

行業概覽

本節所載的資料及統計數字乃摘錄自由思緯市場資訊有限公司所編纂的研究報告及其他公眾資料。本公司董事相信，本節所載的統計數字及圖表資料的來源為該等資料的適當來源。本公司董事及思緯市場資訊有限公司於摘取及複製該等資料時已盡其合理審慎。本公司董事並無理由相信，本節內所呈列的有關事實、統計數字及數據屬虛假或誤導或遺漏有關事實致使該等事實、統計數字及數據屬虛假或誤導。本集團、獨家保薦人、獨家賬簿管理人、包銷商、彼等各自的聯屬人士、董事及顧問或參與股份發售的任何其他各方並未對該等資料及統計資料進行獨立核實，且彼等並無就該等資料的準確性或完整性作出任何聲明。

概述

我們主要以OEM形式開發及製造精鋼產品。我們為主要來自歐洲的國際知名品牌的品牌擁有人的中介代理、身為我們直接客戶的有關品牌的品牌擁有人製造精鋼錶帶、時尚飾物及配件，並為手機製造商生產精鋼手機金屬外框。

於往績記錄期間，生產及銷售精鋼錶帶一直是我們的業務重心。根據思緯報告提供的數據，相比我們於二零一零年內就相關豪華手錶品牌錄得的精鋼錶帶銷售額而言，我們於二零一零年在平均零售價10,000港元或以上的品牌手錶的全球精鋼錶帶市場中佔有約9.6%的市場份額（經參考該等品牌的精鋼錶帶估計全球產值）。根據思緯報告，我們於二零一零年製造並銷售予瑞士品牌客戶的精鋼錶帶數量佔該年度瑞士製造精鋼錶帶出口總數的約5.7%。

我們的董事相信，精鋼在奢侈產品及手機金屬外框中的應用受各種因素的推動，包括(i)全球經濟；(ii)精鋼的普遍應用及全球供應；(iii)全球奢侈產品市場中精鋼的增長及應用情況；及(iv)全球手機金屬外框市場中精鋼的增長及應用情況。

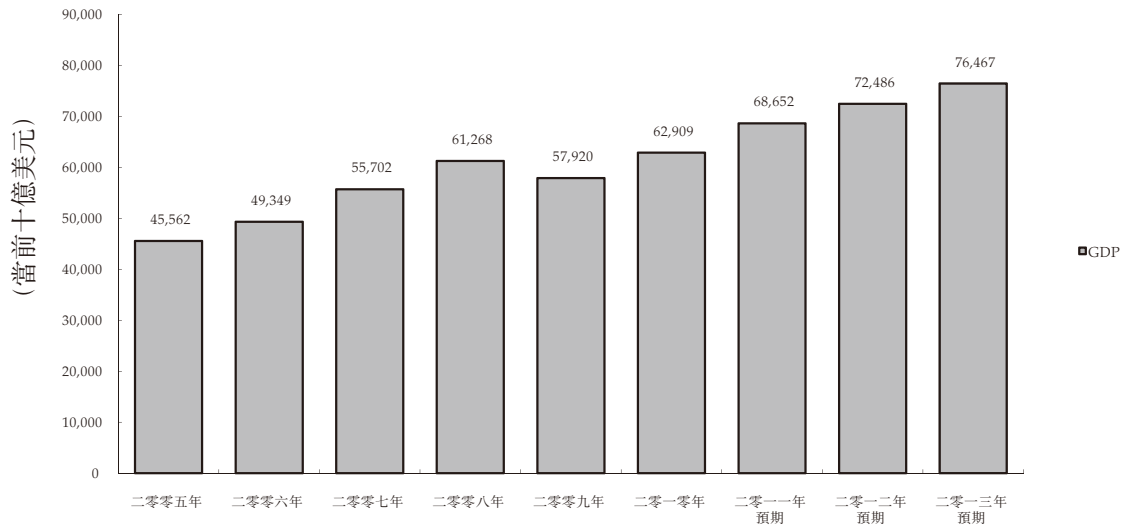
全球經濟概覽

於二零零八年經濟危機後，全球經濟進入嚴重衰退期。根據國際貨幣基金組織（「國際貨幣基金組織」）的世界經濟展望：雙速復蘇產生的壓力、失業、商品及資本流通（二零一一年四月），全球各國實際國內生產總值（「GDP」）已不容樂觀地從二零零八年的2.9%下降至二零零九年的全球實際GDP增長率0.5%。然而，經濟增長於二零一零年進入反彈復蘇期。根據國際貨幣基金組織的資料，全球實際GDP於二零零九年經歷大幅下降後，於二零一零年增長5.0%並預期於二零一一年增長4.4%。

行業概覽

於二零零八年爆發經濟危機前，全球經濟一直持續穩定增長，而二零零九年因全球經濟衰退遭致下降。根據國際貨幣基金組織的資料，全球名義GDP曾從二零零五年的約45,620億美元增至二零一零年的約62,909億美元，該期間複合年增長率約為6.7%，反映了經濟的穩步增長。全球名義GDP預期將於二零一一年至二零一三年以約5.5%的複合年增長率增長。下表列示於所示期間歷史及預期全球名義GDP。

