
業 務

概覽

我們的使命

致力於創新技術，賦能全球夥伴價值共生。

我們的願景

成為全球精密光學領域最值得信賴的夢想同行者。

我們是誰

我們是一家全球領先的精密光學解決方案提供商，專注於面向全球消費電子、汽車電子、智慧辦公應用以及智能機器人、XR智能終端、智能眼鏡等其他新興領域的中高端光學模組及系統集成市場。根據弗若斯特沙利文的資料，我們是全球頭部中高端品牌智能手機廠商的主力供應商，亦是在攝像頭模組領域全球唯一一家能同時服務兩大智能手機系統生態的精密光學解決方案提供商。我們具備深厚的光學設計、圖像算法、微型封裝與其他創新領域能力，創新性地研發及量產了全球第一款智能手機三攝攝像頭模組及「一鏡雙目」雙焦段切換式長焦模組，深度參與全球品牌廠商高端光學模組的創新與迭代，持續推動精密光學解決方案產業向前發展。

我們的產品廣泛應用於各類智慧工作與生活場景，例如：根據弗若斯特沙利文的資料，以2024年出貨量計，全球每六台筆記本電腦中就有一台搭載了我們的攝像頭模組。截至最後實際可行日期，我們向全球超過320家客戶供應產品，覆蓋消費電子、汽車電子、智慧辦公應用及其他新興領域等多個細分行業的主流品牌廠商。

業 務

根據弗若斯特沙利文的資料，按2024年收入計，我們在消費電子攝像頭模組領域排名全球廠商中第二，中國廠商中第一。其中，我們在中高端智能手機攝像頭模組領域排名全球廠商中第二，中國廠商中第一，並在筆記本電腦與平板電腦攝像頭模組領域排名全球廠商中第一。

憑藉在消費電子領域所積累的深厚技術知識及產品理解能力，並擁有強大且全面的精密智造平台，包含產品的設計落地、精密製造交付、垂直整合及品質管控等核心能力，我們深度契合客戶之所需，並相信我們能夠以「Model Partner」的角色深度賦能全球各領域頂尖的品牌客戶。由理解至滿足客戶需求入手，最大程度發揮產品性能，縮短產品落地時間，協助客戶贏取消費者信任；至樹立供應鏈典範，提升產業水平，解決行業差異存在；到判斷新產品發展型態，定義新產品發展路徑，打破已有固定製程及流程，顛覆創新市場認知。我們致力為長期合作夥伴、新夥伴、經典產品與新創作創造全面價值。作為全球領先的精密光學解決方案提供商，我們立志加快創新步伐，將未來技術猶如以衝線般的速度推出市場。

業 務

下表為我們的業務亮點：

<h3>開創貢獻</h3> <p>全球首家5倍⁽¹⁾</p> <p>成功研發和量產智能手機三攝攝像頭模組、5倍潛望長焦</p> <p>全球首家10倍⁽¹⁾</p> <p>運用多次折射潛望式鏡頭模組，實現超長後焦距10倍光學變焦</p> <p>全球首家一鏡雙目⁽¹⁾</p> <p>單傳感器切換雙潛望焦段架構，實現「一鏡雙目」</p>	<h3>行業領導地位⁽²⁾</h3> <p>No. 1</p> <p>中國消費電子攝像頭模組領域及三大細分領域⁽³⁾</p> <p>No. 2</p> <p>全球消費電子攝像頭模組領域、全球中高端智能手機攝像頭模組領域</p> <p>No. 1</p> <p>全球筆記本電腦、平板電腦攝像頭模組領域</p>	<h3>一線客戶覆蓋⁽⁴⁾</h3> <p>320+家</p> <p>全球客戶</p> <p>5家佔3家</p> <p>全球前五大中高端智能手機品牌廠商覆蓋⁽⁵⁾</p> <p>全球唯一</p> <p>在攝像頭模組領域同時服務兩大智能手機系統生態的精密光學解決方案提供商</p>
<h3>精密智造</h3> <p>90%+⁽⁶⁾</p> <p>組件產線自動化率</p> <p>0.01毫米</p> <p>生產具有10倍光學變焦功能的精密攝像頭模組，幾乎是一般機械組裝精度的極限</p> <p>國家CNAS認證實驗室⁽⁷⁾</p> <p>測試能力涵蓋七個領域，可進行超過150項可靠性測試</p>	<h3>科技創新與研發開支</h3> <p>人民幣25億元</p> <p>2022–2024年累計研發開支</p> <p>33.0%</p> <p>2022–2024年研發開支CAGR</p> <p>230+⁽⁶⁾</p> <p>多國發明專利覆蓋光學影像、圖像處理等多個領域</p>	<h3>財務表現</h3> <p>人民幣279億元</p> <p>2024年度營業收入</p> <p>47.9%</p> <p>2022–2024年度收入CAGR</p> <p>23.5%</p> <p>2022–2024年度淨利潤CAGR</p>

業 務

附註：

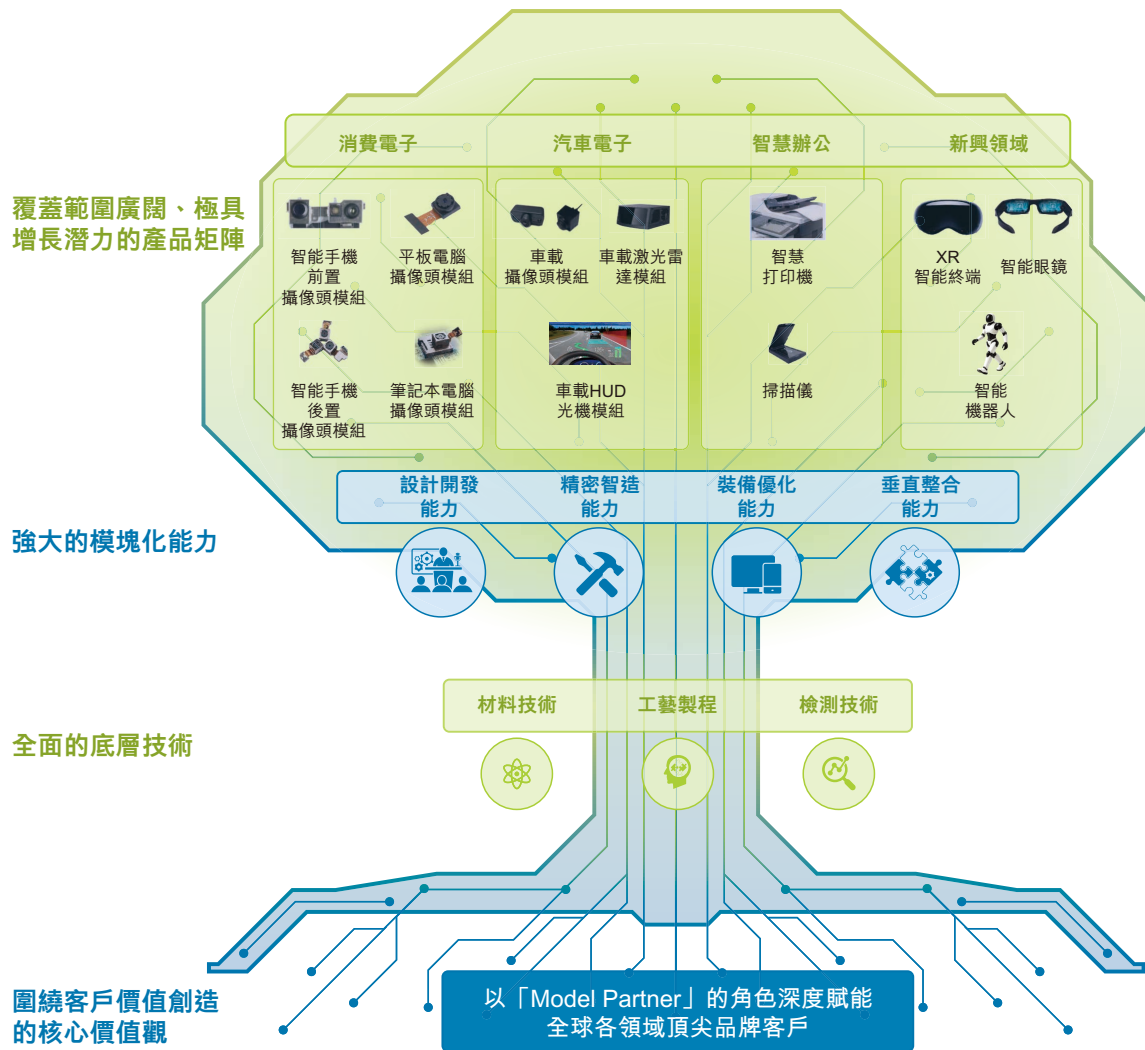
- (1) 根據弗若斯特沙利文的資料。
- (2) 按2024年收入計及根據弗若斯特沙利文的資料。
- (3) 三大細分領域指中高端智能手機攝像頭模組領域、平板電腦攝像頭模組領域及筆記本電腦攝像頭模組領域。
- (4) 於往績紀錄期間及直至最後實際可行日期，以及根據弗若斯特沙利文的資料。
- (5) 以2024年出貨量計。
- (6) 截至2025年6月30日。
- (7) CNAS指中國合格評定國家認可委員會。

通過內生自主研發和組織增長、結合外延併購及戰略合作，我們不斷拓展產品矩陣和應用場景，從單一品類和單一場景的廠商迅速發展為多品類和多場景的跨領域精密光學解決方案提供商。我們與全球領先的消費電子及汽車電子品牌建立了長期的戰略合作夥伴關係，於前期產品設計階段便深度參與到客戶產品的研發和試產。同時，我們主動佈局市場規模廣闊且極具增長潛力的應用場景，橫向延伸至智能機器人、XR智能終端、智能眼鏡、新型顯示、智慧家居及新型工業等多元化場景，新興領域業務多點開花。

業務

我們的業務

我們的產品主要覆蓋消費電子、汽車電子、智慧辦公應用與新興領域及其他等。下表說明我們跨領域的全方位產品矩陣及我們在核心能力、底層技術等方面的優勢。



消費電子

我們為智能手機、平板電腦、筆記本電腦及其他消費電子產品提供光學模組產品。我們的定製化解決方案包括主攝大光圈模組、可變光圈鏡頭模組、大靶面／大光圈／支持微距的長焦定焦模組、多倍率長焦變焦系統、超廣角鏡頭模組等。

業 務

汽車電子

我們圍繞智能駕駛及智能座艙研發及生產多樣化的自動駕駛輔助攝像頭模組、激光雷達模組，同時也致力為客戶提供抬頭顯示模組及智能車燈發光模組等產品。

智慧辦公應用

我們圍繞辦公室打印機及掃描儀的光學組件進行研發、生產與銷售並提供系統集成，為全球知名品牌提供一站式高速、高解析度解決方案。我們的解決方案主要包括打印機、掃描儀、多功能數碼複合一體機等核心光學部件以及系統集成。

新興領域及其他

我們已在智能機器人、XR智能終端及智能眼鏡等多個新興領域佈局，並積極探索裸眼3D產品領域、全息投影及沉浸式顯示等領域。例如，在XR領域，我們供應覆蓋光波導、微顯示等全系列光學產品解決方案，為客戶提供光學部件到系統集成跨越整個價值鏈的一站式服務。在智能機器人領域，我們與人形機器人公司合作，供應核心光學感知模組及系統集成。

我們的精密智造平台

我們通過多年的研發創新和行業經驗積累，搭建了獨特的精密智造平台。根據弗若斯特沙利文的資料，我們的精密智造平台在數字化、自動化、柔性化方面處於行業領先地位。我們的平台以底層基礎技術為底座，形成了可廣泛運用至多產品、多場景的模塊化能力，構建了我們業務的競爭壁壘。

我們平台的基礎技術包括材料技術、製造流程和測試技術。憑藉領先業界的材料研究能力，我們能夠提供客製化、具成本效益的材料解決方案為有關產品帶來優勢。憑藉廣泛的產業經驗和深厚的專業知識，我們累積了各種工藝製程和專有技術，創新

業 務

性應對行業挑戰並不斷解決行業問題，顯著提高了製造效率和良率。我們擁有全面的檢測技術，能夠對產品進行全生產週期檢測和多場景下的兼容驗證，這使得我們能夠持續為各類應用場景生產出高度可靠的產品，同時有效避免資本性支出重複投入。

基於全面的底層基礎技術，我們精密智造平台擁有四大模塊化能力，即設計開發能力、精密智造能力、裝備優化能力和垂直整合能力。我們憑藉領先的設計開發能力和精密智造能力，為客戶提供全方位一站式的解決方案。基於對客戶需求、產品與製造製程性質的深刻理解，我們以產品落地為導向，同時進行設計產品與製程開發，協助客戶的產品從實驗室順利走向量產。我們深知差異化產品的落地離不開與之匹配的工藝及裝備，我們能夠自主對現有裝備進行改造與升級，與產品設計與工藝開發協同推進，我們不斷將前沿技術注入裝備，通過裝備自動化升級構築效率和成本優勢。我們具備組織及垂直整合能力，源自於我們獨特的企業文化、成熟且領先的運營管理模式、可複用的底層基礎技術與實踐行業經驗。

我們的市場機遇

隨著數字化、智慧工作和生活及AI應用浪潮湧現，我們深信作為該等領域的關鍵解決方案供應商，正迎來龐大的市場機遇。

消費電子

伴隨光學技術及AI技術持續突破、芯片製程不斷提升以及3D成像、ToF深度感知、人臉識別、AI視覺優化等新功能加速普及，智能手機、多媒體平板、筆記本電腦等智能設備將具備更多元化的功能，並趨於更智能化及輕薄化。該等智能設備須在更小的空間內搭載具有更強大功能、更高像素的光學模組部件來實現日益複雜的影像與人機交互需求，模組具關鍵價值。AI技術的融入不僅推動了產品功能及性能的革新，也加速了更新換代的步伐。這些趨勢帶動了對消費電子核心精密光學組件需求的持續增長。

業 務

根據弗若斯特沙利文的資料，全球消費電子精密光學解決方案市場規模於2024年約為790億美元，預期至2029年將達1,142億美元，2025年至2029年的複合年增長率為7.6%。尤其是，到2029年，應用於AI消費電子的精密光學解決方案的全球市場規模預計將超過764億美元，即2025年至2029年的複合年增長率為32.4%，展現出強勁的增長勢頭。有關詳情，請參閱「行業概覽 — 全球消費電子精密光學解決方案行業概覽 — 全球消費電子精密光學解決方案行業市場規模分析」。

汽車電子

技術創新和有利的政府政策支持一直並將繼續推動智能汽車市場快速發展。汽車的智能化亦預期將於不久的將來繼續深化。隨著對智駕需求的提升，搭載智駕系統的車型已由新能源車型擴展至傳統內燃發動機汽車。自動駕駛對光學識別的精度、穩定性及可靠性等方面提出了更高的要求。此外，智能座艙通過駕駛員監測系統與乘客監控系統的聯動構建起完整的艙內感知網絡，也集成了多媒體娛樂、人機交互與沉浸式顯示等新功能，為用戶提供了從駕駛輔助到艙內娛樂的全新座艙體驗，逐步成為智能汽車的標配。此外，汽車電子精密光學解決方案對改善汽車安全至關重要。受愈益嚴格的汽車安全規定所推動，該等精密光學解決方案已加快發展。紅外夜視、頭部辨識及行為追蹤等功能，需要精度高、可靠性高且可整合多種功能的光學解決方案，以實現疲勞偵測、兒童遺留警示及關鍵安全情境監控。與此同時，ADAS技術的持續改進正推動車內與外部感知能力的融合。智能座艙的安全性與交互需求要求同步提升二者，促使精密光學模組朝更高精度與更強環境適應性發展。汽車智能化將成為繼智能手機後另一個的重要動力，推動光學解決方案市場需求的不斷提升。

根據弗若斯特沙利文的資料，全球汽車電子精密光學解決方案市場規模於2024年約為400億美元，預期至2029年將達768億美元，2025年至2029年的複合年增長率為13.9%。有關詳情，請參閱「行業概覽 — 全球汽車電子精密光學解決方案行業概覽 — 全球汽車電子精密光學解決方案行業市場規模分析」。

業 務

智慧辦公應用

傳統辦公設備市場歷經多年發展已形成相對成熟的格局，但也面臨創新瓶頸。隨著人工智能與傳統打印及掃描技術的深度融合，全球辦公設備市場正經歷一場智能化革命。新型智能化設備憑藉便捷的無線連接方式以及多種智能化功能，如語音控制、光學文字辨識、自動優化打印、雲端打印等，打破傳統打印機功能單一、操作複雜的局限，滿足多樣化辦公需求，預計將迎來持續增長。此外，會議設備借助AI技術以及多攝像頭協同工作，逐漸實現自動取景、發言人特寫等智能會議功能的普及，對攝像頭模組的解析度、變焦系統等提出更高要求，推動中高端攝像頭模組在會議設備的增長和普及。

