

# 常見問題

## 1. 精電於電訊市場重新定位的進展如何？

作為長遠發展策略的其中一環，精電已於電訊市場重新定位，以達致整體性的持續增長。集團現為非主流品牌手機製造商之友好供應商，於2006年第四季度，電訊市場範疇中大部份之營業額均來自非主流品牌手機客戶。

## 2. 於電訊市場重新定位後對精電有何影響？

重新定位後，我們的顧客基礎已擴闊，減少倚賴單一客戶所帶來的風險。由於非主流品牌手機之交貨期短，集團的收款期因而獲得改善，存貨及收款的風險亦見減輕。如今精電所面對的主要挑戰乃是要應付交貨期短促的訂單，以令液晶體顯示屏的供應無間，與客戶的供應鏈緊密接軌，有見及此，精電已簡化由物料供應規劃以至物流等之工序流程，以大大改善整體的付運能力。

## 3. 精電於汽車市場擁有甚麼競爭優勢？

液晶體顯示屏的角色是作為司機與其車輛間的溝通媒介，這功能日益顯著。汽車製造商為保證高度駕駛安全，對液晶體顯示屏的品質需求非常嚴謹，而精電與主要汽車部件製造商能維持鞏固的業務關係，足以證明我們對卓越品質的追求與承擔。身為國際上具領導地位的汽車液晶體顯示屏供應商之一，精電一方面不懈努力，務求提供高質素的产品，以符合汽車之高度要求；另一方面，我們透過廣泛的辦事處網絡，提供全面的技術服務及本地化的市場資訊，鞏固與客戶的關係。集團深明了解客戶需要及助其解決難題的重要性，我們亦會繼續於策略性地區拓展服務網絡。

## 4. 精電之增長動力是甚麼？

科技之躍進擴闊了液晶體顯示屏在消費品及工業用途上的應用層面。儀器的功能愈趨精密，對高效溝通界面的需求亦越為重要，在此趨勢下，液晶體顯示屏將被廣泛採用為此等溝通界面。隨著集團的液晶體顯示科技日益進步，如像素的提高、顯示色彩化等，令顯示的功能不斷向高層次邁進，其作為溝通界面的效能將更為彰顯。



除科技因素外，中國之汽車部件及工業設備生產增多，亦為精電創造新添的業務潛力，加上日本及韓國向外搜尋液晶顯示屏部件之趨勢日盛，對集團的訂單增長也構成利好因素。

憑藉多種類的顯示方案及尖端的科技，精電將受惠於有利的行業環境而達致持續增長。

## 5. 中國之勞工成本急劇增升，這對精電之盈利表現有甚麼影響？

人力及人才是生產優質產品及提供卓越服務的重要因素，對於我們，職工總成本佔集團整體營業額約12%，勞工成本所佔比重不如低技術裝配廠般那麼大。

一直以來，精電為員工提供具競爭力的福利，為配合未來之發展計劃，集團會繼續擴大勞動隊伍，但隨中國之勞工成本增加，集團會控制每個產品之勞工成本，及適量增設機械以代替人力生產。

## 6. 未來有哪些新產品面世？

具備創新能力及科技知識，精電一向為業內有能力推廣高性能顯示方案的供應商之一。集團正在研究及籌備面世的產品有超高對比負性顯示技術 (Improved Black Nematic - IBN) 顯示屏及附有增值功能之中小型薄膜電晶體液晶 (TFT) 產品。IBN 是單色顯示科技的突破，擁有高度的對比率、寬視角度及適切高溫差的特性。集團的中小型TFT產品則附設可在日光下閱讀、高度光亮、折射匹配防反光 (Index matching)、防反射及輕觸式屏幕等的增值功能。

## 7. 精電的財務策略怎樣？

精電一向採取謹慎理財的策略，以維持平衡的資產組合。一方面，集團維持穩定的利息派發比例；另一方面，亦保留部份盈利以作未來發展用途。集團會繼續留意液晶顯示屏及有關業務之投資機會，同時，亦會利用儲備投資於流動證券以提高回報。未來，精電將繼續以高透明度透露其持有的資產比重。

