

管理層討論及分析

行業概覽

二零零六年上半年全球各地的手機商均面對嚴峻的考驗，國際手機巨頭搶佔了更大的市場份額，加快了新產品推出的速度，導致手機的產品週期縮短，舊型號產品的價格迅速下降。這些舉動令市場平均利潤率下滑，並收窄了小型手機商的生存空間。多媒體及3G手機是競爭的焦點所在，全球手機生產商投資大量資源於該領域以開發最頂尖的科技與應用技術。然而，3G市場的發展步伐速度遜於普遍預期，發達國家的市場需求仍然以具備高像素拍攝及MP3功能的手機為主導。

中國的經營環境是全球競爭最劇烈的市場之一，國際手機商全力搶佔該具可觀盈利能力之市場，力爭成為市場領導者。中國市場之3G牌照尚待發出，為市場帶來不明朗的因素，而無牌及水貨手機的不斷湧入，亦大大削弱了本地手機生產商的競爭力。

總括而言，市場整體環境對擁有龐大研發資金，能快速推出新型號手機及擁有強勁市場推廣資源之國際手機巨頭甚為有利。規模較小的手機生產商則需要步步為營，才能於激烈競爭的行業中生存。

業務回顧

整體業務表現

本集團欣然公佈，於二零零六年第二季度成功地向預設之目標跨進一大步。由經驗豐富的國際化管理團隊帶領下，以提高產品的競爭力、提升市場地位及增強盈利能力為目標。本集團自通過Alcatel品牌拓展全球市場以來，首次實現季度盈利，創下重要之里程碑。管理層最為欣喜的，不僅將Alcatel手機海外業務重回盈利步伐，而中國業務同時亦已踏上復甦之路。

海外業務於回顧期內成為本集團之增長動力。憑藉Alcatel品牌在歐洲的知名度以及以中國為生產基地的低成本優勢，本集團繼續優化其「中國價值@世界品質」的策略，在國際市場上以具競爭力的各級入門手機，爭取市場份額。在二零零六年首季達至收支平衡後，本集團的海外業務於二零零六年第二個季度內繼續取得經營溢利。

本集團由原來以中國手機分銷商為主要客戶的業務模式，成功過渡成為一家面向國際網絡營運商為主要客戶的手機商，以產品銷量計算，本集團約有82%的手機銷售予海外的網絡營運商，已晉身成為全球領先之二線手機生產商。

管理層討論及分析

然而，中國市場仍然處於重整階段，因此表現並未如理想。本集團已投入額外資源重建TCL品牌的市場地位。與此同時，在有效的成本控制措施下，經營虧損有所收窄，而手機平均價格及毛利率均有所改善。

本集團於回顧期內增持了JRDC的股權。JRDC為著名電訊及手機業領導機構攜手成立的研發合營公司。為了進一步強化資本，JRDC於二零零六年六月引入兩名新的策略性投資者。通過JRDC，本集團不僅提升了產品的技術水平及平台，而且更透過聯合的研發專才及資金，享有研發方面的成本優勢。

本集團的成本控制於二零零六年上半年彰顯成效，各市場的營運成本均有所下降，成本結構亦按本集團的預定目標進發，取得顯著的成果。

此外，本集團亦完成了公開發售以籌集資金，以每股0.2港元發售2,968,875,000股新股，籌集了5億8,780萬港元，進一步強化資本供未來業務發展之用。有關措施令本集團的財務更為穩健。

以地區劃分之銷售量

(千台)	截至六月三十日六個月止		變動
	未經審核銷售數據		
	二零零六年	二零零五年	
海外	4,843	3,130	+55%
中國	601	1,696	-65%
合計	5,444	4,826	+13%

管理層討論及分析

營運回顧

本集團於全球經營七個市場銷售及客戶服務中心¹，分別為EMEA、LATAM、APAC、印度及ODM等海外銷售中心，以及於中國的TCL及Alcatel品牌業務。TCL品牌之手機主要銷售至中國市場，而Alcatel手機則主要銷售予海外市場之網絡營運商。於七個銷售中心中，印度市場原屬APAC旗下，鑒於印度市場的發展潛力優厚，本集團遂將其分拆成為獨立之銷售中心。

截至二零零六年六月三十日六個月止，本集團在全球銷售量達540萬台手機（二零零五年上半年：480萬台），銷售額達25.05億港元（二零零五年上半年：29.71億港元）。海外市場已成為本集團的主要收入來源，佔銷售量的89%（二零零五年上半年：65%）及銷售額的82%（二零零五年上半年：59%），而中國市場則分別佔本集團銷售量及銷售額的11%及18%（二零零五年上半年：35%及41%）。

EMEA

EMEA市場的表現理想，二零零六年上半年銷售量較去年同期激增近一倍，約190萬台手機，佔集團總銷量約34%。本集團積極回應歐洲各主要網絡營運商的需要，並建立了一個包括營運商及分銷商之完善平衡的客戶組合。回顧期內Alcatel品牌手機於英國、西班牙、意大利、法國、俄羅斯及北非等市場的入門級手機市場已恢復及改善其市場份額。

