

業 務

概覽

我們是提供霧化科技解決方案的全球領導者，包括基於ODM製造加熱不燃燒產品的電子霧化設備及電子霧化組件，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2019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16.5%。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。

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霧化設備市場的市場規模以29.7%的複合年增長率自2014年的18億美元快速增長至2019年的67億美元，且預期將以27.7%的複合年增長率進一步增長至2024年的227億美元。該市場增長主要由電子霧化設備的技術創新、功能豐富及安全性增強所驅動。隨著技術的發展及對生產開發的投資增加，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，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，儘管前五大參與者佔總市場份額的30.5%，而於2019年，就收益而言，前十大參與者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中的實際應用。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，即自基礎研究探索、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。憑藉綜合研發平台，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加熱技術「FEELM」，其將金屬薄膜與陶瓷導體相結合，從而在材料和結構科學方面實現提升。於2018年9月，「FEELM」榮獲《煙業通迅》(Tobacco Reporter)及Vapor Voice Magazine授予「金葉獎」。此外，於2019年10月，就2018年之收益而言，我們成為自2013年以來前五大電子霧化設備製

業 務

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、應用及保護措施、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性及質量而言，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，我們已建立一個全球客戶網絡，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（從封閉式電子霧化設備到自有品牌開放式APV）以把握各種及未來市場機遇。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均實現大幅增長。我們的收益由2016年的人民幣707.3百萬元增加至2019年的人民幣7,610.6百萬元，複合年增長率為120.8%。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2019年的人民幣2,173.8百萬元，複合年增長率為173.5%。

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2019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16.5%。

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霧化設備市場的市場規模以29.7%的複合年增長率自2014年的18億美元快速增長至2019年的67億美元，且

業 務

預期將以27.7%的複合年增長率進一步增長至2024年的227億美元。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。在如此充滿活力及多樣化的行業中，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，儘管前五大參與者佔總市場份額的30.5%，而於2019年，就收益而言，前十大參與者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业。

儘管全球電子霧化行業增長顯著，但由於進入壁壘較高(包括研發能力、與客戶的穩固關係、高水準人才及重大資本投資等要求)，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並就業務規模於往績記錄期實現大幅增長。我們面向企業客戶銷售所得收益由2016年的人民幣510.0百萬元增加至2019年的人民幣6,568.7百萬元，複合年增長率為134.4%。就我們的自有品牌APV面向零售客戶銷售所得收益而言，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2019年的人民幣1,041.9百萬元，複合年增長率為74.1%。

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推廣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中的實際應用。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。基於有關研究成果，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，我們可加強我們核心技術的發展，並及時響應市場需求。

截至最後實際可行日期，我們擁有三所研究院的先進研發資源及擁有逾634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1,500項，其中已獲授700多項專利。

業 務

我們的內部工程師已積累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，我們的研發團隊已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，我們可透過眾多產品線產生並實現創新理念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就其新產品展開合作。

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，可更高效及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加熱技術「FEELM」，其將金屬薄膜與陶瓷導體相結合，從而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可以施加溫度的寬幅加熱表面，從而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至美國、韓國、德國、法國、比利時、新西蘭、南非及其他國家。於2018年9月，「FEELM」榮獲《煙業通訊》(Tobacco Reporter)及Vapor Voice Magazine授予「金葉獎」。此外，於2019年10月，就2018年之收益而言，我們成為自2013年以來前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、應用及保護措施、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性及質量而言，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。

業 務

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，且隨後一直於周邊地區積極尋找合適地點以擴張我們的生產基地。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戰略性選址，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。

我們亦專注於我們生產的自動化，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，我們已就於深圳市寶安區西鄉自一名獨立第三方處租賃的僅用於製造日本煙草所要求產品的一個大型綜合生產基地，與我們的主要客戶之一日本煙草建立戰略合作關係。我們與日本煙草訂立生產及供應協議，協議包括生產要求、材料採購、質量標準、包裝要求、定價及付款等標準條款。該項目有助於提升我們的生產能力及有效降低我們的產品不良率。憑藉我們的精簡化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，從而使我們可保持我們於電子霧化行業之競爭力。見「一生產一生產流程」。

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，從而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往績記錄期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盡量降低原材料價格。

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快速增長。我們的毛利由2016年的人民幣172.0百萬元增加至2019年的人民幣3,352.4百萬元，複合年增長率為169.1%。我們的毛利率由2016年的24.3%增加至2019年的44.0%。

業 務

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，我們已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及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

我們得益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，我們的主席兼行政總裁陳先生，已於電子霧化行業擁有逾十年之經驗且擁有豐富的業務管理經驗。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。我們的管理層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。我們管理層團隊亦很少變動，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（從初級員工到具有不同技能及職業追求的高級管理人員）的需求定制。與此同時，我們亦專注於透過外部招聘擴大我們

業 務

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，從而實現研發突破。見「一研發—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，從而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（除非另有訂明，該等策略將由我們業務運營的現金撥付）：

提升研發能力以維持我們的領先地位及支持我們的長期業務發展

我們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性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。

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院，(ii)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，(iii)增加對我們測試中心的投資並成立海外研究所，(iv)獲得產品認證並向食品藥品監督管理局遞交煙草上市前申請及(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。見「未來計劃及[編纂]—[編纂]」。

我們的技術創新將為我們的產品增加價值並改善其性能，同時確保於各年度研發多種具有競爭力的新產品，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。

業 務

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。我們根據多項策略考慮制定擴張計劃，包括市場需求及相關產品的價格、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成本、我們運營的歷史業績及增長潛力以及我們與客戶的持續聯繫。

為了進一步提升我們的製造能力，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，我們將投資合共約人民幣12億元，其中人民幣54.5百萬元已用於收購國有土地使用權及約人民幣1,154.4百萬元將用作生產基地建設。我們早已於2019年10月與當地政府訂立土地出讓協議。我們亦於2019年11月獲得了國有土地使用權證、建設用地規劃許可證及建設工程規劃許可證以及截至2020年1月的所有施工藍圖合資格證書。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。我們預期於2020年12月完成生產基地的主結構建設並於2021年12月完成室內及室外裝修。機電安裝及設備安裝以及測試預期將於2022年6月前完成，且於同月生產基地將開始運營。第一期的總建築面積約為330,000平方米，並將安裝96條自動化生產及裝配線及配備約2,600名僱員。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，且就面向企業客戶銷售而言，每月產能將增加約90百萬個標準單位。此外，假設所有生產區域均安裝自動化裝配線，我們估計每月之收支平衡收益將約為人民幣19.0百萬元。鑒於我們目前的月收益遠超上述收益，我們預期江門產業園第一期將於一或兩個月內實現收支平衡。

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。第二期的總建築面積將約為440,000平方米，且具有自動化生產及裝配線。估計第二期的總成本為人民幣16億元，其中約人民幣74.5百萬元將用於購買國有土地使用權且約人民幣1,502.6百萬元將用於建設生產基地。一旦第二期於2023年前後開始運營，就面向企業客戶銷售而言，我們預期每月產能將進一步增加約120百萬個標準單位。

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並向有關政府機關提交行業選擇報告及可行性報告。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，其預計將於2024年竣工。該產業園預期耗資總額

業 務

約人民幣1,040.0百萬元且預期每月產能將進一步提高約51.9百萬個標準單位。該產業園將主要生產新推出的產品，乃由於其得益於與深圳的研發中心通訊便捷。位於深圳的該新產業園將主要關注的產品類型為適合大規模生產的電子霧化設備。

憑藉我們的大規模新生產基地，我們將能夠滿足客戶需求及我們業務快速增長的需求。我們預期於2022年至2024年期間有關租賃屆滿時用該等新生產基地取代我們大部分租賃工廠。尤其是，基於未來四年我們收益增長的當前估計，我們計劃於2022年生產基地1、4及6租賃屆滿時取代該等生產基地、於2023年生產基地3、5、7、8及9各自租賃屆滿時取代該等生產基地，以及於2024年生產基地10租賃屆滿時進一步取代該生產基地。有關該等生產基地的詳情，見「一 生產－生產基地」。該計劃可基於市場趨勢及客戶的實際需求而有所調整，且我們將評估現有租賃協議屆滿後續簽的必要性。倘我們有足夠的需求，我們可選擇續訂部分租賃協議，我們將初步使用新生產基地以生產大眾化產品，包括我們的自有品牌APV及無客戶說明書的陶瓷霧化芯，以及若干同意將其產品在新的生產基地進行製造的客戶的產品。因我們逐漸取代大部分我們的租賃工廠，我們的新生產基地將開始製造我們的其他產品。我們亦計劃通過將更多相似的生產線整合為一個生產基地的同時提高我們的運營及生產效率。因為將於有關各自租賃屆滿後逐步用新生產基地來替代該等租賃工廠，我們預計並無重大潛在的運營及財務影響。

有了自有工廠，我們就可以根據自身需要來調整工廠的設計，並有更多的靈活性來升級我們的設施或安裝新的設備。基於我們的現有生產基地規模相對較小，我們改變該等租賃樓宇的結構或優化其生產佈局的靈活性有限，故我們無法充分實現理想的效率提升。此外，當有關租賃屆滿或終止時，我們還可以避免租金上漲、花費時間及精力於物色新的合適的租賃生產基地及產生昂貴的搬遷成本。假設所有租賃物業（不論是否具有所有權瑕疵）均需同時搬遷，則總搬遷成本預期將為約人民幣160.0百萬元，此乃基於所有該等租賃物業原本所產生的總裝修成本計算得出。

根據我們的成本效益分析，使用我們自己的生產基地從長遠來看亦將降低我們的製造成本。在我們的一個租賃生產基地，分配用於生產一個標準產品的成本平均租金約為人民幣0.158元，而根據我們對江門產業園第一期的投資及預期生產能力，在我們的自有生產基地，分配用於生產一個標準產品成本的廠房折舊約為人民幣0.031元。我們自有生產基地的土地及建設成本約為每平方米人民幣3,900元，而我

業 務

們租賃生產基地的預期租金成本約為每月每平方米人民幣42.0元。我們預計新生產基地的投資回收期將約為九年，該投資回收期指自開始運營日期起計根據生產基地產生的現金流入淨額收回初始投資成本所需的時間長度。除了建設我們自己的生產基地，以防需要我們也在積極了解合適的租賃生產基地，以擴大我們就非大眾化產品的生產能力，以滿足若干客戶的特定需求，並補充我們目前租賃的生產基地及自有的新生產基地。

此外，我們計劃增強我們的自動化能力以提高運營及生產效率。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，旨在於我們的江門及深圳產業園實現全自動化製造流程，我們預期其將有助於進一步增加我們的每月產能。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，我們將升級我們現有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運營效率。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準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

通過與客戶多年的成功合作經驗，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，我們計劃繼續與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。例如，我們正就醫療自動化設備研發核心組件。憑藉我們的自動化技術，我們可縮小現有的醫療自動化設備、精準控制劑量及有效氣溶膠粒子大小及提高保健精油的霧化效率。具體而言，控制氣溶膠粒子大小乃為確保更高比率的藥物氣溶膠進入人體並被有效吸收，而控制劑量乃為確保病人用藥適量。我們在精準計量藥物上已取得重要突破，這對生成一項完備的醫療方案而言至關重要。我們主要專注於開發醫療霧化設備，該設備將有助於治療哮喘、慢性阻塞性肺病(「COPD」)及其他呼吸系統疾病，並緩解疼痛。

業 務

我們正與若干製藥公司合作研究醫療霧化設備，且就我們電子霧化設備及霧化技術的潛在應用而言，計劃接觸更多的客戶，包括醫學研究院。我們正在與中國製藥公司合作開發針對哮喘及COPD治療的醫療霧化設備，並且我們亦與外國公司合作開發針對肺部疾病的醫療霧化設備。舉例而言，我們與AIM訂立材料轉讓及研究協議以研究AIM就治療COVID-19施用的旗艦藥品Ampligen使用我們吸入式傳送設備的效用。見「概要—近期發展—就COVID-19治療研究與AIM ImmunoTech, Inc.訂立之材料轉讓及研究協議」。我們目標市場乃為於主要國家（如中國及美國）的醫院及私人用途，但受有關政府部門銷售批准所規限。我們計劃於2020年第三季度前為我們正在開發的一種醫療霧化設備提供雛形，並於2020年年底前申請在中國的銷售批准及認證。我們亦將組織推廣活動，並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組合，我們將選擇性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。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。

業 務

下表載列於所示年度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：

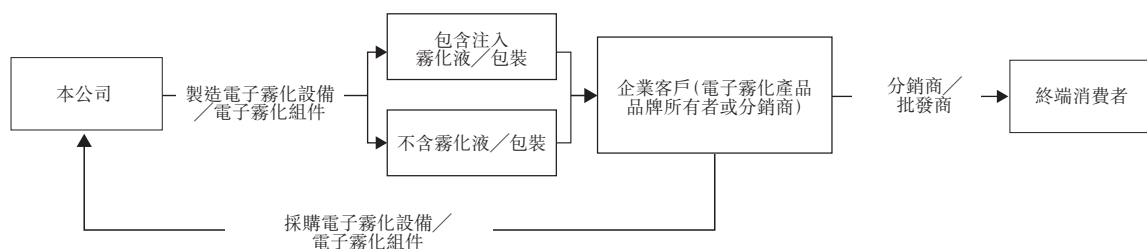
	截至12月31日止年度							
	2016年		2017年		2018年		2019年	
	人民幣 千元	%	人民幣 千元	%	人民幣 千元	%	人民幣 千元	%
面向企業客戶銷售	509,978	72.1	1,003,696	64.1	2,491,990	72.6	6,568,661	86.3
— 電子霧化設備	503,233	71.1	691,644	44.2	1,124,168	32.8	4,477,005	58.8
— 含有陶瓷加熱技術	—	—	—	—	415,171	12.1	3,594,713	47.2
— 不含陶瓷加熱技術	503,233	71.1	691,644	44.2	708,997	20.7	882,292	11.6
— 電子霧化組件	6,745	1.0	312,052	19.9	1,367,822	39.8	2,091,656	27.5
面向零售客戶銷售	197,276	27.9	561,494	35.9	941,719	27.4	1,041,940	13.7
總計	<u>707,254</u>	<u>100.0</u>	<u>1,565,190</u>	<u>100.0</u>	<u>3,433,709</u>	<u>100.0</u>	<u>7,610,601</u>	<u>100.0</u>

就面向企業客戶銷售而言，我們電子霧化設備於2016年、2017年、2018年及2019年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8.7元，且我們電子霧化組件於2016年、2017年、2018年及2019年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。就面向零售客戶銷售而言，我們自有品牌APV於2016年、2017年、2018年及2019年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108.9元及人民幣81.8元。

於2019年，我們的封閉式電子霧化器（其為封閉式電子霧化設備的主要收益來源）於主要市場（包括美國、歐盟及中國）之零售價格介乎2.8美元至7.0美元，且出廠批發銷售價格佔零售價格之百分比通常介乎約20%至40%。我們自有品牌APV於2019年之零售價格介乎約20美元至100美元，且出廠批發銷售價格佔零售價格之百分比通常介乎約35%至40%。有關於往績記錄期平均銷售價格波動的討論，見「財務資料—綜合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」。

