

業 務

概 覽

我們是以海外市場為目標的中國領先原始設計製造智能手機供應商之一。根據弗若斯特沙利文報告，按出口付運量計，我們名列中國原始設計製造智能手機出口商第四位(附註)，佔2014年中國智能手機總出口量約2.5%。我們主要從事開發、設計、生產管理及向遍佈逾25個國家的海外市場銷售手機，我們銷售的產品由客戶冠以自身的品牌或獲授權的品牌。我們的客戶包括在南亞、東南亞、歐洲、北美洲、南美洲、非洲及亞洲其他地區的多項頂尖的本土品牌手機供應商、電信營運商及貿易公司。

我們提供廣泛的服務，包括設計、產品驗證、採購部件、外包加工及組裝的採購、提供製造及包裝的技術知識，以應對客戶的需要及／或指定的規格。手機的設計主要涉及生產手機的硬件、軟件、機械及電路系統設計，以盡量提高具特定功能的手機的不同硬件、軟件及部件的兼容性，以及產品的外觀設計。我們將加工及組裝工序外包予電子製造服務供應商，並提供原材料、生產工序設計、技術支援及現場監督人員以監察生產計劃及產品質量。

我們的競爭優勢

我們相信，我們迄今的成功及未來的增長潛力有賴於下文所載各項競爭優勢的結合：

以海外市場為目標並策略性專注於新興國家的領先智能手機原始設計製造供應商

我們是中國領先的智能手機原始設計製造供應商之一。我們的產品由客戶冠以自身或獲授權的品牌於逾25個國家出售。根據弗若斯特沙利文報告，於2014年按出口付運量計，我們在所有中國智能手機原始設計製造出口商中排名第四，佔2014年中國智能手機總出口量約2.5%。

我們主要從事手機的開發、設計、生產管理及銷售手機至海外市場，特別是智能手機滲透率偏低的新興市場，例如中歐洲及東歐洲、中美洲及拉丁美洲以及亞太地區。我們自2007年起開始出口產品至新興市場。於截至2014年12月31日止三個年度各年，我們來自新興市場的收益分別約為人民幣602.4百萬元、人民幣1,011.0百萬元及人民幣794.5百萬元，佔我們於相應年度的總收益分別約90.8%、73.9%及41.5%。

附註：

根據弗若斯特沙利文，2014年的全球手機付運量達1,890.0百萬台。中國在全球手機生產中佔有很大的份額。於2014年，中國的手機出口量佔全球手機生產量約69.3%。儘管市場高度分散(即最大原始設計製造智能手機出口商於2014年佔智能手機總出口量的4.3%)，而本集團的出口量則佔2014年中國智能手機總出口量的2.5%。2014年中國約81.9%的智能手機出口量來自智能手機品牌商及原設備製造供應商。餘下18.1%則來自原始設計製造智能手機供應商的出口。中國的原始設計製造智能手機出口市場規模龐大且具代表性。

業 務

根據弗若斯特沙利文報告，全球原始設計製造智能手機的付運量由2010年的58.3百萬台增加至2014年的287.9百萬台，複合年增長率為49.1%，預期原始設計製造智能手機的市場規模於2014年至2019年期間將繼續按複合年增長率17.8%增長，並於2019年達到652.5百萬台。原始設計製造智能手機於2010年將佔全球智能手機付運量的18.2%，並預期於2019年將達28.5%。

我們自2007年起一直服務新興市場。我們相信，我們對新興市場的策略性聚焦已為我們奠下堅固的基石以及建立穩定的客戶群，從而幫助我們把握未來智能手機於新興市場的蓬勃發展。根據弗若斯特沙利文報告，新興市場(不包括中國)智能手機的付運量由2014年至2019年期間將繼續按複合年增長率16.6%增長，我們相信本集團已於全球廣泛佈局，覆蓋範圍較其他同樣作為中國領先原始設計製造智能手機出口商的主要競爭對手大，而我們亦計劃於未來持續擴大我們的地區市場覆蓋範圍。

與全球客戶建立了長期關係

榮女士(我們的創辦人之一)早悉先機，洞察新興市場的手機需求將會持續增長。我們自2007年起，開始聚焦於與印度根基穩固並願意外包部份手機設計及生產工序的客戶，建立及維持良好的業務關係。

我們以原始設計製造方式提供手機，目標是提供價格合理、優質並具備先進功能的手機。我們經已與全球客戶建立長期關係，當中包括多個新興市場國家(包括印度、泰國、菲律賓、台灣、俄羅斯、美洲等)的多家本土的領先品牌手機供應商、電信營運商及貿易公司。於往績記錄期，我們向逾25個國家的客戶供應手機。我們的客戶包括多家領先的本土品牌手機供應商及電信營運商(直接或通過彼等的認可代理)以及以自有或授權品牌銷售手機的貿易公司，例如印度的Karbonn、法國的Archos及菲律賓的Cherry。

於2014年12月31日，我們十大客戶中的三名客戶經已與我們建立了逾四年的合作關係。於2014年，我們已分散客戶群，並在推出LTE智能手機及Windows手機產品後，增加來自美洲(包括南美洲及北美洲)的收益，以及因加強市場滲透而帶來非洲市場的收益。

根據弗若斯特沙利文報告，西歐及北美洲是智能手機的成熟市場，其滲透率為最高。自2011年以來，逾半手機使用者均使用智能手機。在4G電信基建完成及消費者對其認知度及適應均有所提高後，未來增長主要將由2G及3G設備過渡至LTE設備所推動。相比已發展地區，新興市場(包括中、東歐，中、南美洲和亞太地區)的智能手機滲透率較低，於2014年新興市場僅有30%的手機使用者使用智能手機。在對低、中價位智能手機的強勁需求帶動下，智能手機滲透率估計於2019年將達50%。我們相信，我們與均為領先的本土手機供應商及電信營運商的客戶的長期關係，將令本集團立足於有利位置，可捕捉此市場分部的增長潛力。

我們善用我們的市場本土的領先品牌手機供應商客戶群，成功增加客戶數目，由2011年的27名增加至2014年的44名，並將地區客戶群擴大至全球25個國家。

業 務

聚焦於高增值原始設計製造服務，並具有穩健的業務模式

我們提供高增值原始設計製造服務，由軟件及硬件的設計(包括印刷電路板設計)、採購、生產管理以至機殼設計、包裝及營銷物料，令我們在市場中脫穎而出。我們部份新興市場客戶未能接觸最新的手機設計及生產技術。我們不時協助客戶研究產品供應，並向彼等提供最新市場趨勢的意見，以鞏固及加強客戶的產品組合。據董事所深知及所悉，客戶很重視此等意見，故有助本集團提高客戶的忠誠度。

手機的關鍵部件是移動芯片組，包括基頻處理器IC。根據弗若斯特沙利文，當移動芯片組市場供應短缺時，手機供應商將難以採購足夠的移動芯片組。移動芯片組的供應影響手機生產的時間，最終影響客戶於其目標市場推出手機的時機。穩定移動芯片組的供應將會是我們業務成功與否的關鍵之一。我們與供應商維持長期及密切的關係，當中包括(根據弗若斯特沙利文)2013年的全球最大及第二大手機基頻處理器供應商，從而使我們可穩定採購部件。據董事所深知及所悉，我們與供應商所建立的長期關係是客戶選擇本集團作為彼等原始設計製造手機供應商的主要因素之一。

我們在戰略上採用輕資產業務模式。我們採購原材料並交付至我們的電子製造服務供應商，彼等負責加工及組裝。根據弗若斯特沙利文，百納威爾科技與其中一家電子製造服務供應商維持逾五年的長期關係，該供應商為2013年第二大手機電子製造服務供應商(基於付運量計的市場份額計算)，而我們於分立後仍維持密切合作關係。我們戰略性地選擇位於廣東省的電子製造服務供應商，當地為手機部件及零件的集散地，原材料可於短時間內發送至電子製造服務供應商，廣東省亦鄰近香港，而香港是國際貿易中心，整體有助於出口的物流安排。

我們實施嚴謹的質量控制程序，以確保產品的質量。我們委派現場質量控制經理及技術監督監察質量檢查程序。我們有能力提供符合各項安全及行業標準的產品，應對位於廣泛地區的客戶的需要。有關詳情請參閱本[編纂][業務—質量控制]、「業務—代工及生產管理」及「業務—原材料及供應商」等章節。

我們善用我們的低成本結構，設計並提供具有價格競爭力的優質產品。我們相信，這是我們於海外市場(尤其是新興市場)的主要競爭力所在。

雄厚的研發及高度靈活的設計能力，緊貼技術發展趨勢及客戶需要

令我們引以為傲的是我們設有一隊約60人的研發團隊，由在手機行業擁有逾11年經驗的裴洪安先生領導。我們的研發團隊包括經驗豐富的電子、機械、軟件、驅動程式及測試工程師，其中不少人已經與我們共事逾五年。我們的研發團隊對設計及開發2G、3G及4G不同移動通信制式(包括GSM、CDMA、EVDO、WCDMA、LTE等)的功能型手機及智能手機方面經驗豐富，該等手機具有不同的工作頻段及可於通用手機操作系統(例如安卓及Windows)操作，以迎合不同地區客戶的需求。於往績記錄期，我們的設計團隊提供超過750款設計予客戶挑選。我們高度靈活的設計及供應鏈能力，配合輕資

業 務

產業務模式，使我們可迅速回應不同客戶的需要。據董事所深知及所悉，由於中國一直負責全球大部份的手機生產，我們的中國研發團隊一直緊貼技術發展的前沿。我們的研發團隊已掌握4G智能手機的設計，並有能力向新興及發達國家的客戶供應此等產品。

我們的研發團隊於設計廣泛規格(即不同無線通信制式)的智能手機方面有悠久的經驗，此等智能手機使用不同供應商的芯片組，具有不同的設定，以及各種價格範圍的眾多其他模件。此等靈活性使我們享有優勢，可以相若價格範圍推出適用於廣泛產品的設計，並出口至新興市場及發達市場。我們的智能手機安裝先進硬件及軟件功能，即高清LCD屏幕、高解像攝影機、高速互聯網瀏覽能力、重新設計使用者介面及流行的手機應用程式，即社交媒體、地圖等。於截至2014年12月31日止三個年度各年，我們的研發費用分別約為人民幣13.1百萬元、人民幣16.4百萬元及人民幣22.0百萬元。

於往績記錄期，我們向全球主要芯片組供應商(例如Qualcomm及Mediatek)購買移動芯片組，並經常獲主要移動芯片組供應商(例如Qualcomm)選定為彼等的新款移動芯片組的首個聯合開發合作夥伴。移動芯片組對智能手機的整體表現非常重要。我們的研發團隊就生產內置新開發移動芯片組之手機，進行硬件設計(例如電子及電路系統設計)，以及軟件及機械設計及工程。通過緊密合作關係，我們獲得移動芯片組技術規格的第一手資訊，因此可較市場上其他較小型的手機供應商更早掌握內置新移動芯片組的智能手機的設計及開發。

我們有能力提供手機生產的硬件、軟件、機械及外觀設計，並精於高速电路板的兼容性設計，以優化具特定功能手機的不同硬件、軟件及部件的兼容能力，迎合多元群體客戶的需要及偏好。於往績記錄期，我們已開發及供應逾750款智能手機型號，以應對不同客戶的需要。我們致力於快速的設計至交付周期，開發新型號一般需時三個月至四個月。

我們相信，我們在研發及設計能力的優勢，使我們可快速應對客戶的需要、與現有客戶維持業務關係，並開拓新商機。

經驗豐富、穩定及敬業的管理團隊

我們的執行董事均於手機行業擁有廣泛的經驗。我們的創辦人兼主席榮女士於手機行業擁有約20年經驗是在中國管理第三方手機的經銷、製造、開發及設計手機的先行者，令彼具備的知識及經驗使我們可了解及應對客戶的需要。榮女士亦已與行業上游及下游的營運商建立良好的商業關係。我們的執行董事兼首席執行官榮先生主要負責銷售及市場發展，彼於業內擁有逾15年的經驗，例如銷售及營銷手機、一般營運管理，並已專注於海外市場逾三年。我們的高級管理人員裴洪安先生是總副裁—主管研發，於開發及設計手機方面擁有逾11年的經驗。我們的主席及首席執行官連同我們的銷售團隊經常走訪現有及潛在客戶，以及時了解並回應地區消費者的需要及偏好。

業 務

管理團隊的經驗是本集團基石所在，為我們業務日後的發展建立堅實的根基。有關詳情請參閱本[編纂]「董事、高級管理人員及僱員」一節。

我們的業務策略

戰略上，我們藉加強研發能力、提高現有市場的市場滲透率、擴大客戶群及拓展新海外市場，致力維持本集團作為以海外市場為目標並具備設計能力的領先手機供應商的地位。我們有意執行以下策略以加強我們的優勢，從而提高我們的業務前景及盈利能力。

加強我們的研發能力

我們的產品在質量及功能上均深受客戶歡迎，這主要歸功於研發團隊優化及集成產品所使用的硬件及軟件的能力。我們致力於以具競爭力的價格提供功能全面、技術最先進的產品。我們計劃通過以下各項加強我們的研發能力：

