

## 業 務

### 概覽

我們是全球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，所佔市場份額約為31%。我們為客戶A的主要生產商，根據弗若斯特沙利文，客戶A按2014年付運量計為主要相機品牌。彼等為我們的最大客戶，而我們與彼等保持密切的業務關係已將近十年。憑藉前期產品規劃及研發實力，我們於一系列數碼影像設備（特別是運動相機）的開發及生產業務方面建立了雄厚的專業知識。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。

我們一直主要從事開發及生產運動相機及相關配件以及其他數碼影像產品，如傳統數碼相機、便攜式掃描儀及多用途數碼攝像機。近年，我們在快速增長的家庭影像及可穿戴智能產品市場中積極進行新產品規劃開始以擴闊我們的產品組合。我們已成功就我們新開發的雲端相機（我們於2014年第三季度開始商業付運的首個家庭影像產品）與現有及新客戶（如iON、NETGEAR及Canary）建立業務關係。我們已生產可穿戴原型機並展開市場推廣，並預期於2015年第二季開始付運。

憑藉我們橫跨各類型數碼影像產品的豐富經驗，向客戶提供以設計主導的JDM及ODM解決方案，在其他生產商之中脫穎而出。JDM業務方面，我們與客戶緊密合作以設計及創制產品的規格，其後客戶將向我們下達採購訂單以生產該共同開發產品。ODM業務方面，我們根據我們本身的產品規劃或客戶提供的產品概念自行承接產品的設計及開發，然後根據所接採購訂單生產產品。於2014年12月31日，我們共有349名產品規劃及研發人員專責設計和開發創新產品及技術。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。

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省深圳市及河源市，所佔總樓面面積約為33,268平方米。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。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。

於2012年、2013年及2014年，我們分別產生1,658.8百萬港元、1,622.5百萬港元及2,092.4百萬港元的收入，而我們的年內溢利分別為171.5百萬港元、165.0百萬港元及201.9百萬港元。我們的收入及年內溢利於2012年至2014年分別以複合年增長率12.3%及8.5%增長。

### 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

我們是全球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，所佔市場份額約為31%。我們為客戶A的主要生產商，根據弗若斯特沙利文，客戶A按

## 業 務

2014年付運量計為主要相機品牌。我們於2006年開始向客戶A付運相機。我們於2014年向客戶A付運的相機總付運量約為2.2百萬台。我們與客戶A保持密切的業務關係已將近十年。為加強我們與客戶A的業務關係，我們已與彼等訂立全球供應協議及總產品開發協議，有關協議為我們的長期業務關係提供框架。此外，我們為iON的主要製造商。根據弗若斯特沙利文，iON為成熟的運動相機品牌。

我們相信我們的領先市場地位來自我們開發可針對快速發展的消費電子市場的創新產品的能力。我們成功引領運動相機產品的設計及開發，特別是協助客戶A為其部份相機型號（包括第一代GoPro HERO）提供固件和設計支援。受近年全球運動相機市場的可觀增長推動，我們於2010年至2014年間銷售強勁，錄得運動相機總付運量合共約7.1百萬台，根據弗若斯特沙利文，我們於該期間以付運量計在全球運動相機生產商中排名第一。根據弗若斯特沙利文，全球運動相機付運量預期由2015年約10.4百萬台以複合年增長率18.3%增長至2019年約20.3百萬台。我們相信我們的領先市場地位及能力，使我們穩據有利位置，繼續受惠於全球運動相機市場的持續增長。

### 前期的產品規劃及研發能力

我們相信，產品規劃是我們業務在快速轉變的市場持續增長和成功的關鍵。我們已為此設立組織良好的產品規劃部門，致力創建和實施新產品規劃，以應付消費者多變的需求。我們的產品規劃部門設有三個團隊，分別專注於產品管理、產品設計以及用戶界面和用戶體驗等領域。該等團隊的緊密合作使我們可以分析消費趨勢、識別新市場需求及機遇、開發新產品概念和設計及優化我們產品的用戶體驗。憑藉我們前期產品規劃的能力，我們得以拓展家庭影像及可穿戴智能產品等產品組合，以創造新收入來源。

為向客戶提供以設計主導的一站式解決方案，我們投入大量資金進行研發，將我們的產品計劃落實成為新產品。我們在開發專為各種特定用途（例如運動及家居監控）而設的數碼影像產品方面擁有豐富經驗。此外，我們在無線和防水技術以及移動應用程式和雲端平台等領域擁有豐富經驗和專業知識。這些與硬件及軟件開發有關的技術能力有助我們開發具競爭力的產品，以滿足現有客戶及新客戶日益提高的要求。

於往績記錄期間，我們日益側重於產品規劃及研發。於2012年、2013年及2014年，我們分別就我們的產品規劃及研發工作產生44.5百萬港元、57.8百萬港元及83.4百萬港元的開支，有關開支分別佔我們收入的2.7%、3.6%及4.0%。於2014年12月31日，我們合共聘用349名產品規劃及研發專家。於2014年12月31日，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。

### 強大客戶基礎及與主要供應商關係密切

我們與客戶建立緊密關係，並維持多元客戶基礎。就運動相機產品而言，我們與最大客戶客戶A擁有接近十年的長久業務合作關係。就家庭影像產品而言，我們可向包括iON在內的若干現有客戶交叉銷售我們的新產品，亦已與NETGEAR等多個成熟的技術設備品牌和Canary等極具潛力的初創公司建立新客戶關係。我們相信此廣泛而多層

## 業 務

次的客戶基礎有助我們與長期客戶建立穩健的業務，亦可藉新產品豐富我們的產品組合。我們亦與眾多主要客戶保持長期業務關係。舉例而言，就我們於2014年的五大客戶中，我們與其中三名客戶已合作超過五年。為加強我們與主要客戶的關係，我們從產品規劃、研發以及銷售及市場推廣部門中挑選員工組成以客戶為本的團隊，以向我們每位主要客戶（包括客戶A）提供更好的服務。透過創建客戶為本的項目、擴闊產品組合和持續提升技術，我們致力滿足客戶，從而了解客戶的需要。

供應方面，我們與原材料及零部件主要供應商維持密切關係。舉例而言，我們自2008年起一直與世界領先的影像芯片供應商安霸合作。我們相信，我們與安霸的關係確保我們擁有可靠的主要零部件供應，使我們能夠為客戶提供具競爭力的價格，在客戶考慮是否選擇我們作為業務夥伴時起關鍵作用。此外，透過與安霸的關係，我們能夠持續掌握最新技術發展和消費者趨勢。

### 秉承核心企業原則的高質量控制

本公司以創新、精簡、誠信為公司方針。迄今為止，我們緊隨行業最高品質控制標準提供高質量產品。我們要求員工嚴格遵守我們的內部質量手冊所載列標準，有關標準涵蓋產品設計、生產至售後服務各個生產階段。我們已取得ISO 9001:2008證書。我們亦已成立音頻測試實驗室、EMC實驗室、環境實驗室及影像實驗室，以協助確保我們的產品性能準確而有效率。我們的產品已符合我們業內領先的客戶的質量要求和設計規格。舉例而言，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。

此外，我們透過目視檢查、功能測試和隨機抽樣，在生產過程中各個重要階段檢查和測試產品，確保最終產品符合我們的品質控制規定。於大批量生產前，每項新產品將進行一系列的嚴格測試，一般包括八大類測試及68個分項測試，涵蓋品質、功能至可靠性各方面。於2014年12月31日，我們的品質控制部門擁有逾200名僱員，專責確保我們的工作符合最高標準。同時，我們的生產、產品規劃及研發團隊也與品質控制部門合作，持續改善的我們的產品品質及生產程序標準。

### 具有大量行業專門知識且經驗豐富的高級管理層

我們的高級管理層團隊在數碼影像及相關行業平均擁有約13年經驗。他們成功引領我們的業務渡過瞬息萬變的科技發展，緊貼最新消費趨勢。在高瞻遠矚的高級管理層領導下，我們創造了捕捉市場機遇和轉變業務以應對新消費趨勢的驕人往績。本公司前身為一次性相機製造商，我們自2003年起開發及生產傳統數碼相機，成功轉型為數碼消費電子製造商，其後於2006年開始向客戶A付運相機，並於2010年透過引入便攜式掃描儀進軍主流消費電子市場。近年，我們進一步轉型為智能科技設備及解決方案供應商，將產品規劃及其他增值服務與我們高質量生產能力相結合。

我們相信，我們經驗豐富的高級管理層能夠洞悉新業務商機並制定有效業務策略以捕捉有關商機，是我們的營商致勝之道。有關高級管理層的經驗及背景詳情，請參閱本[編纂]「董事及高級管理層－高級管理層」一節。



## 業 務

### 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

透過持續投資於產品規劃及研發，我們擬拓展我們的產品組合以加入高增長潛力的新產品線。目前，我們已成立兩組團隊以專注於家庭影像及可穿戴智能產品的設計及開發：

- **家庭影像**。我們有意提供一個全方位的家庭影像解決方案，將IP相機與雲端技術及軟件應用相結合。該全方位系統可以讓用戶透過他們的電腦及移動設備即時連接家居或家庭成員。我們的產品組合不僅包括硬件，亦包括相關軟件、雲端連接及持續技術支援服務。
- **可穿戴智能產品**。我們計劃開發可穿戴運動產品線，如將使用傳感器及多種動態捕捉技術為用戶提供反饋的光學心率手帶及智能游泳手錶。該等產品乃用於監控及記錄用戶的跑步步幅、單車踩踏速度、游泳姿勢及其他運動測量，幫助用戶改善運動表現。

