

管理層討論與分析

1. 行業分析

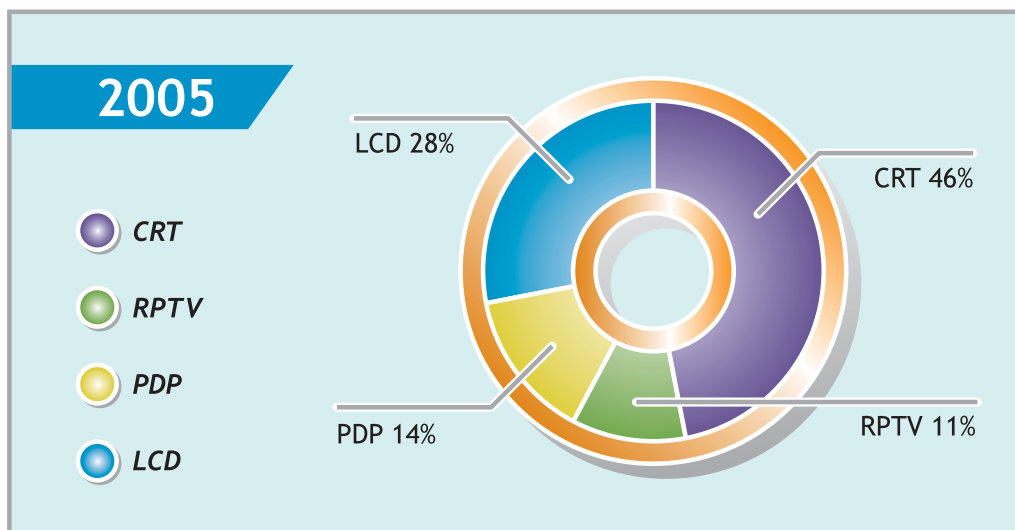
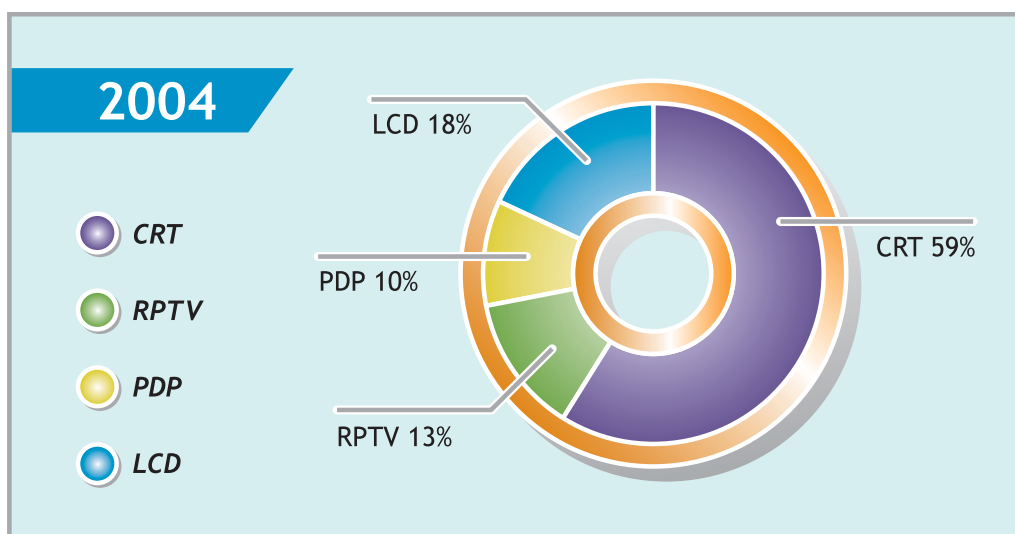
2005年度，彩色顯像管(彩管)行業受平板電視快速增長的影響，出現了超出公司管理層預期的較大幅度的行業性衰退，主要表現為彩管市場低迷、產品庫存增加、價格大幅走低、部份原料價格上漲，導致彩管行業盈利能力普遍下滑。

