

業 務

概覽

本集團主要從事製造及銷售POE雨傘及尼龍雨傘。於往績記錄期間，本集團亦生產及向客戶銷售雨傘零部件，如塑料布及中棒。根據弗若斯特沙利文之資料，於二零一三年，按出口量計算，本集團為中國最大之雨傘及陽傘出口商，本集團錄得出口總量約31百萬把，市場份額為3.4%。就塑料雨傘市場而言，於二零一三年，按銷量計算，本集團為中國最大之塑料雨傘製造商，約佔20.4%之市場份額。於二零一三年，按銷量計算，塑料雨傘市場約佔中國整個雨傘市場8.6%。於二零一三年，按銷量計算，本集團亦為日本最大之塑料雨傘供應商，約佔43.1%之市場份額。於二零一三年，按銷量計算，本集團為中國第三大雨傘及陽傘製造商，約佔2.0%之市場份額及總銷量約為33百萬把。

本集團之業務模式及產品

本集團主要按出口基準向海外客戶銷售POE雨傘、尼龍雨傘及雨傘零部件，於截至二零一三年十二月三十一日止三個年度各年以及截至二零一四年十月三十一日止十個月，分別約佔本集團總收益之80.8%、89.9%、88.3%及76.1%。於往績記錄期間，本集團向日本、香港、韓國、台灣、法國及柬埔寨等市場出口POE雨傘、尼龍雨傘及雨傘零部件。海外客戶一般會向本集團提供其設計及規格。本集團之銷售人員將與客戶密切溝通。視乎該等海外客戶之特定需求，本集團之銷售人員將向客戶提呈研發人員對設計及規格修改之建議供彼等考量。客戶決定最終設計及規格時，本集團將製作樣品並提供給客戶批准。

就國內市場而言，本集團在中國向客戶銷售POE雨傘、尼龍雨傘及雨傘零部件，於截至二零一三年十二月三十一日止三個年度各年以及截至二零一四年十月三十一日止十個月，分別約佔本集團總收益之19.2%、10.1%、11.7%及23.9%。國內客戶將從本集團現有之POE雨傘及尼龍雨傘產品中選擇向本集團下單，該等產品均由本集團之研發團隊設計。本集團亦以集成品牌向非貿易客戶（如超市）銷售部分POE雨傘及尼龍雨傘，於截至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十月三十一日止十個月，分別約佔本集團總收益之5.4%、2.8%、2.4%及2.1%。

本集團亦製造雨傘零部件，主要作為本集團現有客戶（海外及國內客戶）之配套產品，部分現有客戶亦向本集團購買POE雨傘及尼龍雨傘。

業 務

本集團之產品主要包括POE雨傘、尼龍雨傘及雨傘零部件，如塑料布及中棒。

客戶

本集團直接向客戶（大部分為海外或國內貿易公司）銷售產品。於截至二零一三年十二月三十一日止三個年度各年以及截至二零一四年十月三十一日止十個月，本集團最大客戶分別約佔本集團總銷售額之24.5%、26.1%、21.1%及20.0%，而本集團五大客戶分別約佔本集團總銷售額之59.9%、60.3%、47.7%及53.3%。截至二零一三年十二月三十一日止三個年度，本集團所有五大客戶均為主要從事貿易業務之日本公司。截至二零一四年十月三十一日止十個月，於本集團五大客戶中，三位客戶為日本公司，餘下兩位客戶分別為亦主要從事貿易業務之柬埔寨公司及中國公司。

誠如本文件「行業概覽」一節「日本雨傘及陽傘市場之市場預測」一段所載之兩個表格所示，於往績記錄期間，日本雨傘需求曾出現波動，尤其是塑料雨傘消費量從二零一二年之76百萬把降低至二零一三年之65百萬把。儘管市況欠佳，但本集團向日本市場之銷售於往績記錄期間保持穩定增長趨勢。董事認為，本集團成功之主要驅動力為本集團與主要日本客戶建立之本集團花費數年鞏固之穩健關係，及該穩固關係乃建基於本集團可滿足日本客戶嚴格需求之優質產品。

競爭優勢

本集團認為，本集團之成功及進一步增長潛力歸因於本集團之下列競爭優勢：

本集團為中國領先之雨傘製造商及日本市場出口商之一

本集團之市場地位

本集團業務專注於製造及向海外及國內客戶銷售POE雨傘及尼龍雨傘。本集團出口銷售產生之收益由截至二零一一年十二月三十一止年度之約人民幣263百萬元增長至截至二零一三年十二月三十一日止年度之約人民幣427百萬元，復合年增長率為27.4%。於往績記錄期間，本集團出口銷售之收益分別約為人民幣263百萬元、人民幣339百萬元、人民幣427百萬元及人民幣399百萬元，分別約佔本集團總收益之80.8%、89.9%、88.3%及76.1%。憑藉本集團於雨傘行業之經驗、本集團之設計及開發能力以及專注於質量控制及產品安全，本集團認為，其作為雨傘製造商已在中國建立領先之市場地位，並以日本市場為重點。

業 務

根據弗若斯特沙利文之資料，本集團取得以下成就：

- 於二零一三年，按銷量計算，本集團排名第一，佔據日本整個環保塑料傘市場總市場份額約43.1%；
- 於二零一三年，按銷量及銷售收益計算，本集團為中國最大之本地塑料雨傘製造商。於二零一三年，本集團塑料雨傘總銷量約達30百萬把，約佔中國20.4%之市場份額。於二零一三年，本集團塑料雨傘之總銷售收益約為人民幣387百萬元，約佔中國38.4%之市場份額；
- 儘管中國出口至日本之直桿雨傘（其中塑料雨傘普遍約佔70%）之總出口量從二零一二年之約109百萬把減少至二零一三年之92百萬把，但本集團出口至日本市場之銷售之總收益呈持續增長趨勢，於往績記錄期間分別約為人民幣247百萬元、人民幣314百萬元、人民幣367百萬元及人民幣312百萬元。

本集團來自向日本市場之出口銷售之總收益之上述增長乃來自本集團向主要日本客戶之銷售。

於往績記錄期間，如下表所示，本集團向客戶A之銷售持續增長，分別約為人民幣80百萬元、人民幣99百萬元、人民幣102百萬元及人民幣105百萬元。客戶A主要於日本從事化妝品、日用品及其他產品批發業務，及其於二零一二年及二零一三年之購買金額（銷售成本項目之一）分別約為684,185百萬日元及703,233百萬日元（約相當於人民幣46,525百萬元及人民幣47,819百萬元）以及向彼等之銷售金額約為人民幣99百萬元及人民幣102百萬元，僅佔客戶A於各自年度總購買金額之0.2%。鑒於於二零一二年及二零一三年對客戶A之總購買金額及對客戶A業務範圍之多元化並無重大貢獻，董事認為本集團向客戶A之銷售與客戶A之業績之上升或下降趨勢並無必然聯繫。

本集團向其他主要日本客戶之銷售普遍增加或保持相對穩定。有關本集團之五大客戶之詳情，請參閱本節「本集團客戶」一段。截至二零一三年十二月三十一日止三個年度及截至二零一四年十月三十一日止十個月，本集團日本客戶總數由38位增50位。下表載列往績記錄期間與主要日本客戶進行之交易額。

業 務

	截至十二月三十一日止年度			截至
	二零一一年	二零一二年	二零一三年	二零一四年 十月三十一日 止十個月
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
客戶A	79,691	98,564	101,965	104,998
客戶B	58,134	59,041	59,780	46,009
客戶C	30,573	33,774	12,921	–
客戶D	15,824	15,822	21,553,	19,781
客戶E	10,317	20,774	22,952	21,969
客戶F	–	7,782	24,065	18,559
客戶H	715	9,152	20,524	24,885

本集團於日本市場之成功，主要有雙重原因，即本集團之優勢與市況，其詳情詳述如下：

本集團於日本市場之競爭優勢

(a) 本集團與主要客戶之關係

本集團已與若干主要客戶建立穩健之業務關係。董事相信，本集團之主要優勢乃本集團與主要客戶建立及維持長期業務關係之能力，這解釋了在二零一二年至二零一三年中國向日本出口之塑料雨傘之總出口量減少之情況下本集團於往績記錄期間努力擴大本集團向日本之出口銷售之原因。於往績記錄期間，本集團五大客戶與本集團維持穩定之業務關係。有關詳情，請參閱本節下文「銷售及市場推廣」一段。

本集團與日本客戶建立穩定可靠之關係耗時很久，且須本集團作出很大努力。就本集團之所有主要日本客戶而言，合作關係始於彼等參觀本集團生產基地以視察本集團產品之生產設施及品質。於確定本集團可符合彼等對產品品質、生產過程及於環境保護方面之嚴格標準，彼等開始採購小量訂單。本集團認為，穩定之產品質量及為客戶提供多元化產品之能力讓本集團得以與主要客戶重複建立業務往來。有關本集團產品質量及產品開發能力之詳情，請參閱本節下文「本集團生產優質產品並擁有受惠於本集團與主要出口客戶關係之強大產品開發能力」一段。

本集團之最大客戶客戶A在與本集團建立業務關係之第一年僅向本集團採購少量雨傘。彼等於二零零六年開始下達大量採購訂單，標誌著開始向本集團批量採購。自二零零六年起，彼等持續向本集團批量採購，數量不斷增加，且於整個期間關係並無破裂。

業 務

本集團與其他主要日本客戶合作之進展亦然。彼等首次向本集團採購小量訂單，以測試及考察本集團產品品質及交付時間之一致性。當彼等信納本集團遵守產品品質及及時交付時，方會批量採購。日本客戶（包括客戶A、客戶B、客戶D、客戶E、客戶F及客戶H）於開始向本集團批量採購前，平均花費三年時間考察。與向如本集團之供應商建立穩定可靠之關係及信納本集團產品及服務後，彼等不大可能轉向其他供應商。這從而構成本集團之競爭優勢，並為其他潛在市場參與者進駐日本市場設置了准入壁壘。

尤其是，本集團已致力與其維護高度穩定及可靠之關係之日本客戶確認，本集團有下列競爭優勢：

- 本集團雨傘較市場上其他公司生產或供應之雨傘整體品質為好；
- 較強之生產及研發能力；
- 本集團雨傘之持續改進；
- 先進及環保之生產設施、工序流程及技術；
- 與客戶之合作關係緊密以取得最佳設計提議；
- 透過提供其他設計提議及生產樣品達到客戶要求之精細方法；
- 本集團產品與日本市場之適應性；
- 可靠與及時交貨；及
- 透過良好溝通與及時回復令客戶對本集團售後服務滿意。

本集團大部分主要客戶每年參觀本集團之生產設施及不時視察本集團產品，以確保本集團產品品質。於往績記錄期間，本集團並無因產品瑕疵遭遇主要客戶退貨之嚴重事件。本集團相信這反映本集團產品可達到日本客戶之嚴格要求。根據弗若斯特沙利文之資料，日本客戶通常尤為重視彼等供應商之產品品質及市場聲譽。本集團與最大客戶客戶A（位於日本）已維持長達12年之合作關係。於往績記錄期間，並無終止向本集團採購產品，且本集團供應其雨傘產品採購總額之約80.0%。於往績記錄期間，本集團亦為若干最大日本客戶（如客戶A、客戶B及客戶C）之最大雨傘產品供應商，供應彼等採購總額之約70.0%至90.0%。

業 務

董事相信，了解客戶需要及其對市場趨勢變動之關注乃與彼等維持長期業務關係之關鍵。本集團對客戶之了解使本集團可以預測市場趨勢及偏好，以及向客戶提供符合彼等需求及需要之新產品。本集團相信，本集團與客戶之長期及穩定關係乃維持本集團領先市場地位及取得43.1%之較大市場份額（按二零一三年日本之塑料雨傘之銷量計算）之關鍵。

(b) 整個價值鏈

儘管生產塑料雨傘毋需特殊技能及先進技術，本集團生產塑料雨傘之優勢歸功於本集團對加工原材料、生產主要零部件及組裝雨傘進行縱向整合。根據弗若斯特沙利文之資料，本集團為二零一三年中國僅有之兩間擁有完整價值鏈之塑料雨傘製造商之一。根據弗若斯特沙利文之資料，中國若干領先雨傘及陽傘製造商擁有能獲得規模經濟優勢之整條價值鏈。本集團擁有之綜合價值鏈（包括POE薄膜衝壓、塑料遮蓬裁剪、雨傘杆製作、雨傘骨及伸張器組裝等）可節約成本及確保產品質量。董事認為就整體價值鏈而言，本集團產能為吸引日本客戶下達銷售訂單之關鍵驅動力。日本市場需要優質環保雨傘產品。日本人高度重視環保事宜，預期日後PVC雨傘之需求將有所減少；而預期對POE雨傘之需求將有所增加。

市況

(a) 整體市況

誠如上述者，中國出口至日本之直桿雨傘（其中塑料雨傘普遍約佔70%）之總出口量由二零一二年之約109百萬把減至二零一三年之92百萬把。於二零一二年至二零一三年，中國出口至日本之塑料雨傘之出口量減少主要由於零售商及貿易商於二零一二年大量囤貨，從而進一步抑制二零一三年出口量增加所致。然而，其並不表示日本對塑料雨傘之需求減少。相反，根據弗若斯特沙利文之資料，預期直至二零一七年之隨後數年對塑料雨傘之需求將恢復適度之增長。本集團主要日本客戶並未大量囤貨，一般保持適度及合理之平均兩至三個月之庫存，令彼等可於其他同行（包括零售商、批發商及貿易商）面臨自中國塑料雨傘之進口量暫時減少時取得穩定增長。

與其他國家及地區之客戶相比，日本客戶（包括零售商、批發商及貿易商）始終會制定過於嚴格之質量標準。在中國可滿足該等日本客戶之嚴格規定且能夠在短期通知內滿足大量生產需求之雨傘製造商寥寥可數。由於缺乏製造塑料雨傘之足夠產能以及可靠之質量控制能力，許多國內雨傘製造商傾向於將塑料雨傘之訂單委託給本集團

業 務

(被視作經驗豐富之專業塑料雨傘製造商)，而這幫助本集團累積龐大客戶群（其訂單相對穩定）及透過投資涵蓋上游至下游之完整塑料雨傘工業供應鏈佔據可觀之市場份額。這亦使本集團形成了塑料雨傘之規模生產以透過整合供應鏈以及穩定及經驗豐富之組裝人員／工人進一步降低其生產成本。

(b) 市場准入壁壘

雨傘出口市場之高准入壁壘亦為其他同行進入出口市場設立障礙。首先，產品質量乃海外市場，尤其是日本等發達國家之客戶選擇供應商之主要標準。該等客戶高度重視產品質量並要求產品及生產工序滿足若干國際標準，如ISO9001質量管理系統認證及JISS 4020（日本行業標準）。彼等很有可能不時進行實地考察及抽樣檢查，以確保產品質量達到若干標準。由於達致優質產品質量需要耗費大量成本及時間，該等嚴格之規定對出口市場之新進入者設立了障礙。

另一方面，發達國家之客戶高度強調環保合規。對雨傘產品使用之化工材料及添加劑有嚴格之規定，及該等國家禁止買賣以偶氮或鎘等有害化工材料製作之產品。製造商遵守嚴格之環保準則及取得有關環境管理之ISO14000認證亦需要大量費用。

由於上述嚴格之標準使然，以出口為導向之公司在建立質量控制及環保合規系統方面面臨更高之成本。連同外匯波動，該等公司面臨巨大之成本壓力，因而，需要有強大之成本控制能力。因此，有關成本控制之經驗及措施亦對出口市場之新進入者設立了障礙。

最後，就日本雨傘市場而言，主要便利店已與向其供應雨傘產品之貿易公司建立穩定之合作關係。與該等貿易公司建立穩定之夥伴關係乃進入日本市場之先決條件。另外，有關產品質量及環保合規之嚴格及較高標準已為與該等貿易公司建立業務關係設立其他障礙。

根據弗若斯特沙利文之資料，日本塑料雨傘銷量將由二零一三年之約65百萬把增長至二零一七年之約69百萬把。本集團認為，憑藉本集團於雨傘出口行業之領先市場地位，本集團將可充分利用日本市場雨傘行業之日後增長並持續提高本集團之市場份

業 務

額及聲譽。本集團亦預期中國經濟持續增長、城市化不斷擴大、生活水平提高及國內消費增長將進一步帶動中國對中端雨傘產品（如本集團之產品）之需求。

本集團生產優質產品並擁有受惠於本集團與主要出口客戶關係之強大產品開發能力

透過為多個市場之出口客戶製造雨傘產品，本集團已獲得製造符合日本客戶嚴格標準產品所需生產技術及品質控制程序之豐富知識，於往績記錄期間分別約佔本集團收益之75.7%、83.2%、75.9%及59.5%。本集團相信，有關經驗令本集團較缺少此經驗之競爭對手具備競爭優勢。憑藉本集團之知識，本集團已進一步發展自身技術專長及技術。該等技術專長及技術已協助本集團擴展開發自有品牌產品。

本集團強調產品質量及安全。由於本集團實施質量及安全控制政策，本集團已取得ISO 9001：2008及ISO 14001：2004認證。本集團認為，本集團持續實施嚴格之質量控制及安全準則將確保本集團產品之質量並有助於維持本集團之聲譽。

本集團亦強調嚴格之質量控制，並在生產過程中實行全面之質量控制制度。於最後實際可行日期，本集團之質量監控部門有27名質量監控人員。此外，本集團亦調派負責測試半製成品之質量監控人員到生產線。於最後實際可行日期，本集團並無遭遇客戶大量退回產品。

本集團認為，本集團品牌業務於中國之全面成功亦歸因於本集團之研發能力，藉此，本集團能夠持續推出產品設計新穎及高性能之優質產品。於最後實際可行日期，本集團之專設團隊有26名研發員工，彼等專攻產品開發、提高生產技術、用戶使用便利性及產品耐用性之改良。截至最後實際可行日期，本集團已取得10項註冊實用新型專利。有關本集團知識產權之詳情，請參閱本文件「法定及一般資料」一節「本集團之知識產權」一段。

