

業 務

概況

根據羅蘭貝格提供的資料，按2013年的銷量計，我們是中國最大、世界第二大的汽車玻璃生產商。我們是在中國市場佔支配地位、在全球領先的汽車玻璃生產商中唯一專注於生產汽車玻璃的公司。根據羅蘭貝格提供的資料，按2013年的銷售額計，我們在中國國產汽車玻璃市場和乘用車配套汽車玻璃市場的佔有率分別為約63%及72%；按銷量計，我們在全球汽車玻璃市場的佔有率約為20%。根據羅蘭貝格提供的資料，於2013年，我們的運營利潤率為22.2%，高於全球其他四大汽車玻璃生產商玻璃生產分部的運營利潤率。

我們的產品覆蓋國內外的配套汽車玻璃市場和配件汽車玻璃市場。我們是少數同時獲得國際配套客戶認可並獲得四大車系認證的汽車玻璃製造商。按產量計，我們的主要客戶包括全球前二十大汽車生產商及中國前十大乘用車生產商。我們於營業記錄期間的十大客戶平均與我們擁有十年的業務關係。我們與對質量要求最嚴格及對供應商資格標準要求最嚴謹的全球領先汽車生產商保持着長期穩定的業務關係，這足以證明我們能夠提供世界級產品和服務質量並擁有先進的生產能力。

我們位於中國8個省內的12個汽車玻璃生產基地可全面覆蓋國內所有的主要汽車生產基地。根據羅蘭貝格提供的資料，我們在中國的覆蓋範圍在汽車玻璃生產商中是最廣的，這使我們具有成本優勢並能夠向客戶提供「即時供貨」服務。此外，我們浮法玻璃的高度自足率使我們能夠確保生產汽車玻璃所需主要原材料的穩定供應和質量，並結合其他提高運營效率的措施有效控制生產成本。此外，我們較為靈活的製造系統（包括信息控制系統、物料儲運系統和數字控制加工設備）令我們可迅速應對市場變動，滿足小批量多品種的生產並有效利用我們在減低成本、加速市場化及產品多樣性上的競爭優勢。

我們正積極拓展國際市場，先後在香港、美國、德國、韓國、日本、俄羅斯六個國家和地區註冊子公司。2011、2012、2013年度以及截至2013年和2014年6月30日止六個月，中國境外收入分別佔營業收入總額的31.5%、32.6%、32.0%、32.2%及33.6%。截至最後實際可行日期，我們在俄羅斯卡盧加擁有一個汽車玻璃生產基地，該基地的總建築面積約為130,000平方米，年產能約為4.0百萬平方米。該生產基地的一期工廠已完成建設，並預計於2015年上半年開始大批量商業生產。該生產基地設計產能

業 務

約達8.1百萬平方米的二期工廠仍在建設中，預計於2016年第四季度開始商業生產。我們亦正在美國俄亥俄州建設一個設計產能約達12.1百萬平方米汽車玻璃生產基地。我們預計，俄亥俄生產基地將於2015年12月前完工。此外，我們計劃在我們的俄羅斯汽車玻璃生產地附近興建兩條汽車級浮法玻璃生產線，並計劃改造及提升我們於2014年8月收購位於美國伊利諾伊州的兩條浮法玻璃生產線，用於生產汽車級浮法玻璃。我們計劃繼續實行根據市場需求及生產需要投資海外建廠這一長期政策，以配合我們的擴張策略。

我們相信，我們具有行業領先的設備開發能力及產品設計能力。我們配合客戶從初期設計到最終生產的產品開發週期來設計及開發產品。我們的工程師與配套客戶密切合作，令我們的產品不但能滿足客戶的嚴格要求，同時能達到功能及生產方面的最佳設計。我們重點研發高附加值產品，以滿足市場對汽車玻璃規格和功能的更高要求。此外，我們致力於不斷升級產能、精簡生產流程及提升運營效率。我們已成功自主研發了成型設備及自動測試設備等生產設備，從而進一步減少能耗、提高生產效率及保證產品質量。

營業記錄期間，我們經營業績實現了穩定增長。2011年、2012年及2013年，我們的營業收入分別為人民幣9,689.4百萬元、人民幣10,247.4百萬元及人民幣11,501.2百萬元，我們的淨利潤分別為人民幣1,512.1百萬元、人民幣1,524.1百萬元及人民幣1,916.7百萬元。截至2013年和2014年6月30日止六個月，我們的營業收入分別為人民幣5,545.5百萬元及人民幣6,181.1百萬元，我們的淨利潤分別為人民幣842.3百萬元及人民幣1,047.4百萬元。

我們致力於為社會及股東創造長遠的價值，這是我們企業文化和價值的核心理念。1993年，我們作為首家汽車玻璃生產企業於上海證券交易所上市。2009年，我們是獲上海證券交易所頒發「2009年度董事局獎」的唯一民營企業，並獲評委會高度評價：「福耀玻璃董事局秉持'發展自我，兼善天下'的理念，高度注重投資者回報和社會責任，其環境行為已與世界發達國家的先進企業接軌，成功實現了公司利益和社會利益的共同增長」。

我們相信，本集團的創始人曹德旺先生樹立了一個成功商人回饋社會的典范。曹先生於2008至2013年連續5年獲中國民政部頒發的「中華慈善獎」，同時也是2009年獲安永「全球企業家獎」的第一位中國企業家。隨着我們在國內外的領先地位得到鞏固並向新市場擴張，我們相信，我們的價值觀及優良傳統將是我們持續取得成功的基礎。

業 務

我們的競爭優勢

中國最大的汽車玻璃生產商，全球領先生產商中唯一專注於製造汽車玻璃的生產商

根據羅蘭貝格提供的資料，按2013年的銷量計，我們是中國最大、世界第二大的汽車玻璃生產商。按2013年的銷售額計，我們在中國汽車玻璃市場（進口汽車玻璃的銷售額除外）和乘用車玻璃配套市場的佔有率分別為約63%及72%；按銷量計，我們在全球汽車玻璃市場的佔有率約為20%。根據羅蘭貝格提供的資料，於2013年，我們的運營利潤率為22.2%，高於全球其他四大汽車玻璃生產商玻璃分部的運營利潤率。

我們的主營業務為生產汽車玻璃。營業記錄期間，我們93.4%的收入來自該業務。在全球領先的汽車玻璃生產商中，我們是唯一專注於生產汽車玻璃的公司。我們在過去十年迅速擴大在中國市場的份額，奠定了目前在市場的主導地位。我們以在中國的成功為基石，通過有選擇性地在擁有巨大商機並持續發展的主要海外市場進行拓展，實現了在全球市場的領先地位。

根據羅蘭貝格提供的資料，中國汽車玻璃需求量由2009年的60.1百萬平方米增至2013年的96.5百萬平方米，複合年增長率為12.6%；同期全球汽車玻璃需求量由294百萬平方米增至415百萬平方米，複合年增長率為9.0%。根據羅蘭貝格提供的預測，中國汽車玻璃需求量將由2013年的96.5百萬平方米增至2018年的150.6百萬平方米，複合年增長率為9.3%，而同期全球汽車玻璃需求量將由415百萬平方米增至528百萬平方米，複合年增長率為4.9%。我們相信我們在國內和國際市場的領先地位以及我們對於汽車玻璃行業的專注和專業性，為我們及時把握國內外汽車玻璃市場持續發展所帶來的機會提供了巨大的優勢。

完善的國內生產基地戰略性佈局及穩步的國際擴張

為向中國配套客戶提供更具成本效益的「即時供貨」服務及建立與客戶更為密切的關係，我們戰略性地將汽車玻璃生產基地建立在客戶生產基地附近。我們位於中國8個省內的12個汽車玻璃生產基地可全面覆蓋國內所有主要汽車生產基地。根據羅蘭貝格提供的資料，我們在中國的地理覆蓋範圍在汽車玻璃生產商中是最廣的。我們在地理位置上靠近配套客戶的戰略，有助於我們以及時且具成本效益的方式為配套客戶提

業 務

供售後服務及定制產品。此外，我們戰略性地將浮法玻璃生產線建於我們的汽車玻璃生產基地附近，從而降低運輸及包裝成本，並減少玻璃成品在運輸過程中的損耗。我們相信，憑藉以上優勢，我們在中國汽車玻璃市場具有競爭對手難以復制的強大競爭優勢，從而設置了很高的行業進入門檻。

此外，為了抓住全球增長機遇，我們穩健地進行海外擴張。截至最後實際可行日期，我們在俄羅斯卡盧加擁有一個汽車玻璃生產基地，該基地的總建築面積約為130,000平方米，年產能約為4.0百萬平方米汽車玻璃。該生產基地已完成第一期的建設，並預計於2015年上半年開始批量商業生產。該生產基地設計產能約達8.1百萬平方米的二期工廠仍在建設中，我們預計將於2016年第四季度開始商業生產。此外，我們正在美國俄亥俄州建設一個汽車玻璃生產基地，我們預計將於2015年12月前完成俄亥俄州生產基地的建設工作。我們戰略性地將兩個基地均設立在國外主要配套客戶附近，通過在地理上貼近客戶，為客戶提供具有成本效益的「即時供貨」服務，進而延續我們在中國的成功。另外，我們已在香港、美國、德國、韓國、日本、俄羅斯六個國家和地區成立子公司或辦事處以滿足國際汽車市場對汽車玻璃的需求，並為我們的海外客戶提供更優質的服務。2011年、2012年和2013年以及截至2013年和2014年6月30日止六個月，我們的中國境外收入分別佔營業收入總額的31.5%、32.6%、32.0%、32.2%及33.6%。我們相信，運營該類銷售代表處積累的經驗將會有助於我們進行全球擴張。

