

## 概 要

本概要旨在向閣下提供本●所載資料的概覽。由於本文僅屬概要，故並未包括對閣下而言可能屬重要的所有資料。閣下在決定投資●之前，應細閱本●全文。

任何投資均有風險。投資●所涉及的若干特定風險載於本●「風險因素」一節。閣下在決定投資●之前，應細閱該節。

## 概覽

### 業務模式

本集團為一家信譽良好的電子製造服務供應商，向全球多個國際消費電子產品品牌提供一站式解決方案。本集團總部設於香港。由於本集團向客戶提供的一站式解決方案包括研究與開發、採購、生產、銷售與物流以及售後服務，此等服務屬ODM或OEM，故此董事相信消費電子行業通用「電子製造服務」一詞最切合本集團業務的描述。有別於其他電子製造服務供應商，本集團於二零零九年改變其以往純粹供應電子製造服務的業務模式，涉足品牌產品市場，同時經營電子製造及品牌業務。有關上述本集團改變其業務模式涉及的風險，請參閱本●「風險因素－與本集團業務有關的風險」一節。現時本集團的客源廣泛，遍佈日本、亞太區、美洲及歐洲，而其電子製造服務的客戶均為消費電子產品國際品牌，如「Pioneer」及「Vasco」品牌，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個年度以及截至二零一零年八月三十一日止八個月，來自此等客戶的收入佔本集團總收入分別約42.6%、26.6%、26.0%及19.2%。往績記錄期間，本集團電子製造服務分部的收入大部份來自其ODM客戶，本集團向彼等提供一站式解決方案(包括研究與開發、採購、生產、銷售與物流以及售後服務)。本集團品牌業務包括在北美以「RCA」品牌分銷中小企電話系統(「中小企電話系統」)，並在歐洲以「TrekStor」品牌組裝及／或分銷便攜式儲存裝置及／或多媒體產品。據NPD的資料所示，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個年度以及截至二零一零年八月三十一日止八個月，「RCA」品牌的中小企電話系統的零售收入分別排名全美國第三、第二、第三及第二位，市場份額分別約佔19.3%、27.8%、26.5%及28.9%。董事相信，「TrekStor」品牌的便攜式儲存裝置及多媒體產品於二零零九年初在德國已經享負盛名。

## 概 要

本集團的總部設於香港。本集團的管理團隊、行政團隊及研究團隊大多駐守香港，而生產及開發活動則大多在中國進行。除本集團「TrekStor」品牌的便攜式儲存裝置在德國組裝以外，本集團產品大多在廣州及惠州的生產設施製造。本集團在深圳租用辦公室，並會進行部份行政及開發活動。於最後實際可行日期，本集團(i)設有17條全自動表面貼裝技術(「SMT」)生產線；(ii)設有22條生產線及20台COB組裝用晶片焊接機；及(iii)聘有約2,400名全職僱員操作生產設施。本集團的生產線只需稍作調整，便可為不同的電子製造服務客戶生產消費電子產品。

於最後實際可行日期，本集團聘有約100名工程師，專責技術研究、實踐概念設計成為產品、產品商業生產、設計改進及優化生產工序。近年，本集團拓展其研發能力，計劃為技改投放額外的資源。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個年度以及截至二零一零年八月三十一日止八個月，本集團的研發開支分別約為11,000,000港元、17,100,000港元、18,800,000港元及11,900,000港元。

本集團的收入由截至二零零七年十二月三十一日止年度約564,100,000港元增至截至二零零九年十二月三十一日止年度約821,900,000港元，年複合增長率約為20.7%。股東應佔本集團淨溢利由截至二零零七年十二月三十一日止年度約14,400,000港元增至截至二零零九年十二月三十一日止年度約76,200,000港元，年複合增長率約為130.0%。

### 電子製造服務業務

本集團的電子製造服務業務主要按承包形式提供，其電子製造服務的一站式解決方案包括研究與開發、採購、生產、銷售與物流以及售後服務。本集團電子製造服務業務所取得的成就，董事認為主要有賴於本集團與部份消費電子產品的國際生產商建立的業務關係、本集團能提供靈活製造解決方案的專業知識以及其經驗豐富且專業至誠的管理團隊及工程師。