就產品規劃而言，我們計劃進一步投資於軟件設計能力以完善我們的產品設計能力。此外，就研發而言，我們計劃進一步加強我們的軟件能力，例如於2015年下半年在陝西省西安市設立新的研發中心，以提供更多增值服務，例如由雲端技術啟用的增值服務。我們最終計劃創建一系列量身定制一站式解決方案以供客戶選擇。我們相信提升有關能力將可為我們提供堅實基礎，以充份補捉不斷增長的家庭影像及可穿戴智能產品市場。

#### 深化客戶關係及進一步擴大客戶基礎

我們相信我們與客戶的關係是維持業務增長的關鍵。就現有客戶而言（尤其是JDM業務），我們計劃透過增加合作、促進更頻密的溝通及提供更全面的售後及其他服務（例如升級技術支援或軟件設計）深化客戶關係。我們有意進一步加強我們與客戶A的關係，並與客戶A更緊密合作以提升與其產品的硬件和軟件有關的用戶體驗。此外，我們擬透過現有客戶拓展業務，選擇向爭取以不同產品應付日益增加的用戶體驗的客戶交叉銷售我們的新產品。舉例而言，iON已將其產品組合擴展至IP相機及可穿戴智能設備等產品。

隨著我們擴大產品組合，我們希望增加市場推廣力度以銷售予更多新客戶，並實現更廣闊的客戶群。由於我們與主要供應商（包括領先的影像芯片供應商安霸）保持密切關係，使我們處於有利位置，可利用採用最新的創新影像技術的關鍵組件開發新產品。我們有意向JDM和ODM客戶推廣該等新產品和技術，使業務進一步增長。

#### 提升及增加產能

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。我們一直留意購買新生產設施以增加產能的機會。另外，我們擬透過為生產設備升級及增加生產線靈活度優化現有生產設施，以便於提供更多樣化產品。我們擬於2015年

## 業 務

年底前增加約2.5百萬台運動相機的產能。我們計劃增設五條SMT生產線，其中四條將專門生產家庭影像及可穿戴智能產品，一條將用作生產運動相機。

### 建立及推廣我們自主品牌的新產品

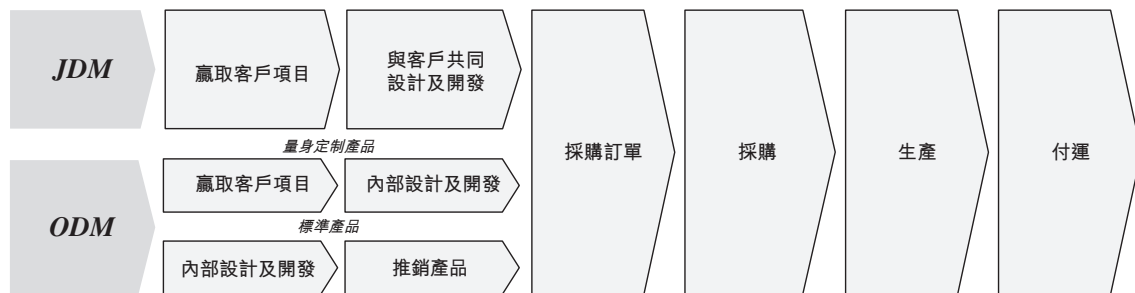
在產品組合增加的同時，我們計劃加強推廣我們自主品牌的產品。我們或透過與其他公司合作或個別地利用集資進行推廣。我們計劃設立新自主品牌以營銷我們的家庭影像及可穿戴智能產品。我們擬於2015年第二季開始品牌開發及相關市場推廣活動。

### 在價值鏈上選擇性地尋求併購機會

在發展新產品及服務的同時，我們亦計劃尋求及考慮合適的併購機會以提升我們於價值鏈的能力。於最後實際可行日期，我們未有發現任何收購目標。如出現合適的機會，我們擬投資於或與高質素的公司（尤其是在雲端技術、軟件研發、鏡頭生產、影像分析、影片記錄及其他相關領域）成立合營企業，或自該等公司購入技術。

### 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。在贏取客戶項目後，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**。我們在贏取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。

除了以客戶的品牌向消費者銷售的JDM及ODM產品外，於往績記錄期間，我們亦推出了自主品牌「唯彩」，並以我們的品牌設計、生產及銷售少量掃描器。儘管我們預期在短期內將繼續主要以JDM及ODM模式營運，但隨著我們於未來擴大產品種類，我們將力求發展自主品牌業務。

## 業 務

### 我們的產品

我們開發、生產及出售數碼影像產品作為我們的主要產品。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。

下表載列我們於所示期間按產品類型劃分的收入明細。有關我們產品類別財務業績的更多資料，請參閱本[編纂]「財務資料」一節。

	截至12月31日止年度					
	2012年		2013年		2014年	
	千港元	佔總 收入 百分比	千港元	佔總 收入 百分比	千港元	佔總 收入 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 <sup>(1)</sup>	–	–	62	0.0%	50,305	2.4%
其他 <sup>(2)</sup>	23,621	1.4%	92,680	5.7%	58,740	2.8%
總計 <sup>(3)</sup>	<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。

### 運動相機及配件

運動相機為擁有小型、輕便及耐用設計的高清晰度數碼相機，通常是讓消費者在進行運動或其他活動時為自己拍攝靜態照片或影片。我們在JDM及ODM模式下生產運動相機。我們大部份運動相機型號均配備移動技術，而我們亦與我們的客戶共同開發應用程式及其他軟件工具，為用戶提升用戶體驗。除運動相機外，我們亦生產與我們的運動相機產品一起使用的各種配件，包括防水外殼、可穿戴和設備為主的支架、電池、可移除觸控顯示屏及遙控。我們主要向客戶A以及iON等其他品牌公司及其他配件供應商生產及出售運動相機產品。

## 業 務


下表載列我們主要運動相機產品及配件的描述、業務模式及有關該等產品的產品狀態：

產品	描述	業務模式	產品狀態
運動相機 	<ul style="list-style-type: none"> <li>高清晰度廣角攝錄機</li> <li>經常用於極限運動或其他動作影片攝影</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>JDM、ODM</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>自2006年起付運</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>小型、堅固、易於佩戴或安裝</li> </ul>		
配件 	<ul style="list-style-type: none"> <li>包括：防水外殼、支架、電池、可移除觸控顯示屏及遙控器</li> <li>獨立出售或與運動相機一併包裝出售予消費者</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>JDM、ODM</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>自2007年起付運</li> </ul>

### 數碼影像

我們開發、生產及出售多款數碼影像產品，包括數碼相機及掃描儀，以及數碼攝像機、汽車攝像機及專門相機等其他產品。我們主要以ODM模式為品牌客戶、進口商和零售商設計及生產該等產品。此外，我們以自主品牌「唯彩」向國內市場出售少量掃描儀。

下表載列我們主要數碼影像產品的描述，以及與該等產品有關的業務模式及產品狀態：

產品	描述	業務模式	產品狀態
數碼相機 	<ul style="list-style-type: none"> <li>多款數碼相機</li> <li>包括高解析度型號</li> <li>最新型號結合我們的防水技術以供水上活動使用</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ODM</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>自2003年起付運</li> </ul>

## 業 務

### 掃描儀



- 用於高解析度掃描的便攜式掃描儀
- ODM、自主品牌
- 自2010年起付運

### 其他



- 包括：數碼攝像機、汽車攝像機、打獵或槍械訓練用攝影相機
- ODM
- 自2007年起付運

## 家庭影像

我們的家庭影像產品目前包括雲端相機。我們生產的雲端科技IP相機一般為無線設計，可用於家居監控。我們所有雲端相機產品均可向移動設備發送數據及從移動設備接收數據，並利用雲端平台提供存儲及其他功能。我們以JDM或ODM模式為品牌客戶設計及生產定制和現成雲端相機型號。我們的主要客戶包括NETGEAR、Canary及iON。

隨著我們拓展家庭影像產品線，我們致力開發一個讓終端用戶充分連接其家庭的全面系統。我們正設計新雲端相機及其他影像設備，以及開發將用於產品的雲端技術、軟件及移動應用程式。

下表載列我們主要家庭影像產品的描述、業務模式及與現有產品有關的產品狀態：

產品	描述	業務模式	產品狀態
雲端相機 	<ul style="list-style-type: none"><li>• 具Wi-Fi功能的影片串流相機</li><li>• 供用戶透過電腦或移動設備觀看實況視頻影像及接收活動通知</li><li>• 利用雲端平台</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• JDM、ODM、自主品牌</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• 自2014年第三季度起商業付運</li></ul>



## 可穿戴智能產品

我們的可穿戴智能產品包括側重社交網絡或運動及體育等特定範疇的電子設備。這包括記錄時尚生活的可穿戴相機，其設計輕巧，穿戴起來並不礙眼，可透過無線連接在社交網絡輕鬆分享錄像和相片。我們亦正在開發各類按運動算法設計和生產的可穿戴運動設備，以容許用家追蹤和監測其運動表現。我們已制作及測試不同的原型，預期可於2015年第二季開始付運智能可穿戴設備。



## 業 務

下表載列我們主要可穿戴智能產品的描述、業務模式及與現有產品有關的產品狀態：

產品	描述	業務模式	產品狀態
可穿戴智能產品  	<ul style="list-style-type: none"><li>• 主要用於社交網絡或運動表現的可穿戴智能設備</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• ODM、自主品牌</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• 於產品開發階段</li><li>• 已制作及測試原型</li><li>• 預期於2015年第二季開始付運</li></ul>

