

香港交易及結算所有限公司及香港聯合交易所有限公司對本公告之內容概不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何聲明，並明確表示，概不對因本公告全部或任何部分內容而產生或因倚賴該等內容而引致之任何損失承擔任何責任。

# FIH<sup>®</sup> 富智康<sup>®</sup>

FIH Mobile Limited

富智康集團有限公司

(在開曼群島註冊成立之有限公司)

(股份代號：2038)

## 截至二零二一年六月三十日止六個月的 未經審核中期業績公告

董事會謹此宣佈本集團本期間的未經審核綜合業績，連同去年同期的比較數字如下：

### 簡明綜合損益及其他全面收益表 截至二零二一年六月三十日止六個月

	附註	截至六月三十日止六個月	
		二零二一年 千美元 (未經審核)	二零二零年 千美元 (未經審核)
營業收入	4	3,937,867	3,668,273
銷售成本		<u>(3,875,550)</u>	<u>(3,670,938)</u>
毛利(損)		62,317	(2,665)
其他收入、收益及虧損		76,463	101,774
銷售開支		(3,577)	(7,538)
一般及行政開支		(99,906)	(92,747)
研究與開發開支		(62,687)	(82,200)
利息開支		(3,928)	(7,694)
應佔聯營公司(虧損)溢利		<u>(96)</u>	<u>4,118</u>
除稅前虧損		(31,414)	(86,952)
所得稅抵免(開支)	5	<u>3,085</u>	<u>(14,346)</u>
期間虧損	6	<u>(28,329)</u>	<u>(101,298)</u>

	截至六月三十日止六個月	
	二零二一年	二零二零年
	千美元	千美元
附註	(未經審核)	(未經審核)
其他全面收益(開支)：		
將不會重新列至損益的項目：		
投資於按公平值計入其他全面收益的		
股本工具的公平值收益(虧損)	<u>4,283</u>	<u>(28,752)</u>
其後可能會重新列至損益的項目：		
因換算海外業務而產生的匯兌差額	<u>8,545</u>	<u>(79,023)</u>
應佔聯營公司換算儲備	<u>(1,072)</u>	<u>(643)</u>
	<u>7,473</u>	<u>(79,666)</u>
期間其他全面收益(開支)	<u>11,756</u>	<u>(108,418)</u>
期間全面開支總額	<u>(16,573)</u>	<u>(209,716)</u>
分配至下列各項的期間虧損：		
本公司擁有人	<u>(28,184)</u>	<u>(100,508)</u>
非控股權益	<u>(145)</u>	<u>(790)</u>
	<u>(28,329)</u>	<u>(101,298)</u>
分配至下列各項的全面開支總額：		
本公司擁有人	<u>(16,465)</u>	<u>(209,022)</u>
非控股權益	<u>(108)</u>	<u>(694)</u>
	<u>(16,573)</u>	<u>(209,716)</u>
每股虧損		
基本	<u>(0.3美仙)</u>	<u>(1.2美仙)</u>

8

簡明綜合財務狀況報表  
於二零二一年六月三十日

	附註	二零二一年 六月三十日 千美元 (未經審核)	二零二零年 十二月三十一日 千美元 (經審核)
<b>非流動資產</b>			
物業、廠房及設備	9	851,799	887,955
使用權資產	9	66,232	79,825
投資物業		16,100	17,142
按公平值計入其他全面收益的金融資產			
— 股本工具		210,409	205,549
於聯營公司的權益		22,254	34,244
於一間合營企業的權益		—	—
遞延稅項資產	10	18,654	20,383
購置使用權資產的按金		29,500	29,214
		<u>1,214,948</u>	<u>1,274,312</u>
<b>流動資產</b>			
存貨		603,751	608,697
應收貿易及其他賬款	11	2,126,082	2,354,227
銀行存款		15,669	15,506
銀行結餘及現金		1,742,075	1,779,332
		<u>4,487,577</u>	<u>4,757,762</u>
<b>流動負債</b>			
應付貿易及其他賬款	12	2,485,045	2,760,474
合約負債		79,113	115,668
租賃負債		4,072	4,773
銀行借貸	13	974,110	929,068
撥備	14	9,184	9,499
應付稅項		62,020	89,804
		<u>3,613,544</u>	<u>3,909,286</u>
流動資產淨值		<u>874,033</u>	<u>848,476</u>
總資產減流動負債		<u>2,088,981</u>	<u>2,122,788</u>

		二零二一年 六月三十日 千美元 (未經審核)	二零二零年 十二月三十一日 千美元 (經審核)
資本及儲備			
股本		323,393	325,800
儲備		1,723,403	1,749,632
		<hr/>	<hr/>
本公司擁有人應佔權益		2,046,796	2,075,432
非控股權益		6,528	6,636
		<hr/>	<hr/>
權益總額		2,053,324	2,082,068
		<hr/>	<hr/>
非流動負債			
遞延稅項負債	10	7,395	11,504
遞延收入	15	9,573	9,778
租賃負債		18,689	19,438
		<hr/>	<hr/>
		35,657	40,720
		<hr/>	<hr/>
		2,088,981	2,122,788
		<hr/> <hr/>	<hr/> <hr/>

附註：

## 1. 獨立審閱

截至二零二一年六月三十日止六個月的中期業績未經審核，惟已根據香港會計師公會頒佈的《香港審閱工作準則》第2410號「實體的獨立核數師對中期財務資料的審閱報告」進行審閱。無修訂意見的審閱報告將載入將寄交本公司股東的中期報告內。

## 2. 編製基準

簡明綜合財務報表乃按國際會計準則委員會頒佈的國際會計準則第34號「中期財務報告」以及香港聯合交易所有限公司證券上市規則附錄十六所載適用披露規定編製。

本公司及其附屬公司(以下統稱「本集團」)為主要從事全球手機業的垂直整合製造服務的供應商。本集團為其客戶提供生產手機的全套製造服務。

## 3. 主要會計政策

簡明綜合財務報表乃按歷史成本基準編製，惟若干金融工具以公平值計量(視適用情況而定)除外。

除因應用國際財務報告準則的修訂本而產生額外會計政策外，於截至二零二一年六月三十日止六個月的簡明綜合財務報表所採用會計政策及計算方法與編製本集團截至二零二零年十二月三十一日止年度的全年財務報表所遵循者一致。

### 應用國際財務報告準則的修訂本

於本中期期間，本集團應用下列由國際會計準則委員會頒佈就於二零二一年一月一日或之後開始的年度期間強制生效的國際財務報告準則修訂本編製本集團的簡明綜合財務報表：

國際財務報告準則第16號修訂本	COVID-19相關租金寬減
國際財務報告準則第9號、國際會計準則第39號、 國際財務報告準則第7號、國際財務報告準則 第4號及國際財務報告準則第16號修訂本	利率基準改革 — 第二階段

於本期間應用國際財務報告準則修訂本對本集團本期間及過往期間的財務狀況及表現及／或該等簡明綜合財務報表所載披露資料並無重大影響。

## 4. 收益及分類資料

本集團根據主要營運決策人(即行政總裁)審閱的內部報告釐定其營運分類，以向分類分配資源及評估其表現。

本集團的營運按客戶所在地區分為三個營運分類 — 亞洲、歐洲及美洲。

本集團的收益來自與客戶訂立的合約，主要來自為客戶提供有關生產手機的製造服務(包括銷售貨品及加工服務)3,937,867,000美元(二零二零年：3,668,273,000美元)。

按營運及呈報分類劃分的本集團收益及業績分析如下：

	截至六月三十日止六個月	
	二零二一年 千美元 (未經審核)	二零二零年 千美元 (未經審核)
分類收益(外部銷售)		
亞洲	3,451,984	3,351,241
歐洲	280,360	212,363
美洲	205,523	104,669
	<u>3,937,867</u>	<u>3,668,273</u>
分類溢利		
亞洲	52,853	12,050
歐洲	8,335	6,453
美洲	13,827	7,720
	<u>75,015</u>	<u>26,223</u>
其他收入、收益及虧損	60,188	65,348
一般及行政開支	(99,906)	(92,747)
研究與開發開支	(62,687)	(82,200)
利息開支	(3,928)	(7,694)
應佔聯營公司(虧損)溢利	(96)	4,118
	<u>(31,414)</u>	<u>(86,952)</u>

本集團向亞洲客戶的銷售額主要來自計入亞洲的中華人民共和國(「中國」)。

分類溢利乃指各分類所賺取的毛利以及服務收入(計入其他收入)並扣除所有銷售開支。此乃向行政總裁呈報以供資源分配及表現評估的基準。

## 5. 所得稅抵免(開支)

所得稅(抵免)開支包括：

	截至六月三十日止六個月	
	二零二一年	二零二零年
	千美元	千美元
	(未經審核)	(未經審核)
即期稅項：		
— 香港	-	-
— 其他司法管轄區	<u>3,174</u>	<u>15,776</u>
	<u>3,174</u>	<u>15,776</u>
過往期間超額撥備：		
— 香港	-	-
— 其他司法管轄區	<u>(3,900)</u>	<u>(1,288)</u>
	<u>(3,900)</u>	<u>(1,288)</u>
遞延稅項(附註10)		
本期間	<u>(2,359)</u>	<u>(142)</u>
	<u>(3,085)</u>	<u>14,346</u>

由於本集團並無在香港產生應課稅溢利，故並無就香港利得稅作出撥備。

稅項開支主要包括本公司於中國成立的附屬公司應課稅溢利的中國所得稅。根據《中國企業所得稅法》(「企業所得稅法」)及企業所得稅法實施細則，中國附屬公司的稅率為25%(二零二零年：25%)。本公司其中兩家中國附屬公司獲頒高新技術企業證書，並可於三年內(即分別自二零一九年及二零二零年起生效)獲減稅，稅率由25%減至15%。此外，根據中國的「西部大開發」運動，本公司其中兩家中國附屬公司有權享有優惠稅率15%。除該等附屬公司外，其他中國附屬公司須按稅率25%(二零二零年：25%)繳納企業所得稅。

於其他司法管轄區產生的稅項按有關司法管轄區當時的稅率計算。

## 6. 期間虧損

	截至六月三十日止六個月	
	二零二一年 千美元 (未經審核)	二零二零年 千美元 (未經審核)
期間虧損已扣除(計入)下列各項：		
物業、廠房及設備折舊	91,070	91,079
使用權資產折舊	3,071	3,752
投資物業折舊	1,316	393
折舊總額	95,457	95,224
減：資本化為存貨的金額	(74,768)	(79,878)
減：計入研究與開發開支的金額	(5,503)	(4,919)
	15,186	10,427
已確認為開支的存貨成本	3,853,804	3,628,008
出售投資物業的收益	-	(657)
保用撥備	1,258	3,143
存貨撇減至可變現淨值	20,488	39,787
就應收貿易賬款淨額而確認的減值虧損	4,803	7,045
按公平值計入損益的短期投資產生的淨收益	-	(1,572)
按公平值計入損益的股本工具產生的淨收益	-	(579)
匯兌虧損(收益)淨額(計入其他收入、收益及虧損)	10	(7,064)
出售物業、廠房及設備的收益	(561)	(16)
銀行存款的利息收入	(16,352)	(17,067)

## 7. 股息

截至二零二一年六月三十日及二零二零年六月三十日止六個月概無派付、宣派或建議任何股息。



## 8. 每股虧損

本公司擁有人應佔每股基本虧損乃根據下列數據計算：

	截至六月三十日止六個月	
	二零二一年	二零二零年
	千美元	千美元
	(未經審核)	(未經審核)
本公司擁有人應佔虧損		
就每股基本虧損而言的虧損	<u>(28,184)</u>	<u>(100,508)</u>
	截至六月三十日止六個月	
	二零二一年	二零二零年
股份數目		
就每股基本虧損而言的普通股加權平均數	<u>8,084,621,160</u>	<u>8,203,000,000</u>

由於該兩個期間並無潛在普通股，故並無呈列該等期間的每股攤薄虧損。

## 9. 物業、廠房及設備及使用權資產的變動

於本期間內，本集團購置約53,614,000美元(截至二零二零年六月三十日止六個月：45,710,000美元)的物業、廠房及設備。

此外，本集團訂立多份新租賃協議，租期兩年(截至二零二零年六月三十日止六個月：兩年至十年)。於租賃開始時，本集團確認約872,000美元(截至二零二零年六月三十日止六個月：17,712,000美元)的使用權資產及872,000美元(截至二零二零年六月三十日止六個月：17,712,000美元)的租賃負債。於本期間內，本集團於租期結束時取得若干租賃資產的擁有權，賬面值合共為11,885,000美元(截至二零二零年六月三十日止六個月：無)，其後分類為物業、廠房及設備。

於本期間內，本集團出售賬面值合共為2,747,000美元(截至二零二零年六月三十日止六個月：4,359,000美元)的若干物業、廠房及設備，所得款項為3,308,000美元(截至二零二零年六月三十日止六個月：4,375,000美元)，因而錄得出售收益561,000美元(截至二零二零年六月三十日止六個月：16,000美元)。

## 10. 遞延稅項

下列為於期內已確認的主要遞延稅項(資產)負債及其變動：

	存貨以及 應收貿易 及其他 賬款的備抵 千美元	加速稅項 折舊 千美元	稅項虧損 千美元	其他 千美元 (附註)	總計 千美元
於二零二零年一月一日(經審核)	(3,357)	9,336	(7,426)	(5,014)	(6,461)
期內(計入)扣除損益	(903)	218	6,475	(5,932)	(142)
匯兌調整	162	(275)	951	643	1,481
於二零二零年六月三十日 (未經審核)	<u>(4,098)</u>	<u>9,279</u>	<u>-</u>	<u>(10,303)</u>	<u>(5,122)</u>
於二零二一年一月一日(經審核)	<b>(2,309)</b>	<b>7,319</b>	<b>(6,959)</b>	<b>(6,930)</b>	<b>(8,879)</b>
期內扣除(計入)損益	<b>218</b>	<b>(2,872)</b>	<b>319</b>	<b>(24)</b>	<b>(2,359)</b>
匯兌調整	<b>(11)</b>	<b>57</b>	<b>(36)</b>	<b>(31)</b>	<b>(21)</b>
於二零二一年六月三十日 (未經審核)	<u><b>(2,102)</b></u>	<u><b>4,504</b></u>	<u><b>(6,676)</b></u>	<u><b>(6,985)</b></u>	<u><b>(11,259)</b></u>

附註：其他主要指應計開支產生的暫時差額。

就簡明綜合財務狀況報表呈報而言，若干遞延稅項資產及負債已被對銷。下列為就財務申報而言的遞延稅項結餘(對銷後)的分析：

	二零二一年 六月三十日 千美元 (未經審核)	二零二零年 十二月三十一日 千美元 (經審核)
遞延稅項資產	<b>(18,654)</b>	(20,383)
遞延稅項負債	<b>7,395</b>	11,504
	<u><b>(11,259)</b></u>	<u>(8,879)</u>

由於不可能出現應課稅溢利可用作扣減可扣稅暫時差額，於二零二一年六月三十日，本集團並未確認存貨備抵、應收貿易及其他賬款、保用儲備、遞延收入及其他應計開支的可扣稅暫時差額約107,918,000美元(二零二零年十二月三十一日：98,539,000美元)。

於二零二一年六月三十日，本集團可供對銷未來溢利的未動用稅項虧損約為2,102,808,000美元(二零二零年十二月三十一日：2,060,635,000美元)。於二零二一年六月三十日，已就有關虧損其中約22,253,000美元(二零二零年十二月三十一日：23,196,000美元)確認遞延稅項資產。於二零二一年六月三十日，由於無法預測日後溢利來源，或因不可能在其屆滿前有可動用的未動用稅項虧損，故並無就剩餘稅項虧損2,080,554,000美元(二零二零年十二月三十一日：2,037,439,000美元)確認遞延稅項資產。未確認稅項虧損將於五個連續年度後屆滿。

根據企業所得稅法，中國附屬公司於二零零八年一月一日起獲利所宣派的股息須繳納預扣稅。於報告期末，本集團並無就附屬公司於二零零八年一月一日起未分派盈利約894,131,000美元(二零二零年十二月三十一日：986,276,000美元)所附帶的暫時差額確認遞延稅項負債，原因是本集團現時能控制暫時差額的撥回時間，且該等差額可能不會於可見將來撥回。

## 11. 應收貿易及其他賬款

	二零二一年 六月三十日 千美元 (未經審核)	二零二零年 十二月三十一日 千美元 (經審核)
應收貿易賬款	1,829,074	2,049,158
減：信貸虧損備抵	(12,661)	(7,883)
	<u>1,816,413</u>	<u>2,041,275</u>
其他可收回稅項	201,918	189,480
其他應收賬款、按金及預付款項	<u>107,751</u>	<u>123,472</u>
應收貿易及其他賬款總額	<u><u>2,126,082</u></u>	<u><u>2,354,227</u></u>

本集團一般於貨品交予客戶時向客戶發出發票，惟本集團可能向客戶收集預付款項的若干訂單則除外。

本集團一般給予其貿易客戶的平均信貸期為30至90日，惟若干具有良好業績往來記錄的客戶可獲授較長的信貸期除外。鑑於COVID-19疫情及多個國家實施鎖國措施，導致若干客戶延遲付款。

下列為於報告期末按發票日期(約為各自收益的確認日期)呈列的應收貿易賬款(扣除信貸虧損備抵)的賬齡分析：

	二零二一年 六月三十日 千美元 (未經審核)	二零二零年 十二月三十一日 千美元 (經審核)
0—90日	1,664,068	1,940,908
91—180日	133,474	85,514
181—360日	18,796	6,328
超過360日	<u>75</u>	<u>8,525</u>
	<u><u>1,816,413</u></u>	<u><u>2,041,275</u></u>

於二零二一年六月三十日，本集團根據對其應收貿易賬款作出的預期信貸虧損評估計提減值備抵12,661,000美元(二零二零年六月三十日：8,556,000美元)。

## 12. 應付貿易及其他賬款

	二零二一年 六月三十日 千美元 (未經審核)	二零二零年 十二月三十一日 千美元 (經審核)
應付貿易賬款	1,756,046	1,904,474
其他應付稅項	67,914	155,568
應計員工成本及僱員福利	139,905	168,218
其他	521,180	532,214
	<u>2,485,045</u>	<u>2,760,474</u>

下列為於報告期末按發票日期呈列的應付貿易賬款的賬齡分析：

	二零二一年 六月三十日 千美元 (未經審核)	二零二零年 十二月三十一日 千美元 (經審核)
0—90日	1,606,825	1,823,058
91—180日	119,947	54,523
181—360日	18,207	11,404
超過360日	11,067	15,489
	<u>1,756,046</u>	<u>1,904,474</u>

## 13. 銀行借貸

	二零二一年 六月三十日 千美元 (未經審核)	二零二零年 十二月三十一日 千美元 (經審核)
銀行貸款	<u>974,110</u>	<u>929,068</u>

按貨幣劃分的銀行借貸分析：

美元	973,300	927,300
印度盧比	810	1,768
	<u>974,110</u>	<u>929,068</u>

於報告期末的銀行借貸均為無抵押、原到期日為一至三個月(二零二零年十二月三十一日：一至兩個月)、須於一年內償還，並按固定年利率介乎0.55%至5.90%(二零二零年十二月三十一日：0.72%至5.90%)計息。

## 14. 撥備

	保用撥備 千美元
於二零二零年一月一日	13,185
匯兌調整	472
期內撥備	3,376
使用撥備	<u>(7,534)</u>
於二零二零年十二月三十一日	<b>9,499</b>
匯兌調整	<b>63</b>
期內撥備	<b>1,258</b>
使用撥備	<u><b>(1,636)</b></u>
於二零二一年六月三十日	<u><b>9,184</b></u>

保用撥備乃指管理層就本集團給予手機產品十二至二十四個月保用所須承擔責任，根據以往經驗及業內的次品平均比率而作出的最佳估計。

## 15. 遞延收入

	二零二一年 六月三十日 千美元 (未經審核)	二零二零年 十二月三十一日 千美元 (經審核)
政府津貼	<u><b>9,573</b></u>	<u>9,778</u>

授予本公司中國附屬公司的政府津貼乃於相關可折舊資產的可使用年期內撥為收入。

## 16. 金融工具的公平值計量

### 可予抵銷的金融資產及金融負債

下表所載披露資料包括於本集團簡明綜合財務狀況報表抵銷的金融資產及金融負債。

本集團目前擁有合法可強制執行的權力，以抵銷在同一銀行於同日期到期結算的若干銀行結餘及銀行借貸，且本集團擬按淨額基準結算該等結餘。

可予抵銷的金融資產／負債	於二零二一年六月三十日		
	已確認的金融 資產(負債)總額 千美元	於簡明綜合財務 狀況報表抵銷的 已確認金融 (負債)資產總額 千美元	於簡明綜合財務 狀況報表呈列的 金融資產 (負債)淨額 千美元
銀行結餘	<u>711,045</u>	<u>(711,045)</u>	<u>-</u>
銀行借貸	<u>(711,045)</u>	<u>711,045</u>	<u>-</u>
應收利息	<u>4,274</u>	<u>(3,815)</u>	<u>459</u>
應付利息	<u>(3,815)</u>	<u>3,815</u>	<u>-</u>
可予抵銷的金融資產／負債	於二零二零年十二月三十一日		
	已確認的金融 資產(負債)總額 千美元	於綜合財務 狀況報表抵銷的 已確認金融 (負債)資產總額 千美元	於綜合財務 狀況報表呈列的 金融資產 (負債)淨額 千美元
銀行結餘	<u>893,404</u>	<u>(893,404)</u>	<u>-</u>
銀行借貸	<u>(893,404)</u>	<u>893,404</u>	<u>-</u>
應收利息	<u>11,543</u>	<u>(10,740)</u>	<u>803</u>
應付利息	<u>(10,740)</u>	<u>10,740</u>	<u>-</u>

期內，利息收入淨額1,011,000美元(截至二零二零年六月三十日止六個月：1,597,000美元)根據上述安排計入利息收入。

## 重要提示

本中期報告所載本集團於截至二零二一年六月三十日止六個月期間(「本期間」或「報告期間」)的綜合中期業績乃未經審核，惟已根據相關財務準則審閱及審核。本集團的經營業績過往曾出現波動，且日後可能會繼續於一個期間至另一個期間出現波動(可能大幅波動)。因此，本集團於任何期間的業績不應被視為任何未來期間預期業績的指標。

本公司(下文亦稱為「我們」或「我們的」)謹此提述分別於二零二一年二月五日、二零二一年五月十二日及二零二一年七月二十三日刊發的公告，當中提及(其中包括)元件短缺、價格上漲及新型冠狀病毒(COVID-19)疫情及本集團面臨的其他挑戰、本集團及旗下業務因此蒙受的不利影響，以及本集團於本期間錄得綜合淨虧損的各種原因。另請參閱下文「二零二一年展望」一節以了解此方面的詳情。

本公告載有關於本公司就本集團業務營運、機會及前景及威脅的預期及展望作出的前瞻性陳述。該等前瞻性陳述面臨風險及不確定因素，並不構成本集團未來表現及訂單情況的保證，且受可能導致本集團的實際業績及訂單情況有別於前瞻性陳述所表達者(可能存在重大差異)的因素影響。該等因素可能包括但不限於COVID-19疫情及其變種產生的預期及潛在不利影響、COVID-19爆發的範圍及持續時間以及隔離措施、旅遊限制、停工、業務裁減、復原及安全問題對我們的場地、客戶、供應商、供應鏈、元件供應及營運的影響、政府就COVID-19推出相關紓困措施的預期影響、銷售及產品組合及資產使用的變動、預期重組行動及成本、商品價格變動、元件(如芯片組及顯示器)短缺、材料限制及交付週期延長、元件、服務及物料的付運及供應延誤、整體行業及宏觀經濟環境的變動(如緊張局勢加劇及政治狀況)、貨幣市場的變動(如加息及匯率波動)、資本市場的變動、競爭、客戶需求及喜好的轉變、客戶外判、影響我們客戶的競爭挑戰、價格和毛利率下行壓力、管理可能出現的客戶需求波動及其他相關客戶挑戰、銷情的季節性因素、終端用戶喜好轉變及收入波動加劇、我們的增長及多元化策略及計劃(及潛在阻礙)、我們的信貸風險、與國際銷售及營運有關的風險、技術提升的步伐及市場/法律/監管/政府/稅務政策的變動(如政府的黑名單、出口管制及針對本集團主要客戶的禁令、印度PLI(生產掛鈎獎勵)政策)、取得或重續或符合稅務獎勵及抵免的條件、獲得政府補償的時間、我們控制範圍以外事件的潛在不利影響、美國拜登內閣制訂或建



議的政策或法例、美國新政府的不明朗因素、進口美國產品的關稅及相關反制措施。此外，不時會出現無法預料的新增風險，且管理層不可能預測一切有關風險因素或評估有關風險因素對本集團業務的影響。進一步詳情請參閱下文「展望」(尤其「二零二一年展望」一節)。除聯交所證券上市規則(「上市規則」)及香港法例第571章證券及期貨條例(「證券及期貨條例」)的適用規定另有規定外，本公司並無責任更新或修訂任何該等前瞻性陳述以反映任何期後事項或情況。

因此，本公司股東及潛在投資者於買賣本公司股份時務請審慎行事。

## 討論及分析

### 緒言

自本公司於二零零三年開業及其股份於二零零五年在聯交所主板上市以來，本公司一直為鴻海的附屬公司(鴻海為一家在台灣註冊成立的公司，其股份於台灣證券交易所上市)，並為領先全球手機業並向客戶提供垂直整合製造服務供應商，其業務模式乃就手機及其他無線通訊裝置以及電子消費產品為客戶提供專為滿足特定市場及客戶產品生命週期要求而設的完整端對端製造及工程服務。產品及服務包括獨特及創新的產品開發及設計、機構件(包括可能出售予客戶及用作製造完整手機以交付客戶的機構件)、元件、PCBA(印刷電路板組裝)、整個系統組裝等，及供應鏈服務及解決方案以及於客戶鄰近地點提供的維修及翻新及其他售後服務。除手機外，本集團亦製造其他無線通訊裝置及電子消費產品及配件，以及電子書閱讀器、平板電腦及語音互動產品(如智能音箱)等相關範疇。在設計及開發方面，本集團為客戶提供廣泛的原設備製造(OEM)及原設計製造(ODM)能力，而我們的優勢在於提供產品及軟件開發以及需要強大工程及技術能力的高度複雜性製造解決方案。本集團提供的ODM包括與客戶合作開發硬件及軟件平台及設計解決方案，以及管理該計劃的設計及開發及供應鏈及製造以及成本優化方面。本集團於中國、印度、越南、台灣、墨西哥及美國策略性地營運優越的基地及中心。

手機製造業高度活躍且競爭激烈，難以預測訂單情況，而激進的定價是常見的營商手法，此乃由於行業入行門檻較低，尤其是一家大型中國流動電話品牌公司受到限制導致生產供應過剩以及COVID-19導致復甦受到限制。客戶可能因多項原因而改變EMS(電子製造服務)供應商之間的生產。該等原因包括



競爭格局及對其產品需求的變動、供應商回流計劃、定價優惠、更優惠的付款條款及條件、外包策略及彼等整合供應鏈能力或轉換供應鏈合作夥伴的偏好、企業風險管理、優化物流成本、工程及產品開發服務質量、準時交付及稅務優惠。客戶亦可能改變其外包的業務量(旨在透過價值鏈進行垂直整合及合併或透過進一步承包提高專業化程度)或其EMS供應商的集中度或位置。COVID-19疫情及中美貿易戰迫使全球各地公司重新評估其供應鏈安排、多份報告提出撤出中國，至越南及印度等鄰近國家或回國作為「回流」程序的其一部分。因此，客戶及分部收入及組合以及整體盈利或會波動。受各國政政策所推動，擁有較多本地消費者的國家的本地OEM及ODM生產商數目將會有所增加。