LATAM

回顧期內，本集團於LATAM的表現大幅躍進。本集團在入門級的摺疊式手機、拍攝功能手機及以女性作目標市場的ELLE系列手機廣受市場歡迎，從銷量上升的幅度可見一斑。二零零六年上半年的手機銷量按年上升84%至約240萬台，佔本集團總銷量約42%。

¹ 註：7個銷售及客戶服務中心分別為：

- 歐洲、中東及非洲市場（「EMEA」）
- 拉丁美洲市場（「LATAM」）
- 亞太地區（「APAC」）
- 印度（「印度」）
- ODM（「ODM」）
- 中國市場的Alcatel及TCL品牌（「Alcatel中國」）及（「TCL中國」）

管理層討論及分析

APAC

亞太市場地區主要包括泰國、馬來西亞、印尼、台灣、孟加拉、澳洲、菲律賓、寮國及尼泊爾等地，本集團的客戶重心已由分銷商主導轉移至以營運商為主的模式，並針對GSM及CDMA市場的中低端用戶群體。

印度

有見於印度市場的龐大發展潛力，本集團於回顧期內進入了這個對價格非常敏感的市場。儘管二零零六年上半年來自印度市場的銷量及銷售額佔總體銷售的百分比微不足道，但本集團相信以其「中國價值@世界品質」的策略以及Alcatel品牌的知名度能有效地把握該市場的商機。

ODM

本集團為LATAM、北美、EMEA及APAC等市場客戶提供ODM業務，主要生產多媒體及VGA手機。本集團致力與主要業務夥伴建立長期合作關係，從而將ODM業務發展成為其中一個重要的收入及盈利來源。

中國－TCL及Alcatel品牌

中國市場方面，本集團於回顧期內正在推行一連串的業務重整措施，藉以重新建立其品牌及重拾市場份額，為未來的發展打穩基礎。因此，二零零六年上半年的銷量下降約65%至約60萬台手機，銷量主要來自TCL品牌。

本集團的策略及精力主要集中在銷售網絡的重組及整頓上，以改善成本結構和提升競爭力。產品針對城市的上班族、小企僱主、近郊地區具購買力的消費者、年青人及首次購買手機的客戶。此外，本集團亦針對性地推出附設娛樂功能的手機予學生及電子手帳予商業用戶。

產品開發

本集團於二零零六年上半年分別推出六款Alcatel品牌及七款TCL品牌新型號手機，這些新型號應用了嶄新的技術，如MP4、電郵功能、t-flash及FM收音機系統等。

TCT於期內在技術研發方面亦取得突破，本集團推出了全球首部內置2.1立體聲系統音響的手機，配置高效之低音效果；並且推出全球首創全機機身採用非導電真空電鍍技術(NCVM)的手機。

管理層討論及分析

由於高解像度的多媒體手機及智能手機受歡迎程度不斷上升，TCT計劃逐漸引入EDGE技術，應用在新產品上。

成本效益是贏取市場份額及維持利潤率的關鍵所在，因此TCT把主線路板作多種不同的應用。此外，本集團為手機按鍵及部份零部件設計制定標準，以創造「TCT」標準化用戶平台、電源及數據輸入模式。統一該等功能不但可減低生產成本，同時亦會提升主要元件如LCD屏幕及相機的質素。

展望

展望未來，儘管預期全球手機市場的競爭將異常劇烈，但海外及中國市場對手機的需求仍然持續上升，預期本年度下半年手機產品的平均價格將會趨向穩定。

就海外市場而言，本集團預期本年度下半年全力主攻德國、中歐及南非等市場，因此EMEA銷售中心預期將繼續錄得強勁的表現。本集團亦將採取與主要營運商合作的策略，以確保Alcatel品牌保持市場地位及份額。與此同時，本集團亦將整合銷售渠道，並計劃開拓巴西及美國市場。

在產品策略方面，本集團計劃於下半年推出一系列極具競爭力的VGA拍攝功能手機，該系列手機已獲得歐洲及拉美營運商的良好反應。

在中國市場方面，本集團將會開拓新的銷售渠道及加強與全國性消費電子及電訊產品分銷商的合作，預期增長動力將會來自為廣大消費者而設的中端手機產品。此外，本集團將會在三四線城市與營運商緊密合作，為手機用戶提供配套的手機服務套餐。

展望未來，本集團重點精簡全球業務運作，理順業務模式，藉以體現協同效益，制定增長策略，達至二零零六年全面盈利的目標仍然保持不變。在海外業務持續向好並保持盈利的同時，本集團亦致力在本年底前令中國業務由虧轉盈，管理團隊對於未來季度業績持續獲得改善充滿信心。

