

業 務

概 覽

我們為廚具產品供應商，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。我們擁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。我們旨在將本身定位為向國際廚具產品品牌擁有人銷售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主要向北美洲、歐洲及亞洲的國際品牌擁有人客戶提供多種廚具產品業務。我們的董事相信，我們為廚具產品，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、貯存器皿及配件的首選合作夥伴。

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截至二零一四年六月三十日止六個月，我們分別產生收益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源遠流長的良好策略關係

我們與數家國際廚具品牌擁有人客戶之間已建立源遠流長的關係，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財政年度與五大客戶已維持介乎約10至超過20年的業務關係。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，有關關係有助保持客戶忠誠度，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、開發及工程能對準新產品趨勢，產品方能有競爭力。於二零一四年六月三十日，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品安全標準。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。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本集團展示其忠誠、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知名度及擴大市場份額，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，進軍新市場

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開發新系列的廚具產品，以拓展現有目標市場。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(不包括受制裁國家)，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設計、開發及構建模具約10類產品(例如貯存器皿、工具及器具)。我們計劃就該等產品於美國、中國、歐洲及日本申請機械專利及設計專利。

拓展中國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，及於二零一四年十月二十八日，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80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，讓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並對其感覺自在無礙時，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的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，以提升店舖形象及知名度；
- 於二零一五年末於上海開設一間旗艦店以展示我們於長江地區供應的品牌及廚具產品。我們擬於二零一五年後於中國開設更多旗艦店。然而，於最後可行日期，我們仍未選中特定位置。於二零一五年開設上海旗艦店的總開支預計約為3.6百萬港元，其中包括但不限於開設成本(例如租賃裝修)、租賃開支、僱員薪酬及市場推廣費用。預計的開設成本(例如租賃裝修)約為0.5百萬港元，預期將擁有5年經濟價值並將於5年後[重修]。資金主要來源於[編纂][編纂]。我們預期上海旗艦店將自開業後約18個月內達到收支平衡。當月內銷售總額可償付同月產生的薪酬及租賃等各項可變開支時即釐定為已達到收支平衡點。我們預期旗艦店的資金回本期為自開業起計約40個月。當自開業以來所產生的溢利總額可償付同期產生的包括初始資本投資在內的開支總額時即釐定為已達到返利點；

業 務

- 擴大零售商網絡以加快中國零售業務的增長，透過與更多零售商建立業務關係，使我們的產品得以於二零一四年及二零一五年末分別在零售商的120個及250個銷售點售出。於二零一四年，我們主要致力與上海區的零售銷售點發展業務關係，原因為我們相信上海市場的客戶在我們設於大規模購物廣場內的旗艦店的廚具產品熟悉並對其感覺自在無礙時，彼等將開始購買我們在零售商的零售店供應的品牌及廚具產品。於二零一五年，除與上海區的新零售商持續發展業務關係外，我們計劃在與北京、天津、上海及長江流域設有零售銷售點的零售商發展業務關係。由於零售商各自負責其零售銷售點的營運，故我們的零售商並無就銷售我們的產品於零售銷售點產生資本支出。

倘我們遇到零售商對產品需求量大，我們將向生產廠房增加購買相同產品或就供應該類型產品物色其他生產廠房。製造廚具的主要原材料是塑料及不銹鋼，該等材料為常用材料。於最後可行日期，儘管我們的零售商需求增長加快，董事亦並無在中國物色額外的生產廠房及原料供應方面遇到任何困難。於往績記錄期間，我們將倉儲及物流服務外判予外部服務供應商。於最後可行日期，董事並無於物色倉儲及向零售商進行產品配送服務過程中遇到任何困難。

- 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)聘用更多員工，由二零一四年六月三十日4名轉變為於二零一五年底前建立一支由9名電子商貿僱員組成的團隊，及(iv)提升貨倉管理系統，以配合便捷的電子商貿交易過程。

除我們的品牌擁有人銷售業務之外，我們預期於中國開設更多的旗艦店及新增銷售點網絡將增加我們的收益及收益來源。此外，整體而言，我們對零售商及消費者的銷售價格高於出售給品牌擁有人客戶的類似產品的批發價格，我們預期零售業務將增加我們的毛利率。然而，我們將因旗艦店營運而產生相關的租金開支、銷售人員薪酬及行政開支等額外成本。於開設旗艦店初期，我們的利潤率因開設旗艦店產生相應成本而會受到負面影響。然而，長遠來看，我們預期純利率將隨著毛利率的增加而改善。

業 務

我們的現金流量狀況亦會於初期受到主要來自與開設旗艦店、店鋪租賃的按金及補充存貨等有關成本的負面影響。然而，長期來看，現金流量狀況將因出售予零售商及消費者的廚具產品所得現金(扣除購入廚具產品的現金流出及營運開支)而得到改善。

我們已採取以下行動及措施，支持我們在中國的零售業務擴展計劃：

- 我們已透過多渠道物色新的發展成熟的零售商，以擴大零售網絡；
- 我們已指派員工駐上海區，以自行研究及熟悉廚具客戶市場，並負責物色及研究具備理想公共人流的旗艦店位置以提升我們產品的形象；
- 我們正引入以表現為導向的薪酬方案，以激勵、挽留及聘用技能型人才；
- 我們正與多個發展完善的物流服務供應商合作，向我們的客戶交付貨物，以確保具競爭力的服務成本。我們亦對物流服務供應商的績效指標進行記錄，此舉有助我們評估其服務質素；及
- 我們已就我們的中國零售業務實施定期的預算及設定目標，讓我們可評估及改進銷售業績及控制開支，進而提高我們的財務業績。

