

## 業 務

### 概覽

我們是提供霧化科技解決方案的全球領導者，擁有先進的研發技術、雄厚的製造實力、廣泛的產品組合及多元化的客戶群。根據弗若斯特沙利文的資料，於2018年，按收益計，我們是全球最大電子霧化設備製造商，佔總市場份額的10.1%。我們通過創新及領先的霧化科技解決方案運營兩個主要業務板塊：(i)為若干全球領先煙草公司及獨立電子霧化公司（如日本煙草、英美煙草、Reynolds Asia-Pacific、RELX及NJOY）研究、設計及製造封閉式電子霧化設備及霧化組件，及(ii)為零售客戶進行自有品牌開放式電子霧化設備或APV的研究、設計、製造及銷售。

電子霧化設備市場發展迅速，自其出現以來，在全球範圍內越來越受歡迎。根據弗若斯特沙利文的資料，以出廠價按收益劃分的全球電子煙市場規模以31.1%的複合年增長率自2013年的14億美元快速增長至2018年的53億美元，且預期將以41.8%的複合年增長率進一步增長至2023年的306億美元。該市場增長主要由電子霧化設備的技術創新、功能豐富及安全性能增強所驅動。隨著技術的發展及對生產研發的投資增加，電子霧化設備在配置、霧化口感、功率、風格等方面變得更加先進及多樣化。在如此活躍及多樣化的行業中，若干煙草公司及獨立電子霧化公司推出大量電子霧化設備，以尋求更大的電子霧化市場份額。根據弗若斯特沙利文的資料，全球有超過1,200家電子霧化設備製造商。就收益而言，儘管前五大製造商佔總市場份額的31.9%，而於2018年前十大製造商佔不到一半的總市場份額，且大多數電子霧化設備製造商為中小型企業。為順應該趨勢及維持我們的現有市場份額，我們已專注於開發、製造、推廣及銷售電子霧化設備，以及改進電子霧化技術。

我們強大的研發能力對於建立及維持我們的市場領先地位至關重要。我們不僅關注科學研究，亦關注其在我們產品的實際應用。我們的研發平台由三個獨立部門（即基礎研究院、技術中心及技術產業化中心）組成，各部門專注於相關研究領域的不同層面，自基礎研究探索、發展基礎知識以及引發新思維至應用科學理論進行新技術研發及項目孵化，並進一步應用及測試相關技術，以大規模生產我們的產品。憑藉全面的研發平台，我們可進一步建立並推廣我們的技術品牌。我們於2016年推出第一代加熱技術，並進一步推出第二代品牌「FEELM」，其將金屬薄膜與陶瓷導體相結合，在材料和結構科學方面實現提升。於2018年9月，「FEELM」榮獲《煙業通訊》(Tobacco Reporter)及Vapor Voice Magazine「金葉獎」。此外，於2019年10月，就2018年之收益而言，我們成為自2013年以來五大電子霧化設備製備商中唯一一家獲中國國家知識產權局授予「中國專利獎」的企業，表彰我們有關多孔陶瓷製備技術及

---

## 業 務

---

應用的專利。「中國專利獎」乃中國最負盛名的專利獎項之一。該獎項的選擇標準包括專利質量、技術先進性、運用及保護措施、社會效益以及發展前景等多個維度。於2019年11月，就我們的實驗室安全及質量而言，我們亦獲中國合格評定國家認可委員會頒發「實驗室認可證書」。該認可的範圍包括我們實驗室進行化學分析、物理性能測試和產品質量測試等的的能力。我們建立自有技術品牌的能力成為其他競爭者的進入壁壘，亦有助於維持我們於電子霧化行業的領先地位。

於研發過程中，我們考慮未來大規模生產的可行性及提高生產效率及盈利能力的可能解決方案。因此，我們可將我們的研發成果轉化為創新及多樣化的電子霧化設備。作為中國最早霧化科技解決方案提供商之一，憑藉多年的經驗，我們以完善的生產系統及成熟的供應鏈管理而聞名。此外，我們擁有一個全球客戶網絡，由全球領先煙草公司及獨立電子霧化公司組成。我們的大部分銷售為對50多個海外國家的出口，主要包括美國、日本及歐洲國家。我們與主要客戶的穩固關係不僅使我們可維持我們的現有業務規模且亦可於不同產品及應用方面提供發展機遇。我們已擴大我們的產品組合以把握各種及未來市場機遇，從封閉式電子霧化設備到自有品牌開放式APV。憑藉研發及整合創新技術的優勢，我們可在產品技術、結構及設計方面實現改進，從而根據我們客戶的需求提供電子霧化設備。

得益於上述優勢，我們於往績記錄期的收益及溢利實現大幅增長。我們的收益由2016年的人民幣707.3百萬元增加至2018年的人民幣3,433.7百萬元，複合年增長率為120.3%。我們的收益由截至2018年6月30日止六個月的人民幣1,176.0百萬元增長178.4%至截至2019年6月30日止六個月的人民幣3,273.7元。我們的年內溢利及全面收益總額由2016年的人民幣106.2百萬元增加至2018年的人民幣734.0百萬元，複合年增長率為162.9%。我們的期內溢利及全面收益總額由截至2018年6月30日止六個月的的人民幣180.5百萬元增長410.1%至截至2019年6月30日止六個月的人民幣921.0百萬元。

## 業 務

### 優勢

我們的成功乃歸功於以下競爭優勢：

#### 全球最大的霧化科技解決方案提供商

我們是提供霧化科技解決方案的全球領導者，擁有先進的研發技術、雄厚的製造實力、廣泛的產品組合及多元化的客戶群。根據弗若斯特沙利文的資料，於2018年，按收益計，我們是全球最大電子霧化設備製造商，佔總市場份額的10.1%。

電子霧化設備市場發展迅速，自其出現以來，在全球範圍內越來越受歡迎。根據弗若斯特沙利文的資料，以出廠價按收益劃分的全球電子煙市場規模以31.1%的複合年增長率自2013年的14億美元快速增長至2018年的53億美元，且預期將以41.8%的複合年增長率進一步增長至2023年的306億美元。該市場增長主要由電子霧化設備的技術創新、功能豐富及安全性能增強所驅動。隨著技術的發展及對生產研發的投資增加，電子霧化設備的配置、霧化口感、功率、風格等變得更加先進及多樣化。在如此充滿活力及多樣化的行業中，若干煙草公司及獨立電子霧化公司推出大量電子霧化設備，以尋求更大的電子霧化市場份額。根據弗若斯特沙利文的資料，全球有超過1,200家電子霧化設備製造商。就收益而言，儘管前五大製造商佔總市場份額的31.9%，而於2018年前十大製造商佔不到一半的總市場份額，且大多數電子霧化設備製造商為中小型企業。

儘管全球電子霧化行業增長顯著，由於進入壁壘較高，包括研發能力要求、與客戶的穩固關係、高水準人才及重大資本投資，新進入者與我們競爭將面臨挑戰。憑藉我們的先發優勢及突破性技術，我們可把握並利用巨大的市場機遇，且我們的業務規模於往績記錄期實現大幅增長。我們面向企業客戶的銷售收益由2016年的人民幣510.0百萬元增加至2018年的人民幣2,492.0百萬元，複合年增長率為121.1%。我們面向企業客戶的銷售收益由截至2018年6月30日止六個月的人民幣761.3百萬元增長246.5%至截至2019年6月30日止六個月的人民幣2,637.9百萬元。就我們的自有品牌APV面向零售客戶的銷售收益而言，我們於該業務線的收益由2016年的人民幣197.3百萬元增加至2018年的人民幣941.7百萬元，複合年增長率為118.5%。自有品牌APV的銷售收益由截至2018年6月30日止六個月的人民幣414.7百萬元增長53.3%至截至2019年6月30日止六個月的人民幣635.8百萬元。

## 業 務

### 先進的研發—製造綜合技術平台

我們強大的研發能力對於建立及維持我們的市場領先地位至關重要。我們通過我們的研發平台營銷我們的關鍵技術並增強我們的品牌知名度。我們不僅關注科學研究，亦關注其在我們產品的實際應用。我們的研發平台由三個獨立部門（即基礎研究院、技術中心及技術產業化中心）組成，各部門專注於相關研究領域的不同層面。根據我們的戰略規劃及行業趨勢，我們的基礎研究院探索及發展基礎知識並引發新思維，其為我們電子霧化技術進步及發展的基礎。基於基礎研究成果，我們的技術中心隨後應用該等科學理論進行新技術研發及項目孵化。在開發新技術後，我們的技術產業化中心將應用及測試相關技術，以大規模生產我們的產品。通過整合該等三個部門的不同功能，我們可加強核心技術的發展，並迅速響應市場需求。

截至最後實際可行日期，我們擁有三所研究中心的先進研發資源及擁有逾470名名研發人員。此外，我們於電子霧化技術領域擁有眾多設計及研發技術專利。截至最後實際可行日期，已申請中國及國外專利超過1,300項，其中600多項專利已獲授權。我們的內部工程師積累了產品及技術專業知識且就產品設計及研發與我們的客戶密切合作。例如，為提升產品性能，我們的研發團隊開展可行性研究並於新產品「TARGET」應用我們的加熱技術，通過消除若干霧化缺陷，該產品成功贏得市場的歡迎。

憑藉我們的滿足客戶不斷變化的需求之業務策略，我們的研發團隊專注於不同研究領域且實現了諸多里程碑。我們研發的發展道路隨著行業趨勢及我們的研發能力增強逐步發展—從產品應用發展為產品結構，再進一步發展為核心電子霧化技術。於業務的早期階段，我們首先專注於開發便攜式電子霧化設備，此舉促成我們與NJOY於2009年展開合作且其後促成NJOY於2012年推出「NJOY King Size」。憑藉我們於廣泛電子霧化設備的生產中累積的經驗，我們可於眾多產品線產生並實現創意並進一步提升我們對產品結構的研發專注度，其可用於不同產品類型之中。由於霧化芯是電子霧化設備的主要組件，我們專注於其結構改進。透過我們持續的研發努力，我們之後通過替換傳統吸電子霧化液棉成功就電子霧化液儲量上限取得突破。通過該無棉技術，我們於2014年與Logic就其產品「Tight 1.0」展開合作。

自2013年起，帶著對建立自有技術品牌的長期展望，我們重視對加熱技術的研究。於2016年，我們的第一代加熱技術問世。其旨在取代傳統的棉芯發熱絲，這種線圈具有不均勻的熱量分部、無效的加熱過程及不可避免的燒焦味道。該加熱技術經過優化，可更有效地吸收和蒸發高粘度提取電子霧化液。於該年下半年，我們進

## 業 務

一步推出第二代品牌「FEELM」，其將金屬薄膜與陶瓷導體相結合，在材料和結構科學方面實現提升。「FEELM」的金屬薄膜設計創造了寬幅加熱表面，可以施加溫度，確保了即時霧化汽的產生。「FEELM」已獲我們諸多企業客戶廣泛使用並出口美國、韓國、德國、法國、比利時、新西蘭、南非等多個國家。於2018年9月，「FEELM」榮獲《煙業通訊》(Tobacco Reporter)及Vapor Voice Magazine「金葉獎」。此外，於2019年10月，就2018年之收益而言，我們成為自2013年以來五大電子霧化設備製造商中唯一一家獲中國國家知識產權局授予「中國專利獎」的企業，表彰我們有關多孔陶瓷製備技術及應用的專利。「中國專利獎」乃中國最負盛名的專利獎項之一。該獎項的選擇標準包括專利質量、技術先進性、運用及保護措施、社會效益以及發展前景等多個維度。於2019年11月，就我們的實驗室安全及質量而言，我們亦獲中國合格評定國家認可委員會頒發「實驗室認可證書」。該認可的範圍包括我們實驗室進行化學分析、物理性能測試和產品質量測試等的能力。我們建立自有技術品牌的能力成為其他競爭者的進入壁壘，亦有助於維持我們於電子霧化行業的領先地位。

### 可擴展的生產能力及穩固的供應商關係

於研發過程中，我們考慮未來大規模生產的可行性及提升生產效率及盈利能力的可能解決方案。因此，我們可將我們的研發成果轉化為創新及多樣化的電子霧化設備。作為中國最早的霧化科技解決方案提供商之一，憑藉多年的經驗，我們以完善的生產系統及成熟的供應鏈管理而聞名。

為享受規模經濟帶來的裨益，我們的十個專業及大型生產基地中的多數乃戰略性地位於深圳及東莞，這兩個地區是全球電子霧化設備供應鏈最發達的地區。我們已在深圳建立第一個生產基地，之後，一直在積極尋找周邊地區的合適地點進行我們生產基地擴張。此外，我們已自2016年起加快生產擴張並設立更多生產基地，用以滿足往績記錄期業務規模快速增長帶來的需求。通過我們生產基地的策略性選址，我們可以較低成本交付大型訂單及及時處理客戶需求。截至最後實際可行日期，就面向企業客戶的銷售而言，我們每月可生產超過1億個標準單位。

我們亦專注於我們的自動化生產，以確保產品安全、產量穩定及正常生產流程以及滿足客戶對產品質量及及時交付的要求。舉例而言，我們與我們的主要客戶之一日本煙草建立起戰略合作關係，以建立大型綜合生產基地。該項目有助於提升我

## 業 務

們的生產能力及有效降低我們的產品不良率。憑藉我們的精簡及自動化生產流程及質量控制體系，我們能夠實現規模經濟及生產高質量產品，這使我們保持我們於電子霧化行業之競爭力。