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：

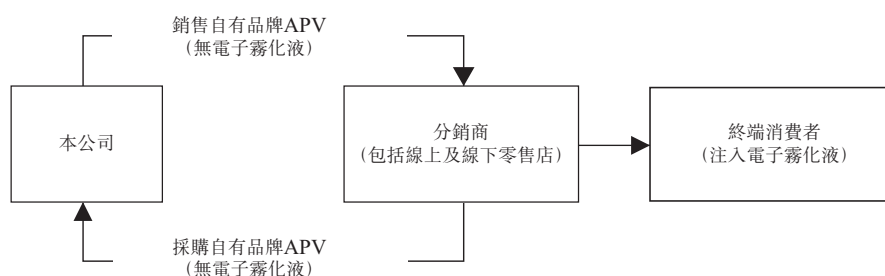


在面向企業客戶的業務板塊下，我們從事電子霧化技術研發以及根據企業客戶提供的規格製造封閉式電子霧化設備及電子霧化組件。

業 務

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「Vapresso」、「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進行的調查，就品牌知名度而言，我們的自有品牌APV「Vapresso」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。

我們的產品

十多年風雨兼程，我們的電子霧化設備於電子霧化領域名聞遐邇。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。作為傳統煙草製品的一種替代品，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製品相似。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。

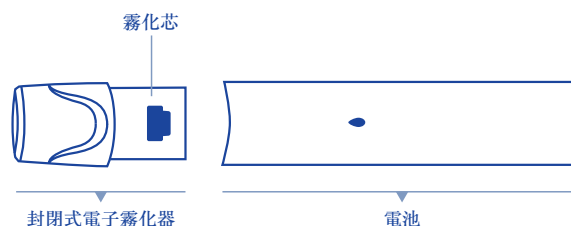
我們的電子霧化產品分為三個類別：(i)封閉式電子霧化設備，(ii)電子霧化組件，及(iii)開放式電子霧化設備。

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（其來自供應商而並非由我們製造））及(ii)電池組成的電子霧化設備。封閉式電子霧化器

業 務

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了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

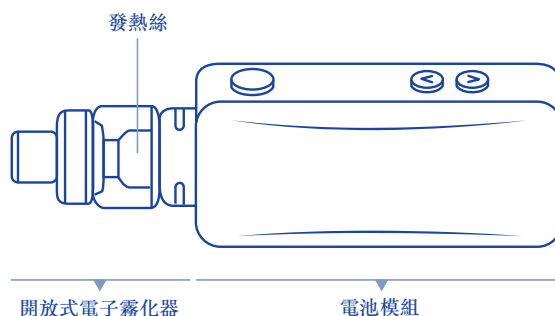
我們為加熱不燃燒產品製造電子霧化組件(封閉式電子霧化器及電池)。加熱不燃燒產品指一種使用由電池驅動的加熱系統的設備，可通過加熱煙草，從而產生含有尼古丁的霧化汽。鑒於加熱不燃燒市場的增長趨勢，我們於2017年5月開始與日本煙草(全球煙草公司及我們的主要客戶之一)合作，透過製造加熱不燃燒產品的電子霧化組件進軍加熱不燃燒市場。與傳統加熱不燃燒產品不同，我們製造並非直接加熱煙草的加熱不燃燒產品的電子霧化組件。相反，其產生霧化汽後通過並加熱含有尼古丁的煙草膠囊。該加熱不燃燒產品的示例如下：



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該等組件。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：



業 務

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，且其後，會對擬發佈之新產品進行可行性評估。於項目獲內部批准後，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。

業 務

研發能力

我們通過研發平台銷售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，我們的三個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。基於有關研究成果，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。

下表說明三個基礎研究院的詳情及研究領域：

研究院	租賃或自有	總建築面積(平方米)	員工人數	設備數量	主要設備	研究領域
深圳基礎研究院	租賃	4,500	77	289	場發射掃描電子顯微鏡、帶有光束驅動器及光束光譜儀的液相色譜—質譜儀	霧化原理及機理研究，包括研究電子霧化的目的、過程及結果以及吸霧化汽對人體的影響 ⁽¹⁾
長沙基礎研究院	自有 ⁽²⁾	4,748	41	154	波長色散X射線熒光光譜儀、閃光導熱儀	電子霧化過程研究，專注於新加熱材料
唐山基礎研究院	自有 ⁽³⁾	2,867	27	102	掃描電子顯微鏡、真空／脫脂／氣壓燒結爐	電子霧化過程研究，專注於新加熱材料及新材料的製造過程

附註：

- (1) 深圳基礎研究院亦負責其他兩個研究院之間的協調。
- (2) 收購成本為約人民幣37.0百萬元。
- (3) 收購成本為約人民幣10.5百萬元。

業 務

憑藉我們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，我們可透過眾多產品線產生並實現創新理念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就其新產品展開合作。

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，可更高效及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加熱技術「FEELM」，其將金屬薄膜與陶瓷導體相結合，從而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可以施加溫度的寬幅加熱表面，從而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、南非及其他國家。於2018年9月，「FEELM」榮獲《煙業通訊》(Tobacco Reporter)及Vapor Voice Magazine授予「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年以來前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、應用及保護措施、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性及質量而言，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。

業 務

截至最後實際可行日期，我們擁有三所研究院的先進研發資源及擁有逾634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1,500項，其中已獲授700多項專利。見「知識產權」。

於2016年、2017年、2018年及2019年，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277.4百萬元，分別佔我們各年度總收益的2.1%、3.9%、3.1%及3.6%。

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，以掌握最前沿的知識，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。

業 務

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191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，這使我們能提供更好的服務。另外，我們拜訪我們的客戶，不僅向其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支持。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，因此我們能與客戶建立關係，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2019年，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157.7百萬元，分別佔我們各年度總收益的2.6%、3.2%、2.9%及2.1%。我們2016年、2017年、2018年及2019年的分銷及銷售開支中營銷開支分別為人民幣4.8百萬元、人民幣7.4百萬元、人民幣16.7百萬元及人民幣42.4百萬元。

業 務

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。下表載列於所示年度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							
	2016年		2017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	%
美國 ⁽¹⁾	354,613	50.1	668,766	42.7	1,386,966	40.4	1,661,981	21.8
中國	120,203	17.0	187,115	12.0	407,686	11.9	1,588,703	20.9
香港 ⁽²⁾	60,597	8.6	240,255	15.3	546,987	15.9	2,010,165	26.4
日本	66	—*	153,749	9.8	443,356	12.9	605,003	7.9
瑞士	127,156	18.0	110,860	7.2	174,520	5.1	606,957	8.0
英國	8,138	1.2	22,519	1.4	66,264	1.9	508,675	6.7
法國	8,567	1.2	62,587	4.0	93,646	2.7	146,291	1.9
以色列	7,667	1.1	6,365	0.4	342	—*	13,113	0.2
韓國	122	—*	4,528	0.3	22,651	0.7	97,035	1.3
馬來西亞	1,223	0.2	3,685	0.2	2,690	0.1	44,956	0.6
加拿大	1,042	0.1	5,795	0.4	15,774	0.5	33,030	0.4
德國	1,154	0.2	7,823	0.5	29,244	0.9	16,916	0.2
其他 ⁽³⁾	16,706	2.3	91,143	5.8	243,583	7.0	277,776	3.7
總計	<u>707,254</u>	<u>100.0</u>	<u>1,565,190</u>	<u>100.0</u>	<u>3,433,709</u>	<u>100.0</u>	<u>7,610,601</u>	<u>100.0</u>

* 指少於0.1%

附註：

- (1) 就我們的董事所深知，我們於2016年、2017年、2018年及2019年直接或間接運輸至美國產品的所得收益分別約為人民幣391.5百萬元、人民幣781.3百萬元、人民幣1,797.8百萬元及人民幣3,539.4百萬元，分別佔各自年度總收益的約55.4%、49.9%、52.4%及46.5%。
- (2) 香港所得收益乃以再出口或轉運為基準，且就我們所深知，概無我們的產品於香港進行分銷或出售。我們於香港註冊成立之客戶主要負責我們海外客戶的轉運或貿易公司。根據2019年於香港註冊客戶產生的收益，有關產品的約93.4%乃發往美國。就往績記錄期所有透過香港出口的產品（包括出售予於香港及其他國家／地區註冊客戶的產品）而言，其大部分已發往美國及日本。
- (3) 概無劃分至其他項下之國家／地區貢獻之收益佔我們於往績記錄期任何年度的總收益超過2%。我們的出口銷售乃以工廠交貨、船上交貨價或貨交承運人為基準進行。據我們深知，我們並不知悉劃分至其他項下之任何國家／地區於我們與於該等國家／地區註冊的客戶進行業務期間已全面禁止電子煙。

業 務

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，包括全球領先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。就董事所深知（除本文所披露者外），本集團前五大客戶與本公司、其附屬公司、彼等之股東、董事、高級管理層或彼等各自之聯繫人並無任何過往或現時關係（包括但不限於家庭、業務、僱傭、財務及其他關係）。

下表載列於往績記錄期有關我們前五大客戶之資料。

截至2016年12月31日止年度

客戶	背景	經營規模及財務狀況	地址	合作年期	信貸期及付款方式	產生自客戶之收益 (人民幣千元)
客戶A	一間於東京證券交易所公開交易之公司及領先國際煙草公司，亦從事製藥、房地產及加工食品等其他業務	該公開交易之公司截至2019年12月31日的淨資產約為27,436億日圓及於2019年的收益約為21,756億日圓	日本	五年	淨30天	215,886
客戶B	一間於紐約證券交易所公開交易公司之附屬公司，其專注於向煙草消費者開發及營銷電子霧化產品，但已於2018年停止其電子霧化業務	該公開交易之公司截至2019年12月31日的淨資產約為63億美元及於2019年的收益約為251億美元	美國	五年	淨30天	206,189
Shenzhen iMiracle Technology Co., Ltd.	一間將互聯網電子商務作為其核心業務之交易公司及領先的一站式電子煙B2B線上商城之一	該客戶的註冊資本為人民幣50.0百萬元	中國	五年	淨30天	43,845
SVI Global Tech Limited	一間從事多種業務（包括供應鏈、OEM及測試服務），及主要幫助海外客戶自亞洲採購產品之公司	於2019年，該客戶的收益約為300.0百萬元	香港	七年	預付款	36,873
客戶E	一名向知名電子煙製造公司提供服務之電子煙分銷商	該客戶的註冊資本為人民幣63.0百萬元	中國	五年	預付款	18,205

業 務

截至2017年12月31日止年度

客戶	背景	經營規模及 財務狀況	地址	合作 年期	信貸期及 付款方式	產生自客戶 之收益 (人民幣 千元)
客戶A	一間於東京證券交易所公開交易之公司及領先國際煙草公司，亦從事製藥、房地產及加工食品等其他業務	該公開交易之公司截至2019年12月31日的淨資產約為27,436億日圓及於2019年的收益約為21,756億日圓	日本	五年	淨30天	397,649
客戶B	一間於紐約證券交易所公開交易公司之附屬公司，其專注於為煙草消費者開發及營銷電子霧化產品，但已於2018年停止其電子霧化業務	該公開交易之公司截至2019年12月31日的淨資產約為63億美元及於2019年的收益約為251億美元	美國	五年	淨30天	262,573
客戶F	一間創新國際電子煙公司，亦從事研發、製造及銷售高科技保健品及服務及我們位於香港的分銷商之一	該客戶已發行股本為500,000港元	香港	五年	淨60天	132,469
客戶G	一間於OTCQB Venture Market (「OTCQB」) 公開交易之公司的附屬公司及於美國提供霧化解決方案的領先吸入科技公司及一名領先的電子霧化產品分銷商	該公開交易之公司於2019年的收益約為120.0百萬美元及於截至2019年12月31日的權益總額超過200.0百萬美元	美國	四年	淨40天	121,866
SVI Global Tech Limited	一間從事多種業務(包括供應鏈、OEM及測試服務)，及主要幫助海外客戶自亞洲採購產品之公司	於2019年，該客戶的收益約為300.0百萬美元	香港	七年	預付款	112,514

業 務

截至2018年12月31日止年度

客戶	背景	經營規模及 財務狀況	地址	合作 年期	信貸期及 付款方式	產生自客戶 之收益 (人民幣 千元)
客戶A	一間於東京證券交易所公開交易之公司及領先國際煙草公司，亦從事製藥、房地產及加工食品等其他業務	該公開交易之公司截至2019年12月31日的淨資產約為27,436億日圓及於2019年的收益約為21,756億日圓	日本	五年	淨30天	711,169
客戶G	一間於OTCQB公開交易之公司的附屬公司及於美國提供霧化解決方案的領先吸入科技公司及一名領先的電子霧化產品分銷商	該公開交易之公司於2019年的收益約為120.0百萬美元於截至2019年12月31日的權益總額超過200.0百萬美元	美國	四年	淨40天	418,536
客戶H	一間於倫敦證券交易所公開交易之公司的附屬公司及領先的國際捲煙及煙草製造公司	該公開交易之公司截至2019年12月31日的淨資產約為642億英鎊及於2019年的收益約為259億英鎊	英國	兩年	發貨後30天 ／淨60天	292,560
KushCo Holdings, Inc.	一間於OTCQB公開交易之公司，其從事藥品包裝	截至2019年8月31日止財政年度，該公開交易之公司的收益約為149.0百萬美元	美國	兩年	預付款	254,699
客戶B	一間於紐約證券交易所公開交易公司之附屬公司，其專注於為煙草消費者開發及營銷電子霧化產品，但已於2018年停止其電子霧化業務	該公開交易之公司截至2019年12月31日的淨資產約為63億美元及於2019年的收益約為251億美元	美國	五年	淨30天	221,475

業 務

截至2019年12月31日止年度

客戶	背景	經營規模及 財務狀況	地址	合作 年期	信貸期及 付款方式	自客戶產生 之收益 (人民幣 千元)
SVI Global Tech Limited	一間從事多種業務(包括供應鏈、OEM及測試服務)，及主要幫助海外客戶自亞洲採購產品之公司	於2019年，該客戶的收益為約300.0百萬美元	香港	七年	預付款	1,192,888
客戶H	一間於倫敦證券交易所公開交易之公司的附屬公司及領先國際捲煙及煙草製造公司	該公開交易之公司截至2019年12月31日的淨資產約為642億英鎊及於2019年的收益約為259億英鎊	英國	兩年	淨60天	1,147,565
客戶A	一間於東京證券交易所公開交易之公司及領先國際煙草公司，亦從事製藥、房地產及加工食品等其他業務	該公開交易之公司截至2019年12月31日的淨資產約為27,436億日圓及於2019年的收益約為21,756億日圓	日本	五年	淨30天	959,739
客戶J	從事電子煙業務的集團公司之聯屬公司並為中國最大封閉式電子霧化設備品牌	於該集團公司的所有聯屬公司(包括客戶J)之註冊資本超過人民幣200.0百萬元	中國	兩年	淨30天	877,619
客戶G	一間於OTCQB公開交易之公司的附屬公司及於美國提供霧化解決方案的領先吸入科技公司及一名領先的電子霧化產品分銷商	該公開交易之公司於2019年的收益約為120.0百萬美元及於截至2019年12月31日的權益總額超過200.0百萬美元	美國	四年	淨40天	615,378

業 務

於往績記錄期，我們的前五大客戶於2016年、2017年、2018年及2019年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1,898.4百萬元及人民幣4,793.2百萬元，分別佔各自年度總收益的73.7%、65.6%、55.3%及63.0%。我們於2016年、2017年、2018年及2019年的最大客戶分別為各年度的總收益貢獻30.5%、25.4%、20.7%及15.7%。尤其是，SVI Global Tech Limited之收益貢獻由2016年的人人民幣36.9百萬元增至2017年的人人民幣112.5百萬元，此乃由於2016年的訂單因其下游客戶（其透過SVI Global Tech Limited採購我們製造的產品）經歷財政困難而減少。於2017年，該名下游客戶因其財務狀況變好及美國市場增長而增加其訂單。SVI Global Tech Limited的收益貢獻由2018年的人人民幣142.5百萬元大幅增至2019年的人人民幣1,192.9百萬元，乃由於其向終端客戶之銷售因提供含有我們陶瓷加熱技術的產品而增加。此外，我們於2018年開始與客戶H進行合作，且其收益貢獻由2018年的人人民幣292.6百萬元大幅增長至2019年的人人民幣1,147.6百萬元，原因為(i)我們於2018年5月才開始與客戶H之業務安排及(ii)客戶H繼續擴展其業務且於2019年能夠於包括歐洲市場在內之合計27個市場銷售其電子霧化產品。