高效的運營效率以及突出的成本優勢

我們相信，我們的盈利能力及競爭力主要得益於我們多年對研發的注重、定制化的生產設備以及高效的運營管理。在營業記錄期間，我們主要通過以下措施進行有效的成本控制：

*自主研發的獨特生產設備。*我們自行研發並註冊有專利產品的汽車玻璃專用成型設備，可進行小批量多品種生產，從而優於同行業企業。

*浮法玻璃的高度自足率和利用率。*2011年、2012年及2013年以及截至2013年和2014年6月30日止六個月，已售汽車玻璃所用的浮法玻璃的57.7%、83.3%、86.6%、88.5%及79.8%（按賬面值計）源自內部供應。我們在中國海南省擁有一個硅砂生產基地，為我們的浮法玻璃生產提供所需的所有硅砂。我們計劃進一步增加我們浮法玻璃的自足率。我們已將位於內蒙古通遼市的兩條建築級浮法玻璃生產線改造為專用汽車

業 務

級浮法玻璃生產線，這兩條生產線已於2014年10月開始商業生產。改造完成後，我們的浮法玻璃自足率在2015年底前將能夠達到90%左右。此外，我們已於2014年8月向PPG收購其位於美國伊利諾伊州的兩條浮法玻璃生產線。我們計劃改造及升級該兩條生產線用於生產汽車級浮法玻璃。我們還計劃在我們的俄羅斯汽車玻璃生產基地附近興建兩條汽車級浮法玻璃生產線。通過垂直整合主要原材料的上游生產，我們能夠以顯著的成本優勢確保優質浮法玻璃的穩定供應。同時，我們龐大的生產規模和多產品覆蓋也有助於我們提升浮法玻璃原料的利用率，有效控制生產成本。

*毗鄰汽車生產基地的生產設施。*我們在中國8個省內的12個汽車玻璃生產基地可全面覆蓋國內所有的主要汽車生產基地。此外，我們已在俄羅斯卡盧加完成興建一個汽車玻璃生產基地的一期，且目前正在美國俄亥俄州建設一個汽車玻璃生產基地。由於我們的生產設施毗鄰主要汽車生產基地，因此我們能夠保持相對較低的庫存，降低運輸成本及產品破損成本，從而以高效的成本效益滿足配套客戶的「即時供貨」需求。

*靈活的製造系統。*能夠支持快速響應、小批量、多品種的靈活的製造系統，採用信息控制系統、物料儲運系統和數字控制加工設備，使我們可實現成本領先優勢、速度優勢和差異化產品優勢的有效整合。

主要得益於上述措施，我們擁有高效的運營效率及突出的成本優勢。2011年、2012年及2013年以及截至2013年和2014年6月30日止六個月，我們的毛利率分別為35.9%、37.4%、40.6%、39.5%及41.2%。

與主要汽車生產商之間牢固且長期的合作關係

我們優秀的產品質量和服務及卓越的技術創新能力使我們能夠滿足國內外領先的配套客戶的嚴格要求，並成為其值得信賴的獲選生產商和供應商，在全球主要配套客戶中享有很高的聲譽。我們的配套客戶包括全球前二十大汽車生產商（按產量計），如豐田、大眾、通用汽車、福特、現代、雷諾日產、菲亞特和本田等，以及中國前十大乘用車生產商（按產量計），如上海通用、一汽大眾、上海大眾、北京現代和東風日產等。我們與這些客戶保持長期穩定的關係。我們在營業記錄期間的前十大客戶，與我們之間的業務合作關係平均長達十年。

我們的汽車玻璃產品已獲得四大車系的認證，深受配套客戶的認可，並獲得多項由配套客戶頒發的榮譽及獎項，包括通用汽車於2011年至2013年授予我們的「年度最佳供應商」榮譽以及克萊斯勒於2012年授予我們的「優秀供應商」榮譽。我們相信，國際知名客戶對我們的認可及贊賞將促進我們的國際擴張，並鞏固及增強我們的品牌知

業 務

名度，從而有助於提升我們的全球市場佔有率。我們相信，我們與國內外配套客戶之間保持着牢固的長期合作關係，並且擁有多樣化的客戶群，從而降低了客戶集中的風險並為我們提供了持續而穩定的收入來源。

強大的研發及產品同步設計和開發能力

我們相信，我們具有行業領先的研發及產品同步設計和開發能力。我們在中國、德國及美國（各自為全球的主要汽車生產基地）設立了四個設計中心。每個設計中心均與汽車生產商緊密合作，配合他們的產品開發，從初期設計到最終生產的過程同步設計及開發我們的產品。我們的工程師與配套客戶密切合作，不斷優化和豐富我們產品的設計和功能。同步設計和開發能力有助於我們研發出符合各配套客戶要求的汽車玻璃，同時有助於我們的配套客戶在早期發現潛在生產或設計問題，從而避免後期重新設計造成的額外成本。我們為配套客戶提供的增值服務有助於加強我們與客戶之間的關係，有助於增加獲得客戶供貨合同的機會。

有別於低端汽車玻璃生產商，我們重點研發高附加值產品。過去數年，我們已成功研發出多種高附加值產品，如包邊玻璃、全景天窗玻璃、抬頭顯示玻璃、防紅外線玻璃、防紫外線玻璃、低輻射鍍膜玻璃、夾絲加熱玻璃、半鋼化夾層玻璃、天線玻璃、憎水玻璃及隔音玻璃。我們擬加大功能化技術的應用，以滿足市場對汽車玻璃規格和功能的更高要求，例如加入環保、低能耗及模塊化等特徵。同時我們也針對我們的生產流程及產品自主研發成型設備及自動測試設備等生產設備，從而進一步減少能耗、提高生產效率並保證產品質量。此外，我們已在福建公司總部設立我們的自有產品檢測中心，該產品檢測中心的測試報告已獲得70個國家和地區的85個實驗室認可機構的認可。

截至2014年6月30日，研發團隊共有161名全職員工，其中13名為高級工程師，超過22名擁有碩士或更高學位。我們在研發中心設立了一個博士後研究工作站，以吸引研發人才並鼓勵創新研究活動。我們也與多間高校及研發機構合作開發新產品及技術。截至2014年6月30日，我們在中國擁有311項專利，並提出144項專利申請。作為對我們強大的研發能力的認可，我們已獲得由多個中國政府機構頒發的數項行業獎項，其中包括於2006年獲得的「國家認定企業技術中心」及於2012年獲得的「國家技術創新示范企業」認定。於2011年、2012年及2013年以及截至2013年和2014年6月30日止六個月，我們產生的研發開支分別為人民幣180.3百萬元、人民幣236.5百萬元、人民幣388.8百萬元、人民幣149.3百萬元及人民幣231.8百萬元。

業 務

我們相信，我們是中國極少數擁有綜合研發能力以滿足國內和國際市場不同汽車生產商多樣化需求的汽車玻璃生產商之一，這有助於我們在汽車玻璃市場進行有效競爭。

專注、專業、穩定且富有經驗的高級管理團隊、卓越的企業文化及強大而透明的公司治理結構

我們擁有一支在汽車玻璃行業專注、專業、穩定且富有經驗的高級管理團隊。我們的高級管理團隊在汽車玻璃行業平均擁有超過20年的經驗。我們的董事長曹德旺先生自1987年公司成立之初就帶領我們的管理團隊，一路成為中國最大的汽車玻璃生產商。曹先生在汽車玻璃行業擁有極為豐富的經驗及淵博的知識。我們的高級管理層成員也在本公司平均效力達15年以上。我們的優異往績證明我們的高級管理層具備把握市場機遇的眼光並擁有執行力，從而成功實施各種計劃及戰略並使我們實現目前中國市場的主導地位。我們相信，在我們的高級管理團隊的領導下，我們能夠在汽車玻璃行業有效地競爭並實現我們的長期目標。

我們擁有卓越的企業文化和強大而透明的公司治理結構。曹德旺先生一直尊崇中國文化價值，堅持建立一個成功的企業需要四品並重（即有人品、有產品、有品質和有品位），並把該理念應用到公司治理實踐中。自1993年我們作為首家汽車玻璃生產企業於上海證券交易所上市以來，我們已制定並沿用一套透明的公司治理結構，包括建立獨立董事制度等。2009年，我們獲得由上海證券交易所頒發的「年度董事會」榮譽，是當年獲得該獎項的唯一民營企業。2010年，我們獲得由中國上市公司市值管理研究中心頒發的「最具持續成長力上市公司」獎項。我們相信，強有力的公司治理結構有助於董事局更加有效地監督高級管理層，從而更好地推進公司治理及戰略決策的制定。

我們的策略

我們將繼續專注於汽車玻璃產品的研發及生產。我們的目標是穩固我們在中國汽車玻璃行業的領先地位，並成為以產品質量及創新能力著稱的全球最具競爭力的專業化汽車玻璃生產商。我們計劃通過以下策略來實現此目標：

深耕中國汽車玻璃市場

我們所立足的龐大中國市場是我們進一步擴充業務的根基及進軍國際市場的跳板。根據羅蘭貝格提供的資料，從2013年到2018年，中國的新車銷售及汽車玻璃需求量的複合年增長率預計分別為7.4%和9.3%。我們將通過持續提高我們在快速增長的中國汽車玻璃市場的佔有率來鞏固我們的市場支配地位。我們計劃進一步鞏固在中國配

