

## 我們的業務

### 概覽

我們是一家中國領先的照明產品供應商。根據中國照明電器協會（「**中國照明電器協會**」）於2010年3月15日頒佈（隨後於2010年4月12日更新）的中國照明產業二十年發展報告（「**中國照明電器協會報告**」），按2009年收入計，我們是最大的國內照明品牌供應商，並在中國所有照明品牌供應商中排名第二。我們通過以下產品類別設計、開發、生產、推廣和銷售各種各樣的照明產品，其中節能產品最受重視：

- **燈具產品<sup>(1)</sup>**。 燈具通常指一整套照明器材，包括燈具外殼、光源（即燈泡或燈管等燈光來源）和照明電器（如鎮流器）。基於我們終端客戶的需求，我們出售的燈具產品為整燈或不含光源的照明器材；
- **光源產品<sup>(2)</sup>**。 我們的光源產品主要包括各種緊湊型熒光燈（即節能燈）、HID光源、熒光光源、鹵鎢光源和LED光源的各種燈泡和燈管；及
- **照明電器產品<sup>(3)</sup>**。 我們的照明電器產品主要包括電子變壓器、熒光和HID光源的電子與電感鎮流器和HID鎮流器盒。

下表載列所示期間我們按產品類別劃分的收入（分部間對銷後）和該等收入佔總收入的百分比：

	截至12月31日止年度					
	2007年		2008年		2009年	
	收入 (千美元)	佔總收入 百分比(%)	收入 (千美元)	佔總收入 百分比(%)	收入 (千美元)	佔總收入 百分比(%)
燈具產品	90,143	69.3%	152,965	59.7%	153,799	50.3%
光源產品	24,407	18.8%	79,947	31.1%	118,048	38.6%
照明電器產品	15,518	11.9%	23,503	9.2%	33,923	11.1%
<b>總收入</b>	<b>130,068</b>	<b>100.0%</b>	<b>256,415</b>	<b>100.0%</b>	<b>305,770</b>	<b>100.0%</b>

於2009年12月31日，我們的產品通過36名獨家區域經銷商的全國銷售網絡及覆蓋中國31個省、直轄市和自治區的2,461家雷士專賣店銷售。

根據中國照明電器協會的統計，以下的市場地位反映我們是一家中國領先的節能照明產品供應商<sup>(4)</sup>：

- 按2008年產量計，我們是中國最大的節能燈產品製造商；
- 按2008年產量計，我們是中國最大的T4/T5燈架製造商；及
- 按2008年產量計，我們是中國最大的電子鎮流器製造商。

附註：

- (1) 根據中國照明電器協會的定義，我們的燈具產品類別中，T4/T5支架和LED照明產品為節能產品，而射燈、筒燈、燈盤及投泛光燈為非節能產品。T4/T5支架由一個熒光燈源、一個支撐燈具外殼及一個電子鎮流器組成，是一個完整的照明設備，本公司認為，根據中國照明電器協會的定義，其屬於節能設備。
- (2) 根據中國照明電器協會的定義（鹵鎢光源除外），我們光源產品分部下的所有產品，包括緊湊型熒光光源、HID光源、熒光光源、鹵鎢光源及LED光源均為節能產品。
- (3) 根據中國照明電器協會的定義，我們的照明電器產品主要由電子鎮流器（作為節能產品）及三種其他類別的非節能產品（即電感鎮流器、HID電器鎮流器盒及鹵鎢電器電子變壓器）組成。
- (4) 於最後可行日期，中國照明電器協會尚未將2008年度不同產品類別市場地位的數據更新至2009年度報告中。

## 我們的業務

近年，我們在節能照明產品的銷售方面經歷了快速發展。2007年、2008年及2009年，我們的節能照明產品總銷售額分別為4,880萬美元、1.191億美元及1.838億美元，分別佔該等期間總收入的37.5%、46.4%及60.1%，年複合增長率為94.1%。2010年3月，我們在《資本企業家》雜誌主辦的「CAPITAL Entrepreneur 綠色企業2010獎」頒獎典禮上榮獲「榮譽綠色企業」獎。隨著中國及世界其他地區環境意識的增強，我們期望節能照明產品的需求大幅增加。

節能照明產品通常包括(i)較白熾燈能效更高的光源產品，及(ii)支持使用節能燈產品的照明產品。緊湊型熒光光源(CFL)是其中一種常見的節能燈產品。基於壽命及能效等標準，不同國家及地區因不同目的對節能照明產品採取不同標準。中國照明電器協會將中國的節能照明產品定義為通常包括緊湊型熒光光源、熒光光源及支撐燈具外殼、LED燈、HID燈及電子鎮流器。就節能照明產品而言，中國照明電器協會的標準是基於國家標準化管理委員會採用的標準，該委員會是中國國務院授權成立的組織，旨在為各種產品制定品質及／或安全標準。中國照明電器協會的標準與中國質量認證中心刊登的批准標籤的節能照明產品列表，及基於中國國家發展和改革委員會及中國財政部刊發的關於享受政府津貼的節能產品範圍認定辦法一致。有關進一步詳情，請參閱「行業概覽－中國節能照明產業－中國節能照明產品的範圍」一節。

下表載列節能產品及非節能產品的收入：

	截至12月31日止年度					
	2007年		2008年		2009年	
	收入 (千美元)	總收入 %	收入 (千美元)	總收入 %	收入 (千美元)	總收入 %
節能產品	48,783	37.5%	119,072	46.4%	183,810	60.1%
CFL燈管	—	—	25,994	10.1%	59,062	19.3%
T4/T5支架 <sup>(1)</sup>	28,079	21.6%	46,059	18.0%	51,226	16.8%
緊湊型熒光光源(CFL)	14,062	10.8%	34,488	13.4%	43,876	14.4%
電子鎮流器	317	0.3%	1,059	0.4%	17,501	5.7%
HID光源	3,672	2.8%	5,038	2.0%	4,195	1.4%
熒光光源	2,350	1.8%	3,559	1.4%	3,461	1.1%
LED產品	296	0.2%	2,330	0.9%	2,510	0.8%
HID路燈產品	7	—	545	0.2%	1,979	0.6%
非節能產品	81,285	62.5%	137,343	53.6%	121,960	39.9%
<b>總收入</b>	<b>130,068</b>		<b>256,415</b>		<b>305,770</b>	

附註：

- (1) T4/T5 支架由一個熒光燈源、一個支撐燈具外殼及一個電子鎮流器組成，是一個完整的照明設備，本公司認為，根據中國照明電器協會的定義，其屬於節能設備。

有關本集團節能產品與非節能產品財務表現及利潤率的進一步詳情，請參閱「財務信息－經營業績的組成部分敘述節選」一節。

相比在中國及國際照明產品行業的國內和國際競爭對手而言，我們相信我們在節能照明方面的生產效能和規模，連同我們的品牌和分銷網絡，將繼續穩固我們的市場地位。

---

## 我們的業務

---

我們於1998年成立，一直以來都專注於銷售我們用於零售連鎖店、百貨公司與辦公用途的雷士品牌產品。時至今日，我們的雷士品牌產品出售給廣泛的終端客戶，包括專業終端客戶（例如零售連鎖店、百貨公司、辦公室、酒店及公共基礎設施項目）和零售終端客戶（例如住宅家庭）。我們憑藉在照明產品方面的經驗和能力，提供各種照明解決方案服務，其中我們提供設計服務及定制產品，滿足專業終端客戶，尤其是大型項目的特定需求。在往績期間，我們未從上述解決方案服務中獲得任何收入。我們成為北京2008奧運會相關建築項目最大的國內照明產品供應商，還被選為廣州2010年亞洲運動會的合資格照明產品供應商和贊助商。2009年，我們榮獲《21世紀經濟報道》的「21世紀中國最佳商業模式」獎。

我們相信成功的品牌是我們發展的關鍵所在，因為其可使我們在高度分散和競爭激烈的中國照明產品行業中，從競爭對手中脫穎而出。因此，自本集團成立以來，我們便專注於使用自有品牌「雷士」來推銷我們的照明產品。我們是中國最早通過品牌專賣店推銷和銷售產品的照明產品公司之一。這一方式有助於在相對較短的時間內提高我們的品牌和產品的知名度。2009年，我們的雷士品牌被中國建築裝飾協會評為「2009年最受中國設計師歡迎商業照明領袖品牌」之一，「雷士」商標被國家工商行政管理局評選為「中國馳名商標」。我們相信，我們致力打造雷士品牌，有助於我們保持定價能力，並贏得客戶的忠誠度，以及擴大我們的客戶群。

我們的產品主要在中國銷售，同時我們還向全球40多個國家出口產品。在中國，我們絕大部分的雷士品牌產品都是以批發形式銷售予我們的獨家區域經銷商，這些經銷商在指定地理區域內擁有分銷雷士品牌產品的獨家權利。我們的經銷商通常通過雷士門店（門店是由這些經銷商自行經營或由第三方門店營運商經營的）將我們的產品出售給終端客戶，有時經銷商也以大訂單直接將我們的產品出售給終端客戶，例如公共基礎建設項目的終端客戶。我們2007年最大的出口市場是英國，2008年和2009年則是美國。2007年，英國的銷售額約佔我們總收入的4.0%；2008年和2009年，美國的銷售額分別約佔我們總收入的5.3%和12.1%。除我們的雷士品牌產品外，我們還銷售非雷士品牌的產品，主要包括以ODM形式向領先的國際和國內品牌製造商銷售的產品。在2007年、2008年及2009年，銷售非雷士品牌產品所得收入分別佔我們總收入的8.2%、24.7%及37.4%。

我們與獨家區域經銷商關係緊密，我們也將他們稱為營運中心。我們通過訂立合約協議管理他們，協議條款涵蓋（其中包括）產品專營權、業績目標和雷士門店的管理。我們從多方面制定和執行經銷商政策和指引。為幫助他們遵守我們的政策和指引以及實現他們的業績目標，我們經常舉行會議，並在各類業務和管理決策（包括規劃其自身銷售政策）方面與他們密切合作。我們的部分管理層成員和其他僱員在所有經銷商中都擔任關鍵管理職位，並在經銷商辦事處全職進行現場工作，幫助管理其日常營運和銷售活動。經銷商的主要責任是管理雷士門店的經營、銷售和市場推廣，並確保遵守我們的政策和指引。我們還通過定期到雷士門店進行現場參觀，積極監控有關政策和指引的遵守情況。

我們在中國不同地區擁有五個生產中心，生產重點各有不同。我們的生產中心分別位於廣東省惠州市、重慶萬州區（這兩個生產中心主要專注於燈具產品）、浙江省江山市（專注於光源產品）和上海

---

## 我們的業務

---

(專注於照明電器產品)。我們在生產照明產品方面有超過十年的經驗，令我們可繼續完善生產流程，使每個生產階段的效率均得到提升。我們的浙江生產中心將搬遷，並將在新址建造新的生產設施。通過利用上述新的生產設施，我們的產量預期進一步增加，計劃年產能將達到 2 億個節能燈。

我們非常重視研發工作，主要包括開發新產品及利用最新技術更新我們的產品。研發工作的目標是加快新產品的開發和推廣，滿足終端客戶不斷變化的需求和喜好。我們擁有兩個研發中心，一個位於廣東省惠州市（專注於開發燈具產品的新產品設計）而另一個位於上海（專注於光源產品的節能技術研發和照明電器的研發）。自 2008 年成立以來，我們的上海研發中心已經研發了 16 種新節能照明產品。2008 年 12 月，我們為北京 2008 奧運會特別設計的「翔」系列燈具產品，榮獲中國工業設計協會、國務院發展研究中心和北京工業設計促進中心共同頒發的「中國創新設計紅星獎—至尊金獎」。我們還積極監控 LED 照明產品的技術和市場開發，並已開始進行 LED 研究工作。