- 擴充我們的研發團隊，通過聘用工程師、或(倘合適)出現機會時收購擁有經驗豐富的工程師的獨立軟件或硬件設計公司，協助我們提高優化軟件及硬件能力(即改善顯示屏、音頻及攝像頭模件(已成為智能手機使用者挑選手機時關注的流行功能)的表現，及
- 購置測試原材料及手機質量的額外測試機器，例如包括移動芯片組、顯示屏模件、屏幕、手機的連接能力及耐用性的測試設備，以便於進行高效及有成本效益的質量測試程序，並降低委聘外部測試實驗所的需要及費用；及
- 成立新研發團隊，以集中於應對可穿戴設備、智能家居功能及保健管理的最新趨勢的軟件及硬件開發。我們或會在(倘合適)出現機會時，尋求與其他智能設備開發商合作，開發內置於智能手機的硬件或軟件功能，以提高我們的產品功能。

擴大客戶群及進一步擴展業務至全球市場

我們的目標是擴大地區市場。我們有意於其他市場複製我們的成功模式，並繼續以根基穩固的本土品牌智能手機品牌供應商及電信營運商為目標客戶。要成為該等根基穩固的企業的供應商，需具備經驗及始終如一的質量及生產交付時間，然而，我們相信，一旦彼等經多重嚴格評估而選擇我們成為供應商後，彼等將不會更換供應商，以保證產品的質量一致。

我們計劃加大銷售及營銷的力度以擴展全球市場的客戶群，例如包括南美洲、北美洲、非洲及南亞。我們於2014年因推出LTE產品而成功提高於歐洲、南美洲及北美洲的銷售收益，為此，我們亦需要增加研發資源以為該等市場的客戶開發及設計智能手機型號及軟件。我們亦相信，我們提供4G產品的能力使我們可於美洲及歐洲擴大市場滲透率。

此外，就獲取新客戶而言，我們一直受惠於首個聯合開發合作夥伴與我們的互惠合作關係。我們預期，持續穩固的合作將有助我們在首個聯合開發合作夥伴已強勢佈局的市場(例如美國及歐洲)中相互轉介客戶。

業 務

為支持擴大客戶群的策略，我們計劃應用部份所得款項作為購買原材料的現金儲備。我們一般會就訂單收取5至20%按金，然後購買原材料。由採購原材料至付運成品通常需時60至90天。供應商提供的付款期一般為30至60天，而我們提供予客戶的信貸期則介乎於交付前全數支付至90天不等。我們的現金循環周期一般為兩至三個月。我們相信，提高購買原材料的現金儲備，將有助我們承接更多及更長期的訂單。進一步詳情請參閱本[編纂]「未來計劃及所得款項用途」一節。

於我們的主要海外市場設立代表處及建立戰略夥伴關係

我們銷售手機至逾25個國家。我們有意於主要海外市場設立辦事處，以向客戶提供更佳的服務及物色新客戶，並向該等地區的海外辦事處(包括印度、東南亞及美洲等地區)逐步派駐研發團隊及銷售人員。我們預期，此等海外辦事處將對產品設計、市場趨勢、客戶偏好等提供及時的反饋意見及寶貴的本土知識。該等辦事處亦就向客戶提供售後技術服務作出地方上的支援。由於我們一般對產品提供最多一年的保證期，並向對其終端客戶提供售後服務的客戶提供技術支援及顧問服務，我們相信，於海外市場作出境外業務佈局，將可提高售後服務的效率及擴大該等市場的客戶範圍。

以下為我們設立代表處的分階段計劃：

設立相關辦事處的 預期時間	國家／ 地區	將設立的 代表處數目
2015年前	美國	1
2015年前	印度	1
2016年前	東南亞	1

管理團隊認為，我們與本土的領先品牌手機供應商及電信營運商的長期夥伴關係是我們於此等市場取得成功的關鍵所在。由於新興市場開始吸引不少國際品牌的注意，管理團隊一直在考慮鞏固我們與該等主要市場的領先營運商的關係。我們可考慮成立合營企業、收購客戶的非控股權益或與彼等建立戰略夥伴關係，以進一步鞏固我們的關係及加強我們於相關市場的佈局。

在此過程中董事將作出精心細選，並會策略性地考慮多項事宜，包括潛在夥伴的產品組合、於行業的過往經驗、股東結構、財務狀況及營運合規。於最後可行日期，我們仍未物色到合適的夥伴或目標，以建立上述夥伴關係，而管理層將會不時探索及考慮有關機會。

擴展產品功能及產品線

我們預期智能手機衍生產品的市場需求將增加，例如具備移動通訊功能的可穿戴設備、「智能家居」設備(例如遙控空調、照明、窗簾及其他電器)及健康管理產品，於全球各地將更受歡迎。為積極應對客戶的需要，我們將分配部分資源開發及設計具有該等功能的移動通訊設備。

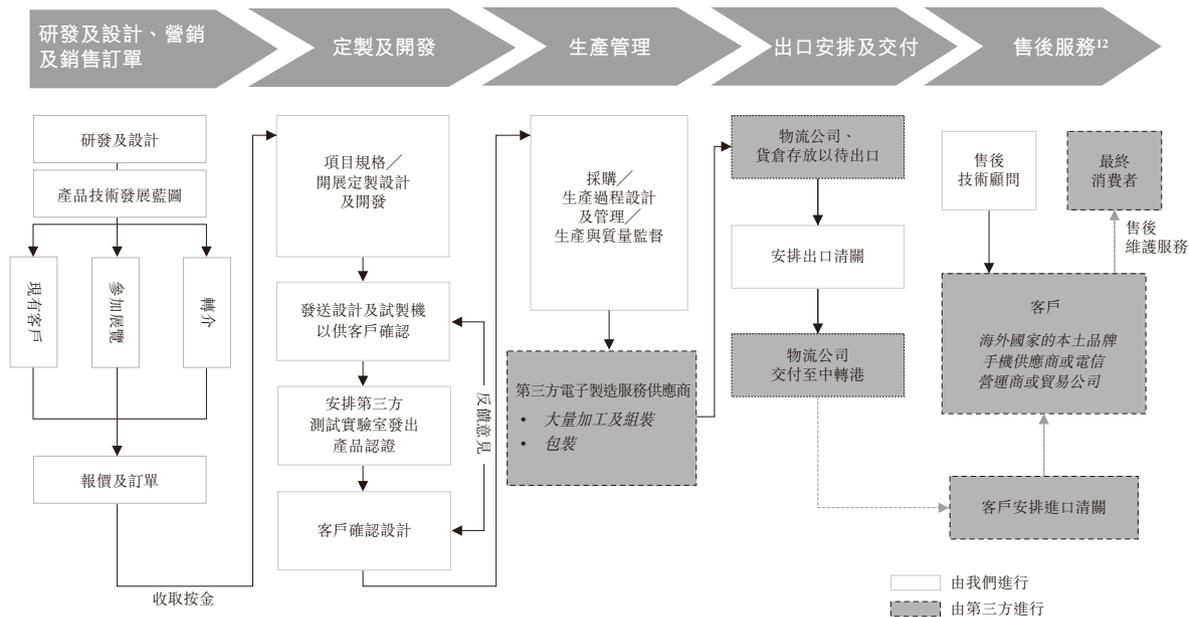
業 務

我們計劃分配額外資源於研究客戶對新功能的喜好、設計新產品的開發成本預算及支援產品新功能的支援服務。為有效開發及設計產品(例如具備「智能家居」功能的智能手機)，我們計劃尋求與歐洲及美國的智能家居電器公司合作，提供智能家居產品及具有智能家居控制功能的智能手機。

我們相信，藉擴大智能手機的功能及產品供應，可擴大我們為客戶提供的產品組合，並提供高增值原始設計製造解決方案。

我們的業務模式

下圖說明我們目前的業務模式：



附註：

研發及設計

1. 我們首先對最新移動電信技術進行研發。倘出現新軟件平台(例如微軟的Windows手機)、移動電信制式的突破性發展(例如4G)或移動芯片組的升級，我們的研發團隊將致力於進行軟件及硬件集成，以優化手機的硬件及軟件的表現。我們亦致力於進行產品的外觀設計。

營銷(產品技術發展藍圖/展覽/轉介)及銷售訂單

2. 我們有能力提供廣泛系列具有不同規格及功能的手機。我們制定及不時更新技術發展藍圖，列載我們所提供的產品，作為新推出產品的預覽。對於現有客戶，我們通過電郵定期推介我們的新型號及/或新獲取的能力。我們的銷售團隊亦會與客戶進行面談以推介我們的新型號。我們亦參加不同的國際展覽會(即CES(消費類電子產品展覽會)及世界移動通信大會)以推廣產品。
3. 客戶會就彼等有意下單的手機的硬件及軟件規格與銷售團隊聯繫。客戶可下單採購現成設計或要求根據原設計作出改進或新型號的設計。

業 務

4. 我們的銷售人員傳達有關客戶要求的信息予研發團隊後，研發團隊會諮詢採購及代工監控團隊，然後評估項目的可行性。採購及代工監控團隊會查核原材料的備用狀況、成本及電子製造服務供應商的生產時間安排，以評估我們是否可準時交付產品。
5. 我們按一系列因素報價，包括成本、市場競爭對手的報價及客戶策略。就過往生產的型號而言，我們會編製物料清單以作參考，並會計及原材料的市價。就將予開發的型號而言，我們評估將會使用的原材料，並會計及原材料的市價。我們亦會考慮代工費用及設計的複雜程度及定價的預期利潤率。隨後發出銷售單據或訂單。

定製及開發

6. 銷售團隊負責制定立項書，列載客戶要求的手機規格，即工作頻段、硬件平台、移動芯片組、記憶體、外觀、移動電信制式、顯示屏模件、攝像頭模件、電池、將使用的品牌名稱、預期的訂單數量及包裝要求。產品規格將由研發團隊覆核及批准。項目規格需獲產品經理、產品結構經理、銷售經理及總經理批准。於整個內部批核過程中，我們的銷售團隊將定期與客戶聯繫，確保符合客戶的要求。在研發團隊開展特定型號的工作前，我們一般要求客戶支付5%至20%的按金。
7. 我們的研發團隊根據客戶要求的規格致力於產品的硬件及軟件的設計及工程。我們於產品的設計及開發全過程中與客戶保持聯繫並取得反饋意見。我們安排交付由電子製造服務供應商生產的試製機予客戶，以供客戶進行測試及確認或提供反饋意見。倘客戶要求及指定若干產品標準認證，我們將安排發送該等試製機至發出相關認證的認可獨立第三方實驗室或機構。

我們亦設計包裝，並編製產品的使用者手冊以供客戶審批。

採購及代工

8. 我們負責採購必需的原材料，包括移動芯片組、顯示屏模件、攝像頭模件、印刷電路板等。我們通常在客戶向我們確認訂單後下單採購原材料。我們或會基於銷售部編製的銷售預測就交貨時間較長或經常出現供應短缺的原材料提早下訂單。
9. 於客戶批准手機的試製機後，我們將安排直接交付必需的原材料予電子製造服務商。我們的電子製造服務供應商會對原材料及成品進行質量控制。我們派遣人員現場監督生產及提供技術支援。我們亦會派遣質量控制員工現場監察加工、組裝及質量控制程序。我們的客戶或會於付運前派遣彼等的認可人員對成品進行質量檢查。

出口安排及交付

10. 於組裝後，成品會發送至我們於付運前委聘的第三方貨倉。我們會為客戶協調出口清關及產品交付程序。銷售於產品交付時確認。

業 務

售後服務

11. 銷售按賣斷基準作出。只有瑕疵產品方可退貨。
12. 我們提供最多12個月的產品保證期，惟視乎與客戶的磋商而定。在大部份情況下，我們的客戶另提供彼等的售後服務予其客戶，而有關保證期的時間亦各有不同。應客戶的要求，我們或會提供2%至3%的額外或後備手機、部件及配件，以用於在保證期為終端消費者提供的置換。我們對客戶的售後團隊提供技術支援服務。
13. 涉及完全新設計的銷售單據或訂單的日期至交付日期的交貨時間約為3至4個月。涉及根據現有型號修改設計的銷售單據或訂單的日期至交付日期的交貨時間約為1.5個月至3個月。涉及追加訂單的銷售單據或訂單日期至交付日期的交貨時間約為1個月至2個月。

產品

於往績記錄期，我們的主要產品包括功能型手機及智能手機。

智能手機為結合手機及傳統個人電腦功能的移動設備，其功能並不限於電話及文字信息。智能手機於操作系統運行，為使用者提供配置選擇，可安裝及使用不同的第三方應用程式(應用程式)。對比功能型手機，智能手機的運算能力及連接能力一般較先進。功能型手機一般提供語音通話及文字信息功能。部份先進的功能型手機亦具備有限的多媒體及互聯網功能，以及使用者的無線服務供應商所提供的其他服務。相比智能手機，功能型手機的網絡接達能力有限，而運行第三方應用程式的能力亦頗為有限。

我們自2007年開始以原始設計製造方式出口功能型手機。於2011年，功能型手機仍是我們的主要產品。我們早悉先機，預期利潤率較高的智能手機的需求將會增加，故於2012年中開始將產品重心由功能型手機變更為智能手機。

我們於2013年成功將產品重心過渡至智能手機，該年度逾90%的收益來自智能手機的銷售。於截至2012年、2013年及2014年12月31日止年度，我們的毛利率分別為12.0%、10.8%及13.6%。