本集團透過其位於永和生產基地之生產設施之研發中心，設計及開發雨傘產品，以迎合客戶之偏好及為市場提供多元化產品。本集團之研發團隊為女士及兒童等不同類別之客戶量身定制大小、重量、折疊方法、款式各異以及功能不同之雨傘，如遮陽、抗風能力更強之重實雨傘中棒、可放進手提袋之輕便雨傘以及日常使用的傳統避雨。

業 務

此外，本集團於二零一零年獲福建省輕工業協會邀請參與制定及編撰中國雨傘行業標準，包括起草中國塑料雨傘行業標準（塑料雨傘國家標準QB-T 4152/2010）。

本集團與大學及科技企業合作進一步加強了本集團之產品研發能力，儘管於最後實際可行日期本集團已與華僑大學訂立戰略合作協議，致力於持續改進生產POE塑料雨傘之材料、性能及技術。有關合作之詳情載於本節「產品設計及開發能力」一段。

本集團相信，憑藉本集團於生產技術方面之豐富知識、技術專長連同本集團始終如一之優質產品，本集團勢必能令客戶滿意，並順應中國雨傘行業之變化。

本集團擁有經驗豐富及盡忠職守之管理層團隊，彼等具備廣泛之行業經驗

本集團擁有經驗豐富之管理層團隊。該團隊經驗豐富且熟悉日本及中國雨傘行業。本集團之管理層團隊由本公司主席兼執行董事黃先生帶領。黃先生在雨傘行業擁有逾18年經驗，並一直負責本集團之全面管理、發展策略及主要決策。

本集團其他執行董事陳解優女士及林貞雙先生於雨傘行業亦擁有逾15年經驗及知識。本集團認為，執行董事及高級管理層團隊對本集團之成功至關重要。本集團之增長及發展很大程度上歸因於執行董事及高級管理層團隊之豐富經驗。本集團認為，其經驗豐富及穩定之高級管理團隊對確保貫徹運用發展及經營策略至關重要。

本集團集成品牌為中國業內知名品牌

本集團致力於在中國品牌雨傘市場建立及維持本集團之品牌及信譽。

由於中國生活水準提高及消費模式演變，預期對高品質雨傘產品之消費需求將不斷攀升，本集團制定同時注重設計新穎及功能強大之集成品牌。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年度以及截至二零一四年十月三十一日止十個月，本集團品牌產品產生之收益分別約為人民幣18百萬元、人民幣11百萬元、人民幣11百萬元及人民幣11百萬元。

本集團集成品牌於二零一一年獲商標局認定為中國馳名商標。有關本集團所獲得之其他各項獎項及認證，請參閱本節「認證、榮譽和認可」一段。本集團認為，其於產

業 務

品研發方面之能力使得本集團可讓集成品牌從競爭對手品牌中脫穎而出，並有助提高本集團之品牌認知度。

本集團擁有位置具戰略意義之大規模生產設施，可實現規模經濟及降低生產成本

本集團之生產廠房戰略性地位於福建省，中國雨傘製造商之主要聚集地。本集團之東石生產基地位於東石鎮。根據弗若斯特沙利文之資料，中國雨傘及陽傘總產量中約35.0%產自東石鎮。本集團可輕易接洽為本集團雨傘產品提供原材料及零部件之供應商。此外，因本集團之生產基地毗鄰廈門港及主要干道，本集團在物流上佔盡優勢，可以具成本效益之方式按時向海外及國內客戶付運產品。另外，由於福建為雨傘產品之製造及貿易中心，故本集團可隨時就生產團隊接洽分包商。

除本集團之戰略性選址外，根據弗若斯特沙利文之資料，本集團於二零一三年為本地最大之塑料雨傘製造商以及亞洲最大之生產基地。本集團認為，生產廠房之規模於以下方面令本集團受惠：

- 令本集團能夠實現規模經濟，尤其是透過大量採購原材料；
- 令本集團縮短推出新產品之交付時間，因為本集團擁有足夠能力指示生產廠房及時製造新產品，以應對日益變化之市場需求及趨勢；及
- 令本集團能夠製造及銷售款式多樣及功能廣泛之多樣化產品組合。

業務策略

本集團主要目標旨在維持及鞏固本集團作為日本市場製造商及中國市場品牌雨傘製造商之領先地位以及擴大本集團於香港、柬埔寨及韓國等現有市場之市場份額。本集團擬透過執行以下策略實現該等目標：

提高及發展本集團於海外市場之市場份額

於往績記錄期間，本集團向海外客戶銷售大部分之POE雨傘及尼龍雨傘，及日本為本集團之主要市場。為擴大市場份額及確保業務持續增長，本集團努力拓展至東南

業 務

亞市場（包括香港及柬埔寨）。因此，於截至二零一四年十月三十一日止十個月，該兩個市場已成為五大市場中之兩個，合共約佔同期本集團收益之10.7%。本集團現時向海外客戶銷售大部分POE雨傘及尼龍雨傘。本集團計劃日後進一步提高其於香港、韓國、台灣、法國及柬埔寨之市場份額並拓展至美國及歐洲等其他新市場，以銷售POE雨傘及尼龍雨傘。為此，本集團將繼續透過有關市場之現有客戶開拓海外銷售，並拓展其他海外銷售渠道。現時，本集團之銷售團隊主要包括對日本及中國市場有豐富經驗之銷售人員。本集團旨在招聘在維護海外客戶方面具有相關經驗之適當人員以令銷售團隊多樣化，以向海外客戶提供集中聯絡點及配合本集團之海外拓展計劃。

加強產品設計及開發能力，優化產品組合

本集團相信，因應市場趨勢作出之產品設計及開發為本集團成功之關鍵。本集團將繼續加強設計及開發能力。本集團將繼續聘用經驗豐富之員工，以進一步開發本集團設計及開發雨傘產品之能力。本集團之銷售團隊將繼續與設計及技術團隊緊密合作，交流市場趨勢及客戶偏好之資料，更有效地將客戶之反饋意見納入本集團之產品開發中。本集團與福建省華僑大學合作，致力於持續改進生產POE雨傘之材料、性能及技術。有關華僑大學與本集團之間合作之詳情載於本節「產品設計及開發」一段。除與福建省華僑大學訂立之合作協議外，截至最後實際可行日期，本集團並無與其他機構訂立任何其他合作協議。本集團專注於實施設計及開發舉措，以擴大產品範圍。本集團亦將繼續提高本集團之研發能力及升級設備。

本集團擬動用約[編纂]或[編纂]所得款項淨額（假設[編纂]，即指示性[編纂]範圍[編纂]之中位數，且假設[編纂]未獲行使）之約[編纂]，增強本集團之技術專長及知識，以確保持續改善本集團產品，其中約[編纂]用於為研發團隊招聘更多專家，約[編纂]用於資助研發人員出席外部培訓，約[編纂]用於進一步與學術或專業機構合作及提高研發能力。

提升於中國之市場份額及滲透率並於中國推廣本集團品牌及提升品牌知名度

根據弗若斯特沙利文之資料，中國塑料雨傘市場之銷量將於二零一三年至二零一七年繼續按約1.5%之複合年增長率增長。於往績記錄期間，為擴大市場份額及確保業務持續增長，本集團持續拓展至中國市場。誠如本集團向中國市場之銷售最近大幅

業 務

增長（由截至二零一三年十二月三十一日止年度之約人民幣57百萬元增長至截至二零一四年十月三十一日止十個月之人民幣125百萬元）所示，本集團藉驕人之往績記錄堅信，本集團將繼續擴大中國市場。因此，本集團將投放更多資源及努力於提升本集團在中國之市場滲透率，以把握潛在增長。

本集團將繼續提供一系列全面之優質產品，以加強本集團與現有客戶之關係。本集團亦將繼續透過提供新產品及改良現有產品，開拓及尋找新客戶。

本集團旨在透過與現有客戶，尤其是貿易業務客戶建立關係及於中國開發新客戶，積極提高集成品牌之知名度，以進一步提高市場份額及滲透率。

本集團將繼續透過專責市場推廣及銷售團隊推廣集成品牌。本集團擬透過進一步採用參加貿易展覽會等多個媒體渠道，提升集成品牌之認知度。本集團銳意發展及建立集成品牌，使其成為結合藝術設計及功能性之雨傘產品之象徵。本集團將繼續提高品牌知名度以及透過招攬更多貿易公司作為客戶提升公司形象。

擴大產能

於往績記錄期間，本集團東石生產基地及永和生產基地製造POE雨傘及尼龍雨傘之合共利用率分別約為65%、56%、56%及83%。為滿足預期將日益增加之客戶需求及提高生產效率，本集團計劃繼續透過升級現有生產設備等措施，提升雨傘製造之現有生產設施。本集團相信，有關投資將進一步提升本集團之盈利能力，使本集團得以受惠於更大之營運規模。

為使本集團市場發展多元化，本集團努力在日本市場之外之其他市場探索銷售機會，二零一四年本集團向中國市場及其他海外市場之銷售增加是其最好之例證。例如，本集團於中國之銷售從截至二零一三年十二月三十一日止年度之約人民幣57百萬元增加至截至二零一四年十月三十一日止十個月之人民幣125百萬元，分別佔本集團總收益之11.7%及23.9%。儘管本集團來自日本市場之銷售收益保持穩定，但來自該市場銷售收益所佔之百分比從截至二零一三年十二月三十一日止年度之75.9%下降至截至二零一四年十月三十一日止十個月之59.5%。

(a) 客戶對本集團產品之需求及競爭分析

本集團董事已考慮一系列因素（主要因素載列如下），以判斷本集團產品是否將有充足整體需求，保證本集團可按照擴展計劃開設新工廠。本集團擬鞏固本集團於其

業 務

他海外市場（尤其是東南亞市場（包括柬埔寨及香港等市場））之地位。本集團亦將持續擴張本集團之現有市場（如日本、中國及韓國）。此外，本集團將繼續關注最近雨傘市場趨勢及客戶反饋，以確保本集團產品符合最新消費者偏好。本集團亦積極舉行銷售及營銷活動，如每年參加貿易會，該等活動迄今為止一直成效超卓，成功在客戶中提升品牌及企業形象。

根據本集團之過往經營業績及經驗，於考慮一系列因素後，本集團董事認為，本集團產品於目標市場有充足需求保證擴展計劃。本集團認為，憑藉以下競爭優勢：(i)與現有客戶建立之穩固關係，及(ii)本集團之穩定良好品質以及於市場之經驗，令本集團可迅速回應客戶需求、及時獲取客戶反饋，並調整產品設計、市場推廣及定價策略，本集團定能從競爭對手中脫穎而出。本集團董事認為，基於上述者，本集團將可維持業務之可持續發展及實行相應擴展計劃。本集團擬繼續善用競爭優勢推動及管理本集團日後之增長。

為實現來年之生產計劃，本集團已與主要之日本、中國及柬埔寨客戶就彼等各自之二零一五年之預期訂單數額簽署多份不具法律約束力之意向函。該等主要之日本、中國及柬埔寨客戶包括客戶A、客戶B、客戶C、客戶D、客戶E、客戶F、客戶G、客戶H及客戶I。根據該等意向函，所有該等主要客戶均已提高彼等之預期訂單數額，增長幅度介乎約10.0%至24.0%。由於預期二零一五年之訂單數額有所增長，預期本集團生產設施之使用率將提高至約93.0%，及根據二零一五年之增長趨勢，本集團預期於二零一六年使用率將進一步提高至100.0%。為確保上述意向函將相應實現，本集團之銷售人員將密切跟進該等客戶，以確保本集團可達到彼等之銷售要求。根據內部進行之可行性研究報告，董事認為，與本集團主要之日本、中國及柬埔寨客戶簽署之意向函被視為支撐本集團未來數年生產規劃之充足指標。本集團亦已就該等意向函產生之預期產品數量實施內部產品計劃。有關新客戶，本集團已竭力將銷售擴至中國之地方及海外市場及若干新客戶已到本集團生產基地視察，並下達小的雨傘訂單作為初步業務合作。董事之信心以與該等客戶進行之過往銷售記錄連同可能在現有市場獲取新客戶為依託。由於該等意向函不具法律約束力，該等主要客戶之最終訂單數額或會視乎天氣、當地經濟及市況等因素而波動。本集團之新工廠竣工後，預期產能將增長約36.0%，以及POE雨傘及尼龍雨傘之產能預期將分別增長12百萬把及6百萬把。

業 務

(b) 來自中國市場之需求

根據弗若斯特沙利文之資料，預期中國雨傘市場總收益將按約8.8%之複合年增長率由二零一三年之約人民幣300億元增長至二零一七年之約人民幣420億元。董事亦預計在出口銷售方面本集團雨傘產品之需求將有所增長。預期雨傘銷售將因中國可支配收入增加及對塑料雨傘之接納程度提高而有所增加。由於現有生產設施預期將達到生產上限，董事相信擴充計劃將讓本集團應付預期增加之未來需求。

根據弗若斯特沙利文之資料，由於一貫需求及產品創新以及自有品牌開發，二零一四年至二零一七年中國整個雨傘及陽傘市場將保持上升勢頭，於二零一三年至二零一七年預期總銷量之複合年增長率為2.1%。另一方面，由於海外市場需求增加以及國內市場人們環保意識加強及不斷接納塑料雨傘，二零一四年至二零一七年中國塑料雨傘市場有可能保持上升勢頭。預期二零一七年總銷量將達153.2百萬把，二零一三年至二零一七年複合年增長率為1.5%。

(c) 來自日本及其他海外市場之需求

根據弗若斯特沙利文之資料，由於日本經濟復甦帶動日本消費品市場及日本便利店及藥店擴張，預測日本雨傘及陽傘市場之表面消費量亦呈上升趨勢。因此，本集團認為，本集團擴大產能方能滿足未來雨傘不斷增長之需求。

鑒於來自日本客戶之需求穩定以及來自中國及其他海外客戶之需求不斷增長，本集團計劃建設新工廠，因而於二零一四年十月六日與中國山東省安丘市政府訂立具有法律約束力之備忘錄（「備忘錄」）。根據備忘錄，安丘市政府將在安丘市工業園向本集團提供一幅約100畝之土地，期限為50年。本集團將於簽訂備忘錄日期起計三個月內開始建設新工廠。建設期為三年。於最後實際可行日期，本集團尚未開始建設新工廠。根據管理層與山東省安丘市政府進行之進一步商討，本集團已同意將新工廠推遲至不遲於二零一五年四月底開工。

業 務

鑒於預期二零一六年產能將達到最高水平，本集團相信自身可通過維持一個班次成功滿足需求增長，而須暫時將工作時間從每天八小時延長至十小時或十一小時以提高產能。為制定一個長期擴張計劃，經計及以下因素後，本集團認為擁有新生產工廠屬合理且必要：

1. 本集團認為滿足銷售訂單之能力對於保持本集團與客戶之業務關係至關重要。延長工作時間後，現有生產工廠之產能可能仍無法滿足客戶之需求。通過延長現有生產工廠之工作時間以提高本集團現有生產工廠之產能無法視作對客戶之長期承諾；及
2. 倘被要求定期夜班工作，熟練員工可能不會選擇繼續於本集團任職。

在對本集團之擴張計劃進行詳細之可行性研究（涵蓋市況、建設規模、選址及建設成本估算）後，董事認為安丘市為最佳之理想地點，因為其靠近山東省之港口設施，便於本集團作出物流安排（因為本集團大部分銷售乃向日本等海外市場作出）。於簽署備忘錄前，本集團已考慮在河南省及江西省選址，因為該兩個省之生產成本更便宜。由於該兩個省位於中國內陸之事實，本集團未進一步考慮該等地點，因為考慮到物流安排對本集團之營運不方便，原因是本集團大部分雨傘用於出口銷售。福建省乃本集團另一選擇。然而，誠如董事確認，很難獲取土地建設新工廠及在福建省招聘新員工亦面臨挑戰。董事亦認為，組織章程項下之現有安排（尤其是安丘市政府土地開發規定）有利於本集團長遠發展，因為由於地理位置臨近及方便交付本集團之雨傘產品，本集團將令本集團在安丘市之新工廠負責製造本集團在日本、韓國及東歐等市場銷售之部分雨傘產品，而本集團於福建省之生產設施可持續服務本集團於日本及東南亞市場之客戶。根據本集團內部進行之可行性研究，董事確認本集團可以自山東省秦皇島獲得大部分之主要原材料供應，例如鋼材。至於新工廠之品質控制，本集團將採納現有標準作為福建省兩個生產基地之標準。本集團認為發展新工廠有助於擴大產能，從而提升本集團之競爭力。本集團計劃詳情載列如下：

安丘市政府將協助本集團進行施工前準備工作及取得必要批文及許可證。

業 務

經計及(i)日本及中國雨傘行業之發展；(ii)本集團長遠抓緊該增長之機會；及(iii)客戶之需求，本集團認為建設新生產廠房屬合理。

本集團擴展計劃之影響

憑藉本集團過往之經營業績及管理層經驗，本集團認為，本集團定能把握中國、日本及其他海外市場日益增長之雨傘產品之機遇。擴展後，本集團營運資金需求亦會因業務之營運規模擴大而增加。本集團擬擴大銷售渠道管理團隊，以監管及監察擴展計劃。憑藉本集團現有永和生產基地及東石生產基地之標準及成熟之管理慣例，本集團董事相信，本集團定能管理擴展後之生產網絡及營運規模。

本集團預期擴展計劃將對本集團業務構成以下影響：

- **收益**。截至二零一四十月三十一日止十個月，POE雨傘及尼龍雨傘之平均售價分別約為人民幣14.1元及人民幣16.6元，及本集團預期POE雨傘及尼龍雨傘之平均售價將保持穩定。新工廠竣工時，POE雨傘及尼龍雨之產能預計每年將分別增加約12百萬把及6百萬把。本集團預期收益將因擴展計劃相應增長。
- **毛利率及純利率**。由於初步營運階段新工廠之效率較現有工廠為低，新工廠之毛利率及純利率較現有工廠低。本集團計劃於未來五年提高新工廠之毛利率及純利率，以符合本集團現有工廠之現有水平。
- **經營成本**。本集團計劃控制營運成本與本集團現有工廠水平相若，且本集團預期本集團經營成本不會因擴展計劃產生重大變動。
- **年度攤銷及折舊開支**。土地之估計年度攤銷及折舊開支將分別約為人民幣0.4百萬元及人民幣4百萬元。

