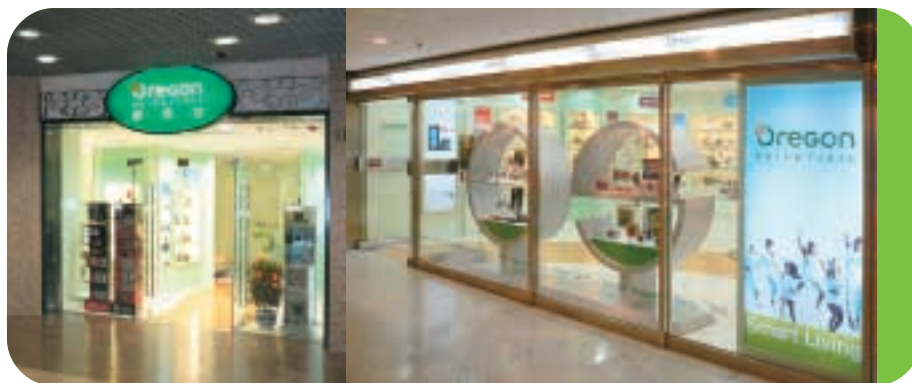




**概況** 集團營業額創港幣**2,894.7**百萬元新高，主要由核心業務液晶體顯示電子消費產品部門的**14%**升幅及數碼媒體產品部門的**51%**升幅所帶動。另一方面，電訊產品部門錄得**25%**跌幅，此乃由於其中一位主要客戶受到美國市場競爭激烈影響所致。集團推出一系列獲獎新產品，加上若干較新市場包括亞太區、巴西及澳洲出現可觀增長。

**財政資料** 本集團截至二零零五年三月三十一日止年度之營業額為港幣2,894.7百萬元，較上個財政年度上升5%。Oregon Scientific品牌銷售額增加2%至港幣1,427.1百萬元，佔本集團營業額49%，而原設計製造／原設備製造之銷售額亦增加8%至港幣1,467.6百萬元。

毛利減少4%至港幣1,054.5百萬元，毛利率則由40%減少至36%。毛利率減少乃受到兩個因素影響，其一是原設計製造／原設備製造之銷售額所佔比重提高，佔營業額51%，而去年則佔營業額之49%。此外，數碼媒體產品銷售額在原設計製造／原設備製造業務中比重增加，佔原設計製造／原設備製造之銷售額28%，而去年則佔原設計製造／原設備製造之銷售額13%。



## 財政資料

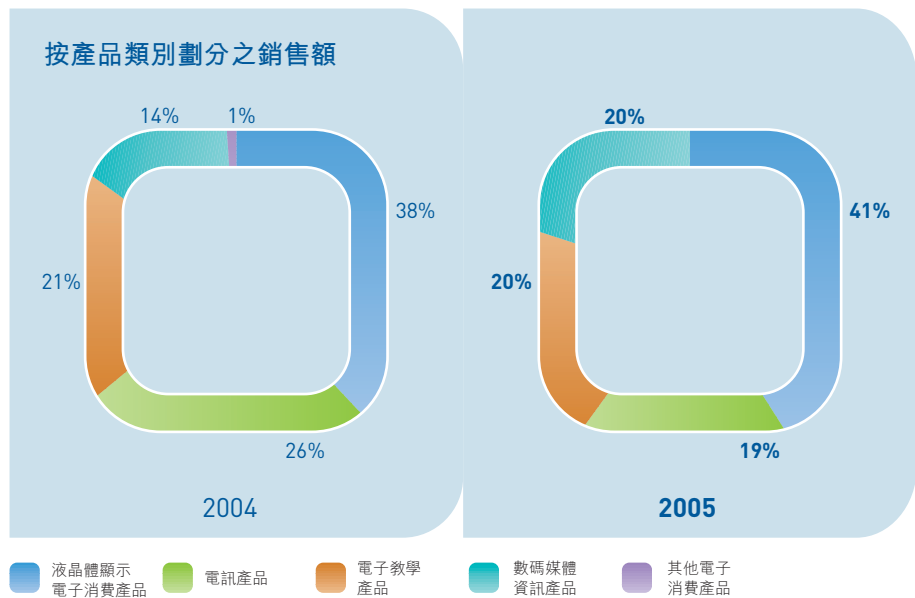
(續)

