

---

## 業務

---

### 概覽

我們是中國領先的重型卡車內飾產品製造商之一。我們的產品主要包括重型卡車或乘用車安裝用的各類汽車內飾零部件，其次包括外飾零部件。我們按照客戶對汽車內飾產品的功能規格及外觀等具體要求提供定制的設計和開發解決方案。根據弗若斯特沙利文報告，按重型卡車內飾產品的銷售額計，我們乃中國西北最大的重型卡車內飾產品製造商（2017年市場份額達62.7%）及中國的第三大製造商（2017年市場份額達10.8%）；及按汽車內飾產品的銷售額計，我們為中國西北第二大汽車內飾產品製造商（2017年市場份額達15.6%）及中國第十四大製造商（2017年市場份額達0.4%）。

我們的總部及生產設施（總建築面積約為30,684平方米）策略性位於陝西省西安市，根據弗若斯特沙利文報告，2017年西安是卡車及乘用車製造商的19家整車廠所在地。於最後實際可行日期，我們擁有35條注塑成型生產線及14條模壓生產線，該等生產線使用熱塑性材料（如ABS、PP、PC樹脂）以及合成纖維材料製造汽車飾件產品。我們亦在位於我們總部的研發中心開發新生產技術和方法。憑藉我們的生產和產品設計能力，我們能夠向中國陝西省西安市及其周邊地區的卡車及乘用車製造商提供品種繁多的汽車內飾產品。

我們因致力於生產讓客戶高度滿意的優質產品而備受認可。我們生產程序的質量管理體系符合ISO/TS 16949標準的要求，該標準在汽車相關產品的設計、開發及生產方面獲得國際認可。根據ISO/TS 16949標準，我們已實施全面的質量控制程序，如我們的質保技術人員進行的定期測試及自中國質量認證中心取得的中國強制認證，以確保我們生產的產品符合所需規格和國家標準。為提升客戶體驗，我們的技術支持人員會提供現場支援，以確保快速而有效地解決客戶遇到的安裝問題。

我們與我們的主要客戶建立並維持了穩固關係。例如，我們於2015年11月獲我們客戶（即2017年中國第四大重型卡車製造商）授予「優秀供應商最佳保障獎」，並於2016年12月獲授予「生產現場服務一等獎」。我們相信，與當地製造商建立的良好關係將鞏固我們的市場地位並進一步促進與其他卡車及乘用車製造商及其他客戶的業務關係。

---

## 業務

---

根據弗若斯特沙利文報告，(i)中國西北汽車內飾產品市場預計按複合年增長率約16.3%由2018年的約人民幣27.0億元增長至2022年的人民幣50.0億元；(ii)中國西北重型卡車內飾產品市場預計將按複合年增長率6.5%由2018年的人民幣477.2百萬元增長至2022年的人民幣614.8百萬元；及(iii)中國西北乘用車內飾產品市場預計將按複合年增長率18.1%由2018年的人民幣22.0億元增長至2022年的人民幣44.0億元。該增長主要受以下因素所推動：(a)乘用車普及率的提高及重型卡車的廣泛應用，(b)物流市場及煤炭行業的需求增加，(c)對重型卡車及乘用車舒適度的需求提高及(d)中國政府為杜絕超限及超載卡車而制定的新政策。我們的董事認為，由於我們與國內主要重型卡車及乘用車製造商已建立良好穩固的業務關係、我們在產品開發中的實力及我們作為中國西北最大的重型卡車內飾產品製造商的領先地位，我們生產能力及效率的進一步擴充有助於我們把握中國汽車飾件產品市場增長帶來的新機遇。

截至2017年12月31日止三個年度，我們的收入分別約為人民幣95.1百萬元、人民幣120.9百萬元及人民幣241.7百萬元，及我們同期的純利分別約為人民幣20.7百萬元、人民幣25.0百萬元及人民幣35.1百萬元。截至2017年及2018年6月30日止六個月，我們分別產生收入約人民幣120.9百萬元及人民幣132.6百萬元，而我們相關期間的純利分別約為人民幣23.1百萬元及人民幣12.7百萬元。

### 我們的競爭優勢

我們相信，我們的下列競爭優勢為我們的業務成功作出了貢獻，此亦將有助於我們在汽車裝飾零部件行業進行擴張：

#### 我們是中國西北最大的重型卡車內飾零部件製造商，佔據市場領先地位

自我們的生產設施於2012年在西安開始運營以來，我們已發展成為中國西北最大的重型卡車內飾零部件製造商，根據弗若斯特沙利文報告，於2017年佔據62.7%的市場份額（以銷售額計）。根據弗若斯特沙利文報告，我們的兩家主要客戶為重型卡車製造行業的領先企業，該兩家客戶於2017年主導陝西省重型卡車及其他相關市場（包括內飾產品的需求）。

自2012年我們的生產設施設立以來或之後不久，我們已向大多數主要客戶供應各種可客製化產品並與彼等保持了穩定的關係。我們認為，我們的生產能力得到了我們客戶的高度認可，因為該等主要卡車及乘用車製造商的認可供應商資格審批流程涉及對本集團的整體管理、生產規模、質量控制體系、過往表現及生產能力的全面評估。我們的董事相信，憑藉我們的產能及實力，我們成為陝西省及經濟運距內少數可處理重型卡車製造商客戶大

---

## 業務

---

宗採購訂單並滿足客戶特定要求的重型卡車內飾產品供應商之一。我們還深入了解我們客戶的產品需求，及我們在緊跟最新市場趨勢和發展狀況開發新產品方面所作的不斷努力使我們能夠從客戶獲得更多的採購訂單。我們相信，憑藉我們於中國西北重型卡車內飾產品市場的市場領先地位、我們廣泛的客製化產品及我們與主要客戶建立的良好穩固關係，我們能夠把握來自中國西北及其周邊地區現有客戶及潛在新客戶的新機遇。

**我們的戰略位置使我們能接觸許多汽車整車廠，享受陝西省西安市的優惠政策以及把握中國西北區域市場增長所帶來的機會**

於往績記錄期間，我們收入當中分別有88.0%、89.8%、93.8%及94.3%來自位於中國西北的客戶。根據弗若斯特沙利文報告，於2017年，陝西省有19家汽車整車廠，而中國西北有27家生產商用車（包括卡車和乘用車）的整車廠。根據弗若斯特沙利文報告，估計陝西省汽車整車廠的數目在未來五年內將增加至21家。因此，我們的總部及生產設施（戰略性地位於14家卡車及乘用車製造商整車廠的200公里範圍內）覆蓋了中國西北地區大多數整車廠。由於我們的生產設施鄰近該等整車廠，我們亦能夠提供快捷而高效的客戶支持服務，及時向客戶交付產品並因節省交付的運輸成本而提供具有競爭力的定價。例如，我們的主要客戶已向我們頒授了多個獎項。例如，我們於2015年11月榮獲我們主要客戶之一頒發的「優秀供應商最佳保障獎」，並於2016年12月榮獲該客戶頒發的「生產現場服務一等獎」。

我們受益於陝西省西安市有利的經濟環境。陝西省政府通過採納和實施不同的國家和省級經濟政策和措施促進陝西省汽車行業的資本投資及發展，例如「陝西省汽車產業發展規劃」、「貫徹落實國務院節能與新能源汽車產業發展規劃的實施意見」及「百萬輛汽車工程」。隨著一帶一路政策的實施及在「絲綢之路經濟帶」、西部大開發等倡議的刺激下，預計陝西省（本集團的戰略所在地）汽車產業擴張將蘊含著巨大機遇。

由於上述有利的政策，我們受益於中國西北汽車內飾產品市場的增長。此外，重型卡車及乘用車內飾產品市場的增長受到重型卡車的使用增加、物流行業及煤炭行業的運輸需求增加、內飾產品由低端至高端升級等因素的驅動。根據弗若斯特沙利文報告，2018年至2022年中國西北的重型卡車內飾產品市場的複合年增長率預期為6.5%。此外，根據弗若斯特沙利文報告，2018年至2022年中國西北的乘用車內飾產品市場的複合年增長率預期為18.1%。

---

## 業務

---

儘管中國西北內飾產品市場規模小於華東、華北及華中，但中國西北內飾產品市場估計較該等地區增長更快，原因是人們生活水平快速提高及西部大開發不斷推進。西部大開發政策針對中國西部地區實施，包括發展基礎設施（例如運輸、能源及電信）、吸引外資、加強生態保護（如重新造林）、推崇教育及挽留人才。自2018年至2022年的未來五年內，中國西北重型卡車內飾產品的複合年增長率預期為4.1%。我們相信，由於我們位於陝西省西安的戰略位置使我們能接觸許多汽車整車廠，加之我們有能力提供具有競爭力的定價及高效的客戶服務，我們將能夠受益於中國西北汽車內飾市場的增長。

### 我們的研發能力讓我們能夠為客戶設計及開發新產品，並與客戶建立穩固關係

我們的研發中心（於最後實際可行日期有45名人員）負責（其中包括）設計及開發汽車內外飾產品，其中涉及生產樣品以及安排模具開發以便進行量產。我們的副總經理汪先生擁有12年的模具製造經驗，為我們研發中心的負責人。此外，得益於我們先進的製造能力，我們自2013年起獲陝西省政府認可為高新技術企業。我們研發中心的專業3D電腦輔助設計及造型軟件，加上我們的成型技術專長，可令我們在產品設計及建模方面與客戶展開密切而高效的合作。根據我們客戶的具體要求（包括功能性、外觀及耐用性規格），我們將理念轉化為三維模型及模具的樣品。在我們設計及開發可提供舒適性及提升整體用戶體驗的產品時，我們專注於提升人體工學。我們在整個設計及開發過程中亦與我們的客戶密切積極合作。我們相信，通過在開發週期的不同階段與客戶定期面談及從客戶取得反饋，我們能夠更深入了解我們客戶的需求、開發滿足客戶需要的理想產品並節約我們和客戶的時間和成本。當我們的產品在客戶的整車廠進行組裝時，我們的技術支持人員亦向客戶提供即時現場支持。因此，透過我們與客戶的緊密合作關係，我們已與他們建立成熟的關係。

於往績記錄期間，本集團的研發支出總額分別約為人民幣3.0百萬元、人民幣3.1百萬元、人民幣6.2百萬元及人民幣4.3百萬元，分別佔本集團收入的約3.2%、2.6%、2.6%及3.3%。於最後實際可行日期，我們共有12項汽車內飾產品生產方法和設計的專利。我們

---

## 業務

---

相信，我們在設計和開發新產品中的投入及我們的知識產權組合加強了我們在中國汽車內飾零部件行業中的市場地位。憑藉我們的研發能力，我們相信我們能夠從現有客戶取得更多的採購訂單並增加我們的產品供應，從而幫助我們獲取新客戶。有關我們研發實力的更多資料，請參閱本節下文「研發」各段。

### 我們的生產能力可讓我們向客戶提供廣泛的產品

自2012年我們的生產設施設立以來，我們擴充了生產設施，以緊跟我們的業務發展並在產品類型、數量、客製化、時間及定價方面滿足我們客戶的需求。於2018年6月30日，我們生產所使用的機器、設備及模具的賬面總值為人民幣53.1百萬元。於往績記錄期間，我們購置新機器、設備及模具的成本分別為約人民幣8.5百萬元、人民幣6.5百萬元、人民幣12.5百萬元及人民幣23.2百萬元。於最後實際可行日期，我們生產設施（總建築面積約為30,684平方米）的生產機器及設備包括49條生產線，覆蓋35條注塑成型生產線、14條模壓生產線及其他設備。我們汽車內外飾產品的種類廣泛，涵蓋從用於生產重型卡車大型零部件的模壓機器和模具，到可生產複雜的乘用車內外部組件的注塑成型機器及模具。透過與我們客戶多年的合作，我們認為我們已發展成為國內一些主要卡車及乘用車製造商的重要戰略合作夥伴，此幫助我們提升了市場地位。我們認為，憑藉我們的綜合性生產機器、設備及模具，加上我們的產品設計及開發專長以及與我們客戶的無縫合作（此讓我們對客戶要求和需求有更深入的了解），我們能夠提供全面的客製化產品組合及保持在中國西北重型卡車內飾產品市場中的領先地位。

### 我們的質量控制體系符合保持產品質量及配套服務的國際公認標準

我們通過確保產品可靠、耐用及質量一致生產優質產品。憑藉我們高級管理層及技術人員豐富的製造知識及通過確保我們的質量管理體系符合汽車行業生產流程的ISO/TS 16949質量標準，我們始終如一地保持較高的產品質量。我們的管理層致力於通過制定質量方針及質量目標、確保定期舉行會議向我們的僱員傳達法定監管規定以及確保必要資源的可得性，不斷提高ISO/TS 16949標準下質量管理體系的有效性。

於最後實際可行日期，我們的質量控制部門有21名質量測試人員，執行定期質量控制程序。我們的質量測試人員在檢驗原材料、半成品及終端產品以及驗證我們的產品符合客戶要求中的預定規格時應用質量控制程序以確保符合法定監管標準。我們使用質量控制

---

## 業務

---

設備進行定期測試，並在交貨前進行檢查以確保我們的產品達到預期質量。我們亦於產品交付予客戶之前就我們產品自中國質量認證中心取得中國強制認證，以確保遵守中國相關法律及規例。

我們亦確保通過展開年度調研以收集客戶對我們產品的反饋，妥善解決我們客戶對我們產品質量的擔憂。該等年度調研的結果用於制定完善我們質量管理體系的措施。有關我們質量控制措施的詳情，請參閱本節下文「質量保證」各段。

### 我們經驗豐富且敬業奉獻的高級管理層團隊

我們的董事及高級管理層擁有逾10年的製造及會計相關經驗，彼等領導本公司及負責我們生產設施的日常運作。例如，侯先生及陳女士（均擔任（其中包括）我們的執行董事兼控股股東）擁有汽車內飾行業的豐富行業知識及經驗。侯先生擁有逾30年製造行業經驗，而陳女士擁有逾10年製造行業經驗。侯先生亦擔任我們的董事長、行政總裁兼本集團總經理，在確定本集團業務策略及管理我們業務及經營方面發揮重要作用，而陳女士亦擔任本集團的副總經理之一，過往八年多時間一直在西安天瑞管理業務經營。除我們執行董事的經驗外，我們的副總經理汪軍先生負責我們的產品開發及西安天瑞的經營，於模具製造行業擁有逾12年經驗。

侯先生及陳女士均於1985年7月畢業於中國陝西工學院（現稱為陝西理工大學），獲工業電氣自動化專業學士學位。於2012年1月，汪先生通過網絡課程獲得了中國北京航空航天大學的工商管理專業的畢業證書。

我們高級管理層團隊於相關行業的經驗及專長對推動我們的業務營運及未來增長計劃而言非常寶貴。我們認為，我們管理層和員工的集體專長、行業知識及經驗一直並將繼續是本公司的寶貴資產。有關我們董事及高級管理層團隊的履歷詳情，請參閱本文件「董事及高級管理層」一節。

---

## 業務

---

### 我們的業務策略

我們的主要目標是加強我們於中國西北重型卡車內飾產品市場的領先地位及增加我們於中國西北乘用車內飾產品市場的市場份額。我們計劃透過實施以下策略實現我們的目標：

#### 提高我們的生產能力、產品質量及效率

為滿足我們汽車飾件產品需求的預期增長，我們的董事計劃進一步增加產能，以增加市場份額並把握中國西北的汽車飾件產品需求增長。我們擬購買新的機器及設備，並升級和自動化現有生產線。我們亦擬提高我們產品的質量及減少因生產中的熱量及擠壓而導致產品形狀、尺寸及結構出現的製造缺陷及不一致性。我們的董事認為，有關採購及升級將顯著提高我們的生產能力及產品質量。

根據弗若斯特沙利文報告，(i)中國西北汽車內飾產品市場預計將按複合年增長率約16.3%由2018年的約人民幣27.0億元增長至2022年的人民幣50.0億元；(ii)中國西北重型卡車內飾產品市場預計將按複合年增長率6.5%由2018年的人民幣477.2百萬元增長至2022年的人民幣614.8百萬元；及(iii)中國西北乘用車內飾產品市場預計將按複合年增長率18.1%由2018年的人民幣22.0億元增長至2022年的人民幣44.0億元。根據弗若斯特沙利文報告，重型卡車及乘用車內飾產品市場主要受以下因素推動：(a)乘用車普及率的提高及重型卡車的廣泛應用；(b)物流行業及煤炭行業的需求增加；(c)對舒適度的更高要求；及(d)監管控制及政策支持。有關汽車內飾產品行業驅動因素的進一步資料，請參閱本文件「行業概覽 — 中國重型卡車及乘用車內飾產品市場增長的市場驅動因素」一節。為把握市場擴張機遇，我們亦積極參加與我們主要客戶（包括客戶集團C）及潛在新客戶進行的投標及談判，爭取獲得新合約及採購訂單，就此所作的努力包括：

#### (a) 成功競標向客戶集團C供應新產品：

我們已成功地將我們產品供應擴展到乘用車外飾產品，該等產品銷售予我們現有的乘用車製造商客戶。於往績記錄期間結束時，我們成功贏得投標，並於2017年12月簽訂了向客戶集團C供應新產品類型（即乘用車外飾產品）的總購買協議。自2018年1月1日起至最後實際可行日期，我們已收到客戶集團C供應該等新外飾產品的採購訂單，金額約人民幣12.0百萬元。自2018年1月起至最後實際可行日期，向客戶集團C作出的銷售佔2017年我們向客戶集團C所作銷售額的103.8%。為應對(1)來自現有客戶

---

## 業務

---

的現有採購訂單增加帶來的新採購訂單；(2)預期來自客戶集團C的新採購訂單增加；(3)在我們被評估為新客戶的認可供應商時，我們具備充足的產能應付新客戶；及(4)使我們具有備用產能在合理的時間處理大訂單，我們已於2017年12月購置並建立七條新的注塑成型生產線，並自2018年1月1日起及直至最後實際可行日期在我們的生產設施建立七條新的注塑成型生產線。

(b) 與新客戶訂立開發協議、確認生產安排及準備接受一家主要乘用車製造商評估：

我們亦在以下方面取得進展：擴大客戶群並與向乘用車製造商供應產品的一級供應商及乘用車製造商建立新關係。我們於2017年9月與一名新客戶（「新客戶W」，乘用車製造商的一級內飾產品供應商）訂立產品開發協議，以開發行李艙等內飾產品。我們預期於2019年第一季度開始向新客戶W生產及銷售產品。其次，在我們於（其中包括）生產設施方面的產能及管理能力的評估並得出滿意結果後，我們於2017年11月獲一家為乘用車製造商提供汽車裝飾產品的領先的一級供應商（「新客戶X」）認可為認可供應商。其後，我們在新客戶X的競標中贏得生產安排。有關生產及銷售預期將於2019年第一季度開始。我們與一家一級供應商（「新客戶Y」）訂立總購買協議，可能供應兩種汽車飾件產品，預期於2019年第一季度開始生產。於最後實際可行日期，我們亦正接受國內一家大型乘用車製造商（「潛在客戶Z」）評定我們為其汽車飾件產品的認可供應商之一的評估。有關新客戶及潛在客戶的背景及營運規模的詳情，請參閱「客戶、銷售及市場推廣—客戶集中度—(iii)透過擴大至乘用車市場及與一級供應商合作以減少對客戶集團A及客戶集團B的依賴的多元化計劃」一段。

截至2017年12月31日止年度，我們的收入約為我們截至2016年12月31日止年度收入的兩倍。儘管我們已於2017年透過購買新機器、設備及模具擴充了產能，我們於截至2017年12月31日止年度仍實現了94.1%的整體平均利用率，達到了我們的最大產能。我們的董事認為，隨著本集團持續增長及倘若及當上述新機遇及潛在機遇出現時，我們預期目前的產能未必能滿足所有潛在訂單並及時交付產品。因此，我們擬建立（其中包括）9條新注塑成型生產線及12條配備自動化機器及設備的新模壓生產線。我們亦計劃於2020年實現我們現有六條模壓生產線之自動化。將予升級的相關生產線於2012年收購，其預期餘下可使用年期為2020年之前的兩年。由於該等生產線之使用期限及技術，相關生產流程非屬勞動密集型。我們的董事認為，本集團升級該等生產線最為有效，因為此舉可減少生產流程中可提高我們產品質量的勞動參與。生產線的建設及自動化將涉及採購機械臂、高壓玻璃纖維

## 業務

發泡機、包層設備以及其他輔助機械及配件等新機器並按照我們生產線的當前利用率及客戶的未來需求分階段進行。

我們的計劃資本開支估計約為人民幣[編纂]元，用於購置新機器及設備以供建立新生產線及升級現有生產線。我們計劃將自[編纂]至2019年年底分階段產生該等資本開支。該等資本開支中，我們計劃透過[編纂]的所得款項淨額提供資金約人民幣[編纂]元，其餘則由我們的內部資源及／或銀行借款提供資金。

下表載列資金來源及用途：

| 資金擬定用途            | [編纂]之<br>所得款項淨額 | 內部資源及／<br>或銀行借款 |
|-------------------|-----------------|-----------------|
| 為建設新的及自動化生產線採購新機器 | 人民幣[編纂]元        | 人民幣15.1百萬元      |
| 升級及自動化現有生產線       | 人民幣[編纂]元        | 人民幣1.8百萬元       |
| 總計                |                 | 人民幣[編纂]元        |

就建立或升級新的或現有生產線而將予購置的機器的詳情載列如下：

就建立新的生產線及自動化生產線而言

| 名稱        | 數量 |
|-----------|----|
| 高壓玻璃纖維發泡機 | 1  |
| 模壓機       | 12 |
| 傳送線       | 1  |
| 機器人高速銑刀   | 2  |
| 裝配機械手的注塑機 | 9  |
| 生產設備      | 18 |
| 搪塑儀錶板生產線  | 多種 |
| 缺陷檢具      |    |

