

FIH[®] 富智康[®]

富智康集團有限公司

(在開曼群島註冊成立的有限公司)

股份代號: 2038

2022

中期報告

目錄

公司資料	2
簡明綜合財務報表審閱報告	3
簡明綜合損益及其他全面收益表	4
簡明綜合財務狀況報表	6
簡明綜合權益變動表	8
簡明綜合現金流量表	9
簡明綜合財務報表附註	10
業務回顧	33
其他資料	158

公司資料

富智康集團有限公司(「本公司」, 連同其附屬公司, 統稱「本集團」)
(「我們」及「我們的」指「本公司」或「本公司的」(視情況而定)。)

執行董事

池育陽(代理主席及行政總裁)

郭文義

孟效義(首席運營官)

獨立非執行董事

劉紹基

Daniel Joseph MEHAN

陶韻智

公司秘書

黃建昕

註冊辦事處

P. O. Box 31119 Grand Pavilion

Hibiscus Way

802 West Bay Road

Grand Cayman, KY1-1205

Cayman Islands

總辦事處

台灣236新北市

土城區

沛陂里

民生街4號

香港主要營業地點

香港

九龍

長沙灣

青山道538號

半島大廈8樓

核數師

德勤•關黃陳方會計師行

註冊公眾利益實體核數師

法律顧問

德同國際有限法律責任合夥

富而德律師事務所(香港)

孖士打律師行(香港)

主要往來銀行

中國農業銀行

北京銀行

中國銀行

交通銀行

廣發銀行

招商銀行

中國信託商業銀行

花旗銀行

星展銀行

德意志銀行

興業銀行

安智銀行

日商瑞穗實業銀行

Santander Bank

渣打銀行

三井住友銀行

台北富邦銀行

香港上海滙豐銀行有限公司

股份過戶登記總處

Suntera (Cayman) Limited

Suite 3204, Unit 2A, Block 3, Building D

P. O. Box 1586

Gardenia Court, Camana Bay

Grand Cayman, KY1-1100

Cayman Islands

香港股份過戶登記分處

香港中央證券登記有限公司

香港

灣仔

皇后大道東183號

合和中心17樓

1712-1716號舖

股份代號

2038

網站

<https://www.fihmobile.com>

Deloitte.

德勤

致：富智康集團有限公司董事會

緒言

我們已審閱載於第4頁至第32頁的富智康集團有限公司（「貴公司」）及其附屬公司的簡明綜合財務報表，當中包括於二零二二年六月三十日的簡明綜合財務狀況報表，與截至該日止六個月期間的相關簡明綜合損益及其他全面收益表、權益變動表及現金流量表以及若干說明附註。香港聯合交易所有限公司證券上市規則規定，就中期財務資料編製的報告必須符合當中有關條文以及國際會計準則理事會所頒佈國際會計準則第34號「中期財務報告」（「國際會計準則第34號」）。貴公司董事須對根據國際會計準則第34號編製及呈列該等簡明綜合財務報表負責。我們的責任是根據審閱該等簡明綜合財務報表作出結論，並按照委聘的協定條款僅向作為實體的閣下報告結論，且並無其他目的。我們不會就本報告的內容向任何其他人士負上或承擔任何責任。

審閱範圍

我們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。審閱該等簡明綜合財務報表包括主要向負責財務和會計事務的人員作出查詢，並應用分析性和其他審閱程序。審閱範圍遠少於根據香港核數準則進行審核的範圍，故不能令我們保證我們將知悉在審核中可能發現的所有重大事項。因此，我們不會發表審核意見。

結論

按照我們的審閱，我們並無發現任何事項，令我們相信簡明綜合財務報表在各重大方面未有根據國際會計準則第34號編製。

德勤•關黃陳方會計師行

執業會計師

香港

二零二二年八月九日

簡明綜合損益及其他全面收益表

截至二零二二年六月三十日止六個月

	附註	截至六月三十日止六個月	
		二零二二年 千美元 (未經審核)	二零二一年 千美元 (未經審核)
營業收入	3	4,125,264	3,937,867
銷售成本		(4,043,585)	(3,875,550)
毛利		81,679	62,317
其他收入、收益及虧損		49,039	76,463
銷售開支		(3,380)	(3,577)
一般及行政開支		(92,350)	(99,906)
研究與開發開支		(37,446)	(62,687)
利息開支		(7,251)	(3,928)
應佔聯營公司虧損		(4,107)	(96)
應佔一間合營公司虧損		(5,152)	-
除稅前虧損		(18,968)	(31,414)
所得稅(開支)抵免	4	(4,855)	3,085
期間虧損	5	(23,823)	(28,329)
其他全面(開支)收益：			
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(虧損)收益		(61,846)	4,283
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		(130,358)	8,545
應佔聯營公司換算儲備		(1,913)	(1,072)
應佔一間合營公司換算儲備		(2,684)	-
		(134,955)	7,473
期間其他全面(開支)收益		(196,801)	11,756
期間全面開支總額		(220,624)	(16,573)

簡明綜合損益及其他全面收益表(續)

截至二零二二年六月三十日止六個月

	截至六月三十日止六個月	
	二零二二年	二零二一年
	千美元	千美元
附註	(未經審核)	(未經審核)
分配至下列各項的期間虧損：		
本公司擁有人	(23,780)	(28,184)
非控股權益	(43)	(145)
	(23,823)	(28,329)
分配至下列各項的全面開支總額：		
本公司擁有人	(220,129)	(16,465)
非控股權益	(495)	(108)
	(220,624)	(16,573)
每股虧損		
基本	(0.3美仙)	(0.3美仙)

簡明綜合財務狀況報表

於二零二二年六月三十日

		二零二二年 六月三十日 千美元 (未經審核)	二零二一年 十二月三十一日 千美元 (經審核)
非流動資產			
物業、廠房及設備	8	747,884	813,658
使用權資產	8	55,542	60,210
投資物業		12,693	14,655
按公平值計入損益的金融資產			
— 股本工具		1,900	1,900
按公平值計入其他全面收益的金融資產			
— 股本工具		160,905	225,339
於聯營公司的權益		25,728	20,891
於合營公司的權益		32,164	40,000
遞延稅項資產	9	21,518	22,132
購置使用權資產的按金		28,395	29,881
		1,086,729	1,228,666
流動資產			
存貨		809,423	850,592
應收貿易及其他賬款	10	1,832,738	2,001,387
銀行存款		50,128	14,327
銀行結餘及現金		1,675,959	1,884,719
		4,368,248	4,751,025

簡明綜合財務狀況報表(續)

於二零二二年六月三十日

	附註	二零二二年 六月三十日 千美元 (未經審核)	二零二一年 十二月三十一日 千美元 (經審核)
流動負債			
應付貿易及其他賬款	11	2,184,316	2,732,383
合約負債		170,827	105,207
租賃負債		8,032	5,033
銀行借貸	12	1,041,141	857,490
撥備	13	5,380	6,323
應付稅項		64,621	71,849
		3,474,317	3,778,285
流動資產淨值		893,931	972,740
總資產減流動負債		1,980,660	2,201,406
資本及儲備			
股本	14	318,920	320,400
儲備		1,624,413	1,839,560
本公司擁有人應佔權益		1,943,333	2,159,960
非控股權益		6,325	7,309
權益總額		1,949,658	2,167,269
非流動負債			
遞延稅項負債	9	5,786	6,715
遞延收入	15	8,492	9,279
租賃負債		16,724	18,143
		31,002	34,137
		1,980,660	2,201,406

簡明綜合權益變動表

截至二零二二年六月三十日止六個月

	分配至本公司擁有人												
	已購回 待註銷										非控股 權益		權益總額
	股本	股份溢價	股份	特別儲備	重估儲備	其他儲備	法定儲備	換算儲備	股份 報酬儲備	保留溢利	總計	權益	
千美元	千美元	千美元	千美元	千美元	千美元	千美元	千美元	千美元	千美元	千美元	千美元	千美元	千美元
於二零二一年一月一日 的結餘(經審核)	325,800	1,196,955	(2,746)	15,514	(4,286)	(740)	174,769	111,361	-	258,805	2,075,432	6,636	2,082,068
期間虧損	-	-	-	-	-	-	-	-	-	(28,184)	(28,184)	(145)	(28,329)
期間其他全面收益	-	-	-	-	4,283	-	-	7,436	-	-	11,719	37	11,756
期間全面收益(開支)總額	-	-	-	-	4,283	-	-	7,436	-	(28,184)	(16,465)	(108)	(16,573)
購回普通股(附註14)	-	-	(12,171)	-	-	-	-	-	-	-	(12,171)	-	(12,171)
註銷普通股(附註14)	(2,407)	(5,293)	7,700	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
於二零二一年六月三十日 的結餘(未經審核)	323,393	1,191,662	(7,217)	15,514	(9)	(740)	174,769	118,797	-	230,621	2,046,796	6,528	2,053,324
於二零二二年一月一日 的結餘(經審核)	320,400	1,182,629	(1,170)	15,514	12,601	(405)	176,419	139,976	513	313,483	2,159,960	7,309	2,167,269
期間虧損	-	-	-	-	-	-	-	-	-	(23,780)	(23,780)	(43)	(23,823)
期間其他全面收益	-	-	-	-	(61,846)	-	-	(134,503)	-	-	(196,349)	(452)	(196,801)
期間全面開支總額	-	-	-	-	(61,846)	-	-	(134,503)	-	(23,780)	(220,129)	(495)	(220,624)
購回普通股(附註14)	-	-	(5,990)	-	-	-	-	-	-	-	(5,990)	-	(5,990)
註銷普通股(附註14)	(1,480)	(4,175)	5,655	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
出售按公平值計入其他 全面收益的股本工具	-	-	-	-	(6,334)	-	-	-	-	6,334	-	-	-
就以股本支付股份形式 付款作出的付款	-	-	-	-	-	-	-	-	(1,197)	-	(1,197)	-	(1,197)
確認以股本支付股份 形式付款(附註17)	-	-	-	-	-	-	-	-	684	-	684	9,516	10,200
註銷以股本支付股份 形式付款(附註17)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	10,005	10,005	(10,005)	-
於二零二二年六月三十日 的結餘(未經審核)	318,920	1,178,454	(1,505)	15,514	(55,579)	(405)	176,419	5,473	-	306,042	1,943,333	6,325	1,949,658

簡明綜合現金流量表

截至二零二二年六月三十日止六個月

	截至六月三十日止六個月	
	二零二二年	二零二一年
	千美元	千美元
	(未經審核)	(未經審核)
用於經營活動的現金淨額	(212,759)	(17,952)
投資活動		
購買物業、廠房及設備	(59,241)	(53,614)
來自作投資用途的銀行存款的現金流出淨額	(35,801)	(238)
購買按公平值計入其他全面收益的股本工具	(4,215)	(549)
出售按公平值計入其他全面收益的股本工具的所得款項	6,334	-
出售物業、廠房及設備的所得款項	976	3,308
來自按公平值計入其他全面收益的股本工具所收取股息	-	1,242
用於投資活動的現金淨額	(91,947)	(49,851)
融資活動		
籌得的銀行借貸	1,976,172	1,556,898
已償還銀行借貸	(1,787,318)	(1,511,857)
購回普通股的付款	(5,990)	(12,171)
已付銀行借貸的利息	(6,325)	(3,417)
償還租賃負債	(2,606)	(2,395)
已付租賃負債利息	(570)	(489)
來自融資活動的現金淨額	173,363	26,569
現金及現金等值物減少淨額	(131,343)	(41,234)
於一月一日的現金及現金等值物	1,884,719	1,779,332
匯率變動影響	(77,417)	3,977
於六月三十日的現金及現金等值物， 即銀行結餘及現金	1,675,959	1,742,075

簡明綜合財務報表附註

截至二零二二年六月三十日止六個月

1. 編製基準

簡明綜合財務報表乃按國際會計準則理事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。

2. 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及應用與本集團有關的若干會計政策而產生額外會計政策外，於截至二零二二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本集團截至二零二一年十二月三十一日止年度的全年財務報表所呈列者一致。

股份形式付款安排

以股本支付股份形式付款的交易

註銷股份形式付款安排

註銷已授出的購股權入賬列為加速歸屬。因此，原本將就於餘下歸屬期內收到的服務確認的金額即時確認。

簡明綜合財務報表附註(續)

截至二零二二年六月三十日止六個月

2. 主要會計政策(續)

應用國際財務報告準則的修訂本

於本中期期間，本集團首次應用下列由國際會計準則理事會頒佈就本集團於二零二二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3號修訂本	概念框架參考
國際財務報告準則第16號修訂本	二零二一年六月三十日後的COVID-19相關租金寬減
國際會計準則第16號修訂本	物業、廠房及設備 – 擬定用途前所得款項
國際會計準則第37號修訂本	繁重合約 – 履行合約的成本
國際財務報告準則修訂本	二零一八年至二零二零年國際財務報告準則年度改進

除下文所述者外，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。

2.1 應用國際會計準則第16號修訂本「物業、廠房及設備 – 擬定用途前所得款項」的影響及會計政策

2.1.1 會計政策

物業、廠房及設備

成本包括使有關資產達至可按管理層擬定方式運作的位置及狀態的任何直接應佔成本，包括測試相關資產是否正常運作時的成本及就合資格資產而言，包括根據本集團會計政策資本化的借貸成本。銷售於使物業、廠房及設備項目達至可按管理層擬定方式運作的位置及狀態時產生的項目（如於測試有關資產是否正常運作時產生的樣本）的所得款項及產生該等項目的相關成本於損益內確認。

2.1.2 過渡及影響概述

應用該等修訂本對本集團的財務狀況及表現並無重大影響。

簡明綜合財務報表附註(續)

截至二零二二年六月三十日止六個月

3. 營業收入及分類資料

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。

本集團的營業收入源於客戶合約,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)4,125,264,000美元(二零二一年:3,937,867,000美元)。

本集團按營運及可呈報分類呈列的營業收入及業績分析如下:

	截至六月三十日止六個月	
	二零二二年 千美元 (未經審核)	二零二一年 千美元 (未經審核)
分類營業收入(外部銷售)		
亞洲	2,867,476	3,451,984
歐洲	491,862	280,360
美洲	765,926	205,523
總計	4,125,264	3,937,867
分類溢利		
亞洲	46,600	52,853
歐洲	4,616	8,335
美洲	20,330	13,827
其他收入、收益及虧損	71,546	75,015
一般及行政開支	55,792	60,188
研究與開發開支	(92,350)	(99,906)
利息開支	(37,446)	(62,687)
應佔聯營公司虧損	(7,251)	(3,928)
應佔一間合營公司虧損	(4,107)	(96)
	(5,152)	-
除稅前虧損	(18,968)	(31,414)

簡明綜合財務報表附註(續)

截至二零二二年六月三十日止六個月

3. 營業收入及分類資料(續)

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」)。

分類溢利指各分類賺取的毛利及服務收入以及若干收益及虧損(計入其他收入、收益及虧損)並扣除所有銷售開支。此乃就資源分配及表現評估向行政總裁呈報的基準。

4. 所得稅開支(抵免)

所得稅開支(抵免)包括：

	截至六月三十日止六個月	
	二零二二年	二零二一年
	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	6,746	3,174
	<u>6,746</u>	<u>3,174</u>
過往期間超額撥備：		
— 香港	-	-
— 其他司法管轄區	(1,283)	(3,900)
	<u>(1,283)</u>	<u>(3,900)</u>
遞延稅項(附註9)		
本期間	(608)	(2,359)
	<u>(608)</u>	<u>(2,359)</u>
	<u>4,855</u>	<u>(3,085)</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計提撥備。

簡明綜合財務報表附註(續)

截至二零二二年六月三十日止六個月

4. 所得稅開支(抵免)(續)

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%(二零二一年：25%)。本公司其中兩家中國附屬公司分別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二零二一年起生效)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%(二零二一年：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。

5. 期間虧損

	截至六月三十日止六個月	
	二零二二年	二零二一年
	千美元	千美元
	(未經審核)	(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	84,397	91,070
使用權資產折舊	3,432	3,071
投資物業折舊	1,219	1,316
折舊總額	89,048	95,457
減：資本化為存貨的金額	(71,278)	(74,768)
減：計入研究與開發開支的金額	(2,773)	(5,503)
	14,997	15,186
已確認為開支的存貨成本	4,014,248	3,853,804
保用撥備	5,220	1,258
存貨撇減至可變現淨值	24,117	20,488
就應收貿易賬款而確認的減值虧損淨額	14,462	4,803
匯兌(收益)虧損淨額	(13,613)	10
出售物業、廠房及設備的虧損(收益)	2,689	(561)
銀行存款的利息收入	(19,027)	(16,352)

簡明綜合財務報表附註(續)

截至二零二二年六月三十日止六個月

6. 股息

截至二零二二年六月三十日及二零二一年六月三十日止六個月概無派付、宣派或建議任何股息，惟本公司將於Bharat FIH Limited(前稱Rising Stars Mobile India Private Limited及隨後稱Bharat FIH Private Limited)(「BFIH」)之建議分拆完成後建議派發特別現金股息。

7. 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	
	二零二二年	二零二一年
	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	(23,780)	(28,184)
股份數目		
就每股基本虧損而言的普通股加權平均數	7,983,103,751	8,084,621,160

計算截至二零二二年六月三十日止六個月的每股攤薄虧損並無計及本公司發行的股份獎勵(詳情載於附註17(b))，原因是其具有反攤薄影響，亦無計及其附屬公司發行的購股權(詳情載於附註17(a))的影響，原因是本公司董事認為有關影響並不重大。由於並無已發行潛在普通股，故於截至二零二一年六月三十日止六個月並無呈列每股攤薄虧損。

簡明綜合財務報表附註(續)

截至二零二二年六月三十日止六個月

8. 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59,241,000美元(截至二零二一年六月三十日止六個月：53,614,000美元)的物業、廠房及設備。

此外，本集團訂立一份新租賃協議，租期三年(截至二零二一年六月三十日止六個月：多份新租賃協議，租期兩年)。於租賃開始時，本集團確認約1,409,000美元(截至二零二一年六月三十日止六個月：872,000美元)的使用權資產及1,409,000美元(截至二零二一年六月三十日止六個月：872,000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218,000美元(截至二零二一年六月三十日止六個月：11,885,000美元)，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3,665,000美元(截至二零二一年六月三十日止六個月：2,747,000美元)的若干物業、廠房及設備，所得款項為976,000美元(截至二零二一年六月三十日止六個月：3,308,000美元)，因而錄得出售虧損2,689,000美元(截至二零二一年六月三十日止六個月：出售收益561,000美元)。

9. 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：

	存貨備抵	加速 稅項折舊	稅項虧損	其他	總計
	千美元	千美元	千美元	千美元 (附註)	千美元
於二零二一年一月一日(經審核)	(2,309)	7,319	(6,959)	(6,930)	(8,879)
期內扣除(計入)損益	218	(2,872)	319	(24)	(2,359)
匯兌調整	(11)	57	(36)	(31)	(21)
於二零二一年六月三十日(未經審核)	(2,102)	4,504	(6,676)	(6,985)	(11,259)
於二零二二年一月一日(經審核)	(2,922)	3,901	(3,986)	(12,410)	(15,417)
期內扣除(計入)損益	499	(241)	(1,193)	327	(608)
匯兌調整	102	(163)	(109)	463	293
於二零二二年六月三十日(未經審核)	(2,321)	3,497	(5,288)	(11,620)	(15,732)

