

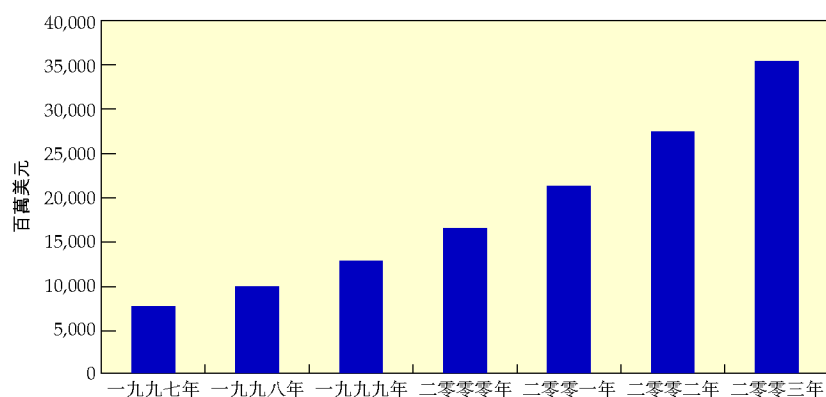
行業概覽

中國資訊科技業

中國資訊科技市場以急速步伐增長，此乃由於電腦軟硬件的投資逐步上升，連同推出不同模式的先進通訊設備如互聯網及流動電話需求上升所推動。

預期中國資訊科技市場於二零零三年的規模將達35,440,000,000美元，佔由一九九七年至二零零三年期間的複式年增長率約29.2%。

中國資訊科技市場規模

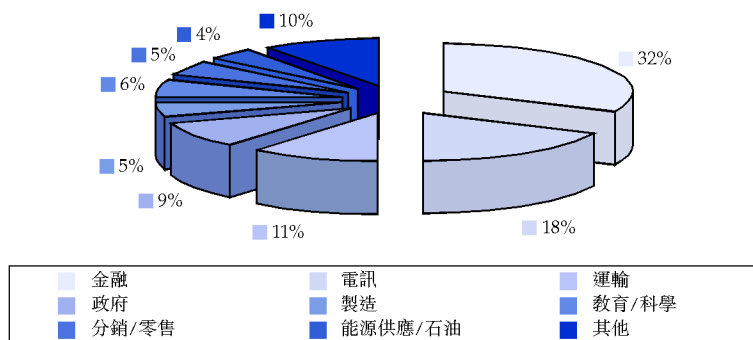


資料來源：國際數據公司——一九九九年

中國資訊科技市場的架構

下圖乃各行業於一九九八年在中國資訊科技產品及服務的開支：

按行業分類的中國資訊科技市場 — 一九九八年

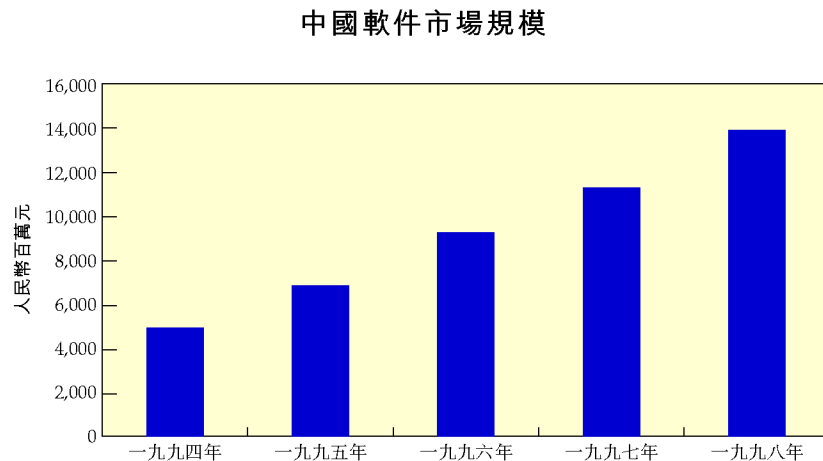


資料來源：國際數據公司——一九九九年

中國軟件市場

中國軟件市場乃被視為獲資訊科技業高增長所推動的行業，而資訊科技業乃獲大型及中型業務的需求上升及家庭收入增加所推動。根據中國信息產業部的資料，軟件市場於一九九八年的總規模約為人民幣13,800,000,000元，與一九九四年人民幣4,900,000,000元比較，複式年增長率為29.5%。