本集團一直致力為客戶提供優質的消費電子產品，並從前生產工序以至成品檢測各營運階段均實施嚴謹的質量保證程序。本集團的生產設施已取得多項質量標準認證，包括ISO 9001認證、ISO 14001認證及ISO 13485認證。

## 概 要

### 品牌業務

本集團憑藉其電子製造服務能力，於二零零九年開始發展其品牌業務。截至二零零九年十二月三十一日止年度及截至二零一零年八月三十一日止八個月，本集團品牌業務的客戶分別**61**及**74**名，他們主要為零售商及分銷商。截至二零零九年十二月三十一日止年度及截至二零一零年八月三十一日止八個月，本集團品牌業務所得收入佔本集團總收入分別約**17.1%**及**32.0%**。有關本集團品牌業務的其他詳情，請參閱本●「業務—業務模式」一節「品牌業務」一段。通過開發品牌業務，董事相信本集團能夠(i)拓展及豐富其客源，擴大美洲及歐洲的客戶版圖；(ii)成為消費電子產品國際品牌的分銷商，享有傳統電子製造服務供應商欠缺的獨特優勢；及(iii)以國際分銷網絡為後盾，以比較垂直整合製造業務模式經營業務。

鑒於本集團於二零零九年三月方才開展其品牌業務，屬新業務，往績短暫，故此難以判斷本集團在開發及實施品牌業務模式不同階段可能遇到的困難。本集團為減低業務拓展至品牌產品市場所涉及的風險，董事積極評估及判別品牌業務涉及的風險，其中包括外匯波動及產品責任風險。本集團自開展其品牌業務以來，一直進行貨幣對沖並加強質量保證，包括中國供應商廠房出產產品前的質量審核、投產前參與產品開發週期及進行可靠性確認測試。此外，董事相信，憑藉本集團高管團隊從事電子製造服務及／或品牌業務現時具備的專業知識及經驗，本集團定能於品牌產品市場上達致業務增長。另外，本集團具效率的存貨管理能沿用電子製造服務的存貨監控措施並稍作調整，便可將品牌業務的存貨保持最低水平。

### 特許品牌產品北美分銷業務

本集團特許品牌北美業務主要是通過RCA特許協議項下的特許安排，分銷「RCA」品牌預准型號的中小企電話系統，RCA特許協議將於二零一三年十二月三十一日屆滿。有關特許安排的詳情，請參閱本●「業務—業務模式」一節「品牌業務—特許品牌產品北美分銷業務—特許安排」一段。根據NPD的資料所示，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個年度以及截至二零一零年八月三十一日止八個月，美國中小企電話系統的零售收入分別約為**129,900,000**美元、**101,300,000**美元、**82,400,000**美元及**51,100,000**美元。截至二零零九年十二月三十一日止年度及截至二零一零年八月三十一日止八個月，本集團「RCA」品牌中小企電話系統分銷業務所得收入佔本集團總

## 概 要

收入分別約14.3%及15.1%。儘管本集團就重續RCA特許協議展開初步洽談，但無法保證本集團能按有利的條款重續協議，亦不能保證能夠重續協議。涉及的風險詳情載於本●「風險因素－與本集團業務有關的風險」一節「本集團品牌業務的往績短暫，本集團未必能實現拓展品牌業務的預期利益－分銷「RCA」品牌中小企電話系統」一段。

### *自家品牌產品歐洲分銷業務*

此外，本集團亦以「TrekStor」品牌組裝及／或分銷便攜式儲存裝置及／或多媒體產品，並在德國及歐洲多個國家向電子產品超級廣場及其他零售商營銷及分銷。截至二零一零年八月三十一日止八個月，本集團的自家品牌「TrekStor」品牌業務錄得虧損淨額約22,300,000港元。虧損主要由於(i)本集團與TrekStor GmbH & Co. KG (正進行清盤)的客戶重建業務關係期間之銷售增長緩慢，同時本集團須繼續支付員工成本及租金等間接成本；及(ii)本集團正採取措施恢復新產品開發的工作，致力於市場推出新產品。有關詳情載於本●「財務資料－歷史經營業績回顧」一節。

