

## 概覽

本集團為越南具領導地位的速克達及國民車機車製造商之一，董事相信，本集團的銷量目前位列主要外資機車製造商的第三位。本集團亦生產機車引擎及零件用作其本身機車並銷售，其出售及檢修模具，以製作壓鑄及鍛造金屬零件。本集團的製造及組裝業務主要在兩家廠房進行，廠房地址鄰近越南最大的兩個城市胡志明市及河內市。本集團的經銷網絡包括約230個特約SYM專門店，遍佈城市和鄉郊地區，使集團的機車得以在越南全國各地營銷。二零零七年上半年，本集團每月平均售出17,661部機車。本集團的機車以SYM及SANDA品牌名稱零售。本集團的主要業務經由VMEP經營。

本集團於一九九二年在越南開展業務後，不久即設立越南首個機車製造廠房。於二零零一年，本集團已購入所需設備、技術及專業知識，擁有由製造零件及引擎至最終組裝的能力，開始大量生產機車。自此，本集團在越南的速克達及國民車市場展現競爭力。於二零零三年，本集團開始透過三陽出口機車及零件，主要出售其產品至馬來西亞、菲律賓、新加坡以及歐洲多個國家。

截至二零零四年、二零零五年及二零零六年十二月三十一日止年度及截至二零零七年六月三十日止六個月，本集團的收入分別為261.0百萬美元、183.8百萬美元、184.3百萬美元及115.0百萬美元。同期，本集團的淨利潤分別為43.0百萬美元、16.5百萬美元、23.3百萬美元及14.0百萬美元。本集團大部分收入來自產銷機車。截至二零零四年、二零零五年及二零零六年十二月三十一日止年度及截至二零零七年六月三十日止六個月，機車引擎及零件的對第三方銷售額分別佔本集團收入約6.0%、14.0%、12.0%及10.2%。

## 競爭優勢

董事相信，本集團具備以下主要優勢：

- **本集團專為越南市場設計及生產機車**

由於本集團的主要重點是在越南機車市場，因此，本集團的機車專為越南機車市場而設計及生產。董事相信，本集團對本地的專注，加上在越南的悠久歷史並在本地設廠，有助本集團適時生產及營銷契合本地市場所需的產品。

為使本集團透徹瞭解本地需要及趨勢，本集團設立本地營運基地，包括越南的研究及設計部門，加強本集團對客戶及市場改變的應變能力。本集團在本地設廠並專注本地，

可改善本集團在策劃與籌備營銷活動的能力，令營銷活動對本地消費者奏效，確保本集團因應生產後的意見迅速革新及策劃設計改良以提高品質，並透過減低製成品的勞工及運輸成本，提高盈利能力。

本集團的本地營運基地亦有助提高越南消費者對本集團的認知。本集團定期參與本地慈善工作，董事相信藉此可讓本集團在本地社區深入人心，並提高集團在消費者中的聲譽。

- **本集團廣泛的產品組合及雙品牌策略，使本集團在參與機車市場不同層面的增長上佔據地位**

本集團多個速克達及國民車車款針對截然不同的越南本地市場板塊，使本集團受惠。例如，Attila系列主要向都市女性消費者營銷，而Excel以男性消費者為對象。本集團的產品涵蓋面廣闊，讓集團在機車市場不同增長部分中受惠，有助本集團在應付任何分部可能出現的不利發展時更具彈性。由於董事預期，越南的收入水平日益提高，速克達市場將出現顯著擴張，國民車市場因而縮減，所以本集團在策略上專注高端速克達。然而，國民車市場仍然龐大，而本集團的國民車車款有助確保本集團不會過份依賴單一市場板塊的增長。

此外，董事相信，本集團的雙品牌策略，即以SYM及SANDA品牌名稱營銷產品，可提高集團在消費市場的滲透率。SYM速克達為高端產品，採取多件特殊設計零件，作為別具一格以及科技與時尚兼備的產品營銷。SANDA產品則以收入較低的消費者為對象，定位為實用及多功能運輸工具。透過SANDA品牌，董事相信，本集團能夠在不損害SYM品牌高端形象的情況下，更有效針對較低收入階層。

- **本集團透過廣泛及忠誠的經銷店網絡進軍龐大市場**

本集團受惠於遍及越南約230特約SYM專門店這個廣泛的經銷店網絡。本集團審慎擴充經銷店網絡，在多個情況下建立董事認為的緊密而長遠的關係。多年來，本集團樂意向經銷商提供支援，協助彼等制訂、融資及執行擴充計劃。本集團網絡中的經銷商接受有關本集團產品的培訓及按銷售量計算的獎勵金額，董事相信，這些均較本集團的主要對手卓越。董事相信，本集團的廣泛經銷網絡以及本集團經銷商的高忠誠度，為本集團在速克達及國民車市場坐擁競爭力的要素。有關本集團經銷網絡的其他詳情見下文「一銷售與營銷」。

- **本集團受惠於強大的供應商網絡**

本集團一直努力發展包含本地及海外供應商的強大供應商網絡。為提高供應的可靠程度，創造更具一體化的供應商網絡及鞏固成本競爭力，本集團協助多個越南的主要供應商改善生產營運。本集團亦致力與海外供應商建立緊密關係，並鼓勵以台灣為基地的供應商在越南開展業務，落實培植較低成本可靠供應商。董事認為，本集團與多個供應商，特別是越南供應商或遷往越南的供應商，均已建立使本集團受惠的策略關係，供應商的利益與本集團的利益緊密掛鉤。董事相信，本集團已成功發展的供應商網絡，將繼續成為本集團締造佳績的重要因素。

- **本集團受惠於SYM品牌及Attila車種名稱的良好聲譽**

董事相信，「SYM」已成為越南速克達及國民車市場上最深入民心的品牌之一，Attila車種名稱在消費者心目中已塑造出風格獨特、品質優良及穩健可靠的形象。董事相信，SYM品牌及Attila車種知名度的優勢有助本集團機車促銷，並達可觀的市場佔有率。

SYM品牌的優勢，部分基於SYM機車美觀，尤其是Attila系列的速克達；本集團過去兩年一直致力改善集團產品質量；機車物有所值的建議；以及向消費者提供完備的保用及售後服務，董事相信，該等優勢使本集團躋身越南速克達及國民車市場上最優秀的製造商之一。

董事相信，Attila車種名稱受惠於良好聲譽及消費者顯著的忠誠度，尤其是都市女性。本集團多年來向女性消費者營銷Attila系列，在設計不同型號時，均沿用該車種名稱，目標在針對相同市場的分部。董事相信，在推出以都市女性消費者為對象的車種中，Attila名稱為成功要素。

- **本集團擁有資深並在越南具備廣泛經驗的管理團隊**

本集團的管理團隊於機車業上擁有廣泛管理及營運經驗，部分擁有逾20年經驗。本集團高級管理層的各名成員以越南為基地，平均在越南本地市場擁有近八年經驗。董事確認，有關的專業知識及經驗對本集團的持續增長及發展攸關重要。董事認為，管理層長期駐留本地，有助經理發展長久的客戶關係；以更有效的方式管理本集團的本地供應鏈，與政府維持良好關係及籌劃深得本地消費者熱衷響應的廣告與公關活動。

## 策略

作為具領導地位的越南機車製造商，本集團擬鞏固其地位，與此同時透過改善盈利能力，專注取得持續增長並創造長期股東價值。

為達成這些目標，本集團計劃進行以下的主要業務策略：

- **本集團增加於研發能力的投資**

本集團擬提高強大的研發能力，以獨立開發其產品款式。就此，本集團擬擴充研發團隊，興建全方位服務的研發中心，其中包括駕駛測試環道及排放測試設備。

除本集團現時進行的現有研發活動外，董事預期新中心能夠進行大規模市場研究及先進技術項目，例如設計整部機車及開發基本引擎相關技術。董事預計，新研發中心由於規模較大，故革新得更頻密，確保本集團作出更多車種變化及產品改良並縮短開發新車種的時間表。新落成的研發中心透過測試越南或其他東盟自由貿易區供應商所生產的零件，將協助本集團更快轉移至成本更低的供應商。

- **加快採用成本較低而可靠的供應商**

為加強本集團的成本競爭力，縮短取得零件供應的前置時間，本集團擬繼續致力在越南及東盟自由貿易區的其他國家物色有能力滿足本集團品質標準的低成本供應商。二零零四年，用於製造本集團產品的零件及原材料，按價值計算平均約**53.0%**在國內採購。至二零零七年六月三十日，該數字已增至**60.0%**。轉移至成本更低的供應商的過程，一般來說按個別機車車種而定，初期投產後一般逐步增加採用來自本地及東盟自由貿易區的物料。

本集團擬繼續致力促使本集團供應鏈的進一步本地化。董事發現，在越南購買零件及原材料通常是更具成本效益的選擇。倘若並無適合的本地供應商，本集團計劃在東盟自由貿易區內物色海外供應商。以往，本集團曾向台灣供應商持續發出訂單，以支持其新業務，從而成功鼓勵他們到越南設廠。本集團擬繼續鼓勵其主要海外供應商在越南開展業務，亦擬繼續協助其主要本地供應商鞏固生產業務。透過在越南建立供應鏈，董事相信本集團將繼續使供應商更可靠，形成一個利益與本集團緊密掛鉤的一體化網絡，從而加強本集團的成本競爭力。

- 憑藉新車種推陳出新，鞏固本集團在越南速克達市場的強大地位，以擴闊產品款式，使本集團佔據新增目標市場

董事相信，未來的越南機車市場全賴速克達。隨著道路改善、可支配收入提高，董事相信，越南的交通發展將與其他地域社會所見的模式一致，例如在台灣，速克達正取代國民車，而國民車早已取代單車。為掌握此項趨勢，本集團擬長期致力專注整合及鞏固其越南速克達市場的地位。

董事相信，本集團目前佔據越南本地速克達市場的強大地位，大部分歸功於Attila，該車款為具有市場領導地位的速克達系列，尤其深受都市女性駕駛者歡迎。本集團近期推出Attila Elizabeth（原始Attila車種的另一個衍生型號），以女性市場的其中一個分部為對象，專為迎合介乎25至45歲的女性。本集團計劃透過推出新款速克達車輪較大、車體風格近似較男性化的國民車，藉此提高對男性消費者的速克達銷售額。倘若男性消費者對該車種反應，如女性消費者對Attila系列反應一樣良好，本集團將採取相若的市場板塊策略，重演向女性消費者市場推銷的方法，借助推銷Attila系列的經驗，在原始車種的基礎上作出變化，推出瞄準男性市場內日趨專業化的個別板塊的產品。

- 透過專注品質並維持價格競爭力，重奪國民車市場的市場佔有率

董事擬使用本集團的國民車車種，擴闊本集團的客戶基礎，並提高本集團的盈利能力。就此，本集團計劃不斷透過穩定產品品質及提高消費者信心，逐漸重奪在往績記錄期間失去的市場佔有率。本集團擬運用其本地研發專業知識、以及特許及專利技術，設計及製造更優質的國民車，壓倒競爭對手的同類價格產品。本集團的SYM國民車將繼續與主要日本競爭對手的產品競爭，並向高端消費者營銷，而SANDA國民車將與本地製造商生產的低價產品競爭。在開發新國民車車種時，本集團擬注重外觀、提高駕駛便利、低噪音水平、強化燃料效益及高耐用度。

本集團管理層主要透過：從本集團銷售網絡搜集而得的非正式的回饋意見、與政府當局交流行業發展形勢、直接觀察消費者行為和消費者品味、參加貿易展覽會以展示新產品等途徑，掌握越南國民車市場的動態。本集團已於二零零七年上半年推出兩個新國民車車種，並計劃在二零零七年年底推出另外一個新車種。本集團亦計劃於二零零八年推出其他車種。由於在該地域眾多國家中，國民車市場均強大，本集團預期，新SYM國民車亦將在其他東盟地區銷售。

