

## 管理層討論及分析

### 業務回顧

於本期內，集團錄得理想的表現。去年上半年非典型肺炎肆虐對集團的表現只屬一次性因素，集團承接二零零三年下半年業務增長勢頭，結合已提升的生產能力、已擴大的垂直生產線及開拓多元化的高增值電子消費產品，營業額錄得229,700,000港元，較去年同期186,700,000港元上升23.0%。集團股東應佔純利為50,500,000港元，較去年同期25,100,000港元上升101.2%。集團的毛利為60,700,000港元，較去年同期40,700,000港元上升49.1%，毛利率亦由去年同期21.8%升至26.4%。毛利率上升主要受惠於集團致力擴大垂直生產線，降低集團外購零件部份，以提升產品邊際利潤所致。另外，集團邊際利潤較高的新產品如多功能防水手錶銷售理想，亦提升集團整體的毛利率。

### 電子計算機

於本期內，銷售電子計算機仍然是集團營業額的主要收入來源，達157,800,000港元，佔整體營業額69.0%，較去年同期150,500,000港元上升4.9%。電子計算機銷售額上升主要由於上半年全球經濟復甦帶動集團電子計算機訂單的上升。

### 其他電子消費產品

為配合全球市場對電子消費產品的龐大需求，集團已成功開拓不同類型及高增值的電子消費產品。於本期內，集團在二零零三年下半年開發的多功能防水手錶於發展中國家市場的銷售表現強勁，錄得18,700,000港元，佔集團營業額8.1%。家用電話的銷售表現理想，錄得17,500,000港元（二零零三年六月三十日：3,000,000港元），佔集團營業額7.6%（二零零三年六月三十日：1.6%）。

## 管理層討論及分析

### 液晶體顯示屏

於本期內，TN液晶體顯示屏的銷售額達16,300,000港元，佔集團營業額7.1%，較去年同期17,800,000港元下跌8.4%。TN液晶體顯示屏銷售額錄得輕微下跌，主要因為集團於本期內電子計算機銷售增加，集團靈活的銷售策略降低TN液晶體顯示屏外銷的份額，留作供應生產集團本身的電子計算機。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液晶體顯示屏的殷切需求，集團於本期內投資約20,000,000港元興建新的STN液晶體顯示屏生產線已於二零零四年六月完成試產。

### 企業發展

集團於浙江省義烏市購買的土地佔地面積約85,000平方米，用作興建廠房及寫字樓，已於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。此外於本期內，集團亦於莆田市仙游縣投資加添10條生產線，主要進行產品的裝配工序。義烏及仙游均擁有龐大勞動人口市場，工資水平亦較莆田市為低，有助降低集團的營運成本，維持競爭力。

### 僱員及薪酬

截至二零零四年六月三十日，集團於中港兩地共聘用約8,900名僱員（二零零三年六月三十日：7,200名僱員）。僱員的增加主要是來自新廠房落成增聘生產員工，配合電子消費產品的產量及類別的增加。集團僱員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

#### 流動資金及財務資源

於本期間，集團均以內部生產之資源以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。於二零零四年六月三十日，集團之計息銀行貸款為24,700,000港元（二零零三年十二月三十一日：無），當中約4,700,000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。於二零零四年六月三十日，本集團之銀行借貸由本公司及若干本公司附屬公司提供公司擔保，而未動用的銀行貸款設施有30,000,000港元。

## 管理層討論及分析

### 財務回顧

#### 流動資金及財務資源 (續)

於二零零四年六月三十日，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。於本期間，集團並無為對沖風險而使用任何金融工具，於二零零四年六月三十日，集團並無任何已動用的對沖工具。

於二零零四年六月三十日，集團之流動資產約為258,100,000港元(二零零三年十二月三十一日：243,200,000港元)，流動負債約為155,500,000港元(二零零三年十二月三十一日：153,000,000港元)。集團之流動比率由二零零三年十二月三十一日約1.6倍上升至二零零四年六月三十日約1.7倍。集團之資產總值約為445,000,000港元(二零零三年十二月三十一日：396,100,000港元)，負債總額則約為168,900,000港元(二零零三年十二月三十一日：153,100,000港元)，以此計算，於二零零四年六月三十日之資本負債比率(以總負債對總資產呈列)約為38.0%(二零零三年十二月三十一日：38.7%)。

### 展望

展望將來，集團將繼續致力提升電子消費產品的產量，配合已擴大的垂直生產線，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，提升集團整體的毛利率。

集團將會繼續針對不同市場的需要，推出不同類型電子消費產品。集團除了積極與海外買家洽談不同電子消費產品的合作計劃及參與海外展覽會外，集團亦將於2004年11月在杜拜Chinamexmart開設批發店。Chinamexmart是中國及杜拜政府聯手合作的項目，銳意開展一個中國及杜拜商品交易平台，有助集團進一步打進中東市場。此外，集團亦會繼續拓展歐美、日本、韓國及中國內銷市場，擴闊收入來源及減低區域性事件及疫情對集團帶來的影響。

憑藉集團龐大電子消費產品的產能、積極拓展高增值電子消費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。