

概要及摘要

本概要旨在向閣下提供本文件所載資料的概覽。由於本節僅為概要，故未包含所有對閣下而言可能重要的資料。

概覽

我們為中國廣東省一家發展迅速的鋁產品製造商，備有豐富及多元的優質產品組合。於往績記錄期間，我們日益專注於製造尖端電子產品的高增值、高精密鋁配件，同時亦為不同行業製造鋁型材產品，該等產品為我們帶來了穩定的收益。我們於中國、香港及海外均設有銷售渠道及佔據可觀的市場地位。近年，我們錄得大幅增長。截至二零一零年、二零一一年及二零一二年九月三十日止年度，我們分別錄得收益1,366.9百萬港元、2,090.6百萬港元及2,437.0百萬港元，複合年增長率為33.5%，而年度溢利則分別為86.7百萬港元、260.3百萬港元及357.1百萬港元，複合年增長率為102.9%。

我們現時製造三類產品：電子產品配件、澳普利發品牌產品及建築及工業產品。下表載列我們於所示期間按產品類別劃分的收益：

	截至九月三十日止年度					
	二零一零年		二零一一年		二零一二年	
	(百萬港元，百分比除外)					
收益						
電子產品配件.....	119.8	8.8%	791.5	37.9%	1,143.5	46.9%
澳普利發品牌產品.....	129.4	9.4%	182.7	8.7%	258.2	10.6%
建築及工業產品.....	1,117.7	81.8%	1,116.4	53.4%	1,035.3	42.5%
總計.....	1,366.9	100.0%	2,090.6	100.0%	2,437.0	100.0%

電子產品配件。我們的電子產品配件類別的產品包括由一家全球領先消費電子產品設計商設計的幾款全球最受歡迎的便攜消費電子產品所用的鋁配件，該等便攜消費電子產品包括其備受歡迎的多媒體平板電腦及手提電腦，兩者均備有獨特的一體成型鋁底盤。我們向富士康公司(該設計商的主要合約製造商)供應該等配件。現時，我們為富士康公司唯一一間運用先進電腦數控機械中心為備受歡迎的多媒體平板電腦製造一體成型鋁底盤的外部供應商。我們一所專用電腦數控加工技術的廠房於二零一一年十月投入營運，我們亦於二零一一年十一月向富士康公司付運首批一體成型底盤。於最後實際可行日期，我們每年可為45.7百萬件一體成型底盤進行加工。自二零零九年以來，我們亦一直向富士康公司供應特定規格的鋁板，以供其進一步自行加工製成多媒體平板電腦及手提電腦的一體成型底盤。我們的電子產品配件亦包括供應予富士康公司及其他客戶並用於個人電腦或其他電子產品(主要為散熱器)的鋁部件。主要受銷售予富士康公司的鋁板及一體成型底盤銷量上升所帶動，我們的電子產品配件銷售收益自二零一一年以來大幅增長，有關電子產品配件銷售收益佔我們於同期大部分的收益增長。我們截至二零一一年及二零一二年九月三十日止年度的電子產品配件銷售收益分別為791.5百萬港元及1,143.5百萬港元，截至二零一零年九月三十日止年度則為119.8百萬港元。

澳普利發品牌產品。我們的澳普利發品牌產品指我們自二零零八年以來在「澳普利發」品牌旗下並主要通過我們於中國的澳普利發分銷商產銷的中高端綜合鋁型門窗系列。我們

概要及摘要

的澳普利發品牌產品也部分會通過澳普利發分銷商的轉介直接銷售予終端客戶。我們的澳普利發品牌產品的收益於短期內大幅增長，並成功建設廣泛的分銷網絡，截至二零一二年九月三十日止發展了橫跨中國27個省市的577名活躍澳普利發分銷商。我們相信，我們的澳普利發品牌實力強勁，並可通過澳普利發分銷商執行統一銷售及市場推廣策略進一步推廣我們的澳普利發品牌產品。我們亦相信，由於我們的澳普利發品牌產品以整合良好的系列銷售，故與中國慣以於建築及家居裝修行業大批量出售的鋁型門架及窗框有別，可為客戶提供一個更為物有所值的選擇。

