

概覽

我們是一間先進產品發展商、工業設計者及各種電熱家用電器的製造商和供應商，產品主要銷至海外市場，遍佈逾30個國家及地區，以滿足不同客戶的需求。於往績記錄期間，我們的大部份收益來自德國、法國、英國及荷蘭等發達國家的客戶。我們的董事認為，憑藉我們對高技術品質的追求，我們的產品得以達到發達國家的嚴格品質及安全標準，這使我們能夠從其他競爭對手中脫穎而出。

我們的電熱家用電器產品可分為兩類，即(i)衣物護理電器，如泵壓式蒸氣熨斗、掛熨機及蒸氣熨斗；及(ii)煮食電器，如咖啡機、蒸煮機及其他煮食電器。幾乎所有該等產品均採用熱動力學技術，該技術涉及熱能與其他形式能量相互轉換的物理過程及測量以及熱能影響物質狀態(例如水與蒸氣)的方式。下表列出我們不同類別產品的收入明細：

	2016財年		2017財年		2018財年		2018年前四個月		2019年前四個月	
	港幣千元	佔總額 百分比	港幣千元	佔總額 百分比	港幣千元	佔總額 百分比	港幣千元	佔總額 百分比	港幣千元	佔總額 百分比
衣物護理電器										
— 泵壓式蒸氣熨斗	71,210	19.7	55,791	15.6	70,745	18.9	23,605	22.2	15,232	10.5
— 掛熨機	44,025	12.2	44,988	12.5	11,970	3.2	7,562	7.1	2,117	1.5
— 蒸氣熨斗	119,383	33.1	106,251	29.6	88,853	23.8	29,777	27.9	30,240	20.9
衣物護理電器小計	234,618	65.0	207,030	57.7	171,568	45.9	60,944	57.2	47,589	32.9
煮食電器										
— 咖啡機	21,499	6.0	38,924	10.8	115,155	30.8	7,450	7.0	72,444	50.1
— 蒸煮機 ^(附註1)	87,342	24.1	97,879	27.3	74,904	20.1	31,995	30.0	17,951	12.4
— 其他煮食電器 ^(附註2)	14,383	4.0	14,372	4.0	11,656	3.1	6,020	5.7	6,487	4.5
煮食電器小計	123,224	34.1	151,175	42.1	201,715	54.0	45,465	42.7	96,882	67.0
其他 ^(附註3)	3,229	0.9	596	0.2	179	0.1	154	0.1	91	0.1
合計	361,071	100.0	358,801	100.0	373,462	100.0	106,563	100.0	144,562	100.0

附註：

- (1) 蒸煮機指電蒸鍋及嬰兒食物蒸煮攪拌機。
- (2) 其他煮食電器指冷熱烹調攪拌機及溫奶器。
- (3) 其他主要指消費電子產品、清潔產品和空氣淨化器。

憑藉逾10年的經營歷史，我們在與壓力、體積及溫度、蒸氣、電機、電子和電路相關的技術領域積累了豐富的知識及經驗，亦擁有強大的設計及研發能力。由此，我們為產品開發及／或應用了各種技術，包括熱動力學、泵壓力、電機驅動、咖啡沖泡系統、

業 務

電子控制和使用介面控制。此外，我們在電熱家用電器生產過程中應用了各種技術和工藝，如注塑、金屬沖壓、鋁壓鑄、熱板／感應焊接、自動靜電噴塗系統、自動點膠系統、自動蒸氣催化噴射系統、激光蝕刻和自動測試系統，旨在為我們的客戶製造更安全、更具成本效益的產品。例如，根據歐洲以消費者為導向的在線搜索工具(由歐盟委員會資助)的紀錄，我們生產的咖啡機於2018年7月在能耗等級方面排名第一。關於詳情，請參閱本節「研發」部份。

我們致力於評估客戶提供或我們開發的設計在技術上的可行性，從而將概念轉化為大規模生產的產品。根據產品的設計圖紙是否由我們自行開發或由我們的客戶提供，我們的業務則可分為兩種業務模式，即原設計製造業務和原設備製造業務。對於原設計製造業務，我們的產品由我們的研發部門根據客戶的總體概念及我們自己的設計能力進行設計及開發。對於原設備製造業務，我們根據客戶的設計及其要求及規格製造我們的產品。下表列出於往績記錄期間按業務板塊劃分的收入明細：

	2016財年		2017財年		2018財年		2018年前四個月		2019年前四個月	
	港幣千元	佔總額 百分比	港幣千元	佔總額 百分比	港幣千元	佔總額 百分比	港幣千元	佔總額 百分比	港幣千元	佔總額 百分比
原設計製造業務	166,328	46.1	151,145	42.1	213,911	57.3	48,307	45.3	94,807	65.6
原設備製造業務	194,743	53.9	207,656	57.9	159,551	42.7	58,256	54.7	49,755	34.4
合計	<u>361,071</u>	<u>100.0</u>	<u>358,801</u>	<u>100.0</u>	<u>373,462</u>	<u>100.0</u>	<u>106,563</u>	<u>100.0</u>	<u>144,562</u>	<u>100.0</u>

我們的總部設在香港，負責整體業務運營、銷售和市場營銷、產品設計及財務和策略管理等業務職能，而我們的生產設施位於惠州工廠，負責研發、採購、整個生產過程和品質保證等職能。基於本節「我們的生產和生產設施」部份中進一步闡述的假設，2016財年、2017財年、2018財年及2019年前四個月，我們的咖啡機及泵壓式蒸氣熨斗的理論最大產能分別為38,123件、45,747件、117,683件及77,350件以及259,233件、250,084件、201,201件及72,800件，平均生產利用率分別約為81.9%、84.3%、86.4%及90.3%以及93.1%、72.1%、93.8%及54.2%。

自東保(惠州)於2005年創立以來，經過十多年的運營，本集團的銷售網絡不斷擴大，在電熱家用電器製造行業建立了良好的聲譽。我們的董事相信，本集團憑藉在電熱家用電器設計、開發及製造方面的專業知識及豐富經驗，並提供涵蓋市場研究、產品設計及開發、生產控制、品質保證、物流及售後服務等方面的綜合能力，從而能夠於競爭中脫穎而出。這亦讓我們能夠透過整合冗長複雜的生產流程，為我們的客戶提供一站式服務，從而有效縮短交付週期及生產成本，亦能讓我們為客戶提供更靈活的生產

計劃。此外，本集團在研發方面的承諾及能力使我們能夠在不斷變化的市場環境中實現技術提升，並應對和適應各種變化，從而讓我們能夠不斷擴大我們的產品組合併開拓新的商機。

競爭優勢

我們相信，我們的成功和進一步發展的潛力均歸功於我們的競爭優勢，具體如下：

我們已在電熱家用電器製造行業佔據了重要地位，與我們的主要客戶和供應商建立了長期合作關係

我們與我們的主要客戶建立了長期合作關係，這些客戶是信譽良好且國際知名的品牌公司，總部均位於歐洲。於最後可行日期，我們五大客戶於往績記錄期間已與我們合作7至11年。我們相信，我們已在電熱家用電器製造行業佔據了重要地位，並與主要客戶建立了良好而緊密的業務關係。透過與這些國際知名品牌公司的長期合作，我們參照國際上安全和品質保證方面的標準加強了我們的相關能力，並就全球電熱家用電器的發展與這些公司交流看法。關於我們客戶的詳情，請參閱本節「我們的客戶」部份。

我們向我們認可的供應商或客戶指定的供應商採購電氣零件、塑膠原材料及零件、金屬原材料及零件、電源線及導線以及電子零件。於往績記錄期間，我們與五大供應商保持了長期的業務關係，從兩至十三年不等。鑑於我們與供應商建立了良好的業務關係，我們能夠獲得穩定的安全優質的原材料供應，並可能獲得更具競爭力的價格。關於我們供應商的詳情，請參閱本節「我們的供應商」部份。

我們推動行業技術和知識的發展，以此躋身市場領先位置

我們關注技術創新、品質和設計，為客戶生產高品質而獨特產品。於最後可行日期，本集團已在中國、香港、歐盟、土耳其及匈牙利註冊逾50項專利(包括發明專利及實用新型專利)、逾40項設計及10多個商標。我們還於中國申請註冊逾30項專利及5個商標。我們開發了各個方面的技術，如熱動力學、泵壓力、電機驅動、咖啡沖泡系統、電子控制和使用介面控制。此外，我們的惠州工廠在電熱家用電器生產過程中應用了各種技術和工藝，如注塑、金屬沖壓、鋁壓鑄、熱板／感應焊接、自動靜電噴塗系統、自動點膠系統、自動蒸氣催化噴射系統、激光蝕刻和自動測試系統。關於詳情，請參閱本節「研發」及「我們的生產及生產設施」部份。

根據弗若斯特沙利文報告，我們的主要客戶於各自的本地零售市場中擁有較高的市場滲透率、較廣的產品組合和較大的消費者覆蓋範圍。我們的董事認為，我們不僅可以作為客戶的傳統製造商或產品供應商，還可以擔當先進產品發展商及工業設計者，應對他們對產品品質、安全性和功能日益增長的需求。

我們相信，我們的專利和設計能讓我們滿足客戶的業務需求，有效地將我們與其他競爭對手區分開來。我們的技術進步還使我們能夠推出各種高度專業化的產品，始終如一地滿足客戶日益複雜的期望。根據歐洲以消費者為導向的在線搜索工具(由歐盟委員會資助)的紀錄，我們生產的咖啡機於2018年7月在能耗等級方面排名第一。我們的董事認為，我們的研發能力以及管理層的前瞻性市場洞察力可以推動我們走在電熱家用電器製造行業的前列，躋身市場領先位置。

我們擁有強大的設計和研發能力

我們十分重視產品開發。於最後可行日期，我們的研發部門有逾40名員工，包括產品設計師、工程師和技術人員。我們的研發部門由我們的工程總監朱明德先生，研發總監李伯文先生以及設計總監潘正正先生領導。彼等於產品工程、檢驗、開發或相關領域皆擁有至少20年經驗。我們的大多數設計師和工程師畢業於大學或技術學院的工業設計、機械工程、電子工程和平面設計專業或其他相關專業，並且在電熱家用電器的軟硬體設計方面經驗豐富。

我們的研發部門專注於開發或應用新技術和現有技術，構思設計概念，研究合適材料的特性，根據客戶的規格設計產品，透過參與原型開發過程及支持原設備製造客戶的開發過程，我們將設計概念轉化為實體產品。2006年，我們成功設計了第一代全自動咖啡機，其中一些零部件由我們自主開發。本集團致力於加強技術開發，為客戶提供優質產品，分別於2010年及2016年推出第二代和第三代全自動咖啡機。受益於過去幾年的研發工作，我們將於2019財年研發或在市場上推出至少20款新產品或升級型號，包括但不限於泵壓式蒸氣熨斗、蒸氣熨斗、掛熨機、咖啡機、嬰兒食物蒸煮攪拌機及電蒸鍋。我們不時透過將新技術，如沖泡系統、易更換配件、微型泵、雙向閥、多色LED觸摸屏、薄膜晶體管液晶顯示器和雙NTC控制器，應用於新產品和升級型號的開發之中，進而提升我們產品的競爭優勢。

我們認為，強大的設計和研發能力對我們的持續發展和成功至關重要。我們的研發部門與我們的銷售及市場營銷部門密切合作，交流有關產品品質標準和要求以及客戶偏好和回饋等資訊。我們的銷售及市場營銷部門透過參加各種市場展覽和定期與客戶溝通，來尋找靈感來源以及收集有關全球市場同類產品最新趨勢的市場資訊。我們還與我們的原材料供應商會面，以瞭解可用於開發新產品的最新材料類型。

倘若我們的客戶向我們提供了初始概念或規格，我們會與他們合作，共同增強產品的設計和功能，並將其轉化為實體產品。我們的董事認為，我們在產品設計及研發方面的增值服務將繼續支撐我們業務的增長。

我們嚴格控制品質

我們的董事相信，獨特而穩定的優質生產對我們的業務營運至關重要，而產品安全是重中之重。因此，除了我們對高技術品質的承諾外，我們還在歐盟(例如CE標誌、GS標誌、LFGB認證和DGCCRF)、美國(例如ETL認證、UL認證和FDA認證)和中國(例如CCC認證)實施了符合IEC標準及其他國際標準的品質控制體系，以確保我們的產品不僅符合中國法律法規要求的中國標準，還符合我們相關客戶可能需要遵守的各種國際標準。關於我們的獲獎和獲表彰詳情，請參閱本節「獎項及證書」部份。

我們的董事認為，我們對產品品質的嚴格控制將為我們帶來競爭優勢，改善我們的企業形象。於最後可行日期，我們品質保證部門的員工已增至逾90人。我們的品質保證部門由品質總監梁鎰昌先生領導，他在電器製造行業擁有逾35年的經驗。我們亦擁有一名品質經理，而且彼等均有超過七年的電器製造行業從業經驗。

我們亦有一間由NCB認證為CTF(第一階段)的內部實驗室，可供我們的實驗室人員於此進行測試。關於我們品質控制管理的詳情，請參閱本節「品質保證及控制」部份。

我們擁有多元化的產品組合

我們能夠為客戶提供各種各樣的產品，滿足他們對產品規格的不同要求及偏好。我們還根據客戶的概念和要求為客戶開發和製造定制的電熱家用電器。我們的產品主要分為兩類，即(i)衣物護理電器，如泵壓式蒸氣熨斗、掛熨機和蒸氣熨斗等；及(ii)煮食電器，如咖啡機、蒸煮機及其他煮食電器。關於我們產品組合構成的更多詳情，請參閱本節「我們的產品」部份。

我們的董事相信，我們多元化的產品組合以及產品的優良品質是我們取得成功的一大關鍵因素。我們多元化的產品組合也使我們成為「一站式」產品供應商，為各類電熱家用電器提供市場調研、產品設計及開發、生產控制、品質保證、物流及售後服務。我們相信，多元化的產品組合可以幫助我們吸引新的客戶，特別是信譽良好且國際知名的品牌公司，更好地滿足我們現有客戶不斷變化的需求，降低客戶向不同製造商採購電熱家用電器的意願。我們相信，我們多元化的產品組合使我們能夠利用自身的產能，靈活地應對市場變化，從而擴大我們的客戶群及收益來源。

我們擁有經驗豐富的高素質管理團隊

我們擁有一支經驗豐富的高素質管理團隊，他們積累了豐富的運營專業知識，對電熱家用電器製造行業有著深入的了解。

陳博士為我們的創始人、董事會主席、非執行董事，亦為我們控股股東中的一位，彼於電熱家用電器的製造和銷售方面擁有40多年的經驗。鄭女士為我們的創始人及非執行董事，亦為我們控股股東中的一位，彼於監督電熱家用電器製造業務的市場營銷活動及管理方面擁有逾30年經驗。陳博士及鄭女士均在本集團的發展中擔任重要的管理及領導角色。他們的洞察力和策略眼光使我們能夠制定並實施可持續的商業策略，抓住有利的市場機會，為我們迄今取得的驕人業績做出了貢獻。

我們的管理團隊擁有四名執行董事和六名高級管理人員，他們在電熱家用電器製造行業擁有豐富的經驗。關於他們資歷及經驗的詳情，請參閱本招股章程「董事及高級管理層」一節。

自2010年以來，中層和管理層的10名員工獲香港工業專業評審局頒授的準院士，該專業資格要求候選人具有相關行業的豐富經驗。我們相信，我們的管理團隊在電熱家用電器製造行業擁有紮實的經驗並得到專業認可，在他們的領導下，公司將繼續實現業務增長、持續盈利，從而鞏固我們在電熱家用電器製造行業的市場地位。

我們的董事認為，本集團的高級管理人員及技術人員的流失率相對較低。人員的穩定性使我們能夠為本集團業務的有效運營積累深厚的行業知識。

業務策略及未來計劃

我們的主要業務目標是加強我們在電熱家用電器製造行業中的地位。我們有意透過實施以下策略來實現這些目標：

升級我們的生產設施及提高我們的產能

於往績記錄期間，我們有逾100名客戶為我們貢獻收益，包括信譽良好及國際知名品牌的公司，其總部設於歐洲。2016財年、2017財年、2018財年及2019年前四個月，歐洲客戶分別約佔我們收益的約75.1%、72.9%、82.6%及87.3%。根據弗若斯特沙利文報告，2019年至2023年歐洲咖啡機、料理機及電熨斗(包括泵壓式蒸氣熨斗和蒸氣熨斗)的預期零售額將分別達到9.0%、5.9%及1.7%的複合年增長率，這得益於歐洲對電熱家用電器的大力採用，而這離不開我們推出的具有先進技術和創新功能的新型產品。

於最後可行日期，我們於2016財年、2017財年、2018財年及2019年前四個月與五大客戶中的大多數保持了7至11年的長期業務關係，其中我們的客戶A、客戶B和客戶D確認我們為其2018財年於中國境內的主要電熱家用電器供應商之一。由於我們安全且優質的產品及為客戶提供的增值服務，我們的董事認為我們已成為獲認可的電熱家用電器製造商之一，為信譽良好及國際知名品牌公司提供服務。特別是，於往績記錄期間，我們已與五大客戶中的兩個(即客戶A及客戶D)訂立合作協議，還與另一主要客戶(即客戶G)訂立長期協議，客戶G有意從本集團採購全自動咖啡機並承諾最低採購100,000件，將於2020年12月31日前交付。

鑑於(i)我們的上述競爭優勢；(ii)歐洲咖啡機、料理機及蒸氣熨斗零售總額的預期增長；及(iii)主要客戶對我們的產品，特別是咖啡機的預期需求增加，以及彼等與我們長期穩定的業務關係，我們的董事認為，倘若我們透過升級現有生產設施及投資新生產設施來繼續提高產能，本集團能夠在目前的經營規模上擴展業務。

於2016財年、2017財年、2018財年及2019年前四個月，我們的咖啡機和泵壓式蒸氣熨斗的生產利用率分別約為81.9%、84.3%、86.4%和90.3%以及93.1%、72.1%、93.8%和54.2%。為滿足我們現有及潛在客戶對改進生產技術、增加產能及提高生產效率的日益增長的需求和要求，本集團計劃繼續升級現有生產設施及添置若干機器，以使用於注塑成型，特別是用來製造咖啡機及泵壓式蒸氣熨斗的塑膠外殼(我們生產過程的主要瓶頸)。該等增設及升級的生產設施將用於製造我們所有的電熱家用電器產品(特別是咖啡機)，以符合與客戶G達成的銷售目標及其他客戶預

期不斷增長的需求，具體內容於本節「我們的客戶」部份進一步披露。根據弗若斯特沙利文報告，隨著消費者對高品質咖啡的需求不斷增長，以及精品咖啡的出現，即特別注重以相當技術製作的咖啡的價值及品質，2019年至2023年期間，中國電熱泵壓式咖啡機的出口額預期將以8.3%的複合年增長率增長。因此，我們的董事認為，應利用更多資源提升咖啡機產能，以迎合電熱家用電器製造業的市場趨勢。

我們計劃利用約50.4百萬港元(或股份發售所得款項淨額的約50.7%)用於升級生產設施及提升產能，具體而言即(i)約32.5百萬港元撥用於為我們惠州工廠中的新生產設施添置若干機器以及升級現有生產設施；(ii)約9.3百萬港元撥用於購入更多的自動機器人來提高生產過程的自動化水平，協助我們製造塑膠外殼和零件、金屬外殼和零件以及電子元件以及開展品質控制；(iii)約6.7百萬港元撥用於升級現有廠房設施；及(iv)約1.9百萬港元撥用於為我們的生產設施購置若干電力變壓器以擴大惠州工廠的生產規模。

(i) 為惠州工廠添置生產設施及升級現有生產設施加購機器

為增設新生產設施或升級現有生產設施而購置的機器詳情如下：

(a) 用於新生產設施

機器詳情	數量	估計購買成本 百萬港元
大型注塑成型機	1	2.3
小型及中型注塑成型機及附屬設施	23	20.1
橋式起重機	3	0.9

(b) 用於升級現有生產設施

機器詳情	數量	估計購買成本 百萬港元
氣動自動噴漆系統	1	3.3
SMT貼片機	2	2.2
自動插件機	1	1.8
空氣壓縮機	1	1.2
波峰焊接機	2	0.5
自動噴砂機	1	0.2

