

概 要

本概要旨在向閣下提供本文件所載資料的概覽。由於僅屬概要，故並未包括對閣下而言可能屬重要的所有資料，且須與本文件全文一併細閱，以確保其完整性。閣下在決定[編纂]前，務請細閱整份文件。任何[編纂]均涉及風險。有關[編纂]的若干特定風險載於本文件「風險因素」一節。閣下在決定[編纂]前，務請細閱該節。

關於我們

我們為一家電動工具及戶外動力設備（「OPE」）的全球供應商。我們專注於創新（尤其是鋰電池系統技術領域的創新），已促使我們取得龐大規模並實現快速增長。根據弗若斯特沙利文報告，按收入計，我們於2020年在全球動力工具及OPE市場中綜合排名第13位，約佔1.9%的市場份額。根據該報告，按收入計，我們在全球動力工具市場中排名第9位，約佔1.7%的市場份額，在全球OPE市場中排名第十位，約佔2.1%的市場份額。根據弗若斯特沙利文報告，於2020年，全球電動工具市場佔全球動力工具市場的74.1%，而全球電動OPE市場佔全球OPE市場的18.6%。根據同一資料來源，按電動工具收入計，我們的全球排名由2018年的第9位上升至2020年的第7位，而按電動OPE產品收入計，我們的全球排名由2018年的第7位迅速上升至2020年的第2位。2018年至2020年，我們來源於電動工具的收入以16.9%的複合年增長率增長，來源於OPE的收入則以62.8%的複合年增長率增長。有關按收入計算市場份額所用方法及假設的進一步說明，請參閱本文件「行業概覽」一節。

我們的研發能力使我們能夠在行業增長和快速轉型時期抓住市場機遇，尤其是在鋰離子／無繩市場分部方面。我們來自鋰電產品的收入由2018年的347.3百萬美元增至2020年的827.3百萬美元，複合年增長率為54.3%。根據弗若斯特沙利文報告，終端用戶日益青睞鋰電電動工具和OPE，原因是其具備良好的用戶體驗、成本效益及環保等優勢，同時提供可與傳統產品相媲美的動力及性能。根據弗若斯特沙利文報告，從2020年到2025年，預計全球無繩電動工具市場將以9.9%的複合年增長率增長，全球無繩OPE市場將以9.0%的複合年增長率增長。認識到鋰電池及相關技術的變革性影響後，我們專注於該行業分部並成為世界首批於2006年商業化鋰電電動工具及於2014年推出高電壓OPE產品的企業之一。

概 要



根據弗若斯特沙利文報告，電動工具可廣泛地定義為除純手動勞作外，利用其他動力及機制進行操作的工具類型。示例包括螺絲批、鑽、鋸、砂光機、斜鋸和研磨機等。根據相同資料來源，OPE產品可以廣義地定義為主要用於草坪、花園或庭院維護的工具或設備。示例包括割草機、吹風機、掃雪機和修枝機等。有關進一步詳情，請參閱本文件「業務－我們的產品」一節。

我們的產品及品牌

我們提供知名品牌組合下的全套產品，該等產品專為滿足全球終端用戶的多樣化需求而量身定制。我們的電動工具的目標客戶為工業級／專業級及消費級終端用戶，而我們的OPE產品的目標客戶為高端及大眾市場終端用戶。我們目前擁有EGO、FLEX、SKIL、大有及小強五個差異化且廣受認可的品牌，覆蓋主要地區及細分市場。尤其是我們的EGO品牌自2013年成立以來獲得全球電動OPE市場的強烈認可。

下圖列示我們的品牌及部分主要產品。

品牌	主要產品
 全球電動OPE市場排名第三 ⁽¹⁾	

概 要

品牌

主要產品

FLEX

針對工業級／專業級市場的高端專業電動工具品牌，於1922年創立於德國



SKIL

於1924年在美國創立的全球知名傳統品牌，現時為全球消費市場提供品類齊全的電動工具及OPE產品



DEVON 大有

為大中華及其他新興市場設計的高端、專業級電動工具品牌



小強 XTRON
電動工具

針對中國建築及家居裝修應用市場的強大、耐用及實惠品牌



附註：

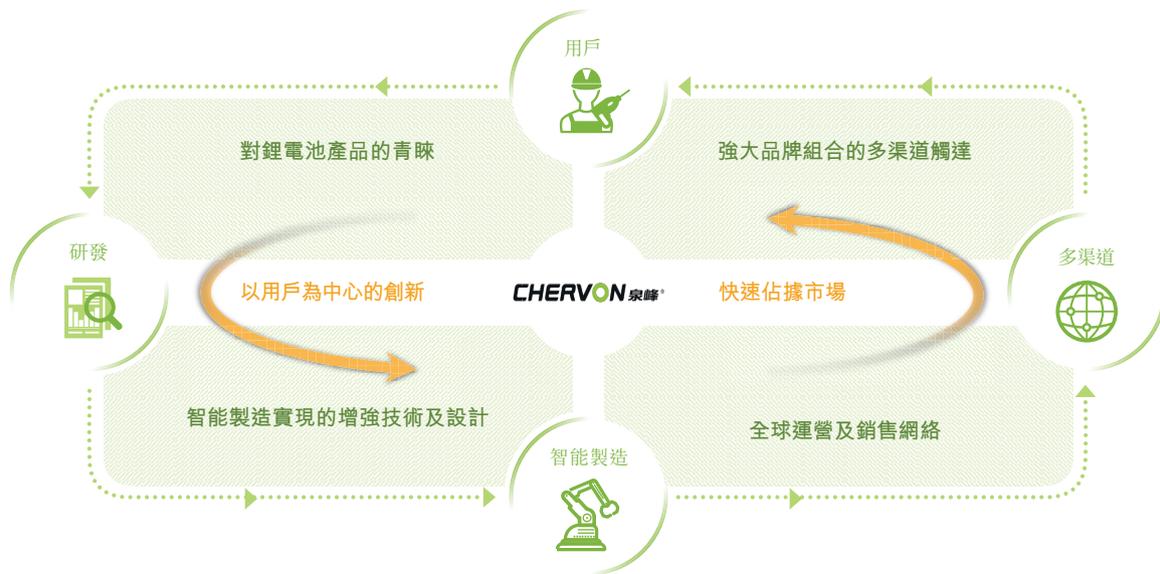
(1) 根據弗若斯特沙利文報告，按2020年收入計，EGO在全球電動OPE市場排名第三。

我們的品牌策略旨在根據不同的品牌定位、產品類別、目標客戶、定價及地域重點實現全覆蓋並避免細分市場重疊。我們亦進行年度產品路線圖規劃及新產品例行審查，以避免跨品牌產品重複。有關進一步詳情，請參閱「業務－我們的自有品牌」一節。

概 要

我們的業務模式

我們將繼續專注於以用戶為中心的創新及產品品類，研發、製造及銷售與分銷能力的一體化體系為此提供了支持。我們鋰電產品的廣泛終端用戶群幫助我們快速積累行業知識、技術知識及終端用戶洞察力。憑藉有關知識及洞察力，我們能夠持續推出展示先進技術及產品設計能力的新產品。隨後，通過我們的智能製造系統以始終如一的高質量生產該等以用戶為中心的新產品並通過我們的多渠道銷售及分銷網絡進行新產品的分銷。我們的全球運營及本地化市場知識幫助我們擴大市場份額並滿足目標市場的終端用戶需求。我們強大的品牌組合不僅能響應終端用戶的需求，亦有助於鞏固我們的市場地位。



