

目標



二零零六年目標回顧

- **目標：**繼續改善股價表現
成績：達成。股價上升35%至年內之高位4.04港元收市，而年內恒生指數則上升34%。股價曾於二零零七年二月高達5.13港元。
- **目標：**繼續評估亞洲區內電訊、基建或消費性食品業之投資機會
成績：達成。本公司曾評估多項投資機會。然而，基於風險及價格因素，進一步投資僅限於(a)在二零零七年一月透過MPIC夥拍DMCI Holdings, Inc.完成收購Maynilad Water Services, Inc. (Maynilad Water)之84%權益，作價約五億三千三百萬美元；及(b)於二零零七年二月透過持有Philippine Telecommunications Investment Corporation股權之若干權利，增購PLDT 6.4%實際權益，作價二百五十二億披索（約五億一千零六十萬美元）。
- **目標：**按較佳條款就擴展商機籌集資金
成績：達成。已集資合共約五億三千三百萬美元之現金及融資，為投資Maynilad Water提供資金。CAB債券以五年期貸款重新融資而令融資成本減少15%。於年結日後，已就增購PLDT 6.4%實際權益取得四億二千萬美元貸款。
- **目標：**維持向股東派發股息，此乃取決於PLDT能否繼續取得強勁業績表現以及Indofood業績表現能否進一步改善
成績：達成。於二零零六年十月派付中期股息每股1.00港仙。董事會有見本公司各項投資的營運貢獻改善，故建議於二零零七年六月派發末期股息每股3.5港仙，較二零零五年的末期股息增加1.5港仙（75%）。於年結日後，就分拆Indofood附屬公司Indofood Agri Resources Ltd. (IndoAgri)已擴大股本之25%權益於新加坡證券交易所上市，派發特別股息每股0.96港仙。

二零零七年目標

- 評估於亞洲新興市場之電訊、消費性食品及基建範疇之新投資機會
- 繼續提升現有營運業務的價值
- 加強資產實力以為新投資機會作好準備



二零零六年目標回顧

- **目標：**繼續建立新世代網絡，並推出無線寬頻以增加寬頻用戶基礎及擴大集團的數據及寬頻容量
成績：達成並繼續進行中。PLDT已將十五萬條固線升級至新世代網絡線，Smart則將無線寬頻基站增加至二千五百個。無線及固線寬頻用戶總數倍增至二十六萬五千名，來自寬頻及互聯網服務的綜合收入上升49%至五十二億披索（一億零一百六十萬美元）。新世代網絡為PLDT提供將傳統話音轉為數據服務的重要平台，而數據服務將為未來增長的動力。
- **目標：**透過開發內容及新服務以刺激用量及提升較低收入用戶組別的滲透率，藉此擴大Smart的2G網絡
成績：達成並繼續進行中。Smart繼續多管齊下，推出多項嶄新而具競爭力之儲值計劃，以刺激用量及提升網絡效能。短訊推廣以All Text計劃為重點 - All Text 10 Bonus只須十二披索（0.2美元）便可無期限發送15個短訊；All Text 20則可以二十披索（0.4美元）於一天內傳送100個網內短訊；話音推廣包括Tipid Talk，客戶可以十披索（0.2美元）於一天打出四個每個最長可達三十秒的本地網內電話。於二零零六年，Smart將其流動電話網絡容量擴大至每天可處理十億個短訊。截至二零零六年年底，Smart的2G用戶數目增加約三百八十萬名至二千四百二十萬名。
- **目標：**推出3G技術，並開發服務及應用方案以鼓勵用戶採用
成績：達成。Smart的3G服務於二零零六年五月一日推出市場，服務包括Smart網內視像通訊、視像串流、高速互聯網瀏覽、視像片段下載、鈴聲、來電顯示及遊戲，收費與其現有2G服務相若。
- **目標：**減少最少三億美元債務
成績：達成。二零零六年八月將減債目標調升至三億五千萬美元。綜合債務減少三億六千二百萬美元，較原定目標三億美元超出21%。於二零零六年年底，債務總額及債務淨額分別減至十八億美元及十二億美元，債務淨額對除利息、稅項、折舊及攤銷前盈利的比率及債務淨額對自由流動現金的比率分別為0.7倍及1.6倍。
- **目標：**增加向普通股股東派發最少為二零零六年核心盈利50%之股息
成績：達成。PLDT將派息比率由原定為二零零六年核心盈利的50%提高至60%。二零零六年股息總額達至每股一百披索（約2美元），二零零五年則為每股七十披索（約1.3美元）。PLDT於二零零六年派發普通股股息總額為一百八十八億披索（約三億六千七百五十萬美元），二零零五年則為一百二十三億披索（約二億二千三百七十萬美元）。

