

業 務

概 覽

我們是一家專注於消費電子產品的知名EMS供應商，致力於為客戶提供一站式解決方案。我們提供全方位服務，包括設計開發與優化、提供技術意見及工程解決方案、材料挑選及採購、生產、質量控制及物流管理。我們的解決方案旨在整合電子元件(如內嵌軟件和PCB的微控制器及微處理器)與機械及機電元件，以組成多功能模組，從而提升客戶電子製成品的整體功能。於往績記錄期間，我們能夠製造交付的產品包括PCBA、多功能模組及電子製成品，涵蓋包括霧化產品、電器、商業控件及暖通空調在內的產品應用。本集團於往績記錄期間所出售的霧化產品主要為煙草為主的霧化產品。鑒於本集團主要從事提供多功能模組電子代工服務，本集團覆蓋EMS行業價值鏈的中下游。憑藉我們的產品設計及開發能力和製造技術，我們有能力向客戶提供產品設計優化及工程解決方案，據此將我們定位為供應鏈前段的價值創造者。

於往績記錄期間，我們與逾80名客戶維持業務關係，產品運往逾25個國家和地區。我們的主要市場包括美國及英國，於2016財政年度、2017財政年度、2018財政年度及2019年首六個月合共分別佔我們按產品交付位置劃分的總收益的56.5%、71.7%、75.4%及81.4%。我們於往績記錄期間的十大客戶多為享譽國際及／或行業領先的品牌擁有人。

下表載列於往績記錄期間按產品應用劃分的收益明細：

	2016財政年度		2017財政年度		2018財政年度		2018年首六個月		2019年首六個月	
	收益		收益		收益		收益		收益	
	千港元	%	千港元	%	千港元	%	千港元	%	千港元	%
	(未經審核)									
霧化產品	83,487	12.1	564,164	45.8	606,739	48.2	382,155	53.8	180,225	34.2
電器	353,782	51.5	399,638	32.4	361,828	28.8	167,175	23.6	167,555	31.7
商業控件	169,987	24.7	184,427	15.0	160,981	12.8	101,529	14.3	96,913	18.4
暖通空調	80,403	11.7	84,424	6.8	127,747	10.2	58,676	8.3	82,901	15.7
總計	<u>687,659</u>	<u>100.0</u>	<u>1,232,653</u>	<u>100.0</u>	<u>1,257,295</u>	<u>100.0</u>	<u>709,535</u>	<u>100.0</u>	<u>527,594</u>	<u>100.0</u>

我們的總部位於香港，東莞生產廠房位於中國廣東省東莞市，建築面積44,970平方米。我們致力於嚴格的質量控制，並擁有能夠幫助優化製造能力的高效製造流程，藉此維持我們在消費EMS行業的競爭力。我們已通過眾多認證，其中包括有關製造PCBA及設計家用控制模組的質量管理體系ISO 9001:2015認證、製造ECG監測貼片(PCBA)及脈搏血氧計的質量管理體系ISO 13485:2016認證及環境管理體系ISO 14001:2015認證。另一方面，我們已採納精益製造模式原則，旨在優化我們的生產流程，縮短內部生產週期，以提高我們的生產效率。我們製造優質產品及向客戶提供一致可靠服務的能力是我們吸引及挽留挽留客戶的主要推動因素之一。根據歐睿報告，我們是中國15大消費EMS供應商(按2018年的收益計)中唯一未上市的公司。

業 務

於往績記錄期間，我們分別錄得收益約687.7百萬港元、1,232.7百萬港元、1,257.3百萬港元及527.6百萬港元，年內／期內溢利約1.0百萬港元、74.2百萬港元、77.0百萬港元及18.4百萬港元。

根據歐睿報告，2018年全球EMS行業的市場規模估計超過4,700億美元，且隨著全球需求的擴增，預計於2019年至2023年間將按5%以上的複合年增長率增長。展望未來，我們認為我們增長的主要驅動力是品牌擁有人繼續趨於向EMS供應商外包製造業務及物聯網相關解決方案的迅猛發展及普及。藉助該等驅動因素，我們將策略性地(i)藉由擴大製造平台的地理分佈增加產能；(ii)藉由購置新機器與設備及升級東莞生產廠房的生產設施提升生產效率；(iii)增強開發及提供物聯網相關解決方案的研發能力；(iv)在北美、歐洲及中國加大營銷能力；及(v)提升我們的MES及資訊科技基礎設施。

競爭優勢

我們的董事認為，下列優勢造就我們的成功，並令我們從競爭對手中脫穎而出：

遍及消費EMS價值鏈的高度綜合及全方位服務，具備製造多樣化產品組合的能力以及高效的生產流程

不同於僅專注於生產流程若干階段的傳統製造商，我們提供綜合及全方位的服務，遍及我們消費EMS價值鏈的中下游。透過我們的高度綜合平台，我們以一站式基準向客戶提供消費EMS，據此，我們能夠參與產品開發流程至產品(包括PCBA、多功能模組及電子製成品)交付的幾乎每一個階段。

我們的一站式EMS能力包括設計開發及提升、提供技術意見及工程解決方案、挑選及採購材料、生產、銷售及物流管理。就設計開發及提升而言，與根據客戶提供的規格及設計製造相反，我們亦提供技術建議加強產品設計，應對客戶終端產品的功能，我們亦根據客戶提供的產品規格及功能規格設計或與客戶聯合設計產品。此外，我們在生產開發階段向客戶提供技術意見及工程解決方案，以避免可能導致任何產品故障的設計缺陷。我們一般負責採購生產所需的材料，並會在評估產品樣本或產品設計後向客戶推薦合適的材料。

憑藉我們基於多量少樣及少量多樣的生產配置及工程專業知識提供製造服務的靈活性，我們已製造出PCBA、多功能模組及電子製成品的多樣化產品系列，涵蓋包括霧化產品、電器、商業控件及暖通空調在內的不同應用。我們透過製造多樣化的產品系列所累積的經驗及扎實的技術知識亦讓我們能夠通過研發投入開發新產品，進一步擴大我們的規模及鞏固關係，以及透過滿足客戶需求贏得新客戶。此外，我們認為我

業 務

們製造多樣化產品系列的能力加強了我們業務的韌性及穩定性，可避免過度依賴單一或少數過於集中的主要產品及／或客戶。

我們已採用可幫助我們優化產能及縮短生產週期的生產流程，以特別應對多量少樣生產。我們已實施專注於生產效率的精益製造原則。自2013年及直至2019年6月30日以來，我們已於我們的生產設施安裝超過180台自主開發的自動設備，生產力得到提升，直接勞工成本下降。有關自動設備包括自動焊錫機、激光打標機、自動鎖螺絲機、自動點膠機及自動測試機。此外，我們已於2017年投資新的ERP系統，以提高我們的運營效率。此ERP系統讓我們能夠根據中央系統控制及管理總生產計劃，我們可以根據中央系統追蹤客戶訂單、管理材料採購、監控生產進度及記錄生產前及生產流程的質量保證測試，以確保按時交付。其亦讓我們能夠立刻回應生產開發及生產前階段客戶對產品設計的要求，密切監控我們的產能及使用率以提升訂貨計劃及生產安排，以及提高成本計算準確性及改善生產流程。

根據歐睿報告，隨著客戶愈加希望產品能夠滿足其特定需求，製造商較以往組裝更多產品組合以滿足產品多樣化的需求不斷上漲。我們的董事認為，我們在消費電子產品開發流程的一站式EMS能力、我們的工程專業背景、我們在多量少樣及少量多樣方面提供製造服務的靈活性、我們的高效生產流程及我們製造多樣化的產品組合的能力，讓我們通過向客戶提供增值服務從其他傳統製造商中脫穎而出。我們認為，我們高度綜合的EMS業務模式已幫助我們定位為客戶的產品開發夥伴及供應鏈前端的價值創造者。

與國際知名及行業領先品牌擁有人的戰略合作以及穩定和悠久的業務關係

我們提供EMS(提供高增值解決方案)以製造旨在滿足客戶需求的優質產品，並與客戶保持互惠關係。於往績記錄期間，在我們的十大客戶當中，多數為國際知名及／或行業領先的品牌擁有人。我們認為，這證實了我們具競爭力的品質，如良好的質量控制、強大的產品開發能力及雄厚的技術實力。尤其是，由於我們相應年度的PPM值為「零」，我們已獲我們的客戶之一(國際知名消費電器品牌擁有人)通用認證，我們為其製造的產品連續三年無瑕疵。透過向客戶提供大規模製造服務，我們於往績記錄期間與客戶保持緊密合作。我們與國際知名及行業領先品牌擁有人的穩固關係提升了我們在消費EMS行業的競爭力。

根據歐睿的觀察，由於我們的主要客戶包括國際知名及行業領先的家電品牌擁有人，高度重視保持產品質量及一致的供應，我們的客戶一般會保持與上游業務夥伴的已有合作。此外，由於我們產品固有的精密屬性，產品規格經常面臨來自客戶的複雜技術及嚴格要求，客戶頻繁更換供應商在商業上不明智或不可行。部分客戶在接納EMS供應商作為其供應商之前，須進行全面的審批程序，如對EMS供應商的物流、生

業 務

產及質量控制進行檢查。由於有關程序要求耗時較長，可能延誤我們客戶的生產及銷售安排，我們認為，倘我們的客戶對我們的產品質量感到滿意，其傾向於避免更換供應商。

根據我們的營銷策略，在與現有客戶保持業務關係的同時，我們亦尋求與潛在客戶的新業務機遇。作為與潛在客戶建立聯繫及了解客戶(通常為消費電子代工供應鏈的下游廠商)的市場趨勢以及客戶產品的最新發展的其中一種方式，銷售及營銷部成員會不時參加海外展會及商展，這亦讓我們能夠建立與潛在客戶的新聯繫及創造業務機遇。有賴於我們成功的銷售及營銷活動，於往績記錄期間，本集團與逾80名客戶維持業務關係，並將產品運往逾25個國家和地區。

我們的董事認為，本集團吸引新客戶及進軍新市場的能力歸功於我們與行業領先廠商的長期合作關係，與領先廠商的長期合作關係提升我們的公司形象及聲譽，亦讓我們能夠獲得穩定的訂單流，確保經常性收益來源。

強大的技術實力及產品開發能力助業務進軍新市場

我們致力於憑藉強大的技術實力及產品開發能力脫穎而出，以把握具高增長潛力的新市場的業務機遇。通過我們提供EMS的營運歷史，我們為客戶製造產品，並專注於消費電子產品，且在向客戶提供產品開發及生產流程意見方面發展了專業技術及訣竅。我們在電氣及電子工程設計，尤其是模組設計、軟件及固件開發以及無線產品設計方面的核心競爭力，使我們能夠向客戶提供一站式定制EMS解決方案。

我們致力於加強我們的產品開發能力，以推動技術進步。於2019年6月30日，我們擁有一支由合共57名員工組成的產品設計及開發團隊，包括即(i)由8名成員組成的ODM團隊；(ii)由14名成員組成的OEM團隊；(iii)由22名成員組成的產品工程團隊；及(iv)由13名成員組成的其他支援人員。在產品開發中，我們的產品設計及開發團隊會在原有的基礎上設計產品、提出有關產品設計的想法，提供有關工程解決方案的意見並通過與客戶溝通進一步定制產品，以獲取訂單。我們的產品設計及開發團隊參與整個產品開發流程，其中(i) ODM團隊負責工程能力、核心設計及產品樣本；(ii) OEM團隊致力確保OEM客戶提供的產品規格具可製造性同時兼顧產品質量；及(iii)產品工程團隊專注於電子製成品的功能設計及表面效果。我們的產品設計及開發團隊與本集團的現有及新客戶保持定期聯絡，據以獲得有關其需求的實時市場資料及其新產品構想。在我們的產品設計及開發團隊中，45名為工程師。我們的工程師專攻多個領域，包括工業質量以及電子及通信工程。

我們對整個產品開發流程及客戶需求的了解以及強大靈活的工程平台，讓我們得以為客戶就廣泛的產品應用提供客製化的製造服務。我們近期致力開發物聯網及智能家居解決方案。我們的技術實力及應對變化的靈活性讓我們能夠設計及製造廣泛應

業 務

用於消費電子產品的多樣化產品組合。我們製造創新產品的能力亦讓我們擁有競爭優勢，並將我們與競爭對手區分開來。我們的董事認為，我們對消費EMS行業深刻的了解及技術實力以及強大的產品開發能力讓我們能夠向不同行業的客戶提供解決方案，並與消費EMS行業不斷演化的技術保持同步，而我們的技術實力亦有助於開發未來的產品，這些產品能夠幫助擴闊我們的產品組合，讓我們能夠進軍新的市場分部。

恪守嚴格的質量保證

我們堅定地承諾於製造過程中嚴守質量關。我們採納全面品質管理(TQM)原則，並為員工提供有關質量保證方面的持續培訓。此外，我們在整個製造流程保持嚴格的質量保證及檢驗，從材料採購到開展材料來料質量保證，再到生產過程中的過程檢驗及電子製成品的出廠質量保證。我們的董事相信，嚴格的質量保證制度讓我們能夠以具成本效益的方式向客戶交付一致可靠的產品及服務。我們從材料採購階段以及於整個生產流程對半成品及／或電子製成品開展質量保證檢查，包括目視檢查、功能測試、自動化光學檢查(AOI)及／或X光檢查。於2019年6月30日，我們的質量保證部門擁有103名員工，包括我們的質量保證總監(擁有逾十年的質量保證相關經驗)、三名質量保證經理及13名質量保證工程師。我們亦定期為僱員提供培訓，以加強彼等的技能及專業知識。憑藉我們嚴格的質量保證，我們已取得(其中包括)有關製造PCBA及設計家用控件模組的質量管理體系ISO 9001:2015、有關製造ECG監測貼片(PCBA)及脈搏血氧計的質量管理體系ISO 13485:2016、良好生產規範(GMP)認證以及International Electrotechnical Commission及Underwriters Laboratories Inc的認證。認證過程涉及對我們的生產流程及質量管理體系進行年度審閱。我們深知產品功能及可靠性至關重要，我們會於向客戶交付產品前在產品質量檢測實驗室對產品進行檢查。

此外，我們亦落實內部開發的追蹤系統，記錄各組產品所用材料的詳情。我們的所有產品均會在生產流程貼上編碼，讓我們能夠通過追蹤系統輕鬆獲取生產數據。此外，倘我們的產品出現質量問題，我們的追蹤記錄系統讓我們能夠立刻查明生產流程中的缺陷源頭，確定不良產品批次及採取適當的補救措施，以糾正有關問題及防止未來再次發生。

於往績記錄期間，我們並未接獲客戶有關我們產生質量的任何重大投訴，且概無客戶針對我們提出任何保修申索。由於我們相應年度的PPM值為「零」，我們已獲我們的客戶之一(國際知名消費電器品牌擁有人)通用認證，表示我們向其出售的產品連續三年無瑕疵。此外，我們擁有包括10K級的潔淨實驗室在內的100K級潔淨生產樓層，建築面積約為2,700平方米，適合生產衛生要求較高的產品，如醫療及保健產品。我們相信，

業 務

憑藉我們的質量保證體系，我們能夠向客戶提供安全可靠的產品。

富有進取精神、經驗豐富且有遠見的專業管理團隊

我們由一支強大的管理團隊領導，我們的管理團隊對EMS行業有著深刻的了解，且經驗豐富。我們的創辦人、主席兼執行董事朱慧恒先生在製造業擁有逾40年經驗，且自本集團成立以來一直是公司的掌舵人。我們的行政總裁兼執行董事曾先生具備職業會計師資格，於審計、財務及管理專業方面累積豐富經驗，並在EMS行業擁有約14年經驗，在推動整體業務增長方面一直起著主導作用。曾先生為本集團制訂戰略願景，主要負責本集團的整體管理、戰略規劃、業務發展及主要決策制定。我們的首席營運官兼執行董事陳先生在製造業擁有逾30年經驗，其中在EMS行業擁有逾13年經驗，主要負責開發、制定及指引本集團運營政策的執行。朱慧恒先生、曾先生及陳先生獲得高級管理層團隊的支持，而多數成員於相關行業積累逾十年的經驗。我們的高級管理層團隊在實現優秀的財務表現同時堅持質量管理及環境管理方面擁有良好的往績記錄。有關我們執行董事及高級管理層成員的經驗及資質的更多資料，請參閱本文件「董事及高級管理層」一節。

我們的管理層已於整個公司內培育出致力於創新的企業文化，並引領我們快速發展為領先的EMS供應商。我們管理團隊的大多數人才乃內部培訓晉升，僱員穩定性及忠誠度因而大大提高。此外，我們非常注重鼓勵、培訓及挽留僱員。我們認為，我們管理團隊的行業知識及經驗是我們成功的重要因素。

憑藉我們管理團隊的遠見及深厚的行業知識，我們的管理團隊能夠制定穩健的業務策略，評估及管理風險，預測客戶偏好變動及把握重大的市場機遇。我們相信，我們管理團隊的遠見、經驗、深厚的EMS行業知識及進取精神是我們業務成功的關鍵，且憑藉我們管理團隊的經驗及奉獻，我們將能夠繼續探索新的業務機遇並鞏固我們的市場地位。

業務策略

根據歐睿報告，2018年全球EMS行業的市場規模估計為4,700億美元，並預計於2019年至2023年間將按5%以上的複合年增長率增長。尤其是，在智能家居、物聯網、保健、移動電話及其他智能設備相關的更先進技術及產品的需求所推動下，美國消費EMS行業預期將以2.2%的複合年增長率從2019年的527億美元增長至2023年的574億美元。至於歐盟的消費EMS行業，在區內對電子產品的需求所推動下，相較以往數年，其將以1.2%的複合年增長率於2019年至2023年更快地增長。此外，就進口目的地而言，中國一直保持著其作為歐盟消費EMS產品的主要進口來源地的優勢。預期從中國至歐盟的進口於2019年至2023年將以7.4%的複合年增長率快速增長及來自中國的進口比例將由2019年的58.7%增長至2023年的69.2%。

業 務

同時，2018年中國消費EMS行業價值達到人民幣8,227億元，並預計於2019年至2023年間按7.6%的複合年增長率增長至2023年的人民幣12,025億元。EMS行業的增長主要由OEM外包增加持續推動以從外包中獲益。同時，全球智慧消費電子產品的新興需求亦會推動市場增長。

為保持競爭力，部分EMS行業的運營商因為東南亞地區擁有較低生產成本、強勁的供應網絡以及可用較低勞動力成本的經驗工人，正將生產基地轉移至該等地區。大部分領先行業參與者已於馬來西亞及越南等東南亞地區建立生產設施。此外，該等行業運營商正設法將其生產基地轉移及擴展至東南亞地區，以其從東南亞國家與歐洲及美國簽訂的貿易協議中獲益，並於應對美中之間的關稅時提升成本競爭力。