透過薄利多銷的方式，董事預期本集團的國民車將繼續為本集團重要的營運部分。此外，透過增加本集團的國民車生產，董事預期可透過更大的規模效益提高本集團的盈利能力。

- 繼續加強SYM品牌的形象

本集團已制定三個主要方案，以加強SYM品牌的入時形象。該等方案包括：

- (i) **翻新現有的SYM專門店。**本集團擬繼續資助全面翻新現有的特約SYM專門店，優先處理銷售量強勁的專門店。現代化設施不單吸引吸引新客戶，更可配合本集團更廣泛的企業品牌活動，使本集團的企業標誌在所有已翻新的店鋪清晰可見。
- (ii) **興建SYM旗艦店及大型SYM陳列室。**於二零零六年十一月，本集團連同一名主要經銷商完成興建首個旗艦店，該旗艦店為大型陳列室，樓高兩層，配置入時的室內設計及可供新推出車種展出的台階。本集團大部分產品款式可在旗艦店陳列。首個旗艦店在胡志明市開設，由本集團的經銷商擁有。於二零零七年十月，本集團於越南南部的一個城市芹苴市開設第二家旗艦店。董事擬延伸旗艦店概念至其他越南城市，並預期各個新旗艦店將會吸引奪目，而資深銷售人員將駐留旗艦店，放置適合相應市場的廣泛產品款式。

本集團亦擬資助經銷商SYM陳列室的擴充。新設的大型特約SYM專門店，店舖正門較現有大部分陳列室（一般最少長12米）寬敞，將有助改善產品佈置及裝飾。

- (iii) **開展重要的營銷活動，參與其他可提高知名度的活動。**為進一步提高SYM品牌名稱的知名度，本集團擬開展重要的營銷活動，包括電視、電台及廣告牌的宣傳。新車種推出時，將會加強這等活動。董事亦擬繼續減少傳統的營銷方法，以進一步推廣SYM名稱及本集團的產品，例如，本集團在二零零六年贊助Attila系列時裝展，以及在二零零七年贊助演唱會，以配合Attila Elizabeth的推出。

此外，董事擬繼續進行本集團的慈善工作，一方面本著造福人群的精神，另一方面，亦可提高本集團的知名度，改善本集團的形象。本集團希望在越南興建100條橋的目標，已近完成一半；本集團正考慮贊助各類社會計劃，例如教育發展等。

有關參加本集團市場推廣計劃零售店數目及本集團對該計劃的財政預算，請參閱「所得款項用途－未來計劃」一節。

- **擴展本集團在越南的分銷網絡，並在其他東盟國家發展網絡**

本集團計劃通過以下途徑，增加本集團經銷商網絡內的特約SYM專門店數目，首先，與新舊經銷商合作開設經銷店，由經銷商經營；其次，自行開設新店，選址多為優質地點，同時作為地區銷售管理中心，負責增加區內經銷商數目，並負責管理經銷商，擔當經銷商與本集團接洽的聯絡點；第三，協力資助規模細小或起步階段的經銷店，鼓勵經銷商在指定銷售地區內自發開設新店鋪，繼續以寬鬆態度批核經銷商在新銷售地區內進一步開設特約SYM專門店，並提供具競爭力的銷售獎金。有關本集團擴充國內分銷網絡的計劃詳情，請參閱「所得款項用途－未來計劃」一節。

憑藉該地域其他國家的龐大市場潛力，董事預期在其他東盟國家發展銷售網絡，首先會專注柬埔寨及寮國。在一個或多個所述國家開設銷售辦公室，並在更瞭解這些當地市場後，本集團預期可利用在越南的經驗，開發該地域的當地銷售網絡，藉以出售機車。

## 歷史及發展

### 企業歷史與發展

於一九九二年，黃氏家族成立VMEP，以掌握越南機車業的商機，本集團的業務因而創立。VMEP於一九九二年三月從Vietnam State Committee for Corporation and Investment取得投資牌照。

於一九九三年三月，VMEP在越南同奈省設立首個廠房，以從事機車製造。VMEP於一九九三年在河西設立第二個生產廠房。

於二零零零年，黃氏家族向三陽轉讓VMEP的全部股本權益。作為台灣上市公司，三陽擁有在越南從事投資所必要的公司權力與授權。

於二零零二年，VCFP及CQS成立以分別製造機車引擎、模具及治具，以供應VMEP。VMEP分別持有VCFP及CQS的100%及70%權益。本公司在越南註冊成立的附屬公司的所有註冊資本均已繳足。

## 業 務

二零零二年，本集團為降低採購成本，縮短若干生產所需零件的交貨時間，遂鼓勵三申（其台灣供應商之一）往越南設廠。三申於二零零二年九月五日成立VTBM。鑒於VTBM為其主要供應商，以及為鞏固本集團與VTBM的關係，於二零零三年四月，VMEP以現金310,000美元，向三申購入VTBM的31%股權，該代價參照VTBM當時的營運規模和資產淨值，經公平磋商後釐定。三申由慶達（三陽持有88.16%的附屬公司）持有50%，程氏家族及程氏家族公司持有其餘50%。由於慶達有權委任總經理，因此三申被當作三陽附屬公司處理，根據相關的台灣公認會計原則，其業績也在三陽的賬目內綜合計算。儘管如此，三陽對三申董事會或股東大會均沒有多數控制權或否決權。因此，三陽不能單方面指示或促使將三申持有VTBM餘下的69%股權注入本集團。由於三陽對三申股東或董事會都沒有控制權，縱使三陽將其50%三申股權注入本集團，本集團也不會取得三申（以至VTBM）的多數控制權。因此，三申持有VTBM的69%股權及三陽持有三申的50%股權都沒有列入本集團。本集團目前無意收購VTBM餘下股權，而據董事所知，三陽目前也無意將其間接持有的VTBM股權轉讓予本集團。

於二零零五年六月，三陽成立本公司，作為本集團的新控股公司。於二零零五年十一月一日，57,560,000股每股面值1.00美元的本公司股份已配發予三陽。於二零零五年十一月七日，三陽轉讓其在VMEP的全部股本權益予本公司，代價為本公司按VMEP於二零零五年九月三十日的賬面淨值，向三陽全資附屬公司SYI發行新股。本公司並無支付現金代價。

據本公司台灣法律顧問建業法律事務所指出，除在中國外，一家公司在任何國家進行投資，不須事先取得台灣經濟部投資審議委員會（「投審會」）批准，且可於作出投資後向投審會報告備案。儘管三陽在二零零四年投資於VMEP及二零零五年投資於本公司時，並無尋求投審會批准，或向投審會申報，但建業法律事務所告知，三陽對VMEP及本公司進行投資時沒有遵從該等申報規定，對上述投資的效力沒有任何影響，也不會因此遭到任何懲處或罰款或產生任何其他法律責任。

於二零零六年五月，美林的間接全資附屬公司Indopark向SYI收購本公司10%股權。Indopark收購有關股權的進一步詳情載於「有關Indopark的資料」一段。

於二零零五年六月，VMEP曾取得投資牌照製造3.5公噸輕型貨車、六至九人座位多用途車以及相關零件及引擎，而本集團已在越南成立SMV，藉此進行此業務。然而，董事會認定，從本集團利益考慮，現階段應繼續專注製造機車及相關零件及引擎，不宜分撥資源製造輕型貨車及多用途車。因此，於二零零七年八月三日，本集團轉讓SMV（連同進行輕型貨車及多用途車業務的投資牌照）予SYI，現金代價為5百萬美元。SYI亦向本集團授出收購SMV或輕型貨車多用

途車製造業務的優先權，只要SYI仍為本公司的控股股東，則可決定出售SMV或有關業務。董事預期，本集團決定是否行使該項權利時，將考慮多項因素，包括SMV或該項業務的業務表現、經營業績、財務狀況和前景、本集團財務狀況以及SMV或該項業務可為本集團締造的協同效益與增長潛力。若本集團決定行使該項權利，SYI與本集團將需就定價基準和估值方法達成協議，由於SMV尚未開始營運，SYI與本集團現階段不可能就定價或估值達成任何協議。

二零零七年七月六日，本集團在台灣成立慶融，註冊資本於成立時繳足，主要負責本集團產品在越南境外的銷售。

二零零七年九月十三日，本集團名稱由Gold Way Holdings Corporation改為越南製造加工出口（控股）有限公司。

### 生產歷史

一九九八年，VMEP在越南推出SYM品牌Attila速克達系列，成為本集團最暢銷的機車，尤其受到城市女性消費者歡迎。

二零零一年，VMEP開始大量生產引擎，並開始在越南製造整架機車。同年，VMEP自營SANDA品牌在越南市場面市，接著數年陸續推出數款國民車，包括甚受歡迎的Boss。

二零零三年，VMEP推出SYM速克達系列的頂尖車款Excel，專攻越南男性消費者市場。本集團最暢銷的SYM國民車Angel，也是於二零零三年推出的。

目前，本集團製造一系列速克達和國民車，也有生產引擎及備用零件。

### 出口業務

二零零三年，本集團開始將產品售予三陽集團，以供轉售予越南境外客戶（主要為分銷商）。透過與三陽集團訂立此項銷售安排，本集團的機車已出口至比利時、法國、德國、希臘、印尼、意大利、菲律賓、馬來西亞、新加坡、西班牙、瑞士及英國等市場。

## 有關黃世惠先生的法律訴訟

黃世惠先生於二零零七年十一月辭任VMEP董事，並於二零零七年八月辭任本公司董事。上市後，他不會擔任本集團任何成員公司的董事，也不會在本集團任何成員公司擔任任何行政職位。

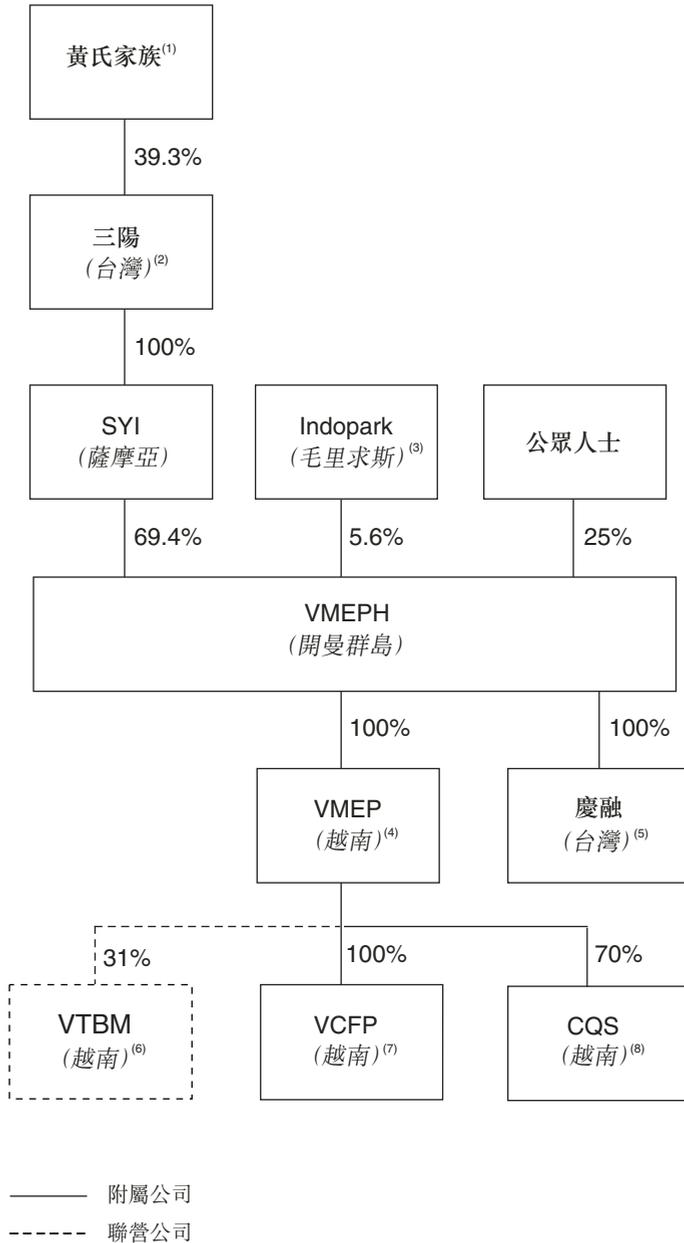
黃世惠先生曾於二零零零年以三陽主席及董事的身份遭到台北地方法院檢察署起訴，指三陽收購VMEP代價過高，沒有經過妥當的估值程序。台北地方法院和台北高等法院均未受理對黃先生的提訴，該案目前正在等待台灣高等法院審理。於最後實際可行日期，上訴聆訊日期尚未確定。