本集團持續檢討本集團於不同市場之銷售及經營表現，並戰略性地於安丘市開設新工廠（尤其是服務日本、韓國及東歐市場）。經審慎及詳細查詢以及內部進行之可行性研究後，本集團董事認為擴展計劃將不會對本集團業務構成任何重大財務及營運影響。

業 務

有關管理本集團於安丘市之新工廠，憑藉本集團於永和生產基地及東石生產基地之現有成功經驗，本集團初步計劃將楊光先生及林貞雙先生派駐新工廠，以監管及管理該新工廠之營運及銷售活動。楊先生一直監管本集團之整體生產（包括原材料採購、產品質量控制、人員招聘及培訓），及林先生於向日本及韓國客戶銷售方面具有廣泛經驗。黃文集先生及陳解憂女士將繼續駐守永和生產基地及東石生產基地，以監管整體營運及銷售事宜。

建設新工廠

此新工廠之建設預期將於二零一五年首季開工。估計成本明細載列如下：

項目	合計
	約人民幣千元
1 建設成本 (附註)	73,500
2 機器及設備成本	3,400
3 土地成本	18,000
4 道路及設施	5,100
	100,000
合計	100,000

附註：建設成本包括新工廠、員工宿舍及辦公大樓之建設成本。

估計成本將以所得款項悉數撥付。於最後實際可行日期，本集團並無就位於安丘市之土地支付任何代價。

本集團新工廠建設時間表：

	二零一五年				二零一六年				二零一七年			
	季度											
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
實行												
可行性研究 (附註1)	—											
初步設計 (附註1)	—											
建築設計 (附註1)	—											
土木工程 (附註2)												
訂購設備及 安裝設備 (附註3)												
培訓及生產 測試 (附註4)												
完成												

業 務

附註1： 本集團將就於該土地上建設及興建生產廠房申請及取得建設土地規劃許可證、建設工程規劃許可證以及建設工程施工許可證。

附註2： 土木工程包括兩期，即一期建設部分廠房、員工宿舍及辦公室，二期建設餘下廠房。

附註3： 預期將於相關期間內安裝兩條生產線。

附註4： 預期將於相關期間內就新生產工廠聘請及培訓生產勞工。

有關本集團對建設新工廠涉及之總資本開支之估計，請參閱本文件「未來計劃及所得款項用途」一節。倘本集團未來生產工廠之選址僅在上市後落實，則本集團將根據上市規則就此另行刊發公佈。本集團預期該等資本開支將以所得款項悉數撥付。

本集團之業務模式

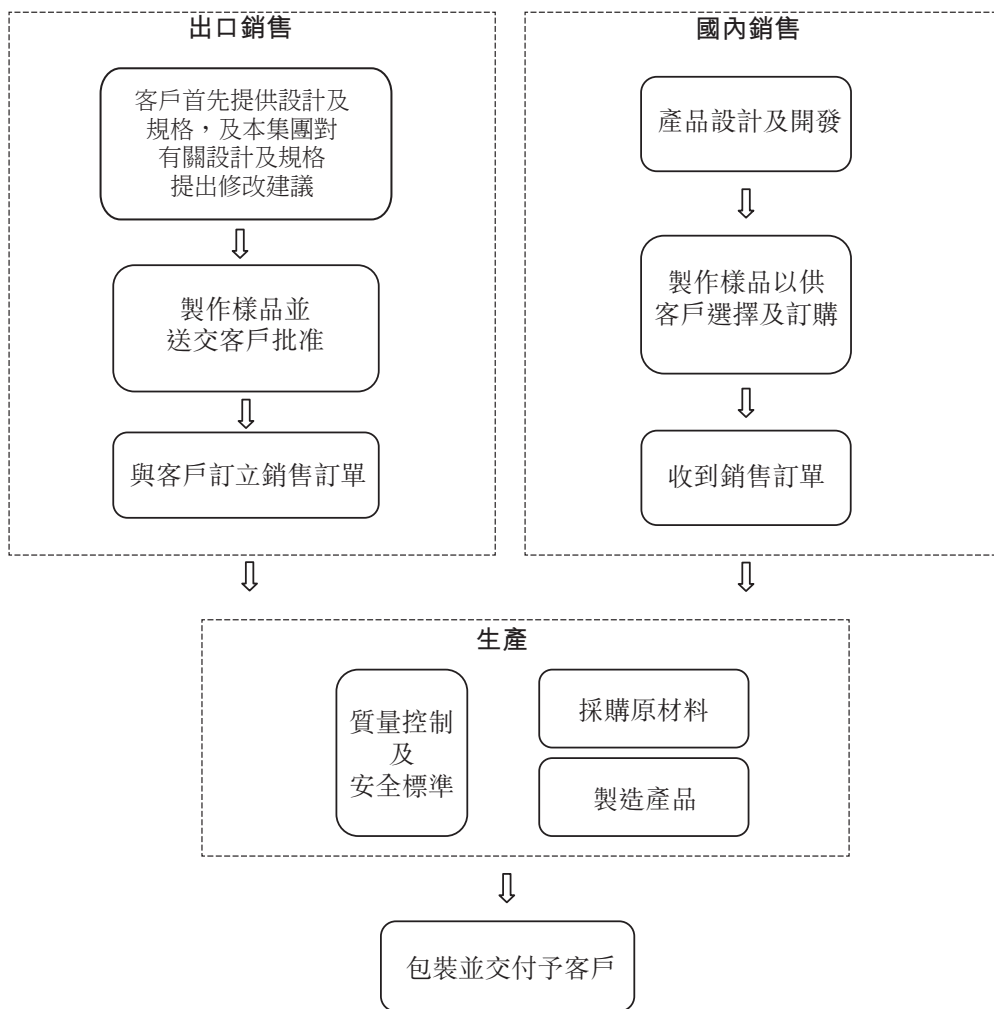
本集團主要按出口基準向海外客戶銷售POE雨傘、尼龍雨傘及雨傘零部件，於截至二零一三年十二月三十一日止三個年度各年以及截至二零一四年十月三十一日止十個月，分別約佔本集團總收益之80.8%、89.9%、88.3%及76.1%。於往績記錄期間，本集團向日本、香港、韓國、台灣、法國及柬埔寨等市場出口POE雨傘、尼龍雨傘及雨傘零部件。海外客戶一般會向本集團提供其設計及規格。本集團之銷售人員將與客戶密切溝通。視乎該等海外客戶之特定需求，本集團之銷售人員將向客戶提呈研發人員對設計及規格修改之建議供彼等考量。客戶決定最終設計及規格時，本集團將製作樣品並提供給客戶批准。

就國內市場而言，本集團在中國向客戶銷售POE雨傘、尼龍雨傘及雨傘零部件，於截至二零一三年十二月三十一日止三個年度各年以及截至二零一四年十月三十一日止十個月，分別約佔本集團總收益之19.2%、10.1%、11.7%及23.9%。國內客戶將從本集團現有之POE雨傘及尼龍雨傘產品中選擇向本集團下單，該等產品均由本集團之研發團隊設計。本集團以集成品牌向非貿易客戶（如超市）銷售部分POE雨傘及尼龍雨傘，於截至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十月三十一日止十個月，分別約佔本集團總收益之5.4%、2.8%、2.4%及2.1%。

本集團亦製造雨傘零部件，主要作為本集團現有客戶（海外及國內客戶）之配套產品，部分現有客戶亦向本集團購買POE雨傘及尼龍雨傘。

業 務

本集團之業務模式可概述如下：



業 務

下表載列往績記錄期間本集團收益按業務分部劃分之明細：

	截至十二月三十一日止年度						截至十月三十一日止十個月			
	二零一一年		二零一二年		二零一三年		二零一三年		二零一四年	
	人民幣 千元	%	人民幣 千元	%	人民幣 千元	%	人民幣 千元	%	人民幣 千元	%
							(未經審核)			
出口銷售										
POE雨傘	212,840	65.4	286,028	75.8	372,220	77.0	327,272	77.8	316,410	60.3
尼龍雨傘－直桿	30,336	9.3	26,458	7.0	16,597	3.4	14,527	3.5	27,728	5.3
尼龍雨傘－折疊	17,152	5.3	24,047	6.4	23,750	4.9	21,091	5.0	26,128	5.0
雨傘零部件*	2,772	0.8	2,552	0.7	14,378	3.0	12,453	3.0	29,115	5.5
小計	<u>263,100</u>	<u>80.8</u>	<u>339,085</u>	<u>89.9</u>	<u>426,945</u>	<u>88.3</u>	<u>375,343</u>	<u>89.3</u>	<u>399,381</u>	<u>76.1</u>
國內銷售										
POE雨傘	12,216	3.8	7,751	2.0	14,808	3.1	10,604	2.5	60,356	11.5
尼龍雨傘－直桿	5,629	1.7	3,167	0.8	4,740	1.0	4,629	1.1	11,881	2.3
尼龍雨傘－折疊	7,089	2.2	3,306	0.9	5,653	1.1	3,874	0.9	33,489	6.3
雨傘零部件*	37,529	11.5	24,058	6.4	31,469	6.5	25,991	6.2	19,596	3.8
小計	<u>62,463</u>	<u>19.2</u>	<u>38,282</u>	<u>10.1</u>	<u>56,670</u>	<u>11.7</u>	<u>45,098</u>	<u>10.7</u>	<u>125,322</u>	<u>23.9</u>
合計	<u><u>325,563</u></u>	<u><u>100.0</u></u>	<u><u>377,367</u></u>	<u><u>100.0</u></u>	<u><u>483,615</u></u>	<u><u>100.0</u></u>	<u><u>420,441</u></u>	<u><u>100.0</u></u>	<u><u>524,703</u></u>	<u><u>100.0</u></u>

* 雨傘零部件主要包括塑料布、中棒及其他零部件。

儘管於往績記錄期間日本經濟蕭條，如下表所示，主要由於與日本主要客戶建立之穩固關係及本集團雨傘產品之質量，本集團於日本之銷售業績呈穩步上升趨勢。有關本集團競爭優勢之詳情，請參閱本節「競爭優勢」一段。

業 務

於往績記錄期間，本集團大部分之產品銷售予日本及中國客戶。下表說明本集團雨傘產品之銷售覆蓋範圍。



● 銷售覆蓋範圍

* 東南亞包括泰國、越南及柬埔寨。

下表載列往績記錄期間本集團收益按客戶五大地理位置劃分之明細：

排名	截至十二月三十一日止年度						截至二零一四年	
	二零一一年		二零一二年		二零一三年		十月三十一日止十個月	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
1 日本	246,517	75.7	日本 313,916	83.2	日本 366,825	75.9	日本 312,255	59.5
2 中國	62,463	19.2	中國 38,282	10.1	中國 56,670	11.7	中國 125,322	23.9
3 台灣	7,130	2.2	韓國 12,559	3.3	韓國 15,801	3.3	香港 28,872	5.5
4 韓國	3,225	1.0	台灣 6,601	1.8	台灣 13,293	2.7	柬埔寨 27,311	5.2
5 越南	2,265	0.7	越南 2,550	0.7	泰國 9,061	1.9	韓國 12,314	2.3
其他*	3,963	1.2	其他* 3,459	0.9	其他* 21,965	4.5	其他* 18,629	3.6
合計	<u>325,563</u>	<u>100.0</u>	<u>377,367</u>	<u>100.0</u>	<u>483,615</u>	<u>100.0</u>	<u>524,703</u>	<u>100.0</u>

* 其他主要包括法國、美國及其他國家。

儘管近期日元兌人民幣及美元貶值，本集團於日本市場之銷售業績於截至二零一四年十二月三十一日止兩個月相對保持穩定。截至二零一四年十二月三十一日止年度，本集團出口至日本市場之銷售額為人民幣351百萬元，約佔總收益之58.3%，而於

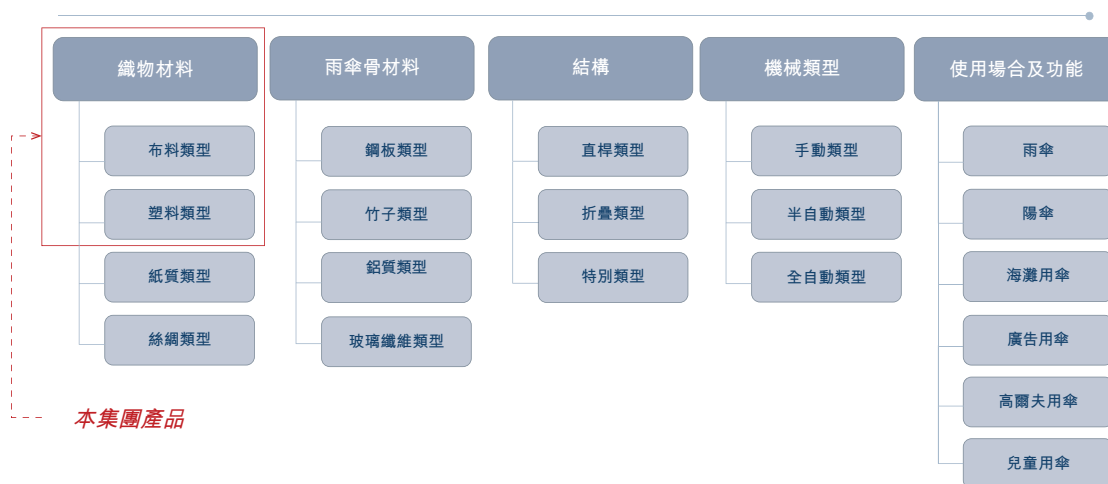
業 務

二零一三年同期為人民幣367百萬元，約佔總收益之75.9%。儘管自二零一三年以來日元兌人民幣及美元貶值，以及本集團若干日本客戶不得不提高產品售價以緩解日元疲軟之影響，但本集團於日本之銷售保持相對穩定。

本集團之產品

本集團之產品分為三大類：(i)POE雨傘；(ii)尼龍雨傘；及(iii)塑料布及中棒等雨傘零部件。

根據弗若斯特沙利文之資料，雨傘為旨在防雨、防曬、防雪及其他天氣狀況之遮篷，一般由具延展性之圓形織物或塑料遮篷以及從中心軸向四周伸展之鉸鏈雨傘骨組成。滑槽連同延升器及雨傘骨可令遮篷收張，因而，雨傘在不用時可輕鬆攜帶。根據織物材料、傘骨材料、結構、機械類型、使用場合及功能，雨傘可分為不同類別。主要分類包括以下各項：



* 根據弗若斯特沙利文之資料，布質雨傘一般使用尼龍、聚酯等作為遮篷。塑料雨傘指以防水塑料薄膜覆蓋之雨傘，按面料分，防水薄膜可分為PVC、POE及EVA。

目前有塑料雨傘標準(QB-T 4152-2010)及雨傘標準(GBT23147-2008)，其中均訂明質量控制指標及製造目的之規格，而非分類目的之規格。根據行業慣例，市場參與者對雨傘之分類已形成常識並有一致理解。根據遮篷之原材料，雨傘一般分為布質雨傘、塑料雨傘及其他雨傘等不同類型。迄今，中國雨傘市場上有三種塑料雨傘，包括POE、EVA及PVC雨傘，其中根據行業慣例POE及EVA雨傘通常被視為塑料雨傘，而PVC雨傘不被視為塑料雨傘，因為PVC材料降解非常慢且在分解時可能釋放毒氣。到

業 務

目前為止，在中國及其他市場很少看見PVC雨傘，其在整個雨傘市場之市場份額非常小。估計在中國截至二零一三年PVC雨傘之產量不超過整個雨傘市場之10.0%，而在日本PVC雨傘逐漸減少。根據行業慣例，POE及EVA雨傘由於這兩種材料之特徵被視為環保。POE是一種最近出現之相對較新之一類聚合物。由POE及EVA製成之傘面為PVC（降解很慢，分解時可能釋放毒氣）之可生物降解及可回收的替代品，因此視為環保。

下表載列往績記錄期間本集團雨傘產品之收益明細：

	截至十二月三十一日止年度						截至十月三十一日止十個月			
	二零一一年		二零一二年		二零一三年		二零一三年		二零一四年	
	人民幣		人民幣		人民幣		人民幣		人民幣	
	千元	%	千元	%	千元	%	千元	%	千元	%
POE雨傘	225,056	69.2	293,779	77.8	387,028	80.1	337,876	80.4	376,766	71.8
尼龍雨傘	60,206	18.5	56,978	15.1	50,740	10.4	44,121	10.5	99,225	18.9
雨傘零部件*	40,301	12.3	26,610	7.1	45,847	9.5	38,444	9.1	48,712	9.3
合計	<u>325,563</u>	<u>100.0</u>	<u>377,367</u>	<u>100.0</u>	<u>483,615</u>	<u>100.0</u>	<u>420,441</u>	<u>100.0</u>	<u>524,703</u>	<u>100.0</u>

* 雨傘零部件主要包括塑料布、中棒及其他零部件。

POE雨傘

根據弗若斯特沙利文之資料，中國已成為日本主要之塑料雨傘出口國，於二零一三年，佔日本進口直桿雨傘進口金額及數量逾98.0%。就日本市場而言，塑料雨傘大體佔總進口直桿雨傘將近70.0%。

塑料雨傘可分為PVC雨傘、POE雨傘及EVA雨傘。POE及EVA為環保織物，不含氮及重金屬鉻。本集團之塑料雨傘即出口雨傘主要用於交付出口銷售及國內銷售之生產訂單。本集團已建立堅實及廣泛之出口客戶群，並向日本、香港、韓國、台灣、法國及柬埔寨等市場出口產品。於往績記錄期間，本集團POE雨傘之出口銷售分別約為人民幣213百萬元、人民幣286百萬元、人民幣372百萬元及人民幣316百萬元，分別約佔本集團總收益之65.4%、75.8%、77.0%及60.3%，而本集團POE雨傘之國內銷售分別約為人民幣12百萬元、人民幣8百萬元、人民幣15百萬元及人民幣60百萬元，分別約佔本集團總收益之3.8%、2.0%、3.1%及11.5%。本集團亦在中國透過以集成品牌向非貿易客戶（如超市）銷售以推廣POE雨傘。

業 務

本集團高度重視產品質量，並確保產品符合出口客戶制定之嚴格規格及規定。本集團有權向其選擇之供應商採購原材料，確保本集團能以合理價格獲得合格原材料，加上本集團之流線型及系統化生產線，製成品總能滿足客戶之要求。於往績記錄期間，本集團並無收到重大投訴或退貨要求。