自2015年起，我們逐步與2019年我們的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，亦是彼等的產品研發合作夥伴。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，因此我們能夠增加客戶的銷售額及維持我們與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的增長機遇。

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往績記錄期我們的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模式下企業客戶之間的安排

定價策略

就向ODM模式下我們的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。除非獲授予信貸期，否則我們的企業客戶需於交付前支付所有預付款項。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生產及供應協議以根據彼等之指示製造產品。於2016年、2017年、2018年及2019年，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21.6%。

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，我們將把樣品送至有關企業客戶指明的研究所。有關企業客戶有權要求對商品及工廠進行檢查。

業 務

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，或者不符合其他方面要求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就相應的問題採取補救措施。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，則有關企業客戶有權終止訂單，其後，我們應向有關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。

協議或採購訂單中載列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就該違反行為進行補救，或(ii)違反協議導致無法補救，包括但不限於違反協議中之知識產權規定或保密信息規定，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，否則有關協議將根據各自協議自動連續續期。

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

我們透過分銷商分銷我們面向零售客戶銷售的自有品牌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，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。根據弗若斯特沙利文的資料，於電子霧化行業使用分銷模式屬行業常規。此乃由於(i)由於超過90%的電子霧化設備乃由中國製造商發貨運輸，而產品消費的主要地區為美國、歐盟及英國。與當地分銷商合作於該等地區進行產品銷售效率更高及更具成本效益；(ii)與電子霧化設備製造商相比，當地分銷商擁有完善的銷

業 務

售渠道及客戶群，且可更好地解決終端消費者的可能需求及售後諮詢，同時向製造商報告最新的消費者趨勢及偏好；及(iii)監管環境因國家及地區而異，且通過使用分銷模式，電子霧化設備製造商可就認證及銷售授權豁免進行相關申請流程。

截至2019年12月31日，我們於全球擁有260家分銷商，彼等主要位於美國、法國及英國。就董事所深知(除本文所披露者外)，分銷商與本公司、其附屬公司、彼等股東、董事、高級管理層或彼等各自之聯繫人並無任何過往或現時關係(包括但不限於家庭、業務、僱傭、財務及其他關係)。於2016年、2017年、2018年及2019年，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31.0%。我們於貨品控制權轉讓(即貨品已運至分銷商指定地點)時確認向分銷商的銷售所得收益。

於2017年，由於分銷商數量不斷增加，為避免我們分銷商之間的跨區域競爭、規管市價及建立更優化分銷模式，我們開始與戰略合作分銷商訂立書面協議，包括分銷協議、價格控制承諾函、供應及回扣協議或諒解備忘錄。根據我們與戰略合作分銷商之合作年期、銷量及合作往績記錄已甄選出之戰略合作分銷商乃為我們最具價值之分銷商。因此，同年，我們開始將與我們直接合作之一級分銷商分為戰略合作分銷商及常規分銷商。於2017年、2018年及2019年，我們分別有六家、七家及36家戰略合作分銷商，且彼等收益貢獻分別佔我們總收益的17.6%、27.8%及24.1%，或分別佔通過我們的分銷模式產生的總收益的39.6%、55.1%及76.0%。於同年，我們分別有250家、312家及224家常規分銷商，收益貢獻分別佔我們總收益的26.8%、22.6%及7.6%，或分別佔通過我們的分銷模式產生的總收益的60.4%、44.9%及24.0%。

業 務

下表載列於所示年度於各地理位置我們分銷商的數量及彼等相應的收益貢獻：

	截至12月31日止年度							
	2016年		2017年		2018年		2019年	
	分銷商 數量	收益貢獻 百分比	分銷商 數量	收益貢獻 百分比	分銷商 數量	收益貢獻 百分比	分銷商 數量	收益貢獻 百分比
美國	37	5.7	66	15.4	67	28.6	51	19.2
中國	29	14.8	13	11.6	11	8.9	11	5.2
香港 ⁽¹⁾	8	2.5	12	7.8	13	2.3	15	1.1
日本	2	—*	4	0.1	8	0.1	3	—*
瑞士	1	—*	1	—*	3	—*	5	—*
英國	13	0.9	25	1.3	29	1.1	22	0.6
法國	10	1.2	17	1.8	24	2.7	19	1.9
其他 ⁽²⁾	45	1.9	118	6.5	164	6.8	134	3.0
總計	145	26.9	256	44.4	319	50.4	260	31.0

* 少於0.1%

附註：

- (1) 香港所得收益乃以再出口或轉運為基準，且就我們所深知，概無我們的產品於香港進行分銷或出售。我們於香港註冊成立之客戶主要負責我們海外客戶的轉運或貿易公司。根據2019年於香港註冊客戶產生的收益，有關產品的約93.4%乃發往美國。就往績記錄期所有透過香港出口的產品（包括出售予於香港及其他國家／地區註冊客戶的產品）而言，其大部分已發往美國及日本。
- (2) 概無劃分至其他項下之國家／地區貢獻之收益佔我們往績記錄期任何年度的總收益超過2%。

定價策略

我們專注於控制對終端消費者的最終銷售價格。我們通常取決於訂單量及產品類別以介乎建議零售價的約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。具體而言，就战略合作分銷商而言，較提供予常規分銷商的價格，我們可能提供不超過20%的折扣。就已經取得若干業績的战略合作分銷商而言，我們通常可提供不超過7%的優惠折扣。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。

業 務

分銷商的甄選及評估標準

我們根據若干標準甄選及評估分銷商，其中包括：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。於往績記錄期，我們透過參加展會、前往目標國家調查潛在分銷商及進行線上尋找獲得新分銷商。我們與戰略合作分銷商訂立書面協議，包括分銷協議、價格控制承諾函、供應及回扣協議或諒解備忘錄，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常規分銷商進行我們的業務。根據弗若斯特沙利文的資料，下游公司透過採購訂單基準與上游賣方進行業務為行業規範。我們通常按照相關協議訂明的基準與我們的戰略合作分銷商重續協議。於往績記錄期，主要為擴展我們銷售網絡的覆蓋範圍，分銷商數量有所增加，且因分銷商政策調整或因彼等未能完成我們的業務目標，我們已與部分分銷商終止合作。

下表載列於所示年度我們分銷商的總數量：

	截至12月31日止年度			
	2016年	2017年	2018年	2019年
年初分銷商	12	145	256	319
— 戰略合作分銷商 ⁽¹⁾	—	—	6	7
— 常規分銷商	12	145	250	312
加：	133	182	153	122
— 新戰略合作分銷商	—	—	—	6
— 自常規分銷商轉變為戰略合作 分銷商	—	6	1	23
— 新常規分銷商 ⁽²⁾	133	176	152	93
減：	—	71	90	181
— 終止合作的戰略合作分銷商 ⁽³⁾	—	—	—	—
— 終止合作的常規分銷商 ⁽⁴⁾	—	65	89	158
— 自常規分銷商轉變為戰略合作 分銷商 ⁽¹⁾⁽⁵⁾	—	6	1	23
年末分銷商	145	256	319	260
— 戰略合作分銷商	—	6	7	36
— 常規分銷商	145	250	312	224

業 務

附註：

- (1) 「戰略合作分銷商」指與我們簽訂分銷協議、價格控制承諾函、供應及回扣協議或諒解備忘錄的戰略合作分銷商，包括首次與我們開展業務的新戰略合作分銷商或自常規分銷商處轉變的戰略合作分銷商。
- (2) 「新常規分銷商」包括首次與我們進行業務的常規分銷商及與我們再次開始業務的已終止合作的常規分銷商。
- (3) 「終止合作的戰略合作分銷商」指與我們的書面協議已終止之戰略合作分銷商。
- (4) 「終止合作的常規分銷商」指自上一財政年度末起未曾下達任何訂單的常規分銷商。
- (5) 倘常規分銷商變更為戰略合作分銷商，我們將於本年度計算常規分銷商時不計入該等分銷商。

我們常規分銷商的數量乃按採購訂單基準計算（如一名分銷商已於該財政年度下達一起訂單）。倘常規分銷商自上一財政年度末並無下達任何訂單，則該常規分銷商被視為終止合作。由於我們通常根據採購訂單基準而不是通過與常規分銷商訂立書面協議與彼等進行業務，因此我們採用該計算方法。其性質已變更為戰略合作分銷商的常規分銷商不再計入本年度常規分銷商數目內。我們根據與戰略合作分銷商於年內訂立或終止之書面協議數量計算彼等數量。該等新增戰略合作分銷商可包括首次與我們進行業務的分銷商及自常規分銷商轉變的戰略合作分銷商。

自2016年至2018年，我們分銷商的數量有所增加。然而，我們分銷商由截至2018年12月31日的319名減少至截至2019年12月31日的260名，乃因為(i)於2019年，部分常規分銷商並無下達任何訂單，及(ii)作為渠道優化行動的一部分，我們終止與部分常規分銷商合作以更集中於優質分銷商。然而，我們每年仍然擁有大量新分銷商，乃由於(i)我們不斷向新市場擴張；(ii)本行業發展導致需求增加；(iii)我們主要通過參加展會及憑藉我們聲譽良好的產品吸引分銷商；及(iv)倘已終止合作的常規分銷商再次開始向我們下達訂單，則彼等成為新的分銷商。

與分銷商的協議

我們與戰略合作分銷商的協議包括標準分銷協議中包含的典型條款，根據有關協議，我們的分銷商採購我們的產品後售予終端客戶。我們的分銷商為我們的買家，並非我們的法定代表、代理或合夥人。部分分銷商運營有彼等的自有零售店。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、使用我們擁有的商標

業 務

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。

我們為戰略合作分銷商設立若干業績目標，並且我們將為實現業績目標的該等分銷商提供不超過7%的回扣。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。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，可按個案基準與個別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。

我們通常不會與分銷商訂立任何長期協議。我們與分銷商的書面協議通常包括以下主要條款：

- **期限：**一年，可根據雙方協議續期。
- **分銷權：**根據分銷協議，各分銷商有權於授權地區內運營經銷店。該權利通常屬非專有權利，儘管我們已授予於若干國家銷售我們產品的專有權利。為避免與我們的分銷商的競爭，我們不允許分銷商於彼等獲授權地區外進行銷售，惟以其他方式獲得我們的批准除外。此外，為避免市場蠶食，我們會根據銷售潛力和覆蓋率評估區域市場可容納的分銷商數量，且我們將據此控制分銷商數量。
- **知識產權的使用：**獲授權使用我們的商標及其他知識產權的分銷商，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：**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。終止合作的分銷商可繼續銷售該等已向我們購買而未出售的產品。
- **付款及信貸條款：**我們的分銷商（除擁有批准信用額度之分銷商外）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通知分銷商。倘分銷商於書面通知列明的指定時間內未能付款，則需澄清延誤的原因。倘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。

業 務

我們就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天的信貸期。

- **退貨及過時庫存安排：**除非存在質量缺陷，否則分銷商不可就未售產品向我們退貨。倘分銷商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。我們後續可能允許分銷商退還未售出的商品或為其下次購買提供扣減。根據弗若斯特沙利文的資料，我們的退貨政策乃與電子霧化行業的行業慣例一致。於往績記錄期，我們並未因產品缺陷而遇到任何重大銷售退貨或向我們的分銷商提供任何扣減。就我們的滯銷存貨而言，分銷商通常通過自費及酌情促銷或處置該等存貨而銷售存貨。
- **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：**分銷商通常需要滿足最低採購金額，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，此乃考慮終端消費者之實際需求以避免庫存累積。我們根據(i)分銷商的歷史銷售記錄，(ii)通過參加展會、拜訪客戶及行業報告對未來增長潛力的理解，及(iii)通過訪問若干分銷商記錄系統而獲取購買、存貨及銷售數據來評估各個市場的需求。

分銷商管理

作為我們分銷商管理系統的一部分，我們積極監督分銷商的運營，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，以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。儘管售予分銷商的产品不再計入我們的存貨，但為防止渠道填塞，我們已採納若干措施以定期評估分銷商庫存水平。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

業 務

的其他分銷商而言，彼等將根據我們的要求向我們定期提供彼等庫存水平報告。我們通常按月作出相關要求。我們亦與分銷商保持頻繁通信，包括電話、電子郵件及現場走訪。此外，我們會為我們部分分銷商的促銷活動提供支持，以幫助彼等銷售庫存量高的產品。有關支持包括提供銷售折扣及推廣材料。我們並未將該等措施應用於終止合作的分銷商。

- **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書面協議。
- **現場檢查：**為確保全面遵守我們的零售政策及經營程序，我們通常每月會進行檢查以監控分銷商的服務質量，並通知分銷商就不符合我們標準的方面需採取的整改措施。就主要分銷商而言，我們會每週進行檢查（視乎實際需求及供應而定）。舉例而言，於發佈新產品之前，為及時取得市場反饋，我們的銷售團隊將走訪該等分銷商之店舖以審查推廣及營銷材料、產品展示以及彼等之存貨水平。
- **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書面協議，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，且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。

截至最後實際可行日期，我們已運營十個租賃生產基地，總建築面積約為143,776平方米。如下表所列，該等生產基地的租賃條款有所不同，且基於目前需求及預期未來前景，我們並無計劃提前終止有關租賃。我們的十個專業及大型生產基

業 務

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，就面向企業客戶銷售而言，我們每月可生產超過1億個標準單位。

下表載列我們十個生產基地的詳情：

位置	總建築		租期屆滿日期	月租	運營日期	製造的產品
	面積	租期				
	(平方米)	(月)		(人民幣元)		
生產基地1 深圳寶安區	1,600	60	2022年9月14日	37,618	2009年9月	封閉式電子霧化設備及電子霧化組件
生產基地2 深圳寶安區	14,163	108	2028年8月30日	410,727	2019年12月	封閉式電子霧化設備
生產基地3 深圳寶安區	11,000	60	2023年7月31日	459,897	2018年9月	封閉式電子霧化設備
生產基地4 深圳寶安區	22,000	64	2022年11月30日	926,539	2017年12月	封閉式電子霧化設備及電子霧化組件
生產基地5 深圳寶安區	10,008	60	2023年2月28日	319,141	2014年4月	封閉式電子霧化設備
生產基地6 深圳寶安區	15,474	36	2022年8月4日	842,833	2019年12月	封閉式電子霧化設備
生產基地7 深圳寶安區	7,969	45	2023年3月31日	330,222	2018年5月	開放式電子霧化設備
生產基地8 東莞長安鎮	9,980	60	2023年8月31日	264,511	2013年9月	封閉式電子霧化設備及電子霧化組件
生產基地9 東莞長安鎮	26,780	60	2023年12月1日	863,333	2019年2月	電子霧化組件
生產基地10 東莞洪梅鎮	24,803	60	2024年3月31日	527,080	2019年5月	陶瓷及其他中間產品

我們會為若干主要客戶分配專屬生產工廠。生產區域的分配部分按客戶指示部署且旨在保障該等產品及有關生產流程的專有性。倘我們需要重新搬遷我們的生產工廠，則相關分配亦限制了受影響的客戶數量。鑒於我們其他生產基地可彌補搬遷的生產基地的產量，我們認為任何該等影響將並不重大，且我們將會提前獲得搬遷通知，其將使我們擁有足夠的時間尋找到符合我們需求之工廠。另外，通過與地方政府保持良好的溝通，倘我們需要重新搬遷，我們將能夠提前獲得通知並及時尋找到可租用之新物業以避免損失。

