

### 三. 管理層討論與分析

#### (一) 行業描述

2005上半年，彩色顯像管(「彩管」)行業供大於求，平板電視銷量快速增長導致陽極射綫管電視(「CRT電視」)的擠壓效應加大，商家及媒體對平板電視過份宣傳，煤炭、鋼鐵、鋳英砂等原材料價格大幅上漲等因素的影響，本公司所在的彩管行業遭遇了近幾年來最困難的局面，中國彩管行業的生產、銷售都出現了程度不同的下降。同時，彩管價格出現了大幅下降，庫存增加。

面對上半年的市場挑戰，中國彩管製造商普遍加強了成本控制，採用了靈活的營銷策略，同時全球範圍內部份彩管生產線的徹底關閉或短期關閉使得產能過剩壓力得以舒緩。

從7月份開始國內彩管市場有所啟動，彩管訂單明顯上升，少數彩管品種甚至有供不應求之現象。有鑒於此，董事認為中國彩管市場在經歷了上半年的行業性低谷後正在呈現著一定的恢復性增長。雖然彩管行業經歷了2005年上半年的行業性低谷，董事相信，在中短期內，CRT電視在中國和世界電視機市場中的銷量仍然處於主流地位。

#### 2005年上半年中國彩管行業數據

	截至6月30日止6個月		
	2005年 (千套)	2004年 (千套)	變化比率
生產	27,760	33,510	-17%
銷售	25,550	33,300	-23%
其中：出口	8,250	8,530	-3%
庫存	4,810	1,020	372%

數據來源：中華商務網(www.chinaccm.com)

## (二) 業務回顧

### 1. 營運摘要

由於今年上半年彩管行業的經營環境出現了前所未有的困難，致使本集團的上半年業績出現較大幅度的下滑。本集團上半年營業額為人民幣1,643,434千元，同比下降32%，上半年本公司股權持有人應佔虧損為人民幣30,840千元，同比下降117%。

### 2. 彩管業務

本集團2005年上半年共銷售彩管5,269千隻，與2004年同比下降約1,258千隻，下降約19%。2005年上半年彩管銷售額為人民幣1,414,475千元，與2004年同比下降人民幣788,022千元，下降約36%。

本集團彩管銷量下降的主要原因是中國彩管市場上半年出現了較大程度的下滑，國內彩管總出貨量同比下降23.3%。其中又以中尺寸彩管的下降幅度為最大，出貨量下降了27.4%。中尺寸的彩管是本集團的主流產品，因此本集團受到了較大的衝擊。雖然通過積極的努力，本集團的國內市場份額達到約21.25%，依然處於國內彩管市場的領先地位，但由於彩管銷售不暢、價格持續下降，使得本集團的彩管銷售額同比有較大幅度的下降。

在2005年上半年，本集團主要在以下幾個方面採取措施以應對市場的變化：

### 1) 開展節約挖潛活動

自2005年一季度起，彩管市場萎縮，價格下降，成本競爭成為彩管業競爭的關鍵。本集團積極開展節約挖潛活動，發動員工投身技術創新、管理創新之中，以各種方式降低成本。2005年本集團共確定了節約挖潛計劃項目634項。其中，「優化設計、優化工藝設備、優化材料」之三優化項目74項，「新材料、新供應商」之雙新項目118項。截止6月底，共完成節約挖潛項目314個。

### 2) 加大營銷力度

為應對市場需求下降給銷售工作所帶來的極大挑戰，我們加強了信息收集分析以及市場預測能力，靈活運用各種營銷手段，同時，加強營銷隊伍建設，保證了本集團的市場份額。

### 3) 提高市場應變能力

為了適應市場變化，本集團減緩了部份資本性支出，同時，通過技術改造，使生產21"和15"彩管的G線已經能夠同時兼容生產14"彩管。超大熒幕高清晰度彩管生產線(K線)也在按計劃建設之中，預計將於2005年底試產。

## 3. 配件業務

2005年上半年，本集團在做好彩管關鍵配件內部配套的基礎上，鼓勵各生產彩管配件的子公司積極擴大外部銷售。通過在此範疇的重大努力，上半年本集團彩管配件的銷售額為人民幣228,959千元，與去年同比增長人民幣12,701千元，增長約6%。

### (三) 未來展望

董事認為中國彩管市場在經歷了上半年的行業性低谷後正在呈現著一定的恢復性增長。董事相信，在中短期內，CRT電視在中國和世界電視機市場的銷量將仍然處於主流地位。因此，本集團將繼續做強彩管和配件業務。