---

## 業務

---

就自動化升級現有的生產線而言

| 名稱          | 數量 |
|-------------|----|
| 升級現有的及模壓生產線 | 6  |
| 缺陷檢具        | 多種 |

於最後實際可行日期，我們尚未實施上述任何擴張計劃，亦未就該計劃產生任何開支。

為容納新購置的設備及機器，我們已計劃在我們的生產設施興建一棟建築面積約為3,600平方米的新廠房。於最後實際可行日期，我們已取得建築施工許可證，並就施工項目繳納了一部分前期費用。新的工廠大樓正在建設中及建設項目預計將於2018年下半年竣工。有關新廠房的估計建設成本約為人民幣5.0百萬元，預期將由我們的內部資源及／或銀行借款提供資金。

## 業務

下表載列2017年至2020年我們生產線的估計產能：

|         | 截至12月31日止年度     |                 |                 |                 |
|---------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
|         | 2017年<br>(機器工時) | 2018年<br>(機器工時) | 2019年<br>(機器工時) | 2020年<br>(機器工時) |
| 注塑成型生產線 | 97,125          | 148,500         | 164,250         | 183,375         |
| 模壓生產線   | 60,750          | 75,600          | 97,200          | 128,250         |
| 其他生產線   | —               | —               | 97,200          | 97,200          |

附註：其他生產線包括搪塑成型生產線及面料／皮革包覆生產線，與注塑成型及模壓生產線有所不同且專門用於生產新乘用車內飾產品。該等工藝流程專門用於在相關產品預加工後，進一步處理若干乘用車內飾產品。該等新生產線配備可製造更高精度產品的機器（終端用戶要求該等產品有較高的美觀度及舒適度）。

於整個往績記錄期間，我們的整體平均使用率不斷上升，由截至2015年12月31日止年度的80.7%增加至截至2017年12月31日止年度的94.1%。我們已於2017年12月購置並建立七條新的注塑生產線，並從2018年1月至2018年7月，在我們的生產基地興建七條新的注塑生產線，以提高我們的產能及效率。我們董事認為，儘管我們的生產線數目有所增加，自2017年12月起至2018年7月止期間，我們於截至2018年6月30日止六個月的整體平均利用率達約87.8%。我們計劃於2019年及2020年根據我們現有客戶、新客戶及潛在客戶的預期需求增購21條生產線，且就新增生產線而言，於2019年及2020年，壓模生產線的利用率預計將達到約75%，注塑成型生產線的利用率將達到約90%。我們董事認為，我們進一步提升產能尤為必要，且將會有足夠需求支持我們的擴張計劃，依據如下：

- **向我們的現有客戶基礎增加新客戶及潛在客戶：**本集團已對市場推廣作出重大努力以擴大我們的客戶基礎。自2017年9月起及直至最後實際可行日期，我們增加三名新客戶，並與一名潛在客戶進行磋商及接受彼等之評估。有關新客戶及潛在客戶的背景資料，請參閱「業務 — 客戶、銷售及市場推廣 — 客戶集中度 — (iii) 在產品供應及客戶基礎方面減少對客戶集團A及客戶集團B的依賴的多元化計劃」一段。於最後實際可行日期，我們從新客戶W及新客戶X獲得供應合共八款產品的訂單，該等產品將應用於乘用車。其中兩名新客戶的生產預計將於2018年第四季度及2019年第一季度開始。此外，我們於2018年8月與新客戶Y訂立總購買協議以供應兩種汽車飾件產品，我們估計這兩種產品將於2019年第一季度開始生產；

---

## 業務

---

- **我們的客戶及潛在客戶的生產能力驅動指示性訂單增加：**汽車裝飾產品市場的需求受到汽車生產需求的影響。根據弗若斯特沙利文報告，中國西北的乘用車及重型卡車產量需求由2013年的465,000輛增加至2017年的686,000輛，複合年增長率為10.2%。亦預計於2022年中國西北的汽車需求量將達到約2百萬輛，2018年至2022年的複合年增長率為14.9%。預期我們的現有客戶、新客戶及潛在客戶的產量與行業一致。根據弗若斯特沙利文，預計新客戶W及X以及潛在客戶Z於2018年生產的汽車將較2017年分別增加約0.3百萬輛、1.0百萬輛及0.4百萬輛，於2018年達到總產量約2.1百萬輛、14.0百萬輛及1.6百萬輛，且預計於2019年會進一步增長。此外，為生產新能源汽車，潛在客戶Z正在西安建設新的生產設施，此舉可能進一步促進對內飾產品的需求。鑑於汽車產量與汽車內飾產品需求的關係，我們的董事認為本集團將需要擴大產能以保持相對其他行業參與者的競爭力。於2018年6月30日之後以及直至最後實際可行日期，我們已收到客戶訂單總額約人民幣85.0百萬元，包括重型卡車裝飾產品的訂單額人民幣76.0百萬元及乘用車裝飾產品的訂單額人民幣9.0百萬元；及
- **因我們新客戶及潛在客戶而導致我們生產設施的使用需求增加及對裝飾產品有更高的要求：**由於對內飾產品（特別是乘用車內飾產品）美觀及舒適度的需求持續增加，預計生產所需的機器時數將進一步增加。例如，我們的「其他生產線」預計於2019年投產，涉及搪塑成型及面料/皮革包覆工藝。該等工藝專門用於在我們的注塑成型或模壓生產線生產相關預加工產品後對若干乘用車飾件產品進行進一步加工，因此並不會增加我們的產能。

### 擴充我們的研發中心，提升我們的產品開發能力及技術

我們計劃透過將我們現有辦公室的一部分面積翻新及改造為一個建築面積約1,000平方米的大型研發中心以擴充我們的研發設施，該設施將包括若干實驗室，並配備新設備（如坐標測量機、3D打印機、震動測試系統、3D掃描機、萬能拉伸試驗機及工作台）。我們擬

---

## 業務

---

僱傭約20名新研發人員並向彼等提供培訓。我們計劃透過招募業內相關人才提升我們的研發能力。我們擬僱傭(i)5名擁有化工領域學士學位的專業研究人員；(ii)兩名擁有碩士學位的專業人員，彼等負責測試汽車中所使用的內飾產品新材料及聲學系統；及(iii)13名擁有至少5年汽車內飾產品及／或相關領域技術知識及專門知識的僱員。為協助我們的僱員設計具更高舒適性的產品，我們計劃購買辦公自動化及3D計算機輔助設計及模擬軟件許可。此外，我們擬開發減震能力、耐衝擊性、安全性及舒適度更高的產品。該等新生產工藝及技術預期將用於我們為客戶開發的樣品。我們預期將[編纂]所得款項合共約人民幣[編纂]元用於擴大我們的研發中心及提升我們產品開發能力及技術。資金用途明細載列如下：

| 資金擬定用途                | [編纂]之<br>所得款項淨額<br>人民幣百萬元 |
|-----------------------|---------------------------|
| 將部分現有辦公區域修繕改造為更大的研發中心 | [編纂]                      |
| 購買研發設備及測試設備           | [編纂]                      |
| 聘請新的研發人員              | [編纂]                      |
| 購買專利                  | [編纂]                      |
| 開發新內飾產品               | [編纂]                      |
| 總計                    | <u>[編纂]</u>               |

---

## 業務

---

我們相信，透過提高我們的產品開發能力，我們將能夠增加我們所供應的產品範圍，縮短產品開發所需的時間及提升產品質量。此舉讓我們能夠實現較高的客戶滿意度及從現有客戶獲取更多商機。我們估計，採購設備及完成研發中心及其實驗室的施工將需要大概六到八個月的時間。

### 提升我們市場滲透率，擴大我們的產品供應

我們計劃開發新客戶及從現有客戶獲取更多的採購訂單，並通過於汽車內飾產品行業提供品種廣泛的產品增加我們於中國西北的市場份額。憑藉我們多年所累積的經驗、技術專長及知識，我們分析最新的技術趨勢並推出新產品，以應對我們的客戶的需求及要求。

我們計劃透過按現有客戶設定的要求向其供應具不同品質的新產品（如隔音性能更佳的产品以及外觀和觸感皆有改進或不同的產品）增加我們在重型卡車市場的市場滲透率。另一方面，我們計劃開發乘用車的新產品，該等新產品可能在質量和精密度方面有不同要求。為此目的，我們將招募兩名研究專業人員，彼等負責測試用於汽車的內飾產品及音響系統的新材料，以開發對消費者來說有美感的具有更高精密度的汽車裝飾產品。此外，於2017年12月，我們為生產乘用車裝飾產品及重型卡車裝飾產品購置及裝配了七條注塑成型生產線。到2017年年底，我們成功競標為我們的乘用車製造商客戶供應外飾零部件。透過維持我們研發團隊與一線銷售人員之間的密切對話，我們將能夠觀察市場趨勢及應用我們在產品開發方面的深厚知識，以快速推出滿足客戶需求的新產品類型。

在與我們的客戶共同開發／共同設計產品的過程中，我們積累了產品開發經驗並取得與外觀、舒適度及功能性有關的成型參數。我們將相應地為生產各種產品而利用該等成型參數購置新模具。透過購置新模具以提高產品供應能力的估計資本支出為約人民幣[編纂]元，其中約人民幣[編纂]元預計將透過[編纂]所得款項淨額提供資金，其餘部分則透過我們的內部資源及／或銀行借款提供資金。有關進一步詳情，請參閱本文件「未來計劃及[編纂]」一節。

---

## 業務

---

透過設立新辦事處和倉庫以及加強我們的客戶服務來增加我們於中國西北及其周邊地區的市場份額

### 中國市場

根據弗若斯特沙利文報告，於2017年，陝西省有19家汽車整車廠，而中國西北有27家汽車整車廠。據估計，陝西省內的汽車整車廠數目將於未來五年內增至21家。根據弗若斯特沙利文報告，中國西北重型卡車內飾產品市場預計將按複合年增長率6.5%由2018年的人民幣477.2百萬元增長至2022年的人民幣614.8百萬元及中國西北乘用車內飾產品市場預計將按複合年增長率18.1%由2018年的人民幣22.0億元增長至2022年的人民幣44.0億元。作為中國西北重型卡車內飾市場中的市場領導者（按重型卡車內飾產品的銷售額計於2017年佔據62.7%的市場份額），我們的董事認為，我們處於有利地位，可把握中國西北汽車內飾產品市場的預期增長。

我們擬在中國西北及其周邊地區的汽車內飾產品市場配置更多資源及增加我們的市場滲透率。尤其是，我們旨在增加在陝西及山西兩省的銷售，而我們預計在這兩個省的銷售會進一步增長。我們計劃加大在中國西北的銷售和市場推廣力度，以在該等地區發展新關係及加深與目標客戶的現有關係。

我們計劃透過在陝西省寶雞市（距離我們生產基地約180公里）及山西省運城市（距離我們生產基地約240公里）建立鄰近若干現有客戶及潛在客戶（包括但不限於客戶集團A、新客戶W、新客戶Y及客戶集團D）的新辦事處及倉庫，加強我們於中國西北及其周邊地區的市場地位及提高我們的競爭力。寶雞市及運城市的新辦公室及倉庫的估計建築面積將為約5,000平方米及約400平方米。

我們的客戶集團A、新客戶W及新客戶Y位於寶雞市，而客戶集團D位於運城市。鑒於預期來自客戶集團A的需求增加，新客戶W及新客戶Y下達新訂單，以及客戶集團D要求的產品種類增加，我們預測我們現有倉庫的倉儲容量可能不足。此外，我們曾出現銷售訂單突然增加及訂購的產品種類突然變化的情況，這要求本集團迅即行動以滿足客戶需求。有鑒於此，本集團需要新倉庫以緩解我們所面臨的現有倉庫壓力，況且本集團與處在最遠約200公里之外客戶之間的距離可大幅縮短，為本集團滿足客戶的突然性訂單交付請求提供靈活性。鑒於寶雞市客戶更多而需求更旺（尤其是來自客戶集團A的需求），我們計劃租用新辦事處及倉庫，其規模大於設在運城市的辦事處及倉庫。

---

## 業務

---

我們估計，新倉庫將能基於我們客戶的預期需求維持約兩周的存貨水平。待新倉庫設立後，我們將能酌情安排滿載卡車將我們的產品從我們的生產線交付至新倉庫，而部分裝載的卡車將僅用於將我們新倉庫的貨品交付予客戶。我們能夠削減整體運輸成本，因為通過部分裝載卡車交付貨品的運程得以縮短，且較之於在新倉庫設立之前完全通過部分裝載卡車將我們的產品由我們的生產設施直接交付予我們客戶，交付頻率得以減少，藉此可優化卡車的運載容量。

此外，我們相信，我們的新辦事處將可令我們提供快捷的售前及售後客戶支持服務，並有助於我們及時獲取客戶的需求及要求的相關資料以提高我們的產品質量，以及獲得來自該等地區現有客戶的更多訂單。其將作為客戶與我們之間的新溝通交流中心。我們相信，我們能夠憑藉改善後的地理位置抓住乘用車及重型卡車內飾產品市場的增長機遇。

我們預計，成立新辦事處及倉庫以及採購六輛貨運卡車及兩輛叉車會產生支出約人民幣[編纂]元。該等資本開支中有人民幣[編纂]元預期將由[編纂]的所得款項淨額提供資金，而其餘部分由我們的內部資源及／或銀行借款提供資金。有關進一步詳情，請參閱本文件「未來計劃及[編纂]」一節。

---

## 業務

---

### 促進我們的客戶群體多元化

就市場覆蓋面而言，我們計劃促進我們的客戶群體多元化並將繼續專注於卡車及乘用車製造商；我們將集中增加我們在主要卡車製造商汽車內飾產品中的市場份額，同時致力於擴大我們在中國主要乘用車製造商汽車內飾產品中的市場份額。我們亦爭取與向乘用車製造商供應產品的一級供應商合作擴大市場份額。通過擴大我們的產品供應及提高研發能力，我們預期我們將能吸引新客戶以及增加向卡車製造商以外的客戶作出的銷售。因此，我們將減少對我們主要客戶的依賴。我們亦將不易受到與基礎設施投資減少有關的政策風險的影響（有關的政策風險會降低重型卡車的需求，從而降低對我們重型卡車裝飾零部件的需求）。我們不時邀請潛在客戶參觀我們的生產設施及評估我們的產能及能力。我們計劃增聘約14名銷售人員，並向彼等提供有關產品知識與注塑成型及模壓專長的持續培訓，以於我們現有及潛在客戶的專業領域向彼等提供支持。

我們預計就招募新員工及向彼等提供培訓產生成本約人民幣[編纂]元。招募新員工及向彼等提供培訓的成本預計將透過[編纂]的所得款項淨額提供資金。有關進一步詳情，請參閱本文件「未來計劃及[編纂]」一節。

### 優化及升級我們的資訊系統

我們的資訊系統對於協助我們密切監控及控制存貨水準以及支持我們的日常營運（如會計、資源管理及我們的資料數據庫維護和管理）乃屬必不可少。為更好地管理我們日益增長的業務，我們計劃升級我們的企業資源規劃系統、人力資源資訊系統及財務資訊系統，以協助我們的日常營運工作。我們計劃採購辦公自動化及其他軟件許可，如企業資源規劃系統、人力資源資訊系統及財務資訊系統，此將助力我們更高效地優化我們的資訊系統及管理我們的內部資源。我們計劃部署該等新軟件系統並對員工提供培訓。因此，我們的計劃資本開支約為人民幣[編纂]元，其中約人民幣[編纂]元預期將透過[編纂]的所得款項淨額提供資金，其餘部分預期將由我們的內部資源及／或銀行借款提供資金。有關進一步資料，請參閱本文件「未來計劃及[編纂]」一節。

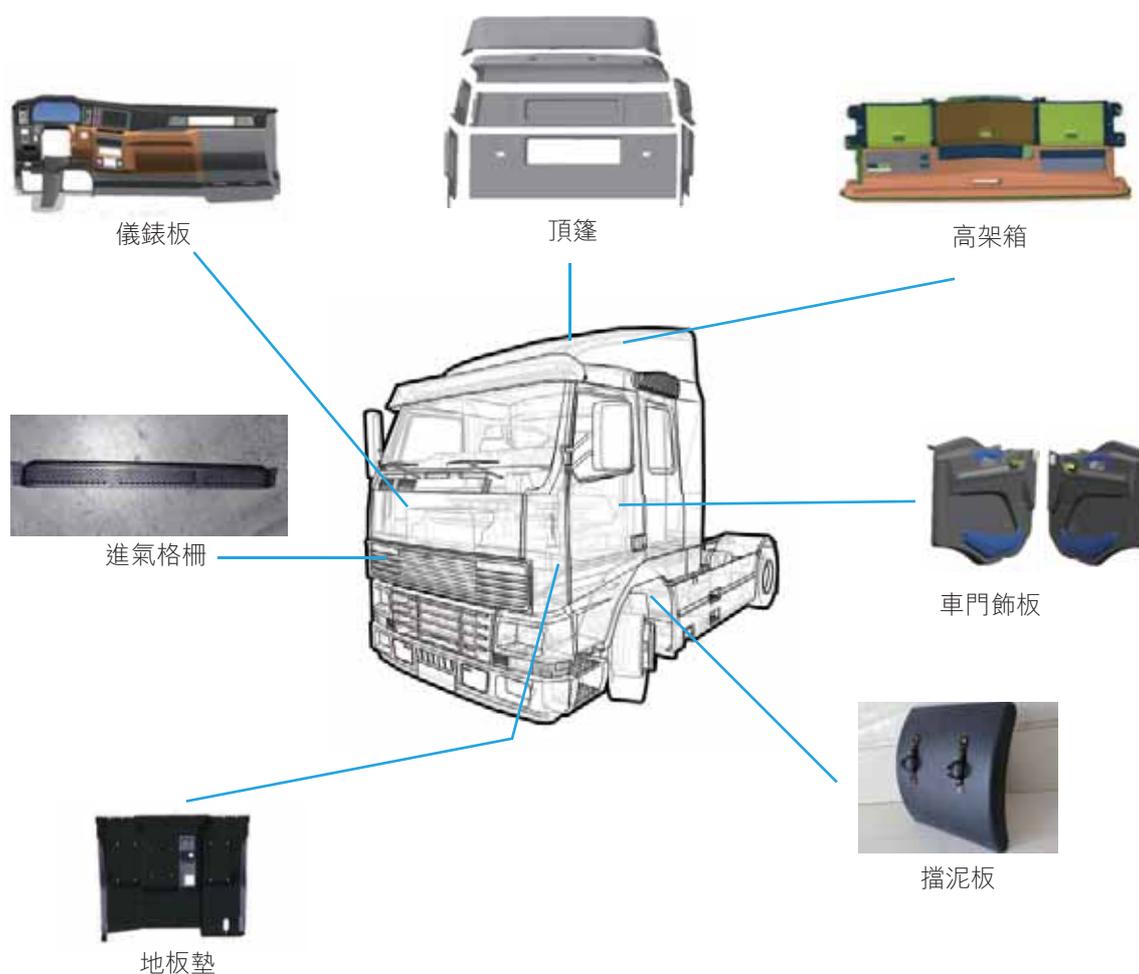
## 業務

### 我們的產品

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們生產各種客製化汽車內飾產品，其次生產外飾產品。內外部裝飾零部件安裝在重型卡車及乘用車上，而這些零部件在維修或汽車報廢之前一般會一直保留在重型卡車及乘用車上。

我們在製造過程中採用注塑成型及模壓生產技術生產汽車裝飾零部件方面擁有逾五年經驗。我們按照客戶的具體要求，透過與客戶共同設計及共同開發的方式定制該等汽車內外飾產品。有關我們產品的設計及開發詳情，請參閱文件本節下文的「研發」段落。

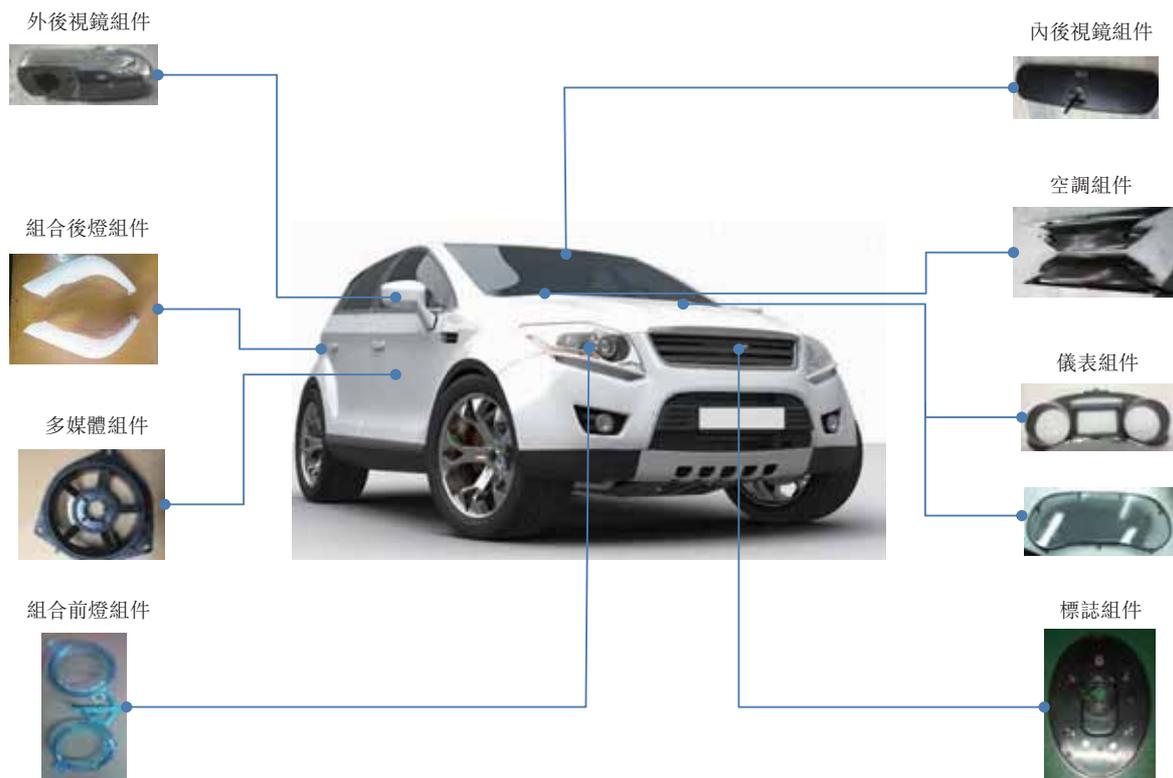
以下圖表列示我們製造及銷售的若干重型卡車裝飾零部件類別：



## 業務

我們的重型卡車飾件產品包括由熱塑材料及織物材料製成的全面的零部件組合，用於安裝在重型卡車駕駛室內部及重型卡車車身外部。該等產品可為駕駛員及乘客提供舒適性及功能性。重型卡車飾件產品包括地板墊、儀錶板、頂篷、高架箱、車門飾板及其他產品（如隔熱墊、儲物箱、門把手、扶手、保險杠芯、進氣格柵、擋泥板及掛衣架）。