研發。我們先進的研發實力使我們能夠在電池平台、電池管理系統（「BMS」）、電機及電控等基礎技術上取得突破。例如，我們的*EGO*產品共用我們專有的Arc-Lithium™電池及充電器系統，為終端用戶提供便利並節約成本。自我們於2013年收購*FLEX*以來，我們亦推出*FLEX*鋰電池平台，將智能電池管理與*THERMA-TECH*™冷卻技術結合。我們亦為我們的產品配備智能系統及產品特定技術（例如防塵及減振）以提升用戶體驗。我們的研發工作以終端用戶的需求為導向，使我們能夠快速推出滿足市場需求的新產品。我們於正式推出產品前進行多輪實地應用測試以評估各產品的可行性。我們亦對產品進行測試，旨在確保質量一致。截至2021年6月30日，我們的全球研發團隊包括680名僱員，分駐於五個國家（即中國、美國、德國、英國及荷蘭）的研發中心。截至2018年、2019年及2020年12月31日止年度以及截至2020年及2021年6月30日止六個月，我們的研發成本分別為27.7百萬美元、31.4百萬美元、38.9百萬美元、17.0百萬美元及28.0百萬美元，分別佔我們同期總收入的4.0%、3.7%、3.2%、3.3%及3.2%。有關進一步詳情，請參閱「業務－研發」一節。

概 要

多渠道銷售及分銷。我們已建立並將持續擴大橫跨北美、歐洲及亞洲等主要市場的全球多渠道銷售及分銷網絡，為我們提供了有效的終端用戶觸點。我們與領先的家居建材賣場和大眾市場零售商合作，並與合資格的分銷商及本地零售商合作，以豐富我們的銷售渠道並提升品牌知名度。零售商指通常將向我們購買的產品直接向終端用戶銷售者。相反，分銷商向我們購買產品並分銷予其他第三方（可能包括其他零售商或二級分銷商），彼等其後將產品轉售予終端用戶。於往績記錄期間，我們的產品在100多個國家及地區銷售。我們已實現在全球大範圍佈局電動工具和OPE專業分銷商網絡。我們亦通過與電商平台合作以及經營自有線上商店，為我們的產品建立在線銷售渠道。此外，我們按原始設計製造商（「ODM」）基準為若干家居建材賣場及大眾市場零售商如Lowe's、沃爾瑪及kingfisher等大眾市場零售商以及國際工具公司設計和製造產品。

智能製造。在過去20年，我們一直專注於通過提升我們的製造技術和生產管理能力，從而建立競爭優勢。我們已對縱向一體化製造系統作出長期投資，憑藉該系統，我們能夠將新技術融入核心產品組件，如電池組、電機和電控電路。在產品組裝方面，我們專注於推動工業工程和質量控制技術在組裝線上的應用。我們高度自動化的、基於模塊的生產線使我們能夠在不同的產品規格和客戶訂單要求之間快速切換，靈活應對多品種和小批量訂單。在生產管理方面，通過橫向整合我們的信息技術系統，我們已大幅提高物流系統的自動化水平和透明度。同時，我們利用我們的一體化供應鏈管理系統，向合資格供應商採購若干原材料、零部件和組件，以保持高質量標準。

我們的生產基地

截至最後實際可行日期，我們的生產基地年產能超過22百萬件，總建築面積約為183,000平方米。於往績記錄期間，我們經營四個生產基地，即位於中國南京的德朔工業園及泉峰新能源工業園，以及FLEX德國工廠和泉峰越南工廠。生產基地總共有120條生產線，總計設計年產能超過16.8百萬件，為我們提供了維持關鍵市場穩定供應所需的規模。於2018年、2019年、2020年及截至2021年6月30日止六個月，該等生產基地的總利用率分別為96%、90%、91%及92%。於往績記錄期間，我們生產基地的設計產能有所提高，主要是由於我們投資購置額外的機器設備。為滿足日益增長的市場需求，我們亦已於2021年第三季度將三項租賃物業改造為生產基地，年產能合共增加了約5.3百萬件。有關進一步詳情，請參閱本文件「業務－生產－現有生產基地」一節。

概 要

定價策略

我們的產品對外銷售的價格基於多種因素釐定，包括原材料和生產成本、現行市場狀況和產品規格。我們的定價還受到全球和國內經濟環境、對我們產品的需求以及電動工具和OPE行業的市場競爭的影響。我們的定價策略也會考慮保持我們品牌的高端地位以及在產品的整個生命週期中穩定價格的需要。

我們的客戶及供應商

我們的客戶主要包括零售商、分銷商、電子商務平台及工具公司。於往績記錄期間，我們的主要客戶主要為擁有全國業務的零售商以及ODM客戶。於截至2018年、2019年及2020年12月31日止年度以及截至2021年6月30日止六個月，來自五大客戶的收入分別佔我們於各自期間總收入的51.7%、56.8%、64.8%及64.4%，於往績記錄期間各期間，來自最大客戶的收入分別佔我們於各自期間總收入的22.9%、20.9%、29.0%及39.6%。截至2021年6月30日，我們與五大客戶保持了三至十五年以上的業務關係。

於往績記錄期間，我們的主要供應商主要為電芯、電子零部件及物流倉儲服務供應商。於截至2018年、2019年及2020年12月31日止年度以及截至2021年6月30日止六個月，向五大供應商的採購總額分別合共佔我們於各自期間總採購額的18.2%、19.7%、24.8%及20.6%，於往績記錄期間各期間，向最大供應商的採購額分別佔我們於各自期間總採購額的10.9%、11.9%、16.1%及12.6%。我們的主要供應商主要位於中國、韓國、德國及美國。截至2021年6月30日，我們與五大供應商保持了5至10年以上的業務關係。我們通常能夠靈活尋找替代性供應商，滿足我們的採購需求。

我們的優勢

以下主要競爭優勢促成了我們的成功，並使我們脫穎而出：

- 憑藉行業轉型，我們成為快速增長的電動工具和OPE產品供應商。
- 我們不斷推出基於先進技術和終端用戶洞察力的創新產品。
- 我們擁有廣受認可的品牌組合，尤其是我們的品牌*EGO*。
- 我們已建立高效的多渠道銷售及分銷網絡，且日益重視電商渠道。
- 我們擁有一支具有戰略遠見及深厚專業知識的全球團隊。

概 要

我們的策略

我們致力於通過以下策略推動可持續的長期增長並鞏固我們在電動工具和OPE產品行業的市場地位：

- 開發並推出兼具先進技術和人性化設計的新產品；
- 拓展我們的全球銷售及分銷網絡，並持續加強在電商平台佈局；
- 進一步提升我們的品牌市場知名度；
- 繼續擴大產能並提高營運效率；及
- 加大對人力資源的投資力度，以加強市場營銷和研發實力。