業 務

套市場的領先地位以及品牌認可度。我們計劃提供更加優質的符合中國配套客戶嚴格要求的產品和服務，從而加強與客戶的業務關係。為提升我們的「即時供貨」能力，我們計劃在配套客戶附近設立更多的「衛星倉庫及設施」，以便以更具成本效益且及時的方式進行供貨以及提供配套服務。

穩健擴張和發展國際市場

我們計劃通過進一步深耕現有市場並有選擇性的進入擁有可觀市場機會以及高成長性的新市場從而擴展我們的國際業務。我們將繼續落實在我們國際配套客戶生產基地附近建立海外生產基地的計劃。截至最後實際可行日期，我們在俄羅斯擁有一個汽車玻璃生產基地，該基地的一期工廠已完成建設並預計於2015年上半年開始大批量商業生產，二期工廠正在建設並預計於2016年第四季度開始商業生產。此外，我們正在美國俄亥俄州建設一個汽車玻璃生產基地，以期為我們的美國客戶提供更加優質的服務，預計將於2015年12月前完成俄亥俄州生產基地的建設。我們還計劃在我們的俄羅斯汽車玻璃生產基地附近興建兩條汽車級浮法玻璃生產線。我們已於2014年8月向PPG收購其位於美國伊利諾伊州的兩條浮法玻璃生產線，並計劃重建及改造該兩條生產線，用於生產我們美國汽車玻璃生產基地所需的汽車級浮法玻璃。

除俄羅斯及美國的生產基地外，我們將利用設立於香港、美國、德國、韓國、日本和俄羅斯的子公司進一步推廣我們的產品並加強與海外配套客戶的業務關係。我們將在戰略機會出現時有選擇地興建更多的生產基地及設立更多銷售代表處，以進一步拓展我們的國際業務。我們也將尋求進一步發展與我們現有主要配套客戶的長期業務關係，從而把握它們在國際汽車玻璃市場未來的增長機遇。為支持我們的國際業務擴張，我們計劃加強我們的國際物流及分銷能力，並聘用具有豐富國際業務經驗的人才以更好地服務於我們的國外配套客戶。我們相信，通過擴展我們的國際業務覆蓋地域，我們將為現有國際客戶提供更優質的服務並獲得新的國際客戶，進而增加我們的收入並提升我們的品牌知名度。

豐富產品結構，提升產品附加值

我們將繼續拓展和豐富我們的高附加值產品組合（如抬頭顯示玻璃、夾絲加熱玻璃、憎水玻璃、隔音玻璃、低輻射鍍膜玻璃及天線玻璃）以進一步提升及豐富我們的汽車玻璃產品性能。這些高附加值玻璃產品具有增強特性及功能，生產這些產品所需

業 務

要的先進技術是低端競爭對手所難以具備的。憑借我們強大的研發能力，我們將進一步提升我們的產品性能和開發其他高附加值汽車玻璃產品（如防紫外線和防紅外線玻璃）。我們將加大功能化技術的應用，推動汽車玻璃向環保、節能、智能和模塊方向發展。

持續提高運營效率

我們將繼續加強我們的低成本經營優勢並持續提高運營效率。我們將繼續對我們的生產、倉儲和設計基地進行戰略性佈局，以實現更具成本效益的「即時供貨」服務。同時，我們亦計劃繼續實施成本控制措施。為進一步提高運營效率，我們將大力改進及精簡我們的生產流程。此外，我們計劃通過提高自動化程度以提高生產效率及成本效益。我們相信，持續加強低成本優勢並提高運營效率的措施有助於我們保持較高的盈利能力。

提升研發能力

我們相信，技術創新是全球領先汽車玻璃生產企業的特質。因此，我們計劃繼續提升研發能力，加強研發投入以改善我們的產品設計和生產能力。我們的研發重點將包括以下方面：

汽車玻璃高附加值產品。我們計劃繼續通過開發及提升各種高附加值產品的性能來豐富我們的汽車玻璃產品組合（如具有除霧、除霜功能的鍍膜加熱玻璃、可讓信息信號穿過的鍍膜天線玻璃、具有增強熱吸收功能的超強防紫外線及防紅外線玻璃），從而使我們比低端汽車玻璃生產商具有更強的競爭力。

定制的生產設備。我們計劃繼續自主研發主要生產設備，從而改善和精簡我們的生產流程並提高生產效率。

浮法玻璃。我們將繼續不斷完善我們的浮法玻璃產品（生產汽車玻璃產品的主要原材料）的質量。我們相信，加強浮法玻璃產品的功能及屬性會有助於我們為配套客戶生產及提供定制的汽車玻璃產品。

我們計劃繼續擴大我們的研發團隊，並不斷升級我們的研究設施。我們也計劃繼續與高校和研究機構開展合作，開發新產品及技術。

業 務

產品

我們專業生產具有附加性能的優質汽車玻璃。我們也生產浮法玻璃（生產汽車玻璃所用的主要原材料）及工程玻璃。下表載列於所示期間按產品劃分的收入明細。

	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月			
	2011年		2012年		2013年		2013年		2014年	
	收入	%	收入	%	收入	%	收入	%	收入	%
	(未經審計)									
	(人民幣百萬元，百分比除外)									
汽車玻璃	8,748.3	90.3%	9,514.8	92.9%	10,912.0	94.9%	5,284.9	95.3%	5,971.9	96.6%
浮法玻璃	1,921.5	19.8	2,271.8	22.2	2,238.9	19.5	1,068.8	19.3	1,033.1	16.7
其他 ⁽¹⁾	341.9	3.5	342.2	3.3	429.5	3.7	193.1	3.5	208.7	3.4
減去：公司內部銷售 ⁽²⁾	(1,322.3)	(13.6)	(1,881.4)	(18.4)	(2,079.2)	(18.1)	(1,001.3)	(18.1)	(1,032.6)	(16.7)
總計	9,689.4	100.0%	10,247.4	100.0%	11,501.2	100.0%	5,545.5	100.0%	6,181.1	100.0%

(1) 主要包括銷售工程玻璃的收入。

(2) 主要為浮法玻璃的公司內部銷售。

汽車玻璃

我們的產品包括用於汽車的兩種主要玻璃類型，即夾層玻璃和鋼化玻璃。

夾層玻璃。夾層玻璃是在兩片或兩片以上浮法玻璃中間夾入PVB中間膜黏合製成。PVB膜可防止撞擊玻璃的物體撞碎玻璃進入車體，並會防止玻璃碎成鋒利的碎片。夾層玻璃主要用於汽車前擋玻璃。

鋼化玻璃。鋼化玻璃是將浮法玻璃加熱到接近軟化點時通過空氣對其進行均勻的急冷處理而製成，從而增強其強度。鋼化玻璃在受外力撞擊時會碎成無銳角的小塊，從而減少對乘客造成的傷害。鋼化玻璃主要用於汽車的側窗和後擋玻璃。

我們提供具有功能化及附加性能的汽車玻璃，包括以下種類：

包邊玻璃，是通過在玻璃邊緣注入聚合物或塑膠材料，從而改善產品性能及美觀。

全景天窗玻璃，由一塊或多塊玻璃面板製成，可讓乘客對天空一覽無餘，並令車內有自然光線照射和空氣流入。

業 務

抬頭顯示玻璃，將速度表和其他駕駛數據及導航信息投射到前擋玻璃，從而使駕駛員能專注於前方路況。

防紅外線玻璃，在夾層玻璃的內表面使用一種特殊的塗膜以反射紅外線，通過控制穿過玻璃的熱量，不僅提升乘客的舒適感，而且減少空調負荷從而提高燃料效率。

防紫外線玻璃，減少紫外線射入車內，保護乘客免受曬傷及避免車內飾件老化。

夾絲加熱玻璃，通過在夾層玻璃的PVB中間膜中嵌入加熱細絲而具備除霧和除霜功能。

半鋼化夾層玻璃，將兩片半鋼化玻璃用PVB中間膜黏合製成，從而使其比普通鋼化玻璃或夾層玻璃擁有更高的強度。

天線玻璃，通過在玻璃表面噴塗銀漿或在夾層玻璃的PVB中間膜中嵌入銅線使無線信號得以進入車內。

憎水玻璃，具有高防水性和耐用性，從而改善在雨霧天氣的視野。

隔音玻璃，在夾層玻璃內加入一層特殊的薄膜，減少穿過車窗的噪音。

我們目前正研發其他附加值產品，包括(i)具有除霧、除霜功能的鍍膜加熱玻璃；(ii)可接收多頻點無線信號的鍍膜天線玻璃，(iii)可在玻璃上組合有源天線從而滿足不同頻點信號的強度的有源天線玻璃，(iv)具有光線控制功能的調光玻璃及(v)具有更強反射紅外線功能和超級防紫外線功能的玻璃。

浮法玻璃

我們生產厚度介於1.6毫米至5毫米的專用汽車級浮法玻璃，我們是國內少數能夠生產厚度小於2.3毫米的專用汽車級浮法玻璃的生產商之一。我們的浮法玻璃產品具有優異的光學品質及強大的功能特徵，如低透光性和低輻射功能，從而提升了我們生產定制汽車玻璃產品的能力。