目前，功能型手機普遍被認為是低端手機，而智能手機則普遍被認為是中端或高端手機。於往績記錄期，我們的功能型手機的平均銷售價介乎每台人民幣136元至每台人民幣104元之間，而智能手機於同期的平均銷售價則介乎每台人民幣492元至每台人民幣568元之間。

我們的大部份產品以完整成品的方式付運至海外。應客戶要求，我們亦向位於某些進口電子設備成品的稅項高於進口部件稅項的國家(例如巴西)的客戶提供半散件組裝(SKD)，客戶將負責把貨品進口至彼等的國家並在彼等的國家將產品組裝及包裝。

業 務

以下為於往績記錄期按產品類別劃分的收益明細分析：

	2012年				截至12月31日止年度 2013年				2014年			
	收益	佔總收益 的百分比	銷售量	平均銷 售價	收益	佔總收益 的百分比	銷售量	平均 銷售價	收益	佔總收益 的百分比	銷售量	平均 銷售價
	人民幣 千元	%	千台	人民幣	人民幣 千元	%	千台	人民幣	人民幣 千元	%	千台	人民幣
智能手機	311,735	46.9	634	492	1,242,092	90.7	2,185	568	1,717,971	89.7	3,362	511
功能型手機	351,489	53.0	2,576	136	4,780	0.3	46	104	-	-	-	-
智能手機部件包	-	-	-	-	121,528	8.9	322	377	196,277	10.2	408	481
移動設備部件	355	0.1	2	178	497	0.1	2	249	1,935	0.1	126	15
總計	<u>663,579</u>	<u>100.0</u>	<u>3,212</u>	<u>207</u>	<u>1,368,897</u>	<u>100.0</u>	<u>2,555</u>	<u>536</u>	<u>1,916,183</u>	<u>100.0</u>	<u>3,896</u>	<u>492</u>

附註：

- 自2013年起，應客戶的要求，我們出售若干智能手機部件包(手機的半散件組裝(SKD)，當中包括硬件部件，例如顯示屏模件、攝像頭模件、音頻、感應器等)，於進口至客戶的國家後由彼等組裝及包裝，原因是其認為在相關國家進口成品電子設備稅項較進口部件高。
- 移動設備部件指客戶就提供予終端消費者的售後維護服務而購買的備用移動部件及備件。

我們設計並提供廣泛技術規格的手機，以應對全球各地客戶的需要。我們提供採用GSM、CDMA、EVDO、WCDMA及LTE等不同移動通信制式並適用於不同國家及地區的不同工作頻段的手機。包括2G(第二代移動通信制式)、3G(容許手機、電腦及其他可攜式電子設備以國際電信聯盟定義的無線方式接達互聯網的第三代移動制式)及4G(容許以較高速度無線接達互聯網並有取代3G趨勢的第4代移動通信制式)。

以下為於往績記錄期按移動通信制式劃分的銷售明細分析：

	2012年				截至12月31日止年度 2013年				2014年			
	收益	佔總收益 的百分比	銷售量	平均銷 售價	收益	佔總收益 的百分比	銷售量	平均銷 售價	收益	佔總收益 的百分比	銷售量	平均銷 售價
	人民幣 千元	%	千台	人民幣	人民幣 千元	%	千台	人民幣	人民幣 千元	%	千台	人民幣
2G	351,489	53.0	2,576	136	4,780	0.3	46	104	-	-	-	-
3G	311,735	46.9	634	492	1,363,620	99.6	2,507	544	1,152,263	60.1	2,658	434
4G	-	-	-	-	-	-	-	-	761,985	39.8	1,112	685
其他	355	0.1	2	178	497	0.1	2	249	1,935	0.1	126	15
總計：	<u>663,579</u>	<u>100.0</u>	<u>3,212</u>	<u>207</u>	<u>1,368,897</u>	<u>100.0</u>	<u>2,555</u>	<u>536</u>	<u>1,916,183</u>	<u>100.0</u>	<u>3,896</u>	<u>492</u>

附註： 3G移動通信制式的銷售包括智能手機銷售及智能手機部件包銷售。

業 務

自2011年至2012年，我們處於將產品重心由功能型手機轉移至智能手機(其利潤率預期較功能型手機高)的過渡期。於2013年及2014年，基於(i)新興市場的3G設施有所改善及(ii)我們成功拓展至對智能手機需求較高的市場(例如法國、北美洲及南美洲)，我們成功將產品組合轉型至智能手機及智能手機部件包銷售，其銷售額佔比超過99.0%。由於智能手機的銷量增加，我們的收益由2012年至2014年按複合年增長率計大幅增長約69.9%。

以下為我們所提供的若干手機：



具備以下規格的人工智能手機：

平台：四核心
頻率：GSM：頻帶850/900/1800/1900兆赫
WCDMA：頻帶900/2100兆赫
FDD-LTE：頻帶800/1800/2100/2600兆赫
體積：145x73x8.8毫米
解像：5.0吋高清
攝像頭：13M AF + 2M
電池：2200mAh
記憶體：8GB ROM + 1GB RAM
功能：BT/Wi-Fi/GPS/G-感應器、Prox-感應器、L-感應器、E-指南針



具備以下規格的功能型手機：

類型：滑動旋轉式手機
芯片組：MT6235B
網絡：EDGE 850/900/1800/1900M兆赫
屏幕：超薄2.4吋TFT QVGA 320*240
記憶體：256Mb+256Mb
電池：900mAh

銷售及營銷

於最後可行日期，我們的銷售及營銷團隊由37名銷售人員組成，並由申貴平先生領導，分為九個地區銷售團隊以及一個支援團隊，負責向中國以外逾25個國家的客戶進行銷售。

銷售

我們主要從事開發、設計、生產管理及銷售手機至海外市場，並由客戶以其自身或獲授權的品牌銷售我們的產品。根據弗若斯特沙利文報告，按中國出口付運量計，我們於2014年名列中國智能手機原始設計製造商第四位。

業 務

我們自2007年開始向海外市場供應原始設計製造手機。據董事所知及所信，具備先進功能的手機於新興市場的市場滲透率一直落後於發達國家，例如北美洲及西歐。

榮女士(我們的創辦人之一)早悉先機，洞察新興市場對先進功能手機的需求將會持續增長，因此我們已開始聚焦於與東南亞及印度的穩健客戶建立及維持良好之商業關係。

於2007年，我們經已是最早出口具備先進功能的功能型手機至該等地區的出口商之一，並與當地經銷商及網絡營運商建立長期關係。隨著智能手機日漸受市場歡迎，我們因預先與該等客戶建立關係而受惠，並於往績記錄期成功推動將智能手機銷售至該等國家。我們的收益由2012年約人民幣663.6百萬元增加至2014年的人民幣1,916.2百萬元。

地區分析

下表列載於所示期間按客戶所在地區劃分的收益明細分析：

	截至12月31日止年度					
	2012年		2013年		2014年	
	收益	佔總收益	收益	佔總收益	收益	佔總收益
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
南亞	441,716	66.6	356,055	26.0	183,008	9.5
東南亞	117,585	17.7	357,607	26.1	93,727	4.9
香港	16,659	2.5	827	0.1	500,331	26.1
亞洲其他地區	59,083	8.9	230,013	16.8	174,961	9.1
歐洲	1,340	0.2	234,640	17.1	259,877	13.6
南美洲	7,188	1.1	124,787	9.1	203,920	10.6
北美洲	4,628	0.7	64,968	4.8	424,465	22.2
非洲	15,380	2.3	-	-	75,894	4.0
總計	<u>663,579</u>	<u>100.0</u>	<u>1,368,897</u>	<u>100.0</u>	<u>1,916,183</u>	<u>100.0</u>

附註：

- (1) 南亞包括印度及孟加拉。
- (2) 東南亞包括菲律賓、泰國、越南、馬來西亞及印尼。
- (3) 向香港地區作出的銷售主要包括向若干於香港註冊成立的手機貿易公司作出的銷售。該等公司銷售品牌手機至多個國家，包括(但不限於)菲律賓、越南、泰國、馬來西亞、印度、印尼、韓國及巴基斯坦。
- (4) 亞洲其他地區包括台灣、也門、巴基斯坦、杜拜、以色列、尼泊爾、斯里蘭卡及土耳其。
- (5) 歐洲包括法國、羅馬尼亞、西班牙、俄羅斯、葡萄牙及意大利。
- (6) 南美洲包括巴西、智利及委內瑞拉。
- (7) 北美洲包括美國、墨西哥及洪都拉斯。
- (8) 非洲包括南非、阿爾及利亞及摩洛哥。
- (9) 於往績記錄期，受制裁國家及俄羅斯(若干受制裁人士的所在地)應佔收益佔總收益約2.2%、9.8%及7.8%。

業 務

於2011年，我們的收益主要來自銷售功能型手機至南亞。我們於2011年後期推出智能手機，並開始將產品重心由功能型手機變更為利潤率預期較功能型手機為高的智能手機。於2012年，我們致力於提高智能手機於南亞(即印度)及東南亞的銷售量，其後並於2013年將銷售分散至歐洲及南美洲。於截至2014年12月31日止年度，我們向北美洲、南美洲及非洲作出的銷售進一步增加，原因是3G智能手機需求增加，以及推出4G智能手機，且我們策略性地將市場分散至該等地區，以擴大客戶群。

截至2013年及2014年12月31日止年度，亞洲(包括南亞、東南亞、香港及亞洲其他地區)應佔的總銷售額保持穩定，金額分別約為人民幣944.5百萬元及人民幣952.0百萬元。然而，亞洲按地區分部劃分的銷售出現重大變動。向香港作出的銷售由截至2013年12月31日止年度約人民幣0.8百萬元大幅增加至截至2014年12月31日止年度約人民幣500.3百萬元，而南亞及東南亞於截至2014年12月31日止年度應佔的銷售相比於2013年的同期則大幅下跌至約48.6%及73.8%，主要原因是我們增加向香港手機貿易公司作出的銷售，而該等公司則銷售有關產品至其他國家，主要是東南亞(其中包括泰國及越南)。

本集團於2014年出於若干特定因素，採取臨時措施將向東南亞作出的銷售轉為向香港的客戶作出。有關決定乃回應2014年5月越南發生的排華抗議及暴亂，以及於2014年泰國發生的多宗政治事件，故我們減少向有關國家作出的直接銷售，以降低潛在的延誤及拖欠付款風險。反之，我們增加向香港的手機貿易公司作出的銷售，根據過往的行業經驗，該等貿易公司均為可靠及具良好信譽，於東南亞國家有廣泛的銷售網絡。有關決定的目的是維持於東南亞的市場份額及定位，並同時降低信貸風險。

向南亞作出的銷售有所下降，主要是由於在印度及孟加拉等國家，功能型手機仍較智能手機普及，惟我們的產品供應已轉為提供3G及4G智能手機，但4G智能手機於南亞仍未見有龐大的銷售量。然而，於2014年下半年在印度的更多城市進一步建立4G移動網絡基建後，我們預期南亞的收益於2015年會有所增加。在2014年成功擴大客戶群及與印度一名新客戶(為當地的領先電信商)開展業務關係後，我們預期，我們於印度的銷售量於2015年將會增加，而南亞仍是我們的主要市場之一。

除上文所述者外，來自香港的收益有所增加，主要亦來自一名長期客戶(為獨立第三方)，其為一家穩健的手機供應商，自2014年起連同該香港客戶的股東共同控制的無限公司，供應其自有品牌手機並買賣多個第三方品牌手機主要予東南亞國家、東歐及杜拜地區，該香港客戶於該等地區擁有深入佈局的分銷網絡。相關香港客戶亦是一家環球品牌手機供應商於香港的認可經銷商。我們不時以原始設計製造的方式為其品牌生產及供應手機予該香港客戶。於2014年，本集團以若干新推出的移動芯片推出若干產品，包括4G及3G智能手機，受到客戶的歡迎。於截至2014年12月31日止年度，本集團就向約20名客戶銷售以上述兩類移動芯片生產的智能手機，錄得總銷售額人民幣907.7百萬元。由於預期該等新產品會受到歡迎，若干客戶大批下單及計劃於2014年推

業 務

出此等產品，作為彼等的高價旗艦型號。然而，由於一如客戶所預期，若干客戶的終端市場(包括印度、菲律賓、法國、南美及孟加拉)較慢適應該等新產品(按定價水平)，為作出更有效率的庫存管理及與客戶維持良好關係，經與相關客戶磋商及事先獲得彼等的同意，我們已按一般商業條款向上述香港客戶出售滯銷產品。向該香港客戶作出的相關銷售約為人民幣218.2百萬元(佔2014年總收益約11.4%)，而所有銷售收益已於2014年12月31日收取。除上述的第三方品牌手機銷售外，我們亦已以原始設計製造的方式為其自有品牌生產及供應手機予該香港客戶，款額為人民幣148.2百萬元(佔2014年總收益約7.7%)。

於截至2014年12月31日止三個年度各年，我們於香港分別合共有一名、一名及六名貿易公司客戶，款額約為人民幣16.7百萬元、人民幣0.8百萬元及人民幣500.3百萬元，佔截至2014年12月31日止三個年度各年的收益總額分別約2.5%、0.1%及26.1%。下表顯示於往績記錄期在香港的貿易公司客戶的數目變動：