基於本集團的歷史趨勢，我們的收益於2016財政年度至2018財政年度錄得複合年增長率約35.2%。我們從2016財政年度至2018財政年度的收益複合年增長率優於中國消費EMS行業於2014年至2018年間的複合年增長率10.3%。此外，根據已確認的採購訂單以及我們與關鍵客戶的持續溝通，討論彼等於未來數年的業務計劃及對我們產品的未來需求，我們的董事認為，招攬新訂單及目標客戶以配合我們的預期產能增長是可行的。此外，我們認為，我們用於加強我們於北美、歐洲及中國營銷能力的業務策略將使我們能夠於該等地點實施及招攬銷售，抓住商機。因此，我們的董事認為，有充足需求支持我們進行下文詳述的擴展計劃。

未來，我們擬繼續鞏固我們在消費EMS行業的領先地位，提升我們的整體競爭力及擴大我們的市場份額。憑藉對我們服務需求的不斷增長，我們計劃通過以下措施實現我們的目標：

藉由在東南亞地區及中國擴展製造平台增加產能

於最後實際可行日期，我們於東莞生產廠房運作六條SMT線。於2018財政年度，SMT線的年產能為40,810個可用SMT機時數。於往績記錄期間，平均產能使用率約為80%或以上。儘管我們產品及服務的需求並無受季節性因素的影響，但根據訂單數，我們的產能使用率於一年中不時達到高峰時期。於生產高峰期，我們SMT線的使用率高達95%，而於往績記錄期間的若干時段，我們的SMT線甚至達到接近100%的充分使用率。誠如本節「客戶—我們與客戶F、客戶B及其他霧化產品客戶的關係」一段所披露，由於客戶F的需求預期增加，並基於本集團當時的MES及ERP系統等基礎設施不足以支持客戶F的訂單，客戶F預計我們將無法滿足彼不斷增長的需求而無法完成彼即將到來的採購訂單，客戶F與本集團的關係於2019年1月終止。儘管於本集團與客戶F的業務關係終止後，本集團SMT線的平均使用率由2018財政年度的84.7%下降至截至2019年3月31日止三個月的73.1%，我們的平均使用率隨後回升至截至2019年6月30日止三個月的高使用率85.5%。另外，基於顧客下達的採購訂單或指示，董事預期我們的SMT線將繼續保持高度利用率。因此，董事預期我們的產品及服務存在持續需求。

業 務

為滿足我們服務需求的預計增長(經我們客戶下達的採購訂單或意向所證實)及把握業務機遇(經EMS行業的市場前景所呈現)，我們認為藉由於東南亞地區及中國合適的位置擴展製造設備及能力以擴大產能實屬必要。

尋求與東南亞地區製造商夥伴合作的商機

於最後實際可行日期，我們於中國僅設立一間生產廠房。我們的長期策略為於中國境外擴展產能，旨在(i)分散營運風險；(ii)從降低生產成本(尤其是中國勞工成本上漲產生的勞工成本)中獲益；(iii)擁有國際足跡及使生產安排具靈活性以迎合客戶不同的需求；及(iv)具體而言，應對中美貿易戰。因此，我們擬於東南亞地區設立生產設施(「亞洲新廠房」)。

實施計劃

我們預計在中國之外的地區建立生產廠房需要一定時間，故我們於2019年1月與馬來西亞的一家製造商訂立一項分包安排，對若干產品的部分生產進行分包，並作為我們分散營運風險及降低生產成本計劃的第一階段。董事相信，在我們對新市場有一個透徹的理解前，無須投入大量資金來建立我們的生產廠房，故訂立上述安排乃是有效應對中美貿易戰的審慎、權宜之計。於選擇該分包商時，我們在東南亞地區不同製造商的生產基地進行實地考察，並開展一項可行性研究，對彼等的設施位置、生產效能、質保標準及內置的軟件系統進行比較。對我們的生產流程進行分包前開展的可行性研究使我們能夠根據我們的業務需求，對東南亞地區不同生產設備的基礎設施作出評估。透過我們與馬來西亞分包商的合作，我們亦可熟悉相關監管規定及經營環境。

藉助與我們馬來西亞分包商合作的經驗及我們從對東南亞地區不同製造商開展的可行性研究中獲取的資料，我們擬藉著自2020年起計於東南亞地區設立自有製造業務而繼續進行我們計劃的下一階段。

在過渡至我們計劃的第二階段時，我們擬與當地業務夥伴合作以於東南亞地區設立製造廠房，從而利用其當地資訊。我們計劃於東南亞甄選擁有充裕資源的合適當地業務夥伴，以協助我們初步設立製造廠房及處理日常營運(如當地招聘及勞動力管理)。於甄選潛在當地夥伴時，我們將考慮各種因素，包括(a)佈局、狀態及彼等現有生產空間相距主要運輸線路的遠近，或彼等於物色及獲取合適生產廠房位置方面的知識及能力；(b)彼等的財力優勢及於EMS行業的經驗；(c)彼等於招聘合適員工及技巧熟練職工方面的聯繫；及(d)生產工序的效率及彼等製造的產品質量。於最後實際可行日期，我們正與東南亞地區的數個可能的當地合作夥伴洽商，並對彼等進行實地考察，同時正對彼等各自的可能合作能力進行內部評估。然而，於最後實際可行日期尚未訂立正式合作條款。我們計劃於2020年上半年落實甄選當地合作夥伴及合作安排。在我們無法確定合適合作夥伴以設立亞洲新廠房的情況下，我們亦或會考慮自行設立亞洲新廠房。

業 務

我們就特定於在擬定的東南亞地區與一家製造商形成戰略合作的相關法律及法規，向我們的法律顧問進行諮詢。這包括(i)是否就海外投資者於一項投資中所持有的權益比例而對其施加法律限制；(ii)於該東南亞地區建立及營運EMS生產設備所需的許可及審批；(iii)是否有任何有關物料及產品進出口該東南亞地區的法律規定限制；(iv)有關建立法人實體、投資資金的投入以及許可證及審批的獲取的大致時間；(v)是否有任何適用的應付稅款；(vi)是否有任何外匯管制；(vii)主要勞動法規及社會保障要求；及(viii)貨品進出口商應繳納的進出口關稅。經考慮於擬定的東南亞地區的一般監管框架，董事認為，於該地區與EMS製造商形成戰略合作以建立亞洲新廠房的進入壁壘並不高，且在法律上克服該等進入壁壘為可行。在確定合作夥伴及進行擴展的可行性研究時，我們將按需要徵詢東南亞地區其他司法管轄區的法律顧問的意見。

為配合我們擴大東南亞地區製造能力的計劃，我們計劃取得一間估計建築面積約為8,000平方米的工廠物業，視乎工廠物業場地的可得性而定。我們將在該工廠物業進行裝修工程並招募經驗豐富的管理團隊及熟練的製造工人以支持日常營運。於與東南亞地區製造夥伴合作初期，我們計劃臨時指派若干現有員工至亞洲新廠房以確保順利運營及生產標準的一致性。

亞洲新廠房預期將容納三條SMT線、多條裝配線、配套機器及設備。我們計劃於2020年下半年至2022年下半年分階段安裝三條SMT線。

投資成本、投資回收期及收支平衡期

我們設立亞洲新廠房的投資成本將估計為約34.4百萬港元，其中(i)約27.8百萬港元將用於購置三條SMT線、多條裝配線及配套機器及設備以及工具，該數額乃參照SMT線及裝配線的一般設備及機器的報價以及我們有意收購的所需扶助工具的報價釐定；(ii)約3.9百萬港元用於達產期內的員工成本，以招聘負責日常營運的熟練製造工人及建立位於香港的管理團隊監控東南亞地區的業務，該數額乃參照經營亞洲新廠房所需聘用額外員工的估計人數、參照我們現有員工及東南亞地區工人的現行工資水平所得出的有關員工的工資而釐定；及(iii)約2.7百萬港元用於在啟動期租賃工廠物業及於工廠物業進行裝修工程，該數額乃參考現行市場租金費率、於初始啟動期的估計租賃面積及根據所取得報價的估計裝修工程成本。估計總投資成本約34.4百萬港元中，[編纂] (佔[編纂]約[編纂]%)將由[編纂]撥資，餘下款項將由我們的內部資源撥資。

建立該設備的投資回收期(指該設備從其所產生的經營現金流量淨額中收回相關初步建立成本所需的時間)預計為12個月；及收支平衡期(指亞洲新廠房為本集團產生充足的收益以收回其於同一財政年度的經營成本所需的時長)預計為三個月。投資回收期與收支平衡期乃基於下列假設而作出估計：(i)亞洲新廠房將按計劃投產；(ii)緊接

業 務

安裝SMT線的最初三個月為達產期；及(iii)銷售成本(例如勞工成本及租賃費用)乃參照當地現行市價及我們預期與東南亞業務夥伴的合作條款而作出估計，而材料成本、製造費用及行政開支乃參照於往績記錄期間與東莞生產廠房有關的一般費用及開支與收益的比率而作出估計。

產能及預期使用率

在設立亞洲新廠房及三條SMT線後且未計及中國新廠房建成(將於下文詳述)後的年產能的預期增長，董事預期我們的年產能將由2018財政年度的40,810可用SMT機時數分別增加約15%、30%及45%至2020年、2021年及2022年底的約47,000、53,000及59,000可用SMT機時數。

根據(i)按照我們客戶的採購預測或指示(如可用)及管理層經考慮市場前景及我們的計劃市場營銷力度後的估計而作出的銷售預測；及(ii)根據我們的歷史數據而估計的所需具生產力SMT機運作時數，及假設將按計劃安裝的相關生產線全部投產，我們估計我們亞洲新產房的使用率將於截至2022年12月31日止三個年度各年達約80%。

成本及裨益分析

隨著設立亞洲新廠房及安裝新SMT線及裝配線，我們預期我們將能夠分階段增加產能以承接客戶訂單。因此，我們承接更多訂單的能力將不再受產能所限，因而我們的銷售額將會逐漸增加。

因設立亞洲新廠房而產生的估計資本開支主要包括購置SMT線、裝配線、機器及設備及工具以及裝修工程的成本。我們亦預期將招致因租賃生產場地而產生的租金開支及所需員工及工人的勞工成本等經營成本。

儘管設立亞洲新廠房會涉及資本開支及經營成本，但鑒於我們現有東莞生產廠房的高使用率及預期的客戶需求增長，我們仍訂立長遠發展策略，以將我們的足跡擴展至中國境外及擴大產能。由於產能得到提升、東南亞地區的經營成本較低及生產安排具有彈性(尤其是在中美貿易戰的背景下)，我們預期本集團在消費EMS行業將更具競爭力及將能夠獲取更多市場份額。因此，我們的董事認為，我們的擴展計劃將對我們的未來盈利能力具有正面影響。根據我們的成本及裨益分析，我們相信設立亞洲新廠房從長期而言將帶來的裨益將大於估計成本。

設立亞洲新廠房相較我們於中國的現有廠房的成本及裨益分析

透過擴大我們於東南亞地區的產能，我們可利用東南亞地區經營開支(尤其是勞工成本)較低的優勢及即時解決中美貿易戰的負面影響。根據歐睿報告，中國近年的勞

業 務

工成本持續上漲，因此促使大批EMS供應商將其於中國內地的生產遷往馬來西亞及越南等成本更低的東南亞地區(經考慮該等地區較低的勞工成本、成熟的基礎設施及強大供應網絡)。

更為重要的是，我們可在不受中美貿易戰影響的情況下，繼續從美國客戶承接訂單。鑒於中美貿易戰(於2018年7月開始，且美國政府已宣佈數輪對中國進口的產品加徵關稅，詳情載於本節「市場及競爭—中美貿易戰」一段)不斷加劇，為降低營運風險，董事認為加快於東南亞地區的產能擴展對本集團有利。

因此，儘管我們於東南亞地區設立生產廠房可能相較於中國而言會招致若干前期成本，如就相關司法權區尋求法律意見及在為設立亞洲新廠房選址時進行可行性調查的成本(預期金額並不重大)，但估計長期而言東南亞地區的經營成本將低於中國。因此，董事認為，設立規模大於中國新廠房的亞洲新廠房(如下文「於中國擴展製造平台」一段所詳述)對我們的長期可持續發展有利。

設立我們本身的亞洲新廠房相較於馬來西亞進行分包安排的成本及裨益分析

董事已對透過設立亞洲新廠房擴大我們的產能而非繼續讓馬來西亞製造商分包我們部分生產流程的成本及裨益作出評估。董事認為，透過設立亞洲新廠房，(i)擁有一支工人團隊，而非聘用分包商，能夠使我們透過更直接地控制具有所需經驗、專業知識、行業知識及有能力執行特定工作的員工的編製，更有效確保工作的質量；(ii)憑藉我們自身的團隊，我們可密切監控我們的每一步的工作交付進度，並在必要時調整我們的計劃，以確保優質工作的準時交付；及(iii)倘我們擁有自身的工人團隊及生產設備，我們亦可更好地安排我們的生產調度及控制資源規劃，故我們不受分包商的能力及計劃的約束。

儘管倘我們繼續將我們的部分生產流程分包予馬來西亞的製造商(據此我們僅須根據向分包商發出的生產訂單支付分包費用)則不會產生初始啟動成本，董事認為透過設立亞洲新廠房及僱用額外員工而非分包，我們將很可能減少以長期而言產生的服務成本，原因是材料成本及勞工成本將按成本基準產生而非按分包商的任何加成收取，因此可提高毛利率及改善盈利能力。此外，於馬來西亞分包僅僅是我們擴展計劃的第一階段，以熟悉東南亞地區的監管及經營環境，但我們的長期策略是擁有我們自身的廠房以謀長期發展。我們相信透過設立亞洲新廠房及擁有我們自身的工人團隊，我們可擴大在中國境外的業務，提高員工編製的整體靈活性以及確保我們服務質量及生產計劃，及我們將不會受有關分包的可用性及成本的影響且能把握更多商機。

於中國擴展製造平台

我們計劃於中國的據點的附近地點(「中國新廠房」)擴充我們的製造能力，乃由於其毗鄰東莞生產廠房及供應商，這將能夠加強我們於中國的製造據點，亦方便物色材

業 務

料供應商。我們的董事認為，於中國設立中國新廠房將能夠使我們憑藉中國的現有後勤辦公室員工以共享行政支持服務。此外，透過將新廠房設於中國，我們將能夠加強我們於中國的製造據點及方便物色材料供應商。

透過加強我們於中國的製造據點，我們亦將能夠把握中國消費EMS市場的預期增長及市場機遇。我們過去曾從中國客戶承接小批訂單。未來，我們計劃憑藉我們與國際知名品牌擁有人的業務關係及我們的客戶網絡來加強我們的市場營銷力度，重點關注正在中國採購EMS產品或因中美貿易戰而就於中國出售的產品將採購策略轉向於當地採購的國際知名品牌擁有人。中國新廠房預期將主要承接自我們的非美國客戶的訂單。我們相信該策略亦與本集團進一步擴展至美國以外市場的整體擴展計劃一致。詳情請參閱本節「加強我們於北美、歐洲及中國的營銷能力」一段。

實施計劃

經考慮因設立亞洲新廠房(詳情載於本節「尋求與東南亞地區製造商夥伴合作的商機」一段)而將可節省的產能，中國新廠房預期容納一條SMT線、裝配線及其輔助機器設備。我們設立中國新廠房的選址標準包括(a)地點位置；(b)租賃廠房物業的成本；(c)規模及符合我們規劃中的規模面積；及(d)鄰近東莞生產廠房、材料供應商及交付港口。

為配合我們擴大中國製造能力的計劃，我們計劃在中國鄰近地區租用一幅場地，估計建築面積約為10,000平方米，視乎場地的可得性而定。我們將對該工廠物業進行裝修並招募經驗豐富的管理團隊及熟練的製造工人以支持日常營運。於最後實際可行日期，我們尚未就在中國建立第二家廠房確定場地或訂立任何租賃。

我們計劃於2022年第一季度就設立中國新廠房物色場地及訂立租賃安排並開始廠房的裝修工程。於2022年上半年，我們計劃安裝一條SMT線及裝配線並安裝相關機器及設備。

投資成本、投資回收期及收支平衡期

設立中國新廠房的總投資成本估計將約為20.0百萬港元，其中(i)約8.0百萬港元將用於啟動期租賃工廠物業以及工廠物業的裝修工程，該數額乃經參考我們東莞生產廠房的歷史單位租金開支、容納一條SMT線的估計所需面積及類似工廠物業進行裝修工程的估計成本的報價而釐定；(ii)約6.7百萬港元將用於收購一條SMT線、裝配線及附註及其設備，該數額乃根據SMT線的一般設備及機器的報價以及東莞生產廠房裝配線的歷史成本而估計得出；及(iii)約5.3百萬港元將用於達產期用於招募富有經驗的管理團隊及技術熟練的製造工人(彼等將負責中國新廠房的日常管理及營運)的員工成本，該

業 務

數額乃根據預期所需的額外員工人數及各員工的月薪(經考慮職位及經驗類似的現有員工的月薪)而估計得出。在設立中國新廠房的總估計投資成本約20.0百萬港元中，[編纂](約佔[編纂]的[編纂]%)將以[編纂]撥付，及餘下將以我們的內部資源撥付。

設立該設施的投資回收期(指該設施從其所產生的經營現金流量淨額中收回相關初始設立成本所需的時間)預計為14個月；及收支平衡期(指中國新廠房為本集團產生充足的收益以收回其於同一財政年度的經營成本所需的時長)預計為6個月。投資回收期與收支平衡期乃基於下列假設而估計得出：(i)中國新廠房將按計劃投產；(ii)緊隨安裝SMT線後的最初三個月為達產期；及(iii)銷售成本(例如勞動成本及租金開支)乃參照當地現行市價而估計得出，而材料成本、製造費用及行政開支乃參照往績記錄期間與東莞生產廠房有關的一般費用及開支與收益的比率而估計得出。

產能及預期使用率

根據我們中國新廠房的發展計劃及安裝SMT線的計劃安排及未經考慮因設立亞洲新廠房而導致的年產能預期增加，董事認為，年產能將從2018財政年度的40,810可用SMT機時數遞增增長約15%至2022年年底的約47,000可用SMT機時數。

根據(i)按照我們客戶的採購預測或指示(如可用)及管理層經考慮市場前景及我們的計劃市場營銷力度後的估計而作出的銷售預測；及(ii)根據我們的歷史數據而估計的所需具生產力SMT機運作時數，及假設將按計劃安裝的相關生產線全部投產，我們估計我們中國新廠房的使用率將於截至2022年達約76%。