其他產品

我們的產品組合亦包括由夾層玻璃或鋼化玻璃製成的工程玻璃。我們的工程玻璃產品主要用作高檔建築外圍的透明玻璃材料，包括外牆窗戶、內部間隔及為建築增加特色。

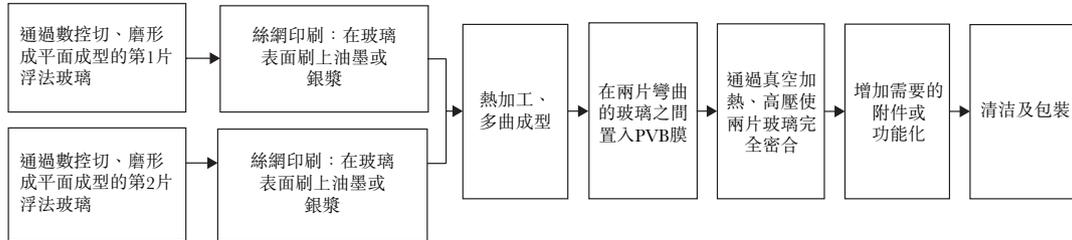
業 務

生產

生產流程

下圖列示我們主要產品的生產流程。

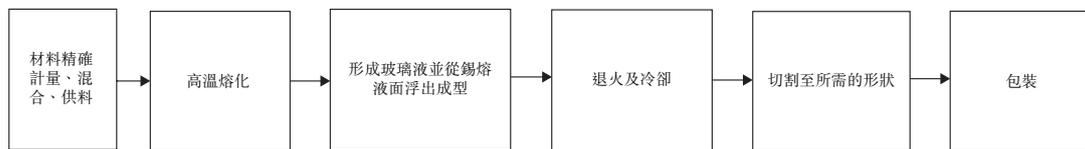
夾層汽車玻璃



鋼化汽車玻璃



浮法玻璃



業 務

生產基地及產能

汽車玻璃

我們的所有汽車玻璃生產基地均毗鄰主要汽車製造基地，以方便我們向配套客戶可靠及時地供應汽車玻璃。

截至最後實際可行日期，我們在中國擁有總建築面積約為1,166,573平方米的12個汽車玻璃生產基地，其中兩個位於福建、一個位於廣東、兩個位於吉林、一個位於湖北、一個位於河南、兩個位於重慶、一個位於北京及兩個位於上海。下表載列我們汽車玻璃生產基地的產能、產量及產能利用率。

	截至				
	截至12月31日止年度			6月30日止六個月	
	2011年	2012年	2013年	2013年	2014年
產能(百萬平方米) ⁽¹⁾	81.1	92.0	96.6	47.5	54.6
產量(百萬平方米)	68.9	75.1	86.0	41.5	45.7
產能利用率(%) ⁽²⁾	85.0	81.6	89.0	87.5	83.7

(1) 年內／期內每月加權平均產能之和。

(2) 按年內／期內產量除產能計算。

營業記錄期間，我們汽車玻璃生產基地的產能利用率保持相對穩定。

截至最後實際可行日期，我們在俄羅斯卡盧加擁有一個汽車玻璃生產基地，該基地的總建築面積約為130,000平方米，年產能約為4.0百萬平方米汽車玻璃。該生產基地的一期工廠已完成建設，並預計於2015年上半年開始大批量商業生產。該生產基地設計年產能約達8.1百萬平方米汽車玻璃的二期工廠仍在建設中，我們預計將於2016年第四季度開始商業生產。

我們計劃在國內外興建新的生產基地，以提高我們的汽車玻璃產能。我們於2014年10月完成在遼寧省瀋陽市興建一個設計年產能達6.0百萬平方米汽車玻璃的汽車玻璃生產基地，預計將於2015年3月前開始商業生產。此外，我們正在美國俄亥俄州建設一個設計年產能約為12.1百萬平方米汽車玻璃的新汽車玻璃生產基地。我們預計，該新生產基地將於2015年12月前完工。

業 務

浮法玻璃

截至最後實際可行日期，我們在中國福建、吉林、內蒙古及重慶擁有總建築面積約735,000平方米的共四個專用汽車級浮法玻璃生產基地。下表載列浮法玻璃生產基地的產能、產量及產能利用率。

	截至				
	截至12月31日止年度			6月30日止六個月	
	2011年	2012年	2013年	2013年	2014年
產能(千噸) ⁽¹⁾	1,038	1,150	1,014	519	487
產量(千噸)	983	1,089	954	500	420
產能利用率(%) ⁽²⁾	94.7	94.7	94.0	96.3	86.4

(1) 年內／期內每月加權平均產能之和。

(2) 按年內／期內產量除產能計算。

我們計劃在我們的俄羅斯汽車玻璃生產基地附近興建一個設計年產能約450,000百萬噸的專用汽車級浮法玻璃生產基地。我們預計，新生產基地將於2016年底前動工，並於2017年底前完工。

我們已於2014年8月以56百萬美元的對價收購位於美國伊利諾伊州的兩條浮法玻璃生產線。我們以自有資金撥付該投資。我們計劃改造及升級該兩條生產線用於生產汽車級浮法玻璃。我們預期其中一條年產能為150,000噸的生產線將於2015年第四季度開始商業生產，而另一條年產能為150,000噸的生產線將於2016年第三季度開始商業生產。

生產設備

我們的生產基地裝配有先進的生產設備，主要包括複合曲面深彎玻璃鋼化爐、單曲面玻璃鋼化爐以及全自動烘彎爐。我們從美國採購複合曲面深彎玻璃鋼化爐，並自主研發單曲面玻璃鋼化爐及全自動烘彎爐。此外，我們已在國內的主要生產基地採用配備信息控制系統、物料儲運系統和數字控制加工設備的靈活的製造系統。

截至最後實際可行日期，我們在中國福建擁有一個設備研發生產基地。我們計劃於2016年6月前於中國福建興建一個模具和檢具生產基地，以生產我們汽車玻璃生產流程中所用的模具和檢具。

業 務

截至2014年6月30日，我們擁有一支由522名員工組成的維護團隊，負責定期對我們的生產設備進行預防性維護，以確保設備的正常運行。我們的工程部門負責制定及落實年度、季度及月度設備維護計劃。我們通常在周末及假日進行設備維護，旨在不影響我們的正常運營。

客戶、銷售及營銷

客戶及銷售

我們向中國、香港、美國、英國、加拿大、俄羅斯、德國、日本、韓國、巴西及印度等61個國家及地區的配套及配件客戶銷售汽車玻璃。此外，我們向中國客戶銷售我們生產的小部份浮法玻璃，以及向中國和香港客戶銷售我們的工程玻璃產品。2011年、2012年及2013年以及截至2013年和2014年6月30日止六個月，我們的五大客戶（彼等均為中國獨立第三方汽車玻璃客戶）分別佔我們收入的14.9%、15.8%、16.3%、15.9%及16.8%，而我們的最大客戶則分別佔我們收入的5.1%、6.5%、6.2%、6.2%及6.3%。2013年，我們與每一名五大客戶均已維持超過五年的業務關係。就我們的董事所知，於營業記錄期間及截至最後實際可行日期，持有本公司已發行股本5%以上的董事、其緊密聯繫人或股東概無於我們的五大客戶中擁有任何權益。

下表載列於所示期間按地區劃分的收入明細。

	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月			
	2011年		2012年		2013年		2013年		2014年	
	收入	%	收入	%	收入	%	收入	%	收入	%
	(未經審計)									
	(人民幣百萬元，百分比除外)									
中國	6,640.5	68.5%	6,911.4	67.4%	7,823.3	68.0%	3,761.8	67.8%	4,103.7	66.4%
中國境外 ⁽¹⁾	3,048.9	31.5	3,336.0	32.6	3,677.9	32.0	1,783.7	32.2	2,077.4	33.6
總計	9,689.4	100.0%	10,247.4	100.0%	11,501.2	100.0%	5,545.5	100.0%	6,181.1	100.0%

(1) 主要包括向美國、英國、加拿大、俄羅斯、德國、日本及韓國出口我們產品的收入。

業 務

汽車玻璃

營業記錄期間，我們汽車玻璃銷售收入中的大部份來自向配套客戶的銷售額。下表載列於所示期間按客戶類型劃分的汽車玻璃銷售收入明細。

	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月			
	2011年		2012年		2013年		2013年		2014年	
	收入	%	收入	%	收入	%	收入	%	收入	%
	(未經審計)									
	(人民幣百萬元，百分比除外)									
中國配套客戶	5,404.9	61.8%	5,829.2	61.2%	6,889.8	63.1%	3,320.2	62.8%	3,730.9	62.5%
中國境外配套客戶	1,495.5	17.1	1,843.8	19.4	2,125.1	19.5	1,017.4	19.3	1,220.8	20.4
中國配件客戶	334.1	3.8	371.1	3.9	367.9	3.4	189.3	3.6	184.5	3.1
中國境外配件客戶	1,513.8	17.3	1,470.7	15.5	1,529.2	14.0	758.0	14.3	835.7	14.0
總計	8,748.3	100.0%	9,514.8	100.0%	10,912.0	100.0%	5,284.9	100.0%	5,971.9	100.0%