就全球電子消費產品行業而言，COVID-19的持續挑戰催化了數碼轉型的加速，對電子消費產品的需求激增，導致對支援在家工作及遙距學習等活動的設備出現逼切需求。個人電腦市場是COVID-19爆發的主要受益者之一。根據International Data Corporation (IDC)在二零二一年三月十日發表的研究報告，儘管半導體持續短缺，筆記型電腦的出貨量預計將在二零二一年大幅增長22%，出貨量將達到創紀錄的268百萬台。就平板電腦而言，另一研究公司Canalys在二零二一年三月四日的報告中預計，平板電腦的出貨量將經歷前所未有的增幅，按年增長8%，二零二一年的出貨量為174百萬台。另外，值得一提的是，根據IDC在二零二一年三月十五日的數據，許多消費者在COVID-19疫情期間把健康和體格放在首位，當中不少購買可穿戴設備，以更好地監測個人體能活動及健康狀況。IDC統計資料顯示，腕帶、可聽戴式裝置和手錶等可穿戴設備在二零二一年的出貨量預計將達548百萬的新高，按年增長23%。隨著消費者的消費轉移至個人電腦等鄰近市場，平板電腦及可穿戴設備將對智能手機業務造成深遠影響。由於全球一直抵禦疫情，預期智能手機的需求逐漸恢復，二零二一年的出貨量將達13.8億，然而增幅將因第二波COVID-19疫情而受壓，保守估計較二零二零年的年度增長為7.7%。創新產品、價格下跌及消費意欲上升均支持電子消費產品的需求。然而，若干國家的手機市場已接近飽和，導致整個行業出現削價競爭及利潤萎縮的情況。同時，消費者將大部分可支配收入用於移動設備，進一步迫使行業營運商為爭取競爭優勢而紛紛降價。

由於業務跨越多個終端市場，本集團致力在全球範圍內為客戶提供產品開發及製造支援及解決方案，以及垂直整合及一系列具成本競爭力的服務(包括全球維修服務)。本公司相信，此策略使本集團從競爭對手中脫穎而出，將有助於支援客戶於整個生命週期內的產品，並縮短產品投入高度活躍且競爭激烈

的市場所需的時間，並促進與客戶的長期業務關係，讓顧客能夠成功渡過當前COVID-19疫情等艱難的經濟時期。受COVID-19所觸發全球經濟及金融市場的不確定性可能會影響本集團客戶產品及服務的當前及未來需求，從而影響我們的營運。本集團繼續監察全球經濟及金融環境的動態及影響，並致力管理我們的優先事項、成本、資本開支及資源，以預測及準備我們認為必要的任何變動。為確保本集團已準備應對不確定的需求環境，本集團積極淘汰陳舊、冗餘及盈餘資產，轉型為輕資產企業集團，並削減成本以維持及保存現金。憑藉與各類材料及工藝合作及提供製造解決方案(包括傳統金屬沖壓及塑膠注塑以至系統組裝解決方案)的研究及開發(「研發」)能力、能力及專業知識，本集團能夠滿足其客戶不斷變化及多樣化的需要及產品設計要求，並為全球客戶提供全面及具競爭力的一站式購物解決方案。

據有線新聞網絡於二零二一年五月四日的商業報導，美國政府繼續制裁特定中國內地公司及(其中包括)禁制中國內地的最大晶片製造商，導致各種通用電子元件自二零二零年第三季開始出現供應緊張甚至嚴重短缺，情況可能維持至二零二二年。長期的供應緊縮已經對電子市場造成干擾，由電子消費產品以至汽車分類的整個供應鏈均受拖累。IC(集成電路)、過濾器、LCD(液晶顯示器)、傳感器等常見電子元件均受到供應緊絀的影響，價格上漲及訂單時間延長將持續至二零二二年。英特爾行政總裁Patrick P. Gelsinger在二零二一年五月三十一日的台北國際電腦展覽會表示：「全球半導體短缺問題可能需要幾年時間才能解決。」此問題已導致若干汽車生產管道關閉，並對其他行業構成不利影響，包括智能手機及其他電子消費產品。Qualcomm總裁兼新任執行長Cristiano Amon在二零二一年四月二十八日舉行的Qualcomm季度盈利發佈會上表示：「由於規劃產能建設及各種採購舉措，晶片組供應緊縮問題預計將在二零二一年底前顯現實質性改善。」雖然若干行業已經採取積極措施來緩解近期的供應限制，全球半導體製造商已經積極投資於代工及工廠擴張以提高生產力，然而，供應不足的問題不會在短期內得到緩解。英特爾行政總裁在二零二一年五月三十一日表示：「代工能力、基板和元件的短缺可能需要幾年時間來解決」。

一如以往，即使本集團製造業務中表現欠佳的部分持續進行精簡／重組，本集團將繼續向其客戶提供消費電子產品的外殼及系統組裝。然而，鑒於智能手機出貨量增長放緩，本集團致力於分散流動電話的收益貢獻，減輕依賴單一產品和地區的風險。舉例而言，本集團一直從事5G、IoV(車聯網)及人工智

能(人工智能)以建立互聯網及移動生態系統，透過利用本集團在提供創新軟件設計及硬件開發服務以及無線通訊及資訊交換技術方面的專業知識、經驗及核心能力，積極擴大本集團於5G、IoV及人工智能業務的相關產品及服務分部的參與，以支援該等業務分部連同配套網絡及生態系統的發展。事實上，在二零一九年，本集團成立了全資附屬公司富智捷股份有限公司(「富智捷」)，以發展汽車業務，專注於車載資訊娛樂系統和高級駕駛輔助系統技術。本公司於鴻海垂直整合中發揮積極作用，並為MIH開放平台聯盟生態系統的一部分。同時，本集團通過出色的NPI(New Product Introduction)及製造能力，不斷優化和提高生產利用率，已經獲得了多個物聯網、電動車部件和網路產品訂單，甚至長期提升我們的盈利能力。

二零二一年五月十八日，本集團在汽車業務方面更進一步，並宣佈與Stellantis N.V. (NYSE / MTA / Euronext Paris: STLA) (「Stellantis」)簽署無約束力諒解備忘錄，共同開發資訊娛樂、遠端資訊處理及雲服務平台解決方案。憑藉本集團在流動生態系統用戶體驗及軟件開發方面的豐富知識，此次合作將提供具顛覆性的智能駕駛艙解決方案，連同配套硬件(如智能駕駛艙車載資訊娛樂前後座顯示器及資訊娛樂，以及遠程信息處理盒)及軟件(如AI應用程式、導航、語音助手、全方位能見度、電商店鋪營運、支付服務綜合程式等)，將汽車無縫融入駕駛者以流動為中心的生活方式。本集團一直與亞洲及歐洲的頂尖原設備製造商、第一或二級供應商緊密合作，並已接獲若干報價，並預期ADAS解決方案、智能駕駛艙解決方案及多功能IVI (In-Vehicle Infotainment)系統將於不久將來成為本集團的業務發展動力。現階段，由於5G、IoV及人工智能業務分部的營商環境現時及預期將持續不斷變化及充滿競爭，本集團認為準確預測該等業務分部對整體表現的潛在影響以及從事該等業務分部的前景目前言之過早。

## 與客戶、供應商及僱員的主要關係

### 與客戶的主要關係

除於不同國家提供生產場地外，本集團的策略及業務模式為與客戶合作提供一條龍服務，由初步概念設計階段起直至製造過程結束為止，管理初創階段的採購、開發及生產以及手機組裝及服務的所有方面，並為其客戶提供具成本效益及垂直整合的全球供應鏈完整解決方案。該等舉措有助加快產品上市及量產的時間，並為滿足快速改變的客戶需求而有效地將新產品投入生產及規模生產。此舉亦讓客戶可借助本集團的供應鏈解決方案，在其產品的整個



生命週期內滿足其產品要求，並加快在競爭激烈的市場推出客戶的新產品。技術日新月異、行業標準不斷演變及對產品及服務持續改進的要求縮短產品生命週期。本集團透過與供應鏈及供應商緊密合作以掌握前端發展趨勢，並透過提供切實可行的解決方案為本集團及客戶創造雙贏局面。然而，由於爆發COVID-19，終端市場需求變得不確定，而我們的客戶在規劃其需求上更為審慎，故需求能見度縮短，令我們難以計劃生產及盡量提高使用率及估計訂單數目。與客戶建立長期合作夥伴關係後，本集團得以與客戶有效溝通並加快生產速度，同時滿足客戶對規格及質量的要求。同時，本集團一直致力於改善營運管理、優化工序及效率、研發、精簡生產工序以改善學習曲線及收益率、管理及開發人力資源以適時交付所有項目。本集團致力繼續建立我們賴以成功的競爭優勢，包括專注於印度及越南的全球布局、具競爭力的成本、卓越的品質及客戶服務、快速的產品開發週期、新技術及解決方案的使用、大規模及低成本生產的設計能力，以及透過垂直整合業務控制多角度生產投入。在定價上受到業界銳意抗衡近期市場份額發展走勢的最大參與者施加的異常壓力，而本集團所有客戶亦面對各種挑戰。擁有生產設施及能力的客戶可能減少外包，以優化其自身的使用率。客戶可能無法成功推銷其產品，而客戶的產品可能無法獲得廣泛的商業認可，且可能出現供應鏈問題(包括因COVID-19疫情而出現的問題)，而客戶的需求可能經歷市場份額的急劇變化，這可能導致彼等失去市場份額或退出業務。另一方面，其中一名主要客戶的核心業務並不涉及手機行業，該客戶業務的策略如有任何變動可能影響本集團向該客戶銷貨。本集團將在現有產品及客戶的堅實基礎上，繼續探索發展新項目、新產品及新客戶的機會。面對更多元化的產品線及客戶需求，本集團將透過緊貼OEM行業的技術變革及競爭形勢、因應客戶對其各自市場分部的技術及市場變化及競爭狀況作出的回應有效調整我們的服務、優化生產工序、提高效率、提升自動化水準、執行穩健的成本控制措施及培育人才，積極提升核心能力及在競爭中脫穎而出。

儘管智能手機市場在二零二一年初由COVID-19疫情中逐步復蘇，但COVID-19第二波的爆發席捲本集團營運所在的全球不同地區，尤其越南和印度，疫情對當地智能手機的生產量和出貨量、銷售量以及我們對訂單的估計能力產生深遠影響。第二波新的冠狀病毒感染損害了手機行業，客戶消費信心方面的需求不確定性上升，可能導致這些地區二零二一年智能手機增長放緩。根據中國信息通信技術研究院(CAICT)二零二一年六月十六日發佈的報告，最大的智能手機市場中國在二零二一年第一季度的出貨量按年增長110%，這主要是受5G手機強勁銷售和發佈各種新型號智能手機的推動。於第二季度，5G智能

手機的出貨量已佔據中國手機總出貨量的76.1%。然而，在二零二一年第一季度5G智能手機錄得大額銷售之後，中國智能手機需求有所消退，第二季度手機總出貨量出現大幅下滑，按年下跌26.9%，尤其是四月及五月跌幅超過30%。根據CAICT的分析，智能手機出貨量下滑主要由於二零二一年第一季度智能手機需求提前釋放，以及上游供應的半導體晶片持續短缺，加上其他智能手機製造商無力抵銷華為智能手機的出貨量暴跌。

另一方面，根據IDC在二零二一年五月十一日收集的資料，第二大手機市場印度在二零二一年取得良好開始，第一季度的出貨量按年增長18%，創下了38百萬部智能手機出貨量的記錄，主要是由發佈的新型號與促銷活動和二零二零年以來需求受抑壓所推動。然而，根據BBC新聞在二零二一年五月三十一日的報導，三月中旬出現的COVID-19第二波未有放緩跡象，四月及五月的確診個案更達到前所未有的高峰。這場大規模的第二波COVID-19疫情使印度經濟陷入停頓，幾個州份實施停工和限制措施，消費者對智能手機的需求受到抑制，而在限制中，智能手機並不被視為必要類別。IDC預計二零二一年第二季度印度智能手機出貨量將會下滑，乃由於COVID-19第二波持續破壞了印度智能手機業務的增長勢頭，導致二零二一年智能手機出貨量預計跌至單位數升幅。同樣，二零二一年四月下旬COVID-19在越南迅速蔓延，尤其北部的北江省受到嚴重打擊。COVID-19的爆發破壞了智能手機的供應鏈，迫使工廠營運低於產能甚至停工。據彭博二零二一年五月十八日的消息，北江省的四個主要工業園區在二零二一年五月十八日被迫臨時關閉，對國內和國際公司在越南所經營數以千計的工廠造成不利影響。但情況在七月漸見改善。

本集團客戶承諾及需求能見度的短期性質以及其產品的快速需求變化降低了我們準確估計客戶未來需求及要求以及訂單情況的能力，使我們難於以有效及具成本效益的方式規劃及安排生產，以盡量提高資產使用率及產能。就此而言，本集團密切監察市場格局及與客戶保持良好溝通，並釐定本集團可應付的業務水平。鑑於該行業由實力雄厚的主要參與者壟斷，在本集團開發新的小型客戶的情況下，本集團將難以開發業務規模與本集團現有主要客戶相若的新客戶，並將在一定程度上影響本集團的議價能力。此外，本集團需要經過一段時間始能調校其生產設施以生產專為新客戶而設的產品及提供服務。倘本集團轉向或增添新客戶，本集團一般需時大約2至10個月調整生產設施，視乎產品的複雜及精密程度及數量以及相關業務模式而定。智能手機的重置／

升級週期在成熟市場(如美國及西歐)進一步延長，原因是產品及開發創新有限、高端與低端型號之間的差距縮小及收窄、對5G時代的期望，而最重要的是COVID-19妨礙經濟活動。在新興市場，儘管智能手機的滲透率正邁向頂峰，但以智能手機取代功能手機的需求放緩。鑑於手機市場飽和，本集團著力專注於技術創新及製造效率，以確保用戶體驗及產品的成本競爭力。透過以高效方式按具競爭力的價格提供符合環球標準的優質產品及服務，在中國、越南及印度等不同國家製造領先行業的最先進產品，為客戶定制服務及提供靈活彈性，及聘請充滿工作熱誠的員工在達到世界級水準的生產環境中工作，讓客戶稱心滿意，突顯我們重視與大小客戶建立的互惠互利關係，同時不斷與彼等延伸、發展、滲透及培養更緊密關係及業務夥伴關係，長遠為本集團及客戶締造共同利益，確保本集團生產設備及設施運用得宜。隨著本集團持續專注於及擴展業務至中國境外，本集團將總辦事處從中國廊坊遷移到台北，自二零二一年三月二十六日起生效。

### 主要客戶及提供服務

本集團的主要客戶包括頂尖國際品牌及中國品牌。中國客戶由最初專注於國內市場、資本、技術及知識提升，將重心轉移至全球擴張。因此，中國品牌在不同國家及市場極為成功，而在中國市場以外擴展業務有助減低本集團的風險。COVID-19爆發使電子行業面臨壓力，乃由於全球物流放緩、封城、供應中斷及勞動力短缺，本集團所有客戶都受到一定程度的影響。病毒對全球供應基礎設施，尤其全球供應鏈造成的損害並非同樣清晰可見但其嚴重性相若。從資源被開採或創造直至消費者收到最終產品的一刻，COVID-19已經影響到供應鏈的每一個階段，很少有行業領導者在18個月前曾經歷或預料到此情況。全球大部分製造商、批發商及零售商都以各種方式遭受重大影響。本集團致力與具規模及增長特徵的領先公司建立及維持長期關係的策略、持續發展、滲透中國及國際品牌客戶、致力發展及多元化其產品組合，以及於過往年度擴充在印度及越南的產能導致該等國家的成本更具競爭力。本集團相信，維持全球足跡對降低陳舊風險及盡量提高成本競爭力至關重要，同時保留以相若質量供應全球產品及服務的能力，減少貿易糾紛的影響及提高整體生產效率及分散國家風險。該擴張、客戶及產品多元化方面的努力以及垂直整合策略將繼續進行，預計未來數年印度國內市場龐大，將有更大規模的擴張。此外，本集團專注於擴大其客戶組合，物色符合本集團目標要求(包括良好的市場增長潛力、全球製造解決方案的需求、財務穩定性及長期關係穩定性)的新客戶並與其建立關係可降低風險集中程度。然而，事實上發掘大型的新客戶日益困難，這亦是本集團客戶組合中包含部分小客戶的理由。

過去數年中國第一手機品牌是本集團的主要客戶之一，為本集團的收益作出重大貢獻，在美國和中國的緊張貿易局勢中成為針對目標，並受到嚴格限制。根據IDC發佈的最新資料，該客戶二零二一年第一季度的全球出貨量急劇下降至14.9百萬，按年減少69.5%，由於繼續遭受美國制裁，其排名降至第七。隨著美國總統拜登宣誓就職，制裁未有被撤回。於二零二一年五月二十一日，商務部長雷蒙多向公眾表示，該客戶將被保留在美國實體名單上，繼續禁止向該公司出售關鍵技術。二零二一年五月二十六日，該客戶的首席執行官正式發佈其自行研發作業系統，並披露了其新旗艦智能手機的細節。不幸的是，這位首席執行官在活動上提到：「由於眾所周知的原因，推出日期尚未確定。但是，我們正在努力想辦法讓大家得到這偉大產品。」明確反映該客戶在開發新手機的道路上仍然遭受了某些阻礙。儘管如此，該客戶自去年以來一直努力轉型和重組業務。該客戶善用手機部門的豐富資源積極發展汽車業務。由於客戶改變其發展方向，本集團亦相應調整資源及製造能力。此舉亦符合我們減少依賴智能手機的目標。另一方面，其分拆公司尚取回被競爭對手奪走的市場份額。根據Canalyst於二零二一年四月二十九日發表的報告，「榮耀亦是迫在眉睫的威脅。其已經達成供應鏈交易，現正簽署分銷協議，以期在二零二一年下半年重新進入多個市場」。它預計將在二零二一年底或二零二二年初發佈新型號，惟我們對這個分拆品牌的收益貢獻仍保持審慎態度。

藉著另一個主要中國客戶的強勁增長部分抵銷上述客戶對本集團造成的負面影響。該客戶已匯報第一季度的財務業績，來自智能手機的收益按年增長69.8%，乃因其自一次性的行業領導者手上奪取了市場份額。此外，根據IDC的資料，於第一及第二季度，該客戶在中國內地智能手機市場的出貨量分別增加92%及47%，理由是因COVID-19形成的基準年份的出貨量低和主要競爭對手退出市場。然而，客戶也受到了晶片短缺問題以及疫情於二零二一年四月在印度爆發的影響。本集團受制於部件的缺乏，必需降低部分產能，導致出貨量下降。根據IDC資料，第一季度客戶在印度的出貨量僅錄得3.0%的按年增長。另外，由於印度的COVID-19安全協議及人手短缺，本集團於二零二一年第二季度進一步降低產能。然而，值得注意的是，儘管該客戶受到半導體晶片短缺及COVID-19所影響，惟該客戶已正式宣佈不會修改二零二一年的預測出貨量，推翻市場謠言，表明客戶仍然預視到流動設備於未來的強勁需求。



本集團另一客戶HMD Global Oy (「HMD」)是諾基亞手機和HMD服務的發源地，總部設於芬蘭。HMD的使命是為每個人提供方便的連接，被歸入歐洲分部。HMD不斷致力於其系列產品的安全性、耐用性、可靠性和品質，榮幸獲得諾基亞品牌手機、平板電腦和配件的獨家授權。自二零一九年以來，HMD已經對其業務進行轉型，以確保持續增長。首先HMD通過將智能手機製造分散至多個ODM供應商來加強其供應鏈，以鞏固競爭力並改善超額負債狀況。此更新使得二零二零年的準時交貨率、上市時間和盈利能力都得到了改善。與過去數年相比，數量調整相關負債的管理有了明顯改善。去年上半年受到COVID-19疫情的影響，由於HMD在網上商店加大努力，故此下半年情況有所改善。由於半導體及其他重要元件的全球生產瓶頸，全球生態環境仍然充滿挑戰。HMD作出銷售和行銷方式的轉型，優先將重點轉移至數碼。HMD開始建立其全球「面向消費者」平台，推出新的電子商務渠道及網上商店，直接向消費者及企業出售HMD設備和服務。首批新的網上商店於二零二零年在英國和美國開業，此概念在截至二零二一年初財政年度結束後迅速擴張，現已覆蓋14個市場。二零二一年上半年，供應限制以前所未有的方式影響了整個行業，而COVID-19疫情折騰著印度等主要新興市場。該等供應短缺及元件價格上漲亦影響到HMD業績。HMD繼續與其合作夥伴致力確保供應量，以滿足預測的需求。儘管市場環境充滿挑戰性，但HMD的季度銷售數字按年大幅增長，HMD對所達至毛利率感到滿意。作為二零二零年推出的HMD Connect Pro服務的擴展，HMD在二零二一年六月宣佈與諾基亞合作，利用諾基亞的Worldwide IoT Network Grid (「WING」)為HMD的企業物聯網解決方案實現全球物聯網無縫連接。這項合作將使HMD Connect Pro服務的企業客戶能夠追蹤和管理世界各地的連接設備。於二零二一年四月，HMD在英國推出其首個MVNO服務，作為其長期連接策略的一部分。

另一客戶為本集團已為其製造電子消費產品(如電子書閱讀器、平板電腦及語音互動產品)多時的Ensky Technology Pte. Ltd. (「Ensky」)，而本集團現為該公司的策略供應商，乃由於本集團強大的工程能力滿足客戶既要縮短交貨時間又要實現極高產出率的要求及期望。Ensky為一間與美國客戶建立長期關係的貿易公司，向彼等銷售電子消費產品。由於Ensky其中一名美國客戶增長迅速及於全球佔據主要地位，故此對電子書及聲音互動產品有龐大市場需求。由於Ensky為新加坡註冊公司，故向Ensky的銷售歸於亞洲分類。於二零二零年一月一日Ensky被鴻海收購並成為鴻海的全資附屬公司，根據上市規則屬本公司關連人士。



本集團另一客戶為Sharp Corporation(「Sharp」)，由於其為本公司最終控股股東鴻海的聯繫人，故屬上市規則所界定的本公司關連人士。Sharp提供各類電子產品，包括智能手機、家電、顯示器及其他物聯網設備。日本作為Sharp的本土市場，已推出安卓手機，並自二零一七年起連續四年於日本市場排行首位。根據IDC數據，Sharp於二零二零年每個季度均在日本排名第二，而於首三個季度在日本5G手機市場排名第三。為開拓更多商機，Sharp已開始借助本集團的研發資源及能力提供其他電子設備，如MiFi路由器及平板電腦。於二零二零年八月，Sharp收購Dynabook的餘下股份，使其成為全資附屬公司及使業務多元化。

Ensky及Sharp所屬鴻海科技集團為本集團五大客戶之一。來自本集團向Ensky及Sharp銷售貨品及提供服務的收益分別佔本集團於本期間來自銷售貨品及提供服務的總收益約16.8%及12.8%。根據上市規則，鴻海為本公司的最終控股股東，因此為本公司的關連人士。來自鴻海科技集團的收益佔本集團本期間總收益約31.2%。

為持續與不同客戶建立及發展長期關係及合作夥伴關係，本集團於二零一八年與一名紮根美國的互聯網客戶合作，該客戶是全球最創新的互聯網公司之一，致力為世界各地客戶及消費者提供配備最先進人工智能技術的智能手機。於二零二零年下半年，該客戶發佈了第五代智能手機和第一部5G手機，成功吸引市場關注。據CNBC新聞報導，與另一款搭載Qualcomm最新驍龍865+晶片的旗艦手機相比，新推出的智能手機使用中級Qualcomm處理器令價格更相宜。該客戶亦表示其攝像鏡頭是「最好的一個」。儘管該手機尚未佔據龐大市場份額，但能夠通過提供兼容更多應用程式以及媲美昂貴手機的先進攝像鏡頭且價格相對實惠的手機來吸引消費者使用其安卓流動平台。一如所有手機公司，該客戶在二零二一年第一季度同樣受到部件短缺所影響。

在本集團五大客戶中，其中一名為新近躋身五大客戶行列。於本期間，五大客戶佔本集團總收益約96.3%，其中三名與本集團已建立超過五年的長期良好關係，而另外兩名則已成為本集團客戶超過三年。該等主要客戶毋須於一段期間內向本集團承諾若干最低購買價值或數量。在目前瞬息萬變且競爭激烈的手機行業中，創新及提升用戶體驗以及產品定價及質量至關重要，失去任何該等客戶或該等客戶或其產品的市場地位有所變動可能對本集團的業務、財務狀況及業績造成重大不利影響，特別是考慮到本集團向該等客戶銷貨。本集團對主要客戶的依賴意味本集團的表現直接受該等客戶及其外包策略在

充滿挑戰的手機行業的表現所影響，且本集團注視市場趨勢及外部市場動態的變化以及COVID-19疫情的發展。部分經濟學家研究COVID-19疫情會否導致全球經濟衰退。因此，本集團一直監察目前的經濟環境及市場格局以及其對本集團所服務的整體經濟及消費能力及客戶偏好以及終端市場的潛在影響。本集團繼續密切管理及控制開支及資本資源，以盡量提高準備狀態及快速應變能力。由於本集團的經常性開支及經營開支相對固定，客戶需求減少(特別是對收益金額龐大的產品的需求減少)均會直接影響利潤率以至毛利率及經營業績。

本集團授予主要客戶(不論是否本公司的關連人士)的信貸期介乎30至90日，與授予其他客戶的信貸期一致。本期間的信貸虧損備抵為4.8百萬美元(相比二零二零年同期的信貸虧損備抵為7.05百萬美元)，有關備抵僅在特定例外情況下及根據預期信貸備抵評估作出。信貸虧損備抵減少乃由於積極監察向客戶收款以致應收賬款賬齡改善所致。就來自該等主要客戶的應收貿易賬款所作其後結算經審閱令人滿意，故於本期間並無信貸減值應收款項。本集團有若干小型客戶，而面臨財務困難的客戶或供應商可能對財務業績造成不利影響。尤其是面對COVID-19疫情衝擊，本集團部分客戶(如HMD)在財政上可能受到制肘，而本集團可能難以收回應收貿易賬款，亦可能導致該等客戶對本集團產品及服務的需求減少。鑑於本集團若干客戶延遲付款，令依時收回該等應收貿易賬款的風險增加，故本集團於本期間增加其應收貿易賬款產生的信貸虧損備抵。本公司將繼續密切監察有關情況，並於其認為有需要時就應收貿易賬款產生的預期信貸虧損作出更大撥備。

除手機製造業務外，本集團亦擁有強大的回收及維修服務功能，提供全球綜合解決方案，為客戶提供覆蓋整個產品生命週期的端到端增值製造服務及售後服務，在質量、成本及交付能力方面均出類拔萃。本集團的服務包括售後管理、維修／翻新服務、產品資產回收、在線銷售過盛存貨、綜合區域製造、包裝及履行。本集團為多元化產品(如手機、消費／工業用航拍機、智能家居設備、機頂盒、物聯網產品及汽車用電子產品)及其客戶(包括品牌OEM、移動運營商、零售管道)提供集運／回收物流及製造專業知識。本集團目標為繼續推動向汽車及醫療及保健客戶提供的履行服務及地區製造服務增長以及為醫

療行業發展維修／翻新服務。本集團於該部分業務中維持及展示的核心競爭力為(1)強大的核心團隊，在EMS和市場售後服務方面擁有人才和專業知識；(2)在物流服務方面具有地理中心優勢，在貿易戰下的製造戰略方面墨西哥廠區具有近距離優勢；(3)完善的質量體系及主要認證，如醫療領域的ISO 13485及汽車領域的IATF16949；(4)混合高低產量的靈活支援模式及端對端業務解決方案，從設計、生產、履行以至市場售後服務一應俱全；(5)全面的產品工程能力；及(6) E2E (端對端)、完整的市場售後服務解決方案、線上線下營運整合及定制服務模式。