附註：其他主要指應計開支產生的暫時差額。

簡明綜合財務報表附註(續)

截至二零二二年六月三十日止六個月

9. 遞延稅項(續)

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：

	二零二二年 六月三十日 千美元 (未經審核)	二零二一年 十二月三十一日 千美元 (經審核)
遞延稅項資產	(21,518)	(22,132)
遞延稅項負債	5,786	6,715
	(15,732)	(15,417)

於二零二二年六月三十日，由於不可能出現應課稅溢利可用作扣減可扣稅暫時差額，本集團並未確認存貨備抵、應收貿易及其他賬款、保用撥備、遞延收入及其他應計開支的可扣稅暫時差額約85,858,000美元(二零二一年十二月三十一日：101,194,000美元)。

於二零二二年六月三十日，本集團可供對銷未來溢利的未動用稅項虧損約為2,095,514,000美元(二零二一年十二月三十一日：2,060,513,000美元)。於二零二二年六月三十日，已就有關虧損其中約17,627,000美元(二零二一年十二月三十一日：13,286,000美元)確認遞延稅項資產。於二零二二年六月三十日，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，故並無就餘下稅項虧損2,077,887,000美元(二零二一年十二月三十一日：2,047,227,000美元)確認遞延稅項資產。未確認稅項虧損包括將於連續5年內屆滿的虧損382,711,000美元(二零二一年十二月三十一日：356,292,000美元)。其他虧損可無限期結轉。

根據企業所得稅法，中國附屬公司就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858,622,000美元(二零二一年十二月三十一日：914,615,000美元)所附帶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，且有關差額可能不會於可見將來撥回。

簡明綜合財務報表附註(續)

截至二零二二年六月三十日止六個月

10. 應收貿易及其他賬款

	二零二二年 六月三十日 千美元 (未經審核)	二零二一年 十二月三十一日 千美元 (經審核)
應收貿易賬款	1,588,870	1,708,217
減：信貸虧損備抵	(26,605)	(12,642)
	1,562,265	1,695,575
其他可收回稅項	167,272	181,870
其他應收賬款、按金及預付款項	103,201	123,942
	1,832,738	2,001,387

本集團一般於貨品交予客戶時向客戶發出發票，惟本集團亦可能向客戶收取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。

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

	二零二二年 六月三十日 千美元 (未經審核)	二零二一年 十二月三十一日 千美元 (經審核)
0-90日	1,443,262	1,574,028
91-180日	66,283	95,205
181-360日	49,607	26,158
超過360日	3,113	184
	1,562,265	1,695,575

於二零二二年六月三十日，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26,605,000美元(二零二一年六月三十日：12,661,000美元)。

簡明綜合財務報表附註(續)

截至二零二二年六月三十日止六個月

11. 應付貿易及其他賬款

	二零二二年 六月三十日 千美元 (未經審核)	二零二一年 十二月三十一日 千美元 (經審核)
應付貿易賬款	1,521,327	2,038,092
其他應付稅項	109,619	118,587
應計員工成本及僱員福利	138,583	136,285
其他	414,787	439,419
	2,184,316	2,732,383

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：

	二零二二年 六月三十日 千美元 (未經審核)	二零二一年 十二月三十一日 千美元 (經審核)
0-90日	1,337,012	1,950,662
91-180日	157,578	57,682
181-360日	3,040	18,334
超過360日	23,697	11,414
	1,521,327	2,038,092

簡明綜合財務報表附註(續)

截至二零二二年六月三十日止六個月

12. 銀行借貸

	二零二二年 六月三十日 千美元 (未經審核)	二零二一年 十二月三十一日 千美元 (經審核)
銀行借貸	1,041,141	857,490

按貨幣劃分的銀行借貸分析：

美元	945,800	816,280
人民幣	92,420	39,200
印度盧比	2,921	2,010

於報告期末的銀行借貸均為無抵押，原到期日為一至六個月(二零二一年十二月三十一日：一至六個月)，須於一年內償還，並按固定年利率介乎1.48%至5.90%(二零二一年十二月三十一日：0.61%至5.90%)計息。

13. 撥備

	保用撥備 千美元
於二零二一年一月一日(經審核)	9,499
匯兌調整	135
年內撥備	6,058
使用撥備／於保用期屆滿後	(9,369)
於二零二一年十二月三十一日(經審核)	6,323
匯兌調整	(278)
期內撥備	5,220
使用撥備／於保用期屆滿後	(5,885)
於二零二二年六月三十日(未經審核)	5,380

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。

簡明綜合財務報表附註(續)

截至二零二二年六月三十日止六個月

14. 股本

	股數	金額 千美元
每股面值0.04美元的普通股，法定：		
於二零二一年一月一日、二零二一年十二月三十一日 及二零二二年六月三十日的結餘	20,000,000,000	800,000
每股面值0.04美元的普通股，已發行及繳足：		
於二零二一年一月一日的結餘	8,145,000,000	325,800
註銷股份	(135,000,000)	(5,400)
於二零二一年十二月三十一日的結餘	8,010,000,000	320,400
註銷股份	(37,000,000)	(1,480)
於二零二二年六月三十日的結餘	7,973,000,000	318,920

於本期間，本公司透過香港聯合交易所有限公司(「聯交所」)購回其本身普通股的詳情如下：

購回月份	每股面值 0.04美元的 普通股數目	每股價格		已付代價 總額 千港元
		最高 港元	最低 港元	
一月	10,000,000	1.41	1.37	13,900
三月	7,100,000	1.08	1.04	7,559
四月	12,900,000	1.09	1.02	13,572
六月	11,000,000	1.13	1.01	11,812
	<u>41,000,000</u>			<u>46,843</u>
				千美元
相當於				<u>5,990</u>

簡明綜合財務報表附註(續)

截至二零二二年六月三十日止六個月

14. 股本(續)

30,000,000股普通股已於購回後註銷且餘下11,000,000股普通股其後於二零二二年七月八日註銷。

於本期間，本公司附屬公司概無購買、出售或贖回本公司任何上市證券。

截至二零二一年十二月三十一日止年度，本公司透過聯交所購回其本身普通股的詳情如下：

購回月份	每股面值	每股價格		已付代價
	0.04美元的 普通股數目	最高 港元	最低 港元	總額 千港元
一月	34,818,000	1.33	0.98	38,408
六月	44,818,000	1.30	1.22	56,031
七月	30,000,000	1.27	1.16	37,423
十二月	<u>7,000,000</u>	1.36	1.24	<u>9,127</u>
	<u>116,636,000</u>			<u>140,989</u>
				千美元
相當於				<u>18,150</u>

109,636,000股普通股已於購回後註銷。餘下7,000,000股普通股其後於二零二二年一月十四日註銷。

簡明綜合財務報表附註(續)

截至二零二二年六月三十日止六個月

15. 遞延收入

	二零二二年 六月三十日 千美元 (未經審核)	二零二一年 十二月三十一日 千美元 (經審核)
政府津貼	8,492	9,279

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. 資本承擔

	二零二二年 六月三十日 千美元 (未經審核)	二零二一年 十二月三十一日 千美元 (經審核)
收購物業、廠房及設備的已訂約但未撥備承擔	21,609	14,951

17. 股份形式付款的交易

(a) 以股本支付的購股權計劃

本公司為確保購股權計劃的持續性以獎勵、推動及挽留合資格人士，已於二零一三年十一月二十六日採納一項購股權計劃(「購股權計劃」)，並將於二零二三年十一月二十五日屆滿，惟根據其條款另行終止者除外。

經本公司全資附屬公司BFIH的董事會及股東批准及BFIH購股權計劃(定義見本集團截至二零二一年十二月三十一日的年度報告)承授人同意，所有BFIH購股權計劃項下已授出尚未行使之購股權已自二零二二年六月十二日起悉數註銷。

截至二零二二年六月三十日止六個月，本集團確認購股權開支9,516,000美元(截至二零二一年六月三十日止六個月：無)。

目前，並無根據購股權計劃及BFIH購股權計劃尚未行使的購股權。於二零二二年六月三十日，並無購股權可予行使(二零二一年十二月三十一日：根據BFIH購股權計劃可行使83,110,000份購股權)。

簡明綜合財務報表附註(續)

截至二零二二年六月三十日止六個月

17. 股份形式付款的交易(續)

(b) 其他股份形式付款的計劃

本公司為確保股份計劃的持續性以獎勵、推動及挽留合資格人士，已於二零一三年十一月二十六日採納一項股份計劃(「股份計劃」)，據此，本公司可授予本公司或其附屬公司的董事、僱員或第三方服務供應商(包括鴻海精密工業股份有限公司(「鴻海」)及旗下任何附屬公司(本集團除外)的僱員)無償股份。

根據本公司董事會於二零二一年十二月二十三日作出的批准，本公司根據股份計劃向合共2名受益人提呈7,328,361股普通股。已授出的7,328,361股普通股附帶自授出日期起至二零二二年一月十日的禁售期。於接納股份要約時毋須支付任何代價。7,328,361股普通股由股份計劃受託人於二零二二年一月從市場購入。於截至二零二二年六月三十日止六個月，確認以股本支付股份形式付款684,000美元(截至二零二一年六月三十日止六個月：無)。

18. 金融工具的公平值計量

按經常基準以公平值計量的本集團金融資產及金融負債的公平值

本公司董事會已成立投資團隊，以釐定適當的估值技術及公平值計量的輸入數據。

本集團若干金融資產及金融負債於各報告期末以公平值計量。下表載列有關如何釐定該等金融資產及金融負債的公平值(特別是所使用的估值技術及輸入數據)，以及根據公平值計量的輸入數據的可觀察程度將公平值計量分類(第一級至第三級)的公平值等級的資料。

- 第一級公平值計量乃自相同的資產或負債於活躍市場的報價(未經調整)得出；
- 第二級公平值計量乃自資產或負債可直接(即作為價格)或間接(即自價格得出)觀察的輸入數據(第一級計入的報價除外)得出；及
- 第三級公平值計量乃自包括並非根據可觀察市場數據(不可觀察的輸入數據)的資產或負債的輸入數據的估值技術得出。

簡明綜合財務報表附註(續)

截至二零二二年六月三十日止六個月

18. 金融工具的公平值計量(續)

按經常基準以公平值計量的本集團金融資產及金融負債的公平值(續)

金融資產	公平值		公平值等級	估值技術及主要輸入數據	重大不可觀察輸入數據	不可觀察輸入數據與公平值的敏感度/關係
	於二零二二年六月三十日 千美元 (未經審核)	於二零二一年十二月三十一日 千美元 (經審核)				
按公平值計入損益的股本工具	非上市股本工具 — 1,900	非上市股本工具 — 1,900	第三級	市場法	企業價值收益倍數及缺乏控制權折讓	企業價值收益倍數越高，公平值越高，反之亦然。 缺乏控制權折讓越低，公平值越高，反之亦然。
分類為其他應付賬款的遠期外匯合約 (二零二一年十二月三十一日：其他應收賬款)	負債 — 2,135	資產 — 570	第二級	於報告期末自可觀察遠期匯率得出的公平值	不適用	不適用
按公平值計入其他全面收益的股本工具	上市股本投資 — 2,534	上市股本投資 — 11,514	第一級	於活躍市場所報買入價	不適用	不適用
按公平值計入其他全面收益的股本工具	非上市股本工具 — 5,633	非上市股本工具 — 6,087	第二級	基於最近投資股本工具股份交易市值得出的公平值	不適用	不適用
按公平值計入其他全面收益的股本工具	非上市股本工具 — 162,738	非上市股本工具 — 207,738	第三級	採用收入法 — 貼現現金流量法得出預期回報現值	計及相關行業增長預測及投資對象管理層所批准財務預算以及市場發展預期的銷售預算及毛利率 終端增長率、經計及管理層的經驗及對特定行業市場狀況的理解 加權平均資本成本分別介乎 17.21%至40.00% (二零二一年：介乎 17.42%至40.00%)	銷售預算及毛利率越高，公平值越高，反之亦然 終端增長率越高，公平值越高，反之亦然 加權平均資本成本越低，公平值越高，反之亦然

簡明綜合財務報表附註(續)

截至二零二二年六月三十日止六個月

18. 金融工具的公平值計量(續)

金融資產第三級公平值計量的對賬

	按公平值 計入損益的 金融資產 千美元	非上市 股本工具 千美元
於二零二一年一月一日(經審核)	-	192,430
轉入第三級(附註)	-	1,716
匯兌調整	-	23
		<hr/>
於二零二一年六月三十日(未經審核)	-	194,169
		<hr/>
於二零二二年一月一日(經審核)	1,900	207,738
轉入第三級(附註)	-	2,459
未變現公平值虧損淨額	-	(57,200)
匯兌調整	-	(259)
		<hr/>
於二零二二年六月三十日(未經審核)	1,900	152,738

附註：就相關財務資產而言，不再有於過往年度所用近期交易價可供使用，因此，有關金融資產的估值技術有變，其公平值計量由第二級轉入第三級。

就其他金融資產及金融負債而言，本公司董事認為，於簡明綜合財務報表以攤銷成本入賬的金融資產及金融負債的賬面值與其公平值相若。

簡明綜合財務報表附註(續)

截至二零二二年六月三十日止六個月

18. 金融工具的公平值計量(續)

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	於二零二二年六月三十日(未經審核)		
	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 淨額 千美元
銀行結餘	533,999	(533,999)	-
銀行借貸	(533,999)	533,999	-
應收利息	1,656	(1,269)	387
應付利息	(1,269)	1,269	-

簡明綜合財務報表附註(續)

截至二零二二年六月三十日止六個月

18. 金融工具的公平值計量(續)

可予抵銷的金融資產及金融負債(續)

	於二零二一年十二月三十一日(經審核)		
	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 資產淨額 千美元
銀行結餘	534,850	(534,850)	—
銀行借貸	(534,850)	534,850	—
應收利息	4,304	(3,714)	590
應付利息	(3,714)	3,714	—

期內，利息收入淨額1,130,000美元(截至二零二一年六月三十日止六個月：1,011,000美元)根據上述安排計入利息收入。

簡明綜合財務報表附註(續)

截至二零二二年六月三十日止六個月

19. 關聯方披露

(a) 於本期間內，本集團與關聯方(包括本公司最終控股公司鴻海，以及本集團成員公司以外的鴻海附屬公司及聯營公司)進行下列交易：

	截至六月三十日止六個月	
	二零二二年	二零二一年
	千美元	千美元
	(未經審核)	(未經審核)
鴻海：		
銷售貨物	529,639	15
購置貨物	61,609	52,783
出售物業、廠房及設備	4	-
購置物業、廠房及設備	-	323
租賃開支 - 不動產(附註)	351	371
外包收入	11,185	917
綜合服務及外包開支	8,749	62
一般服務收入	455	326
一般服務開支	-	572
鴻海的附屬公司：		
銷售貨物	306,074	724,153
購置貨物	140,415	97,968
購置物業、廠房及設備	613	1,213
出售物業、廠房及設備	471	4,736
租賃收入 - 不動產	2,785	3,008
租賃收入 - 非不動產	-	7
租賃開支 - 不動產(附註)	2,284	2,901
租賃開支 - 非不動產(附註)	190	1,368
外包收入	18,267	14,618
綜合服務及外包開支	37,235	54,273
一般服務收入	50	-
一般服務開支	8,385	6,925
鴻海的聯營公司：		
銷售貨物	433,097	505,977
購置貨物	189,233	319,951
購置物業、廠房及設備	-	68
租賃收入 - 不動產	22	34
租賃開支 - 不動產(附註)	45	35
租賃開支 - 非不動產(附註)	-	6
外包收入	6,478	1,658
綜合服務及外包開支	619	977

附註：有關金額指本期間短期租賃相關開支。

簡明綜合財務報表附註(續)

截至二零二二年六月三十日止六個月

19. 關聯方披露(續)

(b) 於報告期末，本集團有以下應收／應付關聯方結餘計入：

	二零二二年 六月三十日 千美元 (未經審核)	二零二一年 十二月三十一日 千美元 (經審核)
應收貿易賬款：		
鴻海	445,659	1,518
鴻海的附屬公司	32,077	700,853
鴻海的聯營公司	132,690	148,086
	610,426	850,457
其他應收賬款：		
鴻海	39	37
鴻海的附屬公司	737	2,990
鴻海的聯營公司	12	32
	788	3,059
	611,214	853,516
應付貿易賬款：		
鴻海	35,850	67,765
鴻海的附屬公司	93,927	179,481
鴻海的聯營公司	51,583	117,327
	181,360	364,573
其他應付賬款：		
鴻海	73	73
鴻海的附屬公司	1,269	1,727
鴻海的聯營公司	9	9
	1,351	1,809
	182,711	366,382

應收／應付關聯方結餘為無抵押、免息及須於一年內償還。

簡明綜合財務報表附註(續)

截至二零二二年六月三十日止六個月

19. 關聯方披露(續)

(c) 主要管理人員薪酬

於本期間內，董事及其他主要管理人員的酬金如下：

	截至六月三十日止六個月	
	二零二二年 千美元 (未經審核)	二零二一年 千美元 (未經審核)
短期福利	2,072	2,679
股份形式付款	684	—
	2,756	2,679

(d) 於本期間內，本集團與一間合營公司進行下列交易：

	截至六月三十日止六個月	
	二零二二年 千美元 (未經審核)	二零二一年 千美元 (未經審核)
銷售貨物	17,707	—
其他收入	489	—

於二零二二年六月三十日，應收一間合營公司的款項為19,275,000美元(二零二一年十二月三十一日：9,208,000美元)，已計入應收貿易及其他賬款。應收一間合營公司的結餘為無抵押、免息及須於一年內償還。

簡明綜合財務報表附註(續)

截至二零二二年六月三十日止六個月

19. 關聯方披露(續)

(e) 於本期間內，本集團與一間聯營公司進行下列交易：

	截至六月三十日止六個月	
	二零二二年 千美元 (未經審核)	二零二一年 千美元 (未經審核)
銷售貨物	351	-
購置貨物	-	6,889
其他收入	591	1,260

截至二零二一年十二月三十一日止年度，一間聯營公司向本集團宣派股息10,857,000美元，該筆股息隨後於截至二零二二年六月三十日止六個月取消。

於二零二二年六月三十日，應收聯營公司的款項為588,000美元(二零二一年十二月三十一日：16,097,000美元)，已計入應收貿易及其他賬款(二零二一年十二月三十一日：應收貿易及其他賬款)。應收聯營公司的結餘為無抵押、免息及須於一年內償還。