	截至12月31日止年度		
	2012年	2013年	2014年
於香港的貿易公司數目			
期初	1	1	1
新增客戶	—	—	5
終止客戶	—	—	—
	<hr/>	<hr/>	<hr/>
期末	<u>1</u>	<u>1</u>	<u>6</u>

所有香港貿易公司均為獨立第三方。我們以賣斷方式出售產品。除經已與我們訂立有關銷售的框架協議的兩間香港公司外，我們並無與香港的其他客戶訂立任何框架協議。該等框架協議的條款概要已列載於本[編纂]「業務—銷售及營銷—與銷售有關的協議」分節。所有銷售訂單均以訂單的方式作出，價格及條款均為一般商業條款。並無就香港客戶制定銷售目標或最低購買款額或銷售及擴充目標。我們與香港貿易公司的關係為賣方／買方關係。我們授予該等客戶兩個月的信貸期，而付款一般以電匯作出。我們對該等香港客戶並無任何制控權，亦無訂立任何經銷我們產品的安排。產品的全部所有權及風險已於產品交付至貿易公司時轉移至彼等。銷售於產品交付時確認。只有瑕疵產品方可退回，然而於往績紀錄期概無客戶退回瑕疵產品。

儘管貿易公司應佔收益於截至2014年12月31日止年度有所增加，董事認為，於往績記錄期收益的增加，主要並非是向貿易公司作出的銷售增加或由於該等銷售而導致的庫存累積引致，而是以下因素所引致i)由於所供應的產品由2G功能型手機升級至3G及4G智能手機，令平均銷售價由每台人民幣207元上升至人民幣492元；ii)由於成功擴展歐洲、南美洲、北美洲及非洲的客戶群(其中包括領先的本土的品牌手機供應商)，令於該等地區的銷售有所增加，而於亞洲地區的總銷售(包括向貿易公司作出的銷售)於截至2013年及2014年12月31日止年度則相對持平，分別約為人民幣944.5百萬元及人

業 務

人民幣952.0百萬元；iii)於截至2014年12月31日止三個年度各年，並無任何該等貿易公司的長期未收取重大貿易應收款項。於2014年12月31日的全部該等貿易公司未收取貿易應收款項，已於最後可行日期償付。據董事所知及所悉，屬獨立第三方的該等客戶不可能累積任何庫存。

獨家保薦人基於其獨立盡職審查(例如(a)對本集團主要客戶及貿易公司進行的背景調查及現場訪談，以了解向客戶作出的銷售增加或減少的原因及彼等是否獨立於本公司，(b)以及考慮向貿易公司所作銷售的主要條款(例如除非產品出現瑕疵否則不接受退貨的政策)，並考慮貿易公司其後的結算情況及本集團的整體增長策略及財務表現)後，認同董事的意見，即於往績記錄期的收益增加，並非因向貿易公司作出的銷售增加而導致累積庫存所引致。

客戶

我們的客戶包括印度、東南亞、歐洲、北美洲、南美洲、非洲及亞洲其他地區的多家頂尖的本土品牌手機供應商，電信營運商及貿易公司。

於截至2014年12月31日止三個年度各年，最大客戶應佔收益約為人民幣215.0百萬元、人民幣257.4百萬元及人民幣385.9百萬元，分別佔相應期間我們的總收益約32.4%、18.8%及20.1%。於截至2014年12月31日止三個年度各年，前五大客戶應佔收益約為人民幣457.2百萬元、人民幣835.1百萬元及人民幣1,171.4百萬元，佔相應期間我們的總收益分別約68.9%、61.0%及61.1%。

以下列載我們於往績記錄期的主要客戶及彼等的背景：

- 印度領先手機零售商Karbonn Mobile India Private Limited (主要從事手機製造及經銷，根據弗若斯特沙利文報告基於2014年的智能手機付運量按於印度的市場份額計於本土品牌名列第三位)的控股公司
- 截至2012年及2013年12月31日止年度的前五大客戶
- Karbonn Mobile India Private Limited的另一家控股公司
- 截至2012年12月31日止年度的前五大客戶
- Dees Supreme Company Limited，一家泰國電信營運商的手機供應商及其本土品牌手機零售商
- 截至2012及2013年12月31日止年度的前五大客戶

業 務

- 於菲律賓營運Cherry手機業務的Cosmic Technologies Inc.，為領先的本土的手機零售商(根據弗若斯特沙利文報告基於2014年的智能手機付運量按於菲律賓的市場份額計於本土品牌名列第一位)
- 截至2012年12月31日止年度的前五大客戶
- Venda Electronic Corporation，一家主要向台灣電信營運商供應手機的供應商
- 截至2012年及2013年12月31日止年度的前五大客戶
- Archos S.A.，法國本地第三大手機零售商(根據弗若斯特沙利文報告基於2014年的智能手機付運量按於法國的市場份額計)，供應各類可攜式媒體播放機及可攜式數據儲存設備及智能手機
- 截至2013年及2014年12月31日止年度的前五大客戶
- 恆威貿易有限公司(自2014年起，連同受其股東共同控制的卓越貿易公司)，為一家穩健的香港手機供應商，供應自有品牌手機並買賣多個第三方品牌手機主要予東南亞國家、東歐及杜拜地區，亦為一家全球品牌手機供應商於香港的認可經銷商
- 截至2011年及2014年12月31日止年度的前五大客戶
- 一家拉丁美洲的領先品牌手機供應商，目標為提供價錢大眾化、具吸引力及新穎的移動設備以迎合消費者廣泛的需要
- 截至2014年12月31日止年度的前五大客戶
- 一家巴西的當地領先智能手機供應商，主要從事製造電子設備(例如手機)
- 截至2014年12月31日止年度的前五大客戶
- 杜拜的一家品牌手機進口商及經銷商
- 截至2014年12月31日止年度的前五大客戶

客戶下單採購手機時，可基於現有設計或作出若干改進或要求作出新設計。倘預期訂單涉及開發新型號手機，我們一般於研發團隊開始設計及開發手機型號前，要求支付合約金額5%至20%的訂金。於2014年前，我們一般要求於交付貨品前以60天信用狀或電匯付款方式全數付款。於2014年，為提高競爭力，我們向更多客戶授予信貸期。於2014年12月31日，我們向若干主要客戶授出60天至90天的信貸期。

據董事所深知，概無董事或彼等各自的緊密聯繫人或於最後可行日期持有本公司股本5%以上的股東，於往績記錄期在我們的任何前五大客戶擁有任何權益。

業 務

定價政策

我們按成本加成基準，並考慮產品型號、市場價格、市況及生產成本為產品定價。就我們過往生產的型號而言，我們會參考原材料成本，並就相同原材料當時的市價作出調整。就將予開發的型號而言，我們評估目前的原材料成本，並就可能的價格波動作出調整。在兩個情況下，我們亦會計及代工費用及設計的複雜程度和預期利潤率。

信貸監控政策

我們對應收賬款採納嚴格的信貸監控政策。

我們一般會要求客戶於作出訂單時支付5%至20%的按金(尤以是預期需開發新型號手機的訂單)。我們一般會要求於交付貨品前以電匯付款方式或接受最多60天信用狀的方式作出全數付款。

我們亦向客戶授出信貸期。信貸期在授出前必須經由銷售經理及財務經理批准。授出信貸期所考慮的因素其中包括金額、信貸質素、業務關係以及與客戶的潛在業務機會。往績記錄期間，我們已向若干客戶(特別是我們有意開拓市場所在的客戶)一般授出60至90天信貸期。於2014年，我們授出信貸期予更多客戶，以擴大客戶群及提高競爭力。我們應客戶的要求按個別情況批准延長若干客戶的信貸期。我們考慮的因素包括關係的長短及客戶的過往信貸記錄。於截至2014年12月31日止三個年度各年，我們的應收貿易賬款周轉日數分別為51.2天、7.2天及33.0天。

就風險管理而言，我們購買出口信用保險以降低信貸風險。於2014年12月31日，我們已購買出口信用保險，投保額為100百萬美元，最高賠償金額為20百萬美元，保障了90%因業務風險、政治風險、延遲付款、債務人清盤所產生的虧損，惟保單另有規定者則除外，且需承受保險公司就相關客戶而定下的特定承保金額所限制。於截至2014年12月31日止三個年度各年，出口信用保險開支總額分別約為人民幣94,000元、人民幣69,000元及人民幣800,000元。

我們根據應收款項的可收回性分析及賬齡情況不時按個別情況評估應收賬款減值。在釐定是否需作出減值時，我們考慮應收賬款的賬齡及可收回性。於往績記錄期，我們並無作出任何呆壞賬撥備。

銷售確認、退貨政策及保證

我們於交付產品時確認銷售。產品只有在出現嚴重質量瑕疵的情況下方可退回。

我們就手機提供12個月的保證期，惟需待與客戶磋商而定。我們會於保證期後就提供修理及維護服務向客戶收取費用。

在大部份情況下，我們的客戶向其自身的客戶提供售後服務。我們可應客戶的要

業 務

求，向客戶提供2%至3%的額外或後備手機、部件及配件，以用於彼等在保證期提供予其終端客戶的置換或維修服務。我們亦向客戶的售後服務團隊提供技術支援服務。

我們將就任何產品質量問題的投訴與客戶聯繫。產品於付運前，會由我們派駐於電子製造服務供應商的質量檢測人員進行抽樣測試。我們的部份客戶亦可派遣人員進行現場測試。倘客戶要求產品退貨，我們的工程師會到訪客戶的場地，以進行檢查及盡可能解決問題。倘問題未能於保證期解決，且確認為設計及生產的瑕疵，則產品將會退回以進行替換或維修。倘有關瑕疵乃特定部件或零件所導致，我們可根據相關供應協議的條款，向供應商尋求賠償。自境外業務成立以來，我們並無作出任何產品回收。

我們參考我們提供保證的產品的銷售成本，對潛在維修及維護費用作出撥備。倘於其後年度並無產生維修服務成本，我們會撥回相關撥備。於截至2014年12月31日止三個年度各年，應計保證、維修及維護及所作出的撥備款額分別約為人民幣8.6百萬元、人民幣12.5百萬元及人民幣23.3百萬元，而分別約人民幣13.4百萬元、人民幣8.6百萬元及人民幣12.5百萬元已於相應期間撥回。

季節性

過去數年，我們的銷售並無顯著的季節性模式，惟我們注意到每年下半年一般會稍高於上半年。根據客戶的反饋意見，原因可能是手機零售商為準備聖誕節或聖誕節期間或不同國家的特定假期的銷情而對手機的需求有所增加所致。根據管理層的經驗，銷售額與移動通信制式過渡技術的時間或升級移動芯片組導致推出新型號的關係更明顯。

與銷售有關的協議

框架協議

我們與客戶訂立框架協議，惟需視與客戶的磋商而定。銷售按訂單及／或商業單據確認。

於分立前期間，百納威爾科技與其六名客戶訂立具法律約束力的框架協議（已於分立後終止）及百納威爾無線通信與其十二名客戶（均為獨立第三方）訂立具法律約束力的框架協議（「**一般框架協議**」），該等有效框架協議的主要條款概述如下：

協議年期： 24個月

主要條文及獨家權利： 我們為客戶本土市場按原始設計製造方式向客戶供應手機產品（「**產品**」）

我們同意不向該等市場其他客戶供應產品。

業 務

我們應每月向客戶提供預期的新手機型號。

- 價格： 根據各銷售訂單按將予協定的當前市價。該價格可包括售後服務的2%免費置換(即我們提供2%的額外或後備手機、部件及附件予客戶，而有關客戶可能需於彼等所提供的保證期向終端使用者替換手機或附件或為終端使用者維修手機)。
- 保證： 我們提供一年保證期，自交付日期起計。我們概不就因誤用、濫用、疏忽、不當運輸或儲存、不當測試、操作或使用、不當維護及維修、改動、修改、擅自改動、意外所導致的瑕疵或產品規格要求以外的物理環境導致產品或其零件出現不正常的變壞或退化承擔責任。
- 付款條款： 除非於個別訂單及／或發票中有所協定，否則須於下單時支付相關單據總銷售款額10%的訂金，餘款應於產品交付前以電匯或60天信用證的方式支付。
- 銷售目標及銷售退貨： 並無設定銷售目標作為保證表現，亦無有關銷售退貨的協定條款。
- 授予商標的特許： 客戶保證，彼等為相關商標的註冊擁有人或註冊擁有人的認可特許人，並有權及據此特許或分特許我們生產或促使生產附有相關商標的手機。
- 產品標準及責任： 客戶應於就相關產品向我們下單時，知會我們產品的標準及／或相關地區要求的證書。我們應按相關標準提供產品及應客戶的指示取得相關證書，並於達成有關責任後，我們獲解除有關銷售產品予客戶的所有產品責任或其他法律責任。
- 知識產權： 產品設計的專有權利，其中包括有關產品設計的軟件來源碼，應屬我們所有。
- 其他條文： 除非訂約各方另有協定，否則客戶負責(其中包括)：(i)取得任何進口許可以進口產品至相關地區；(ii)就產品的生產及於產品上安裝的軟件取得第三方特許及就第三方特許支付專利費。

