

業 務

概 覽

我們為廚具產品供應商，其總部設於香港，已經營逾20年。我們主要從事設計、開發及供應種類繁多的廚具產品，包括但不限於工具及器具、杯具、烘焙器具及配件、食物製造產品以及貯存器皿及配件，主要售予北美洲、歐洲及亞洲以其本身品牌及分銷網絡銷售產品的國際廚具產品品牌擁有人客戶。

我們的董事認為，我們在產品設計、開發及工程以及客戶服務方面的努力及成就乃我們業務的主要成功因素，此等因素亦將會繼續促進我們的成功及增長。我們設有一支經驗豐富的產品設計團隊，主要負責檢討及修改由客戶提供的設計，並從零開始執行自身的設計工作。我們具備因應客戶需要及市場需求引進優質廚具產品的實力。我們亦有經驗豐富的生產工程團隊，確保鑄模及精密機制以最佳表現運作，並能符合客戶的要求。與國際廚具產品品牌擁有人客戶進行業務時，我們的董事相信我們透過提供市場調查、創造概念、產品設計、產品開發、採購原材料、物色生產廠房、生產工程、生產控制、品質保證、訂單追蹤及物流以及配套服務等客戶服務，能夠脫穎而出，超越我們的競爭對手。我們旨在將其本身定位為售予國際廚具產品品牌擁有人的廚具產品的完全一站式商店。

我們的來源可追溯至一九八四年，當時我們的主席黃先生成立了一家從事製造及買賣金屬及塑膠產品的公司。於一九八九年，黃先生成立了一家香港有限公司，從事買賣業務，並於一九九零年代將該兩項業務合併，並組成我們的業務基礎。我們從製造及買賣業務演化成提供多種廚具產品，主要售予北美洲、歐洲及亞洲的國際品牌擁有人客戶。我們的董事相信，我們為挑選廚具產品的夥伴，特別是北美洲及歐洲市場的廚房工具及器具、杯具、烘焙器具、食物製造產品、貯存器皿及配件。

我們於往績記錄期間收益及純利均有增長。截至二零一一年、二零一二年以及二零一三年十二月三十一日止財政年度以及二零一四年六月三十日止六個月，本集團產生收益分別968.5百萬港元、1,077.4百萬港元、1,236.3百萬港元及624.7百萬港元，即二零一一年至二零一三年的複合年增長率為13.0%。同期，純利分別為45.4百萬港元、68.2百萬港元、78.3百萬港元及41.9百萬港元，即二零一一年至二零一三年的複合年增長率為31.3%。

業 務

競爭優勢

我們相信我們的廚具業務的定位乃根據載列於下文的主要優勢奠定：

與國際廚具品牌擁有人之間所建立根深蒂固且長遠的策略關係

我們與數家國際廚具品牌擁有人客戶之間已建立長遠的關係，包括Lifetime、Ignite USA及Kai Corporation，當中部分擁有具知名度的品牌名稱。

我們根據客戶指定的喜好及標準及／或我們建議的設計提供不同設計、風格、物料及色調廚具產品的產品組合。董事相信，致使本集團成功的因素之一為我們有能力與該等國際廚具品牌擁有人客戶建立穩固及維持長久關係。

於二零一四年六月三十日，我們截至二零一三年十二月三十一日止年度與五大客戶已維持介乎約10至超過20年的關係。董事相信，有關長遠關係乃透過我們的完善服務建立，包括但不限於：(i)產品設計及開發，(ii)生產工程解決方案，(iii)嚴格品質控制及生產控制，(iv)穩定交付優質產品，及(v)準時完成客戶訂單。我們的董事亦相信，有關關係有助其客戶保留的忠誠，鞏固客戶向我們進一步落下訂單的承諾。為符合業內慣例，我們並無與客戶訂立任何長期合約。

我們的董事認為，本集團穩固該長久關係的另一主要優勢為我們與客戶維持快捷及有效的溝通。我們的銷售及市場推廣團隊負責協調及維持客戶與中國生產廠房之間的有效溝通渠道。我們銷售及市場推廣團隊的成員透過電郵、電話及／或定期到訪客戶與客戶進行溝通。有關溝通讓我們更能明白我們客戶的需要及要求。憑藉我們與客戶之間的長久關係，我們的董事相信我們可經客戶穩定獲得訂單。

強勁及既定的產品設計、開發及工程實力

董事相信，倘產品設計、開發及工程能與新產品趨勢作出相應配合，產品方能有競爭力。於最後可行日期，我們共聘用5名全職人員，從事市場研究產品設計及開發，其中4名持有學士學位，一名擁有產品設計及工程領域的碩士學位，平均積逾8年的相關產品設計及開發經驗。此外，於二零一四年六月三十日，我們亦在香港聘用合共8名全職人員，從事生產工程，其中7名擁有工程領域的學士

業 務

學位，平均積逾10年的相關產品開發經驗。本集團的產品設計及開發團隊，連同其銷售及市場推廣團隊集中開發產品概念及圖像美術，而生產工程師則將該等設計轉化為實物。為緊貼廚具產品的趨勢，我們分析及監察產品的市場趨勢、新物料、顏色趨勢及最新設計。該等資料乃透過出席貿易展覽及活動、研究業內雜誌、與市場大公司溝通及定期到訪我們的主要市場蒐集所得。我們持續尋求識別新產品趨勢及用途，以迎合最新的市場趨勢。

我們在製造廚具產品時開拓不同原材料的用途。例如，我們已採納液晶高分子聚合物，原因為此產品組合對我們供應的烘焙產品設定很高的抗熱度。此外，自二零一二年十二月三十日以來，我們已聘用一名材料專家負責就不同物料組合進行研究，此舉可提升廚具產品的性能。我們的董事相信，使用不同原材料可令我們的產品在競爭對手的產品中脫穎而出，並提升我們在廚具業內的競爭位置。

我們的董事相信，我們的成功部分可歸因我們的市場及產品知識識別市場趨勢的能力以及實際經驗及需要產品提升及開發的敏銳觸覺。

在品質、一致性及可靠性的聲譽

我們十分強調產品品質，實施完善的品質控制及生產控制措施。於二零一四年六月三十日，生產及品質控制過程乃透過一支由超過90名品質保證專業人員在中國組成的團隊進行。該支團隊專門向我們提供品質控制及生產控制服務，而其駐守或位於中國生產廠房鄰近地方，並受品質保證管理層的緊密監察。在整個生產過程中均已設立嚴緊品質控制步驟，從而確保我們的廚具產品乃以一致性、可靠及優質標準製造。我們的品質保證管理層亦與品質保證專業人員定期會面，以檢討品質進一步提升的可能性。根據我們的主要客戶給予的良好回饋，我們的董事相信，生產過程所採納的完善品質控制步驟及嚴緊的標準，為本集團成功的關鍵因素，且構成較其他廚具產品供應商為優勝的競爭優勢。該項程序及標準亦讓我們符合多個我們付運產品國家的食物安全標準。於往績記錄期間及截至最後可行日期，我們並無從我們的客戶接獲任何重大銷售退貨及有關產品品質的任何投訴。

業 務

嚴格遵守有關食物接觸物質的標準

我們十分強調產品的食物安全，實施完善的產品測試，以確保有關食物接觸物質的標準得以遵守。我們協助生產廠房設立內部的部件及產品測試設施以於生產過程中進行產品測試。在確認客戶所落的訂單前，我們的銷售及市場推廣團隊與客戶溝通，以瞭解及研究對產品的需要、期望及規格，並採納或制訂特定品質保證計劃（「品質保證計劃」），其載列將予執行的步驟及量度清單，透過概述標準、檢查條件及方法檢查以確保產品品質。所有檢查及測試均根據品質保證計劃進行。我們亦可執行其他產品測試。此外，倘有需要者，我們可委任國際第三方化驗室進行測試，以符合客戶規定的相關標準。於往績記錄期間及截至最後可行日期，我們並無因不遵守有關我們產品的食物接觸品質標準而接獲任何投訴。

經驗豐富及專業且具備企業精神及有佳績可尋的管理層團隊

我們業務的增長及成功，亦可歸因我們經驗豐富、竭誠盡力及具備廣泛的廚具業知識的管理層團隊。我們的高級管理層由我們的主席兼行政總裁黃先生率領，彼擁有約30年管理及營運經驗。我們的董事認為，我們具備強大的專業管理團隊，其主要特質為持續承擔及企業家精神，以及其多元化及廣泛經驗。

持續承擔及企業精神：我們的創辦人黃先生於一九八四年成立本集團，彼現為我們主席兼行政總裁，主要負責為本集團提供企業策略規劃及企業管理。此外，我們的高級管理層團隊已向我們展示其忠誠、持續及熱心承擔。我們高級管理層團隊的成員平均已服務本集團逾10年。

廣泛經驗：我們高級管理層團隊的成員擁有廚具業的廣泛經驗。能讓高級管理層聚首，董事相信，透過具經驗豐富的執行實力，我們能給予及交付強大的往績記錄。我們大部分執行董事及高級管理層均於廚具業擁有逾15年的經驗。我們的董事相信，此過往對我們的成功一直攸關重要，並令我們處於可進一步增長及發展的佔優位置。

