

業 務

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、開發及銷售許可商標及其他客戶品牌的家用及辦公電訊產品。自本集團於2013年成立以來，我們已奠定斐然的業績紀錄，並與客戶建立關係。我們的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。

我們主要從事家用及辦公電訊產品的產品及解決方案設計與開發、銷售、市場推廣及售後服務。我們大部分銷售額源自許可產品。我們一般透過下述方式向客戶尋求訂單：(i)直接向彼等推廣產品概念；(ii)回應客戶對產品或產品特定功能的請求；或(iii)在多個國家競投電訊運營商的項目招標。我們將電訊產品生產過程外判給我們的生產分包商，因為我們認為這樣做更具成本效益，可讓我們專注於新產品的設計和開發。

在多年的歷史中，我們順應技術變革，致力利用我們的產品設計以及銷售及市場推廣能力。於最後可行日期，我們的電訊產品系列包括家用電話（有線及無線）、辦公電話（模擬及VoIP電話）及其他電訊產品（包括IP會議設備、網絡攝像機及監控產品）。詳情請參閱本文件本節「我們的產品」一段。

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（倘其如此要求）銷售我們的產品。我們已就獨家使用許可商標全球銷售許可產品與Alcatel Lucent訂立許可協議，該協議將於2027年屆滿。詳情請參閱本文件本節「與Alcatel Lucent訂立的許可協議」一段。此外，我們在2016年11月訂立協議收購Swissvoice品牌，並計劃開發以Swissvoice品牌銷售的產品類別。詳情請參閱本文件本節「收購Swissvoice品牌」一段。我們將集中精力透過將產品系列多元化、提升設計開發能力及投資於市場推廣產生銷售額，繼而發展我們的業務。

業 務

下表載列我們於業績紀錄期內按產品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	
	佔總收入的百分比		佔總收入的百分比		佔總收入的百分比		佔總收入的百分比	
	千歐元	%	千歐元	%	千歐元	%	千歐元	%
家用電話	43,166	87.5	34,600	85.3	15,814	85.1	15,453	84.7
辦公電話	5,312	10.8	4,887	12.1	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	<u>49,335</u>	<u>100.0</u>	<u>40,560</u>	<u>100.0</u>	<u>18,585</u>	<u>100.0</u>	<u>18,236</u>	<u>100.0</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。

下表載列所示期間按客戶（據董事所深知，主要為消費品零售連鎖店及電訊運營商，其購買我們的產品以進一步向其當地或海外市場銷售）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	
	佔總收入的百分比		佔總收入的百分比		佔總收入的百分比		佔總收入的百分比	
	千歐元	%	千歐元	%	千歐元	%	千歐元	%
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	<u>49,335</u>	<u>100.0</u>	<u>40,560</u>	<u>100.0</u>	<u>18,585</u>	<u>100.0</u>	<u>18,236</u>	<u>100.0</u>

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）。

業 務

- (2) 拉丁美洲包括墨西哥、阿根廷、智利、秘魯及其他國家。
- (3) 其他歐洲國家包括但不限於瑞士、西班牙、葡萄牙、意大利、德國及希臘，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。

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	
	佔總收入的百分比		佔總收入的百分比		佔總收入的百分比		佔總收入的百分比	
	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品牌的已售產品。

業 務

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。

我們的競爭優勢

我們認為我們至今取得的成功及未來的增長潛力歸因於以下多項競爭優勢的綜合影響：

本集團於家用電話市場的領先地位

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。根據弗若斯特沙利文報告，於業績紀錄期內，Alcatel品牌的市場份額從2015年的8.9%分別增至2016年的9.1%及2017年上半年的10.9%。

於業績紀錄期內，本集團主要側重以許可商標銷售許可產品。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。我們將產品直接分銷予主要客戶。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認可供應商，我們須通過其內部程序（如履行社會承諾、環境承諾、取得企業社會責任認證等），而該程序可能需要花費一定的時間，且董事認為，該程序對新進入者構成了進入壁壘。此外，誠如上文所披露，少數主要市場參與者佔據了家用電話市場的主導地位，因此我們認為，我們亦能夠利用Alcatel品牌的市場地位，而新競爭對手無法輕易分佔少數主要市場品牌擁有的既定市場份額。

根據弗若斯特沙利文報告，2017年至2021年，老年人電訊產品的市場規模將以約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。本集團的未來策略之一是擴充產品系列，以涵蓋面向老年人市場及視覺和聽覺受損人士的電訊產品。鑒於上文所述，約23.8%的

業 務

[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、無線電話響鈴、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內部或第三方軟體開發商開發的智能手機應用程式相連接，可向默認聯繫人發送通知。董事認為，對老年人電訊產品的需求將推動家用電話銷量的增長，並同時帶動其外圍設備的銷售。

我們認為，我們於業績紀錄期內確立的許可商標項下家用電話市場的市場份額、與大型消費品零售連鎖店及電訊運營商建立的穩定關係，以及我們於業績紀錄期內開發老年人電訊產品的經驗使我們在電訊產品市場上佔據有利地位，而競爭對手無法輕易取代我們，亦使我們日後能夠開拓新的老年人產品市場。

與主要客戶及供應商建立的穩定關係

我們擁有廣泛的客戶群。我們已與多家電訊運營商等主要客戶建立穩定關係。於業績紀錄期內，我們向多個國家供應電訊產品。於最後可行日期，我們已與五大客戶保持逾四年的業務關係。

我們的銷售及市場推廣團隊與主要客戶保持溝通，並不時與彼等會面。我們參加香港和海外的貿易展銷會和展覽會，在貿易展銷會和展覽會上，我們有機會結識客戶、交流對市場趨勢的看法、展示新產品及最新技術資料以及討論其業務需求。我們認為，我們能否持續滿足客戶的設計及質量要求並按時交付產品，是維持現有客戶關係的關鍵。我們認為，憑藉向客戶提供滿足其需求的產品設計解決方案的能力，我們能展現我們的設計能力，且當客戶需要擴充自身產品線時，其亦較不可能尋找其他公司，這不僅可增加其繼續向我們下達訂單的可能性，亦有助維持長期業務關係。

我們已與主要供應商建立並維持穩定的業務關係。我們認為，保持若干穩定及聲譽良好的生產分包商以生產我們的電訊產品和監控產品，有助於確保產品的一致性和質量控制，進而維持客戶滿意度。我們的產品管理及設計團隊與主要供應商密切合作。於最後可行日期，我們已與我們的五大供應商建立及維持介乎二至四年的業務關係。

遍佈全球的廣泛產品分銷網絡，在香港、中國、法國、墨西哥、西班牙和瑞士設有辦事處

於業績紀錄期內，我們向多個國家銷售我們的電訊產品。我們已在香港和法國設立總辦事處，亦在中國、墨西哥、西班牙和瑞士設有其他辦事處，從而更好地服務客

業 務

戶及在該等海外市場開拓新業務。我們的銷售及市場推廣團隊將直接聯絡現有及潛在新客戶並與其合作。銷售及市場推廣團隊亦將就產品設計、市場趨勢和客戶喜好向香港的產品管理及設計團隊提供及時反饋。我們相信，在海外市場設立業務據點將增加我們的產品知識及協助我們滿足其他國家客戶的需求和預期。我們亦向本地分銷商出售產品，以進一步擴大分銷網絡。

Alcatel品牌知名

我們以許可商標將我們的大多數家用及辦公電訊產品商業化並進行出售。我們已訂立許可協議，於2027年12月前可以許可商標分銷和銷售許可產品。詳情請參閱本文件本節「與Alcatel Lucent訂立的許可協議」一段。

Alcatel品牌是經Alcatel Lucent許可的法國知名品牌。2016年，Alcatel Lucent與諾基亞合併，我們將繼續以許可商標銷售許可產品。我們認為，我們在許可商標下開發及銷售的產品不僅讓我們能在全球開展業務，亦在產品質量方面為客戶提供穩定性和信心。

我們透過綜合管理系統致力於環境、健康及安全事項

我們致力獲取我們的僱員、客戶、社區及股東認可為負責任的組織，能夠以保護環境、降低污染和保護僱員免受危害的方式開展業務。我們已根據與質量控制、環境、職業、健康及安全有關的ISO 9001認證、ISO 14001認證和OHSAS 18001認證標準實施綜合管理體系。

我們所榮獲的獎項，包括2016年9月EcoVadis頒發的金牌認證等級(Gold Medal Recognition Level)，亦於2017年5月榮膺EcoVadis頒發的2016年AMEA（亞洲、中東、非洲）地區可持續發展領導力區域獎得分最高的公司，認可了我們的企業社會責任表現。2017年6月，我們亦榮獲全球電子可持續發展倡議組織（中小型企業）推出的信息通訊技術（「ICT」）領導力指數ICT設備製造和組裝領域企業社會責任實踐最佳表現獎。我們亦支持聯合國全球契約的十項原則，執行我們對我們業務中的所有利益相關者的承諾。

具有廣泛行業經驗且經驗豐富的管理團隊

董事擁有廣泛的電子和電訊產品行業經驗。我們的執行董事兼行政總裁Goujard先生主要負責產品和市場開發，擁有逾30年從業經驗，比如電訊產品的銷售和市場推

業 務

廣。我們的另一名執行董事Duc先生擁有逾20年從業經驗，在歐洲銷售和營銷電訊產品的經驗尤其豐富。我們的非執行董事郎先生在電子行業約有30年從事製造和銷售電子和其他相關產品的經驗，從中積累的相關知識和經驗促進我們了解和滿足客戶需求，同時為業務營運提供策略上的業務指引。我們的高級管理層以及銷售及市場推廣團隊不時拜訪現有和潛在客戶，了解和及時回應各個地區客戶的需求和偏好。