在供應商方面，成熟的供應鏈管理對我們的生產亦至關重要。企業與供應商的議價能力通常取決於其業務規模。得益於我們可擴展的生產能力，我們可就各單位下達大量訂單，因此使我們獲得降低價格的機會。此外，我們與主要供應商維持長期合作關係。截至最後實際可行日期，我們前五大供應商於2018年已與我們合作平均約五年。我們與供應商的長期關係確保了穩定及優質的原材料供應及有效的成本控制以儘量降低原材料價格。

由我們可擴展的生產能力及穩固的供應商關係支持，我們於往績記錄期實現迅速增長。我們的毛利由2016年的人民幣172.0百萬元增加至2018年的人民幣1,190.5百萬元，複合年增長率為163.1%。我們的毛利由截至2018年6月30日止六個月的人民幣353.7百萬元增長284.1%至截至2019年6月30日止六個月的人民幣1,358.4百萬元。我們的毛利率由2016年的24.3%增加至2018年的34.7%。我們的毛利率由截至2018年6月30日止六個月的30.1%增加至截至2019年6月30日止六個月的41.5%。

### 擁有由全球領先煙草公司及獨立電子霧化公司組成的客戶網絡及廣泛的產品組合

我們已建立一個全球客戶網絡，由全球領先的煙草公司及獨立電子霧化公司組成。我們的大部分銷售為對50多個海外國家的出口，主要包括美國、日本及歐洲國家。因我們的廣泛產品可滿足客戶及消費者的需求及口味，我們擁有各類不同客戶，涵蓋日本煙草及英美煙草等全球領先煙草公司以及RELX及NJOY等專注於電子霧化產品創新、設計及銷售的公司。自2015年起，於2018年，我們逐步與前五大客戶建立業務關係。舉例而言，我們於2015年開始與日本煙草合作並擴大與其他知名參與者的接觸，例如，於2018年與Reynolds Asia-Pacific建立關係。我們與該等業內知名公司合作已成為我們高質量產品及市場領先地位的證明，其不僅有助於增加我們於業內的品牌知名度，亦能吸引更多全球領導品牌的潛在客戶。

此外，我們與主要客戶的穩固關係亦可於不同產品及應用方面提供發展機遇。該等合作增強了我們在產品設計、研發方面的技能及經驗，從而增強我們的競爭力。通過我們在各種電子霧化設備生產過程中積累的專業知識及經驗，我們可以在多個產品線中產生並實現創新理念，從而使我們能夠擴展我們的產品類別及客戶

---

## 業 務

---

群。與此同時，該廣泛的產品組合使我們能夠及時回應新的市場趨勢並因此進一步多樣化我們的收益流及降低產品及客戶集中風險。

### 經驗豐富的管理團隊及人才儲備

我們受惠於我們富有戰略眼光、營運專業知識以及了解電子霧化行業的管理團隊。具體而言，我們的董事長兼行政總裁陳先生，已於電子霧化行業蓬勃發展期間於該行業的銷售、營銷及業務管理方面積累了約十年的經驗。陳先生帶領我們創立、管理和實施我們的戰略及業務，並擁有強大的專業人才基礎，彼等在電子霧化設備的研發、製造、推廣及銷售方面擁有經驗。我們的管理團隊由行業先驅及專家組成，彼等探索電子霧化技術的創新和應用。我們管理層成員平均在該行業工作了八年。我們管理團隊亦很少變動，乃由於彼等大部分已於本公司工作約八年之久。

此外，為保持我們的增長及培養日後的管理層，我們非常重視培訓及挽留僱員，以憑藉智力資源建立高水準的人才儲備。我們的內部培訓實行差異化的僱員培養、績效評估及激勵計劃，其根據不同職位的需求定制，面向初級員工到具有不同技能和職業追求的高級管理人員。與此同時，我們亦專注於透過外部招聘擴大我們的人才儲備。憑藉我們管理層的願景及經驗以及高水準的人才儲備，我們能夠建立我們自主研發的自動化生產基地，並進一步探索電子霧化技術的新應用，從而發佈研發突破。見「一研發一研發能力」。

### 策略

我們的目標為打造全球領先的霧化科技平台，通過廣泛應用促進霧化科技的創新及發展。尤其是，我們計劃實施以下策略以實現我們的目標：

#### 提升研發能力以維持我們的領先地位及支持長期業務發展

我們於行業強大的研發技術是我們成功的關鍵，並將繼續成為我們在快速變化和競爭激烈的電子霧化行業未來發展的推動力。在各種研發領域中，我們的電子霧化技術始終處於行業的最前沿。為了不斷改善我們的現有產品以及推出新技術和產品以維持我們與業務合作夥伴穩固的關係，我們計劃通過我們的基礎研究院加強對電子霧化理論的科學研究，並升級我們的加熱技術以改善用戶體驗。我們將繼續開發及推出專注於產品安全及霧化口感以及迎合客戶偏好的下一代電子霧化技術品牌。

## 業 務

具體而言，我們計劃主要透過以下方式增強我們的研發能力：(i)於深圳建立一所集團級研究中心，(ii)於我們的生產及裝配線上實施自動化及智能化特徵，(iii)增強我們對電子霧化核心機制的研究及進一步鞏固我們於核心加熱技術的技術領導力，(iv)增加對我們測試中心的投資並成立海外研究所，及(v)建立及加強與大學及研究機構的合作與交流。此外，我們將繼續建立並擴展我們的研發平台和技術品牌，並投入資源進行跨行業創新和研發活動。舉例而言，將我們的電子霧化技術和產品應用於醫療保健行業是我們下一階段研究的重點之一，亦是我們未來發展的潛在動力。

我們的技術創新將為我們的產品附加價值並改善其表現，同時確保於各年度研發多種競爭性新產品，其將提升我們的市場滲透率。透過根據市場反饋不斷創新及升級我們的產品，我們將能夠保持並進一步鞏固我們於該行業的技術領導地位。此外，由於我們研發策略的實施和成功將極大地依賴足夠及熟練的人才，我們擬擴大我們的研發平台的規模，以擴大我們的人才儲備，並進一步提升我們的研發能力。

### 提升生產能力以及運營及生產效率

我們一直致力於提升生產能力，及提高運營和生產效率。為了進一步提升我們的製造能力，除目前的十個生產基地外，我們計劃在廣東省江門市及深圳市建立新的生產基地。我們計劃分兩期建設江門產業園，估計投資額約為人民幣27億元至人民幣30億元。就第一期而言，我們將投資合共人民幣15億元，並已於2019年10月與當地政府訂立土地批租協議並於2019年11月獲得國有土地使用權證。截至最後實際可行日期，第一期正按相關中國法律及法規的要求進行規劃及建設程序。第一期的總建築面積約為330,000平方米，預計將於2021年開始運營，並安裝自動化生產及裝配線。於第一期開始運營後，我們預期每標準單位生產成本將降低，就面向企業客戶的銷售而言，每月產能將增加約90百萬個標準單位。就第二期而言，我們正與當地政府就購買國有土地使用權進行協商，且計劃於2021年開始建設。第二期總建築面積將約為440,000平方米，亦具有自動化生產及裝配線。一旦第二期於2023年前後開始運營，就面向企業客戶的銷售而言，我們預期每月產能將進一步增加約120百萬個標準單位。我們將使用新江門產業園生產大眾化產品，並計劃通過將更多類似生產線整合於一個生產基地同時提高我們的運營及生產效率。此外，我們擬在深圳建立一個產業園，其總建築面積將約為187,000平方米。截至最後實際可行日期，我們就該項目已開始與當地政府進行溝通。就深圳產業園而言，我們預期自收購國有土地使用權至開始其運營需耗時約兩年。

## 業 務

憑藉我們的大規模新生產基地，我們將能夠滿足我們快速業務增長的需求。我們預期使用新生產基地取代我們目前租用的部分工廠。通過設立我們的自有工廠，我們將能夠根據我們的用途量身定制工廠的結構，並且在升級設施或安裝新設備時具有更多靈活性。除建設我們自有生產基地外，我們亦積極尋找可供租賃的合適生產基地來擴大我們的生產能力。

此外，我們計劃增強我們的自動化能力以提高經營及生產效率。我們將在內部設計及外部採購中使用更多先進及自動化生產及裝配線，旨在於我們的江門產業園達致全自動化製造流程，我們預期將極大增加我們每月產能。我們亦擬升級我們的集團級ERP系統，其將進一步整合並幫助我們管理我們的主要企業職能，包括(其中包括)人力資源、採購、銷售、客戶關係及財務。另外，我們將升級我們的工廠的智能化功能及資訊科技系統以提高於採購、生產規劃、庫存、銷售、物流及行政管理方面的經營效率。見「未來計劃及[編纂]—[編纂]」。此外，我們將通過建立全面的品質檢查及審查標及程序改善我們的品質控制機制。為確保該等標準及程序得到遵守，我們將更新工作手冊、加強僱員的系統化培訓並進行現場檢查。

### 滲透現有客戶及吸引新客戶以增加我們不同領域的市場份額

通過與客戶的多年成功合作經驗，我們已在行業中建立了我們的聲譽，並贏得了客戶對我們的信心。我們已構建一個全球客戶網絡，藉此我們為客戶提供不同的產品及服務。為增加客戶粘性，我們計劃繼續於我們的客戶合作並為彼等定制生產設備。我們將與現有客戶的進行深入合作，繼續鞏固與彼等的合作夥伴關係，這將使我們能夠進一步滲透現有客戶群，以實現更高銷量及更廣泛的產品覆蓋。

此外，作為全球最大的電子霧化設備製造商(按收益計)，我們將通過吸引新客戶繼續增加我們於電子霧化行業的市場份額。此外，我們的目標是探索新的應用領域，特別是醫療及保健領域，以進軍新興市場並進一步多樣化我們的客戶群。就我們電子霧化設備的潛在應用，我們計劃接觸不同類型的客戶，包括醫學研究院及製藥公司。我們亦將組織推廣活動，參加國際展覽及博覽會，以提高我們在新應用領域的名牌知名度，並吸引來自不同領域的新客戶。

### 尋求戰略併購以及合適的業務合作

為加強我們的研發發展，提高製造能力及完善我們的產品，我們將選擇地尋求戰略併購及與有前景的公司合作的機遇，該等公司可與我們現有的業務產生強大的協同效應或與之相輔相成。就研發角度而言，我們將旨在於電子霧化技術方面擁有研發資源及增長潛力或在電子霧化技術的應用方面擁有成熟經驗的技術供應商或研

## 業 務

究機構。就生產角度而言，我們計劃與上游原材料供應商建立長期合作關係，以確保穩定的原材料供應並更好地控制我們的生產成本。此外，為增加我們的市場份額，我們將青睞與擁有成熟銷售渠道的批發商及公司合作，其將有助於我們擴大於電子霧化行業的市場份額及增強我們於該行業的銷售網絡。此外，當我們評估潛在目標或業務合作夥伴時，我們亦將考慮擴大我們地理覆蓋範圍的可能性及公司的財務狀況及盈利能力等因素。見「未來計劃及[編纂]—[編纂]」。截至最後實際可行日期，我們並未物色到任何明確收購目標或合作夥伴，但我們將繼續尋找收購的合適機遇並與業務合夥建立戰略聯盟及合營公司。

### 我們的業務模式

我們為霧化科技解決方案提供商，擁有兩個主要業務板塊：(i) 為若干全球領先煙草公司及獨立電子霧化公司（如日本煙草、英美煙草、Reynolds Asia-Pacific、RELX及NJOY）研究、設計及製造封閉式電子霧化設備及電子霧化組件，及(ii) 為零售客戶進行自有品牌開放式電子霧化設備或APV的研究、設計、製造及銷售。

下表載列於所示期間按我們業務板塊劃分的收益明細，各自以絕對數字及佔總收益的百分比列示：

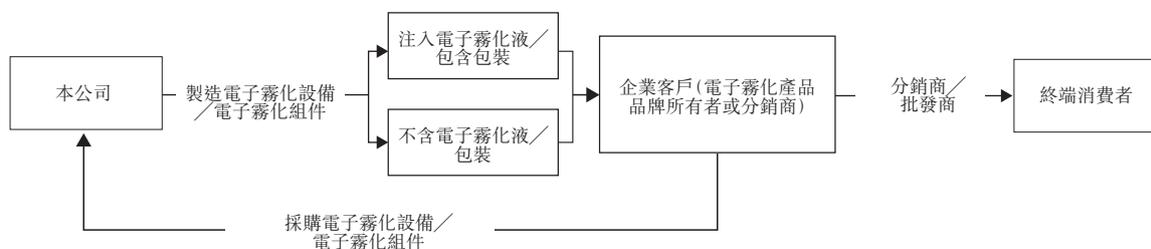
	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月			
	2016年		2017年		2018年		2018年		2019年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
面向企業客戶的銷售 . . . . .	509,978	72.1	1,003,696	64.1	2,491,990	72.6	761,333	64.7	2,637,881	80.6
— 電子霧化設備 . . . . .	503,233	71.1	691,644	44.2	1,124,168	32.8	334,318	28.4	1,354,721	41.4
— 電子霧化組件 . . . . .	6,745	1.0	312,052	19.9	1,367,822	39.8	427,015	36.3	1,283,160	39.2
面向零售客戶的銷售 . . . . .	197,276	27.9	561,494	35.9	941,719	27.4	414,684	35.3	635,772	19.4
總計 . . . . .	<b>707,254</b>	<b>100.0</b>	<b>1,565,190</b>	<b>100.0</b>	<b>3,433,709</b>	<b>100.0</b>	<b>1,176,017</b>	<b>100.0</b>	<b>3,273,653</b>	<b>100.0</b>