(a) 用於新生產設施

於往績記錄期間，我們購買了額外的機器，並將更多生產資源重新分配給咖啡機產品，咖啡機理論最大產能從2016財年的38,123件增加至2018財年的約117,683件，即證明了這一點。我們計劃透過從日本及中國購買更先進的自動或半自動機器來增加或升級我們的機器，根據供應商的最新報價，這些機器的成本高於我們目前型號的成本。

泵壓式蒸氣熨斗及咖啡機(均為我們每個主要產品類別，即衣物護理電器和煮食電器中的典型產品)的塑膠外殼製造是我們生產過程中的瓶頸。關於我們生產過程瓶頸的更多詳情，請參閱本節「我們的生產及生產設施」部份。於最後可行日期，我們擁有119台不同規模及功能的注塑成型機，詳情載列如下：

類型	技術規格	在生產過程中的主要功能	數量(台)
大型注塑成型機	400噸以上	<ul style="list-style-type: none"> 製造咖啡機及泵壓式蒸氣熨斗的塑膠外殼 	3
中型注塑成型機	200噸以上、 400噸以下	<ul style="list-style-type: none"> 製造其他電器的塑膠外殼 製造所有電器的其他塑膠外殼和零件 	33
小型注塑成型機	200噸以下	<ul style="list-style-type: none"> 製造所有電器的小型塑膠外殼和零件 	83

咖啡機及泵壓式蒸氣熨斗的塑膠外殼只能由大型注塑成型機製造，因此生產該組件是我們生產過程中的瓶頸。為增設或升級新的或現有的生產設施所需購買的機器均為電熱家用電器製造業中使用的標準機器，

該等機器可用於製造各種電器的不同零部件。就本集團而言，我們按如上所述使用機器，而大型注塑成型機僅用於特定產品的特定組件，即咖啡機和泵壓式蒸氣熨斗的塑膠外殼。

購置一台大型注塑成型機及23台中小型注塑成型機的理由

在我們根據股份發售所得款項用途計劃購買的24台注塑成型機中，其中一台將是大型注塑成型機，我們擬將其用於製造咖啡機的塑膠外殼；其餘機器為小型或中型注塑成型機，主要用於製造咖啡機及其他電器(倘若需要)的小型塑膠外殼及零件。咖啡機及泵壓式蒸氣熨斗的尺寸相對較大，並且其塑膠外殼採用一體式製造方法，與其他電器相比，不能由若干小型塑膠外殼組裝。因此，我們僅能使用大型注塑成型機製造咖啡機及泵壓式蒸氣熨斗的塑膠外殼。添置一台大型注塑成型機後，我們的咖啡機或泵壓式蒸氣熨斗年產能將分別增加約254,000件或239,000件，而我們不能使用其他較小的注塑成型機來生產該等塑膠外殼。關於詳情，請參閱本節「我們的生產及生產設施」部份。

由於一台典型的咖啡機包括300多個零部件，需要在整個生產過程中組裝在一起，所以，一般而言，當一台大型注塑成型機完全用於生產咖啡機的塑膠外殼時，需要配備約44台中小型注塑成型機來生產足夠的其他咖啡機塑膠殼體及零件，用於與塑膠外殼及其他零件共同組裝成咖啡機。考慮到本集團於最後可行日期擁有的中小型注塑成型機數目，並且我們已有的其中一台大型注塑成型機可於對泵壓式蒸氣熨斗的需求尚未回升時，用來生產若干塑膠殼體及零件，另鑑於將透過股份發售所得款項淨額購買的額外大型注塑成型機，董事認為，添置23台中小型注塑成型機將是生產足夠的咖啡機塑膠殼體及零件的最佳選擇。

我們有意將這些機器用於製造我們的電熱家用電器產品(特別是咖啡機)，以應對與客戶G達成的長期協議中所載的銷售量及其他客戶預期不斷增長的需求，具體內容於本節「我們的客戶」部份進一步披露。

由於我們的整體產能受到上述瓶頸的限制，我們將生產塑膠外殼的大型注塑成型機的生產量作為我們產能及生產利用率的指標。於2016財年、2017財年、2018財年及2019年前四個月，我們分別在瓶頸生產過程中使用了一台、一台、兩台及兩台大型注塑成型機，並結合使用用於製造其他塑膠外殼與零件的其他小型及中型注塑成型機。於往績記錄期間，我們咖啡機及泵壓式蒸氣熨斗的生產利用率分別從2016財年的81.9%及93.1%提高至2018財年的86.4%及93.8%。考慮到2018年上半年我們咖啡機及泵壓式蒸氣熨斗的生產利用率達到較高水平以及手頭的採購訂單，我們於2018年下半年額外添置了一台大型注塑成型機及若干小型和中型注塑成型機以重新安排並提升我們的咖啡機產能，以便應對預期不斷增長的需求。我們於2019年2月再度投放訂單額外添置機器(已於2019年5月交付予我們的惠州工廠)，我們將該第三台大型注塑成型機主要用於製造泵壓式蒸氣熨斗的塑膠外殼以及所有電器(包括咖啡機)的其他塑膠殼體及零件。

我們計劃於2019財年、2020財年及2021財年根據現有客戶、新客戶和潛在客戶的預期需求進一步添置生產設施，將在生產過程中使用的大型注塑成型機於同期分別增加至三台、四台和四台，並結合使用用於製造其他塑膠外殼和零件的其他小型及中型注塑成型機。2019財年，隨著上述第二台大型注塑成型機於2018年下半年及第三台大型注塑成型機於2019年上半年陸續到貨，我們的咖啡機及泵壓式蒸氣熨斗理論最大產能將分別增至約254,000件及239,000件。這主要是為了滿足客戶G的需求，其已與我們簽訂了長期協議，有意採購咖啡機共計250,000件並於2020年4月交付，其中100,000件的訂單已獲確認或已交付。

未來，我們有意於2020財年上半年添置第四台注塑成型機及附屬設施，以便生產預期將於2020年下半年交付的咖啡機，到2020財年，咖啡機的理論最高產能將達約320,000件，而泵壓式蒸氣熨斗的理論最高產能將維持於239,000件。隨著第四台大型注塑成型機於2020年年末之前交付，到2021財年，我們的生產設施預期將分別達到約508,000件咖啡機及約358,000件泵壓式蒸氣熨斗的理論最高產能。

於2016財年、2017財年和2018財年，我們的總收益保持穩定，惟咖啡機銷售收益大增，從2016財年的約21.5百萬港元增加至2017財年的約38.9百萬港元，於2018財年進一步增加至約115.2百萬港元。然而，2016年至2018年，中國電熱咖啡機出口額有所下滑，其複合年增長率為-1.5%。董事相信，該等咖啡機銷售額大幅增長表明我們有能力按照客戶的需求調整產品組合及策略從而把握市場需求。董事相信未來我們的業務將取得充足的發展機會。根據弗若斯特沙利文報告，隨著消費傾向增加，咖啡機需求快速增長，預期未來增長勢頭將繼續保持。尤其是，對使用者更友好的增強型產品功能(如一鍵式和緊湊型設計)正響應趨勢，滿足不斷變化的客戶需求。而在歐洲地區，人們的生活方式也在改變，在家製作優質咖啡的需求和傾向日趨增加，這些均有利於中國的製造和出口市場。

我們旨在提高於2018財年至2021財年期間咖啡機市場份額的策略

鑑於根據弗若斯特沙利文報告，咖啡機需求預期會增加並且生活方式會發生改變，董事計劃進一步提升產能以應對日益增長的咖啡機需求及增加市場份額，為此我們將利用各項策略：(1)透過加強產品設計開發能力來增加產品供應；以及(2)透過參加貿易展覽及對現有和潛在海外客戶進行實地考察來增強我們在國際市場的地位，尋求潛在商機。

我們力爭成為電熱家用電器的先進產品發展商及工業設計師，為此致力於產品的設計及開發。自從於2006年設計出第一代全自動咖啡機以來，我們十多年來一直致力於設計和開發不同型號的咖啡機。本集團第三代全自動咖啡機於2016年面世，帶來咖啡機銷量的大幅上漲，由2016財年的約30,000件增加至2018財年的約94,000件，同期平均單價由約713.2港元增加至約1,228.7港元。因此，鑑於根據弗若斯特沙利文報告，目前的趨勢為更方便使用及增強型產品功能，如一觸式及精巧式設計等，以滿足不斷變化的客戶需求，我們將利用第三代全自動咖啡機銷售的成功(銷量及平均單價大幅提高)及我們於行業中的競爭優勢，進一步升級第三代全自動咖啡機的某些型號，將新增顏色的使用者介面與更多飲用選擇及功能相結合，以及開發第四代全自動咖啡機，融入新的設計理念，包括使其尺寸更小巧、使用更方便、可靠性高，並能提供更高品質的咖啡。

於往績記錄期間，我們五大客戶中的大部份客戶總部均位於歐洲。為了開發更多的潛在客戶，我們有意參加在香港、歐洲及拉丁美洲舉辦的貿易展覽，並對海外客戶進行實地考察，旨在增強我們在國際市場上的地位，擴大我們產品及客戶的地理覆蓋範圍。根據弗若斯特沙利文報告，隨著消費傾向以及中國等新興地區咖啡需求的增加，對咖啡機的需求迅速增長。由於可支配收入的增加、西方消費習慣的普及以及年輕人的偏好增加，該地區亦存在咖啡機市場機會。因此，董事相信，亞洲市場亦有商機。我們有意擴大銷售及營銷部門的規模，並透過向獨立市場調研分析師獲取所委託市場調研的報告及招聘一至兩名營銷經理來發掘商機，該等營銷經理將負責識別潛在客戶。關於詳情，請參閱本節「商業策略及未來計劃—擴大客戶群」部份。

(b) 用於升級現有生產設施

根據本集團的會計政策，我們機器的預期使用年限大約為10年。於最後可行日期，本集團主要生產機器的現時平均機齡約為13年，因為我們的注塑成型機、酚醛注塑成型機、壓鑄機、沖壓機和SMT貼片機平均服役超過10年。關於我們主要機器的詳情，請參閱本節「我們的生產及生產設施—生產設施和倉庫」一節。

我們使用自動噴漆系統將塗料噴塗到酚醛塑膠零件、塑膠外殼以及其他塑膠殼體和零件的表面。我們的自動噴漆系統已投入使用超過10年，故我們擬於2020財年前使用股份發售所得款項淨額中的約3.3百萬港元將我們的自動噴漆系統升級為更先進的型號。

我們的SMT貼片機、波峰焊接機、自動噴砂機和空氣壓縮系統已經使用了逾10年，超過了根據本集團會計政策預期的機器使用年限。因此，我們有意逐步升級現有機器。

在衣物護理電器和煮食電器的焊接工序中，我們使用SMT貼片機和波峰焊接機將電子元件安裝到印刷電路板上，而我們的自動噴砂機主要用於衣物護理電器的生產過程。鑑於我們於2020財年的咖啡機和泵壓式蒸氣熨斗理論最大產能分別增至約320,000件和239,000件，我們有意於2020財年前將部份現有SMT貼片機、波峰焊接機和自動噴砂機升級到更高級的機型。

在整個生產過程中，需要通過壓縮氣壓來支持包括注塑成型機在內的若干主要機器的運作。因此，我們有意升級現有的空氣壓縮系統，以支持我們的擴張計劃。

我們現時依靠工人來手動將較大的電子元件插入印刷電路板。為了提高生產效率和實施擴張計劃，我們有意通過購買自動插件機來升級該工序中的現有生產設施，以執行相關任務。

除了上述為升級目的而使用股份發售所得款項淨額購買的機器外，我們目前預期於2021財年前亦將再動用10.7百萬港元主要用於升級其他現有機器，該等金額將由本集團的內部資源資助。關於我們擴張計劃的總資本開支詳情，請參閱本招股章程「未來計劃及所得款項用途—上市原因」一節。

(ii) 提高生產自動化水平

我們還有意購入更多的自動機器人來提高生產過程的自動化水平，協助我們的生產。關於為協助生產而購置的主要機器及自動機器人的詳情載列如下：

機器詳情	功能	數量	估計購買成本 百萬港元
自動機器人	塑膠外殼和零件製造	10	2.7
自動塑膠噴塗機	自動塑膠噴塗	1	1.6
自動機器人	金屬零件沖壓和壓紋	10	0.6
自動機器人	金屬外殼和零件製造	10	0.6
產品可靠性測試中心	產品檢測	1	2.4
集中傳輸系統	將原材料送入 生產機器中	1	1.4

根據弗若斯特沙利文報告，中國的電熱家用電器製造商面臨勞工成本上升、產品複雜性提高及生產週期縮短等問題，因此預期對機器人的投資將加大，而這將進一步刺激各種應用中採用自動化生產，儘管製造商為了保持行業競

爭力，需滿足資本支出，因而將面臨籌資壓力。製造商採用自動化生產能夠(i)提供品質、精度和一致性程度更高的產品；(ii)最大限度地減少缺陷產品；及(iii)從長遠的角度減少勞工成本和總體運營成本。我們的董事相信，自動化水平的提高將降低我們的生產成本、提高我們的利潤率。此外，生產過程中的高度自動化將進一步提高我們生產高標準優質產品的能力、提高生產效率並減少我們對勞動力的依賴。

(iii) 升級現有工廠樓宇設施及(iv)為生產設施添置電力變壓器

為了配合現有生產設施的升級，我們亦計劃升級惠州工廠的現有廠房設施，其中包括翻新現有廠房，將現有生產車間升級到100,000級清潔度標準，安裝升級的安全系統，並購置額外2000KVA電力變壓器。於2016財年、2017財年、2018財年及2019年前四個月，歸屬於煮食電器的收益分別約佔我們收益的34.1%、42.1%、54.0%及67.0%。歐盟有若干指令監管食品接觸材料生產中使用的特定物質和物質組以及包括監控實施情況在內的相關品質控制體系。基於與客戶的溝通，我們了解彼等對製造商的生產環境有嚴格的潔淨度標準並對其實施品質控制。為了滿足客戶的需求，我們計劃在生產環境中採用先進的消毒技術及設計，並對我們的若干煮食電器生產設施進行升級，以達到100,000級潔淨度標準，配備升級監控安全系統。

我們有意按照預期時間框架購買機器，詳情載列如下：

由最後 可行日期 至2019年 12月31日 百萬港元	由2020年 1月1日至 2020年 6月30日 百萬港元	由2020年 7月1日至 2020年 12月31日 百萬港元	合計 百萬港元
---	---	--	------------

(i) 為添置生產設施及升級

現有生產設施加購機器

(a) 添置咖啡機生產設施

• 注塑成型機及附屬設施	—	2.3	20.1	22.4
• 橋式起重機	—	—	0.9	0.9

業 務

	由最後 可行日期 至2019年 12月31日 百萬港元	由2020年 1月1日至 2020年 6月30日 百萬港元	由2020年 7月1日至 2020年 12月31日 百萬港元	合計 百萬港元
(b) 升級現有生產設施				
• 氣動自動噴漆系統	—	—	3.3	3.3
• SMT貼片機	—	—	2.2	2.2
• 自動插件機	—	—	1.8	1.8
• 空氣壓縮機	—	1.2	—	1.2
• 波峰焊接機	—	—	0.5	0.5
• 自動噴砂機	0.2	—	—	0.2
小計	0.2	3.5	28.8	32.5
(ii) 提高生產過程的自動化水平				
• 自動機器人(塑膠外殼和零件製造)	—	—	2.7	2.7
• 自動塑膠噴塗機	1.6	—	—	1.6
• 自動機器人(金屬零件沖壓和壓紋)	0.6	—	—	0.6
• 自動機器人(金屬外殼和零件製造)	—	0.6	—	0.6
• 產品可靠性測試中心	—	2.4	—	2.4
• 集中傳輸系統	—	—	1.4	1.4
小計	2.2	3.0	4.1	9.3

業 務

	由最後 可行日期 至2019年 12月31日 百萬港元	由2020年 1月1日至 2020年 6月30日 百萬港元	由2020年 7月1日至 2020年 12月31日 百萬港元	合計 百萬港元
(iii) 升級現有工廠樓宇設施及				
(iv) 為生產設施添置電力變壓器				
• 現有廠房樓宇翻新	2.3	—	—	2.3
• 安裝升級的安全系統	0.6	—	—	0.6
• 升級現有生產車間，以達到 100,000級潔淨度標準	—	1.9	1.9	3.8
• 購置額外2000KVA電力變壓器	—	—	1.9	1.9
小計	<u>2.9</u>	<u>1.9</u>	<u>3.8</u>	<u>8.6</u>
合計	<u><u>5.3</u></u>	<u><u>8.4</u></u>	<u><u>36.7</u></u>	<u><u>50.4</u></u>

據董事經向中國的機器供應商及銀行作出一切合理查詢後所知、所悉及所信，我們將為添置生產設施及升級現有生產設施以及提高生產過程自動化水平而購買的機器均無法於市場上從供應商或銀行處租賃，並且該等機器體積龐大、難以搬遷。我們亦不會考慮將分包視為我們的替代方案，因為我們的董事認為，鑑於(1)我們的煮食電器均為食品相關產品，因此產品的安全、衛生和品質至關重要，(2)發達國家有各種品質及安全標準，並且遵守所有此等標準十分關鍵，(3)將我們產品的部份生產過程分包給分包商可能使本集團面臨侵犯技術技能或知識產權的風險，因此，至少大部份的生產過程都應保留在惠州工廠。

業 務

僅供說明之用，我們基於2018財年記錄的銷售成本下的相應項目，將有關添置自動機器人帶來的財務效益及成本節約的分析載列如下：

	銷售成本 (添置 自動機器人) 港幣千元	銷售成本 (未添置 自動機器人) 港幣千元	節約 的成本 港幣千元
直接勞工成本	45,510 ^(附註1)	50,641	5,131
折舊	15,307 ^(附註2)	14,474	(833)
公用設施	8,752 ^(附註3)	8,211	(541)
合計	69,569	73,326	3,757

附註：

1. 直接勞工成本的計算方法為工資乘以待僱用的生產工人的人數。據估計，採用自動機器人可少僱用約67名生產工人。
2. 假設所添置自動機器人的折舊按10年的預期使用年限並考慮殘值來計算。
3. 添置自動機器人額外消耗的公用設施費用的計算方法為一年中自動機器人運行的小時數乘以估計的用電量乘以現時單位電價。

我們的董事認為，除上述節約成本的好處外，添置自動機器人亦會帶來非金錢好處，因為自動機器人可以代替生產工人的重複性人工工作，從而可以減輕勞動力短缺帶來的負擔。

購買機器、升級現有廠房設施(包括添加電力變壓器)及購置自動機器人將提升我們的生產效率和產量。我們認為，該等投資將擴大我們的產能並進一步提升我們的盈利能力。

加強我們的產品設計和開發能力，拓展產品範圍

電熱家用電器製造行業的特點是技術進步迅速，易受市場趨勢和需求變化的影響。我們相信，根據安全標準、客戶偏好和市場趨勢進行產品設計和開發對我們的成功有至關重要的作用。根據弗若斯特沙利文報告，推動歐洲電熱家用電器

市場需求的因素還包括擁有先進技術和創新特性的新型產品，預計對優質和先進電熱家用電器的需求將隨著歐洲市場消費者購買力的預期增長及健康意識的提升而增長。

我們的董事認為，為了在高度分散的行業中把握對電熱家用電器日益增長的需求，加強我們的產品設計和開發能力以及拓展產品範圍非常重要。於往績記錄期間，我們分別開發了2、6、6及0款新原設計製造型號，相關模具設計及開發成本分別約為3.2百萬港元、4.1百萬港元、5.0百萬港元及零，每種型號的原設計製造產品的平均模具成本約為0.9百萬港元。

受益於過去幾年的研發工作以及積累的經驗，我們的產品設計及開發能力變得更強，團隊可以同時處理更多項目。因此，有了股份發售所得款項淨額的助力，我們擬於2019財年研發或在市場上推出至少20款新產品或升級型號(其中3款原設計製造型號已於2018財年開發並在生產之中，但將於2019財年在市場上推出；12款原設計製造型號將於2019財年開發，另外5款原設備製造型號將於2019財年聯合客戶一同開發)，包括但不限於泵壓式蒸氣熨斗、蒸氣熨斗、掛熨機、咖啡機、嬰兒食物蒸煮攪拌機及電蒸鍋。