業 務

業務計劃及策略

我們擬進一步加強於全球廚具業的據點及擴大市場份額，並增強我們的競爭優勢。為達到此等目標，我們將採納下列計劃及策略：

擴闊現有客戶基礎及進軍新界別

就現有目標市場而言，我們計劃憑藉其市場據點及優質客戶服務，吸引新的國際廚具品牌擁有人，以將其收益來源多元化。本集團吸引新國際廚具品牌擁有人的市場推廣力度，於往績記錄期間及截至最後可行日期期間內一直進行。

此外，我們擬進一步與現有客戶配合，以開發目標市場及加深進軍該等目標市場的滲透率。具體而言，本集團計劃(i)鼓勵現有客戶透過推介以引進更多銷售額並在全球擴充；及(ii)配合我們的現有客戶以開發新系列的廚具產品，拓展現有目標市場。我們為鼓勵客戶作全球擴展及與現有客戶開發廚具產品新系列的擴展計劃已一直進行。

我們亦有意在我們認為情況合適時，透過與當地進口商及貿易代理合作，進軍具良好潛力的新市場，如東歐、非洲及南美洲。

提升設計、開發及工程實力

我們向我們的客戶提供的設計、開發及工程服務乃我們業務的重要中心。我們計劃繼續配合若干主要客戶的產品設計及開發過程，並就生產廚具產品及新設計上提供投入。

我們的目標為利用我們的市場研究結果、創新產品意念、設計種類、創新原材料用途及產品設計及開發計劃，並將其轉化為商業上能成功推出的廚具產品。為達到此目標，我們計劃：

- 透過向設計團隊的成員給予培訓及全球參與而持續改良我們的設計質素及技術技巧，並進一步提升開發廚具產品的設計技術；
- 透過提供先進工程軟件及硬件及向生產工程師提供有關多種工程原材料的特質、廚具產品工程及生產工序上的知識及新技術方面的培訓、參與及體驗，持續改良我們的生產工程品質；及
- 於二零一五年底前將生產工程團隊的規模擴大至12名成員。

業 務

此外，我們計劃提升產品設計的種類，並重新設計廚具產品，以迎合我們的目標市場(如中國及南非)的喜好及煮食習慣。我們計劃於二零一七年前為約10類產品，例如貯存器皿、工具、及小配件設計、開發及構建模具。

拓展我們於中國的零售網絡及電子商貿

於二零一一年十一月，我們涉足中國零售業務，及於二零一四年六月三十日，我們在北京「藍色港灣國際商區」開設一家自營旗艦店，我們的產品亦在中國零售商的逾60個銷售點銷售。我們亦在中國透過互聯網銷售廚具產品。

我們的業務策略為向高檔購物中心的旗艦店的中國消費者引進不同品牌及廚具產品系列，致使其了解我們供應的廚具品牌及產品。消費者一旦了解及滿意我們的廚具產品，我們相信其將開始選購我們於零售商的銷售點或網上商店出售有關品牌及廚具產品。為達致開拓中國零售業務的目標，我們計劃：

- 透過採取市場推廣策略以展開宣傳計劃，委聘名人擔任代言人，活動贊助，舉行顧客互動活動等，以提升店鋪形象及知名度；
- 於二零一五年年底前開設旗艦店，其中一間設於上海，展示我們於長江地區提供的品牌及廚具產品。為配合我們的旗艦店，我們計劃拓展零售網絡，分別於二零一四年末及二零一五年末增加至120家及250家並在該等分銷點銷售我們的產品；及
- 透過(i)於更多網上商店提供我們的產品，(ii)設立我們自有的網上購物平台，(iii)由二零一四年六月三十日4名轉變為於二零一五年底前聘用更多員工建立一支由9名電子商貿僱員組成的團隊，及(iv)提升貨倉管理系統，配合便捷的電子商貿交易過程。

擴充計劃將以[編纂]所得款項撥付。有關詳情請參閱本[編纂][編纂]一節。我們相信，此等業務計劃及策略將讓我們進軍中國市場並獲得明顯增長。

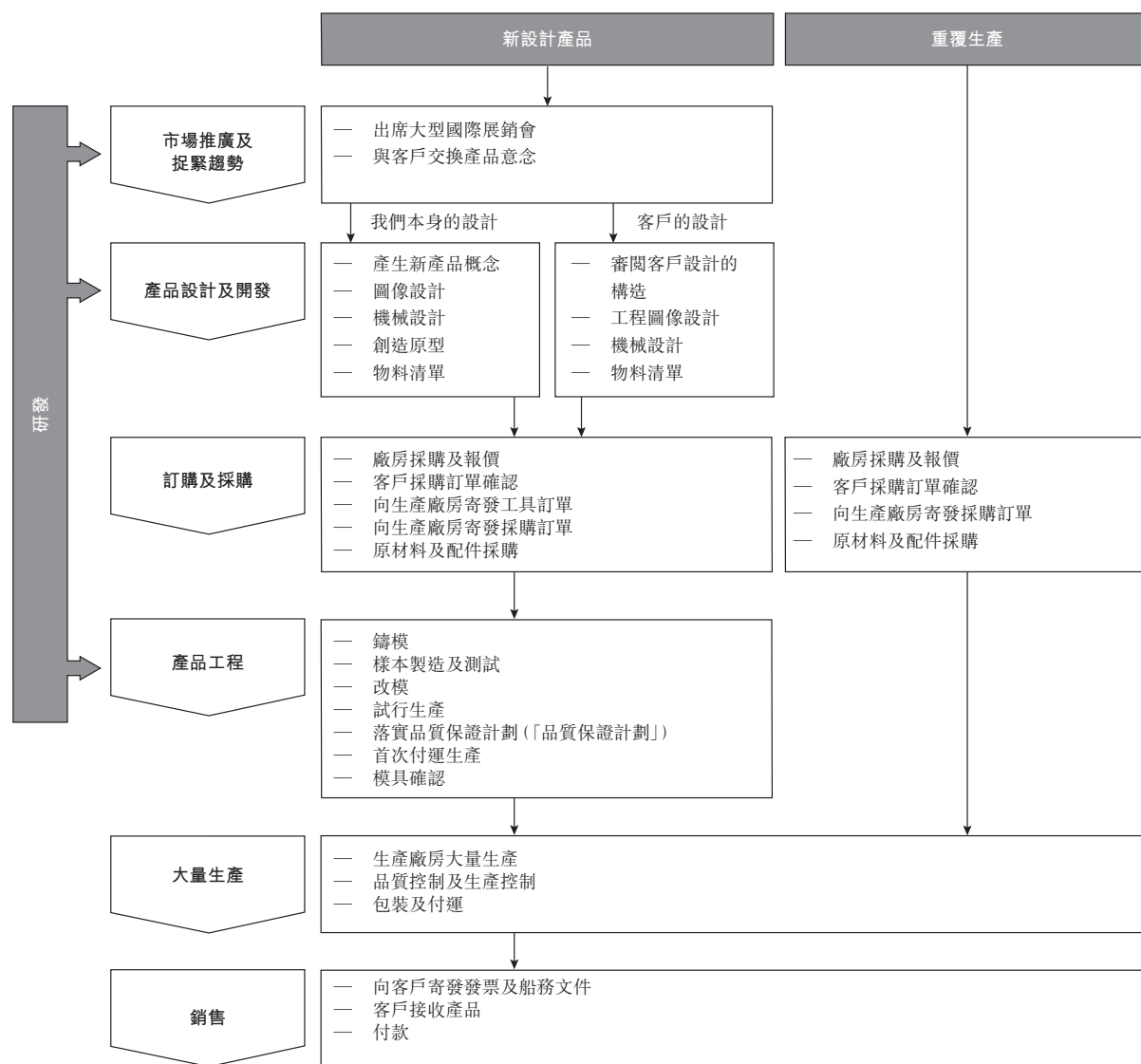
選擇性地開拓收購及策略聯盟的機遇

我們計劃考慮收購可與我們現有業務相輔相承的分銷平台的機遇及與國際品牌擁有人達成策略聯盟。我們相信，實踐該等機遇可提升其競爭力，並進一步鞏固我們的市場地位。我們甄選潛在目標的條件包括聲譽管理、穩健的往績記錄及良好的營運平台。我們將小心考慮及評估各項潛在收購及策略聯盟的商機的優勢，以確保我們現有業務平台將帶來適當利益。於最後可行日期，我們並未物色任何適當投資目標。

業 務

本集團的業務模型

我們主要從事設計、開發及供應主要售予北美洲、歐洲及亞洲的國際品牌擁有人客戶的廚具產品。此等廚具產品繼而由國際品牌擁有人客戶透過其分銷渠道售予當地零售商。我們將其整個製造職能外判予中國多間生產廠房。下圖說明我們的目前業務模型：



