

## 業 務

### 概覽

我們是全球領先的智能手機科技ODM企業，提供囊括產品定義、研發、供應鏈管理、製造和售後服務的解決方案。於往績紀錄期間，我們的收入來自70多個國家或地區，涵蓋亞洲、美洲、歐洲、大洋洲和非洲。根據弗若斯特沙利文數據，於2024年，按出貨量計算，我們是全球第二大面向本土智能手機品牌的ODM解決方案提供商；於2025年第一季度，我們升至榜首。

憑藉從我們自有智能手機品牌運營中積累的豐富經驗，我們積累了涵蓋智能手機全價值鏈的豐富行業經驗，包括品牌管理及運營。我們於2009年推出自有品牌酷比並於2019年終止酷比的運營，以更集中資源為客戶提供ODM解決方案。多年來，我們成為一家全球領先的智能手機ODM公司，擁有獨立運營及管理智能手機品牌的豐富經驗，從而使我們從大多數主要以其他品牌製造商起步的市場參與者中脫穎而出。我們的智能硬件產品定義能力，使我們能夠根據對相關國家或地區的整體消費水平、面對客戶群體的主要功能偏好、當地文化及競爭格局等各類環境的理解精準地定義產品。憑藉我們卓越的產品定義能力，我們提供可滿足特定客戶需求的定制化產品，同時保持成本優勢和優異的產品性能，以提供更佳的消費者體驗。於往績紀錄期間，我們主要向客戶提供：(i)智能設備，包括(a)消費類智能手機，(b)為工業終端用戶設計的具備防水、防塵、防震功能的三防手機，及(c)其他物聯網產品；(ii)作為獨立產品的印刷電路板組件(智能手機的核心組件)及互聯網服務，包括(a)消費類智能手機印刷電路板組件及互聯網服務，(b)三防手機印刷電路板組件，及(c)其他物聯網相關印刷電路板組件；及(iii)其他，主要包括材料採購以及研究與設計服務。

2006年，我們成功設計並開發出首款印刷電路板組件，以滿足市場對移動電話及其他產品日益增長的需求。我們根據客戶提供的規格以及客戶期望產品具備的各種功能，對印刷電路板組件進行設計與開發。此外，我們於2011年推出首款消費類智能手機，2019年推出首款三防手機，這些均在我們的產品開發歷程中具有里程碑意義。為緊跟技術發展潮流，並預測到智能手機日益增長的普及趨勢，多年來，我們建立了消費類智能手機和三防手機核心技術體系。我們設計並提供具有廣泛技術規格的智能手機，以滿足全球不同地區客戶的需求。此外，預見到物聯網市場潛在的增長空間，我們也投入資源用於其他物聯網產品的研發，並於2020年推出了首款物聯網相關的印刷電路板及於2024年推出了首款物聯網產品。截至2025年7月31日，我們已開發超過598款智能手機及印刷電路板組件型號，以及超過46種其他智能設備。此外，我們持續優化自主開發的dido OS，實現多次迭代，以滿足全球本土品牌和電信運營商的具體定制化需求及提升用戶體驗。

---

## 業 務

---

近年來，面對全球宏觀環境的不確定性，我們積極拓展客戶群並使其多元化，以涵蓋海外本土品牌及電信運營商。相較於全球主要品牌為滿足全球消費者的多元需求而設計，且通常不會針對特定國家或地區定制功能，本土品牌通常每次交易產品訂單量較小，且有較大的深度定制需求以有效迎合當地人口的特定偏好與需求，例如針對當地特定的射頻頻段優化產品設計以提升產品性能以及結合AI人像分析以符合特定地區的審美偏好。憑借我們在產品定義、設計和系統開發方面的專業知識，我們引導我們的客戶在本土市場有效對抗如全球品牌等競爭對手，並於往績記錄期間增加其市場份額。例如，我們為特定客戶設計完全符合本土需求的智能手機產品。基於該設計，客戶推出一系列深受本土終端用戶歡迎的產品。截至2025年7月31日，我們的全球銷售網絡已擴展至70多個國家或地區，覆蓋亞洲、美洲、歐洲、大洋洲和非洲。

於往績記錄期間，我們的收入實現穩健增長。我們的收入由2022年的人民幣1,713.5百萬元增長34.3%至2023年的人民幣2,301.9百萬元，並進一步增長18.0%至2024年的人民幣2,717.0百萬元，及由截至2024年7月31日止七個月的人民幣1,368.5百萬元增長15.7%至截至2025年7月31日止七個月的人民幣1,583.7百萬元。我們的毛利由2022年的人民幣328.4百萬元增長53.5%至2023年的人民幣504.1百萬元，並進一步增長20.2%至2024年的人民幣605.8百萬元，及由截至2024年7月31日止七個月的人民幣306.8百萬元增長14.8%至截至2025年7月31日止七個月的人民幣352.2百萬元。我們的淨利潤由2022年的人民幣110.1百萬元增長84.6%至2023年的人民幣203.2百萬元，並進一步增長至2024年的人民幣206.6百萬元，及我們的期間利潤由截至2024年7月31日止七個月的人民幣93.1百萬元增長10.9%至截至2025年7月31日止七個月的人民幣103.3百萬元。

### 競爭優勢

#### 專為全球本土品牌量身打造的一站式服務能力

我們定位為一家以技術驅動的智能手機ODM公司，核心根基在於為全球本土品牌提供量身打造的一站式服務能力。此核心優勢構成了我們在全球市場中的差異化價值主張。

---

## 業 務

---

我們的服務覆蓋產品全生命周期，包括產品定義、研發、供應鏈管理、製造及售後服務。憑藉中國強大的供應鏈基礎設施以及我們多年積累的技術與營運能力，於往績紀錄期間，我們已與眾多海外本土品牌建立合作，業務遍及亞洲、美洲、歐洲、大洋洲及非洲超過70個國家或地區。根據弗若斯特沙利文數據，於2024年，按出貨量計算，我們是全球第二大面向本土智能手機品牌的ODM供應商，並於2025年第一季度躍升至榜首。

在全球宏觀波動環境中，我們的一站式服務能力支持我們主動優化客戶結構—從海外本土品牌延伸至一級電信運營商。我們的競爭優勢不僅體現於綜合服務模式與國內供應鏈實力，更在於我們對各地市場競爭態勢的深度洞察，能夠為本土品牌量身定制產品方案，助其在各自市場中更有效競爭。依托國內供應鏈能力與經過驗證的服務記錄，我們深化與現有本土品牌客戶的合作關係，同時亦拓展至運營商渠道。例如，我們已向美國頂級電信運營商提供合約手機，覆蓋2024年訂閱用戶規模前五大運營商中的三家。2025年初，我們通過支持部分美國一級運營商制定年度智能手機設計指南，將服務從產品供應延伸至戰略規劃層面，進一步深化合作關係。這項合作旨在顯著提升其產品銷量，鞏固我們作為這些客戶首要供應商的地位。

針對本土品牌的一站式服務可觸達市場得到行業增長趨勢的進一步支持。根據弗若斯特沙利文數據，2024年，本土智能手機品牌佔全球智能手機總出貨量約11.3%，從2020年的45.6百萬部增長至2024年的58.1百萬部，複合年增長率為6.3%，預計將於2029年達到68.4百萬部，2025年至2029年的複合年增長率為3.6%。推動本土品牌發展的趨勢預計將驅動該市場分部穩步增長，為我們的一站式服務創造持續需求。

於往績紀錄期間，我們的業務規模與海外覆蓋持續穩步擴張，這正是我們為全球本土品牌提供的一站式服務成效的直接體現。我們的總收入於2022年、2023年及2024年分別為人民幣1,713.5百萬元、人民幣2,301.9百萬元及人民幣2,717.0百萬元，同期來自海外市場的收入分別為人民幣1,043.8百萬元、人民幣1,536.7百萬元及人民幣1,766.2百萬元。在宏觀不確定環境中保持持續增長，凸顯了我們一站式服務優勢的韌性。

---

## 業 務

---

### 我們擁有獨到的智能硬件產品定義能力

憑藉從我們自有智能手機品牌運營中積累的豐富經驗，我們積累了涵蓋智能手機全價值鏈的豐富行業經驗，包括品牌管理及運營。多年來，我們積累了獨立運營及管理智能手機品牌的豐富經驗，從而使我們自大多數主要以其他品牌製造商起步的市場參與者中脫穎而出。我們的智能硬件產品定義能力，使我們能夠根據對本土品牌所處國家／地區的整體消費水平、面對客戶群體的主要功能偏好、當地文化及競爭格局等各類環境的理解精準地定義產品，我們產品定義的能力(Know-how)在我們和本土品牌的長期合作過程中逐步積累，並塑造了我們的核心競爭力，這一獨特能力使我們在合適的時間面向合適的人群以合適的價格推出功能合適的產品。例如，我們協助本土品牌進軍智能硬件市場並助其取得目標銷售業績。截至2025年7月31日，我們的全球銷售網絡已擴展至70多個國家或地區，覆蓋亞洲、美國、歐洲、大洋洲和非洲。

在多年服務全球本土品牌的過程中，我們一直在努力探索如何為終端用戶解決更多痛點、為用戶帶來更多產品價值。結合對本土品牌當地終端用戶需求的深刻洞察與理解，我們充分利用在系統深度開發方面的技術積累與豐富經驗，為本土品牌精準定義產品功能，為客戶提供最新的技術趨勢和市場需求，協助他們深入掌握市場定價與產品發展的競爭格局，從而制定高效產品策略，提升品牌管理。此外，我們還從手機系統層面引入了多種技術應用或功能，極大地提升了客戶在全球不同地區的產品競爭力與客戶粘性。

## 業 務

以下範例展示我們推出的若干產品特徵，以滿足全球本地客戶終端客戶需求。

### 特 徵

### 描 述

#### 頻段自訂功能與訊號強化功能

頻段自訂與訊號強化功能是一種將頻段定製硬件設計與智能天線切換相結合的解決方案。此功能可讓智能手機適應各種頻段與網絡環境，確保終端用戶始終享有最佳訊號品質，尤其適合擁有多樣頻率標準與訊號環境多變的國家（包括但不限於印度）終端用戶。

#### AI人像分析功能



AI人像分析是一項攝影應用功能，可智能識別與分析膚色、臉型等面部特徵，並根據特定地區當地人群的審美偏好自動調整影像。此功能有效滿足包括但不限於印度、孟加拉及巴基斯坦等不同國家和地區終端用戶的需求。

#### 一鍵翻譯



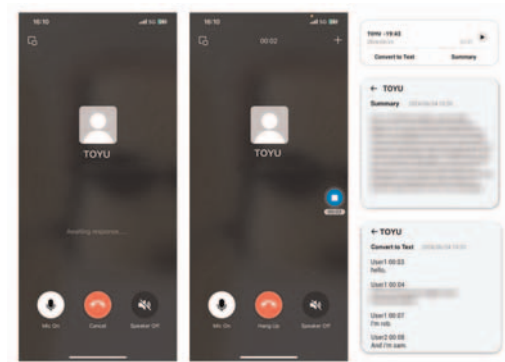
一鍵翻譯是一項系統層級功能，可讓使用者透過截圖相關頁面方式即時翻譯屏幕上的文字。該功能利用AI技術識別截圖中的文字，並將其翻譯為所需語言。此功能有效滿足多語言國家（包括但不限於印度、孟加拉國及土耳其）的用戶需求。

## 業 務

### 特 徵

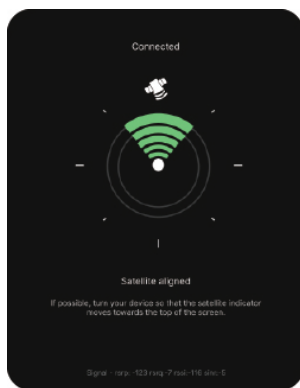
### 描 述

#### 會議助理



會議助理是一項系統層級的應用功能，利用AI技術將會議內容轉寫為文字稿，並生成會議摘要。此功能大幅提升會議效率，響應全球化與跨境合作背景下日益增長的線上協作需求。會議助理功能有效滿足包括但不限於印度等地區用戶的需求。

#### 衛星短信



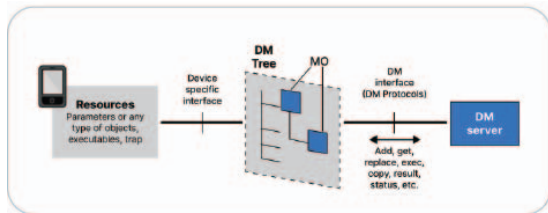
衛星短信功能讓用戶能透過衛星發送短信。當戶外網絡覆蓋中斷時，此功能可令智能手機直接連接衛星，確保通訊不中斷。此功能有效滿足包括但不限於歐洲、北美及澳洲等地區用戶的需求。

## 業 務

### 特徵

### 描述

#### OMADM



OMADM 功能是嵌入終端用戶智能手機的一套嵌入式軟件，使電信運營商能夠通過定期向後端系統收集設備使用數據，實現對設備的遠程管理。此功能採用標準協議並提供多項關鍵特性，包括空中固件升級 (FOTA) 遠程更新、網絡或用戶啟動的軟件更新，以及遠程管理接入點名稱 (APN) 設置、軟件組件和設備配置。此外，它還支持啟用或禁用設備功能以及推送通知。OMADM 尤其適合管理大範圍的移動設備集群，能有效滿足美國對電信運營商的設備管理需求。

#### 無網通信



無網通信功能可透過藍牙技術在數百米距離內傳輸語音訊息，無需接入通信網絡。此功能大幅強化戶外通信能力，尤其適用於網絡覆蓋有限的區域，有效滿足包括但不限於墨西哥及印度等地用戶的需求。

## 業 務

### 特徵

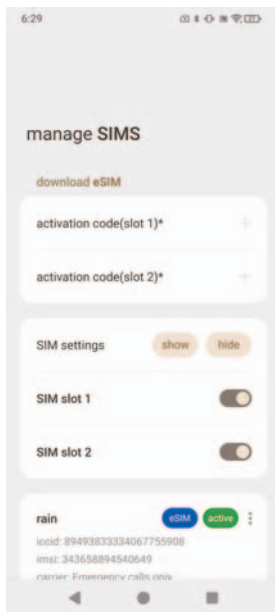
### 描述

#### 數字移動電台 (DMR) 功能



DMR 功能將專網對講機通訊功能整合至智能手機中，實現公網與專網對講服務的融合。此功能有效滿足包括但不限於歐洲及北美等地戶外使用者的需求。

#### 定制化 eSIM 功能



針對部分海外市場電信業者較為龐雜的情況，我們開發了定製 eSIM 功能。具體而言，定製 eSIM 功能可實現 (i) 單一智能手機支持多張 eSIM 卡，用戶可以同時使用多家電信運營商的服務；及 (ii) 單一 eSIM 支持多家電信運營商，方便用戶按需求切換不同運營商。該等功能廣受包括但不限於南美及非洲等地終端用戶的青睞。

## 業 務

### 特徵

### 描述

#### 增強音樂功能

增強音樂功能使智能手機能夠達到傳統裝置兩倍的音量水平且無損音樂品質，並結合多個揚聲器以提供卓越的音頻體驗。此功能顯著提升當地終端用戶的音樂播放品質，並有效滿足包括但不限於印度和非洲等地區終端用戶的偏好。

#### 我們在智能硬件領域擁有全棧式的研發設計能力

作為為全球智能手機本土品牌提供一站式服務的科技企業，我們發展了射頻、天線、光學、音頻、工業設計、電路設計、外觀設計、製造工藝、測試等專業技術和成熟工藝，同時根據本土品牌客戶以及海外電信運營商客戶的需求。我們持續致力於技術研發及深度操作系統開發，因此累積了豐富的實務經驗。具體而言，我們具備全棧式研發設計能力，支持模塊化解決方案，可靈活配置及組合不同模塊以滿足多元化定制需求。此等靈活性使我們可以應對客戶對產品功能的各類定制化需求，也幫助我們進一步加深和客戶的深度捆綁。於往績記錄期間，我們一般需時約六個月開發新機型，並可於三個月內按客戶要求完成現有機型的修改，充分展現我們高效交付定制產品以滿足客戶需求的能力。

經過多年的技術研發投入和產品開發，我們逐步構建了核心技術體系，並基於以海外本土品牌為目標的市場定位，形成了差異化的產品和技術能力：

- (i) **基礎技術**：我們形成了差異化的光學影像技術、音頻技術、天線技術和射頻通信技術。
- (ii) **產品設計**：我們形成了個性化、高效率的主板設計技術和產品結構設計技術。針對三防手機，我們形成了專業級的防水、防跌落、防爆等設計方案，以及多項特色功能，有效提高了我們的產品競爭力。
- (iii) **操作系統**：通過十多年來對dido OS的持續迭代，我們開發了多項操作系統優化技術。

---

## 業 務

---

- (iv) **柔性製造**：我們通過電路兼容及多接口拓展技術、多模塊研發仿真技術等敏捷開發方式，以及多項智能製造及自動化測試技術，有效實現了柔性化生產。

作為我們研發能力的證明，我們被評為國家級專精特新「小巨人」企業、國家級綠色工廠及四川省省級服務型製造示範企業。此外，我們參與起草了與系統與軟件工程中的軟件測試(GB 20220597-T-469)以及電子元件和半導體器件的長期儲存(GBT20210840-T339)等相關的國家標準。於2022年、2023年及2024年，我們的研發投入分別為人民幣148.0百萬元、人民幣159.3百萬元和人民幣225.9百萬元，截至最後可行日期，我們共擁有151項專利。

### 我們具備綜合性的客戶服務能力

近年來，面對全球宏觀環境的不確定性，我們積極拓展客戶群並使其多元化，以涵蓋海外本土品牌及電信運營商。相較於全球主要品牌為滿足全球消費者的多元需求而設計，且通常不會針對特定國家或地區定制功能，本土品牌通常每次交易產品訂單量較小，且有較大的深度定制需求以有效迎合當地人口的特定偏好與需求，例如針對當地特定的射頻頻段優化產品設計以提升產品性能以及結合AI人像分析以符合特定地區的審美偏好。我們擁有較為豐富的專營手機品牌運營經驗，對於消費者體驗、產品的技術趨勢和市場需求等有著深刻的理解，與大多數主要從為其他品牌代工起家的市場參與者形成差異化。憑借我們在產品定義、設計和系統開發方面的專業知識，我們引導我們的客戶在本土市場有效對抗如全球品牌等競爭對手，並於往績記錄期間增加其市場份額。例如，我們為中東一個客戶設計完全符合本土需求的智能手機產品。基於該設計，客戶推出深受本土終端用戶歡迎的產品，在產品推出的首年實現約18萬台的銷售量。

在產品定義階段，我們與客戶高級管理人員保持高頻率溝通，通過各類線下和線上會議形式，向客戶提供最新的技術趨勢、市場需求等信息，協助他們深入掌握市場定價與產品發展的競爭格局，從而制定高效產品策略，提升品牌營運效率。在產品設計階段，我們從售價範圍、消費者體驗、產品性價比等維度指導客戶形成有利於提高產品競爭力的有效需求，再將客戶的有效需求轉化為能提高客戶市場競爭力的產品設計方案，協助客戶提升產品市場競爭力和終端用戶黏性。

---

## 業 務

---

截至2025年7月31日，我們已經開發超過598個手機型號和手機的印刷電路板組件型號及超過46類型號的其他智能終端產品。此外，我們持續優化自主開發的dido OS，實現多次迭代，以滿足全球本土品牌和電信運營商的具體定制化需求及提升用戶體驗。我們的全球銷售網絡已擴展至70多個國家或地區，覆蓋亞洲、美國、歐洲、大洋洲和非洲。截至2025年7月31日，我們與我們主要本土品牌客戶的平均合作關係持續時間超過六年，與電信運營商客戶的平均合作關係持續時間超過三年。於2024年，我們的主要本地品牌客戶和電信運營商客戶的留存率分別達到92.9%和100.0%。

### 我們掌握穩定、高效、靈活的供應鏈管理能力

我們深耕以智能手機為代表的智能終端產品領域多年，積累了豐富的供應鏈資源。因此，我們已具備穩定、高效、靈活的供應鏈管理能力：

- **穩定及時的供應：**我們與超過18家晶片、相機、屏幕、印刷電路板及電子元器件核心供應商形成了長期、穩定的合作關係，其大多數與本集團合作超過3年，同時對於晶片、相機、屏幕及印刷電路板等核心零部件，我們均擁有超過五家備選的合格供應商，可以有效地保障零部件的穩定、及時供應。
- **高效的物料管理：**我們建立了完善的數字化管理系統，我們的ERP系統、SRM數字採購平台、MES系統等實現了全流程對接，實現了物料的全流程可視化管理，保障了我們與供應商之間的在線協同，極大地提升了材料採購、交付和管理的效率。

### 我們擁有全面的質量管理體系及品質管控能力

我們建立了一套全面的質量管理體系，在產品研發與設計、供應鏈及物料管理、生產及產品組裝等環節實施嚴格的質量控制。在產品研發與設計階段，我們通過一系列針對射頻(RF)、天線、音頻、成像及整體可靠性的實驗室測試，確保質量及可靠性。在材料採購階段，我們對進廠物料實施嚴格的檢驗。在生產階段，我們在印刷電路板印刷、元件放置、焊接、切割及操作系統編程等關鍵操作階段建立了嚴格的測試程序。最後，在產品組裝階段，憑借我們在自動化測試方面的核心技術，我們對組裝後的產品進行電流、耦合、音視頻性能及整體可靠性的測試。這有效提升了我們產品的可靠性，並贏得了眾多客戶的認可，提升了我們的品牌形象。在往績記錄期間，我們的客戶產品檢驗合格率一直保持在98%以上，超過了弗若斯特沙利文的行業基準95%。於往績記錄期間內及直至最後可行日期，我們並無任何重大產品退回，亦無接獲任何有關我們產品的重大投訴。截至2025年7月31日，我

---

## 業 務

---

們已獲得多種質量管理體系認證，包括ISO 9001質量管理體系認證、ISO 56005創新管理體系認證。ISO 14001環境管理體系認證、ISO 45001職業健康安全管理体系認證以及工業化與信息化融合管理體系AAA級認證。

### 我們擁有具備覆蓋消費電子全產業鏈能力的管理團隊及專業人才

由於我們所處的智能硬件行業屬於人才和技術密集型產業，我們深知技術專長、產品開發、供應鏈管理和市場拓展的重要性。我們在董事長陳凱峰先生以及高級管理人員吳慶先生、汪樂輝先生等核心團隊的帶領下歷經了將近二十年的發展，形成穩定的產品開發團隊及技術精湛的團隊，使我們擁有壯大的人員數量及研發協同能力。我們始終將人才視為立身之本，擁有一支經驗豐富、團結穩定、掌握核心技術的管理團隊，這些核心成員深耕智能硬件行業近二十年，對行業發展趨勢及全生命周期環節有著深刻的理解，並具備覆蓋消費電子全產業鏈的全面能力。在管理團隊的帶領下，我們成功抓住了智能硬件領域的幾次重大變革所帶來的機會，逐漸發展成為向全球智能硬件本土品牌提供一站式服務的科技企業。

為持續提高研發能力及產品競爭力，我們培養和引進了通信、光學、軟件、工業設計、電子信息等多領域的專家。於2025年7月31日，我們的研發團隊共有740名成員。同時為加強研發人才隊伍建設、拓寬人才發展空間，我們建立了一系列研發人員激勵制度，將研發人員的研發成果與內部考核和績效考核相結合，充分調動研發人員的工作積極性，提高創新能力。我們鼓勵研發人員跨部門、跨學科合作，密切關注新一代信息技術領域的最新研發成果，定期地舉行專業技術培訓和專家講座，加速研發人員成長，為我們未來發展打下良好的人才基礎。

### 發展戰略

#### 進一步發展聚焦AI功能的研發能力，加強平台化和模塊化建設

我們將以現有產品開發平台為基礎，整合當前研發成果及技術經驗，構建模塊化、解耦合的產品開發技術平台。平台化涉及建立一個統一的技術基礎，該基礎能夠支持多種產品和服務，並且可以實現在產品組合之間重複使用核心功能。模組化則是指將平台設計成一組獨立且可互換的模組，每個模組負責特定的功能。總體而

---

## 業 務

---

言，這些方法使得在不影響整個系統的情況下，能夠快速更新或擴展某些產品元件（包括軟硬件）、增強應對客戶需求的靈活性，以及促進跨產品的一致性和互操作性。我們計劃採購新研發設備，並升級與研發相關的軟件，提高我們的研發能力。此舉措將縮短產品開發到上市銷售的落地周期，加快下一代產品的開發周期，亦將極大提升我們服務客戶的能力，使我們得以承接其更多項目。

