，以加強財務管控與報告、訂單管理、企業資源規劃及客戶關係管理等。升級項目所帶來的效益將自二零零五財政年度起逐漸顯現。

管理層預期，二零零五財政年度將會仍具挑戰性，電訊產品業務主要受壓於劇烈的競爭環境、因技術平台日趨成熟而使產品價格持續下跌，以及主要電子零件供應短缺和價格不利的潛在可能。雖然如此，集團已作好準備，透過過去三年已改善的市場地位和表現，及持續投資於研發、資訊科技平台及最重要一環——人才，從而進一步提升收入及盈利。



“電訊產品業務在二零零四財政年度續有良好表現，對此我感到十分欣喜。雖然我們在年內面對重大挑戰，但憑著員工的全情投入，加上客戶與供應商從不間斷的支持，我們的收入三年來首次錄得顯著增長，而盈利則連續第二年刷新紀錄。”

孔捷思

行政總裁
電訊產品業務



獎項

- 集團電訊產品業務所推行的「精益生產項目」榮獲二零零三年度香港工業獎「生產力」獎。



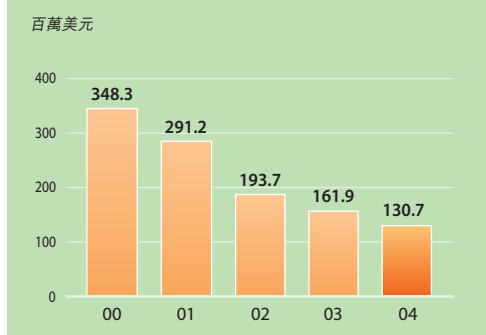
- 2,400 兆赫無繩電話 gz2456 及 5,800 兆赫無繩電話手機 i5801，分別榮獲香港電子業商會頒發「創新科技獎」銀獎及全場大獎。





業務回顧 電子學習產品

電子學習產品業務過往五年的收入



於 二零零四財政年度，我們在重振電子學習產品業務方面取得顯著進展，雖然收入下跌 19.3% 至 130,700,000 美元，但盈利卻錄得大幅改善。

由於電子學習產品業務去年在美國市場表現欠佳，集團管理層於二零零四年年初已經預期收入將會下降。儘管美國消費者對我們二零零三年的產品系列需求殷切，而產品在零售市場的銷情亦屬理想，然而由於零售商削減偉易達於二零零三年的貨架空間，因此直接導致銷售收入減少。歐洲方面，電子學習產品的銷情保持強勁，在英國、法國、德國和

西班牙的成績尤其突出，使偉易達得以保持在歐洲市場的主要電子學習產品類別的領導地位。這些產品類別包括電子幼兒玩具、電子學前兒童玩具及電子學習輔助產品。



盈利得以改善主要由於現時的管理層於二零零二年年底著手進行精簡營運架構。我們就現時的營運規模相應調整廣告宣傳、銷售及行政費用，成功大幅節省營運開支。

我們在研發方面採取的方針，亦令集團能以更高效率及更靈敏地回應市場需求。這個新方針有助我們在海外的市場推廣專家與中、港兩地的研發專才、設計工程師和產品開發人員更緊

密地配合運作，透過向研發專才提供大量市場資料與數據，協助開發能滿足市場需求的嶄新產品。此外，我們亦按比例增加設計工程人員所獲得的資源，以增加創新產品的數目，並大大縮短產品開發的周期。

偉易達透過全面革新的產品系列，在美國市場成功重奪貨架空間



“集團於二零零二年年底為重振電子學習產品業務而展開為期三年的策略性計劃，現已證明卓有成效。這項業務在二零零四財政年度表現良好，我們有信心可以達致計劃中的既定目標，即透過推出創新的產品系列，當中部分使用全球最著名及深受兒童喜愛的卡通人物為主角，以推動收入與盈利大幅增長。”

應連君
行政總裁
電子學習產品業務

獎項



✓ V.Smile 榮獲美國 National Parenting Center 頒發 “Seal of Approval” 大獎。



✓ 集團的 Fly & Discover Globe 榮獲 Dr.Toy 選為二零零三年美國百大玩具之一。

創意促進 協同效益



我們於二零零四年推出的全新改革產品系列，充分體現新研發方針的成果。二零零三年十月，我們推出業內首個專為三至七歲兒童而設計的電視學習系統 V.Smile。V.Smile 能「寓學習於娛樂」，兼具教育意義與遊戲功能，提供目前只有較年長的孩子才能享有的活動形式。V.Smile 的遊戲機控制器和可轉換的遊戲機盒均由偉易達自行生產。客戶對 V.Smile 的反應非常熱烈，而我們的新產品系列亦引入更多嶄新功能，例如手寫輸入識別