20. 批准

本公司董事會已於二零二二年八月九日批准及授權刊發第4頁至第32頁的簡明綜合財務報表。

業務回顧

重要提示

本中期報告所載本集團於截至二零二二年六月三十日止六個月期間(「本期間」或「報告期」)的綜合中期業績未經審核，惟已根據相關財務準則審閱。本集團的經營業績過往曾出現波動，且日後可能於不同期間繼續出現波動(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。特別是，由於每年第一季度適逢農曆新年假期(尤其中台兩地經歷長假期)，本集團經營所在行業普遍於農曆新年後踏入淡季，本集團第一季度業績往往不及其他季度全面及具代表性。

本公司(下文亦稱為「我們」或「我們的」)謹此提述其於二零二二年五月十一日刊發的公告，當中提及(其中包括)導致本集團於本期間錄得綜合淨虧損的各種因素，該等因素已持續出現，目前預期將持續至二零二二年餘下時間。另請參閱「展望」以了解此方面的詳情。

本中期報告載有關於本集團就訂單情況、業務營運、機會、威脅及前景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疫情產生的預期及潛在不利影響、COVID-19疫情的範圍、持續時間、嚴重程度及發展及相關風險以及其對我們的場地、客戶、供應鏈及營運的影響、政府就COVID-19推出相關紓困措施的預期影響、我們有意申請及預期收到政府就COVID-19推出的紓困援助、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(如升息及通脹率以及匯率波動)、資本市場的變動、激烈的競爭、客戶需求及喜好的轉變及管理可能出現的客戶需求波動及其他相關客戶挑戰、客戶外判策略、影響我們客戶的競爭挑戰、現有及新項目出現客戶延誤、變動及取消或預測不準確的風險、銷售的季節性因素、終端用戶喜好轉變及營業收入波動加劇、銷售及產品組合以及資產運用的變動、我們爭取新客戶、維持現有客戶群及按時交付產品的能力、與過剩及滯銷存貨相關的風險

業務回顧(續)

重要提示(續)

(包括代表客戶購買的存貨可能不會被客戶消耗或由客戶另行支付，導致存貨撇銷的風險)、若干客戶的工作集中的風險、與新客戶或近期客戶或項目或服務相關的特定風險(有關風險包括客戶及其他延誤、開辦費用、可能無法執行、制定適當的協議條款)、商品價格變動、變現重組或類似行動產生的預計節餘的能力、元件(如晶片組及零部件)短缺、材料限制及交付週期延長以及價格上漲、所取得的新項目及/或客戶需求可能不會產生預期的營業收入或盈利能力的風險、我們的增長及多元化策略及計劃(及相關潛在阻礙)、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)、我們控制範圍以外事件的潛在不利影響。儘管本集團認為該等陳述基於及源自合理假設，該等陳述涉及本集團控制或預測能力範圍以外的風險、不確定因素及假設，且通常與業務營運、市場及營商環境有關。倘該等風險或不確定因素的其中一項或多項實現，或證實有關假設並不正確，實際結果(包括我們未來的經營業績)可能與所表明者存在重大差異。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」。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(連同其附屬公司及聯營公司(定義見上市規則)統稱「鴻海科技集團」；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)的附屬公司，並為全球手機業領導者，以更優的產品質素、更高的靈活性、更快的上市量產及上市時間以及整體價值為其客戶提供領先的製造技術及垂直整合製造服務以及產品開發服務。本公司提供初步設計、產品開發、升級改造、批量生產等解決方案，這一業務模式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

業務回顧(續)

討論及分析(續)

緒言(續)

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，這種全方位且多元化的能力為客戶提供全價值鏈的專業知識。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、印刷電路板組裝(PCBA)、整個系統組裝、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以及其他售後服務。除手機外，本集團亦從事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、平板電腦及語音交互產品(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設計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。技術創新是我們提供該等端對端能力的核心所在。我們設有完善的質量管理系統，專注於持續改進工藝，使我們能夠一如既往地交付高質量的產品及服務以滿足客戶的需求。我們的客戶通過我們的服務滿足其整個產品生命週期的要求並利用我們於各地的大型生產基礎設施及我們為廣泛的終端市場服務的能力減少製造成本、改善供應鏈管理、減少存貨滯銷及縮短量產及上市的時間。本集團於中國、印度、越南、台灣、墨西哥及美國策略性地營運遍佈全球的優越的廠區及中心網絡，可滿足不同國家客戶的需求並降低產品的到岸成本。

手機製造業高度活躍且競爭激烈，且自二零一七年年底以來，本集團面臨嚴峻的市場環境及較大的利潤率下行壓力，該等情況持續至二零二二年。為更好地了解本集團所面臨的挑戰，我們必須著眼於供需兩端及供需錯配，其將直接影響利潤率表現。本集團一直向其客戶提供電子消費產品的機構件及系統組裝。於需求方面，在大型市場中，激烈的市場競爭、COVID-19、地緣政治緊張局勢不斷加劇、當前宏觀經濟環境的不確定性及通脹壓力令主要市場的手機需求有所放緩及難以預測訂單情況，而由於行業入行門檻低且中國同業極具成本競爭力，激進的定價是常見的營商手法。中國是最大的手機市場，二零二二年迄今為止，其需求已現疲軟。終端消費者消費意慾下降及對中國品牌的重新評估似乎反映了該需求疲弱情況。此外，大量供應問題

業務回顧(續)

討論及分析(續)

緒言(續)

(包括元件供應不穩定、物流挑戰及運輸、COVID-19 疫情導致中國若干城市實施封鎖措施及市場情緒低迷、經濟勢頭放緩及缺乏產品升級)持續存在，使本已困難的局面雪上加霜。根據二零二二年七月二十九日的IDC報告顯示，今年上半年度中國智能手機出貨量為140百萬部，同比下降14.4%。該等數據表明在消費普遍疲軟的情況下，國內手機市場進一步萎縮。儘管手機市場下滑部分歸因於比較年度的高基數，但中國經濟增長放緩、消費力不振及多重供應問題才是市場下滑的主要原因。類似因素亦反映在中國年中618(六月十八日)網絡購物節的銷售表現上。根據Strategy Analytics於二零二二年六月二十九日發佈的研究報告，618網購節期間的智能手機銷量同比減少25%至14百萬部，營業收入總額亦下降16%至95億美元，疫情相關的阻礙及嚴峻的經濟形勢導致了這一驚人表現。值得注意的是，有關市場挑戰對由中國本土品牌主導的低端手機造成更為嚴重的影響。根據中國信息通信研究院(CAICT)發佈的最新報告，儘管智能手機出貨量於二零二二年年初起經歷連續下滑後在二零二二年六月出現正增長，但中國國內品牌仍面臨出貨量同比下降。

二零二零年病毒快速傳播，全球多個行業停擺，大多數人處於封鎖狀態，消費需求低迷，工業活動減少。經過幾年，除中國繼續採取嚴格的動態「新冠清零」政策外，世界其他國家正在學習與病毒共存，基本上正在尋求一種群體免疫與高質量疫苗接種的半結合。二零二二年本應是COVID-19疫後正常化、勞動力市場恢復及經濟增長復甦的一年。然而，中國COVID-19反覆及烏克蘭戰爭引發的地緣政治緊張局勢加劇以及對俄羅斯實施的制裁加劇了全球供應鏈中斷。在通脹壓力飆升並迅速從歐洲蔓延至全球的背景下，地緣政治格局調整、供應持續中斷及金融市場波動，加上政策空間有限，正讓二零二二年成為一個困難重重的時期。由於Omicron具有高度傳染性，其影響的程度、嚴重性及持續時間仍不確定。透過員工團隊的努力以及當地政府、客戶、供應商及物流供應商的支持，本集團成功地將疫情對本年度業務營運的影響降到最低。但由於在不同方面仍存在大量的不確定因素，故本集團需要繼續密切關注形勢。就全球電子消費產品行業而言，COVID-19的挑戰催化了數字轉型的加速，二零二零年對電子消費產品的需求激增，導致對支援居家辦公及遠距學習等活動的設備出現迫切需求。然而，本年度需求已有所減緩。隨著各國疫情形勢趨於穩定及人們逐漸回歸正常生活並於實體辦公室辦公，電子消費產品需求呈現放緩跡象。根據二零二二年四月二十八日及七月二十八日的IDC新聞稿顯示，

業務回顧(續)

討論及分析(續)

緒言(續)

二零二二年第一及第二季度出貨量分別下降至314.1百萬部及286.0百萬部，同比下降8.9%及3.5%，智能手機市場已連續多個季度下滑。同樣，全球個人電腦的出貨量於第一及第二季度分別下降5.1%及15.3%至80.5百萬部及71.3百萬部，不僅是因為需求疲軟，還因為宏觀經濟形勢持續不利。與該等統計數字相呼應，領先的半導體製造公司台積電的董事長劉德音於年度股東大會上稱，「消費者需求下降主要是智能手機和個人電腦等消費電子設備，而消費者對電動汽車的需求非常強勁，部分超出了我們的供應能力，因此我們正在調整庫存。」與此同時，地緣政治的不確定因素及中國的疫情相關封鎖措施亦擾亂供應鏈及終端市場。劉德音還警告稱，元件及材料成本正在急劇上升，推高了科技和晶片公司的生產成本。這種壓力最終可能會轉嫁給消費者，從而進一步影響其購買決定。展望未來，根據二零二二年六月一日的另一份IDC報告顯示，研究者預計二零二二年全球智能手機出貨量將下降3.5%至13.1億部。經歷上述連續四個季度的下滑及持續的挑戰後，該預測較先前預計的增長1.6%大幅調減。儘管如此，該報告表明這些挑戰在今年年底可能有所緩解，且市場將於二零二三年逐步復甦，增長率為5%。

鑒於智能手機出貨量增速放緩，本集團致力於分散手機的收益貢獻，減輕依賴單一客戶、產品和地區的風險。面對如此不利市況，客戶可能因多項原因而改變EMS(電子製造服務)與ODM(原設計製造)服務供應商之間的生產。該等原因包括競爭格局、消費行為及消費傾向的變化、「中國加一」戰略、對其產品的需求、全球經濟、區域地緣政治緊張局勢、供應商／客戶回流計劃、定價優惠、更優惠的付款條款及條件、稅收效率、企業風險管理、環境、社會及管治合規、物流成本及價值鏈優化、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策略及外包業務量，以透過其供應鏈能力或輪換其供應鏈合作夥伴進行垂直整合或合併，或透過進一步承包或集中其EMS供應商的位置提高專業化程度。

顯而易見，過去幾年以寬鬆貨幣政策刺激市場，催生了通貨膨脹這一棘手難題。在全球疫情大環境下，維持經濟的迫切性為過去兩年大多數經濟體延長量化寬鬆政策提供了理據。然而，負面影響已失控。美國六月份消費者價格指數(CPI)創四十年來新高，凸顯美國通脹水平、支出

業務回顧(續)

討論及分析(續)

緒言(續)

情況以及對商品及服務的需求。通脹隨之產生的另一挑戰實際是如何解決通脹。主要經濟體將需轉變貨幣政策，抑制通脹。通脹的經濟影響早於二零二一年下半年即隱現，而因種種經濟政治原因，大多數國家錯失了解決的最佳時機。美國迅速大幅加息，隨之縮表，為市場下了另一劑猛藥，以彌補去年錯失的時間。通過上述措施，未來六至十二個月的支出和投資預計會收縮，而市場需求隨之減弱。二月以來，俄烏衝突持續，已令歐洲消費支出承壓。短期受挫的將是一市場需求。總言之，隨時間推移，最糟糕的後果可能是經濟衰退。最後，中國作為世界第二大經濟體，持續的封鎖拖累經濟活動，增長放緩，消費支出隨之疲軟；其次，市場成熟度延長了手機更新週期，中國的5G/LTE滲透率遠超90%，手機需求增長開始趨於平緩。

隨著元件價格趨於平均，市場重心落於勞動力成本，大部分市場參與者面臨經營利潤率挑戰。勞動力市場競爭激烈、流動性高，中國製造業的直接勞動力流動率高企，留存充足勞動力將為一大挑戰。勞動力流動率高企使我們難以充分管理我們的勞動力需求。此外，越南推遲了兩年後，自二零二二年七月一日開始上調最低工資。對於成本低廉產品，本公司努力提供製造成本較低的產品以滿足消費者需求。由於高產量和低複雜性的製造服務的毛利率通常低於較複雜和低產量的服務，由主要客戶訂購及運往主要客戶的產品組合將影響本集團的毛利率。削減成本（特別是控制供應鏈成本）尤為艱難。鑒於低經營利潤率可對擴張計劃產生影響，其被認為會阻礙增長，因而低經營利潤率現被視為限制市場發展的重要因素。

俄烏戰爭纏繞交織其他擾亂因素 — 供應鏈緊張、通脹及疫情，正對我們全球的糧食供應構成迫近的威脅，並對全球經濟造成負面的漣漪效應。俄羅斯是石油、天然氣和金屬的主要供應商，同時該國以及烏克蘭是小麥和玉米的主要供應商。該等商品供應減少，助推價格飆升。油價上漲亦助長通脹，導致所有公司的運輸和物流成本以及運營成本上升，其影響已經顯現。烏克蘭是主要糧食小麥的主要生產國，供應稍有中斷即會對價格產生影響。整體而言，歐元區的通脹愈加走高，開始對收入和消費產生重壓，而能源價格重壓著影響生產商，歐元區經濟迅速

業務回顧(續)

討論及分析(續)

緒言(續)

放緩。由於價格已飆升，而大多數主要經濟體的需求直到近期仍持續良好，全球通脹壓力可能加劇。預計各國央行將採取更激進的加息措施，控制價格上漲。消費者和企業的信心受挫，預示著消費者需求，特別是企業投資的不利境況。衝突帶來的衝擊波將繼續在全球範圍內回蕩，世界銀行和國際貨幣基金組織下調全球增長預測。特別是，市場尤為憂慮低收入國家的糧食狀況，而戰爭的衝擊一路傳至非洲和中東地區，該地區的許多國家依賴烏克蘭和俄羅斯的小麥來供養國民，而戰爭可能引發饑荒，造成社會動亂和政治動盪。戰爭的日後發展高度不確定，對全球經濟的影響和衝擊程度當然取決於戰爭持續時間及造成的破壞和干擾程度。由於本集團的部分客戶向歐洲／非洲銷售／分銷電話，預計烏克蘭戰爭可能長時間持續，本集團須持續監測事態發展，積極採取必要預防措施，盡量降低對本集團業務及經營的可能影響。

整體而言，OEM和ODM服務市場的技術日新月異，工藝持續發展，本集團將投入資源，發展該兩個領域，增強我們的能力。我們持續不懈進行業務多元化及轉型，保持精簡和擴張海外業務並持續改進，對本集團的長期可持續發展至關重要，在戰略上使本集團能夠利用OEM/ODM產業的未來增長前景，使我們成為客戶更強大且可信賴的長期合作夥伴。COVID-19的破壞性影響及中國的嚴厲防疫措施以及對供應鏈的多米諾骨牌效應和中美緊張局勢加劇的風險，在烏克蘭入侵後更雪上加霜，繼續拖累市場情緒，而大多數政府現可操作的宏觀經濟政策空間有限，將使二零二二年成為全球增長艱難的一年。中國生產疲軟對希望疏通困擾全球經濟復甦的供應鏈瓶頸的企業而言，為一大頓挫。衝突持續亦潛在深刻地影響消費者購買行為。通脹上升將對人們的可支配收入產生不利影響，進而可能會延長智能手機市場的更換週期，而更換需求亦因缺乏產品差異化而放緩，智能手機產量或會進一步下行。復甦將取決於恢復正常經濟和經營狀況的速度及程度，而恢復到疫情前水平將是一個漫長的過程。儘管全球經濟持續受創，美聯儲並不放寬其貨幣緊縮計劃，因而市場預計二零二二年和二零二三年將會進行多輪加息。由於通脹創40年新高，勞動力市場仍然緊張，美聯儲結合實行另一項貨幣政策工具。除提高關鍵利率目標外，美聯儲表示將開始縮減資產負債表，實行其疫情後政策正常化的另一項措施。該情況下，美元可能會升值，而美元信貸及借貸成本將走高。

業務回顧(續)

討論及分析(續)

緒言(續)

中國疫情期間保持經濟穩定及增長鞏固了其作為全球經濟基石的地位，全球許多國家依賴中國產品以促進其經濟復甦。然而，隨著中國國內經濟和「一帶一路」倡議的勢頭減弱，世界其他國家必須考慮是否可依賴中國作為增長和供應的關鍵引擎。本集團繼續監察全球經濟及金融環境、地緣政治緊張局勢和俄羅斯制裁的動態及影響以及晶片與元件供應不穩定及供應鏈限制和物流混亂的挑戰，並致力積極管理我們的風險、策略、資本架構、庫務風險管理、組織、優先事項、成本、一般費用、足跡、應收款項回款、資本開支及資源，以預測及準備我們認為必要的任何變動並持續改進，保持精簡靈活。為確保本集團已準備就緒應對不確定的需求環境，本集團積極淘汰陳舊、冗餘及盈餘資產以及表現欠佳資產，轉型為輕資產企業集團及精簡組織，並優化人員配置及削減成本以及開支，以提高利用率及儲備現金。憑藉於各類材料及工藝合作以及提供廣泛的增值設計服務和製造解決方案(包括傳統金屬沖壓及塑膠注塑以至系統組裝解決方案)方面的研究及開發(「研發」)能力、優勢及專業知識，本集團能夠滿足其客戶在性能、成本、上市時間和可製造性以及產品設計要求方面不斷變化及多樣化的需求，為全球客戶提供按其需求定制的全面及具競爭力的一站式購齊製造解決方案。我們的全球設計團隊專注於提供靈活的解決方案和專業知識，旨在幫助客戶降低整體產品成本，加快上市時間，推出具競爭力的差異化產品，並推動硬件創新。我們相信，因更多客戶正加快評估亞太地區的可替代供應鏈選擇，我們以客戶為中心的方針推動客戶響應效率提升，對跨越多個生產地點的客戶關係而言尤其如此。

供應方面，中國作為該等大多數設備及元件的全球製造中心，是全球最大的智能手機消費市場，現仍實行動態新冠清零政策，COVID-19疫情已嚴重破壞智能手機市場的供需平衡。隨著全國範圍內的封鎖，智能手機製造業因出貨延遲和新一代產品發展疲弱而受到嚴重衝擊。此外，中國實行的政策令供應商、工人和物流網絡受限制。該政策不僅加劇錯綜複雜的智能手機供應鏈中的勞動力及材料短缺，防疫措施亦令需求進一步衰退。有關更多詮釋將載於下文「COVID-19及供應鏈不穩定的影響」一節。本集團的製造始於中國，而近年來一直積極發展海外市場，特別是印度和越南。本集團亦積極多元化其業務。

業務回顧(續)

討論及分析(續)