此外，我們將專注研發用於我們的移動操作系統的人工智能智能體和訓練大語言模型，以增強終端用戶的體驗。我們計劃招聘更多的人工智能和算法模型方面的人才，並專注於模型的訓練及優化，持續不斷地推出更優秀的AI功能，不斷地豐富我們的產品體驗。

### 不斷提升產品規劃能力

我們始終非常重視對客戶需求的深入理解能力，通過精準把握全球不同地區市場的消費升級節奏，合理進行產品規劃及客戶引導，在控制產品開發及其他經營成本的同時，保證產品開發效率，提升客戶滿意度。

我們還將持續提升產品開發能力，通過加強不同部門人力協同、優化器件選型及供應鏈控制、提升研發測試效率、增強工藝開發及質量控制等方法，切實保障對客戶需求的研發實現及量產交付能力。

### 不斷加強供應管理和產能

我們將不斷優化供應鏈管理和生產體系管控，不斷提升現有生產線的多元化柔性生產能力。我們旨在提升核心產品關鍵生產環節的管控力度，使我們能夠更好地響應前端市場需求及有效管控產品質量及庫存風險。

再者，我們計劃增設新SMT及組裝生產線，以提升我們的產能。我們致力於確保各項產品如期上市、及時交付、質量可靠，以卓越的產品品質和柔性生產能力贏得我們消費者的信賴和喜愛。

### 加速布局全球各地銷售渠道，持續開拓全球市場份額

南亞、中東、拉丁美洲、非洲等市場地區的人口基數龐大、增長速度較快，且人口結構普遍具有年輕化的特徵。根據全球移動通信系統協會(GSMA)數據，2021年

---

## 業 務

---

至2025年，包括非洲、中東、拉丁美洲、亞太地區(不含中國)在內的全球主要市場地區將新增近3億移動網絡用戶，因此，新興市場國家或地區的智能手機市場具有較大潛力。

因此，未來我們將繼續加大在這些市場的技術支持及維護、新產品研發、國際測試認證、市場準入和海外市場拓展等多個方面的投入，在加大力度鞏固已覆蓋區域市場的同時開拓新區域市場業務，加快在全球各區域布局銷售渠道和拓展市場份額。

作為銷售網絡拓展工作的一部分，我們也在計劃尋求潛在機會，重點收購在發達國家(專注於歐洲及北美市場)擁有當地銷售渠道的公司。通過收購這些公司，我們以期擴大我們的銷售網絡，直接觸及當地消費者。

### 持續優化團隊的專業人才結構

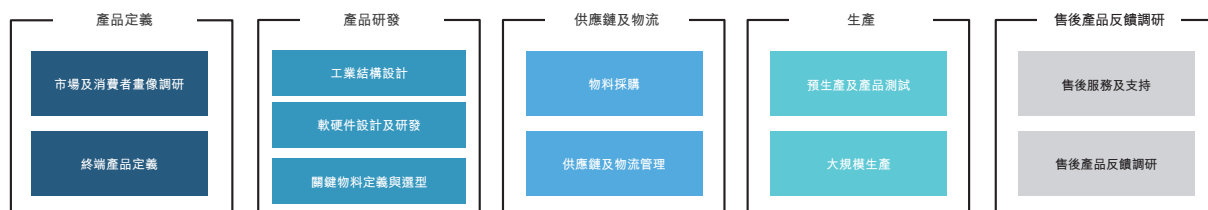
我們將在現有人員的基礎上，按需引進各類人才，優化人才結構，為後續公司發展提供充足的技術人才儲備。同時為保證專業人才培養，不斷提升技術能力，我們將不斷加強與科研單位、大學院校、用戶的產學研合作，發揮雙方各自在前沿技術研究、專業人才培養以及行業應用產品開發等方面的優勢，實現各方「資源共享、優勢互補」，從而不斷提高我們的技術能力，促進技術與業務轉型升級。

### 我們的業務模式

我們提供囊括產品定義、研發、供應鏈管理、製造和售後服務的ODM解決方案。憑借中國強大的供應鏈基礎設施和我們多年來積累的核心競爭力，我們已支持全球各地的本土品牌在智能手機行業嶄露頭角，同時為美國的一級海外電信運營商提供高性價比合約智能手機產品，覆蓋2024年用戶規模排名前五的電信運營商中的三家。

## 業 務

下圖展示我們以客戶為中心的業務模式：



### 產品定義

在產品定義階段，我們專注於為產品開發奠定堅實的基礎。憑借我們十多年來在運營及管理手機品牌方面的行業洞察和經驗，我們已發展獨特的智能硬件產品定義能力，使我們可根據自身對整體消費水平、目標客群的關鍵功能偏好以及相關國家或地區的競爭格局和當地文化的深刻理解，準確地定義產品。此項獨特的能力使我們能夠幫助全球客戶在合適的時機推出適合的產品，並以具有競爭力的價格針對適當的消費人群。

我們通過與客戶攜手合作，透過市場分析收集下游客戶的需求，從而不時制定我們的長短期產品路線圖。我們為客戶提供最新的技術趨勢和市場需求洞察，協助他們深入掌握市場定價與產品發展的競爭格局，從而制定高效產品策略，提升品牌營運效率。我們還指導客戶在當地市場與全球品牌等競爭對手進行有效競爭，重點關注售價範圍、消費者體驗和性價比。在與客戶經過多輪深入討論後確定產品規格後，我們將制定一份項目計劃，作為後續研發工作的指導框架。

### 研究與開發

產品定義完成後，我們便開始產品研發階段。我們發展了射頻、天線、光學、音學、工業設計、電路設計、美學設計、製造工藝及測試等多方面的專業技術與成熟工藝，並通過持續技術研發及深度操作系統開發，積累了豐富的經驗，從而得以滿足本土品牌以及海外電信運營商的需求。我們在產品設計及研發過程中採用環保材料，以提高能源效率，減少資源使用和廢物排放。

我們在進行外觀設計的同時亦按規格進行產品的硬件和軟件設計與工程。我們多樣化的產品組合能實現成本效益高的客制化以滿足客戶的特定需求，讓我們能在維持高品質標準的同時，量身打造設計和研發流程以符合獨特的要求。

---

## 業 務

---

在整個研發過程中，我們都會與客戶溝通並收集他們的反饋。設計完成後，我們會對原型進行徹底的驗證測試，確保所有規格要求得到滿足。驗證完成後，我們會安排將原型交付給客戶進行測試並收集反饋，最終實現量產。對於我們的大部分客戶，我們將研發及設計服務整合至更廣泛的銷售協議中。根據該等安排，我們會按客戶規格對現有產品型號進行客製化，並將可歸屬於該等服務的收入與成品交付一併確認。我們通常採用非買斷模式，保留自身設計的版權。在此等情況下，客戶獲得在特定期間或限定範圍內使用產品型號設計版權的許可。

對於少數客戶，我們會簽訂獨立的研究及設計協議。這些協議通常涉及新產品型號的開發，或對產品解決方案進行客製化以滿足特定行業級要求。「行業級」要求指的是特定行業對設備的專門需求、標準及耐用性要求，而非供一般消費者使用。在此類情況下，我們會單獨確認與研究及設計服務相關的收入。我們亦會透過買斷安排將版權所有權轉讓給客戶，相關收入列入研究及設計服務收入中。

### 供應鏈管理

我們負責採購必要的原材料，包括晶片、內存條、屏幕、功能性積體電路、相機、外殼、電池及印刷電路板。我們在智能手機領域經驗豐富，借此積累了大量供應鏈資源。透過與供應商建立長期合作關係，我們加強了定價的議價能力，即使在市場短缺時也能確保庫存供應。得益於此，我們方可具備穩定、高效且靈活的供應鏈管理能力。

原材料的訂單通常會在收到客戶確認後下達。然而，對於交貨期較長或容易出現供貨短缺或價格波動的材料，我們可能會根據銷售和營銷部門所編制的銷售預測提早下單。我們已建成全面集成的綜合性數字化物料管理體系，使我們能夠與供應商無縫協作，大大提升材料採購與交付的效率。此外，在用於生產前，我們會對所有原材料進行品質控制，確保其符合我們的標準。

---

## 業 務

---

### 生產

在原型獲得客戶批准後，我們在自有設施生產產品。我們專注於通過形成自動化測試等生產領域的核心技術，發展智能製造及柔性生產力。我們採用以主要標準產品版本為核心，輔以少量靈活定制的靈活開發方式，在滿足客戶需求的同時，有效簡化生產過程中的定制流程，極大地提高了生產效率與產品交付能力。此外，我們在各個關鍵生產階段執行嚴格的測試程序，並對組裝好的商品進行測試，以確保產品品質。

此方式使得我們能有效滿足本土品牌的要求。這些品牌的特點是訂單規模較小，定制化要求較高，從而有效迎合當地人群的特定喜好及要求。

### 售後服務

組裝及包裝完成後，成品會被送往客戶在訂單中指定的地點、港口或位置。我們與客戶密切合作，處理產品相關的任何問題，確保對可能出現的任何問題作出切實回應。我們亦與客戶定期會談，收集反饋，以識別待改進之處。因此，通過與本土品牌長期合作，我們產品定義技能逐漸增強，進而塑造了我們的核心競爭力。

### 我們的產品和服務

於往績記錄期間，我們主要向客戶提供(i)智能設備，包括(a)消費類智能手機、(b)為工業終端用戶提供防水、防塵及防震設計的三防手機及(c)其他物聯網產品；(ii)印刷電路板組件及互聯網服務，包括(a)消費類智能手機印刷電路板組件及互聯網服務、(b)三防手機印刷電路板組件，及(c)其他物聯網相關印刷電路板組件；及(iii)其他，主要包括材料採購及研究與設計服務。

## 業 務

以下為於往績記錄期間按產品類型劃分的收入明細：

	截至12月31日止年度						截至7月31日止七個月			
	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	%
<b>智能設備<sup>(1)</sup></b>										
消費類智能手機	1,122,029	65.5	1,585,453	68.8	1,918,855	70.7	963,886	70.4	1,108,179	70.0
三防手機	26,497	1.5	61,317	2.7	74,103	2.7	16,148	1.2	45,201	2.9
其他物聯網產品	—	—	—	—	3,459	0.1	154	0	3,854	0.2
<b>小計</b>	<b>1,148,526</b>	<b>67.0</b>	<b>1,646,770</b>	<b>71.5</b>	<b>1,996,417</b>	<b>73.5</b>	<b>980,188</b>	<b>71.6</b>	<b>1,157,234</b>	<b>73.1</b>
<b>印刷電路板組件</b>										
消費類智能手機										
印刷電路板組件 <sup>(2)</sup>	235,189	13.6	290,579	12.7	194,867	7.3	103,524	7.6	143,117	9.0
三防手機印刷										
電路板組件	160,637	9.4	161,580	7.0	188,509	6.9	98,065	7.2	111,624	7.0
其他物聯網相關										
印刷電路板組件	40,875	2.4	69,729	3.0	58,287	2.1	29,123	2.1	32,466	2.1
互聯網服務	66,121	3.9	90,018	3.9	130,912	4.8	79,689	5.8	73,994	4.7
<b>小計</b>	<b>502,822</b>	<b>29.3</b>	<b>611,906</b>	<b>26.6</b>	<b>572,575</b>	<b>21.1</b>	<b>310,401</b>	<b>22.7</b>	<b>361,201</b>	<b>22.8</b>
其他	62,120	3.7	43,200	1.9	148,047	5.4	77,939	5.7	65,225	4.1
<b>總額</b>	<b>1,713,468</b>	<b>100.0</b>	<b>2,301,876</b>	<b>100.0</b>	<b>2,717,039</b>	<b>100.0</b>	<b>1,368,528</b>	<b>100.0</b>	<b>1,583,660</b>	<b>100.0</b>

附註：

- (1) 應客戶要求，部分智能設備（包括消費類智能手機和三防手機）及其他物聯網產品會以組件包（包括印刷電路板組件、顯示器模組和相機模組等硬件組件的完全拆解件及半拆解件）形式交付，並在進口至客戶的國家後由其進行組裝和包裝，因為客戶認為進口成品電子設備的稅率比在相關國家進口組件的稅率更高。
- (2) 於2022年、2023年、2024年以及截至2024年及2025年7月31日止七個月，本公司來自互聯網服務的收入分別為人民幣66.1百萬元、人民幣90.0百萬元、人民幣130.9百萬元、人民幣79.7百萬元及人民幣74.0百萬元。

## 業 務

下表列示以半成品套件形式交付的每款智能設備的收入及銷售數量。

	截至12月31日止年度						截至7月31日止七個月			
	2022年		2023年		2024年		2024年		2025年	
	收入	銷量	收入	銷量	收入	銷量	收入	銷量	收入	銷量
	人民幣千元	千件	人民幣千元	千件	人民幣千元	千件	人民幣千元	千件	人民幣千元	千件
	(未經審核)									
消費類智能手機 . . .	1,122,029	1,961	1,585,453	3,111	1,918,855	3,841	963,886	1,993	1,108,179	2,560
— 完全拆解件 . . .	175,841	345	448,508	799	321,419	608	140,913	314	177,818	571
— 一半拆解件 . . . .	259,799	390	240,233	440	405,857	984	226,186	638	260,115	489
— 整機 . . . . .	686,389	1,226	896,712	1,873	1,191,579	2,250	596,787	1,042	670,246	1,499
三防智能手機 . . . .	26,497	21	61,317	60	74,102	70	16,149	17	45,201	47
— 完全拆解件 . . .	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
— 一半拆解件 . . . .	17,650	12	28,885	23	15,593	15	1,780	2	8,185	8
— 整機 . . . . .	8,847	9	32,432	37	58,509	55	14,369	15	37,016	39
其他物聯網產品 . . .	—	—	—	—	3,459	3	154	—	3,855	7
— 完全拆解件 . . .	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
— 一半拆解件 . . . .	—	—	—	—	—	—	—	—	1,908	3
— 整機 . . . . .	—	—	—	—	3,459	3	154	—	1,947	4

## 業 務

### 我們的產品

下文載列我們的產品簡介

#### 產品

#### 描述

##### 智能設備

##### 消費類智能手機



- 消費類智能手機是指具備完整操作系統、處理器、大容量存儲、前置和後置攝像頭，且能選擇性安裝第三方應用程序以進一步拓展功能的手機。
- 其功能廣泛，涵蓋衛星導航、網頁瀏覽、移動支付以及娛樂功能等。終端用戶可同時操作多項任務，進行複製粘貼，還能通過觸摸屏幕或虛擬鍵盤實現人機交互。

##### 三防手機



- 三防手機專為抵禦惡劣條件而設計，依據特定行業標準具備防水、防震和防塵性能。這類智能手機在極端溫度與高濕度環境中表現出色，能夠承受強烈的物理沖擊，非常適合在惡劣環境下使用。
- 它們在諸如探險、工業作業、航空以及極限運動等行業和活動中尤為實用。堅固耐用、抗壓性強以及對惡劣環境的適應性，是三防手機的關鍵特性。

## 業 務

### 產品

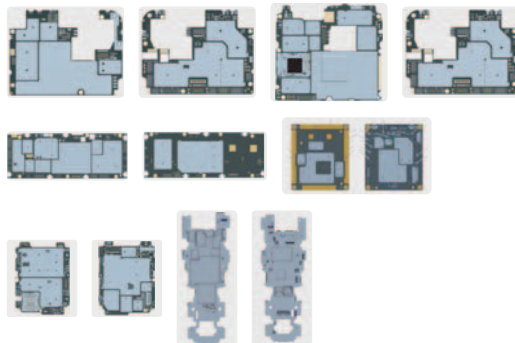
### 描述

#### 其他物聯網產品



- 其他物聯網產品是指連接到互聯網的設備，這些設備通過通信網絡收集、連接並與其他聯網設備交換數據，以提高運營效率。我們的其他物聯網產品包括工業級平板電腦、執法記錄儀和個人數碼助理。

#### 印刷電路板組件



- 印刷電路板組件為根據設計方案已完成各類電子元件(如電阻、集成電路及電容等)裝配並加載軟件的印刷電路板。作為電子產品的基礎基板，印刷電路板組件的設計方案和製造工藝在很大程度上決定了電子產品的功能和質量。
- 印刷電路板組件具備多項關鍵功能，包括電信號傳輸、外部接口管理及核心控制操作，乃智能手機與物聯網產品的「中樞神經系統」。
- 我們的印刷電路板組件產品應用於多個領域，包括消費類智能手機、三防手機以及其他物聯網產品。

不同終端產品應用中印刷電路板組件的核心差異如下：

---

## 業 務

---

### 產品

### 描述

- (i) **消費類智能手機**：消費類智能手機的印刷電路組件板採用輕量化與高密度設計，板厚通常不超過0.8毫米。其集成核心模組包括主處理器、記憶體、電源管理系統，以及4G/5G、Wi-Fi與藍牙等通訊組件。設計重點在於實現高速運算、高清影像處理及無縫連接功能，以滿足大眾市場對流暢用戶體驗與便攜性的核心需求。
  
- (ii) **三防手機**：三防手機對尺寸與重量要求相對寬鬆，印刷電路板組件厚度普遍達0.8毫米以上。除基礎邏輯控制與通信功能外，三防手機的印刷電路板組件須優先考慮強化環境耐受性，包括符合IP68/IP69K防護等級的防塵防水認證，以及承受1.5米以上跌落衝擊的能力。透過防護塗層與密封結構設計，可有效防止腐蝕及短路問題。三防手機的印刷電路板組件更可搭載紅外熱成像、激光測距、夜視偵察及穿牆偵測等專業功能，並支持更寬廣的工作溫度範圍。

---

## 業 務

---

---

### 產品

### 描述

---

- (iii) **物聯網產品**：物聯網產品的印刷電路板組件特別注重低功耗設計、運行穩定性及多場景適應性。這類印刷電路板組件的標準配置包含低功耗處理器、無線通信模組及專用傳感器接口。此外，物聯網印刷電路板組件常針對垂直領域進行功能定制，如物流零售業整合條碼掃描模組，支付設備內嵌金融級安全晶片。

### 智能設備

#### 消費類智能手機

我們於2009年開始開發消費級手機，並於2011年推出了首款消費類智能手機，這在我們的產品開發歷程中具有里程碑意義。為緊跟技術發展潮流，並預見到智能手機日益增長的普及趨勢，多年來，我們建立了消費類智能手機核心技術體系。我們設計並提供具有廣泛技術規格的消費級手機，適應各種移動通信標準和不同的射頻頻段，可在全球範圍內使用，以滿足全球不同地區客戶的需求。我們還提供定制功能，包括差異化外觀設計和多主板兼容性，增強了產品的可擴展性和適應性。

## 業 務

下表概述了我們消費類智能手機產品系列的部分詳情：

產品系列	圖片	產品特點
X Fold 系列 <sup>(1)</sup>		<ul style="list-style-type: none"><li>● 旗艦級5G平台</li><li>● 水滴形鉸鏈設計</li><li>● AMOLED可折疊顯示屏</li><li>● 鋁合金納米注塑中框</li><li>● 先進的攝像系統，包括帶有光學防抖功能的大尺寸傳感器，具備光學變焦能力，並搭配廣角和長焦鏡頭</li><li>● 66W大功率充電</li></ul>
X系列		<ul style="list-style-type: none"><li>● 中高端5G平台</li><li>● 3D AMOLED顯示屏</li><li>● 機械設計架構和鋁合金納米注塑工藝打造的中框</li><li>● 先進的攝像系統，包括帶有光學防抖功能的大尺寸傳感器，具備光學變焦能力，並搭配廣角和長焦鏡頭。</li><li>● 66W大功率充電</li></ul>
K系列		<ul style="list-style-type: none"><li>● 高端4G平台／5G入門級平台／5G中端平台</li><li>● 顯示／標準AMOLED顯示</li><li>● 機械設計架構打造的中框</li></ul>
S系列		<ul style="list-style-type: none"><li>● 高端4G平台／5G入門級平台</li><li>● FHD+LCD屏幕</li><li>● 三段式中框設計</li></ul>
E系列		<ul style="list-style-type: none"><li>● 4G平台／入門級5G平台</li><li>● HD+屏幕或挖孔屏</li><li>● 塑料電池蓋／複合電池蓋</li><li>● 5000mAh電池</li></ul>

---

## 業 務

---

產品系列	圖片	產品特點
C系列		<ul style="list-style-type: none"><li>● 入門級4G平台</li><li>● HD+水滴屏</li><li>● 塑料電池蓋</li><li>● 5000mAh電池</li></ul>

---

附註：



- (1) 我們的X Fold系列智能手機預計將在2025年11月左右推出。

### 三防手機

除智能手機外，我們還專注於為工業終端用戶提供以耐用性和防水、防塵、防震著稱的三防手機。我們於2019年開始涉足該市場並推出了首款三防手機，有效滿足終端用戶在苛刻環境下的使用要求，該手機具有1.5米防跌落功能及IP68防水等級。隨後，我們在三防手機開發方面取得了里程碑式的進展，包括在2022年成功推出了帶有可拆卸電池蓋的IP68和IP69防水等級的三防手機，以及在2024年成功推出了具有熱成像功能的工業級三防手機。為了推動我們三防手機產品線的發展，我們於2023年成立了專門開發三防手機的事業部。

## 業 務

下表載述我們三防手機產品系列的部分詳情：

產品系列	圖片	產品特點
LR		<ul style="list-style-type: none"><li>● 遵循嚴格的設計標準，精心挑選硬件組件</li><li>● 高清攝像頭和高性能芯片，保證日常使用功能</li><li>● 通過防水、防塵和抗摔的國際標準</li></ul>
FR		<ul style="list-style-type: none"><li>● 極端條件下具備可靠的連接性和耐用性</li><li>● 特定行業的定制需求(如專業測距、熱像儀、夜視攝像頭、數字移動電台以及SOS緊急求救功能)</li><li>● IP68/IP69級防塵防水標準</li><li>● 1.5米抗摔認證</li></ul>

### 其他物聯網產品

預見到物聯網市場潛在的增長空間，我們也投入資源用於其他物聯網產品的研發，並於2024年推出了首款物聯網產品，即個人數碼助理。憑借強大的研發能力，我們已開發出多種物聯網產品，包括工業級平板電腦、執法記錄儀以及個人數碼助理。

## 業 務

下表載列了我們物聯網產品系列的部分詳情。

產品類型	圖片	產品特點
工業級平板電腦		<ul style="list-style-type: none"><li>● 8000毫安可拆卸電池，配備額外100毫安備用電芯</li><li>● 支持Wi-Fi 6E</li><li>● 通過IP65防塵防水認證</li><li>● 支持熱插拔</li><li>● 支持180°與45°視角掃描頭</li><li>● 兼容多種安裝配件</li><li>● 支持實體安全鎖</li></ul>
執法記錄儀		<ul style="list-style-type: none"><li>● 支持分辨率為2560×1440像素的高清視頻錄製、5G實時高速數據傳輸及單北斗精準定位</li><li>● 配備400萬像素超大傳感器和超廣角攝像頭，支持日夜模式切換，即使在夜間低光環境下亦能清晰錄影</li><li>● 採用雙電池設計，支持熱插拔功能，可在不間斷錄製的情況下更換電池</li></ul>
個人數碼助理 (半按鍵、半觸屏版)	 (半按鍵、半觸屏版)	<ul style="list-style-type: none"><li>● 配備掃描儀、字母和數字按鍵</li><li>● 配備堅固的外殼和可自定義的功能按鍵</li><li>● 配備射頻識別(RFID)手柄</li><li>● 支持Wi-Fi 6E以實現快速數據錄入，還集成了LTE調制解調器，即便在沒有Wi-Fi的情況下也能實現無縫操作</li><li>● 採用5000毫安時可熱插拔及可拆卸的電池</li><li>● 支持觸控筆</li><li>● 可與各種掃描頭兼容，輕鬆處理大規模的一維和二維掃描任務，非常適合物流和倉儲作業</li></ul>

## 業 務

### 開發中產品

下表載列我們截至2025年7月31日的物聯網開發中產品。

產品類型	圖片	產品特點
個人數碼助理	 (全觸屏版) <sup>(1)</sup>	<ul style="list-style-type: none"><li>● 配備多個掃描儀，高效處理一維和二維條碼及二維碼掃描任務</li><li>● 支持全觸摸屏功能</li><li>● 支持5G和Wi-Fi 7連接</li><li>● 設備體積小巧，機身厚度僅12.7毫米</li><li>● 配備超寬頻技術及超高頻RFID，非常適合廣泛的商業和工業用途</li><li>● 通過谷歌企業推薦安卓(Google Android Enterprise Recommended)項目認證，確保廣泛適用於企業級應用</li></ul>