技術，有助提高客戶對產品的接受程度。

V.Smile 和其他若干電子學習產品現已採用全球最著名的卡通人物配合設計，亦是電子學習產品業務的重要策略。集團在二零零四財政年度簽訂多項使用權協議，引進小熊維尼、獅子王、小美人魚、米奇老鼠與友人、叔比狗、Care Bears、Brainy Baby 和蜘蛛俠等深受兒童喜愛的卡通人物，大大提高產品對孩子的吸引力及家長的

認同感。我們將於日後爭取更多卡通人物的使用權，以進一步提升產品的價值。

於二零零四財政年度，偉易達亦開始為進軍拉丁美洲、北歐、中歐、東歐和亞太區等新市場奠定基礎。

偉易達透過全面革新的產品系列，在美國市場成功重奪貨架空間，並進一步鞏固在歐洲市場的主導地位。展望二零零五財政年度，電子學習產品業務的收入將因而顯著回升，盈利將會錄得進一步的改善。

創意成就 競爭優勢

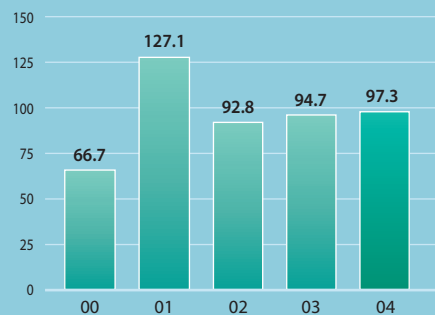


業務回顧

承包生產業務

承包生產業務過往五年的收入

百萬美元



承

包生產業務持續錄得穩定的內部增長。年內收入較二零零三財政年度輕微增長2.7%至97,300,000美元。節流措施奏效亦令我們的盈利保持穩定。

兩名客戶的產品銷路因美國修改條例而大受衝擊，使來自該兩名客戶的訂

單大幅減少，壓抑這項業務的收入增長。雖然其他客戶的訂單銳升，彌補了上述跌幅，但與其他在中國內地經營的電子產品製造商比較，這項業務於本年度的收入增長相對溫和。

於二零零四財政年度，偉易達成功取得更多來自現有客戶的生意，部分客戶的訂單數字甚至倍增，這種表現印證我們提供優質產品的能力，以及靈活而價格具競爭力的客戶服務。

承包生產業務的多元化性質，有利業務的穩定發展。按地域劃分，46.0%的銷售額來自歐洲客戶、30.9%來自美國客戶，而13.4%則來自日本客



於二零零四財政年度，偉易達成功
取得更多來自現有客戶的生意，
部分客戶的訂單數字甚至倍增



隨著位於深圳的研發中心全面投入運作，集團得以進一步提高客戶服務水平。偉易達現能提供「一站式」的服務，除了協助客戶將產品由初步的構思階段改良至可投入生產，亦幫助客戶在成本和質素兩方面改善產品設計。此項服務將於二零零五財政年度帶來可觀的收入增長。

於本財政年度第四季，承包生產業務開始採用小組生產模式，像集團其他業務一樣提升了生產力與靈活性，使偉易達能更靈活地回應客戶的要求，以及進一步節省成本，對推動收入與盈利的增長發揮了關鍵作用。

戶。按產品類別劃分，專業音響設備佔承包生產業務總收入的30.5%，其次為佔26.1%的電力供應產品及佔13.4%的無線產品。

業務總收入的一小部分，但憑著進展良好的市場推廣活動，我們深信將能在這兩個範疇陸續取得新訂單與新客戶。

隨著全球經濟逐漸改善，原材料及零件價格在二零零四財政年度第二季起開始攀升。承包生產業務除覓得其他本地採購來源外，並發揮集團的整體採購力，紓緩價格上升的影響。

“憑著優質產品，加上靈活而價格具競爭力的服務，我們於本年度榮獲客戶頒發的獎項數目創下新紀錄；而與此同時，我們多元化的業務性質確保我們在業務上能穩步發展。”

梁漢光
行政總裁
承包生產業務



獎項



✓ 承包生產業務榮獲 ITC 頒發「2003 Valued Supplier」獎項。

✓ 承包生產業務榮獲 Harman Music Group 頒發「Value Added Supplier of the Year Award for 2003」大獎。



於本財政年度內的第二季，承包生產業務成功取得 ISO13488 和 TS16949 認

證，令集團得以分別進

軍汽車零件和醫療設備生產行列。年內，現有客戶在這些新業務領域所提供的訂單只佔承包生產

