

主席致辭

本人代表新焦點汽車技術控股有限公司董事會，向各位股東提呈集團二零零六年度之已審核業績報告。

業績表現及股息政策

新焦點汽車技術控股有限公司主要從事電子、電源相關零配件的製造與分銷，以及透過在中國汽車後市場鋪設的服務連鎖店網路進行商品零售。其中，製造業專注於汽車綠色照明和汽車電子電源領域的創新生產；服務業致力於提供專業的汽車後市場服務，旨在成為大中華區汽車後市場連鎖服務行業的領導者。

截至二零零六年十二月三十一日止年度，集團之綜合營業額為人民幣533,302,000元，較二零零五年同期增長5%；股東應佔盈利人民幣14,218,000元，每股盈餘為人民幣0.035元。董事會建議按每二十股公司現有股份獲派一股公司新股份的基準派發紅股。

汽車綠色照明和汽車電子電源製造業－NFA

NFA綜合營業額為人民幣477,131,000元，較二零零五年同期增長約5%。製造業在銷售成長的情況下毛利率有所下滑，較二零零五年同期下降約7%。毛利率下滑的主要因素包括：原材料價格飆升、人民幣升值、集團在中國區市場拓展費用增加、新產品開發速度較預期慢、部分老產品進行降價促銷等。但製造業及時調整戰略，將NFA的行銷市場由國際轉向日漸蓬勃的大中國區市場，由AM市場轉換向為OEM市場。目前加大開拓中國區市場已取得了初步成效，中國區銷售在集團銷售中佔比由2004年的2%穩步提升到2006年的17%；HID鎮流器的銷售額較2005年成長76%；汽車電子產品－車用轉換器在中國汽車後市場和國際後市場佔有率皆達到了20%，在中國及國際OEM市場的份額分別達到35%和16%。

主席致辭

汽車後市場連鎖服務業 – Autolife

Autolife綜合營業額為人民幣56,171,000元，較二零零五年同期增長約為8%；在綜合營業額上升的情況下，毛利率有所下降，主要基於在集團戰略部署下，對大中華區進行大規模網點管道鋪陳的必要投入。於回顧期內，Autolife已在大中華區建立了上海、台北、成都地區中心，截至目前北京地區中心也已籌建完畢，連鎖店數量由二零零四年39個增至二零零六年底前的289個，基本完成了在大中國區一線城市的網點佈局。隨著連鎖店規模、銷售能力及行業影響力的擴大，Autolife正朝著成為大中華區汽車後市場連鎖服務行業領導者的目標快速邁進。

業務進展

汽車綠色照明和汽車電子電源製造業 – NFA

二零零六年，NFA製造業面臨著內外部環境不利的雙重壓力。外部因素如：原材料價格飆升與人民幣大幅升值等給出口導向型企業帶來前所未有的影響；內部因素如：中國市場拓展費用增加、新產品開發速度較預期慢、製造業升級ERP系統而出現的系統問題等，這些因素在回顧期內綜合作用導致NFA利潤下滑。NFA在不利環境中仍依照戰略規劃，選擇由出口導向性企業轉向大力拓展中國汽車市場，由AM市場轉向

OEM市場，由多元產品轉向專注於汽車電子及綠色照明產品。管理層針對種種挑戰和困難，積極採取了有效的應對措施，具體如下：

為有效規避人民幣升值的不利影響，NFA在保持國際市場銷售份額的同時不斷加大對中國市場的管道拓展，其成效正逐步顯現，中國區汽車後市場方面：

1) NFA的車用轉換器市場份額超過20%：

管理層已敏銳洞察到綠色照明—HID鎮流器及汽車電子產品—車用轉換器在OEM市場中的巨大潛力，公司對於新產品開發的資源投入成果已逐步顯現：

1) 國際OEM市場，NFA作為德國大眾的OEM唯一供應商後又獲進展，目前已在歐洲兩家國際著名汽車生產商進行最後的產品檢測：

- 2) 中國OEM市場，NFA已成為二汽神龍、華晨金杯等著名汽車製造商的OEM供應商後，車用轉換器、HID等三項主要產品已在中國五家最大的汽車製造商進行最後階段的檢測；