## 概 要

### 收入

下表載列本集團於所示期間三個業務分部所得收入(包括本集團電子製造服務分部細分為兩條主要產品線電訊產品及非電訊產品並細分為主要產品的明細分析)，其中分別以絕對數額及佔本集團來自外來客戶總收入之百分比列示：

	截至十二月三十一日止年度						截至八月三十一日止八個月			
	二零零七年		二零零八年		二零零九年		二零零九年		二零一零年	
	千港元	%	千港元	%	千港元	%	千港元	%	千港元	%
(未經審核)										
<b>電子製造服務</b>										
電訊產品										
—有線及無線家居電話及 中小企電話系統	328,342	58.2	356,504	42.0	171,148	20.8	101,897	20.5	99,651	14.5
非電訊產品										
—電器及電器控制產品	102,495	18.2	322,408	38.0	374,914	45.6	249,386	50.2	302,147	43.8
—多媒體產品	90,440	16.0	111,931	13.2	57,109	7.0	32,231	6.5	19,599	2.8
—電腦配件	—	—	—	—	13,550	1.6	337	0.1	13,719	2.0
—美膚護理設備	11,424	2.0	8,842	1.0	1,557	0.2	1,379	0.3	2,937	0.5
—其他	31,351	5.6	48,807	5.8	63,598	7.7	45,019	9.0	30,620	4.4
<b>電子製造服務分部小計</b>	<b>564,052</b>	<b>100.0</b>	<b>848,492</b>	<b>100.0</b>	<b>681,876</b>	<b>82.9</b>	<b>430,249</b>	<b>86.6</b>	<b>468,673</b>	<b>68.0</b>
<b>品牌業務</b>										
電訊產品										
—中小企電話系統 (特許品牌業務)	—	—	—	—	117,367	14.3	66,545	13.4	104,562	15.1
非電訊產品										
—便攜式儲存裝置及 多媒體產品 (自家品牌業務)	—	—	—	—	22,655	2.8	—	—	116,306	16.9
<b>品牌業務分部 小計</b>	<b>—</b>	<b>—</b>	<b>—</b>	<b>—</b>	<b>140,022</b>	<b>17.1</b>	<b>66,545</b>	<b>13.4</b>	<b>220,868</b>	<b>32.0</b>
<b>總計</b>	<b>564,052</b>	<b>100.0</b>	<b>848,492</b>	<b>100.0</b>	<b>821,898</b>	<b>100.0</b>	<b>496,794</b>	<b>100.0</b>	<b>689,541</b>	<b>100.0</b>

## 概 要

下表載列本集團於所示期間按業務分部、主要產品線及主要產品劃分的毛利及毛利率(「**毛利率**」)之明細分析：

	截至十二月三十一日止年度						截至八月三十一日止八個月				
	二零零七年		二零零八年		二零零九年		二零零九年		二零一零年		
	千港元	毛利率 %	千港元	毛利率 %	千港元	毛利率 %	千港元	毛利率 %	千港元	毛利率 %	
<b>電子製造服務</b>											
<b>電訊產品</b>											
— 有線及無線家居電話及 中小企電話系統	19,075	5.8	31,078	8.7	13,655	8.0	8,186	8.0	9,711	9.7	
<b>非電訊產品</b>											
— 電器及電器控制產品	36,839	35.9	86,571	26.9	115,216	30.7	78,606	31.5	80,023	26.5	
— 多媒體產品	7,407	8.2	15,765	14.1	10,742	18.8	4,199	13.0	5,460	27.9	
— 電腦配件	—	—	—	—	528	3.9	86	25.5	1,446	10.5	
— 美膚護理設備	2,054	18.0	1,045	11.8	464	29.8	361	26.2	446	15.2	
— 其他	880	2.8	1,871	3.8	7,674	12.1	4,502	10.0	6,753	22.1	
<b>電子製造服務分部毛利及   毛利率</b>	<b>66,255</b>	<b>11.7</b>	<b>136,330</b>	<b>16.1</b>	<b>148,279</b>	<b>21.7</b>	<b>95,940</b>	<b>22.3</b>	<b>103,839</b>	<b>22.1</b>	
<b>品牌業務</b>											
<b>電訊產品</b>											
— 中小企電話系統 (特許品牌業務)	—	—	—	—	35,281	30.1	20,179	30.3	33,732	32.3	
<b>非電訊產品</b>											
— 便攜式儲存裝置及 多媒體產品 (自家品牌業務)	—	—	—	—	4,172	18.4	—	—	14,894	12.8	
<b>品牌業務分部   毛利及毛利率</b>	<b>—</b>	<b>—</b>	<b>—</b>	<b>—</b>	<b>39,453</b>	<b>28.2</b>	<b>20,179</b>	<b>30.3</b>	<b>48,626</b>	<b>22.0</b>	
<b>總毛利及整體毛利率</b>	<b>66,255</b>	<b>11.7</b>	<b>136,330</b>	<b>16.1</b>	<b>187,732</b>	<b>22.8</b>	<b>116,119</b>	<b>23.4</b>	<b>152,465</b>	<b>22.1</b>	

