

## 財務資料

本集團截至二零零六年三月三十一日止年度之營業額為港幣2,372.2百萬元，較上個財政年度減少18%。毛利減少38%至港幣622.9百萬元，毛利率則由35%減少至26%。毛利率下降乃受到兩個因素影響，其一是本集團變現MP3機和數碼相機之存貨，另外則是本集團針對高檔型號的液晶體顯示電子消費產品存貨較多而調整價格清貨所致。

經營虧損為港幣217.3百萬元，去年則為經營溢利港幣200.0百萬元。截至二零零六年三月三十一日止年度之股東應佔虧損為港幣263.4百萬元。虧損之原因為本集團先前過份看好液晶體顯示電子消費產品之銷情以及MP3機和數碼相機的增長潛力，故增聘海外銷售及市場推廣的人手，成本架構膨脹所致。惟管理層已實行一系列的節省成本措施，嚴控經營開支，是以第四季度之總營運開支減少28%。

集團旗下四大業務部門皆為Oregon Scientific品牌服務。回顧期內，Oregon Scientific佔本集團總營業額之61%，其餘營業額則來自原設計製造／原設備製造業務。

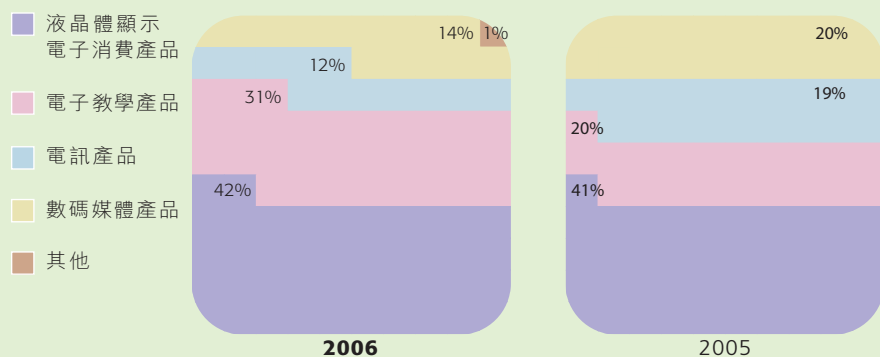
原設計製造／原設備製造之銷售額減少37%至港幣928.8百萬元。本集團對數碼媒體產品及電訊產品部門作重新的戰略部署，退出利潤微薄但競爭激烈的產品市場；加上液晶體顯示電子消費產品之原設計製造／原設備製造銷售額受市場競爭影響而下跌，故原設計製造／原設備製造之銷售額減少。惟因液晶體顯示電子消費產品部門及通訊產品部門均於年內成功取得新客戶，相信原設計製造／原設備製造業務之表現將於新財政年度有所改善。

## OREGON SCIENTIFIC

Oregon Scientific之銷售額錄得1%的溫和增長，達港幣1,443.4百萬元。除了旗艦產品系列，電子教學產品部門更推出「SmartGlobe™(智能地球儀)」。智能地球儀甫推出即奪得數項國際級的創新設計獎項，包括2005年香港工商業獎的消費產品設計大獎。智能地球儀將於新財政年度在全球發售，勢將成為矚目的重點電子教學產品。

至於各地區市場方面，歐洲市場之營業額較去年減少13%至港幣682.9百萬元，主要歸因於液晶體顯示電子消費產品在該市場之銷售額減少21%。本集團調整價格以清減過多的存貨亦使毛利率收窄。

按產品類別劃分之銷售額



## OREGON SCIENTIFIC (續)

為鞏固在歐洲市場之領導地位，本集團實行全新的分銷策略，故需要推出新的計時及天氣預報產品，催谷集團在大型零售商、電子產品連鎖店、專賣店、大型超市、百貨公司、各大目錄商店及企業銷售渠道等各種銷售渠道的市場佔有率，從而提高市場佔有率。此外，新的兒童護理產品系列已於去年年底時推出，初步獲得的市場評價不俗，更得到部份主要銷售渠道將產品放在顯眼位置發售。

美洲市場之銷售額增加19%至港幣635.2百萬元。電子教學產品於美國及巴西之銷售額分別錄得12%及75%之增長。因本年度推出之新產品贏得客戶愛戴，當中尤以新的特許經營產品為然，故此市場之銷售額可望於新財政年度繼續保持增長。

