

概述

本集團主要業務為設計、開發、生產及銷售高強聚酯纖維高分子複合材料及其他強化複合材料(「強化材料」)及常規材料(「常規材料」, 連同強化材料統稱「材料」)。本集團亦已拓展至設計、開發、生產及銷售其相關下游戶外休閒、娛樂及運動消費市場的充氣及防水產品(「終端產品」)。

根據獨立市場研究及顧問公司Frost & Sullivan的資料, 按二零零八年及截至二零零九年八月三十一日止八個月的營業額計算, 本集團分別是中國第四大及最大的強化材料製造商。在中國強化材料市場的戶外用品分部, 本集團是最大的涉水防護服材料製造商, 產品範圍及功能最廣泛。按上述兩個期間的營業額計算, 本集團均為最大的充氣材料製造商及氣密材料製造商。二零零六年至二零零八年, 按營業額計算, 戶外強化材料佔中國整體強化材料的百分比由約38.2%增至約40.0%。

下表載列於營業紀錄期間, 以上三項產品產生的銷售收益及佔本集團持續經營營業務總銷售收益的百分比:

	截至十二月三十一日止年度					
	二零零七年		二零零八年		二零零九年	
	估本集團 銷售收益 人民幣千元	百分比	估本集團 銷售收益 人民幣千元	百分比	估本集團 銷售收益 人民幣千元	百分比
涉水防護服						
材料	3,978	2.7%	37,496	12.5%	91,309	16.0%
充氣材料	8,561	5.8%	70,252	23.4%	89,814	15.7%
氣密材料	12,854	8.6%	24,204	8.1%	67,841	11.9%

強化材料為利用高強聚酯纖維或尼龍等紡織材料作為基本原料, 並加入高分子聚合物(如PVC、TPU等), 通過特殊工藝與配方生產的高性能複合纖維材料。強化材料有多種高性能, 例如(i)抗拉伸、抗撕裂及粘合強度高; (ii)卓越的耐磨及抗衝擊性能; (iii)阻燃、防水、防油、防霉抗菌、防污、自潔及高耐酸鹼性; (iv)抗紫外線、抗靜電、抗氧化; 及(v)耐寒、耐高溫及使用壽命長等。由於強化材料的性能優良, 故可用於多種行業, 且用途廣泛。常規材料乃以紡織品(不包括高強聚酯纖維材料)採用較簡單生產流程及配方製成, 性能要求一般低於強化材料。本集團的常規材料主要用於生產勞保服及雨衣。

多年來，本集團因技術進步、產品及生產技術創新能力及成果而獲有關政府機構及協會授予多個獎項。根據Frost & Sullivan的資料，按截至二零零九年八月三十一日止八個月的營業額計算，本集團於中國強化材料市場的市場份額約為4.5%，位居首位。董事相信，強大的研發能力及先進的生產技術／工藝令本集團能在其他大眾市場高分子聚合物材料製造商中脫穎而出，在強化材料行業佔據領先地位。本集團的強化材料以「思嘉」品牌銷售，於二零零八年十二月評為福建名牌產品。此外，本集團的「思嘉」商標於二零零九年十二月榮獲「二零零八年度福建名牌產品」。

本集團強化材料的技術規格符合國際安全及環保標準指標。截至最後可行日期，本集團已通過客戶要求的全部必要產品驗證測試。

例如，本集團的強化材料中，警示服材料通過有關保護服警示程度及所用物料等規定的歐洲標準EN471。本集團的材料亦符合有關玩具所含化學物質等規定的玩具安全標準EN71。本集團應客戶要求遞交作測試的材料均通過美國材料與試驗協會—ASTM F963-07的鉛與可溶性元素總含量規定、US Public Law 110-314(二零零八年消費品安全改進法)指定兒童產品中可允許鉛及鄰苯二甲酸鹽含量的規定及歐盟標準關於在電子電氣產品中限制使用某些有害物質(RoHS)指令2002/95/EC規定的化學物質含量水平的要求。

此外，本集團的強化材料亦符合ISO等國際技術規格，例如本集團生產的氣密材料拉伸強度、抗撕裂及粘合強度可分別達到4,500N、430N及105N，分別高於ISO國際標準規定的2,000N、40N及50N。本集團一般用於大型充氣玩具及醫療床墊的充氣材料及醫用材料獲得美國消防局頒佈的NFPA701(「紡織品及膠膜的燃燒性能測試標準方法」)認證。

根據Frost & Sullivan的資料，截至二零零九年九月三十日，本集團亦是中國唯一同時生產沼氣及污水工程項目的沼氣池強化材料及終端產品的供應商。本集團於二零零九年開始銷售沼氣池強化材料及沼氣池終端產品，截至二零零九年十二月三十一日止年度，沼氣池強化材料及沼氣池終端產品所得收益分別約為人民幣14,400,000元及人民幣5,300,000元，佔本集團年內持續經營業務所得總營業額約2.5%及約0.9%。

業 務

沼氣池的氣密性要求高，而董事認為本集團的技術專長及實力足以生產沼氣池強化材料及終端產品。本集團現正申請沼氣池強化材料之技術及設計專利。

此外，據董事所知，現時並無規範中國沼氣池技術規格及要求的相關國家標準。為促進中國沼氣池強化材料及終端產品的發展及技術規格標準化，本集團主動擬定一套標準推薦國家標準化管理委員會採用，並已向福州質量技術監督局呈遞該建議標準，一經批准，將呈交予福建省質量技術監督局，然後交至國家標準化管理委員會採用作行業標準。

本集團提供各式強化材料，用於以下眾多用途及行業：

產品類別	主要用途	主要特點
涉水防護服材料	用於農業、漁業、 化工、醫療、建築、 消防、休閒娛樂、 採礦及隧道、地鐵 工程等用途的 涉水防護服	色牢度高、防火阻燃、防油、 防酸鹼、耐寒保暖、 防霉抗菌、易於清洗
氣密材料	漂流艇、皮划艇、 摩托艇及海上 巡邏艇等充氣艇； 水上跑步機、 水球、蹺蹺板、 冰山等水上休閒 娛樂產品；水池及 圍油欄	抗拉伸、抗撕裂、粘合強度高、 耐磨、高氣密性、抗衝擊力強、 抗紫外線、耐候性好、 優良耐溫性能

業 務

產品類別	主要用途	主要特點
充氣材料	滑梯、城堡、蹦床、 攀岩設備、拱門、 廣告架、電影架、 球門、活動房、 迷宮、賽車跑道、 兒童樂園、競技場 等大型充氣玩具	抗拉伸、抗撕裂、耐磨及粘合 強度高、高耐水壓、防火阻燃、 抗紫外線、耐色遷移及色牢度高
篷蓋材料	軍用帳篷、軍用 防護罩、休閒用 帳篷、集裝箱 貨車／火車篷蓋、 建築頂篷及膜 結構等	抗紫外線、耐候性好、 經防污處理、色牢度高、 防火阻燃、防油、抗酸鹼
箱包材料	工業包裝袋、特種 工具袋、防水袋、 拳擊袋、冰袋、 釣魚袋、運動包及 行李貨架	抗紫外線、耐候性能高、 防油抗污、防火阻燃、 符合環保無毒要求、 防霉抗菌、防靜電
醫用材料	醫用墊、醫療床、 醫療保健設施、 防護罩、血壓帶、 氧氣袋及抗菌袋	防火阻燃、防液體、防異味、 符合環保無毒要求，無過敏 物質、抗菌防霉、防靜電、 防油抗污

產品類別	主要用途	主要特點
沼氣池材料	沼氣池、沼氣儲氣袋、生物質及污水相關工程	吸熱性能優，保溫效果好、抗拉伸、抗撕裂、高氣密性、抗衝擊力強、抗紫外線、耐候性好、耐低溫、使用壽命長
運動場地板材料	室內體育館、體育中心、學校、鋪設各運動場所的羽毛球、乒乓球及排球等比賽場地	防霉抗菌、防火阻燃、防油、防靜電、抗污、無毒材料、符合環保要求、耐磨配方、使用壽命長、表面花紋處理、運動附著力高
專業登山運動雪靴材料	專業登山運動雪靴、雪橇、滑雪板等	耐低溫配方，保證低溫使用、抗拉伸、抗撕裂及粘合强度高
窗簾材料	辦公場所、酒店、家居、倉儲等窗簾以及自動卷閘門	色牢度高、擋光性能優良、防火阻燃、防油、防酸鹼、防霉抗菌、防污易於清潔

業 務

以下載列本集團強化材料業務分部的銷售收益分析：

	截至十二月三十一日止年度					
	二零零七年		二零零八年		二零零九年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
涉水防護服材料	3,978	8.4	37,496	22.5	91,309	26.8
氣密材料	12,854	27.2	24,204	14.5	67,841	19.9
充氣材料	8,561	18.1	70,252	42.2	89,814	26.4
篷蓋材料	5,202	11.0	8,254	4.9	17,385	5.1
箱包材料	16,692	35.3	26,454	15.9	37,411	11.0
醫用材料	-	-	-	-	9,195	2.7
沼氣池材料	-	-	-	-	14,437	4.2
窗簾材料	-	-	-	-	10,393	3.1
專業登山運動雪靴材料	-	-	-	-	2,094	0.6
運動場地地板材料	-	-	-	-	771	0.2
總計	<u>47,287</u>	<u>100.0</u>	<u>166,660</u>	<u>100.0</u>	<u>340,650</u>	<u>100.0</u>

本集團的常規材料主要包括高分子塗層滌綸、高分子膜、高分子塗層尼龍、貼布革、塗層布及裹布，均以滌綸、尼龍或複合纖維(高強高分子纖維除外)等布料採用較簡單的生產流程及配方製成，性能要求一般低於強化材料。

本集團提供的常規材料類別概覽如下：

產品類型	主要用途	主要特點
高分子塗層滌綸	生產雨衣、風衣、日用品及帳篷	柔軟、良好的耐熱性能、防水、防潮及擋風
塗層布	生產軍服套裝、警務飛行服、安全防護服、戶外活動服及勞保服	質量輕、明亮、阻燃、防水、透濕且透氣
裹布	生產雨衣、服裝及箱包	柔軟

業 務

產品類型	主要用途	主要特點
貼布革	生產勞保雨衣及圍裙	耐熱、防水、防潮、耐穿刺、不易變形、耐寒、阻燃、耐酸鹼
高分子膜	生產日用品、雨衣、圍裙、箱包、廣告材料、勞保服、包裝材料、游泳池、充氣玩具及農用薄膜	質地柔軟、防水、抗紫外綫、耐寒及阻燃
高分子塗層尼龍	生產雨衣、風衣、勞保服、涉水防護服及帳篷	質地柔軟舒適、光滑、良好的色牢度及耐熱性、防水、防潮、擋風、保暖且耐用

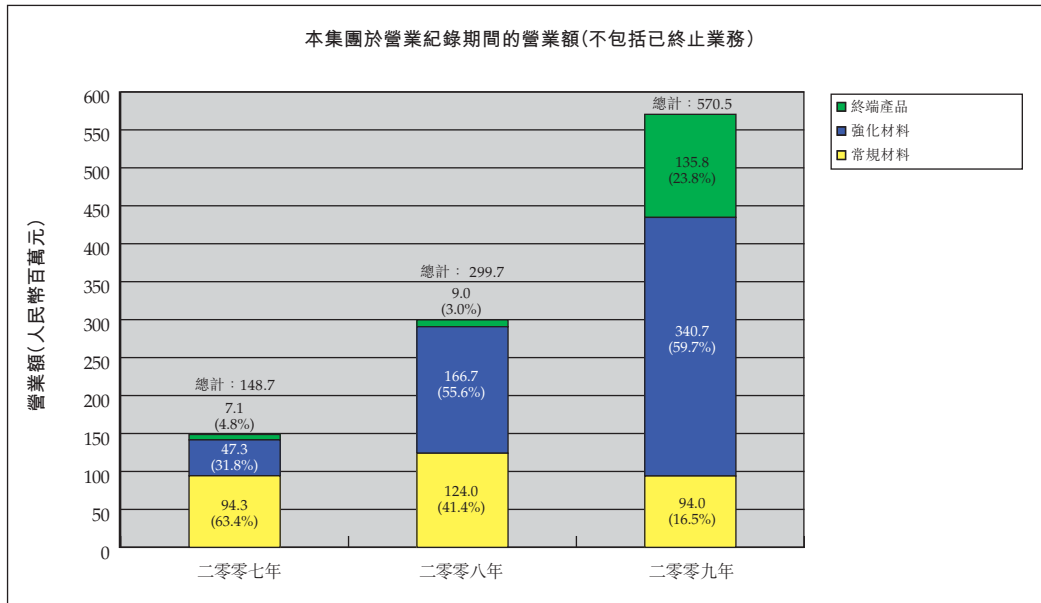
下表載列本集團常規材料業務分部的銷售收益分析：

	截至十二月三十一日止年度					
	二零零七年		二零零八年		二零零九年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
高分子膜	16,101	17.1	14,363	11.6	26,622	28.3
高分子塗層滌綸	44,938	47.6	73,163	59.0	50,869	54.1
裏布	4,094	4.3	3,836	3.1	1,858	2.0
高分子塗層尼龍	967	1.0	480	0.4	4,872	5.2
貼布革	14,048	15.0	26,561	21.4	8,693	9.3
塗層布	14,184	15.0	5,573	4.5	1,075	1.1
	<u>94,332</u>	<u>100.0</u>	<u>123,976</u>	<u>100.0</u>	<u>93,989</u>	<u>100.0</u>

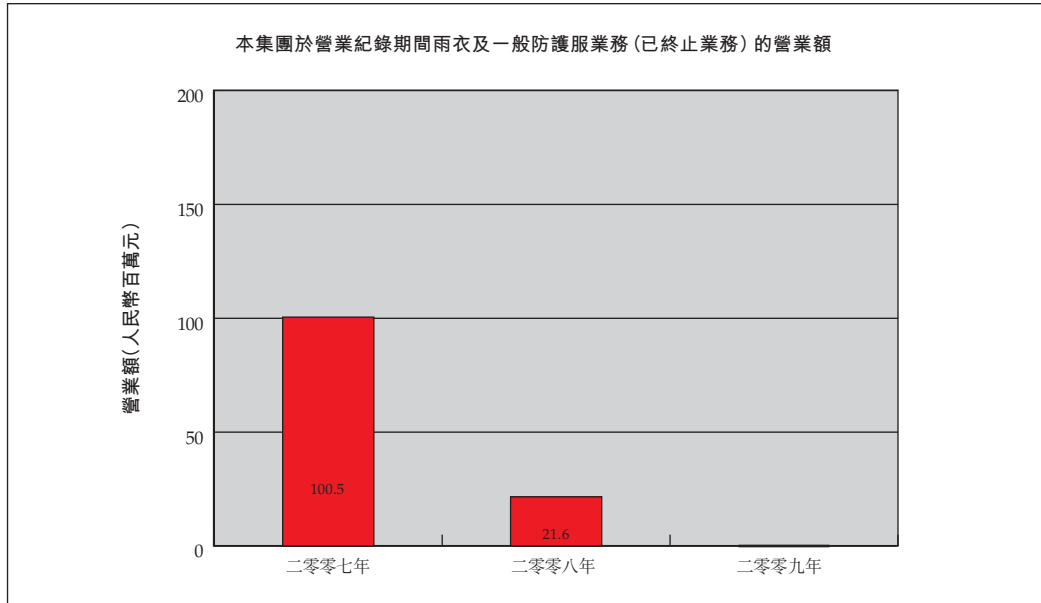
業 務

於營業紀錄期間，本集團大部分常規材料主要售予雨衣及勞保服製造商和貿易公司。儘管本集團主要集中開發及銷售強化材料，但本集團仍會根據客戶需求及盈利能力繼續應用現有生產設施開發及銷售常規材料。

截至二零零七年、二零零八年及二零零九年十二月三十一日止三年度各年，強化材料的營業額分別佔本集團總營業額(不包括已終止業務)約31.8%、55.6%及59.7%，而常規材料的營業額分別佔本集團總營業額(不包括已終止業務)約63.4%、41.4%及16.5%。強化材料的營業額自二零零七年約人民幣47,300,000元增至二零零九年的人民幣340,700,000元，複合年增長率約為168.4%。強化材料業務的貢獻於營業紀錄期間增加證明本集團專注於推出高性能強化材料的策略成功。為區分本集團與其他製造商的產品，本集團開始在強化材料壓印「思嘉」品牌名稱及「S」商標，並以此推銷。



業 務



於最後可行日期，本集團的材料銷往國內400多名客戶(包括國內終端產品製造商、國際品牌的OEM製造商及貿易公司)以及美國、德國、英國、新西蘭、韓國、伊朗、新加坡、哥斯達黎加、智利及菲律賓等其他國家的20多名國外客戶。

