

概 要

本概要旨在向閣下提供本文件所載資料的概覽。因其為概要，故並無載列對閣下而言可能屬重要的所有資料。於決定投資[編纂]前，閣下應細閱本文件全文。

任何投資均涉及風險。投資[編纂]的若干特定風險載於本文件「風險因素」一節。於決定投資[編纂]前，閣下應細閱該節。

概覽

我們是一家家用及辦公電訊產品設計公司，並透過主要位於歐洲及拉丁美洲的電訊運營商、大型消費品零售連鎖店及分銷商銷售產品。根據弗若斯特沙利文報告，按截至2016年12月31日止年度的收入計，Alcatel品牌在歐洲家用電話市場分部中排名第三。我們的收入主要來自為歐洲、拉丁美洲及亞洲市場設計、開發及銷售印有「Alcatel」字樣的商標（「許可商標」）及其他客戶品牌的家用及辦公電訊產品。我們銷售自行設計與開發的家用及辦公電話產品。根據市場趨勢、競爭對手的產品及現有客戶的反饋，我們會確定新產品的大致規格（包括性能列表、使用者介面、美學及人體工程學設計），以便正式開發該等產品。其後，我們會就該等新產品與客戶討論，並提供樣品以取得反饋。感興趣的客戶會向我們下達訂單。就向我們提供規格的若干客戶而言，我們會修改現有產品或將其售予該等客戶。本集團於2013年成立，客戶包括主要位於歐洲及拉丁美洲的大型消費品零售連鎖店、電訊運營商及分銷商。

於業績紀錄期內，我們以許可商標或Swissvoice品牌或我們電訊運營商或零售連鎖店客戶的品牌銷售我們的產品。我們已就使用許可商標全球銷售許可產品與Alcatel Lucent訂立協議，該協議將於2027年屆滿。於業績紀錄期內，許可產品的銷售額分別約佔我們總收入的80.2%、84.4%及86.4%。此外，我們於2016年11月收購Swissvoice品牌，並開始開發在Swissvoice品牌下銷售的新產品。有關許可協議及收購Swissvoice品牌的詳情，請參閱本文件「業務」一節。

概 要

以下為我們於業績紀錄期內按產品類型及客戶地理位置劃分的收入明細：

	截至12月31日止年度				截至6月30日止六個月			
	2015年		2016年		2016年		2017年	
	佔總收入 收入 的百分比 千歐元	%	佔總收入 收入 的百分比 千歐元	%	佔總收入 收入 的百分比 千歐元	%	佔總收入 收入 的百分比 千歐元	%
	(未經審核)							
家用電話	43,166	87.5	34,600	85.4	15,814	85.1	15,453	84.7
辦公電話	5,312	10.8	4,887	12.0	2,347	12.6	2,165	11.9
其他 (附註)	857	1.7	1,073	2.6	424	2.3	618	3.4
合計	49,335	100.0	40,560	100.0	18,585	100.0	18,236	100.0

附註：其他包括網絡攝像機、網絡嬰兒監護器、智能家居解決方案及會議電話。

	截至12月31日止年度				截至6月30日止六個月			
	2015年		2016年		2016年		2017年	
	佔總收入 收入 的百分比 千歐元	%	佔總收入 收入 的百分比 千歐元	%	佔總收入 收入 的百分比 千歐元	%	佔總收入 收入 的百分比 千歐元	%
	(未經審核)							
法國	21,746	44.1	21,223	52.3	10,215	55.0	8,797	48.2
拉丁美洲 (附註2)	14,495	29.4	9,350	23.1	3,638	19.6	3,624	19.9
其他歐洲國家 (附註3)	7,251	14.7	6,527	16.1	3,145	16.9	3,445	18.9
亞太地區／俄羅斯／ 中東地區 (附註4)	5,843	11.8	3,460	8.5	1,587	8.5	2,370	13.0
合計	49,335	100.0	40,560	100.0	18,585	100.0	18,236	100.0

附註：

1. 地理明細乃基於付運目的地擬備，並未考慮客戶對產品的再出口或轉售（如有）。
2. 拉丁美洲包括阿根廷、智利、墨西哥、秘魯及其他國家。
3. 其他歐洲國家包括但不限於德國、希臘、意大利、葡萄牙、西班牙及瑞士，但不包括法國。
4. 亞太地區／俄羅斯／中東地區包括但不限於亞太地區、俄羅斯及中東地區。

概 要

以下為我們於業績紀錄期內按客戶類型劃分的收入明細：

	截至12月31日止年度				截至6月30日止六個月			
	2015年		2016年		2016年		2017年	
	估總收入的百分比		估總收入的百分比		估總收入的百分比		估總收入的百分比	
	千歐元	%	千歐元	%	千歐元	%	千歐元	%
零售連鎖店	16,049	32.5	16,693	41.2	7,667	41.3	6,641	36.4
電訊運營商	17,147	34.8	10,403	25.6	4,636	24.9	4,851	26.6
其他 (附註)	16,139	32.7	13,464	33.2	6,282	33.8	6,744	37.0
合計	49,335	100.0	40,560	100.0	18,585	100.0	18,236	100.0