進入2005年後，全球 CRT 電視市場並未能延續2004Q4時的強勁走勢，相反，在2005年全年 TFT-LCD 廠家投資額同比上年增長100%並達到創紀錄的127億美元的背景下，其所帶來的龐大後續產能給傳統 CRT 電視市場產生了巨大的壓力，尤其是在2005年元月份的美國拉斯維加斯 CES 展會和3月份的德國漢諾威 CeBIT 等國際展會上，這種壓力更是被參展商和與會者所集中渲染和強化。受此影響，國內外的主要電視廠家普遍將經營重心轉向平板電視並相應調整其彩管庫存和彩電庫存政策，這直接導致了全球彩管出貨量自2005年迄今就不斷下滑。來自美國斯坦福資源公司(iSuppli/Stanford Resources Co.)最新發佈的全球電視機市場監測報告(06Q1)表明，僅2005年Q1中，全球 CRT 電視機的實際發貨量就比2004Q4降低了19%，錄得連續20個季度中的最大單季跌幅。這種減幅不但超出本公司管理層的預期，也超出了斯坦福等一些諮詢機構的原始預測。

根據斯坦福上述報告，2005年全球 CRT 電視機的出貨量只有1.46億台，為2001年以來的最低銷售量。尤其是對附加值較高的數字電視用超大屏幕 CRT 而言，其所受的來自於平板電視的衝擊更大。據斯坦福統計，2005年，全球 30 - 34 吋16：9型全平面 CRT 電視的實際出貨量僅僅達到了2004Q4時預測值的約80%。在銷量下降的同時，CRT 電視產品價格則受需求不足的影響而下降較多。資料顯示，2005年內全球 CRT 電視機平均價格下跌了7.6%，部分主流品種價格降幅更大，如27-29吋純平 CRT 電視全年降幅高達12.8%，30-34吋16：9型全年降幅達15%。在銷量下降和價格下跌的雙重影響下，2005年全球市場 CRT 電視機的銷售額佔全部電視機銷售額的比重只有46%，首次低於50%。

1. 行業分析 (續)

