

業 務

概覽

我們是全球付費電視廣播接收及中國移動銷售終端(或mPOS)支付系統的領先安全裝置供應商。我們通過銷售可讓終端用戶接收付費電視內容的條件接收模塊(或視密卡)產品來主要為全世界付費電視行業設計、開發及營銷安全裝置。根據Frost & Sullivan的資料，按二零一四年及二零一五年上半年銷量及收益計，我們在全球視密卡市場排名首位。根據Frost & Sullivan的資料，按銷量及收益計，我們於二零一四年及二零一五年上半年在歐洲市場亦擁有最大的市場份額，而歐洲市場為全球最發達的視密卡市場。於二零一三年七月，我們憑藉我們的mPOS機進入中國快速發展的基於硬件的移動支付市場。根據Frost & Sullivan的資料，按二零一四年及二零一五年上半年銷量計，我們是中國mPOS機市場份額第二大供應商。

我們於二零零六年進入西歐視密卡市場，並自其以來已穩步擴大了我們的地區市場及產品組合。視密卡是一種主要採用PCMCIA接口的電子裝置，大小上相當於一張信用卡，用於數字電視傳輸解密，作為終端用戶解鎖加密付費電視內容的密鑰。於往績記錄期，銷售視密卡錄得我們大部分收益。視密卡是付費電視內容傳送產業鏈的關鍵部分。廣播運營商利用條件接收供應商(或CA供應商)的加密技術加密其付費電視內容以進行安全傳輸。電視製造商設計及生產可兼容視密卡連接並發揮功能的電視。我們與付費電視內容傳送產業鏈上的該等所有種類的行業參與者合作設計開發多系統、多協議互通的視密卡產品。

於二零一三年七月，我們進一步多元化我們的產品組合，憑藉開發及銷售mPOS產品來打入快速發展的基於硬件的中國移動支付市場。根據Frost & Sullivan的資料，按銷量計中國的mPOS終端機市場於二零一零年至二零一四年按53.3%的複合年增長率增長，且預期於二零一五年至二零一九年將按39.7%的複合年增長率增長。mPOS產品為安全支付裝置，可讓用戶使用智能手機或平板電腦而非傳統的固定銷售終端(或POS終端)進行信用卡及借記卡移動交易。我們在中國向盒子支付等基於硬件的移動支付服務供應商出售我們的mPOS產品。該等移動支付服務供應商使用我們的mPOS產品令終端用戶(主要為商業企業)能輕鬆地移動收款。

我們的總部位於香港，在中國深圳及德國慕尼黑均設有辦事處。自我們於二零零二年創立以來，我們發展迅速，服務超過400名客戶，於全世界46個國家銷售。我們將成功歸因於多年來將強大的研發努力轉化為安全裝置產品而累積的技術優勢。由於我們在芯片設計、軟件開發及硬件安全方面的經驗，我們能為客戶提供量身訂制的垂直整合安全裝置。因此，我們已成為世界上視密卡供應商中的佼佼者。於二零一五年十二月三十一日，我們的視密卡產品售予16家條件接收供應商、174家廣播運營商及七家電視製造商，其主要位於歐洲及亞洲，而售予非洲、南美及澳大利亞等潛在發展市場的則少得多。

業 務

我們於截至二零一三年、二零一四年及二零一五年十二月三十一日止年度的收益分別約為47.2百萬美元、56.0百萬美元及65.1百萬美元。截至二零一五年十二月三十一日止年度，銷售視密卡及mPOS產品收益分別約為37.3百萬美元及27.8百萬美元，分別佔我們期內總收益的57.3%及42.7%。

我們投入巨資研發安全裝置業務。於往績記錄期，我們的研發開支佔總收益的約11%至15%。我們的研發活動主要專注加強我們現有產品組合的安全性及功能性，以及開發新安全裝置產品。於最後實際可行日期，我們在全球擁有總計79項已註冊專利及73項待決專利申請。我們的主要專利與帶有抗攻擊防篡改功能的安全解密專有芯片及視密卡設計有關。

行業增長推動因素

根據Frost & Sullivan的資料，預期我們視密卡及mPOS市場的規模將受多項行業增長推動因素驅動，包括：

就視密卡而言：

- 向數字電視廣播的過渡及全球付費電視行業的發展
- 技術變革及行業標準(如CI標準)的迅速改變
- 與付費電視內容傳送產業鏈中的行業參與者的合作
- 新興視密卡市場不斷增加的需求

就mPOS產品而言：

- 對具有經營效益及成本效益的移動支付不斷增加的需求
- 對交易安全及個人資料保護不斷增加的需求
- 移動支付市場所需的更多增值特色及服務

根據Frost & Sullivan的資料，按銷量計，全球視密卡市場預期於二零一五年至二零一九年按複合年增長率17.9%增長，而按銷量計，中國mPOS終端市場預期於二零一五年至二零一九年按複合年增長率39.7%增長。有關進一步詳情，請參閱[編纂]「行業概覽－全球視密卡市場概覽－視密卡市場概覽」、「行業概覽－全球視密卡市場概覽－視密卡市場的關鍵推動因素及市場趨勢」及「行業概覽－中國mPOS市場概覽」等節。

業 務

競爭優勢

我們是全球視密卡產品的市場領導者，亦是中國第二大mPOS供應商。

根據Frost & Sullivan的資料，自二零零六年初次進入西歐視密卡市場以來，我們已鞏固市場地位並迅速擴展至全球範圍，同時在全球視密卡市場獲得領先地位，按二零一四年銷量及收益計，我們的市場佔有率均為48.7%，而按二零一五年上半年銷量及收益計，則分別為48.9%及49.6%。此外，根據Frost & Sullivan的資料，我們為首家利用中國電視數字化趨勢於二零零六年在中國提供視密卡的公司，在中國視密卡市場佔有最大的市場份額，按二零一四年銷量及收益計分別為88.0%及88.7%，而按二零一五年上半年銷量及收益計，則分別為89.7%及89.6%。我們亦佔據有利地位，可享有中國mPOS終端市場快速發展的優勢。根據Frost & Sullivan的資料，我們是中國第二大mPOS供應商，按二零一四年及二零一五年上半年銷量計，市場份額分別為6.6%及6.8%。雖然中國的mPOS終端市場分散，但根據Frost & Sullivan的資料，該市場規模按銷量計於二零一零年至二零一四年按53.3%的複合年增長率增長，且預期於二零一五年至二零一九年將按39.7%的複合年增長率增長。

我們佔據有利地位，可從全球視密卡市場增長中獲利

我們相信，我們於視密卡市場的全球領先地位連同我們與付費電視內容傳送產業鏈上的主要行業參與者(包括條件接收供應商、廣播運營商及電視製造商)之間深厚既定關係及我們的綜合技術能力使我們在擴大現有市場領先地位及進軍新市場時較競爭對手具有顯著優勢。具體而言：

- 於二零一五年十二月三十一日，我們的視密卡客戶包括付費電視內容傳送產業鏈上的16名條件接收供應商、174名廣播運營商和七名電視製造商。
- 根據Frost & Sullivan的資料，於最後實際可行日期，我們在全球視密卡供應商中自最多數目的條件接收供應商持有條件接收許可，即合共17家條件接收供應商，包括永新視博、Cisco、康納斯、愛迪德、Viaccess及Verimatrix等全球領先的條件接收供應商的許可。
- 我們的視密卡支持全球逾170名廣播運營商安全傳送付費電視內容。我們目前向歐洲部分最大的廣播運營商供應視密卡。
- 在中國及部分新興視密卡市場(如印度和越南)，我們透過捆綁銷售以及配套產品開發及營銷策略與主要電視製造商合作以加快採用兼容我們產品的電視，從而增加對視密卡的需求。我們的視密卡與我們銷售所在市場的絕大部分主要電視製造商的數字電視兼容。

業 務

- 根據Frost & Sullivan的資料，於二零一五年至二零一九年全球視密卡市場銷量預期將按17.9%的複合年增長率增長，且預期於二零一五年至二零一九年，歐洲市場、俄羅斯、中國及世界其他地區的銷量將分別按4.2%、5.0%、22.4%及64.6%的複合年增長率增長。
- 於往績記錄期，我們已通過進入發展相對較快的視密卡市場(如俄羅斯、哈薩克斯坦、烏茲別克斯坦、印度及越南)擴大了我們視密卡產品的地理覆蓋範圍。

我們具有設計及開發安全芯片、算法、軟件及硬件的能力，使我們成為能有效順應不斷發展的技術趨勢的垂直整合安全裝置供應商

除具備製造、推廣及銷售我們產品的能力外，我們在設計和開發安全芯片、算法、軟件和硬件方面擁有豐富的專業知識和訣竅。因此，我們呈垂直一體化，可獨立向客戶提供全面的安全裝置及產品來迎合他們的獨特要求。這項能力對安全裝置領域的參與者而言極為重要，並且構成此領域相當大的進入門檻，限制能夠可行地參與競爭的公司的數量。

由於我們強大的技術能力，我們能隨着不斷發展的技術標準開發出更具安全性及功能更豐富的產品，以滿足客戶及行業合作夥伴的不同需要及要求。我們的mPOS產品本身具有銀聯(中國的第三方支付結算及認證機構)認證的安全功能，並會隨着安全標準及科技趨勢定期升級。我們推出了三款mPOS機模型，每種模型的設計均符合銀聯的安全認證標準。我們已添加了新的功能，如可進行無接觸讀取卡內信息的近場通訊功能以及藍牙功能。視密卡乃根據一般每兩至三年均會升級的CI標準設計。我們率先於以下年份推出兼容下列標準的商業化視密卡：於二零零六年，中國數字電視通用接口標準；於二零零九年，歐洲CI+標準；及於二零一三年，歐洲CI+1.3標準。

基於我們在高質量安全芯片設計及產品信息安全管理方面的往績記錄，我們為備受全球行業參與者信賴的品牌及可靠的安全裝置供應商

我們是行業參與者可信賴的品牌及可靠的安全裝置提供商。這主要歸因於高質量安全芯片設計的往績記錄，該等芯片通過採用內部協議不但保護了我們產品的信息安全及專有利益，還保護了業務夥伴的信息安全及專有利益。例如，根據Frost & Sullivan的資料，盒子支付(按截至二零一五年六月三十日的累計商業用戶計算，為中國第三大基於硬件的移動支付服務供應商)依賴我們設計及開發具備銀行級別程度加密的產品，因為其客戶利用我們的mPOS機進行移動支付交易。再如，我們的SM1670視密卡芯片被世界領先的條件接收供應商之一的康納斯評級為安全等級五級(其最高評級)。此外，我們在生產流程中使用了自主設計的加密系統，以確保安全傳輸客戶數據及技術知識。

業 務

基於我們業務的安全性質，行業參與者對於產品安全水平採納嚴格標準且會嚴格篩選業務夥伴。例如，就視密卡而言，廣播運營商在一個地域內僅與兩名或以下條件接收供應商合作，而條件接收供應商一般選擇不多於兩名視密卡供應商作為其條件接收技術持牌人。為初步符合條件接收供應商的資格，視密卡供應商的整體營運經通過嚴格安全認證，而這一般耗時達兩年。視密卡供應商亦須持續通過後續的條件接收供應商許可認證程序，有關程序通常耗時三至六個月。然而，我們多年來已贏得條件接收供應商及廣播運營商在內的多名行業參與者的信任並與其建立緊密及長期關係。根據Frost & Sullivan的資料，我們在全球視密卡供應商當中自最多數目的條件接收供應商持有條件接收許可，於最後實際可行日期合共擁有17家該等條件接收供應商。我們的視密卡為全球超過170個廣播運營商提供服務，而我們一般已與我們的每名主要條件接收供應商及廣播運營商客戶建立平均超過六年關係。

與行業參與者的緊密關係及來自行業參與者的信任不僅有助我們保持經常聯繫及必要反饋以迅速應對技術轉變、市場趨勢及安全需求，亦能創造有吸引力的銷售及聯合營銷的機會以及進一步加強我們在新市場及新業務夥伴當中的聲譽及信譽，令我們可更好地洞察市場、影響行業趨勢及指導我們在研發及銷售和營銷方面的努力方向。

我們擁有強大的研發團隊，過往在創新及產品設計能力方面的往績記錄有目共睹

我們投入大量資源搞研發。於往績記錄期的各財政期間，我們的研發開支佔我們總收益的約11%至15%。我們的研發團隊於二零一五年十二月三十一日包括112名僱員，佔我們僱員總數逾40%。我們的研發專員平均擁有五年相關行業經驗，且約13%擁有碩士學位或以上學歷。

我們的研發團隊具遠見且擁有強大創新能力。我們會指派員工專注於長期研發規劃，以注意最新的行業標準及技術發展，故我們可較競爭對手更好地推出新一代產品。此外，我們專注發展視密卡產品，其新功能可滿足客戶不斷改變及多元化的需求，例如視頻點播（或VOD）及個人錄影機（或PVR）。此外，憑藉我們在安全裝置設計方面的核心研發能力，我們通過開發mPOS機擴大安全裝置產品組合方面的能力已得到證明。另外，我們擁有大量專有技術及知識產權，於最後實際可行日期，在全球有總計79項已註冊專利及73項待決專利申請。我們的主要專利與強調解密安全性及反黑客防篡改功能的專有芯片及視密卡設計有關。有關更多詳情，請參閱[編纂]「業務－產品設計及研發」一節。