附註：

(1) 我們的全觸屏版個人數碼助理預計將於2026年第一季度前後推出。

### 印刷電路板組件及互聯網服務

2006年，我們成功設計並開發出首款印刷電路板組件，以滿足移動電話及其他產品不斷增長的市場需求。我們依據客戶提供的規格以及客戶期望產品具備的各種功能，來設計和開發印刷電路板組件。我們的印刷電路板組件既可以作為獨立產品出售給客戶用於後續生產，也可以嵌入我們自行組裝的智能手機中，作為一個整體出售給客戶。我們的印刷電路板組件作為多種應用的主板(電子設備內的主要印刷電路板)，包括(i)消費類智能手機，(ii)三防手機及(iii)其他物聯網產品，包括工業級平板電腦、智能多媒體移動熱點設備、執法記錄儀和個人數碼助理。

憑藉我們在綜合操作系統開發領域的專業能力，我們會將自主研发的dido OS預裝至消費類智能手機印刷電路板組件中。dido OS通常包含手機管家、天氣預報、日曆、瀏覽器及媒體播放器等基礎應用程式，終端用戶可根據個人偏好激活並使用預裝軟件。我們通過(i)在我們的dido OS中預載或經由我們的應用程序商店安裝應用程序；及(ii)dido OS及其內置應用程式投放信息推廣內容，以此提供互聯網服務並建立用戶互動渠道。此模式既能令我們協助客戶實現商業目標及營銷策略，亦可保持良好的用戶體驗。

## 業 務

我們主要在客戶提出特定需求時，將此類互聯網服務與印刷電路板組件配套提供，以進一步提升其智能手機產品的功能性與市場競爭力。此外，互聯網服務的附加價值能強化我們印刷電路板組件產品的價格競爭力，從而提供更具吸引力的一體化解決方案。此商業模式有助於實現包括我們自身、我們的客戶、應用程序供應商及終端用戶在內的全價值鏈利益共享，推動可持續的互利共贏發展。

互聯網服務與印刷電路板組件銷售在收入確認方面存在時間差異，原因在於互聯網服務收入於向終端用戶提供服務時確認，而印刷電路板組件銷售收入則在印刷電路板組件客戶取得產品所有權並驗收合格時確認。印刷電路板組件銷售的款項由我們的印刷電路板組件客戶支付，而互聯網服務的款項則由我們的廣告客戶支付，主要包括互聯網科技公司。

具體而言，我們的應用程序安裝服務主要採用按每次行動計費及按下載量計費模式。在按每次行動計費模式下，收入按有效用戶行動數量（如應用程序安裝、激活或有效使用）乘以約定單價確認。在按下載量計費模式下，收入按成功的應用程序下載及安裝量乘以約定單價確認。按每次行動計費及按下載量計費模式下的約定單價，一般而言介乎人民幣1.0元至人民幣3.0元／每項行動／每次下載。然而，由於需待終端用戶激活相關應用程序後方能產生收入，因此從交付智能手機印刷電路板組件予消費者至收入確認，通常存在六至九個月的時間差。

就推廣內容投放服務而言，我們主要採用每千次展示成本及按銷售量計費模式。在每千次展示成本模式下，收入根據廣告曝光量、點擊率及其他由廣告客戶後台系統確定的業績指標計算。該模式並無合同約定的每千次展示成本單價。在每千次展示成本模式下，收入按推廣內容帶來的實際銷售額的一定比例計算。根據我們與廣告客戶的協議，每千次展示成本模式下的收入分成比例通常為淨收入的30%至50%。需待終端用戶激活應用程序或dido OS後方可開始產生收入，該等收入一般可於隨後12至18個月（我們產品的一般生命週期）內持續為我們帶來收益。

以下步驟闡述本公司互聯網服務業務的典型營運流程：

- 我們按印刷電路板組件客戶的要求將自有的dido OS預先安裝至消費類智能手機的印刷電路板組件中。該dido OS包含經挑選的應用程序，這些應用程序是傳送推廣內容的渠道。相關應用程序主要包括：
  - 我們自主開發的應用程序，例如手機管家、天氣、日曆及瀏覽器；以及
  - 第三方應用程序，涵蓋瀏覽器、社交媒體、即時通訊及實用工具等多個類別，根據印刷電路板組件客戶的要求安裝。

## 業 務

- 已安裝dido OS的印刷電路板組件會交付給印刷電路板組件客戶。在此階段，我們確認銷售印刷電路板組件產生的收入。
- 我們的客戶將印刷電路板組件組裝為成品智能手機，並將最終產品銷售給終端使用者。
- 通常，終端使用者會在我們向印刷電路板組件客戶交付印刷電路板組件後的6至9個月內啟用並開始使用智能手機。此時，我們會根據實際流量日期（以透過預先安裝的應用程序商店進行的應用程序安裝數量計量），確認應用程序安裝服務的額外收入。此部分費用由廣告客戶支付。
- 安裝應用程序後，在未來12至18個月（為我們產品的一般使用壽命）內，預計終端使用者會持續與應用程序中的推廣內容互動。推廣內容透過應用內的廣告投放位置進行投放，主要形式為用戶啟動應用時的開屏廣告，並在系統層面（包括鎖屏、主屏及通知中心）進行投放。廣告僅在用戶觸發操作時才會顯示。我們會根據向終端使用者推送的推廣內容曝光次數確認進一步收入，此部分費用亦由廣告客戶支付。我們不向廣告客戶提供與推廣內容投放相關的設計或營銷服務。

於2022年、2023年、2024年及截至2025年7月31日止七個月，安裝dido OS的智能設備及印刷電路板組件數量分別為3.9百萬部、5.2百萬部、4.8百萬部及3.1百萬部，分別佔我們智能設備及印刷電路板組件總銷量的約88.7%、81.1%、77.4%及76.7%。

由於國內與海外市場的收入流存在根本性差異，我們的互聯網服務收入僅來自向國內客戶銷售印刷電路板組件

- **國內市場：**我們向印刷電路板組件客戶銷售預裝dido OS的印刷電路板組件，客戶將其組裝為成品智能手機。鑒於我們負責運營dido OS上的互聯網服務生態系統，第三方廣告客戶會就透過這些設備可使用的服務，直接向我們支付互聯網服務收入。
- **海外市場：**我們向海外客戶銷售包含相同預裝dido OS印刷電路板組件的成品智能手機。然而，這些客戶通常要求智能手機支持Google移動服務，作為其互聯網服務生態系統。儘管dido OS於系統層面運行，惟所有互聯網服務（如應用商店安裝及內容推廣）均透過Google的服務進行。因此，這些設備產生的任何互聯網服務收入均支付給Google，而非我們。

---

## 業 務

---

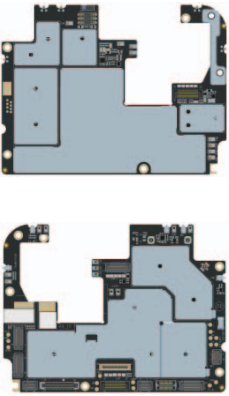
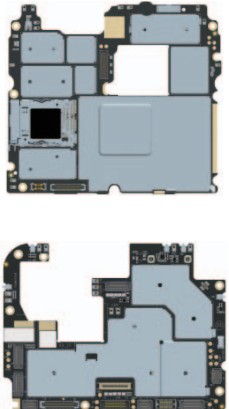
我們與廣告客戶簽訂的服務協議主要條款如下：

- 協議期限：** 協議期限通常為一至兩年。
- 付款條款：** 廣告客戶一般按月向我們結算款項。協議會列明用於確認結算費用的所有數據，例如廣告曝光量及點擊率。
- 數據核對：** 我們有權在收到客戶的結算單後的若干個工作日內，對結算數據提出異議。
- 合規義務：** 協議要求雙方遵守適用法律法規，包括與廣告內容、數據保護及消費者權益相關的法律法規。
- 協議終止：** 任何一方有權根據協議列明的條款終止協議，包括因另一方重大違約而終止。

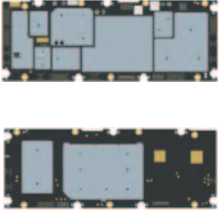
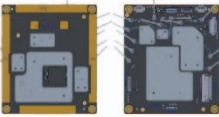
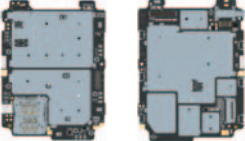
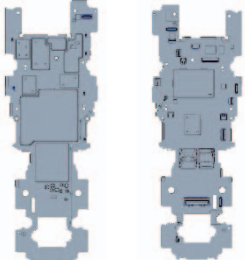
我們並未簽訂涉及自身、印刷電路板組件客戶及廣告客戶的三方協議。我們的商業安排以獨立的雙方協議形式訂立：(i)與印刷電路板組件客戶簽訂的協議，內容涉及供應預裝dido OS及應用程序的印刷電路板組件，及(ii)與廣告客戶簽訂的協議，內容涉及透過dido OS及預裝應用程序提供互聯網服務。印刷電路板組件銷售的收入由印刷電路板組件客戶支付，而互聯網服務的收入由廣告客戶支付。

## 業 務

下表概述了於最後可行日期我們的印刷電路板組件產品系列的部分詳情。

應用領域	圖片	產品特點
消費類智能 手機		<ul style="list-style-type: none"><li>● 設計兼容性：可兼容多款手機型號</li><li>● 能夠與我們專有的dido OS整合以提升效能</li><li>● 支持內存融合、紅外感應、曲面屏和屏下指紋等多種創新功能</li></ul>
三防手機		<ul style="list-style-type: none"><li>● 支持多種創新功能，如5G通信、熱成像、內窺鏡功能、紅外夜視、氣壓計、紅外遙控、露營燈、環境光檢測、對講機、大音量揚聲器、雙揚聲器立體聲、內置藍牙耳機以及激光測距功能</li><li>● 提升了結構可靠性，具備高達1.5米的多次防摔能力以及IP68防水等級</li><li>● 能夠與我們專有的dido OS整合以提升效能</li></ul>

## 業 務

應用領域	圖片	產品特點
其他物聯網 產品	工業級 平板電腦 	<ul style="list-style-type: none"><li>● 耐用、使用方便，且經久耐用</li><li>● 支持Wi-Fi 6</li><li>● 通過IP68認證</li><li>● 適用於各行各業的標準夾式配件</li></ul>
智能多媒 體移動熱 點設備		<ul style="list-style-type: none"><li>● 具備5G能力，可實現高速數據傳輸和熱點共享</li><li>● 支持採用多輸入多輸出(MIMO)技術的Wi-Fi 6</li><li>● 兼容eSIM，支持無需實體SIM卡的通訊功能</li><li>● 兼容外部設備，如5.5英寸全高清觸摸屏、7000mAh大容量電池、戶外揚聲器和攝像頭</li></ul>
執法 記錄儀		<ul style="list-style-type: none"><li>● 5G功能</li><li>● 低功耗和高視頻質量</li><li>● 兼容外部設備，如可旋轉攝像頭、主副雙電池，換電池時不掉電</li><li>● 支援紅外線濾光功能，並可無縫切換至高清夜間錄影模式</li></ul>
個人數碼 助理		<ul style="list-style-type: none"><li>● 合並觸摸功能與多功能按鈕，提高終端用戶互動和控制體驗</li><li>● 雙電池系統確保換電池時不間斷供電，顯著降低數據丟失風險</li><li>● 兼容外部設備，如多個掃描頭、觸控筆、腕帶、對接站</li></ul>

---

## 業 務

---

印刷電路板組件猶如智能手機及物聯網設備的「中樞神經系統」，負責執行核心控制操作、傳輸電訊號、管理外部介面及承載實現設備意向功能的軟件。

智能手機所用的印刷電路板組件設計注重精巧與高性能。消費類智能手機印刷電路板組件通常極為輕薄，並集成主處理器、存儲器、電源管理及多種通訊組件（如4G/5G、Wi-Fi及藍牙）。其設計聚焦高速運算、高品質成像與無縫無線連接，以用戶體驗及便攜性為首要考量。相比之下，三防智能手機印刷電路板組件一般容許較大厚度，且注重耐用性。其通常採用防護塗層及密封結構以達致IP68/IP69K防護等級，並可能搭載專用模組，如用於工業應用場景的紅外熱成像、測距或夜視模組。

其他物聯網相關印刷電路板組件與智能手機印刷電路板組件主要差異在於設計重點及配置。物聯網印刷電路板組件並不追求極致運算能力及多媒體性能，而強調超低功耗、長期運作穩定性及應對多元場景的靈活性。其通常採用低功耗處理器、節能無線模組及專用感測器介面，並常按行業特定功能進行定製，例如物流與零售業用的條碼掃描模組，或支付終端用的金融安全模組。

### 銷量與平均售價

截至2022年、2023年、2024年12月31日止年度以及截至2024年及2025年7月31日止七個月，我們智能設備產生的收入分別為人民幣1,148.5百萬元、人民幣1,646.8百萬元、人民幣1,996.4百萬元、人民幣980.2百萬元及人民幣1,157.2百萬元，分別佔相應期間我們總收入的67.0%、71.5%、73.5%、71.6%及73.1%。同期，來自我們的印刷電路板組件及互聯網服務的收入分別為人民幣502.8百萬元、人民幣611.9百萬元、人民幣572.6百萬元、人民幣310.4百萬元及人民幣361.2百萬元，分別佔相應期間我們總收入的29.3%、26.6%、21.1%、22.7%及22.8%。

## 業 務

下表載列往績記錄期間我們按產品類別劃分的智能設備和印刷電路板組件的銷量及平均售價明細：

	截至12月31日止年度						截至7月31日止七個月			
	2022年		2023年		2024年		2024年		2025年	
	銷量	平均售價	銷量	平均售價	銷量	平均售價	銷量	平均售價	銷量	平均售價
	千台	人民幣元	千台	人民幣元	千台	人民幣元	千台	人民幣元	千台	人民幣元
<b>智能設備</b>										
消費類智能手機 . . .	1,961	572	3,111	510	3,841	500	1,993	484	2,560	433
三防手機 . . . . .	21	1,246	60	1,023	70	1,054	17	968	47	958
其他物聯網產品 . . .	—	—	—	—	3 <sup>(2)</sup>	1,012	—	1,124	7 <sup>(3)</sup>	545
<b>印刷電路板組件及 互聯網服務</b>										
消費類智能手機的 印刷電路板組件 及互聯網服務 <sup>(1)</sup>	1,838	不適用	2,489	不適用	1,585 <sup>(2)</sup>	不適用	936	不適用	935	不適用
三防智能手機的印 刷電路板組件 . . .	491	327	544	297	509	370	257	382	266	419
其他物聯網相關印 刷電路板組件 . . .	69	592	145	482	147	398	72	403	80	408

附註：

- (i) 我們消費類智能手機印刷電路板組件銷售所產生的收入包括互聯網服務(具體為應用程序安裝及內容推廣服務)所產生的收入。應用程序安裝服務產生的收入一般於交付後六至九個月待終端用戶激活時確認。同樣，終端用戶激活後的12至18個月，我們可能會產生內容推廣服務收入。因此，僅這些消費類智能手機印刷電路板組件的平均售價並非有意義的指標。
- (2) 我們的消費類智能手機印刷電路板組件銷售量於2023年至2024年減少36.3%，主要由於我們的消費類智能手機印刷電路板組件客戶的國內需求下降。部分客戶透過電商平台銷售產品，而國內電商平台的推廣活動於2024年較2023年大幅減弱，反映市場收緊趨勢。
- (3) 我們於2024年推出並開始出貨個人數碼助理，並於2025年推出並開始出貨工業級平板電腦及隨身攝影機。

我們的平均售價反映對客戶(主要為本土品牌及電信運營商)的批發價格。該等價格不代表終端用戶支付的最終零售價。據本公司所知，本土品牌通常按高於我們批發價格的零售價向終端用戶銷售我們的產品。加價幅度會因客戶定價策略及現行市況而有所差異，一般而言介乎30%至175%之間。電信運營商可能將我們的產品納入通話或數據方案合約的捆綁促銷中，以無預付費形式分銷我們的產品。

---

## 業 務

---

### *Dido OS*

作為少數能夠獨立開發操作系統的智能硬件科技公司之一，我們打造了dido OS—基於Android的自研、定制智能操作系統。我們的dido OS預裝核心應用程序，包括手機管家、天氣、日曆、瀏覽器及媒體播放器。我們的dido OS可以應客戶要求安裝於我們的全部智能設備及印刷電路板組件上。客戶可在產品界定初始階段決定是否採用dido OS。一旦安裝了dido OS，最終用戶將不可選擇切換到其他操作系統。獨立開發操作系統的能力令我們能夠根據不同硬件配置優化用戶體驗，同時有效回應多樣且不斷變化的市場需求。

### *基於Android開發的dido OS*

我們的dido OS是基於Android開源項目(AOSP)開發的自訂化操作系統。我們在AOSP的基礎上進行二次開發，併入專門針對自身產品需求打造的功能，這些增強功能包括自有的使用者介面、功能模組以及行業特定插件(如為物聯網、工業控制及其他特殊使用場景設計的驅動程序及應用程序)。根據弗若斯特沙利文的報告，智能手機製造商基於Android開發自有操作系統是業界常見做法。我們的收入主要來自在dido OS上執行的互聯網服務，dido OS本身並不做為單一產品進行銷售或授權。

為確保能使用Android的必要組建及服務，我們已與Google簽訂授權協議。只要我們持續遵守Google的相關政策及標準，即有權在Android平台上自由開發dido OS。以下為我們與Google所簽訂授權協議的主要條款：

- **授權範圍**：我們獲得不可轉讓、非專屬的應用程序發行及重製授權。
- **遵從要求**：我們必須遵守Google的相容性標準。
- **付款**：雙方分別保留各自產品或服務所產生的所有收入。
- **終止**：若一方發生重大違約，另一方可透過書面通知終止本協議。

於往績記錄期間直至最後可行日期，我們並未發生任何違反與Google協議的重大情形。

董事認為，與Android相關的協議終止風險對本公司業務持續性並無重大影響。Android做為開源平台，旨在鼓勵全球參與，與Google拓展其生態系統的商業利益一致。Google通常以廣泛普及為目標，僅在特殊情況(如嚴重違反政策或重大合規問

---

## 業 務

---

題)下才會考慮終止合作或認證。只要我們遵守相關要求，協議終止的風險將極低。此外，由於Android本身具有開源性，Google的主要限制在於對其專有互聯網服務生態系統Google移動服務(GMS)的使用權。在國內市場，我們已開發出一套功能相近的自有互聯網服務。若對Google的GMS服務的使用權受到限制，我們可透過擴展現有解決方案來調整，從而為市場提供有效的替代方案。

根據獨家保薦人進行的盡職調查，並無任何事項引起其注意，致使其與董事的上述觀點產生分歧。

### 其他

#### 研究與設計服務

於往績記錄期間，我們憑借強大的研發能力，按客戶要求為客戶提供產品定義、硬件結構設計、材料選擇、智能手機或印刷電路板組件軟件開發等獨立的研究與設計服務。這類服務通常涉及新產品型號的開發或解決方案的客製化，以滿足特定的工業級需求。例如，我們應客戶要求為歐洲市場研發了一款三防功能手機，目標客群為獨立生活的長者用戶。該定制產品具備2.8英寸大屏幕、超大字體、大容量電池及背板專用SOS緊急按鈕，以滿足長者群體的特定需求。我們亦會透過買斷安排將版權所有權轉讓給客戶，相關收入列入研究及設計服務收入中。於2022年、2023年、2024年及截至2025年7月31日止七個月，我們來自獨立研發設計服務的收入分別為零、人民幣0.7百萬元、人民幣24.0百萬元及人民幣23.6百萬元。

#### 材料採購

於往績記錄期間，我們亦向客戶出售原材料，主要包括主芯片和集成芯片。我們依據市場需求與促銷活動，進行策略性原材料採購，以優惠的價格確保充足供應。出於成本效益或便利性的考慮，客戶可能偶爾會選擇直接向我們採購原材料。該靈活性不僅有助於滿足客戶的即時需求，亦支持更具協作性及高效的客戶關係。

#### 研發與設計

多年來，我們發展了射頻、天線、光學、音頻、工業設計、電路設計、美學設計、製造工藝及測試等多種專業技術和成熟工藝。我們還通過持續技術研發及深度

## 業 務

操作系統開發積累了豐富的經驗，能夠滿足本地品牌和電信運營商的需求。憑借全棧研發設計能力，我們能夠滿足廣泛的定制產品需求，加強與客戶的關係。

截至2025年7月31日，我們的研發團隊共有740名成員。我們研發團隊的核心成員，即我們研發部門的領導團隊，平均擁有超過九年智能手機行業經驗。該團隊由研發中心總經理王東先生領導，截至2025年7月31日，他在智能手機行業擁有超過18年的相關經驗。

以下細分數據展示了截至2025年7月31日研發部按職能劃分的人員構成情況：

研發部具體職能	員工人數
軟件工程師 . . . . .	312
測試工程師 . . . . .	170
硬件工程師 . . . . .	145
產品設計及工程人員 . . . . .	113
<b>總計 . . . . .</b>	<b>740</b>

我們設有三個研發中心，分別位於深圳、西安和宜賓。總體而言，這些研發中心對我們的各項計劃至關重要，負責監督產品規劃與設計、軟件開發、軟硬件測試，以及新技術的預研。

截至2022年、2023年、2024年12月31日止年度以及截至2024年及2025年7月31日止七個月，我們的研發費用分別為人民幣148.0百萬元、人民幣159.3百萬元、人民幣225.9百萬元、人民幣120.8百萬元及人民幣150.8百萬元。有關我們在往績記錄期間內研發費用的詳情，請參閱「財務資料—主要綜合損益及其他全面收益表項目說明—研發費用」。由於預期未來我們的業務和收入將會增長，預計研發費用也會有所增加。

---

## 業 務

---

### 重要技術與技術訣竅

我們的研發團隊致力於整合硬件與軟件以優化智能手機性能。由於長期致力於研發工作，我們已擁有一系列廣泛應用於產品的關鍵技術。我們的核心技術載列如下：

名稱	說明
<b>成像技術</b>	
場景識別及智能優化技術 . . . . .	<p>該技術基於不同國家或地區需求的共性與差異而開發，主要包括以下內容：</p> <ul style="list-style-type: none"><li>● <b>智能場景識別</b>：自動識別夜景、建築、綠植、人像、美食等13種獨立場景，並針對每個場景進行定制化調整，以提升拍攝效果。</li><li>● <b>AI人像分析</b>：智能識別並分析膚色、臉型、面部特徵等，並根據相應地區的審美偏好進行定制化調整，滿足不同國家或地區終端消費者的需求。</li><li>● <b>AI可愛濾鏡效果</b>：通過採用專為不同膚色人士設計的面部輪廓識別技術，能夠準確識別眼睛、鼻子、嘴巴及耳朵等面部特徵。然後，根據用戶規格，將定制設計的貼紙整合至相機效果中，讓終端用戶能拍攝極具創意及個人化的照片。</li></ul>

## 業 務

名稱	說明
<b>射頻和天線技術</b>	
天線多樣化設計 解決方案 . . . . .	我們已制定多種天線解決方案，涵蓋自主研發的環形天線、超窄金屬邊框天線、全面屏與曲面屏天線、折疊屏天線，以及小型化近場通信(NFC)縫隙天線解決方案，確保有足夠的天線淨空，並降低頻率耦合，從而提升信道質量以及信號發射或接收效果。
功率自適應優化技術 .	該技術可基於各種使用場景自動優化信號發送與接收性能。
衛星通信功能 . . . . .	這項技術將衛星通信模塊嵌入移動平台。其涉及定制化應用軟件、天線小型化技術和高集成度布局設計理念。我們成功打造出一款滿足消費市場需求的衛星通信解決方案，在確保良好性能的同時兼具成本效益。
<b>軟件</b>	
專有操作系統開發 . .	基於Android系統，我們自主開發的dido OS在用戶界面設計、功能模塊及性能表現方面均進行了深度優化，有效精簡冗餘代碼並減少資源佔用，從而顯著提升系統運行效率與穩定性。  經過十年的持續迭代，dido OS現已集成61項獨家應用程序及和40多處系統優化節點。通過採用架構解耦、可選模塊及代碼重用方式，能夠根據客戶需求實現快速功能擴展，可支持各種場景下不同用戶需求的系統定制。
精準資源分配及調度 .	精準控制每個進程的中央處理器、內存和輸入／輸出系統資源，在終端用戶使用場景的各個進程中有效分配計算資源，把系統資源分配給終端用戶最為關注的應用程序。這項技術顯著提升了整體配置不足的中低端手機的終端用戶體驗。