(I) 亞洲海外業務

印度業務

印度正迅速成為外國投資的首選國家，過去八年印度總理納倫德拉·莫迪(Narendra Modi)政府採取的措施已初見成效，外國直接投資流入量不斷增加，創下新高。截至二零二一年三月三十一日止財政年度，印度的外國直接投資流入創歷史新高，達819.7億美元。印度自由、透明的外國直接投資政策，使大多數行業在可直接投資的報備制下向外國直接投資開放。為進一步放寬和簡化外國直接投資政策，為營商提供便利及吸引投資，近期多個行業，如煤炭開採、合同製造、數字媒體、單一品牌零售貿易、民用航空、國防、保險、電訊等，紛紛進行改革。印度政府出台多項舉措／計劃，促進增長及吸引投資。在該等舉措的影響下，根據世界銀行《二零二零年營商環境報告》(DBR)，印度在世界銀行營商便利度(EODB)的排名從二零一四年的第142位躍升至第63位。截至二零二二年三月三十一日止財政年度，外國直接投資資本流入主要流向計算機軟件行業。有趣的是，儘管爆發COVID疫情，截至二零二一年三月三十一日止財政年度印度的外國直接投資流入為819.7億美元。隨著全球投資者將印度視為首選目的地，製造業亦蓬勃發展。在對經濟的重大推動下，截至二零二二年三月三十一日止財政年度製造業的外國直接投資資本流入(213.4億美元)較先前截至二零二一年三月三十一日止財政年度(120.9億美元)增加76%。

Bharat FIH Limited (「BFIH」) (前稱Rising Stars Mobile India Private Limited及隨後稱Bharat FIH Private Limited，為本公司在印度註冊成立的一間附屬公司)是印度最大的電子製造服務(EMS)供應商。除EMS服務外，BFIH正在建立為原設備製造商(OEM)提供全面、垂直整合的「一站式解決方案」的能力，涵蓋一系列的原設計製造商(ODM)服務，包括產品設計及開發、元件製造及採購、物流及售後服務。其亦已將業務拓展至手機以外的高增長行業，包括機械部件、電動汽車、電視及可聽戴式裝置。為應對傳統市場的增速放緩及定價壓力增加，BFIH擬繼續專注於將業務拓展至傳統市場以外的市場。

BFIH旨在維持其作為印度領先的EMS供應商的地位並於近期成為該國ODM市場的領導者，以下為我們發展策略的重點：(1)將業務擴展至新的高增長行業；BFIH明智地多元化發展其業務至新產品分類，如機械部件、電動汽車、TWS技術、電視及電信，以降低來

業務回顧(續)

討論及分析(續)

(I) 亞洲海外業務(續)

印度業務(續)

自單一手機分類的風險。BFIH正與不同的新品牌就電動汽車子系統的製造進行深入討論。此外，可聽戴式裝置分類將獲得頂級OEM品牌作為新客戶；(2)向OEM客戶提供垂直整合的「一站式」EMS及ODM解決方案；(3)提升研發能力；及(4)開始出口至有吸引力的增長市場。BFIH與行業領先的OEM客戶的合作關係對其成功至關重要。BFIH擬深化與其主要客戶的關係，方式為向彼等提供更廣泛的垂直整合服務，並將創新的解決方案融入彼等的設計流程及產品開發中。例如，在製造及組裝服務的基礎上，其已開始提供機械部件服務，並將進一步提供產品設計及開發以及元件製造及採購等增值服務。BFIH正利用其EMS經驗及ODM能力，拓展至機械部件、電動汽車、電視、可聽戴式裝置、電信及網絡產品以及資訊科技硬件等新的高增長行業。BFIH已建立戰略業務部門，以協調其於該等行業的業務拓展，大幅擴大其客戶群，並為營業收入多元化創造進一步的機會。其擬進一步授權其戰略業務部門制定適合特定行業需求的戰略，並在模塊化及協作的基礎上向其OEM客戶提供ODM解決方案。除BFIH成熟的EMS能力(主要包括製造及組裝服務)外，其正在建立為OEM提供全面、垂直整合的「一站式」解決方案的能力，涵蓋從產品設計及開發、元件製造及採購、物流到售後服務的一系列ODM服務。隨著服務範圍的擴大，BFIH將能夠進一步降低製造成本、完善供應鏈管理、減少陳舊存貨及產品交付實現時間，並滿足客戶對產品上市時間、上市量產及變現時間的要求。例如，BFIH已開始為功能手機提供機械部件服務，並正在建立為智能手機提供機械部件服務的能力，從而減少對第三方供應商的依賴，並就手機製造過程中的一項主要元件獲得更大的議價能力，滿足手機OEM客戶對產品上市時間及量產時間的要求。就此，BFIH擬深化其有關製造及採購元件和其他資源的本地化戰略，以減少對進口的依賴並對沖全球供應不穩定的風險。

BFIH亦擬進一步投資於研發能力，其對於BFIH的垂直整合策略及在ODM價值鏈中向OEM提供多元化服務的能力必不可少。BFIH專注於打造其設計及產品開發能力，這將使其可於OEM客戶產品生命週期的早期階段加入其中，並作好準備把握ODM價值鏈的

業務回顧(續)

討論及分析(續)

(I) 亞洲海外業務(續)

印度業務(續)

其他環節，例如元件製造及採購、認證及檢測服務以及售後服務。為落實其研發策略，BFIH繼續施展其本地化計劃並招聘多名硬件、機械、工業及軟件設計工程師，目標是於截至二零二四年三月三十一日止財政年度結束前建立一支強大的本地產品設計及開發團隊。該團隊將增強其以位於印度理工學院馬德拉斯研究園的研發中心、位於班加羅爾的研發中心及位於其中一處製造設施的工程團隊為基礎的現有研發資源的能力。我們亦打算與OEM客戶的內部研發團隊以及外部研究機構及大學開展合作及聯合研發計劃。招聘、培訓、人才發展以及留住技術嫺熟、經驗豐富的管理層及員工，對於BFIH為客戶提供高質量服務至關重要。BFIH繼續向其員工提供培訓及發展計劃，包括外部職業和技能培訓。作為其環境、社會及管治舉措的一部分，BFIH將繼續招聘及擢升女性員工。其環保舉措包括透過打造綠化能力、管理用水及監控二氧化碳排放，將可持續發展常規融入其業務中。BFIH繼續於營運過程中遵守規定的環保合規標準(包括ISO 14001:2015環境合規管理體系認證)，並致力確保其所有業務及供應鏈均遵守環境、社會及管治規定，進而亦協助其OEM客戶及彼等的最終消費者實現其環境、社會及管治目標及願景。最近，智能手機價格上漲及普遍通脹壓力略微損害了印度市場對該等設備的需求。此外，還有若干跡象表明置換周期正在上升，這意味著消費者將當前設備保留稍微更長的時間(與二零一九年/二零年相比)並推遲購買。因購買智能手機的成本較高，首次購買智能手機的買家難以踏入智能手機市場，導致功能手機用戶轉向4G/5G智能手機的速度放緩。但預計二零二二年下半年的表現將優於上半年，因為智能手機供應商及零售商在十月至十一月最重要的節日期間，會全力以赴地推出折扣及財務計劃以提振銷售，該期間的銷售額通常佔全年銷售額的三分之一。

BFIH熱衷於開展出口業務，因為BFIH在印度的位置為其提供地理優勢，使其能夠以具競爭力的成本快速向該等地區的當地市場提供產品。為落實其出口策略，BFIH已開始為客戶出口一些功能手機至中東，亦正在探索與歐洲及美國的移動運營商合作的機會，以出口彼等可提供予其網絡客戶的手機及可聽戴式裝置。除手機及可聽戴式裝置出口外，

業務回顧(續)

討論及分析(續)

(I) 亞洲海外業務(續)

印度業務(續)

BFIH 擬探索全球 OEM 客戶提供的其他機會，作為其製造及供應鏈地域多元化戰略的一部分，並利用印度提供的地緣政治優勢。BFIH 預計，其符合資格享受的生產關聯激勵 (PLI) 計劃及若干出口關稅減免政策將進一步增加其出口機會。其擬在全球層面探索 MIH 開放電動車聯盟在產品開發及出口方面的優勢。BFIH 在電信及網絡產品方面的主要短期目標是在該行業的 EMS 服務中獲得市場份額，並探索出口我們的電信及網絡產品的機會。

BFIH 於二零二二年六月十日接獲印度證券交易委員會 (SEBI) 的最終意見。用印度證券交易委員會的話說，其發表最終意見意味著 BFIH 可向印度證券交易委員會及可能需要的有關其他機關遞交非正式招股書並於隨後發起首次公開售股。BFIH 的建議首次公開售股包括合共高達 25,019 百萬印度盧比的新權益股份發行，及由其發起人 Wonderful Stars Pte. Ltd. (本公司在新加坡註冊成立的附屬公司) 提出的合共高達 25,019 百萬印度盧比的要約出售。其於二零二一年十二月向印度證券交易委員會遞交初步的首次公開售股文件。根據初步的首次公開售股文件，新股發行所得款項將用於滿足 BFIH 擴建現有園區的資本開支需求、投資其於印度註冊成立的附屬公司 Rising Stars Hi-Tech Private Limited 以滿足其資本開支需求、滿足 BFIH 的營運資金需求及用作一般企業用途。此外，BFIH 亦於二零二二年六月二十一日向印度證券交易委員會及印度證券交易所遞交附件，以提供 BFIH 於截至二零二二年、二零二一年及二零二零年三月三十一日止財政年度的最新經重列財務資料以及其他關鍵重大更新資料。

越南業務

電子製造業向越南轉移的趨勢日益明顯。這為我們的越南廠區 Fushan Technology (Vietnam) Limited Liability Company (本公司在越南註冊成立的附屬公司) (「Fushan」) 帶來多元化其業務的大量機會，原因是越來越多的客戶以各式各樣的產品與 Fushan 接洽，包括家用電器、功能手機及智能手機、汽車配件、電動車項目、平板電腦等。Fushan 的業務多元化之路早在二零一九年年初已開始，從傳統手機製造轉向更複雜的智能手機、智

業務回顧(續)

討論及分析(續)

(I) 亞洲海外業務(續)

越南業務(續)

能音箱和物聯網模組。為進一步多元化和利用新機遇，Fushan擴大其營業執照、獲得相關的加工認證，並進一步投資以提高其現有經驗豐富的員工的技能。該廠區亦旨在進一步多樣化客戶關注，提高運營效率，將競爭力提升到一個新的層面。最近，Fushan已開始自己的銷售業務，以捕捉本土和國際商機。在應用該新業務模式兩個半月後，該廠區收到了良好的回饋。Fushan勇於把握這一千載難逢的機遇，再創里程碑，並準備好迎接未來業務發展的任何挑戰。

(II) 多元化

具體而言，本集團自二零一九年起一直從事5G、IoV(車聯網)及AI(人工智能)，以建立互聯網及流動生態系統，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AI業務的相關產品及服務分類的參與，以支援該等業務分類以及其配套網絡及生態系統的發展。於二零二一年十二月底，先前由本集團全資擁有的Mobile Drive集團(「Mobile Drive」)在全球領先的汽車製造商及出行供應商Stellantis N.V.(「Stellantis」)的注資下，已成為由本集團及Stellantis共同擁有的合資企業，結合雙方廣泛的資源及豐厚的經驗，Mobile Drive將發揮其在無線通訊及汽車行業的專業知識，專注發展軟硬件整合，開發車用資訊娛樂系統的智能駕駛艙解決方案。與此同時，Mobile Drive各自的財務業績、資產及負債不再綜合併入本集團的財務報表，而應佔溢利／虧損已於本集團的綜合財務報表內以權益法入賬。然而，本集團已成為就硬件製造提供所有支持的合資企業的最強領軍合作夥伴。本集團目前正在進行部分產能重組，以通過汽車功能安全認證。通過激活及優化現有製造能力，本集團無需大量資金投入，同時根據客戶需求開發汽車產品。本集團利用過去在信息通信技術行業積累的經驗，專注於汽車通信零部件、機械零部件、元件及PCBA。最重要的是，作為鴻海的附屬公司及MIH平台(由鴻海成立的財團，旨在於整個移動出行行業建立一個開放的電動車生態系統)的成員之一，本集團母公司將視本集團為其主要供應商，並通過其汽車組裝業務帶來更多合作機會。

業務回顧(續)

討論及分析(續)

(II) 多元化(續)

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)。本集團的維修服務為流動設備行業提供全面的退貨管理及服務能力以及產品維修／翻新解決方案。維修服務中心鄰近市場，可迅速擴大規模，端到端製造能力可應對多量少樣客戶。本集團相信，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其整個生命週期內的產品，並縮短擴產及將產品投入高度活躍且競爭激烈的市場所需時間，同時促進與客戶的長期業務關係。這讓客戶能夠成功渡過當前 COVID-19 疫情及全球經濟放緩等艱難經濟時期。深厚的全球專業知識為無視國界向現有及潛在客戶提供服務奠定堅實基礎。

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且規模各異的全球供應鏈完整解決方案。該等舉措可加快新產品的生產，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，有助加快產品上市及量產的時間。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，並在競爭激烈的市場更快的時間內推出客戶的新產品，降低向市場推出更優質產品所須的成本，減少其供應鏈的周轉次數和存貨相關的營運資金需求以及持有成本總額。我們可利用我們的全球供應鏈運作控制材料成本、盡量縮短交貨時間並改進計劃週期，從而更好地服務客戶的需求波動並提高資產利用率及庫存水平。技術和工藝日新月異、行業標準與要求不斷演變、手機市場格局變幻莫測、客戶行為不斷變化以及對產品及服

業務回顧(續)

討論及分析(續)

與客戶、供應商及僱員的主要關係(續)

與客戶的主要關係(續)

務持續改進的要求令產品的生命週期縮短。本集團透過與供應鏈及供應商(包括鴻海科技集團，通過垂直整合)緊密合作、管理採購及庫存及快速跟進的製造服務以掌握前端發展趨勢，並透過與材料市場保持互動，提供切實可行的完整解決方案，提升客戶的競爭力，為本集團及客戶創造雙贏局面。我們的製造設施運營靈活，擁有多種產品線及配置，可根據客戶需求設計流程。所有該等措施均有助於維持本集團與客戶的長期關係並將關係擴展至其他產品線及服務。上述可重複執行的措施，以協作型及以客戶為中心的文化為驅動，不斷評估及優化我們的業務流程並適應不斷變化的宏觀經濟條件，從而為客戶提供明確的價值。然而，由於爆發COVID-19，尤其是引致元件供應不穩定及供應鏈混亂，以及烏克蘭戰爭及通脹不斷升級，手機置換時間延長，終端市場需求變得不確定及波動，而我們的客戶在規劃其需求上更為審慎，故需求能見度大幅縮短，令本集團難以計劃生產、出貨及資源規劃及盡量提高生產量，且難以合理估計訂單數目，收益率及效益深受影響，利潤蠶食壓力將繼續高企。有關詳情，請參閱「COVID-19及供應鏈不穩定的影響」一節。由於已與客戶建立長期合作夥伴及其他關係，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、成本效益、優化工序及效率、迅速跟進生產、精益生產、質量管理、研發、精簡生產工序以改善學習曲線及收益率、人力資源管理及人才發展，以適時有效交付所有項目及服務。本集團致力繼續建立我們賴以成功的競爭優勢及長期可持續發展能力，包括專注於上述的於印度及越南的全球佈局、具競爭力的成本、卓越的品質及客戶服務、持續投入資源打造研發能力、加強端對端的服務產品、人才發展(尤其是具備研發以及工業設計及工程能力的人才)、快速及更短的產品開發週期、環保型新材料和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。鑒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

業務回顧(續)

討論及分析(續)

與客戶、供應商及僱員的主要關係(續)

與客戶的主要關係(續)

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，開發新客戶需要時間，本集團亦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，視乎客戶要求、交付時間、產品的複雜及精密程度及數量、所需技術以及相關業務模式而定。

本集團必須創新並投入資源以跟上行業的技術變化，並調整我們的服務以為客戶產品提供更好的解決方案。我們的組織表現卓越並具責任感，團隊內人才濟濟且具敬業精神，致力提供卓越的客戶服務及產品，從而推動增長。然而來自行業主要競爭者的定價壓力比以往更大，以應對市場份額的惡化趨勢及延長的置換週期，而本集團客戶均面臨各種挑戰，包括營運及財務雙方面，獲取業務均須經過長期且競爭激烈的競標流程，僅僅為獲取一個客戶機會，我們須投入大量開發成本及工程資源。鑒於手機需求大幅下滑，擁有生產設施及能力的客戶可能減少外包，以優化其自身的產能使用率。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疫情以及中國動態新冠清零政策及回流計劃而出現的問題)，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。但該客戶的新產品推向市場後非常成功。就本集團的原主要中國客戶而言，自二零二零年以來，其智能手機銷量受到被加入美國黑名單的沉重打擊。於二零二零年十一月，該客戶將子品牌剝離給深圳市政府，令該品牌免於美國制裁，並能夠購買5G晶片及其他元件。截至目前，該客戶的智能手機業務仍在苦苦掙扎，以期於國內市場銷售4G智能手機謀求生存。根據IDC的數據，該客戶的手機出貨量於二零二二年第一季度下滑53.4%，銷量急劇下降至6.9百萬部。因此，該公司已不再是本集團的五大客戶之一，此後我們將不再於中報／年報中提供其詳細資料。本集團已集中精力繼續在現有產品及服務、領域專長及客戶的堅實基礎上，於不同國家繼續探索發展新項目、新產品、新行業及開

業務回顧(續)

討論及分析(續)

與客戶、供應商及僱員的主要關係(續)

與客戶的主要關係(續)

發新客戶的機會。面對更多元化的產品線及客戶需求，本集團將透過緊貼OEM及ODM行業的技術變革及競爭形勢、因應客戶對其各自市場分類的技術及工藝以及市場變化及競爭狀況作出的回應有效調整我們的服務、優化及精簡生產工序、精益生產、提升響應能力、靈活性及收益率、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對手中脫穎而出。

智能手機的置換／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、產品差異化不足、高端與低端型號之間的差距縮小及收窄以及智能手機的使用時間更長。由於舊手機仍然可用，而新發佈的型號並無很好的創新性及配置更吸引人的功能，因此消費者購買新手機的意願較低。為刺激消費者的置換需求，全球手機製造商認為須加快推出擁有新外形的智能手機(例如可折疊手機)或增添新硬件令手機產品多元化(例如擴展現實(XR)功能)。美國此前的量化寬鬆政策引發的通脹上升及烏克蘭戰爭將對人們的可支配收入產生不利影響，從而進一步延長智能手機市場的置換週期。由於市場波動加劇，終端客戶對價格更加敏感並減少可自由支配支出，需求大幅下降，所有此等不利因素令全球手機市場競爭加劇，我們的客戶在需求規劃、現金流管理方面更加謹慎，需求可見度大幅縮短。由於客戶利潤率下降，其更傾向壓低我們向其出售的手機的價格，我們承受的利潤侵蝕壓力巨大。與此同時，本集團一直積極爭取更多訂單以優化利用率。倘產量較低，我們通常會產生未吸收的生產經常性開支，從而影響毛利。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時間安排及訂單情況的能力，使我們難於以有效及具成本效益的方式規劃及安排生產、出貨及僱傭，以於完成訂單的同時優化資產及人力使用率及產能。就此而言，本集團須控制經常性開支及庫存水平，公開採購訂單風險，保持精益但靈活，精簡生產流程，密切監控市場、競爭格局、業務模式、勞動力供應情況、訂單的利潤表現及客戶的信貸狀況，與客戶保持良好溝通，並釐定本集團可應付的業務水平。例如，本集團一直在控制與