### 產品規劃及研發

我們相信產品規劃及研發對保持我們的競爭力及維持我們的未來增長而言極為重要。因此，我們非常著重於建立及保持前期的產品規劃和研發能力。憑藉10年以上的產品設計及開發經驗，我們能夠開發針對運動及家居監控等各種特定用途的數碼影像產品。

於2014年12月31日，我們合共聘用349名產品規劃及研發專家。該等僱員大部份以深圳市為基地，而我們若干產品規劃員工則以香港為基地。我們的產品規劃部門及研發部門分別分成多個團隊，專責各項主要職能或技術領域。

於2013年，我們於深圳市高新技術產業園開設研發中心，專注於我們的產品規劃及研發工作。我們計劃繼續投放資金提升研發實力，並計劃於2015年下半年在陝西省西安市設立新的研發中心。

於2012年、2013年及2014年，我們分別就我們的產品規劃及研發工作產生研發開支44.5百萬港元、57.8百萬港元及83.4百萬港元，分別佔我們收入的2.7%、3.6%及4.0%。

### 產品規劃

我們的產品規劃部門主要負責帶領開發及設計新產品的概念及規格，以促進我們業務的未來增長。產品規劃部門致力創作無特定市場定位及定價的新產品概念及設計，亦與不同部門合作，尋求改善現有產品。該部門主要分為三個團隊，專責以下主要職能：

- **產品管理。**產品經理根據市場趨勢和消費者的需要規劃新產品。他們緊貼市場和技術趨勢，以從終端用戶的使用經驗中充分了解和預測他們的期望。此團隊勾勒出產品的特性和規格，包括市場定位及定價，並協調參與各方。產品經理亦為銷售和營銷團隊提供銷售簡報的材料和培訓。

## 業 務

- **產品設計。**產品設計師負責產品的整體設計，以及設計其相關圖像和包裝。他們自草圖開始進行設計，並與機械工程團隊攜手創作機械設計。
- **用戶界面及用戶體驗。**用戶界面和用戶體驗設計師提供圖形設計輸入、用戶體驗報告及操作流程資料，以協助產品經理及應用程式開發人員開發產品和應用程式。

## 研發

我們的研發部門的重要職責為建立及維持我們有關硬件及軟件開發的技術能力，以便將產品概念轉化為商業可行的產品。我們非常注重無線及防水技術以及移動應用程式和雲端平台方面，並已建立豐富的經驗和專業知識。我們相信，這些重要的技術或服務可對我們的產品的核心價值定位作出重大貢獻。

我們的研發部門主要分為較小的團隊以專注於下列技術領域的研發：

- **項目管理。**項目經理於研發項目啟動後帶領內部項目團隊。團隊於開發初期高度參與，負責協調內部團隊與外部各方間的初始執行，確保項目順利進行。
- **機械工程。**機械工程師與產品設計團隊及其他工程團隊緊密合作，確保最終設計在各個角度上可行。他們亦協助設計及製作新產品所需的模具。特別是，我們已在設計及開發具備防水功能的消費電子產品及配件方面擁有豐富經驗。我們已開發及生產防水深度超過60米的產品。
- **電子工程。**電子工程師處理所有硬件設計，包括電路圖、線路及無線射頻設計。他們亦測試及校驗印刷電路板的功能。隨著科技發展一日千里，無線連接和移動接入成為消費類電子產品的主要功能。我們專注於為我們的產品設計無線解決方案，包括Wi-Fi、藍牙及全球定位系統。
- **嵌入式軟件。**軟件工程師為影像處理器及其他核心微處理器設計及制定驅動程序、軟件、規約及固件。
- **應用程式軟件。**應用程式開發人員根據用戶體驗團隊的設計及客戶規格創作應用程式，包括PC/MAC軟件、iOS/Android應用程式及網絡應用程式。特別是，部份應用程式開發人員專注為影像產品開發移動應用程式以提升用戶體驗，而我們已開發超過10個連接我們的影像產品的移動應用程式。我們亦為產品開發協議，客戶可利用協議開發配合我們產品一併使用的自主應用程式。
- **雲端軟件。**由於影像設備的處理能力有限，因此利用雲端平台將數據存儲和圖像編輯等若干功能轉移至雲端可提升功能。我們已成立雲端團隊開發一系列雲端應用程式，以完善我們的產品。該團隊為我們的產品及應用程式開發雲端平台，讓終端用戶在連接和存取方面有更大自由度，從而為我們的產品增值。該等雲端應用程式為「物聯網」趨勢的一個重要方面，因此是我們積極創新和發展專門技術知識的重點領域。

---

## 業 務

---

### 知識產權

我們在生產過程中採用的各種產品設計、技術和製造專有技術，皆由我們開發或透過特許安排由第三方開發。我們依賴包括（但不限於）專利、版權及商標法等法例和規例，以及我們高級管理層與主要研發人員簽訂的保密協議以保障我們的知識產權。

於最後實際可行日期，我們已註冊36項專利及44項版權，並已申請額外19專利及兩項版權，以保障我們的專利工序和技術免遭第三方索償或侵權使用。我們亦擁有若干商標的註冊商標，包括我們在多個司法權區（包括中國、香港及美國）使用的品牌名稱「唯彩」的商標。於最後實際可行日期，我們正在香港辦理本公司商標的註冊程序。

有關我們知識產權的詳情，請參閱本[編纂]附錄四「法定及一般資料－有關本公司業務的進一步資料－9. 本集團的知識產權」一節。

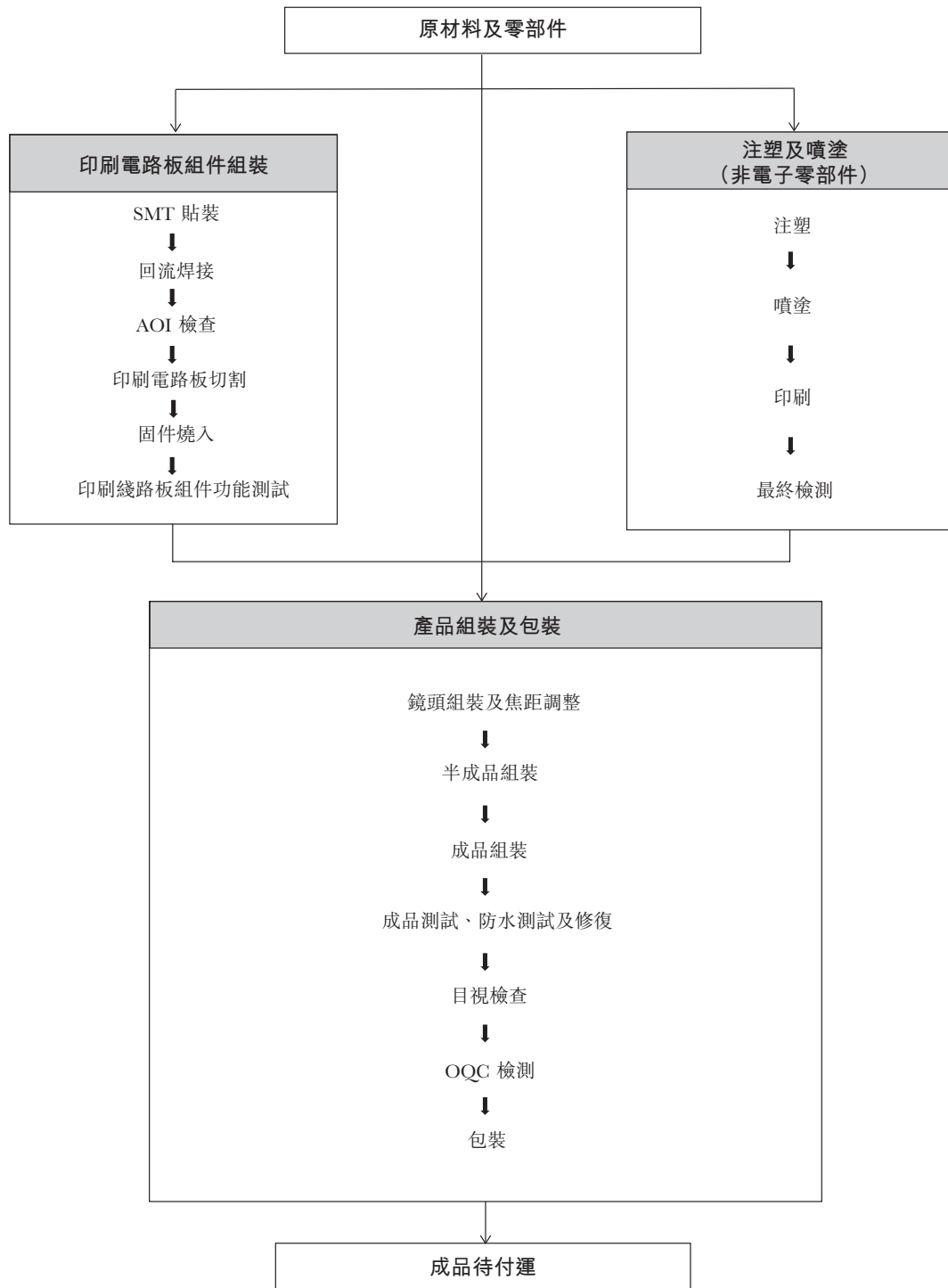
於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，我們並無牽涉任何涉及侵犯他人知識產權或遭他人侵犯知識產權而可能對我們業務造成重大不利影響的情況，亦無牽涉任何涉及侵犯知識產權的訴訟。