2004-2005年間的全球電視機市場銷售額的構成及其變化

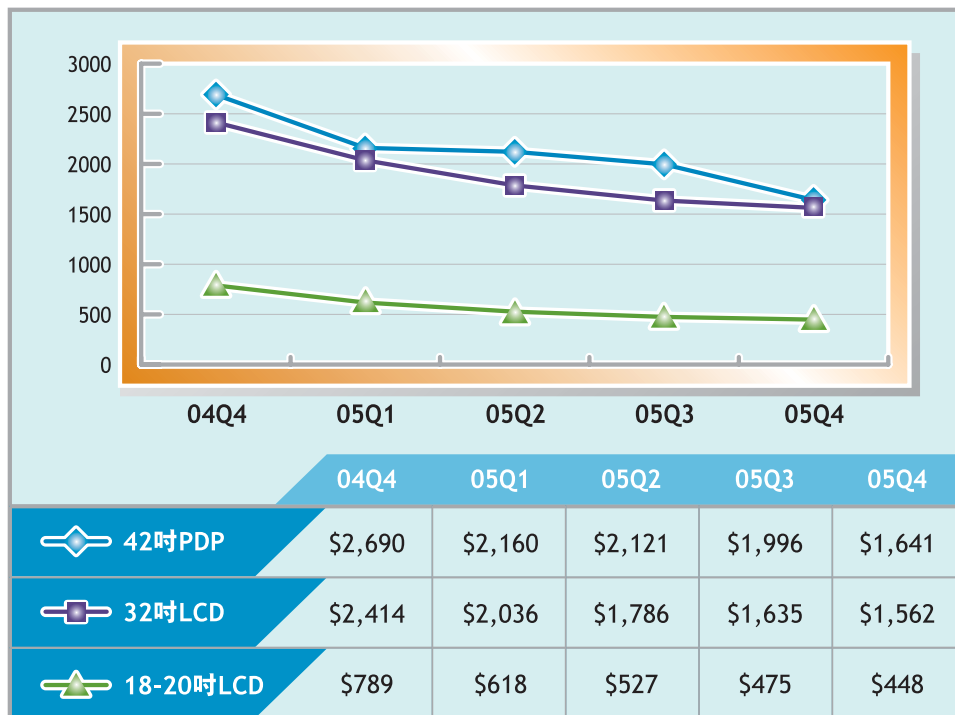


來源：「全球電視機市場監測報告(06Q1)」· 斯坦福公司

1. 行業分析 (續)

中國作為全球最大的彩電生產國和消費國，傳統的 CRT 電視同樣面臨着來自 FPD 電視的強勁挑戰。2005年中，國內平板電視的價格在廠家和商家促銷下持續大幅下跌，32吋 LCD-TV 和42吋 PDP-TV 這兩種主流平板產品的價格在年內先後跌破了15,000元人民幣的重要心理價位，推動中國國內2005年 PDP 和 LCD 電視的實際銷量達到了192萬台，比2004年上升了463%，對 CRT 電視的替代效應進一步顯現。

2005年中國電視機市場上主流平板電視產品價格變化趨勢(美元)

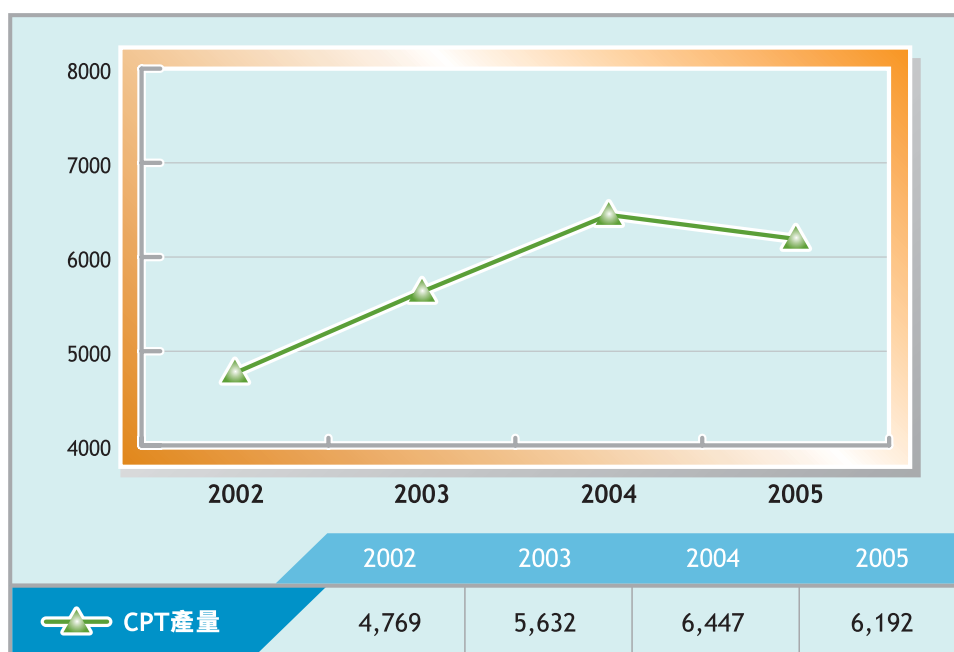


來源：「全球電視機市場監測報告(06Q1)」，斯坦福公司

1. 行業分析 (續)

在國內平板電視快速增長的同時，加之受電視機廠家調整經營策略和庫存政策，當年結婚人數受風俗習慣影響而減少，以及部份原材料漲價等因素的影響，國內彩管行業出現了近年來快速增長之後的首次下滑，全年產量降幅達4%，銷量也出現了下降。2005年，彩管出口雖有所增長，但增速同比回落6個百分點，是近5年中增速最低的一年。