附註：其他包括分銷商客戶及其他臨時客戶。

下表載列於業績紀錄期內我們各產品類別的銷量及每部產品的平均售價明細：

收入	截至12月31日止年度				截至6月30日止六個月			
	2015年		2016年		2016年		2017年	
	銷量	平均	銷量	平均	銷量	平均	銷量	平均
	概約數目	售價	概約數目	售價	概約數目	售價	概約數目	售價
	千部	歐元	千部	歐元	千部	歐元	千部	歐元
		(附註1)		(附註1)		(附註1)		(附註1)
家用電話	2,986	14.5	2,426	14.3	1,101	14.4	1,156	13.4
辦公電話	360	14.8	336	14.5	166	14.1	140	15.5
其他 (附註2)	13	65.9	27	39.7	10	42.4	10	61.8

附註：

1. 平均售價指各產品類別於各財政年度／期間的收入除以各產品類別於各財政年度／期間的總銷量。
2. 其他包括網絡攝像機、網絡嬰兒監護器、智能家居解決方案及會議電話。

概 要

下表載列我們於業績紀錄期內按各產品類別劃分的毛利及毛利率明細：

	截至12月31日止年度				截至6月30日止六個月			
	2015年		2016年		2016年		2017年	
	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率
	千歐元	%	千歐元	%	千歐元	%	千歐元	%
家用電話	11,030	25.6	9,776	28.3	4,373	27.7	4,101	26.5
商用電話	1,559	29.3	1,489	30.5	729	31.1	609	28.1
其他 (附註)	192	22.4	254	23.7	106	25.0	165	26.7
合計	<u>12,781</u>	<u>25.9</u>	<u>11,519</u>	<u>28.4</u>	<u>5,208</u>	<u>28.0</u>	<u>4,875</u>	<u>26.7</u>

附註：其他包括網絡攝像機、網絡嬰兒監護器、智能家居解決方案及會議電話。

下表載列我們於業績紀錄期內按各品牌類別下已售產品劃分的收入、毛利及毛利率明細：

	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月					
	2015年			2016年			2016年			2017年		
	收入	毛利	毛利率	收入	毛利	毛利率	收入	毛利	毛利率	收入	毛利	毛利率
	千歐元	千歐元	%	千歐元	千歐元	%	千歐元	千歐元	%	千歐元	千歐元	%
許可產品	39,567	10,220	25.8	34,233	9,623	28.1	16,058	4,493	28.0	15,769	4,109	26.1
已售Swissvoice品 牌產品 (附註1)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	85	73	85.4
其他 (附註2)	9,768	2,561	26.2	6,327	1,896	30.0	2,527	715	28.3	2,382	693	29.1

附註：

- 截至2017年6月30日止六個月，Swissvoice品牌（相較許可產品及其他產品而言）的毛利率較高的主要因為我們於2016年11月收購Swissvoice品牌及其製成品存貨等資產，該等製成品存貨的採購成本相對低於許可商標產品或其他客戶品牌產品。因此，Swissvoice品牌的毛利率較高。
- 其他包括我們電訊運營商或大型消費品零售連鎖店客戶的品牌產品。

概 要

截至2015年及2016年12月31日止兩個年度以及截至2017年6月30日止六個月，我們的老年人電訊產品的收入分別約為5.1百萬歐元、4.8百萬歐元及2.3百萬歐元，毛利分別約為1.6百萬歐元、1.4百萬歐元及0.7百萬歐元，而毛利率則分別約為30.6%、30.0%及28.3%。於業績紀錄期內，老年人電訊產品的毛利率高於家用電話產品的毛利率。

下表載列本集團於業績紀錄期內的成本結構概述：

	截至12月31日止年度				截至6月30日止年度			
	2015年		2016年		2016年		2017年	
	佔總成本		佔總成本		佔總成本		佔總成本	
	成本	百分比	成本	百分比	成本	百分比	成本	百分比
	千歐元		千歐元	千歐元		千歐元		
	(未經審核)							
銷售成本	36,554	76.7	29,041	74.4	13,377	72.1	13,361	71.4
銷售及分銷								
開支	3,961	8.3	3,241	8.3	1,738	9.4	1,453	7.8
行政開支								
— 籌備[編纂]的								
法律及專業								
費用	—	—	—	—	—	—	490	2.6
— 其他	6,826	14.3	6,423	16.5	3,286	17.7	3,200	17.1
財務成本	337	0.7	324	0.8	152	0.8	202	1.1
總成本	47,678	100.0	39,029	100.0	18,553	100.0	18,706	100.0

於業績紀錄期內，影響我們銷售成本總額的主要因素為存貨成本，佔本集團銷售成本總額的97.0%以上。我們的存貨成本從截至2015年12月31日止年度的約35.9百萬歐元減至截至2016年12月31日止年度的約28.5百萬歐元，減幅約為20.6%。有關減少與我們於2016年的收入較2015年整體減少約17.8%大體一致。