### 生產過程

我們一般僅於接獲客戶的採購訂單後以及為採購訂單採購所需的原材料及零部件後生產產品，生產需時最多四個月。運動相機的生產過程從開始生產到交付貨物予客戶一般需時最多三星期。我們在我們的生產設施內部進行絕大部份生產過程，除電鍍和少量噴塗工作外，我們並無外判任何工作予分包商。

## 業 務

我們各種消費電子產品的生產過程大致相同。下圖展示我們運動相機的一般生產過程：



### 印刷電路板組裝

印刷電路板組件組裝即將電子零部件組裝至印刷電路板的過程。我們所有的電子產品均會進行類似的印刷電路板組件組裝過程，儘管所使用的零部件及配置會因應各產品規格及要求而有所不同。



## 業 務

組裝的第一個步驟是SMT貼裝，在這過程中，電路板會進行自動印刷程序，將有關印刷電路板組件逐層印上，形成一塊包含許多小塊印刷電路板的大塊印刷電路板。該等零部件隨後會經過回流焊爐被焊裝在印刷電路板上。焊裝完成後，大塊印刷電路板會經由先進的AOI系統進行檢測，焊裝完成後，大塊印刷電路板會由先進的AOI系統進行檢測，以掃描每一塊印刷電路板是否有缺陷。接着，大塊印刷電路板將會被切割成單獨的小塊線路板。然後，相關固件會被燒入每一小塊印刷電路板上。

印刷電路板組件組裝程序最後會通過一項嚴格的功能測試。測試未通過的印刷電路板組件將進行分析及修復，並再次進行測試。

### 注塑及噴塗

我們亦通過自動注塑及噴塗程序生產我們產品的若干零部件，例如相機機殼及若干配件。首先，我們根據該產品的規格製造所需零部件的模具。接着，我們將模具應用於我們的注塑機，將塑料或其他原材料注入並形成我們所需的形狀。零部件的外形固定後，即可為零部件噴塗顏色並印上相關產品的標誌。在組裝成成品之前，每個零部件均需經過人工檢測。

### 產品組裝及包裝流程

經過上述兩個流程的半成品將被組裝成最終成品。首先，將印刷電路板與傳感器及鏡頭組合，組裝成鏡頭模組。再進行加工之前，我們會對組裝好的鏡頭模組進行對焦。

隨後，將鏡頭模組與主板及SD卡板、話筒板、LCD、電池架、主板散熱器及其他電子零件組合，形成半成品。在進一步組裝成成品之前，半成品亦須通過功能測試。

半成品隨後與外部及其他非電子零部件（例如外殼）組合，形成最終產品。該等產品隨後須進行功能及防水性能測試。測試標準因應產品規格及要求而有所不同。完成後，所有成品均須經過我們OQC部門的目視檢查及額外隨機抽樣檢查。

最後，我們根據訂單規格要求對成品進行包裝。部份產品包裝好後將運送至該客戶的另一供應商，在那裏產品將再次進行包裝以作零售。就其他訂單而言，例如小額訂單及我們的自主品牌產品，我們會自行包裝用於零售。

### 生產設施

我們在中國擁有兩個生產設施。一個位於廣東省深圳市，總樓面面積約為11,934平方米。深圳設施主要包括印刷電路板及成品組裝線，而目前主要為運動相機和雲端相機進行印刷電路板組裝和產品組裝及包裝。另一個生產設施位於廣東省河源市，總樓面面積約為21,334平方米。河源設施除印刷電路板及成品組裝線外亦包括注塑及噴塗生產線，主要為我們所有的產品進行注塑及噴塗，以及為運動相機配件及各種數碼影像產品進行印刷電路板組裝和產品組裝及包裝。

我們向一名獨立第三方租賃深圳設施的物業，並向一名關連人士租賃河源設施的物業。有關河源設施的物業租賃詳情，請參閱本[編纂]「持續關連交易」一節。

## 業 務

於2014年12月31日，我們已於我們兩處生產設施內合共安裝12條SMT生產線。下表載列我們於2014年12月31日在生產設施內的主要生產設備概要：

設備	安裝數量		合計
	深圳市	河源市	
高速SMT及多功能SMT機	8	4	12
注塑機	4	87	91
自動噴塗機	—	2	2
印刷機	8	6	14

下表載列我們的生產設施於所示年度根據生產標準化產品單位計算的設計產能、產量及利用率，僅作說明用途：

	截至12月31日止年度		
	2012年	2013年	2014年
<b>深圳生產設施</b>			
設計產能 <sup>(1)(2)</sup> (千台)	2,656	2,709	3,293
產量 <sup>(2)</sup> (千台)	2,123	2,204	2,831
利用率 <sup>(3)</sup>	80.0%	81.4%	86.0%
<b>河源生產設施</b>			
設計產能 <sup>(1)(4)</sup> (千件)	42,426	86,342	119,960
產量 <sup>(4)</sup> (千件)	33,059	52,589	110,551
利用率 <sup>(3)</sup>	77.9%	60.9%	92.2%

附註：

- (1) 設計產能數字乃根據多項假設計算，包括日常運作時間、工作天數、各生產線每小時的產能及於相關年度已安裝的生產線總數。上述數字乃根據於各生產設施每天運作23個小時，每月運作28天及每年運作12個月的假設計算。
- (2) SMT程序是運動相機的主要生產流程，而運動相機的產量則主要由我們SMT生產線的產能決定，故我們SMT生產線的產能亦相當於我們深圳生產設施的產能。我們深圳生產設施的SMT生產線一般可交替用於生產多個型號的運動相機，以及其他數碼影像、家庭影像及可穿戴智能產品。因此，我們SMT生產線的產能及產量視乎產品的組合及複雜程度而定。上述設計產能及產量數據乃基於假設所有來自SMT生產線的相關產品可轉換至標準化產品單位（即相關年度最大付運量的產品）而計算。
- (3) 利用率乃以相關年度的產量除以設計產能計算。
- (4) 由於河源生產設施的注塑生產線一般可交替用於生產各種運動相機配件和相關部件，我們注塑生產線的產能及產量視乎產品的組合及複雜程度而定。上述設計產能及產量數據乃基於假設所有相關產品可轉換至標準化產品單位（即相關年度最大付運量的產品）而計算。

深圳生產設施的利用率由2012年約80.0%上升至2014年約86.0%。增幅乃主要由於往績記錄期間運動相機付運量持續增長所致。

河源生產設施的利用率由2012年約77.9%下降至2013年約60.9%，主要由於我們於2012年購入更多設備而使我們的產能大幅提升。我們的利用率由2013年約60.9%增加至2014年約92.2%，主要由於運動相機配件及相關部件於2014年的付運量增加。

## 業 務

### 採購

#### 原材料及零部件

在我們的整個生產過程中，我們會採用各種原材料及零部件。我們的主要原材料和零部件包括處理器（如DSP）、傳感器及鏡頭。我們通常根據從客戶收到的採購訂單採購原材料及零部件。然而，我們在訂購需要較長付運時間的原材料及零部件時亦會先行諮詢客戶的預期採購額。我們一般就每宗訂單購買原材料及零部件，且不會維持長期協議。原材料及零部件的成本佔我們絕大部份生產成本。於2012年、2013年及2014年，原材料及零部件成本分別佔我們總銷售成本88.2%、88.0%及88.0%。

我們大部份原材料及零部件通常不會遇到大幅價格波動。然而，由於現有零部件的價格會因市場推出更先進的零部件而有所下降，DSP及傳感器等若干零部件傾向隨著時間推移而逐步降價。

我們直接或間接從美國、台灣、日本及中國的供應商採購主要原材料及零部件。我們的採購大部份以美元計值。我們的海外供應商通常將原材料和零部件運送至香港，然後我們會通過第三方物流服務供應商安排陸地運輸，將原材料和零部件運送至我們的中國生產設施。我們的供應鏈管理部門包括一個報關團隊，使我們能夠在內部高效地處理報關事宜。於往績記錄期間，我們並無遇到任何對我們業務造成重大影響的原材料及零部件供應短缺或延誤情況。

#### 供應商

對於部份JDM產品，我們的客戶通常會為其產品的選定原材料及零部件指定一個或多個經認可或指定供應商，而定價將由我們的客戶與各該等供應商決定。例如，客戶A通常會指定關鍵零部件的特定供應商，並直接與之議價。與此同時，客戶A亦會提供一份若干其他零部件的經認可供應商的名單，由我們與該等供應商議價。對於客戶指定供應商，價格變動對我們並無影響，因為原材料及零部件價格的上漲已直接轉嫁予客戶。我們的客戶，包括客戶A，亦會選擇自行採購原材料，並將原材料轉運予我們。

倘若客戶並未指定任何特定供應商，我們會根據我們的質量保證指引選擇供應商並自行議價。我們參考多項因素挑選供應商，例如其經營規模、產品質量、成本、發貨安排、服務及創新的範圍等。

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則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且彼此之間並無關聯。

我們的供應商通常授予我們自發票發出日期起計30至90天的信貸期，並接受電匯轉賬付款。

有關原材料及零部件成本波動如何對我們的財務業績造成影響的資料，請參閱本[編纂]「財務資料－節選綜合損益表項目說明－銷售成本」一節。

## 業 務

### 存貨控制

我們的存貨包括原材料及零部件、在製品和製成品。我們為生產流程中常用的原材料及零部件保持一個安全庫存，以支持標準產品的生產需要，並製作用於自主研發的產品原型。一般而言，原材料、零部件、在製品及製成品的庫存時間為一個月或以內。

### 銷售及市場推廣

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。我們亦將部份產品銷售予與品牌客戶有合作關係的下游供應商。我們的品牌客戶包括客戶A、iON、NETGEAR及Canary等。