根據弗若斯特沙利文的資料，全球智慧辦公精密光學設備市場(尤其是智慧打印機及掃描儀市場)規模於2024年約為164億美元，預期至2029年將達約243億美元，2025年至2029年的複合年增長率為8.2%。有關詳情，請參閱「行業概覽 — 全球智慧辦公精密光學設備行業概覽 — 全球智慧打印機及掃描儀行業市場規模分析」。

新興領域及其他

隨著驚人的技術進步，消費者對智能化生活需求不斷提升。智能機器人、XR智能終端、智能眼鏡、裸眼3D產品、全息投影及沉浸式顯示等新興市場有望在不久的將來實現顯著增長。目前，機械視覺與多傳感融合技術發展迅猛，機器人產業正從傳統工業應用向智慧城市、醫療健康教育及培訓、智能辦公室及多樣化生活服務等多元場景擴展，市場前景廣闊。AI技術與智能機器人、XR智能終端、智能眼鏡、裸眼3D產品、全息投影及沉浸式顯示等新興硬件的融合，將驅動新應用場景的快速落地，促進跨行業創新，為智能設備、智慧城市等領域帶來更多突破。我們相信該等趨勢均為我們創造巨大的市場機遇。此外，MicroLED等下一代顯示技術在像素、亮度、壽命和功率等方面優勢明顯，也將為顯示行業帶來新一輪的技術革命和產品迭代。

業 務

根據弗若斯特沙利文的資料，全球新興領域精密光學解決方案市場規模於2024年達55億美元，預期至2029年將達145億美元，2025年至2029年的複合年增長率為21.5%。有關詳情，請參閱「行業概覽 — 全球新興領域精密光學解決方案行業概覽 — 全球新興領域精密光學解決方案行業市場規模分析」。

財務表現

得益於不斷拓寬的產品矩陣以及與客戶深化的合作關係，我們在往績紀錄期間內實現了亮眼的收入及淨利潤增長。2022年、2023年及2024年以及截至2024年及2025年6月30日止6個月，我們的收入分別為人民幣128億元、人民幣152億元、人民幣279億元、人民幣92億元及人民幣142億元。2022年至2024年，我們收入的複合年增長率達47.9%，特別是我們消費電子業務收入的複合年增長率達39.1%，汽車電子業務收入的複合年增長率激增至158.5%。2022年、2023年及2024年以及截至2024年及2025年6月30日止6個月，我們的淨利潤分別為人民幣689.0百萬元、人民幣587.7百萬元、人民幣1,051.6百萬元、人民幣275.1百萬元及人民幣553.7百萬元，2022年至2024年間的複合年增長率為23.5%。

我們的競爭優勢

我們相信以下競爭優勢能讓我們取得成功，而且在競爭對手中脫穎而出。

全球領先的精密光學解決方案提供商，多項業務位居行業前列

我們是全球領先的精密光學解決方案供應商，產品廣泛應用於消費電子、汽車電子、智慧辦公應用和新興領域及其他等。根據弗若斯特沙利文的資料，我們在多個領域中穩居行業領先地位，包括：

- 以2024年銷售額計，我們在消費電子攝像頭模組領域排名全球廠商中第二，中國廠商中第一
- 以2024年銷售額計，我們在中高端智能手機攝像頭模組領域排名全球廠商中第二，中國廠商中第一
- 以2024年銷售額計，我們分別在筆記本電腦、平板電腦攝像頭模組行業均排名全球廠商中第一

業 務

根據弗若斯特沙利文的資料，我們是在攝像頭模組領域全球唯一能同時服務兩大智能手機系統生態的精密光學解決方案提供商，亦是少數同時掌握板上芯片(「COB」)和倒裝芯片(Flip Chip)封裝技術並同時實現大規模量產的光學模組廠商之一。該等成果均展現了我們在光學解決方案領域的綜合實力與領先地位。

伴隨AI技術賦能各類智能設備，全球精密光學解決方案行業近年來正經歷技術與市場規模的增長。AI技術在智能手機上的應用推動中高端智能手機機型比例的提升，而中高端機型通常具備更高階的光學模組配置及更多的單機搭載量。AI技術亦為智能穿戴、機器人等智能設備拓展更多的應用，通過影像和感知功能的升級，賦能智能設備具備智能感知、理解、分析的功能，帶動攝像頭模組、激光雷達等光學產品的需求增長和技術升級。在技術迭代和消費者接受度提升的共同作用下，智能駕駛市場滲透率加速提升，進而推動車載光學產品需求增長。根據弗若斯特沙利文的資料，預期全球消費電子精密光學解決方案2029年市場規模將達到1,142億美元，2025年至2029年間複合年增長率為7.6%，同時全球汽車電子精密光學解決方案2029年市場規模將達到768億美元，2025年至2029年間複合年增長率為13.9%，展現出良好且持續的市場增長。我們相信，我們在精密光學解決方案行業的領先地位將使得我們從相關領域持續增長中受益。

堅持以科研創新為核心，長期專注創新研發投入

我們始終堅持將科研創新作為公司經營的核心任務，圍繞關鍵技術問題、市場需求和行業趨勢開展技術研發和產品創新。我們在基礎材料、生產設備、工藝製程、軟件算法等重要領域持續投入，與戰略客戶同研共創，並積極佈局前沿技術、相互賦能。該等努力使我們一直走在市場前端，引領全行業發展。

基礎材料與工藝創新

為深化前沿技術探索與自身創新能力，構築產品准入壁壘，我們在光學、設備結構、膠水、測試技術等關鍵技術領域設立獨立實驗室，重點支持我們持續應對技術挑戰並攻克技術難題。面對高精度主動校對(「AA」)設備依賴進口、複雜模組裝配精度不穩定

業 務

等行業難題，我們已自主研發的18軸AA高精密調整技術，突破傳統AA單組獨立調整限制，實現全空間姿態調整，實現微米級位移($\leq 0.1\mu\text{m}$)、亞角度級旋轉精度($\leq 0.003^\circ$)，大幅提高潛望式攝像頭模組裝配的校準精度和穩定性。為了解決潛望式模組鏡頭和稜鏡重量提升導致的膠裂、偏移與成像干涉問題，我們開發低收縮、高模量光學膠水材料配方，結合我們自主研發的黏接技術和封膠工藝，提升了50%的黏接強度。

與客戶共研創新產品

通過與客戶緊密合作，我們能夠持續滿足客戶對創新功能和高規格產品的需求。例如，我們與國內頭部智能手機廠商合作首發行業領先的「一鏡雙目」影像方案，通過單傳感器實現雙焦段光學變焦；為滿足全球智能手機市場後攝長焦模組持續迭代的需求，我們憑藉光學與數字變焦技術的優勢，與戰略客戶合作研發具備卓越成像性能的攝像頭模組，在業內率先發佈了5倍、10倍長焦攝像頭模組；針對筆記本電腦頭部廠商對高端攝像頭模組薄度的要求，我們開發特殊封裝，為筆電廠商提供更薄更窄的光學模組。

新興領域前瞻性佈局

我們不斷探索新興領域的發展新方向，針對機器人、XR智能終端、裸眼3D產品及MicroLED光源等領域進行了前沿性的技術佈局，開發出適用於新興領域的高精度、高性能產品。我們與全球頭部智能手機廠商合作開發適用於XR平台的光學模塊，與頂尖的圖像傳感器廠商共同開發應用於機器人的傳感器。我們亦正開發用於裸眼3D產品的精密光學解決方案，透過4K無損解析度、高刷新率、無縫2D/3D轉換及混合現實等主流功能豐富用戶體驗。截至最後實際可行日期，我們已小批量生產用於裸眼3D產品的顯示模組。此外，我們繼續投資於開發MicroLED技術開發，包括緊湊型高亮度MicroLED

業 務

微顯示芯片，廣泛應用於AR/VR、智能穿戴及汽車顯示。截至最後實際可行日期，用於MicroLED光源的高精度感知模組的生產線已開始營運。我們在研發和創新方面的領先源於我們在該等領域持續的投入。

在往績紀錄期間，我們的研發開支累計達人民幣32億元，2022年至2024年研發開支的複合年增長率達到33.0%。截至2025年6月30日，我們擁有2,331名專業研發人員，在全球擁有超過230項發明專利，涵蓋光學影像及影像處理等領域。

業內領先的智能化製造體系，構築產品競爭力

我們打造了一套數據驅動，具備數字化、自動化、柔性化生產能力的精密智造平台，為我們多領域業務持續發展構建了一個高度協同、開放兼容的智能化生產體系。

數字化

借助人工智能、大數據分析等新興技術優勢，我們在精密光學模塊的設計與製造流程中實現了行業領先的管理與生產效率。我們的資料平台即服務數據中台已集成生產生命週期管理、生產執行系統、設備管理系統等多個子系統，並對各子系統數據進行統一管理，消除研發、生產、運營等重要環節之間的數據孤島，打造了一個全流程一體化的數據中台底座。借助數據中台能力和數字孿生技術，我們將產品拆分為功能模塊，並通過仿真工具測試不同模塊組合的兼容性，減少物理試錯成本。我們能夠對各工序的數據信息進行實時採集和共享，動態調整產線，實現高效、靈活的多線生產。我們的數字化生產設施每天交互數據超過400,000筆並採集超過60TB的檢查照片，借助數字化系統強大的計算能力和雲存儲能力，對產線進行嚴苛的、可追溯的全流程質量管控及快速的問題響應。

自動化

我們積極開展自動化建設。相較於傳統生產模式，我們通過持續的自動化升級實現生產效率大幅提升，產品良率得到明顯提高，生產成本顯著下降。我們積極推進智慧工廠2.0升級，在「算法+數據」驅動的基礎上，進一步深度融合物聯網技術，導入自主

業 務

研發和組裝的自動化設備，打造了中國業內首創的稜鏡、VA及鐵殼組裝全自動線、全自動機械手測試線等。截至2025年6月30日，我們的智能手機攝像頭模組、自動駕駛輔助攝像頭模組生產線整體自動化覆蓋率普遍超過90%，與手動生產線相比勞工成本明顯減少。

柔性化

我們的柔性化設計能夠快速並符合成本效益地切換產線，大幅提高生產設備利用率，以適應不同客戶及不同時期的需求變化。我們的生產線採用標準化機台架設，從工業機台和機械臂等均採用統一標準，能夠以低成本實現產線的快速切換。該安排解決了傳統專用產線設備複用率低、切換時間長等痛點，快速響應擴產需求以及新產品開發需求。

與世界一流客戶長期穩定合作，持續把握行業發展先機

我們一直是眾多全球領先智能設備廠商的合作夥伴，並與他們建立了長期穩定的合作關係。根據弗若斯特沙利文的資料，於往績紀錄期間，全球第一大智能手機品牌以及國內第一大智能手機品牌、全球前五大筆記本電腦品牌中的四名均是我們的客戶。

根據弗若斯特沙利文的資料，頭部品牌廠商一般對光學模組供應商的質量控制、供應商響應速度、服務質量、製程工藝有著嚴格要求，一般有嚴格且週期較長的供貨商認證過程。新晉供應商往往缺乏前期的技術和生產經驗積累，在技術成熟度、價格、質量控制或者服務能力方面不具備優勢，替代現有供應商的難度較大。

我們通過頭部智能設備廠商嚴苛的供應商認證，參與其新品預研以及驗證程序，並為其量身打造覆蓋產品設計、開發、量產、測試、質量控制、成本控制等一站式落地解決方案，形成了高准入壁壘。與頭部智能設備廠商維持的長期穩定合作關係是對我們深厚技術知識、精密智造能力、尖端研發實力及高效生產組織的有利證明。例如，

業 務

我們與全球第一大智能手機廠商在前攝模組合作中展現出過硬的精密智造與研發實力，往績紀錄期間成功切入其後攝模組供應鏈，實現戰略性突破。該等合作為我們奠定了發展機遇及增長潛力，鞏固了我們在精密光學解決方案行業的領先地位。

遠見卓識的管理團隊，優秀進取的企業文化

公司董事長王來春女士是一位具備戰略遠見、銳意創新的傑出企業家，引領我們在全球精密光學解決方案行業中脫穎而出。憑藉逾30年全面實踐積累的豐富行業洞察力，王女士為集團的產業佈局和業務發展做出關鍵的戰略導向，對我們的發展與成功發揮了舉足輕重的核心作用。我們從2018年至今先後收購了光寶集團的相機模組業務、高偉、光寶集團的影像事業部（「IMG」）、Konica Minolta, Inc.的上海生產工廠，並與速騰聚創合資成立立騰，鞏固我們原有業務領域的領先優勢，並在新行業領域迅速打造強勁競爭力。

我們總經理孟岩先生是一位富有遠見且經驗豐富的行業資深專家和領導者。孟先生深耕消費電子行業，積累了豐富的企業經營及管理經驗，並憑藉其前瞻的戰略眼光與卓越的領導力，引領集團持續穩健發展，不斷在新興領域孵化新業務。公司管理團隊憑藉豐富的管理經驗、敏銳的市場洞察力和親力親為的工作作風，能夠在業務戰略制定、戰術實施及團隊建設等方面發揮關鍵作用，從而推動我們實現業務的穩定與可持續增長。基於對公司文化的高度認同，我們的管理團隊多年來人員結構穩定，這使得我們能夠保持管理運營體系的高度穩定，為業務的長期繁榮奠定了重要基礎。

我們吸納了來自全球各地的管理人才和技術骨幹，擁有多元化的背景及海外經驗，具備廣闊的國際視野。由於我們奉行以「Model Partner」的角色深度賦能全球各領域頂尖的品牌客戶的核心價值觀，我們持續引進、留存及培養人才，既鞏固傳統領域優勢，又為新興業務的拓展奠定基礎。

業 務

我們的發展戰略

為實現我們的長期使命和願景，並進一步增強我們的核心競爭力，我們已制定了橫跨主要業務領域的發展策略。具體而言，我們將繼續錨定光學技術核心主軸，堅持研發創新驅動，豐富產品與業務生態以及以智能化賦能落地交付。我們將努力把握市場契機，向成為全球精密光學領域最值得信賴的夢想同行者的願景穩步邁進。

堅持研發創新，鞏固技術領先優勢，引領精密光學解決方案行業發展

我們將堅持以技術創新為核心驅動力，通過堅持不懈的技術創新，長期保持對行業的引領能力，為全球客戶與消費者持續創造更為極致的視覺與影像體驗。

我們將通過在：(i)先進工藝製程，如AA高精密調整技術、移印技術、仿真與數字孿生技術等在生產流程中的迭代與應用；(ii)關鍵基礎材料的化學配方升級；(iii)自動化生產與測試設備的自主研發與調試；及(iv)自主開發包括鏡頭在內的等核心上游元件等關鍵技術領域加大研發投入與人才儲備力度。通過持續創新，我們將掌握更具前瞻性與高附加值的技術儲備，更好地提升我們的產品性能。此外，我們致力於不斷豐富產品功能，加速產品微型化進程，從而推動攝像頭模組產業的長遠發展。

同時，我們計劃對包括智能機器人、XR智能終端、智能眼鏡、裸眼3D產品、全息投影及沉浸式顯示等新興行業的技術進行研發投入，為我們的長期技術競爭力打下堅實根基。

豐富核心產品矩陣及各維度拓展戰略新興業務，構築多元增長極

在精密光學解決方案行業，我們堅守中高端定位目標，憑藉對市場趨勢的精準洞察及與全球龍頭客戶的緊密協作拓展產品矩陣邊界。未來，我們將繼續著眼於長遠價值與客戶需求，結合AI等新興技術浪潮，拓展我們的核心產品矩陣。我們將向包括但

業 務

不限於連續變焦、可變光圈、玻塑混合鏡頭以及各類潛在的全新形態影像方案等領域迭代升級。基於持續進階並豐富的產品矩陣，我們能夠全面、深入響應核心客戶需求，並進一步拓展潛在客戶業務覆蓋。

此外，我們將把消費電子等領域的豐厚技術儲備與專業知識複用至新興領域，持續拓展包括但不限於智能機器人高精度模塊、薄型化光波導、裸眼3D產品、MicroLED光源、XR微顯示光機等新興產品線，構建多元增長前景。

推進智能化變革及提升精益高效生產能力，優化產能佈局

我們將持續推動公司產線與生產管理系統的數字化、自動化、柔性化升級，優化「生產—管理—決策」全價值鏈，進一步鞏固良率優勢，全面響應客戶持續提升的交付與品質需求。

我們將引入或升級更為高效及適配的自動化生產與檢測設備，迭代自主開發的智能製造系統，並融合自主訓練的AI模型、預測性AI推理模型等軟件算法，進一步構建行業領先的精密智造平台。我們預期此舉可持續改善我們的產品質量並優化成本效益，實現生產能力的全面進階。