## 概 要

截至二零零九年十二月三十一日止年度及截至二零一零年八月三十一日止八個月，本集團品牌業務的收入分別約為140,000,000港元及220,900,000港元，佔其相關期間總收入分別約17.1%及32.0%。本集團日後擬進一步拓展其品牌業務。

### 競爭優勢

董事相信以下競爭優勢為本集團的成功及日後發展業務的關鍵：

- 本集團通過其品牌業務，享有傳統電子製造服務供應商欠缺的獨特優勢；
- 垂直整合業務模式締造具效率的產品組合，加快產品推售的時間，提升產品質量；
- 與客戶建立穩固長期的關係；
- 靈活、有效率的一站式解決方案；
- 重視研發工作；及
- 管理團隊強大穩定，行業經驗豐富。

### 業務策略

本集團致力拓展品牌及產品組合，開發其品牌業務。此外，本集團銳意成為香港領先電子製造服務供應商。尤其是，本集團誓保其收入及淨溢利持續增長。為達成上述目標，本集團將實行以下策略：

- 收購其他品牌及／或爭取其他品牌的特許，擴充品牌業務；
- 專注具潛力的市場部份，針對毛利率較高的商機；
- 加大本集團銷售及營銷力度，與現有客戶維繫更緊密的關係；
- 改善生產技術，增撥資源進行研發；
- 擴充及提升本集團生產設施；及
- 鞏固本集團現有的品牌業務，並開發其自家品牌。

## 概 要

### 未來計劃

本集團擬實行本●「業務－業務策略」一節所載的業務策略。

### 貿易記錄

下表概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個年度以及截至二零零九年及二零一零年八月三十一日止八個月的合併業績，此乃摘錄自本●附錄一會計師報告，務請閣下與該會計師報告一併閱讀。

	截至十二月三十一日止年度			截至八月三十一日止 八個月	
	二零零七年 千港元	二零零八年 千港元	二零零九年 千港元	二零零九年 千港元 (未經審核)	二零一零年 千港元
收入	564,052	848,492	821,898	496,794	689,541
銷售成本	(497,797)	(712,162)	(634,166)	(380,675)	(537,076)
毛利	66,255	136,330	187,732	116,119	152,465
其他收入 <sup>(附註1)</sup>	5,636	3,819	12,371	4,630	5,862
銷售及分銷成本	(12,767)	(17,413)	(39,851)	(19,043)	(46,608)
行政費用	(27,565)	(40,299)	(52,996)	(28,000)	(49,658)
其他經營費用	(12,752)	(20,530)	(22,507)	(9,406)	(14,619)
經營溢利	18,807	61,907	84,749	64,300	47,442
融資成本	(1,969)	(1,844)	(947)	(607)	(2,328)
出售附屬公司 所得收益 <sup>(附註2)</sup>	—	—	1,596	784	—
分佔聯營公司虧損	(297)	(17)	—	—	—
除稅前溢利	16,541	60,046	85,398	64,477	45,114
所得稅開支	(2,188)	(8,792)	(12,731)	(10,913)	(9,155)
年度／期間溢利	<u>14,353</u>	<u>51,254</u>	<u>72,667</u>	<u>53,564</u>	<u>35,959</u>
以下各方應佔：					
本公司擁有人	14,353	51,258	76,216	53,564	47,179
非控股權益	—	(4)	(3,549)	—	(11,220)
	<u>14,353</u>	<u>51,254</u>	<u>72,667</u>	<u>53,564</u>	<u>35,959</u>
每股盈利					
—基本(港仙)	<u>3.59</u>	<u>12.81</u>	<u>19.05</u>	<u>13.39</u>	<u>11.79</u>