下圖載列本集團若干POE雨傘產品。


產品類型	樣品圖片	二零一一年	二零一二年	二零一三年	二零一四年
		每把售價範圍 (人民幣元)	每把售價範圍 (人民幣元)	每把售價範圍 (人民幣元)	首十個月 每把售價範圍 (人民幣元)
直桿雨傘		7-13	8-15	11-16	10-19

尼龍雨傘

與POE雨傘類似，本集團製造及向海外及國內客戶銷售尼龍傘。於往績記錄期間，本集團尼龍雨傘之出口銷售分別約為人民幣47百萬元、人民幣51百萬元、人民幣40百萬元及人民幣54百萬元，分別約佔本集團總收益之14.6%、13.4%、8.3%及10.3%，而本集團尼龍雨傘之國內銷售分別約為人民幣13百萬元、人民幣6百萬元、人民幣10百萬元及人民幣45百萬元，分別約佔本集團總收益之3.9%、1.7%、2.1%及8.6%。本集團亦在中國以集成品牌向非貿易公司（如超市）銷售部分尼龍雨傘。就集成品牌而言，本集團之研發團隊對製造可行性、安全及質量事宜編製設計及生產評估。不論設計及規格是否由本集團創造或由客戶提供，本集團會製作樣品供客戶選擇及批准（視乎情況而定）。在收到客戶之購買訂單後，本集團開始生產雨傘產品。

業 務

下圖顯示本集團若干尼龍雨傘產品。

產品類型	樣品圖片	二零一一年	二零一二年	二零一三年	二零一四年
		每把售價範圍 (人民幣元)	每把售價範圍 (人民幣元)	每把售價範圍 (人民幣元)	首十個月 每把售價範圍 (人民幣元)
兩摺雨傘		7-10	11-11	18-18	18-27
三摺雨傘		11-30	11-16	11-15	12-22
直桿雨傘		8-12	9-15	12-19	13-20

雨傘零部件

於往績記錄期間，本集團亦製造雨傘零部件，主要作為本集團現有客戶（海外及國內客戶）之配套產品，部分現有客戶亦向本集團購買POE雨傘及尼龍雨傘。

於往績記錄期間，本集團雨傘零部件之出口銷售分別約為人民幣3百萬元、人民幣3百萬元、人民幣14百萬元及人民幣29百萬元，分別約佔0.8%、0.7%、3.0%及5.5%，而本集團雨傘零部件之國內銷售分別約為人民幣38百萬元、人民幣24百萬元、人民幣31百萬元及人民幣20百萬元，分別約佔11.5%、6.4%、6.5%及3.8%。

業 務

下表顯示本集團若干雨傘零部件產品：

產品類型	樣品圖片	二零一一年	二零一二年	二零一三年	二零一四年
		每把售價範圍 (人民幣元)	每把售價範圍 (人民幣元)	每把售價範圍 (人民幣元)	首十個月 每把售價範圍 (人民幣元)
塑料布 <small>(附註1)</small>		11-19	11-16	11-16	12-19
中棒		2-2	2-2	0.4-0.5	不適用 <small>(附註2)</small>
雨傘骨		2-4	3-5	4-7	5-9
雨傘帽及手柄		1-3	不適用 <small>(附註2)</small>	2-3	2-3

附註：

1. 塑料布之單位為公斤
2. 於有關期間並無銷售。

集成品牌

本集團對集成品牌之定位乃為同時注重提供設計新穎且功能強大之品牌雨傘。本集團亦旨在為雨傘產品制定標準，並向客戶提供質量上乘及功能齊全之產品。本集團於二零一一年註冊集成品牌商標。於最後實際可行日期，本集團已於中國註冊20個商標。有關其他資料，請參閱本文件附錄六「法定及一般資料—C.本集團之知識產權」分節。

業 務

生產

生產基地

本集團在位於中國福建省晉江市之東石生產基地及永和生產基地生產產品。東石生產基地首先於一九九六年開始生產，而永和生產基地於二零零七年開始生產。本集團經營之生產基地及其他配套設施之總佔地面積約為78,644平方米及總建築面積約為99,228平方米。本集團之生產過程部分實現自動化，並屬勞動密集型。除生產永和生產基地塑料布及東石生產基地中棒外，就生產POE雨傘、尼龍雨傘及雨傘零部件產品而言，東石生產基地及永和生產基地之生產設施為大致相同且可互換。

東石生產基地

東石生產基地位於福建省晉江市東石鎮，總佔地面積為25,808平方米，總建築面積為46,130平方米。集團對生產設施及設備進行年度及半年度檢查以確保本集團之生產線按最佳水平有效運行。

永和生產基地

本集團持續擴大生產設施，以配合進一步發展。永和生產基地乃位於福建省永和鎮相對較新之生產設施。擴大設施之原因為東石生產基地之產能不足。永和生產基地之總佔地面積為52,836平方米及總建築面積為53,098平方米。永和生產基地之新10層辦公樓於二零一四年開始建設，並預期於二零一五年投入使用。規劃總建築面積約為10,782平方米。於最後實際可行日期，我們已產生約人民幣11百萬元作為建設新辦公大樓及將產生資本開支約人民幣4.1百萬元。

於往績記錄期間，本集團有若干涉及土地及樓宇之不合規事項。有關詳情，請參閱本節「不合規事件」一段。

下載列往績記錄期間本集團兩個生產設施之實際設計產能、年產量及實際利用率：

業 務

下表載列於最後實際可行日期有關本集團兩個生產基地資料之概要：

	總建築 面積 (概約平方米)	製造業務 營運開始 年度	於往績 記錄期間之 勞動力範圍	於最後 實際可行 日期之 工人總數
東石生產基地	46,130	一九九六年	648-982	1010
永和生產基地	53,098	二零零七年	561-843	884

下表載列往績記錄期間兩個生產基地之產能：

	截至十二月三十一日止年度									截至二零一四年 十月三十一日止十個月		
	二零一一年			二零一二年			二零一三年					
	永和 生產基地	東石 生產基地	合計	永和 生產基地	東石 生產基地	合計	永和 生產基地	東石 生產基地	合計	永和 生產基地	東石 生產基地	合計
	千把	千把	千把	千把	千把	千把	千把	千把	千把	千把	千把	千把
估計最大產能⁽ⁱ⁾												
POE雨傘	14,118	14,567	28,685	23,625	14,625	38,250	24,750	15,750	40,500	19,602	12,474	32,076
尼龍雨傘	5,354	4,604	9,958	5,375	4,623	9,998	5,375	4,623	9,998	4,257	3,661	7,918
	<u>19,472</u>	<u>19,171</u>	<u>38,643</u>	<u>29,000</u>	<u>19,248</u>	<u>48,248</u>	<u>30,125</u>	<u>20,373</u>	<u>50,498</u>	<u>23,859</u>	<u>16,135</u>	<u>39,994</u>
實際產量												
POE雨傘	12,277	8,218	20,495	12,282	11,406	23,688	10,215	14,970	25,185	14,601	12,329	26,930
尼龍雨傘	2,814	1,632	4,446	2,018	1,323	3,341	1,243	1,765	3,008	3,051	3,074	6,125
	<u>15,091</u>	<u>9,850</u>	<u>24,941</u>	<u>14,300</u>	<u>12,729</u>	<u>27,029</u>	<u>11,458</u>	<u>16,735</u>	<u>28,193</u>	<u>17,652</u>	<u>15,403</u>	<u>33,055</u>
使用率⁽ⁱⁱ⁾												
POE雨傘	87%	56%	71%	52%	78%	62%	41%	95%	62%	74%	99%	84%
尼龍雨傘	53%	35%	45%	38%	29%	33%	23%	38%	30%	72%	84%	77%
總計	77%	51%	65%	49%	66%	56%	38%	82%	56%	74%	95%	83%

附註：

- (i) 估計最大產能乃按每年365日（公眾假日除外）及每日8個工時計算，僅供說明用途。
- (ii) 二零一一年、二零一二年及二零一三年之使用率乃以年實際產量除以年度估計最大產能計算。截至二零一四年十月三十一日止十個月之使用率乃以該期間之實際產量除以300天之估計最大產能計算。

業 務

截至二零一三年十二月三十一日止三個年度，永和生產基地使用率由77%減少至38%，呈下降趨勢，而東石生產基地使用率由51%增加至82%，呈上漲趨勢。永和生產基地使用率減少主要由於購買更多生產機器導致產能從二零一一年之約19百萬把擴大至二零一三年之約30百萬把以及自二零一二年勞工流失所致。本集團董事確認勞工流失主要由於於農曆新年假期後眾多工人未返回永和生產基地。相反，彼等傾向於在其家鄉尋找工作。為緩解勞工流失問題，本集團採取若干措施，包括(i)適當調整薪資，(ii)改善工作環境（如改善宿舍及員工食堂環境），及(iii)儘管生產工序重複，向現有員工提供在職培訓，以提高工作滿意度。與東石生產基地之員工（由於一般於本集團服務年限較長而視為更加忠誠）相比，永和生產基地之員工相對較新且於本集團服務年限相對較短，故視為並非如東石生產基地員工般穩定。因此，這導致東石生產基地之使用率提高，故我們須重新分配部分生產以滿足客戶之銷售訂單。截至二零一四年十月三十一日止十個月，永和生產基地及東石生產基地各自使用率分別達致74%及95%。該等增長主要由於於有關期間本集團銷量增加所致。根據本集團進行之可行性報告，因山東省之工資水平較本集團研究之其他省份（如江西省及河南省）略高，於山東省招聘嫻熟之員工較為容易。因此，本集團董事認為山東省出現勞工短缺問題之可能性較小。

下表顯示於往績記錄期間本集團兩個生產基地之產量：

	截至十二月三十一日止年度			截至二零一四年				
	二零一一年	二零一二年	二零一三年	十月三十一日止十個月				
	千把	千把	千把	千把				
產量								
東石生產基地	9,850	39.5%	12,730	47.1%	16,734	59.4%	15,403	46.6%
永和生產基地	15,091	60.5%	14,300	52.9%	11,458	40.6%	17,652	53.4%
	<u>24,941</u>	100.0%	<u>27,030</u>	100.0%	<u>28,192</u>	100.0%	<u>33,055</u>	100.0%

業 務

下表顯示於往績記錄期間本集團兩個生產基地所生產雨傘之類型（按百分比）：

		雨傘類型	東石生產基地 千把		永和生產基地 千把	
截至十二月三十一日止年度	二零一一年	POE	8,218	83%	12,277	81%
		尼龍	1,632	17%	2,814	19%
			<u>9,850</u>	<u>100%</u>	<u>15,091</u>	<u>100%</u>
	二零一二年	POE	11,406	90%	12,282	86%
		尼龍	1,323	10%	2,018	14%
			<u>12,729</u>	<u>100%</u>	<u>14,300</u>	<u>100%</u>
	二零一三年	POE	14,970	89%	10,215	89%
		尼龍	1,765	11%	1,243	11%
			<u>16,735</u>	<u>100%</u>	<u>11,458</u>	<u>100%</u>
截至十月三十一日止十個月	二零一四年	POE	12,329	80%	14,601	83%
		尼龍	3,074	20%	3,051	17%
			<u>15,403</u>	<u>100%</u>	<u>17,652</u>	<u>100%</u>

生產工序

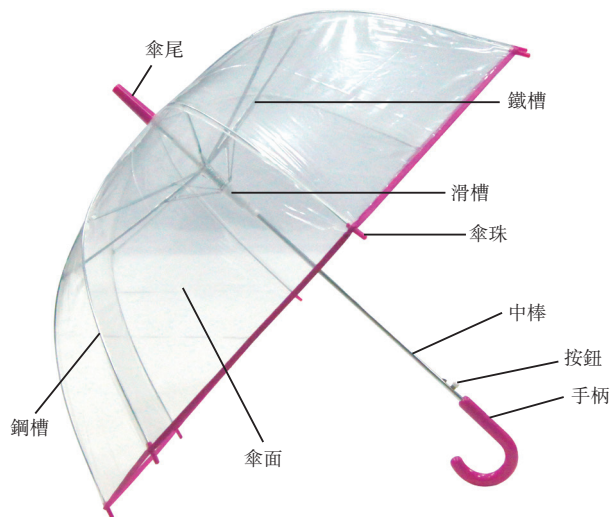
現代雨傘由手工裝配，除如中棒生產及沖壓等若干工序外，可由半熟練工人完成。不像布質遮蓬需要手工裁剪及縫合之布質雨傘，塑料雨傘使用機器製作塑料遮蓬，可節省勞工成本。本集團有集POE薄膜衝壓、塑料遮蓬裁剪、雨傘杆製作、雨傘骨及伸張器組裝等大部分必要工序於一體之綜合生產鏈，可節省成本並確保產品質量。

本集團於東石生產基地及永和生產基地生產POE雨傘及尼龍雨傘。就POE雨傘而言，除電鍍外包給獨立第三方承包商加工外，本集團有能力製作所有主要組件，包括遮蓬、配件、中桿及手柄。就尼龍雨傘（主要為折疊雨傘）而言，本集團之生產專注於

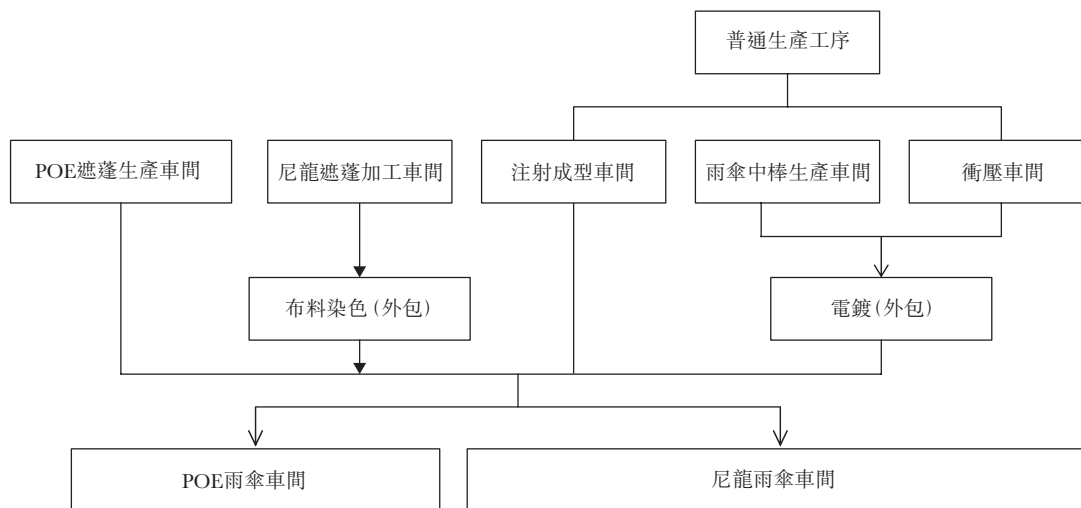
業 務

組裝雨傘骨及中棒等組件（部分由本集團製造）。本集團亦向供應商採購用於遮蓬生產之塑料布以及客戶規定之若干特定物件，如木質手柄及特定設計部分。為滿足客戶之若干特定需求，本集團將布料染色外包予獨立第三方。

雨傘之主要組件於下圖顯示：



下列流程圖顯示本集團POE雨傘及尼龍雨傘之主要生產工序：



本集團之生產工序依託若干機器，主要屬勞動密集型，主要包括兩個階段：即(i)生產備件；及(ii)手工將備件組裝成製成品。誠如上述流程圖所示，主要之普通生產工序，包括注射成型、雨傘杆製作、衝壓及組裝雨傘骨及伸張器，乃為POE雨傘及尼龍雨傘生產及組裝備件（如雨傘骨、遮蓬及橡膠）。本集團為POE產品生產雨傘遮蓬，及

業 務

為國內客戶訂購之尼龍雨傘購買現成布匹。本集團將中棒電鍍及尼龍遮蓬之布料染色外包予獨立第三方。在普通生產工序完成後，本集團工人將於POE雨傘車間及尼龍車間分別組裝POE雨傘產品及尼龍雨傘產品。

主要生產工序詳情包括以下各項：

注射成型



- 此流程用於製造雨傘帽、雨傘骨、滑槽、手柄及其他等備件。

中棒生產



- 碾壓鋼板並切成中空鋼管，然後於鋼管之特定部分穿孔以插入彈簧銷。

業 務

衝壓



- 衝壓涉及使用機器將平板金屬衝壓為伸張器及雨傘骨形狀。

電鍍

- 電鍍用於在中棒上形成連貫之金屬鍍層以防銹並另外觀更美。本集團將此部分外包予獨立第三方承包商。有關詳情，請參閱本節下文「分包電鍍及布料染色」一段。

布料染色

- 布料染色乃為根據客戶之特定需要對纖維布料進行染色。本集團將此工序外包予獨立第三方。有關詳情，請參閱本節下文「分包電鍍及布料染色」一段。

業 務

組裝雨傘蜂巢



- 工人組裝雨傘骨、伸張器、滑槽及其他備件（包括連接雨傘骨之孔眼）以形成雨傘蜂巢。

POE遮蓬生產



- 本集團購買化工材料並生產POE遮蓬。

POE雨傘組裝及尼龍雨傘組裝



- 工人會手動將備件與遮蓬裝配為製成品。



業 務

分包電鍍及布料染色

本集團雨傘產品之所有中棒需要電鍍。就尼龍遮蓬生產而言，視乎客戶之特定需求，其可能涉及布料染色。在此情況下，由於本集團並無電鍍及布料染色設施，電鍍及布料染色工序分包予電鍍及布料染色工廠，所有該等工廠均為獨立第三方。本集團擁有合資格分包商名單並將不時檢討其表現、所提供之服務水平及所收取之分包費。

本集團典型之電鍍安排包括以下各項：

- 分包協議載列分包商收取之分包費以及需要電鍍及／或布料染色之雨傘數量；
- 分包商完成分包工序後，本集團質量控制員工將於分包商交付製成品時根據議定之技術規定檢查電鍍中棒之質量。