下圖說明中國軟件由一九九四年至一九九八年的銷售總額：

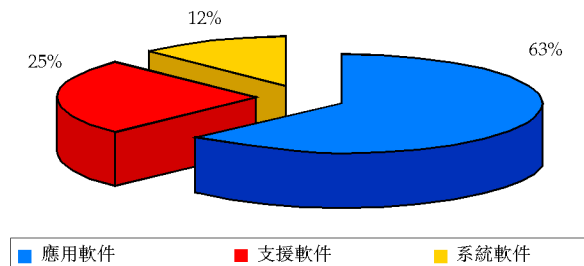


資料來源：中國信息產業部計算機與微電子工業中心研究與發展

中國軟件可分為(1)系統軟件，(2)支援軟件及(3)應用軟件三類。根據中國信息產業部的資料，應用軟件乃佔最大市場佔有率，隨後為支援軟件及系統軟件。

下圖說明系統軟件、應用軟件及支援軟件於一九九七年在中國市場各自的佔有率百分比。

應用軟件、支援軟件及系統軟件於一九九七年在中國的市場佔有率百分比

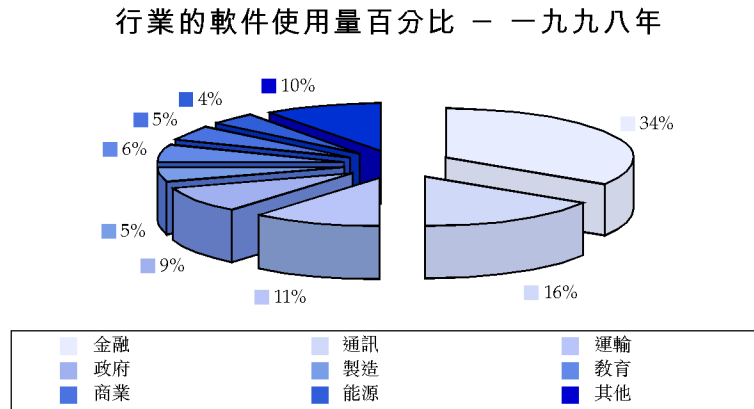


資料來源：中國信息產業部計算機與微電子工業中心研究與發展

經營業務資料

目前，本地及外國開發應用軟件乃獲中國主要行業，尤以金融業使用。

下圖展示主要行業使用應用軟件百分比：



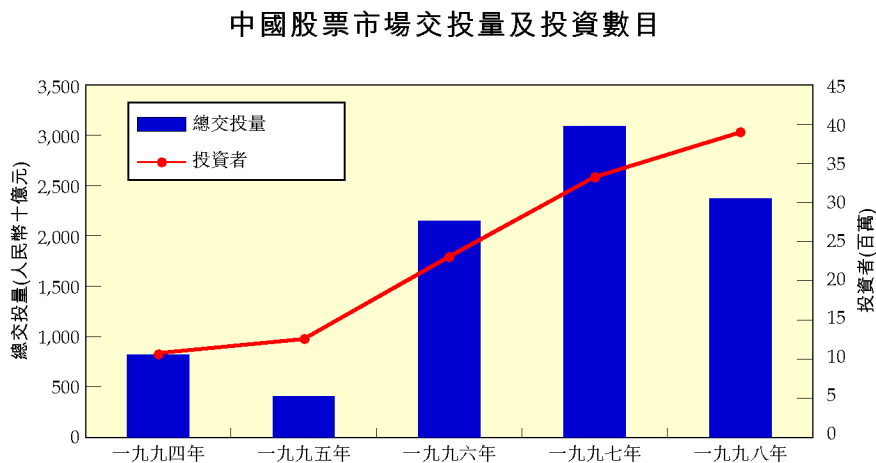
資料來源：國際數據公司

基本而言，國際軟件提供者支配中國系統及支援軟件業，其銷售總額佔於一九九八年中國軟件市場約70%。然而，專為中國業務及規管環境而開發的本地應用軟件明顯較外商優勝。