由於在各州成功推廣疫苗接種，各州和墨西哥的業務已逐漸恢復正常。但即使在疫情結束之後，COVID-19對該地方的業務將造成永久影響。此乃由於在COVID-19期間，美國市場的消費者行為發生了變化。此等行為促使實體連鎖零售店關閉，零售店的產品退貨量急劇下降，亦促使OEM改變他們的產品設計和維修政策，導致過往的智能手機翻新業務模式發生變化。

### *COVID-19的影響*

在二零二零年最初數月，冠狀病毒危機嚴重擾亂了世界各地的人員及貨物流動，破壞整個供應鏈，對全球製造業產生莫大的影響。由於大多數國家實施封鎖以遏制COVID-19的傳播，製造業務陷入停頓，工廠被迫關閉或在人員大幅減少的水平下運作，使得其產量只能維持正常的一小部分。同時，由於世界各地的消費支出大幅下降，包括酒店、零售和旅遊等行業都受到影響。

情況於二零二一年逐漸回復正常，部分市場更變得繁榮。由於中國製造業已經恢復，故市場上供應方目前所受影響最小。全球電子消費產品行業均受到了COVID-19疫情爆發的影響。全球各地的大賣場、超級市場及領先品牌的陳列室已經關閉，影響了各種消費電子產品的銷售。鑑於封鎖措施的影響，全球各地的企業已經利用遙距工作以維持業務運作。僱員在家工作導致了對電腦、筆記型電腦及週邊設備的需求增加。網上研討會及線上會議對耳機及藍牙耳機的銷售產生了正面影響。由於對遠端連接的需求增加，網路設備及連接性硬件解決方案的銷售亦錄得倍數增長。以上種種原因均為工廠帶來了生產更多零件的巨大壓力。儘管許多製造商自此想出方法應對無休止的疫情，然而製造商中斷運營於二零二一年繼續對全球供應鏈構成影響，因此直接影響已達最大產能的部件的訂單水平，導致交貨時間延長及價格上升。此外，由於仍然實施封鎖措施，空運及海運的能力仍然有限，而且日益昂貴，導致交貨時間更長及成本上升。此外，工廠將其資源集中在較小範圍的產品內，可能

迫使客戶使用其他仍在生產的產品，導致對現有部件產生更多需求，並為解決此問題進行了設備投資。然而，製造設備的交貨時間一直較長，市場的不確定性意味著需要對此類投資具有信心。不幸的是，並非所有行業都會回復至COVID-19前的水平。另一方面，許多電子行業的公司發現其現金資源不足以支援利潤不太明顯或直接的產品。此外，不少製造商藉此機會精簡其產品線。對較舊產品或利潤較低的產品系列的支援經已停止，並對供應鏈產生連鎖反應。此外，接近利潤曲線終點的部件亦不再得到支持。遏制措施、感染的爆發、勞動力缺乏及部件的短缺繼續拖累著業務的運營及恢復。供應鏈的所有部分必須充份配合，協調業務的順利規劃及執行。全球冠狀病毒大流行對當全球供應鏈帶來前所未有的挑戰。供應鏈的復原力傳統上主要集中在防止單點故障—例如，確定一個關鍵部件及雙重採購以確保持續供應。但COVID-19已經造成真正全球性的影響，許多供應鏈面臨著多重斷層—部件供應商、製造基地及到客戶的「最後一里」。公司難以甚至不可能在所有該等業務中擁有餘裕並保持高效率的供應鏈。

沒有公司可以避免挑戰，健康危機的影響已持續一段長時間。COVID-19疫情造成的經濟損害在很大程度上受需求下降所推動，意味較少消費者購買全球經濟中流通的商品及服務。為更好地服務客戶，本集團已作出鉅大努力以盡量減輕COVID-19對其生產的不利影響及對客戶的干擾。然而，COVID-19在亞洲死灰復燃，一定程度上影響了本集團運作。第二季度爆發的COVID-19第二波疫情嚴重地席捲了本集團營運所在的多個地區，特別是越南及印度，該等國家已實施不同程度的封城、防控及檢疫措施以及旅遊限制，該等措施已影響本集團的於印度及越南的製造活動以及當地整體需求及商業活動放緩一段時間，所有該等措施已對本集團於該等範疇的銷售額、收益、資產使用率及貢獻利潤構成壓力。此亦對我們客戶手機的線上及線下銷售產生了深遠影響。第二波／未來新型冠狀病毒感染損害了手機行業，隨著客戶消費信心方面的需求不確定性上升，可能會導致該等地區的於二零二一年的智能手機增長構成不利影響。根據IDC在二零二一年七月三十日的報告，二零二一年第二季度全球智能手機出貨量達到313百萬部，按年增長13.2%。然而，COVID-19的第二次爆發不僅摧毀了手機供應，亦破壞了消費者的需求。IDC的最新資料顯示，二零二一年的智能手機出貨量為13.8億部，按年溫和增長7.7%。由於終端需求的不確定性和冠狀病毒感染的持續爆發，在未來數季智能手機業務的恢復將是一個挑戰。本集團繼續投入大量精力嘗試克服困難，並努力與其客戶、賣方、供應商、物流夥伴進行磋商、討論及安排，以在困難時期分擔風險及達致互惠互利，並促進彼此的長期關係。除此之外，本集團自二零一七年底以來面對的其他挑戰亦一直纏繞至二零二一年。有鑑於此，本公司不可能切實可行



地就COVID-19對本集團造成的財務或營運影響進行合理有意義的量化評估。COVID-19疫情對本集團業務的最終影響規模及其持續時間將取決於目前無法預測的未來發展。該等因素包括感染的復發和變異、政府反應、我們的供應商及物流供應商能夠恢復及維持全面生產的速度、勞動力短缺的狀況以及供應商優先處理積壓的影響。即使在COVID-19疫情消退後，我們的業務或會因疫情對全球經濟的影響而遭受重大不利影響，包括任何相關的經濟衰退，以及對我們的供應商、第三方服務供應商及／或客戶揮之不去的影響(包括在國內轉移生產以減少全球風險)。然而，隨著COVID-19疫情持續發展，本集團將持續評估有關情況，並在適當情況下公佈重大業務發展，並就COVID-19疫情對本集團營運、財務表現及財務狀況的影響作出適當披露，以及評估對本集團未來表現的風險及影響，以適時知會股東及投資者。

### 越南廠區

越南是下一個最有希望工業高速發展的土地之一。越南過去30年的發展卓越。根據統計數，從二零零二年到二零一八年，人均國內生產總值增加2.7%，至二零一九年達到2,700美元以上。由於越南的經濟與全球經濟緊密相連，故此正受到持續不斷的COVID-19疫情打擊，但呈現出色的復原能力。二零二零年COVID-19疫情帶來的挑戰在二零二一年繼續存在，但政府採取嚴格的COVID-19預防措施使越南生活回復正常。越南是世界上少數在二零二零年國內生產總值增長的國家之一，增幅為2.9%。在成功控制COVID-19感染、出口導向型製造業表現強勁及國內需求強勁復蘇的背景下，越南經濟在二零二一年將增長6.6%。越南規劃及投資部報告顯示，二零二一年第一季度的外國直接投資(FDI)承諾按年急升18.5%，達到101.3億美元。越南人口和社會正在快速變化。其人口於二零一九年達到96.5百萬(較一九八六年超出約60百萬)，預期至二零二零年將擴大至120百萬人。根據二零一九年人口普查報告，55.5%人口在35歲以下。二零一零年至二零二零年期間，越南的HCI(人力資本指數)值由0.66增加至0.69，遠高於世界平均值0.56。凡此種種均顯示越南有潛力成為充滿商機的土地。

二零二一年，憑藉成功的COVID-19預防模式加上中美貿易戰，越南取得好開始。本集團的越南廠區也經歷了影響全球的COVID-19動盪，但通過嚴格遵守和執行越南政府發佈的COVID-19預防措施而得到妥善管理。但從二零二一年五月起，越南也出現COVID-19病例的異常增長，特別是在北甯、北江及胡志明市等工業區。由於我們的越南工廠在北寧工業區經營，故此亦受到COVID-19疫情波及。當地政府對所有受影響地區實施了嚴格的COVID-19預防措施，但允許公司進行「隔離生產」以確保業務連貫性。從二零二一年六月一日起，我們的越南工廠於整個月實施了「隔離生產」。在「隔離生產」期間，我們的越南工廠已經為

自願參與該計畫的僱員安排住宿及其他設施。因此，超過50%僱員留在工廠，其餘僱員則「在家工作」，期間我們在越南的所有業務正常運作，業務連貫性得到保證，所有預定的出貨量已獲履行，並按時進行了所有預定的新產品的生產。至六月底，該等地區的COVID-19疫情已受到控制，政府放寬控制並開放更多地區。因此，我們的越南工廠在七月開始正常運作模式。

更多業務開始流向越南，特別是電子製造業。因此，我們在越南的業務獲得了充分的機會，甚至在二零一九年之前就已經開始了業務多樣化，從傳統的手機製造到更成熟的智能手機、智能擴音器及物聯網模組。為了進一步多元化及把握新機會，我們的越南業務擴大了其業務專利權，獲得了相關加工證書並加大投資，以加強其富有經驗的勞動力，並額外增加產能以盡享該等好處。其亦進一步計畫分散客戶的客注點，並提高運營效率，以將競爭力提高至新的水平。

### 印度廠區

從二零二一年二月中每天約9,000宗新病例(每天80人死亡)到二零二一年五月首周每天400,000宗新病例(每天4,000人死亡)，印度的總死亡人數超過300,000人，成為繼美國和巴西之後第三大受影響國家。為了保持生命成本和生計成本之間的平衡，印度總理建議各土邦根據當地危機的嚴重程度採取措施，並將封鎖作為最後手段。包括馬哈拉斯特拉邦(該土邦是印度國內生產總值最大貢獻者，亦是金融首都孟買所在地)、德里、卡納塔克邦、泰米爾納德邦、安德拉邦及拉賈斯坦邦等在內的大多數土邦都宣佈封鎖以遏制病毒傳播。

然而，與二零二零年不同的是，當時印度的所有工業活動因實施國家層面的封鎖而突然停止，本集團的印度管理層提前計劃所有應急措施，包括封鎖。彼等向泰米爾納德邦政府申請特別許可，將其業務納入連續加工行業分類，即使在封鎖狀態下仍允許運作，並迅速安排讓員工／操作員從一個地區到另一個地區／一個土邦到另一個土邦的無縫移動的電子通行證以及隔離區。將不時地與政府進行密切的溝通及協調。安德拉邦和泰米爾納德邦的新招聘均已暫停，以防止感染擴散的風險。對間接員工及工程師培訓生的錄用信亦被推遲，直至情況改善為止。在封閉及運營重啟期間，為了保留所需數量的操作人員以支持兩個廠地的現有生產，建議優先保留距離較遠的宿舍操作人員，為他們提供獎勵。同樣地，計劃讓重要工作人員留在宿舍，以支援集體模式下運作。

在預防措施方面，正在採取以下措施。在新員工或長期離職後重返工作的員工登機前進行抗原測試。環境健康安全小組在乘客上車、進入宿舍和工廠前進行恆常體溫測試。定期對工廠、宿舍、食堂和車輛的所有區域進行消毒。所有進入巴士、工廠和宿舍的人都必須戴上口罩。對所有工人，包括司機、管家、保安、管理員、承包商、供應商等進行意識培訓。在工廠、宿舍和巴士內進行持續的監督和監測，以確保遵守COVID-19協議。由於提前採取了積極主動的措施，故可輕鬆突破生產目標。410名員工獲得了在家工作設置下的VPN連接。環境健康安全部門開設了一條全日24小時的支援熱線，有專門的工作組為員工和家屬提供任何緊急醫療情況下的支援。已備存氧氣機，隨時為本集團印度工廠的員工及其家屬提供支援。

正當本集團印度工廠處理危機的同時，其附近的同行完全關閉所有工廠或大幅減產，主要原因是在當地封鎖、限制網上銷售非必需品和工廠工人感染COVID-19的情況下，國內銷售跌至近乎零。該地區的一些大公司為了迎合全球市場而大幅縮減生產單位規模至產能的25至40%。一家領先本土合同製造商關閉了其照明產品的生產，而電器及電視的生產線則以30至50%的產能運行。大多數公司都擁有超過一個月的庫存，足以滿足需求。本集團的印度業務通過其行業協會ICEA致函電子及資訊科技部長Ravi Shankar Prasad，爭取為所有行業工人接種疫苗以抵禦疫情。渡過第二波的高峰後，許多公司現正以校準方式啟動。

二零二一年第一季度，印度的智能手機出貨量按年增長23%，超過38百萬部。然而，根據Counterpoint Research於二零二一年五月十三日發佈的報告，第二波COVID-19疫情對印度的智能手機公司造成衝擊，全年市場可能會下跌近12百萬部—從182百萬部下跌至170百萬部。預期印度智能手機市場在正在進行的第二季度(4月至6月期間)將出現超過30%的大幅下滑，節日和被壓抑的需求預計將於二零二一年第三季度及第四季度帶動市場。二零二一年第二季度的智能手機預測已經從較早前預測的39百萬部縮減至26百萬部。總體而言，印度智能手機市場預計將於二零二一年按年增長12%達到170百萬部。為彌補離線銷售的不足，智能手機品牌加強了線下到線上的混合戰略，利用Whatsapp和短信管道帶動零售渠道(主要為線下渠道)的銷售。即使印度疫情嚴重爆發而惹來全球關注，惟疫情未有影響到海外投資者看好印度強勁反彈的信心。於過去一年，印度是表現最好的主要市場之一，最近更達到市值3萬億美元的里程碑，隨著印度最大的保險公司Life Insurance Corporation of India (LIC)上市，預計將增長至3.5萬億美元。

在二零二一年四月後，印度盧比已經成為亞洲表現最好的貨幣。印度儲備銀行在二零二一年五月二十七日發表的年度報告中表示，印度經濟未有如第一波一般受到重創，但不明朗因素依然存在，印度的增長前景主要取決於經濟能以多快的速度阻止COVID-19大流行病第二波的影響。根據報告，儘管經濟受到第二波冠狀病毒疫情的衝擊，但在RBI農業季節的豐收以及公路建設、資訊技術、住房和貨運等範疇活躍勢頭的支持下，經濟仍然保持強韌。儘管鑑於第二波疫情，增長預測進行了一系列修正，但中央銀行在報告中再次將二零二一至二二財政年度印度經濟增長預測定為10.5%。報告補充，疫情「是此項預測的最大風險。然而，有利因素也來自於政府推動資本支出、產能利用率的提高及資本貨物進口。」

從二零二一年五月底開始，每天的新病例和死亡人數穩步下降，分別由150,000及3,000跌至二零二一年七月中旬的40,000及600。封鎖、更高檢測率及更快推出覆蓋更廣泛人口的疫苗明顯對數字下降有所幫助。至六月中旬，隨著新感染人數下降到兩個多月來的最低點，許多印度土邦放寬冠狀病毒限制。截至二零二一年七月十六日，印度的總體陽性率為1.9%。陽性率是一個關鍵指標，顯示了病毒在社區中的擴散程度。然而，大約73個地區的陽性率仍然超過10%。另外，官方資料顯示，新病例總數的近80%來自90個地區，這表明第二波疫情現在僅限於某些地區，需要採取重點措施和強化限制，以控制疫情進一步擴散。目前，印度正在進行每百萬人1,400次測試，是世衛組織建議的10倍。印度衛生和家庭福利部二零二一年七月十五日表示，根據一份臨時報告，印度的COVID-19疫苗接種覆蓋率已經突破了39千萬劑的里程碑。在迄今為止的疫苗接種總數當中，80%人口已接種第一劑疫苗，20%人口已接種第二劑疫苗。在各土邦中，北方邦接種的疫苗劑量(累計)最多，為3.86千萬劑，其次是馬哈拉斯特拉邦，為3.75千萬劑，古吉拉突邦為2.85千萬劑。根據二零二一年七月十四日的更新，印度現在有429,946宗活躍病例，24小時內減少了2,832宗。

自二零二一年五月宣佈第二波封鎖後，本集團的印度業務能夠繼續以無縫方式運行，乃由於其已向泰米爾納德邦政府尋求特別許可，被納入連續加工行業分類，即使在封鎖情況下也允許運作。確保了氮氣的無限制供應。安德拉邦和泰米爾納德邦廠區已暫停新招聘，並延遲發放取錄通知書。



根據包括Counterpoint Research、IDC及CyberMedia Research (CMR)在內的領先市場追蹤機構分享的初步數字，二零二一年第二季度的智能手機出貨量為30–32百萬部，低於歷史最高的第一季度的38百萬部。市場追蹤機構估計，由於線下和線上銷售渠道的關閉及消費者需求萎靡，印度的智能手機市場在四至六月接連收縮了15–20%。在剛剛結束的季度，Vivo取代三星成為印度排名第二的智能手機品牌，小米繼續成為市場領導者。專家補充說，在四月及五月近乎被清洗一空後，被壓抑的需求在六月帶動了季度出貨量並有助快速復蘇。去年第二季度全國實施嚴格封鎖45天，智能手機銷量由當時的18.2百萬部按年增加64%。分析師認為，在手機品牌大力推動、提前的節日銷售及潛在消費需求帶動下，二零二一年下半年智能手機市場將重回正軌。然而，考慮到持續的供應鏈挑戰和預期的第三波COVID-19疫情，若干分析師預計，相比二零二零年出貨量在六個月內突破100百萬部的記錄，二零二一年下半年情況會較為緩和。晶片組、顯示面板和記憶體晶片等手機部件在全球短缺，已經抬高了智能手機的材料成本，導致大型品牌的利潤收縮，而該等成本亦已轉嫁給予最終消費者。估計今年全年的市場出貨量將保持在150百萬部的水平，與二零二零及二零一九曆年相同。

### 與供應商的主要關係

就本集團而言，供應鏈管理及供應鏈表現一直在我們卓越的業務執行中佔據主導地位。為確保主要零件的充足供應、維持更強大的議價能力及以具競爭力的價格及時採購優質材料，而毋須依賴若干主要供應商，本集團的採購隊伍與超過3,000名供應本集團業務所需元件及其他物料的供應商進行交易，其中大部分為與本集團有長期穩定關係的知名合資格認可供應商。物料清單(BOM)成本控制至關重要。在此困難時期，本集團須保留現金以及控制存貨及營運資金水平。考慮到市場波動不穩定帶來前所未有的挑戰，有效的供應鏈管理實際上促成了二零二零年的業務升跌。其中，COVID-19疫情、中美貿易緊張局勢及部件短缺明顯是造成當前極端複雜情況的主要決定因素。

本集團的供應夥伴包括原材料、晶片組、記憶體、電子元件及部件、顯示模組、相機模組、電池、連接器、外殼及包裝材料的供應商，而本集團一般根據物料及部件的質量及可靠程度、價格競爭力、技術及科技能力、創新及工程能力、按時交付、服務質素、供應交易的商業條款、客戶要求、規模及行業聲譽以及財務實力挑選供應商。本集團五大供應商的採購額佔本集團本期間採購總額約64.6%。

五大供應商全部均與本集團建立超過五年的長期及良好業務合作關係。本集團與該等主要供應商訂立的合約並無規定彼等須保留若干產能、生產或向本集團保證最低供應品數目，以致本集團面對的供應波動風險降低及受到控制。儘管已明確整合向該等主要供應商所作採購以確保具競爭力的價格，但由於規劃需求時已就延誤或短缺情況預留充足儲備，此舉現已成為普遍現象，客戶亦明瞭此持續的供應緊縮情況，故本集團毋須承受供應商供應中斷的重大風險。此外，市場上有大量可替代之供應商以提供本集團在必要時與其合作。除晶片組及顯示器外，本集團預測，倘本集團於有需要時與新供應商合作，將不會面臨重大材料成本增加或供應延誤。隨著存貨管理及購買力的提升以及採購團隊及物料規劃員的努力不懈，本公司仍然能夠更有效地管理採購及存貨，並由於我們的營運規模、大量採購、及與材料市場的持續互動及網絡，已證明能夠以具競爭力的價格及議價能力採購部件。

儘管市場上有大量潛在供應商可供本集團委聘，但基於採購流程方便、供應穩定及主要供應商提出的優惠商業條款(尤其是定價方面)，故本集團多年來一直集中向該等供應商採購。鴻海科技集團是本集團五大供應商之一。鴻海為本公司的最終控股股東，故根據上市規則為本公司的關連人士。鴻海科技集團應佔的採購額佔本集團於本期間的採購總額約13.4%。

與大多數手機業務類同，本集團在二零二一年上半年逐漸瞭解到，市場仍然由兩個破壞規則的因素完全主導，即COVID-19疫情及中美競爭，其後果是近期商業史上從未遇見或經歷。市場需求／供應情況從來與市場容量無關。在別無選擇的情況下，整個市場正在見證在相對狹窄的時間內出現的全球大型破壞。像持續的中美商業衝突／競爭，自二零二零年以來持續的COVID-19疫情，一些行業對需求恢復時間表的錯誤判斷，世界大部分地區的疫苗接種覆蓋進度較預期慢，新病毒變體在當地引起COVID-19疫情爆發。海運航線的物流挑戰、5G通訊的正常自然增長、在家工作相關的電子設備的意外激增、自動駕駛汽車及電動車，上述種種因素為往後的調整週期造成前所未有的複雜性，世界各地的供應鏈亦需時作出反應及調整。此外，本集團仍然在業務和行業調整週期中向前邁進。隨著調整週期推移，本集團開始遇上幾乎所有半導體元件商品價格均大幅上漲的情況，其後非半導體商品亦出現類似升幅，所有商品價格均呈現類似通貨膨脹的漲幅升幅。供應緊張顯然會影響到本集團對最終客戶的供應及其收入，而元件價格的上漲會隨時間對利潤率構成額外壓力。

從今年第二季度開始，本集團若干客戶正在或將會受到影響。然而，由於該等業務處於EMS模式，材料供應顯然是本集團一個更大的挑戰，因為在EMS運作下利潤一般可以得到保證。

詳情請參閱本公司於二零二一年四月二十日發出及刊發的二零二零年環境、社會及管治報告書所載「本集團價值鏈」一節。

因應本集團依賴主要客戶及主要供應商所涉及的潛在風險，本集團已分散其客戶及供應商基礎，並已實施及維持健全及有效的內部監控及企業風險管理制度，以評估及監控有關潛在風險。詳情請參閱本公司二零二零年企業管治報告書(構成本公司於二零二一年四月二十日發出及刊發的二零二零年年報其中一部分)所載「問責及審核」一節。為應對耐用部件短缺及通脹風險並盡量降低對營運帶來的影響，本集團密切關注市場價格走勢，並透過採取靈活及有效的採購及銷售策略與客戶及供應商及物流公司保持良好互動及溝通。

### **與僱員的主要關係**

僱員為本集團的寶貴資產。因此，本集團的長期策略乃內部培育及發展僱員及聘請外部專業人士並建立相應能力。產品開發及製造過程複雜，需要由專業人士及專家處理。因此，本集團注重不斷提高員工質素及人數，以確保其領導地位及勝任能力。本集團一直致力吸引及留聘各國人才。在人才發展方面，本集團認為未來的成功將很大程度上取決於能否透過提供更平等的就業機會、更具競爭力的薪酬及福利、更理想的工作環境、更廣泛的客戶接觸面、更大規模的資源、培訓及崗位轉換、豐富充實及多元化工作，連同橫跨不同產品、計劃及業務線以及晉升機會的更佳事業發展前景，持續吸引及留聘合資格優秀僱員。本集團非常重視不同國家僱員的職業規劃及人才發展，鼓勵僱員參加內部及外部培訓計劃。內部培訓計劃包括旨在提升僱員能力的核心能力及專業能力以及技術發展課程，而外部培訓課程包括由外界各方籌辦的體驗課程及工作坊、研討會或會議，為僱員提供卓越培訓及專業發展機會，理論與實踐並重，藉以提高本集團的能力。本集團以提供安全、高效及融洽的工作環境而自豪，重視員工的健康及福祉，並已部署及實施適當的安排、培訓及指引，以確保工作環境健康及安全。本集團的成功取決於其人才，專注於人才吸納、培訓及發展、積累知識、激勵、獎勵及挽留以及本地化各方面的人力資本倡議及戰略規劃。本集團遵守相關勞工法例及法規，以保障僱員的權利及權益。本集團一直重視僱員福利及和諧的勞資關係，並高度重視僱員的意

見及反饋。為與員工有效溝通，本集團提供會議、電郵或郵箱等管道供僱員反映意見。目前，本集團與僱員之間的溝通良好，僱員可充分表達意見，提出任何勞工問題以促進及維持良好的勞資關係。追求永續企業發展和重誠信是我們的最高指導原則，本公司已制定相關商業道德指引。根據該指引，僱員須遵守道德及道德標準，並提倡誠信、誠實及保密，以保障本公司及其股東的整體權利及權益，並提升本公司的競爭力及長遠可持續發展。

本集團一方面遵守政府機關遏抑COVID-19擴散的規定及採取預防及保護措施，以僱員、員工、客戶及供應商的安全為優先考慮因素，另一方面本集團已預留大量資源及引入SOPs(標準操作程序)及就一系列健康及安全守則及行為作出建議指引，如停止僱員旅遊、個人衛生程序、表面消毒處理以及要求僱員保持社交距離及避免身體接觸。由於COVID-19的情況在本集團廠區所在的多個國家不斷演變，本集團於COVID-19疫情期間實施嚴格措施以確保僱員保持健康及防止病毒傳播，包括加強每日檢查僱員體溫的篩查工作、就保持社交距離編排工作，以及改善排氣通風為室內補充清新空氣等。此外，僱員於上班時必須配戴口罩。為減低潛在病毒傳播，僱員分為不同組別及輪流用膳／工作。本集團已在食堂餐桌安裝分隔設施，以減低用餐時的傳播風險。餐廳座位及會議室亦已設置二維碼，僱員須掃描二維碼以方便追蹤。本集團亦使用其應用程式為僱員提供有關COVID-19情況及預防指引的最新可靠資料。為保障僱員健康，放寬出勤或休假政策，以容許僱員在出現任何相關癥狀顯示可能受到感染或正接受檢疫時留在家中。

河內廠區現正積極提升及改變培訓僱員的方式，以維持足夠的高技能員工生產高科技產品。與其他本地競爭對手相比，國際品牌製造商更具吸引力，因此，河內廠區現時貫徹、應用及遵守企業社會責任、商業道德、環境及健康的最高標準，例如國際知名品牌認可的SA 8000標準。此外，河內廠區一直為其僱員應用最佳政策，並遵守有關工時、工資、休息、勞工集體協議等勞工法律，亦為其僱員提供高於法律規定及當地競爭對手的廣泛福利及利益。此外，河內廠區亦建立良好的企業文化，創造充滿活力及創意的工作環境，並在薪酬及晉升方面為僱員勾勒發展路線圖。該等優勢是吸引國際品牌製造商及勞動力的重要因素。



在COVID-19疫情爆發及陽性病例不斷上升的情況下，特別是在五月的北寧地區，本集團的河內廠區遵照當地政府為控制工廠疫情規定而實施「隔離生產」。有如一個生物氣泡，中斷與外界人士互動，而員工可以繼續工作，惟彼等必須逗留在工廠內或居住於固定的宿舍大樓，不得與其他人接觸或參與社交活動。此外，河內廠區為員工提供100,000越南盾(4.30美元)、一日三餐和其他必需品，讓僱員毋須外出。

