

### 1. 行業概覽

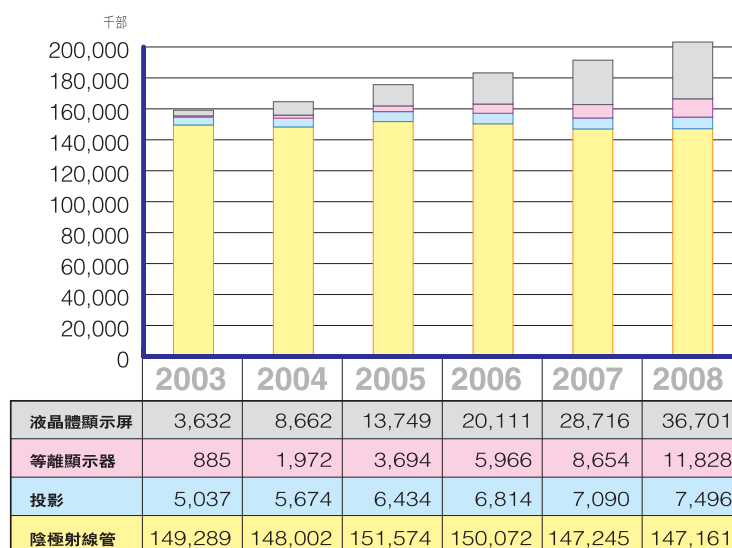
隨著世界範圍內經濟的恢復和消費支出的增長，以及希臘雅典奧運會的成功舉辦，2004年全球彩色電視機市場繼續保持穩定增長。根據美國斯坦福資源(Stanford Resource)於2004年12月發表之《世界電視市場監測報告—2004年4季度》(「斯坦福資源」)之數據，2004年全球彩色電視機市場銷售量比2003年增長3.4%，增至1.64億台。預計到2008年全球彩色電視機之銷售量約為2.03億台，年複合平均增長率為5.3%。

雖然平板電視價格在過去一年下降幅度明顯，同時性能也有所提高，但其價格仍然大大高於同等尺寸之CRT電視；綜合性能也不具有相對於CRT之明顯優勢，CRT電視之性能價格比優勢有所削弱但依然存在，由於彩色電視機消費存在着明顯梯度性，絕大部分消費者在購買電視時仍然首選CRT電視。根據斯坦福資源之數據，CRT電視在2004年全球電視市場繼續佔據領導地位，其銷售量為1.48億台，大約佔2004年全球電視銷售量之90%。預計到2008年CRT電視之銷售量大約為1.47億台，仍將佔該年度全球電視銷售量之72.4%。



## 1. 行業概覽 (續)

全球使用不同技術電視機銷售量預測



資料來源：斯坦福資源2004年12月

中國經濟持續較快增長，2004年國內生產總值人民幣136,515億元，按可比價格計算，比上年增長9.5%，同時，居民家庭收入也保持了穩步增長。在中國政府實施一系列提高農民收入、減輕農民負擔之政策後，農民收入顯著增長，根據中國國家統計局之資料，2004年農民人均收入人民幣2,936元，比上年增長12%，為1997年以來增長幅度最高之一年。

良好之宏觀經濟背景，帶動了彩色電視機和彩色顯像管之需求快速增長。根據中國統計局之數據，2004年中國彩色電視機產量比2003年增長12.4%，增至7,329萬台，約佔全球彩色電視機出貨量的45%，中國作為全球彩色電視機製造中心之地位進一步明顯。根據CCID之數據，2004年中國CPT產量比2003年增長13%，增至約6,491萬台。

世界經濟形勢好轉和國際貿易回升，為中國之出口市場提供了一個良好之外部環境。隨著一些國外CRT電視機及CPT生產線關閉或逐步向中國轉移，中國之彩色電視機和彩色顯像管出口也繼續保持較快之增長。

