

(A) 電鍍設備 (以「亞洲電鍍」之商標名稱) 之業務回顧

電鍍設備 — 印刷電路板 (「印刷電路板」) 業務

誠如上一個中期報告所報告，由二零零五年最後一季開始，吾等接獲一連串的主要訂單，並於回顧期內陸遂付運出貨。該等訂單中超過50%來自台灣、25%來自香港及東南亞，美國及歐洲佔12%。增長之相關推動力主要為流動電話之銷售所致。根據Gartner Dataquest發表之報告，二零零五年售出之流動電話數量為817,000,000部(較二零零四年增加21%)及於二零零六年超過10億部，總收益為144,000,000美元(資料來源：IDC)。

在流動電話市場方面，製造一部功能更多及更好，但體積更輕巧之電話之要求，是無間斷的競賽。此趨勢實對吾等有利。作為本市場之領導者，亞洲電鍍經常優勝於競爭對手，此並非在規模方面，而是在研發工作之參與程度。吾等致力為客戶在微細印刷電路板上電鍍更幼細之電鍍線及更微細的電鍍孔。印刷電路板上之電鍍線密度增加代表了流動電話將會繼續有更多功能可以運用。當市場越來越多以技術為主導，模倣者更難以抄襲。

儘管吾等受惠於營業額增加，正如許多在中國設有工廠之其他公司一樣，吾等亦嚴重地受中國已增加及不斷增加之經營成本影響。工人及工程師之工資及薪金較去年平均增加超過10%。經驗豐富之員工，特別是管理階層非常難求。人民幣增值亦對吾等之經常費用構成影響。這亦是導致除稅後淨純利並非按營業額增加之比例增長之主要原因。

由於中國經營費用增加，吾等部份之客戶亦物色投資於中國以外地方之機會。日本客戶較為喜愛泰國及越南。印度，尤其是欽奈，為西方公司之主要投資熱點。吾等已在泰國設有附屬公司，及在印度，尤其是班加羅爾設有唯一之代理超過十年。由於對該等地方較為熟悉，吾等相信會較其他競爭對於有利。

電鍍設備 — 表面處理 (「表面處理」) 業務

於二零零四年，吾等開始進軍此業務。於二零零四年，表面處理業務之銷售佔總銷售額之13%，二零零五年佔28%及二零零六年佔6%。根據二零零七年上半年之已落實訂單計算，表面處理業務之銷售佔20%。吾等將透過加強與其他行業夥伴之合作以擴展業務，以及透過參與展覽、技術方面的演說及與知名客戶合作，從而提升吾等之知名度。近期，吾等邀請了伊朗電鍍協會之成員到吾等設於國內之生產基地參觀，吾等預期隨著油價高企及中產階層之增加，中東地區將成為表面處理之高增長地區。

誠如上一個中期報告所述，吾等之核心客戶基礎仍然為電鍍汽車零件首屈一指之電鍍商。吾等將本身定位為世界級設備供應商，提供優質電鍍機器及全套解決方案服務。為躋身成為成功之全套解決方案服務供應商行列，吾等必須繼續擴大夥伴網絡。於過往數年，吾等已與不同之策略性工業夥伴締結夥伴關係，包括專長於後電鍍系統之德國公司WMV、污水處理方面的專家Darco，及電鍍滾涌和節省用水系統之生產商Hardwood等。

雖然，表面處理所需之電鍍技術相對印刷電路板業務所要求的不算太複雜，但表面處理客戶趨向於較為注重質量控制、風險評估能力及機器節省能源(電力及水)之能力。吾等將繼續加強在這方面的能力。

其他長遠投資

在未來兩至三年，吾等有數項實質且長遠之投資。位於太埔之公司總部將逐步翻新。預計工程將於年底完成，屆時辦公室會提升為更年青及有活力之一面。辦公室重新裝修後，吾等將開始在研究及發展部和貨倉區域進行裝修。

吾等最近亦已耗資數以百萬計提升從2D(Autocad)至3D(SolidWorks)繪圖軟件，現正安排培訓，預期本年八月可全面使用。引入3D繪圖，其強大的模擬功能，將有助減少在設計上之錯誤。

本公司在過去二十年一直使用自行開發之MIS物料處理系統，為加強吾等之產品推出市場之能力，本公司董事會已批准投資於名為ERP之企業資源規劃系統。吾等現正處於規劃階段。

(B) 主要聯營公司經營之業務

於回顧期間，聯營公司對經營淨純利之貢獻為9,016,000港元。其主要來自本集團持有約28.4%權益之亞智科技股份有限公司（「亞智」）。亞智設計及製造之濕製程式處理機器以印刷電路板及平面式顯示屏這兩個市場為目標。亞智自二零零五年已引入六種sigma管理系統，成效十分顯注，而亞智亦成為引進六種sigma管理系統之參考公司之一。

(C) 展望

經過璀璨及蓬勃的一年，吾等預期客戶需要時間消化於二零零六年已投入之生產量。而二零零七年，尤其是印刷線路板業務，可能會面對些少放緩現象。在另一方面，吾等預見表面處理業務有反彈情況。這證明了吾等以電鍍技術之專長擴展至其他業務範疇，以減低集中於印刷線路版業務帶來之週期性影響之策略是正確的。此外，吾等繼續於內部研發隊伍投入資源，積極物色海外合適之技術夥伴，共同合作。市場多元化及建立技術乃吾等之長期目標。吾等致力為股東提供穩定但增長之收益及溢利。