通過自身發展及戰略性收購的結合，我們一直快速發展。在 2007 年、2008 年及 2009 年，我們的收入總額分別為 1.301 億美元、2.564 億美元及 3.058 億美元；經營利潤總額分別為 1,480 萬美元、3,950 萬美元及 4,380 萬美元；而我們於 2007 年、2008 年和 2009 年獲得的淨利潤分別為 1,290 萬美元、1,810 萬美元和 1,470 萬美元。2008 年及 2009 年，因向我們的首次公開發行前投資者發行優先股和認股權證分別產生開支（包括優先股的嵌入式衍生工具的公允價值變動、認股權證的公允價值變動及優先股的利息開支）達 1,930 萬美元和 2,350 萬美元，使這兩年的淨利潤受到顯著影響。請參閱「財務信息—影響我們經營業績可比性的因素」一節。2009 年 12 月 31 日，賽富和 GS 簽署一份豁免書，藉此修改優先股條款，結果消除了優先股的轉換機制的負債成份，並將轉換機制確認為權益成份。因此，2010 年優先股將不再有公允價值變動。

### 我們的競爭優勢

我們相信，本公司憑藉以下優勢可令我們有效地參與市場競爭：

#### 節能及其他照明產品的市場領導者

根據中國照明電器協會的統計，我們是一家中國領先的照明產品供應商，專注於提供節能照明產品。根據中國照明電器協會的統計，按 2009 年收入計，我們是最大的國內照明品牌供應商。2009 年，我們有大約 60.1% 的總收入來自銷售我們的節能照明產品。我們是垂直一體化的供應商，參與原材料採購到產品分銷各個階段的照明產品生產，覆蓋照明行業的整個價值鏈。於 2009 年 12 月 31 日，我們提供約 9,000 種燈具產品、1,500 種光源產品和 200 種照明電器產品。我們的雷士品牌產品出售給各類零售和專業終端客戶。憑藉在照明產品方面的經驗和能力，我們也提供各種照明解決方案服務，其中包括提供設計服務及定制產品，滿足專業終端客戶的特定需求。我們提供照明解決方案的能力，以及我們廣泛的產品範圍，均幫助我們成為滿足客戶照明需求的一站式服務供應商，並幫助我們鞏固領先的市場地位。

---

## 我們的業務

---

隨着中國及世界其他地區環保意識的增強，我們預計對節能照明產品的需求將大幅上升。根據中國照明電器協會的資料，以下市場地位反映我們是一家中國領先的節能照明產品供應商：

- 按2008年產量計，我們是中國最大的節能燈製造商；我們的新浙江生產中心的計劃年產能達到2億個節能燈，預期我們的產量屆時將進一步提高；
- 按2008年產量計，我們是中國最大的T4/T5燈架製造商；及
- 按2008年產量計，我們是中國最大的電子鎮流器製造商。

此外，近年我們在節能照明產品銷售方面經歷了快速發展。自2007年至2009年，節能照明產品為我們帶來的收入按94.1%的年複合增長率增長。相比在中國和國際照明產品行業中的國內和國際競爭對手而言，我們相信我們在節能照明方面的生產效率和規模，連同我們的品牌和分銷網絡，將繼續穩固我們的市場地位。

### 憑藉成本和規模優勢承諾產品質量

我們致力履行對產品質量的承諾。在2005年，我們已獲得中質協質量保證中心頒發的ISO 9001:2000質量管理體系認證。此外，我們的ODM產品曾售予多個領先國際照明品牌，或被納入這些照明品牌產品中，反映了我們以具有競爭力的價格提供優質產品的能力。我們還獲得了許多國際產品質量和安全證書，例如CSA（加拿大）和UL（美國）。

根據中國照明電器協會的統計，按2008年產量計算，我們是中國最大的節能燈產品供應商。由於我們的經濟規模及採購流程中增強的議價能力，我們大規模的生產有利於管理成本。2009年，我們生產了超過400萬個電子鎮流器，其中超過60%出口至包括美國在內的海外國家。根據中國照明電器協會的數據，按2008年產量計算，我們也是全國最大的T4/T5支架、射燈及筒燈生產商。此外，收購三友已幫助我們成為更垂直一體化的照明產品製造商，從而增加我們的利潤率。收購三友增強了我們在節能燈生產流程方面的知識和能力，這與我們作為照明產品專家時取得的經驗和能力相結合，幫助我們在每個生產階段持續改善經營效率及降低成本。

### 領先的品牌認可度

我們相信，成功的品牌是我們發展的關鍵所在，因為只有成功的品牌，才能使我們在高度分散和競爭激烈的中國照明產品行業中擊敗對手，脫穎而出。2008年，我們的「雷士」商標更被國家工商行政管理局評選為「中國馳名商標」。我們相信，我們打造雷士品牌的承諾有助我們保持定價能力，贏得客戶的忠誠度，以及擴大客戶群。

與公眾知名度同樣重要的是我們的雷士品牌在業界照明領域中亦獲得認可。這些照明專家主要包括建築師、室內設計師、戶外景觀設計師及照明顧問，他們對客戶選購照明產品的決定和品牌選擇有着重大影響力。2009年在中國建築裝飾協會舉辦的一次照明業界調查中，我們的雷士品牌在多個照明產品類別當選為最受照明業界歡迎的中國品牌，其中在商業、酒店和戶外照明類別排名第一，在節能和住宅照明類別排名第二。

我們成為2008年北京奧運會相關建設項目最大的國內照明產品供應商，反映了我們品牌塑造的成功。

---

## 我們的業務

---

我們還贏得2010年廣州亞運會、2010年上海世博會、國內多個高速鐵路項目及主要機場航站合同。得益於這些大型體育賽事和大型基礎建設項目相關的合同，我們品牌的認可度得到進一步提升。

### 廣泛的分銷網絡和有效的分銷模式

2000年，我們的一家經銷商開設了第一家品牌門店，專門銷售雷士品牌產品。我們是中國最早通過品牌門店推銷和銷售產品的照明產品公司之一。這一方式有助我們於相對較短的時間內提高品牌和產品的知名度。現時，我們的產品通過廣泛的全國性分銷網絡進行銷售，截至2009年12月31日，我們全國性分銷網絡覆蓋中國31個省份、自治區和直轄市，包括36個獨家區域經銷商和2,461家雷士門店。我們預期，這個分銷網絡的廣度和深度將有利於推動我們在中國小城市和農村地區的銷售滲透力。

我們的分銷模式有別於許多競爭對手。在這一模式下，我們通過不持有所有權權益的合約安排管理經銷商。這一模式允許我們將資源專注於產品的設計、開發、生產和全國性的品牌宣傳。我們的經銷商熟悉當地市場，他們會專注於當地的市場推廣和當地雷士門店的管理。我們重視與經銷商之間的關係。為幫助我們的經銷商繼續遵守我們的政策和實現他們的業績目標，我們會經常舉行會議，並在各類業務和管理決策方面與他們密切合作，包括制定其本身的銷售政策。我們的內部團隊成員在所有經銷商中都擔任關鍵管理職位，並在經銷商辦事處全職進行現場工作，幫助管理其日常營運和銷售活動。經銷商的主要責任是管理雷士門店的經營、銷售和市場推廣活動，並確保遵守我們的政策和指引。我們還通過定期到雷士門店進行現場視察，積極監控有關政策和指引的執行。

鑒於我們與經銷商建立的關係，以及我們和經銷商在管理照明產品分銷業務方面獲得的知識和經驗，我們相信，雷士的廣泛分銷網絡將成為中國競爭對手的重大和特殊進入障礙。

### 迅速響應和需求驅動的研發能力

研發工作的目標是加快新產品的開發和推廣，滿足終端客戶不斷變化的需求和喜好。研發工作主要包括開發新的產品及利用最新技術更新我們的產品。對於大規模的項目，我們的研發還須提供定制產品和解決方案，以滿足專業終端客戶的特定要求。我們擁有兩個研發中心，一個位於廣東省惠州（專注於燈具產品的新產品設計研發）而另一個位於上海（專注於光源產品的節能技術研發和照明電器的研發）。

於2009年12月31日，我們僱有243名全職僱員致力於研發工作，其中惠州研發中心有72名，上海研發中心有53名，其餘人員駐紮在各生產基地。2008年12月，我們為北京2008年奧運會特別設計的「翔」系列燈具產品，榮獲中國工業設計協會、國務院發展研究中心和北京工業設計促進中心共同頒發的「中國創新設計紅星獎—至尊金獎」。於2009年12月31日，我們的上海研發中心已經研發了16種新節能照明產品。我們的「光芒」系列下的「炫亮」T2光源產品達至國家標準的最佳節能級別。我們還積極監控LED照明產品的技術和市場開發，並已開始進行LED研究工作。

---

## 我們的業務

---

### 經證實收購和整合戰略目標的能力

為配合業務發展，我們近年進行了許多戰略性收購和投資。這些收購和投資使我們的產品實現了多元化發展，提高了我們的生產能力，並增強了我們在全球業界的地位。2008年，我們完成了對中國領先節能燈管製造商三友的收購，並於2009年收購了中國領先的電子鎮流器製造商上海阿卡得。憑藉這兩宗收購，以及隨着節能產品的需求增加，我們可以更好地把握發展機會，並成為更垂直一體化、更全面的燈具產品製造商。2007年，我們與兩個在英國照明產品行業擁有豐富經驗和網絡資源的合作夥伴建立了UK NVC，擴大在英國的分銷能力，而英國是我們的主要海外市場。自從我們收購和成立這些企業後，我們已經投放大量資源，集中管理業務的各個方面，包括銷售、成本和費用、研發和人力資源，以提高控制和經營效率。

### 經驗豐富的管理團隊，擁有卓越的往績記錄

我們擁有經驗豐富和專心致志的管理團隊，他們擁有豐富的行業知識和卓越的執行能力，尤其是我們的創始人、董事長兼總裁吳長江先生。吳先生在中國照明產品行業擁有逾15年經驗，屢獲殊榮，曾獲全國工商聯合會和中國民營科技實業家協會頒發的「2007年中國優秀民營科技企業家」榮譽。管理團隊的其他成員在各自領域平均擁有10年工作經驗。此外，我們受益於賽富及GS（我們的首次公開發行前投資者）的重大支持。在管理團隊的英明領導下，我們獲得強勁增長，我們相信我們將繼續於未來為我們公司創造持續增長。

### 我們的業務戰略

我們立志成為中國照明行業的佼佼者，以及全球市場的領先企業。我們通過在以下主要方面實施商業戰略，努力實現這一目標：

#### 強化市場領先地位

我們致力於強化在中國市場的領先地位。為實現這一目標，我們計劃專注以下領域：

- **增強定制產品解決方案能力。**我們致力加強向公共基建等大型項目提供定制照明產品和解決方案的能力。我們認為，這種能力可繼續使我們有別於其他競爭對手。
- **為標準化產品擴大生產規模。**我們很大部分產品的標準化程度相對較高，如光源、照明電器，以及支架和燈盤等若干燈具產品。針對這些產品，我們擬大幅提高產能及產量，以提升規模經濟效益和降低生產成本與產品價格。
- **多樣化產品供應。**為努力成為滿足客戶照明需求的一站式供應商，我們計劃開發特殊用途照明產品，如戶外照明和建築照明，以及開發新興的產品範圍如LED照明產品。我們計劃部署額外資源，分別開發這些產品。

#### 增強品牌滲透和打造「環保」形象

過去，我們專注於辦公及商業照明產品的推廣與銷售。近年來，我們極力拓展產品種類，以滿足更大範圍的零售及專業終端客戶的需求。為此，我們已經並將繼續增強我們品牌的公眾知名度。隨著我們