管理層討論及分析

財務回顧

業績

截至二零零六年六月三十日止六個月，本集團未經審核綜合營業額錄得2,505百萬港元（二零零五年：2,971百萬港元），與去年同期相比減少16%。

雖然面對競爭之激烈以及普遍受到產品降價壓力，惟本集團毛利率由去年同期2%上升至12%。

股東應佔虧損得以改善至71,000,000港元（二零零五年：股東應佔虧損853,000,000港元）。每股基本虧損為1.4港仙（二零零五年：每股基本虧損30.2港仙）。

存貨

本集團之存貨周轉天數為28天。

應收貿易賬款

信貸期平均為60至90天，而應收賬周轉天數為72天（二零零五年同期：49天）。

主要投資及收購事項

於二零零六年三月九日，TCL集團與本公司間接全資附屬公司TCL移動通信（呼和浩特）有限公司（「移動（呼和浩特）」）就成立一間財務公司訂立投資協議。據此投資協議，移動（呼和浩特）投入20,000,000人民幣資金，佔財務公司4%的註冊資本。財務公司的成立需要獲得中國相關機構的批准，其中包括但不僅限於中國銀行業監督管理委員會。有關此項交易的進一步詳情，請參閱本公司於二零零六年三月九日刊發之公告。

管理層討論及分析

於二零零六年三月三十一日，本公司與Power Century Investments Limited（「Power Century」）訂立股份收購協議。據此，本公司同意以現金代價12,300,000美元（約相等於95,330,000港元）向Power Century購買771,500股JRD Communication Inc.（「JRDC」）股份，佔JRDC 38.54%股權。本公司根據股份收購協議應付之代價以本公司於二零零六年二月二十七日完成之公開發售所籌得款項撥付。JRDC初時由本公司與Power Century分別持有約9.45%及90.55%。緊隨股份收購協議完成後，本公司與Power Century於JRDC股權分別變更為約46.25%及35%。於JRDC之投資總額構成上市規則14.06所述本公司之須予披露交易。有關股份收購協議的詳情，請參閱本公司於二零零六年四月三日刊發之公告和二零零六年五月八日刊發之通函。

籌集資金

於二零零五年十二月二十二日，本集團建議以公開發售方式以每股發售股份0.2港元之價格發行2,968,875,000股新股份（「發售股份」），比例為於二零零六年二月六日每持有一股本公司股份之股東獲發一股發售股份。公開發售已於二零零六年二月二十七日完成，合共收到申請認購4,768,225,969股發售股份，佔發售股份總數約160.6%。有關公開發售之進一步詳情，請參閱本公司於二零零六年二月七日刊發之招股書。

公開發售所獲淨收益587,800,000港元中，本集團已動用約150,000,000港元清償日常業務過程中涉及之應付款項、約237,800,000港元用作一般營運資金而約200,000,000港元用作在先進行業技術之研究及開發活動。

流動資金及流動資源

期內，本集團保持充裕流動資金。本公司在二零零六年六月三十日之現金及現金等價物結餘共2.74億港元，其中23%為人民幣、62%為美元、14%為歐元、及1%為港元及其他貨幣，均為業務營運所需。本集團保持雄厚之財政狀況，於回顧期終之總資產值為33.39億港元，資本負債比率為19%。資本負債比率乃根據本集團之付息借貸總額除以總資產值計算。

管理層討論及分析

抵押存款

應付票據合共約20,327,000港元(二零零五年十二月三十一日: 118,156,000港元)以存款約5,923,000港元(二零零五年十二月三十一日: 35,447,000 港元)之抵押作擔保。存款結餘18,173,000港元(二零零五年十二月三十一日: 18,870,000港元)乃保理應收貿易賬款之保證金。

資本承擔及或然負債

於二零零六年六月三十日,本集團已訂約但未撥備資本承擔約為400,000港元(二零零五年十二月三十一日: 18,111,000港元)及就二零零五年十二月三十一日訂約投資項目1,500,000美元。本集團之或然負債如下:

於二零零一年三月,本集團其中一家附屬公司T&A Mobile Phones Suzhou Limited(「T&A Suzhou」)牽涉一宗由胡斌、胡宣華及大連漢普應用技術有限公司(「原告人」)提出的專利侵權訴訟。於二零零二年五月,中國原審法院宣判裁定T&A Suzhou 勝訴,不需支付任何賠償或費用。同月,原告人向高級人民法院上訴,案件至今正在審理中。

根據本集團中國律師的法律意見,相信有關審理上訴的法院再次宣判T&A Suzhou勝訴的機會甚高。故此,財務報告中並無就此訴訟計提撥備。

外匯風險

本集團面對交易匯兌風險。有關風險產生自以非功能貨幣買賣之業務單位,而有關收益主要以歐元、美元及人民幣入賬。本集團於訂立買賣合約時,有意接受避免或分散外匯風險之條款。本集團就外匯收益及開支作出配合貨幣及數額之滾動預測,以減低由於匯率波動對業務之影響。

僱員及酬金政策

於二零零六年六月三十日,本集團共有約3,600名僱員。總員工成本於回顧期內約為137,500,000港元。本集團已經參照現行法例、市況以及僱員及公司之表現,檢討酬金政策。