我們的產品管理及設計能力，可順應技術發展趨勢和客戶需求

我們認為，產品設計、管理及創新是在我們所屬行業具備競爭優勢的主要因素。我們的產品設計及管理的能力使我們能持續開發產品。於最後可行日期，我們擁有一支專責產品管理及設計的團隊，對此我們感到自豪。該團隊設於香港，由七名員工組成，由行政總裁Goujard先生領導。我們亦擁有自己的內部工業設計師和平面設計師，協助我們的產品管理及設計團隊，而彼等將合作設計產品及定義使用者介面。我們認為，我們的產品開發和設計能力是我們吸引和快速適應客戶需求、與現有客戶維持業務關係及開拓新的業務機會的關鍵。

在產品質量及交付方面的斐然業績紀錄

我們已採納ISO 9001認證標準，該標準為管理層審查生產過程提供框架，且每年接受國際組織的標準化檢查。ISO 9001認證標準要求我們從產品開發階段、分包商的製造階段至製成品的出廠品質保證，維持嚴格的質量控制及保證測試。我們承認產品功能和可靠性至關重要，我們在設計和開發階段及在將產品交付予客戶之前的交付階段，對產品進行檢驗。於業績紀錄期內，我們未收到客戶有關產品質量的任何重大投訴，我們的客戶概未針對我們作出任何重大保修索償，且我們的客戶概未作出重大產品召回。

我們亦透過開展調查及審查反饋衡量客戶滿意度。我們的管理層以及銷售及市場推廣團隊將基於客戶反饋不時跟進，並在有任何跡象顯示需要改進產品時採取糾正和預防行動。

我們的業務策略

我們在策略上致力於透過提升我們的產品管理能力、增加在現有市場的市場滲

業 務

透、擴大客戶群及開拓新的海外市場以成為具備設計能力的領先供應商之一。我們擬實施下述策略，利用我們的優勢，從而進一步增強業務前景和盈利能力：

加強我們的產品管理能力

我們的產品因為品質和性能組合出眾深受客戶認可，而這主要是因為我們的產品管理及設計團隊努力優化和整合我們產品所用的硬體和軟體。我們致力於利用最新技術以有競爭力的價格提供各種功能。我們計劃透過擴大我們的產品管理及設計團隊加強我們的產品設計能力。我們擬將業務擴至軟體開發及應用程式解決方案的研發。目前，我們的外包生產商將於生產階段協助開發產品軟體。我們認為，專注於軟體開發而非硬體開發，長遠而言將有助於我們提高相對於競爭對手的競爭力，這是因為軟體開發在很多電子產品（包括IP電話）中無處不在。此外，透過擴大產品管理及設計團隊，我們或許亦能在更多電訊運營商項目中進行投標。

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其他輔助服務

我們的目標是專注於推廣和開發新產品（包括面向老年人（尤其是歐洲市場的老年人）的電訊產品）。新產品將依據產品的銷售市場以許可商標或Swissvoice品牌銷售。該等產品性能將吸引不同市場領域的目標客戶。目前，我們已在許可商標下開發出迎合老年人市場需求的若干電話產品，該等產品具有多種方便老年人使用的功能，比如較大輸入鍵，及帶有接電者來電者照片的特殊撥號鍵。由於我們認為人口老化導致人口結構變化，令面向老年人的電訊市場成為歐洲一個正在發展和興起的市場，我們的目標是進一步開發該等方便老年人使用的電訊產品，包括面向老年人市場的智能家居產品。此外，我們致力於開發具有語音控制功能等性能的其他電訊產品，幫助老年人或具有特殊需求的其他使用者（例如視障的使用者）。例如，我們已開發出具有較大螢幕、語音識別來電者和語音控制數字功能的產品，符合視障人士的需求。

本集團現時提供的老年人電訊產品具有家用電話中不常見的功能。老年人電訊產品的設計包括更方便持握的手柄、更大的螢幕、更大的按鍵、超大音量的響鈴及大音量免持通話器等功能，該等功能所提供的簡化的操作及更強的視聽效果更適合老年人

業 務

的需求。我們計劃日後開發的老年人電訊產品的性質包括：(a)針對聽力衰退的老年人的產品，具有如可調校音量及鈴聲控制附加揚聲器以及LED閃燈的特性；(b)針對視覺受損的老年人的產品，具有如大按鍵、重複所撥打號碼的語音確認、來電者識別語音提示、大屏幕顯示、聽覺信息指示器及大圖顯示經常撥打號碼的快撥等特性；(c)針對記憶力衰退的老年人的產品，具有如提醒服藥及赴約功能等特性；(d)針對行動不便的老年人的產品，如使行動不便的老年人及時接聽電話的無線電話；及(e)其他智能家居設備，如使老年人能與其家人及朋友交流而維持其社交生活的網絡攝像機。

為實現上述特性，本集團一直在開發周邊設備及相關自家應用程式，以連接我們的老年人電訊產品。該等設備及應用程式包括(i)幫助訪客透過家用電話產品與使用者進行溝通的無線門鈴；(ii)家用電話產品上可在一定距離內發出電話鈴聲信號的無線電話響鈴中繼器；(iii)可連接家用電話或應用於我們內部或第三方開發的智能手機的應用程式向應急熱線或家庭成員發送通知的帶應急按鍵的手環；及(iv)在較長時間內未探測到移動狀態的情況下，可透過我們的自家應用程式連接應急熱線或家庭成員並發送通知的無線移動探測器。

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，老年人電訊產品銷售收入分別約佔本集團總收入的10.4%、11.7%及12.8%。

儘管如上文所述，於業績紀錄期內，老年人電訊產品銷售收入所佔比例相對較低，但展望未來，預計老年人電訊產品銷售額佔本集團總收入的比例將上升。

經董事確認，本集團部分客戶已表示彼等有意購買我們的老年人電訊產品，繼而售予其終端客戶。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，部分主要客戶已表明彼等對我們的老年人電訊產品有興趣。例如，客戶B已下單購買有關老年人電訊產品，且我們將於2018年第一季度將該等產品交付予客戶B。

自2017年1月1日起直至最後可行日期，本集團自老年人電訊產品錄得的收入約為4.9百萬歐元，並成功承接客戶金額約為0.1百萬歐元的採購訂單，該等訂單將於2017年12月交付。

我們亦旨在開發其他輔助服務，包括老年人電訊產品的增值服務，如建立內聯網絡促進老年人與其家人之間的通訊、控制家電及執行緊急警報功能，以監測老年人的

業 務

安全及日常活動。我們認為，專注於人數少但是具體且明確界定的人群（如視障及聽障人士）長遠而言是有利可圖的。為推廣該等輔助服務，我們計劃在客戶初次購買我們的電訊產品時免費向彼等提供該等服務，然後在試用期後開始按月或按年向彼等收費。我們認為，上述首次服務會鼓勵客戶經常訂購。

我們亦旨在開發我們的智能家居產品，包括上文所述嬰兒監護器、網絡攝像機及與智能家居相關的產品。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，我們其他產品的分類別的收入分別約為491,000歐元、528,000歐元及311,000歐元。就我們的智能家居產品而言，我們旨在為新型網絡攝像機產品的新模具及工具下達採購訂單，並同時就有關智能家居產品更新或替換我們現有的服務系統。詳情請參閱本文件「未來計劃及[編纂]」一節。

開發及進一步鞏固Swissvoice品牌

雖然我們於業績紀錄期內的大多數產品均以許可商標開發及售出，但我們的策略是加大Swissvoice品牌開發的市場推廣力度，並進一步加強Swissvoice品牌下的產品組合，從而將品牌形象多元化並專注於我們的自有品牌開發。我們的目標是以Swissvoice品牌開發尤其面向老年人的電訊產品及服務。我們認為，透過開發及加強自身產品品牌，我們能將產品品牌多元化，及受益於在Swissvoice品牌下擁有的替代產品線，其可補充我們在許可商標下的現有產品線。

擴大及進一步多元化我們在歐洲市場的客戶群

我們的目標是擴大我們的地理覆蓋範圍。我們擬複製我們的經驗，將其應用於其他市場，並面向電訊市場中的當地知名零售商和電訊運營商。要成為知名企業的供應商，我們需要通過其篩選流程。我們認為，一旦其在嚴格評估後選擇我們作為其供應商之一，其往往不會更換供應商，以確保其產品質量始終如一。

我們計劃增加我們的銷售和市場推廣力量，以擴大現有市場（如法國及歐洲其他國家，如德國、荷蘭及英國）的客戶群。我們亦需增加產品管理資源（如上所述），為該等市場的客戶開發和推廣電訊產品。鑒於我們策略上計劃開發新產品線，我們的目標是將客戶群擴至醫療及酒店領域，即擴至可能對我們的老年人電訊產品和其他IP產品感興趣或有需求的醫院及酒店等客戶。

業 務

與設計公司和生產分包商建立策略合作關係，提升我們的研究和設計能力

我們正在尋求與設計公司和生產分包商發展策略合作關係，以增強我們與業務合作夥伴的關係、加強我們在相關市場的地位及提升我們的研發能力。董事在相關過程中將會精挑細選，並將從策略上考慮多項事宜，包括潛在合作夥伴的產品組合、過往從業經驗、股權架構、財務狀況及營運合規性。除我們與HK Sipall的合資企業外，於最後可行日期，我們未與任何合適的合作夥伴訂立任何具約束力的協議或尋找有關合作夥伴關係，且我們的管理層會不時積極探討和考慮有關機會。

我們的業務模式

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：



客戶提出要求

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。我們會基於彼等的要求從現有產品中作出挑選。我們亦可能會考慮對修改現有產品。客戶可能會向我們提供反饋。我們會向客戶提供產品報價及規格。

就我們的海外電訊運營商客戶而言，該等客戶通常會向我們提供彼等的整體條件及所需產品的技術規格、數量及預期交貨時間。我們可能會制定業務計劃，並將其寄發予電訊運營商客戶，以就項目進行投標。