附註：視乎客戶的要求及產品規格而定，我們提供的服務未必按上述相同次序進行。

業 務

研究及開發

我們的競爭優勢之一是具有強大的研究、產品設計、開發及工程技術，使我們在廚具業穩佔一席位超過20年。因此，我們致力在研發工作方面投入財務及人力資源。我們根據業務模式進行研發工作，我們的業務模式包括「市場推廣及捉緊趨勢」、「產品設計及開發」及「產品工程」等流程，更多詳情於下文闡述。

市場推廣及捉緊趨勢

我們進行市場研究以監察市場發展、預期市場趨勢及不斷改變的最終用家喜好。董事以及銷售及市場推廣團隊的成員定期出席國際展銷會，並到訪目標市場(如美國)以研究市場趨勢，包括產品概念、物料及時尚顏色等，及與客戶會面以商討及交換意見，並推廣服務及產品之同時在方向上取得共識。我們的董事相信，我們已設立有效的溝通及合作渠道，而我們的主要客戶可於適當時間分享市場資訊。

此外，我們投入時間及資源以測試在製造廚具產品時不同原材料的應用，旨在向我們的客戶提供更多廚具產品的選擇，以配合客戶的喜好。我們與多間國際及地方原材料供應商已建立逾5年的關係。

產品設計及開發

我們的董事認為，產品設計及開發為我們業務主要成功因素之一。我們設有一支產品設計團隊，並有實力可與客戶合作，以提升及改良由客戶提供的設計，並對我們本身對廚具產品的設計進行生產。於二零一四年六月三十日，我們共聘用5名全職人員，從事產品設計及開發，其中4名持有學士學位，1名持有產品設計及工程領域碩士學位，平均擁有超過8年的產品設計及開發的相關經驗。我們的產品設計及開發團隊負責進行市場研究、根據我們自有的概念設計產品、就產品設計與客戶合作、在市場研究及產品設計與我們的國際品牌擁有人客戶緊密合作、並對該等產品進行修改以迎合我們的國際品牌擁有人客戶的需要。我們亦委聘設計公司開發創新及獨特產品售予我們的客戶。

業 務

下圖概述我們新產品的設計工作流程。



附註：視乎設計的要求而定，於產品設計過程中執行的步驟未必按上述相同次序進行。

設計簡報

我們的產品設計團隊與銷售及市場推廣團隊緊密合作以開發市場主導的產品解決方案。於設計簡報時，產品設計團隊以及銷售及市場推廣團隊共同制定基本設計的需求。

設計發展

於設計發展階段，我們的產品設計團隊分析市場研究，並創造可捉緊市場趨勢的意念及概念，以及目標最終用家及客戶的喜好。我們的產品設計團隊將首先集中發展新產品概念及圖像美術，並於較後時間轉化成機械設計。在創造概念時經考慮功能、耐用性、外貌及設計趨勢後，將加入設計及產品結構。根據所創造概念，產品設計團隊設計平面外貌。於考慮規格及生產可行性後，三維模型及機械設計將於較後時間予以創造。

設計評估

當概念演變成設計時，兩者的平面外貌、三維模型及機械設計須先獲銷售及市場推廣團隊批准，以確保有關設計能迎合我們的目標最終用家及客戶的需要及喜好。然後，我們的產品設計團隊將創造出原型（製造出來的初步樣本以展示該產品的擬定設計及外貌，須分別經銷售及市場推廣團隊以及生產工程團隊批核。

業 務

概念設計及產品設計須經多次評估及修改。然後，已獲銷售及市場推廣團隊以及生產工程團隊批核的設計將向我們的客戶提呈。此外，產品設計團隊亦將研究產品包裝，以凸顯我們的產品與其他產品的區別。倘有關設計乃由客戶要求，則我們將於產品設計過程中與其客戶溝通，以確保我們的設計能妥為反映客戶所構想的設計背後的意念。

為保障我們客戶所擁有廚具產品的所有設計，我們一般將有關客戶的設計的機密資料保密，以防洩露予任何第三方或一般大眾，惟生產廠房除外。我們亦獲若干客戶要求簽訂不披露協議。繼而，生產廠房亦會根據框架合作協議須對我們的商業秘密(例如產品的設計、規格及生產成本)保密。有關詳情，請參閱「生產廠房及原材料供應商—生產廠房」一節。

物料清單

設計獲客戶批准後，我們將落實原材料、次裝嵌、中級裝嵌、次配件及配件、零件及製造該產品各自所需的數量的名單。我們亦評估及選擇具備製造產品所指定的技術技能及鑄模能力的合適中國生產廠房。

訂購及採購

收到我們的客戶訂單後，銷售及市場推廣團隊將審閱訂單，與中國的生產廠房查核生產能力、價格及交付日期，並與客戶確認詳情。為更有效控制我們的採購成本及產品品質，我們一般向兩至三間潛在生產廠房查詢報價，比較生產報價，並根據成本分析、比較結果及其他條件，包括於機械及技術能力、生產專營範圍及品質保證挑選生產廠房。

選擇合資格的生產廠房

我們一直將我們的全部生產過程外判予中國的生產廠房。我們設有嚴緊的內部控制措施及標準，以選擇及批核合資格生產廠房。我們到訪廠房及檢核作為選擇措施的一部分。我們根據多項因素選擇合資格的生產廠房，包括於廠房規模、廠房設施及設備品質、標準管理技巧、財政穩定程度、生產能力及地點。只有達到我們標準及規定的廠房，方符合資格我們獲批核為主要生產廠房。多間生產廠房均已獲ISO認證。據我們的董事於往績記錄期間及截至最後可行日期所深知，我們並無就產品非有遵守美國食品及藥物管理局(U.S. Food and Drug Administration)及相關歐盟國家的食品及安全標準接獲任何投訴。

業 務

生產廠房一旦獲選擇，我們將齊心合力向其給予協助，以確保其品質水平將符合我們客戶的規定。於往績記錄期間，我們已將生產過程外判予超過200間生產廠房。我們於往績記錄期間並無就甄選生產廠家上遭遇任何重大困難。

原材料採購

根據與我們的客戶的溝通及本集團所估計，我們代表生產廠房採購若干種類的原材料作生產用途。我們採購的原材料包括聚丙烯樹脂、共聚酯、(丙烯腈丁二烯苯乙烯)及聚丙烯，該等材料均從美國、南韓、德國、澳洲、台灣及日本等海外市場進口。於二零一三年十二月三十一日止財政年度，我們自逾15間供應商採購原材料。我們於過去超過5至10年已與多間原材料供應商建立業務關係。

產品工程及大量生產

於最後可行日期，我們聘用一支由8名全職生產工程師組成的團隊，其中7名持有工程領域的學士學位，平均於產品開發積逾10年的相關工作經驗。生產工程團隊為客戶提供工程及鑄模方面的技術意見，以確保自模具製造的產品將符合所設計的品質、高度精密、一致性及外貌。我們的董事認為，我們向客戶提供有關產品開發及鑄模的技術工程建議的能力，一直為我們的主要成功因素之一。

我們一般向客戶提供產品樣本以供批准後方進行大量生產。然後，經選定的生產廠房將進行大量生產，而我們的銷售及市場推廣團隊將與生產廠房合作，監察其生產進度。

品質控制及生產控制

生產廠房的品質控制及生產控制乃在我們的品質保證團隊(於二零一四年六月三十日由兩名人士組成)連同由一間我們委聘的第三方代理(「QA Firm」，為獨立第三方)僱用的一組品質保證人員監督下進行。QA Firm之委聘須符合類似行業慣例。我們的董事認為，有關委聘讓我們可就在中國聘請僱員之責任方面，盡量減低成本。QA Firm為根據中國法律註冊成立之有限公司，聘請品質保證人員作為其僱員。截至二零一一年、二零一二年以及二零一三年十二月三十一日止三個年度以及截至二零一四年六月三十日止六個月，本集團因服務已向QA Firm分別支付約2.9百萬港元、6.7百萬港元、10.1百萬港元及6.2百萬港元。

我們的品質保證團隊由一名持有產品管理科學碩士學位的經理及於質量保證方面擁有10年以上經驗的其他員工組成。於二零一四年六月三十日，我們的海外品質保證團隊共有超過90名品質保證人員，彼等在生產廠房提供品質控制及生產控制服務。

業 務

品質保證人員根據我們的品質保證指引項下嚴格的品質保證辦法及程序執行服務。我們亦向品質保證員工提供品質保證指引、辦法及程序方面的培訓。品質保證人員駐守及定期到訪生產廠房的生產基地，負責檢查及監察生產廠房的生產過程，並向本集團的品質保證團隊匯報。