然而，擴展業務計劃引起風險。更多詳情請參閱本文件「風險因素」一節中「額外旗艦店及銷售點」一段。

擴充計劃將以[編纂][編纂]撥付。更多詳情請參閱本文件「未來計劃及[編纂]用途」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。

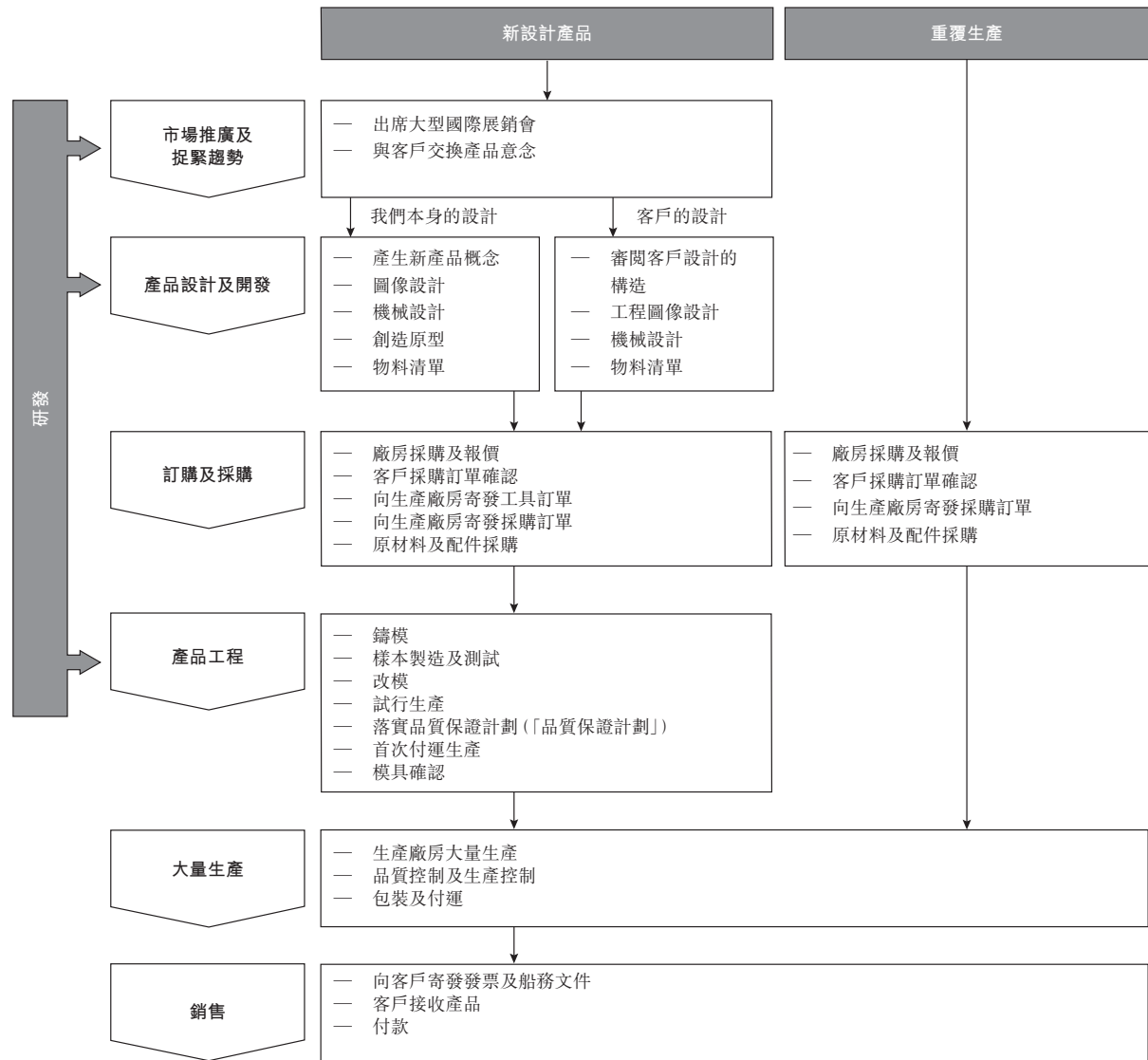
選擇性地物色收購及策略聯盟機遇

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

使我們在廚具業穩佔一席之地超過20年的競爭優勢之一是我們具備強大的研究、產品設計、開發及工程技術實力。因此，我們已在研發工作方面投入財務及人力資源。我們根據「市場推廣及捉緊趨勢」、「產品設計及開發」及「產品工程」等業務模式流程進行研發工作，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，並於推廣服務及產品的同時在方向上取得共識。我們的董事相信，我們已與主要客戶建立有效的溝通及合作渠道，以及時分享市場資訊。

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及根據客戶提供的初步產品概念就產品設計與客戶合作。我們亦與國際品牌擁有人客戶在市場研究及產品設計進行緊密合作，並訂製該等產品以迎合我們的國際品牌擁有人客戶的需要。

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制定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。創造概念於經考慮功能、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，生產廠房亦須根據框架合作協議對我們的商業秘密(例如產品的設計、規格及生產成本)保密。更多詳情，請參閱「生產廠房及原材料供應商—生產廠房」一段。