---

## 我們的業務

---

增強銷售滲透，我們將日益努力將雷士品牌打造成照明專家的形象，其產品能夠滿足所有終端客戶需求。

此外，隨着我們的終端客戶環保意識的增強，並且對環保產品的需求不斷增加，我們將尋求提高公眾對我們在節能照明產方面實力的認知，同時專注於將我們的產品以「環保」品牌的形象進行推廣。為此，我們計劃將更多資源投放到市場推廣活動，這些市場推廣活動旨在宣傳我們的環保形象，包括開展一項回收廢舊緊湊型熒光光源的項目。我們也還將繼續專注於對節能照明產品的研發努力，以保持緊隨技術和客戶喜好的最新動態。

### 鞏固和拓展國內分銷渠道

我們計劃繼續鞏固和拓展我們的產品在中國的分銷渠道。為此，我們計劃：

- 增強銷售滲透，包括增加在國內小到大型城市和農村地區的雷士門店數量；
- 增強現有雷士門店的專業化程度，更有效地滿足不同終端客戶的需求，尤其是通過開設和拓展雷士門店數量，專注於需求通常較零售終端客戶更為特殊的專業終端客戶；及
- 引進新的分銷渠道，如超市銷售。

### 繼續拓展國際市場

我們致力於成為照明產品行業的全球領先者，並認為海外市場將逐漸成為我們未來增長的重要來源。在北美和歐洲等較發達市場，由於現有產品的分銷渠道早已形成，我們計劃通過戰略性收購或投資，同時選聘熟悉相關市場的專業人士組成銷售團隊，以建立我們的分銷網絡。在如南美洲此類缺少成熟分銷渠道的新興市場，我們計劃通過與當地經銷商的合同安排，發展我們的分銷網絡，並以我們在中國的分銷模式為基礎，開設雷士門店。

### 提升研發能力，專注節能產品

我們的研發目標仍然是快速開發和推出新產品，以滿足終端客戶持續變化的需求，尤其是環保意識日增的終端客戶對節能產品不斷增長的需求。我們計劃投放額外資源，開發這類產品。浙江生產中心的二期工程（預期佔地約106,405平方米），計劃僅專注於節能燈產品的生產。此外，基於LED照明產品的需求擴大，我們計劃更專注於上海研發中心的LED產品研製，以及與中國一流大學和研究機構在此領域的協作。得益於我們的研究成果，我們計劃2010年推出若干新型LED光源及燈具產品。為使我們的產品更加多樣化，除節能照明產品外，我們將繼續將資源集中於一般產品的開發，以及努力提升生產流程不同階段的運行效率。

### 甄選收購和投資機會

我們計劃繼續收購可與我們達致協同效應的產品、業務或技術。我們從事的行業高度分散，這為我們提供機遇物色潛在的合作夥伴或收購對象。我們計劃收購與我們現有產品線和業務互補的產品，使我們能儘量利用本身的分銷網絡。我們期望將我們以往收購和合併公司及產品的成功經驗應用於未來收



---

## 我們的業務

---

購項目的整合和合併。我們相信，通過執行我們的收購策略，可以增強我們及其他方的實力，藉此增強我們的市場競爭力。

### 我們的產品

我們通過以下產品分部設計、開發、生產、推廣和銷售各種照明產品：

- **燈具產品。** 燈具通常指一整套照明器材，包括光源（即燈泡或燈管等燈光來源）、用作光源定向配光和保護的外殼及照明電器（如鎮流器）。我們提供許多種燈具產品，包括射燈、筒燈、支架和 LED 燈等整套照明器材。其他產品還包括燈盤，不連光源產品出售；
- **光源產品。** 我們的光源產品主要包括各種緊湊型熒光燈（即節能燈）、HID 光源、熒光光源、鹵鎢光源、和 LED 光源的各種燈泡和燈管；和
- **照明電器產品。** 我們的照明電器產品主要包括電子變壓器、熒光和HID光源的電子與電感鎮流器和 HID 鎮流器盒。

## 我們的業務

### 燈具產品

我們過去專注於商業(如零售連鎖店和百貨公司)和辦公照明產品。商用照明產品通常包括支架、射燈及筒燈。我們的燈具產品已擴展到約包含9,000個品種。根據中國照明電器協會的統計，按2008年產量計算，我們也是全國最大的 T4/T5 照明支架生產商。基於我們終端客戶的需求，我們出售的燈具產品為整燈或不含光源的照明器材。下表載列我們各種燈具產品類別的主要產品系列，其中T4/T5 支架及 LED 系列為節能產品。






主要產品系列	產品系列數量	主要產品	應用領域	產品樣本圖片
射燈系列	11	電感式導軌金鹵射燈 嵌入式鹵鎢射燈 (裝備有鹵鎢光源和 電子變壓器)	零售店鋪、展覽廳和 購物中心	
筒燈系列	7	電感式熒光筒燈 小口徑螺口熒光筒燈 (裝備有熒光/鹵鎢光源和 電感/電子鎮流器)	零售店鋪、酒店、 餐館和購物中心	
支架系列	4	T4/T5/T8 電子支架 (裝備有熒光燈管)	辦公室、學校、酒店、 工廠、購物中心和超市	
燈盤系列	7	T5/T8 燈盤 (不帶光源)	辦公室、學校和酒店	
戶外系列	16	投泛光燈	停車場、公共場所、 高速公路、城市街道 和體育場館	
LED 系列	17	LED 投光燈	停車場、公共場所、 高速公路、城市街道和 體育場館	

## 我們的業務

### 光源產品

我們的光源產品包括五個主要類別：緊湊型熒光光源、HID光源、熒光光源、LED光源、和鹵鎢光源，前四種類別產品為節能產品。根據中國照明電器協會的統計，按2008年產量計，我們是中國最大的節能燈製造商。除銷售我們自行設計和生產的光源產品外，我們亦與通用電氣簽訂一份協議，將通用電氣生產的HID光源產品和照明電器產品銷售給我們的經銷商，再由經銷商在我們的雷士門店銷售。這類產品在2008年及2009年的銷售額分別為410萬美元和150萬美元。我們與通用電氣的協議將於2010年8月終止。




下表載列我們各種光源產品生產線的主要產品系列。

主要產品系列	產品系列數量	主要產品	節能／非節能產品	應用領域	產品樣本圖片
緊湊型 熒光光源	5	T2 螺旋型節能燈	節能產品	家庭、酒店 和辦公室	
HID 光源	3	小功率石英金鹵光源	節能產品	零售店鋪、 酒店、 購物中心 和辦公室	
熒光光源	5	T4/T5/T8 熒光燈管	節能產品	辦公室、 酒店、 學校和工廠	
鹵鎢光源	5	鹵素燈杯	非節能產品	購物中心、 零售店鋪、 酒店、 餐館和家庭	
LED 光源	3	LED 燈泡	節能產品	購物中心、 零售店鋪、 酒店、 餐館和家庭	

## 我們的業務

### 照明電器產品

我們的照明電器產品主要包括(i)熒光電器的電子和電感鎮流器；(ii)HID光源的電子和電感鎮流器以及鎮流器盒；及(iii)鹵鎢電器的電子變壓器。根據中國照明電器協會的統計，按2008年產量計，我們是中國最大的電子鎮流器製造商。下表載列我們各種照明電器產品類別的主要產品系列，其中電子鎮流器為節能產品。

主要產品系列	產品系列數量	主要產品	應用領域	產品樣本圖片
熒光電器的 電子鎮流器和 電感鎮流器	5	T5/T8 電子鎮流器	辦公室、零售店鋪、 學校和工廠	
HID 電器的電 子鎮流器和 電感鎮流器 及鎮流器盒	2	小功率電感電器箱	辦公室、零售店鋪、 學校和工廠	
鹵鎢電器的 電子變壓器	3	小功率電子變壓器	零售店鋪、酒店和家庭	

### 我們的品牌

我們相信，成功的品牌是我們發展的關鍵所在，因為只有成功的品牌，才能使我們在高度分散和競爭激烈的中國照明產品行業中擊敗對手，脫穎而出。因此，自公司成立伊始，我們就一直專注推廣自有品牌雷士照明產品。我們認為，我們是中國最早通過品牌門店推廣和銷售照明產品的公司之一。這一方法幫助我們在相對較短的時間內提升品牌和產品的知名度。我們的一家經銷商於2000年成立首家雷士門店。時至今日，我們的產品通過遍佈中國的36個獨家區域經銷商和2,461家雷士門店組成的網絡出售。

過去，我們專注於推廣和銷售辦公和商業照明產品。因此，我們使用「雷士商業照明」為品牌名稱，以中高端企業終端客戶為目標。隨着我們開始逐步拓展產品供應，我們的目標終端客戶也延伸到住宅和戶外建築照明終端客戶，同時品牌戰略也作出相應調整。我們開始以照明專家身份推廣自己的品牌形象。我們向終端客戶推銷我們是「光環境專家」。我們的聲明是由我們作為中國領先照明產品供應商的市場地位支持，並且我們現時提供種類齊全的照明產品和解決方案亦對此提供了說服力。憑藉在照明產品方面的經驗和能力，我們也提供各種照明解決方案服務，其中我們提供設計服務並生產定制產品，滿足專業終端客戶的特定需求。

隨着我們的終端客戶越來越重視環保，且隨着環保產品的需求不斷增加，我們將尋求提高公眾對我們節能照明產品領域實力的了解，並將市場推廣工作專注於打造產品的「環保」形象。為此，我們計劃將更多資源分配到市場推廣活動中，這些市場推廣活動旨在宣傳我們的環保形象，包括開展回收廢舊節能燈項目。我們的研發工作也將繼續專注於節能照明產品，以緊跟技術和客戶喜好的最新變化。

---

## 我們的業務

---

我們在中國處於市場領導地位，而且我們榮獲的獎項和表彰，反映了我們在品牌建設工作所取得的成果，這些獎項和表彰包括：

- 中國建築裝飾裝修材料協會於 2002 年頒發的「行業十佳品牌」之一；
- 中國照明學會和中國名牌促進會於 2003 年頒發的「2003 年中國照明行業最具競爭力十大名牌」之一；
- 廣東省工商行政管理局於 2004 年頒發的「廣東省著名商標」；
- 廣東省質量技術監督局於 2005 年頒發的「廣東省名牌產品」；
- 廣東省照明電器協會於 2006 年頒發的「2005 年度最具影響力品牌」；
- 國家工商行政管理總局於 2008 年頒發的「中國馳名商標」；
- 中國建築裝飾協會於 2009 年頒發的「2009 年最受中國設計師歡迎商業照明領袖品牌」；及
- 2010 年，《資本企業家》雜誌在「CAPITAL Entrepreneur 綠色企業 2010 獎」頒獎典禮上頒發「榮譽綠色企業」獎。

我們成為與 2008 年北京奧運會相關的建設工程的國內最大的照明產品供應商，並被選為廣州 2010 年亞洲運動會的合資格照明產品供應商和贊助商，進一步反映我們在品牌建設工作上取得的卓越成就及領先市場地位。