我們亦以ODM模式製造並銷售標準產品。我們向品牌客戶、進口商及零售商推廣及銷售該等產品。

我們通過參加大型國際展會來進行市場推廣及建立客戶關係。於往績記錄期間，我們參加的各種展會包括香港電子展（春季及秋季展）、環球資源電子產品展：電子及零配件類以及國際消費電子展。除我們的市場推廣部門外，我們的產品開發人員亦會通過解釋及展示我們的專業技術和經驗協助銷售。

為建立更密切的聯繫及更好地進行溝通，我們的產品規劃部門向我們的大型JDM及ODM客戶提供定制的客戶服務，以協助其新產品開發計劃及市場定位。我們計劃於未來擴充該團隊，以向新客戶提供類似服務。

除JDM及ODM產品外，我們以自主品牌「唯彩」設計、生產及出售少量數碼影像產品。我們主要透過網上渠道向國內的終端客戶出售該等產品。我們的市場推廣部門包括專責在中國推廣產品品牌「唯彩」的團隊。

### 定價

我們主要根據生產產品所產生的估計成本加上因應產品種類及所出售型號而變動的利潤率為JDM及ODM產品定價，我們相信這定價符合行業慣例。我們定期審閱我們的生產成本，並就每份採購訂單與客戶磋商及協定價格。對於需要額外設計及開發工作的客戶，我們會考慮進行有關修改所需的額外成本，並向客戶匯報新價格，待其批准或再行商議。定價亦視乎訂購量而定。我們可間或對大額大批次訂單給予折扣。

### 客戶

我們的主要客戶包括客戶A及若干其他客戶，我們以JDM及ODM模式為他們生產產品。於2012年、2013年及2014年，來自我們五大客戶（均為獨立第三方）的收入則分別佔我們總收入的85.9%、85.5%及89.1%。此外，我們獲客戶A認可或指定以為若干客戶A的供應商生產客戶A相關配件。除客戶A及其供應商外，我們生產及出售產品予由超過100位客戶組成的龐大客戶群。



## 業 務

下表載列我們於所示年度的收入明細以及客戶A及其供應商以及其他客戶佔總收入的百分比：

	截至12月31日止年度					
	2012年		2013年		2014年	
	千港元	佔總收入 百分比	千港元	佔總收入 百分比	千港元	佔總收入 百分比
客戶A及其供應商	1,246,324	75.1	1,296,476	79.9	1,729,800	82.7
其他客戶	412,505	24.9	326,051	20.1	362,585	17.3
	<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>

於往績記錄期間，由於我們對客戶A及其供應商的運動相機及配件的付運量於同期整體增加，我們對客戶A及該等供應商的總銷售額所帶來的收入貢獻因而有所增加。有關付運量增幅主要受客戶A的快速銷售增長推動，有關銷售額於2012年至2014年以複合年增長率62.8%增長，符合近年市場需求的大幅增長。

於2014年第三季度，我們開始商業生產及付運家庭影像產品，而家庭影像產品的銷售已成為我們業務的一個新收入來源。於截至2015年3月31日止三個月，家庭影像產品的銷售產生收入59.8百萬元，佔該期間總收入11.9%。使來自客戶A及其供應商以外的客戶收入貢獻百分比增加。有關本公司的多元化策略及其實施詳情，請參閱本[編纂]下文「客戶多元化」一節。

### 與客戶A的關係

我們自2006年與客戶A一直保持建立多年的穩固關係。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。我們致力維持及進一步加強此關係以保持我們的競爭地位。

我們已與客戶A訂立一項全球供應協議（「**全球供應協議**」），以及一項總產品開發協議（「**總產品開發協議**」）。該等協議為我們的持續關係提供了框架。

### 全球供應協議

我們根據全球供應協議所載條款製造、包裝及銷售產品予客戶A。我們相信該等條款符合一般市場慣例。全球供應協議訂明我們同意根據彼等的採購訂單供應數碼攝錄機產品及配件。

根據全球供應協議條款，客戶A將向我們每月提供十二個月的滾動預測，使我們能採購物料以準備預計的貨量需求。我們同意在收到預測後提供書面的產能計劃連同物料存貨報告。倘客戶A調低其預測，彼等將在全球供應協議條款詳述的若干情況下承擔已購入的過剩物料的成本。

全球供應協議規定產品的價格將於採購訂單內訂明並以美元列示。我們同意我們將於交付日向客戶A發出發票，而我們將在我們的工廠位置以貨交承運人方式運送產品。

## 業 務

除非提前終止，否則全球供應協議將持續有效直至2017年12月31日，並將逐年自動重續，直至協議終止或客戶A與我們以協議方式終止為止。全球供應協議可由任何一方因另一方犯下重大違約或進入資不抵債狀況而終止，或向對方發出180日書面通知終止。

我們亦已同意，為了保障客戶A的知識產權，我們不會在協議期內或終止協議後三個月內設計或製造若干類似相機產品，惟客戶A須遵守若干最低採購額承諾。

### 總產品開發協議

我們亦與客戶A訂立總產品開發協議，其訂有我們向客戶A提供設計、開發及測試服務的條款以及雙方之間有關知識產權的條款。我們相信該等條款符合一般市場慣例。

於該協議期間，我們將為於本公司致力於客戶A產品工作的工程師設立專用工程室以維護與該服務有關的任何文件及材料的機密性。所有將由客戶A支付的成本及開支將載於適用的工作說明書。

根據總產品開發協議的條款，未經客戶A事先書面同意，我們另外開發或取得的任何知識產權將不會用於任何彼等的交付物或產品。我們進一步同意向客戶A轉移及轉讓總產品開發協議或任何工作說明書項下我們擁有或取得用於設計或提供的產品或交付物的全部權利、所有權及利益，包括知識產權。客戶A已同意向我們授予在協議期內使用客戶A知識產權的非獨家、免專利費授權，該授權僅可用於客戶A產品的開發、修改、支援及製造。

我們同意授予客戶A使用、複製、分銷、製作衍生產品及再授權本集團知識產權的非獨家全球免專利費不可撤回永久許可，以開發、修改、支援、生產、分銷或銷售本集團根據工作說明書製造的產品。我們亦同意授予彼等另一使用、複製、分銷、製作衍生產品及再授權本集團現有或於總產品開發協議後創建的知識產權的非獨家全球收取專利費不可撤回永久許可，以開發、修改、支援、生產、分銷或銷售彼等的產品。

總產品開發協議將持續有效直至任何一方因另一方犯下無法於書面通知發出後30日內作出補救的重大違約或進入資不抵債情況而終止協議為止，或客戶A可因故或無故向我們發出90日書面通知後終止協議。

### 客戶多元化

#### 多元化政策

於2012年、2013年及2014年，除客戶A及其供應商外，我們分別有173、177及139名客戶。該等客戶數目減少主要由於我們的數碼影像產品客戶減少，與整體行業趨勢一致。然而，同期運動相機及家庭影像產品的客戶基礎增加，於2012年、2013年及2014年分別為25、44及57名客戶（客戶A及其供應商除外）。

根據弗若斯特沙利文，預期智能家庭IP相機及可穿戴智能設備將於2015年至2019年分別以複合年增長率72.4%及80.1%增長。鑒於家庭影像及可穿戴智能產品的需求預期會快速增長，加上我們善用我們於數碼影像產品研發及生產方面既有的能力，自

## 業 務

2013年起，我們開始投資於新產品規劃以拓展至家庭影像及可穿戴智能產品業務。我們致力利用把握該等產品快速增長的市場需求，並創造新收入來源，以發展業務及擴大我們的客戶基礎。

我們於2014年第三季度開始商業生產及付運家庭影像產品。自此，我們為多名客戶（如iON、NETGEAR及Canary）開發及生產家庭影像產品。我們於2014年自家庭影像產品的銷售產生50.3百萬港元的收入，並於2015年第一季度就家庭影像產品繼續錄得強勁銷售。就可穿戴智能產品而言，我們已創建及測試各種產品原型，以於貿易展覽及其他渠道作市場推廣。我們亦與部份品牌客戶進行JDM項目以共同開發新的可穿戴智能產品。我們預期於2015年第二季度接收可穿戴智能產品採購訂單及開始付運。我們亦計劃為我們的家庭影像及可穿戴智能產品設立新自主品牌，同時向現有客戶交叉銷售，並吸引客戶A及其供應商以外新客戶的JDM和ODM採購訂單。

### 實施多元化政策

根據截至2015年3月31日止三個月的經審閱管理賬目，來自家庭影像產品銷售的收入達到約59.8百萬港元，佔我們同期總收入約11.9%，與我們截至2014年12月31日止年度佔總收入2.4%相比顯著增加。主要由於家庭影像產品銷售額大幅增長影響，於截至2015年3月31日止三個月，客戶A及其供應商貢獻的收入佔我們總收入百分比下降至約78.5%（2014年為82.7%及2013年為79.9%）。

隨著家庭影像及可穿戴智能產品行業進一步發展，我們預期我們將可於未來數年向更多客戶出售該等新產品。我們相信家庭影像及可穿戴智能產品將成為我們業務的新增長動力，而於未來數年向其他客戶銷售該等產品將以較我們未來向客戶A及其供應商的銷售為高的速度增長。因此，董事預期家庭影像及可穿戴智能產品將成為我們收入的重要來源，而對客戶A及其供應商所貢獻的收入就百分比而言將隨著時間推移而逐步減少。