業 務

我們擁有龐大的銷售及營銷團隊以擴充及支援我們的國際客戶群

我們在主要位於歐洲及亞洲的46個國家有超過400名客戶，而非洲、南美及澳大利亞的潛在發展市場則少得多。我們有強大的銷售及營銷團隊，彼等致力擴大我們的區域市場及向全球客戶提供高效的客戶服務。

我們的銷售及營銷專員利用與行業參與者的現有緊密聯繫以開拓海外市場的銷售商機。例如，我們與我們其中一個條件接收供應商合作並已在俄羅斯及土耳其取得當地廣播運營商若干共同競投項目，而這有助我們擴充在該等地域的市場份額。此外，我們在印度及越南等新興視密卡市場會與當地廣播運營商聯手宣傳並與電視生產商進行捆綁銷售，以推廣我們的產品。此外，我們參與多個行業的會議及貿易展會以推廣我們的產品及品牌。

為支援我們的全球客戶群，我們的銷售及營銷團隊設有專責代表，監督我們與各主要客戶的整體業務關係。我們的銷售及營銷專員按地域管理，而彼等一般會每週聯絡主要客戶以知悉及回應客戶的趨勢及該地域市場的特定需求。我們致力為客戶提供适宜有效的協助。我們亦會不時收集客戶的反饋，以進一步改善我們的服務標準。由於我們熱忱的客戶服務及營銷努力，我們已在全球與主要全球條件接收供應商、廣播運營商及電視製造商等客戶建立穩定關係。有關我們客戶關係以及銷售及營銷的詳情，請參閱[編纂]「業務－客戶、銷售及營銷」一節。

我們資深的管理層擁有良好往績記錄

我們的高級管理層在安全裝置、研發、經營、融資及銷售領域擁有數十年的互補的行業及管理經驗。大多數管理層成員自我們成立之初加入我們，並作為一個團隊親密無間地合作。我們的主席兼首席執行官黃學良先生為行業先鋒，擁有逾20年集成電路設計及安全裝置經驗。我們的總裁兼首席運營官帥紅宇先生擁有超過20年圖形處理及數字電視技術相關行業經驗。本公司在黃學良先生與帥紅宇先生的領導下，更注重提供優質產品及服務，堅守在安全裝置技術的最前沿。我們相信，這些技術及行業知識連同我們高級管理層的創業精神及領導才幹有助於我們實現穩步全球擴張及業務增長，並繼續促進我們在全球市場延續業務及相關技術方面的領先地位。

業 務

業務策略

通過進一步投資產品規劃及研發來持續開發及改進我們的視密卡及mPOS產品

我們在設計及開發安全芯片、算法、軟件及硬件的專業知識及技術，以及我們的市場領先地位，令我們處於開發未來版本視密卡及mPOS機前線的十分有利地位。因此，我們計劃進一步投資產品規劃及研發，以令我們處於能領先競爭對手推出新一代產品的有利地位。

就視密卡而言，我們正開發並計劃於二零一六年推出兼容DVB-CI+1.4標準的商業化視密卡。類似地，我們將開發可兼容DVB-CI+ 2.0標準的視密卡，該標準是現有CI標準的重大升級，並預期於二零一八年發佈。

就mPOS機而言，我們計劃通過升級安全系統及開發支持更多樣支付方式或具備更多新增功能(如客戶關係管理及存貨控制以滿足業務增長的小型企業以及中大型企業用戶的需求)的型號，持續改進現有產品。我們亦計劃提升我們mPOS機的反黑客及防篡改水平。

深化與主要行業參與者的關係，以進一步改進我們的產品、提升業內聲譽及擴大我們的客戶基礎

我們認為，我們與主要行業參與者的關係對我們的業務增長至關重要。就視密卡而言，多年來，我們已贏得大量行業參與者(尤其是條件接收供應商及廣播運營商)的信任，並與其建立了緊密及長期的業務關係，以及以高質量安全芯片設計樹立了可信賴知名品牌形象。因此，我們擬通過增加合作與促進更頻繁的交流及提供更全面的售後服務和其他服務(如改進的技術支援及軟硬件設計)來加深與行業參與者(通常亦為我們的客戶)的關係。此外，我們打算進一步提升市場知名度以及在業內的聲譽，尤其是在具有良好增長機會的市場。我們將繼續聯合電視製造商及當地廣播運營商開展廣告宣傳，在新興視密卡市場推廣我們的視密卡產品、提高公眾知名度以及增加我們的視密卡在數字電視覆蓋率及付費電視行業正在增長的市場中的興趣度。另外，我們亦計劃參與起草及修訂更多行業標準以開發具商業可行性的新一代產品以保持我們的市場領先地位。

業 務

就mPOS機而言，我們計劃通過改進客戶服務及技術支持以及增加向其提供的產品，繼續深化與我們的主要mPOS客戶盒子支付的關係。由於中國基於硬件的移動支付行業增長迅猛，我們亦計劃利用我們在安全軟件及硬件設計的專業知識及推廣能力(無論是通過合作或共同開發新mPOS產品以來適應技術的瞬息萬變性)與其他行業參與者建立關係並提升我們在業內的聲譽。

改進及擴大我們的國內及國際銷售網絡

我們是世界上視密卡產品市場的領先者，與付費電視內容傳送產業鏈上的主要行業參與者建立了廣泛而成熟的關係。隨著俄羅斯、哈薩克斯坦、烏茲別克斯坦、印度及越南等國家持續轉向數字電視，且數字電視廣播越來越流行，對保護付費電視內容的安全解決方案的需求預期大幅增長。因此，我們計劃利用我們的領先地位投資及擴大海外銷售網絡範圍，以在新市場立足，並把握該等市場商機。由於各國政府政策、行業標準、廣播運營商偏好及用戶習慣不同，我們計劃僱傭當地人才，尤其是銷售及營銷人才，並加強與當地分銷商的合作。此外，我們可以通過建立新的海外銷售及支持辦事處配合擴張，以更好地進入新市場。此外，我們計劃聘請更多有經驗的營銷專業人才以在中國推銷我們的mPOS產品。

於機會出現時在產業鏈上有選擇地尋求併購機會

由於我們將業務擴展至新產品及服務領域，我們擬尋求及考慮合適的併購機會，以加強安全裝置開發能力。截至最後實際可行日期，我們尚未物色到任何併購目標。倘出現合適機會，我們可投資我們行業內的高質量公司或與其成立合營公司，或向企業收購可向我們提供技術優勢的技術或資產。在挑選及評估潛在併購機會時，我們將考慮與目標公司有關的多項因素，如我們能否利用其專業知識及產品、預期產生的協同效應及是否符合我們的業務及未來發展計劃。

我們的產品

我們設計及開發的產品旨在提供付費電視內容傳送及基於硬件的移動支付交易的安全解決方案。我們的主要產品類別包括視密卡及mPOS機。

本文件為草擬本，其資料並不完整及可作更改，有關資料集須與本文件首頁「警告」一節一併閱讀。

業 務

下表載列於所示期間我們按產品類別劃分的收益明細：

產品類別	截至十二月三十一日止年度					
	二零一三年		二零一四年		二零一五年	
	千美元	佔總收益的百分比	千美元	佔總收益的百分比	千美元	佔總收益的百分比
視密卡	45,710	96.9	43,230	77.2	37,352	57.3
mPOS機 ¹	1,471	3.1	12,777	22.8	27,789	42.7
總計	47,181	100.0	56,007	100.0	65,141	100.0

附註：

1. 我們於二零一三年七月開始銷售mPOS機。

我們的產品生命週期通常受到不同地域市場的技術、行業標準及消費需求變化所影響。我們一般每兩年向市場推出採用新一代芯片的視密卡，並每年至一年半推出新型號mPOS機。根據Frost & Sullivan的資料，視密卡及mPOS機的平均產品生命週期通常分別為兩年及一年半。

視密卡



概覽

視密卡為方便授權接收加密的付電視內容所使用的電子設備。廣播運營商利用條件接收供應商加密的信號傳輸付費電視內容。視密卡裝有同一條件接收供應商專利知識產權，一經連接終端用戶的電視，可使終端用戶解碼信號及接收內容。電視製造商在電視上配備兼容接口插槽以連接視密卡。該等接口的規格視乎視密卡產品種類及地域市場而有所不同。

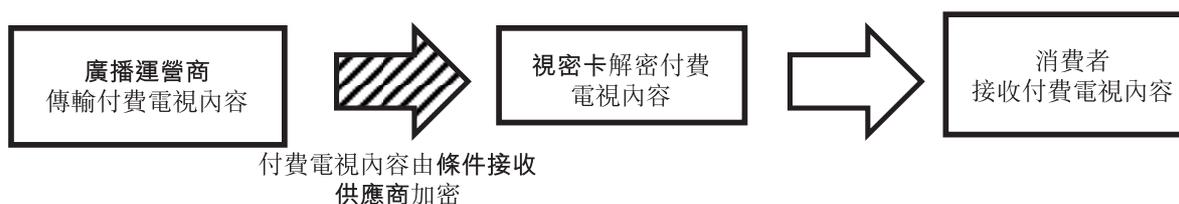
業 務

我們的視密卡全部以SMIT品牌銷售。作為視密卡的設計者，我們能根據個別條件接收供應商、廣播運營商及電視製造商的需要及要求量身訂制視密卡產品。由於視密卡用作安全及解碼，且視密卡的有效性取決於防篡改硬件，故我們在視密卡硬件方面的專長尤為重要。視密卡的核心技術為芯片。我們致力透過提升每一代芯片的安全性、互通性、功能性及性能，不斷提升我們專有的視密卡芯片。截至二零一五年十二月三十一日，我們已設計及開發五代芯片，裝入我們的視密卡進行銷售。

付費電視內容傳送產業鏈

出於對高安全標準及靈活互通性的需要，視密卡在付費電視內容傳送產業鏈中佔據舉足輕重的位置：

- **廣播運營商**。我們的視密卡能夠實現廣播運營商付費電視內容的安全傳送，為接收付費電視內容的傳統安全解決方案(如機頂盒)提供具成本效益、具吸引力及人性化的替代方案。我們的視密卡解決方案目前支持全球逾170個廣播運營商傳送付費電視內容。
- **條件接收供應商**。我們的視密卡可讓條件接收供應商改進及有效地使用其條件接收技術，以安全傳送付費電視內容。我們的綜合技術實力使我們能夠與條件接收供應商密切合作，並提供響應式及訂製化的安全裝置，可對抗對安全內容傳送的持續威脅。條件接收供應商授予我們條件接收許可，我們可在我們的視密卡產品中採用其條件接收技術。於最後實際可行日期，我們已取得全球17家條件接收供應商的條件接收許可，包括永新視博、Cisco、康納斯、愛迪德、Verimatrix及Viaccess等行業領導者。根據Frost & Sullivan的資料，於最後實際可行日期，全球有32家條件接收供應商向視密卡供應商授予條件接收許可，我們的主要視密卡競爭對手SmarDTV及Neotion分別自六及五家該等條件接收供應商獲授條件接收許可。
- **電視製造商**。我們的視密卡使電視製造商可大量生產能適應不同廣播運營商的付費電視內容的各種安全傳送要求的電視機。我們與海信及TCL等領先的電視製造商合作，以增加使用我們的視密卡產品的電視的供應。



業 務

視密卡產品類別

我們於二零零六年通過銷售PCAM進入視密卡市場，PCAM為大小與信用卡相若，利用PCMCIA接口插入電視以接收付費電視內容的電子模組。我們提供多種訂製化的PCAM以滿足客戶的要求，並不斷升級產品以符合瞬息萬變的技術進步及趨勢。傳統而言，PCAM與可準確指定用戶有權接收內容的單獨條件接收智能卡一同使用。我們目前亦設計及開發帶有內置智能卡的PCAM及不需要智能卡的無卡式PCAM。

我們於二零零五年首次開發並於二零零六年商業化推出的基本PCAM與歐洲的DVB-CI 1.0標準(就通用接口插槽制定的初始標準)及中國相應的數字電視通用接口標準兼容。此後，我們開發出符合後續更新CI標準的PCAM。

於往績記錄期，我們提供的視密卡絕大多數為PCAM。自二零一四年五月起，我們開始設計、開發及銷售UCAM產品，該類產品具有與PCAM相同的付費電視內容解密功能，但採用USB接口。於往績記錄期，我們在中國主要向互聯網視頻及服務供應商iCast銷售我們的UCAM。至今，UCAM的銷售並不大。有關更多資料，請參閱[編纂]「業務－客戶、銷售及營銷－視密卡客戶－其他視密卡客戶」一節。

除PCAM及UCAM外，我們的視密卡亦可按終端用戶分類，即(i)家用視密卡，供一般家居終端用戶使用以接收付費電視內容及(ii)工程視密卡，主要供電視台等客戶使用以同時為多頻道的所有數據進行解碼。下表列示我們按家用視密卡及工程視密卡劃分的視密卡收益明細：