### 銷售和分銷

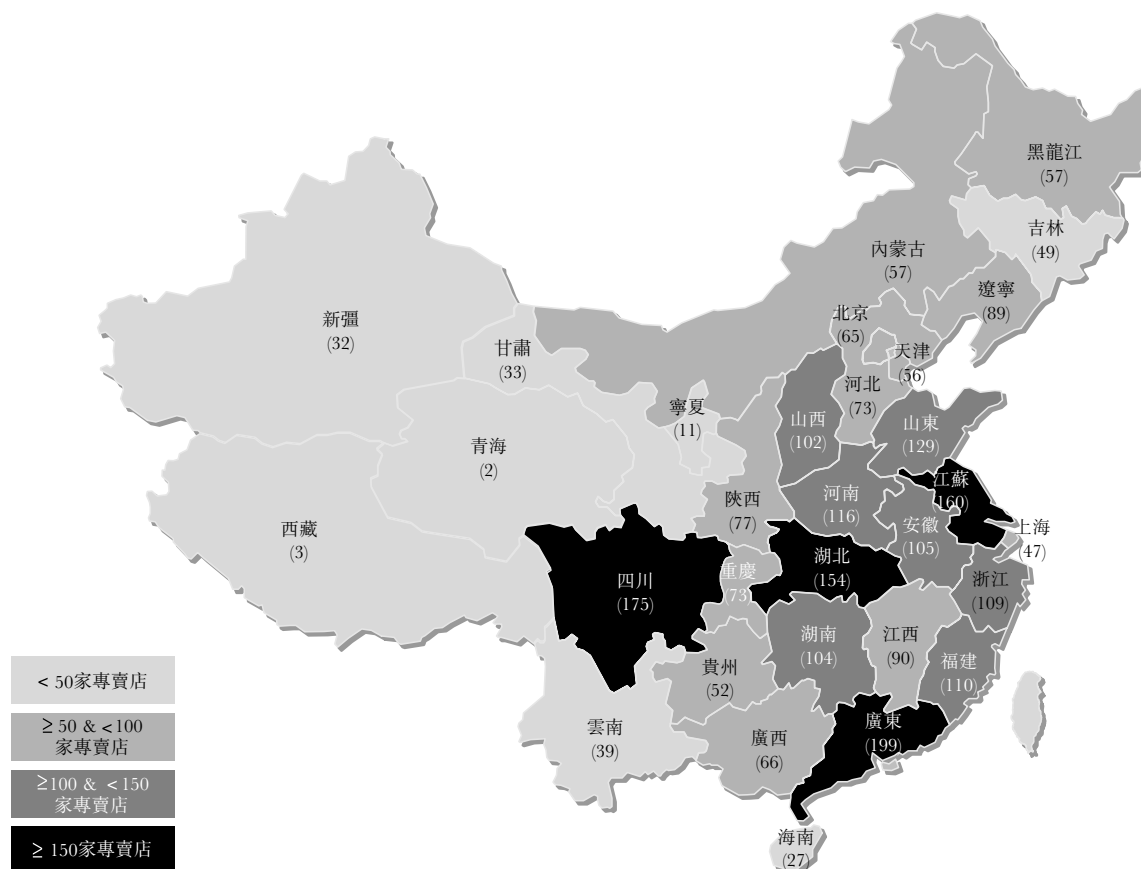
我們在中國分銷和銷售大部分產品。近年來，我們的國際銷售額也日益增加。2009 年，我們在中國的銷售額和國際銷售額分別佔總收入的 79.3% 和 20.7%。我們在中國和海外市場同時銷售雷士品牌產品和非雷士品牌產品（主要以 ODM 為基礎之銷售）。2009 年，雷士品牌產品銷售額和非雷士品牌銷售額分別佔總收入的 62.6% 和 37.4%。

我們因應雷士品牌產品在中國的銷售、國際銷售和非雷士品牌銷售而採用不同的銷售和分銷手法。

### 品牌產品的國內分銷

#### 概況

於2009年12月31日，我們的全國性分銷網絡覆蓋中國31個省份、自治區和直轄市的36個獨家區域經銷商以及2,461家雷士門店，其中包括31個省會城市、275個地區級城市和1,246個縣級城市。下圖說明於2009年12月31日我們的雷士門店在中國的地理分佈：



#### 分銷模式

在中國，我們絕大部分的雷士品牌產品都是以批發形式銷售予我們的獨家區域經銷商，這些經銷商擁有在劃定的中國地理區域內分銷雷士品牌產品的獨家權利。我們的經銷商在2007年、2008年和2009年產生的銷售收入分別約佔我們總收入約86.5%、70.8%和58.7%。我們於從倉庫分發雷士產品時，確認向經銷商銷售商品的收入，原因是此時經銷商已經承擔相關風險和所有權。我們的經銷商通常通過雷士門店（門店是由這些經銷商直接經營或由第三方經營的）將我們的產品出售給終端客戶，有時經銷商也以大訂單直接將我們的產品出售給終端客戶，例如公共基礎建設項目。偶爾，我們應要求向政府機構和大型連鎖公司等終端客戶直接銷售產品，並與我們的經銷商訂立背對背安排，據此，他們將負責產品供應及售後服務。我們通過訂立合約協議管理我們的經銷商，並不持有任何經銷商的任何股權。

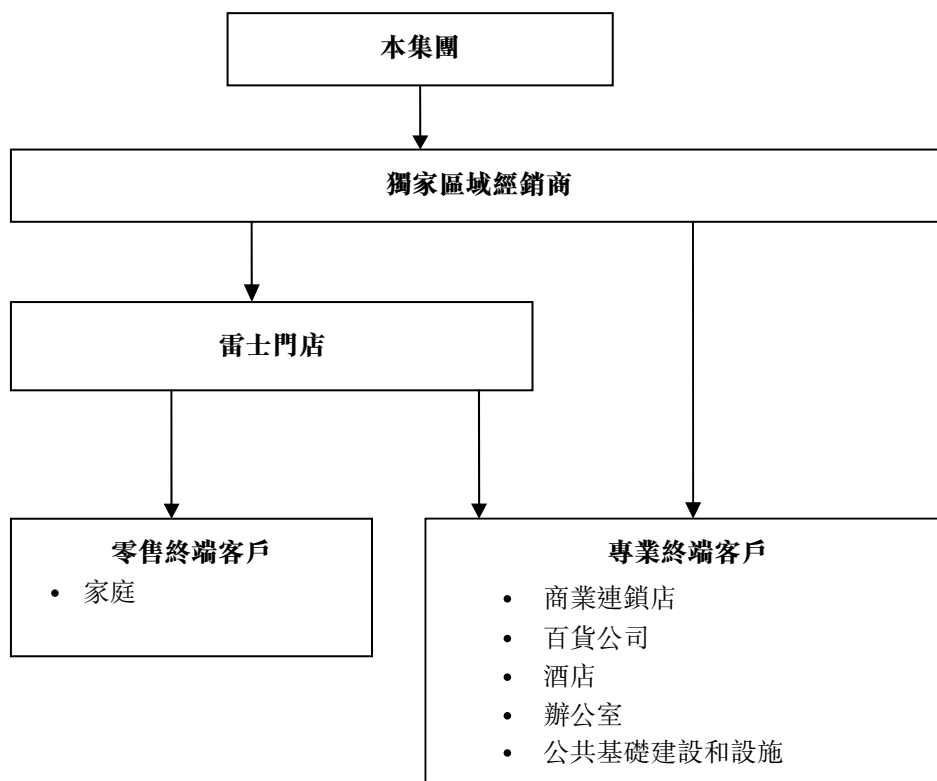
## 我們的業務

下表載列我們在往績期間於中國通過經銷商、ODM和直銷獲得的收入明細：

	截至12月31日止年度					
	2007年		2008年		2009年	
	收入 (千美元)	佔總收入 的百分比	收入 (千美元)	佔總收入 的百分比	收入 (千美元)	佔總收入 的百分比
經銷商 .....	112,462	94.5%	181,462	85.8%	179,584	74.0%
ODM銷售 .....	3,947	3.3%	29,400	13.9%	60,418	24.9%
直銷 .....	2,659	2.2%	644	0.3%	2,591	1.1%
<b>總收入</b> .....	<b>119,068</b>	<b>100%</b>	<b>211,506</b>	<b>100%</b>	<b>242,593</b>	<b>100%</b>

由我們的經銷商和第三方門店營運商經營的雷士門店有兩項功能。雷士門店充當我們對零售終端客戶的專賣店。此外，通過雷士門店，我們向專業終端客戶提供銷售支持、設計和售後服務。我們的零售終端用戶主要包括在雷士門店向我們購買少量照明產品的家庭消費者。我們的專業終端用戶主要包括(i)零售連鎖店(例如餐廳和品牌服裝店)，(ii)百貨公司，(iii)辦公樓宇，(iv)酒店營運商，及(v)公共基礎建設和設施項目，包括由政府、學校、博物館、醫院、機場、火車站及體育場館進行的城市形象改善工程。

下圖列示我們的雷士品牌產品在中國的主要分銷模式：



## 我們的業務

下表載列我們在往績期間新增、終止和全部經銷商和雷士門店(由我們的經銷商和第三方門店營運商經營)的數目：

	截至12月31日止年度		
	2007年	2008年	2009年
<b>經銷商</b>			
新增	—	—	2
終止	—	—	2
總計	36	36	36
<b>雷士門店</b>			
新增	275	481	512
終止	73	120	265
總計	1,853	2,214	2,461
經銷商經營的門店	100	91	100
第三方門店營運商經營的門店	1,753	2,123	2,361

我們相信，按照相關經驗和能力將責任落實到位，這樣能令我們的分銷模式產生顯著效益。這一分銷模式使我們更具成本效益的管理我們的經銷商及雷士門店。我們的經銷商比我們更熟悉當地市場，他們可以專注於當地的市場推廣和當地雷士門店的管理。

### 經銷商管理

我們在中國與獨家區域經銷商訂立的一般分銷協議的主要條款概述如下：

- **地區專有性。** 我們的經銷商獲授在指定地區銷售我們產品的專營權；
- **產品專有性。** 我們的經銷商不得在其經營的雷士門店銷售任何與我們產品類似的產品；
- **業績目標。** 我們的經銷商必須達到最低採購目標；
- **定價。** 我們的經銷商在向第三方門店營運商銷售產品時需遵守我們的定價指引；我們對國內的所有經銷商實施標準的定價政策；我們的雷士品牌產品按產品建議零售價的劃一折扣出售給所有經銷商；
- **遵守政策。** 我們的經銷商須確保其經營或管理的所有雷士門店在各方面遵守我們的政策及指引，包括品牌形象維護、門店佈局、存貨管理、產品定價、客戶服務標準、營銷活動及售後服務；
- **評估整體業績。** 我們的經銷商必須接受我們對其整體業績作出季度評估，包括購買量、定價、管理和銷售團隊，以及開設新的雷士門店；我們可要求未能通過季度評估的經銷商在當年下一季度內改善其經營表現；
- **付款及信用條款。** 我們按經銷商的年度銷售業績、財務狀況及信用狀況，向經銷商授予指定金額的信用期限；我們通常要求經銷商在交付產品前全數付款，偶爾應若干經銷商的請求，我們按照其財務狀況及過往銷售業績而授予長達120日的信用期限；



---

## 我們的業務

---

- **知識產權。** 我們的經銷商僅可就銷售我們的產品使用我們的知識產權，而不得銷售任何可能侵犯我們知識產權的產品；
- **期限。** 協議的期限為一年，可按年續訂，但須視（其中包括）經銷商的業績而定；及
- **終止。** 若經銷商（其中包括）(i)未能根據分銷協議達到採購目標，或(ii)在指定地區以外銷售我們的產品，我們保留終止分銷協議的權利。