建築及工業產品。我們的建築及工業產品主要包括用於眾多不同行業外部及內部建築裝潢裝修的部件及材料。於二零一一年前，建築及工業產品佔我們大部分銷售收益總額。自二零一一年起，由於電子產品配件分部錄得大幅增長，故我們對建築及工業產品的依賴逐漸減少，然而，該等產品仍然是我們的產品組合的要素。我們的建築及工業產品在中國及香港以及澳洲、加拿大、美國、南非及馬來西亞等海外市場均錄得龐大銷售額。根據 ICIS 諮詢，我們截至二零一零年、二零一一年及二零一二年九月三十日止年度各年的出口量按重量計算分別佔中國所有出口至澳洲的鋁型材產品51%、43%及55%。

下表載列我們於所示期間按產品類別劃分的毛利及毛利率：

	截至九月三十日止年度					
	二零一零年		二零一一年		二零一二年	
	(百萬港元，百分比除外)					
電子產品配件.....	9.3	7.7%	183.0	23.1%	317.5	27.8%
澳普利發品牌產品.....	32.3	24.9%	43.7	23.9%	58.6	22.7%
建築及工業產品.....	250.3	22.4%	278.0	24.9%	238.8	23.1%
總計.....	291.9	21.4%	504.7	24.1%	614.9	25.2%

隨着我們生產及出售更多尖端電子產品的高增值、高精度配件，電子產品配件業務的盈利水平於往績記錄期間(尤其是自二零一一年起)大幅上升。主要受不同市場歷來的本地競爭優勢、監管環境及業務策略所影響，建築及工業產品於不同期間在各個市場錄得的盈利水平有所不同且並會略有波動。有關我們毛利及毛利率的詳盡分析，請參閱本文件第144頁開始的「財務資料」。

我們與富士康公司的關係

富士康公司乃全球最大的電子產品合約製造商之一。於往績記錄期間，我們34.0%的總收益來自向富士康公司的銷售額*。富士康公司尤為一家全球領先消費電子產品設計商的最大供應商之一，負責裝配多媒體平板電腦、手提電腦、桌上電腦及智能手機等多條暢銷生產線。我們與富士康公司已維持超過12年的業務關係，並一直向其供應技術漸趨多樣複雜

* 為免生疑，於本文件日期，我們從公開資料得知鴻海精密工業股份有限公司擁有富士康國際控股有限公司(一間於主板上市的公司(股份代號：2038))的大部分權益，而我們於往績記錄期間及直至最後實際可行日期止並無與富士康國際控股有限公司及其附屬公司建立貿易關係。

概要及摘要

的產品。我們為其主要鋁配件供應商之一。於往績記錄期間，我們向位於中國的所有富士康公司供應多種產品，全為電子產品配件類別的產品，包括(i)多媒體平板電腦的一體成型底盤及鋁板；(ii)手提電腦的鋁板；及(iii)散熱器及其他產品。近期，我們開始向富士康公司供應微型桌上電腦鋁殼。

截至二零一零年、二零一一年及二零一二年九月三十日止年度，我們來自富士康公司的總銷售收益分別為107.2百萬港元、786.2百萬港元及1,113.0百萬港元，即分別佔我們同期的總銷售收益7.9%、37.6%及45.7%。兩者的上升趨勢歸因於鋁板及一體成型底盤的訂單自二零一一年起有所增加。

我們過往曾按單獨訂單向多間富士康公司供應產品，於二零一一年七月前並無與富士康公司訂立任何正式協議。於二零一一年七月，我們與富士康公司簽訂五年協議。我們相信該等協議對於富士康公司的重大供應商屬行業常規。誠如我們的中國法律顧問競天公誠律師事務所告知，協議對雙方均有法律約束力。其並無指定交易產品的種類或數量，亦無載有富士康公司任何價格條款或最低採購規定。只要協議建立一個供我們與彼等進行個別銷售的機制，則其具有法律約束力，並附帶各項承諾及規定我們或富士康公司須履行若干其他責任。

由於富士康公司為我們的主要客戶，我們已向其授出信貸期。由於我們與富士康公司的貿易關係不斷加強，我們於二零一一年九月一日把授予富士康公司的四十五天信貸期延長至六十天，及後於二零一一年十二月一日進一步延長至九十天。於二零一零年、二零一一年及二零一二年九月三十日，我們應收富士康公司的貿易應收款項總額結餘分別為26.4百萬港元、152.9百萬港元及415.3百萬港元，分別佔我們於同日的貿易應收款項總額結餘的7.3%、29.2%及51.0%。其上升趨勢與富士康公司銷售額大幅增長及我們向其授出較長信貸期一致。