名義國內生產總值（世界），二零零五年至二零一三年（預期）



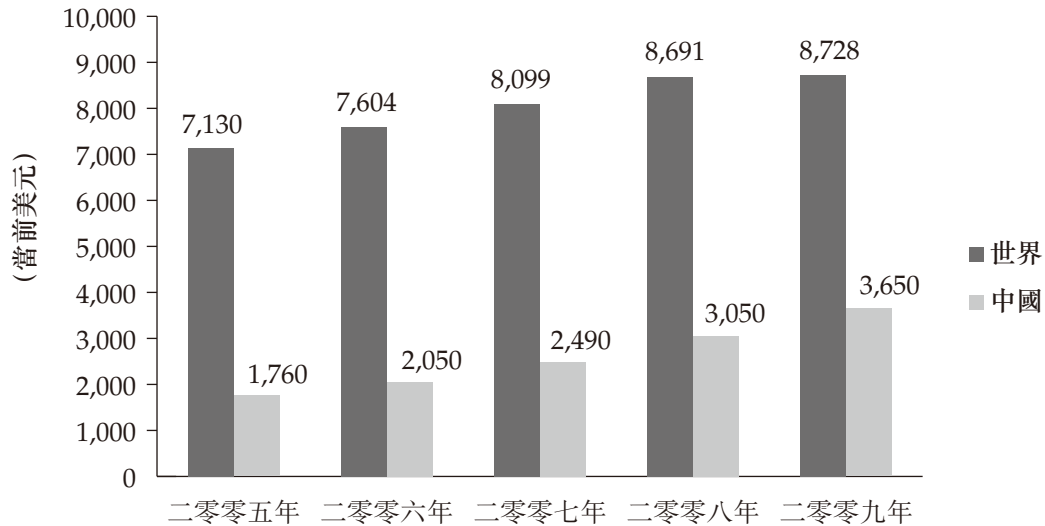
資料來源：國際貨幣基金組織、世界經濟展望數據庫，二零一一年四月

二零零九年全球經濟衰退前，全球人均收入水準自二零零五年以來一直穩步增長。根據世界銀行的數據，全球實際人均國民總收入（「國民總收入」）曾自二零零五年的約7,130美元增至二零零九年的約8,728美元，該期間的複合年增長率約為5.19%，反映了穩步增長勢頭。相比而言，中國的實際人均國民總收入從二零零五年的約1,760美元增至二零零九年的約3,650美元，該期間的複合年增長率約為20%，

行業概覽

反映了強勁的增長勢頭。下表列示於所示期間世界及中國的歷史實際人均國民總收入。

二零零五年至二零零九年實際人均國民總收入(世界vs中國)



資料來源：世界銀行、世界發展指標

自二零零五年以來，世界名義國內生產總值及人均國民總收入的增長反映了全球消費者購買力增強，此促進了全球精鋼商品(例如手錶、時尚飾物及配件和手機)需求的增長，從而推動了全球使用精鋼作為該等產品組件的需求。

精鋼的應用及全球產值

精鋼的應用

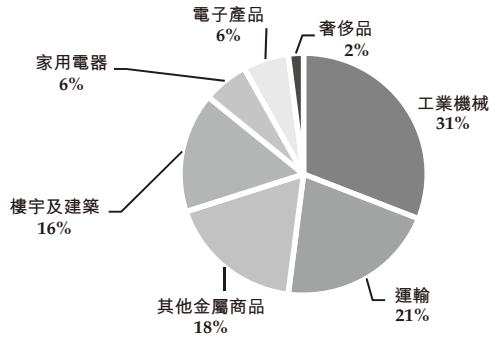
精鋼是一種鋼合金。精鋼的鉻及鎳成份使其能更好地抗腐蝕，並使其不同於其他形式的金屬及鋼。

精鋼的抗腐蝕、耐變色、金屬光澤、易於清洗、機械強度及抗過敏等實用特性使其可作為不同應用的理想物料。根據思緯報告，精鋼通常用於幾大領域，包括工業機械、運輸、樓宇及建築、家用電器、電子產品、奢侈產品及其他金屬物品。特別是，316L精鋼常用於奢侈產品，例如手錶及時尚飾物，包括耳環、戒指、吊墜、項鍊、手鐲、袖口鈕及皮帶扣等配件。根據思緯報告，奢侈產品(包括手錶、時尚飾

行業概覽

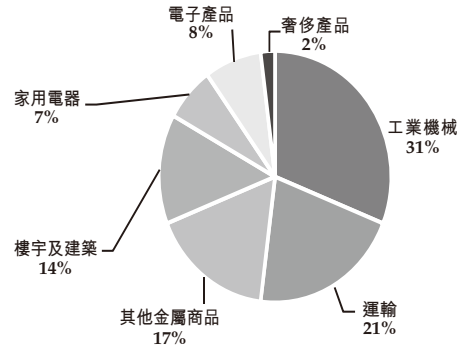
物及皮帶扣)約佔二零零九年及二零一零年全球精鋼產值及產量的2%。下表分別列示二零零九年及二零一零年按應用類型劃分的全球不銹鋼使用的市場細分。