家庭影像及可穿戴智能產品的銷售預期將會增加，我們計劃透過增設五條SMT生產線提升及增加產能。請參閱本[編纂]本節上文「業務策略」一段。

基於（其中包括）(i)就家庭影像產品業市場規模及前景而與我們的管理層及客戶進行的訪問；(ii)審閱弗若斯特沙利文編製的委託市場研究報告；(iii)我們的家庭影像產品於截至2015年3月31日止三個月的收入貢獻和增長；(iv)就我們的家庭影像及可穿戴智能產品產能擴張計劃與我們的管理層進行的討論；(v)就降低客戶A及客戶A供應商對本集團的相關收入貢獻佔總收入的百分比所採取的策略和措施而與我們的管理層進行的討論；及(vi)董事對我們的多元化策略的成效的看法，獨家保薦人並無理由懷疑我們的多元化策略的成效。

更多有關我們與客戶A的業務所涉風險的討論，請參閱本[編纂]「風險因素－與我們業務及行業有關的風險」一節。

### 季節性

我們的銷售以往受季節所限。受客戶及消費者的季節性購買模式的影響，全年收益波動在數碼影像行業較為常見。我們通常在下半年錄得較高銷售額，乃由於我們的客戶預計其產品在聖誕節及新年期間的市場需求較大，故在下半年向我們下達採購訂單。

## 業 務

### 交付

我們委聘第三方物流服務供應商交付我們的產品予我們的訂單客戶。我們已與全部與我們合作的物流服務供應商訂立物流服務協議，據此，彼等須對交付過程中產生的任何直接損失負責。我們為產品的交付投購運輸險。

就客戶A的採購訂單而言，我們按FCA的方式自我們的生產設施運輸產品，惟採購訂單另有協定除外。我們負責指定地點前的運輸、報關安排及成本以及所有損失風險。我們亦在產品交付至協定的FCA地點前保留產品的所有權。

對於其他海外客戶，我們一般會將產品送到香港，然後再由客戶負責安排運送產品至其最終目的地。損失風險由負責交付的一方承擔。我們通常僅承擔貨物抵達香港前的損失風險。

### 售後

我們提供售後服務，包括針對產品的製造缺陷提供自付運日期起計12至24個月不等的保修期。保修期視乎客戶而定。如果在保修期內發現製造缺陷，我們將視情況為客戶換貨、維修或全額退款。退款金額將根據產品於退貨時最近的市場價格計算。就非製造缺陷而言，我們亦會提供維修服務，但成本須由客戶承擔。

### 質量控制

我們強調對產品實行嚴格的質量控制。我們已在我們業務過程中從設計到產品開發直至最終生產的每一階段實行全面的質量控制措施。我們的質量控制政策強調的主要原則是完整、高效及創新。我們不斷更新及完善質量手冊，以掌握最新要求。我們目前的質量手冊乃基於ISO 9001: 2008標準制定。

我們的質量控制部在深圳及河源生產設施均設有辦公室。該部門分為四個分部：設計品質保證(DQA)、品質保證(QA)、進料品質控制及出貨－制程品質控制。此外，技術人員也會通過維護及檢測設備的安全及效率協助控制質量。截至2014年12月31日，我們的質量控制團隊包括逾200名僱員，由一名擁有約17年質控經驗的高級經理領導。該名高級經理負責建立及宣傳我們的質量政策及目標、組織並監督質量控制部員工、審閱檢驗記錄及分析每月質量報告。

就原材料及零部件而言，任何新供應商均須經過供應鏈管理部採購分部的評估及批准。我們擁有供貨檢查及控制程序，包括在供應商的場地檢查及核實訂單。在首次使用前，我們須對所有原材料及零部件進行樣品測試。在組裝的每一階段後，在製品將接受檢驗及功能測試。產品組裝完畢後會進行下一輪產品檢測與防水測試。隨後進行新一輪的檢驗及出貨質量控制抽樣檢查，最後才能交付最終成品。測試與檢驗階段均擁有專門為相關產品說明書制定的各自特定的標準。

此外，我們的客戶亦參與質量控制過程。當客戶首次選擇購買我們的產品時，我們會向他們提供基於我們本身的說明書組裝的樣品，客戶便可評估是否想要進行任何改裝。客戶亦可在整個生產過程中對我們的供應商及設施進行定期檢查，以確保符合我們的質量標準。在整個過程中，我們都與客戶保持密切的溝通，因此我們能夠充分評估客戶的需求並對任何可能出現的變化、關注點或要求作出有效的回應。



## 業 務

另外，我們的廠房及相關設施定期接受中國不同級別國家質檢機構的檢查，以確保我們遵守中國的產品質量法律法規。

### 風險管理

我們採用一套綜合風險管理系統以盡量減少及防止一系列的戰略、業務、財務及法律風險。我們透過我們的風險管理系統設法管理及減少風險，鼓勵進行有效及可靠的通信，維持法律遵規情況，以及提升我們業務和管理的效率。

我們的風險管理系統乃按三個級別執行。第一級別，即各部門總經理負責按相關政策籌劃日常工作。第二級別，則內部審計部門須積極集中我們的風險管理政策，並透過定期審計對各個別部門進行監察。內部審計部門主管為中國註冊會計師，擁有約八年審計經驗及約一年財務管理經驗，並取得會計學學士學位。而第三級別（即最高級別）則涉及由董事會就若干風險管理決策作出決定。該三個級別的相關人員經常通信，藉以確保各有關人士間得以共享準確信息。

為制訂及落實有效政策，我們的風險管理系統強調持續的信息收集。我們的風險管理系統收集有關各類業務、財務及法律風險（如市場需求、技術發展趨勢及創新、與競爭對手的比較資料、我們的財務表現及經營業績、產品存貨及銷售成本、知識產權法、公司法及可能發生法律糾紛的變動等）的數據資料。

所收集的資料乃用於進行風險評估。我們的風險評估程序會考慮本公司的整體風險準則，務求對潛在風險可能對我們就戰略、業務、遵規及財務申報各方面訂立的目標所造成的影響進行準確評估。我們設法識別出內部風險（如僱員道德操守、我們的財務狀況或產品質量等）和外部風險（如經濟及法律發展、技術發展及環境因素等）。所識別的風險乃按其發生的可能性及其可能對我們業務構成影響的程度的基準進行評估。我們將密切監察較大可能發生的風險，藉以確保評估結果準確。其後，我們會為避免、緩解或降低該等風險及任何負面後果而釐定應當實施的對策。

### 獎項及證書

於往績記錄期間，我們獲得知名機構及品牌客戶頒發的多個獎項，作為對我們的成就的認同。下表載列我們獲得的主要獎項：

獲獎年份	獎項	頒獎單位或機構
2013年	廣東省製造企業500強	廣東省製造業協會
2013年	廣東省製造業傑出貢獻企業	廣東省製造業協會
2014年	一項表揚我們作為主要生產商的重大貢獻的獎項	客戶A

## 業 務

我們獲得多項質量管理標準認證。下表載列我們獲得的主要認證：

頒發日期	收受人	認證	頒發組織或機構	有效期
2014年9月2日	深圳天彩電子	ISO 9001: 2008	廣東中鑒認證有限公司	2017年9月1日
2014年5月4日	河源市新天彩科技	ISO 9001: 2008	廣東中鑒認證有限公司	2017年5月3日

## 競爭

隨著全球數碼影像及智能技術行業升級及產品更替週期加快，數碼影像行業競爭激烈且充滿活力。我們面對來自其他ODM生產商以及本身擁有生產設施的品牌公司的競爭。我們同時在產品設計、質量及先進技術方面面對來自其他中高端生產商的競爭。隨著數碼影像技術的發展，我們也可能遭遇來自其他領域（如智能手機）的競爭。就區域市場而言，我們不僅面對與亞洲硬件生產商的競爭，還面對與全球（尤其是美國）軟件開發商的競爭。我們致力憑借充分利用新興的雲計算技術、移動應用程式、智能設備和家庭影像系統，提供創新且全面的解決方案，使我們脫穎而出。

在JDM/ODM領域，我們將在生產規模及工序、產品創新、技術研發、成本、價格、營銷渠道及其他方面進行競爭。我們在中國及整個亞洲，特別是台灣，面對來自數量不斷增長的數碼影像生產商的競爭。鑒於我們與全球領先品牌合作的長期歷史，以及強大的內部研發部不僅為我們提供生產力而且提供增值產品創新及解決方案，我們認為我們在該市場領域能夠有力地競爭。另外，我們的JDM業務模式令我們能夠與品牌客戶發展更緊密的關係。

就我們自主品牌的產品而言，由於我們拓寬產品範圍，我們面對與進入同一領域的老品牌及新興品牌和生產商之間競爭。

有關競爭格局及我們的市場定位的進一步資料，請參閱本[編纂]「行業概覽」一節。

## 業 務

### 僱員

於2014年12月31日，我們合共有3,424名全職僱員，其中26名受僱於香港、1,622名受僱於深圳市及1,776名受僱於河源市。下表載列我們於2014年12月31日按部門劃分的僱員明細：

部門	僱員數目
生產	2,367
產品規劃及研發	349
供應鏈管理	232
管理層、財務及行政	224
質量保證	210
銷售及市場推廣	42
總計	<u>3,424</u>