我們計劃使用約31.6百萬港元(或股份發售所得款項淨額的約31.8%)來加強產品設計及開發能力並拓展產品範圍，具體而言即(i)約29.9百萬港元用於發展新的原設計製造模型來擴展加強我們的產品範圍；(ii)約1.5百萬港元用於額外招聘工程師和設計師；及(iii)約0.2百萬港元用於購買及實施額外設備及軟體。

根據以往經驗，我們的董事估計每種原設計製造產品模型的平均設計和開發成本約為1.0百萬港元，對於某些型號，最高約為2.3百萬港元，具體取決於產品設計的複雜性，因為這會影響模具的成本。於2019財年至2021財年，我們原設計製造產品的該等估計平均設計及開發成本略高於往績記錄期間，這是因為我們有意為我們的原設計製造產品開發若干新型號(包括我們的第四代全自動咖啡機)，納入全新的設計理念及功能，以滿足海外市場的客戶需求。模具平均成本於上市後增加乃由於產品設計的複雜性所致，而模具總成本增加受待開發的新型號數目及各個型號估計模具成本的共同影響。

展望未來，董事擬利用股份發售所得款項淨額約29.9百萬港元進一步擴展我們自己的產品，詳情如下：

- (i) 約40.9%將用於設計及開發至少11款新型咖啡機；

業 務

- (ii) 約29.0%用於設計及開發至少9款新型泵壓式蒸氣熨斗；
- (iii) 約15.0%用於設計及開發至少6款其他新型衣物護理電器(包括蒸氣熨斗及掛熨機)；及
- (iv) 約15.1%用於設計及開發至少4款新型煮食電器(包括電蒸鍋及冷熱烹調攪拌機)。

為了滿足業務發展需求，將於最後可行日期至2021年12月31日期間開發的這30款新電熱家用電器型號的詳情如下：

期限	待開發產品	類別	產生的相關設計 及開發成本
自最後可行日期至 2019年12月31日	<ul style="list-style-type: none"> • 一種泵壓式蒸氣熨斗型號 • 兩種蒸氣熨斗型號 • 一種掛熨機型號 • 兩種咖啡機型號 • 一種電蒸鍋型號 	<ul style="list-style-type: none"> 衣物護理 衣物護理 衣物護理 煮食 煮食 	約2.1百萬港元
自2020年1月1日至 2020年12月31日	<ul style="list-style-type: none"> • 六種泵壓式蒸氣熨斗型號 • 三種蒸氣熨斗型號 • 六種咖啡機型號 • 一種冷熱烹調攪拌機型號 	<ul style="list-style-type: none"> 衣物護理 衣物護理 煮食 煮食 	約13.0百萬港元
自2021年1月1日至 2021年12月31日	<ul style="list-style-type: none"> • 兩種泵壓式蒸氣熨斗型號 • 三種咖啡機型號 • 兩種其他煮食電器型號 	<ul style="list-style-type: none"> 衣物護理 煮食 煮食 	約14.8百萬港元
小計			約29.9百萬港元

就咖啡機而言，我們有意(i)升級現有機型，將新增彩顏使用者介面與更多飲用選擇及功能相結合；及(ii)開發我們的第四代全自動咖啡機，融入新的設計理念，包括使其尺寸更細小、使用更方便、可靠性高，並能提供更高品質的咖啡。就泵壓式蒸氣熨斗而言，我們有意(i)升級現有型號，更新數位使用者介面、加大水箱容量並增加多種用途；及(ii)開發尺寸更小的新設計，從而方便存放並提高蒸氣量。每個型號於2021財年的平均設計及開發成本將大大增加，因為我們擬開發(i)兩款更小巧、更易使用、高可靠性及出蒸氣更強勁的新型泵壓式蒸氣熨斗，各款機型的估計設計及開發成本不超過約1.8百萬港元；(ii)三款新型咖啡機，包括我們的第四代全自動咖啡機，可以提供高品質的咖啡，令使用者能夠使用帶奶泡棒功能的新數位控制裝置製作奶泡，各個型號的估計設計及開發成本不超過約2.3百萬港元；及(iii)兩款其他煮食電器，包括專為缺少烹飪知識的使用者而設計的煮食機及蒸氣烤箱，該等煮食電器具有帶自動煮食功能的數位使用者介面，方便初學者及專業人士使用，各個型號的估計設計及開發成本不超過約1.9百萬港元。鑑於上述建議新型號的複雜性，預期模具的成本將升高，因為新型號將包括更多零部件，並且若干零部件的設計及規格將更加複雜。

開發更多新的原設計製造型號的商業理由

根據弗若斯特沙利文報告，推動中國電熱家用電器市場增長的原因包括歐洲消費者生活方式的改變，他們意識到透過煮食保持健康及平衡生活方式的重要性，而歐洲生活方式的改變為設計師和製造商提供了大量的機會來提出新產品概念設計，這有利於擁有強大產品開發能力的中國原設計製造商。我們的董事認為，為了在如此高度分散的行業中把握這一市場趨勢，我們發展的新型電熱家用電器必須關注迎合上述歐洲不斷變化的生活方式，同時使用更安全、更具成本效益的原材料。根據弗若斯特沙利文報告，持續推出採用多樣化先進設計、功能及特性的新型號有助面向不同的客戶群，推動客戶做出購買決策。鑑於自動咖啡機的銷量於2018財年大幅增加，董事相信，我們的第三代全自動咖啡機已經得到市場認可。考慮到不同國家的不同客戶可能會對功能及特性有不同的偏好，我們的董事認為，進一步投資發展新型自動咖啡機(包括調整現時產品設計及發展下一代產品)可推動本集團進一步打入市場，或會帶動對本集團產品需求的增加。我們亦就產品的新功能及新特性向客戶提出建議，並與彼等進行討論，根據我們與客戶的討論，我們相信市場對新型號有需求。

業 務

我們於往績記錄期間收到的客戶詢價數目增加，亦證明了市場對新機型需求的增加。例如，我們於2016財年、2017財年、2018財年及2019年1月1日至最後可行日期期間分別收到了現有和潛在客戶對我們新型原設計製造咖啡機及泵壓式蒸氣熨斗的6次、13次、26次和36次詢價。此等現有及潛在客戶不僅來自歐洲國家，亦來自以色列、日本、台灣、毛里求斯、印度和美國，其中一些客戶最終向我們訂購了新型咖啡機和泵壓式蒸氣熨斗。因此，董事相信，我們將能夠透過開發更多新的原設計製造機型來把握電熱家用電器製造業的市場趨勢。

於往績記錄期間，我們加大了對開發工作的投入，開發了更多新的原設計製造型號，產生的相關設計及開發成本從2016財年約3.2百萬港元增加至2017財年約4.1百萬港元，於2018財年進一步增加至約5.0百萬港元，再加上將於2019財年動用的股份發售所得款項淨額，故於2019財年總計至少研發或在市場上推出15款新的原設計製造型號。在上述用於通過開發新的原設計製造型號來擴展和加強我們的產品範圍的29.9百萬港元中，約40.9%和29.0%將分別用於咖啡機及泵壓式蒸氣熨斗的設計和開發成本，這兩者是我們兩個主要產品類別，即衣物護理電器和煮食電器中的典型產品。

我們將繼續加強研發團隊，招聘經驗豐富的研發專業人才，包括五名機械工程師、一名軟體工程師及兩名產品設計師，來進一步提高我們的電熱家用電器設計開發能力，從而滿足海外市場的客戶需求。下表列出了將利用股份發售所得款項淨額招聘的八名額外研發人員的優先資格、經驗及薪金：

職位	工作地	優先經驗及資格	平均月薪
機械工程師	香港	<ul style="list-style-type: none">大學或同等學歷，產品設計、機械工程、工業設計或相關領域專業有產品設計或開發、工程及電器製造領域經驗者優先考慮	20,000港元
軟體工程師	中國	<ul style="list-style-type: none">技術學院或以上軟體系統開發經驗電路板設計經驗	14,000港元

業 務

職位	工作地	優先經驗及資格	平均月薪
機械工程師	中國	<ul style="list-style-type: none">• 技術學院或以上• 有電器製造領域經驗者優先考慮	14,000 港元
產品設計師	中國	<ul style="list-style-type: none">• 技術學院或以上• 有圖形設計經驗者優先考慮	12,500 港元

我們計劃使用約0.2百萬港元購買3D設計軟體及硬體，從而協助研發團隊加強設計開發能力。

我們的銷售及市場營銷部門將繼續與我們的研發部門密切合作，交流產品標準和客戶偏好，以便更有效地將該等回饋納入我們的產品開發中。

擴大客戶群

我們的董事認為，我們的成功主要建立在我們廣泛的銷售及市場營銷網絡之上。於往績記錄期間，我們五大客戶中的大部份客戶總部均位於歐洲。我們雖未設立任何海外附屬公司或代表處，但會定期參加或參觀本地及國際市場展覽，包括香港春季電子展、香港秋季電子展、迪拜生活博覽會、德國柏林國際廣播展(IFA)以及於中國廣州舉行的廣交會等，以推廣我們的電熱家用電器，尋找潛在客戶。參與市場展覽是我們向潛在海外客戶推廣的主要市場營銷模式之一。此外，我們亦進行實地考察，讓客戶瞭解我們的新產品，並始終掌握海外市場的最新趨勢。未來，我們將努力維持並進一步改善客戶關係，繼續保持我們目前的市場滲透率。

我們計劃使用約8.6百萬港元(或股份發售所得款項淨額的約8.6%)用於擴大客戶群，具體而言即(i)約7.1百萬港元撥用於參加於香港、歐洲及拉美舉辦的展覽，並對現有及潛在海外客戶進行實地考察，以增強我們於國際市場上的地位，擴大我們產品及客戶群的地理覆蓋範圍以及訂閱市場數據以加強我們的銷售活動；(ii)約1.2百萬港元撥用於招聘若干負責發掘潛在客戶的銷售專員來加強我們的市場營銷力度；及(iii)約0.3百萬港元撥用於向現有及潛在客戶提供用於推廣的產品樣品。

對於海外實地考察，我們的員工將留在主要客戶所在國家，與客戶一起參加各種實地考察，以了解客戶的發展情況。與此同時，他們可以為我們的客戶提供相關技術支援，為我們今後的產品開發交流回饋意見。在差旅中，我們的員工還可以深入瞭解我們客戶的業務模式、客戶群和市場文化。我們相信，這會讓我們隨時瞭解客戶不斷變化的需求及最新的市場趨勢。

我們的董事相信，亞洲市場亦有商機。出於此目的，我們有意加強我們的銷售策略，擴大銷售及市場營銷部門的規模，並透過向獨立市場調研分析師獲取所委託市場調研的報告及招聘一至兩名市場營銷專員來發掘商機，該等市場營銷專員將負責識別中國乃至整個亞太地區的潛在客戶。本集團相信成功的銷售策略將有助進一步提升銷量。

升級我們的資訊技術系統

除了設計和開發能力以外，我們設計、開發和製造精密電熱家用電器的能力還取決於資訊技術系統的效能。我們的董事認為，為了提高我們在產品設計、開發和製造方面的整體效率和能力，有必要繼續投資於資訊技術系統。我們投資於各類國際軟體和自主研發的系統來全面有效地改善業務運作。自2005年以來，我們一直在使用全球性的ERP系統SAP，它為我們提供了集中化的綜合管理平台。藉助此類軟體，我們亦可以加強各部門之間的客戶管理和溝通，快速響應供應鏈和採購訂單的變化，以及對我們的存貨控制、生產計劃和物流計劃進行資料分析。

我們計劃使用約5.7百萬港元(或股份發售所得款項淨額的約5.7%)來升級我們的資訊技術系統，具體而言即，約4.4百萬港元將撥用於購置新版本的ERP系統，以涵蓋我們日常運營的更多方面，增進電子資料交換及資料直接連接。

藉助升級並整合後的ERP系統，我們可以提高資訊交換的效率，改善存貨及物流管理，最終提高客戶滿意度。系統升級後，我們擬利用約1.3百萬港元為員工提供有關系統使用及系統基礎架構方面的培訓，還需提供系統維護及系統開發。我們的董事認為，上述軟硬體升級及安裝新的ERP系統將使我們能夠應對業務發展，並優化我們的運營流程。

我們的業務模式

我們是一間先進產品發展商、工業設計者及電熱家用電器製造商和供應商。憑藉逾10年的經營歷史，我們在3D CAD設計、模具製造、塑膠成型、鋁壓鑄、金屬壓制、塗裝和印刷、裝配和測試等方面積累了豐富的知識及經驗。

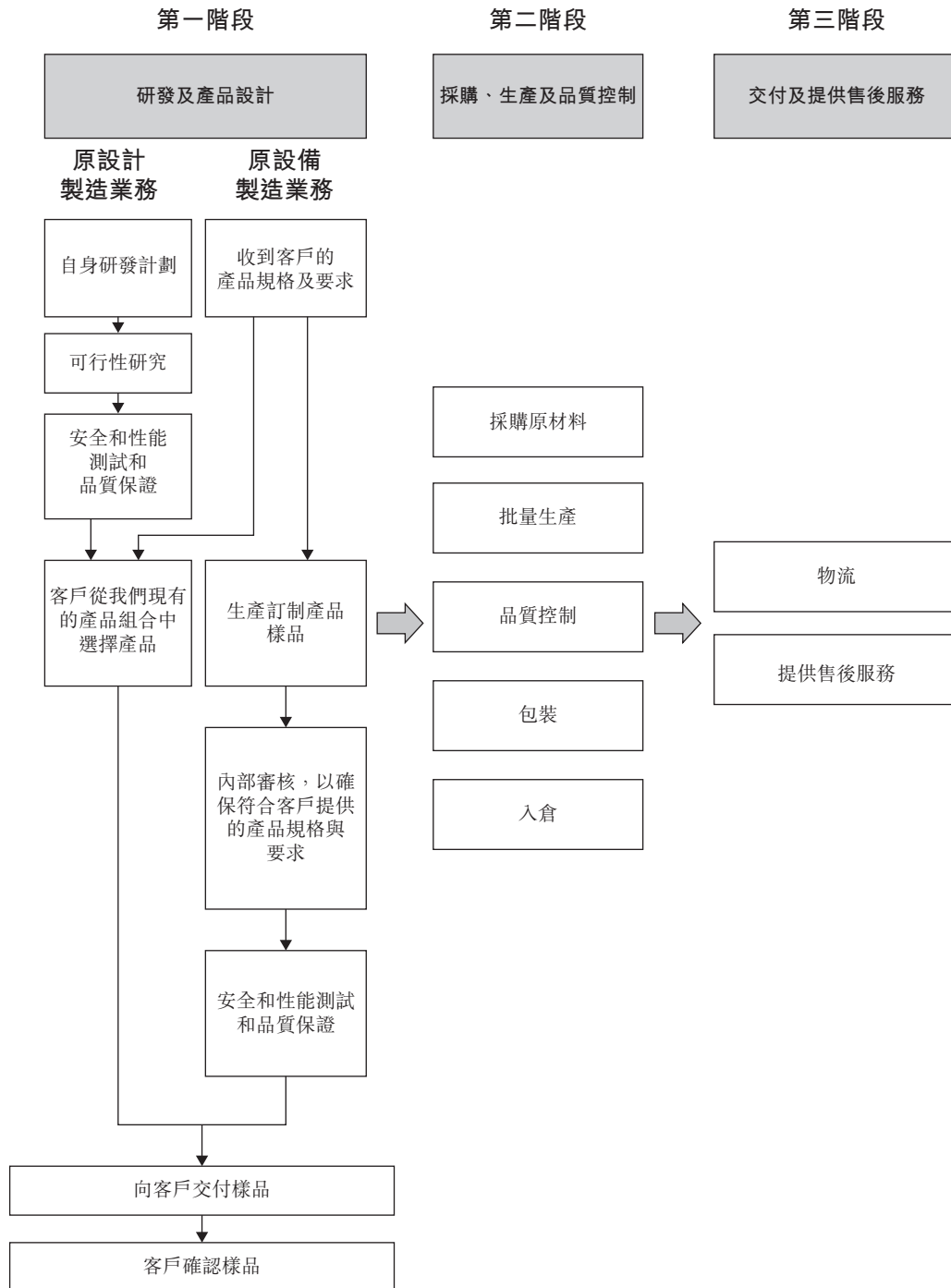
我們專業從事各種高品質電熱家用電器的研究、設計、開發、製造和銷售，該等產品主要銷往海外客戶。與傳統製造業務不同，我們致力於評估我們發起或客戶提供的設計在技術上的可行性，從而將概念轉化為實體產品，我們研發部門於其中的參與程度視情況而定。根據產品的設計圖紙是否由我們發起或由我們的客戶提供，我們的業務可分為兩種業務模式，即原設計製造業務和原設備製造業務。這兩種業務在一般業務運營中的階段類似，均由同一管理團隊及工作人員負責管理和運營。

對於原設計製造業務，我們的產品由我們的研發部門根據我們自己的市場調研及設計能力發起、設計及開發。我們的產品可以製造並銷售給多個客戶。

對於原設備製造業務，我們一般根據客戶的設計概念製造我們的產品，無論客戶是否提供要求及規格。在某些情況下，倘客戶未向我們提供制定生產計劃所需的產品詳細規格、要求及／或設計概念，並提供足夠的詳細信息以便能夠製造所有必要的組件，或者在某些情況下我們的研發部門認為產品的設計圖紙可根據業內最新知識進一步加強設計方案，則我們的研發部門將與客戶密切合作，調整、修改或替代相關的規格、要求及／或設計概念。於原設備製造業務模式下，我們的產品通常製造並銷售給提供設計圖紙的特定客戶。

業 務

下圖說明了我們整體經營的業務模型：



第一階段 — 研發及產品設計

為了響應及預測行業及市場環境的變化，我們的銷售及市場營銷部門將與客戶進行溝通並開展市場調查，以不時評估分析行業及市場環境。我們的銷售及市場營銷部門與我們的研發部門密切合作，不時交流市場趨勢和技術方面的資訊。

對於原設計製造業務，我們的研發部門將根據客戶反饋或我們銷售及市場營銷部門的調查結果製定改進現有產品或開發新產品的提議。我們還開展知識產權檢查，審查相關技術文件，確保我們不會侵犯任何現有的知識產權。提議經董事會批准後，我們的研發部門將開展產品工業設計、進行3D CAD設計及製造用於可行性研究的原型。其後，我們將為改進後的產品或新產品進行模具製造並生產一些樣品。然後，我們將製定品質保證計劃，並對樣品進行性能和安全各方面的測試。倘若樣品滿足我們所需的性能、可靠性和安全性要求，我們會將這些產品納入到我們的產品組合中。

對於原設備製造業務，我們的客戶通常會向我們提供他們有意購買的電熱家用電器的規格、要求和／或設計概念。倘若客戶自己提供產品設計，我們的銷售及市場營銷部門可以建議他們使用我們的技術來實現和／或完善他們的產品設計。倘若客戶同意我們的建議，我們會將設計與規格及要求一起轉給我們的生產部門，以生產擬設計的產前樣品，以供客戶評價和批准。我們的銷售及市場營銷部門以及我們的生產部門也將制定生產計劃，包括預算、時間表、資源分配安排等，並透過報價回覆我們的客戶。

倘若客戶對產品沒有確切的開發計劃，我們的銷售及市場營銷部門將介紹他們從我們現有的產品組合中選擇他們想要的產品，我們將向他們發送一些樣品以供確認及批准。我們還可以透過對現有產品進行調整、更改或修改來滿足客戶的要求。

倘若我們現有的產品都不能滿足客戶的要求或滿足他們提供的產品規格、要求或產品概念，我們也有能力為客戶設計、開發及製造定制產品。我們的研發部門將根據客戶提供的產品規格和要求，進行新產品工業設計、製作定制原型、制定產品藍圖，並進行3D CAD設計及模具製造。然後我們的生產部門將生產少量樣品。我們將對這些樣品進行內部審核，確保它們符合我們客戶的要求。與我們自行設計時類似，我們將製定品質保證計劃，並對樣品進行性能和安全各方面的測試。一旦我們對內部審核的樣品感到滿意，我們會將其發送給客戶進行確認及批准。我們的研發部門將根據客戶的回饋對原型進行調整和修改。