就面向企業客戶的銷售而言，我們電子霧化設備於2016年、2017年及2018年及截至2019年6月30日止六個月每標準單位的平均銷售價格分別為人民幣3.5元、人民幣3.6元、人民幣5.7元及人民幣7.9元，且我們電子霧化組件於2016年、2017年及2018年及截至2019年6月30日止六個月每標準單位的平均銷售價格分別為人民幣10.7元、人民幣4.5元、人民幣4.7元及人民幣7.5元。就面向零售客戶的銷售而言，我們自有品牌APV於2016年、2017年及2018年及截至2019年6月30日止六個月每標準單位的平均銷售價格分別為人民幣159.5元、人民幣118.1元、人民幣180.9元及人民幣79.3元。有關於往績記錄期平均銷售價格波動的討論見「財務資料—合併損益及全面收益表主要組成部分—收益—銷售量及平均銷售價格」。

## 業 務

### 面向企業客戶的業務

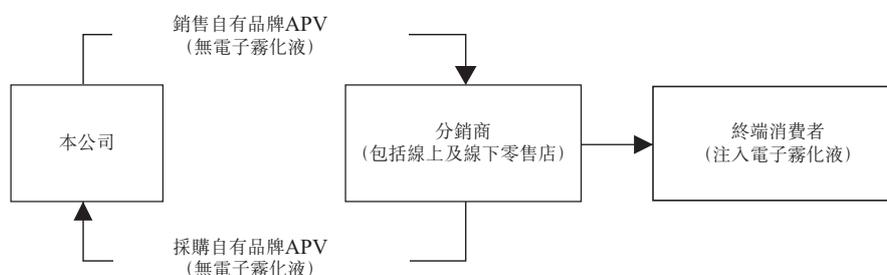
我們面向企業客戶的業務板塊的業務流程如下所示：



在面向企業客戶的業務板塊下，我們從事電子霧化技術研發以及根據企業客戶提供的規格製造封閉式電子霧化設備及電子霧化組件。

### 面向零售客戶的業務

我們面向零售客戶的業務主要為銷售我們的自有品牌APV，其業務流程如下所示：



在面向零售客戶的業務板塊下，我們從事「Vaporesso」、「Renova」及「Revenant Vape」等自有品牌下的APV、APV組件（如發熱絲）及零配件的研究、設計、製造及銷售。我們的所有自有品牌APV均為開放式電子霧化設備。根據弗若斯特沙利文的調查，就品牌知名度而言，我們的自有品牌APV「Vaporesso」於開放式電子霧化設備的主流品牌中排名第三。該調查的取樣包括已於過去兩年購買開放式電子霧化設備或決定於下個年度購買開放式電子霧化設備的人群。我們將自有品牌APV銷售予分銷商，其後彼等再售予終端消費者。截至最後實際可行日期，我們並無運營任何零售店或線上平台以將我們的自有品牌APV直接銷售予終端消費者。

## 業 務

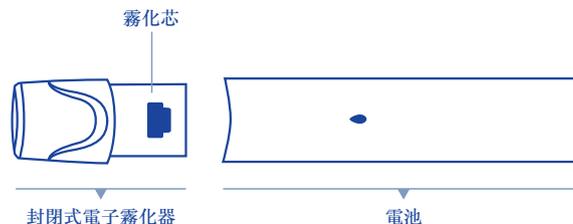
### 我們的產品

經過十多年的努力，我們的電子霧化設備在電子霧化領域建立起穩固聲譽。吸霧化汽是指吸入和呼出由電子霧化設備產生的霧化汽的行為。電子霧化設備是一種電子設備，當吸入時以霧化汽的形式將電子霧化液送入口腔及肺部。作為傳統煙草產品的一種替代品，電子霧化設備設計為通過電池供電設備輸送電子霧化液的創新方式，其設計通常與傳統煙草產品相似。根據弗若斯特沙利文的資料，就包含電子組件的電子霧化設備而言，該等設備通常具有相對較短的產品生命週期，並受快速發展趨勢及新技術的影響。

我們的電子霧化產品分為三個類別：(i)封閉式電子霧化設備，(ii)電子霧化組件，及(iii)開放式電子霧化設備。

#### 封閉式電子霧化設備

封閉式電子霧化設備指由(i)封閉式電子霧化器(其包括霧化芯及電子霧化液)及(ii)電池組成的電子霧化設備。封閉式電子霧化器一般可持續使用約三至12天，其視乎使用者的不同消耗習慣。封閉式電子霧化設備可充電或屬一次性設備。便攜、各種個性化及易使用的特點提高封閉式電子霧化設備的滲透率。我們製造的其中一個封閉式電子霧化設備示例如下：



#### 電子霧化組件

我們為加熱不燃燒產品製造電子霧化組件(封閉式電子霧化器)。加熱不燃燒產品指電池供電的加熱系統設備，可通過加熱煙草，從而產生含有尼古丁的霧化汽。鑒於加熱不燃燒設備市場的增長趨勢，我們於2017年5月開始與日本煙草(全球煙草公司及我們的主要客戶之一)合作，進軍加熱不燃燒設備市場。與傳統加熱不燃燒產品不同，我們製造加熱不燃燒產品的電子霧化組件，其並非直接加熱煙草。相反，其產生霧化汽後通過並加熱含有尼古丁的煙草膠囊，比競爭產品釋放更少的氣味。該加熱不燃燒產品的示例如下：

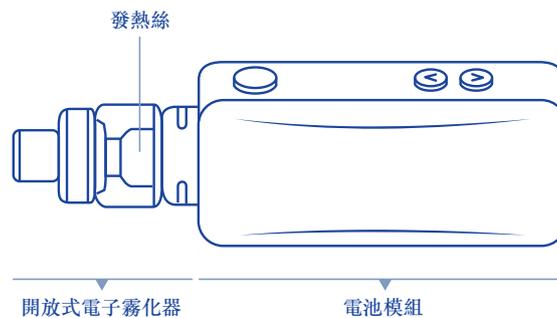


## 業 務

此外，憑藉我們的陶瓷加熱技術，我們亦製造可用於醫療或娛樂用途的CBD及THC霧化的電子霧化設備的電子霧化組件(封閉式電子霧化器及電池)。

### 開放式電子霧化設備

開放式電子霧化設備指由(i)開放式電子霧化器(其包括發熱絲)，及(ii)電池模組，其包括電池，組成的一種電子霧化設備。開放式電子霧化設備允許終端消費者自行替換電池。使用者擁有更多自由，可混合使用不同發熱絲、電池模組及電子霧化液以生成更多個性化體驗。我們銷售「Vapresso」、「Renova」及「Revenant Vape」等自有品牌旗下的開放式電子霧化設備。我們製造的其中一個開放式電子霧化設備示例如下：



### 產品發佈及生產流程

我們新產品的發佈及生產流程通常始於研發團隊對市場需求展開深入研究從而識別我們可利用的潛在機遇，其後，會對擬發佈之新產品進行可行性評估。該項目獲我們內部批准後，我們的研發團隊將根據其研究及客戶期望的設計、特點及規格著手設計新產品。新產品設計完成後，我們將製造模具、評估樣品、歸檔技術文件並進行試用檢驗。最後，我們將在生產基地內批量生產新產品。每個項目的研發時

## 業 務

間不同，通常介乎三至五個月，而從開始製造模具至完成批量生產所需要的時間通常為四個月左右。下圖說明我們產品發佈及生產流程之一般步驟：



## 研發

我們強大的研發能力對於建立和維持我們的市場領先地位至關重要。根據弗若斯特沙利文的資料，研發能力是電子霧化設備製造商獲得成功的核心因素之一。為從電子霧化行業激烈的競爭中取勝，電子霧化設備製造商必須加大對研發的投資，以使其產品從其他產品中脫穎而出並建立聲譽。鑒於電子霧化行業的消費者偏好及監管環境瞬息萬變，我們致力於繼續確保產品安全以及通過新的及升級的霧化技術保持創新，以確保我們的訂單及價格溢價。

### 研發能力

我們通過研發平台傳播關鍵技術並擴大我們的品牌知名度。為緊跟行業發展步伐，我們聘請了專門的產品設計、研發團隊並建立專注於改善產品安全及霧化口感的基礎研究院。我們不僅關注科學研究，亦關注其在我們產品的實際應用。我們的研發平台由三個獨立部門（即基礎研究院、技術中心及技術產業化中心）組成，各部門專注於相關研究領域的不同層面。根據我們的戰略規劃及行業趨勢，我們的基礎

## 業 務

研究院探索及發展基礎知識並引發新思維，其為我們電子霧化技術進步及發展的基礎。基於基礎研究成果，我們的技術中心隨後應用該等科學理論進行新技術開發及項目孵化。在開發新技術後，我們的技術產業化中心將應用及測試相關技術，以大規模生產我們的產品。通過整合該等三個部門的不同功能，我們可加強核心技術的發展，並及時響應市場需求。

憑藉我們的滿足客戶不斷變化的需求之業務策略，我們的研發團隊專注於不同研究領域且實現了諸多里程碑。我們研發的發展道路隨著行業趨勢及我們的研發能力逐步發展—從產品應用發展為產品結構，再進一步發展為核心電子霧化技術。於業務的早期階段，我們首先專注於開發便攜式電子霧化設備，此舉促成我們與NJOY於2019年展開合作且其後促成NJOY於2012年推出「NJOY King Size」。憑藉我們於廣泛電子霧化設備的生產中累積的經驗，我們可於眾多產品線產生並實現創意並進一步提升我們對產品結構的研發專注度，其可用於不同產品類型之中。由於霧化芯是電子霧化設備的主要組件，我們專注於其結構改進。透過我們持續的研發努力，我們之後通過替換傳統吸電子霧化液棉成功就電子霧化液儲量上限取得突破。通過該無棉技術，我們於2014年與Logic就其產品「Tight 1.0」展開合作。

自2013年起，帶著對建立自有技術品牌的長期展望，我們重視對加熱技術的研究。於2016年，我們的第一代加熱技術問世。其旨在取代傳統的棉芯發熱絲，這種線圈具有不均勻的熱量分部、無效的加熱過程及不可避免的燒焦味道。該加熱技術經過優化，可更有效地吸收和蒸發高粘度提取電子霧化液。於該年下半年，我們進一步推出第二代品牌「FEELM」，其將金屬薄膜與陶瓷導體相結合，在材料和結構科學方面實現提升。「FEELM」的金屬薄膜設計創造了寬幅加熱表面，可以施加溫度，確保了即時霧化汽的產生。「FEELM」已獲我們諸多企業客戶廣泛使用並出口美國、韓國、德國、法國、比利時、新西蘭、南非等多個國家。於2018年9月，「FEELM」榮獲《煙業通訊》(Tobacco Reporter)及Vapor Voice Magazine「金葉獎」。於2019年4月，深圳麥克韋爾(我們的附屬公司之一)獲授由美國安全檢測實驗室頒發的參與證書，其為一家已獲得美國聯邦機構職業安全與健康管理局批准可以進行安全測試的全球安全認證公司。此外，於2019年10月，就2018年之收益而言，我們成為自2013年以來五大電子霧化設備製造商中唯一一家獲中國國家知識產權局授予「中國專利獎」的企業，表彰我們有關多孔陶瓷製備技術及應用的專利。「中國專利獎」乃中國最負盛名的專利獎項之一。該獎項的選擇標準包括專利質量、技術先進性、運用及保護措施、社會效益以及發展前景等多個維度。於2019年11月，就我們的實驗室安全及質量而言，我們亦獲中國合格評定國家認可委員會頒發「實驗室認可證書」。該

---

## 業 務

---

認可的範圍包括(其中包括)我們實驗室進行化學分析、物理性能測試和產品質量測試等的能力。我們建立自有技術品牌的能力成為其他競爭者的進入壁壘，亦有助於維持我們於電子霧化行業的領先地位。

截至最後實際可行日期，我們擁有三所研究中心的先進研發資源及擁有逾470名研發人員。我們的內部工程師積累了產品及技術專業知識且就我們的產品設計及研發與客戶密切合作。例如，為提升產品性能，我們的研發團隊開展可行性研究並於新產品「TARGET」應用我們的加熱技術，通過消除若干霧化缺陷，該產品成功贏得市場的歡迎。

我們的經驗豐富的研發人才亦自主研發自動化生產設施，其與有力的品質控制一同使我們實現了更高的生產能力及更低的不良率。此外，憑藉我們強大的研發能力，我們有能力於電子霧化技術領域維持諸多高質量設計及研發技術專利。截至最後實際可行日期，我們已申請中國及國外專利超過1,300項，其中600多項專利已獲授權。見「知識產權」。

於2016年、2017年及2018年及截至2019年6月30日止六個月，我們分別產生研發開支人民幣14.8百萬元、人民幣61.2百萬元、人民幣106.3百萬元及人民幣96.1百萬元，分別佔我們各自期間總收益的2.1%、3.9%、3.1%及2.9%。

### 研發流程

通過對消費者偏好及市場趨勢的內部研究，我們的研發團隊致力於合理改進電子霧化技術。在我們確認當前電子霧化行業的主要待改進方面之後，我們的研發團隊將就該等方面進行研究，以探索可能的技術解決方案及其在我們電子霧化設備中的應用。為提高霧化效率及體驗，我們的研發團隊分析市場上現有技術的缺點，並集體討論解決該等問題的潛在解決方案。我們亦與大學合作，掌握最前沿的知識，並在研究過程中獲得新的專利。在通過各種渠道收集有關未來行業趨勢的資料後，我們將提前發佈產品概念，作為客戶的靈感來源。