向中國配套客戶的銷售

截至2011年、2012年及2013年12月31日以及2014年6月30日，我們在中國分別擁有197名、224名、245名及218名配套客戶（包括天窗玻璃客戶）。該等客戶包括所有中國前十大乘用車生產商，如上海通用、一汽大眾、上海大眾、北京現代、東風日產等。2011年、2012年及2013年以及截至2013年和2014年6月30日止六個月，向中國配套客戶的銷售額分別為人民幣5,404.9百萬元、人民幣5,829.2百萬元、人民幣6,889.8百萬元、人民幣3,320.2百萬元及人民幣3,730.9百萬元，其中向中國汽車天窗系統製造商銷售的天窗玻璃分別為人民幣354百萬元、人民幣434百萬元、人民幣648百萬元、人民幣304百萬元及人民幣373百萬元。我們預計，隨着中國市場對天窗玻璃產品的需求持續增加，我們的天窗玻璃在中國的銷售額將會持續增加。

我們向中國配套客戶的銷售均為直接銷售。我們通常通過競標程序獲得向汽車生產商供貨的合同。在中標後，我們通常與配套客戶訂立框架協議。根據框架協議，我們應當於新車型的產品週期內向客戶提供符合其規格要求的汽車玻璃產品，並於相關車型退出市場後的10至15年期間持續向配件市場供應該產品。該等框架協議通常僅規定不具約束力的配套客戶預計採購量。銷售價格通常根據市場狀況及原材料價格的波動情況每年進行重新磋商。我們的國內配套客戶通常每月向我們發出要貨計劃以及後2

業 務

個月的預計採購量，列明品種和數量，我們會根據生產能力及客戶的需求量作相應的庫存儲備並承擔配套客戶因我們未能及時交付產品而產生的損失。營業記錄期間及截至最後實際可行日期，我們未曾因不能及時交付產品而做出重大賠償。另外，我們有時會應配套客戶的要求設計和研發汽車玻璃產品以及用於生產上述產品的設備。我們負責將我們的產品交付至國內的配套客戶，相關費用也由我們承擔。

向中國境外配套客戶的銷售

截至2011年、2012年及2013年12月31日以及2014年6月30日，我們分別擁有112名、132名、123名及120名境外配套客戶（包括天窗玻璃客戶）。該等客戶包括所有全球前20大汽車生產商，如豐田、大眾、通用汽車、福特、現代、雷諾日產、菲亞特和本田，及其他著名汽車生產商，如寶馬、奔馳、賓利、勞斯萊斯和保時捷。我們通過位於美國、英國、捷克、匈牙利、意大利及日本的天窗玻璃系統製造商向汽車生產商銷售我們的天窗玻璃產品。2011年、2012年及2013年以及截至2013年和2014年6月30日止六個月，我們向中國境外配套客戶的銷售額分別為人民幣1,495.5百萬元、人民幣1,843.8百萬元、人民幣2,125.1百萬元、人民幣1,017.4百萬元及人民幣1,220.8百萬元，其中向中國境外汽車天窗系統製造商銷售的天窗玻璃分別為人民幣81百萬元、人民幣109百萬元、人民幣162百萬元、人民幣69百萬元及人民幣113百萬元。我們預計，隨着我們國際業務的不斷擴張以及海外市場對天窗玻璃的需求持續增加，我們向境外配套客戶供貨的銷售額（尤其是向境外天窗玻璃客戶供貨的銷售額）將會持續增加。

我們向中國境外配套客戶的銷售均為直接銷售。我們通常參加與國內配套客戶類似的競標程序以獲得境外配套客戶的供貨合同。我們與境外配套客戶訂立的框架協議以及每月採購訂單的條款及條件通常與國內配套客戶所訂者類似。客戶可選擇要求我們或自行安排產品運輸，倘客戶要求我們安排運輸產品，我們將收取運輸及其他費用以彌補運輸開支。

向中國配件客戶的銷售

截至2011年、2012年及2013年12月31日以及2014年6月30日，我們在中國分別擁有132名、117名、98名及88名配件客戶。我們的國內配件客戶主要是專業從事汽車玻璃批發、零售和安裝的企業。我們在中國每個省份至少擁有一個配件客戶。配件客戶所售汽車玻璃的主要用戶包括保險公司、4S店、汽車維修店及汽車玻璃店。2011年、2012年及2013年以及截至2013年和2014年6月30日止六個月，我們向國內配件客戶的銷售額分別為人民幣334.1百萬元、人民幣371.1百萬元、人民幣367.9百萬元、人民幣189.3百萬元及人民幣184.5百萬元，分別佔我們汽車玻璃銷售收入的3.8%、3.9%、3.4%、3.6%及3.1%。

業 務

我們根據客戶的信用記錄和客戶群選擇配件客戶。我們的配件客戶通常在一個或多個銷售區域擁有我們產品的非獨家銷售權，並負責在相關區域進行市場開發。我們的配件客戶可在取得我們事先批准的情況下向維修服務提供商銷售我們的產品。我們按照國內配件客戶發出的採購訂單向其銷售我們的產品，銷售價格根據產量及市場需求確定。我們的配件客戶承擔與產品交付相關的運輸費用。我們每年規定兩次配件客戶的績效目標，並會對其績效進行定期考核。配件客戶獨立負責其銷售，不得向我們退回未售出的產品。配件客戶可自由設定向國內市場用戶銷售我們產品的售價。我們通常每年會與配件客戶商議並續簽合同。我們可單方面終止與績效不佳的配件客戶訂立的合同。營業記錄期間，我們終止與未能達成我們績效目標的四名配件客戶訂立的合同，而這並未對我們的配件銷量產生任何重大不利影響。

向中國境外配件客戶的銷售

截至2011年、2012年及2013年12月31日以及2014年6月30日，我們在中國境外分別擁有162名、149名、152名及136名配件客戶。我們在中國境外的配件客戶主要是專業從事汽車玻璃批發、零售和安裝的企業，其中包括Mygran Glass及Belron US。2011年、2012年及2013年以及截至2013年和2014年6月30日止六個月，我們向境外配件客戶的銷售額分別為人民幣1,513.8百萬元、人民幣1,470.7百萬元、人民幣1,529.2百萬元、人民幣758.0百萬元及人民幣835.7百萬元，分別佔我們汽車玻璃銷售收入的17.3%、15.5%、14.0%、14.3%及14.0%。

我們按照境外配件客戶發出的採購訂單向其銷售我們的產品，銷售價格根據產量及市場需求確定。我們通常負責將我們的產品交付至境外配件客戶，相關費用也由我們承擔。我們沒有為境外配件客戶設定績效目標，也不會監督其銷售業績。我們的境外配件客戶獨立負責其銷售，不得向我們退回未售出的產品。我們不會限制我們產品的轉售價或境外配件客戶出售我們產品所在的地區。

保修

我們為出售給配套客戶的汽車玻璃產品提供保修，保修期通常與相關車型的保修期相同，一般按照時間或里程中較早達到者確定。我們針對材料及製作缺陷為出售給配件客戶的汽車玻璃產品提供保修。通常國內配件客戶所購買的夾層玻璃的保修期為六個月，鋼化玻璃的保修期為一年。境外配件客戶所購買的產品的保修期通常為一年。營業記錄期間及截至最後實際可行日期，我們沒有遇到產品方面的任何重大保修索賠。

我們允許客戶退回次品。營業記錄期間及截至最後實際可行日期，我們沒有出現任何產品召回或重大退貨、換貨或銷售退款。

業 務

定價

價格是影響我們從配套客戶獲得供貨合同的重要因素之一。我們根據多種因素確定出售給配套客戶的汽車玻璃產品的價格，包括原材料成本、生產工藝的複雜程度、預計採購量及市場競爭。我們的配套客戶在價格磋商中通常佔有明顯優勢。我們根據具體情況對銷售予配件客戶的汽車玻璃產品進行定價，考慮因素主要包括客戶等級、汽車型號的市場定位和生命週期、我們的生產成本、競爭產品的價格、生產工藝的複雜程度及市場需求。2011年、2012年及2013年以及截至2013年和2014年6月30日止六個月，我們的汽車玻璃產品的平均銷售價格分別為每平方米人民幣131.5元、每平方米人民幣131.1元、每平方米人民幣132.5元、每平方米人民幣129.7元及每平方米人民幣133.9元。

我們根據具體情況對我們銷售予外部客戶的浮法玻璃產品進行定價，考慮因素主要包括我們的生產成本、競爭產品的價格及市場需求。2011年、2012年及2013年以及截至2013年和2014年6月30日止六個月，我們銷售予外部客戶的浮法玻璃產品的平均價格分別為每噸人民幣1,441.6元、每噸人民幣1,207.4元、每噸人民幣1,332.0元、每噸人民幣1,351.3元及每噸人民幣1,597.9元。

付款期限

我們根據客戶的信用記錄、財務狀況及與我們的業務關係確定每名客戶的付款期限。我們通常授予所有配套客戶30天至120天的信貸期，通常授予境外配件客戶90天的信貸期。我們要求國內配件客戶每月付清貨款。我們為向配套客戶及境外配件客戶銷售產品而產生的應收賬款購買了信用保險。

客戶支持

截至2014年6月30日，我們的客戶支持團隊包括104名員工，其中83名位於中國以及21名位於德國、韓國、日本和美國。我們的客戶支持員工負責處理客戶每日問詢、投訴，進行市場調查分析，並維護客戶關係。

我們已建立內部投訴報告系統，按照投訴性質及嚴重程度將客戶投訴分為五個級別。嚴重程度達最高級別的投訴將移交我們總部的高級管理人員處理。我們通常在收到配套客戶投訴後的七個工作日內解決這些投訴。