經營溢利為港幣200.4百萬元，去年則為港幣339.0百萬元。總營運開支上升13%至港幣902.3百萬元，佔銷售額之31%。研發開支增加10%至港幣109.7百萬元，銷售開支增加17%至港幣500.0百萬元，而行政開支則增加6%至港幣292.6百萬元。本集團在維持行政開支在理想水平之同時，亦增加投資於員工成本、添置開發產品之設施以及其銷售及推廣業務之策略性部署，以支持本集團之未來增長。就佔銷售額之百分比而言，行政開支及研發開支分別維持於10%及4%水平，而銷售開支為17%，去年則為15%。

截至二零零五年三月三十一日止年度，股東應佔溢利為港幣130.0百萬元，較去年下跌48%。

## OREGON SCIENTIFIC

Oregon Scientific配合集團策略、為建立揉合科技、設計、創意，具獨特時尚生活及能滿足大眾所需之電子產品品牌而不斷發展。該品牌的定位及策略隨着新標誌、包裝及商品軟硬件的推動而於2005年度內得以加強。集團亦因應業務單位／分部及銷售渠道的豐富商機制訂結構基礎，及投資增加人手以把握發展機會。此等措施為準備該品牌進入下一階段發展的必須投資。



## OREGON SCIENTIFIC

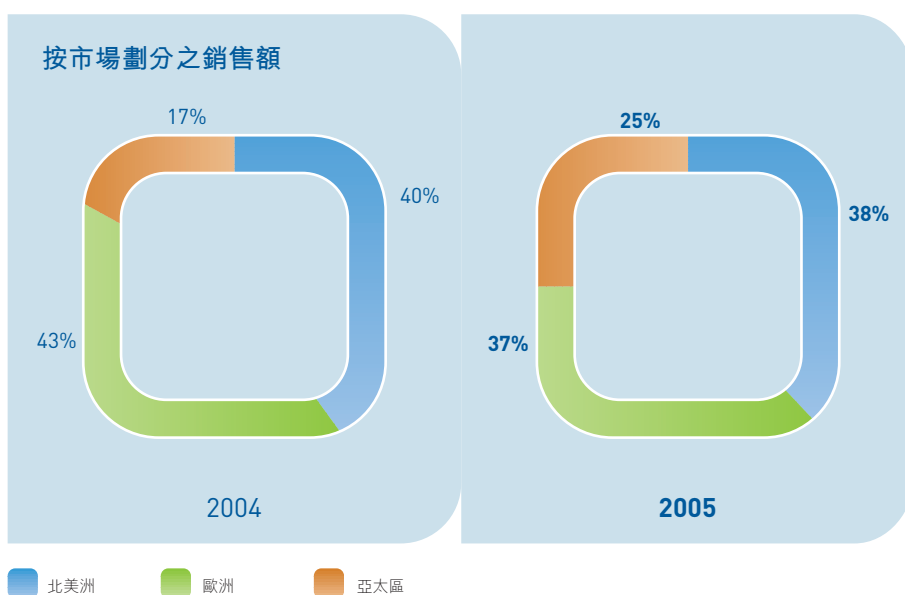
(續)

繼2004年度可觀增長34%後，Oregon Scientific的銷售額增長2%，總額達港幣1,427.1百萬元，佔集團營業額49%。該品牌的液晶體顯示電子消費產品及電訊產品分別增長13%及3%，但數碼媒體產品下跌21%，電子教學產品減少4%。

在歐洲錄得之銷售額與去年相若。歐洲區內，在法國及西班牙所有Oregon Scientific品牌產品銷售額均錄得增長。另一方面，英國及德國卻因經濟環境疲弱及內部架構重組而受到影響。在意大利，數碼媒體產品及電子教學產品均錄得理想增長。然而，意大利在一些渠道將銷貨予分銷商改為直接銷貨予零售商之策略性變動，這個轉變過程導致液晶體顯示電子消費產品業務減少。

憑藉本年度致力開拓主要零售商客源，美國所錄得之液晶體顯示電子消費產品銷售額上升57%。然而，其數碼媒體產品及電子教學產品之銷售額則有所減少，原因是競爭加劇及價格壓力所致。在巴西，所有Oregon Scientific品牌產品之銷售額均錄得增長，較去年之銷售額上升222%。