構思

此外，我們亦自主開發新產品設計或改善產品性能。經考慮市場趨勢、競爭對手的產品及現有客戶的反饋後，我們內部將密切合作開發新產品或修改現有產品。

產品設計及開發

我們會確定新產品的大致規格（包括其性能列表、使用者介面、美學及人體工程學設計等）以及與供應商擬定的合約條款，之後將正式開發該等產品。

業 務

我們會就新產品的規格與客戶溝通，包括向部分主要客戶及供應商提供樣品，供使用者測試及反饋。我們隨後會尋求潛在客戶就新產品下達訂單。

客戶下達訂單

倘客戶有意向我們下達訂單，我們將與客戶商談合約條款。根據我們的內部政策，我們將審查我們能否在客戶採購訂單的預計日期前交貨，同時我們亦將核實售價是否低於我們就該產品所釐定的最低售價。倘我們接受客戶下達的採購訂單，我們將向客戶寄發形式發票或銷售確認書。

分包商生產產品

我們並不自行生產產品，而是委聘獨立分包商進行生產。我們會向分包商提供我們的採購要求，其中包括產品規格與預計交貨時間，並要求其向我們提供報價。

有關供應商選擇標準及分包安排的詳情，請參閱本文件本節「外判及生產管理」一段。

產品測試

於生產階段，我們要求新產品分批交貨。第一批將根據其產品規格進行測試，並會在報告中記錄任何漏洞或誤差。我們會將產品發回分包商，以供其採取相應的糾正措施。產品由分包商自行測試及檢驗，但我們亦會在驗收產品前在分包商的生產地點對產品進行最終檢驗。

配送服務及物流

在產品由分包商生產完成後及交貨前，我們將核對第三方檢驗報告並獲取新產品的合規證明。我們隨後安排將產品從分包商處直接交付予客戶，或運至第三方物流倉庫以進一步配送予客戶。

業 務

售後服務及逐步淘汰

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。我們擁有一套制定產品拒收程序，據此，客戶可因錯過交付日期、取消訂單後付運及產品抵達客戶手中時損壞等理由拒收產品。根據我們的內部政策，我們的銷售及市場推廣團隊將與客戶進行協商，倘拒收由於正當理由而獲接納，我們將安排第三方物流供應商將有關產品運回進行質量檢驗。倘拒收並非由於產品問題，我們可能會將有關產品存入倉庫，並於日後重新銷售該產品。因產品問題而退貨須由我們的質量控制部門檢驗後予以批准。為改善日後的服務，我們會對客戶的投訴進行檢討。最後，我們將不時逐步淘汰產品。

我們的產品

我們有三個產品類別：

家用電話



業 務



辦公電話



業 務

其他通訊設備：例如網絡攝像機、網絡嬰兒監護器、智能家居解決方案及會議電話



產品生命週期及季節性影響

我們認為產品的生命週期由盈利水平、產品需求、競爭水平、推出新的替代產品及技術發展的步伐決定。根據弗若斯特沙利文報告，家用及商用電話的生命週期通常為12至36個月，智能家居產品的生命週期通常為6至18個月。

本集團的收入受季節性影響。於業績紀錄期內，我們的銷售通常在曆年的最後一個季度（即10月至12月）增加，董事認為此一般由於客戶於12月的聖誕節降價活動等購物季對我們的產品需求增加所致。

銷售及市場推廣

於最後可行日期，由行政總裁Goujard先生領導、20名銷售人員組成的銷售及市場推廣團隊（分成三個區域銷售團隊，包括亞洲、歐洲及拉丁美洲），負責向不同國家的客戶進行銷售。我們的銷售及市場推廣團隊將與客戶保持聯絡以收集客戶反饋，從而確保產品設計符合客戶的規格，並提供售後服務。我們的銷售及市場推廣團隊將安排參加展覽，向潛在客戶展示我們的產品，並與客戶召開會議討論產品開發。

業 務

銷售

我們認為，與客戶保持密切聯繫及在銷售產品的國家開設辦事處，對於了解該等海外市場客戶的本土需求至關重要。地域上鄰近客戶亦有助我們釐定產品的定價。我們的產品在我們自有獲許可品牌名下銷售，包括許可商標以及我們自有的Swissvoice品牌，或者應客戶要求在其自有品牌下銷售。於業績紀錄期內，我們已開始面向該等市場提供產品。就董事所深知，具有先進功能的電訊產品在若干東南亞國家及拉丁美洲國家等新興市場中的普及率落後於在西歐等發達國家的普及率。因此，我們亦已開始與東南亞及拉丁美洲的若干發展中國家的知名客戶建立業務關係。

客戶

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，我們的客戶總數分別為184名、202名及160名。於最後可行日期，我們與五大客戶的業務關係已維持逾四年，且於業績紀錄期內，我們與最大客戶的業務關係已維持逾四年。

就董事所深知，我們的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為5.5百萬歐元、4.3百萬歐元及2.6百萬歐元，分別約佔我們同期總收入的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為20.2百萬歐元、16.1百萬歐元及7.2百萬歐元，分別約佔我們同期總收入的40.9%、39.8%及39.5%。

業 務

以下資料載列我們於業績紀錄期內的五大客戶、我們與其維持關係的年限及其背景資料。

截至2015年12月31日止年度的五大客戶	概約收入金額 千歐元	佔總收入 的概約百分比 %
客戶A	5,533	11.2
客戶B	4,904	9.9
客戶C	3,498	7.1
客戶D	3,381	6.9
客戶E	2,849	5.8

截至2016年12月31日止年度的五大客戶	概約收入金額 千歐元	佔總收入 的概約百分比 %
客戶A	4,296	10.6
客戶B	4,181	10.3
客戶D	3,193	7.9
客戶E	2,628	6.5
客戶F	1,835	4.5

截至2017年6月30日止六個月的五大客戶	概約收入金額 千歐元	佔總收入 的概約百分比 %
客戶B	2,608	14.3
客戶A	1,566	8.6
客戶D	1,476	8.1
客戶F	863	4.8
客戶E	681	3.7

業 務

客戶名稱	與本集團 建立業務 關係的年份		背景資料	位置	於業績紀錄期內 本集團售出的	
					主要產品	信貸期
客戶A	2013年		在整個墨西哥提供本地及長途電訊服務、互聯網及寬頻服務的電訊運營商	墨西哥	家用電話及辦公電話	60日
客戶B	2013年		為消費者、企業及其他電訊運營商提供固定電話及移動電訊、數據傳輸及其他增值服務等一系列服務的電訊運營商	法國及 西班牙	家用電話、辦公電話及 其他產品	60至90日
客戶C	2013年		提供專用及公眾電訊、本地及長途電話、傳呼、電話卡、互聯網接入及流動電話服務的電訊運營商	阿根廷	家用電話及辦公電話	60日
客戶D	2013年		提供編輯產品、消費性電子產品、小型及大型家用電器、電子設備及娛樂產品	法國	家用電話、辦公電話及 其他產品	60日
客戶E	2013年		經營大賣場、超市及專營店	法國	家用電話、辦公電話及 其他產品	60日
客戶F	2013年		經營大賣場、超市、現購自運商店及提供消費品、食品及非食品、家用品、紡織品、電子產品、家電以及地方特產的電子商務網站	法國	家用電話、辦公電話及 其他產品	45日

就董事所深知，我們於業績紀錄期內所有五大客戶均為獨立第三方，且董事及其各自的緊密聯繫人或截至最後可行日期持有5%以上已發行股份的任何股東於業績紀錄期內均未在任何五大客戶中擁有任何權益。

業 務

於受國際制裁國家的業務活動

美國以及歐盟、聯合國及澳洲等其他司法管轄區或組織針對若干國家或對其境內的行業部門、公司或個人團體及／或組織進行全面或廣泛的經濟制裁。

向受國際制裁國家銷售

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、香港結算或香港結算代理人）面對被制裁的風險。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。

據國際制裁法律顧問告知，於業績紀錄期內，基於我們已完成以下步驟，故我們向位於受國際制裁國家的客戶銷售似乎不會受美國、歐盟、聯合國或澳洲所施加及執行的國際制裁項下的禁令及更廣泛的限制所限：

- (a) 審核我們提供的文件，有關文件證明我們於業績紀錄期內與受國際制裁國家的客戶的已完成及潛在銷售交易；
- (b) 接獲我們的書面確認，確認本集團或我們任何聯屬人士（包括任何代理辦事處、分支、附屬公司或本集團的其他實體）於業績紀錄期內並未於或與受國際制裁的任何其他國家或人士開展任何業務往來；及

業 務

- (c) 對照美國、歐盟、聯合國或澳洲存置的受國際制裁人士及機構的名單，審核於業績紀錄期內獲進行產品銷售的客戶名單，確認我們的客戶並未在此類名單之列。

我們確認，除上文所披露者外，於業績紀錄期內及直至最後可行日期，本集團並無與受美國、歐盟、聯合國或澳洲制裁的任何國家、政府、實體或個人（包括但不限於受OFAC所施加任何制裁的任何政府、個人或實體）有關的任何其他直接或間接業務活動。

經全面遵守本文件本節「我們的承諾及內部控制程序」一段所述的我們的內部控制措施，我們計劃繼續自位於受國際制裁國家的客戶獲得產品銷售。

我們的承諾及內部控制程序

我們已向聯交所承諾，於[編纂]後，我們不會將[編纂]及透過聯交所募得的任何其他資金直接或間接用於資助或促進與任何受國際制裁國家或受美國、歐盟、聯合國或澳洲制裁的任何其他政府、個人或實體（包括但不限於任何受OFAC制裁的政府、個人或實體）之間的活動或業務，或為彼等利益資助或促進有關活動或業務。

此外，我們已承諾日後不會開展任何將致使我們、聯交所、香港結算、香港結算代理人或股東及投資者違反美國、歐盟、聯合國或澳洲制裁法律或成為其制裁目標的業務。另外，我們已向聯交所承諾，我們無論如何均不會將[編纂]及透過聯交所募得的任何其他資金直接或間接用於資助或促進於受國際制裁國家的任何項目或業務。倘我們認為本集團於受國際制裁國家或與受制裁人士訂立的交易會致使本集團或股東及投資者面臨受制裁風險，我們亦將於聯交所及本集團各自的網站以及我們的年報或中報內披露我們就監控業務面臨的制裁風險所作的努力、於受國際制裁國家及與受制裁人士進行的未來業務（如有）狀況，以及我們於受國際制裁國家及與受制裁人士開展業務的意圖。倘我們違反向聯交所作出的該等承諾，我們可能面臨股份被聯交所[編纂]的風險。