近幾年中國CPT行業產量變化情況(單位：萬台)



來源：中華商務網

1. 行業分析 (續)

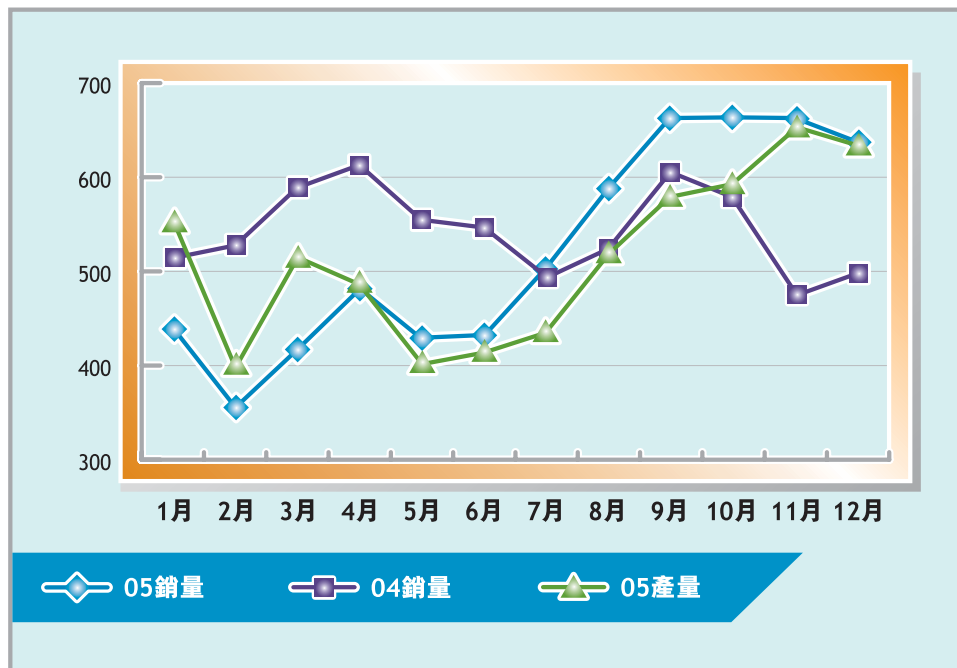
雖然2005年度彩管市場總體出現了下滑，但在部份細分市場上，CPT 仍然呈現了適度增長，比如純平管和超薄管。國內市場，2005年純平管產量為2,786.53萬隻，比2004年增長了27.5%。

就未來電視機市場而言，公司認為，彩管行業將繼續面臨平板電視所帶來的持續性和實質性衝擊，全球彩管行業已經步入下降階段，但未來幾年內彩管仍將佔有相當的市場份額。斯坦福最新報告顯示，2009年全球 CRT 電視的出貨量仍有9,184萬台。尤其對中國市場而言，平板電視的滲透率和普及速度都要低於全球平均水平。根據美國Displaysearch 的預測，2009年時中國 CRT 電視市場仍將保持2,705萬台的規模，佔當年全部電視機銷售量的2/3以上。為此國內外的 CRT 廠家一方面通過進軍平板顯示領域來化解行業風險，如投資於等離子顯示屏 (PDP) 生產線和高世代的薄膜電晶體液晶顯示器 (TFT-LCD) 生產線；另一方面對現有的 CRT 業務則通過行業內的整合重組和 CRT 產品結構調整來獲得相對競爭優勢，如關閉其在歐美等高成本地區的生產線以及以純平化、超薄化、數字化和低成本化為方向更新 CRT 產品結構。