	截至十二月三十一日止年度					
	二零一三年		二零一四年		二零一五年	
	估視密卡 總收益 千美元	的百分比	估視密卡 總收益 千美元	的百分比	估視密卡 總收益 千美元	的百分比
視密卡產品類別						
家用視密卡	41,827	91.5	39,733	92.0	34,150	91.4
工程視密卡	3,883	8.5	3,497	8.0	3,202	8.6
視密卡總收益	<u>45,710</u>	<u>100.0</u>	<u>43,230</u>	<u>100.0</u>	<u>37,352</u>	<u>100.0</u>

業 務

視密卡地域市場

我們的視密卡與我們銷售所在市場的大部分數字電視兼容。我們的產品供應很大程度上視乎客戶規格而定，而這通常在地域市場之間有所分別。由於歐盟國家付費電視內容及政府強制性數字電視CI插槽的普及，歐洲市場具備較高數字化水平，一直是我們視密卡的主要市場。我們於二零零六年通過與當地電視製造商及廣播運營商建立關係進入中國視密卡市場，該市場一直在進行由政府主導從模擬轉為數字電視廣播的轉換過程。近年來，我們亦將視密卡銷售網絡擴展至俄羅斯以及哈薩克斯坦、烏茲別克斯坦、印度及越南等正在進行數字化的若干其他視密卡市場。由於該等市場通常採用與傳統歐洲市場國家相同或類似的DVB標準，故我們能夠在該等市場利用自身與現有條件接收供應商及廣播運營商的經驗與當地行業參與者建立新的關係。

下表載列於所示期間我們按付運最終地點作地域市場劃分的視密卡收益明細：

	截至十二月三十一日止年度					
	二零一三年		二零一四年		二零一五年	
	千美元	佔視密卡 總收益 的百分比	千美元	佔視密卡 總收益 的百分比	千美元	佔視密卡 總收益 的百分比
視密卡地域市場						
歐洲市場 ¹	20,370	44.6	24,308	56.2	19,389	51.9
俄羅斯	14,402	31.5	9,817	22.7	10,355	27.7
中國 ²	8,861	19.4	5,613	13.0	5,007	13.4
– PCAM	8,861	19.4	5,542	12.8	3,887	10.4
– UCAM	—	—	71	0.2	1,120	3.0
其他 ³	2,077	4.5	3,492	8.1	2,601	7.0
視密卡總收益	<u>45,710</u>	<u>100.0</u>	<u>43,230</u>	<u>100.0</u>	<u>37,352</u>	<u>100.0</u>

附註：

- 歐洲市場主要包括德國、挪威、奧地利、荷蘭及丹麥等國家。
- 於往績記錄期，PCAM在全球銷售，而UCAM則僅於中國銷售。
- 其他主要包括哈薩克斯坦、烏茲別克斯坦、印度、越南及阿塞拜疆等國家。

業 務

mPOS機



自二零一三年七月起，我們開始開發及銷售mPOS產品，以進軍中國不斷增長的基於硬件的移動支付市場，並通過發揮我們在為安全裝置行業設計及開發安全芯片方面的專長多元化及擴大我們的業務。mPOS產品是可與智能設備（如智能手機及平板電腦）連接的讀卡機，讓有關智能設備可處理付款交易，功能與移動收銀機一樣。mPOS產品可安全讀取信用卡及借記卡內的信息，執行與更大型及一般更為昂貴的固定POS終端機類似的功能。我們提供兩種形式的mPOS機－能夠通過藍牙連接的手持鍵盤設備及能夠直接插入智能設備的較小型無鍵盤模塊。我們至今已設計三款mPOS機，並與手機支付技術的發展同步進行更新，以增強安全性及兼容性。

我們的mPOS產品乃為商戶及工商企業等終端用戶用於進行安全便捷的移動支付收款而設計。我們的mPOS產品設計採用銀行級別強度的加密，這對設備而言至關重要，因為其能夠確保所傳輸的付款信息處於安全狀態且設備可防止篡改。我們的mPOS機出售予基於硬件的移動支付服務供應商，彼等利用我們的mPOS產品使終端用戶能夠進行移動支付收款。該等移動支付服務供應商須為我們每種類型mPOS產品辦理中國銀聯（中國的第三方付款結算及認證機構）的嚴格安全認證程序，以便我們的設備可用於中國的移動支付活動。於最後實際可行日期，我們各款類型的mPOS產品均已取得此安全認證或正在認證過程中。

我們的mPOS機主要在中國售予基於硬件的移動支付服務供應商盒子支付。有關我們與盒子支付之間關係的更多資料，請參閱[編纂]「業務－客戶、銷售及營銷－mPOS客戶」一節。

業 務

客戶、銷售及營銷

我們的銷售及營銷團隊覆蓋範圍分為中國市場及國際市場。我們在深圳及慕尼黑設有辦事處，於二零一五年十二月三十一日，銷售及營銷人員合計46名。銷售及營銷人員與客戶(包括條件接收供應商、廣播運營商、電視製造商及視密卡業務的分銷商以及mPOS客戶)保持密切聯繫並定期親自訪問客戶以了解其最新需求。我們的銷售及營銷團隊參與展銷會及行業會議以將我們的品牌、產品及服務推廣至各類客戶。在中國、俄羅斯以及印度及越南等新興視密卡市場，我們亦與電視製造商及當地廣播運營商聯合投放廣告以推廣我們的視密卡產品。這可鞏固我們與電視製造商及當地廣播運營商的關係，亦可於數字電視滲透率仍在繼續擴大的市場上提升公眾對我們視密卡產品的認知及興趣。

我們的客戶全部為獨立第三方。於往績記錄期及直至最後實際可行日期，我們與客戶之間並不存在重大的退貨、換貨、產品召回、保修索償、延遲交付的情況或其他客戶投訴。

五大客戶

一般情況下，我們與主要客戶簽署框架協議以制定定價結構、交付及售後支持等條款，具體詳情視乎後續採購訂單而定。框架協議的條款一般因客戶類別而不同，於本節下文進一步討論。

我們往績記錄期內的五大客戶分別佔我們截至二零一三年、二零一四年及二零一五年十二月三十一日止年度收益總額的44.1%、59.9%及73.1%。我們往績記錄期內的最大客戶分別佔我們截至二零一三年、二零一四年及二零一五年十二月三十一日止年度收益總額的21.6%、22.4%及42.3%。截至二零一四年及二零一五年十二月三十一日止年度，盒子支付是我們的最大客戶。

二零一三年，我們的五大客戶為Telco、康納斯、Cisco、Van Buuren及Universal Communications Corporation，銷售額分別佔我們二零一三年總收益的21.6%、6.9%、6.5%、5.1%及4.0%。二零一四年，我們的五大客戶為盒子支付、康納斯、Van Buuren、Telco及Cisco，銷售額分別佔我們二零一四年總收益的22.4%、14.4%、8.0%、7.9%及7.3%。截至二零一五年十二月三十一日止年度，我們的五大客戶為盒子支付、康納斯、Telco、Cisco及愛迪德，銷售額分別佔我們截至二零一五年十二月三十一日止年度總收益的42.3%、13.9%、9.2%、5.4%及2.3%。Cisco、康納斯及愛迪德分別為在美國、挪威及荷蘭註冊的大型全球條件接收供應商。Van Buuren為我們在荷蘭的分銷商而Telco及Universal Communications Corporation分別為我們在俄羅斯的分銷商。

業 務

我們因主要客戶集中而面對若干風險，詳情請參閱本[編纂]「風險因素－與我們業務及行業有關的風險－我們大部分收益來自少數主要客戶及若干地理市場。我們向該等任何客戶作出的銷售及於任何地理市場的銷售有任何減少或該等客戶及地理市場發生任何不利變動，可能對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響」及「風險因素－與我們業務及行業有關的風險－我們向盒子支付銷售我們絕大部分mPOS產品。盒子支付業務或財務狀況發生任何不利變動，可能會對我們來自盒子支付的收益造成不利影響，進而會對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響」兩節。據我們的董事所知，於最後實際可行日期，我們並不知悉任何將會導致我們與往績記錄期任何五大客戶的關係停止或終止的資料或安排。

GSR由GSR Ventures I, L.P.及GSR Principals Fund I, L.P.組成，為本公司的主要股東，緊接資本化發行及[編纂]前，擁有本公司已發行股本20.9%。GSR的若干關聯基金及執行董事黃學良先生分別於盒子支付持有24.85%及1.32%權益，而盒子支付為我們於往績記錄期的最大客戶之一。根據上市規則，盒子支付並非本公司的關連人士。除上文所披露者外，概無董事、彼等的緊密聯繫人或任何股東(據董事所知擁有本公司已發行股份數目5%以上)於往績記錄期任何五大客戶中擁有任何權益。

視密卡客戶

我們的視密卡客戶主要包括條件接收供應商、廣播運營商、電視製造商及分銷商。其次，我們向包括各類公司及個人在內的一次性客戶銷售，並通過第三方互聯網平台向終端用戶直銷。

下表載列於所示期間按客戶類別劃分的視密卡收益明細：

客戶類別	截至十二月三十一日止年度					
	二零一三年		二零一四年		二零一五年	
	千美元	%	千美元	%	千美元	%
條件接收供應商	6,679	14.6	12,385	28.7	14,375	38.5
廣播運營商	7,300	16.0	4,732	10.9	3,621	9.7
電視製造商	3,901	8.5	1,718	4.0	894	2.4
分銷商	22,452	49.1	19,601	45.3	14,057	37.6
其他 ¹	5,378	11.8	4,794	11.1	4,405	11.8
視密卡總計	<u>45,710</u>	<u>100.0</u>	<u>43,230</u>	<u>100.0</u>	<u>37,352</u>	<u>100.0</u>

附註：

1. 「其他」主要包括一次性客戶。

業 務

於往績記錄期，我們來自條件接收供應商的收益佔視密卡收益總額的百分比由二零一三年的14.6%增至二零一五年的38.5%。增加主要是由於我們的其中一家主要條件接收供應商客戶於二零一三年改變其業務模式所致。其他客戶以往能直接向我們訂購採用該條件接收供應商技術的視密卡。在新業務模式下，該等視密卡反而主要透過該條件接收供應商銷售。因此，我們對其他客戶的銷售轉向條件接收供應商，致使來自條件接收供應商的收益大幅增加，而來自其他客戶的收益則有所減少。

我們來自廣播運營商的收益佔視密卡收益總額的百分比由二零一三年的16.0%減至二零一五年的9.7%。該減少主要是由於(i)上述條件接收供應商客戶改變業務模式及(ii)一般來自因匯率波動造成的價格壓力而導致視密卡的平均售價下跌。

我們來自分銷商的收益佔視密卡收益總額的百分比由二零一三年的49.1%減至二零一五年的37.6%。這主要是由於整體視密卡平均售價下跌，以及上述條件接收供應商客戶改變業務模式所致。

於二零一五年十二月三十一日，我們的視密卡客戶包括16名條件接收供應商、174名廣播運營商、七名電視製造商及27名分銷商。我們視密卡業務的覆蓋範圍超越我們與視密卡客戶的直接客戶銷售關係。例如，於最後實際可行日期，我們亦與合共17名條件接收供應商訂立特許協議。我們重視我們在視密卡市場上的穩健地位及我們在付費電視內容傳送產業鏈沿線吸引新客戶方面的專業知識及經驗。

我們對視密卡產品的定價初步按成本加成基準釐定，即其按估計及／或實際成本加利潤百分比定價。該等成本包括材料成本及分包費。由於我們所有產品均在中國生產，故不同類別客戶之間的成本並不重大。我們的成本亦包括就加入條件接收供應商的條件接收技術至已售視密卡而向條件接收供應商支付特許權開支。特許權使用費可因各條件接收供應商本身的政策及策略而有所不同。例如，若干條件接收供應商並無就售予彼等的視密卡向我們收取特許權使用費，而部分條件接收供應商可能願意減低售予廣播運營商的特許權使用費，以鼓勵採用其條件接收技術。我們的售價可就此調整以反應該等變數。

售價可能會視乎多項因素而進一步調整，包括下列方面：

- 由於經濟發展、消費者習慣、技術先進程度及地區競爭格局不同，不同地區市場的視密卡定價政策不同；
- 產品類別影響定價。例如，工程視密卡定價通常高於我們的家用視密卡；

業 務

- 匯率變動亦影響定價。例如，我們海外銷售的大部分視密卡以美元計值。為保持競爭力，我們下調當地貨幣遭遇貶值地區的價格，如歐元及俄羅斯盧布兌美元；
- 儘管我們一般不會按客戶類別區分價格，但我們會考慮我們與客戶的關係及訂單規模等多種因素及上述因素，與客戶逐一談判價格。

我們須定期評估所有相關因素並評估市場狀況以相應調整定價。我們與視密卡客戶訂立的框架協議，通常載列預先釐定的定價表，一般按年重新檢討。有關我們的視密卡定價、視密卡平均售價及於往績記錄期重大波動原因的進一步詳情，請參閱[編纂]「財務資料－影響我們經營業績的重要因素－受產品及地域組合影響的售價及毛利率」、「財務資料－節選收益表項目的說明－收益」及「財務資料－經營業績」各節。有關視密卡的未來預期售價趨勢，請參閱[編纂]「行業概覽－元件成本及售價」一節。