鑑於國際尤其是中國下游戶外休閒娛樂產品市場與日俱增，而本集團擅長生產用於製造下游充氣及防水產品的強化材料，因此本集團於二零零七年開始開發終端產品業務，小批量生產終端產品，其後於二零零九年開始經營廈門生產基地而進一步擴充產能。本集團所有終端產品均使用自有品牌的強化材料生產，以保證質量。截至二零零七年、二零零八年及二零零九年十二月三十一日止三年度各年，終端產品營業額分別佔本集團總銷售收益(不包括已終止業務)約4.8%、3.0%及23.8%。截至二零零九年十二月三十一日止年度，終端產品營業額約為人民幣135,800,000元。

業 務

於最後可行日期，本集團提供及計劃提供以下終端產品：

產品類別	主要目標市場	品牌名稱及標誌
涉水防護服 	農業、水產養殖、 漁業、化工業、 消防業、休閒 娛樂業、採礦業及 建築工程等	姜太公、致富郎、水傳說 
充氣艇 	海事、港口船塢、軍事、 漂流景點、水上 娛樂、休閒運動、 救生等	龍仕騰(Long Standing) 
充氣水上休閒產品 	水上樂園、休閒運動、 休閒娛樂等	龍仕騰(Long Standing) 
充氣產品(包括大型充 氣玩具、充氣帳篷、 廣告架及其他) 	戶外娛樂場所、 商場、學校、 體育館、公園、 廣告策劃等	龍仕騰(Long Standing) 
沼氣池 	污水及生物質相關 工程	浩源(Grandsoo) 
運動場地板 (預計二零一零年推出) 	學校運動場、體育活動場 地	浩源(Grandsoo) 
空氣床 (預計二零一零年推出) 	家居、辦公、酒店、 露營地點	浩源(Grandsoo) 
水池 (預計二零一零年推出) 	家居、戶外休閒、 露營地點	樂樂泉(Source of joy) 

業 務

截至最後可行日期，本集團終端產品售予123名國內客戶及43名國外客戶(包括戶外及防水運動休閒產品零售商、批發商、貿易公司、漂流俱樂部及戶外活動舉辦單位)。截至二零零七年、二零零八年及二零零九年十二月三十一日止三年度各年，以本集團自有品牌出售的終端產品銷售額分別為約人民幣7,100,000元、人民幣9,000,000元及人民幣135,200,000元，分別佔本集團終端產品銷售額約100.0%、100.0%及99.5%，其餘主要為向國際品牌的銷售。

截至二零零七年、二零零八年及二零零九年十二月三十一日止三年度各年，本集團國內銷售額(不包括已終止業務)分別約為人民幣146,200,000元、人民幣289,800,000元及人民幣557,900,000元。同期，本集團境外銷售額(不包括已終止業務)分別約為人民幣2,500,000元、人民幣9,800,000元及人民幣12,600,000元。

本集團生產強化材料所採用的原料主要包括聚合物、助劑及紡織品，而終端產品使用自有品牌的強化材料以及外購零部件，本集團大部分外購原料均來自中國的供應商。

本集團於福建省福州市及廈門市設有兩個生產基地，福州生產基地從二零零三年八月開始運營，主要從事本集團強化材料及一種終端產品，即大型充氣玩具的生產，亦可設計及小批量生產其他終端產品，而廈門生產基地從二零零九年八月開始運營，從事本集團終端產品(大型充氣玩具除外)的設計生產。

本集團相當著重持續研究及開發，已於福建省福州市成立一支具備專業資格的研發團隊，專注改進本集團現有技術、工藝流程，提高生產效率及新產品開發。截至最後可行日期，本集團研發部門有31名具備高分子材料、化學工程及電氣技術等相關大專及本科學歷資格的人才，其中包括兩名工程師及四名助理工程師。截至最後可行日期，本集團擁有49項註冊專利(包括1項發明專利、30項實用新型專利及18項設計專利)及20項正在申請註冊的專利。

本集團亦與福州大學的知名學者及研究機構合作，分別(i)與天津工業大學教授兼博士生導師顧振亞教授及福州大學高分子科學與技術研究所所長鄭玉嬰教授簽訂協議，出任本集團獨家技術顧問；及(ii)與福州大學福建省功能材料技術開發基地簽訂協議，共同設立高強工業聚酯纖維複合材料研發中心。

業 務

本集團的技術進步、產品及生產技術創新能力及成果獲有關政府機構及組織認可。以下為截至最後可行日期，本集團獲授之獎勵及榮譽：

獎勵及榮譽	頒獎機構	年份
福建省高新技術企業	福建省科學技術廳	二零零六年九月
外商投資先進技術企業	福建省對外貿易經濟合作廳	二零零六年十一月
福建省守合同重信用企業	福建省工商行政管理局	二零零七年四月
海峽兩岸職工創新成果金獎	海峽兩岸職工創新成果展組委會	二零零七年六月
福州市優秀新產品二等獎	福州市人民政府	二零零七年十二月
福建工業主要行業前十強	福建省企業評級中心及協會	二零零八年八月
福州市科技進步二等獎	福州市人民政府	二零零八年九月
福建省高新技術企業	福建省科學技術廳、福建省財政廳、福建省國家稅務管理局、福建省地方稅務局	二零零八年十一月
福州市優秀新產品獎三等獎	福州市人民政府	二零零八年十二月
福建名牌產品	福建省人民政府	二零零八年十二月

業 務

獎勵及榮譽	頒獎機構	年份
二零零七至二零零八年度 福建省守合同重信用 企業	福建省工商行政管理局	二零零八年十二月
福建省自主創新產品	福建省科學技術廳、福建省 經濟貿易委員會、福建省 發展和改革委員會、 福建省財政廳	二零零九年六月
福州市科技進步二等獎	福州市人民政府	二零零九年十月
福州市企業技術中心	福州市經濟貿易委員會	二零零九年十二月
福建省優秀新產品	福建省人民政府	二零零九年十二月
福州市優秀新產品	福州市人民政府	二零零九年十二月
二零零八年度福建省 著名商標	福建省工商行政管理局	二零零九年十二月

董事相信，嚴格的質量監控亦為本集團成功的關鍵因素。本集團在各個生產工序實施嚴格的質量監控措施，確保產品符合客戶的質量標準及國際安全標準。除產品屢獲殊榮外，本集團的質量管理體系亦於二零零六年四月獲中國質量認證中心頒發ISO9001:2000認證。

董事相信，本集團的技術專長、研發實力、產品質量、銷售及服務網絡及以客戶為本的服務促成本集團於營業紀錄期間的發展。營業紀錄期間，營業額(已終止業務除外)自二零零七年約人民幣148,700,000元增至二零零九年約人民幣570,500,000元，複合年增長率約為95.9%。純利(已終止業務除外)自二零零七年約人民幣26,100,000元增至二零零九年約人民幣171,200,000元，複合年增長率約為156.0%。

根據Frost & Sullivan的資料，基於下游產品應用範圍廣泛及國內外需求不斷增長，中國強化材料市場預計將由二零零八年約人民幣56億元增至二零一四年約人民幣215億元，複合年增長率約為25.3%。按截至二零零九年八月三十一日止八個月的營業額計算，本集團於中國強化材料市場的市場份額為4.5%，位居榜首，作為中國強化材料的領先生產商，董事相信會繼續受益於預期日益增長的強化材料需求。

根據Frost & Sullivan的資料，二零零八年中國下游產品市場收益總額約達人民幣225億元，預計二零一四年將約達人民幣942億元，複合年增長率約為27.0%。董事相信本集團可充分發揮終端產品業務的優勢。

競爭優勢

董事認為本集團的主要競爭優勢如下：

領先的市場地位

本集團是中國強化材料的領先生產商。根據Frost & Sullivan的資料，中國強化材料市場分散，二零零八年五大生產商的市場佔有率合共約為14.9%，各自的市場份額相差無幾，介乎約2.2%至3.3%。按二零零八年的營業額計算，本集團的市場佔有率約為3.0%，名列第四。二零零六年至二零零八年，本集團的複合年增長率約達139.3%，高於其他頂級生產商及行業平均水平。按截至二零零九年八月三十一日止八個月的營業額計算，本集團的市場份額增至約4.5%，位居首位。在中國強化材料市場戶外分部，按二零零八年營業額計算，本集團涉水防護服材料的市場佔有率約為10.4%，位居首位；充氣材料的市場佔有率約為28.1%，位居首位；氣密材料的市場佔有率約為10.5%，名列第一。按截至二零零九年八月三十一日止八個月的營業額計算，本集團涉水防護服材料的市場佔有率約為20.4%，位居首位；充氣材料的市場佔有率約為29.0%，名列第一；氣密材料的市場佔有率約為18.2%，名列第一。

董事相信，在先進科技及技術能力方面，本集團亦為中國領先的強化材料生產商。數年來，本集團因技術進步、產品及生產技術的創新能力與成果獲得相關政府機構及組織的多項獎項及榮譽。本集團強化材料的技術規格符合國際安全及環保標準指標。有關本集團研發實力的詳情，請參閱本節「強大的研發實力及產品創新保證」一段。

廣泛的產品應用領域及綜合業務

本集團產品組合包括充氣材料、氣密材料、涉水防護服材料、篷蓋材料、窗簾材料、箱包材料、醫用材料、沼氣池材料、運動場地板材料及專業登山運動雪靴材料，可應用於眾多應用領域及戶外休閒娛樂及運動、再生能源、物流、建築、勞工保護裝備、包裝、醫療、救生、廣告及日常用品等行業。本集團憑藉生產強化材料的專業知識，將業務擴展至充氣艇、大型充氣玩具、水上娛樂運動充氣產品、涉水防護服及沼氣池等相關下游終端產品。

本集團強化材料的客戶包括戶外休閒娛樂、物流、建築、勞工保護裝備、包裝、休閒運動、再生能源、醫療、救生、日常用品及廣告業等多個行業的國內終端產品製造商、國際品牌之OEM製造商及貿易公司，亦包括美國、德國、英國、新西蘭、南韓、伊朗、新加坡、哥斯達黎加、智利及菲律賓等其他國家的海外客戶。

本集團向國內外廣大客戶(包括戶外及防水運動及休閒產品零售商、批發商、貿易公司、漂流俱樂部及戶外活動舉辦單位)銷售終端產品。由於本集團擁有遍佈各個行業的廣泛客戶群，並非過份依賴任何個別行業，故董事認為可有效控制因個別行業市場衰退而引致的業務風險。

此外，董事認為，綜合業務模式(i)可增加本集團的收入來源；(ii)降低生產成本及交易費用並進一步提高整體成本效益；(iii)令產品價值鏈供需同步，提高本集團的市場地位，降低價值鏈各部分的相關市場風險；及(iv)由於了解終端產品需求提升上下游產品品質。

高品牌知名度

本集團的強化材料以「思嘉」牌銷售。自二零零二年本集團成立以來，已建立「思嘉」牌成為中國強化材料的知名品牌，得到本集團客戶、相關政府部門及貿易協會的高度認可。在本售股章程「獎項及榮譽」一節所載的獎項及榮譽中，「思嘉」牌強化材料於二零零八年榮獲福建省政府頒發的福建名牌產品，氣密材料於二零零九年認定為福建省自主創新產品，列入福建省政府採購目錄。根據品牌策略，本

集團已開始在強化材料印上本集團的「思嘉」標誌，以區別於其他供應商的產品及提升品牌地位。本集團在香港、美國、英國、法國、德國及新加坡均已註冊商標。董事認為，本集團強大的品牌知名度主要是由於優質產品、致力產品研發及創新、以客戶為本的服務以及領先的市場地位。

強大的研發實力及致力產品創新

董事認為，具備生產性能及功能均符合特定客戶需求的產品與開發新產品的生產技術及專業知識，是能否在中國強化材料市場取得成功的關鍵因素之一。因此，本集團注重持續研發，擁有以福建省福州市為基地的合資格研發團隊，專注於改進現有技術、加工技術、生產效率及開發新產品。截至最後可行日期，本集團研發部門有31名具備高分子材料、化學工程及電氣技術等相關大專及本科學歷資格的人才，其中包括兩名工程師及四名助理工程師。截至最後可行日期，本集團擁有49項註冊專利(包括1項發明專利、30項實用新型專利及18項設計專利)及20項正在申請註冊的專利。

本集團亦與福州大學的知名學者及研究機構合作，分別(i)與天津工業大學教授兼博士生導師顧振亞教授及福州大學高分子科學與技術研究所所長鄭玉嬰教授簽訂協議，出任本集團獨家技術顧問；及(ii)與福州大學福建省功能材料技術開發基地簽訂協議，共同設立高強工業聚酯纖維複合材料研發中心。

於營業紀錄期間，本集團不斷拓展產品組合，因技術進步、產品及生產技術的創新能力與成果獲得相關政府機構及組織的多項獎項及榮譽，詳情載於本售股章程「獎項及榮譽」一節。基於以上條件，董事相信本集團開發的強化材料是中國技術最先進的產品之一。

本集團強化材料的技術規格符合國際安全及環保標準。截至最後可行日期，本集團已通過客戶要求的全部必要產品驗證測試。

例如，本集團的強化材料中，警示服材料通過有關保護服警示程度及所用物料等規定的歐洲標準EN471，而本集團的材料亦符合有關玩具所含化學物質等規定的玩具安全標準EN71。本集團應客戶要求遞交作測試的材料均通過美國材料與試驗協會—ASTM F963-07的鉛與可溶性元素總含量規定、US Public Law 110-314 (二零零八年消費品安全改進法)指定兒童產品中可允許鉛及鄰苯二甲酸鹽含量的規定及歐盟標準關於在電子電氣產品中限制使用某些有害物質(RoHS)指令2002/95/EC規定的化學物質含量水平的要求。

此外，本集團的強化材料符合ISO等國際技術規格，例如本集團生產的氣密材料拉伸強度、抗撕裂及黏合強度分別可達到4,500N、430N及105N，分別高於ISO國際標準規定的2,000N、40N及50N。本集團一般用於大型充氣玩具及醫療床墊的充氣材料及醫用材料獲得美國消防局頒佈的NFPA701(「紡織品及膠膜的燃燒性能測試標準方法」)認證。

根據Frost & Sullivan的資料，於二零零九年九月三十日，本集團是中國唯一同時生產沼氣及污水工程項目的沼氣池強化材料及終端產品的供應商。

沼氣池的氣密性要求高，而董事認為本集團的技術專長及實力足以生產沼氣池強化材料及終端產品。本集團現正申請沼氣池強化材料之技術及設計專利。

此外，據董事所知，由於現時並無規範中國沼氣池技術規格及要求的相關國家標準，故此為促進中國沼氣池強化材料及終端產品的發展及技術規格標準化，本集團主動擬定一套標準推薦國家標準化管理委員會採用，並已向福州質量技術監督局呈遞該建議標準，一經批准，將呈交予福建省質量技術監督局，然後交至國家標準化管理委員會採用作行業標準。

董事認為，本集團強大的研發實力有助本集團生產較競爭對手優良的高端產品。

強大的生產能力

董事相信，本集團擁有部分中國最先進及高效的強化材料及終端產品自動化生產設施。強化材料生產方面，本集團的主要生產設施包括八條自行組裝的自動化塗層、貼合及壓延工序生產線。本集團的生產設備乃根據本身研發團隊設計的規格，利用採購自美國、歐洲及日本的零部件，自行組裝及進行特別調較。就董事所知，大部分中國生產商採用塗層或貼合技術生產強化材料，而並非結合兩種技術。採用塗層技術生產的強化材料強度較高、耐磨性及各層間的粘合力較好，而採用貼合技術生產的強化材料氣密性較好且較美觀。除單獨採用塗層或貼合工序外，本集團亦將二者結合設計生產設施及工序，發揮兩種工序的優勢。董事認為，本集團可憑此舉生產出更符合客戶規格及要求的產品。

董事認為，該等設備能有效提高本集團的產能，加強控制產品質量，實現產品多元化及發揮規模經濟效益。於營業紀錄期間，本集團生產線的平均年產能普遍增加，有關詳情請參閱本節「產能」一段。

產品優良，質量監控嚴謹

董事認為，本集團產品是否質優可靠對客戶及本集團聲譽至關重要。本集團建立了從原料進廠檢驗、製程品質管控到成品全檢的全程品質控制體系，確保產品符合本集團質量標準及國際技術規格，滿足客戶要求。本集團福州生產基地於二零零六年獲得ISO9001:2000認證。截至二零零七年、二零零八年及二零零九年十二月三十一日止三年度各年，產品合格率達99%以上且從未有客戶退貨。本集團的主要產品可通過客戶要求的SGS、TUV及Intertek等獨立測試及檢驗機構的全部必要產品驗證測試。此外，本集團亦定期收集客戶意見及進行產品質量調查，確保客戶滿意並提升客戶服務質素。

精幹、穩定且經驗豐富的管理團隊

本集團執行董事平均擁有超過18年的行業經驗，具備深厚的行業及專業知識與豐富的管理與運營經驗。本集團董事長兼執行董事林生雄先生已有逾24年高分子材料行業的管理經驗；總經理兼執行董事張宏旺先生從事本行業已有13年，擁有豐富的營銷及品牌建立經驗；總工程師兼執行董事黃萬能先生從事本行業已有20年，在新產品、新技術及新工藝研發、設備改造方面獨具創新及技能。本集團管理團隊在管理、銷售及營銷、生產、品質管控及財務管理等方面擁有廣泛經驗，在建立績效為本的文化中擔當至關重要的角色，促進提供質量一致而優良的產品及服務、降低成本且提高市場應變能力。