我們的銷售及分銷開支從截至2015年12月31日止年度的約4.0百萬歐元減少約0.8百萬歐元至截至2016年12月31日止年度的約3.2百萬歐元，減幅約為18.2%。有關減少主要歸因於2016年貨運及運輸費用、產品保修撥備以及佣金費用減少，與我們於2016年的銷售額較2015年減少約17.8%大體一致。我們的銷售及分銷開支從截至2016年6月30日止六個月的約1.7百萬歐元減至截至2017年6月30日止六個月的約1.5百萬歐元，主要歸因於廣告及市場推廣費用減少約0.1百萬歐元。

概 要

業務模式

下圖列示我們設計、開發及銷售電訊產品和智能家居產品的兩種主要業務模式：



客戶會向我們寄發有關彼等對可能向我們訂購的產品的要求。我們會提供符合彼等要求的產品或對現有產品作出修改，而客戶會向我們提供反饋。我們隨後會向客戶提供產品報價及規格。由於我們並不自行生產產品，因而會委聘獨立分包商進行生產。於生產階段，我們會在驗收貨物前持續對產品進行測試及檢驗。我們驗收貨物後，即與客戶協商採購訂單的合約條款，達成一致意見後，我們會安排為客戶配送產品。我們亦向客戶提供售後及熱線電話服務，包括但不限於技術支援及產品保修。最後，我們將不時逐步淘汰產品。

經考慮市場趨勢、競爭對手的產品及現有客戶的反饋後，我們亦會就新產品設計或產品性能改良進行構思及評價。履行內部審批程序後，我們隨後會進入生產階段。有關我們業務模式的詳情，請參閱本文件「業務－我們的業務模式」一節。

客戶及供應商

就董事所深知，我們的大部分客戶包括歐洲及拉丁美洲的大型消費品零售連鎖店、電訊運營商及分銷商。截至2016年12月31日止兩個年度各年及截至2017年6月30日止六個月，我們最大客戶應佔收入分別約佔我們總收入的11.2%、10.6%及14.3%。截至2016年12月31日止兩個年度各年及截至2017年6月30日止六個月，五大客戶應佔收入分別約佔我們總收入的40.9%、39.8%及39.5%。有關我們客戶的詳情，請參閱本文件「業務－客戶」一節。

截至2016年12月31日止兩個年度各年及截至2017年6月30日止六個月，我們向分銷商客戶銷售產品所得收入分別佔我們總收入的13.2%、16.8%及20.2%。我們與我

概 要

們的分銷商客戶建立買賣關係。我們在將產品交付予該等分銷商客戶後確認我們的收入。我們不接受因質素問題以外的其他問題退貨及退款。我們一般不向任何分銷商客戶授予任何地域或其他方面的獨家經營權。但出於真誠之目的，我們一般不會在同一地區聘請超過一名分銷商客戶，因此我們相信不必要實施任何其他措施避免我們分銷商客戶之間自相蠶食及競爭。有關我們分銷商客戶的詳情，請參閱本文件「業務－分銷商客戶」一節。

我們的大部分供應商為位於香港且在中國設有工廠的電子產品生產商及供應商。雖然我們於業績紀錄期內向若干生產分包商外判我們產品的生產，但是董事確認，我們正在不斷尋找且將能夠找到具有可比較質素及價格的其他供應商，以在我們的主要生產分包商終止與我們的業務關係時替換。我們認為設計能力是我們的核心，而我們向生產分包商外判大量產品生產的策略令我們的設計及開發優勢最優化及令我們的回報最大化。於業績紀錄期內，截至2016年12月31日止兩個年度各年及截至2017年6月30日止六個月，來自最大供應商的採購額分別約佔我們採購總額的53.4%、61.5%及59.7%，而來自五大供應商的採購額分別約佔各有關期間採購總額的97.4%、99.2%及97.1%。有關我們供應商及生產分包商的詳情，請參閱本文件「業務－供應商」及「業務－外判及生產管理」一節。

於受國際制裁國家的業務活動

於業績紀錄期內，我們將產品（即家用及／或辦公電話）銷往若干受國際制裁國家，包括古巴、埃及、科特迪瓦、黎巴嫩、俄羅斯、突尼斯、烏克蘭及津巴布韋。尤其是古巴，該國家受到極度全面的經濟制裁。於業績紀錄期內，我們向該等國家銷售所得的收入分別約為1.1百萬歐元、1.2百萬歐元及0.4百萬歐元，分別約佔我們總收入的2.3%、2.9%及2.3%。就我們於業績紀錄期內向受國際制裁國家的客戶的銷售而言，我們並無接獲將受到任何制裁的通知。概無合約方被明確指明列於OFAC存置的特別指定國民及遭禁制者名單或歐盟、聯合國或澳洲存置的其他受限制人士名單，因此不會被視為受制裁對象。此外，我們的銷售並無涉及現時受美國、歐盟、聯合國或澳洲指定制裁的行業或領域，因此不會被視作相關制裁法律法規下的禁止活動，以致本集團或任何人士或實體（包括本集團投資者、股東、聯交所、聯交所上市委員會、香港結