於往績記錄期間，並未發生對我們業務有重大不利影響的罷工、勞動糾紛、索償、訴訟、行政處罰或有關勞動糾紛的仲裁。

我們認為，僱員的招聘及培訓是我們業務的一個重要環節。我們的招聘程序包括利用求職網站、現場招聘及引薦。一經聘用，我們的僱員將接受一個分為四部份的培訓程序，包括(i)入職培訓，我們介紹我們的公司文化、規章制度以及安全指引，(ii)過渡培訓，在開始工作前新僱員會與一名監督員或指導員配對，以幫助其學習工作技巧，(iii)在職培訓，涵蓋管理及專業技能及知識，及(iv)年度培訓計劃（每月有具體實施方案），以保持及提升我們僱員的工作技能。

我們根據全體僱員的表現（按季度評估釐定）向其支付固定薪酬及花紅。由於研發就業市場競爭高度激烈，我們力求向我們的研發人員提供高於市場水平的薪酬，以吸引及挽留優秀人才。我們定期審閱薪酬及福利政策，確保我們的做法符合市場標準及相關勞工法規。為向僱員提供（其中包括）額外獎勵以提高其業務表現，我們已有條件採納[編纂]及[編纂]，據此，承授人有權行使購股權以認購股份，惟須受各計劃的條款及條件所限。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。

### 社會保險及住房公積金供款

根據適用中國法律及法規，僱主須對多項社會保障基金（包括基本養老保險、基本醫療保險、失業保險、工傷保險及生育保險的基金以及住房公積金）作出供款，而僱員（包括農民工）亦須參與該等社會保障基金計劃。有關詳情請參閱本[編纂]「法規概覽－與勞工保障有關的法律及法規」一節。於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，我們並無接獲僱員任何有關我們就任何社會保險或住房公積金繳納供款不足的投訴，亦無接獲監管機構任何就要求對任何社會保險或住房公積金供款的命令或通知。於往績記錄期間，我們已就所有社會福利及住房公積金供款計提全額撥備。

## 業 務

我們有部份僱員為農民工，其流失率一般較高，而接納社會保險及住房公積金制度的程度亦有所不同。在2015年1月前，河源市新天彩科技並無向社會保險及住房公積金足額繳納我們的供款，而於2012年、2013年及2014年，未繳金額分別為人民幣3.1百萬元、人民幣2.2百萬元及人民幣2.2百萬元。自2015年1月起，我們已就所有該等金額計提撥備，並向社會保險及住房公積金足額繳納我們的供款。據我們的中國法律顧問告知，根據與負責河源市新天彩科技社會保險及住房公積金供款的相關政府主管部門進行的面談，(i)河源市新天彩科技並無因其社會保險及住房公積金供款而牽涉任何調查或遭相關政府當局處以任何行政處罰；及(ii)河源市新天彩科技會因任何其他供款或任何滯納金而遭相關政府當局指控或處罰的風險極低。

### 職業健康及安全

我們須遵守中國安全生產法、中國勞動法及其他相關法律、行政法規、國家標準及行業標準，當中訂明須維持安全的生產環境及保障僱員職業健康的規定。根據該等規定，任何設施或設備不足以確保安全生產的實體，不得從事生產及業務營運活動。在中國經營的實體必須向僱員提供安全生產教育及訓練計劃以及安全的工作環境。生產設施及設備的設計、製造、安裝、使用、檢查及維修須符合適用的國家或行業標準。

我們已在我們的生產設施實施安全措施以確保符合適用的監管規定及使僱員受傷風險降至最低。我們定期檢查營運設施以確保我們的生產營運符合現行法律及法規。此外，我們要求新入職僱員接受工作安全培訓。

於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，我們並無因設備故障導致任何重大或長時間的停產，而我們的生產過程亦無發生任何嚴重事故。截至最後實際可行日期，我們的生產設施已符合所有中國的適用法律、法規及標準。

### 環境保護

我們受若干有關環境保護的法律和法規所規限。有關該等法律和法規的詳情，請參閱本[編纂]「法規概覽」一節。

我們已委聘政府認證的第三方廢棄物管理公司，定期協助我們處理、回收及儲存我們在兩個生產設施內進行生產工序所產生的化學廢棄物副產品。此外，我們已按照環境法律法規在我們的河源生產設施安裝過濾和淨化系統，以管理噴塗過程中產生的廢水及空氣污染物。深圳設施並無進行噴塗工作，故不需要該等額外環境保護系統。

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們從未因我們的生產收到任何有關污染的通知或警告，亦無因違反中國任何環境保護法律而被中國政府機構處以任何罰款、刑罰或其他法律行動，且就董事於作出一切合理查詢後所知，我們概無因上述事宜面臨任何中國政府環保機關可能採取或待決的訴訟。



## 業 務

### 保險

除政府指定的社會保險及住房公積金計劃外，我們就設備及存貨投購物業保險以及貿易應收款項保險。我們相信，投保範圍屬足夠並符合行業慣例。於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，我們並無面臨任何因運營意外而引起的重大申索或責任，或遇到任何重大生產中斷或產品責任事故。

於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，我們並無提出或被提出任何對本集團而言屬重大的保險索償。

### 物業

截至最後實際可行日期，我們於香港及中國合共擁有13項物業及租賃合共23項物業。

#### 自有物業

截至最後實際可行日期，我們擁有12項位於廣東省深圳市的物業及一項位於香港的物業。

12項位於中國的物業中，五項為位於深圳市寶安區同一地點的住宅物業，總樓面面積約為184平方米。其餘七項物業為位於深圳市寶安區另一地點的住宅物業，總樓面面積約為686平方米。我們於2014年11月以低於市價的價格向寶安區住宅局購買該12項物業作為補貼租賃住房，並以深圳市政府所定租金租賃予合資格研發人員。我們已悉數支付該等物業的購買價。據我們的中國法律顧問所告知，我們享有補貼租賃住房的有限業權（包括持有、使用及內部租賃該等物業的權利，惟不得自由轉讓、向第三方租賃或抵押任何該等物業）。

我們在香港擁有的物業為位於觀塘的商用物業，總樓面面積約為180平方米。我們使用該物業作為香港產品規劃以及銷售及市場推廣人員的辦公室。截至最後實際可行日期，該物業並無任何業權缺陷。

#### 租賃物業

截至最後實際可行日期，我們於中國租用22項物業。

該22項物業中，21項物業位於深圳市寶安區及河源市高新技術開發區。我們主要使用該等物業為生產設施及員工宿舍，以及作員工的福利用途。深圳市寶安區及河源市物業的總樓面面積分別約為17,979平方米及33,764平方米。深圳生產設施及員工宿舍的業主並未取得房屋所有權證及建築工程規劃許可證。根據中國法律顧問，我們作為承租人將不會承受因未取得相關許可證及房屋所有權證而可能施予的任何處罰。有關詳情請參閱本節「解決所有權缺陷相關風險的計劃」一段。

此外，截至最後實際可行日期，我們於深圳市南山區的深圳市高新技術產業園租賃一項物業。該物業總樓面面積約為1,666平方米。我們使用該物業作為我們的研發中心。

截至最後實際可行日期，我們於香港租賃一項物業。該物業位於觀塘，總樓面面積約為237平方米。我們主要使用該物業作為我們香港產品規劃人員的辦公室。

## 業 務

除我們河源市所有租賃物業的業主新勇藝外，我們的業主均為獨立第三方。有關我們與新勇藝的租賃協議詳情，請參閱本[編纂]「關連交易－須遵守公佈規定的不獲豁免持續關連交易」一節。

截至最後實際可行日期，概無構成我們非物業活動一部份的單一物業權益佔我們總資產賬面值的15%或以上。因此，我們毋須根據上市規則第5章對我們的物業權益進行估值或將物業權益的估值報告載入本[編纂]。因此，根據香港法例第32L章公司（豁免公司及[編纂]遵從條文）公告第6(2)條，本[編纂]獲豁免遵守《公司（清盤及雜項條文）條例》附表三第34(2)段下第342(1)(b)條的規定，該條規定我們須加載有關土地或樓宇的一切權益的估值報告。

### 有關我們於深圳生產設施的所有權缺陷

我們與作為出租人的獨立第三方深圳市黃田股份合作公司（「黃田合作公司」）訂立一份租賃協議，以租賃位於深圳市寶安區的金碧工業區第1號、第5號及第6號工業廠房的物業作為深圳生產設施（「黃田廠房」），總樓面面積為11,934平方米。租期將於2019年12月31日屆滿。

根據集體土地建設用地使用證，黃田廠房乃建於集體土地上，而有關土地使用權擁有人僅可建設住宅用物業。黃田合作公司建設該物業作工業用途，有關用途與已批准的建設用途不符。由於黃田合作公司並未達成取得房屋所有權證的先決條件，即尚未取得建設工程規劃許可證、建築工程施工許可證及竣工驗收備案表，故黃田合作公司並未取得黃田廠房的房屋所有權證。誠如我們的中國法律顧問所告知，鑒於有關所有權缺陷，我們面臨中國政府當局可能視黃田廠房的租賃為無效及不可執行的潛在風險，因此，我們可能被迫遷出黃田廠房。誠如我們的中國法律顧問所告知，我們作為承租人毋須承擔任何該等所有權缺陷直接引致的任何處罰風險，我們亦毋須就未根據中國法律法規取得相關許可證及房屋所有權證而可能對黃田合作公司施加的任何處罰向黃田合作公司作出賠償。鑒於黃田廠房的生產線可輕易搬遷至寶安區附近地區的其他空置廠房設施，而該地區擁有充足空置廠房設施，董事認為，黃田廠房個別或集體而言對我們的業務並不構成實質重大影響。我們認為產品規劃及研發對於我們保持競爭力和未來增長至為重要，由於我們已於深圳市南山區高新技術產業園設立研發中心，以專注於我們的產品規劃及研發工作。由於我們的產品規劃及研發員工愈來愈多以我們的研發中心為基地，而非黃田廠房，因此，黃田廠房的所有權缺陷不會對我們的產品規劃及研發能力構成任何重大影響。