成本及裨益分析

隨著設立中國新廠房及安裝新SMT線及裝配線，我們預期我們將能夠增加產能以承接客戶訂單。因此，我們承接更多訂單的能力將不再受產能所限，因而我們的銷售額將會逐漸增加。

因設立中國新廠房而產生的估計資本開支主要包括購置SMT線、裝配線、機器及設備以及裝修工程的成本。我們亦預期將招致因租賃生產場地而產生的租金開支及將予招募的額外工人的勞工成本等經營成本。

儘管設立中國新廠房會涉及資本開支及經營成本，但鑒於我們現有東莞生產廠房的高使用率及客戶需求的預計增長，我們仍訂立長遠發展策略，以擴大產能。由於產能得到提升，我們預期本集團在消費EMS行業將更具競爭力及將能夠獲取更多市場份額。因此，我們的董事認為，我們的擴展計劃將對我們的未來盈利能力具有正面影響。

業 務

根據我們的成本及裨益分析，我們相信設立中國新廠房從長期而言將帶來的裨益將大於估計成本。

透過購買新機器及設備及升級我們現有東莞生產廠房的生產設施提升我們的生產效率

為進一步提升我們的生產效率，我們擬購買新機器及設備以應對預期即將到來的產品訂單需求及升級我們現有東莞生產廠房的生產設施。

為此，我們計劃投資合共約16.9百萬港元購買新機器及設備及工具，包括一台激光脫皮機、電線切割機、熱壓焊錫機、LCR錶及點膠機。新機器及設備及工具將在2020年上半年至2022年下半年之間分階段購買。在購買新機器及設備及工具的估計總投資成本中，約[編纂] (佔[編纂]約[編纂]%) 將由[編纂]撥資，餘下款項將由我們的內部資源撥資。

另一方面，由於我們的若干現有主要機器及設備已使用約六至八年及此外，我們已有的設施或不能應對我們客戶的日後交付期要求。我們計劃投資合共約23.7百萬港元，透過升級我們的現有SMT線、機器及設備以及進行租賃物業裝修升級我們的生產線。將我們現有SMT線升級涉及多項機器及設備的升級，包括SMT貼片機、焊錫貼片機、AOI機及回流爐。我們目前計劃在2020年上半年至2022年下半年期間分階段進行設備更新及租賃物業裝修。在升級生產線的估計總投資成本中，約[編纂] (佔[編纂]約[編纂]%) 將由[編纂]撥資，餘下款項將由我們的內部資源撥資。

董事認為，收納額外的機器及設備僅需要對東莞生產廠房的現有樓面平面圖作出輕微的調整即可實現。我們計劃主要於公眾假期分階段安裝新機器及設備以及升級我們現有的機器及設備時，故我們相信我們能夠在不受任何干擾情況下繼續正常營運。

藉著新增的機器及設備以及已升級的生產線，我們認為我們生產流程的自動化及效能將會提升。新增的機器預期能滿足新客戶的訂單需求，升級我們的生產線亦將提高我們所生產的產品的精度水準，縮短每次的生產時間並提高我們產品質量的可持續性。儘管我們或會受購入新機器及升級我們的生產線所產生的重大折舊費用的影響，並可能對我們的盈利能力及經營業績造成不利影響，我們相信，通過升級我們的生產線，我們將能夠替換陳舊生產設備及機器，以降低故障時間及次品率，減少人為錯誤及提升生產流程的生產效率，從而縮短生產週期並降低維護成本，以實現效率及生產穩定性的整體提升。

業 務

加強開發及提供物聯網相關解決方案的研發能力

我們擬加強研發能力以向客戶推出更多創新技術及新產品解決方案。我們擬專注於物聯網研發，物聯網是由嵌入式電子設備、傳感器、制動器通過網絡連接形成的網際網絡，讓該等物體實現數據收集及交換。根據歐睿報告，物聯網(包括wifi、藍牙及其他連接技術)的概念正推動行業設計新一代產品。隨著物聯網應用範圍的擴大及接受程度不斷增加，各類市場(包括中國、歐盟及美國市場)對相關EMS的市場需求不斷增加。

我們擬就一系列人對機(H2M)產品及機對機(M2M)產品繼續致力於開發及整合物聯網技術的研發工作，如(i)雲端服務器連接；(ii)無線充電產品；及(iii)追蹤設備，包括實現車輛追蹤及廢棄物管理追蹤的設備。有關產品涵蓋廣泛的應用領域，包括智能家居、智能城市及遠程監控。於最後實際可行日期，我們已自美國及歐洲知名品牌擁有人獲授與我們的物聯網相關解決方案有關的項目。

於往績記錄期間，我們的產品設計及開發團隊已應客戶對彼等產品的要求，參與主要由其發起的研發活動。透過參加我們與客戶的產品開發合作，我們能夠改善產品設計、規格及技術。根據歐睿報告所載，中國是消費電子產品的製造中心，惟由於國內企業的研發能力較弱，以及產品設計能力有限，尚不可稱為創新中心。因此，為了在新興的物聯網市場把握提升的機會，董事認為，透過積極參與相關的研發及開拓並向客戶推廣創新的解決方案以提高我們的技術競爭力是不可或缺的。董事相信，一個獨立的研發中心，在促進本集團在消費EMS行業的創新主導業務增長方面，為至關重要。憑著集中於研發項目的人力、設施及設備，本集團可透過深入瞭解在消費EMS市場方面的技術專業知識，於早期階段創造價值，並開拓物聯網相關解決方案的新興市場的發展潛力。董事亦認為，新研發中心將會提供一個平台來物色與大學、研究機構及其他行業合作夥伴的合作良機，以期開展首創的聯合研究及聯盟，令本集團在眾多的競爭對手中突圍而出。

為完成此目標，我們計劃於香港設立研發中心，而此舉將涉及初步設立成本及營運開支(如初步設立階段的租金及員工成本)。我們亦計劃升級籌備中項目研發用的現有設備及軟件、我們的電腦輔助設計軟件及其他研發電腦軟件。我們預期加強我們研究能力的總成本將約為8.6百萬港元，其中[編纂](佔[編纂]約[編纂]%)將由[編纂]撥資，餘下款項將由我們的內部資源撥資。

我們認為，當我們的研發能力進一步加強後，我們能更好了解客戶對產品設計及功能性的需要及需求以及緊跟物聯網的最新市場趨勢，從而最大限度地實現客戶對終端產品的理想概念設計，並最終吸引物聯網市場的新客戶。

業 務

加強我們於北美、歐洲及中國的營銷能力

於往績記錄期間，我們已委聘四名、兩名、五名及五名第三方銷售代表，協助向客戶(尤其是北美及海外國家客戶)招攬銷售及維持關係。我們的銷售代表透過與位於海外的現有及潛在客戶聯繫，拓展我們銷售及營銷團隊的觸及範圍。於2016財政年度、2017財政年度、2018財政年度及2019年首六個月，就我們銷售代表的服務產生的銷售佣金及開支分別為17.2百萬港元、35.6百萬港元、32.7百萬港元及13.3百萬港元，佔相應年度／期間總收益2.5%、2.9%、2.6%及2.5%。

展望未來，我們擬透過於北美及歐洲招募具有關經驗的當地銷售及營銷人員，以夯實我們於該等地區的市場地位。我們將聘請具有工程背景的銷售及營銷人員為該等地區的現有客戶提供技術支援，以更好地服務客戶，並於與潛在客戶初步討論有關產品設計、功能及性能時提供技術意見，以期抬升獲得新訂單的幾率。憑藉於該等地區配備我們自有的銷售及營銷人員，我們將能(i)貫徹直接銷售及營銷策略以與當地客戶建立聯繫；(ii)透過縮短響應該等地區客戶的時間以提升服務水平及營銷表現；及(iii)把握該等地區市場出現的業務機遇。此外，我們將透過強化與該等地區客戶的關係而加大於中國的營銷能力。我們亦將藉助現有客戶網絡物色交叉銷售的機遇，以期進一步滲透中國市場。尤其是，我們計劃將我們的市場營銷力度集中於身為國際知名的品牌擁有人及因中美貿易戰而轉向在中國採購並於中國本土出售產品的客戶。

另一方面，我們計劃繼續營銷投入，以推廣新開發的物聯網相關解決方案，為此，我們參加行業展會及商展。我們過往曾參加柏林Sigfox World IoT Expo及Avnet Sigfox Event，以接觸Sigfox解決方案的主要廠商。我們過往亦曾參加EU Utility Week，以向目標客戶推廣我們的Sigfox、LoRaWAN及NB-IoT解決方案。展望未來，我們擬繼續出席各類展會及活動，以開發新業務，尤其是與物聯網相關解決方案有關的新業務。

我們預期加大營銷能力的成本將為8.9百萬港元，其中[編纂](佔[編纂]約[編纂]%)將由[編纂]撥資，餘下款項將由我們的內部資源撥資。

提升我們的MES及資訊科技基礎設施

我們資訊科技系統及基礎設施讓我們能夠規劃及管理我們的生產前及製造流程。我們擬提升我們的製造執行系統(MES)及資訊科技基礎設施，以進一步提高我們的整體運營效率，從而降低長期運營成本，維持業務增長。

MES是專為在多個功能區運行而設計的企業資源規劃系統，包括進度規劃、產品控管、訂單進度及產品跟蹤及追溯。透過MES，我們將能實時記錄各生產線的生產進度，並獲得包括產量、耗時及勞力在內的生產相關數據，以確保精準監控生產流程並提升

業 務

生產效率。MES亦令我們得以監控生產負荷及產能、跟蹤及分析製造數據、監控我們生產的各個階段，並獲得實時反饋。透過MES收集的所有數據將與我們現有的ERP系統整合，以作進一步數據考量、分析及資料報告之用。我們亦將升級我們的資訊科技基礎設施及購買配套軟件許可證，以提升我們的整體營運效率，並因此增強我們開發能滿足客戶偏好的產品的能力。

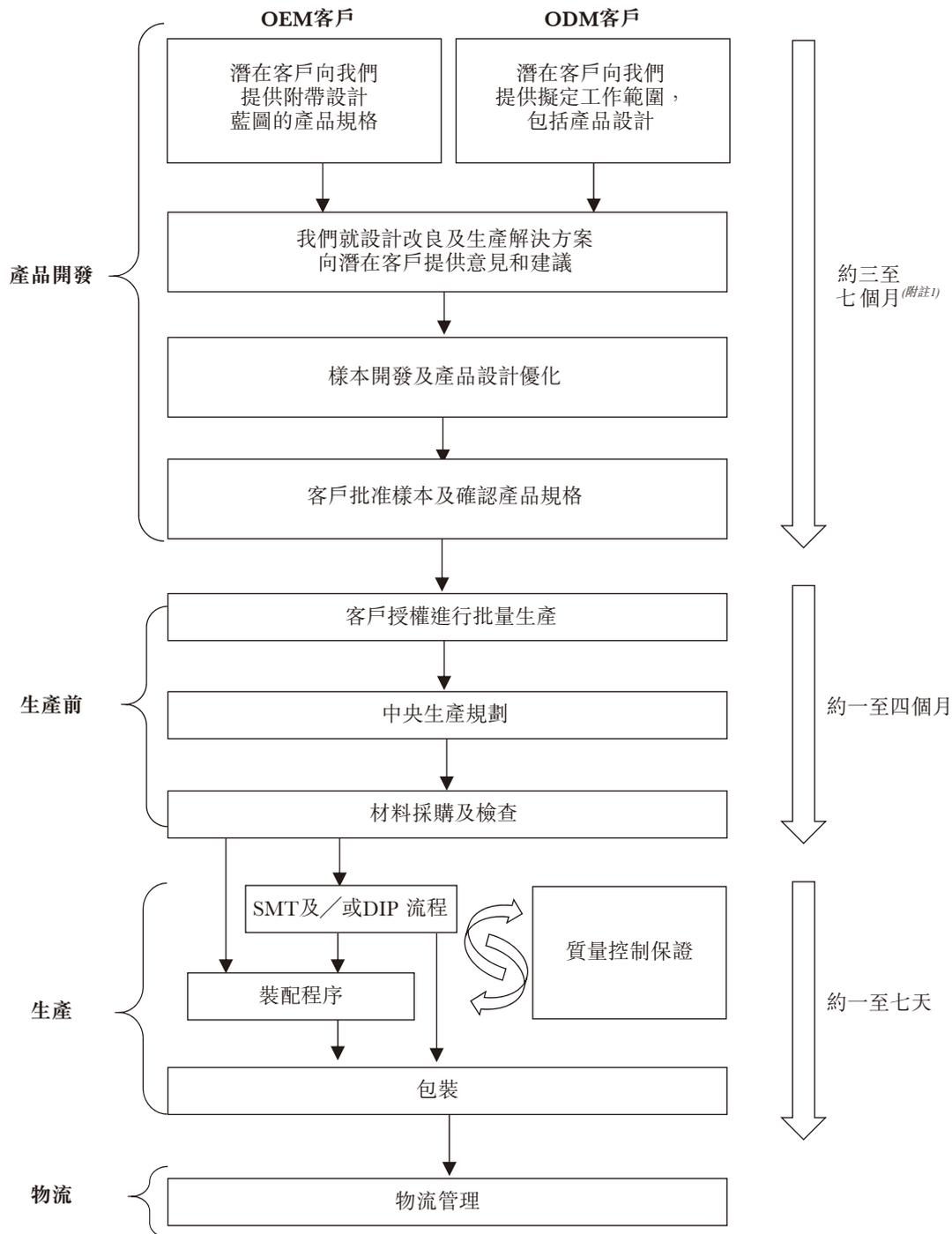
提升MES及資訊科技基礎設施的估計投資成本約為5.4百萬港元，其中[編纂](佔[編纂]約[編纂]%)將由[編纂]撥資，餘下款項將由我們的內部資源撥資。

我們的業務模式

作為一家向客戶提供綜合服務的EMS供應商，我們不僅為客戶提供製造服務，亦提供供應鏈各階段從產品開發、產品設計優化、樣本設計、材料採購、生產管理、質量控制到物流及交付的增值服務。我們尤為重視產品開發過程，這一過程令我們可與客戶進行產品設計，並與彼等就產品開發及產品設計優化進行合作和聯動，我們相信此舉有助確保產品的功能及為客戶進行批量生產的商業可行性。

業 務

以下流程圖闡述我們的業務模式及我們向客戶提供高度整合的EMS平台的流程：



附註：

1. 針對OEM客戶的產品開發通常需時三至四個月，針對ODM客戶的產品開發則通常需時五至七個月。
2. 以上流程圖中描述的若干業務流程的次序視乎各客戶的具體要求可能有所出入。

業 務

產品開發

潛在客戶要求我們根據指定規格開發產品或委聘我們進行產品設計及開發

我們尤為注重產品設計和開發，志在於此方面向我們的品牌擁有人客戶提供有力支持。雖然我們的OEM客戶通常要求我們根據指定規格開發產品，但我們的ODM客戶會向我們提供擬定的工作範圍，並讓我們根據其訂單進行產品設計。每當客戶提出新產品開發請求，我們的銷售及營銷團隊會與客戶展開初步討論，並收集有關合作方式、開發時間及產品要求(如功能、性能和設計)方面的信息。其後，我們的銷售團隊會與我們主要負責產品開發的產品設計及開發團隊就有關提案進行溝通。

我們就設計改良及生產解決方案向潛在客戶提供意見和建議

在新產品開發過程的初期階段，我們的OEM客戶通常會向我們提供產品規格及設計圖紙，便於我們了解其初步設計概念及生產要求。我們的ODM客戶或會直接委聘我們提出續於其產品概念、功能及特色的產品設計。我們的項目管理及生產部門或會就建議新產品進行批量生產的可行性在設計以及指定部件及元件方面向客戶提供意見，亦會協助客戶挑選適當的材料以達致其建議產品的設計概念及擬定功能。

樣本開發及產品設計優化

有關產品的材料選擇及其他主要規格一經確認，我們的ODM團隊會開發三維(3D)電腦產品效果圖以幫助客戶可視化其設計概念的最終產品及加速產品設計落實。同時，我們的ODM團隊亦開展工程試驗，期間工程師會在設計和可製造性方面進行改進，並對產品樣本進行適用測試。另一方面，我們的OEM團隊落實OEM客戶提供的產品規格，以確保產品的可製造性及質量。在此階段，我們的產品工程團隊亦會確定有否設計缺陷，並向ODM及OEM客戶提供技術意見及工程解決方案，從而確保產品順利產出。通過工程試驗後及在啟動批量生產之前，我們會對產品樣本進行試產。

客戶批准樣本及確認產品規格

一旦3D電腦產品效果圖經客戶批准，我們會根據已落實產品設計開始開發及生產首個產品樣本並與我們的客戶合作完善首個樣本，調整產品規格，及生產更多樣本以與客戶進一步討論及分析，並在落實設計前基於多項因素(如節省成本、提升效率及優化設計)修改微調產品設計。

根據我們的經驗，針對不同客戶的產品開發過程因產品的複雜程度而異，就OEM客戶而言一般需時約三至四個月，就ODM客戶而言則為五至七個月。

生產前

客戶授權進行批量生產

一旦我們的客戶批准產品設計及同意建議出廠單價，則彼等將與我們確認採購單並授權我們對其訂單進行批量生產。

業 務

中央生產規劃

我們仔細規劃生產運作流程，藉以提升生產效率。於生產前階段，我們在收到客戶訂單確認後會安排及協調批量生產規劃(MPS)及製造資源計劃(MRP)等製造安排。倘生產的任何部分將被分包，則我們一般要求分包商滿足我們客戶對產品規格及質量的要求。

材料採購及檢查

另一方面，我們的採購團隊亦會與生產團隊一同根據客戶選擇或我們推薦的材料或供應商採購材料及包裝，並安排交付至我們的生產設施。我們在接收材料前會進行檢查。在啟動生產流程前，我們的採購團隊會確保有關材料達致客戶的質量規格。

我們配備有ERP系統，使我們得以透過一個中央統籌系統控制並管理我們的主生產計劃，包括跟蹤客戶訂單、管理材料採購、監控製造進程及記錄生產前及生產過程中的質量控制和保證檢測，藉以確保按時交付。此外，成立伊始，我們即已採納專注於提高生產力的精益製造模式原則。於產品開發及生產前階段，為提高產量，我們的項目管理及生產部門會就如何優化生產流程以減少生產時間及損耗提供意見。此精簡生產流程讓我們可於早期階段發現及解決與生產有關的問題，從而令我們可降低產品缺陷率、避免製造流程中不必要的浪費、降低我們於生產流程各階段材料的存貨水平，從而降低整體生產成本。透過分析各生產流程階段的交貨時間，我們亦可於生產流程中發掘效率低下或不必要的步驟，並整合及優化生產流程以縮短訂單交付時間。