業 務

生產流程

我們擁有一體化生產控制及供應鏈管理系統供我們密切監察生產流程中所有關鍵環節。我們的精簡化及標準化生產流程採用自動化技術，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，我們已就於深圳市寶安區西鄉自一名獨立第三方處租賃的僅用於製造日本煙草所要求產品的一個大型綜合生產基地，與我們的主要客戶之一日本煙草建立戰略合作關係。根據我們與日本煙草的生產及供應協議，我們採購了具有指定設計和佈局的若干設備，並同意未經日本煙草的事先書面同意不得修改設備及約定的產品工藝參數。我們將僅使用日本煙草認可的設備及材料為日本煙草生產產品，並應遵守日本煙草書面合理要求的所有說明、輸入、要求及質量保證標準以及控制。自將該等產品交付給日本煙草或其指定人後，日本煙草將於收到我們出具的發票後在指定的期限內針對各類產品支付產品價格。所有付款均通過電匯至我們於中國的賬戶作出。該協議會連續一年自動續訂，除非任何一方在初始期限或任何續訂期結束前至少六個月提供了不續訂的書面通知。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，我們的工廠配備有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。

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，從而可以迅速應對客戶不斷變化的需求。

產能及利用率

下表載列於所示年度我們的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：	截至12月31日止年度											
	2016年			2017年			2018年			2019年		
	設計產能 ⁽¹⁾ (標準單位)	實際產量 (標準單位)	利用率 ⁽²⁾ (%)	設計產能 ⁽¹⁾ (標準單位)	實際產量 (標準單位)	利用率 ⁽²⁾ (%)	設計產能 ⁽¹⁾ (標準單位)	實際產量 (標準單位)	利用率 ⁽²⁾ (%)	設計產能 ⁽¹⁾ (標準單位)	實際產量 (標準單位)	利用率 ⁽²⁾ (%)
面向企業客戶銷售 . . .	220,454,400	145,428,249	66.0	294,286,280	261,860,774	89.0	647,215,300	513,902,431	79.4	1,126,315,902	703,959,164	62.5
電子霧化設備 . . .	165,230,400	124,748,978	75.5	178,835,280	138,990,397	77.7	297,191,300	206,945,788	69.6	592,606,352	428,901,115	72.4
電子霧化組件 . . .	55,224,000	20,679,271	37.4	115,451,000	122,870,377	106.4	350,024,000	306,956,643	87.7	533,709,550	275,058,049	51.5
面向零售客戶銷售 ⁽³⁾ . . .	6,000,000	1,245,336	20.8	11,450,000	4,943,763	43.2	19,200,000	10,224,648	53.3	25,350,000	12,521,775	49.4

業 務

附註：

- (1) 設計產能乃根據我們生產線每小時之設計產能計算。於計算時，我們假設(i)我們所有生產基地每年運營300天，及(ii)我們每天運營八小時。我們亦考慮了生產線轉換時間，因為我們有時在製造不同產品時需切換生產線。
- (2) 利用率乃按我們各年度之實際產量除以同年之設計產能計算。利用率超過100%乃由於(i)市場需求增加及單一產品之大批量生產，其使得我們縮短了整體生產線轉換時間且提高了生產效率，及(ii)由於加班安排，相關生產基地的運營時間超過八小時。
- (3) 面向零售客戶銷售包括銷售我們的自有品牌APV。

於2016年，面向零售客戶銷售之相對較低利用率乃主要由於我們面向零售客戶之業務於該年開始。於2019年，面向零售客戶銷售的利用率略微下降，乃因為我們於2018年8月後開始將整個工廠投入生產我們的自有品牌APV。於2018年8月前，我們的自有品牌APV與其他產品乃於一個工廠進行生產。於2018年及2019年，面向企業客戶銷售的利用率下降乃主要由於我們於深圳寶安區新安新工廠於2018年開始運營及我們於廣東東莞長安及深圳寶安區的四處新工廠於2019年開始運營。我們的新工廠通常擁有三個月的過渡期。整體而言，於往績記錄期，我們的產能逐步提升。

下表載列於所示年度我們的各生產基地就生產產品數目及利用率而言的年度產能概要。

生產基地：	截至12月31日止年度											
	2016年			2017年			2018年			2019年		
	設計產能 ⁽¹⁾	實際產量	利用率 ⁽²⁾	設計產能 ⁽¹⁾	實際產量	利用率 ⁽²⁾	設計產能 ⁽¹⁾	實際產量	利用率 ⁽²⁾	設計產能 ⁽¹⁾	實際產量	利用率 ⁽²⁾
	(標準 單位)	(標準 單位)	(%)	(標準 單位)	(標準 單位)	(%)	(標準 單位)	(標準 單位)	(%)	(標準 單位)	(標準 單位)	(%)
生產基地1	98,400,000	60,016,674	61.0	148,900,000	116,874,316	78.5	87,984,000	83,747,046	95.2	74,256,000	92,549,492	124.6
生產基地2 ⁽³⁾	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
生產基地3	—	—	—	—	—	—	—	—	—	123,600,000	96,681,256	78.2
生產基地4	—	—	—	—	—	—	320,600,000	234,910,502	73.3	363,780,000	158,423,265	43.5
生產基地5	72,830,400	65,977,640	90.6	88,885,280	75,775,691	85.3	100,007,300	56,192,146	56.2	195,677,472	152,160,213	77.8
生產基地6 ⁽⁴⁾	—	—	—	—	—	—	—	—	—	20,944,880	5,931,224	28.3
生產基地7	—	—	—	—	—	—	8,400,000	4,404,193	52.4	25,350,000	12,521,775	49.4
生產基地8	55,224,000	20,679,271	37.4	67,951,000	74,154,530	109.1	149,424,000	144,873,192	97.0	122,457,550	125,935,358	102.8
生產基地9 ⁽⁵⁾	—	—	—	—	—	—	—	—	—	225,600,000	72,278,356	32.0
生產基地10 ⁽⁶⁾	—	—	—	—	—	—	—	—	—	410,791,500	250,015,680	60.9

業 務

附註：

- (1) 設計產能乃根據我們生產線每小時之設計產能計算。於計算時，我們假設(i)我們所有生產基地每年運營300天，及(ii)我們每天運營八小時。我們亦考慮了生產線轉換時間，因為我們有時在製造不同產品時需切換生產線。
- (2) 利用率乃按我們各年度之實際產量除以同年之設計產能計算。利用率超過100%乃由於(i)市場需求增加及單一產品之大批量生產，其使得我們縮短了整體生產線轉換時間且提高了生產效率，及(ii)由於加班安排，相關生產基地的運營時間超過了八小時。
- (3) 自2019年12月末開始營運以來，於往績記錄期概無數據。
- (4) 自2019年12月開始運營以來，於2016年至2018年概無數據。
- (5) 自2019年2月開始運營以來，於2016年至2018年概無數據。
- (6) 自2019年5月正式開始運營以來，於2016年至2018年概無數據。

於往績記錄期，我們生產基地的設計產能逐漸增長，乃主要由於安裝額外的生產線。然而，有兩處生產基地設計產能有所下降。具體而言，生產基地1的設計產能自2016年至2017年有所增加，但於2018年及2019年有所下降，原因為生產基地1無法再接納我們客戶不斷增加的訂單，所以我們將若干生產線搬遷至其他生產基地。此外，生產基地8的設計產能自2016年至2018年有所增長但於2019年有所下降，原因為我們調整其布局以生產另一類產品因此其於2019年8月及9月停產。

我們與日本煙草訂立協議以使用於深圳寶安區西鄉的指定生產基地生產其產品。該生產基地乃自獨立第三方租賃，且僅為日本煙草專門製造產品。我們無法向閣下保證我們的其他現有客戶或新客戶日後將不會就指定的生產基地要求類似的安排。

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，我們生產電子霧化產品的主要生產機器及設備的平均使用年期平均約為兩年。

業 務

為滿足客戶的要求，我們的生產流程需擁有高質量的產出，故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對有關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、辨識及應對市場趨勢並了解客戶需求，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，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銷售而言，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，我們預期自收購國有土地使用權至開始運營需耗時約兩年，其預期將於2024年開始運營。憑藉我們的大規模新生產基地，我們將能夠滿足客戶需求及我們業務快速增長的需求。我們預期使用新生產基地取代大部分租賃工廠。有關詳情，見「未來計劃及[編纂]—[編纂]」。

業 務

倉儲

截至最後實際可行日期，我們倉庫的總建築面積約為3,425平方米，其使我們擁有充裕的倉儲容量。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。我們已制定並嚴格遵守內部檢查指引。通常而言，我們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，並根據我們的預期發展制定採購計劃。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」。質量控制員工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往績記錄期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18.4%。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。

業 務

下表載列於往績記錄期有關我們前五大供應商之資料。

截至2016年12月31日止年度

供應商	背景	地址	合作年期	信貸期及 付款方式	我們採購之 金額 (人民幣千元)
供應商A	一間從事(i)銷售五金產品及其零件、成型工具、電子塑料產品, (ii)國內貿易, (iii)材料供應及營銷, 及(iv)進出口貨品及科技之公司	中國	11年	淨60天	41,523
供應商B	一間從事生產及銷售五金、金屬產品、文具、工藝禮品及機械以及進出口貨品之公司	中國	五年	淨30天	28,797
供應商C	一間以鋰電池為其核心業務之公司	中國	八年	淨30天	25,183
供應商D	一間涉及增長、採購、開發、處理、提取及生產農業首創產品(包括煙草及其他天然成分)之公司	德國	四年	淨30天	23,611
供應商E	一間紙業及包裝公司	中國	五年	淨30天	23,488

業 務

截至2017年12月31日止年度

供應商	背景	地址	合作年期	信貸期及 付款方式	我們採購之 金額 (人民幣千元)
供應商A	一間從事(i)銷售五金產品及其零件、成型工具、電子塑料產品, (ii)國內貿易, (iii)材料供應及營銷, 及(iv)進出口貨品及科技之公司	中國	11年	淨60天	94,641
供應商C	一間以鋰電池為其核心業務之公司	中國	八年	淨30天	71,691
供應商F	一間專注於向煙草消費者開發及營銷電子霧化產品之公司	美國	五年	發貨後30天	63,033
供應商G	一間從事銷售電子煙產品、數碼電子產品及醫療電子產品等產品之公司	中國	五年	淨30天	60,833
供應商H	一間從事設計、開發及銷售家用電器電子產品、集成電路及控制面板之公司	中國	四年	淨30天	48,458

業 務

截至2018年12月31日止年度

供應商	背景	地址	合作年期	信貸期及 付款方式	我們採購之 金額 (人民幣千元)
供應商A	一間從事(i)銷售五金產品及其零件、成型工具、電子塑料產品, (ii)國內貿易, (iii)材料供應及營銷, 及(iv)進出口貨品及科技之公司	中國	11年	淨60天	198,933
供應商C	一間以鋰電池為其核心業務之公司	中國	八年	淨30天	114,453
供應商G	一間從事銷售電子煙產品、數碼電子產品及醫療電子產品等產品之公司	中國	五年	交貨付款	82,884
供應商H	一間從事設計、開發及銷售家用電器電子產品、集成電路及控制面板之公司	中國	四年	交貨付款	82,368
供應商I	一間從事電子產品(包括移動通信、3C產品及電子煙)技術開發及銷售之公司	中國	五年	淨30天	78,068

業 務

截至2019年12月31日止年度

供應商	背景	地址	合作年期	信貸期及 付款方式	我們採購之 金額 (人民幣千元)
供應商C	一間以鋰電池為其核心業務之公司	中國	八年	淨30天	208,704
供應商A	一間從事(i)銷售五金產品及其零件、成型工具、電子塑料產品, (ii)國內貿易, (iii)材料供應及營銷, 及(iv)進出口貨品及科技之公司	中國	11年	淨60天	204,013
供應商I	一間從事電子產品(包括移動通信、3C產品及電子煙)技術開發及銷售之公司	中國	五年	淨30天	185,262
供應商J	一家從事智能包裝產品、包裝材料、包裝機械及環保生態包裝產品的技術開發及銷售之公司	中國	兩年	淨30天	99,654
供應商K	一家《財富》500強公司的附屬公司, 生產及銷售化學品、纖維及塑料、為塗料、粘合劑及特種塑料行業提供高質量的原材料, 並在全球範圍內供應醋酸纖維素	香港	兩年	完整預付款	92,043

我們的供應協議通常時限為一年，倘並無任何分歧，則協議將自動續約一年。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，則我們有權終止有關協議。

業 務

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退回供應商並由其修理或更換。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。

我們的供應商授出的付款條款視乎多種因素而異，包括下達訂單的規模。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，且我們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2016年、2017年、2018年及2019年，我們自我們前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789.7百萬元，分別佔各年度總採購成本的32.9%、36.1%、30.8%及25.5%。於2016年、2017年、2018年及2019年，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6.7%。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際可行日期於我們任何前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，以盡可能降低原材料價格。有關成本變動敏感度分析之資料，見「財務資料一

業 務

綜合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。另一方面，該客戶向我們提供原材料(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，故其不再為我們的客戶及供應商。根據與該客戶的終止業務安排結付的採購訂單的金額達約人民幣43.1百萬元。當我們與該客戶的業務安排於2018年結束，我們已根據該客戶之訂單籌備電子霧化設備的生產而產生生產成本，包括若干生產設備及原材料的採購成本、半成品及製成品的製造成本以及我們功能性團隊產生的間接開支。經友好協商後，該客戶同意就其提前終止其與我們的業務安排向我們支付賠償。有關賠償項目乃根據有關框架協議項下的終止條款作出。

約人民幣25.6百萬元的賠償淨收益乃錄入為其他收入項下的客戶賠償收入。我們收取有關淨收益的原因為有關賠償不僅包括我們產生的生產成本亦包括過去完成客戶出貨目標的獎金、上述間接開支及可能對我們造成的干擾。見「財務資料—綜合損益及全面收益表主要組成部分—其他收入」。

於我們就該客戶的採購訂單而早已採購的原材料中，其中若干早已投入生產。該等已使用原材料成本的賠償乃計入上述由該名客戶支付的賠償。就未使用的原材料而言，該客戶同意以收購價約人民幣8.7百萬元向我們購買未使用的原材料。我們就該採購所收到的採購價乃錄入為我們2019年收益的一部分，其如下表所列。

業 務

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			
	2016年	2017年	2018年	2019年
自該客戶的收益				
(人民幣千元) ⁽¹⁾	206,189	262,573	221,475	8,744
佔我們總收益的百分比	29.2%	16.8%	6.5%	0.1%
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)	31,398	23,931	38,959	1,895
佔我們總毛利的百分比	20.9%	7.5%	3.6%	0.1%

附註：

- (1) 由於該客戶購回若干已使用的原材料，故於2016年、2017年及2018年的部分收益乃於日常業務過程中賺取。2019年的收益則乃於提前終止合約後向該客戶銷售未使用的原材料所得。

於2016年、2017年、2018年及2019年，我們向該客戶銷售的毛利率分別為15.2%、9.1%、17.6%及21.7%，而我們於各年度向其他客戶銷售的毛利率分別為28.1%、30.4%、35.8%及44.1%。我們向該客戶銷售的毛利率低於向其他客戶銷售的毛利率乃由於(i)該客戶於2017年為一名OEM客戶，而OEM產品的利潤率通常較低；(ii)根據該客戶訂單生產所用的大部分原材料自該客戶指定供應商採購，這限制了原本在成本加定價模式下該等原材料可實現的毛利率；及(iii)該客戶產品所使用的加熱元件為銷售價格較低的傳統棉芯，而其他大多數客戶使用陶瓷加熱技術。