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，據我們的董事所深知，於往績記錄期間及截至最後可行日期我們並無就產品未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，我們將與其齊心合力，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房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。於截至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，我們已就服務向QA Firm分別產生約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年以上經驗的另一名員工組成。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。品質保證人員駐守或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，並向我們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，並更新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，以遵守全國、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雙倍支付我們已向QA Firm支付服務費的權利。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》）項下屬合法及有效，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我們的廚具產品所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。

於截至二零一三年十二月三十一日止財政年度，約73%的銷售額來自向中國卸貨港口的付運貨品，及約27%的銷售額來自向香港卸貨港口的付運貨品。儘管卸貨港口地點不同，有關(i)品牌擁有人銷售及(ii)生產廠房採購產品的交易均由本集團在香港的主要營運附屬公司科勁發展進行。我們營運的中國附屬公司，例如中國合營企業及悠享等，主要從事我們的零售業務而不會處理我們的品牌擁有人銷售業務的交易。

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，貯存器皿及配件產品。於往績記錄期間，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。

業 務

產品分類	截至十二月三十一日止財政年度的銷售%						截至二零一四年 六月三十日 止六個月的 銷售%	
	二零一一年		二零一二年		二零一三年			
	(千港元，%除外)							
工具及器具	307,570	32%	302,963	28%	347,610	28%	155,289	25%
杯具	321,268	33%	411,548	38%	487,844	39%	303,890	49%
烘焙器具及配件	196,408	20%	180,871	17%	174,790	14%	76,273	12%
食物製造產品	44,271	5%	34,021	3%	46,498	4%	17,128	3%
貯存器皿及配件	62,422	6%	104,483	10%	145,091	12%	59,695	9%
其他	36,566	4%	43,465	4%	34,451	3%	12,440	2%
	<u>968,505</u>		<u>1,077,351</u>		<u>1,236,284</u>		<u>624,715</u>	

杯具於往績記錄期間的銷售有所增加，主要由於我們的主要客戶成功引進新杯具產品以捉緊市場需求，並提供有格調及色彩豐富的產品以刺激銷售，而當中我們負責供應該等杯具產品。烘焙器具及配件於往績記錄期間的銷售有所減少，乃由於我們部分主要客戶已減少推出新烘焙器具及配件所致。

工具及器具

- 容許客戶以特定工具進行特定任務的用具。



業 務

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。



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。



業 務

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。



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%。

北美洲為我們業務的最大市場，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。

業 務

	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	
	(千港元，%除外)							
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	5.4%	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	0.9%	5,879	0.9%
總計	968,505	100.0%	1,077,351	100.0%	1,236,284	100.0%	624,715	100.0%

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以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持繼鎖定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而進一步獲取市場份額。由於我們以品牌擁有人的品牌供應產品，故我們將「品牌擁有人銷售業務」的分部業務視作(i)直接向品牌擁有人客戶，及(ii)間接透過貿易公司向其品牌擁有人客戶銷售廚具產品。

於截至二零一三年十二月三十一日止財政年度，我們接獲來自超過80名客戶的訂單。於二零一四年六月三十日，我們有一支由超過35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、生產廠房與本集團的支援職能(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。

業 務

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

於中國建立零售業務之前，我們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。自二零一三年十一月以來，我們亦建立及營運零售網站，作為在香港供應廚具產品的網上銷售平台(www.gourmetkitchen.hk)。董事相信，電子商務渠道為本集團提供增長潛力。

我們透過中國合營企業經營中國零售業務，該業務包括中國電子商務。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及電子商務業務的良機。

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，並取得新營業執照成為中國合營企業。於二零一二年二月，萬維由本集團及林釗先生分別持有68%及32%，而林釗先生隨後向Primehill Holdings 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，中國合營企業當時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。

業 務

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舖，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。

於二零一四年十月二十八日，我們與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等20家零售商訂立協議，以於中國的逾80個銷售點(北京29個、天津11個、西安7個、上海5個及位於中國其他城市的餘下銷售點)零售我們的廚具產品。該等銷售點由零售商營運，我們向零售商進行直銷。產品的所有權及風險於產品獲付運予零售商及付運收據獲零售商確認時轉嫁予零售商。於產品的所有權及風險獲轉嫁予零售商時，我們遵照以下會計原則確認向零售商所進行銷售的收益。我們並無就銷售我們的產品向該等零售商授出任何獨家經銷權。與若干主要零售商的協議的主要條款載列如下：

- (i) 將售予零售商的產品價格乃按本集團所指定零售價的協定折扣百分比計算；
- (ii) 零售商的付款條款既有交付前悉數付款，亦有交付後信貸期最多45天的部分付款；
- (iii) 本集團規定及維持產品在中國的統一零售價；
- (iv) 本集團負責在一般情況下向零售商交付產品；
- (v) 本集團將在零售商年度採購達致目標額的情況下給予回扣；
- (vi) 本集團確保產品符合國家質量標準；
- (vii) 產品質量倘有任何問題，本集團負責消費者購買產品後的一年保修及三個月包換；
- (viii) 未經本集團同意，零售商不得透過未經授權渠道銷售產品或在協議並未訂明的地區銷售產品；
- (ix) 零售商須遵循本集團規定的零售價且未經授權不得更改產品的零售價(包括給予折扣)；
- (x) 零售商不得侵犯品牌擁有人的知識產權；
- (xi) 產品在零售店舖的展示形式須經本集團批准；