## 1. 行業概覽 (續)

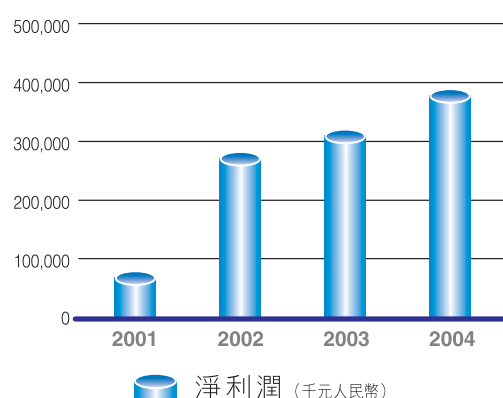
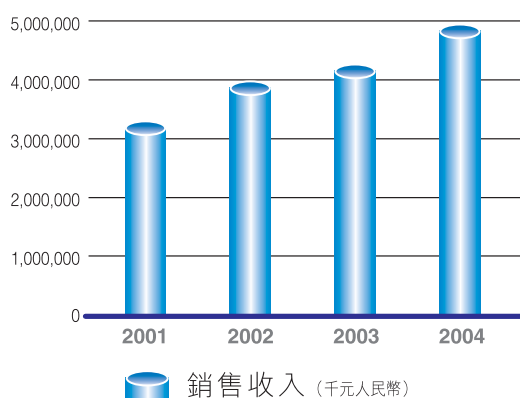
中國彩色電視機、彩色顯像管出口量

|            | 2001年 | 2002年  | 2003年  | 2004年  |
|------------|-------|--------|--------|--------|
| 彩色電視機(百萬台) | 11.63 | 18.82  | 22.77  | 27.72  |
| 增長率        | —     | 61.82% | 20.99% | 21.74% |
| 彩色顯像管(百萬隻) | 9.36  | 13.47  | 15.95  | 18.13  |
| 增長率        | —     | 43.91% | 18.41% | 13.67% |

數據來源：CCID，2005年2月

## 2. 業務回顧

經過一年的不懈努力，本集團的業務取得令人滿意的成績，繼續穩居中國彩色顯像管（「彩管」）行業的龍頭地位，全球市場份額進一步擴大，營業收入和利潤獲得了持續穩定的增長。



### 彩管業務

本集團目前所生產之彩色顯像管之品種包括14吋到29吋多個尺寸的彩色顯像管。截至2004年底共有8條已經建成的彩色顯像管生產線。

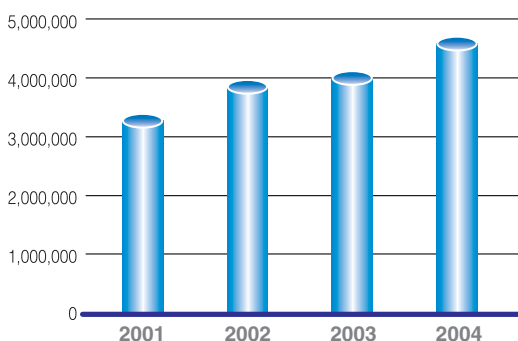
本集團通過技術改造，使得現有彩色顯像管生產線的生產能力不斷擴大，柔性化製造程度進一步提升，以滿足市場不斷變化之需求。本集團新增的一條設計生產能力年產200萬隻的21吋彩色顯像管生產線建成投產，目前已投入正常生產，進一步擴大了本集團的規模化生產優勢。同時，面對數字電視所帶來之未來龐大商機，本集團正建造設計年產能力100萬隻的超大螢幕（32吋—36吋 PF16:9）高清晰度彩色顯像管之生產線（「K線」）。預期K線將於2005年下半年可開始試生產，並將於2006年全面投產。屆時，本集團預期彩色顯像管品種佈局將會更加完善。

## 2. 業務回顧 (續)

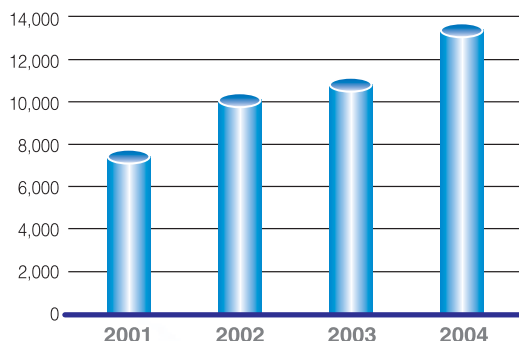
### 彩管業務 (續)