本公司台灣法律顧問建業法律事務所已發出法律意見書確認，不論待審上訴判黃世惠先生勝訴或敗訴，上述法律行動都不會影響他於任何時間曾任董事或主席的任何公司（包括三陽），也不會影響三陽收購VMEP、或VMEP其後轉讓給本公司的合法性或效力，因為台灣法院不會廢除或撤銷三陽就該項收購所訂立的具有法律約束力的協議，或三陽董事會就進行該項收購所給予的正式授權。建業法律事務所因此確認，本集團的持股結構，尤其是VMEP的持股權，不會受到上述法律行動所影響。根據建業法律事務所的意見，董事認為，本集團不會因為黃世惠先生曾於任何時候擔任VMEP董事或主席而受到上述法律行動影響，而由於該法律行動不會影響三陽收購VMEP或轉讓予三陽的合法性或效力。因此不存在本公司最終控股股東可能變更的風險。此外，董事相信，上述法律行動不會對本集團的聲譽、營運或業務造成任何重大影響。

# 業 務

## 股權及企業架構

下圖闡述本公司及其附屬公司及一家聯營公司緊隨全球發售完成後（假設並無行使超額配股權）的股權及集團架構：



## 業 務

- (1) 於二零零七年九月三十日，黃氏家族持有三陽股權約39.3%。
- (2) 三陽股份在台灣證券交易所上市。張光雄先生、陳邦雄先生、李錫村先生、黃光武先生、劉武雄先生（均為現任董事）、以及黃世惠先生及江金鏞先生（前任董事，於過去12個月內辭任董事）均為本公司關連人士，於二零零七年九月三十日分別持有三陽已發行股本約0.0006%、0.0074%、0.0002%、0.0283%、0.0140%、2.3086%及0.0222%。
- (3) Indopark為美林成立的公司，二零零六年五月，美林通過Indopark向SYI收購本公司10%權益。上市完成後，Indopark持有的本公司股份將成為本公司公開上市股份的一部分。
- (4) VMEP為外商獨資企業，於一九九二年三月二十五日在越南成立，主要從事機車及相關零件的產銷。
- (5) 慶融於二零零七年七月六日在台灣註冊成立，主要從事本集團產品在越南以外市場（但在專營地區內）的銷售及根據VMEP Holdings分銷權協議在越南以外地區（但在專營地區內）銷售三陽集團生產的機車及相關零件。
- (6) VMEP於二零零三年四月購入VTBM的31%股權。VTBM主要從事機車零件的製造，包括油缸、車架、鎖軸、模具、治具及起動器。VTBM由VMEP擁有31%權益及由三申擁有69%權益。三申由程氏家族及程氏家族公司共同擁有50%權益及由慶達擁有50%權益。程氏家族公司由程氏家族最終實益擁有，程氏家族成員為獨立第三方，除持有三申股份外，程氏家族及程氏家族公司均無直接持有本集團任何成員公司的任何其他股份或與該等公司維持任何業務關係。慶達是三陽持有88.16%股權的非全資附屬公司。
- (7) VCFP於二零零二年四月十二日在越南成立，主要從事機車引擎零件的製造。
- (8) CQS於二零零二年六月十四日在越南成立，主要從事壓鑄機及鍛造模具的製造。CQS由VMEP擁有70%權益，由C.Q.S. May's擁有30%權益。C.Q.S. May's主要從事汽車製造，於最後實際可行日期由張琇美女士擁有83.2%、Lawrence Dale Thompson先生擁有10%、戴勝裕先生擁有6.8%。他們均為獨立第三方。二零零二年，VMEP及C.Q.S. May's雙方的生產運作都需要模具，CQS成立作為VMEP與C.Q.S. May's的合營企業，原意為向該兩家公司供應模具。然而，CQS目前僅向VMEP供應模具。C.Q.S. May's並不積極參與CQS的管理。除持有CQS的30%股權外，C.Q.S. May's及其股東並無直接持有本集團任何成員公司的任何其他股權或與該等公司維持任何業務關係。

## 業 務

### 產品

#### 速克達及國民車

本集團的主要產品為主要就越南本地市場而製造的機車。此外，本集團製造於機車生產過程使用的零件、引擎及模具。

本集團的機車可分為兩大類：速克達及國民車。本集團製造的主要機車包括：

品牌與類型*	車種名稱	引擎 容量 (c.c.)	面市日期	建議零售價	目標市場	
				(百萬越南盾， 於最後實際 可行日期)	目標收入範圍	目標消費者
SYM速克達	Attila Victoria	125	二零零五年一月	27.9–29.9	中等至高收入	18-25歲女性
SYM速克達	Attila Elizabeth	125	二零零七年八月	28.9–30.9	中等至高收入	25-45歲女性
SYM速克達	Excel II	150	二零零五年十月	42.0	中等至高收入	30-40歲男性
SYM國民車	Angel II	100	二零零五年九月	11.6	中等收入	—
SYM國民車	EZ 110	110	預期二零零七年 十二月	—	中等收入	—
SYM國民車	New Moto Star	110	二零零六年十月	14.3	中等收入	—
SYM國民車	Elegant	100	二零零七年六月	10.4	中等收入	學生和首次 購車人士
SANDA國民車	Boss	100	二零零六年十一月	7.9	低收入	—
SANDA國民車	RS II	100	北部： 二零零六年十一月 南部： 二零零七年一月	8.5	低收入	—
SANDA國民車	Galaxy	110	二零零七年十一月	9.5	低收入	—

\* 往績記錄期間內，本集團共推出超過40款機車。本集團定期對現有車種作出改良。一般來說，在完成改良之後，會推出新車種或現有車種的新一代型號（等同新車種，譬如Angel II相對於Angel實為新車種）。

款式眾多而各具特色的車種品牌名稱，為本集團的主要市場板塊策略，以各指定機車或機車型號針對特定類別的消費者。

## SYM系列

### 速克達

#### Attila Victoria及Attila Elizabeth



原始**Attila**於一九九八年在越南市場推出，作為中端至高端產品營銷，在市區擁有廣泛吸引力，尤其吸引追求風格的女性。二零零一年，**Attila**成為首部完全由越南的外資公司所製造的機車，並在女性消費者中取得斐然成績。憑藉消費者對**Attila**的忠誠度，本集團於二零零五年推出該速克達的第二代**Attila Victoria**時，源用**Attila**的名稱。為針對**Attila**市場中一個更加明確的板塊（即成熟女性消費者），於二零零七年推出外觀別樹一格的**Attila**新車種**Attila Elizabeth**，向介乎25至45歲的年齡階層推銷。

#### Excel II



繼第一代**Excel**後，**Excel II**於二零零五年在越南本地市場推出。**Excel II**在越南作為別具風格、設計優秀、款式卓越的產品向都市男性消費者營銷。

### 國民車

#### Angel II



**Angel**國民車系列於二零零三年推出，並在同年起出口至東亞南的其他國家。**Angel II**於二零零五年九月面世，比原始**Angel**更節省油料，作為休閒實惠及載貨機車產品向大城小鎮的中等收入消費者營銷。於往績記錄期間，按銷售量計，整個**Angel**系列的國民車為本集團最成功的國民車。

EZ110



二零零七年底，本集團的產品系列將新增EZ110國民車，該款機車的設計強調風格，定位為時尚載客機車，目標對象是大城小鎮裡的中等收入人士。

New Moto Star



鑒於在二零零零年首度推出第一代Star取得成功，New Moto Star於二零零六年在越南本地市場推出，作為可靠的客運機車向中等收入人士營銷。與第一代Star、Angel II及EZ110比較，New Moto Star配備更先進的引擎，該引擎在變速功能、噪音水平及耐用度方面均佔有優勢。本集團的營銷策略，強調New Moto Star的休閒風格。

Elegant



Elegant於二零零七年六月首度推出，以時尚優質向年青消費者招徠。Elegant作為SYM車種的最低價產品，主要以學生及國民車的首次購買者為對象。

SANDA系列

國民車

Boss、RSII、Galaxy



Boss及RSII分別於二零零一年及二零零六年在越南市場推出，而Galaxy已於二零零七年十一月推出。上述車款均為實用、功能眾多的機車，作為主流、傳統機車向市區以外較低收入消費者營銷。Boss為本集團提價最低的國民車，並為最暢銷的SANDA機車。RSII則比Boss具備更多功能，而Galaxy則擁有更強大馬力及更多配件，例如頭盔存置箱。三款國民車車種的外型各有特色，董事相信將可吸引不同類型的消費者。

## 零件

本集團製造機車維修、檢修及產品組裝時使用的零件。截至二零零四年、二零零五年及二零零六年十二月三十一日止各年度及截至二零零七年六月三十日止六個月期間，向第三方銷售零件的銷售額約佔本集團收入總額4.5%、7.6%、8.2%及8.2%。該等零件大部分在國內出售予特約SYM專門店、獨立SYM品牌服務維修中心及零件零售店。有關本集團銷售安排的詳情，請參閱下文「一銷售與營銷一銷售途徑一國內銷售」一節。在向第三方的銷售中，若干零件乃出售予三陽銷售。截至二零零四年、二零零五年及二零零六年十二月三十一日止各年度及截至二零零七年六月三十日止六個月期間，其他機車製造商約佔本集團對外零件銷售額26.6%、28.6%、26.5%及34.0%，包括約7.2%、9.3%、10.8%及12.0%售予三陽集團及鼎豪。本集團製造的零件可分類為一般零件（本集團大部分機車車種的標準化零件）及指定零件（專為指定車種設計的零件）。

本集團為邁向提供領導市場的售後服務的目標，均鼓勵所有SYM品牌服務維修中心僅使用本集團的產品，以維修及檢修本集團的機車。為鼓勵採用本集團零件，與經銷商訂立的標準經銷協議以及與服務供應商訂立的標準服務維修中心協議，均要求他們對使用任何第三方零件所導致的意外承擔責任。

## 引擎

本集團製造的大部分引擎供本集團的速克達及國民車使用，但本集團也有向第三方出口引擎。往績記錄期間，本集團製造名為VN7的手動變速機100cc引擎，專為本集團的海外市場而設計，絕大部分出口至馬來西亞。本集團於二零零七年九月推出改良的A0系列引擎，並已停產VN7。A0系列引擎經特別設計，可採用較低價的原材料與零件，以及安裝本集團較低成本供應商所供應的零件。鑒於A0系列的成本結構較低，董事預期可加強本集團製造業務及出售引擎的盈利能力。

截至二零零四年、二零零五年及二零零六年十二月三十一日止各年度及截至二零零七年六月三十日止六個月期間，向第三方供應引擎的銷售額約佔本集團收入總額1.2%、5.6%、2.9%及0.9%。

## 模具

透過附屬公司CQS，本集團製造及保留用於製作金屬零件的模具，例如壓鑄或模壓模具。本集團大部分模具專為內部使用而製造，以供生產本集團產品的零件。然而，本集團亦製造少量模具，供應予本集團的國內供應商及其他與本集團產品零件生產並無關連的製造商。由於售後檢修對維持模具精確性非常重要，本集團的技術員定期視察廠房以檢修集團自用及出售予第三方的模具。