概 要

算或香港結算代理人) 承受制裁風險。據國際制裁法律顧問告知(其中包括)，本集團於業績紀錄期內因我們的活動而面臨制裁的風險極低。有關我們與該等國家有關的業務活動詳情，請參閱本文件「業務－於受國際制裁國家的業務活動」一節。

定價政策

我們一般在參考我們競爭對手的產品價格、市場競爭、包括外判製造成本在內的生產成本、產品設計及功能的複雜性、客戶的策略價值、彼等的信貸記錄以及市場是否有相似功能的產品後設定產品價格。我們亦基於我們為每件產品設定的最低利潤率，設定我們每件產品的最低售價。詳情請參閱本文件「業務－定價政策」一節。

行業及市場

董事認為，歐洲家用及商用電話市場高度集中，由少數品牌佔據主導地位。根據弗若斯特沙利文報告，在歐洲家用及商用電話市場，估計有超過200家活躍的市場參與者。2016年，我們在歐洲家用電話分部名列第三，市場份額約為9.1%，而Alcatel品牌在歐洲家用及商用電話市場的市場份額約為2.0%。此外，根據弗若斯特沙利文報告，歐洲及拉丁美洲的家用及辦公電話價格於2012年至2016年呈下滑趨勢，且預計於2017年至2021年該下滑將繼續。詳情請參閱本文件「行業概覽」一節。

競爭優勢

我們認為，自本集團成立以來取得的成功及發展歸因於以下競爭優勢：

- 於家用電話市場的領先地位
- 與主要客戶及供應商建立的穩定關係
- 遍佈全球的廣泛產品分銷網絡
- Alcatel品牌知名
- 我們透過綜合管理系統致力於環境、健康及安全事項
- 具有廣泛行業經驗且經驗豐富的管理團隊

概 要

- 產品管理及設計能力，可順應技術發展趨勢及客戶需求
- 在產品質量及交付方面的斐然業績紀錄

詳情請參閱本文件「業務 — 我們的競爭優勢」一節。

業務策略

我們認為以下策略能使我們在電訊產品行業實現可持續增長：

- 加強我們的產品管理能力
- 擴充我們的產品系列，包括開發面向老年人市場及視覺和聽覺受損人士的電訊產品，以及為我們的電訊產品提供輔助服務
- 開發及進一步鞏固Swissvoice品牌
- 擴大及進一步多元化我們在歐洲市場的客戶群
- 與設計公司及生產分包商建立策略合作關係，提升我們的研究及設計能力

詳情請參閱本文件「業務 — 我們的業務策略」一節。

風險因素

我們認為我們的營運涉及若干風險及不確定因素，其中一些並非我們所能控制。我們認為以下是與我們業務相關的較重大風險：

- 我們依賴Alcatel品牌製造我們銷售的大部分產品
- 五大客戶並未向我們作出長期採購承諾
- 我們倚賴主要供應商製造產品
- 我們倚賴分銷商分銷產品
- 我們在法國及拉丁美洲市場存在重大風險

上述風險並非僅有的重大風險，閣下應細閱本文件「風險因素」一節。

概 要

依賴ALCATEL品牌

於業績紀錄期內，Alcatel品牌的許可產品銷售額分別約為39.6百萬歐元、34.2百萬歐元及15.8百萬歐元，分別約佔我們總收入的80.2%、84.4%及86.4%。

此外，截至2016年12月31日止兩個年度及截至2017年6月30日止六個月，Alcatel品牌的許可產品毛利分別約為10.2百萬歐元、9.6百萬歐元及4.1百萬歐元，毛利率分別約為25.8%、28.1%及26.1%。

董事認為，我們於業績紀錄期內高度依賴Alcatel品牌的主要原因為我們與Alcatel Lucent訂立了許可協議（將於2027年屆滿），以獨家開發許可產品，作為開發本集團在歐洲電訊產品行業的業務的初步基礎。根據弗若斯特沙利文報告，於2016年，歐洲電訊產品行業由少數主要參與者主導。董事認為，憑藉Alcatel品牌已確立的品牌形象，本集團將能夠以堅實的基礎進入電訊產品行業，而無須在最初確立本集團地位時開發一個全新的品牌。然而，董事認為，由於Alcatel Lucent已向我們授予獨家長期許可，令我們可於全球範圍內銷售許可產品直至2027年，Alcatel Lucent亦依賴我們以其許可商標設計及銷售許可產品，故Alcatel Lucent與本集團相互依賴。董事認為，由於本集團擁有相關資深管理團隊，並與生產分包商以及主要位於歐洲及拉丁美洲的大型消費品零售連鎖店、電訊運營商及分銷商等主要客戶均有往來，故本集團與Alcatel Lucent相互依賴。然而，為降低我們今後對Alcatel品牌的依賴程度，我們已著手以我們於2016年收購的Swissvoice品牌開發老年人電訊產品等電訊產品。

除Alcatel品牌外，於業績紀錄期內，我們亦於歐洲、拉丁美洲及亞洲市場設計、開發及銷售Swissvoice品牌及其他客戶品牌名稱項下的家用及辦公電訊產品。董事認為，由於我們亦可銷售其他品牌（包括電訊運營商及零售連鎖店客戶的品牌，及我們於2016年新收購的Swissvoice品牌）項下的電訊產品，故我們於業績紀錄期並無過度依賴許可商標。