二零零九年按應用類型劃分的
全球不銹鋼使用的市場細分



資料來源：思緯報告

二零一零年按應用類型劃分的
全球不銹鋼使用的市場細分



資料來源：思緯報告

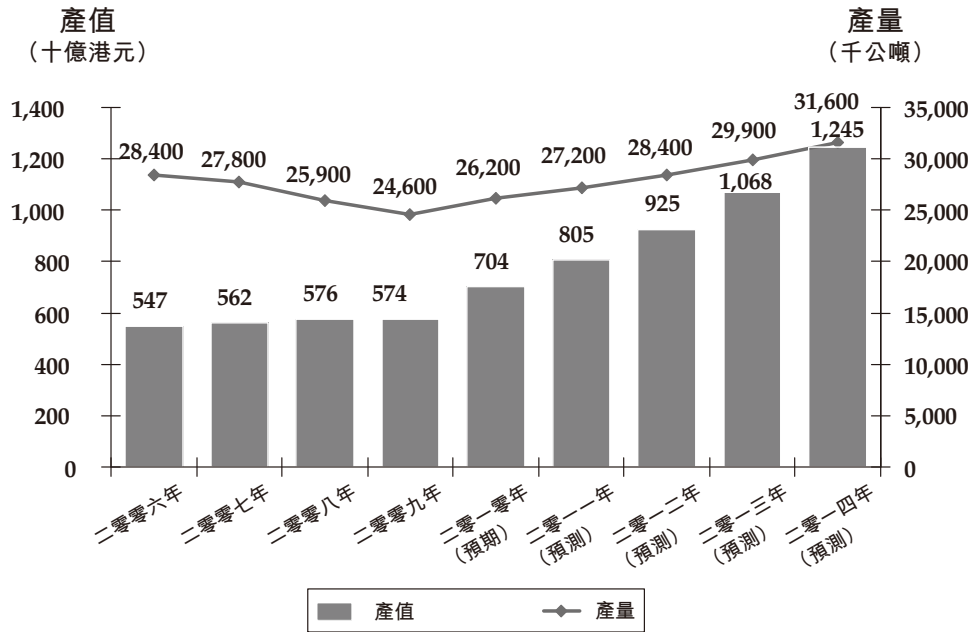
不銹鋼的全球產值

根據思緯報告，不銹鋼的全球產值及產量受全球經濟的影響。由於全球經濟危機，不銹鋼的全球產量由二零零六年的約28,400,000公噸縮減至二零零九年的約24,600,000公噸，但預期從二零一零年起因全球經濟的復蘇會有所回升，預計產量將從二零一零年的約26,200,000公噸增至二零一四年的約31,600,000公噸，二零零六年至二零一四年的複合年增長率約為1.3%。另一方面，不銹鋼的全球產值於二零零六年至二零零九年整個期間持續增長，儘管該期間的產量降低，及預計於二零一零年至二零一四年繼續保持增長勢頭，從二零零六年的約5,470億港元增至二零一四年的約12,450億港元，複合年增長率約為10.8%。此反映了因多年以來的大量

行業概覽

需求，不銹鋼主要部件材料(如鎳)價格的持續上漲，致使精鋼價格的攀升。以下圖表列示從二零零六年至二零一四年不銹鋼的全球產值及產量。

二零零六年至二零一四年精鋼的全球產值及產量



資料來源：思緯報告

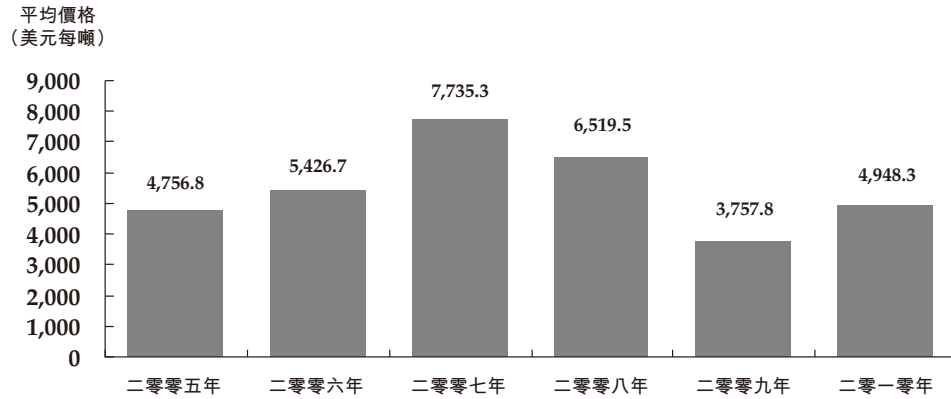
精鋼的價格趨勢

根據思緯報告，316精鋼(我們生產用的主要精鋼類型)的全球精鋼價格於過去六年內有所波動。每噸平均價格由二零零五年的約4,757美元攀升至二零零七年的高峰約7,735美元，主要推動因素為精鋼越來越多的應用於電子、樓宇及建築、工業和機械領域，及其後跌至二零零九年的低谷約3,758美元，原因是二零零八年的金融危機導致消費市場低迷。隨著全球經濟開始復甦，精鋼的需求於二零一零

行業概覽

年反彈，316精鋼的每噸平均價格增至二零一零年的約4,948美元，較二零零九年增長約31.7%。以下圖表列示二零零五年至二零一零年間316精鋼的平均價格。

316精鋼的全球平均價格



資料來源：思緯報告

全球不銹鋼應用概覽

根據思緯報告，不銹鋼通常用於載列於下表之主要應用：

全球不銹鋼的普遍應用	用途及應用描述
樓宇及建築.....	建築中採用不銹鋼快速增加乃因為該材料之性質，包括審美性、耐用性、抗腐蝕、易於維護及防火。倘選擇合適的級別及裝修，則無需取代不銹鋼，即使該幢樓宇已使用上百年。
運輸.....	不銹鋼廣泛用於汽車尾氣系統及如軟管夾和安全帶彈簧座的汽車零件。其也是鐵路運輸及車身的一個標準選擇，易於維護及抗腐蝕。