條件接收供應商

我們已與多名主要全球性條件接收供應商(包括永新視博、Cisco、康納斯、愛迪德、Verimatrix及Viaccess)建立密切關係。我們與各主要條件接收供應商客戶建立約八年的業務關係。我們向條件接收供應商銷售視密卡，而條件接收供應商通常將我們的視密卡轉售予廣播運營商。截至二零一五年十二月三十一日止年度，約38.5%的視密卡銷售來自條件接收供應商，亦佔期內總收益的22.1%。於二零一五年十二月三十一日，我們有16名條件接收供應商客戶。

我們一般與主要條件接收供應商客戶訂立具法律約束力的框架協議。該等協議的主要條款一般包括：

- **期限**：我們的條件接收供應商框架協議的一般期限為三年，可能延期或訂立新協議。
- **定價**：我們主要基於產品類別及購買量制定以美元計值的預定價目表。
- **訂購／信用期**：實際訂單(載有將予交付的單位數量及將予支付的最終價格)乃根據個別採購訂單而定。通常情況下，我們就現有產品的採購訂單會獲得兩至六週的生產周期，而就新產品設計或專門的產品設計會獲得更長的生產週期。我們的條件接收供應商客戶一般同意按月提供不具約束力預測。我們一般向條件接收供應商提供30至60天的信用期，而供應商大部分通過電匯結清付款。

業 務

- **質量控制**：我們亦同意遵循若干質量控制及安全規定，如持續質量檢測及安全系統審查。
- **交付**：我們一般負責交貨至客戶在深圳預定地點指定的承運人並承擔交貨風險。除交貨至我們客戶的承運人外，我們亦有可能會被要求交貨至屬條件接收供應商的客戶的第三方。
- **售後服務**：我們的售後服務一般包括兩年保修及客戶支持以及向條件接收供應商提供培訓以及換貨及維修服務。
- **退貨**：我們一般不提供退貨權，惟產品存在瑕疵則除外。於往績記錄期及直至最後實際可行日期，我們並無遭遇條件接收供應商客戶任何重大退款、退貨或換貨情況。

廣播運營商

截至二零一五年十二月三十一日止年度，我們約9.7%的視密卡銷售來自廣播運營商，亦佔期內總收益的5.6%。我們向廣播運營商銷售視密卡，而廣播運營商通常將我們的視密卡以及彼等的條件接收智能卡轉售予終端用戶以收看加密付費電視內容。於二零一五年十二月三十一日，我們有174名廣播運營商客戶。我們一般與每名主要廣播運營商客戶平均建立約五年業務關係。我們與主要廣播運營商客戶之間的框架協議具法律約束力，一般包括以下主要條款：

- **期限**：我們與廣播運營商之間的框架協議通常並無設定限期，而是一直有效，直至一方或雙方終止為止。
- **定價**：我們主要基於產品類別及購買量制定以美元計值的預定價目表。
- **訂購／信用期**：廣播運營商客戶的實際訂單（包括將予交付的單位數量及將予支付的最終價格）乃根據個別採購訂單而定。我們通常會收到月度預測，然後是採購訂單，採購訂單須在一定的差數內與預測相符。我們通常向廣播運營商客戶提供30天的信用期，而客戶一般通過電匯向我們付款。
- **質量控制**：我們一般同意讓廣播運營商客戶對我們交付的產品進行抽樣測試。
- **交付**：對於廣播運營商客戶，我們一般同意負責將產品運送至客戶所在國家的預定位置。

業 務

- **售後服務：**售後服務包含兩至五年的保修期、軟硬件技術支持、培訓及換貨及維修服務。
- **退貨：**我們一般不提供退貨權，惟產品存在瑕疵則除外。於往績記錄期及直至最後實際可行日期，我們與廣播運營商客戶之間並不存在任何重大退款、退貨或換貨情況。

電視製造商

我們向電視製造商銷售視密卡，而電視製造商通常將我們的視密卡以及彼等自身的電視產品捆綁銷售予終端用戶以進行營銷及推廣。截至二零一五年十二月三十一日止年度，我們約2.4%的視密卡銷售來自電視製造商，亦佔期內總收益的1.4%。於二零一五年十二月三十一日，我們擁有七名電視製造商客戶及我們與每名主要電視製造商客戶（包括海信及TCL）一般擁有約六年的業務關係。我們通常與主要電視製造商訂立具有法律約束力的框架協議，主要包括以下條款：

- **期限：**我們與電視製造商的框架協議一般有效期為一年，並可予重續。
- **定價：**我們基於視密卡的類別在框架協議中預定價格，並可予定期調整。
- **訂購／信用期：**實際訂單（載有將予交付的單位數量及將予支付的最終價格）乃根據個別採購訂單而定。我們一般向電視製造商客戶提供三個月的信用期，而客戶大部分通過電匯結清付款。
- **質量控制：**我們亦同意遵循若干質量監控及安全性規定，如持續的資格測試。
- **交付：**我們一般負責交貨至客戶或客戶指定的第三方承運人，通常交付至中國的地點。
- **售後服務：**我們的售後服務包括長達18個月的保修期，以及換貨及維修服務。
- **退貨：**我們一般不提供退貨權，惟產品存在瑕疵則除外。於往績記錄期及直至最後實際可行日期，我們與電視製造商客戶之間並不存在任何重大退款、退貨或換貨情況。

業 務

分銷商

我們的分銷商定期向我們採購視密卡，我們與之維持持續的關係或安排在指定地區銷售視密卡。該等分銷商通常向零售店銷售視密卡，而零售店將視密卡銷售予終端用戶。我們對分銷商的所有銷售均為最終銷售，無任何退貨權，惟倘產品存在缺陷時除外。為避免內部競爭，我們通常在我們銷售產品的每個國家或地區僅向一至兩名分銷商作出銷售。我們相信，我們的分銷商業務模式容許我們利用分銷商的多元化客戶基礎及營銷資源，有助於我們以較低的經營成本擴大市場份額，從而使我們專注於產品開發等主要業務。根據 Frost & Sullivan 的資料，我們的分銷商業務模式符合行業慣例。截至二零一三年、二零一四年及二零一五年十二月三十一日止年度，分銷商銷售收益分別約佔我們視密卡收益的 49.1%、45.3% 及 37.6%，亦分別佔我們總收益的 47.6%、35.0% 及 21.6%。

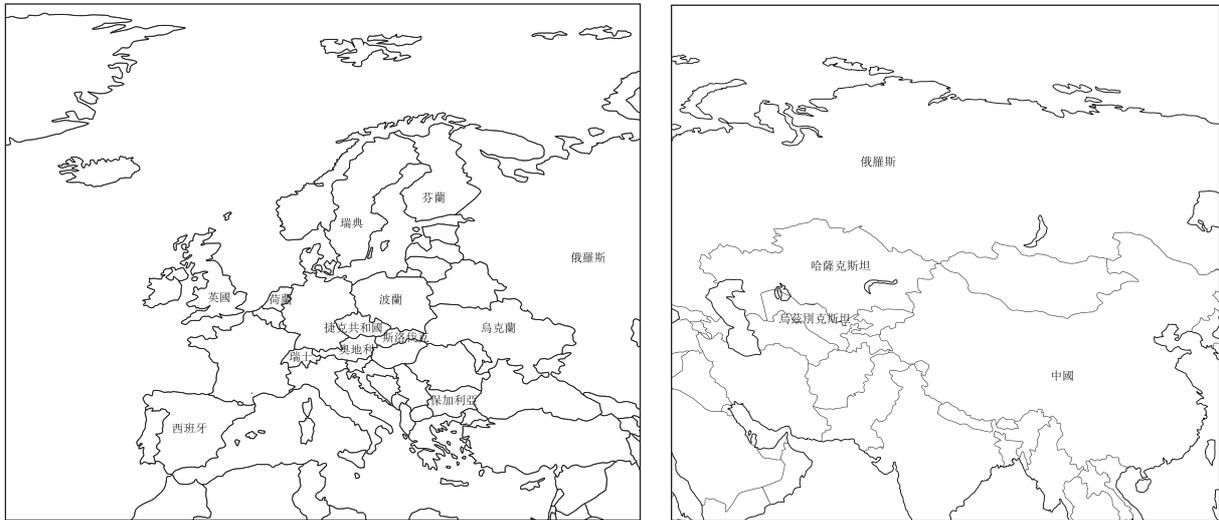
於二零一五年十二月三十一日，我們有 27 名分銷商，均為獨立第三方。我們與各主要分銷商 (包括 Van Buuren 及 Telco) 已平均建立約六年的業務關係。Van Buuren 是一家荷蘭公司，主要在西歐從事分銷及零售電子產品。Telco 是從事分銷電子設備的俄羅斯公司。截至二零一三年、二零一四年及二零一五年十二月三十一日止年度，來自 Van Buuren 及 Telco 的收益合共分別佔我們總收益的 26.7%、15.9% 及 11.1%。我們根據分銷商的分銷渠道、財務實力、管理能力、業內聲譽及當地知識來選擇分銷商。下表載列往績記錄期我們分銷商的數量變動：

	截至十二月三十一日止年度		
	二零一三年	二零一四年	二零一五年
期內新增	3	3	—
期內終止	2	4	2
期末總計	30	29	27

我們於往績記錄期終止了與若干分銷商的合作，主要原因是我們為避免分銷商在同一國家的內部競爭調整了在歐洲市場及俄羅斯的分銷網絡計劃。二零一三年已終止合作分銷商產生的收益佔二零一二年我們分銷商收益的 3.7%、二零一四年已終止合作分銷商產生的收益佔二零一三年我們分銷商收益的 1.1% 及二零一五年已終止合作分銷商產生的收益佔二零一四年我們分銷商收益的 0.7%。

業 務

下圖載列於二零一五年十二月三十一日我們分銷商的地理覆蓋範圍以及各個國家的分銷商數量。



奧地利(4)
保加利亞(1)
捷克共和國(2)
芬蘭(1)
荷蘭(1)
波蘭(1)
斯洛伐克(1)
西班牙(2)
瑞典(2)
瑞士(2)
烏克蘭(1)
英國(1)

中國(2)
哈薩克斯坦(1)
烏茲別克斯坦(1)
俄羅斯(4)

我們通過具法律約束力的框架協議及／或採購訂單以及與分銷商保持定期溝通（主要由銷售及營銷人員進行），與分銷商維持持續的關係或安排。與主要分銷商的一般條款及安排載列如下：

- **期限：**我們與分銷商的框架協議或購買協議一般為期兩年，可予續期。
- **定價：**我們載列依據產品類別、採購量及包裝類型確定的以美元為單位的預定價目表以及對超過某一採購量而可能給予的獎勵。
- **訂購／信用期：**實際訂單（載有將予交付的單位數量及將予支付的最終價格）乃根據個別採購訂單而定。我們通常向分銷商提供30至60天的信用期，而分銷商一般通過電匯向我們付款。若干訂購安排可因分銷商而異，如月度預測要求。我們對分銷商並無設有最低採購額的規定。

業 務

- **營運控制：**我們通常會向分銷商提供產品的建議零售價。分銷商亦同意在若干區域內只銷售我們的產品，而我們通常要求分銷商不得銷售競爭性的視密卡產品。我們透過分銷商提供的市場報告及與分銷商定期溝通（主要由銷售及營銷人員進行）評估不同地區的市況。
- **交付：**對於中國分銷商，我們一般負責向分銷商或其指定的第三方承運商交付訂單。對於國外分銷商，我們一般負責交付至深圳的固定地點。
- **售後服務：**我們對分銷商提供的售後服務一般包括為期兩年的保修期。
- **退貨：**我們不提供退貨權，惟產品存在瑕疵則除外。於往績記錄期及直至最後實際可行日期，我們與分銷商之間並不存在任何重大缺陷產品退款、退貨或換貨情況。

我們按最終銷售基準向分銷商作出銷售，且我們認為基於以下各點，我們目前的銷售模式不太可能會出現任何渠道堵塞問題：(i)我們一般向分銷商授出介乎30至60天的信用期，這與行業慣例相符，而我們於二零一三年、二零一四年及二零一五年十二月三十一日的應收分銷商貿易款項的平均周轉天數分別約為32天、29天及45天，屬於分銷商30天至60天信用期範圍之內；(ii)我們於往績記錄期向分銷商收回貿易應收款項的記錄令人滿意且我們於二零一五年十二月三十一日應收分銷商貿易款項中約0.2百萬美元（或19.8%）已於二零一六年一月三十一日結清；(iii)我們並無對分銷商設置任何初始採購額或最低採購額規定；以及(iv)除非存在瑕疵，否則分銷商無權退貨（包括未售或陳舊貨品），而我們分銷商退貨的總金額約佔我們於往績記錄期總收益的0.1%。

我們對分銷商的銷售均為最終銷售，而即使我們與某一分銷商的關係終止，該分銷商亦無權將任何未售產品退予我們。因此，我們並無按個別基準對分銷商的存貨水平進行控制，但我們的銷售及營銷人員會與主要分銷商進行磋商，以了解其涉及我們產品的存貨水平。我們的分銷商一般按照其採購預測下達採購訂單，而採購預測會根據分銷商的客戶的實際需求不時調整。上述措施有助我們評估於分銷商積壓過多存貨的可能性及減低相關風險。於往績記錄期，我們並無發現任何來自主要分銷商的異常大額訂單。根據以上所述，我們認為，且獨家保薦人亦贊同，本公司為防止分銷商層面積壓過多存貨採取的措施屬充分。