業 務

終止條款： 並無議定特定的終止條款。協議可在訂約各方互相協議的情況下終止。

倘我們並無與客戶訂立框架協議，我們會於估價銷售發票中載入有關知識產權及產品標準及責任的相關條款。

我們並不直接出售產品予零售客戶，而是按照客戶的付運規格主要以船上交貨(於香港港口)(香港船上交貨)條款交付產品予全球客戶。船上交貨指本集團(作為賣方)向付運港支付產品的運輸費加裝運費，而我們的客戶(作為買方)則支付運費、保險、卸運費及由到達港至最終目的地的運輸費。當我們的產品於付運港裝載上船，風險將予轉移。我們出售予海外客戶的產品的所有權及風險在產品交付予香港的貨運公司時轉移予該海外客戶。若干客戶或會指定我們交付產品至彼等於香港的辦事處，而當我們的產品送抵彼等的辦事處時，所有權及風險均已轉移。我們負責處理自中國出口大部份產品的行政手續，而海外客戶則負責產品進口至其國家的清關手續及支付進口關稅(如有)。

營 銷

銷售機會通常來自我們的營銷活動，以及我們的供應商及客戶的轉介。

我們參與不同的國際展覽會及交易會，以展示我們的產品及提高於市場上的曝光度。此等展覽會及交易會包括於拉斯維加斯舉行的國際消費電子展(CSE，為全球消費電子及消費科技交易會)及於西班牙巴塞隆拿舉行的世界移動通信大會。

我們亦於不同國家及地區物色潛在的客戶，並積極尋求於全球移動通信業有良好業務聯繫網絡的主要芯片供應商轉介目標客戶。

此外，我們經常會於主流移動芯片組供應商所主持的行業研討會或供應商大會獲引介予全球的營運商。我們亦會為銷售人員安排培訓課程(包括標準化的銷售程序)、由芯片組及原材料製造商舉辦的定期培訓、以及生產設施的實地考察。

研究、開發及設計

研發團隊

令我們引以為傲的是我們設有一隊成員為64人的專責研發團隊，由裴洪安先生領導，當中包括經驗豐富的電子、機械、軟件、驅動程式及測試工程師，其中不少人經已與我們共事逾五年。為確保研發團隊成員的質素，我們通常會要求6個月的試用期。

業 務

以下為於最後可行日期按職能劃分研發部門組成的明細分析：

研發部門的特定職能	員工人數
總工程師及研發項目經理及團隊領導	6
軟件應用程式工程師	30
硬件及印刷電路版佈局設計工程師	6
驅動程式工程師	8
測試工程師	11
其他	3
總計	64

大部份的研發員工擁有電信或電器及電子工程專業的學士學位。我們的大部份研發工程師均為大學畢業或職業培訓課程畢業，我們重視彼等對手機技術研發的全身心投入及對手機的設計及工程方面的創新想法。

據董事所知及所悉，由於中國一直負責全球大部份的手機生產，因此中國的業內研發人才對最新的技術發展亦步亦趨。中國及若干發達國家的移動電信技術較不少新興國家先進，而我們的中國研發團隊一直緊貼技術的最新發展。我們的研發團隊已掌握4G智能手機的設計，並有能力向發達國家的客戶供應此等產品。另一方面，我們亦享有優勢，完全有能力為新興市場(當地仍由2G或3G手機主導)客戶以傳統的技术及部件設計及定製可提供流行功能(例如高清LCD屏幕、高解像度攝影機及高速互聯網瀏覽)的手機。

重大技術及技術專業知識

倘出現任何新開發軟件平台(例如微軟的Windows手機)、移動電信制式的突破性發展(例如4G)或移動芯片組的升級，我們的研發團隊將就生產手機致力於軟件及機械的設計及工程，以盡量提高具特定功能的手機的不同硬件、軟件及部件的兼容性。

我們目前有能力為不同的2G、3G及4G系統設計手機，主要包括GSM、CDMA、EVDO、W-CDMA及LTE等。我們亦可為我們的手機進行電路版設計及軟件開發及進行相關測試。

於往績記錄期，我們已開發逾750個手機型號，應對不同客戶的需要。我們一般需時兩至三個月為產品開發藍圖開發新型號，以向客戶介紹新產品或按照客戶要求作出設計。如我們應要求對現有型號作出修改以應對客戶的需要，則一般需時一至兩個月。

業 務

與第三方的合作

首個聯合開發項目

儘管我們向不同的全球芯片組供應商採購移動芯片組，以確保分散供應商關係，惟我們不時會與移動芯片組供應商(例如Qualcomm)合作進行首個聯合開發項目，即使用新芯片設計、開發及製造手機，以制定使用該等新開發移動芯片組的手機的參考設計。此等參考設計將由相關主要移動芯片組供應商公佈予手機製造商。

董事相信，芯片組供應商挑選首個聯合開發項目的合作夥伴，通常乃基於候選人的全面標準作出，包括研發能力、行業影響力及與供應商的關係。通過有關合作，我們的工程師可接受芯片組供應商提供的培訓，以獲得新芯片組的最新信息，從而有利於我們的產品開發。

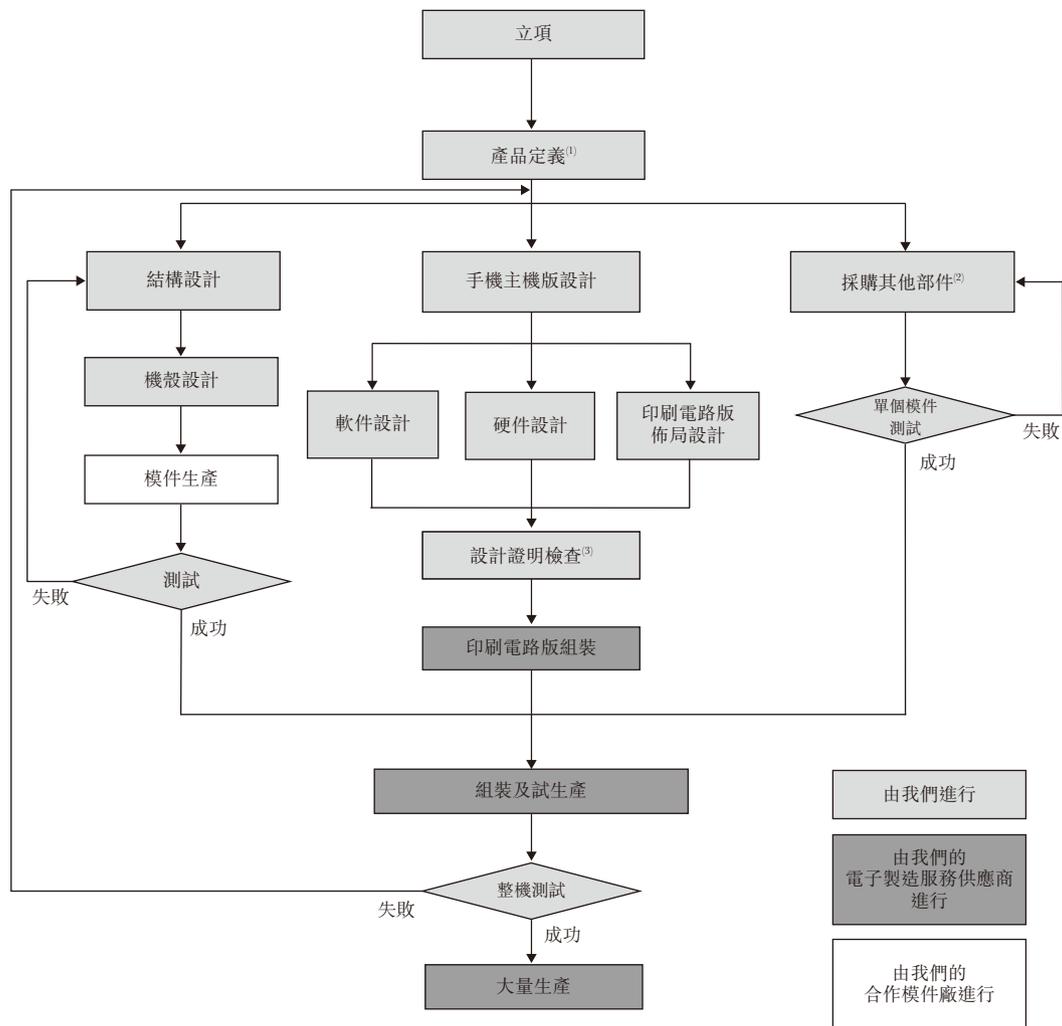
業 務

空中傳輸(OTA)服務

為提高客戶的體驗，我們與上海廣升達成合作協議，向於特定地區出售的特定手機批次及型號的使用者提供OTA服務，據此，我們可於銷售後實現升級及推送內容。空中傳輸是通過無線遠程管理數據及應用程式的技術。合作協議的年期是兩年，而服務費則為每次成功升級為人民幣0.5元，而上限為每年人民幣100,000元。

設計及開發程序

下圖說明典型手機產品的設計及開發程序：



附註：

1. 芯片組的選擇會於產品定義期間完成。其後的研發將基於所選擇的芯片組進行。
2. 其他部件主要包括顯示屏模件、攝像頭模件等。向供應商採購的部件單一模件將於組裝前進行測試。
3. 設計驗證將由我們內部及電子製造服務供應商審批，以確認設計的組裝物流的順暢。

業 務

於立項階段，我們擬定工作分配，而研發時間表將於立項時期決定。然後，銷售部門及研發團隊將共同努力完成產品定義。在研發的核心步驟中，手機主機板設計將包括3個流程，即基於我們根據客戶對產品的要求而計劃使用的芯片組進行軟件設計、硬件設計及印刷電路板佈局設計。同時，完成機殼設計以進行模具試鑄。其後，已組裝的試產品將於大量生產前進行測試。一般而言，項目開展至大量生產階段需時2至3個月。

作為分立的多項安排的一部份，我們向百納威爾科技租賃若干大型產品測試設備及設施。租賃費用乃按公平基準磋商及收取。有關詳情請參閱本[編纂]「關連交易」一節。

於往績記錄期，就截至2014年12月31日止三個年度各年的研發總開支分別約為人民幣13.1百萬元、人民幣16.4百萬元及人民幣22.0百萬元。

我們相信，我們在研發及設計能力方面所享有的優勢，讓我們可應對客戶的需要，與現有客戶維持業務關係，並開拓新商機。

代工及生產管理

管理層發現，原始設計製造價值鏈的最高增值部分是硬件及軟件設計。一直以來，我們專注於培養研發方面的核心實力。管理層認為，為滿足海外客戶對硬件及軟件規格的多元化需求，維持穩健的業務模式乃至關重要。為確保我們的設計能達致最佳效能，我們嚴格控制主要部件(如芯片組、攝像頭模件、顯示屏模件及音頻模件等)的採購。據董事所知及所悉，我們的策略乃將大量生產及組裝程序外包予電子製造服務供應商，這不僅讓我們充分發揮實力，更能取得最高回報。

我們向電子製造服務供應商提供生產指導及軟件設計包，可隨時及直接應用於貼片生產線，並按照我們的設計及技術規格，使用彼等的設備及人力資源以組裝我們的手機。

我們於產品設計及開發的早期階段委聘電子製造服務供應商，例如生產產品樣板機及制定合適的生產程序，以盡量減少潛在技術問題對生產造成干擾的可能性，以及提高效能。我們亦參與電子製造服務供應商的生產管理，對出現的任何技術問題提供支援及解決方案。我們派遣質量監控員工至電子製造服務供應商，該等員工將在產品付運予我們的客戶前對成品進行抽樣測試，以確保產品質量。有關詳情請參閱本節「質量控制」分節。於往績記錄期，我們並無任何重大產品缺陷，以致須回收產品。我們亦於電子製造服務供應商進行每月存貨盤點，確保實行嚴格存貨管理。

我們按一系列準則挑選電子製造服務供應商，其中包括：1)具備生產高質量產品的能力，可滿足不同規格；2)實現不同設計的能力；3)在最短的生產交貨時間內進行高效的生產；4)確保機密及商業上的敏感專有資料的安全；及5)在相若電子製造服務供應商中的價格競爭力。我們外包製造工序予可靠的電子製造服務的製造商，以確保產品的質量。根據弗若斯特沙利文，百納威爾科技與其中一家電子製造服務供應商維持逾五年的長期關係，該電子製造服務供應商為2013年全球第二大手機電子製造服務的製造商(基於付運量計的市場份額計算)。我們於分立後仍維持此關係。

業 務

- 質量保證 : 電子製造服務供應商需依循測試原材料及產品的特定標準及程序。倘質量的不達標率高於某個百分比，或需重新開始進行生產，有關成本將由電子製造服務供應商承擔。
- 電子製造服務供應商需就彼等所導致的產品回收損失或產品責任申索承擔責任。
- 保密 : 任何訂約方概不得非法獲取、使用或披露另一方的商業秘密。商業秘密應在合同屆滿後的一年或五年的期間內保密。
- 價格 : 價格應每月按實際交付產品數量釐定，並扣除經訂約雙方確認過剩及原材料減值所產生的費用(如有)。
- 我們可定期檢視價格並考慮作出調整，視乎與不同電子製造服務供應商訂立的合同而定。
- 信貸期 : 通常為60天。
- 終止條款 : 倘某一方違反合同且未能及時作出糾正，則另一方有權終止合同。
- 任何一方倘有意繼續合作，應於合同屆滿日期前20天以書面通知另一方。倘另一方亦有意延長合作，應於磋商後簽署新合同。否則該合同應視為於屆滿時終止。
- 於終止代工合同後，應進行盤點以釐定餘下物料的存貨數量並退回給我們。