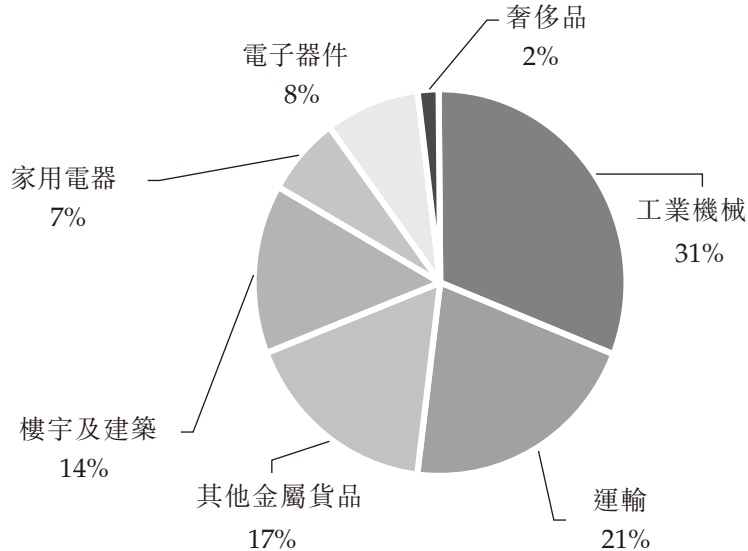
行業概覽

全球不銹鋼的普遍應用	用途及應用描述
工業機械.....	就其抗腐蝕及適於長期使用性質而言，不銹鋼可用於超過800種工業機械應用，比如通風管道單元、壓熱器、肉類加工機械、壓力室、製糖業機械及酒缸等。不銹鋼機械可清洗和消毒，無需油漆或其他表面處理。
家用電器.....	不銹鋼廣泛用於烹飪用具、刀具及廚具。其不會吸附污染物、化學品、農藥或其他污染物，適合用於任何種類的電器，供人類作消耗用途。
電子器件.....	不銹鋼用於電子機械及設備，如硬盤套、手機金屬外框、可用於循環泵的旋轉器、熱水器、灶具部件、洗衣機等。
奢侈品.....	不銹鋼通常用於時尚飾物及配件，包括手錶、耳環、戒指、吊墜、項鏈、手鐲、袖扣及皮帶扣等。
其他金屬貨品	其他金屬貨品(比如緊固件，廚房用品和醫療器械)亦採用不銹鋼來滿足其使用要求。

行業概覽

下表闡述二零一零年按應用類型劃分的全球不銹鋼使用的市場細分：

二零一零年按應用類型劃分的全球不銹鋼使用的市場細分



來源：思緯報告

精鋼在全球奢侈品市場的發展及應用

精鋼在全球奢侈品市場的應用概覽

精鋼常用作手錶、時尚飾物(如耳環、戒指、吊墜、項鍊、手鐲以及袖口鈕)及皮帶扣等配飾的基本原料。根據思緯報告，影響精鋼在奢侈品中使用的若干主要因素包括：(1)以貴重金屬(如黃金，白銀，鉑金)鍛造高品質精鋼，使該等奢侈品的組件具備高抗氧化性能並以合理成本打造時尚潮流設計的可能性；(2)精鋼的質量，相較其他可使奢侈品部件的設計和風格更具靈活性的金屬，精鋼為一種重量較輕的材料；(3)受流行趨勢影響的奢侈品的市場趨勢及生命週期；及(4)精鋼材料的價格。

根據思緯報告，環保因素亦令精鋼在生產及應用中成為經濟而環保的選擇。由經濟價值高的原材料(諸如鉻、鎳及鉬)鍛造而成的精鋼具有高度可回收性，在估計年期期末的可回收率高達約80-90%。精鋼的重複利用為一個自我可持續過程，材料的廣泛可回收性及其在生產過程中重複再加工而材質級別不會下降令其成為製造用途中完美環保原材料的選擇。

行業概覽

根據歐盟(「歐盟」)現行規則及規例，精鋼在消費品(包括奢侈品及電子設備)中的應用必須遵守EU REACH及RoHS法規。REACH法規涵蓋任何化學物質的使用及彼等對人類健康及環境的潛在影響，所有歐盟進口或於歐盟生產的所有化學品均適用該法規。RoHS法規確保任何投放於市場的電子設備所含RoHS規定的六種禁用物質的數量不得超過最高濃縮值。

根據思緯報告，在各種奢侈品中，精鋼在包括手錶、耳環、戒指、吊墜、項鍊、手鐲以及袖口鈕在內的珠寶產品中廣泛使用。儘管精鋼在外表與銀相似，但相較銀而言，精鋼更為堅硬且不會腐蝕或變色。因此，精鋼在錶帶、時尚飾物及配件中的使用日益增長。同時，儘管其在各類時尚飾物中使用，由於精鋼無須使用化學溶劑而易於清洗，且不會發生皮膚負面反應及過敏現象，故出於衛生因素考慮其在耳環與耳墜中尤為有用。以高精密度生產的精鋼提高了其在多個珠寶產品中的可使用性。受越來越多職業女性、具購買能力的女性、季節性潮流及新產品多項因素的推動，上一個世紀男性女性對珠寶的需求與日俱增，而對新奇、獨特及個性的不斷追求亦為產品設計的持續革新提供了空間，此亦推動精鋼在越來越多首飾產品中的應用。

奢侈品中選定應用精鋼部件的全球市場分析

根據思緯報告，從二零零六年至二零零九年，用於手錶(參考平均零售價為10,000港元或以上的品牌手錶)、時尚飾物以及皮帶扣的精鋼組件的全球市場收益由二零零六年的約8,953百萬港元大幅增至二零零九年的約10,747百萬港元，複合年增長率約為6.3%。此主要是由於精鋼的耐變色、低成本及抗過敏特性，使其取代銅和銀等其他金屬越來越多的應用於該等奢侈品。據估計，該等奢侈品使用的精鋼的全球產量收益將由二零一零年的約10,882百萬港元大幅增至二零一三年的約12,607百萬港元，複合年增長率約為5.0%。

思緯報告中所引述應用精鋼的三種奢侈品類型(即錶帶、時尚飾物及皮帶扣)中，用於皮帶扣的精鋼於二零零六年至二零零九年錄得最顯著增長，該等產品使用精鋼組件的全球市場收益從二零零六年的約260百萬港元增至二零零九年的約348百萬港元，複合年增長率約為10.2%。根據思緯報告，此趨勢乃歸因於皮帶扣作為男士混搭的重要配件之一日益流行。