展望將來，我們預期將繼續向富士康公司供應多媒體平板電腦的一體成型底盤、多媒體平板電腦及手提電腦的鋁板及散熱器產品。此外，我們現時的初步計劃乃製造若干新產品，然後供應予富士康公司，包括整合式桌上電腦的鋁殼及支架及備受歡迎手提電腦的一體成型鋁底盤。

隨着富士康公司的訂單的數目和種類繼續增加，我們相信我們作為供應商，對富士康公司(特別是就全球領先設計商所設計的若干終端產品而言)的重要性日益增加。舉例而言，富士康公司估計我們就多媒體平板電腦供應的一體成型鋁底盤及鋁板佔富士康公司自二零一一年九月三十日止年度起製造多媒體平板電腦所用者50%以上。因此，在全球消費電子產品供應鏈迅速增長的大環境下，我們認為我們與富士康公司的業務關係將維持穩定並持續增強。然而，我們向富士康公司大規模供應產品的歷史相對短暫，我們無法向閣下保證我們向富士康公司進行銷售的以往增長將持續。

我們相信我們於與富士康公司合作的過程中累積了有關高精密的優產鋁產品的實貴經驗及技術專業知識，並成功於業內(特別是消費電子產品方面)打響名頭。我們認為我們是中國業內少數使用先進電腦數控機械中心大規模生產幾款全球最暢銷消費電子裝置的鋁配

概要及摘要

件的製造商之一。倘發生不可預見的情況以致減少來自富士康公司的採購訂單，我們擬實施多項應變措施，尋求與廣大消費電子產品行業的其他製造商合作，向其供應高精密鋁配件。我們深信憑藉我們的技術專業知識和經驗、現時龐大的產能（特別是電腦數控產能）及我們作為富士康公司供應商的聲譽及往績記錄，我們將可與電子產品配件分部的其他客戶建立關係。我們的相關生產設施（包括電腦數控機械中心，大部分購自富士康公司並現全部用於製造供應予富士康公司的配件）可作重新編程，並重新用以為新客戶生產其他產品。

有關更多詳情，請參閱本文件第91頁開始的「業務 — 我們的產品 — 電子產品配件 — 與富士康公司的關係」一節。

建築及工業產品的出口銷售

我們的收益及溢利絕大部分來自出口至海外市場的建築及工業產品。於往績記錄期間，若干外國政府（包括澳洲、加拿大及美國政府）就我們出口至該等國家的中國鋁型材產品展開調查及施加反傾銷及反補貼稅。該等關稅（由有關國家的進口商在受影響產品進口該等國家時支付）實際提高我們產品的價格，並使我們較本地生產商而言處於不利地位。因此，我們向加拿大及美國的銷售額於往績記錄期間大幅下跌，而我們亦退出美國市場。澳洲（作為我們於往績記錄期間的最大出口市場）實施的反傾銷及反補貼稅遠低於加拿大或美國所實施的稅率，對我們出口至澳洲的貨品影響不大。於相關期間，澳元強勢亦有助我們維持澳洲銷售所錄得的收益增長。然而，截至二零一一年九月三十日止年度，就銷量而言，我們向澳洲的銷售額較去年減少。我們致力並計劃透過鼓勵澳洲及加拿大進口商購入我們的「可供銷售」（即成品）製成品，該等製成品的半成品附帶不同稅則號碼且毋須繳納關稅。我們亦就澳洲施加關稅一事提出上訴。目前進行中的法律程序的結果（預計於二零一三年上半年公佈）可能會影響我們日後向澳洲的銷售額。

我們過往於澳洲及加拿大擁有多間附屬公司，我們透過該等公司直接向該市場的客戶進行銷售。由於該等市場於政府貿易措施實施後前景變差，加上我們在策略上將業務重心轉移至大中華市場的機遇（尤其是與富士康公司開展電子產品配件業務），我們於往績記錄期間出售及解散了澳洲及加拿大的前附屬公司。我們的澳洲前附屬公司包括P & O集團及 Oceanic。緊接出售該等附屬公司前，P & O集團由我們全資擁有，並全資擁有P & O Rolled Products及另外五間澳洲經營附屬公司。Oceanic 由我們全資擁有的公司 Super Result Limited（「Super Result」）擁有75%權益。Oceanic 餘下的15%及10%權益則分別由 Flying Century Limited 及 Win Win Way Limited 持有，據我們了解兩者均由P & O集團、P & O Rolled Products 及 Oceanic 的董事 Martin Yunzhong Chen 先生全資擁有。我們分別於二零零九年五月三十一日、二零零九年十二月三十一日及二零零九年十二月三十一日向黎樹雄先生、Smart Decision Trading Limited（「Smart Decision」）及Joy Group Pacific Limited（「Joy Group」）出售 Super Result、P & O Rolled Products 及P & O集團。黎先生乃潘孟潮先生的表兄弟，就我們所知，Smart Decision 的35%、35%及30%權益於出售時分別由黎先生、劉志奮先生（其為P & O集團之董事）及 Zealweek Pty Limited（其為獨立第三方）持有，而 Joy Group 則由劉先生全資持有。我們知悉黎先生隨後於二零零九年十二月三十一日向 Joy Group 出售 Super Result，故Joy Group 同時擁有P & O集團及 Oceanic，而Joy Group 則由劉先生持有。我們知