我們將繼續結合市場需求審慎進行全球產能佈局。對於本土產能，我們計劃以更為先進的產線逐步更新既有產線。對於海外產能，我們已完成越南生產設施的初步建設。透過此舉，我們預期可加強我們的生產能力，以更好地適應客戶在全球佈局下的多樣化需求。

業 務

積極把握投資併購契機，鞏固垂直整合優勢，積蓄增長動能

自成立以來，我們憑藉精準的投資併購決策與高效的投後整合，成功構建起覆蓋行業價值鏈上下游、客戶多元、產品豐富且技術領先的精密光學解決方案平台。

未來，我們將持續聚焦上游核心元件以及發展前景廣闊的橫向併購整合機會。我們相信此舉將進一步鞏固價值鏈整合優勢，優化成本效益，並拓展客戶服務的廣度與深度。我們計劃通過輸出深厚的技術儲備與豐富行業經驗為成功併購標的賦能，成倍放大協同效應，共創價值、共享成長。

同時，我們將主動關注新興技術領域的戰略投資機遇，利用我們強大的工程化落地能力。我們藉此將與投資標的達成互利共贏，促進長期共同發展。

我們的業務模式

我們秉持靈活的商業模式，確保能快速回應客戶需求。透過跨部門協作、全流程可視化及風險預先管理，我們以高成本效益的方式滿足客製化需求，同時維持高品質標準。在業務流程的每個階段，我們均與客戶緊密合作，全程提供專業技術支援與寶貴的產業見解。

我們主要透過以下步驟開展業務：

- **需求分析：**憑藉豐富的經驗與技術專業知識，我們主動識別客戶產業中的痛點與挑戰。透過分析技術發展趨勢與市場動態，並結合客戶的技術基礎與成長策略，我們針對市場需求與產品方向提供專業建議。
- **提供解決方案：**為滿足客戶的特定需求，我們的研發團隊與客戶緊密合作，共同推動產品創新並敲定技術規格。我們有時會運用技術專業知識，主動向客戶建議可應用的尖端技術，並在確保產品可製造性的同時協助客戶優化產品設計。

業 務

- **研發及設計驗證：**我們的研發中心引領材料與製程的研發突破。我們在測試實驗室中製作原型，並進行嚴謹的可靠性測試與認證驗證，以持續優化產品。透過這些工作，我們得以提供可靠、具成本效益且易於量產的產品。
- **生產及交付：**我們的智能生產系統能快速響應並靈活滿足客製化需求。透過製造執行系統實現的即時製程優化可以確保從原型開發到新產品導入及量產的無縫銜接，從而逐步提升產能。生產儀表板可以提供透明化管理，在達成效率目標的同時確保準時交付。每項產品的客製化生產流程皆經精密追蹤，實時更新的信息平台可以提供端到端可視性，使我們能滿足客戶對生產與交付的期望。
- **售後服務：**量產後，我們提供專責售後服務及全方位支援框架，確保提供良好客戶體驗與長期滿足。

我們的產品及解決方案

我們為遍及消費電子、汽車電子、智慧辦公應用及其他新興領域的全球智能設備製造商客戶提供跨領域、定製化的精密光學解決方案，涵蓋實現關鍵光學功能的攝像頭模組、光學元件及系統集成。透過持續的技術創新，我們致力於為全球智能設備客戶提供卓越的視覺和影像體驗。

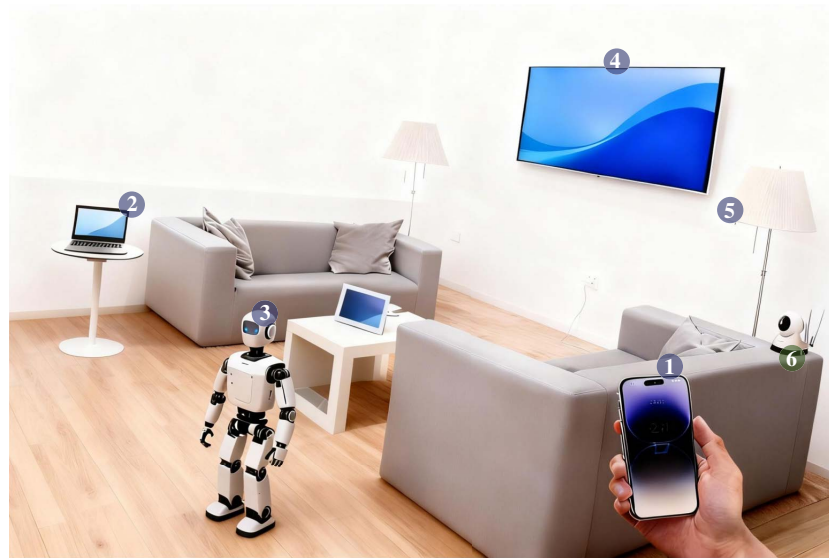
消費電子

消費電子產品是我們的基石，據此，我們能提供多樣化的解決方案，並逐步擴大我們的產品矩陣。憑藉多年深入消費電子領域的經驗，我們已開發出成熟的精密光學解決方案，應用於智能手機、平板電腦及筆記本電腦，以提升消費者的視覺感知體驗。我們為消費電子客戶提供的主要產品為高精度攝像頭模組，包括主機大光圈模組、可變光圈鏡頭模組、大靶面／大光圈／微距長焦定焦模組、多倍放大長焦變焦系統以及超廣角鏡頭模組等。這些解決方案可讓智能設備實現包括精確影像擷取、3D環境感測及互動顯示效果等功能。攝像頭模組是一個緊湊一體化的裝置，由影像傳感器、光學元件及處理單元組成，能捕捉光線生成數字影像與影片。其體積小巧，需經精密組裝

業 務

流程。相較於平板電腦和筆記本電腦，智能手機通常配備更高解析度、可變焦的攝像頭，通常有多個攝像頭模組。憑藉多年研發與生產專業知識，我們成功贏得消費電子領域的全球領先品牌商作為客戶，並與他們建立了長遠的戰略合作關係。

下圖說明我們的主要消費電子產品及解決方案的應用場景：



1



手機攝像頭模組

2



平板電腦及筆記本
電腦攝像頭模組

3



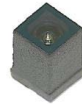
RGB／單色及
深度攝像頭模組
(iToF、dToF及立體)

4



3D 紅外線攝像頭模組

5



微型攝像頭模組

6



遠距及廣角PTZ攝像頭*

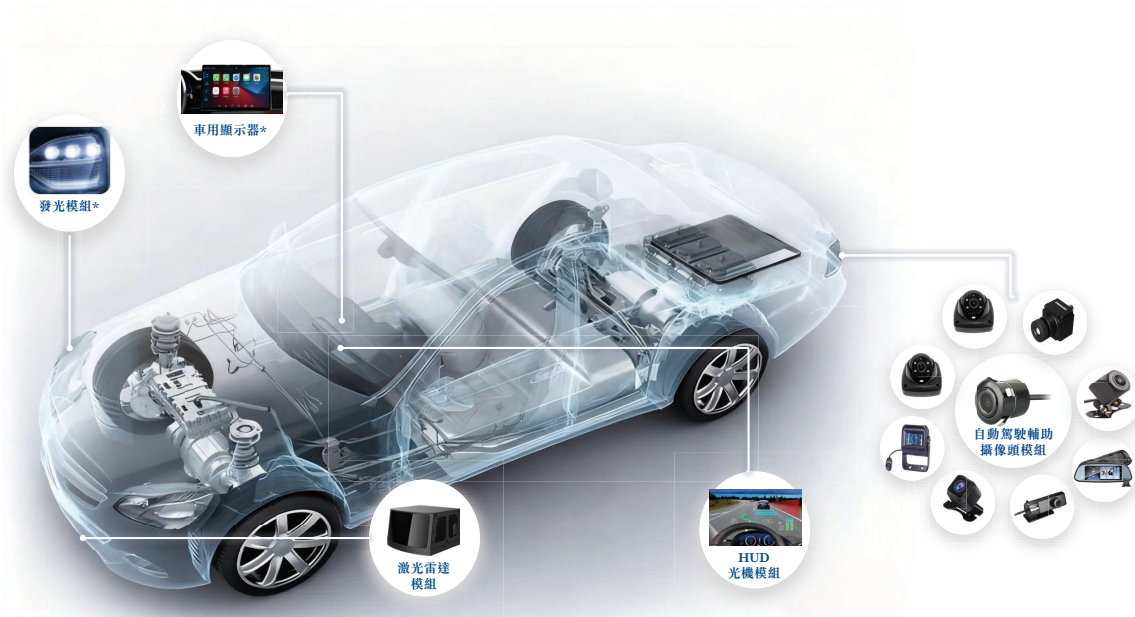
* 我們正就有關應用場景開發我們的產品和解決方案。

業 務

汽車電子

隨著智能駕駛汽車的普及，我們已進軍汽車電子領域，為駕駛者提供更精準、更安全、更便捷的駕駛體驗。我們的主要產品為嵌入全球領先汽車主機廠的智能車用ADAS攝像頭模組與激光雷達模組。我們的產品採用先進傳感器與處理技術的緊湊型一體化硬件裝置，能捕捉汽車周圍的影像與影片，為智能駕駛系統提供關鍵信息，使其得以安全地感知環境並進行導航。截至最後實際可行日期，我們亦正開發汽車顯示模組與智能車發光模組，為乘客提供全方位、身歷其境的艙內娛樂體驗。

下圖說明了我們的主要汽車電子產品及解決方案的應用場景：



* 我們正就有關應用場景開發我們的產品和解決方案。

業 務

智慧辦公應用

我們旨在賦能終端用戶智能光學解決方案，為他們提供清晰影像，從而提升辦公室環境中的作業效率。我們的主要產品涵蓋提供打印機、掃描儀、多合一多功能數字打印機的系統集成及其相關元件。除此之外，我們亦提供用於視像會議系統及電話會議的攝像頭模組，擴大了我們在智慧辦公應用領域的產品及解決方案組合。

下圖說明我們的主要智慧辦公應用產品及解決方案的應用場景：



新興領域及其他

除消費電子、汽車電子及智慧辦公應用外，我們在新興領域正積極開拓全新的且具龐大增長潛力的精密光學解決方案機遇。迄今為止，我們已將業務版圖拓展至智能機器人、XR智能終端、智能眼鏡等領域並積極探索裸眼3D產品、全息投影及沉浸式顯示等領域，持續擴展我們的業務覆蓋範圍。

業 務

營運摘要

收入

我們在消費電子、汽車電子、智慧辦公應用和新興領域及其他提供精密光學解決方案的多年積累已取得良好的經營成果。於往績紀錄期間，於2022年、2023年及2024年以及截至2024年及2025年6月30日止六個月，提供精密光學解決方案所產生的收入分別為人民幣128億元、人民幣152億元、人民幣279億元、人民幣92億元及人民幣142億元。下表載列我們的收入明細詳情：

	截至12月31日止年度						複合年 增長率 ⁽¹⁾	截至6月30日止六個月			
	2022年		2023年		2024年			2024年		2025年	
	(人民幣千元)	%	(人民幣千元)	%	(人民幣千元)	%	(人民幣千元)	%	(人民幣千元)	%	
	(未經審核)										
消費電子	12,324,895	96.6	11,919,092	78.2	23,854,932	85.5	39.1	7,295,266	78.9	12,505,567	88.2
汽車電子	183,430	1.4	949,745	6.2	1,226,154	4.4	158.5	580,009	6.3	375,564	2.6
智慧辦公應用	—	—	1,800,302	11.8	1,970,628	7.1	不適用	951,749	10.3	726,904	5.1
新興領域及其他	244,467	2.0	578,423	3.8	862,752	3.0	87.9	420,360	4.5	578,380	4.1
總計	12,752,792	100.0	15,247,562	100.0	27,914,466	100.0	47.9	9,247,384	100.0	14,186,415	100.0

附註：

(1) 複合年增長率僅指2022年至2024年的增長率。

我們的收入於往績紀錄期間的重大波動的詳細分析，見「財務資料 — 綜合損益表的主要組成部分 — 收入 — 按業務線劃分的收入」。

業 務

銷量

下表載列於往績紀錄期間我們主要產品按單位數目計的銷量：

	截至12月31日止年度			複合年 增長率 ⁽¹⁾	截至6月30日止六個月	
	2022年	2023年	2024年		2024年	2025年
	(千件，百分比除外)					
消費電子	258,960	221,212	335,680	13.9%	130,571	173,947
汽車電子	755	5,082	7,756	220.6%	2,897	6,449
智慧辦公應用	—	999	939	不適用	432	373

附註：

(1) 複合年增長率僅指2022年至2024年的增長率。

於往績紀錄期間，我們的消費電子產品及汽車電子產品的銷量整體上處於穩步增長的軌道，原因是我們拓展業務線及全球客戶對我們產品的採納增加。於2023年，我們的消費電子產品銷量較2022年輕微下降，主要由於客戶需求下降所致。於往績紀錄期間，自2023年我們開展智慧辦公應用產品業務線後，我們的智慧辦公應用產品銷量呈整體下降趨勢，主要由於客戶需求下跌所致。於往績紀錄期間，我們的產品主要提供予消費電子行業，即我們的主要收入來源。

研發

我們將研發視為營運的基石，對攝像頭模組、光學元件及系統集成的生產流程、技術規格、特性與功能深入理解，並以此為基礎開展日常研發活動。我們深耕精密光學解決方案與產品的開發，以創新理念為指引方向。我們的研發實力使我們具備扎實的技術、一體化的精密製造平台、以科學為導向且嚴謹的研發管理系統，以及開發和升級現有及新產品與製程的能力。

我們的產品研發以市場為導向，不同的團隊緊密協作，以集體努力的方式推進。除研發部門獨立開發的核心技術外，我們理解客戶對產品的特定需求，並據此開發量身

業 務

定製的技術與方案。為向客戶提供最優質量的產品，我們將研發整合至生產活動，通過生產實踐持續升級生產流程與技術，以達到最佳成效。

於2022年、2023年及2024年以及截至2024年及2025年6月30日止六個月，我們的研發開支分別為人民幣617.9百萬元、人民幣808.3百萬元、人民幣1,092.4百萬元、人民幣541.4百萬元及人民幣689.0百萬元，代表我們在產品及技術研發方面持續作出大量投資。

核心技術

我們自主設計和開發的核心技術，源自我們多年來獨立開發設備與算法所累積的豐富經驗，讓我們獲得與多個國際頂尖品牌合作開發產品的機會。憑藉我們累積的研發經驗，我們已制定以下核心技術，並應用於我們的產品和解決方案中，形成了技術護城河。

光學模組仿真技術

我們的光學模組仿真技術研發早於2016年展開。經過多年在光學模組仿真技術的深耕，我們建立了一支專業的團隊，在結構、熱傳、電路設計仿真技術方面積累了豐富的技術訣竅。從最早的機械可靠性模擬到多元物理與熱固流體耦合，我們利用理論與電腦計算結果，達到可靠性問題的精準預測與解決。我們更進一步成功地將材料科學、結構設計、製造流程結合到大型模擬平台中，透過仿真技術將研發過程中從概念設計、材料與膠水選擇、機制設計、製造流程到可靠性測試等各階段緊密結合。這些技術使我們具備產品良率高和運營效率高等獨特的優勢。

仿真技術的價值在累積大量數據後得以展現。我們透過多年的仿真技術研發，創新地將這些技術引入光學模組的生產與製造，並建立具相當規模的數據庫，使我們能夠在設計階段評估風險，並就產品可靠性驗證提供協助。根據弗若斯特沙利文的資料，掌握這些技術使我們領先於我們競爭對手。

業 務

膠水研發

攝像頭模組對膠水的依賴性很高，因為攝像頭模組的特點是黏合精密光學零組件，主要由鏡片和馬達組成。幾微米的位移或少量的傾斜均可能對攝像頭模組造成致命的影響，進而對智能手機攝影功能的精度和效能造成不良的影響。我們對膠水的了解透徹，主要專注於結構、光學和韌體的整合。根據弗若斯特沙利文的資料，我們開創業界先河，成立了行業內第一家膠水研發實驗室，而我們認證的膠水在使用上提供保證，並獲業界高度認可。

根據弗若斯特沙利文的資料，智能手機攝像頭模組的最新發展包括更大的傳感器靶面、更多的鏡片群、升級的光圈以及更高的光學靈敏度。為達到智能手機的最佳攝影效能，攝像頭模組製造商需要配合智能手機攝像頭模組的發展趨勢，開發相應的製程技術。舉例來說，大靶面傳感器多組潛望鏡型號的稜鏡重量較傳統型號增加了610%。具體而言，大靶面1/1.28英寸傳感器使用的稜鏡約1.96克；傳統的1/3.6英寸傳感器使用稜鏡僅約為0.19克。稜鏡重量大幅增加容易發生稜鏡開裂脫落、拉膠造成稜鏡表面精度變化等高風險問題。針對這些問題，我們創新研發了超低模數膠水及皮秒雷射表面粗化接合技術，使接合強度提升50%以上，有效降低表面精度變化問題。憑藉我們在膠水開發上的能力，我們已實現智能手機攝像頭模組量產，進一步鞏固了我們在行業價值鏈中作為關鍵解決方案供應商的地位。