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，且銷售及服務概不相互關聯，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。

業 務

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23名員工。我們的質量控制團隊負責對我們的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權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。我們於交付後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

業 務

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(倘需要)，並於運輸過程中追蹤產品。

保修及售後服務

所有客戶反饋均轉交負責處理指定客戶相關反饋的相關銷售團隊。

我們為我們的產品提供保修。我們的保修期可能因客戶而異。就部分客戶而言，我們會提供三至12個月的保修期；就其他客戶而言，我們或會根據合約條款提供補償。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修費用。

於往績記錄期，我們於美國面臨兩宗產品責任索賠。該等索賠均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約145,000美元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賠償。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、產品召回令或其他處罰，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存貨貨齡。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、存貨構成及存貨週轉率。我們亦定期進行實物庫存盤點。高效率的存貨管理系

業 務

統可縮短我們產品投放到市場的時間、優化全價銷售、增加存貨週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，方會下達採購原材料的訂單。我們亦根據客戶的交貨日期計算採購訂單所需原材料的交付時間從而將產前原材料貯存時間減至最短。我們的存貨管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，包括紙箱及塑料袋等包裝材料，但此等材料成本並不重大。

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、2018年及2019年，我們的存貨週轉天數分別為74.8天、47.5天、45.8天及40.3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，藉此提高我們的運營效率。

我們已使用ERP系統，使眾多部門(包括財務、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。

業 務

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

我們根據僱員的需求以及反賄賂及腐敗政策提供定期培訓。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。

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、慣例及要求的約束。該等法律、法規、慣例及要求可能不時變動。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，並採取各種政策以確保遵守上市規則，包括但不限於風險管理、關連交易及信息披露等方面。

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。就於2019年的收益而言，儘管前五大參與者佔總市場份額的30.5%，而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

業 務

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。我們自一位獨立房地產開發商收購該物業，且截至最後實際可行日期，我們正通過該房地產開發商的協助以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。

我們亦已獲得廣東省江門市江海區一處佔地面積約為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「一策略一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(1)(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12月31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257,928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。所有業主均為獨立第三方。

業 務

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88,816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。該等具有所有權瑕疵的租賃物業乃用作我們的生產基地、倉庫、辦公場所、宿舍及食堂，且對我們的運營至關重要。該等具有所有權瑕疵的租賃物業生產及經營的安全狀況在所有重大方面均符合相關中國法律及法規，且我們為該等租賃物業支付的租金率與並無所有權瑕疵的物業的租金率並無實質性差異。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34.4%。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任何計劃。

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。於完成江門生產基地第一期建設後，我們亦可搬遷部分現有租賃工廠至江門生產基地。倘我們提前收到通知要求搬遷該等租賃物業，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，且搬遷將耗時約一或兩個月。搬遷成本乃根據以下各項計算：(i)倘所有現有租賃工廠需搬遷，則估計翻新費用約人民幣110.0百萬元，及(ii)我們相對較低的設備運輸成本，此乃由於我們的設備並非大型設備。上述翻新費用約人民幣110.0百萬元乃根據存在所有權缺陷的所有已租賃生產基地的原始裝修成本進一步計算得出。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。此外，根據租賃合約所要求，倘業主單方面終止租賃合約，除賠償外，我們將能夠提前獲得通知。

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相關物業且需要搬遷，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。董事認為，該等法律不當行為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

業務及行業的風險—由於我們租賃物業的所有權瑕疵，我們可能被迫搬遷，或者我們可能因未登記租賃協議而負上責任，從而可能導致我們的運營中斷並使我們受到處罰。」。

此外，由提前終止或上述法律不當行為而導致的搬遷不應對我們的產量產生重大不利影響，乃因為我們會提前通知以為搬遷做準備。於江門及深圳建立的新生產基地將能夠滿足正在搬遷的租賃物業的產量。倘我們於短時間內找不到替代物業，且鑒於我們通常保留生產基地的產能，則我們現有的生產基地亦將能夠滿足部分產量。於最壞情況下，倘我們的任何生產基地需要立即搬遷及並無任何事先通知，且現有的其他生產基地並無能力滿足產量，則我們預計將需要三個月左右完成搬遷。於該期間內，我們將就生產基地產生的相應收入及經營溢利產生虧損。以我們現有最大的生產基地為例，倘中斷生產三個月，根據2019年的平均每月銷售額及我們的純利率，預計將造成約人民幣362.5百萬元的收益虧損及約人民幣100.0百萬元的純利虧損，佔我們2019年純利的約4.6%。

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。有關進一步詳情，見「一法律及合規」。

知識產權

知識產權乃我們業務之基石。我們於開發及保護我們的知識產權上投入大量時間及資源。我們目前擁有與核心加熱技術、產品設計及材料應用相關的諸多知識產權。該等知識產權包括中國及海外的專利、商標、商業機密及其他所有權。重要知識產權的詳情載列於本文件附錄四「B.有關我們業務的進一步資料—2.本集團的知識產權」。

我們繼續投資廣泛認可之知識產權且已使我們獲得無數讚譽。於2017年，我們獲授深圳市知識產權局授予「深圳市知識產權優勢企業」證書。於2019年，我們獲授中國國家知識產權局授予「國家知識產權優勢企業」證書以及廣東省知識產權保護協會授予「廣東省知識產權示範企業榮譽」證書。此外，於2019年10月，就2018年之收益而言，我們成為自2013年以來前五大電子霧化設備製造商中唯一一家獲授中國國家知識產權局授予「中國專利獎」之企業，以表彰我們有關多孔陶瓷製備技術及應用之專利。

業 務

知識產權的保護

我們於戰略上優先考慮保護我們的知識產權，原因為我們認為該等保護對我們業務的可持續發展至關重要。我們通過定期提交專利及其他所有權申請來保護我們的研發及創新成果。截至最後實際可行日期，我們於中國及海外擁有700多項專利並提交1,500多項專利申請。我們認為，我們的知識產權條款足以涵蓋我們產品及服務的預期壽命。

我們已成立涵蓋我們陶瓷加熱技術之結構、形狀、材料、生產流程及其他方面之專利團隊。結合我們嚴密控制之技術機密，該等專利為我們的技術提供全面的知識產權保護。截至最後實際可行日期，就有關陶瓷加熱技術而言，我們於全球已申請超過180項專利，其中69項專利已獲授予。以我們第二代陶瓷加熱技術「FEELM」為例，於最後實際可行日期，我們於全球已申請超過43項專利，其中24項專利已獲授予。

就商標而言，我們擁有「Vapresso」、「Renova」、「Revenant Vape」及「FEELM」等品牌。該等品牌於電子霧化行業具有若干影響。截至最後實際可行日期，我們於全球已申請超過300個商標，其中223個商標已成功註冊。該等商標分佈於超過70個國家。

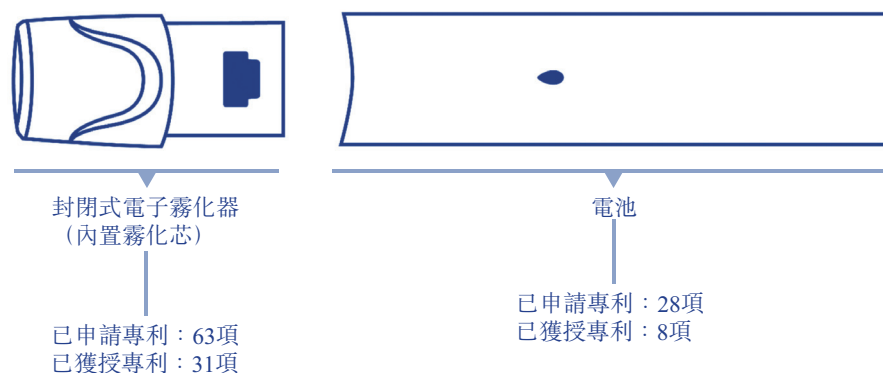
此外，我們建立了完善的商業機密保護體系，其通過在研發、生產及其他業務活動中進行嚴格的授權控制及機密保護，防止第三方洩露知識產權及未經授權進行抄襲。

我們倚賴專利、商標、版權及其他知識產權保護法以及公平交易常規及保密協議來保護我們於中國及海外的知識產權。通常，我們的僱員須簽署標準的僱傭合約，其中包含一項條款，規定我們擁有有關員工代表我們開發或創造的所有發明、商業機密、研發成果及其他工藝品。儘管我們已經採取預防措施，但第三方仍然可能侵犯我們的知識產權。第三方未經授權使用我們的知識產權及我們為防止有關未經授權使用而產生的成本，或可對我們的業務、財務狀況及經營業績造成不利影響。請參閱「風險因素—有關我們業務及行業的風險—我們的知識產權對我們的成功至關重要，且任何第三方侵犯我們的知識產權(反之亦然)可能對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響。」。此外，於往績記錄期及直至最後實際可行日期，我們尚未因侵犯知識產權而受到任何第三方起訴，並且我們尚不知悉任何與知識產權有關的威脅性重大訴訟或索賠。

業 務

知識產權保護示例—封閉式電子霧化設備

封閉式電子霧化設備主要由封閉式電子霧化器組成，其包括內置霧化芯及電池。作為我們知識產權保護的示例，下圖列出截至最後實際可行日期有關配備我們第二代加熱技術「FEELM」的封閉式電子霧化設備的專利及待批專利：



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已購買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，產品責任保險適用於我們於亞洲、北美、歐洲及其他各地區銷售的產品。此外，產品責任保險涵蓋(其中包括)使用我們產品時造成的財產損失及人身傷害賠償。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。

業 務

僱員

截至2019年12月31日，我們擁有10,540名全職僱員，彼等均位於中國。下表載列我們截至2019年12月31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	9,047	85.8
研發	615	5.8
辦公及行政	566	5.4
銷售及營銷	204	1.9
會計及財務	68	0.6
採購	40	0.4
總計	10,540	100.0

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僱主品牌，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。該等舉措將通過我們的業務營運所得現金獲得資金。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，以擴展彼等專業技能及專業知識。見「一環境、社會及管治」。

於往績記錄期，我們已通過與第三方招聘代理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%，而派遣僱員只可擔任臨時、輔助或可替代職位。

業 務

於往績記錄期，我們的業務規模迅速增長，因此我們對勞動力的需求亦迅速增長。同時，我們於若干生產流程中的員工週轉率相對較高。勞務派遣安排透過使我們能更輕易地為有關輔助及替代職位維持充足且靈活的勞動力同時減少員工招聘時花費的時間及人力從而有助於我們滿足我們的運營需求。

於往績記錄期，由於法律知識不足及對有關法律規定的疏忽大意，我們並未完全遵守勞務派遣暫行規定，我們四間中國附屬公司聘用的派遣僱員數目超過了彼等相應僱員總數的10%。儘管如此，我們透過於2019年2月前終止部分勞務派遣服務協議及停止委聘有關已派遣僱員修正了該不合規事宜。

同時，我們已招聘更多正式僱員來解決勞工需求。此外，我們已採納內部政策要求我們的人力資源部門維持一份員工名單，以確定派遣員工及我們的自有員工，並計算派遣員工佔僱員總數的比率。此外，指定員工須於每次委聘派遣僱員前計算有關比率，以確保潛在委聘不會超過僱員總數的10%。此外，員工名單(連同派遣員工比率)須由生產部門、財務部門及人力資源部門的部門領導每月進行審核。

根據中國勞務派遣暫行規定及勞動合同法，違反勞務派遣有關規定的僱主將由勞動行政部門下令於指定期限內進行整改；倘僱主未能於規定時間內如此行事，則其將就每名僱員被處以不少於人民幣5,000元但不多於人民幣10,000元的罰款。據我們的中國法律顧問告知，倘我們被下令進行整改且未能於規定時間內如此行事，則最高罰款金額應根據超過規定數目的派遣僱員數目由主管部門酌情計算。

我們的中國法律顧問認為，我們就勞務派遣被處以罰款的風險極小，乃鑒於(i)我們已於2019年2月前修正該不合規事宜；(ii)截至最後實際可行日期，我們的四間附屬公司各自均未就勞務派遣自有關勞動行政部門收到任何整改通知或行政處罰；(iii)該等四間附屬公司各自獲得負責勞動事務的有關部門發出的證明，確認並未由於違反勞動法律及法規而於往績記錄期存在任何行政處罰記錄；(iv)經過與有關勞動行政部門的討論後，原則上，已修正勞務派遣不合規事宜的僱主不會被處以行政處罰；及(v)負責管理勞動關係的相關部門及相關勞動行政部門乃為作出該等確認的主管部門。見「風險因素—有關我們業務及行業的風險—我們面臨與我們的勞務派遣安排有關之風險」。

業 務

我們提供予僱員之薪酬待遇包括薪資、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資。我們已設立有關評估僱員表現的年度審核制度，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。有關社會保險及住房公積金之不合規詳情，見「一法律及合規」。我們並無與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動法律及法規，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採取措施，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，我們發生了幾起違反環境法規的不合規事件。見「一法律及合規」。除上述事件外，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、2018年及2019年，我們因遵守適用環境條例及法規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1.6百萬元。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部門規管及監察，且須遵守我們企業客戶就生產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)我們並無任何與健康及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。

業 務

環境、社會及管治

環境、社會及管治(「環境、社會及管治」)標準是針對公司運營的一套標準，具有社會意識的投資者使用該等標準來甄選潛在投資。環境標準考量公司作為自然管理者的表現。社會標準檢驗其如何管理與僱員、供應商、客戶以及其運營所在社區的關係。管治涉及公司的領導層、高管薪酬、審計、內部控制及股東權利。

儘管環境、社會及管治標準的一般原則可能相似，但不同國家及地區在實踐中亦會實施自有的環境、社會及管治標準。在香港，環境、社會及管治報告指南(上市規則附錄27)要求發行人披露其是否遵守有關環境及社會事務的法律、法規以及自有政策，其中包括，(i)氣體及溫室氣體的排放、向水域及土地排污以及有害及無害廢棄物的產生，(ii)薪酬及解僱、招聘及晉升、作息時間、機會均等、多樣性、反歧視及其他利益及福利，(iii)提供一個安全的工作環境並保護僱員免受職業危害；(iv)避免童工及強迫勞動，(v)健康及安全、廣告、標籤及私隱事宜，及(vi)賄賂、勒索、欺詐及洗錢。有關企業管治之要求乃主要於企業管治守則中闡述。

此外，我們已根據國際標準及不同國家及地區客戶之要求實施相關環境、社會及管治內部政策。就環境問題而言，我們已設立以下關於(i)減少廢氣、污水、固體廢物，(ii)減少溫室氣體及其他排放物，(iii)回收如能源、水及其他物質資源，(iv)降低對環境及自然資源之影響，及(v)管理供應商之環境責任風險之政策。就社會問題而言，我們已採納以下關於(i)僱員招聘、薪酬、培訓、工作時間及解僱，(ii)工作場所中機會均等、多元化、反歧視及安全，(iii)預防童工及強迫勞動，(iv)管理供應商之環境責任風險，(v)管理產品責任風險，(vi)反腐敗，及(vii)社會及社區參與之政策。我們進行年度審核以確保我們遵守上述內部政策。以下為我們部分內部政策之示例：