另一方面，我們也看到全球彩管市場在緩慢下降之中，因此，在未來幾年之內，本集團會在有效控制風險的前提下，積極進入平板顯示領域，開發新業務尋求公司新的利潤增長點。

#### 1. 彩管業務

公司進入2005年7月份以來，接到的客戶實際訂單明顯增加，銷量快速回升，產銷趨於平衡，庫存也基本恢復到正常水平，但彩管價格下降趨勢是否趨緩或回升還有待進一步觀察。我們將通過以下三個方面的努力來做強彩管業務：一是低成本，二是新技術，三是擴大市場。

- 1) 繼續深入開展節約挖潛活動，降低成本。
- 2) 本集團將以提高彩管的純平化、薄型化、高清化和零部件的通用化、低廉化、優質化為方向，不斷滿足市場需求。
- 3) 加強市場營銷，提高市場佔有率。

### 2. 配件業務

本集團目前零部件種類多，涉及到化工、玻璃、金屬零部件加工等。今後本集團的零部件企業要走專業化生產道路，拓寬發展。在做好內部配套的基礎上，本集團將通過以下兩個方面來做強配件業務：

- 1) 現有彩管零部件繼續擴大外部市場銷售，增加收入，擴大市場份額。
- 2) 在現有基礎上開發彩管配件以外的新產品，開發新的市場，增加新的利潤增長點。

### 3. 平板顯示器件

近年平板顯示器件的發展較快，所以本集團也將加快進入該領域的進度。綜合考慮平板顯示技術的成熟度、所需的投資額、市場容量以及與本集團現有產業的關聯度等因素，本集團將首先做好等離子顯示器 (PDP) 的量產化工作，抓住最近兩年PDP量產化技術取得較大突破的契機，在有效控制風險的前提下，積極實現PDP產業化，並在此基礎上以穩妥的步驟來逐步擴大公司的PDP產業。在做好PDP量產化的同時，對其它新型平板顯示器件積極跟蹤擇機進入。

## (四) 財務回顧

## 1. 業績

## 1) 未經審核損益資料(人民幣千元)

	截至6月30日止6個月		增加 /	變動比例
	2005年	2004年	(減少)	
營業額	<b>1,643,434</b>	2,418,755	(775,321)	-32%
— 銷售彩色顯像管	<b>1,414,475</b>	2,202,497	(788,022)	-36%
— 銷售配件	<b>228,959</b>	216,258	12,701	6%
銷售成本	<b>(1,472,891)</b>	(1,859,795)	386,904	-21%
毛利	<b>170,543</b>	558,960	(388,417)	-69%
其他收益	<b>27,024</b>	22,712	4,312	19%
經營開支				
行政開支	<b>(111,679)</b>	(108,919)	(2,760)	3%
— 一般行政開支	<b>(91,332)</b>	(89,392)	(1,940)	2%
— 研究與開發開支	<b>(20,347)</b>	(19,527)	(820)	4%
銷售及市場開支	<b>(52,972)</b>	(50,848)	(2,124)	4%
其他開支	<b>(34,671)</b>	(40,800)	6,129	-15%
經營溢利	<b>3,188</b>	389,057	(385,869)	-99%
融資成本	<b>(34,859)</b>	(28,481)	(6,378)	22%
期間(虧損)/溢利	<b>(40,950)</b>	262,511	(303,461)	-116%
以下應佔：				
本公司股權持有人	<b>(30,840)</b>	183,681	(214,521)	-117%
少數股東	<b>(10,110)</b>	78,830	(88,940)	-113%

2) 營業額

按產品類別之營業額 (人民幣千元)

	截至6月30日止6個月		增加 / (減少)	變動比例
	2005年	2004年		
彩管	<b>1,414,475</b>	2,202,497	(788,022)	-36%
其中：				
小型彩色顯像管	<b>373,725</b>	346,698	27,027	8%
中型彩色顯像管	<b>1,027,007</b>	1,832,677	(805,670)	-44%
大型彩色顯像管	<b>13,743</b>	23,122	(9,379)	-41%
零部件	<b>228,959</b>	216,258	12,701	6%
合計	<b><u>1,643,434</u></b>	<b><u>2,418,755</u></b>	(775,321)	-32%

按產品類別之銷量 (隻)

	截至6月30日止6個月		增加 / (減少)	變動比例
	2005年	2004年		
小型彩色顯像管	<b>2,215,103</b>	1,984,240	230,863	12%
中型彩色顯像管	<b>3,034,615</b>	4,514,957	(1,480,342)	-33%
大型彩色顯像管	<b>19,128</b>	25,374	(6,246)	-25%
合計	<b><u>5,268,846</u></b>	<b><u>6,524,571</u></b>	(1,255,725)	-19%