我們已與QA Firm訂立日期為二零一二年六月五日品質控制顧問協議（「顧問協議」），據此，我們須就QA Firm於生產廠房提供品質控制及生產控制的服務，並提供有關產品品質保證標準的資料向其支付服務費。我們有權委任提名人監督及檢查品質保證人員的工作。根據顧問協議，QA Firm負責協助產品的生產遵守全國、行業及客戶標準。品質保證人員亦須遵從我們提名人給予的指示。倘QA Firm未能履行其責任，我們有權終止顧問協議並就有關損失及賠償提出申索，並要求QA Firm支付我們已向QA Firm支付服務費的雙倍的權利。我們的中國法律顧問已告知，顧問協議在適用中國法例及法規（包括《中華人民共和國勞動合同法》）之下屬合法及有效，且並不產生我們與品質保證人員之間的任何僱傭關係。

為確保客戶的品質規定及適用規格以及本集團廚具產品交付的相關國家的國家食品安全規定得以持續遵守，我們於生產廠房進行的整個生產過程中採納完善的品質控制程序。

品質控制程序於我們的銷售及市場推廣團隊就我們的客戶就產品界定需要、期望及規格時即開始。我們採納由客戶提供的品質保證計劃（「品質保證計劃」）或根據客戶的規格編製特定品質保證計劃。品質保證計劃為核心品質控制文件，其載有就產品須予遵守的一套品質控制程序、標準及計量方法。於進行產品開發及生產過程中將會執行各種測試及檢查：

- 產品開發中進行測試 — 我們的生產工程師將於試產前就產品樣本進行測試，以就各項新產品設定或修改品質保證計劃；
- 原材料測試 — 就生產廠房先前已向我們供應的產品而言，生產廠房或原材料供應商一般須就使用的原材料提供材料安全數據表；
- 生產線樣本測試 — 品質保證專員隨機於生產線進行檢查並執行樣本測試；

業 務

- 最終產品測試 — 於最終生產階段，品質保證專員於產品付運予客戶前檢查及測試最終產品是否存在缺陷。所有檢查及測試均按照品質保證計劃進行。此外，我們一般委任國際第三方實驗室以食品安全規定對新產品執行食品安全測試，以根據客戶特定規定遵守有關相關國家食品接觸物質的標準；及
- 額外測試 — 我們亦對品質保證計劃所載者以外進行額外測試。

於往績記錄期間及截至最後可行日期，據董事所深知，獲外判予生產的生產廠房概無遭遇任何重大品質控制問題。於往績記錄期間及截至最後可行日期，我們向客戶供應的產品概無任何退貨情況。

銷售

我們主要向國際品牌擁有人客戶供應廚具產品，其繼而根據其分銷渠道向北美洲、歐洲及亞洲的當地零售商進行銷售。我們一般允許生產所需時間為約45至60日，並讓船務部與生產廠房溝通安排預先運輸物流。

產品

產品

於二零一四年六月三十日，我們供應的產品包括種類齊全的超過約1,500件廚具產品，大致可分為五大類別：工具及器具、杯具、烘焙器具及配件、食物製造產品，以及食物貯存器皿及配件產品。截至二零一三年十二月三十一日止財政年度，根據我們自身的內部記錄，按產品類別分類的銷售明細如下：

產品類別	截至二零一三年 十二月三十一日 止財政年度的 銷售百分比
工具及器具	28%
杯具	39%
烘焙器具及配件	14%
食物製造	4%
貯存器皿及配件	12%
其他	3%

業 務

工具及器具

- 容許客戶以特定工具進行特定任務的用具。



杯具

- 擬於室內及室外盛載飲品或液態食品或飲用或耗用的容器。



烘焙器具及配件

- 擬於焗爐內使用的煮食容器，連同其他烘焙製造用具。



業 務

食物製造產品

- 製造、量度或混合食物或未加工食物材料的用具，以達致預期效果。



貯存器皿及配件

- 盛載經煮熟食物、未煮熟或未加工食物材料的容器。部分容器可以是微波爐、冷凍櫃或冰箱。



業 務

客戶、銷售及市場推廣

於截至二零一一年、二零一二年以及二零一三年十二月三十一日止財政年度及截至二零一四年六月三十日止六個月，我們的收益分別為968.5百萬港元、1,077.4百萬港元、1,236.3百萬港元及624.7百萬港元，即於截至二零一三年十二月三十一日止三個財政年度的複合年增長率為13.0%。

北美洲為本集團業務的最大市場，而我們收益中分別88.9%、87.3%、90.2%及87.3%乃來自截至二零一一年、二零一二年及二零一三年十二月三十一日止三個財政年度及截至二零一四年六月三十日止六個月付運至總部設於北美洲的客戶的產品銷售。下表載列於所示期間按客戶總部所在的地區市場劃分的我們收益以及該等收益佔我們收益總額百分比的明細。客戶總部的地點不一定與我們客戶最終出售產品的地區相應。

	截至十二月三十一日止財政年度						截至二零一四年六月	
	二零一一年		二零一二年		二零一三年		三十日止六個月	
	<i>(千港元，%除外)</i>							
北美洲	860,207	88.9%	940,546	87.3%	1,115,009	90.2%	545,326	87.3%
歐洲	58,358	6.0%	85,811	8.0%	67,452	5.5%	40,071	6.4%
亞洲	40,775	4.2%	39,476	3.7%	43,072	3.5%	33,439	5.4%
其他	9,165	0.9%	11,518	1.0%	10,751	0.8%	5,879	0.9%
總計	<u>968,505</u>	<u>100.0%</u>	<u>1,077,351</u>	<u>100.0%</u>	<u>1,236,284</u>	<u>100.0%</u>	<u>624,715</u>	<u>100.0%</u>

我們將業務分為品牌擁有人銷售業務及零售業務。截至二零一一年、二零一二年及二零一三年十二月三十一日止財政年度及截至二零一四年六月三十日止六個月，來自品牌擁有人銷售業務的銷售總額佔本集團收益98%以上，而零售業務則佔餘下份額。於往績記錄期間，我們並無本身品牌產品供生產及銷售。

品牌擁有人銷售業務

我們其中一項市場推廣策略為集中於國際品牌擁有人客戶，此等客戶透過其分銷渠道按其本身品牌銷售由我們供應的廚具產品，因為我們的董事相信國際品牌擁有人客戶將會因規模經濟進一步獲取市場份額。

業 務

我們於截至二零一三年十二月三十一日止財政年度接獲來自超過80名客戶的訂單。於二零一四年六月三十日，我們有一支由35多名僱員組成的銷售及市場推廣團隊，就銷售訂單及其他銷售相關的服務與我們的國際品牌擁有人客戶接洽。我們亦已透過對現有客戶開拓及建立進一步商機，加強銷售。此外，銷售及市場推廣團隊定期參與貿易展銷會，與我們的潛在品牌擁有人客戶建立新商機。

我們強調於服務客戶時採取以客戶為主導的方針。銷售及市場推廣員工擔當客戶、生產廠房與我們的支援職能(如設計團隊)之間的協調人，達致各方之間直接及快捷的資訊流向。我們亦希望獲得其客戶的反饋，從而繼續改善其服務及加強客戶滿足感。

為緊貼並捉緊最新市場趨勢，我們的董事以及銷售及市場推廣員工定期出席國際展銷會，亦到訪目標市場(如美國)研究市場趨勢，包括新產品構想、物料及時尚色調等，並與客戶會面以商討及交換意見，並在路向上取得共識。我們的董事相信，我們與我們主要客戶已建立有效的溝通及合作渠道，從而可於適當時間分享市場資訊。

董事認為，我們已於主要客戶之間建立起可靠、優質及具競爭力的聲譽，能達到客戶要求、以客戶的利益為大前提，並以誠信與其合作。我們足以能夠與現有業內主要客戶進行合作，且擴展與新客戶的業務。

零售業務

我們在中國建立零售業務之前已於香港獲得廚具零售經驗。於二零零五年，我們於香港尖沙咀海港城開設一間零售店，由此展開其於香港的零售業務。香港零售業務自二零零六年至二零一零年間持續取得盈利。該零售店已關閉，原因為業主因翻新購物商場而於二零一一年八月終止租約。

我們透過中國合營企業經營中國零售業務。中國合營企業最初由唯一股東林釗先生(為一名獨立第三方)於二零一零年五月四日設立為國內公司。林釗先生曾為生產廠房的總經理，該生產廠房與我們已建立逾20年的穩固業務關係。於往績記錄期間亦為我們五大生產廠房之一，且為獨立第三方。鑑於彼於中國廚具業的經驗及與我們的業務關係，我們認為與彼合作是涉足中國零售業務的良機。

業 務

於二零一一年三月，萬維透過向中國合營企業注資人民幣2.55百萬元收購中國合營企業51%的股權，並作為中國合營企業取得新營業執照。於二零一二年二月，萬維由本集團及林先生分別持有68%及32%，而林釗先生隨後向Primehill Holding Limited(於最後可行日期由林釗先生的一名家屬成員持有)轉讓其股權。於二零一二年六月，萬維及林釗先生分別向中國合營企業注資人民幣4.95百萬元及人民幣500,000元，中國合營企業由萬維及林釗先生分別持有75%及25%。經訂約方公平協商後訂立的中國合營企業的中國合營企業協議主要條款包括：