歷史財務資料概要

綜合損益表

	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月			
	2018年		2019年		2020年		2020年		2021年	
	美元	%	美元	%	美元	%	美元	%	美元	%
	(未經審核)									
	(以千計；百分比及每股數據除外)									
收入	690,698	100.0	843,578	100.0	1,200,902	100.0	514,359	100.0	868,797	100.0
銷售成本	(515,173)	(74.6)	(588,325)	(69.7)	(832,190)	(69.3)	(366,701)	(71.3)	(617,688)	(71.1)
毛利	175,525	25.4	255,253	30.3	368,712	30.7	147,658	28.7	251,109	28.9
其他收入	3,515	0.5	3,838	0.4	5,801	0.5	2,791	0.5	2,081	0.2
其他(虧損)/收益淨額	(8,192)	(1.2)	943	0.1	(3,140)	(0.3)	(1,647)	(0.3)	19,754	2.4
銷售及分銷開支	(100,527)	(14.5)	(128,083)	(15.2)	(179,447)	(15.0)	(73,411)	(14.3)	(96,418)	(11.1)
行政及其他經營開支	(45,378)	(6.6)	(48,932)	(5.8)	(82,843)	(6.9)	(25,280)	(4.9)	(32,614)	(3.8)
研發成本	(27,656)	(4.0)	(31,356)	(3.7)	(38,939)	(3.2)	(16,984)	(3.3)	(27,967)	(3.2)
經營(虧損)/利潤	(2,713)	(0.4)	51,663	6.1	70,144	5.8	33,127	6.4	115,945	13.4
財務成本淨額	(17,164)	(2.5)	(19,754)	(2.3)	(17,357)	(1.4)	(8,070)	(1.5)	(7,895)	(0.9)
應佔聯營公司利潤	4,287	0.6	9,206	1.1	6,724	0.6	155	0.0	2,801	0.3
應佔合營企業利潤	1,176	0.2	1,233	0.1	-	-	-	-	-	-
除稅前(虧損)/利潤	(14,414)	(2.1)	42,348	5.0	59,511	5.0	25,212	4.9	110,851	12.8

概 要

	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月			
	2018年		2019年		2020年		2020年		2021年	
	美元	%	美元	%	美元	%	美元	%	美元	%
	(未經審核)									
	(以千計，百分比及每股數據除外)									
所得稅抵免／(開支)	957	0.1	(6,266)	(0.7)	(11,123)	(1.0)	(4,721)	(0.9)	(19,612)	(2.3)
年內／期內(虧損)／利潤	<u>(13,457)</u>	<u>(2.0)</u>	<u>36,082</u>	<u>4.3</u>	<u>48,388</u>	<u>4.0</u>	<u>20,491</u>	<u>4.0</u>	<u>91,239</u>	<u>10.5</u>
以下人士應佔：										
本公司權益股東	(14,084)	(2.1)	33,976	4.0	44,359	3.7	18,062	3.5	86,062	9.9
非控股權益	627	0.1	2,106	0.3	4,029	0.3	2,429	0.5	5,177	0.6
年內／期內(虧損)／利潤	<u>(13,457)</u>	<u>(2.0)</u>	<u>36,082</u>	<u>4.3</u>	<u>48,388</u>	<u>4.0</u>	<u>20,491</u>	<u>4.0</u>	<u>91,239</u>	<u>10.5</u>
每股盈利										
基本(美元)	(0.04)		0.09		0.11		0.05		0.21	
攤薄(美元)	(0.04)		0.09		0.11		0.05		0.21	

非香港財務報告準則計量

	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2018年	2019年	2020年	2020年	2021年
	(千美元)				
	(未經審核)				
年內／期內(虧損)／利潤	(13,457)	36,082	48,388	20,491	91,239
加：					
[編纂]開支	—	—	[編纂]	—	[編纂]
以權益結算以股份 為基礎的付款開支	—	—	21,077	—	—
經調整(虧損)／ 利潤淨額	<u>(13,457)</u>	<u>36,082</u>	<u>69,737</u>	<u>20,491</u>	<u>93,361</u>

我們自年內／期內(虧損)／利潤去除(i)[編纂]開支及(ii)以權益結算以股份為基礎的付款開支後，得出經調整淨利潤。

	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2018年	2019年	2020年	2020年	2021年
經調整淨(虧損)／ 利潤率(%) ⁽¹⁾	(2.0)	4.3	5.8	4.0	10.7

附註：

(1) 等於經調整(虧損)／利潤淨額除以年內／期內收入再乘以100%。

概 要

[編纂]開支為與[編纂]有關的一次性開支。以權益結算以股份為基礎的付款開支為非現金及非經營性質，而有關金額未必與我們業務經營的相關表現直接相關。由於上述項目的非經常性或非現金性質，我們的管理層於審閱我們的表現時並無將該等項目作為主要經營或財務指標進行內部追蹤，因為該等項目與我們的日常經營無關。因此，在計算經調整淨利潤中通過消除該等項目的影響，該計量可更好地反映我們的基本經營表現，並更好地促進各年度經營表現的比較。

然而，香港財務報告準則並無界定經調整淨利潤及經調整淨利潤率等詞。經調整淨利潤中剔除的項目為了解及評估我們經營及財務表現的重要組成部分。鑒於該非香港財務報告準則計量的上述限制，於評估我們的經營及財務表現時，閣下不應單獨考慮經調整淨利潤或經調整淨利潤率或將其視為根據香港財務報告準則計算的年內／期內（虧損）／利潤或任何其他經營表現計量的替代。請參閱本文件「財務資料－非香港財務報告準則計量」一節。

我們的收入由截至2018年12月31日止年度的690.7百萬美元增加至截至2020年12月31日止年度的1,200.9百萬美元，複合年增長率為31.9%。該強勁增長乃主要由於我們有能力(i)以鋰電產品為戰略重點，不斷推出新產品；(ii)建立高端品牌，例如*EGO*及*FLEX*；及(iii)與領先的全國零售商、合資格分銷商及大型電子商務平台建立戰略夥伴關係，尤其是在北美市場。我們的收入由截至2020年6月30日止六個月的514.4百萬美元增加68.9%至2021年同期的868.8百萬美元。我們的總收入於該期間大幅增長，主要由於與我們的主要客戶合作的*EGO*、*FLEX*和*SKIL*產品的銷售額增加以及我們的ODM業務增長所致。於往績記錄期間，我們的銷量及平均售價均有所增加。截至2018年、2019年及2020年12月31日止年度以及截至2020年及2021年6月30日止六個月，我們的銷量分別為12.6百萬、12.7百萬、13.7百萬、5.8百萬及9.3百萬。於相同年度／期間，我們的平均售價分別為54.87美元、66.13美元、87.62美元、88.39美元及93.71美元。有關收入、毛利、毛利率、平均售價及銷量明細的更多詳情，請參閱「業務－我們的產品－收入細分」及「財務資料－綜合損益表的主要組成部分－收入」各節。

於2018年、2019年及2020年以及截至2020年及2021年6月30日止六個月，我們的毛利分別為175.5百萬美元、255.3百萬美元、368.7百萬美元、147.7百萬美元及251.1百萬美元。