業 務

於往績記錄期及直至最後實際可行日期，概無發生與任何分銷商的主要條款或安排有關的重大爭議或違反該等主要條款或安排的事件。

其他視密卡客戶

向其他客戶銷售視密卡佔截至二零一五年十二月三十一日止年度我們視密卡銷售額約11.8%，亦相當於期內總收益的6.8%。

於往績記錄期，我們向其他客戶銷售視密卡，這些客戶其後再將我們的視密卡轉售予第三方或透過第三方網上平台直接購買我們視密卡的終端用戶。我們並無與該等客戶訂立正式的框架協議，原因是彼等一般按一次性基準採購我們的產品，且該等客戶均為獨立第三方。

視密卡的其他客戶亦包括iCast，我們在中國向其出售我們絕大部分UCAM。iCast是一家互聯網視頻及服務供應商，利用我們的UCAM向其最終用戶提供付費電視內容及iCast經營的在線介面連接。創始人及基金投資者通過SMIT Investment（一家獨立於本集團的實體）持有iCast的18.75%股權。有關詳情，請參閱[編纂]「歷史、重組及企業架構－已剝離業務及排除其他投資權益－於iVmall Corporation及iCast Corporation的投資權益」一節。於二零一四年六月二日，我們與iCast簽訂為期兩年的合作協議（可予續新），概述我們關係的一般條款，而我們亦擁有採購訂單，載有標準銷售條款。我們與iCast在合作協議及採購訂單中並無任何不尋常條款。我們向iCast所作銷售乃按公平基準磋商，且我們向iCast授予180天的信用期以在中國推廣我們的UCAM。於往績記錄期，我們的UCAM收益主要來自向iCast銷售。我們的UCAM業務收益不斷增長，但迄今為止金額並不大，截至二零一四年及二零一五年十二月三十一日止年度分別僅佔我們總收益的0.1%及1.7%。

mPOS客戶

我們目前主要向盒子支付銷售mPOS機，其次向國內其他基於硬件的移動支付服務供應商銷售。盒子支付是一家領先的基於硬件的移動支付服務供應商，採用mPOS機連接其自有移動應用令終端用戶能夠實現移動支付交易。盒子支付的客戶主要包括使用mPOS機收款的商戶及其他工商企業。按截至二零一五年六月三十日的累計商業用戶數目計算，盒子支付是中國第三大基於硬件的移動支付服務供應商，且根據Frost & Sullivan的資料，預期二零一五年至二零一九年中國mPOS終端機市場按銷量計將以39.7%的複合年增長率增長。有關中國mPOS行業的進一步資料，請參閱「行業概覽－中國MPOS市場概覽」。

業 務

儘管我們有一名重疊董事及一定程度的重疊股東，但是我們並無於盒子支付持有任何所有權權益。盒子支付及本公司均擁有廣泛的股東基礎。盒子支付及本公司均主要由不同投資基金擁有。GSR (由GSR Ventures I, L.P.及GSR Principals Fund I, L.P.組成) 是一個風險投資基金，緊接資本化發行及[編纂]前擁有我們已發行股本20.9%。GSR的若干關聯基金持有盒子支付24.85%的股權。我們的執行董事黃學良先生 (於緊接資本化發行及[編纂]前擁有我們已發行股本9.76%) 亦持有盒子支付1.32%的間接股權。此外，創始人及基金投資者 (包括GSR及黃學良先生等) 共同通過SMIT Investment (一家獨立於本集團的實體) 擁有盒子支付15.89%的股權。黃學良先生以SMIT Investment於盒子支付之權益的董事代表身份擔任盒子支付的五名董事之一，且黃學良先生並非盒子支付的高級職員或僱員，亦不參與其日常運營。因此，根據上市規則，盒子支付並非本公司關連人士，而由其創始人及其他投資基金獨立管理及控制。此外，盒子支付其中一名創始人為其唯一控股股東，持有盒子支付35.02%權益。因此，盒子支付乃獨立於我們運營。經考慮(i)二零一五年，我們的mPOS平均售價為每部19.56美元 (相當於人民幣121.7元)，根據Frost & Sullivan的資料，該平均售價略高於二零一五年中國mPOS供應商向基於硬件的移動支付服務供應商提供的平均售價每部19.1美元；(ii)向盒子支付提供的mPOS機售價與向其他mPOS客戶提供的mPOS機售價不相上下，董事認為我們向盒子支付作出的銷售乃經計及 (其中包括) 行業環境、我們的生產成本及與盒子支付之間的長期戰略業務關係後，按正常商業條款公平磋商而定。有關進一步詳情，亦請參閱[編纂]「歷史、重組及企業架構－已剝離業務及排除其他投資權益－於盒子支付的投資權益」一節。

我們於二零一三年七月開始銷售mPOS產品。我們的mPOS產品收益一直大幅增長，截至二零一三年、二零一四年及二零一五年十二月三十一日止年度分別佔我們總收益的3.1%、22.8%及42.7%。

我們主要根據以下各項評估mPOS機的定價(1)元件採購分析及分包成本；(2)採購量及mPOS客戶規定的任何額外產品規格；及(3)訂購時的普遍市場價格。有關我們產品定價的更多詳情，以及mPOS平均售價及於往績記錄期價格重大波動的原因，請參閱[編纂]「財務資料－影響我們經營業績的重要因素－受產品及地域組合影響的售價及毛利率」及「財務資料－節選收益表項目的說明－收益」及「財務資料－經營業績」等節。有關mPOS的預計未來售價趨勢，請參閱[編纂]「行業概覽－元件成本及售價」一節。

業 務

我們與mPOS客戶(包括盒子支付)的標準合約條款一般於具法律約束力的採購協議內規定：

- **期限**：我們與mPOS客戶訂立的採購協議通常有效期為一年，可予續期。
- **定價**：定價乃按成本加成基準預定亦取決於所售mPOS產品的類型及採購量。
- **訂購／信用期**：將予交付的單位數量及將予支付的最終價格於採購協議內規定。我們向盒子支付提供180天的信用期，這在mPOS行業中並不罕見，而盒子支付一般通過電匯向我們付款。就其他mPOS客戶而言，我們僅於接獲付款後方會發貨。
- **質量控制**：mPOS產品將須通過我們預先設定的技術標準及與mPOS客戶協定的質量要求。
- **交付**：我們一般負責交付訂單予客戶地點或客戶指定的第三方承運商在中國的地點。
- **售後服務**：我們的售後服務一般包括為期12至14個月的保修期。於該期間後，我們將就維修及替換服務收費。
- **退貨**：我們一般不提供退貨權，惟產品存在瑕疵則除外。於往績記錄期及直至最後實際可行日期，我們與mPOS客戶之間並不存在任何重大退款、退貨或換貨情況。

除採購協議外，我們與盒子支付的關係亦受到於二零一五年六月一日簽署的具法律約束力戰略合作協議規管，協議提到，在三年年期內，只要我們一直提供性能、質量及價格俱佳的mPOS機，盒子支付不會向任何其他mPOS供應商採購。該三年年期可自動續新。有關定價、交付及其他要求的具體條款會於公平磋商後在具體採購訂單內釐定。

於往績記錄期，我們單獨自盒子支付採購少量mPOS通用元件，分別佔截至二零一三年、二零一四年及二零一五年十二月三十一日止年度總採購的0.9%、1.7%及0.1%。盒子支付採購該等mPOS元件用作mPOS機的研發，而其後由於我們同意成為盒子支付的mPOS供應商而按公平基準將元件轉售予我們。

業 務

於往績記錄期，盒子支付為我們的最大客戶之一，且向盒子支付銷售的mPOS產品分別佔二零一三年、二零一四年及二零一五年我們mPOS收益的96.3%、98.1%及99.2%。由於集中向盒子支付銷售mPOS，我們面臨若干風險。倘我們未能符合與盒子支付的戰略合作協議內所約定的產品性能、質量或定價條款，或因任何其他原因盒子支付終止或大幅減少其向我們發出的採購訂單且我們無法及時按類似條款為我們的mPOS業務物色並取得新客戶或根本無法物色到新客戶，則我們可能難以按當前水平保持mPOS銷售的盈利能力且我們的業務及經營業績可能受到重大不利影響。有關詳情，請參閱本[編纂]「風險因素－與我們業務及行業有關的風險－我們向盒子支付銷售我們絕大部分mPOS產品。盒子支付業務或財務狀況發生任何不利變動，可能會對我們來自盒子支付的收益造成不利影響，進而會對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響」一節。根據Frost & Sullivan的資料，按截至二零一五年六月三十日的累計商業用戶數目計，盒子支付為中國第三大基於硬件的移動付款服務供應商。根據Frost & Sullivan的資料，像我們這樣的mPOS供應商主要與像盒子支付這樣的一名基於硬件的移動支付服務供應商合作屢見不鮮，而像盒子支付這樣的客戶依賴像我們一樣值得依賴的mPOS產品供應商同樣亦屬常見。我們相信盒子支付依賴我們的mPOS機發展其具備安全性及可靠性的移動支付業務，因為我們乃業界知名的具備安全芯片及產品系統設計專長的值得信賴的安全裝置供應商。由於我們並無向盒子支付作出獨家出售的承諾，故由二零一五年七月起，我們已與中國兩名其他基於硬件的移動支付服務供應商訂立mPOS銷售合同。儘管至目前為止，對其他mPOS客戶的銷售額並不大，惟我們計劃維持靈活性並進一步拓展我們的客戶基礎，以開拓更多mPOS銷售商機。

售後服務

我們致力於提供優質的售後服務，如更換瑕疵產品及進行軟件升級，藉以與客戶建立穩固關係。一般而言，我們的視密卡產品保修期為兩至三年，而mPOS機的保修期為12至14個月。我們力求在24小時內對客戶提出的所有支援請求作出回應，確保我們能有效地滿足客戶需要。我們亦為廣播運營商客戶提供培訓服務，從而使該等客戶能夠獨立解決終端客戶提出的疑問。除維修或更換瑕疵產品外，我們並無制定退貨政策。於往績記錄期及直至最後實際可行日期，我們並無遇到任何重大銷售退款、退貨或換貨情況。

向位於遭受國際制裁司法權區的客戶銷售

於往績記錄期，我們向位於俄羅斯的客戶銷售視密卡，分別佔截至二零一三年、二零一四年及二零一五年十二月三十一日止年度我們總收益的28.1%、12.3%及10.6%，以及向位於烏克蘭、巴爾幹地區、埃及、黎巴嫩及白俄羅斯的客戶作出少量銷售（「**相關銷售**」），合共分別佔截至二零一三年、二零一四年及二零一五年十二月三十一日止年度我們總收益的3.4%、2.5%及1.9%。

業 務

俄羅斯、烏克蘭、巴爾幹地區、埃及、黎巴嫩及白俄羅斯遭受特定國家的國際制裁，禁止若干交易，包括禁止與《特定國民與禁止往來人員名單》(Specially Designated Nationals and Blocked Persons List) (「特定國民名單」) 或OFAC存置的其他名單特別列出的人士及實體以及歐盟、聯合國或澳洲存置的名單指定的各方進行交易。根據我們的國際制裁法律顧問歐華律師事務所的意見及基於其所執行的下列程序，相關銷售並不牽連將由美國、歐盟、聯合國或澳洲管理及實施的任何國際制裁或任何更廣泛的貿易限制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、香港結算或香港結算代理人)：

- (a) 審閱由我們提供以證明相關銷售的文件；
- (b) 接獲我們提供的書面確認，確認本集團或我們的任何聯屬人士於往績記錄期並無與受國際制裁的其他國家或人士進行任何商業交易；及
- (c) 將參與相關銷售的客戶名單與受國際制裁的人士及組織名單作對比審閱，確認我們的客戶不在名單中。

於最後實際可行日期，我們並無獲通知、亦不知悉對相關銷售作出的任何政府調查及概無就相關銷售對我們實施任何行政、民事或刑事罰款或處罰。經我們的國際制裁法律顧問確認，相關銷售並不涉及目前受國際制裁的特定禁止或限制規限的行業、活動或部門且根據國際制裁，相關銷售不被視為被禁止活動。此外，於往績記錄期及直至最後實際可行日期，本集團並無進行任何可能違反(無論直接或間接)國際制裁的任何業務活動。

經計及相關銷售不會被視為國際制裁下的被禁止活動且不會牽連到對本集團或任何人士或實體(包括本集團的投資者、聯交所、上市委員會、香港結算及香港結算代理人)的任何國際制裁，並為保持銷售收益及股東利益最大化，我們將會繼續進行上述業務活動。然而，董事預計本集團於[編纂]後向位於俄羅斯的客戶作出的銷售不會出現顯著增加或減少，而預計[編纂]後向位於烏克蘭、巴爾幹地區、埃及、黎巴嫩及白俄羅斯的客戶作出的銷售仍不多。我們目前或在將來概無意進行將導致我們、聯交所、上市委員會、香港結算、香港結算代理人或我們的投資者違反國際制裁或成為國際制裁的對象的任何活動。於[編纂]後，我們將於聯交所及本集團各自網站上披露我們認為本集團於被制裁國家或與被制裁人士訂立的交易是否將令本集團或我們的投資者可能違反國際制裁或成為國際制裁的對象，及於我們的年報及中期報告內披露我們監控在被制裁國家及與被制裁人士進行的業務面臨制裁風險的努力、未來業務(如有)的狀況以及我們有關被制裁國家及與被制裁人士的業務意圖。