證券分析軟件業

股票市場

鑑於九零年代深圳證交所及上海證交所交投上升，證券公司及投資者數目急劇上升，因而為證券分析軟件創造大量機會。下表載列過去五年於上海證交所及深圳證交所的交投量及投資者數目：



資料來源：中國證券及期貨年鑑(中國國家統計局刊發)及中國證券報

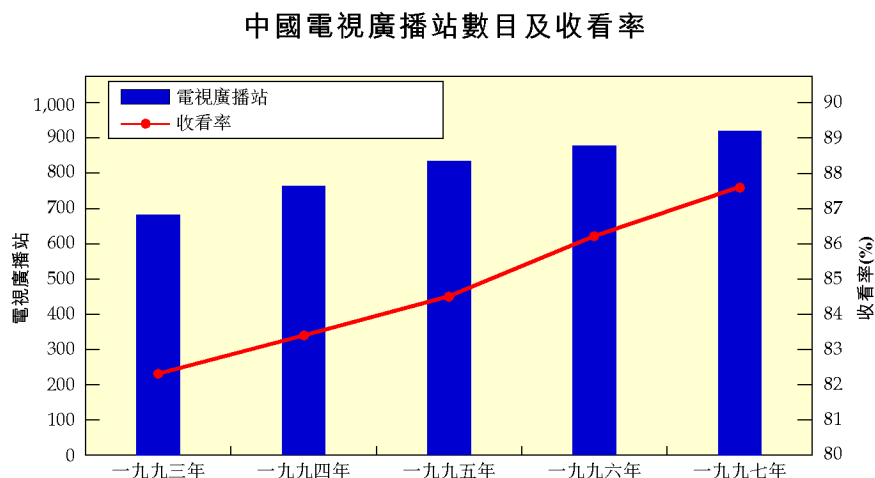
證券分析軟件大致上可分為數據庫管理的一般使用而設計及專為富經驗用戶，如股票經紀及投資者而設計。一般使用的軟件僅提供數據庫管理功能，而特別設計者則提供證券分析工具。

中國電視市場

中國人均本地生產總值急劇上升為電視廣播業帶來增長，從電視廣播站數目的增加、有線電視站的發展增長及電視機的需求上升可見一斑。

中國電視廣播業於過去數年經歷史無前例的增長。電視廣播站，包括無線及有線電視網絡的總數於五年內以複式年增長率9.5%增長，由一九九三年684個上升至一九九七年923個，合共41,205個電視訊息傳送及中繼站錄得收看率87.6%。