用於錶帶及時尚飾物的精鋼組件的全球市場收益曾分別從二零零六年的約6,857百萬港元及1,866百萬港元增至二零零九年的約8,170百萬港元及2,229百萬港元，複合年增長率分別約為6.0%及6.1%。

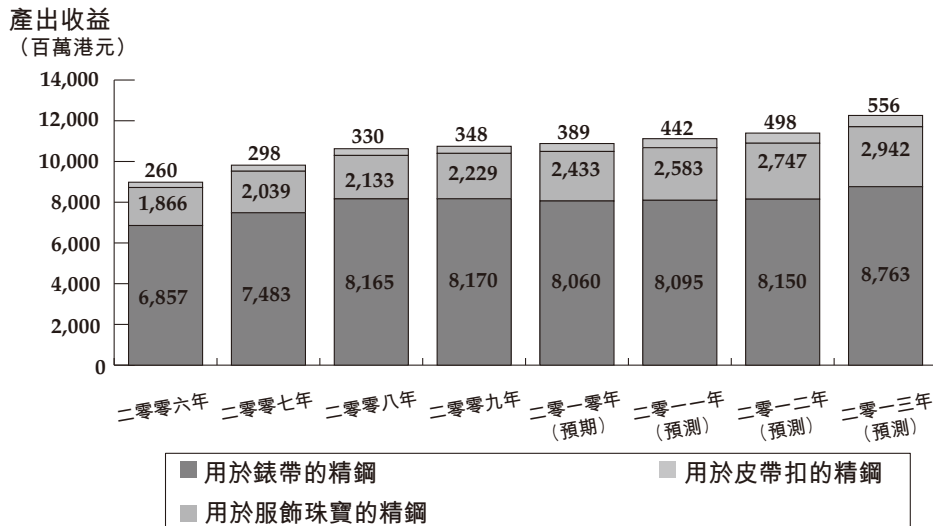
於二零一零年至二零一三年期間，與錶帶及時尚飾物的相應增長率相比，用於皮帶扣的精鋼的全球市場收益預期將顯示較快增長。根據思緯報告，用於錶帶、

行業概覽

時尚飾物及皮帶扣的精鋼組件的全球市場收益預期將分別從二零一零年的約8,060百萬港元、2,433百萬港元及389百萬港元增至二零一三年的約8,763百萬港元、2,942百萬港元及556百萬港元，複合年增長率分別約為2.8%、6.5%及12.6%。

下表列示二零零六年至二零一三年用於錶帶、時尚飾物及皮帶扣的精鋼組件的全球市場收益。

二零零六年至二零一三年用於錶帶、時尚飾物及皮帶扣的精鋼組件的全球市場收益



資料來源：思緯報告

根據思緯報告，用於錶帶及高端錶帶之精鋼組件的全球產出收益於二零零九年分別約為8,170百萬港元及3,317百萬港元，及於二零一零年分別約為8,060百萬港元及3,208百萬港元。因此，就全球產出收益而言，用於高端錶帶之精鋼組件的全球市場於二零零九年及二零一零年分別佔錶帶精鋼組件全球使用量約40.60%及39.80%。

下表闡述分別於二零零九年及二零一零年用於錶帶及高端錶帶之精鋼組件的全球產出收益：

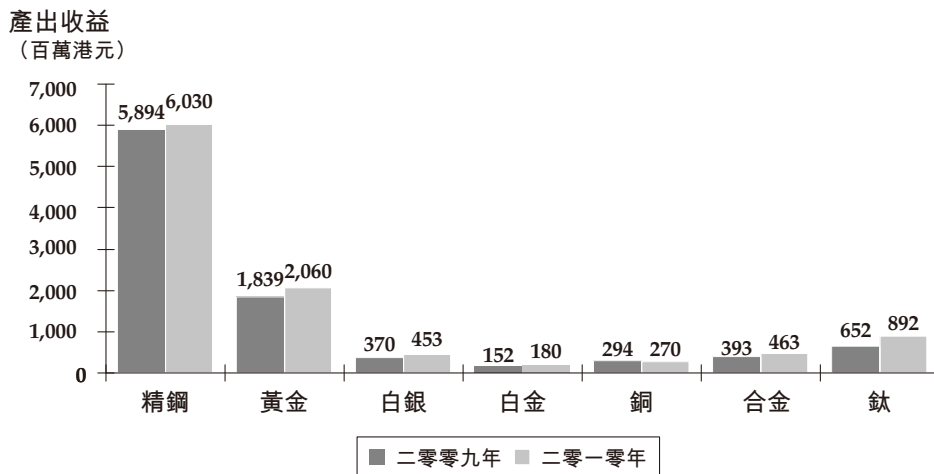
在以下產品中使用鋼精零件	二零零九年		二零一零年	
	全球產出	佔總數	全球產出	佔總數
	收益	百分比	收益	百分比
	(百萬港元)		(百萬港元)	
錶帶	8,170	100%	8,060	100%
高端錶帶	3,317	40.60%	3,208	39.80%
其他	4,853	59.40%	4,852	60.20%

來源：思緯報告

奢侈品中選定應用精鋼與使用其他常見金屬之間的比較

根據思緯報告，於二零一零年，精鋼是錶帶、時尚飾物及皮帶扣中所用的最常見金屬類型，估計全球產出收益約為6,030百萬港元，其次分別為黃金(約2,060百萬港元)、鈦(約892百萬港元)、合金(約463百萬港元)、銀(約453百萬港元)、銅(約270百萬港元)及白金(約180百萬港元)。下圖列示於二零一零年錶帶、時尚飾物及配件所用的精鋼及其他常見金屬的全球產出收益。