## 業 務

名稱	說明
三防手機技術	
專業級三防手機結構設計技術 . . . . .	此技術集成精密五軸點膠、液態矽膠成型、激光密封及先進密封設計，為三防手機提供IP68防水解決方案，具備卓越耐用性。通過結合先進的SMT焊接工藝與納米鋼網，還可確保優異的抗跌落性能。
手機工具箱應用開發 . . . . .	我們開發了戶外工具箱算法和應用程序，它們利用手機傳感器實現諸如高度計、水平測量、掛畫輔助、鉛垂線測量、量角器、鬧鐘以及噪音測試等功能。
厘米級精確定位 . . . . .	我們採用本地與雲端相結合的方法，實現終端數據的快速上傳與分析，即便在網絡信號較弱的情況下，也能將首次定位時間縮短至10秒以內。這種方式可實現低延遲、高精度的厘米級定位，在低功耗、低成本和小型化產品中極具價值。
紅外激光測量技術 . . . . .	我們自主研發了針對測量的科學算法及相關軟件，能夠高效、精確地測量距離、面積和體積。其測量距離可達50米，誤差範圍為±2毫米。這項技術實現了高效、便捷且精準的測量功能。

於2025年7月31日，為滿足客戶不斷變化的需求，我們已研發出超過598款智能手機及印刷電路板組件型號以及超過46種其他智能設備。通常情況下，我們根據客戶的要求開發一款新型號大約需要六個月的時間，對現有型號進行修改大約需要三個月的時間。

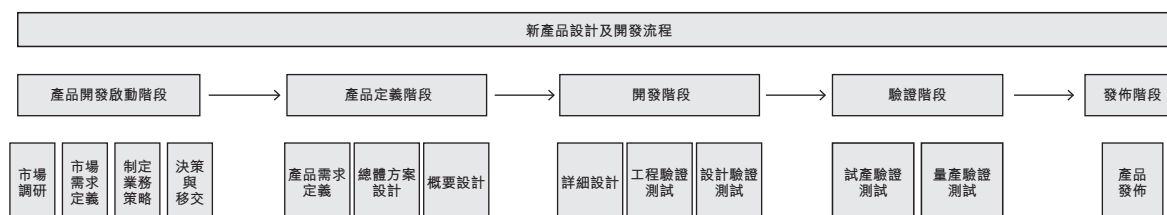
## 業 務

我們致力於緊跟智能手機行業的最新發展動態，截至2025年7月31日正在開發以下核心技術。

名稱	說明
<b>折疊屏智能手機技術</b> 折疊屏手機方案技術	我們研究並應用柔性屏幕、折疊鉸鏈、防護組件等新材料，以及電路堆疊等硬件技術，還有系統適配及跨屏交互設計等軟件技術，自主設計並開發折疊屏智能手機產品。
<b>AI技術</b> 端側AI模型	<p>基於端側AI大模型，這項技術可滿足不同地區客戶的不同需求。我們不會獨立研究或訓練用於雲端的基礎大模型。相反，我們的方法聚焦於客製化和微調開源模型或第三方提供的模型，以符合我們的需求。</p> <p>對於我們的端側AI應用，我們在設備上部署生成式AI模型，這些模型建構在開源語言大模型之上。我們會進一步調整這些模型，以實現語義提取、文章摘要、內容生成等智能文本功能，以及摺圖、內容清除及圖像擴展等智能圖像處理功能。</p>

## 研發流程

下圖展示一款典型手機產品的設計與開發流程：



在產品開發啟動階段，我們首先進行深入的市場分析，探索當前趨勢及客戶需求。這些行業見解能夠令我們為我們的產品找到戰略機遇。在確立戰略後，我們進入產品開發階段，集中精力將這些戰略轉化為有形產品。

在產品定義階段，我們著重於對本地品牌所在國家或地區的整體消費水平、目標客群的主要功能偏好以及競爭格局進行深入分析，為產品開發奠定穩固的基礎。我們會不定期通過與客戶的共同合作來制定和更新我們的產品發展路線圖。我們向

---

## 業 務

---

客戶提供最新的技術趨勢和市場需求見解，協助他們深入掌握市場定價與產品發展的競爭格局，從而制定高效產品策略，提升品牌營運效率。我們亦指導客戶制定有助於提升產品競爭力的有效需求，重點關注售價範圍、消費者體驗及成本效益。

在與客戶經過多輪深入討論並確定產品規格後，我們的銷售團隊負責制定一份項目計劃，概述產品設計。我們的項目計劃將由研發團隊和管理層審核並批准，並作為後續研發工作的指導框架。

產品定義完成後，我們便開始產品開發階段。我們發展了射頻、天線、光學、音頻、工業設計、電路設計、美學設計、製造工藝及測試等多種專業技術及成熟工藝。同時，通過持續的技術研發及深入操作系統開發，我們積累了豐富的經驗，使我們能夠滿足本土品牌和海外電信運營商的需求。

我們根據規格進行產品的硬件和軟件設計與工程，同時也進行外觀設計。在整個研發過程中，我們都會與客戶溝通並收集他們的反饋。設計完成後，我們會對原型進行徹底的工程驗證測試和設計驗證測試，確保所有規格要求得到滿足。驗證完成後，我們會安排將原型交付給客戶進行測試並收集反饋。此外，若客戶有要求，我們會將原型送交給獲認可的獨立第三方實驗室或機構，以獲得所需的產品標準認證。

我們研發和設計流程的最後階段是全面審查，該階段包括總結早期階段的驗證和試運行驗證測試、評估軟件成熟度以及通過量產驗證測試評估量產的可行性。此階段確認設計和開發的所有元素均已滿足擴大至量產的水平，從而促進產品的發行。

## 業 務

### 我們的客戶

於2025年7月31日，我們的銷售及營銷團隊由104名銷售人員組成。我們的銷售及營銷團隊負責制定本集團的整體銷售策略、與客戶磋商並最終確定銷售條款以及開拓新客戶。下表載列所示期間我們智能設備、印刷電路板組件及互聯網服務客戶數量的變動情況。

	截至12月31日止年度			截至
				7月31日
	2022年	2023年	2024年	止七個月
				2025年
年／期初客戶	147	136	148	169
增加新客戶	34	55	58	36
終止現有客戶	45	43	37	44
年／期末客戶	<b>136</b>	<b>148</b>	<b>169</b>	<b>161</b>

於2022年、2023年、2024年及截至2025年7月31日止七個月，我們分別與34名、55名、58名及36名新客戶合作，與我們的業務增長一致。我們於2022年、2023年、2024年及截至2025年7月31日止七個月終止與45名、43名、37名及44名客戶的業務關係，此乃正常業務波動。

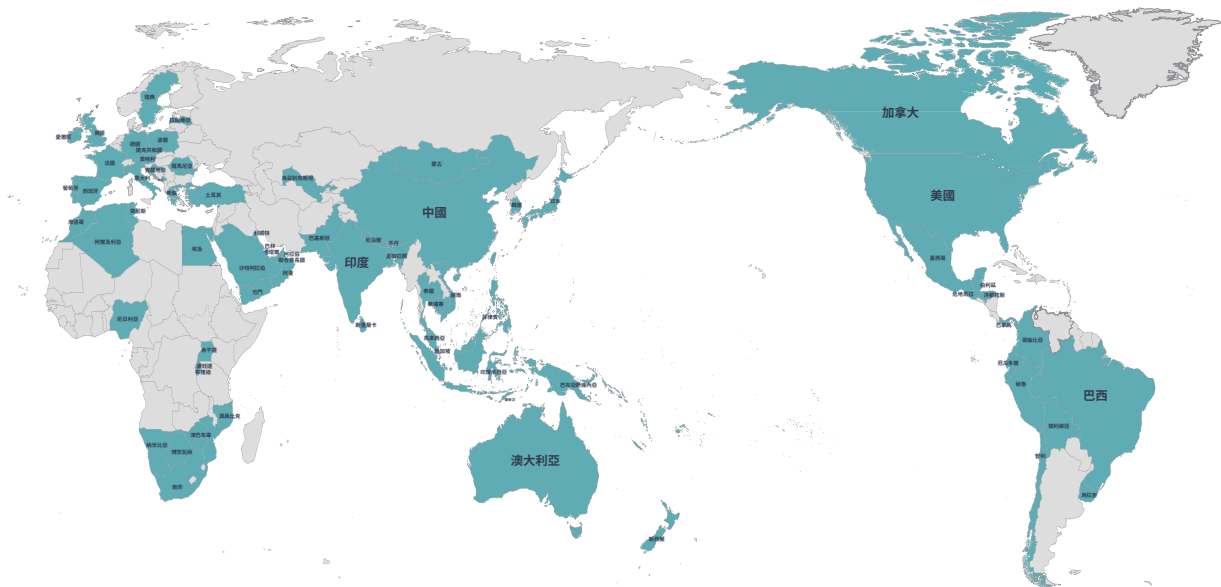
### 我們的全球業務足跡

我們主要從事面向國內外市場的智能手機、三防手機及印刷電路板組件的研發、設計、製造和銷售。我們的產品主要直接銷售給客戶，然後由客戶以自有品牌名稱或授權品牌名稱銷售。根據弗若斯特沙利文的資料，於2024年，按出貨量計算，我們是全球第二大面向本土智能手機品牌的ODM解決方案提供商，於2025年第一季度，我們升至榜首。

## 業 務

我們於2018年開始向海外市場發行智能手機，逐步覆蓋亞洲、北美洲、歐洲、南美洲、大洋洲和非洲。我們成為向這些地區出口具有先進功能的消費類智能手機及三防手機的先行者之一，並與本地品牌和電信運營商建立了長期關係。隨著智能手機的日漸普及，我們從與這些客戶早期建立的關係中獲益，並成功提高我們於往績記錄期間的產品銷量。我們的收入由2022年的人民幣1,713.5百萬元增加至2024年的人民幣2,717.0百萬元，複合年增長率為25.9%。

下圖載列我們於2025年7月31日的銷售網絡：



## 業 務

下表載列我們於所示期間按大洲劃分的收入明細：

	截至12月31日止年度						截至7月31日止七個月			
	2022年		2023年		2024年		2024年		2025年	
	人民幣 千元	佔總數 百分比	人民幣 千元	佔總數 百分比	人民幣 千元	佔總數 百分比	人民幣 千元	佔總數 百分比	人民幣 千元	佔總數 百分比
<b>亞洲</b>										
大中華地區 <sup>(1)</sup>	669,702	39.1	765,216	33.2	950,795	35.0	493,456	36.1	615,939	38.9
南亞 <sup>(2)</sup>	287,614	16.8	525,596	22.8	473,774	17.4	237,241	17.3	250,640	15.8
中東 <sup>(3)</sup>	155,791	9.1	296,106	12.9	376,347	13.9	280,085	20.5	204,891	12.9
其他 <sup>(4)</sup>	17,169	1.0	6,264	0.3	21,138	0.8	10,780	0.8	12,393	0.8
<b>小計</b>	<b>1,130,276</b>	<b>66.0</b>	<b>1,593,182</b>	<b>69.2</b>	<b>1,822,054</b>	<b>67.1</b>	<b>1,021,562</b>	<b>74.6</b>	<b>1,083,863</b>	<b>68.4</b>
美洲 <sup>(5)</sup>	399,245	23.3	537,358	23.3	765,593	28.2	283,228	20.7	424,466	26.8
歐洲 <sup>(6)</sup>	148,881	8.7	145,760	6.3	108,966	4.0	53,815	3.9	58,407	3.7
其他 <sup>(7)</sup>	35,066	2.0	25,576	1.2	20,426	0.7	9,923	0.7	16,924	1.1
<b>總計</b>	<b>1,713,468</b>	<b>100.0</b>	<b>2,301,876</b>	<b>100.0</b>	<b>2,717,039</b>	<b>100.0</b>	<b>1,368,528</b>	<b>100.0</b>	<b>1,583,660</b>	<b>100.0</b>

附註：

- (1) 大中華地區包括中國大陸、香港、澳門及台灣。
- (2) 南亞包括印度、孟加拉及巴基斯坦。
- (3) 中東包括阿拉伯聯合大公國、土耳其、葉門及以色列。
- (4) 其他主要包括菲律賓、韓國、烏茲別克斯坦、新加坡、越南及日本。
- (5) 美洲包括美國、墨西哥及巴拿馬。
- (6) 歐洲包括英國、波蘭、德國、奧地利、愛爾蘭、羅馬尼亞、保加利亞及西班牙。
- (7) 其他主要包括大洋洲及非洲。

## 業 務

下表載列示於往績記錄期間各期間就銷量而言的十大產品型號的收入貢獻。

產品系列號	產品類別	主要銷售地點	截至2022年 12月31日止年度	
			人民幣千元	%
SL101 . . . . .	消費類智能手機S系列	美國	99,820	5.8
E20 . . . . .	消費類智能手機E系列	阿拉伯聯合酋 長國、印度及 哥倫比亞	66,648	3.9
SN304 . . . . .	消費類智能手機S系列	美國	55,943	3.3
S21 . . . . .	消費類智能手機S系列	哥倫比亞、孟 加拉及土耳其	46,667	2.7
K6520S3SP . . . . .	消費類智能手機K系列	孟加拉	45,269	2.6
SL100 . . . . .	消費類智能手機S系列	美國	33,524	2.0
SL104 . . . . .	消費類智能手機S系列	美國	31,651	1.8
K6523S8HX . . . . .	消費類智能手機K系列	中國及新加坡	28,461	1.7
X2DRFFA7 . . . . .	消費類印刷電路板組件	中國	25,336	1.5
S3S68A7 . . . . .	消費類印刷電路板組件	中國	22,069	1.3
<b>總計 . . . . .</b>			<b>455,388</b>	<b>26.6</b>

產品系列號	產品類別	主要銷售地點	截至2023年 12月31日止年度	
			人民幣千元	%
X9 . . . . .	消費類智能手機X系列	印度及阿拉伯 聯合酋長國	238,131	10.3
E13 . . . . .	消費類智能手機E系列	印度、也門及 巴基斯坦	197,160	8.6
SL004 . . . . .	消費類智能手機S系列	美國	168,868	7.3
S22 . . . . .	消費類智能手機S系列	印度、也門	164,615	7.2
SL101 . . . . .	消費類智能手機S系列	美國	115,778	5.0
S33 . . . . .	消費類智能手機S系列	土耳其及阿拉 伯聯合酋長國	75,209	3.3
E20 . . . . .	消費類智能手機E系列	中國、巴基斯 坦及土耳其	60,907	2.6
SL112 . . . . .	消費類智能手機S系列	美國	69,990	3.0
X2N6RFFA7 . . . . .	消費類印刷電路板組件	中國	44,806	1.9
E12 . . . . .	消費類智能手機E系列	孟加拉及巴基 斯坦	41,323	1.8
<b>總計 . . . . .</b>			<b>1,176,787</b>	<b>51.1</b>

## 業 務

產品系列號	產品類別	主要 銷售地點	截至2024年 12月31日止年度	
			人民幣千元	%
E15 . . . . .	消費類智能手機E系列	孟加拉、印度 及美國	209,396	7.7
X9 . . . . .	消費類智能手機X系列	中國及阿拉伯 聯合酋長國	197,232	7.3
SN339 . . . . .	消費類智能手機S系列	美國	174,311	6.4
SL219 . . . . .	消費類智能手機S系列	美國	112,307	4.1
S33 . . . . .	消費類智能手機S系列	也門、巴基斯 坦及中國	91,138	3.4
E13 . . . . .	消費類智能手機E系列	也門、土耳其 及巴基斯坦	65,476	2.4
SL006 . . . . .	消費類智能手機S系列	美國	63,656	2.3
C60 . . . . .	消費類智能手機C系列	也門、巴基斯 坦及墨西哥	55,107	2.0
C9 . . . . .	消費類智能手機C系列	美國、波蘭及 哥倫比亞	40,529	1.5
X2N6RFFH7 . . . . .	消費類印刷電路板組件	中國	<u>35,924</u>	<u>1.3</u>
總計 . . . . .			<u><b>1,045,076</b></u>	<u><b>38.5</b></u>

產品系列號	產品類別	主要 銷售地點	截至2025年 7月31日止七個月	
			人民幣千元	%
SN509 . . . . .	消費類智能手機S系列	美國	129,853	8.2
SL219 . . . . .	消費類智能手機S系列	美國	104,000	6.6
K80 . . . . .	消費類智能手機K系列	中國、孟加拉 及巴基斯坦	78,682	5.0
SN339 . . . . .	消費類智能手機S系列	美國	70,303	4.4
C20 . . . . .	消費類智能手機C系列	中國、孟加拉 及巴基斯坦	57,080	3.6
E30 . . . . .	消費類智能手機E系列	中國	66,860	4.2
SL006 . . . . .	消費類智能手機S系列	美國	56,183	3.5
C21 . . . . .	消費類智能手機C系列	中國及印度	34,868	2.2
E18 . . . . .	消費類智能手機E系列	中國及也門	39,767	2.5
C26 . . . . .	消費類智能手機C系列	也門、中國及 巴基斯坦	29,075	1.8
總計 . . . . .			<u><b>666,671</b></u>	<u><b>42.1</b></u>

## 業 務

### 我們的客戶

就智能設備及印刷電路板組件而言，我們的客戶包括世界各地（尤其是在亞洲、美洲及歐洲）的多家本地品牌和電信運營商，電信運營商僅採購消費類智能手機。此外，我們的互聯網服務客戶主要包括互聯網科技公司。下表載列於往績記錄期間我們按客戶類型劃分之收益明細。

	截至12月31日止年度						截至7月31日止七個月			
	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	%
本土品牌 . . . . .	1,421,014	82.9	1,770,349	76.9	2,007,464	73.9	1,100,338	80.4	1,141,542	72.1
電信運營商 . . . . .	226,333	13.2	441,509	19.2	578,663	21.3	188,501	13.8	368,124	23.3
互聯網科技公司 . . . . .	66,121	3.9	90,018	3.9	130,912	4.8	79,689	5.8	73,994	4.7
<b>總計 . . . . .</b>	<b><u>1,713,468</u></b>	<b><u>100.0</u></b>	<b><u>2,301,876</u></b>	<b><u>100.0</u></b>	<b><u>2,717,039</u></b>	<b><u>100.0</u></b>	<b><u>1,368,528</u></b>	<b><u>100.0</u></b>	<b><u>1,583,660</u></b>	<b><u>100.0</u></b>

### 五大客戶

截至2022年、2023年、2024年12月31日止年度各年及截至2025年7月31日止七個月，來自我們最大客戶的收入分別為人民幣190.3百萬元、人民幣399.7百萬元、人民幣285.2百萬元及人民幣235.5百萬元，分別佔同期總收入的11.1%、17.4%、10.5%及14.9%。截至2022年、2023年、2024年12月31日止年度各年及截至2025年7月31日止七個月，來自我們五大客戶的收入分別為人民幣658.0百萬元、人民幣1,015.0百萬元、人民幣1,164.2百萬元及人民幣781.7百萬元，分別佔同期總收入的38.4%、44.1%、42.8%及49.4%。

## 業 務

下表載列我們於往績記錄期間五大客戶的資料：

### 截至2022年12月31日止年度

客戶	背景	售予客戶 的產品	銷售產生 的收入	佔總收入 百分比	信貸期	業務關係 開始年份
			人民幣千元			
客戶A	一家總部位於美國喬治亞州，主要從事移動設備設計、開發和銷售的私營公司	消費類智能手機	190,283	11.1	90天	2021
客戶B	一家總部位於中國廣東，主要從事電子設備製造的私營公司	印刷電路板組件	150,403	8.8	15天	2018
客戶C	一家位於孟加拉，主要從事移動電話製造的私營公司	消費類智能手機	119,509	7.0	先款後貨	2021
客戶D	一家位於印度諾伊達，主要從事智能手機、筆記本電腦、電腦硬件和其他消費電子產品製造的私營公司	消費類智能手機	113,936	6.6	先款後貨	2021
客戶E	一家總部位於中國山東，主要從事家電和電子產品製造的上市公司	消費類智能手機	83,911	4.9	先款後貨	2020
總計			<u>658,042</u>	<u>38.4</u>		

## 業 務

### 截至2023年12月31日止年度

客戶	背景	售予客戶 的產品	銷售產生 的收入	佔總收入 百分比	信貸期	業務關係 開始年份
人民幣千元						
客戶D	一家位於印度諾伊達，主要從事智能手機、筆記本電腦、電腦硬件和其他消費電子產品製造的私營公司	消費類智能手機	399,696	17.4	先款後貨	2021
客戶A	一家總部位於美國喬治亞州，主要從事移動設備設計、開發和銷售的私營公司	消費類智能手機	203,819	8.9	90天	2021
客戶F	一家總部位於美國，主要從事無線設備銷售的私營公司	消費類智能手機	168,868	7.3	90天	2022
客戶B	一家總部位於中國廣東，主要從事電子設備製造的私營公司	印刷電路板組件	130,062	5.7	15天	2018
客戶G	一家於香港註冊成立並向也門分銷我們的產品，主要從事移動設備銷售的私營公司	消費類智能手機	112,569	4.8	先款後貨	2018
總計			<u><u>1,015,014</u></u>	<u><u>44.1</u></u>		

## 業 務

### 截至2024年12月31日止年度

客戶	背景	售予客戶 的產品	銷售產生 的收入	佔總收入 百分比	信貸期	業務關係 開始年份
			人民幣千元			
客戶H	一家總部位於美國佛羅里達州，主要從事無線產品分銷的私營公司	消費類智能手機	285,241	10.5	90天	2022
客戶A	一家總部位於美國喬治亞州，主要從事移動設備設計、開發和銷售的私營公司	消費類智能手機	249,450	9.2	90天	2021
客戶D	一家位於印度諾伊達，主要從事智能手機、筆記本電腦、電腦硬件和其他消費電子產品製造的私營公司	消費類智能手機	221,170	8.1	先款後貨	2021
客戶I	一家總部位於中國廣東，主要從事通信設備和電子設備研發及銷售的私營公司	消費類智能手機	208,214	7.7	先款後貨	2021
客戶B	一家總部位於中國廣東，主要從事電子設備製造的私營公司	印刷電路板組件	200,080	7.3	45天	2018
總計			<u>1,164,155</u>	<u>42.8</u>		

## 業 務

### 截至2025年7月31日止七個月

客戶	背景	售予客戶 的產品	銷售產生 的收入	佔總收入 百分比	信貸期	業務關係 開始年份
			人民幣千元			
客戶A	一家總部位於美國喬治亞州，主要從事移動設備設計、開發和銷售的私營公司	消費類智能手機	235,504	14.9	90天	2021
客戶I	一家總部位於中國廣東，主要從事通信設備和電子設備研發及銷售的私營公司	消費類智能手機	173,157	10.9	先款後貨	2021
客戶B	一家總部位於中國廣東，主要從事電子設備製造的私營公司	印刷電路板組件	131,892	8.3	45天	2018
客戶H	一家總部位於美國佛羅里達州，主要從事無線產品分銷的私營公司	消費類智能手機	129,138	8.2	90天	2022
客戶D	一家位於印度諾伊達，主要從事智能手機、筆記本電腦、電腦硬件和其他消費電子產品製造的私營公司	消費類智能手機	112,042	7.1	先款後貨	2021
總計			<b><u>781,733</u></b>	<b><u>49.4</u></b>		

據我們的董事所深知，於往績記錄期間，概無董事及其各自的緊密聯繫人或於最後可行日期持有本公司5%以上股本的任何股東於我們的五大客戶中擁有任何權益。

---

## 業 務

---

### 定價政策

我們通常按成本加成基準，並考慮產品型號、市場價格、市況、生產成本、技術規格及利潤率後為產品定價。就現有型號而言，我們參考材料成本，並按相同材料當時的市價作出調整。就將予開發的型號而言，我們評估當時的材料成本，並就可能的價格波動作出調整。於此兩種情況下，我們亦會計及代工費用及設計的複雜程度和預期利潤率。

我們與客戶的物流安排各有不同，據此，運輸、裝卸及關稅費用可能由我們或客戶承擔。詳情請參閱本節「與銷售有關的協議」。

### 信貸控制政策

我們對應收賬款採取嚴格的信貸控制政策。我們一般要求以電匯方式全額付款或接受信用證。經考慮訂單規模、合作關係時長及相關客戶的信譽等多項因素後，我們也可能要求預付按金。