設備自動化

我們在設備自動化研發方面進行了大量投資，擁有自主設計的自動化生產線，可生產自動對焦和攝像頭模組。這種自主設計能夠迅速回應多樣化的生產需求。與生產執行系統整合後，我們可實時監控進度、有效管理排程，並確保完整的可追溯性和一致的品質。根據弗若斯特沙利文的資料，我們是全球第一家實施全自動化生產線的光學解決方案供應商，尤其是高精度折疊式自動對焦模組。我們的自動化生產線與生產執行系統整合了動態控制、設計、軟件、機器學習、感測與視覺，推動創新與生產效率。

業 務

主動校準技術

我們的關鍵製造流程AA是使用我們專有的AA設備來進行，可同時組裝多個鏡片。我們使用12軸和18軸AA系統，分別調整兩組和三組鏡片。我們的AA設備具有高精度、精確校正和可靠溯源性的特點，主要用於精密光學組裝和校正。整合式校準系統採用自動對準儀／激光進行傾斜校準、專用治具進行光學中心校準，以及離線感光耦合元件進行預校準，可確保卓越的校準準確度。我們亦設有嵌入式防錯系統，保證零件的完整可追溯性。根據弗若斯特沙利文的資料，我們的AA流程領先同業，因為我們的自主開發設備可自訂參數及算法，令我們具備全面的適應性。

研發過程

以下流程圖展示我們研發過程的主要階段：



- **可行性研究**。基於廣泛的市場研究與市場需求調查結果，我們與客戶開展頭腦風暴，制定初步研發目標並執行可行性分析。
- **規劃與籌備**。初步可行性研究後，我們篩選項目負責人與合適的團隊成員，著手籌備研發項目的執行事宜。我們將擬定研究主題、預期目標、項目預算及詳細計劃。
- **開發**。一旦我們啟動開發工作，研發項目團隊將根據批准的計劃進行日常研發工作，並定期召開項目討論會議，解決開發過程中遇到的問題。項目負責人負責項目執行期間的整體監督與管理。

業 務

- **爬坡期**。全面產品驗證啟動，包括設計驗證測試、選擇性工程驗證測試及針對性生產試驗，確保量產前的可製造性與一致性。
- **量產**。新產品推出階段過渡至穩定生產，輔以嚴格的流程控制與持續的可靠性測試，確保在整個生產週期中維持穩定的質量。

研發中心

我們在位於中國廣州的研發中心進行研發和營運活動。我們的研發中心負責並領導我們的日常研發活動。我們考慮整體業務策略、技術可行性驗證、市場調研結果和客戶需求，開展新產品、新技術的研發及其他前沿技術的研究活動。我們的研發部門根據業務線分類運作，各業務線的研發團隊再細分為光機電開發、佈局設計、軟件與算法開發、膠水開發、熱流與結構模擬、馬達設計等小組。

我們的研發能力獲得業界的高度肯定。根據弗若斯特沙利文的資料，我們是業界唯一擁有2,000平方米國家級實驗室的精密光學解決方案供應商。我們的實驗室通過CNAS頒佈的國家標準認證，可支援全方位、多場景的光學測試功能，可執行超過150項可靠性測試。我們的研發中心亦設有不同的實驗室，以支援我們的業務活動，包括光學、結構、膠水開發及不良品分析。

截至2025年6月30日，我們的研發部門由2,331名經驗豐富的工程師組成，其中約13.0%在攝像頭模組與光學設計方面擁有超過十年的研發經驗。有關我們專門的研發人員及其創新研發活動的詳情，參閱「— 我們的競爭優勢 — 堅持以科研創新為核心，長期專注創新研發投入」。

業 務

生產

生產能力

我們已將智能製造融入生產的各個環節，大幅提升生產效率和產品良率。例如，我們開發功能強大的全方位精密智能製造平台，涵蓋產品設計開發、精密智能製造和垂直整合等核心能力。

透過選擇優質材料、採用高精度加工技術、確保可靠的生產流程，以及實施全面的自動化測試技術，我們在高功率和高頻率環境中實現穩定的產品良率。憑藉這種端對端的加工能力，我們能夠生產符合客戶嚴格要求的產品，在精密光學解決方案行業中建立技術和品質的競爭優勢。截至2025年6月30日，我們的高端遠攝光學模組的良率已達99%，根據弗若斯特沙利文的資料，屬於業界領先水平。截至同日，我們的智能手機攝像頭模組及自動駕駛輔助攝像頭模組生產線的整體自動化率一般已超過90%。憑藉我們的智能製造能力，我們能夠生產具有10倍光學變焦功能的攝像頭模組，組裝精密度可達0.01毫米，幾乎是一般機構組裝精度的極限。

根據弗若斯特沙利文的資料，我們是中國少數完全自主生產且同時掌握COB和倒裝芯片技術的公司之一。這種先進的自主能力來自於我們專門的研發和生產部門，確保高度乾淨和一致的生產環境。憑藉這兩種技術，我們有能力提供符合廣泛客戶和行業參與者終端產品規格的完整產品。

生產流程

我們的生產流程從工作訂單開始。工作訂單確立後，從倉儲中採購原材料和元件，然後進入表面貼裝流程。表面貼裝步驟完成後，在製品會進入COB流程或倒裝芯片流程，在此流程中，模組會直接貼裝並連接至底層PCB或其他相關週邊基板。

業 務

我們的生產系統使用中央電腦自動運行並監控整個生產過程。該系統即時將機器警報直接傳送至技術人員的電話，而技術人員通常可遠端解決問題並關閉警報。該系統亦能確保材料準時供應、在需要管理人員注意時自動提醒他們，並在需要執行檢查時告知質量團隊。為節省時間，技術人員可使用語音指令記錄維修細節，系統會自動追蹤他們的所有操作數據以供審查。

我們通常會根據客戶的實際採購訂單以及根據我們與客戶之間的溝通和以往的合作自行預測，預計和規劃原材料的供應。因此，我們會制定材料需求計劃，並通過供應商關係管理系統將材料需求計劃通知供應商。在供應商提供原材料交付日期後，我們會向客戶溝通已完成產品的交付日期。

使用COB工藝的生產流程

COB是一種技術，其中半導體芯片或其他電子元件(如我們的芯片或元件)直接安裝在PCB或其他底層外圍基板上，然後使用金線鏈接PCB板和裸芯片／模塊。目前COB工藝成為高密度應用消費電子產品(包括我們的相機應用)的理想選擇。MOC封裝技術基於COB技術路線，降低了CCM尺寸，高度及XY尺寸能再降0.1毫米以上，能夠更好地滿足客戶CCM微小化的需求。

我們使用COB工藝的生產流程的主要階段如下：



業 務

使用倒裝芯片技術的生產流程

倒裝芯片為將半導體芯片的電氣接觸活性面(焊錫凸塊)朝下放置，並直接與PCB或基板進行鍵合的技術。倒裝芯片的核心步驟通常包括在芯片表面製作焊球、將芯片「翻轉」貼合至基板，通常需塗佈底部填充材料以管理芯片與基板間的熱膨脹差異。

我們使用倒裝芯片技術的生產流程的主要階段如下：



生產基地

截至2025年6月30日，我們的主要生產基地分佈於廣州、東莞、上饒、上海及越南，總建築面積約為539,710平方米。

業 務

下表載列於往績紀錄期間按主要業務線劃分的產能、產量及使用率。

	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月					
	2022年		2023年		2024年		2025年					
	產能	產量	使用率 ⁽¹⁾	產能	產量	使用率 ⁽¹⁾	產能	產量	使用率 ⁽¹⁾			
消費電子..... 件	411,142	267,242	65.0%	463,394	238,184	51.4%	533,947	355,609	66.6%	262,910	173,258	65.9%
汽車電子 ⁽²⁾ 件	6,348	882	13.9%	13,382	5,685	42.5%	19,805	8,630	43.6%	19,234	6,347	33.0%
智慧辦公應用... 件	—	—	—	1,600	948	59.3%	1,600	945	59.1%	800	347	43.4%

(以千計，百分比除外)

附註：

- (1) 各期間的使用率是以產量除以同期的產能計算。
- (2) 於往績紀錄期間，我們的汽車電子產品的使用率相對較低，主要由於我們近年來正在提升對汽車電子客戶的供應。我們預期，隨著我們的業務持續增長及客戶層擴大，汽車電子客戶的使用率將自2026年起改善。

業 務

銷售及營銷

我們通過銷售及營銷部門營銷我們的產品，該部門負責尋找合適的潛在市場和客戶。我們專門的銷售及營銷部門負責制定和協調營銷活動和推廣活動。我們的銷售及營銷成員均具備產品相關的知識與專業能力，能夠識別客戶的要求並提供技術支持。他們隨時掌握吸引現有和潛在客戶的新興產品和技術，並針對客戶的需求提供售前諮詢和建議。

我們的目標是建立高度專業的銷售及營銷部門。每年年底，我們都會針對產品、銷售及營銷三大關鍵指標，制定下一年度的銷售培訓計劃。人力結構方面，我們將資深員工與年資較低的員工搭配，實行師徒關係，並制定產出KPI及績效評估。

銷售活動

我們直接向客戶銷售產品。我們主要透過與消費電子、汽車電子、智慧辦公應用及新興領域及其他等產業的客戶保持緊密聯繫，以及與該等產業的潛在客戶開拓商機，以取得新客戶。有關往績紀錄期間我們主要客戶的主要業務詳情，參閱「—我們的客戶」。

我們通常在每年十月開始制定下一年度的銷售額預算。預算通常包括三個部分：(i)與現有客戶現有採購計劃相關的銷售額，即根據客戶的年度採購計劃進行持續、穩定的預測；(ii)與現有客戶新採購計劃相關的銷售額，即需要根據該計劃的估計里程碑進行預測；及(iii)向新客戶的銷售，即根據業務和客戶開發工作的進度和結果進行預測。我們通常會設定具挑戰性的銷售目標及提供相應獎勵，以激勵員工努力工作，幫助他們提升事業發展。

於往績紀錄期間，我們通常會與客戶簽訂框架銷售協議。我們銷售協議的主要條款包括以下各項：

期限：我們的框架協議通常並無訂明期限。

業 務

- 定價 : 產品的價格通常在工作聲明或採購訂單中規定，並可於相互同意後作出調整。
- 風險轉移 : 當客戶接受產品時，風險轉移給客戶。
- 付款及信用條款 : 我們一般會在付款前向客戶交付產品，並給予客戶介乎45天至120天的信用期。
- 最低採購要求 : 我們與客戶的框架協議通常不含最低採購要求。
- 物流 : 我們通常負責將產品運送到我們的客戶指定的地點。物流成本可能由我們或我們的客戶承擔，將根據特定的產品類型逐案決定。
- 產品保修 : 我們通常於與客戶協定的特定期限為產品提供保修。
- 退貨／換貨 : 我們的客戶將在交貨時對產品進行檢查，如果產品在質量或規格上不符合他們的要求，客戶通常有權退貨或換貨。一旦產品被我們的客戶接受，我們一般不接受產品退貨或換貨。
- 保密 : 該等框架協議通常有嚴格的保密條款，限制我們披露客戶的機密信息。
- 終止 : 經雙方協商一致，以及在不可抗力或一方破產等特定情況下，可以終止這些框架協議。

業 務

營銷與品牌推廣

我們的營銷部門負責提升品牌知名度，並推廣新的及現有產品。我們已在中國及海外建立銷售及營銷團隊。截至2025年6月30日，銷售及營銷部門有70名成員，全心投入執行營銷策略。

我們通過與各應用領域頂尖公司持續深入的合作，建立了良好的品牌聲譽與強大的行業影響力。我們採用針對不同行業的定製化策略，在一向具有競爭力的消費電子領域投入大量資源發展業務，同時著重佈局新興高增長市場。此外，我們已實施涵蓋從獲取到產品交付全流程的全面客戶策略，進一步鞏固我們的市場地位。通過與客戶保持密切互動，我們能深入洞察他們不斷變化的需求及競爭激烈的市場動態。此洞察力使我們得以策略性定位產品、促進共同發展機會、迅速解決生產過程中的技術挑戰，並提供卓越的售後支持。我們不時為客戶舉辦技術研討會，並在客戶現場舉辦產品展覽會，以推廣我們的現有及新產品。優質的產品與客戶支持加強了現有客戶對我們的信任，自然地促使他們向我們訂購新產品。

與現有客戶的密切穩固關係也讓我們憑藉業界聲譽與口碑推薦，在挖掘新客戶需求方面佔據優勢。部分新客戶亦主動與我們接洽。

產品定價

對於我們已建立市場地位並取得顯著市場份額的現有市場，以及正逐步拓展足跡的其他新興領域，我們制定了不同的定價策略。產品定價策略基於多項因素。

- **現有市場**。我們主要針對消費電子、汽車電子及智慧辦公應用產品採取需求驅動定價策略，考慮因素包括下游需求、競爭產品價格、營運效率及良率等。我們的目標是在現有市場維持成本競爭力和市場份額穩定增長的同時，保持合理的利潤水平。

業 務

- **新興領域及其他**。我們主要針對新興領域及其他的產品採取成本驅動定價策略，考慮因素包括研發資源投入(例如研發費用及員工成本)。我們的目標是憑藉技術領先地位，在這些新興領域及其他建立具備合理定價能力的市場地位。

我們的客戶

我們為各行各業的客戶提供產品，包括消費電子、汽車電子、智慧辦公應用以及新興領域及其他。於2022年、2023年及2024年以及截至2025年6月30日止六個月，來自我們五大客戶的收入分別為人民幣116億元、人民幣119億元、人民幣248億元及人民幣126億元，佔我們相應年度／期間收入的90.7%、77.9%、88.7%及89.0%，而來自最大客戶的收入則分別為人民幣74億元、人民幣61億元、人民幣172億元及人民幣96億元，佔我們相應年度／期間收入的57.9%、39.9%、61.6%及67.6%。我們一般為主要客戶提供45至120天的信用期。我們的客戶通常以銀行匯款方式與我們結賬。於往績紀錄期間，我們主要向五大客戶銷售產品，可能面臨集中風險。見「風險因素—與我們的業務及行業有關的風險—於往績紀錄期間，我們的絕大多數收入來自有限數目的主要客戶。來自我們一名或多名主要客戶的銷售額的任何減少或損失將對我們的經營業績產生負面影響」。

下表載列往績紀錄期間，基於收入貢獻的各年度／期間的五大客戶詳情：

截至2022年12月31日止年度

排名	客戶	銷售產品	與我們的 業務關係 開始年份	收入	佔總收入 百分比
				(人民幣千元)	
1	客戶A／ 供應商A ⁽¹⁾	智能手機攝像頭模組及平板電腦攝像 頭模組	2009年	7,383,061	57.9
2	客戶B ⁽²⁾	智能手機攝像頭模組	2018年	2,478,631	19.4
3	客戶C ⁽³⁾	智能手機攝像頭模組	2021年	707,834	5.6
4	客戶D ⁽⁴⁾	筆記本電腦攝像頭模組	2018年	595,979	4.7
5	客戶E ⁽⁵⁾	筆記本電腦攝像頭模組	2018年	403,928	3.2
	總計.....			<u>11,569,433</u>	<u>90.7</u>

業 務

截至2023年12月31日止年度

排名	客戶	銷售產品	與我們的 業務關係 開始年份	收入	佔總收入 百分比
				(人民幣千元)	
1	客戶A / 供應商A ⁽¹⁾	智能手機攝像頭模組及平板電腦攝像 頭模組	2009年	6,083,129	39.9
2	客戶B ⁽²⁾	智能手機攝像頭模組	2018年	3,299,167	21.6
3	客戶F ⁽⁶⁾	打印機及掃描儀	2023年	1,234,959	8.1
4	客戶C ⁽³⁾	智能手機攝像頭模組	2021年	665,463	4.4
5	客戶E ⁽⁵⁾	筆記本電腦攝像頭模組	2018年	587,113	3.9
	總計.....			11,869,831	77.9

截至2024年12月31日止年度

排名	客戶	銷售產品	與我們的 業務關係 開始年份	收入	佔總收入 百分比
				(人民幣千元)	
1	客戶A / 供應商A ⁽¹⁾	智能手機攝像頭模組及平板電腦攝像 頭模組	2009年	17,180,631	61.6
2	客戶B ⁽²⁾	智能手機攝像頭模組	2018年	3,439,039	12.3
3	客戶F ⁽⁶⁾	打印機及掃描儀	2023年	1,873,324	6.7
4	客戶C ⁽³⁾	智能手機攝像頭模組	2021年	1,510,673	5.4
5	客戶G ⁽⁷⁾	激光雷達模組	2021年	747,995	2.7
	總計.....			24,751,662	88.7