概要及摘要

悉劉先生其後於二零一零年七月三十日將Joy Group出售予一名獨立第三方，而劉先生及黎先生分別於二零一零年七月及二零一二年一月將其各自於Smart Decision的所有權益出售予該名獨立第三方。我們知悉該名獨立第三方截至最後實際可行日期透過其於Joy Group及Smart Decision的權益持有P & O集團及Oceanic的所有股權以及P & O Rolled Products的70%股權。請參閱本文件第99頁開始的「業務 — 我們的產品 — 建築及工業產品 — 與P & O集團及Oceanic的關係」。

於出售後，P & O公司成為我們於澳洲的主要客戶。截至二零一零年、二零一一年及二零一二年九月三十日止年度，我們來自P & O公司銷售額的收益分別為402.0百萬港元、624.0百萬港元及629.1百萬港元。P & O公司作為我們的主要客戶，我們向其授出90天的信貸期。下表載列我們於所示日期應收P & O公司的貿易應收款項及逾期款額及對應的貿易應收款項週轉天數。

	於九月三十日			於最後實際 可行日期
	二零一零年	二零一一年	二零一二年	
	(百萬港元)			
應收P & O公司的貿易應收款項.....	247.3	284.8	348.7	305.2
逾期款額.....	121.8	155.9	225.0	143.0

	截至九月三十日止年度			截至 二零一二年 十二月三十一日 止三個月
	二零一零年	二零一一年	二零一二年	
P & O公司貿易應收款項週轉天數 ⁽¹⁾	112	156	184	167

附註：

(1) 根據貿易應收款項的平均結餘除以相關年度／期間的收益乘以相關年度的天數計算。平均結餘根據相關年度的年初結餘及年末結餘的總額除以二計算。

我們透過P & O公司得悉，彼等的業績往績記錄期間萎縮的情況與澳洲整體鋁型材行業一致。我們亦透過P & O公司得悉，彼等於二零一二年的表現預期較上年為佳，而二零一二年年底的財務狀況預期不會與上年產生重大差異。

概要及摘要

下表載列於往績記錄期間，向多個受反傾銷及反補貼稅影響的市場以及多家前附屬公司進行銷售應佔的毛利及毛利率明細：

	截至九月三十日止年度					
	二零一零年		二零一一年		二零一二年	
	(百萬港元，百分比除外)					
毛利及毛利率						
受關稅影響的市場						
北美	17.1	14.3%	7.0 ⁽¹⁾	13.1%	3.1 ⁽²⁾	6.2%
前附屬公司 ⁽³⁾	1.1	11.4%	0.8	8.8%	—	—
其他客戶	16.0	14.6%	6.2	13.9%	3.1	6.2%
澳洲	202.1	29.8%	234.5	32.0%	207.1	28.3%
前附屬公司 ⁽⁴⁾	104.3	26.0%	181.8	29.1%	163.2	25.9%
其他客戶	97.7	35.3%	52.7	48.5%	43.9	42.3%
不受影響市場						
中國	57.1	11.4%	238.9	20.3%	386.2	25.2%
香港	15.2	27.3%	22.1	22.9%	16.6	23.3%
其他 ⁽⁵⁾	0.3	3.1%	2.2	6.5%	1.9	3.6%
總計	291.9	21.4%	504.7	24.1%	614.9	25.2%

附註：

- (1) 於加拿大進行絕大部分銷售。
- (2) 於加拿大進行所有銷售。
- (3) 即 PanAsia Aluminum (Toronto)，於二零零九年十二月三十一日出售予我們，其後於二零一一年十月二十六日解散。
- (4) 即 Oceanic、P & O Rolled Products 及 P & O 集團，分別於二零零九年五月三十一日、十二月三十日及十二月三十一日出售予我們。
- (5) 包括南非及馬來西亞。