此外，本集團的管理團隊穩定，所有執行董事自本集團成立至今一直任職本集團，高級管理團隊平均任職時間超過5年。董事相信，憑藉本集團經驗豐富而穩定的管理團隊，本集團可有效制訂及執行策略，把握開發新產品及拓展新市場的契機。

未來計劃及策略

本集團計劃鞏固在中國強化材料市場的領先地位，提高在中國強化材料及終端產品市場的市場佔有率。因此，本集團將實行下列策略：

開發新產品

除目前採用最廣泛的高分子材料PVC外，本集團亦計劃應用新型高分子材料，如TPU(熱塑聚氨酯)、PVDF(聚偏二氟乙烯)及PTFE(聚四氟乙烯)，開發更多用途更廣泛的新型強化材料。TPU類強化材料具有卓越的抗磨耗及耐低溫性能，通常用於飛船、氣球、氣墊船、按摩椅等囊體材料。PVDF類強化材料(例如膜結構材料)是適用於建築的新型材料，逐漸廣泛用於體育館、商場、展覽中心及交通設施等大型樓宇建築。PVDF膜結構材料更抗灰塵、抗日照，且具有高強度、高韌性及高透光性。PTFE類強化材料常用於生產防水透濕透氣的涉水防護服材料，有利於汗液蒸發並提高穿著的舒適度。PTFE類強化材料有阻燃、防靜電、防污自潔及抗酸鹼等特性。

本集團計劃於二零一零年推出空氣床及水池等新種類終端產品。

擴充產能

鑑於國內外(尤其是中國)對強化材料及終端產品的需求日益殷切，為擴大客戶基礎及把握市場趨勢從而立足市場，本集團計劃擴充產能及產品組合。強化材料方面，現時福州生產基地可用的生產設施以接近最高產能運作，而截至最後可行日期，福州生產基地建築面積的佔有率接近100%。本集團計劃加裝兩條貼合生產線，將強化材料的年產能增加2,000萬米，並新增一條壓延生產線，將高分子薄膜的年產能增加15,000噸(估計成本約為人民幣35,000,000元)。現有壓延生產線亦將進行技術改造，屆時產能將提高約15.0%(估計成本約為人民幣13,000,000元)。本集團計劃新建兩條年產能1,600萬米的空氣床材料生產線(估計成本約人民幣8,000,000元)。為配合上述強化材料生產設施的擴充，本集團將於現有福州生產基地(位於本集團現時所擁有的福州土地(定義見本節「物業權益」一段)現有空地旁興建建築面積約43,211平方米的福州生產基地二期，包括廠房及員工宿舍設施(估計總成本約人民幣65,000,000元)，其中建築面積約35,000平方米會用作上述擴充生產設施及員工宿舍設施。本集團預期福州生產基地二期最遲於二零一一年上半年投產。

本集團現正與國際設備供應商探討合作，於福州生產基地二期開發TPU囊體材料及PVDF膜結構材料生產線(估計總成本約為人民幣55,000,000元)。該等生產線計劃不遲於二零一零年底完工。隨後，本集團將制訂計劃進一步開發PTFE防水透濕透氣材料生產線。

終端產品方面，本集團計劃新建四條涉水防護服生產線，將每年增加產能1,123,000套(估計總成本約為人民幣12,000,000元，將以本集團內部資源撥付)。本集團計劃為空氣床及水池終端產品新建生產線，估計年產能分別為109,000套及62,000套(估計成本約為人民幣10,000,000元，將以全球發售所得款項淨額撥付)。本集團預期上述新產品線將不遲於二零一零年底投產。截至最後可行日期，廈門生產基地建築面積的佔用率約為80.0%。

擴大銷售網絡及分銷渠道

本集團計劃通過增加產品銷售辦事處擴大銷售網絡，增大於中國的覆蓋範圍。除廣州、威海及鄭州的現有銷售辦事處外，本集團計劃於上海、深圳、成都、青島、臨沂、南寧、南昌、武漢、長沙等其他大城市設立銷售辦事處，促進銷售並向周邊城市及地區提供支援服務。具體而言，本集團將視乎個別產品選擇有利位置設立新銷售辦事處。強化材料方面，本集團於充氣產品的主要國內市場鄭州及廣州設有銷售辦事處。就董事所知，青島及威海是氣密產品的主要國內市場，因此本集團計劃在威海辦事處的基礎上增設青島辦事處，以進一步發展氣密材料市場。終端產品方面，本集團計劃於武漢(洪湖、長江及漢江流域)、長沙(洞庭湖)、南昌(鄱陽湖)、臨沂、巢湖及廣州等主要漁業及農業地區設立銷售辦事處，推廣涉水防護服產品。充氣艇及充氣玩具方面，本集團計劃開發南寧、長沙、廣州及武漢等擁有較多漂流景點的省市市場。根據Frost & Sullivan的資料，二零零八年中國有超過1,000個漂流景點，預計未來五年將增加至3,000個。

境外銷售渠道方面，除繼續利用網絡營銷平台、參加行業展覽會及交易會、於各媒體刊登廣告及維持與現有客戶的關係外，本集團將於海外國家探求商機，擴大銷售及分銷渠道，包括設立海外銷售辦事處、與代理商及分銷商結成戰略聯盟以及與品牌產品生產商保持聯繫，增加本集團於海外市場的銷售。所有資金均以本集團本身財務資源撥付。

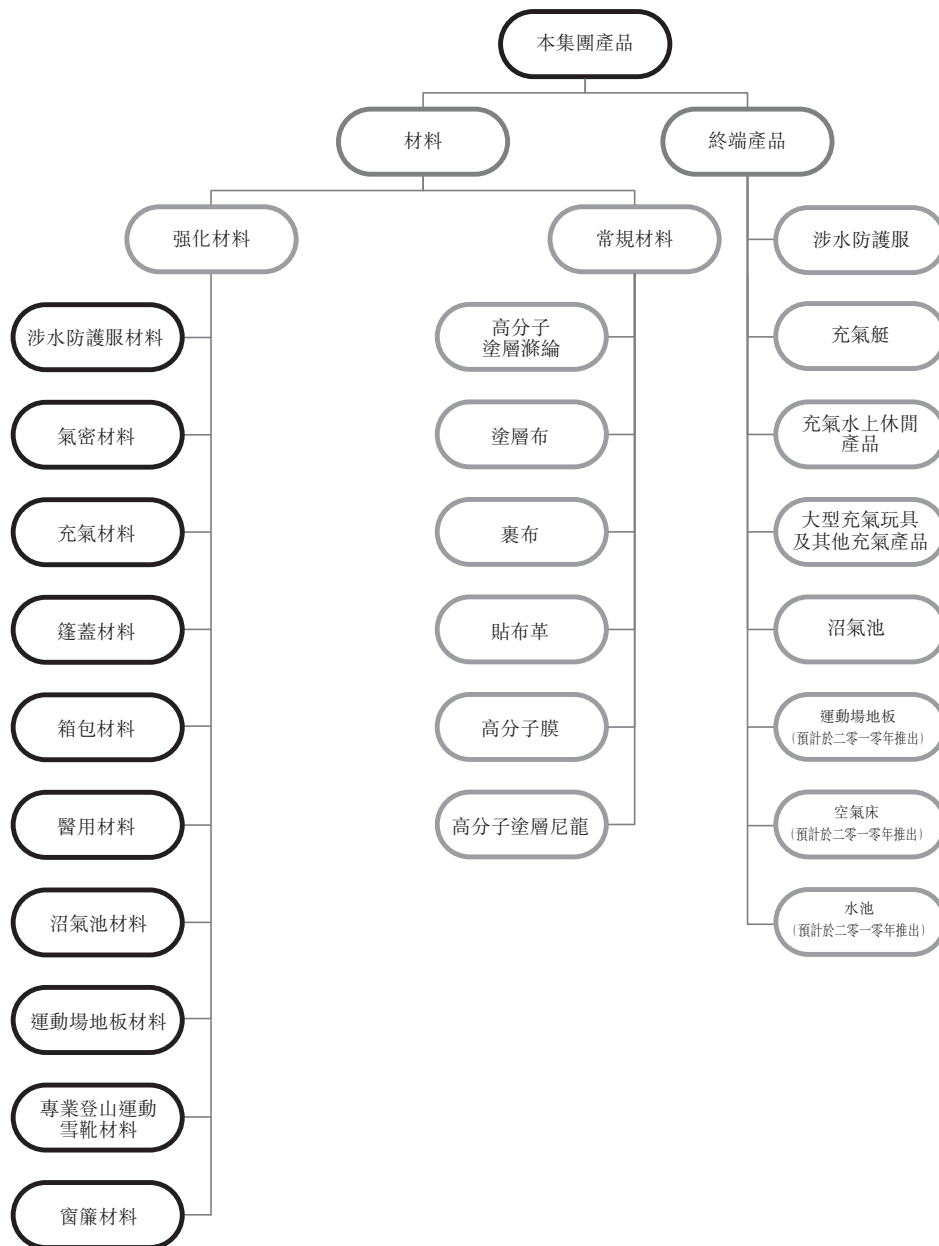
建立品牌及推廣產品

本集團計劃成為中國強化材料及戶外休閒、娛樂、運動及防水終端產品的領先品牌。為進一步提升「思嘉」品牌知名度及建立終端產品品牌龍仕騰、浩源及樂樂泉，本集團計劃繼續投資宣傳及推廣其品牌與產品，包括舉辦及參與行業研討會、展覽會及交易會，贊助休閒娛樂活動，成立漂流、垂釣及水上運動會員俱樂部或與有關俱樂部合作，以及於雜誌、行業期刊及互聯網等各種媒體刊登廣告。

本集團已開始在所有強化材料印上本集團「思嘉」標誌，加強「思嘉」品牌的市場知名度。此外，本集團計劃與若干終端客戶合作，於使用「思嘉」材料的產品上加上「思嘉」品牌標籤，藉此增加品牌知名度。

產品

本集團主要從事高強聚酯纖維高分子複合材料及其他高強複合材料(「強化材料」)及常規材料(「常規材料」,與強化材料統稱「材料」)的設計、開發、製造及銷售。本集團亦已拓展至設計、開發、製造及銷售相關下游戶外休閒、娛樂及運動消費市場的充氣及防水產品(「終端產品」)。本集團的產品組合可應用於戶外休閒娛樂、休閒運動、再生能源、物流、建築、勞動防護、包裝、醫療、救生、廣告及日常用品等多種用途及行業。下圖顯示本集團目前提供及未來將推出的產品：



業 務

下表載列本集團截至二零零七年、二零零八年及二零零九年十二月三十一日止三年度各年按產品類別分類的銷售收益：

產品	截至十二月三十一日止年度		
	二零零七年 人民幣千元	二零零八年 人民幣千元	二零零九年 人民幣千元
材料			
強化材料	47,287	166,660	340,650
常規材料	94,332	123,976	93,989
終端產品	<u>7,096</u>	<u>9,008</u>	<u>135,853</u>
持續經營業務銷售收益	148,715	299,644	570,492
雨衣及一般防護服			
— 已終止業務	<u>100,481</u>	<u>21,585</u>	<u>—</u>
總計	<u><u>249,196</u></u>	<u><u>321,229</u></u>	<u><u>570,492</u></u>

截至二零零七年、二零零八年及二零零九年十二月三十一日止三年度各年，強化材料的營業額分別佔本集團總營業額(不包括已終止業務)約31.8%、55.6%及59.7%。強化材料的營業額自二零零七年約人民幣47,300,000元增加至二零零九年約人民幣340,700,000元，複合年增長率約為168.4%。

(i) 材料

本集團的材料分為兩類：(a)強化材料及(b)常規材料。

(a) 強化材料

強化材料以高強聚酯纖維或尼龍等紡織品作為基本材料，加上高分子聚合物(如PVC、TPU等)，通過特殊工藝及配方製造的高性能纖維複合材料。強化材料有多種高性能，例如(i)抗拉伸、抗撕裂及粘合強度高；(ii)卓越的耐磨及抗衝擊性能；(iii)阻燃、防水、防油、防霉抗菌、防污及高耐酸鹼性；(iv)抗紫外線、抗靜電、抗氧化及(v)耐寒、耐高溫、耐老化及耐用等。由於強化材料的性能優良，故可用於多種行業，且用途廣泛。

業 務

本集團向多種行業的終端產品生產商提供以下各式各樣的強化材料：

產品類別	主要用途	主要特點
涉水防護服材料	用於農業、漁業、化工、醫療、建築、消防、休閒娛樂、採礦及隧道與地鐵工程等功能的防護服	色牢度高、防火阻燃、防油、防酸鹼、耐寒、保暖、防霉抗菌、防污自潔
氣密材料	漂流艇、皮划艇、摩托艇及海上巡邏艇等充氣艇；水上跑步機、步行球、水上蹺蹺板、冰山等水上娛樂運動產品；以及水池及圍油欄	抗拉伸、抗撕裂、粘合強度高、耐磨、高氣密性、抗衝擊力強、抗紫外線、耐候性好、優良耐溫性能
充氣材料	滑梯、城堡、蹦床、攀岩、拱門、廣告架、電影架、球門、活動房、迷宮、賽車跑道、兒童樂園、競技場等大型充氣娛樂玩具	抗拉伸、抗撕裂、耐磨及粘合強度高、高耐水壓、防火、阻燃、抗紫外線、耐色遷移、色牢度高
篷蓋材料	軍用帳篷、軍用防護罩、休閒娛樂用帳篷、集裝箱貨車／火車篷蓋、建築頂篷及膜結構	抗紫外線、耐候性好、經防污處理、色牢度高、防火阻燃、防油、防酸鹼、防污自潔
箱包材料	工業包裝袋、特種工具袋、防水袋、拳擊袋、冰袋、釣魚袋、運動包及行李貨架	抗紫外線、耐候性好、防油、抗污、防火阻燃、符合環保無毒要求、防霉抗菌、防靜電

業 務

產品類別	主要用途	主要特點
醫用材料	醫用墊、醫療床、醫療保健設施、防護罩、血壓帶、氧氣袋及抗菌袋	防火阻燃、防液體、防異味、符合環保無毒要求，無過敏物質、防霉抗菌、防靜電、防油抗污
沼氣池材料	沼氣池、沼氣儲氣袋、生物質及污水相關工程	吸熱性能優，保溫效果好、抗拉伸、抗撕裂、高氣密性、抗衝擊力強、抗紫外線、耐候性好、耐低溫、使用壽命長
運動場地板材料	室內體育館、體育中心、學校、鋪設各運動場所的羽毛球、乒乓球及排球等比賽場地	抗菌防霉、阻燃、防油、防靜電、抗污、無毒材料、符合環保要求、耐磨配方、耐用、表面花紋處理且運動附著力高
專業登山運動雪靴材料	專業登山運動雪靴、雪橇及滑雪板	耐低溫配方，保證低溫使用、抗拉伸、抗撕裂及粘合強度極高
窗簾材料	辦公場所、酒店、家居及倉儲室窗簾及自動卷閘門	色牢度高、擋光性能優良、防火阻燃、防油、防酸鹼、防霉抗菌、防污易潔

本集團強化材料的技術規格符合國際安全及環保標準。截至最後可行日期，本集團已通過客戶要求的全部必要產品驗證測試。

例如，本集團的強化材料中，警示服材料通過有關防護服警示程度及所用物料等規定的歐洲標準EN471。本集團的材料亦符合有關玩具所含化學物質等規定的玩具安全標準EN71。

此外，本集團的強化材料亦符合ISO等國際技術規格，例如，本集團生產的氣密材料拉伸強度、抗撕裂及黏合強度可分別達4,500N、430N及105N，分別高於ISO國際標準規定的2,000N、40N及50N。本集團一般用於大型充氣玩具及醫療床墊的充氣材料及醫用材料獲得美國消防局頒佈的NFPA701(「紡織品及膠膜的燃燒性能測試標準方法」)認證。

根據Frost & Sullivan的資料，於二零零九年九月三十日，本集團亦是製造生物質及污水相關工程的強化材料及沼氣池終端產品的唯一中國製造商。

沼氣池的氣密性要求高，而董事認為本集團的技術專長及實力可生產沼氣池強化材料及終端產品。本集團現正申請沼氣池強化材料之技術及設計專利。

此外，據董事所知，由於現時並無規範中國沼氣池技術規格及要求的相關國家標準，故此為促進中國沼氣池強化材料及終端產品的發展及技術規格標準化，本集團主動擬定一套標準推薦國家標準化管理委員會採用，並已向福州質量技術監督局呈遞該建議標準，一經批准，將呈交予福建省質量技術監督局，然後交至國家標準化管理委員會採用作行業標準。