二零一零年錶帶、時尚飾物及配件所用的精鋼及其他常見金屬的全球產出收益



資料來源：思緯報告

精鋼組件應用於奢侈品的的主要市場驅動因素

根據思緯報告，時尚潮流將為推動手錶、時尚飾物及皮帶扣對精鋼組件未來需求的主要因素。精鋼材料的抗腐蝕、耐變色及美觀特性確保精鋼將繼續成為奢侈品的關鍵基礎材料。

精鋼應用於奢侈品的未來發展將專注於硬化及亮化材料，以擴大應用範圍並實現更好的美觀效果，例如改進材料的結構設計，從而近一步提升其在防水及抗振動方面的性能及耐久性，及透過採用不同顏色、完善拋光技術及提升外形適合度來改進外觀設計，從而緊跟瞬息萬變的時尚潮流。

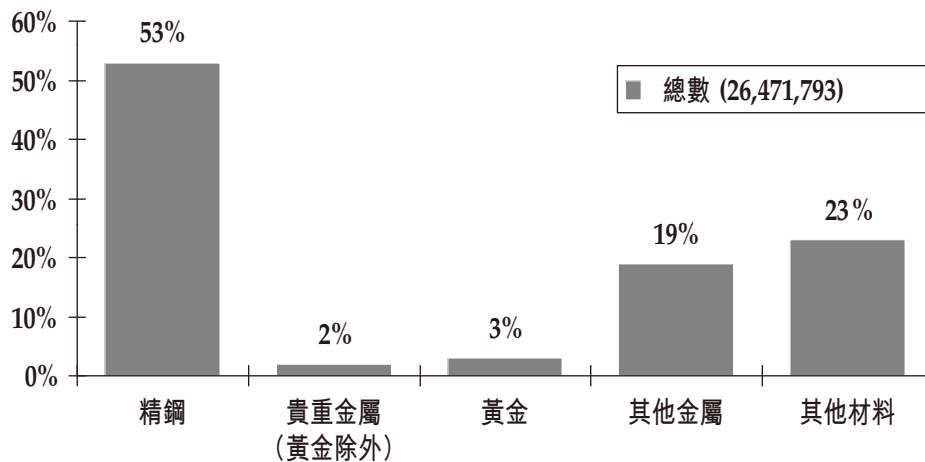
展望未來，思緯報告指出，製造商將致力於實現更高的生產過程自動化，以降低勞工成本及以較低的成本實現大規模生產。從長遠來看，預計近幾年中國相對較低的生產成本和供應基礎設施的改善將促使歐洲奢侈品製造商把製造基地進一步遷至中國，以利用當地嫻熟的勞動力及較低的勞工成本，從而在保持產品質量的同時提高利潤率。

瑞士及全球製錶業對精鋼的使用

瑞士是全球領先的鐘錶產品出口市場，於二零零九年相關出口的市值約為123億美元，而二零零九年第二大出口市場香港則約為56億美元，及第三大出口市場中國約為25億美元。

於二零零九年，約有26.5百萬件瑞士手錶出口至全球各個地方。其中，約14百萬件瑞士手錶由精鋼製成，約佔瑞士手錶出口總量約53%。下表列示二零零九年按材料類型劃分的瑞士手錶出口的市場細分。

二零零九年按材料類型劃分的瑞士手錶出口的市場細分



資料來源：思緯報告

根據思緯報告，我們於二零零八年、二零零九年及二零一零年製造並銷售予瑞士品牌客戶的精鋼錶帶數量分別佔二零零八年、二零零九年及二零一零年瑞士製造精鋼手錶出口總數的約5.0%、4.0%及5.7%。

精鋼在手機金屬外框中的應用

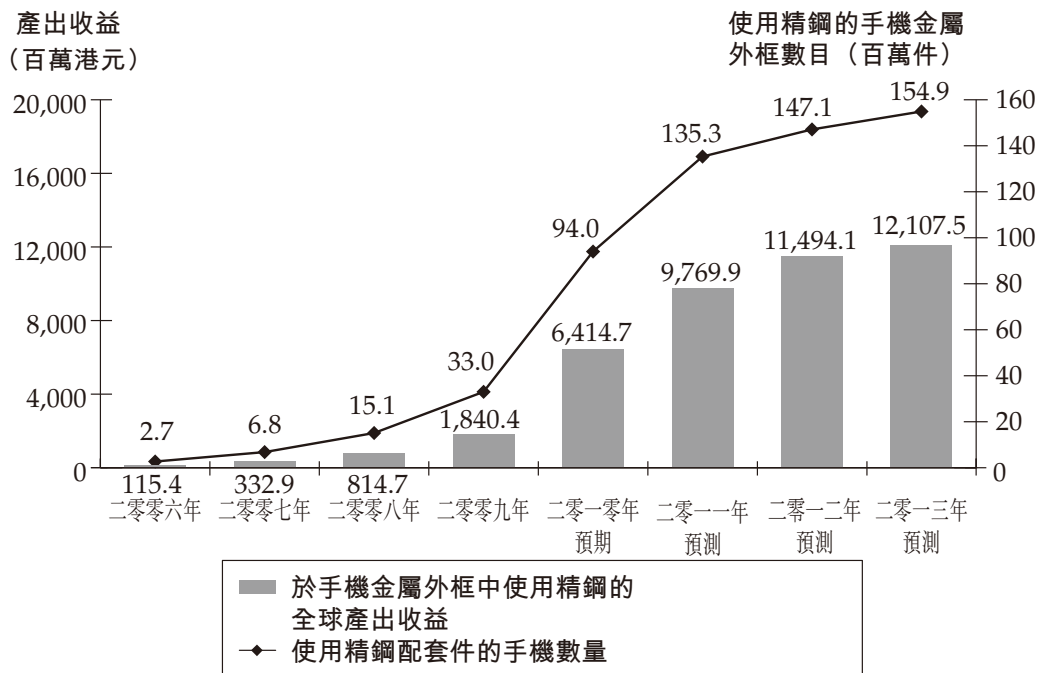
精鋼於手機金屬外框中的使用概況

根據思緯報告，最近四到五年，精鋼已取代鋁和鎂應用於手機金屬外框，因為精鋼可支持更加輕薄的手機設計，生產方面更加環保，具備更高的抗刮花性能並可實現光澤外觀。另一方面，市場上智能手機的日益普及推動了精鋼在手機金屬外框中的使用需求，因為智能手機的較高銷售價值可支援使用更優質的材料，如精鋼。