在生產計劃及設計方面，我們的研發團隊不僅負責我們產品的功能，亦負責所用原材料的研發及鑒定，這對提高產品質量起著重要作用。此外，我們的研發團隊亦在我們的生產流程中設計、定制及創新自動化技術。

憑藉我們對新材料及技術應用的見解，我們定期與客戶溝通，以了解彼等所需的設計、功能及規格。在定製過程中，我們就可能的解決方案與客戶進行合作。此

## 業 務

外，為確保終端消費者獲得滿意的用戶體驗，我們將收集客戶反饋，以改進我們當前的產品線，並探索我們下一代技術的潛在優勢及特點。

### 銷售及分銷

#### 銷售及營銷團隊

我們銷售及營銷團隊銷售及營銷我們的產品。截至最後實際可行日期，我們已形成一個約198名員工的銷售及營銷團隊。我們的團隊能快速處理我們客戶的需求及定期與我們其他部門交流。這使我們能為客戶提供更好的服務。另外，我們走訪我們的客戶，不僅展示我們最新技術和產品，並且收集資料、回答客戶疑問及提供售後服務。此外，我們的銷售及營銷業績乃歸功於我們管理層於該行業的參與程度以及彼等與其於該行業發展的現有及潛在客戶之間的聯繫。我們擁有滿足甚至超越我們客戶的要求的能力，因此我們能建立關係，且能吸引並挽留我們的客戶。就我們自有的自主品牌產品APV而言，我們透過不同線上渠道進行營銷活動，包括在線時事通訊、社交媒體活動及線上信息手冊。

於2016年、2017年、2018年及截至2019年6月30日止六個月，我們的分銷及銷售開支分別達人民幣18.7百萬元、人民幣50.6百萬元、人民幣98.7百萬元及人民幣64.2百萬元，分別佔我們各自期間總收益的2.6%、3.2%、2.9%及2.0%。

#### 地域分部

我們的大部分客戶位於海外市場且我們的大部分銷售乃對50多個海外國家的出口，主要包括美國、日本及歐洲國家。我們已建立一個全球銷售網絡並從全世界不同地區及國家產生銷售收益。下表載列於所示期間按我們客戶註冊成立位置劃分的收益明細，各自以絕對數字及佔總收益的百分比列示：

	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月					
	2016年		2017年		2018年		2018年		2019年			
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
美國	354,613	50.1	668,776	42.7	1,386,966	40.4	555,567	47.2	999,019	30.5		
中國	120,203	17.0	187,115	12.0	407,686	11.9	132,270	11.2	609,433	18.6		
香港 <sup>(1)</sup>	60,597	8.6	240,255	15.3	546,987	15.9	108,585	9.2	665,565	20.3		
日本	66	—*	153,749	9.8	443,356	12.9	147,157	12.5	406,189	12.4		
瑞士	127,156	18.0	110,860	7.2	174,520	5.1	63,060	5.4	200,333	6.2		
英國	8,138	1.2	22,519	1.4	66,264	1.9	17,632	1.5	92,245	2.8		
法國	8,567	1.2	62,587	4.0	93,646	2.7	37,078	3.2	72,419	2.2		
其他	27,914	3.9	119,339	7.6	314,284	9.2	114,668	9.8	228,450	7.0		
總計	<b>707,254</b>	<b>100.0</b>	<b>1,565,190</b>	<b>100.0</b>	<b>3,433,709</b>	<b>100.0</b>	<b>1,176,017</b>	<b>100.0</b>	<b>3,273,653</b>	<b>100.0</b>		

---

## 業 務

---

\* 指少於0.1%

附註：

- (1) 香港所得收益乃以再出口或運輸為基準，且就我們所深知，概無我們的產品於香港進行分銷或出售。

### 我們的客戶

我們的大部分企業客戶乃為國際知名煙草公司，包括全球煙草公司及獨立電子霧化公司。我們的客戶亦包括我們自有品牌APV及部分電子霧化組件的分銷商。

於往績記錄期，我們的前五大客戶於2016年、2017年及2018年及截至2019年6月30日止六個月的銷售額分別達人民幣521.0百萬元、人民幣1,027.1百萬元、人民幣1,874.2百萬元及人民幣1,795.5百萬元，分別佔各自期間總收益的73.7%、65.6%、54.6%及54.8%。我們的最大客戶分別貢獻我們於2016年、2017年及2018年及截至2019年6月30日止六個月總收益的30.5%、25.4%、20.7%及13.1%。自2015年起，於2018年，我們逐步與我們前五大客戶建立業務關係。例如，於2015年我們開始與日本煙草合作以及擴大與其他知名參與者的接觸，如於2018年與Reynolds Asia-Pacific建立關係。我們與主要客戶的牢固關係不僅使我們維持現有業務規模，亦於不同產品及應用方面為我們提供發展機遇。憑藉研發及整合創新技術的優勢，我們可在產品技術、結構及設計方面實現提升，從而提供滿足我們客戶需求的電子霧化設備。

儘管我們於往績記錄期的大部分收益來自有限的客戶，但多年來，我們已與主要客戶建立長期關係。於若干情況下，我們不僅是主要客戶的供應商，亦是彼等產品研發合作伙伴。我們持續專注於電子霧化產品的創新及先進應用的開發以滿足消費者的需求，因此我們能夠提升客戶的銷售額及維持我們的主要客戶之間的關係。我們相信我們將能夠繼續受益於未來全球電子霧化行業增長機遇。

截至最後實際可行日期，就我們董事所深知，概無擁有我們股本5%以上的董事、彼等的聯繫人或任何股東於我們往績記錄期任何前五大客戶中擁有任何權益。於往績記錄期及截至最後實際可行日期，我們與客戶並無任何重大糾紛。

## 業 務

### 與ODM／OEM模式下企業客戶之間的安排

#### 定價策略

就向我們的ODM／OEM模式下企業客戶銷售的產品而言，銷售價格按成本加基準釐定。於釐定我們的銷售價格時，我們會考慮(其中包括)生產成本、預期利潤率、零售價格市場分析、設計及製造的複雜性、訂單規模及預期銷售水平。

#### 採購與付款

我們的企業客戶按採購訂單進行採購。我們的部分企業客戶會提前約一至兩個月下單。我們對部分企業客戶設有最低採購金額要求。除非授予信貸期，則我們的企業客戶需於交付前事先支付所有預付款項。我們通常授予我們的主要企業客戶自發票日期起30天的信貸期，其乃經考慮訂單量、聲譽、信用、與我們業務關係的時長及歷史付款記錄等因素。就擁有長期穩固關係及良好還款歷史的若干企業客戶而言，我們或會授予更長的信貸期。我們的企業客戶通常通過銀行轉賬結清彼等的貿易應付款項。於往績記錄期及直至最後實際可行日期，我們並無遭遇任何可能嚴重影響我們財務狀況及經營業績的來自企業客戶的重大拖欠付款或壞賬情況。

#### 長期協議

我們已與兩個主要的企業客戶訂立長期製造及供應協議以根據彼等之指示製造產品。於2016年、2017年及2018年及截至2019年6月30日止六個月，自該等兩個企業客戶所得收益分別佔我們總收益的30.5%、25.4%、28.5%及17.6%。

#### 製造責任

根據相關協議，我們應按照適用的指示和規格製造產品，並遵守有關企業客戶要求的所有合理的輸入、要求及標準，使用符合行業標準的審慎標準，且僅使用有關企業客戶認可的設備及材料。我們製造產品的責任應包括履行服務附帶或與製造、加工、包裝及供應產品有關的責任。經有關企業客戶進行檢查及書面批准後，我們方可開始製造。對於新產品，我們將按有關企業客戶要求將樣品送至其指明的研究所。企業客戶有權要求對商品及工廠進行檢查。

倘發現產品不符合有關企業客戶所要求的指示或質量標準，或者不符合或未遵守協議的條款及條件，我們應在該等產品運送予有關企業客戶之前補救相應的問題。在不受上述限制的情況下，一旦有關企業客戶發現任何不合格情況，我們應在

---

## 業 務

---

有關企業客戶要求下及時實施合理措施。倘有關企業客戶確定任何替換產品不符合其指示，則該企業客戶有權終止訂單，其後，我們應向該企業客戶退還此前為此類產品支付的所有預付款項。

### 採購及付款

於每月指定日期或之前，有關企業客戶應向我們提供無約束預測，並載列預期產品需求的滾動預測。採購訂單應列明訂單號、產品數量及交付資料。

協議或採購訂單中規定指定產品的固定價格。我們交付的每種產品的產品價格應在交付後於指定時間內支付。經要求及雙方同意後，我們與有關企業客戶可調整產品價格。

### 終止及續期

倘一方(i)嚴重違反該協議的任何條款且未能於指定時間內進行補救，或(ii)違反協議導致無法補救，則任何一方可於通知另一方後終止協議。如各協議所規定，有關企業客戶可通過提前四個月或六個月向我們發出書面通知而隨時終止協議。此外，各自協議的初始期限為五年，除非任何一方在初始期限或續訂期結束前至少六個月提供不續期的書面通知，否則該協議將自動根據各自協議連續續期。

於往績記錄期，我們或我們的企業客戶概無違反該等長期協議。

### 分銷模式下之安排

我們透過線下及線上分銷商分銷我們面向零售客戶之銷售的自有品牌APV及我們面向企業客戶銷售的部分電子霧化組件。與分銷商的合作使我們達成多元化客戶基礎的資產輕量化及具成本效益的方式，及有助於我們利用分銷商已開發的當地銷售渠道。該分銷模式亦使我們專注產品研發、生產及營銷。

截至2019年6月30日，我們於全球擁有213家分銷商，彼等主要位於美國、法國及英國。於2016年、2017年及2018年及截至2019年6月30日止六個月，我們的分銷模式所產生的收益分別佔總收益的26.9%、44.4%、50.4%及39.6%。

## 業 務

### 定價策略

我們專注於控制對終端消費者的最終銷售價格。我們取決於訂單量及產品類別以介乎推薦零售價的約34%至43%向分銷商銷售我們的產品。我們向分銷商銷售產品的價格按成本加基準釐定，且我們將根據分銷商的分銷類型及銷售網絡覆蓋範圍，按個別基準為分銷商提供不同程度的折扣。根據分銷商的層級，我們為彼等提供有關價格範圍以及產品促銷折扣政策和計劃的指導。我們的分銷商須遵循我們的指導並根據彼等的經營表現制定最終售價。

### 分銷商的甄選及評估標準

我們根據若干標準(其中包括)甄選及評估分銷商：分銷商的當地關係及經驗、零售運營能力、營銷能力、財務狀況、風險管理能力、聲譽、人力資源管理及資訊科技系統。我們與部分分銷商訂立分銷協議，以確保與彼等保持穩定的關係。另一方面，我們透過採購訂單與其他分銷商進行我們的業務。我們通常按照相關分銷協議訂明的基準與我們的分銷商重續協議。於往績記錄期，為擴展我們銷售網絡的覆蓋範圍，分銷商數量有所增加，且由於分銷政策調整或就未能完成我們的業務目標的分銷商，我們已終止與彼等的合作。

下表載列於所示期間我們分銷商的總數量：

	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2016年	2017年	2018年	2018年	2019年
於期初的分銷商 . . . . .	12	145	256	256	319
增加：新分銷商 <sup>(1)</sup> . . . . .	133	176	152	71	56
減少：終止合作的分銷商 <sup>(2)</sup>	—	65	89	96	162
於期末的分銷商 . . . . .	<b>145</b>	<b>256</b>	<b>319</b>	<b>231</b>	<b>213</b>

附註：

- (1) 「新分銷商」包括首次與我們進行業務的分銷商及重新與我們開始業務的已終止合作的分銷商。
- (2) 「終止合作的分銷商」指自上一財政年度末起未曾下達任何訂單的分銷商。

---

## 業 務

---

### 與分銷商的協議

我們與分銷商的協議為一般分銷協議，即我們的分銷商採購我們的產品後售予終端客戶。我們的分銷商並非我們的法定代表、代理或合夥人。根據分銷協議，我們通常授權分銷商推廣及銷售我們的產品，彼等使用我們擁有的商標及作為相關產品的授權分銷商。此外，我們將對該等產品提供技術資料並幫助分銷商填寫相應的廣告材料及手冊。作為回報，分銷商將盡最大努力使用由我們提供以推廣產品的推廣材料。

儘管已售予分銷商的產品不再計入我們的存貨，我們仍採取若干措施監督分銷商的存貨水平。舉例而言，我們可訪問及監控部分分銷商的存貨記錄。就並無向提供我們該訪問權限的其他分銷商而言，則將根據我們的要求向我們定期提供彼等存貨水平。

此外，為進一步提升銷量，我們基於部分分銷商的所在地及購買量向彼等提供批量回扣，一般介乎1.5%至5.0%之間。不同分銷商的回扣百分比各不相同且經考慮分銷商的銷售表現以及彼等與我們的業務關係時長，可按個案基準單獨與分銷商磋商並向其授出。分銷商可於進行新採購時使用有關信貸。