截至2018年、2019年及2020年12月31日止年度以及截至2020年及2021年6月30日止六個月，我們的銷售成本分別為515.2百萬美元、588.3百萬美元、832.2百萬美元、366.7百萬美元及617.7百萬美元，分別佔我們同年或同期收入的74.6%、69.7%、69.3%、71.3%及71.1%。截至2018年12月31日止年度至2020年12月31日止年度，以及截至2020年6月30日止六個月至2021年同期，由於銷售額的快速增長以及規模經濟，我們銷售成本佔收入的比例下降。

截至2018年、2019年及2020年12月31日止年度以及截至2020年及2021年6月30日止六個月，我們的研發成本分別為27.7百萬美元、31.4百萬美元、38.9百萬美元、17.0百萬美元及28.0百萬美元，分別佔我們同期收入的4.0%、3.7%、3.2%、3.3%及3.2%。

概 要

截至2018年、2019年及2020年12月31日止年度以及截至2020年及2021年6月30日止六個月，我們的銷售及分銷開支分別為100.5百萬美元、128.1百萬美元、179.4百萬美元、73.4百萬美元及96.4百萬美元，分別佔我們同期收入的14.5%、15.2%、15.0%、14.3%及11.1%。

截至2018年、2019年及2020年12月31日止年度以及截至2020年及2021年6月30日止六個月，我們的行政及其他經營開支分別為45.4百萬美元、48.9百萬美元、82.8百萬美元、25.3百萬美元及32.6百萬美元，分別佔我們同期收入的6.6%、5.8%、6.9%、4.9%及3.8%。

我們於2018年產生淨虧損，主要由於(i)我們原始品牌製造(「OBM」)業務的投資增加，包括2018年的市場營銷和研發開支及(ii)與收購SKIL業務有關的整合成本。就我們於OBM業務的投資而言，例如，我們投入大量資源開發SKIL品牌鋰電產品，直至2018年第四季度才在歐洲市場推出。我們於2018年的毛利率亦較低，乃由於降價促銷OBM產品(尤其是EGO)以迅速獲得市場份額。就SKIL整合成本而言，有關成本主要包括：(a)替換若干運營支持、物流及IT系統，(b)投資額外的研發工作，(c)提高產能及(d)於過渡期間加強相關營銷活動。

有關按產品類別、業務模式、品牌、地理區域以及銷售和分銷渠道劃分的收入、毛利、毛利率及銷量細分的進一步資料，請參閱「業務－我們的產品－收入細分」、「業務－銷售、營銷及分銷」及「財務資料－綜合損益表的主要組成部分－收入」各節。

下表載列於所示年度及期間我們按產品類別及終端用戶分部劃分的毛利及毛利率明細。

	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月			
	2018年		2019年		2020年		2020年		2021年	
	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率
	美元	%	美元	%	美元	%	美元	%	美元	%
	(未經審核)									
	(以千計，百分比除外)									
電動工具	118,997	24.6	165,565	30.1	192,030	29.1	77,874	27.9	120,445	26.7
工業級／專業級	57,563	27.3	76,338	31.7	68,613	29.1	33,744	28.0	56,179	26.5
消費級	61,434	22.5	89,226	28.9	123,417	29.0	44,130	27.9	64,266	26.8
OPE	55,266	27.4	88,752	30.8	175,503	32.9	68,997	29.8	130,274	31.5
高端	50,484	28.7	71,308	33.0	155,239	33.8	63,451	30.3	112,606	33.0
大眾市場	4,782	18.6	17,444	24.4	20,264	27.2	5,546	25.0	17,668	24.4
其他 ⁽¹⁾	1,262	21.3	936	15.8	1,179	19.2	787	19.6	390	10.6

附註：

(1) 其他收入主要包括向一家從事家用電器業務的公司銷售零部件。

概 要

下表載列於所示年度及期間按OBM及ODM業務模式及品牌劃分的毛利及毛利率明細。

	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月			
	2018年		2019年		2020年		2020年		2021年	
	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率
	美元	%	美元	%	美元	%	美元	%	美元	%
	(未經審核)									
	(以千計，百分比除外)									
OBM	122,270	28.3	147,836	31.8	246,403	33.0	100,188	29.8	186,825	31.6
ODM	53,255	20.6	107,417	28.4	122,309	26.9	47,470	26.7	64,284	23.2

下表載列於所示年度及期間在OBM模式下按地區以及銷售及分銷渠道劃分的毛利及毛利率明細。

	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月			
	2018年		2019年		2020年		2020年		2021年	
	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率
	美元	%	美元	%	美元	%	美元	%	美元	%
	(未經審核)									
	(以千計，百分比除外)									
北美洲	64,300	24.9	87,911	30.7	178,106	32.5	65,670	27.8	137,735	32.5
零售商	57,931	24.4	80,780	30.8	163,416	33.0	61,604	27.8	124,762	33.0
分銷商	1,151	19.1	1,502	22.5	2,242	23.2	969	26.2	2,015	21.8
純電子商務平台	5,219	34.2	5,630	31.4	12,447	28.1	3,097	28.5	10,958	29.7
歐洲	46,604	37.0	48,205	37.7	49,862	36.7	25,374	38.0	34,398	31.9
零售商	29,229	36.6	32,146	37.8	34,367	37.5	16,180	37.6	14,586	32.9
分銷商	16,965	37.5	15,800	37.8	15,252	35.1	9,061	38.7	19,420	31.0
純電子商務平台	410	38.5	259	30.3	243	31.2	133	34.6	393	42.7
中國 ⁽¹⁾	8,534	21.7	8,841	20.5	13,888	26.8	7,771	25.9	11,098	21.8
世界其他地區 ⁽²⁾	2,832	36.0	2,879	37.8	4,547	45.8	1,373	46.1	3,594	45.5

附註：

- (1) 在中國，我們主要向分銷商銷售產品。我們還通過純電子商務渠道提供產品。
- (2) 在澳大利亞、新西蘭等我們分銷產品的其他市場，我們主要向零售商銷售產品。我們在不同市場的做法可能因當地情況而異。

更多詳情請參閱本文件「財務資料」一節。

概 要

綜合財務狀況表概要

	截至12月31日			截至 2021年 6月30日
	2018年	2019年	2020年	
		(千美元)		
非流動資產	<u>257,931</u>	<u>264,263</u>	<u>280,348</u>	<u>300,757</u>
流動資產	<u>487,879</u>	<u>602,914</u>	<u>811,119</u>	<u>1,055,929</u>
流動負債	<u>529,226</u>	<u>608,053</u>	<u>701,596</u>	<u>947,842</u>
流動(負債)淨額／資產淨值	<u>(41,347)</u>	<u>(5,139)</u>	<u>109,523</u>	<u>108,087</u>
總資產減流動負債	<u>216,584</u>	<u>259,124</u>	<u>389,871</u>	<u>408,844</u>
非流動負債	<u>49,469</u>	<u>58,286</u>	<u>105,847</u>	<u>69,922</u>
淨資產	<u>167,115</u>	<u>200,838</u>	<u>284,024</u>	<u>338,922</u>
本公司權益股東應佔權益總額	<u>149,802</u>	<u>182,131</u>	<u>259,738</u>	<u>338,922</u>
非控股權益	<u>17,313</u>	<u>18,707</u>	<u>24,286</u>	<u>—</u>
權益總額	<u>167,115</u>	<u>200,838</u>	<u>284,024</u>	<u>338,922</u>