一年來我們繼續推行總成本領先戰略，利用規模優勢、零配件配套優勢降低生產成本，產量同比增加200萬隻以上。其次是從管理上挖掘潛力，和2003年相比，生產成本有大幅度的下降。本集團全面採取招標採購、預測採購等措施，控制物資的採購價格，從而有效地控制了採購成本。此外，我們還積極與動能、原材料供應商建立戰略聯盟，以減少動能及原材料階段性短缺帶來的衝擊。三是彩色顯像管關鍵配件的生產能力進一步加強，除了擴大對外銷售為公司帶來新的盈利增長點外，也降低了內配成本，擴大了整體配套的成本優勢。

本集團通過強化彩色顯像管業務及優化產品結構，實現了彩色顯像管的銷量和銷售收入的穩步增長。2004年本集團彩色顯像管的總銷量為13,674千隻，比2003年增長23.1%，彩色顯像管的總銷售收入為人民幣4,466,767千元，比2003年增長14.9%。



彩色顯像管銷售額 (千元人民幣)



彩色顯像管銷量 (千隻)

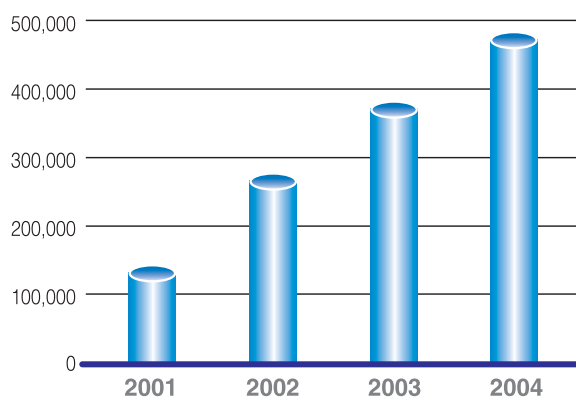
### 彩管配件業務

2004年，本集團繼續提高其彩色顯像管關鍵配件的內配能力，並新建了兩條年產400萬隻的玻璃屏生產線，以及年產400萬張的蔭罩生產線；為K線配套的電子槍、大型金屬零部件、偏轉線圈、框架組件等配件生產線的建設也進展順利。同時，對原有生產線也不斷進行擴產改造，玻殼錐爐及屏爐冷修改造等項目按計劃完成，以上項目的實施使本集團彩色顯像管核心配件玻璃屏、玻錐、蔭罩等的內部配套能力均達到歷史最好水準，從而進一步鞏固本集團的成本優勢。

## 2. 業務回顧 (續)

### 彩管配件業務 (續)

在滿足內配的基础上，本集團積極開拓彩色顯像管配件的外銷市場，擴大及優化國內外市場份額，彩管配件的對外銷售取得了較好的成績。2004年本集團彩色顯像管配件的銷售收入為人民幣482,916千元，與2003年相比增長26.5%。



彩色顯像管配件銷售額 (千元人民幣)

### 研發

2004年，本集團的研發工作進展順利，在PDP方面，本公司自行設計，建設的PDP顯示屏試驗線已全面通過信息產業部的驗收。本公司自行研發的42吋PDP顯示屏在試驗線製作成功，PDP電視整機線路的研發也獲得成功。具有自己知識產權的42吋PDP顯示屏畫質良好，達到國外同類產品的性能，處於國內領先地位。此外，PDP用熒光粉之開發項目也達到階段性目標。在彩色顯像管及配件方面，29吋高清晰彩色顯像管規模化生產技術開發項目順利完成，超薄型、輕量化之高清晰度彩色顯像管之預研、28吋16:9全平面、高清晰度彩色顯像管之預研等項目按計劃進行，超大螢幕高清晰彩色顯像管、數字電視用彩色顯像管之應用研究等項目也達到階段性目標。

### 僱員及培訓

在今天競爭激烈的經營環境下，本集團致力於建立及保持一支高效率及技術卓越的員工團隊，繼續保持和擴大國內彩色顯像管行業的領導地位。於2004年12月31日，本集團約有20,844名僱員。與本公司日期為2004年12月8日的招股書披露的資料相比，增加了約1,700人，主要是因為隨著一些新建、擴建的彩色顯像管及配件生產線的陸續投產，使得本集團增加了相應的僱員。