以下圖表列示我們製造及銷售的若干乘用車裝飾零部件類型：



於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們亦製造並向乘用車製造商客戶出售乘用車飾件產品。自2017年12月以來，我們開始製造乘用車外飾產品並向客戶集團C出售該等產品。自2018年1月1日起直至最後實際可行日期，已售予客戶集團C的新乘用車外飾產品的金額約為人民幣12.0百萬元。我們乘用車外飾產品的例子包括組合前燈組件、組合後燈組件、外後視鏡組件及標誌組件。

## 業務

下表載列所示期間我們按產品類別劃分的收入明細：

| 產品類別     | 截至12月31日止年度   |              |                |              |                |              | 截至6月30日止六個月    |              |                |              |
|----------|---------------|--------------|----------------|--------------|----------------|--------------|----------------|--------------|----------------|--------------|
|          | 2015年         |              | 2016年          |              | 2017年          |              | 2017年          |              | 2018年          |              |
|          | 估收入的          |              | 估收入的           |              | 估收入的           |              | 估收入的           |              | 估收入的           |              |
|          | 收入            | 百分比          | 收入             | 百分比          | 收入             | 百分比          | 收入             | 百分比          | 收入             | 百分比          |
| 人民幣千元    | %             | 人民幣千元        | %              | 人民幣千元        | %              | 人民幣千元        | %              | 人民幣千元        | %              |              |
|          | (未經審核)        |              |                |              |                |              |                |              |                |              |
| 重型卡車裝飾零部 |               |              |                |              |                |              |                |              |                |              |
| 件        | 84,719        | 89.1         | 107,738        | 89.1         | 230,061        | 95.2         | 114,211        | 94.5         | 118,646        | 89.5         |
| 乘用車裝飾零部件 | 10,369        | 10.9         | 13,159         | 10.9         | 11,598         | 4.8          | 6,705          | 5.5          | 13,976         | 10.5         |
| 總計       | <u>95,088</u> | <u>100.0</u> | <u>120,897</u> | <u>100.0</u> | <u>241,659</u> | <u>100.0</u> | <u>120,916</u> | <u>100.0</u> | <u>132,622</u> | <u>100.0</u> |

於往績記錄期間，我們的大部分收入來自向卡車製造商銷售內飾零部件。於往績記錄期間，我們銷售重型卡車裝飾零部件產生的收入分別為89.1%、89.1%、95.2%及89.5%；我們銷售乘用車裝飾零部件產生的收入分別為10.9%、10.9%、4.8%及10.5%。截至2017年12月31日止年度內，我們的重型卡車裝飾零部件銷量的增加主要是由於我們向客戶集團A及客戶集團B作出的銷售有所增加。

下文載列我們兩個主要產品類別於所示期間的銷量及平均售價：

| 產品類別      | 截至12月31日止年度  |        |              |        |               |        | 截至6月30日止六個月  |        |               |        |
|-----------|--------------|--------|--------------|--------|---------------|--------|--------------|--------|---------------|--------|
|           | 2015年        |        | 2016年        |        | 2017年         |        | 2017年        |        | 2018年         |        |
|           | 銷量           | 平均售價   | 銷量           | 平均售價   | 銷量            | 平均售價   | 銷量           | 平均售價   | 銷量            | 平均售價   |
|           | 千件           | 人民幣元/件 | 千件           | 人民幣元/件 | 千件            | 人民幣元/件 | 千件           | 人民幣元/件 | 千件            | 人民幣元/件 |
| 重型卡車裝飾零部件 | 4,824        | 17.6   | 5,853        | 18.4   | 10,732        | 21.4   | 5,429        | 21.0   | 7,540         | 15.7   |
| 乘用車裝飾零部件  | <u>2,684</u> | 3.9    | <u>2,876</u> | 4.6    | <u>2,456</u>  | 4.7    | <u>1,373</u> | 4.9    | <u>5,609</u>  | 2.5    |
| 總計        | <u>7,508</u> | 12.7   | <u>8,729</u> | 13.9   | <u>13,188</u> | 18.3   | <u>6,802</u> | 17.8   | <u>13,149</u> | 10.1   |

## 業務

我們每類產品的單價差異很大，取決於（其中包括）產品類型、結構、使用的材料、設計及規格等。我們兩個產品類別（即(i)重型卡車裝飾零部件；及(ii)乘用車裝飾零部件）的平均售價波動乃因客戶對我們產品的需求中的產品組合發生變化所致。我們平均售價於2015年至2017年期間呈整體上升趨勢主要歸因於我們於該期間不斷推出新產品。截至2018年6月30日止六個月，重型卡車裝飾零部件及乘用車裝飾零部件的平均售價大幅下降主要受單位價格相對較低的產品的銷售貢獻增加所帶動。

## 生產設施

我們的公司總部及生產設施戰略性地位於中國陝西省西安市，我們在此經營業務及製造產品。於最後實際可行日期，我們公司總部及生產設施場地的總建築面積約為30,684平方米，位於我們一幅佔地面積約53,340平方米的地塊上。於最後實際可行日期，我們於該基地共有35條注塑成型生產線及14條模壓生產線。

下表載列我們總部及生產設施場地的詳情：

| 位置                                       | 於2018年<br>6月30日的生<br>產線數量 | 於2018年<br>6月30日的<br>概約建築面積 | 截至2018年  | 截至2018年                       |
|--|---------------------------|----------------------------|--|-------------------------------|
|  |                           |                            | 6月30日止<br>六個月的<br>概約整體平<br>均利用率                | 6月30日止六個月<br>按時間比例<br>計算的概約產能 |
| 中國陝西省西安市<br>西安經濟技術開<br>發區涇渭新城渭<br>華路北段6號 | 49                        | 30,684平方米 <sup>(附註)</sup>  | 35個機器工時<br>(注塑成型生產線)<br><br>14個機器工時<br>(模壓生產線) | 87.8%                         |

附註：西安天瑞（我們於中國的主要營運附屬公司）與我們的一名承租人（「承租人A」）訂立若干租賃協議，據此，我們向承租人A出租面積為530平方米的部分物業，租期從2014年11月1日至2018年10月31日。承租人A由陳女士的胞弟陳思博先生擁有49%及由獨立第三方擁有51%。西安天瑞亦與第二名承租人（「承租人B」）訂立一份租賃協議、若干補充協議及一份終止協議，據此，我們向承租人B出租部分辦公大樓及倉庫，面積分別為7,961平方米（租期從2015年3月1日至2016年11月30日）、6,881平方米（租期從2016年12月1日至2016年12月15日）及5,801平方米（租期從2016年12月16日至2017年7月31日）。於2015年、2016年及2017年12月31日及2018年6月30日，我們向承租人分別出租合共8,491平方米、6,331平方米、530平方米及530平方米。承租人A及承租人B均非本公司關連人士。有關本集團生產設施的更多詳情，請參閱本節下文「物業權益」各段。

## 業務

### 我們的生產線及機器

於最後實際可行日期，我們生產過程中使用的主要生產線包括35條注塑成型生產線及14條模壓生產線。我們亦擁有其他機器，如高壓發泡機、液壓機及機器人射流切割機及真空吸塑機。於往績記錄期間，本集團添置新機器和設備及新模具的金額分別為約人民幣8.5百萬元、人民幣6.5百萬元、人民幣12.5百萬元及人民幣23.2百萬元。

我們定期進行維護和檢查，以確保我們機器及設備的運作保持最佳水平。於往績記錄期間，所產生的維護成本分別約為人民幣687,000元、人民幣956,000元、人民幣1.3百萬元及人民幣811,000元。於往績記錄期間，我們在採購機器方面並無遇到任何重大困難，且我們的生產設施亦無出現導致生產成本大幅波動或生產長期中斷的任何重大故障或設備損壞。

於最後實際可行日期，本集團擁有200多套機器和設備，及於2018年9月30日，我們擁有總共在用的758套模具用於生產我們的產品。本集團部分主要的機器、設備及模具（初始購置成本超過人民幣1.0百萬元）載列如下：

| 機器名稱         | 於最後實際可<br>行日期的數量 | 主要功能         | 購置<br>年份 | 購置成本<br>(概約人民幣<br>百萬元) | 於最後實際可行<br>日期的賬面值<br>(概約人民幣<br>百萬元) | 餘下<br>可用年期<br>(年數) |
|--------------|------------------|--------------|----------|------------------------|-------------------------------------|--------------------|
| 3,200噸級注塑成型機 | 1台               | 注塑成型生產<br>設備 | 2012年    | 5.2                    | 2.3                                 | 4                  |
| 2,500噸級注塑成型機 | 1台               | 注塑成型生產<br>設備 | 2012年    | 3.5                    | 1.5                                 | 4                  |
| 1,050噸級注塑成型機 | 1台               | 注塑成型生產<br>設備 | 2017年    | 1.5                    | 1.2                                 | 9                  |
| 850噸級注塑成型機   | 2台               | 注塑成型生產<br>設備 | 2018年    | 2.4                    | 2.2                                 | 9                  |
| 2,500噸級注塑成型機 | 1台               | 注塑成型生產<br>設備 | 2018年    | 3.4                    | 3.3                                 | 10                 |
| 900噸級注塑成型機   | 1台               | 注塑成型生產<br>設備 | 2013年    | 1.0                    | 0.6                                 | 5                  |

本文件為草擬本，其所載資訊不完整及或作更改，以及閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁上「警告」一節。

## 業務

| 機器名稱 | 於最後實際可<br>行日期的數量 | 主要功能         | 購置<br>年份 | 購置成本<br>(概約人民幣<br>百萬元) | 於最後實際可行<br>日期的賬面值<br>(概約人民幣<br>百萬元) | 餘下<br>可用年期<br>(年數) |
|------|------------------|--------------|----------|------------------------|-------------------------------------|--------------------|
| 模具   | 1套               | 注塑成型生產<br>模具 | 2015年    | 2.3                    | 1.0                                 | 2                  |
| 模具   | 1套               | 注塑成型生產<br>模具 | 2015年    | 1.2                    | 0.5                                 | 2                  |

## 業務

### 產能及利用率

下文載列於所示期間我們注塑成型及模壓生產線的數量及其按時間比例計算的概約產能和平均利用率：

|                                  | 截至          |        |        |        |
|----------------------------------|-------------|--------|--------|--------|
|                                  | 截至12月31日止年度 |        |        | 6月30日止 |
|                                  | 2015年       | 2016年  | 2017年  | 2018年  |
| 各年末／期末的注塑成型生產線數量                 | 15          | 15     | 28     | 34     |
| 注塑成型概約年產能（機器工時） <sup>(附註1)</sup> | 67,500      | 67,500 | 97,125 | 76,500 |
| 注塑成型產能的概約平均利用率 <sup>(附註2)</sup>  | 95.0%       | 93.6%  | 93.7%  | 98.5%  |
| 各年末／期末的模壓生產線數量                   | 8           | 9      | 14     | 14     |
| 模壓概約年產能（機器工時） <sup>(附註3)</sup>   | 43,200      | 48,600 | 60,750 | 37,800 |
| 模壓產能的概約平均利用率 <sup>(附註2)</sup>    | 58.5%       | 66.4%  | 94.7%  | 66.0%  |
| 概約整體平均利用率                        | 80.7%       | 82.2%  | 94.1%  | 87.8%  |

#### 附註:

1. 注塑成型概約產能按可供生產的機器工時數作出估計，基準為生產線每月運營25天、每天15小時，當中計及生產過程中因定期保養、模具更換所需的時間及其他因素。由於注塑成型生產流程相對較為複雜，注塑成型機的作業時間少於模壓機器的作業時間。例如，對注塑成型工序所使用熱塑性材料進行烘乾處理及為注塑成型機更精準地安裝模具需要額外時間，而模壓工序所使用的合成纖維材料則不需要烘乾時間，僅需要對模壓模具進行簡易安裝。
2. 概約平均利用率乃按實際生產時間除以概約年產能（以機器工時計）計算。以上產能利用率乃按製造產品所用的機器工時數與各自產能之比較計算得出。
3. 模壓概約產能按可供生產的機器工時數作出估計，基準為生產線每月運營25天、每天18小時，當中計及生產過程中因定期保養、模具更換所需的時間及其他因素。

於往績記錄期間，我們注塑成型生產線的平均利用率保持相對穩定在90%以上。截至2015年及2016年12月31日止年度以及截至2017年12月31日止年度，我們模壓生產線的平均利用率分別約為58.5%、66.4%及94.7%。該增加趨勢反映了2017年我們汽車裝飾產品的銷量有所增加。我們於2017年下半年增購五條模壓生產線，因此截至2018年6月30日止六個月我們模壓生產線的平均利用率恢復至約66.0%。於往績記錄期間，整體平均利用率分別約為80.7%、82.2%、94.1%及87.8%。由於新增訂單及生產工人的工時數增加，截至2018年6月30日止六個月，注塑成型生產線的利用率及整體平均利用率分別達到98.5%及87.8%。

---

## 業務

---

我們注塑成型生產線及模壓生產線的平均利用率受許多因素影響，如採購訂單的產量、產品組合及我們機器及設備的機械與配置限制。

### 研發

我們主要在中國西安的研發中心開展我們的研發活動。我們開發及採用新的生產技術和方法，以不斷努力提高我們的產品質量、生產能力及成本效益。我們的卡車製造商客戶通常會邀請我們向其提交產品設計及建議書。我們向我們卡車製造商客戶提供產品設計及開發服務而不收取額外費用，作為向購買我們汽車飾件產品的客戶提供預售服務的一部分。因此，我們在產品設計及開發流程中為客戶提供服務，有助於我們從客戶取得採購訂單。當我們的客戶向我們訂購產品時，我們的客戶最終會承擔與產品設計開發相關的成本（作為整體生產成本的一部分）。然而，並非我們的所有產品均由我們設計及開發，原因是乘用車客戶亦可能為我們生產的部分產品提供模具。

我們的研發部門由我們的副總經理汪軍先生帶領。有關汪先生的經驗及資格詳情，請參閱本文件「董事及高級管理層」一節。於最後實際可行日期，我們的研發部門有45名人員。於往績記錄期間，我們產生的研發開支分別約為人民幣3.0百萬元、人民幣3.1百萬元、人民幣6.2百萬元及人民幣4.3百萬元，分別佔我們收入的3.2%、2.6%、2.6%及3.3%。研發開支主要包括我們研發人員的工資、原材料、測試費用及折舊開支。有關更多資料，請參閱本節下文「知識產權」各段。

我們對卡車製造商的設計及產品開發過程的參與程度將幫助我們從客戶取得更多的採購訂單。倘我們在產品設計及開發中作出重大貢獻且我們能夠提供有競爭力的報價，我們的卡車製造商客戶通常向我們下達的採購訂單多於其認可名單上的其他供應商。由於我們與客戶集團A及客戶集團B建立了成熟、穩定的關係及作為對我們研發工作的認可，我們獲授獨家權利為彼等生產若干內飾產品。有關我們與客戶集團A及客戶集團B的關係，請參閱本節「客戶、銷售及市場推廣」一段。於產品開發階段後，我們一般需要長達七個月方能開始量產，原因是我們的卡車製造商客戶在量產階段才下達採購訂單，而量產階段一般在產品設計及開發階段數月之後。

---

## 業務

---

### 與客戶簽訂產品開發協議

下文載列我們通常會與客戶訂立具法律約束力的產品開發協議的主要條款。

- |        |  |
|--------|--|
| 保密     | <ul style="list-style-type: none"><li>● 本集團以客戶為受益人作出保密承諾</li></ul>   |
| 待開發的產品 | <ul style="list-style-type: none"><li>● 協議規定的汽車飾件產品</li></ul>  |
| 本集團的義務 | <ul style="list-style-type: none"><li>● 收到規格後提供詳細的開發計劃，並於規定期間內或按客戶於其開發計劃中規定的期間內提供樣品</li><li>● 支付產品開發成本</li><li>● 提供生產流程圖、生產成本結構及質量測試報告</li></ul> |
| 質量     | <ul style="list-style-type: none"><li>● 遵循客戶提供的規格並證明產品是否符合國家標準</li></ul>   |
| 限制     | <ul style="list-style-type: none"><li>● 本集團僅可為委聘我們的客戶生產及銷售產品</li></ul>   |
| 客戶權利   | <ul style="list-style-type: none"><li>● 客戶保留決定是否委聘本集團供應產品的權利，並可調整購買協議中的質量和價格；及客戶不會對有關質量及價格的調整引致的任何損失負責</li></ul>                                 |

### 產品設計

在產品設計階段，我們會共同設計／共同開發並從我們客戶取得設計反饋。由於我們的業務性質，儘管我們共同設計及共同開發內外飾零部件，但所有與設計該等產品相關的知識產權乃屬於我們的客戶。在若干情況下，如當我們需要第三方設計公司的特定技術知識或當我們的產品開發團隊不具備相關能力時，我們將會委聘第三方向我們提供設計服務以支持我們的產品設計及開發。

下文載列我們與第三方設計公司通常訂立的設計協議的主要條款：

- |       |   |
|-------|---|
| 各方的責任 | <ul style="list-style-type: none"><li>● 設計公司應制定開發計劃，包括人員配置、工作地點等</li><li>● 我們應向設計公司提供技術規格</li></ul> |
|-------|---|

---

## 業務

---

- 設計公司應提供設計、裝配順序、零部件資料、樣品數據、驗證報告、可行性報告、維修可行性報告、安裝報告及模具數據
  - 我們應開展有限生產，對設計進行審閱並提供反饋
  - 設計公司應按照我們提出的要求交付最終設計
  - 交付時間應遵循卡車製造商的項目進度計劃
- 價格
- 按設計協議規定的固定價格
- 期限
- 按協議規定，通常為數月至一年
  - 合同應在合同規定的固定期限後終止
- 付款
- 付款應分階段結清：
    - 簽訂設計協議後一週內支付30%
    - 每個服務月後支付10%
    - 其餘款額應在項目數據敲定後六個月內支付

### 修改設計及生產樣品

設計及樣品生產過程是一個持續的過程，期間我們與客戶緊密合作，以確保設計可滿足彼等所有整體產品要求，同時確保最終產品可無縫安裝。因此，我們的產品是按照客戶的反饋進行開發。一旦我們的客戶同意設計規格，我們會聘請電腦數字控制機器中心或3D打印運營商生產樣品，以供安裝測試及其他測試，以便確定樣品是否符合客戶的具體要求。測試乃基於行業標準（即與產品尺寸差異的公差水平有關的設計公差規格及參考點系統），以確保安裝的可行性。修改產品設計及樣品流程通常耗時約三至六個月。由於我們的業務性質，儘管我們共同設計及共同開發內外部裝飾零部件，但與該等產品設計相關的所有相關知識產權均屬於我們的客戶。

---

## 業務

---

### 模具生產

一旦樣品經測試及設計經客戶批准，我們會向第三方模具製造商訂購模具。模具製造商一般需要約一至六個月時間為我們生產新模具。有關流程包括(i)檢查模具生產計劃、模具設計及生產流程的技術參數以及檢查小規模生產及批量生產的樣機、樣品，而模具製造商一般難以一次通過檢查，因為模具需要在耐用性及模具流程方面進行幾次試驗性的測試；及(ii)基於行業標準測試樣機，即與產品尺寸及產品耐用性差異的公差水平有關的設計公差規格及參考點系統。

---

## 業務

---

### 小規模生產

在模具可作批量生產之前，我們會進行小規模生產並與模具製造商協作改進模具，藉此減少批量生產流程中的次品數量及提高我們產品的整體質量和一致性。小規模生產（通常需時幾天）完成後，設計和開發流程方告完成。之後，模具準備作量產。