截至2018年及2019年12月31日，我們的流動負債淨額分別為41.3百萬美元及5.1百萬美元，主要由於我們的短期銀行貸款結餘龐大，以支持我們於OBM業務的投資，包括市場營銷和研發開支。截至2020年12月31日、2021年6月30日及2021年10月31日，我們能錄得流動資產淨值，分別為109.5百萬美元、108.1百萬美元及159.6百萬美元，主要由於我們的OBM業務(尤其是*EGO*)的收入大幅增加。自2019年12月31日至2020年12月31日，我們的流動資產淨值變動乃主要由於(i)現金及現金等價物以及貿易應收款項及應收票據增加及(ii)短期銀行貸款減少，部分被貿易應付款項及應付票據、其他應付款項及應計費用以及保修撥備增加所抵銷。自2020年12月31日至2021年6月30日，我們的流動資產淨值變動乃主要由於現金及現金等價物、貿易應收款項及應收票據以及存貨增加，部分被短期銀行貸款、貿易應付款項及應付票據以及其他應付款項及應計費用增加所抵銷。自2021年6月30日至2021年10月31日，我們的流動資產淨值變動主要歸因於存貨及以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產增加，部分被現金及現金等價物減少所抵銷。

概 要

節選綜合現金流量數據

	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2018年	2019年	2020年	2020年	2021年
	(千美元)			(未經審核)	
經營活動所得現金流量淨額	8,143	39,577	133,729	66,257	89,102
投資活動(所用)/所得現金流量淨額	(21,940)	(25,458)	(15,660)	(10,075)	687
融資活動所得/(所用)現金流量淨額	35,018	7,568	(50,433)	(18,108)	(19,086)
現金及現金等價物增加淨額	21,221	21,687	67,636	38,074	70,703
年初現金及現金等價物	54,798	73,266	94,064	94,064	166,937
匯率變動影響淨額	(2,753)	(889)	5,237	(1,775)	942
年/期末現金及現金等價物	73,266	94,064	166,937	130,363	238,582

主要財務比率

下表載列於各報告期末的主要財務比率：

	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2018年	2019年	2020年	2020年	2021年
				(未經審核)	
盈利能力：					
毛利率 ⁽¹⁾	25.4%	30.3%	30.7%	28.7%	28.9%
淨利潤率 ⁽²⁾	(2.0)%	4.3%	4.0%	4.0%	10.5%
回報率：					
資產回報率 ⁽³⁾	(1.8)%	4.2%	4.4%	不適用 ⁽⁵⁾	不適用 ⁽⁵⁾
權益回報率 ⁽⁴⁾	(8.1)%	18.0%	17.0%	不適用 ⁽⁵⁾	不適用 ⁽⁵⁾

附註：

- (1) 等於毛利除以年內/期內收入，乘以100%。
- (2) 等於淨利潤除以年內/期內收入，乘以100%。
- (3) 等於淨利潤除以年末/期末資產總值，乘以100%。
- (4) 等於淨利潤除以年末/期末權益總額，乘以100%。
- (5) 由於與年度數據不可比較，該中期數據意義不大。

概 要

	截至12月31日			截至
				6月30日
	2018年	2019年	2020年	2021年
流動性：				
資本負債比率 ⁽¹⁾	2.1	1.9	1.2	1.2
債務淨額資本比率 ⁽²⁾	1.5	1.3	0.6	0.4
流動比率 ⁽³⁾	0.9	1.0	1.2	1.1
速動比率 ⁽⁴⁾	0.5	0.5	0.7	0.7

附註：

- (1) 等於債務總額(包括銀行貸款及租賃負債)除以截至各年結日／期結日的權益總額。
- (2) 等於債務淨額除以截至各年結日／期結日的權益總額。債務淨額乃由債務總額(包括銀行貸款及租賃負債)減現金及現金等價物以及抵押存款計算。
- (3) 等於流動資產總值除以截至各年結日／期結日的流動負債總額。
- (4) 等於流動資產總值減存貨及除以截至各年結日／期結日的流動負債總額。

於2019年及2020年，我們能實現淨利潤率，分別為4.3%及4.0%，主要由於(i)針對工業級／專業級及高端用戶的產品銷售額增加，例如*EGO OPE*產品及*FLEX*電動工具(其通常擁有較高的利潤率)，及(ii)通過規模經濟我們的運營效率得以提高。由於相同原因，我們的經營活動所得現金流量亦自2019年起有所改善。我們的淨利潤率由截至2020年6月30日止六個月的4.0%大幅增加至截至2021年6月30日止六個月的10.5%，主要由於(i)出售玖浩機電股權所得一次性收益，(ii)工業級／專業級及高端產品(如*EGO OPE*產品及*FLEX*電動工具)的銷售增加導致毛利率上升及(iii)規模經濟導致銷售及分銷開支、行政及其他經營開支以及研發開支佔收入的百分比下降。於往績記錄期間，玖浩機電的主要業務為持有一項物業作租賃用途，而我們為籌備[編纂]而出售該實體以簡化本集團的公司架構。

風險因素

我們的營運涉及若干風險，其中部分風險並非我們所能控制。該等風險可大致分類為：(i)有關我們行業及業務的風險；(ii)於中國開展業務有關的風險；及(iii)與[編纂]有關的風險。我們認為，我們面臨的最重大風險包括：

- 客戶及終端用戶喜好的變化、無法與大客戶保持互利關係、客戶減少存貨以及無法開闢新的分銷渠道或會對我們的業務產生不利影響。
- 無法以有利的利潤率開發及推出新產品，或客戶對新產品的需求低，可能對我們的競爭力、業績及未來增長前景造成不利影響。

概 要

- 我們可能無法成功實施我們的未來業務計劃及策略，且倘我們無法有效及高效執行該等計劃及策略，則我們的業務、財務狀況、經營業績及發展前景或會受到重大不利影響。
- 我們的歷史收入及利潤率可能並不代表我們未來的收入及利潤率。
- 我們經營所在市場不利的經濟及地緣政治情況，例如中美貿易關係緊張，可能會對我們的銷售產生不利影響。

有關所涉及的全部風險因素的詳細討論載於本文件「風險因素」一節，閣下在決定[編纂]前，務請細閱該節全部內容。

競爭

電動工具及OPE行業相對集中且競爭激烈，我們在業務各方面均面臨競爭。我們通常與電動工具及OPE行業的其他全球及國內領導者競爭。據我們的行業顧問確認，儘管行業相對集中，全球電動工具及OPE市場有超過1,000名市場參與者。我們基於我們認為是行業主要競爭因素的方面進行競爭，包括我們在產品質量方面的聲譽、對產品創新及開發的重視、我們產品線的廣度、我們的知名品牌以及我們強大的客戶關係及售後服務。由於我們的增長部分取決於我們挽留現有人員及招聘高技能僱員的能力，我們亦面臨對高技能人才(包括管理人員、工程師、設計師及產品經理)的激烈競爭。