往績記錄期間，向分包商支付之分包費分別約為人民幣7百萬元、人民幣5百萬元、人民幣5百萬元及人民幣9百萬元，分別約佔同期總銷售成本之2.6%、1.6%、1.3%及2.3%。於往績記錄期間，本集團並無收到客戶對分包商加工之電鍍中棒之質量提出重大索償或投訴。

經弗若斯特沙利文向業內有關參與者查詢後，晉江區約有50至100家公司提供電鍍服務，同時同一地區約有200至300家公司提供布料印染服務。並無有關布料印染及電鍍包銷商資格之協會，約亦無有關官方名錄。於往績記錄期間，本集團分別聘用11、13、14及15家電鍍分包商及同期一直聘用3家布料印染分包商。由於市場上充斥大量分包商，董事認為，本集團並不依賴於本集團現有分包商向本集團提供電鍍服務及布料印染服務。

本集團並無與分包商訂立任何長期協議，而是按個別訂單基準向其下訂單，但本集團相信本集團已與分包商維持良好之關係。於往績記錄期間，本集團與分包商並無任何重大糾紛。

業 務

採購

本集團於生產過程中使用多種原材料及配件。主要原材料包括鋼板、化工材料（主要包括LDPE及LLDPE）、塑料布、尼龍布及若干雨傘架組件（如雨傘骨及中棒）。本集團相信，目前該等材料之供應足以滿足本集團之生產需求。本集團亦向供應商採購包裝材料等原材料。

下表載列往績記錄期間本集團採購之各類原材料金額及其佔本集團原材料採購總額之概約百分比：

	截至十二月三十一日止年度						截至十月三十一日止十個月			
	二零一一年		二零一二年		二零一三年		二零一三年		二零一四年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
	(未經審核)									
化工材料										
(附註1)	68,164	31.2	56,979	28.4	90,809	36.9	65,117	35.4	108,931	38.4
鋼板	64,547	29.5	59,955	30.0	99,520	40.5	70,154	38.1	102,403	36.1
雨傘架組件										
(附註2)	27,668	12.7	23,284	11.6	20,980	8.5	15,973	8.7	25,452	9.0
塑料布	26,905	12.3	39,026	19.4	20,263	8.2	20,263	11.0	8,925	3.1
尼龍布	21,153	9.7	10,327	5.1	5,379	2.2	4,797	2.6	29,255	10.3
包裝材料	3,994	1.8	4,867	2.4	6,684	2.7	5,724	3.1	5,398	1.9
其他 (附註3)	6,078	2.8	6,310	3.1	2,336	1.0	2,036	1.1	3,224	1.2
合計	<u>218,509</u>	<u>100.0</u>	<u>200,748</u>	<u>100.0</u>	<u>245,971</u>	<u>100.0</u>	<u>184,064</u>	<u>100.0</u>	<u>283,588</u>	<u>100.0</u>

附註：

- (1) 化工材料主要包括LDPE及LLDPE。
- (2) 雨傘架組件包括雨傘骨及中棒等零部件。
- (3) 其他包括模具、塑料配件及玻璃纖維。

截至二零一三年十二月三十一日止三個年度各年及截至二零一四年十月三十一日止十個月，本集團之原材料採購成本總額分別約為人民幣219百萬元、人民幣201百萬元、人民幣246百萬元及人民幣284百萬元。於往績記錄期間，本集團概無向供應商大量退回原材料次貨，或重新加工或處置不合格製成品。

業 務

原材料成本管理

為確保原材料供應穩定，本集團一般盡量向多方貨源採購原材料。本集團概無與供應商簽訂任何長期合同。本集團通過購買協議（一般載列將予採購原材料種類、規格及價格）向供應商採購原材料。本集團並無制訂政策對沖任何原材料成本波動風險，但本集團會密切監察原材料之市價。

本集團一般會於平均30至120日之信貸期內支付原材料之採購額。本集團認為，控制存貨水平對整體盈利能力舉足輕重。為有效控制本集團之存貨水平，本集團一般在承接及確認客戶訂單後規劃原材料採購。於往績記錄期間，本集團並無出現任何原材料短缺之情況。本集團亦設有存貨管理政策，據此，本集團每年進行兩次全面盤點，以確保所記錄之入貨及出貨資料之準確性及正確性。

主要供應商

本集團向國內外供應商採購原材料。本集團透過評估營運規模、價格、原材料質量、行業專業知識和準時交付貨品等各項因素而甄選供應商。

本集團已與多家供應商建立穩固之採購關係。於最後實際可行日期，其中五大供應商已與本集團建立一至八年之業務關係。有關五大供應商於往績記錄期之詳情請參閱下表。

本集團根據與若干供應商訂立之供應協議採購化工材料等原材料，條款在本集團每次訂購原材料時商議。

於往績記錄期間，向五大供應商之採購額分別約佔本集團總採購額之36.6%、29.4%、43.4%及42.5%，而向本集團之最大供應商之採購額分別約佔同期本集團總採購額之8.7%、9.5%、19.6%及18.2%。本集團一般透過電匯及銀行轉賬向五大供應商付款。於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，概無董事、彼等各自之聯繫人或持有本公司已發行股本超過5.0%之股東於本集團之五大供應商中擁有任何權益。於往績記錄期間，本集團並無經歷任何產品嚴重短缺或延遲供應。

業 務

下表載列往績記錄期間本集團五大供應商：

截至二零一一年十二月三十一日止年度

供應商	背景及主要業務性質	主要產品採購	關係年份 (截至二零一四年 十月三十一日) <i>(概約)</i>	交易額 <i>(人民幣千元)</i> <i>(概約)</i>	供應商為本集團 五大供應商之一 之年度以及佔本集團 採購總額概約百分比 <i>(概約)</i>
供應商A	東京證券交易所之上市公司，從事銷售聚丙烯及聚乙烯等化工材料業務	化工材料 ^(附註2)	7	18,920	二零一一年：8.7
供應商B ^(附註1)	私人有限公司，即本集團旗下一間位於中國之附屬公司，其主要業務包括進出口雨傘、鞋子及衣服等各種產品	塑料布	2	17,182	二零一一年：7.9 二零一二年：5.4
供應商C	位於中國之私人有限公司，其業務範圍包括批發和零售金屬、建築材料及化工材料	化工材料 ^(附註2) 及鋼板	4	16,179	二零一一年：7.4
供應商D	位於中國之私人有限公司，從事金屬及化工原材料等多種商品進出口業務	化工材料 ^(附註2) 及鋼板	3	14,355	二零一一年：6.6

業 務

供應商	背景及主要業務性質	主要產品採購	關係年份	交易額	供應商為本集團
			(截至二零一四年十月三十一日)		五大供應商之一
			(概約)	(人民幣千元)	之年度以及佔本集團採購總額概約百分比
			(概約)	(概約)	(概約)
供應商E	位於中國之私人有限公司，其業務範圍包括生產及買賣金屬、合金、礦物及其相關產品，如鐵塊	鋼板	3	13,212	二零一一年：6.0 二零一二年：4.4

附註：

- (1) 供應商B之擁有權及公司名稱於二零一三年三月發生變更並於二零一四年成為本集團客戶之一，即客戶G。
- (2) 化工材料主要包括LDPE及LLDPE。

截至二零一二年十二月三十一日止年度

供應商	背景及主要業務性質	主要產品採購	關係年份	交易額	供應商為本集團
			(截至二零一四年十月三十一日)		五大供應商之一
			(概約)	(人民幣千元)	之年度以及佔本集團採購總額概約百分比
			(概約)	(概約)	(概約)
供應商F	中國之私人有限公司，其主要業務包括買賣多種化工產品	塑料布及化工材料 ^(附註2)	6	18,995	二零一二年：9.5

業 務

供應商	背景及主要業務性質	主要產品採購	關係年份 (截至二零一四年 十月三十一日) <i>(概約)</i>	交易額 <i>(人民幣千元)</i> <i>(概約)</i>	供應商為本集團 五大供應商之一 之年度以及佔本集團 採購總額概約百分比 <i>(概約)</i>
供應商G	本集團旗下位於新加坡之唯一獨資企業，主要從事石化加工以及燃油提取及生產業務	化工材料 ^(附註2)	6	13,223	二零一二年：6.6 二零一三年：6.6 截至二零一四年 十月三十一日 止十個月：3.7
供應商B ^(附註1)	私人有限公司，即本集團旗下一間位於中國之附屬公司，其主要業務包括進出口雨傘、鞋子及衣服等各種產品	塑料布	2	10,929	二零一一年：7.9 二零一二年：5.4
供應商E	位於中國之私人有限公司，其業務範圍包括生產及買賣金屬、合金、礦物及其相關產品，如鐵塊	鋼板	3	8,792	二零一一年：6.0 二零一二年：4.4
供應商H	位於中國之私人有限公司，主要從事鋼板、機器及汽車零部件生產及貿易業務	鋼板	2	6,988	二零一二年：3.5 二零一三年：19.6 截至二零一四年 十月三十一日 止十個月：18.2

附註：

- (1) 供應商B之擁有權及公司名稱於二零一三年三月發生變更並於二零一四年成為本集團客戶之一，即客戶G。
- (2) 化工材料主要包括LDPE及LLDPE。

業 務

截至二零一三年十二月三十一日止年度

供應商	背景及主要業務性質	主要產品採購	關係年份 (截至二零一四年 十月三十一日) (概約)	交易額 (人民幣千元) (概約)	供應商為本集團 五大供應商之一 之年度以及佔本集團 採購總額概約百分比 (概約)
供應商H	位於中國之私人有限公司，主要從事鋼板、機器及汽車零部件生產及貿易業務	鋼板	2	48,219	二零一二年：3.5 二零一三年：19.6 截至二零一四年 十月三十一日 止十個月：18.2
供應商I	中國之私人有限公司，主要從事礦物、塑料以及化工材料貿易業務	塑料布及化工材料 ^(附註)	1	18,161	二零一三年：7.4
供應商G	本集團旗下位於新加坡之唯一獨資企業，主要從事石化加工以及燃油提取及生產業務	化工材料 ^(附註)	6	16,217	二零一二年：6.6 二零一三年：6.6 截至二零一四年 十月三十一日 止十個月：3.7
供應商J	位於中國之私人有限公司，其主要業務包括生產及買賣鋼板及其相關產品	鋼板	1	12,736	二零一三年：5.2
供應商K	位於馬來西亞之私人有限公司，主要從事高濃度聚乙烯和乙烯貿易業務	化工材料 ^(附註)	7	11,242	二零一三年：4.6 截至二零一四年 十月三十一日 止十個月：2.3

附註：化工材料主要包括LDPE及LLDPE。

業 務

截至二零一四年十月三十一日止十個月

供應商	背景及主要業務性質	主要產品採購	關係年份		供應商為本集團
			(截至二零一四年 十月三十一日)	交易額	五大供應商之一 之年度以及佔本集團 採購總額概約百分比
			(概約)	(概約)	(概約)
供應商H	位於中國之私人有限公司，主要從事鋼板、機器及汽車零部件生產及貿易業務	鋼板	2	51,554	二零一二年：3.5 二零一三年：19.6 截至二零一四年 十月三十一日 止十個月：18.2
供應商L	位於中國之私人有限公司，主要從事鋼板及塑料布貿易業務	鋼板	1	23,004	截至二零一四年 十月三十一日 止十個月：8.1
供應商G	本集團旗下位於新加坡之唯一獨資企業，主要從事石化加工以及燃油提取及生產業務	化工材料 ^(附註)	6	10,449	二零一二年：6.6 二零一三年：6.6 截至二零一四年 十月三十一日 止十個月：3.7
供應商M	位於中國之私人有限公司，從事雨傘出口及主要為福建省進口化工材料等業務	塑料布及 化工材料 ^(附註)	1	9,016	截至二零一四年 十月三十一日 止十個月：3.2
供應商N	位於中國之私人有限公司，主要從事高濃度聚乙烯和聚乙烯貿易業務	化工材料 ^(附註)	1	8,647	截至二零一四年 十月三十一日 止十個月：3.0

附註：化工材料主要包括LDPE及LLDPE。

業 務

於往績記錄期間，本集團向供應商發出之訂單並無發生任何重大被取消之情況。此外，概無供應商於往績記錄期間申請破產、無力償債或類似法律程序。

供應商通常授予本集團介乎30至120日之信貸期。運輸費通常由供應商承擔。

水電氣供應

於往績記錄期間及截至二零一四年十月三十一日止十個月，福建省之電及水供應充足且穩定，本集團並未遭遇因供電或供水緊張而導致營運出現嚴重中斷。電及水消耗分別約佔同期本集團持續經營業務總生產成本之2.1%、1.9%、1.4%及1.4%。本集團亦未遭遇任何事故，導致嚴重損壞生產廠房或生產中斷。

存貨控制

本集團制定嚴格之存貨控制政策以監察本集團之存貨水平及儘量減少陳舊存貨。本集團監控當期存貨之用量及估計任何陳舊原材料及製成品之數目。

本集團之存貨結餘包括原材料、在製品及製成品。本集團已制定以下主要存貨管理程序以確保有效管理本集團之存貨：

- 所有原材料、零件及配件之採購須經生產及採購部門之主管審批並於存貨管理體系記錄；
- 在收取所訂購之原材料、零件及配件前須對照採購訂單進行檢查和核實；
- 所有發出用於生產之原材料、零件及配件須經生產部門審批並於存貨管理體系記錄；
- 所有製成品於付運時於存貨管理系統記錄；及
- 進行半年盤點和年度盤點以確保倉庫所儲存之項目數目與於有關期間之所有記錄數據相符。

業 務

為避免在倉庫積壓存貨，本集團根據客戶採購訂單採購原材料。於收到客戶之採購訂單後，本集團銷售經理會記錄訂單並向有關記錄轉送生產部門。然後，生產部門將其填入月度記錄，該月度記錄將匯總月內之所有採購訂單。然後將其轉送採購部門，採購部門將根據客戶訂立之採購訂單向供應商採購原材料。

銷售及市場推廣

本集團製造之POE雨傘及尼龍雨傘產品主要銷往海外客戶（大部分為日本之貿易公司），而此等客戶繼而以其其他牌或自有品牌銷售此等產品。就國內市場而言，本集團製造POE雨傘及尼龍雨傘（部分以集成品牌銷售），該等產品主要透過中國之貿易公司銷售，而小部分乃直接向超市等其他非貿易公司銷售。本集團亦向海外及中國客戶銷售雨傘零部件。

下表載列往績記錄期間本集團按銷售渠道劃分之收益：

	截至十二月三十一日止年度						截至十月三十一日止十個月			
	二零一一年		二零一二年		二零一三年		二零一三年		二零一四年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
	(未經審核)									
出口銷售										
POE雨傘	212,840	65.4	286,028	75.8	372,220	77.0	327,272	77.8	316,410	60.3
尼龍雨傘－直桿	30,336	9.3	26,458	7.0	16,597	3.4	14,527	3.5	27,728	5.3
尼龍雨傘－折疊	17,152	5.3	24,047	6.4	23,750	4.9	21,091	5.0	26,128	5.0
雨傘零部件*	2,772	0.8	2,552	0.7	14,378	3.0	12,453	3.0	29,115	5.5
小計	263,100	80.8	339,085	89.9	426,945	88.3	375,343	89.3	399,381	76.1
國內銷售										
POE雨傘	12,216	3.8	7,751	2.0	14,808	3.1	10,604	2.5	60,356	11.5
尼龍雨傘－直桿	5,629	1.7	3,167	0.8	4,740	1.0	4,629	1.1	11,881	2.3
尼龍雨傘－折疊	7,089	2.2	3,306	0.9	5,653	1.1	3,874	0.9	33,489	6.3
雨傘零部件*	37,529	11.5	24,058	6.4	31,469	6.5	25,991	6.2	19,596	3.8
小計	62,463	19.2	38,282	10.1	56,670	11.7	45,098	10.7	125,322	23.9
合計	325,563	100.0	377,367	100.0	483,615	100.0	420,441	100.0	524,703	100.0

* 雨傘零部件主要包括塑料布、中棒及其他零部件。

業 務

下表載列往績記錄期間本集團POE雨傘及尼龍雨傘按把劃分之銷量：

	截至十二月三十一日止年度						截至十月三十一日止十個月			
	二零一一年		二零一二年		二零一三年		二零一三年		二零一四年	
	千把	%	千把	%	千把	%	千把	%	千把	%
POE雨傘	21,133	81.3	24,527	84.6	29,539	88.8	25,840	88.8	26,759	81.8
尼龍雨傘	<u>4,876</u>	<u>18.7</u>	<u>4,448</u>	<u>15.4</u>	<u>3,718</u>	<u>11.2</u>	<u>3,275</u>	<u>11.2</u>	<u>5,963</u>	<u>18.2</u>
合計	<u>26,009</u>	<u>100.0</u>	<u>28,975</u>	<u>100.0</u>	<u>33,257</u>	<u>100.0</u>	<u>29,115</u>	<u>100.0</u>	<u>32,722</u>	<u>100.0</u>

本集團客戶

本集團在向客戶交付產品時確認銷售產品之收益。本集團客戶包括海外及國內貿易公司及超市等終端客戶。於有關期間，本集團向五大客戶之銷售額分別約佔總收益之59.9%、60.3%、47.7%及53.3%，而本集團向最大客戶之銷售額分別約佔總收益之24.5%、26.1%、21.1%及20.0%。

業 務

於二零一四年十月三十一日，本集團與五大客戶之業務關係介乎9個月至12年。下表載列往績記錄期間本集團五大客戶明細：

截至二零一一年十二月三十一日止年度

客戶	背景及主要業務性質	後向客戶	成立年份	資本	出售之主要產品	關係年份 (截至二零一四年 十月三十一日)	交易額 (人民幣千元)	客戶為本集團	
								五大客戶之一	之年度以及佔本集團 總收益概約百分比
客戶A	東京證券交易所上市公司，於日本從事化妝品、日用品及其他產品批發業務。其亦提供合約物流、商店解決方案及出口國際化妝品。	零售商 (如大型連鎖店、藥店、便利店及超市)	一九二八年	15,869,545,194 日元	POE雨傘	12	79,691	二零一一年：24.5 二零一二年：26.1 二零一三年：21.1	
								截至二零一四年 十月三十一日 止十個月：20.0	