於亞太地區，總品牌銷售額增長74%。透過增加液晶體顯示電子消費產品及數碼媒體產品之銷售渠道，澳洲之銷售額上升39%；而香港、中國及新加坡繼續建立品牌形象，於本年度增加零售店之數目由三間至十二間。



業務回顧

液晶顯示電子消費產品部門





本集團經年開發創新計時、天氣儀及最新運動及健身產品

續見佳績，銷售及經營溢利均錄得增長。然而，集團目前面對

市場新進入者以及較過往更激烈的競爭，除繼續開發獲獎產品

之外，還須繼續提供無可比擬的服務以保持本集團於市場上的優勢。



該部門每年開發新產品逾150種，分別為智能計時器、天氣儀及運動與健身產品。液晶體顯示電子消費產品部門配合客戶的需要及品味，開發其產品系列，並繼續於產品開發方面採取市場主導模式。該部門利用資源以開發一系列幼兒護理產品，利用本身在感應及無線技術應用之專長，設計出獨有的嶄新功能。此新系列產品將於2005年面世，已獲得業務伙伴的正面支持。



液晶體顯示電子消費產品部門錄得之銷售額為港幣1,199.2百萬元，較去年上升14%，佔本集團營業額41%，仍然為本集團之最大業務部門。Oregon

Scientific品牌銷售額佔此部門本年度之總銷售額66%。歐洲之品牌銷售額較去年減少，而美國及亞太地區之銷售額卻錄得顯著增長，較去年整體增長13%。該部門由於推出更多產品（特別是有關時間、天氣、運動及健身的類別）供應新客戶及現有客戶，其原設計製造／原設備製造銷售額較去年增加17%。





業務回顧  
電訊產品部門





本集團的電訊產品部門致力開發揉合多元化技術及包裝吸引之最先進產品，以發展實用、易於使用且切合現代時尚生活模式之功能。該部門之產品於年內已獲得數項具聲望的獎項，這些產品包括萬彩威**Phone** (全球首部鏡面顯視室內無線電話)。該部門著重產品質素及新技術的應用，積極研究新的功能，以配合商界客戶及電訊供應商的需要。

該部門的主要產品為家用模擬制式及數碼無線電話、私人無線對講機及航海通話器產品，目前已開發VoIP(網絡電話)及DECT(數碼室內無線電話)技術的應用以配合預期日後市場對此類產品更加殷切的需求。



電訊產品部門於本年度之銷售額減少25%至港幣542.2百萬元。該部門之銷售額佔本集團營業額19%，去年則為26%。年內，Oregon Scientific品牌之銷售額為港幣68.6百萬元，佔該部門總銷售額13%，去年則為9%。銷售額減少，是由於美國無線電話市場競爭激烈及減少售貨予電訊

營運商市場一位主要客戶所致。然而，在無線電對講機產品市場上仍能於本年度錄得可觀增長。





業務回顧  
數碼媒體產品部門







數碼影像及數碼音樂產品的全球市場不斷擴展，為多個具有實力及聲譽的市場參與者激烈爭奪的市場。在數碼媒體產品全面增長及廣受消費者歡迎的同時，迅速發展的技術、不斷下跌的市價加上主要零件短缺導致經營環境充滿挑戰；即使最享負盛名的品牌及業內領先公司，盈利能力亦同樣受壓。

該部門致力開發全球首創的產品，以滿足消費者特定的需求，並在產品多樣化的市場中創造獨特性，直接在技術和價格方面競爭，此理念驅使該部門推出產品包括MP100型號(全球最小附液晶體顯示的MP3機)及MP120型號(全球首創防水MP3機)；多種產品均獲新聞從業員及同業稱許，更遑論最終用戶的讚賞。數碼影像方面，該部門取得多個重要原設計製造客戶，其中一家推出一款一次性數碼照相機，此類市場上首創先河的產品具有莫大潛力。

數碼媒體產品部門錄得之銷售額為港幣582.3百萬元，佔本集團營業額20%，較去年增加51%。Oregon Scientific之銷售額佔此部門銷售額之29%，而去年則為55%。另一方面，原設計製造／原設備製造之銷售額增加140%至港幣413.7百萬元。此部門成功向若干新主要客戶提供大量新產品。來自該些新客戶之銷售