業 務

我們將持續監控及評估我們的業務，並採取措施維護本集團及股東的利益。截至本文件日期，下列措施已全面實施：

- 我們已設立及維持獨立銀行賬戶，其目的僅在於存置及分配[編纂]或透過聯交所募得的任何其他資金；
- 為進一步加強我們現時的內部風險管理職能，董事會已成立風險管理委員會。該委員會成員包括Goujard先生、陳女士及林女士，彼等的職責包括（其中包括）監控我們面臨的制裁風險及相關內部控制程序的實施情況。風險管理委員會將每年至少舉行兩次會議，以監控我們面臨的制裁風險；
- 於釐定我們應否把握於受國際制裁國家及與受制裁人士的任何商機之前，我們會評估制裁風險。根據我們的內部控制程序，風險管理委員會需審批受制裁國家客戶或受國際制裁國家的潛在客戶及與受制裁人士的所有相關商業交易文件。具體而言，風險管理委員會將審核合約對手方的相關資料（如身份及業務性質以及其所有權）及商業交易文件草擬稿。風險管理委員會會將合約對手方與由美國、歐盟、聯合國或澳洲所存置的各類受限制人士及國家名單（包括但不限於任何受OFAC制裁的政府、個人或實體（名單可公開取得））進行核對，並確定合約對手方是否為位於受國際制裁國家的人士或受制裁人士，或由此類人士所擁有或控制。倘識別到任何潛在制裁風險，我們將向具備國際制裁法事宜必要專業知識及經驗的外聘知名國際法律顧問尋求意見；
- 為確保我們遵守對聯交所的該等承諾，董事將持續監察[編纂]及透過聯交所募得的任何其他資金的用途，確保有關資金不會用於直接或間接資助或促進與受國際制裁國家或受制裁人士之間的活動或業務，或為彼等利益資助或促進有關活動或業務，而這會違反國際制裁法；
- 風險管理委員會將定期檢討我們有關制裁事宜的內部控制政策及程序。倘風險管理委員會認為有必要，我們將聘請具備制裁法事宜必要專業知識及經驗的外聘國際法律顧問提供建議及意見；

業 務

- 在必要情況下，外聘國際法律顧問將向董事、高級管理層及其他相關人員提供有關制裁的培訓計劃，以協助彼等評估我們日常營運的潛在制裁風險。外聘國際法律顧問將向董事、高級管理層及其他相關人員提供受國際制裁國家及受制裁人士的當前名單，而彼等將進而於我們國內整個營運範圍內以及境外辦事處及分公司分發該等資料；及
- 就分銷商客戶而言，我們將盡最大努力確保日後分銷商客戶於其與我們訂立的合約中或透過其向我們提交的年度認證中向我們保證，其於銷售或交付我們產品時均遵守國際制裁法。此外，於其向受國際制裁國家／實體銷售或交付產品時，其應確保終端客戶為非受制裁人士或於我們確認該等終端客戶是否為受制裁人士前，向我們提供該等終端客戶的身份，而倘有關銷售可能導致違反任何國際制裁法時，我們的產品將不應售予該等終端客戶。

國際制裁法律顧問已審核及評估該等內部控制措施，並認為該等措施對本公司遵守向聯交所作出的承諾而言屬充足有效。

經計及國際制裁法律顧問的意見，董事認為，上述措施提供了一個合理充足及有效的內部控制框架，以協助我們識別及監控與制裁法律有關的任何重大風險，從而維護股東及我們的利益。開展相關盡職調查並全面實施及執行該等措施後，保薦人認為，該等措施將提供一個合理充足及有效的內部控制框架，以協助本公司識別及監控與制裁法律有關的任何重大風險。

分銷商客戶

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，我們向分銷商客戶銷售所得收入分別約為6.5百萬歐元、6.8百萬歐元及3.7百萬歐元，約佔同期產品銷售總收入的13.2%、16.8%及20.2%。

我們與分銷商客戶建立買賣關係。我們在將產品交付於分銷商客戶以及彼等接受產品後確認我們的收入。我們不允許已售產品因質素問題以外的其他問題產品退回或退款。我們出售由我們設計及我們生產分包商製造的產品。我們相信此業務模式使得我們可以接觸更為廣大的客戶群以及以相對低廉的成本發展我們的業務。根據弗若斯特沙利文報告，上述為電訊產品分銷行業的一種常見業務模式。

業 務

下表載列我們於業績紀錄期按地理位置劃分的分銷商客戶數目：

	截至12月31日止年度		截至2017年
	2015年	2016年	6月30日止 六個月
法國	11	10	10
拉丁美洲 (附註2)	4	3	3
其他歐洲國家 (附註3)	5	10	16
亞太地區／俄羅斯／中東地區 (附註4)	6	5	5
合計	26	28	34

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) 拉丁美洲包括墨西哥、阿根廷、智利及其他國家。
- (3) 其他歐洲國家包括但不限於瑞士、西班牙、葡萄牙、意大利、德國及希臘，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。

下表載列於所示期間我們分銷商客戶數量的變動：

	截至12月31日止年度		截至2017年
	2015年	2016年	6月30日 止六個月
年／期內	26	28	34
過往年度／期間增加的客戶數	10	13	12
過往年度／期間終止的客戶數	(8)	(11)	(6)
淨增加客戶數	2	2	6

於業績紀錄期內，分銷商客戶增加的主要原因為本集團加大市場推廣力度以吸引更多分銷商客戶銷售我們的產品。

於業績紀錄期內，分銷商客戶的終止主要是由於彼等對向我們作出的採購訂單設有最低值。

業 務

與我們分銷商客戶的分銷協議

一般情況下，我們與我們的主要分銷商客戶訂立一般包含下列主要條款的框架銷售協議：

- | | |
|-------------|--|
| 協議期限： | 一般為一至兩年。 |
| 主要條文及獨家經營權： | 我們一般向分銷商提供產品，以供在特定地區進行非獨家分銷。 |
| 分銷商的職責： | 分銷商將進行適當的廣告以及產品推廣，維持產品充足的存貨，以及以可正面反映本集團形象的方式開展業務。

我們須有權審核分銷商（包括獲授權子分銷商或銷售代表）的賬冊以及設備，以確保分銷商遵守其於本協議下包括使用我們提供的商標在內的義務。分銷商須取得進口、營銷或使用產品所需所有授權及證書並保持其效力。 |
| 本集團的職責： | 我們須協助分銷商推廣及銷售產品，包括分銷商有關我們產品管理事宜的基本培訓。我們有權不時改動產品，以及暫停若干產品的銷售，在此種情況下，有關產品的協議即告終止。 |
| 價格： | 如協議中所載列，須向分銷商提供價格表，但是我們可在事先書面通知分銷商後，不時調整價格。 |
| 知識產權： | 我們將向分銷商授予在銷售、推廣以及營銷產品時，使用我們商標的非獨家以及不可轉讓的權力。 |

業 務

退貨：	產品退貨須經我們授權，並且我們一般不接受因除產品質素問題以外的問題的銷貨退回。
保修：	自將產品交付予終端用戶起保修18至24個月，含零件及人工。
信貸期：	信貸期為30至90日。
寄售存貨：	分銷商可要求我們提供產品的寄售存貨，存於分銷商的倉庫。分銷商須針對寄售存貨的損害、損失以及第三方負債申索進行投保，如同存貨為其自身所有一樣。分銷商向我們下達訂單後，便可將寄售產品從倉庫中取出。我們將於月末向分銷商開具發票。我們有權在經事先書面通知分銷商後，自由處置並轉移寄售存貨。
年末回扣：	分銷商有權在完成年度目標發票淨額後獲取年末回扣。
終止條款：	協議將於該協議期末終止。若屬違反本協議條款，則違約方應進行補救，否則另一方可終止該協議。

我們分銷商客戶的管理

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。我們不要求分銷商客戶達成任何銷售或擴大目標的規定或提供最低轉售價擔保。除非我們有理由認為分銷商客戶不能達成其付款義務，或倘我們未有收到該等分銷客戶的最少採購訂單，否則我們通常會與分銷商客戶續訂協議，且並不會終止與任何分銷商客戶的協議。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，向分銷商客戶支付的回扣金額分別約為155,000歐元、167,000歐元及60,000歐元。

我們一般不接受因除質素問題以外的其他問題的產品退回，透過採取該嚴格的產品退回政策，我們阻止渠道填塞的發生。

業 務

出於真誠之目的，我們一般不會在同一地區聘請多個分銷商，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相蠶食及競爭。董事亦認為，我們大型零售連鎖店客戶、電訊運營商客戶及分銷商客戶之間並無存在自相蠶食及競爭的現象。

定價政策

我們一般在參考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部產品設定的最低利潤率，設定我們每部產品的最低售價。

對於我們授予信貸期的若干客戶，我們可為其購買信貸保險。我們基於客戶的規模、聲譽、與客戶的過往業務關係以及潛在的商業機遇各方面，考慮我們信貸期的授予。於業績紀錄期內，我們一般向客戶授予30至90日的信貸期。對若干新客戶或規模較小的客戶，我們可能要求支付預付款。我們的客戶通常在截至授予彼等的信貸期前透過電匯或信用證結清款項。

銷售相關協議

除客戶B外，我們一般不會與我們的主要客戶訂立長期協議。我們客戶透過向我們下達的採購訂單確認訂單，採購訂單包含產品規格、數量、價格、支付條款、交付時間及方法等條款。