## 獎項及認可

董事承諾發展本團的的良好企業形象及聲譽，藉此希望可吸引及吸納更多客戶，並加強本集團品牌的認知度。就此，VMEP已取得多個獎項及榮譽，包括以下各項：

日期	獎項或榮譽銜頭	頒授機構
二零零零年四月	越南優質商品 <sup>(1)</sup>	Saigon Marketing News <sup>(2)</sup>
二零零一年四月	越南優質商品	Saigon Marketing News
二零零一年	最佳服務金龍獎 <sup>(3)</sup>	Vietnam Economic Times <sup>(4)</sup>
二零零一年	金球獎 <sup>(5)</sup>	Vietnam Union of Science and Technology Association 通過 Center for Support and Talent Development 頒發 <sup>(6)</sup>
二零零二年四月	越南優質商品	Saigon Marketing News
二零零四年二月	外商直接投資四十強獎 <sup>(7)</sup>	Saigon Times <sup>(8)</sup>
二零零六年一月	二零零五年優良商業作風金龍獎	Vietnam Economic Times
二零零六年六月	越南傑出品牌（工業）獎 <sup>(9)</sup>	工業貿易部 <sup>(10)</sup>
二零零七年二月	二零零六年卓越出口金龍獎 <sup>(11)</sup>	Vietnam Economic Times

- (1) 根據一項對越南中部及南部部分地區市場成年消費者進行的意見調查而頒發的獎項。
- (2) Saigon Marketing News 是一份越南官方雜誌，主要刊登有關推動越南貿易的信息。
- (3) 金龍獎乃頒發予錄得收入強勁增長的外資企業。其他評審標準包括讀者意見調查和消費者信任指數。
- (4) Vietnam Economic Times 是一份備有網上版及印刷版的越南文及英文雙語報章，專門報導外資及本地企業在越南的商業活動，並對金融、證券及人力資源等領域提供分析。
- (5) 金球獎的頒發準則包括有關商業機構的(i)經濟效益與社會貢獻；(ii)產品品質與設計；及(iii)已落實的環保措施。
- (6) Vietnam Union of Science and Technology Association (「VUSTA」) 是越南社會主義共和國的政府機構，成立於一九八三年，工作重點為保護越南科學技術成員組織的權益，促進成員組織與各政府部門的溝通。

Centre for Support and Talent Development 是 VUSTA 下轄組織，成立於一九九六年，其主要功能包括支持與籌辦商貿界的展覽會、交易會、大型活動與獎項。此外，該組織也支援資訊技術界人才的發展。

## 業 務

- (7) 本獎項只頒給外資企業。除每年制訂的主要評審標準外，其他每年適用的評審標準包括社會貢獻、環保工作等。二零零四年，該獎項的主要評審標準為營運效率。
- (8) Saigon Times是一份英文報章，專門報導越南各行各業的動態。
- (9) 本獎項按下列準則授出：連續多年保持全國馳名品牌地位；關懷社區、參與社會活動；業務營運持續擴充發展。
- (10) 工業貿易部為負責越南各產業的管理與組織的政府機構。
- (11) 金龍獎與金龍盃獎相似，都是頒發給收入增長強勁的外資企業。其他評審準則包括投票及消費信心指數。

## 生產

本集團擁有的生產設施位於越南南部及北部。下表載列有關各生產設施於二零零七年六月三十日的主要詳情：

生產設施位置	面積 (平方米)	投產日期	生產線上的 僱員數目	產品
同奈省(邊和市)	54,390	一九九二年	544	速克達及國民車
河西省河東市文科社	44,015	一九九三年	233	速克達及國民車
同奈省(展鵬縣)(VCFP)	12,638	二零零二年	170	零件
同奈省(展鵬縣)(CQS)	4,483	二零零二年	47	模具
同奈省(展鵬縣)	28,784	二零零三年	206	引擎零件
同奈省(展鵬縣)	4,000	二零零四年	41	引擎零件
總計	148,310		1,241	

截至二零零七年六月三十日止六個月，本集團在南部同奈省每月平均生產13,427部機車(約68.2%為速克達)，在北部河西省每月平均生產5,679部機車(大部分為國民車)。

## 業 務

下表概述本集團機車生產設施於截至二零零四年、二零零五年及二零零六年十二月三十一日止年度以及截至二零零七年六月三十日止六個月的產量，連同設施的理論產能及其概略利用率：

	截至十二月三十一日止年度			截至六月三十日
	二零零四年	二零零五年	二零零六年	止六個月 二零零七年
	實際產量(A) (機車) <sup>(1)</sup>	268,720	175,588	163,693
同奈廠	193,117	111,861	116,474	80,564
河西廠	75,603	63,727	47,219	34,074
理論產能(B) (機車) <sup>(2)</sup>	338,992	312,603	312,625	157,470
同奈廠	210,953	192,394	188,270	94,832
河西廠	128,039	120,209	124,354	62,638
利用率 (A/B) <sup>(3)</sup>	79.3%	56.2%	52.4%	72.8%
同奈廠	91.5%	58.1%	61.9%	85.0%
河西廠	59.0%	53.0%	38.0%	54.4%

(1) 同奈廠及河西廠的平均機車裝配時間分別約為20分鐘及13.5分鐘。

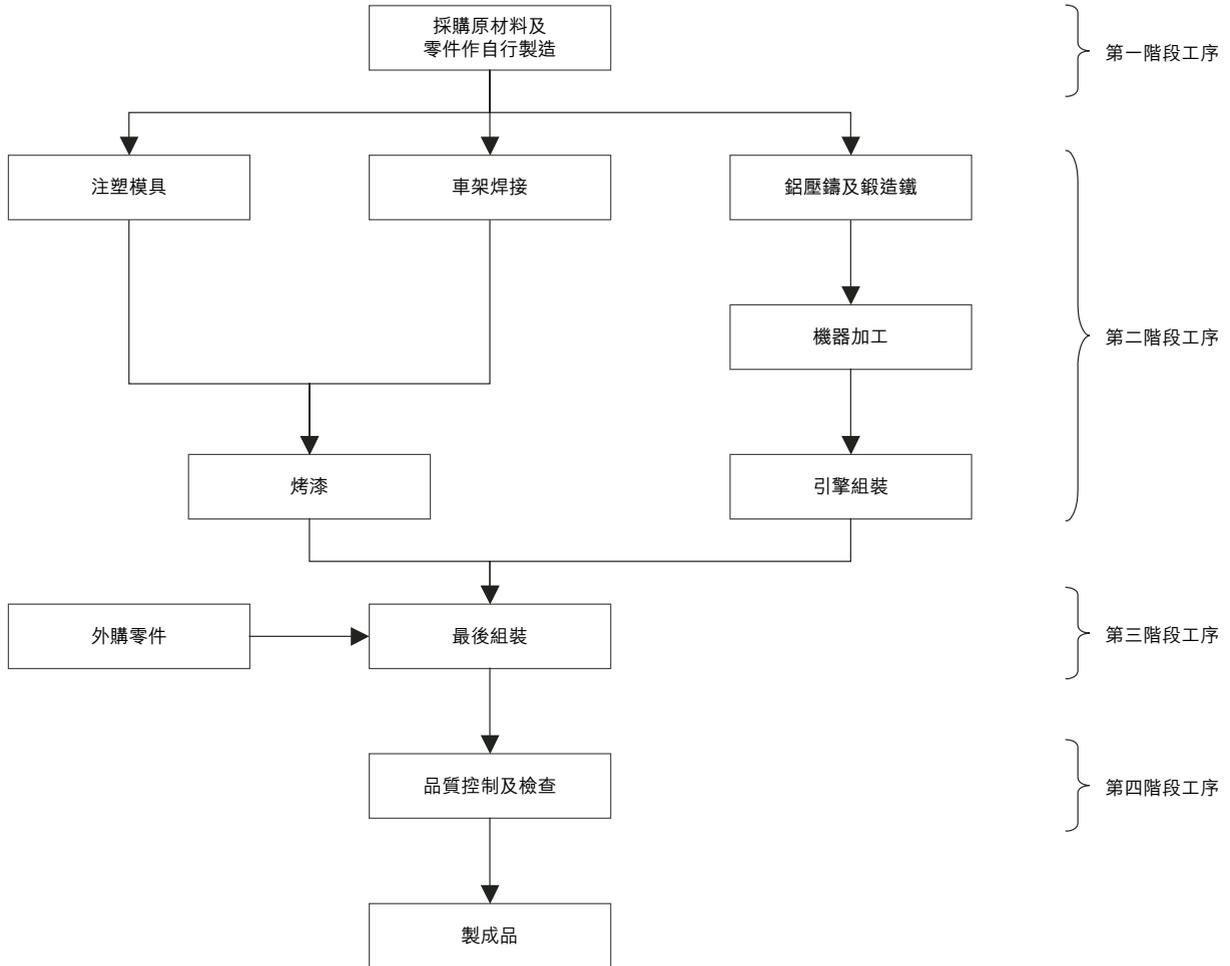
(2) 本集團的每一條機車生產線都可以調整，以生產速克達或國民車。本集團生產設施於往績記錄期間的理論產能計算方法為：各機車生產線瓶頸工藝每日最大產出的總和。這項計算基於若干假設，包括實行每日兩班制、所生產的產品類別及二零零四年、二零零五年、二零零六年及截至二零零七年六月三十日止六個月的實際工作日數（不含加班）。往績記錄期間內的理論產能存在差異情況，原因是期間內的實際生產產品類型與實際工作日數（不加班）存在差異。為緩和瓶頸，本集團正在同奈廠興建一條新的塗料生產線，預計將於二零零七年底投入營運。

(3) 往績記錄期間內的理論產能利用率存在波動情況，是因往績記錄期間內的理論產能及實際機車產量變動所致。後者主要取決於本集團同期的銷售方案或實際銷售額。

# 業 務

## 生產過程

下表闡述本集團機車的主要生產工序：



本集團製造的所有國民車及速克達，其生產過程大致相同。誠如上述的流程圖所述，機車的生產一般包括以下四個主要步驟：

- 1. 採購零件及原材料** 主要零件及原材料包括鋁錠、塑膠樹脂粒料、塗料及半加工金屬零件（部分經電鍍）。
- 2. 製造零件** 原材料及零件加工，以製成指定零件。這個工序的主要過程包括注入模具、壓鑄及鍛造、機械加工焊接塗料及引擎組裝。
- 3. 最終組裝** 零件，包括向第三方採購者，例如電燈系統及避震器，在以流水作業的生產線上組裝至速克達及國民車。
- 4. 品質控制及檢查** 檢查所有速克達及國民車，以符合本集團的內部標準，考慮適用的政府規則及規例，例如安全規則及排放控制。

在管理層確信外判服務能夠符合本集團列明的品質標準的情況下，生產過程中這四個工序的部分步驟偶爾或一般會外判。第一階段工序的電鍍通常外判，第二階段工序的引擎壓鑄及機械加工、車架壓模及焊接則通常由本公司的附屬公司或VTBM負責，只會偶爾外判。塗裝會自行進行，因為製成機車的顏色及外觀對吸引消費者來說非常重要。甄選外判部分生產流程的提供者時，本集團注重供應商所提供的服務、成本（包括製造品的進口關稅水平（如適用））及供應商準時送遞製成品的能力。截至二零零四年、二零零五年及二零零六年十二月三十一日止各年度及截至二零零七年六月三十日止六個月期間，本集團的外判開支分別約為1,219美元、1.2百萬美元、2.9百萬美元及2.6百萬美元。

為有助確保本集團生產的機車的一致優質標準，所有製成品，包括引擎及零件於送遞前均經過本集團採取的品質測試。見下文「－品質控制」。

### 存貨控制

本集團擁有一個專責部門監控其各個生產設施的銷售及存貨變動。此外，VMEP擁有企業資源規劃系統，該系統能有效監控其總存貨量。本集團兩個機車廠房的經理須按每月基準向本集團的總經理匯報銷售資料及存貨水平。本集團旨在快速調整存貨水平以應付預測及實際銷售量的重大差異。本集團旨在根據不斷更新的銷售預測，確保本集團維持合理但不會過多的存貨量，可保持生產運作不致中斷。