業 務

截至2025年6月30日止六個月

排名	客戶	銷售產品	與我們的 業務關係 開始年份	收入	佔總收入 百分比
				(人民幣千元)	
1	客戶A / 供應商A ⁽¹⁾	智能手機攝像頭模組及平板電腦攝像 頭模組	2009年	9,585,458	67.6
2	客戶B ⁽²⁾	智能手機攝像頭模組	2018年	1,641,211	11.6
3	客戶F ⁽⁶⁾	打印機及掃瞄儀	2023年	719,583	5.1
4	客戶C ⁽³⁾	智能手機攝像頭模組	2021年	427,146	3.0
5	客戶D ⁽⁴⁾	筆記本電腦攝像頭模組	2018年	256,116	1.8
	總計.....			12,629,514	89.0

附註：

- (1) 客戶A / 供應商A是一家全球領先的消費電子品牌公司。收購高偉前，其與客戶A / 供應商A的業務關係自2009年開始。
- (2) 客戶B是一家頂尖中國企業及由同一最終實益擁有人控制的若干實體，主要從事開發及銷售電信設備、消費電子產品、電動車自動駕駛系統及屋頂太陽能發電產品。
- (3) 客戶C是一家消費電子產品公司，主要從事開發及銷售智能手機、平板電腦、可穿戴裝置及行動裝置軟件。
- (4) 客戶D是一家科技公司，主要從事生產筆記本電腦、智能手機、平板電腦、電視及可穿戴裝置。
- (5) 客戶E是一家跨國公司，主要從事開發及銷售硬件零組件、軟件及相關服務。
- (6) 客戶F是一家科技公司，主要從事開發、製造及銷售雷射打印機與影像產品。
- (7) 客戶G是一家主要從事開發與銷售傳感器等激光雷達產品的公司。

據我們所深知，於往績紀錄期間及直至最後實際可行日期，我們於往績紀錄期間各年度 / 期間的所有五大客戶均為獨立第三方。據董事所深知，董事或他們各自的緊密聯繫人或據董事所知擁有我們已發行股本超過5%的任何人士，於截至最後實際可行日期各年度概無擁有我們五大客戶任何權益。

業 務

於往績紀錄期間，我們與客戶並無任何重大糾紛，也未收到客戶的任何重大投訴。

與客戶A的關係

於往績紀錄期間，我們從客戶A產生大量及部分收入。具體而言，於2022年、2023年、2024年以及截至2025年6月30日止六個月，我們自客戶A產生的收入分別為人民幣74億元、人民幣61億元、人民幣172億元及人民幣96億元，分別佔同期總收入的57.9%、39.9%、61.6%及67.6%。

我們與客戶A的戰略性及互惠互利的關係超過15年。自從我們與客戶A建立業務關係後，我們便密切參與客戶A的產品迭代開發階段，提供重要的技術解決方案，以滿足其設計構思和功能需求。於往績紀錄期間，我們主要向客戶A供應智能手機和平板電腦的攝像頭模組。

根據弗若斯特沙利文的資料，在精密光學解決方案產業中，由於精密光學解決方案供應商通常與智能設備製造商緊密結合，並需要通過嚴格的可靠性測試、環境適應性驗證和長期供應承諾，才能進入其供應系統，大部分的收入來自有限數目的主要客戶屬普遍。有關更多詳情，請見「風險因素 — 與我們的業務及行業有關的風險 — 於往績紀錄期間，我們的絕大多數收入來自有限數目的主要客戶。來自我們一名或多名主要客戶的銷售額的任何減少或損失將對我們的經營業績產生負面影響」。

展望未來，我們相信我們與客戶A的業務關係發生任何重大不利變動或終止的可能性很低，原因為(i)我們長期互惠互利的關係，考慮到我們已維持超過15年的穩定業務關係，且我們在合作開發前置攝像頭模組的過程中展示出色的精密智能製造和研發能力後，我們進入其後置攝像頭模組的供應鏈，加深了與客戶A的業務關係；(ii)於往績紀錄期間及截至最後實際可行日期，並無發生客戶A的訂單大幅減少、延遲或取消的情況；及(iii)客戶A對其供應商的嚴格要求(包括冗長嚴格的供應商核准程序，以及對供應商業務營運各方面的嚴格要求，例如ESG合規性及企業管治)。

考慮到於往績紀錄期間來自客戶A的重大收入貢獻，我們正積極豐富我們的產品矩陣，並提升我們的技術及專業知識，以多元化我們的客戶收入來源。

業 務

採購與供應

集中採購

我們的採購部門通常分為兩大相當明確的職能，即戰略尋源和執行職能。鑒於採購規模龐大，涵蓋原材料、元件、模組等，我們有時會有專責特定區域的地方執行團隊。戰略尋源團隊主要負責制定新產品採購策略、設定溢價、供應商選擇及商業談判。執行團隊則更側重於採購計劃、訂單數量確認、訂單處理與追蹤。

供應鏈管理

我們的採購週期指從下達採購訂單到收到貨品的期間。鑒於我們的產品組合複雜，加上不少產品關鍵原材料零部件的波動性質，我們著重戰略協調能力，集中採購職能並簡化採購與協商流程。

隨著業務快速增長及高科技產品相關地緣政治環境不斷變化，我們也著重採購及供應鏈系統的合規性，以確保業務順暢穩定運作。同時，我們正加強供應管理團隊的專業能力，提升供應鏈管理流程質量，最終確保產品質量。

我們的供應商

於2022年、2023年、2024年及截至2025年6月30日止六個月，我們向五大供應商採購的金額分別為人民幣58億元、人民幣54億元、人民幣141億元及人民幣63億元，分別佔我們同年／期採購總額的53.7%、41.9%、56.5%及58.4%。同年／期，我們向最大供應商採購的金額分別為人民幣29億元、人民幣27億元、人民幣91億元及人民幣49億元，分別佔我們採購總額的27.2%、20.7%、36.5%及45.9%。我們的主要供應商通常給予我們15至90天的信用期。一般而言，我們透過銀行匯款與供應商結賬。於往績紀錄期間，我們主要向有限數目的供應商採購原材料，可能面臨集中風險。見「風險因素 — 與我們的業務及行業有關的風險 — 我們在關鍵元件和材料方面對有限數量供應商的依賴可能會導致供應中斷，使我們無法及時向客戶交付所需數量的產品」。

業 務

下表載列基於採購金額，往績紀錄期間各年度／期間的五大供應商詳情：

截至2022年12月31日止年度

排名	供應商	採購產品	與我們的 業務關係 開始年份	採購金額 (人民幣千元)	佔總採購額 百分比
1	客戶A／ 供應商A ⁽¹⁾	傳感器、PCB、VCM及集成電路	2009年	2,936,819	27.2
2	供應商B ⁽²⁾	電子零組件	2018年	1,119,316	10.4
3	供應商C ⁽³⁾	鏡頭、VCM及支架	2018年	757,343	7.0
4	供應商D ⁽⁴⁾	集成電路	2018年	682,188	6.3
5	供應商E ⁽⁵⁾	VCM	2018年	303,499	2.8
	總計.....			5,799,165	53.7

截至2023年12月31日止年度

排名	供應商	採購產品	與我們的 業務關係 開始年份	採購金額 (人民幣千元)	佔總採購額 百分比
1	客戶A／ 供應商A ⁽¹⁾	傳感器、PCB、VCM及集成電路	2009年	2,650,594	20.7
2	供應商B ⁽²⁾	電子零組件	2018年	939,221	7.3
3	供應商C ⁽³⁾	鏡頭、VCM及支架	2018年	798,744	6.2
4	供應商D ⁽⁴⁾	集成電路	2018年	681,381	5.3
5	供應商E ⁽⁵⁾	VCM	2018年	307,577	2.4
	總計.....			5,377,517	41.9

業 務

截至2024年12月31日止年度

排名	供應商	採購產品	與我們的 業務關係 開始年份	採購金額 (人民幣千元)	佔總採購額 百分比
1	客戶A / 供應商A ⁽¹⁾	傳感器、PCB、VCM及集成電路	2009年	9,140,182	36.5
2	供應商C ⁽³⁾	鏡頭、VCM及支架	2018年	1,634,666	6.5
3	立訊精密.....	PCB及VCM	2021年	1,547,319	6.2
4	供應商D ⁽⁴⁾	集成電路	2018年	1,118,031	4.5
5	供應商F ⁽⁶⁾	PCB	2023年	672,881	2.7
	總計.....			<u>14,113,079</u>	<u>56.4</u>

截至2025年6月30日止六個月

排名	供應商	採購產品	與我們的 業務關係 開始年份	採購金額 (人民幣千元)	佔總採購額 百分比
1	客戶A / 供應商A ⁽¹⁾	傳感器、PCB、VCM及集成電路	2009年	4,943,829	45.9
2	立訊精密.....	PCB及VCM	2021年	517,092	4.8
3	供應商D ⁽⁴⁾	集成電路	2018年	362,724	3.4
4	供應商C ⁽³⁾	鏡頭、VCM及支架	2018年	245,013	2.3
5	供應商G ⁽⁷⁾	PCB	2013年	213,838	2.0
	總計.....			<u>6,282,496</u>	<u>58.4</u>

附註：

- (1) 客戶A / 供應商A是一家全球領先的消費電子品牌公司。收購高偉前，其與客戶A / 供應商A的業務關係於2009年開始。
- (2) 供應商B是一家主要從事研發及分銷半導體電子零組件的公司。
- (3) 供應商C是一家主要從事製造光學鏡頭模組與光電零組件的公司。
- (4) 供應商D是一家主要從事分銷半導體零組件的公司。

業 務

- (5) 供應商E是一家主要從事製造及分銷電子零組件的電子產品公司。
- (6) 供應商F是一家主要從事半導體裝置測試及組裝服務的公司。
- (7) 供應商G是一家跨國陶瓷及電子製造商，主要從事製造先進陶瓷、零組件、裝置及設備。

於往績紀錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無經歷供應商所訂價格出現任何大幅波動、供應商嚴重違反合同、重大供貨短缺或供應商延遲交付訂單的情況。

據我們所深知，於往績紀錄期間及直至最後實際可行日期，除立訊精密外，我們於往績紀錄期間各年度的所有五大供應商均為獨立第三方。據董事所深知，除立訊精密外，董事或他們各自的緊密聯繫人或據董事所知擁有我們已發行股本超過5%的任何人士，於截至最後實際可行日期各年度概無擁有我們五大供應商任何權益。

於往績紀錄期間，我們與供應商並無任何重大糾紛。

客戶與供應商重疊

於往績紀錄期間，本公司五大客戶中的若干客戶亦為本公司的供應商，而本公司五大供應商中的若干供應商亦為本公司的客戶（「重疊客戶及供應商」）。

於2022年、2023年及2024年以及截至2025年6月30日止六個月，往績紀錄期間五大客戶中的三名、三名、四名及兩名亦為我們的供應商，分別產生收入人民幣106億元、人民幣106億元、人民幣232億元及人民幣103億元，佔我們同期總收入的82.9%、69.6%、83.3%及72.6%。於2022年、2023年及2024年以及截至2025年6月30日止六個月，向該等重疊客戶及供應商採購的金額分別為人民幣30億元、人民幣27億元、人民幣92億元及人民幣49億元，分別佔我們同期採購總額的27.4%、20.9%、36.7%及45.7%。

於2022年、2023年及2024年以及截至2025年6月30日止六個月，五大供應商中分別有一名、一名、兩名及兩名亦為我們的客戶，產生收入人民幣74億元、人民幣61億元、人民幣172億元及人民幣96億元，佔我們同期總收入的57.9%、39.9%、61.7%及67.7%。於

業 務

2022年、2023年及2024年以及截至2025年6月30日止六個月，向該重疊客戶及供應商採購的金額分別為人民幣29億元、人民幣27億元、人民幣107億元及人民幣55億元，分別佔我們同期採購總額的27.2%、20.7%、42.8%及50.8%。

於往績紀錄期間，我們向重疊客戶及供應商採購及銷售的原因主要由於以下各項：

- 我們的若干重疊客戶及供應商要求他們的供應商(包括我們)向他們採購若干原材料及他們製造或採購的元件，以便對採購流程實施整體控制，並更好地控制原材料的成本和品質。根據弗若斯特沙利文的資料，這在業界普遍稱為買賣模式。向重疊客戶及供應商進行的銷售及採購均在日常業務過程中按公平基準磋商的商業條款進行；及
- 我們的若干重疊客戶及供應商是消費電子行業中的大型企業，提供多樣化的產品。根據弗若斯特沙利文的資料，消費電子行業的供應鏈相對複雜，包含多個階段及多樣化的材料要求。供應鏈上的每家公司在若干領域都有其獨特的優勢。我們與產業價值鏈中的其他參與者合作生產各種產品，以滿足客戶的嚴格要求。我們向此類重疊客戶及供應商的採購和銷售是獨立的流程，發生在產業價值鏈的不同階段，並且是在正常業務過程中，根據公平磋商的商業條款進行。

根據弗若斯特沙利文的資料，由於需要深入的技術合作與供應鏈安全考量，在精密光學解決方案產業中，客戶與供應商重疊的情況相當普遍。根據同一資料來源，消費電子市場高度集中，尤其是在全球出貨量中佔有龐大份額的頭部品牌。因此，優質消費電子品牌的供應商普遍擁有集中的客戶群。我們與重疊客戶及供應商保持良好及長期的業務關係，於往績紀錄期間並無與彼等發生任何糾紛。有關我們五大客戶及供應商的風險，請參閱「風險因素 — 與我們的業務及行業有關的風險 — 於往績紀錄期間，我們的絕大多數收入來自有限數目的主要客戶。來自我們一名或多名主要客戶的銷售

業 務

額的任何減少或損失將對我們的經營業績產生負面影響」及「風險因素 — 與我們的業務及行業有關的風險 — 我們在關鍵元件和材料方面對有限數量供應商的依賴可能會導致供應中斷，使我們無法及時向客戶交付所需數量的產品」。

與高偉集團的管理獨立性

董事會包括兩名執行董事、四名非執行董事及三名獨立非執行董事。除執行董事兼控股股東之一王來喜先生擔任高偉若干子公司的董事外，概無董事於高偉集團擔任任何職位。

我們的高級管理層團隊包括三名高級管理層成員，即(i)總經理孟岩先生，其亦擔任高偉的執行董事兼董事會主席；(ii)副總經理兼財務總監陳漢洋先生，其亦擔任高偉的非執行董事；及(iii)副總經理兼首席營運官楊立先生，其亦擔任高偉的非執行董事。此外，高偉的執行董事、行政總裁兼財務總監以及高偉東莞的董事吳英政先生亦擔任開發區立景的經理。

有關我們的董事及高級管理層的更多資料，見本文件「董事及高級管理層」。

雖然存在角色重疊，董事認為立景創新集團的管理獨立性並無重大疑慮，原因如下：

- (a) 由於高偉集團作為本公司的子公司綜合入賬，王來喜先生作為本公司的代表出任高偉若干子公司的董事，負責其戰略規劃及業務方針；
- (b) 雖然孟岩先生在立景創新集團與高偉集團擔任執行職務，履行職責時，彼一直且將繼續分別由立景創新集團與高偉集團個別及獨立的高級管理層團隊支持；
- (c) 陳漢洋先生及楊立先生作為高偉的非執行董事，並不參與高偉集團業務的日常管理與運作；

業 務

- (d) 吳英政先生在開發區立景的經理職務為非執行性質，並不參與開發區立景業務的日常管理與運作；
- (e) 各董事及高級管理層成員均知悉其受信責任，即要求(其中包括)其必須為本公司利益及最佳利益行事，而不得使其身為本公司及高偉董事或高級管理層成員(如有)的職責之間出現任何衝突。倘由於立景創新集團與高偉集團進行的任何交易產生實際或潛在利益衝突，有利益關係的董事將在本公司相關董事會會議上就該等交易回避表決，且不會計入投票法定人數；
- (f) 我們有三名獨立非執行董事，擁有豐富企業管理與管治經驗，彼等獲委任以確保董事會僅在充分考慮獨立公正意見後方會作出決策；及
- (g) 我們已採納一系列企業管治措施管理立景創新集團與高偉集團之間的利益衝突(如有)，以支持立景創新集團的獨立管理。

與高偉集團的交易

立景創新集團不時與高偉集團進行交易，該等交易根據上市規則構成高偉的持續關連交易。截至最後實際可行日期仍然存續的有關交易的詳情載列如下：

交易	訂約方	有效期	歷史交易金額 (人民幣元)	年度上限 (人民幣元)
(a) 立景創新集團從高偉集團採購定製產品及/或材料，包括但不限於光學玻璃、光學黏合劑、光學塗層及與立景創新集團生產相關的材料或零部件.....	高偉集團作為供應商；及立景創新集團作為採購方	2025年1月1日至 2027年12月31日	2022年：8.1百萬元 2023年：13.1百萬元 2024年：21.0百萬元 (附註1)	2025年：50百萬元 2026年：305.5百萬元 2027年：444.6百萬元 (附註2)

