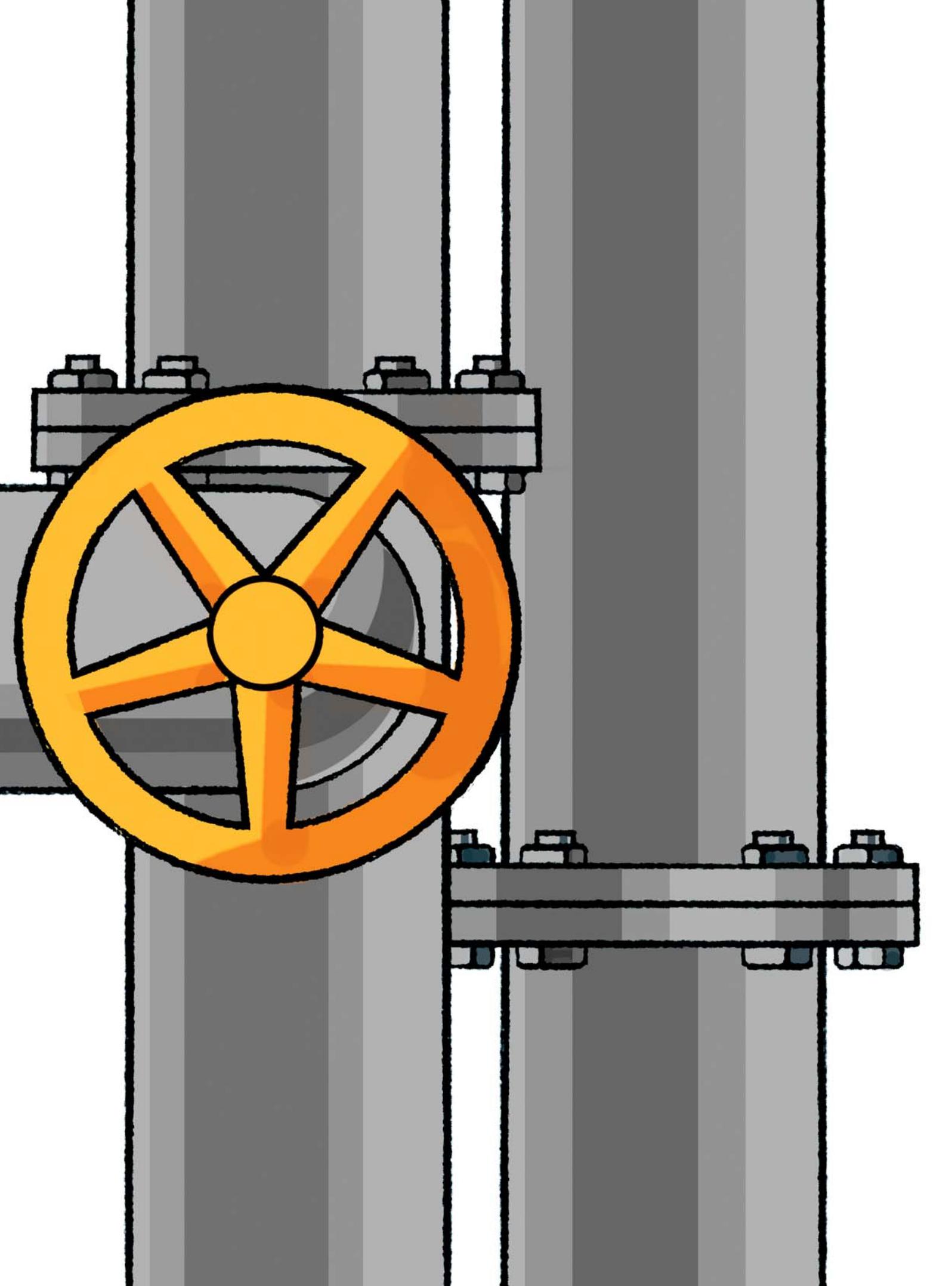


數據轉移

無邊際



主席報告書

本年的業績表現較去年有明顯改善。雖然業績仍然出現虧損，但已比去年進步；令人尤其鼓舞的，是扣除利息、稅項、折舊及攤銷前盈利(EBITDA)由去年的 58,600,000 港元躍升 4 倍至本年的 245,200,000 港元。