業 務

(xii) 倘本集團在零售商並無過失的情況下提前終止協議，則我們須按售予零售商的原價購回存貨；倘我們因零售商過失而提前終止協議，則我們須按原價的折扣價購回存貨；及

(xiii) 年期介乎12個月至21個月。

我們計劃透過與更多零售商發展業務關係擴充零售商網絡。我們預期，與新零售商的協議將類似於與上文所述現有零售商的協議。

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。向該等零售商進行銷售所產生的收益約為本集團於往績記錄期間銷售總額約1%。

於往績紀錄期間及截至最後可行日期，我們的董事、其各自緊密聯繫人士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，或遭零售商註銷任何大宗訂單，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、銷售及市場推廣超過10個品牌及商標的廚具及家居產品(包括「Mikasa」、「AUTOSEAL」及「康迪克」)，年期介乎一年至五年。我們並無擁有任何該等品牌名稱或商標。

於二零一二年四月，我們與一名主要客戶訂立分銷及特許權協議，據此，我們獲授於中國(包括香港及澳門)銷售品牌商標家用產品的獨家權利及(i)使用若干品牌商標，及(ii)就營銷、推廣、廣告、分銷及銷售該等產品使用其域名的獨家免版稅特許權。於最後可行日期，我們與一名其他品牌擁有人及商標擁有人訂立分銷協議。

上述協議的主要條款概述如下：

- 地理位置

我們獲授於中國(包括香港及澳門)根據相關品牌名稱或商標營銷、分銷及銷售特定產品的獨家權利。

業 務

- 期限及續期

該等協議為期一年，並獲自動重續，其中一項協議須受達到最低購買規定所限。

- 銷售及定價政策

一項協議規定向我們供應的產品的固定價格。其他協議的價格則於接獲採購訂單時釐定。一項協議對我們出售產品的渠道有所限制。然而，概無限制我們出售產品的價格。

- 最低採購額

一項協議規定我們的最低採購額，即就總採購額而言每年合共約為1.5百萬港元。

- 付款及信貸期

付款期介乎付運前至收訖發票後30日內悉數付款而定。

- 退貨安排

一項協議明確規定品牌擁有人將替換所有劣質或未如理想的產品或就該等產品發出信用證。其他協議並無明確提及任何劣質商品的安排。

- 終止

倘我們違反該等協議且並未於指定期間內補救，則品牌擁有人可終止協議。倘若我們因違約而終止協議，我們並無就應付罰款撥備開支。然而，我們須彌償及讓品牌擁有人對因我們違反協議的任何規定而引起的所有任何形式或性質的虧損及損壞作出彌償。該等協議亦可因應相互同意書而予以終止，或於若干情況下，由品牌擁有人向我們發出事先書面通知而毋須給予原因而予以終止，或於若干情況下，因本集團若干無力償還債項事宜而予以終止。

- 其他

並無特定銷售或擴張目標。

業 務

中國電子商貿

於二零一一年，我們開始在中國進行電子商貿運作。於二零一四年六月三十日，我們透過四家主要的網上零售渠道（即在(www.taobao.com)、(www.amazon.cn)、(www.jd.com)及(www.tmall.com)）的網上銷售平台設立我們的自有網上商店銷售產品。我們亦直接向我們的網上零售商客戶(www.amazon.cn)及(www.jd.com)銷售產品。所有上述網上銷售平台均由獨立第三方營運。於二零一四年六月三十日，我們有4名員工處理電子商貿銷售的運作。

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以及截至二零一四年六月三十日止六個月，中國零售業務分別錄得收益約1.5百萬港元、9.1百萬港元、10.5百萬港元及7.1百萬港元；同時亦分別錄得虧損約0.6百萬港元、5.5百萬港元、10.9百萬港元及3.9百萬港元。錄得虧損主要由於與設立中國辦事處及旗艦店相關的初始設立成本，以及薪金及市場推廣費用所致。

儘管我們中國的零售業務一直錄得虧損，但我們於中國零售市場擴展的戰略意圖仍然積極，原因為我們已研究及分析若干有關中國廚具零售市場的市場調查(包括Euromonitor報告)，該等調查表明：

- (i) 於二零零九年至二零一三年期間，中國的廚具市場成功實現複合年增長率14.3%。預計中國的廚具零售市場規模將由二零一三年的人民幣700億元增至二零一八年的超過人民幣1,000億元；
- (ii) 於二零零九年至二零一三年期間，中國境內消費開支錄得複合年增長率14.4%，並預計在十二個五年計劃實現時，於二零一五年見證更大幅度的增長。由於於二零零九年至二零一三年期間中國家居用品(包括廚具)方面的消費開支較整體消費開支表現出更高的增長速度，我們期待見證廚具產品方面有更高開支；
- (iii) 中國消費者對改善其生活水平產品的偏好日益上升將積極刺激廚具(即我們供應的產品)的銷售；及
- (iv) 中國消費者變得越來越注重甄選由高質量及安全物料製成的廚具產品，因而願意為更好的廚具(我們供應的產品)付出更多。

此外，董事相信，我們中國零售業務的增長動力包括(i)來自網上銷售渠道的需求及(ii)與中國主要零售商設立零售銷售點。因此，我們已取得以下里程碑以為我們於中國零售業務的擴展鋪平道路：