- (i) 中國合營企業年期為十年，並可經中國合營企業董事會全體成員一致同意後終止或延長；
- (ii) 中國合營企業董事會須包括五名成員，其中四名由萬維委任，而另外一名由林釗先生委任；及
- (iii) 倘協議有任何違約，則守約方有權向違約方索賠，並申請解散中國合營企業。

於二零一一年十一月，我們於浙江省杭州市一間購物廣場內啟動首間旗艦店，作為我們進軍中國零售業務的第一步，但我們於二零一四年三月關閉該店鋪，原因為我們認為該購物中心並無理想的交通流量。於二零一四年六月三十日，我們有1間自營旗艦店，位於北京朝陽區的「藍色港灣國際商區」。該間旗艦店的對象為中高收入消費者，主要銷售國際品牌名稱廚具產品。

於二零一四年六月三十日，我們與13家零售商合作，如北京華聯綜合超市股份有限公司及新世界百貨中國有限公司，以向位於北京、上海、天津、西安及中國其他城市超過60個銷售點銷售我們的廚具產品。向零售商進行的銷售主要為直銷。我們與零售商的關係乃自二零一一年我們開始中國零售業務以來的最近三年內建立。於往績記錄期間，該等零售商產生的收入少於本集團銷售總額1%。

於往績紀錄期間及截至最後可行日期，我們的董事、其各自密切聯繫人或我們的股東概無於任何零售商中擁有權益。我們的董事確認所有零售商乃獨立第三方，於往績記錄期間及截至最後可行日期，我們並無與零售商產生任何重大爭議，而零售商亦無註銷任何大宗訂單，且我們並無遭遇任何重大銷售退回。

我們在中國提供的產品包括工具及器具、烘焙器具、煮食器具、杯具、餐桌及食物製造產品，主要包括進口自香港及海外的國際品牌。於二零一四年六月三十日，我們獲授權於中國分銷、銷售及市場推廣廚具及家居產品(包括「Mikasa」、「AUTOSEAL」及「康迪克」)，年期介乎一年至五年。

業 務

於二零一四年六月三十日，我們已與相關品牌擁有人或商標擁有人訂立分銷協議的主要條款如下：

- 我們獲授根據各自品牌名稱或商標在中國市場推廣、分銷及銷售產品的獨家權利；
- 協議的年期一般介乎一年至三年，且可由我們與各自品牌擁有人達成書面協定後重續；
- 我們須透過採購訂單訂購產品；及
- 於互相達成書面同意後，或在若干情況下由各自品牌擁有人透過向我們發出書面通知，或在若干情況下由並無違約一方於違約一方發生違約行為或觸犯行為時終止協議。

我們亦已與Lifetime訂立分銷及特許權協議，據此，我們獲授於中國境內(包括香港及澳門)(i)使用若干「Mikasa」商標，及(ii)就營銷、推廣、廣告、分銷及銷售Mikasa品牌餐具、杯具、扁平餐具及雜件產品使用mikasa.cn.com及mikasadinnerware.asia域名的獨家免版稅特許權。

雖然於往績記錄期間自中國零售業務產生的收益相對有關財政年度／期間的收益而言較為微不足道，但我們的董事相信，中國零售業務將於未來數年出現大幅增長。

電子商貿

於二零一一年，我們亦開始在中國進行電子商貿運作。我們透過包括中國零售網站在內的4家網上零售渠道銷售產品。於二零一四年六月三十日，我們有4名員工處理電子商貿平台的運作。我們相信電子商貿渠道為本集團提供高增長潛力。

五大客戶

截至二零一一年、二零一二年以及二零一三年十二月三十一日止財政年度及截至二零一四年六月三十日止六個月，我們向五大客戶進行的總銷售額分別佔我們收益約84.1%、80.5%、83.3%及81.8%。同期本集團五大客戶分別佔本集團收益約23.2%、32.4%、35.3%及42.8%。

於最後可行日期，我們與五大客戶的業務關係介乎10至逾20年。我們的董事相信，該悠長關係源自確認我們產品屬優質及能根據交付時間表及短促的生產所需時間準時完成客戶的訂單。我們的董事相信，該項密切關係有助保存客戶的忠誠度及鞏固客戶的承諾，向我們進一步訂購產品。

業 務

下列為我們於往績記錄期間的主要客戶，惟並非按特定次序排列：

Lifetime

Lifetime為於美國納斯達克(NASDAQ)證券交易所上市的公司，為國家品牌廚具、餐桌、家居裝飾及時尚產品的全球供應商。Lifetime透過大眾市場零售商、貨倉會所、全國連鎖店及專賣店零售其產品。

Ignite USA

Ignite USA為杯具產品的頂級設計公司及營銷商。Ignite USA的產品售向全球各地，包括美國、加拿大、英國、德國、中國、日本、韓國及墨西哥。Ignite USA主要透過大眾市場零售商及貨倉會所零售其產品。

Kai Corporation

Kai Corporation為日本公司，其製造、銷售及進出口刀具及切割工具，由廚房用具至化妝用配件及手術用輔件。Kai Corporation的營業地點涵蓋日本、香港、中國、韓國、美國及德國。Kai Corporation透過全國連鎖店及專賣店零售其產品。

Winlot集團

Winlot集團主要從事為客戶(包括全球廚具、家居用具及家居裝飾公司)採購及買賣廚具產品。於二零一三年十二月三十一日，鑒於收購事項，Wonder Household(Winlot集團的營運附屬公司之一)成為本集團的一部分。截至二零一四年六月三十日止六個月，最大客戶Wonder Household佔本集團收益的約11.8%。有關收購事項的進一步詳情，請參閱本[編纂]「歷史、重組及集團架構」及「關連交易」一節。

除本[編纂]「與控股股東的關係」一節所披露者外，於往績記錄期間及截至最後可行日期概無我們的董事或任何彼等各自的密切聯繫人士、或擁有本公司已發行股本5%以上的任何股東持有我們任何五大客戶的任何權益。

客戶關係

我們所有銷售乃按已確認的採購訂單為基準進行，而該等採購訂單載有某批特定訂單的特定條款。我們在整個過程中與其客戶維持密切關係。若干客戶會不時提供採購預測，我們然後將能對銷售額作出達若干可靠程度的估計，並計劃外判、生產時間表及物料採購。於往績記錄期間及截至最後可行日期，我們未曾與客戶發出任何重大糾紛，亦無遭遇任何銷售退貨。

業 務

儘管我們與我們的客戶維持長遠關係，惟倘主要客戶減少其訂量，則為減低對主要客戶的依賴及避免對我們的表現產生重大影響，我們已盡力將業務擴展至新客戶及至俄羅斯、東歐、非洲及南美洲。

定價政策

我們透過對估計採購成本加上利潤釐定價格，當中已考慮包括訂單數額、我們增加的價值(如產品設計及開發、交付指示及目的地)、產品規格及特點以及當時的需求及供應氣氛等主要因素。我們的董事並不知悉我們進行業務的國家存在任何可規管我們的產品價格的現有法律或規管控制。

信貸控制

於往績記錄期間，客戶主要透過電匯及信用證付款，而信貸期介乎7日至90日不等。支付方法及信貸期乃經考慮相關客戶已知的財務狀況、過往信貸記錄、訂單數量及未來營業前景後授出。我們一般僅要求新客戶支付按金。

我們的財務部負責編製月報表供客戶閱覽並其監察結算事宜。我們的財務部亦整理每月貿易應收賬款及票據賬齡報告，供高級管理層審閱，就逾期未付餘款作出警戒。倘出現逾期未付餘款的情況，銷售及市場推廣人員以及高級管理層將聯絡相關客戶，以尋求即時償付逾期未付餘款。

我們並無作出貿易應收賬款及票據減值的一般條文；相反，貿易應收賬款及票據乃於必要時以貿易應收賬款及票據減值的特定條文按個別基準評估。我們的管理層定期審閱貿易應收賬款及票據賬齡，並考慮有關特定債務人的付款記錄、最近消息及資訊作為評估未償付貿易應收賬款及票據的可收回程度的基準。

生產廠房及原材料供應商

生產廠房

於往績記錄期間，我們將全部產品生產外判予超過200家生產廠房，其中大部分位於廣東省。截至二零一一年、二零一二年以及二零一三年十二月三十一日止財政年度及截至二零一四年六月三十日止六個月，採購成本分別約為773.3百萬港元、848.0百萬港元、973.6百萬港元及488.1百萬港元。同期，我們的單一最大外判生產廠房佔我們

業 務

採購成本分別約為13.2%、18.5%、15.9%及14.2%；我們的五大生產廠房佔我們採購成本分別約為51.3%、55.1%、52.1%及49.7%；而我們的十大生產廠房佔我們採購成本分別約71.9%、72.3%、68.0%及65.8%。截至二零一三年十二月三十一日止財政年度，我們與五大生產廠房已建立長期業務關係，該等關係介乎約8至逾20年。