此外，由於與Alcatel Lucent訂立的許可協議期限將於2027年屆滿，董事認為，我們已獲得約10年的穩定期用於繼續銷售許可商標下的許可產品，同時我們可繼續逐步擴展及開發Swissvoice品牌產品。我們於2016年11月訂約收購Swissvoice品牌，我們的未來業務策略之一是加強Swissvoice品牌開發的市場推廣及透過開發Swissvoice品牌的

概 要

老年人電訊產品及服務以進一步加強我們的產品組合，以實現品牌形象多元化及專注自有品牌發展。此外，許可產品項下的電訊產品類別僅包含許可協議項下一定範圍內的產品，因此，我們日後須更加靈活地開發Swissvoice品牌的其他類型電訊產品及智能家居產品。

本集團將採取措施以減少未來對Alcatel品牌的依賴程度。我們旨在於銷售許可產品的同時，加大Swissvoice品牌下的產品推廣及開發力度，且我們將重點以Swissvoice品牌開發老年人電訊產品，以逐漸使我們的產品組合多元化，從而降低銷售許可商標的許可產品所產生的收入比例。此外，我們亦旨在開發自有軟體，我們相信此舉將有助於我們更加高效地開發智能家居產品及老年人電訊產品及拓展我們於該領域的市場分部。擬由本集團或第三方軟體開發商開發的軟體可豐富及拓展我們的產品範圍，我們將能夠提供各類具不同特色及功能的家用電話、辦公電話、老年人電訊產品及智能家居產品，從而滿足不同客戶的特定需求。該等新型老年人及智能家居產品或以Swissvoice品牌出售，此舉將有助於我們繼續逐步減少對Alcatel品牌的依賴。此外，Swissvoice品牌的目標市場為老年人以及視覺及聽覺受損人士，而許可產品則面向更普遍的市場。此外，本集團預計於2018年發佈四款新型老年人電訊產品。董事認為透過對兩個品牌進行不同的市場及客戶群定位，本集團將能夠擴大市場份額並使我們的客戶群多元化，從而或會增加Swissvoice品牌的銷售收入，並降低銷售許可產品所得收入比例，最終減少對Alcatel品牌的依賴。

因此，我們認為，本集團於業績紀錄期不曾亦預計不會過度依賴許可商標，且不會令本公司不適宜[編纂]。本集團須繼續豐富我們的品牌，董事認為此舉可減少日後對許可商標的依賴並持續發展我們的Swissvoice品牌。

本集團的業務前景

於業績紀錄期內，(i)家用電話所產生的銷售額分別約為43.2百萬歐元、34.6百萬歐元及15.5百萬歐元，分別約佔本集團銷售總額的87.5%、85.4%及84.7%，家用電話的平均售價分別約為14.5歐元、14.3歐元及13.4歐元；及(ii)辦公電話所產生的銷售額分別約為5.3百萬歐元、4.9百萬歐元及2.2百萬歐元，分別約佔本集團銷售總額的10.8%、12.0%及11.9%，辦公電話的平均售價分別約為14.8歐元、14.5歐元及15.5歐元。根據弗

概 要

若斯特沙利文報告，自2012年至2016年期間，按銷售額計，歐洲家用電話及辦公電話的市場規模的年複合增長率分別約為-4.2%及8.7%，預計2017年至2021年期間年複合增長率分別為-9.1%及3.1%。根據弗若斯特沙利文報告，自2012年至2016年期間，按銷售額計，拉丁美洲家用電話及辦公電話的市場規模的年複合增長率分別約為-15.2%及-5.3%，預計2017年至2021年期間年複合增長率分別為-4.7%及2.3%。基於上文所述，本集團預計歐洲及拉丁美洲未來的家用及辦公電話市場不會出現顯著增長。儘管如此，董事認為本集團主打家用電話市場依然具有潛力，依據如下：

- 根據弗若斯特沙利文報告，按截至2016年12月31日止年度的收入計，Alcatel品牌在歐洲家用電話市場分部中排名第三，該市場較為集中，以少數大品牌為主。於業績紀錄期內，市場競爭格局並無出現任何意外變動，且主要參與者依然佔據歐洲家用電話分部的主導地位。鑒於家用電話市場處於成熟階段，需求萎縮，導致主要參與者佔據了絕大部分市場份額，且鑒於家用電話市場處於下行趨勢，董事認為大型電訊網絡設備參與者不會過多關注家用及辦公電話市場，且該市場新入行者的入行意願可能並不強烈，原因為(i)新市場進入者或須投資工具及模具製作，以及建立分銷及銷售網絡渠道，可能於一定時間內涉及大量資金；及(ii)誠如本節「本集團的業務前景」所披露，電訊運營商或大型消費品零售連鎖店於接納新供應商列入其認可名單前或須經過嚴格的內部程序篩選，因此，倘現有供應商仍能符合其內部要求，確保產品持續供應，則其計劃保留現有供應商。於業績紀錄期內，根據弗若斯特沙利文報告，按收入計，Alcatel品牌佔歐洲家用電話分部的市場份額從2015年的8.9%增至2016年的9.1%，並進一步增至2017年上半年的10.9%。董事認為，Alcatel品牌市場份額的增加乃主要由於(a)我們加大對大型零售連鎖店客戶進行銷售的關注；(b)本集團於業績紀錄期內完善所實施的定價策略；(c)我們加強產品設計，從而提高了產品質量；(d)我們實施策略關注不同分銷渠道的各類產品，使我們能夠更為準確及靈活地設定各產品的價格；及(e)與若干競爭對手相比，本集團並不算大公司，但這使我們能夠更快速及更靈活地應對市場趨勢。
- 根據弗若斯特沙利文報告，於2016年，全球固網用戶逾9億人，其中，(i)於2015年及2016年，歐洲固網用戶分別約為240百萬人及237百萬人；及(ii)於