我們為國內配件客戶提供技術支持，並對他們進行密切監督以確保其遵循我們的客戶支持指南。我們依靠境外配件客戶在境外市場提供售後服務。

業 務

我們已在總部建立客戶關係管理系統，以進一步提升我們為客戶提供售後服務的能力。

營 銷

截至2014年6月30日，我們的銷售及營銷團隊包括307名員工，其中273名位於中國以及34名位於德國、韓國、日本和美國。我們的銷售及營銷人員負責在全球範圍內開發客戶及維持客戶關係，並通過定期拜訪現有客戶、親自向潛在客戶展示我們的產品以及邀請潛在客戶考察我們的生產基地及質量控制系統以積極推銷我們的產品。我們也參加國內外各種展會及技術會議以推廣我們的產品及品牌。

此外，作為營銷工作的一部份，我們在每一主要配套客戶附近均設有業務開發團隊，負責緊密跟進客戶對新汽車玻璃產品的需求及新車型的上線情況。我們的業務開發團隊亦負責根據配套客戶的要求協調產品交付事宜及提供輔助服務。

原材料採購及供應商

我們生產所用的主要原材料包括生產汽車玻璃所用的浮法玻璃及PVB中間膜，以及生產浮法玻璃所用的硅砂、純鹼及石灰石。

2011年、2012年及2013年以及截至2013年和2014年6月30日止六個月，已售汽車玻璃所用的浮法玻璃源自內部供應的賬面值分別佔57.7%、83.3%、86.6%、88.5%及79.8%。我們計劃進一步提高浮法玻璃的自足率。我們在中國海南省擁有一個硅砂生產基地，為我們的浮法玻璃生產提供所有所需的硅砂。我們生產所需的其他主要原材料一般均較易獲得，我們會向國內多名獨立第三方採購這些原材料。於營業記錄期間，儘管其他原材料的市價因市場狀況的變化不斷波動，而我們通常無法將我們增加的原材料成本全部轉嫁予我們的客戶，但鑒於波動幅度及該等原材料佔我們的總銷售成本比重不大，有關波動並未對我們的銷售成本造成重大影響。

我們已採用基於產品質量、價格、按時交付產品的能力及技術能力評估潛在供應商的程序。此外，我們會依據ISO/TS16949質量體系對供應商的生產基地進行定期實地考察。我們通常與主要供應商訂立為期一年的採購合同。一般而言，我們與供應商訂立的協議會訂明各種原材料的數量、價格及質量規格。我們一般會在收到原材料後的30日至90日內向供應商支付貨款。根據原材料的不同種類，我們的供應商通常向我們提供介於180日至360日的質保期。

業 務

截至2011年、2012年及2013年12月31日以及2014年6月30日，我們分別擁有2,691名、2,362名、2,131名及1,868名供應商。2011年、2012年及2013年以及截至2013年和2014年6月30日止六個月，我們向五大供應商（全部為獨立第三方原材料及能源供應商）的採購額分別佔我們銷售成本的15.6%、15.4%、15.8%、14.9%及16.3%，向我們最大供應商的採購額分別佔我們銷售成本的3.6%、4.0%、4.4%、4.2%及5.0%。就我們的董事所知，營業記錄期間及截至最後實際可行日期，持有本公司已發行股本5%以上的董事、其緊密聯繫人或股東均沒有於我們的五大供應商中擁有任何權益。

研發

我們相信，我們的發展離不開我們的研發能力。我們的研發投入集中在以下方面：

*研發附加值產品。*我們重點研發高附加值產品，從而令我們有別於低端汽車玻璃生產商。數年來，我們已成功研發出多種附加值產品，如鍍膜加熱、鍍膜天線、有源玻璃天線、調光、超級防紫外線及防紅外線玻璃。

*研發主要生產設備。*我們研發汽車玻璃的主要生產設備，如玻璃成型、清洗、合片、自動化等設備，這些設備已經廣泛應用於我們的生產流程，從而有助於我們降低生產成本、提升生產靈活性及改善產品質量。

*改進生產流程。*我們持續投入資源改進我們的現有生產設備，以精簡生產流程並提高工序能力和生產效率。

我們應配套客戶的要求開發新的汽車玻璃產品。我們在中國、德國和美國共設立了四個設計中心。每個設計中心與其區域內的汽車生產商緊密合作，配合他們的產品開發，從最初設計到最終生產的過程同步設計和開發我們的產品。我們的工程師與配套客戶密切合作，不斷優化和豐富我們產品的設計和功能。同步設計和開發能力有助於我們研發出符合各汽車生產商要求的定制汽車玻璃，同時有助於我們的配套客戶在早期發現潛在生產或設計問題，從而避免後期需要重新設計造成的額外成本。

我們已獲得由中國政府機構頒發的多項證書和獎項認可我們強大的研發能力，其中包括於2006年獲得的「國家認定企業技術中心」認證、於2012年獲得的「國家技術創新示範企業」認證及於2013年獲得的「中國合格評定國家認可委員會實驗室認可證書」。

業 務

截至2014年6月30日，我們的研發團隊共有161名員工，其中13名為高級工程師，超過22名擁有碩士或更高學位。截至2014年6月30日，研發團隊中的161名員工常駐中國，其中98名員工隸屬工程研究中心，專門負責研發前沿生產技術，63名員工隸屬於產品設計部門，專門負責設計新產品。我們的研發團隊主管為執行董事兼副總經理白照華先生，他在汽車玻璃生產領域擁有超過20年經驗。我們在研發中心設立了一個博士後研究工作站，以吸引研發人才並鼓勵創新研究活動。我們還在福建總部設立了一個產品檢測中心，該中心出具的測試報告已獲得70個國家及地區的85個實驗室認可機構的認可。

我們也與多間高校及研發機構（包括武漢科技大學（或武科大）、廈門大學及福州大學）合作開發新產品及技術。

- 2009年12月，我們與武科大訂立一份技術研究協議，據此，我們同意向武科大支付人民幣200,000元供其開發一種符合特殊技術規定的特殊玻璃膠，武科大和我們同意共同擁有履行合同所產生的知識產權。該協議已於2010年3月屆滿。
- 2012年5月，我們與廈門大學訂立一份框架合作協議，以成立一家研究機構開發先進的玻璃產品。根據該協議，我們同意在經濟上為廈門大學的人才招聘工作提供支持，並為其畢業生提供培訓機會。此外，廈門大學和我們同意共同申請國家及省級研究項目，招募和培養博士後研究人員，共享研究設施和資源。
- 2013年4月，我們與福州大學和李凌雲先生訂立一份協議，據此，我們同意就僱用李先生在我們的博士後研究站對抬頭顯示玻璃進行為期兩年的研究每年向其支付人民幣80,000元，僱佣期間自2013年4月起至2015年3月止。根據該協議，我們通常有權擁有李先生研究成果的知識產權，但就由福州大學和我們共同完成的研究項目及福州大學交予我們的初步研究成果而言，知識產權的擁有權將另行協定。該協議將於2015年3月屆滿。

2011年、2012年及2013年以及截至2013年和2014年6月30日止六個月，我們產生的研發開支分別為人民幣180.3百萬元、人民幣236.5百萬元、人民幣388.8百萬元、人民幣149.3百萬元及人民幣231.8百萬元，分別佔營業收入總額的1.9%、2.3%、3.4%、2.7%及3.7%。

業 務

存貨管理及物流

我們的存貨管理包括對原材料、在製品及製成品的管理，管理重點在於控制我們的存貨持有成本、維持可向客戶提供的產品的多樣性以及確保向客戶及時交付產品。我們運用先進的信息系統追蹤存貨水平及確保有足夠的原材料和製成品。2011年、2012年及2013年以及截至2014年6月30日止六個月，我們的存貨週轉天數分別為106天、109天、102天及101天，我們計提的存貨撇減撥備分別為人民幣19.5百萬元、人民幣20.9百萬元、人民幣9.6百萬元及人民幣7.3百萬元，主要反映由於建築級浮法玻璃的市價下滑導致建築級浮法玻璃存貨的可變現淨值減少至低於其賬面值。我們的董事確認，營業記錄期間及截至最後實際可行日期，我們的存貨控制政策一直有效，我們沒有發生任何重大供應短缺或存貨過多的情況。

我們聘請有信譽的獨立第三方運輸公司向我們的客戶運輸產品。我們一般會將我們的倉庫設在配套客戶附近或設立衛星倉庫，以提升我們的「即時供貨」能力。2011年、2012年及2013年以及截至2013年和2014年6月30日止六個月，我們產生的倉儲配送費用和運輸費用分別為人民幣353.6百萬元、人民幣344.5百萬元、人民幣399.7百萬元、人民幣192.2百萬元及人民幣218.1百萬元。

質量控制與認證

我們採用與國際標準及客戶要求一致的行業領先的質量管理體系。我們是中國首批獲得ISO-9002及QS-9000認證的少數汽車玻璃生產商之一。我們的所有汽車玻璃產品均已獲得美國交通部、歐洲經濟委員會、澳洲標準學會、日本農林規格協會、韓國工業標準及中國強制性產品認證。我們的所有主要生產基地均已獲得ISO/TS16949認證。ISO/TS16949是由IATF（國際汽車工作組）制定並得到我們配套客戶普遍認可的汽車行業質量認證，有效期為三年，每年由授權認證機構的經IATF核證的檢核人員進行審查。