業 務

以下載列本集團強化材料業務分部的銷售收益分析：

	截至十二月三十一日止年度					
	二零零七年		二零零八年		二零零九年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
涉水防護服材料	3,978	8.4	37,496	22.5	91,309	26.8
氣密材料	12,854	27.2	24,204	14.5	67,841	19.9
充氣材料	8,561	18.1	70,252	42.2	89,814	26.4
篷蓋材料	5,202	11.0	8,254	4.9	17,385	5.1
箱包材料	16,692	35.3	26,454	15.9	37,411	11.0
醫用材料	-	-	-	-	9,195	2.7
沼氣池材料	-	-	-	-	14,437	4.2
窗簾材料	-	-	-	-	10,393	3.1
專業登山運動雪靴材料	-	-	-	-	2,094	0.6
運動場地地板材料	-	-	-	-	771	0.2
總計	<u>47,287</u>	<u>100.0</u>	<u>166,660</u>	<u>100.0</u>	<u>340,650</u>	<u>100.0</u>

根據Frost & Sullivan資料，按銷售額計算，本集團二零零八年於中國強化材料市場的市場佔有率約為3.0%，位列第四，二零零六年至二零零八年的複合年增長率約為139.3%，較其他頂級製造商及行業平均值高。根據Frost & Sullivan的資料，按截至二零零九年八月三十一日止八個月的銷售額計算，本集團的市場佔有率增至約4.5%，位居首位。按二零零八年營業額計算，在中國強化材料市場戶外分部，本集團涉水防護服材料的市場佔有率約為10.4%，位居首位；充氣材料的市場佔有率約為28.1%，位列首位；氣密材料的市場佔有率約為10.5%，位列首位。按截至二零零九年八月三十一日止八個月的銷售額計算，本集團涉水防護服材料的市場佔有率約為20.4%，位列首位；充氣材料的市場佔有率約為29.0%，位列首位；氣密材料的市場佔有率約為18.2%，位列首位。

下表載列於營業紀錄期間，上述三類產品的銷售收益及佔本集團持續經營業務總銷售收益的百分比：

	截至十二月三十一日止年度					
	二零零七年		二零零八年		二零零九年	
	估本集團 銷售收益 人民幣千元	百分比	估本集團 銷售收益 人民幣千元	百分比	估本集團 銷售收益 人民幣千元	百分比
涉水防護服 材料	3,978	2.7	37,496	12.5	91,309	16.0
充氣材料	8,561	5.8	70,252	23.4	89,814	15.7
氣密材料	12,854	8.6	24,204	8.1	67,841	11.9

(b) 常規材料

本集團的常規材料主要應用於生產勞保服及雨衣。本集團的常規材料包括高分子塗層滌綸、高分子膜、高分子塗層尼龍、貼布革、塗層布及裹布，均以滌綸、尼龍或複合纖維(高強高分子纖維除外)等多種紡織品，採用較簡單生產工序及配方製成，性能要求一般低於強化材料。

產品類別	主要用途	主要特點
高分子塗層滌綸	生產雨衣、風衣、日用品及帳篷	柔軟、良好的耐熱性能、防水、防潮及擋風
塗層布	生產軍服套裝、警務飛行服、安全防護服、戶外活動服及勞保服	質量輕、明亮、阻燃、防水、透濕且透氣
裹布	生產雨衣、服裝及箱包	柔軟
貼布革	生產勞保雨衣及圍裙	耐熱、防水、防潮、耐穿刺、不易變形、耐寒、阻燃、耐酸鹼
高分子膜	生產日用品、雨衣、圍裙、箱包、廣告、勞保服、包裝材料、游泳池、充氣玩具及農用薄膜	質地柔軟、防水、防輻射、耐寒及阻燃
高分子塗層尼龍	生產雨衣、風衣、勞保服、涉水防護服及帳篷	質地柔軟舒適、光滑、良好的色牢度及耐熱性、防水、防潮、擋風、保暖且耐用

業 務




下表載列本集團常規材料業務分部的銷售收益分析：

	截至十二月三十一日止年度					
	二零零七年		二零零八年		二零零九年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
高分子膜	16,101	17.1	14,363	11.6	26,622	28.3
高分子塗層滌綸	44,938	47.6	73,163	59.0	50,869	54.1
裹布	4,094	4.3	3,836	3.1	1,858	2.0
高分子塗層尼龍	967	1.0	480	0.4	4,872	5.2
貼布革	14,048	15.0	26,561	21.4	8,693	9.3
塗層布	14,184	15.0	5,573	4.5	1,075	1.1
	<u>94,332</u>	<u>100.0</u>	<u>123,976</u>	<u>100.0</u>	<u>93,989</u>	<u>100.0</u>

本集團的常規材料主要售予雨衣及勞保服生產商及貿易公司。

(ii) 終端產品

為把握近年來國內外需求不斷增長的擴展機遇，繼二零零七年起小規模生產充氣玩具後，本集團自二零零九年開始大量生產終端產品。於最後可行日期，本集團提供或計劃提供以下終端產品：

產品類別	主要目標市場	品牌名稱 及標誌
涉水防護服 	農業、水產養殖、漁業、化 工業、消防業、休閒娛樂 業、採礦業及建築工程等	姜太公、致富 郎、水傳說 
充氣艇 	海事、港口船塢、軍事、 漂流景點、水上娛樂、 休閒運動、消防救生等	龍仕騰 LONGST

業 務

產品類別	主要目標市場	品牌名稱及標誌
充氣水上休閒產品 	水上樂園、休閒運動、娛樂休閒等	龍仕騰 
充氣產品(包括大型充氣玩具、充氣帳篷、廣告架及其他) 	戶外娛樂場所、商場、學校、體育館、公園、廣告等	龍仕騰 
沼氣池 	污水及生物質的工程項目	浩源 
運動場地板 (預期二零一零年推出) 	學校運動場、體育活動場地	浩源 
空氣床 (預期二零一零年推出) 	家居、辦公、酒店及戶外野營場地	浩源 
水池(預期二零一零年推出) 	家居、休閒及戶外野營場地	樂樂泉 
涉水防護服		

涉水防護服的主要特色為防水、防油、耐酸鹼、抗寒保暖及防火阻燃，可廣泛用於休閒及娛樂、建築、消防、農業、漁業及水產養殖等行業。上述行業經營及發展使用的基本防護設備涉水防護服能為作業人員及終端用戶提供人身安全及保護。

充氣艇及充氣水上休閒產品

充氣艇主要包括漂流艇、皮划艇、摩托艇及救生艇，充氣水上休閒產品則包括水上跑步機、步行球、水上翹翹板、冰山及其他大型水上遊戲產品

業 務

等。充氣艇及充氣水上休閒產品主要可用於水上休閒娛樂活動、海防、海關巡邏、海上搜救或抗洪搶險，主要特點是高拉伸強度、抗撕裂、高粘合強度、高氣密性、耐磨及抗衝擊力強。

充氣產品

充氣產品包括大型充氣玩具及其他充氣產品(例如充氣帳篷及廣告架)。大型充氣玩具主要包括充氣遊樂設施及玩具(如滑梯、城堡、障礙訓練場、跳床及攀爬牆等)、戶外裝飾(如充氣卡通人物、彩虹拱門等)。大型充氣玩具廣泛用於戶外休閒娛樂、娛樂設施及戶外裝飾。充氣產品的主要特點是防火阻燃、抗紫外線、高拉伸強度、抗撕裂、高黏合強度、耐磨及抗高水壓性能。本集團一般用作生產大型充氣玩具的充氣材料獲得美國消防局頒佈的NFPA701(「紡織品及膠膜的燃燒性能測試標準方法」)認證。

沼氣池

沼氣池用於發酵糞便、污水、城市垃圾、綠色廢物及能源作物等可降解材料，成為生產沼氣的燃料。養豬場、農場及農村地區現時均配備以現代可生物降解廢物管理方法生產可再生燃料的沼氣池。根據國家發改委及農業部聯合頒佈的文件發改辦農經[2008]2519號，為鼓勵中國農村地區建設沼氣池，中國政府提高農村家庭可獲得的資助金額，同時亦鼓勵興建中型至大型的沼氣池。本集團沼氣池有強大的吸熱及保暖功能、高拉伸強度、抗撕裂以及高氣密性等主要特徵。本集團自二零零九年開始生產及銷售沼氣池。

下表載列本集團終端產品業務分部的銷售收益分析：

	截至十二月三十一日止年度					
	二零零七年		二零零八年		二零零九年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
充氣產品	7,096	100.0	9,008	100.0	4,696	3.5
沼氣池	—	—	—	—	5,285	3.9
充氣水上休閒產品	—	—	—	—	950	0.7
充氣艇	—	—	—	—	74,471	54.8
涉水防護服	—	—	—	—	50,451	37.1
	<u>7,096</u>	<u>100.0</u>	<u>9,008</u>	<u>100.0</u>	<u>135,853</u>	<u>100.0</u>

(iii) 已終止業務－雨衣及一般防護服

在生產及銷售強化材料前，本集團亦經營雨衣及一般防護服業務。雨衣及一般防護服乃採用本集團的常規材料為原料製成。於二零零八年五月，本集團已終止雨衣及一般防護服業務，專注於供應強化材料。

獎項及榮譽

本集團自成立以來已獲得下列各種獎項及榮譽：

獎勵及榮譽	頒獎機構	年份
福建省高新技術企業	福建省科學技術廳	二零零六年九月
外商投資先進技術企業	福建省對外貿易經濟合作廳	二零零六年十一月
福建省守合同重信用企業	福建省工商行政管理局	二零零七年四月
海峽兩岸職工創新成果金獎	海峽兩岸職工創新成果展組委會	二零零七年六月
福州市優秀新產品二等獎	福州市人民政府	二零零七年十二月
福建工業主要行業前十強	福建省企業評級中心及協會	二零零八年八月
福州市科技進步二等獎	福州市人民政府	二零零八年九月
福建省高科技技術企業	福建省科學技術廳、福建省財政廳、福建省國家稅務管理局及福建省地方稅務局	二零零八年十一月

業 務

獎勵及榮譽	頒獎機構	年份
福州市優秀新產品獎 三等獎	福州市人民政府	二零零八年十二月
福建名牌產品	福建省人民政府	二零零八年十二月
二零零七至二零零八年 度福建省守合同 重信用企業	福建省工商行政管理局	二零零八年十二月
福建省自主創新產品	福建省科學技術廳、福建 省經濟貿易委員會、福建 省發展和改革委員會、福 建省財政廳	二零零九年六月
福州市科技進步二等獎	福州市人民政府	二零零九年十月
福州市企業技術中心	福州市經濟貿易委員會	二零零九年十二月
福建省優秀新產品	福建省人民政府	二零零九年十二月
福州市優秀新產品	福州市人民政府	二零零九年十二月
二零零八年度福建省 著名商標	福建省工商行政管理局	二零零九年十二月

生產

新產品生產規劃

強化材料

本集團的市場開發部參加國內外專業展覽會及市場考察活動，及早掌握全球市場的行業發展趨勢、客戶信息及新材料與新技術資訊。市場開發部定期編製業務報告，提出強化材料新產品開發建議。

本集團研發中心結合集團發展方向以及市場開發部新產品開發計劃，根據市場需求或企業發展目標為開發新產品編製項目計劃，交由總經理批准後施行。屆時指派項目主管工程師，成立項目研發組。項目主管工程師負責編製項目研發進度表，進行市場調研及走訪本集團客戶，為新產品開發設定多項性能指標。材料試驗工程師對原料進行試驗。工藝工程師負責分析生產新產品所需工藝，評估是否需要進行工藝設計及改良。工藝工程師將制訂各種新產品的特定生產工藝，包括生產工序中的最理想溫度、壓力及速度等參數。設備工程師評估現有設備是否足以支持新產品的生產。若現有設備無法滿足新產品開發，則項目工程師將提出新增設備或設備特別修改及技術改造的建議，提交董事會審批。

確定新產品生產工藝及設備技術可行後，配方工程師會制訂材料配方。董事相信，依賴雄厚的研發實力，本集團可生產符合國際標準的優質強化材料，主要是由於本集團各種新產品有專門設計的材料配方。為滿足客戶對新產品的特定用途、性能指標及性能表現的要求，工程師會調整生產工序中所用各種原料的成分及規格，以達致新產品的最佳材料配方。同時，本集團亦會參考成本分析，評估配方是否符合經濟原則。

業 務

憑藉上述特定生產工藝、專用設備及專門設計的材料配方，本集團可向客戶推出優質且技術先進的新產品。

新產品開發前期，先在實驗室試製，確定新產品工藝流程和工藝條件。本集團亦會徵求技術顧問(天津工業大學顧振亞教授及福州大學鄭玉嬰教授)的技術意見和支援。該等新產品試製成功後，會於本集團生產線進行小批量生產，檢測產品的各項指標是否達到預期值，再送樣給客戶確認。

最終物料配方、工藝條件、物理性能與產品質量標準將載入技術文件，作為新產品批量生產的根據。

終端產品

與強化材料一樣，本集團市場開發部定期編製業務報告，提出終端產品新產品開發計劃。

本集團研發中心其後會評估本集團現有強化材料能否用於生產符合客戶要求標準及性能的終端產品，否則會適當調整現時生產技術及強化材料配方，為生產特定終端產品特別改變強化材料的性能。

總經理批准新產品開發計劃後，設計部會設計終端產品的外形、大小及樣式，製成電子繪圖。部分客戶會基於本身需求自行提供產品設計。

根據客戶或設計部的產品設計，本集團會小批量生產終端產品以供檢測，然後送樣予客戶以供確認。客戶確認樣品的質量及性能後，本集團方可大批量生產終端產品。

生產工序

強化材料

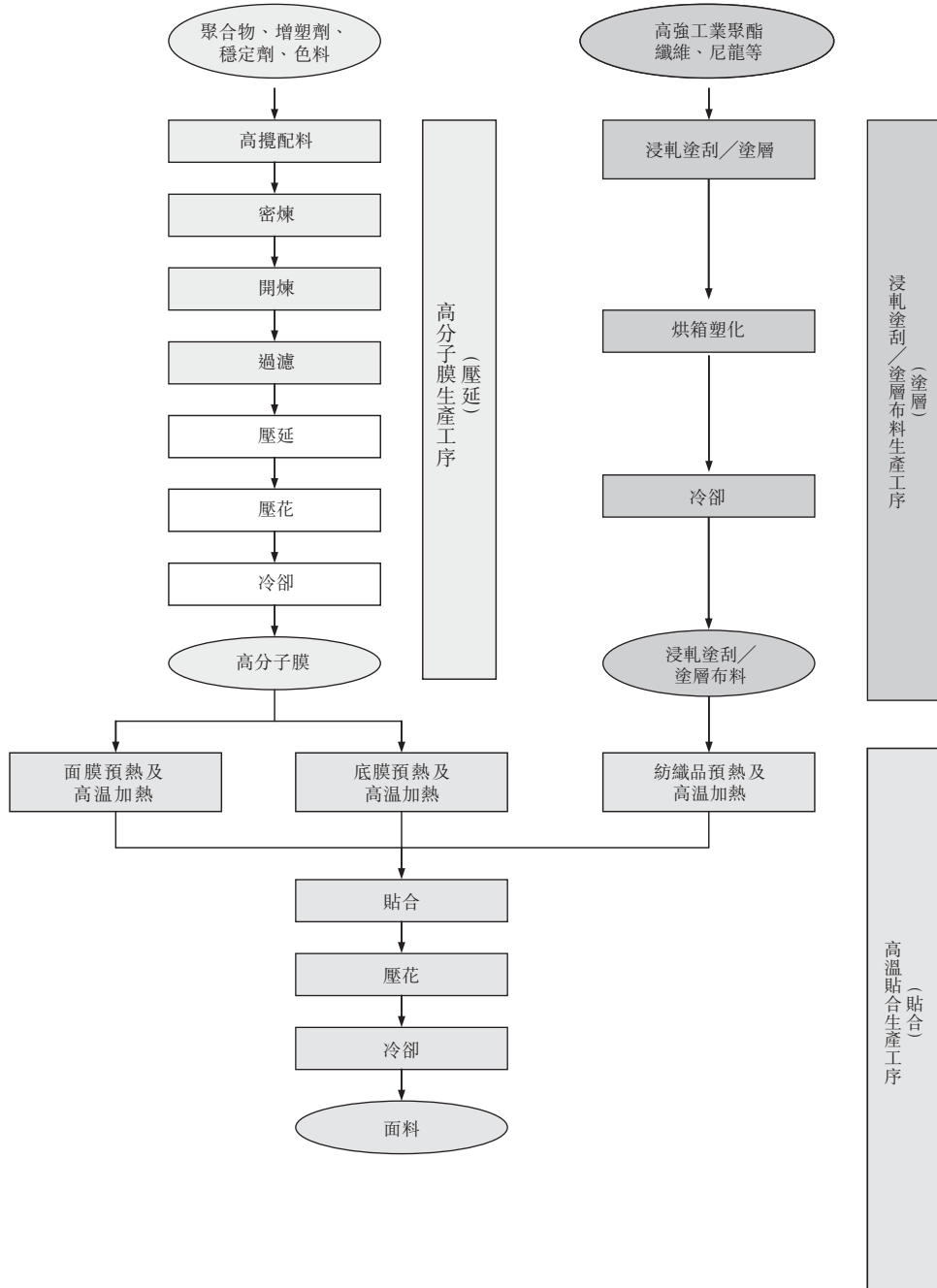
本集團強化材料的生產工序可分為(i)壓延；(ii)塗層；及(iii)貼合。壓延工序以高壓軋輥壓平聚合物，製造高明亮度的胚膜。塗層工序在紡織品的一面或雙面塗上漿料(按特種材料配方製成)。貼合工序以加熱及／或加壓方式將胚膜與紡織品的一面或雙面貼合，製成強化材料。