- (v) 於二零一四年首九個月，我們的中國零售業務銷售額較二零一三年同期增長逾50%；

業 務

- (vi) 除(www.taobao.com)外，我們已與中國其他三家主要網上銷售渠道(包括(www.amazon.cn)、(www.jd.com)及(www.tmall.com))建立業務關係，並獲亞馬遜授予中國廚具類別的五大合作夥伴之一；
- (vii) 我們正與在中國營運約300家連鎖大型商店的跨國零售商發展業務關係；及
- (viii) 我們最近成功於中國擴展零售銷售點及網上銷售渠道。於二零一二年十二月三十一日，我們擁有15個零售銷售點，於二零一四年十月增至82個，相當於約4.5倍的增長速度。我們亦與四家主要網上銷售渠道建立業務關係，並於二零一四年年初開始在網上銷售。

鑒於上文的分析及增長因素，董事相信，一旦我們的零售銷售點及渠道得以擴展，我們的業務量將開始上升；及來自零售業務的收益將增加，進而將於不久的將來令我們的中國零售業務轉虧為盈。董事認為，隨著二零一五年實現擴展策略，我們的中國零售業務將於未來數年經歷高增長。

五大客戶

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以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，該悠長關係源自對我們產品屬優質的認可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持客戶的忠誠度及鞏固客戶的承諾，向我們進一步訂購產品。

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。

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倉儲式俱樂部零售其產品。於二零一四年九月，一家主要美國國內家居用品公司Newell Rubbermaid Inc. (「Newell」)收購Ignite USA。於上述收購前，我們獲Ignite USA引薦予Newell的高級管理層，後者曾在香港造訪我們，期間，令人鼓舞的是我們正朝著與Newell建立業務關係的方向邁進。Ignite USA現任行政總裁確認將

業 務

於收購事項後繼續留任Newell，暫定直至二零一五年年底全面整合後為止。然而，文義中有關本公司與Ignite USA的業務關係的任何陳述未必能反映Ignite USA全面整合至Newell後所應用的狀況。我們確認，直至最後可行日期，董事並無自Newell或Ignite USA接獲任何有關我們與Ignite USA之間現有業務關係出現任何變動的指示。

於過去十餘年，Ignite USA於各年年初會為我們提供全年購買預測。其後Ignite USA會提前三個月與我們確認其訂單。Ignite USA於Ignite USA擁有權變更後向我們提供二零一五年的購買預測，表明截至二零一五年十二月三十一日止年度向我們進行的估計購買量將較二零一四年的水平多約5%。

此外，於Ignite USA擁有權變更後，本公司自二零一四年九月至十二月期間持續自Ignite USA接獲經確認訂單。自二零一四年九月至十二月止四個月，我們向Ignite USA進行的估計銷售預期較二零一三年同期增加2.1%。有見及上述各項，董事認為，於Ignite USA擁有權變更前後，本公司與Ignite USA之間維持穩定及積極業務關係。

Lifetime

Lifetime為於美國納斯達克(NASDAQ)證券交易所上市的公司，品牌廚具、餐具及其他家用產品的全球供應商。Lifetime透過大眾市場零售商、倉儲式俱樂部、全國連鎖店及專賣店零售其產品。本集團於一九九零年首次與Lifetime建立業務關係。

Kai Corporation

Kai Corporation為日本公司，該公司製造、銷售及進出口刀具及切割工具，由廚房用具至美容用配件及外科手術用具。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。Winlot集團的客戶主要為國際品牌擁有人客戶，該等客戶為總部設在英國、德國及俄羅斯的各類私人公司及上市公司。該等客戶透過其分銷渠道按其本身品牌銷售廚具產品。於二零一三年十二月三十一日，鑒於收購事項，泓達行(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

業 務

戶泓達行佔本集團收益的約11.7%。有關收購事項的進一步詳情，請參閱本文件「歷史、重組及集團架構」及「關連交易」一節。

除本文件「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緊密聯繫人士、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。大部分客戶僅預先三個月下訂單，而董事確認此舉符合行業標準。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，其後我們將能對銷售額作出具可靠性的估計，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。

儘管我們與客戶已維持長久關係，但為減低對主要客戶的依賴及倘主要客戶減少其訂量時避免對我們的表現產生重大影響，故我們已盡力將業務擴展至位於東歐、非洲及南美洲其他市場(不包括受制裁國家)的新客戶。

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受其監察結算事宜。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。

業 務

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按個別基準評估於必要時作出，而貿易應收賬款及票據減值的特定條文。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、二零一二年及二零一三年十二月三十一日止財政年度以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採購成本分別約為13.1%、18.5%、15.9%及14.2%；我們的五大生產廠房分別佔我們採購成本約51.3%、55.1%、52.1%及49.7%；而我們的十大生產廠房分別佔我們採購成本約71.9%、72.3%、68.0%及65.9%。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的介乎約8至逾20年的長期業務關係。據董事所深知，除標準五金自二零一二年一月起已與我們終止關連交易及自二零一二年四月起易廚不再為關連人士之外，於往績記錄期間直至最後可行日期，所有生產廠房均為獨立第三方。更多有關標準五金及易廚的交易詳情請參閱本文件「關連交易」一節。

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者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，我們一般向2至3間生產廠房獲取報價，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，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。合作的主要條款如下：

- 生產廠房概無於我們或我們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，並須對任何瑕疵貨品產生的所有損失負責；

業 務

- 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(如產品的設計、規格及生產成本)保密；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，其載列各方進行合作時的一般權利及責任，包括產品品質、退貨及次品的責任、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。框架合作協議將於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，生產廠房概無嚴重觸犯框架合作協議。