我們亦授予若干客戶信貸期。信貸期須經銷售經理和財務經理批准後方可授予。授予信貸期考慮的因素包括(其中包括)業務規模、信譽、業務關係時長以及與客戶的潛在業務機會。於往績記錄期間，我們一般授予最高90天的信貸期，尤其是信用良好及與我們有長期合作關係的客戶。截至2022年、2023年、2024年12月31日止年度及截至2025年7月31日止七個月，我們的平均貿易應收款項及應收票據周轉天數分別為21天、26天、28天及30天。就風險管理而言，我們購買出口信用保險以降低信貸風險。本集團購買的出口信貸保險主要用於覆蓋與我們客戶付款有關的信貸風險。

我們根據應收款項的歷史可收回程度、可收回性分析及賬齡情況不時按個別情況評估貿易應收款項及應收票據減值。我們於2022年、2023年、2024年12月31日及2025年7月31日分別錄得人民幣4,000元、人民幣2.6百萬元、人民幣5,000元及人民幣16,000元的虧損撥備。

### 退貨及保修

我們與客戶緊密合作，以處理與我們產品相關的任何質量問題，確保對可能出現的任何問題作出有力的回應。產品付運前，會由我們派駐於生產基地的質量檢驗人員進行抽樣檢測。我們的部分客戶亦可派遣人員進行現場檢測。我們於產品交付時確認銷售額，產品僅於出現質量瑕疵的情況下方可退回。

---

## 業 務

---

如果產品出現瑕疵，在無法以其他方式解決質量問題的情況下，我們可能須負責維修或退回瑕疵產品。若客戶要求退回產品，我們會派遣工程師前往客戶現場進行評估，並解決問題。倘問題無法解決，並確認問題是由於設計或生產缺陷所致，則可退回產品進行更換或維修。倘若缺陷是因我們的供應商提供的某一元件或部件所致，我們或會根據供應協議向供應商要求賠償。

我們的客戶一般會為終端用戶提供售後服務。我們可能會應客戶的要求，免費或以雙方協定的價格額外提供備用產品、元件及配件，供客戶提供予終端用戶的售後服務使用。我們也為客戶的售後團隊提供技術支援服務。

於往績記錄期間及直至最後可行日期，我們並無出現任何重大產品退回，亦無收到任何有關我們產品的重大投訴。董事認為，我們的產品質量整體穩定，且於往績記錄期間並無計提產品退回撥備。

### 季節性

我們的經營業績受季節性影響。我們一般在下半年錄得較高的銷售額。具體而言，收入通常在第三季度達到高峰，佔我們全年總收入的約30%。相比之下，第一季度的收入貢獻最低，佔全年總收入不足20%。該波動主要是由於新年等節假日和黑色星期五等購物活動帶來的銷售旺季（一般在年底前後）。為籌備有關節假日及購物活動，我們的客戶會在下半年下達更多訂單，以確保有足夠的庫存滿足消費者的需求。因此，我們的經營業績在一年中會有所波動，而我們的中期業績未必反映我們的全年業績。

---

## 業 務

---

### 與銷售有關的協議

我們與若干客戶訂立框架銷售協議，惟需視與他們的磋商而定。實際銷售按我們與客戶不時簽訂的銷售協議或採購訂單確認。

下文載列具有法律約束力的框架銷售協議所載之一般條款：

**協議年期：** 兩年至五年。

**主要條文：** 我們根據採購訂單所指定規格供應我們的產品。

**價格：** 價格將不時載列於採購訂單。

**保修：** 我們為供應予若干主要客戶的產品提供指定期限的產品保修。

**付款條款：** 我們一般要求通過電匯或不可撤銷信用證的方式支付。

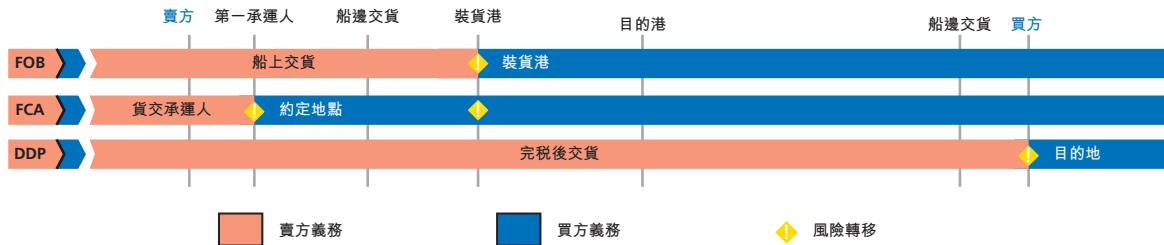
**最低採購承諾：** 當研發服務屬於銷售架構的一部分時，我們會設定最低採購承諾。單獨的研究及設計協議無協定最低採購承諾條款。

**終止條款：** 框架協議於屆滿日期後可由任一方隨時通過事先書面通知或訂約方共同同意終止。

於往績記錄期間及截至最後可行日期，我們並無遭遇任何違反與客戶的合約安排的重大事件。

## 業 務

我們一般通過不同的物流安排（例如船上交貨(FOB)、貨交承運人(FCA)及完稅後交貨(DDP)），將產品運送至客戶在訂購單中訂明的指定港口或地點。下圖列出每種物流安排的詳情。



- 對於FOB，我們作為賣方，承擔貨物在客戶指定裝運港裝船前的所有費用和風險。我們支付將產品運至港口的運費和裝貨費，而客戶作為買方，則支付從裝運港到最終目的地的運費、保險費、卸貨費和運輸費以及進口關稅。
- 對於FCA，我們承擔將產品交付給客戶指定承運人所需的運費，並且風險在產品交付給承運人時轉移。我們的客戶負責將產品運輸到最終目的地，並承擔進口關稅。
- 對於DDP，我們負責根據客戶的訂單將貨物運送到指定目的地，並承擔將貨物運至目的地的所有相關費用，包括進口關稅和稅款。我們的客戶無需負責卸貨，風險在客戶於指定目的地接受產品時轉移至客戶。

### 轉讓定價

我們在中國境內及海外子公司之間進行集團內部交易，主要包括以下各項：(1) 鉑昕科技香港向四川酷賽銷售原材料，於2022年、2023年、2024年及截至2025年7月31日止七個月分別為人民幣629.3百萬元、人民幣892.8百萬元、人民幣945.8百萬元及人民幣510.6百萬元；(2) 四川酷賽向鉑昕科技香港銷售印刷電路板組件，於2022年、2023年、2024年及截至2025年7月31日止七個月分別為人民幣138.5百萬元、人民幣138.4百萬元、人民幣222.8百萬元及人民幣133.5百萬元；(3) 四川酷賽向四川酷比銷售智能手機印刷電路板組件用於製造智能手機，於2022年、2023年、2024年及截至2025年7月31日止七個月分別為人民幣530.8百萬元、人民幣667.1百萬元、人民幣1,016.6百萬元及人民幣469.6百萬元；(4) 四川酷比向酷賽集團香港於2022年、2023年及2024年及截至2025年7月31日止七個月分別為人民幣597.0百萬元、人民幣1,215.0百萬元、人民幣1,623.0百萬元及人民幣892.2百萬元及酷賽集團香港向Coosea USA銷售智能手機，於2022年、2023年及2024年及截至2025年7月31日止七

## 業 務

個月分別為人民幣233.2百萬元、人民幣436.4百萬元、人民幣534.2百萬元及人民幣182.7百萬元；及(5)於截至2025年7月31日止七個月，四川酷賽及鉑昕科技香港向博林控股銷售原材料，金額分別為人民幣135.6百萬元及人民幣98.5百萬元，其後於截至2025年7月31日止七個月，鉑林控股向美國酷賽銷售，金額為人民幣171.5百萬元。於往績記錄期間，我們已委聘獨立稅務顧問對跨境集團內部交易進行轉讓定價審核，以開展基準研究，確保符合相關轉讓定價法規及指引。獨立稅務顧問認為（董事亦同意），往績記錄期間本集團的相關交易在重大方面大致符合相關轉讓定價法規及經濟合作與發展組織《跨國企業與稅務管理部門轉讓定價指南》（「**OECD TPG**」）。根據獨立稅務顧問的意見，我們於往績記錄期間的估計稅項金額為人民幣3.4百萬元。

### 第三方付款安排

#### 第三方付款安排的背景

於往績記錄期間，我們的若干客戶（個別或統稱為「**相關客戶**」）通過並非相應買賣協議項下合約方的賬戶（「**第三方付款安排**」）向我們結算款項。於2022年、2023年、2024年及2025年7月31日，相關客戶的數目分別為25、22、22及11名。根據第三方付款安排結算的總金額分別為人民幣141.9百萬元、人民幣198.9百萬元、人民幣316.8百萬元及人民幣124.6百萬元，分別佔截至2024年12月31日止三個年度各年及截至2025年7月31日止七個月內每年收入的8.3%、8.6%、11.7%及7.9%。於2022年至2024年，第三方付款安排的貢獻持續增長，主要源於我們與更多企業集團拓展客戶基礎後，來自相關客戶關聯實體的收款額有所增加。

於往績記錄期間的相關客戶主要包括本土品牌。據我們所知，指定第三方付款方主要包括：

- (i) 外國支付中介機構，於2022年、2023年、2024年及截至2025年7月31日止七個月分別佔收入總額約4.1%、6.1%、7.0%及5.8%。在若干受嚴格外匯管制約束的司法權區內，部分相關客戶在辦理直接跨境支付時面臨困難，此通常源於較長的轉賬週期。為解決此類限制，部分相關客戶已委託境外支付中介（包括第三方實體和外匯機構）代其向我們匯款。於2025年6月，我們已終止與該等第三方付款方的第三方付款安排；
- (ii) 根據與相關客戶的融資安排向我們付款的金融機構，於2022年、2023年、2024年及截至2025年7月31日止七個月分別佔收入總額約2.8%、1.6%、1.6%及0.3%。部分相關客戶已與金融機構（包括專業供應鏈融資公司或保理公司）建立長期合作關係。該等機構提供供應鏈融資及營運資金解決方

## 業 務

案等服務。在若干情況下，相關供應鏈融資公司或保理公司會代相關客戶直接與我們結算款項。相關客戶隨後根據各自與供應鏈融資公司或保理公司的安排與該等公司進行結算。

該等融資安排對相關客戶的正常業務流程和財務規劃為不可或缺的一部分，以確保高效的現金流、優化營運資金及維持穩健的供應鏈運作。由於終止該等安排將會擾亂他們的融資渠道，並可能損害他們履行合約責任的能力，因此我們無法終止該等第三方付款安排。根據弗若斯特沙利的資料，與金融機構的此類融資安排為智能手機行業的標準產業慣例；及

- (iii) 與相關客戶有關聯的人士或實體，例如相關客戶的法定代表、業務經營者、股東、配偶、其他親屬、僱員或控制相關客戶或與相關客戶受共同控制的實體，於2022年、2023年、2024年及截至2025年7月31日止七個月分別佔收入總額約1.4%、0.9%、3.0%及1.8%。於2025年6月，我們停止透過與相關客戶有關聯的個人進行所有第三方付款安排。然而，我們無法終止為與相關客戶有關聯的實體進行此類安排。對於許多大型企業集團而言，涉及關聯實體的付款安排對其集中財務管理至關重要。該等集團透過共同控制下的多個實體營運，並依賴整個集團的簡化付款程序，以確保高效率的結算、流動資金管理，以及遵守融資責任。要求終止此類安排將為相關客戶帶來巨大的行政負擔，且鑒於集團結構和營運要求的複雜性，此舉可能並不可行。根據弗若斯特沙利的資料，與關聯實體之間的此類付款安排亦為常見行業慣例。

於2025年6月，我們終止與若干第三方付款方(包括境外支付中介及與相關客戶有關聯的人士)的第三方付款安排。由於跨境支付存在額度限制及處理時間較長，相關客戶通常會通過第三方付款安排結算部分款項，其餘款項則透過其自身企業賬戶直接轉賬支付。

對於已終止第三方付款安排的相關客戶，於2022年、2023年、2024年及截至2025年7月31日止七個月，於有關期間按合併基準(包括透過第三方付款安排及其自身企業賬戶直接結算的款項)使用第三方付款安排的相關客戶所產生的總收入分別為人民幣479.3百萬元、人民幣1,070.9百萬元、人民幣1,110.5百萬元及人民幣611.8百萬元，分別佔我們總收入的28.0%、46.4%、40.9%及38.6%。於2022年、2023年及

---

## 業 務

---

2024年12月31日及2025年7月31日，於有關期間按合併基準(包括透過第三方付款安排及其自身企業賬戶直接結算的款項)使用第三方付款安排的相關客戶所產生的未償還貿易應收款項分別為人民幣38.2百萬元、人民幣108.2百萬元、人民幣102.8百萬元及人民幣65.7百萬元。

終止第三方付款安排後，該等相關客戶已透過其自身企業賬戶直接付款或透過分銷商進行採購結算款項。截至最後可行日期，我們的並未遭受任何來自相關客戶的重大訂單減少。我們相信，終止該等安排並未對我們與該等司法權區相關客戶的交易造成任何重大干擾。

於2022年、2023年、2024年及截至2025年7月31日止七個月，透過我們未能完全終止的第三方付款安排所產生的收入分別為人民幣71.9百萬元、人民幣57.3百萬元、人民幣126.2百萬元及人民幣32.7百萬元，分別佔總收入的4.2%、2.5%、4.6%及2.0%。

董事已確認，於往績記錄期間及截至最後可行日期相關客戶指定的第三方付款方均非本集團的關連人士，且該等指定第三方付款方均獨立於本集團的任何董事、高級管理層及股東。

於往績記錄期間，(i)我們並無主動提出任何第三方付款安排或以其他形式參與任何有關安排；(ii)我們並無向任何相關客戶提供任何折扣、佣金、返利或其他利益，以促進或激勵第三方付款安排；及(iii)我們與相關客戶訂立的協議的定價及付款條款一般與不涉及第三方付款安排的客戶一致。

### **使用第三方付款安排的原因**

根據相關客戶的陳述及據董事所知，相關客戶主要基於以下原因使用第三方付款安排：

- 我們的海外相關客戶及有海外業務營運的國內相關客戶基於便利性而透過第三方付款方付款，以避免跨境交易的結算周期過長，從而提高效率；
- 就部分相關客戶而言，使用同一實際控制人下的關聯實體賬戶，符合其內部財務管理常規，有助於統一資金管理，提供更大便利；及
- 就涉及金額較小的交易而言，客戶通過個人賬戶進行結算效率更高。

---

## 業 務

---

根據弗若斯特沙利文的資料，智能手機行業的本土品牌通過第三方支付方結算款項屬常見商業慣例。

### 強化第三方支付安排的內部控制措施

為降低與第三方支付安排相關的風險，並防止日後發生第三方支付安排，我們已採取下列強化內部控制措施：

- (i) 我們要求所有客戶在適用情況下直接透過自身公司銀行賬戶結算款項；
- (ii) 於往績記錄期間，就無法透過其自身公司銀行賬戶進行結算的客戶，我們已要求相關客戶及其指定第三方支付方就第三方支付安排向我們提供書面授權確認書，確認指定第三方支付方獲相關客戶授權與我們結算款項（「書面授權」），該書面授權通常指明：
  - (a) 指定的第三方支付方經相關客戶授權，因此獲准代表相關客戶與我們結算款項；及
  - (b) 相關客戶與指定第三方支付方之間的關係；
- (iii) 對於第三方支付安排，我們會核實支付詳情，以確保支付符合書面授權，並保留內部記錄以記錄和追溯支付詳情，確保會計記錄的準確性和完整性。如發現任何問題，我們會即時與銷售部門協商並聯繫相關客戶進行核實；及
- (iv) 我們與反洗錢盡職調查機構合作，對指定的第三方支付方進行背景調查，考慮各付款方行業的具體特性，並根據金融機構發佈的反洗錢名單進行篩查。我們僅在確認第三方支付方不涉及洗錢或相關非法活動的風險後，才接受其付款。

我們的董事確認，據彼等所深知及根據所實施的了解客戶程序及內部控制措施，於往績記錄期間及直至最後可行日期，(i)有關付款乃基於真誠的相關交易及有效的合約關係而作出；及(ii)並無發生與該等第三方支付安排有關的商業賄賂、逃稅或與我們有關的現有或潛在糾紛。

---

## 業 務

---

我們的董事認為，加強的內部監控措施及終止若干第三方付款安排，對我們的業務、營運及財務業績並無亦不會產生任何重大不利影響。根據獨家保薦人進行的盡職調查，並無任何事項引起其注意，致使其不同意董事會上述意見。根據獨家保薦人進行的盡職調查，並未發現任何情況導致其對上述董事的意見表示異議。

於往績記錄期間，(1)第三方付款方(包括境外支付中介及與相關客戶有聯繫的人士或聯屬公司)通常將款項支付至我們在中國或香港的子公司銀行賬戶；(2)於我們的境外相關客戶中，與來自也門的客戶結算的付款佔付款總額最高；及(3)我們於美國的子公司為主要子公司之一，而若干境外相關客戶使用來自美國的第三方付款方進行付款結算。因此，我們已委聘中國、香港、美國及也門的法律顧問，就第三方安排的合法性提供意見：

### 中國

據我們的中國法律顧問告知，(i)於往績記錄期間及截至最後可行日期，我們的第三方付款安排並無違反或抵觸中國適用法律或法規的強制性規定；及(ii)就提供上述已正式簽立的書面授權的相關客戶及其指定第三方付款人而言，本集團被認定為有義務根據第三方付款安排向相關客戶或其指定第三方付款人退還資金的風險較低。

此外，據中國法律顧問告知，《中華人民共和國刑法》第191條規定，為掩飾、隱瞞毒品犯罪、黑社會性質的組織犯罪、恐怖活動犯罪、走私犯罪、貪污賄賂犯罪、破壞金融管理秩序犯罪、金融詐騙犯罪的所得及其產生的收益的來源和性質，有下列行為之一的，構成洗錢罪：(1)提供資金賬戶；(2)將財產轉換為現金、金融票據、有價證券；(3)通過轉賬或者其他支付結算方式轉移資金；(4)跨境轉移資產；(5)以其他方法掩飾、隱瞞犯罪所得及其收益的來源和性質。故唯有當企業出於掩飾、隱瞞上述犯罪所得及其收益來源和性質之目的，協助轉移資金時，方構成洗錢罪。

本集團與相關客戶簽訂的合同反映真實意圖，且已按相關客戶的訂單交付全部貨物。相關付款均基於真實的基礎交易及有效合約關係。雖款項通過第三方付款方支付，但相關客戶確認該等付款乃為履行其訂單項下貨款。據此，我們的中國法律

## 業 務

顧問認為，本集團並未實施任何以掩飾、隱瞞上述犯罪所得來源和性質以及其收益為目的之資金轉移協助行為。因此，中國法律顧問認為，(i)相關第三方付款安排基於真實的相關交易和有效的合同關係；(ii)不存在商業賄賂、逃稅行為或與本集團現存或潛在的糾紛；及(iii)第三方付款安排被認定構成《中華人民共和國刑法》下洗錢罪的風險極低，不會對我們的業務構成任何風險。

### 香港

據我們的香港法律顧問告知，就第三方付款安排而言，(i)我們的第三方付款安排並無違反香港任何適用法律及／或法規；(ii)本集團進行該等付款安排並無任何牌照要求，而第三方付款人(即位於香港境外並將資金匯入香港的人士)亦不受香港法律下的任何牌照要求所規限或以其他方式受其規限；及(iii)本集團被認定為有義務向第三方付款人退還付款的風險甚低。

此外，據香港法律顧問告知，就第三方付款安排而言，《有組織及嚴重罪行條例》(香港法例第455章)第25(1)條規定，任何人如知道或有合理理由相信任何財產全部或部分、直接或間接代表任何人從可公訴罪行所得的收益，而仍處理該財產，即屬犯罪。判斷標準在於任何合理人士基於相關理由是否會認為所處理的財產代表可公訴罪行的收益。我們的香港法律顧問已考慮以下因素：

- (i). 涉及第三方付款安排的業務交易具正當性與真實性，相關交易及付款均有銷售文件證明；
- (ii). 相關客戶須提交書面授權明確其與第三方付款方的關係，且未就第三方付款方的付款授權存在爭議；及
- (iii). 根據董事確認，於往績記錄期間至最後可行日期，本集團從未因第三方付款安排的合法性面臨任何爭議或調查。

綜合上述因素，並考慮到香港法院會考量相關人士對相關交易的主觀真誠認知，就第三方付款安排而言，香港法律顧問認為，(i)我們的第三方付款安排不違反

---

## 業 務

---

任何香港適用法律及／或法規；及(ii)本集團無合理理由相信相關客戶指示的第三方付款安排涉及可公訴罪行的收益。因此，本集團被指控或起訴洗錢的風險極低，不會對我們的業務構成任何風險。

### 美國

據我們的美國法律顧問告知，透過第三方付款人付款可能會受(i)1970年《銀行保密法》及其後的修訂(「《銀行保密法》」)規限，該法規要求金融機構須保存記錄並提交若干報告，以協助政府預防並偵測洗錢、恐怖份子融資及其他金融犯罪；(ii)1986年《洗錢控制法案》，該法案將洗錢本身列為聯邦犯罪(「《洗錢控制法案》」)，及(iii)美國財政部外國資產控制辦公室的規例，禁止任何美國實體與受制裁之個人、實體或國家進行交易(「OFAC規則」)。

據我們美國法律顧問告知，就過往收取第三方付款方款項而言，本公司被裁定違反《銀行保密法》、《洗錢控制法》及《海外資產控制辦公室規則》的潛在法律風險極低，原因為：(i)於第三方付款安排中，我們並非金融機構，故不直接承擔《銀行保密法》合規責任；(ii)我們主要依賴收款銀行的參與，該等銀行須履行法定反洗錢及《銀行保密法》合規義務。其實施的程序於整個第三方付款鏈中提供重要風險緩衝；(iii)《洗錢控制法》下的風險主要源於「明知」接收非法資金，而此風險極微，因我們確認相關交易合法，且無跡象顯示我們知悉或應知悉第三方付款安排涉及任何非法活動；(iv)就《海外資產控制辦公室規則》而言，於接收資金時，所有第三方付款方均未被列入該辦公室發佈的任何制裁名單。我們進一步確認，於第三方付款安排項下所有交易進行時，我們並不知悉亦無理由知悉第三方付款安排的任何參與方涉及可導致制裁的活動，且第三方付款安排涉及的任何付款構成或部分構成違反《海外資產控制辦公室規則》制裁計劃的交易。我們的美國法律顧問認為，相關第三方付款安排乃基於真誠的相關交易及有效的合約關係而作出，且不存在商業賄賂、逃稅的情形，亦與本集團無現有或潛在糾紛。

### 也門

於2025年6月，我們已終止有關也門銷售業務的第三方付款安排。

據我們的也門法律顧問告知，(i)第三方付款安排在法律上可強制執行且有效，且也門法律或法規並無限制此類付款安排的限制；(ii)與也門反貪污、反洗錢、制裁

---

## 業 務

---

及反恐融資相關的風險較低；及(ii)本集團根據第三方付款安排有義務向第三方支付款人退還付款的風險較低。

關於牌照要求方面，我們獲也門法律顧問告知，也門法律法規並無針對該等付款安排設定任何特定的牌照要求。

我們的也門法律顧問認為，相關第三方付款安排乃基於真誠的相關交易及有效的合約關係而作出，且不存在商業賄賂、逃稅的情形，亦與本集團無現有或潛在糾紛。

根據獨家保薦人進行的盡職調查，其並無注意到使其不同意上述法律顧問意見的事項。

於最後可行日期，所有相關客戶於根據第三方付款安排付款前已向我們提供書面授權。我們相信，第三方付款安排之更正並無亦不會對我們的業務造成重大影響。

### 美國關稅政策

自2025年初起，美國政府宣布一系列針對中國製造產品的新關稅政策，並可能進一步提高對中國製造產品的關稅稅率。這些政策旨在透過徵收額外關稅增加進口成本，可能會對中國企業向美國市場的出口業務造成影響。

於往績記錄期間，我們僅向美國市場出口消費類智能手機。為因應近期的政策變動及2025年的後續調整，我們從中國出口至美國的產品被加徵了額外關稅，導致適用於我們產品的關稅稅率上升至20%。自2025年2月至4月，我們的毛利下降及關稅成本增加人民幣2.1百萬元，其中約人民幣1.2百萬元由我們自行承擔，其餘人民幣0.9百萬元由我們的客戶承擔。於往績記錄期間及直至最後可行日期，我們的銷售、訂單量及售價並未因美國或其他海外關稅而遭受任何重大不利變動。2025年5月，美中雙方宣佈推遲實施加征關稅措施。然而，相關關稅及其他貿易限制措施後續發展仍存在重大不確定性。請參閱「風險因素—與我們的業務及行業有關的風險—地緣政治緊張局勢和關稅可能對我們的業務、財務狀況和經營業績產生重大不利影響」。