於往績記錄期，就截至2014年12月31日止三個年度各年，我們的外包費用分別約為人民幣42.2百萬元、人民幣50.3百萬元及人民幣92.6百萬元。

質量控制

我們採納嚴謹的流程管控系統及有效的質量管控系統，以維持產品的高標準，原因為董事相信，如要和客戶維持長期關係及在業內建立聲譽，高質量產品是關鍵所在。

我們的質量管理系統已符合GB/T 19001 – 2008/ISO9001：2008質量管理系統規定的規定，並已於2014年11月17日就手機的設計、開發、製造及服務獲授證書，有效期為三年。

業 務

我們銷售產品至逾25個國家。我們有能力提供符合不同安全及行業標準的產品，包括CE、RoHS、美國聯邦通信委員會、ANATEL、國家通訊傳播委員會、TA&BV、印度標準局、ICASA、3C(CCC)、UL等。倘客戶要求及指定若干產品標準認證，我們會在開始大量生產前安排發送試製機至相關認可獨立第三方實驗室。

客戶向我們下單時會知會我們當地規定的標準及認證。下表載列於若干司法權區對手機或消費電子產品所執行的標準或特定規定，而我們供應產品應符合該等標準：

司法權區	標準	權限及範圍
歐洲	CE	CE標記顯示符合歐洲委員會指令所規定有關在歐洲市場出售產品的安全、健康及環境保護的強制性規定。
	RoHS	RoHS是關於限制在電子電器設備中使用某些有害成份的指令的縮略語，為歐盟所採用。
美國	美國聯邦通信委員會	美國聯邦通信委員會規則由美國聯邦通信委員會採用，適用於(其中包括)資訊科技設備。
泰國	CE	符合CE標準是泰國國家廣播和通信委員會(「廣播通信委員會」)要求的強制規定。於申請符合CE標準的認證後，廣播通信委員會授予NTC身份識別編號。NTC身份識別編號應標記在IMEI標識、產品彩盒及大紙箱的招貼上，以資識別。
巴西	ANATEL	ANATEL指巴西國家電信局，獲授權發出電信產品認證及批准過程將予遵守的規則，以確保於巴西營銷的電信產品的最低質量標準。

業 務

司法權區	標準	權限及範圍
台灣	國家通訊傳播委員會	國家通訊傳播委員會指台灣的國家通訊傳播委員會，是電信服務及類別審批的監管機構。各型號經獲得NCC認可的機構測試及認證後，會獲授一個獨特的編號，以標記在IMEI標識及產品的彩盒上。
印度	印度標準局	<p>根據1986年印度標準局法，印度標準局制定有關任何物品或工序的印度標準，且如有需要，經通過正式組成的委員會諮詢消費者、製造商、政府及監管機構、科技人員、科學家及測試實驗室後，修訂、修改或取消已制定的標準。</p> <p>根據印度標準局的規定(其中包括)，自2012年9月1日起，所有在印度新設計的手機應符合每克人體纖維的特定吸收比率(SAR)值為1.6W/kg。倘不符合此規定，手機將不獲准進口至印度。SAR值的資料應於銷售點提供予最終消費者。有關其他資料請參閱本[編纂]「法規—印度法律及法規」分節。</p>
菲律賓	NTC	NTC為國家電信委員會的簡稱，為一家監管機構，負責監管菲律賓的電信設備及服務。手機屬用戶端設備一般類別，須取得NTC的類別批准/類別接納。手機應標上法規規定的防篡改標籤，當中載有(其中包括)NTC發出的類別批准編號。

業 務

司法權區	標準	權限及範圍
南非	ICASA	ICASA指南非獨立通信局，為南非的通信、廣播及郵政服務業的監管機構，負責發牌及監管電子通信及廣播服務。
其他司法權區	3C (CCC) (倘毋需特定標準及認證，我們供應的產品將符合3C (或CCC))	3C (CCC)即中國強制性產品認證，為中國國家質量監督檢驗檢疫總局所執行的電子設備的商品檢測及安全認證。

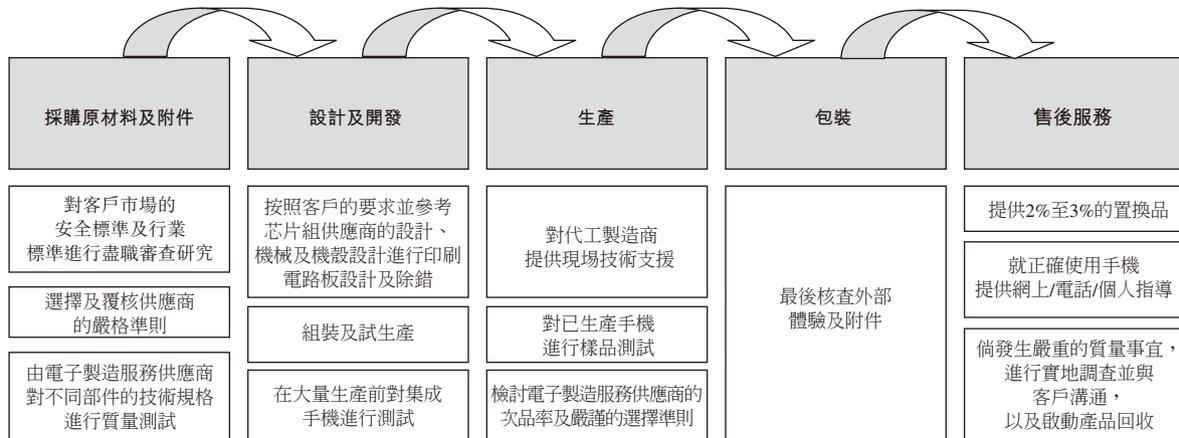
我們亦分別為原材料、成品、電信標準達標、配件等採納多套質量監控標準，自供應商倉庫付運前及在生產過程中進行抽樣。就進貨的原材料及配件而言，我們根據特定的項目、類別及來源設有不同的測試及驗收標準。我們就介面、電磁兼容性、表現、環境適應性等編纂適用於不同電信制式產品(包括GSM、CDMA、CDMA 1X、WCDMA及LTE)的詳盡企業標準。各類測試將根據若干標準進行，包括結構能力測試、硬件壓力測試、模擬使用者測試、智能手機工程模型測試等。

我們的質量控制人員(包括工程師及質量檢測人員)駐守於電子製造服務供應商的生產設施。工程師提供現場技術支援及於出現質量問題時協調原材料供應商及電子製造服務供應商。我們的質量檢測人員對成品進行抽樣質量檢查，以確保質量控制。我們經已與電子製造服務供應商訂立質量保證協議或於代工合同載入質量規定條文。根據該等安排，電子製造服務供應商將負責對交付至電子製造服務供應商的原材料進行質量檢測。此外，倘產品的次品率超逾1%，則電子製造服務供應商將修正該等產品，原材料及勞工成本概由彼等承擔。倘因瑕疵產品而發生任何產品回收或申索，則電子製造服務供應商亦需承擔彼等所導致的所有損失。根據協議，我們有權就違反質量條文申索賠償。

業 務

倘出現嚴重產品缺陷，例如使用錯誤原材料或硬件失靈，我們會派遣人員作實地調查，並與客戶聯繫。然後，我們會按照供應協議或代工協議(視情況而定)向相關供應商或電子製造服務供應商追討損失。就截至2014年12月31日止三個年度各年，我們的手機的平均出廠次品率分別約為0.3%、0.2%及0.3%。董事相信，該平均次品率低於行業慣例，並符合本集團的質量管控預期。於往績記錄期，我們並無接獲客戶的任何產品回收，或延誤產品交付時間表。

下圖說明在我們的標準業務流程中質量管控計劃的運作方式：



原材料及供應商

我們就製造產品所購買的主要原材料及部件包括電器及電子部件，例如顯示屏模件、攝像頭模件及移動芯片(例如基帶處理器集成電路)等。於往績記錄期，我們向全球主要芯片組供應商(例如Qualcomm及Mediatek)購買移動芯片組。

我們對供應商採取嚴格的甄選準則。我們按照產品質量、產品缺陷比率，以及其營運規模，對供應商合作夥伴進行評分，以盡量減低供貨短缺、定價及物流安排能力的風險。我們的策略乃與供應商維持長期合作關係，以在定價、優先使用其最新產品，以及在市場供應短缺時優先滿足我們的存貨需求方面達致最大的談判能力。

我們一般與供應商訂立框架採購協議及質量保證協議。採購乃以我們不時向供應商作出的訂單確認。下表概述框架採購協議及質量保證協議的主要條文：

業 務

框架採購協議

- 年期 : 一年
- 主要條文 : 供應商供應移動設備的若干備件或配件予我們。
- 產品標準 : 適用於原材料及所有相關備件及配件的技術及質量標準，應符合我們所指定及中國工業和信息化部頒布的技术標準。瑕疵產品可予修理、更換及退回。
- 付款及信貸期 : 一般會獲授60天的信貸期，並應以電匯或銀行匯票作出付款。
- 運輸及包裝 : 供應商應負責包裝、保險、存倉及運輸至我們指定地點所產生的費用。
- 交付及檢查 : 應交付至訂單所指定的地點，並向我們發出至少一天的通知，於送抵時應提交出廠檢測報告。我們或我們的獲授權人士有權於緊接產品交付後與供應商共同檢測貨品。倘有關檢測不合格，應自交付日起5天內發出通知予供應商，並視磋商結果，全部或部分產品可予退貨或給予折扣。倘於生產時發現有缺陷的原材料，該等原材料仍可予退回。
- 擔保及保證 : 供應商保證，所有供應予我們的產品應為全新、完整、未經使用及符合我們指定的規格。倘為進口原材料，應向我們提交來源地證書、測試及其他適用文件。供應商亦保證充足和及時的供應，並應向我們提供必要的產品培訓。倘出現嚴重的質量問題，供應商應免費向我們的客戶提供測試，並於必要時向公眾作出澄清。
- 保密 : 訂約雙方均有責任對所有商業秘密及所有數據、資料或其他根據協議的條款收到的信息保密。
- 違約 : 違約方應支付訂單總金額5%的款項。

業 務

轉讓及終止 : 除非獲另一方以書面表示同意，否則協議的責任及權利不得轉讓。除非於協議到期前90天作出書面通知，否則協議應為有效，直至協議的責任於年期屆滿後獲全部履行為止。

質量保證協議

質量標準 : 供應商須符合我們不時公布的最新公司技術及質量標準。供應商亦須於生產及交付前取得我們對設計圖、技術標準及樣版機的確認。

質量保證程序 : 我們可進入廠房評估供應商的庫存管理、生產設施管理、瑕疵產品管理、測試程序、有害物質處置及文件記錄保存。供應商應按照我們的建議作出糾正。

環境保護 : 供應商應遵守RoHS及中國政府公布的法規。倘使用RoHS指令所界定的有害物質，應事先給予通知。我們有權就供應商違反該指令所導致的損害提起申索。

記錄保存 : 供應商應向我們提交檢測報告，並確保每批產品均可以追蹤

產品檢測 : 供應商應於大量生產前向我們提交樣版機以供檢測及進行測試。產品於送抵電子製造服務供應商的生產設施後應作出檢測。倘為瑕疵產品，供應商應於我們指定的期間提供替換產品及作出回應。倘有關瑕疵乃由供應商導致，彼等應免費更改產品，並應承擔瑕疵產品的處置費用及相關員工成本。我們有權就有關瑕疵所引致的其他損害向供應商申索賠償。

損害賠償 : 倘產品次品率逾5%，供應商應向我們賠償(包括但不限於)測試開支、員工成本、行政費用等款項。倘涉及媒體報導，我們有權除實際損失外申索名譽損害賠償。

期限及其他事宜 : 協議應於雙方仍存在商業關係的期間有效。

業 務

我們會酌情下訂單。價格會於每次下單時與供應商按公平基準磋商釐定。於2014年12月31日，我們與所有五大供應商經已維持三年以上的業務關係。彼等一般會給予我們30至60天的信貸期或可在極少情況下要求貨到付款。

於往績記錄期，就截至2014年12月31日止三個年度各年，向最大供應商作出的採購的款額約為人民幣45.6百萬元、人民幣269.7百萬元及人民幣237.9百萬元，佔本公司於相應期間總採購額分別約8.2%、21.3%及14.1%。向五大供應商作出的採購款額約為人民幣158.9百萬元、人民幣492.1百萬元及人民幣908.1百萬元，分別佔各相關期間總採購額約28.5%、38.8%及53.9%。據董事所知及所悉，概無董事或彼等各自的緊密聯繫人或於最後可行日期持有本公司股本5%以上的股東，於往績記錄期於五大供應商擁有任何權益。