下表展示由一九九三年至一九九七年中國電視廣播站的數目及電視收看率：



資料來源：中國信息發布中心刊發的中國統計年鑑

有線電視網絡

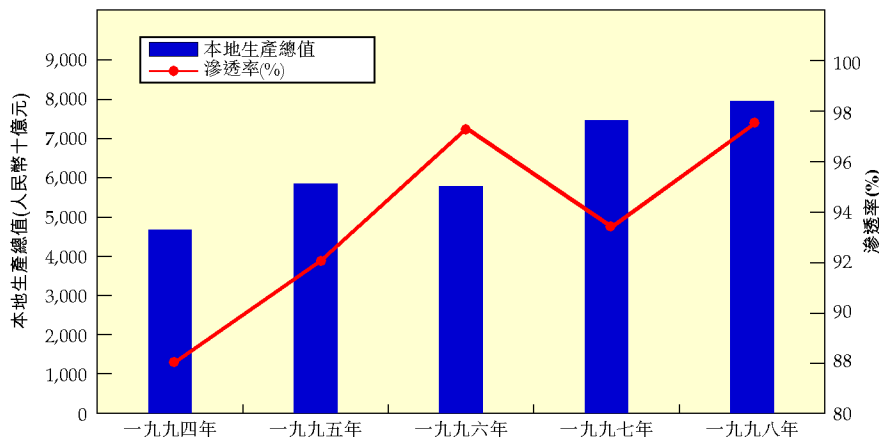
中國有超過2,000個有線電視站及逾70,000,000名用戶，觀眾約有300,000,000名。訂購有線電線的受歡迎原因乃由於月費低（介乎人民幣8元至人民幣12元）及安裝費便宜（介乎人民幣50元至人民幣300元）。除一般的電視節目外，中國有線電視站亦提供其他增值服務，如股份數據傳送及互聯網服務。

電視機需求

隨着家庭收入增加，中國電視需求急劇上升。一九九四年至一九九八年，每100戶家庭的電視滲透率高達90%以上，與本地生產總值一併上調，本地生產總值於一九九八年按複式年增長率11.3%上升，由人民幣4,667,000,000,000元增加至人民幣7,955,000,000,000元。

下表數字說明本地生產總值增加及由一九九四年至一九九八年中國每100戶家庭的電視滲透率。

中國本地生產總值及電視滲透率



資料來源：中國信息發布中心刊發的中國統計年鑑

本集團歷史

本集團主要從事證券分析軟件的發展、生產及分銷，該軟件處理中國上海證交所及深圳證交所買賣的證券由實時數據轉為圖表及技術分析指標。本集團可提供上述功能的軟件產品可分為兩個版本個人版及網絡版。本集團連同其銷售代理為網絡版用戶按持續基準提供保養服務。網絡版用戶大部分為證券公司及機構投資者，而個人版用戶則為個人投資者。

經營業務資料

本集團的歷史可追溯至一九八八年，當年范平尹先生、楊慶壽先生、余世筆先生、陳銘傳先生及趙國孝先生成立偉利，以於中華民國台灣開發及分銷證券分析軟件。

一九九二年十二月，偉利創辦人之一趙國孝先生隨後於一九九五年十一月出售其於偉利的股份予陳森田先生。趙國孝先生獲偉利授權與北侖區根據中國法例成立合作經營企業寧波乾隆，以開發及分銷軟件及資訊相關業務。根據北侖區與趙國孝先生於一九九三年一月六日就寧波乾隆訂立的合作經營協議，趙國孝先生擁有寧波乾隆90.91%權益，並有權享有及承受寧波乾隆所有溢利、虧損、權利及債務。北侖區所取得的回報為有權向寧波乾隆收取每年人民幣25,000元的固定金額。該合作經營企業的初步年期為10年，並可於趙國孝先生與北侖區雙方同意下，於初步年期屆滿前180日向批核機關提交延期申請後重續。

一九九四年六月，偉利授權楊慶壽先生及余世筆先生(直至目前為止仍屬偉利股東)成立上海乾隆。一九九四年九月，上海乾隆由楊慶壽先生及余世筆先生成立，並為外商獨資企業，以於中國開發及分銷證券分析軟件及資訊有關產品。上海乾隆初步年期為20年，年期可獲延長，惟須於初步年期屆滿前180日向授權機關申請延期，並須待上海乾隆董事會的批准。

