

概 要

本概要旨在向閣下提供本[編纂]所載資料的概覽。由於僅為概要，故此並未載有可能對閣下重要的全部資料，在整體上乃參照本[編纂]全文而編撰，並應與本[編纂]全文一併參閱。閣下於決定投資[編纂]前，應參閱整份[編纂]，包括屬於本[編纂]完整部份的相關附錄。任何投資均涉及風險。投資[編纂]的部份特定風險載於本[編纂]「風險因素」一節。閣下於決定投資[編纂]前，應細閱該節。

概覽

我們是運動相機行業的領先數碼影像設備及解決方案供應商。根據弗若斯特沙利文，我們於2014年為全球第二大運動相機生產商，按全球運動相機付運量計佔市場份額31%，而且我們是GoPro, Inc. (連同其聯屬公司合稱為「客戶A」) 的主要生產商，其按2014年付運量計為主要相機品牌。我們主要從事開發及生產運動相機及相關配件、其他數碼影像產品（如傳統數碼相機、便攜式掃描儀及多用途數碼攝像機）以及家庭影像和可穿戴智能產品。於2010年至2014年，我們運動相機的總付運量合共約為7.1百萬台，根據弗若斯特沙利文，我們於該期間按付運量計在全球運動相機生產商中排名第一。

憑藉10年以上開發廣泛類型數碼影像產品的經驗，我們致力為客戶提供設計主導的JDM和ODM解決方案。我們積極參與產品的設計和開發，並已確立前期產品規劃及研發能力。於2014年12月31日，我們共有349名產品規劃及研發員工。於最後實際可行日期，我們亦已註冊36項專利及44項版權，並已申請額外19項專利及兩項版權。此外，我們已於深圳市高新技術產業園建立研發中心以專注於我們的產品規劃及研發工作。

以創新、精簡、誠信為公司方針，我們致力為客戶提供高品質的產品和解決方案，並就我們取得的成就獲得多個獎項和認可。於2014年，我們獲客戶A頒發獎項以表揚我們作為主要生產商的重大貢獻。於2013年，我們獲廣東省製造業協會頒發「廣東省製造企業500強」及「廣東省製造業傑出貢獻企業」。

我們的產品

我們開發、生產及銷售數碼影像產品作為我們的主要產品。於2012年、2013年及2014年，我們的運動相機付運量分別約為1.6百萬台、1.5百萬台及2.4百萬台。近年，我們開始拓展產品及使產品多元化，以涵蓋新型數碼影像及智能科技產品。於本[編纂]日期，我們的產品主要包括以下類別：(i)運動相機及配件、(ii)數碼影像、(iii)家庭影像，及(iv)可穿戴智能產品。

概 要

下表載列我們於所示期間按產品類型劃分的收入明細：

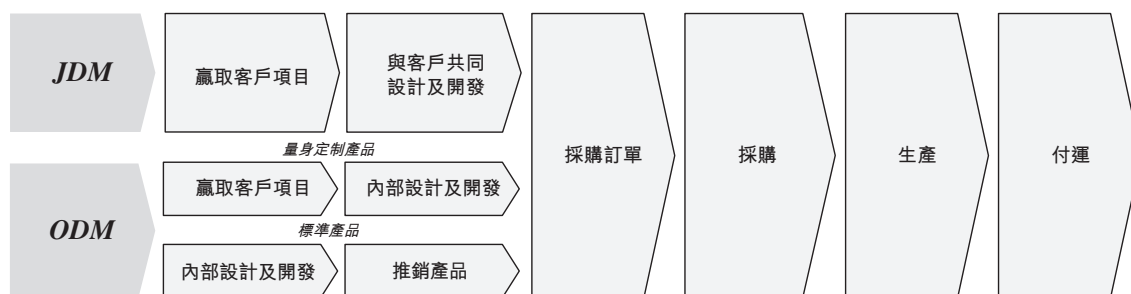
	截至12月31日止年度					
	2012年 估總收入		2013年 估總收入		2014年 估總收入	
	千港元	百分比	千港元	百分比	千港元	百分比
運動相機及配件	1,259,183	75.9%	1,304,403	80.4%	1,783,521	85.2%
數碼影像	376,025	22.7%	225,382	13.9%	199,819	9.5%
家庭影像 ⁽¹⁾	—	—	62	0.0%	50,305	2.4%
其他 ⁽²⁾	23,621	1.4%	92,680	5.7%	58,740	2.8%
總計 ⁽³⁾	<u>1,658,829</u>	<u>100.0%</u>	<u>1,622,527</u>	<u>100.0%</u>	<u>2,092,385</u>	<u>100.0%</u>