本年的業績除了比去年理想外，下半年的業務表現走勢亦比上半年更佳，並將日漸向上。二零零六年度的扣除利息、稅項、折舊及攤銷前盈利(EBITDA)邊際利潤由上半年的 18.8% 上升至下半年的 23.6%。

正確和長遠的策略

我個人認為，主要營辦商忽視基本網絡投資，長期停留在以話音網絡透過非對稱數碼用戶線路(Asymmetric Digital Subscriber Line, ADSL)技術提供寬頻服務，並側重轉播外購的高價電視節目，是錯誤和短視的策略。數年內，其有關服務必定被市場所淘汰。

全球多種高頻寬的應用已相繼推出，例如影片網誌(video blogs)、影片電郵(video emails)以及合法電影下載服務等。所以，集團以建設城域以太網為網絡基建的發展路向，即使是艱難和長遠，我們相信是正確的，我們要繼續。

這個發展路向的成果經已日漸顯現。過往一年，其他電訊商的用戶因希望得到更好的上網服務而樂意支付更高的寬頻服務收費，紛紛轉用我們的 bb25（上下載等速 25Mbps）和 bb100（上下載等速 100Mbps）服務。我預計我們的競爭對手在未來數年因為傳統網絡及技術限制，將無法提供與我們同樣速度的寬頻服務。

我們會在未來數年內繼續積極拓展網絡，將覆蓋由現時的 1,300,000 住戶增加至 1,800,000 住戶。我們亦預期二零零七年的資本性開支會介於 125,000,000 港元至 150,000,000 港元之間。

DO MORE WITH LESS

過往一年，我們更有效地運用資源做更多事。「Do More With Less」對其他公司來說可能只是一句口號，但我們卻實實在在的實行了。人手減少了，營業額不跌反升。這全賴員工的支持及貢獻，勉力減低營運成本，引入許多具創意的意念處理工作上的問題。由於人手減省大部份集中於二零零六年下半年度，其帶來的成本效益，預期於二零零七年的財政年度更為明顯。

來年，我們將繼續擴展網絡， 加強品牌形象，提升收費水平。

要在這個競爭激烈的行業內生存及成功，我們必須集中改善營運效率及數益率。業界的平均扣除利息、稅項、折舊及攤銷前盈利邊際利潤為 30 至 35%，我們仍未達標。所以，這將會是我們明年的重點目標。

提升服務以提高收費

二零零五年間，我們投放大量資源於一系列劉翔（二零零四年雅典奧運男子 110 米欄金牌得主）的宣傳推廣，致力提升品牌形象，同時改善客戶經驗。因應而來的，是我們成功奪取多個客戶服務獎項，包括由亞太顧客服務協會頒發的傑出顧客關係服務獎 2005 的「最佳顧客服務中心」及「最佳客戶熱線中心」大獎，以及香港客戶中心協會頒發的「最佳客戶服務中心（100 名僱員以上）」銅獎；而客戶對服務的滿意程度亦不斷提升，調查顯示，85% 的新客戶認為我們的服務水平比他們舊有服務供應商更佳或一樣。

正因以上的種種改變和優勢，令我們在過往一年成功地大幅增加寬頻服務收費，月費由過往的約 80 港元倍增至現時的約 160 港元。其實，我們在過往半年的定價策略是，除了電訊盈科以外，一定要比其他兩家競爭對手最少高出 10 港元。我們希望在明年底，新客戶的服務收費會比電訊盈科的服務收費更高。雖然我們目標將價格定得最高，我們所提供的頻寬及客戶經驗仍是物有所值的。

來年，我們將繼續擴展網絡，加強品牌形象，提升收費水平。因為我們的著眼點不會只局限於用戶方面的市場佔有率，而是主動爭取銷售額的市場佔有率。我們會繼續帶領香港的寬頻市場由過往的單純減價戰競爭，蛻變至以講求價值及服務質素的局面。