以塗層技術生產的強化材料強度更高、更耐磨且各層有黏性，而運用貼合技術生產者則氣密性／密封性更好且更美觀。除分別採用塗層及貼合工序外，本集團的生產工序更揉合塗層及貼合技術，同時發揮兩者的優點。

業 務

以下流程圖顯示本集團強化材料生產流程的主要步驟：

強化材料



生產工序說明：

I. 高分子膜生產工序(壓延工序)

- (1) 高攪： 按配方將原料計量稱好，然後按工藝順序下料，高速攪拌，各物料充分混合均勻；
- (2) 密煉： 原料塑化，色料混煉均勻，回收剩餘物料；
- (3) 開煉： 進一步塑化；
- (4) 過濾： 過濾雜質，並均勻向四輥供料；
- (5) 壓延： 塑化成型，按要求調整厚度及寬度；
- (6) 壓花： 可壓製成型各不相同表面花紋，光霧度效果；
- (7) 冷卻： 冷卻定型成最終要求的規格形狀。

II. 浸軋塗刮/塗層紡織品生產工序(塗層工序)

- (1) 浸軋塗刮： 將高強工業聚酯纖維浸入聚合樹脂，通過壓軋輥拉出壓製成型；
- (2) 塗層： 塗上一層以特定材料配方配製好的薄糊漿於紡織品表面；
- (3) 烘箱塑化： 壓軋好材料烘乾塑化；
- (4) 冷卻： 冷卻定型。

III. 高溫貼合材料生產工序(貼合工序)

- (1) 面底膜預熱：對面膜、底膜、已浸軋聚合樹脂紡織品進行預熱軟化；
- (2) 高溫加熱：進一步加熱軟化材料；
- (3) 貼合：高溫貼合膜與紡織品以成型；
- (4) 壓花：壓製成指定表面花紋及光亮效果；
- (5) 冷卻：冷卻定型。

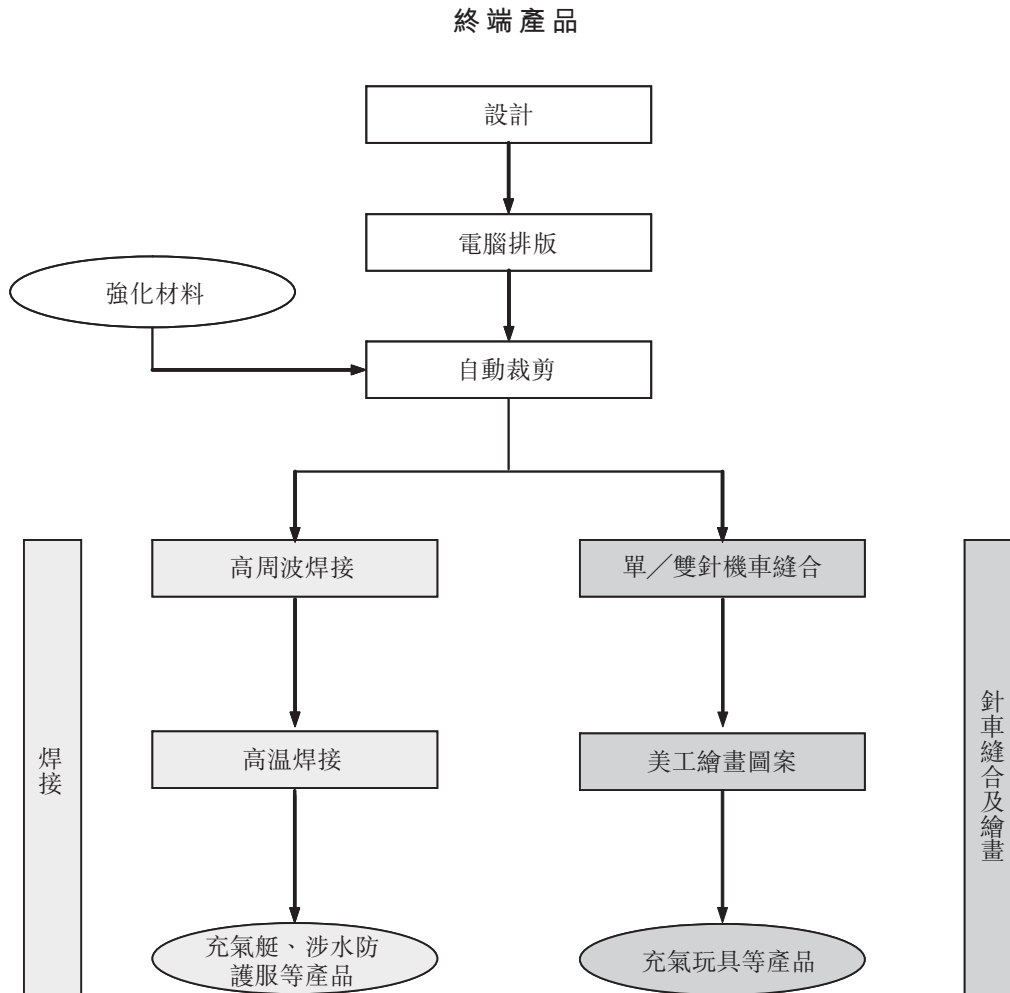
常規材料

本集團常規材料的生產工序較強化材料簡單。強化材料的生產工序主要融合壓延、塗層及貼合工序，而常規材料則通常僅使用單一生產步驟製造，以壓延工序(如高分子膜)或塗層工序(如塗層布)，或貼合工序(如貼布革)製造。若干種類的常規材料視乎所要求物理特性，融合壓延及塗層工序製造(如聚合物塗層尼龍)。

壓延、塗層及貼合生產工序的詳情請參閱本節上文「強化材料」分節。

終端產品

以下流程圖顯示本集團終端產品生產流程的主要步驟：



業 務

- (2) 電腦排版： 將產品設計平面圖掃描輸入電腦，然後將各圖形圖像進行排版
- (3) 自動裁剪： 根據指定設計用自動剪裁機剪裁材料
- (4) 焊接： 以高溫熔化塑料以連接材料。焊接強度高，密封性能好，防止漏氣，一般應用於充氣艇及其他氣密產品
- A. 高周波焊接： 利用模具進行大面積焊接；
- B. 高溫焊接： 將小片材料熔接成形。
- (5) 針車縫合： 用針線將材料縫合，一般應用於充氣玩具
- A. 單針同步機： 主要用於充氣玩具產品上各種卡通造型的縫合及各種大面積材料的縫合，亦用於薄質材料的縫合；
- B. 雙針同步機： 主要用於縫合充氣玩具承受強度比較大及受力強度比較高的部位，亦用於縫合厚質材料；
- (6) 美工繪畫圖案： 以人手將美工圖案繪畫於產品之適當位置，使更為美觀。

本集團終端產品一般採用定制生產安排，故一般於收到客戶銷售訂單後方會安排生產。

生產設施

本集團現時於中國福建省的福州及廈門各擁有一個生產基地。福州生產基地(「福州生產基地」)地盤面積約65,107平方米，建築面積約11,586平方米，於二零零三年八月投產，主要從事強化材料及終端產品的設計、開發、生產及銷售。鑑於

業 務

國內及全球終端產品需求不斷攀升，本集團於廈門建立新生產基地（「廈門生產基地」），地盤面積約5,232平方米，建築面積約8,736平方米，於二零零九年八月投產，從事終端產品（大型充氣玩具除外）設計、開發、生產及銷售。

產能

下表載列福州生產基地於營業紀錄期間的平均設計產能及利用率：

	截至十二月三十一日止年度									
	二零零七年			二零零八年			二零零九年			
	實際產量	產能	使用率 (%)	實際產量	產能	使用率 (%)	實際產量	產能	使用率 (%)	
<u>材料(附註11)</u>										
<u>壓延工序(附註3)</u>										
A生產線：										
高分子膜(噸)	4,800	8,800	54.5	10,538	11,000	95.8	16,200	14,220	113.9	
B生產線：(附註4)										
高分子膜(噸)	435	5,500	7.9	500	6,800	7.4	5,000	7,100	70.4	
高分子塗層滌綸 (百萬米)	20.03	46.00	43.5	23.30	49.00	47.6	17.60	52.00	33.9	
其他常規材料 (百萬米)	15.19	36.80	41.3	18.23	38.00	48.0	2.39	40.00	6.0	
			92.7				103.0			
B生產線總使用率										
<u>塗層工序</u>										
纖維(百萬米)	25.18	28.00	89.9	27.73	30.00	92.4	16.00	30.00	53.3	
<u>貼合工序</u>										
材料(百萬米) (附註6)	3.91	5.00	78.2	12.32	15.00	82.1	23.45	24.50	95.7	
<u>終端產品</u>										
<u>充氣產品：</u>										
大型充氣玩具(件)	146	附註8	附註8	216	附註8	附註8	161	附註8	附註8	
其他充氣產品， 如充氣帳篷、廣告架 及其他(件)	—	—	—	—	—	—	4,411	附註8	附註8	

附註：

1. 所有生產線的設計產能乃假設於營業紀錄期間每月有26個工作日計算，且除另有指明外，壓延生產線、塗層生產線與貼合生產線每個工作日分別運作24小時、12小時與24小時。
2. 生產線的使用率超過100%是由於為滿足特定銷售訂單而加班工作所致。
3. 壓延工序有兩條生產線，其中A生產線專門生產高分子膜，而B生產線則生產高分子膜、高分子塗層滌綸及其他常規材料。由於高分子膜的壓延工序產能會隨著不同型號高分子膜的厚度而大大不同，為便於說明，更有效比較營業紀錄期間的產能，所呈列的高分子膜產能乃假設本集團僅生產一種統一厚度的高分子膜。
4. 為便於說明，壓延工序B生產線的設計產能乃假設其於營業紀錄期間完全用於生產高分子膜、高分子塗層滌綸及其他常規材料中的任何一種指定產品計算。

高分子膜、高分子塗層滌綸及其他常規材料共佔生產線B的產能。高分子膜、高分子塗層滌綸及其他常規材料確切所佔生產線B產能視乎客戶需求及訂單與本集團的計劃生產時間表而定。若干常規材料的生產線使用率偏低，例如截至二零零九年十二月三十一日止年度其他常規材料的使用率只有約6.0%，是由於截至二零零九年十二月三十一日止年度，生產線B主要生產高分子膜及高分子塗層滌綸。董事認為，基於高分子膜、高分子塗層滌綸及其他常規材料共佔生產線B的產能，為準確評估生產線B的使用率，投資者應考慮該等產品的合計使用率。二零零九年其他常規材料的使用率偏低是由於分配予其他常規材料的產能較少。然而，截至二零零九年十二月三十一日止年度，已全面使用生產線B生產，總使用率約為110.3%。

5. 本集團生產線的使用率於整個營業紀錄期間全面增加，是由於營業紀錄期間本集團客戶數量及銷量均增加，且供應市場的產品種類更多，故本集團提高產量。
6. 二零零八年及二零零九年貼合工序產能大幅上升是由於(i)分別於二零零七年七月及二零零七年十二月各增設一條新生產線；及(ii)二零零八年及二零零九年，本集團若干生產線每個工作日的運作時間由12小時增至24小時所致。
7. 福州生產基地主要從事生產常規材料及強化材料，亦有一條生產大型充氣玩具及其他充氣產品的終端產品生產線。
8. 本集團的充氣產品包括滑梯、城堡、蹦床、攀岩設備、充氣卡通人物、充氣帳篷及廣告架等各式各樣產品。充氣產品一般按客戶特定的尺寸、形狀及外觀要求生產，上述各規格會影響製造充氣產品的時間。由於所提供的產品種類繁多且不同客戶要求的規格有很大差別，故董事認為披露本集團充氣產品的產能不可行。

業 務

- 董事認為，雖然營業紀錄期間福州生產基地已接近甚至超出其最高產能，惟無阻本集團生產。本集團採用ERP系統準確評估可用產能及管理所接訂單和生產時間表，按客戶的預期付運時間交付。本集團每月一般有26個工作日。如接獲客戶緊急訂單，本集團亦可安排加班，臨時調整生產設施產能。
- 按售股章程本節「擴充產能」一段所披露，將興建福州生產基地二期擴充本集團產能，並預期於二零一一年上半年前開始營運。福州生產基地二期投入營運後，貼合工序的年產能將增加約10,000,000米，而高分子膜壓延工序的年產能則增加約15,000噸。
- 壓延工序生產的常規材料作為最終產品售予常規材料外界客戶，或用作內部生產強化材料的原料再進行塗層及貼合工序。因此，上表所載資料包括福州生產基地所有材料(包括強化材料及常規材料)按生產工序劃分的產能。

營業紀錄期間，福州生產基地的產能增加，乃由於技術／工藝提升及改用更具效能的生產設備。此外，本集團已分別於二零零七年七月及二零零七年十二月各增設一條貼合生產線。

二零零九年八月，本集團開始經營廈門生產基地，側重發展終端產品(大型充氣玩具除外)業務。下表載列廈門生產基地於最後可行日期的全年設計產能：

終端產品	生產線數目	全年設計產能 (件)
涉水防護服	2	561,600
充氣艇／充氣水上休閒產品／沼氣池	2	18,720

附註：

- 所有生產線的設計產能乃假設每個月有26個工作日計算。
- 本集團於二零零九年九月開始銷售涉水防護服。現有生產線於第四季度分階段投產，截至二零零九年十二月三十一日的實際產量為64,000件，為應付客戶訂單，本集團於該期間外包生產約962,000件。截至二零零九年十二月三十一日止年度，本集團充氣艇、充氣水上休閒產品及沼氣池(二零零九年八月前於福州生產基地生產，該生產線於二零零九年八月搬遷至廈門生產基地)的實際產量共計約20,691件。

原料及供應商

原料

本集團所採購生產所用原料大致分為(i)聚合物及助劑；(ii)布料；及(iii)零部件。

(i) 聚合物及助劑

本集團生產強化材料所需原料為聚合物及助劑，包括增塑劑、穩定劑、阻燃劑、防寒劑、抗靜電劑及色料等。本集團生產所用的主要原料為聚合樹脂及增塑劑。

聚合物(最常用為聚氯乙炔樹脂(「PVC」))，是一種用途廣泛的材料，加入助劑可增強其耐熱性、韌性及延展性。聚合物樹脂是當今綜合性能較為全面的高分子材料。聚合物具有優良的耐化學腐蝕性、電絕緣性、阻燃性、質輕、强度高且易於加工，其製品廣泛應用於工業、農業、建築、電子、電氣及汽車等領域。本集團會根據產品不同的規格要求，選擇不同特性的聚合物。

增塑劑是新型強化材料工業最常用的助劑，對促進新型強化材料的發展起主要作用。本集團添加不同比例的增塑劑，可以於生產工序中調整強化材料的軟硬度、彈性、提高延伸性，以及改進可逆彎曲強度、韌性和衝擊強度，降低玻璃化轉變溫度，擴大聚合物在較低溫度下的可應用性，加強與各種基料的粘合，增加其可塑性，提高產品的潤滑性能而減少摩擦。

根據產品物性和規格的要求，會按照工序配方加入其他助劑(如穩定劑、阻燃劑、抗紫外線劑、防寒劑及防靜電劑)生產。

(ii) 布料

本集團製造強化材料通常使用的布料，包括：

布料	所生產強化材料的種類
高強度聚酯布料	所有種類的強化材料
針織布料	涉水防護服材料
尼龍	涉水防護服材料

業 務

本集團基於客戶對產品物理特性及性能的要求，使用不同種類布料製造產品。

布料的主要特性如下：

高強聚脂布料特性為：

1. 質輕、環保、阻燃、隔熱、保溫、防潮、耐酸鹼及抗腐蝕；
2. 穩定性高、介電性好、耐用、抗老化、易熔接及黏合；
3. 衝擊韌性強及拉伸強度高；及
4. 表面光滑、色澤鮮豔且用途廣泛，例如裝潢。

尼龍—高極性高結晶性聚合物，有光澤、耐用、耐磨、耐化學侵蝕及抗菌。

針織布料—高彈性、柔軟、光滑及有彈力。

(iii) 零部件

零部件主要是本集團生產終端產品所需的小型部件及生產過程中之低值消耗品。

供應商

本集團大部分原料來自中國的供應商。本集團採購及生產管理中心不時組織人員到全國各地考察原料供應商，登記符合要求的供應商並製作《原材料供應商名單》，也可在報價過程中進行「貨比三家」，使採購成本降至最低。除原料的價格外，對供應商的評估亦基於多項標準，包括所供應原料質素、供應商的過往供應穩定性、交貨時間及生產規模。