一九九八年六月，偉利自北侖區收購寧波乾隆餘下9.09%權益，現金代價為人民幣250,000元，據此，寧波乾隆的地位由合作經營企業轉為外商獨資企業。

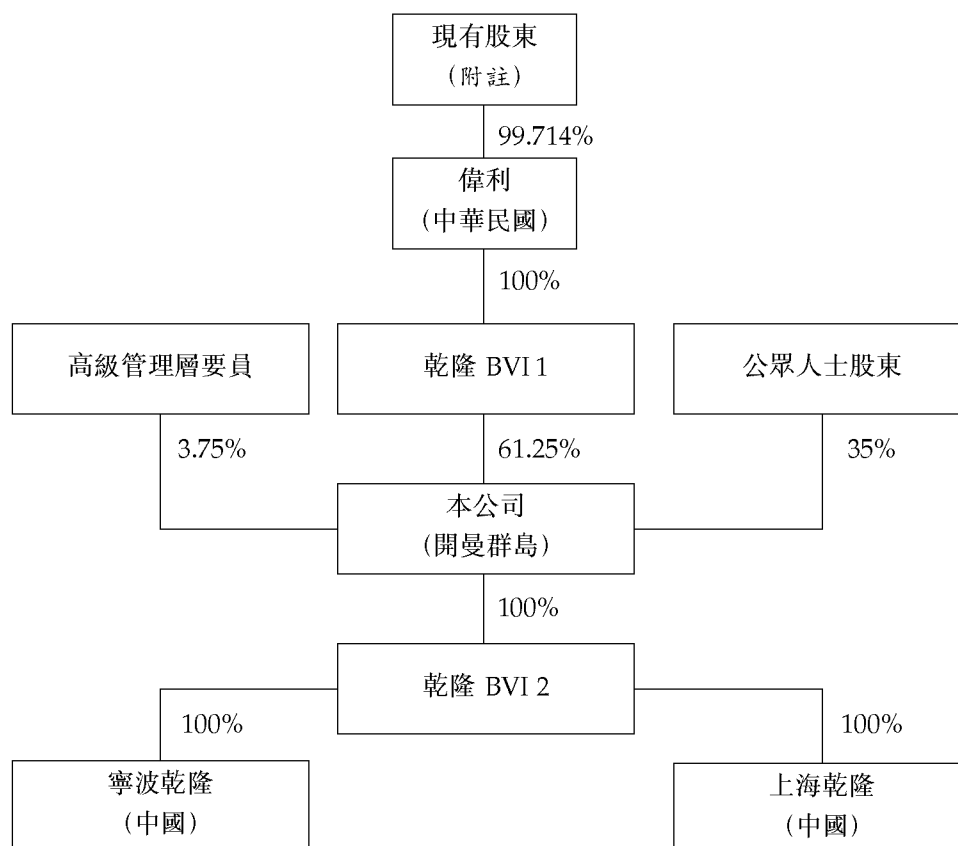
一九九八年五月，本公司於開曼群島註冊成立。作為本集團重組的一部分，本公司已作出安排，轉讓其於上海乾隆及寧波乾隆的所有偉利股份予乾隆BVI 2(於一九九八年三月在英屬處女群島成立為偉利的全資附屬公司)。據此，本公司為準備股份於聯交所創業板上市所作出的重組安排：

- (i) 偉利、乾隆BVI 1、乾隆BVI 2、現有股東及高級管理層要員於一九九九年九月二十日訂立重組契據(「重組契據」)，據此，偉利轉讓其於乾隆BVI 2所有股份予乾隆BVI 1及高級管理層要員，代價為各現有股東轉讓彼於乾隆BVI 1的股份予偉利；及
- (ii) 乾隆BVI 1、高級管理層要員及本公司於一九九九年十二月二日訂立買賣協議(「買賣協議」)，據此，乾隆BVI 1及高級管理層要員轉讓彼等於乾隆BVI 2所有股份予本公司，代價為本公司發行股份予乾隆BVI 1及高級管理層要員。

