

管理層討論及分析

業務重點

於截至二零零五年十二月三十一日止年度，本集團完成收購Anglo Alliance集團（「Anglo Alliance」），該集團為中國媒體行業具領導地位的企業之一，並擁有「旅遊衛視」的權益。透過是項收購，集團得以進軍快速增長之中國媒體行業。集團在檢討其營運情況的同時，亦根據對市場情況及潛力的分析，致力整合並專注於發展其中國媒體業務。於回顧年內，本集團錄得營業額約為33,691,000港元（二零零四年：38,630,000港元），虧損淨額為22,187,000港元（二零零四年：虧損淨額約9,931,000港元）。集團錄得虧損主要是由於旗下合營公司業務錄得虧損及行政開支上升所致。

有鑑於中國媒體市場潛力龐大，管理層已積極整合本集團之業務，以奠定堅實的平台，促進本集團未來之業務發展。與此同時，本集團將繼續策略性集中開拓尚在迅速增長的中國媒體業務，並以Anglo Alliance集團為其核心業務。

本集團各業務分部之業務回顧載列如下：

中國媒體業務

Anglo Alliance從事多項媒體相關業務，包括投資電影及電視劇製作、出任廣告代理、及持有一家擁有「旅遊衛視」營運權的合營公司。本集團於二零零五年五月三十一日收購Anglo Alliance後，於回顧年度內本集團之綜合賬目已計入其七個月之收益貢獻。

配合電視廣告市場之優厚增長潛力，本集團視「旅遊衛視」為集團重點發展業務之一。作為覆蓋全國31個省份之衛星電視頻道，「旅遊衛視」具備充足能力以滿足國內觀眾對旅遊、生活時尚及娛樂等主題電視節目與日俱增之龐大需求。配合觀眾多元化的需要，「旅遊衛視」於二零零六年一月九日已完成全面革新，提供全新四項主打內容，包括實況、綜藝、時尚和旅遊，合共35個特備節目，以多姿多采的內容吸引觀眾。

「旅遊衛視」獨特的內容及風格，於國內其他電視頻道別樹一幟，故此得以吸引知識水平、平均收入及消費能力均較高之觀眾群。「旅遊衛視」亦藉此能吸引更高質素之廣告客戶，從競爭激烈之廣告市場中脫穎而出。集團正集中更多資源擴大其廣告業務以把握該等高增長市場所帶來的商機。

管理層討論及分析

在其他娛樂業務方面，本集團密切注視國內電視連續劇和電影製作和發行所提供的商機。就此，本集團於二零零五年於國內及海外發行了多套電影，如「孔雀」及「一個陌生女人的來信」，以及多個電視節目，為集團帶來了約10,000,000港元的收入。憑藉保利華億的聲譽及市場地位，集團將會發掘更多投資於受歡迎電影及電視節目的機會。

憑藉Anglo Alliance穩健之業務基礎，本集團將積極整合旗下所有業務，致力建立最具效益的業務模式。以中國媒體行業可觀的增長空間，加上蓬勃的經濟發展，本集團預期多媒體和娛樂行業具有優秀之發展前景。

數碼廣播投資

隨著中國政府於國內大力推行數碼化，天地數碼之業務表現亦隨著機頂盒銷售顯著提升。於回顧年度，該公司之營業額錄得理想升幅。

天地數碼所生產的機頂盒及擁有天地數碼授權的機頂盒數目較二零零四年增加逾三倍至1,010,128個。因此，於二零零五年，天地數碼的收入增加80%至304,000,000港元，毛利總額亦上升52%至74,600,000港元。撥備前的除利息、稅項、折舊及攤銷前溢利(EBITDA)轉虧為盈，錄得9,000,000港元。虧損減少33.5%至39,700,000港元。各項正面的數據均反映天地數碼正穩步踏上盈利軌道。由於機頂盒的分銷情況正逐漸加速，天地數碼對其業績前景的持續進步表示樂觀。

隨著天地數碼於青島推行其領先的大眾數碼化模式，帶動其銷售快速增長。此模式取得空前成功，青島更被國家廣播電影電視總局(「SARFT」)推薦為全面數碼化旗艦城市，並正鼓勵其他城市甚至省份採納青島的模式。在政府持續推行數碼化的情況下，天地數碼預期機頂盒銷售將繼續上升。於二零零六年首三個月，天地數碼已售出426,295個機頂盒。由於廣西為中國首個嘗試將擁有3,000,000個用戶的整個網絡轉型為數碼化網絡的城市，故此天地數碼預期廣西將錄得龐大的銷售額。佛山亦將繼續致力推行轉型計劃。

天地數碼亦繼續尋求新合作夥伴，尤其可助其擴大地域覆蓋範圍的夥伴。天地數碼相信市場商機無限，而作為系統整合商及數碼電視軟件供應商，天地數碼正積極尋求能與其優勢相輔相承的公司展開合作。