印度廠區致力為僱員提供培訓方法，以令其僱員的技術達致高水平，對生產力產生積極影響。印度廠區就此採取不同步驟。特別關注僱員安全，培養僱員有關COVID-19的防疫意識，亦透過各種措施及計劃關注員工福利。我們舉辦了多項文化活動。僱員福利及食堂、宿舍等設施均遠高於印度的行業標準。印度廠區提供的晉升機會及加薪幅度一直優於行業基準，有助本公司吸納最佳人才。印度廠區亦重視企業社會責任，推行各項社區公益活動。所有適用勞工法例及工廠法例均予嚴格遵守。

安全是最重要的。印度正面臨著COVID-19第二波疫情的重大挑戰，印度廠區已經收緊COVID-19的預防程序，並繼續致力教育員工、供應商和其他場所的人員不僅在工廠，而且在家中及公共場所亦要遵守安全準則。印度廠區亦組成一個COVID-19工作組，負責對各種COVID-19標準操作程式進行審計，對員工進行維護COVID-19協議的諮詢，並說明在我們廠區規劃的疫苗接種活動。於封鎖結束後，新員工／長假員工進入工廠前必需接受抗原測試。此外，我們亦定期在巴士、宿舍和工廠入口處進行體溫檢查，對工廠的所有區域進行消毒，向所有進入巴士、工廠(輪班進出)及宿舍的人士派發口罩，進行意識培訓，並由EHS團隊定期檢查／審計。

本集團已透過組織一支辦事處遍設中國、台灣、印度及越南、經驗豐富的環球研發團隊建立其核心能力，藉著在其強大的製造及工程能力的基礎上投資研發，以實施及執行本集團客戶的相應研發要求，從而支持其業務增長的重大機會(例如新技術及材料以及新客戶)。本集團繼續投入資源以提升研發能力，並致力重塑生產力，使員工及機構能夠提高靈活性、精簡工程流程、更快更有效地運作、簡化組織架構，以及維持精簡及優化其成本結構。藉鼓勵僱員於工作中發揮創意、與客戶合作進行創新項目及支援初創公司在製造方面的發展(甚或作出股權投資)，本集團得以成功於採購、價值及設計工程以及產品開發、質量管理、生產管理、維修服務及銷售及營銷能力方面累積相關經驗。全體僱員均全力克服重重挑戰，勇於面對種種挫折。

於二零二一年六月三十日，本集團的僱員總數為56,832名(二零二零年十二月三十一日：70,381名)。本期間產生的員工成本總額為252百萬美元(二零二零年上半年為285百萬美元及二零二零年下半年為191百萬美元)，同比減少主要由於根據業務需要優化及調整員工隊伍。鑑於本集團產品組合的變動及產能過剩，本集團已微調其方針並採取必要措施，旨在成為輕資產及精益企業集團，故必須進行架構調整／重組其製造業務中表現欠佳的部分，因而產生不可避免的重組成本、開支及／或虧損，繼而對本集團二零二零年全年業績造成不利影響並對二零二一年的財務表現造成一定程度的影響。

本集團推行全面及具競爭力的薪酬政策，並由管理層定期檢討。整體而言，本集團以績效為本的薪酬政策著重獎勵員工的良好表現、貢獻及生產力。本集團對所有員工一視同仁，並根據績效、能力及資歷客觀評估員工表現(包括釐定晉升及加薪)。為留聘員工，本集團已實施年度花紅、時間／績效掛鈎獎勵及其他激勵計劃。尤其是，本公司已分別採納現有股份計劃及現有購股權計劃(詳情載於構成本公司於二零二一年四月二十日發出及刊發的二零二零年年報一部分的本公司二零二零年董事會報告書「購股權計劃及股份計劃」一節)，據此(其中包括)董事會(或其正式授權的高級職員或代表)可全權酌情決定向本集團合資格員工及其他合資格人士授出股份獎勵或購股權(視情況而定)，惟須遵守並受限於當中載列的相關條款及條件。現有購股權計劃符合上市規則第17章的規定。此外，本公司已於二零二一年五月二十八日舉行的股東週年大會獲得本公司股東批准於本集團附屬公司層面上實施及運作兩項購股權計劃(「建議附屬公司購股權計劃」)，其中一項涉及富智捷(本公司於台灣註冊成立的間接附屬公司，其主要業務為向集團公司提供以研發為主的服務)，另一項則涉及Bharat FIH Private Limited(前稱Rising Stars Mobile India Private Limited，本公司於印度註冊成立的間接附屬公司，其主要業務為製造手機)。於本期間內，並無授出任何購股權及就建議附屬公司購股權計劃產生任何開支。詳情請參閱本公司於二零二一年四月二十日發出及刊發的通函。本集團亦為表現優異及貢獻非凡的僱員提供非金錢獎勵(包括房屋獎勵)。僱員亦享有本集團提供的保險。應付本公司董事的酬金乃由董事會不時經參考本公司的表現、彼等於本公司的職務及職責、彼等對本公司的貢獻及現行市場慣例以及本公司薪酬委員會的推薦建議後釐定。詳情請參閱本公司於二零二一年四月二十日發出及刊發的二零二零年環境、社會及管治報告書所載「人力資本—本集團最重要的資產」一節。

## 業績及業務回顧

### 財務表現

財務關鍵績效指標(關鍵績效指標)包括銷售額、毛利率、純利率及股本回報率的按年變動。就同業分析而言，由於同業可能各有不同的業務策略、業務模式(如外包或內包)及生命週期、客戶組合、收益及產品組合(機構件與系統組裝及其他非手機業務)、產品及服務策略及定位及多元化、業務分類、定價策略及政策、地域覆蓋範圍、競爭優勢、核心能力、研發能力、成本結構，部分同業可能設有手機業務以外的業務／產品分類，故難以在綜合集團賬目層面直接比較。

製造業務的毛利及毛利率乃計量公司如何將其收益轉化為溢利的常用財務關鍵績效指標，並反映公司於支付生產其所出售貨品或服務的前期成本後保留的銷售額，該指標為公司財務狀況健全程度的重要指標，並顯示一項業務是否有能力支付其經營開支，同時仍有資金供發展所需。毛利百分比愈高意味控制銷售成本的能力愈強，包括控制可變成本，如BOM成本、直接勞工成本、可變製造成本、雜項開支及回報率，以及可提高貢獻利潤以彌補固定雜項開支的效率。業務盈利能力越高，代表有越多溢利可供支付營運開支並最終歸屬股東。就某一公司而言，毛利率隨時間變化，可對內部營運管理提升、生產力、收益控制、直接成本控制、生產經常性開支控制或定價政策以及整體成本競爭力及市場形勢變動提供有用見解。

COVID-19疫情長久揮之不去及出現反彈以及一些國家的相關限制和封鎖，繼續對工廠生產、部件供應和交付時間和價格、全球供應鏈及供應透明度的長度產生不利影響，所有該等因素均對本集團工廠的可變生產及訂單履行以及相關成本帶來貢獻，並對本集團的經營業績以至客戶產生負面影響。由於COVID-19疫情反彈及感染爆發以及遏制及封鎖措施、可支配支出減少、供應中斷及緊縮、勞動力缺乏、以及零部件價格預期在未來數個季度上漲，所有該等因素將繼續拖累業務營運和恢復，故此二零二一年的恢復及增長程度將受到限制。另外，由於本集團不斷努力進行調整規模及／或重組以保持精簡及靈活性，故亦會產生實際及潛在成本、開支及／或虧損。因此，本集團確認綜合收益3,938百萬美元，較去年同期的3,668百萬美元增加270百萬美元或7.3%。本期間淨虧損為28.3百萬美元，而去年同期淨虧損為101.3百萬美元。本集團出現淨虧損主要歸因於多項因素，包括：

- (1) 本集團自二零一七年底以來所面臨的挑戰持續至二零二一年，且本集團的整體毛利率持續受壓，並因疫情而加劇。由於入行門檻降低及市場競爭激烈及產能過剩，本集團的業務一直面臨強大阻力。本集團一直致力持續發展及滲透中國及國際品牌客戶，擴大印度及越南的產能及印度的研發能力以及增加印度的本地採購，並維持諾基亞品牌功能手機作為HMD及其他業務的功能手機主要供應商。然而，系統組裝業務的毛利確實非常低，且已成為行業常態。機構件業務亦因市場產能過剩及進入門檻偏低導致競爭激烈而持續受壓及面臨挑戰。透過於二零一九年的業務發展努力，由於本集團其中一名中國客戶於二零一九年對機構件業務的需求不斷增長，且其深圳廠房無法滿足所有需求，因此，本集團於二零一九年將其機構件產能擴展至另一中國廠區。然而，於二零二零年由於出現黑名單問題，該廠區的機構件資產使用率下降，本集團決定調整該廠區的營運規模同時撤銷或出售陳舊／利用率不足的資產。智能手機需求增長最快的市場大部分為印度等發展中國家，該國家的平均收入水平較低，且人們傾向於購買價格較相宜的手機，而此類手機均屬利潤較低的中低端手機。消費者對價格日益敏感，亦將縮減開支，為緊急醫療費用儲蓄，保留更多現金。節日期間的需求反彈程度可能不如去年，因為在過去數個季度，學生及專業人士大部分需求得到了滿足。為滿足消費者市場及客戶需求的轉變，本集團接受更多低端設備製造訂單，導致溢利受侵蝕。

誠如上文所闡釋，加上COVID-19爆發的影響，本集團其中一名受美國制裁打擊的主要中國客戶對本集團二零二零年的銷售收益以及業務發展及資產使用率造成影響，有關影響將延續至二零二一年。此關鍵客戶可能仍然是二零二一年的主要懸念，因為即使整個智能手機市場出現了反彈，美國的制裁仍扼殺了其供應鏈。來自該客戶的訂單大幅減少不僅擾亂本集團的生產規劃，亦對其資產使用率造成重大影響。本集團須就使用率不足的資產進行撇賬及減值，並進行縮減及重組活動因而於二零二零年產生重大重組成本，有關影響已持續至二零二一年。然而今年的總體數量及影響已經減少。儘管來自其他客戶的訂單收益增加可以抵銷／緩解上述部分影響，但其他由COVID-19及激烈市場競爭引發的挑戰仍然存在。本集團繼續在中國和其他地方尋求其他商機，並監測市場情況和競爭的加劇，努力保持我們在不同國家的行業地位及競爭力以及長遠可持續發展。



- (2) 如上文COVID-19的影響一節所述，疫情繼續影響客戶及供應商以及本集團在二零二一年的運營，本集團的資產利用率並無重大改善，本集團利用率較低的物業及設備在暫時閒置時仍需確認折舊。但受益於二零二零年的規模調整／重組，在二零二一年不同國家進行大規模的COVID-19疫苗接種計畫後，市場已重拾升軌，世界上許多主要經濟體應能逐步重新開放，屆時利用率將逐步回升。得益於中國從疫情中的快速恢復，從二零二零年第三季度開始，中國廠區的產量已大幅提高，原因為中國並無出現生產中斷的情況。然而本公司若干客戶的現金狀況仍然令人關注，而我們正密切檢視及監察就該等客戶計提的預期信貸虧損撥備是否充足。上述充滿挑戰的狀況及其他不利因素繼續影響客戶及供應商，從而影響本集團的資產使用率及生產週期以及存貨管理、發貨及訂單履行及營運產生的利潤貢獻以及應收賬款，並對我們承擔固定成本的能力及毛利率以及經營業績造成影響。COVID-19疫情對我們業務影響的最終規模及其持續時間將取決於目前無法預測的未來發展。它們包括感染的復發及變異、政府反應、疫苗接種率、供應商和物流供應商恢復和維持全面生產的速度、勞動力短缺的狀況以及供應商優先處理積壓的影響。即使在COVID-19疫情消退後，我們的業務也可能因其全球經濟影響而受到不利影響，包括任何相關衰退的可能性，以及對供應商、第三方服務供應商及／或客戶及其行為的持久影響。

二零二一年四月，印度出現了全國性COVID-19疫情復發，使其醫療系統捉襟見肘，由於當地出現了又一波感染，印度幾個邦政府已經宣佈全面／區部封鎖。防疫措施需要持續投入大量資源及精力以嚴格遵守當地法規及保障僱員健康。因此，於第二季度本集團須花費額外及預料以外的成本以繼續於印度生產。所產生的COVID-19相關成本包括直接及間接成本，包括在封鎖期間因無法取得材料令生產效率下降而失去收益及增加的間接開支、趕工費及運費、衛生補給品、個人防護設備、及額外宿舍的租金。鑒於產能減少，印度基地不得不在不違反任何客戶合同條款的情況下重新安排發貨。但當地管理團隊通過採取積極的措施，成功地將COVID-19疫情爆發的影響降到最低。本集團將繼續密切關注COVID-19對其目前及計劃在印度所進行業務的影響。

本集團在河內的管理團隊也採取「隔離生產」及嚴格的社交距離措施，成功遏止COVID-19在工廠內爆發，並將生產中斷的影響降至最低。

IDC預期市場將於二零二一年恢復增長，主要由於在飽受疫情蹂躪後供應鏈快速復甦以及5G設備陸續推出。在長期預測中，IDC預計二零二四年整體智能手機市場將達到14.66億部，5G智能手機出貨量將增長至58%。就全球經濟而言，國際貨幣基金組織估計二零二零年的全球增長收縮為-3.5%，乃由於上半年嚴峻的經濟形勢及下半年較預期強勁的勢頭所致。儘管近期批准接種疫苗提高了疫情好轉的希望，但病毒變種令前景堪憂。全球經濟預計於二零二一年增長5.5%及於二零二二年增長4.2%。此外，上述復甦很可能是「局部及不平均」，意味除中國外，大部分主要經濟體來年的經濟活動很可能維持低於二零一九年的水平。

然而，就供應鏈而言，現時情況是整個供應鏈已經展露其結構性問題及局限性。而隨著世界努力進入後COVID-19時代，供應鏈極有可能出現永久的改變。美國總統拜登在二月份簽署了一項行政命令，檢討包括農業、醫藥及半導體在內的幾個重要行業的供應鏈中的系統性風險，結果顯示對該等風險的有效管理被明確視為優先事項，至少從美國角度如是。然而，公司(特別是風險管理者)必須確保彼等不僅要適應其供應鏈以於新常態下滿足需求，並且要立即識別出因疫情而露出的供應鏈缺陷，並迅速作出糾正。

本公司亦在若干海外廠區實現製造和材料採購本地化。通過將大部分生產轉嫁予最終消費者促進供應鏈本地化，製造業可以更強韌應對全球挑戰。此戰略可能會增加成本，亦可能有助安撫部分政府，例如印度政府偶爾推出激勵措施鼓勵公司將製造及供應鏈轉移至其國家，以促進當地的國內生產總值增長和就業。

- (3) 中美政治衝突於二零二零年並無緩和跡象，尤其在美國政府採取措施限制禁止特定中國內地公司使用若干美國技術及材料，以及(其中包括)禁制中國內地最大的晶片製造商及壞情況於二零二一年持續。誠如以上各段所述，於COVID-19期間，越來越多人在家工作，對伺服器及手提電腦等產品的需求增加，而製造手機部件的產能則下降。這導致於二零二零年第三季度多種常見電子元件出現供應緊張，甚至短缺，因此於二零二零年一般需求旺季期間對供應鏈的壓力增加。誠如上文「COVID-19的影響」及「與供

應商的主要關係」一節所述，若干常見電子元件如IC(集成電路)、濾波器、LCD(液晶顯示器)、傳感器等出現供應緊絀，價格上升之餘，訂單交貨時間亦延長。儘管來自其他客戶的訂單增加可以部分抵銷／緩解美國對本集團一名主要客戶的禁令產生的影響，但持久的疫情對該等其他客戶的回復情況造成限制。此外，本集團可能無法向客戶收回所有部件價格增幅。此外，由於美國對市場其中一名主要參與者實施制裁，中國內地智能手機市場似乎正經歷重新校準過程，從而導致訂單情況、規劃、生產及物流方面的不確定性增加。

由於上述因素，本期間的毛利為62.3百萬美元，較去年同期的毛利增加65百萬美元。本期間之毛利率為溢利1.58%，較去年同期的虧損0.07%為佳。

- (4) 於二零二零年，鑑於本集團改變產品組合及產能過剩(因美國對本集團一名主要客戶實施禁令而產生)，本集團已調整其方針及採取必要措施，旨在成為輕資產企業集團。因此，於二零二零年，本集團就42.6百萬美元(二零二零年上半年：無及二零二零年下半年：42.6百萬美元)的使用率不足／陳舊資產大幅減值、出售及撇銷。此外，由於資產使用率低及向若干客戶的銷售額下降，本集團調整／重組部分錄得虧損的製造業務及旗下業務／製造業務中表現欠佳的部分，因此難免產生重組成本及開支11.9百萬美元(二零二零年上半年：1.8百萬美元及二零二零年下半年：10.1百萬美元)，進一步影響本集團二零二零年全年業績。由於重組及理順需時，在二零二一年，本集團繼續調整規模及／或進行重組而產生實際及潛在成本、費用及／或損失。期內，本集團的重組成本及開支為9.7百萬美元。

根據對本集團最近期未經審核管理賬目及其他目前可得資料的初步審閱，本公司現時預計：(a)本集團的財務資源(包括現金、現金流量及流動資金狀況)及營運資金仍然足以為其持續經營業務及資本承擔提供資金；(b)本集團將有足夠資金應付未來18個月的營運資金及資本支出需求；及(c)不會發生嚴重不利影響本集團履行財務義務或債務契約能力的重大事件或情況。然而，為確保本集團將維持此狀況，及鑑於COVID-19導致的市場需求及消費者購物行為出現重大變動，本集團繼續專注於控制整體成本及經營開支的措施，並尋求減輕利潤率下行壓力，同時與客戶緊密合作，以合理成本在激烈的市場競爭中滿足其需求。本集團的策略是成為輕資產及精益企業集團，故持續調整規模／重組其製造業務中表現欠佳的部分，並已全面暫停非關鍵投資及／或資本資產的資本開支(本集團有意擴張的印度及受主要客戶需求增長帶動產能增加的中國廠區除外)，同時淘汰陳舊、折舊及使用率不足的資產。本公司將繼續密切監察有關情況，並將於其認為有需要時採取進一步適當措施，如進行其他調整規模及重組活動。本公司一直努力並作出一切合理行動，以在長期充滿挑戰的時期改善其表現。展望二零二一年，本公司將繼續密切檢討有關事宜。

整體而言，本集團有持續需要減少冗餘資產及人員，並推動提升製造工序、測試工序、存貨及供應鏈管理、質量管理、資本開支控制的內部經營效率。亦有必要改善收益率以降低製造成本，對業內最具成本優勢廠商的工序及外部EMS成本釐定基準，以改善本集團製造成本、收益率、效率及核心能力的競爭力。總括而言，良好的供應商管理、供應鏈管理、製造管理、業務控制管理、質量管理、訂單履行及存貨管理對確保營運成為全球具成本效益的表表者至關重要。

本期間的其他收入、收益及虧損為76百萬美元，較去年同期減少25百萬美元。本集團於本期間錄得匯兌虧損0.01百萬美元，而二零二零年同期則錄得匯兌收益7.1百萬美元，乃由於其持有美元資產所致。由於美國聯邦儲備局採取量化寬鬆貨幣政策及中國經濟從COVID-19中復甦，導致人民幣兌美元匯率持續升值。本集團將維持一貫對沖政策以將匯率波動產生的影響減至最低。本期間的政府補貼為16百萬美元(二零二零年同期：22.6百萬美元)，包括與COVID-19有關的補貼2.6百萬美元。此外，為降低生產成本，本集團將部分生產轉移至若干內陸城市，並產生搬遷成本及額外物流成本前，政府提供支援以減輕該等部分負擔對本集團的影響。政府亦推出其他激勵措施，鼓勵企業改進技術及增加出口。

本期間的經營開支為166百萬美元，而去年同期則為182百萬美元。銷售開支同比減少4百萬美元，乃由於重組後工資成本下降，以及本期間運輸成本減少，而在去年，物流成本由於COVID-19爆發而增加。由於低端手機的專業服務費減少，以及由於手機市場的變化，員工隊伍的優化及規模調整以及更佳成本控制，使工資成本減少，故此研發開支減少20百萬美元。一般及行政(「一般及行政」)開支增加7百萬美元，增長主要原因是本期間為終止盈利能力較差或錄得虧損或表現欠佳的業務而進行的規模調整／重組活動而支付遣散費，以及為挽員工而提供了更多的表現獎金。

本期間的利息開支為3.9百萬美元，而去年同期則為7.7百萬美元。利息開支減少主要由於儘管年內平均銀行貸款餘額增加，惟銀行貸款利率仍然按年下跌。



純利及淨利潤率為計量盈利／虧損的財務關鍵績效指標，盈利／虧損乃從所賺取毛利中減去營運開支及其他收益及虧損(如股本投資公平值變動)以及稅項及利息成本計算得出。關鍵績效指標顯示本期間扣除所有開支及虧損後的所有收入及收益餘額，而該關鍵績效指標顯示公司所賺取的每一元轉化成多少溢利，導致公司經營所產生的股東權益淨變動。其計量控制經營開支及優化稅項及利息成本以及盡量減少其他類型非經營收益及虧損(如股權投資公平值變動)的能力。以上各項反映在業務的盈利能力上及顯示公司在長遠前景中的發展速度。鑑於上述因素，本期間本公司擁有人應佔淨虧損為28.2百萬美元，而去年同期本公司擁有人應佔淨虧損為100.5百萬美元。本期間淨虧損率為0.72%，而去年同期淨虧損率則為2.74%。

股本回報率顯示業務有效使用股東投資產生高利潤的能力。股本回報率展示公司為每單位股東產生多少收益。股本回報比率不僅計量機構的盈利能力，亦計量其效率。高企或不斷改善的股本回報率向股東證明正在利用其投資發展業務。本期間的股本回報率(指回報的淨收入金額佔股東權益的百分比，以展示公司如何成功利用其股權投資者提供的資源計量該公司的盈利能力)。本公司產生收入的累計溢利為負1.38%，而去年同期的股本回報率則為負5.33%。

本期間的所得稅收益為3.1百萬美元，而去年同期則為所得稅開支14.3百萬美元。所得稅收益主要由於本期間變現加速稅項折舊所產生暫時性差異，而上年同期若干盈利實體產生所得稅(如墨西哥及印度實體)。

本期間每股基本虧損為0.3美仙。

## 股息

本公司已採納以下股息政策，旨在提高透明度並促進其股東及潛在投資者作出更明智的投資決策—每年將宣派的股息的形式、頻率及金額以及派息率將取決於本集團的業務前景及策略、財務表現及經營業務產生的現金流量、預計營運資金及資本架構、未來擴展計劃以及資本開支及資金需求、現金狀況以及董事會不時認為適當的其他相關因素。於過去數年本集團的表現一直波動，而COVID-19爆發、美國禁令及元件短缺導致未來一段時期存在大量不確定因素，本集團需要時間才能恢復(請參閱下文「展望」一節)及維持穩健的資本架構。因此，本公司將繼續密切監視形勢，並在必要時視情況調整及／或加強其股息政策。



於二零二一年八月十一日，董事會議決不建議就本期間派發中期股息。

## 銷售

於本期間，本集團確認綜合收益3,938百萬美元，較去年同期的3,668百萬美元增加270百萬美元或7.3%。本集團將繼續為中國及國際品牌流動電話客戶提供原設備製造及原設計製造服務，以及為國際品牌提供電子消費產品(如電子閱讀器、平板電腦及語音互動產品)，並致力維持穩健的客戶組合及銷售組合。由於本集團其中一名主要客戶被列入黑名單，不利影響預期將於二零二一年出現。本集團數年前通過製造功能手機開始服務國際品牌的業務，隨著智能手機的推出及隨後的普及推動了智能手機外包，本集團受益於該趨勢。然而，近年該形勢發生了劇烈變化，競爭激烈使得維持市場份額及利潤更加困難。由於若干市場趨於飽和，全球出貨量自二零一六年起連續第四年下降，令全球手機市場面對的困境更加惡劣。然而，隨著印度的急升增長及中國5G智能手機的採用快於預期，市場在二零二一年初從疫情中表現出強勁的回升勢頭。根據IDC在二零二一年七月三十日的報告，二零二一年第二季度全球智能手機出貨量達到313百萬部，按年增幅為13.2%。然而，COVID-19疫情的第二波爆發不僅破壞了手機供應，亦摧毀了消費者需求。最新的IDC數據顯示，二零二一年按年錄得適度增長7.7%，智能手機總出貨量為13.8億部。由於最終需求的不確定性，以及持續爆發的冠狀病毒感染及部件短缺，智能手機業務的復蘇在未來數季將是一個挑戰。

## 損益(溢利及虧損)

由於智能手機行業競爭不斷加劇，公司亦在研發及營銷方面投入更多開支。就智能手機製造商而言，由於各公司積極投資研發，故差異化範圍亦有所減少。一方面，研發有助於公司提高其智能手機型號的受歡迎程度，另一方面，由於客戶的需要及偏好快速變化，研發變得至關重要。隨著創新意念及技術的流轉，智能手機行業早已商品化。性質非常近似的產品已加劇市場競爭，此乃由於市場日趨分散，行業模塊結構降低新進業者加入市場的門檻，讓消費者可以經濟實惠的價格獲得高技術規格的產品。與電腦行業相似，智能手機行業的特點是模塊化。模塊化設計的重要程度與行業創新迅速及合約製造息息相關，加上新進業者可以低成本但高效率地進行生產，模塊化已令行業競爭加劇。然而，儘管我們面臨著激烈競爭，但在COVID-19復蘇、利潤率較高的業務回升以及產品多樣化和延伸的推動下，整體業績將逐漸好轉。誠如上文「財

務表現」及「銷售」各節所述，二零二一年第一季度，銷售額的按年增長主要是由於對美國客戶的發貨量急升及去年同期的低收益所致。此外，產品組合變動、利潤率較高的業務上升以及擺脫疫情預防措施的費用及生產產量改，促使虧損淨額按年進一步改善。

整體而言，本集團致力透過加強自動化生產、優化資產使用率及產能、質量保證及品質監控，以及加緊控制製造間接費用及資本開支，致力於投資研發以提高效率及維持良好及穩定的回報率。但爆發COVID-19令提高資產使用率及優化產能的空間大為收窄。本集團的自動化工程團隊已持續在不同的製造工序中擴大自動化範圍，以減低勞工成本上漲的影響及提升效率。本集團憑藉專責及專業的採購團隊，以具競爭力的價格採購物料。此外，鴻海科技集團亦持續就規模、穩健元件支援及穩定主要元件供應以及垂直整合供應鏈方面提供強大支援，以產生協同效應。本集團可借助鴻海科技集團的資源，令本集團的外包能力更具靈活彈性。

#### **地域分類(請參閱綜合財務報表附註4「營業收入及分類資料」)**

按照鴻海科技集團的目標，本集團未來的業務計畫將側重於保持精簡和輕資產，以及利潤率的提升而非收益增長，並會不斷監察市場競爭狀況以作出相對反應。分類溢利指扣除所有銷售開支後各分類賺獲的毛利及服務收入(計入其他收入)。

#### **亞洲分類**

儘管發生了COVID-19，亞洲分部仍然是本集團二零二一年銷售收入及分部溢利的核心業績貢獻者。中國是首個從疫情中恢復的主要經濟體，中國的疫情恢復速度快於預期，對於本集團亞洲分部的同比業績有幫助，因為中國的工廠不再停產，產量和效率大幅提高。於二零二零年上半年，中國的業務處於停頓狀態，出現了閒置成本，大量成本用於供應和採取措施遏制COVID於工廠爆發。本集團的一個主要客戶從其競爭對手中奪取了市場份額，而該競爭對手也亦是遭受美國限制的本集團客戶。兩個客戶之間的市場份額轉移帶來了積極結果。另一方面，本集團生產的電子閱讀器和語音交互產品並沒有受到COVID-19影響，原因為越來越多人在家工作。若干其他客戶亦在逐步恢復。本期間亞洲分部的收益為3,452百萬美元，較去年同期(二零二零年：3,351百萬美元)增加3%。於本期間，亞洲分部所錄得盈利為53百萬美元，高於去年同期所錄得盈利12百萬美元，業績出現令人鼓舞的改善。