根據弗若斯特沙利文報告，按收入計，全球動力工具市場預期將由2020年的392億美元按複合年增長率5.5%增長至2025年的513億美元，而按收入計，電動工具分部預期將由291億美元按複合年增長率5.9%增長至2025年的386億美元。於2020年，按收入計，我們佔全球動力工具市場的1.7%及佔全球電動工具市場的2.3%。全球電動工具市場的競爭格局相對集中，按2020年收入計，十大參與者佔市場份額約73.3%。下文載列全球電動工具市場五大市場參與者的描述及市場份額(按收入劃分)。

排名	公司	市場份額
1	公司A ⁽¹⁾	16.6%
2	公司B ⁽²⁾	16.0%
3	公司C ⁽³⁾	14.9%
4	公司D ⁽⁴⁾	6.9%
5	公司E ⁽⁵⁾	6.3%

概 要

附註：

- (1) 公司A（於香港聯交所上市）成立於1985年，提供電動工具、配件、手動工具、戶外電動工具及地板護理設備。公司A擁有逾48,000名僱員，在全球範圍內從事製造（遍及歐洲、北美、中國、墨西哥及越南）及產品開發業務。（資料來源：弗若斯特沙利文報告；公司A的年度報告及官方網站。）
- (2) 公司B成立於1886年，是一家總部位於德國斯圖加特的全球領先的技術及服務供應商，專注於汽車零部件、工業產品及建築產品。公司B經營四個業務分部：移動解決方案、工業技術、消費品以及能源及建築技術。截至2020年12月31日，公司B約有395,000名僱員，在60個國家逾400個地點營運。公司B的製造業務遍及歐洲、北美及中國。（資料來源：弗若斯特沙利文報告；公司B的官方網站。）
- (3) 公司C（於紐約證券交易所上市）成立於1843年，是一家總部位於美國的全球手動工具、電動工具及相關配件、工程扣件系統及產品、油氣及基礎設施應用的服務及設備、商業電子保安及監控系統、醫療保健解決方案及自動門的供應商。截至2021年1月2日，公司C於逾60個國家擁有約53,100名僱員。公司C的製造業務遍及歐洲、北美及亞洲。（資料來源：弗若斯特沙利文報告；公司C的年度報告及官方網站。）
- (4) 公司D（於東京證券交易所上市）成立於1915年，是一家總部位於日本的電動工具、園藝設備及類似產品的全球製造商。截至2021年3月31日，公司D擁有約18,624名僱員。公司D的製造業務遍及日本、中國、美國、英國、德國、巴西、羅馬尼亞及泰國。（資料來源：弗若斯特沙利文報告；公司D的官方網站。）
- (5) 公司E成立於1941年，是一家總部位於列支敦士登沙恩的電動工具、系統解決方案、軟件及服務供應商。公司E的產品涵蓋粉末致動式緊固件、鑽孔及拆卸、金剛石取芯及切割、測量、防火、螺栓扣、黏合劑及機械錨固，以及支柱及吊架系統。公司E在逾120個國家擁有約30,000名僱員。公司E的製造業務遍及歐洲、北美、中國及印度。（資料來源：弗若斯特沙利文報告；公司E的官方網站。）

根據相同報告，按收入計，全球OPE市場預期將由2020年的250億美元按複合年增長率5.3%增長至2025年的324億美元，而按收入計，電動OPE市場預期將由2020年的47億美元按複合年增長率8.0%增長至2025年的69億美元。我們佔全球OPE市場2.1%及全球電動OPE市場11.4%。全球電動OPE市場的競爭格局高度集中，按2020年收入計，十大參與者佔市場份額約88.4%。下文載列全球電動OPE市場五大市場參與者的描述及市場份額（按收入劃分）。

排名	公司	市場份額
1	公司A	20.4%
2	本公司	11.4%
3	公司C	10.4%
4	公司B	10.4%
5	公司J ⁽¹⁾	10.1%

附註：

- (1) 公司J成立於2002年，是一家總部位於中國的為消費者及園林景觀專業人員提供戶外動力設備的供應商。公司J作為原始設備製造商亦製造自有標籤產品及其他產品。公司J的製造業務遍及中國及美國。（資料來源：弗若斯特沙利文報告；公司J的官方網站。）

有關進一步詳情，請參閱「行業概覽－競爭格局」一節。

概 要

[編纂]

假設[編纂]為每股[編纂]港元（即本文件所列[編纂]的中位數）並假設[編纂]未獲行使，則經扣除我們就[編纂]應付的[編纂]費用及佣金以及估計開支後，估計我們收到的[編纂]淨額將約為[編纂]百萬港元。

假設[編纂]定為每股[編纂]港元（即指示性[編纂]的中位數），則根據我們的策略，我們擬將[編纂]作以下用途：

金額	估估計 [編纂] 淨額總額的 概約百分比	擬定用途
(百萬港元)		
[編纂]	[編纂]	擴大及升級生產設施
[編纂]	[編纂]	產品研發及新增研發人員的薪酬
[編纂]	[編纂]	新增銷售及營銷人員的薪酬及北美、歐洲及 中國等主要市場的廣告及推廣活動
[編纂]	[編纂]	償還計息銀行借款
[編纂]	[編纂]	營運資金及其他一般企業用途

若所定[編纂]高於或低於估計[編纂]的中位數或[編纂]獲行使，則上述[編纂]的分配將按比例調整。若所定[編纂]高於估計[編纂]的中位數或[編纂]獲行使，則用作營運資金及其他一般企業用途的[編纂]將不超過[編纂]。詳情請參閱本文件「未來計劃及[編纂]」一節。

[編纂]投資

我們的[編纂]投資者南京如新企業管理合夥企業（有限合夥）（「南京如新」）根據2021年1月29日簽署的投資協議投資本公司，有關代價已於2021年3月29日全部結清。緊隨[編纂]完成後（假設[編纂]未獲行使），南京如新擁有的本公司股權約佔本公司已發行股本的[編纂]%。更多詳情，請參閱本文件「歷史、重組及公司架構—[編纂]投資」一節。

概 要

控股股東

緊隨[編纂]完成後（假設[編纂]未獲行使），潘先生通過德潤將控制本公司合共[編纂]%的已發行股本。因此，潘先生及德潤將成為我們的控股股東。

股息政策

我們已採納一般年度股息政策，按任何特定年份我們應佔淨利潤總額的不少於20%基準宣派及派付年度股息。假設[編纂]於2021年落實，根據上述一般年度股息政策，2022年將為我們應佔淨利潤總額將用於宣派及派付股息的首個年度。股息宣派由董事酌情釐定且須經股東批准（如必要）。於2018年12月1日、2020年7月1日及2021年1月31日，董事會分別批准4.5百萬美元、3.7百萬美元及15.0百萬美元的股息。截至最後實際可行日期，獲批股息均已派付。過去宣派的股息並非未來股息政策的指標。此外，董事日後可重新評估我們的股息政策。詳情請參閱本文件「財務資料－股息政策」一節。

[編纂]統計數據

	按[編纂]每股股份 [編纂]港元計算	按[編纂]每股股份 [編纂]港元計算
本公司於[編纂]完成後的[編纂] ⁽¹⁾	[編纂]港元	[編纂]港元
未經審計備考經調整每股普通股有形資產淨值 ⁽²⁾	[編纂]港元	[編纂]港元