我們根據多項因素(包括但不限於廠房規模、廠房設施及設備的品質、標準管理技能、財政穩定情況、生產能力及地點)揀選生產廠房，而僅有能符合本集團嚴格規定的方符合資格成為我們認可的生產廠房。為更能控制我們的採購成本及產品品質，我們一般查詢2至3間生產廠房，以就採購訂單對比生產報價。新生產廠房或會要求我們支付金錢保證金，而就與我們已建立較長關係的生產廠房而言，保證金一般以為生產廠房採購的原材料的形式作出。於往績記錄期間，就五大生產廠房作出的採購訂單乃按一般商業條款訂立，且一般自生產廠房交付貨品及接收所有船務文件及發票起給予14至30日的信貸期。我們並無與任何生產廠房訂立長期合約。

於二零一三年十二月三十一日，據董事所知，十大生產廠房於截至二零一三年十二月三十一日止財政年度全部均為獨立第三方。合作的主要條款如下：

- 生產廠房概無於我們或我們的客戶的任何知識產權擁有專有權利；
- 生產廠房須確保所製造的產品均符合我們的規格，並須負責因任何損壞貨品產生的所有損失；
- 我們負責監督生產廠房執行的產品品質控制及生產過程；
- 生產廠房須對我們所有商業秘密保密，以免被他人知悉及使用，如產品的設計、規格及生產成本；及
- 生產廠房須遵守其所在地的所有法律及我們規定的行為守則。

我們一般與新生產廠房於開始合作前訂立框架合作協議，其載列彼等之間進行合作時的一般權利及責任，包括產品品質、退回貨品及損壞貨品的責任、知識產權、生產廠房的行為守則及保密，惟當中並無指定聘用年期及採購詳情。框架合作協議將由我們與相關生產廠房的合作期間並於其後兩至五年維持有效。根據香港法律及中國法律顧問給予的意見，與十大生產廠房簽訂的框架合作協議及其於香港的控股公司為合法。於往績記錄期間至最後可行日期，生產廠房概無觸犯重大框架合作協議。

業 務

我們向生產廠房採購產品的條款載於每次我們發出的採購訂單，包括產品的品質規定及規格、單位價格、付款條款、並無遵守相關安全標準的生產廠房的責任及有關訂單的交付規定。

於往績記錄期間，我們根據本集團的合作歷史向若干生產廠房提供墊款，包括(i)代表生產廠房向原材料供應商採購原材料；及(ii)為協助生產過程包括購入生產設備，以完成我們的採購訂單)提供的墊款。於往績記錄期間，於我們的財務報表，採購原材料以「貿易按金」入賬，而為協助生產過程而提供的墊款則以「其他應收款項」入賬，此兩項均一般以抵銷我們向該等生產廠房採購產品的方式償付。有關詳情請參閱本[編纂]「財務資料」一節「預付款項、按金及其他應收款項」各段及「業務」一節「訴訟」一段。

我們的董事相信，將生產外判給予我們靈活彈性以揀選生產廠房及盡量利用各生產廠房的科技及生產實力發揮其生產、為我們減輕管理每日生產營運的成本及風險，及招聘生產員工以處理勞工密集式生產遇到的困難，並容許我們於產品設計及開發上加大力度。此外，我們毋須對生產設施預先作出重大資本投資。

經我們的董事所確認，除「關連交易」一節披露者外，概無董事、彼等各自的密切聯繫人士或任何緊隨[編纂]完成後擁有本公司已發行股本5%或以上的股東，於往績記錄期間於任何五大外判生產廠房擁有任何權益。

原材料供應商

為維持高品質、成本效益及穩定原材料供應，我們根據與我們的客戶的溝通及我們的估計，代表生產廠房採購若干用於生產廚具產品的原材料。我們主要採購包括共聚酯及丙烯腈丁二烯苯乙烯等塑膠材料，以及不銹鋼片。原材料乃自美國、南韓、德國、澳洲、台灣及日本等海外市場進口。於往績記錄期間及截至最後可行日期，我們於採購原材料上並無遭遇任何重大困難，而我們的業務亦並無因原材料短缺而遭遇任何重大中斷。

截至二零一三年十二月三十一日止財政年度，我們代表生產廠房向超過15間原材料供應商採購原材料。截至二零一一年、二零一二年以及二零一三年十二月三十一日止財政年度及截至二零一四年六月三十日止六個月，我們代表生產廠房向原材料供應商採購的原材料總額分別約為124.6百萬港元、61.0百萬港元、66.8百萬港元及37.9百萬港元。同期，我們五大原材料供應商應佔代表生產廠房的原材料採購分別為114.3百

業 務

萬港元、50.5百萬港元、58.6百萬港元及37.2百萬港元，分別佔本集團向原材料供應商的原材料總採購額的約91.7%、82.8%、87.7%及98.1%。於二零一三年十二月三十一日，我們的五大原材料供應商包括一間以台灣為基地的石油化工產品公司、一間以美國為基地的全球化學品公司的香港分部、三間以香港為基地的塑膠材料的買賣商。

我們一般按正常商業條款發出採購訂單，並以支票或電滙或給予將約7至30日的信貸期的形式結算。於截至二零一三年十二月三十一日止財政年度，我們與兩名五大原材料供應商已維持超過4年的業務關係。

當(i)我們根據客戶的估計預期我們可能需要大量某一種指定原材料；(ii)我們希望控制某一種指定原材料的品質；或(iii)我們希望減少某一種指定原材料的價格波動時，我們將代表生產廠房按所協議的價格及數量採購原材料，並與原材料供應商就大量採購進行磋商。我們一般規定生產廠房及客戶均須鎖定製成品的單位價格，為期三至六個月，惟我們可與生產廠房及客戶所進行磋商。生產廠房自身亦採購原材料。倘原材料價格存在重大波動，有關調整將會於向客戶作出的報價反映。因此，原材料的任何價格增幅則會轉嫁予客戶。我們擬繼續相應採納此做法。

我們代表生產廠房採購的原材料成本即時入賬為給予生產廠房的貿易按金，並一般於透過抵銷我們向生產廠房採購產品後償付。我們於往績記錄期間並無對原材料作出任何存貨。

我們的董事相信，我們的原材料採購職能已帶來以下益處：(i)降低我們出售貨品的成本及減低原材料價格升幅帶來的影響；(ii)確保原材料供應穩定；及(iii)更能控制原材料的品質。

經我們的董事確認，概無我們的董事、彼等各自的密切聯繫人士，或任何於緊隨【編纂】完成後擁有本公司已發行股本5%以上的股東，於往績記錄期間於任何我們五大原材料供應商中擁有任何權益。

存貨控制

向生產廠房採購的產品

全部由生產廠房生產的產品乃由其地點運往客戶指定的卸貨港口或倉庫。我們的政策為收到客戶的採購訂單後方會向生產廠房採購產品。我們於往績記錄期間並無對來自生產廠房製成品作出任何存貨。

業 務

供應予中國零售網絡的產品

我們為中國的零售網絡維持存貨。我們將根據銷售預測監察我們的存貨水平。於二零一四年六月三十日，我們於北京經營1間旗艦店，而我們的產品在中國零售商的逾60個營銷點及多間網上渠道銷售。

我們的存貨乃按成本及可變現淨值的較低者計量。倘存貨遭損壞或已過時，則該等存貨的成本將未必能收回。本集團會於考慮存貨的表面狀況、積存時間、變動、當前售價及剩餘價值等因素後作出特定撥備。於往績記錄期間，我們概無就撇減存貨，亦並無就存貨作出一般撥備。

為減低存貨滯銷的風險，我們透過進行定期審閱及外在檢查監察存貨記錄。進行檢查時，我們將觀察存貨的外在狀況。

品質控制及保證

我們的董事相信，我們產品的品質不僅為我們達致成功的關鍵，亦對我們的未來發展至關重要。交付優質產品予客戶乃企業目標，並為我們競爭優勢之一。我們已設計及實施嚴謹品質控制措施以確保外判生產廠房生產的產品符合我們及／或我們的客戶的品質標準。我們僅選擇有能力生產符合我們客戶要求及標準的優質產品的生產廠房。我們於生產不同階段均實施品質控制程序，範圍由原材料採購至製造過程，及至向我們客戶交付最終產品。我們將向生產廠房提供產品的品質規格及品質保證計劃。為確保我們的產品品質符合該等規格及計劃所載標準，我們已委聘品質保證團隊以駐守或定期到訪各生產場地以監督生產廠房。有關詳情請參閱本[編纂]「產品工程及大規模生產品質控制及生產控制」各段。

我們不會就已售予客戶的有瑕疵產品作出退款或回收，惟倘該等瑕疵屬我們的責任則除外。於往績記錄期間，我們與客戶並無任何重大爭議，亦並無遭遇任何銷售退貨或產品責任索償。有關詳情請參閱本[編纂]本節「保險—產品責任保險」各段。

於往績記錄期間及截至最後可行日期，我們並無自我們的客戶收到對我們的財務狀況造成重大不利影響有關我們的產品的任何重大品質缺陷或產品索償或退款或退貨。我們的董事確認，我們遵守本集團經營所在司法權區的產品安全標準。我們的董事相信，我們對優質的承諾有助鞏固客戶中的知名度及信任，繼而將轉化為我們的訂單增加。