- (i) 一些國家的行動電話市場已接近飽和，導致價格競爭，迫使行業運營商降低價格以獲得競爭優勢，整個行業的利潤率縮減。由於亞洲分類的銷售增長受毛利較低的系統組裝業務所推動，利潤率壓縮風險將會持續。由於機構件行業准入門檻低、競爭對手眾多及產能過剩，機構件業務的毛利率於本年度及未來繼續面對巨大壓力。本集團自二零一七年底以來一直面對如此挑戰，並一直持續至二零二一年，本集團經營及面臨的困難經營環境仍然存在。這也是本集團熱衷於發展新業務的原因之一，如與Stellantis成立新合營企業，擴大在印度的套管業務及研發功能，以使其提供給客戶的產品別樹一幟。但是，隨著今年產品及客戶改善以及效率及產量提升(特別是中國業務)，利潤率表現有了同比改善。
- (ii) 元件短缺對行業造成莫大困擾，二零二零年第三季度短缺情況惡化，供應緊張是由於兩個主要因素所引發。首先，美國政府採取措施限制特定中國內地公司使用若干美國技術及材料，且(其中包括)禁制中國內地最大的晶片製造商導致二零二零年第三季度廣泛的常見電子元件供應緊張，甚至短缺，從而增加年內需求旺季對供應鏈的壓力。部分常見電子元件如IC(集成電路)、濾波器、LCD(液晶顯示器)、傳感器等供應緊張，以致價格上升及訂單交貨時間延長。此外，由於美國對市場其中一名主要參與者實施制裁，中國內地智能手機市場似乎正經歷重新校準過程，從而導致規劃、生產及物流方面的不確定性增加。由於本集團的主要客戶之一對本集團的收益作出了重大貢獻，成為美利堅合眾國(美國)及中國貿易糾紛的目標，並受到嚴格限制，對該客戶的銷售已經下降，並導致產能過剩，本集團必須在二零二零年下半年進行規模調整及重組行動，並持續到二零二一年。第二，如上文「COVID-19的影響」一節所述，COVID-19的爆發和復發以及人們在家工作，擾亂了全球供應鏈，影響部件供應和我們客戶復原情況以及最終客戶的行為。材料短缺對生產效率造成挑戰，並導致營運成本的增加，以及訂單的履行以及裝運及銷售同樣面對挑戰。另外，預計元件短缺和價格上漲以及交貨期延長的問題將持續一段時間，半導體行業的整體供應緊張狀況仍未結束。未來仍然難以預料，調整週期可能還需要一年。由於市場競爭激烈，本集團可能無法從若干客戶收回所有增加的材料成本。客戶需求的能見度亦大幅收窄。如前所述，COVID-19的影響金額難以量化。

- (iii) COVID-19爆發的健康危機的影響已經持續了很長時間。COVID-19疫情所造成經濟損失主要是由需求下降帶動，意味在全球經濟購買商品及服務的消費者減少。加上部件短缺，令客戶的復原程度受到影響，此情況從亞洲分部的銷售按年增長受到限制可見端倪，且需時回復至疫情前水平。雖然智能手機市場經歷了二零二一年初COVID-19的逐步復蘇及中國從COVID-19的復蘇，但中國業務的生產效率有了明顯的提高，閒置成本降低，這對更佳產量及輸送量以及利潤率表現有很大貢獻。亦毋須在安全用品上花費。但是，第二季度爆發COVID-19第二波疫情嚴重地席捲了本集團有業務的全球多個地區，特別是越南及印度，在當地實施了不同程度的封鎖、防疫及隔離措施以及旅遊限制。該等措施影響了本集團在印度和越南的生產活動，並導致當地整體需求和商業活動在一段時間內放緩，所有事項均對本集團在該等國家的銷售、收益、資產利用率及貢獻率的恢復構成壓力，亦對我們在該等國家的客戶的手機的線上及離線銷售產生深遠影響。在印度和越南當地團隊的努力下，成功地將COVID-19復發對運營的影響降至最低，讓情況在六月逐漸穩定。第二波／未來的新型冠狀病毒感染對手機行業造成不利影響，加上客戶消費信心方面的需求不確定性上升，可能對該等地區二零二一年智能手機增長造成負面影響。整體而言，需求恢復到疫情前水平仍然需要時間。在不同國家更佳及不斷增長的疫苗接種率之下，客戶有望可更快恢復。
- (iv) 鑑於本集團產品組合的變化及產能過剩，本集團已改進其方法並採取必要步驟，以期在二零二零年成為輕資產企業集團，因此，在二零二一年下半年繼續對其業務中表現不佳的部分進行規模調整／重組，從而產生無法避免的重組成本及費用，並需要支付遣散費及撇銷部分存貨及撇減若干過時／閒置資產。惟有關影響於二零二一年有所減退，原因為本集團在二零二零年下半年已經積極地註銷／撇減／減值大量閒置、陳舊、冗餘及過剩的資產，二零二一年的資產利用率提高。另外，於二零二零年下半年已裁減過量人員。

本集團的策略是在縮減歐洲廠區規模後，將營運重心維持於亞洲分類(包括中國、印度及越南)，以進一步發揮規模經濟、提升及利用本集團於亞洲分類的產能、能力及地位，以及發展額外業務及客戶，並妥善服務現有客戶。全球經過二十年的經濟繁榮，形勢似乎正朝向去全球化。原因之一為二零一八年以來中美之間的關稅戰爭。另一原因是二零二零年中印之間的邊境衝突。COVID-19疫情亦有助催化此種過渡。具體而言，許多向美國付運手機的客戶已將其部分中國業務遷離中國，並要求本集團在印度及越南等其他亞洲國家



製造手機，而本集團已投入資源擴大該等海外地區的營運規模，並將繼續特別在印度擴展業務，以把握當地的巨大潛力。印度的手機製造始於二零零零年中期，隨著諾基亞進入市場，在二零零八年至二零一二年間錄得理想增長，當時印度生產155百萬部手機，出口105百萬部。然而，直至二零一四年，由於各種因素，產量下降到58百萬部。雖然國內市場保持快速增長，但大部分需求乃透過印度和外國的OEM進口的完全製造單元(CBU)／製成品(FG)來應付。印度電子產品進口的增長(主要來自手機)大大增加了往來賬戶赤字。為了鼓勵公司在印度生產，印度對CBU徵收高額進口關稅，進口和本地生產之間的關稅差異為在印度本地生產的OEM提供了巨大的成本優勢。

由於預期上述良機，多年來本集團已於印度及越南設立及維持手機組裝工廠，並於過去數年協助若干中國品牌客戶於亞洲及中國以外的海外市場發展業務及掌握更大市場份額，其中一名客戶於印度市場取得重大增長。隨著特朗普執政期間的貿易戰的持續，客戶開始一窩蜂湧往越南等亞洲國家，而本集團一直檢視其全球產能，以優化在印度及越南等新興市場的資源及產能。本集團繼續透過將若干資產從中國遷至印度及越南，進一步調整其產能以配合客戶的地區生產需求，並擴大其產能及能力。印度將在封鎖後的情況下取得增長。由於中國品牌客戶於印度的業務持續增長，本集團印度業務於本期間的銷售額佔本集團銷售總額約33%。本集團於印度的工廠營運是印度最大承包製造商之一，本集團將因應印度將有更多客戶及產品種類而不斷優化其基礎設施及擴大其產能。為此，本集團已於二零一九年向其印度業務注入額外資本約119百萬美元。於二零二一年，本集團已加緊擴大於印度的產能及能力以及機構件製造及研發能力。此舉有多個原因。首先，二零二零年中美貿易緊張局勢導致製造需求由中國轉移至其他國家。其次，由於勞工成本及土地成本增加，中國面臨製造成本上升，而最後，中國的產能供應超過過剩需求，導致利潤率承受嚴重下調壓力。再者，印度的龐大人口亦不能忽視。人口數字亦隱含處處商機。需求方面，13億人口為一個巨大的消費市場。擴展計劃專注於提升產能及能力，而本集團亦加強垂直整合及實施產品與客戶多元化，以及於印度及越南實行就地採購策略，以提供更全面的製造服務。印度政府的「印度製造」計劃加快印度成為全球製造中心的步伐，並透過稅務優惠及激勵措施促進當地製造及採購，從而開啟製造業投資的大門。儘管本集團於中國擁有大型設施，但考慮到所有因素，本集團已把握此機會，就廠房、機器及設備作出新資本開支，加快投資於印度的機構件業務，並建設將於本年度第四季度開業的研發中心。本集團已全面暫停非關鍵性投資的其他資本開支。本公司將繼續密切監察有關情況，並將於其認為必要時於適當時間採取進一步適當措施，如對業務中表現未如理想的部分進行規模調整活動。



由於二零二一年上半年情況仍然不穩，本集團將密切監察此分類的未來發展，並評估此分類對本集團整體表現及現金流量的影響。但由於中國是第一個從COVID-19事件中恢復的國家，本集團對未來的發展持樂觀態度。一位分析家預計，中國將從持續的供應鏈干擾中受益，因為企業更有可能將生產轉回內地，可以預見中國的出口增長將持續至二零二二年，達到20%至30%。由於許多國家繼續抗疫，疫苗接種率隨之激增，這點燃了各國，尤其是中國經濟的強勁復蘇。隨著商業活動的恢復和人們逐漸恢復正常生活，中國經濟的強勁回升將明顯促進經濟增長和推動消費支出。

### 歐洲分類

歐洲分類於本期間錄得收益280百萬美元，而去年同期錄得收益212百萬美元，歐洲分類收益於本期間有所增加。一如亞洲分類，復蘇受到耐藥性COVID-19挑戰所限。另外HMD在不同市場上面臨激烈競爭。本集團已採取措施，以於二零一九年下半年降低諾基亞品牌智能手機製造的毛損率，而本集團現時基本上僅製造諾基亞品牌功能手機。此分類於本期間錄得盈利8百萬美元，而去年同期則錄得盈利6百萬美元，且由於銷售虧損程度較低的諾基亞品牌智能手機，並錄得按年增長。由COVID-19疫情引發一些關鍵部件的短缺和價格上漲以及漫長的交貨期進一步對HMD構成影響，其無因應成本上漲隨時提升售價，從而保持價格競爭力。最終對本集團的毛利率構成影響。

此外，本集團將繼續密切監察及評估HMD的信譽以及此分類對本集團整體表現及現金流量的影響。

### 美洲分類

就美洲分類而言，核心業務包括由位於美國及墨西哥的本集團旗下實體向一名以美國為基地的互聯網客戶銷售手機及向原設備製造商及運營商提供智能手機的回收物流、維修及翻新等服務，以及向美國客戶銷售手機。本期間錄得的收益為206百萬美元，而去年同期錄得的收益則為105百萬美元，同比增加乃由於向一名以美國為基地的互聯網客戶的銷售額增加所致。本期間所記錄盈利為14百萬美元，而去年同期所記錄盈利為8百萬美元。

- (i) 就美國互聯網客戶而，其欲通過結合軟件及硬件提供更佳及別樹一幟的服務。所以其將於二零二一年開始在未來數年推更多硬體。二零二一年上半年較去年為佳，因為這一代產品在性能和價格範圍方面更符合客戶期望。此外，此客戶因忠誠安卓用戶選擇購買其手機而獲益。為了遏制部件短缺，本集團發出更長訂單以確保供應，此客戶於確保供應上擔當非常重要角色。然而，與其他客戶一樣，激烈競爭當然亦繼續對利潤率構成壓力。

(ii) 就反向物流以及維修及翻新業務而言，於二零二零年所有智能手機零售店及零售服務管道均面臨關閉或倒閉，退貨服務活動大幅放緩。由於限制商務差旅及若干主要元件全球短缺，因此推遲新產品推出(NPI)計劃。當大部分消費者「留在家中」及「在家工作」而不願出外時，移動設備的市場需求減少。手機業務的管道銷售及回收物流活動均有所放緩。由於在美國成功推廣了疫苗接種，今年美國和墨西哥的業務已逐漸恢復正常。我們在墨西哥的業務主要來自美國市場，維修業務及製造業務的需求亦如預期般逐漸恢復。即使墨西哥仍處於COVID-19警報之下，但自二零二一年第一季度以來，其業務並無受到影響，墨西哥的大規模疫苗接種推廣從五月開始至第三季度一直進行。但COVID-19對該地方的業務造成永久影響，甚至將延續至疫情之後。此乃由於在COVID-19疫情期間，美國市場的消費行為出現變化。其導致實體零售連鎖店關閉，零售店的產品退貨量急劇下降，亦導致OEM改變其產品設計和維修政策，使過往的智能手機翻新業務模式改變。由於我們必須提供積極的定價以爭取新的業務，利潤率仍然承受龐大壓力。此外，材料短缺導致生產效率面對挑戰及營運成本增加。如果供應鏈並無轉壞，則可以實現銷售收益目標，但由於運營成本、運費、材料等的意外增加，溢利目標將成為挑戰。本集團由第三季度起對從疫情中恢復抱持樂觀態度，墨西哥廠區將長期從持續的「貿易戰」中受惠，並在客戶遵守USMCA(美國—墨西哥—加拿大協定)的情況下保持增長，特別是在汽車行業及受關稅影響的產品。但是，全球範圍內的半導體短缺不僅在第二季度造成了兩個廠區的一些營運停頓，而且在二零二二年之前仍將是兩個廠區的主要風險。

由於對該名以美國為基地的互聯網公司的銷售額增加，美洲分類的表現對本集團於本年度上半年的銷售表現產生正面影響，惟利潤率仍然受壓。本集團將密切監察此分類的未來發展，並評估此分類對本集團整體表現及現金流量的影響。

## 同業

除諾基亞品牌手機製造業務外，本集團的機構件及系統組裝業務亦繼續面對重重挑戰。自二零一九年第三季度起，許多機械供應商選擇將其產品組合擴展至手機以外，以在手機市場下滑的情況下提高其毛利率，從而紓緩該行業的價格壓力。儘管二零一九年的競爭壓力有所緩和，但由於COVID-19疫情、美國對若干中國手機品牌公司施加限制、缺乏元件及中國的手機市場整體下滑，競爭壓力於二零二零年重現，至二零二一年仍然存在。

經考慮本集團的業務及客戶架構以及其他因素後，本集團在選擇競爭對手作出若干調整，為更易於理解本中期報告，同業分析劃分為機構件業務及電子製造服務業務。但應注意的是，本集團提供一站式解決方案，同時製造機構件及系統組裝，並向若干客戶銷售完整的手機。

自二零一八年以來，許多智能手機供應商開始採用帶有玻璃／「玻璃質感」後蓋的金屬中框，藉以增強Wifi/LTE信號及方便無線充電，從而降低了CNC(數控機床)機器的使用率，故以智能手機為中心的機械供應商被迫調整其產品組合。作為5G智能手機的骨架，金屬中框的結構、精密度及加工方法較傳統金屬機構件更為複雜，且預期平均單價較高。然而，為刺激疫情期間的手機銷量，中國品牌公司紛紛推出廉價的入門級4G/5G手機，在本已供應過剩的競爭情況下進一步損害機構件業務的溢利。事實上，由於中國智能手機市場飽和及經營成本上漲，我們大部分機構件競爭對手已將業務擴展至非手機產品。中國國內勞工成本急劇上升，但裝配線工人的效率並未相應提高，故中國的成本優勢於中期而言難再與越南及印度等其他東南亞國家相提並論。因此，本集團將致力多元化發展其客戶組合、產品組合及製造地點，並致力改善現有技術及生產力、在工序及材料方面實現創新、提升機械工程的核心能力及產能(對成功經營機構件業務至關重要)、高質及高效回應客戶要求及提升機構件業務的速度、縮短模具製造週期及成本效益及效率。

就機構件業務的同業而言，彼等為於中國或香港上市的公司，是我們客戶的長期供應商，與本集團客戶建立了穩固的業務關係。彼等亦有並非本集團客戶的客戶。彼等具備強大的成本競爭力，並迅速緊貼最新技術及趨勢(如3D玻璃、玻璃質感及陶瓷機構件及金屬器材天線鑄模)。二零二零年機構件同業的表現載列如下：

- i. 同業一為香港上市公司，其核心業務為精密材料、電磁驅動器、聲學及光學觸覺應用。於二零二一年第一季度，其收益同比增加20.6%，而毛利率及純利率則分別增加8%及11%。同業一因其中一名客戶被美國制裁以致其精密材料出貨量於該季度下跌。然而，其他業務的突出表現(例如非安卓機型智能手機聲學零件的銷售額錄得雙位數的同比增長)抵銷了負面影響。此外，由於優化生產，聲學及光學業務的毛利明顯改善，帶動整體利潤上升。

- ii. 同業二為股份於深圳證券交易所上市的中國上市公司，其核心業務亦包括電子消費品結構件、電子連接器及元件。該公司致力降低國內客戶及手機產品所佔比例，以減少倚賴單一客戶及地區。秉承該目標，該公司已吸納一名新國際客戶，目前來自該客戶的收益佔其海外收益總額的40%，預計於二零二一年將會倍增。此外，該公司亦夥拍具領導地位的EV電池解決方案供應商製造電池結構件，積極拓展能源汽車業務。是項擴展戰略導致銷售額迅速增長，而高利潤率的國際客戶亦拉動邊際利潤向上。於二零二一年第一季，收益同比上升28.1%，而毛利率則錄得8.1%同比增長。事實上，由於該公司擴展非手機產品業務，毛利率已見有所改善，二零二一年第一季及二零二零年下半年的毛利率分別為30.2%及30.3%，而二零二零年上半年的毛利率則為25.7%。
- iii. 同業三為一間香港上市公司，其業務分別包括移動通訊終端、數碼及光電產品(如精密手機金屬外觀、手機金屬框、精密屏蔽及微型精密連接器)。其玻璃質感機構件在安卓機型手機的市場佔有率約達40-50%，並可能不斷攀升，預計玻璃質感機構件的出貨量將佔二零二一年總出貨量逾八成。此外，若干玻璃質感機構件產品的平均售價高達塑膠機構件平均售價(「平均售價」)的兩倍，意味升勢將同時推高整體利潤率。此外，受惠於其中一名國際客戶於去年底推出新產品，令二零二一年第一季的收益大增，而預期該公司將參與該客戶其他產品管線，於不久將來擴大銷售額。於二零二一年第一季，收益較去年同季增加37.6%。

OEM業務模式的系統組裝業務為本集團的主要業務模式，其行業門檻及毛利率均處於低水平。就競爭分析而言，本集團僅賺取加工費及製造費，而回報率、效率及質量差異為降低客戶對價格的敏感度及發展長期業務關係的關鍵要素。然而，系統組裝業務可能需要龐大營運資金。此外，其他外部因素(包括中美貿易緊張局勢、地緣政治及保護主義)以及中國智能手機的市場飽和亦對其OEM業務的公司造成重大影響。為應對該等因素，該行業的若干競爭對手積極於中國境外建立製造能力，並投入更多精力於其他高利潤及高增長業務，甚至利用其資源擴展至新行業。憑藉擁有非常龐大的系統組裝能力及其由PCBA至完整手機組裝的垂直整合，本集團的印度業務實力雄厚，而目前僅有少數同業擁有現有海外產能或剛剛建立的海外產能，故本集團可利用其於印度、越南及其他國家的現有產能獲取先進者優勢。



就我們於美國、中國及香港上市的EMS業務同業而言，如上文所述，彼等一直探索新機遇及擴大其產品類別，以提高利潤率及分散高度依賴手機或少數客戶的風險。EMS同業於二零二一年第一季的表現載列如下：

- i. 同業一為香港上市公司，其業務包括移動設備、個人電腦及物聯網產品的EMS/ODM服務、各種金屬、玻璃及陶瓷、汽車電子及醫療設備的元件設計及製造。該公司於二零二一年第一季的收益大幅增加108%，而毛利率及純利率則分別按年下跌5.1%及0.4%。其來自EMS/ODM及元件的收益仍佔銷售總額的大部分。於第一季度，由於向一名美國非安卓機型智能手機產品客戶的新產品出貨得到巨額進賬，因而推高收益增長。然而，更改產品組合令該公司的毛利率受到不利影響，其中低利潤率的裝配業務佔盈利的80%，而高利潤率的醫用口罩業務佔比則呈下跌。儘管如此，該公司不斷將業務拓展至較多元化的市場，包括航拍機、吸塵機械人、遊戲機控制台及電子香煙等物聯網產品，最終將會刺激盈利增長。與此同時，該公司不斷開拓更多非智能手機的業務機遇，並將發展重點轉移至新興的汽車智能系統業務。
- ii. 同業二為知名的美國上市公司，為專注於向航空及國防、汽車、計算機、消費、工業、基礎設施、醫療、清潔技術及移動原始設備製造商提供完整設計、工程及製造服務的EMS供應商。因此，該公司的收益平均分佈於旗下業務。於二零二一年第一季度，其銷售淨額上升14.3%，而淨收入則同比微升1.4%。溢利增長因較佳的產品組合(雲產品及企業IT消費)而得到支持，但幅度因開展長期病患護理相關產品的新支線業務而呈緩和。該公司積極開拓高端耐用品及醫療產品等非智能手機業務的新機遇。此外，其汽車板塊正進行重大轉型，汽車連接的新程式相應作出改革。
- iii. 同業三為擁有三個業務分部的深圳上市公司，即硬盤及消費電子產品的EMS服務、自動化及物聯網產品的ODM服務以及記憶體模組組裝、包裝及測試。其於第一季度的收益按年上升15.2%，而純利率則按年增加2%。高收益增長率源自市場對其儲存器半導體製造業務單元以及包裝及測試業務單元的殷切需求，大大抵銷了消費電子產品的龐大虧損。此外，醫療用呼吸器產品的需求維持強勁增長動力，該公司擬增加投資於家用醫療產品及智能電力解決方案等高利潤率的EMS業務。



iv. 同業四亦為深圳上市公司，其主要業務為消費電子產品、互聯網通訊產品及汽車電子產品的EMS服務。該公司的收益錄得27%同比增長，純利率則錄得2.6%同比增長。由於受到美國制裁的長期影響，來自其中一名主要客戶的收益於二零二零年由42%急跌至12%。為抵銷失去該名客戶所佔收益的不利影響，該公司致力尋求其他商機，將發展重點轉移至非移動設備業務，包括穿戴式智能設備及平板電腦，繼續擴展至汽車電子分部。與此同時，該公司把握機會擴大其於印度的產能，繼而取得其他中國客戶的大額訂單，於二零二一年第一季度貢獻33%收益。此外，毛利率增長主要受加強產能(局部彌補了買賣業務模式所佔比例於二零二一年第一季度由15%攀升至25%)帶動。

除上述各同業外，一名以往不屬於我們同業的精密零件製造商於二零二一年初與我們其中一名主要中國客戶在土耳其合組一家裝配廠。該同業為一家擁有多個業務分部(包括精密元件、結構件、充電器及物料等)的深圳上市公司。該同業自二零一九年起重組旗下業務。為提供由材料、精密零件、模組、裝配以至包裝及測試的垂直整合解決方案，該同業積極投資於裝配業務，目標地區不限於中國，亦包括越南及歐洲。於二零二一年第一季度，受惠於精密元件及結構件的收益增加，同比收益增長率為19.5%。此外，多項經重組的業務於去年年底已達致收支平衡，故第一季度的整體毛利率同比微升1.6%。鑒於競爭加劇，我們將密切留意發展走勢。

總括而言，由於受大量外部因素(包括全球疫情、政治緊張局勢、供應短缺等)影響，我們的大部分競爭對手已採取行動改變其產品／客戶組合及整體業務策略。彼等逐漸減少對手機業務的依賴，並因應市況變動開發其他有利銷情的產品。本集團一直緊貼市場動向，持續優化中國、印度、越南的產能使用率，加強垂直整合能力，積極為各類客戶開發物聯網／5G、汽車電子、健康電子等新產品及服務。

## 投資

基於下述各項投資於二零二一年六月三十日的價值低於本集團於二零二一年六月三十日總資產的5%，故就上市規則而言，本公司認為該等投資並非重大投資。

本集團透過投資及併購(合併與收購)機會及活動不斷加強其EMS業務，並探索5G/AI相關應用、V2X(車聯網)及醫療電子的新機遇，以鞏固本集團於消費電子製造業的主導地位。

## 於諾基亞品牌產品相關業務的投資

於二零一六年五月十八日，本集團與Microsoft(作為賣方)及HMD(作為另一買方)訂立協議，以收購當時由Microsoft Corporation營運的諾基亞品牌功能手機業務若干資產，包括一所位於越南的製造廠房及於進行該功能手機業務時使用的若干其他資產，總代價為350百萬美元(其中20百萬美元須由HMD支付)。本項交易包含商譽79.4百萬美元。由於二零一八年表現欠佳及根據獨立專業估值師進行的估值，本集團於二零一八年財務報表就商譽79.4百萬美元全面計提減值。

在購買價格競爭力提升、負債組成部分減少、上市時間加快及強化捕捉早期需求的能力推動下，HMD自二零一九年第二季度起將其供應鏈由單一供應商模式轉變為多ODM模式。迄今為止，HMD所有智能手機組合均由新ODM製造。針對功能手機領域，HMD致力添加新功能，為消費者提供「更智慧」體驗。作為其在不同價格點提供最佳可行技術承諾的一部分，其亦推動成本競爭力，以降低零售價。全球分銷覆蓋範圍擴大，加上持續努力轉換現有智能手機消費者基礎，使功能手機的銷情於下半年強勁復甦。在製造方面，在管理功能手機業務上繼續以盈利能力為重點，以維持組合競爭力，而本集團為唯一供應商。

於二零二零年，轉型繼續進行，以由單純經營硬件業務轉型為兼營硬件和服務的公司。HMD投資於建設本身的軟件開發部門。作為該項轉變的部分安排，本集團收購一家芬蘭移動企業及網絡安全軟件公司Valona Labs的資產。此乃HMD於芬蘭Tampere開設的新卓越中心的基礎，專攻軟件、安全相關知識產權及服務。於二零二零年，該公司涉足一項新服務類別，推出其HMD Connect環球數據漫遊服務，為全球消費者提供簡便、安全及價格相宜的漫遊服務。

HMD推動其企業服務轉型。除為企業客戶提供智能手機外，該公司現提供增值服務、一年加長保養計劃及諾基亞手機保險。為企業而設的HMD Connect Pro環球數據漫遊服務令車隊管理更容易，而統一的SIM管理大大提升安全度。此外，亦安全地傳送實時使用信息、即時診斷及查找故障，為分佈160個國家的600個網絡提供服務。

於二零二零年第三季度，儘管面臨前所未有的挑戰，HMD結束自二零一九年上半年開始的A2系列融資回合的第一步，獲其最大策略夥伴注資230百萬美元。該投資進一步燃亮HMD的策略願景，使全球消費者可使用5G智能手機，過渡至數碼至上產品，擴大其於主要增長市場的份額，並有助業務鞏固其領導地位不再局限於硬件，更成為全面的移動服務提供者。於二零二零年八月，本集團已購買價值38.3百萬美元的HMD可換股債券(有關付款被視為透過等額未清償應收款項作出)。於交易過程中，本公司管理層對HMD管理賬目的評估(涵蓋(其中包括)財務盡職審查、獨立估值等)、現金流分析、財務預測、業務表現及前景、估值分析及其他當時可取得的相關資料及文件以及分別與HMD管理層及其其他投資者的相關磋商記錄及文件已存檔(務求為本集團取得更有利條款，從而優化本集團於有關情況下自其於HMD的全部投資取得的整體回報)，並向董事會呈報供其考慮。然而，HMD的現金狀況仍然緊絀，而本集團一直注視此情況。可換股債券已獲悉數轉換，而目前連同先前的投資，本集團的總投資佔HMD已發行股份總數的14.38%。