附註：

- (1) 家庭影像產品於2014年第三季度開始商業化生產及付運。
- (2) 其他包括其他非影像產品（如Wi-Fi盒）及模具費。
- (3) 可穿戴智能產品預期於2015年第二季度開始生產及付運。

業務模式

我們使用以下兩種業務模式經營業務：JDM及ODM。下圖說明我們在該兩種業務模式下的業務流程：



JDM。就我們按JDM模式生產的產品而言，我們與客戶共同參與產品的設計及開發。在贏得客戶項目後，我們的設計質量保證專責團隊將與客戶合作共同設計及開發產品。客戶確認產品設計規格後，他們將會發出採購訂單，而我們將會開始採購材料生產產品。

ODM。我們在贏得客戶項目或進行自主內部設計項目時展開ODM業務流程。在我們先贏得客戶項目的情況下，客戶會向我們提供他們想要的產品類型的整體概念，而我們則根據他們的想法設計和開發量身定制的產品。在進行內部設計項目的情況下，我們會先完成設計及開發，然後向潛在客戶推銷已完成開發的標準產品。在上述兩種情況下，客戶都可以先測試已開發產品的原型，再發出採購訂單，讓我們開始採購及生產。

概 要

主要客戶及供應商

我們大部份產品均直接銷售予品牌客戶，而他們則以其本身的品牌向市場出售該等產品。我們的品牌客戶包括客戶A及iON等相機品牌、NETGEAR等成熟的技術設備品牌以及Canary等極具潛力的初創公司。

我們的主要客戶包括我們以JDM及ODM模式供貨的客戶A及若干其他客戶。於2012年、2013年及2014年，來自我們五大客戶（均為獨立第三方）的收入分別佔我們總收入的85.9%、85.5%及89.1%。此外，我們獲客戶A認可或指定為其若干供應商生產客戶A相關配件。於2012年、2013年及2014年，我們來自客戶A及該等供應商的收入合共佔我們總收入分別75.1%、79.9%及82.7%。隨着我們最近推出我們的家庭影像和可穿戴智能產品，我們預期在發展這些業務的同時，我們的客戶基礎將會顯著增長及多樣化。有關我們多元化策略及其執行的更多資料，請參閱本[編纂]「業務－客戶－客戶多元化」一節。

我們與多個供應商維持良好關係，以確保我們能獲得所需的原材料及零部件。於2012年、2013年及2014年，我們對我們五大供應商的採購額分別佔我們總採購額的34.1%、41.3%及44.1%，而我們對我們最大供應商的採購額分別佔我們總採購額的18.9%、12.7%及13.5%。我們所有的供應商均為獨立第三方。

生產及其他設施

我們在中國的兩個生產設施進行所有生產運營。該等生產設施分別位於廣東深圳市及河源市，所佔總樓面面積約為33,268平方米。為緊貼不斷增長的業務及高速發展的科技，我們不斷努力提升及擴展生產設施。我們於2014年的設計年產能約為3.3百萬台運動相機及約120.0百萬件配件，詳情見本[編纂]「業務－生產設施」一節。此外，我們於深圳市高新技術產業園擁有研發中心及於香港擁有兩個辦事處。

下圖列出與這些設施有關的其他資料：

設施	地點	2014年設計產能 ⁽¹⁾	主要功能
深圳生產設施	廣東省深圳市	3.3百萬台	總部、生產、研發、銷售及市場推廣
河源生產設施	廣東省河源市	120.0百萬台	生產
研發中心	廣東省深圳市	不適用	產品規劃、研發
香港辦事處	香港	不適用	產品規劃、銷售及市場推廣

附註：

- (1) 上述設計產能數據乃根據生產標準化產品單位，僅作說明用途，並指運動相機單位（就深圳生產設施而言）及運動相機配件單位（就河源生產設施而言）。詳細資料請參閱本[編纂]「業務－生產設施」一節。