## 2. 業務回顧 (續)

### 僱員及培訓 (續)

|             | 職員<br>數目佔總數 | 佔總職員<br>人數的比率(%) |
|-------------|-------------|------------------|
| 管理及行政人員     | 577         | 2.8%             |
| 財務及審計人員     | 108         | 0.5%             |
| 銷售及業務管理人員   | 115         | 0.6%             |
| 其他專業及技術人員   | 1,025       | 4.9%             |
| (其中研究及開發人員) | 184         | 0.9%             |
| 其他人員        | 19,019      | 91.2%            |
| (其中技術工人     | 8,716       | 41.8%            |
| 操作人員        | 9,811       | 47.1%            |
| 服務及支援人員     | 417         | 2.0%             |
| 其他)         | 75          | 0.3%             |
| 總計          | 20,844      | 100%             |

員工於本集團經營業務之地區內享有與當地業內相稱之薪酬。

本集團一直注重員工培訓並致力於建立學習型組織，以提升生產效率及員工的工作滿意度。本集團每年都制定詳細的培訓計劃並由人力資源部組織實施，培訓內容主要包括崗位技能培訓、繼續教育、管理知識教育、技安環保教育、企業文化教育、品質管理教育等方面。

### 主要客戶

本集團產品主要銷往中國市場，亦出口至土耳其、印度尼西亞、香港和俄羅斯等海外市場。本集團之主要客戶是中國主要之CRT電視機生產商，包括TCL、康佳、創維、長虹及海信等。本集團與主要客戶都保持了長期及穩定之合作關係，其中包括若干中國客戶已維持十年以上的關係。

### 主要客戶銷售比例

|               | 2001年  | 2002年  | 2003年  | 2004年  |
|---------------|--------|--------|--------|--------|
| 第一大客戶佔總銷售額(%) | 17.06% | 15.29% | 15.05% | 18.38% |
| 前五大客戶佔總銷售額(%) | 61.98% | 64.61% | 69.62% | 62.16% |

## 2. 業務回顧 (續)

### 知識產權

本公司與彩虹集團公司、彩虹彩色顯像管總廠於2004年10月22日簽訂了《專利及專利申請權轉讓總協議》，將本公司生產經營所需之全部專利及專利申請權轉讓給本公司。

2004年，除購買上述之專利外，本公司還有41項專利申請獲國家知識產權局受理。

根據本集團與彩虹集團公司簽訂的商標許可協議，本集團已獲授權使用彩虹集團公司擁有之24項註冊商標。

### 未來業務計劃

展望未來，全球彩色顯像管電視的市場需求依然龐大，而中國作為全球彩色電視機特別是彩色顯像管電視製造中心的趨勢日益凸現。董事會預計中國的彩色電視機和彩色顯像管出口亦將繼續保持較快的增長。

但公司在經營中也將面臨很多的困難，平板顯示器件快速發展，其市場份額逐步擴大；加之彩色顯像管行業內競爭激烈，將對本集團彩色顯像管的銷售及產品售價帶來較大的壓力。同時，本集團生產所需的部分原材料、能源的價格在2005年面臨着上漲壓力，也將對本集團的彩色顯像管生產帶來不利影響。

面對機遇與挑戰並存的市場環境，本集團2005年度的主要業務計劃如下：

1. 2005年面對價格下降和需求減緩壓力，本公司將全員開展管理創新、技術創新、節約挖潛、降低成本的活動，以低成本、高品質之產品和服務參與全球競爭，鞏固本集團在中國彩色顯像管行業之龍頭地位，提升全球之市場份額。
2. 加大營銷力度，在擴展國內市場份額的同時，積極開拓海外市場，力求彩色顯像管海外銷售量提升至本集團總銷售量的30%以上。
3. 通過建設超大螢幕高清晰度彩色顯像管生產線以及現有彩色顯像管生產線的技術改造，進一步強化彩色顯像管業務，擴大規模優勢，優化產品結構。