## 業 務

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期止，我們並無接獲任何人士就我們佔用黃田廠房的權利提出任何質疑，我們亦無接獲遷離黃田廠房的任何通知。就搬遷風險而言，我們已取得由深圳市規劃和國土資源委員會寶安管理局（「寶安管理局」）、黃田社區居民委員會及寶安區西鄉街道辦事處聯合發出的書面確認，其確認(i)用於建設黃田廠房的土地屬集體土地，有關土地由黃田合作公司擁有；(ii)黃田廠房已被相關政府當局視為「歷史遺留生產經營性違法建築」，及黃田合作公司已就有關所有權缺陷遞交報告；(iii)根據中國法律的規定，有關租賃登記已獲接納，於有關租賃協議有效期內，我們將獲准根據現有條款繼續租賃黃田廠房，而黃田廠房將毋須被清拆。誠如我們的中國法律顧問所告知，寶安政府為有關所有權缺陷的主管當局，根據上述書面確認，相關中國機關會勒令我們強制搬遷的風險甚微。此外，我們的控股股東已共同及個別地承諾就本集團在我們於現有租期內因有關所有權缺陷而需要遷離黃田廠房所產生的一切損失及費用向我們作出賠償。根據有關租賃協議，倘於現有租期內發生任何不可抗力事件或出台政策，將不會沒收任何租金按金或導致任何形式的損失。

為應付日後上述物業的缺陷，我們已制定一系列內部控制指引，旨在確立強而有力的企業管治，確保在廣泛公司事務上符合相關法定及監管規定，包括涉及日後物業權益的法律合規及批准規定。我們致力繼續提升及加強企業管治及內部控制系統，並尋求在日後適當時候採納及執行進一步措施及機制，以確保維持高水平的企業管治及內部控制。

於截至最後實際可行日期止12個月，我們的業務並無因有關所有權缺陷而發生可能或已經對財務狀況造成重大影響的任何中斷事件。

### 解決所有權缺陷相關風險的計劃

#### *我們有關黃田廠房的意向*

基於以上所述及經考慮搬遷的費用，我們有意繼續租賃黃田廠房，直至有關租賃協議於2019年12月31日屆滿為止。租賃期滿後，我們或會考慮搬遷我們於黃田廠房的運營。

#### *有關我們於黃田廠房的生產設施的後備方案*

誠如我們的中國法律顧問所告知，由於黃田合作公司（作為出租人）是相關業權證明書及批准的合適申請人及責任方，故我們（作為承租人）將毋須就該等所有權缺陷承擔任何法律責任。由於完善有關所有權缺陷並非我們的責任及可控制範疇以及遭強制搬遷的可能性甚微，故我們已制定以下搬遷應變方案：

## 業 務

### 搬遷

於2015年3月1日，我們與一名獨立第三方深圳市屹海達投資有限公司（「深圳後備廠房業主」）訂立一項具法律約束力的協議（「預租協議」）。根據預租協議，於2016年11月30日或之前，我們有權要求深圳後備廠房業主與我們訂立正式租賃協議，藉以租賃若干位於深圳市寶安區西鄉鎮勒竹角村鴻業工業園的廠房（「深圳後備廠房」），為期五年。深圳後備廠房距離黃田廠房少於10公里，總樓面面積約為16,110平方米，作工業用途。倘我們被迫遷離黃田廠房，則我們可行使我們於預租協議下的權利，從而在有需要時於十日內將我們於黃田廠房的生產設施遷到深圳後備廠房，即(i)搬遷生產線所需五日及(ii)安裝及調試生產線所需五日的總和。董事認為，把我們的生產設施從黃田廠房遷到深圳後備廠房的費用（包括物流開支及翻新深圳後備廠房的資本開支）將約為4.9百萬港元，並將由我們的內部資源撥付有關費用。此外，若進行搬遷，黃田廠房的租賃裝修將予撇銷。於2014年12月31日的租賃裝修賬面淨值為0.3百萬港元。

臨近預租協議屆滿時及倘黃田合作公司尚未修正有關所有權缺陷，我們將尋求重續預租協議或與另一方洽談訂立類似安排。誠如我們的中國法律顧問所告知，深圳後備廠房業主擁有深圳後備廠房的法定所有權，並有權向第三方租賃深圳後備廠房，以及預租協議屬合法、有效及具有約束力。鑒於深圳後備廠房的總樓面面積較原面積大約4,175平方米，故董事認為深圳後備廠房有足夠空間容納黃田廠房的生產設施。董事認為，鑒於已訂立預租協議，我們將較其他承租人優先租用深圳後備廠房。經向物業代理作出適當查詢後，據董事所深知，現時於黃田廠房的周邊地區亦有具類似面積及租賃用途的其他生產設施（深圳後備廠房除外）選擇可供長期租賃。

### 搬遷至深圳後備廠房的安排

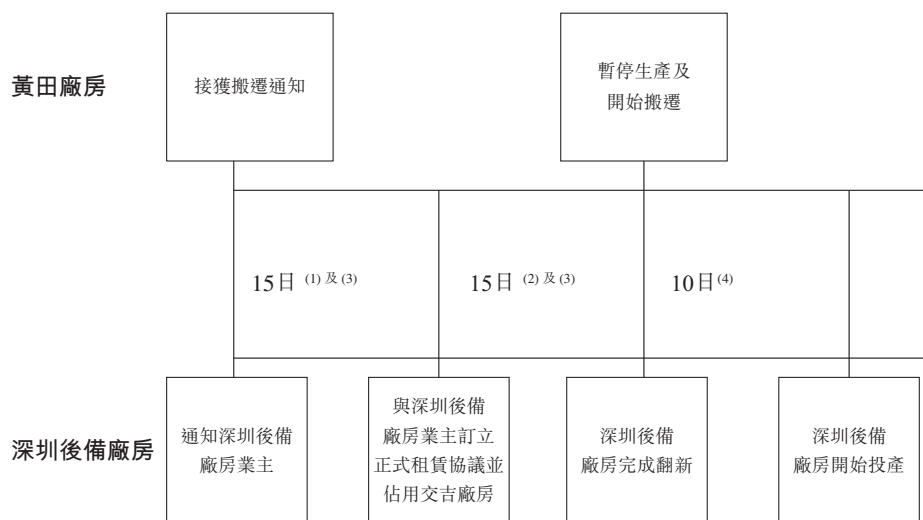
倘進行搬遷，我們將行使我們於預租協議下的權利，要求深圳後備廠房業主與我們就全部或部份深圳後備廠房訂立正式租賃協議。根據我們過往進行擴充及將若干業務單位從黃田廠房遷到河源市的經驗，預期遷離黃田廠房需時五日，而我們則多需額外五日以安裝及測試生產線。我們預期，我們在接獲搬遷通知後有充裕時間計劃必要的搬遷準備，而我們的生產業務將由實際搬遷開始當日起計十日內全面恢復。以下事項僅供說明用途，倘我們被迫終止黃田廠房，並假設黃田廠房在發生該情況時正全面營運，根據相關業務單位於截至2014年12月31日止年度於黃田廠房運營的收入，失去十日的生產時間將導致損失收入約41.0百萬港元，惟並無計入來自以下各項的收入：(i)任何可行的黃田廠房輪班重新安排，(ii)我們不受影響的河源生產設施任何可能增加的輪班數目；及(iii)任何可行的外判安排。有關我們深圳生產設施的設計產能及利用率的進一步資料，請參閱本[編纂]「業務－生產設施」一節。



## 業 務

下圖說明了生產線由黃田廠房搬遷至深圳後備廠房的搬遷計劃時間範圍：

由黃田廠房搬遷至深圳後備廠房的時間範圍



附註：

- (1) 深圳後備廠房業主將獲得15日通知期以訂立正式租賃協議。黃田廠房的生產將於有關期內繼續進行。
- (2) 深圳後備廠房將會有15日翻新期。黃田廠房的生產將於有關期內繼續進行。
- (3) 我們假設有有關當局將就清拆黃田廠房發出不少於30日的通知期。
- (4) 深圳後備廠房將會有10日期間搬遷、安裝及調試生產線。

## 業 務

### 與深圳後備廠房業主訂立的預租協議的主要條款

預租協議的主要條款概述如下：

年期	自2015年3月1日至2016年11月30日（包括該日）。
標的事項	於2016年11月30日或之前，我們有權（而非義務）要求深圳後備廠房業主就所需數目的深圳後備廠房訂立正式租賃協議。深圳後備廠房業主有義務在我們發出通知當日起計15個工作天內與我們訂立正式租賃協議。
租金	倘我們於2015年租賃所有深圳後備廠房，則深圳後備廠房的租金總額為每月人民幣322,190元，租金將每年增加8%。
按金	按金總額為人民幣322,190元。
賠償	倘深圳後備廠房業主未能把深圳後備廠房交吉予我們，則深圳後備廠房業主有義務為我們搜尋適用廠房，並承擔因搜尋其他廠房而產生的所有額外費用，以及向我們退還雙倍按金。

### 法規遵從

於最後實際可行日期，據中國法律顧問所告知，我們各中國附屬公司均已取得其經營所必需的政府牌照、許可及認證及有關續期，並已於各重大方面遵守所有適用法律及法規。

### 法律及行政訴訟

我們可能不時面臨於一般業務過程中出現的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的訴訟。於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，我們概無面臨、涉及未決或可能面臨任何重大法律訴訟、監管查詢或調查。