業務回顧(續)

討論及分析(續)

與客戶、供應商及僱員的主要關係(續)

與客戶的主要關係(續)

HMD Global Oy(「HMD」)的業務金額以控制信貸風險。由於通貨膨脹的影響廣泛而深遠，目前尚無法確定其對全球智能手機市場的影響程度，但未來確實存在下調的高度風險。鑒於手機市場飽和，本集團著力專注於技術創新、製造效率及產能，以確保用戶體驗及產品的質量及成本競爭力。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以及人才運用得宜。本集團相信，其與主要客戶的長期業務關係是本集團在質量及交付方面履行承諾的良好記錄，並提供對提高客戶於日益艱苦且競爭激烈市場中的競爭力至關重要的核心價值及服務的成果。

企業風險管理(ERM)方面，本集團經營所在市場競爭激烈且高度活躍，倘於客戶、產品及地域多樣化方面無法達致平衡及多元化，則無法實現業務的可持續增長，本集團一直在尋求持續改進，投入大量資源進行能力建設及打造研發能力。隨著本集團持續專注於及擴展業務至中國內地以外地區，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

本集團的主要客戶包括頂尖國際品牌。本集團的頭號中國客戶最初專注於國內市場、資本、技術及知識提升，近年已將重心轉移至全球擴張。因此，中國品牌在不同國家及市場(如印度及其他發展中國家，尤其是中歐、東歐及美國南部)極為成功。同樣地，本集團亦在幫助其他客戶於中國境外製造產品。有關變動及策略有助於減輕本集團對單一地區及市場的依賴風險，並規避中美之間懸而未決的政治問題。然而，客戶繼續面臨若干不可避免的宏觀經濟問題，包

業務回顧(續)

討論及分析(續)

與客戶、供應商及僱員的主要關係(續)

與客戶的主要關係(續)

主要客戶(續)

括COVID-19疫情及全球Omicron相關感染人數劇增，COVID-19疫情反復不定導致城市被迫實施封鎖措施、社交距離、邊境管控收緊、區內及跨境流動減少、物流混亂、供應中斷、元件短缺及全球勞動力不足，電子行業備受壓力，故客戶受到一定程度的影響。此外，鑒於烏俄戰爭擾亂全球供應鏈、各國通脹率飆升及量化緊縮政策，全球經濟衰退風險上升。需求方面，在經濟困境之下，客戶偏好已轉變為增加儲蓄以應對不斷增長的生活成本；換言之，包括消費類電子產品在內的耐用品需求在近幾個月出現下滑，此為導致本集團客戶業績惡化的最重要原因，但預計今年下半年新機型發佈後需求將有所回升。本集團大部分銷售依賴相對較少的客戶，而我們客戶在終端市場的表現可能會降低我們的出貨表現。

本集團的策略是與具規模及增長特徵的領先公司建立及維持長期業務關係，努力拓展該等關係以囊括更多產品線及服務，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，從而滿足客戶發展海外市場的需求，我們已成功利用該等國家國內市場的增長，並繼續積極開發印度不同行業的新客戶，使客戶及產品基礎多樣化。此外，為降低風險集中程度，我們專注於物色符合我們目標要求的新客戶並與其建立關係，該等要求包括財務穩定性、對OEM/ODM服務或一站式製造的需求、增長潛力及長期關係穩定性。

由於供應鏈捉襟見肘，加上港口存貨堆積及中國的新冠清零政策，部分客戶一直要求將部分生產移出中國以減少依賴。當客戶決定將工作外包給成本較低且地理位置更接近其終端市場的公司時，即構成近岸外包。部分美國客戶正要求在美國／墨西哥製造產品。本集團相信，維持全球佈局、專業知識及區域能力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

業務回顧(續)

討論及分析(續)

與客戶、供應商及僱員的主要關係(續)

與客戶的主要關係(續)

主要客戶(續)

若質量供應全球產品及服務的能力，減輕供應鏈風險，提高整體生產效率及分散國家風險，並兼具為客戶提供快速適應外部不斷變化的區域、貿易及製造情況的能力。客戶對在全球範圍內提供一系列的製造解決方案及服務的需求與日俱增，與此同時，客戶正在轉向本地地區的區域支持，從而充分發揮實時生產、及時上市及特殊定制的優勢，此為客戶在該等市場的致勝法寶。此等擴張舉措、客戶及產品多元化方面的努力以及垂直整合策略及服務供應(尤其是ODM服務)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、自生能力、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，事實上發掘大型或較大規模的新客戶日益困難，且發展新客戶所需時間可能十分漫長，這亦是本集團客戶組合中包含部分小客戶的原因，而本集團在拓展海外市場方面投入巨大的精力及資源，並已取得若干成績。於二零二一年，本集團投入資源及精力，加強移動設備的研發能力，特別是蜂窩嵌入式產品，本集團於二零二一年成功打入美國市場，逐步發展了一些新的海外客戶，並生產手機、蜂窩嵌入式平板電腦、蜂窩嵌入式路由器和數據模塊等產品。該產品線在今年上半年繼續為本集團貢獻一定的銷售額，並有望成為未來的增長動力。隨著美國運營商推廣更多的5G服務，同時因出現中低端產品晶片組使5G產品變得更加實惠，5G產品正蓬勃興起，而受此影響，有更多的5G產品出現在本集團的出貨產品中。基於二零二一年以來的發展勢頭，本集團繼續在不同的美國運營商中競得項目。本集團將繼續加強其於蜂窩調制解調器、天線、無線電工程、軟件開發、機械及熱力工程、系統集成及測試、運營商網絡定制及檢測等方面的研發工程能力。本集團為美國客戶設計及生產手機、蜂窩嵌入式路由器等多種產品。尤其是5G需求不斷增長，本集團可利用此趨勢在該分類爭取更多業務。鑒於我們在美國頂級運營商業務上的初步成功，我們可預見更多美國運營商業務及擴展更多產品組合的大好機會。當然，獲得體量和協同效應需要時間且競爭十分激烈。

業務回顧(續)

討論及分析(續)

與客戶、供應商及僱員的主要關係(續)

與客戶的主要關係(續)

主要客戶(續)

主要客戶包括：

- (i) 本集團一名重要中國客戶同樣面對多重挑戰。由於供應及物流問題持續、通脹率飆升、消費者需求減少，加上上海於第二季度的封城措施加劇了困境，整個手機市場面臨不利市況並錄得同比下降。根據IDC報告顯示，該客戶二零二二年上半年度的全球智能手機出貨量為79.4百萬部，較去年同期下降21.9%，其於第一季度的手機營業收入相應下降11.1%至人民幣458億元。國內主要市場難免出現低迷。由於上述類似挑戰，其中國手機出貨量於今年上半年度下降20.0%至21.5百萬部。其總裁兼合作夥伴在其第一季度業績電話會議中解釋了出貨量下降的根本原因在於今年年初入門級SoC短缺，並對第二季度的宏觀經濟環境、政治及地緣政治環境的不確定性持審慎態度。值得慶幸的是，在其全球擴張和快速市場滲透戰略的幫助下，該客戶報告第一季度在拉丁美洲及西歐特定地區的智能手機出貨量不斷增長。
- (ii) 為持續與不同客戶群建立及發展長期關係及合作夥伴關係，本集團與一名紮根美國的互聯網客戶合作，該客戶是全球最先進的互聯網公司之一。該客戶一直在努力通過提供更好的硬件和軟件集成用戶體驗來提升競爭力，並繼續在人工智能上投入核心技術，以便在下一代智能手機圍繞移動端的人工智能計算競爭中脫穎而出。該客戶擁有高端產品線及中端產品線。本集團主要開發及製造高端機型，並將手機運往本集團的各個地區分類。
- (iii) Ensky Technology Pte. Ltd. (「Ensky」) 為本集團已為其製造電子消費產品(如電子書閱讀器、平板電腦及語音交互產品)多時的客戶，而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，本集團現為該公司的策略供應商。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

業務回顧(續)

討論及分析(續)

與客戶、供應商及僱員的主要關係(續)

與客戶的主要關係(續)

主要客戶(續)

Ensky 其中一名美國客戶增長迅速及於全球佔據主要地位，故此對電子書閱讀器及語音交互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。由於業務模式改變，鴻海自二零二二年起逐步將採購實體由 Ensky 改換為鴻海科技集團的其他公司。

- (iv) Sharp Corporation (「Sharp」) 為本公司最終控股股東鴻海的聯繫人，故根據上市規則屬本公司關連人士。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。該客戶近年的銷售市場一直局限於日本(其本土市場)及台灣，但台灣的銷量佔其出貨總量不足 1%。儘管整個日本智能手機市場在第一季度實現了溫和增長，但由於競爭愈發激烈，Sharp 的手機銷量暴跌 41.7%。另有兩家手機廠商發佈新產品，大幅搶佔 Sharp 的市場份額。根據 IDC 的數據，Sharp 在日本的市場排名由第二名下滑至第四名，市場份額由去年同季的 22.1% 下跌至 12.3%。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。此外，為應對環境可持續發展的趨勢，Sharp 近年一直專注於利用回收的塑膠材料來開發手機元件，此舉亦由本集團的資源所推動。
- (v) HMD 是一家獨立的芬蘭公司。該公司是唯一一家向全球分銷諾基亞手機和平板電腦的主要歐洲智能手機供應商。除自身的設備和配件外，HMD 亦為企業客戶提供綜合服務。於二零二一年，HMD 在超過 41 個國家(高於二零二零年的 35 個國家)的手機市場中排名第五。HMD 的工作理念即為每個人提供方便的連接。客戶的需求及彼等對手機的要求包含熱愛的產品及服務、可信任的安全功能和耐用的設備，正是該等需求推動著該公司的發展。HMD 稱之為「熱愛、信任、耐用」原則，是其開展各項工作的原則。

業務回顧(續)

討論及分析(續)

與客戶、供應商及僱員的主要關係(續)

與客戶的主要關係(續)

主要客戶(續)

在 COVID-19 疫情影響供應情況和元件定價、烏克蘭衝突以及通脹導致需求疲軟的背景
下，二零二二年對全球企業來說仍然是充滿挑戰的一年。應對持續的材料短缺及不確定
性並非易事。於採取延長 COVID-19 措施期間，物流系統受到破壞，起初工廠關閉導致
供應危機，隨後勞動力短缺令情況加劇。該供應短缺情況推動價格上升至空前水平，尤
其是在手機行業。該情況因俄羅斯入侵烏克蘭並使用油氣及小麥作為對抗世界其他國家
的武器而惡化。這導致競爭中出現龐大的渠道存貨及供應鏈負債，並將表現為偏激的促
銷及降價以減少供應鏈存貨及負債。現金在該情況下起到重要作用，原因是供應鏈高度
槓桿化，而出貨量驟減將導致信貸緊縮。當出貨量最終趕上實銷量時，HMD 將達到新的
平衡。當公司開始於新業務水平上優化利潤時，定價促銷會隨之消失。其中的風險是，
供應鏈表現如 COVID-19 期間的表現一般，需要人為地降低供應以使價格上升。其他風
險是多國的高通脹持續時間延長。一旦供應鏈負債消除，這將令致所有企業的產量降低
並專注於利潤率，從而導致企業合併及較弱的經濟體出現大幅波動。HMD 必須繼續仔細
解讀市場(尤其是競爭變動)，以了解市場存貨及負債狀況，原因是有關狀況將決定市場
將如何從當前動盪中恢復。

儘管面對多重挑戰，HMD 800 plus 國際團隊齊心協力，努力克服困難並成功交付產品。
雖然二零二二年第一季度全球手機市場下滑，但 HMD 仍繼續錄得同比增長。HMD 宣佈
有史以來最大規模的美國擴張。為滿足客戶需求，二零二二年的全新系列是五款易於獲
取且價格實惠的諾基亞智能和功能手機中最大的系列。此擴張舉措與美國五大合作夥伴
的步伐一致。於二月份，HMD 宣佈其 G 系列中的兩款新設備和 C 系列智能手機產品組合
中的三款新設備，擴大其價格實惠且易於獲取的全球產品組合。該等手機的使用壽命更
長，可擺脫低電量焦慮。HMD 的服務業務在二零二二年的用戶數量和規模均有顯著增
長。這標誌著 HMD 的連接性、EMM、物聯網和安全產品的規模出現了一個轉折點，促

業務回顧(續)

討論及分析(續)

與客戶、供應商及僱員的主要關係(續)

與客戶的主要關係(續)

主要客戶(續)

使該公司在未來幾年更深入地滲透到企業領域。越來越多的訂購分散於核心產品(Connect Pro、Enable Pro、Softlock和第4年安全補丁)，並由物聯網連接、EMM許可證、設備鎖定許可證及軟件安全更新組成。客戶已利用HMD服務靈活而快速地擴展業務及推動業務增長。

HMD相信無須消耗地球資源亦能將人們聚在一起。作為一家長期致力於可持續發展且其生產的設備堅固耐用而不會被棄入垃圾掩埋場的芬蘭公司，他們為自己的傳統感到自豪。於二零二二年，HMD繼續將其可持續發展管理系統整合至其業務戰略中，專注於四個主要範疇：環境、勞工和人權、合規及可持續採購。為確保採取有意義的行動，他們已制定一套政策及措施，並正制定關鍵績效指標，以自今年開始跟蹤整個業務的進展。HMD因而獲得ISO 14001環境管理體系認證，並於二零二二年獲EcoVadis授予白金獎(高於二零二一年的金獎)。這使得HMD於其致力於可持續實踐方面躋身行業前1%。

綜上所述，Ensky及Sharp所屬鴻海科技集團為本集團五大客戶之一。來自本集團向鴻海科技集團的Ensky及Sharp銷售貨品及提供服務的營業收入分別佔本集團於本期間來自銷售貨品及提供服務的營業收入總額約6.06%及10.47%。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營業收入佔本集團本期間營業收入總額約31.21%。

於本期間，本集團五大客戶佔本集團營業收入總額約91.9%，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及一年。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，而我們按項目進行投標，通常會收到客戶特定數量及時間的產品採購訂單。我們以客戶為中心的工廠非常靈活，可以根據需要進行重新配

業務回顧(續)

討論及分析(續)

與客戶、供應商及僱員的主要關係(續)

與客戶的主要關係(續)

主要客戶(續)

置，以滿足客戶特定的產品要求及產量波動。大多數該等供應協議亦要求客戶購買我們為滿足客戶承諾的預測製造需求而購買的未動用庫存。其中若干協議要求我們在合同期限內向客戶提供具體的降價。在目前瞬息萬變且置換週期拉長的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，任何該等客戶或其產品於任何地區的市場地位的喪失或變動均可能對本集團的業務、財務狀況及經營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售集中。此外，倘我們的一名或多名主要客戶無力償債或因其他原因無法及時向我們付款，或根本無法付款，則我們的財務狀況可能會受到影響。本集團對主要客戶的依賴意味本集團的業績直接受該等客戶的業績、競爭力及發展以及其在OEM及ODM競爭對手眾多的充滿挑戰的手機行業中的外包及離岸或在岸策略的影響，且本集團關注市場趨勢、終端客戶行為、外部市場動態、總體經濟、COVID-19疫情的發展、封城措施、全行業元件供應不穩定、供應鏈限制、物流混亂及地緣政治緊張局勢各方面的變化。當前商品市場的緊張局勢及隨之而來的價格上漲是由於需求強勁以及烏克蘭戰爭持續加劇了供需不匹配。經濟學家曾預計，COVID-19疫情以及烏克蘭戰爭及俄羅斯制裁將導致全球經濟放緩及惡性通貨膨脹。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整體經濟及本集團所服務客戶的消費能力及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保持精簡、靈活性，並因應外部環境及地緣政治局勢的變化而盡量做足準備及提高快速應變能力。

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14.5百萬美元(相比二零二一年同期的信貸虧損備抵為4.8百萬美元)。鑒於本集團若干客戶延遲付款，令依時收回應收貿易賬款的風險增加，故本集團於本期間增加應收貿易賬款的預期信貸虧損百分比。由於COVID-19疫情衝擊、通貨膨脹飆升、全行業元件供應不穩定、出入境控制、烏克蘭戰爭、競爭激烈及業務表現，本集團部分客戶(包括主要客戶，如向歐洲、俄羅斯及非洲分銷手機的HMD)在財政上可能受到制肘且資

業務回顧(續)

討論及分析(續)

與客戶、供應商及僱員的主要關係(續)

與客戶的主要關係(續)

主要客戶(續)

金鏈緊張，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。HMD現正籌集資金，而本公司正密切監察有關進展並評估依時收回應收貿易賬款及收回逾期應收賬款的風險以及HMD的違約風險及持續經營風險。管理層預計違約率將相應增加。估計虧損率根據應收賬款預計年期內的過往觀察所得違約率及毋須付出不必要成本或努力即可獲得的前瞻性資料進行估計。參照穆迪所發佈二零二二年四月的違約率，違約百分比有所增加，而本集團已就所有逾期款項計提額外的預期信貸虧損備抵。本集團還有若干小型客戶，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。本公司將繼續密切關注客戶的情況、現金狀況及支付情況，控制與該等客戶的業務量，並根據本公司政策採取必要的催討賬款行動並根據相關會計標準的規定就應收貿易賬款產生的預期信貸虧損作出充足備抵。管理層將定期檢討以確保與特定應收賬款相關的資料獲得更新，以便管理層能夠評估是否已就該等出現信貸減值的應收賬款(管理層斷定其債務人陷入財務困難或困境)計提充足的減值備抵。

除手機製造業務外，本集團亦擁有強大的回收物流及維修／翻新服務功能，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、在線銷售過剩存貨、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／工業用無人機、智能家居設備、機頂盒、物聯網產品、醫療產品及汽車用電子產品)及其客戶(包括品牌OEM、移動運營商及零售管道)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)多品種、小批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。美國和墨西哥的業

業務回顧(續)

討論及分析(續)

與客戶、供應商及僱員的主要關係(續)

與客戶的主要關係(續)

主要客戶(續)

務已逐漸從COVID-19的影響中恢復正常。然而，由於全球供應鏈危機持續至二零二二年以及歐洲突如其來的戰爭，材料供應不穩定、通貨膨脹及物流成本效率正在影響我們的營運點。至於「最終組裝、測試和包裝」(FATP)業務，達拉斯營運點於第一季度成功啟動「美國組裝」項目，該項目將於二零二二年全年保持量產運行。於客戶的「北美製造」及「美國組裝」戰略的推動下，我們預計北美業務將迎來更多商機。為滿足未來數年客戶的需求，NPI相關成本及資本投資均將增加。

