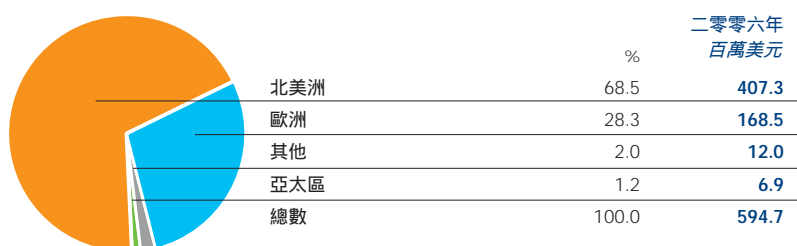


電訊產品

由於美國業務的整頓計劃取得成果，電訊產品業務於二零零六財政年度已恢復盈利貢獻。在歐洲的業務亦持續錄得增長。

按經營地區劃分的電訊產品收入



於二零零六財政年度，電訊產品業務繼續進行美國業務的整頓計劃。儘管該業務的收入較二零零五財政年度輕微下跌2.9%至594,700,000美元，但由於整頓計劃取得成果，該業務已恢復盈利貢獻。於二零零六財政年度，電訊產品業務佔集團總收入的49.4%，而在上一財政年度則為59.9%。

年內，整頓美國業務令經營費用及營運開支得以進一步縮減。集團已推行全面的改善計劃，重整電訊產品業務在全球各地的工作流程以提高營運效率。美國的業務亦因而恢復盈利貢獻。然而，由於集團減少產品系列的數目及退出沒有盈利貢獻的業務，故年內收入下跌。於二零零六財政年度，北美洲市場的收入減少14.3%至407,300,000美元。



除重整其營運外，電訊產品業務亦致力開發全新的產品系列，並已於二零零六年一月在美國拉斯維加斯舉行的消費電子產品展上首次亮相。集團此新產品系列致力改進產品功能以提高產品的價值，務求更迎合北美洲市場的客戶及消費者的需要。此外，集團亦更著力為Vtech及AT&T品牌開發更具品牌特色的產品，從而更全面地實行集團的雙品牌策略。

為了強化偉易達的競爭力，電訊產品業務已優化元件使用，並將技術平台標準化，務求節省成本及確保產品更具成本效益。經改良的產品系列自二零零六年四月起已陸續推出市場，產品普遍受客戶歡迎，尤其是5,800兆赫模擬制式無繩電話的部份型號。

集團於二零零六財政年度亦投入資源加強電訊產品業務的市場推廣，以配合新產品系列推出市場。美國的市場推廣小組製作了一款新式的開窗盒式包裝設計，此設計的物料不僅可循環再用，對客戶而言，新設計遠較標準掀蓋式設計更方便使用。集團於二零零六年五月首次在會員商店推出此新包裝，並已為此設計申請專利。新設計讓集團在客戶眼中建立更環保的形象，且促使競爭對手追隨



新式的開窗盒式包裝設計

其後，再次印證集團作為電訊業界先驅的地位。

年內，美國業務亦推出一系列設計精美的印刷及網上廣告宣傳品。該等推廣活動非常成功，贏得多項業界殊榮，當中包括www.adbumb.com從全美市場活動中挑選的「本週最佳推廣活動」(Campaign of the Week)，以及榮獲二零零五年度A.M.A. Max Award的「傑出市場策劃獎」(Marketing Excellence)季軍。

除美國市場外，偉易達在歐洲的業務持續錄得增長，大大抵銷了北美洲市場銷量下降的影響。歐洲市場的收入增加49.4%至168,500,000美元，佔電訊產品業務總收入的28.3%。

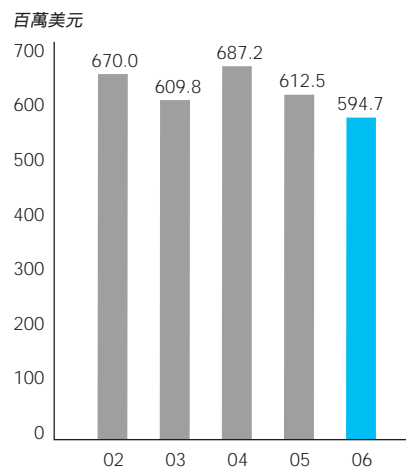
歐洲市場的增長主要來自西歐，尤以法國及德國市場的表現最為突出。與此同時，集團在進軍北歐及東歐等新市場亦取得良好進展。

在歐洲多個主要市場，當地主要的固網電話營運商及其他競爭對手仍佔有舉足輕重的地位，故此集團將繼續現時的業務策略，以原設計生產模式向這些公司供應無繩電話。集團與這些客戶的關係亦日益鞏固，因為他們明白擁有可靠、具成本效益及高質素，兼且符合歐洲RoHS環保指令的原設計生產夥伴對其業



備有彩色LCD屏幕及短訊功能的偉易達DECT無繩電話

電訊產品業務過往五年的收入



務有利。以此策略發展歐洲市場，比利用集團本身的品牌，能更快地於短期內擴展業務。

長遠而言，隨著固網通訊轉向網上電話這新技術平台，集團深信網上電話市場將會帶來大量商機。然而，集團的投資將會分階段進行，以確保投資能配合消費者實際需求的增長。目前，集團夥拍Vonage、Skype和Yahoo!在北美洲市場推出三款網上電話型號；Vonage是北美洲的主要寬頻電話服務供應商、Skype為eBay旗下的公司、同時亦是全球增長迅速的互聯網通訊軟件、Yahoo!則是全球主要的互聯網入門網站。與Skype及Yahoo!合作的型號為雙向模式，使用者可撥接固網及點對點網上電話。



可擴展的雙手機網上電話系統，並附來電顯示功能