生產前流程通常需時約一至四個月。

生產

我們已建立追蹤記錄系統，所有有關我們產品的生產數據，包括所用的材料詳情已被存儲。透過追蹤記錄系統，我們得以密切監控製造流程的所有主要階段。我們產品的生產週期視乎產品複雜程度及特定客戶需求而各不相同，一般於客戶確認訂單後約需一至七天進行生產。

有關我們生產流程的詳情，請參閱本節「生產流程」一段。

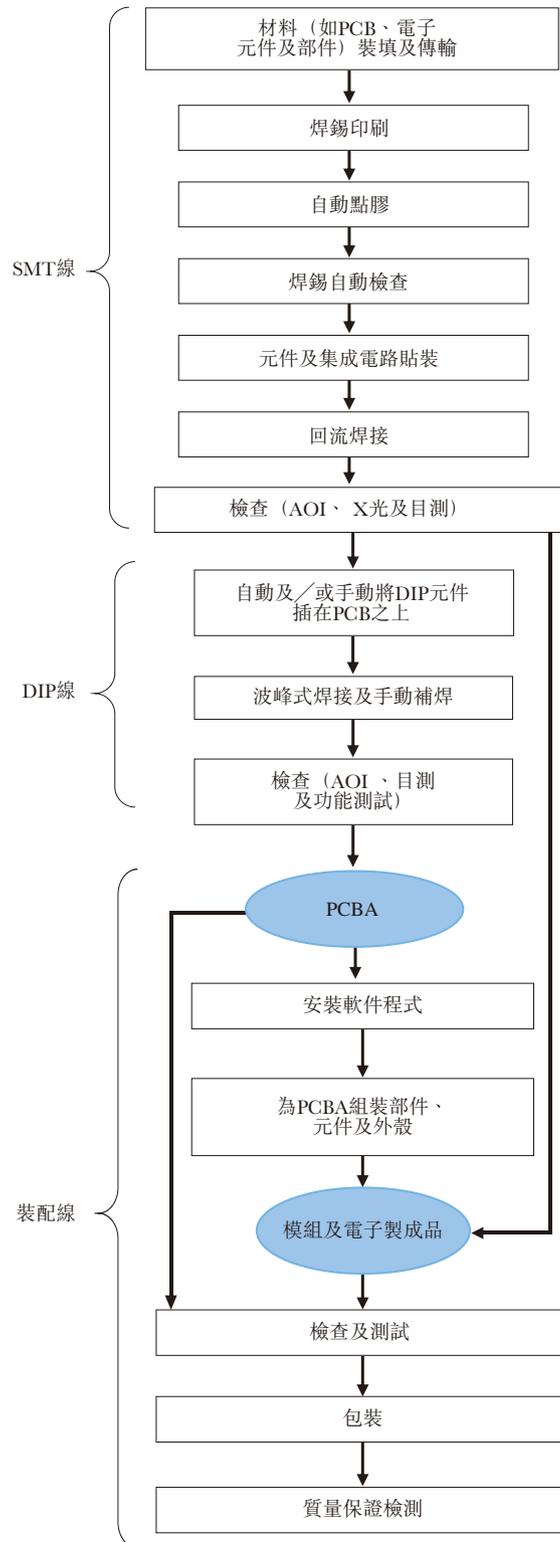
物流

我們僱用第三方物流公司安排將產品自東莞生產廠房交付至我們客戶的指定裝運港的貨運代理，並負責有關交付所產生的運輸成本。

業 務

我們的生產流程

下圖闡述我們產品(包括PCBA、多功能模組及電子製成品)生產階段一般涉及的主要步驟，通常包括(i) SMT；(ii) DIP；及(iii) 裝配程序。



業 務

表面貼裝技術(SMT)線

裝填及傳輸



包括PCB及電子元件在內的材料乃通過PCB裝填器裝填和傳輸。

焊錫印刷



錫膏透過絲網印刷程序利用焊錫印刷機塗在PCB上。焊錫印刷機乃利用模板噴塗錫膏。其後，PCB會被傳輸至自動點膠機。

自動點膠



PCB 接受點膠。

焊錫自動檢查



在此階段，PCB還會被進一步傳輸至焊錫檢查機接受自動焊錫厚度檢查。

業 務

元件及集成電路貼裝



自動貼裝機透過貼裝頭選擇晶片、集成電路及連接器等元件，並安置到PCB上，可達致0.03毫米到0.04毫米不等的高精度。

回流焊接



貼裝過後，PCB將由輸送帶運送，通過回流爐以焊接元件。在回流爐中，PCB上的錫膏被加熱並熔化以固定集成電路位置，其後熔化的錫膏冷卻，將集成電路貼附於PCB上。此步驟旨在將電子元件加固並將其貼在PCB上。

業 務

檢測

PCB其後會通過以下檢查，以確保錫膏及貼裝元件被準確無誤地噴塗及安置在PCB的相應部件上：

(i) AOI



(i) AOI(自動光學檢測)，此程序下攝像頭會自動掃描接受檢測的PCB，以檢查元件缺失及質量缺陷(如大小或形狀偏差)情況；

(ii) X光檢查



(ii) X光檢查(如有必要)，其令我們可透視PCB各層，並清晰顯示PCB的下層，從而可找出任何隱藏缺陷(如適用)；及

(iii) 目測

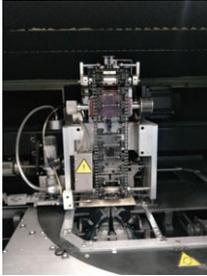


(iii) 目測。

業 務

雙列直插封裝(DIP)

自動及/ 或手動插件



視乎PCBA的設計，部分PCBA設計可能包括無法透過SMT安置在PCB上的電子元件。於有關情況下，PCB將透過DIP獲進一步加工，而電子元件據此將獲自動或手動插入。

在進行手動插件之前，元件的接腳需由我們彎曲並透過PCB上的通孔被手動插入到PCB上。



波峰式及手動焊接



經插入元件的PCB會被浸入錫膏熔融槽機 (molten solder tank machine)，在其內泵機的作用下，融化的錫膏會起伏波動。當PCB與融化的錫膏波接觸時，元件即會被焊接到PCB上以生產PCBA。

波峰式焊接過後，我們的工人會手動修剪接腳並在PCBA上進行補焊。



業 務

檢 測

AOI，此程序將對PCBA半成品進行功能測試及目測。

(i) AOI



(ii) 功能測試



(iii) 目測



裝 配

安裝軟件程式



將於PCBA安裝功能軟件程式。

塑料部件、金屬及／或塑料殼及機電及／或電子元件會被組裝至PCBA上，以生產模組或電子製成品。

裝配部件、外殼及元件



業 務

檢測及測試



我們的員工或自動化測試機器會檢查我們產品的整體質素，並通過測試所有在製品、即時瑕疵分析及及時維修分析，確保其符合規定標準。產品測試包括目測及功能測試，其涉及模擬產品的正常運作環境。



包裝及質量保證檢測



最後，我們的產品會被包裝並進行質量保證檢測。在檢驗並包裝好後，我們的產品會存放在我們的倉庫中。為確保已包裝產品的安全，我們須對倉庫進行24小時監視，且只有經授權僱員獲准進入倉庫盤點存貨及安排已包裝產品的裝貨及交付。

業 務

我們的產品及服務

我們提供全方位服務，包括設計開發與優化、提供技術意見及工程解決方案、材料挑選及採購、生產、質量控制及物流管理。我們的解決方案旨在整合電子元件(如內嵌軟件和PCB的微控制器及微處理器)與機械及機電元件，以組成多功能模組，從而提升客戶電子製成品的整體功能。我們的收益主要來自就根據客戶的要求生產(i) PCBA；(ii) 多功能模組；及(iii) 電子製成品提供製造服務。我們製造的模組是多功能模組，能夠整合從特定功能模組傳輸的資料及數據，對該等數據進行處理並進一步分析，隨後激活更多步驟以提升電子製成品的整體功能。該等多功能模組一般通過組裝電子元件、機械元件、機電元件、特定功能模組及部件製造。於往績記錄期間，我們的產品應用可廣泛分類為下列類別：

(i) 霧化產品

於往績記錄期間，我們為客戶B及客戶F製造霧化產品(包括霧化設備(包括(i) 霧化設備；(ii) 連同配件一併出售的霧化設備及(iii) 霧化設備的配件及部件)) 作為電子製成品及煙彈。霧化設備的單位售價為約79港元至402港元不等，煙彈的單位售價則為約3港元至10港元不等。

(ii) 電器

我們製造電器所用的PCBA、多功能模組及電子製成品形式產品，如硬幣分離器用模組、攪拌器用模組及室內園藝套件。電器用產品的單位售價為約1港元至4,360港元不等。

(iii) 商業控件

我們製造商業控件所用的PCBA、多功能模組及電子製成品形式產品，如傳送器、車庫門開啟器及通訊控制板。商業控件用產品的單位售價為約2港元至3,850港元不等。

(iv) 暖通空調

我們製造暖通空調所用的PCBA、多功能模組及電子製成品形式產品，如熱泵PCBA及加熱器模組。暖通空調用產品的單位售價為約1港元至1,676港元不等。

業 務

下表載列往績記錄期間我們按產品應用劃分的收益明細：

	2016財政年度		2017財政年度		2018財政年度		2018年首六個月		2019年首六個月	
	收益	%	收益	%	收益	%	收益	%	收益	%
	千港元		千港元		千港元		千港元		千港元	
霧化產品	83,487	12.1	564,164	45.8	606,739	48.2	382,155	53.8	180,225	34.2
電器	353,782	51.5	399,638	32.4	361,828	28.8	167,175	23.6	167,555	31.7
商業控件	169,987	24.7	184,427	15.0	160,981	12.8	101,529	14.3	96,913	18.4
暖通空調	80,403	11.7	84,424	6.8	127,747	10.2	58,676	8.3	82,901	15.7
總計	687,659	100.0	1,232,653	100.0	1,257,295	100.0	709,535	100.0	527,594	100.0

生產設施及使用率

我們的生產設施位於中國廣東省東莞市長安鎮。於2016財政年度、2017財政年度、2018財政年度及2019年首六個月，我們分別平均擁有四條、六條、六條及六條SMT線且於往績記錄期間擁有五條DIP線。我們亦有手動或半自動裝配線，相關線的數目根據產品的複雜性及類型而變動。

下表載列我們的SMT線於往績記錄期間的生產能力及使用率：

	2016 財政年度	2017 財政年度	2018 財政年度	2019年 首六個月
SMT線數目(附註1)	4	6	6	6
可用SMT機時數(小時) (附註2)	26,817	39,522	40,810	18,480
具生產力SMT機運作時數 (小時)(附註3)	23,358	35,000	34,561	14,741
使用率(%) (附註4)	87.1	88.6	84.7	79.8

附註：

- (1) 在多種生產線中，SMT線對於大多數產品的製造而言是最為關鍵的生產線。SMT線數目指各所示年度的平均數目，包括於同一年我們自有及租自第三方出租人的生產線。
- (2) 可用SMT機時數按將SMT線的數量乘以一天內理論上的最高運作時數加上一年內預計我們的SMT機運作的天數計算。上述計算乃基於假設我們的SMT機於截至2016財政年度、2017財政年度、2018財政年度及2019年首六個月分別一天運作21小時、21小時、22小時及22小時以及於相同期間分別運作286天、295天、290天及140天。2017財政年度至2018財政年度機器運作時數由一天21小時增至22小時主要因減少生產不同型號產品的生產線的設置時間。
- (3) 具生產力SMT機運作時數指生產時使用的實際機器運作總時數，其中不包括機器設置時間及維修停機時間。
- (4) 使用率是於往績記錄期間對相關年度／期間的平均使用率，並按具生產力SMT機運作時數除以可用SMT機時數計算。考慮到我們產品及服務的需求並無任何季節性，生產高峰期會取決於我們目前的訂單數量。於生產高峰期間，我們SMT線的使用率超逾95%，以及於往績記錄期間某幾個時間，我們SMT線的使用率近乎達到100%。

業 務

機器及設備

我們的東莞生產廠房配備生產機器及設備，供我們生產過程的不同階段之用。下表載列於2019年6月30日我們在生產設施擁有的主要設備及機器：

主要設備及 機器名稱	數量 (台)	主要功能	已使用的 概約平均機齡	概約平均餘下 可使用年期 (年)
SMT線				
SMT貼片機	12	自動貼片機將電子元件 及集成電路安裝在PCB上	5	5
錫膏印刷機	6	將錫膏塗在PCB上	5	5
回流爐	5	將錫膏加熱融化塗在 PCB上以固定元件	6	4
AOI機	7	自動光學檢測機可掃描 PCB元件的缺陷	6	4
DIP線				
自動插入器	7	將電子元件自動插入PCB	7	3
裝配線				
波峰焊接爐	5	將元件焊接於PCB	7	3
自動激光打標機	17	激光打標生產資料，如 日期、批號及序號	2	8
自動焊錫機	46	焊接不能通過回流爐或 波峰焊接爐焊接的元件	4	6
半製成品自動裝配機	3	用於裝配半製成品	1	9
就產品測試而言				
無線連接測試儀	13	測試電子製成品輸出功率、無線信 號(例如藍牙、wifi)靈敏度	7	3
自動測試儀	46	執行電子製成品的功能測試	3	7

業 務

根據我們採納的適用會計政策，我們的機器及設備乃採用直線法於三至十年內折舊，並在設備及機器的估計可使用年內將其成本分攤至其剩餘價值。我們的設備及機器可產生未來經濟利益的估計可使用年期為三至十年。該等設備及機器的實際可使用年限可能因定期保養等原因而有別於該等估計。有關我們主要設備及機器所採納的折舊方法及彼等的可使用年期的詳情，請參閱本文件附錄一會計師報告附註2.5。

我們不時安排設備及機器的維修及保養。我們的生產部門定期對我們的生產設備及機器開展內部檢查及日常保養。我們亦於必要時向有關設備製造商尋求維修服務。

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無因設備或機器故障而遭遇任何重大或長期生產流程中斷。

質量保證

我們非常重視產品質量。於2019年6月30日，我們設有一個由103名員工成員組成的質量保證部門。於2019年6月30日，該部門由質量保證總監(擁有逾十年的質量保證相關經驗)領導，並由合共三名質量保證經理、13名質量保證工程師及86名主管、技術員、生產線主管及檢查專員支持。

我們於自採購階段起至生產完成止的整個流程中實施並落實以下質量保證程序，以確保我們產品的質量可滿足我們客戶規定的標準及規格。

檢驗送抵的材料

於我們的材料儲存於我們的倉庫前，我們的質量保證人員將根據規定的送抵原材料檢查程序進行檢查及檢驗，包括根據我們的採購訂單中規定的質量標準(如材料不得含有害物質)對材料進行樣品檢驗，並酌情審閱有關證書。我們亦審閱有關我們材料製造日期、材料使用的文件。任何未能達到我們採購訂單中規定的標準或有缺陷的供應物料將退還予我們的供應商以更換。

於生產過程中檢驗

我們於整個生產過程中實施質量保證措施，以確保我們的產品並無瑕疵且達到我們客戶規定的質量標準。例如，負責檢查質量的人員將根據規定標準在相同生產線內的不同階段檢查所有項目，而我們的質量保證人員將根據不同類型項目的質量保證程序手冊於各生產結束時按抽樣基準檢查項目。未通過檢驗的產品將視乎瑕疵類型及嚴重性而丟棄或重新生產。於生產階段結束時，我們將依行業就接納產品一般採納的國際抽樣標準根據客戶要求按抽樣基準進行電子製成品測試。

業 務

產品保修及退貨政策

我們一般為我們的產品提供一到兩年的產品保修。倘我們的產品未能滿足客戶要求，我們可能糾正瑕疵或根據我們的產品退貨政策安排更換產品。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，我們並無接獲我們的客戶就我們產品的質量提出的任何重大投訴或申索，亦並無任何重大銷售退貨或產品回收。

獎項及認證

下表載列我們於往績記錄期間已獲得的主要獎項及認證：

認證	接受方	詳情	頒發機關	有效期/授出日期
ISO 13485:2016/ EN ISO 13485:2016	東莞威雅利	ECG監測貼片(PCBA) 及脈搏血氧計的製造	SGS United Kingdom Ltd	2018年12月25日至 2019年12月4日
ISO 9001:2015	東莞威雅利	PCBA的製造及PCBA組 裝、家居控制 模組的設計	SGS United Kingdom Ltd	2018年7月25日至 2020年6月16日
GB/T 24001-2016/ ISO 14001:2015	東莞威雅利	PCBA的製造及PCBA組 裝以及有關管理活動 方面的環境管理體系	中國質量認證中心	2018年6月4日至 2021年6月18日
GMP(美國食品藥品監 督管理局發佈的基 於21 CFR Part 110的 現行良好生產規範 (2017))	東莞威雅利	電子霧化器的製造	上海天祥質量技術 服務有限公司	2015年12月24日至 2022年1月9日
GMP(美國食品藥品監 督管理局發佈的基 於21 CFR Part 820的 現行良好生產規範 (2015))	東莞威雅利	ECG監測貼片 (PCBA)的製造	上海天祥質量技術 服務有限公司	2017年8月14日至 2020年8月13日

業 務

認證	接受方	詳情	頒發機關	有效期/授出日期
IATF 16949 (2016年 10月1日第一版)	東莞威雅利	汽車用PCBA的製造	TÜV SÜD管理服務 有限公司	2018年10月17日至 2021年10月16日
安全生產標準 化三級企業(機械)	東莞威雅利	工作安全標準	中國東莞市 國家安全生產 監督管理總局	2018年1月22日至 2021年1月
東莞市工作場所職業 衛生管理示範企業	東莞威雅利	工作場所的 職業衛生管理	中國東莞市安全 生產監督管理局	自2014年1月2日起
UL 認證標誌E188182、 E235207、E467197、 E488109及E494256	東莞威雅利	若干產品的產品安全	UL International Limited	自2018年12月19 日起

銷售及營銷

銷售及營銷職能

於2019年6月30日，我們於香港及中國分別擁有17名及27名銷售及營銷員工，包括就增強與現有客戶的業務關係、開發與新客戶的業務關係及探索新興技術領域的商機而設的團隊。我們的銷售及營銷員工致力於透過以下方式銷售及營銷我們的產品：

- 與我們的現有客戶、銷售代表保持定期聯繫以及參加行業協會，以了解客戶的需求、市場發展及行業趨勢；
- 參加不同的貿易展覽，以不時開拓新客戶及發掘新業務機遇。於往績記錄期間，我們參加了在多個國家(如德國、西班牙、意大利、英國、澳洲及中國)舉行的約19場展覽，以了解新興技術領域並擴展與潛在客戶的業務網絡。