業 務

客戶	背景及主要業務性質	後向客戶	成立年份	資本	出售之主要產品	關係年份 (截至二零一四年 十月三十一日)	交易額 (人民幣千元)	客戶為本集團 五大客戶之一 之年度以及佔本集團 總收益概約百分比
客戶B	位於日本之私人有限公司，其主要業務包括貿易及就銷售塑料雨傘與地方便利店合作。其亦為其台灣分公司(買賣紡織品及生產塑料包)出口各類食品。	便利店及製藥公司	一九八三年	50,000,000 日元	POE雨傘	6	58,134	二零一一年：17.9 二零一二年：15.6 二零一三年：12.4 截至二零一四年 十月三十一日 止十個月：15.4
客戶C	位於日本之私人有限公司，從事環保包、袋、塑料雨傘、打火機、鬧鐘、揚聲器、手機配件、手錶及吸煙用品等多種產品之貿易業務。	貿易公司及批發商	一九五四年	55,000,000 日元	POE雨傘	3	30,573	二零一一年：9.4 二零一二年：8.9

業 務

客戶	背景及主要業務性質	後向客戶	成立年份	資本	出售之主要產品	關係年份 (截至二零一四年 十月三十一日)	客戶為本集團 五大客戶之一	
							交易額 (人民幣千元)	之年度以及佔本集團 總收益概約百分比
客戶D	位於日本之私人有限公司，其主要業務包括進口及批發各類雨傘。	零售商、分銷商及便利店	一九五五年	29,500,000 日元	POE雨傘	11	15,824 (概約)	二零一一年：4.9 二零一二年：4.2 二零一三年：4.5
客戶E	位於日本買賣雨傘、手帕、口罩、毛巾、食品及飲料等不同產品之私人有限公司。	鐵路公司	一九七零年	96,000,000 日元	POE雨傘	5	10,317 (概約)	二零一一年：3.2 二零一二年：5.5 二零一三年：4.7

業 務

截至二零一二年十二月三十一日止年度

客戶	背景及主要業務性質	後向客戶	成立年份	資本	出售之主要產品	關係年份 (截至二零一四年 十月三十一日)	交易額 (人民幣千元)	客戶為本集團 五大客戶之一 之年度以及佔本集團總 收益概約百分比
客戶A	東京證券交易所上市公司，於日本從事化妝品、日用品及其他產品批發業務。其亦提供合約物流、商店解決方案及出口國際化產品。	零售商 (如大型連鎖店、藥店、便利店及超市)	一九二八年	15,869,545,194 日元	POE雨傘	12	98,564	二零一一年：24.5 二零一二年：26.1 二零一三年：21.1 截至二零一四年 十月三十一日 止十個月：20.0
客戶B	位於日本之私人有限公司，其主要業務包括貿易及就銷售塑料雨傘與地方便利店合作。其亦為其台灣分公司 (買賣紡織品及生產塑料包) 出口各類食品。	便利店及製藥公司	一九八三年	50,000,000 日元	POE雨傘	6	59,041	二零一一年：17.9 二零一二年：15.6 二零一三年：12.4 截至二零一四年 十月三十一日 止十個月：8.8

業 務

客戶	背景及主要業務性質	後向客戶	成立年份	資本	出售之主要產品	關係年份 (截至二零一四年 十月三十一日)	交易額 (人民幣千元)	客戶為本集團 五大客戶之一 之年度以及佔本集團總 收益概約百分比
客戶C	位於日本之私人有限公司，從事環保包袋、塑料雨傘、打火機、鬧鐘、揚聲器、手機配件、手錶及吸煙用品等多種產品之貿易業務。	貿易公司及批發商	一九五四年	55,000,000 日元	POE雨傘	3	33,774	二零一一年：9.4 二零一二年：8.9
客戶E	位於日本之私人有限公司，從事雨傘等不同產品之貿易業務。	鐵路公司	一九七零年	96,000,000 日元	POE雨傘	5	20,775	二零一一年：3.2 二零一二年：5.5 二零一三年：4.7
客戶D	位於日本之私人有限公司，其主要業務包括進口及批發各類雨傘、手帕、口罩、毛巾、食品及飲料。	零售商、分銷商及 便利店	一九五五年	29,500,000 日元	POE雨傘	11	15,823	二零一一年：4.9 二零一二年：4.2 二零一三年：4.5

業 務

截至二零一三年十二月三十一日止年度

客戶	背景及主要業務性質	後向客戶	成立年份	資本	出售之主要產品	關係年份 (截至二零一四年 十月三十一日)	交易額 (人民幣千元)	客戶為本集團 五大客戶之一 之年度以及佔本集團總 收益概約百分比
客戶A	東京證券交易所上市公司，於日本從事化妝品、日用品及其他產品批發業務。其亦提供合約物流、商店解決方案及出口國際化產品。	零售商 (如大型連鎖店、藥店、便利店及超市)	一九二八年	15,869,545,194 日元	POE雨傘	12 (概約)	101,965 (概約)	二零一一年：24.5 二零一二年：26.1 二零一三年：21.1 截至二零一四年 十月三十一日 止十個月：20.0

業 務

客戶	背景及主要業務性質	後向客戶	成立年份	資本	出售之主要產品	關係年份 (截至二零一四年 十月三十一日)	交易額 (人民幣千元)	客戶為本集團 五大客戶之一 之年度以及佔本集團總 收益概約百分比
客戶B	位於日本之私人有限公司，其主要業務包括貿易及就銷售塑料雨傘與地方便利店合作。其亦為其台灣分公司(買賣紡織品及生產塑料包)出口各類食品。	便利店及製藥公司	一九八三年	50,000,000 日元	POE雨傘	6	59,780	二零一一年：17.9 二零一二年：15.6 二零一三年：12.4 截至二零一四年 十月三十一日 止十個月：8.8
客戶F	位於日本之私人有限公司，其主要業務包括進口及批發日用品、眼鏡、雨傘、太陽鏡及玻璃框等產品業務。	零售商 (包括眼鏡行)	一九八五年	35,000,000 日元	POE雨傘	8	24,065	二零一三年：5.0

業 務

客戶	背景及主要業務性質	後向客戶	成立年份	資本	出售之主要產品	關係年份 (截至二零一四年 十月三十一日)	交易額 (人民幣千元)	客戶為本集團 五大客戶之 之年度以及佔本集團總 收益概約百分比
客戶E	位於日本之私人有限公司，從事雨傘及位於日本不同城市之多間鋪位之日雜用品等不同產品之貿易業務。	鐵路公司	一九七零年	96,000,000 日元	POE雨傘	5	22,952	二零一一年：3.2 二零一二年：5.5 二零一三年：4.7
客戶D	位於日本之私人有限公司，其主要業務包括進口及批發各類雨傘。	零售商、分銷商及便利店	一九五五年	29,500,000 日元	POE雨傘	11	21,553	二零一一年：4.9 二零一二年：4.2 二零一三年：4.5

業 務

截至二零一四年十月三十一日止十個月

客戶	背景及主要業務性質	後向客戶	成立年份	資本	出售之主要產品	關係年份		客戶為本集團 五大客戶之一 之年度以及佔本集團總 收益概約百分比
						(截至二零一四年 十月三十一日)	交易額 (人民幣千元)	
客戶A	東京證券交易所上市公司，於日本從事化妝品、日用品及其他產品批發業務。其亦提供合約物流、商店解決方案及出口國際化產品。	零售商 (如大型連鎖店、藥店、便利店及超市)	一九二八年	15,869,545,194 日元	POE雨傘	12	104,998	二零一一年：24.5 二零一二年：26.1 二零一三年：21.1 截至二零一四年 十月三十一日 止十個月：20.0
客戶G ^(附註1)	位於中國之私人有限公司 (為集團旗下一間附屬公司)，其主要業務包括雨傘、鞋子、衣服、玩具及電子產品等。	尚無可用公開資料。 就董事所深知，彼等大多為海外客戶，如泰國、印度及印度尼西亞	二零零九年	人民幣 30,000,000元	POE雨傘及尼龍雨傘	1	80,567	截至二零一四年 十月三十一日 止十個月：15.4

業 務

客戶	背景及主要業務性質	後向客戶	成立年份	資本	出售之主要產品	關係年份 (截至二零一四年 十月三十一日)	交易額 (人民幣千元)	客戶為本集團 五大客戶之一 之年度以及佔本集團總 收益概約百分比
客戶B	位於日本之私人有限公司，其主要業務包括貿易及就銷售塑料雨傘與地方便利店合作。其亦為其台灣分公司（買賣紡織品及生產塑料包）出口各類食品。	便利店及製藥公司	一九八三年	50,000,000 日元	POE雨傘	6 (概約)	46,009 (概約)	二零一一年：17.9 二零一二年：15.6 二零一三年：12.4 截至二零一四年 十月三十一日 止十個月：8.8
客戶H	位於日本之私人有限公司，從事雨傘、貼紙、袋子和文具等不同產品貿易業務。	批發商、分銷商及零售 商	一九九二年	10,000,000 日元	POE雨傘	5	24,885	截至二零一四年 十月三十一日 止十個月：4.7

業 務

客戶	背景及主要業務性質	後向客戶	成立年份	資本	出售之主要產品	關係年份 (截至二零一四年 十月三十一日)	交易額 (人民幣千元)	客戶為本集團 五大客戶之一 之年度以及佔本集團總 收益概約百分比
客戶1 ^(附註2)	位於柬埔寨之私人有限公司，其主要業務範圍包括向法國、西班牙及英國進出口不同產品，包括服飾產品（其主要出口產品）。	尚無可用公開資料。就董事所深知，彼等大多為海外客戶	一九九七年	1,898,000 美元	POE雨傘及尼龍雨傘	1 (概約)	23,143 (概約)	二零一三年：1.1 截至二零一四年 十月三十一日 止十個月：4.4

業 務

附註1：客戶G（自二零一四年起為本集團之新客戶）於截至二零一一年及二零一二年十二月三十一日止年度亦為本公司之供應商，即供應商B。

附註2：於二零一三年，按為本集團貢獻之總收益計算，客戶I（自二零一三年起開始與本集團建立業務關係）排名第19位。

於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，概無董事、彼等各自之聯繫人或持有本公司已發行股本5.0%以上之股東於本集團五大客戶擁有任何權益。

貿易公司

本集團之POE雨傘、尼龍雨傘及雨傘零部件主要售予日本及其他海外市場的貿易公司，包括中國之貿易公司。於往績記錄期間，本集團大部分貿易公司客戶之基地均設於日本。據董事所深知，(i)本集團於日本之貿易公司客戶向彼等之客戶（包括便利店、百貨商店、超市、藥店及火車站店鋪）轉售本集團之雨傘產品；及(ii)本集團於日本之大部分貿易公司客戶於接獲其終端客戶之採購訂單後購買本集團之產品。

本集團與中國貿易公司客戶訂立之銷售協議並無載列任何限制轉售之條款。因此，貿易公司客戶可於海外轉售本集團之雨傘產品，惟彼等須有出口權及遵守相關中國出口法律及法規。據董事所深知，貿易公司之部分客戶會向主要位於中國之客戶轉售本集團之雨傘產品，且貿易公司客戶亦可能會將本集團小部分之雨傘產品轉售予其主要位於日本之海外客戶，而本集團之客戶亦位於有關地區。透過銷售人員與客戶之間之溝通，本集團亦可收集更多有關貿易公司客戶進行轉售之資料（包括其各自客戶對本集團產品之反饋）。

儘管本集團無法完全排除任何產品責任及知識產權侵權申索之可能性，本集團已嚴格遵循購買及進口本集團雨傘產品之海外客戶規定之相關安全規定及標準，並根據有關規定及標準生產雨傘產品。本集團亦會從貿易展覽會等市場收集情報，以及與貿易公司客戶就有關本集團雨傘產品之任何負面反饋意見進行密切溝通，並將於切實可行之情況下立即採取適當之糾正行動。

就董事所深知，於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，本集團並無於進口本集團雨傘產品之市場及就中國貿易公司客戶進行之該等轉售面臨任何產品責任或知識產權侵權申索。

定價

在為本集團之雨傘產品定價時，本集團考慮到各種因素，如生產成本、原材料價格、包裝要求及數目。

業 務

信貸政策

本集團一般向國內銷售客戶提供最多150日之信貸期，及向出口銷售客戶（包括日本及柬埔寨之客戶）提供最多30日之信貸期。董事認為，向中國客戶提供較長之信貸期為市場慣例，而出口銷售客戶一般通過電匯付款，這令信貸期縮短。

本集團持續檢討逾期結餘及本集團應收款項結餘，並由管理層團隊進行評估以確定是否須就貿易應收款項計提減值撥備。於往績記錄期間，本集團並無就貿易應收款項作出撥備。有關本集團貿易應收款項之詳情，請參閱「財務資料－本文件之貿易應收款項分析」一節。

於往績記錄期間，本集團並未遭遇任何出口客戶取消訂單、破產或違約之情況。

產品交付

本集團銷往海外所有主要客戶之雨傘產品主要按廈門港或其他指定港口FOB基準進行，因此，本集團僅負責將貨物交付至廈門港或其他指定港口，而有關客戶負責廈門港或其他指定港口以外之產品運輸安排及進口稅。

售後服務

本集團負責與任何瑕疵產品有關之費用。於往績記錄期間，本集團並未收到客戶對有關產品之任何重大投訴。

市場推廣及促銷

本集團在市場推廣中以客戶為中心。為鞏固於現有客戶之關係，本集團之銷售及市場推廣人員將不時與客戶聯繫以知悉市場最新趨勢以及物色其他商機。

本集團參加貿易展覽會以推廣本集團之品牌及雨傘產品。由於本集團之業務計劃之一為擴大出口網絡，本集團參加在不同地點（包括國內及海外，如日本）舉行之貿易展覽會。本集團建立之銷售網絡有助於本集團建立品牌名，而進一步加強本集團之市場推廣能力。

產品設計、研究及開發

本集團著重設計及開發，為客戶提供多元化之產品。本集團定期設計及開發雨傘產品，致力於向客戶提供優質及時尚之產品。截至最後實際可行日期，本集團之研發團隊包括26名員工。

業 務

研發

本集團之研發部門建於一個跨部門協調和參與體系。在開發新產品或技術時，本集團亦考慮生產技巧和本集團產品所適用之標準。新產品開發不但涉及銷售部門、研發部門和生產部門，亦涉及財務部門和負責本集團整體策略之總經理。

本集團認為研發、設計對本集團成功與否至關重要。本集團之研發活動亦涉及鞏固現行技術、工藝流程及材料配方以及提高產品標準，以提升產品質量和提高生產工序效率。本集團以本集團名義註冊之23項專利載於本文件附錄六「法定及一般資料—C. 本集團之知識產權」一節。

於最後實際可行日期，本集團之研發部門有26人。該等成員效力於本集團平均約5年。6名研發僱員已取得大專學歷。

於往績記錄期間，本集團之研發費用分別約為人民幣2百萬元、人民幣3百萬元、人民幣3百萬元及人民幣3百萬元。

產品設計及開發

本集團之研發團隊包括多種部門，包括平面設計、雨傘骨設計團隊、雨傘技巧及雨傘帽設計團隊及抽樣部門。本集團之產品設計及開發過程可分為三個階段：(i)市場評估，並取得客戶之反饋意見及偏好；(ii)產品繪製及視覺設計；及(iii)製造及技術可行性。

本集團一直採取積極之方針，根據下述方式所收集之市場資料，貫徹創作新穎及各式各樣之設計，迎合目標客戶之偏好：

- 從本集團之客戶取得反饋意見及偏好。本集團之銷售團隊會定期與客戶溝通，以收集客戶對產品之反饋意見。銷售團隊然後向研發團隊傳達有關反饋意見及資料，讓彼等得以更有效了解客戶及市場之要求及偏好。有關資料將載列於銷售團隊所編製之開發建議報告，而研發團隊將就製造及技術可行性、安全及質量問題以及預算進行評估。研發團隊之人員將因應客戶之反饋意見設計新產品及改良現有產品。

業 務

- 取得市場資料及趨勢。透過參加在中國舉行之貿易展覽會，本集團之研發團隊將取得市場趨勢之資料。
- 從其他渠道收集資料。本集團之研發人員亦會對多個專業網站及刊物進行研究，以緊貼最新之市場資料。

產品設計

設計師會根據所收集之市場資料制定產品之藝術設計。就雨傘產品而言，本集團之設計團隊會專注於框架及產品整體外觀之藝術及視覺設計。研發團隊亦會預測市場趨勢及偏好，並以為客戶開發新產品為目標。本集團亦努力定期改進現有產品之藝術外觀及功能。

製造及技術可行性

研發團隊會評估產品在製造及技術方面之可行性，包括確保產品符合相關安全及質量標準。此階段會製作樣品。研發團隊將繼續測試樣品，並優化設計，直至通過相關測試為止。測試結果令人信納後，研發團隊設計由部門主管批准之生產過程計劃。樣品將於樣品展示廳可供選擇。

編製中國行業標準

本集團於二零一零年獲福建省輕工業聯合會邀請參與起草及編製中國雨傘行業標準，包括起草中國塑料雨傘行業標準（塑料雨傘國家標準QB-T 4152/2010）。

與華僑大學合作

本集團於二零一三年九月與華僑大學訂立為期三年之戰略合作協議，致力於持續改善生產POE塑料雨傘之材料、功能及技術。根據戰略合作協議，截至最後實際可行日期本集團向華僑大學支付啟動資金人民幣20,000元。此外，所有訂約方須根據戰略合作協議對一切有關根據合作協議發明之技術之資料及數據保密。

業 務

戰略合作協議之主要條款載列如下：

- 雙方透過於各自網站顯示對方之徽標或超鏈接認可戰略夥伴關係以及透過媒體宣佈。
- 雙方共同成立「華僑大學－福建集成設計及研究中心」以加強創新能力及競爭力以及透過利用華僑大學之研發技能提高本集團雨傘產品之市場份額及無形商譽。
- 華僑大學將邀請國內外知名機構、大學、科研機構專家及設計者參與本集團產品開發以及促進雨傘相關鑄膜之創新發展。
- 本公司將在創新設計及培訓基地為華僑大學學生提供實踐機會並每年組織一次或兩次學生創新研討會，如條件允許將邀請來自大陸或海外國家著名機構之優秀學生參加。倘學生之任何設計作品被本集團選用，本集團將頒發現金獎勵。
- 華僑大學將為本集團提供雨傘產品之創新設計及整體解決方案，包括市場研究、外觀設計、專利結構設計、樣品生產及鋼模追蹤。
- 雙方對商業及機構社區發揮影響及共同宣佈新社會技術項目，組織交流計劃及舉行創造設計競賽。
- 雙方將建立資源交換機制以共同使用各自之設計資源及技術升級人員。
- 華僑大學將建立由5至8名不同背景之設計師組成之團隊並成為本集團品牌名設計團隊以為本集團提供專家及專業設計服務。