我們與獨家區域經銷商間關係緊密，我們將他們稱為我們的營運中心。為幫助經銷商繼續遵守我們的政策以及實現他們的業績目標，我們經常舉行會議，並在各類業務及管理決策（包括規劃其自身銷售政策）方面與他們密切合作。我們已採用借調安排，根據該安排，我們的很多僱員被借調予我們的經銷商（「借調方」），而借調方全職擔任主要管理職位（如銷售團隊主管），以協助管理我們經銷商的業務營運及銷售活動。當前我們的內部團隊約包括150名僱員，其均在我們所有經銷商中擔任主要管理職位。作為本集團的僱員並由本集團支付薪酬，借調方負責向本集團管理層報告經銷商的業務及銷售表現，由此我們能夠密切監察及監督我們經銷商的日常營運及銷售活動。他們作為本集團及獨立經銷商之間的協調人身份行事，其工作包括向我們提供及時銷售活動更新資料並確保經銷程序的各步驟符合我們預期及要求並履行其他義務，其中包括制定促銷及市場推廣計劃、協助選擇並決定經銷商經營的場所以及零售店鋪的特定設計、參與跟終端客戶討論總體戰略並評估來自我們終端客戶的反饋。雖然主要是由我們的經銷商向終端客戶提供銷售支持、設計和售後服務，但我們分派至經銷商辦事處實地工作的僱員與經銷商緊密合作，向終端客戶提供上述服務。我們向經銷商提供上述服務不收取任何顧問費或其他報酬，因此，借調安排不會產生任何收入。我們的董事認為借調安排是本公司制定以管理分銷渠道的創新模式，我們董事未察覺照明行業任何其他參與者採用該模式，該模式被認為是照明行業獨一無二且並非慣常做法。

### **挑選經銷商的準則**

在挑選我們的區域獨家經銷商時，我們會考慮一系列因素。我們通常根據下列準則挑選我們的經銷商：

- 照明產品行業經驗；
- 管理能力；
- 在指定銷售區域開展和經營雷士門店網絡的能力；及
- 財力和物流資源。

於2009年12月31日，我們擁有36名經銷商，這些經銷商均為獨立第三方。我們的經銷商中約75%自2005年起便與我們維持業務關係。在往績期間，我們終止了兩名經銷商的分銷權，因為他們未能達致我們的銷售和拓展目標、對其銷售網絡的管理並未令人滿意，以及未能遵守我們的銷售及定價政策。

### **雷士門店的管理**

我們就雷士門店的營運頒佈多方面的政策和指引，包括門店佈局、存貨管理、產品定價、客戶服務標準、營銷活動和售後服務。我們的經銷商需確保其第三方門店營運商遵循我們的政策和指引。尤其在產品定價上，第三方門店經考慮當地的市況和客戶喜好後，按建議零售價的折扣銷售產品，但其定價

---

## 我們的業務

---

策略須事先獲得我們的批准。我們的經銷商需要事先獲得我們批准，方可授權開設新門店和關閉現有門店。我們也密切配合我們的經銷商以開設新門店。我們的內部團隊會被派往經銷商的賣場工作，與經銷商一起定期對雷士門店進行實地考察。2009年，合共265家雷士門店關閉（大多數於2006年至2008年期間開業），主要是由於銷售業績和門店遷址導致。這些關閉不包括2009年開業的任何雷士門店。

雖然我們與第三方門店營運商並無直接的合同關係，但我們的經銷商與第三方門店營運商訂立有單獨協議，要求其遵守我們的標準經營程序。如果第三方門店營運商違反其與我們的經銷商所訂協議的任何條款，均可能受到處罰，其中包括終止對其銷售我們的產品的授權。在往績期間，出現四次主要是由於第三方門店營運商反復違反我們經銷商所訂政策，導致我們的經銷商終止對其銷售我們產品授權的情況。

### **培訓和獎勵計劃**

為協助我們的經銷商和第三方門店營運商管理雷士門店的營運，我們定期為經銷商和第三方門店營運商組織多方面的內部培訓計劃，其中包括銷售與市場推廣、零售管理、產品資訊、客戶服務和銷售計劃。我們聘請上海交通大學為經銷商和第三方門店營運商的主要工作人員定期開展業務管理培訓課程。

此外，我們為經銷商和第三方門店營運商提供各種形式的補貼作為激勵，以拓展我們的銷售網絡和提升雷士的品牌形象。例如，我們通過經銷商為合資格的雷士門店提供若干裝潢補貼。我們亦為經銷商和第三方門店營運商提供若干補貼，以鼓勵他們進行營銷、推廣和廣告活動與計劃。此外，我們定期為經銷商免費提供產品目錄和產品應用手冊。2009年，我們在全國挑選出約30家達到特定的最低採購目標的主要門店營運商，接受人員津貼和營銷補貼。

### **國際銷售**

我們於2006年開始將我們的雷士品牌產品推廣至海外。於2009年12月31日，我們共有約50個系列產品銷往全球40多個國家。我們2007年最大的出口市場是英國，2008年和2009年則是美國。2007年，英國的銷售額佔我們總收入的4.0%，2008年和2009年，美國的銷售額分別佔我們總收入的5.3%和12.1%。2009年，我們的國際銷售額佔我們總收入的20.7%。

## 我們的業務

我們增長策略的主要部分就是增加我們國際銷售額。我們的國際銷售策略分為兩部分。在有着良好分銷渠道的地區，如歐洲和北美，我們計劃通過戰略性併購或投資以及有選擇地聘用合資格專業人員組成的銷售團隊，繼續滲入當地市場。在新興市場如南美洲，我們計劃聘用更多當地經銷商，並根據我們在中國的分銷模式開設雷士門店。下表載列我們在往績期間通過直銷和海外經銷商獲得的國際銷售收入明細：

	截至 12 月 31 日止年度					
	2007 年		2008 年		2009 年	
	收入 (千美元)	佔總收入 的百分比	收入 (千美元)	佔總收入 的百分比	收入 (千美元)	佔總收入 的百分比
直銷 .....	6,826	62.1%	33,989	75.7%	54,066	85.6%
經銷商 .....	4,174	37.9%	10,920	24.3%	9,111	14.4%
<b>總收入</b> .....	<b>11,000</b>	<b>100%</b>	<b>44,909</b>	<b>100%</b>	<b>63,177</b>	<b>100%</b>

於 2007 年、2008 年和 2009 年 12 月 31 日，我們已分別與 10 家、12 家和 19 家海外經銷商訂立分銷協議。於 2009 年 12 月 31 日，我們的 19 家海外經銷商共覆蓋全球 19 個國家和地區。至於餘下我們目前有產品出口所至的國家和地區，我們直接向客戶銷售產品，而非通過聘用當地經銷商進行銷售。我們與海外經銷商訂立的一般分銷協議的主要條款概述如下：

- 我們的經銷商在指定地理國家／區域內擁有分銷我們產品的獨家權利；
- 我們的經銷商獲授權使用我們的雷士商標，以在其當地市場宣傳我們的產品；
- 我們的經銷商不得銷售任何與我們產品相同或類似的產品；
- 我們的經銷商必須達到最低年度採購目標；
- 我們的經銷商必須擁有充足的銷售、工程和售後服務人員；
- 我們按離岸價格基準運送我們的產品；我們通常在寄發提單前獲全數付款，偶爾，我們會向經銷商提供 30 至 60 天的信用期限；
- 我們的經銷商必須定期向我們提供（其中包括）存貨和當地市場推廣情況的報告；
- 如果經銷商（其中包括）未能達到採購目標或在指定地理國家／區域外銷售我們的產品，我們保留終止分銷協議的權利；及
- 分銷協議的期限通常為一至五年。

作為我們實施此戰略的一部分，2007 年，我們與兩個在英國照明行業擁有豐富經驗和網絡的合作夥伴成立了 UK NVC，擴大了在英國的分銷能力，而英國是我們的主要海外市場。在較短的時間內，我們的雷士產品在當地市場獲得極高的知名度，目前我們在英國三大電器產品連鎖店出售我們的雷士產品。於 2009 年 12 月 31 日，透過 UK NVC 出售的雷士產品約 34% 為雷士品牌產品。2007 年、2008 年和 2009 年，我們通過 UK NVC 的銷售額分別約為 450 萬美元、800 萬美元和 780 萬美元，佔這些期間國際銷售額的約 40.9%、17.8% 和 12.4%。

董事並未獲悉任何嚴重違反我們產品銷售目標國或擬銷售目標國的節能法律及法規的情況。自 2010 年 3 月起，印度中央政府已就從中國進口的若干照明產品（例如 CFL）徵收反傾銷關稅。2007 年、2008

---

## 我們的業務

---

年及2009年，出口印度的收入分別佔本集團總收入的約0.3%、1.6%及0.1%，其中出口CFL至印度（目前仍須繳納反傾銷關稅）的收入於2008年及2009年分別佔本集團總收入約0.6%及不到0.1%。在總出口收入中，出口至印度的收入於2007年、2008年及2009年分別佔3.2%、9.3%及0.5%，其中出口CFL至印度（目前仍須繳納反傾銷關稅）的收入於2008年及2009年分別為3.4%及0.1%。2007年，本集團並無出口CFL至印度的任何收入記錄。鑒於出口CFL至印度的銷售額僅佔往績期間本集團總收入及總出口銷售額的極小比例，董事們認為該反傾銷措施不會對本集團的業務及經營業績造成重大負面影響。

董事亦不知悉可能對本公司業績產生重大不利影響的任何反傾銷或其他懲罰性關稅措施或任何類似法律、限制或事項。有關潛在反傾銷法律或關稅的更多信息，請參閱「風險因素－我們必須遵守不同司法管轄區的法律、法規和行業標準。違反此類規則和標準或未能及時就該等規則和標準的變更作出調整，可能會對我們的業務和經營業績造成重大不利影響」。

### 非雷士品牌產品的銷售

我們的非雷士品牌產品銷售主要是ODM銷售。我們於1998年開始OEM業務，然後轉向ODM業務，我們根據ODM客戶的規格為其設計產品。我們認為，我們的ODM業務可彌補我們的品牌照明業務，並有助我們掌握最新的照明技術、市場動向及質量控制標準。

我們的ODM產品（主要包括照明電器、節能燈和節能燈燈管）主要售予多個國內和國際領先照明品牌，或被納入這些照明品牌的產品中。我們主要通過子公司（包括上海阿卡得、浙江雷士和三友）銷售ODM產品。上海阿卡得和浙江雷士各自設計並生產照明電器和節能燈，並將產品銷售予他們的客戶。三友，作為中國最大的節能燈燈管製造商，向領先的國內照明品牌銷售這些燈管，這些照明品牌再將各種部件組裝為整套燈具和光源產品出口。此外，我們在惠州的生產中心生產少量ODM燈具產品。2007年、2008年和2009年，構成我們銷售大部分非雷士品牌產品的ODM業務產生的收入分別約合共為390萬美元、4,720萬美元和1.033億美元，分別佔有關期間我們總收入的3.0%、18.4%和33.8%。

我們一般先製備產品原型給ODM客戶審批才與供應商協調開始生產。我們與ODM客戶的協議一般為期一年。我們一般授予ODM客戶30天至90天的信用期限。

### 商標許可協議

為進一步推廣我們的品牌名稱並拓寬我們的產品範圍，我們已就我們的註冊商標（包括「NVC」、「雷士」、「雷士LEISHI」和「光環境專家」）下若干家居燈具及照明開關的使用，與多家中國照明產品生產商訂立商標許可協議，其中部分是吳先生的聯繫人士。這些獲許可方的產品與我們的現有產品組合可發揮互補作用，並主要通過我們的分銷網絡銷售給我們的經銷商，經銷商再通過雷士門店向終端客戶出售這些產品。我們要求獲許可方生產的產品須符合我們的品牌形象和質量控制標準。根據許可協議，我們也有權委聘外部審計師檢查這些獲許可方的財務記錄。

根據許可協議，我們的獲許可方每季度向我們支付其年度營業額的3%作為商標許可費。對於通過我們的分銷網絡出售照明產品的獲許可方，我們收取其在我們分銷網絡內的銷售額的6%至8%作為分銷佣金。許可協議通常為期三年。截至2007年、2008年和2009年12月31日止年度，我們從獲許可