概 要

競爭優勢

我們相信我們具備以下將繼續帶領我們在日後營商致勝的競爭優勢：

- 全球運動相機市場的領先數碼影像設備及解決方案供應商；
- 前期的產品規劃及研發能力；
- 強大客戶基礎及與主要供應商關係密切；
- 秉承核心企業原則的高質量控制；及
- 具有大量行業專門知識且經驗豐富的高級管理層。

業務策略

我們以保持穩固的市場地位及擴闊產品組合為目標。我們將透過以下策略繼續尋求擴大市場佔有率以及為客戶提供高質量的產品及解決方案：

- 進一步投資於產品規劃及研發能力，持續開發創新產品
- 深化客戶關係及進一步擴大客戶基礎；
- 提升及增加產能；
- 建立及推廣我們自主品牌的新產品；及
- 在價值鏈上選擇性地尋求併購機會。

根據弗若斯特沙利文，全球智能家用IP相機及可穿戴智能設備的付運量預計將於2015年至2019年分別按32.6%和80.1%的複合年增長率增長。我們相信該等快速增長的市場為我們的業務提供了擴張的巨大機遇。

近期發展

我們於2015年第一季度錄得強勁銷售額，於截至2015年3月31日止三個月的收入較2014年同期收入大幅增加。尤其是，運動相機及相關配件及家庭影像產品的付運量較2014年同期大幅增加。家庭影像產品於截至2015年3月31日止首三個月的銷售額已超出2014年全年家庭影像產品銷售額，收入佔總收入百分比有所增加。

董事已確認，自2014年12月31日以來及截至本[編纂]日期，我們的財務或經營狀況或前景概無任何重大不利變動，亦無發生任何事件將對本[編纂]附錄一會計師報告所載綜合財務報表內呈列的資料造成重大不利影響。

概 要

過往財務資料摘要

下表呈列的本集團選定財務資料，乃摘錄自本[編纂]附錄一會計師報告內的綜合財務報表。以下資料應與我們的綜合財務報表連同相關附註以及「財務資料」一節的內容一併閱讀。

綜合損益及其他全面收益表資料摘要

	截至12月31日止年度					
	2012年		2013年		2014年	
	千港元	估總收入 百分比	千港元	估總收入 百分比	千港元	估總收入 百分比
收入	1,658,829	100.0	1,622,527	100.0	2,092,385	100.0
銷售成本	(1,330,439)	(80.2)	(1,287,170)	(79.3)	(1,646,618)	(78.7)
毛利	328,390	19.8	335,357	20.7	445,767	21.3
加：其他收益與得益	12,404	0.7	11,553	0.7	7,946	0.4
減：銷售及分銷開支	(15,179)	(0.9)	(14,366)	(0.9)	(15,580)	(0.7)
行政開支	(60,492)	(3.6)	(69,126)	(4.3)	(94,961)	(4.5)
研發成本	(44,463)	(2.7)	(57,771)	(3.6)	(83,379)	(4.0)
其他開支	(5,299)	(0.3)	(1,651)	(0.1)	(10,582)	(0.5)
融資成本	(1,754)	(0.1)	(2,589)	(0.2)	(2,727)	(0.1)
除稅前溢利	213,607	12.9	201,407	12.4	246,484	11.8
所得稅開支	(42,086)	(2.6)	(36,374)	(2.2)	(44,596)	(2.1)
年內溢利	171,521	10.3	165,033	10.2	201,888	9.6
應佔溢利：						
本公司擁有人	122,617	7.4	147,439	9.1	201,906	9.6
非控股權益	48,904	2.9	17,594	1.1	(18)	(0.0)
	171,521	10.3	165,033	10.2	201,888	9.6

概 要

綜合財務狀況表資料摘要

	於12月31日		
	2012年 千港元	2013年 千港元	2014年 千港元
非流動資產	87,991	96,388	124,581
流動資產			
存貨	148,503	163,420	192,996
貿易應收款項	72,142	319,571	251,235
現金及現金等價物	218,639	104,138	167,167
其他	142,930	178,966	185,030
	<u>582,214</u>	<u>766,095</u>	<u>796,428</u>
流動負債			
計息銀行及其他借款	82,478	172,342	164,826
貿易應付款項	144,957	270,547	275,215
應付股息	—	48,153	150,000
其他	93,657	124,606	111,016
	<u>321,092</u>	<u>615,648</u>	<u>701,057</u>
流動資產淨值	<u>261,122</u>	<u>150,447</u>	<u>95,371</u>
總資產減流動負債	<u>349,113</u>	<u>246,835</u>	<u>219,952</u>
非流動負債	<u>5,256</u>	<u>5,150</u>	<u>871</u>
資產淨值	<u><u>343,857</u></u>	<u><u>241,685</u></u>	<u><u>219,081</u></u>
權益			
本公司擁有人應佔權益	255,095	241,598	219,081
非控股權益	88,762	87	—
	<u><u>343,857</u></u>	<u><u>241,685</u></u>	<u><u>219,081</u></u>