上列截至二零一一年九月三十日止年度，澳洲其他客戶的毛利率錄得高位，主要由於(i)我們為對應關稅，開始向澳洲銷售毋須繳納反傾銷及反補貼稅的「可供銷售」製成品及(ii)價格包含有關新產品的開發、包裝、物流及相關安排的顧問費。此外，向我們的澳洲前附屬公司銷售的毛利率相比其他客戶較為低，部分原因是我們就P & O公司大量採購我們的產品而向其提供貨量折扣，及P & O公司作為我們的產品的澳洲分銷商，將半成品轉售予其他澳洲製造商，而我們於澳洲的大部分其他客戶則採購製成品以銷售予終端客戶。由於市場競爭加劇及引入新產品後顧問甚少參與業務而顧問費有所減少，故截至二零一二年九月三十日止年度，向澳洲其他客戶的銷售的毛利率有所下跌。

概要及摘要

下表按時間及所示產品種類劃分，載列我們向P & O公司及其他澳洲客戶的銷售額的盈利分析。

	截至九月三十日止年度					
	二零一零年		二零一一年		二零一二年	
	(百萬港元，百分比除外)					
澳洲銷售額的毛利及毛利率						
<i>施加關稅前</i>						
所有貨品.....	121.7	30.8%	—	—	—	—
<i>施加關稅後</i>						
毋須繳稅可供銷售產品.....	9.2	48.9%	44.3	52.2%	38.6	44.8%
P & O公司.....	—	—	—	—	—	—
其他客戶.....	9.2	48.9%	44.3	52.2%	38.6	44.8%
毋須繳稅半成品.....	8.3	9.9%	47.2	17.6%	64.6	22.7%
P & O公司.....	8.3	9.9%	41.7	16.2%	59.6	22.2%
其他客戶.....	—*	23.8%	5.5	49.5%	5.0	30.5%
須繳稅貨品.....	62.9	34.5%	143.0	37.7%	103.9	28.7%
P & O公司.....	54.6	37.0%	140.0	38.2%	103.6	28.7%
其他客戶.....	8.3	24.1%	3.0	23.8%	0.3	27.3%
總計.....	202.1	29.8%	234.5	32.0%	207.1	28.3%

* 少於50,000港元

我們的董事認為我們在策略上將業務重心轉移至大中華市場及電子產品配件分部，以及我們相應地減少倚賴建築及工業產品的出口銷售，實乃我們發展的一項重要轉變，且符合我們長期增長的最佳利益。同時，我們的董事預期建築及工業產品將仍屬我們業務的重要分部，並將在監管環境容許的前提下繼續致力維持我們於海外市場的競爭力。尤其是，我們的董事預計澳洲將繼續成為我們產品的主要市場，並擬在我們於澳洲出售先前附屬公司後，繼續採用我們於當地的業務模式，我們會向少數主要客戶(包括我們的前附屬公司P & O公司)出售產品。我們的董事預期澳洲的銷售額將於不久將來維持穩定，倘澳洲的貿易訴訟結果對我們有利，則會開始錄得增長。由於我們現時於澳洲的業務模式歷史相對較短，我們無法向閣下保證我們將會成功維持於澳洲的競爭地位。

我們的競爭優勢及業務策略

我們相信，我們的市場地位及高速增長主要由於下列競爭優勢所致：

- 於增長迅速的消費電子產品市場分部佔有穩固地位，並與領先消費電子產品合約製造商建立穩健的業務關係；
- 垂直整合鋁產品的產能；及
- 專注於高增值產品的多元化產品組合。

我們的業務重心已由傳統的鋁型材產品轉移至多元化的產品組合，包括尖端消費電子產品的鋁零件、品牌綜合門架及窗框系列，以及應用於建築及其他各種行業的鋁型材。我

概要及摘要

我們計劃維持我們的多元化業務，並力圖於消費電子產品配件市場分部中取得領先的地位。我們計劃通過運用下列主要策略達成該等目標：

- 進一步鞏固我們與富士康公司及澳洲主要客戶的關係；及
- 提升我們的產能以滿足對我們的產品快速增長的需求，並繼續提升我們的生產效率以進一步提高盈利能力。

有關上述競爭優勢及策略的詳盡討論，請參閱本文件第87頁開始的「業務 — 競爭優勢」及「一業務策略」兩節。

財務資料摘要

我們的財政年度於十月一日開始，並於翌年九月三十日結束。下表概列我們於二零一零年、二零一一年及二零一二年九月三十日及截至該等日期止年度的合併財務資料。本財務資料摘要乃摘自會計師報告，報告全文載於本文件附錄一，閣下務請細閱附錄一所載的合併財務資料全文(包括該等財務資料的附註)以了解更多詳情。