我們與客戶B訂立的框架協議的關鍵條款包括以下主要條款：

協議期限： 三年

主要條文及獨家經營權： 我們應向客戶B提供產品，以供在特定地區進行非獨家分銷、推廣及／透過其不同分銷渠道進行銷售。

業 務

- 客戶B的職責：
- 客戶B應向本集團匯報履行職責所需的全部資料。
- 客戶B應即時知會本集團其所知悉及／或很可能會對我們提供產品產生影響的所有困難及／或因素。
- 在交付訂單前，客戶B應不時知會本集團其預計訂單或存貨。
- 本集團的職責：
- 我們應根據已提供予客戶B的所有文件、指示及程序行事。
- 本集團應於協定期限內向客戶B交付協定數目產品，成本及風險概由本集團承擔。
- 我們承諾遵循進行活動所需的所有必要許可、授權、相關規格。
- 我們可向客戶B支付客戶B在有關年份所進行的產品購買總額的最低貢獻百分比，作為客戶B實行業務合作服務的回報。
- 一旦知悉可能會影響客戶B品牌形象或產品的任何事件，我們須盡快通知客戶B。
- 價格：
- 雙方已同意共同釐定產品價格。

業 務

- 知識產權： 我們將授予客戶B對在產品壽命期內以可執行版本的形式集成到產品的軟體的非專有使用權。
- 我們對客戶B獨家擁有的品牌並無任何權利，且未經客戶B事先書面同意，不得使用其品牌。
- 倘本集團未能遵守產品交付最後期限並逾期數日以上，則客戶B可在一定期限內取消訂單，且無需賠償。
- 退貨： 當我們出於主動或應主管部門要求（無論因何種原因）而將產品撤出市場時，我們將承擔全部成本。
- 處罰： 倘本集團延誤支付、交貨或出現任何形式的不合規，則客戶B可按每延誤一個工作日以有關訂單金額的一定百分比予以處罰。
- 倘本集團未能遵守產品交付最後期限並逾期數日以上，則客戶B可在一定期限內取消訂單，且無需賠償。
- 付款期限： 我們應向客戶B提供發票，而客戶B應在協商好的一定日數內以轉賬或支票付款。

業 務

終止條款： 倘我們未能履行我們於合約或訂單項下的任何義務，則客戶B有權終止相關合約或訂單，若在相關期間內未能充分補救或無法補救未履行的義務，則客戶B可就任何損失及利益提出申索。

倘我們將全部經營資本出售或轉讓予客戶B的競爭對手或由客戶B的競爭對手直接或間接控制的公司，客戶B亦可終止合約。

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，就業務合作服務向客戶B支付的金額分別約為26,350歐元、48,500歐元及18,000歐元。

產品設計及開發

我們相信，產品設計及開發能力對於通訊產品市場的成功至關重要。

於最後可行日期，我們的產品管理及設計團隊包括八名員工，由Goujard先生領導。我們亦擁有內部產品設計師，可與我們產品管理及設計團隊的其他成員就任何新產品的開發進行討論。我們的產品管理及設計團隊亦將監控我們外判給獨立第三方生產分包商的生產流程，以確保我們產品的質素將滿足我們客戶要求的規格以及相關安全規例以及行業標準。

供應商

我們採取一套標準挑選供應商。截至最後可行日期，我們備存一份獲批准供應商名單，並且我們每次啟用供應商時都將開展內部評估。我們基於我們與供應商的過往關係、產品質素、次品率、聲譽及經營規模、彼等的技術知識以及定價來挑選供應商。當我們決定啟用新供應商時，我們將僅向彼等提供我們的少量產品。我們的目標是維持與我們供應商的長期關係，以最大化提升我們在定價以及生產及存貨需求優先權方面的議價能力。

於2017年6月30日，我們已與包括生產分包商在內的供應商維持二至四年的業務關係。我們的主要供應商可能向我們授予不超過80日的信貸期。

業 務

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為20.6百萬歐元、19.3百萬歐元及7.1百萬歐元，分別約佔本公司同期採購總額的53.4%、61.5%及59.7%。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，來自五大供應商的採購額分別約為37.6百萬歐元、31.1百萬歐元及11.6百萬歐元，分別約佔各相關期間採購總額的97.4%、99.2%及97.1%。就董事所深知，於業績紀錄期內，我們的五大供應商均為獨立第三方，且截至最後可行日期，董事及彼等各自的緊密聯繫人以及持有本公司5%以上股本的任何股東於我們於業績紀錄期內任何五大供應商中概無擁有任何權益。

下列資料載列於業績紀錄期內我們的五大供應商、我們與彼等的關係年限及彼等的背景資料。

截至2015年12月31日止年度的五大供應商	概約採購額 千歐元	佔採購總額 的概約百分比 %
供應商A	20,605	53.4
供應商B	10,164	26.3
供應商C	4,241	11.0
供應商D	1,479	3.8
供應商E	1,133	2.9

截至2016年12月31日止年度的五大供應商	概約採購額 千歐元	佔採購總額 的概約百分比 %
供應商A	19,303	61.5
供應商B	6,679	21.3
供應商C	3,188	10.2
供應商F	1,288	4.1
供應商D	675	2.1

業 務

截至2017年6月30日止六個月的五大供應商	概約採購額 千歐元	佔採購總額 的概約百分比 %
供應商A	7,128	59.7
供應商B	2,699	22.6
供應商C	812	6.8
供應商F	652	5.5
供應商G	299	2.5

供應商名稱	與本集團 建立業務 關係的年份	背景資料	位置	於業績紀錄期內 向本集團 提供的主要 產品／服務	信貸期
供應商A	2013年	電訊產品的設計、製造及分銷	香港／中國	家用電話、辦公電話及 其他產品（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）	55日
供應商B	2013年	電訊、音頻、移動配件產品的 製造及貿易	香港／中國	家用電話、辦公電話及 其他產品	60至80日
供應商C	2013年	電訊產品的製造及貿易	香港	家用電話、辦公電話及 其他產品	60日
供應商D	2013年	電訊設備的製造及貿易	香港	家用電話	55日
供應商E	2015年	無線通訊產品及周邊配件的製 造、設計及開發	香港	家用電話	60日
供應商F	2015年	電訊產品的研發、製造及銷售	中國	家用電話	45日
供應商G	2015年	電訊產品的研發及製造	中國	家用電話	60日

業 務

我們的大部分供應商為在中國設有工廠的香港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質素及價格相當的其他供應商，以在我們的主要生產分包商終止與我們的業務關係時作為替換。有關我們倚賴主要供應商的風險的詳情，請參閱本文件「風險因素」一節。

既為主要供應商亦為客戶的實體

於業績紀錄期內，我們不時向同一實體提供一些產品，並將一些產品的製造與生產外判予該實體。

於業績紀錄期內，我們自供應商A錄得其他收入約41,000歐元、51,000歐元及27,000歐元，分別約佔截至2015年及2016年12月31日止年度以及截至2017年6月30日止六個月我們其他收入的15.9%、25.1%及38.4%。我們亦將產品的部分製造與生產外包予供應商A。我們來自供應商A的採購額分別約為20.6百萬歐元、19.3百萬歐元及7.1百萬歐元，分別約佔截至2015年及2016年12月31日止年度以及截至2017年6月30日止六個月採購總額的53.4%、61.5%及59.7%。

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，供應商A分別生產了約1.3百萬部、1.3百萬部及0.5百萬部我們的產品，供應商A於相應期間分別向其客戶直接銷售了約49,000部、55,000部及24,000部我們的產品。

經董事確認，供應商A就我們的部分產品向我們提供分包製造服務，並在歐洲及中國的若干地區設有銷售網絡。因此，就我們設計的若干產品而言，彼等已向本集團同意製造該等產品，並直接向彼等於中國、比利時、荷蘭及盧森堡的客戶銷售，以換取應付本集團的回扣費（如上文所披露我們將其列作其他收入）。應付回扣金額乃經參考根據許可協議條款我們有責任就銷售許可產品向許可方支付的特許權使用費加保險費而釐定。詳情請參閱本文件本節「與Alcatel Lucent訂立的許可協議」一段。

由於供應商A應定期向我們表明直接售予其客戶的我們的產品單位數量及價格，故我們應保證向本集團所報告的由供應商A所出售的產品的單位數量的準確性。供應商A亦應向我們提供系統每月生成的銷售報告，以確保報告數據的準確性。

董事認為，由於我們的產品透過供應商A直接售予其位於本集團及我們其他分銷商並不集中的地區的客戶，且我們由供應商A根據該安排銷售的產品數量極少，故供應商A的銷售活動不會對本集團其他分銷商的業務產生不利影響。

業 務

除上文所披露者外，於業績紀錄期內，概無其他實體同時為我們的主要供應商及客戶（反之亦然），且我們向彼等作出的銷售或採購金額重大，因而須作出披露。

外判及生產管理

我們認為設計能力是我們的核心，而我們向生產分包商（為我們的一類供應商）外判大量的產品生產的策略，令我們能夠專注於設計及開發，並使我們的回報最大化。

我們向我們的分包商提供生產指南及設計方案，並利用彼等的設備及人力資源，按照我們的設計及技術規格組裝我們的電訊產品。

我們通常在早期聘用分包商，以確保可以就我們產品的設計納入投標項目的成本估算以及制訂適當的生產流程，以提升效率以及令生產干擾最小化。我們亦與分包商合作，以為我們產品生產期間產生的任何實際及技術生產問題提供解決方案。我們的質量控制員工亦將在分包商的生產流程結束後到分包商生產現場隨機檢查產品，以確保並無缺陷且規格能夠達到我們的產品要求及客戶規定。詳情請參閱本文件本節「質量控制」一段。於業績紀錄期內，我們並無導致產品召回的任何重大產品缺陷。

我們亦根據包括彼等處理和生產複雜設計和規格的能力、產品交付期的效率及分包商的聲譽在內的各種因素挑選我們的生產分包商，以確保機密信息和技術知識以及競爭性定價的安全。我們將把我們的生產外判給可靠的分包商，以確保我們產品的質素。在我們聘用分包商之前，我們將確保其符合我們的企業社會責任標準，如擁有ISO證書和可持續性報告。