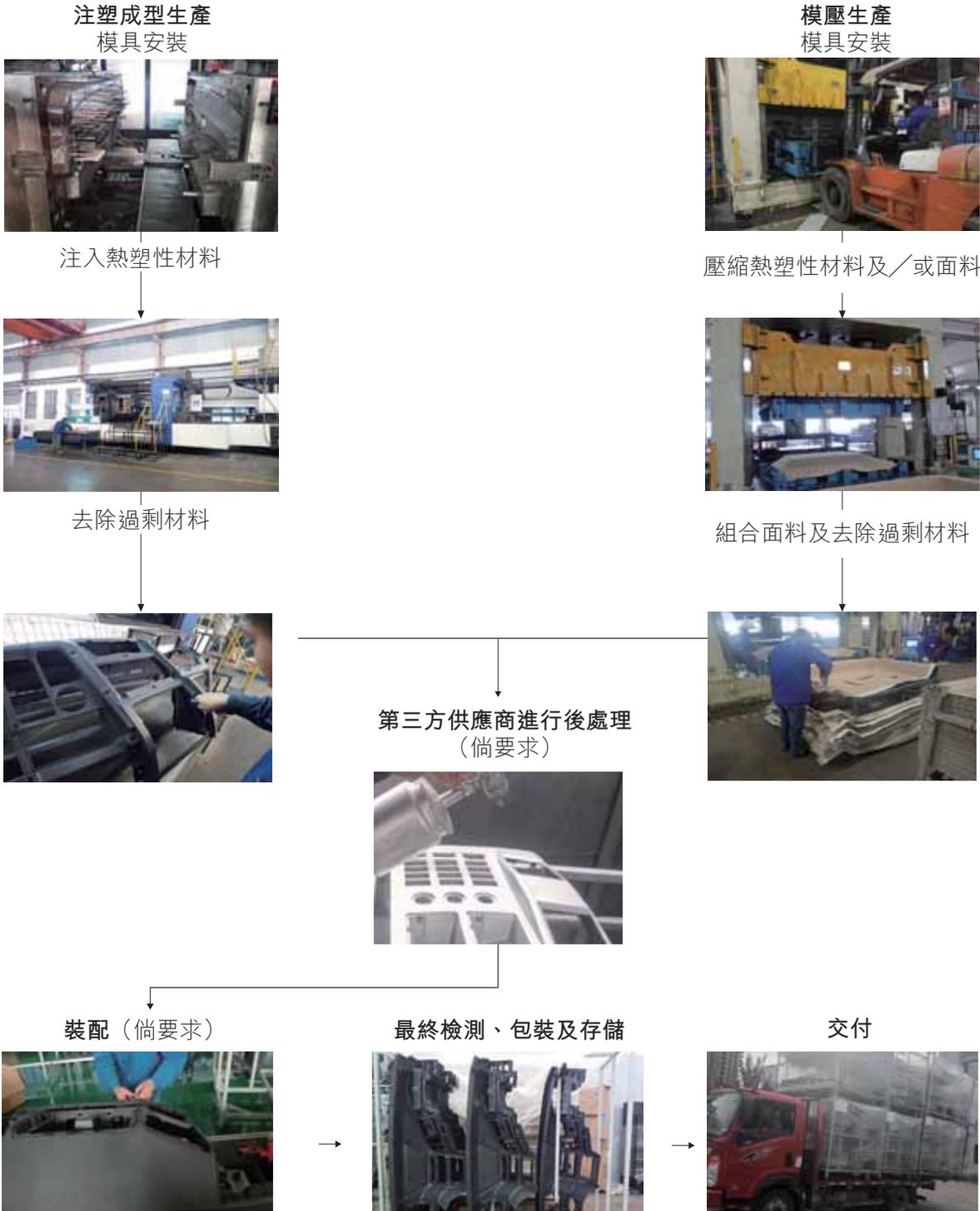
### 生產

我們通常每年或每半年與我們的卡車製造商客戶簽訂總購買協議，而每隔幾年與我們的乘用車製造商客戶簽訂總購買協議。由於客戶一般會提前一個月知會我們其月度採購時間表，我們根據預期收到的採購訂單及生產所需的原材料量制定我們產品的生產計劃及生產時間表。在收到客戶的採購訂單後，開始商業化生產並根據採購訂單及總購買協議的條款生產產品。其後，我們的採購部門就生產所需的原材料下達訂單。我們會就製造不同類型產品調整我們生產線的配置和模具。在批量生產中，除我們向分包商外包的部分配套組件及表面精加工處理（如噴漆）外，我們主要在我們的西安生產基地生產我們的所有產品。我們緊密監控我們的生產流程並於必要時對我們的生產流程作出調整及改進。

業務

生產流程

我們主要採用注塑成型工序及模壓工序製造我們的汽車飾件產品。生產採購訂單的全部產品一般需要幾天時間。以下流程圖說明了本集團的主要生產工序。



---

## 業務

---

### 注塑成型生產

在注塑成型生產程序中，熱塑性材料經過加熱注入模具。通過施加壓力，熱塑性材料在模具的限制作用下形成特定外形。我們的部分注塑成型機在生產中可承載2,500噸及3,200噸的壓力。由於我們能夠通過利用注塑成型生產線為我們更複雜產品的設計增加更多的細節，我們利用其生產使用熱塑材料的產品，如高架箱及儀錶板。熱塑性樹脂在注塑成型工序中轉換成半成品後，我們會去除半成品的過剩材料。

### 模壓生產

於模壓生產程序中，我們綜合使用不同的面料且較大的面料經過模壓機進行模壓處理，形成理想的產品外觀。由於模壓生產線更適合較大的零件，其主要用於生產相對平滑的產品，如地板墊及頂篷。經過模壓工序之後，我們會去除半成品的過剩材料。

### 後處理

我們產品的後處理包括表面精加工處理，如噴漆及塗料，該流程由第三方供應商進行（倘需要進行表面精加工處理）。例如，裝飾組件及把手可能需經噴漆處理。

### 裝配

就儀錶板及高架箱等部分產品而言，我們會將半成品和成品組裝到裝配產品，從而更容易將我們的產品安裝至重型卡車或乘用車的駕駛室及其他部位。並非所有產品需進行組裝。

### 最後檢查、包裝及存儲

我們質量控制人員對我們的產品進行最後檢查，以確保遵守本集團要求的規格及質量標準。經過最後檢查流程後，我們將產品存放入箱或貨架，以便存儲及／或交付。

### 交付

最後，我們會安排運貨卡車或委託承包商向我們的卡車及乘用車製造商客戶交付產品。

---

## 業務

---

### 質量保證

我們在整個產品開發及生產過程中持續監控及控制我們產品的質量，以確保我們的產品具備優越品質及客戶能夠順利安裝。作為對我們致力於質量控制的認可，我們的組織及設施已獲認定符合ISO/TS 16949標準，該標準是卡車及乘用車製造商行業內所普遍接受的國際認可製造流程標準。根據ISO/TS 16949標準，我們採納了規範我們生產流程的一套全面的質量控制政策及程序。我們在開發及生產早期階段努力識別缺陷及異常，以提高我們的質量。

我們保有一份認可供應商名單，彼等已通過我們的評估。該等認可供應商會獲授優先權，以確保生產所使用的原材料及半成品質量的一致性。我們的審批及質量控制程序涉及對我們第三方供應商的一系列標準及自彼等採購的生產材料的評估。有關進一步資料，請參閱本節下文「我們的採購流程」各段。

我們致力於在各開發及生產階段測試我們的產品。於產品開發過程中，我們在模具可用於生產階段之前進行反復測試。由於模具影響我們的產品質量，我們確保妥當開發模具，以確保我們滿足客戶的要求及產品質量的一致性。

生產過程中，我們進行定期檢驗及測試，以確保我們的產品質量，如形狀、顏色、阻燃性及安裝簡便性等保持一致，且此等質量不會變差。一旦發現缺陷，我們會立即對缺陷產品進行維修或淘汰。我們分析任何質量問題，以確保妥善、高效解決我們產品的質量問題。我們進行年檢的客戶會造訪我們的生產設施，以評估我們生產線的佈局、我們的測試及質量控制程序、我們的管理能力及我們監控系統的有效性。從該等客戶得到的反饋亦有助於我們維持質量保證體系受到控制。

我們的質保人員利用測試及測量設備以獲取我們生產材料和產品相關的準確、可靠測量及測試結果。該等設備包括萬能材料試驗機、鹽霧試驗箱、擺錘式衝擊試驗機、可編程恒溫恒濕試驗機及耐磨損試驗機等。此外，我們定期進行設備校準，以確保我們的測試設備在測試過程中準確無誤。

於最後實際可行日期，我們的質保部門有21名質量及測試人員，彼等負責測試、檢驗及讓本集團各部門及時了解我們產品適用的相關標準及監管規定的最新發展情況。我們的董事確認，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無遭遇任何重大質量問題或投訴，亦無收到與我們的產品質量有關的任何產品退貨。

## 業務

### 客戶、銷售及市場推廣

#### 我們的客戶

於往績記錄期間，我們的客戶包括(i)重型卡車及乘用車製造商；及(ii)從事汽車零部件製造及／或銷售及／或經營汽車維修店的其他客戶。於往績記錄期間，我們向重型卡車及乘用車製造商銷售所得收入分別佔總收入的約88.6%、94.1%、95.5%及95.8%。下表載列於往績記錄期間我們的客戶數目：

|                       | 截至12月31日止年度 |        |      |       |         |      | 截至6月30日止六個月 |         |      |       |         |      |
|-----------------------|-------------|--------|------|-------|---------|------|-------------|---------|------|-------|---------|------|
|                       | 2015年       |        |      | 2016年 |         |      | 2017年       |         |      | 2018年 |         |      |
|                       | 客戶數目        | 收入     | 毛利率  | 客戶數目  | 收入      | 毛利率  | 客戶數目        | 收入      | 毛利率  | 客戶數目  | 收入      | 毛利率  |
|                       | 人民幣千元       | %      |      | 人民幣千元 | %       |      | 人民幣千元       | %       |      | 人民幣千元 | %       |      |
| 客戶                    |             |        |      |       |         |      |             |         |      |       |         |      |
| 卡車及乘用車                |             |        |      |       |         |      |             |         |      |       |         |      |
| 製造商 <sup>(附註1)</sup>  | 8           | 84,239 | 37.9 | 7     | 113,772 | 36.2 | 6           | 230,880 | 35.1 | 5     | 127,089 | 34.1 |
| 其他客戶 <sup>(附註2)</sup> | 6           | 10,849 | 25.4 | 7     | 7,125   | 27.8 | 13          | 10,779  | 23.2 | 17    | 5,533   | 28.9 |
| 總計                    | 14          | 95,088 | 36.5 | 14    | 120,897 | 35.7 | 19          | 241,659 | 34.6 | 22    | 132,622 | 33.9 |

#### 附註：

1. 重型卡車及乘用車製造商包括我們主要客戶(客戶集團A、客戶集團B、客戶集團C及客戶集團D)的從事卡車及乘用車製造的附屬公司，但並不包括該等客戶從事汽車零部件製造及／或銷售及／或經營汽車維修店的附屬公司。於往績記錄期間，按客戶集團計，我們有四個、四個、四個及四個重型卡車和乘用車製造商。按單獨實體計，我們擁有穩定數量的集團客戶，而重型卡車及乘用車製造商數目呈減少趨勢，主要是由於距離我們生產設施較遠的少數客戶因考慮成本效率而停止採購以及客戶集團C和客戶集團D的若干集團公司因內部安排已停止向我們下單。
2. 其他客戶包括從事汽車零部件製造及／或銷售及／或經營汽車維修店的公司。客戶集團E、客戶集團F及客戶集團G屬於此類客戶。

於往績記錄期間，我們擁有穩定的客戶群體，我們61.8%以上的客戶向我們下達採購訂單超過一年。我們所有的主要客戶均為獨立第三方。

## 業務

截至2015年12月31日止年度我們前五大客戶的詳情載列如下。

| 排名 | 客戶                            | 首次成為本集團客戶的年份 | 付款方法           | 主要業務           | 產品        | 信貸期    | 收入<br>(人民幣<br>百萬元) | 佔本集團<br>收入的百<br>分比<br>(%) |
|----|-------------------------------|--------------|----------------|----------------|-----------|--------|--------------------|---------------------------|
| 1  | 寶雞華山工程車輛有限責任公司及其同系附屬公司(客戶集團A) | 2013年        | 銀行承兌匯票、銀行轉賬    | 製造及銷售卡車及汽車零件   | 重型卡車內飾零部件 | 90天    | 49.9               | 52.5                      |
| 2  | 陝西重型汽車有限公司及其附屬公司(客戶集團B)       | 2012年        | 銀行承兌匯票、銀行轉賬    | 製造及銷售卡車及汽車零件   | 重型卡車內飾零部件 | 90天    | 23.7               | 24.9                      |
| 3  | 客戶集團C                         | 2012年        | 支票、銀行承兌匯票、銀行轉賬 | 製造及銷售乘用車       | 乘用車裝飾零部件  | 60天    | 10.4               | 10.9                      |
| 4  | 陝西尊龍實業有限公司(客戶集團F)             | 2013年        | 銀行承兌匯票         | 經營汽車維修店及銷售汽車零件 | 重型卡車內飾零部件 | 30天    | 4.9                | 5.2                       |
| 5  | 陝西御圖雄工貿有限公司及其聯營公司(客戶集團E)      | 2014年        | 銀行承兌匯票、銀行轉賬    | 製造及銷售汽車零件      | 重型卡車內飾零部件 | 30至50天 | 4.6                | 4.9                       |

## 業務

截至2016年12月31日止年度我們前五大客戶的詳情載列如下。

| 排名 | 客戶                             | 首次成為本集團客戶的年份 | 付款方法           | 主要業務         | 產品        | 信貸期    | 收入<br>(人民幣<br>百萬元) | 佔本集團<br>收入的百<br>分比<br>(%) |
|----|--------------------------------|--------------|----------------|--------------|-----------|--------|--------------------|---------------------------|
| 1  | 寶雞華山工程車輛有限責任公司及其同系附屬公司(客戶集團A)  | 2013年        | 銀行承兌匯票、銀行轉賬    | 製造及銷售卡車及汽車零件 | 重型卡車內飾零部件 | 90天    | 61.0               | 50.5                      |
| 2  | 陝西重型汽車有限公司及其附屬公司(客戶集團B)        | 2012年        | 銀行承兌匯票、銀行轉賬    | 製造及銷售卡車及汽車零件 | 重型卡車內飾零部件 | 90天    | 35.2               | 29.1                      |
| 3  | 客戶集團C                          | 2012年        | 支票、銀行承兌匯票、銀行轉賬 | 製造及銷售乘用車     | 乘用車裝飾零部件  | 60天    | 13.2               | 10.9                      |
| 4  | 成都大運汽車集團有限公司運城分公司及其聯營公司(客戶集團D) | 2014年        | 銀行承兌匯票、銀行轉賬    | 製造及銷售卡車      | 重型卡車內飾零部件 | 60天    | 5.2                | 4.3                       |
| 5  | 陝西御圖雄工貿有限公司及其聯營公司(客戶集團E)       | 2014年        | 銀行承兌匯票、銀行轉賬    | 製造及銷售汽車零部件   | 重型卡車內飾零部件 | 30至50天 | 3.6                | 3.0                       |

## 業務

截至2017年12月31日止年度我們前五大客戶的詳情載列如下。

| 排名 | 客戶                             | 首次成為本集團客戶的年份 | 付款方法           | 主要業務         | 產品        | 信貸期 | 收入<br>(人民幣<br>百萬元) | 佔本集團<br>收入的百<br>分比<br>(%) |
|----|--------------------------------|--------------|----------------|--------------|-----------|-----|--------------------|---------------------------|
| 1  | 陝西重型汽車有限公司及其附屬公司(客戶集團B)        | 2012年        | 銀行承兌匯票、銀行轉賬    | 製造及銷售卡車及汽車零件 | 重型卡車內飾零部件 | 90天 | 140.4              | 58.1                      |
| 2  | 寶雞華山工程車輛有限責任公司及其同系附屬公司(客戶集團A)  | 2013年        | 銀行承兌匯票、銀行轉賬    | 製造及銷售卡車及汽車零件 | 重型卡車內飾零部件 | 90天 | 76.3               | 31.6                      |
| 3  | 客戶集團C                          | 2012年        | 支票、銀行承兌匯票、銀行轉賬 | 製造及銷售乘用車     | 乘用車裝飾零部件  | 60天 | 11.6               | 4.8                       |
| 4  | 成都大運汽車集團有限公司運城分公司及其聯營公司(客戶集團D) | 2014年        | 銀行承兌匯票、銀行轉賬    | 製造及銷售卡車      | 重型卡車內飾零部件 | 60天 | 4.2                | 1.7                       |
| 5  | 齊河縣鑫隆海汽車零部件有限公司(客戶G)           | 2013年        | 銀行承兌匯票、銀行轉賬    | 製造及銷售汽車零部件   | 重型卡車內飾零部件 | 30天 | 3.6                | 1.5                       |

## 業務

截至2018年6月30日止六個月我們前五大客戶的詳情載列如下。

| 排名 | 客戶   | 首次成為<br>本集團客<br>戶的年份 | 付款方法                   | 主要業務   | 產品            | 信貸期               | 收入<br>(人民幣<br>百萬元) | 佔本集團<br>收入的百<br>分比<br>(%) |
|----|--|----------------------|------------------------|--|---------------|-------------------|--------------------|---------------------------|
| 1  | 陝西重型汽車<br>有限公司及<br>其附屬公司<br>(客戶集團B)                | 2012年                | 銀行承兌匯<br>票、銀行轉<br>賬    | 製造及銷售卡<br>車及汽車零部<br>件  | 重型卡車內<br>飾零部件 | 90天               | 61.9               | 46.7                      |
| 2  | 寶雞華山工程<br>車輛有限責<br>任公司及其<br>同系附屬公<br>司(客戶集<br>團A)  | 2013年                | 銀行承兌匯<br>票、銀行轉<br>賬    | 製造及銷售卡<br>車及汽車零部<br>件  | 重型卡車內<br>飾零部件 | 90天               | 52.1               | 39.3                      |
| 3  | 客戶集團C  | 2012年                | 支票、銀行承<br>兌匯票、銀<br>行轉賬 | 製造及銷售乘<br>用車   | 乘用車裝飾<br>零部件  | 30天               | 14.0               | 10.5                      |
| 4  | 成都大運汽車<br>集團有限公<br>司運城分公<br>司及其聯營<br>公司(客戶集<br>團D) | 2014年                | 銀行承兌匯<br>票、銀行轉<br>賬    | 製造及銷售卡<br>車  | 重型卡車內<br>飾零部件 | 60天               | 2.0                | 1.5                       |
| 5  | 西安東德機電<br>機械設備有<br>限公司<br>(客戶H)                    | 2017年                | 銀行承兌匯<br>票、銀行轉<br>賬    | 製造、加工及<br>銷售機電產<br>品、機械及配<br>件、機床及線<br>束，加工及銷<br>售汽車部件及<br>電子元件及汽<br>車 | 重型卡車內<br>飾零部件 | 於交付<br>貨品前<br>預付款 | 1.0                | 0.7                       |

---

## 業務

---

於往績記錄期間，我們收入中分別有約98.4%、97.8%、97.7%及98.8%來自我們的前五大客戶，及我們收入中分別有52.5%、50.5%、58.1%及46.7%來自各年度／期間的最大客戶。除我們自2017年以來開始與之建立業務關係的客戶H以外，於往績記錄期間，我們的五大客戶均與我們維持了至少4年的業務關係。再者，根據弗若斯特沙利文報告，中國西北的卡車製造商市場由客戶集團A及客戶集團B所擁有的許多卡車整車廠主導。我們的董事認為，我們的主要客戶（大部分為中國領先的重型卡車及乘用車製造商）對供應商有嚴格的挑選和評估標準，如生產能力、技術專長、聲譽及交付時間。因此，由於我們為中國西北領先的重型卡車內飾產品製造商且已符合資格作為我們卡車及乘用車製造商客戶的認可供應商之一，我們相信，本集團的產品質量和生產能力已獲得高度認可。於往績

---

## 業務

---

記錄期間及直至最後實際可行日期，概無我們的董事或其緊密聯繫人或就我們董事所知擁有我們已發行股本之5%以上的股東於任何五大客戶當中擁有任何權益。於最後實際可行日期，經考慮我們五大客戶的歷史付款情況，我們並不知悉與彼等財務狀況有關的任何重大問題。

### 客戶集團A

根據弗若斯特沙利文報告，2017年，客戶集團A是中國第七大重型卡車製造商。客戶集團A為一家國有企業，其中客戶集團A的控股公司的最終股東為中國陝西省的一個政府部門。客戶集團A的產品包括不同類型的商用卡車，如輕型卡車、中型卡車及重型卡車（介乎14至30噸）。該等卡車的範例包括高速公路運輸卡車、工程垃圾車、混凝土攪拌車、吊車及電動卡車。客戶集團A亦從事汽車零部件的製造及銷售。客戶集團B是客戶集團A的卡車製造商客戶之一。此外，客戶集團A自客戶集團B的母公司集團購買用於製造其商用卡車的發動機。

### 與客戶集團A的關係

我們已與客戶集團A及其各附屬公司建立穩固且長期的業務關係。我們的管理層最初透過我們的市場推廣活動結識客戶集團A。自我們於2012年底首次向客戶集團B（其為中國西北領先的重型卡車製造商之一）供應產品以來，我們展現出我們的強大生產能力並吸引了客戶集團A。透過市場推廣活動，我們獲客戶集團B的管理層介紹予客戶集團A，此後我們與其建立了業務關係，且其後於2013年合資格成為其認可供應商之一。彼等之後邀請我們提供若干內飾產品的報價，並隨後向我們下達重型卡車內飾產品的採購訂單。客戶集團A亦委聘我們與其共同開發汽車內飾產品。

此後，我們與客戶集團A建立穩定的業務關係。於最後實際可行日期，我們已向客戶集團A供應產品五年以上，且與客戶集團A並無發生任何重大爭議。於往績記錄期間，我們自客戶集團A所得收入分別佔本集團總收入的約52.5%、50.5%、31.6%及39.3%。