Oregon Scientific之運動及健身產品是巴西第二暢銷的運動品牌，回顧期內的銷售額急升19%。雖然美國是Oregon Scientific之策略市場，其產品亦主要經當地的大型零售商發售，但美國市場之毛利率偏低。有見及此，管理層已採取不同方法開拓此市場之分銷渠道，將專賣店及企業渠道包攬在內，並且精簡與各大零售商及分銷商之商業條款以改善毛利率。

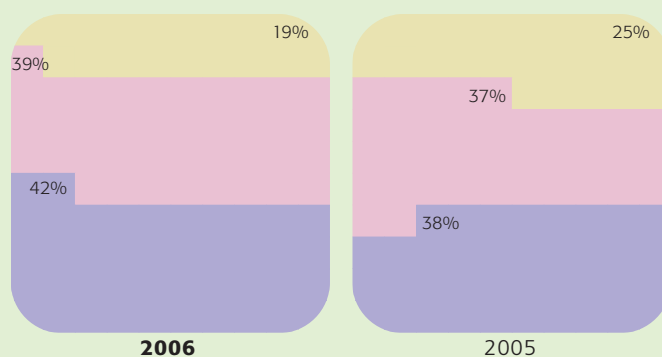
創新產品面世有助Oregon Scientific打開更多的新銷售渠道，吸納新客戶，從而提升利潤。新產品包括替一名美國家喻戶曉的品牌客戶推出的天氣預報產品系列，以及與微軟合作開發的第一代無線即時天氣預報裝置。

亞太區市場於回顧期內之營業額達港幣125.3百萬元，較去年上升19%，主要歸功於電子教學產品之銷售增長。

為使營運配合既定的業務策略以及提升營運效率，本集團精簡了中國大陸、香港及東南亞三地之營運團隊，由同一地區管理層統管。管理資源的調配益見得當，銷售及市場推廣活動亦更加有效，大大提高了Oregon Scientific之品牌價值及銷售潛力。多得業務整合，本集團之銷售營業額漸見增長，經營成本亦開始下降。

按市場劃分之銷售額

- 美洲
- 歐洲
- 亞太區



業務回顧  
液晶顯示電子消費產品部門





此部門之主要優勢為開發創新計時器及天氣預報儀、運動及健身產品。新產品主要分為三大系列；氣象監測儀、計時器、健身及運動產品。該部門力求確保每件產品均全面貼合顧客的需要，並揉合活躍生活時尚及嶄新科技，並有助環保及健康。幼兒護理產品已於本財政年底推出，市場

反應良好。為保持其市場領導地位，該部門採取策略、締造能稱得上為「世界首創」的新產品，藉以帶來更佳毛利及溢利回報。

該部門錄得之銷售額為港幣994.6百萬元，較去年減少17%，佔本集團營業額42%，仍然為本集團之最大業務部門。



本集團對各大市場之銷貨並無減少，但由於調整價格以清減過多的高檔型號產品存貨，品牌銷售額之平均售價與毛利率因此而下跌。



原設計製造／原設備製造產品之銷售額較去年減少24%，原因是部份主要日本和美國客戶隨產品變得非常普遍而減少訂單。

管理層一直順應市場走勢，積極與新主要客戶建立合作關係，而且採用嶄新技術之全新產品亦會於新財政年度第二季投產。



業務回顧  
電子教學產品部門  
數碼媒體產品部門



### 電子教學產品部門

此部門因應先進技術及最新教學方式及趨勢，不斷更新其教學產品。透過更生動產品設計及有趣學習功能，特許經營手提電腦業務將可進一步提升。新款小童手提電腦及袋裝教學系列經已開發，旨在延長該部門之銷售季節至遍及全年。



該部門於本年度錄得之銷售額為港幣733.3百萬元，較去年上升30%並佔本集團營業額31%。來自Oregon Scientific品牌之銷售額增加19%至港幣467.5百萬元，佔此部門總銷售額64%。原設計製造／原設備製造之銷售額增長55%。