概 要

2015年及2016年，美洲固網用戶分別約為248百萬人及243百萬人。董事認為，儘管歐洲及美洲的固網電話市場略有減少，但日後對家用電話的市場需求仍將保持相對一致的水平。

- 根據許可協議，本集團僅限於開發許可產品。於2016年11月收購Swissvoice品牌後，本集團得以更加靈活地開發產品，從而能夠補充及豐富本集團面向不同市場分部的產品組合。許可產品現時主要透過大型零售連鎖店及電訊運營商向普通市場出售，而Swissvoice品牌下的產品則將主要透過專門分銷渠道向老年人市場以及視覺或聽覺受損等殘障消費者出售。
- 本集團的主要客戶為歐洲及拉丁美洲的大型消費品零售連鎖店、電訊運營商及分銷商，於業績紀錄期內，我們與五大客戶有四年以上的業務往來。我們直接將產品分銷給主要客戶。一般而言，為成為該等大型消費品零售連鎖店及電訊運營商的經批准供應商，我們須通過其內部程序（如履行社會承諾、環境承諾、獲取企業社會責任認證等），而該程序可能需要花費一定的時間，因此董事認為，該程序對新入行者構成進入壁壘。請參閱「業務」一節的「證書及獎項」一段。
- 根據弗若斯特沙利文報告，2017年至2021年，老年人電訊產品市場規模將以約25.1%的年複合增長率增長。本集團於業績紀錄期內一直在銷售老年人電訊產品，董事認為本集團已獲得該市場分部的相關經驗。本集團的未來戰略之一是擴大產品範圍，加入面向老年人市場以及視覺及聽覺受損人士的電訊產品。考慮上文所述，約23.0%的[編纂]將分配至開發老年人電訊產品。老年人電訊產品包括無線門鈴、無線移動探測器、帶應急按鍵的手環，該等產品與家用電話及第三方軟體開發商開發的可發送通知給預設聯繫人的智慧型手機應用程式相連。董事認為，對老年人電訊產品的需求將推動家用電話銷售增長，並將帶動周邊設備的銷售。根據弗若斯特沙利文報告，2015年及2016年，歐洲老年人電訊產品銷售額約為15.5百萬美元及

概 要

20.3百萬美元，分別約佔歐洲家用電話銷售額的3.7%及5.5%。據預測，歐洲老年人電訊產品銷售額將會從2017年的26.5百萬美元增至2021年的64.8百萬美元，分別約佔歐洲家用電話銷售額的7.5%及27.0%。董事認為，該老年人電訊產品市場有利可圖且將可彌補本集團於家用電話市場中下降的銷售額。

- 銷售及市場推廣團隊會不時與主要客戶進行會談，了解其反饋意見及其日後需求。根據我們與主要客戶的會談，若干主要客戶已表明彼等對我們老年人電訊產品的興趣。例如，客戶B已下單購買有關老年人電訊產品，我們將於2018年第一季度將產品交付予客戶B。
- 根據弗若斯特沙利文報告，2017年至2021年，歐洲及拉丁美洲商用電話的年複合增長率將分別約為3.1%及2.3%，其主要受SIP電話的推動。鑒於辦公電話的連通性增加及該市場中的潛力上升，本集團計劃動用約12.4%的[編纂]以開發辦公電話產品，主要為SIP軟體及VoIP電話的工具。

基於上述情況，本集團日後計劃專注於實現品牌的多樣化，發展包括Swissvoice品牌在內的多種品牌，開發新型老年人電訊產品及智能家居產品，以增加本集團在該等市場的市場份額。本集團將採取以下措施專注於發展該等產品及市場，包括(a)透過擴大我們的產品管理及設計團隊加強我們的產品管理及設計能力；(b)專注於開發新型老年人電訊產品，比如針對視覺及聽覺受損人士的產品，並將大部分的所得款項撥於實現該計劃；(c)透過開發Swissvoice品牌的新型老年人電訊產品提升Swissvoice品牌的地位；及(d)專注於亦有可能有助於我們開發新型智能家居產品之軟體開發的發展。