- *防止青少年及兒童使用電子霧化產品。*—我們的客戶及我們意識到於我們銷售產品的各司法權區的年齡限制，且我們的客戶及我們已採用多項措施以防止未達到吸霧化汽法定年齡的青少年或兒童使用我們的電子霧化產品。舉例而言，我們已於我們的自有品牌APV及封閉式電子霧化設備上列明清楚的警告標識，並且在用戶手冊上註明產品僅供成年人使用字樣。我們的客戶及我們亦專注於確保銷售我們產品的零售店設立識別購買我們所生產產品的消費者年齡之機制，以遵守有關年齡限制的當地法律及法規。此外，我們APV產品的網站及我們主要客戶的網店要求訪客於進入網站前

業 務

輸入年齡。就產品設計而言，我們已融入可防止兒童誤用我們產品的設計，如要求用戶按壓電源按鈕五次以打開設備或遵守填充電子霧化液進電子霧化設備的若干程序。

- **健康及安全政策。**—就我們的健康政策而言，我們相信，擁有平衡的生活方式對於工作中取得良好狀態至關重要。因此，我們鼓勵僱員透過參加體育活動及閱讀書籍以維持良好身心健康。就我們的安全政策而言，我們要求所有僱員遵守安全規則及接受安全培訓，以了解有關建築物疏散路線及滅火器位置以及若干設備的正確操作。我們於採購辦公設備時考慮僱員個人安全且盡量避免採購尖銳棱角邊緣之家俱及設備，且我們僅允許合資格專業人士安置我們辦公室電氣設備。我們亦要求僱員於健康或安全事件發生後，報告有關事件以迅速管理。此外，我們於產品設計過程中始終把安全放在首位，且我們定期對我們的產品及工廠進行有關安全、工業衛生及環境保護之審查。
- **環境政策。**—我們為一家具有強烈社會責任感的企業，故我們致力於在我們整個運營過程中貫徹環保理念。舉例而言，當我們購買設備及產品時，我們更傾向於選擇獲得相關環保證書的供應商。於我們的辦公室，我們設法通過限制打印機及複印機的使用及將雙面打印設置為打印機默認選項來減少紙張及墨盒的消耗。此外，我們不斷監測及管理工廠溫室氣體、化學物質及放射性物質的排放。
- **僱員培訓。**—根據部門的職位要求及工作發展計劃，我們的每個部門均會進行季度僱員培訓課程，且各部門需於每個季度最後一個月的月初提交一份下一個季度的培訓方案。我們亦擁有行政部門根據各部門的需求制定的年度培訓計劃、發展政策及外部培訓資源。新僱員將接受崗前培訓及普通培訓。於各培訓課程末，參與者須填寫培訓效果評估表。見「一僱員」。

業 務

就企業管治而言，我們遵守上市規則附錄14所載企業管治守則的所有條文，惟披露於「董事及高級管理層—企業管治守則」除外。就我們計劃於[編纂]後採納之有關利益衝突管理之企業管治措施而言，見「與控股股東的關係—企業管治措施」。

我們於過去已獲得各種證書且參與有關環境、社會及管治項目。於2017年及2018年，我們獲責任商業聯盟行為準則之認可，其為全球最大的致力於於全球供應鏈中規範企業社會責任之行業聯盟。於2018年，我們參加了由Intertek提供之工作場所評估項目。我們獲得有關我們工廠及產品之證書，包括於2011年獲得的ISO 9001（質量管理體系標準）及於2014年獲得的ISO14001（環境管理體系標準）及於2018年獲得的ISO27001（信息安全管理體系標準）。

據我們的董事所深知，於往績記錄期及直至最後實際可行日期，我們並無知悉任何重大違反相關法律法規及我們有關環境、社會及管治要求的政策之情況。展望未來，我們將持續確保遵守該等要求以避免對我們的業務、財務狀況、經營業績及公眾聲譽構成任何負面影響。有關我們環境事宜的政策，請見本節「—環境事宜」一段及有關建立安全工作場所之資料，請見本節「—職業、健康與安全」一段。

COVID-19爆發

COVID-19爆發的背景

於2019年12月，據報道，新型冠狀病毒於中國武漢出現。COVID-19目前對中國的其他城市及全球諸多國家造成影響。中國中央政府及武漢以及中國其他城市當地政府已推出多種臨時措施抑制COVID-19爆發，如農曆新年假期延長及出行限制，其已經並可能持續對國家及地方經濟造成不同程度的影響。

業 務

COVID-19爆發對我們業務的影響

對我們產能的影響

我們的運營受到短期影響，乃主要由於農曆新年假期延長、僱員於返工後的強制隔離及招募新僱員面臨困難導致生產延遲。COVID-19爆發導致我們於2020年第一季度的產能較我們計劃產能降低三分之一。我們自2020年2月17日起已逐步恢復生產及運營以及於2020年3月中旬恢復全面生產及運營。除非COVID-19疫情惡化，否則我們預計未來產能不會出現大幅下降。

對我們各業務分部及主要市場的影響

透過我們銷售團隊與客戶間溝通所獲得的反饋表明，該疫情並無對面向企業客戶銷售的電子霧化設備及電子霧化組件的需求造成重大影響。部分企業客戶減少了彼等的訂單而其他企業客戶則增加了彼等之訂單。總體而言，根據未經審核管理賬目，我們於截至2020年4月30日止四個月面向企業客戶銷售收益及銷售量較2019年同期分別增加約20.3%及12.4%。然而，根據未經審核管理賬目，由於該疫情，我們於截至2020年4月30日止四個月面向零售客戶銷售的自有品牌APV的銷售收益及銷售量較2019年同期分別減少約40.5%及33.6%。該減少的主要原因為由於COVID-19疫情的影響導致生產中斷。我們分銷商銷售渠道亦對該減少產生了影響，原因為於截至2020年4月30日止四個月，許多電子煙商舖及煙草商舖減少了營業時間或暫時關閉，且終端消費者不得不更多依賴於線上店舖以購買我們的自有品牌APV。此外，較我們封閉式電子霧化設備而言，我們自有品牌APV的平均銷售價格更高，其使得於COVID-19疫情期間對該產品的消費者需求更容易減少。

業 務

下表說明COVID-19疫情對我們主要市場（合共佔我們2019年總收益的90%以上）的客戶需求及產品銷售渠道的影響：

國家	對電子霧化設備及 電子霧化組件 消費者需求的影響	對自有品牌APV 消費者需求的影響	對面向企業客戶銷售之銷售渠道的影響		對面向零售客戶銷售之銷售渠道的影響	
			主要銷售渠道	影響	主要銷售渠道	影響
美國	因該等產品屬日常 消費品且具有一 定的客戶粘性故 影響有限	暫時影響有關需求	便利店及加油站	由於便利店及加油站通 常繼續營業故影響 有限	電子霧化商舖、煙草 商舖及線上店舖	大部分電子霧化商舖及 煙草商舖已減少了 營業時間。線上商 舖的銷售有所增 加。
中國	因該等產品屬日常 消費品且具有一 定的客戶粘性故 無影響	暫時影響有關需求	便利店及超市	由於便利店及超市通常 繼續營業故影響有 限	便利店及超市	因便利店及超市繼續營 業故影響有限
日本	因銷售渠道繼續開 放故並無重大影 響	因往績記錄期我們銷 往日本超過99.0% 的產品乃為加熱不 燃燒設備的電子霧 化組件故不適用	便利店、專賣店 及煙草商舖	因銷售渠道繼續開放 並無影響	因往績記錄期我們銷 往日本超過99.0% 的產品乃為加熱不 燃燒設備的電子霧 化組件故不適用	因往績記錄期我們銷往 日本超過99.0%的產 品乃為加熱不燃燒 設備的電子霧化組 件故不適用
瑞士	因主要銷售渠道繼 續開放故並無重 大影響	因主要銷售渠道繼續 開放故並無重大影 響	便利店及電子煙 商舖	因便利店繼續營業故並 無重大影響	便利店及電子煙商舖	因便利店繼續營業故並 無重大影響
英國	因該等產品屬日常 消費品且具有一 定的客戶粘性故 影響有限	暫時影響有關需求	便利店及加油站	因便利店及加油站通常 繼續營業故影響有 限	電子煙商舖、煙草商 舖及線上店舖	暫時關閉電子煙商舖及 煙草商舖。銷售乃 通過線上店舖或電 話進行。
法國	因該等產品屬日常 消費品且具有一 定的客戶粘性故 影響有限	暫時影響有關需求	便利店及加油站	因便利店及加油站通常 繼續營業故影響有 限	電子煙商舖、煙草商 舖及線上店舖	大部分電子煙商舖及煙 草商舖已減少了營 業時間。

業 務

對我們主要客戶的影響

下表說明COVID-19疫情對我們前五大客戶於2019年的業務、運營及訂單的影響：

客戶	銷售司法權區	客戶是否於截至 最後實際可行日期復工	對自2020年1月1日至最後實際可 行日期的銷售渠道之影響	對自2020年1月1日至最後實際可 行日期的訂單之影響
SVI Global Tech Limited	美國	居家辦公	銷售渠道通常不會受影響。 ⁽¹⁾	訂單少於預期。
客戶H	美國	辦公室復工	銷售渠道通常不會受影響。	因消費者需求及銷售渠道未受影響故並無受影響。
客戶A	日本及歐洲	辦公室復工	銷售渠道通常不會受影響。	客戶取消了人民幣3.8百萬元的訂單，佔該客戶於2019年收益貢獻的約1.0%，乃主要由於需求低於預期。
客戶J	中國	辦公室復工	銷售渠道通常不會受影響。	因終端消費者需求及銷售渠道未受影響故並無受影響。
客戶G	美國	居家辦公；重要員工於 辦公室復工	暫時關閉若干實體店鋪。然而， 線上市鋪繼續營業且並未受影響。	訂單略微受到負面影響。

附註：

- (1) 儘管銷售渠道通常不會受到影響，但會減少可獲得的貨運空間，從而可能造成運輸成本增加。

對我們供應鏈的影響

截至最後實際可行日期，我們並未對我們的供應鏈造成任何重大不利影響，乃因為(i)我們由於預期農曆新年假期延長以及供應商運營的潛在中斷而儲備了物質及原材料，(ii)並無任何主要供應商受到COVID-19疫情的重大影響，且我們的主要供應商已於2020年2月逐漸恢復運營，(iii)我們的供應商並無上漲原材料價格及(iv)運輸於短期內不會受到重大影響。截至最後實際可行日期，我們並未因COVID-19疫情取消與供應商的任何訂單，因為我們的銷售通常不會受到影響。倘我們其後取消了任何訂單，我們可能需要向供應商支付賠償。倘我們取消截至2020年4月30日已作出但尚未收取的所有訂單，則我們可能須向供應商支付總計約人民幣93.0百萬元的賠

業 務

償。然而，我們其後並無計劃取消該等訂單，且倘我們取消了有關訂單，我們認為這將會影響我們與供應商的關係，因為我們的訂單通常僅限於一個月的供應，其較我們該年度作出訂單的總量相對較少。

因此，我們預期未來我們的供應鏈不會受到任何重大干擾。即使COVID-19疫情惡化，我們相信我們將能夠避免就獲取供應的任何困難，因為我們已經就我們目前採購的大多數材料物色兩個或多個供應商。此外，我們已適當地庫存了替代供應商較少的關鍵材料。

利用當前財務資源維持業務運營的能力

截至最後實際可行日期，儘管我們並無經歷且並無預計我們根據現有合約製造或交付產品的能力、短期流動資金要求或長期商業前景會受到任何重大不利影響，我們無法保證COVID-19疫情將不會進一步升級，亦無法保證全球經濟、我們的供應商及／或客戶的前景及持續性不會顯著惡化。見「風險因素—有關我們業務及行業的風險—COVID-19爆發可能會對我們的業務造成重大不利影響。」。於最壞情況下，倘我們暫停生產活動及我們並無進行任何新銷售，我們預計截至2020年4月30日我們現有銀行結餘及現金約人民幣1,051.0百萬元、收款產生之現金流量及擬用於撥付我們營運資金及其他一般企業用途的估計[編纂][編纂]的5%可支持我們22個月的日常業務、運營及研發活動。該估計乃基於以下假設：(i)我們於首三個月清償我們所有的現有流動負債；(ii)自第四個月起我們每月的現金流出約為人民幣60.0百萬元；(iii)我們解僱生產工人並繼續支付租賃物業的租金；及(iv)我們暫時終止我們的擴張計劃。

此外，中國政府已採取各種措施以管理病例、減少潛在的傳播及感染影響，並採取了各種促進經濟發展的激勵政策，例如減稅、增加政府投資、增加發行貨幣的金額及削減利率。財政及貨幣激勵措施的結合將減輕COVID-19爆發的負面影響。因此，我們認為，儘管短期內中國經濟承受壓力，但在疫情得到有效控制後，影響可能會減輕。儘管如此，COVID-19對我們的業務、財務狀況及經營業績的影響程度仍不確定，我們正在密切監控其對我們的影響。

應對COVID-19疫情的控制措施

我們已採取各種措施以減輕COVID-19疫情的影響，舉例而言，包括建立集團層面的應急計劃，該計劃包括招聘管理措施及及時與我們的客戶及供應商溝通等。

業 務

此外，於2020年1月27日，我們正式成立了COVID-19預防中心且隨後發佈了15個通知，以全面進行COVID-19預防程序。COVID-19預防中心由本公司副總裁、人力資源及行政管理中心負責人及各生產基地的運營負責人組成。我們亦要求各生產基地建立一個COVID-19預防團隊。

於COVID-19預防中心成立後及於生產基地及辦公室復工前，我們已迅速採購必要的防疫用品，包括足夠數量的口罩、消毒用品及測溫設備。我們亦採取了以下預防及控制措施：

1. 定期對辦公區域、廠區、宿舍及食堂進行消毒及檢查。我們每天都指定專人負責消毒工作。
2. 詳細記錄所有計劃復工的人的出行軌跡，並針對不同地區的僱員採取不同的措施。對於來自高危地區的僱員，我們將按照政府的規定措施，要求彼等在相應的時間內離開工作崗位。
3. 控制進出點。所有人員每次進入我們的辦公室或生產基地時，都必須測量體溫及消毒雙手。僱員必須出示身份證件，且訪客必須提前預約並於到達後登記。
4. 對發熱人員及已經發現的感染者，制定緊急治療的詳細行動計劃。
5. 提供口罩，並要求所有僱員在辦公室及生產基地以及上下班途中佩戴口罩。
6. 錯開僱員用餐時間，並保證用餐安全距離。

截至最後實際可行日期，我們已實現所有僱員零感染的目標。

監管環境

我們經營所在行業具有複雜的法律、法規、規定及不斷變化的監管格局，尤其是，與使用電子霧化設備有關的健康風險尚不明確且一直處於審查中。於2016年，世界衛生組織建議政府應考慮禁止在室內場所使用電子煙，以保護非使用者免於被迫接觸二手氣溶膠，並應發佈有關電子煙潛在健康風險的警告以及對電子煙徵收更高稅金。此後，監管機構已頒佈及／或考慮不同水平及方面的法規，以減輕使用電子霧化設備帶來的潛在健康風險。

業 務

重大法律、法規、行政命令及政策概要

下表說明有關機構於往績記錄期於主要市場最新發佈或提議的與電子煙及電子霧化設備行業的煙草製品有關的重要法律、法規、行政命令及政策，及於所示年度於有關主要市場銷售的受影響產品的收益貢獻佔我們總收益的百分比：