第二階段 — 生產過程

在收到客戶的正式採購訂單後，我們將透過ERP系統制定生產計劃及進度表。我們的採購部門將檢查我們自己的存貨，以確認我們是否有足夠的原材料進行批量生產，並從供應商處採購必要的原材料。我們的生產部門將根據生產計劃及進度表，依據確認的樣品進行批量生產。根據我們自己勞力資源的可用情況與生產計劃及進度表，我們可能會將生產流程的若干部份外包給第三方分包商，以實現我們的生產優化。儘管如此，於往績記錄期間，我們並未將生產過程的任何部份外包給第三方分包商，而是將整個生產過程保留在我們的惠州工廠，以確保我們產品的品質，因為董事認為，憑藉我們對高技術品質的追求，我們的產品得以達到發達國家的嚴格品質及安全標準。

我們始終重視產品品質，嚴格執行苛刻的國際安全標準以及客戶的規格和要求。我們的產品包括各類電熱家用電器，我們的客戶都知道它們在品質、安全性、外觀和耐用性方面都表現出色。

我們的董事相信，我們產品的卓越品質離不開本集團對打造全面品質保證及控制體系的用心投入。我們的品質保證部門負責監控生產過程的每個步驟，確保零部件與樣品產品保持一致。為了進一步確保我們的成品符合所有適用的環境標準並且安全可靠，我們的品質保證部門還將在包裝前對每件成品進行品質控制測試。關於詳情，請參閱本節「品質保證及控制」部份。

我們根據客戶的要求及規格對產品進行包裝。然後將包裝好的產品轉移到我們的倉庫，供客戶進行最終檢驗。

第三階段 — 交付及提供售後服務

我們的客戶通常會派遣自己的品質檢驗員或聘請獨立檢驗員前往我們的倉庫對成品進行品質檢驗。一旦成品滿足客戶的要求，我們的客戶通常將向我們發出證明書，以表明產品已獲准裝運。然後我們會安排外部物流公司將包裝好的產品運送到我們客戶指定的裝貨港或貨運代理商處。我們將為客戶提供包裝、零件供應、認證及相關技術支援等售後服務。

原設計製造和原設備製造業務

憑藉逾10年的經營歷史，本集團已開發出一套獨特的生產專門技術，能確保產品的品質、功能、外觀和價格，贏得客戶的忠誠度。我們為客戶提供「一站式」生產解決

業 務

方案，包括產品設計和開發、原材料採購、製造、品質保證、包裝和交付。取決於我們的客戶是否需要我們設計和開發產品，我們的主要業務板塊可以分為原設計製造業務和原設備製造業務。

對於原設計製造業務，我們的產品由我們的研發部門根據客戶的總體概念及我們自己的設計能力進行設計及開發。就收益而言，於往績記錄期間屬於原設計製造業務的主要產品包括咖啡機、蒸氣熨斗及泵壓式蒸氣熨斗。

對於原設備製造業務，我們一般根據客戶的設計概念及其要求及規格製造我們的產品。在某些情況下，如果客戶未向我們提供製定生產計劃所需的產品詳細規格、要求及／或設計概念，我們的研發部門將與客戶密切合作，調整、修改或變換相關的規格、要求及／或設計概念。就收益而言，於往績記錄期間屬於原設計製造業務的主要產品包括嬰兒食物蒸煮攪拌機、蒸氣熨斗及泵壓式蒸氣熨斗。

下表列出於往績記錄期間按業務板塊劃分的收益及毛利明細：

	2016財年		2017財年		2018財年		2018年前四個月		2019年前四個月	
	收益		收益		收益		收益		收益	
	港幣千元	佔總額 百分比	港幣千元	佔總額 百分比	港幣千元	佔總額 百分比	港幣千元	佔總額 百分比	港幣千元	佔總額 百分比
原設計製造業務	166,328	46.1	151,145	42.1	213,911	57.3	48,307	45.3	94,807	65.6
原設備製造業務	194,743	53.9	207,656	57.9	159,551	42.7	58,256	54.7	49,755	34.4
合計	<u>361,071</u>	<u>100.0</u>	<u>358,801</u>	<u>100.0</u>	<u>373,462</u>	<u>100.0</u>	<u>106,563</u>	<u>100.0</u>	<u>144,562</u>	<u>100.0</u>

	2016財年		2017財年		2018財年		2018年前四個月		2019年前四個月	
	毛利		毛利		毛利		毛利		毛利	
	港幣千元	毛利率 %	港幣千元	毛利率 %	港幣千元	毛利率 %	港幣千元	毛利率 %	港幣千元	毛利率 %
原設計製造業務	49,296	29.6	46,191	30.6	61,909	28.9	11,833	24.5	29,718	31.3
原設備製造業務	57,859	29.7	59,400	28.6	43,436	27.2	13,896	23.9	15,395	30.9
合計	<u>107,155</u>	29.7	<u>105,591</u>	29.4	<u>105,345</u>	28.2	<u>25,729</u>	24.1	<u>45,113</u>	31.2

於2016財年、2017財年、2018財年及2019年前四個月，我們的原設計製造業務收益分別約為166.3百萬港元、151.1百萬港元、213.9百萬港元及94.8百萬港元，分別佔相應期間總收益的46.1%、42.1%、57.3%及65.6%。於2016財年、2017財年、2018財年及2019年前四個月，我們的原設備製造業務的收益分別為194.7百萬港元、207.7百萬港元、159.6百萬港元及49.8百萬港元，相當於相應期間總收益的53.9%、57.9%、42.7%及34.4%。

我們的產品

於往績記錄期間，我們為客戶研究、設計、開發、製造及供應電熱家用電器。我們的電熱家用電器可分為兩類，即(i)衣物護理電器，如泵壓式蒸氣熨斗、蒸氣熨斗和掛熨機等；及(ii)煮食電器，如咖啡機、蒸煮機及其他煮食電器。幾乎所有該等產品均採用熱動力學技術，該技術涉及熱能與其他形式能量相互轉換的物理過程及測量以及熱能影響物質狀態(例如水與蒸氣)的方式。

下表列出了我們不同類別產品的收益、銷量和單位平均售價明細：

	2016財年 收益		2017財年 收益		2018財年 收益		2018年前四個月 收益		2019年前四個月 收益	
	港幣 千元	佔總額 百分比	港幣 千元	佔總額 百分比	港幣 千元	佔總額 百分比	港幣 千元	佔總額 百分比	港幣 千元	佔總額 百分比
衣物護理電器										
— 泵壓式蒸氣熨斗	71,210	19.7	55,791	15.6	70,745	18.9	23,605	22.2	15,232	10.5
— 掛熨機	44,025	12.2	44,988	12.5	11,970	3.2	7,562	7.1	2,117	1.5
— 蒸氣熨斗	119,383	33.1	106,251	29.6	88,853	23.8	29,777	27.9	30,240	20.9
衣物護理電器小計	234,618	65.0	207,030	57.7	171,568	45.9	60,944	57.2	47,589	32.9
煮食電器										
— 咖啡機	21,499	6.0	38,924	10.8	115,155	30.8	7,450	7.0	72,444	50.1
— 蒸煮機 ^(附註1)	87,342	24.1	97,879	27.3	74,904	20.1	31,995	30.0	17,951	12.4
— 其他煮食電器 ^(附註2)	14,383	4.0	14,372	4.0	11,656	3.1	6,020	5.7	6,487	4.5
煮食電器小計	123,224	34.1	151,175	42.1	201,715	54.0	45,465	42.7	96,882	67.0
其他 ^(附註3)	3,229	0.9	596	0.2	179	0.1	154	0.1	91	0.1
合計	361,071	100.0	358,801	100.0	373,462	100.0	106,563	100.0	144,562	100.0

業 務

	2016財年		2017財年		2018財年		2018年前四個月		2019年前四個月	
	銷量 千件	單位平均 售價 港元	銷量 千件	單位平均 售價 港元	銷量 千件	單位平均 售價 港元	銷量 千件	單位平均 售價 港元	銷量 千件	單位平均 售價 港元
衣物護理電器										
— 泵壓式										
蒸氣熨斗	242	294.7	177	315.4	192	368.6	63	372.4	43	353.8
— 掛熨機	390	112.8	423	106.5	107	112.0	67	112.7	16	129.7
— 蒸氣熨斗	899	132.8	778	136.5	674	131.8	214	139.3	230	131.5
衣物護理電器小計	1,531	153.3	1,378	150.2	973	176.3	344	177.0	289	164.4
煮食電器										
— 咖啡機	30	713.2	40	965.3	94	1,228.7	10	758.1	61	1,190.3
— 蒸煮機 ^(附註1)	460	189.8	515	190.2	383	195.6	166	192.5	87	206.0
— 其他煮食 電器 ^(附註2)	62	232.0	64	223.9	49	235.3	24	257.4	25	257.7
煮食電器小計	552	223.1	619	244.2	526	383.3	200	228.0	173	559.4
其他 ^(附註3)	17	190.8	4	157.7	1	149.2	1	131.5	1	208.7
合計	2,100	171.9	2,001	179.3	1,500	248.9	545	195.6	463	312.2

附註：

- (1) 蒸煮機指電蒸鍋及嬰兒食物蒸煮攪拌機。
- (2) 其他煮食電器指冷熱烹調攪拌機及溫奶器。
- (3) 其他主要指消費電子產品、清潔產品和空氣淨化器。

於往績記錄期間，我們的業務經歷了穩定增長。2016財年、2017財年、2018財年及2019年前四個月我們的收益分別約為361.1百萬港元、358.8百萬港元、373.5百萬港元及144.6百萬港元。該增長歸因於咖啡機銷售量大幅增加，而這主要是因為新推出的全自動咖啡機型號備受客戶認可。

業 務

2016財年、2017財年、2018財年及2019年前四個月，本集團銷售的衣物護理電器的毛利率分別約為30.0%、28.7%、27.0%及29.5%；同期煮食電器的毛利率分別約為29.2%、30.5%、29.2%及32.1%。下表列出我們不同類別產品的毛利及毛利率明細：

	2016財年		2017財年		2018財年		2018年前四個月		2019年前四個月	
	毛利 港幣千元	毛利 率%	毛利 港幣千元	毛利 率%	毛利 港幣千元	毛利 率%	毛利 港幣千元	毛利 率%	毛利 港幣千元	毛利 率%
衣物護理電器										
— 泵壓式蒸氣熨斗	22,738	31.9	16,618	29.8	20,867	29.5	6,014	25.5	4,750	31.2
— 掛熨機	12,235	27.8	12,313	27.4	3,010	25.1	1,704	22.5	552	26.1
— 蒸氣熨斗	<u>35,452</u>	29.7	<u>30,399</u>	28.6	<u>22,433</u>	25.2	<u>6,857</u>	23.0	<u>8,720</u>	28.8
衣物護理電器小計	70,425	30.0	59,330	28.7	46,310	27.0	14,575	23.9	14,022	29.5
煮食電器										
— 咖啡機	6,106	28.4	11,588	29.8	35,420	30.8	1,974	26.5	23,736	32.8
— 蒸煮機 ^(附註1)	25,916	29.7	30,637	31.3	20,546	27.4	7,736	24.2	5,562	31.0
— 其他煮食 電器 ^(附註2)	<u>3,923</u>	27.3	<u>3,896</u>	27.1	<u>3,032</u>	26.0	<u>1,414</u>	23.5	<u>1,773</u>	27.3
煮食電器小計	35,945	29.2	46,121	30.5	58,998	29.2	11,124	24.5	31,071	32.1
其他 ^(附註3)	<u>785</u>	24.3	<u>140</u>	23.5	<u>37</u>	20.7	<u>30</u>	19.6	<u>20</u>	21.7
合計	<u>107,155</u>	29.7	<u>105,591</u>	29.4	<u>105,345</u>	28.2	<u>25,729</u>	24.1	<u>45,113</u>	31.2

附註：

- (1) 蒸煮機指電蒸鍋及嬰兒食物蒸煮攪拌機。
- (2) 其他煮食電器指冷熱烹調攪拌機及溫奶器。
- (3) 其他主要指消費電子產品、清潔產品和空氣淨化器。

衣物護理電器

在衣物護理電器板塊，泵壓式蒸氣熨斗、蒸氣熨斗和掛熨機為最暢銷的家電產品。與傳統的蒸氣熨斗相比，泵壓式蒸氣熨斗一般配備有較大的獨立水箱及蒸發器，可以快速將水加熱並產生更高的蒸氣壓力，熨燙時間更長，熨燙速度更快，並且避免了頻繁補水帶來的不便。此外，先進高端的泵壓式蒸氣熨斗為使用者帶來很多好處，例如(i)適用於各種面料，如羊毛、棉、絲和亞麻等；(ii)高壓、高溫和高蒸氣強勁等特性提升熨燙效果；及(iii)更衛生，除塵和殺菌效果更佳。與蒸氣熨斗相比，某些泵壓式蒸氣熨斗具有附加功能及特性，例如加熱過程中熨斗的內置清潔功能、針對窗簾及外套等物品的垂直熨燙選項以及安全功能(如內置自動關閉功能)。



泵壓式蒸氣熨斗



蒸氣熨斗



掛熨機

於2016財年、2017財年、2018財年及2019年前四個月，我們衣物護理電器的銷售額分別約為234.6百萬港元、207.0百萬港元、171.6百萬港元及47.6百萬港元，分別約佔總收益的65.0%、57.7%、45.9%及32.9%。同期，衣物護理電器的銷售量分別約為150萬件、140萬件、100萬件及289,000萬件，衣物護理電器的單位平均售價分別為153.3港元、150.2港元、176.3港元及164.4港元。

煮食電器

根據弗若斯特沙利文報告，電熱家用電器廣泛應用於廚房。隨著油炒、油炸和油煎時植物油使用的增加，烹飪過程中會產生大量不健康甚至有毒的物質。由於植物油在高溫下會產生大量對身體有影響的自由基，因此蒸煮被認為是各種煮食方法中最健康的方法。此外，蒸煮有助於殺死細菌，同時保留食物中的營養。



咖啡機



冷熱烹調攪拌機



電蒸鍋

於2016財年、2017財年、2018財年及2019年前四個月，我們煮食電器的銷售額分別約為123.2百萬港元、151.2百萬港元、201.7百萬港元及96.9百萬港元，分別約佔總收益的34.1%、42.1%、54.0%及67.0%。同期，煮食電器的銷量分別約為552,000件、619,000件、526,000件及173,000件，煮食電器的單位平均售價分別為223.1港元、244.2港元、383.3港元及559.4港元。

於往績記錄期間，咖啡機銷售收益大幅增長，從2016財年的約21.5百萬港元增加至2017財年的約38.9百萬港元，於2018財年進一步增加至約115.2百萬港元。2019年前四個月，我們咖啡機的銷售額約為72.4百萬港元。同期，咖啡機的銷量分別約為30,000件、40,000件、94,000件及61,000件，咖啡機的單位平均售價分別為713.2港元、965.3港元、1,228.7港元及1,190.3港元。

我們的董事認為，隨著消費升級以及新興地區(如中國)咖啡需求的增加，咖啡機的需求預計將繼續快速增長。由於可支配收入增加，西方消費習慣的普及以及青少年對咖啡偏好的增強，新興地區咖啡機市場的機會也比比皆是。根據弗若斯特沙利文報告，消費者還傾向於使用具有方便使用特徵(如一按式控制輕巧設計)的咖啡機在家中或辦公室製作優質咖啡。

季節性

董事認為，我們的業務及收益均不存在任何重大季節性影響。於往績記錄期間，我們於中國新年期間錄得相對較低的收益及毛利。我們認為，此乃主要歸因於我們的惠州工廠於節日期間關閉，而我們於同期仍會產生若干固定成本，如折舊及間接成本。因此，我們於2018年前四個月錄得較低的毛利率，即約24.1%。有鑒於此，就本集團而言，對整個財政年度內不同期間毛利率及經營業績的比較可能並無意義，亦不應依賴其作為衡量本集團業績的指標。就2019年前四個月而言，中國新年假期的影響被咖啡機(毛利率相對較高)銷售量的增長所掩蓋。

定價政策

我們給客戶的產品價格基於產品要求以及我們與客戶的合作情況。我們會考慮諸多因素，包括訂單量、原材料和配件成本、產品的獨特性、人工成本、加工成本、產品規格和生產交付週期。對客戶報價的加價幅度則基於(i)技術要求；(ii)產品規格；及(iii)預期銷售量。一般而言，我們不向客戶提供折扣。

研發

我們的董事認為，電熱家用電器依賴於快速的技術進步，並且易受市場趨勢和需求變化的影響。為了跟上不斷發展的技術進步並獲取最新的市場資訊，本集團已投入研發，以便能夠及時應對並預測電熱家電製造業和市場環境的變化，增強我們的競爭力。根據歐洲以消費者為導向的在線搜索工具(由歐盟委員會資助)的紀錄，我們生產的咖啡機於2018年7月在能耗等級方面排名第一。

我們的研發部門有逾40名成員，包括工程師、設計師和技術人員，由我們的工程總監朱明德先生和研發總監李伯文先生以及設計總監潘正正先生領導。彼等於產品工程、檢驗、開發或相關領域皆擁有至少20年經驗。關於我們的高級管理層於研發方面資歷及工作經驗的詳情，請參閱本招股章程「董事及高級管理層」一節。

我們的大多數設計師和工程師畢業於大學或技術學院的機械工程、電子工程和平面設計專業或其他相關專業，並且在電熱家用電器的軟硬體設計方面經驗豐富。

我們的研發活動包括開發或應用電熱家用電器方面的新技術，增強現有產品，調查最終使用者需求，進行市場走訪和探索新技術等。我們非常重視產品開發、電熱家用電器的改進以及工廠和機械的生產工藝，以應對客戶需求的變化。我們致力於評估客戶提供或我們開發的設計在技術上的可行性，從而將設計概念轉化為實體產品。我們的設計團隊利用先進的設計軟體輔助我們的產品開發過程，例如CAD繪圖、工業設計繪圖、3D渲染及電子和印刷電路板佈局設計等。

我們主要致力於開發及／或應用新技術和新產品，擴大產品組合，並在外觀、尺寸、功能和生產成本方面改進現有產品。於最後可行日期，我們至少有20款新產品或升級型號將於2019財年研發或在市場上推出，包括但不限於泵壓式蒸氣熨斗、電子蒸氣熨斗、掛熨機、咖啡機、嬰兒食物蒸煮攪拌機及電蒸鍋。一些新技術，如易更換配件、微型泵、雙向閥、LED觸摸屏、薄膜晶體管液晶顯示器和雙NTC控制器，將應用於這些新產品或升級型號。

業 務

憑藉逾10年的經營歷史，我們開發了不同方面的技術，為客戶創造和生產先進的產品。我們在運營中使用的關鍵技術包括：

類別	技術	詳情
熱動力學	蒸氣和溫度控制 (專利號ZL201720306305.4)	蒸氣熨斗主體有一套蒸發器和溫度傳感器，可根據溫度調節蒸氣量，包括一個額外的蒸氣按鈕，用於啟動更高的蒸氣輸出率
	加熱元件斷電觸發器 (專利號ZL201721256003.7)	一旦蒸發器溫度超過預設值，加熱元件將斷電，以免保險絲熔斷
	防過熱裝置 (專利號ZL201720988109.X)	溫度控制系統會監測和控制加熱元件，當底板加熱到預設溫度時，停止或減慢加熱過程，防止過度超溫
泵壓力	直流電磁泵 (專利號ZL201621491748.7)	配有直流電磁泵的蒸氣熨斗可以減少振動和噪音
	直角設計 (專利號ZL201721042805.8)	直流電機和電磁泵設置成直角，從而減少安裝空間，減小產品尺寸
電動	防溢系統 (專利號ZL201420815956.2)	烹調攪拌機容器的上方裝有檢測器，一旦檢測到溢出，將停止加熱元件的加熱過程
咖啡沖泡系統	沖泡系統 (專利號ZL200910174566.5)	咖啡機的沖泡裝置包括沖泡插入部件、沖泡底座和扣合組件。在咖啡機的沖泡裝置中，沖泡底座和沖泡插入部件分開設置，扣合組件位於其間，使得沖泡底座和沖泡插入支架在沖泡咖啡時處於緊扣狀態，防止咖啡漏出，確保咖啡機的安全使用
	過濾壓力控制系統 (專利號ZL200880017144.0)	此系統可以在沖泡過程中控制壓力，避免過度擠壓