COVID-19及供應鏈不穩定的影響

在二零二零年最初數月，廣泛的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。由於隔離、旅行限制、業務縮減、病毒反復和變異以及安全問題，COVID-19對商業活動造成的嚴重而長期的不利影響對二零二零年及二零二一年期間的全球經濟產生重大不利影響。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。疫情期間消費者需求暴跌而隨後激增導致製造元件嚴重供應不穩定、訂單積壓、交貨延遲以及運輸成本和消費者價格飆升。儘管全球需求與存貨不匹配，惟情況於二零二一年逐漸恢復正常，部分市場更因全球大範圍接種疫苗而變得繁榮。於二零二二年，由於具傳染性的Omicron，中國市場在第一季度再次出現COVID-19病例激增，故中國加大實施新冠清零戰略的力度。由於部分或完全封鎖的省份佔GDP的近四分之一，中國的新冠清零政策的成本正在攀升。中國在全球貿易中的絕對重要性意味著中國的任何輕微中斷均會對整個供應鏈產生連鎖反應。在需求方面，需求放緩及減少意味著世界其他地區出現巨大出口缺口，而在供應方面，由於封城及內陸交通限制，中國工業活動突然大幅減少，此對供應鏈造成衝擊，並對全球產出構成巨大風險。此外，貨車運輸及貨運基礎設施的中斷將增加空運及海運貨物的延誤，而中國港口的長期擁堵意味著全球交付延誤可能會於整個二零二二年繼續上升，但仍將低於二零二一年的高點。持續的供應鏈中斷將造成進一步的通脹壓力，並迅速蔓延至全球。新冠清零政策受

業務回顧(續)

討論及分析(續)

與客戶、供應商及僱員的主要關係(續)

與客戶的主要關係(續)

COVID-19及供應鏈不穩定的影響(續)

到廣泛批評，被指太嚴格而會嚴重阻礙經濟活動，然而，中國當局回應批評，表示希望避免任何形式的個人犧牲。只要中國保持非常嚴格的新冠清零立場，中斷就會隨時間推移而不時出現。當前商品市場的緊張局勢及隨之而來的價格上漲是由於需求強勁以及烏克蘭戰爭持續加劇了供需不匹配。儘管短期預測充滿地區不確定性，惟元件供應不穩定情況開始緩解，此緩解了部分成本壓力。頭部供應商將利用此停工期加強與供應鏈合作夥伴的關係及其核心產品及渠道能力，以捕捉未來一段時間內反彈的需求。

供應鏈限制

材料供應因中國持續的COVID-19限制措施、海運及空運的物流不暢以及若干半導體行業漫長的調整週期而不斷受到巨大影響，與此同時，產品需求開始因通貨膨脹導致的價格上漲、主要經濟體的貨幣政策變化、俄烏衝突以及中國採取嚴格的COVID-19限制措施而受到嚴重影響。市場在供需兩個方面變得非常不穩定。除若干半導體行業外，大多數商品的材料供應從二零二二年初開始並持續改善，訂單交付時間仍然較長，可視化及交付完成情況明顯改善。春節過後，產品需求開始出現放緩跡象，中國領先品牌及美國領先品牌均大幅下調對我們行業的年度預測，俄烏衝突亦開始影響歐洲的需求。第二季度通常是我們行業一年中的淡季，市場情緒可能比市場實際情況更加消極。

半導體供應緊絀情況將會持續。部分商品的供需調整已經完成，部分商品則將需要更長時間進行必要的調整，可惜視乎元件的尺寸及技術，8英寸晶圓產能一直是並且仍然是最搶手的資源，市場則一直並仍然不斷將彼等達到現有的最佳製造產能，對於那些沒有其他合適解決方案的，則仍然保持現有的解決方案，並可能繼續阻塞產能，而供應可在新產能上線或需求下降到與供應能力匹配的水平後得到改善。此外，手機與供應雲計算(服務器)、汽車集成電路等競爭相同產能，情況可能更加複雜，手機的需求下降並不完全說明我們業務中的供應有所好轉。去年年底在榜單上排名靠前的緊絀產品仍然具有挑戰性，即由於供不應求主要晶片組及從若干技術工藝節點製成的集成電路仍然供應緊張。很明顯，若干類別的限制將持續至二零二二年底或更晚。

業務回顧(續)

討論及分析(續)

與客戶、供應商及僱員的主要關係(續)

與客戶的主要關係(續)

供應鏈限制(續)

第一季度整體材料供應進一步改善，供應改善跡象首先在搭載了高價格、高精度元件的高端智能手機產品中出現。這些產品的供應開始有所緩和。其後，普通元件(如被動元件)表明，可預見供應時間變得更長、更明確。部分商品的價格上漲壓力消散，部分商品的價格開始下調。與此同時，業務中部分領先的OEM廠商在春節假期後紛紛調低本年度的智能手機出貨量預測。市場一直熱切希望在接下來的幾個季度有更好的供應及更少的限制。自二零二一年以來，我們在功能手機方面一直面臨的2G/4G晶片組供應不穩定的情況，在過去幾月中有明顯的改善跡象。有關該行業的改善預計將在二零二二年第三季度繼續。儘管如此，2G晶片組的供應預期不再恢復到二零二零年或更早的水平，但仍將對該產品類別的供需持審慎態度，同時在該行業的最後幾個關鍵參與者中保持微妙的平衡。

價格上漲的勢頭從第一季度開始消散，甚至消費市場也在春節假期後進一步疲軟，與此同時，領先的手機製造商大幅下調需求預測，元件定價預計不會與市場動態同步，由於通貨膨脹失控達到四十年來的高點，且轉機尚不明顯，能源／石油價格因俄烏衝突持續而居高不下，供需均因持續定期對民眾進行COVID-19檢測及中國的一系列封鎖措施而受到干擾。元件定價在第二季度開始下滑，但特定供應商提供的特定商品及特定EE元件除外。晶片組定價一直保持在較高水平，儘管包括被動元件在內的若干EE元件價格以較低的個位數百分比下降，但在超過4個季度的上升趨勢之後，晶片組定價終於下降。

物流服務是供應鏈的支柱，任何一個地方的產能限制都會造成類似於實體材料供應限制的影響。最近因地方的疫情封鎖措施及其他的安全措施導致的物流擁堵極大地削弱運輸中心的貨物處理能力。在過去的6個月裡，隨著COVID-19的發展以及人們的疫苗接種率的提高讓該地區的企業及社區有機會恢復到准正常生活，西半球的貨物接收港口的情況開始緩和。然而，在世界工廠－中國的船運港口，依然存在挑戰。鑒於中國的情況，即有關當局繼續對COVID-19採取清零政策，一旦發現有COVID-19病例，社區／城市／地區就會被封鎖，只有在持續的定期篩查中沒有發現病例時，才會在數月後解除封鎖及開放。這對中國及世界其他國家來說是一個

業務回顧(續)

討論及分析(續)

與客戶、供應商及僱員的主要關係(續)

與客戶的主要關係(續)

供應鏈限制(續)

沉重的代價。目前，亞洲東部的大部分中國船運港口出現擁堵現象。第一個事件發生在越南及中國的邊境口岸城市之間，該等城市在年初被封鎖，開放一小段時間後又被封鎖，目前，最終出於交通限制而部分開放。其後，深圳及其周邊地區被封鎖，在封鎖數周後，從三月下旬開始開放。香港及中國邊境的封鎖緊跟其後，交通受到限制。綜上所述，由於當地政府對珠三角(香港、深圳及其周邊地區)的封鎖及恢復的迅速應對，妥善的規劃及管理，對製造業的影響則相當有限，以及封鎖解除後供應迅速恢復。然而，跨境物流仍然是一個更大的挑戰。當局引入的額外安全措施需要更長的周轉時間，很可能會削減運營能力。物流交付時間延長，運輸成本更高。

最近，由於上海、昆山、蘇州及部分內陸城市報道出現COVID-19病例，該等城市實施更多的封鎖措施。位於長江三角洲的兩個世界上最繁忙的海港，其封鎖讓運營能力受限，導致交付延誤，成本增加。該地區的製造業受到干擾，特別是對半導體行業，其供應狀況在過去幾年一直緊絀。上海及該地區有大量人口，倘從全國各地抽調額外應對限制措施的資源到該地區，預計恢復期會更長。鑒於COVID-19變種的高度傳染性，並已在人群中廣泛擴散，證明清零政策可能具有一定挑戰。與國際社會採用的一貫限制措施指引相比，其成本可能非常高。倘該政策持續時間過長，將對經濟及人們日常生活的影響巨大。三月下旬，上海及該地區的封鎖開始後，直接影響僅限於物流延遲。四月，通過供應商倉庫剩餘的庫存，該地區的供貨得以維持，部分地區的生產於五月初重新恢復。評估及引進該地區以外其他來源的同時，亦期待在不久的將來開放該地區的生產。

然而，目前的市場波動限制了未來的可視化。總而言之，雖然邁入二零二二年下半年，我們預計除部分技術節點生產的集成電路外，供應會有明顯改善，但由於智能手機的需求前景下降，部分商品的定價可能會下調；通貨膨脹、主要經濟體的貨幣政策變化、俄烏衝突及中國的持續封鎖一直伴隨著明顯的不確定性。一如既往，在製造業中，材料的完整供應是必要基礎，每個元件的功能或價值都不會對生產經營產生影響。問題的關鍵在於產品生產完成後能即時交付。毫無疑問，於二零二二年保持供需平衡，對我們的成功至關重要。

業務回顧(續)

討論及分析(續)

與客戶、供應商及僱員的主要關係(續)

與客戶的主要關係(續)

供應鏈限制(續)

由於終端需求的不確定性、地緣政治的緊張局勢、冠狀病毒感染新變種的持續爆發以及供應鏈的中斷，智能手機業務的復甦在未來幾個季度將是一個挑戰。所有上述情況均增加傳統上季節性需求的緩慢。本集團繼續作出巨大努力，盡力克服困難，並努力與客戶、賣方、供應商、物流合作夥伴進行磋商、討論及訂立安排，在困難時刻分擔風險，達成互利，促進各方之間的長期合作關係。此外，本集團自二零一七年年底以來所面臨的其他挑戰也會一直持續至二零二二年。

在此基礎上，由於涉及多個因素，本公司可能無法合理及有意義地對COVID-19及供應鏈中斷對本集團的財務或經營業績的影響進行量化。COVID-19疫情及元件供應不穩定對本集團業務的最終影響規模及其持續時間以及嚴重程度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及變異、由疫情直接及間接造成的持續供應鏈限制的持續時間、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、可能被感染的員工人數、勞動力短缺的狀況、未來任何爆發疫情的地理位置，政府當局可能採取的應對措施，臨時停產及關閉工廠以及「關閉期間管理」的必要性，疫情持續時間，COVID-19疫苗的持續有效性及可用性，疫情對我們客戶業務的影響程度，以及供應商對積壓產品優先安排的影響。我們持續生產的能力高度依賴我們維護工廠員工安全與健康的能力。我們員工的工作能力可能因個人感染或接觸到COVID-19而受到重大影響。即使在COVID-19疫情消退後，我們的業務可能會遇到重大的不利影響，原因是COVID-19疫情對全球經濟的影響，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／或客戶造成揮之不去的影響(包括在國內轉移生產以減少全球風險)。但是，隨著形勢的不斷發展，本集團將不斷評估形勢，並在適當的情況下，公佈重大的業務發展，並適當披露對本集團的經營、財務業績及財務狀況的影響，以及對本集團未來業績的風險及影響的評估，以便讓股東及投資者及時了解情況。

業務回顧(續)

討論及分析(續)

與客戶、供應商及僱員的主要關係(續)

與客戶的主要關係(續)

供應鏈限制(續)

(a) 中國

面對感染人數小幅增加，為了控制疫情擴散，中國最大的工業城市進入了最嚴厲的全面封鎖狀態，此政策加劇了多功能手機和智能手機供應鏈中勞動力和整個行業材料的短缺，供應鏈中斷，需求驟冷，打擊了中國這個身為重要產業發源地和購買力位居全國前列的最發達地區。深圳和上海兩大經濟樞紐先後實施限制措施，產能嚴重受到抑制。在風險地區，生產活動通常會暫停或者在「閉環」模式下進行，即工人在生產場地生活和工作的，導致產能嚴重受限。儘管許多國家正在依靠疫苗接種和提高療效抗擊疫情，但中國一直堅持封鎖和其他限制政策。世衛組織認為，隨著傳染性更強的Omicron變異株廣泛傳播，中國新冠清零政策「不可持續」，然而中國政府明確表示，新冠清零政策是「科學的、有效的」，將堅定貫徹到底。一份政府聲明回應了世衛組織的評論，稱「作為人口大國，中國若放鬆疫情防控必將導致大量老年人死亡」，其補充道，當前的政策是要「以最低社會成本在最短時間內控制住COVID-19」。如今實現「新冠清零」的成本更大、難度也更高，因為Omicron的傳染力較之前的變異株更強。在歷經疫情肆虐後，消費者和民營企業都已「筋疲力竭」，恐因儲蓄減少而被迫削減支出。更糟糕的是，隨著全球各國重新開放經濟，中國的出口成長力道恐將下滑，對於旅行、生產和物流的嚴格管控，也可能干擾海外資金流入。中國的封鎖不僅影響到有關省份或城市，還導致國內物流堵塞（例如，因為要嚴格控制跨省卡車，卡車司機被困，港口被堵）。這意味著，主要港口儘管還在運營，但也顯而易見的擁堵。封鎖還影響了勞動力供應，生產線停產，工人停工，元件和材料因物流混亂而推遲交付。但是，工廠實施「閉環」政策也存在優勢如工人之後不會與環外公眾接觸。目前市場波動不已，未來形勢難以把握。由於供不應求，目前仍然面臨去年底出現的緊張局面，即主要晶片組及從若干技術工藝節點製成的集成電路仍處於超長訂單交貨期，供應繼續吃緊。人們對債務和房地產泡沫破滅的擔憂加

業務回顧(續)

討論及分析(續)

與客戶、供應商及僱員的主要關係(續)

與客戶的主要關係(續)

(a) 中國(續)

劇也表明了，中國經濟快速復甦的勢頭有所放緩。中國嚴格的「新冠清零」政策正在引發經濟混亂，並波及到全球供應鏈。封城措施還將數以億計的消費者困在了家中。中國包括上海在內的一些城市逐漸復甦並在六月放鬆了COVID-19限制，但專家表示，損害經已造成，全球船運將在夏季遭受重創。這可能會給已經因俄羅斯對烏克蘭的入侵而陷入困境的全球供應鏈施加更大的壓力，致使通脹持續升溫。中國只要還在堅持嚴格的新冠清零方針，我們就無法排除在後續發展中不時出現中斷的可能。

過去幾年開始的COVID-19疫情和中美貿易戰迫使全球各地公司重新評估其供應鏈安排，並撤出中國至越南及印度等鄰近國家或回國作為「回流」程序的一部分。北京的新冠清零政策措施使人們更加憂心拖累世界第二大經濟體的風險。中國繼續實施「新冠清零」政策，加速了以中國為中心的全球供應鏈的重構和脫鉤，而跨國公司則正在考慮脫離中國多極發展。隨著各國試圖「與COVID-19共存」，世界其他大部分地區的旅行限制正在放鬆，但中國仍嚴格限制其公民不必要的出國旅行，繼續施行過去兩年一直實施的有效封控措施。雖然信貸寬鬆等傳統貨幣政策可能有所幫助，但真正的增長瓶頸依然存在，調整「新冠清零」戰略將會是增長復甦的關鍵。多年來，公司一直在討論將工廠遷出中國，尤其是在勞動力成本攀升、中美貿易緊張局勢惡化之後。疫情重新點燃了這個話題。一些人指出，越南出口激增表明供應鏈正在離開中國。供應鏈多元化相當棘手，往往到最後人們才發現很難實施。COVID-19疫情警醒公司，必須得建立富有韌性和靈活性的供應鏈。另一方面，由於曾一度十分可靠的中國製造供應鏈已暴露出缺陷，單單從某家供應商或同一地點的多家供應商採購均存在較高風險，因此公司正在尋求加快「中國加一」製造戰略，並建立多層次的供應鏈防禦體系，通過在成本較低的國家獲得具成本效益、安全穩定的供應鏈和勞動力以及尋找距離更近或與自身完美匹配的垂直行業開展業務，重塑供應鏈韌性。多年來，在中國開展業務的公司一直在研究「中國加一」戰

業務回顧(續)

討論及分析(續)

與客戶、供應商及僱員的主要關係(續)

與客戶的主要關係(續)

(a) 中國(續)

略，直到出現貿易戰和疫情，方敲定改變策略的決心。公司不會捨棄中國市場，改變策略只是讓自身多一個擺脫依賴中國製造的選擇，並不會完全與中國脫鉤。此戰略使得孟加拉國、印度、印度尼西亞、馬來西亞、泰國和越南等新興國家自然成為依賴廉價勞動力製造業的下一站，一時之間成為許多公司的可行替代選項，同時將這些國家立於具有利好政策和補助並且可從投資流量產生利益的「中國加一」選擇。然而，過去兩年的供應鏈危機表明這一戰略也可能會失敗，因為許多客戶發現靜態的後備計劃不足以應對瞬息萬變的全球環境。如果生產的商品遠離消費市場，則各種干擾因素帶來的不確定性會導致缺貨、成本上升、營業收入下降和客戶不滿。鑒於COVID-19的複雜性，客戶的後備策略可能不夠靈活有效，因此客戶面臨從現有供應商獲取所需水平的服務或快速物色新供應商的挑戰，導致從實施或可持續成本角度出發，流程根本行不通。沒有一家企業能安然無恙地走出COVID-19危機，也沒有一家企業的方針在處理風險和供應鏈彈性之時沒有發生重大轉變。因此，客戶及分類營業收入及組合和地域表現以及整體盈利或會波動。受各國政府政策所推動，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。長期來看，整體需求如若增加，市場參與者將能夠以技術投資進行擴張。因此，中長期的影響可能降低。

於COVID-19爆發期間，本集團部分中國廠區中有兩個廠區被臨時關閉，我們遵循當地政府發佈的政策實施了「閉環」流程，因此影響了生產效率。全部因素疊加起來導致了本集團工廠生產不穩定，影響了利用率、效率、產量、生產調度和訂單完成，並產生了相關成本，進而影響了我們在臨時關閉期間的經營利潤率。然而，公司成功控制了該等不利因素對業務營運的影響。

業務回顧(續)

討論及分析(續)

與客戶、供應商及僱員的主要關係(續)

與客戶的主要關係(續)

(a) 中國(續)

COVID-19爆發和地緣政治危機給中國出口導向型經濟施加壓力，促使中國提高國內消費貢獻GDP。中國的政策為「內循環」(「雙循環」戰略的一部分)加碼，而「內循環」旨在讓戰略物資自給自足，是自二零二零年疫情爆發以來中國的關鍵經濟政策。「雙循環」戰略旨在同時刺激國內消費(內循環)及國際市場(外循環)。「內循環」的大力推行給外國投資者空間以採取本地化戰略，搶佔不斷擴大的中國市場。畢竟，中國自給自足的關鍵目標不是脫離全球經濟，而是通過降低對海外戰略物資供應的依賴來保持出口競爭力。