為應對這些挑戰，我們積極重新評估供應鏈及生產策略，透過與當地工廠合作，將部分國內生產業務外包至東南亞。由於建立內部生產設施需要大量時間及資

---

## 業 務

---

本投資，與當地工廠合作提供了更具成本效益及靈活的方式，以應對不斷變化的市場動態。憑借多年累積的全面技術知識及專業知識，無論地點如何變動，我們確保我們的營運維持高效及穩定。我們的技術及營運經驗使我們能夠將生產無縫轉移至新地點，通過對工廠人員的培訓以及有效實施我們的生產標準和規程，使當地合作工廠能夠迅速啟動。從機器優化到營運流程整合，我們成熟的運營體系使我們能夠以高效的方式在各個設施複製、擴展和調整生產流程。

截至最後可行日期，我們已與越南當地一家工廠建立合作關係。這種合作使我們能夠通過供應鏈的多元化來降低與關稅及貿易壁壘相關的財務風險。為維持嚴格的質量標準及符合客戶規格，我們與合作工廠密切合作，實施嚴格的質量控制措施。這包括監控整個生產流程及對成品進行抽樣測試，以確保其符合我們的標準。我們於2025年2月與該越南工廠簽訂框架協議，該工廠於2025年4月開始向我們的美國客戶發貨。截至最後可行日期，該越南工廠已能滿足美國客戶目前對我們產品的所有需求。

截至最後可行日期，由於美國政府於2025年4月對智能手機豁免關稅，我們的產品（消費類智能手機）從越南出口至美國無需繳納額外關稅。我們已就所有銷往美國的產品型號取得越南原產地認證。此外，我們正與客戶就關稅責任的分配與機制措施進行協商。通過供應鏈多元化佈局，這些措施有助我們降低與關稅及貿易壁壘有關的財務風險。

此外，於往績記錄期間，我們曾從美國採購SIM卡。於2022年、2023年及2024年以及截至2025年7月31日止七個月，採購金額分別為人民幣0.9百萬元、人民幣0.7百萬元、人民幣1.8百萬元及人民幣2.0百萬元，分別佔同期總採購金額的0.07%、0.04%、0.09%及0.2%。我們向美國進行的採購金額有限，因此關稅對我們整體採購成本的影響預期將極小。據我們所知，我們的供應商並未從美國採購組件或原材料，及於往績記錄期間及直至最後可行日期，我們的採購成本並未因美國或其他海外關稅而遭受任何重大不利影響。

## 業 務

鑑於(i)與越南工廠建立合作以多元化供應鏈；(ii)我們正積極與客戶協商關稅不斷變化情況下的成本分攤安排；及(iii)我們承擔的新增關稅成本相對較小，佔截至2025年7月31日止七個月總收入的0.1%，董事認為，美國提高關稅過去並無及預期不會對我們整體銷售及財務表現造成任何重大影響。

### 營 銷

銷售機會通常來自我們的營銷活動，以及我們的供應商及客戶的轉介。

我們參與各類國際展覽會及交易會，以展示我們的產品及提高我們的市場曝光度。有關展覽會及交易會包括世界移動通信大會(Mobile World Congress)及環球資源香港展(Hong Kong Global Sources Trade Shows)。我們亦積極於不同國家及地區物色潛在的客戶，並尋求於全球移動通信業有廣泛業務聯繫的主要供應商轉介目標客戶。

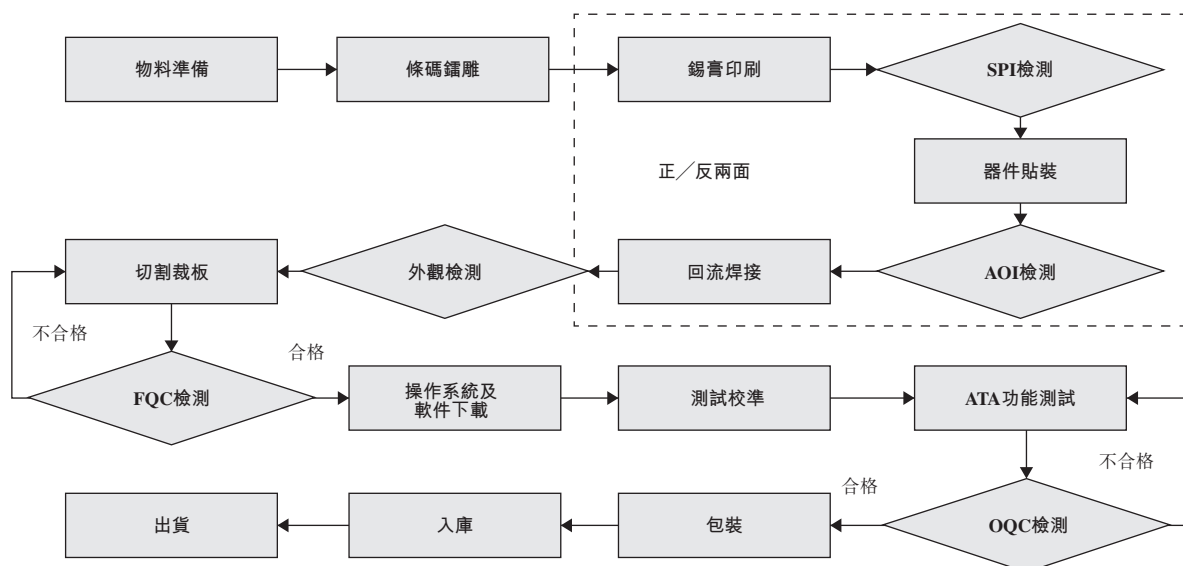
### 生 產

#### 生產流程

我們在宜賓生產基地進行印刷電路板組件及智能設備的生產及組裝。我們的組裝印刷電路板組件生產週期一般需要大約2至3小時，而組裝智能設備的生產週期一般需要大約10至15分鐘。下圖展示我們進行的生產流程：

#### 印刷電路板組件組裝

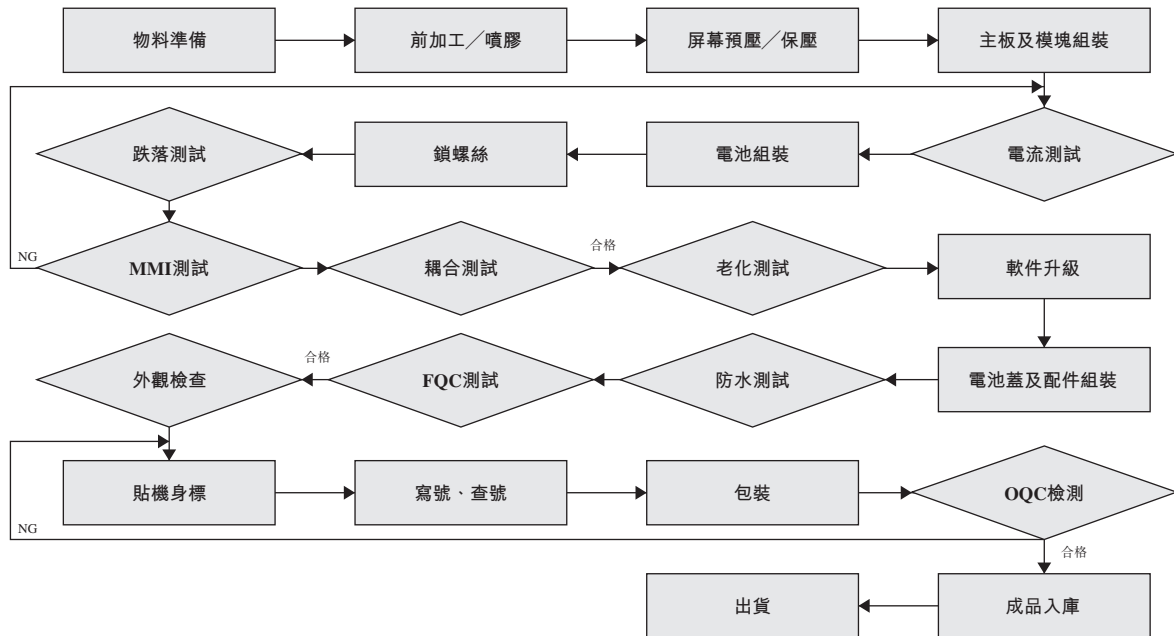
下圖載列印刷電路板組件組裝的流程。



## 業 務

### 智能設備組裝

下圖載列智能設備組裝的流程。

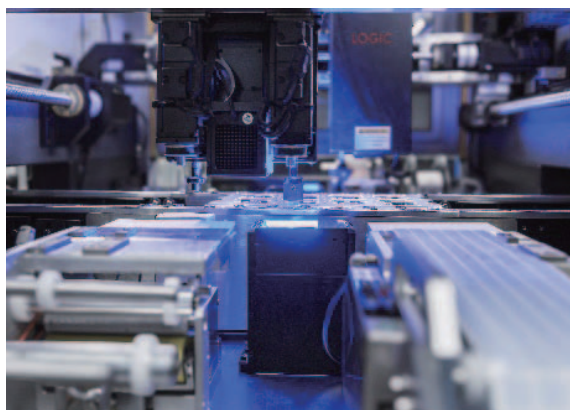


### 產能及利用

於往績記錄期間，我們經營位於宜賓的生產基地。我們的生產基地於2018年投產，專注於印刷電路板組件及智能設備的製造及組裝。於2025年7月31日，我們的生產基地配備六條SMT生產線及八條智能設備組裝線。於2024年及截至2025年7月31日止七個月，我們的SMT生產線的設計產能分別為6.3百萬件及3.7百萬件，我們的智能設備組裝線設計產能分別為4.7百萬件及2.7百萬件。下圖為我們生產基地的鳥瞰圖和內景圖。



## 業 務



### 印刷電路板組件的SMT線

下表載列我們於往績記錄期間SMT線的產能及利用率：

	截至12月31日止年度			截至2025年
	2022年	2023年	2024年	7月31日 止七個月
SMT線數量 . . . . .	5/6 <sup>(3)</sup>	6	6	6
產能(千件) <sup>(1)</sup> . . . . .	4,880.7	6,264.0	6,264.0	3,654.0
實際產量(千件) . . . . .	4,035.9	5,553.5	5,548.5	3,074.8
利用率 <sup>(2)</sup> . . . . .	82.7%	88.7%	88.6%	84.2

附註：

- (1) 產能按每條SMT線每小時生產的件數(2022年為220件、2023年為240件、2024年為240件及截至2025年7月31日止七個月為240件)、SMT線加權平均數量、設備每天運行20個小時及各期間的工作日總數(截至2022年、2023年及2024年12月31日止年度各年為261個工作日以及截至2025年7月31日止七個月為152個工作日)相乘計算。每小時產能取決於每個產品的表面貼裝組建數量。我們的持續研發已優化材料清單，推出每台所需組件更少的新產品。2022年產品的每台包含組件數量通常多於2023年和2024年的產品，因此，更高效的設計令我們的每小時產能於2023年提升至240件。
- (2) 利用率按實際產量除以對應期間的產能計算。
- (3) 我們在2022年前9個月運營5條SMT線，第6條SMT線在2022年10月投產，導致2022年的年產能低於2023年和2024年。

## 業 務

### 智能設備的組裝線

下表載列我們於往績記錄期間智能設備組裝線的產能及利用率。

	截至12月31日止年度			截至7月31日 止七個月
	2022年	2023年	2024年	2025年
組裝線數量 . . . . .	6	7	8	8
產能(千台) <sup>(1)</sup> . . . . .	2,349.0	3,836.7	4,698.0	2,740.5
實際產量(千台) . . . . .	1,910.7	3,314.8	3,922.3	2,304.3
利用率 <sup>(2)</sup> . . . . .	81.3%	81.7%	83.5%	84.1%

附註：

(1) 我們的產能按每條組裝線每小時生產台數(2022年為150台、2023年為210台、2024年為225台及截至2025年7月31日止七個月為225台)、組裝線加權平均數量、每天工作10個小時及各期間的工作日總數(截至2022年、2023年及2024年12月31日止年度各年為261個工作日以及截至2025年7月31日止七個月為152個工作日)相乘計算。每小時產能從2022年的150台增加到2023年的210台，主要是由於整合自動化設備所致。

(2) 使用率按實際產量除以相應期間產能計算。

### 機器及設備

我們的宜賓生產基地配備各種機器及設備，用於組裝印刷電路板組件和完全組裝的智能手機及其他產品的不同階段。SMT機是用於印刷電路板組件組裝和智能手機組裝的主要機器及設備類型。這些機器及設備在中國、日本和德國製造。我們對

## 業 務

機器採用3至10年的直線折舊政策，董事認為此政策符合行業規範。下表載列本集團於2025年7月31日擁有的主要機器及設備的概要。

機器及設備名稱	數量	功能	平均可使 用年期 (年) <small>(附註1)</small>	剩餘可使 用年期 (年) <small>(附註2)</small>
<b>SMT線</b>				
SMT機 . . . . .	30 (每條SMT 線5台)	於印刷電路板上快速、精準裝貼電子元件	10	5
綜合測試機 . . . . .	98	校準印刷電路板組件發出和接收的訊號，以及Wi-Fi和藍牙等工程訊號	10	4
錫膏打印機 . . . . .	12	於印刷電路版噴塗錫膏	10	5
自動光學檢測機 . . . . .	12	透過攝像掃描印刷電路板／印刷電路板組件進行自動光檢查，以識別殘品(如元件缺失)及質量缺陷	10	7
焊錫膏檢測設備 . . . . .	6	在印刷焊膏後對印刷電路板進行焊膏檢測	10	5
熱風回流焊爐 . . . . .	6	回爐焊接印刷電路板面上的電子元件	10	5
激光標籤印刷機 . . . . .	4	激光雕刻SN條碼	10	5
X射線檢查機 . . . . .	1	使用實時高倍數放大及分辨率成像的X射線檢查印刷電路板組件	10	3
分板機 . . . . .	2	將多片印刷電路板組件切割成單片	10	4
焊點檢測機 . . . . .	1	檢查回流焊後的印刷焊膏質量和最終焊點	10	5
智能錯誤預防材料檢測設備 . . . . .	6	在生產過程中檢查材料供給，防止出錯	10	9
智能手機／物聯網產品組裝線 . . . . .	8	將各種組件組裝到智能設備中	10	5

---

## 業 務

---

附註：

- (1) 機器及設備的平均可使用年期按機器總可使用年期除以機器及設備數量計算。
- (2) 機器及設備的剩餘可使用年期按估計可使用年期減機器及設備的平均機齡計算。

### 維修及保養

為維持我們的關鍵生產機器及設備的高效運轉，我們根據內部標準定期進行檢查、保養及維修。我們制定內部保養指引，當中載列有關機器及設備維修及保養的時間表、程序及責任。我們一般會對生產設施的關鍵生產機器及設備進行日常檢查並按周、月或季進行定期保養，而測量及測試設備則每年由外部機構進行校準。不同機器及設備會輪流進行保養，以避免我們的運作完全停止。採取這些措施旨在避免意外故障導致的停工，並最大限度地提高我們的生產效率。於往績記錄期間，我們因維修及保養機器及設備而產生的成本甚微。

### 生產外包

根據我們的產能及客戶要求的交付時間表，我們策略性地將部分印刷電路板組件組裝工序外包予精選的專門從事SMT生產的電子製造服務供應商。我們的業務具有季節性需求波動與集中訂單履行期之特性。在銷售旺季期間，客戶訂單可能於短時間內大幅激增，導致生產量暫時性超出內部產能。當我們公司的產能緊張時，我們會依賴這些外部電子製造服務供應商為限量的印刷電路板組件進行表面貼裝工序。當我們將生產外包時，我們通過在出現任何技術問題時提供支持和解決方案，參與電子製造服務供應商的生產管理。我們會提供產品的技術規格，並通過在電子製造服務供應商指定的工廠進行試產，確保電子製造服務供應商的生產設施及設備符合我們批量生產的要求。我們會派遣工程師前往電子製造服務供應商處，在產品測試及管理過程中提供指導及協助，以確保產品質量。詳情請參閱本節「質量控制」。於往績記錄期間及截至最後可行日期，我們並無任何重大產品缺陷，以致須召回產品。

我們在挑選電子製造服務供應商時有全面的評估標準，主要包括(i)庫存管理能力、(ii)製造能力、(iii)提供保養服務的能力及(iv)品質控制的能力。我們將製造工序外包予可靠的電子製造服務製造商，以確保產品的質量。

## 業 務

於往績記錄期間，我們已委聘多家電子製造服務供應商（均為獨立第三方）。於2025年7月31日，我們與電子製造服務供應商維持一至四年的業務關係。於往績記錄期間，我們已與部分電子製造服務供應商訂立框架外包協議。根據框架外包協議，電子製造服務供應商將根據所提供的設計和技術規格，使用我們採購的原材料和部件製造和包裝產品。

截至2022年、2023年及2024年12月31日止年度以及截至2025年7月31日止七個月，我們外包子電子製造服務供應商的印刷電路板組件數量分別約為51,700件、119,500件、625,600件及160,659件。同期，我們向電子製造服務供應商分包的成本分別為人民幣40.5千元、人民幣129.6千元、人民幣485.9千元及人民幣75.5千元，分別佔銷售成本的0.003%、0.007%、0.02%及0.006%。

### 原材料及供應商

我們就製造產品所購買的主要原材料及部件包括晶片、內存條、顯示器、功能性積體電路、相機、外殼、電池及印刷電路板組件。我們主要從中國採購有關原材料及部件。

我們對供應商採取嚴格的甄選準則。我們按照業務規模、產品質量、產能、定價以及售前和售後服務能力對供應商評級。我們還會對供應商的生產設施進行實地考察，並安排供應商提供產品樣品供我們內部測試。除甄選新供應商外，我們還會定期對現有供應商進行評估。我們按照供應商的產品質量、定價、回應情況及服務能力進行月度評估。倘我們於評估過程中發現供應商存在問題，我們會與供應商溝通，要求其按照我們設定的標準進行整改。倘供應商無法達到有關標準，我們可能會終止與該供應商的合作。

我們一般與供貨商訂立具有法律約束力的框架採購協議，其中包括作為附件的質量保證協議及保密協議。下表載列框架採購協議及其附件的主要條文：

<b>協議年期：</b>	自首次交易日期生效，並直至該協議由雙方協議終止為止。
<b>主要條文：</b>	供應商根據我們的採購訂單供應若干原材料及部件予我們。
<b>質量標準及擔保：</b>	就缺陷產品而言，供應商負責更換缺陷產品，並視乎缺陷率可能須就相關維護成本及損失作出額外賠償。

---

## 業 務

---

<b>付款及信貸期：</b>	付款應根據採購訂單進行。我們通常給予15至90天的信貸期。
<b>最低採購承諾：</b>	並無有關最低採購承諾的協議條款。
<b>運輸及包裝：</b>	供貨商應負責包裝、存倉、保險及運輸至我們指定地點所產生的費用。
<b>交付：</b>	應交付至採購訂單所指定的地點。

於往績記錄期間及截至最後可行日期，我們並無遭遇任何與供應商的合約安排遭嚴重違反的事件。

我們根據我們的生產計劃及倉儲水平下達採購訂單。價格會於每次下單時與供應商按公平基準磋商釐定。於2025年7月31日，我們與五大供應商中的大多數已維2至7年的業務關係。我們的策略是與供應商建立長期合作關係，以增強我們的議價能力、確保優先取得其最新產品以及在市場供應緊張時確保我們的庫存量。我們的供應商一般會給予我們介乎15至90天的信貸期。

於2022年、2023年、2024年各年及2025年7月31日，向五大供應商作出的採購款項分別為人民幣626.2百萬元、人民幣651.9百萬元、人民幣700.4百萬元及人民幣422.2百萬元，分別佔總採購額之48.8%、37.6%、33.2%及34.5%。此外，就截至2022年、2023年及2024年12月31日止年度各年以及截至2025年7月31日止七個月，向最大供應商作出的採購款項為人民幣280.9百萬元、人民幣263.7百萬元、人民幣284.2百萬元及人民幣112.7百萬元，分別佔相應期間總採購額之21.9%、15.2%、13.5%及9.2%。據董事所深知及全悉，概無董事及彼等各自的緊密聯繫人或任何於最後可行日期持有本公司股本5%以上的股東，於往績記錄期間於任何五大供應商擁有任何權益。

### 對芯片供應商的依賴

#### 對移動芯片供應商的依賴

我們並無重大依賴單一移動芯片供應商。核心處理器方面，我們主要向兩家領先供應商採購。2022年、2023年、2024年及截至2025年7月31日止七個月，我們的移動芯片採購金額分別為人民幣272.9百萬元、人民幣410.2百萬元、人民幣400.7百萬元及人民幣186.3百萬元。於往績記錄期間，我們透過長期協議與芯片供應商建立

---

## 業 務

---

了穩定的合作夥伴關係。由於我們使用的是通用型或成熟的芯片型號，因此必要時可輕鬆更換供應商。若發生供應中斷，我們能夠迅速尋找並接洽替代供應商，從而將營運風險降至最低。

### 芯片供應鏈波動

於往績記錄期間，我們曾面臨全行業性的行動芯片短缺問題。透過維持強固的供應商關係及靈活的採購策略，我們得以緩解供應短缺情況，並維持充足庫存以履行客戶訂單。2023年，由於預期市場需求增加及供應鏈價格上漲，我們對屏幕及移動芯片進行了策略性庫存儲備，同時也藉助供應商的臨時促銷活動降低了單位採購成本。此舉導致我們的存貨水平增加、應付賬款上升及可用現金減少。該等變動並未對我們的業務或經營業績造成任何重大不利影響。目前，我們預期在可預見未來不會再次發生重大短缺情況。

### 應對原物料價格波動的措施

我們透過多項措施管理原物料價格波動：

- 與主要供應商簽訂長期或框架採購協議，以鎖定價格並確保核心材料的供應；
- 多元化供應商基礎並進行競爭性談判，以避免對單一來源的依賴；
- 動態調整採購計劃，依據市場價格走勢進行採購，並在適當時機執行批量採購；及
- 持續監控國際及國內原材料市場，加強我們對供應波動的反應速度。必要時，我們可能採取進一步行動，例如對相關原材料進行策略性庫存儲備。

### 貿易限制

我們受特定半導體晶片貿易限制的影響極小。我們產品所採用之芯片多屬成熟技術。我們的國際制裁法律顧問認為，基於以下因素，本集團於往績記錄期間的銷售活動不構成美國出口管制之重大風險：(i) 產品未採用任何受出口管理條例規範的美國原產零件、技術或軟件；(ii) 本集團未曾與美國商務部實體清單所列供應商進行交易；(iii) 本集團客戶中不存在軍事終端用戶。

## 業 務

下表載列於往績記錄期間我們五大供貨商的若干資料：

### 截至2022年12月31日止年度

供應商	背景	所採購 的材料	採購成本 人民幣千元	佔總採購額 百分比	信貸期	業務關係 起始年份
供應商A	一家總部位於香港， 主要從事芯片分銷的 私營公司	晶片	280,920	21.9	20天	2016年
供應商B	一家總部位於中國江 西，主要從事觸摸 屏、液晶顯示器及模 組研發、製造和銷售 的上市公司	屏幕	128,209	10.0	30天	2012年
供應商C	一家總部位於香港， 主要從事半導體電子 元器件銷售的上市公 司的香港子公司	內存條	102,293	8.0	30天	2020年
供應商D	一家總部位於中國廣 東，主要從事存儲芯 片設計、研發、測試 及銷售的私營公司	內存條	77,058	6.0	貨到付款	2019年
供應商E	一家總部位於廣東， 主要從事軟件和硬件 銷售的私營公司	內存條	37,705	2.9	貨到付款	2018年
總計			<u>626,185</u>	<u>48.8</u>		

## 業 務

### 截至2023年12月31日止年度

供應商	背景	所採購 的材料	採購成本 人民幣千元	佔總採購額 百分比	信貸期	業務關係 起始年份
供應商A	一家總部位於香港， 主要從事芯片分銷的 私營公司	晶片	263,736	15.2	20天	2016年
供應商F	一家總部位於中國廣 東，主要從事電子元 器件銷售的上市公 司的子公司	晶片	169,985	9.8	30天	2020年
供應商G	一家總部位於香港， 主要從事電子元器件 銷售的私營公司	內存條	75,769	4.4	貨到付款	2018年
供應商H	一家總部位於中國北 京，主要從事顯示器 件製造及提供技術推 廣服務的中外合資企 業	屏幕	72,195	4.2	100% 預付款	2022年
供應商D	一家總部位於中國廣 東，主要從事存儲芯 片設計、研發、測試 及銷售的私營公司	內存條	70,199	4.0	貨到付款	2019年
<b>總計</b>			<b><u>651,884</u></b>	<b><u>37.6</u></b>		