額佔原設計製造／原設備製造銷售額逾四分之三。然而，由於數碼媒體產品之毛利率甚低，在面對競爭下數碼相機及MP3機產品之價格大幅下調，導致銷售額未能彌補有關成本。本集團正在調整其業務至適當規模，縮減其數碼相機及MP3機產品系列，並計劃推出新產品類別，以圖扭轉其經營虧損狀況及令此部門轉虧為盈。

團正在調整其業務至適當規模，縮減其數碼相機及MP3機產品系列，並計劃推出新產品類別，以圖扭轉其經營虧損狀況及令此部門轉虧為盈。



業務回顧  
電子教學產品部門





有見兒童教學電子產品潛力優厚，集團的電子教學產品部門全力開創能啟發思維、生動及有趣之產品予兒童使用。由手提電腦至電子記事簿以至Oregon Scientific網站服務之創新「safe-site.net」網站，其產品及服務系列涉及各學科並提供多種教學功能。此部門因應先進技術及最新教學方式及趨勢，不斷更新其教學產品。



繼前數年迅速發展後，該部門於檢討年度內進行整固。除將集團獲得的法拉利特許經營權擴展至教學產品外，集團正積極物色新的特許經營項目。該部門已成功獲得授權發展「蝙蝠俠」特許經營電子教學產品，該等產品將於下一個財政年度推出市場。

電子教學產品部門於本年度錄得之銷售額為港幣563.5百萬元，佔本集團營業額20%，較去年下跌4%。來自Oregon Scientific品牌之銷售額為港幣392.2百萬元，佔該部門總銷售額70%。Oregon

Scientific品牌及原設計製造／原設備製造之銷售額較去年均分別下降4%。該部門計劃於今年夏季推出多類新產品，該等新產品已獲市場一致好評。此外，本集團甚有信心透過開拓新客源及獲得現有客戶開出更多訂單，其原設計製造／原設備製造業務於新一個財政年度將錄得增長。



## 科研及廠房設施

超過500名分別派駐香港及中國深圳西鄉之產品開發工程師及設計人員，為集團四個業務部門提供支援，持續穩定地每年推出逾150種新產品。研發隊伍除開發產品外，在改良及優化集團生產工序以縮短產品面世所須時間方面擔當重要角色。



檢討年度內集團的研究及開發投資佔銷售總額比重維持於4%，與過去兩年相約，投資水平反映集團銳意提升產品開發及工程能力，以保持在業內的領導優勢。

集團於西鄉興建一幢新研發中心大樓以集中業務運作，並已於二零零五年四月竣工。該幢樓高五層的研究開發中心總樓面面積約為12,000平方米，體現最先進設計，座落於現有的西鄉廠房毗鄰。該研發中心的總投資成本約為港幣54.7百萬元，全數由集團內部資源撥付。

集團視研究開發投資為其秉持佳績之關鍵因素。隨着集團繼續擴展產品組合，預期研發隊伍將擔當更加積極和重要的角色。



集團位於西鄉的綜合生產設施及新研發中心（「西鄉設施」），在各運作層次上均符合國際標準，對於集團有效控制成本及確保營運效益貢獻良多。此外，該等設施彰顯本集團致力為全體員工提供最佳工作環境。

西鄉設施佔地逾85,000平方米，生產設施裝置集中，有助本集團全面掌握各項生產及行政管理環節。透過應用最新及最精良設備與技術，集團可精簡運作，藉以大大減低製造及運輸各範疇成本。外判給業績紀錄良好的工廠亦有助於提高成本效益及保持競爭力。



## 科研及廠房設施

(續)

西鄉設施已全面整合並自設有表面貼裝技術、打線接合、精密塑料模組、模具製造及塑膠注入，務求控制生產所需時間、質素及成本。集團已作好準備，在設備方面全面符合歐洲即將實施的電子產品禁用危險物質規定 (Restriction on Hazardous Substances (RoHS))。

西鄉設施亦為本集團致力改善員工的工作條件及福利之見證。國際訪客對本集團尖端科技生產設施及員工工作環境表示稱許，對其優質住宿與消閑設施印象尤深。過去一年中，集團並增設一個員工餐廳，進一步改善員工膳食。