展望未來，本集團致力於與華僑大學維持現有合作關係。

季節性

本集團之銷量或受季節性影響。雨傘行業之收益乃受季節性氣候變動影響，故收益於整個年度出現波動乃屬正常。本集團通常於雨水較多之第二季錄得較高銷售收益。大部分訂單需在此前交付。因此，年內，本集團之銷售收益一般會呈現若干季節性波動。

業 務

知識產權

本集團依賴（包括但不限於）專利、版權及商標法等法例和規例，以及本集團高級管理層與主要研發人員簽訂之保密協議以保障本集團之知識產權。

於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，本集團並未遭遇任何對本集團造成重大影響之知識產權侵權行為。於最後實際可行日期，本集團已在中國註冊20個商標和23項專利，在香港註冊3個商標，及在世界知識產權組織國際局註冊1個商標。

有關本集團知識產權之其他詳情載於本文件附錄六「法定及一般資料－C.本集團之知識產權」一節。

於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，本集團並不知悉任何對本集團造成重大影響之知識產權侵權行為，及本集團並未牽涉任何涉及侵犯知識產權之訴訟。

信息體系

為加強本集團之管理體系，本集團已實施企業資源規劃或ERP系統，應用至日常營運及管理之各方面，包括財務匯報、存貨及銷售和管理。此舉將有助於負責製造、採購及產品研究、設計及開發之各部門及本集團總部之間信息之整合及交流。

質量監控

本集團嚴格監控產品質量，並已實施全面之質量監控體系。

本集團之質量監控體系包括下列流程：

- 採購原材料－本集團一般根據所供應原材料之質量、定價以及本集團有關原材料採購標準之內部方式挑選供應商。
- 生產－質量管理部門監察生產工序之每個階段，以確保生產工序符合特定質量監控規定。負責不同生產流程之管理者亦進行定期檢查，而在員工培訓期間員工自行進行簡單測試演示。

業 務

- 機器及設備管理 — 本集團之設備管理員定期進行檢測和維護，以確保機器和設備保持最佳表現。
- 銷售 — 每批製成品均須通過檢查和性能測試，並於轉交予客戶前進行最終抽樣檢查。本集團之管理層負責收集客戶意見以及恰當和及時處理客戶投訴。
- 員工質素關注體系 — 本集團定期培訓和持續評估員工表現。

於最後實際可行日期，本集團之質量監控部門聘用27名質量監控人員。

本集團就雨傘產品開發和製造獲授ISO 9001：2008及ISO 14001：2004認證。

ISO 9001:2008載列質量管理系統標準，該標準以若干質量管理原則為基礎，包括強大之客戶關注、最高管理層之動機及含義、過程方法及持續改進。ISO 14001:2004要求環境管理系統須使組織制定及實施計及法律規定及組織贊同之其他規定以及重大環境資料之政策及目標。

本集團已設立全面ISO標準合規程序政策以確保於每個生產過程中嚴格遵守ISO標準。該政策乃根據國際標注化組織頒佈之規定（附有使用指引）設計。其制定須採取之步驟及措施以及將該等措施分配至不同部門。本集團相信，ISO標準合規程序乃建立在跨部門努力之上。

本集團已指定高級經理負責實行政策及向執行董事彙報實施進度及結果。該高級經理亦負責設計改進計劃及就質量控制及環保事宜與外部人士溝通。為確保持續符合ISO標準規定，本集團根據政策對營運進行內部控制檢討以發現不合規事宜並相應地實施補救措施。

於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，並無發生任何對本集團產生重大影響之質量監控體系故障。

業 務

認證、榮譽和認可

下表載列本集團獲得之主要榮譽：

獲授年度	榮譽	頒發組織或機構
二零一三年	工商信用良好企業AA級	泉州市工商行政管理局

下表載列本集團從雨傘行業獲得之主要認可：

年度	參與者（以其本身 身份或代表本集團）	稱號	組織
二零一一年	晉江集成	中國馳名商標	中華人民共和國 國家工商行政 管理總局商標局

競爭

中國為世界上最大之雨傘及陽傘出口國。根據弗若斯特沙利文之資料，於二零零八年至二零一二年，按出口金額計算，中國佔全球雨傘及陽傘市場之份額由約72.1%增至86.6%。按出口量計算，中國亦佔主導地位，於二零一二年約佔全球出口量之93.4%。國際貿易商高度依賴中國之產品。

本集團受惠於中國雨傘行業若干准入壁壘（如大量之初始資本投資、大量勞工需求及廣泛之銷售網絡）之競爭優勢。本集團透過與主要客戶維持之長期業務關係建立之完善銷售網絡銷售雨傘。本集團大規模生產設施實現規模經濟以及降低生產成本。本集團認為，其將受惠於中國快速增長的雨傘市場並把握該等市場之商機，進一步加強本集團之領導地位及獲得更多市場份額。

然而，中國雨傘市場之競爭日益加劇，本集團雨傘之定價及需求會受到所面臨激烈競爭之重大影響。中國整個雨傘及陽傘市場高度分散，充斥著大量本地製造商。因

業 務

此，本集團與製造雨傘並向其他市場，尤其是日本出口之若干主要本地雨傘製造商競爭。據董事所知，該等主要之本地製造商包括福建梅花傘業股份有限公司、福建雨絲夢洋傘實業有限公司、浙江天璋雨具有限公司、浙江騰鑫傘業有限公司、永利享（廈門）傘業有限公司及溫州海螺製傘有限公司。

就整個行業而言，由於尼龍雨傘之零售價更高，大部分尼龍雨傘製造商較POE雨傘製造商擁有更高之毛利潤率。在中國雨傘市場，大部分POE雨傘製造商將其產品定位於低端、快速消費產品，價格在每把人民幣10元以下。此外，由於中國POE雨傘之市場規模遠遠小於尼龍雨傘，很少行業參與者願意專注於生產POE雨傘。由於缺乏客戶基礎，很少中國行業參與者願意投資及維持POE雨傘產能（如製造POE雨傘所需之量身定製機器、原材料存貨及技術工）以服務市場之不確定需求。

不同於市場上之眾多同行，本集團將其POE雨傘定位為原材料優質之中端產品，這為本集團之POE雨傘帶來更高之毛利潤率。本集團POE雨傘之一般價格介乎人民幣10元至人民幣20元，大幅高於大部分競爭對手以及行業平均水平。行業平均水平一般低於人民幣10元。

另一方面，本集團努力進行成本控制。本集團已整合業務模型及生產工序以覆蓋上游（採購及加工原材料以及製造雨傘零部件）至下游（組裝及最終產出雨傘產品）之完整工業價值鏈。根據弗若斯特沙利文之資料，在中國僅有另一間塑料雨傘製造商擁有製造雨傘骨、遮蓬至組裝之完整價值鏈。

本集團相信，本集團POE雨傘之更高售價歸因於本集團之優質質量以及本集團之成本控制能力一併導致本集團之POE雨傘較同行有更高之利潤率。

此外，與日本客戶建立長期及穩定之業務關係亦為新進入者設立市場准入壁壘，並使本集團較競爭對手擁有更大優勢。鑒於日本客戶一般高度強調產品質量、準時交付產品及其夥伴之聲譽，彼等高度注重穩定及可靠之關係，只要供應商及其產品合格很少會更換供應商。既有之關係及聲譽進一步鞏固了本集團之領先市場地位。有關本集團其他競爭優勢之詳情，請參閱本節上文「競爭優勢」一段。

業 務

根據弗若斯特沙利文之資料，POE雨傘之市場准入壁壘包括以下各項：

優質產品 — 中國POE雨傘之需求主要來自海外，尤其是日本等發達國家。該等國家一般高度重視產品質量。除在中國符合ISO9001質量管理認證外，該等POE雨傘亦須符合JIS（日本行業標準）等相關質量標準。優質規定為POE雨傘市場之新參與者設立了壁壘。

與大客戶之關係 — 大型貿易商在日本市場發揮關鍵作用，彼等非常重視信譽且經常與可靠製造商簽署長期合約。7-11及全家便利(Family Mart)等主要零售商已與該等貿易商建立穩定之合作關係。聲譽良好之中國製造商更有可能與該等大型客戶建立長期關係。

遵守嚴格之環保規定 — 發達國家通常對POE雨傘中之化工材料及添加劑制定了嚴格之環保規定。該等國家禁止買賣以偶氮或鎘等有害化工材料製作之產品。為成為合資格之POE雨傘供應商，製造商需保持良好之環境合規記錄並取得ISO14000系統資格。

應對緊急訂單之能力 — 為滿足國內需求，海外客戶一般會下達POE雨傘之緊急訂單。大型製造商有能力按時生產優質POE雨傘，而新客戶需要更多時間來滿足交付時間，亦需要花費更多成本生產緊急訂單項下之產品。

強大之成本控制能力 — 與國內市場之製造商相比，POE雨傘製造商為出口導向型，一般需要花費更多資金建立質量控制及環境合規系統。此外，亦需要具有妥為避免外匯波動不利影響之能力。因此，POE雨傘製造商應具有強大之成本控制能力。

除上述原因外，董事認為本集團憑藉雨傘業務規模（董事認為其規模較本集團若干競爭對手更大）超越競爭對手。於二零一三年財政年度，一個於澳洲證券交易所上市之地方競爭對手（「**競爭對手一**」）錄得收益約16百萬澳元（約人民幣84百萬元），而於二零一三年財政年度，於東京證券交易所上市之另一競爭對手（「**競爭對手二**」）之雨傘分部錄得約5,415百萬日元（約人民幣281.2百萬元）之收益及競爭對手A（有關更多資料，請參閱本文件「行業概覽－競爭格局」一節）錄得人民幣298百萬元。本集團於二零一三年財政年度之收益為人民幣484百萬元，大幅高於上述競爭對手。董事認為，本集團之大規模雨傘業務令本集團較有賴規模經濟效益之上述競爭對手表現為好（按毛利率及淨利率計算）。

業 務

三位競爭對手之雨傘分部之業務重點及目標市場與本集團不同。雨傘分部貢獻競爭對手二於二零一四年財政年度收益之約40.6%，而雨傘分部貢獻競爭對手A於二零一三年財政年度收益之約32.4%，其後於二零一四年四月由競爭對手A出售。有關目標市場，競爭對手一及競爭對手A主要將彼等產品銷往歐洲及美國市場，故受有關市場經濟之影響。本集團於往績記錄期間之主要市場為日本市場（對優質POE雨傘需求極高）。誠如上述者，市場准入壁壘已對本集團競爭對手進駐相同市場造成巨大障礙。最後，雨傘之產品組合及售價亦影響利率。誠如上述者，本集團已將POE雨傘定位中端產品（一般來說售價較高）。本集團並不接受利率低之訂單。另一方面，本集團產品組合主要專注於POE雨傘，其銷售額佔本集團二零一三年之收益總額之80.1%。當本集團於往績記錄期間取得顯著業績時，本集團之競爭對手因上述原因未必會取得與本集團相同之業績。

有關本集團雨傘所面臨之競爭格局之進一步討論，請參閱本文件「行業概覽」一節。有關與本集團所面臨之競爭有關之風險的進一步討論，請參閱本文件「風險因素」一節。

僱員

於最後實際可行日期，本集團僱用合共2,023名僱員，其按職責領域劃分之明細如下：

	本集團僱員人數
管理層	9
行政／人力資源	80
財務	18
生產	1,755
採購	8
研發	26
質量控制	27
銷售及市場推廣	22
倉儲及物流	78
合計	<u>2,023</u>

業 務

與僱員之關係

董事認為，本集團與僱員維持良好關係。董事確認，本集團自營業以來，在因應業務運作招聘僱員及挽留僱員方面未曾面對任何困難，亦從未因勞資糾紛而令業務運作嚴重受阻。

僱員培訓

本集團高度重視僱員之發展及培訓。本集團定期舉辦入職課程、培訓計劃及安全課程。除以上所述者外，本集團亦鼓勵僱員學習相關領域的知識。本集團相信此舉將可提升員工的整體競爭力。

本集團致力確保僱員於履行彼等的職責時，具備所需之技能及安全知識，並以向彼等灌輸最新之知識及行業最新情況為本集團目標。

員工福利

為遵守適用之中國法定要求及中國地方政府之現行要求，本集團已為僱員參與社會保障計劃及住房公積金，且董事確認於往績記錄期間本集團已支付所有社會保險及住房公積金付款。該等社會保障包括基本養老保險、基本醫療保險、生育保險、失業保險及工傷保險。

勞動、職業安全及健康措施

本集團於中國之業務及經營須遵守中國多項勞動及安全法律及法規，包括中華人民共和國勞動法、勞動合同法及社會保險法。有關進一步詳情，請參閱本文件「監管概要」一節。

本集團非常注重遵守中國勞動及安全法律及法規，已設定必要措施遵守相關法律及法規。根據有關法律及法規的規定，本集團參與多項強制保險計劃，包括養老保險計劃、失業保險計劃、生育保險計劃、工傷保險計劃及醫療保險計劃。本集團設有內部工作場所安全指南，並舉辦職業安全培訓提高僱員的安全意識。

本集團自二零一三年起聘請分包商經營晉江集成之食堂。於二零一四年一月，由於衛生問題發生食物中毒事件，本集團約40名員工送往醫院檢查並治療。福建省晉江市衛生局後來發現該分包商未取得餐飲服務許可證及作為行政處罰對其處以人民幣

業 務

10,000元之罰款。根據晉江集成與該分包商訂立之食堂承包協議，在經營期間，分包商負責食品安全及衛生事宜。此外，有關部門僅處罰分包商。誠如本集團中國法律顧問告知，本集團不應對此事件承擔任何潛在法律風險。本集團於往績紀錄期間及至最後實際可行日期並無發生任何對本集團有重大不利影響的重大勞工事故。

中國法律顧問表示，本集團於往績紀錄期間及截至最後實際可行日期，一直遵守所有相關強制性地方及國家勞動及安全法律及法規。於往績紀錄期間及截至最後實際可行日期，本集團並無因未遵守勞動、社會保險及安全事宜而遭中國有關部門處罰。

環保

本集團受若干有關環境保護之法律和法律所規限。有關該等法律和法規之詳情，請參閱本文件「監管概要」一節。

本集團致力將本集團之業務活動對環境造成之負面影響減至最低。此外，為符合適用之環境保護法律，本集團已根據ISO 14001:2004國際標準在本集團之營運中建立ISO標準合規過程政策，並取得ISO 14001:2004認證。本集團將擬採取之措施分配至不同部門和持續持有本集團之ISO 14001認證，借此減低本集團環境相關事宜之風險。

根據本集團管理層之過往經驗、行業性質和行業未來發展趨勢，董事相信，本集團目前之環保設施足以符合有關環境法律和法規，且預期此方面不會招致任何主要或重大開支。於往績記錄期間，本集團並未嚴重違反中國所有現有相關環境保護法律、法規及規章。

保險

根據中國地方政府之監管規定，本集團為中國僱員購買之保險涵蓋失業、養老金、人身傷害、生育和醫療開支。

本集團亦為本集團所擁有之大部分樓宇購買保險，涵蓋本集團於中國之運營因自然災害或意外而蒙受之實際損失或損害。

根據中國有關法律法規，本集團毋須投購產品責任險。本集團並未投保業務中斷險或針對本集團業務營運事故引起的人身傷害或財產損失索賠的第三方責任險。董事認為本集團所投保險符合行業慣例。於往績記錄期間，本集團並無面臨任何因運營意

業 務

外而引起之申索或責任，或遇到任何重大生產中斷或產品責任事故。有關此方面之詳情，請參閱本文件「風險因素－本集團可能面臨產品終端消費者就產品質量及安全標準作出之申索以及有關侵犯第三方知識產權之申索」一節。

物業及設施

自有物業

土地

於最後實際可行日期，本集團合共持有9幅位於福建省晉江市東石鎮及永和鎮之土地（總佔地面積約為78,644平方米）。

樓宇

於最後實際可行日期，本集團持有總建築面積約為99,228平方米之樓宇，主要用作生產、員工宿舍、倉儲、辦公及輔助用途。一幢10層之辦公樓正在建設中，規劃建築面積約為10,782平方米，預期於二零一五年完工。

於往績記錄期間，本集團有涉及上述土地及樓宇之若干不合規事項。有關詳情，請參閱本節下文「不合規事件」一段。

法律合規

除下文所披露者外，於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，本集團任何成員公司概無面臨、涉及未決或可能面臨任何重大法律訴訟、監管查詢或調查。本集團成員公司可能不時面臨於一般業務過程中出現之各種法律或行政訴訟，如有關與供應商或客戶糾紛、勞資糾紛或侵犯知識產權之訴訟。

監管及法律事項

牌照及許可證

誠如本集團中國法律顧問告知，本集團已取得業務及營運所需之一切批准、許可證、同意、牌照及註冊，所有該等證書均具有十足效力及作用。自福建集成及晉江集成各自成立以來直至最後實際可行日期，本集團在申請重續有關營業牌照時從未有重續不到的情況。