二零零七年目標

- 管理過渡至數據及新世代服務，並提升現有主流話音及短訊業務
- 加速擴充傳呼服務中心及業務流程外判業務
- 擴充本地及國際流動商業業務
- 繼續推行特定分部計劃，進一步提升網絡效能
- 增加向普通股股東派發股息至二零零七年核心盈利的70%



二零零六年目標回顧

- **目標：**推行新分銷系統，並繼續提升該系統以改善銷售額及個別地區之產品組合
成績：達成。 Indofood 大幅增加存貨點，改善市場滲透率，並令供應鏈運作更具效率。大部份業務集團錄得強勁銷售量增長，市場佔有率亦告上升。按印尼盾及美元計算，銷售淨額分別增加 16.9% 及 24.7%，達二十一萬九千四百一十六億印尼盾或二十三億九千八百五十萬美元。
- **目標：**繼續專注於品牌產品，並透過本地、區內及國際業務發展達致收入增長
成績：達成。 隨著分銷網絡已改善，並進行特定分部市場推廣活動後，品牌消費品集團之總銷售額按印尼盾計算增長 18.6% 至八萬四千四百六十九億印尼盾，或按美元計算，則增長 26.4% 至九億二千三百四十萬美元。
- **目標：**繼續鞏固其市場領導地位
成績：達成。 Indofood 主要產品仍於其各自市場分部穩踞領導地位，佔麵食市場 77%、麵粉市場 67%、品牌煮食油市場 43% 以及植物牛油及起酥油市場 59%。公司其他產品仍穩踞其市場地位。
- **目標：**繼續擴大棕櫚樹之種植範圍，以應付其食用油精煉廠之需求
成績：達成。 隨著食油及油脂集團於二零零七年二月成功在新加坡證券交易所上市，Indofood 種植園業務將會加快擴展。是次集資透過發行相當於 IndoAgri 擴大後股本 25% 之新配售股份，所得款項約二億七千零八十萬美元。於二零零六年年底，種植園土地儲備約為 224,100 公頃（包括於二零零六年獲批准及於二零零七年三月完成收購之約 85,500 公頃），其中約 66,900 公頃種植棕櫚樹，約 5,000 公頃則種植橡膠樹。
- **目標：**透過減少外幣債務進一步減低外匯風險
成績：未能達成。 已運用內部資源及外幣貸款全數再融資合共一億四千三百七十萬美元之歐元債券。Indofood 計劃於二零零七年第二季發行一萬五千億印尼盾債券，將其外幣債務進行再融資，以降低外幣風險。
- **目標：**繼續加強提升營運效益及削減成本計劃
成績：達成。 已改善之分銷網絡、重新設計之供應鏈、操作系統及程序，及進一步精簡人手，令效率得以改善。除利息及稅項前盈利率由 8.9% 上升至 9.0%。

二零零七年目標

- 善用品牌權益及市場地位維持增長及盈利能力
- 善用存貨點網絡擴大產品分銷覆蓋範圍
- 繼續實施成本控制及提升營運效益計劃
- 透過內部增長或收購加快擴充種植園業務
- 加強資產實力及降低外幣風險承擔