(b) 印度

根據印度儲備銀行發佈的二零二二年六月金融穩定報告，印度經濟於二零二二年六月逐漸顯露出不平衡的復甦。報告還表示，儘管企業銷售和盈利能力有所上升，但持續啟動資本支出週期仍難以實現。印度經濟雖然受地緣政治、大宗商品價格(尤其是原油價格)上漲以及金融局勢動盪等不利因素的影響，但高頻指標指出，經濟將在截至二零二三年三月三十一日止財政年度第一季度加快復甦，但復甦進程並不平衡，原因是全球溢出效應不斷試圖擾亂國內金融市場。另外，報告稱，隨著外國證券投資外流和美元大幅升值引起波動，市場風險正在上升。銀行信貸增長穩步提升，增幅達兩位數。報告稱，「雖然烏克蘭戰爭如今給前景蒙上了一層厚厚的陰影，但印度經濟似乎經受住了由Omicron變異株引發的第三波疫情。而國家統計局公佈的二零二二年五月底經濟數據則顯示，截至二零二二年三月三十一日止財政年度的實際GDP和主要供給側範疇超過了截至二零二零年三月三十一日止財政年度疫情前的水平，高頻指標呈現出好壞參半的局面。」

與「第二波」疫情(從二零二一年四月開始，持續到二零二一年六月結束)相比，「第三波」COVID-19疫情(從二零二一年十二月底持續到二零二二年二月底)對印度業務的影響更為有限。雖然二零二二年持續受到COVID-19疫情影響，但印度的營業收入錄得大幅增

業務回顧(續)

討論及分析(續)

與客戶、供應商及僱員的主要關係(續)

與客戶的主要關係(續)

(b) 印度(續)

長。二零二零年三月至四月以及截至二零二一年三月三十一日止財政年度的大部分時間，「第一波」COVID-19疫情導致印度各地普遍和長期封鎖。此後，我們的印度廠區圍繞員工的健康和安全實施了多項措施。最重要的是，廠區的全體員工已完成疫苗接種。每逢新一輪COVID-19疫情出現，廠區管理人員會要求其僱員在一個移動應用程序上開始進行每日調查，該應用程序內含有針對僱員健康狀況和症狀以及其他相關信息的簡單多選題。這項調查旨在保護我們僱員及其家人的安全、保持整體生產力、增加信任和促進互聯互通。廠區通過其COVID-19支持中心生成的報告定期追蹤和核實僱員的健康狀況。

在材料和元件供應方面，今年第一季度以來，全球材料供應緊張局面有所緩解，而從去年年底開始，其他消費電子板塊的需求已消退，居家辦公／線上辦公需求亦有所下降。但在二零二二年第一季度，因為深圳封鎖和選定供應商的限制帶來的供應難題，我們在印度的業務面臨材料、元件和其他資源的供應不穩定，造成空有原材料而無法推進生產的局面。此外，各個行業的OEM囤積了大量半導體和集成晶片組。我們的印度業務儘管已大幅反彈，但仍在努力解決晶片組供應不穩定等供給側問題，並將繼續依託在近期企穩的全球集成晶片組供應。預計元件(尤其是晶片組)供應不穩定至少會持續到二零二二年底，這將輕微抑制BFIH的業務營運和營業收入。在物流方面，定期國際航班原定於二零二二年一月開始恢復，但Omicron的出現打亂了計劃，政府取消了恢復定期國際航班的決定。隨著Omicron變異株疫情消退，旅行限制得以解除，定期國際航班已從二零二二年三月開始恢復運行。

(c) 越南

越南是下一次工業繁榮最有前景的地方之一，在過去十年中，受流入其製造業的強勁外國直接投資驅動，越南成為全球增長最快的新興市場之一。製造業出口的快速增長及大量外國直接投資的新流入成為越南的重要增長動力，主要由紡織和電子行業快速擴張所推動。越南經濟與全球的深度融合遭受到COVID-19疫情持續的衝擊，給越南的經濟帶

業務回顧(續)

討論及分析(續)

與客戶、供應商及僱員的主要關係(續)

與客戶的主要關係(續)

(c) 越南(續)

來了下行風險。由於當時越南的地緣政治優勢和若干公司已採用「中國加一」策略以及中美貿易戰的影響而湧現出商機，越南在二零二一年迎來積極的開端。

令人矚目的疫苗接種行動和放寬國內及國際行動限制的寬鬆政策，推動了向與COVID-19共存的策略轉變，該策略有助於越南經濟從二零二一年發生的嚴重疫情浪潮中恢復並在二零二二年實現估計增長6.0%，儘管有關策略使得越南北部面臨著感染病例激增的局面和本集團的越南廠區 - Fushan 同樣受到波及(儘管其在廠區採取了有力的COVID-19預防措施)。直至二零二二年三月，因第一季度Omicron爆發而出現的大量感染者引起供應中斷。儘管病毒在蔓延，由於相對缺乏限制和封鎖以及公司臨時停業，大量的公司已經復產，而Omicron爆發導致的影響並不如此前的病毒浪潮所造成的影響嚴重，產量下降的速度較上一浪潮緩和得多。Fushan 配合政府並嚴格遵守指引以降低風險。員工定期接受抗原及RT-PCR測試，同時獲提供個人防護試劑盒。Fushan亦和政府機構緊密合作，定期開展疫苗接種活動，以保護其員工，並確保業務的持續性。大部分的員工已經接種了第三針。

Fushan的另一關鍵問題在於勞動力短缺。由於越來越多採用「中國加一」戰略的公司進軍越南，具吸引力的人才挽留計劃非常重要。此外，中越邊境口岸的嚴重擁堵是Fushan的另一障礙。工廠利用其靈活的製造選擇，與我們的內部團隊(包括採購)和外部政府機構合作以迎接該等挑戰。由於採取緩衝策略，出貨方式轉為海運或空運，出貨量在第一季度受到的影響甚微，在第二季度基本恢復正常。疫情在3月中旬達到頂峰，感染率在月底有所緩和，越來越多的工人得以返廠，從而提高了第二季度的生產能力，公司得以處理積壓工作。

整體而言，越南經濟面臨的最直接風險包括地緣政治緊張局勢加劇，以及由於越南的主要出口市場(包括美國、歐盟和中國)的增長放緩，預計製造業的增長速度同樣放緩。越南的政策重點是鞏固經濟復甦，保持宏觀經濟穩定，並促進包容性增長。

業務回顧(續)

討論及分析(續)

與客戶、供應商及僱員的主要關係(續)

與供應商的主要關係

疫情突顯出全球供應鏈的相互深度依存和極度不穩定性，以及該等網絡的脆弱性，供應鏈一個環節出現中斷即會引發整個供應鏈出現連鎖反應，從製造商到供應商及分銷商，並最終影響到消費者和經濟增長。供應鏈中斷持續可能會引發對持續通脹的恐懼以及對供應鏈彈性和可持續性的擔憂，嚴重影響市場情緒。COVID-19 暴露出現代全球供應鏈的結構脆弱性，從而可能會摧毀過去半個世紀以來支撐全球供應鏈的架構。生產、運輸和穩定的平均需求之間相互協調，方形成準時化生產模式，一旦某個環節出現問題，即引發多米諾骨牌效應，令供應鏈陷入混亂。封鎖導致運輸時間翻倍和勞動力嚴重短缺以及在全球健康危機期間中斷的供應鏈仍面臨巨大挑戰及掙紮求生時，即出現上述情形。商品製造商和分銷商因此陷入混亂，無法如疫情前一樣生產或供應，當中原因眾多，包括上述工人短缺以及關鍵元件和原材料延遲交付。

供應鏈表現一直是衡量本集團業務執行是否卓越的主要方式。為了滿足客戶對產品上市時間、上市量產和量產時間的要求，我們的製造業務表現取決於能夠及時採購元件和其他原材料以及做好庫存管理。本集團向3,000多家信譽良好且合資格的供應商(彼等大部分已與本集團建立長期穩定的關係)採購開展其業務所需的元件及其他必要材料。本集團採購團隊面臨的日常挑戰是，以具一流競爭力的價格採購優質材料且不受若干主要材料供應源的掣肘，從而維持高效的貨品交付。除最關鍵的材料管理成本外，本集團將不時採取必要措施控制存貨、檢查未付貨採購訂單和營運資金，保持充足的現金儲備以保證經營的可持續性。鑒於過去一年波動不止，帶來前所未有的挑戰，業務起伏實際上由供應鏈行業及其交付能力決定。若干國家及地區(尤其是中國)的COVID-19限制、持續中美緊張局勢、半導體及材料供應挑戰、物流不暢、通脹壓力及俄烏衝突則是二零二二年繼續主導我們業務的若干決定性因素。基礎材料商家及晶片組、

業務回顧(續)

討論及分析(續)

與客戶、供應商及僱員的主要關係(續)

與供應商的主要關係(續)

記憶體、電子零部件、顯示模組、相機模組、電池、連接器、外殼及包裝材料等元件商家共同構成本集團的供應夥伴。該等供應夥伴通過本集團於長期供應管理中形成的一套明確要求甄選而出，具體包括技術要求、質量及可靠程度、價格競爭力、技術能力、創新及工程能力、物流要求、服務評估、商業條款、客戶要求、能力、行業聲譽及財務實力，而後根據本集團內部設立的資格認證流程進行評估和認證。業務部門會定期對供應商進行持續績效評核(TQSCE，即技術、質量、供應、成本以及ESG)。元件於供應受限时未必能隨時得到供應，我們可能無法及時獲得元件以滿足生產計劃，從而令致預測未來的訂單及出貨量具有挑戰性。向五大供應商的採購額佔本集團本期間採購總額約53.5%。儘管市場上有大量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供的優惠商業條款(尤其是定價方面)，本集團多年來一直集中向數量有限的主要供應商採購。五大供應商均於過往五年與本集團建立長期良好業務合作關係。彼等不受合約約束並無須保持產能，亦無須生產或向本集團保證最低供應數目，因此，本集團面臨的負債風險可妥為控制。鑒於已建立明確戰略，集中向少數主要供應商採購，獲取具競爭力價格，本集團ODM業務面臨的供應中斷風險可控，原因是本集團已計及潛在供應延誤或供應不穩定情況而預留多於需求之外的儲備緩衝。客戶獲告知並知悉該挑戰將持續存在。應急方案已制定並將於需要時落實實施。此外，市場上有大量可替代來源，本集團一直將其作為應急後備，將於需要時與其合作。除晶片組及記憶體外，倘本集團決定與新供應商合作，本集團預期受不可預見市場波動(如原材料成本大幅上漲或供應延誤)的影響最少。本集團於業內一流的原材料定價能力，清晰展現本集團的採購能力及商業實力，被視為本集團規模經營、大宗採購及與市場持續緊密互動及聯繫所帶來裨益形成的核心競爭力。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本期間採購總額約11.2%。

中美緊張局勢及COVID-19以及地緣政治的不確定性，一直作為並將繼續作為我們和世界上的許多其他人所經歷的本行業及許多其他行業的波動和崩潰的潛在市場擾亂因素。除最近發生的俄烏衝突外，我們過去幾年所經歷的所有其他問題都是這兩種因素的衍生物。俄烏衝突僅是將

業務回顧(續)

討論及分析(續)

與客戶、供應商及僱員的主要關係(續)

與供應商的主要關係(續)

挑戰進一步提升至另一層次，帶來更多的不確定性，產生了新的相應調整週期或延長現有調整。供應中斷將在全球範圍內繼續並且只能在每個相應的調整完成後被逐一修復。在我們的業務中，半導體供應仍然是我們的首要挑戰，由於供不應求，目前仍然面臨去年年底出現的緊張局面，即主要晶片組及從若干技術工藝節點製成的集成電路仍處於超長訂單交貨期，供應繼續吃緊。第一季度的整體材料供應得到了進一步改善，供應改善跡象首先在搭載了高價格、高精密元件的高端智能手機產品中出現，隨後在常用元件(如被動元件)中出現，可預見供應時間變得更長、更明確。部分商品的定價上漲壓力得以消散，而部分商品的定價則開始下調。巧合地，業務中領先的OEM在春節假期之後一直在降低今年的智能手機出貨量預測。市場一直殷切期盼在未來季度的供應會有所改善以及限制會有所減少。同時，眾所周知的是，通貨膨脹和主要經濟體為遏制通貨膨脹而引發的信貸緊縮，以及俄烏衝突導致的能源、若干基本材料和主要農作物的供應中斷，都可能顛覆這種預期。市場疲軟，我們的業務供應成本高企將會成為我們面臨的最壞情況，同時，需求競爭分配的產能可能會轉移盈餘以滿足汽車、雲計算和AIoT等其他業務的需求。在這種情況下，會最終導致需要更多的時間來完成我們行業的調整週期。目前，元件短缺的情況正在緩和，這也是客戶開始關注改善其分銷渠道和爭取客戶忠誠度的原因。他們必須保持其供應鏈和產能分配，否則一旦消費者需求恢復正常，他們可能會發現自身面臨更多的供應短缺。

採購團隊可採用基本的工具和適當的策略，不時控制供需動態。本集團每季度與指定供應商溝通並協商定價及供應要求，下個季度的採購週期可能會從新季度的第三週開始，並持續到該季度結束前2週，即如果元件供應不穩定/中斷，根據可預見供應時間，有關問題基本上將在實際發生前一個季度或更早前得到及時處理；有時，在極端情況下可能會在短時間內出現供應突

業務回顧(續)

討論及分析(續)

與客戶、供應商及僱員的主要關係(續)

與供應商的主要關係(續)

發中斷，而這些問題只能通過與供應商進行更密切的溝通及跟蹤審查或通過近期的分配調整來解決。做好規劃及保持能見度是確保供應的基礎。本集團每週向供應商提供近期預測，並由採購團隊共享長期預測數據，在供應商提供的需求預測確認基礎上制定規劃及能見度。每個季度進行的溝通及協商有助於釐定未來季度的定價及供應，以在實際交付確認前妥為進行議價／權衡，而在TQSCCE方面，優惠的供應策略一直是決策的指引。過去12個月裡，供應受到更多關注，預期動態將於二零二二年下半年發生轉變，高水平策略將包括：(1)利用優惠資源，平衡供需；(2)在供應仍然受限的情況下探索額外的商品選擇；(3)要求合理的市場定價；(4)遵照訂單交貨時間，保持訂單覆蓋率；及(5)必要時在公開市場尋找替代的供應來源。

綜上所述，儘管進入二零二二年下半年，我們預計除部分技術節點製成的集成電路外，供應將會明顯改善，但智能手機需求前景下降，部分商品價格可能會下調；通貨膨脹、主要經濟體的貨幣政策變化、俄烏衝突及中國的持續封鎖仍為明顯的不確定因素。製造方面，全套材料供應始終至關重要，每一元件的功能或價值不會對生產經營產生影響，關鍵在於產品能否完整生產並及時交付。毫無疑問，二零二二年要獲得成功，靈活維持供需平衡至關重要。

詳情請參閱本公司於二零二二年四月十三日另行發出及刊發的二零二一年環境、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。詳情請參閱本公司二零二一年企業管治報告書(構成本公司於二零二二年四月十三日發出及刊發的年報其中一部分)所載「問責及審核」一節。為應對長期以來的元件供應不穩定及通脹風險以及COVID-19並盡量降低對營運帶來的影響，本集團密切關注供應及市場價格走勢，並透過採取靈活有效的採購及銷售策略與客戶及供應商以及物流公司保持良好互動和溝通。

業務回顧(續)

討論及分析(續)

與客戶、供應商及僱員的主要關係(續)

與僱員的主要關係

僱員為本集團的寶貴資產。因此，本集團的長期策略為內部培育和發展僱員及聘請外部專業人士，提高競爭力。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、計劃及業務線的更佳事業發展前景以及晉升機會，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。此外，COVID-19危機導致線上學習顯著增加，大部分面授培訓課已轉到線上進行。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，本集團提供視頻會議、電郵或郵箱等渠道供僱員反映意見。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。根據該等指引，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

業務回顧(續)

討論及分析(續)

與客戶、供應商及僱員的主要關係(續)

與僱員的主要關係(續)

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、就保持社交距離優化工作安排，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症狀顯示可能受到感染或正接受檢疫時留在家中。Fushan不斷發展僱主品牌，獲得越南最負盛名的人力資源獎「二零一八年人力資源獎」和「二零二零年亞洲最佳企業獎」。河內廠區繼續培養以員工為導向的文化，開展多種員工福利計劃和參與活動，如團隊建設、年終晚會、兒童節慶祝活動、婦女節比賽、精選節日禮品等。河內廠區亦為在大學就讀且有興趣在「夢想之翼(Dream on the Wing)」計劃下積累行業經驗的員工孩子提供機會。Fushan建設了自己的健身房，並創建了一個全書圖書館，同時關心員工健康，與政府機構合作開展疫苗接種計劃，定期開展疫苗接種活動，保護員工健康的同時確保業務持續性。另外，其學習與發展團隊正在積極開展許多文化和員工參與活動。例如，「領導者的演講(Leader's Talk)」中，領導者分享企業願景和部門目標並回答員工問題，以增進相互了解和團隊合作；「培訓師計劃(Trainers Programs)」旨在通過員工在YouTuber Program中分享的話題提高員工的能力和工作和生活平衡；月度「全員會議」中，企業與員工分享運營和業務更新資料，以確保整個工廠的透明度及信息一致性。此外，每兩週一次的「跳級咖啡(Skip Level Coffee)」是所有DL技術員和業務線領導可以分享彼等在工作中的想法或挑戰並獲得高層管理人員支持，或通過頭腦風暴分享彼等經驗並獲得快速解決方案以提高日常運營有效性和效率的時機。

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。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

業務回顧(續)

討論及分析(續)

與客戶、供應商及僱員的主要關係(續)

與僱員的主要關係(續)

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。印度的COVID-19預防程序幫助遏制了病毒傳播，印度廠區繼續致力教育員工、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。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，並繼續協助推進在我們廠區規劃的疫苗接種活動。印度廠區已強制要求新員工於入職時出示疫苗接種證明。廠區繼續定期在工廠入口進行體溫檢查，定期對工廠的所有區域進行消毒，定期向所有進入巴士、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。

就作為本集團競爭力核心的研發能力而言，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。

過往三年，鑒於本集團產品組合的變動及產能過剩，本集團已採取措施重組業務營運，旨在提高利用率，節省成本，維持輕資產及精益企業集團。該等措施包括重組其製造業務中表現欠佳的部分及處置閒置資產，在不同設施之間轉移生產，減少員工人數，重新調整我們的業務流程和重組我們的管理層，主要目的是使我們的產能和基礎設施與當前和預期的客戶需求保持一致。

業務回顧(續)

討論及分析(續)

與客戶、供應商及僱員的主要關係(續)

與僱員的主要關係(續)

