

11. 股本

	普通股數目	股本 千港元
每股面值 0.10 港元之普通股		
法定股本		
於二零零四年十二月三十一日及		
二零零五年六月三十日	1,000,000,000	100,000
已發行及繳足股款股本		
於二零零四年十二月三十一日及		
二零零五年六月三十日	302,100,000	30,210

12. 結算日後事項

於二零零五年八月三十一日，本公司與一個由多家銀行組成之銀團訂立了一項貸款協議，借入 16,000,000 美元之三年有期貨額，為本公司之一般營運需要提供資金。

中期股息

董事會不建議派付截至二零零五年六月三十日止六個月之中期股息（二零零四年四月一日至二零零四年九月三十日：無）。

回顧及前景

財務回顧

業務表現

期內，本集團取得諾基亞新型號手機 6021 之全國分銷權，加上另外四款擁有全國分銷權的型號即 7610、3220、2600 及 N-Gage OD，以及其他擁有省市分銷權的型號分別為 3100 及 2300，讓本集團營業額得以保持較高水平而且相當穩定，期內銷售額更創新高。首六個月的手機總銷售量達 1,484,000 部，較截至二零零四年九月三十日止六個月的銷售量 1,222,000 部，增長 21%，維持了二零零四年最後一季單季共售出 741,000 部手機的良好勢頭。由於上述型號大部分在二零零四年下半年推出，故預期市場需求在整個二零零五年內仍將保持強勁。截至二零零五年六月三十日止六個月之綜合營業額為 1,541,000,000 港元，較截至二零零四年九月三十日止六個月的數字增加約 22%。同時，毛利亦增長 3,900,000 港元，至 54,600,000 港元。

儘管期內推出了一部全新手機，銷售額亦令人滿意，惟本集團於六個月期間的整體邊際利潤仍由截至二零零四年九月三十日止六個月之 4.0% 下降至 3.5%，主要受市場競爭激烈所累。中國內地多家主要電信及家電連鎖店（部分為直接從供應商入貨）為了擴大市場佔有率和清銷存貨而削價促銷。為吸引注意，彼等為 3100 及 2300 等多款熱門型號推出印著極低價錢的低價印刷廣告。即使這是彼等只提供限量貨品發售以作為吸引潛在買家的策略，惟已影響到銷售管道的價格結構及有關產品的邊際利潤。更甚者，部分連鎖店甚至違反與供應商訂立的合約，背地裏將貨品批發及運往其他地區，以便套現及清理因錯誤預測需求而積壓過剩的存貨。為處理上述問題，期內本集團管理層主動與供應商和連鎖店磋商糾正有關情況，而供應商亦因此決定實施更嚴厲的罰則，有效杜絕了價格進一步侵蝕及連鎖店運貨往外地的情況。於七月底以後，情況基本上已被糾正。

另外，自二零零四年下半年開始，多家中國本地製造商均面臨諸如存貨積壓、邊際利潤和市場佔有率下跌，及現金短絀等問題。彼等在別無選擇下唯有調低大部分現有型號甚至新型號的售價。為有效競爭及維持銷售量和佔有率，本集團決定暫時調整該等面對較大競爭的型號的價格。然而，情況已經有所改善，且部份國內生產商已經退出市場。

同時，本集團亦制訂策略擴大銷售及市場推廣隊伍，務求覆蓋較小的城市及鄉村，冀能藉此擴大地域覆蓋範圍至三、四線城市，搶佔更多市場及提高市場滲透率。期內，客戶數目持續攀升至 8,000 個，為集團奠下穩固的客戶基礎。有見及此，本集團將於二零零五年最後一季專注透過採納更靈活的定價策略，及向供應商爭取更有利的條款，以提高其邊際利潤。再加上即將來臨的旺季，本集團預期下半年的表現及邊際利潤將會顯著改善。

