

## 營運回顧

### 市場綜覽

據信息產業部之資料，截至二零零五年六月三十日，中國之移動電話服務用戶人數超過三億六千三百萬，滲透率為每 100 人有 28 名用戶。雖然增長速度由二零零四年每月新增五百四十萬戶，放緩至二零零五年首六個月每月新增四百七十萬戶，於截至二零零五年六月三十日之六個月內，中國移動電話用戶人數仍增加約二千八百萬戶或 8.5%。與其他發達國家滲透率一般超過 50% 比較，現時滲透率依然偏低。以中國經濟年增長率逾 8% 為考量，預期中國移動電話市場每年將繼續以雙位數增長，尤其考慮到替換市場方面之增長。

中國政府至今尚未決定何時發出第三代移動電話服務（3G）牌照與牌照數目。然而，大部分移動電話生產商（不論國產品牌或外國品牌）均已準備就緒，待該市場實行時推出 3G 移動電話。但有別於 2G 移動電話市場，3G 移動電話相當倚賴網絡營運商提供大量支援以推出不同增值服務，同時營運商亦可從中賺取更多收入。目前尚難估計此市場之實況如何，但可肯定其擁有巨大潛力，並會增加來年移動電話之整體需求。

移動電話市場之競爭仍然相當激烈，各種價格範圍之型號有超過 1,000 種之多。然而，所有國產品牌之總市場佔有率已進一步跌至 40% 以下，而跌勢仍然持續。雖然五大外國品牌逐漸佔據國產品牌的市場，但其本身亦面對來自南韓和台灣愈來愈強之競爭。同時，在加入世貿組織以後，中國政府亦降低了對外國生產商的限制，於本期間向國內及外國生產商發出多份移動電話生產執照。因此市場競爭仍然激烈。基於此等情況，一般大型移動電話生產企業通常每年需要推出 20 至 30 款型號以保持市場佔有率。所以手機型號的壽命周期變得更短促，設計亦更為時尚兼且多元化。

### 業務回顧

期內，移動電話分銷業務仍為本集團之核心業務，佔本集團營業額及經營溢利 90% 以上。諾基亞的低端市場型號 2600 及 2300 期內佔本集團銷售量超過 50%，而早前最受顧客歡迎的 3100 及 3200 型號尚可維持相當動力，佔本集團銷售量近 35%。以金額計，諾基亞 3220 及 7610 型號在中高檔市場的表現依然理想，其中 3220 型號佔本集團營業額逾 20%，而高檔型號諾基亞 7610 型號期內佔本集團營業額近 17%。

本集團於期內已進一步完善分銷網絡，至二零零五年六月底覆蓋超過 8,000 名客戶。然而，本集團仍將繼續提升分銷網絡，擴大市場滲透率，成為中國最大及首屈一指的移動電話分銷商之一。

### 前景及展望

管理層相信，憑藉擁有諾基亞最新手機型號 7610、3220、2600、N-Gage OD 及 6021，以及其他品牌如明基、NEC 等不同型號的全國分銷權，下半年本集團營業額可望更上層樓。

儘管如此，本集團將繼續物色機會進一步發展，包括擴大銷售現有品牌組合，務求可基本上覆蓋中國移動電話大部分進口品牌；向客戶提供增值服務，鞏固客戶忠誠度；以及設立網站，利用互聯網在中國銷售移動電話。本集團亦會考慮各種收購合併機會，力求拓展集團業務範疇。與此同時，本集團將繼續審查其目前經營成本及定價政策，務求增強本集團整體盈利能力。