銷售代表

2016財政年度、2017財政年度、2018財政年度及2019年首六個月，我們已分別委聘四名、兩名、五名及五名銷售代表，協助招攬銷售及與客戶維持關係，尤其是在北美及海外國家。我們的銷售代表通過與我們海外的現有及潛在客戶聯絡而擴大我們銷

業 務

售及營銷團隊的業務範圍。我們的銷售代表須宣傳我們的產品且及服務。彼等主要擔任聯絡點，而我們將與我們的客戶直接訂立銷售合約。2016財政年度、2017財政年度、2018財政年度及2019年首六個月，向由銷售代表向我們推介客戶的銷售所貢獻的本集團收益分別為249.6百萬港元、740.2百萬港元、767.6百萬港元及278.4百萬港元，分別佔我們同年總收益的36.3%、60.0%、61.1%及52.8%。我們的董事認為，委聘該等銷售代表是我們與海外客戶溝通的具成本效益的方法。我們的銷售代表提供服務所產生的銷售佣金及相關開支於2016財政年度、2017財政年度、2018財政年度及2019年首六個月各年分別為17.2百萬港元、35.6百萬港元、32.7百萬港元及13.3百萬港元，佔相應年度／期間總收益的2.5%、2.9%、2.6%及2.5%。

我們與我們的銷售代表所訂立的銷售代表協議的主要條款概述如下：

主要條款	描述
服務範圍	: 銷售代表須宣傳我們的產品及服務，並向我們推介新客戶
地區	: 協議規定地區
期限	: 一年，可自動續期一段時間
向銷售代表付款	: 銷售佣金乃根據向客戶收取相關產品實際售價的規定百分比計算，且自客戶首次介紹予我們起若干年度內，應由我們在該客戶作出付款之日起計的規定天數內支付予銷售代表及(如適用)每月轉介費

本集團與銷售代表A相互依賴

於往績記錄期間，本集團於2016財政年度、2017財政年度、2018財政年度及2019年首六個月分別錄得收益239.9百萬港元、731.3百萬港元、766.2百萬港元及277.3百萬港元(佔我們同年／期總收益的34.9%、59.3%、60.9%及52.6%)，乃來自銷售代表A向我們轉介的客戶(包括客戶B及客戶F)的銷售。銷售代表A既非相關客戶的獨家採購代理，亦非其唯一採購代理。就本公司董事所知，自我們與客戶F終止業務關係後(詳情載於本節「客戶—我們與客戶F、客戶B及其他霧化產品客戶的關係」一段)，客戶F尚未通過銷售代表A聘用任何新的EMS供應商。

銷售代表A為一家於美國註冊成立的公司，其擁有逾30年的歷史。該公司主要從事於提供整合的EMS解決方案。於20世紀80年代，德豐集團為銷售代表A前身的主要供應商。為建立長遠的業務關係，德豐集團與銷售代表A前身以合營企業的形式成立銷售代表A，惟該合營企業安排其後出於商業緣由於2008年終止。從此之後，銷售代表

業 務

A為本集團的獨立第三方。然而，鑒於銷售代表A在北美洲擁有的客戶群乃透過其於北美30多年的業務發展而獲得，於終止上述合營企業安排後，本集團透過德豐集團繼續聘請銷售代表A作為我們於北美的銷售代表。根據現行的銷售代表協議，銷售代表A負責推廣及營銷我們的服務，於北美向我們介紹客戶，並作為我們當地的聯絡點管理客戶關係並為我們提供客戶支持，如處理客戶查詢及投訴，因為我們於北美並無任何駐點。銷售代表A於初始向本集團轉介相關客戶後，其將繼續提供持續性服務，包括(a)透過訪問客戶辦公室以召開定期會議從而取得反饋和意見及了解客戶對我們的產品及服務的需求，以管理客戶關係及期望；(b)獲取客戶銷售趨勢等市場信息，與客戶採購團隊主管人員保持定期聯繫以發掘商機；及(c)處理客戶查詢及提供支持服務，如產品交付時間表。作為銷售代表A的服務的回報，我們將就於初始轉介客戶後由相關客戶下達的訂單繼續向銷售代表A支付銷售佣金。

同時，當銷售代表A向本集團轉介客戶時，我們負責所有產品開發，包括為我們的客戶提供設計開發與優化，工程解決方案及技術支持。因此，我們的董事認為，我們的生產能力及服務對於確保銷售代表A轉介的客戶的銷售訂單至關重要。就與客戶訂立的銷售協議而言，我們而非銷售代表A與客戶直接訂立協議，我們從而建立及穩固我們與客戶的業務關係。

除上述合營企業安排及商業關係所披露者外，據董事所深知，銷售代表A，其實益擁有人及董事並無於過往或現時與本集團、我們的控股股東、董事、高級管理層或其任何各自的聯營公司有任何關係。

董事認為本集團與銷售代表A相互依賴，理由如下：

- (i) 我們為一家尤其側重消費電子產品的EMS供應商，靈活提供全方位優質服務且備受業界推崇。德豐集團(我們的個人控股股東的元件及電子代工業務)與銷售代表A擁有長期戰略合作關係。誠如銷售代表A所確認，我們為彼等的頂級客戶，且憑藉長達約九年的業務關係而被視為彼等的戰略業務夥伴。本集團於2016財政年度、2017財政年度、2018財政年度及2019年首六個月支付予銷售代表A的銷售佣金分別約為17.1百萬港元、35.4百萬港元、32.7百萬港元及13.2百萬港元；
- (ii) 我們強大的生產能力及高產品質素是確保客戶訂單的關鍵因素，加上我們與客戶的穩定業務關係，證明了我們在業界的實力，為銷售代表A招攬客戶發揮了重要作用；

業 務

- (iii) 根據歐睿報告及經銷售代表A確認，業內聘請銷售代表銷售及營銷消費電子產品屬市場慣例，原因為此舉會令亞洲公司與北美公司之間的溝通更有效；
- (iv) 儘管銷售代表A獲委聘物色及向我們引薦新客戶，並擔任我們北美客戶的當地聯絡人，以向客戶提供支持服務，但我們與客戶間的密切聯繫及直接溝通貫穿包括訂單磋商、產品設計、開發及製造全過程，同時我們客戶的代表亦不時拜訪我們的東莞生產廠房。我們亦會定期拜訪該等客戶，每年約兩到三次，包括拜訪彼等的海外辦事處，以與彼等維持緊密的業務關係及了解彼等的需求及最新發展。董事認為，透過有關互動，我們已與銷售代表A向我們推介的客戶建立直接業務關係；及
- (v) 據董事所知，實際上，只要我們能夠根據北美客戶的要求提供消費電子產品代工服務，銷售代表A便會向我們轉介有關客戶。倘我們無法根據客戶要求提供代工服務的情況下，其方會向其他製造商轉介該等客戶。由於我們相信我們的生產能力能夠滿足其相關電子行業客戶的需求及要求，且於往績記錄期間向銷售代表A支付巨額佣金，故董事認為銷售代表A繼續優先向我們引薦北美客戶屬互惠行為且在商業上有理可依。

於最後實際可行日期，我們與銷售代表A訂立的銷售代表協議(包括與其相關的補充協議)的主要條款概述如下：

主要條款	描述
服務範圍	： 銷售代表A作為本集團銷售代表從事(i)物色並向我們介紹新客戶；(ii)向客戶宣傳我們的產品及服務並促進我們與客戶的溝通；及(iii)處理客戶投訴或事宜，例如產品質量或交貨時間
地區	： 北美
期限	： 將於2019年12月31日到期，可自動重續額外及連續的12個月，除非另有協定者則除外

業 務

主要條款	描述
排他性	: 於向本集團介紹一名北美洲客戶後，在並未以書面形式首先向本集團提供優先權的情況下，銷售代表A不得以任何方式向任何其他EMS服務供應商或以任何其他EMS服務供應商為受益人介紹、引薦、招攬或誘使該名客戶或擔任任何EMS服務供應商的銷售代表
佣金	: 銷售佣金乃根據向客戶收取相關產品實際售價的規定比例計算，且應由我們在客戶付款之日起60天內支付予銷售代表A
終止	: 可由任一方發出兩個月的書面通知終止。終止後，我們不限於向銷售代表A介紹的客戶銷售我們的產品

此外，客戶F(即銷售代表A轉介的其中一名主要客戶，於2017財政年度及2018財政年度分別貢獻我們總收益的19.3%及32.5%)已於2019年1月終止與我們的業務關係。有關更多詳情，請參閱本節「客戶—我們與客戶F、客戶B及其他霧化產品客戶的關係」一段。董事認為，我們對銷售代表A所轉介客戶的依賴已大幅降低。

通過擴大銷售及營銷部門，我們已分別採取多種措施加強我們本身的營銷能力，一支團隊專注於北美及歐洲市場，而另一支團隊專注於歐洲及中國市場。此外，基於已確認的採購訂單以及我們與若干主要客戶針對其業務計劃及在未來數年對我們產品的需求而進行的持續溝通，董事相信，招攬新訂單及目標客戶以補充我們預期的產能增長是可行的。於2018財政年度及截至最後實際可行日期，我們亦已委聘覆蓋海外國家市場的五名銷售代表。基於上文所述，董事認為我們已逐步分散我們對銷售代表A的依賴風險。

於往績記錄期間，銷售代表A亦購買若干我們生產的產品以供轉售予其客戶。此乃主要由於銷售代表A的每位客戶訂購的數額相對較小，及我們的董事認為，為方便管理，我們向銷售代表A銷售合併採購訂單中的有關產品更具成本效益。於2016財政年度、2017財政年度、2018財政年度及2019年首六個月，有關銷售金額分別為6.1百萬港元、7.4百萬港元、6.2百萬港元及1.1百萬港元，佔相應年度／期間總收益的0.9%、0.6%、0.5%及0.2%。

季節性

由於我們的業務屬按個別訂單基準開展的性質，我們的收益及盈利能力於往績記錄期間並無任何重大季節性波動。我們認為，對我們產品及服務的需求並無受季節性因素的影響。

業 務

定價策略

我們採用成本加成定價法的定價模式。我們產品的單價乃參照各項因素釐定，包括估計材料成本、勞工成本、生產費用及目標利潤率。利潤率視乎產品的複雜程度、產品開發或生產工序涉及的勞工及技術、訂單量及我們與客戶的關係等因素而異。

我們可能視乎包括我們的業務關係、採購量、支付條款及價格競爭力在內的各種因素而給予客戶折扣，旨在按個別訂單基準獲取採購訂單。

客戶

於往績記錄期間，我們已與逾80名客戶維持業務關係，產品運往逾25個國家及地區。於往績記錄期間，我們的十大客戶多為享譽國際及／或行業領先的品牌擁有人。

下表載列於往績記錄期間按產品交付位置劃分的收益明細：

	2016財政年度		2017財政年度		2018財政年度		2019年首六個月	
	千港元	%	千港元	%	千港元	%	千港元	%
美國	268,157	39.0	764,890	62.1	800,767	63.7	322,629	61.2
英國	120,268	17.5	117,844	9.6	147,485	11.7	106,780	20.2
香港	101,588	14.8	147,385	12.0	81,098	6.5	29,533	5.6
法國	57,163	8.3	46,165	3.7	46,564	3.7	7,546	1.4
中國	19,904	2.9	61,893	5.0	51,617	4.1	16,596	3.1
其他 ⁽¹⁾	120,579	17.5	94,476	7.6	129,764	10.3	44,510	8.5
	<u>687,659</u>	<u>100.0</u>	<u>1,232,653</u>	<u>100.0</u>	<u>1,257,295</u>	<u>100.0</u>	<u>527,594</u>	<u>100.0</u>

附註(1)： 其他主要包括(i)歐洲國家，如比利時、丹麥、愛沙尼亞、德國、愛爾蘭、意大利、荷蘭、挪威、波蘭、葡萄牙、瑞典及瑞士；及(ii)澳洲、貝里斯、巴西、加拿大、印度、日本、馬來西亞、新西蘭、新加坡及台灣。

業 務

下表載列我們於往績記錄期間的五大客戶及彼等的收益貢獻：

2016財政年度

排名	客戶	客戶簡介	與我們建立業務關係的年份	向客戶銷售的產品／服務	年內我們向客戶的銷售 千港元	佔我們總收益的百分比
1	客戶A	紐約證券交易所上市公司的附屬公司，於2018年12月31日的市值約為49億美元，作為工業及消費相關終端市場各種應用的高度工程化工業產品的多元化製造商開展業務，在美國、歐洲、中東、亞洲及澳洲僱有約12,000名僱員。該集團於2018財政年度的收益約為3,346百萬美元。	2011年	電器用產品	85,794	12.5%
2	客戶B	一家美國全球製造商、零售商及分銷商，通過國際分銷商及零售商網絡以及線上銷售霧化產品，僱有超過100名僱員，於2018財政年度的收益超過100百萬美元。	2012年	霧化產品用產品	79,625	11.6%
3	客戶C	東京證券交易所上市公司的一家美國附屬公司，於2018年12月31日的市值約為2,935億日圓，於截至2018年12月31日止九個月的淨銷售額超過2,750億日圓，從事車庫門操控器及住宅、工業及商業應用配件的製造及銷售，僱有逾9,600名僱員。	2011年	商業控件用產品	59,838	8.7%
4	客戶D	總部位於愛爾蘭的國際集團的附屬公司，主要從事電子設備、電子家用電器、家用電器製造業務，擁有逾20個品牌，業務遍佈英國、歐洲、北美、澳洲及亞洲，合共僱有逾8,500名僱員。	2011年	暖通空調用產品	53,687	7.8%
5	客戶E	泛歐交易所上市公司的一家法國附屬公司，於2018年12月31日的市值約為77億元，製造及分銷家用電器，在全球僱有約34,000名僱員。該集團於2018財政年度產生收益約68億歐元。	2011年	電器用產品	52,525	7.6%
	總計				331,469	48.2%

業 務

2017財政年度

排名	客戶	客戶簡介	與我們建立 業務關係的 年份	向客戶 銷售的 產品	年內我們向 客戶的銷售 千港元	佔我們 總收益的 百分比
1	客戶B	一家美國全球製造商、零售商及分銷商，通過國際分銷商及零售商網絡以及線上銷售霧化產品，僱有超過100名僱員，於2018財政年度的收益超過100百萬美元。	2012年	霧化產品 用產品	303,379	24.6%
2	客戶F	一家美國製造商、零售商及分銷商，向美國、加拿大、歐洲及中東市場生產及供應霧化產品，於2018財政年度僱有超過1,800名僱員，收益超過10億美元。	2017年	霧化產品 用產品	237,571	19.3%
3	客戶G ^(附註)	一家於香港註冊成立的公司，從事電子代工服務。	2016年	商業控件 用產品 及電器 用產品	93,905	7.6%
4	客戶A	紐約證券交易所上市公司的附屬公司，於2018年12月31日的市值約為49億美元，作為工業及消費相關終端市場各種應用的高度工程化工業產品的多元化製造商開展業務，在美國、歐洲、中東、亞洲及澳洲僱有約12,000名僱員。該集團於2018財政年度的收益約為3,346百萬美元。	2011年	電器用 產品	87,407	7.1%
5	客戶C	東京證券交易所上市公司的一家美國附屬公司，於2018年12月31日的市值約為2,935億日圓，於截至2018年12月31日止九個月的淨銷售額超過2,750億日圓，從事車庫門操控器及住宅、工業及商業應用配件的製造及銷售，僱有逾9,600名僱員。	2011年	商業控件 用產品	81,960	6.6%
總計					804,222	65.2%

附註：客戶G先前為Defond Holdings Limited的直接全資附屬公司，因此為德豐集團的成員公司。客戶G的全部已發行股本於2018年12月出售予一名獨立第三方。

業 務

2018財政年度

排名	客戶	客戶簡介	與我們建立 業務關係的 年份	向客戶 銷售的 產品	年內我們向 客戶的銷售 千港元	佔我們 總收益的 百分比
1	客戶F	一家美國製造商、零售商及分銷商，向美國、加拿大、歐洲及中東市場生產及供應霧化產品，於2018財政年度僱有超過1,800名僱員，收益超過10億美元。	2017年	霧化產品 用產品	408,046	32.5%
2	客戶B	一家美國全球製造商、零售商及分銷商，通過國際分銷商及零售商網絡以及線上銷售霧化產品，僱有超過100名僱員，於2018財政年度的收益超過100百萬美元。	2012年	霧化產品 用產品	181,753	14.5%
3	客戶D	總部位於愛爾蘭的國際集團的附屬公司，主要從事電子設備、電子家用電器、家用電器製造業務，擁有逾20個品牌，業務遍佈英國、歐洲、北美、澳洲及亞洲，合共僱有逾8,500名僱員。	2011年	暖通空調 用產品	119,324	9.5%
4	客戶C	東京證券交易所上市公司的附屬公司，於2018年12月31日的市值約為2,935億日圓，於截至2018年12月31日止九個月的淨銷售額超過2,750億日圓，從事車庫門操控器及住宅、工業及商業應用配件的製造及銷售，僱有逾9,600名僱員。	2011年	商業控件 用產品	80,987	6.4%
5	客戶A	紐約證券交易所上市公司的附屬公司，於2018年12月31日的市值約為49億美元，作為工業及消費相關終端市場各種應用的高度工程化工業產品的多元化製造商開展業務，在美國、歐洲、中東、亞洲及澳洲僱有約12,000名僱員。該集團於2018財政年度的收益約為3,346百萬美元。	2011年	電器用 產品	74,686	5.9%
總計					864,796	68.8%

業 務

2019年首六個月

排名	客戶	客戶簡介	與我們建立 業務關係的 年份	向客戶 銷售的 產品	期內我們向 客戶的銷售 千港元	佔我們 總收益的 百分比
1	客戶B	一家美國全球製造商、零售商及分銷商，通過國際分銷商及零售商網絡以及線上銷售霧化產品，僱有超過100名僱員，於2018財政年度的收益超過100百萬美元。	2012年	霧化產品 用產品	165,186	31.3%
2	客戶D	總部位於愛爾蘭的國際集團的附屬公司，主要從事電子設備、電子家用電器、家用電器製造業務，擁有逾20個品牌，業務遍佈英國、歐洲、北美、澳洲及亞洲，合共僱有逾8,500名僱員。	2011年	暖通空調 用產品	76,429	14.5%
3	客戶C	東京證券交易所上市公司的附屬公司，於2018年12月31日的市值約為2,935億日圓，於截至2018年12月31日止九個月的淨銷售額超過2,750億日圓，從事車庫門操控器及住宅、工業及商業應用配件的製造及銷售，僱有逾9,600名僱員。	2011年	商業控件 用產品	54,759	10.4%
4	客戶A	紐約證券交易所上市公司的附屬公司，於2018年12月31日的市值約為49億美元，作為工業及消費相關終端市場各種應用的高度工程化工業產品的多元化製造商開展業務，在美國、歐洲、中東、亞洲及澳洲僱有約12,000名僱員。該集團於2018財政年度的收益約為3,346百萬美元。	2011年	電器用 產品	54,689	10.4%
5	客戶H	紐約證券交易所上市公司的附屬公司，於2018年12月31日的市值約為68億美元，於14個國家製造家電產品及幾乎於世界各國推廣相關產品。該集團於2018年的收益約為210億美元及於2018年僱有約92,000名僱員。	2011年	電器用 產品	22,846	4.3%
總計					373,909	70.9%