美國是全球最重要之玩具市場，兵家必爭之地，本集團之電子教學產品不單在美國成功取得雙位數增長，更在全球其他市場錄得可觀增長，乃受到集團獲Barbie®(芭比)、Dora®、Batman®(蝙蝠俠)及Hot Wheels®授權推出之旗艦兒童學習手提電腦產品之推動。本集團亦欣見「SmartGlobe™(智能地球儀)」於第四季度在美國推出後大受歡迎。智能地球儀先後奪得多個獎項，是全球第一款可經互聯網更新資料的互動教學產品。「SmartPen™」

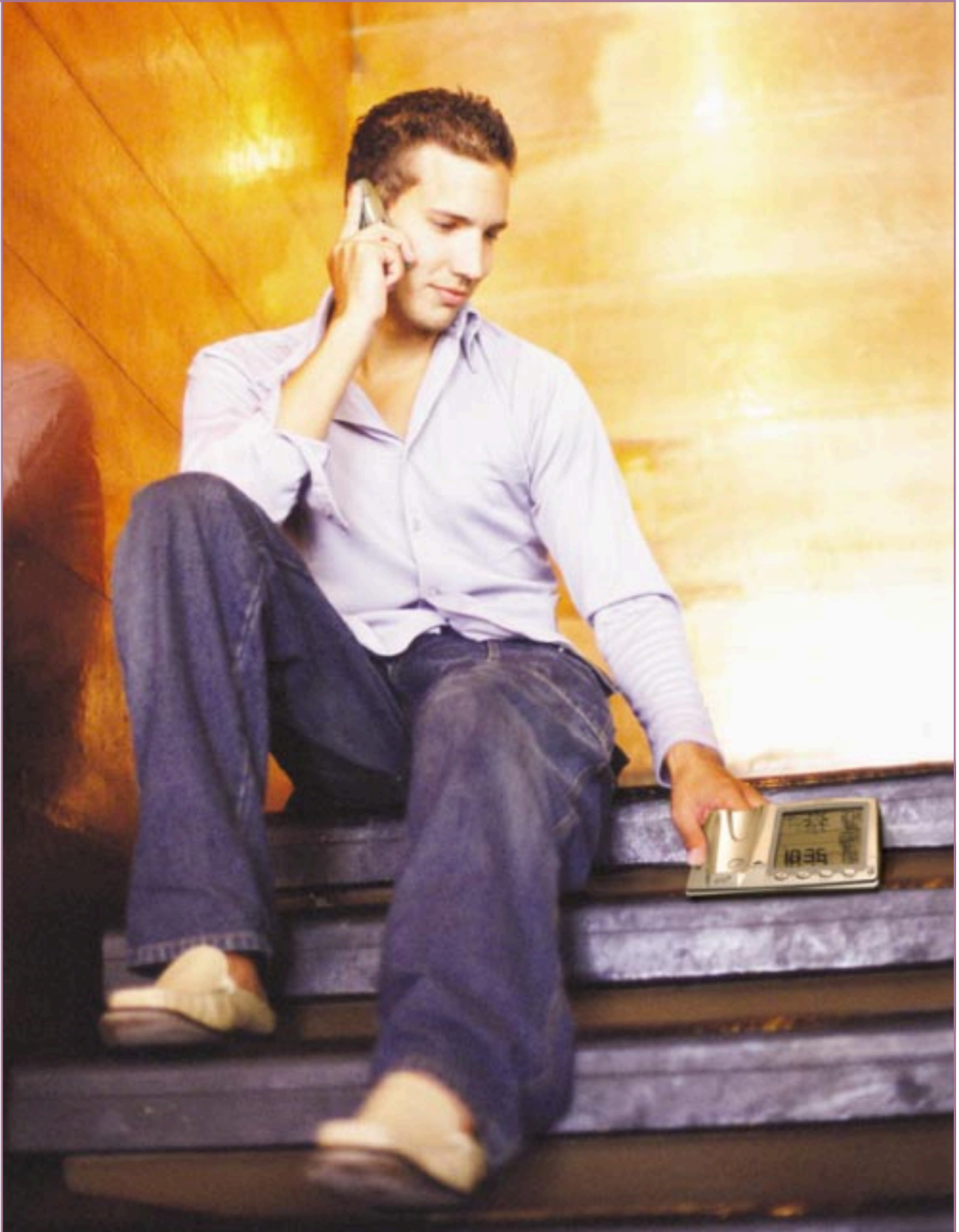
是另一款結合了光電及互聯網技術的互動學習平台產品。本集團與一出版商合作，將SmartPen™與兒童教科書整套出售。SmartPen™內置數千種互動學習內容和有趣遊戲供不同年齡組別的兒童選擇。