明確區分生產基地，加快新產品開發以確保提高產品毛利率。

- 1) 二零零六年五月，NFA收購山東新焦點龍盛汽車配件有限公司51%股權，將部分毛利率較低但市場佔有率較高的產品移至山東生產基地進行生產，以其生產成本較低的優勢提高這部分產品的毛利，很大程度的延長產品生命週期；
- 2) 上海生產基地憑藉其地域及研發優勢，作為集團製造業的研發中心、營銷中心，專注於生產高毛利率產品；
- 3) HID鎮流器保持穩定高企的毛利率水平，其銷售額相較於二零零五年同期成長超過76%，該產品的銷售增長趨勢仍在不斷擴大，成長空間可觀。

回顧期內，NFA雖因內外部環境不利的綜合影響導致利潤下滑，通過上述戰略調整的實施可使製造業進一步掌握到中國汽車市場蓬勃發展的無限商機，更可以從根本上解決人民幣升值等外部不利因素對於製造業毛利和利潤的衝擊和影響，為今後的健康穩定發展奠定堅實基礎。

汽車後市場連鎖服務業－Autolife

Autolife貫徹了其通過建立服務業總部－地區中心－連鎖店的擴張戰略，以奠定在2007年成為中國汽車後市場連鎖服務行業的領導地位，通過自我建設和兼併收購並行的方式，Autolife大規模投入資金廣泛鋪陳連鎖網路，以形成富有效率的經營體系，目前在回顧期內設立了成都、上海、台北等三個地區中心，北京地區中心在2007年初設立完成，順利完成20家Super店建設工作。隨著大中國區一線城市佈局按戰略規劃有序進行，2006年戰略性網路鋪陳的價值也將在2007年逐步展現。

主席致辭

中國乘用車保有量迅速增加和消費者觀念的不斷成熟都凸顯了汽車服務連鎖行業的巨大市場潛力，**Super**店以其「一站式」服務方式、品牌影響力及高效管理成為**Autolife**未來發展的重點模式：

- 2006年5月，**Autolife**於私家車保有量最高的西部城市-成都開設了第一家**Super**店；
- 2006年9月，**Autolife**在上海地區自建面積超過3000平米的**Super**店；
- 2006年10月，**Autolife**成功收購台灣最大的汽車服務運營商-麗車坊，該店已在台灣地區擁有16年歷史、擁有共計8家2000平米以上的**Super**店；
- 2006年末，**Autolife**進入與北京愛義行汽車服務有限公司戰略合作的實質操作階段，開啟**Autolife**發展史上的又一里程碑。北京作為中國首都及私家車保有量最多的城市，對周圍乃至中國地區都有著其他城市無法企及的影響力，北京愛義行汽車服務有限公司目前共有十家自營**Super**店、十二家超級連鎖網點。

截至2006年底，**Autolife**的連鎖網點已達289家，其中包括在12個月內新增的20家**Super**店和3個地區中心，在連鎖店規模、數量、銷售能力、行業地位等方面已初步形成了大中國區的領導地位。

展望

集團將充分發揮自身優勢，專注於汽車綠色照明和汽車電子電源領域的相關產品生產。為把握中國汽車市場蓬勃發展及汽車後市場連鎖服務行業崛起所帶來的無限商機，集團將於2007年進一步加大資源投入，把握中國市場消費能力不斷提升的契機，著力提高中國市場銷售份額，預期在中國市場的銷售額將達到集團銷售總額30%以上。

- 1) **NFA**—2007年作為五年戰略的開局之年，**NFA**將著手整合及貫通產業鏈，適時組成戰略聯盟，大力開拓以**HID**鎮流器和車用轉換器作為核心產品的汽車後市場和**OEM**市場。預期在2007年，這兩項核心產品的中國市場和國際市場佔有率將

主席致辭

有大幅增長，截至目前公司已獲任成為一汽大眾轉換器OEM供應商，預期於二零零七年NFA與中國整車製造商的合作將有突破性進展。

- 2) Autolife – 2007年，Autolife將秉持連鎖店擴張和資源整合相結合的發展模式，以大力發展「一站式」自營Super店作為擴大品牌影響力和增強購買力的主要方式，預期2007年的銷售將出現倍數增長。

致謝

本人謹借此機會向董事會各位成員致以衷心的謝意，感謝他們本年度的辛勤工作，並在不利環境影響下仍能團結一致、共同奮進。此外，本人亦感謝各位股東，業務夥伴，供應商以及客戶在過去一年的鼎力支持，感謝集團內所有員工一直以來的無私的奉獻和不懈的努力。

心懷美好憧憬，本人對集團的未來充滿信心，願與集團的各位股東共同分享集團明天的累累碩果。