經參考獨立專業估值師進行的估值，管理層已評估於HMD的投資於二零二一年六月三十日的公平值。本集團透過其他全面收益(「其他全面收益」)就本集團於HMD的直接及間接投資的公平值變動作出相應調整。投資團隊將監察集資的進展及其現金狀況及業務表現以及COVID-19對其業務的影響。

#### 其他投資

於二零一五年，本集團向中國雲端人工智能機器人營運商CloudMinds Inc. (「CloudMinds」)投資1百萬美元。該公司已於二零一九年十二月向美國證券交易委員會提交首次公開售股申請。由於受COVID-19疫情、全球經濟下滑及美國商務部工業與安全局(BIS)實施制裁影響，該公司決定重新聚焦中國市場，並以在中國進行首次公開售股為目標，並自二零二零年底起展開新一輪融資以提升其技術發展及財務狀況。直至二零二一年六月，該公司已接觸多名投資者並與部分投資者達成協議，預料交易即將完成。按照近期表現及參考獨立專業估值師所進行估值得出未來三至五年的預測，管理層已評估於CloudMinds所作投資於二零二一年六月三十日的公平值。本集團已對該項投資的公平值變動作出相應調整。於二零二一年六月三十日，按全面攤薄基準計算，本集團所持投資佔CloudMinds的0.88%權益。

Augentix Inc. (「Augentix」) 於二零一四年成立，是一家以台灣為基地的無晶圓廠多媒體SoC(系統單晶片)設計公司。其產品採用專利演算法及高效硬件讓產品應用至高效智能視覺應用領域。Augentix首個SoC系列獲家居物聯網、專業IP攝像機及消費者監控產品領域的領先品牌及平台採用，並幫助其中一名客戶獲得二零二零年CES Innovation Award。由於中美貿易戰，全新的SoC系列贏得大批客戶支持，並將由二零二一年十月起帶來可觀收益。全新的AI SoC已經推出，預料於二零二二年第一季度投入市場。因此，Augentix有望為行車記錄儀、ADAS及機器人等更多領域提供人工智能應用。本集團於二零一九年十二月透過認購Augentix的可換股票據向Augentix投資約0.7百萬美元，該票據已於二零二零年十一月悉數轉換為普通股。透過此項投資，本集團期望與Augentix進行更深入的合作，以進一步發展物聯網及V2X行業。於二零二一年六月三十日，按全面攤薄基準計算，本集團持有Augentix之2.33%權益。

本集團於二零二零年六月對Ossia Inc. (「Ossia」) 作出約1百萬美元的戰略投資。Ossia為Cota® Real Wireless Power™的發明者，總部設於華盛頓Redmond，其擁有專利的智能天線能在不需要用戶干預的情況下，遠距離向多個設備同時發送能源，為無線充電一詞帶來了全新的定義，一個隨時連接且高效的真無線充電世界即將到來。未來，本集團將成為Ossia的優先合作夥伴並擔任結合Cota無線科技的設備、傳感器、汽車周邊及物聯網產品的合約製造商。

回顧二零一五年，本集團向Octonion(該公司專門提供運動智能追蹤器及監察運動員速度、加速、距離及其他個人數據的穿戴裝置)投資合共2.5百萬歐元(包括1百萬歐元為NRE及1.5百萬歐元為現金)。由於Octonion的業務表現轉差，本集團於二零一六年將是項投資全數減值。於二零二零年底，Octonion開始借助其先進AI運算將原有業務轉型為實時工業機械健康評估。儘管作出一切努力，惜Octonion始終無法維持下去，並於二零二一年六月十四日進入破產程序。

於過去數年，本集團亦向其他主要位於中國、印度及美國的公司作出若干指定為按公平值計入其他全面收益的投資。本集團於中國的投資主要包括一家提供智能門鎖及其他物聯網產品的智能家居公司、一家提供教育機器人的科技公司及一家為近視患者提供醫療設備的公司。本集團於印度的投資主要包括一家以數據驅動的廣告技術公司。本集團於美國的投資主要包括一家數碼攝影公司，該公司已開發一款專為汽車設計的嵌入式多鏡頭及多傳感器相機，以及一家由移動行業經驗豐富的專家領導的高端安卓智能手機公司。

於二零二一年六月三十日，本集團指定為以公平值計入其他全面收益的股權投資的公平值為210百萬美元，佔本集團總資產的3.69%。



## 其他投資相關事宜

在如此動盪的股權投資市場，本集團的投資團隊一直保持審慎，因此將持續監控所投資公司的表現及財務狀況、現金流量、現金消耗率及集資活動、相關宏觀經濟因素、競爭形勢以及技術變化及創新、業務模式的可行性以及該等所投資公司管理團隊的執行能力及前景。於二零二零年，本集團已出售若干投資，並就部分表現未如理想的投資計提減值。投資團隊與該等所投資公司各自的管理團隊維持密切關係，並定期進行內部分析。根據分析結果，投資團隊將於有需要時考慮對沖風險。本集團目前並無發現任何潛在因素將導致本集團於二零二零年因若干上市公司投資的公平值變動而產生重大虧損。為更有效運用現金及豐富投資組合，本集團一直積極發掘及評估可為本集團增值的投資良機，惟現階段尚未就按照上市規則擬進行的重大投資制訂任何計劃。

由於手機市場已發展為成熟市場，發展空間較窄，本集團繼續於其他具有巨大潛力的行業(包括汽車、醫療保健等)尋求投資機會。隨著5G蓬勃發展，ACES趨勢(自動駕駛、連接汽車、動力總成電氣化及共用出行)正共同加速汽車行業的變革，管理諮詢公司McKinsey預測，汽車E/E(電氣及電子元件)及軟件市場將按7%的複合年增長率增長，到二零三零年將達到4,690億美元。此外，隨著環保意識提高，愈來愈多政府及汽車公司宣佈計劃於5至10年內盡量減少以汽油作燃料的新車產量，因而加快發展配備嶄新E/E及尖端軟件的新能源汽車。此外，由於人口老化及健康意識提高，醫療保健成為不可忽略的問題，據研究公司BMI表示，預期全球醫療設備市場將按5.6%的複合年增長率增長，到二零二二年將達4,750億美元。因此，本集團的投資策略將調整為更專注於5G、IoV(車聯網)、醫療電子及人工智能，包括但不限於物聯網智能設備、智能家居產品、IVI(車用資訊娛樂系統)及車載通訊系統、V2X(車聯萬物)技術或其他，透過與科技公司建立策略夥伴關係產生協同效應。本集團於釐定投資目標的吸引力時，會注重以下特點：互補技術是否輔助及支持本集團業務營運及新業務是否包括IoV；是否具備有利長遠增長前景；及企業文化是否與本集團契合。事實上，本集團已與一家著名私募產業投資基金達成合作協議。本集團將投入其閑置資產及設計與生產經驗，而該基金則向一家專注於北京醫療領域的加速器公司提供財政支援。本集團擁有一支經驗豐富的投資團隊及將繼續招聘人才，並優先考慮具備相對低風險及長遠增長前景但可能經過



多年方會變現的投資。整體而言，本集團將審慎擴大其投資組合以創造協同效應，同時應對二零二一年可能不穩定的經濟環境及動盪的資本市場。

於本期間，概無重大收購及出售本集團附屬公司、聯營公司及合營公司。為完善起見，本集團於本期間繼續結束若干非營運附屬公司(主要為投資控股實體)，藉此簡化企業架構並減少持續的行政負擔及成本。該等附屬公司各自的總資產、溢利或收入(或綜合總資產、溢利或收入(視情況而定))的總價值佔上市規則所界定任何適用百分比率不足5%。

### **遵守相關法律及法規**

於本期間，本集團已在所有重大方面遵守對本集團產生重大影響的相關法例及法規(其中包括與本集團營運及投資所在主要司法管轄區的海外投資、稅項、進出口、外匯管制及知識產權相關者)以及(由於本公司股份已於聯交所上市及買賣)上市規則和證券及期貨條例所載適用規定。

本集團一直於其主要營運地區(即亞洲、美洲及歐洲)多國家經營(連同投資)。特別是，考慮到(其中包括)相關司法管轄區的商業及金融方面以及適用法例／監管規定，本集團的法律架構、投資架構、資金安排、業務模式、供應鏈及一般營運經已按具稅務效益、成本效益及穩健方式整理並完善。本集團的主要經營附屬公司受中國、台灣、印度、越南、芬蘭、墨西哥及美國不同的稅務制度影響，故適用的法例及法規以及特定減免激勵亦有別。

根據當地相關法律顧問及稅務顧問的建議，於本期間新頒佈適用於本集團旗下中國、印度及越南業務(就業務及營運規模以及僱員、工廠單位及辦公室單位數目而言足以反映對本集團整體業務單位／集團營運所構成相對重大影響的司法管轄區)並對本集團造成重大影響的當地法例及法規的重點概述如下：

#### **中國**

有關於二零二一年一月一日生效的《中華人民共和國民法典》(「民法典」)，請分別參閱本公司於二零二零年九月七日公佈及刊發的二零二零年中期報告第69頁以及本公司於二零二一年四月二十日公佈及刊發的二零二零

年年報第42頁所詳述的背景及過往發展。本集團旗下中國附屬公司根據其各自的現行業務、法例或合規模式及慣例審閱與實施民法典有關的適用法律變動後，已制定及實施適當企業措施及行動，並將持續監察及評估相關企業措施及行動的實施情況及成效，並視乎需要進一步實施適當企業措施及行動。

至於增值稅(「增值稅」)方面，請參閱本公司於二零二一年四月二十日公佈及刊發的二零二零年年報第43頁所詳述的背景及過往發展。迄今為止，增值稅法草案(徵求意見稿)仍有待全國人民代表大會批准，本集團旗下中國附屬公司將繼續注視增值稅制度的立法過程，並評估增值稅法草案對其營運業務造成的潛在影響。

中國財政部和中國國家稅務總局亦頒佈若干其他適用於製造企業的減稅措施。例如，根據二零二一年三月三十一日發佈並追溯至二零二一年一月一日生效的《關於進一步完善研發費用稅前加計扣除政策的公告》，對於製造企業在研發活動中產生的研究開發費用，未形成無形資產的，可按實際發生額的100%在稅前加計扣除；形成無形資產的，允許按無形資產成本的200%在稅前攤銷。此外，根據二零二一年四月二十三日發佈並追溯至二零二一年四月一日生效的《關於明確先進製造業增值稅期末留抵退稅政策的公告》，符合條件的先進製造業納稅人可在二零二一年五月及以後向主管稅務機關申請退還未抵扣增值稅增額。由於研發費用的所得稅前「超級抵扣」從175%提高到200%，故可以大大降低本集團從事研發活動的中國附屬公司的應課稅收入及所得稅負債，從而減輕其現金負擔。此外，對符合條件的公司以現金方式退還任何合資格的未抵扣增值稅增額，可以使本集團的中國附屬公司獲得任何未使用的增值稅抵扣的現金退款，從而減少其現金佔用的成本。

有關於二零二零年一月一日生效的《中華人民共和國外商投資法》(「外商投資法」)，請參閱本公司於二零二一年四月二十日公佈及刊發的二零二零年年報第43頁所詳述的背景及過往發展。特別是，本集團作為外商投資企業的中國附屬公司(「集團外資企業」)的管治架構及組織章程文件須予調整以配合中國公司法的相應要求，意味合規成本可能有所增加。根據外商投資法，集團外資企業獲給予5年過渡期(即二零二零年一月一日至二零二四年十二月三十一日)以配合中國公司法，集團外資企業將持續評估外商投資法對其營運的影響，從而制定及實施適當企業措施及行動。

## 印度

從二零二一年七月一日起，對於從居民賣方購買貨物，特定買方(即在財政年度的總銷售額、總收入或營業額超過100百萬印度盧比的人士)必須按0.1%的稅率預扣稅款(從源頭扣除的稅項，TDS)。該稅項將適用於財政年度內超過5百萬印度盧比的購買交易。根據此項新規定，本集團的印度附屬公司有義務監督從每個居民供應商所作出購買，原因為當達到門檻時，必需從讓等居民供應商預扣TDS。此外，本集團的印度附屬公司在與當地特定客戶交易時，以及在向特定客戶的銷售超過5百萬印度盧比時，亦將採取同樣的措施。在此情況下，與客戶從本集團印度附屬公司預扣的TDS相關現金將被佔用，即使其後TDS可與其他所得稅負債抵銷。

二零二一年財政法案已經澄清，就一九六一年所得稅法第36(1)(va)條監管僱主代表僱員向公積金供款的規定而言，到期日始終被視為相關法案指定的日期，而不是提交所得稅申報表的到期日。任何超過規定日期的供款將無資格在提交所得稅申報表時作為支出申報。特此聲明，本集團印度附屬公司對員工的公積金供款應如期支付，否則，這些費用在申報所得稅時將不得扣除。因此，本集團的印度附屬公司應繼續監督並確保及時存入員工的公積金供款，以避免潛在的稅項損失。

有關大型電子製造商生產掛鈎獎勵(PLI)計劃，請參閱本公司於二零二一年四月二十日刊發及公佈的二零二零年年報第44頁所詳述的背景及過往發展。電子和資訊科技部(Ministry of Electronics and Information Technology)已將PLI計畫的範圍擴大到筆記型電腦、平板電腦、一體式個人電腦和伺服器，並將在印度製造的貨物的淨增量銷售額1%至4%的激勵措施擴大至符合條件的公司，為期4年。為發揮擴大後PLI計劃的潛力，一家目標相近的新印度集團公司已經註冊成立。本集團旗下一家印度附屬公司已經根據PLI計畫提交申請，並獲得相關部門的批准。於達成所有條件後，該附屬公司有權向印度政府申請獎勵。儘管所有獎勵可能會給予客戶，惟此舉有助提升競爭力。

## 越南

有關越南政府在COVID-19疫情爆發引致經濟衰退期間支援企業的政策，請參閱本公司於二零二一年四月二十日刊發及公佈的二零二零年年報第45頁。最近由於二零二一年六月COVID-19病例在越南激增，越南政府頒布多項政策，以支持因政府實施限制性措施而受到影響的企業。政府在二零二一年七月一日至二零二一年十二月三十一日期間減少了30種費用和收費，包括(但不限於)海關費用(減少到適用收費的百分之九十)及知識產權專利費(減少到適用收費的百分之五十)。僱主亦有權在二零二一年七月一日至二零二二年六月三十日的12個月內，將與職業事故及職業健康保險基金有關的社會保險供款減少至百分之零。因COVID-19疫情而導致僱員人數較二零二一年四月減少15%的僱主，亦有權從他們要求暫停付款當月起，暫停支付退休及遺屬基金6個月(每項請求必須在二零二二年六月三十日前提出)。鑒於上述情況，越南政府的政策對本集團的越南附屬公司有利，特別是當適用的費用、收費和其他付款減少時，從而減少該附屬公司的開支以及營運資金壓力。

除上述情況外，本集團還考慮到全球轉讓價格的相關法例及法規，以確保營運模式及全球稅收足跡的效率和可持續性，以及充分的稅務風險管理。於本期間，除上述情況外，適用稅務法例及法規沒有重大變化從而對本集團的稅務開支有重大影響，本集團將繼續監測適用的新訂及／或經修訂稅務法例及法規可能產生的影響和後果。此外，本集團一直密切關注經濟合作與發展組織(OECD)的稅基侵蝕與利潤移轉(BEPS)行動計劃在全球和當地的發展。本集團致力於妥善遵守因BEPS行動計畫而引入或更新的適用法例及法規，包括本集團營運所在的司法管轄區因當地轉讓定價文件和國別報告(CbCR)義務而觸發的更多文件要求。就此，本集團屬於本公司最終控股股東鴻海的CbCR範圍內。

本集團一直緊貼其主要業務所在的不同司法管轄區在稅務、法例及監管方面的加速發展，並根據最新的稅務、法例／監管以及商業要求及環境，持續檢討現有的投資控股結構及業務，以及商業模式及資本架構。就此，本集團的主要營運附屬公司已經採取適當措施(如透過諮詢法律顧問及稅務顧問)，確保每家附屬公司瞭解對其業務營運有重大影響的當地法例及法規，並在其業務運營、商業模式及價值鏈管理方面酌情考慮該等相關當地法例及法規。本集團相信，其在所有重大方面均已遵守適用相關當地法例及法規。本集團亦已遵守《上市規則》以及《證券及期貨條例》規定的適用要求。



本集團亦透過獲得及維持必要的進出口許可證及支付必要的進出口關稅，應對相關司法管轄區對部件或組裝產品施加的貿易限制。此外，本集團亦已遵守相關的貨幣兌換限制以及海外盈利的外匯及匯入管制。此外，本集團在一定程度上依賴其向客戶提供技術先進的製造及生產工藝以及創新的機械產品設計及開發能力，故此一直保護其及其客戶各自的知識產權。

關於本集團在環境、社會及管治方面遵守對本集團有重大影響的相關法例及法規的情況，請參考本公司於二零二一年四月二十日單獨刊發及公佈的二零二零年環境、社會及管治報告書。

本集團將繼續持續監察所有該等相關法例及法規的合規情況。

### 流動資金及財務資源

本集團的資本資源包括主要由經營活動提供的現金以及銀行信貸融資。本集團定期檢討借貸能力，並就貨幣市場及經濟環境變動以及營運資金需求變動作出必要調整。本集團根據公司政策集中管理資金及庫務活動，主要目標為確保流動資金維持適當水準、以合理成本籌措可用作營運資金或進行其他投資的資金以發展業務、維持穩健的資本架構及平衡所面對的市場風險。

於二零二一年六月三十日，本集團的現金結餘為1,742百萬美元(二零二零年十二月三十一日：1,779百萬美元)。自由現金流量(即用於經營活動的現金淨額18百萬美元(二零二零年十二月三十一日：用於經營活動的現金淨額89百萬美元)減資本開支54百萬美元(二零二零年十二月三十一日：102百萬美元))為72百萬美元外流(二零二零年十二月三十一日：191百萬美元外流)。本集團有充裕現金為其營運及投資提供資金。本集團的資本負債比率(以計息對外借貸974百萬美元(二零二零年十二月三十一日：929百萬美元)除以總資產5,703百萬美元(二零二零年十二月三十一日：6,032百萬美元)的百分比表示)為17.08%(二零二零年十二月三十一日：15.40%)。所有對外借貸均以美元及印度盧比(二零二零年十二月三十一日：美元及印度盧比)計值。本集團根據實際需求借款，並無銀行已承諾的借貸融資及季節借貸要求。未償還計息對外借貸均按固定年利率介乎0.55%至5.90%(二零二零年十二月三十一日：固定年利率介乎0.72%至5.90%)計息，原到期日為一至三個月(二零二零年十二月三十一日：一至兩個月)。

於二零二一年六月三十日，本集團的現金及現金等值物主要以美元及人民幣計值。

本期間用於經營活動的現金淨額為18百萬美元。

於本期間，用於投資活動的現金淨額為50百萬美元，其中54百萬美元主要涉及位於中國及印度的本集團主要廠區的設施的物業、廠房及設備開支、0.6百萬美元為購買按公平值計入其他全面收益的股本工具、0.2百萬美元為存放銀行存款、1百萬美元為自按公平值計入其他全面收益的股本工具所收取股息及3百萬美元為出售物業、廠房及設備的所得款項。

本期間來自融資活動的現金淨額為27百萬美元，主要由於銀行借貸淨額增加45百萬美元、回購普通股的付款12百萬美元、就銀行借貸已付的利息3百萬美元、償還租賃負債2百萬美元及就租賃負債已付的利息0.5百萬美元。

### 外匯風險及相關對沖

自二零二零年初爆發COVID-19疫情以來，全球央行已採取貨幣寬鬆政策穩定經濟。美元兌所有主要貨幣表現疲弱。為降低外匯風險，本集團積極運用自然對沖法，透過如管理交易貨幣、提前及延遲付款以及應收款項管理等非財務方法管理其外匯風險。

此外，本集團不時訂立一般交易期少於三個月的短期外匯遠期合約，以對沖來自以外幣計值的短期銀行借貸(一般交易期為一至三個月)所產生的外匯風險。本集團亦會不時使用多種遠期外匯合約對沖其外匯風險。於二零一九年下半年，本集團就印度業務與客戶修改貨幣結算機制業務模式，因此，自二零二零年起直至二零二一年，印度盧比風險均維持在低水平。

### 資本承擔

於二零二一年六月三十日，本集團的資本承擔為16.6百萬美元(二零二零年十二月三十一日：67.7百萬美元)。一般而言，資本承擔將以經營所得現金撥付。

### 資產質押／抵押

於二零二一年六月三十日及二零二零年十二月三十一日，本集團概無質押或抵押資產。

### 或然負債

於二零二一年六月三十日及二零二零年十二月三十一日，本集團概無重大或然負債。

## 展望

### 市場及行業回顧與挑戰

OEM指承接由另一間公司以產品「關鍵核心技術」外包的生產及加工工作的製造商。OEM因其成本結構而成為電子行業的普遍模式，已成為品牌製造商的不可避免選擇。由於IT行業的快速增長及產品持續加速更新，自行生產所有產品線並不理想，而外包生產對減省成本而言更具吸引力。OEM製造商普遍具備大規模生產的優勢。特別是在大規模生產及製造的材料採購及生產品質監控方面，OEM經驗豐富，可有效降低生產成本及實現規模經濟。然而，情況一如電子行業，OEM行業的准入門檻非常低，其毛利率有限，因此當市場的毛利率下跌時，只有從事大規模生產的製造商才能生存。由於競爭激烈，OEM製造商都願意降低利潤率，確保與主要品牌製造商維持承包關係以滿足其產能。尤其是，隨著中國經濟越趨開放，中國已吸引低端及有利的投資條件。由於中國已接管低端製造鏈，行業競爭加劇，進一步降低OEM的利潤率。因此，本集團一直注視目前的經濟環境及市場格局，以及其可能對整體經濟、消費能力及我們所服務的客戶的喜好以至終端市場造成的影響，並密切管理及控制我們的成本及資本資源，以便本集團能夠迅速應對環境變遷。由於我們的成本及經營開支大多較為固定，故當客戶需求下降(特別是對提供重大收益的產品的需求下降)時，可能會損害我們的毛利率及經營業績。

由於本集團主要在中國部署其生產設施，中國的OEM行業對本集團的業務有直接影響。自改革開放以來，中國以低勞工成本、優惠的土地使用政策及有利的投資條件等成功吸引大量外商投資。中國的OEM已躋身低端產業鏈，吸納需求並取得驕人業績。「中國製造」曾經是廉價製造，但毛利率大幅下降、OEM公司的原材料及勞工成本增加、行業競爭加劇、替代產品的市場力量提升以及客戶及消費者的議價能力提升，令OEM公司的可持續發展成為一項具挑戰性的任務。事實上，在中國追求低廉的製造成本已不再是有利的選擇，國家統計局發表的數據顯示，中國城鎮工人的平均工資不斷上升。儘管二零二零年的工資增幅略為放緩，但仍處於升軌，因從事高增值產業的技術勞工日益增多推高工資水平。數據顯示，二零二零年城鎮非私營單位的僱員所得平均全年收入為人民幣97,379元，實質同比增長5.2%，而二零二零年城鎮私營

單位的僱員所得平均全年收入則為人民幣57,727元，上升5.3%。此外，繼人口普查數字顯示出生率下跌後，中國最近宣布容許一對夫妻最多可以生育三名子女。中國官方新華社在國家主席習近平主持政治局會議後報導：「有關政策及配套支持措施，有利於改善中國人口結構、落實積極應對人口老齡化的國家戰略」，間接印證了工資在生育率不振及勞工短缺下不斷上升。這是許多外商投資企業已選擇搬遷至本集團已涉足的印度或越南等新興國家的原因之一。上述有關亞洲分部一節詳細闡釋何以本集團作出在印度擴展及加強實力的戰略決定。值得注意的是，雖然本集團在中國的產能因應客戶需求而有所增加，但與本集團致力降低因倚賴單一地區所承受風險的戰略並無衝突。

有關本集團業務及表現的前景，須考慮全球整體經濟、COVID-19的疫情及疫苗接種率、手機市場、環球供應鏈、元件短缺、地緣經濟風險、政府誘因及支持、消費者行為及消費習性、產品、技術變革及OEM/ODM行業以及競爭格局。自二零一七年以來，全球智能手機出貨量已連續四年下跌(由二零一六年至二零二零年的複合年增長率為-3.4%)，尤其是COVID-19疫情的蔓延抵銷了採用5G技術帶來的預期增長，並導致於二零二零年供應鏈中斷及需求下降。然而，根據IDC的數據，智能手機市場將於二零二一年顯著反彈。隨著消費需求回升及5G技術的應用日益廣泛，預測二零二一年的智能手機出貨量可達13.8億部，較二零二零年增加7.7%。預期此趨勢將延續至二零二二年，屆時的同比增長將達3.8%，總出貨量為14.3億部。儘管半導體短缺問題仍然令人憂慮，但對智能手機造成的影響程度較汽車、個人電腦等其他消費電子產品為低。展望未來數年，IDC預料市場呈低單位數增長的情況將持續至二零二五年，五年複合年增長率為3.7%。特別就5G智能手機而言，5G設備的強勁供給側勢將價格推低，而消費者有感價格已處於其負擔能力範圍內而蠢蠢欲動轉用5G智能手機。IDC亦預計二零二一年5G安卓手機的平均售價同比下跌12%，二零二二年更跌穿400美元水平。就OEM/ODM行業情況而言，由於智能手機市場飽和、COVID-19疫情嚴峻限制了需求、其中一家主要手機品牌公司受到限制、元件價格及勞工成本上漲，中國供應商之間的競爭將更加激烈。中國的OEM供應過剩可能會影響日後對本集團所製造產品及所提供服務的需求。此外，一家主要中國手機公司因美國政府拒絕放寬制裁而被迫撤出市場，以致一向為該



品牌公司提供服務的OEM但求盡量善用過盛的產能而跟其他OEM拼個你死我活。與此同時，本集團客戶正努力爭取在飽和市場中爭取來自上述品牌公司的更大市場份額，故其產品於終端市場的定價必須非常具競爭力。為從客戶獲得足夠業務及與市場業者競爭，本集團必須接受主要客戶就系統組裝業務提供的低毛利率。同樣，如上文所述，機構件業務的利潤率亦面臨極大壓力。誠如財務表現一節所述，由於以往過度投資機械產能，我們的同業也面臨上述同類風險，並選擇分散其產品組合。

根據世界銀行於二零二一年六月八日發表的報告，經歷COVID-19帶來的巨大經濟低迷後，全球經濟將於二零二一年回升5.6%。在疫苗接種率日益上升驅動下，全球經濟將逐步復甦，令商界得以慢慢恢復營運及生意額重見爆疫前的水平，但仍有很多國家的復甦步伐因接種疫苗速度緩慢及不斷爆疫而受阻。根據世界銀行於二零二一年七月十五日發表的最新數據顯示，由於COVID-19個案持續飆升及疫苗供應受制肘，亞洲(不包括中國)的國內生產總值增長預測於三月份由4.4%調整至4%。COVID-19繼續對亞洲地區的本地智能手機產量及銷量造成深遠影響。然而，由於很多國家繼續抗疫，疫苗接種率隨之飆升，促使個別國家(尤其是美國和中國)呈現強勁經濟復甦。根據美國疾病控制及預防中心於二零二一年六月七日收集的數據顯示，美國迅速推出冠狀病毒疫苗，目前美國全國有超過三成人口已全面接種疫苗預防COVID-19。美國經濟強勁復甦，全賴迅速推出疫苗及高達1.9萬億美元的龐大刺激經濟方案。根據世界銀行於二零二一年六月八日收集的數據顯示，預期美國在經歷疫情引發的經濟下滑後，當地的國內生產總值於二零二一年將勁升6.8%。相對而言，根據世界銀行於二零二一年六月八日的數據顯示，預測中國經濟將錄得8.5%強勁增長。據中國國家衛生健康委員會於二零二一年六月三日表示，估計於二零二一年，在全國14億人口中，將有八成人接種疫苗。隨著商界恢復營運及人們逐步回復正常生活，中、美兩國的強勁經濟復甦顯然會促使全球經濟增長及刺激消費支出。