我們在生產流程的各個階段均採用嚴格的質量控制。為確保我們的原材料符合我們的質量標準，我們僅與擁有生產優質產品經驗和專長的供應商合作，而且我們在投入生產前會對所有原材料進行檢驗和驗證。在大批量生產前，我們一般會進行試產和產品試驗，以確保產品符合我們的質量標準及客戶的規格要求。我們在向客戶交付產品前會根據客戶的規格及要求對最終產品進行檢驗。

我們在每個生產基地均配有質量保證系統，以助我們迅速確定質量問題起因，並將該信息傳遞給可能遇到類似問題的生產基地。我們也制定了產品識別及追蹤方法，使我們能夠快速識別並追溯生產過程中產生的次品。

業 務

截至2014年6月30日，我們擁有297名質量控制員工，他們均受過工程、質量控制或其他相關領域的培訓並擁有相關經驗。我們的質量控制部門由陳勝坤先生領導，其在質量控制方面擁有十年以上的豐富經驗。我們已在公司總部設立我們的自有產品及原材料檢測中心，該檢測中心已於2012年11月獲得中國合格評定國家認可委員會的認證。該認證將於2015年11月到期。我們的產品及原材料檢測中心的測試報告已獲得70個國家和地區的85個實驗室認可機構的認可。

競爭

國內外汽車玻璃市場競爭均極為激烈。客戶通常會對供應商進行嚴格評估。影響我們競爭力的因素包括產品質量、生產技術能力、產品設計、定價、付款期、交貨速度、客戶服務及品牌知名度。汽車玻璃作為一種安全部件，擁有較高的市場准入門檻，其中包括充分競爭的市場（該市場通常由已經與汽車生產商建立了長期合作關係的少數主要生產商支配）、研發新產品所需的資金及技術能力以及有限的獲得相關技術的途徑，上述門檻為現有的生產商創造了競爭優勢。

根據羅蘭貝格提供的資料，按2013年的銷量計，我們是中國最大、世界第二大的汽車玻璃生產商。我們是中國市場佔支配地位、在全球領先的汽車玻璃生產商中唯一專注於生產汽車玻璃的公司。根據羅蘭貝格提供的資料，按2013年的銷量計，我們在中國汽車玻璃市場（進口汽車玻璃的銷售額除外）和中國乘用車玻璃配套市場的佔有率分別為約63%及72%；按銷量計，我們佔全球約20%的汽車玻璃市場份額。我們相信，我們在國內和國際市場的領先地位有助於我們及時把握國內外汽車玻璃市場持續發展帶來的市場機會。

我們的主要競爭對手是跨國汽車玻璃生產商，包括旭硝子、板硝子及聖戈班，2013年，這三家公司與我們在全球和中國本地生產汽車玻璃市場的佔有率總計約77%及約89%。儘管我們相信，我們的高營運效率有助於我們向海外客戶提供更有競爭力的價格，但部份跨國競爭對手在研發方面具有更突出的優勢，其產品和技術的品牌於中國境外具有比我們更高的知名度，並擁有更加完善的生產地域佈局。

業 務

知識產權

我們依賴專利、商標和商業秘密、註冊域名以及員工和第三方保密協議保護我們的知識產權。

截至2014年6月30日，我們於中國境內擁有311項註冊專利及144項專利申請。截至2014年6月30日，我們於中國境內擁有113個註冊商標，在其他國家及地區擁有268個註冊商標。截至2014年6月30日，我們在80個國家及地區有83個商標申請。我們相信，取得該等待處理的專利及商標概不存在任何重大法律障礙。我們為域名www.fuyaogroup.com的註冊擁有人。

我們與員工和供應商訂立的合同通常包含保密條款以保護我們的專屬信息及專有技術。此外，我們的研發人員已訂立保密協議，確認他們於任職期間所做出的所有發明、設計、商業秘密、著作、開發項目及其他成果，均為我們的財產。

我們也不時從第三方獲取知識產權特許權。例如，自2006年起，我們就一直獲得Saint-Gobain Glass France的授權使用在汽車玻璃（尤其是前擋玻璃）邊緣進行特殊封邊的技術，以及與生產附加值產品所需的與隔音塑料中間膜相關的技術、產品及專有知識。此外，於2014年8月，我們已就位於美國伊利諾伊州的生產基地的營運從PPG獲取若干必要的專有工序及產品技術。於2014年8月，我們收購了PPG位於美國伊利諾伊州的浮法玻璃生產基地，並就所收購生產基地的營運獲取PPG若干必要的專有工序及產品技術。根據許可協議，我們將向PPG支付相關的使用費，包括(i)總額為6.0百萬美元的一次性費用；以及(ii)在12年內每年按該基地所生產浮法玻璃的銷售淨值扣除我們每年產生的相關銷售和分銷開支及稅費後的1%支付費用。

我們密切跟踪行業動態及競爭對手的新產品和技術，以識別潛在侵犯我們知識產權的情況。我們僅允許極少員工查閱我們的研究項目的相關資料。在營業記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無遇到會對我們的業務構成重大不利影響的知識產權侵權情況。

除了保護我們所擁有的知識產權，我們的成功同時取決於我們能否將產品或經營侵犯他人知識產權情況的風險降至最低。在設計及開發新產品時，我們的研發團隊會進行專利搜索，以確保我們不會侵犯第三方擁有的任何現有專利。營業記錄期間及截至最後實際可行日期，據我們所知，並無任何針對我們的有關侵犯第三方知識產權的未決或可能發生的索償。

業 務

僱員

截至2011年、2012年和2013年12月31日及2014年6月30日以及最後實際可行日期，我們分別擁有17,125名、17,871名、19,334名、19,992名及20,135名僱員。我們的僱員常駐中國、俄羅斯、美國、德國、日本、韓國及香港。下表按部門列明了截至最後實際可行日期的僱員人數。

部門	僱員人數	佔總數的百分比
生產	15,223	75.6%
銷售	279	1.4
技術開發	2,513	12.5
財務和會計	178	0.9
行政	760	3.8
其他	1,182	5.8
總計	<u>20,135</u>	<u>100.0%</u>

我們主要通過校園招聘、內部推薦及互聯網招聘員工。我們為員工提供有競爭力的薪酬待遇，通常包括基本工資、績效獎金及津貼。我們通過年度考核向員工反饋其工作表現。我們為員工制定培訓計劃以提升其技能水平。我們相信這些舉措提高了員工的生產力。

我們與員工訂立的勞動合同一般為期三到五年。我們執行中國政府強制要求的員工福利計劃，包括基本養老保險、工傷保險、生育保險、基本醫療保險、失業保險及住房公積金計劃。我們按員工薪酬總額的指定百分比為員工福利計劃繳款，以我們經營所在地的地方政府機關規定的最大金額為限。2011年、2012年及2013年以及截至2013年和2014年6月30日止六個月，我們向員工福利計劃繳納款額分別為人民幣107.9百萬元、人民幣153.3百萬元、人民幣201.7百萬元、人民幣89.0百萬元及人民幣107.8百萬元。

截至2014年6月30日，我們約有89.1%於中國的員工加入工會。我們相信我們與員工的關係良好。截至最後實際可行日期，並無發生任何對我們的經營產生重大不利影響的勞動糾紛。

業 務

保險

截至最後實際可行日期，我們已購買的主要保險如下：

財產險，涵蓋有形資產、機器、在建設施、存貨及交通工具所遭受的物理損失或損害。

營業中斷險，涵蓋因浮法玻璃生產中斷而造成的利潤損失。

信用保險，涵蓋未能追回國內外銷售產生的應收賬款而導致的損失。

產品責任險，涵蓋因使用我們出口的產品而導致的人身傷害及財產損失，以及因召回有安全瑕疵的產品而產生的損失。

第三方責任險，涵蓋我們的業務營運對我們的員工或第三方造成的人身傷害及財產損失。

貨物運輸保險，涵蓋我們的產品、設備、浮法玻璃及配件在運輸中遭受的損失。

產品召回險，涵蓋我們在境外銷售的產品在召回過程中可能發生的一切費用。

此外，我們根據適用的中國法律及法規為我們的僱員購買基本養老、醫療、失業、工傷及生育保險。我們一般每年會續簽我們的保單。我們沒有購買業務中斷險或企業主管人員保險。我們認為我們目前購買的保險涵蓋範圍已經足夠並符合行業慣例。隨着我們的業務擴張，我們將繼續定期審查及評估我們的風險組合，並根據我們的需要和行業慣例調整我們的保險政策。

環保事宜

我們須遵守我們經營地所在國的一系列環保法律及法規，包括規定廢氣排放、污水排放、噪聲控制及危險物質和廢物的管理及處理方面的法律法規。

於營業記錄期間及截至最後實際可行日期，我們的生產流程所產生的主要污染物包括廢氣、廢水、粉塵、噪聲和固體廢物，這些污染物的排放均符合所有適用的環保法律、法規和標準。為盡量減少生產流程對環境的影響，我們已採取全面的環保措施，其中包括(i)安裝脫硝設備，(ii)以天然氣替代重油作為浮法玻璃的生產燃料，(iii)

業 務

安裝水回用系統循環使用生產用水，(iv)使用圍牆和吸音材料減少噪聲及(v)委託具有資質的第三方處理固體廢物。此外，我們按監測計劃對工廠進行環境監測，並接受環保部門的監督。在建設生產工廠前，我們亦聘請具有資質的第三方進行環境影響評價。我們的環境管理體系已取得ISO14001認證。