於業績紀錄期內，我們已聘用均屬獨立第三方的不同生產分包商。我們已與該等分包商訂立框架協議。依據該等框架協議，分包商負責根據我們的設計規格獲取原材料和部件以生產我們的產品。

業 務

下表全面概述了與分包商的框架協議的主要條文：

協議的期限或持續時間	協議通常為期兩年，每份協議可連續自動續期一年。
產品	分包商須依據雙方之間約定的規格生產產品。
價格與付款	價格在協議中固定（市場狀況發生變化的情況除外），雙方應協商並同意降低反映市場的新定價。
訂單及交付	當我們選擇自分包商購買產品時，我們將向分包商發出採購訂單。本集團沒有義務自分包商訂購任何特定或最少數量的產品。
取消	本集團有權單方面終止協議或採購訂單而無需支付費用或罰款（除已交付及接收產品外）。倘產品不符合我們的要求，則分包商可在約定期限內進行必要的調整，否則我們有權單方解除協議。
進度審查	分包商授予我們在營業時間進入分包商進行產品開發和生產的處所的權利，以及在發出合理通知後，審查產品、設計過程、生產過程、供應鏈流程、僱傭條件、安全性、道德和環境標準的權利。
產品開發	分包商應根據協議所載規格生產產品。分包商須依據設計質量方案對產品進行測試。

業 務

工具	分包商和本集團可不時達成安排，我們可據此支付生產產品的工具的全部或部分成本。
質量保證	分包商須同意遵守我們的質量管理標準及政策。我們亦將對產品樣品進行檢查，以驗證是否符合我們的規格、管制、安全性、質素和可靠性要求。
保證	分包商保證，產品符合規格，採用新部件和材料製成，沒有缺陷。
商標	分包商應將我們提供的商標或標識貼在產品上。分包商不得將帶有該商標或標識的任何產品售予任何其他第三方。
終止	若一方嚴重違反協議且未能在約定的期限內對該違約行為進行補救，另一方可以終止協議或者採購訂單。我們可透過向分包商提前發出書面通知單方面終止協議，而無需提供任何理由。

質量控制

由於董事認為優質的產品對於我們與我們的客戶保持長期合作關係及在行業內建立聲望至關重要，因此，我們採用流程控制系統和質量控制方案，從而保持我們的高質素標準。

我們的質量控制系統乃根據ISO 9001標準建立。我們將產品分銷至多個國家。我們能夠提供符合CE標準及CCC標準等各種安全及行業標準的產品。

我們在生產過程中亦對產品採用多套質量控制標準。我們的質量控制員工將前往分包商的生產現場確認是否已執行全部流程。

董事確認，於業績紀錄期內，我們並未因為我們分包商生產出任何問題產品而遭受任何重大不利後果。

業 務

存貨控制

我們的存貨主要包括成品。於2015年12月31日、2016年12月31日及2017年6月30日，我們的存貨分別約為6.6百萬歐元、7.0百萬歐元及5.9百萬歐元，佔我們於相應日期總資產的20.7%、21.0%及21.8%。本集團始終維持高水平的存貨（主要在歐洲），以便我們能夠在短期內向客戶（尤其是我們位於歐洲的主要電訊運營商及大型消費品零售連鎖店客戶）交付產品。鑒於分包商的生產及交付時間通常至少為四周，我們通常會在倉庫儲存充足的存貨，以滿足客戶（可能臨時通知我們交付產品）要求的緊湊日程。

我們的存貨管理系統使得我們能夠實時檢查我們的存貨。我們還將進行定期分析，以透過折舊和處置的方式管理任何陳舊存貨。我們還將不時對存貨進行實物存貨檢查，以確保我們的存貨達到最佳水平。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，我們就過時存貨作出的（撥回）／撥備約為(59,006)歐元、27,390歐元及(127,390)歐元。

知識產權

於最後可行日期，我們註冊了我們認為對本集團至關重要的三項註冊設計及12個商標。此外，我們已經註冊了我們認為對本集團至關重要的七個域名。有關我們知識產權的詳情載於本文件附錄四「有關我們業務的其他資料－本集團的知識產權」。

董事確認，於業績紀錄期內以及直至最後可行日期，我們並未牽涉到可能對我們的業務造成重大不利影響的任何侵犯他人知識產權的行為或他人侵犯我們的知識產權行為中，我們亦未牽涉到涉及侵犯知識產權的任何法律訴訟。

與Alcatel Lucent訂立的許可協議

以下為許可協議主要條款的概要：

期限： 2010年1月5日至2027年12月31日。

授出許可： 許可方須授予獲許可方在世界各國在由或為獲許可方生產或組裝的獲許可產品上或就其使用許可商標的專有權利。

業 務

特許權使用費： 截至2013年1月1日，獲許可方須向許可方支付特許權使用費，金額為以許可商標出售或以其他方式處置獲許可產品的淨售價的一定百分比。

無論如何，獲許可方均應向許可方支付最低年費。

質量控制： 獲許可方同意，與許可商標有關的投入市場的獲許可產品須按照許可方批准的設計、規格及標準進行生產或組裝。

彌償和保證： 獲許可方須就由獲許可方生產、組裝、宣傳、促銷、標價出售、出售或分銷獲許可產品而導致的任何及所有訴訟、申索、訟案、虧損、損害賠償、訟費、律師費及其他費用，對許可方作出彌償（基於遵守許可協議的條款及條件而使用許可商標者除外）。

許可方向獲許可方保證（其中包括），其或向許可方許可此類權利以對許可商標進行再許可持有者，是許可商標全部權利的唯一所有者，有權進行該許可商標的申請及登記。

許可商標的使用和保護： 獲許可方獲授權使用與獲許可產品有關的許可商標，包括其在獲許可產品的一般宣傳、宣傳、信箋抬頭、標誌、其他形式的宣傳中的使用（只要該使用不會損害許可方及／或許可商標的形象、名聲及聲譽即可）。

業 務

所有權和登記： 獲許可方不得質疑許可商標的所有權和有效性，並同意在世界上任何國家，每次在獲許可產品上使用或與之有關而使用許可商標時，須符合許可方的利益。

第三方侵權： 獲許可方同意只要其了解到在許可產品領域對與許可商標相同或混淆性相似的或者影響許可產品領域的商標或詞語的任何使用不利時，立即通知許可方，並同意不會就此採取任何形式的行動（獲得許可方事先明確的書面授權者除外）。

終止： 獲許可方可透過事先向許可方發出書面通知隨時終止許可協議及依據許可協議所授予的權利，屆時，獲許可方應立即停止和中止使用許可商標。

若獲許可方遭到控制權變更，許可方可透過向獲許可方發出表明此意的通知單方面終止許可協議。

控制權變更一般指(a)獲許可方的實益擁有人的任何變更（該實益擁有人將擁有獲許可方50%以上的權益）；(b)獲許可方於緊接任何兼併或合併前的既有投票權益在該兼併或合併後少於50%；(c)出售或處置獲許可方的全部或絕大部分資產；(d)獲許可方的大多數董事變更；(e)獲許可方解散或清盤；及(f)導致上述各項的任何交易。

業 務

下列事件亦會導致許可協議終止：

1. 徵收或沒收獲許可方的任何部分權益或所有重大財產；
2. 獲許可方無力償債、破產或清盤；
3. 未經許可方同意而轉讓或轉移獲許可方在許可協議項下的權利；或
4. 獲許可方嚴重違反許可協議的任何規定。

轉移和轉讓：

獲許可方未獲授權授出授權商標的分許可，但若該獲許可方附屬公司同意受許可協議所有相關條款及條件的約束，獲許可方可將商標擴至其任何附屬公司（只要該附屬公司仍屬獲許可方的附屬公司即可）。

獲許可方獲授權向其分銷商和代理授予在銷售、推廣、宣傳以及營銷獲許可產品時，在其自身材料中使用、提及及展示許可商標的非獨家以及不可轉讓的權限。

許可方可未經獲許可方同意轉移或轉讓許可協議，且許可協議符合許可方的繼任人或受讓人的利益。

業 務

收購Swissvoice品牌

於2016年11月24日，我們就獨立第三方（「賣方」）的Swissvoice品牌及其資產的收購訂立了資產購買協議。約1.3百萬歐元的代價乃經參考支付予其他電訊品牌的可較許可費及各相關已收購資產當時的市值釐定。作為該收購安排的一部分，且考慮到賣方應向我們支付的許可費，我們已同意向賣方就其將要在瑞士出售的某些產品及對香港電訊運營商回授Swissvoice品牌及／或其工業設計的使用。以額外費用為代價，我們還同意授予賣方使用某些模具和工具的權利，以便賣方能夠製造該等有關產品。我們與賣方就上述安排訂立了日期為2017年2月17日的許可協議和日期為2016年11月24日的模具及工具協議。協議主要條款概述如下：

- 期限： 2016年11月24日至2019年11月23日。
- 授出許可： 我們須授予賣方就僅將於瑞士出售的若干產品使用Swissvoice商標及工業設計的非獨家許可，以及就將向一家香港當地電訊公司獨家出售的若干產品使用工業設計的非獨家許可。
- 我們須就某些僅將於瑞士出售的產品和某些將向一家香港當地電訊公司獨家出售的產品授予賣方使用模具和工具的非獨家權利。
- 使用條件： 賣方承認與產品有關的知識產權歸屬於我們所有。
- 質量控制： 賣方同意，產品的設計和製造應始終按照符合所有適用法律法規的設計、規格和安全標準進行。

業 務

- 代價： 在許可期間，賣方須就Swissvoice商標的使用權利向我們支付由賣方出售或以其他方式處置的產品淨售價一定比例的特許權使用費（每年最低特許權使用費）。
- 以獲授權使用模具及工具為代價，賣方須就向電訊公司出售的產品，向我們支付賣方在瑞士及香港已出售或以其他方式處置的每個產品單位的費用。
- 終止： 許可協議和模具及工具協議可透過（其中包括）雙方的書面同意予以終止，抑或若賣方出現違反協議的行為或控制權發生變更，則由我們終止該等協議。
- 彌償： 賣方同意就因銷售產品而造成的任何訴訟、申索或訟案為我們進行辯護並對我們作出彌償。