長期的供應緊絀阻礙電子市場增長，整條供應鏈由消費電子分部(包括智能手機、個人電腦甚至家庭電器)以至汽車分部均受影響，導致每個分部的價格飆升。此外，銅及生產所需其他金屬漲價刺激電機設備及被動元件的定價上升。若干常用電子元件(如集成電路、濾波器、液晶體顯示器、傳感器等)的供應非常緊張，價格上漲之餘，交貨時間亦延至二零二二年。此外，據Techspot於二零二一年五月二十四日發表的一份報告顯示，逾30家全球晶片製造商已宣布其產品將由二零二一年第二季開始加價10%至30%，且預料該等晶片製造商將因產能緊絀而於二零二一年第三季繼續提高報價。由於電子元件價格不斷攀升，個人電腦及智能手機等下游市場均面對成本上升，增加的成本難免轉嫁客戶。根據華爾街日報最近一篇於二零二一年七月十九日刊登的報導，智能手機於

四月至六月的平均批發價飆升5%。此外，集團其中一名主要客戶已調升特定智能手機型號的價格，以反映供應短缺及原材料成本上漲推高元件成本的現實。然而，據Qualcomm的總裁兼行政總裁Cristiano Amon於二零二一年四月二十八日的盈利發佈會上表示，預期晶片供應緊絀的情況「將於二零二一年年底前因規劃周全的產能建設及多元採購計劃而大為改善」。儘管多個產業已採取積極步驟舒緩供應持續緊張的情況，而全球半導體生產商已積極投資新廠及擴充廠房以提升產能，但供應緊張的情況不會於短期內消除。英特爾的行政總裁於二零二一年五月三十一日表示「可能需時多年始能處理產能、基板及元件短缺的問題」。

根據IDC發佈的分析，手機品牌公司已就其5G組合(就產量及價格而言)採取更進取的策略。IDC預測，5G手機總數將由二零二一年的約587百萬部增至二零二五年的1,123百萬部，複合年增長率為17.64%。另一方面，根據愛立信於二零二一年五月發表題為「Five Ways to a Better 5G」的報告，重點指出消費者於COVID-19疫情期間對於將手機升級為5G智能手機的意欲有上升趨勢，統計數字顯示至少300百萬名智能手機用戶肯定會於二零二一年將手機升級為5G型號。該報告同時指出，全球的5G智能手機擁有者其中22%仍在使用4G服務，另有4%受訪者聲稱以4G智能手機接收5G服務。隨著COVID-19持續爆發，消費者將日常活動移入室內(例如在家工作及遙距學習)，5G的室內覆蓋能帶給消費者整體滿足感便顯得較其他5G功能更為重要。然而，相對5G網絡，消費者傾向使用4G網絡，因5G網絡的室內覆蓋仍較差。一旦室內覆蓋的質素得到改善，5G智能手機的客戶需求肯定上升。根據IDC的統計數字，自二零一九年發佈首個5G型號起至二零二一年第一季度，全球5G總出貨量中，62%為運往中國。截至二零二一年六月，來自中國三大電訊商的數據揭示中國的5G用戶數目達493百萬名，5G滲透率為30.46%及5G用戶數目均為全球之冠。然而，根據中國信息通信研究院於二零二一年七月發表的數據，累計5G手機出貨量為304百萬部，意味近189百萬名已登記5G服務計劃的用戶仍在使用4G手機。根據愛立信於二零二一年五月所作的研究，8%中國受訪者已參加5G計劃但使用4G手機，另有33%受訪者則使用5G手機但接受4G服務，意味中國的基站數目不足令大部份消費者的5G體驗欠佳。然而，預期中國於二零二一年建成60萬個新5G基站，累計總數達1.31百萬個，可望令5G覆蓋大為改善，進一步刺激5G手機的需求。根據高盛於二零二一年六月七日發表的研究報告，儘管二零二一年四月份中國智能手機出貨量有所放緩，但鑒於高性價比的5G手機和具有最新功能的旗艦機型陸續登場，預計5G智能手機的出貨量將在二零二一年下半年回升。此外，從IDC的角度來看，當消費者有感5G設備在規格及價格方面均較當前4G設備優勝而躍躍欲試時，中端市場勢將成為吸引消費者的關鍵市場。整體而言，Qualcomm於二零二零年十一月二日進行的一項研究顯示，5G的全面經濟效益有可能於二零三五年之前在全球範圍內實現，支持廣泛行業的發展，並有可能推動高達3.8萬億美元的經濟產出，支援22.8百萬個職位。

回應IDC的報告，在手機晶片及射頻前端晶片於二零二一年第二季度分別按年增長57%及114%推動下，領先晶片製造商Qualcomm的財務業績顯示其晶片銷售額仍錄得雙位數增長。儘管供應緊張，但銷售仍錄得強勁增長，特別是作為5G重要組成部分的射頻前端晶片，隨著新手機發佈及消費者購買力增加，5G設備的需求也隨之上升。據CNBC報導，Qualcomm首席執行官Cristiano Amon表示，該公司已優先發展公司的射頻前端業務，這使該公司擁有重要元件出售予有意開發自身5G數據機的手機製造商。此外，根據Qualcomm最近的盈利發佈會，管理團隊提及廣泛業務持續面對供應短缺的問題，以及來自大型手機OEM的訂單因制裁而減少，但他們卻視此為優化產品結構的機會，並把產能轉移至高利潤率的產品。其於二零二一年第二季度的非公認會計原則收入淨額按年增長124%。Qualcomm預測，在二零二一年底甚至踏入二零二二年，供應環境將更為有利。該公司對手機出貨量的預測保持不變，預計二零二一年的手機出貨量將有接近百分之十的增長，其中5G手機達450百萬至550百萬部。

除了供應限制、COVID-19的影響、5G的發展、技術一日千里以及手機行業的客戶偏好和消費模式有所轉變外，近期的地緣經濟風險也將對這個市場產生重大影響。自從美國前總統特朗普對中國商品開徵關稅，及將幾家中國公司列入黑名單以阻截其資源和支援以來，過去數年地緣經濟緊張局勢不斷升溫。自從當選的美國總統拜登就任後，對中國的取態有所轉變，但仍然強硬。二零二一年五月二十一日，美國商務部正式宣佈，政府將繼續把中國電信巨頭華為列入貿易黑名單。商務部長雷蒙多表示：「華為仍然留在實體名單上，沒有理由將它自黑名單剔除。」拜登政府提出和實施的種種限制措施顯示，中、美兩個大國之間的緊張關係難以於短期內緩和。然而，拜登的態度和政策與前總統特朗普略有不同。拜登傾向於在掌握充分的證據後始宣佈對中國公司實施制裁，而特朗普政府即使找不到任何真憑實據證明某些公司危害美國的安全或民主體制，依然會施加嚴格限制。雖然華為尚未從實體名單上剔除，但仍不斷努力開發新的手機和作業系統。於二零二一年六月三日，華為為智能手機推出了「鴻蒙」作業系統，意味該公司將不再依賴安卓平台。另一方面，在產品發佈會上，華為的消費者業務首席執行官只發佈了旗艦手機P50的預告，並推遲了其春季上市的計劃，且表示「原因大家都知道吧」，顯見客戶在開發新手機的過程中仍然遇到不少障礙。然而，該公司利用其軟件、硬件和集成能力的優勢，向汽車行業拓展，以彌補下降的收入。最近，華為推出了尖端的自動駕駛系統、車輛感測器、汽車作業系統和其他相關應用，吸引了客戶的熱切關注。我們預計來自汽車業務的收入將於不久將來快速增長。根據



Canalyst的報告，自華為分拆出來的品牌榮耀因受制於供應鏈交易而尚未重奪巨大市場份額。但該子品牌已擺脫美國的限制措施。於二零二一年六月十六日，榮耀正式宣佈推出其搭載谷歌服務，並採用高通驍龍778G處理器的榮耀50系列手機。該公司宣稱消費者將可領略到配備GMS的榮耀智能手機和平板電腦帶來的體驗。這位首席執行官還證實內置頂級驍龍888處理器的Magic 3將於二零二一年第三季度隆重登場。這對榮耀來說是一大進展，可以獲得元件和軟件系統，使開發新設備的過程更加順暢。

美國與中國之間日益加劇的緊張關係，加上疫情帶來的限制，美國及其他國家呼籲減少倚賴中國的聲音又再響起，且越來越響亮。雖然這種情緒及行動預期不會導致彼此各走各路或即時出現重大轉變，但預期疫情將加快遷移低價值製造工序的速度。根據彭博引述惠譽國際亞洲國家風險研究主管Anwita Basu的消息，「自二零一八年中美貿易戰開始以來，許多公司已開始採用「中國加一」製造中心策略，而越南顯然已成為受益者」。由於得到兩黨同時支持美國對中國採取更強硬立場，此一趨勢可能持續，令貿易戰於日後加劇的可能性增加。在貿易戰進一步升級的情況下，很多公司已透過為其海外業務在中國以外地區建立業務營運及市場，加大對沖關稅風險的力度。誠然，本集團其中一名主要競爭對手已開始將業務擴展至印度和越南，該公司把握機會於二零二零年第三季度擴大本身在印度的製造能力，因而獲得本集團主要客戶的大量訂單。另一主要競爭對手在部署海外工廠方面積極擴張，特別是在越南和歐洲。該公司於二零二一年初與我們其中一名主要中國客戶在土耳其合組一間裝配廠。目前，中國品牌向外擴展的主要市場為印度、東南亞、歐洲、中東及非洲。另一方面，本集團已協助該等中國品牌在海外市場迅速擴張及國際化，而該等客戶希望進一步借助本集團將業務拓展至印度及其他新興市場。自二零一五年起，憑藉本集團在管理印度業務及提供大部分價值鏈所需廣泛服務的行業領先經驗，本集團一直在擴大其於印度當地的製造服務及元件供應鏈支援，以受惠於印度政府的「印度製造」倡議，繼而滿足印度國內市場及出口需求。此外，由於本集團於二零一六年五月十八日收購一項在越南的生產設施，多名客戶已採取必要措施於二零一九年將其生產轉移至越南，作為預防措施，且本集團已繼續擴大其在當地的產能及能力以滿足其客戶需要。透過在當地採購原材料，本集團進一步降低成本及提升越南廠房的質量及產能，以於日後更好地服務其客戶。

然而，隨著爆發第二波COVID-19，全球多個地區受到嚴重衝擊，尤其是印度和東南亞地區，當地的確診個案迅速上升，導致工廠低於產能運行，甚至被迫暫時關閉。Pinpoint Asset Management首席經濟學家張志偉於二零二一年五月二十四日表示，爆發第二波COVID-19疫情在很大程度上破壞了印度和越南的供應鏈，中國將其視為製造業供應鏈回歸中國的良機；預測中國將因這兩個國家的供應鏈持續中斷而得益，因企業更有可能將生產轉移回內地，中國可望至二零二二年仍能取得20%至30%的出口增長。



除上述市場角度外，產品角度亦十分重要。從產品角度來看，隨著創新及技術的普及，智能手機行業已商品化且高度普及，規格標準化，導致市場競爭加劇，此乃由於模塊化行業結構降低了准入門檻，令行業更加分散。智能手機的應用已成熟，推動設計、功能及外觀的創新。IDC公佈了對中國智能手機產品功能於未來數年的預測，包括更大的RAM容量、更普遍採用OLED螢幕、屏下指紋、人工智能(AI)、人臉識別、AR/VR/3D建模及5G功能。根據三星官方網站的一份聲明，5G設備消耗電池的程度往往比4G手機高，因為目前5G信號覆蓋受到限制。因此，5G手機必須不停搜尋強大的信號，在4G和5G網路之間切換，並花費大量時間來尋找良好的連接，導致較快消耗電池。因此，5G手機的電池壽命是其中一個最為消費者詬病之處。為了解決5G的電池壽命問題，許多智能手機製造商已經開始優化手機規格，並在很大程度上將電池提高到5000mAh的高容量，並升級了快速充電功能以吸引客戶。隨著規格的提高和差異化的功能，更高的顯示刷新率、更大的記憶體容量和更快的處理器速度將成為人們關注的焦點。此外，近期出現類似可折疊手機的創新發明可能吸引更多消費者注意，雖然只有少數品牌在此方面發展。第二代可折疊式裝置給予行業樂觀的前景，較第一代型號更為優勝，包括質量改善、性能提升及競爭較少。更大的螢幕及多鏡頭相機亦將繼續受所有地區歡迎。此外，據IDC於二零二一年五月二十六日收集的數據顯示，預期整體智能手機於二零二一年及二零二五年的平均單價將分別達到376美元及326美元，即二零二一年至二零二五年的複合年增長率顯著下跌3.5%。

除了產品功能外，包括個人資料洩露或被第三方挪用在內的線上隱私問題一直是大多數人關心的問題，根據愛立信於二零二一年五月六日進行的調查顯示，57%的用戶表示關注線上隱私問題。隨著隱私意識日益提高，蘋果和谷歌等科技巨頭已採取多種舉措應對隱私問題，同時保障用戶資料不會被第三方不知不覺地收集。蘋果公司在隱私保護方面邁出了一大步，在二零二一年四月二十六日發佈的IOS14.5版本設定為關閉IDFA(即廣告商識別器)功能。在這個版本下，除非用戶允許追蹤，否則廣告商將無法存取用戶資料。除此之外，蘋果在二零二一年六月七日的全球開發者大會(Worldwide Developers Conference)上重點介紹其保護隱私的升級措施。引起關注的一個主要隱私升級措施是嶄新的隱私中繼功能，這是一個嵌入iCloud的互聯網隱私服務，旨在確保離開使用者設備的所有流量和路線都完全加密。另一方面，谷歌也在二零二一年五月十八日的I/O大會上宣佈了其不同產品的一系列以隱私為重點的功能，並推出了Android 12的重大軟件更新，提供全新的隱私功能，包括一個嶄新的隱私儀錶板。據愛立信於二零二一年五月六日進行的一項研究顯示，消費者在COVID-19疫情期間越來越慣於將日常活動轉移至網路平台，並將超過50%的時間花在智能手機上，如今隱私和線上安全無疑極為重要。

由於智能手機行業瞬息萬變且競爭激烈，增長放緩導致行業整合，以致出現擁有大量合併資源的更大規模及更廣泛地區的競爭對手與本集團競爭，並可能對供應鏈造成壓力。由於競爭仍然激烈，來自EMS/ODM/OEM同業的競爭被視為加劇，對本集團的業務造成壓力，而隨著智能手機供應商的快速增長，新客戶獲取可能放緩。本集團亦面臨來自其現有及潛在客戶(包括本集團的策路夥伴HMD)的製造業務的競爭，該等客戶持續評估自行製造產品相對於外包製造工序、OEM相對ODM的優勢。所有該等發展均可能對本集團的銷售、銷售組合及客戶組合造成壓力，可能導致利潤率壓力、服務失去市場認受性、溢利或虧損被壓縮及失去其市場份額。為應付上述挑戰及不明朗因素，並減緩削價對毛利率的影響，本集團必須藉迅速作出業務及營運決策保持組織精簡靈活。為配合客戶產品推廣時間表及縮短上市所需時間，新產品開發所需週期必須縮減。此外，本集團將開發利潤較高的業務(包括物聯網設備、5G應用及車用軟件及硬件。秉承鴻海科技集團的宗旨，本集團的未來業務計劃將聚焦於提升利潤而非收益增長，且不斷注視市場競爭狀況以作出適當回應。

為滿足客戶日益複雜的需求，本集團持續投資於研發(此乃本集團的核心競爭力)及培養全球研究人才(例如在印度)以確保能力，並持續從事產品研究及設計活動，以最具成本效益及一致的方式製造其客戶的產品，集中在產品創作、開發及製造解決方案上協助其客戶，並進一步增強能力。由於智能手機行業的競爭不斷加劇，公司在研發方面的支出不斷增加。就智能手機製造商而言，由於各公司積極投資研發，故差異化範圍有所縮減。一方面，差異化有助於公司提高其智能手機型號的受歡迎程度，另一方面，由於客戶需求及偏好快速變化，差異化已成為不可式缺。本集團擁有由具備卓越工業設計能力及大規模生產經驗的資深人才組成的專業PD(產品開發)/PM(產品製造)及研發團隊，使本集團擁有自身的創造能力以及持續提升質量、回報率、大規模生產及定制設計的能力。為了保持對行業對手的競爭優勢，集團的設計中心正在優化產品的開發流程，以發揮更高的靈活性；此外，為配合技術變革的急速步伐和滿足客戶的需要，設計中心正在積極地建立產品組合，並將其作為接洽潛在客戶的營銷工具。這種方法可提高產品開發效率，產品開發成本由不同客戶分擔。因此，實施這種方法可以提高能力。為了積極緊貼行業最新趨勢，我們鼓勵員工認識移動設備行業的新技術知識(5G)，並吸收涉足車聯網(IoV)和

醫療設備行業所需的新技術。聯同客戶和關鍵元件供應商以及在特定技術範疇處於領先地位的目標供應商舉辦研討會和技術發展路線分享會，讓員工緊貼創新潮流。內部方面，設計中心透過給予獎賞鼓勵研發人員提交專利申請，以及舉辦跨部門技術分享會及參加貿易展，努力營造掌握新技術發展的氛圍。

本集團的設計中心緊貼全球領先的客戶和新技術區，亦位於移動設備行業中競爭非常激烈的市場。他們能夠提供由產品創新概念以至最終產品生產的全部或部分服務。他們全面的研發功能資源、全球製造支援、對於服務需求龐大的全球客戶具有廣泛經驗的團隊和複雜的產品項目，成為與客戶加強業務關係的基礎。他們為全球客戶提供服務的良好記錄證明除了品牌客戶外，他們亦有能力為領先的電信運營商提供服務。一站式研發服務模式以及經驗豐富的專案／工程服務和內部製造能力大大減輕客戶的專案管理工作，讓客戶可以專注推廣本身的產品。這些增值服務和所有員工都堅持以客為尊的服務理念。整體而言，研發團隊有助於實現企業戰略，突顯出通過新平台為業務重新定位的有效方法。研發團隊是公司的創新動力來源。研發團隊在集團向不同領域轉型的過程中擔當開路先鋒，而其全面的服務職能則使本集團的研發團隊有別於純粹提供製造服務的工廠及／或研發服務公司。研發團隊在向客戶推廣本集團在產品設計方面的製造資源優勢方面處於穩固地位。研發團隊也為製造業的升級作出貢獻；協助工廠實現數位化製造過程。凡此種種均令本集團得以開發一系列具備工業設計、相機及音頻應用創新功能的智能手機及功能手機產品，使本集團的產品從市場競爭中脫穎而出，並有助本集團滲透全球移動市場份額。本集團已充分利用鴻海科技集團在產品創造垂直整合方面的優勢。本集團的一站式購物服務及豐富資源(獲得鴻海科技集團的支援，提供規模、豐富經驗及主要元件的控制)對中國品牌尤其具有吸引力。本集團持續升級其技術及領先中國競爭對手的能力將是本集團能否維持競爭優勢及確保利潤的重大決定因素。研發團隊將不斷在工業設計、影音質素、用戶體驗、AI技術等方面進行創新，其將用於本集團將提供的各種產品，除手機外，亦包括數據模塊、網絡產品、物聯網設備及汽車產品。研發團隊利用移動及可穿戴設備的整個產品組合，以把握消費者物聯網市場的機遇，並通過先進的語音用戶介面、更佳的音頻及視頻功能使物聯網產品脫穎而出。憑藉在開發消費產品方面逾15年經驗及開發安卓機型所需軟件方面逾10年經驗，



本集團將發揮強大的軟件及硬件整合及優化能力推出突破性的汽車產品(車載資訊保險箱、車載資訊娛樂系統、智能駕駛艙等)，善用本集團在用戶體驗及移動生態軟件開發方面的豐富知識，將汽車徹底融入駕駛者無移動設備不歡的生活習慣。本集團已進一步投資於研發新技術，以確保本公司取得未來業務發展動力，更可識別及應付客戶不斷變化的需求、行業趨勢及競爭力。本集團現正在印度建立其研發能力。

此外，誠如「投資」一節所述，本集團已採取必要措施以控制本集團投資的公平總值變動的未來影響，並一直評估可能的替代方案，以盡量提高本集團投資的財務、營運及其他方面的利益。

展望未來，本集團了解過去面臨的各項重大挑戰，並繼續準備迎接可能於二零二一年出現的新因素。於二零二零年，本集團為優化公司規模而進行重組，將冗贅資產清除。本集團已實施及維持健全及有效的內部監控及企業風險管理系統，以不時應對所有該等挑戰及不明朗因素，以及維持及提升其表現。詳情請參閱本公司二零二零年企業管治報告書(構成本公司於二零二一年四月二十日發出及刊發的二零二零年年報其中一部分)所載「問責及審核」一節。

## 二零二一年上半年面臨的主要風險

有關於二零二一年上半年面臨的主要風險，請參閱下文主要風險項目。

### 與手機業務有關的風險

誠如上文所述，由於智能手機市場飽和，手機出貨量按年下跌，而爆發COVID-19令情況加劇。定價壓力持續高企。因此，全球經濟的整體格局、COVID-19、元件短缺及供應中斷、原料價格上漲、地緣政治風險、市場競爭及消費者行為，加上本集團客戶未必能成功營銷其產品或其產品未能獲得廣泛商業認可的風險，可能對客戶及本集團的經營業績及財務狀況造成重大影響。為解決此問題，本集團須控制BOM成本及製造成本，並抗衡毛利率下跌的壓力，同時繼續監察影響客戶業務及其財務健全程度等因素的影響，但因元件供應緊絀而難以控制元件及原材料成本。本集團於二零一九年已終止生產諾基亞品牌智能手機，同時本集團於承接HMD的訂單時已採取選擇性態度，而HMD亦採取ODM多元化戰略。手機市場瞬息萬變且競爭激烈，存在產品組合欠佳、定價壓力增加及元件價格上漲等負面因素，要在維持市場份額及抗衡利潤下跌壓力之餘，又同時保持成本競爭力、精簡靈活及技術先進，確屬極為艱巨的挑戰。部分客戶可能考慮將部分產品內包，以優化其產能及資產使用率。由於COVID-19造成的不確定因素，客戶改為頻密發出訂貨量較小的訂單，而



不下達訂貨量大的訂單。由於需求能見度較短，本公司須在此艱難時期控制及優化存貨及營運資金以及未付貨採購訂單涉及的重大風險。本集團自二零一七年底以來所面臨的挑戰已持續至二零二零年，且本集團的整體毛利率持續受壓。由於市場競爭激烈及產能過剩，加上本集團部分客戶面對重大逆境，機構件及系統組裝業務的毛利率承受著前所未有的下跌壓力，有關壓力將持續至二零二一年，未來復甦之路滿途荊棘。

儘管迄今中國內地已從COVID-19疫情中強勁復甦過來，但二零二零年手機需求仍然疲弱。此外，市況充滿挑戰，競爭加劇。鑑於本集團產品組合的變動及產能過剩，本集團於二零二零年微調其方針並採取必要措施，旨在成為輕資產企業集團，因此，本集團就各項使用率不足／過時的資產作出大幅減值及撇賬，以尋求更佳回報，同時出售該等使用率不足／過時的資產，並搬遷次優但有用的設備，以組成印度及越南等其他國家的生產設施。由於手機市場的變化及我們退出盈利能力較低或錄得虧損或表現欠佳的業務，本集團於二零二一年繼續實施額外的未來重組行動或撤資，但二零二一年的數額較小。此外，客戶將訂單轉交本集團競爭對手處理的頻密度增加、改變外包的數量或價格下跌壓力亦可能導致我們日後進行重組或縮減規模。本集團將不得不在客戶將外包工序轉交競爭對手處理的期間產生更高的經營開支。任何該等重組或縮減規模活動(如有進行)均可能對本集團的經營及財務表現造成不利影響，並可能令本集團須進一步調整其策略及營運。整體而言，仍需一段時間業務始能回復爆發疫症前的水平，而本集團將繼續控制成本及維持靈活變通，同時監控市場環境、客戶表現及資產的使用情況並評估是否需要在適當時候調整規模以維持輕資產狀態。

在中國，機構件製造業業界及本集團的機構件業務目前正面臨產能過剩的問題。考慮到需求減少及本集團於中國的機構件業務毛利持續下跌，本集團矢志成為輕資產企業集團，並將終止其於中國的若干機構件業務以削減其過剩產能。同時，其他客戶對在印度當地生產機構件的需求持續，經考慮該等國家的商機及分散生產基地的全球趨勢，本集團決意繼續擴展已於二零一九年十一月開始營運的印度機構件業務。擴展計劃專注於垂直整合及提升產能及改善能力，以生產更多不同的高增值產品及需要更先進技術的服務，並吸引更多客戶。

於中國，5G手機市場競爭漸趨激烈並較預期更早延伸至入門至中階級別，提供價值人民幣2,000–3,000元(280–421美元)的5G手機，以吸引客戶轉用5G網路。於已擁有5G網絡服務的國家中，降低5G宣傳開支及減緩基站部署最終會影響5G手機對消費者的吸引力。

## COVID-19 疫情

COVID-19 的影響已在上述章節中詳細說明。COVID-19 在全球蔓延亦造成重大宏觀經濟不確定性、波動及干擾，已對我們及其客戶及供應商的業務、流動資金及資本成本造成不利影響。因此，COVID-19 的持續傳播及反覆飆升可能進一步干擾我們的供應鏈及客戶需求。在與客戶、供應商及僱員的主要關係一節中，中國、印度及越南的業務為盡量減少 COVID-19 的影響而採取的行動已擴大。本集團一直密切關注監測目前與 COVID-19 相關的公共衛生挑戰，並就我們於受影響市場的營運各方面應用針對 COVID-19 的所有建議健康及衛生措施，以及遵循當地政府的健康保障措施。在越南，我們的工廠遵循政府的規定，於二零二一年五月實施「隔離生產」措施，所有的直接參與大規模生產和新產品介紹工作的勞工及員工須廠內宿舍或廠方安排的設施留宿，情形一如生物氣泡，隔絕與外界接觸。在此期間員工每日獲提供津貼、改良的生活條件和適當娛樂，他們亦樂於支持。

印度方面，新增病例由二零二一年二月中旬的每日約，9000宗(每日有80人死亡)激增至二零二一年五月首周的每日40萬宗(每日有4,000人死亡)，令當地的總死亡人數超過了30萬，成為繼美國和巴西之後的第三大受影響國家。為了在生命成本和生計成本之間取得平衡，印度總理建議各邦視乎當地危機的嚴重程度採取措施，並將封城作為最後手段。包括馬哈拉斯特拉邦(國內生產總值的最大貢獻者和金融重鎮孟買的所在地)、德里、卡納塔克邦、泰米爾納德邦、安德拉邦和拉賈斯坦邦等在內的大多數邦紛紛宣佈封城，以遏制病毒的傳播。然而，有別於二零二零年的情況，當時因印度全國實施封鎖而令所有工業活動突然停頓，我們在印度的管理層已提前為包括封城在內的所有緊急狀況計劃應變措施。很多公司大幅減產，主要是由於國內銷售額因當地封城、限制非網上銷售必需品和工廠工人感染 COVID-19 而幾乎清零。我們在印度的工廠向泰米爾納德邦政府申請了特別許可，透過歸類為即使在封城狀態下仍獲准運作的連續程序工業而繼續運營其業務。我們在印度的業務面臨的主要風險之一是缺乏氮氣供應，因為政府已指示工業氣體供應商動用氣罐車將氧氣運送到缺乏氧氣供應的貧困州份。幸好及時與泰米爾納德邦政府和工業氣體供應商進行協商，確保我們的印度基地得以購得氮氣繼續運營。由於提前採取了措施，故輕鬆超額完成二零二一年五月份的客戶手機發貨指標。EHS(環境安全健康)部門開設了一條全日廿四小時由專人接聽的支援熱線，為員工和家屬提供任何醫療緊急情況的支援。我們已儲備製氧機隨時支援員工及其家屬。工廠、宿舍和公共汽車內均進行了持續的監督和監測，以確保符合 COVID-19 防疫規定。在經歷第二波疫情的高峰期後，許多公司正陸續循規蹈矩地重新啟動。