我們通常與分銷商並無訂立長期協議。我們的分銷協議通常包括以下主要條款：

- 期限：一年，可在共同協定的情況下續期。
- 分銷權：根據分銷協議，各分銷商有權於一個授權地區內獲權運營分銷店。為避免與我們的分銷商的競爭，我們的分銷商於彼等獲授權地理區域外並無分銷權，惟獲得我們的批准除外。
- 知識產權的使用：我們的分銷商，其獲授權使用我們的商標及其他知識產權，須保護我們的信譽及聲譽並對我們的公司資料、業務專有技術及商業秘密嚴格保密。
- 終止及續期條件：倘協議遭任何重大違反，非違約方可終止協議。倘分銷商有意續訂協議，彼等通常須於協議屆滿日期前30日向我們發出通知。
- 付款及信貸條款：我們的分銷商通常須於下訂單時向我們支付按金，約佔批發總價值的20%至100%。一旦我們接受訂單，未經我們批准，分銷商不得更改或取消。我們將於貨物備妥待運時以書面形式通知經銷商。倘分銷

## 業 務

商於書面通知後於指定時間內未能付款，則需澄清延誤的原因。倘於書面通知後於指定時間內沒有付款，則我們會將訂單視為已取消，並有權將首付款保留為違約賠償金。

我們為分銷商實施信貸管理政策。我們根據我們分銷商的過往採購金額、門店數目、與我們關係的年期以及先前的信用記錄對彼等進行評估。我們進行評估，以決定我們給予彼等的相應信用額度和政策。經我們的管理層批准，我們向少數財務狀況良好及信用記錄良好的分銷商提供介乎15天至60天的信用期。

- **退貨及過時庫存安排：**倘客戶發現我們產品的質量缺陷，並向我們投訴，彼等需報告缺陷產品之詳情，包括批號、產品目錄、產品清單及缺陷原因。於往績記錄期，我們並未因產品不良而遇到任何銷售退貨或向我們的分銷商提供任何扣減。就滯銷存貨而言，我們通常通過促銷或處置該等存貨而將彼等售出。
- **訂購權：**我們的分銷商可選擇其想要訂購的產品，但需根據可用存貨獲得我們的確認。
- **採購金額：**分銷商通常需要達到最低採購金額，及分銷商將須在合約的期限的前半期內採購最低採購金額指定配額的至少30%（為續約條件的一部分）。儘管如此，我們根據其成熟度及產能對不同市場有不同的採購金額要求。

### 分銷商管理

根據我們的分銷商管理系統，我們積極監督分銷商的運作，以確保彼等遵守我們的零售政策及經營程序以及避免任何利益衝突或濫用職權。

- **監察銷售及庫存記錄：**(i)我們考慮分銷商的過往銷售表現及銷售預測，從而評估彼等的訂單。我們將監察彼等的訂單，確保及時交付足量產品以滿足客戶需求；及(ii)我們可能會在分銷商庫存達到指定水平時提醒其補充暢銷產品的庫存。
- **表現評估：**我們根據若干標準審查分銷商的表現，該等標準包括彼等銷售記錄及有否遵守我們的零售政策及經營程序。我們根據其表現評估結果（包括有否達致銷售目標）決定是否重續或終止與彼等的分銷協議。

---

## 業 務

---

- **現場檢查：**為確保全面遵守我們的零售政策及經營程序，我們會進行檢查以監控分銷商的服務質量，並通知分銷商需就不符合我們標準的方面採取的整改措施。
- **價格控制措施：**我們為分銷商提供定價說明及指引。我們監控及審查分銷商提供的產品價格且有權終止與多次違背我們指引的分銷商的協議。

於往績記錄期及截至最後實際可行日期，我們並不知悉我們任何分銷商嚴重違反彼等各自的分銷協議，或嚴重違背我們關於地區範圍或定價的政策。

### 生產

#### 生產基地

我們於我們的生產基地製造所有產品，並無將生產外包予第三方製造商。我們相信此等安排能使我們更好的保護我們的專有知識及其他知識產權，以及積累優化生產效率所需的知識及專門技術。

我們的十個專業及大型生產基地中的多數乃戰略性地位於深圳及東莞（即全球電子霧化設備供應鏈最發達的地區）。通過我們生產基地戰略性的選址，我們能夠以較低的成本交付大量訂單且及時處理客戶的需求。截至最後實際可行日期，就面向企業客戶的銷售而言，我們每月可生產超過1億個標準單位。截至最後實際可行日期，我們的十個生產基地的總建築面積約為143,776平方米。

我們會為若干主要客戶分配專屬生產工廠。生產區的分隔部分按客戶指示實行，旨在保障該等產品及生產流程的專有性。

#### 生產流程

我們擁有一體化生產控制及供應鏈管理系統，我們透過該系統密切監察生產流程中各主要環節。我們於簡化及標準化的生產流程，採用自動化技術確保產品安全、產量穩定及正常生產流程以及滿足客戶對產品質量及及時交付的要求。舉例而言，我們與我們的主要客戶之一日本煙草建立起戰略合作關係，以就建立大型綜合生產基地。該項目有助於提升我們的產能及效率及降低我們的產品不良率。此外，我們的廠房配備由我們自主開發的自動化生產設施，加上強有力的質量控制，可使我們實現更高產能及更低不良率。

## 業 務

我們產品的生產週期視乎產品類別、企業客戶要求的交付時間表及原材料供應而異。一般而言，我們分別需用九日及十日生產面向企業客戶銷售的及面向零售客戶銷售的產品。我們竭盡全力最大化我們的生產效率及將我們的存貨水平降至最低，從而可以迅速滿足客戶不斷變化的需求。

### 產能及利用率

下表載列於所示期間各產品類別就生產產品數目及利用率而言的年度產能概要。

產品類別：	截止12月31日止年度									截止6月30日止六個月		
	2016年			2017年			2018年			2019年		
	設計產能 (標準單位)	實際產量 (標準單位)	利用率 <sup>(1)</sup> (%)									
面向企業客戶的銷售 . . . . .	220,454,400	145,428,249	66.0	294,286,280	261,860,774	89.0	647,215,300	513,902,431	79.4	454,515,646	371,283,371	81.7
面向零售客戶的銷售 . . . . .	6,000,000	1,245,336	20.8	11,450,000	4,943,763	43.2	19,200,000	10,224,648	53.3	12,450,000	7,016,665	56.4

附註：

- (1) 利用率乃按我們各期間的實際產量除以同期的設計產能計算。於2019年上半年的利用率乃按比例計算。

於2016年，面向零售客戶的銷售的利用率相對較低，乃主要由於我們面向零售客戶的業務始於該年度。於2018年，面向企業客戶的銷售的利用率較2017年的利用率下降，乃主要由於我們於新安、深圳的新工廠於2018年開始運營。整體而言，於往績記錄期，我們的產能逐步提升。

### 設備保養

所有生產機器及設備均由我們所擁有。我們定期監察及升級生產機器和設備，旨在提升我們的整體產能及生產效率。根據我們內部的攤銷及折舊政策，我們的主要生產機器及設備的平均預期使用年期及更換週期約為五至十年。截至最後實際可行日期，我們主要的生產機器及生產電子霧化產品的設備的平均使用年期平均約為兩年。

為滿足客戶的要求，我們的生產流程需擁有高質量的產出。我們已為我們的設施及設備實施保養系統，包括定期停機進行保養與維修及定期檢查。我們擁有專業的保養團隊以提供保養服務。我們就不同生產機械及設備進行不同週期的清潔及保

---

## 業 務

---

養，以延長彼等的使用壽命。我們的保養系統有助於我們繼續保持運營效率及高質量控制標準，以及以最佳水平運行我們的生產線。此外，我們亦竭盡全力引進新技術，以進行生產升級。我們的研發團隊持續優化我們的自主開發的自動化生產設施。因此，於往績記錄期，我們並未遭遇因設備或機械故障導致的任何重大或長期生產流程中斷。

### 生產擴張計劃

我們根據多項策略考慮制定擴張計劃，包括市場需求、相關產品的價格、現有生產基地的使用、目標市場的競爭格局、預期研發成本、資本資源的可用性及其成本、我們運營的歷史業績及增長潛力以及我們與客戶的未來聯繫。我們的客戶根據採購訂單進行購買，但我們與現有的客戶從產品開發的概念設計到最終交付產品上有著合作關係。我們於產品規劃方面與客戶合作及建立長期的合作關係。我們的生產擴張計劃主要將基於對業務計劃、產品規劃、對現有及新產品的潛在需求及在未來幾年客戶的預期訂單的了解。這種緊密的合作關係及聯繫使我們能夠預測、辨識並應對市場趨勢，了解客戶需求，以促進制定及規劃整體策略，並把握市場不同板塊的發展機遇。

為進一步提高我們的生產能力，除我們當前的十個生產基地以外，我們計劃於廣東省江門市及深圳市建立新的生產基地。我們計劃分兩期建設江門產業園。於2021年第一期開始運營後，我們預期每標準單位生產成本將降低，且就面向企業客戶的銷售而言，每月產能將增加約90百萬個標準單位。就第二期而言，我們預期其將於2023年前後開始運營且就面向企業客戶的銷售的每月產能將進一步增加約120百萬個標準單位。此外，就深圳產業園而言，我們預期自國有土地使用權至開始運營需耗時約兩年。憑藉我們的大規模新生產基地，我們將能夠滿足我們快速業務增長的需求。我們預期使用新生產基地取代我們目前租用的部分工廠。有關詳情見「未來計劃及[編纂]—[編纂]」。

### 倉儲

截至最後實際可行日期，我們倉庫的總建築面積約為2,325平方米，其使我們擁有豐富的倉儲容量。我們對我們的倉儲情況進行定期檢查，以確保我們的倉儲情況不會阻礙我們的業務運營。我們已制定并嚴格遵守內部檢查指引。通常而言，我們

---

## 業 務

---

於自我們客戶收到新訂單或訂單預測後採購原材料，以確保存貨週轉天數更短。我們亦擁有經過系統培訓的專用團隊，從而確保倉庫狀況及運營良好。

### 供應商及原材料

#### 我們的供應商

我們的大多數供應商為中國的原材料供應商。我們審慎挑選我們的供應商以獲得生產流程中所用主要原材料，並要求彼等滿足若干評價及評估標準。在委聘新的供應商前，我們的採購部門評估該供應商的多個方面，包括其滿足客戶要求的能力、產能及創新能力，並根據我們的預計增長制定採購計劃。我們擁有一份高質素供應商清單，我們經常向彼等採購較大金額的原材料以便確保所提供原材料的質量。我們高度重視供應商提供指定材料的能力。我們密切監控供應商提供的所有原材料的質量，從而確保所有原材料符合客戶的要求。我們的質量控制系統涵蓋由下達採購訂單到交付前檢查以及研究所抽樣測試各階段。見「一質量控制」。質量控制人員於相關原材料交付予我們前在部分供應商的廠房中進行原材料現場檢查。多年來，我們已與主要供應商建立穩固的關係。截至最後實際可行日期，我們的前五大供應商於2018年已平均與我們合作約五年。於往績記錄期，我們與我們的供應商並無任何重大糾紛。

此外，我們的部分客戶可能會指定原材料供應商，我們於生產彼等的產品時必須使用指定的供應商。該等安排佔我們於往績記錄期原材料採購總額的19.7%。該等安排並不適用於我們的自有品牌APV。倘原材料供應商由我們甄選，則我們直接與相關供應商磋商價格。

我們的供應協議通常時限為一年，倘並無任何分歧，則協議自動續約一年。我們通常不會訂立長期供應協議。倘(i)供應商未達到我們的產品質量要求或(ii)倘因任何產品質量問題致使我們的客戶書面投訴或超過指定數目的補償，則我們有權終止協議。

我們的原材料採購乃根據採購訂單作出，且我們於向供應商發出的各份採購訂單中訂明材料類別、單價、質量及數量要求、交付時限及其他事宜。我們通常於自相關客戶收到採購訂單後向供應商下採購訂單。任何不符合我們質量標準的產品應由供應商退回並修理或更換。任何不合格產品造成的銷售退貨和損失應由供應商賠償。倘我們的訂單金額達到一定的門檻，我們的供應商通常同意降低其產品的價格。

## 業 務

我們的供應商授出的付款條款視乎多種因素而異，包括所下訂單的大小。我們需要在收到原始發票後於指定時間內完成付款。發票由供應商向我們寄送，我們並於每月指定日期前接收。我們的供應商通常向我們提供發票日期後最多30天的信貸期。我們通常透過銀行轉賬結付我們的貿易應付款項。運費通常由我們的供應商承擔。我們的大多數供應商位於中國，且我們的大部分原材料採購均以人民幣計值。

於往績記錄期，我們於2016年、2017年及2018年及截至2019年6月30日止六個月自我們五大供應商的採購金額分別為人民幣142.6百萬元、人民幣338.7百萬元、人民幣556.7百萬元及人民幣376.1百萬元，分別佔各自期間總採購成本的32.9%、36.1%、30.8%及27.4%。於2016年、2017年及2018年及截至2019年6月30日止六個月，我們的最大供應商分別佔我們的總採購成本的9.6%、10.1%、11.0%及7.9%。劉金成博士(我們的非執行董事)為惠州億緯鋰能(我們於往績記錄期的前五大供應商之一)董事會主席、法定代表人兼控股股東。於往績記錄期，就我們的董事所深知，除劉金成博士外，概無擁有我們股本5%以上的董事、彼等之聯繫人或任何股東截至最後實行可行日期於我們五大供應商中擁有任何權益。