類別	技術	詳情
電子控制	神奇蒸氣 (專利號ZL201420177619.5)	一種溫度控制裝置，用於監測底板的溫度並將溫度限制在100° C至150° C，其中蒸氣釋放速度不超過每分鐘50克。該專利能讓使用者在標準水平下安全輕鬆地熨燙絕大多數衣物，並且不需要添加額外的隔熱裝置，卻仍能達致優異的蒸氣輸出效果
	注水系統 (專利號ZL201721113745.4)	閥門連接主體和底座，因此使用者無需在其間插入任何水管。這兩個設備可以單獨使用，有利於使用者的日常操作，增加便利性
使用者介面 程式設計	溫控面板 (專利號ZL201621389907.2)	蒸氣熨斗的控制面板配有輕觸按鈕，可連續循環選擇溫度水平，靈活性更高，所需空間更小
	LED控制面板 (專利號ZL201721191995.X)	控制面板設有透明控制區。開啟電源時，控制面板的指示燈將會切換，以便使用者輕鬆識別控制面板上的按鈕

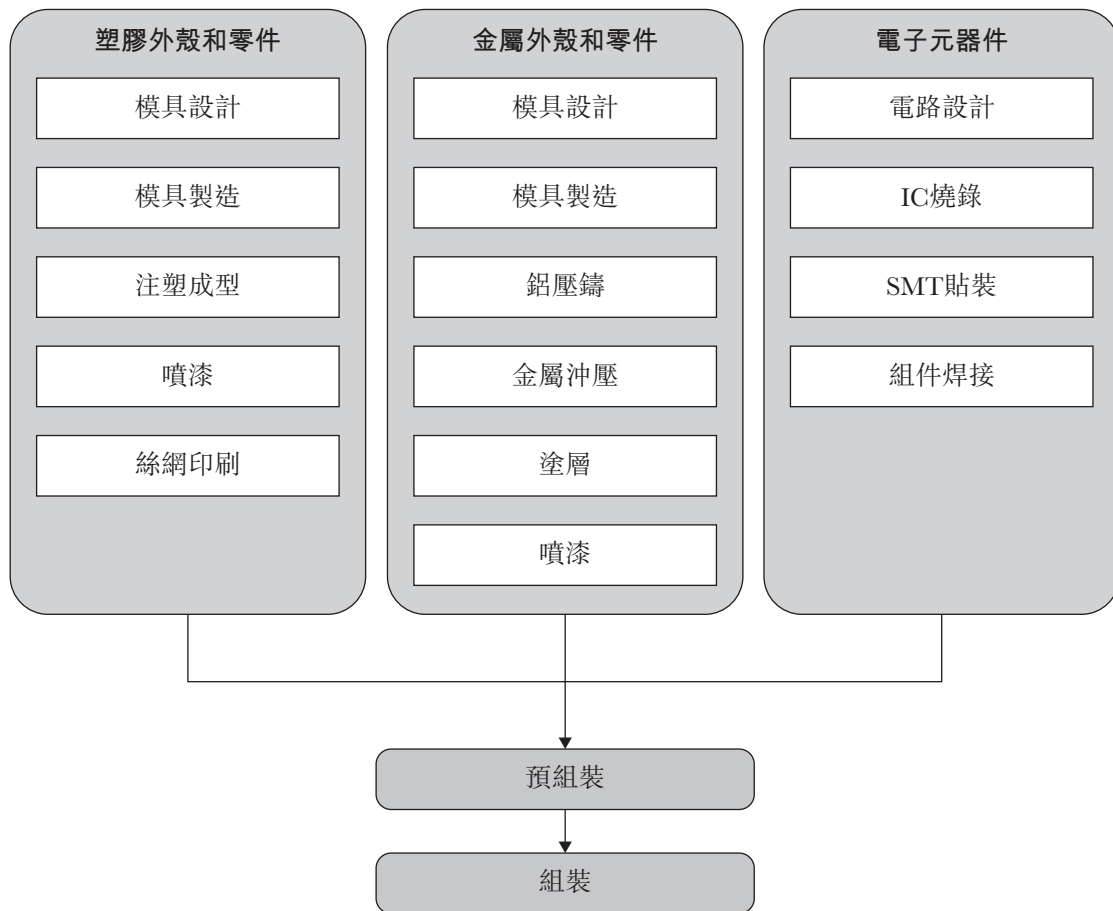
此外，惠州工廠的電熱家用電器生產流程採用了各種專有技術和工藝。我們在生產流程中使用的主要專有技術和工藝包括：

專有技術／工藝	詳情
注塑成型	塑膠外殼和零件製造
金屬沖壓	金屬零件製造
鋁壓鑄	底板和蒸發器製造
熱板／感應焊接	蒸氣熨斗水箱製造
自動靜電噴塗系統	裝飾件噴漆
自動點膠系統	底板製造
自動蒸氣促進劑噴灑系統	底板用噴灑蒸氣促進劑
激光蝕刻	清潔或標識蝕刻
自動測試系統	咖啡機批量生產過程中的品質控制流程

於往績記錄期間，研發開支分別約為4.5百萬港元、9.6百萬港元、8.0百萬港元及2.7百萬港元，約佔總收益的1.3%、2.7%、2.1%及1.9%。

我們的生產及生產設施

對於典型的生產過程，將成品交付給客戶通常需要60-90天。以下流程圖概述了本集團典型生產過程的主要工作流程：



塑膠外殼和零件

我們將根據客戶提供的或研發部門設計的藍圖準備模具設計，並將設計交給外部模塑製造商生產模具。模具將用於注塑成型。塑膠或酚醛材料將被注入設計好的模具中，加熱並重新形成所需的形狀，來製造不同尺寸及規格的塑膠外殼(電器的外殼)、外罩及零件。為了提高生產品質並保證工人安全，我們使用自動機器人協助注塑成型流程。

噴漆和絲網印刷可用作裝飾技術，用於在產品表面加上特定的顏色、標識和品牌。

金屬外殼和零件

與塑膠外殼及零件類似，我們將準備模具設計並要求外部模塑製造商根據設計製造模具，用於鋁壓鑄和金屬沖壓程序。對於鋁壓鑄，生產部門會在鋁爐中將鋁錠加熱到其熔點，在高壓下將熔融鋁注入所需的鋼模中，製備金屬零件。對於金屬沖壓，我們將金屬平板放入沖壓機中，其中模具和曲面會在物理上將金屬塑成淨形狀。

倘若客戶要求產品的表面不粘、低摩擦、高耐熱，我們會在組裝前給材料加上陶瓷塗層。然後，根據客戶的規格和要求噴塗金屬部件進行裝飾。

電子元器件

為了使產品能夠以所需的功能運行，我們的工程師將負責設計軟體並將計算機程式轉移到集成電路中。工程師們會與客戶合作，對產品進行全面的測試，獲得詳細的回饋，並定期與客戶溝通，使產品符合他們的要求和規格。

對於焊接工藝，我們透過SMT貼片機將電子元件安裝到印刷電路板(PCB)上。然後，工人將帶有引線的元件焊接並裝入PCB中的孔中，從而將大型元件插入PCB。經過上述流程，我們再往PCB上噴塗絕緣油，確保其穩定運行。品質保證部門將進一步使用光學檢測機來測試PCB上電子元件的電性能以及元器件之間的電子連接。

預組裝

我們集合上述零部件，特別是電氣元件，組合成更大的單元。品質保證人員負責對預組裝單元進行生產過程品質控制檢查。

組裝

帶有外殼和其他部件的上述預組裝單元將被轉移到組裝線上進行最終組裝和檢查。零件和配件將根據客戶的規格和要求組裝成製成品。

為確保產品品質，我們的品質保證部門將在包裝前對每個成品進行外觀、安全和性能測試以及品質保證檢查。有關詳情，請參閱本節「品質保證及控制」部份。

生產設施和倉庫

我們的生產設施和倉庫位於惠州工廠，擁有八幢樓宇，總建築面積為73,650.04平方米。關於我們物業的詳情，請參閱本節「物業」部份。

我們已有各種機械，如注塑成型機、壓鑄機、SMT貼片機、沖壓機、酚醛注塑成型機及自動光學檢測機，適用於生產過程中的不同階段。我們還擁有橋式起重機，用於在我們的生產車間中移動模具及零件。根據本集團的會計政策，我們機器的預期使用年限大約為10年。我們購買的若干主要機器為二手機器，於最後可行日期已使用超過10年，儘管預期使用年限為10年。下表列出於最後可行日期我們生產過程中使用的主要機器詳情：

機器類型	功能	平均服務年限	數量 (台)
注塑成型機	塑膠外殼、外殼和零件製造	超過10年	119
酚醛注塑成型機	酚醛塑膠零件製造	超過10年	8
橋式起重機	將模具及零件於不同生產過程或存放位置間轉移	7年	10
壓鑄機	底板和蒸發器製造	超過10年	7
熔鋁爐	鋁合金熔煉	5年	7
沖壓機	沖壓和壓印平板材料，以產生成形特徵	超過10年	64
SMT貼片機	將表面貼裝器件(SMD)元件貼裝到PCB半成品上	超過10年	4
自動光學檢測機	半成品的自動視覺檢測	3年	2
自動噴漆系統	將塗層材料噴塗到酚醛塑膠零件、塑膠外殼以及其他塑膠殼體和零件的表面	超過10年	1

產能

於往績記錄期間，我們製造14種主要類別的電熱家用電器及每個主要類別中眾多不同型號的其他產品，每款產品均包含多個塑膠外殼及零件、金屬外殼及零件以及電子元件，待組裝在一起形成單個產品。由於我們產品組合的多樣性，並且鑑於我們大多數機器，特別是注塑成型機(不包括只能由某些大型注塑成型機製造的某些大型塑膠外殼及殼體)，均比較靈活，可用於生產不同規格的不同零部件。董事認為，於往績記錄期間難以準確估計我們的產能及各產品的產能利用率。

在我們的產品組合中，泵壓式蒸氣熨斗及咖啡機均為我們主要產品類別(即衣物護理電器及煮食電器)中尺寸最大的產品。我們的咖啡機及泵壓式蒸氣熨斗因其各自的功能及特性包括相對更多的零部件。例如，典型的咖啡機包含大約50個子組件單元，共計有超過300個零部件需要於生產過程中組裝在一起，而典型的泵壓式蒸氣熨斗總共包含180多個零部件。

雖然我們的大型注塑成型機可以用來製造不同產品的各種外殼及零件，但為了優化產能，我們只用它來生產泵壓式蒸氣熨斗及咖啡機的塑膠外殼，因為泵壓式蒸氣熨斗及咖啡機的尺寸相對較大，並且其塑膠外殼採用一體式製造方法，與其他電器相比，不能由若干小型塑膠外殼組裝。因此，於往績記錄期間這兩類產品僅能由大型注塑成型機製造。其後，我們於往績記錄期間使用中小型注塑成型機製造我們其他產品的塑膠外殼以及我們所有產品的所有零部件。

鑑於注塑成型機的上述限制，我們的生產部門於設計生產計劃時始終優先生產泵壓式蒸氣熨斗及咖啡機的塑膠外殼。因此，董事認為，泵壓式蒸氣熨斗及咖啡機的塑膠外殼製造是我們生產過程中的瓶頸。因為這些流程的產能很大程度上決定了相關產品的產量，除非我們提升這些瓶頸生產過程的產能，否則我們便無法在生產中進一步處理或利用其他非瓶頸生產過程的閒置產能。

業 務

由於我們的整體產能受到上述瓶頸的限制，我們將生產塑膠外殼的大型注塑成型機的生產量作為我們產能及生產利用率的指標。僅出於說明目的，下表分別列出了2016財年、2017財年、2018財年及2019年前四個月的理論最大產能、實際產量和利用率：

	2016財年	2017財年	2018財年	2019年 前四個月
咖啡機				
理論最大產能(件)	38,123	45,747	117,683	77,350
實際產量(件)	31,208	38,574	101,619	69,809
生產利用率(%)	81.9	84.3	86.4	90.3
泵壓式蒸氣熨斗				
理論最大產能(件)	259,233	250,084	201,201	72,800
實際產量(件)	241,392	180,256	188,776	39,458
生產利用率(%)	93.1	72.1	93.8	54.2

附註：

1. 產能的計算方法是將塑膠外殼理論上的最大日產能乘以計入中國新年假期的影響後當年的計劃生產天數(26天×11.5個月)。理論最大日產能乃根據大型注塑成型機在生產咖啡機塑膠外殼的最佳生產速度下每小時約38件的產出數量，按每天22小時計算而得，並計入同一注塑成型機在固定時間期限內生產泵壓式蒸氣熨斗塑膠外殼的平均產量為生產咖啡機塑膠外殼的1.2倍。
2. 生產利用率的計算方法是將當年的實際產量除以當年的理論最大產能。
3. 某些大型注塑成型機可同時用於製造泵壓式蒸氣熨斗和咖啡機的塑膠外殼。咖啡機及泵壓式蒸氣熨斗的理論最大產能乃根據管理層按照我們從客戶處收到的當時最新已確認訂單釐定的各個產品的機器運轉時間分配情況分別計算得出。

業 務

或者，僅出於進一步說明目的，下表分別載列了基於有關工作時數及機器時數可得資料，2016財年、2017財年、2018財年及2019年前四個月我們於生產過程中所用大型注塑成型機的理論最大產能、實際產量和利用率：

	2016財年			2017財年			2018財年			2019年前四個月		
	理論 最大產能	實際 使用量	生產 利用率	理論 最大產能	實際 使用量	生產 利用率	理論 最大產能	實際 使用量	生產 利用率	理論 最大產能	實際 使用量	生產 利用率
	(小時)	(小時)	(%)	(小時)	(小時)	(%)	(小時)	(小時)	(%)	(小時)	(小時)	(%)
大型注塑成型機	6,578	6,067	92.2	6,578	4,906	74.6	7,722	7,134	92.4	4,004	2,940	73.4

附註：

1. 理論最大產能按機器時數計算，機器時數則由使用的機器總數目乘以每日機器時數(10至11個小時x 2班次)及計劃生產天數(26天x 11.5個月(年內)/26天x 3.5個月(2019年前四個月))計算得出(計及中國新年假期的影響及年內機器總數目的變動)。
2. 實際使用量按工作時數計算，工作時數則由當年操作相關機器的工人總數乘以每日工時(10至11個小時x 2班次)及計劃生產天數(26天x 11.5個月(年內)/26天x 3.5個月(2019年前四個月))計算得出(計及中國新年假期的影響及年內操作相關機器工人總數的變動)。
3. 生產利用率的計算方法是將年內的實際產量(小時數)除以年內的理論最大產能(小時數)。

如上所示，於往績記錄期間，透過工作時數及機器時數計算的利用率與透過實際產量所計算者相若。大型注塑成型機的利用率從2016財年的約92.2%下降至2017財年的約74.6%，與同期泵壓式蒸氣熨斗的產能利用率較低相對一致。鑑於對咖啡機需求的增長趨勢，我們將產能從泵壓式蒸氣熨斗轉移至咖啡機，但我們仍為生產泵壓式蒸氣熨斗保留了一定的緩衝餘地。

業 務

如上所述，董事認為，由於我們擁有多樣化的產品組合並且我們的機器可靈活製造不同規格的不同零部件，所以於往績記錄期間難以透過計算產量來準確估計我們的產能以及機器生產各產品的產能利用率。或者，僅出了進一步說明目的，下表分別列出了基於有關工作時數及機器時數可得資料，2016財年、2017財年、2018財年及2019年前四個月我們於非瓶頸生產過程中所用主要機器的理論最大產能、實際產量和利用率：

我們於非瓶頸 生產過程中 使用的主要機器	2016財年			2017財年			2018財年			2019年前四個月		
	理論 最大產能 (小時)	實際 使用量 (小時)	生產 利用率 (%)	理論 最大產能 (小時)	實際 使用量 (小時)	生產 利用率 (%)	理論 最大產能 (小時)	實際 使用量 (小時)	生產 利用率 (%)	理論 最大產能 (小時)	實際 使用量 (小時)	生產 利用率 (%)
注塑成型機 (非瓶頸生產 過程)	703,846	577,320	82.0	721,578	600,811	83.3	740,168	620,592	83.8	232,232	203,202	87.5
酚醛注塑成型機	32,890	23,887	72.6	32,890	24,404	74.2	32,890	24,760	75.3	10,010	7,550	75.4
壓鑄機	46,046	35,944	78.1	46,046	36,467	79.2	46,046	37,963	82.4	14,014	11,689	83.4
衝壓機	364,780	268,118	73.5	366,340	276,752	75.5	382,720	298,613	78.0	116,480	91,583	78.6
SMT貼片機	23,920	19,459	81.4	23,920	19,577	81.8	23,920	20,027	83.7	7,280	6,099	83.8

附註：

1. 理論最大產能按機器時數計算，機器時數則由使用的機器總數目乘以每日機器時數(10至11個小時 x 2班次)及計劃生產天數(26天 x 11.5個月(年內)/26天 x 3.5個月(2019年前四個月))計算得出(計及中國新年假期的影響及年內機器總數目的變動)。
2. 實際使用量按工作時數計算，工作時數則由當年操作相關機器的工人總數乘以每日工時(10至11個小時 x 2班次)及計劃生產天數(26天 x 11.5個月(年內)/26天 x 3.5個月(2019年前四個月))計算得出(計及中國新年假期的影響及年內操作相關機器工人總數的變動)。
3. 生產利用率的計算方法是將當年的實際產量(小時數)除以當年的理論最大產能(小時數)。

於往績記錄期間，我們咖啡機的生產利用率維持在較高水平並繼續增長，由2016財年的約81.9%增加至2017財年約84.3%，於2018財年進一步增加至約86.4%，於2019年前四個月又進一步增加至約90.3%。咖啡機銷售量大幅增加主要是因為推出的新款全自動咖啡機型號備受客戶認可，為此我們添置機器並為咖啡機生產重新分配更多的生產資源，將理論最大產量由2016財年的38,123件增加至2017財年的45,747件，於2018財年進一步增加至117,683件，於2019年前四個月又進一步增加至約77,350件。

我們泵壓式蒸氣熨斗的生產利用率從2016財年的約93.1%下降至2017財年的約72.1%，因為市場對我們咖啡機的需求呈上升趨勢。為迎合這一需求，本集團將產能轉而專注於生產更多咖啡機。另一方面，由於我們於2017財年將銷售重點從泵壓式蒸氣

熨斗調整為咖啡機，故我們泵壓式蒸氣熨斗的產量有所減少。鑑於我們將更多資源，包括產能，轉至與衣物護理電器相比具有更高利潤率的咖啡機，衣物護理電器的產能亦相應降低，其實際產量從2016財年的約241,392件減少至2017財年的約180,256件。由於我們一位主要客戶於2016財年期間開展泵壓式蒸氣熨斗促銷活動，致使對該產品的需求於2016財年有所增加，因此泵壓式蒸氣熨斗於2016財年的實際產量有所增加。與2017財年相比，我們泵壓式蒸氣熨斗的實際產量於2018財年錄得穩定增長。

儘管我們開始將產能由泵壓式蒸氣熨斗轉移至咖啡機，我們於過渡期間仍為泵壓式蒸氣熨斗的生產留有一定的緩衝餘地，這導致2017財年泵壓式蒸氣熨斗的產能利用率有所降低。此外，鑑於我們客戶提供的泵壓式蒸氣熨斗的部份產品規格相對複雜，而相應的產品目標單價相對較低，董事認為處理該等利潤率相對較低的銷售訂單可能成本較高、耗時較長，並且可能會嚴重牽制我們管理層投入的精力和資源。

在此背景下，我們更有選擇性地獲取泵壓式蒸氣熨斗的銷售訂單。因此，泵壓式蒸氣熨斗的平均單價從2016財年的約294.7港元上漲至2017財年的約315.4港元，而其銷量從2016財年的約242,000件下降至2017財年的約177,000件。