## 業 務

### 截至2024年12月31日止年度

供應商	背景	所採購 的材料	採購成本 人民幣千元	佔總採購額 百分比	信貸期	業務關係 起始年份
供應商A	一家總部位於香港， 主要從事芯片分銷的 私營公司	晶片	284,157	13.5	20天	2016年
供應商D	一家總部位於中國廣 東，主要從事存儲芯 片設計、研發、測試 及銷售的私營公司	內存條	134,411	6.4	貨到付款	2019年
供應商F	一家總部位於中國廣 東，主要從事電子元 器件銷售的上市公 司的子公司	晶片	109,879	5.2	30天	2020年
供應商E	一家總部位於廣東， 主要從事軟件和硬件 銷售的私營公司	內存條	88,525	4.2	貨到付款	2018年
供應商G	一家總部位於香港， 主要從事電子元器件 銷售的私營公司	內存條	83,425	3.9	貨到付款	2018年
總計			<u>700,397</u>	<u>33.2</u>		

## 業 務

### 截至2025年7月31日止七個月

供應商	背景	所採購 的材料	採購成本 人民幣千元	佔總採購額 百分比	信貸期	業務關係 起始年份
供應商A	一家總部位於香港， 主要從事芯片分銷的 私營公司	晶片	112,673	9.2	20天	2016年
供應商I	一家總部位於香港， 主要從事芯片分銷的 私營公司	晶片	83,746	6.8	貨到付款	2021年
供應商G	一家總部位於香港， 主要從事電子元器件 銷售的私營公司	內存條	77,067	6.3	貨到付款	2018年
供應商D	一家總部位於中國廣 東，主要從事存儲芯 片設計、研發、測試 及銷售的私營公司	內存條	76,854	6.3	貨到付款	2019年
供應商F	一家總部位於中國廣 東，主要從事電子元 器件銷售的上市公 司的子公司	晶片	71,872	5.9	30天	2020年
總計			<u>422,212</u>	<u>34.5</u>		

### 存貨控制

我們的存貨包括原材料、在制品及制成品。

由於智能手機行業競爭激烈導致產品壽命周期較短以及產品開發周期加速，董事認為維持良性的存貨水平至關重要。

我們認為存貨控制的關鍵是平衡存貨陳舊及可能的原材料供應短缺之間的風險。我們可能就若干材料提前向供應商下單，此等材料需要較長的交貨期且根據市

---

## 業 務

---

場需求及銷售預測常有短缺或價格波動，包括晶片、內存條、顯示器、功能性積體電路、相機、外殼、電池及印刷電路板。於往績記錄期間，我們並無出現任何關鍵部件嚴重短缺的情況。

我們通常根據產品規格及批號將存貨儲存在倉庫內的指定位置。在我們的製造執行系統(MES)中，每個存儲位置都有一個二維碼或條形碼，以方便跟蹤產品名稱、規格、單位包裝數量及庫存水平。我們亦定期進行存貨審計，以確保準確性及問責制。我們密切監控存貨水平，以滿足生產需求及儘量減少存貨浪費或陳舊存貨。截至2022年、2023年、2024年12月31日止年度以及截至2024年及2025年7月31日止七個月，我們的存貨撇減分別為人民幣15.5百萬元、人民幣18.6百萬元、人民幣22.9百萬元、人民幣3.8百萬元及人民幣2.4百萬元，主要與超過一年的滯銷存貨撥備及減值或瑕疵存貨調整有關。

### 質量控制

我們採用嚴格的生產控制系統，以保持我們的業務運作效率及產品質量。我們已建立全面的質量管理系統，並已取得ISO 9001質量管理系統認證，亦已實施MES系統以監控產品工藝質量。董事相信，有效的控制系統對我們生產優質的產品及維持與客戶的長期關係至關重要。

於往績記錄期間，我們的產品分銷至超過70個國家和地區，涵蓋亞洲、北美洲、歐洲、南美洲、大洋洲和非洲。我們的許多客戶要求我們遵守基於其進口及銷售產品的司法權區所適用國際產品安全及有害物質法規及規例的特定指引。

於2025年7月31日，本集團有194質量控制員，負責各方面的質量控制，包括外購原材料質量控制、生產及組裝工序、制成品及外包生產。我們的質量控制部負責識別任何質量控制問題及向生產部管理層提供解決方案以解決有關問題。

### 外購原材料質量控制

我們的質量控制員及工程師檢驗外購原材料，以確保其符合我們的內部指引，並符合客戶在設計和示意圖要求中所列出的規格。如出現缺陷原材料，我們將通知責任供應商解決，並實施預防措施避免再次發生。此外，我們定期就外購原材料的次品率及其產量編製報告，以確保質量穩定。於往績記錄期間及直至最後可行日期，本公司並無出現向供應商退回大量未能通過我們外購原材料檢驗的原材料及組件。

---

## 業 務

---

### 組裝工序的質量控制

在組裝工序中，我們的質量控制員會在印刷、表面貼裝、焊接、切割及操作系統編程等各個階段執行嚴格的檢驗程序。在最後的組裝階段，我們會建立測試環境，評估電流、耦合、視聽品質及整體可靠性等參數，以確保產品質量能符合客戶要求的標準及規格。

### 制成品的質量控制

我們的質量控制團隊對制成品進行抽樣測試，以確保制成品符合我們的質量標準和客戶的規格。對於客戶提出特殊質量要求，內部無法檢測的產品，我們將其送至有資質的外部機構檢測，或將樣品送至客戶供其自行檢測及確認。對於不符合規定質量標準的產品，我們的工程師將分析原因，並制定改進計劃供生產部門執行。該等產品須再次經過檢驗方可獲准儲存。經批准的制成品質量數據由我們的質量控制人員記錄。

### 分包工作的質量控制

我們與EMS供應商訂立框架外包協議，其中包括質量保證條文。我們也派遣工程師到EMS供應商，就質量標準及工藝要求提供指導和支持。根據外包安排，我們向EMS供應商提供所需的材料和組件，EMS供應商其後負責在交付時對原材料進行質量檢查，並要求在特定時間內通知我們的現場工程師發現任何缺陷。我們的現場工程師也會定期對EMS供應商進行評價和評估，重點關注來料質量檢驗、生產管理和庫存儲存等各個方面。對於評級較低的EMS供應商，我們將提供有針對性的指導和改進協助。

EMS供應商在完成組裝過程後，需要在交付前對制成品進行質量檢查和檢驗。驗收後，我們將對最終產品進行抽樣檢驗，如缺陷由EMS供應商造成，則EMS供應商有責任修複瑕疵產品，並承擔所有費用。

---

## 業 務

---

### 信息技術

信息技術是我們保持競爭力和高效運營的基礎。我們已建立全面的數字化管理系統，涵蓋我們運營的各個方面，包括原材料供應、生產、運營及物流，提高管理和運營效率。我們使用的主要信息技術系統載列如下：

- **企業資源規劃(ERP)系統**：該系統整合採購、生產、銷售及財務資源，處理採購、存貨、生產、計劃、訂單、物流及財務的數據。
- **供應商關係管理(SRM)數字化採購平台**：此平台結合多種功能，包括報價管理、採購管理、進料管理和貿易應付賬款管理。
- **生產執行系統(MES)**：該系統旨在可在多個功能區運行，包括基本數據管理、生產計劃、產品包裝、庫存管理、質量控制及原材料管理。
- **辦公自動化(OA)系統**：這類企業級管理軟件集成協同辦公功能，包括協議管理、知識產權管理及企業門戶。
- **產品生命周期管理(PLM)系統**：此類系統支持整個產品生命周期的集成設計及製造流程，涵蓋從客戶需求分析、產品設計及模擬，到產品分析、製造、維護以及最終報廢的所有階段。

### 知識產權

作為一家具備獨特產品定義能力的智能手機ODM公司，我們不時設計並註冊各類專利及軟件。於最後可行日期，我們已在中國取得151項專利、275項軟件版權及31項商標。本集團所擁有的知識產權的詳情載於本文件附錄五「法定及一般資料—有關我們業務的進一步資料—2.知識產權」。我們認為我們已採取一切合理措施防範我們的自有知識產權遭受任何侵犯。

我們向客戶供應其自身或授權品牌的智能硬件產品，因此如客戶並不擁有相關商標的所有權或授權，我們可能面臨侵犯知識產權的風險。請參閱「風險因素—與我們的業務及行業有關的風險—我們可能面臨知識產權侵權索償，而對我們造成不利影響」。為管理侵犯第三方知識產權的風險，我們獲取商標證書或許可證或授權以核查客戶是否有權授權我們設計及生產帶有相關商標的產品。

---

## 業 務

---

於往績記錄期間及直至最後可行日期，我們並不知悉(i)我們嚴重侵犯第三方擁有的任何知識產權，或(ii)任何第三方嚴重侵犯我們擁有的任何知識產權。於最後可行日期，我們亦並不知悉任何針對我們或本集團任何成員公司有關任何嚴重侵犯第三方知識產權的待決或威脅性的索償。

### 數據安全

近年來，數據隱私和網絡安全已成為全球企業至關重要的治理優先事項。我們收集並存儲在業務運營期間或與業務運營相關而產生的業務數據、管理數據及交易數據，包括與我們的業務以及與客戶、供應商和其他相關方的交易有關的數據。

我們的Dido OS本身不會收集任何終端用戶的個人數據。然而，智能手機上的某些專有互聯網應用程序，如應用商店、遊戲中心和瀏覽器，可能會在賬戶註冊過程中收集用戶的手機號碼。我們本身並不收集此類用戶詳情。在廣告功能方面，智能手機使用開放匿名設備標識符(OAID)，這是一種隨機化且去標識化的設備標識符，確保個人信息不會作為廣告活動的一部分被披露或存儲。此外，我們為用戶活動統計和分析而收集的任何設備信息，都會經過徹底的清理，以刪除可能識別個別用戶的詳情。這些措施體現了我們保護終端用戶隱私的承諾，並確保在任何必要情況下都獲得適當的同意。

我們已制定清晰且詳細的協議，規範企業數據的使用、存儲和共享，確保只有具備適當授權的員工才能在「需要知道」的基礎上訪問敏感信息。員工嚴格按照其職務獲得數據訪問權限，並被要求僅為履行職務職責而使用這些數據。

我們要求員工在任職期間簽署保密協議，嚴格禁止未經授權披露任何機密信息。此外，我們實施了強大的信息備份管理系統，其中規定了數據恢復的指導原則、詳細流程和機制。數據備份同時存儲在本地和遠端。我們確保在發生任何技術問題、自然災害或不可預見情況時，數據能夠快速恢復。

於往績記錄期間，我們未發生任何客戶機密信息泄露事件，或任何其他可能對我們的業務、財務狀況或經營業績造成重大不利影響的客戶信息相關事件。

我們的中國法律顧問認為，於往績記錄期間及截至最後可行日期，我們已遵守中國有關個人數據保護的所有相關法律及法規。

## 業 務

### 就國際制裁風險相關司法管轄區的相關活動

於往績記錄期間，我們向位於相關地區的非受制裁客戶銷售消費類智能手機、三防手機及印刷電路板組件。於2022年、2023年、2024年及截至2025年7月31日止七個月，我們來自相關地區銷售的收入分別為人民幣171.8百萬元、人民幣298.9百萬元、人民幣379.2百萬元及人民幣206.8百萬元。下表載列各相關地區的收入貢獻。

相關地區	截至12月31日止年度						截至7月31日止七個月			
	2022年		2023年		2024年		2024年		2025年	
	人民幣千元	佔總額 收入%	人民幣千元	佔總額 收入%	人民幣千元	佔總額 收入%	人民幣千元 (未經審核)	佔總額 收入%	人民幣千元	佔總額 收入%
阿聯酋	75,991	4.5	100,898	4.4	136,520	5.0	89,256	6.5	93,612	5.9
土耳其	68,652	4.0	82,639	3.6	79,086	2.9	50,458	3.7	32,301	2.0
津巴布韋	16,018	0.9	2,791	0.1	2,841	0.1	—	—	1,932	0.2
也門	11,127	0.7	112,569	4.9	160,741	5.9	140,371	10.3	78,978	5.0
總計	<u>171,788</u>	<u>10.0</u>	<u>298,897</u>	<u>13.0</u>	<u>379,188</u>	<u>14.0</u>	<u>280,085</u>	<u>20.5</u>	<u>206,823</u>	<u>13.1</u>

包括美國、歐盟、英國、澳洲及加拿大（「相關司法管轄區」）在內的若干國家或組織，對受國際制裁國家／地區內的若干國家、個人、實體以及行業或領域實施經濟制裁與貿易限制。所有相關地區均非全面制裁對象。

### 美國制裁

#### 一級制裁

我們的附屬公司Coosea USA主要在美國從事智能手機零件銷售。我們的國際制裁法律顧問確認並無於本集團的美國客戶中發現任何受制裁對象，並告知該等國內銷售活動不涉及一級制裁風險。

於往績記錄期間，我們向包括相關地區在內多個國家及地區的非受制裁客戶銷售產品。我們的國際制裁法律顧問已告知，所有相關地區均非全面制裁對象。我們對相關地區的部分銷售以美元結算，因此該等交易受美國主要制裁管轄。然而，我們的國際制裁法律顧問指出，由於該等客戶及其第三方付款人均非受制裁對象，我們於相關地區的業務活動不構成一級被制裁活動或違反美國主要制裁規定的行為。

---

## 業 務

---

就也門而言，於往績記錄期間我們僅有一名也門客戶，該客戶為一家手機零售商，並以美元向我們付款。我們的國際制裁法律顧問方面已告知，該客戶並非特別指定國民，亦非由一名或多名特別指定國民擁有50%或以上權益的任何實體。儘管我們並不了解該也門手機零售商的具體客戶身份，我們已審查向其銷售的智能手機激活數據樣本，顯示這些智能手機中超過90%均在也門境內激活使用，其餘手機則在非受制裁國家或地區激活使用。因此，我們的國際制裁法律顧問認為，相關商品被也門電話零售商轉售至受制裁國家的風險相對較低。

為進一步降低向分銷商銷售有關的制裁風險，我們將確保所有未來的銷售合約均包含標準的制裁與出口管制合規條款，且分銷商須承諾不得在知情的情況下將我們的產品銷售、供應或運輸受制裁國家或受制裁目標。

### 次級制裁

我們的國際制裁法律顧問指出，我們在相關地區的活動並不屬次級被制裁活動，亦無觸發美國次級制裁的重大風險，原因為本集團在相關地區的客戶均不屬特別指定國民，亦非由特別指定國民持有50%或以上權益。

### 出口管制

我們的國際制裁法律顧問已告知，往績記錄期內本集團向相關地區銷售產品，不會根據美國出口管制規定引致重大風險。這是因為本集團在全球銷售的產品並不包含任何受管制的美國項目，亦不因其為美國技術的外國直接產品而受美國出口管制約束。

### 其他國際制裁

據我們的國際制裁法律顧問進一步告知，於往績記錄期間的業務活動並無涉及聯合國、歐盟、英國、澳大利亞或加拿大採取的限制性措施，原因如下：

- 鑒於：(i)本公司、其任何聯屬公司、代理、董事、高級管理人員或員工均非位於歐盟、英國、澳洲或加拿大或在其中註冊成立；(ii)本集團並未僱用任何歐盟、英國、澳洲或加拿大國民(不論其所在地點)；(iii)除向歐盟、英國、澳洲及加拿大的若干客戶銷售產品外，本集團並未在該等司法權區內開展任何業務活動；因此，本集團的業務活動與歐盟、英國、澳大利亞或加拿大並無產生將觸發其制裁的充足關聯；及
- 我們並未銷售任何受聯合國出口管制的貨物，亦未與任何聯合國制裁對象開展業務活動。

---

## 業 務

---

### 物業

於最後可行日期，我們在中國擁有及租賃若干物業，主要用作生產設施及辦公室。根據上市規則第5.01A條及第5.01B條，若構成申請人物業業務一部分之物業權益(定義見上市規則第5.01(3)條)的賬面值(定義見上市規則第5.01(1)條)達到或超過申請人總資產1%，則文件須載列該物業權益的估值報告全文。於往績記錄期間，我們租賃生產設施予第三方。於2025年7月31日(即本集團最近期經審核綜合財務狀況表日期)，我們投資物業的賬面值超過我們總資產的1%，詳情請參閱「附錄三一物業估值報告」。

### 自有土地及物業

於最後可行日期，我們有權使用於中國的兩幅地塊作生產用途，總土地面積約為99,964.0平方米。於最後可行日期，我們的中國法律顧問已確認，我們已獲得於中國的兩幅有關地塊的所有相關土地使用權證。

於最後可行日期，我們於中國擁有21處物業，總面積為112,824.2平方米，主要作倉儲、生產、研發及員工宿舍用途。根據中國法律顧問，我們合法享有有關物業的所有權並根據中國適用法律佔有、使用、轉讓、抵押或以其他合法方式處置有關物業。

### 租賃物業

於最後可行日期，我們於中國擁有八處與營運有關的租賃物業，總面積為7,713.2平方米。

於最後可行日期，我們並無面臨來自或與我們任何租賃物業之租賃權益的任何缺陷有關的任何重大申索。

### 合規及法律訴訟

我們可能不時卷入日常業務中所衍生的多項法律、仲裁或行政程序。於2025年7月31日，概無針對我們或任何可能對我們的財務狀況或經營業績造成重大不利影響的董事的待決訴訟、仲裁或行政程序。

誠如我們中國法律顧問所告知，我們已於往績記錄期間及直至最後可行日期於各方面遵守相關中國法律及規例。

---

## 業 務

---

### 競爭

根據弗若斯特沙利文數據，全球智能手機ODM解決方案提供商市場競爭激烈且全球智能手機ODM解決方案提供商主要集中於中國。從2020年至2024年，ODM解決方案提供商的智能手機出貨量從472.4百萬台增長至508.6百萬台，預計將從2025年的531.2百萬台增長至2029年的598.1百萬台。

根據弗若斯特沙利文數據，於2024年，按出貨量計算，我們是全球第二大面向本土智能手機品牌的ODM解決方案提供商；於2025年第一季度，我們升至榜首。請見「行業概覽」。憑藉行業領先地位、深厚的行業經驗、強大的研發設計能力、多元化的產品組合以及龐大穩定的客戶群，我們相信我們在行業競爭中具有顯著優勢。

於往績記錄期間，我們的客戶主要為本土品牌及電信運營商。跨國品牌與本土品牌在市場中展開激烈競爭。全球品牌通常憑藉先進技術、更廣泛的品牌認知度及更雄厚的資源佔據優勢，尤其在成熟市場中獲得主導市場份額。這些優勢使全球品牌能夠建立代表優質與創新的強大聲譽。相比之下，本土品牌則能根據當地消費者的特定偏好，提供更貼合市場需求的定制化產品，例如使硬件規格符合當地網絡標準，並融入反映文化偏好的功能設計。本土品牌通常還能提供具競爭力的定價，並能更敏捷地適應其特定市場需求的快速演變。此競爭格局形成跨國品牌的效率及規模與本土品牌的適應性及市場貼近度相互角逐之態勢。

### 環境、社會及管治事宜

我們始終秉持質量至上、創新驅動的原則，堅守可持續發展之道。可持續發展理念是我們業務發展的重要基石，我們堅持誠實守信、求真務實、團結協作、自強不息的企業精神，多元化可持續發展，致力於在提供優質產品及服務的同時，努力回饋社會，推動可持續發展。

我們已將ESG相關事宜融於企業經營管理中。通過與香港聯交所《環境、社會及管治報告守則》所載ESG議題和同行業上市公司的ESG信息披露對標，我們已識別出與企業密切相關的ESG議題，包括氣候變化、資源使用、僱傭、供應鏈管理等。針對上述議題，我們均已制定相關的政策、管理流程或操作手冊，保障企業穩定合規運行。

---

## 業 務

---

### ESG管治

我們已制定ESG管治架構，以持續提升本集團可持續發展管理水平。本集團的ESG治理架構如下：

- (i) 成立了專門的戰略與ESG委員會，全權負責監管ESG事宜。委員會由3位成員組成。戰略與ESG委員會成員由董事長、超過半數獨立董事或三分之一全體董事提名，並由董事會選舉產生。委員會具體的職責包括但不限於：
  - 對ESG事宜的策略與戰策的制定進行指導和審閱，並向董事會匯報並提出；每半年召開一次會議，以確定、評估及管理關鍵ESG目標的進展；
  - 評估和釐定有關環境、社會及管治的風險；
  - 確保設立合適及有效的環境、社會及管治風險管理及內部監控系統；
  - 審閱對外披露的ESG相關報告（[編纂]後），並向董事會匯報並提出建議。
- (ii) 建立了公司級ESG工作組。公司級工作組須履行的職責包括：
  - 了解最新的ESG相關法律法規，包括上市規則的適用條文，隨時告知戰略與ESG委員會相關法律法規的任何變動，並根據最新的監管規定更新我們的ESG政策；
  - 根據我們的業務營運確定主要利益相關者，了解利益相關者就ESG事宜的關切進行回應；
  - 各承擔ESG工作的主體負責人負有對本職能下ESG事宜的風險評估和風險管理職責，並定期向ESG工作組組長匯報；
  - 確定本集團的環境、社會及管治的管理方針、策略、相關重要性及目標；
  - 制定我們的ESG政策，評估其有效性並確保其落實，定期向戰略與ESG委員會提供有關政策及管理措施是否有效的確認；

---

## 業 務

---

- 撰寫對外披露的ESG相關報告，並向ESG委員會匯報；
- 對其他可能影響本集團發展的ESG相關事項的監測。

我們已將ESG戰略方針由上至下貫徹至各部門和下屬公司，依托ESG工作組推動執行，對潛在的風險進行及時把控與緩解，為未來的機遇提前做好準備。我們重視董事會成員的多元化，以確保本集團董事會的有效運作並保持高標準的企業管治水平。

### 能源使用

本集團主要的能源消耗為外購用電。我們已制定《能源管理工作程序》、《節能管理責任規定》，已組建節能領導小組，由本集團公司總經理任組長。在組長組織下，統籌、綜合、協調、管理企業的各项節能工作，如制定節能宣傳、教育和培訓規劃及節能技術改造和技術攻關計劃及年度節能計劃等。我們的主要生產基地—四川酷比通信設備有限公司已取得環境管理體系(ISO14001)認證。

本集團積極導入先進的自動化節能設備，替代效率低、能源消耗大的舊設備，提高生產效率，降低能源消耗。於往績效期間，我們採取一系列措施減少能源消耗：

- 優先選用節能型照明燈具。合理布置照明燈具，使光照射在生產內範圍。
- 各部門注意日常電的節約，光線較好時自覺關閉照明電源，並在各區域、各開關處規定責任人員，下班時自覺關閉電腦、空調等設備。
- 在進行工藝和設備選型時，考慮資源節省和污染預防，優先採用技術成熟、能源資源消耗低的工藝技術和設備。
- 在可行時逐步代替耗電較大的工藝及設備。優化工藝線路，盡量減少設備的無負荷運轉時間。

---

## 業 務

---

根據集團的《節能減排責任書》嚴格執行節能目標計劃，努力達到節能目標。在未來三年，本集團進一步採用先進的高效低耗綠色照明節能技術，改造整體運營照明系統，降低用電消耗，淘汰落後低效的電器設備，並給生產系統的大功率電機加裝工業變頻調速器，降低用電消耗。預計以2024年為基準，到2027年綜合能源消耗強度減少3%。

### 水資源管理

本集團已制定《節水管理制度》，在用水和飲水區域，張貼節約用水宣傳標語，並開展員工節水培訓。本集團用水均來自市政供水。於往績記錄期間，本集團加強生活用水管理，盡可能降低水資源消耗，提升水資源利用率，並採取以下節水措施：

- 各部門制定先進、合理、可行的用水定額，定期考核。做好水的採、輸、配、用各環節的管理工作，防治水資源的損失和浪費。
- 建立節水工作機制，並納入經濟責任制。
- 檢查上水和下水有無漏水現象，發現損壞，及時通報後勤處進行維修。
- 養成節約用水習慣，各部門要經常向員工宣傳。