業 務

於2016財政年度、2017財政年度、2018財政年度及2019年首六個月，來自我們的五大客戶的收益合共分別佔我們於相應年度／期間總收益的48.2%、65.2%、68.8%及70.9%，而來自我們的最大客戶的收益分別佔我們於相應年度／期間總收益的12.5%、24.6%、32.5%及31.3%。

於往績記錄期間，我們與多數主要客戶訂立主服務協議，規定訂約方的義務，包括付款期限及擔保期。為確認訂單，我們將收到客戶的個別採購訂單，包括產品類型、數量、單價及交貨期限。我們通常授予客戶15至120天的信貸期，且大多數客戶通過電匯結算付款。

客戶G先前為Defond Holdings Limited的直接全資附屬公司，因此為德豐集團的成員公司。客戶G的全部已發行股本於2018年12月出售予一名獨立第三方。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，除我們當時的關聯公司客戶G外，五大客戶均為獨立第三方。經作出所有合理查詢後，就我們的董事所知，於最後實際可行日期，概無持有我們股本超過5%的董事、彼等的緊密聯繫人或任何股東於我們的任何五大客戶擁有任何權益。

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們與客戶並無任何重大爭議。於最後實際可行日期，我們與主要客戶關係穩固，介乎約兩至九年。

我們與客戶F、客戶B及其他霧化產品客戶的關係

於2017財政年度及2018財政年度分別貢獻總收益19.3%及32.5%的客戶F已於2019年1月終止與我們的業務關係（「終止」）。客戶F是我們2017財政年度及2018財政年度的五大客戶之一，我們於往績記錄期間向客戶F供應霧化產品。2016財政年度、2017財政年度、2018財政年度及2019年首六個月，客戶F應佔收益分別約為零、237.6百萬港元、408.0百萬港元及4.9百萬港元，分別佔我們於各期間總收益的零、19.3%、32.5%及0.9%。於2018年上半年，我們董事從客戶F了解到，由於其增長勢頭強勁，客戶F的需求預期將大幅增長，且其傾向於與具有更大營運及生產規模以及足跡遍佈全球的供應商合作以配合其顯著增長預期。據客戶F稱，其認為本集團當時的MES及ERP系統等基礎設施不足以支持客戶F蓬勃增長所帶來的預期採購訂單增量。例如，客戶F要求我們升級我們的基礎設施以便其實時監控我們的生產過程並遠程檢索我們的產能數據，而這是我們的基礎設施無法支持的。由於我們的基礎設施及產能無法滿足客戶F的需求，客戶F與本集團的關係於2019年1月終止。我們的董事確認，客戶F停止下達採購訂單與我們產品的任何質量問題無關，且我們與客戶F並無任何重大爭議。

同時，我們會繼續向客戶B及其他客戶加大對霧化產品的銷售投入。於往績記錄期間，客戶B為我們的五大客戶之一。客戶B為一家美國全球製造商、零售商及分銷商，通過國際分銷商及零售商網絡以及線上網絡生產及銷售霧化產品。我們於2016財政年度、2017財政年度、2018財政年度及2019年首六個月對客戶B的銷售額分別為79.6百萬港元、303.4百萬港元、181.8百萬港元及165.2百萬港元，佔我們於各年度／期間總收益的11.6%、24.6%、14.5%及31.3%。

業 務

就董事所深知，儘管客戶F及客戶B原屬同一集團，但彼等屬於不同的獨立管理團隊。此外，(i)基於我們與客戶B的良好業務關係超過六年；(ii)就董事所深知，本集團為客戶B的主要霧化產品供應商之一，而客戶B僅會聘用能夠滿足其嚴格生產要求(如生產設施規模、生產工作流程評估及質量控制)的事先獲認可的供應商；及(iii)客戶B於終止後直至最後實際可行日期繼續向本集團下達採購訂單，及客戶B於2019年首六個月應佔的月平均收益較客戶B於2018年首六個月應佔的月平均收益多約50%，董事認為，本集團與客戶B的業務關係並未受到終止的不利影響。

此外，我們繼續致力於向其他客戶銷售霧化產品。我們於2019年通過識別及／或尋求新的霧化產品客戶，使客戶B及客戶F以外的霧化產品客戶組合多樣化。於最後實際可行日期，本集團已取得一名美國新客戶(從事技術工程及開發以及便攜式煙草霧化產品)及一名香港新客戶(從事香料霧化產品)的訂單。截至最後實際可行日期，自新霧化產品客戶取得的訂單達4.4百萬港元。

信貸監管

我們面臨有關貿易應收款項的信貸風險。我們客戶的信貸質素乃根據彼等的財務狀況、過往經驗及其他因素進行評估。我們訂有政策以確保銷售乃向具有適當信貸記錄的客戶作出。我們會定期評估客戶信貸，且擁有監管客戶結算的控制權。我們於各報告日期審閱各筆個人貿易應收款項的可收回金額，以確保就不可收回結餘作出充足撥備。

採購、物料及存貨管理

物料採購

我們存置一份認可供應商名單以供我們採購物料，該等供應商主要來自美國、中國、香港及台灣。在落實採購計劃前，我們從不同事先獲認可的供應商獲取報價，並比較彼等的報價。

我們於生產過程中所用的主要物料包括電子元件(如微處理器、集成電路、電阻器、電容器及無線模組)、機電元件(如開關及繼電器)、PCB、組裝電線、塑料及金屬零部件。我們採購的物料乃於生產過程中消耗，而我們主要根據客戶下達的銷售訂單或客戶提供的訂單預測而向該等供應商採購。

物料成本佔我們生產成本的大部分，分別相當於我們於往績記錄期間的總銷售成本的約74.0%、76.6%、76.7%及81.1%。為減少物料價格波動的風險，我們根據客戶提供的訂單預測囤積物料，且可能大量採購價格容易波動的通用零件。根據我們與客戶所訂立主服務協議的條款，我們的客戶通常承諾承擔我們根據彼等訂單預測所採購物

業 務

料的購買價，惟前提是彼等未能於有關協議訂明的時限後向我們下採購訂單。我們物料價格的任何波動或會對我們的銷售成本、毛利及盈利能力造成重大影響。視乎不同的情況，我們可能會以與客戶磋商的方式透過調整售價而將物料成本的漲幅轉嫁予客戶。

於往績記錄期間，我們向供應商採購物料時並無遭受任何重大困難。於往績記錄期間，我們向逾750名供應商採購，且我們有多種來源可供採購同類物料。

存貨控制及管理

我們透過採用企業資源管理系統積極監控存貨，並不斷記錄我們物料的存貨水平。我們已採取若干措施維持適當水平並根據每月消耗額(通常足以供兩至四個月的生產)監控存貨的週轉率。我們已採取措施管理存貨水平，例如，我們根據客戶擬備的訂單預測審閱我們的庫存水平。我們的物流員工亦會按半年度及年度基準進行存貨的庫存清點。於2016年、2017年及2018年12月31日以及2019年6月30日，我們的存貨結餘分別為約180.8百萬港元、214.2百萬港元、222.9百萬港元及186.0百萬港元。

供應商

我們具有嚴格的物料供應商甄選程序。於往績記錄期間，我們存置一份認可物料供應商名單，該等供應商大部分位於各國家及地區，包括美國、中國、香港及台灣。

彼等獲甄選的基準乃為彼等的聲譽、交付的準時性及所提供的服務以及彼等所提供物料的價格及質量。供應商名單將須經受定期審查。

業 務

下表載列我們於往績記錄期間的五大供應商及相關採購額：

2016財政年度

排名	供應商	供應商簡介	與我們建立 業務關係的 年份	我們採購 的產品/ 項目	我們於年內 向供應商 作出的 採購額 千港元	佔我們 總採購額的 百分比
1	貿聯電子(常州)有限公司	一家台灣證券交易所上市公司的中國附屬公司，從事多元化科技產業的產品及元件研發、設計、製造及銷售，包括消費電子、電器電纜及工業電纜，主要銷售地區為亞洲、美國及歐洲，僱有超過8,800名僱員；於2018財政年度產生收益約為218億新台幣，於2018年12月31日的市值約為265億新台幣。	2016年	組裝電線	20,621	4.3%
2	供應商A	一家台灣電子元件貿易公司，提供的產品包括PCB、PCBA、塑料及金屬零部件、連接器、電纜、開關，於2016財政年度及2017財政年度的交易額超過4百萬美元。	2015年	機電元件	16,240	3.4%
3	德豐電業	一家從事應用於繼電器、旋轉編碼器、開關及傳感器等元件貿易的香港公司，並為我們個人控股股東的聯繫人。進一步詳情，請參閱本招股章程「持續關聯交易」一節。	2015年	開關及 塑料/ 金屬 零部件	15,568	3.3%
4	供應商B	紐約證券交易所上市公司的附屬公司，於2018年12月31日，其市值約為61億美元。該集團為工業及商業電子元件產品、服務及解決方案的全球供應商，設有逾300個銷售設施及49個分銷中心，服務逾80個國家的逾200,000名客戶，於2018財政年度的收益約為297億美元。	2015年	電子元件	11,544	2.4%
5	東莞景豐塑膠製品有限公司及其同系附屬公司	於香港及中國運營集團的附屬公司，生產設施位於中國，製造及銷售生產電子產品的塑料、玻璃及模具，僱有超過1,000名僱員。	2016年	塑料零 部件	10,789	2.3%
總計					74,762	15.7%

業 務

2017財政年度

排名	供應商	供應商簡介	與我們建立 業務關係的 年份	我們採購 的產品/ 項目	我們於年內 向供應商 作出的 採購額 千港元	佔我們 總採購額的 百分比
1	供應商B	紐約證券交易所上市公司的附屬公司，於2018年12月31日，其市值約為61億美元。該集團為工業及商業電子元件產品、服務及解決方案的全球供應商，設有逾300個銷售設施及49個分銷中心，服務逾80個國家的逾200,000名客戶，於2018財政年度的收益約為297億美元。	2015年	電子元件	58,618	7.3%
2	富昌電子(香港)有限公司	一家加拿大魁北克公司的香港附屬公司，從事電子元件分銷。	2015年	電子元件	41,806	5.2%
3	千基實業(中國)有限公司	一家生產設施位於中國的香港公司，製造塑料產品。	2015年	塑料零 部件	25,904	3.2%
4	貿聯電子(常州)有限公司	一家台灣證券交易所上市公司的中國附屬公司，從事多元化科技產業的產品及元件研發、設計、製造及銷售，包括消費電子、電器電纜及工業電纜，主要銷售地區為亞洲、美國及歐洲，僱有超過8,800名僱員，於2018財政年度產生收益約為218億新台幣，於2018年12月31日的市值約為265億新台幣。	2016年	組裝電線	25,873	3.2%
5	東莞市威加電子五金有限公司	一家中國公司，主要從事金屬產品、電子產品及配件貿易。	2015年	金屬零 部件	18,805	2.3%
總計					171,006	21.2%

業 務

2018財政年度

排名	供應商	供應商簡介	與我們建立 業務關係的 年份	我們採購 的產品/ 項目	我們於年內 向供應商 作出的 採購額 千港元	佔我們 總採購額的 百分比
1	供應商B	紐約證券交易所上市公司的附屬公司，於2018年12月31日，其市值約為61億美元。該集團為工業及商業電子元件產品、服務及解決方案的全球供應商，設有逾300個銷售設施及49個分銷中心，服務逾80個國家的逾200,000名客戶，於2018財政年度的收益約為297億美元。	2015年	電子元件	64,798	8.1%
2	東莞沙頭朝日五金電子製品有限公司	一家中國公司，主要從事金屬產品、電子產品及金屬產品模具的製造及銷售。	2017年	金屬零 部件	39,145	4.9%
3	東莞景豐塑膠製品有限公司	於香港及中國運營集團的附屬公司，生產設施位於中國，製造及銷售生產電子產品、塑料及玻璃用模具，僱有超過1,000名僱員。	2016年	塑料零 部件	27,900	3.5%
4	富昌電子(香港)有限公司	一家加拿大魁北克公司的香港附屬公司，從事電子元件分銷。	2015年	電子元件	25,692	3.2%
5	供應商E	一家納斯達克上市公司的附屬公司，於2018年12月31日，其市值約為170億美元，提供半導體及電子元件。截至2018年12月31日止九個月的收益為40億美元。	2015年	電子元件	22,421	2.8%
總計					179,956	22.5%

業 務

2019年首六個月

排名	供應商	供應商簡介	與我們建立 業務關係的 年份	我們採購 的產品/ 項目	我們於期內 向供應商 作出的 採購額 千港元	佔我們 總採購額的 百分比
1	供應商B	紐約證券交易所上市公司的附屬公司，於2018年12月31日，其市值約為61億美元。該集團為工業及商業電子元件產品、服務及解決方案的全球供應商，設有逾300個銷售設施及49個分銷中心，服務逾80個國家的逾200,000名客戶，於2018財政年度的收益約為297億美元。	2015年	電子元件	39,076	12.6
2	東莞景豐 塑膠製品 有限公司	於香港及中國運營集團的附屬公司，生產設施位於中國，製造及銷售生產電子產品、塑料及玻璃用模具，僱有超過1,000名僱員。	2016年	塑料零部件	14,520	4.7
3	供應商E	一家納斯達克上市公司的附屬公司，於2018年12月31日，其市值約為170億美元，提供半導體及電子元件。截至2018年12月31日止九個月的收益為40億美元。	2015年	電子元件	11,933	3.9
4	千基實業(中國) 有限公司	一家生產設施位於中國的香港公司，製造塑料產品。	2015年	塑料零部件	9,176	3.0
5	富昌電子(香港) 有限公司	一家加拿大魁北克公司的香港附屬公司，從事電子元件分銷。	2015年	電子元件	7,679	2.5
總計					82,384	26.7

業 務

於2016財政年度、2017財政年度、2018財政年度及2019年首六個月，我們來自五大供應商的採購量合共分別佔我們於相應年度／期間總採購量的15.7%、21.2%、22.5%及26.7%，而我們來自最大供應商的採購量分別佔我們於相應年度／期間總採購量的4.3%、7.3%、8.1%及12.6%。

於往績記錄期間，我們一般獲供應商授予介乎30至180天的信貸期，及我們主要透過銀行轉賬及支票方式向我們的供應商結算款項。為降低對任何單一供應商的依賴，我們一般向多名供應商採購主要物料。

於往績記錄期間，我們根據主協議內雙方責任的主要條款及條件(包括支付條款、規定包裝材料、標籤要求、交付時間及質保期)就採購不同材料與我們的多數主要供應商訂立主採購協議。我們將獲取報價及向供應商下達個別採購訂單以確認訂單(載明數量、價格及產品規格)。

除德豐電業外，我們於往績記錄期間的五大供應商均為獨立第三方，且概無董事、彼等的緊密聯繫人或就董事經作出一切合理查詢後所深知於最後實際可行日期擁有我們股本逾5%的任何股東於往績記錄期間於我們的任何五大供應商中擁有任何權益。有關詳情，請參閱本文件「與控股股東的關係—除外集團」。

身兼我們主要客戶／供應商及我們供應商／客戶的實體

於2016財政年度、2017財政年度、2018財政年度及2019年首六個月，四名、三名、五名及兩名我們的五大客戶亦為我們各年度／期間的供應商。來自該等客戶的收益分別為271.6百萬港元、628.4百萬港元、864.8百萬港元及219.9百萬港元。我們向該等客戶採購7.1百萬港元、13.3百萬港元、3.0百萬港元及0.8百萬港元，佔各年度／期間材料總採購的1.5%、1.7%、0.4%及0.3%。

另一方面，於2016財政年度、2017財政年度、2018財政年度及2019年首六個月，兩名、零名、一名及零名我們的五大供應商亦為我們各年度／期間的客戶。我們向該等供應商採購約36.2百萬港元、零、27.9百萬港元及零，佔各年度／期間材料總採購的7.6%、零、3.5%及零。我們向該等供應商的銷售額為2.8百萬港元、零、1.1百萬港元及零，佔各年度／期間總收益的0.4%、零、0.1%及零。於往績記錄期間，我們根據銷售代表協議向銷售代表A就其服務支付佣金，而銷售代表A亦向我們採購產品。有關交易的詳情，請參閱本節「業務—銷售及營銷—本集團與銷售代表A相互依賴」一段。

就董事所知及所信，除德豐電業外，該等實體及彼等最終實益人為獨立第三方。我們的董事認為此作法在業內屬正常安排。就董事所知及所信，該等客戶有時要求我們在為其製造產品時向其購買若干類別的材料或部件，透過批量購買材料提高成本效益。同樣地，我們有時亦要求該等供應商在製造電子元件及機電元件時向我們購買若干類別的材料，以提高成本效益。

業 務

該等共同客戶及供應商的採購及銷售條款乃按個別基準磋商。我們的董事確認，於往績記錄期間，交易條款乃與市場保持一致且與我們其他客戶及供應商的交易相若。

分包

於往績記錄期間，當客戶需求激增時，我們已將若干部分生產工序(如電鍍及晶片鍵合)外包予我們的中國分包商。為維持人力安排的靈活度，我們認為根據我們的需求將該等部分工作外包予分包商乃更具經濟效益。此外，作為設立亞洲新廠房的過渡安排，我們於2019年1月與馬來西亞製造商訂立分包安排，以生產我們的若干產品銷往其中一名美國客戶。有關進一步詳情，請參閱本節「業務策略—藉由在東南亞地區及中國擴展製造平台增加產能」一段。

我們不時於往績記錄期間根據彼等的服務質量及收取的分包費甄選分包商。我們一般並無與我們的分包商訂立長期協議，亦無依賴任何單一分包商。我們通常根據我們的需求按個別訂單基準與彼等訂立服務合約。就我們的成本控制而言，我們於向分包商下達訂單前會先獲得報價以供比較。