主要銷售 司法轄區 ⁽¹⁾	重大法律、法規、行政命令及政策	相關產品、潛在影響及合規情況	收益貢獻 ⁽²⁾ (%)		
			2016年	2017年	2018年

美國 ⁽³⁾	<ul style="list-style-type: none"> 電子尼古丁傳送系統(「電子尼古丁傳送系統」)產品(包括吸入時傳送電子霧化液氣溶膠的設備、組件及/或零件)的煙草上市前申請(「煙草上市前申請」)備案要求； 	(i) 封閉式電子霧化設備(面向企業客戶銷售)，及(ii) 開放式電子霧化設備(面向零售客戶銷售的我們的自有品牌APV)。	54.4	40.0	28.0	27.8
-------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------	------	------	------	------

1. 現有電子尼古丁傳送系統產品

自2007年2月15日至2016年8月8日期間於美國市場首次分銷的電子尼古丁傳送系統產品；現有電子尼古丁傳送系統產品須進行煙草上市前申請且須於2022年9月9日(當前有效截止日期)前提交予食品藥品監督管理局。

2. 新電子尼古丁傳送系統產品

於2016年8月8日前或截至該日未於美國分銷或銷售的電子尼古丁傳送系統產品；將新電子尼古丁傳送系統產品引進美國市場前須對該等產品進行煙草上市前申請。

由於尚未達至2020年9月9日截止日期，我們於截至最後實際可行日期已遵守煙草上市前申請規定。然而，我們的企業客戶及我們於煙草上市前申請前存在不能就部分產品及時提交煙草上市前申請的風險，且我們及我們的企業客戶可能會被禁止於美國銷售若干產品。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，但於2020年9月9日(截止日期)前，我們正根據煙草上市前申請規定評估及先銷銷售業續就我們的兩類自有品牌APV籌備煙草上市前申請，且我們有意向食品藥品監督管理局提交有關申請。該等兩類自有品牌APV為我們目前擬繼續於美國銷售及營銷的要求煙草上市前申請備案的現有電子尼古丁傳送系統產品。

截至最後實際可行日期，據我們董事所深知，我們的前五大客戶中有兩名客戶已就我們製造的產品籌備煙草上市前申請且該等煙草上市前申請已獲食品藥品監督管理局接納。我們於美國的其他企業客戶預期於2020年9月9日(截止日期)之前就我們製造的產品籌備煙草上市前申請。

於2016年、2017年、2018年及2019年，上述出售至美國的產品(包括通過香港轉售的產品)的毛利分別佔我們的總毛利的約46.1%、28.7%、22.8%及32.2%。

業 務

主要銷售 司法轄區 ⁽¹⁾	重大法律、法規、行政命令及政策	相關產品、潛在影響及合規情況	收益貢獻 ⁽²⁾ (%)				
			2016年	2017年	2018年	2019年	
	<ul style="list-style-type: none"> 香味禁令 	<p>自2020年2月6日起，食品藥品監督管理局已對以下各項應先立即執行行動：(i)調味型封閉式電子霧化器電子尼古丁傳送系統產品(除煙草或薄荷醇香味電子尼古丁傳送系統產品外)，及(ii)面向未成年人的任何調味型電子尼古丁傳送系統產品(包括煙草及薄荷醇香味)。</p>					
	<p>食品藥品監督管理局執行政策</p>	<p>自2020年2月6日起，食品藥品監督管理局已對以下各項應先立即執行行動：(i)調味型封閉式電子霧化器電子尼古丁傳送系統產品(除煙草或薄荷醇香味電子尼古丁傳送系統產品外)，及(ii)面向未成年人的任何調味型電子尼古丁傳送系統產品(包括煙草及薄荷醇香味)。</p>					
	<p>州香味禁令</p>	<p>美國若干州已就電子尼古丁傳送系統產品施加臨時緊急香味禁令，且少數禁令被法院禁止但部分禁令已成為永久性。香味禁令與全面禁止電子煙之禁令不同，且美國並無任何州對電子煙實施全面禁令。</p>					
		<p>(i)於2019年我們於美國市場銷售的封閉式電子霧化設備中的36.4%乃為調味型封閉式電子霧化器電子尼古丁傳送系統產品，佔我們同年總收益的9.4%。該等封閉式電子霧化設備乃銷售予我們於2019年前五大客戶的其中三名客戶，即SVI Global Tech Limited、客戶H及客戶A。具體而言，向SVI Global Tech Limited、客戶H及客戶A銷售的含有禁止的調味型封閉式電子霧化器的封閉式電子霧化設備分別佔我們於2019年總收益的7.0%、2.1%及0.2%。於2020年初，該三名客戶改變彼等的產品組合以遵守自2020年2月起頒佈的有關香味禁令。於變更後，於截至2020年4月30日止兩個月，向SVI Global Tech Limited、客戶H及客戶A作出的銷售分別較2019年同期仍增加4.0%、637.0%及107.0%。</p>					
		<p>(ii)我們的自有品牌APV並無受到香味禁令或食品藥品監督管理局執行政策的影響。香味禁令或食品藥品監督管理局執行政策乃主要針對對出售含有預裝非煙草調味型或非薄荷調味型封閉式電子霧化器的電子尼古丁傳送系統產品，而我們的自有品牌APV並不包含任何預裝封閉式電子霧化器。</p>					
		<p>據我們的董事所深知，我們於截至最後實際可行日期並無知悉任何重大違反有關香味禁令之情況。</p>					
		<p>然而，該等禁令可能抑制消費者對電子霧化設備的興趣及使用，其可能對電子霧化行業及我們的整體運營及財務表現造成不利影響。</p>					
		<p>根據弗若斯特沙利文的資料，儘管已自2020年2月起發佈香味禁令，自2019年至2024年，美國按收益劃分的電子煙市場規模預期仍以約25.5%的複合年增長率增長。此外，根據未經審核管理賬目，於截至2020年4月30日止四個月，我們於美國市場銷售的電子尼古丁傳送系統產品較2019年同期增加約101.5%。</p>					

業 務

主要銷售司法轄區 ⁽¹⁾	重大法律、法規、行政命令及政策	相關產品、潛在影響及合規情況	收益貢獻 ⁽²⁾ (%)			
			2016年	2017年	2018年	2019年
中國	<p>上述煙草上市前申請備案規定及香味禁令並不適用於不含尼古丁或電子霧化液的非電子尼古丁傳送系統產品。</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 禁止透過互聯網出售電子煙以保護青少年 <p>於2019年10月30日，國家市場監督管理總局及國家煙草專賣局聯合頒佈《關於進一步保護未成年人免受電子煙侵害的通告》(「2019年10月通告」)：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 敦促電子煙生產商及銷售者應關閉其線上銷售網站或應用程序，以及撤回電子煙在線廣告。 2. 敦促電子商務平台運營商關閉電子煙線上店鋪並下架電子煙產品。 	<p>(i) 我們加熱不燃燒產品的電子霧化組件可分類至非電子尼古丁傳送系統產品，原因為彼等不含電子霧化液及尼古丁且我們並無向美國市場銷售該等電子霧化組件。</p> <p>(ii) 我們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可分類至非電子尼古丁傳送系統產品</p> <p>(i) 封閉式電子霧化設備(面向企業客戶銷售)，及(ii) 開放式電子霧化設備(面向零售客戶銷售之自有品牌APV)。</p> <p>截至最後實際可行日期，我們並無就銷售我們產品而於中國經營任何線上平台。因此，我們於截至最後實際可行日期已遵守2019年10月通告。然而，我們的部分產品可能由我們的企業客戶於2019年10月通告頒佈之前於線上銷售。</p> <p>根據未經審核管理賬目，儘管禁止線上銷售，我們於截至2020年4月30日止四個月在中國向客戶銷售的產品較2019年同期增加約8.9%。</p>	17.0	12.0	11.9	20.9
香港	<ul style="list-style-type: none"> ● 2019年吸煙(公眾衛生)(修訂)條例草案 <p>香港政府於2019年2月推出《2019年吸煙(公眾衛生)(修訂)條例草案》(「該草案」)，提議修訂第371章《吸煙(公眾衛生)條例》以禁止另類吸煙產品(包括電子霧化產品及設計為其組件或配件用途的物品)的進口、製造、銷售、分銷及廣告。該草案豁免過境物品或航空轉運貨物的電子霧化產品，條件為有關產品未從船舶、飛機或指定貨物轉運區域中取出。然而，該草案並不豁免通過陸上車輛運輸的電子霧化產品。</p> <p>於2020年6月2日，法案委員會於2020年7月15日本屆立法會結束之前舉行其最後會議。該草案將不會於本屆立法會結束前完成立法程序，亦不會成為法律。然而，香港政府可能決定於日後以當前形式或經修訂形式重新引入並頒佈該草案。</p>	<p>(i) 封閉式電子霧化設備(面向企業客戶銷售)，(ii) 開放式電子霧化設備(面向零售客戶銷售之自有品牌APV)，及(iii) 加熱不燃燒設備之電子霧化組件。</p> <p>香港所得收益乃以再出口或轉運為基準，且就我們所深知，概無我們的產品於香港進行分銷或出售。</p> <p>倘該草案日後以現行或經修訂形式頒佈，為確保我們遵守該草案，我們將與客戶討論替代轉運選擇且確信在並無嚴重中斷我們運營的情況下將會替代方式將彼等之訂單運送至海外(如通過深圳、廣州及上海的機場)。</p>	8.6	15.3	15.9	26.4

業 務

主要銷售 司法轄區 ⁽¹⁾	重大法律、法規、行政命令及政策	相關產品、潛在影響及合規情況	收益貢獻 ⁽²⁾ (%)			
			2016年	2017年	2018年	2019年
日本	<ul style="list-style-type: none"> 煙草商業法 禁止任何個人或公司(日本煙草除外)製造任何煙草製 品(包括包含煙葉的加熱不燃燒設備)，且要求煙草製 品銷售者或分銷商須自財政部長處獲得牌照。 安全法 安全法亦適用於加熱不燃燒設備之電子霧化組件。 	<p>加熱不燃燒設備之電子霧化組件，其包括為於往續記 錄期我們銷往日本超過99.0%的產品。</p> <p>據我們的董事所深知，於往續記錄期及直至最後實際 可行日期，我們並無知悉任何重大違反煙草商業法及 安全法之情況。</p>	—*	9.8	12.9	7.9
歐盟及英國 ⁽⁴⁾	<ul style="list-style-type: none"> 2014/40/EU號指令 主要在五個主要方面對電子霧化設備進行規管，包 括(i)待製造商及/或分銷商提供的資料、(ii)廣告及促 銷、(iii)安全問題及警告、(iv)產品展示及(v)有關疑似 風險的臨時措施。 	<p>(i)封閉式電子霧化設備(面向企業客戶銷售)，及(ii) 開放式電子霧化設備(面向零售客戶銷售的自有品牌 APV)。</p> <p>據我們的董事所深知，於往續記錄期及直至最後實際 可行日期，我們並無知悉任何重大違反2014/40/EU號 指令之情況。</p>	4.0	8.9	8.1	10.0

* 少於0.1%

附註：

- 於往續記錄期，除我們上述列舉的主要市場外，我們亦向以色列、韓國、馬來西亞及加拿大等其他國家銷售我們的封閉式電子霧化設備、自有品牌APV及電子霧化組件，有關收益合共佔我們2019年總收益的3%以下，我們認為其對我們的歷史及未來業務及財務表現並不重大。
- 收益貢獻百分比顯示我們於各年度受相關法規影響的業務比例。假設收益貢獻百分比保持不變及相關司法權區與電子煙及電子霧化設備有關的立法制度並無進一步變動，則2019年的收益貢獻百分比亦指我們於未來受相同法規影響的業務比例。
- 美國的收益貢獻亦包括通過香港轉售的產品。
- 2020年1月底自歐盟撤銷前。

業 務

於其他司法權區的法律、法規、行政命令及政策

於香港(我們向各個海外市場轉運產品之處)，香港政府於2019年2月向立法會提交《2019年吸煙(公眾衛生)(修訂)條例草案》(「該草案」)，提議修訂第371章《吸煙(公眾衛生)條例》以禁止另類吸煙產品(包括設計為組件及配件用途的物品)的進口、製造、銷售、分銷及廣告，且電子霧化產品屬於另類吸煙產品。該草案豁免屬過境物品或轉運貨物的電子霧化產品，條件為有關產品未從船舶、飛機或指定貨物轉運區域中取出。然而，該草案並不豁免通過陸上車輛運輸的電子霧化產品。於2020年6月2日，法案委員會於2020年7月15日本屆立法會結束之前舉行其最後會議。該草案將不會於本屆立法會結束前完成立法程序，亦不會成為法律。倘香港政府決定以當前形式或經修訂形式繼續其提案，則於下屆立法會會議時須重新提交一項新草案，並再次進行整個立法程序。

我們雖然不於香港銷售產品，但我們的大部分產品通過香港(重要區域物流樞紐)轉運至海外。我們將所有該等產品通過陸運運輸到香港。我們的董事在我們香港法律顧問的建議下確認，我們的產品途徑香港的轉運安排符合香港現行適用法律及法規。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，且我們的客戶通常負責物流安排，及我們將合作以交付我們的產品至規定地點。就董事所深知，於往績記錄期及直至最後實際可行日期，我們的轉運安排並無出現對我們與客戶的合作及業務造成不利影響的任何變動。倘我們的客戶選擇通過其他物流樞紐轉運其產品，我們亦可進行協調。倘重新提交之草案進入立法程序且以現行或類似形式頒佈，我們將就其他轉運選擇與客戶溝通且我們相信將能夠尋找其他方式(如透過廣州、深圳及上海的機場)將彼等的產品運輸到海外且不會對我們的運營產生重大中斷。此外，倘我們需要尋找替代的運輸方式，我們與客戶的大多數安排(包括主要客戶及所有自有品牌APV)採用工廠交貨的貿易方式，其意味著由客戶承擔全部或大部分增加的運輸成本。

其他國家的政府亦已引入或考慮有關法規以監管電子霧化設備。例如，葡萄牙已禁止在室內使用電子霧化設備而印度尼西亞已對銷售電子霧化設備徵收營業稅。見「風險因素—有關我們業務及行業的風險—電子霧化行業現有法律法規的變更及新法律、法規的實施及任何其他進入壁壘或會增加我們的成本。我們可能因向位於相關受當地機關頒佈的法律法規禁令所規限國家或地區的客戶銷售而受到不利影響」及「監管概覽」。

業 務

食品藥品監督管理局及疾病控制與預防中心建議

此外，近期存在若干有關電子霧化設備對健康的潛在不良影響的報導。尤其是，食品藥品監督管理局及疾病控制與預防中心於2019年8月30日發佈電子霧化設備的使用與許多呼吸系統疾病病例有關的聯合聲明。於2019年11月8日，疾病控制與預防中心公佈其初步認為非電子尼古丁傳送系統電子霧化設備使用的若干含THC的封閉式電子霧化器中發現的維生素E醋酸酯與嚴重呼吸系統疾病相關，而該等霧化器大多來自黑市。然而，並無足夠的證據表明可排除其他重要化學品導致的原因，包括THC及非THC產品所含有的化學物質。於2020年1月，經過進一步研究，食品藥品監督管理局及疾病控制與預防中心建議人們不要使用含THC的電子霧化產品，尤其是源自非正式渠道的有關產品。此外，食品藥品監督管理局及疾病控制與預防中心建議目前未吸食煙草製品的青年、孕婦及成年人不應使用電子煙。於2020年2月25日，疾病控制與預防中心發佈最終更新資料，指出截至2020年2月9日，嚴重呼吸系統疾病的病例數已下降至個位數。疾病控制與預防中心亦確認(i)維生素E醋酸酯(其於非電子尼古丁傳送系統電子霧化設備使用的若干含THC的封閉式電子霧化器中被發現，而該等霧化器大多來自黑市)與呼吸系統疾病的主要原因密切相關；及(ii)源自非正式渠道的含THC的電子霧化產品與大多數嚴重呼吸系統疾病相關。有關報導或會促使政府的進一步監管行動。