業 務

我們將持續監控及評估可能產生制裁風險的業務活動。有關詳情，請參閱[編纂]「業務－內部控制及風險管理－制裁相關承諾及風險管理」一節。

產品設計及研發

我們投入大量資源進行產品設計及研發。截至二零一三年、二零一四年及二零一五年十二月三十一日止年度，我們的研發開支分別約為7.0百萬美元、6.0百萬美元及7.4百萬美元，亦分別佔我們總收益的14.8%、10.6%及11.3%。有關研發開支的更多詳情，請參閱[編纂]「財務資料－節選收益表項目的說明－研發開支」一節。

於二零一五年十二月三十一日，我們的研發團隊由112名僱員組成，包括(1)27名芯片設計人員、(2)59名項目管理人員(主要負責管理產品設計、研發項目及與客戶的相關協調以及提供技術支持)及(3)26名其他人員(主要專注於根據即將發佈的行業標準及技術發展制定長遠研發計劃)。於二零一五年十二月三十一日，我們40%以上的僱員及研發人員擁有平均五年的相關從業經驗。此外，約13%的研發人員擁有電子工程等相關領域的碩士或以上學位。

我們的研發工作專注於提高現有芯片及產品的功能性及安全性，解決客戶的技術需要及擴大產品組合。自成立以來，我們已開發五代視密卡芯片，以及兼容多種最新CI標準的視密卡。

下表載列我們正在進行之中的主要產品設計及研發項目詳情：

項目概況	實施計劃	估計商業推出時間	現狀
為一家德國廣播運營商設計及開發適用於地面廣播DVB-CI+ 1.4標準的視密卡	預期於二零一六年三月前完成驗收測試，於二零一六年四月前完成設計驗證測試。預期於二零一六年五月前開始試產。	二零一六年六月	已完成初步產品設計，現正進行現場測試。

本文件為草擬本，其資料並不完整及可作更改，有關資料集須與本文件首頁「警告」一節一併閱讀。

業 務

項目概況	實施計劃	估計商業 推出時間	現狀
與TMC合作設計及開發下一代mPOS芯片	預期於二零一六年六月前進行芯片樣品測試。	二零一六年六月	進行芯片樣品測試。
設計及開發帶SM1680芯片(下一代視密卡芯卡)的視密卡，可兼容DVB-CI+ 1.4標準及即將發佈的DVB-CI+ 2.0標準	預期於二零一六年三月前進行芯片安全性評估，於二零一六年四月前完成外部測試。預期於二零一六年八月前根據廣播運營商的額外需求完成集成測試及調整。	二零一六年八月	進行芯片安全性評估。
為一家荷蘭廣播運營商設計及開發兼容DVB-CI+ 1.4標準的IPTV視密卡	預期於二零一六年四月前完成相關電視兼容性測試，並將於二零一六年六月前取得設計驗證批准。預期於二零一六年九月前通過現場測試。	二零一六年九月	現正進行樣品測試及最終集成測試。
開發智能集成mPOS系統	預期於二零一六年五月前完成產品設計，並將分別於二零一六年七月及九月前通過內部及外部測試。	二零一六年九月	現正進行初步產品設計。
設計DVB-CI+ 2.0視密卡的軟硬件	預期於二零一六年十月前完成初步產品設計，於二零一七年八月完成原型，於二零一八年二月完成外部測試。	二零一八年六月	現正進行初步產品設計。

業 務

我們的產品設計及研發項目不僅有助於我們鞏固我們在現有市場的市場地位，滿足現有客戶不斷變化的需求，亦有助我們擴大客戶基礎及有利於我們在較新市場的銷售。例如，我們開發的DVB-CI+ 2.0視密卡已統一將更廣泛用於並無廣泛或強制採納CI標準地區的視密卡USB接口，而這有可能會增加我們在該等地區的銷售機會。我們開發的具有客戶關係管理及存貨控制等強化集成功能的智能集成mPOS系統不僅可能對業務不斷增長的小型商業企業具有吸引力，亦可能對酒店及旅行社等大中型企業用戶具有吸引力，故可擴大我們的mPOS客戶基礎，進而可增加未來的銷售。

此外，我們具備廣泛的專利技術及知識產權。有關詳情，請參閱[編纂]「業務－產品設計及研發－知識產權」一節。

我們的產品設計及研發項目主要由來自研發團隊的項目管理人員管理。我們的新產品設計始於市場研究，包括技術發展分析以及與技術相關的法律、議定書及其他準則的變動。我們亦與客戶合作確定其所需產品的確切規格及評估產品的可行性。制訂產品設計後，我們即會進行嚴格的功能及性能測試，然後方提交產品進行認證並最終發佈產品。此項流程一般需時約三至六個月，視產品的複雜程度而定。

我們的項目經理不僅在產品設計及生產階段與客戶進行協調，亦跟進所發佈產品產生的技術問題並提供產品軟件升級方面的技術支持。此外，由於我們就視密卡產品採用條件接收供應商的條件接收技術的安全性，我們亦經常同意讓條件接收供應商檢查或審查我們的相關設施以及安全及內部控制系統，而我們的項目管理團隊幫助進行協調。

知識產權

我們在生產中使用由我們開發或通過許可安排使用由第三方開發的不同產品設計、技術及生產訣竅。我們不完全依賴包括(但不限於)商業機密、專利、版權及商標法律及法規，以及保密協議以保障我們的知識產權。有關我們知識產權的詳情，請參閱[編纂]附錄四「法定及一般資料－本集團的知識產權」一節。

於最後實際可行日期，我們在中國擁有78項註冊專利及55項待註冊專利、1項在美國註冊的專利、3項在歐洲註冊的專利及15項待註冊的國際專利。我們的專利主要與我們的芯片及視密卡設計有關，剩餘期限一般介乎1年至20年不等。

業 務

於最後實際可行日期，我們在中國擁有24項註冊版權。我們註冊版權的剩餘期限一般介乎39至49年不等，主要與我們的專利軟件有關。

於最後實際可行日期，我們在中國擁有45項註冊商標、六項歐盟註冊商標、兩項在美國註冊的商標、兩項在德國註冊的商標、一項在香港註冊的商標以及一項在香港待決的商標註冊。我們註冊商標的剩餘期限一般為四至十年，並可於屆滿後向有關部門重續。

我們與Cisco、康納斯、愛迪德、永新視博及Viaccess等領先的條件接收供應商訂有許可協議，我們據此許可使用其解密算法及其他知識產權，並與我們自有專用軟件及硬件技術結合。為獲授有關條件接收許可，我們須經過嚴苛的認證過程，達到條件接收供應商設定的條件。例如，我們的芯片須符合條件接收供應商的安全標準，並按照不同的安全水平劃分等級。條件接收供應商亦會對我們的軟件及硬件集成能力、我們的運營及設施以及我們的安全及內部控制系統進行檢驗及評估，以就授予我們條件接收許可形成全面的意見。我們按條件接收技術許可的類型及使用許可的地域市場支付許可使用費。此外，我們按使用其條件接收技術生產的視密卡數目就該等許可支付特許使用費。截至二零一三年、二零一四年及二零一五年十二月三十一日止年度，我們所支付的特許使用費分別約為5.1百萬美元、4.6百萬美元及3.2百萬美元。我們的特許權使用費於往績記錄期有所減少，這主要是由於我們向若干條件接收供應商出售更多視密卡，而該等條件接收供應商並無就向彼等生產及出售的視密卡收取特許權使用費所致。有關詳情，請參閱[編纂]「業務－客戶、銷售及營銷－視密卡客戶」一節。許可年期一般為二至五年，並可續新。於往績記錄期及直至最後實際可行日期，我們在重續我們的條件接收許可並無遭遇任何重大困難，並預期當有需要時將能重續我們的重大條件接收許可。下表載列於最後實際可行日期我們持有的條件接收許可及其各自的屆滿日期：

授予許可的條件接收供應商	屆滿日期	授予許可的條件接收供應商	屆滿日期
1. Cisco Systems, Inc.	二零一八年 五月十四日	10. 北京永新視博數字電視 技術有限公司	二零一七年 六月三十日
2. Conax AS	二零一七年 三月二十七日	11. 北京算通科技發展股份 有限公司	二零一六年 十二月五日
3. Irdeto B.V.	二零一六年 八月三十一日	12. 高斯貝爾數碼科技股份 有限公司	二零一七年 四月二十九日
4. Viaccess S.A.	二零一七年 十一月二十六日	13. 金亞科技股份有限公司	二零一七年 二月二十八日
5. Verimatrix Inc.	二零一七年 十一月十八日	14. Beijing Tengrui Video System Technology Co., Ltd	二零一七年 四月八日
6. Necleus Systems, Ltd.	二零一六年 六月十八日	15. 北京數碼視訊科技股份 有限公司	二零一六年 七月三十一日
7. Panaccess System GmbH	二零一七年 二月十五日		
8. Abel DRM Systems AS	二零一七年 十月十日		
9. 四川九州電子科技股份 有限公司	二零一七年 四月五日		

業 務

授予許可的條件接收供應商	屆滿日期	授予許可的條件接收供應商	屆滿日期
16. 四川泰立科技股份有限公司	二零一六年 十二月二十日	17. 上海雲視科技股份 有限公司	二零一八年 一月十七日

此外，我們亦自第三方取得若干技術知識產權許可，如若干種類的視密卡芯片佈局設計（為電子製造商的使用標準）。於最後實際可行日期，我們擁有我們使用的所有第三方技術及其他知識產權的有效許可。

我們已採取積極主動的方式保障我們的知識產權。一方面，我們尋求及保持我們商標、專利及其他知識產權獲正式註冊。另一方面，由於我們安全裝置產品的性質，我們大多數技術及生產方式或工藝涉及非專利不公開的專有專業知識。因此，我們很大程度上依賴商業秘密保障及合同限制以保障我們的知識產權。例如，我們與我們的高級管理層、主要研發員工以及我們的分包商及其他對手方訂立保密協議，以保障有關我們專業知識的商業秘密。尤其是，我們每名高級行政人員已同意於其僱傭期間及之後，對本集團的任何機密資料、商業秘密或專業知識或我們收到的任何第三方的機密資料絕對保密，且除職務上需要外，彼等不會對該等保密資料加以利用。我們亦與視密卡芯片晶圓供應商SMIC訂立保密協議，以保護我們向SMIC提供作晶圓生產之用的芯片設計中所含的專業知識。此外，我們亦密切關注及收集任何有關侵犯我們知識產權的事件資料，而我們將於有需要時採取法律行動及與當地機構合作，以執行我們的知識產權。

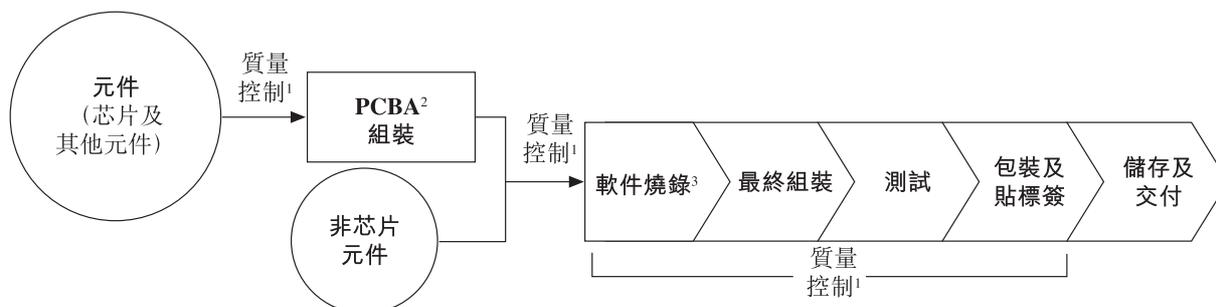
雖然我們積極採取措施保護我們的知識產權，但該等措施未必足以防止知識產權遭侵權或盜用。這種情況在中國尤為突出，中國的法律未必如世界其他地區法律一樣充分保護我們的知識產權。侵犯或盜用我們的知識產權可能會嚴重損害我們的業務。請參閱本[編纂]「風險因素－與我們業務及行業有關的風險－我們的專利及其他知識產權是我們的重要資產，如我們無法加以保護，則我們的業務、財務狀況及經營業績可能會受到不利影響」一節。於往績記錄期及直至最後實際可行日期，我們並無牽涉任何涉及侵犯他人知識產權或遭他人侵犯知識產權而可能對我們業務造成重大不利影響的情況，亦無牽涉任何涉及侵犯知識產權的訴訟。

業 務

生產

生產流程

下圖列示視密卡及mPOS機的一般生產流程。



附註：

1. 質量控制指為確保我們採購的元件以及我們產品的質量而採取的質量控制措施。
2. 我們產品的PCBA組裝的生產時間一般為兩天。
3. 從軟件燒錄至最終產品的生產時間一般為一天。