---

## 我們的業務

---

方收到的商標許可費總額分別約130萬美元、180萬美元及220萬美元，而分銷佣金總額分別為零、70萬美元和240萬美元。所有該收入均來自吳先生的聯繫人士。

### 退回政策

我們的退回政策只允許我們的經銷商因重大質量缺陷向我們退回產品。我們預期經銷商會在交貨時查驗產品，如發現次品，可向我們報告被指稱的缺陷。於2007、2008及2009年，銷售退回總額（由於質量缺陷、交付錯誤和其他原因）分別約為120萬美元、260萬美元和450萬美元，分別約佔同期我們總收入的0.9%、1.0%和1.5%。鑒於涉及產品數量較少，我們的董事認為上述退回並不會對我們構成財務影響。此外，我們要求經銷商遵守標準經營程序，再由經銷商要求第三方門店營運商遵守，上述程序列明，終端客戶針對次品的索賠應根據適用的消費者保護法處理，有關法例一般規定，如果在某一指定時期提出索賠，應接受次品的退貨。我們在中國銷售的產品的保修期通常為12個月至24個月。於往績期間，我們未有因產品保修期收到任何重大索賠或產生任何重大成本，且未就任何潛在的保修責任作出撥備。

### 五大客戶

截至2007年、2008年和2009年12月31日止年度，我們的五大客戶分別約佔我們總收入的30.9%、30.0%和24.3%；我們最大的客戶分別約佔我們總收入的8.7%、7.1%和6.3%。

據董事所知，於往績期間，概無董事、最高行政人員或擁有我們或我們的任何子公司已發行股本5%以上的任何人士，或任何其各自的聯繫人士在本集團五大客戶中的任何一家擁有權益。

### 營銷與推廣

營銷和推廣活動是我們經營活動的重要環節，對我們的品牌形象和銷售作出重大貢獻。我們已針對我們的專業終端用戶群與零售終端用戶群制定目標營銷和推廣活動。

我們針對零售和專業終端用戶的主要營銷和推廣活動包括：

- **品牌推廣活動。** 我們的雷士品牌產品在建築師、室內設計師、園林設計師及照明顧問（均為我們進行品牌促銷的重要渠道）等照明專業人士中有口皆碑。我們定期在中國的多個主要城市組織照明品牌活動，並邀請我們的經銷商、照明專家、城市規劃機構、行業協會和媒體參與相關活動。2009年，我們啟動了「光環境設計大講堂」。我們在該項活動中邀請了知名的建築師和室內設計師參與並介紹照明產品設計的最新技術和趨勢。
- **贊助。** 我們贊助了多項公眾活動，藉此推廣我們的雷士品牌。2005年，我們贊助了中國企業領袖年會。2009年，我們成為廣州2010年亞洲運動會的指定照明產品供應商及贊助商之一。我們亦選擇性地贊助電影，以增加我們的品牌公眾形象。
- **社區服務。** 我們積極參與社區服務活動。2009年，我們推出「光明行」活動，活動期間我們的僱員定期造訪經濟落後地區的學校和家庭，捐贈我們的雷士節能燈供當地的教室和家庭使用。

## 我們的業務

自推出此活動以來，我們已在貴州、四川和廣東造訪 16 所學校和超過 1,000 個家庭，捐贈價值約為 33,000 美元。惠州市政府向我們頒發「惠州慈善獎」，表彰我們對社區作出的貢獻。

- **NVC光環境演示中心。** 2009年，我們在廣東省惠州市啟動了首個「NVC光環境演示中心」。通過演示使用我們的雷士品牌產品的不同場景（如辦公室和酒店）進行效果模擬，應用中心為我們提供了展示照明解決方案和其應用及效果顯示的平台。
- **參與市場銷售活動。** 2009年4月，我們與內地的五家其他領先家居產品供應商聯合啟動「冠軍聯盟」推廣計劃。聯盟成員將在中國各個城市聯合舉行品牌推廣活動。作為該聯盟的一部分，購買兩家公司產品的消費者將有資格獲取優惠券，以折扣價購買其他成員公司的品牌產品。
- **廣告。** 我們在專業和高端雜誌如《中國企業家》及《中國經濟週刊》上發佈廣告。我們還通過巴士、火車、機場和戶外廣告牌刊登廣告，增加品牌曝光率。

除從事營銷和推廣活動外，我們的經銷商還通過在其所在地區舉辦宣傳活動，對我們的品牌營銷和推廣作貢獻。除在全國性營銷活動中，我們承擔營銷費用以及向經銷商酌情提供營銷補貼外，雷士門店的營運費用和營銷費用由經銷商和其第三方門店營運商承擔。2007年、2008年和2009年，我們的營銷和推廣費用分別約為 590 萬美元、420 萬美元和 820 萬美元。

## 生產

於 2009 年 12 月 31 日，我們合共擁有五個生產中心，總建築面積約 266,165 平方米。於 2009 年 12 月 31 日，我們的生產員工包括約 10,375 名工人。

下表載列所示期間我們生產中心的詳情：

地點	燈具生產設施		光源生產設施 <sup>(1)</sup>		照明電器 生產設施
	廣東省惠州市	重慶萬州區	浙江省江山市 1 號中心 <sup>(2)</sup>	浙江省江山市 2 號中心 <sup>(3)</sup>	上海 清浦區
生產開始日期 . . . . .	1998 年 11 月	2006 年 12 月	2007 年 9 月	1994 年 9 月	2006 年 3 月
於 2009 年 12 月 31 日					
生產線數量 . . . . .	35	37	13	60	3
建築面積（平方米）. . . . .	135,667	46,102	13,575	63,913	6,908
於 2009 年 12 月 31 日					
年產能（件） <sup>(4)</sup> . . . . .	60,000,000 <sup>(5)</sup>	43,000,000 <sup>(5)</sup>	54,000,000 <sup>(5)</sup>	215,000,000 <sup>(6)</sup>	6,750,000 <sup>(5)</sup>
於 2009 年 12 月 31 日					
實際產量（件）. . . . .	49,535,367	35,517,280	47,000,000	170,900,000	4,405,473
平均利用率 . . . . .	82.6%	82.6%	87.0%	79.5%	65.3% <sup>(7)</sup>

附註：

- (1) 除浙江生產中心外，我們在福建省也擁有光源生產設施，且福建生產中心於 2009 年 12 月 31 日的總產量及產能分別約為 24,424,755 件和 50,000,000 件。
- (2) 主要生產節能燈。
- (3) 主要生產節能燈燈管。

---

## 我們的業務

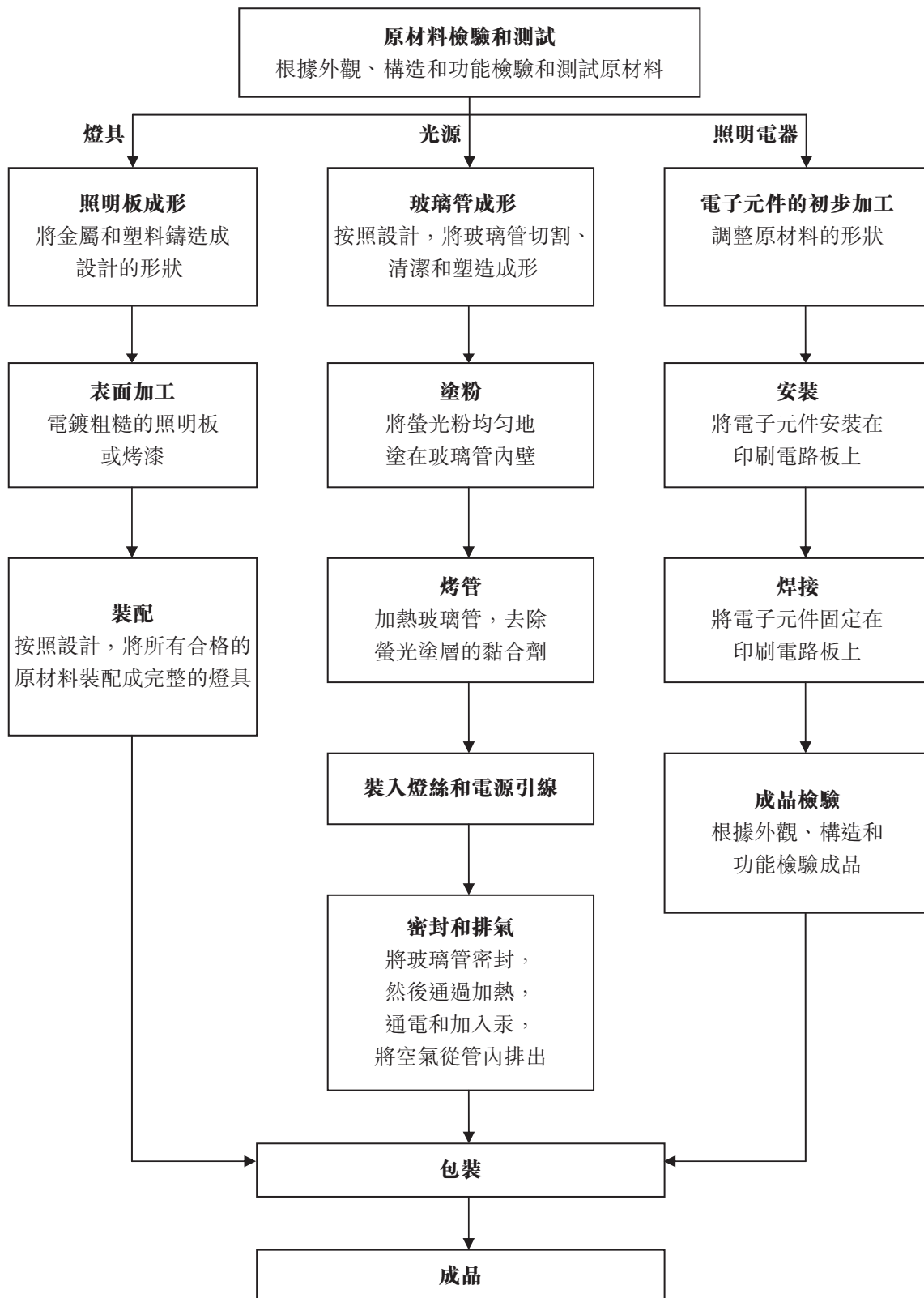
---

- (4) 年產能是我們在考慮一系列因素及假設後就各個期間所做的估計，其中包括：生產線數量、設備和人員數量、每名工人每小時的估計生產率及每名工人每月工作的小時和天數。因此，不能保證我們在任何期間的總產能不會高於或低於該期間的實際生產量。
- (5) 按每班 8 小時計。
- (6) 按每班 12 小時計。
- (7) 儘管 2009 年上海生產中心的平均使用率僅為 65.3%，但由於我們電子鎮流器國內外銷售網絡的迅速擴張，目前上海生產中心的生產線已獲更充份利用。考慮到電子鎮流器在國內外的銷售有望增加，本公司計劃使上海生產中心的年度產能增加 60%。

## 我們的業務

### 生產流程

下圖顯示我們照明產品的主要生產步驟：





---

## 我們的業務

---

### 質量控制

在 2005 年，我們獲得中質協質量保證中心發出的 ISO 9001:2000 質量管理體系認證，由此證明我們已建立一套全面而有效的質量管理體系。我們同時也獲得了許多國際產品質量和安全證書，例如 CSA（加拿大）及 UL（美國）。

為提升質量管理體系，我們已在惠州的生產中心成立實驗室，並為此配備先進設備和採納高於國家級質量控制標準的嚴格的照明產品測試標準。於 2009 年 12 月 31 日，我們約有 620 名質控人員。2007 年、2008 年及 2009 年，我們的銷售退回總額分別約佔總收入的 0.9%、1.0% 及 1.5%。