於2018年及2019年各年，我們預計自賣方獲得至少10,000瑞士法郎的許可費。

我們認為，銷售Swissvoice品牌及許可商標的電訊產品能豐富我們的產品組合。董事認為，兩者間概無任何重大重疊，因為所銷售的Swissvoice品牌的產品及許可產品針對不同的市場分部：Swissvoice品牌的產品針對老年人等特殊市場，而許可產品則針對更廣泛的市場。同時，本集團計劃根據各品牌於有關領域是否具有更高的認可度銷售有關品牌的不同產品。最後，由於許可產品下將銷售的電訊產品類別僅覆蓋許可協議下部分產品範圍，我們日後應能更靈活地開發Swissvoice品牌下其他類型的電訊產品及智能家居產品，因其為我們的自有品牌。

根據Alcatel Lucent截至2015年12月31日止年度的年報，其為一家全球性電訊設備公司，主要從事兩個主要業務分部：(i)核心網絡，包括IP路由選擇、IP傳輸及IP平台；及(ii)接入，包括無線接入、固定網絡、管理服務及授權。鑒於Alcatel Lucent及本集團的業務側重點不同，董事認為Alcatel Lucent與本集團之間不會存在競爭。此外，Alcatel Lucent與本集團將不時舉行會議討論其產品的未來藍圖。本集團獲准按照許可

業 務

協議的計劃以許可商標設計及開發許可產品，直至2027年為止。此外，經董事確認，本集團正在與Alcatel Lucent協商擴大許可產品範圍的可能性。董事認為，基於上文所述，Alcatel Lucent與本集團的業務方向並不重疊，且我們的業務關係穩定友好。董事認為，我們目前側重銷售家用及辦公電話以及進軍新型老年人電訊產品及智能家居產品銷售領域的擴張計劃均不會與上述Alcatel Lucent的主要業務分部重疊。

誠如上文所披露，Swissvoice品牌的產品與許可產品今後不會出現任何重大產品重疊的情況，原因為兩者側重的市場分部及客戶群不同。Swissvoice品牌將用於開發老年人產品以及面向老年人及視覺和聽覺受損人士的智能家居產品等產品，而許可產品則將繼續按照許可協議的計劃主打大眾市場的家用及辦公電話。因此，董事認為，將予出售的Swissvoice品牌產品與許可產品之間不會存在任何競爭。董事將確保不會於同一區域以兩種品牌出售同類產品。此外，董事認為，我們以Swissvoice品牌銷售產品不會影響我們與Alcatel Lucent之間的關係，原因為將予出售的兩種品牌的產品大相徑庭，且如上文所披露者，我們將確保不會於同一地域出售兩種品牌的任何相同產品。另外，經董事確認，Alcatel Lucent知悉我們已收購Swissvoice品牌，且正在開發Swissvoice品牌的其他電訊產品（許可協議並無禁止有關行為）。我們會定期與Alcatel Lucent進行會談，討論許可產品銷售的業務方向。董事認為，Alcatel Lucent與本集團相互依賴，原因為我們依賴其Alcatel品牌銷售許可產品，而Alcatel Lucent則可利用我們與主要零售連鎖店客戶及電訊運營商的關係以及我們的技術專長及經驗開發及銷售產品。基於上述因素，董事認為，我們以Swissvoice品牌銷售產品不會影響我們與Alcatel Lucent之間的關係。

牌照及許可證

根據我們中國法律顧問、瑞士法律顧問、法國法律顧問、西班牙法律顧問、墨西哥法律顧問及香港法律顧問的意見，我們已分別自有關政府當局獲取在中國、瑞士、法國、西班牙、墨西哥和香港經營業務所需的所有重要牌照、批准及許可證。

業 務

競爭

董事認為，歐洲家用及商用電話市場高度集中，由少數大品牌佔據主導地位。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。就銷售值而言，根據弗若斯特沙利文報告，2016年，歐洲前五大家用電話品牌約佔總市場份額的61.1%，而歐洲五大商用電話品牌約佔總市場份額的52.0%。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%，但在商用電話分部，估計市場份額僅為0.3%。總體而言，2016年，Alcatel品牌在歐洲家用及商用電話市場的市場份額約為2.0%。

根據弗若斯特沙利文報告，進入歐洲電訊設備市場的障礙包括客戶和電訊運營商對可靠和成熟品牌的偏好、生產符合各種地區和國際標準及法規的通訊設備的能力和與包括製造商和客戶在內的不同利益相關者的良好業務關係。董事認為，我們比競爭對手有競爭優勢，因為我們擁有具備強勁表現良好業績記錄的知名品牌，我們在歐洲和拉丁美洲主要的終端市場擁有廣泛的銷售和分銷渠道，我們在家用電話及商用電話開發方面擁有先進的技術專長，而且我們有效地進行資源管理，以最大限度地減少營運成本和最大限度地增加收入。

根據弗若斯特沙利文報告，我們的競爭優勢包括以下方面：

知名特許品牌

本集團已獲得許可商標的使用許可，以開發及銷售固定電話。利用許可商標在全球電訊設備市場上的強勁表現及良好業績紀錄，本集團還透過在多個地區供應電話展現在全球不同主要市場的廣大營運規模。於業績紀錄期內，本集團向許可方支付的許可費分別約為0.4百萬歐元、0.4百萬歐元及0.2百萬歐元。此外，本集團擬透過提供Swissvoice品牌下的產品和解決方案擴展業務。

廣泛的銷售和分銷渠道

本集團一直以來向全球不同地區和國家（尤其是歐洲）的各類零售商、電訊運營商、電訊批發商和進口商供應許可商標家用及商用電話。此外，本集團擁有廣大的營運規模，於主要終端市場（包括歐洲和拉丁美洲在內）駐有員工及銷售代理，從而使本集團得以與潛在客戶建立緊密聯繫，並更好地了解不同市場的需求和要求。本集團計劃於日後尤其加大法國及其他歐洲地區的銷售及市場推廣力度，並進一步擴大全球市場的客戶群，以鞏固在成熟市場的地位。

業 務

先進技術及新產品開發

本集團憑藉先進技術的優勢，擬運用超低能耗（「ULE」）數位增強型無線電訊（「DECT」）技術（相比其他共享類似波段的技術，ULE DECT覆蓋新的波譜範圍）開發智能家居解決方案。此外，ULE比現有技術（如Z軸向波、紫蜂、無線局域網和藍牙）的應用範圍更廣。因此，運用該類技術支持本集團擴展市場中的智能家居產品。另一方面，鑒於我們計劃在產品開發及推出上述將在Swissvoice品牌下開發新產品類別的戰略計劃方面投入更多資源，本集團旨在將客戶群擴展至醫療及酒店領域，即擴展至可能對環境輔助生活（「AAL」）產品及其他IP產品感興趣或有需求的醫院及酒店等客戶。

僱員

員工數目

於最後可行日期，我們的員工總人數為50名。下表顯示於最後可行日期我們按職能及地理位置劃分的員工明細：

按地理位置劃分

	員工數目				合計
	香港	法國	西班牙	墨西哥	
管理	4	1	0	1	6
產品管理及設計	7	1	0	0	8
銷售及市場推廣	4	13	3	0	20
物流與銷售管理	4	2	0	0	6
質量／售後	1	1	0	0	2
財務／人力資源／行政	4	4	0	0	8
合計	<u>24</u>	<u>22</u>	<u>3</u>	<u>1</u>	<u>50</u>

員工關係

我們認可與僱員關係的重要性。董事確認，除本文件本節「法律訴訟」一段中所披露的內容外，我們並未經歷與僱員的任何重大問題，或由於業績紀錄期內的勞工糾紛而引起的經營中斷。我們認為，我們與僱員之間保持著健康關係歸因於我們在年度審核及條文允許範圍內致力為其建立良好工作環境以及為其提供美好職業前景及其他福利的能力。

培訓及招聘

我們與僱員訂立標準僱傭合同。我們採用了標準手冊，其中載有員工福利和職業道德。我們為員工提供技術知識以及安全方面的常規培訓。

業 務

員工福利

香港

我們已加入香港法例第485章《強制性公積金計劃條例》所規定的強制性公積金。於最後可行日期，本集團已依照前述法律繳納所有必要供款。本集團已遵守香港法例第282章《僱員補償條例》第40條為我們員工購買醫療及健康保險，為彼等提供住院、外科、牙科及門診福利。

法國

根據於2015年12月21日頒佈並自2016年1月1日起適用的2015-1702號法例第34條，本集團已為全體僱員繳納補充醫療保險，為彼等提供住院、外科、牙科及門診福利。

本集團已與法國獲授權保險公司Gresham（前稱Legal and General）簽署保單，且於最後可行日期，本集團已依照前述法律繳納所有必要供款。

保單符合本集團為全體僱員繳納最低保障的補充集體醫療保險的法律義務，公司繳納的金額超過50%。

此外，各僱員均由職業健康醫生提供強制性定期體檢。

西班牙

西班牙的公共醫療體系保障全民覆蓋，且病人除支付一定比例的醫藥費外，無需其他預付開支。然而，本集團已為並無進行個人投保的所有僱員繳納補充醫療保險，為彼等提供住院、外科、牙科及門診等部分私人保健福利。

業 務

證書及獎項

下表載列我們於業績紀錄期內及直至最後可行日期榮獲的主要獎項及證書。

獎項／證書	頒發機構	授出日期	屆滿日期	持有人
ICT領導力指數ICT設備製造及組裝領域企業社會責任實踐最佳表現獎	全球電子可持續發展倡議組織 (中小型企業)	2017年6月	2018年6月	ATL Holdings
AMEA地區可持續發展領導力區域獎得分最高的公司	EcoVadis	2017年5月	2018年5月	ATL Holdings
EcoVadis企業社會責任評級黃金認證等級	EcoVadis	2017年9月	2018年9月	ATL Holdings