根據本集團的生產用水和生活用水現狀，主要通過分析和挖掘生產系統中具有較大節水潛能的項目來實現節水目標，包括加強用水和水質管理，提高設備傳熱效率，節約用水。2024年，本集團嚴格控制水資源浪費，包括水管滴水，泄漏等，物業管理中心每日檢查水表用量，發現異常，及時排查，確保用水量處於正常受控水平，預計以2024年為基準，到2027年水資源強度減少5%。

## 業 務

下表載列往績記錄期間資源使用情況：

指標	截至12月31日止年度			截至
				7月31日止
	2022年	2023年	2024年	七個月
				2025年
<b>能源使用</b>				
用電量(兆瓦時) . . . . .	4,553.53	5,229.94	7,042.02 <sup>(1)</sup>	3,640.14
汽油(升) . . . . .	13,132.67	4,167.89	3,539.85	847.70
綜合能源消耗總量				
(兆瓦時) . . . . .	4,668.30	5,266.37	7,072.96	3,647.55
綜合能源消耗密度(兆				
瓦時/百萬元收入				
(人民幣) . . . . .	2.78	2.31	2.61	2.29
<b>水資源使用</b>				
用水量(噸) . . . . .	24,690	23,398	25,683	13,327
耗水強度(噸/人) . . . . .	14.70	10.28	9.49	8.37

我們已在A1文件中為能源使用、用水量及廢棄物處理設定了可量化的目標，並提高了溫室氣體排放的可衡量指標，目標是相較2024年降低5%的溫室氣體排放強度。

2022年、2023年及2024年能源支出佔總收入的比重分別為0.12%、0.10%及0.16%。

由於節能措施的實施與新增智能生產設施部分抵銷了我們在節能領域的努力，2024年整體能源消耗強度較2022年下降6%。近年來，我們的業務面臨電子與智能設施快速且大幅增加，2024年新增生產線的能源使用量高於舊有產線，導致2024年能源消耗強度較2023年有所上升。此現象與行業趨勢一致，亦是我們在A1文件中設定審慎能源消耗目標(2027年較2024年降低3%)的根本原因。我們將透過調整生產安排、優化產品設計及提升生產技術以提高能源效率。

2022年、2023年及2024年用水資源支出佔總收入的比重分別為0.003%、0.002%及0.002%。

---

## 業 務

---

我們的營運並非用水密集型，水資源主要用於辦公區域及洗手間清潔。於往績記錄期間採取的節水措施使人均用水量於2023年較2022年下降5%，2024年較2023年下降10%，因此我們認為進一步大幅降低的潛力有限，並設定2027年較2024年降低5%的目標。

---

附註：

(1) 用電量包括本集團的生產基地與主要辦公地點。2024年用電量增長主要是生產基地用電量的增加，應市場需求，新投入使用一條組裝產線。此外，2024年工廠多項設備進行自動化改造，如在線式螺絲機、主板貼輔料設備、鏡片組裝設備等，因此用電量增加。

### 排放物管理

#### 廢棄物管理

本集團的廢棄物包括有害廢棄物與無害廢棄物。各廠區均建立固體廢棄物台賬，對廢棄物類別、產生量、運輸方式、處理方式等信息進行詳細記錄。

有害廢棄物包括清潔產品用的酒精抹布、廢棄膠水瓶、廢棄燈管。有害廢棄物有專門貯存空間，建立進出台賬，委託有資質的第三方定期處置。無害廢棄物包括採購產品物料的包裝材料如紙箱、半高顯卡、PVC等，以及辦公垃圾與生活垃圾。廢棄包裝材料轉賣給有資質的第三方回收再利用；本集團採用OA辦公系統，取消紙質文件資料打印，減少紙張和打印能源消耗，減少辦公垃圾產生。本集團的有害廢棄物目標為：集中收集存放避免污染環境固體廢棄物處理達標率100%，危險廢棄物處理達標率100%。

本集團產生的廢水主要為生活污水，通過市政污水管網進入市政污水處理廠。

關於噪聲，生產作業難免有噪聲產生，對此在生產基地，我們的房屋結構採取隔聲材料，設備基座減震，加強管理，採用隔聲門窗等措施，減少噪聲對周邊的影響；對於在噪聲源附近工作的員工，我們提供耳塞等防護用品。

關於廢氣，我們從源頭控制上採取一系列措施，包括在供應商導入和材料採購階段，推廣使用低VOC含量的原材料和輔料。要求對應的供應商定期提供測試報告或者符合國標聲明。在流程管控過程中對含有VOCs的原材料和輔料，實施封閉和

## 業 務

防泄漏管控，酒精和抹機水採用封閉防泄漏分裝瓶，物料採用密封袋包裝，在操作時，通過活性炭吸附裝置對排放進行過濾。每年至少一次委託有資質的第三方實施檢測，確保達標排放。

下表載列過往排放物情況：

指標	截至12月31日止年度			截至
				7月31日止
	2022年	2023年	2024年	七個月
				2025年
<b>廢水排放</b>				
廢水排放總量(噸) . . . . .	12,925.20	12,273.60	12,991.20	6,930.04
廢水排放強度 (噸/人) . . . . .	10.00	9.60	7.88	3.90
<b>廢棄物排放</b>				
有害廢棄物產生總量 (噸) <sup>(1)</sup> . . . . .	0.03	—	0.36	0.10
有害廢棄物密度 (噸/百萬元收入 (人民幣)) . . . . .	0.00002	—	0.0001	0.0001
無害廢棄物總量(噸) . . . . .	86.46	193.26	230.76	147.07
無害廢棄物密度 (噸/百萬元收入 (人民幣)) . . . . .	0.05	0.08	0.09	0.09

2022年、2023年及2024年廢棄物處理支出佔總收入的比重分別為0.0004%、0.0002%及0.0004%。

生產過程中廢棄物難以避免，故我們的目標主要聚焦於100%合規處理，同時將優化產品設計、提升生產技術以減少廢棄物產生，並改進處理方式以響應「循環經濟」。

附註：

<sup>(1)</sup> 本集團生產經營並無重大有害廢棄物產生，根據危險廢棄物存儲倉庫的存儲狀態，於需要時通知有資質的第三方轉運、處置，並申報省危險廢棄物管理平台，因此2023年產生的有害廢棄物總量為0。

## 業 務

### 應對氣候變化

我們參考氣候相關財務信息披露工作組(TCFD)框架及建議，關注並識別與氣候變化相關的風險，評估其對我們經營、戰略與財務表現的現實及潛在影響，並積極採取應對措施以推動企業可持續發展。

### 治理

本集團管理層通過定期管理評審，開展應對氣候方面的討論。我們已初步建立了對於氣候相關風險與機遇的管理架構，明確決策層、管理層及執行層的主要責任，逐步推進將包括應對氣候變化在內的相關ESG事宜全面融入本集團日常經營管理。

### 戰略

為更有效應對氣候變化，本集團識別出以下未來可能出現的轉型風險、物理風險與機遇，並將風險劃分為兩大類：與氣候變化的實體影響相關的風險(以下簡稱「實體風險」)和與低碳經濟轉型相關的風險(以下簡稱「轉型風險」)。我們結合行業特性和整體業務規劃，評估和分析相關風險對於自身運營的潛在影響，制定應對策略和舉措。

#### 氣候風險

類型	風險類別	氣候相關風險分析	策略及應對措施
實體風險	慢性	氣溫上升、海平面上升等可能長期導致我們能源使用受限、成本增加以及可能面臨新的監管約束。	空調降溫，減少高溫作業時間，健康站準備防暑降溫藥品。我們通過節水技術降低用水成本和處理成本。

## 業 務

### 氣候風險

類型	風險類別	氣候相關風險分析	策略及應對措施
		長期性的降雨可能會幹擾生產的關鍵原材料供應以及製造設施的運營，還會引發商品供應的不穩定或延遲交貨，對庫存管理和客戶服務帶來挑戰。	根據氣象台氣象預告，及時通報各部門，督導各部門做好應急準備工作。  關注所在地政府發佈的台風、洪水等預警信息及防禦指南。
	急性	台風可能影響物流系統，導致供應鏈中斷，商品無法及時補充，影響庫存和銷售	與供應商建立穩定的合作關係，確保在供應鏈中斷時能夠及時補充商品；建立安全儲存系統。
		沿海洪水或沿江水患可能導致庫存被水浸泡而變質或損壞，造成經濟損失。也可能破壞電力和通信設施，影響本集團的正常運營。	在工廠和倉庫選址時避免低窪處，並在極端天氣來臨前準備沙袋、防水擋板等物資，以便在洪水來臨時迅速部署。

## 業 務

### 氣候風險

類型	風險類別	氣候相關風險分析	策略及應對措施
轉型風險	政策和法律	環保法規日益趨嚴，客戶自身碳中和覆蓋其範疇三，對生產的清潔能源佔比越來越多，要求更加明確。這些規定會增加管理的投入和成本。	持續關注相關政策及法規，對新增或變更的法律法規進行評估，並對不符合項目，及時改善。
	技術	新的低碳技術的發展和應用在向更低碳、更環保轉型，可能導致現有技術和設備的淘汰。	於日常經營中密切關注技術和設備的升級，適時開展節能改造。
	市場	市場對節能環保型產品的追求，可能導致現有產品迭代加快。	通過節能節材設計，確保在保障產品品質的前提下符合節能環保趨勢。

## 業 務

### 氣候風險

類型	風險類別	氣候相關風險分析	策略及應對措施
	聲譽	社會對企業可持續發展的期望增加，如果企業在環境和社會責任方面的表現不佳，可能遭遇聲譽受損，進而影響其市場形象和客戶忠誠度。	定期進行聲譽風險排查，識別潛在的風險點，確定風險等級和可能的影響。保證利益相關方能夠及時評估和監督本集團的可持續發展工作。

目前氣候變化對本集團管理體系無影響。

### 風險管理

在氣候變化風險管理方面，我們敏銳地洞察並評估了實體風險與轉型風險，主動尋覓潛藏的發展良機。為此，我們持續完善並積極探索將氣候變動因素融入全面風險管理體系，逐步建立健全氣候風險評估及應對機制，增強應對氣候變化的韌性與競爭力。

### 指標與目標

我們已識別與緩解氣候變化相關的指標，本集團的能源消耗主要為電力、汽油使用，因此溫室氣體排放包括：範圍一排放（直接排放）和範圍二排放（能源間接排放）。我們將低碳環保理念貫穿於企業運營始終，審視實踐活動並適時調整目標與擬採取的措施。

指標	單位	截至12月31日止年度			截至 7月31日止 七個月
		2022年	2023年	2024年	2025年
<b>溫室氣體排放</b>					
溫室氣體排放總量（範圍一及範圍二） <sup>(3)</sup>	噸二氧化碳當量	2,625.68	2,991.77	4,023.83	2,077.83
溫室氣體範圍一排放量 <sup>(1)</sup>	噸二氧化碳當量	28.80	9.14	7.76	1.86
溫室氣體範圍二排放量 <sup>(2)</sup>	噸二氧化碳當量	2,596.88	2,982.63	4,016.07	2,075.97
溫室氣體排放密度	噸二氧化碳當量／百萬收入（人民幣）	1.56	1.31	1.49	1.30

---

## 業 務

---

註：

- (1) 溫室氣體範圍一排放根據汽油使用量與排放因子計算，排放因子參考《中國能源統計年鑒2020》附錄4和《IPCC，2014：氣候變化2014：綜合報告，政府間氣候變化專門委員會第五次評估報告第一工作組、第二工作組和第三工作組報告》。
- (2) 溫室氣體範圍二排放根據用電量與排放因子計算，排放因子參考生態環境部《關於做好2023–2025年發電行業企業溫室氣體排放報告管理有關工作的通知》。
- (3) 溫室氣體排放總量等於溫室氣體排放範圍一和溫室氣體排放範圍二之和。

### 僱傭、培訓及職業健康與安全

#### 僱傭管理

我們已制定《員工手冊》、《未成年工管理規範》、《禁止體罰、歧視和強迫性勞動管理》等制度，規範員工的行為以及對人員的招聘、薪酬、晉升、獎懲、考勤、請假、離職和培訓事宜。我們禁止一切形式的歧視行為，在制訂和執行有關招聘、工資、福利、培訓、升職、解僱或退休等的政策時，堅持公平、平等的原則，不因員工的種族、社會等級、國籍、宗教、殘疾、性別、性別趨向等方面的不同而採取歧視行為。

本集團採取必要的避免誤用童工、避免強制勞動的措施，嚴格審核求職者、在職員工的身份證明文件，確保求職信息的準確性與真實性，保障兒童和未成年人的合法權益。

## 業 務

於2022年12月31日、2023年12月31日和2024年12月31日，員工按性別、僱傭類型、年齡分布情況如下：

指標	員工類型(人)	截至12月31日止年度			截至7月31日
		2022年	2023年	2024年	止七個月 2025年
員工總數 . . . . .	—	1,293	1,279	1,649	1,778
按性別劃分的員工人數	男性員工	774	775	984	1,050
	女性員工	519	504	665	728
按僱員類別劃分的					
員工人數 . . . . .	高層管理人員	14	11	13	16
	中層管理人員	149	144	172	178
	一般員工	1,130	1,124	1,464	1,584
按年齡組別劃分的					
員工人數 . . . . .	30歲以下	600	504	718	755
	31-40歲	576	617	701	749
	41-50歲	111	147	214	251
	51歲以上	6	12	16	23

### 員工關懷

建立良好的溝通渠道，架起員工與集團高層溝通的橋梁，使集團能夠真正了解員工在工作、生活等方面遇到的問題和集團現行管理體制存在的弊端，以便能更快、更準確的掌握到員工的思想動態，增強員工的積極性，切實做到以人為本的管理理念。

為關懷員工身體健康，我們成立了乒羽俱樂部、藍球俱樂部、足球俱樂部等多個業餘文體俱樂部，豐富業餘生活，為員工構築良好的交流平台，促進企業文化建設。我們每年組織員工進行一次全面體檢；在節假日期間，為員工發放節日費或禮品。此外，本集團給予在廣東地區工作的員工發放夏季高溫津貼及為員工提供員工宿舍。

### 培訓與發展

鑒於本集團業務發展的需要，我們鼓勵員工持續提升與工作有關的知識與技能水平，這同時也助力了員工的職業發展。為增進員工對集團的了解，儘快融入組織，我們開展多樣化培訓包括企業文化、管理制度、產品知識等，覆蓋了管理類、重點崗位類、普工類員工。人力資源部根據集團發展戰略及員工職業生涯規劃需

---

## 業 務

---

要，提升員工的通用素質，以輔助員工專業素質更好的發揮；同時，集團也開展領導力培訓，根據集團戰略、結合幹部現有素養，及時提升管理能力，強化領導技能；針對發展瓶頸項目，開展攻堅課題研究，組織整合集團內外部資源，聚焦集團發展瓶頸，助力集團變革類的培訓和諮詢項目開展。本集團根據年終績效考核結果，通過崗位培訓、輪崗制、晉升等多種渠道為員工建立合理的職業發展通道。

### 員工健康與安全

我們依據《中華人民共和國職業病防治法》、《作業場所職業健康監督管理規定》等相關要求，制定了《職業病防護管理規範》，集團定期組織職業健康安全檢查，發現隱患問題，及時通知責任部門整改，各部門年度培訓計劃，規劃職業病及職業病危害培訓課程，組織員工做好入職、上崗前、上崗後的職業安全衛生的宣傳教育和培訓。員工離職前組織涉及職業健康相關工序人員進行崗後檢查，檢查報告和員工入職、離職檔案統一歸檔保存。

我們對日常操作進行排查，確保按照操作指引(SOP)操作，嚴格控制違規作業及操作。本集團每年會舉辦消防演練，通過安全隱患點自查治理，提高員工在緊急情況下的應變能力。2024年，本集團組織內部安全培訓2次，提供安全教育培訓合共12小時，安全培訓總人次377人次，共發現安全檢查排查隱患數量62項，整改率達100%。

### 產品質量與安全

本集團建立了完善的全過程質量管理體系，以最大限度滿足客戶的需求，並持續改進質量管理體系為質量方針。

本集團關注顧客的需求，不斷向顧客提供有競爭力的產品和服務。我們導入工廠自動化設備生產線並對生產工藝進行全面優化，提高產品的製造質量和穩定性；加強質量檢測與控制，對每個環節進行嚴格把關，確保產品質量符合標準。

本集團制定「《客戶投訴管理規範》」及「《售後質量管理流程》」等文件，確保市場出現的售後質量問題能夠獲得快速響應、嚴謹且有效的處理與改善，以避免和降低

---

## 業 務

---

對銷售及品牌口碑的影響，並預防質量問題再發生。為了有效管理產品品質，我們建立了跨部門的服務團隊，加強內部溝通協作，同時積極與客戶溝通，了解客戶需求，提供個性化的服務方案。

客戶投訴的渠道包括郵件、微信等。當本集團員工接到客戶反饋的質量問題時，不論任何人或任何渠道接收到的，第一時間通知品質部的QPM(質量流程經理)和PQE(工藝質量工程師)，由PQE主導各相關領域的人員，成立分析改善小組，並遵循2485原則(2小時內回應客戶、24小時內輸出臨時措施、48小時內輸出根因分析、5個工作日內輸出完整8D報告)，每月質量會議進行複盤，形成複盤記錄，每年對客戶投訴進行回顧進行趨勢分析，以便及時發現需引起注意的問題，作為年度產品質量回顧的一部分。

### 供應鏈管理

根據《中華人民共和國招標投標法》及《中華人民共和國招標投標法實施條例》等法律法規，結合業務的實際情況，我們制定並印發了供應商管理控制程序，規範合格供應商的品質異常管理和考核機制，提升供應商的品質管理能力，督促其持續改進，保障供應產品的品質持續穩定性。供應鏈品質部每年底需要在編製次年的「《供應商年度稽查計劃表》」，每月組織對供應商進行月度評價考核，並形成「《供應商評價表》」。我們所有的產品都符合綠色環保要求，選用環保物料，與相關供應商簽訂品質環保協議。

### 廉潔與反貪污

為規範企業員工廉潔自律行為，加強企業廉政建設，維護集團和合作夥伴的利益，促進企業良性、健康的持續發展，我們依據國家有關法律法規，結合實際情況，制定了「《廉政九條規定》」、「《誠信廉潔自律管理制度》」等規章制度。本集團成立廉政法務部，負責處理集團的廉政事項，廉政法務部人員有權對涉嫌廉政問題的人員及事件進行調查、詢問、取證等，集團全體員工有義務應予以配合。全體員工應當忠實維護集團利益，廉潔奉公，忠於職守，禁止利用職權和職務上的便利謀取不正當的利益。我們與員工簽署反賄賂、反貪腐協議書，使集團及員工保持良好商業風紀，共同制止商業賄賂和貪腐行為，維護合法權益。同時，我們與供應商簽署供應商反賄賂／反腐敗協議，制止商業賄賂、腐敗行為。

## 業 務

### 企業社會責任

我們關注社區公益，在著力發展業務的同時也主動承擔社會責任，為業務的可持續發展營造負責任的企業形象。支持公益事業，我們以身作則，榜樣在先。集團積極參與各項農村幫扶、助農、助學、救災等社會公益活動。

### 員工

於2025年7月31日，我們在擁有1,778名全職員工。一般而言，我們與員工簽訂勞動合同。我們絕大部分員工均位於中國。下表載列於2025年7月31日按職能劃分的員工人數。

職能	員工人數
生產及生產管理 . . . . .	627
研發 . . . . .	740
質量控制 . . . . .	194
銷售及營銷 . . . . .	104
採購 . . . . .	47
人力資源 . . . . .	31
財務 . . . . .	25
信息技術 . . . . .	10
<b>總計 . . . . .</b>	<b>1,778</b>

我們相信，我們的長期增長取決於員工的專業知識、經驗及發展。我們的人力資源部門負責員工的招聘、管理和培訓。我們主要通過推介、獵頭公司、招聘網站及校園招聘來招聘員工。我們定期對員工進行績效評估，以對其表現給予反饋。員工的薪酬待遇通常包括基本工資和績效獎金。我們還為員工提供系統性培訓，使他們具備勝任工作所需的技能和知識。

於往績記錄期間，我們有時委聘招聘代理為我們提供招聘服務，以根據雙方同意的條款招聘部分員工以支持我們的業務運作，有關條款包括擬派遣員工人數、派遣期限以及派遣員工的工資及福利。我們向招聘代理支付聘用有關員工的服務費，而福利開支及其他適用費用如社會保險、住房公積金等則由招聘代理承擔。

## 業 務

根據中國法律法規規定，我們須為員工參與多項社會保險及福利計劃，包括養老保險、失業保險、醫療保險、工傷保險、生育保險及住房公積金。根據中國法律顧問的意見，我們於往績記錄期間已在各重大方面遵守適用的社會保險及住房公積金相關法律法規。

於往績記錄期間及直至最後可行日期，我們並無與僱員發生任何可能對我們的業務營運造成重大不利影響的重大勞資糾紛。於2025年7月31日，我們的員工均由工會代表。

### 保險

本集團目前為宜賓生產基地的生產設施投購財產保險。本集團亦就製造及銷售產品投購產品責任保險，並就向海外客戶收取貿易應收款項而投購出口信用保險。董事確認，本集團的保險範圍就我們的營運而言屬充份，並符合行業慣例。於最後可行日期，本集團並無提出或遭受任何重大保險索賠。於往績記錄期間，概無針對我們的產品責任索賠。請參閱「風險因素—與我們的業務及行業有關的風險—我們的保險覆蓋範圍有限，這可能使我們承擔巨額費用」。

### 牌照及許可

於往績記錄期間及直至最後可行日期，根據我們中國法律顧問的建議，我們已從有關政府機構取得對我們業務營運有重大影響的所有必要牌照、許可、批准及證書，且這些牌照及許可於最後可行日期仍完全有效，且未被撤銷或取消。下表載列有關我們重要牌照及許可的詳情。

#### 牌照、許可及

批准的類型	持有實體	簽發機構	有效期／期限
無線電發射設備型號核准證	四川酷比	中華人民共和國工業和信息化部	2021年9月18日至2026年9月18日
增值電信業務經營許可證	深圳酷賽智能	中華人民共和國工業和信息化部	不適用 <sup>(1)</sup>

---

## 業 務

---

附註：

- (1) 有效期為五年。然而，由於尚未收到實體許可證，具體起訖日期目前尚未確定。我們預期將於適當時候獲發許可證之實體文件。

### 內部控制及風險管理

我們制定多項內部控制政策和措施，以確保持續遵守適用法律、規則和法規，並在多個方面控制我們的業務風險。為了在[編纂]後監控我們的風險管理政策和企業管治措施的持續實施，我們採用了或將繼續採用(其中包括)以下風險管理措施：

- 成立審核委員會，審閱和監督我們的財務報告過程和內部控制系統。有關委員會成員的資格和經驗，請參見「董事及高級管理層」；
- 定期為我們的高級管理層及員工提供專業行為要求和道德標準方面的培訓，增強他們有關適用法律法規的知識，促使他們遵守適用法律法規，並將相關的反不合規政策納入我們的員工紀律措施和監督指南；
- 採用各種政策確保遵守上市規則，包括但不限於與風險管理、關聯交易和信息披露相關的方面；
- 為我們的董事及高級管理層組織有關上市規則相關要求和香港上市公司董事職責的培訓課程；
- 不時提供有關生產安全及生產質量的內外部生產安全及質量控制培訓；及
- 確保在開始此類工作及／或投入使用之前獲得必要的批准及／或註冊，並在必要時尋求外部法律顧問的意見；

為籌備[編纂]，我們委聘獨立內部控制顧問(「內控顧問」)就本公司及主要營運子公司的內部控制進行審查。主要檢查領域包括採購、研發、生產、庫存、銷售、人力資源及薪酬、保險、財務報告、信息技術、關聯交易及稅務。我們已採納內控顧問提出的建議，在其跟進審查後，並無發現任何重大問題。

---

## 業 務

---

### 獎項及認可

截至最後可行日期，我們在產品製造、技術創新等方面獲得獎項及認可，主要獎項及認可載列如下：

<u>獎項／認可</u>	<u>獲獎年度</u>	<u>頒獎機構／部門</u>
2022年四川省新經濟100強企業	2022年	四川省工業和信息化研究院
2022年度四川專利獎創新創業獎	2023年	四川省人民政府
國家級綠色工廠	2023年	工業和信息化部辦公廳
四川省服務型製造示範企業	2023年	四川省經濟和信息化廳
國家級專精特新「小巨人」企業	2021年	工業和信息化部辦公廳
四川省瞪羚企業	2025年	四川省科學技術廳
紅點：產品設計獎	2025年	紅點