合併收益表數據概要

	截至九月三十日止年度		
	二零一零年	二零一一年	二零一二年
		(千港元)	
收益	1,366,944	2,090,575	2,436,995
銷售成本	(1,075,078)	(1,585,897)	(1,822,114)
毛利	291,866	504,678	614,881
分銷及銷售開支	(115,588)	(89,296)	(102,630)
行政開支	(80,062)	(82,271)	(138,703)
其他收入	7,023	7,815	4,013
其他收益／(虧損) — 淨額	5,672	(45,240)	27,233
經營溢利	108,911	295,686	404,794
財務收入	152	173	209
財務成本	(14,137)	(21,509)	(25,689)
財務成本 — 淨額	(13,985)	(21,336)	(25,480)
除所得稅前溢利	94,926	274,350	379,314
所得稅開支	(8,246)	(14,058)	(22,226)
年內溢利	86,680	260,292	357,088
滙兌差額	(5,479)	9,649	487
年內／期內全面收益總額	81,201	269,941	357,575
以下各項應佔溢利：			
本公司權益持有人	86,680	260,292	357,088
以下各項應佔全面收入總額：			
本公司權益持有人	81,201	269,941	357,575

概要及摘要

合併資產負債表數據概要

	於九月三十日		
	二零一零年	二零一一年	二零一二年
		(千港元)	
非流動資產.....	158,496	206,816	425,752
流動資產.....	724,471	937,105	1,307,388
流動負債.....	442,596	505,132	997,185
非流動負債.....	1,932	409	—
總負債.....	444,528	505,541	997,185
流動資產淨額.....	281,875	431,973	310,203
總權益.....	438,439	638,380	735,955
權益及負債總額.....	882,967	1,143,921	1,733,140
總資產減流動負債.....	440,371	638,789	735,955

合併全面收益數據概要

	於九月三十日		
	二零一零年	二零一一年	二零一二年
		(千港元)	
經營業務所得現金淨額.....	94,972	86,879	162,097
投資業務(所用)現金淨額.....	(27,269)	(77,097)	(243,113)
融資業務(所用)／所得			
現金淨額.....	(5,770)	(39,272)	112,167
年初現金及現金等價物.....	77,205	139,490	111,352
年終現金及現金等價物.....	139,490	111,352	143,303

近期發展

我們的業務的盈利能力自會計師報告期間結束(即二零一二年九月三十日)以來一直保持穩定，會計師報告全文載於本文件附錄一。截至二零一二年十一月三十日止兩個月，我們的未經審核收益為476.5百萬港元及我們的未經審核毛利率為30.3%。截至二零一二年十一月三十日止兩個月的產品平均售價為每千克38.21港元，較截至二零一二年九月三十日止年度的產品平均售價每千克34.66港元輕微上升。

鋁行業受下游需求所帶動，自二零一二年以來一直穩步增長。於二零一二年上半年，中國的鋁、半鋁及鋁合金型材產量分別達9.49百萬公噸、13.58百萬公噸及4.95百萬公噸，分別較二零一一年上半年增加9.77%、11.29%及8.8%。截至二零一二年九月三十日止年度及截至二零一二年十月，我們的鋁錠(我們的主要原材料)平均採購價分別為每千克18.44港元及截至二零一二年十一月三十日止兩個月為每千克16.11港元，而截至二零一一年九月三十日止年度則為每千克17.89港元。

風險因素

我們的業務須面對若干風險，包括但不限於有關我們與主要客戶之間的關係的風險(包括富士康公司及P & O公司(分別為我們於電子產品配件及澳洲業務的最大客戶)；由於外國政府因對我們從中取得龐大收益的出口產品施加貿易管制措施(包括反傾銷及反補貼關稅)而造成的風險；及因我們向海外市場出口產品而面向該等海外市場而造成的外匯風險。有關上述及其他與投資本公司股份有關的風險的進一步資料，請參閱本文件第22頁開始的「風險因素」一節。