### 數碼媒體產品部門

此部門錄得之銷售額為港幣338.8百萬元，較去年減少42%並佔本集團營業額14%。原設計製造／原設備製造之銷售額減少67%至港幣137.6百萬元，此為激烈的價格競爭導致MP3及數碼相機產品淪為普通商品之結果。變現存貨及精簡此部門之架構對本集團產生港幣198.1百萬元之財務影響。

該部門經重組後，產品開發團隊與銷售及市場推廣隊伍皆會保持精簡的體制，後者將主力處理原設計製造／原設備製造客戶之未清付訂單，支援Oregon Scientific有利可圖的合適項目。本集團將審慎投資於創新產品，以提升Oregon Scientific之時尚生活業務策略。





此部門致力開發揉合多元化技術及設計吸引之最先進產品，並開發實用且切合現代時尚生活模式之功能。該部門著重產品質素及新技術的應用，積極研究創新的功能，以配合商界客戶及電訊供應商的需要。



該部門的主要產品為家用模擬制式及數碼無線電話、私人無線對講機及航海通話器產品，目前已開發VoIP(網絡電話)及DECT(數碼室內無線電話)技術的應用，以配合預期日後市場對此類產品更加殷切的需求。

該部門於本年度之銷售額減少46%至港幣294.3百萬元。此部門之銷售額佔本集團營業額12%，較去年之19%有所減少。



年內，Oregon Scientific品牌產品之銷售額為港幣76.8百萬元，佔此部門總銷售額26%，較去年之13%有所增加。Oregon Scientific產品強調優質生活概念，其市場策略亦沿此意念設計，並成功推動此部門之品牌銷售錄得12%之增長，集團將會繼續依此方針發展。

此部門之原設計製造／原設備製造之銷售額由港幣473.6百萬元減至港幣217.5百萬元，減少54%，原因為本集團不再出售採用標準技術的低檔無線電話型號。產品團隊利用先進技術開發出新產品，成功取得重要的新歐洲及美國客戶。





## 科研及廠房設施

本集團能持續穩定地每年推出不少於100種新產品，有賴超過450名分別派駐香港及中國深圳西鄉之產品開發工程師及設計人員，為集團各業務部門提供支援。研發隊伍除開發產品外，在改良及優化集團生產工序以縮短產品面世所須時間方面擔當重要角色。

回顧年度內集團的研究及開發投資佔銷售總額比重維持於4.6%，較去年稍微上升。集團視研究開發投資為其秉持佳績之關鍵因素。投資水平反映集團銳意提升產品開發及工程能力，以保持業內的領導優勢。集團預期研發隊伍將擔當更加積極和重要的角色。

集團的研發中心大樓樓高五層，座落於現有的西鄉廠房毗鄰，總樓面面積約為10,000平方米，使營運可以集中進行。研發中心的外觀與內部格局均屬現代化設計，設有大型演講廳及會堂等設施，可作僱員培訓及發展之用。本集團會每季安排產品技術專家主持技術研討會，為研發團隊、工程師及設計師帶來最新的技術知識。



集團位於西鄉的中央生產設施及研發中心（「西鄉設施」），在各運作層次上均符合國際標準，對於集團提高營運效益貢獻良多。該等設施亦彰顯本集團致力為全體員工提供最佳工作環境。西鄉設施佔地逾128,000平方米，有助本集團全面掌握各項生產及行政管理環節。外判給業績紀錄良好的工廠亦有助於提高成本效益及保持競爭力。

西鄉設施已全面整合並自設有表面貼裝技術、打線接合、精密塑料模組、模具製造及塑膠注入，務求控制生產所需時間、質素及成本。

## 營運資金及財務管理

本集團之營運資金管理工作收效，存貨及應收賬款水平下降，故雖然本年度錄得港幣217.3百萬元之經營虧損，集團仍可憑經營業務錄得港幣186.5百萬元之淨現金。

流動資產淨值於二零零六年三月三十一日為港幣309.8百萬元，較去年減少54%。與二零零五年三月三十一日比較，存貨量、應收賬款及應付賬款分別下降39%、25%及24%。存貨日數為94日，較去年之142日為低；應收賬款日數為41日，較去年之45日為低。