本集團會與主要原料(如聚合物、增塑劑及布料)供應商維持長期合作關係，部分主要供應商從二零零三年(即福建思嘉開始營運時)已為本集團供應原料。本集團的採購策略是避免過分依賴單一供應商提供主要原料，對於同一種主要原料本集團與至少三名供應商維持密切關係，確保供應穩定及成本競爭力。

業 務

截至二零零七年、二零零八年及二零零九年十二月三十一日止三年度各年，對本集團五大原料供應商的採購額合共佔本集團總採購額分別約34.3%、50.3%及38.2%。同期，對單一最大原料供應商的採購額分別佔本集團總採購額約11.1%、19.5%及9.4%。營業紀錄期間，董事、彼等各自的聯繫人或持有本集團已發行股本5%以上的股東概無持有本集團五大原料供應商任何權益。

本集團採購原料一般獲供應商授予信貸期。由於本集團與主要原料供應商有長期業務關係，故一般獲得20日至30日的信貸期。本集團自供應商採購的付款方式各不相同，以銀行轉賬及承兌匯票付款為主。本集團採購原料從未遭遇任何嚴重困難。由於本集團與主要供應商維持長期合作關係，且本集團通常分別向多家供應商採購同類原料，故本集團預期於可見將來採購生產所需原料並無重大困難。用於計劃生產新型強化材料的TPU及PVDF等新型高分子材料方面，由於已有大量國內外供應商，且於本集團計劃及評估推出新產品的過程中，亦已收到相關有意供應商的初步報價，故本集團預期採購相關原料不會有重大困難。

本公司並無訂立任何對沖安排減低原料價格風險，且董事認為無此必要。然而，本集團會於原料價格處於低位時購買較多原料作生產儲備。

存貨控制、物流及倉儲

本集團的經營流程由本集團於二零零八年設立的ERP系統管理，現時銷售、生產規劃、採購、生產、質量監控、存貨及倉儲管理等所有主要業務流程均由ERP系統管理。採購訂單、生產規劃及相關的物料清單(載列相關產品的最新生產原料要求)均由ERP系統記錄。

1. 原料庫存控制

本集團一般基於已接獲的訂單安排產品(特別是強化材料及終端產品)的生產規劃，恰當採購各訂單所需的各種原料，主要參考過往年度的原料用量，加上預留一定的庫存量，亦依據訂單所需之原料數量採購。生產管理人員根據訂單要求的交貨期及品種規格合理安排生產，在保證交貨期的前題下，妥善編排各訂單的生產順序，提高生產效率。

2. 成品庫存控制

根據本集團的品質控制制度，所有成品須通過品質控制／質量檢查人員檢測合格才入庫。出庫方面，須憑營銷中心的出貨通知單，加上經財務部門認可收到客戶付款才能向客戶發貨。成品進出庫必須嚴格遵守「先進先出」原則。生產管理人員會按產成品過往銷量制定成品適當庫存量。

本集團設定政策管理盤點流程及呈報紀錄差錯。本集團的盤點政策旨在(i)確保倉儲產品是否存在及安全；及(ii)消除盤點過程中發現的差錯。

倘盤點過程中或之後發現差錯，則會在指定期限內提交差錯分析報告及解決提案予本集團管理層審批。

本集團將產品運至本身的倉庫以待客戶提取，或以船舶、鐵路或貨車運至國內客戶，或通過中國港口出口至海外。就向國外客戶出口銷售而言，本集團採用國際貿易通常所用離岸價或到岸價模式的標準條款。根據離岸價模式，本集團會安排產品運付至客戶指定的發貨人。本集團所承擔責任及本集團產品所有權於付運至發貨人時轉移。本集團不承擔運輸費、保險或運輸過程中可能產生的任何損失。然而，根據到岸價模式，本集團所承擔責任延續至發貨人將產品運至客戶目的地，產品所有權亦直至此時轉移。本集團通常承擔等額的運輸費或運輸過程中可能產生的任何損失。謹請注意，本集團大部分合約採用離岸價模式，令本集團風險大大降低。視乎合約條款，運輸及相關成本一般由海外客戶承擔。於營業紀錄期間，本集團產品付運並無由於本集團引致的運輸問題而發生重大事故或延誤。

市場推廣

本集團主要透過以下市場推廣渠道推銷產品，即(i)透過直銷團隊(來自總部及地區銷售代表辦事處)；(ii)獨立電子商務網站；(iii)國內及國際銷售博覽會及行業貿易展覽會；(iv)研討會及娛樂活動；及(v)其他推銷活動。本集團於營業紀錄期間並無任何零售店或委託銷售。

由於材料(包括強化材料及常規材料)及終端產品兩種產品的目標客戶群結構及地理位置不同，為更有效推廣本集團的產品，本集團為材料及終端產品分別設有兩支總部銷售團隊。材料(包括強化材料及常規材料)及終端產品的總部銷售團隊分別在福州及廈門，另外按兩種業務的目標客戶群地理位置設立區域銷售辦事處。於最後可行日期，本集團的材料(包括強化材料及常規材料)及終端產品銷售團隊分別有47名及22名成員，而銷售及市場推廣策略由高級管理層制定。高級銷售管理團隊由5名成員組成，負責制定策略及協調銷售人員。高級銷售管理團隊特別設於本集團總部，有利提升營運效率，尤其是與生產及研發團隊的內部溝通。

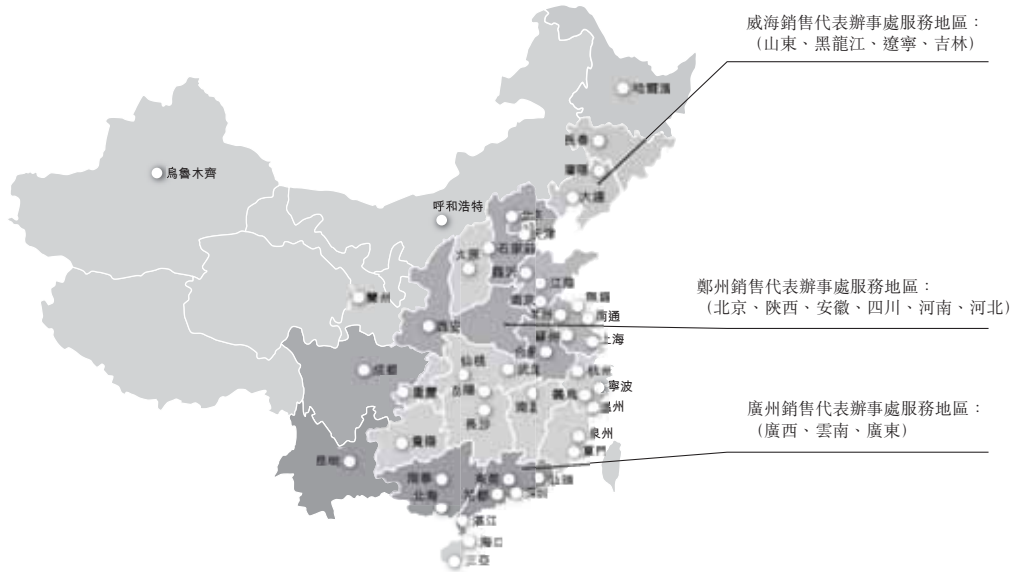
直銷團隊

本集團的直銷團隊(包括指派至不同地區指定銷售代表辦事處的銷售人員)負責拓展業務及市場商機，通過現有客戶介紹、電話及電郵主動向客戶查詢、拜訪客戶、專業展覽會及貿易展覽會、網絡及雜誌搜索，亦通過發送樣本給目標客戶、定期聯絡地區及地方客戶與收集地方市場信息以便本集團制定市場推廣及定價策略。

二零零九年十月，本集團在廣州、鄭州及威海成立銷售代表辦事處。於營業紀錄期間，本集團向該等省份及周邊地區派遣銷售人員，開展當地銷售及市場推廣工作。

業 務

下圖顯示本集團各中國銷售代表辦事處的位置及服務地區：



獨立電子商務網站

本集團認識到在線商對商市場(例如阿里巴巴及中國製造網等)對國內外廣大潛在客戶推廣產品的重要性，自二零零七年九月起一直運用該等平台。目前，本集團主要使用電子商務網站作為市場推廣平台，並於二零零九年第三季度開始使用電子商務平台進行銷售。詳情請參閱本節「銷售及分銷—其他銷售渠道」分節。

本集團每年與知名電子商務網站服務商簽訂合同。一般服務範圍包括：

- 提供在線市場推廣平台進行商對商貿易；
- 提供關鍵詞排名服務，將本集團產品排於前列；
- 展會推介，在電子商務網絡服務供應商刊發的雜誌上刊登本集團及產品信息，並在展會或者採購會上派發該等雜誌，宣傳本集團產品，增加商機；
- 向本集團免費提供定期培訓項目，包括電子商務操作技巧、營銷策略、談判技巧等，以提高電子商務價值；及
- 定期舉辦採購會，與沃爾瑪及麥德龍等目標客戶直接洽談。

業 務

於最後可行日期，本集團之電子商務網站服務供應商包括阿里巴巴、中國製造網、Google、百度、中國國際電子商務中心、ECVV及Tradekey。

國內外銷售博覽會及行業貿易展覽會

本集團的銷售策略亦包括積極參與國內外銷售博覽會及行業貿易展覽會，以便直接向買家及終端客戶徵集意見，向潛在客戶介紹及推廣新產品，及招攬直銷訂單。

博覽會及展覽會上，本集團向潛在買家分發產品目錄、宣傳品牌、推介新產品、洽談貿易、收集潛在客戶信息等。展會後將收集到的所有客戶信息整理歸檔，再按照各營銷組負責的產品種類及銷售地區，由各營銷人員負責跟進。此外，本集團會定期召開業務會議討論業務的各個範疇，包括分析及評估博覽會及展覽會效果。

於營業紀錄期間，本集團曾參與以下銷售博覽會及行業貿易展覽會：

類型	年/月	地點	性質
• 上海國際廣告技術設備展覽會	• 二零零七年七月	• 上海	• 廣告材料、塗層織物
• 北美國際產業用紡織品及非織造布展覽會	• 二零零七年十月	• 美國 拉斯維加斯	• 塗層織物、篷蓋布、建築膜材工業用織造布、複合材料
• 香港玩具展	• 二零零八年一月	• 香港	• 玩具、休閒娛樂產品
• 德國紐倫堡玩具展	• 二零零八年二月	• 德國 紐倫堡	• 玩具、休閒娛樂產品
• Asia Attractions Expo	• 二零零八年七月	• 澳門	• 充氣玩具、充氣水上休閒產品
• 中國(上海)國際充氣產品博覽會	• 二零零八年七月	• 上海	• 充氣玩具、充氣水上休閒產品
• Euro Attraction Show	• 二零零八年十月	• 德國 慕尼黑	• 充氣玩具、充氣水上休閒產品
• 中國國際產業用紡織品及非織造布展覽會	• 二零零八年十月	• 上海	• 塗層織物、產業用布、功能性材料

業 務

類型	年/月	地點	性質
• Attraction Expo of International Association of Amusement Parks and Attractions	• 二零零八年十一月	• 美國奧蘭多	• 充氣玩具、充氣水上休閒產品
• 德國杜塞爾多夫國際船艇及水上運動設備博覽會	• 二零零九年一月	• 德國杜塞爾多夫	• 充氣艇、充氣水上休閒產品
• 中東(迪拜)水上船艇展覽會	• 二零零九年三月	• 迪拜	• 充氣艇、充氣水上休閒產品
• 中國華東進出口商品交易會	• 二零零九年三月	• 上海	• 功能性材料、充氣玩具、涉水防護服、充氣水上休閒產品
• 中國國際船艇及其技術設備展覽會	• 二零零九年四月	• 上海	• 充氣艇、充氣水上運動用品
• 福建省屆廣交會	• 每年春/秋季	• 廣州	• 功能性材料、充氣玩具、涉水防護服、水上運動用品
• 中國國際勞動保護用品交易會	• 二零零九年五月	• 上海	• 涉水防護服材料、涉水防護服
• IAAPA Asian Expo 2009	• 二零零九年六月	• 韓國	• 充氣玩具、充氣水上休閒產品
• Euro Attraction Show	• 二零零九年十月	• 荷蘭	• 充氣玩具、充氣水上休閒產品
• 德國杜塞爾多夫國際船艇及水上運動設備博覽會	• 二零一零年一月	• 德國杜塞爾多夫	• 充氣艇、充氣水上休閒產品
• 廣西沼氣技術設備展覽會	• 二零一零年三月	• 廣西	• 沼氣池技術、設備及終端產品

舉辦研討會及娛樂活動

本集團會定期舉辦新型強化材料研討會，與同業的廠家、經銷商及下游終端客戶等交流行業技術及市場信息，亦可將本集團的創新生產技術及產品發展介紹予目標客戶，增強本集團品牌知名度，使客戶了解本集團之強大技術開發實力。

本集團於二零零九年七月二十五日在福州成功舉辦第一屆中國下水褲材料研討會，得到政府部門、行業專家以及同業的積極參與。

為推銷終端產品，本集團亦組織各種提供本集團終端產品(如充氣玩具)的休閒娛樂及體育活動，進一步提高本集團產品知名度。於二零零八年十月，本集團與福建省泉州的福建少兒頻道合作舉辦「假期氣墊歡樂園」節目。本集團向活動承辦商提供大型充氣玩具，而該等活動承辦商則在節目中推廣及推銷本集團產品。本集團亦於二零零九年舉辦各種漂流活動，開發更多與國內漂流景點的合作關係。為掌握更多終端產品市場資訊，本集團亦加入中國遊藝機遊樂園協會，參與該協會舉辦的市場研究活動。

本集團於二零零九年八月向福建電視台體育頻道的「歡樂平潭」活動提供大型充氣玩具以增加本集團產品的曝光率及知名度。

其他推銷活動

銷售人員定期與客戶會面，推廣本集團的新產品和收集客戶的意見。本集團致力因應客戶的需要改良產品設計，擴大在消費市場的份額。

本集團的市場推廣亦包括在行業雜誌刊登廣告。另外，本集團已開始在強化材料印上「思嘉」標誌，以「思嘉」品牌銷售，加強產品宣傳效果。此外，本集團計劃與若干終端客戶合作，於使用「思嘉」材料的產品上加上「思嘉」品牌標籤，藉此增加品牌知名度，使本集團的產品更獨特，與競爭者有明顯的區分。

截至最後可行日期，本集團的強化材料及終端產品市場推廣團隊分別有24及12名營銷人員，專責協調本集團的銷售及市場推廣活動。市場推廣團隊每年均會參考整體市場狀況及行業趨勢等因素制訂市場推廣策略，籌備市場推廣計劃。

銷售及分銷

本集團過去通過向客戶直銷進行銷售。為擴大產品的市場，本集團亦利用分銷商或電子交易平台等其他銷售渠道。

直銷

經任何一種市場渠道成功與客戶建立聯繫後，本集團會與客戶訂立銷售合約。相關合約會訂明價格、產品規格、數量、付款期限及交付時間表等條款。本集團與客戶訂立的銷售合約一般為短期合約，每份合約僅規管一項指定交易。在若

干情況下，本集團亦會每年與客戶訂立無具體商業條款的框架協議，表明客戶於相關期間有意向本集團採購，但每次客戶進行具體採購時，仍會訂立獨立的銷售訂單。

其他銷售渠道

分銷商

自二零零九年第四季度開始，本集團亦通過分銷商分銷產品。本集團與分銷商所訂立分銷協議的主要條款概述如下：

- | | |
|--------|--|
| 年期： | 一年 |
| 分銷商責任： | (1) 於指定區域分銷本集團產品
(2) 達到本集團指定的銷售目標 |
| 本集團責任： | (1) 按預定價格向分銷商提供產品
(2) 分銷商成功達至銷售目標後，本集團按總銷售額的一定比例向分銷商提供年度分紅
(3) 為分銷商退換瑕疵貨品並承擔相關運輸成本 |
| 續約： | 分銷商成功達至銷售目標後，可優先延續下年度的相關地區分銷權 |

就首次與本集團訂立協議的分銷商而言，本公司將要求支付總合約金額30%的款項作為按金，而過往與本集團有業務關係的其他分銷商毋須支付按金。於上述任何一種情況下，合約金額(或分銷商支付按金的有關結餘)於分銷商檢查、本公司付運且產品付運至分銷商前支付，而本集團將於產品付運至分銷商時確認收益。

業 務

目前，僅有防護材料、防護服及充氣艇三種終端產品通過分銷商銷售。鑑於分銷業務模式取得成功，本集團亦會持續透過分銷商銷售充氣玩具等其他終端產品。截至最後可行日期，本集團共有8名分銷商。

展望未來，本集團計劃在不同地區委任更多分銷商。例如，本集團擬就推廣防護材料及防護服於廣東、福建、湖北、湖南、浙江、江西及安徽等水道區域設立市級分銷商，並就推廣沼氣池及充氣艇產品在四川、廣西、貴州及雲南等地委任分銷商。對於表現良好的分銷商，本集團或會向其授出區域更廣的分銷權。本集團計劃不時提供分銷商培訓，讓彼等了解本集團產品、業務重點、市場推廣策略及發展計劃。