由於機車製造所需零件和原材料相當多樣化，本集團零件和原材料的存貨水平差距甚大。指定零件的存貨水平須視乎該等零件的供應前置時間；倘若干零件需要的前置時間較長，本集團將保存較多的零件存貨以減低該零件的短缺導致生產延誤的機會。一般來說，本集團擬在旺季前的期間增加存貨水平。本集團於二零零六年的平均存貨周轉率約96天。有關本集團存貨周轉日數的詳情，請參閱「財務資料－流動資金及資本資源－存貨」一節。

### 品質控制

本集團實行完善的品質控制系統，致力確保其產品及製造方法符合國際標準。本集團獲多個獎項承認其產品品質，而VMEP亦取得ISO品質管理標準認證。

本集團的品質控制標準由研發部門及工程部門共同製訂。品質控制部門制訂程序，以達該等標準，並負責確保有關僱員在生產過程的各項工序中進行彼等所負責部分的品質控制程序。該等過程已透過培訓並傳閱詳細的操作說明書向本集團的品質控制人員宣傳，該操作說明書因應任何指定產品的任何相關特別規定經定期審訂及更新。於最後實際可行日期，本集團在品質控部門有58名全職僱員，平均擁有六年品質控制經驗。這些僱員之中，13人持大學學位以上學歷。

VMEP的ISO 9001: 2000品質管理認證有效期至二零零九年九月。本集團已成立並實施符合ISO要求的品質保證管理系統。本集團的品質控制人員每年都會進行檢查，內容包括複核所有生產線與生產設施的品質監控系統與政策、檢查存貨控制與付運程序，以確保持續遵守有關規定。此外，本集團正在辦理ISO 14001環境管理認證的申請。

本集團的品質控制過程已應用至整個營運，遍及生產的所有工序，從製造過程中各個步驟的原材料及零件供應來源至送遞予經銷商的产品。本集團三個主要生產工序的品質控制過程如下：

### 供應來源工序

本集團定期監控從供應商取得的零件及原料材的品質，確保符合本集團指定的品質標準。大部分送遞的原材料及零件於接納前會進行隨機抽樣的檢查，惟部分因為來自長期信賴的供應商或僅為電子物品或廣泛的製造耐久零件，故無進行定期檢查。如對安全攸關重要的部分零件或在本集團特別關注對某供應商的品質控制，每次送遞的所有零件在正式接納前須予檢查。從三陽或透過三陽及三陽集團的成員公司供應零件的質量控制程序，與其他第三方供應商的程序相同。根據有關的購買協議，供應予任何集團公司的零件及原材料如有損壞須退回或維修。

### 製造工序

於各製造過程的工序進行時及完成後均會進行實地品質檢查。於製造過程中各個工序的指定地點，一名或多名僱員會進行檢查，參考指定生產程序的指定工序中，有關特製零件的清單。未能達致本集團的標準的零件將在可行情況下再加工。該等檢查次數有助減少各集團公司其後在生產過程中處理生產有缺陷及損壞的产品所花費的時間及資源。

## 製成品

進一步檢查(包括引擎性能測試)於各已完成機車送遞客戶前按照本集團的規格由品質控制部門的成員進行。該等規格計及適用的政府規則及法例,例如安全規格及排放控制。

於二零零四年及二零零五年初,本集團部分SYM國民車,特別是Angel,出現品質問題,其中最明顯的是電鍍欠理想和隔音板出現故障。這些缺陷主要因向第三方供應商購買的零件未符合本集團規格,而本集團未能在質控程序中發現這些缺陷。有缺陷的零件全部都不是向三陽集團購入的。本集團沒有收回產品或安排退款或換取新產品,但在保用期內交給本集團的受影響機車,本集團均會加以修理。針對這些故障進行的維修屬標準保用合約範圍之內,在保用期內並未與其他特定的故障維修區分記錄。自發生上述事件後,本集團已採取措施加強質控體制,由採購人員參與挑選本集團供應商所聘用的某些外判商,尤其是負責電鍍工序的外判商。外判商的服務品質及生產流程管理是挑選外判商的重要準則。本集團並未就品質問題事故對管理層採取任何紀律行動。自二零零六年以來,本集團未有遭遇任何有關品質缺陷的嚴重投訴。

## 零件及原材料採購

按合理價格可靠供應優質零件及原材料,對本集團業務的成功非常重要。在多個情況下,本集團由於零件及原材料供應終止而出現生產延誤,並已實行措施避免延誤再次發生,例如保存充足的存貨水平,選取更可靠的供應商及在指定情況下分散供應商基礎。往績記錄期間內,本集團原材料成本從未遭遇任何重大波動。此外,董事相信,本集團已實施適當的質控程序,確保向供應商採購以安裝在本集團產品內的零件和原材料,品質均符合本集團指定的標準。

截至二零零七年六月三十日止六個月,本集團的零件及原材料合共佔本集團的銷售成本約90.8%。

## 零件及原材料

### 零件

零件供應均來自本地及海外供應商。本集團的生產設施中組裝零件,以製成引擎、車架及車體組合以及電子系統。截至二零零四年、二零零五年及二零零六年十二月三十一日止年度及截至二零零七年六月三十日止六個月,所購買的零件中來自或透過三陽集團的供應分別佔本集團採購總額約32.4%、32.4%、26.5%及20.4%。來自三陽所供應的第三方供應商零件中,本集團間或受惠於與三陽議價所得較佳條款。見下文「一 供應商」。

## 原材料

本集團的原材料供應來源均來自本地及海外供應商。於往績記錄期間，本集團使用的主要原材料為鋁錠、塑膠樹脂粒料及塗料。由於自外國供應商及越南的外資供應商購買的塗料品質一般高於本地供應商塗料，本集團目前所有塗料供應來源來自越南的兩家外資公司，鋁錠及塑膠樹脂粒料的供應來自海外。

## 供應商

本集團的零件供應來自獨立第三方及三陽集團；原材料則由獨立第三方供應商獨家供應。本集團一般按重視供應商產品品質、產品成本（包括進口關稅（如適用））及供應商準時送遞產品能力的準則選擇供應商。準供應商如能對其產品提供與本集團向消費者提供的保用期相對應的保用，此將會成為本集團甄選該供應商的額外因素。本集團並無與目前的供應商訂立任何長期合約，這些供應商可向其他機車製造商自由出售零件。本集團目前供應商與本集團進行業務往來平均超過八年。

本集團通過三陽採購零件，若三陽將本身的訂單與本集團訂單合併計算，本集團有時得以受惠於三陽磋商所得的較佳條款。本集團通過三陽購買零件，三陽也會就供應零件提供附加收費服務，包括品質測試、包裝、報關及物流等。本集團在甄選供應商時已計及該等安排所帶來的裨益。在三陽集團擁有製作指定零件的模具的情況下，本集團在甄選供應商時亦會計及此因素。

為有助維持主要零件的穩定供應，本集團已在越南成立兩家附屬公司，VCFP生產鍛造與壓鑄零件（主要為引擎）而CQS生產模具。本集團亦在越南成立一家合資企業VTBM以生產加工金屬零件，包括車體車架。該三家實體均出售產品予獨立第三方，包括其他機車製造商以及本集團。

本集團不斷物色機會，以取得較低成本國家的供應商的零件及原材料供應來源，前提為該等供應商能符合本集團的貨品品質及交貨可靠性的標準。轉移至較低成本供應商的其中一個結果為可提高本集團的供應鏈日趨本地化。其他詳情見上文「一策略一加快採用成本較低而可靠的供應商」。

本集團購買零件一般以電匯支付，信用期為45天，由購買當月月底開始計算。購買原材料一般的信用期為30天。於某些情況下，本集團須於訂立購買協議時就採購原材料支付按金。少量的個別購買訂單通常於送遞及品質檢查時以現金方式支付。本地的購買一般以越南盾列值，而海外的購買大部分以美元列值。截至二零零四年、二零零五年及二零零六年十二月三十一日

止各年度及截至二零零七年六月三十日止六個月期間，本集團以美元列值的採購額分別約佔其採購總額**44.1%**、**42.7%**、**36.8%**及**37.9%**；以越南盾列值的採購額分別約佔其採購總額**53.0%**、**53.9%**、**60.5%**及**59.7%**。

往績記錄期間內，本集團向三陽採購零件，一般可獲**30**至**60**天信用期。本集團並無承諾要向三陽採購一定數量的零件。有關本集團向三陽採購零件定價的詳情，請參閱「關連交易」一節。

截至二零零四年、二零零五年及二零零六年十二月三十一日止年度及截至二零零七年六月三十日止六個月，本集團的最大五名供應商（包括來自三陽集團成員公司零件供應）合共佔本集團購買總額分別約**52.9%**、**53.6%**、**46.2%**及**39.2%**。於各該等期間，來自本集團的單一最大供應商三陽集團的零件供應佔本集團購買總額分別約**32.4%**、**32.4%**、**26.5%**及**20.4%**。

於二零零七年九月三十日，董事合共持有三陽股份的**0.0505%**。概無持有本公司已發行股本超過**5%**權益的董事或股東，或彼等的聯繫人於往績記錄期間在本集團其他最大四名供應商中擁有任何權益。

### 零件的供應商

本集團一般與零件供應商訂立短期合約，有效期為一年或少於一年。為有助確保供應予本集團的零件的品質一致並符合本集團的指定要求，本集團就本集團的供應商進行定期評估。本集團已在供應合約中註明一項獎勵計劃以鼓勵供應商生產優質產品並準時送遞該等產品。品質良好的供應商獲本集團評為甲等評級，與**45**天的標準信貸款比較，該等供應商享有**30**天條款更佳的信貸期。

### 原材料的供應商

於往績記錄期間，本集團向多個台灣及泰國供應商購買鋁錠，有助穩定成本及維持該等物料的一致供應。本集團使用購買訂單及供應協議作該等購買。

本集團購買的兩類塑膠樹脂粒料絕大部分來自台灣的兩個獨立供應商，並已與該等供應商使用購買訂單。

為以有效確保產品品質的一致性，本集團的塗料的供應來源小部分來自供應商，絕大部分從兩家越南的外資公司購買。本集團一般與塗料供應商訂立短期合約，有效期為一年或少於一年。

## 銷售與營銷

### 銷售

截至二零零四年、二零零五年及二零零六年十二月三十一日止年度以及截至二零零七年六月三十日止六個月：

- 速克達的銷售額佔本集團的收入分別約41.3%、44.6%、63.1%及67.1%；
- 國民車的銷售額佔本集團的收入分別約52.6%、41.3%、24.6%及22.5%；
- 零件及引擎的銷售額佔本集團的收入分別約6.0%、14.0%、12.0%及10.2%；及
- 模具的銷售額及檢修佔本集團的收入分別約0.1%、0.1%、0.3%及0.2%。

於各期間內，本集團分別售出70,960、55,999、79,905及54,181部速克達，以及193,915、122,040、85,463及51,787部國民車。