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們每年與客戶集團A訂立總購買協議。與客戶集團A訂立的總購買協議規管我們與客戶集團A的關係，且訂明客戶集團A向我們下達採購訂單的條款，而我們向客戶集團A作出的銷售已構成彼等於往績記錄期間總購買量的約1%。

### 客戶集團B

根據弗若斯特沙利文報告，2017年，客戶集團B是中國第四大重型卡車製造商。客戶集團B的控股公司乃由一家於聯交所主板及深交所雙重上市的公司間接擁有51%的股權，及由客戶集團A擁有49%的股權。客戶集團B的最終實益股東為中國山東省的一個政府機

---

## 業務

---

構。客戶集團B的母公司集團的主營業務包括：(a)製造及銷售柴油發動機及相關零件；(b)製造及銷售汽車以及除柴油發動機以外的汽車部件；及(c)提供進出口服務。客戶集團B的產品包括重30噸或以上的重型卡車。客戶集團B生產的重型卡車包括半拖卡車、貨運卡車及其他特殊用途車輛（如越野自卸卡車和港口貨物拖車）。考慮到客戶集團B在中國西北的重型卡車製造及銷售領域佔據主導地位，我們董事認為彼等不可避免需要向我們及客戶集團A購買零部件（包括內飾產品）。有關客戶集團B及客戶集團A之間的交易性質的詳情，請參閱本節上文「客戶集團A」一段。於最後實際可行日期，客戶集團B的母公司集團的控股公司的市值（僅指H股）約為156億港元，及根據其截至2017年12月31日止年度的年度報告，截至2017年12月31日止年度的收入約為人民幣1,516.0億元及純利約為人民幣92.0億元。

### 與客戶集團B的關係

我們與客戶集團B及其各個附屬公司建立良好穩定之關係。我們的管理層透過我們的市場推廣活動首次結識客戶集團B。有關我們如何結識客戶集團B之詳情，請參閱本文件「歷史、重組及公司架構」一節。自我們結識客戶集團B的管理層以來，我們開始就向客戶集團B供應汽車裝飾產品與彼等討論本集團收購機械及興建生產設施的業務計劃。在我們成立的整個初期階段，我們已告知客戶集團B有關我們收購機械及興建生產設施的進展的最新情況，並發掘與彼等的商機。一經我們於2012年年底完成機器收購及生產設施建設，我們於2012年底合資格成為客戶集團B的認可供應商，並首次向客戶集團B供應我們的產品。客戶集團B亦委聘我們與其共同設計及共同開發汽車內飾產品。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們每年與客戶集團B訂立總購買協議，該協議規管我們與客戶集團B的關係，並訂明客戶集團B下達採購訂單的條款。於往績記錄期間，我們自客戶集團B取得的收入分別佔本集團總收入的約24.9%、29.1%、58.1%及46.7%，而我們向客戶集團B作出的銷售已構成彼等於往績記錄期間總購買量的約1%。

### 客戶集團C

客戶集團C為中國領先的電動乘用車製造商。其於聯交所及深圳證券交易所上市。根據客戶集團C於深圳證券交易所網站所刊發的2017年年度報告，其於2017年錄得總收入約人民幣1,059.0億元，並出售新能源汽車逾110,000輛。其2017年合計資產值約為人民幣1,781.0億元。於最後實際可行日期，市值（僅適用H股）約為451億港元。於2017年，自汽車板塊產生的收入佔客戶集團C總收入的約53.5%。

---

## 業務

---

### 客戶及供應商重疊

於2017年12月及截至2018年6月30日止六個月，為了滿足客戶集團C緊迫的交貨期，我們就生產外飾產品（已售予客戶集團C）而自客戶集團C採購了金額分別為人民幣947,000元及人民幣3.7百萬元的原材料（包括ABS、PA及PC熱塑性樹脂）。客戶集團C為我們於往績記錄期間的前五大客戶之一。

---

## 業務

---

我們的董事確認，我們向客戶集團C作出銷售及採購的條款乃按具體情況進行磋商，而向客戶集團C供應的產品及向客戶集團C採購的原材料並無相互關連，亦非彼此互為條件。2017年及截至2018年6月30日止六個月的採購乃一項過渡性及臨時性的安排，此乃由於根據客戶集團C向我們下達的採購訂單交付產品的時間緊迫，因為我們無法及時從其他供應商採購所需的原材料以滿足緊迫的交貨期。

與客戶集團C的交易的主要條款類似於與其他客戶及供應商所訂立者，我們的董事認為該等條款屬正常商業條款。我們的董事確認，我們於往績記錄期間向客戶集團C購買的原材料隨後並未售予客戶集團C，反之亦然。於往績記錄期間，概無我們董事、彼等各自緊密聯繫人或就我們的董事所知擁有5%以上已發行股本的任何股東於客戶集團C中擁有任何權益。

除客戶集團C外，概無供應商為我們於往績記錄期間的五大客戶。於往績記錄期間，向客戶集團C作出的銷售分別佔我們總收入的約10.9%、10.9%、4.8%及10.5%。於往績記錄期間，來自客戶集團C的採購額分別佔我們總採購額的約零、零、0.7%及2.4%。

於往績記錄期間，我們向客戶集團C銷售汽車飾件產品所得毛利分別約為人民幣3.3百萬元、人民幣4.7百萬元、人民幣3.4百萬元及人民幣4.5百萬元，而同期相應平均毛利率分別約為31.6%、35.4%、28.9%及32.5%。

### 總購買協議

我們一般每六個月或一年與我們的卡車及乘用車製造商客戶訂立具法律約束力的總購買協議及配套定價協議，當中訂明汽車飾件產品銷售的主要條款，包括各產品價格、付款方式及交付條款。我們其中一名主要客戶（即客戶集團B）亦會於總購買協議中訂明指示性數量，並向我們提供其生產和採購計劃的參考，儘管實際採購訂單可能會偏離該等指示需求。

實際上，在向我們下達採購訂單前，我們客戶會提前一個月左右通知我們其預期購買量。我們的客戶其後一般會在預期交付日期前幾天至一個月下達採購訂單。收到採購訂單後，我們按照從客戶收到的採購訂單生產我們的產品。於預期交付日期，我們向客戶的倉庫交付我們的產品，但有關銷售僅於我們的客戶成功將我們的產品裝配至其重型卡車及乘用車後確認。

---

## 業務

---

下文載列通常與我們的主要卡車製造商客戶訂立的總購買協議的主要條款。

- |                           |   |
|---------------------------|---|
| 期限                        | <ul style="list-style-type: none"><li>• 六個月至一年</li></ul>  |
| 產品價格 <small>(附註1)</small> | <ul style="list-style-type: none"><li>• 按總購買協議或配套定價協議規定</li></ul>   |
| 產品數量 <small>(附註2)</small> | <ul style="list-style-type: none"><li>• 通常並未指定，但數量將於客戶向我們下達訂單時確認(就客戶集團B而言，指示性產品數量亦可能有產品價格規定，但不具有法律約束力)</li></ul>  |
| 質量                        | <ul style="list-style-type: none"><li>• 本集團與我們的客戶簽署訂明格式的協議，且我們產品的質量須符合協議規定的要求</li><li>• 訂明格式的質量協議包括(其中含有)以下條款：<ul style="list-style-type: none"><li>• 我們應該符合ISO/TS 16949:2009質量管理體系的要求，此也是作為主要供應商的一項要求</li><li>• 獲得中國強制證書等認證機構的認證</li><li>• 產品應按照圖紙、技術協議以及雙方協定要求中規定的質量水平相關標準進行生產及驗證</li><li>• 產品應標貼質量標識</li></ul></li><li>• 產品質量將在客戶所在地進行檢驗</li></ul> |
| 交付                        | <ul style="list-style-type: none"><li>• 我們負責承擔交付費用且會將產品交付至客戶</li></ul>  |
| 信貸期                       | <ul style="list-style-type: none"><li>• 90日內支付</li></ul>  |
| 客戶通常接受的結算方式               | <ul style="list-style-type: none"><li>• 銀行轉賬或銀行承兌匯票</li></ul>   |
| 違反合約的責任                   | <ul style="list-style-type: none"><li>• 倘總購買協議因我們延遲向客戶交貨而終止，則我們須負責賠償；及</li></ul>  |

---

## 業務

---

- 倘違約因客戶自身原因而造成，則客戶將對違約負責。

附註：

1. 實際售價可能會於採購訂單中列明。
2. 總購買協議中的產品數量僅在協定採購訂單可訂明不同的產品數量時方具指示性，取決於客戶是否習慣與我們分享其生產目標資料。

下文載列通常與我們的乘用車客戶訂立的總購買協議的主要條款。

|                           |   |
|---------------------------|---|
| 期限                        | <ul style="list-style-type: none"><li>● 無固定期限（終止規定見下文）</li></ul>  |
| 終止                        | <ul style="list-style-type: none"><li>● 當（其中包括）雙方同意終止或雙方同意修改協議條款時協議即終止</li></ul>                          |
| 產品價格 <small>（附註1）</small> | <ul style="list-style-type: none"><li>● 按總購買協議或配套定價協議規定</li></ul>   |
| 產品數量 <small>（附註2）</small> | <ul style="list-style-type: none"><li>● 總購買協議並未規定，但將於客戶向我們下達訂單時確認</li></ul>                               |
| 質量                        | <ul style="list-style-type: none"><li>● 供應商的質量體系必須符合ISO/TS 16949</li><li>● 產品須標註質量標準的永久性標記及其他信息</li></ul> |
| 交付                        | <ul style="list-style-type: none"><li>● 我們負責承擔交付費用且會將產品交付至客戶</li></ul>                                    |
| 信貸期                       | <ul style="list-style-type: none"><li>● 於收到每月結算發票後60日內支付</li></ul>  |
| 客戶通常接受的結算方式               | <ul style="list-style-type: none"><li>● 支票、銀行轉賬及銀行承兌匯票</li></ul>  |

附註：

1. 實際售價可能會於採購訂單中列明。
2. 總購買協議中的產品數量僅在協定採購訂單可訂明不同的產品數量時方具指示性，取決於客戶是否習慣與我們分享其生產目標資料。

---

## 業務

---

### 我們的其他客戶

除卡車及乘用車製造商客戶外，我們亦向從事汽車零部件製造及／或銷售及／或經營汽車維修店的公司出售我們的產品。於往績記錄期間，我們向該等客戶作出的銷售分別佔我們總收入的約11.4%、5.9%、4.5%及4.2%。就我們董事所深知及確信，部分該等客戶自我們採購汽車裝飾部件作進一步加工（作為其製造流程的一部分），加工後的產品售賣予彼等之客戶；而其中部分客戶（較少情況）會將我們的產品不作進一步加工再轉售予其本身客戶（包括零售店、中間商及汽車維修店）。根據弗若斯特沙利文報告，向該等客戶直接銷售及彼等再向零售店、中間商及汽車維修店轉售符合汽車內飾產品市場的行業規範及慣例。儘管該等客戶可能會將我們的產品進一步出售予其本身客戶，但我們並不將彼等視為分銷商，亦不與彼等訂立分銷協議，因為(i)我們的一部分產品出售予汽車零件製造商，彼等會進一步加工我們的產品並將我們的產品用作其產品中的配套部件，之後彼等再向卡車製造商銷售其產品；及(ii)我們的其餘部分產品出售予客戶，該等客戶隨後再將我們的產品售予售後市場（即二級零配件市場）中的零售商及汽車維修店。

我們與從事汽車零部件製造及／或銷售及／或經營汽車維修店的客戶的關係受標準銷售協議規管，我們對出售予該等客戶的產品並不行使控制權。根據標準銷售協議之條款，我們對售予彼等的產品不保留所有權，且亦無退貨政策。此外，並無涉及最低售價、最低訂單量、特許使用費或設立費方面的條文規定，亦無避免不同級別中間商之間競爭的任何條文規定，亦無任何產品保修條款。因此，與該等產品有關的所有重大風險及回報在向彼等交付產品且產品獲接納後轉移。我們不對該等客戶設定任何月度或年度銷售目標。

下文載列我們通常與從事汽車零部件製造及銷售以及經營汽車維修店的客戶訂立的標準銷售協議的主要條款：

#### 期限

標準銷售協議的期限一般為一年。

#### 產品價格

產品價格按協議規定。

#### 技術要求及質量

汽車飾件產品的技術要求及產品質量須符合向卡車製造商提供的質量。

---

## 業務

---

### 交付

客戶應按採購訂單指定的日期提取產品。

### 結算時間及信貸期

在從我們的倉庫提取產品之日起0至50日內以銀行轉賬、現金或銀行承兌匯票方式支付產品價款。

我們所有現有的從事汽車零部件製造及／或銷售及／或經營汽車維修店的其他客戶均為獨立第三方。概無任何其他客戶由我們的當前及前僱員擁有。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，概無我們的董事或其緊密聯繫人或就我們董事所知擁有我們已發行股本之5%以上的股東於任何其他客戶當中擁有任何權益。於往績記錄期間，概無其他客戶或其實益擁有人有超出銷售安排範圍之外的任何過往或現時的關係，包括但不限於與本集團或我們的董事或股東的僱傭、家庭或融資關係。

### 客戶集中度

於往績記錄期間，我們的兩大客戶（即客戶集團A及客戶集團B）合計分別約佔我們收入的77.4%、79.6%、89.7%及86.0%。來自客戶集團A及客戶集團B的整體貢獻增加主要是由於向彼等作出的銷售有所增加。該增加與中國西北及整個中國的汽車內飾市場的增長趨勢一致。有關汽車內飾產品市場的規模及趨勢，請參閱「行業概覽—中國西北汽車內飾產品市場展望」一節。儘管有客戶集中的情況，但我們的董事認為我們日後能夠維持我們的銷售，理由如下：

- (i) 由於中國西北重型卡車市場的集中性質及其由客戶集團A及客戶集團B所主導，致使市場參與者不可能擺脫對彼等的依賴，因此對客戶集團A及客戶集團B的依賴並非本集團特有的情況。

中國重型卡車製造市場高度集中。根據弗若斯特沙利文報告，於2017年，中國的前十大重型卡車製造商生產了中國新重型卡車總量的96.2%。另一方面，於2017年中國西北佔中國生產的新重型卡車的約16.8%，中國西北新重型卡車總量的95.3%由客戶集團A或客戶集團B生產。因此，中國西北的重型卡車市場甚至比整個中國重型卡車市場更為集中。此外，就2017年的產量而言，客戶集團A及客戶集團B分別在中國西北重型卡車製造市場中佔23.0%及72.3%的市場份額。按新重型卡車的銷量計，於2017年彼等亦分別為中國第七大

---

## 業務

---

及第四大重型卡車製造商，故彼等亦均為中國兩家最大重型卡車製造商。鑒於客戶集團A及客戶集團B於中國西北的主導地位，中國西北重型卡車內飾產品市場的市場參與者很難擺脫彼等對客戶集團A及客戶集團B的依賴。因此，在中國西北重型卡車裝飾市場對客戶集團A及客戶集團B的依賴並非本集團特有的情況。

(ii) 與客戶集團A及客戶集團B的相互依賴及補充

我們與客戶集團A及客戶集團B相互依賴及補充，原因如下：

(a) 於2017年我們是中國西北的市場領導者：根據弗若斯特沙利文報告，按2017年的銷售額計，我們為中國西北重型卡車內飾產品市場的市場領導者，所佔據的市場份額達62.7%。經客戶集團A及客戶集團B確認，我們於往績記錄期間是彼等汽車內飾產品的少數主要供應商之一。根據弗若斯特沙利文報告，中國卡車及乘用車製造商依賴一家或幾家擁有充足生產能力的大型內飾產品供應商，以受益於產業集群效應及由此帶來的運輸成本削減，此情況符合行業常態。

我們董事認為我們與客戶集團A及客戶集團B有相互依賴及互補的關係，因為中國西北僅有少數幾家內飾產品供應商的生產能力及產能可滿足客戶集團A及客戶集團B的需求及要求，而我們是當中的市場領導者。經客戶集團A及客戶集團B確認，按可比較條款及條件以及在彼等的生產基地200公里範圍內彼等分別有兩家及一家其他內飾產品供應商。考慮到我們與客戶集團A位於西安的生產設施的最短距離約為3公里及與客戶集團B位於西安的生產設施的最短距離約為2.5公里，而與客戶集團A位於寶雞的生產設施的最大距離約為160公里及與客戶集團B位於西安的生產設施的最大距離約為23公里，我們的董事認為，我們比位於客戶集團A及客戶集團B各自的生產設施200公里範圍以外的供應商更具備優勢，因為根據弗若斯特沙利文的資料，汽車製造商通常依賴位於距其200公里經濟距離內的少數內飾產品製造商實現集群效應。因此，客戶集團A及客戶集團B與中國西北具備產能滿足其大量需求的內飾產品製造商合作。相比上述在200公里內的可替代供應商，尤其是(i)根據弗若斯特沙利文，我們是中國西北最大的重型卡車內飾產品製造商，我們的生產能力已被我們客戶認可；及(ii)憑藉我們的研發能力，我們能夠向客戶供應更多種類的產品。

---

## 業務

---

(b) 客戶集團A及客戶集團B依賴我們的產品設計及開發能力(包括我們用於生產產品的模具)：就我們與客戶集團A或客戶集團B共同設計及共同開發的若干產品而言，由於開始階段的模具開發成本由本集團承擔，我們保留量產所需模具的擁有權。多年來，我們就客戶集團A及客戶集團B的不同產品已積累逾700件模具，以為客戶集團A及客戶集團B製造內飾產品。於最後實際可行日期，我們並無用於生產相同產品的重複模具。作為本集團的收入來源，該等模具對我們與客戶集團A及客戶集團B的業務關係以及對我們乃屬至關重要。於最後實際可行日期，我們擁有總共在用的758種模具用於生產我們的內飾產品。用於生產產品的大量模具使本集團有各種產品可向客戶集團A及客戶集團B供應，同時此將令本集團從競爭對手中脫穎而出。經客戶集團A及客戶集團B確認，我們供應的裝飾產品分別安裝於彼等製造的90%以上及所有車型上。

該等模具乃在我們的研發活動中作為我們產品開發過程的一部分而產生。我們投入大量財務資源及時間以具備較高的產品開發能力。例如，我們已為(其中包括)產品開發及維持具備豐富經驗及技術專長的研發團隊招致重大研發開支。另外，各個模具需要約數月至一年半的時間進行設計及約一至六個月的時間進行生產。於產品設計及開發階段，模具的設計及生產流程需要本集團與客戶集團A和客戶集團B之間進行較長時間的持續溝通。於往績記錄期間，我們亦與客戶集團A及客戶集團B共同設計及共同開發產品。有鑑於此，我們的董事認為開發新產品(其中模具的所有權由本集團保留)需要大量財務資源、時間、技術專長及經驗，其中本集團保留模具的所有權，因此，短期內客戶集團A及客戶集團B取代本集團成為其供應商並不切合實際。

下表載列於往績記錄期間我們獲授獨家權利及／或與客戶集團A及客戶集團B共同設計及共同開發的內飾產品銷售所產生的收入：

## 業務

### 關於客戶集團A：

| 性質                   | 截至12月31日止年度   |              |               |              |               |              | 截至6月30日止六個月   |              |               |              |
|----------------------|---------------|--------------|---------------|--------------|---------------|--------------|---------------|--------------|---------------|--------------|
|                      | 2015年         |              | 2016年         |              | 2017年         |              | 2017年         |              | 2018年         |              |
|                      | 佔本集團          |              | 佔本集團          |              | 佔本集團          |              | 佔本集團          |              | 佔本集團          |              |
|                      | 來自客戶          |              | 來自客戶          |              | 來自客戶          |              | 來自客戶          |              | 來自客戶          |              |
| 收入                   | 集團A收入         | 收入           | 集團A收入         | 收入           | 集團A收入         | 收入           | 集團A收入         | 收入           | 集團A收入         |              |
| (人民幣                 | 的百分比          | (人民幣         | 的百分比          | (人民幣         | 的百分比          | (人民幣         | 的百分比          | (人民幣         | 的百分比          |              |
| 千元)                  | (%)           | 千元)          | (%)           | 千元)          | (%)           | 千元)          | (%)           | 千元)          | (%)           |              |
| 有獨家權利及共同設計和<br>共同開發  | 11,898        | 23.9         | 17,869        | 29.3         | 6,798         | 8.9          | 4,580         | 11.4         | 2,535         | 4.9          |
| 無獨家權利但共同設計和<br>共同開發  | —             | —            | 6,413         | 10.5         | 15,511        | 20.3         | 9,566         | 23.8         | 4,622         | 8.9          |
| 無獨家權利且非共同設計<br>和共同開發 | <u>37,985</u> | <u>76.1</u>  | <u>36,709</u> | <u>60.2</u>  | <u>53,949</u> | <u>70.8</u>  | <u>26,113</u> | <u>64.8</u>  | <u>44,942</u> | <u>86.2</u>  |
| 來自客戶集團A的<br>總收入      | <u>49,883</u> | <u>100.0</u> | <u>60,991</u> | <u>100.0</u> | <u>76,258</u> | <u>100.0</u> | <u>40,259</u> | <u>100.0</u> | <u>52,099</u> | <u>100.0</u> |

由於客戶集團A於相關獨家期間屆滿後亦已自其他供應商購買相同產品，我們自客戶集團A獲授獨家權利並與之共同設計及共同開發的內飾產品於截至2017年12月31日止年度錄得的銷售收入較2016年同期有所下降。我們的董事相信，自我們通常不擁有獨家權利的產品產生的收入增加，是由於我們客戶向其他供應商授出的獨家權利屆滿，且客戶集團A擁有選擇權，決定是否選擇本集團作為其該等產品的供應商。