我們的生產流程一般包括以下主要步驟：

- **PCBA組裝**：自供應商採購的元件(包括芯片及其他電子元件)組裝成PCBA，為我們產品電子核心的電路板組件。我們聘請分包商對我們的產品進行PCBA組裝；
- **軟件燒錄**：硬件元件組裝後，需將軟件恰當燒錄至PCBA，結合必要的算法、認證密鑰或任何精密匹配我們客戶規格及我們產品系統設計的知識產權。燒錄軟件至PCBA可能涉及第三方許可的專有技術決竅(如條件接收技術)。倘燒錄軟件的PCBA不符合我們的質量標準，則需嚴格按我們的條件接收供應商規定的方式處置；及
- **最終組裝、測試及包裝**：將經燒錄的PCBA組裝至相關外殼。成品須接受嚴格的功能性及安全性測試方會貼上標籤、包裝及交付倉庫以供交付。

業 務

我們的視密卡及mPOS的生產流程大致相同。不同之處在於，就視密卡而言，我們在自有生產設施進行由軟件燒錄至最終產品包裝的過程，而就mPOS而言，有關過程被外包予分包商。有關詳情，請參閱[編纂]「業務－生產－供應商－分包商」一節。我們的內部生產主要根據人力分配。於往績記錄期及直至最後實際可行日期，我們並無遇到內部生產流程出現任何重大中斷、延期或產能不足的情況。

有關向供應商採購及就我們的生產流程採納的質量控制措施的詳情，請參閱[編纂]「業務－生產－供應商」及「業務－生產－質量控制」兩節。

供應商

我們的供應商包括(1)我們自其採購產品所用元件的廠商，及(2)進行我們產品的若干生產程序的分包商。截至二零一三年、二零一四年及二零一五年十二月三十一日止年度，我們向供應商的採購分別為19.4百萬美元、33.8百萬美元及39.7百萬美元。

於往績記錄期，元件成本及分包費佔我們銷售成本的很大部分。例如，於往績記錄期，視密卡的主要元件SM1670S芯片及PCB的採購價分別介乎每件人民幣10.8元至人民幣12.0元及每件人民幣5.2元至人民幣6.0元。於往績記錄期，主要mPOS K21DN512芯片的採購價為每件人民幣18.8元至人民幣21.8元。根據Frost & Sullivan的資料，於往績記錄期，我們產品的主要元件的市價穩步下降，並預計於二零一九年以前繼續下降。詳情請參閱[編纂]「行業概覽－元件成本及售價」一節。我們並無訂立任何對沖安排來降低我們面對的上述採購成本波動風險，但我們按成本加成基準對產品定價，且我們預計，在一般市況下，我們將能夠把任何採購成本增幅部分或全部轉嫁予客戶。有關上述採購成本及與我們的元件成本相關的敏感度分析的進一步詳情，請參閱[編纂]「財務資料－節選收益表項目的說明－銷售成本」一節。

供應商一般向我們提供30至60天的信用期，而我們通常透過電匯向供應商付款。我們的供應商全部為獨立第三方。對於因供應商引致的產品瑕疵或產品索償，我們有權就產品責任向有關供應商追索。於往績記錄期及直至最後實際可行日期，我們的業務中並無遇到任何重大產能不足、供應短缺、延誤或干擾，或因供應商導致的任何重大產品索償。

業 務

五大供應商

截至二零一三年、二零一四年及二零一五年十二月三十一日止年度，向五大供應商(包括廠商及分包商)作出的採購分別佔我們採購總額的57.0%、36.0%及32.8%，而向最大供應商作出的採購分別佔我們採購總額的16.6%、10.8%及8.4%。

據董事所知，於最後實際可行日期，我們並不知悉任何資料或安排會導致我們與往績記錄期五大供應商的關係中斷或終止。於往績記錄期，概無董事、彼等的緊密聯繫人或任何股東(據董事所知擁有本公司已發行股份5%以上)擁有任何五大供應商的任何權益。

廠商

我們主要向中國的廠商採購產品所需元件，而部分採購自海外(如德國等)。該等元件主要包括視密卡芯片晶圓、mPOS芯片、PCB、閃存及視密卡盒。我們一般與每名主要廠商擁有約八年業務關係。

我們根據我們的芯片及產品系統設計向SMIC(中國一家領先的半導體代工廠)採購視密卡芯片所需晶圓以製造芯片晶圓。芯片晶圓製造是生產芯片的主要流程。圓形硅晶圓按我們的專有芯片設計進行生產及蝕刻。我們已與SMIC建立逾12年的密切關係。我們於二零一三年與SMIC簽署最新供應合約，為期兩年，可自動續期一年，惟任何一方屆滿前三個月終止除外。為節約成本，我們通常根據客戶預測及視密卡市場分析每年向SMIC下達兩至三次大宗採購訂單。SMIC的交貨時間約為六至八個星期，而由於我們一般保持未來三至四個月的視密卡銷售預測，因此我們能提前準確估計是否有必要向SMIC進行額外採購來補充現有存貨。

我們根據我們的產品系統設計向中國及香港多家通用芯片廠商採購通用mPOS芯片(在我們差不多所有mPOS型號上通用)。此外，我們亦與北京同方微電子有限公司(「同方微電子」)，中國領先的集成電路設計公司)合作設計並向其採購專用於我們兩個型號mPOS產品的芯片。根據同方微電子與我們於二零一五年六月訂立的戰略合作協議，我們與同方微電子合作設計芯片，由我們提出設計要求，並與同方微電子共同確定芯片的規格。同方微電子已承諾，在同等條款下，我們的訂單將較其他客戶的訂單得到優先處理。我們與同方微電子各自承擔合作設計芯片的相關成本，並各自有權獲得相關知識產權(如有)。戰略合作具法律約束力，有效期為五年。

業 務

我們僅與我們認為是「優先供應商」的廠商進行合作，而廠商首先必須通過初步資質評估（一般包括產品質量以及功能性抽樣測試及現場評估），我們方會將其加入我們的優先供應商名單。經初步評估後，廠商所交付的各批元件須接受抽樣測試，而廠商必須持續符合嚴格、不斷發展的標準以保持留在我們的優先名單上。我們一般有二至三名廠商常規採購每類元件，確保我們至少有一名後備供應商。

分包商

我們在中國一般維持至少兩名分包商，主要負責我們的視密卡及mPOS產品的PCBA組裝，以及生產mPOS機。我們與每名該等主要分包商維持約六年關係。

我們對潛在分包商進行初步評估後，方會認可其為我們進行組裝。該項初步評估一般涉及試產、抽樣測試及對分包商的設備、設施及生產能力進行現場評估。經認可分包商須定期接受重新評估，以確保彼等符合我們的質量及安全標準。我們與分包商之間的協議一般為期一年，並可續新。我們向分包商提供生產產品所需的主要元件。自廠商採購的元件在轉運分包商前必須通過內部質量檢驗，旨在確保我們產品所用材料的質量。我們亦在分包商設施常駐全職的質量控制員工以進行標準的質量檢驗及密切監控分包商涉及我們的產品的整個生產流程以及相關倉儲及交貨安排。該措施不僅確保我們產品的質量，亦保障在涉及該等外包流程時我們的產品安全性及專有技術訣竅。

我們將若干部分的生產過程外包，可降低擁有及經營自有生產設施的成本，並可將我們的資源及經營集中於優化芯片、軟硬件設計及客戶解決方案創新。分包費根據我們主要基於產品類別及採購量下達的各個別產品訂單進行評估。截至二零一三年、二零一四年及二零一五年十二月三十一日止年度，分包費分別佔我們的總銷售成本約13.5%、14.3%及12.5%。

產品信息安全管理

由於安全裝置的性質使然，我們已實施多項措施以確保我們的產品安全、專利技術、技術及知識產權得到有效保護，尤其是在將若干生產工序外包予第三方分包商以及我們向部分廠商提供芯片設計之時。舉例而言，我們已與SMIC訂立保密協議，保護我們向SMIC所提供進行晶圓生產的芯片設計所含的專門技術。此外，就我們進一步交送分包商進行組

業 務

裝的各批芯片而言，我們進行嚴格的組裝後產品盤點，確保我們所送交的芯片數目並無被挪用。分包商交付的產品如未達到我們的質量標準，則須交回我們的設施進行處理。而且，我們向分包商派駐員工，負責監督我們的存貨在分包商所在地的安全儲存及妥善處理。

我們亦允許條件接收供應商應要求個別檢查及審查我們與處理條件接收技術有關的設施及內部控制系統。此外，我們於生產過程中使用自行設計的加密系統，確保客戶數據及技術專門知識的安全傳輸。此外，對於涉及第三方許可技術(如條件接收技術)的任何軟件燒錄的PCBA而言，我們需遵循條件接收供應商要求的嚴格協議以恰當處置任何有缺陷的PCBA。

質量控制

我們已取得ISO9001:2008認證，有效期至二零一七年十月，並可予續期。我們亦有專門的質量控制團隊負責根據ISO9001:2008標準執行質量控制程序。於二零一五年十二月三十一日，我們的質量控制團隊包括六名成員，其中兩名全職常駐分包商，主要監督生產流程及進行必要的質量檢驗。我們的質量控制人員平均擁有七年的相關從業經驗。

我們在生產過程中的多個階段實施質量控制措施。在我們批准聘用廠商及分包商前，所有廠商及分包商均須經過各項檢驗，包括實地考察及研發審計。這可確保我們所採購的元件將符合我們的質量及安全標準。我們與廠商及分包商密切合作以加快組裝過程及確定最佳方案，以便我們能夠向客戶供應優質產品。我們對向供應商採購的元件進行內部質量檢驗之後才會交付予下個生產步驟，以確保我們產品所用材料的質量。

我們的外包生產流程由我們的自有質量控制員工嚴格監督，而該等員工全職常駐分包商。詳情請參閱[編纂]「業務－生產－供應商－分包商」一節。我們亦實施內部測試及質量控制系統，以確保產品及專有技術始終如一的質量及安全性。該等程序主要包括功能性和防篡改試驗和包裝檢查。

於往績記錄期及直至最後實際可行日期，我們並無遇到任何重大產品缺陷、產品召回或缺陷產品索償等事件。

業 務

存貨及物流

我們的存貨包括元件、在製品及製成品。我們對生產過程中通用的元件維持安全存貨，以配合我們的生產需要以及製作原型供研發之用。有關我們的存貨水平、存貨管理及撥備政策的詳情，請參閱[編纂]「財務資料－節選綜合財務狀況表項目說明－存貨」一節。

我們的生產流程實施企業資源規劃(ERP)系統，有助於我們更準確及高效地規劃我們的採購與生產、改善存貨管理、減少物流瓶頸及提高我們的整體經營效率。我們從接受採購訂單到採購元件及安排分包、生產及交付最終產品的整個生產流程，均通過我們的ERP系統維持及監控。

就物流安排而言，我們聘請第三方物流服務供應商運送我們的產品。一般而言，我們負責通過陸路將產品交付中國客戶或客戶指定的中國某地的承運人並承擔相關風險。我們有時亦會針對海外客戶安排海運。於往績記錄期及直至最後實際可行日期，我們並無在交付產品過程中遇到任何嚴重受損的情況，亦無因任何物流服務供應商的行動而遇到任何重大延誤或遭受不利影響的情況。

主要行業獎項、成就及會員資格

下表載列我們優質產品及服務的創新與研發所獲的主要行業相關獎項、成就及會員資格：

年份	事件
二零一四年至今	我們參與DVB-CI+ 2.0標準的制定
二零一三年	我們率先在歐洲商業化推出CI+1.3視密卡
二零一一年至二零一五年	我們參與DVB-CI+ 1.4標準的制定
二零一一年至今	我們為複合廣播寬帶電視聯盟(Hybrid Broadcast Broadband TV Association，一個主要為匯聚混合數字電視廣播及寬帶交付內容的行業聯盟)成員
二零一一年	我們獲廣東省經濟和信息化委員會評為「廣東省軟件和集成電路設計100強培育企業」
二零一一年	我們參與修訂CI+ 1.3標準
二零一一年	我們獲德勤有限公司評為「二零一一年亞太區高科技、高成長500強企業」
二零一一年至今	我們為CI Plus LLP(一個推廣數字電視廣播CI+標準的行業參與者聯盟)成員

業 務

年份	事件
二零一零年	我們憑藉SM1660專利芯片獲第五屆「中國芯」授予「最佳市場表現獎」
二零零九年	我們率先在歐洲商業化推出與CI+標準兼容的視密卡
二零零七年至今	我們為數字視頻廣播協會(Digital Video Broadcasting Association，一個制定及在全球推廣數字電視廣播DVB標準的行業聯盟)成員
二零零六年	我們率先商業化推出與中國數字電視通用接口1.0標準兼容的視密卡

競爭

視密卡競爭格局

視密卡行業的特點是准入門檻相對較高。由於行業性質及對加密知識的敏感性，新從業者需要投入大量時間及精力來充分建立與廣播運營商及條件接收供應商的關係。例如，條件接收供應商經常實施嚴格的認證程序，導致需要多年的籌備期。此外，創作視密卡產品內在的技術能力及安全等級需要大量研發投資。該等准入門檻導致市場參與者相對較少。

本集團在全球視密卡市場的主要競爭對手為SmarDTV及Neotion。SmarDTV總部位於瑞士及為Kudelski集團的附屬公司。SmarDTV與多名與Kudelski集團有關聯的條件接收供應商合作。我們認為，這種從屬關係或因擔擾與競爭對手共享條件接收技術而阻碍其他條件接收供應商與Smart DTV合作。另一位全球視密卡競爭對手為Neotion，該公司為一間總部位於法國的視密卡供應商。