業務

不合規事件

本集團過往年度未完全遵守若干中國法律及法規，有關不合規事件詳情載列如下。

序號	不合規事件	原因	法律後果及潛在最高罰款以及其他金融虧損	補救措施及最新狀況	將採取之預防措施
1.	晉江集成位於中國福建省晉江市東石鎮永湖村的兩幅土地尚未取得國有土地使用權證。兩幅土地之總佔地面積分別為3,685平方米及5,806平方米。(1)一幢1層高樓宇(總建築面積約為2,971平方米)位於3,685平方米土地上；	本公司於取得有關許可證及證書前不經意擴大大工廠設施。	誠如本集團中國法律顧問告知，實體未經批准使用土地可被中國政府土地管理部門責令交還該等土地，並面臨有關土地每平方米人民幣30元以下之罰款；及土地上的建築物及附著物將予沒收。倘晉江集成被罰款，最高罰金總額為人民幣284,730元。	於最後實際可行日期，有關當局並無就兩幅土地缺乏國有土地使用權證或四幢樓宇缺乏規定之許可證、竣工驗收合格證及房屋所有權證而施加任何行政處罰、罰款或懲罰。 本公司已於二零一四年七月就開發上述3,685平方米之土地作工廠及配套設施用途從晉江市城鄉規劃局取得建設用地規劃許可證。	內部監控顧問已建議，在本公司有購買土地之需求時，有關部門須列明預算、所需之建築面積、有關土地之詳情用途以及及建設計劃供董事會批准。然後，董事會將從財務部及固定資產管理部門挑選人員以及要求購買土地／建設之部門代表組建團隊，辦理購買土地手續及進行有關建設工程(「建設團隊」)。董事會須持續監察建設團隊是否履行職責。
	(2)一幢5層高樓宇(總建築面積約為1,909平方米)位於5,806平方米土地上；以及一幢6層高及一幢4層高樓宇(建築面積分別約為1,449平方米及1,160平方米)部分位於5,806平方米上。所有該三幢樓宇之總建築面積約為4,518平方米。	本集團中國法律顧問亦告知，在四幢樓宇未獲得建設用地規劃許可證、建設工程規劃許可證及施工許可證之情況下，晉江集成可能被中國有關部門處以不超過人民幣607,738元之罰款，即總建設成本之12%。根據有關承包商於二零一四年十月十日出具之確認函，確認位於5,806平方米及3,685平方米土地上之所有四幢樓宇之總建設成本為人民幣5,064,481元。	於二零一四年八月五日，晉江集成就透過支付土地出讓金約人民幣1.7百萬元將上述3,685平方米土地用作工業用途與晉江市國土資源局簽約。於二零一四年十月十三日，人民幣1.71百萬元土地出讓金已結清。本集團已於二零一五年一月七日就其中一幅土地(總地盤面積為3,685平方米)取得國有土地使用權證。	本公司已於二零一四年七月就開發上述3,685平方米之土地作工廠及配套設施用途從晉江市城鄉規劃局取得建設用地規劃許可證。	於選擇承包商後，董事會須申請有關許可證及國有土地使用權證。資產管理部門主管須確保與承包商簽署合約前已取得所有必要許可證及／或證書。倘未取得許可證或發現任何不合規事項，建築團隊須即時向董事會報告。
			本集團中國法律顧問亦告知，在四幢樓宇未獲取竣工驗收合格證之情況下，本集團可能被處以不超過人民幣202,579元之罰款，即四幢樓宇總建設成本之4%。		所有有關文件，如國有土地使用權證、有關許可證及房屋所有權證須提交予資產管理部門保存。

業務

序號	不合規事件	原因	法律後果及潛在最高罰款以及其他金融虧損	補救措施及最新狀況	將採取之預防措施
	由於兩幅土地(各自之總佔地面積分別約為3,685平方米及5,806平方米)缺乏國有土地使用權證，所有上述四幢樓宇尚未取得規定之許可證、竣工驗收合格證及房屋所有權證。	該四幢樓宇之估計拆除成本總額約為人民幣660,000元，搬遷裏面之設施需時約1至6日，及拆除該四幢樓宇需時4至12日。	由於兩個生產車間之總建築面積佔本集團兩個生產基地及其他配套設施之總建築面積約4.9%，董事認為，兩個生產車間對本集團之營運並非至關重要。租賃另外兩幢面積可資比較之其他樓宇進行搬遷合共約需每月人民幣49,000元。	本公司亦就上述5,806平方米土地申請國有土地使用權證，晉江市東石鎮永湖村民委會已接納有關申請，及東石鎮人民政府已同意允許晉江集成保留使用該土地及其上面之三幢樓宇。	本集團已實施內部監控顧問推薦之上述措施。本集團已指定執行董事楊光先生(於本集團工作逾六年後已熟悉本集團管理及生產且熟知其業務)及財務總監兼公司秘書張嘉誠先生(擁有執業會計師資格且擁有約九年財會經驗)監管實施此預防措施。
	一幢1層高及一幢5層高樓宇為本集團之生產車間，而一幢6層高及一幢4層高樓宇為員工宿舍。	由於兩個員工宿舍之總建築面積佔本集團兩個生產基地及其他配套設施之總建築面積約2.6%，董事認為，兩個員工宿舍對本集團之營運並非至關重要。租賃面積可資比較之其他樓宇進行搬遷合共約需每月人民幣21,100元。	本集團已從晉江市國土資源局取得確認。晉江市國土資源局確認，兩幅土地(各自之總佔地面積分別約為3,685平方米及5,806平方米)申請國有土地使用權證的手續正在辦理中，及取得國有土地使用權證並無任何法律障礙。本集團已於二零一五年一月七日就其中一幅土地(總地盤面積為3,685平方米)取得國有土地使用權證。本集團亦從晉江市住房和城鄉建設局取得確認。晉江市住房和城鄉建設局確認，在兩幅土地之土地使用權登記完成後，其將就該四幢樓宇辦理房屋所有權登記手續，晉江集成就該四幢樓宇取得房屋所有權證並無任何法律障礙。	本集團已從晉江市國土資源局取得確認。晉江市國土資源局確認，兩幅土地(各自之總佔地面積分別約為3,685平方米及5,806平方米)申請國有土地使用權證的手續正在辦理中，及取得國有土地使用權證並無任何法律障礙。本集團已於二零一五年一月七日就其中一幅土地(總地盤面積為3,685平方米)取得國有土地使用權證。本集團亦從晉江市住房和城鄉建設局取得確認。晉江市住房和城鄉建設局確認，在兩幅土地之土地使用權登記完成後，其將就該四幢樓宇辦理房屋所有權登記手續，晉江集成就該四幢樓宇取得房屋所有權證並無任何法律障礙。	經考慮楊光先生及張嘉誠先生之經驗及資格後，董事認為，彼為擔任該職位的適當人選。此外，本集團亦已於需要時取得法律顧問意見。經計及上文所載內部監控顧問推薦之內部監控措施後，內部監控顧問已確認上述內部監控措施已制定，董事認為本集團經加強的內部監控措施充足有效，且保薦人亦與彼等有共同觀點。

業 務

序號	不合規事件	原因	法律後果及 潛在最高罰款 以及其他金融虧損	補救措施及最新狀況	將採取之預防措施
				<p>此外，根據晉江市住房和城鄉建設局、晉江市城鄉規劃局及晉江市國土資源局之確認，上述政府部門不會沒收或拆除或責令停止使用其上兩幅土地及四幢建築或因此對晉江集成處以罰款。</p> <p>鑒於上述者，本集團中國法律顧問認為，晉江集成就兩幅土地取得國有土地使用權證及就四幢樓宇取得房屋所有權證並無法律障礙。由於上述有關當局為發出有關確認的主管機關，其下屬省級部門質疑或撤銷確認的可能性極微。因此，我們的中國法律顧問認為，縣級相關政府機關不會對晉江集成處以行政處罰，且其下屬省級部門質疑該等決定的可能性極微。</p>	

業務

序號	不合规事件	原因	法律後果及潛在最高罰款以及其他金融虧損	補救措施及最新狀況	將採取之預防措施
2.	晉江集團未能就位於一幅擁有國有土地之(2006)第00014號晉國用(2006)第00014號土地上之一幢1層高樓宇(建築面積約為397平方米)取得有關許可證及竣工驗收合格證。其作用有權證。	該不合規之原因為本公司不能就一幢397平方厘米之1層高樓宇辦理所有建設手續。	本集團中國法律顧問告知，因缺乏建設工程規劃許可證及施工許可證，本集團可能被中國有關部門處以不超過人民幣14,626元之罰款，即總建設成本之12%。根據有關承包商於二零一四年十月十日出具之確認函，該一幢1層高樓宇之總建設成本為人民幣121,880元。	本集團已實施內部監控顧問推薦之上述措施。本集團已指定執行董事楊光先生(於本集團工作逾六年後且熟悉其業務)及財務總監兼公司秘書張嘉誠先生(擁有執業會計師資格且擁有約九年財會經驗)監督實施此預防措施。	內部監控顧問建議採納上文第1條所述之預防性措施。
			本集團中國法律顧問亦告知，在此幢樓宇未取竣竣工驗收合格證之情況下，本集團可能被處以不超過人民幣4,875元之罰款，即議定總建設成本之4%。	本集團已從晉江住房和城鄉建設局取得確認，晉江住房和城鄉建設局確認，申請房屋所有權證並無任何法律障礙。根據晉江住房和城鄉建設局之上述確認，晉江集集成可繼續使用上述樓宇，及彼等不會對該樓宇或對晉江集集成徵收罰款。	經考慮楊光先生及張嘉誠先生之經驗及資格後，董事認為，彼為擔任該職位的適當人選。此外，本集團亦已於需要時取得法律顧問意見。經計及上文所載內部監控顧問推薦之內部監控措施後，內部監控措施已制確認，上述內部監控措施已制確認，董事認為本集團經加強的內部監控措施充足有效，且保薦人亦與彼等有共同觀點。
			該幢樓宇之估計拆除成本總額約為人民幣20,000元，搬遷裏面之設施需時約1日及拆除該幢樓宇需時約2日。	鑒於上述者，本集團中國法律顧問認為，晉江集集成就上述樓宇取得法律障礙，由於上述有關當局發出有關確認的主管機關或撤銷權認的可能性極微。因此，我們的中國法律顧問認為，對晉江集集成屬省級性質的決定，且其下屬的決定等處罰，且該等處罰疑該等處罰。	
			由於此幢樓宇之總建築面積佔本集團兩個生產基地及其他配套設施之總建築面積約0.4%，董事認為，此幢樓宇對本集團之營運並非至關重要。租賃另外一幢面積可資比較之樓宇進行搬遷約需每月人民幣4,000元。		

業 務

序號	不合規事件	原因	法律後果及潛在最高罰款以及其他金融虧損	補救措施及最新狀況	將採取之預防措施
3.	<p>福建集成未能就位於中國福建省晉江市永和鎮一幅土地（國有土地使用權證晉國用(2008)第00903號）上之兩幢1層高樓宇取得有關許可證、竣工驗收合格證及房屋所有權證。該兩幢樓宇之建築面積分別為1,200平方米及810平方米。該兩幢樓宇均為生產車間。</p>	<p>該不合規之原因為本公司未經意中未能就該兩幢樓宇申請有關許可證、竣工驗收合格證及房屋所有權證。</p>	<p>本集團中國法律顧問告知，由於缺乏建設工程規劃許可證及施工許可證，本集團可能因該兩幢樓宇被中國有關部門處以合共不超過人民幣114,570元之罰款，即總建設成本之12%。根據有關承包商於二零一四年十月十日出具之確認函，該兩幢1層高樓宇（各自之建築面積分別約為1,200平方米及810平方米）之總建設成本分別為人民幣561,105元及人民幣393,646元。</p> <p>本集團中國法律顧問亦告知，在該兩幢樓宇未取得竣工驗收合格證之情況下，本集團可能被迫處以合共不超過人民幣38,190元之罰款，即議定總建設成本之4%。</p> <p>該兩幢1層高樓宇之估計拆除成本總額合共約為人民幣90,000元，搬遷其中設施需時約1至3日，及拆除該兩幢1層高樓宇需時2至5日。</p> <p>由於該兩幢樓宇之總建築面積佔本集團兩個生產基地及其他配套設施之總建築面積約2%，董事認為，該兩幢樓宇對本集團之營運並非至關重要。租賃另外一幢面積可資比較之樓宇進行搬遷約需每月人民幣12,000元。</p>	<p>於最後實際可行日期，有關當局並無就兩幢樓宇缺乏有關許可證、竣工驗收合格證及房屋所有權證而施加任何行政處罰、罰款或懲罰。</p> <p>根據晉江市住房和城鄉建設局之確認，福建集成正在申請有關房屋所有權證，及取得房屋所有權證並無任何法律障礙。根據晉江市住房和城鄉建設局之上述確認及晉江市城鄉規劃局之確認，晉江集成可繼續使用該兩幢樓宇，及彼等不會沒收或拆除該樓宇或對晉江集成徵收罰款。</p> <p>鑒於上述者，本集團中國法律顧問認為，晉江集成就該兩幢樓宇取得房屋所有權證並無任何法律障礙，由於上述有關當局為發出有關確認的主管機關，其下屬省級部門質疑或撤銷確認的可能性極微。因此，我們的中國法律顧問認為，縣級相關政府機關不會對晉江集成處以行政處罰，且其下屬省級部門質疑該等決定的可能性極微。</p>	<p>內部監控顧問建議採納上文第1條所述之預防性措施。</p> <p>本集團已實施內部監控顧問推薦之上述措施。本集團已指定執行董事楊光先生（於本集團工作逾六年後已熟悉本集團管理及生產且熟知其業務）及財務總監兼公司秘書張嘉誠先生（擁有執業會計師資格且擁有約九年財會經驗）監督實施此預防措施。</p> <p>經考慮楊光先生及張嘉誠先生之經驗及資格後，董事認為，彼為擔任該職位的適當人選。此外，本集團亦已於需要時取得法律顧問意見。經計及上文所載內部監控顧問推薦之內部監控措施後，內部監控措施已制確定，上述內部監控措施已制確定，董事認為本集團經加強的內部監控措施充足有效，且保薦人亦與彼等有共同觀點。</p>

業 務

序號	不合規事件	原因	法律後果及 潛在最高罰款 以及其他金融虧損	補救措施及最新狀況	將採取之預防措施
4.	福建集成未能就位於中國福建省晉江市永和鎮一幅土地(國有土地使用權證晉國用(2009)第00320號)上之一幢1層高臨時建築取得有關許可證。該幢臨時建築之總建築面積約為68平方米(「臨時建築」)，用作配套維修車間。	本公司未取得適當之許可證前不經意中擴大工廠設施。	本集團中國法律顧問告知，本集團可能因該幢臨時建築被中國有關部門處以不超過人民幣20,597元之罰款，即總建設成本之100.0%。根據有關承包商於二零一四年十月十日出具之確認函，確認臨時建築之總建設成本約為人民幣20,597元。	於最後實際可行日期，有關當局並無就此臨時建築缺乏有關許可證而施加任何行政處罰、罰款或懲罰。	內部監控顧問建議採納上文第1條所述之預防性措施。 本集團已實施內部監控顧問推薦之上述措施。本集團已指定執行董事楊光先生(於本集團工作逾六年後已熟悉本集團管理及其生產且熟知其業務)及財務總監兼公司秘書張嘉誠先生(擁有執業會計師資格且擁有一九九九年財會經驗)監管實施此預防措施。
			臨時建築之估計拆除成本總額約為人民幣2,000元，搬遷其中設施及拆除臨時建築需時約1日。	根據晉江市城鄉規劃局之確認，本集團被責令於二零一六年十月八日或之前拆除臨時建築，如按時拆除，該局將不會就臨時建築處以罰款，但如未按時拆除，本集團可能被處以臨時建築建設成本100.0%之罰款。	經考慮楊光先生及張嘉誠先生之經驗及資格後，董事認為，彼為擔任該職位的適當人選。此外，本集團亦已於需要時取得法律顧問意見。經計及上文所載內部監控顧問推薦之內部監控措施後，內部監控顧問已確認，上述內部監控措施已制定，董事認為本集團經加強的內部監控措施充足有效，且保薦人亦與彼等有共同觀點。
			由於臨時建築之總建築面積佔本集團兩個生產基地及其他配套設施之總建築面積約0.1%，及搬遷其中之設施及拆除臨時建築需時僅1日，董事認為，臨時建築對本集團之營運並非至關重要。租賃另外一幢面積可資比較之樓宇進行搬遷約需每月人民幣500元。	由於上述有關當局為發出有關確認的主管機關，其下屬省級部門質疑或撤銷確認的可能性極微。因此，我們的中國法律顧問認為，倘臨時建築於二零一六年十月八日或之前拆除，縣級相關政府機關不會對福建集成處以行政處罰，且其下屬省級部門質疑該等決定的可能性極微。	

董事認為，自本文1-3項所述之所有樓宇及臨時建築開始投入使用以來，物業狀況並無造成任何財產損失或人命傷亡，安全狀況良好。

業 務

序號	不合规事件	原因	法律後果及潛在最高罰款以及其他金融虧損	補救措施及最新狀況	將採取之預防措施
5.	福建集成未能就位於中國福建省晉江市永和鎮一幅土地(國有土地使用權證晉國用(2009)第00320號)上之一個在建工程取得建設工程規劃許可證及施工許可證。該建築之總建築面積為10,782平方米，為一幢10層高樓宇。該幢樓宇擬用作本公司辦公室。	該不合规之原因為本公司不經意中未能貫徹辦理建築工程所需之所有手續。	本集團中國法律顧問告知，由於缺乏相關證書，本集團可能因該幢建築被中國有關部門處以不超過人民幣1,809,300元之罰款，即總建設成本之12%。本集團亦可能被責令停止建築工程、在規定期限內拆除建築工程或沒收該建築。	於最後實際可行日期，有關政府機關並無就此建築工程缺乏有關許可證而施加任何行政處罰、罰款或懲罰。 根據晉江市城鄉規劃局及晉江市住房和城鄉建設局之確認，福建集成正在申請建設工程規劃許可證及施工許可證，及取得該等許可證並無任何法律障礙。福建集成可以繼續進行建築工程，及上述許可證將根據頒發有關許可證之法律頒發。	內部監控顧問建議採納上文第1條所述之預防性措施。 本集團已實施內部監控顧問推薦之上述措施。本集團已指定執行董事楊光先生(於本集團工作逾六年後已熟悉本集團管理及生產且熟知其業務)及財務總監兼公司秘書張嘉誠先生(擁有執業會計師資格且擁約九年財會經驗)監管實施此預防措施。 經考慮楊光先生及張嘉誠先生之經驗及資格後，董事認為，彼為擔任該職位的適當人選。此外，本集團亦已於需要時取得法律顧問意見。經計及上文所載內部監控顧問推薦之內部監控措施後，內部監控顧問已確認，上述內部監控措施已制定，董事認為本集團經加強的內部監控措施充足有效，且保薦人亦與彼等有共同觀點。