展望2006年，雖然來自平板電視的壓力有增無減，但也出現了一些對彩管行業有利的因素，主要是德國世界盃以及歐美地區部份 CPT 生產線的陸續關閉。在國內，預期2006年結婚人數將比2005年顯著增加，政策性傾斜也使得農民收入會繼續保持增長，這些因素使得2005年10月份後，中國彩管市場呈現出某些恢復性增長跡象。綜合以上因素判斷，公司認為，在平板電視市場不斷增長的背景下，2006年全球彩管行業的出貨量仍將有所下滑，不過，國內的下降幅度會低於全球平均水平，整體下降幅度也將比2005年有所收窄。

1. 行業分析 (續)

2005年中國彩管行業分月份的產銷推移情況(萬隻)



來源：中華商務網

2. 業務回顧

(1) 營運摘要

由於2005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2005年業績出現較大幅度的下滑。本集團2005年銷售額為人民幣3,927,500千元，同比下降20.7%，2005年本公司權益持有人應佔虧損為人民幣754,547千元，同比下降295.8%。

(2) 彩管業務

本集團2005年共銷售彩管14,352千隻，與2004年銷量同比增加678千隻，增加約5%。2005年彩管銷售額為人民幣3,441,096千元，與2004年同比下降人民幣1,025,671千元，下降約23%。

本集團2005年上半年彩管銷量與上年同比下降19%，總銷售額同比下降32%。下半年，本集團彩管銷量明顯回升，產銷趨於平衡，庫存也基本恢復到正常水平。2005年彩管出貨量佔國內彩管廠商總出貨量的份額比2004年增加2%。2005年本集團彩管均價與上年同比下降約27%，主流產品如21吋彩管的價格下降幅度超過30%，由於彩管售價持續大幅下滑，致使本集團全年營業額大幅下降並首度出現虧損。

面對2005年極為困難的局面，本集團優化產品結構，加快新品開發，實施營銷拉動和總成本領先的經營策略，以提高市場競爭力。

2005年，本集團設計完成了15吋AK材、21吋AK材彩管，其中21吋AK材彩管已實現量產。21吋薄型彩管、25吋AK材彩管、28吋16:9彩管已在開發中。

本集團進一步完善了市場預測機制，採取滾動預測、滾動計劃和按訂單生產相結合的營銷模式，同時加強資源整合、客戶溝通等工作。通過努力，本集團彩管銷量在下半年有恢復性增長，使得全年彩管的銷量比2004年增加678千隻。

2. 業務回顧 (續)

(2) 彩管業務 (續)

本集團通過管理和技術創新，深入開展節約挖潛活動，努力降低採購成本，積極推進產品的通用化、低廉化和優質化，有效降低生產成本，一定程度上緩解了產品價格持續下跌帶來的壓力。

(3) 配件業務

2005年各零部件企業及時調整經營策略，在保證內部配套的同時，積極開拓外銷市場，增加收入。通過努力，本集團2005年零部件銷售額達到人民幣486,404千元，比2004年增加0.7%。

(4) 研發

2005年本集團主要圍繞著新管型、新材料、新工藝等方面展開研發工作，如15吋AK材彩管、21吋AK材彩管、21吋薄型彩管、25吋AK材彩管、28吋16:9彩管的研製以及相關的零部件的研製。其中，21吋AK材純平彩管已經實現量產。在平板顯示方面，2005年公司先後完成了50吋XGA PDP屏及模組、60吋XGA PDP屏及模組的設計開發，並成功研制出了樣機。我們也在對OLED、PLED等新型平板顯示技術進行積極的跟蹤和調研。

3. 未來展望

全球彩管產業在平板電視所帶來的實質性衝擊下呈現下降趨勢，但在一定時期內依然有相當的市場份額。作為國內最大，同時也是全球主要的彩管製造商，本集團將繼續鞏固現有的彩管業務，提升彩管業務的競爭力。同時拓展新業務，加快 PDP 產業化步伐，跟蹤及研發其他平板顯示器件以及特種玻璃、特種熒光粉等，謀求新的利潤增長點。