電子交易平台

自二零零九年第三季度開始，本集團亦開始利用電子交易平台在獨立電子商務網站(如淘寶網)嘗試銷售貨品。截至最後可行日期，為本集團帶來少量收益。透過該等網站，客戶可購買本集團於該等網站銷售的產品。

透過電子交易平台獲得的銷售額將會於本集團付運貨物時確認。本集團於電子銷售平台進行銷售所得款項的具體收款時間取決於網絡交易平台的條款及條件。若干情況下，本集團會於交付貨物前收到客戶付款，但在其他情況下，客戶所支付款項由交易平台以信託方式持有，僅會在客戶確認收到貨物後方會支付予本集團。

客戶服務

除於福州及廈門之總部銷售團隊外，目前本集團在廣州、鄭州及威海設有三個銷售辦事處，共計九名銷售人員服務本身區域的客戶，及時滿足當地客戶需求。

銷售支援部代表(包括銷售代表處人員)負責跟進客戶所有訂單，確保準期交貨，並跟進產品使用情況，定期電話採訪，進行客戶滿意度調查以及接待客戶。

業 務

本集團的銷售支援部設立不同地區所有終端客戶的資料數據庫，並且隨機選取終端用戶進行諮詢並徵求意見，從而監察客戶對本集團產品的整體滿意度。客戶回應的詳情由本集團高級管理層定期審閱。

客戶

本集團強化材料的客戶包括戶外休閒娛樂、物流、建築、勞工保護裝備、包裝、休閒運動、再生能源、醫療、救生、日常用品及廣告業等多個行業的國內外終端產品製造商、國際品牌之中國OEM製造商，亦包括相關行業部分國際名品牌，例如Wibit Sports(充氣水上娛樂產品品牌)、Sure-Chek(醫療保健織物品牌)及Tubbs(登山雪靴品牌)。部分強化材料透過貿易公司出售，而就董事所知，有關貿易公司會售予國際品牌的OEM製造商及本集團終端產品各行業的國際品牌等客戶。於最後可行日期，概無強化材料售予國內外分銷商。本集團常規材料主要售予雨衣及勞保服生產商及貿易公司。

截至最後可行日期，本集團材料售予戶外休閒娛樂、物流、建築、勞動防護、包裝、休閒運動、再生能源、醫療、救生、日常用品及廣告等行業的400多名國內客戶(包括終端產品國內製造商、國際品牌的OEM製造商及貿易公司)以及美國、德國、英國、新西蘭、韓國、伊朗、新加坡、哥斯達黎加、智利及菲律賓等其他國家的20多名海外客戶。

截至最後可行日期，本集團的終端產品分別售予123個國內客戶及43個國外客戶，包括戶外及防水運動與休閒產品零售商、批發商、貿易公司、漂流俱樂部及戶外活動運營者、國際品牌及公司，例如Adcom Motion AG、Wibit Sports、Out of Home Media Group、Smart Digital Australia Pty Ltd及Ozone s.r.l。截至二零零七年、二零零八年及二零零九年十二月三十一日止三年度各年，以本集團自有品牌出售的終端產品銷售額分別為約人民幣7,100,000元、人民幣9,000,000元及人民幣135,200,000元，分別佔本集團終端產品銷售額約100.0%、100.0%及99.5%，其餘主要為向國際品牌的銷售。本集團擬繼續向國際品牌出售終端產品擴大經營規模，並透過與該等品牌合作增強本集團實力。

業 務

本集團與主要客戶維持長期關係。董事相信本集團一直並會繼續與客戶維持良好穩固的關係。本集團與95名客戶已維持3年或以上的業務關係，於營業紀錄期間自本集團採購產品。截至二零零七年、二零零八年及二零零九年十二月三十一日止三年度各年，本集團對上述長期客戶的銷售額分別約為人民幣127,300,000元、人民幣224,200,000元及人民幣150,600,000元。本集團採取積極措施，不斷改善客戶服務，發展及鞏固與客戶的關係。此外，本集團的ERP系統可更有效管理客戶的資料，有助了解客戶的需要及習慣。

對於新客戶，本集團一般採用款到發貨方式，部分新客戶更需預付定金，而對於長期合作客戶，本集團審核其信用紀錄後，可容許交收產品後30日內付款，在若干情況下更可延長至90日內付款。

本集團客戶一般以銀行匯款結算，對於向國外客戶的出售銷售，本集團於大多數情況下接受電匯付款，亦於若干情況下接受信用證付款。

截至二零零七年、二零零八年及二零零九年十二月三十一日止三年度各年，本集團分別約98.3%、96.7%及97.8%的持續經營業務產品在中國國內銷售，其餘則出口至海外市場。本集團與海外客戶直接進行出口銷售，並無透過中國貿易代理商。本集團會根據海外客戶的具體要求生產產品，且董事認為彼等通常已考慮有關海外客戶之境外法規，海外客戶須負責確保遵守境外法規及質量控制標準。截至二零零七年、二零零八年及二零零九年十二月三十一日止三年度各年，本集團國內銷售額分別約為人民幣146,200,000元、人民幣289,800,000元及人民幣557,900,000元。同期，本集團境外銷售額分別約為人民幣2,500,000元、人民幣9,800,000元及人民幣12,600,000元。截至二零零七年、二零零八年及二零零九年十二月三十一日止三年度各年，本集團持續經營業務的出口銷售額分別佔本集團總銷售額約1.7%、3.3%及2.2%。本集團的銷售主要以人民幣、歐元或美元結算。營業紀錄期間，本集團出口產品主要為強化材料(包括篷蓋材料、箱包材料、充氣材料、氣密材料、窗簾材料、專業登山運動雪靴材料及醫用材料)，截至二零零七年、二零零八年及二零零九年十二月三十一日止三年度各年分別佔本集團出口總收益約88.0%、84.0%及78.7%。本集團出口的其他產品包括常規材料貼布革及終端充氣產品。

截至二零零七年、二零零八年及二零零九年十二月三十一日止三年度各年，本集團向五大客戶的銷售額共佔本集團總營業額(不包括已終止業務)分別約45.4%、

45.5%及21.5%。同期，本集團向最大客戶的銷售額佔本集團總營業額(不包括已終止業務)分別約12.8%、10.0%及5.1%。董事相信本集團的成功關鍵在於能否維持客戶忠誠度。董事已確認，於營業紀錄期間及截至最後可行日期，本集團在保留現有客戶或爭取新客戶方面並無重大困難。

營業紀錄期間，概無董事、彼等的聯繫人或就董事所知擁有本公司已發行股本(全球發售完成當時但假設尚未行使超額配股權)5%以上的股東持有上述五大客戶任何股權。

定價政策

本集團制訂定價政策時會考慮市場狀況、成本及品牌價值等因素。目前，本集團的產品價格不受任何法例或法規限制，而產品價格主要基於國內外市場的需求。管理層會參考技術部計算的成本為新產品定價。新產品量產後，市場推廣團隊隨即將其推出市場並進行宣傳，並因應市場反應調整產品價格。本集團若干產品的價格亦可能基於主要原料成本波動而調整。董事相信本集團若干產品的質量高於行業標準。本集團定價時亦會考慮品牌價值、當時市況及產品品質等因素。因此，本集團產品價格一般較同業的產品為高。

競爭

業內競爭主要集中於產品質素和因應客人特別要求的能力。大規模生產商主要經營產品質素較佳和利潤較可觀的中高檔市場。然而，高檔市場的門檻甚高，令中型生產商難以加入，而小規模的生產商僅提供附加值較小的低檔產品。

本集團經營高檔市場，董事相信本集團於中國強化材料市場倍受認可，可與同業的競爭範圍包括聲譽、價格、產品特色、技術、性能、可靠度、質量和客戶服務。

根據Frost & Sullivan的資料，中國強化材料市場分散，二零零八年五大生產商的市場佔有率約為14.9%，而彼等各自的市場佔有率接近，介乎約2.2%至3.3%。二零零八年，按營業額計算，本集團的市場份額位列第四，有約3.0%，二零零六年至二零零八年兩年的複合年增長率約為139.3%，增長速度較其他主要生產商及業內平均增長率高。截至二零零九年八月三十一日止八個月，按營業額計算，本集團

之市場佔有率上升至約4.5%，為同業之冠。至於中國強化材料市場的戶外分部，以二零零八年的營業額計算，本集團涉水防護服材料的市場佔有率約為10.4%，排列首位，而充氣材料市場佔有率約為28.1%，排列首位，氣密材料市場佔有率約為10.5%，排列首位。截至二零零九年八月三十一日止八個月，按營業額計算，本集團的涉水防護服材料的市場佔有率約為20.4%，排列首位，而充氣材料市場佔有率約為29.0%，排行第一，氣密材料市場佔有率約為18.2%，排列首位。

本集團之競爭者包括北京五洲佳泰、上海申達科寶及浙江海寧錦達等國內營運商，亦包括向中國進口強化材料的海外製造商。雖然於中國從事強化材料業務毋須任何特別牌照或審批，但入行門檻(特別是高檔市場)甚高。根據Frost & Sullivan的資料，主要門檻包括：

- (i) **資本要求**：於強化材料行業，進口的先進設備十分重要，可確保產品優質，但涉及龐大資本投資，而大部分國產設備仍未合乎客戶要求。新入行的營運商必需有效控制成本及達致規模經濟，方能在競爭中生存。達致規模經濟需要龐大資本投資，令新入行者面對更高門檻。
- (ii) **與市場領導者競爭**：現時各大生產商已建立市場架構，新加入的營運商或需面對市場領導者所設立的門檻，例如爭取客戶及與供應商建立關係。
- (iii) **人才**：行業發展迅速，加上新技術和應用湧現，客戶的要求也快速轉變。為更有效回應市場轉變，公司需要設立強大的研發隊伍。然而，由於此行業在中國發展尚未成熟，資深人才有限，故新營運商難以聘請專業人才。再者，現時中國強化材料業亦沒有足夠的資深技術人員。
- (iv) **掌握技術**：生產技術包括貼合、塗層以及兩種技術結合及配方。由於此等技術要求相當水平的專業經驗及知識，故新營運商或難以掌握符合客戶要求的技術。例如，為生產質素高的產品，配方、添加劑、加工溫度、速度和時間、自動化水平以及多種其他技術／工藝均相當重要，而樣本測試和質量控制的成效亦不容忽視。再者，現時業內各營運商不斷提升本身技術，令新入行者更難追上。

業 務

董事相信，國內其他生產商無論在品牌、產品質素、生產技術及產能方面並無與本集團競爭，然而彼等卻不時與本集團在若干中低檔強化材料(如廣告用布料、頂篷布料及貨車和火車篷蓋)方面有價格競爭。董事相信，本集團在技術和市場佔有率方面較其他國內競爭者有以下優勢：

- 在生產充氣材料方面，本集團已取得美國消防部發出NFPA701認證(「紡織品和膠片的火焰傳播標準消防測試方法」)。未通過美國消防部NFPA701認證的產品不得於美國阻燃相關產品市場出售。
- 於二零零八年及截至二零零九年八月三十一日止八個月，本集團是中國涉水防護服材料的領先強化材料供應商，以營業額計算，在中國佔有最大的市場份額。相較於其他國內競爭者，本集團所生產不同功能的涉水防護服物料種類最多。
- 本集團亦為充氣及氣密材料的領先強化材料供應商，以營業額計算，於二零零八年及截至二零零九年八月三十一日止八個月在中國佔有最大市場份額。
- 本集團是中國唯一同時生產沼氣及污水工程項目的沼氣池強化材料及終端產品的供應商。
- 本集團採用由美國、德國和日本進口的多種先進設備，包括生產終端產品的設備和測試儀。董事相信本集團所設計和擁有的生產設備為中國強化材料業最先進的設備。由於該等設備技術先進，故可保證有高質量的產品和生產效率。

董事相信，相較於海外製造商，由於本集團的勞工成本較低，而且設備完善的生產基地鄰近供應商及客戶，加上在中國有龐大的客戶群，故有競爭優勢。董事相信本集團能為客戶提供價錢相宜且符合國際標準的高質素產品。

為維持或提高競爭力及盈利能力，本集團計劃繼續專注生產沼氣池材料、氣密材料及充氣材料等利潤較高的強化材料產品，透過創新及研發工作改良現有產品或開發新產品，以及提升生產效率和加強經濟規模，降低單位成本。

研究及開發

本集團的研發工作集中於改進製造技術、研製物料配方和改造生產設施，目的在於開發新技術及工藝，提高產品性能。截至二零零七年、二零零八年及二零零九年十二月三十一日止三年度各年，本集團的研發成本分別約為人民幣7,300,000元、人民幣13,100,000元及人民幣34,000,000元。本集團的研發設施包括從美國引進的電腦配色儀，日本引進的色差儀、自動拉力試驗機及二輥開煉機等各種合成及檢測設備，持續開發迎合客戶不斷變化需求的產品。

截至最後可行日期，本集團的研發團隊包括有31名具備高分子材料、化學工程及電氣技術等相關專業大專及本科學歷資格的人才，其中包括兩名工程師，四名助理工程師。此外，本集團目前亦與天津工業大學教授兼博士生導師顧振亞教授及福州大學福建省功能材料技術開發基地合作進行產品研發。更多詳情請參閱下文「與著名學者及研究機構合作」一段。

董事相信，本集團未來的成功部分取決於能否為目標客戶提供優質、先進且獨特的產品。根據Frost & Sullivan的資料，本集團是中國唯一同時生產沼氣及污水工程項目的沼氣池強化材料及終端產品的供應商，足證本集團的技術實力。本集團的研發團隊與銷售、工程、質量監控及技術支援人員以及客戶緊密合作，開發迎合客戶不斷轉變需求的產品。本集團目前計劃開發新型強化材料，例如TPU囊體材料、PVDF膜結構材料及PTFE防水透濕透氣材料等，以及新型終端產品如水池及空氣床等。

本集團一直專注研發工作，榮獲多項榮譽及獎勵，例如於二零零七年六月本集團的強化材料獲得海峽兩岸職工創新成果展金獎。二零零八年十一月，充氣艇氣密材料獲福建省經濟貿易委員會認定為符合國家主要標準的新產品新技術。二零零八年十一月，本集團成功通過福建省高新技術企業認定，獲選主要是基於本集團的知識產權、研究及開發、管理及銷售增長等若干條件。本集團取得的所有成就請參閱「獎項及榮譽」一節。

與著名學者及研究機構合作

二零零八年五月，本集團與福州大學高分子科學與技術研究所所長鄭玉嬰教授訂立獨家協議，出任本集團獨家技術顧問。鄭教授為高分子材料科學與技術研究專家。她的科研成果成功獲發三項國家發明專利。鄭教授亦著有《聚合物／蒙脫土複合材料的研究進展》等多份學術論文。

二零零九年三月，本集團與天津工業大學教授兼博士生導師顧振亞教授簽訂獨家協議，顧振亞教授出任本集團獨家技術顧問。顧教授為紡織科學及染整工程專家及博士生導師，是紡織科學研究的先進學者，著有智能紡織品設計與應用方面的多本業界重要書籍。顧振亞教授與本集團合作開發新產品及技術，亦向本集團提供有關行業趨勢、新興技術及如何將技術知識用於應用(尤其是本集團新強化材料及膜結構材料開發)的見解。

本集團與鄭玉嬰教授及顧振亞教授合作的主要條款概述如下：

	與鄭玉嬰教授 的合作	與顧振亞教授 的合作
協議日期：	二零零八年五月一日	二零零九年三月二十日
委聘關係：	本集團獨家技術顧問	本集團獨家技術顧問
顧問的責任：	負責本集團的技術研發、 創新與改進、機密管理及 保護，提供指導及顧問服 務；主要負責開發及提供 新材料的配方及技術	負責本集團的技術研發、 創新與改進、機密管理及 保護，提供指導及顧問服 務；主要負責開發及提供 新材料的配方及技術
本集團的責任：	不適用	不適用

業 務

應付顧問費用：	應付顧問費用分為兩部分：	應付顧問費用分為兩部分：
	(1) 年度指定費用	(1) 年度指定費用
	(2) 獎金，生產產品作商業用途、應用合作開發的技術或專利前由雙方協定金額。有關獎金支付與否取決於產品推出後三個月期間的市場反應，以釐定相關技術或專利能否為本集團帶來經濟利益。除獎金外，顧問不可求取任何其他報酬或產品的收益回報	(2) 獎金，生產產品作商業用途、應用合作開發的技術或專利前由雙方協定金額。有關獎金支付與否取決於產品推出後三個月期間的市場反應，以釐定相關技術或專利能否為本集團帶來經濟利益。除獎金外，顧問不可求取任何其他報酬或產品的收益回報
合作所開發知識產權的擁有權：	本集團完全擁有	本集團完全擁有
屆滿日期：	二零一三年五月一日	二零一四年三月二十日