業 務

市場及競爭

根據Euromonitor報告，就零售銷售值而言，全球家庭產品市場由二零零九年的約727億美元增加約111億美元至二零一三年的838億美元，相當於複合年增長率約3.6%。預期市場繼續按2.1%的複合年增長率增長及於二零一八年達致約930億美元。大部分新銷售預期由中國市場貢獻。於二零一三年，美國家庭產品銷售市場歷史上首次落後於其中國的對手。

此外，我們面臨可能成功建立品牌設計及開發能力且與我們相配的出口商或製造商帶來的競爭。根據Euromonitor報告，全球客戶已更注重產品品質及傾向選擇具環保概念及符合功能期望的產品。我們的董事認為，國際品牌擁有人客戶對甄選其供應商一向謹慎，且很可能與獲公認及可賴的供應商合作以迎合客戶的喜好，並傾向長期與該等供應商合作。於往績記錄期間及截至最後可行日期，我們並無因流失任何主要客戶而蒙受任何損失。我們的董事相信，我們基於我們甄選及創新特製產品的強項、熟練的客戶服務、富有經驗的管理層隊伍以及與客戶的良好關係，我們擁有實力可與競爭對手作有效競爭。因此，我們的董事相信，我們已於北美洲及歐洲廚具業建立堅固的市場知名度。

內部控制

遵守稅項規例

為確保於其經營所在司法權區(即香港及中國)遵守所有相關稅務規則及法規，我們已參考該等司法權區所有相關稅法及法規實施嚴格的內部控制措施。

我們已委任稅務代表或顧問，以處理我們的於香港及中國的稅務事宜。此外，我們的財務總監負責監察相關稅務規則及法規的遵守、於提交予香港及中國相關政府機關前審閱稅務存檔以及定期知悉相關稅務機關的網站所示最新規則及法規及稅務代表／顧問給予的意見。倘有任何相關修訂及更新，我們財務總監將向負責員工提供簡報以令彼等對其更能理解。

遵守所有相關規則及法規

為確保我們持續遵守香港及中國所有相關規則及法規，我們已根據個別情況委任獨立專業顧問，包括執業會計師、稅務顧問及法律顧問。其他有關本集團的合規事宜包括但不限於遵守稅務規例及向政府部門提交財務報告，而公司秘書事宜乃由財務

業 務

總監兼本公司的公司秘書Po Tien Chu Ronnie先生根據董事會指示及獨立專業顧問的意見處理。儘管我們並無向其僱員提供內部培訓，但我們亦鼓勵我們的董事、高級管理層及員工參加由政府部門及專業機構舉辦相關規則及法規的各類研討會及培訓課程。

遵守行為守則

本集團設有有關(其中包括)勞工、反貪污及保密方面的行為守則，以確保我們得以遵守，我們已實施下列措施：

- (i) 我們的員工須簽署了解我們行為守則的確認書，並須遵循員工手冊所載有關勞工、反貪污及保密規則；
- (ii) 部門主管監察各員工的表現，倘員工違反行為守則可採取紀律處分或終止僱用；
- (iii) 我們已設立相關政策及內部控制程序，保障客戶的機密及專有信息。產品設計圖像及草圖須由我們及生產廠房的工程部門保存；
- (iv) 我們的合規顧問黃宓芝女士將管理任何有關客戶的合規規定事宜；
- (v) 我們已設立匯報渠道，供僱員就並無遵守行為守則的事宜進行呈報；及
- (vi) 我們鼓勵我們的全體僱員(包括財務總監)參加由政府部門或專業組織就有關的規則及法規舉辦的研討會。

知識產權

於最後可行日期，我們已為8個域名進行註冊，有關詳情載於本[編纂]附錄六「知識產權」一段。

於最後可行日期，我們已獲得19個註冊商標。我們亦已就註冊12個商標提出申請，其中4個註冊商標申請起初被駁回，而現時正提呈複議。有關詳情載於本[編纂]附錄六「知識產權」一段。

此外，誠如本[編纂]「業務」一節內「零售業務」一段所披露，我們已獲授權根據數份特許權協議在中國使用若干商標。我們並未向中國有關商標機關提交該等特許權協

業 務

議，但我們的中國法律顧問已建議，儘管未提呈該等協議，特許權協議仍為合法、有效及可執行的，且並不影響我們採用該等商標。

我們確認，於往績記錄期間及截至最後可行日期，有關就我們該等已註冊或正在申請的域名及商標並無出現知識產權爭議或侵權。

物業權益

香港

於最後可行日期，我們於香港擁有以下物業：

- (a) 香港干諾道西3號億利商業大廈12樓全層以及第89、90及91號停車位。該物業(不包括停車位)的可售面積約468.53平方米，於往績記錄期間及截至最後可行日期由我們佔用作香港總辦事處；
- (b) 香港荃灣白田壩街36-44號信義工業大廈4樓A室及其頂層平台以及地下P5號停車位。該物業(不包括停車位)的總可售面積約為381.64平方米，於往績記錄期間及截至最後可行日期已由我們用作倉庫；及
- (c) 香港僑福道16及18號環翠園A座9樓A901室及第A4及A5號停車位。該物業(不包括停車位)的可售面積約242.70平方米，指定為員工宿舍，並於往績記錄期間及截至最後可行日期由兩名執行董事(即黃先生及黃宓芝女士以及控股股東鄭曉航女士)佔用。

於最後可行日期，我們於香港租出以下物業：

- (a) 位於香港荃灣白田壩街36-44號信義工業大廈22樓A單位及B單位及地下停車位G1號，該物業的總樓面面積及可銷售面積分別約為812.89平方米及593.46平方米；及
- (b) 香港德輔道中287/291號長達大廈12樓A, B, C, D及E室，可出租面積約為2,270平方呎。

中國

於最後可行日期，科陶持有下列中國若干土地及樓宇的若干權利：

- (a) 一幅位於中國江蘇省啟東市惠萍鎮鴻東村永鎮街2號佔地約3,994.8平方米的土地，已取得其相關土地使用權證；

業 務

- (b) 另一幅位於中國江蘇省啟東市惠萍鎮鴻東村佔地約8,404平方米的土地，已取得其相關土地使用權證；及
- (c) 豎立於江蘇省啟東市惠萍鎮南首的樓宇，總樓面面積約2,075.52平方米，已取得其相關樓宇擁有權證。

於最後可行日期，我們租賃以下位於中國的物業：

- (a) 北京市朝陽區東三環中路39號建外SOHO 4座903室，可出租面積約161.99平方米；
- (b) 位於北京市朝陽區朝陽公園路6號「藍色港灣國際商區」17座L-SMM-173號的一間店舖可出租面積約114.30平方米。該店舖用作於北京的中國零售旗艦店；
- (c) 位於北京市朝陽區大魯店大咸路4-1號的一間倉庫，可出租面積約650.00平方米的；
- (d) 位於上海市青浦區徐涇鎮華徐公路999號e通世界A座4樓的一間辦公室單位，總樓面面積約1,421.88平方米；
- (e) 位於上海市青浦區高涇路689弄西郊美林館45號的房屋，總樓面面積約325.00平方米。該物業指定用作員工宿舍及由中國零售業僱員佔用；
- (f) 位於上海市青浦區華蔡路658號的部分倉庫一間可出租面積約1,075.00平方米；及
- (g) 中國浙江省寧波市寧波保稅區興業一路5號1座10樓1005-2室，建築總面積約12.58平方米。

我們已就上述六項租賃物業訂立租賃協議，但尚未辦妥租賃協議註冊。中國法律顧問已告知，儘管尚未註冊，根據中國法律該等租賃協議為合法、有效及可予執行，而我們就該等租賃物業的佔用及使用將不受中斷。

其他物業權益

除本節所披露者外，於最後可行日期，我們並無擁有任何自置物業或其他租賃物業。我們物業權益的詳情載於本[編纂]「附錄四－物業估值」一節。

業 務

僱員

於二零一四年六月三十日，我們僱用139名全職僱員。下表列示彼等的職能：

職能	僱員數目
執行董事及高級管理人員	10
市場推廣及零售	66
產品設計、產品工程及品質控制	13
行政、人力資源、船務及倉儲、資訊科技、印刷、會計	50
總計	139

薪酬

應付我們僱員的薪酬包括薪金。我們根據資歷、貢獻及年資等因素釐定僱員薪酬。薪酬政策的主要原則以具市場競爭力、與最佳慣例一致及支持股東權益的方式計算僱員的薪酬。我們旨在透過基於高級行政人員表現及長期激勵計劃另加固定薪酬的方式給予酬勞，以追求高級行政人員與股東的權益協調一致。