概 要

綜合現金流量表資料摘要

	截至12月31日止年度		
	2012年 千港元	2013年 千港元	2014年 千港元
經營活動所得現金流量淨額	147,736	21,641	292,587
投資活動所用現金流量淨額	(94,890)	(51,335)	(31,017)
融資活動所用現金流量淨額	(4,424)	(84,807)	(198,541)
現金及現金等價物 增加／(減少) 淨額	48,422	(114,501)	63,029
於年末的現金及現金等價物	218,639	104,138	167,167

主要財務比率

下表載列有關本集團於所示日期或所示年度的若干財務比率。更多詳情，請參閱本[編纂]「財務資料」一節。

	於12月31日／截至12月31日止年度		
	2012年 千港元	2013年 千港元	2014年 千港元
流動比率 ⁽¹⁾	1.81	1.24	1.14
速動比率 ⁽²⁾	1.35	0.98	0.86
資產回報率 ⁽³⁾	29.7%	21.5%	22.6%
權益回報率 ⁽⁴⁾	69.7%	56.4%	87.6%
資產負債比率 ⁽⁵⁾	24.0%	71.3%	75.2%

附註：

- (1) 流動比率乃按流動資產總值除以流動負債總額計算得出。
- (2) 速動比率乃按流動資產總值減去存貨再除以流動負債總額計算得出。
- (3) 資產回報率乃按年度利潤除以相關期間資產總值期初及期末結餘的算術平均數計算得出。
- (4) 權益回報率乃按年度利潤除以相關期間權益總額期初及期末結餘的算術平均數計算得出。
- (5) 資產負債比率乃按債務總額（即等於計息銀行及其他借款）除以相關期間權益總額期末結餘計算得出。

股東資料及購股權

緊隨[編纂]完成後及假設[編纂]並無獲行使，但並未計及根據[編纂]及[編纂]項下購股權獲行使而可能發行的任何股份，本公司控股股東，即Fortune Six及鄧榮芳先生（本公司主席、首席執行官兼執行董事）將合共實益擁有本公司已發行股本約52.87%。

我們於2015年〔●〕有條件採納[編纂]及[編纂]。假設[編纂]不獲行使，按照全面攤薄基準，根據[編纂]授予42名僱員的購股權及根據[編纂]可能授出的購股權而可予認購的股份最高數目初步將分別佔本公司緊隨[編纂]完成後已發行股本的2.13%及8.90%。有關[編纂]及[編纂]的條款及條件詳情，請參閱本[編纂]附錄四「法定及一般資料－其他資料－14. [編纂]」一節。

概 要

[編纂]的統計數據

下列統計數字乃基於假設[編纂]股[編纂]在[編纂]下發行：

	按指示性[編纂] 範圍的下限 每股[編纂]港元 計算	按指示性[編纂] 範圍的上限 每股[編纂]港元 計算
[編纂]市值 ⁽¹⁾⁽²⁾	[編纂]港元	[編纂]港元
每股未經審核備考經調整綜合有形資產淨值 ⁽³⁾	[編纂]港元	[編纂]港元

附註：

- (1) 表中的所有統計數字乃基於假設[編纂]並無獲行使以及並未計及根據[編纂]及[編纂]項下購股權獲行使而可能發行的任何[編纂]。
- (2) 市值的計算乃基於假設緊隨[編纂]完成後[編纂]股股份將已發行。
- (3) 每股未經審核備考經調整綜合有形資產淨值乃於本[編纂]「財務資料－未經審核備考經調整綜合有形資產淨值」一節所述調整後根據緊隨[編纂]完成後[編纂]股股份將已發行的基準計算。