在彩管業務方面，本集團將持續推進總成本領先的經營策略，建立成本倒推制和成本問責制，擴大原材料網上採購比重，開展零庫存生產模式，進行組織結構調整和資源優化，推動技術創新，尤其是工藝技術改進。

本集團將實施新技術支撐策略，繼續提高自主創新能力，不斷優化產品結構。本集團將加快 21吋超薄彩管、25吋AK材純平彩管、28吋16:9純平彩管、29吋AK材彩管、29吋超薄彩管的研發和量產推進工作，積極跟蹤市場，根據市場需求及時調整產品研發方向和產品結構。

本集團還將強化營銷拉動策略，進一步完善市場預測機制，採用滾動預測和按訂單生產相結合的營銷模式，同時加強與客戶的溝通，積極拓展市場。

本集團將進一步提高零部件企業的競爭優勢，促進優勢企業在滿足內部配套的同時，進一步拓展外銷市場，同時向相關多元化發展。

本集團還將積極尋求戰略合作夥伴，並根據市場情況和自身資源情況來綜合考慮進入新業務的時機和方式。

4. 財務回顧

(1) 業績

2001 - 2005年損益數據 (人民幣千元)

	2001年	2002年	2003年	2004年	2005年
銷售額	3,293,021	3,999,378	4,269,781	4,949,683	3,927,500
銷售彩色顯像管	3,152,040	3,723,889	3,888,156	4,466,767	3,441,096
銷售配件	140,981	275,489	381,625	482,916	486,404
銷售成本	(2,697,243)	(3,079,581)	(3,256,959)	(3,896,956)	(4,357,371)
毛利 / (毛虧)	595,778	919,797	1,012,822	1,052,727	(429,871)
經營開支					
行政開支	(190,480)	(219,788)	(227,275)	(219,008)	(278,875)
a) 一般行政開支	(149,990)	(165,942)	(195,665)	(172,028)	(241,935)
b) 研究與開發開支	(40,490)	(53,846)	(31,610)	(46,980)	(36,940)
分銷開支	(85,030)	(102,130)	(103,405)	(113,323)	(152,565)
其他經營開支	(123,431)	(69,524)	(73,604)	(79,275)	(36,968)
經營盈利 / (虧損)	258,247	591,787	679,766	713,020	(839,381)
融資成本	(103,737)	(78,853)	(56,588)	(62,966)	(70,096)
本公司權益持有人應佔					
盈利 / (虧損)	74,311	277,103	315,825	385,327	(754,547)

4. 財務回顧 (續)

(1) 業績 (續)

銷售額及毛利率

按產品類別之銷售額 (人民幣千元)

名稱	2004年	2005年	增加 / (減少)	變動比例
彩管	4,466,767	3,441,096	(1,025,671)	-23.0%
其中：小型彩管	782,795	852,268	69,473	8.9%
中型彩管	3,614,760	2,570,102	(1,044,658)	-28.9%
大型彩管	69,212	18,726	(50,486)	-72.9%
零部件	482,916	486,404	3,488	0.7%
合計	4,949,683	3,927,500	(1,022,183)	-20.7%

按產品類別之銷量 (隻)

名稱	2004年	2005年	增加 / (減少)	變動比例
其中：小型彩管	4,555,099	5,342,504	787,405	17.3%
中型彩管	9,043,451	8,980,939	(62,512)	-0.7%
大型彩管	75,484	28,102	(47,382)	-62.8%
總計	13,674,034	14,351,545	677,511	5%

4. 財務回顧 (續)

(1) 業績 (續)

按產品類別之平均售價

按產品類別之平均售價 (人民幣元 / 只)

名稱	2004年	2005年	減少	變動比例
其中：小型彩管	172	160	(12)	-7.0%
中型彩管	400	286	(114)	-28.5%
大型彩管	917	666	(251)	-27.4%