本集團的產品主要在越南出售，一部分也出口海外。

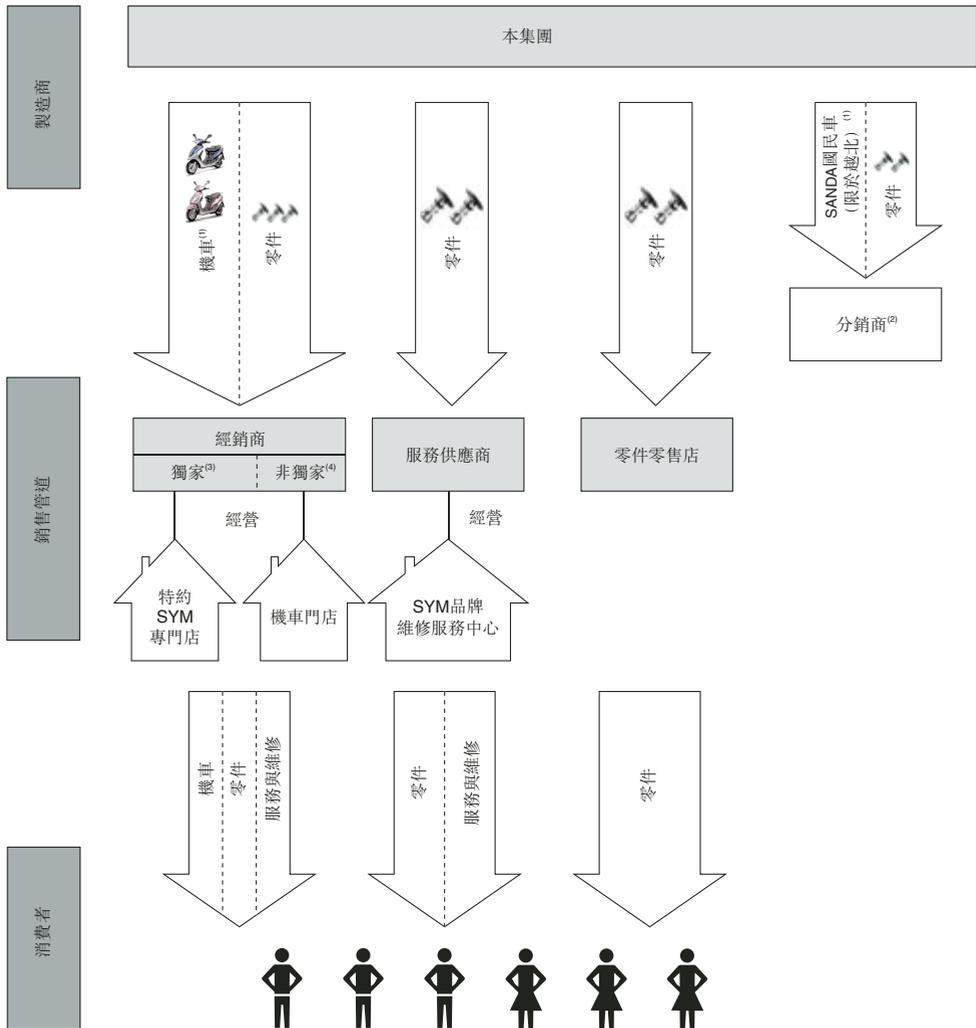
### 銷售途徑

#### 本地銷售

本集團在越南的銷售網絡包括經銷商、服務供應商及零件零售店。本集團的經銷商主要為獨家經銷商，但亦包括少數非獨家經銷商。獨家經銷商與本集團訂立經銷商協議，非獨家經銷商通過買賣協議向本集團購買機車及零件。獨家經銷商通常擁有一家或以上特約SYM專門店，其陳列室只會出售SYM及SANDA的機車，提供檢修機車服務，以及在維修服務中附帶出售備用零件。本集團的服務供應商經營的SYM品牌服務維修中心，為SYM及SANDA機車提供服務與維修，以及出售備用零件。本集團向零件零售店出售備用零件，零售零件零售店再轉售給獨立車房及個別消費者。本集團目前的經銷商、服務供應商及零件零售店，全部均與本集團沒有關連。

# 業 務

下表顯示本集團產品售予最終客戶的銷售流程：



- (1) 本集團在國內只會向經銷商及分銷商銷售機車。
- (2) 本集團只會偶然在越南北部作出批發分銷商安排，而且只涉及若干SANDA國民車車種。
- (3) 獨家經銷商各自簽訂經銷商協議，內容包括獨家交易的條款。本集團的經銷商大部分都是獨家經銷商。
- (4) 非獨家經銷商各自與本集團訂立買賣協議。目前非獨家經銷商數目不足十家。

在越南，經銷商、服務供應商和零件零售店都必須持有商業登記證，方可根據銷售或服務安排提供有關服務。經銷商及服務供應商必須取得經營其業務所必要的證書，並就其業務經營是否符合監管規定承擔責任。據董事所知，並無任何本集團經銷商、服務供應商或零件零售店違反越南法律的發牌規定。

本集團已就經銷商及服務供應商制定多項品牌管理政策，以確保SYM品牌保持貫徹一致的形象。本集團鼓勵所有獨家經銷商及服務供應商，在本集團機車的銷售或服務門市保持一致的裝潢和產品陳列。獨家經銷商經營的特約SYM專門店的裝潢受合約規管，其招牌、燈光箱和商標等，必須與本集團指定的規格一致。

按本集團協議規定，獨家經銷商及服務供應商必須確保提供予客戶的維修服務的質量。獨家經銷商或服務供應商為向客戶提供保用、保養與維修服務而聘用的技術人員，必須參加本集團安排的培訓班。為本集團的機車提供服務時，必須使用本集團所供應的備用零件和機油。根據與本集團訂立的協議中的一項強制執行條文，若採用第三方零件或機油引致任何問題，獨家經銷商及服務供應商將須承擔責任。

本集團要求經銷商及服務供應商至少每月一次提交銷售、存貨或保養與服務報告，以便本集團監察其銷售網絡的銷售表現及維修服務提供情況。

### 經銷商

本集團網絡中每一位獨家經銷商都有指定的銷售地區，經銷商獲准在該等地區開設特約SYM專門店。指定銷售地區的大小，由城市內一個區域到整個省份不等，本集團一般參照區內市場需求、經銷商特約SYM專門店的預計規模和銷量等因素予以釐定。董事相信在其營運的「分區」業務模式下經銷商不得在互相太接近的位置經營特約SYM專門店，有助穩定本集團機車的零售價，並有助各經銷商獲取利潤。本集團不擁有任何特約SYM專門店。

本集團一般訂立年度經銷協議，一般向各經銷商經營的特約SYM專門店賦有獨家權，儘管本集團經考慮經銷商表現等因素後，可行使酌情權不執行該條文。本集團的經銷商協議並不禁止經銷商經營其他非SYM品牌專門店，銷售其他製造商的產品。甄選經銷商時，本集團考慮的因素包括準經銷商的規模、位置及銷售能力。本集團非常重視與經銷商建立長遠關係，與20大經銷商（截至二零零七年六月三十日止六個月佔本集團收入約45.8%）的業務關係平均約達八年。作為建立該等關係的其中一項方法，本集團於往績記錄期間內每年舉行經銷商會議，以討論本集團的產品及分銷策略，並頒獎予本集團的最佳經銷商，以促進集團企業精神，又藉此機會與經銷商溝通，了解他們的特殊需求。

本集團的經銷商直接從本集團購買機車及零件，並轉售產品予消費者及本地銷售點。經銷商按固定價格購買機車及零件，以轉售給消費者及機車店。釐定給予經銷商的售價時，將考慮整體市場情況以及競爭對手的產品及價格。本集團的付款條款規定，所有經銷商的付款須於送遞機車或零件前預付。出售予消費者的機車零售價由本集團釐定，考慮因素包括市場供求、競爭對手的價格及產品定位等。經銷商可因應各地市場因素，酌情調整建議價格。對比機車價格的處理方法，經銷商對於轉售零件予客戶的價格並無酌情權。若經銷商以其他價格出售零件，經本集團作出警告後仍未糾正，本集團有權降低給予經銷商的折扣，或終止其經銷商協議。本集團的經銷商協議，並無任何有關產品責任或退貨政策的條文。

## 業 務

本集團建議各經銷商須維持足夠機車製成品存貨，以滿足每月銷售量需求。若出現存貨過剩，基本上屬經銷商的責任，惟為保持良好關係的緣故，本集團有時會通過資助宣傳的方式，協助經銷商促銷存貨。

本集團設定須銷售額目標，要求經銷商完成。根據本集團的標準經銷協議，倘若經銷商的店舖在指定銷售地區連續三個月均無法達標，本集團有權更改該地區的經銷商。本集團每年制訂花紅政策，所有獨家經銷商均可根據於指定期間內售出產品的數量，獲派發花紅。視乎其財政狀況、經銷店地點及銷售潛力而定，本集團偶會向獨家經銷商提供資金，補貼若干銷售相關活動，譬如店舖翻新或產品宣傳等。若經銷商嚴重違約，本集團有權終止經銷商協議。若經銷協議於兩年內終止，本集團有權就本集團津貼廣告材料與裝潢的損失追討賠償，賠償以原來成本為限。截至二零零四年，二零零五年及二零零六年十二月三十一日止各年及截至二零零七年六月三十日止六個月，向經銷商、服務供應商及零件零售店提供補貼及獎金作為本集團分銷開支的一部分，分別為0.9百萬美元、0.7百萬美元、1.3百萬美元及1.5百萬美元。

本集團的非獨家經銷商數量不多，目前不足十家，這些經銷商不與本集團簽訂任何經銷權協議。相反，該等經銷商在購買機車及零件時，會訂立買賣協議。這些協議與標準經銷商協議的分別在於，非獨家經銷商無需執行本集團的裝潢及產品陳列建議，也不會享有廣告裝潢費用資助。此外，這些經銷商沒有義務為本集團的機車提供保用服務。

在越南北部，若管理層認為，某些SANDA國民車車種若由某經銷商擔任獨家分銷商，銷量將會較高，本集團將會通過該獨家分銷商銷售。該分銷商間中會參與設計有關車種，就消費者品味提供意見，並與本集團合作採購合用的零件，但機車設計的知識產權不會歸屬任何這類分銷商。

### 服務供應商

本集團通常與服務供應商訂立兩年期的標準服務維修中心協議，根據服務維修中心協議，各SYM品牌服務維修中心獲授權為本集團機車提供服務與維修，並出售本集團供應的零件。零件按固定價格售予服務供應商，該價格為本集團所訂零售價的折讓價。根據有關協議，本集團必須在確認付款全數收訖後三天內，交付服務供應商訂購的零件。若服務供應商不按本集團制訂的價格出售本集團的零件，經本集團作出警告後仍未糾正，本集團有權降低給予服務供應商的折扣，或終止服務供應商的協議。本集團有義務不時向服務供應商發出書面通知，列明本集團提供予服務供應商的折扣。標準服務維修中心協議並無任何有關產品責任或退貨政策的條文。

## 業 務

各服務供應商有義務根據本集團提供的保用條款，免費為本集團的機車提供維修或服務。服務供應商若根據保用為本集團機車提供服務，可獲償付在服務中所用零件及機油的費用，以及參照服務所花時間獲償付人員成本。服務供應商申領補償費用與經銷商一樣，需填寫表格，註明機車的產品序號，並提交所有已替換的零件，以便本集團核證申領是否合規。協議又規定，各服務供應商必須聘用至少四名已取得本集團SYM培訓證書的技術人員。若技術人員提供服務欠妥導致任何問題，由服務供應商承擔責任。協議並無禁止服務維修中心為其他品牌機車提供服務與維修，但董事相信，SYM品牌服務維修中心為其他品牌機車提供服務與維修的機會不大，因為每個製造商皆有設立本身的服務維修中心網絡，非認可服務維修中心購買保養所需零件，不會獲得折扣。此外，擁有其他品牌機車的消費者，也不大可能將機車拿到SYM品牌維修中心尋求服務或維修，因為如此他們將不會享有光顧原屬品牌委託的維修店所能享有的保用優惠。如服務供應商嚴重違約，本集團有權終止標準服務維修中心協議。

### 零件零售店

零件零售店向本集團購買零件，一般訂立為期一年的零件供應合約。該等合約授權零件零售店，按本集團不時釐定的零售價出售本集團的零件。零件按固定價格售予零件零售店，該價格為本集團所訂零售價的折讓價。零件零售店必須在本集團交付零件之前，先以現金付款，而本集團確認收付款後，必須隨即將零件送到零件零售店指定的地點。本集團可全權酌定是否給予零件零售店任何折扣或獎金。為期一年的零件供應合約未有對零件零售店作出最低購買量的規定。標準協議並無任何有關產品責任、退貨政策或終止協議事項的條文。