### 原材料

我們生產產品時使用的主要原材料包括金屬組件、電子材料、塑料材料及包裝材料。為最小化我們面臨原材料價格波動的風險，我們就共同承擔增加的生產成本與客戶磋商。此外，我們已實施多項有關原材料採購的成本控制措施，旨在減輕原材料價格上漲的潛在影響。該等措施包括實施生產流程以監控原材料使用以及與供應商合作開發具成本效益的原材料。為保證原材料的交付及質量，我們對部分供應商進行審核，並就若干主要原材料與不同的供應商合作。於往績記錄期，我們並無經歷任何對我們的運營造成重大影響的原材料短缺或供應延遲或原材料質量問題。此外，我們與供應商的穩固關係確保了穩定及優質的原材料供應以及有效的成本控制，以減低原材料價格。有關成本變動敏感度分析之資料，見「財務資料—合併損益及全面收益表主要組成部分—銷售成本」。此外，因我們通常按成本加基準向客戶銷售我們的產品，故我們可將增加的生產成本(如有)轉嫁予我們的客戶。

### 客戶及供應商重疊

於往績記錄期，我們的一名主要客戶與供應商出現重疊。我們向該客戶提供電子霧化設備、零配件及技術服務，而該客戶亦向我們提供原材料(包括包裝材料及若干組件)。此項安排乃按該客戶要求進行，因其要求我們採購的電子霧化液及包

## 業 務

裝材料在中國並無供應。於2018年12月，由於該客戶終止生產及分銷所有電子霧化產品，其不再為我們的客戶及供應商。

下表載列於往績記錄期有關該客戶的收益、銷售成本及毛利：

	截至12月31日止年度			截至
	2016年	2017年	2018年	2019年 6月30日 止六個月
自該客戶的收益(人民幣千元)	206,189	262,573	221,475	8,744 <sup>(1)</sup>
佔我們總收益的百分比	29.2%	16.8%	6.5%	0.3%
自該客戶的採購(人民幣千元)	22,365	63,033	13,987	—
佔我們總銷售成本的百分比	4.2%	5.5%	0.6%	—
自該客戶的毛利(人民幣千元)	35,984	31,458	43,157	2,052
佔我們總毛利的百分比	20.9%	7.5%	3.6%	0.2%

附註：

(1) 該收益有關該客戶就我們已按其訂單為其採購的原材料的賠償。

我們向該客戶銷售及提供服務及自其採購的條款的磋商乃按個別基準進行，且銷售及服務既不相互關聯，亦不相互為條件。董事確認，於往績記錄期，我們自該客戶採購的上述物品僅用於製造銷售予該客戶的產品。董事亦確認，與該客戶進行交易的條款及定價政策乃符合一般商業條款並與我們與其他客戶及供應商進行的該等交易類似。

### 質量控制

我們於業務的所有方面均重視質量控制。從尋找原材料、生產、包裝及存貨倉儲至銷售及交付，我們均嚴格控制運營質量。為監控生產質量並確保我們的產品符合客戶及我們本身的所有標準及規格，我們已於生產流程中實施各項質量檢驗。

我們擁有一個質量控制團隊，並對我們的產品質量管理投入資源。截至最後實際可行日期，我們的質量控制團隊有19名員工。我們的質量控制團隊負責對我們的

---

## 業 務

---

產品設立質量控制標準、實施質量控制標準及處理客戶投訴。我們須遵守生產安全準則特定指引及適用於客戶銷售彼等產品的司法管轄區的限制及危險材料的法律法規。於往績記錄期及直至最後實際可行日期，我們已完全符合客戶的質量控制要求。

### 採購

我們僅從已通過我們質量及信賴度評估的合資格供應商採購原材料。為確保原材料質量，於確認採購訂單前應進行抽樣測試，我們亦要求我們的原材料供應商向我們提供相關證書。於原材料交付予我們前，質量控制員工於我們的部分供應商的基地現場檢查原材料。我們於交付后對合資格供應商提供之原材料進行隨機抽樣測試以確保形成高質量、低成本及快速的供應鏈。我們的質量控制系統旨在盡早於生產流程中識別及處理有缺陷或次品質的原材料。我們進一步利用我們的系統高效地管理工廠資源。我們根據多項因素評估我們的供應商，包括彼等的原材料質量及滿足我們交付時限的能力。

### 生產

我們在生產產品時遵守客戶的規格以及所有相關行業標準。我們對生產流程中的關鍵控制點進行質量檢測，以確保生產流程運作正常。我們的若干客戶亦現場檢驗產品質量。當製成品運送至我們的倉庫時，我們檢測每批製成品的質量及性能，以確保該等製成品符合我們客戶的要求。我們於交付產品前對製成品進行抽樣檢查。

### 包裝及物流

我們的包裝部門確保於交付產品前得以維持客戶所要求的包裝標準。我們的出口銷售乃按工廠交貨、船上交貨價或貨交承運人基準進行，指貨品及其所有權風險在以下情況下轉移至客戶：(i)倘按工廠交貨基準，產品於我們的工廠交付至貨運代理商，(ii)倘按船上交貨價基準，則於船運港口裝載上船，及(iii)倘按貨交承運人基準，產品交付至買家指定地點(如當地倉庫)。我們通常僱傭專業物流服務提供商為我們運輸產品，必要情況下，彼等亦可於運輸過程追蹤產品。

### 保修及售後服務

所有的客戶反饋均轉交負責處理指定客戶的相關反饋的相關銷售團隊。

---

## 業 務

---

我們為我們的產品提供保證。倘客戶發現我們產品的質量缺陷並向我們提出投訴，彼等需報告缺陷產品之詳情，包括批號、產品目錄、產品清單及缺陷原因。視乎我們的評估及與客戶的磋商結果，我們可能允許客戶更換缺陷產品。於往績記錄期，我們並無產生任何保證費用。

於往績記錄期，我們於美國面臨兩宗產品責任索賠，聲稱我們產品中的缺陷電池造成人身傷害。其中一起糾紛已獲解決且我們已全額賠付結算金額。我們的董事認為該索賠對我們的影響並不重大。另一宗索賠因不予起訴而被駁回。為減輕產品責任風險，我們已購買產品責任保險，該保險涵蓋(其中包括)使用我們產品時造成的財產損失及人身傷害。見「一保險」及「風險因素—有關我們業務及行業的風險—我們產品的性能不佳或有缺陷可能損害我們的聲譽，使我們面臨重大產品責任訴訟並對我們的業務、財務狀況及經營業績產生重大不利影響」。

由於我們實施嚴格的質量控制政策，於往績記錄期及直至最後實際可行日期，除上述索賠外，我們並無因重大產品質量問題而(i)收到中國政府或其他監管機構的罰款、產品召回令或其他懲罰，或(ii)自客戶收到任何產品退貨要求或投訴而對我們的業務、財務狀況及經營業績產生重大不利影響。

### 存貨管理

我們已採取多項措施管理存貨，以減少存貨過剩及降低貨齡。我們已將存貨維持在合理水平，並將繼續致力優化存貨管理控制。我們的存貨系統可生成實時存貨資料並為我們的管理團隊提供明確的存貨數據可見性，其使彼等對市場趨勢及客戶需求做出反應。我們的採購部門及時監控我們的存貨，包括存貨水平、存貨貨齡、存貨構成及存貨周轉率。我們亦定期進行實物庫存盤點。高效率的存貨管理團隊可縮短我們產品投放到市場的時間，優化全價銷售，增加存貨周轉率並維持最佳庫存水平，從而有助於我們於快速發展的電子霧化行業維持競爭力。

### 原材料

為避免積存大量原材料存貨，我們一般僅在接獲客戶的已確認採購訂單後，才會下達訂購原材料的訂單。我們亦計算採購訂單所需的原材料交付時間時乃與客戶所要求交付日期協調，從而將生產前將原材料貯存的時間減至最短。我們的存貨管

---

## 業 務

---

理系統處理與原材料採購有關的資料，包括供應商資料及採購記錄，並實時追蹤原材料存貨水平。我們貯存少量特定輔助物料，包括紙箱及膠袋等包裝材料，但此等物料成本甚微。

### 製成品

於我們將製成品貯存以待向客戶付運時方有製成品存貨。我們的存貨管理系統會持續追蹤製成品存貨水平。

於2016年、2017年及2018年及截至2019年6月30日止六個月，我們的存貨週轉天數分別為74.8天、47.5天、45.8天及36.2天。

### 資訊科技系統

我們致力達致高標準的運營管理，並已擁有強大的資訊科技能力。我們資訊科技系統讓我們可迅速地檢索及分析運營數據及資料，包括採購、銷售、存貨、物流、生產、客戶及財務數據。我們使用資訊科技系統協助規劃及管理生產、預算、人力資源、存貨控制、銷售管理及財務呈報，藉此改善我們的運營效率。

我們已使用ERP系統，使從多部門(包括融資、採購、銷售、產品材料控制、工程及生產部門)共享生產及供應鏈資料，以更好地管理及控制我們的成本。我們亦使用採購系統管理我們的採購過程、供應商清單及評估以及採購及客戶訂單。我們的日常業務運營及僱員管理乃依賴我們的人力資源系統。我們擬持續更新我們的資訊科技基礎設施以進一步整合我們的現有系統並進一步提高我們的運營效率。

### 風險管理及內部控制

管理層已制定並實施風險管理政策，以解決我們運營中出現的各項潛在風險，包括策略風險、運營風險、財務風險及法律風險。我們的風險管理政策載有識別、分析、分類、減緩及監控該等風險的程序。我們的風險管理政策亦載列我們運營過程中所識別風險的報告層級。董事會負責監督整體風險管理，並每年評估和更新我們的風險管理政策，且我們的董事認為我們的現有內部控制措施屬充足及有效。

### 人力資源管理

我們提供針對不同部門僱員的需求以及反賄賂及腐敗政策的定期培訓。通過該等培訓，我們確保僱員反賄賂及腐敗政策方面的技能及知識持續更新。

---

## 業 務

---

### 財務報告

我們已制定一套有關財務報告風險管理的會計政策，例如報告政策、財政政策及財務報表編製政策。我們為有關僱員提供定期培訓，以確保彼等可充分理解我們的財務管理及會計政策，並於我們的日常運營中實施該等政策。

### 法律及合規性審核

我們的業務運營受當地政府機構的複雜法律、法規、規例及要求規限。該等法律、法規、規例及要求可能不時改變。為於法律規範範圍內運營我們的業務並及時及適當地對監管變化作出反應，我們的法律及合規團隊會對我們的運營進行合規審查，測驗我們的內部控制程序並提供(尤其向我們的高級管理層提供)監管更新、培訓及法律及合規指導，以改善彼等的決策。此外，我們已建立有關文件審查及起草方面的程序。

### 競爭

全球電子霧化市場廣闊且競爭激烈。根據弗若斯特沙利文的資料，全球有超過1,200家電子霧化設備製造商。就收益而言，儘管前五大參與者佔總市場份額的31.9%，而於2018年前十大參與者佔不到一半的總市場份額，且大部分電子霧化設備製造商為小中型企業。

我們與其他電子霧化設備製造商(包括開放式電子霧化設備品牌公司)競爭自有品牌APV的市場份額。我們亦面臨來自傳統煙草製品及傳統捲煙之其他替代產品提供商的競爭。此外，我們日後可能會面臨來自新參與者的競爭。我們預期，未來更多知名公司(包括擁有大量現有客戶基礎、大量財務資源、成熟的技術能力及完善的分銷渠道的傳統煙草公司)亦可能進入市場。作為提供霧化科技解決方案的全球領導者，我們相信我們強有力的研發能力、大規模生產的能力、穩固的供應商關係、與全球領先品牌的戰略性合作、廣泛的產品組合、經驗豐富的管理團隊及人才儲備可使我們在現有及潛在的競爭者中保持競爭優勢。

### 物業

#### 自有物業

截至最後實際可行日期，我們擁有一處自用物業，總建築面積約為1,384平方米。我們通過向一位獨立房地產開發商獲得該物業，且截至最後實際可行日期，我

## 業 務

們於該房地產開發商的協助下獲得該物業的所有權證。我們的中國法律顧問已告知我們，就彼等於作出盡職調查後所深知，獲取該物業的所有權證並無法律障礙。

我們亦已獲得江門一處佔地面積約為99,987平方米的地塊的國有土地使用權，其將用作我們新生產基地的第一期。截至最後實際可行日期，我們已開始按中國有關法律法規進行規劃及建設程序，且我們預期第一期將於2021年開始運營。我們正與當地政府就購買佔地面積約136,735平方米的地塊的國有土地使用權進行磋商，其將用作我們新生產基地的第二期。見「一策略—提升生產能力以及運營及生產效率」。

根據上市規則第5章及《公司(豁免公司及招股章程遵從條文)公告》第6(2)條，本文件豁免遵守《公司(清盤及雜項條文)條例》第342(b)條有關《公司(清盤及雜項條文)條例》附表三第34(2)段的規定，要求就我們於所有土地及樓宇的權益作出估值報告，原因為截至2019年6月30日我們的物業賬面值概無達到合併總資產的15%或以上。

### 租賃物業

截至最後實際可行日期，我們於四個城市租賃物業，總建築面積約為262,076平方米，其主要包括我們的生產基地、倉庫、辦公場所、宿舍及食堂。我們的租賃期通常介乎一至四年。當續新我們的租賃時，我們將考慮所有權證的合規情況。所有業主均為獨立於我們的獨立第三方。

截至最後實際可行日期，由於土地規劃用途不一致及過往問題，我們總建築面積達約88,262平方米的租賃物業乃自未能從有關機構獲得相關建築文件的出租人處租賃，因此我們無法提供充足或有效的所有權證或其他所有權文件。該等租賃物業生產及經營的安全狀況在各重大方面符合相關中國法律及條例，並且我們為該等租賃物業支付的租金與擁有有效所有權證書的物業的租金並無實質性差異。截至最後實際可行日期，該等租賃物業佔我們租賃物業總建築面積的約33.7%。該等租賃物業可能面臨歸還非法佔用土地或拆除樓宇的風險，且法院可能將相關租賃協議視作無效。