通訊部門

為配合業務發展，以及策略性集中發展中國媒體業務，管理層正著手檢討此部門之運作，制定長遠策略。本年度通訊部門之營業額由2004年的3,889,000港元下跌至2,561,000港元，錄得盈餘為60,000港元(2004：虧損354,000港元)。

管理層討論及分析

證券買賣

於二零零五年，香港經濟持續增長。鑑於營商環境及市場氣氛有所改善，本集團於資本市場上買賣證券，此部分錄得營業額約1,387,000港元（2004：16,561,000港元）及虧損約48,000港元（2004：利潤1,249,000港元）。

家居影音部門

面對市場上激烈的價格競爭，本集團將繼續致力擴充價值更高之產品，務求改善利潤率及整體業務表現。與此同時，本集團將檢討營運情況，實施長遠可與國內媒體業務相輔相成之策略，以取得協同效益。本年度，家居影音錄得營業額約19,384,000港元（2004：18,180,000港元）及虧損約3,700,000港元（2004：虧損3,092,000港元）。

前景

本集團預期中國媒體行業將於未來持續可觀增長。憑藉集團為最早進軍媒體行業的參與者之一所具備的優勢，本集團將繼續專注於中國媒體業務，並將其現有業務與此核心業務互相配合，進一步擴大協同效益。

在Anglo Alliance從事之媒體行業中，廣告市場的增長尤其顯著，成為發展的重點。雖然市場預料中國之經濟發展將在二零零六年稍微放緩，但受惠於龐大之投資和強勁的出口貿易，預期經濟仍將會蓬勃發展，而中國廣告行業更將出現雙位數字增長，速度超越亞洲其他國家。

據市場調查公司ACNielsen所預測，中國廣告市場的增長率將由二零零五年之19.4%上升至本年度之29.7%，佔二零零六年亞洲整體廣告市場（總值：142億美元）近34%（總值：48億美元）。此外，隨著中國即將舉行多項盛事，如二零零八年北京奧運及二零一零年上海世界博覽會，預料中國廣告行業於來年將可進一步增長。

就中國所有廣告媒體而言，CVSC-TNS Research的調查發現77.98%之廣告開支直接投放於電視廣告，總額達人民幣1,503億元，預料本年度將進一步增長兩至三成。根據該等調查結果，本集團相信憑藉保利華億為頂尖企業製作優質廣告之能力，將可直接於此蓬勃增長中獲益。

故此，本集團視廣告業務為未來之重要增長動力，並將全力擴展此業務。特別是借助「旅遊衛視」這個理想平台，利用其獨特的定位吸引更多預算較高之廣告客戶，幫助本集團擴大於電視廣告市場之份額。

管理層討論及分析

展望未來，本集團將繼續以積極審慎態度投資於媒體業務，以拓展核心業務，締造多元化且均衡之業務模式。管理層預期新業務具備龐大的發展潛力，並對此等業務將在未來締造更佳業績感到樂觀。

財務回顧

流動資金及財務資源

於二零零五年十二月三十一日，本集團持有之現金存款為15,548,000港元，較二零零四年十二月三十一日增加9.9%。流動比率由去年終之1.07上升至二零零五年十二月三十一日之4.5。資本負債比率（即長期負債與淨值之比率）由二零零四年十二月三十一日之0.093上升至二零零五年十二月三十一日之0.18。

本集團並無面對重大外匯波動風險。年內之所有借貸均按市場利率計算。於期終，本集團並無任何尚未償還之長期銀行貸款，亦無任何尚未償還之銀行透支。於二零零五年十二月三十一日，本集團並無抵押或質押任何資產。

年內，本公司於二零零五年二月按每股0.12港元發行654,850,000股股份，為一般營運資金籌得約78,000,000港元。本公司亦為收購Anglo Alliance Co. Limited（「Anglo Alliance」）而發行約5,747,000,000股股份。

重大收購

於二零零五年，本集團已收購Anglo Alliance之全部股權。Anglo Alliance間接持有北京保利華億傳媒文化有限公司（「保利華億」）之約50%註冊資本。保利華億從事多項傳媒相關業務，包括於國內製作電視劇、投資於電影製作、廣告代理及「旅遊衛視」之廣告與內容製作。

此項收購之最高代價為550,000,000港元（可予調整）。此項收購之詳情已於本公司於二零零五年五月十三日刊發之通函中披露。

僱員數目與薪酬、薪酬政策、花紅與購股權計劃及培訓計劃

於二零零五年十二月三十一日，本集團共有10名香港全職僱員及約33名中國僱員。本集團為銷售部門及非銷售部門之僱員訂有不同之薪酬計劃。銷售人員之薪酬會根據目標盈利之方式計算，包括薪金及銷售佣金。工程及產品開發部等非銷售部門之人員則會獲取月薪，而本集團會不時作出檢討並根據表現而作出調整。除薪金外，本集團為員工提供之福利包括醫療保險、員工公積金供款及酌情培訓津貼。本集團亦會視乎本集團之業績表現而酌情給予購股權及花紅。