## 財務資源及 營運資金

營運資金於二零零五年三月三十一日為港幣675.9百萬元，較去年減少17%。與去年終之結餘比較，存貨及應收賬款分別增加42%及6%，而應付賬款則下跌15%。存貨顯著增加，原因為應付數碼媒體產品部門於二零零五年四月之原設計製造／原設備製造訂單之付運而令在製品數量增加，以及海外銷售辦事處之製成品數量增加，以支持其繼續建立市場地位(尤其液晶體顯示電子消費產品)，並配合因從分銷改為直銷貨品予零售商之過程中縮短產品付運期之要求。本集團正積極檢討其整體供應鏈，並落實措施控制存貨水平，包括對銷售渠道內購入及售出貨量分析以強化存貨計劃，調整產品線以優化存貨水平，與及協調產品開發、生產、銷售及市場推廣各環節，將產品於全球上市，以更有效控制存貨。

本集團一般以內部流動現金撥付營運所需。於二零零五年三月三十一日，現金結餘淨額達港幣183.5百萬元，較去年年底之結餘減少港幣461.5百萬元。現金結餘淨額減少主要是由於存貨及應收賬款增加所致。

## 財務資源及 營運資金

(續)

本集團具備充裕財務資源，足以應付其營運、資本開支、現有投資及發展計劃所需。

本集團之資金一概來自股本。本集團並無任何有抵押或無抵押之長期債項。於二零零五年三月三十一日之短期銀行借貸為港幣420.2百萬元，去年則為港幣184.8百萬元，當中包括應付票據、進口貸款、用作對沖貨幣之銀行循環貸款及銀行透支。

經考慮息口環境及資金需要，本集團於二零零五年三月三十一日存放於財務機構作高息存款之金額為港幣296.4百萬元，金額與去年相同。此等存款之平均收益率為每年4.5厘。此等存款乃存於最低評級為AA級之財務機構。該等存款存在一定風險，在符合若干條件下可能不會賺取任何利息。

本集團之外幣風險主要來自兌換其海外附屬公司流動現金淨額及營運資金淨額。本集團積極運用自動對沖、遠期合約及期權對沖外匯風險。於二零零五年三月三十一日，本集團已運用遠期合約對沖因兌換集團未來流動現金淨額而可能產生之外匯虧損。本集團嚴禁任何投機性貨幣交易。外幣風險之管理工作集中由本集團香港總部進行。

## 人力資源

於二零零五年三月三十一日，本集團共聘有僱員約7,650名(二零零四年：約7,600名)。本集團為員工提供適當定期培訓，藉以不斷保持及提升員工之工作表現。

本集團深明僱員對成功經營業務作出重大貢獻的重要性。本集團僱員薪酬待遇與業內慣例相符，每年作出檢討。本集團按僱員個別表現及每年整體業績向僱員發放花紅。其他員工福利包括醫療保險及強制性公積金。在本集團生產設施與研究及開發資源集中地中國深圳西鄉，本集團遵照中國現行勞工法向員工提供福利。本公司與新加坡上市附屬公司IDT Holdings (Singapore) Limited均設有僱員優先認股權計劃，向合資格僱員授出優先認股權，獎勵彼等之貢獻，使其享有與股東一致之利益。

## 展望

本集團於年內達成多項里程碑，令其未來增長之基礎更形鞏固。

就Oregon Scientific品牌之業務方面，本集團已為擴充其海外銷售及市務架構方面作出投資。因此，在更高品牌認受性、更有效之市場推廣策略、致力建立主要客戶、提高所銷售產品之陳列吸引度及增加人流更集中之地點作為銷售點等支持下，本集團現具備更強人力及設施建立更多直接零售渠道。亞太地區零售店策略之成功，進一步印證本集團日後在美國及歐洲設立零售店作為其銷售額增長之未來發展方針。本集團已計劃推出一系列新產品，包括「蝙蝠俠」特許品牌之電子教學產品、音響產品及青少年電子產品。

本集團透過在西鄉設立一個研發中心，以配合增加投資於工程資源，提供更佳設施之工作環境，以便成功開發產品，從而不斷加強其原設計製造／原設備製造業務之能力。憑藉新設施、強大之產品開發隊伍及於本財政年度所開拓之新主要客戶，本集團將專注進一步發展各產品部門業務。



李國法

執行董事兼財務總裁

二零零五年五月二十六日

香港