監控及減輕監管環境不斷發展產生的風險

為監控不斷發展的監管環境，我們的法律部負責監控與我們業務活動相關的全球監管發展及變動。我們亦就與新客戶及／或其他業務合夥首次開展業務合作設有甄選程序。甄選程序旨在審核對該等新客戶註冊成立或開展業務活動之司法權區的當地法律及法規的遵守情況。法律部亦與我們銷售產品的各主要司法權區的當地法律事務所緊密合作。當地法律事務所主要負責就當地法律及法規相關的合規事宜提供法律意見並及時就可能對我們業務產生任何影響的相關當地法律及法規的變動及潛在變動提供更新。我們將於[編纂]後繼續監控相關法律及法規的發展及變動。

就美國煙草上市前申請規定，為減少煙草上市前申請被延遲或被食品藥品監督管理局拒絕的風險，我們已於美國聘請一間律師事務所進行資料審核及一間具有煙草上市前申請規定專業知識並了解食品藥品監督管理局問題的諮詢公司，以協助我們籌備及審查我們的煙草上市前申請。此外，我們已建立通訊及報告系統以促進內外部資料交換及幫助及時解決任何可能於該申請過程中出現的問題。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豐富經驗的成員。該團隊亦將儘可能協助我們的客戶籌備煙草上市前申請。

業 務

再者，為應對香港頒佈可能影響我們當前轉運安排的潛在未來法律及法規，我們已就其他可轉運我們更多產品的機場展開了初步調查。我們將於需要時與客戶討論替代轉運選擇且確信在並無嚴重中斷我們運營的情況下將會有替代方式將彼等之訂單運送至海外(如通過深圳、廣州及上海的機場)。

此外，我們計劃採取下列行動或措施以管理及減輕法律及法規變動產生的風險：

1. 繼續監控各主要司法權區的法律及法規以及時發現法律及法規的任何變動及潛在變動，以及確保我們的業務活動遵守相關法律及法規；
2. 繼續多樣化我們於不同國家及地區的收益，尤其是，該等存在現有法律及法規允許我們正常開展業務的國家及地區；
3. 繼續多樣化我們的產品組合以探索電子霧化技術於其他行業(如醫療保健及製藥行業)的應用；及
4. 繼續改進自動化生產水平從而減少對勞工的依賴，以及增加選擇不同生產地點的靈活性。

截至最後實際可行日期，上述監管發展已增加我們的合規成本或影響我們於相關市場的產品組合策略，但並未導致對我們的運營、財務表現、與我們主要客戶的合作及業務擴展產生任何重大不利影響。假設就2020年而言，上述所列各主要市場的收益貢獻百分比保持不變及於有關司法權區與電子煙及電子霧化設備有關的立法制度並無進一步變動，則我們受監管發展影響的業務比例將與2019年相近。我們將繼續監督監管發展並採取措施以確保遵守新法規。有關我們已採納舉措的更多詳情，見「一牌照、監管批文及合規記錄」。

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就該等產品提交煙草上市前申請及獲食品藥品監督管理局營銷指令。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無法於美國市場合法銷售。就已提交煙草上市前申請且已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

業 務

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。根據該法院命令，已按時備案煙草上市前申請的現有電子尼古丁傳送系統產品於食品藥品監督管理局審核前擁有一年的強制執行自由裁量權。食品藥品監督管理局及行業團體均已就該項決定向美國聯邦第四巡迴上訴法院提起上訴。於2020年5月4日，鑒於食品藥品監督管理局於2020年1月2日已發佈新的行業指引，其載列一項經修訂執行政策，擬對於2020年5月12日前尚未向食品藥品監督管理局提交煙草上市前申請的所有電子尼古丁傳送系統產品優先執行行動，第四巡迴上訴法院已裁定就地區法院決定提前截止日期的上訴並無意義。因此，該上訴在食品藥品監督管理局的請求下被駁回。此外，於2020年4月22日，考慮到COVID-19疫情的不利影響，已將截止日期(即2020年5月12日)延長至2020年9月9日，隨後將反映於食品藥品監督管理局的執行指引中。儘管第四巡迴上訴法院已駁回該上訴，但截止日期(即2020年9月9日)仍不受上訴影響。根據該執行政策，食品藥品監督管理局於2020年4月27日對電子尼古丁傳送系統產品製造商及分銷商發出警告函，因彼等涉嫌面向青少年銷售或促使青少年使用該等產品。食品藥品監督管理局亦向電子霧化液零售商發出警告函，因其產品包裝模仿廣受兒童喜愛的糖果包裝並印有卡通人物圖案。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」。

根據食品藥品監督管理局於2019年6月發佈的電子尼古丁傳送系統產品的煙草上市前申請規定，食品藥品監督管理局於評估煙草上市前申請時考慮的主要因素包括：

1. 產品開發、製造過程、設備質量及過程驗證、現場檢測及發佈測試；
2. 電子霧化液及氣溶膠中的有害物質、穩定性研究以及成分中的可萃取及可浸出物質；
3. 對動物細胞的體外毒性；
4. 對個人健康的影響，包括藥代動力學及地形，以幫助了解人體中尼古丁的新陳代謝；
5. 對大眾健康的影響，包括人為因素及用戶行為研究；及
6. 產品製造、使用及出售的環境評估。

一般而言，食品藥品監督管理局決定一項產品是否可合理保證公眾健康的主要考慮因素為產品質量及安全性。我們的企業客戶及我們(作為申請者)必須就此向食品藥品監督管理局呈交有力及準確的支持證據。見「風險因素—有關我們業務及行業的風險—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。」。

業 務

食品藥品監督管理局收到煙草上市前申請(包括完成提交所需的所有資料)後，需於180天內發出上市許可命令或禁止營銷指令。食品藥品監督管理局表示，倘收到申請人的重大修訂，而食品藥品監督管理局需大量時間審查相關修訂，則180天期限將被重置，並且在接獲修訂之時將開始新的180天期限。此外，倘申請人請求進行細微修訂以澄清先前提交的資料或增加無須食品藥品監督管理局大量審查時間的其他資料，則食品藥品監督管理局將暫停180天期限，直至接獲相關細微修訂。

就董事所深知，我們銷售予美國的所有產品均屬現有電子尼古丁傳送系統產品。於2020年9月9日的截止日期前，我們的企業客戶和我們正分別就我們客戶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，由於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，故我們的企業客戶和我們正面臨無法就有關電子尼古丁傳送系統產品於新截止日期前及時提交煙草上市前申請的風險。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，但於2020年9月9日的截止日期前正就根據煙草上市前申請規定評估及先前銷售業績就兩類自有品牌APV籌備煙草上市前申請，且我們有意提交有關申請至食品藥品監督管理局。該等兩類自有品牌APV乃為我們目前擬繼續於美國銷售及營銷需提交煙草上市前申請備案的現有電子尼古丁傳送系統產品。於2016年、2017年、2018年及2019年，該等自有品牌APV分別合共佔我們總收益的0.4%、1.1%、0.7%及0.7%。就董事所深知，就經選定兩類自有品牌APV產品向食品藥品監督管理局呈交所需證據並無任何困難，且將於2020年9月9日前向食品藥品監督管理局提交煙草上市前申請。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。此外，截至最後實際可行日期，據我們董事所深知，我們於美國的前五大客戶中有兩名客戶已為我們製造的產品籌備煙草上市前申請且該等煙草上市前申請已獲食品藥品監督管理局接納。我們於美國的其他企業客戶預期於2020年9月9日(截止日期)之前就我們製造的產品籌備煙草上市前申請。

然而，儘管我們的企業客戶及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／或我們企業客戶的申請，這可能使我們及／或我們企業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最大市場美國銷售。據董事所深知，於2016年、2017年、2018年及2019年，我們於美國須根據現有監管計劃提交煙草上市前申請的電子尼古丁傳送系統產品銷售所得收益(包括自有品牌APV及封閉式電子霧化設備)分別為人民幣384.7百萬元、人民幣625.8百萬元、人民幣962.6百萬元及人民幣2,117.1百萬元，分別佔我們各年度總收益的54.4%、40.0%、28.0%及27.8%。倘該等電子尼古丁傳送系統產品需進行的煙草上市前申請備案並未於截止日期前提交或並無獲得食品藥品監督管理局批准，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—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」。

業 務

截至2019年10月29日，市場上大約已向食品藥品監督管理局提交15份電子尼古丁傳送系統相關的煙草上市前申請並已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所需的資料。該等資料包括(其中包括)有關產品物理層面的詳情以及產品就個人及大眾兩個層面潛在的危害和益處的證據。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，並加快我們的籌備過程，我們已於美國聘請一間律師事務所進行資料審核及一間具有煙草上市前申請規定專業知識並了解食品藥品監督管理局問題的諮詢公司，以協助我們籌備及審查我們的煙草上市前申請。此外，我們已建立通訊及報告系統以促進內外部資料交換及幫助及時解決任何可能於該申請過程中出現的問題。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豐富經驗的成員。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以包括更多非電子尼古丁傳送系統產品(如用於特殊用途的電子霧化設備及醫療自動化設備的核心組件)及探索其他應用領域，尤其是我們電子霧化設備的醫療保健應用。見「一策略一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」。

除上文及下文「一法律及合規」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就我們的業務自相關監管機構取得所有必要的牌照、批准及許可。我們通過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由與第三方供應商和客戶達成的協議而引起的糾紛的索賠。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任何撥備。

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合规事件，以及我們就該等事件採取的糾正措施：

不合规事件	不合规原因	法律後果及潛在最高處罰	已採取的補救及整改措施
<p>根據適用中國法律法規，租賃必須向房屋管理部門登記。</p> <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29份租賃協議的行政備案。該等租賃物業的總建築面積約為152,777平方米。</p>	<p>該等不合规事件乃主要由於在登記租賃協議時業主缺乏合作，包括向有關當局提交身份證明文件及房屋所有權證。</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合规事件，而倘我們未能能在一定期限內糾正，則由於於未登記，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>我們未能登記租賃物業租賃的估計罰款總額約為人民幣29,000元至人民幣290,000元。</p> <p>截至最後實際可行日期，我們並無因未能登記上述租約而收到任何監管機構有關可能的行政處罰或執法行為的任何通知。我們的中國法律顧問告知我們，未能登記租賃協議不會影響租賃協議的有效性。</p> <p>有關該不合规事件相關風險的更多資料，請參閱「風險—有關我們物業及行業的風險—由於我們可能被迫搬遷，或者我們可能因未登記租賃協議而負上責任，從而可能導致我們的運營中斷並使我們受到處罰。」。</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法律人員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>我們的控股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，但鑒於可能的最高處罰，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>

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計劃。</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)對相關中國法律法規的無意疏忽；(ii)我們以前負責經營所在城市的許多僱員選擇參加社會保險等基金或當地農村社會保障體系。</p>	<p>我們的中國法律顧問已告知我們，我們可能須根據中國法律及法規，我們可能須繳納全額繳納社會保險金及罰款。倘任何主管機關認為我們可能未付款項及相關於我們未支付未付金額或滯納金，倘我們未能支付未付金額或滯納金，我們可能未付金額總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通知後及時全額支付社會保險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>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>於2016年、2017年、2018年及2019年，我們對社會保險金及住房公積金供款撥備(或供款不足)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74.5百萬元。</p>	<p>我們亦告知我們，倘住房公積金中心將相關金額。倘我們在上述限期內未向人民法執行。</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，自2016年1月1日至2019年12月31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>有關該不合規事件相關風險的更多資料，請參閱「風險—有關國家業務及行業的風險—中國國家法律及社會保險金及／或住房公積金及滯納金及罰款。」。</p>	<p>我們已採取以下措施：(i)我們已根據中國法律法規於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，因部分僱員不願全額支付社會保險及住房公積金；(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於我們運營的法律及監管要求的培訓。</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>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或擴建後但未進行驗收程序時便投入生產。</p>	<p>該等不合規事件乃主要由於我們增加產能的迫切需求，以致於於開始生產而忽視了中國法律及法規。</p>	<p>經中國法律顧問告知，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介乎相關項目整體投資額1%至5%的罰款，其取決於相關建設行為的嚴重程度及後果，及我們可能被迫將建設場地恢復其原貌；及(ii)在生產基地獲翻新及擴建後，但未進行驗收程序時便開始投入生產，我們可能被處以介乎人民幣200,000元至人民幣1.0百萬元內糾正有關不合規事件，我們可能會被處以人民幣1.0百萬元至人民幣2.0百萬元罰款。倘有關建設項目造成重大環境污染或使用，或者停止有關項目，直至獲得有關政府部門的批准。</p>	<p>截至最後實際可行日期，我們已獲得我們所有涉及翻新及擴建的生產基地的環境影響評估批准或完成向主管部門的資料備案。</p> <p>截至最後實際可行日期，我們其中一個生產基地的環境保護正在進行驗收程序且驗收報告已公佈。</p> <p>經獨立環境評估機構確認，完成上述環境影響評估批准及驗收程序並無實質性障礙。</p> <p>東莞思摩爾已繳納罰款並糾正了不合規事件，在規定的期限內關閉及搬遷相關生產基地。</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>往績記錄期，我們並無就事件收到客戶或任何其他各方的投訴。然而，由於上述不合規事件，東莞生態環境部分別於2019年6月17日及2019年8月1日責令我們的中國附屬公司之一東莞思摩爾於接獲整改通知之日起六個月（「規定期限」）內糾正該不合規事件及支付(i)人民幣100,000元的罰款，即建設項目整體投資金額的1%，及(ii)人民幣200,000元的罰款。</p> <p>有關該不合規事件相關風險的更多資料，請參閱「風險—我們可能因生產基地於獲翻新及擴建後但未進行驗收程序時便開始投入生產而負責任。」。</p>	<p>我們的中國法律顧問認為，我們被責令將相關生產基地的原狀或停止使用相對於(i)上述不合規事件已糾正或乃基於(ii)上述並無重大障礙；(iii)截至最後實際可行日期，並無相關生產基地已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，但董事會相信，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

我們已委聘一名內部控制顧問審核與我們主要業務流程相關的內部控制的有效性、發現缺陷及改進機會、就補救措施提供建議及審核該等補救措施的執行情況。除我們已採納的有關不合規情況的內部控制措施外，亦發現了若干其他內部控制事宜且我們已採納相應內部控制措施對該等事宜進行了改善。

於往績記錄期，我們注意到以下內部控制缺陷並相應地採取改正措施：(i)我們未能就有關租賃物業完成35份租賃協議的行政備案；(ii)我們未能按中國相關法律要求全額繳納社會保險及住房公積金供款；(iii)當我們開始建設我們的生產基地時，我們未能編製環境影響評估文件及並未獲得有關機構的批准或提交必要的備案，且於翻新及擴建我們的生產基地後，未進行驗收程序；及(iv)我們未能如勞務派遣暫行規定所要求維持已派遣僱員比例。我們已於2019年2月通過終止若干勞務派遣服務協議及停止委聘有關派遣僱員修正有關不合規。有關詳情，見「一僱員」。我們已採納內部控制顧問提出之建議且我們的內部控制顧問已就我們針對內部控制系統所採取的相關措施完成了跟進程序且並無發現我們的內部控制系統存在任何重大缺陷。有關詳情，見「一風險管理及內部控制」及上文不合規事件表以及我們所採納的有關內部控制措施。

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)我們的內部控制措施屬充分及有效，可防止今後再次發生不合規事件；及(ii)過往不合規事件並非有意且並無影響董事根據上市規則第3.08及3.09條擔任[編纂]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。