我們將根據我們與客戶協定的時間表列明工作範圍及分包商將須遵守的有關服務時間表。於往績記錄期間，我們分別產生分包費用約1.3百萬港元、3.8百萬港元、1.6百萬港元及0.7百萬港元，分別佔我們銷售成本的0.2%、0.4%、0.2%及0.2%。

我們的分包商均為獨立第三方。於最後實際可行日期，除上文所述我們位於馬來西亞的分包商外，我們與其他主要分包商已建立至少三年的業務關係。就董事所深知，概無董事、彼等各自的聯繫人或擁有我們已發行股本逾5%的任何股東於往績記錄期間及於最後實際可行日期於我們的任何分包商中擁有任何權益。於往績記錄期間，概無分包商為我們的客戶。

為分散我們的營運風險及降低我們的生產成本，我們於2019年1月與馬來西亞一家製造商訂立製造服務協議，據此，我們根據我們的產品規格及製造工作流程向彼等分包我們部分產品的部分生產工序。我們亦將為彼等提供所有測試設備，以根據我們的要求對產品進行測試。我們將根據需求向彼等下達單獨的產品採購訂單，訂明分包費用(由各方參考我們的直接裝配成本確定)、數量、支付條款及交付時間表等條款。於2019年6月，我們完成向客戶C交付若干批傳送器，馬來西亞國際工商總會發佈與相關傳送器有關的原產地證(「**馬來西亞原產地證**」)。就董事所知，相關傳送器的進口商(即客戶C)毋須就進口相關傳送器至美國而支付任何美國關稅。我們的董事將就美國政府施加的關稅繼續監管相關法律及法規，並在適當時候尋求法律意見。我們的董事相信，憑藉我們與馬來西亞分包商的現有分包安排及我們在東南亞地區設立生產設施的計劃，

業 務

我們能夠從生產安排的靈活性中受益，原因為我們能夠分包美國客戶的訂單，或分配客戶訂單至東莞生產廠房、中國新廠房及亞洲新廠房，旨在減輕與中美貿易戰相關的任何潛在影響。

研發

研發職能

我們的產品設計及開發團隊負責本集團的研發活動，由首席營運官兼執行董事陳先生領導，陳先生在製造業擁有30年經驗及EMS板塊擁有逾13年的經驗。於2019年6月30日，我們的產品設計及開發團隊有57員工，包括(i)由8名成員組成的ODM團隊；(ii)由14名成員組成的OEM團隊；(iii)由22名成員組成的產品工程團隊；及(iv)由13名成員組成的其他支援人員。在我們的產品設計及開發團隊中，45名為工程師。我們的工程師專攻多個領域，包括工業質量以及電子及通信工程。

我們與產品設計及開發團隊的僱員簽訂協議，規定在彼等的僱傭期間自研發工作中獲得的所有相關知識產權並不屬於彼等，且彼等就研發活動受保密義務約束。

研發活動

於最後實際可行日期，本集團的研發工作主要集中於物聯網及智能家居解決方案，其為內置電子、感應器、執行器及網絡連接的內聯網裝置，有助於該等物件收集及交換數據。根據歐睿報告，物聯網概念處於發展的初級階段，主要用於智能交通、物流、製造、能源及其他智能化要求較高的領域。隨著全球物聯網應用範圍的擴大及市場接受度的提高，相關EMS服務的市場需求也在不斷增長。誠如歐睿報告進一步陳述，中國政府將在2020年底前投資人民幣3.9萬億元用於傳感器網絡技術的研發，其中包括組件、系統集成及數據挖掘或分析平台，以推動中國的射頻識別(RFID)及傳感器網絡向前發展。我們在EMS供應方面的經驗及專業知識使我們能夠建立一個強大而靈活的工程平台，以研究各種低功耗廣域網(LPWAN)解決方案(包括Sigfox、LoRaWAN及NB-IoT)，該等解決方案已被我們的產品設計及開發團隊所使用，從而為智能家居、智能城市、遠程護理及醫療保健等廣泛應用開發可定製及創新的產品。我們最近將重點放在開發物聯網及智能家居解決方案上。於最後實際可行日期，我們已自美國的知名品牌擁有人獲得涉及我們物聯網相關解決方案的項目及該等已獲授項目的採購訂單價值達6.0百萬港元。

於往績記錄期間，我們的產品設計及開發團隊參與本集團客戶根據其要求日常組織的產品研發活動。我們的產品設計及開發團隊參與從客戶產品的產品設計到測試及監管審批的研發過程。透過參與與本集團客戶(包括國際知名品牌擁有人)的產品開發合作，我們有能力改善產品的設計、規格及技術，而我們的董事認為，此舉(i)降低生產成本及提升我們的現場工作效率、(ii)為我們提供優勢，推出新的生產技術及設計、以及(iii)通過提高工作質量及滿足客戶的需求來加強我們與彼等的關係，從而為我們

業 務

提供競爭優勢並與競爭對手產生差異。於2016財政年度、2017財政年度、2018財政年度及2019年首六個月，產品設計及開發所產生的開支分別約為15.1百萬港元、13.6百萬港元、13.5百萬港元及5.2百萬港元，乃主要因(i)向產品設計及開發團隊員工支付薪酬及(ii)採購我們產品原型的材料而產生。於2018年11月，我們就一個創新技術項目獲批准於2018年11月16日至2020年5月15日期間分階段收取香港政府的企業支援計劃項下約5.2百萬港元的政府補助金。於2019年首六個月，我們已收取政府補助金中的2.9百萬港元，用以購買部分設備及報銷該項目的研發開支。

為加強我們的研發能力，我們擬培養及招募更多的研發人才、升級現有的研發軟件並積累行業最佳實踐及專有知識。有關使用我們[編纂]的詳情，請參閱本節「我們的業務策略」一段及本文件「未來計劃及[編纂]」一節。

管理信息系統

我們已於2017年投資開發企業資源規劃系統，相關系統整合製造過程各個主要階段的實時數據(如銷售訂單管理、物料採購及使用、產品製造、庫存管理及質量管理)於一個集中的信息系統，可由本集團的不同部門訪問。我們現有的企業資源規劃系統簡化本集團數據的收集、存儲及使用，以便我們分析及製定戰略計劃，以提高業務表現。例如，其讓我們能夠根據中央系統控制及管理總生產計劃，通過該系統，我們能夠追蹤客戶訂單、管理物料採購、監控製造進度及記錄生產前及生產流程的質量保證測試，以確保按時交付。其亦讓我們能夠立刻回應生產開發及生產前階段客戶對產品設計的要求，密切監控我們的產能及利用率以提升訂貨計劃及生產安排，以及提高成本計算的準確性及改善生產流程。

此外，我們亦落實自主開發的追蹤系統，並通過該系統存儲與產品相關的所有生產數據，包括已使用物料詳情。我們的所有產品均會在生產流程貼上編碼，讓我們能夠通過追蹤系統輕鬆獲取生產數據。此外，倘我們的產品出現質量問題，我們的追蹤記錄系統讓我們能夠立刻查明造成缺陷的生產流程，確定不良產品批次及採取適當的補救措施，以糾正有關問題及防止未來再次發生。

通過實施製造執行系統(MES)(其專注於簡化本集團的製造流程並旨在增強經營方面的闡釋)，我們擬升級現有的信息科技基礎設施(誠如本節「我們的業務策略」一段及本文件「未來計劃及[編纂]」一節)。

市場與競爭

根據歐睿報告，中國現已成為最重要的全球性電子製造基地，亦是最大的電子產品出口國之一。此外，中國本身已逐步發展成為一個重要的消費市場，進一步促進了

業 務

EMS行業的發展。特別是，消費EMS行業佔2018年中國EMS行業總收益的56.3%，價值達人民幣8,227億元。於2014年至2018年，消費EMS行業的複合年增長率為10.3%，增速略快於工業EMS行業，後者的複合年增長率為8.6%。就2018年的收益而言，中國消費EMS行業的十大市場參與者佔市場份額約47.9%，而本集團的市場份額約為0.1%。誠如歐睿報告所述，消費EMS行業的市場參與者面臨挑戰，能推動其提升研發能力、將業務從標準服務轉型及升級為更加定制化的製造，以迎合不同客戶的需求。有關我們在市場上面臨的風險詳情，請參閱本文件「風險因素－與我們業務及行業有關的風險」一節。

儘管中國的EMS行業非常分散，我們的董事認為消費EMS行業內的競爭非常激烈，惟我們相信，憑藉(i)於消費EMS價值鏈中下游的高度集中及全面的服務範圍，加上高效的生產流程及多樣化的產品組合；(ii)高效的生產流程；(iii)與國際知名及行業領先品牌所有者建立戰略合作、穩定及穩固的業務關係；(iv)強大的技術專長及產品開發能力，促進我們的業務拓闊至新市場；(v)嚴格的質量保證承諾；及(vi)心懷企業家精神且經驗豐富、富有遠見及專業的管理團隊，我們相比競爭對手更具競爭優勢。有關我們的競爭優勢及營運所在市場的詳情，請分別參閱本節「我們的競爭優勢」一段及本文件「行業概覽」一節。

出售霧化產品及其他產品應用

美國食品及藥品監督管理局(「食品及藥品監督管理局」)自2018年10月以來一直採取措施解決青少年吸食電子煙的問題，該等措施僅反映食品及藥品監督管理局致力執行向18歲以下青少年銷售霧化產品的禁令，該禁令自2016年8月起生效。儘管有該等禁令，本集團於整個往績記錄期間一直接受開發及製造霧化產品的訂單，且本集團並不知悉，食品及藥品監督管理局近期就加強向18歲以下青少年銷售霧化產品的禁令採取的措施於最後實際可行日期對我們向客戶的霧化產品銷售導致任何重大不利影響。

此外，儘管美國政府於2019年3月提議實施電子煙用戶費用，根據歐睿報告，即使實施用戶費用，除非價格調漲過於劇烈，使得一般成年人顧客無法負擔得起電子煙，否則預計霧化產品的需求仍會維持強勁，而預測期增長的主要驅動因素為(i)吸煙人口中逐漸增加的戒煙趨勢，及(ii)自2012年起，越來越多美國州合法化娛樂用大麻，而電子煙實際上是一種作為吸食娛樂用大麻的實惠方式。根據歐睿報告，美國於2018年佔全球霧化產品(包括電子煙)總銷售額的24%，預計於2019年至2023年期間以複合年增長率30.1%持續增長。此外，根據歐睿報告，中國是最大的霧化產品製造商，而全球市場上銷售的約90%的霧化產品均在中國生產。因此，我們的董事認為，美國對霧化產品的市場需求將保持強勁，且不會受到食品及藥品監督管理局及美國政府就電子煙採取或擬採取措施的影響。

儘管霧化產品產生的收益比例可能下降，但董事預期，由於本集團於挽留現有客

業 務

戶、擴大客戶群以及開發新產品的研發工作的持續銷售及營銷投入，我們來自使用電器、商業控件及暖通空調產品的收益來源將持續穩定。有關本集團銷售及營銷以及研發工作的詳情，請參閱本節「銷售及營銷」及「研發」兩段。此外，根據已確認的採購訂單及我們與部分主要客戶就彼等業務計劃及未來產品需求進行討論的持續溝通，董事相信，經實施於本文件「業務策略」一段所載的產能擴充計劃後，尋求新訂單及目標客戶以促進我們的預期產能增長為可行的。

中美貿易戰

中美貿易戰於2018年7月展開，此間，美國分別於2018年7月、2018年8月、2018年9月及2019年9月就美國協調關稅時間表中數百個類別的中國原產地產品實施三輪進口關稅。美國已於2018年7月及2018年8月對中國原產地產品按從價稅率25%徵收數輪關稅，而於2018年9月對中國原產地產品按從價稅率10%徵收一輪關稅。於2018年9月按從價稅率10%徵收的一輪關稅其後於2019年5月從10%上調至25%。美國已於2019年9月對額外中國原產地產品類別清單加徵額外關稅，並將於2019年12月對另一份額外中國原產地產品類別清單徵收額外關稅；此外，美國總統已宣佈，現時對中國原產地產品徵收的關稅，稅率自2019年10月15日起將由25%上調至30%。

於往績記錄期間，我們收益的39.0%、62.1%、63.7%及61.2%乃向美國出口銷售而取得的。本公司已徵詢其美國法律顧問有關進口關稅法律的意見，以評估中美貿易戰對本公司所造成的影響。本公司獲告知，儘管我們的產品須繳納美國政府徵收的關稅(包括自2019年9月及將自2019年12月生效的關稅)，我們向美國的出口銷售乃按香港離岸價基準進行(即一旦我們的產品在香港上船裝運後，我們產品的所有權及風險會轉移至客戶)，使得我們並不對該等關稅負責，惟進入美國而有記錄的進口商(即我們的美國客戶)會承擔該等關稅。本公司亦已就1974年「貿易法」第301條(「**第301條**」)(實施關稅的相關貿易立法)對本公司產生的風險取得意見。倘本公司向美國客戶提供正確的HTS代碼(即用於分類及定義國際貿易商品的代碼)，正確報告中國原產地的產品，並向美國客戶作出合理查詢，令其本身信納彼等正確報告並支付適用的第301條關稅，則該風險為低。董事確認，並據彼等所知，本公司已履行上述的責任。

於2019年首六個月，我們收益的61.2%乃由向美國客戶出口銷售我們的產品所貢獻。於同期，我們出口至美國客戶的絕大部分該等產品須繳納美國政府徵收的多輪關稅中的一輪。此外，我們在2019年首六個月向美國客戶出售的兩種產品將須繳納美國政府於2019年9月及2019年12月所徵收的已生效或將會生效的另一輪關稅。此類產品的銷售額約佔我們於2019年首六個月總體收益的0.3%。於2019年首六個月，除並非由於中美貿易戰而導致的客戶F終止訂單(詳情載於本文件「客戶—我們與客戶F、客戶B及其他霧化產品客戶的關係」一節)外，我們交付至美國的產品月收益於2018年7月中美貿

業 務

易戰開始前後並無顯著減少。因此，我們並未發現由於中美貿易戰，迄今為止交付至美國的產品收益受到重大影響。

然而，由於美國政府徵收較高關稅，我們的兩名美國客戶(即客戶B及客戶C)要求本集團於2018財政年度向彼等提供回扣，而在同一年度向該等客戶作出的回扣總額為5.8百萬港元。該等回扣乃根據向該等美國客戶預估銷售的預定比例計算(按個別基準磋商)。我們的董事確認，該等因美國政府徵收較高關稅所作的回扣安排乃一次性安排，以在過渡期間協助該等美國客戶。除上文所述者外，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們的董事並不知悉我們任何美國客戶要求回扣以分攤美國政府徵收的關稅。

董事認為，由於需進行多項合規檢查，廠房及生產線審核過程及接納新的製造商夥伴為認可供應商需時冗長。而若分包商受潛在製造商夥伴委聘，則需要進一步審核該分包商。此外，有些客戶於接納該等夥伴作為認可供應商之前，可能會要求試產以測試潛在製造商夥伴的品質標準，此過程可能會需要更長時間(視客戶產品的複雜程度及其測試要求而定)。由於我們的客戶通常需要通過全面的審批程序，如於接納EMS服務供應商作為其認可供應商之前，對EMS供應商進行工廠審核並要求試產。我們的董事認為，由於中美貿易戰，客戶立即將我們替換為其他供應商並非易事。另外，由於2018財政年度提供予兩名美國客戶的回扣為一次性的安排，且亦未因美國政府徵收較高關稅而提供回扣予我們任何其他美國客戶，我們的董事認為，短時間內本集團的財務狀況將不會受重大不利影響。然而，從長遠來看，美國客戶在下達新產品訂單時需要啟動批准程序或新美國客戶評估是否選擇我們作為供應商時，彼等可能會考慮有關進口關稅成本因素，因此可能需要根據中美貿易戰的發展態勢，協商降價或返利，或尋找在中國以外地區設有生產工廠的替代EMS供應商。因此，從長遠來看很難量化中美貿易戰對本公司的影響，而我們可能間接地受到中美貿易戰的影響。有關中美貿易戰的風險詳情，請參閱本文件「風險因素－貿易限制可能會對我們的業務、財務狀況及經營業績造成嚴重不利影響」一節。

為分散我們的營運風險、降低我們的生產成本及減輕中美貿易戰可能產生的影響，我們於2019年1月與馬來西亞一家製造商訂立製造服務協議。根據該協議，我們將根據我們的產品規格及製造工作流程向彼等分包若干產品的部分生產工序。有關我們與該馬來西亞製造商的分包安排的進一步詳情，請參閱本節「分包」一段。作為我們未來策略的一部分，我們亦計劃在東南亞地區建立一個生產工廠，以(其中包括)減輕中美貿易戰的任何潛在影響。有關詳情，請參閱本節「業務策略－藉由在東南亞地區及中國擴展製造平台增加產能」一段。

業 務

僱員

於2019年6月30日，我們共有1,597名僱員。按職能及地理位置劃分的僱員的明細如下：

職能	於2019年6月30日的僱員人數		
	香港	中國	總計
總管理辦公室	3	0	3
產品設計及開發	16	41	57
生產	4	1,090	1,094
項目管理	18	8	26
質量保證	1	102	103
銷售及營銷	17	27	44
採購及生產規劃	11	59	70
物流	1	88	89
資訊科技	2	6	8
財務會計	5	15	20
人力資源與行政	7	76	83
總計	<u>85</u>	<u>1,512</u>	<u>1,597</u>

我們基於工作經驗、教育背景及空缺需要等多項因素招聘員工。我們一般通過各種方式招募，例如政府網站上的網上招聘廣告、廠房招聘啟事及僱員的推薦。

我們僱員的薪酬福利一般包括基本薪金、超時薪津及／或酌情花紅(倘適用)。僱員亦可獲得多種福祉及福利，包括退休福利、醫療保險及其他雜項福利。僱員的基本薪金通常參考其資歷、經驗及工作表現而釐定，而酌情花紅的支付一般須視乎工作表現、我們在該特定年度的財務表現及一般市況而定。我們通常與每位僱員簽訂個人僱傭協議。於2016財政年度、2017財政年度、2018財政年度及2019年首六個月，我們的僱員福利開支總額分別為150.3百萬港元、232.1百萬港元、254.5百萬港元及101.3百萬港元，其中，我們動用及聘請派遣人及／或分包員工協助我們在中國的東莞生產廠房，金額分別為0.5百萬港元、25.8百萬港元、38.0百萬港元及1.9百萬港元。

我們定期為僱員提供培訓，以提升彼等的技術技能及知識，而董事認為培訓有助於改善彼等的工作效率。為僱員提供的研討會及培訓課程一般涵蓋健康及工作安全、新科技及技術、最新行業趨勢及市場情報。所有新僱員均須參與強制性培訓課程，課程會介紹我們的政策、工作安全措施及行業準則。從事危險工作及專門生產過程的僱員將獲提供有關工作安全及預防措施與機器運作的額外培訓，從而減低意外風險。我們的技術及專業人員亦可參與不時的外部研討會及培訓課程。