訴訟及潛在申索

於業績紀錄期內，我們因一筆136,368歐元的未償電腦設備租賃款項而捲入一宗與法國一名申索人的法律糾紛。於最後可行日期，該法律糾紛仍待法國法院審理。於業績紀錄期內，我們亦牽涉多宗僱員解僱糾紛案件，對此，法國法院責令前僱主及本集團向該等僱員支付一筆款項。於最後可行日期，前僱主已支付151,835歐元的款項，我們正與前僱主協商釐定由我們承擔的部分款項。有關該兩宗案件的詳情，請參閱本文件「業務－法律訴訟」一節。

概 要

法律及監管合規

董事確認，於業績紀錄期內及直至最後可行日期，我們並無會影響本集團營運及財務狀況的重大不合規情況。

控股股東

緊隨[編纂]完成後，Eiffel Global將持有300,000,000股股份（佔本公司已發行股本的75%）。TOHL、AIL、Duc先生及何女士分別持有Eiffel Global約75.0%、11.8%、9.7%及3.5%的股權。TOHL由朱女士全資擁有，而AIL由Goujard先生全資擁有。儘管AIL、Duc先生及何女士於Eiffel Global所持有的權益不超過50%，但彼等均已決定透過各自所持有的Eiffel Global權益，與TOHL共同約束彼等對本公司行使直接控制權的能力，因此，根據《創業板上市規則》，TOHL、AIL、Duc先生及何女士均將被認定為本公司的一組控股股東。根據《創業板上市規則》，Eiffel Global、TOHL、AIL、朱女士、Goujard先生、Duc先生及何女士均將被視為控股股東。詳情請參閱本文件「與控股股東的關係」一節。

控股股東對本集團的長期承諾

各控股股東（根據《創業板上市規則》共同及個別作為本公司的一組控股股東）已自願向保薦人及[編纂]作出承諾，於根據《創業板上市規則》第13.16A條的承諾屆滿當日起計後續12個月，其將繼續擔任控股股東。詳情請參閱「[編纂] – 禁售承諾」一節。

財務及經營資料概要

我們的合併財務資料乃按照《香港財務報告準則》擬備。下表所示為本集團於業績紀錄期內的經營業績，該等業績均來自本文件附錄一會計師報告所載合併收益表。

概 要

合併收益表

	截至12月31日止年度		截至6月30日止六個月	
	2015年 千歐元	2016年 千歐元	2016年 千歐元 (未經審核)	2017年 千歐元
收入	49,335	40,560	18,585	18,236
除所得稅前溢利／(虧損)	1,685	1,852	415	(501)
以下各方應佔年／期內溢利／(虧損)：				
本公司擁有人	1,347	1,403	339	(330)
非控股權益	-	(18)	-	(17)

本集團極大部分收入及應收款項以及存貨成本及應付款項均以美元計值。由於美元兌歐元匯率波動會影響本集團的營運，故為管理本集團的外匯風險，尤其是美元與歐元之間的貨幣匯率波動，我們與其中一家主要往來銀行訂立了遠期外匯貨幣合約。截至2015年12月31日止年度及截至2017年6月30日止六個月，我們分別確認公允價值虧損約0.6百萬歐元及0.6百萬歐元，原因是美元兌歐元的遠期合約匯率較期末的即期匯率高。另一方面，截至2016年12月31日止年度及截至2016年6月30日止六個月，我們分別確認公允價值收益約0.3百萬歐元及0.3百萬歐元，原因是美元兌歐元的遠期合約匯率較期末的即期匯率低。

合併財務狀況表概要

	於12月31日		於2017年
	2015年 千歐元	2016年 千歐元	6月30日 千歐元
非流動資產	4,766	5,664	5,491
流動資產	26,899	27,538	21,711
流動負債	21,478	21,605	16,403
流動資產淨值	5,421	5,934	5,308
權益總額	6,452	8,081	7,409

概 要

合併現金流量表概要

	截至12月31日止年度		截至6月30日止六個月	
	2015年	2016年	2016年	2017年
	千歐元	千歐元	千歐元	千歐元
			(未經審核)	
營運資金變動前的經營現金流量	3,416	2,244	553	486
經營活動所得／(所用) 現金流量淨額	166	2,280	1,438	(1,148)
投資活動所用現金流量淨額	(185)	(1,425)	(67)	(7)
融資活動所用現金流量淨額	(1,298)	(513)	(2,752)	(1,792)
現金及現金等價物(減少)／增加淨額	(1,317)	342	(1,381)	(2,947)

相較於截至2016年6月30日止六個月的現金流入淨額約1.4百萬歐元，截至2017年6月30日止六個月，本集團錄得經營活動所用現金淨額約1.1百萬歐元，主要體現在我們約0.5百萬歐元的除稅前虧損，該除稅前虧損已就(i)期末日期前向客戶付運成品令存貨減少約1.1百萬歐元；及(ii)於法國的銷量下降令貿易應收款項減少約0.7百萬歐元作出正向調整。該影響部分被截至2017年6月30日止六個月的採購及貿易應付款項結算下降令貿易應付款項減少約2.4百萬歐元所抵銷。