根據中國法律顧問意見，基於與有關當地政府機關進行的磋商及有關當地政府機關提供的核證文件，監管機關並無針對該等租賃物業採取措施的計劃。

---

## 業 務

---

於往績記錄期，儘管我們的租約均未被終止或作廢，但倘我們的任何租約因遭遇第三方或政府質疑而終止或作廢，則我們需尋找替代物業並產生搬遷成本。我們相信，市場上有租金相近的替代物業。倘我們要求搬遷至該等租賃物業，我們估計總搬遷成本將介乎約人民幣100.0百萬元至人民幣120.0百萬元，將耗時約一至兩個月。我們認為該等搬遷成本及時間將不會對我們的業務或財務狀況造成任何重大影響。我們獲中國法律顧問告知，倘任何該等租約因任何第三方對我們從未能提供充分及有效所有權證或其他所有權文件的出租人承租的相關物業提出抗辯而被視作無效，而我們因此無法再使用該物業且需要搬遷，根據中華人民共和國合同法第228條，我們有權要求扣減租金或不支付租金。此外，隨著我們於江門及深圳的新生產基地開始運營，我們預期我們的生產將不會受到影響，原因為該等新生產基地將能彌補缺少所有權證的租賃物業的產量。董事認為，該等違反事項個別或整體而言不會對我們的業務或經營業績造成重大影響。見「風險因素—有關我們業務及行業的風險—由於我們的租賃物業的所有權瑕疵，我們可能被迫搬遷，或我們可能對未能登記我們的租賃協議負責，從而可能導致我們的運營中斷並使我們受到處罰」。

根據適用中國法律法規，租賃必須向房屋管理部門登記。截至最後實際可行日期，我們(作為承租人)並無登記生產基地、倉庫、辦公室物業、宿舍及食堂的各種租約。更多詳情見「—法律及合規」。

我們並無因未有登記上述租賃而收到任何監管機關有關可能的行政處罰或執法行動的任何通知。中國法律顧問亦告知我們，我們未有登記的租賃協議將仍然有效。倘我們被主管當局要求糾正租賃登記規定的不合規情況而我們因業主不合作或缺少所有權證而無法糾正，我們打算終止不合規的租賃，尋找附近的替代地點並在不造成任何重大干擾的情況下進行搬遷。此外，我們的控股股東陳先生及熊先生，已承諾對因我們無法登記租賃協議而引致之任何罰款或其他金錢損失及有關無所有權證的租賃物業的任何直接成本(包括搬遷成本及開支)進行補償。

### 知識產權

有關我們重大知識產權之詳情載於本文件附錄五「B.有關我們業務的進一步資料—2.本集團的知識產權」。

## 業 務

我們依賴商標、商業機密及其他知識產權法律，以及與僱員、供應商及客戶訂立的保密協議，以保障我們的產品設計、商業機密及其他知識產權。截至最後實際可行日期，我們未曾遭任何第三方控告侵犯知識產權，且我們並不知悉任何可能針對我們提出的重大知識產權訴訟或申索。

### 保險

我們持有足量的保單以應對風險及預期外事項。我們已購買涵蓋貨物運輸及其他產品的財產保險及與業務相關風險的保險，例如所有風險保險、產品責任保險、中短期出口信貸保險及團體意外保險。

尤其是，產品責任險適用於我們於亞洲、北美、歐洲及其他地區銷售的產品。此外，產品責任險涵蓋(其中包括)使用我們產品時造成的財產損失及人身傷害賠償的產品責任險。見「質量控制—保修及售後服務」及「風險因素—有關我們業務及行業的風險—我們產品的性能不佳或有缺陷可能損害我們的聲譽，使我們面臨重大產品責任訴訟並對我們的業務、財務狀況及經營業績產生重大不利影響」。

董事相信，我們的保單充足並與行業慣例一致。於往績記錄期及直至最後實際可行日期，我們並無收到任何針對我們的重大保險申索。

### 僱員

截至2019年6月30日，我們擁有13,448名全職僱員，彼等均位於中國。下表載列我們截至2019年6月30日按職能劃分的全職僱員明細：

職能	僱員數目	佔所有僱員 百分比
生產及製造 . . . . .	12,308	91.5
技術 . . . . .	577	4.3
辦公及行政 . . . . .	357	2.7
銷售及營銷 . . . . .	158	1.1
會計及財務 . . . . .	48	0.4
<b>總計 . . . . .</b>	<b>13,448</b>	<b>100.0</b>

---

## 業 務

---

根據弗若斯特沙利文的資料，人才的獲取乃全球電子霧化設備市場之關鍵成功因素。具有豐富行業知識及豐富經驗的高水準人才於電子霧化設備製造之成功運營中起著重要作用。能夠獲得並挽留人才乃公司於電子霧化行業確保領先地位之核心。

為吸引及挽留人才，我們計劃(i)通過與領先的招聘平台合作進行招聘活動建立自有雇主品牌，以提高我們的品牌知名度；(ii)規範招聘程序；(iii)提供高於行業平均水平的競爭性薪酬待遇，尤其針對核心及高級管理職位；(iv)完善我們的僱員福利制度，包括提供住房、靜修及醫療保險；(v)為僱員的職業發展提供合適的職業發展路線和平台；及(vi)繼續培養促進多元化和機會均等的企業文化。我們已根據僱員的職位及專業知識為其制定系統的培訓計劃。我們的僱員須根據彼等特定部門完成培訓計劃及評估。我們亦通過外部專業人員持續為僱員提供講座、研討會及在職培訓，擴展彼等專業技能及專業知識。

於往績記錄期，我們已通過與第三方招聘代理人簽訂的勞務派遣服務協議招聘派遣僱員。該等派遣僱員與招聘代理(並非我們)訂立勞務合約。根據人力資源和社會保障部於2014年1月24日頒佈的《勞務派遣暫行規定》，任何公司聘用的派遣僱員人數不得超過其僱員總數(包括直接聘用之僱員及派遣僱員)的10%，而派遣僱員只可出任臨時、輔助或可替代職位。

於往績記錄期，我們並無全面符合《勞務派遣暫行規定》。然而，我們已於2019年2月前糾正該不合規情況。此外，我們未曾接獲主管部門有關勞務派遣的任何通知或行政處罰。我們的中國法律顧問認為，我們因未糾正有關勞務派遣的不合規情況而被懲處的機會極微。但是，倘發現我們未有於指定期限內糾正該類不合規情況，我們可能被處以每名派遣僱員人民幣5,000元至人民幣10,000元的罰款。見「風險因素—有關我們的業務及行業的風險—我們面臨與我們的勞務派遣安排有關之風險」。

我們提供予僱員之薪酬待遇包括薪金、花紅、醫療保險及其他現金補貼。一般而言，我們基於各僱員的資格、職位及資歷釐定其薪金。我們已設立有關評估僱員表現的年度評審制度，作為釐定加薪、花紅及晉升的基準。此外，我們亦繼續為僱員繳納社會保險，包括醫療保險、工傷保險、養老保險、生育保險、失業保險及住房公積金。於往績記錄期，我們未能按照中國政府的規定全額繳納社會保險及住房

---

## 業 務

---

公積金供款。詳情見「法律及合規」。我們的任何僱員並無透過任何工會或集體議價協議方式磋商僱傭條款。

我們的中國法律顧問確認，我們於所有重大方面均遵守中國所有適用勞工法律及法規，且於往績記錄期，我們並無面臨任何重大勞工糾紛或與勞工有關的法律訴訟。於往績記錄期及直至最後實際可行日期，我們於所有重大方面均遵守適用的中國勞工及安全法規，且並無發生任何事故或遭受任何投訴而對我們的運營造成重大不利影響。

### 環境事宜

我們受中國環境法律及法規所規限，包括《中華人民共和國環境保護法》。該等法律及法規規管範圍廣泛的環境事宜，包括空氣污染、噪音以及污水及廢物排放。我們認為保護環境攸關重要，並在我們業務運營中執行措施，以確保我們遵守中國環境法律及法規的所有適用規定。該等措施包括加強我們工廠的機械通風、於僱員廚房安裝油煙淨化器及加強污水處理。

於往績記錄期，我們開始(i)建設我們的生產基地，但並未編製必要的環境影響評估文件及並未獲得相關機構的批准；及(ii)我們於未進行驗收程序的情況下於生產基地獲翻新及擴建後開始投入生產。據我們的中國法律顧問告知，根據《中華人民共和國環境影響評價法》及《建設項目環境保護管理條例》，(i)在並未編製必要的環境影響評估文件及並未獲得相關機構的批准的情況下開始建設我們的生產基地可能使我們被處以相關建設項目整體投資金額介乎1%至5%的罰款，其取決於相關違反行為的嚴重程度及後果，且我們可能被責令將建設場地恢復其原貌；及(ii)在未進行驗收程序的情況下於生產基地獲翻新及擴建後開始投入生產會使我們被責令於指定期限內作出糾正及被處以人民幣200,000元至人民幣1.0百萬元的罰款。倘我們未有於指定期限內糾正該類不合規情況，我們可能被處以人民幣1.0百萬元至人民幣2.0百萬元的罰款。倘建設項目造成重大環境污染或生態破壞，其應暫停生產或使用，或停止該等項目直至獲得有關政府機關批准為止。見「風險因素—有關我們業務及行業的風險—我們可能因生產基地於獲翻新及擴建但未進行驗收程序時便開始投入生產而負上責任」及「法律及合規」。

## 業 務

於往績記錄期，我們並未就任何環境保護問題接獲客戶或任何其他各方的任何投訴，且我們並無經歷任何因生產活動而引起重大環境事件。然而，由於上述違反《中華人民共和國環境影響評價法》及《建設項目環境保護管理條例》，於2019年6月17日及2019年8月1日，東莞生態環境部分別責令我們支付(i)人民幣100,000元的罰款，即建設項目整體投資的1%，及(ii)人民幣200,000元的罰款。除上文所述者除外，我們未有因違反環境法律或法規而遭受行政制裁或處罰。於2016年、2017年及2018年以及截至2019年6月30日止六個月，我們因遵守適用環境法規及條例的成本分別為人民幣8,077元、人民幣8,877元、人民幣0.3百萬元及人民幣0.3百萬元。我們預期未來的合規成本並不重大。

### 職業、健康與安全

我們的運營受當地安全主管部門規管及監察，且須遵守我們企業客戶就產品生產的安全與健康制定的多項指引。於往績記錄期及直至最後實際可行日期，(i)我們並無任何健康與安全事宜相關的重大違規事件；(ii)我們的僱員於其受聘期間概無發生任何重大事故或工傷，及(iii)我們亦無在勞動保護問題方面遭受紀律處分。

### 牌照、監管批文及合規記錄

根據煙草控制法，我們的客戶及我們需於任何新電子尼古丁傳送系統產品在美國銷售前提交煙草上市前申請及獲食品藥品監督管理局上市命令。此外，必須為現有電子尼古丁傳送系統產品提交煙草上市前申請，否則我們及我們客戶的現有電子尼古丁傳送系統產品將合法有資格繼續在美國市場銷售。就煙草上市前申請已經遞交且獲食品藥品監督管理局接納(但尚未批准)的產品而言，在煙草上市前申請接受食品藥品監督管理局審查期間，有關產品可繼續進行商業銷售。食品藥品監督管理局就現有電子尼古丁傳送系統產品提交煙草上市前申請的截止日期原定於2022年8月8日。然而，於2019年7月12日，美國馬里蘭州地區法院責令食品藥品監督管理局將所有現有電子尼古丁傳送系統產品提交煙草上市前申請的截止日期由2022年8月8日提前至2020年5月12日。截至最後實際可行日期，食品藥品監督管理局及行業團體已就該決定向美國聯邦第四巡迴上訴法院提起上訴。見「監管概覽—美國法律及法規—有關電子尼古丁傳送系統產品的法律及法規—有關電子尼古丁傳送系統產品的煙草上市前申請規定」。

## 業 務

於2020年5月12日的截止日期前，我們的客戶和我們正分別就彼等的電子霧化設備及我們的自有品牌APV準備向食品藥品監督管理局提交煙草上市前申請。然而，煙草上市前申請支持文件的籌備需耗費時間且可能需更長期限，我們的客戶和我們正面臨無法就有關電子尼古丁傳送系統產品根據新截止日期及時提交煙草上市前申請的巨大風險。截至最後實際可行日期，我們尚未提交任何煙草上市前申請，但正就我們的自有品牌APV籌備煙草上市前申請，根據當前監管計劃，其為我們擬繼續於美國銷售及營銷以及須提交煙草上市前申請的唯一產品。該等自有品牌APV合共佔我們於往績記錄期總收益的1%以下。我們擬於未來為我們的新電子尼古丁傳送系統產品提交煙草上市前申請。