儘管准入門檻較高，其他競爭對手仍可能進入視密卡行業。我們認為，潛在競爭對手包括在內容安全解決方案方面擁有技術專長並與若干主要市場參與者建立關係的機頂盒製造商。我們亦可能面對專門與身為關聯公司的條件接收供應商工作的視密卡供應商的競爭。然而，我們相信，我們在安全芯片設計(符合條件接收供應商的嚴格技術及認證要求)及內容安全解決方案方面擁有的專長使我們具備了優勢，讓我們能更好地滿足客戶(特別是廣播運營商及條件接收供應商)的特定需求並與之建立穩固的關係。

有關進一步詳情，請參閱[編纂]「行業概覽－全球視密卡市場概覽－視密卡競爭格局」及「行業概覽－全球視密卡市場概覽－視密卡准入門檻」兩節。

業 務

mPOS競爭格局

中國的mPOS市場分散零碎。根據Frost & Sullivan的資料，按二零一五年上半年的銷量計，我們為中國第二大mPOS供應商。根據Frost & Sullivan的資料，除前幾名外，中國亦有多家公司提供mPOS產品，一般專注於傳統的POS終端，按銷量計在mPOS市場的市場份額頗低，介乎0.1%至1.0%。競爭力較低的mPOS機供應商將逐步遭淘汰，原因為中國的mPOS市場正面臨行業整合。再者，我們的硬件mPOS技術亦可能面臨來自相關領域(包括財付通及支付寶等基於軟件的支付解決方案)的競爭。

有關進一步詳情，請參閱[編纂]「行業概覽－中國mPOS市場概覽－mPOS競爭格局」及「行業概覽－中國mPOS市場概覽－mPOS准入門檻」兩節。

僱員

於二零一五年十二月三十一日，我們合共有261名僱員，其中254名駐於深圳、五名駐於香港及兩名駐於德國慕尼黑。我們的僱員全部為全職僱員。下表載列我們於二零一五年十二月三十一日的僱員明細：

職能	僱員人數
研發	112
銷售及營銷	46
營運	44
質量控制	6
行政	34
財務	19
總計	261

我們與所有全職僱員均訂立僱傭協議。若干高級管理層及主要研發人員已與我們簽訂保密協議及不競爭協議。各高級行政人員已同意於僱傭協議生效期間及之後的一段時間內對本公司的任何保密資料、商業秘密或專業知識或我們收到的任何第三方的機密資料絕對保密，且除職務上需要外，彼等不會對該等保密資料加以利用。此外，各高級行政人員已同意於受僱期結束後兩年內受不競爭限制的約束。

業 務

我們的成功依賴我們吸引、挽留及激勵合資格人員的能力。我們一般能吸引及挽留合資格人員並維持穩定核心管理團隊。我們致力培訓及發展我們的僱員。我們利用研發中心、研究實驗室及我們的項目管理團隊，確保每名僱員通過接受我們從技術、解決方案及服務，直至我們的客戶、市場及行業等方面課題上進行的持續培訓來維持現時的技能組合。我們為所有新僱員提供入職培訓，以及在職培訓以持續提升我們僱員的技術、專業及管理能力。

我們認為，我們與僱員保持良好的工作關係，且自我們創立以來，我們並無遇到任何重大勞資糾紛或與中國政府勞動部門發生任何糾紛。

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。有關詳情請參閱[編纂]「監管概覽—有關勞動及社會保障的法律及法規」一節。於往績記錄期及直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。於往績記錄期及直至最後實際可行日期，經中國法律顧問確認，我們已遵照適用中國法律就所有社會福利及住房公積金供款計提全額撥備。

職業健康及安全

我們須遵守安全生產法、中國勞動法及中國其他相關法律、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。

業 務

我們已在我們的內部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。

於往績記錄期及直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，在經營過程中亦無發生任何嚴重事故或因有關事故向僱員支付任何人身或財產損害賠償。截至最後實際可行日期，經中國法律顧問確認，我們的內部生產設施已符合所有中國的適用法律、法規及標準。

保險

我們為我們所擁有的海運貨物及若干汽車投購保險，而所投購的僱主責任險則通常保障我們僱員的人身意外。我們並無對其他資產、存貨、業務及產品責任、業務中斷或主要僱員投購任何保險。請參閱[編纂]「風險因素－我們或並無投購足夠商業保險，這可能使我們面臨巨額成本及業務中斷」一節。我們相信，我們的保險範圍屬充足並符合行業慣例。

於往績記錄期及直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，亦無遇到任何重大生產中斷或產品責任事故。於往績記錄期及直至最後實際可行日期，我們並無提出或被提出任何對我們而言屬重大的保險索償。

環境保護

我們須遵守若干環保法律法規。有關該等法律法規的進一步資料，請參閱[編纂]「監管概覽－中國的適用法律法規－環境保護」一節。

於往績記錄期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罰款、處罰或採取其他法律行動，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

物業

我們在中國的主要營業地點位於中國深圳南山區高新技術產業園南區高新南一道國微大廈，同時我們於該大廈中租賃約3,722平方米的地點用於辦公、研發及組裝。我們自本公司一名關連人士的聯繫人租賃該場所，根據上市規則，有關租賃構成一項持續關連交易。有關詳情，請參閱[編纂]「持續關連交易」一節。我們亦於深圳南山區馬家龍藝園路139號得理工業大廈5樓租賃一個約1,214平方米的倉庫。此外，我們分別於香港及德國租賃約293平方米及68平方米的辦公場所。我們並無擁有任何不動產。我們所有租賃物業的業主均已取得有關所有權證，我們相信，我們的租賃設施於可見未來足以滿足我們的需要，且我們將能主要以租賃方式取得足夠的設施，藉以應對我們未來的業務擴張需要。截至二零一三年、二零一四年及二零一五年十二月三十一日止年度，我們的租賃開支總額分別約為1.5百萬美元、1.2百萬美元及1.1百萬美元。

於最後實際可行日期，概無構成我們非物業活動一部分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五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[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，[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。

監管合規

於往績記錄期及直至最後實際可行日期，根據我們中國法律顧問的意見，我們已取得在中國經營業務所需的一切必要政府牌照、許可、批准及認證以及有關續期，並已於各重大方面遵守所有適用中國法律及法規。下表載列我們於最後實際可行日期的重要中國牌照及許可的詳情：

牌照／許可	發證機關	發證日期	屆滿日期
中華人民共和國 台港澳僑投資 企業批准證書	深圳市人民政府	二零一三年 三月十四日	—
營業執照	深圳市市場監督管理局	二零一六年 三月七日	—

本文件為草擬本，其資料並不完整及可作更改，有關資料集須與本文件首頁「警告」一節一併閱讀。

業 務

牌照／許可	發證機關	發證日期	屆滿日期
稅務登記證	深圳市國家稅務局、 深圳市地方稅務局	二零一零年 十一月二十一日	—
外匯登記證	國家外匯管理局深圳分局	—	—
報關單位註冊 登記證	深圳海關	二零一四年 十一月二十五日	—
對外貿易經營者 備案表	深圳市經濟貿易和 信息化委員會	二零零八年 九月九日	—
自理報檢單位 備案登記證	深圳蛇口出入境 檢驗檢疫局	二零零八年 二月二十九日	—
IC設計企業認證	中國工業和信息化部	二零一零年 十二月十五日	—
高新技術 企業證書	深圳市科技創新委員會； 深圳市財政委員會； 深圳市國家稅務局； 深圳市地方稅務局	二零一四年 九月三十日	二零一七年 九月二十九日

內部控制及風險管理

董事會負責設立內部控制系統及檢討其有效性。我們已制定內部控制措施，涉及企業管治、營運、管理、法律事宜、財務及審計，例如：

- 我們已委任海通國際資本有限公司由[編纂]起擔任我們的合規顧問，以就持續符合上市規則及香港其他適用證券法律及規例提供意見；
- 我們有關香港法律的法律顧問已就香港[編纂]公司的持續責任及有關董事的責任及義務向本公司董事提供培訓，並將於[編纂]後向本公司董事及高級管理層提供有關該等論題的培訓或定期研討會及最新資料；
- 我們定期監察我們的銷售表現並採取積極措施計量我們的採購額及存貨水平。在施行新業務計劃前，我們通常會收集市場數據及預測並編製預算計劃；

業 務

- 我們已成立審核委員會檢討及監督本集團的財務申報程序及內部控制系統。審核委員會由本公司三名董事(即胡家棟先生、曾之傑先生及關重遠先生)組成。胡家棟先生擔任審核委員會主席。有關該等審核委員成員的資格及經驗，請參閱[編纂]「董事及高級管理層」一節。我們已遵照上市規則第3.21條及上市規則附錄十四所載《企業管治守則及企業管治報告》編製書面職權範圍。

我們認為內部控制系統及現行程序在全面性、實用性及有效性方面均屬充分。與通常情況下一樣，為籌備[編纂]，我們已委聘外聘內部控制顧問公司按照協定範圍進行內部控制審查，涉及(i)對財務結算及申報、銷售、採購、存貨、庫存的實體級別控制及業務程序控制，以及一般信息技術控制；及(ii)就改善我們有關上述流程及程序的內部控制系統的實際結果及推薦建議向本公司作出匯報。於最後實際可行日期，我們已根據外聘內部控制顧問的推薦建議施行相關內部控制措施。

此外，我們亦已獨立委任一名內部審計經理擔任內部審計部主管，以監控、評估及提高內部控制系統在日常業務經營中的有效性。內部審計經理具備約10年會計經驗並取得會計學士學位。隨着我們的業務不斷擴大，我們將改進及提升我們的內部控制系統以恰當應對因擴大業務而持續產生的需求。我們將持續檢討內部控制系統，確保符合香港及其他適用的監管規定。

我們採用一套綜合風險管理系統降低及防範一系列戰略、業務、財務及法律風險。我們力求通過風險管理系統管理及降低各類風險，鼓勵進行有效及可靠的溝通，保持合法合規及提高業務及管理效率。

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，由內部審計經理率領的內部審計部門須發揮積極作用，統籌我們的風險管理政策，並通過定期審計對各個別部門進行監察。最後，最高級別則涉及由風險管理委員會就主要風險管理事宜作出決策。該委員會包括主席兼首席執行官黃學良先生、總裁兼首席運營官帥紅宇先生及常務副總裁兼首席財務官龍文駿先生。風險管理委員會由董事會審核委員會監督及每年向董事會審核委員會匯報。風險管理的三個級別的相關人員經常進行溝通，藉以確保各有關人士間得以共享準確信息。

業 務

為制訂及落實有效的政策，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、財務及法律風險的數據資料，如市場需求、技術趨勢及創新、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、公司法及可能的法律糾紛的變動等。

收集的資料用於風險評估。我們的風險評估程序會考慮本公司的整體風險理念，務求準確評估潛在風險可能對我們就戰略、業務、合規及財務申報各方面設定的目標所造成的影響。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(如經濟及法律發展動態、技術進步及環境因素等)。識別的風險按其發生的可能性及其可能對我們業務構成影響的程度進行評估。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確定應當實施的對策。

制裁相關承諾及風險管理

我們向聯交所承諾(i)我們將不會使用[編纂]所得款項以及通過聯交所籌集的任何其他資金，直接或間接資助或推動與任何受制裁人士或屬於任何國際制裁對象的任何其他人士或實體有關或彼等所進行的任何活動或業務，及(ii)我們將不會進行任何受制裁交易以致使本集團或任何人士或實體(包括本集團投資者、聯交所、上市委員會、香港結算及香港結算代理人)承受制裁風險。如我們於[編纂]後違反向聯交所作出的任何該等承諾，聯交所有可能[編纂]我們股份的[編纂]。

我們將繼續監察及評估我們的業務並採取措施遵守向聯交所作出的上述承諾，並保障本集團及股東的利益。我們已採納下列措施監控及評估有關可能面臨國際制裁風險的業務活動：

- 我們已成立風險管理委員會，由我們的高級管理人員組成，職責包括(其中包括)監控我們面臨的制裁風險與出口控制及相關內部控制程序的執行情況；
- 我們將於釐定我們是否應在受制裁國家及與受制裁人士從事任何業務機會前評估制裁風險；
- 當風險管理委員會認為必要時，我們將於[編纂]後保留在國際制裁事宜方面具備必要專長及經驗的外部國際制裁法律顧問提供推薦意見及建議；及

業 務

- 外部國際制裁法律顧問(一旦於[編纂]後獲我們聘用)將向我們的董事、高級管理層及其他相關人員提供有關制裁法律的培訓課程以協助彼等評估我們日常運營中的潛在制裁風險。

董事認為，上述風險管理措施將可提供合理充足及有效的框架協助我們識別和監控任何重大國際制裁風險，以保護本公司及股東的利益。就該等措施而言，獨家保薦人於進行相關盡職調查後亦認為，待該等措施全部實施及執行後，該等措施將可提供合理充足及有效的框架協助本集團識別和監控任何重大國際制裁風險。

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的糾紛、勞資糾紛或侵犯知識產權的訴訟。於往績記錄期及直至最後實際可行日期，我們概無面臨、涉及未決或構成威脅的任何重大法律訴訟、監管質詢或調查。