2011年、2012年及2013年以及截至2014年6月30日止六個月，我們產生的環保開支分別為人民幣3.4百萬元、人民幣4.7百萬元、人民幣15.7百萬元及人民幣10.6百萬元。此外，我們亦不時在維護、建設和升級環保設施方面進行投資。例如，我們於2011年和2013年分別投資人民幣35.4百萬元及人民幣26.4百萬元用於安裝脫硫脫硝設施。該等投資已根據我們的會計政策於我們的財務報表中資本化，截至最後實際可行日期，我們沒有遭到任何重大環保索賠、訴訟、罰款或行政處罰。

職業健康與安全事宜

我們須遵守中國政府機構及其他經營地所在國所實施的勞動安全法律及法規。我們已推行多項職業健康與安全程序以維持安全的工作環境，其中包括(i)向全體員工提供作業和安全控制程序指引，(ii)在我們的生產基地採取保護措施，(iii)定期檢驗設備和設施以識別及消除安全危險及(iv)定期為員工開展安全意識培訓。我們設立了勞動安全委員會，負責監控及確保我們的健康與安全程序的有效實施。我們的勞動安全管理體系已取得GB/T28001認證。隨着我們的業務擴張，我們將繼續定期審查我們的職業健康與安全程序，以確保它們符合行業慣例及適用的法律規定。

截至最後實際可行日期，我們並無經歷任何由健康與安全問題導致的重大非計劃停產，也沒有收到任何現有或前僱員就營業記錄期間及截至最後實際可行日期發生的任何事故而提出的任何與健康與安全相關的重大索賠。

企業社會責任

我們致力於承擔社會責任，這是我們企業文化和價值必不可少的部份。隨着我們在國內的領先地位得到鞏固並向新市場擴張，我們相信，我們的價值觀及優良傳統將是我們持續取得成功的根本。

我們相信，本集團的創始人曹德旺先生在創造一家成功企業的同時，也樹立了一個成功商人回饋社會的典范。曹先生始終秉承回報社會的信念，已向多個慈善、教育、文化及社會活動捐贈超過人民幣50億元的現金和股票。2011年，曹先生及其家庭

業 務

成員通過其控制的三益、耀華向河仁慈善基金會捐贈本公司300百萬股股份。曹先生因其慈善貢獻於2008年至2013年連續五年獲得中國民政部頒發的「中華慈善獎－最具愛心捐贈個人」，同時也是2009年獲得安永「全球企業家獎」的第一位中國企業家。

2014年2月，我們發佈了第六次企業社會責任報告，證明了我們在經營的各個方面都致力於成為傑出的企業公民。

我們注重在以下方面承擔社會責任：

產品安全與質量。我們在經營中始終把產品安全與質量放在核心位置。我們密切監控及嚴格落實我們對產品質量、性能和安全的高標準。

員工健康、安全和幸福感。我們的企業文化以員工為本。我們在運營過程中致力於持續改善工作條件，為員工提供一個安全、健康的工作場所。我們為員工提供職業發展機會及提升其技能的各種培訓課程，以鼓勵員工的成長和發展。2012年，我們獲智聯招聘（國內一家知名的網上招聘機構）頒發的「最佳僱主」獎項。

環境保護與可持續發展。我們着力盡可能減少我們的經營活動對環境的影響。我們採取的環保措施包括更多地使用清潔能源、提高能耗效率、降低化學物質排放量、減少廢物及提高回收利用率。

公益事業。在曹先生的領導下，我們積極投身教育事業。除了為員工提供培訓，我們還積極資助教育事業。我們每年都為當地學校提供助學金和助教金，並且還向來自貧困村落的中學和大學新生提供助學金。

物業

我們就經營業務佔用中國及海外若干物業。這些物業是作為上市規則第5.01(2)條界定的非物業用途，主要包括用於我們辦公室、工廠、倉庫、僱員宿舍的場所。由於概無單一物業的賬面值佔我們總資產等於或高於15%，本公司董事認為，本[編纂]獲豁免遵守有關上市規則第5章與公司（清盤及雜項條文）條例第342(1)(b)條涉及公司（清盤及雜項條文）條例附表三第34(2)段的規定，兩者都規定須就我們於土地或建築的全部權益載列估值報告。

業 務

自有物業

截至最後實際可行日期，我們在中國擁有和佔用總地盤面積約為4,395,759.6平方米的40塊土地，在俄羅斯擁有和佔用一塊總地盤面積約為129,986.0平方米的土地，以及在美國擁有和佔用兩塊總地盤面積約為446.6英畝的土地。我們已就這些物業全部獲得土地使用權證明書，惟福建省境內的一塊總地盤面積約為59,221.25平方米的土地除外，而我們正就該土地申請土地使用權證書。我們已支付與福建省境內的該幅土地有關的全部地價款。根據我們的中國法律顧問至理律師事務所的意見，我們取得該土地使用權證概無重大法律障礙。我們主要使用這些物業作為辦公室、生產設施、輔助設施及僱員宿舍。俄羅斯的土地為2012年7月從Kaluga Region Development Corporation OJSC (或稱為KRKO) 收購。該土地已抵押給KRKO，而在轉讓、出售、租賃、抵押或以其他方式處置該土地前，我們必須獲得KRKO的同意。

截至最後實際可行日期，我們在中國擁有112項建築和辦公單位（總建築面積約為1,747,059.9平方米），在香港和俄羅斯分別擁有一項辦公單位（總建築面積約為239.2平方米）及一項建築（總建築面積約為82,051.3平方米），以及在美國擁有若干項建築（總建築面積約為2,992,772.0平方英尺）作為經營及辦公用途。我們已取得在中國的總建築面積約1,428,481.43平方米的109項建築和辦公單位的業權證，並取得在香港、俄羅斯和美國所有建築和辦公單位的業權證，而我們在中國的三項建築（總建築面積約為318,578.4平方米，佔我們於中國擁有的建築和辦公單位的總建築面積的18.2%）的業權證正在申請當中。這三項建築主要作為營運用途。在這三項建築中，其中一項建築的建設乃於我們獲得所需的施工許可證前開始，故我們於2014年被當地政府部門處以人民幣5.3百萬元的罰金。據我們的中國法律顧問至理律師事務所告知，除此項並不重大的違規外，我們在建設這三項建築時完全遵守適用法律，且我們將毋須因未能取得施工許可證而搬離該建築。我們的中國法律顧問至理律師事務所認為，如能滿足所需程序要求，上述三項建築業權證的取得預期將無重大法律障礙。我們的董事認為，欠缺有關業權證將不會引起任何對我們經營有重大不利影響的糾紛，因為上述物業僅佔我們所擁有物業總值較小的比例。

我們的董事確認，除上述披露關於我們在俄羅斯的物業所受限制外，我們持有的物業並無任何重大產權負擔、環境問題、訴訟、違例或瑕疵。

業 務

租賃物業

截至最後實際可行日期，我們在韓國租用一塊土地（總地盤面積約為337.3平方米），在中國租用四項建築和辦公單位（總建築面積約為131,517.4平方米），在德國、日本、韓國和美國共租用7項建築和辦公單位（總建築面積約為26,830.2平方米）。我們租用這些物業主要作為辦公和業務用途。上述所有物業的出租人均能提供有效的業權證。我們的董事確認，我們按相關租賃協議項下容許的用途使用這些租賃物業。

風險管理及內部控制

我們相信有效的風險管理及內部控制對我們的成功至關重要。我們已設立全面的風險管理及內部控制流程，以監察、評估及管理在業務活動中面臨的各種風險。

我們的風險管理及內部控制政策涵蓋我們業務經營的各個方面，包括（其中包括）：

- 原材料採購管理；
- 存貨管理及成本計量；
- 質量控制；
- 銷售管理；
- 研究及開發管理；
- 人力資源管理；
- 預算控制；
- 資金管理；
- 融資及投資管理；
- 財務報告管理；
- 資訊系統管理；
- 信息披露；

業 務

- 公司治理；
- 內部審核；
- 企業社會責任；及
- 企業文化。

我們董事局的審計委員會負責監察和評估我們風險管理及內部控制政策和程序的實施情況。我們的部門經理負責在經營層面上實施我們的風險管理及內部控制政策和程序。我們已在董事局轄下成立內部審核部門，負責協調風險管理政策的制定和實施及評估風險管理政策和程序的有效性。內部審核部門由薛秀敏女士領導，她在財務會計方面有近二十年經驗，並已取得IAP頒發的註冊企業風險管理師(CERM)資格。我們的內部審核部門負責對我們和我們子公司的風險管理和內部控制系統的建立和落實進行常規和專項檢查，並有權直接向我們的董事局、審計委員會和監事會報告在檢查過程中發現的重大內部控制缺陷。

法律程序及監管合規

我們在日常業務過程中不時會涉及各類法律、仲裁或行政訴訟。截至最後實際可行日期，我們目前並無捲入或並不知悉面臨我們認為可能對我們的業務、財務狀況或經營業績構成重大不利影響的任何法律、仲裁或行政訴訟。

我們的董事確認，營業記錄期間及直至最後實際可行日期，我們已在各重大方面遵守中國及我們營運所在的其他司法權區的適用法律及法規，而且我們已取得對我們的業務經營而言重要的所有許可證、牌照、資格、授權及批准。此外，我們已實施健全的內部控制政策及程序，確保本公司與我們的董事及高級管理人員持續遵守適用法律及法規。