我們的質量控制流程始於研發階段，在這階段我們考慮生產所用材料的功能和質量，並在增強生產過程的自動化程度以穩定產品質量。在原材料採購階段，我們按照嚴格的標準甄選供應商，並通過外觀和特性檢測對絕大部分原材料和其他組件進行測試以及設備測試，以確保其符合我們的質量標準。在我們生產工藝的每個階段，我們都會安排質控人員到我們的生產廠房實地視察絕大多數半成品組件的生產。在組裝階段後，我們的質控人員會對我們自身的生產廠房所製造的部分成品進行抽樣測試以評估產品的功能和質量。我們還對不合格的樣品展開詳細分析，以提升生產效能。

於往績期間，我們未有收到任何有關國家質量監督檢驗檢疫總局進行的抽樣檢查的通告，或因未通過抽樣檢查的任何處罰通知。

### 研發

我們認為，我們在照明產品市場的持續成功仰賴技術創新。目前我們擁有兩個研發中心，一個位於廣東省惠州，另一個位於上海。於 2009 年 12 月 31 日，我們僱有 243 名全職僱員致力於研發工作，其中惠州研發中心有 72 名，上海研發中心有 53 名，其餘研發人員駐紮在各生產基地。

我們的研發能力涵蓋多種產品，包括光源及照明電器乃至燈具。在國家標準實驗室的支持下，我們的惠州研發中心專門開發迎合商業需求和大眾消費的燈具產品。成立於 2008 年 7 月的上海研發中心，則重點研發節能燈產品和照明電器產品。

我們的研發工作目標是快速開發和推出新產品，以滿足終端客戶不斷變化的需求和喜好。這些工作主要包括開發新產品及利用最新技術更新我們的產品。對於我們的大型項目而言，我們的研發工作還包括提供定制的產品和解決方案，以滿足終端客戶的具體要求。

我們已經發展了自己的技術知識，以提高我們生產中生產設備的性能和自動化程度。通過將這些技術知識應用到生產中，我們可以降低原材料和人工成本的消耗以及由人為錯誤引起的費用。

我們的研發團隊由數名照明產品行業的知名專家領導，例如上海研發中心的總經理周詳先生，他曾擔任 15 年的飛利浦高級工程師顧問。此外，與眾多中國一流大學和研究院的長期合作關係，也加強了

---

## 我們的業務

---

我們的研發能力。截至2007年、2008年和2009年12月31日止年度，我們的研發支出總額分別約為60萬美元、130萬美元和640萬美元。

於2009年12月31日，我們的研發團隊已開發65項專利技術，並應用於我們的產品，包括專為北京2008年奧運會所開發產品的八項專利。於2008年12月，我們專為北京2008年奧運會設計的「翔」系列燈具產品，榮獲中國工業設計協會、國務院發展研究中心和北京工業設計促進中心共同頒發的「中國創新設計紅星獎—至尊金獎」。此外，我們正在中國申請11項專利註冊。

### 供應鏈

#### 訂約生產商

我們利用自己的生產設施生產雷士品牌產品，除此之外，我們還將小部分生產外包給若干訂約生產商，生產我們部分燈具產品以及我們的光源產品中使用的部件。目前，我們並無生產某些這類外包產品，因為我們相信我們的外包生產安排更具成本效益，且我們不直接承擔與生產這些外包產品有關的營運及財務風險和開支。目前，我們將生產外包給四家主要訂約生產商，這些訂約生產商均為獨立第三方。我們已與這些訂約生產商建立了業務關係，平均為期兩年。通常，我們與這些訂約生產商訂立一年的外包合約，合約下的訂單則根據我們全年的產品需求分派給他們。我們並不限制全部訂約生產商為與我們競爭的其他公司生產產品。

訂約生產商與我們訂立的合同通常規定，我們向訂約生產商提供產品的設計和規格說明書，而訂約生產商則提供用於生產的原材料、工人、工廠場所和必要的設備。合同還規定，與我們根據合同提供的設計、生產設備或原料有關的所有知識產權歸我們所有。未經我們的事先同意，不得向第三方轉讓或披露全部或任何部分技術資料。我們通常按月通過銀行結算向訂約生產商支付加工費。截至2007年、2008年及2009年12月31日止年度，外包生產的成本分別約為4,220萬美元、6,550萬美元和4,330萬美元，分別佔我們總銷售成本的42.5%、33.8%和19.5%。

我們根據標準外包管理措施，在嚴格審查和評估（包括樣品測試）後選出訂約生產商。我們持續監控訂約生產商的表現以確保生產質量符合我們的標準及維持產品的一致性。

#### 原材料供應商

我們生產照明產品所用的主要原材料包括冷卷、漆包線、銅和鋁材料、玻璃組件、熒光粉、保險絲、汞、電路板、電阻器和電容器。我們主要從鄰近生產基地的國內供應商採購這些原材料。我們認為，這種方案既便利，亦有助於削減採購成本，故較為經濟。

我們選擇的原材料供應商應擁有良好的財務狀況，並能經常提供價格合理的優質供應。申請業務往來的新候選供應商，須通過嚴格的篩選程序。我們通常要求候選供應商提供有關生產許可，進行初選，然後進行實地考察，評估其生產設施及質量控制體系。儘管原材料價格通常是事先商定，但我們的原

---

## 我們的業務

---

材料供應商可能會根據若干市場波動與我們商討調整價格。我們的原材料供應商給予我們30至90天的信貸期。

過去幾年，我們已與多家主要供應商建立起穩固的關係。就我們在產品生產中所使用的每種原材料，我們保留至少兩家供應商。我們並未遇到任何因原材料短缺而引起的重大業務中斷，而且我們並未且預計將不會在採購我們所需原材料中出現任何重大困難。

### 五大供應商

我們的供應商包括原材料供應商及訂約生產商。2007年、2008年以及2009年，我們的五大供應商於向所有供應商採購總量中所佔比例分別約為19.6%、28.8%及14.3%，而我們的最大供應商於向所有供應商採購總量中所佔比例分別約為5.2%、10.0%及5.0%。

於往績期間，除兩位執行董事吳先生和吳建農先生外，概無董事、最高行政人員或（就我們所知）擁有我們或我們的任何子公司已發行股本5%以上的任何人士，或任何其各自的聯繫人士在我們五大供應商中的任何一家供應商擁有權益。

### 存貨管理

我們致力於在維持能力滿足客戶供應需求的同時，降低原材料和成品存貨的過剩量。我們根據基於我們對經銷商需求的估計而制定的生產計劃，保持一定水平的成品存貨及採購原材料。就照明電器產品及其生產所用原材料的存貨而言，我們則尋求保持一個穩定的水平，因為這些產品較為標準化且常年有客戶下訂單。就我們為ODM客戶製造的燈具和光源產品而言，我們並未保持穩定的存貨。僅當客戶下單時，才會採購該類產品生產所使用的原材料。通常根據訂單的複雜程度和我們當時的產能，客戶在交付原材料之前兩至四周向我們下單。

我們也監察經銷商的存貨，並要求經銷商根據與我們訂立的分銷協議維持穩定的存貨水平。經銷商須向我們提供我們產品在其地理區域內的每月銷售及存貨報告。我們連同經銷商對第三方門店營運商經營的雷士門店進行存貨隨機抽查。在往績期間內，通過密切監督我們經銷商的銷售額水平，董事並未發現任何向我們購買產品的經銷商無意將產品出售予其客戶的情況。董事亦未發現我們的經銷商不合理或反常地累積存貨量。

於2007年、2008年和2009年12月31日，我們的存貨結餘分別約為2,100萬美元、2,170萬美元和4,760萬美元，而截至2007年、2008年和2009年12月31日止年度，我們的平均存貨周轉天數分別為56.6、40.3及57.0。

### 物流和運輸

我們認為，高效的物流管理系統對我們的業務經營至關重要，可為我們提供有效的產品補給。我們已在廣東、江蘇、重慶和北京建立四個戰略區域分銷中心，各自負責將我們的產品調度至中國東南、華東、西南和華北的經銷商。這些分銷中心擁有四個總建築面積約26,000平方米的倉庫用於儲存分配的存貨。於2009年12月31日，我們的物流團隊共有435名全職僱員，派駐在我們的各個生產基地和分銷中心。

我們的成品首先從我們的生產廠房運至位於分銷中心的倉庫，然後再調度至我們的經銷商。而對於我們的ODM產品，我們安排直接交付予我們的ODM客戶。我們僱用第三方運輸公司將產品運至我們

## 我們的業務

的經銷商和ODM客戶。運費通常由我們承擔。根據我們經銷商訂單的緊急程度，我們通常會選用陸路或水路運輸作為我們的交付方式。

### 競爭

近年來，中國經濟持續增長是照明產品的需求大幅增加的一個原因。我們與日益增多的國內外照明企業存在各方面的競爭，其中包括照明產品市場的品牌認可度、中國市場份額、產品種類、產品設計、產品質量、市場營銷和推廣、價格、分銷和零售渠道。競爭提高了市場集中度，一些領先品牌持續贏得市場份額，而基礎薄弱的低端品牌則不斷被削弱。

由於我們的產品銷售面向不同的客戶，因此根據目標客戶的不同，我們將面對的競爭對手也不同。我們中高端市場的競爭對手主要是國際品牌，如歐司朗、飛利浦和通用電氣，而低中端市場則是國內品牌。

### 管理信息系統

我們的管理信息系統對我們有效管理採購、存貨控制、物流、分銷和銷售至關重要。2004年9月，我們建立集中化的企業資源規劃系統(ERP系統)，目前用於財務管理、生產規劃、銷售和分銷、原材料管理和合併集團的財務信息。該系統促使我們可以在不同部門之間監控和交換供應和分銷鏈等信息。我們亦擁有其他獨立的管理信息系統，例如SAP及獨立的研發信息系統、人力資源管理系統和客戶關係管理系統。

### 僱員

於2009年12月31日，我們共有10,375名全職僱員。下表載列截至該日我們按職能分類的全職僱員明細：

	於2009年12月31日	
	僱員人數	佔僱員總數的百分比(%)
生產	8,820	85.0%
管理／行政	425	4.1%
採購／物流	398	3.8%
銷售／營銷／規劃	355	3.4%
設計／研究／開發	243	2.3%
財務	68	0.7%
其他（人力資源、審計和信息技術）	66	0.6%
<b>總計</b>	<b>10,375</b>	<b>100%</b>

我們僱員的薪酬包括基本工資、生產單位津貼、獎金和其他員工福利。截至2007年、2008年和2009年12月31日止年度，我們產生的人工成本總額分別約為960萬美元、2,120萬美元和3,980萬美元。

我們通常直接與僱員訂立為期一年的個人僱傭合同。然而，在我們的上海生產中心，於2009年12月31日，我們通過兩家勞務派遣機構聘用了約123名生產工人。我們與這兩家勞務派遣機構的協議規定，勞務派遣機構僱用工人，之後將工人派到我們的生產設施，參與我們的生產流程工作。根據該等協議，我們可能要求相關機構按照我們的需求提供若干名工人。在將工人分派至我們上海生產中心的

---

## 我們的業務

---

工作崗位之前，我們可能對相關工人進行面試。我們已同意就每名工人每月向相關機構支付人民幣30元至人民幣50元的管理費。該等工人的工作時數、薪酬和社會福利基本與我們自身的同一工作崗位的僱員保持一致。其薪酬和社會福利將由我們支付予相關機構，然後再由相關機構交付予派遣工人。我們的中國法律顧問確認，如果我們根據我們與勞務派遣機構訂立的協議妥當履行我們的義務，但勞務派遣機構未能根據他們與個別派遣工人訂立的協議履行他們的義務，則上述勞務派遣機構將承擔因此而起的任何法律責任。

我們已設計一個評估系統來評估僱員的表現。該系統作為我們確定僱員能否獲加薪、發放獎金或晉升的依據。我們認為我們僱員的工資和獎金相比市場水平具有競爭力。根據適用的中國法律及法規，我們須參與社會保險供款計劃、工傷保險和生育保險計劃。我們認為我們在所有重大方面已遵守中國國家和地方勞動與社會福利法律及法規的相關規定。