### 營運資金及 財務管理 (續)

於二零零六年三月三十一日，現金結餘淨額達港幣334.6百萬元，較去年年結時之結餘高港幣27.3百萬元。雖然本年度錄得港幣217.3百萬元之經營虧損，但經營業務所得現金淨額達港幣186.5百萬元，比起去年錄得港幣40.3百萬元之經營業務現金流出淨額大有改善，主要歸功於本集團收緊對信貸管理之控制，在收款與存貨管理方面嚴守紀律。雖然投資活動所耗現金淨額亦由去年的港幣159.8百萬元減少至本年的港幣99.0百萬元，但融資活動所耗現金淨額則由去年的港幣23.0百萬元增加至本年的港幣56.4百萬元。由於上述變動，本年度錄得港幣31.1百萬元之現金及等同現金項目淨增加，去年則為現金及等同現金項目淨減少港幣223.1百萬元。



短期銀行貸款於二零零六年三月三十一日為港幣509.4百萬元，去年之結餘則為港幣420.0百萬元，當中涉及應付票據、進口貸款、用作對沖貨幣之銀行循環貸款及銀行透支。

本集團於二零零六年三月三十一日存放於評級為AA級之財務機構作長期定期存款之金額為港幣273.0百萬元，較去年同期減少港幣23.4百萬元。該等存款存在一定風險，在符合若干條件下可能不會賺取任何利息。

本集團之外幣風險主要來自兌換其海外附屬公司流動現金淨額及營運資金淨額。本集團積極運用自動對沖、遠期合約及期權對沖外匯風險。於二零零六年三月三十一日，本集團已運用遠期合約對沖因兌換集團未來流動現金淨額而可能產生之外匯虧損。本集團嚴禁任何投機性貨幣交易。外幣風險之管理工作集中由本集團香港總部進行。

於二零零六年三月三十一日，本公司向若干銀行提供港幣448.5百萬元（二零零五年：港幣416.8百萬元）之擔保，作為其附屬公司獲授信貸融資的抵押。

### 人力資源及 薪酬政策

於二零零六年三月三十一日，本集團僱用共約6,750名僱員（二零零五年：約7,650名僱員）。本集團深明僱員對本集團取得今日成就實在功不可沒，並為員工提供適當定期培訓，藉以不斷保持及提升員工之工作表現。

## 人力資源及 薪酬政策(續)



本集團之薪酬政策旨在提供符合市場水平的薪津組合，以回報僱員之個人表現，並且吸引、挽留並激勵能幹員工。本集團之薪津組合可與其他規模和業務性質相若之機構提供的薪津組合看齊，而本集團亦會每年對此進行檢討。僱員之薪津組合包括以下各項：基本薪金、雙糧、其他福利(包括退休保障計劃、醫療保險、人壽及個人意外保險、僱員補償及公幹保險)，集團亦提供酌情現金花紅等獎勵，而僱員亦有機會參與本集團之優先認股權計劃。有關計劃以及授予本集團員工之優先認股權數目詳情載於第101頁至第108頁之財務報告附註29。本集團提供之退休保障計劃之詳情載於第110頁之財務報告附註34。於西鄉設施之所在地，中國深圳西鄉，員工福利水平乃參考中國現行之勞工法而釐定。駐西鄉設施之本地員工均獲提供住宿及消閒設施。

本集團釐定執行董事及高級行政人員之理念為使其表現與回報緊密掛鉤，簡中所依據之原則如下：

1. 本集團先選出一系列規模及業務性質相若之公司作比較指標，使固定薪金及福利定於市場水平的中位數，並以現行市況作基準；及
2. 績效花紅與能否達到既定表現目標(包括財務目標、表現指數及預先協定之管理目標)掛鉤。



董事酬金由薪酬委員會參考業務種類或規模相若之公司，以及董事會與董事委員會之工作性質和工作量(包括會議次數及議題性質)後提出建議，務求董事可就所付出之時間及貢獻得到合理報酬。董事酬金由董事會根據股東於股東週年大會上授予之授權而批准。董事酬金由五個項目組成，分別是基本薪金、福利、全年績效花紅、優先認股權及退休保障計劃。此外，各董事均可就其身為本公司董事而提供之服務收取基本董事袍金。如董事獲委任為個別委員會之成員，其將獲發額外袍金。除董事袍金以及可報銷因出任本公司董事而錄得之開支外，非執行董事並不獲發基本薪金、福利、