經營業務資料

本集團架構

下圖為本集團於緊隨發售及資本化發行完成後的架構（假設超額配股權未獲行使）：



附註：

偉利現有股東及彼等各自於偉利的實益持股量如下：

偉利股東姓名	實益持股量 百分比
陳森田先生	32.858
范平尹先生	19.857
楊慶壽先生	19.857
余世筆先生	12.142
陳銘傳先生	15
柯秀芬女士	0.143
賴英敏女士	0.143
	<u>100.00</u>

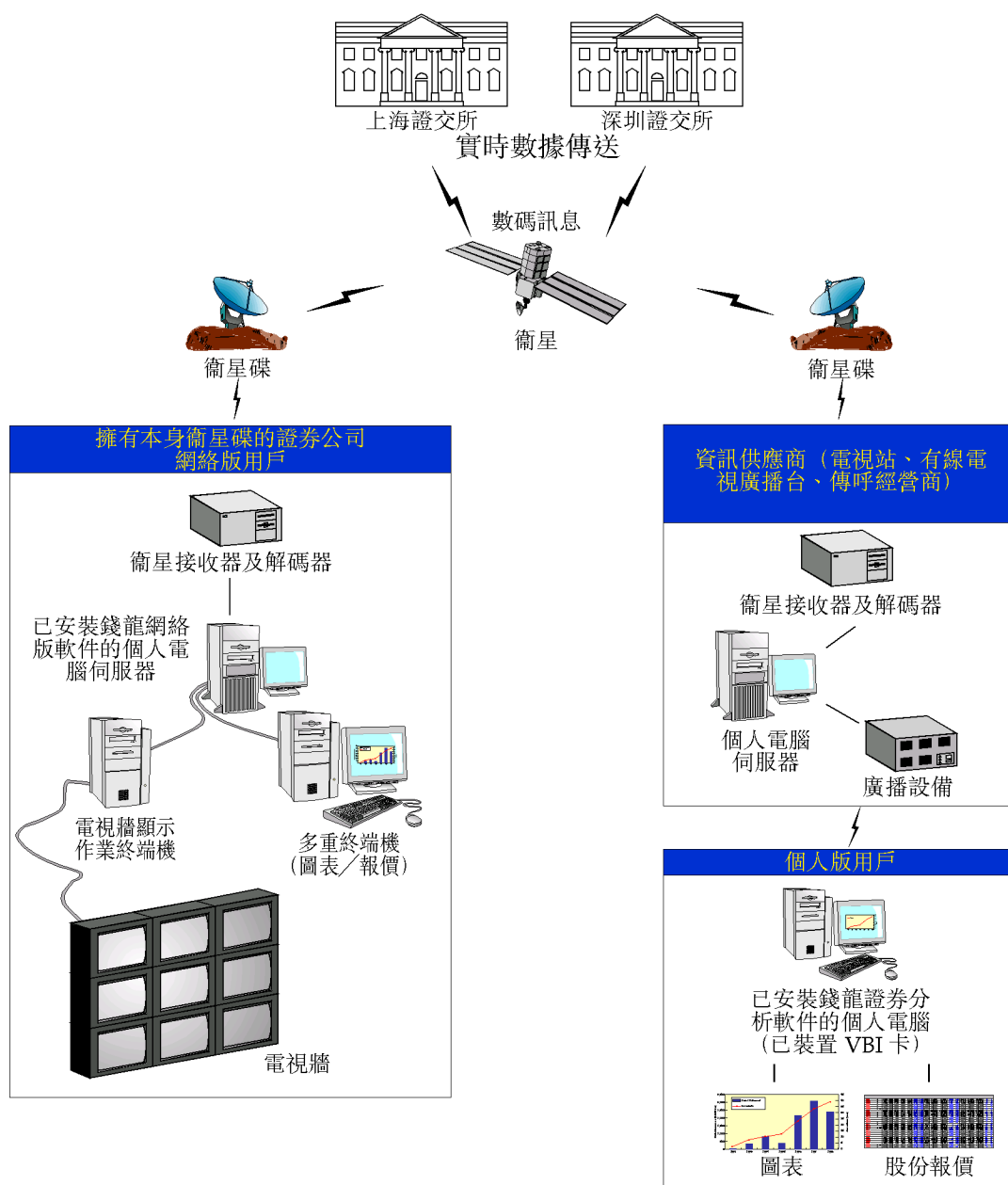
本集團業務

本集團目前透過全國銷售代理網絡以 ~~成務~~ 及钱龙註冊商標開發、生產及分銷一系列證券分析軟件予目前主要市場中國的最終用戶。該等軟件產品向機構（包括證券公司）及個人投資者提供分析解決方案，此為藉自深圳證交所及上海證交所傳送的股份數據組織及分析

為各類表格顯示形式及圖表，以讓最終用戶按彼等本身的特定用途使用資料。作為數碼資訊計算解決方案供應商，本集團認為藉向投資者以軟件方式提供已分析股份資料為開展公眾投資者市場的適當方針。

本集團提供網絡版及個人版的軟件。網絡版及個人版均可再細分為實時組件及分析組件。實時組件彙集深圳證交所及上海證交所的實時股份數據為表格形式及圖表。分析軟件分析過往市場數據，並彙集為分析工具如技術分析圖表及指引。然而，本集團軟件產品的最終用戶於使用本集團產品作為分析工具前，必須向若干資訊賣方認購提供的股票數據。

下圖闡述本集團產品的傳送及收集數據，以及其使用的簡化程序：



經營業務資料

本集團於一九九三年在中國以 **錢龍** 及錢龍商標推出首個實時證券分析軟件，隨後於一九九七年在中國將 **錢龍** 及錢龍商標註冊。首個版本為網絡版，可支援多重終端機。首個網絡版的最終用戶為中國的證券公司。一九九六年，本集團為個人投資者推出證券分析軟件首個個人版天生贏家，並可安裝於個人電腦內。