手機金屬外框使用精鋼的全球市場分析

根據思緯報告的數據，精鋼手機金屬外框的全球產出收益從二零零六年的約115.4百萬港元增至二零零九年的約1,840.4百萬港元，複合年增長率約為151.7%。該增長歸因於涵蓋年度外框使用精鋼的手機數量劇增。鑒於近年來智能手機及中高檔手機的需求日益增長，市場中智能手機相對較高的銷售價值為手機製造商考慮使用精鋼(取代價格較低的鋁和鎂)作為外框的生產材料提供了空間，及智能手機製造商中的競爭日益激烈，為追求更耐用、外形美觀及優質的效果，從而推動了精鋼在手機金屬外框中的應用。精鋼手機金屬外框的全球產出收益預計將持續大幅增加，二零一零年至二零一三年的複合年增長率約為23.6%。下圖列示二零零六年至二零一三年精鋼手機金屬外框的全球產出收益。

二零零六年至二零一三年精鋼手機金屬外框的全球產出收益



資料來源：思緯報告

於手機金屬外框中使用精鋼與使用其他常見金屬的比較

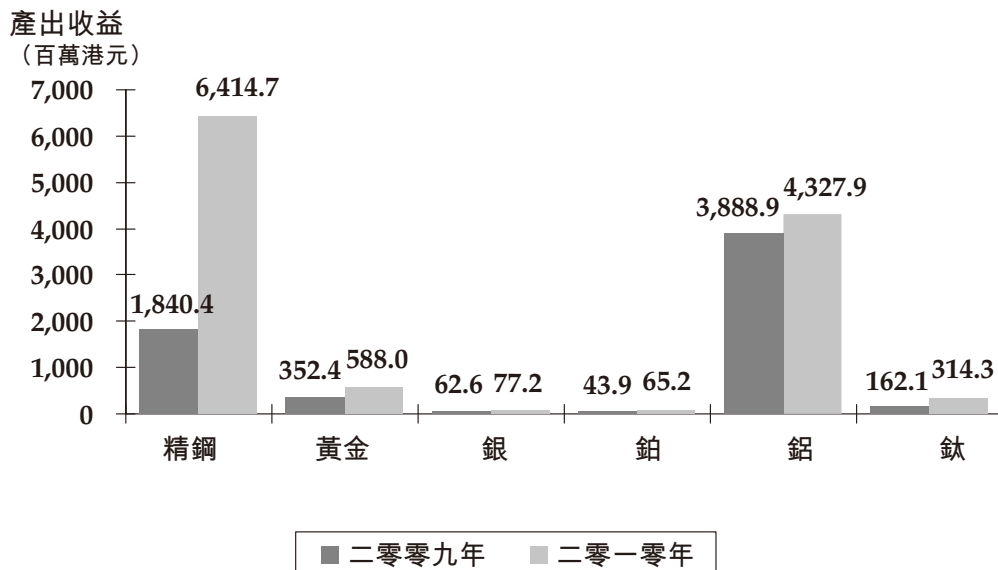
根據思緯報告，精鋼已取代鋁和鈦應用於手機金屬外框。精鋼普遍應用於手機金屬外框之前，手機金屬外框使用鋁或鍍塗層的鈦來實現光澤外觀及防止氧化。材料價格是手機製造商主要關注的因素，因此，二零零九年及二零一零年材料(如鈦)及貴金屬(如黃金、白金)成本的大幅增加使得製造商轉向採用精鋼和鋁，

行業概覽

因為精鋼和鋁的價格及供應趨勢更加穩定。於二零一零年，市場上新款智能手機乃採用精鋼製造手機金屬外框，令使用精鋼的手機金屬外框的全球產出收益大幅增長，從二零零九年的約1,840.4百萬港元增至二零一零年的約6,414.7百萬港元，較去年同期增長約248.6%。相比而言，鋁的相應數據從二零零九年的約3,888.9百萬港元增至二零一零年的約4,327.9百萬港元，較去年同期增長僅約11.3%。據思緯報告中所示，儘管黃金乃用於一些限量版機型，或作為基礎材料的塗層來提升高檔機型手機的銷售價值，但金、銀及鉑等其他金屬並不常用於手機金屬外框。

下表列示二零零九年至二零一零年手機金屬外框使用精鋼與使用其他常見金屬的全球產出收益。

二零零九年至二零一零年於手機金屬外框中使用精鋼
與使用其他常見金屬的全球產出收益



資料來源：思緯報告

精鋼應用於手機金屬外框的主要市場驅動因素

根據思緯報告，未來三年智能手機需求的預期增長將持續推動手機金屬外框對精鋼的使用需求。隨著智能手機的傳動裝置設計逐漸傾向更精緻的尺寸和更輕薄的重量，精鋼手機金屬外框製造商須適應此市場趨勢。另一方面，精鋼手機金屬外框使用貴金屬(如銀、金或鉑)來提升最終產品的質量、耐用性、可回收性及銷售價值，此似乎是一種設計趨勢。由於鋁或鉻塗層的鈦抗氧化性能較低，該等材料可能對人體有害，故預期手機金屬外框將逐漸摒棄使用鋁或鉻塗層的鈦。