## 業務

與截至2017年6月30日止六個月相比，截至2018年6月30日止六個月自我們擁有獨家權利及共同設計和共同開發的產品，以及自我們並無獨家權利供應但共同設計及共同開發的產品產生的收入有所減少，主要是由於產品組合變動所致。

### 有關客戶集團B：

| 性質                   | 截至12月31日止年度   |              |               |              |                |              | 截至6月30日止六個月   |              |               |              |
|----------------------|---------------|--------------|---------------|--------------|----------------|--------------|---------------|--------------|---------------|--------------|
|                      | 2015年         |              | 2016年         |              | 2017年          |              | 2017年         |              | 2018年         |              |
|                      | 估本集團<br>來自客戶  |              | 估本集團<br>來自客戶  |              | 估本集團<br>來自客戶   |              | 估本集團<br>來自客戶  |              | 估本集團<br>來自客戶  |              |
|                      | 收入            | 集團B收入        | 收入            | 集團B收入        | 收入             | 集團B收入        | 收入            | 集團B收入        | 收入            | 集團B收入        |
| (人民幣<br>千元)          | 的百分比<br>(%)   | (人民幣<br>千元)  | 的百分比<br>(%)   | (人民幣<br>千元)  | 的百分比<br>(%)    | (人民幣<br>千元)  | 的百分比<br>(%)   | (人民幣<br>千元)  | 的百分比<br>(%)   |              |
| 有獨家權利及共同設計和<br>共同開發  | 11,624        | 49.1         | 24,440        | 69.5         | 53,889         | 38.4         | 26,931        | 38.9         | 27,412        | 44.3         |
| 無獨家權利但共同設計和<br>共同開發  | —             | —            | —             | —            | 1,427          | 1.0          | —             | —            | 323           | 0.5          |
| 無獨家權利且非共同設計<br>和共同開發 | 12,047        | 50.9         | 10,730        | 30.5         | 85,052         | 60.6         | 42,317        | 61.1         | 34,165        | 55.2         |
| 來自客戶集團B的<br>總收入      | <u>23,671</u> | <u>100.0</u> | <u>35,170</u> | <u>100.0</u> | <u>140,368</u> | <u>100.0</u> | <u>69,248</u> | <u>100.0</u> | <u>61,900</u> | <u>100.0</u> |

由於客戶集團B對我們與客戶集團B為一個新的重型卡車車型系列共同設計及共同開發的內飾產品的需求增加，與2016年同期相比，我們截至2017年12月31日止年度自我們獲授予獨家權利及與客戶集團B共同設計及共同開發的內飾產品錄得的銷售收入有所增加。

截至2018年6月30日止六個月，自客戶集團B產生的收入較2017年同期有所減少，乃主要由於我們並無獨家權利且並無與客戶集團B共同設計及共同開發的產品供應減少所致。

---

## 業務

---

根據弗若斯特沙利文，汽車製造商極少更換零部件（包括內飾產品）的供應商，尤其是與之保持緊密及穩定合作關係（包括研發合作及業務關係的存續）的供應商。董事認為，根據本集團的競爭優勢，包括穩固的業務關係、較近的地理位置及在中國西北部規模化的生產產能，本集團能與客戶集團A及客戶集團B在共同設計及共同開發內飾產品方面保持穩定的合作關係及就彼等要求的產品生命週期管理達成一致意見。

---

## 業務

---

(c) 我們位於客戶集團A及客戶集團B附近，此使我們能向彼等提供較相對偏遠供應商具競爭力的價格：

根據弗若斯特沙利文報告，地方重型卡車內飾產品製造商一般向鄰近重型卡車製造商供貨，而由於運輸重型卡車內飾產品的物流成本高，向相對偏遠客戶供應產品一般經濟上不可行。因此，我們的客戶僅向彼等裝備廠一定距離內為數有限的製造商下訂單方為划算。由於我們位於客戶集團A及客戶集團B在中國西北的裝備廠附近，我們相信，就考慮物流成本後產品的整體價格競爭力而言，我們較相對偏遠的供應商有重大優勢。

由於我們臨近客戶集團A及客戶集團B的戰略性位置，我們能應對緊張的交貨期及／或及時或在緊急情況下交付大訂單。此外，我們能夠在產品開發過程及客戶組裝過程中提供及時的現場服務。客戶集團A及客戶集團B要求專業內飾產品供應商與其密切合作，並提供高效的現場支持服務，以便內飾產品可有效安裝在其重型卡車上，從而最大限度地減少生產過程中的故障時間。

基於上述情況，我們董事認為，鑒於(1)我們臨近客戶集團A及客戶集團B；(2)我們位於向客戶集團A及客戶集團B提供具競爭力價格的經濟距離；及(3)我們的支持服務幫助我們客戶最大限度地減少裝配時的故障時間，故客戶集團A及客戶集團B向其他供應商（尤其是相對偏遠的供應商）採購內飾產品的代價較高且不切實際。

(d) 高准入門檻：根據弗若斯特沙利文報告，新市場參與者一般難以進入汽車內飾產品市場，因為彼等在為業務經營搭建技術平台及發展與卡車及乘用車製造商客戶的關係方面可能面臨一系列挑戰，包括資金、人才、經驗、產能及產量（即生產的必備要素）。由於該等流程及與客戶建立業務關係屬時間及資本密集型性質，故新供應商很難進入市場。因此，我們董事認為，新進入者在中國西北高度集中的市場就向客戶集團A及客戶集團B供應內飾產品與我們競爭的可能性極低。

基於上述(a)至(d)的原因，我們認為，客戶集團A及客戶集團B與我們有相互依賴的業務關係，且客戶集團A及客戶集團B短時間內將很難以其他供應商取代我們。此外，我們的董事認為，鑒於客戶集團A及客戶集團B在中國西北重型卡車市場佔據領先市場地位，此將有利於本集團（作為領先的重型卡車內飾產品製造商）把握中國西北的長期增長。此等相互依賴關係亦有助於我們降低客戶集中風險，並減輕對我們業務、財務狀況及經營業績的潛在不利影響。

---

## 業務

---

*(iii) 透過擴大至乘用車市場及與一級供應商合作以減少對客戶集團A及客戶集團B的依賴的多元化計劃*

我們經營所在汽車市場增長快速，中國西北乘用車內飾產品市場預計將自2018年至2022年按複合年增長率18.1%由2018年的人民幣22.0億元增長至2022年的人民幣44.0億元。根據弗若斯特沙利文報告，中國乘用車裝飾產品市場擁有超過1,500家從業者且前五大市場參與者的合併市場份額超過90%。因此，其餘市場的大量市場參與者之間的競爭激烈。2017年，陝西省有7家乘用車製造商，其中一家為國內主要乘用車製造商，其計劃在陝西省開設新裝備廠。根據弗若斯特沙利文的資料，乘用車製造產業佔據中國大部分汽車生產市場，且乘用車需求將持續增長。該增長將同時帶動乘用車內飾產品的需求。整體來看，乘用車製造商依賴一級供應商提高生產效率。由於我們的董事預期乘用車內飾產品市場將有機會，我們計劃多元化客戶群，進一步擴大我們於中國西北及其周邊地區的乘用車裝飾市場的市場份額。

本集團擴張至乘用車市場及與一級供應商合作時，我們的董事發現了以下潛在挑戰：

- **產品開發及產能方面的要求更高且不同**：與重型卡車內飾產品行業相比，乘用車內飾產品行業就以下各項在產品開發及生產能力方面有更高、不同的要求：(i)滿足乘用車車型的快速變化，(ii)由於乘用車製造商及其一級供應商（作為我們客戶）的數量預期增長，涉及的內飾產品範圍更廣，(iii)更注重設計美觀舒適的乘用車內飾產品，同時更注重重型卡車內飾產品的高耐久性；及
- **於乘用車內飾產品行業的市場地位**：由於乘用車內飾市場遠大於重型卡車內飾市場，我們並無擁有正如我們於重型卡車內飾產品市場所享有的大量市場份額或於市場中的領先地位。我們必須在營銷方面作出大量努力，在新市場中建立與乘用車製造商及一級供應商的業務關係，以擴大我們的市場份額。

---

## 業務

---

為應對潛在挑戰，本集團利用我們現有的產品設計和產能，並計劃實施新舉措以進一步增強產品設計和產能，概述如下：

- **產品開發及產能方面的要求更高且不同：**就更高且不同的產品開發能力而言，我們的研發部門將透過以下方面設計及／或開發高質量的新型乘用車內飾產品：(i) 利用彼等與我們主要客戶的合作經驗，該等客戶亦要求高水平的產品開發能力（尤其是客戶集團C，一家與我們有超過六年合作經驗的乘用車製造商）且鑒於對重型卡車駕駛室舒適度的要求越來越高，(ii) 利用專業3D電腦輔助設計及造型軟件，該軟件可基於我們客戶的具體要求協助我們的團隊設計及塑造產品原型，以生產優質產品，(iii) 購買專利，進一步加強我們的研發體系。

就生產能力而言，我們透過增購機器（包括搪塑及面料／皮革包覆機）進一步增強我們的生產能力，此將使本集團能夠向乘用車製造商及一級供應商提供優質並具有高度美觀及舒適度的優質產品。我們的董事認為，我們提高的研發能力及新的生產線將使本集團能夠應對乘用車內飾產品行業與重型卡車內飾產品行業相比在開發及生產要求上的差異。

我們亦計劃招聘更多的銷售人員，向彼等持續提供有關產品營銷知識的培訓，以便擴大我們的客戶基礎及吸引一級供應商向本集團下訂單。

- **於乘用車內飾產品行業的市場地位：**我們計劃在新市場與乘用車製造商及一級供應商建立業務關係方面加大營銷力度，以便擴大我們的市場份額。於往績記錄期間，我們為客戶集團C供應乘用車內飾產品，且我們擬加強與客戶集團C、新乘用車製造商及一級供應商的合作。就此而言，我們(i) 計劃增派員工向客戶集團C提供更好的服務；及(ii) 建立新的辦公室及倉庫，以便提供售後服務並與客戶（包括一家新的乘用車一級供應商客戶）維持密切關係。於最後實際可行日期，我們亦有一家新潛在客戶（即潛在客戶Z），而我們正在就作為其乘用車製造商的供應商接受評估。我們的董事認為，我們將能夠在乘用車內飾產品行業建立我們的聲譽及積累經驗並透過我們與該等客戶及潛在客戶的持續合作來獲得市場份額。

---

## 業務

---

我們認為由於(a)我們是一家國內大型乘用車製造商的認可供應商，且自我們於2012年成立我們生產設施以來一直為其生產內飾產品；(b)我們的注塑成型及模壓生產線可重新配置生產乘用車內外飾件產品；及(c)我們的產品設計及開發專長亦可再應用於設計及開發乘用車內飾產品，因此我們能輕鬆與更多客戶合作在乘用車飾品市場拓展業務。因此，我們具備擺脫對客戶集團A及客戶集團B的依賴的必要技能、技術、客戶資源及網絡，能夠把握與新乘用車製造商客戶合作的機遇並將我們的銷售進一步拓展至乘用車製造商的一級供應商。

從汽車製造商及其供應商的客戶概況變化情況來看，本集團一直與兩名乘用車製造商的一級供應商開展乘用車內飾產品的研發。本集團目前亦正在接受一家乘用車製造商的供應商資格評估，評估方面涉及若干個別產品及乘用車的所有內飾產品。我們對客戶基礎實施多樣化的下一個步驟是把我們客戶基礎進一步擴大至其他一級產品供應商。為支持該產品分部的發展計劃，我們利用在重型卡車內飾產品的設計、製造及質量控制系統等方面概念上相似的經驗，並為高效地解決問題而招募經驗豐富的乘用車產品設計師。

此外，我們已成功地將我們產品供應擴展到乘用車外飾產品，該等產品銷售予我們現有的乘用車製造商客戶。於往績記錄期間結束前，我們成功贏得投標，並於2017年12月簽訂了向客戶集團C供應新產品類型(即乘用車外飾產品)的總購買協議。自2018年1月1日起

---

## 業務

---

至最後實際可行日期，我們已收到客戶集團C供應該等新外飾產品的採購訂單，金額約人民幣12.0百萬元。自2018年1月起至最後實際可行日期，向客戶集團C作出的銷售佔2017年我們向客戶集團C所作銷售額的103.8%。為應對(1)自現有客戶的現有採購訂單增加；(2)預期來自客戶集團C的新採購訂單增加；(3)在我們被評估為新客戶的認可供應商時，我們具備充足的產能應付新客戶；及(4)使我們具有備用產能並在合理的時間處理大訂單，我們已於2017年12月購置並建立七條新的注塑生產線，並自2018年1月1日起及直至最後實際可行日期在我們的生產設施建立七條新的注塑生產線。我們亦已在擴大客戶群並與向乘用車製造商供應產品的一級供應商及乘用車製造商建立新的關係方面取得進展。下文載列我們正在磋商的新客戶及潛在客戶：

- 我們於2017年9月與一名新客戶（「**新客戶W**」，為乘用車內飾及外飾產品的一級供應商）訂立產品開發協議，藉此我們同意為新客戶**W**開發內飾產品（如行李艙）。新客戶**W**為一家國有航天科技公司（成立於2000年）之聯屬公司及為多家跨國汽車製造商的一級供應商。新客戶**W**位於中國，在中國東北、華中、華東及華南等不同地區擁有22個生產基地。根據弗若斯特沙利文的資料，新客戶**W**於2017年擁有向中國的約1.8百萬輛汽車提供內飾及外飾產品的年產能，且同年的汽車內飾產品總銷售收益約為人民幣666.1百萬元。新客戶**W**於2017年在中國整體汽車裝飾產品市場佔有約1.1%的市場份額。於最後實際可行日期，雙方協定，我們將向新客戶**W**供應將安裝於乘用車的三款與汽車行李箱有關的裝飾產品。有關產品預計將於2019年第一季度開始生產。

---

## 業務

---

- 在我們就(其中包括)生產設施的產能及管理能力的接受評估並取得滿意結果後，我們於2017年11月合資格成為乘用車製造商的一家全球領先汽車裝飾產品一級供應商(「**新客戶X**」)的認可供應商。隨後，我們在新客戶X的競標中贏得生產安排。新客戶X為一家於上海證券交易所上市的公司的附屬公司且被認可為一家領先的一級汽車內飾及外飾產品製造商。新客戶X在全球範圍內擁有85個生產基地及110間製造工廠。根據弗若斯特沙利文的資料，新客戶X於2017年擁有向中國的約13百萬輛汽車提供內飾及外飾產品的年產能，且同年的收益約為人民幣1,405億元，其中人民幣500億元與內飾產品的銷售有關。新客戶X在中國整個汽車裝飾產品市場佔有約80.5%的市場份額。於最後實際可行日期，雙方協定，我們將供應乘用車用的五款產品，包括但不限於儀表板組件及汽車行李箱組件。預期將於2019年第一季度開始生產。
- 於最後實際可行日期，我們已與一家乘用車內外飾產品的一級供應商(「**新客戶Y**」)簽署總購買協議以供應兩種汽車飾件產品。預期於2019年第一季度開始生產該兩類汽車飾件產品。新客戶Y為一家於2016年10月在中國成立的私營企業。根據弗若斯特沙利文的資料，新客戶Y主要從事汽車部件的生產、加工及銷售，有人民幣10.0百萬元的資本。其擁有廠房面積約5,400平方米及於2017年產生收入約人民幣15.0百萬元。
- 國內一家主要的乘用車製造商(「**潛在客戶Z**」)已於2018年7月開始評估本集團是否能夠作為其汽車裝飾產品的認可供應商之一。潛在客戶Z主要在中國從事汽車製造。其股份於聯交所主板上市，於最後實際可行日期的市值為約1,379億港元。潛在客戶Z在全球有五個研發中心及在中國有14個生產基地，籍此其20%的生產源自中國西北。根據弗若斯特沙利文的資料，新客戶Z於2017年的年製造產能約為2.0百萬輛汽車，而銷量約為1.2百萬輛。潛在客戶Z的2017年收益約為人民幣925億元，其中約人民幣566億元源於汽車銷售。潛在客戶Z按銷量計於中國汽車市場佔有約4.8%的市場份額。於最後實際可行日期，本集團尚未就將向潛在客戶Z提供產品的數量及類型訂立協議。

除以上所述以外，本集團亦正鎖定其他潛在客戶，主要為乘用車製造商及彼等的一級供應商。在距離我們的生產設施200公里以內，有可能成為我們客戶的8家汽車製造商及乘用車製造商的一級供應商。我們的董事認為，我們將能夠與該等潛在汽車製造商及乘用車製造商的一級供應商訂立與目前與客戶集團A及客戶集團B落實的協議相比具有可比條款及條件的銷售安排，因為內飾產品製造商以及汽車製造商及彼等的一級供應商間的交易條款及條件通常乃屬相似。

---

## 業務

---

此外，作為我們擴張策略的一部分，我們計劃在陝西省寶雞市（距離我們生產基地約180公里）及山西省運城市（距離我們生產基地約240公里）等新地方建立新辦事處及倉庫，此將有助於我們中國西北及周邊地區建立據點、提升我們在物流方面的靈活性及對我們現有客戶的服務。憑藉我們於該等地區的聲譽及與現有客戶的關係，我們計劃在山西省及陝西省寶雞市周邊地區擴展我們的客戶群及加大市場推廣力度，以吸引新的潛在客戶。有關擴大我們市場份額的業務策略的進一步詳情，請參閱本節上文「我們的業務策略」一段。

鑒於我們成功(1)將新產品供應擴大到為我們現有的乘用車製造商客戶生產外飾產品；(2)擴大我們的客戶群（即物色到三名新客戶，均為一級供應商）；(3)不斷努力與潛在客戶Z建立新的關係，因此，我們的董事認為，我們新產品供應的多元化計劃及擴大我們在乘用車飾件產品市場的客戶群將減輕我們對客戶集團A及客戶集團B的依賴。

*(iv) 客戶集團A及客戶集團B的附屬公司作出獨立採購決策及涉足不同市場分部*

於往績記錄期間，我們與客戶集團A及客戶集團B各自的相關附屬公司（作為單獨的客戶）進行交易，原因是彼等均擁有自身的採購部門，可獨立酌情決定要求哪家供應商提供報價、批准供應商提交的建議書及向哪家供應商採購產品和服務。我們的銷售及市場推廣團隊一直與客戶集團A及客戶集團B各自的相關附屬公司直接進行合作。彼等各自評估我們的產品，進行價格磋商，以及在選定我們作為產品的供應商時獨立作出決策。因此，客戶集團A及客戶集團B之附屬公司作出獨立採購決策。

再者，儘管客戶集團A及客戶集團B涉足卡車製造業，但彼等專注於不同的市場分部及滿足不同終端客戶的需求。客戶集團A主要從事(i)重14至30噸的商用卡車（如輕型卡車、中型卡車及重型卡車）；及(ii)卡車零部件的製造及銷售。客戶集團B主要從事重30噸或以上的重型卡車的製造及銷售。

---

## 業務

---

### (v) 我們的董事認為我們有能力維持收入增長

我們的董事認為，鑒於整體行業前景向好，如乘用車的不斷普及和重型卡車的廣泛使用、重型卡車需求的增加、對舒適度要求的提升以及監管控制的加強等推動因素，由於我們與我們的客戶已建立的良好穩固關係，我們能夠維持我們的收入。

根據弗若斯特沙利文報告，(1)中國西北重型卡車內飾產品市場預計將按複合年增長率6.5%由2018年的人民幣477.2百萬元增長至2022年的人民幣614.8百萬元；及(2)中國西北乘用車內飾產品市場預計將按複合年增長率18.1%由2018年的人民幣22.0億元增長至2022年的人民幣44.0億元。此外，自2018年至2022年，中國西北的整體汽車內飾產品市場預計將按增長率16.3%增長，而中國的整體汽車內飾產品市場預計將按增長率8.4%增長。因此，中國西北的整體汽車內飾產品市場的增長預期將快於全國的增長速度。中國重型卡車及乘用車內飾產品市場的增長主要受以下增長驅動因素所推動。有關詳情，請參閱本文件「行業概覽 — 中國重型卡車及乘用車內飾產品市場增長的市場驅動因素」一節：

#### (a) 乘用車日益普及以及重型卡車的廣泛應用

預期乘用車及重型卡車需求增加將驅動汽車內飾產品行業增長。隨著乘用車的日益普及及基礎設施建設和物流行業對重型卡車的廣泛應用，中國汽車保有量於過往五年快速增長，且預期於未來五年繼續增長。例如，於2018年至2022年，由於消費增長及生活水平提升，中國乘用車保有量的複合年增長率預期為9.0%。此外，受「一帶一路」及「長江經濟帶」等政府政策的刺激，2018年至2022年重型卡車保有量的複合年增長率預期為3.1%。

#### (b) 物流行業及煤炭行業需求的增加

物流行業及煤炭行業的增長預期會拉升重型卡車需求。受電商市場增長及消費者購買力提高的推動，物流行業快速發展，使用重型卡車運輸大宗貨物日益增加。此外，近年煤炭價格的上漲推動煤炭產量增加，預期會增加重型卡車需求。

#### (c) 更高的舒適度要求

消費者不再滿足於重型卡車的基本功能，對駕駛室的舒適度要求越來越高。隨著製造技術的進步，重型卡車製造商及內飾產品製造商致力於研發具有更大內部空間或

---

## 業務

---

先進材料的新重型卡車車型以提升乘客的駕駛及乘坐舒適度。因此，對駕駛舒適度的更高要求可能會改善重型卡車內飾產品市場的狀況。

(d) *監管控制及政策支持*

中國政府已實施多項法規及政策以更加嚴格地控制非法超限及超載重型卡車運輸。此等控制將削減重型卡車的運載量，並提高重型卡車的整體需求。此外，中國政府已實施多項政策實行重型卡車的嚴格排放控制及更新重型卡車。憑藉政府的監管控制及政策支持，中國重型卡車市場以及重型卡車內飾產品市場預期將持續發展。