業 務

交易	訂約方	有效期	歷史交易金額 <i>(人民幣元)</i>	年度上限 <i>(人民幣元)</i>
(b) 立景創新集團從高偉集團接受多個職位的勞務，以支持立景創新集團的業務營運、研發及生產……	高偉集團作為服務供應商；及立景創新集團作為勞務接受方	2025年1月1日至 2025年12月31日	2024年：13.9百萬元	2025年：29百萬元
(c) 立景創新集團向高偉集團提供多個職位的勞務，以支持高偉集團的業務營運、研發及生產……	立景創新集團作為服務供應商；及高偉集團作為勞務接受方	2025年1月1日至 2025年12月31日	2024年：0.9百萬元	2025年：1.2百萬元
(d) 立景創新集團向高偉集團供應若干材料，包括但不限於電路板總成(包括激光雷達印刷電路板總成)及與高偉集團生產相關的原材料、物料、耗材及其他材料……	立景創新集團作為供應商；及高偉集團作為採購方	2025年1月1日至 2028年12月31日	2022年：22.0百萬元 2023年：70.0百萬元 2024年：140.0百萬元 <i>(附註3)</i>	2025年：199百萬元 2026年：95百萬元 2027年：100百萬元 2028年：110百萬元

附註：

- (1) 截至2024年12月31日止三個年度向高偉集團採購定製產品及／或材料(例如光學玻璃及光學黏合劑)的歷史交易金額有所上升，乃主要由於該等定製產品及／或材料的需求按生產計劃上升及立景創新集團推出新產品。
- (2) 截至2027年12月31日止三個年度向高偉集團採購定製產品及／或材料(例如光學玻璃及光學黏合劑)的年度上限大幅上升，乃主要由於人工智能與機器人行業急速發展，預期將加速全球光學行業增長。因此，該等定製產品及／或材料(例如光學玻璃及光學黏合劑，為支持機器人與相關應用的定製光學產品及零部件)的需求預期將因應立景創新集團的最新生產計劃及機器人應用推出時間表而大幅上升。

業 務

- (3) 截至2024年12月31日止三個年度向高偉集團供應若干材料(例如電路板總成)的歷史交易金額有所上升，乃主要由於激光雷達印刷電路板總成(為生產包含高偉集團的模組與激光雷達機器的設備的主要材料)的需求上升。

董事認為，截至2027年12月31日止三個年度與高偉集團的交易的年度上限(尤其是向高偉集團採購定製產品的年度上限)大幅上升的趨勢不會對立景創新集團與高偉集團的營運獨立性構成重大不利影響，原因如下：

- (a) 立景創新集團與高偉集團的持續業務關係屬互惠互利且互為補充。上述材料及／或產品採購及供應交易旨在創造協同效應、提升營運效率及優化本集團的產能利用率，並於立景創新集團與高偉集團各自的業務範圍內進行。上述勞務接受及提供交易僅涉及立景創新集團與高偉集團各自的非核心人員，旨在利用立景創新集團與高偉集團雙方的剩餘勞動力及生產能力，從而使本集團整體得以有效運作。由於維持有關互惠關係對立景創新集團與高偉集團雙方均有益處，董事認為有關業務關係不太可能發生重大或不利的變動或終止；
- (b) 由於立景創新集團與高偉集團各自可從獨立第三方供應商採購有關材料、產品或勞務，立景創新集團並不依賴高偉集團，反之亦然。立景創新集團與高偉集團從彼此採購有關材料、產品或勞務是由於雙方因其長期穩定的業務關係而熟悉彼此的特定要求，有助降低雙方的溝通成本；
- (c) 儘管截至2027年12月31日止三個年度與高偉集團的交易的年度上限預期大幅增加，經計及估計年度上限金額及立景創新集團與高偉集團的採購總額及總收入的預期增幅，預計年度上限對立景創新集團及高偉集團各自的採購總額或總收入(視情況而定)的貢獻仍將維持於合理的百分比；及

業 務

- (d) 立景創新集團與高偉集團的有關交易按正常商業條款進行，其條款對各自均屬公平合理，符合立景創新集團與高偉集團以及彼等的股東的利益。此外，高偉為聯交所上市公司，其需要並將繼續遵守適用於相關持續關連交易的有關上市規則。

季節性

我們的收入與經營業績存在季節性波動。我們過去經歷過並預計將繼續經歷收入增長上升，尤其是佔我們收入絕大部分的消費電子產品的收入，且下半年比上半年增長更為強勁。下半年收入增長上升主要是由於我們產品所適用的消費電子板塊(如智能手機、平板電腦及筆記本電腦)會在年末開展更密集的產品促銷活動，導致下半年的購買量更大。我們過去經歷的季節性趨勢未必適用於或可作為未來經營業績的指標。詳情請參閱「風險因素 — 與我們的業務及行業有關的風險 — 我們的經營業績受季節性波動的影響」。

質量控制

產品質量與安全

我們重視產品質量與安全。我們秉持「零缺陷、準時交付、客戶完全滿意」的理念，致力於以合理運營成本向客戶交付產品。

我們對供應商設立了高標準，並通過嚴格的測試挑選合資格供應商。簽訂採購協議時，我們優先考慮原材料的質量與安全，並明確劃分合同雙方的責任。原材料交貨後，我們在入庫前進行嚴格的合格性檢測。

於整個生產和交付流程中，我們持續開展可靠性監測，確保產品滿足客戶的可靠性要求。我們於生產過程亦實施嚴格的品質檢測。我們隨機抽樣檢測，並定期進行生產線巡檢。我們對所有的製成品進行外觀與功能性測試。

業 務

我們已取得ISO9001、QC080000、IATF16949、ISO13485及ESD20等行業品質認證。

產品退貨與保修

我們通常於與客戶協定的特定期限為產品提供保修。於往績紀錄期間，我們並未發生任何重大產品退貨或召回事件。

存貨管理及物流

我們的存貨包括(i)原材料，主要包括鏡頭、馬達、傳感器、PCB、芯片及其他電子元件；(ii)在製品；及(iii)製成品。我們在廣州有一座大型智能倉庫，僅有少數倉庫人員留駐，用於儲存存貨。我們認為存貨控制的關鍵在於平衡存貨過時與原物料可能供應短缺的風險。我們一般會依據客戶訂單或排程需求調整生產及採購計劃。我們的採購計劃通常是以季度、半年度及年度為基礎來制定，並會透過辦公室自動化系統進行審核。我們也會定期進行實物庫存清點。

只有通過定量風險評估的半成品或製成品才會存放在我們的倉庫中。倉庫人員必須在收到進貨時進行實物清點、驗證，並將其掃描至車間控制系統。進貨產品會根據製成品倉庫中各型號的標準作業程序進行包裝和標示。然後，產品會依機型存放在不同的指定區域。

我們會參考陳舊存貨分析、預期商品未來可銷售性的預測，以及管理經驗和判斷，定期審閱存貨的賬面值。當存貨的估計可變現淨值下跌至低於其賬面值時，我們會撇減存貨。請見本文件附錄一會計師報告附註3。

知識產權

我們認為，我們的專利、專有知識和其他知識產權是我們競爭力與成功的關鍵。截至最後實際可行日期，我們於中國、中國台灣、日本及美國擁有640項專利，包括253項發明專利及385項實用新型專利以及兩項設計專利。此外，我們截至同日於中國、中國台灣及美國正進行500項專利申請，包括317項發明專利申請及183項實用新型專利申請。有關我們認為對我們業務運營重大的知識產權詳情，請參閱「附錄五—法定及一般資料—B.有關我們業務的進一步資料—2.知識產權」。

業 務

我們主要依賴專利、商標、商業機密，以及反不正當競爭法與合同權利(如保密協議)的組合來保護知識產權。我們於簽訂的保密協議和商業協議上列明知識產權的所有權與保護的全部權利和義務。此外，我們採取了以下主要措施來保護知識產權：(i)實施一系列全面內部政策，開展對知識產權的穩健管理，(ii)委派一支專責團隊指導、管理、監督及監控知識產權相關的日常工作，(iii)及時註冊、提交備案及申請知識產權所有權，(iv)積極追蹤知識產權的註冊與授權狀態，若發現任何與我們知識產權可能發生糾紛的情況，將立即採取行動，及(v)於需要時委聘專業的知識產權服務商。

截至最後實際可行日期，我們於所有相關司法管轄區並未涉及任何侵犯第三方知識產權的重大糾紛或申索。然而，這些協議或措施未必能夠充分保護我們的知識產權。這些協議可能遭違反，導致我們的知識產權被侵佔，且我們可能無法對任何該等違反行為採取充分的彌補措施。此外，我們的知識產權可能會被第三方知悉或獨立開發，或被我們向其披露有關資料的業務合作夥伴濫用。儘管我們採取了措施保護知識產權，但未經授權人士可能會試圖或成功複製我們產品的某些方面，或未經同意獲取或使用我們的專有信息。因此，我們未必能充分保護知識產權或專有權利。詳情請參閱「風險因素 — 與我們的業務及行業有關的風險 — 如果我們無法保護我們的知識產權及我們所使用的客戶技術，我們的競爭地位可能會被削弱，而且我們可能會面臨索賠及責任」。

數據隱私和信息安全風險管理

於業務過程中，我們在與交易對手(如客戶、供應商及其他相關人士)進行交易時，會收集並儲存其企業數據。經交易對手同意後，這些數據和信息包含交易對手的姓名、地址、業務範圍及其他類型的交易細節。儘管我們於一般業務過程中並未處理客戶數據，但仍須遵守中國有關數據隱私和網絡安全的一般法律法規。詳情請參閱「風險因素 — 與我們的業務及行業有關的風險 — 任何未遵守或被視為未遵守數據隱私及安全法律的行為，都可能使我們承擔潛在的法律責任」。

業 務

我們建立了嚴格的內部控制與數據獲取機制，以及詳細的數據存儲和處理審批及操作流程。我們制定了一套數據安全內部規範，詳細載明了有關使用、披露及保護機密信息的嚴格要求。這些內部規範僅授權特定職級擔任特定職位的員工基於知情需求原則獲取及處理企業數據，其僅可使用相關數據履行工作職責。

我們定期為員工提供數據隱私培訓，提高他們的合規意識。此外，員工須與我們簽訂保密協議，禁止其未經同意洩露任何工作相關的機密信息。我們制定了一套全面的數據備份系統，利用加密技術將數據儲存於不同地域的服務器，盡量減少數據丟失風險。我們亦定期進行數據復原測試，以檢驗備份系統的狀態。此外，我們通過在雲、本地和遠程地點設置多重儲存空間，存放相同資料與長期資料，為服務器建立遠程災難復原系統。即使服務器因地震、泥石流等最高級別的災難和其他不可抗力自然因素而受損，我們認為其能夠保障服務與數據在24小時內完全復原。

董事確認，於往績紀錄期間及直至最後實際可行日期，我們並未因違反網絡安全和數據保護法律、規則與法規而遭受任何主管監管機構的重大罰款或行政處罰、強制整改或其他制裁。就董事所深知，於往績紀錄期間及直至最後實際可行日期，我們並未發生重大網絡安全及數據保護事件或侵犯任何第三方權利，或其他待決法律訴訟、行政或政府訴訟，或向我們發起或與我們有關的威脅，及我們並未經歷會對我們的業務運營產生重大不利影響的任何重大數據洩露、任何商業機密數據盜竊或違反網絡安全與數據保護和隱私法律、規則及法規等情況。

業 務

獎項與榮譽

於往績紀錄期間及直至最後實際可行日期，我們就本集團、產品與技術獲授獎項與榮譽。我們的主要獎項與榮譽詳情載於下文：

獲獎年度	項目／產品名稱	獎項／榮譽	頒獎機構／組織
2025年.....	攝像頭模組智慧工廠	江西省先進級智慧工廠	江西省工業和資訊化廳
2024年及2025年.....	/	全球獨角獸榜	胡潤研究院
2025年.....	/	小燈塔企業	江西省工業和資訊化廳
2025年.....	/	東莞市主營業務收入前20名企業	中國共產黨東莞市委員會、東莞市人民政府
2024年.....	立景工業設計中心	江西省省級工業設計中心	江西省工業和資訊化廳
2024年.....	/	專精特新中小企業	江西省工業和資訊化廳
2024年.....	/	粵港澳大灣區全球招商大會投資明星專案	廣東省人民政府

業 務

獲獎年度	項目／產品名稱	獎項／榮譽	頒獎機構／組織
2024年.....	／	廣東外資企業百強企業	廣東外商投資企業協會
2024年.....	／	中國合格評定國家認可委員會(CNAS)實驗室認可證	中國合格評定國家認可委員會
2023年及2024年.....	／	高新技術企業	廣東省科學技術廳、廣東省財政廳及國家稅務總局廣東省稅務局
2023年及2024年.....	／	東莞市民營企業100強	東莞市人民政府
2023年及2024年.....	／	東莞市民營工業企業100強	東莞市人民政府
2022年、2023年及2024年.....	／	廣州獨角獸創新企業	廣州市科技創新企業協會
2022年、2023年及2024年.....	／	國家高新技術企業	全國高新技術企業認定管理工作領導小組辦公室

業 務

獲獎年度	項目／產品名稱	獎項／榮譽	頒獎機構／組織
2023年.....	廣東省攝像頭模組開發及應用工程技術研究中心	省級工程技術研究中心	廣東省科學技術廳
2023年.....	手機攝像頭模組	江西名牌產品證書	江西省品牌建設促進會
2023年.....	江西省智慧成像元件工程研究中心	省級工程技術研究中心	江西省發展改革委員會
2023年.....	／	江西省智慧製造標杆企業	江西省工業和資訊化廳
2023年.....	／	廣東省博士工作站	廣東省人力資源和社會保障廳
2023年.....	／	國家級綠色工廠	中華人民共和國 工信部

業 務

獲獎年度	項目／產品名稱	獎項／榮譽	頒獎機構／組織
2022年	/	廣州「高精尖」企業	廣州市科技創新企業協會
2022年	/	省級企業技術中心	江西省工業和資訊化廳
2022年	/	AEO高級認證證書	中華人民共和國黃埔海關、中華人民共和國南昌海關

競爭

我們於精密光學解決方案行業面臨激烈的競爭。我們行業的主要競爭因素包括技術專長、產品質量、研發實力、滿足技術迭代需求的能力以及提供及時有效的支持。根據弗若斯特沙利文的資料，我們(i)以收入計於2024年在全球消費電子攝像頭模組行業排名第二，市場份額為6.5%；(ii)以收入計於2024年在全球中高端智能手機攝像頭模組行業排名第二，市場份額為6.3%；(iii)以收入計於2024年在全球平板電腦攝像頭模組行業排名第一，市場份額為17.8%；及(iv)以收入計於2024年在全球筆記本電腦攝像頭模組行業排名第一，市場份額為15.9%。有關我們行業競爭格局的更多資料，請參閱「行業概覽」。董事認為，我們將通過提升與發展我們的競爭優勢，維持相較於其他競爭對手的競爭力和市場地位，競爭優勢披露於本節「—我們的競爭優勢」一段。

業 務

員工

截至2025年6月30日，我們合共擁有15,800名全職員工，其中絕大部分位於中國。下表載列截至2025年6月30日按職能劃分的員工明細。

職能	數目	百分比
		(%)
生產.....	12,879	81.5
研發.....	2,331	14.8
管理與行政.....	520	3.3
銷售與營銷.....	70	0.4
總計.....	15,800	100.0

我們的員工由工會代表。我們認為，我們能夠與員工維持良好的關係。於往績紀錄期間及直至最後實際可行日期，我們並未經歷任何可能對我們的業務、財務狀況或經營業績產生重大不利影響的重大勞務糾紛或罷工事件。

出於業務需要，我們亦會委聘若干第三方人力資源公司，以偶爾聘請勞務派遣人員，履行臨時性、輔助性和可替代職責，聘期不超過六個月。

招聘

我們認識到人才對於可持續業務增長與競爭優勢的重要性。我們認為，我們的成功取決於吸引、挽留及激勵合資格人員的能力。我們採用了多元化的招聘方法，確保關鍵職位的人才充足。員工主要通過校招與外部引進加入我們。我們與高級管理層或其他主要員工簽訂了為期兩年的不競爭協議。因此，我們通常能夠吸引及挽留合資格員工，並維持穩定的核心管理團隊。

我們目前維持由絕大部分前線員工組成的金字塔型人力資源結構。我們期望於未來數年逐步轉向鑽石型人力資源結構，增加中級員工數目並減少前線員工比例，我們認為其將顯著提升我們的運營效率。

