

管理層討論及分析

業務回顧

集團主要客戶電信運營商為提高運營效率、控制資本支出，都採取了自主集中採購的策略，導致集團第三方產品的銷售額和相關技術服務收入增長放緩，由於集團市場佔有率的提升及自主開發軟件範模擴大，集團自主開發軟件和服務的比例得到了較大的增長，這也是今年上半年毛利提升的原因。

內部體制上，繼續推進和完善以產品線為經營核心的變革。集團先後將所有產品重新整合為8條產品線，進一步下放產品線的核心經營權，將業務計劃、技術支持、產品研發、工程實施、售後服務、人力資源等權利在產品線內進行優化組合，確保以產品線為中心為客戶提供端到端的貼身服務。

銷售策略

本集團根據市場形勢的需要，在成都、合肥分別設立了辦事機構。此外，本集團在中國北京、上海、廣州設有市場推廣部門，主要負責整體市場推廣策略、促銷、競爭對手分析、確認新客戶的需要、新業務開發、為銷售小組提供技術支持及提供客戶服務。現時本集團的銷售及市場推廣小組合共有約 35 人。

此外，為了建設和完善覆蓋全國的技術服務體系，集團在瀋陽、太原、石家莊、南昌及福州設立了客戶技術服務中心，基本上形成了覆蓋全國的本地技術服務體系。

期內本集團在電信市場上繼續深入開發已經佔有的市場份額，並伸展至新的客戶及省份，提升市場佔有率，得到了電信運營商的高度評價。

客戶

本集團的客戶包括中國四大電信運營商及一家香港的電信運營商，遍及中國**31**個省份，以及企業及專網客戶；本集團與國內外知名的跨國通信企業形成了策略合作伙伴關係，為最終客戶提供服務。

產品研究和發展

根據我們對OSS理解的深入，在原有平台化開發戰略的基礎上，引入了迭代式開發的產品生命週期模型，以適應電信運營商的需求變化；此外，我們在組件化開發方面，邁出了重要的一步：基於數據流分析的組件化開發模型已逐步建立起來，對開發人員的專業化分工更加明晰，對本集團後續的研發管理工作的提升打下了基礎。本集團形成了一個基礎平台支撐**8**條產品線的格局，其中包括**3**條為**3G**產品線。本集團結合每一條產品線的準則定義了市場推廣的準則，將市場、產品、研發銜接在一起。

在軟體體系架構和迭代式開發模型的建立方面，本集團通過和全球知名的諮詢公司合作，期內邁出了堅實的一步，為適應OSS領域的需求變化，提高研發管理水準，打下了基礎。本集團做好了**CMMI4**的準備工作，進一步強化質量管理體系。

流動資金及財務資源

本集團一般由內部產生的現金流量以及於二零零四年由公司配售及首次公開招股所得款項的結餘為其運營提供資金。

截至二零零六年六月三十日止，本集團的現金及現金等值物約為人民幣**38,028,008**元，銀行存款為人民幣**23,010,350**元及非流動銀行存款為人民幣**2,438,280**元，而於二零零五年十二月三十一日的銀行結餘及現金為人民幣**46,033,036**元，銀行存款為人民幣**25,052,050**元及非流動銀行存款為人民幣**2,438,280**元。

資產負債比率

截至二零零六年六月三十日止，本集團並無任何長期債務，而股東資金約為人民幣135,126,717元。故此，截至二零零六年六月三十日止，本集團處於淨現金的狀況，而其資產負債比率（負債淨額對股東資金）為零。

資本架構

本公司股份已於二零零四年十一月十八日在香港聯交所主板（「主板」）上市。自本公司於主板上市以來，本公司的資本架構概無任何變動。本公司的股本僅由普通股組成。本公司及本集團並無借貸或長期債務。

重要投資

截至二零零六年六月三十日止，本集團並無任何重要投資。

重大收購及出售／未來重大投資計劃

目前本集團並無進行任何重大投資或資本資產重大收購的計劃。

外匯風險

本集團所賺取的收益及發生的成本主要均以人民幣及港元計值。董事認為本集團的營運並不存在重大的外匯風險。

本集團的資產抵押

截至二零零六年六月三十日止，本集團並無抵押其任何資產。

或然負債

截至二零零六年六月三十日止，本集團並無任何重大或然負債。

僱員資料及薪酬政策

截至二零零六年六月三十日止，本集團有 375 名僱員（截至二零零五年十二月三十一日止：315名）在中國工作。本集團給予僱員的薪酬是按其表現、經驗及現行行業慣例釐定。董事堅信本集團的僱員將繼續為本集團的成功提供一個穩固的基礎，並將為本集團的客戶維持高標準的服務。