然而，儘管我們的客戶和我們按時提交所有煙草上市前申請，食品藥品監督管理局可能仍會拒絕我們及／或我們客戶的申請，這可能使我們及我們客戶的現有電子尼古丁傳送系統產品將無法於往績記錄期於我們目標市場美國銷售。就我們的董事所深知，我們銷售予美國的所有電子尼古丁傳送系統產品均要求煙草上市前申請備案（不論是通過我們的自有品牌APV亦或是通過我們的客戶），該等產品於截至2019年6月30日止六個月佔我們總收益的約23%。倘該等電子尼古丁傳送系統產品的煙草上市前申請備案並未於截止或自食品藥品監督管理局獲得批准前提交，則我們的業務將受到不利影響。見「風險因素—有關我們業務及行業的風險—美國的煙草製品法規（包括若干州實行的電子煙香味禁令及食品藥品監督管理局對提交煙草上市前申請的要求）可能對我們的業務造成重大不利影響」。截至2019年10月29日，大約已提交15份電子尼古丁傳送系統相關的煙草上市前申請並獲食品藥品監督管理局接納。食品藥品監督管理局分別於2019年6月及9月就電子尼古丁傳送系統產品的煙草上市前申請規定發佈最終指引及規則草案，旨在通知申請人有關煙草上市前申請需包括的資料。該等資料包括（尤其包括）有關產品物理層面以及產品就個人及大眾兩個層面潛在的危害和益處的有力證據。為確保我們的煙草上市前申請符合食品藥品監督管理局的內容和格式要求，並加快我們的準備過程，我們已僱傭了具有煙草上市前申請規定的專業知識並了解食品藥品監督管理局問題的美國律師事務所及諮詢公司進行文獻審核，以協助我們籌備及審查我們的煙草上市前申請。此外，我們已成立通訊及報告系統以促進內外部信息交換及幫助及時解決任何可能於該流程中出現的問題。就內部人士安排而言，我們亦成立一個特定團隊以進行煙草上市前申請的籌備，該團隊包括於向食品藥品監督管理局備案申請方面擁有經驗豐富的成員。該團隊亦將儘可能協助我們的客戶籌備煙草上市前申請。

此外，為進一步減緩有關煙草上市前申請規定的合規風險，我們已增強且準備進一步增強我們於其他市場（包括亞洲及歐洲市場）的銷售及營銷努力，從而多樣化我們的收益流。我們亦將繼續多樣化我們的產品組合至包括更多非電子尼古丁傳送系統產品及探索其他應用領域，尤其是我們電子霧化設備的醫療及健康應用。見「策略—滲透現有客戶及吸引新客戶以增加我們不同領域的市場份額」。

---

## 業 務

---

除上文及下文「法律及合規」所披露者外，我們確認，於往績記錄期及直至最後實際可行日期，我們已於所有重大方面遵守所有相關適用法律法規，並已在我們運營所在司法權區為我們的業務從相關監管機構取得所有必要的牌照、批准及許可。我們通過於中國的附屬公司進行製造業務。截至最後實際可行日期，我們所有從事電子霧化設備製造及／或銷售的中國、香港及美國附屬公司已取得其業務運營資格證書。我們將為新成立的公司申請新證書，並在現有公司的證書到期時將其續簽。

### 法律及合規

我們於日常業務過程中涉及法律訴訟或糾紛，例如產品責任索賠或主要有關與第三方供應商和客戶達成的協議引起的糾紛的索賠。我們的董事確認，截至最後實際可行日期，本集團任何成員公司概無我們認為將會對我們造成重大影響的現有、尚未了結或對其構成威脅的重大法律訴訟或索賠。因此，我們於往績記錄期並無就任何法律訴訟或索賠計提撥備。

## 業 務

下表載列於往績記錄期及直至最後實際可行日期有關中國法律及法規下的不規事件，以及我們就該等事件採取的糾正措施：

不規事件	不規原因	法律後果及潛在最高處罰	已採取的補救及整改措施
<p>截至最後實際可行日期，我們尚未完成有關我們租賃物業的35份租賃協議的行政備案。該等租賃物業的總建築面積約為171,448平方米。</p>	<p>該等不規事件乃主要由於在登記租賃協議時業主缺乏合作。登記租賃協議需要業主合作，包括當當局提交身份證明文件及建築業權證書。</p>	<p>我們獲中國法律顧問告知，我們可能會被主管機關要求糾正該不規事件，而倘我們未能於一定期限內糾正，則由於未登記，我們可能會就每份協議被處以人民幣1,000元至人民幣10,000元的罰款。</p>	<p>我們已採取以下措施：(i)我們已經完成了業主願意合作的相關租賃協議的備案及登記程序；(ii)就新租約而言，我們將事先與潛在的業主溝通，並盡可能選擇願意合作的業主；及(iii)我們已經提供並計劃繼續為高級管理層和律師提供有關不時適用於我們運營的法律和監管要求的培訓。</p>
<p>截至最後實際可行日期，由於我們未能登記上述租賃，我們並無收到任何監管機構有關的行政處罰或執法行為的告知。我們能登記租賃協議不會影響租賃協議的有效性。</p>	<p>截至最後實際可行日期，由於我們未能登記上述租賃，我們並無收到任何監管機構有關的行政處罰或執法行為的告知。我們能登記租賃協議不會影響租賃協議的有效性。</p>	<p>我們的控股東陳先生及熊先生已承諾賠償因未能登記租賃協議而招致的任何罰款或其他金錢賠償。</p>	<p>儘管我們可能會受到有關當局的罰款，但鑑於可能的最高處罰，董事相信不會對我們的整體業務、財務狀況或經營業績造成任何重大不利影響。</p>
<p>有關不規事件相關風險的更多資料，請參閱「風險因素—有關我們的租賃物業的風險—由於我們的租賃物業的所有權瑕疵，我們可能被迫搬遷，或者我們可能未能登記我們的租賃協議負責，從而可能導致我們的運營中斷並使我們受到處罰。」</p>	<p>有關不規事件相關風險的更多資料，請參閱「風險因素—有關我們的租賃物業的風險—由於我們的租賃物業的所有權瑕疵，我們可能被迫搬遷，或者我們可能未能登記我們的租賃協議負責，從而可能導致我們的運營中斷並使我們受到處罰。」</p>	<p>有關不規事件相關風險的更多資料，請參閱「風險因素—有關我們的租賃物業的風險—由於我們的租賃物業的所有權瑕疵，我們可能被迫搬遷，或者我們可能未能登記我們的租賃協議負責，從而可能導致我們的運營中斷並使我們受到處罰。」</p>	<p>有關不規事件相關風險的更多資料，請參閱「風險因素—有關我們的租賃物業的風險—由於我們的租賃物業的所有權瑕疵，我們可能被迫搬遷，或者我們可能未能登記我們的租賃協議負責，從而可能導致我們的運營中斷並使我們受到處罰。」</p>

## 業 務

不合規事件	不合規原因	法律後果及潛在最高處罰	已採取的補救及整改措施
<p>根據《中華人民共和國社會保險法》及其他相關法規，我們需為我們的僱員提供社會保險等福利制度。</p>	<p>該等不合規事件的發生乃主要由無意疏忽、其執行情況因城市而異；(i) 我們以前負責經營所在城市的許多農村社會保險繳納該等基金或提供當地農村的當地在其居住地。</p>	<p>我們的中國法律顧問已告知我們，可能須繳納中國法律規定的社會保險及罰款。倘任何主權機關認為我們不符合中國法律規定的要求，我們可能須繳納罰款或處以罰款。倘我們未能支付未付金額或滯納金，我們可能須繳納總額的0.05%的滯納金，我們可能須繳納未付金額的一至三倍的罰款。</p>	<p>我們的中國法律顧問認為，我們收到有關中國當局糾正有關不合規事件的補救措施及住房公積金的未付金額。</p>
<p>根據《住房公積金管理條例》，我們需為我們的僱員繳納住房公積金。</p>	<p>該等不合規事件的發生乃主要由無意疏忽、其執行情況因城市而異；(i) 我們以前負責經營所在城市的許多農村社會保險繳納該等基金或提供當地農村的當地在其居住地。</p>	<p>我們的中國法律顧問已告知我們，可能須繳納中國法律規定的社會保險及罰款。倘任何主權機關認為我們不符合中國法律規定的要求，我們可能須繳納罰款或處以罰款。倘我們未能支付未付金額或滯納金，我們可能須繳納總額的0.05%的滯納金，我們可能須繳納未付金額的一至三倍的罰款。</p>	<p>於2016年、2017年及2018年及截至2019年6月30日止六個月，我們對社會保險金及住房公積金供款撥備的金額分別為人民幣14.4百萬元、人民幣26.2百萬元、人民幣39.1百萬元及人民幣33.0百萬元。</p>
<p>於往績記錄期，我們未能按相關中國法律及法規的要求全額繳納社會保險及住房公積金供款，且深圳市住房公積金管理中心責令我們為我們其中一名前任僱員支付欠繳住房公積金人民幣7,648元。</p>	<p>我們的中國法律顧問亦告知我們，倘住房公積金管理中心將相關金額。倘我們在規定的期限內未支付相關金額，我們可能須繳納總額的一至三倍的罰款。</p>	<p>我們的中國法律顧問亦告知我們，倘住房公積金管理中心將相關金額。倘我們在規定的期限內未支付相關金額，我們可能須繳納總額的一至三倍的罰款。</p>	<p>我們的中國法律顧問亦告知我們，倘住房公積金管理中心將相關金額。倘我們在規定的期限內未支付相關金額，我們可能須繳納總額的一至三倍的罰款。</p>

## 業 務

不合規事件	不合規原因	法律後果及潛在最高處罰	已採取的補救及整改措施
不合規事件	不合規原因	法律後果及潛在最高處罰	已採取的補救及整改措施
<p>我們已獲得有關主管部門的確認，確認為自2016年1月1日至2019年6月30日之間，概無有關我們的中國附屬公司因不遵守或違反有關社會保險供款及住房公積金的法律法規而受到處罰的記錄。</p> <p>截至最後實際可行日期，除上文所披露者外，我們概無接獲任何監管機構就上述不合規事件的任何通知。</p> <p>有關不合規事件相關風險的更多資料，請參閱「風險因素—有關我們業務及行業的風險—根據中國國家法律及法規，我們可能需要額外繳納社會保險金及／或住房公積金以及滯納金及罰款。」</p>	<p>我們已採取以下措施：(i) 我們已根據相關中國法律法規從2019年12月開始全額支付且積極鼓勵我們的僱員參與社會保險和住房公積金供款。儘管我們盡最大的努力，仍無法為我們的員工全額支付社會保險及住房公積金，因部分僱員不願參與或選擇參與體系；(ii) 我們已制定並實施內部控制政策，要求完全遵守社會保險金及住房公積金的相關法律法規；及(iii) 我們已提供並計劃繼續為高級管理層及相關員工提供有關適用的培訓。</p> <p>我們的控股股東陳先生及熊先生已承諾賠償因未能全額繳納社會保險及住房公積金供款而產生的任何金錢損失（除我們有關撥備涵蓋外）。</p> <p>董事相信不會對我們的整體業務、財務狀況或經營業績造成任何重大不利影響。</p>	<p>我們已採取以下措施：(i) 我們已根據相關中國法律法規從2019年12月開始全額支付且積極鼓勵我們的僱員參與社會保險和住房公積金供款。儘管我們盡最大的努力，仍無法為我們的員工全額支付社會保險及住房公積金，因部分僱員不願參與或選擇參與體系；(ii) 我們已制定並實施內部控制政策，要求完全遵守社會保險金及住房公積金的相關法律法規；及(iii) 我們已提供並計劃繼續為高級管理層及相關員工提供有關適用的培訓。</p> <p>我們的控股股東陳先生及熊先生已承諾賠償因未能全額繳納社會保險及住房公積金供款而產生的任何金錢損失（除我們有關撥備涵蓋外）。</p> <p>董事相信不會對我們的整體業務、財務狀況或經營業績造成任何重大不利影響。</p>	<p>我們已採取以下措施：(i) 我們已根據相關中國法律法規從2019年12月開始全額支付且積極鼓勵我們的僱員參與社會保險和住房公積金供款。儘管我們盡最大的努力，仍無法為我們的員工全額支付社會保險及住房公積金，因部分僱員不願參與或選擇參與體系；(ii) 我們已制定並實施內部控制政策，要求完全遵守社會保險金及住房公積金的相關法律法規；及(iii) 我們已提供並計劃繼續為高級管理層及相關員工提供有關適用的培訓。</p> <p>我們的控股股東陳先生及熊先生已承諾賠償因未能全額繳納社會保險及住房公積金供款而產生的任何金錢損失（除我們有關撥備涵蓋外）。</p> <p>董事相信不會對我們的整體業務、財務狀況或經營業績造成任何重大不利影響。</p>



## 業 務

不合規事件	不合規原因	法律後果及潛在最高處罰	已採取的補救及整改措施
		<p>有關不合規事件相關風險的更多資料，請參閱「風險因素—有關我們的業務及行業的風險—我們可能進行房地產翻新及擴建但尚未開始投入程序」。]</p>	<p>我們的中國法律顧問認為，我們將建築工地恢復到原始狀態或停止使用相關生產基地的風險甚微，此乃基於(i)上述不合規事件已糾正或正在糾正且並無重大障礙；(ii)截至最後實際可行日期，並無相關生產基地造成重大環境污染或生態破壞。儘管我們可能仍會受到有關環保部門的罰款，但董事相信，不會對我們的整體業務、財務狀況或經營業績造成任何重大不利影響。</p>

---

## 業 務

---

### 董事意見

經考慮上述歷史不合規事件的性質及原因以及中國法律顧問的意見、所採取的糾正措施以及我們採納的內部控制措施，我們的董事認為(i)我們的內部監控措施屬充分及有效，可防止今後再次發生不合規事件；及(ii)過往不合規事件並無影響董事根據上市規則第3.08及3.09條擔任上市發行人董事的合適性或根據上市規則第8.04條進行[編纂]的合適性。

經我們的中國法律顧問告知，我們的董事確認，截至最後實際可行日期，除上表所披露者外，我們已在所有重大方面遵守相關中國法律。