



第二章

群策群力 目標在望

在大眾市場立足以後，
集團將拓展品牌，
由過往的「平價」提升至「優質」，
並以大眾市場為起點，
擴闊集團服務的對象。

管理層 討論及分析

財務回顧

經營業績

	2004	2003
截至八月三十一日止年度	千港元	千港元
營業額		
國際電訊服務	627,978	875,802
固定電訊網絡服務	541,902	423,107
	1,169,880	1,298,909
經營溢利*	51,768	276,201
財務費用	(175)	(601)
除稅前溢利	51,593	275,600
稅項	(2,043)	(17,857)
股東應佔溢利	49,550	257,743
扣除利息、稅項、折舊及攤銷前盈利*		
國際電訊服務	186,851	370,660
固定電訊網絡服務	58,180	78,398
	245,031	449,058

* 已計入2004及2003年度的31,689,000港元及84,119,000港元的全面服務補貼退款。

截至2004年8月31日的十二個月，對集團充滿挑戰，因為國際電訊業務競爭依然激烈，固網業務表現雖然理想，但仍未足以抵銷國際電訊業務收入的下跌。年內，集團積極推展固網服務，並將三項服務的訂戶數目由312,000增加至465,000。於本年五月推出的「裝電話•送電器」家居電話優惠取得突出成績，有助集團吸納可觀的市場佔有率。相對主要營辦商在整體市場的佔有率約70%，以我們現時1,200,000住戶的覆蓋計算，擁有220,000住宅電話客戶表示我們在已有網絡覆蓋的範圍取得18%的市場佔有率。由於吸納客戶的成本大增，直接拖低了集團本年度的盈利；但每名用戶在其已簽訂的兩至三年合約內，仍會為集團帶來正現金流。此外，電話服務紮下穩固基礎，讓集團可以訂戶資料推銷其他服務如國際電訊、寬頻互聯網、收費電視以及CTI購物樂等。

本年度的股東應佔溢利為50,000,000港元，較去年同期的258,000,000港元下跌81%。集團於2004年及2003年同樣

獲得全面服務補貼退款，金額分別為32,000,000港元及84,000,000港元。

集團以往曾按香港電訊管理局規定的暫時收費水平，向香港電訊繳付比電訊管理局最終裁決水平為高的面服務補貼費用。因此，自二零零二年起，集團每年均收取全面服務補貼退款。然而，圍繞電訊管理局計算全面服務補貼的不明確因素令我們不能確定集團未來能否繼續收取退款，或所收取退款的大小。

受國際電訊業務的營業額下跌影響，集團的整體營業額下跌10%至1,170,000,000港元。固網業務的營業額上升28%至542,000,000港元，但仍不足以抵銷國際電訊業務營業額的28%跌幅至628,000,000港元。然而，營業額的組合已得到改善，固網業務現佔整體營業額的46%，相比去年的33%為高；自本年七月起，固網業務的每月營業額已超越國際電訊業務。



由於固網服務多與客戶簽訂固定的合約期而且毛利率較高，集團在此方面的理想發展有助維持整體毛利率（不計入全面服務補貼退款）於健康水平，達69%。雖然國際電訊業務的盈利倒退，但集團的毛利率與去年相若。

國際電訊業務的總經營成本（不計入全面服務補貼退款）由去年的626,000,000港元下跌20%至503,000,000港元。固網業務方面，總經營成本較去年的488,000,000港元上升34%至653,000,000港元，主要原因是市場推廣成本上升51%至156,000,000港元，以及用於將收費電視服務推向商業水平的44,000,000港元開業成本。

因此，集團的經營溢利（不計入全面服務補貼）由去年的192,000,000港元跌至本年的20,000,000港元。國際電訊業務錄得49%的跌幅，由去年的255,000,000港元跌至本

年的130,000,000港元，而固網業務的經營虧損則由去年的63,000,000港元擴闊至本年的110,000,000港元。

不計入往年的32,000,000港元及84,000,000港元全面服務補貼退款，2004及2003年的淨股東應佔溢利分別為18,000,000港元及174,000,000港元。

流動資金及資本資源

於二零零四年八月三十一日，集團之銀行存款及現金結存為290,000,000港元，未償還貸款為119,000,000港元。年內資本性開支為410,000,000港元，其中大部份約393,000,000港元用於發展本地固定電訊網絡。由於網絡發展需要持續投入資本性開支，集團將探討不同的方式以達到要求。

於二零零四年八月三十一日及二零零三年八月三十一日未償還之借貸概述如下：

	八月三十一日 2004	八月三十一日 2003
	千港元	千港元
須於一年內償還	32,503	18,174
須於第二年內償還	20,000	—
須於第三至第五年內償還	60,000	—
須於五年後償還	6,667	—
總計	119,170	18,174

借貸之貨幣單位如下：

	八月三十一日 2004	八月三十一日 2003
	千港元	千港元
港幣		
– 有抵押	100,000	—
日圓		
– 有抵押	19,170	18,174
總計	119,170	18,174



於二零零四年八月三十一日，所有未償還借貸乃按浮動利率計息，但本集團已就其中一項100,000,000港元之長期銀行貸款訂立利率對換協議，以減低相關利率風險。所有未償還借貸均以港元及日圓列值。於二零零四年八月三十一日，因現金及銀行結存超出所有未償還之借貸，因此並無呈列資本負債比率。於二零零四年八月三十一日，本集團尚未動用之銀行融資為300,000,000港元。