職業健康與安全

由於我們在歐洲、拉丁美洲及亞洲市場營運，故須遵守該等地區的有關健康與安全法規。本集團定期審核我們對有關職業健康與安全法規的遵守情況，以確保我們的設施配備完全符合所有適用法律法規的要求，可保障僱員安全。

我們已建立標準職業健康與安全程序，如應急機制，並配合其他機構以確保我們僱員在緊急情況下的安全。董事確認，於業績紀錄期內，我們並未經歷任何對我們財務狀況及經營業績個別或整體產生重大影響的事故或者個人損失或財產損失申索。董事確認，我們已遵守經營所在有關司法管轄區的所有適用職業健康與安全法律法規。

業 務

環境保護

由於我們已僱傭第三方生產分包商從事我們產品的生產，而我們的日常經營不涉及製造，因此，我們的業務經營一般不產生任何有害污染物。然而，我們仍須遵守經營所在司法管轄區的有關環境法規。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，我們在遵守有關環境法規方面產生成本約20,000歐元、20,000歐元及10,000歐元。展望未來，我們預計在遵守相關環境法規方面每年產生約20,000歐元的成本。

本集團定期審核我們對有關環境法規的遵守情況，以確保我們的設施配備完全符合所有適用法律法規的要求。我們亦每年審核自身品質控制系統及綜合管理系統以確保其符合ISO 9001、ISO 14001及OHSAS 18001標準。

董事確認，於業績紀錄期內，並無對任何適用環境法律法規的重大違反。董事確認，我們已遵守經營所在有關司法管轄區的所有適用環境法律法規。

保險

就我們的業務而言，我們的投保範圍通常包括財產保險、小型辦公室保險、商業通用責任險、公眾及產品責任險以及信用保險。

我們認為我們的保單保障充分，符合我們經營所在司法管轄區的行業標準。董事確認，於業績紀錄期內及直至最後可行日期，我們未收到任何有關自身經營的重大第三方責任申索。

物業

下文載列我們於香港、中國、墨西哥、西班牙及法國的物業權益概要。董事確認，於業績紀錄期內及直至最後可行日期，我們概未持有任何物業。

物業	物業用途	月租	租期
香港 新界 沙田 耀安街3號 匯達大廈 22樓2203至2210室	辦公室	112,875港元	2016年6月17日至 2018年6月16日

業 務

物業	物業用途	月租	租期
147, Avenue Paul Doumer (92500), Rueil-Malmaisonn, France	辦公室	5,530歐元	2015年12月1日至 2024年11月30日
Calle Caléndula, 93 Miniparc III-Edificio E, 28109 Alcobendas, Spain	辦公室	1,684歐元	2010年4月1日及 每年進行重續
中國 深圳市 福田區 深南中路2018號 興華大廈東座 10樓1060室	辦公室	人民幣500元	2017年6月25日至 2018年6月24日
Montecito 38 Piso, 15 Ofna 31 WTC CD Mexico Napoles Mexico, Benito Juarez, Mexico	辦公室	25,630 墨西哥比索	無限期。租約各方 可提前發出兩個 月通知予以終止

根據《創業板上市規則》第8.01A及8.01B條，董事確認，於最後可行日期，我們所持有或租賃的任何物業賬面值均不足我們綜合總資產的15%或以上，因此我們不在《創業板上市規則》第八章所要求之列，無須對我們的物業權益進行估值或於本文件中列載任何上述物業權益的估值報告。因此，根據香港法例第32L章《公司（豁免公司及招股章程遵從條文）公告》第6(2)條，本文件豁免遵從《公司條例》第342(1)條要求就本集團土地或樓宇的一切權益出示估值報告的規定。

法律訴訟

不時以及於日常業務過程中，本集團曾經或於未來或會偶爾牽涉與我們開展業務相關的法律訴訟或糾紛。

於最後可行日期，我們於日常業務過程中與法國一家電腦設備供應商（「**申索人**」）發生一宗合約糾紛（「**法律糾紛**」）。有關背景資料為：於2010年3月18日，Atlinks Group與申索人訂立了一份電腦租賃協議（「**租賃協議**」）。租賃協議載明申索人須向

業 務

Atlinks Group提供電腦設備，月租不超過4,735歐元，租期自2010年7月1日至2014年6月30日共48個月。

於2010年7月12日，另一方代替申索人成為租賃協議的出租人（「出租人」）。由於我們的內部重組，Atlinks Group於2013年9月25日解散。然而，租賃協議並無作出修訂，但ATL Europe仍繼續以直接扣款的方式向出租人支付租金。隨後，因租期屆滿，ATL Europe自2014年7月起終止直接扣款授權。

於2016年11月10日，申索人就根據租賃協議應由ATL Europe應付的欠付款項136,368歐元向ATL Europe提起訴訟，聲稱租賃協議將於2014年7月後自動重續，故ATL Europe應負責支付欠付的租金。於2017年2月13日，本集團就申索人的財務欺詐及出租人的不誠實協議對本集團造成的經濟損失向彼等提起訴訟。

於最後可行日期，法律糾紛仍待法國法院審理。據法國法律顧問告知，最高金額預計將為136,368歐元。

於最後可行日期，我們亦牽涉一宗僱員解僱糾紛案件。有關背景資料為：由於ATL Europe於2010年進行若干公司重組，若干僱員由其前僱主（「前僱主」）調往ATL Europe。除由於公司重組而自前僱主調動僱員外，本集團與前僱主並無任何其他關係。於2010年，ATL Europe於有關公司重組後解僱了七名僱員，該等僱員就補充賠償金向ATL Europe及前僱主提起申索，就此，法國法院責令前僱主及ATL Europe承擔補充賠償金額。

於最後可行日期，所有補充賠償金均已支付予該等僱員。然而，前僱主正在請求並與ATL Europe協商由ATL Europe承擔部分僅由前僱主支付予僱員的金額151,835歐元。據法國法律顧問告知，由於法國法院對ATL Europe及前僱主應承擔的補充賠償金額並無明確細分，故前僱主與ATL Europe需釐定各方應承擔的金額。然而，ATL Europe向前僱主補償的最高金額應為151,835歐元。

董事已就上述兩宗案件作出金額為288,203歐元的撥備。

除上文所披露者外，基於我們所能得到的資料，於業績紀錄期內及直至最後可行日期，我們並非任何重大訴訟、仲裁或申索的其中一方，且董事並不知悉任何懸而未決的或受到威脅的重大訴訟、仲裁或申索。

業 務

監管合規

於業績紀錄期內，我們已於所有重大方面遵守適用法律法規。

持續合規

董事會有責任確保我們保持有效的內部控制系統以隨時保護股東投資及自身資產。為阻止未來的不合規並加強我們的企業管理，我們已採取或計劃採取以下措施：

1. 我們目前正在制定各種內部批准政策及程序，以確保我們符合《創業板上市規則》及有關法律法規要求；
2. 我們的財務總監何女士將監督會計及財務事宜方面的財務報告及內部控制程序，以確保遵守《創業板上市規則》及所有有關法律法規；
3. 我們將聘請並繼續委任外部專業顧問，包括審計師、法律顧問及其他顧問，以便於[編纂]之後不時為遵守適用於本集團的法定要求提供專業意見；
4. 此外，為進一步加強董事在有關法律法規及《創業板上市規則》方面的知識，董事參加了由我們的香港法律顧問於2017年8月提供的培訓；
5. [編纂]之後，我們亦計劃聘請法律顧問以不時為董事在必要時提供關於適用於本集團的各種合規事宜（包括《創業板上市規則》及相關法律法規）最新發展的培訓；
6. 我們已委任力高企業融資有限公司為[編纂]後合規顧問，就有關《創業板上市規則》之事宜為董事及管理團隊提供意見；及
7. 我們已成立風險管理委員會，以監控面臨國際制裁法律風險並審查內部控制系統。

外匯風險控制

我們的收入主要以歐元計值。然而，我們的大部分採購以美元結算。因此，我們主要面臨與美元相關的外匯風險。

業 務

我們已採取對沖政策管理與美元相關的外匯風險。由於我們的業務性質，我們的目標為將外匯風險控制在可接受水平，為此，我們將僅考慮對沖經營流量，在並無相關經營流量的情況下，將不會考慮對沖。我們的外匯風險管理程序涉及以下方面：

1. 獲授權的唯一工具為遠期合約或透過購買期權或現貨購買進行對沖。我們將基於銀行信貸限額考慮使用何種對沖工具。
2. 對沖交易將由ATL Europe財務經理根據預先批准的預算率進行。我們於ATL Europe的財務經理不時接受有關遠期及期權交易合約管理的培訓，並自2013年起負責進行本集團的對沖交易。
3. 我們的目標為透過結合遠期合約、期權或現貨購買，以滾動方式對沖美元付款。
4. 我們將定期審查財政年度內各季度的對沖交易。我們的財務總監何女士將預先批准各對沖交易，並將由行政總裁Goujard先生作最終批准。

我們通常根據美元的月度滾動預測進行對沖交易，而我們的財務經理將負責擬備相關月度預測報告以釐定各對沖交易的規模及時間。由於各對沖交易將由我們的財務總監何女士及我們的行政總裁Goujard先生根據財務經理擬備的報告批准，我們認為，我們能透過該等多級審批程序有效監測及控制相關對沖交易。我們相信，透過每月定期對美元匯率預測的監控及計及將以美元結算的採購金額，財務經理可有效地評估我們的對沖覆蓋率，並監測及控制有關外匯風險。

Goujard先生在電訊產品行業擁有豐富經驗，並負責本集團的重大決策制定及整體戰略規劃（包括外匯風險管理）。我們的財務總監何女士為合資格專業會計師。董事認為，透過採用上述程序，我們能夠妥善管理外匯風險，將之控制在可接受水平。

目前，我們主要面臨與美元相關的外匯風險。董事將定期監測外匯風險，倘彼等發現我們所面臨的與其他貨幣相關的外匯風險增加，則我們將就其他貨幣採取有關風險管理措施，以確保我們的風險保持在可接受水平。