業 務

薪酬與福利

作為人力資源策略的一部分，我們為員工提供相對具競爭力的薪金、花紅與其他激勵。我們不定期依據員工實現既定績效目標的能力等考核標準來檢討其表現。董事會基於經營業績和財務狀況批准後，我們會向員工派發季度、半年度或年度績效相關花紅。此外，我們以股份激勵獎勵關鍵員工，提升他們對本集團的歸屬感與責任心。

為貫徹平等的人力資源管理策略，我們為所有級別員工提供同等福利。我們的福利主要包括協助辦理定居、住房登記與家庭安置，以及節日和生日等特殊時期的禮物贈送。

培訓與管理

所有新員工均須接受入職培訓，內容涵蓋相關法律法規、安全要求、崗位職責及本集團規章制度。我們採用師徒制作為前線員工的在職培訓方式。此外，我們鼓勵員工持續進行自我提升。我們每年為員工提供豐富的培訓機會，包括業餘培訓及專業管理技能發展，並組織行業技術研討會、科研機構合作及產學研協同項目。

為實現高效的員工管理，我們採納分層組織制度。我們已制定員工手冊，並在員工入職時向其介紹規則及政策。手冊也可於官網隨時查閱。此外，我們每年組織員工手冊培訓，並通過公告欄及時公佈更新政策，確保員工全面了解最新要求與政策。

社會保險和住房公積金供款

於往績紀錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無根據相關法律法規為若干員工的社會保險及住房公積金作出全額供款，主要是由於大部分員工出於個人原因要求我們不足額繳納社會保險及住房公積金。

業 務

在中國經營的公司須參與多項員工福利計劃，包括社會保險、住房公積金及其他福利型付款責任。供款金額應等於員工薪金(包括花紅及津貼)的規定百分比，不得超過公司經營業務所在地的地方政府不時指定的最高金額。根據中國有關法律法規，用人單位未繳納規定的社會保險供款的，可能會被責令繳納規定的供款並被按日加收0.05%的滯納金。用人單位逾期仍不整改並補繳社會保險供款的，可能面臨欠繳數額一倍以上三倍以下的罰款。此外，用人單位未繳納規定的住房公積金供款的，可能會被責令限期繳納規定的供款，逾期仍不補繳的，可申請由法院強制執行。請參閱「風險因素 — 與我們的業務及行業有關的風險 — 我們可能須就勞工相關事項繳納相關政府機關施加的額外社會保險及住房公積金供款、滯納金及罰款」。

我們的中國法律顧問認為，鑒於以下情況，我們被要求補繳過往欠繳的社會保險及住房公積金的可能性極低：(i)在我們與主管監管部門的面談中，彼等確認，除非彼等接獲員工投訴，否則不會集中徵收過往社會保險及住房公積金欠繳款項，且倘我們於投訴後規定期限內糾正有關違規行為，則不會受到處罰；(ii)在往績紀錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無因未足額繳納社會保險及住房公積金而受到相關社會保險及住房公積金管理局的行政處罰，亦無收到任何補繳通知；(iii)根據社會保險及住房公積金主管部門出具的合規函件，於往績紀錄期間及直至最後實際可行日期，有關部門並無因未足額繳納社會保險或住房公積金供款而對我們處以行政處罰；(iv)於往績紀錄期間及直至最後實際可行日期，員工與我們之間並無存在與勞動僱傭事宜(包括社會保險及住房公積金供款)有關的重大未決糾紛或爭議；及(v)於往績紀錄期間及直至最後實際可行日期，我們並未收到任何涉及勞動僱傭、社會保險或住房公積金的重大的異議。

基於上文所述，董事認為，上述與社會保險及住房公積金供款有關的事宜不會對我們的業務、經營業績或財務狀況產生重大不利影響，且有關主管部門就往績紀錄期

業 務

間產生的任何欠繳的社會保險及住房公積金供款施加行政處罰或向我們追繳的可能性極低。因此，我們並無就往績紀錄期間各年度／期間未足額繳納的社會保險供款及住房公積金供款計提任何額外撥備。

保險

鑒於產品物流過程中產生的任何潛在損失，我們購買了財產保險和貨物保險。於往績紀錄期間，我們並無牽涉任何項目責任索賠。董事認為，我們的保險政策整體符合一般市場慣例及中國相關規則及法規。截至最後實際可行日期，我們並無提起或遭遇任何重大保險索賠，亦未面臨任何重大產品責任索賠。

然而，我們仍可能面臨超出保險範圍的索賠與責任。請參閱「風險因素 — 與我們的業務及行業有關的風險 — 我們可能沒有足夠的保險保障來承保潛在的責任或損失」。

土地與物業

截至最後實際可行日期，我們在中國擁有16處物業，總建築面積約為290,000平方米。該等物業主要用作生產廠房、辦公場所及員工宿舍。截至最後實際可行日期，我們已取得所有自有物業的全部所有權證書。

截至最後實際可行日期，我們在中國主要向第三方租賃26處物業，總建築面積約為360,000平方米。該等物業主要用作辦公室、車間、倉庫、員工宿舍、工廠，以及生產及製造基地。上述租賃物業租賃協議的租期一般介乎六個月至七年。

截至最後實際可行日期，(i)我們並無構成物業業務一部分的單一物業權益的賬面值佔資產總值的1%或以上，且所有該等物業權益的賬面總值不超過10%；及(ii)我們並無構成非物業業務一部分的單一物業權益的賬面值佔資產總值的15%或以上。因此，根據香港法例第32L章《公司(豁免公司及招股章程遵從條文)公告》第6(2)條的豁免規定，我們無需就物業權益編製估值報告。

業 務

牌照、許可及證書

截至最後實際可行日期，我們已自有關政府部門取得對我們的業務營運屬重要的所有必要牌照、批文及許可，且這些牌照、批文及許可均效力十足及有效。我們須不時重續相關證書、許可及牌照，並持續監察是否符合相關法律法規。於往績紀錄期間及直至最後實際可行日期，我們在重續牌照、批文及許可時並無遭遇重大困難，且目前預期有關重續不會面臨重大困難。

環境、社會與管治(「ESG」)

我們相信，科學化、規範化的運營管理是企業永續發展的重要保障。我們建立了標準化的ESG管理體系，完善治理結構，推進誠信合規和數據安全保護。通過整合內外部資源，我們的ESG管理體系逐步提升了各業務環節的可持續發展能力。在日常營運中，我們重視與各方溝通，識別關鍵議題，及時監控ESG相關風險與機會。我們將永續發展的要求落實到公司營運的各個層面。

我們同時建立了完善的內部控制和風險預防體系。通過優化治理結構、加強內部控制，嚴格確保合規經營，不斷提升治理水準，保障本集團高效運行。在推進反腐敗監督和風險預防的同時，我們加強廉政建設，培育互信共贏的生態。我們亦強化信息安全系統，為客戶提供安全可靠的價值保障。

此外，我們非常重視持份者的意見和回饋，包括政府和監管機構、股東和投資者、客戶、供應商、員工、行業夥伴、社區人士和公共媒體。我們透過公開電子郵件和投訴熱線等多種渠道保持溝通順暢。持份者可以隨時對我們業務的潛在負面影響提出疑慮。我們會指派專職人員迅速回應並建立聯繫。我們也持續追蹤補救措施的成效，並定期向持份者匯報最新進展，以確保補救程序的有效性和透明度。透過持續優化多元化的溝通機制，我們致力於確保所有持份者的關注和期望都能有效地融入我們的戰略決策和營運管理中。

業 務

於往績紀錄期間及截至最後實際可行日期，我們並無因違反健康、安全或環保法規而被處以任何罰款或其他處罰。

ESG管理架構

我們建立了明確的ESG治理架構。對內，我們成立ESG推廣中心，建構涵蓋決策、規劃、執行層面的立體管理體系。對外，我們與ESG專家合作，為ESG計劃提供專業技術指導與支援。透過內外整合的協調機制，有效推進ESG戰略的實施，全面提升ESG績效，與持份者共同創造永續價值。

決策層面

我們的總經理及管理委員會負責監督ESG相關事項之決策與監督。彼等定期接受ESG專責小組報告，審閱ESG報告、重大ESG事項、重要計劃及政策，並核准重大ESG議題。此舉可確保可持續發展原則與我們的核心價值緊密結合。

管理層面

成立ESG推廣中心，以制定我們的中長期永續發展計劃。該中心管理主要的實質議題、設定目標並監督執行。該中心以業界最佳實務為基準，並制定專門的ESG改善計劃。ESG推廣中心定期向總經理及管理委員會報告，以確保可持續發展戰略在本公司內有效執行。

執行層面

執行層面由各子公司及部門組成，負責依據各自的營運現況執行ESG計劃。彼等會定期向ESG推廣中心報告執行進度與成果，以確保我們的永續發展原則融入所有營運流程。透過此執行層面，我們致力於提升員工認知，促進全員參與，並透過持續改善，穩步推進ESG目標的實現。

業 務

ESG風險識別、評估及應對概要

我們根據最新的國際披露標準更新了評估方法，並進行了雙重重要性評估。此評估考慮了因ESG相關事項所造成的財務影響，以及我們的營運對ESG所造成的廣泛經濟、社會及環境影響。下表列出了我們發現的部分主要議題、風險和機會，以及我們制定的相應措施：

類別	重要性議題	風險	機遇	相應措施
環境.....	應對氣候變化	<p>物理風險帶來的生產停工、成本增加、保險支出增加</p> <p>轉型風險帶來的額外成本增加、原材料費用增長</p>	<p>資源管理和循環效率提升帶來產能和生產效率提高、原材料及倉儲物流支出降低</p> <p>參與政府節能減排計劃獲得相關補貼及激勵</p> <p>過渡至太陽能等低排放能源使用，從源頭減少碳排放及環境成本</p>	<p>識別氣候風險與機遇，梳理政策趨勢，通過情景分析評估對我們業務、戰略及財務的影響</p>

業 務

類別	重要性議題	風險	機遇	相應措施
	能源管理	低效的能源管理導致運營成本增加	高效的能源管理能降低成本、提高經濟效益	監測能源使用，積極推進能源低碳化轉型及節能技改
	清潔生產	增加研發及採購支出，進行低排放轉型	降低運營成本，提升低碳品牌形象，增強市場競爭力	制定減排目標和關鍵戰略，開展定期碳盤查和全面的碳減排
社會.....	員工培訓與發展	不匹配的培訓與發展體系導致生產效率降低	激發組織創新性，提升效率並降低運營成本	為不同層級員工提供多元化的培訓課程和能力發展項目
	職業健康安全	工傷事故及職業病導致生產力降低，聲譽受損，人力成本增加	健康與安全的工作環境促進運營穩定性，降低保費等合規成本	持續強化職業健康安全管理体系，定期開展職業健康安全培訓與稽核
	員工權益保障	權益侵害事件削弱聲譽和人才吸引力	增強員工的滿意度，可提升工作效率、減少人員流失	建立全流程勞工風險管理機制，確保運營符合員工權益

業 務

類別	重要性議題	風險	機遇	相應措施
	創新研發	研發投入損失	助力開拓新的商業機會及營收增長點	堅持前瞻性投入，並依託激勵機制推動技術創新
	供應鏈管理	供應鏈管理失效導致運營成本上升，盈利能力降低	穩定和合規的供應鏈，有助於確保產品或服務交付及時性，增強客戶信任	打造覆蓋供應商全生命週期的管理體系，推動供應鏈高質量、綠色低碳轉型
	產品質量	產品質量問題引發召回、法律訴訟等問題	超越客戶期待，獲得新的業務機會	不斷完善智能製造與質量管理體系，並定期開展質量稽核工作
	客戶關係管理	未能建立良好的客戶關係導致市場份額萎縮	增強客戶滿意度，可以實現收入增長	通過走訪、信息收集、滿意度調研等方式與客戶保持密切溝通，不斷完善客戶服務

業 務

類別	重要性議題	風險	機遇	相應措施
治理.....	合規與風險管理	公司決策力下降導致監管處罰和聲譽損失	增強組織韌性，可以提升投資者信心和市場價值	完善公司治理結構，持續強化風險與內控管理
	商業道德	違反商業道德導致賠償與罰款	踐行商業道德，可以增強與利益相關方的互信與合作	制定員工及供應商行為準則，定期開展商業道德內審與培訓

環境指標與管理

我們將環境管理融入運營，致力於可持續發展及污染預防。我們遵循法規，節能減排，建立內部管理標準，形成一套全面ESG管理體系。

我們秉持強烈的環境責任感，嚴格遵守《中華人民共和國環境保護稅法》、《中華人民共和國土壤污染防治法》等國家法律法規。我們將環境責任融入到營運和管理的每個環節。在此基礎上，我們建立了一系列專門的環境管理程序，包括環境因素和危害識別評估程序、隱患排查治理程序等。

例如，為積極推動節能環保，確保企業綠色可持續發展，我們在廣州生產基地的閒置屋頂上安裝了太陽能光伏系統。2024年，這套光伏系統累計節約737,058.4千瓦時的電力，相當於節約25.2噸標準煤。未來，我們將繼續加大投入，穩步擴大光伏系統覆蓋範圍，支持綠色低碳生產基地建設，推動行業綠色轉型。

業 務

廢棄物及排放管理

我們的主要廢棄物和排放物主要包括固體廢棄物、廢水和廢氣：

- **固體廢棄物**：我們的日常業務運營主要產生危險、無害及生活廢棄物。我們設立固體廢棄物台賬，記錄所產生固體廢棄物的關鍵信息。我們的固體廢棄物交由合資格第三方嚴格按照環境保護要求進行處理；
- **廢水**：我們的生產基地產生生活污水及工業廢水。我們遵照《中華人民共和國水污染防治法》及其他中國相關法律法規，建立了廢氣、噪音、廢水管理程序，對各生產基地的廢水進行標準化管理，確保排放水達到國家和地方標準。為減少廢水和污染物的排放，我們採取雙管齊下的措施，包括：(i)開發先進的廢水處理技術，安裝專門的處理系統，力求將回用率達到100%；及(ii)加強日常監督，要求各生產基地每年至少接受一次由外部機構進行的廢水排放監測評估，確保對廢水處理技術和設施的應用狀況和效果進行持續跟蹤；及
- **廢氣**：根據《中華人民共和國大氣污染防治法》及其他相關中國法律法規，我們每年對生產設施進行環境監測和檢查，確保氮氧化物、硫氧化物、顆粒物等大氣污染物的排放符合標準。通過實施加裝揮發性有機化合物活性炭吸附系統、推廣電動叉式起重車等措施，我們有效減少了生產作業過程中的廢氣污染物排放。這種對技術創新和負責任治理的承諾，是我們致力於可持續發展的基礎。

業 務

下表載列我們在往績紀錄期間產生的固體廢棄物、廢水和廢氣的排放數據：

分類	單位	截至12月31日止年度			截至6月30日
		2022年	2023年	2024年	止六個月
					2025年
固體廢棄物					
無害廢棄物	噸	987.5	1,819.4	3,180.1	1,536.6
危險廢棄物	噸	42.1	76.4	155.6	83.1
生活廢棄物	噸	462.3	444.8	1,543.1	524.21
廢水					
生活污水	噸	273,132	380,808	559,620	284,400
工業廢水	噸	963,790	711,402	1,434,949	1,063,976
廢氣					
溫室氣體排放量					
• 範圍1	tCO ₂ e	11,304.7	6,061.7	7,720.5	6,542.0
• 範圍1排放強度	tCO ₂ e / 人民幣 百萬元收入	0.9	0.4	0.3	0.5
• 範圍2(基於位置)	tCO ₂ e	83,253.9	86,288.3	127,232.1	88,307.5
• 範圍2(基於位置)排放強度	tCO ₂ e / 人民幣 百萬元收入	6.5	5.7	4.6	6.2
• 範圍2(基於市場) ⁽¹⁾	tCO ₂ e	83,253.9	53,345.9	57,662.7	80,591.4
• 範圍2(基於市場)排放強度	tCO ₂ e / 人民幣 百萬元收入	6.5	3.5	2.1	5.7

附註：

- (1) 我們的範圍2(基於市場)排放量於2023年大幅減少，於2024年維持相對穩定，主要因為我們於2023年開始購買綠色電力證書以抵銷排放量。我們於截至2025年6月30日止六個月錄得較高的範圍2(基於市場)排放量，主要因為我們通常於年底購買綠色電力證書以抵銷排放量，而年中數據並未反映此抵銷效果。

我們積極應對氣候變化，將節能、減排和環保目標深度融入我們的營運和生產過程。我們制定與公司發展軌跡相一致的戰略措施。我們通過能源管理與智慧園區建設相結合、推進能源互聯網智慧能源管理平台建設等創新措施，提高能源利用效率，減少水資源