(2) 與上年同期變化情況及原因分析

- 銷售額及毛利率

本集團2005年的銷售額為人民幣3,927,500千元，與2004年同期相比下降人民幣1,022,183千元，下降20.7%。其中，彩管銷售額為人民幣3,441,096千元，與2004年同期相比下降人民幣1,025,671千元，下降23%；配件銷售額為人民幣486,404千元，與2004年同期相比上升人民幣3,488千元，上升0.7%。本集團整體毛利率由2004年的21%下降到2005年的-11%，主要由於：1) 對部份生產設備計提減值準備約人民幣567,659千元。2) 中國彩管市場競爭激烈，2005年全年彩管平均售價比2004年同期大幅度下降；3) 部份原材料價格上漲。

- 行政開支

本集團2005年的行政開支為人民幣278,875千元，比2004年同期的人民幣219,008千元上升人民幣59,867千元，升幅27.3%，行政開支增加的主要原因是：1) 社會保障基金增加；2) 2005年公司進行人事制度改革，計提職工經濟補償金。

4. 財務回顧 (續)

(2) 與上年同期變化情況及原因分析 (續)

- 融資成本

本集團2005年的融資成本為人民幣 70,096千元，比2004年同期的人民幣 62,966千元上升人民幣7,130千元，增幅11.3%，融資成本上升的主要原因是平均銀行貸款餘額增加且平均利率升高。

(3) 流動資產及財務資源

於2005年12月31日，本集團的現金及銀行結餘為人民幣587,838千元，相比於2004年12月31日的現金及銀行結餘人民幣1,096,516千元下降46.39%。截至2005年12月31日止一年內，本集團用於資本開支為人民幣448,734千元。經營活動的現金淨額為人民幣204,150千元，融資活動的現金淨額為人民幣-292,126千元，投資活動的現金淨額為人民幣-420,702千元。於2005年12月31日本集團的借款總額為人民幣1,260,177千元，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12月31日之短期銀行貸款約有人民幣280,000千元(2004年12月31日：人民幣300,000千元)，以本集團若干物業、廠房及設備賬面淨值約為人民幣284,673千元作抵押(2004年12月31日：人民幣321,973千元)。同時短期銀行貸款另有約人民幣203,335千元(2004年12月31日：無)乃以銀行票據貼現取得。於2005年12月31日，由最終控股公司擔保之短期銀行貸款約有人民幣440,000千元(2004年12月31日：無)。截至2005年12月31日止年度內，本集團的應收賬款周轉日為135天，較截至2004年12月31日止年度內的93天增加42天。應收賬款周轉天數增加的主要原因是本年彩管市場競爭激烈，付款條件及物流方式改變。截至2005年12月31日止年度內，本集團的存貨周轉天數為64天，截至2004年12月31日止年度的86天減少了22天，主要原因是由於2005年本集團加強了存貨管理。

4. 財務回顧 (續)

(4) 資本架構

於2005年12月31日，本集團的借款主要以人民幣和美元計算，而其現金及銀行結餘主要為人民幣、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以於2005年12月31日的負債包括銀行借款共合計為人民幣2,734,800千元，現金及銀行結餘為人民幣587,838千元，資產負債率(負債總額除以資產總額)為47%。

(5) 股息

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

(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12月31日止12個月內，本集團並無因匯率波動而對其營運或流動資金帶來重大影響。

(7) 承擔

於2005年12月31日，本集團的資本開支承擔為人民幣234,810千元(2004年12月31日：人民幣679,916千元)。該等承擔的資金主要來自本集團的營運資金。

(8) 或然負債

截至2005年12月31日，本集團並無任何重大或有負債。

(9) 資產抵押

於2005年12月31日有銀行貸款約為人民幣280,000千元，以本集團若干物業、廠房及設備賬面淨值約為人民幣284,673千元作抵押取得。