## 概 要

附註：

- (1) 截至二零零九年十二月三十一日止年度其他收入包括因收購折讓錄得非經常性收益約9,000,000港元，詳情載於本●附錄一會計師報告附註35(b)。
- (2) 出售附屬公司所得收益代表本集團分別於二零零九年四月一日及二零零九年十二月三十一日出售其兩家附屬公司美碧可(香港)集團有限公司及中慧科技有限公司時確認入賬的非經常性收益淨額，涉及金額分別約784,000港元及812,000港元，有關詳情載於本●附錄一會計師報告附註35(a)。

### 財務狀況表數據摘要

	於十二月三十一日			於二零一零年
	二零零七年	二零零八年	二零零九年	八月三十一日
	千港元	千港元	千港元	千港元
非流動資產	41,652	51,673	116,849	108,641
流動資產	239,288	321,218	354,788	458,957
流動負債	200,067	245,390	279,008	337,996
非流動負債	5,386	7,102	46,759	46,889
本公司擁有人應佔權益	75,487	120,399	146,681	194,744
非控股權益	—	—	(811)	12,031

### 現金流量表數據摘要

	截至十二月三十一日止年度			截至八月三十一日止	
	二零零七年	二零零八年	二零零九年	二零零九年	二零一零年
	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元
經營活動所得現金淨額	22,313	100,305	99,300	98,727	31,504
投資活動所用現金淨額	(14,363)	(25,081)	(52,129)	(32,825)	(17,196)
融資活動所得/(所用)現金淨額	(18,606)	(14,612)	(55,113)	(37,775)	23,471

(未經審核)

### ● 統計數字

## 概 要

### 股息

在遵守公司法的情況下，本公司可在股東大會上以任何貨幣宣派股息，惟概不得宣派超逾董事會建議的數額。組織章程細則規定，可從本公司已變現或未變現溢利或董事認為毋須再自溢利劃撥的儲備中宣派及派付股息。本公司股息款項的主要資金來源為本集團經營業務所得現金流入。經普通決議案批准後，可從股份溢價賬或根據公司法授權用作此用途的任何其他資金或賬目中宣派及派付股息。

除任何股份附帶的權利或發行條款另行規定外，(i)所有股息金額須按獲派息股份的已繳股款而宣派和支付，但催繳股款前就股份所付的款項就此不得視為股份的已繳股款；及(ii)所有股息須根據派付股息的期間內有關股份的已繳股款按比例分配及派付。董事可從應付股東的任何股份股息或其他款項中扣減彼現時就催繳或其他原因尚欠本公司的所有款項(如有)。

董事會將不時審閱本公司股息政策，釐定是否宣派及派付股息時，考慮以下因素：

- 本集團盈利及盈利能力；
- 股東權益；
- 本集團整體業務狀況及策略；
- 本集團資本需求；
- 附屬公司向本公司派付的現金股息；
- 股息分派對本集團流動資金及財務狀況的潛在影響；及
- 董事會可能認為相關的任何其他因素。

此外，本公司今後向股東派付的股息將視乎本集團是否可獲其中國附屬公司宣派及分派股息而定。中國法律規定，股息僅可從根據中國會計準則計算的淨溢利中派付，中國會計準則在多方面均與香港財務報告準則有所不同。中國法律亦規定，位於中國的企業在分派股息前劃撥部份淨溢利作法定儲備。該等法定儲備不可用作現金股息分派。倘本集團附屬公司虧損或受制於本集團或其附屬公司未來可能訂立銀行信貸融通額或其他協議載有任何限制性契諾，本集團附屬公司的分派可能受到限制。

## 概 要

任何股息均可以港元以每股為基礎宣派及派付。任何財政年度任何末期股息須待股東批准，方可作實。

●完成後，股東有權收取本公司宣派的股息。受限於上述考慮因素及因素，本集團未來股息政策是在各財政年度，建議分派本集團可供分派溢利中約30%至50%。由於本公司於截至二零一一年十二月三十一日止年度尚未●，截至二零一一年十二月三十一日止年度股息將根據●至二零一一年十二月三十一日止期間按比例釐定。