我們的大部份供應商均為中國的通信及電子科技公司，主要位於北京、上海、浙江省及廣東省。董事相信，由於中國擁有完整的產業鏈及充裕的供應，故在中國採購原材料及部件會更有效率及符合經濟效益。根據弗若斯特沙利文報告，原材料的價格走勢自2011年至2013年普遍持續下滑或維持穩定。於往績記錄期，我們並無面對核心物料及部件價格大幅波動。據董事所深知及所悉，若干原材料及部件(例如移動芯片)供應或會突然短缺。倘相關原材料或部件的供應突然短缺、或原材料或部件的供應出現任何延誤，可能會導致延遲完成訂單。倘相關原材料或部件經已停售，我們或會停止供應若干手機型號、或修訂手機的若干規格，以適應使用其他品牌的原材料或部件。物色該等原材料及部件的替代供應或更改手機設計以使用替代原材料及部件，對我們而言可能會十分困難、昂貴及耗費時間。

為盡量減少上述情況，我們一般直接向製造商或與我們建立長期關係的電子部件貿易公司購買此等原材料。倘原材料或部件出現短缺，市場(包括我們的客戶)一般會知悉此事實，而彼等一般會接受延遲供應產品或修訂手機型號，而不會訴諸任何法律程序。於往績記錄期，我們並無經歷因任何原材料短缺，導致對我們的業務承受重大不利影響。

庫存控制

我們的庫存包括原材料、在製品及製成品。

由於產品的生命周期相對較短，而產品的開發時長因手機業競爭激烈而加快，董事相信，維持穩定的庫存周期對庫存控制至關重要。

我們相信，庫存控制的重點是平衡陳舊存貨及原材料供應可能短缺的風險，我們或會基於銷售預測就若干交貨時間較長及經常短缺的原材料預先向供應商下單，包括主機板、顯示屏模件、攝像頭模件及移動芯片組。於往績記錄期，我們並無面臨主要部件的重大短缺。

業 務

我們的庫存控制信息系統使我們可實時管理庫存狀況，以管理庫存水平，並於每月進行分析，以折舊或處置的方式管理陳舊庫存。我們的電子製造服務供應商亦會每月與我們的現場員工共同進行盤點。我們亦會每六個月派遣總部僱員前赴電子製造服務供應商參與盤點。

為更有效管控庫存，我們每月進行實地庫存盤點，以確保進貨及出貨記錄準確及完整。在考慮庫存項目的貨齡、庫存的變動及可用性或餘值後，將會對被認為屬陳舊的庫存作出撥備。

就截至2014年12月31日止三個年度各年，我們對陳舊庫存作出分別約人民幣2.7百萬元、人民幣3.0百萬元及人民幣2.5百萬元的撥備。

知識產權

我們已於香港及中國申請「 Benywave」商標。

作為具備設計能力的原始設計製造手機供應商，我們以客戶自身的品牌或認可品牌供應手機予彼等。

為管理侵犯第三方知識產權的風險，我們獲取商標證書或許可或授權，以查核潛在客戶是否有權授權我們以相關商標製造產品。

第三方許可

我們的產品內置通用操作系統(例如安卓及Windows)。倘我們的客戶要求於產品安裝任何特定第三方軟件，彼等將承擔有關費用。然而，此情況極少發生。

倘需要，我們會與供應商訂立許可協議，據此，我們需就以彼等部件組裝的手機支付專利權費。於往績記錄期，百納威爾科技根據一份許可協議，一直是我們的其中一名供應商的分獲許可人，據此許可協議(其中包括)，我們需參照已安裝彼等所供應的若干型號部件並已出售的手機數量，就彼等供應的若干部件支付專利權費。該許可協議並無特定年期。百納威爾無線通信於分立後按相關許可協議的相若條款成為相關供應商獨立的分獲許可人。

中國國家發展和改革委員會(「發改委」)近期於2015年2月發出行政處罰決定書，列明相關供應商一直濫用其市場主導地位，以不公平的費率收取專利權費，違反中國的反壟斷法，並處以罰款人民幣60.88億元。該相關供應商已同意執行糾正計劃，修正其於中國的若干業務常規，並全面達致發改委命令的要求。根據糾正計劃，如有關客戶已簽署發改委認為條款不合理的許可協議或對其特許協議的不合理條款並無質疑，則該相關供應商將不會對該客戶銷售芯片。相關供應商繼續供應移動芯片予本集團。然而，鑒於上述事件，我們仍未就截至2014年12月31日止年度收取供應商有關應付若干

業 務

專利權費開支的發票。我們就截至2014年12月31日止三個年度各年產生的總專利權費開支的款額分別約為人民幣5.1百萬元、人民幣19.6百萬元及人民幣43.2百萬元。在該等專利權開支中，截至2014年12月31日止三個年度各年，約人民幣5.1百萬元、人民幣19.6百萬元及人民幣30.0百萬元乃基於收取自相關供應商的實際發票支付。我們的供應商委派彼等的獨立核數師對其獲許可人或分獲許可人(包括本集團)進行必要之審核覆閱程序，以不時核實已付及應付予相關供應商的專利權費是否足額。於最後可行日期，董事並不知悉本集團與相關供應商之間就已付專利權費出現任何爭議。截至2014年12月31日止年度的餘下專利權費約人民幣13.2百萬元，乃參考過往專利權費及其他已產生的相關開支，並以相關供應商表明的費率計算。基於上文所述，董事認為，本集團於往績記錄期已及時支付及/或撥備足夠的專利權費。鑒於上文所述，由於預期供應商正按照發改委的要求採取糾正計劃，董事認為，未來就使用向該供應商購買的芯片而支付的應付專利權費或會有所變動。

此外，儘管我們的供應商已指派獨立核數師對其獲許可人及分獲許可人(包括本集團)進行必要的審核覆閱程序，以核實不時已付或應付予該相關供應商的專利權費是否足夠，而董事亦不知悉本集團及該相關供應商於最後可行日期就已付專利權費有任何爭議，惟我們無法向閣下保證，將來不會因本集團就已付或應付予該相關供應商的專利權費及其他相關開支而出現任何爭議。

經考慮上述專利權費僅佔截至2014年12月31日止三個年度各年的總銷售成本約0.9%、1.6%及2.6%，我們並不認為上述事宜所引致的不確定因素會對本集團的營運或財務表現帶來重大不利影響。

我們亦已採納以下政策以管理侵犯第三方知識產權的風險：

- 下載至我們的產品的軟件應分別由銷售經理、研發項目經理及內部法律人員各自分別批准，以確認相關軟件已獲正式許可或自行開發；及
- 除非分別獲銷售經理、研發項目經理及內部法律人員各自分別批准，以確認已向版權擁有人取得正式許可，否則產品不得下載任何藝術作品(例如歌曲或音樂)。

就保護或管理有關知識產權的風險內部監控政策而言，請參閱本[編纂][業務—內部控制及風險管理]分節。

於往績記錄期，我們並不知悉與本集團知識產權有關的任何爭議、申索或訴訟。

競爭

鑑於科技進步迅速及客戶對更個人化的手機有更大預期，故電信及消費電子產品行業競爭激烈。董事認為，中國的手機產業生產鏈已高度完整及成熟，而本集團的主要競爭對手為中國的原始設計製造手機供應商，例如華勤、龍旗及聞泰。

業 務

董事相信，海外市場的主要進入門檻為技術能力、客戶關係及供應商關係。董事認為，對於提供優質產品及適應急速市場變化而言，技術能力實屬必需，因此，在客戶中建立良好聲譽至關重要。我們多年來與供應商及電子製造服務供應商建立了穩固的關係，有助於提升我們的產品質量、縮短設計交貨時間，從而與客戶建立關係。董事認為，這是本集團主要競爭力所在，令本集團從競爭對手中脫穎而出。根據弗若斯特沙利文報告，按出口付運量計，我們於2014年名列中國原始設計製造智能手機供應商第四位。此外，由於我們並無銷售自有品牌手機，故我們可避免客戶所面對的情況，即於海外市場與競爭對手直接競爭。董事認為這是慎重的策略，且並無計劃於最近的將來作出任何改變。

我們採取不同的策略以保持競爭力。進一步詳情請參閱本[編纂]「業務—我們的業務策略」分節。

健康、工作安全、社會及環境保護

我們需遵守中國的全國性及地區性環境保護法例及法規。由於我們已委聘電子製造服務供應商從事我們產品的生產，故我們日常業務不涉及製造，因此我們業務活動及營運一般不會導致產生任何有害污染物。就處理日常業務產生的棄置物料而言(例如螢光管及碳粉盒)，我們經已與一家環境保護科技公司訂立危險棄置物料委託處理合約，該公司將於指定地點及時間收集棄置物料。

我們於截至2014年12月31日止三年各年就遵守適用環境規則及規例的費用約為人民幣5,000元、人民幣4,000元及人民幣4,000元。截至2015年12月31日止年度就遵守適用環境規則及規例的預期費用約為人民幣4,000元。

此外，我們設有工作環境的管理系統，當中列出逾60種環境狀況及其管制措施。我們將分析各呈列狀況的影響、緊急程度、地理位置、負責部門，並根據其合規率及重要性作出紀錄。

我們的環境管理系統及職業健康及安全管理系統已於2014年11月17日分別就符合GB/T 24001 – 2004 idt ISO 14001 : 2004及GB/T 28001 – 2011/OHSAS 18001 : 2007的規定而取得證書。兩份證書將於2017年11月16日到期。

於最後可行日期，我們概無因違反任何環境法例及法規而被施加行政制裁、處分或處罰。董事確認，本集團符合現有中國環境保護法例及法規，亦不知悉任何重大違反事宜。

業 務

僱員

於最後可行日期，我們共僱用120名員工。他們大部份駐於北京。下表載列按我們的僱員及員工的職能劃分的明細分析：

職能	僱員人數
銷售及營銷	37
研發	64
採購及代工	5
質量管控	5
人力資源	1
法律及合規	1
其他	7
總計	120

培訓

本集團一貫政策是為僱員提供全面培訓。視乎僱員職能，培訓通常包括入職培訓及持續教育機會。董事認為，就設計及開發能力而言，培訓對保持競爭力尤為重要。因此，研發部將視乎工作量的密集度進行內部培訓，當中各僱員有機會與其他同事分享有關於個人職能的專業經驗。此外，芯片組供應商亦會定期舉行免費工作坊及培訓，通常每季一次。相關員工將出席工作坊及培訓，以保持了解最新科技及技術動向。

此外，我們安排培訓活動予我們的銷售人員，以加強他們對相關產品的知識。該等培訓詳情請參閱本[編纂]「業務－銷售及營銷－營銷」分節。

保密及不競爭承諾

我們要求僱員以合約方式承諾保密及不競爭責任。根據該合約，各僱員須對我們的技術及商業秘密保密，以及禁止於其受僱期間及之後與我們競爭。合約亦規定於僱員履行工作責任過程中或基於我們的重大及技術條件或業務資料而產生的知識產權及其他商業秘密應屬我們所有。

其他與僱員相關內部規則

除上述者外，我們亦已實施其他內部規則以更好管理僱員。我們設有小額現金管理規則。不同職級僱員可於部門主管或總經理批准後提取由人民幣1,000元至20,000元的金額，作出差、不定期採購及其他情況付款。對於超時工作及值勤的管理，需要申請表及部門主管及／或首席執行官批准，並給予超時工作津貼或補假補償。我們亦已設立工作出勤及表現檢討措施，採納出勤及假期管理措施、出勤管理人員管理的疏忽及違反職責懲罰措施、崗位職責體系、進入退出工作及職務輪換管理規則及實習管理規則等。

業 務

社會保障及住房公積金

我們為所有員工設立社會保障及住房公積金。於往績記錄期至最後可行日期，我們已為僱員對社會保障及住房公積金正式作出供款。

執照及許可

董事相信，就我們的營運而言，我們已獲取所有重大必需的執照、許可及批准。下文列載有關我們業務營運的重大執照、許可及批准：

執照、許可及 批准的類別	持證實體	發證機構	有效期間／年期
海關報關單位 註冊登記證書	百納威爾無線通信	北京經濟技術 開發區海關	長期有效 (自2014年8月 21日起生效) (無列明到期日)
對外貿易經營者 備案登記表	百納威爾無線通信	北京市 商務委員會	長期有效 (自2014年8月 8日起生效) (無列明到期日)
無線電商牌照 (放寬限制)	Vital HK	香港通訊事務 管理局	2014年10月14日至 2015年10月15日

Vital HK於2014年成立後，倘管理層日後認為適當，我們可考慮使用其無線電商牌照，以採購若干原材料及與海外客戶進行其他聯繫工作。

於受制裁國家的業務活動

美國及其他司法權區(包括歐盟、澳洲及聯合國)對受制裁國家實施全面或廣泛的經濟制裁。

業 務

於受制裁國家的銷售

我們過往的產品銷售與若干受制裁國家有關，即也門、委內瑞拉，以及俄羅斯(若干受制裁人士的所在地)，以下列載於相關司法權區客戶的數目及彼等的背景：

司法權區	截至12月31日止年度			背景
	2012年	2013年	2014年	
也門	3	2	2	手機貿易公司；手機批發商及電信解決方案提供商
俄羅斯	–	2	2	專門從事手機貿易的批發商及品牌手機的購買代理
委內瑞拉	–	–	1	委內瑞拉一家電信公司旗下的品牌手機供應商
總計：	<u>3</u>	<u>4</u>	<u>5</u>	