## 2. 業務回顧 (續)

### 未來業務計劃 (續)

- 進一步增強彩色顯像管配件的內配能力，做好新建玻殼及網版等生產線的量產，以及其他彩管配件生產線的建設工作，進一步增強縱向一體化帶來的成本優勢。同時，本集團預期擴大彩色顯像管配件的國內外市場份額，以進一步增加收入。
- 積極開展新品研發工作，在PDP方面，本公司將在已經研製成功50吋顯示屏的基礎上，加快配套整機線路的研發，並積極進行量產可行性研究。在彩色顯像管及配件方面，本公司將重點進行超大螢幕低透系列CPT研製、超薄型CPT研製，以及有關的配件及材料的研發。

## 3. 財務回顧

### 整體表現

2004年，本集團的經營業績較2003年有持續強勁的增長，截止2004年12月31日止年度營業額為人民幣4,949,683千元，較上年增長15.9%，實現淨利潤人民幣385,327千元，比上年增長22%。

### 2001-2004年損益數據

| (人民幣千元)    | 2001年       | 2002年       | 2003年       | 2004年       |
|------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| 營業額        | 3,293,021   | 3,999,378   | 4,269,781   | 4,949,683   |
| 銷售彩色顯像管    | 3,152,040   | 3,723,889   | 3,888,156   | 4,466,767   |
| 銷售配件       | 140,981     | 275,489     | 381,625     | 482,916     |
| 銷售成本       | (2,697,243) | (3,079,581) | (3,256,959) | (3,896,956) |
| 毛利         | 595,778     | 919,797     | 1,012,822   | 1,052,727   |
| 其他收益       | 58,539      | 59,998      | 61,258      | 56,486      |
| 經營開支       |             |             |             |             |
| 行政開支       | (190,480)   | (219,788)   | (227,275)   | (219,008)   |
| a) 一般行政開支  | (149,990)   | (165,942)   | (195,665)   | (172,028)   |
| b) 研究與開發開支 | (40,490)    | (53,846)    | (31,610)    | (46,980)    |
| 分銷開支       | (85,030)    | (102,130)   | (103,405)   | (113,323)   |
| 其他經營開支     | (123,431)   | (69,524)    | (73,604)    | (79,275)    |
| 經營溢利       | 258,247     | 591,787     | 679,766     | 713,020     |
| 融資成本       | (103,737)   | (78,853)    | (56,588)    | (62,966)    |
| 年度溢利       | 74,311      | 277,103     | 315,825     | 385,327     |



### 3. 財務回顧 (續)

#### 營業額及毛利率

##### 按產品類別之營業額 (人民幣千元)

| 名稱         | 2003年     | 2004年     | 增加 / (減少) | 變動比例   |
|------------|-----------|-----------|-----------|--------|
| 彩管         | 3,888,156 | 4,466,767 | 578,611   | 14.9%  |
| 其中：小型彩色顯像管 | 700,177   | 782,795   | 82,618    | 11.8%  |
| 中型彩色顯像管    | 2,881,360 | 3,614,760 | 733,400   | 25.5%  |
| 大型彩色顯像管    | 306,619   | 69,212    | (237,407) | -77.4% |
| 零部件        | 381,625   | 482,916   | 101,291   | 26.5%  |
| 合計         | 4,269,781 | 4,949,683 | 679,902   | 15.9%  |

##### 按產品類別之銷量 (隻)

| 名稱      | 2003年      | 2004年      | 增加 / (減少) | 變動比例   |
|---------|------------|------------|-----------|--------|
| 小型彩色顯像管 | 3,917,886  | 4,555,099  | 637,213   | 16.3%  |
| 中型彩色顯像管 | 6,887,396  | 9,043,451  | 2,156,055 | 31.3%  |
| 大型彩色顯像管 | 304,338    | 75,484     | (228,854) | -75.2% |
| 總計      | 11,109,620 | 13,674,034 | 2,564,414 | 23.1%  |

##### 按產品類別之平均售價 (人民幣元 / 隻)

| 名稱      | 2003年 | 2004年 | 增加 / (減少) | 變動比例  |
|---------|-------|-------|-----------|-------|
| 小型彩色顯像管 | 179   | 172   | (7)       | -3.9% |
| 中型彩色顯像管 | 418   | 400   | (18)      | -4.3% |
| 大型彩色顯像管 | 1,007 | 917   | (90)      | -8.9% |