銷售及市場推廣

截至一九九七年十二月三十一日止年度

一九九七年以前，本集團一直專注於其證券分析軟件網絡版的銷售及市場推廣，直至一九九六年十月本集團推出首個個人版天生贏家。

於一九九七年間，本集團網絡版及天生贏家的銷售情況達致持續增長，主要由於本集團致力拓展其銷售網絡，以利用證券市場的看好氣氛。於一九九七年，本集團聘用合共五名額外銷售代理，該五名代理策略性分佈於北京、天津及上海，以推廣及分銷網絡版及天生贏家。於一九九七年十二月三十一日，合共有13名銷售代理分銷網絡版及31名銷售代理分銷天生贏家。此外，為使網絡版及天生贏家的功能標準化及加強其競爭能力，本集團推出網絡版兩個升級版3.02版及3.03版，以及天生贏家一個升級版，以適應於上海證交所及深圳證交所不斷增加的證券買賣，及加強分析性能，以為投資者提供多元化的分析工具作出投資決策。見本節「產品開發」分節。此外，本集團於一九九七年開始其首個市場研究，以改善其現有產品及開發新產品。此促成網絡版及天生贏家的其他升級版於一九九八年之面世。

下列數字說明截至一九九七年十二月三十一日止兩個財政年度本集團網絡版及個人版的銷售增長及保養服務：

	截至十二月三十一日		
	止年度		
	一九九六年	一九九七年	增長率
	人民幣千元	人民幣千元	(%)
網絡版	11,835	16,161	+36.6
個人版	12,295	25,752	+109.5
保養服務費	14,853	19,457	+31.0
合計	38,983	61,370	+57.4
	截至十二月三十一日		
	止年度		
	一九九六年	一九九七年	增長率
	已售數量(套)		(%)
網絡版	355	590	+66.2
個人版	15,044	47,523	+215.9
合計	15,399	48,113	+212.4