我們泵壓式蒸氣熨斗的生產利用率從2017財年的約72.1%上升至2018財年的約93.8%，這是因為我們降低了泵壓式蒸氣熨斗的產能。鑑於2018財年咖啡機銷量大幅增長，我們將生產資源從泵壓式蒸氣熨斗重新分配至咖啡機，以支援咖啡機的生產，從而擴大咖啡機的潛在市場。因此，泵壓式蒸氣熨斗的理論最大產能從2017財年的250,084件減少至2018財年的201,201件。我們的泵壓式蒸氣熨斗於2019年前四個月的生產利用率下降至約54.2%，原因為：(i)另一台大型注塑成型機於2018年下半年到位，我們重新分配了生產資源，提高了泵壓式蒸氣熨斗和咖啡機的產能；及(ii)同期泵壓式蒸氣熨斗的銷售減少，系因我們某些型號的泵壓式蒸氣熨斗已在市場上推出數年，客戶對這些型號的需求相對較弱。

鑑於本集團於往績記錄期間及直至最後可行日期收到愈來愈多現有客戶及潛在客戶有關新款原設計製造泵壓式蒸氣熨斗及咖啡機的問詢，我們將繼續投入更多精力研發泵壓式蒸氣熨斗和咖啡機的原設計製造新模型，以滿足海外市場客戶的需求。

維修與保養

發現出故障的機器將由我們的維修及保養團隊進行檢查。然後，我們將決定根據其損壞程度、價值和服務年份修理或處置此類機器。我們的維修保養團隊也會持續對

某些機器進行定期檢查和保養。2016財年、2017財年、2018財年及2019年前四個月，工廠和機器的維修及保養成本分別約為0.6百萬港元、0.7百萬港元、0.5百萬港元及0.2百萬港元。

於往績記錄期間及直至最後可行日期，本集團並無經歷任何與機器有關的重大生產中斷。

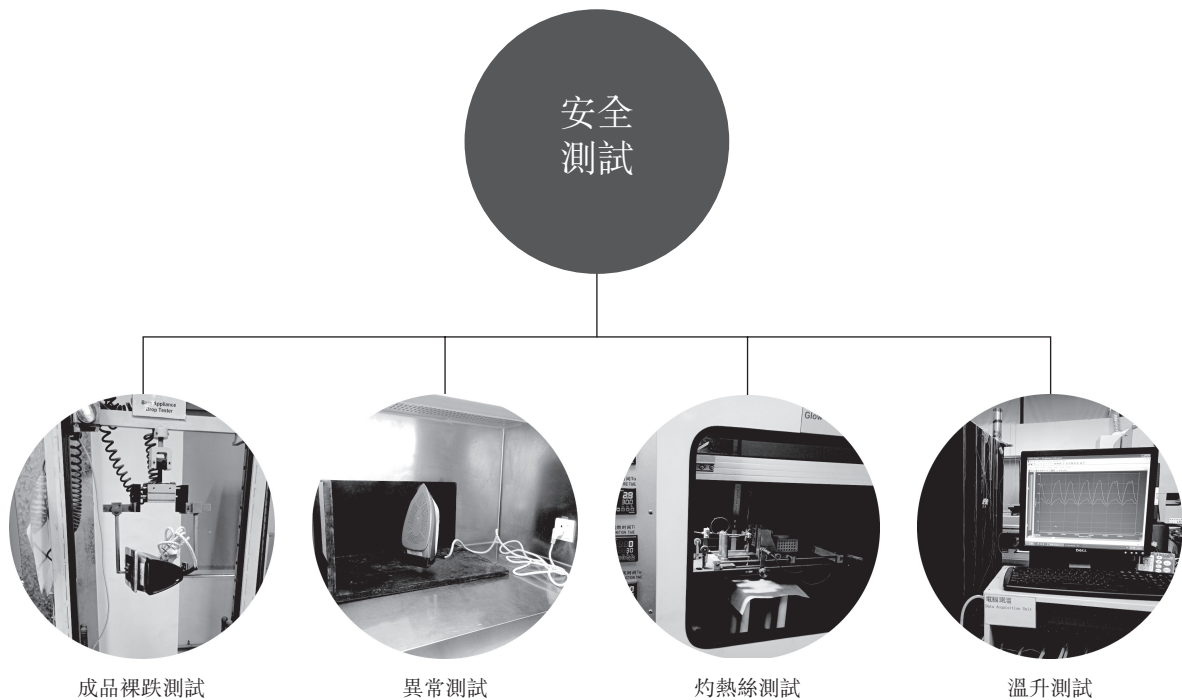
品質保證及控制

我們相信，我們的品質承諾始終體現在生產過程和產品中，這是我們的競爭優勢之一。我們強調產品的品質保證及控制，實施了全面的品質保證和控制系統。

為了防止和識別產品缺陷，品質保證部門負責維護和運作品質保證和控制系統。於最後可行日期，我們擁有逾90名品質保證及控制人員。我們的品質保證部門由梁鑑昌先生領導，他在電熱家用電器製造行業擁有逾35年的經驗，熟悉品質保證及控制管理技術和方法的應用。

品質保證

我們相信，品質保證可確保為產品設計的方法、技術、方式和流程體系正確實施。我們的品質保證活動監控並驗證用於管理和創建產品的流程是否已得到遵守並且有效運行。我們的品質保證系統包括以下不同方面的流程：



使用性和
性能測試



功率測試



功能測試



動態蒸氣測試



紅外線溫度測試

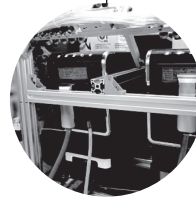
可靠性測試



動態產品耐久性測試



機械可靠性測試



控制旋鈕的
機械可靠性測試

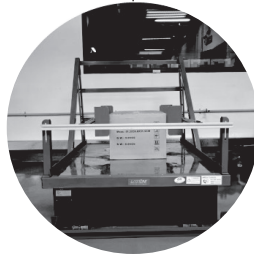


耐磨性測試

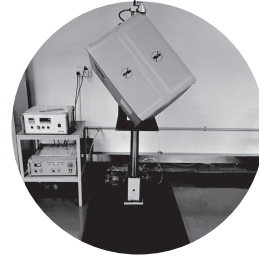
模擬
運輸測試



環境測試



紙箱振動測試



包裝跌落測試

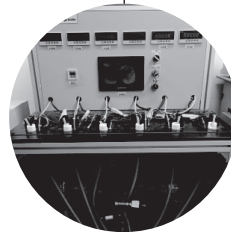
組件測試



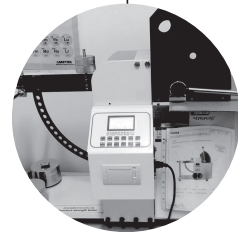
RoHS分析測試



耐腐蝕性測試



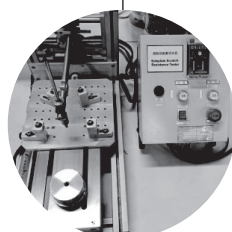
泵流量測試



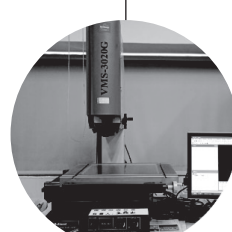
包裝強度測試



電路板檢測



底板塗層
耐刮性測試

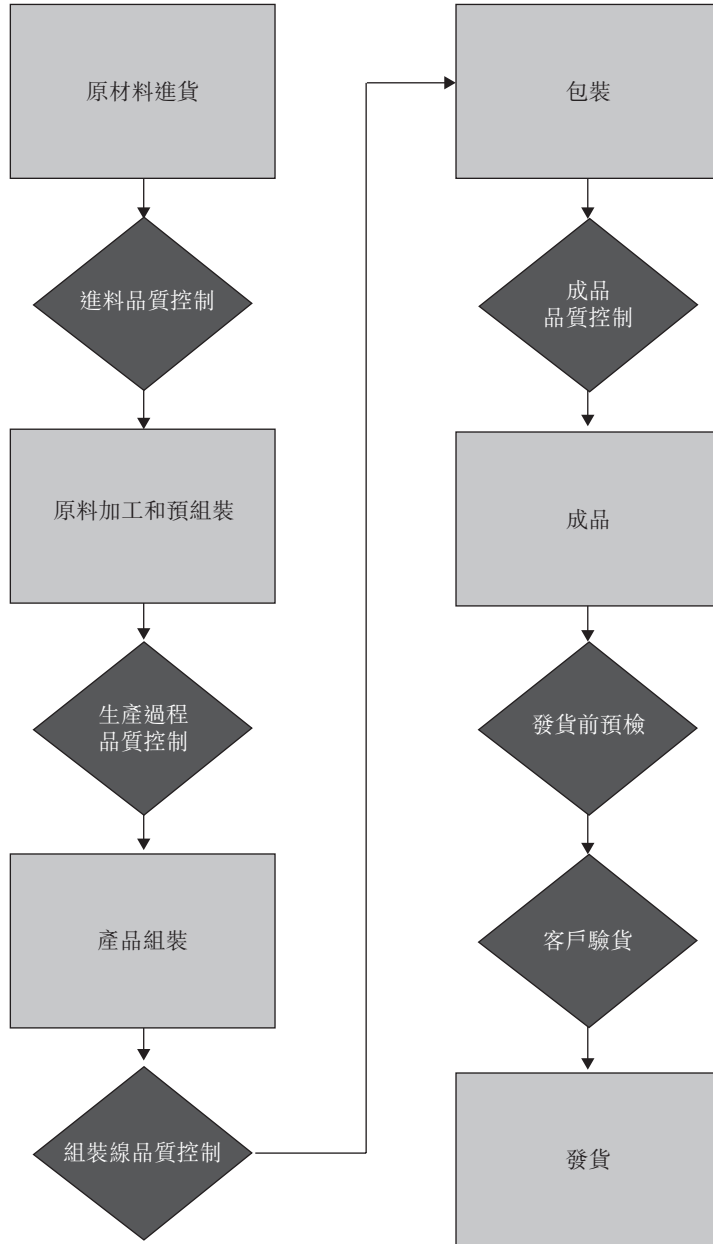


尺寸量度測試

我們的目標是防止產品缺陷，為客戶提供可靠的產品。除上述測試外，我們還會對產品的異常使用情況進行測試。

品質控制

我們按照ISO 9001標準的要求，在整個生產過程——從進料材料品質控制到成品發貨實施了品質控制措施。我們的生產品質控制系統包括以下流程：



a. 進貨品質控制

我們通常從獲准名單中選擇供應商。為了確保進料原材料的品質符合我們的標準和要求，進貨品質控制團隊會要求供應商向我們提供相關原材料的測試報告及相關認證，並基於我們的品控標準，對原材料的外觀、性能、安全性以及品質保證情況進行抽樣檢測。我們還透過XRF檢測機對電子電氣部件進行RoHS合規性測試，檢查部件中包含的危險化學品。我們的品質保證部門將簽發測試結果報告。對於包裝材料，進貨品質控制團隊會進行耐久性測試，確保材料在運輸中保持穩定。

通過品質控制測試的原材料將被運送到我們的倉庫，用於生產。對於不合格或有缺陷的原材料，我們將通知供應商作退貨處理。為了有效監控原材料的品質，我們在原材料的品質、交付及時性、研發能力和技術支持等方面對供應商的生產和品質系統進行審查。

在分包商將完成加工的零部件交付惠州工廠後，及在這些零部件送上我們的生產線進行進一步加工之前，我們的進貨品質控制團隊還會檢查分包商工序的品質。

b. 生產過程品質控制

在批量生產階段，我們每個生產車間的工人都有一份操作指示供他們遵循。我們將進行監控和定時檢查，確保原材料的正確使用和應用，以及生產流程符合適用的要求和標準。生產過程中的任何異常或不正常情況都將得到識別並報告給生產部門，後者將採取糾正措施。預組裝完成後，生產過程品質控制團隊將基於抽檢，檢查每個組裝單元的功能，然後再將組裝單元傳輸至裝配線。

在生產週期中，我們的客戶可能會不時造訪我們的生產基地，檢查我們的生產過程和工作環境的品質。

c. 組裝線品質控制

我們對所有組裝產品進行外觀和性能檢查以及安全性和可靠性測試。例如，內部工程師為品質保證部門開發了一個測試程式，用於測試咖啡機的性能。測試結果報告將發給我們的裝配線品質控制團隊。

d. 成品品質控制

我們的成品品質控制團隊根據生產進度每兩小時對每條裝配線進行全面的測試。測試包括溫度測試、安全性測試、功能測試和包裝資訊檢查等。樣品檢查程序遵循ISO 2859-1標準。這些測試可作為早期檢查，用於發現任何缺陷問題，以便我們能夠儘早解決這些問題。

e. 發貨前預檢

產品完成批量包裝後，我們將根據ISO 2859-1標準對每批產品進行抽樣檢查。我們的裝運前檢驗團隊必須保留每批產品的樣品檢查記錄。我們僅接受通過裝運前檢驗的成品，等待客戶檢驗。不合格產品將送回重新返工，直到達到必要的標準。

f. 客戶驗貨

在我們安排發貨之前，客戶可能會派遣自己的品質檢驗員或聘請獨立檢驗員前往我們的生產工廠進行品質檢驗。

為加強我們的品質控制能力，我們在惠州工廠建立了自己的測試實驗室，測試實驗室已於2016年獲國家認證機構認證為CTF(第一階段)，實驗室人員可以在製造商的場所進行測試。我們的測試實驗室配備了先進的測試設備和機器，能夠進行可靠性和安全性測試。我們亦於歐盟(例如CE標誌、GS標誌、LFGB認證和DGCCRF)、美國(例如ETL認證、UL認證和FDA認證)和中國(例如CCC認證)實施了符合IEC標準及其他國際標準的品質控制體系，以確保我們的產品不僅符合中國法律法規要求的中國標準，還符合我們相關客戶可能需要遵守的各種國際標準。

於往績記錄期間及直至最後可行日期，本集團並無收到任何有關產品品質的重大客戶投訴。

獎項及證書

過去幾年中，我們取得了各種獎項及證書，其中包括：

獎項及證書	有效期／授予日期	授予實體	被授予實體
亞洲國際創新發明大獎2019—銀獎	2019年11月 ^(附註1)	香港創新科技及製造業聯合總會	東保集團
亞洲國際創新發明大獎2019—創新智能熨斗發明大獎—特別大獎	2019年11月 ^(附註1)	香港創新科技及製造業聯合總會	東保集團
客戶實驗室認可證書(IECEE認證(CTF)第一階段客戶實驗室)	2019年3月19日至2020年3月18日	德凱質量認證	登輝(惠州)
任命證書(符合IEC標準的(CTF)第一階段客戶實驗室)	2018年4月23日至下一次預定審核日或最長18個月 ^(附註2)	德國萊茵TÜV	登輝(惠州)
中國國家強制性產品認證證書(針對若干全自動咖啡機型號)	2018年6月22日至2023年6月21日	威凱認證檢測有限公司	登輝(惠州)
ISO 9001:2015(小型家庭電器及消費電子產品的銷售及市場行銷)	2018年10月15日至2019年9月30日 ^(附註3)	德國萊茵TÜV	東保集團

業 務

獎項及證書	有效期／授予日期	授予實體	被授予實體
ISO 9001:2015 (小型家庭電器的 設計和製造；消費 電子產品的製造)	2018年10月15日至 2019年9月30日 ^(附註3)	德國萊茵TÜV	登輝(惠州)

附註：

- (1) 從頒發實體收到通知函，該獎項將於2019年11月25日授予。
- (2) 我們的董事計劃於2019年10月底申請該證書的續期。根據董事的最佳估計，我們認為該證書續期不存在任何實質性困難。
- (3) 我們已申請該證書的續期，根據董事的最佳估計，續期後的證書預計將於2019年10月底之前頒發。我們認為該證書續期不存在任何實質性困難。

產品退貨、保修和責任

根據我們的品質控制體系，成品需要品質保證部門進行抽樣檢查和測試，確保符合客戶提出的產品規格和要求。我們通常向客戶提供一到兩年的保證期。

倘若我們收到客戶對產品品質的投訴，將向客戶獲取相關資訊並進行調查。我們的品質保證部門將負責檢查和分析缺陷產品，並填寫一份報告，說明投訴詳情、缺陷的具體資訊、造成缺陷的原因以及建議採取的糾正和預防措施。倘若客戶投訴被釐定為有效且合理，我們將安排產品退貨或更換。倘若缺陷是供應商的原因，我們將會要求他們賠償。

於往績記錄期間及直至最後可行日期，概無任何重大產品召回、對我們產品的重大投訴或任何重大銷售退貨金額。董事認為，於往績記錄期間，退回產品的數目並不重大，亦無須就產品退貨作出撥備。

銷售及市場營銷

我們根據現有和潛在客戶的報價和／或現有客戶的推薦，獲取商業機會。我們的銷售和市場營銷部門主要致力於促進與現有和潛在客戶(包括品牌公司)的業務關係。於最後可行日期，我們的銷售及市場營銷團隊分佈於香港及中國，彼等致力於產品的銷售及市場營銷。

我們透過識別行業中的潛在客戶以及不時與現有和潛在客戶聯絡，積極探索新的商機。我們定期拜訪現有客戶以確保產品採購訂單，並讓客戶瞭解我們的新產品。這使我們能夠加深對客戶需求的理解，並瞭解最新的市場趨勢。我們不斷與客戶溝通，收集他們對我們產品的回饋，還有他們就產品設計和材料使用在技術上的可行性對我們提出的建議。我們的銷售及市場營銷部門還與生產、採購、倉庫、品質保證和物流等其他部門密切合作，確保始終如一地提供優質產品。

我們定期參加或參觀本地及國際市場展覽，例如香港春季電子展、香港秋季電子展、迪拜生活博覽會、德國柏林國際廣播展(IFA)以及在中國廣州舉行的廣交會，以推廣我們的電熱家用電器，尋找新客戶。參與市場展覽是我們向潛在海外客戶推廣的主要市場營銷模式之一。

我們的客戶

於往績記錄期間，我們擁有超過100名客戶為我們貢獻收益。其中部份是信譽良好且國際公認的品牌公司，總部設在歐洲(例如德國、法國、英國和荷蘭)。下表列出本集團2016財年、2017財年、2018財年及2019年前四個月的地區收益明細：

	2016財年		2017財年		2018財年		2018年前四個月		2019年前四個月	
	港幣千元	%	港幣千元	%	港幣千元	%	港幣千元	%	港幣千元	%
歐洲 ^(附註1)	271,143	75.1	261,361	72.9	308,373	82.6	79,276	74.4	126,132	87.3
亞洲 ^(附註2)	51,201	14.2	53,541	14.9	32,148	8.6	15,226	14.3	7,845	5.4
美國 ^(附註3)	21,583	6.0	33,444	9.3	28,802	7.7	8,800	8.2	9,971	6.9
其他 ^(附註4)	17,144	4.7	10,455	2.9	4,139	1.1	3,261	3.1	614	0.4
合計	<u>361,071</u>	<u>100.0</u>	<u>358,801</u>	<u>100.0</u>	<u>373,462</u>	<u>100.0</u>	<u>106,563</u>	<u>100.0</u>	<u>144,562</u>	<u>100.0</u>