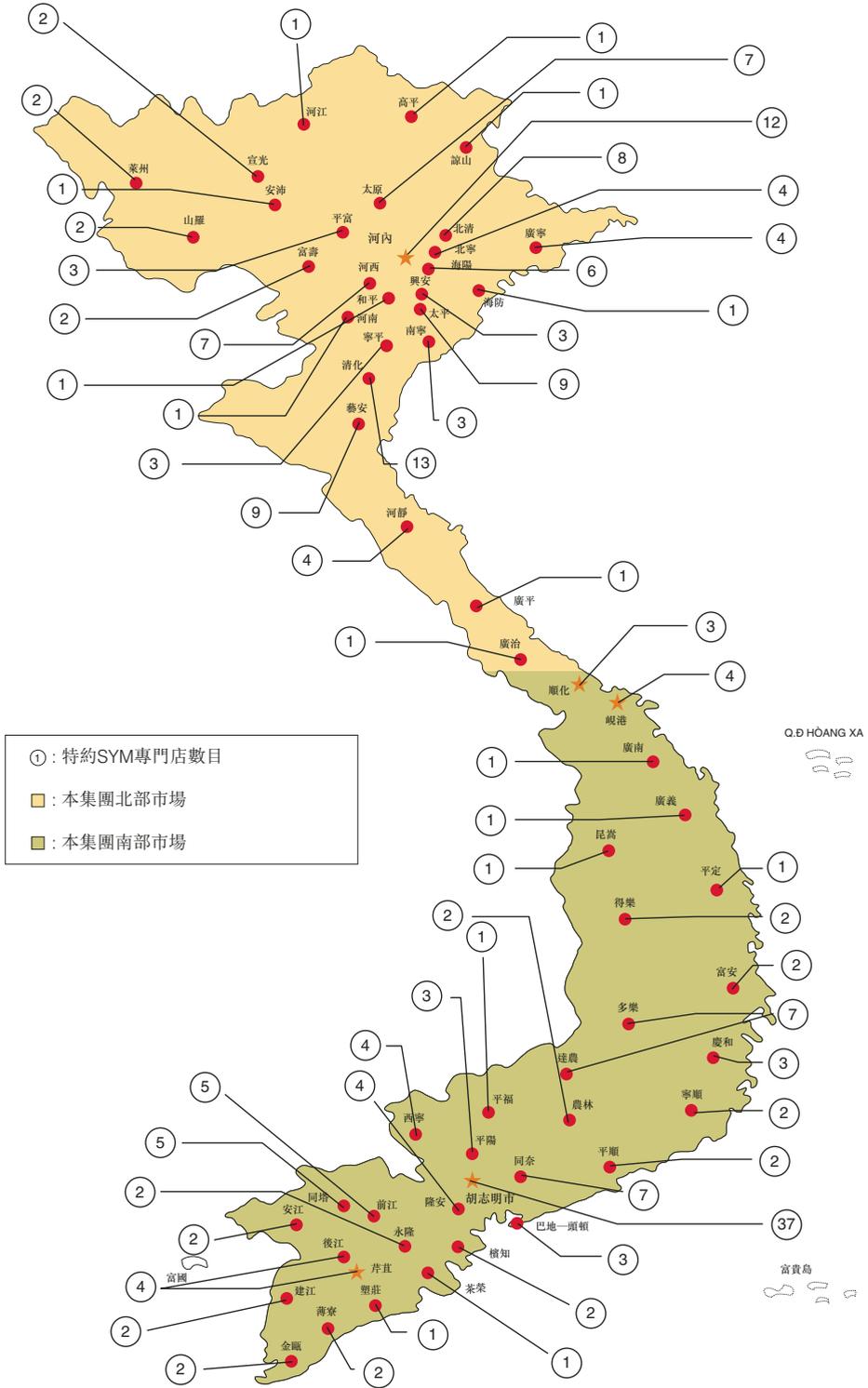
### 國內網絡

於下列日期，本集團的獨家經銷商、特約SYM專門店、非獨家經銷商、服務供應商及零件零售店的概約數目如下：

銷售渠道	十二月三十一日			六月三十日
	二零零四年	二零零五年	二零零六年	二零零七年
獨家經銷商	171	163	165	152
特約SYM專門店	195	200	203	215
非獨家經銷商	3	6	8	7
服務供應商	208	180	228	264
零件零售店	30	32	36	31

# 業 務

於最後實際可行日期，本集團的銷售網絡包括159名獨家經銷商擁有的230家特約SYM專門店（北部83家及南部76家）。下圖闡述本集團特約SYM專門店在越南的地理分佈。



於最後實際可行日期，本集團與262家服務供應商及31家零件零售店訂有合約安排。

## 海外銷售

截至二零零七年六月三十日止六個月，以價值計，本集團出口其產品約9.2%，主要出口至馬來西亞及菲律賓。本集團亦有出售小部分機車至印尼、新加坡及歐洲。於往績記錄期間，本集團的產品透過三陽的國際分銷網絡行銷至海外，而三陽以委託人身份購買該等產品並轉售至海外。

本集團近期成立東盟分銷網絡，上市後將透過本集團最近成立的全資附屬公司慶融，在東盟地區行銷其產品，而非透過三陽。原三陽東盟行銷團隊的五位僱員，其中三位已加入本公司。

往績記錄期間內，越南境外的東盟地區客戶根據銷售協議或購貨訂單，通過三陽購買本集團的產品。將會繼續使用銷售協議購買本集團產品的客戶，慶融已和它們訂立新的銷售協議，取代現有與三陽訂立的協議。新協議條款大致上與三陽舊協議相同：年期由一至三年；規定某客戶在某指定國家只能出售本集團產品；貨款應於產品付運前以現金或不可撤回信用證支付；在協議有效期內，客戶有義務在各自所在國家，不論任何時候均竭盡全力推廣SYM產品，並就本集團機車保用期內的保養服務承擔全責；以及客戶若未能達到本集團不時釐定的銷售目標，本集團有權終止協議。本集團任何成員公司與三陽集團任何成員公司之間，並沒有涉及該項安排的任何資產、負債、權利或義務的轉讓。有關慶融在專營地區出售三陽產品的的角色詳情，請參閱下文「國際貿易」一節。

上市後，商標特許協議將僅授權本集團於東盟地區銷售SYM產品。根據VMEP Holdings零件銷售協議，於東盟地區以外，本集團僅獲授權銷售的SYM產品為向三陽銷售的機車零件。有關該等限制的詳情與影響，請參閱「關連交易」及「風險因素－有關本集團的風險－本集團一直依賴三陽」。

## 客戶

截至二零零四年、二零零五年及二零零六年十二月三十一日止年度及截至二零零七年六月三十日止六個月，本集團的最大五名客戶（包括三陽集團）合共佔收入約17.5%、25.1%、29.9%及27.2%。截至二零零四年十二月三十一日止年度，整體而言，三陽集團為本集團第三大客戶，並於截至二零零五年及二零零六年十二月三十一日止年度及截至二零零七年六月三十日止六個月，為本集團的單一最大客戶。於上述各期間，對三陽集團的銷售額佔本集團收入約3.5%、9.0%、9.2%及9.1%。

## 售後服務

董事相信，本集團在越南提供最完備的速克達及國民車售後服務組合。已購買**SYM**速克達或國民車的消費者獲提供有效期兩年或**30,000**公里的保用期（較早發生者）及於首兩年的三次換油及六次免費維修以及在市區的消費者熱線以供查詢、投訴或發表意見。已購買**SANDA**機車的消費者獲提供有效期一年或**12,000**公里的保用期（較早發生者）於首兩年三次免費換油及三次免費維修以及在市區的消費者熱線以供查詢、投訴或表達意見。

特約**SYM**專門店及**SYM**品牌服務維修店提供本集團的售後服務。為顧及選擇自行維修或委聘獨立車房檢修的消費者，本集團也供應備用零件予零件零售店。

本集團的特約**SYM**專門店及**SYM**品牌服務維修中心的技術員經由本集團培訓，並在成功完成培訓課程後獲發批准認證。於新車種推出後，本集團將為技術員舉行培訓課程。本集團沒有為提供培訓及其他支援而收取預繳或定期費用。

作為本集團的策略在越南市場提供卓越的售後服務，本集團將繼續增加**SYM**品牌維修中心的數目，並計劃延長服務維修中心的營業時間，在部分情況下延長至**24**小時營業，且引入補充服務，例如專人收取待修機車及提供替代機車作暫時之用。

## 營銷

董事在推廣**SYM**與**SANDA**品牌名稱以及本集團產品的消費者認名度上不遺餘力。就此，本集團採用一系列的營銷方式，包括電視、報章及電台廣播、廣告牌及贊助以及在陳列室、特約**SYM**專門店、駕駛測試及貿易展覽會展示產品。

本集團的營銷策略為透過內部及市場調查作定期監控。董事預期本集團目前的市場策略將會繼續進行，加上伴隨推出新車種的額外營銷活動及提倡本集團的售後服務的新範疇。董事亦擬減少進行傳統的營銷方式，以進一步推廣本集團的產品及品牌名稱。譬如於二零零六年，本集團贊助一系列的「**Attila**時尚展」以提倡**Attila**作為具時尚觸覺敏銳女性的產品之選。於二零零七年，為配合**Attila Elizabeth**的推出，本集團舉辦了一次甚為矚目的音樂會。

為貢獻社會同時提高企業知名度，本集團定期參與本地慈善工作。本集團正參與一項活動，採用本集團聘請的承建商在越南多個地區興建100條橋。本集團亦贊助多項新增的社會項目，例如教育發展，並考慮其他機會加深本集團在本地社會的參與及加強本集團在消費者中的聲譽。

本集團定期就實際開支與管理團隊所編制的年度預算進行對比，藉以監控營銷開支。截至二零零四年、二零零五年及二零零六年十二月三十一日止年度及截至二零零七年六月三十日止六個月，本集團的廣告及營銷開支分別約3.0百萬美元、3.6百萬美元、4.1百萬美元、及2.8百萬美元，分別佔本集團的收入約1.2%、2.0%、2.2%及2.5%。作為本集團的長遠營銷策略，董事擬繼續加強本集團的廣告促銷。

### 國際貿易

本集團行銷本集團以及三陽的產品至越南以外的東盟地區。於二零零七年十一月，三陽與本公司訂立一項VMEP Holdings分銷權協議，以授予一家集團公司慶融獨家專營權推廣及出售三陽的產品至東盟地區。訂立協議時五位任職東盟行銷團隊的三陽僱員，其中三人已加入本公司。

根據VMEP Holdings分銷權協議，本集團將在東盟地區（越南除外）擔任三陽及其聯繫人的機車及相關零件的獨家分銷商，以主理人身份購買該等機車及相關零件。在越南，除小部分機車售予本集團或通過本集團銷售作展覽之用外，三陽不得銷售任何機車或零件（不論通過本集團或其他途徑）。根據分銷權協議，本集團並無義務必須向三陽或其聯繫人購買產品。

### 研究與開發

董事相信，本集團今後若要保持增長，研發能力實為不可或缺的元素。本集團借助三陽的廣泛研發知識、專門知識及科技，也自行在內部開展研發項目。

目前，有關全新機車車種（並非再設計現有車種）的研發均由三陽應本集團要求而提供。VMEP已就本集團的若干技術與專門知識的特許，與三陽訂立技術特許協議。此外，本公司又與三陽訂立研發與技術支援服務協議，據此，三陽同意按所用時間收費，應本集團的要求向本集團提供臨時研發服務，並向本集團提供三陽為其本身生產線作出的研發改良。三陽為向本集

團提供研發服務而開發的技術，擁有權仍歸三陽。曾於往績記錄期間以三陽僱員身份協助及監督本集團的研發及生產工藝的幾位要員，已和本公司重新訂立僱用合約。董事相信，本集團近年曾經而今後也將繼續受惠於三陽的經驗與技術。

有關本集團與三陽於往績記錄期間內的技術特許及研發安排詳情，請參閱「關連交易」一節。

董事相信，與本地製造商比較，本集團的研發能力廣泛。本集團的研發業務主要位於同奈省的機車廠房，全職僱員逾**160**人，專責開發針對越南市場而設計的產品。本集團進行的研究活動包括引擎改良及耐用性的確認、產品設計及本集團製成品的外觀改良、特製零件、性能改良，以及準供應商的零件品質測試。本集團的研發部門的項目例子包括以下各項：