2004年本集團加大市場銷售力度，各項業務的營業額增長令人滿意，均已達到本集團期望的目標，本集團彩管銷售數量約為13,674千隻，比上年增長23.1%，收入達到人民幣4,466,767千元，比上年增長14.9%。零部件銷售收入達到人民幣482,916千元，比上年增長26.5%

### 3. 財務回顧 (續)

#### 營業額及毛利率 (續)

本集團整體毛利率由2003年的23.7%下降到2004年的21.3%，這主要是由於：1)中國彩電市場競爭激烈，2004年彩管平均售價比2003年進一步下降；2)部分原材料價格上漲；3)新建的年產200萬隻的21吋彩色顯像管生產線較配套零部件生產線提前達產，使零部件外購增加。故毛利率下降。

#### 行政開支

本集團的行政開支由2003年的人民幣227,275千元降低人民幣8,267千元或3.64%到2004年的人民幣219,008千元，該降幅主要是由於組織架構調整，部份行政人員分派到生產線，以及房產和土地剝離導致房產稅和土地稅減少。

#### 財務成本

2004年本集團財務成本為人民幣62,966千元，比2003年的人民幣56,588千元增加人民幣6,378千元或11.27%，財務成本上升的主要原因是由於銀行借款增加導致銀行借款利息增加。

#### 流動資產淨額及財務資源

在2004年12月31日，本集團的現金及現金等價物為人民幣1,096,516千元，相比於2003年12月31日的現金及現金等價物人民幣747,186千元上升46.8%。截止2004年12月31日止年度內本集團共支付人民幣1,313,432千元於資本開支。來自經營活動的淨現金流量為人民幣623,370千元，來自融資活動的淨現金流量為人民幣1,014,038千元，用於投資活動的淨現金流量為人民幣1,288,078千元。

於2004年12月31日本集團的借款總額為人民幣1,420,000千元，而於2003年12月31日則為人民幣1,060,000千元，其到期情況均為一年內到期。於2004年12月31日之銀行貸款人民幣約300,000千元(2003年：人民幣260,000千元)由本集團淨值為人民幣321,973千元(2003年：人民幣359,273千元)的樓宇及機器作抵押。於2004年12月31日之銀行貸款人民幣200,000千元乃以本集團銀行存款人民幣21,000千元及應收貿易票據人民幣41,319千元作抵押取得。

### 3. 財務回顧 (續)

#### 流動資產淨額及財務資源 (續)

截止2004年12月31日止年度內，本集團的應收賬款周轉日為93天，較截止2003年12月31日止年度的108天減少15天。應收賬款周轉天數減少的主要原因是由於集團加強了應收賬款的催收。

截止2004年12月31日止年度內，本集團的存貨周轉天數為86天，較截止2003年12月31日止年度的78天增加了8天，主要原因是由於2004年年底市場需求放緩，產成品庫存上升。

#### 稅項

本集團的稅項由2003年的人民幣173,936千元減少至2004年的人民幣134,468千元，減幅為22.7%，稅項減少的主要原因是本公司自2004年9月10日成立後所得稅稅率由33%降低到15%。

#### 股東應佔利潤及每股盈利

本集團2004年股東應佔利潤為人民幣385,327千元，較2003年人民幣315,825千元增長22%。

截止2004年12月31日止年度，本公司的加權平均每股盈利為人民幣0.25元。

#### 資本架構

於2004年12月31日，本集團的借款主要為人民幣和美元計算，而其現金及現金等價物主要為人民幣、港幣和美元持有。

本集團擬繼續維持一個股本及負債的適當組合，以確保可以隨時保持一個有效的資本架構，於2004年12月31日的負債包括銀行借款共合計為人民幣2,931,868千元，有現金及現金等價物為人民幣1,096,516千元，資產負債率(負債總額除以資產總額)為41%。

#### 外匯風險

本集團的收入及大部份支出是以人民幣及美元計算，截止2004年12月31日止年度內本集團並無遇上因匯率波動而對其營運或流動資金帶來任何重大影響。