我們非常注重為僱員提供培訓，以提升他們的技術和產品知識、對行業質量標準和工作場所安全標準的認識。此外，我們亦定期培訓員工，以提高他們的銷售和營銷技能。

### 保險

我們投保不同類型的保單，包括產品責任、交通事故保險、車輛保險、財產保險和房地產保險。於2009年12月31日，我們尚未收到任何針對我們的重大保險索賠。

### 知識產權

#### 商標

我們目前營銷和銷售的大部分照明產品均為雷士品牌。我們認識到以商標註冊品牌名稱以防止被侵權的重要性。於2009年12月31日，我們已在中國註冊34個商標，並提出九項商標註冊申請。在海外，我們還在43個國家和地區持有雷士商標國際註冊，包括美國、英國、韓國和日本，且在香港、澳門、泰國和菲律賓擁有雷士商標個別註冊。

#### 專利和域名

我們的專利主要涉及我們的照明產品的結構、革新、技術和外觀設計。於2009年12月31日，我們已獲得三項發明專利證書、40項外觀設計專利證書和61項實用新型專利證書。此外，我們正在中國申請註冊20項專利，包括兩項發明專利、14項外觀設計專利和四項實用新型專利。除專利外，於2009年12月31日，我們還註冊擁有23個域名。

於往績期間，我們概無因任何商標、專利或其他知識產權的侵權行為遭受任何重大索賠或爭議。

#### 假冒產品

我們已在國內多個省份發現多宗假冒我們的產品的案例。為解決此類問題，我們已成立專門的內部團隊，以保護我們的知識產權。我們將適時就出現此等假冒產品向相關中國政府機構報告，並要求他們採取適當的措施保護我們的知識產權。我們還可能聘請專業代理人關注假冒產品，並向中國法院對侵權方提起法律訴訟。2007年、2008年和2009年，我們知識產權保護的總成本分別約為47,000美元、68,000美元和190,000美元。

有關知識產權清單的詳情，請參閱「附錄六一法定及一般信息—知識產權」。

### 我們的物業

#### 自有土地和樓宇

於2010年2月28日，我們擁有13幅土地，總佔地面積約534,792.76平方米，用作生產設施和辦公室，支持我們在中國的業務活動和經營。我們已經獲得上述所有13幅土地的土地使用權證。

於2010年2月28日，我們擁有88幢樓宇，總建築面積為240,081.18平方米。我們已經獲得其中82幢樓宇的房屋所有權證，總建築面積為226,097.38平方米，約佔本集團在中國擁有的所有樓宇總建築面積的94.2%。在這82幢樓宇中，有八幢（總建築面積約65,212.46平方米）根據我們與深圳發展銀行於2009年7月2日訂立的抵押協議抵押給深圳發展銀行，以獲得人民幣2億元的貸款。

於2010年2月28日，我們尚未獲得五棟樓宇的相關施工許可證或所有權證，總建築面積為9,558.8平方米，約佔我們位於中國的所有樓宇總建築面積的4.0%。

在這五棟樓宇中，一棟建築面積為7,850.3平方米，位於惠州，由惠州雷士建成（「**惠州大樓**」），現時用作倉庫。其餘四棟樓宇的建築面積為1,708.5平方米，位於浙江省江山市，由三友建成（「**三友大樓**」），現時用作供氣車間、倉庫和員工服務中心。由於這五棟樓宇不符合當地行政管理局的監管規定，惠州雷士和三友在惠州大樓和三友大樓開始施工之前，並未取得相關施工許可證。我們的中國法律顧問君合律師事務所已發表意見，就開始施工建設惠州大樓和三友大樓前未取得相關施工許可證而言，相關行政管理當局可命令我們在規定時限內糾正情況、拆除大樓及／或處以建設費用10%的罰款（約高達人民幣500,000元）。

我們相信，惠州大樓和三友大樓有瑕疵的產權對我們的營運無關重要，不會對我們的營運造成重大影響，因為(i)這些缺陷樓宇的總建築面積僅佔我們位於中國的所有樓宇總建築面積約4.0%；(ii)惠州大樓和三友大樓現時用作倉庫、供氣車間和員工服務中心；及(iii)如果我們須遷出惠州大樓和三友大樓，我們的董事估計，可能會招致約人民幣500,000元的額外費用，而完成搬遷需時約一個月。我們的董事確認，如有需要，可在適合的地區物色到適當的物業進行搬遷，而任何上述搬遷預期將不會對我們的整體財務狀況和營運造成任何重大不利影響。

此外，受城市規劃計劃影響，我們在江山市的浙江生產設施須遷往地方政府指定的江山市其他地點。於2009年12月31日，浙江生產設施的賬面值約為人民幣1.20億元，其中約人民幣5,000萬元來自於土地和樓宇，剩餘約人民幣7,000萬元則來自機械。2009年9月，我們與地方政府訂立了搬遷補償協議，據此，地方政府同意就搬遷向我們作出總金額為人民幣1.23億元的補償。該等補償根據獨立的土地和物業估值報告和江山市地方政策計算。於最後可行日期，我們已收取人民幣7,800萬元作為補償，根據與當地政府之間的協議，我們將在開始生產後一週之內，另外收取人民幣3,000萬元，餘下人民幣1,500萬元則於搬遷完成後收取。2009年12月，我們還與地方政府訂立了土地使用權出讓協議。2010年1月，我們取得新址一幅土地的土地使用權證，佔地面積約為149,257.00平方米。該幅土地上的新生產設施於2009年10月開始施工，預計於2010年竣工。根據與地方政府訂立的協議，我們

---

## 我們的業務

---

需於 2011 年 6 月之前完成搬遷，但如出現非我們造成的延誤，我們可延長此期限。新生產設施的總建設費用目前預計為人民幣 1.00 億元（包括有關新址的土地費用），該費用將由地方政府提供的補償補貼。如果總建設費用超出補償，我們將動用我們自身的資金或銀行貸款完成搬遷。我們已根據中國法律規定，就新址在建的生產設施取得相關建築許可，並將隨搬遷發展就其他生產設施申請相關許可。為了將搬遷對我們的經營造成的業務中斷減至最少，我們計劃在將要搬遷的現有生產線暫停之前，在新場所建造和安裝新生產設施。這樣，新場所開始生產與搬遷場所停止生產之間並無時間間隔。因此，董事認為該搬遷對我們的經營造成的影響或損失微小。

### 未有取得所有權證的物業

於 2010 年 2 月 28 日，我們在浙江省江山市擁有一處物業，建築面積為 4,425 平方米，用作生產節能燈管的新工廠。該物業於 2007 年 11 月開始施工，且已獲得建築竣工證。我們已依據中國法律規定，就該物業取得相關建築許可。由於該物業位於我們待搬遷的浙江生產設施，因此我們並無計劃在搬遷之前就該物業申請所有權證。根據地方當局發出的書面確認信，我們獲批准可在搬遷之前可以不取得所有權證，並且未取得所有權證不會影響新工廠於完工後的使用。因此，本集團被禁止使用該物業的風險極低。

### 在建物業

於 2010 年 2 月 28 日，我們在浙江省江山市經三路擁有一處在建物業，預計總建築面積約為 106,405.00 平方米，預定 2010 年竣工。物業的土地使用權於 2060 年 1 月 20 日屆滿，作工業用途。

### 租賃物業

於 2010 年 2 月 28 日，我們已從獨立第三方租賃 21 棟總建築面積約 63,967.33 平方米的樓宇或單元，作辦公室、倉庫和工業用途。該 21 項租賃物業中，其中九項租賃樓宇或單元的業主已獲得物業所有權證，六項已登記租賃。不過我們尚有其他 12 項租賃物業的業主仍未獲得相關物業所有權證，其他 15 項租賃物業尚未進行登記。業主有否獲得相關權證或登記該等租賃並非本公司控制範圍內的事宜，這取決於相關業主。然而，鑒於該 15 項租賃物業對我們的業務（辦公室、倉庫用途及空置）並不重要，且僅佔我們總租賃建築面積的 17.1%，因此，我們的董事認為，即使我們需騰出該等租賃物業，相關搬遷將不會對我們的業務經營造成重大影響。

## 環境與安全事宜

### 環境事宜

我們受中國政府頒佈的環境保護法律及法規所規限。然而，根據我們中國法律顧問的意見，我們的產品於最後可行日期不受中國法律及法規所實施回收措施所規限，而我們目前不使用任何回收材料來生產我們的照明產品，我們的產品或其組件均不可回收。我們的生產設施在生產過程中排放污染物，如廢水（每年約 500 立方米）和固體廢物（每年約 50 噸）。我們已對我們的生產設施實施了一套嚴格的廢物處理程序。我們產生的廢物將遵循適用的環保標準在我們的生產設施內處理。尤其是，我們已制定適當程序並安排專門人員，根據適用的國家廢物處理標準處理並處置任何危險廢物（如汞）。

---

## 我們的業務

---

2008年，我們獲得ISO14001環境控制認證，顯示我們的環境管理系統符合國際標準。2007年、2008年和2009年，我們在環境和生產安全合規事宜方面的開支分別約為100,000美元、37,000美元和219,000美元。目前，我們並無此方面的任何具體開支計劃。然而，只要中國法律和法規未來要求我們這麼做，我們均會在該等合規事宜上投入經營和財務資源。

於最後可行日期，我們在所有重大方面均已遵守有關環境保護的適用中國法律及法規，而我們的生產設施已獲所有必須的環境許可和批准。於最後可行日期，並無任何針對我們或向我們施加的環境投訴或行政處罰。

### 安全事宜

我們受有關勞動安全生產的中國法律及法規所規限。為確保我們僱員的安全，我們在生產流程中實施操作程序和安全標準。我們向僱員提供職業安全教育和培訓，以強化他們對安全問題的關注。尤其是對於會接觸有害原材料（如汞）的僱員，我們已訂立特別安全政策，並在生產過程中密切監視該等原材料的使用情況。我們也定期維護設備，確保設備安全穩定運行。2007年、2008年和2009年，我們在環境和生產安全合規事宜方面的開支分別約為100,000美元、37,000美元和219,000美元。目前，我們並無此方面的任何具體開支計劃。然而，只要中國法律和法規未來要求我們這麼做，我們均會在該等合規事宜上投入經營和財務資源。

於最後可行日期，我們在所有重大方面均已遵守中國安全生產法規的規定，並無任何事故或投訴會對我們的經營造成重大不利影響。

### 法律訴訟與合規

我們不時涉及因日常運營事務引起的法律訴訟。於2009年12月31日，我們未涉及任何重大訴訟、仲裁或索償，且就董事所知，我們亦無尚未了結或面臨會對我們的經營業績或財務狀況構成重大不利影響的任何訴訟或仲裁。

如本招股說明書附錄一會計師報告附註21(b)所披露，我們其他應收款項的一部分包括向經銷商或供應商提供的無固定償還期限的附息墊款。尤其是三友向獨立第三方衛笑仙提供貸款，2009年12月31日，包括利息在內的貸款未付結餘為396,000美元。我們的中國法律顧問君合律師事務所已確認，按超過基準利率四倍的利率提供予衛笑仙的貸款利息不受中國法律保護，除此之外，該等墊款並不違反任何中國法律、規則或法規。

我們的中國法律顧問君合律師事務所確認，於2009年12月31日，我們已取得有關監管機構就於中國的業務經營頒發的所有必要許可、批文及執照，並在所有重大方面遵守與業務及經營有關的所有適用的中國法律及法規。相關法律及法規詳情請參閱「中國監管概覽」。我們未曾因違反中國法律及法規而遭到國家或地方機構嚴重處罰。