- 透過優化本集團的引擎達致更低的耗油量；
- 就國民車而言，減低噪音水平以改善操控性、可靠性及耐用性，藉此鞏固本集團的國民車作為經濟及可靠的運輸工具的形象；及
- 就速克達而言，增加功能，如LED尾燈、煞車燈、遙控以及創造時尚、風格獨特及卓越的形象以鞏固本集團作為速克達領導製造商的形象。

於往績記錄期間，本集團開發及推出**41**款新的車種，其中**29**款為國民車，**12**款為速克達。

同奈省新研發中心自二零零七年八月開始興建，董事預期新設施將於二零零九年三月開始投入運作。此新廠房將佔面積約**300,000**平方米，計劃於五年內增加僱員數目至超過**200**名。新研發中心將包括機車及其他汽車的駕駛測試環道、排放測試設備及員工宿舍。除本集團進行的現有研發活動外，董事預期新中心將能夠進行先進研究項目，諸如設計及開發全新的機車及發展基礎引擎相關科技；將有助本集團創新、製造更多的車種變更及生產比過去更快更多的新車種；及將協助本集團藉著測試以越南及東盟自由貿易區為基地的準供應商所生產的零件，致力優化供應鏈。新研發中心將由全球發售所得款項及本集團經營所得現金撥資興建，資本開支總額預計約為**14.8**百萬美元，其中於最後實際可行日期的已承諾但尚支付金額為**0.5**百萬美元。本集團定期就實際開支與管理團隊所編制的年度預算進行對比，藉以監控研發開支。新研發中心投入營運後，預期本集團將產生與研發活動相關的額外僱員及軟體開支。

## 知識產權

本集團的產品以SYM及SANDA品牌名稱推廣及營銷。根據商標特許協議，本集團擁有SANDA品牌名稱及SYM品牌名稱的特許權以及三陽若干機車車種的產品名稱，如Attila Victoria。三陽已在若干東盟成員國註冊或申請註冊若干商標及產品名稱。

於最後實際可行日期，本集團已在越南及菲律賓註冊26個商標。往績記錄期間內，本集團從未涉及或提出任何有關侵犯任何第三方或本集團擁有的知識產權的訴訟。

於二零零七年十一月，VMEP及三陽訂立技術特許協議，授予VMEP一項獨家特許權，在專營地區採用三陽特許技術產銷SYM機車及零件。有關詳情，請參閱「關連交易」。

有關本集團的知識產權的其他詳情載列於本招股章程附錄六B節「有關業務的其他資料－知識產權」一節。

## 競爭

越南機車製造商的競爭日趨激烈。外資機車製造商有所增加並預期將不斷提升，而該等外資機車製造商引入進口貨品並削減價格以爭佔市場佔有率，均加劇該市場的競爭。本地製造商預期會逐步改善技術及維持低價格。董事預期本集團會在其生產線面對日益加劇的競爭。

董事認為，本集團SYM機車在越南機車市場的主要競爭對手為本田、山葉及鈴木。本集團的SANDA國民車與本地製造商的機車競爭，該等本地製造商的機車質量較次但價格較低。有關越南機車市場的更多資料見「行業概覽－越南的機車業」。

本集團的機車在東盟地區內外的銷售，均與三陽集團的機車互相競爭。在東盟地區內，由於本集團獲三陽委任為三陽集團機車及相關零件在此地區的獨家分銷商，因此競爭有限。此外，三陽集團已同意，不會在越南境內銷售任何機車或相關零件，包括不會通過本集團銷售（除小部分機車通過本集團售予越南客戶作展覽之用則例外）。再者，三陽、黃世惠先生以及執行董事及非執行董事已簽立一項不競爭契據，禁止他們在東盟地區（包括越南）直接或間接與本集團競爭。有關本集團在東盟地區以外銷售的其他資料以及就此與三陽的關係，見「風險因素－有關本集團的風險－本集團一直依賴三陽」。

在有限程度上，本集團的SYM及SANDA品牌在零售層面互相競爭。由於各品牌專注的地理市場及人口結構截然不同，SANDA集中在越南北部，旨在以收入較低的消費者為對象，該等消費者或會選購本地製造商所生產的車種。因此，品牌之間的競爭得以緩和。然而，消費者仍可考慮在兩個品牌之間取捨。董事相信，本集團的雙品牌策略的裨益足已抵銷本集團採用此策略而可能產生的缺點。

## 環保及社會責任

本集團的生產設施須遵守越南有關用水、在河流排放污水、防火及有毒廢料管理等的環保法律及法規。為確保遵守法定標準，本集團已取得污水排放許可證、為處置塗料等生產工藝所產生的有毒廢料作登記、執行內部措施、並與本地獨立環保公司訂約處理本集團生產經營所釋放的污染物和有毒廢料。董事相信，本集團的營運不會對環境造成重大影響。

本集團已採納下列具體措施，確保本集團的運作符合環保法律與法規：

- 實施環保檢查制度與內部守則，供全體僱員遵守，特別是生產部門的員工；
- 建立內部環保培訓計劃；及
- 定期檢查安全與環保合規情況。

本集團的環保與工作安全部門負責制訂與實施環保措施。該部門有三位僱員，對相關工作具備一至兩年經驗。

本集團於各重大方面已遵守所有目前生效的適用環保法律及法規，包括提交第三方環保審核報告的規定。本集團並無於往績記錄期間收取任何違反重大環保法例的通知。本集團將按環保與監管條例的規定，繼續投資購置有關設備及制定相關的營運措施。

往績記錄期間內，每年為遵守適用環保法律及法規而產生的成本，金額相對不大。董事目前預計，年度遵例成本不會出現任何大幅增加的情況。

## 工作安全及衛生

本集團須遵守越南的勞工安全及衛生法律及法規。為提倡安全及健康的工作環境，本集團提供工作場所安全予僱員。本集團已就機械設備的使用，取得各類相關的登記證及政府核證，譬如壓力缸、安全閥和起重機等的操作，均符合嚴格的職業安全規定。本集團負責操作這類機械設備的僱員，於運作機械前均已接受培訓及須取得許可證。本集團亦安排其僱員每年進行健康檢查。本集團會定期進行生產設施的環境及健康及安全檢測，以符合有關規管標準。

本集團嚴格遵守目前生效的所有適用工作安全與衛生法律及法規。於最後實際可行日期，董事並無發現本集團的生產設施發生任何意外，使本集團方面有可能承擔重大責任。

## 保險及產品責任

本集團就其業務維持多項保險政策，包括火險及特別危險處境保險、陸運及航運貨櫃保險及用於集團業務營運的汽車保險。根據越南機車行業的慣例，本集團並無維持涵蓋業務中斷及產品責任的保險。於往績記錄期間，本集團並無存置任何重大保險索償。於機車離開廠房至抵達特約SYM專門店前，屬特約SYM專門店的責任，而機車遺失或損壞的責任則轉嫁至運輸公司。董事相信，本集團的保額符合越南機車製造業的一般標準並對本集團而言誠屬充足。

## 土地及物業

越南不存在土地私有權。當局授予土地使用權而非擁有權。根據越南法律，土地使用權的持有人稱為「土地使用者」。根據越南法律，外資機構一般只可按土地使用權方式長期租賃土地，並獲發土地使用權證，作為土地使用者擁有土地使用權的依據與憑證。

於最後實際可行日期，本集團租用九幅土地，在土地上已興建生產設施、倉庫、辦公室及宿舍，以及租用一幅土地以興建研發中心。該等土地位於工業區以內及以外，總佔地面積約450,000平方米，並根據土地租賃協議以長期基準持有。

本集團已取得有關用土地的土地使用權，惟兩幅位於同奈省胡奈工業區的土地除外，該兩幅土地設有VMEP齒輪廠房（物業估值報告第3項物業）、VCFP的總辦事處及儲存倉庫（物業估值報告第6項物業）。儘管VMEP齒輪廠房是本集團生產場所之一，董事認為該廠房對本集團的運作並不重要，因為該廠房總佔地面積約為4,000平方米，佔本集團於二零零七年九月三十日的總佔地面積不足0.9%。此外，齒輪廠房目前所在地點亦沒有特殊重要性。董事相信，若本集團需要搬遷該廠，將不會遭遇任何重大困難，搬遷也不會引致其運作有任何嚴重中斷的情況。董事預期，如要進行任何搬遷，將需時約兩至三個月完成。在搬遷期間，董事相信，本集團可將齒輪廠房的工作外判予獨立供應商，或向獨立供應商購買齒輪零件。由於該廠房規模較小，董事亦預期，任何搬遷都不會產生重大成本。VCFP的總辦事處和儲存倉庫不涉及本集團的生產活動，因此對本集團的運作並不重要，董事預期，若本集團需要搬遷總辦事處和倉庫，將不會遭遇任何重大困難，搬遷也不會引致其運作有任何嚴重中斷的情況。本集團在胡奈工業區的土地，是向Ho Nai Industrial Zone Investment & Development Company（「IZIDC」）租用的。IZIDC已確認，由於IZIDC本身未獲發胡奈工業區的土地使用權證，因此，給予本集團的土地使用權證亦延遲發出。IZIDC已確認，正在辦理其土地使用權證的申請，完成後將為VMEP及VCFP申領土地使用權證。於最後實際可行日期，胡奈工業區當局尚未指出VMEP及VCFP須簽發土地使用權證的預計時間。

本集團已取得有關其主要生產及附屬設施的所有合適建築工程擁有權證，惟其同奈省的安平宿舍（物業估值報告第8項物業）除外。該物業與本集團的生產活動無關，對本集團的運作並不重要，董事預期，若本集團需要搬遷宿舍，將不會遭遇任何重大困難，搬遷也不會引致其運作有任何嚴重中斷的情況。本集團正在辦理申領該宿舍建築工程所有權證的手續。於最後實際可行日期，邊和市當局尚未指出須簽發證書的預計時間。

除該等土地租賃協議外，本集團已訂立四項房屋租賃協議，以使用作辦公室及宿舍。越南法律一般規定，房地產租賃協議，包括為期六個月以上的土地租賃協議及房屋租賃協議須由有關公證人簽字或由負責機關簽證。倘未經簽字或簽證的協議出現糾紛，則有關協議可能會宣告無效。八份由本集團訂立的租賃協議並未經簽字或簽證。越南法律顧問已確認，缺陷可予補救，而董事已確認，本公司已採取步驟補救缺陷。所有本集團土地及物業的詳情載於本招股章程附錄四「物業估值」。

往績記錄期間內沒有為本集團物業產權不完整作出撥備。然而，三陽及黃世惠先生已保證，就上述的土地或物業中本集團無法取得適用的土地使用權證或擁有權證或土地租賃協議及物業租賃協議所適用的簽字或簽證，而可能產生或蒙受的任何成本、費用、經營及業務虧損及損失彌償本集團。

### 訴訟與遵例

於最後實際可行日期，本集團成員公司一概沒有涉及任何重大訴訟、索償或仲裁，而盡本集團所知，除下文披露外，本集團任何成員公司概無這類尚未了結或受到威脅的訴訟、索償或仲裁。誠如本招股章程附錄六「其他資料－訴訟」所詳述，本集團最近接獲代一名歐洲機車製造商發出的函件，指稱在設計及營銷Attila Elizabeth上出現不公平的競爭行為。大致上根據其越南法律顧問的意見，董事相信該等指稱並無任何理據，並信納該名歐洲機車製造商提出的任何法律申索不會成立。

本集團於往績記錄期間內一直遵守本集團經營所在司法權區的一切與本集團業務相關的重要法律。本集團越南法律顧問Russin & Vecchi及台灣法律顧問建業法律事務所已確認，本集團已取得法律規定經營其業務所需的一切牌照和許可證，在適用情況下亦已在各相關司法權區作出一切必要的公告。為確保持續遵守上述規定，本集團定期監察一切必要的牌照和證書。本集團已制訂多方面的措施，以確保遵守牌照規定和適用法律。於往績記錄期間內，本集團設有內部審計單位，定期檢查本集團的遵例情況。