集團資產抵押

於二零零四年八月三十一日，一項100,000,000港元之長期銀行貸款乃以本公司全資附屬公司香港寬頻網絡有限公司之全部資產作固定及浮動之抵押。一項19,170,000港元之短期銀行貸款乃以相同金額之銀行存款作為抵押。此外，由銀行向第三方供應商發出之銀行擔保及向水電供應商發出代替水電按金之銀行擔保乃以800,000美元及1,395,000港元之銀行存款，以及於二零零四年八月三十一日一市值為468,000美元之投資作為抵押（二零零三年：11,434,000港元之已抵押銀行存款）。

匯率

年內集團並未因匯率波動而受到重大影響。

或然負債

於二零零四年八月三十一日，本集團為向供應商提供擔保及為代替水電按金之銀行擔保而產生之或然負債總額

分別為6,295,000港元（二零零三年：7,812,000港元）及3,622,000港元（二零零三年：3,622,000港元）。

業務回顧

固定電訊網絡服務

過往一年，集團將以網際規約(IP)支援的本地電話、寬頻互聯網及收費電視等三項服務合共的訂戶數目增加153,000至465,000名。有見於主要營辦商積極以12至18個月的服務合約挽留客戶，集團致力於話音市場建立穩固的立足點。去年，我們改變吸納電話客戶的策略，由集中於價格競爭轉移至更重視服務質素，並與客戶訂立更長期的合約，由24至36個月的合約。雖然這項策略在短期內會為集團製造成本，但長遠而言，它將可減低客戶流失率從而降低用於保留客戶的成本，並為推銷其他服務立下根基。

寬頻互聯網及IP電話服務方面，集團於本年成功取得相當的扣除利息、稅項、折舊及攤銷前的盈利達98,000,000港元，不但較去年高出24%，而客戶的合約期亦較先前長。然而，收費電視正處於起步階段，仍未建立廣大的客戶基礎彌補業務的固定開支，故需面對扣除利息、稅項、折舊及攤銷前的虧損達39,000,000港元。

IP電話、寬頻及收費電視服務訂戶數目

(千名)	03年 8月31日	04年 8月31日	變幅(%)	每月增長
訂戶數目				
寬頻	172	197	19%	2.1
IP電話	140	237	167%	8.1
收費電視	—	31	不適用	2.6
總數 (千名)	312	465	69%	12.8



國際電訊服務

雖然競爭對手不斷以進取的價格策略爭取客戶，集團仍能在對外通訊量保持21%的市場佔有率。集團去年共處理1,007,000,000分鐘，較去年的888,000,000分鐘上升13%。在通訊路線方面，前三位的地區佔總通訊量的82%，分別為中國的70%，美國的7%及加拿大的5%。激烈的市場競爭令平均價格較去年下降37%至本年的每分鐘0.62港元。雖然如此，我們相信04年下半年的價格下降幅度已較上半年為輕。

展望

由於集團的全IP網絡基業已成，我們將在2005及2006年集中實現延展網絡覆蓋的承諾，由現時的1,200,000住戶增加至1,600,000住戶(約佔全港總住戶數目的75%)，以及將商業大廈覆蓋由現時的600幢增至1,200幢。集團於十一月推出的「BB100」寬頻互聯網服務，為用戶提供100Mbps雙向寬頻服務，凸顯了網絡本身相對於xDSL及電纜調制解調器的優勢。在大眾市場立足以後，集團將拓展品牌，由過往的「平價」提升至「優質」，並以大眾市場為起點，擴闊集團服務的對象。

雖然集團在商業市場的服務可能較住宅市場的服務低調，但其實商業市場的業務一直為集團整體業務作出重要貢獻。集團的商業服務策略性地集中於中小型企業市場，並聘有超過400名員工專責處理60,000名客戶的賬戶，為集團帶來佔整體營業額43%的國際電訊收入。與我們的主要服務供應商如思科系統及北電網絡等合作，更可為企業客戶提供如IP-Centrex般更高價值的服務。

我們吸納客戶的新策略集中於現有的寬頻或電話服務客戶，從已建立的客戶關係著手。現時，集團已累積超過

1,916,000個登記賬戶，已有超過500,000個賬戶使用我們的服務，我們傾向存養這個龐大的客戶資料庫並倚仗設於廣州龐大的客戶中心作主動推銷。因此，我們相信集團投資於廣州的客戶服務中心，日後將可大幅減低吸納客戶的成本。

內容傳送及管理是寬頻策略的重要原素。對於收費電視的進展，由年初的40名員工增至現時的160名員工，我們感到非常欣喜。集團的收費電視內容以中文為主，針對大眾市場，我們希望能培養中港兩地，更緊密的文化匯聚。

員工薪資

截至二零零四年八月三十一日止，集團的全職員工人數約為3,571人，當中1,598名為香港員工，其餘1,956名受聘於廣州辦事處。回顧期內，與員工有關的總成本開支約為227,000,000港元。集團為員工提供的薪酬計劃包括基本薪金、花紅及其他福利。花紅乃酌情按集團整體的業務表現及個別員工的工作表現釐定。除全面的醫療及人壽保險外，集團亦為員工提供購股權及吸引的退休福利計劃。

集團承諾不斷提升服務質素及生產力，合共為員工提供逾70種培訓課程及學習活動，當中包括技術知識、商業及管理。於2004年財政年度內，各項培訓課程的訓練日數超過17,560。