業 務

浪費，同時推進材料回收再利用。我們嚴格管理固體廢棄物、廢水和廢氣排放，將生產的環境足跡降至最低。同時，我們採用先進的技術推動清潔生產，增加再生材料的使用，減少有害化學物質的使用，實現經濟增長與環境保護的良性循環，全面實現綠色發展。

我們高度重視溫室氣體減量工作，並將其視為核心戰略任務。通過建立成熟的智慧能源管理系統、推進節能設備升級、擴大清潔能源應用，我們的有效降低碳排放強度，穩步推進低碳發展進程。作為我們的ESG計劃一部分，我們致力於持續減少排放。到2033年，我們旨在實現範圍1、2溫室氣體絕對排放量相對2023年下降約54.6%二氧化碳。

資源消耗

下表載列我們在往績紀錄期間的能源和水消耗總量：

資源分類	單位	截至12月31日止年度			截至6月30日
		2022年	2023年	2024年	止六個月
能源消耗總量	MWh	158,096	234,999	330,152	154,844
用電強度	MWh／人民幣 百萬收入	12.4	15.4	11.8	10.9
總耗水量	噸	1,253,672	1,300,370	1,999,600	946,569
用水強度	噸／人民幣 百萬收入	98.2	85.2	71.6	66.6

我們已制定並實施資源節約程序，提高員工的節能、節水意識。

在能源消耗方面，我們定期推進車間節能改造項目，徹底發掘生產過程中的節能潛力。通過回收和利用廢熱，我們對中央空調水冷機組實施了專項節能改造工程。積極採用先進設備，降低能源消耗，推動綠色生產。通過管理戰略與技術創新的結合，顯著提高了資源利用效率，降低了能源消耗，有效控制了溫室氣體排放。這為建立低碳、環保的綠色生產體系奠定了堅實的基礎。

業 務

在用水方面，我們致力於打造節水型企業，為保護水資源做出貢獻。我們通過加強節水意識、推動全公司參與、嚴格維護設施以杜絕浪費、精確控水以優化灌溉、推動水資源回收利用以最大化資源價值等方式向目標邁進。我們不斷探索創新的水循環技術和方法，提高廢水回用率，逐步實現廢水零排放的目標。將對周圍水體的影響降至最低，實現企業發展與環境保護的雙贏。

以2024年為基準年，我們目標將未來三年的單位產值能耗與水耗降低10%。

氣候變化

我們高度重視整個上下游供應鏈和自身營運中與氣候相關的風險和機遇。從管治架構、戰略規劃、風險管理到目標與指標設定等四個核心層面，我們建立了有系統的因應框架。秉持永續發展的堅定信念，我們積極響應全球氣候變化的倡議，訂定遠大的減碳目標，並落實執行。在大力投資自身節能減排的同時，我們也支持供應鏈合作夥伴邁向綠色低碳的未來。

公司治理

我們成立了碳中和專責小組，由高級管理層領導，ESG推廣中心協調，並由多個部門緊密合作提供支援。該團隊全面負責規劃、執行和監督與氣候相關的措施，以確保穩步邁向我們的目標。

我們的總經理特別負責監督可持續發展相關事宜，管理氣候風險的識別、分析與控制，監督各部門氣候相關工作的執行，並定期向高級管理層報告進度。我們的ESG推廣中心、環境、健康與安全部門，以及工廠事務部門共同合作，落實碳管理及具體的減碳工作。他們制定計劃、推動專案、監控數據，以確保減碳目標的達成。

業 務

戰略

我們緊密結合企業現實，對相關政策法規進行深入分析，精確掌握氣候相關風險和機遇的動態變化。我們積極推動節能改造、屋頂太陽能發電、直接採購綠色電力等低碳措施，同時根據SBTi框架制定科學的減排目標。展望未來，我們將持續進行供應鏈溫室氣體盤查，實施多元化措施，推進能源結構低碳化轉型，全力支持碳中和目標的實現。

為了更有效地應對氣候變化，我們識別出以下潛在風險和機遇，分為物理風險與轉型風險。我們了解宏觀環境下各氣候相關風險與機遇的重要性及未來發展趨勢。我們通過定性的氣候情景分析評估氣候變化相關的風險和機遇在不同時期及情景下對我們的業務、戰略和財務規劃的影響。我們已識別出下列高影響的氣候相關風險：

風險	風險描述	應對措施
物理風險		
急性物理風險	<ul style="list-style-type: none">• 颶風、洪水和暴風雪等極端天氣事件可能會擾亂生產設施和供應鏈，影響營運並造成財產損失。• 包括運輸網路和電力供應在內的基礎設施損毀可能會導致生產延誤，影響產品交貨和聲譽。	<ul style="list-style-type: none">• 加強風險評估，並執行緊急應變計劃和演練，以確保在極端天氣事件發生時能迅速採取行動，並將損失減至最低。• 升級基礎設施，並採用抗災設備與設施，以確保營運穩定，並降低災害相關的影響。

業 務

風險	風險描述	應對措施
慢性物理風險	<ul style="list-style-type: none">• 長期的氣候變化，如氣溫上升、海平面上升、乾旱等，可能會影響資源的穩定性，並擾亂供應鏈，導致生產受限。• 資源稀缺和生產成本增加會影響營運效率、產品定價、獲利能力和市場競爭力。	<ul style="list-style-type: none">• 評估氣候變化對生產基地和供應鏈的長期影響。規劃調整方案，並選擇彈性、環保的供應鏈通路。• 持續監控氣候趨勢、優化資源使用效率、推廣使用綠色技術與永續材料，以降低生產成本與環境風險。
轉型風險		
政策風險	<ul style="list-style-type: none">• 全球和地方政府可能會推出更嚴格的環保法規，例如碳排放限制和排放交易制度，增加企業的合規成本。• 有關能源使用和排放的法規可能會影響原材料採購、生產流程和其他營運，導致營運費用增加。	<ul style="list-style-type: none">• 強化碳中和工作小組的管理架構，明確界定職責。持續監控政策變化、評估潛在影響，並制定主動應變計劃。• 加強排放合規管理，及時調整生產流程和能源使用，避免不必要的成本並降低風險。

業 務

風險	風險描述	應對措施
技術風險	<ul style="list-style-type: none">• 低碳技術的快速發展可能會降低現有技術和產品的市場競爭力。• 新技術的高研發成本會在短期內造成財務壓力，尤其是在這些技術完全開發並產生回報之前。	<ul style="list-style-type: none">• 加大對清潔和可再生能源技術的研發投入，增強創新能力，確保現有技術保持競爭力，與行業趨勢保持一致。• 積極規劃技術升級，並尋求合作夥伴關係以分享研發資源。
市場風險	<ul style="list-style-type: none">• 消費者環保意識的提高，促使對低碳產品的需求增加，而傳統的高碳產品則面臨市場萎縮。	<ul style="list-style-type: none">• 積極發展可再生能源汽車，滿足日益增長的綠色產品需求。• 加強市場研究，追蹤行業及消費者趨勢，確保產品線保持彈性，適應不斷變化的市場需求，並加強品牌營銷及推廣。

業 務

風險	風險描述	應對措施
聲譽風險	<ul style="list-style-type: none">• 人們對企業環境表現的擔憂日益增加。未能履行社會責任或有效應對氣候變化的公司，可能面臨批評和聲譽損害。	<ul style="list-style-type: none">• 加強ESG資料披露，定期分享本集團的環保目標、成就及未來計劃，以提高透明度並建立信任。• 積極參與公益、環保項目等社會責任倡議，提升品牌形象。• 參與氣候應對會議及對話，推廣綠色低碳的作法，同時提升我們可再生能源產品的影響力。

風險管理

我們敏銳地識別和評估氣候變化的物理風險和轉型風險，並主動尋找隱藏的發展機會。各風險管理部門定期進行全面檢討和篩選，運用科學方法評估當前和潛在的氣候相關風險。根據不同的風險類型制定可行的應對措施。管理團隊將高優先級及緊急風險排序，以確保氣候變化風險管理的有效運作。

社會指標與管理

我們通過推廣職業安全、員工發展、可持續供應鏈管理、消費者權益保障及社會公益等方面加強對社會的積極影響，從而踐行企業社會責任。

業 務

僱傭管理管治

我們在招聘過程中秉承合規、透明、公開、平等、尊重的原則，為各類人才提供平等的就業機會，並通過建立支援員工職業發展全週期的全面管理系統，助力員工實現個人價值。我們尤其建立了可持續的勞動管理實務，包括識別、評估和控制勞動道德風險的程序以及社會責任風險監控措施。同時，我們亦基於「識別-評估-監控-控制」架構發展出勞工管理機制。通過對社會責任履行情況的定期監控，確保社會責任管理體系的有效運行，並據此制定相應的控制措施。我們亦為員工提供全面的培訓機會。詳情請見「一員工」。

於往績紀錄期間及截至最後實際可行日期，我們並無發生任何涉及違反組織自由、集體談判權、強迫勞動、非法勞役、童工或任何形式歧視的事件。

我們堅持友愛、互助、平等與關愛的理念，堅決杜絕任何形式的歧視，打造開放、融合的工作環境。

下表列出截至2025年6月30日，本集團按性別劃分的員工總數：

	員工人數	百分比(%)
男性.....	10,353	65.5
女性.....	5,457	34.5
總計.....	15,800	100.0

業 務

下表列出本集團截至2025年6月30日按年齡組別劃分的員工總數：

	員工人數	百分比(%)
29歲及以下	7,978	50.5
30至49	7,641	48.4
50及以上	181	1.1
總計	15,800	100.0

下表列出截至2025年6月30日，本集團按區域分佈劃分的員工總數：

	員工人數	百分比(%)
中國大陸	15,400	97.5
香港、澳門及中國台灣	14	0.1
海外(不包括香港、澳門和中國台灣)	386	2.4
總計	15,800	100.0

職業健康安全

我們高度重視員工的生命安全與健康。我們將職業健康安全管理深入到我們業務運營的各個環節，並不斷優化環境、職業健康安全(「EHS」)管理體系，為員工創造安全、健康、和諧的工作環境。

我們建立了完善的EHS管理體系，並成立了EHS管理委員會，全面落實《中華人民共和國安全生產法》和《中華人民共和國職業病防治法》。我們亦建立了ISO 45001職業健康安全管理體系，嚴格遵守與工作環境相關的法律法規。我們致力於為員工創造安全、健康的生產和生活環境，維護完善的消防設施，實施一系列保護措施，防止員工受傷或暴露於危險的工作環境。我們提供定期的安全與健康培訓，提供適當的個人防護裝備，並在各生產設施派駐具有急救認證的人員。一旦發生威脅職業健康和安全的事故，該等急救人員可迅速為員工提供醫療救助。

業 務

於往績紀錄期間及截至最後實際可行日期，本公司並無因違反健康及安全法規而被處以任何罰款或其他處罰。

供應鏈管理

我們採用嚴格的供應商篩選、表現評估及動態管理，確保供應鏈的可持續發展。我們建立了透明、高效的體系，嚴格落實負責任的礦物採購實務，推動供應鏈的綠色改革。這使我們能夠與供應商和客戶建立長期、穩定的合作夥伴關係，共同推進可持續發展。尤其是，我們會對供應商進行現場審核，並提供培訓，以不斷提升其企業社會責任管理能力。

產品責任

我們始終將品質管理視為核心競爭力的重要組成部分。透過全員參與和持續改善的原則，我們將品質意識嵌入到每個工作流程中。我們建立了全面的品質管理系統，將品質意識融入每個流程，為客戶創造更大的價值。

我們將品質管理系統貫穿於研發、生產和服務交付的各個環節，確保每個產品都符合嚴格的環保和可靠性標準。透過深化品質管理架構，我們的製造基地已成功取得多項具權威性的產品品質認證，從ISO 9001國際品質管理認證到特定產業的品質標準。透過嚴格管控及持續改善，我們於從研發到製造再到品質檢驗的整個產品生命週期中，持續提升產品品質。此做法贏得了客戶信賴及市場認可，證明了我們在品質管理方面的傑出實踐及堅定不移的承諾。

公益慈善

我們致力於社會公益，在專注業務發展的同時，積極承擔社會責任，樹立負責任的企業形象，推動可持續發展。例如，我們成立義工協會，定期舉辦社區服務活動，例如探訪獨居長者、資助貧困學生及舉辦垃圾清理活動。我們也與多間大學合作推出實習計劃，提供實務經驗的機會，幫助學生在正式進入職場前做好更充分的準備。

業 務

反貪污和舉報措施

反貪污

我們嚴格遵守反貪污、反賄賂的法律法規，要求全體員工秉持誠信道德，堅持公平交易標準。我們積極為員工和供應商提供全面的商業道德培訓計劃，以培養組織的誠信文化。我們透過辦公自動化系統、官方微信帳號和誠信相關培訓材料，公開宣傳投訴和舉報渠道，確保所有員工和業務合作夥伴均知悉我們的舉報渠道。我們迅速處理舉報事宜，並採取措施堵塞管理漏洞。

舉報措施

我們的人力資源部門指定專人負責接收、處理和跟進涉及貪污和賄賂的申訴。提供有效舉報線索的人士將根據我們的舉報人獎勵標準獲得獎勵。我們鼓勵員工、業務合作夥伴及公眾人士舉報違法或不合規的活動，共同建立一個誠實且合乎道德的業務環境。我們建立了完善的舉報人保護機制，並嚴格遵守保密原則。所有調查均以匿名方式進行，未經舉報人書面同意，我們不會披露舉報人的身份或舉報內容。

法律訴訟與合規

於往績紀錄期間及直至最後實際可行日期，就董事所深知，我們未曾且未牽涉任何重大法律、仲裁或行政訴訟，且就我們所知亦無任何針對我們的重大待決或潛在法律、仲裁或行政訴訟。就董事所深知，於往績紀錄期間及直至最後實際可行日期，我們的業務營運在所有重大方面一直符合相關法律法規。

有關我們遵守中國勞動相關法律法規的若干法律事宜(我們認為該等事項不會對我們的業務、財務狀況或經營業績產生重大不利影響)的說明，請見本節「— 員工 — 社會保險和住房公積金供款」。我們認為我們已落實足夠的內部控制措施，確保持續遵守適用法律法規。

業 務

風險管理與內部控制

董事會負責確保我們維持健全有效的內部控制及風險管理系統，從而始終保障股東的投資及我們的資產。我們訂有內部手冊，當中載列運營流程、內部控制程序及其他政策指引。我們已在業務運營的各個方面(如財務報告、合規以及反賄賂及回扣)採用及實施全面的風險管理政策。

董事會及總經理負責建立、更新及實施我們的內部控制政策及系統，而我們的管理團隊監督與我們職能團隊有關的內部控制程序及措施的日常執行情況。

財務報告風險管理

我們已制定一套與財務報告風險管理相關的會計政策。我們已設立多項程序以實施會計政策，而我們的財政部根據該等程序審閱我們的管理賬目。我們還為財政部人員提供定期培訓，以確保其了解我們的財務管理和會計政策，並在日常運營中貫徹執行。

合規風險管理

為有效管理我們的合規及法律風險敞口，我們已採用嚴格的內部程序，以確保我們的業務運營符合適用規則及法規。根據該等程序，我們自有的法務部履行審核及更新我們與客戶、供應商及其他有關人士簽訂的合同形式的基本職能。在我們訂立任何合同或業務安排之前，我們的法務部會檢查合同條款並審閱業務運營的所有相關文件，包括交易對手為履行其業務合同義務所取得的牌照及許可，以及所有必要的相關盡職調查材料。

業 務

我們自有的法務部負責獲得任何必要的政府預先批准或同意，包括在規定的監管期限內編製及提交所有必要文件，以向相關政府部門備案。我們根據法律、法規及行業標準的變化，不斷完善內部政策，並更新法律文件的內部模板。我們對運營及員工活動的各個方面進行合規管理。我們也已就員工違反法律、法規及內部政策建立問責制度。此外，我們持續審核風險管理政策及措施的實施情況，以確保我們的政策及實施有效且充分。

反賄賂及回扣風險管理

在反賄賂及防止回扣方面，我們已針對賄賂及回扣實施一系列政策和內部控制措施，其中規定實施相關反賄賂程序的步驟，並列明相關人員的反賄賂責任。根據我們的反賄賂及防止回扣政策，我們嚴禁在任何業務運營中進行賄賂或其他不正當付款。該等政策所禁止的不正當付款包括賄賂、回扣、偽造及更改會計和業務文件，或為獲得不正當商業利益而作出或提供的任何其他付款。此外，我們保留準確的賬簿和紀錄，以合理詳細地反映交易和資產處置。我們嚴禁作出違反反賄賂及防止回扣政策的付款。我們擁有一支專責紀律團隊負責調查所報告的事件，並在必要時採取適當的措施。我們為員工提供充足的溝通渠道、制定舉報人政策並鼓勵員工主動向我們尋求有關反賄賂政策實施的指導。在該等調查過程中，我們的專責紀律團隊遵守相關法律及反賄賂政策，並在必要時提供書面反饋。