與該等司法權區的客戶進行的銷售以訂單及／或商業單據確認。我們經已與也門一名客戶及俄羅斯一名客戶訂立框架供應協議，其條款大致與本[編纂]「業務 — 銷售及營銷」分節所載的一般框架協議相若。

下表列載於往績記錄期受制裁國家及俄羅斯(若干受制裁人士的所在地)各自應佔的銷售收益：

司法權區	截至12月31日止年度					
	2012年		2013年		2014年	
	收益	佔總收益的百分比	收益	佔總收益的百分比	收益	佔總收益的百分比
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
也門	14,449	2.2	70,031	5.1	43,644	2.3
俄羅斯	–	–	64,371	4.7	98,797	5.1
委內瑞拉	–	–	–	–	7,643	0.4
總計：	<u>14,449</u>	<u>2.2</u>	<u>134,402</u>	<u>9.8</u>	<u>150,084</u>	<u>7.8</u>

業 務

據我們有關國際制裁法律的法律顧問歐華律師事務所知會，根據其進行的以下程序，本集團於往績記錄期在受制裁國家(即也門及委內瑞拉)及俄羅斯(若干受制裁人士的所在地)的業務活動並非國際制裁法律下的受制裁活動，故國際制裁法律並不適用於本集團、或任何人士或實體(包括本集團的投資者、聯交所、香港結算及香港結算代理人)：

- (a) 審閱我們提供的文件，而該等文件為我們於往績記錄期與受制裁國家及俄羅斯(若干受制裁人士的所在地)的客戶進行銷售交易的憑證；
- (b) 取得我們的書面確認，確認本集團或其聯屬人士於往績記錄期概無於任何受國際制裁的國家或與受國際制裁的人士進行商業交易；及
- (c) 根據受制裁人士的名單審閱於往績記錄期我們向其銷售產品的客戶名單，並確認概無我們的客戶於該等名單上。

就我們於往績記錄期向受制裁國家及俄羅斯(若干受制裁人士的所在地)的客戶作出的銷售而言，我們並未獲知會我們會被施加任何制裁。概無任何訂約方被OFAC的特別指定國民及被禁人士名單或歐盟、聯合國及澳洲的其他受限制人士名單所明確確定，因此，將不會被視為是制裁目標。我們的銷售不涉及目前是美國、歐盟、聯合國或澳洲特定制裁的行業或板塊，因此，不視為國際制裁法律及法規下的受禁止活動。

經考慮本集團於受制裁國家及俄羅斯(若干受制裁人士的所在地)的業務活動並非國際制裁法律的受制裁活動，故不會導致國際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、聯交所、香港結算及香港結算代理人)，以及為維持銷售收益及提高股東的利益，我們將繼續從事上述業務活動。然而，董事並不預期，本集團向受制裁國家及俄羅斯(若干受制裁人士的所在地)作出的銷售於[編纂]後會大幅增加或減少。

獨家保薦人基於我們的中國法律顧問及歐華律師事務所的上述意見，認為因本集團於往績記錄期向受制裁國家及俄羅斯(若干受制裁人士的所在地)作出的銷售，以及預期於[編纂]後向受制裁國家及俄羅斯(若干受制裁人士的所在地)作出的銷售，違反制裁的風險甚微。

我們的承諾及內部監控程序

我們已向聯交所承諾，我們不會將[編纂]所得款項以及通過聯交所籌集的任何其他資金直接或間接用於撥資或促進與受制裁國家、俄羅斯(若干受制裁人士的所在地)或歐盟、聯合國、美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制裁行動目標的政府、個人或實體)的活動或業務或就彼等的利益而進行的活動或業務。此外，我們目前無意進行任何可能會使我們、聯交所、香港結算、香港結算代

業 務

理人或股東違反美國、歐盟、聯合國或澳洲的制裁法律或成為該等制裁法律的制裁目標的未來業務。倘我們相信本集團於受制裁國家及俄羅斯(若干受制裁人士的所在地)進行的交易將會使本集團或股東及投資者承受被制裁的風險，我們將於聯交所及本公司各自的網站，以及於我們的年報及中期報告中，披露我們監察業務承受制裁風險的措施、於受制裁國家及俄羅斯(若干受制裁人士的所在地)的未來業務(如有)狀況，以及我們有關受制裁國家及俄羅斯(若干受制裁人士的所在地)的業務意向。倘我們違反向聯交所作出的該等承諾，我們承受股份可能於聯交所除牌的風險。

我們將持續監察及評估我們的業務，並採取措施保障本集團及股東的權益，以下措施已於[編纂]日期全面執行。

- 我們在決定是否應於受制裁國家及／或與受制裁人士開展任何合作前，將會評估制裁風險。根據我們的內部監控程序，董事會風險管理委員會需審閱及批准受制裁國家客戶或潛在客戶及／或與受制裁人士的所有相關商業交易文件。尤其是，董事會風險管理委員會按商業交易文件草擬本審閱合約對手方的資料(例如身份、業務性質等)。董事會風險管理委員會將按美國、歐盟、聯合國或澳洲存置的各份受限制人士及國家名單查核該對手方，包括(但不限於)屬OFAC制裁行動目標的任何政府、個人或實體(該等名單可公開索取)，並釐定該對手方是否屬位於任何受制裁國家的人士或受制裁人士或由彼等擁有或控制。倘識別任何制裁風險，我們會諮詢享有聲譽並具備國際制裁法律事宜必需專業知識及經驗的外部國際法律顧問。

為保證遵守向聯交所作出的承諾，董事將繼續監察[編纂]所得款項，以及其他通過聯交所募集的任何其他資金的用途，以確保有關資金將不會直接或間接用於撥資或支持與受制裁國家、俄羅斯(若干受制裁人士的所在地)或受制裁人士或就彼等的利益進行的活動或業務。

- 董事會風險管理委員會將定期檢討我們有關制裁法律事宜的內部監控政策及程序。倘風險管理委員會認為需要，我們將會委聘具備制裁法律事宜必需專業知識及經驗的外部國際法律顧問，提供推薦意見及建議。
- 倘需要，外部國際法律顧問會向董事、高級管理人員、法律部及其他相關人員提供有關制裁法律的培訓，以協助彼等於日常營運中評估潛在制裁風險。我們的外部國際法律顧問會向我們的法律部提供當前的受制裁國家及受制裁人士及實體的名單，而法律部則會分發有關資料予國內業務部門及海外辦事處及分公司。

業 務

- 為進一步加強現有的內部風險管理職能，董事會已成立風險管理委員會。該委員會的成員包括負責本集團內部監控事宜的獨立非執行董事韓國平先生、執行董事榮女士及榮勝利先生，其職責其中包括監察我們承受制裁法律的風險及相關內部監控程序的執行情況。風險管理委員會每年最少舉行兩次會議，以監察我們所承受的制裁法律風險。有關風險管理委員會的其他資料，請參閱下文本[編纂][內部控制及風險管理]分節。

就上文所載的內部監控措施而言，經進行相關盡職審查後，並待該等措施全面推行及執行後，獨家保薦人認為，有關措施將可提供一個合理地適當及有效的框架，協助本公司識別及監察任何有關制裁法律的重大風險。董事認為，有關措施將可提供一個合理地適當及有效的框架，協助我們識別及監察任何有關制裁法律的重大風險。

訴訟及法律合規

於往績記錄期，我們並無涉及任何重大訴訟、行政程序或申索。於往績記錄期，我們僅因延遲支付工資而與三名前僱員有勞資糾紛訴訟。該訟案經已和解，向三名僱員支付的總款額為人民幣67,610元。據董事所知及所悉，除上文所披露者外，於最後可行日期，我們並無涉及任何法律訴訟，亦不知悉我們可能面臨的任何申索。於往績記錄期，我們已就我們業務及營運的所有重大方面遵守相關法律及法規。

內部控制及風險管理

我們已制定其他各項內部控制政策及措施，確保持續遵守適用法律、法規及規則，以及控制不同層面的業務風險，當中涉及的層面及措施(其中包括)如下：

就控制及管理本集團各類業務或財務風險而言：

- 風險管理委員會應半年開會一次或由風險管理委員會任何成員召開會議。風險管理委員會應參考本集團的業務或營運環境及財務狀況，以及經濟及政治狀況的變動，識別本集團所面對的潛在風險(例如業務風險)，並評估該等風險及對本集團的影響，而風險管理委員會亦應設計及制定措施，以應對及舒緩有關風險，以及委派指定人士執行並於其後監察及匯報該等措施。

風險管理委員會成員的履歷列載於本[編纂][董事、高級管理人員及僱員]一節。

業 務

就遵守適用法律、規則及規例而言：

- 香港法律的法律顧問已就香港上市公司的持續責任及董事的職責及法律責任，向董事及本集團高級管理人員提供培訓，並於[編纂]後會就香港上市公司的持續責任及董事的職責及法律責任，每年兩次向董事及高級管理人員提供培訓或定期講座及最新消息；
- 我們已委任海通國際資本有限公司出任我們的合規顧問，由[編纂]日期起生效，以就持續遵守上市規則事宜及香港其他適用證券法律及規例提供意見；
- 我們已於2014年8月委任徐文龍先生出任公司秘書，並已委任專業的公司秘書公司，負責本集團的公司秘書事宜。徐先生為經驗豐富的財務總監及公司秘書。有關徐先生的履歷，請參閱本[編纂]「董事、高級管理人員及僱員—公司秘書」一節。董事相信，就遵守適用法律規定方面，本公司將可獲取徐先生及公司秘書公司的專業知識；
- 我們已聘用一名內部法律人員，彼為合資格中國律師，負責向各部門提供內部法律意見，例如銷售部、研發部及人力資源部等；
- 我們委聘外部法律顧問，不時就特定事宜向我們提供意見。

就盡量降低業務風險而言，我們採納以下政策：

- 我們與新客戶開展業務關係前，會對彼等進行盡職審查，當中包括向調查機構取得信用報告、取得客戶的營業執照，以及實地探訪從而查核該等客戶是否真實存在及其信用狀況；
- 為管理及降低於進行業務時侵犯第三方知識產權的風險，我們採納以下政策：
 - 取得商標證書或許可或授權，以查核我們的潛在客戶是否有權授權我們以相關商標製造產品；
 - 裝置於我們的產品的軟件應分別由銷售經理、研發項目經理及內部法律人員批准，彼等確認，相關軟件已獲正式許可或自行開發；
 - 除非分別獲銷售經理、研發項目經理及內部法律人員批准，確認已向版權擁有人取得正式許可，否則產品不得裝置任何藝術作品(例如歌曲或音樂)；
 - 安排由內部法律顧問為管理層、銷售及研發人員舉辦迎新簡報及／或講座，以提高彼等對遵守有關知識產權的法律及法規的法律意識及知識；

業 務

- 要求我們的僱員訂立合約以承諾其保密及不競爭責任。根據有關合約，各僱員須於其僱用期內及之後對我們的技術及商業秘密保密並禁止與我們競爭。此外，合約亦規定，僱員在履行其職責時或基於我們的重大及技術情況或業務資料所產生的知識產權及其他商業秘密屬我們所有；及
 - 於與客戶訂立的框架協議及銷售單據載入條款，要求客戶(其中包括)，(i)保證其為商標註冊擁有人／商標註冊擁有人的授權獲許可人及(ii)特許我們為彼等生產附有相關商標的手機，(iii)保證我們免於蒙受任何及所有因使用客戶所出售的產品而產生的第三方申索及任何相關費用(包括法律費用)。
- 就於相關司法權區成立任何辦事處或作出投資，諮詢相關司法權區的當地法律顧問。

物業

租賃物業

我們並無自置物業。我們就我們的業務營運向天宇(控股股東控制的公司)租賃辦公室。我們按正常商業條款與天宇訂立日期為2014年7月22日並於[編纂]生效的租賃協議，租約概要資料載列如下：

我們佔用 租賃物業地址	面積 (平方米)	租賃年期	月租	佔用目的
中國北京 通州區 中關村科技園 光機電一體化產業基地 嘉創二路55號4樓	1,000	自[編纂]日期 起三年	人民幣 68,200元	辦公室

租賃的進一步詳情請參閱本[編纂]「關連交易」一節。

業 務

保險

考慮到出口業務的性質及就管理我們客戶的違約風險(例如違反信用狀)，我們已向中國出口信用保險公司(「中國信保公司」)購買出口信用保險。投保信用期通常為1年，承保破產、無償債能力及延遲付款風險的受保金額為所導致的損害的90%、買方拒絕接納貨物風險的受保金額為所導致的損害的90%、政治風險的受保金額為所導致的損害的90%、信用證產生的風險的受保金額為所導致的損害的90%。一般整體投保額為100百萬美元，保險賠償上限為20百萬美元。各客戶的投保金額需由中國信保公司批准，投保金額各有不同。於往績記錄期，已支付的出口信用保險保費約為人民幣94,000元、人民幣69,000元及人民幣800,000元。

我們亦已購買保險，以投保自交付起直至根據與客戶協議的條款我們需承擔相關風險的所在地所產生的損失。

於往績記錄期，就截至2014年12月31日止三個年度各年，我們已支付總保費為人民幣0.31百萬元、人民幣0.87百萬元及人民幣1.0百萬元。於往績記錄期，我們並無申索任何保險賠償。

董事相信，保險投保範圍屬足夠及與行業慣例一致，概無未被我們保單承保的重大風險。