股息政策

我們並無就2012年宣派任何股息。我們就2013年宣派股息210.8百萬港元，其中162.6百萬港元已於2013年支付，餘額48.2百萬港元已於2014年支付。我們就2014年宣派股息283.8百萬港元，其中133.8百萬港元已於2014年支付，餘額150.0百萬港元已於2015年2月支付。

董事視乎我們的經營業績、營運資金及現金狀況、未來業務及盈利、資本需求、合約限制（如有）以及董事可能認為相關的任何其他因素酌情決定宣派股息。此外，股息的任何宣派與派付及金額將受以下條文所規限：(i)細則，其規定任何末期股息須由本公司股東於股東大會上宣派；及(ii)公司法，其規定股息可自一間公司的利潤或其股份溢價賬的進賬款項派付，且除非本公司於緊隨股息派付日期後有能力償還其於日常業務過程中到期的債務，否則不得自股份溢價賬派付任何股息。過往的股息分派記錄未必能夠作為釐定日後本公司宣派或派付股息的水平的參考或基準。日後任何股息的宣派及派付將由董事全權酌情決定。根據適用的中國法律，我們各中國附屬公司僅可就填補累計虧損作出分配或撥備以及向法定儲備作出分配後，方可分派除稅後利潤。

概 要

所得款項用途

假設每股股份[編纂]為[編纂]港元（即所述指示性[編纂]範圍每股股份[編纂]港元至[編纂]港元的中位數），於行使任何[編纂]前的[編纂]所得款項淨額估計將約為[編纂]百萬港元（經扣除我們就[編纂]應付的包銷佣金及估計開支）。我們計劃動用有關所得款項淨額作以下用途：

- 約[編纂]港元（佔我們估計所得款項總額約[編纂]%）用作購置作為生產設施的已落成物業及採購生產機器及設備；
- 約[編纂]港元（佔我們估計所得款項總額約[編纂]%）用作與(i)家庭影像及可穿戴智能產品新自主品牌的發展和加強推廣我們的品牌「唯彩」；(ii)增聘市場推廣人員；及(iii)參與商貿展有關的市場推廣開支；
- 約[編纂]港元（佔我們估計所得款項總額約[編纂]%）用作可能合併及收購；
- 約[編纂]港元（佔我們估計所得款項總額約[編纂]%）用作與(i)於2015年下半年在陝西省西安市設立新的研發中心；(ii)增設射頻實驗室及提升射頻、影像及音頻相關設施；及(iii)增聘高級工程師有關的研發開支；及
- 約[編纂]港元（佔我們估計所得款項總額約[編纂]%）用作營運資金及一般公司用途。

有關詳情，請參閱本[編纂]「未來計劃及所得款項用途－所得款項用途」一節。

上市開支

於2014年，我們產生的上市開支為[編纂]港元，其中[編纂]港元已於綜合損益及其他全面收益表扣除，餘下款項[編纂]港元入賬列作預付款項，將於上市後與股份溢價抵銷。於[編纂]完成前，我們預期進一步產生上市開支（包括包銷佣金）約[編纂]港元（根據[編纂]指示性[編纂]範圍的中位數計算及假設[編纂]並無獲行使，且並無計及任何酌情獎勵費用（如適用）），其中估計金額約[編纂]港元將於截至2015年12月31日止年度的綜合損益及其他全面收益表扣除，而估計金額約[編纂]港元將撥充資本。

概 要

風險因素

我們的業務涉及若干風險，包括（但不限於）與我們業務及行業有關的風險、與在中國進行業務有關的風險以及與[編纂]及[編纂]有關的風險。尤其是，我們的銷售額大部份來自客戶A，我們向客戶A的銷售如出現下降或其業務有任何不利變化均可能對我們的業務造成不利影響。我們同時也可能面對與我們業務增長有關的家庭影像和可穿戴智能產品的挑戰，因這些是新市場的產品線，我們可能面對不同的競爭對手和未知的問題，而我們可能無法管理我們的增長或有效地競爭。展望未來，我們不能向閣下保證我們能及時或完全預測和適應技術創新，因而可能對我們的財務狀況及經營業績造成重大不利影響。

由於不同投資者對風險的重大程度的界定可能有不同的詮釋及標準，閣下於決定投資[編纂]前，務必細閱本[編纂]「風險因素」全節。閣下不應依賴任何報章所載的任何資料、研究分析報告或其他媒體有關本集團及[編纂]的報導，其中某些資料可能與本[編纂]所載資料不一致。