主要財務比率

	於12月31日／ 截至12月31日止年度		於2017年 6月30日／ 截至2017年 6月30日 止六個月
	2015年	2016年	
毛利率	25.9%	28.4%	26.7%
純利率	2.7%	3.4%	(1.9)%
流動比率	1.3倍	1.3倍	1.3倍
資本負債比率 (附註1)	106.0%	108.3%	95.3%
利息覆蓋率 (附註2)	12.9倍	14.3倍	不適用
總資產回報率 (附註2)	4.3%	4.2%	不適用
股本回報率 (附註2)	20.9%	17.5%	不適用

概 要

附註：

1. 資本負債比率按財政年度／期間末總負債除以財政年度／期間末本公司擁有人應佔權益總額再乘以100%計算。
2. 由於截至2017年6月30日止六個月期間產生虧損，因此利息覆蓋率、總資產回報率及股本回報率並不適用，其主要是由於產生約4.1百萬港元的[編纂]。

近期發展

於業績紀錄期後，我們的業務營運保持穩定。由於我們於業績紀錄期後的整體業務模式並未發生變動，故我們直至2017年11月30日的收入並無出現任何大幅下降情況，經營成本亦無大幅增加。根據本集團的未經審核財務資料，我們截至2017年11月30日止十一個月的收入低於2016年同期，主要原因是相較2016年同期，墨西哥於2017年9月發生大地震，導致於拉丁美洲的銷量減少。我們截至2017年11月30日止十一個月的毛利率與2016年同期相若。我們截至2017年11月30日止十一個月錄得除稅前虧損的主要原因是[編纂]產生的開支。不計及該等非經常性[編纂]，相較2016年同期，由於衍生金融工具公允價值變動的預期虧損，我們截至2017年11月30日止十一個月錄得的除稅前溢利將保持在相對較低水平。

有意投資者務請注意，本集團截至2017年12月31日止年度的財務表現預計將遭受[編纂]相關估計非經常性開支的重大影響，且我們截至2017年12月31日止年度甚至可能錄得虧損。該等[編纂]的當前估計僅供參考，最終金額將計入本集團截至2017年12月31日止年度的損益賬內，而自本集團資本中扣減的金額或會發生變動。

除上文所披露者外，董事確認，自2017年6月30日（即我們最新經審核財務資料的擬備日期）起直至本文件日期，我們的財務或貿易狀況或前景概無任何重大不利變動，且自2017年6月30日起概無發生任何將對會計師報告所載我們的合併財務資料所示資料造成重大不利影響的事件。

[編纂]

[編纂]指專業費用、[編纂]佣金及就[編纂]招致的其他費用。按本文件所載指示性[編纂]範圍的中位數每股[編纂]計算，我們估計[編纂]將約為[編纂]，其中(i)約[編纂]直接歸因於[編纂]股份並將進行資本化及於[編纂]後的股本中扣除；及(ii)約[編纂]預計將

概 要

於我們的合併損益及其他綜合收益表確認為開支，其中約[編纂]已於截至2017年6月30日止六個月確認，剩餘的約[編纂]預期於截至2017年及2018年12月31日止年度餘下期間內確認。

[編纂]

按[編纂]每股[編纂]（即指示性[編纂]範圍[編纂]至[編纂]的中位數）計算，董事估計我們將獲得的[編纂]（經扣除[編纂]費、經紀佣金及與[編纂]有關的估計[編纂]）將約為[編纂]。董事目前計劃於最後可行日期至2019年12月31日期間如下表所示動用[編纂]：

	自最後可行 日期至2018年 6月30日 千港元	截至2018年 12月31日 止六個月 千港元	截至2019年 6月30日 止六個月 千港元	截至2019年 12月31日 止六個月 千港元	合計 千港元	佔[編纂] 所得款項淨額 的概約百分比 %
開發辦公電話產品	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
開發老年人電訊產品	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
加強及完善銷售渠道	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
拓展員工團隊	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
開發網絡攝像機及 智能家居產品						
等其他產品	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
擴大地域覆蓋範圍	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
一般營運資金	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
					[編纂]	[編纂]

股利及可分派儲備

截至2016年12月31日止兩個年度各年及截至2017年6月30日止六個月，本集團派付股利金額分別約為1.0百萬歐元、1.0百萬歐元及零。董事建議的任何股利宣派以及任何該等股利的金額，均視乎多項因素而定，包括但不限於我們的經營業績、財務狀況、未來前景及董事可能認為重要的其他因素。我們並無任何固定的股利政策。股利

概 要

的任何宣派及派付以及金額將受組織章程細則及《公司法》規限。股利可在相關法律的允許下，以本公司可分派溢利支付。有關我們股利政策的詳情，請參閱本文件「財務資料－股利」一節。

[編纂]統計數據

	按以下[編纂]計算	
	每股[編纂]	每股[編纂]
[編纂] ^(附註)	[編纂]	[編纂]
未經審核備考經調整每股有形 資產淨值 ^(附註)	[編纂]	[編纂]

附註：有關所用假設及計算基準的詳情，請參閱本文件附錄二「未經審核備考財務資料」。