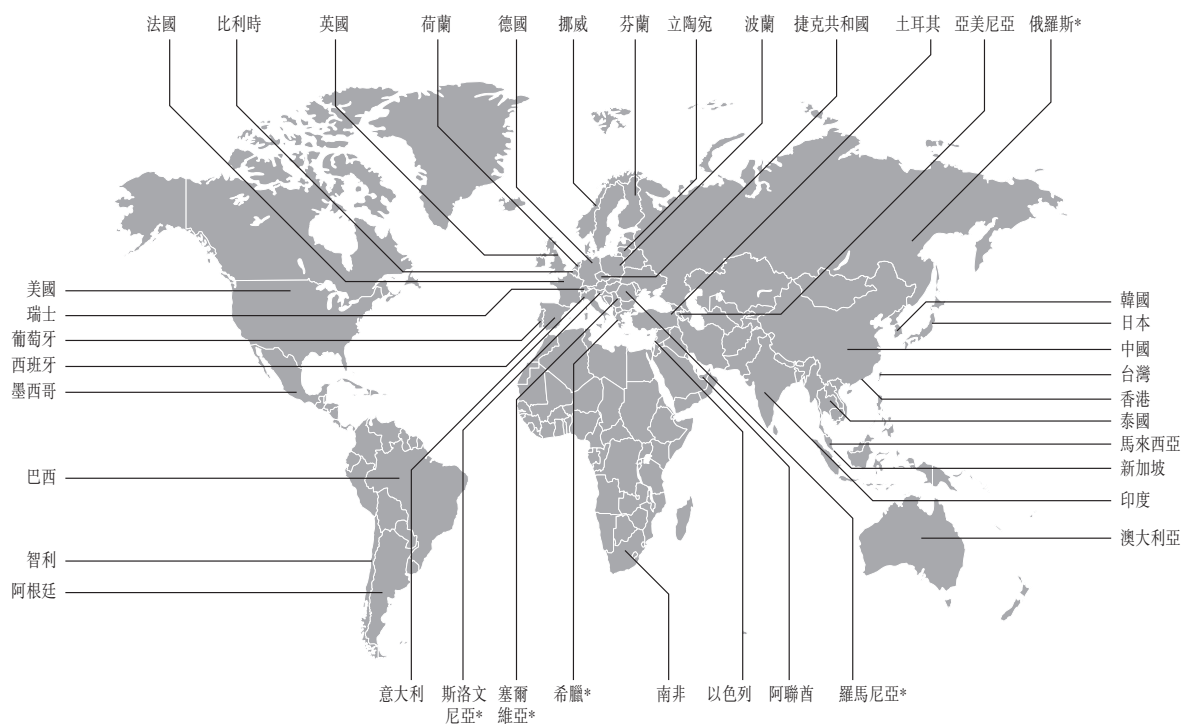
附註：

1. 此地區主要包括德國、法國、英國、荷蘭、土耳其、意大利、捷克共和國和瑞士。2016財年、2017財年及2018年前四個月銷售的主要產品為蒸煮機，而2018財年及2019年前四個月則為咖啡機。
2. 此地區主要包括香港、印度、韓國、中國、台灣、泰國、新加坡、以色列及阿拉伯聯合酋長國。2016財年、2017財年、2018財年及2018年前四個月銷售的主要產品為蒸氣熨斗，而2019年前四個月則為咖啡機。
3. 銷售的主要產品為蒸氣熨斗。

業 務

4. 此地區主要包括阿根廷及澳大利亞。2016財年及2019年前四個月銷售的主要產品為蒸氣熨斗，而2017財年、2018財年及2018年前四個月則為蒸煮機。

於往績記錄期間，我們將產品銷售至遍佈逾30個國家和地區的海外公司，以滿足不同地區的需求。以下地圖顯示於往績記錄期間我們銷售的全球地理覆蓋範圍：



* 於往績記錄期間，我們向位於俄羅斯及巴爾幹半島(包括希臘、羅馬尼亞、塞爾維亞及斯洛文尼亞)的客戶銷售及交付我們的電熱家用電器。

一般而言，我們的客戶逐單向我們投放訂單。倘若收到客戶的要求，我們可能會與客戶訂立合作協議，以管理我們與各自客戶的關係。我們的董事認為此安排符合行業做法。於往績記錄期間及直至最後可行日期，我們已與五大客戶中的兩個客戶(即客戶A及客戶D)訂立了合作協議。此外，我們亦與客戶G簽訂了長期協議。據此，客戶G同意從本集團採購全自動咖啡機，於2020年12月31日前的計劃採購量為250,000件，最低採購承諾100,000件。該等合作或長期協議的主要條款如下：

	客戶A	客戶D	客戶G
性質	: 合作協議	合作協議	長期協議
第一份協議日期	: 2015年2月2日	2017年8月12日	2018年12月14日
持續時間	: 12個月並自動續約	30個月，直至2020年1月1日	2018年12月14日至2020年12月31日

業 務

	客戶A	客戶D	客戶G
地區獨家經銷權	: 該客戶至少擁有產品在英國境內的獨家經銷權。對於英國以外的市場，產品的獨家經銷權待雙方商議	該客戶擁有於土耳其及德國行銷及銷售若干產品的獨家經銷權 該客戶擁有於所有國家行銷及銷售若干原設備製造產品的獨家經銷權	本集團無權於德國、奧地利及瑞士銷售某些型號的咖啡機
採購承諾	: 零	零	計劃採購量250,000件，最低採購承諾100,000件
產品責任保險／保修	: 本集團負責投購最低責任為兩百萬美元的產品責任險	本集團負責投購最低責任為一百萬歐元的足額產品責任險	24個月，從FOB發貨日期起
協議續訂	: 除非雙方同意重新談判，否則協議將自動延長12個月	倘協議雙方在相關期限屆滿前至少三個月以書面形式表示同意續約，則協議將延長12個月的連續合同期 倘協議雙方無法就續期達成共識，該客戶亦有權將協議延期六個月	該客戶有權於合約期結束前至少六個月延長協議

業 務

	客戶A	客戶D	客戶G
終止條件	<p>：雙方可透過提前90天書面通知對方終止本協議</p> <p>倘若本集團於客戶書面通知後未能及時提供優質產品，則客戶可立即終止協議</p>	<p>倘嚴重違反相關條件，該客戶有權終止協議</p> <p>該協議不包含任何使本集團能夠終止協議的條款</p>	<p>該協議包含排他性條款，本集團須採取措施保護客戶於上述市場的利益。倘若發生違反排他性條款的行為，而協議雙方無法真誠友好協商解決，該客戶可以終止協議</p> <p>該協議不包含任何使本集團能夠終止協議的條款</p>

與客戶D的合作協議僅包含規制我們產品供應的一般條款及條件。鑑於與客戶D建立業務關係已超過11年，董事認為與客戶D的合作協議終止的可能性較低。此外，包括我們產品價格、數量以及發貨及收貨事宜在內的訂購詳情將受雙方簽訂的單獨銷售合約及協議的約束，且相關資源此後將僅分配給客戶D。因此，董事認為長期而言，客戶D終止合作協議對本集團的業務、財務表現及狀況的潛在影響將微乎其微。

與客戶G簽訂的長期協議包含排他性條款，限制本集團向某些國家／地區銷售商定的型號，違反此等條款可能導致客戶G終止該協議。作為交換，本集團將會就未達到議定的250,000件的未發貨數量，以議定的價格從客戶G處取得與該等排他性及模具成本相應的補償。因此，董事認為，客戶G終止長期協議對本集團的業務、財務表現及狀況的潛在影響將微乎其微。

業 務

根據與客戶G達成的長期協議，250,000台咖啡機的暫訂發貨時間表載列如下：

估計發貨日期	數量 (台)
2019年3月至2019年6月	65,985
2019年7月至2019年12月	123,500
2020年1月至2020年4月	60,515

董事認為，客戶G對咖啡機的需求將持續增加，預期於2020財年及2021財年將取得更多來自客戶G的訂單，因為(i)客戶G在現有的咖啡豆銷售業務之外，一直同時向客戶銷售我們的咖啡機，間接向作為咖啡機最終使用者的客戶推廣我們的咖啡機；(ii)客戶G正在與我們合作發展新款咖啡機，並計劃將全自動咖啡機銷往更多市場；及(iii)除了德國、瑞士及奧地利等現有市場外，客戶G亦打算將業務擴展到更多市場，包括中歐及東歐國家。

我們的一些客戶將本集團視為彼等的長期業務合作夥伴，並於產品開發早期階段與我們共同發展彼等日後的產品。彼等會提前兩年左右與我們溝通該等新產品的銷售計劃。我們的部份客戶根據各自的內部政策將最多提前12個月向我們提供銷售預測，董事相信我們的客戶於2020財年及2021財年的指示性需求將按以下基準大致確認：

- (a) 電熱家用電器製造業的市場前景樂觀，尤其是，根據弗若斯特沙利文報告，咖啡機及電熨斗(包括泵壓式蒸氣熨斗及蒸氣熨斗)於2019年至2023年期間在歐洲的估計零售額預期將分別達到9.0%及1.7%的複合年增長率；
- (b) 於往績記錄期間，本集團的收益增長受(其中包括)咖啡機銷售額大幅增長的推動，我們的咖啡機在市場上取得的良好反響令董事相信我們的客戶可能會確認訂單；
- (c) 本集團於往績記錄期間收到愈來愈多現有客戶及潛在客戶有關本集團新款原設計製造咖啡機及泵壓式蒸氣熨斗的問詢；
- (d) 本集團不斷致力於研發具備全新設計理念及功能的新款原設計製造泵壓式蒸氣熨斗及咖啡機，以迎合海外市場的客戶需求；
- (e) 我們與若干主要客戶的最新通信表明(i)我們於現有市場的產品銷量正在增加；(ii)我們的客戶在定價、推廣及分銷方面具有較強的執行力，並專注於市場滲

透以期增加市場份額；(iii)我們的客戶有意在更多市場或國家擴展業務；及／或(iv)我們的客戶特別是上述客戶G有意在市場上推出更多新型號；及

- (f) 我們與客戶建立了長期業務關係，而且往績記錄表明，大部份客戶確認的採購訂單與預先向本集團提供的銷售預測大致相若。特別是，客戶G一直能夠根據合約中規定的暫定交貨時間表受領咖啡機。

因此，董事認為，除不可預見的情況外，並無跡象表明該等客戶可能會偏離各自的指示性需求。

為提高產能管理的靈活性，我們的客戶與我們之間的實際交易以客戶向我們投放的採購訂單方式實現。根據客戶提供的季度銷售預測，本集團亦可以更有效地將原材料庫存降至最低並優化資源分配，以最高效的成本滿足客戶的需求和期望。典型的採購訂單包括以下主要條款：

(i) 產品描述：

產品簡介，包括產品類型，所需的原材料，品質要求等等。

(ii) 訂單詳情：

還指定數量、單價和總金額。

(iii) 付款期：

付款通常透過信用證或銀行轉帳結算，通常會有信貸期，詳情於本節「我們的客戶－信貸政策」一段載列。我們的大多數客戶以美元和人民幣結算付款。

(iv) 交付詳情：

交付日期通常為自採購訂單之日起60至90天。交付條款通常為FOB和FCA。

在我們與客戶的業務關係開始時，我們還可能會要求客戶與我們就新推出的產品簽訂保密協議。典型的保密協議通常包含以下條款：(i)一方披露的所有非公開資訊，包括所有圖紙或技術文件，均應繼續作為披露方的財產；及(ii)未經披露方事先書面同意，不得向第三方披露任何技術資料或設計。任何違反保密協議的行為都將導致當事方對披露方遭受或招致的任何費用或開支承擔責任。

信貸政策

在我們發出發票後，我們通常會向客戶提供30至90天的信貸期。我們於2016年12月31日、2017年12月31日、2018年12月31日及2019年4月30日的貿易應收款項分別約為61.5百萬港元、69.0百萬港元、79.8百萬港元及64.9百萬港元。我們於2016財年、2017財年、2018財年及2019年前四個月的貿易應收款項周轉天數分別約為62.2天、70.2天、78.0天及53.9天。

我們持續逐一監控並評估長期逾期的貿易應收款項，並在釐定將採取的後續行動時考慮一系列因素，包括客戶背景、過往付款記錄以及我們與客戶的關係等。我們與客戶保持積極溝通，以期收回長期逾期的貿易應收款項。對於往績記錄期間我們的貿易應收款項及貿易應收款項周轉天數的進一步討論及分析，請參閱本招股章程「財務資料—合併資產負債表選定項目的說明—應收貿易款項」一節。

五大客戶

於往績記錄期間，我們與五大客戶中的大多數保持了穩定的關係，從七至十一年不等。我們於2016財年、2017財年、2018財年及2019年前四個月對五大客戶的銷售額分別佔我們總收益的約70.9%、67.5%、59.0%及71.1%，而我們對最大客戶的銷售額分別佔我們相應年度總收益的23.5%、20.7%、15.5%及33.7%。於往績記錄期間，我們的客戶一般透過信用證及銀行轉帳方式向我們付款，而授予客戶的賒賬期則通常為30至90天。

下面載列了五大客戶對本集團收益貢獻的明細：

2016財年

排名	客戶	本集團 提供的主要 產品/服務	合作 關係年數	近似 收益金額 (港幣千元)	在本集團 收益中 近似佔比 (%)	結算方式	賒帳條款
1	客戶A ^(附註1)	蒸氣熨斗	11	84,778	23.5	電匯	60日
2	客戶B ^(附註2)	蒸煮機	11	65,149	18.0	信用證	60日
3	客戶C ^(附註3)	電蒸鍋	11	60,021	16.6	電匯	60日
4	客戶D ^(附註4)	蒸氣熨斗	11	29,461	8.2	電匯	45日
5	客戶E ^(附註5)	咖啡機	7	16,622	4.6	信用證	0日
			合計	<u>256,031</u>	<u>70.9</u>		

業 務

2017 財年

排名	客戶	本集團 提供的主要 產品/服務	合作 關係年數	近似 收益金額 (港幣千元)	在本集團 收益中 近似佔比 (%)	結算方式	賒帳條款
1	客戶B (附註2)	蒸煮機	11	74,425	20.7	信用證	60日
2	客戶C (附註3)	電蒸鍋	11	57,699	16.1	電匯	60日
3	客戶D (附註4)	蒸氣熨斗	11	52,551	14.7	電匯	45日
4	客戶A (附註1)	蒸氣熨斗	11	36,236	10.1	電匯	60日
5	客戶F (附註6)	泵壓式蒸氣 熨斗	10	21,076	5.9	信用證	0日
合計				241,987	67.5		

2018 財年

排名	客戶	本集團 提供的主要 產品/服務	合作 關係年數	近似 收益金額 (港幣千元)	在本集團 收益中 近似佔比 (%)	結算方式	賒帳條款
1	客戶B (附註2)	蒸煮機	11	57,899	15.5	信用證	60日
2	客戶G (附註7)	咖啡機	8	55,191	14.8	信用證 電匯	0日 60日
3	客戶A (附註1)	蒸氣熨斗	11	45,803	12.3	電匯	60日
4	客戶D (附註4)	蒸氣熨斗	11	37,859	10.1	電匯	70日
5	客戶C (附註3)	電蒸鍋	11	23,640	6.3	電匯	60日
合計				220,392	59.0		

2019 年前四個月

排名	客戶	本集團 提供的主要 產品/服務	合作 關係年數	近似 收益金額 (港幣千元)	在本集團 收益中 近似佔比 (%)	結算方式	賒帳條款
1	客戶G (附註7)	咖啡機	8	48,645	33.7	信用證 電匯	0日 60日
2	客戶D (附註4)	蒸氣熨斗	11	20,421	14.1	電匯	70日
3	客戶B (附註2)	蒸煮機	11	17,063	11.8	信用證	60日
4	客戶H (附註8)	咖啡機	1	9,359	6.5	電匯	0日
5	客戶A (附註1)	蒸氣熨斗	11	7,302	5.0	電匯	60日
合計				102,790	71.1		

附註：

1. 客戶A是一間總部位於英國的私營公司，供應各種家用電器以及家用電器的備件和配件。

業 務

2. 客戶B是一組總部設在法國的私營公司，其主要業務包括銷售嬰兒相關產品。
3. 客戶C是由在歐洲證券交易所和紐約證券交易所上市的公司所擁有的一組子公司，該公司是世界上領先的健康技術公司之一。根據公開資料，其2018年的收益約為181億歐元。
4. 客戶D是由伊斯坦布爾證券交易所上市公司擁有的一組子公司，從事耐用消費品及消費電子產品的生產、銷售和市場營銷、售後服務及進出口。根據公開資料，其2018年的淨銷售額錄得約269.04億里拉。
5. 客戶E是一間總部位於阿根廷的私營公司，其主要業務是製造手機和小家電。
6. 客戶F是一間總部位於德國的私營公司，其主要業務是供應家用電器。
7. 客戶G是一間總部位於德國的私營公司，其主要業務包括咖啡相關產品的零售。根據客戶G網站上的資料，其2018年的收入約為32億歐元。
8. 客戶H為一間總部位於瑞士的私營公司，其主要業務活動包括咖啡相關產品及廚房電器零售。

於最後可行日期，我們所有客戶均為獨立第三方。於往績記錄期間，概無董事或股東(據我們董事所知，擁有本公司已發行股本超過5%)或彼等各自的緊密聯繫人於任何五大供應商中擁有任何權益。

客戶集中度

2016財年、2017財年、2018財年及2019年前四個月，本集團的五大客戶分別佔我們總收益的約70.9%、67.5%、59.0%及71.1%。我們的董事認為，於往績記錄期間，我們五大客戶的客戶集中程度並不屬於任何極端情況，並且不會因以下因素而影響我們業務的可持續性：

- (i) 根據弗若斯特沙利文報告，當製造商的客戶信譽良好且為國際知名品牌公司(如本集團的客戶)時，客戶集中在中國的電熱家用電器製造行業並不少見。特別是，我們的一些客戶在各自國家的家用電器市場佔有重要地位；
- (ii) 於往績記錄期間，我們的客戶對我們的產品有著強烈需求，我們的業務增長就是證明。此外，我們與主要客戶的業務關係，行業經驗和良好的業績記錄對我們的客戶至關重要，以確保我們能夠按照他們的要求按時交付產品。鑑於上述情況，我們的董事認為，倘若任何主要客戶減少向我們投放的採購訂單數目，我們的董事認為我們仍可向其他客戶取得採購訂單；

- (iii) 我們的董事於往績記錄期間透過與產生經常性採購訂單的客戶合作，設法減少本集團的閒置產能。鑑於可觀的生產規模，在大規模生產階段對同一產品投放經常性採購訂單，對相當規模的市場參與者(包括但不限於於往績記錄期間我們的五大客戶)而言，是一項慣常的市場做法。我們的董事認為，本集團產品的年度需求可以透過向幾個大客戶招攬銷售來保證；
- (iv) 我們的客戶A、客戶B和客戶D確認我們於2018財年是他們在中國境內的主要電熱家用電器的供應商之一。由於我們安全且優質的產品及為客戶提供的增值服務，我們的董事認為我們已成為獲認可的電熱家用電器製造商之一，為信譽良好及國際知名品牌公司提供服務；
- (v) 於最後可行日期，我們於2016財年、2017財年、2018財年及2019年前四個月與五大客戶中的大多數保持了七至十一年的業務關係。對此，我們的董事認為我們已與他們建立了穩定及長期的業務關係。

供應商

供應商

於往績記錄期間，我們聘用過不少於400名供應商，其中大部份位於中國。我們生產過程使用的主要原材料為電氣零件、塑膠原料及零件、金屬原料及零件、電源線及導線及電子零件。於2016財年、2017財年、2018財年及2019年前四個月，我們的材料成本分別佔我們的銷售成本的63.2%、64.1%、65.5%及68.1%。

我們選擇供應商時考慮原材料的品質、交貨時間、價格、我們的過往體驗、產能、可靠性及信譽。我們的客戶可能會就特定的生產訂單指定一個或多個供應商。我們的採購部門對現有和潛在供應商進行年度評估。在建議的供應商獲得批准後，我們會將該供應商添加到我們的已批准供應商清單中，只有我們批准清單中的供應商才會獲得我們下達的採購訂單。

我們通常會投放足以供兩個月用的大批量訂單，並在我們下達採購訂單之前從少數供應商處獲得報價，以便談得優惠的價格。憑藉我們多元化的供應商群體，於往績記錄期間及直至最後可行日期，我們並未出現會對我們構成重大影響的原材料供應短缺或延遲情況。

典型採購交易的主要條款

於往績記錄期間，本集團並未與任何供應商訂立長期合約。相反，我們將會在典型的採購交易中向供應商發出採購訂單，以採購原材料。對於普通原材料，我們通常每月投放採購訂單。對於特定的零部件，我們可能每月下一次採購訂單。典型的採購訂單包含以下主要條款：

(i) 產品描述：

產品的簡要說明，包括原材料與設計的技術規格，所需的主要材料和配件的尺寸。

(ii) 訂單詳情：

必需提供數量、單價和總金額。

(iii) 付款期：

付款通常以電匯或銀行轉帳結算，通常存在30至60天的除帳期。我們主要以人民幣向供應商支付款項。

(iv) 交付詳情：

我們一般要求我們的供應商將貨物運送到惠州工廠。運輸費通常由我們的供應商承擔。

根據採購訂單，我們的供應商應對由於劣質和／或其他不符合規範情況而產生的各類索賠負責。

五大供應商

於往績記錄期間，我們與我們的五大供應商保持穩定關係。於最後可行日期，我們與自己的五大供應商保持了兩至十三年的業務關係。我們認為，以相當的品質和價格替換市場上的任何供應商並不困難。我們的董事確認，我們的五大供應商均為獨立第三方，且均不是本集團的客戶。