## 人力資源及 薪酬政策 (續)

花紅或退休保障。各董事不得參與釐定本身薪津組合之程序。截至二零零六年三月三十一日止年度支付予董事之薪酬及袍金的詳情載於第86頁之財務報告附註9。各董事均可參與本公司及其於新加坡上市之附屬公司的優先認股權計劃。有關計劃以及授予本公司董事之優先認股權數目的詳情載於第101至第108頁之財務報告附註29。

## 展望

本集團已採取連串措施來提高成本效益和營運效率，包括退出利潤低而價格競爭激烈之數碼媒體產品市場，改以能夠體現本集團優質生活產品概念而利潤更高之產品為重點。此外，本集團實施大規模之重組及削減成本措施，藉此精簡海外銷售及市場推廣組織及產品部門。

Oregon Scientific已藉著委任當地之分銷商而將銷售網絡拓展至俄羅斯以及菲律賓、泰國及馬來西亞等其他亞洲國家。其亦致力將大型超市、專賣店、運動產品銷售渠道、雜貨、農業、園藝及電子商貿渠道納為旗下之銷售渠道，以減輕對大型零售商之倚賴。本集團將安排新管理層接掌Oregon Scientific，相信在新人事領導下，Oregon Scientific之業務可更上一層樓。



由於市場競爭轉趨激烈，液晶體顯示電子消費產品業務面對價格壓力，本集團已重整並精簡產品組合，刪減性質相同之產品。本集團亦引入全新之產品規劃流程，以提升產品創意，確保產品開發工作可以適時進行，並且促進與外界的設計及技術夥伴(譬如微軟)之共同協作。上述安排鞏固了本集團在產品創新方面之領導地位，讓業務得以持續增長，紓緩利潤受壓之情況。

本集團預期電子教學產品業務之銷售額與利潤能力均可繼續錄得強勁增長。Oregon Scientific將把產品種類由幼兒教學裝置拓展至青少年電子產品，實現有效教學歷程的理念。本集團將特別著力開發可於全年帶來回報的新基本型號，譬如幼兒手提電腦系統及袋裝教學系列。本集團亦會推動原設計製造業務之發展，藉此平衡玩具業務的週期性特點。日本、德國及中國等地仍然是本集團原設計製造業務之核心市場。此部門將以「SmartPen™」的互動學習平台為基礎，在未來產品發展路上加入其他新成員。



**展望(續)**

為盡力提高生產力及製造業務之成本效益，電訊產品部門將無線電對講機及無線電話產品之架構及生產設施合併。此部門將繼續投入資源開發高頻數碼產品及配備先進技術的創新產品，滿足市場和客戶的需求。為提升本集團之時尚生活品牌策略，此部門於去年第四季在歐洲



推出嶄新數碼「輕觸感應」無線電話產品系列。有關產品亦會於本年度第二季以一主要美國品牌在美國推出。市場對於配備彩色顯示、可下載內容及用作互聯網電話的新型號亦有殷切需求，相關產品打算於來年面市。此部門於年內成功吸納數名新的歐美客戶，預計可取得新客戶方面之訂單。

隨著SAP系統裝妥並順利運作，本集團相信今後之訂單預測和物料規劃會更準確，存貨控制和營運資金管理可望提升。本集團已委派外聘顧問設計一套全球供應鏈方案，涵蓋的範疇包括提升本集團的全球貨倉管理系統、於歐洲的物流服務、環球採購策略、有助預測及銷售營運規劃之供應鏈程序。本集團冀此方案可縮短由原材料到製成品之付運時間。

展望未來，管理層已掌握可影響行業以至本集團之挑戰。利率、油價、原材料及勞工成本不斷上升，以及人民幣升值等外界市場因素均可使本集團之毛利受壓。本集團已準備好應對之策，通過提升生產效率及改善產品規劃流程以迎接種種挑戰。

首季度一向是本集團業務之傳統淡季，幸因產品部門不斷提升集團獨有之競爭力，加上集團保持一貫之品牌及分銷優勢，除非出現不可預見的不利市況，相信本集團可在新財政年度重振業務，再現增長。



**陳煒文**，太平紳士  
主席兼行政總裁

二零零六年五月二十九日  
香港