我們向生產廠房採購產品的條款載於我們每次發出的採購訂單，包括產品的品質規定及規格、單位價格、付款條款、生產廠房並無遵守食品相關安全標準的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。於二零一三年直至最後可行日期，我們並無向生產廠房提供墊款。於往績記錄期間，採購原材料及為協助生產過程而提供的墊款於我們的財務報表中分別入賬為「貿易按金」及「其他應收款項」，兩者通常以抵銷我們向該等生產廠房採購產品的方式償付。有關詳情請參閱本文件「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以優化生產、減輕我們管理日常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。

業 務

經我們的董事所確認，除「關連交易」一節披露者外，概無董事、彼等各自的緊密聯繫人士或緊隨[編纂]完成後擁有本公司已發行股本5%以上的任何股東，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在內的塑膠材料。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、二零一二年及二零一三年十二月三十一日止財政年度以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設於台灣的石油化工產品公司、一間設於美國的全球化學品公司的香港分部、三間設於香港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，並以支票或具約7至30日的信貸期的電匯形式結算。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及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，惟我們須與生產廠房及客戶進行磋商。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中反映。因此，原材料的任何價格增幅則會轉嫁予客戶。我們擬繼續採納此做法。

業 務

我們代表生產廠房採購的原材料成本即時入賬為支付予生產廠房的貿易按金，且一般於我們向生產廠房採購產品後透過抵銷的方式償付。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)更好地控制原材料的品質。

經我們的董事確認，概無我們的董事、彼等各自的緊密聯繫人士，或於緊隨[編纂]完成後擁有本公司已發行股本5%以上的任何股東，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

就我們的品牌擁有人銷售業務而言，由生產廠房生產的全部產品乃由其所在地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。於往績記錄期間，我們並無保留來自生產廠房製成品作的任何存貨。

我們為零售業務維持存貨。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物理狀況、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實物檢查的方式監察存貨記錄。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

業 務

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，範圍由原材料採購及製造過程，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。有關詳情請參閱本文件「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。有關詳情請參閱本文件本節「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有關我們產品的任何重大品質缺陷或產品索償或退款或退貨，而對我們的財務狀況造成重大不利影響。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我們在客戶中的知名度及信任，繼而將轉化為我們的訂單增加。

市場及競爭

根據Euromonitor報告，就零售銷售值而言，全球廚具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約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並於二零一八年達致約930億美元。大部分新銷售額預期由中國市場貢獻。於二零一三年，美國廚具產品銷售市場有史以來首次落後於中國同業。

於二零一三年，根據Euromonitor報告，中國及香港的廚具產品出口總值分別達約1,141億港元及54億港元。於截至二零一三年十二月三十一日止財政年度，約73%的銷售額乃自中國卸貨港出貨，於同期佔中國廚具出口總值約0.8%；約27%的銷售額乃自香港卸貨港出貨，於同期佔香港廚具出口總值約6.2%。

我們面臨可能成功建立品牌設計及開發能力且與我們競爭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

業 務

供應商合作。於往績記錄期間及截至最後可行日期，我們並無流失任何主要客戶。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，我們具備可與競爭對手作有效競爭的實力。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

為確保於我們經營所在司法權區(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。於往績記錄期間及截至最後可行日期，我們一直全面遵守香港及中國的相關稅務規則及法規，且並無遭相關稅務機關調查或提出不合規事宜。

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，我們的財務總監將向負責員工提供簡報以令彼等更能理解相關修訂及更新。我們的董事認為，我們有關遵守稅項的內部控制措施實屬有效。

我們的品牌擁有人銷售業務並無涉及我們的香港及中國附屬公司之間的交易。中國附屬公司僅從事中國零售業務及不擬進行品牌擁有人銷售業務。我們的主要附屬公司科勁發展早在我們分別於二零一一年及二零一二年投資或成立中國附屬公司—中國合營企業及悠享前就一直從事品牌擁有人銷售業務。因此，品牌擁有人銷售業務並無轉讓定價事宜。由於中國零售業務僅構成本集團約1%收益，董事確認，於往績記錄期間，我們並無遇到於香港附屬公司及中國附屬公司(即中國合營企業)之間的任何轉讓定價事宜，原因為平均而言，我們自中國合營企業向其中國客戶進行銷售所賺取的毛利率高於香港附屬公司向中國合營企業進行銷售所賺取的毛利率。我們並無接獲中國或香港稅務機關就有關轉讓定價事宜提出的任何查詢或須就此接受該等機關的任何調查。

業 務

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總監兼本公司的公司秘書布天柱先生根據董事會指示及獨立專業顧問的意見處理。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有關規則及法規的各類研討會及培訓課程。

遵守行為守則

截至往績記錄期間，客戶並不要求我們與其簽立涉及遵守我們業務行為守則的任何承諾或其他具法律約束力文件。然而，部分客戶不時對生產廠房進行隨機審核。於二零一四年十月，我們與截至二零一三年十二月三十一日止財政年度佔我們收益約35%的五大客戶簽署反腐敗合規證書，據此我們同意遵守其反賄賂及反貪污政策以及反腐敗法律。並無明確規定對違反反腐敗合規證書的後果。於往績記錄期間及截至最後可行日期，我們未曾接獲我們與該等客戶進行的業務可能因有關審核結果令人不能接納而造成不利影響的任何警告或其他通知，或違反反腐敗合規證書的通知。