(vi) *透過擴大我們在乘用車裝飾產品領域的產品供應，我們能夠減少我們與客戶集團A及客戶集團B之間業務的任何重大不利發展的潛在影響*

倘客戶集團A及客戶集團B因任何原因而減少向我們下達的採購訂單，我們應當能夠物色新的內飾及外飾產品客戶，以利用過剩產能製造乘用車的汽車內飾及外飾產品，因為我們的生產線、機器及設備可靈活支持不同規格產品的生產。在客戶集團A及客戶集團B不再為我們客戶的情況下（這種情況不大可能出現），我們可能會尋求通過進一步促進向我們現有及潛在新乘用車製造商客戶及其一級供應商銷售內外飾件產品及增加我們乘用車裝飾產品的產品供應及實施我們的多元化策略，以最大程度減少彼等對我們業務、財務狀況及經營業績的潛在負面影響。

我們認為由於(a)我們是一家乘用車製造商的認可供應商，且自我們於2012年成立我們生產設施以來一直生產內飾產品；(b)我們的注塑成型生產線及模壓生產線能生產乘用車內飾及外飾產品；(c)我們的產品設計及開發專長亦可再應用於設計及開發乘用車內飾產品，故我們可輕易拓展我們的業務以服務更多乘用車裝飾產品市場的客戶。鑒於我們成功(1)將新產品供應擴大到為我們現有的乘用車製造商客戶生產外飾產品；(2)擴大我們的客戶群（即物色到三名新客戶，均為一級供應商）；(3)不斷努力與潛在客戶Z建立新的關係，因此，我們的董事認為，我們的多元化策略將減輕我們與客戶集團A及客戶集團B之間業務的任何不利發展的任何潛在影響。

## 業務

### 本集團產品的地理分佈明細

於往績記錄期間，我們的大部分產品在國內銷往主要位於中國西北的國內卡車及乘用車製造商的整車廠，及我們向陝西省、新疆維吾爾自治區及山西省供應我們的汽車內外部飾件產品。於往績記錄期間，向中國西北客戶作出的銷售分別佔本集團總銷售額的88.0%、89.8%、93.8%及94.3%。

下表載列於往績記錄期間我們於中國西北及中國其他地區的銷售額：

|                        | 截至12月31日止年度   |              |                |              |                |              | 截至6月30日止六個月    |              |                |              |
|------------------------|---------------|--------------|----------------|--------------|----------------|--------------|----------------|--------------|----------------|--------------|
|                        | 2015年         |              | 2016年          |              | 2017年          |              | 2017年          |              | 2018年          |              |
|                        | 人民幣           | %            | 人民幣            | %            | 人民幣            | %            | 人民幣            | %            | 人民幣            | %            |
|                        | 千元            |              | 千元             |              | 千元             |              | 千元             |              | 千元             |              |
| 中國西北                   | 83,670        | 88.0         | 108,531        | 89.8         | 226,712        | 93.8         | 114,015        | 94.3         | 125,072        | 94.3         |
| 中國其他地區 <sup>(附註)</sup> | 11,418        | 12.0         | 12,366         | 10.2         | 14,947         | 6.2          | 6,901          | 5.7          | 7,550          | 5.7          |
| 總計                     | <u>95,088</u> | <u>100.0</u> | <u>120,897</u> | <u>100.0</u> | <u>241,659</u> | <u>100.0</u> | <u>120,916</u> | <u>100.0</u> | <u>132,622</u> | <u>100.0</u> |

附註：「中國其他地區」包括向在我們的生產基地自行提取我們產品的客戶作出的銷售。

### 銷售及市場推廣

於往績記錄期間，我們主要透過商務談判招攬業務及我們亦為客戶集團C投標。當我們接獲卡車及乘用車客戶通知（表示我們的產品已安裝至客戶的半成品或其重型卡車或乘用車上）或當我們的其他客戶（即從事汽車零部件製造及／或銷售及／或經營汽車維修店的客戶）已提取我們的產品時，我們方會確認產品的銷售。就商務談判而言，我們的銷售過程通過以下步驟啟動並取決於我們客戶的要求（我們未必會參與產品的設計和開發）：(i)我們邀請潛在客戶考察我們的生產設施及評估我們的生產能力；(ii)我們符合資格成為卡車及乘用車製造商的認可供應商；(iii)倘我們被選中作為若干新產品的供應商且認為生產在技術上和商業上均屬可行，則我們會向客戶提交產品設計和開發計劃（倘有要求）連同報價，供其考慮；(iv)我們參與產品設計及開發（如要求）；(v)倘我們參與產品設計及開發且我們對新產品的產品設計及開發的貢獻很大，我們或會獲授獨家供應協議或指定為該等產品的供應商，收到更多購買訂單；(vi)倘我們並無參與產品設計及開發（比如當我們的客戶之前

---

## 業務

---

已開發的現有產品及我們對製造產品的費用報價具有競爭力時)，則我們可能獲指定為該等產品的供應商而獲得更多採購訂單；(vii)我們客戶直接向我們下達採購訂單，而我們每年或每半年簽訂總購買協議。有關總購買協議的詳情，請參閱本節上文「客戶、銷售及市場推廣— 總購買協議」各段。

評估我們的報價時，我們認為客戶會考慮我們產品的質量、我們售後服務質量以及我們是否能按時交付產品。我們的客戶一般會在預期交付日期之前至多一個月提前向我們下達採購訂單。我們的產品交付後，我們的卡車及乘用車製造商客戶通常會要求向彼等交付的產品仍為我們的存貨，而僅在安裝後及收到客戶的使用報告後方確認銷售。

於最後實際可行日期，我們的銷售及市場推廣部門有41名銷售人員。我們的銷售及市場推廣部門一般負責(a)維護現有客戶關係及與我們客戶訂立總購買協議；(b)處理採購訂單（包括磋商協議條款及交期）；(c)售後服務；(d)監控我們客戶的信貸可靠性；及(e)挖掘新客戶，此包括參與市場推廣活動，如與潛在卡車及乘用車製造商客戶以及一級供應商討論並邀請彼等檢視我們的生產設施以評估我們的生產能力。該等舉措是我們提高市場滲透率及擴大客戶群體的公司發展策略的一部分。有關我們策略的進一步詳情，請參閱本節上文「我們的業務策略」各段。

### 投標過程

自2017年起，我們亦通過審核來自客戶集團C的投標邀請物色銷售訂單，客戶集團C有一個網上系統，而若干授權供應商可在該系統查閱有關投標邀請的資料。投標邀請通常包括將生產的產品的規格及類型、所需原材料的類型、機械性能要求的簡要描述及有關標書提交指示的進一步詳情。我們的銷售及市場推廣部門負責評估自各項投標獲得的潛在銷售訂單並準備標書的提交。我們的銷售及市場推廣部門亦將與研發、生產和財務部門等其他部門進行討論，以了解（其中包括）我們的技術可行性、估計單位生產成本、產能及財務實力，以便接受銷售訂單並在提交標書前向總經理提呈以供最終審批。我們會評估潛在銷售訂單的可管理性及盈利能力，並計及相關因素，比如：(i)本集團是否具備所需的能力；(ii)當前市況；(iii)產品的複雜性及技術性；(iv)本集團資源的可獲得性；(v)完成潛在銷售訂單的估計單位成本；及(vi)我們與客戶的先前合作經驗。倘我們認為潛在銷售訂單具備商業可行性，則我們的銷售及市場推廣部門將提交標書。我們的標書通常包括相關產品的投標價格。本集團採納成本加成定價模式設定我們每種產品的投標價格。我們可能參考來自我們的供應商、分包商的初步報價，以對即將涉及的生產成本進行更準確的估計。為避免超出預算並確保相關銷售的充足利潤，準確地對單位生產成本制定預算乃屬重要。我們

## 業務

一般會於開始投標後一個月內通過電子郵件或正式批准函接獲投標結果通知。我們的董事確認，只要我們於截至2017年12月31日止年度及截至2018年6月30日止六個月內合資格申請投標，我們已應邀提交標書。下表載列於往績記錄期間內我們投標的產品數目、中標的產品數目及中標率：

|        | 截至12月31日<br>止年度<br>2017年 | 截至6月30日<br>止六個月<br>2018年 |
|--------|--------------------------|--------------------------|
| 投標產品數目 | 224                      | 12                       |
| 中標產品數目 | 103                      | 8                        |
| 中標率(%) | 46.0%                    | 66.7%                    |

### 定價政策、信貸控制政策及付款

卡車及乘用車製造商一般會根據需要邀請汽車內飾產品製造商提交報價。收到報價請求後，我們按成本加成基準進行定價分析，並參考生產成本及其他多項因素，包括利潤率、技術要求、估計生產時間、產品開發期間的初始成本及將向相關客戶供應產品的年限。必要時，我們的採購部門將從我們的供應商索取原材料價格，以確定生產成本。生產成本一經確定，有關價格會提交予我們的執行董事兼總經理侯先生批准。

我們一般授出自發票日期當月月底起計30日至90日不等的信用期。我們的客戶通常通過銀行承兌匯票及銀行轉賬的方式結算貿易應收款項之結餘。我們的應收票據（為銀行承兌匯票）通常自開票日期起計3個月或6個月內到期。我們採納了信貸控制政策，據此，信貸限額根據我們與客戶的磋商情況評定，而我們對客戶信譽的評估則基於各種因素，如客戶的法律地位、管理水平、與我們的交易金額、對我們的溢利貢獻及彼等過往信貸記錄。我們不時審閱客戶的信貸資料並對我們的銷售及市場推廣對策及策略作出相應調整，以有效控制經營風險。

---

## 業務

---

於往績記錄期間，我們貿易應收款項的平均週轉天數分別為84天、78天、88天及146天。於往績記錄期間，我們貿易應收款項的約87.4%、80.6%、91.1%及90.4%乃透過銀行承兌票據結算。透過銀行承兌票據結算的比例高導致往績記錄期內我們貿易應收款項及應收票據的週轉日較長，分別為201天、199天、144天及234天。有關我們貿易應收款項的週轉日，請參閱「財務資料 — 貿易應收款項及應收票據」一節。同期，我們並無經歷任何重大拖欠付款的情況，故並未就我們貿易應收款項及應收票據之任何已逾期金額作出撥備。

### 產品退換及客戶投訴處理

我們的質保部門在生產過程中對我們的產品質量進行測試及監測，並獲取符合規定要求及標準的相關質量認證。我們的銷售及技術人員亦與客戶密切合作，以最大程度減少售後問題並與我們的客戶維持關係。我們並無產品退貨政策，因為只有在我們的產品安裝至客戶的重型卡車及乘用車上而未出現任何問題的情況下，我們的客戶方會接受我們的產品。

我們會與客戶合作解決彼等遇到的任何問題。當產品存在缺陷時，我們可能須自費向客戶提供更換的產品。為保證我們的產品順利安裝，我們安排技術支持團隊輪流待命，在客戶的整車廠向其提供客戶支持。於最後實際可行日期，我們的技術支持團隊由19名人員組成。我們的技術支持人員會協助我們客戶處理產品安裝期間所遇到的任何問題，並現場解決該等問題。倘問題不能立即解決，我們會在位於西安的生產設施解決該等問題，並為客戶提供應急措施或更換產品。我們確認，往績記錄期間的產品更換成本並無對我們的業務、經營業績及財務狀況造成任何重大不利影響。

根據我們的內部政策，收到我們客戶的投訴時，我們的銷售部門須與質保部門及其他部門密切合作，調查相關問題的根本原因，在合理的期限內向客戶提供應急措施及／或解決方案，並會記錄客戶的滿意度。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們未曾遇到任何嚴重投訴、產品索賠或產品召回，且就我們所知，我們於上述期間並未令我們客戶的任何產品被召回。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，未曾發生與我們產品質量及／或產品責任索賠有關並對本集團有重大影響的重大訴訟或過往事件。我們亦會每年邀請客戶填寫客戶滿意度調查表，其中涵蓋產品質量、交付時間、服務質量、包裝、合作及溝通等各個方面。收集有關客戶滿意度的資料後，我們將跟進、糾正及改進所提出的任何問題。

## 業務

### 原材料、供應商及分包商

我們的主要原材料主要包括熱塑性樹脂顆粒（如改性PP、ABS、PC及PMMA樹脂顆粒）、人造皮革、漢麻紡織品、玻璃纖維織品、化工原料及包裝材料。我們於中國採購所有原材料。於往績記錄期間，我們分別向122家、164家、154家及134家供應商採購原材料。部分供應商向我們供應不止一種原材料。

截至2015年12月31日止年度我們前五大供應商的詳情載列如下。

| 排名 | 供應商  | 首次成為          | 支付方式            | 產品類型                    | 信貸期  | 估期間總採購額        |           |
|----|------|---------------|-----------------|-------------------------|--|----------------|-----------|
|    |      | 本集團供應商<br>的年份 |                 |                         |  | 採購額<br>(人民幣千元) | 的百分比<br>% |
| 1  | 供應商A | 2013年         | 銀行承兌匯票          | PMMA                    | 90天  | 3,707          | 9.9%      |
| 2  | 供應商B | 2013年         | 銀行承兌匯票          | 聚氯乙稀壓花合<br>成皮革          | 90天  | 3,693          | 9.9%      |
| 3  | 供應商C | 2013年         | 銀行轉賬、銀行<br>承兌匯票 | 聚醚多元醇                   | 0天   | 2,575          | 6.9%      |
| 4  | 供應商D | 2012年         | 銀行承兌匯票          | 壓花合成皮革、<br>聚氯乙稀合成皮<br>革 | 每月的未付款項應於下一個月<br>的第25日前支付。當年前六個<br>月的所有應付款項應於當年6<br>月30日前結算。當年其餘時間<br>的所有應付款項於當年12月31<br>日前結算。 | 2,359          | 6.3%      |
| 5  | 供應商E | 2013年         | 銀行承兌匯票          | 漢麻紡織品、玻<br>璃纖維織品        | 90天  | 1,341          | 3.6%      |

## 業務

截至2016年12月31日止年度我們前五大供應商的詳情載列如下。

| 排名 | 供應商  | 首次成為      | 支付方式   | 產品類型             | 信貸期  | 佔期間總採購額        |           |
|----|------|-----------|--------|------------------|--|----------------|-----------|
|    |      | 本集團供應商的年份 |        |                  |  | 採購額<br>(人民幣千元) | 的百分比<br>% |
| 1  | 供應商E | 2013年     | 銀行承兌匯票 | 漢麻紡織品、玻璃纖維織品     | 90天  | 5,449          | 8.5%      |
| 2  | 供應商D | 2012年     | 銀行承兌匯票 | 壓花合成皮革、聚氯乙稀合成皮革  | 每月的未付款項應於下一個月的第25日前作出。當年前六個月的所有應付款項應於當年6月30日前結算。當年其餘時間的所有應付款項於當年12月31日前結算。 | 5,204          | 8.1%      |
| 3  | 供應商F | 2013年     | 銀行轉賬   | ABS、黑母料          | 0天   | 4,640          | 7.2%      |
| 4  | 供應商A | 2013年     | 銀行承兌匯票 | PMMA             | 90天  | 4,384          | 6.8%      |
| 5  | 供應商G | 2016年     | 銀行承兌匯票 | 聚氨酯液體、聚氯乙稀壓花合成皮革 | 60天  | 4,215          | 6.6%      |

## 業務

截至2017年12月31日止年度我們前五大供應商的詳情載列如下。

| 排名 | 供應商  | 首次成為      | 支付方式        | 產品類型            | 信貸期  | 估期間總採購額        |           |
|----|------|-----------|-------------|-----------------|--|----------------|-----------|
|    |      | 本集團供應商的年份 |             |                 |  | 採購額<br>(人民幣千元) | 的百分比<br>% |
| 1  | 供應商E | 2013年     | 銀行承兌匯票      | 漢麻紡織品、玻璃纖維織品    | 90天  | 15,228         | 11.1%     |
| 2  | 供應商H | 2015年     | 銀行承兌匯票      | 改性聚丙烯、ABS       | 90天  | 15,011         | 11.0%     |
| 3  | 供應商D | 2012年     | 銀行承兌匯票      | 壓花合成皮革、聚氯乙稀合成皮革 | 每月的未付款項應於下一個月的第25日前作出。當年前六個月的所有應付款項應於當年6月30日前結算。當年其餘時間的所有應付款項於當年12月31日前結算。 | 11,723         | 8.6%      |
| 4  | 供應商F | 2013年     | 銀行轉賬        | ABS、黑母料         | 0天   | 7,269          | 5.3%      |
| 5  | 供應商I | 2013年     | 銀行轉賬，銀行承兌匯票 | ABS、聚丙烯、改性聚丙烯   | 90天  | 6,231          | 4.5%      |

## 業務

截至2018年6月30日止六個月我們前五大供應商的詳情載列如下。

| 排名 | 供應商  | 首次成為          | 支付方式            | 產品類型              | 信貸期 | 佔期間總採購額        |           |
|----|------|---------------|-----------------|-------------------|-----|----------------|-----------|
|    |      | 本集團供應商<br>的年份 |                 |                   |     | 採購額<br>(人民幣千元) | 的百分比<br>% |
| 1  | 供應商H | 2015年         | 銀行承兌匯票          | 改性聚丙烯、<br>ABS     | 90天 | 8,040          | 10.5      |
| 2  | 供應商E | 2013年         | 銀行承兌匯票          | 漢麻紡織品、玻<br>璃纖維織品  | 90天 | 7,779          | 10.2      |
| 3  | 供應商I | 2013年         | 銀行轉賬、銀行<br>承兌匯票 | ABS、聚丙烯、<br>改性聚丙烯 | 90天 | 5,170          | 6.8       |
| 4  | 供應商J | 2017年         | 銀行承兌匯票          | 聚氯乙烯合成<br>皮革      | 90天 | 4,599          | 6.0       |
| 5  | 供應商K | 2013年         | 銀行轉賬及銀行<br>承兌匯票 | 聚丙烯、<br>ABS       | 90天 | 4,526          | 5.9       |

於往績記錄期間，我們的前五大供應商主要為熱塑性樹脂、漢麻紡織品、人造皮革、玻璃纖維織品及化工材料供應商。於往績記錄期間，向我們五大供應商作出的購買額分別佔我們總採購額的約36.6%、37.2%、40.5%及39.4%，同期向本集團最大供應商作出的購買額分別佔我們總採購額的約9.9%、8.5%、11.1%及10.5%。基於我們的供應商總數及我們五大供應商佔總採購額相對較低的百分比，我們認為並無任何與供應商相關的重大集中風險。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，概無我們董事、彼等各自聯繫人或就我們的董事所知擁有5%以上已發行股份的任何股東於我們任何五大供應商中擁有任何權益。

---

## 業務

---

於往績記錄期間，原材料成本分別佔我們總銷售成本的約82.0%、75.1%、82.4%及81.2%。我們向供應商的採購主要以銀行轉賬及／或銀行承兌匯票的方式支付。有關原材料成本的敏感度分析，請參閱本文件「財務資料 — 影響我們經營業績之主要因素 — 原材料成本」一節。

我們一般不與我們的供應商簽訂任何長期合約。供應合約的期限一般為六個月至最多一年。供應商一般負責交貨及承擔向我們交付原材料的成本。採購的信貸期一般為按要求至三個月不等。具體信貸條款視乎所購買原材料或組件的性質及我們與供應商的關係而定。

我們於往績記錄期間與前五大供應商保持穩定的關係且與彼等建立業務關係平均超過4年。與我們主要供應商的業務關係時間介乎1至5年。我們相信，我們使用的主要原材料具有同質性，可按與現有供應商提供的價格相當的價格從許多其他供應商採購。於往績記錄期間，我們在採購原材料方面並無經歷任何困難，亦無遭致我們供應商的任何重大違約或延遲。我們預計，於可見未來我們亦不會遭遇任何採購困難。有關進一步資料，請參閱本文件「風險因素 — 製造我們產品所使用的原材料的任何重大短缺或價格上漲可能對我們的經營、利潤率及盈利能力造成重大不利影響」一節。

### 我們的採購流程

我們通過（其中包括）確保我們產品生產中使用的原材料符合我們的內部要求、我們客戶的要求和規格以及國家標準來維持我們的產品質量。因此，我們已實施下列有關原材料採購的程序：

#### *制定採購計劃*

我們的採購部負責制定採購計劃，當中載有我們收到客戶採購訂單後對生產所需原材料的種類及數量的分析。此外，我們僅會採購符合當地安全和環境相關法律法規的原材料。我們根據生產計劃及存貨水平定期檢討我們的採購需求，以調整我們的採購計劃。

#### *挑選潛在供應商為認可供應商的標準*

在甄選潛在供應商作為我們的認可供應商時，我們的採購部門負責根據多項標準對供應商進行評估，包括對原材料或零部件質量、價格、供應商在業內的聲譽、供應商是否符合國際質量標準（如ISO/TS 16949標準）以及供應商按時交付原材料的能力進行抽樣檢查。

---

## 業務

---

視乎我們對數量及質量的要求，我們可能會在將供應商納入我們的認可供應商名單之前對彼等的生產設施進行實地考察。

### 從認可供應商名單中挑選供應商

我們保有一份認可供應商名單，以便在我們採購程序中向我們供應原材料。在我們制定及批准產品採購計劃後，我們根據原材料的現行價格、交貨時間、產能、付款方式及業務關係的持續時間以及與供應商的過往交易情況從認可供應商名單中挑選合適的供應商。一旦選定合適的供應商，我們會在生產前向選定供應商下達採購原材料的採購訂單。

