二零零六年之股東應佔溢利為360,000,000港元，而二零零五年之股東應佔溢利為302,000,000港元。

本年度之總營業額為9,312,000,000港元，而二零零五年之總營業額為6,038,000,000港元。本年度之經營業務毛利為1,013,000,000港元，而二零零五年之經營業務毛利則為817,000,000港元。

本集團之核心業務分部包括品牌分銷部門及電子產品生產服務部門。品牌分銷部門將繼續為本集團主要之營業額及溢利來源。品牌分銷部門於二零零六年佔綜合營業額之比例為72%，而二零零五年則佔61%。

品牌分銷部門

品牌分銷部門二零零六年之營業額為6,734,000,000港元，二零零五年則為3,707,000,000港元。由於全球市場均存在嚴重定價壓力，因此，本集團已策略地決定撤出傳統影音產品之開發及生產，而從其他合資格供應商採購該等產品。本集團轉而專注於開發、生產及銷售數碼平面顯示屏產品，例如等離子電視及液晶體電視。於二零零六年，本集團已成功開發及推出一系列等離子電視（顯示屏由42吋至63吋不等）及液晶體電視（顯示屏由26吋至52吋不等）。

除本集團現有之Nakamichi（中道）、Akai（雅佳）及Sansui（山水）品牌外，本集團已於二零零五年十二月收購Emerson Radio Corp.（「Emerson」）37%股本權益，該公司在美利堅合眾國之美國證券交易所上市。於該日後，本集團透過公開市場購買股份，持股量已增加至大約51%。自從進行收購後，本集團已開始管理Emerson品牌之分銷及發給特許權事宜。

中道繼續是本集團之旗艦頂級品牌，專注於以生活品味作賣點之高檔娛樂產品。乘著全球市場對等離子電視及液晶體電視之需求呈現指數式增長，中道推出LUMI系列高檔等離子電視，顯示屏大小由42吋至63吋不等。中道將會繼續擴大其現有之LUMI等離子電視系列，從而包括更大之顯示屏以及全面高清解像度顯示屏。至於液晶體電視方面，中道將會於二零零七年第一季度推出其首個全面高清液晶體電視系列KIMONO。中道於二零零六年十月在柏林舉行之IFA Show展示其新的Electrostatic Speaker（「ESL」），首次打入獨立式揚聲器市場。KIMONO液晶體電視及ESL揚聲器均於二零零七年一月舉行之Las Vegas CES show獲得CES Innovation Award之榮譽。

雅佳及山水為大眾化之消費者電子品牌，目標為對中高檔影音及顯示屏產品有興趣之消費者。雅佳及山水備有完整系列之等離子電視及液晶體電視，一直均能成功滿足消費者對平面顯示屏產品之需求。雅佳及山水將會繼續擴大其產品種類，從而包括更大之顯示屏以及全面高清解像度顯示屏。在中國，雅佳及山水之策略為專注於較高檔產品，而非純粹在價格上競爭之低檔產品，而隨著市場佔有率增加，此策略亦帶來可觀之回報。此外，雅佳及山水產品在中國亦因其卓越之品質而廣為人知。由於本集團持續努力擴大其全球分銷網絡，因此，雅佳及山水產品在世界大部分地區均可購得。

Emerson為美洲最為人熟悉之品牌之一，專注於低至中檔消費者電子產品及電器。透過本集團之全球分銷網絡，Emerson已擴充其分銷範圍至歐洲及亞太地區。

本集團明白到全球平面顯示屏市場之巨大潛力，因此已透過購買更多先進之廠房及機器，擴充其於中國之產能，並提升其生產效率。本集團擁有強勁之產品系列，滿足到北美洲、歐洲及亞洲各主要市場之規格及定價要求。

於二零零六年，本集團在北美洲成功推出多種平面顯示屏產品。北美洲之銷售營業額由1,580,000,000港元增加至二零零六年之4,277,000,000港元。歐洲市場為最大之液晶體電視市場，為支持將業務拓展至歐洲市場，本集團已收購丹麥一所製造廠，以特別為該地區生產及分銷平面顯示屏產品。經過重組後，廠房已於二零零六年十月投入生產，並將成為本集團拓展至歐洲之總部。

本集團將繼續注資到產品開發、生產設施、供應鏈管理及全球分銷網絡上，從而實現本集團一系列國際品牌之潛力。

電子產品生產服務部門

電子產品生產服務部門包括兩個主要部門－Lafe Technology Limited（「Lafe」）及Tomei Technologies Limited（「Tomei」）。Lafe為全球儲存市場中數一數二之磁頭以及硬碟機及光碟機相關配件製造商。Tomei之業務為替全球主要品牌製造視像產品。

電子產品生產服務部門二零零六年之營業額為2,578,000,000港元，而二零零五年之營業額則為2,331,000,000港元。營業額增加，是由於Tomei在本年度內生產更高價值之產品（例如高清DVD及硬碟DVD錄影機）所致。

電子產品生產服務部門於二零零六年錄得經營溢利46,000,000港元，二零零五年則為經營虧損54,000,000港元。轉虧為盈乃Tomei成功簡化其生產設施及淘汰生產低利潤產品之直接結果。於本年度內，Lafe繼續受到全球磁頭定價壓力之影響。Lafe現正與客戶合作開發更多新產品及增加增值內容，務求在市場上維持競爭力。

馬子超
集團董事總經理

香港，二零零七年四月十一日