附註：

- (1) [編纂]根據預期緊隨[編纂]及[編纂]完成後（假設[編纂]未獲行使）已發行[編纂]股股份計算。
- (2) 未經審計備考經調整每股股份有形資產淨值乃假設根據[編纂]發行的股份已於2021年6月30日發行（假設[編纂]未獲行使），經作出附錄二「未經審計備考財務資料」一節所述調整後，基於[編纂]股已發行股份且分別按[編纂]港元及[編纂]港元計算得出。

控股股東所持有的股份於[編纂]後須遵守12個月禁售期，而張彤女士及柯祖謙先生實益擁有的股份則各自須遵守6個月禁售期。有關進一步詳情，請參閱「[編纂]」一節。

[編纂]開支

假設[編纂]為每股股份[編纂]港元（即建議[編纂]的中位數）及[編纂]未獲行使，我們的[編纂]開支總額估計為[編纂]百萬港元，約佔[編纂]總額的[編纂]%。估計[編纂]開支包括(i)[編纂]相關開支（包括[編纂]費及佣金）[編纂]百萬港元，(ii)法律顧問及會計師費用及開支[編纂]百萬港元，以及(iii)其他費用及開支[編纂]百萬港元。截至2020年12月31日止年度及截至2021年6月30日止六個月以及往績記錄期間後，[編纂]百萬港元及[編纂]百萬港

概 要

元分別已於綜合損益表內確認為行政開支，且[編纂]百萬港元預期於[編纂]後作為權益直接扣減列賬。前述[編纂]開支為最新實際估值，僅供參考，實際金額與估值或會有異。董事預期該等開支不會對我們於2021年的財務業績造成重大不利影響。

無重大不利變動

董事確認，直至本文件日期，我們的財務或貿易狀況或前景自2021年6月30日以來並無重大不利變動，且自2021年6月30日以來並無發生會對本文件附錄一所載經審核財務資料產生重大不利影響的事件。有關往績記錄期間後我們的營運及財務表現的資料，請參閱「概要—近期發展」一節。

COVID-19疫情的影響

於2020年3月被世界衛生組織宣佈為「大流行」的2019冠狀病毒病（「COVID-19」）持續蔓延全球，給全球市場帶來了不確定性及波動性。疫情導致的旅行、公共交通限制及工作場所長期關閉已經且可能繼續對全球經濟造成重大不利影響，並可能導致我們的業務出現中斷。此外，COVID-19疫情以及由此導致的限制及關閉可能會影響市場的需求、供應及有效運作。

儘管我們的業務營運已全面恢復正常，但由於COVID-19疫情導致政府實施暫停措施，我們的營運曾受到一定中斷。2020年第一季度，我們大量生產設施及辦公室關停若干天。具體而言，我們於南京的生產設施關停13天，而我們於德國的生產設施關停12天。因此，我們2020年第一季度的產量有所下降。此外，受COVID-19疫情影響，若干供應商暫停生產，使其零部件交付受到且將來可能還會受到影響。例如，於2020年初由於爆發COVID-19疫情，我們部分供應商無法向我們交付足夠的部件。截至2020年4月，該等供應商的零部件交付已恢復正常。由於COVID-19疫情的影響，我們在世界若干地區的產品運輸成本及時間亦有所增加。此外，2020年2月至4月的若干期間，我們北美及歐洲的海外辦事處亦暫時關閉。

於2021年7月，中國南京（我們大部分生產設施及辦公室的所在地）及中國揚州（我們多名供應商的所在地）的數個地區出現許多COVID-19陽性病例。於2021年7月及8月，我們南京的生產設施及辦公室仍然開放，我們對僱員實施了社交距離規定、佩戴口罩及強制性病毒檢測要求。然而，於2021年7月及8月的若干星期，我們的部分僱員須遵守暫時居家令及旅行限制，且我們其中一個主要倉庫暫停營運16天。部分供應商亦於該期間暫停營運或降低生產水平。因此，疫情導致我們的供應鏈、生產計劃及產品交付延遲。此外，由於疫情的影響，我們於越南的生產設施於2021年7月及8月暫停營運8天，並自2021年8月起逐步恢復生產。截至2021年6月30日止六個月，越南工廠的設計年度產能佔我們總設計年

概 要

度產能約5%。於2021年第三季度，我們已將三項租賃物業改造為生產設施。由於建立額外生產設施，我們的產能自2021年8月起增加。由於中國南京和揚州以及越南的COVID-19病例的影響，我們2021年第三季度的收入增長較過往期間放緩。我們的收入從自2020年7月1日至2020年9月30日止三個月的307.2百萬美元增加41.0百萬美元或13.3%至2021年同期的348.2百萬美元。相比之下，我們的收入從截至2020年6月30日止六個月的514.4百萬美元增加68.9%至截至2021年6月30日止六個月的868.8百萬美元。

我們認為，COVID-19疫情對我們的經營業績並無重大不利影響。我們的收入由2019年的843.6百萬美元增加42.4%至2020年的1,200.9百萬美元，並由截至2020年6月30日止六個月的514.4百萬美元增加68.9%至2021年同期的868.8百萬美元。截至2018年、2019年及2020年12月31日止年度以及截至2021年6月30日止六個月，生產設施的利用率分別保持相對穩定在96%、90%、91%及92%。此外，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們整體上並無因COVID-19疫情導致的產品交付延遲而遭受處罰或被收取費用，而我們的客戶關係則保持穩定。

目前，我們無法準確預測COVID-19疫情對我們業務的影響，這將取決於（其中包括）病毒的最終傳播地理區域、疫情持續時間以及政府部門實施的相應旅行限制及企業停業措施。有關進一步詳情，請參閱本文件「風險因素－有關我們行業及業務的風險－我們的業務可能會受到COVID-19等傳染病的影響」一節。

中美貿易緊張局勢的影響

我們的業務面臨中美貿易緊張局勢的風險。中國與美國之間持續的貿易爭端及美國對中國進口徵收的關稅增加導致市場波動加劇、消費者信心減弱及對全球經濟增長的預期降低。於2018年、2019年、2020年及截至2021年6月30日止六個月，我們收入的37.1%、32.5%、36.7%及22.8%分別來自須繳納美國關稅的銷售。我們向美國銷售的大部分產品為第四批清單產品，而我們絕大部分第四批清單產品於2018年1月至2019年8月的關稅稅率為零。自2019年9月1日起，第四批清單產品的關稅稅率上調至15%。於2020年1月，美國與中國簽署第一階段貿易協議，自2019年9月起對若干第四批清單產品徵收的15%關稅減至7.5%，而對第四批清單產品餘下部分徵收的關稅無限期延遲。截至本文件日期，關稅維持不變，令中國商品更昂貴，並導致美國公司將部分採購轉移至越南等其他國家。我們出口至美國的大部分產品及生產我們產品所需的材料被視為美國貿易代表開展的301條款行動中的「第四批清單產品」，並須繳納增加的關稅。於2018年、2019年、2020年以及截至2020年及2021年6月30日止六個月，我們與美國關稅有關的關稅成本分別為0.6百萬美元、8.5百萬美元、28.4百萬美元、15.5百萬美元及7.9百萬美元。我們無法向閣下保證我們將