本集團附屬公司向其當時股東宣派截至二零零七年、二零零八年及二零零九年十二月三十一日止三個年度，以及截至二零一零年八月三十一日止八個月所產生的溢利股息分別為數約10,000,000港元、19,000,000港元、33,500,000港元及33,800,000港元。該等股息款項的主要資金來源是本集團經營業務所得現金流入。於最後實際可行日期，往績記錄期間內各年度或期間所有應付股息已經派付。

進一步詳情載於本●「財務資料—股息」一節。

### 風險因素

本集團的業務涉及多項風險，有關的詳細討論載於本●「風險因素」一節。該等風險大致可分為：(i)與本集團業務有關的風險；(ii)與行業有關的風險；(iii)與中國有關的風險；及(iv)與●有關的風險。以下載列有關的風險。

#### 與本集團業務有關的風險

- 本集團承受著與業務模式改變有關的風險；
- 本集團品牌業務的往績短暫，本集團未必能實現拓展品牌業務的預期利益；
- 本集團收入受季節性波動所限；
- 本集團的業務依重其與主要客戶的關係；
- 本集團未必能迎合客戶不同的要求，未能迎合該等要求或會損失客戶及營業額；
- 本集團過往的業務增長強勁，惟日後未必能保持如此的增長態勢；
- 本公司是控股公司，故此能否派付股息或作出任何其他分派，全靠其附屬公司向本公司所作的分派而定；

## 概 要

- 產品責任索償或會損害本集團；
- 本集團的成功依重其知識產權，保護知識產權如有失手，或會影響本集團競爭能力；
- 本集團依賴主要管理人員及員工；
- 本集團依賴其供應商供應優質的原材料及組件；
- 機器失靈及折舊是無可避免的，本集團未必能替換機器；
- 本集團在進軍新市場及實施擴充計劃上或會遇上困難；
- 滙率波動或會損害本集團業務；
- 全球經濟下滑與欠佳的信貸及市場狀況或會損害本集團業績；
- 本集團租賃物業的所有權欠妥；
- 本集團不符合中國若干社會保險及住房公積金供款法律法規可招致懲處及罰款；
- 存貨過時或會影響本集團盈利能力及財務業績；
- 退貨淨額上升或會影響本集團盈利能力及財務業績；
- 勞資糾紛及勞工成本不斷上漲或會影響本集團；
- 本集團或受天災、戰爭、地區以至全球的流行病影響，種種事件並非本集團所能控制，但卻可使其業務招致損毀、損失或中斷；及
- 本集團須受若干限制性契約及通常與債務融資相關聯的若干風險所規限，該等契約及風險可能限制本集團的業務或對本集團的業務造成其他不利的影響。

### 與行業有關的風險

- 本集團須遵守的環境及安全規定或會損害本集團的經營業績；

## 概 要

- 本集團就產品設計上未能有效競爭或會流失客戶，最終損害本集團的經營業績；
- 倘若本集團無法趕及技術轉變的步伐，或會損害其業務、財務狀況及經營業績；
- 本集團或需承擔侵犯第三方知識產權的責任；及
- 本集團的業務依賴國際消費電子產品品牌將其生產營運外判。

### 與中國有關的風險

- 中國政府的政治及經濟政策可能影響本集團業務；
- 有關外商在中國投資的中國政府政策如有任何變動，或會對本集團的業務、財務狀況及經營業績有不利影響；
- 資金的分派及轉移可能受中國法律限制；
- 政府對貨幣兌換的控制及人民幣兌換其他貨幣的匯率出現變動，可能會對本集團的財務狀況、業務及支付股息的能力造成負面影響；及
- 遵守中國勞動合同法的成本以及勞工成本上漲可能對本集團的競爭優勢及溢利造成不利影響。

### 與●有關的風險

- 股份流通性及股價可能波動；
- 無法保證本●所載有關本集團業務所處經濟及行業的事實及其他統計數據的準確性；
- 根據購股權計劃發行新股份將造成攤薄影響並可能影響本集團的盈利能力；及
- 閣下不應依賴報刊文章或其他媒體就本公司及●所發佈的任何資料。