於往績紀錄期間，我們已在中國為僱員建立工會。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，董事確認我們並無經歷任何與僱員的重大糾紛或因勞資糾紛而令營運受

業 務

到阻礙，我們亦無經歷任何招聘及挽留員工的困難。除本節「法律訴訟及合規」一段所披露者外，誠如我們的中國法律顧問所告知，於往績記錄期間，我們已在所有重大方面遵守中國勞工法律及法規。

社會福利計劃及住房公積金

根據中華人民共和國社會保險法，我們的中國附屬公司東莞威雅利須為其中國僱員作出社會保險基金供款。於最後實際可行日期，東莞威雅利為我們的中國僱員設有社會保險計劃，範圍涵蓋基本養老保險、失業、工傷、醫療及生育開支。東莞威雅利亦須根據住房公積金管理條例向其中國僱員支付住房公積金。有關我們違反中華人民共和國社會保險法及住房公積金管理條例的詳情，請參閱本節「法律訴訟及合規」一段。

環境保護

本集團等中國製造企業須遵守中國環境保護法律及法規，包括中華人民共和國環境保護法及其他中國環境保護法律及法規。進一步詳情請參閱本文件「監管概覽－中國法律及法規－環境保護法律及法規」一節。

於2016財政年度、2017財政年度、2018財政年度及2019年首六個月，本集團為遵守相關環境保護法律及法規所產生的成本分別約為人民幣35,000元、人民幣35,000元、人民幣56,000元及人民幣44,000元。根據本集團管理團隊的過往經驗、行業性質及行業的未來發展，董事認為本集團現時的環境保護設施足以符合相關法律及法規，並預期未來不會產生任何主要或重大開支。

誠如董事確認，東莞威雅利於往績記錄期間並未因違反任何中國環境法律及法規，而遭環保部門處以任何行政處分。董事亦確認，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，本集團並無牽涉任何有關環保方面的重大申索、訴訟、懲罰或行政制裁，且本集團營運在各重大方面均符合中國相關環保法律及法規。

職業健康與安全

本集團已在東莞生產廠房實施措施，以宣揚職業健康與安全及確保遵守適用法律及法規。我們印發職業健康與安全小冊子供僱員傳閱，以提升其對職業健康與安全的意識。我們已就生產活動的不同方面制定一系列安全指引、規則及程序，包括防火安全、倉庫安全、工傷及緊急疏散程序。於往績記錄期間，本集團並無遭遇任何個別或整體對本集團財務狀況及經營業績造成重大影響的意外或人身或財產損害申索。

誠如董事確認，本集團已於往績記錄期間在各重大方面遵守適用國家及地方安

業 務

全法律及法規，且相關中國機關並無對我們就違反任何中國安全法律或法規的情況處以任何重大制裁或罰款。

保險

於最後實際可行日期，我們所投購的保險與我們的業務有關，董事認為有關保險範圍就我們的業務規模而言屬足夠，並一般與我們的行業標準一致，包括但不限於僱員補償保險、產品責任保險、財產全險及公眾責任保險。對於未涵蓋的任何風險，請參閱本文件「風險因素－與我們的業務及行業相關的風險－我們的保險範圍可能不足以涵蓋與我們的營運相關的風險」一節。

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，本集團並無就投購的任何保單作出任何重大申索或成為任何重大申索的對象。

物業

於最後實際可行日期，我們於香港租賃一幢建築面積為10,919平方呎的物業及六個停車位及於中國東莞租賃一幢建築面積為44,970平方米的物業。

租賃物業

下表載列有關我們於香港及中國的租賃物業(六個停車位除外)的若干資料：

序號	位置	業主	租戶	建築面積	用途	租期
1	香港九龍灣宏照道38號 企業廣場5期1座 3203-3207室	獨立第三方	香港麗年	10,919平方呎	辦公室	2018年3月1日至 2021年2月28日
2	東莞長安鎮烏沙社區 振安中路3號廠房、 宿舍及附屬設施	獨立第三方	東莞威雅利	44,970平方米	生產廠房、員工 宿舍及辦公室	2018年4月1日至 2023年3月31日

知識產權

我們已獲得運營業務的關鍵知識產權及所有權。於最後實際可行日期，我們擁有對我們的業務至關重要的兩個香港註冊商標及一個域名。我們亦分別於香港、中國及

業 務

台灣提交五項專利註冊申請及在中國提交六項商標轉讓申請。就董事所知及所信，於往績記錄期間，本集團、客戶及其他第三方並無出現侵犯知識產權或知識產權爭議的重大事件。

牌照、批文及許可

根據中國法律顧問的意見，本集團已自相關政府機關獲得就本集團於中國的業務營運而言屬重要的所有必要的牌照、批文及許可。

轉讓定價安排

我們主要透過兩家營運附屬公司經營本集團業務，即香港的香港麗年及中國的東莞威雅利。香港麗年負責向客戶銷售產品，而東莞威雅利則負責根據香港麗年收到的全球銷售訂單生產產品。於往績記錄期間，本集團消費電子產品的製造及銷售涉及香港麗年與東莞威雅利之間的集團間交易。東莞威雅利從香港麗年採購物料及半成品，並將其產品出售予香港麗年，以便向香港及海外客戶進行銷售。

香港麗年所承擔的職能主要包括處理本集團的銷售及市場推廣活動，分析市場行業趨勢及釐定採購策略，以及在全球尋找供應商及磋商相應價格。另一方面，東莞威雅利所承擔的職能主要包括透過香港麗年自獨立第三方供應商及直接自中國供應商採購物料及半成品、物料進口合規、產品製造、質量控制以及物流與庫存管理。因此，於往績記錄期間，香港麗年與東莞威雅利之間及有關我們轉讓定價安排的集團內交易包括向香港麗年銷售東莞威雅利的產品及東莞威雅利自香港麗年採購材料及半成品。

東莞威雅利自香港麗年購買的物料及半成品的價格由香港麗年與供應商訂立的銷售協議釐定。因此，東莞威雅利的採購價與香港麗年自供應商的採購價相當。另一方面，東莞威雅利向香港麗年出售的產品的價格乃基於香港麗年與東莞威雅利訂立的買賣訂單按實際製造成本釐定。

本集團已委聘獨立稅務顧問普華永道諮詢(深圳)有限公司廣州分公司(「**稅務顧問**」)審閱香港麗年與東莞威雅利於往績記錄期間的關聯方交易，並編製涵蓋香港麗年與東莞威雅利之間的主要集團內交易及相關轉讓定價政策安排的轉讓定價報告(「**轉讓定價報告**」)。轉讓定價報告旨在評估及記錄香港麗年與東莞威雅利於往績記錄期間的受測交易是否已根據中國及香港轉讓定價規則所載的獨立交易標準以及經濟合作與發展組織於2017年7月10日發佈的《**跨國企業與稅務機關轉讓定價指南**》(2017版)(「**經合組織指南**」)進行。轉讓定價報告記錄了集團內部交易的業務環境以及稅務顧問的審查及分析過程，包括集團組織概覽、本集團業務概覽、履行職能、風險承擔、資產使用、主要關聯方交易的解釋及分析以及相應轉讓定價政策。其後進行經濟分析，根據該分析，

業 務

應用最合適的轉讓定價測試方法以評估受測關聯方交易的合理性。應用所選擇的轉移定價測試方法時，透過採用預定第三方數據庫，我們進行可比性分析，使用不同的定量及定性篩選標準就受測關聯交易識別出一系列可資比較獨立公司，並根據可資比較公司最近財務數據確定公平利潤範圍。於可資比較搜索中運用的主要定性及定量篩選標準包括區域、標準行業分類守則、獨立性指標、信息完整性、加權平均盈利水平(剔除加權平均虧損公司)、研發及銷售費用支出、功能可比性及產品／服務可比性。

根據東莞威雅利與香港麗年於往績記錄期間所履行的職能、承擔風險及所用資產分析，稅務顧問已檢討中國及香港轉讓定價規則所規定的轉讓定價測試方法及經合組織指南，並釐定使用以完全成本加成率(「完全成本加成率」)作為利潤水平指標的交易淨利潤法(「交易淨利潤法」)為評測關聯方交易的合理性的最適當方法。因此，稅務顧問選擇東莞威雅利作為被測試方，並通過審查營業活動與東莞威雅利類似的獨立第三方公司的財務結果，確定符合獨立交易原則的利潤區間。根據稅務顧問的發現，東莞威雅利於2016財政年度、2017財政年度及2018財政年度的完全成本加成率分別為3.04%、3.07%及3.47%，於2016財政年度至2018財政年度的三年加權平均完全成本加成率為3.22%，屬可資比較結果的獨立交易區間內。就2019年首六個月而言，由於中國稅務機關在分析評估被調查企業關聯交易是否符合獨立交易原則時，應當對被調查企業各年度關聯交易進行逐年測試調整，因此當前可用的2019年首六個月的財務數據不足以提供按年進行的合理轉讓定價分析。因此，稅務顧問已就2019年首六個月對轉讓定價政策的執行情況作出檢討，而非審閱財務業績。基於稅務顧問進行的工作，於2019年首六個月，本集團採用的轉讓定價釐定方法與2016-2018財政年度所採用方法並無二致，可認為與東莞威雅利及香港麗年的職能和風險狀況相符。此外，本公司持續監察並已採取適當措施確保我們遵守本公司經營所在司法權區的轉讓定價相關法律法規。根據上述發現，稅務顧問認為，本集團有關正在評估的關聯方交易的轉讓定價安排與香港及中國轉讓定價指南及規例的獨立交易原則一致，因此於往績記錄期間遵守相同規定。

經向稅務顧問(其確認東莞威雅利於2016財政年度至2018財政年度的盈利水平處於獨立交易區間內，且2019年首六個月，本公司採用的轉讓定價釐定方法與2016-2018財政年度所採用方法並無二致，可認為與東莞威雅利及香港麗年的職能和風險狀況相符)諮詢後，我們的董事認為，香港麗年與東莞威雅利於往績記錄期間所進行的集團內公司間交易乃按獨立交易原則進行，且已遵守中國及香港的轉讓定價相關規則及法規，因此往績記錄期間並不存在與中國或香港境內轉讓定價相關的稅務風險，以致須與相關稅務機關達成和解。

商業理據

董事認為該等交易提升我們整體管理及業務營運的成效、提高我們的資源靈活性，並避免採購功能集中於本集團內的單一實體。

業 務

確保持續遵守有關規定的措施

我們的董事確認本集團的轉讓定價安排為正常貿易營運的一部分，並按一般商業條款進行。然而，相關稅務機關其後可能就該等交易的恰當性向我們提出質疑，或規管有關安排的相關法規或標準可能日後出現變動。亦請參閱本文件「風險因素－與我們業務及行業有關的風險－我們的業務營運可能受到主管部門的轉讓定價調整」一節。我們已在這方面推行一般政策，以遵守獨立交易原則及達致公平結果。我們將定期檢討香港麗年與東莞威雅利之間的安排。

我們的董事確認，於最後實際可行日期，我們概不知悉香港或中國的任何稅務機關就本集團進行的轉讓定價安排的任何查詢、審核或調查。

法律訴訟及合規

法律訴訟

於最後實際可行日期及除本段所披露者外，概無本集團成員公司牽涉任何重大訴訟、申索或仲裁，而據我們董事所知，本集團任何成員公司亦無未了結或受威脅的任何重大訴訟、申索或仲裁。

法律合規

我們的董事確認，除本段下文所披露者外，我們於往績記錄期間及直至最後實際可行日期在所有重大方面已遵守香港及中國的所有適用法律及法規。

業 務

以下不合規事件單獨或共同不會對我們造成重大財務或營運影響或可能於未來對我們造成重大財務或營運影響。

未遵守中華人民共和國社會保險法

背景

根據中華人民共和國社會保險法，我們須為我們的僱員作出社保供款。

於往績記錄期間，由於我們行政人員有關地方法律及常規的知識及經驗不足及我們行政人員的無意疏忽，東莞威雅利未能為若干僱員作出社保供款及／或並無作出充足的社保供款。

法律後果

根據相關的中國法律法規，有關政府部門可能要求東莞威雅利於指定期間內作出未繳納供款以及自到期日起按未償還供款每日0.05%費率計算的額外滯納金，倘東莞威雅利未能如此，有關部門可能對東莞威雅利處以欠付款項總額介乎一至三倍的罰款。

補救行動

我們取得東莞市社會保障局（「社保局」）所簽發日期為2019年1月3日的確認函，當中確認於2016年1月至2018年12月，東莞威雅利並無因違反有關社保的相關中國法律法規受到處罰。

誠如我們的中國法律顧問所告知，社保局有權並合資格簽發上述確認。

根據我們中國法律顧問於2018年11月28日對主管機關東莞市社會保障局長安分局的拜訪結果；在正常情況下，如並無收到僱員的任何投訴，社保局長安分局不會採取行動對相關企業實施行政處罰。

自2019年3月起，東莞威雅利已糾正不合規情況並已遵守當地社保監督部門施加的規定。

基於(i)上述確認及對社保局長安分局的拜訪結果，(ii)自2019年3月起，東莞威雅利已糾正不合規情況，(iii)東莞威雅利確認社保供款基準乃經僱員同意；及(iv)據本公司所知，我們的僱員並無就此等不合規事件向有關政府部門提出投訴，我們的中國法律顧問告知，東莞威雅利因未能悉數作出社保供款而被罰款或被要求補足社保供款欠付款項或招致額外處罰的風險極低。

由於中國法律顧問告知，中國有關部門對東莞威雅利實施處罰的機會極低，我們的董事認為，本集團無需就相關不合格事件計提任何撥備。

儘管如此，我們的其中一名控股股東朱慧恒先生已同意就於[編纂]或之前所發生的上述不合規事件所產生或遭受的任何處罰、申索或損失向我們作出彌償。

業 務

未遵守中國住房公積金管理條例

背景

根據住房公積金管理條例及其他有關規定，我們須為僱員作出住房公積金供款。

於往績記錄期間，由於我們行政人員有關地方法律及常規的知識及經驗不足及我們行政人員的無意疏忽，東莞威雅利未能為若干僱員作出住房公積金供款及／或未能為我們的僱員悉數作出住房公積金供款。

法律後果

根據相關中國法律法規，有關政府部門可能要求我們於指定期間內補足未繳納或欠付供款，倘我們未能如此，住房公積金管理中心可能責令於指定期間內付款。

補救行動

我們於2019年1月14日取得東莞市住房公積金管理中心（「**管理中心**」）簽發的確認書，確認東莞威雅利於2012年6月正式設立住房公積金賬戶，並自首次供款日期起，並無有關東莞市住房公積金的任何重大違規記錄。

誠如我們的中國法律顧問所告知，管理中心有權並合資格簽發上述確認。

根據我們的中國法律顧問於2018年12月6日對東莞市長安鎮人民政府住房規劃建設局住房公積金管理辦公室的拜訪結果；在正常情況下，如並無收到僱員的任何投訴，有關部門不會採取行動對相關企業實施行政處罰。

自2019年1月起，東莞威雅利已糾正不合規情況並已遵守當地住房公積金部門施加的規定。

基於(i)上述確認及拜訪結果，(ii)自2019年1月起，東莞威雅利已糾正不合規情況，(iii)東莞威雅利確認社保供款基準乃經僱員同意；及(iv)據本公司所知，我們的僱員並無就此等不合規事件向有關政府部門提出投訴，我們的中國法律顧問告知，東莞威雅利因未能悉數作出住房公積金供款而被罰款或被要求補足住房公積金供款欠付款項或招致額外處罰的風險極低。

由於中國法律顧問告知，中國有關部門對東莞威雅利實施處罰的機會極低，我們的董事認為，本集團無需就相關不合格事件計提任何撥備。

儘管如此，我們的其中一名控股股東朱慧恒先生已同意就於[編纂]或之前所發生的上述不合規事件所產生或遭受的任何處罰、申索或損失向我們作出彌償。

業 務

內部監控及風險管理

為繼續提高企業管治及防止不合規事件再次發生，我們於[編纂]前採納或將採納以下措施：

- 我們的董事已出席由我們的法律顧問提供的適用法律及法規(包括上市規則)的培訓課程。我們將繼續安排將由我們委聘的法律顧問不時提供的及／或適合的認可機構提供的不同培訓，以給予我們的董事、高級管理層及相關僱員對相關法律及法規的最新知識；
- 我們將不時為我們的高級管理層及僱員提供有關適用於本集團業務營運的法律及監管要求方面的政策、培訓及／或最新資料，尤其是適用中國法律及法規項下社會保險及住房公積金的計算方面；
- 我們已委任華高和昇財務顧問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證券法律及法規作出建議；及
- 我們亦已成立由三名獨立非執行董事組成的審核委員會，作為改善企業管治的部分措施。審核委員會的主要職責乃就本集團財務申報程序、內部監控及風險管理制度的有效性向董事提供獨立審查意見，監督審核程序及履行董事分配的其他職責及責任。

經考慮上文及鑒於：

- (i) 發生本節上文「法律訴訟及合規」所載的不合規事件，我們的董事對任何可導致任何不合規行為的事宜保持留意及警惕；
- (ii) 自實施加強的內部監控措施起及直至最後實際可行日期，董事確認，除上文所披露的不合規事件外，本集團並無涉及違反任何適用法律及法規；
- (iii) 我們的董事知悉根據上市規則作為[編纂]董事的規定及責任，及已承諾遵守及遵循所有相關規則及法規；及
- (iv) 為籌備[編纂]，我們已委聘內部監控顧問就本集團的各項營運及管理職能(包括但不限於財務申報及會計處理、現金及庫務管理、製造及產品安全質量控制)的內部監控系統及存貨管理系統進行評估及實施內部監控顧問所提出的若干建議及意見以改善及提升內部監控系統。內部監控顧問亦對解決評估過程發現的問題的行動狀況進行跟進審閱，及於審閱過程中並無發現

業 務

任何重大瑕疵或提出任何進一步建議。我們的董事(經諮詢內部監控顧問後)認為，針對上述不合規事件的強化內部監控措施充足有效防止再次發生。

經考慮導致有關僱員社保及住房公積金的不合規事件的事實及情況以及相關糾正及上述持續合規措施，董事認為，本集團制定有充足有效的內部控制程序以防止不合規事件的再次發生，而該等過往不合規事件並不會影響董事擔任上市規則第3.08條及第3.09條項下[編纂]董事的適當性，以及上市規則第8.04條項下本公司[編纂]的適當性。獨家保薦人基於上述相同基準與董事的有關看法相同。