概 要

能夠完全抵銷關稅對我們財務狀況、經營業績或現金流量的影響。有關更多詳情，請參閱本文件「風險因素－我們經營所在市場不利的經濟及地緣政治情況，例如中美貿易關係緊張，可能會對我們的銷售產生不利影響」一節。

儘管如此，我們的產品並不涉及敏感技術或功能，且我們並無理由相信美國政府將對我們的產品施加進口限制。此外，由於我們為電動工具及OPE產品供應商，我們認為我們的業務不會對美國的國家利益造成不利影響，因此，我們預期美國政府不會對我們採購原材料或部件實施出口限制。倘美國政府實施該等出口限制，我們相信我們將能夠以合理的成本及時尋找替代性供應商。因此，董事認為，中美貿易緊張局勢不大可能會妨礙我們與北美客戶開展業務或與北美合作夥伴合作的能力，或於不久將來對我們的營運及財務表現造成重大不利影響。經考慮所進行的盡職審查，聯席保薦人並無注意到任何事宜會令董事認為中美貿易緊張局勢不大可能妨礙本公司於不久將來與北美客戶／合作夥伴開展業務的能力或其營運及財務表現的觀點遭受質疑。

我們將繼續探索擴大歐洲、中國、澳大利亞及其他市場的銷售渠道，將此作為應急措施，以緩解中美貿易緊張局勢加劇帶來的潛在影響。此外，我們近期於英國及新西蘭成立公司，以更好地服務當地客戶及市場。我們可能考慮擴大越南工廠的產能，且我們亦已就於北美及歐洲建立更多工廠進行可行性研究。此外，我們主要通過(i)推廣利潤率較高的新產品以部分抵銷關稅成本；(ii)與客戶或供應商分擔關稅成本；及(iii)經考慮匯率及原材料價格等因素後，在適當情況下提高須繳納關稅產品的售價，以減輕美國關稅帶來的成本影響。我們僅通過與客戶或供應商共同協定的合約條款與相關客戶及供應商分擔關稅成本。我們與該等客戶或供應商就關稅成本進行誠意協商。因此，我們相信與客戶或供應商分擔關稅成本並無阻礙，且我們預期其不會阻礙我們與客戶或供應商開展業務的能力。然而，我們無法保證該等努力將有效或達到預期效果。倘我們緩解中美貿易緊張局勢加劇的潛在影響的應急措施無效或未能達到預期效果，我們的業務運營及財務表現可能受到重大不利影響。有關更多詳情，請參閱本文件「風險因素－我們可能無法成功實施我們的未來業務計劃及策略，且倘我們無法有效及高效執行該等計劃及策略，則我們的業務、財務狀況、經營業績及發展前景或會受到重大不利影響」一節。

概 要

近期發展

截至2021年9月30日止九個月與截至2020年9月30日止九個月比較

我們的收入由截至2020年9月30日止九個月的821.5百萬美元增加48.1%至截至2021年9月30日止九個月的1,217.0百萬美元，主要由於與我們的主要客戶合作的*EGO*、*FLEX*和*SKIL*產品的銷售額增加。

我們的毛利由截至2020年9月30日止九個月的246.7百萬美元增加41.3%至截至2021年9月30日止九個月的348.6百萬美元。我們電動工具產品的毛利由截至2020年9月30日止九個月的138.0百萬美元增加29.0%至截至2021年9月30日止九個月的178.0百萬美元。我們OPE產品的毛利由截至2020年9月30日止九個月的107.6百萬美元增加58.0%至截至2021年9月30日止九個月的170.0百萬美元。

上述披露的本集團截至2021年9月30日止九個月的財務數據來源於我們截至2021年9月30日止九個月的未經審核中期財務報表，此乃根據香港會計準則第34號「中期財務報告」編製而成，並由申報會計師依據香港審閱委聘準則第2410號「由實體的獨立核數師執行中期財務資料審閱」進行審閱。

購買可換股債券

於2021年8月3日，泉峰汽車精密技術宣佈，其已獲中國證監會批准，公開發行本金總額為人民幣620百萬元（97.3百萬美元）的A股可換股債券，到期日為自發行日期起計第六年。根據可換股債券發售的條款，泉峰汽車精密技術的現有股東擁有可優先認購可換股債券的權利，但以該股東於泉峰汽車精密技術的權益比例為限。截至2021年9月30日，泉峰（中國）投資（其為我們的全資附屬公司並擁有泉峰汽車精密技術的23.12%）已行使該優先購買權並已就其作出付款，以認購本金額人民幣118.5百萬元（18.6百萬美元）的可換股債券。由於可換股債券於完成日期起計六個月期間不可轉換，故泉峰（中國）投資無法及無意於[編纂]完成之前轉換相關可換股債券。泉峰汽車精密技術由德潤的間接附屬公司泉峰精密技術擁有35.75%的權益。因此，泉峰汽車精密技術為德潤的聯繫人，因此，根據上市規則第14A.13(3)條為我們的關連人士。有關進一步詳情，請參閱本文件「關連交易」一節。

臨時限電

於2021年9月及10月，中國若干地區因煤價上漲及政府要求減少碳排放而經歷電力短缺，導致相關地區各製造企業的生產延遲。我們位於南京的生產基地受到有關水電提供商間斷性實施的為期約兩周（自2021年10月5日至21日）的臨時限電。然而，該等限電措施並無對我們的產量或業務營運造成重大不利影響。我們購買了額外的發電機並實施減少電力

概 要

消耗的措施。該等額外發電機使用柴油發電。我們亦使用太陽能來補充我們的電力供應。此外，由於我們的零部件存貨充足，且限電持續時間有限，有關限電並無對我們的生產及成品的交付造成重大不利影響。

於臨時限電期間，有關水電提供商限制對我們的電力供應，但不限制我們的電力使用。具體而言，有關水電提供商並無禁止使用額外的發電機。據我們的中國法律顧問所告知，中國法律並無禁止我們購買和使用發電機。因此，我們通過該等內部發電機獲取額外電源的行為屬合法且不會構成對任何法律或監管限制的潛在規避。

截至2018年、2019年及2020年12月31日止年度以及截至2021年9月30日止九個月，我們的電力成本分別為2.5百萬美元、2.6百萬美元、3.2百萬美元及3.1百萬美元，分別佔我們銷售成本的0.5%、0.4%、0.4%及0.4%。鑒於電力成本對我們的整體成本結構的貢獻相對較小，董事認為近期的電價調整不會對我們的業務運營及財務狀況造成重大不利影響。

於最後實際可行日期，近期電力短缺並無導致供應商的原材料交付出現任何重大延遲或我們向客戶交付產品出現重大延遲，並且我們的業務運營及財務狀況並無因近期中國電力短缺或電價上漲而受到重大影響。

於2021年11月初，國家電網有限公司（中國全國電網的主要營運商）宣佈，電力供應已恢復正常。我們認為，電力短缺及限制並無對我們往績記錄期間及直至最後實際可行日期的業務運營及財務表現造成重大不利影響。

COVID-19疫情的影響

有關近期COVID-19病例對我們的運營及財務業績造成的影響之進一步詳情，請參閱「COVID-19對我們運營的影響」一節。