按產品類別之平均價格 (人民幣元 / 隻)

	截至6月30日止6個月		增加 / (減少)	變動比例
	2005年	2004年		
小型彩色顯像管	<b>169</b>	175	(6)	-3%
中型彩色顯像管	<b>338</b>	406	(68)	-17%
大型彩色顯像管	<b>718</b>	911	(193)	-21%

## 2. 與上年同期變化情況及原因分析

### 1) 營業額及毛利率

本集團2005年上半年的營業額為人民幣1,643,434千元，與2004年同期相比下降人民幣775,321千元，下降32%。其中，彩管營業額為人民幣1,414,475千元，與2004年同期相比下降人民幣788,022千元，下降36%；配件營業額為人民幣228,959千元，與2004年同期相比上升人民幣12,701千元，上升6%。

本集團整體毛利率由2004年上半年的23%下降到2005年上半年的10%，這主要是由於：1) 中國彩管市場競爭激烈，2005年上半年彩管平均售價比2004年同期大幅度下降；2) 部份原材料價格上漲。

### 2) 行政開支

本集團2005年上半年的行政開支為人民幣111,679千元，比2004年同期的人民幣108,919千元上升人民幣2,760千元或3%，行政開支上升的主要原因是公司新設立了咸陽彩虹電子網版有限公司及西安彩瑞顯示技術有限公司。

### 3) 融資成本

本集團2005年上半年的融資成本為人民幣34,859千元，比2004年同期的人民幣28,481千元上升人民幣6,378千元或22%，融資成本上升的主要原因是銀行貸款增加且利率升高。

### 3. 流動資產及財務資源

於2005年6月30日，本集團的現金及現金等價物為人民幣622,737千元，相比於2004年6月30日的現金及現金等價物人民幣360,338千元上升73%。截至2005年6月30日止半年內，本集團共支付人民幣199,861千元於資本開支。用於經營活動的現金淨額為人民幣148,730千元，用於融資活動的現金淨額為人民幣135,281千元，用於投資活動的現金淨額為人民幣189,768千元。

於2005年6月30日本集團的借款總額為人民幣1,307,765千元，而於2004年12月31日則為人民幣1,420,000千元，其到期情況均為一年內到期。於2005年6月30日之短期銀行貸款約有人民幣300,000,000元(2004年12月31日：人民幣300,000,000元)，以本集團若干物業、廠房及設備賬面淨值約為人民幣303,323,000元作抵押(2004年12月31日：人民幣321,973,000元)。同時短期銀行貸款另有約人民幣235,000,000元(2004年12月31日：人民幣200,000,000元)乃以本集團應收貿易票據總數人民幣57,946,000元(2004年12月31日：銀行存款人民幣21,000,000元及應收貿易票據人民幣41,319,000元)作抵押取得。

於2005年6月30日，由最終控股公司擔保之短期銀行貸款約有人民幣220,000,000元(2004年12月31日：無)。

截至2005年6月30日止半年內，本集團的應收賬款周轉日為134天，較截至2004年6月30日止半年的96天增加38天。應收賬款周轉天數增加的主要原因是上半年彩管市場競爭激烈，購貨方不能夠及時付清貸款。截至2005年6月30日止半年內，本集團的存貨周轉天數為143天，較截至2004年6月30日止半年的75天增加了68天，主要原因是由於2005年上半年市場需求放緩，產成品庫存上升。

#### 4. 資本架構

於2005年6月30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2005年6月30日的負債包括銀行借款共合計為人民幣1,307,765千元，現金及現金等價物為人民幣622,737千元，資產負債率（負債總額除以資產總額）為43%。

#### 5. 中期股息

本公司依然保持原有股息分配政策不變，鑒於2005年上半年虧損，董事會決議不予派發中期股息。

#### 6. 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，截至2005年6月30日止6個月內，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。

#### 7. 承擔

於2005年6月30日，本集團的資本開支承擔為人民幣879,481,000元（2004年12月31日：人民幣679,916,000元）。該等承擔的資金來源主要來自本集團的營運資金及銀行貸款。

#### 8. 或然負債

截至2005年6月30日，本集團並無任何重大或然負債。

#### 9. 資產抵押

於2005年6月30日有銀行貸款約為人民幣300,000,000元，以本集團若干物業、廠房及設備賬面淨值約為人民幣303,323,000元作抵押及有約人民幣235,000,000元乃以本集團應收貿易票據總數人民幣57,946,000元作抵押取得。