2016財年、2017財年、2018財年及2019年前四個月，本集團在其最大供應商處的採購總額分別佔本集團總物料成本的約6.4%、4.1%、4.5%及7.3%，而本集團在其五大供應商處的採購總額分別佔本集團總物料成本的約19.4%、16.6%、14.2%及20.0%。

業 務

下表載列我們五大供應商於往績記錄期間的詳情：

2016 財年

排名	供應商	向本集團提供的主要產品/服務	合作關係年數	近似採購金額 (港幣千元)	在本集團總採購中近似佔比 (%)	結算方式	除帳條款
1	長豐恒溫器(深圳)有限公司 ^(附註1)	電氣部件	5	9,998	6.4	銀行轉帳	60日
2	塑科(中國)有限公司 ^(附註2)	塑膠原材料及部件	4	6,265	4.0	電匯	30日
3	廣州致遠新材料科技有限公司 ^(附註3)	金屬原材料及部件	10	5,124	3.3	銀行轉帳	60日
4	東莞大東電業有限公司 ^(附註4)	電源線及導線	13	4,737	3.1	電匯	60日
5	東莞橋梓周氏電業有限公司 ^(附註5)	電源線及導線	11	4,081	2.6	銀行轉帳	60日
			合計	<u>30,205</u>	<u>19.4</u>		

2017 財年

排名	供應商	向本集團提供的主要產品/服務	合作關係年數	近似採購金額 (港幣千元)	在本集團總採購中近似佔比 (%)	結算方式	除帳條款
1	長豐恒溫器(深圳)有限公司 ^(附註1)	電氣部件	5	7,220	4.1	銀行轉帳	60日
2	深圳科力爾電機有限公司 ^(附註6)	電氣部件	6	5,820	3.3	銀行轉帳	60日
3	東莞橋梓周氏電業有限公司 ^(附註5)	電源線及導線	11	5,740	3.3	銀行轉帳	60日
4	金電貿易有限公司 ^(附註7)	塑膠原材料及部件	13	5,309	3.0	支票	30日
5	東莞大東電業有限公司 ^(附註4)	電源線及導線	13	5,079	2.9	電匯	60日
			合計	<u>29,168</u>	<u>16.6</u>		

業 務

2018財年

排名	供應商	向本集團提供的主要產品/服務	合作關係年數	近似採購金額 (港幣千元)	在本集團總採購中近似佔比 (%)	結算方式	信貸期
1	奧達爾(香港)有限公司(附註8)	電氣部件	7	8,130	4.5	電匯	30日
2	中聯實業(亞洲)有限公司(附註9)	塑膠原材料及部件	2	4,639	2.6	電匯	30日
3	廣州致遠新材料科技有限公司(附註3)	金屬原材料	10	4,445	2.5	銀行轉帳	30日
4	深圳市上揚科技有限公司(附註10)	塑膠原材料及部件	7	4,178	2.3	銀行轉帳	30日
5	東莞橋梓周氏電業有限公司(附註5)	電源線及導線	11	4,122	2.3	銀行轉帳	60日
				合計	25,514	14.2	

2019年前四個月

排名	供應商	向本集團提供的主要產品/服務	合作關係年數	近似採購金額 (港幣千元)	在本集團總採購中近似佔比 (%)	結算方式	信貸期
1	奧達爾(香港)有限公司(附註8)	電氣部件	7	6,390	7.3	電匯	30日
2	德昌電機工業製造廠有限公司(附註11)	電氣部件	10	3,553	4.1	信用證	30日
3	深圳市上揚科技有限公司(附註10)	塑膠原材料及零件	7	2,811	3.2	銀行轉帳	30日
4	深圳市力輝電機有限公司(附註12)	電氣部件	3	2,646	3.0	銀行轉帳	30日
5	金發科技股份有限公司(附註13)	塑膠原材料及零件	8	2,103	2.4	銀行轉帳	60日
				合計	17,503	20.0	

附註：

1. 長豐恒溫器(深圳)有限公司為一間位於中國的有限公司，其主要業務包括製造及銷售五金配件。
2. 塑科(中國)有限公司為一間位於香港的有限公司，其主要業務包括商品塑膠樹脂及工程塑膠的貿易。

業 務

3. 廣州致遠新材料科技有限公司為一間位於中國的有限公司，其主要業務包括製造及加工鋁合金、鋅合金及其他五金配件。
4. 東莞大東電業有限公司為一間位於中國的有限公司，其主要業務包括製造及銷售電氣硬體。
5. 東莞橋梓周氏電業有限公司為一間位於中國的有限公司，其主要業務包括製造及銷售五金配件。
6. 深圳科力爾電機有限公司為一間位於中國的有限公司，其主要業務包括設計、製造及銷售各類電子器具。
7. 金電貿易有限公司為一間位於香港的有限公司，其主要業務包括原材料及配件、硬體及工程塑膠的銷售。
8. 奧達爾(香港)有限公司是一間位於香港的有限公司，其主要業務活動包括電磁泵、閥門及機電材料的設計和貿易。
9. 中聯實業(亞洲)有限公司是一間位於香港的有限公司，其主要業務活動包括塑膠材料的貿易。
10. 深圳市上揚科技有限公司為一間位於中國的有限公司，其主要業務包括銷售化工產品、塑膠產品及電子產品。
11. 德昌電機工業製造廠有限公司為某聯交所上市公司的一間附屬公司，其主要業務活動包括電磁泵、閥門及機電材料的設計和貿易。
12. 深圳市力輝電機有限公司為一間位於中國的有限公司，其主要業務活動包括銷售電機及五金配件。
13. 金發科技股份有限公司為某上海證券交易所上市公司的一間附屬公司，從事塑膠化合物、特種工程塑膠、精細化工材料、完全生物降解塑膠、木塑材料、碳纖維及其複合材料的銷售活動。根據公開資料，其2018年的收益約為人民幣253億元。

於往績記錄期間，概無董事或股東(據我們董事所知，擁有本公司已發行股本超過5%的董事或股東)或彼等各自的緊密聯繫人於任何五大供應商中擁有任何權益。就我們的董事所知及所信，於往績記錄期間，我們的供應商均未成為本集團的客戶。於往績記錄期間，我們並無收到客戶就自供應商處採購的原材料的品質提出任何重大索償或投訴。

對沖

於往績記錄期間，本集團並無進行任何對沖活動。

存貨

我們的存貨包括原材料、在製品和製成品。下表載列了於2016年12月31日、2017年12月31日、2018年12月31日及2019年4月30日的存貨明細：

	於12月31日			於2019年
	2016年	2017年	2018年	4月30日
	港幣千元	港幣千元	港幣千元	港幣千元
原材料	14,677	21,956	21,786	33,517
在製品	7,346	12,145	9,757	13,701
製成品	9,005	12,076	11,570	17,336
合計	31,028	46,177	43,113	64,554

存貨控制

為避免過度採購和浪費，我們通常在客戶投入訂單時採購原材料。我們更願意批量採購原材料，這使我們能夠從供應商處獲得更優惠的價格。我們主要向位於香港或中國廣東省的供應商採購原材料及配件，以儘量減少交貨時間。我們的存貨儲放在惠州工廠的倉庫中。

2016財年、2017財年、2018財年及2019年前四個月，我們的存貨周轉天數分別為44.6天、66.6天、58.7天及77.9天。關於存貨分析的詳情，請參閱本招股章程「財務資料—合併資產負債表中對選定項目的說明—存貨」一節。

我們透過ERP系統定期監控存貨水平。我們還不時進行存貨盤點，以確保存貨紀錄的準確性。我們的高級管理人員將對此資訊進行審核，以確保我們獲得充足的資金並且存貨量適當。憑藉ERP系統的支援，我們從倉庫、生產部門、銷售和市場營銷部門以及採購部門收集了大量資訊，包括供應商名稱，材料數量和規格，生產日期，客戶名稱和相關採購訂單。

原材料通過我們的品質檢驗後，我們的倉庫工作人員將會在材料上附上條形碼。我們掃描條形碼後，材料的資訊將會被儲存到我們的系統中。透過搜尋條形碼，當我們的生產部門提出挑選清單以請求原材料時，我們的倉庫工作人員可以跟蹤所存放原材料的位置。我們的採購部門監控原材料的存儲情況，並在所存儲的原材料不足以進行生產時向我們的供應商投放採購訂單。我們的銷售和市場營銷部門還可以監控生產進度並不時向客戶報告。

此外，為了確保原材料、在製品和成品的品質，我們以先進先出的方式檢索存貨，並嚴密控制和監控倉庫內的溫度和濕度。

競爭

中國的電熱家用電器製造行業高度分散，2018年有逾5,000間主要從事各類電熱家用電器製造的中小企業和大型企業。根據弗若斯特沙利文報告，本集團是中國內地電熱家用電器市場的參與者之一，沒有一間企業獨霸整個市場。就中國(i)電熨斗(包括泵壓式蒸氣熨斗和蒸氣熨斗)；(ii)泵壓式咖啡機；及(iii)嬰兒食物蒸煮攪拌機、冷熱烹調攪拌機及電蒸鍋出口總值而言，本集團於2018年的市場份額分別約為2.3%、1.5%和0.4%。

中國電熱家用電器製造行業的進入障礙包括(i)資本要求；(ii)與主要客戶的關係；以及(iii)行業知識及開發能力。鑑於我們與主要客戶的穩定業務關係、強大的設計及開發能力、多元化的產品供應、經驗豐富的管理團隊以及對市場趨勢及潛在商機的深入了解，我們相信本集團已為應對中國電熱家用電器製造行業日益增長的需求做好充分準備。關於詳情，請參閱本招股章程「行業概覽」一節。

環境保護

我們遵守與中國環境保護、健康和工作場所安全相關的各種法律法規。我們的董事會定期檢討環保法律及法規，以確保符合適用法律及法規。例如，企業應採取有效措施，根據適用的法律法規，包括但不限於《中華人民共和國環境保護法》，預防和控制對環境造成的任何污染和危害。關於詳情，請參閱本招股章程「監管概覽」一節。

在我們產品的生產過程中，會產生一定的廢棄，包括廢棄物、噪音、固體廢棄物和空氣污染物。本集團已設立環境管理系統，以管理及檢討污染的排放。本集團根據國家和地方環境法律法規，設有管理、治理和減少污染和廢棄的標準程序。

此外，工業廢水將會經污水環保設備處理後回收利用。我們聘請了一間外部監控公司來監控工作場所、食堂和廢水管道的廢棄物問題。於最後可行日期，我們已獲得中國廣東省排污許可證，以供處理廢棄物，期限為2019年4月20日至2019年10月18日。如本招股章程中「監管概覽 — 中國 — 關於環境保護和有害物質的法律法規 — 排污許可證和環境保護稅」一節所述，自2019年8月13日起，不再核發該等許可證。生產過程涉及工業爐窯的企業應於2020年之前申領國家排污許可證。我們的中國法律顧問認為，

登輝(惠州)未延續廣東省排污許可證並不違反中國的法律法規。本集團可於廣東省排污許可證到期後繼續生產，倘若本集團根據中國相關法律法規依法提交所需申領材料，其取得國家排污許可證並不存在法律障礙。董事確認，我們計劃於廣東省排污許可證到期後提交國家排污許可證的申請，根據我們現有的資料，預計我們在申領國家排污許可證方面不會遇到任何實質性的困難。

本集團已採取必要措施保護環境。我們的董事相信此類認證確保本集團的業務能夠持續滿足法律要求和客戶在商業道德和環境保護方面的需求。

2016財年、2017財年、2018財年及2019年前四個月，我們分別因環境合規事宜產生開支約65,000港元、69,000港元、77,000港元及零元。

風險管理和內部控制

我們的董事會負責建立自身的內部控制和風險管理系統並檢查該等系統的有效性。我們擁有維護自身內部控制及風險管理系統的程序，涵蓋業務運營、企業管治、管理、法律事務、財務和核數等領域。我們相信，就全面性、實用性及有效性而言，我們的內部控制和風險管理系統屬充分。

為了加強我們的內部控制和風險管理系統，確保在上市後遵守適用的法律法規(包括上市規則)，我們採取了以下額外措施：

- (i) 董事會及董事會審核委員會將持續監察、評估及檢討我們的內部控制及風險管理系統，以確保符合適用的法律及監管規定，並將酌情完善及加強內部監控及風險管理系統；
- (ii) 趙先生，即我們的執行董事，將在整體上負責監督我們的內部控制和風險管理系統，並將擔任法律、監管和財務報告合規事宜的主要協調人。在收到有關法律、監管和財務報告合規性的任何問詢或報告後，趙先生將調查相關事宜，並在認為必要或適當時，尋求專業顧問的意見、指導或建議，並向董事會報告。關於趙先生的資格及經驗，請參閱本招股章程「董事及高級管理層」一節；
- (iii) 我們已於上市時委任同人融資有限公司作為我們的合規顧問，就遵守上市規則事宜向我們提供意見；
- (iv) 我們將繼續持續識別和評估我們的運營、業務和財務風險，實施足夠的措施，以最大限度地減少和減輕此類風險，並確保所有此類措施保持有效；

業 務

- (v) 倘若需要，我們可能安排我們的董事、高級管理人員及相關僱員不時參加適用於我們業務營運的法律及監管規定培訓；及

倘若需要，我們可能考慮委任外部香港法律顧問，就有關遵守上市規則及適用香港法律法規等事宜向我們提供意見。

僱員

於最後可行日期，我們在中國共有821名全職僱員，在香港共有41名全職僱員。下表載列於最後可行日期按職能劃分的明細：

	於 最後可行日期
香港	
財務	6
人力資源和行政	8
採購	5
品質保證	2
研發	7
銷售及市場營銷	13
小計	41
中國	
財務	23
人力資源和行政	51
採購	31
生產	569
品質保證	97
研發	39
銷售及市場營銷	11
小計	821
合計	862

培訓和招聘政策

我們通常透過招聘平台的招聘廣告，招聘會和內部推薦招聘僱員。我們尋求為僱員提供於市場上有競爭力的報酬。我們僱員的薪酬待遇一般包括基本工資、加班津貼以及與績效掛鈎的獎金。我們定期檢討僱員的薪酬待遇及績效。

業 務

我們為員工提供任職和在職培訓，以提高他們的技術和產品知識，包括對安全標準、品質保證和控制以及與工作相關的技能。我們還會持續評估可用的人力資源，並將釐定是否需要額外人員來應對本集團的業務發展。

福利繳納

中國

根據適用的中國法律法規，我們需要為中國僱員繳納各種社會保障保險，包括養老金繳納計劃、醫療保險、工傷保險、生育保險和失業保險以及住房公積金。

鑒於勞動法的變更和當地勞動力市場的趨勢，近年來生產工人的工資水平一直在穩步上升。我們還為具有出色績效和出勤紀錄的生產工人提供績效獎金和出勤獎金。

香港

我們按照「僱員補償條例」（香港法例第282章）的規定，為香港僱員持續投保僱員補償保險及為所有僱員持續投保醫療保險。

我們亦為所有符合資格的香港僱員繳納根據《強制性公積金計劃條例》（香港法例第485章）註冊的公積金計劃（「強積金計劃」）。根據該條例的規定，我們按僱員相關月收入的5%繳納公積金，每名僱員每月最高可繳1,500港元。

僱員關係

本集團相信，我們與僱員保持良好關係，於往績記錄期間並無發生任何重大勞資糾紛。

於往績記錄期間，本集團並未經歷任何停工或勞工罷工，亦未在招聘或挽留合資格僱員方面遇到任何重大困難。我們在中國的僱員已經建立了一個工會，以促進我們與僱員的關係。

健康和工作安全

我們在中國進行生產。我們為僱員提供有關工作安全的內部指導。我們還做出必要的安排以確保安全和健康。

於往績記錄期間，我們並未違反中國任何與安全生產相關的法律法規。於往績記錄期間及直至最後可行日期，我們並無收到任何與僱員或前僱員工傷相關的重大申索。

購股權計劃

本集團已有條件地採納本集團僱員(包括執行董事及其他合資格參與者)的購股權計劃，並可能授予認購股份的購股權。購股權計劃的主要條款匯總載列於本招股章程附錄四「D.購股權計劃」一段中。

物業

於最後可行日期，我們並無擁有任何物業。本集團租賃若干物業，詳情如下：

處所	用途	主要租約條款	近似建築面積
<i>中國</i>			
中國廣東省惠州市惠城區小金口鎮青塘村墩子瀝片(江北84)小區	生產及相關運營	每月租金為人民幣810,150.44元，租期：2019年4月1日至2021年12月31日	73,650.04平方米
<i>香港</i>			
香港九龍觀塘興業街15號中美中心A座10樓	車間、貨倉及附屬辦公室	每月租金為83,790港元，租期：2019年4月1日至2021年12月31日	5,985平方呎

我們分別從東保(惠州)及東保地產物業有限公司租賃上述物業。兩者都是本集團的關聯人。關於詳情，請參閱本招股章程「與控股股東的關係 — 於上市前訂立且將構成關連交易的交易」一節。

牌照、許可及批准

我們遵守與業務運營相關的各種法例、規則和法規，而我們經營業務需要獲得相關政府機構的若干牌照、批准及許可。關於詳情，請參閱本招股章程「監管概覽」一節。下表列出了我們經營所需的主要牌照、許可及批准。

牌照、許可及批准	有效期／授予日期	簽發機構	被授予實體
營業執照	2017年12月14日 至2037年12月31日	惠州市工商行政 管理局	登輝(惠州)
中國報關單位 註冊登記證書	2017年12月29日	深圳海關 中國區域	登輝(惠州)

經我們的中國法律顧問確認，登輝(惠州)已在所有重大方面取得各業務所需的必要牌照、許可及批准。我們的董事確認，且我們的中國法律顧問亦同意，於往績記錄期間及直至最後可行日期，本集團在更新經營所需的牌照、許可及批准方面無任何困難。

知識產權

我們重視我們的研發工作和成就，因此考慮保護對我們業務成功至關重要的知識產權。於最後可行日期，本集團已在中國、香港、歐盟、土耳其及匈牙利註冊逾50項專利(包括發明專利及實用新型專利)、逾40項設計及10多個商標。我們還於中國申請註冊逾30項專利及5個商標。關於對本集團業務而言屬重大的商標及專利，以及域名的詳情，請參閱本文件附錄四「B.本集團業務的進一步資料—2.知識產權」一段。

為保護我們客戶和我們的知識產權，與我們或客戶的設計相關的資訊通常對第三方或公眾保密。我們只允許獲授權人員從我們的伺服器導出文件。我們還可能要求我們的客戶簽署保密協議，以不透露我們的商業機密，包括我們產品的設計和規格。

於往績記錄期間及直至最後可行日期，概無就任何侵犯商標或其他知識產權情形而向我們提出的重大申索或爭議。我們的董事並不知悉任何第三方對我們的徽標或品牌的任何使用，並且相信我們的知識產權並未受到會對我們業務造成重大潛在影響的侵犯。

保險

我們持續投保產品責任險以防止產品責任風險。我們亦須遵守中國的社會保險制度，並須向中國僱員提供五類保險，包括基本養老保險、基本醫療保險、工傷保險、失業保險及生育保險。

我們還持續投保產品責任保險，存貨、物業、工廠和設備的財產一切保險，並為員工投保員工賠償險和醫療保險。

於2016財年、2017財年、2018財年及2019年前四個月，我們為投保各種保險而支付的保費分別共約0.4百萬港元、0.4百萬港元、0.4百萬港元及0.1百萬港元。

於往績記錄期間，我們未提出任何重大保險申索。我們的董事認為，上述保險計劃及保額足以應付經營風險及保障我們免受任何潛在損失或損害，並符合行業規範。

法律訴訟

於往績記錄期間直至最後可行日期，我們並無涉及任何重大訴訟、仲裁或申索。此外，我們的董事並不知悉任何可能對我們的業務、財務狀況或經營業績造成重大不利影響的任何待定期或威脅提出的訴訟、仲裁或申索，無論是否由己方提出。

法規遵循

於往績記錄期間直至最後可行日期，董事確認我們已在所有重大方面遵守香港及中國所有主要適用法律及法規。