### 存貨管理

我們的存貨主要包括原材料、在製品及成品。我們通過實物檢驗及參考原材料的消耗率密切監控原材料的存貨水平，其中存貨水平一般維持在可支持一至兩週生產的水平。我們亦於每月底進行存貨盤點。

在向客戶交貨前，我們一般將成品存放於倉庫。交貨後，我們將產品存放於卡車及乘用車製造商客戶的倉庫，直至我們的產品安裝至其重型卡車及乘用車為止。我們與卡車及乘用車製造商客戶不時進行溝通，以監察其倉庫中我們的存貨水平。倘產品於我們客戶的倉庫遭損壞，我們將有權獲得賠償。

於2015年、2016年及2017年12月31日以及2018年6月30日，我們的存貨分別約為人民幣15.1百萬元、人民幣19.3百萬元、人民幣29.4百萬元及人民幣35.3百萬元。於往績記錄期間，我們的存貨週轉天數分別約為125天、81天、56天及67天。有關我們存貨的更多資料，請參閱本文件「財務資料 — 存貨」一節。

### 分包

於往績記錄期間，我們曾聘請獨立第三方分包商在我們生產線的利用率接近極限時製造我們產品中所使用的配套組件，並在我們的生產設施處理表面精加工工序（如噴漆）不具成本效益時處理該等工序。倘第三方分包商具備特定技術專長並可提高我們的產品質量或滿足客戶的要求或當我們的產品開發團隊不具備相關能力時，我們亦會委聘第三方分包商為我們開發若干產品。

---

## 業務

---

於確定是否聘請分包商時，我們的管理層會考慮我們的生產時間表、我們當時的生產能力、聘請分包商的成本效益、分包商的實力，包括分包商產品的價格和質量、分包商的生產能力、服務質量及技術專長。於確定分包費時，我們會考慮生產成本、模具和原材料是否由我們提供、生產部件所需的時間及當時的市價。為確保組件符合我們客戶的要求，我們可能會向分包商提供所需原材料以便進行加工。一旦生產完成，分包商便會向我們的工廠交付組件成品進行測試及質量檢驗。

於最後實際可行日期，我們已與分包商維持一年至三年的業務關係。

於往績記錄期間，分包開支分別為約人民幣70,000元、人民幣574,000元、人民幣6.1百萬元及人民幣2.9百萬元，分別佔我們總銷售成本的約0.1%、0.8%、3.9%及3.3%。

我們通常就生產部件與我們分包商訂立的分包協議的主要條款載列如下：

- |       |  |
|-------|--|
| 產品及數量 | <ul style="list-style-type: none"><li>在採購訂單中訂明</li></ul>   |
| 模具及材料 | <ul style="list-style-type: none"><li>我們應向分包商提供生產組件所需的模具、包裝材料及原材料</li><li>分包商應負責模具的保養</li><li>倘發現分包商使用我們的模具為第三方生產、銷售或贈送產品，則分包商將須繳納罰款</li></ul> |
| 交付    | <ul style="list-style-type: none"><li>交付日期於採購訂單中訂明</li><li>倘延遲交貨，將收取罰款</li><li>倘我們因分包商的產品而被汽車製造商處罰，則分包商須按欠付汽車製造商的罰款的兩倍賠償我們</li></ul>           |
| 終止    | <ul style="list-style-type: none"><li>分包商如有意終止協議，可提前一個月發出通知</li></ul>  |
| 信貸期   | <ul style="list-style-type: none"><li>30至90天</li></ul>   |
| 付款方法  | <ul style="list-style-type: none"><li>銀行承兌匯票或銀行轉賬</li></ul>  |

---

## 業務

---

### 質量

- 產品質量應達到規定及規格中所訂明的水平
- 缺陷產品可予退款、更換或維修

### 物流及產品交付

在生產流程完成前，對於需要多個組件裝配的汽車零部件，我們會在我們的生產設施裝配所有相關部件，並安排向我們客戶交付該等成品。我們的客戶將於他們的整車廠安裝這些汽車零部件。

對於我們的卡車及乘用車製造商客戶，我們一般負責交付我們的產品。我們通常將產品交付外包予第三方物流公司，但亦會利用我們自有的貨運卡車交付我們的產品。我們的其他客戶（包括從事汽車零部件製造及／或銷售及／或經營汽車維修店的公司）自行負責產品交付。

### 知識產權

我們相信，我們的知識產權（如專利、商標及域名）對我們的業務至關重要。由於我們的業務性質，儘管我們共同設計及共同開發內外部裝飾零部件，但按照與客戶訂立的產品開發協議規定，與該等產品設計相關的所有知識產權均屬於我們的客戶。然而，我們會對我們在生產過程中創造的有用的製造技術及方法進行註冊。

### 專利

為保護我們發明的製造技術，我們已於中國申請並獲授多項專利。於最後實際可行日期，我們於中國已成功註冊共12項專利。有關我們專利的詳情，請參閱本文件「附錄五 — 法定及一般資料 — B. 有關我們業務的其他資料 — 2.我們的知識產權」一節。

### 商標

於最後實際可行日期，我們已於香港註冊一個涉及我們標識的商標及涉及我們名稱的兩個商標。有關我們商標的詳情，請參閱本文件「附錄五 — 法定及一般資料 — B.有關我們業務的其他資料 — 2.我們的知識產權」一節。

---

## 業務

---

### 知識產權的保護

保護我們的技術、產品及工藝以及我們客戶的保密資料（包括我們客戶的設計）對我們的業務至關重要。我們所有的主要研發人員均須與我們簽訂保密協議，其中強調知識產權保護問題及要求員工將彼等於受僱期間開發的全部發明、設計、技術及任何其他知識產權轉授予我們。此外，根據中國法律及法規，我們保留權利就我們的僱員在為我們展開工作過程中或主要通過使用我們的材料及技術手段所完成的任何發明創造申請專利註冊。

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們的董事確認，我們並無遭受知識產權的任何重大侵權，亦無遭受第三方的侵權指控。

### 環境保護、健康及工作安全

#### 環境保護

我們的業務須遵守有關環境保護的若干法律及法規。有關環境標準的適用法律及法規的更多資料載於本文件「監管概覽 — D. 環保相關規定」一節。

於往績記錄期間，我們並無因違反任何環境法律或法規而遭致任何重大罰款或處罰。

#### 健康及工作安全

我們須遵守有關健康及工作安全的若干規則及規例。有關更多資料，請參閱本文件「監管概覽 — E. 安全生產相關規定」一節。

我們已實施基礎設施及安全政策，以確保設備安全，防範或儘量減少接觸有害物質。本集團已制定內部安全政策，就維持安全的工作環境向員工提供指引並將有關維持安全工作處所的職責下派到每個部門。我們的中國主要營運附屬公司已成立安全管理委員會，成員由管理層及員工的代表組成。安全管理委員會確保各責任部門進行安全培訓，報告事故及執行事故預防程序。本集團亦設有防火設施並定期進行消防演習。生產員工會定期接受有關設備操作及職業安全裝備的培訓。我們亦已採取事故處理政策，最大程度地減少損失及提高我們於事故處理中的反應時間。

---

## 業務

---

我們的董事確認，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無遭遇任何事故而導致本集團業務出現重大中斷。於往績記錄期間亦無發生任何重大工傷或死亡事故。根據西安經濟技術開發區安全生產監督管理局的確認，我們在工作安全的所有重大方面均遵守了所有相關法律、法規及行政規定，且並無受到中國監管部門的任何嚴重處罰。

### 物業

#### 土地

於最後實際可行日期，我們已取得位於中國西安的面積約為53,340平方米的一幅地塊的土地使用權，該地塊主要用作我們的生產場所。

誠如我們的中國法律顧問所告知，於最後實際可行日期，我們已就上述地塊取得有效業權，且我們並無遭致因上述地塊之任何缺陷所引起或與之有關的任何重大申索。

有關上述物業的更多資料，請參閱本文件「附錄三 — 物業估值報告」一節。

#### 樓宇

於最後實際可行日期，我們於西安的自有土地上擁有四棟樓宇。我們的自有物業主要用作廠房、辦公室、倉庫、食堂及宿舍。

我們的法律顧問已確認，於最後實際可行日期，我們擁有物業的合法所有權且持有有效的所有權證書。

有關上述物業估值的資料，請參閱本文件附錄三所載的估值報告。

---

## 業務

---

### 僱員及員工

於2015年、2016年及2017年12月31日、2018年6月30日以及最後實際可行日期，我們分別共有約219名、268名、381名、427名及430名全職員工。下表列示於最後實際可行日期我們按職能劃分的全職員工明細：

| 職能    | 員工數量       |
|-------|------------|
| 管理及行政 | 85         |
| 銷售及營銷 | 41         |
| 生產    | 238        |
| 質量保證  | 21         |
| 研發    | 45         |
|       | <u>430</u> |

我們向員工提供定期安全培訓，確保彼等了解工作中的危險情況，及就我們的產品或生產流程定期提供在職培訓。有關進一步詳情，請參閱本節上文「健康及工作安全」各段。

除薪資外，我們亦向部分員工提供住宿、餐飲補貼及酌情獎金。

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無遭致對我們業務產生重大影響的任何勞工短缺、停工、罷工或與員工之間的任何勞資糾紛。

### 牌照及許可

我們的中國法律顧問已確認，我們已就我們於中國的業務運營取得並妥為更新所有必需的牌照、許可及批文，且該等牌照、許可及批文於最後實際可行日期仍然有效及具效力。

### 市場及競爭

根據弗若斯特沙利文報告，中國重型卡車內飾產品市場的市場集中度相對較高，按中國重型卡車內飾產品銷售額計，前五大公司於2017年的市場份額為55.3%。於2017年，本集團於中國重型卡車內飾產品市場10.8%的市場份額使我們成為中國重型卡車內飾產品市場的第三大公司。於2017年，中國西北重型卡車內飾產品市場甚至較中國的市場更為集中，按中國西北重型卡車內飾產品的銷售額計算，前五大公司的市場份額為95.3%。由於

---

## 業務

---

我們的市場份額為62.7%，我們於2017年是中國西北重型卡車內飾產品市場的最大供應商。根據弗若斯特沙利文報告，於2017年，陝西省有19家生產商用車（包括重型卡車）的汽車整車廠，而中國西北有27家整車廠生產商用車（包括重型卡車及乘用車）。此外，2017年，陝西省19家汽車整車廠中有12家生產卡車。

重型卡車內飾產品市場的主要競爭焦點包括質量、舒適度及輕便等屬性。隨著生活標準的提升及高端重型卡車數量的增加，重型卡車製造商更加注重內飾零部件的質量。因此，能夠生產優質產品有助於內飾產品製造商在重型卡車製造商中維持良好的聲譽及較低的返修率。由於重型卡車用作長途運輸工具，重型卡車司機在駕駛室工作的時間相對比其他車種的司機更久。因此，舒適度是該等重型卡車司機作出購買決定的關鍵考慮因素之一。在有關情況下，提供舒適產品的內飾產品製造商更有可能成功地自重型卡車製造商獲取採購訂單。

根據弗若斯特沙利文報告，汽車內飾產品市場的主要進入壁壘包括：(i)難以設立適合生產的技術平台，原因是需要資本、人才及經驗；(ii)重型卡車製造商更傾向於向長期合作夥伴採購內飾產品，在合作順利的情況下不願意更換供應商；(iii)汽車內飾產品製造乃屬資本密集型，因為初始設立成本及持續經營需要投入大量資金購買模具、機器及其他設備。有關競爭風險之進一步資料，請參閱本文件「風險因素 — 我們經營所在行業競爭十分激烈，概不保證我們將能繼續成功競爭」一節。

雖然汽車內飾產品行業競爭日益加劇，但憑藉我們與主要客戶的良好關係、我們的生產及產品開發能力以及我們的戰略位置，我們相信我們具備超越競爭對手的優勢。我們相信，作為中國西北重型卡車內飾產品市場的市場領導者，我們能擴張我們在乘用車內飾產品市場的客戶群體。有關我們所在行業的競爭格局及市場地位的詳情，請參閱本文件「行業概覽」一節。

---

## 業務

---

### 獎項及證書

我們的實力與成就已獲多家機構認可，其中包括以下獎項及證書。

| 獎項／證書                 | 授予／頒發方  | 年份                               |
|-----------------------|---|----------------------------------|
| 省級企業技術中心              | 由以下單位聯合頒發：<br>陝西省工業信息化廳、<br>陝西省財政廳、<br>陝西省科學技術廳、<br>陝西省國家稅務局、<br>陝西省地方稅務局及<br>中華人民共和國西安海關 | 2017年11月                         |
| 高新技術企業證書              | 由以下單位聯合頒發：<br>陝西省科學技術廳、<br>陝西省財政廳、<br>陝西省國家稅務局及<br>陝西省地方稅務局                               | 2016年12月及<br>2013年7月（有<br>效期為三年） |
| 2016年度生產現場服務一等獎       | 客戶集團B   | 2016年12月                         |
| ISO/TS 16949:2009認證證書 | 必維國際檢驗集團  | 2016年11月及<br>2013年11月            |
| 2015年度優秀供應商最佳保障獎      | 客戶集團B   | 2015年11月                         |

---

## 業務

---

| 獎項／證書        | 授予／頒發方   | 年份       |
|--------------|--|----------|
| 西安市認定企業技術中心  | 由以下單位聯合頒發：<br>西安市工信委、<br>西安市發改委、<br>西安市財政局、<br>西安市科技局、<br>西安市國稅局、<br>西安市地稅局及<br>西安海關 | 2014年12月 |
| 陝西省汽車配套重點企業獎 | 陝西省汽車工業協會  | 2014年12月 |
| 優秀供應商        | 客戶集團B  | 2013年12月 |

## 保險

於最後實際可行日期，我們已就我們的業務投購足夠保險，符合我們所在行業之慣例，其中包括涵蓋我們固定資產及流動資產（存貨）的綜合險。由於業務中斷保險或核心人員保險於中國並非強制性法律規定，也不違反中國的行業慣例，因此我們並無投購有關保險。我們認為，我們當前的保險範圍對於我們現時的營運屬充足且符合行業慣例。於往績記錄期間，我們並無就我們所投購的任何保單提出任何重大索償。有關進一步資料，請參閱本文件「風險因素 — 我們可能面臨產品責任索償，繼而對我們與我們主要客戶的關係造成不利及負面影響」一節。

---

## 業務

---

### 內部控制

#### 改善我們整體企業管治的內部控制措施

為持續提升我們的企業管治，我們擬採納或已採納以下措施：

- 於[編纂]前，我們的董事及高級管理層已參加由我們的法律顧問進行的適用法律及法規(包括上市規則)之培訓課程。我們將繼續不時安排由我們的法律顧問對我們的董事、高級管理層及僱員進行各種培訓，令彼等了解相關法律及法規的最新動態。因此，我們的董事知悉根據上市規則作為[編纂]發行人董事的要求及責任，並已承諾遵循及遵守所有相關規則及規例。
- 我們將向我們的董事、高級管理層及僱員提供與我們業務營運所涉及的法律及監管規定有關的政策、培訓及／或最新動態，尤其是涉及適用中國法律及法規項下的社會保險及住房公積金的計算。
- 我們已委聘趙世傑先生及葉沛森先生為我們的聯席公司秘書，負責本集團的公司秘書事宜，並協助我們的董事實施及持續遵守本集團的內部控制措施。有關趙先生及葉先生之進一步履歷詳情，請參閱本文件「董事及高級管理層」一節。
- 我們已委聘創陞融資有限公司為我們的合規顧問，以就持續遵守上市規則事宜及香港其他適用的證券法例及法規提供建議。
- 我們亦已設立由三名獨立非執行董事組成的審核委員會。審核委員會的主要職責為向我們董事提供有關本集團財務申報程序、內部控制及風險管理系統效用之獨立審查，以監督審核過程及履行我們董事委派的其他職責及責任。

---

## 業務

---

經考慮以上理由，我們的董事認為，且獨家保薦人認可，本公司已採取合理步驟建立內部控制制度及程序，藉以加強工作及監察層面的監控環境，而本集團於往績記錄期間內所採納的加強內部控制措施均屬充分及有效。

### 合規及法律訴訟

我們須遵守法律、法規及受不同級別監管部門的監督，且須持有各種牌照、許可及批文，以運營我們的設施及開展我們的業務。我們業務經營須遵守的相關中國法律法規的概要載於本文件「監管概覽」一節。

於往績記錄期間內，我們並無嚴重不遵守適用的中國法律法規的情況。

根據環保部於2018年1月10日發佈及實施的「排污許可管理辦法（試行）」（「辦法」），環保部制定及發佈固定污染源排污許可分類管理名錄（「分類名錄」），該名錄規定排污許可的範圍及申請時間表。分類名錄中包括的排污單位須按照辦法公佈的時間表申請排污許可。

西安天瑞已於2018年6月11日向西安市環境保護局經濟技術開發區分局（「環保局經開分局」）申請排污許可（「申請」）。於2018年6月13日，環保局經開分局就申請發出回覆（「回覆」），確認西安天瑞屬於分類名錄的塑料製品行業且其排污許可申請的最後期限為2020年年底（「申請的最後期限」）。然而，環保局經開分局在回覆中解釋道，由於塑料製品行業並無詳細的技術標準及規範（「詳細規則」），亦無發佈相關申請要求，因此彼等可能無法審核西安天瑞的申請，而一旦發佈及實施詳細規則及相關申請要求，西安天瑞可立即申請排污許可。

我們的董事確認，一旦發佈及實施詳細規則及相關申請要求，西安天瑞將立即於申請的最後期限內再次向環保局經開分局申請排污許可。

根據環保局經開分局於2018年7月9日頒發的西安天瑞的合規證書，於過往三個財政年度內，西安天瑞已於其日常業務營運過程中遵守相關的國家及地方環保法律法規，其並無受到處罰，亦無造成任何產生嚴重損害的污染事件。誠如我們的中國法律顧問所告知，當相關主管部門考慮是否應頒發排污許可時，西安天瑞過往的合規記錄可能屬必要因素。

考慮到於往績記錄期間內西安天瑞一直遵守相關的環保法律法規合法經營。考慮到申請的最後期限將為2020年年底，董事認為，西安天瑞有足夠的時間為申請做準備，一旦發

---

## 業務

---

佈及實施詳細規則及相關申請要求，其將於申請的最後期限內再次正式及依法申請排污許可，因此，西安天瑞取得排污許可並不存在重大障礙。

基於上述的申請、董事的確認、回覆及合規證書，西安天瑞的中國法律顧問認為，西安天瑞的業務營運乃屬合法且其營運於申請的最後期限屆滿之前不會受到辦法的不利影響。此外，在並無詳細規則及相關申請要求的情況下，相應地不存在違反詳細規則及要求的情況，因此目前並無可能導致西安天瑞無法取得排污許可的重大法律障礙。

本文件為草擬本，其所載資訊不完整及或作更改，以及閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁上「警告」一節。

---

## 業務

---

## 業務

### 法律訴訟

我們或會不時成為我們日常業務過程中發生的各類法律、仲裁或行政程序的當事人。於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，並無任何針對我們的重大法律申索。截至最後實際可行日期，本集團並無牽涉金額超過人民幣300,000元的糾紛的任何未決訴訟，但尚未履行有關以下訴訟的判決：

| 原告            | 被告   | 訴訟性質   | 法律後果  |
|---------------|------|--|---|
| 一家從事建築業務的中國公司 | 西安天瑞 | <p>原告於2015年7月14日控告西安天瑞，指稱其已根據西安天瑞的要求完成機械加工及總裝車間的施工，並指稱西安天瑞尚欠其工程款、材料款及利息共計人民幣6.4百萬。</p> <p>法院於2017年12月11日作出終審判決。西安天瑞應向原告支付工程款人民幣3.1百萬。原告應向西安天瑞支付總計人民幣1.7百萬元，包括工程修復費用、水電費人民幣0.5百萬元及違約金人民幣1.2百萬元，且原告還應向西安天瑞支付訴訟費及質量鑒定費共計人民幣0.2百萬元。此外，原告應向西安天瑞支付三套工程完工圖及相關的完工材料（「當前法院命令」）。</p> | <p>我們的中國法律顧問告知，重審申請應首先通過高級法院組織的聽證程序，而高級法院將裁定有關重審的重審申請是否有合理的法律依據。</p> <p>倘於執行申請期內未達成協議或收到執行通知，西安天瑞將積極履行其相關責任並向法院申請對原告發出執行通知。因此，我們的中國法律顧問認為，西安天瑞不太可能因本訴訟而被採取強制執行措施。</p> |

---

## 業務

---

| 原告 | 被告 | 訴訟性質 | 法律後果 |
|----|----|------|------|
|----|----|------|------|

根據陝西高級人民法院（「高級法院」）於2018年7月31日發出的民事申請再審案件應訴通知書，原告向高級法院申請重審：(1)就人民幣1.2百萬元的違約金對當前法院命令提起上訴；及(2)責令西安天瑞向原告支付施工費人民幣6.6百萬元，而不是人民幣3.1百萬元（「重審申請」）

西安天瑞於2018年8月15日就重審申請準備了書面答辯狀，以(1)反對重審申請；及(2)支持當前法院命令。

於最後實際可行日期，除上文所披露的訴訟程序外，本集團的成員公司概無牽涉任何重大的未決訴訟、仲裁或申索，及就我們的董事所知，亦無任何未決或威脅或針對本集團成員公司的重大訴訟、仲裁或申索，從而可能對本集團的經營業績或財務狀況造成重大不利影響。