業 務

二零零八年七月，本集團與福州大學福建省功能材料技術開發中心訂立正式協議，共同設立高強工業聚酯纖維複合材料研發中心。作為合作伙伴，福州大學高分子科學與技術研究所所長鄭玉嬰教授領導的福建省功能材料技術開發中心與本集團共同研發新產品，並向本集團提供有關國內外最新研究突破及技術培訓，及向本集團員工提供支持。自成立起，高強工業聚酯纖維複合材料研發中心定期召開會議並討論改進現有產品及開發新產品。

本集團與福州大學福建省功能材料技術開發中心就建立高強工業聚酯纖維複合材料研發中心(下稱「中心」)合作的主要條款概述如下：

協議日期： 二零零八年七月七日

內容： 中心在訂約雙方同意的領域進行研究及產品開發；訂約雙方以多種形式及方式聯合提供本集團業務相關的培訓以及專業技能

福州大學福建省功能材料技術開發中心的責任：

- (1) 基於中心研究項目的需要提供研究人員參與研究、開發及探索可行用途
- (2) 基於中心研究項目的需要提供辦公室、實驗場所及設備
- (3) 組織研究團隊並領導研究活動；管理及監督中心所研發的技術
- (4) 基於國內外研究之突破及新趨勢，提出研發主題

業 務

- (5) 向有關技術人員提供理論及技術培訓；以多種形式及方式教導及培訓訂約雙方的技術專才
- (6) 規範研究人員的組織及參與
- 本集團的責任：
- (1) 基於中心研究項目的需要提供技術人員參與研究、開發及探索可行用途
- (2) 向中心提出研發主題，或分配開發項目的責任
- (3) 就研究項目所需樣本及相關材料的數據提供支持及援助
- (4) 就本集團設施所進行的研究及實驗室活動提供支援及協助
- (5) 向大學生實習培訓提供支援及協助
- 合作所開發知識產權的擁有權：
- 技術成果及專利(如有)的所有權歸本集團所有，而學術成果則歸福州大學福建省功能材料技術開發中心所有；詳情按各項目協議釐定
- 屆滿日期：
- 二零一一年七月七日。如有必要，訂約方可於現有協議到期時訂立新協議續期。

知識產權

於最後可行日期，本集團於中國持有49項註冊專利(包括1項發明專利、30項實用新型專利及18項設計專利)及2項註冊商標，於香港持有16項註冊商標，並於五個其他國家擁有2項註冊商標。本集團已申請註冊20項專利及90項商標。本集團結合專利、版權及商業秘密法及保密協議保護本集團知識財產。

業 務

本集團知識產權的更多詳情載於本售股章程附錄五「本集團業務的其他資料」一節「本集團知識產權」一段。

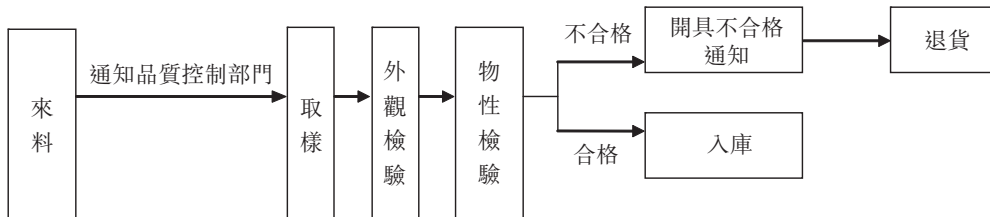
品質控制

本集團明白生產產品時嚴格控制質量十分重要，已建立品質控制部門，負責實施品質控制措施及監控品質控制程序。截至最後可行日期，本集團的品質控制部門擁有56名人員，負責原料入庫檢驗、產品生產及成品檢驗等各生產程序的品質控制。就董事所知，概無產品因質量問題而需要回收。

二零零六年四月，本集團獲ISO9001:2000質量體系認證，證明本集團的品質控制管理系統符合國家標準。

原料控制

當原料付運至廠房時，本集團品質控制部門進行檢測，確保原料符合規定標準。任何認定為不合格的原料將立即退還予供應商。

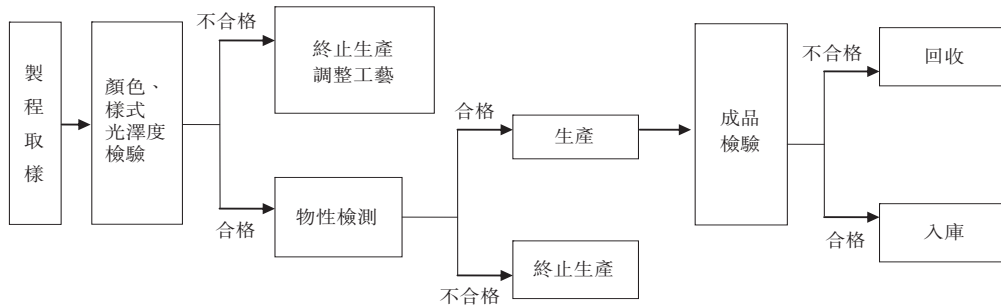


生產控制

整個生產過程均執行品質控制措施，確保成品符合客戶的質量要求。質控人員在生產過程中監督及檢測產品，確保本集團各產品符合規定標準。本集團採用交叉檢測質量保證體系，包括在廠房檢測原料及半成品，品質控制部門亦會在檢測實驗室進行檢測。若發現任何不合格之半成品，則會立即終止生產，並適當調整工藝，解決有關質量問題。

成品檢驗

此外，質控人員亦檢驗成品物性，外觀及包裝，評估產品是否符合規定標準。符合標準之成品方會獲准入庫。倘客戶要求，本集團亦會將樣品交予SGS、TUV及Intertek等獨立機構進一步檢測。



製造終端產品方面，本集團僅使用自有品牌的系列強化材料，確保終端產品的原料質量。同時，本集團亦採用上述生產及成品檢驗品質控制體系，控制終端產品質量。

政府補貼

截至二零零七年、二零零八年及二零零九年十二月三十一日止三年度各年，本集團分別獲得政府補貼人民幣124,000元、人民幣682,000元及人民幣1,202,000元。政府補貼乃一次過、非經常且取決於當時的中國相關政府的政策。

保險

本集團已購買保險，保障意外或天災對固定資產、建築工程、生產設施及流動資產(如存貨)的破壞。根據中國的慣例，本集團購買的保險並不保障因任何暫停或終止業務所導致利潤損失等任何間接損失。根據地方政府的法律規定，本集團向僱員提供退休保險、醫療保險及意外保險等社會保險。董事相信，本集團現時所投購的保險足夠保障財產。

本集團亦購買員工團體保險保障員工因工意外傷害。

除本集團所購買的上述保險外，本集團並無購買任何產品責任保險以保障產品瑕疵引起的任何責任。營業紀錄期間，並無對本集團、本集團的產品或因本集團提供的瑕疵產品所導致損失或人身傷害而作出的投訴或申索。此外，本集團的中國法律顧問觀韜律師事務所表示，中國法律並無規定本集團須就產品瑕疵而引起或導致的任何責任購買保險。董事亦相信，本集團所有產品均符合中國監管機構制定之質量標準，因此董事認為毋須購買產品責任保險。

環境保護

本集團業務受多項環境法律及法規規管，包括《中華人民共和國環境保護法》、《建設項目環境保護管理條例》及《中華人民共和國大氣污染防治法》。本集團動工建設廠房前會進行環境可行性研究，確保本集團生產設施的生產程序符合國家環境規定。倘本集團日後擴建廠房或新增設備，將會根據中國法律及法規進行所需的環境可行性研究，並呈交有關環保部門審批。

本集團的生產工序只會產生少量工業廢料。最終產品的製造過程會殘留若干塑料碎片，惟本集團會回收該等材料作為原料循環利用，既節省成本又環保。本集團的生產工序不會產生任何廢水。本集團檢查各生產基地獲取的所有原料，確保遵守環境安全及質量標準。就董事所知，由於本集團所有原料均符合環境安全及質量標準，故使用該等原料(包括生產加工、倉儲及處理)亦符合《大氣污染物綜合排放標準》(GB16297-1996) (「《大氣污染物綜合排放標準》」)等中國相關環保法規。由於本集團原料均無毒，故儲存該等原料不會產生任何對環境或人體有毒或有害的物質。另外，由於本集團生產工序僅產生少量固體工業廢料，且該等廢料可回收利用，不會對環境有任何影響，故加工工序亦不會產生任何對環境或人體有毒或有害的物質。

加工及加熱PVC的工序會按符合《大氣污染物綜合排放標準》的水平產生少量有害氣體。該等氣體與生產工序中產生的其他無害廢氣將以符合《大氣污染物綜合排放標準》的排放比例通過高排氣管排放。於營業紀錄期間，本集團從未接獲環保局任何有關違反環保法例法規的通知。

本集團中國法律顧問確認，福建思嘉已遵守中國有關環境保護的法律及法規，並無因違反中國法律及法規而受罰。廈門浩源已獲政府部門預先批准建築工程的環保事宜與環境保護設施的檢驗及認可。然而，時間方面並不符合有關法律及法規。根據廈門市環境保護局同安分局於二零零九年九月十四日發出的確認文件，確認廈門浩源已遵照有關環境保護的法律及法規，不會因有關法律及法規而受罰。因此，本集團中國法律顧問確認，廈門浩源就環保事宜而受罰的風險極低。

本集團的環保開支主要為遵守環保法律及法規而用於環境監控、環境清潔及其他以及提升本集團的環保系統。截至二零零七年、二零零八年及二零零九年十二月三十一日止三年度各年，本集團的環保開支總額分別約為人民幣11,860元、人民幣8,100元及人民幣11,659元。預期本集團截至二零一零年十二月三十一日止年度遵守相關規則及法規的成本為人民幣52,000元。

於最後可行日期，本集團並無因環境違規遭受任何重大訴訟或罰款。

社會、健康及安全

福建思嘉及廈門浩源於中國成立，須遵守《中華人民共和國安全生產法》的規定。根據安全法律及法規，本集團須遵守相關中國法律不時規定的國家或行業安全生產標準。具體而言，本集團須建立並不時改進安全生產責任制，採用明確規定及營運程序，確保有效執行安全生產體制。本集團不時監察安全措施的執行情況，及時消除任何潛在安全隱患，訂立工傷事故應急計劃。本集團實施各種內部政策並採取保護措施預防健康及安全危害。本集團已制訂若干應急程序及意外計劃，例如「工傷事故應急預案」、「安全事故應急預案」、「火警事故應急預案」及「特種設備事故應急預案」。此外，本集團為僱員提供安全生產培訓，確保彼等熟悉安全生產必備知識、相關法規以及營運程序及安全作業所需的特定技術。

董事確認本集團並無違反有關社會及健康標準的安全規定或未遵守相關法律及法規的事件。

本集團確認，且負責監督勞動和社會保障的地方政府機關已證實，福建思嘉及廈門浩源自成立以來一直遵守有關勞動和社會保障的法律及法規，並無因違反相關法律及法規而被處罰。

物業權益

本集團擁有位於福州及廈門分別約65,107平方米及5,232平方米(分別為「福州土地」及「廈門土地」，總面積約70,339平方米)的2幅土地及位於福州土地及廈門土地建築面積分別約11,586平方米及約8,736平方米的兩座工業綜合樓(總建築面積約20,322平方米)，作廠房用途。

福州土地

本集團已合法取得面積為65,107平方米的福州土地國有土地使用權證。

本集團所佔用福州土地的樓宇中，本集團尚未取得總建築面積約586平方米的多個配套建築物(包括傳輸室、配電房、水泵房、汽鍋房、壓碎機房及鍋爐房)的房屋所有權證。於最後可行日期，福建思嘉已向福州市房地產管理局遞交申請，申請該等配套建築的房屋所有權證。根據福州市房地產管理局於二零零九年十月二十日發出的確認函，確認福建思嘉已遞交申請有關房屋所有權證的一切所需文件，亦符合法律規定，而福州市房地產管理局正審批有關申請，向福建思嘉授出該等配套建築的房屋所有權證並無實際障礙及法律風險。本集團中國法律顧問表示，本集團取得該等配套建築物的相關房屋所有權證並無實際法律障礙。此外，於二零零九年十月二十日福州市房地產管理局亦確認，本集團不會因佔用該等樓宇而遭受罰款。本集團中國法律顧問表示，本集團可繼續使用相關樓宇，而不會因房屋所有權證的缺失招致當地房地產管理局任何罰款。

本集團亦佔用位於福州土地總興建面積約1,228平方米的若干臨時樓宇(包括存儲福州生產基地第二期所用其他樓宇材料的庫房)，惟並無房屋所有權證。根據福州市城鄉規劃局及福州市建設局於二零零九年十月二十日發出的確認，本集團獲准使用該福州土地的臨時樓宇，惟該等臨時樓宇須於福州生產基地第二期動工興建(計劃於二零一零年十一月)前拆卸。倘福建思嘉於福州生產基地第二期動工之前拆卸該等臨時樓宇，福建思嘉不會因先前興建及使用該等臨時樓宇而受罰。

本集團中國法律顧問表示，本集團已獲有關政府部門確認不會因先前興建及使用該等臨時樓宇而招致當地規劃及房地產建設局任何罰款。福州土地的臨時樓宇僅用作籌建福州生產基地二期建築材料倉庫，與本集團日常營運無關。福州生產基地二期動工時，須空出臨時樓宇存放建築材料。因此，董事認為開始興建福州生產基地二期前拆除臨時樓宇不會對本集團的營運及未來擴展計劃有任何重大不利的營運及財務影響。

廈門土地

本集團正申請面積為5,232平方米的廈門土地國有土地使用權證。

於最後可行日期，本集團尚未獲得建於廈門土地上的廈門生產基地(面積8,736平方米)的房屋所有權證。廈門生產基地於二零零九年八月開始生產終端產品，預期對本集團營業額貢獻顯著，對本集團未來營運及財務表現亦相當重要。廈門土地位於廈門市同安工業集中區(「同安工業區」)。根據同安工業區管理委員會的政策，同安工業區所有樓宇的房屋所有權證須待同安工業區所有樓宇竣工及建設工程竣工驗收獲有關機關通過後集體申請。根據廈門市國土資源與房產管理局同安分局(「廈門局同安分局」)於二零零九年九月十八日發出的確認文件，廈門浩源已遞交申請相關土地使用權證及房屋所有權證的一切所需文件，亦符合法律規定，而廈門局同安分局正審批有關申請，向廈門浩源授出廈門土地及其上所建廈門生產基地的產權證書並無實際障礙及法律風險。就董事所知，現時估計二零一一年底前廈門浩源將獲授廈門生產基地的土地使用權及房屋所有權證。廈門浩源有權使用建於廈門土地之上的物業，而不會因廈門土地及廈門生產基地未獲授正式土地及樓宇所有權證而遭處罰。本集團中國法律顧問觀韜律師事務所確認，廈門局同安分局為發出有關確認的主管機構。

廈門浩源已於二零零九年八月三日遞交領取有關土地使用權及房屋所有權證的申請。根據廈門市同安工業集中區管理委員會(「委員會」)於二零零九年十二月九日發出的書面聲明，委員會計劃待同安工業區內所有企業均完成建設及通過

多重機關檢驗並獲接納後一併處理有關土地使用權證及房屋所有權證的申請。目前，就董事所知，有88家企業已完成廠房建設，且已通過機關檢驗並獲接納，另有25家尚未完成。委員會估計工業區內所有廠房將於二零一零年六月前完成建設及檢驗並獲接納，而廈門浩源將於二零一一年底前取得土地使用權及房屋所有權證。本集團中國法律顧問觀韜律師事務所已與廈門局同安分局通過電話訪問確認，局方同意委員會於所有樓宇完成建設及通過機關進行工程檢驗並獲接納後一併處理所有權申請的計劃，亦不會強制本集團於過渡期間遷出該等物業。委員會為負責同安工業區整體行政管理的中國政府機關，主要負責制訂及實施同安工業區的開發計劃，吸引投資，管理及監督工業區的項目建設，建設及管理工業區的公共設施，監督工業區的企業經營，並向位於工業區的企業提供其他管理服務。廈門浩源取得上述權證並無實際法律障礙。

根據本集團中國法律顧問的法律意見，廈門浩源已履行獲取廈門土地的土地使用權證及建於其上的廈門生產基地的房屋所有權證的所有法定程序，廈門浩源獲取上述業權並無實際法律障礙。

控股股東已同意就本集團於福州及廈門物業的問題業權所產生的任何虧損彌償本集團。儘管廈門生產基地須強制搬遷的機會很微，屆時本集團亦不難採取多項權宜措施，包括將終端產品的所有生產設備遷移到福州生產基地，或於現時廈門生產基地附近租用新廠房。本集團可在不嚴重影響營運及財務狀況下實施此等措施，並於15天內恢復正常生產。基於上文所述，董事認為，廈門土地及福建思嘉若干配套建築物及臨時樓宇的業權及房屋所有權證仍未批出不會對本集團財務或營運有任何重大影響。

本集團租賃及佔用的物業權益

於最後可行日期，本集團租賃包括香港、鄭州、廣州及威海等地區總建築面積約295平方米的物業，作辦公用途。該等物業租自獨立第三方，本集團香港及中國法律顧問確認本集團已就所有租賃物業與出租人訂立有效租賃協議。