另一方面，本集團已制定有關(其中包括)勞工、反腐敗及保密方面的行為守則，而為確保其得以遵守，我們已實施下列措施：

- (i) 我們的行為守則納入我們客戶的審核要求及上述反腐敗合規證書項下的合規要求；
- (ii) 我們的員工須簽署了解行為守則的確認書，並須遵循員工手冊所載的行為守則；
- (iii) 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；
- (iv) 我們已制定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；

業 務

- (v) 生產廠房須遵守我們向其提供的行為守則；
- (vi) 我們的合規主任黃宓芝女士將管理任何有關客戶的合規規定事宜；
- (vii) 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
- (viii) 我們鼓勵全體僱員(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，我們註冊8個域名，有關詳情載於本文件附錄六「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。有關詳情載於本文件附錄六「知識產權」一段。

此外，誠如本文件「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議，但我們的中國法律顧問已表示，儘管尚未提呈，特許權協議仍為合法、有效及可執行者，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，有關就該等已註冊或我們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)的可銷售面積約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；

業 務

- (b) 香港荃灣白田壩街36-44號信義工業大廈4樓工作坊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)的可銷售總面積約為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(不包括兩個停車位)的可銷售面積約242.70平方米，獲指定為員工宿舍，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，我們於香港出租以下物業：

- (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單位以及地下G1號停車位，該物業的總樓面面積及可銷售面積分別約為812.89平方米及約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。根據一份於一九九六年簽訂的協議(同年透過一份補充協議予以補充)，我們購入一間陶瓷工廠連同附帶的土地使用權及廠房樓宇(即下文所述兩幅地塊及樓宇)。我們原計劃收購該工廠用於製造陶瓷產品，然而，有關生產終止，而科陶自二零零一年起已暫停業務。於最後可行日期，我們並無為二零一四年及二零一五年作出有關該等土地及樓宇的規劃。

- (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，已取得相關土地使用權證；
- (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。

業 務

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；
- (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。該物業獲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，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。

我們已就上述七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，而我們佔用及使用該等租賃物業將不受中斷。

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文件「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。下表列示彼等各自的職能：

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。

福利供款

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文件附錄六「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任何有瑕疵產品作出退款或回收，惟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。有關產品責任保險的詳情請參閱本文件本節「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，我們並無經歷任何重大質量缺陷或自客戶收到產品索償、退款或退貨或就產品作出補救措施，而對我們的財務狀況造成重大不利影響。

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。於往績記錄期間，因質量問題而退還產品款項的情況屬微不足道。

保險

產品責任保險

我們就我們供應的廚具產品供產品責任保險。於二零一四年六月三十日，產品責任保險涵蓋全球銷售額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、二零一二年及二零一三年十二月三十一日止財政年度以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，以為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。我們已制定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自相關監管機關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。

於俄羅斯和埃及的業務活動

若干國家(包括美國、歐盟、聯合國及澳洲)針對受制裁國家及受制裁人士進行全面或廣泛的經濟制裁。

於俄羅斯和埃及的銷售

我們曾進行與俄羅斯和埃及有關的產品銷售，禁止與OFAC保有的特別指定國民及被禁止人士名單所列人士或歐盟、聯合國或澳洲保有的其他受限制各方名單進行交易的若干國際制裁所規限。截至二零一一年、二零一二年及二零一三年十二月三十一

業 務

日止三個年度各年以及截至二零一四年六月三十日止六個月，我們向俄羅斯和埃及進行銷售所獲得的收入總額分別約佔我們同期收入總額的零、零、0.05%及0.12%。據我們的國際制裁法法律顧問歐華律師事務所告知，根據他們進行的下列程序，我們於往績記錄期間在俄羅斯和埃及進行的過往銷售並不意味着制裁法律適用於本集團，或任何人士或實體(包括本集團的投資者、我們的股東、聯交所、香港結算及香港結算代理人)：

- (a) 審核我們提供的文件，該等文件證實我們於往績記錄期間與俄羅斯和埃及客戶所進行的銷售交易；
- (b) 接獲我們的書面確認，確認本集團或我們的任何聯屬人於往績記錄期間並未在受國際制裁的任何其他國家開展任何業務，或與受國際制裁的任何其他國家或人士進行任何業務往來；及
- (c) 對照受國際制裁人士及機構的名單，審核於往績記錄期間進行產品銷售的客戶名單，確認我們的客戶並未在此類名單之列。

就我們於往績記錄期間向俄羅斯和埃及客戶進行的銷售而言，我們並無接獲我們將受到任何制裁的通知。概無合約方被明確指明列於OFAC保有的特別指定國民及被禁止人士名單，或歐盟、聯合國及澳洲保有的其他受限制人士名單內，因此不會被視為受制裁對象。此外，我們的銷售並無涉及現時受美國、歐盟、聯合國或澳洲指定制裁的行業或領域，因此不會被視作相關制裁法律及法規項下的受禁活動。董事承諾不會進行有關制裁法律及法規所禁止的活動，以致本集團或任何人士或實體(本集團的投資者、我們的股東、聯交所、香港結算或香港結算代理人)面臨被制裁的風險。於[編纂]後，董事預期本集團向俄羅斯和埃及進行的銷售並不會出現重大增加或減少。