福利貢獻

我們為所有香港合資格僱員參與根據香港法例第485章強制性公積金計劃條例註冊的強積金計劃。我們根據該條例規定每月按僱員相關收入的5%作出供款，每名僱員供款上限為1,000港元(直至二零一二年五月止)，1,250港元(直至二零一四年五月止)，而其後增至1,500港元。我們所作出的供款即時全數歸屬僱員所有，但在少數例外情況下，來自強制性供款的所有利益須予保留，直至僱員年屆65歲的退休年齡或不再受僱及僱員宣佈在可預見未來不受僱用或自僱。

於往績記錄期間，我們就該退休金計劃作出的供款總額分別約為619,000港元、839,000港元、939,000港元及547,000港元。

購股權計劃

我們的僱員及董事符合資格參與購股權計劃。有關購股權計劃的進一步詳情請參閱本[編纂]附錄六「法定及一般資料—購股權計劃」一節。

業 務

產品退換及保證

就品牌擁有人銷售業務而言，我們不會就已售予客戶的有瑕疵產品作出退款或回收，惟倘該等瑕疵屬我們的責任則除外。於往績記錄期間，我們與客戶並無任何重大爭議，亦並無遭遇任何銷售退貨或產品責任索償。有關詳情請參閱本[編纂]本節「保險－產品責任保險」各段。於往績記錄期間及截至最後可行日期，我們並無自我們的客戶收到對我們的財務狀況造成重大不利影響有關我們的產品的任何重大品質缺陷或產品索償或退款或退貨。

就我們的中國零售業務而言，在我們的產品出現質量問題的情況下，零售商一般獲准退換有瑕疵產品，如若並無存貨，則退款。於往績記錄期，因質量問題而退還產品款項的情況微不足道。

保險

產品責任保險

我們就我們供應的廚具產品維持產品責任保險。於二零一四年六月三十日，產品責任保險涵蓋銷售予全球15百萬美元。鑑於我們的客戶為廚具產品的品牌擁有人及分銷商，而非最終消費者，故我們的董事相信該等產品責任保險足以涵蓋就可能針對我們提出任何索償的風險，且符合行業慣例。於往績記錄期間，我們就產品責任保險的保單保費入賬的開支分別約為238,000港元、276,000港元、258,000港元及148,000港元。於往績記錄期間及截至最後可行日期，我們並無作出任何重大產品責任索償。

物業及業務中斷保險

我們針對辦事處、業務中斷、資產(包括原材料、製成品、汽車及車輛)的損失或損壞的風險投保。我們的董事相信所投保範圍已足夠。

於最後可行日期，我們的資產並無任何重大損失或損壞。截至二零一一年、二零一二年以及二零一三年十二月三十一日止財政年度及截至二零一四年六月三十日止六個月，我們就物業及業務中斷保險的保單保費入賬的開支分別約為66,000港元、130,000港元、78,000港元及15,000港元。於往績記錄期間及截至最後可行日期，本集團就其保單並無作出任何重大索償。

業 務

其他保險

我們就香港員工的僱員賠償及醫療保險投保，以於僱用期內的受傷或疾病提供保障。於往績記錄期間，我們就該等保險保費所入賬的開支分別約334,000港元、415,000港元、511,000港元及302,000港元。

環保事宜

由於我們將整個生產工序外判予在中國的生產廠房，而我們的附屬公司屬非營運附屬公司或從事零售、分銷及批發業務，故我們的業務毋須遵守環保法例及法規。

職業、健康及安全

我們的業務須遵守工作安全法例及法規，並接受相關機關定期監管。倘我們未能就該等方面遵守現時或未來法例及法規的規定，則我們會遭受罰款、停業或結業。我們已制訂工作安全政策及程序，以確保我們的業務遵守適用的工作安全法例及法規。

董事確認就彼等所深知、全悉及確信，於往績記錄期間及截至最後可行日期，我們在各重要方面均遵守工作安全法例及法規。於往績記錄期間，我們並無接獲任何政府或監管機構發出有關不遵守工作安全法例及法規之通知或頒令，亦無經歷任何有關工作安全的重大事故或意外。

牌照及許可證

我們已就在中國及香港經營的業務取得一切必要的牌照、批文及許可證，而除於本節「非合規情況」所披露者外，董事確認，於往績記錄期間及截至最後可行日期，我們在各重要方面均已遵守中國及香港的相關法例及法規。

業 務

非合規情況

附屬公司名稱	不合規時間的描述	法律後果、可能罰款上限及修正
中國合營企業	於二零一四年六月三十日，我們並無於有關住房公積金機關開設住房公積金賬戶	<p>誠如中國法律顧問所告知，自二零一二年至二零一四年五月，欠結的住房公積金金額約為人民幣191,000元。有關住房公積金機關亦可在到期日起每日另收按尚未繳納的供款0.1%計得的款項。</p> <p>於二零一四年七月二十三日，我們想住房公積金機關提交申請，登記我們的住房公積金賬戶。截至二零一三年十二月三十一日止年度及截至二零一四年六月三十日止六個月，我們已分別錄得住房公積金撥備人民幣285,000元及人民幣162,000元，用以覆蓋於往績記錄期間尚未支付的金額。</p>

我們已採取以下措施以確保日後遵守適用法律、規則及法規：(i)我們的中國法律顧問已知會中國合營企業的董事、高級管理層及僱員有關合規的責任及(ii)我們已為中國合營企業委聘一名合規人員，倘該名合規人員有任何有關合規的疑問，須向中國合營企業董事會匯報，並可與本集團不時留聘的外聘專業人員會晤。於最後可行日期，(i)我們尚未自有關機關接獲任何通知或指示；(ii)中國合營企業並無因未能為其僱員按時作出全額公開而被處予罰款；及(iii)概無僱員就有關未供款而對中國合營企業作出索償。

鑒於上述違規內部控制措施的性質及重要性及本公司採取的補救措施，董事相信，同一事項並無，而獨家保薦人並不知悉可能會影響我們的董事及[編纂]的適切性的任何事實或情況。

我們的董事確認，於往績記錄期間及截至最後可行日期，除上文所披露者外，我們的董事並不知悉我們經營所在國家有關法例及法規的任何違規情況。

業 務

訴訟

於二零一一年十月，科勁發展就科勁發展向Silicon Arts Company Limited（「Silicon Arts」）及Silicon Arts董事Ngan Chi Wan、Wan Ping Man、Wong Ming及Chow Wai Man就合共50百萬港元連同利息及成本，即科勁發展於二零零二年至二零一一年八月期間前後多次向Silicon Arts（我們的其中一間生產廠房）作出的墊款結餘，並就Ngan Chi Wan、Wan Ping Man、Wong Ming及Chow Wai Man共同及各自提供擔保發出傳訊令狀。科勁發展於二零一二年二月至四月期間取得對Silicon Arts及上述其他各被告人的違約判決。Silicon Arts為於香港註冊成立的公司，而其他被告人均為獨立第三方。

根據違約判決，被告人被判令向我們支付為數50百萬港元連同其利息，而固定成本介乎11,045港元至12,045港元。任何被告人概無根據該等判決作出任何款項。根據本公司在預期向被告進行執法程序的情況下翻查公開記錄，發現於二零一二年三月有一家銀行呈請，向Silicon Arts提出清盤令，勒令Silicon Arts於二零一三年十一月起解散。四名擔保人中，Wan Ping Man、Ngan Chi Wan及Wong Ming分別於二零一一年一月、二零一二年四月及二零一二年八月獲發給破產令。就Chow Wai Man而言，根據我們就收回裁判金額所委聘顧問發出的報告，Chow Wai Man不知所踪，因此我們尚未對彼採取適當行動。

我們自於科勁發展發出傳訊令狀起已終止與Silicon Arts的所有業務關係。截至二零一零年及二零一一年十二月三十一日止年度，向Silicon Arts採購的數額分別為54.1百萬港元及33.0百萬港元。就上述Silicon Arts應付金額而言，其中約45.6百萬港元已予撇銷，而直接計入二零零六年、二零零七年及二零零八年財政年度損益賬的金額分別為1.6百萬港元、19.1百萬港元及24.9百萬港元。此外，我們亦就二零一一年財政年度作出特定壞賬撥備4.1百萬港元。因此，於未來數年將不會就該等未支付款項作出額外撥備及／或撇銷壞賬。

除上文披露者外，於往績記錄期間及截至最後可行日期，本集團概無成員公司涉及任何重大訴訟、索償或仲裁，而據董事所知，本集團任何成員公司亦概無任何尚未了結或面臨威脅的重大訴訟、索償或仲裁。

我們亦已向其他生產廠房提供墊款，以協助生產過程，其中包括購入設備以完成本集團的採購訂單，其總額於截至二零一一年及二零一二年以及二零一三年十二月三十一日止財政年度及截至二零一四年六月三十日止六個月分別約為2.4百萬港元、500,000港元、18,000港元及零港元。提供予生產廠房以協助生產過程的未支付墊款結餘於截至二零一一年、二零一二年以及二零一三年十二月三十一日止財政年度及截至二零一四年六月三十日止六個月的總額分別約為2.0百萬港元、18,000港元、零港元及零港元。