另一方面，集團繼續探索不同分銷模式的可能性，冀能為客戶及供應商帶來更高的附加值，進而為集團帶來更高及穩定之收入。

主要為擴大地區覆蓋及提高市場滲透率而增聘人手導致職員成本上升及運輸成本增加，使分銷成本由截至二零零四年九月三十日止六個月之 9,800,000 港元，增至截至二零零五年六月三十日止六個月之 17,400,000 港元。其他經營開支上升則主要由於期內為若干可能出現財政困難的客戶額外作出 4,700,000 港元呆賬撥備，以符合本集團的政策及慣例。因此，本集團截至二零零五年六月三十日止六個月的中期經營溢利為 24,300,000 港元，較截至二零零四年九月三十日止六個月的數字減少 4,900,000 港元，而期間溢利則減少 6,800,000 港元，至 9,400,000 港元。儘管如此，本集團已經開始精簡其營運及一絲不苟地審查其經營成本及財務成本，其下半年利潤應因而可以獲得改善。

庫務政策、流動資金及資產抵押

於二零零五年六月三十日，本集團的銀行借貸總額約為 478,000,000 港元，其中 380,000,000 港元為以人民幣定值之週轉性營運資金貸款，可讓本集團因應不斷轉變之每月貿易量加以靈活調度。本集團的資產負債比率（按非流動負債除以母公司股份持有人應佔權益計算）約為 15%。總銀行存款及現金結存約為 289,000,000 港元，其中 200,000,000 港元已質押予銀行，作為取得人民幣及港元短期週轉性貿易相關銀行融資之抵押品。所有貸款之息率以每月、每兩個月、每季或每半年基準定息計算。然而，因利率持續攀升，截至二零零五年六月三十日止六個月的融資成本增加 3,200,000 港元，至 11,800,000 港元。利息保障倍數約為 2.1 倍。為應付利率上升趨勢，本集團剛已安排一項 16,000,000 美元之三年期貸款，其息率低於現有備用信貸。此安排將有助本集團減少利息較高之人民幣週轉性營運資金貸款，從而降低財務成本。

期內，本集團的融資及庫務政策並無重大轉變。由於本集團超逾 90% 的銷售額及購貨均以人民幣定值，而人民幣兌港元之匯率相對穩定，故本集團認為貨幣風險承擔甚微，亦並無使用金融工具作對沖目的。

營運資金

於二零零五年六月三十日之存貨金額為 410,000,000 港元，存貨週轉期相當於約 49 日，而於二零零四年十二月三十一日按存貨水平 280,000,000 港元計算之存貨週轉期則為 38 日。存貨增加及存貨週轉期延長，主要由於營業額增加，以及為新品牌及新型號的初度推出而預留較多存貨，加上六月份為淡季（而十二月則為一年的銷售高峰期）之季節性因素所致。集團絕大部分存貨為近期型號之移動電話，集團因而毋須為滯銷存貨作出重大撥備。此外，倘產品價格下降，亦不會對本集團之財務狀況構成重大影響，因其會由供應商預先協定之價格回贈所承擔。

於二零零五年六月三十日，貿易應收賬款為 105,000,000 港元，應收賬款週轉期約為 12 日，而於二零零四年十二月三十一日則為 25 日。應收賬款週轉期縮短主要由於本集團在淡季實行收緊信貸控制，以降低信貸風險。本集團繼續採納極為嚴謹之信貸控制政策，而所有銷售均以現金結算，或給予少於三十日之有限信貸期。期內，為呆壞賬撥備 4,700,000 港元，少於本集團全年營業額 0.2%。

僱員

於二零零五年六月三十日，本集團於中國多個城市共聘用 1,445 名僱員，當中包括 1,333 名市場推廣代表及非合約推廣人員。期內增加市場推廣代表及推廣人員數目，乃基於推出新產品及加強於三、四線城市之銷售工作。自二零零四年十二月三十一日以來，薪酬政策、花紅及購股權計劃並無重大變動。自現有購股權計劃採納迄今，並無授出任何購股權。

或然事項及重大收購和出售

於回顧期間，集團並無收購或出售任何重大投資、附屬公司、聯營公司或聯屬公司，亦無計劃於未來十二個月作出任何重大資本資產之投資或收購。於二零零五年六月三十日，概無任何重大或然負債或資本承擔。