我們的承諾及內部控制程序

我們向聯交所承諾，我們將不會動用[編纂][編纂]以及透過聯交所籌集的任何其他資金直接或間接資助或促進與任何受制裁國家或受美國、歐盟、聯合國、或澳洲制裁的任何其他政府、個人或實體(包括但不限於屬OFAC制裁對象的任何政府、個人或實體)之間的活動或業務，或為其利益資助或促進有關活動或業務。此外，我們目前無意於日後進行任何會導致我們、聯交所、香港結算、香港結算代理人、或股東違反美國、歐盟、聯合國或澳洲制裁法或成為其制裁目標的業務。倘我們認為本集團於受制裁國家或與受制裁人士訂立的交易會使本集團或股東及投資者面臨被制裁的風險，我們亦將在聯交所及本集團各自的網站上以及年度報告或中期報告內披露我們監控業務受

業 務

制裁風險敞口所採取的措施、於受制裁國家及與受制裁人士進行的未來業務狀況(如有)及於受制裁國家及與受制裁人士進行的商業意圖。倘我們違反對聯交所的相關承諾，我們可能面對[編纂][編纂]的風險。

我們將持續監控及評估我們的業務並採取措施以維護本集團及股東的利益。截至本文件日期，下列措施已全面實施：

- 為進一步加強我們的現有內部風險管理職能，董事會已成立風險管理委員會。該委員會的成員包括黃宓芝女士、劉建德博士及梁慧玲女士，其職責包括(其中包括)監察我們所面臨的制裁法風險及我們執行相關內部控制程序的情況等。風險管理委員會將至少每年舉行兩次會議，以監察我們所面臨的制裁法風險；
- 於判定是否應把握於受制裁國家及與受制裁人士的任何商機前，我們將評估制裁風險。根據我們的內部控制程序，風險管理委員會須審閱及批准所有來自受制裁國家的客戶或潛在客戶及與受制裁人士的相關業務交易文件。具體而言，風險管理委員會將審閱有關合約對手方的資料(如身份、業務性質等)以及業務交易文件草擬稿。風險管理委員會將合約對手方與美國、歐盟、聯合國或澳洲備有的多份受限制方及國家(包括但不限於屬OFAC制裁對象的任何政府、個人或實體)名單(有關名單為公開資料)進行核對，釐定合約對手方是否屬於或是否由位於受制裁國家的人士或受制裁人士擁有或控制。倘發現任何潛在制裁風險，我們將向具備國際制裁法事宜必要專業知識及經驗的外聘知名國際法律顧問尋求意見；
- 為確保我們遵守對聯交所的該等承諾，董事將持續監控[編纂][編纂]以及透過聯交所籌集的任何其他資金的用途，確保有關資金將不會用於直接或間接資助或促進與受制裁國家或受制裁人士之間的活動或業務，或為其利益資助或促進有關活動或業務；
- 風險管理委員會將定期審查有關制裁法事宜的內部控制政策及程序。在風險管理委員會認為必要時，我們將聘用具備制裁法事宜必要專業知識及經驗的外聘國際法律顧問以尋求建議及意見；及

業 務

- 如有需要，外聘國際法律顧問將向董事、高級管理層及其他有關人員提供有關制裁法的培訓課程，協助彼等評估我們日常營運的潛在制裁風險。我們的外聘國際法律顧問將向董事、高級管理層及其他有關人員提供當前受制裁國家與受制裁人士名單，而彼等將在我們的整個國內營運及海外辦事處及分支機構分發該等資料。

為監察我們所面臨的制裁風險及確保遵守對聯交所作出的承諾，我們已採取內部控制措施，包括上文所述的措施。

就上文所載的內部控制措施而言，獨家保薦人在進行相關盡職調查後，在全面落實及執行該等措施的前提下，認為該等措施將提供合理充足及有效的架構，協助本公司識別及監察任何與制裁法有關的重大風險。董事亦認為該等措施將提供合理充足及有效的架構，協助我們識別及監察任何與制裁法有關的重大風險。

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，我們向有關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財政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> <p>中國合營企業已於二零一四年七月修正不合規事項，且自二零一四年八月起已全面遵守有關法律及法規。</p>

業 務

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責任及(ii)我們已為中國合營企業委聘一名合規主任，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供款而被處予罰款；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。

訴訟

於二零一一年十月，科勁發展就科勁發展針對雅硅堂有限公司（「雅硅堂」）及雅硅堂董事顏子韻、溫炳文、黃明及周衛民就合共50百萬港元連同利息及成本發出傳訊令狀，有關金額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雅硅堂（我們的其中一間生產廠房）作出並由顏子韻、溫炳文、黃明及周衛民共同及各自提供擔保的墊款結餘。科勁發展於二零一二年二月至四月期間取得對雅硅堂及上述其他各被告人的違約判決。雅硅堂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一筆50百萬港元的款項連同其利息及固定成本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。根據本公司在預期對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，向雅硅堂提出清盤令，勒令雅硅堂於二零一三年十一月起解散。四名擔保人中，溫炳文、顏子韻及黃明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。就周衛民而言，根據我們就收回判決金額所委聘顧問發出的報告，周衛民不知所踪，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雅硅堂的所有業務關係。截至二零一零年及二零一一年十二月三十一日止年度，向雅硅堂採購的數額分別為54.1百萬港元及33.0百萬港元。就上述雅硅堂結欠金額而言，其中約45.6百萬港元已

業 務

予撤銷，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／或撤銷壞賬。

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及二零一三年十二月三十一日止財政年度以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。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、零及零。