展望未來，手機生產過程中的環保問題將是帶動手機金屬外框對精鋼使用的未來需求的主要因素。根據思緯報告，精鋼製造技術的改進將進一步減少精鋼製造過程中產生的污染。預期精鋼將進一步取代生產過程中會產生更多污染的某些金屬，如銅和鎂。

行業概覽

根據思緯報告，未來精鋼手機金屬外框的生產將進一步從歐洲或美洲轉移至中國，以利用其較低的生產成本優勢。

精鋼奢侈品及手機金屬外框製造業的競爭格局

儘管工業機械、交通運輸、樓宇及建築仍是最大的不銹鋼組件消費行業，但隨著客戶生活水準的提高及對奢侈品需求的提升，電子器件及奢侈品正於精鋼製造業中贏得一席之地。特別是，隨著全球經濟及市場狀況、整體消費信心及消費者購買力從二零零八年的全球金融危機中持續復蘇，商品需求增加預期將推動精鋼產品的需求增長，特別是消費類產品，如家用電器、電子器件及奢侈產品。此外，錶帶對精鋼的應用技術已經相對成熟，而可能因此限制應用方面的新增長機遇，而該發展成熟的技術應用於其他產品類別，如配件及手機金屬外框，可推動整個精鋼行業較快增長。

根據思緯報告，有關奢侈產品及手機金屬外框的精鋼產品製造業乃由少數領先參與者主導。我們是全球的精鋼錶帶製造商之一，根據思緯報告，我們於二零一零年在平均零售價10,000港元或以上的品牌手錶的全球精鋼錶帶市場中佔有約9.6%的市場份額。鑒於手錶、時尚飾物及奢侈產品品牌擁有人(特別是國際知名品牌擁有人)以及手機製造商採用嚴格的製造商甄選程序及品質保證措施，以及為保持行業競爭力而須投入大量的資金，我們相信，手錶及奢侈產品的國際品牌擁有人及手機製造商以及彼等各自的中介機構傾向於與可靠的製造商建立長期合作關係，以確保持續穩定的產品供應和產品品質。該行業的進入門檻亦較高，需要製造商投入昂貴且先進的機器、經驗豐富的勞動力以及較高的產能，而奢侈品的國際品牌擁有人或手機製造商與現有參與者之間的緊密關係所造成的有關長期穩定客戶的較高轉換壁壘阻礙了新進入者從該等潛在客戶獲取商機，或打破該等客戶既有關係。

儘管如此，全球精鋼奢侈品及手機金屬外框市場的巨大增長潛力以及由於較低的勞工成本以及過去幾年技術的改進使中國的精鋼製造業逐漸吸引更多商機，我們的業務面臨激烈的競爭，且精鋼奢侈品及手機金屬外框製造業的競爭異常激烈。特別是，為保持競爭優勢，製造商在技術及價格方面競爭激烈，包括提升製造技術，以緊跟瞬息萬變的時尚設計及季節趨勢，提高產品的質量、適合度及外觀以及透過降低勞工成本和引入自動化生產流程來降低生產成本。未來的競爭將體現於製造商提高經營效率和實力，以開發新生產技術，從而迎合不斷變化的客戶需求的能力。為提高競爭力，預期製造商將致力於提升產品設計及開發能力，實

行業概覽

現自動化生產流程以節約成本，並打造始終如一的品質，以擴大產能，適應新市場的未來增長機會，以及向客戶提供售後服務(例如產品維修、重新拋光及缺陷產品的退貨)。

資料來源

委託思緯市場資訊有限公司編製的報告

我們委託思緯市場資訊有限公司(一家獨立全球市場調查公司)對奢侈品及精鋼手機金屬外框使用精鋼的全球產業發展概況及趨勢以及競爭格局進行分析，並出具報告。該委託報告乃由思緯市場資訊有限公司獨立編製。我們已就該委託報告向思緯市場資訊有限公司支付318,000港元，及我們認為該費用反映了市場水平。

我們委託編製的思緯報告包括以下各方面的資料：(i)全球不銹鋼市場，涵蓋有關全球精鋼產值和產量以及按應用類型劃分的行業細分的數據，(ii)全球市場有關錶帶、時尚飾物及皮帶扣使用精鋼組件的情況及(iii)全球市場有關手機金屬外框使用精鋼的情況，已在本招股章程中引述。由思緯市場資訊有限公司進行的獨立調查涉及初步研究、客戶諮詢及案頭研究。初步研究及客戶諮詢涉及與主要股東及業內專家的面談，其中包括精鋼組件、奢侈品牌和專家以及手機製造商，及案頭研究包括從(其中包括)政府部門及統計、貿易及商業媒體、公司年報及宣傳資料、行業報告及分析報告、行業協會、行業雜誌、其他網上來源以及思緯市場資訊有限公司研究數據庫的數據等收集並核實資料。思緯市場資訊有限公司收集的資料已採取其內部分析模型和技術進行分析、評估及驗證。

思緯報告中的預測乃基於以下一般基準及假設：

- 假設全球經濟於整個預測期間內保持穩定增長；
- 假設精鋼的全球供應於預測期間內保持穩定，且不會出現供應短缺；
- 於預測期間不會有其他外部衝擊(如自然災害或爆發疾病)，致使全球精鋼、錶帶、時尚飾物及配件以及手機的需求及供應遭受影響；
- 預測港元價值乃基於二零二零年當前的港元價值，預測模式中已考慮通脹因素；及
- 思緯報告中美元與港元的匯率為1美元兌7.769港元。

本招股章程中概無其他資料乃摘自本公司委託的報告。