二零零六年目標回顧

- **目標：**完成企業重組及資本重整計劃
成績：達成。 一間新投資控股及管理公司 MPIC 已於二零零六年十二月於菲律賓證券交易所上市。Metro Pacific Corporation (Metro Pacific)/MPIC 的重組及資本重整包括引入一名策略投資者 Ashmore Investment。Ashmore Investment 為一家以英國為基地，並於倫敦證券交易所富時 250 指數上市之公司，旗下管理資產逾二百六十八億美元。
- MPIC 之資產包括持有與菲律賓一家多元化控股集團 DMCI Holdings, Inc. (DMCI) 合資經營之 DMCI-MPIC Water Company Inc. 之 50% 權益。而 DMCI-MPIC Water Company Inc. 則持有 Maynilad Water Services, Inc. (Maynilad Water) 84% 權益。Maynilad Water 為一家水務公司，為馬尼拉大都會西部八百萬人口提供服務。MPIC 亦直接持有 Landco Pacific Corporation 之 51.0% 權益。MPIC 的前身公司 Metro Pacific 已成為 MPIC 之附屬公司，其擁有一間當地船務公司 Negros Navigation Company Inc. (Nenaco) 15.3% 權益。
- **目標：**透過支援主要擴展項目，以鞏固 Landco 作為多元化物業發展商之地位
成績：達成。 年內，Landco 推出其地標住宅渡假村 Punta Fuego 內 Terrazas de Punta Fuego 額外 278 個新單位發售，藉此擴充銷售。以中產市場為對象、面積達 200 公頃並集海灘、休閒及旅遊社區於一身的 Playa Calatagan 首階段已推出超過 636 個單位發售。深受歡迎的 Leisure Farms 及 Ponderosa Leisure Farms 項目、週末農耕社區的銷售已擴展至菲律賓高收入階層。該公司已開始於馬尼拉大都會興建其首個公寓發展項目「Tribeca」，該項目將發展為中高度公寓住宅，附設餐廳及娛樂設施，並可直達馬尼拉市主要高速公路。
- **目標：**繼續拓展於基建範疇之投資機會
成績：達成。 隨著各基建範疇的投資機會日漸增多，MPIC 與 DMCI 合作，取得 Maynilad Water 84% 擁有權，該公司擁有一項尚餘 15 年專營權向馬尼拉大都會西部地區供水。
- 隨著經濟增長加速，令基本基建及公用設施的需求增加，MPIC 繼續積極評估及研究各基建範疇之各項商機。
- **目標：**繼續於 Nenaco 推行企業復興計劃
成績：達成。 鑑於當地船務行業前景黯淡、供應過剩及復興方案的選擇有限，MPIC 之附屬公司 Metro Pacific 於二零零六年年底以象徵式代價將其於 Nenaco 之 83.7% 權益出售予 Negros Holdings and Management Corporation，該公司之成員包括 Nenaco 的前管理人員。

二零零七年目標

- 為 Maynilad Water 及 Makati Medical Center 發展一套全面的增長及提升溢利策略。
- 為新投資籌集資金，提升股份於市場的流通量以符合菲律賓證券交易所上市規則之規定
- 管理 Landco 之項目發展，為股東創建溢利回報
- 繼續評估於各基建範疇潛在的投資機會



二零零六年目標回顧

- **目標：**多元化發展及擴展遊戲組合
成績：大部份達成。 在菲律賓，Level Up 推出 RF Online (一款以科幻故事為主題的立體大型多人網上角色扮演遊戲) 及 Free Style (一項受 hip hop 熱潮影響的三對三大眾化網上籃球遊戲)。巴西方面，Level Up 於二零零六年增添兩項大眾化網上遊戲 Gunz 及 Grand Chase。RF Online 已於二零零七年一月推出市場。印度方面，Ragnarok 已於二零零六年三月推出市場，而 Gunz 則預期於二零零七年上半年推出市場。
- **目標：**於有較高增長之巴西及印度市場擴大用戶基礎
成績：未能達成。 由於原訂在二零零六年下半年推出的新遊戲押後推出，加上印度市場的發展較預期緩慢，Level Up 於巴西及印度之用戶基礎維持平穩。
- **目標：**開發非遊戲類輔助收益來源
成績：部份達成。 在菲律賓，Level Up 已於二零零六年第一季推出網上廣告及於遊戲中加插廣告的服務。由於網上廣告市場繼續擴展，是項業務的中期增長機會仍然樂觀。非遊戲收益來源包括遊戲及網上廣告、贊助、活動及商品採購。
- **目標：**締結業務同盟及建立覆蓋全面的分銷網絡
成績：達成。 Level Up 已在其多個營運地區擴大其分銷夥伴及網絡，並獲得可口可樂、雀巢及百視達等媒體及零售業策略分銷夥伴提供市場推廣支援。
- **目標：**進一步建立「Level Up!」品牌
成績：部份達成。 於菲律賓，Level Up 於二零零六年第四季推出新網站，並繼續推廣及宣傳其遊戲項目，進一步鞏固品牌。巴西方面，公司透過推出新遊戲以及與百視達及巴西著名互聯網入門網站 UOL 進行分銷交易，以擴大品牌知名度。鑑於支援提供遊戲的基建發展較慢，該品牌於印度的發展亦較預期緩慢。

二零零七年目標

- 多元化發展及擴大遊戲組合
- 完成合併 Level Up! Philippines 及 netGames，並盡量擴大與 ePLDT 於菲律賓的協同效益
- 物色及取得富吸引力的遊戲內容
- 擴闊用戶基礎
- 開發非遊戲之輔助收益來源