全球主要經濟體已進入全面封鎖，導致消費者需求轉趨沉寂，消費者在消費上更為謹慎。需求下降，加上全球各地實施封城及關閉零售店，對所有消費設備市場(包括手機)造成嚴重影響。財務上的困境以及對COVID-19的憂慮限制了公司所能生產的設備數量和人們實際會購買的手機數量。即使當中國、美國及其他市場擺脫疫情最嚴峻的時刻，全球經濟仍須繼續掙扎求存。

COVID-19疫情及元件短缺對本集團未來影響的最終規模及程度將取決於上述目前無法預測的未來發展，以及眾多其他因素，所有該等因素仍高度不確定及不可預測。即使在COVID-19疫情消退後，本集團仍可能因疫情對全球經濟的影響、不同國家的感染個案回升、危機的持續時間及嚴重程度、疫苗接種率、市場復甦的速度、政府削減開支、政府應對危機的行動、供應商及物流供應商在恢復及維持全面生產、縮減供應交貨時間及遏抑元件價格的攀升速度、供應商優先處理積壓訂單的影響、信貸市場緊縮或已發生或未來可能發生的失業率上升而繼續對我們的業務造成不利影響，這可能導致我們的客戶及潛在客戶推遲或減少在手機方面的支出。我們將繼續採取適當的成本效益措施，以因應收益水平下降的情況改善該業務的整體表現。

#### 與中美緊張局勢有關的風險

自從當選的美國總統拜登就任後，對中國的取態有所轉變，但仍然強硬。二零二一年五月二十一日，美國商務部正式宣佈，政府將繼續把中國電信巨頭華為列入貿易黑名單。商務部長雷蒙多表示：「華為仍然留在實體名單上，沒有理由將它自黑名單剔除。」拜登政府提出和實施的種種限制措施顯示，中、美兩個大國之間的緊張關係難以於短期內緩和。這種緊張關係對全球經濟和本集團有著深遠的影響，本集團將繼續關注事態發展。

#### 依賴主要客戶及信貸風險

本集團五大客戶佔本集團總收益96.3%。本集團已與該等主要客戶建立穩固關係，維持與該等客戶議價的能力是一項重大挑戰。有關評估本集團所面臨風險及我們就管理該等風險採取的行動的詳情，請參閱「與客戶、供應商及僱員的主要關係」一節。本集團大部分貿易應收款項來自與本集團建立長期穩定合作關係的主要長期客戶。向該等客戶授出的信貸期介乎60至90日，與授予本集團其他客戶的信貸期一致。其後償付貿易應收款項的情況令人滿意，因而毋須計提任何額外撥備。由於市場波動及競爭激烈，且爆發COVID-19及相



應的封鎖措施，加上元件短缺、整體經濟疲弱及目前信貸及市場狀況均可能對我們若干客戶的業務及營運表現、流動資金及現金循環週期以及財務狀況造成影響，包括影響彼等履行合約責任及貿易應付賬款的能力。本集團將維持監測客戶的信貸狀況及延遲付款記錄以及向客戶收賬的情況，並評估拖欠風險及檢討預期信貸虧損撥備的充足性。本集團的財務團隊將繼續密切監察HMD的業務表現、現金狀況及流動資金、財務穩定性及信貸狀況，並採取必要措施降低風險。儘管受到COVID-19的影響，本集團認為對方不履約的信貸風險仍相對較低。然而，本集團有若干客戶屬小型客戶，而與面臨財務困難的客戶交易可能對我們的財務業績造成不利影響。尤其是在COVID-19的衝擊下，部分小型客戶可能面臨財務困難，而本集團可能難以收回結欠我們的款項，或該等客戶對我們產品及服務的需求可能下降。倘我們的一名或多名客戶無力償債或因其他原因無法適時向我們付款，或根本無法付款，則我們的財務業績可能會受到影響，且可能需要增加預期信貸虧損撥備以及應收賬款的週轉日數，及因存貨水平較高而須增加撇銷存貨及營運資金需求。任何該等風險或會因COVID-19疫情的影響而增加。

就美國政府將本集團其中一名主要客戶列入黑名單、對其實施出口管制及禁制而言，由於情況不斷變化，本集團將繼續監控及評估失去一名主要客戶的影響，並採取必要措施降低風險，且本集團將投入資源服務所有客戶及促進長期業務關係。最後，該美國互聯網客戶的核心業務並非手機行業，該客戶在業務策略上的任何變動可能影響我們向該客戶的銷售。幸好該客戶仍積極對手機業務投入資源。我們的客戶可能經歷需求急劇變化的市場份額，這可能導致彼等失去市場份額或退出業務。

本公司客戶承諾的短期性質及對其產品需求的快速變化降低了本公司準確估計客戶未來需求及訂貨情況的能力。使我們難以安排生產及盡量提高使用率。就此而言，我們必須作出重大決定，包括根據我們對客戶要求的估計及維持客戶關係的決策釐定本集團將尋求及接受的業務水平及生意額以及淨收入及業務風險、制定生產時間表、作出元件採購承諾、善用資產以及分配人員及其他資源。最後，現有業務模式(買賣相對寄售)可能出現變動，而營業收入與毛利率及純利率亦會相應變動。買賣業務模式指公司購買材料並增值後出售予客戶，而寄售業務模式指客戶擁有材料並委託承包商/OEM將材料進行加工工作，其後將成品交付予客戶並記錄加工費收入。



## 依賴主要供應商

有關評估本集團所面臨風險及如何減輕該等風險的詳情，請參閱「與客戶、供應商及僱員的主要關係」一節。因採購來源過度集中造成短缺的風險維持在低水平。

## 元件供應風險及價格上漲

有關元件供應受阻帶來不利影響的詳情，請參閱「與供應商的主要關係」一節及其他段落。

## 匯兌風險

有關如何減輕該等風險的詳情，請參閱「財務表現」一節。

## 網絡風險控制

至於網絡風險，本集團已制定資訊／網絡安全政策，為財務數據及業務資料提供充分安全控制及保護。資訊科技部門已刊發手冊要求僱員嚴格遵守，以便於組織內管理及控制網絡安全風險(尤其是網絡控制)，並確保機器及系統運作正常及避免資料外洩。此外，資訊科技部門已制定程序及指引，以便可於偵測到網絡攻擊時作出即時反應。至於網絡控制方面，所有電腦伺服器設於使用備援防火牆設計的區域網絡(內聯網)。此外，環球安全營運中心協助製造商及職能單位監控彼等的網絡，以確保可即時偵測到對電腦系統進行的任何攻擊，而資訊科技部門編製每月報告，報告是否偵測到任何網絡攻擊事件。此外，資訊科技部門備有災難修復計劃及程序，確保在受到攻擊時可即時作出有效反應／行動，盡量減低潛在有害影響／損失，並可迅速恢復營運，避免任何業務中斷，令本集團業務營運得以持續進行。

## 二零二一年展望

秉承鴻海科技集團的宗旨，本集團的未來業務計劃將聚焦於維持輕資產勢態及提升利潤而非收益增長，且不斷注視市場競爭狀況、COVID-19疫情發展、供應鏈形勢及內部營運優勢以作出適當回應。本集團於二零二一年下半年將繼續面臨各種風險。尤其是：

- (i) 成功開發、分配及接種COVID-19疫苗以及遏止疫情擴散對於本集團在主要消費市場的客戶能否復甦極為重要；

- (ii) 元件供應短缺仍為極重要的問題。二零二一年下半年仍會出現供應緊絀的情況，勢頭現已經從早期的低價值／低利潤率的半導體商品轉移到高價值／高利潤率的商品，甚至波及其他非半導體商品。除此以外，下半年通常是消費電子產品的旺季，只會令問題進一步擴大。許多半導體供應商在將訂單交付時間延長至超過30周之後，開始按配給方式發貨，意味即使訂單在規定的交付時間內下達並收妥，實際發貨仍須視乎產量而定，在大多數情況下，訂單均不會獲全數發貨。然而，當全球大部分地區仍然因COVID-19疫情而停滯不前，而中美兩國之間的矛盾仍然持續，中國的供應能力不時成為一種挑戰。半導體行業普遍面對的供應緊絀問題得到圓滿解決仍然遙不可及，前路難以預料，可能需要再經歷多一年調整週期。海運能力的限制和通脹威脅可能令下半年的供求情況添上更多不確定因素。即使不存在其他原因，石油、鋼鐵、銅及若干其他基本商品的價格上漲足以蘊釀全面的通貨膨脹，進一步推動材料成本上升。

在高層次上，本集團幾乎所有電子元件、半導體及其他產品均經歷元件短缺、漲價及延長訂單交貨時間等情況，影響本集團的表現和客戶的復甦過程。目前的需求／供應面對的挑戰是近期罕見的，半導體製造能力的限制是造成半導體元件供應全面受到挑戰的主要原因，因此導致訂單交貨時間更長及成本上升。傳統汽車及電動車所採用的新應用(如5G通訊、安全及自動駕駛等功能)所產生超乎比例的需求增長可能會改變供求的平衡。中美貿易關係持續緊張、主要消費市場成功控制疫情及復甦、開發、分配及接種COVID-19疫苗、5G基礎設施及手機市場增長以及東京奧運會，均為將於二零二一年陸續登場的主要事件，而每件事件均可輕易左右本集團的業務並迅速對需求／供應鏈造成影響。因此，由於情況過於複雜，故較長遠的預測將無法維持及難以站得住腳。本集團對將於日後出現的挑戰保持警覺，並將作好準備及盡力應對。

本集團採購團隊的任務是尋找及採納最佳解決方案，以應對不斷演變且動盪的市場中接連出現的挑戰，包括確保充足供應、提供優質材料、維持強大的議價能力、以具市場競爭力的價格進行交易以及在短時間內執行。本集團將不斷努力，以在貫徹基本原則下在行內保持領先地位，按擁有總成本評估採購成本，與少數可靠合作夥伴整合業務，定期檢討供應基礎和及時性，並於有需要時轉向具競爭力的供應來源，在若干國家就地取材以縮短訂單交貨時間、降低入境物流成本及避免進口關稅，並保持質量重點、滿足客戶／產品要求、成本至規格；

- (iii) 很難預測本集團未來的訂單情況。本集團其中一名主要中國客戶受到美國制裁，對本集團於二零二零年的業務發展和資產利用造成重大影響，影響更延續至二零二一年。來自該客戶的訂單大幅減少，不僅擾亂了本集團的生產計畫，也嚴重影響其資產利用率，縮減的利潤率無法彌補固定開銷。此外，本集團於二零二零年不得不將未充分利用的資產和存貨撇銷及減值或出售，並進行優化／重組活動，而本集團將於二零二一年繼續這些舉措，其規模將與這些業務的收縮速度掛鉤。但本集團將繼續在印度進行擴張；
- (iv) 儘管金額較小，但本集團今年將繼續進行優化／重組工作，這取決於(其中包括)充滿挑戰的整體手機市場狀況和格局、總體經濟、客戶的業務狀況和具有挑戰性的政治環境、疫情發展以及本集團致力輕資產和精簡業務的戰略；
- (v) 鑑於本集團若干客戶延遲付款以致及時收回應收貿易賬款的風險增加，本集團已於本期間就特定逾期應收貿易賬款產生的信貸虧損增加撥備。本公司將繼續密切監察若干面對流動資金風險的客戶的情況，並於其認為有需要時就應收貿易賬款產生的預期信貸虧損作出更大撥備；
- (vi) 搬遷工廠至其他地點時可能收取政府補償及成立合營企業所得潛在收益，但金額尚無法確定；
- (vii) 二零二零年下半年商品需求回升、供應鏈中斷(例如集裝箱短缺及港口擁堵)及策略性容量管理等因素帶動集裝箱運費上漲(特別是中國至歐洲及美國的航線)及集裝箱短缺的情況持續。集裝箱短缺及由於疫情導致營運中斷所造成的港口擁堵令集裝船的周轉時間有所延長。部分地區(如越南)更加緊控制海關檢查，令清關時間更長。

茲提述本公司日期分別為二零二一年五月十二日及二零二一年七月二十三的公告，而該等公告的內容分別參考(其中包括)引致本集團於本年度錄得綜合虧損淨額的多項因素，該等因素已持續出現，目前預期將持續至二零二一年餘下時間。

鑒於所有更新資料及本節「討論及分析」所述的其他事項(包括但不限於與COVID-19疫情有關者及持續發展情況及部件短缺)，本公司認為現時太早及難以準確預測進一步不利影響，該等事項可能影響本集團截至二零二一年十二月三十一日止六個月(「二零二一年下半年」)的表現。

本集團最近期未經審核管理層賬目及本公司目前所得其他資料未能讓本公司就其於二零二一年下半年及截至二零二一年十二月三十一日止年度(「二零二一財政年度」)可能的表現發表合理、清晰及有意見的意見。現階段，本公司認為本公司於二零二一財政年度達至收支平衡、持續錄得虧損或轉虧為盈的結果仍可能出現。

本公司一直努力，積極採取適當措施及合理步驟，務求在充滿挑戰的時期最大限度地發揮其表現。踏入二零二一年下半年，本公司將仔細審視大小事項，並將於必要時作出進一步公告，以知會其股東及潛在投資者。

與此同時，根據台灣證券交易所制定的適用披露規定，鴻海須於適當時候(目前預期為二零二一年十一月或前後)披露本集團截至二零二一年九月三十日止九個月的若干未經審核綜合財務資料，而於台灣作出有關披露後，本公司將公佈相同財務資料，以便及時向香港及台灣的投資者及潛在投資者發佈資料。

本公司謹藉此機會重申，本集團的季度表現可能出現波動(波幅可能頗大)主要由於多項因素，包括但不限於以下各項(個別及共同)：

- 生態系統及宏觀經濟環境(如消費者行為、緊張局勢、政治環境及競爭以及中國經濟及其他主要經濟體的復甦步伐)及整體業界的變動；
- 客戶的業務狀況及從COVID-19疫情中復甦的速度；
- 與Stellants組成合營企業的進展；
- COVID-19疫情的發展及回升以及相關的封城措施及限制以及對全球整體經濟相應影響及消費者需求的相關變動、價格戰、銷售的季節性因素、運費以及穩定元件供應(在交貨時間、數量及價格方面)。尤其是，隨著汽車以至消費電子產品(包括手機)等各種商品的製造需求急劇增長，半導體公司要求客戶耐心等待。由於疫情對人類社會各方面造成不利影響，企業因經濟整體下行而面對更加嚴峻的形勢。該等形勢包括但不限於金融市場波動、信貸惡化、流動資金緊絀、政府干預進一步增加、失業率上升、消費者的非必要開支全面減少、存貨水平上升、因疫情反彈、需求減少、裁員及其他重組活動而減少生產。情況持續可能導致更廣泛的經濟衰退，對不同業務的表現及財務業績可能造成曠日持久的不利影響。有關COVID-19疫情對本集團及其於不同方面的表現造成的更多不利影響，亦請參閱上文其他段落；



- 持續優化／重組本集團製造業務表現欠佳的部分，以實現其日趨輕資產及精簡的業務策略，此策略可能導致不斷進行優化／重組工作及相關遣散及其他成本、開支及／或虧損以及相關減值、出售及／或撤銷本集團的使用率不足／陳舊／折舊資產；
- 收到向客戶提出申索的時間；
- 5G基礎設施和手機市場的增長。目前令人不滿的全球5G信號覆蓋在某些情況下可能會抑制消費者對5G手機的需求，因為不穩定的5G信號可能為使用者帶來不佳的體驗。隨著消費者越來越熱衷於雲計算應用，5G信號覆蓋在推動消費者整體滿意度方面較其他5G功能更為重要。運營商對5G的提升將有可能推高5G手機銷量，刺激手機市場的蓬勃發展；
- 涉及供應鏈(如元件成本上漲、延長交貨時間及短缺)及存貨(如積壓的存貨可能需要時間消化及可能須予以撤銷並因而提高存貨賬面成本)的因素；
- 客戶的信貸風險及預期信貸虧損撥備充足程度評估、產品推出或產品調整策略；可能取消或延遲客戶訂單或更改生產數量；若干客戶的產品壽命較短；市場競爭力；客戶需求及喜好的轉變及消費傾向(如自行製造而非外包)；銷售的季節性因素；向一名主要客戶的銷售額可能下跌及持續分散客源；收到客戶申索的時間；
- 貨幣市場及資本市場變動(如利率及匯率波動及匯兌損益)，市場波動(如人民幣及印度盧比以及其他貨幣波動)、股市波動以及對沖活動的成效；
- 業務策略調整；客戶及銷售以及產品結構變化；技術進步；海外擴張步伐；
- 市場／法律／監管／稅務／財政及貨幣／政府政策／關稅變動(如關稅稅率變動、關稅豁免、印度的生產掛鉤獎勵計劃、政府黑名單、與政府商討賠償、針對本集團主要客戶的出口管制及禁令、抵制中國製造產品及中國服務)；
- 前所未有及不明朗的全球環境導致廣泛的潛在長期後果，可能導致個別虧損或開支，例如涉及日後就物業、廠房及設備、商譽、無形資產及股權投資進行減值、出售及／或撤賬的虧損或開支；
- 匯兌收益或虧損；

- 處置股權投資及成立合營企業的時間及所產生的利潤／虧損；本集團聯繫人的表現及其應佔該等聯繫人的溢利／虧損；及
- 更新或符合任何稅務優惠及抵免的條件；授出及收取獎勵的時間，濟助方案、補償及其他政府補助及援助可能須取決於申請人是否已符合若干條件及標準(如出口金額)以及該申請人符合所有該等條件及標準的資格及能力。

最後，新的不可預測風險、挑戰及威脅不時出現，而管理層不可能預測所有因素或評估該等因素對本集團業務的影響。

本公司股東及有意投資者於買賣本公司股份時應審慎行事。

### 購買、贖回或出售本公司的上市證券

於本期間及截至本公告日期，根據本公司股東於本公司二零二一年五月二十八日舉行的股東週年大會上正式批准的回購授權(定義見本公司日期為二零二一年四月二十一日的通函)，本公司自二零二一年六月七日至二零二一年七月九日期間(包括首尾兩日)於聯交所分批回購合共74,818,000股股份，總現金代價(未計開支前)為93,453,660.00港元。在該等回購的股份中，44,818,000股及30,000,000股已根據章程細則分別於二零二一年七月八日及二零二一年七月二十六日註銷。進一步詳情請參閱自二零二一年六月七日至二零二一年八月三日(包括首尾兩日)發出及刊發之翌日披露報表及月報表。

上述股份回購概述如下：

回購日期	回購 股份數目	每股價格		已付總代價 (未計開支前) 港元
		最高 港元	最低 港元	
二零二一年六月七日	2,400,000	1.23	1.23	2,952,000.00
二零二一年六月八日	2,400,000	1.23	1.22	2,942,000.00
二零二一年六月九日	2,400,000	1.24	1.23	2,972,000.00
二零二一年六月十日	2,400,000	1.25	1.25	3,000,000.00
二零二一年六月十一日	2,400,000	1.25	1.24	2,989,990.00
二零二一年六月十五日	2,466,000	1.24	1.23	3,047,180.00
二零二一年六月十六日	3,000,000	1.23	1.22	3,675,000.00
二零二一年六月十七日	2,400,000	1.24	1.23	2,966,000.00
二零二一年六月十八日	2,500,000	1.23	1.22	3,065,000.00
二零二一年六月二十一日	2,400,000	1.24	1.22	2,966,270.00
二零二一年六月二十二日	3,100,000	1.23	1.23	3,813,000.00

回購日期	回購 股份數目	每股價格		已付總代價 (未計開支前) 港元
		最高 港元	最低 港元	
二零二一年六月二十三日	2,400,000	1.27	1.26	3,038,000.00
二零二一年六月二十四日	3,000,000	1.27	1.26	3,798,000.00
二零二一年六月二十五日	2,600,000	1.28	1.27	3,318,000.00
二零二一年六月二十八日	700,000	1.28	1.28	896,000.00
二零二一年六月二十九日	3,452,000	1.30	1.28	4,453,080.00
二零二一年六月三十日	4,800,000	1.28	1.27	6,139,280.00
二零二一年七月二日	3,125,000	1.27	1.26	3,962,500.00
二零二一年七月五日	3,700,000	1.27	1.26	4,692,000.00
二零二一年七月六日	4,300,000	1.27	1.26	5,447,500.00
二零二一年七月七日	4,500,000	1.26	1.26	5,670,000.00
二零二一年七月八日	8,500,000	1.26	1.19	10,530,000.00
二零二一年七月九日	5,875,000	1.23	1.16	7,120,860.00
	<u>74,818,000</u>			<u>93,453,660.00</u>

除上文所述外，本公司或其任何附屬公司於本期間內概無購買、贖回或出售本公司的任何上市證券。

## 審核委員會

本公司已根據上市規則(特別是企業管治守則)的規定設立及續存審核委員會。該委員會的主要職責為審閱本集團的財務報告程序以及內部監控及企業風險管理系統，並提名及監察外聘核數師，以及向董事會提供建議及意見。審核委員會由三名獨立非執行董事組成，成員當中有一名獨立非執行董事具備上市規則規定的適當專業資格或會計或相關財務管理專業知識。

審核委員會已審閱本集團於本期間的未經審核簡明綜合財務報表及本公司於本期間編製的中期報告，並推薦建議董事會批准該財務報表及中期報告。此外，本公司核數師德勤·關黃陳方會計師行已根據香港會計師公會頒佈的《香港審閱工作準則》第2410號「實體的獨立核數師對中期財務資料的審閱報告」審閱本集團於本期間的未經審核簡明綜合財務報表。

## 董事進行證券交易的標準守則

本公司已採納標準守則。本公司於作出特定查詢後，本公司所有董事均已確認，彼等於本期間就本公司證券一直遵守標準守則所載的規定準則。

## 企業管治

本公司於本期間已應用及遵守企業管治守則所載的所有守則條文。

根據企業管治守則第A.2.1段所載的守則條文，主席與行政總裁的角色應有所區分，且不應由同一人兼任。

然而，本公司前主席兼前執行董事童文欣先生(「童先生」)已辭任於本公司的職務，自二零一七年一月一日起生效。童先生辭任後，本公司未能遵守企業管治守則第A.2.1段所載的守則條文。該偏離事件的原因載列如下。

自童先生辭任本公司主席後，本公司一直物色適當人選填補本公司主席一職。然而，鑑於該職務的重要性，董事會預期本公司可能需要一段較長時間方能覓得適當人選履行主席職務。鑑於存在大量的市場挑戰及目前與主席職務空缺有關的不明朗因素，董事會認為富經驗的領導能力極為重要，已決議通過採用一項安排，委任目前的行政總裁池育陽先生(「池先生」)為代理主席，自二零一七年一月一日起生效。池先生分別自二零零九年八月二十八日及二零一二年七月二十六日起擔任本公司的執行董事及行政總裁。在該等職位上，池先生在本公司及業界均累積豐富知識、經驗及人脈。董事會相信，此安排不僅對本集團持續實施業務計劃及制定業務策略十分重要，亦有助避免對本集團全球的股東、投資者、客戶、供應商及業務夥伴造成不必要的猜測、混亂及動盪，而本集團一直面臨充滿挑戰的環境，如COVID-19爆發及大流行(特別是本集團自二零一七年以來每年均錄得綜合淨虧損)，故應維持現況。雖然有關安排偏離相關守則條文，但董事會認為，有關安排不會損害本公司董事會與管理層之間的權力和授權的平衡。董事會由經驗豐富且觀點多元化的優秀人員組成，其中三名為獨立非執行董事(董事會六名成員中的三名)，確保權力和授權的平衡。董事會定期舉行會議以考慮影響本集團營運的重大事項，就有關事項提供足夠、完整及可靠的資料並正確及時地向本公司全體董事作出簡報。

為解決因不區分角色而帶來的潛在企業管治問題，特別是減少權力集中在一個人身上的潛在風險，本公司已實施多項內部監控措施，以突顯本公司執行董事(代理主席除外)及獨立非執行董事在審查適用於本集團若干重大事宜之決策過程及監察代理主席兼行政總裁行使權力方面之角色，包括但不限於本



公司於二零二一年四月二十日刊發的二零二零年年報第173頁及174頁詳述的內部監控措施。

鑑於上文所述，董事會相信，儘管本公司於本期間未能遵守企業管治守則第A.2.1段所載守則條文，於董事會及本公司高級管理層兩方面均有充足核查及平衡，並已就本集團主要營運事宜實施足夠嚴密的監管。因此，董事會相信有關情況為採納行政總裁兼任代理主席的安排提供理據，並認為此安排目前符合本公司及其股東整體最佳利益。

為貫徹優良的企業管治精神，董事會將定期檢討此安排的成效(並在有需要時採取進一步措施)，透過本公司提名委員會致力物色合適候選人於適當時候擔任本公司主席職務，從而按企業管治守則第A.2.1段所載守則條文的規定將主席及行政總裁的職務區分。

## 於網站披露資料

本公司的二零二一年中期報告包含上市規則規定的所有資料，將於適當時候寄發予股東並分別刊載於聯交所及本公司的網站。

## 釋義

「章程細則」	指 本公司經修訂及重述的組織章程細則
「聯繫人」	指 具上市規則所賦予涵義
「董事會」	指 本公司董事會
「企業管治守則」	指 上市規則附錄十四所載的《企業管治守則》及《企業管治報告》
「本公司」、「我們」或「我們的」	指 富智康集團有限公司，一家在開曼群島註冊成立的有限公司，其股份於聯交所上市
「本期間」或「報告期」	指 截至二零二一年六月三十日止六個月
「本集團」	指 本公司及其附屬公司
「港元」	指 港元，香港的法定貨幣

「鴻海」	指 鴻海精密工業股份有限公司，一家在台灣註冊成立的有限公司，其股份於台灣證券交易所上市，為最終控股股東
「鴻海科技集團」	指 鴻海、其附屬公司及／或聯營公司(視情況而定)
「香港」	指 中國香港特別行政區
「印度盧比」	指 印度盧比，印度的法定貨幣
「上市規則」	指 聯交所證券上市規則
「標準守則」	指 上市規則附錄十所載的《上市發行人董事進行證券交易的標準守則》
「中國」	指 中華人民共和國
「人民幣」	指 人民幣，中國的法定貨幣
「證券及期貨條例」	指 香港法例第571章《證券及期貨條例》
「股份」	指 本公司股本中每股面值0.04美元的普通股
「股東」	指 股份持有人
「聯交所」	指 香港聯合交易所有限公司
「美國」	指 美利堅合眾國
「美元」	指 美元，美國的法定貨幣

承董事會命  
代理主席  
池育陽

香港，二零二一年八月十一日

於本公告刊發日期，本公司董事會由三名執行董事池育陽先生、郭文義博士及孟效義先生；及三名獨立非執行董事劉紹基先生、Daniel Joseph MEHAN博士及陶韻智先生組成。