於二零二二年六月三十日，本集團的僱員總數為55,840名(二零二一年十二月三十一日：73,993名)。本期間產生的員工成本總額為187百萬美元(二零二一年上半年：252百萬美元；二零二一年下半年：192百萬美元)，同比減少主要由於根據業務需要優化及調整員工隊伍。

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。留聘僱員一直是所有企業面臨的一大挑戰。在競爭激烈的全球經濟中，由於產品開發及製造過程複雜，需要專業人士及專家參與，故留聘合資格及技術純熟的骨幹僱員對可持續競爭優勢至關重要。為提高員工忠誠度和留存率，本集團採取多項措施，包括提供具競爭力的薪酬和福利、良好的工作環境、更廣泛的客戶接觸面、更大規模的資源、培訓及崗位轉換，連同橫跨不同產品及項目及業務線的更佳職業前景。尤其是，本公司已分別採納股份計劃及購股權計劃，據此(其中包括)本公司董事會(「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。購股權計劃符合上市規則第17章的規定。僱員亦享有本集團提供的保險。應付本公司董事的酬金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二零二二年四月十三日另行發出及刊發的二零二一年環境、社會及管治報告書「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同比變動。就同業分析而言，由於同業可能各有不同的背景、基因及業務以及增長策略、歷史、業務模式(如

業務回顧(續)

討論及分析(續)

業績及業務回顧(續)

財務表現(續)

外包或內包或合包)及生命週期、客戶組成及群體以及組合、營業收入及產品組合(機構件與系統組裝及其他非手機業務)、產品及服務策略以及差異化及定位及多元化、風險偏好、業務分類、定價策略及政策、地域覆蓋範圍、政府支持、競爭優勢、核心能力、研發能力、資產使用率、現金流量及狀況、資本架構、成本結構，部分同業可能設有手機業務以外的業務/產品分類以及地域分類，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是計量公司如何將其營業收入有效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及產品質量的能力愈強，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。倘使用率較低，則會產生未被吸收的固定雜項開支。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，可對銷售管理、產能使用率、供應鏈管理、風險管理、業務管理、存貨控制、生產力、質量控制、產量控制、直接成本控制、生產雜項開支控制的內部提升或定價政策及整體成本競爭力以及市況變動提供有用見解。

本集團確認綜合營業收入4,125百萬美元，較去年同期的3,938百萬美元增加187百萬美元或4.7%。本期間的毛利為81.7百萬美元，較去年同期的毛利增加19.4百萬美元。本期間之毛利率為溢利1.98%，較去年同期的1.58%更佳。本期間的淨虧損為23.8百萬美元，而去年同期淨虧損則為28.3百萬美元。由於市場及宏觀經濟動盪，大量不確定因素將持續影響我們的表現，而我們的過往經營業績及盈利不一定是我們未來經營業績及盈利的指標。與二零二一年上半年相比，毛利和毛利率同比上升，這是由於本集團努力減省成本，以及負責營運的領導層採取積

業務回顧(續)

討論及分析(續)

業績及業務回顧(續)

財務表現(續)

極措施及全體提供支援的員工付出努力，以預防／遏制工廠爆發 COVID-19，避免／盡量減少於工廠停工期間相關生產中斷，將 COVID-19 或相關政府措施對營運、產量、經營效率及生產力造成的影響降至最低，並嚴格控制各類成本。在採購團隊的努力及供應商的支持下，我們克服了嚴峻供應鏈環境下的壓力，我們的營運及供應鏈團隊繼續重振精神，在供應有限的背景下滿足產品需求，且材料及元件供應的逐步穩定有助減少生產中斷。我們借助自身的全球供應鏈營運模式控制材料及元件成本，盡量縮短交貨時間並改進規劃週期，以更好應對客戶需求的變化，並減少對資產使用率和存貨水平的影響。受益於二零二零年的規模調整／重組，本集團架構更加精簡，使用率得以提升。全公司範圍內實行的降本措施及業務精簡以及經營效率及生產力提高對我們的盈利能力產生有利影響。隨著該次削減閒置資產及優化人員配置，年度開支減少，而我們繼續專注於優先投入與未來業務有關的開支。於二零二二年，本集團繼續優化其成本結構、提高經營效率、嚴格控制資本開支並進行有關資產、勞動力及組織的重組活動，花費約4百萬美元，該活動長遠而言有助於降低成本及雜項開支。如前所述，市場仍極度艱難，本公司部分客戶的現金狀況仍令人擔憂，並需密切監察及檢討該等客戶預期信貸虧損備抵的充足性，而財務團隊已就收款工作付出額外努力。本集團採用撥備矩陣以就出現信貸減值的應收貿易賬款計算預期信貸虧損備抵。撥備矩陣基於按具有類似虧損模式的各債務人分組的應收賬款賬齡。撥備率基於本集團過往觀察所得違約率，並考慮毋須付出不必要成本或努力即可獲得的合理有據的前瞻性資料。於每個報告日期，過往觀察所得違約率會進行重新評估，並會考慮前瞻性資料的變動。此外，出現信貸減值的應收貿易賬款會單獨進行預期信貸虧損評估。計提預期信貸虧損備抵對估計變動敏感。鑒於全球經濟及手機市場存在高度不確定性及地緣政治緊張局勢加劇，本集團於本期間經參考穆迪所發佈二零二二年四月的違約率，通過提高逾期應收貿易賬款的預期信貸虧損百分比而重新計算預期信貸虧損備抵。儘管全球許多主要經濟體已重新開放，本集團仍需要時間扭轉局面。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，包括任何衰退及滯脹的可能性，以及對供應商、第三方服務供應

業務回顧(續)

討論及分析(續)

業績及業務回顧(續)

財務表現(續)

商及／或客戶及其行為的持久影響。換言之，僅當不同國家進行大規模的COVID-19疫苗接種計劃、中國各項限制有望逐步放寬及重新開放以及地緣政治緊張局勢降溫後，市場重新復甦，使用率才可逐步提升。由於不確定因素持續存在，故而情況過於複雜使得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。

銷售

如前所述，我們可從需求及供應角度以及供需不匹配的角度看待本集團的銷售及表現。

在需求方面，根據IDC的估計，二零二二年上半年度全球智能手機出貨量下跌8.8%。二零二二年全年出貨量預期下降3.5%至13.1億部。尤其值得關注的是於中國的出貨量下滑，而本集團在中國有大量業務，佔出貨量略微超過20%。本年度智能手機的需求低於預期，其中受多種因素影響，包括中國的COVID-19封鎖、俄羅斯對烏克蘭的入侵及生活成本上升。由於若干市場飽和且存在產能過剩的現象，全球出貨量自二零一六年起持續下降，令全球智能手機市場面對重重困難。由於我們許多競爭對手可獲得過剩的產能，整個EMS行業的定價及競爭壓力巨大。中國為對抗冠狀病毒傳播而實施封城，使得消費者情緒顯著冷卻及供應鏈中斷。本集團亦面臨來自其現有及潛在客戶的製造業務的激烈競爭，該等客戶持續評估與外包製造工序的優勢相比自行製造產品的好處。本集團就所提供的產品及服務類型或於我們業務所處的地區與不同的競爭對手競爭。我們的競爭優勢在於卓越的品質、成本競爭力、快速的規模生產以及產品上市及量產時間加快、ODM能力、製造工序的精簡、更高的效率以及全球佈局。烏克蘭戰爭對我們的客戶暫無重大影響，然而本集團須繼續監察高漲通脹率及升息對終端客戶及手機市場以及我們客戶的影響。同比小幅增加表明本集團的銷售復甦受到上述限制因素的規限。於本年度向本集團其中一名受美國制裁打擊的原主要中國客戶的銷售持續大幅下滑，原因是美國的制裁阻斷了其供應鏈。然而，於本期間來自另一名主要客戶的訂單收益增加遠遠抵銷有關影響。由於亞洲是本集團最大的地域分類，中國市場需求低迷影響亞洲分類的復甦，且該情況可能會持續至

業務回顧(續)

討論及分析(續)

業績及業務回顧(續)

銷售(續)

二零二二年下半年，需要一段時間方能恢復到疫情前水平。由於本集團有限客戶高度集中，其需要發展更多新客戶、滲透其他地域市場分類、擴展ODM業務以及製造發展前景廣闊的其他類型產品。本集團不斷在中國、印度和美國等其他地區尋求其他商機，監察市場狀況及加劇的競爭，努力維持我們在不同國家的行業地位及競爭力以及長期可持續發展。

在供應方面，COVID-19爆發和中國隨後的封城及工廠關停導致在中國部分省份或城市的工業活動突然放緩，部分製造商由於其位於中國的工廠的運營受限，使其無法按計劃進行生產及運輸產品。此外，中國港口擁堵意味著全球貨運延遲及物流混亂影響了供應，且供應鏈持續中斷將導致全球通脹壓力加劇。穩定的材料供應及元件供應以及勞動力充足亦將影響製造商的生產力。爆發COVID-19及工廠關停以及需求低迷令提高資產使用率及優化產能的空間大為收窄，未被吸收的雜項開支增加，並需要優化勞動力使用率。「新冠清零」政策的持續實施可能加快以中國為中心的全球供應鏈重構，外資公司正重新評估或調整彼等對中國的策略。部分客戶採用的「中國加一」及近岸政策給予了本集團於該等海外國家的更多商機。

隨著創新意念及技術的流轉，智能手機行業早已商品化。高度同質化的產品加劇市場競爭，原因是市場日趨分散，行業模塊結構降低了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。整體而言，本集團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、提高效率及維持良好及穩定的回報率。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材料，但由於供應中斷及供應不穩定導致彼等目前面臨多重困難。此外，鴻海科技集團亦持續就規模、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，以實現生產協同效應。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。

業務回顧(續)

討論及分析(續)

業績及業務回顧(續)

銷售(續)

本集團的業績主要歸因於多項因素，包括：

- (i) 二零二二年到目前為止，中國這一最大手機市場的需求不斷減弱而於疫情期間由居家客戶推動的對智能手機及個人電腦的旺盛需求似乎有所放緩，中國面臨著明顯放緩。甚至是擁有持續旺盛需求的半導體行業同樣面臨著這一轉變，智能手機、個人電腦、平板及其他商品的終端市場需求疲弱。儘管手機市場的需求時常具有季節性，二零二二年到目前為止，中國這一最大手機市場的需求淡靜，於本期間錄得出貨量整體同年相比下降，且數據指出，在消費普遍低迷的情況下，中國國內的手機市場進一步的萎縮。終端消費者消費意慾下降及對中國品牌的重新評估以及長期的需求能見度似乎反映了該需求疲弱情況。本集團的成功與我們客戶產品的成功密切相關，我們的客戶通常在競爭激烈的市場上經營。我們的客戶及／或彼等產品所經歷的市場發展及元件供應選擇或會不時影響本集團業務。由於缺乏產品差異性及升級以及手機市場的重大新發展，置換需求有可能減緩。儘管推出了新機型，消費者暫緩了升級新機型。加上COVID-19持續反復減弱消費情緒及中國政府的「動態新冠清零」政策拖累了消費，供需同時減弱是同比下降的主要驅動因素並對客戶及本集團的快速恢復造成影響。長達一個月的封鎖嚴重擾亂了供應鏈及打擊了消費者信心，中國領先智能手機製造商已告知供應商，其將於下一季度降低全年預測及縮減訂單。同時還需消化填補零售渠道的過剩的庫存。嚴峻的前景與二零二二年初形成了鮮明的對比，當時眾多智能手機製造商預期於後疫情時代將出現復甦，元件供應得到改善。由於終端市場需求變得不確定及存在波動，而我們的客戶正在調整其外包策略並且在規劃其需求上更為審慎，故需求能見度大幅縮短，這種情況擾亂了本集團的生產計劃，令本集團難以高效地計劃生產及善用我們的生產能力及勞動力，並以合理的確定性估計訂單數目。此外，終端市場競爭十分激烈，不論我們的客戶能否維持定價能力及我們客戶的新產品是否暢銷均將影響客戶再次下單，以及客戶是否會削減首筆訂單量。該等因素導致本集團向某些中國客戶的銷售額有所下降，影響本期間亞

業務回顧(續)

討論及分析(續)

業績及業務回顧(續)

銷售(續)

洲分類的業績，並將於二零二二年下半年繼續影響亞洲分類業績，這種情況表明需要一段時間來恢復到疫情前水平及出現轉機。本集團有必要增加銷售量及出貨量，因為低資產使用率將會產生閒置資產及未分配雜項費用，需要入賬額外資產減值虧損的風險將會增加。同時需要出售表現欠佳的資產以維持企業輕資產及精簡。

- (ii) 於二零二一年，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，以及由於二零二一年疫情防控方案，中國並無出現生產中斷的情況，二零二一年整體產量及效率均有所提升。但於二零二二年，COVID-19疫情及Omicron相關的感染率全球性劇增已導致COVID-19不可預測地不時持續爆發，從而迫使城市反復封鎖、工廠關停、邊境管控趨嚴以及境內及跨境活動減少，並進一步對全球供應鏈、供應能見度的長度、元件交貨時間和價格、物流、直接勞工供應、產能及計劃以及客戶及本集團的手機出貨量及銷售額恢復造成不利影響。具體而言，COVID-19疫情反復已迫使若干個主要城市或整個地區進入封鎖狀態，長期的封鎖已拖累其經濟，此外，由於國內工廠關停及物流成本上升而引起全球經濟的連鎖反應。由於製造商需要等待更長時間以獲得原材料，港口的動盪對中國的工廠和外貿造成衝擊。製造商亦難以將產品交付給客戶。由於需求疲軟及難以找到卡車運輸產品，產品在倉庫堆積，製成品存貨已飆升至最高水平。由於該等封鎖及堵塞以及全球的不確定性，供需均有降低。經濟學家打算降低對中國經濟增長率的預測，因為中國堅持「新冠清零」政策，該政策對經濟的干擾程度較貨幣政策提供的支持更為嚴重，且彼等認為經濟復甦仍將受到阻礙，除非中國修改其遏制感染的嚴格方針。

二零二二年上半年本集團位於中國的兩個廠區臨時停產期間，我們遵循當地政府辦法的政策，實施「閉環」流程，並維持有力的COVID-19業務持續性管理計劃以盡量減少疫情期間的干擾。停產時間相對較短，營運團隊成功地控制原料及元件供應中斷、直接用工

業務回顧(續)

討論及分析(續)

業績及業務回顧(續)

銷售(續)

以及出貨量、效率與產量的情況。我們持續生產的能力高度依賴我們維護工廠員工安全與健康的能力，本集團遵守政府機關的規定及採取預防及保護措施，將僱員的安全與健康擺在首位。當地政府實施各種的安全法規及指引以及規定，預防於工作場所爆發及傳播 COVID-19，我們已作出巨大努力，透過結合調整我們的輪班模式、靈活的工作安排、生產力改善、加強設施以支持社交距離及優化僱員在家辦公的能力來減輕該等措施的影響及對我們營運的衝擊。有關規定頻繁更改，政府機關將對公司的合規工作進行審核。我們已實施當地公共衛生部門建議或要求的感染控制措施，截至目前，本集團的僱員沒有出現大量的 COVID-19 感染病例。有效利用我們的勞動力以節省提供服務的成本尤為重要。中國當地政府一直在提供幫助及支持，並為縮短停產時間及提供各種支持做出了巨大努力，使本集團的工廠生產及出貨量能夠迅速恢復。供應商及物流服務提供商以及客戶在困難時期給予巨大的支持，所有種種均有助於緩解業務毛利率下跌。為將成本及費用降到最低，本集團投入精力嚴格控制各廠房繼續生產的額外及非預期費用。因 COVID-19 產生的相關成本包括直接及間接成本，包括在停產期間因無法取得材料令生產效率下降及產量下降而失去營業收入及增加的間接開支、產能利用不足、閒置時間及工資、趕工費及運費、衛生補給品、個人防護設備、招聘成本及為激勵員工返工而支付的額外津貼及年內不同時期的各地額外宿舍租金。鑒於產能減少，廠區須在不違反任何客戶合同條款的情況下重新安排發貨。為免發生生產中斷，同時遵守當地法規及保障僱員健康，防疫措施亦需要持續投入大量資源及精力以嚴格遏制 COVID-19 疫情。由於本集團的雜項開支及經營開支大多較為固定，縮短因城市封鎖及工廠關停以及「閉環」生產而導致的停產時間，並盡量降低對利用率及出貨量的影響將至關重要。由於產量低下，設施利用率降低，規模效益將會降低，我們通常會產生未分配生產間接成本，而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及降低毛利。供應商、客戶、物流公司及政府的支持尤為重要。隨著中國的重新開放及供應鏈恢復穩定，元件業務的

業務回顧(續)

討論及分析(續)

業績及業務回顧(續)

銷售(續)

發展勢頭強勁，六月份的整體情況已有所改善。同時，我們在很大程度上已成功緩解疫情對我們生產力的影響，我們有信心做好充分準備，以應對未來COVID-19病毒持續擴散及反復的挑戰。

由於COVID-19已影響我們的營運、供應鏈及價值鏈的不同部分，故本集團可能無法靈活地對COVID-19及供應鏈中斷對本集團的影響進行合理、有意義的定量測量。當客戶需求波動較大時，元件供應的影響更甚。能否滿足該等需求取決於供應的持續性及最優庫存水平。COVID-19及元件供應不穩定對本集團業務的最終影響、持續時間及嚴重程度將取決於COVID-19發展及限制措施、緊張的地緣政治局勢及宏觀經濟，目前尚無法預見。只要中國保持嚴格新冠清零的立場，我們無法排除隨著時間推移不時出現的干擾，這將會繼續拖累客戶及本集團的銷售恢復。

如前所述，供應鏈波動或會限制我們生產及全面滿足客戶需求預測的能力。若干元件的訂單交貨時間仍然很長，且仍然由供應商進行分配。若干近期的需求動態可能難以適應，採購團隊須努力與供應商合作，以避免任何延期分配，造成營運效率低下，並導致庫存連續增加。

詳情請參閱上文「COVID-19及供應鏈不穩定的影響」及「與供應商的主要關係」章節。

- (iii) 本集團自二零一七年年底以來所面臨的挑戰持續至二零二二年，而由於疫情和中國周而復始的封城、物流混亂、因缺乏更新換代而延長手機更換導致的疲軟需求、通脹劇增及利率增加的威脅以及市場上持續存在的產能過剩，限制了本集團的銷量復甦而令本集團整體毛利率持續承受的壓力加劇。許多競爭對手的低准入門檻及產能過剩的可能性為整

業務回顧(續)

討論及分析(續)

業績及業務回顧(續)

銷售(續)

個EMS行業帶來激烈的定價及競爭壓力。系統組裝業務的毛利率確實非常低，加上極高的機構件業務侵蝕壓力，現已成為行業常態。在EMS行業，利潤率相對較低，因為元件價格處於平均水平，故關鍵因素在於勞動力成本。由於市場波動及不確定性激增、手機置換週期延長及需求大幅下降，所有這些不利因素加劇了全球手機市場競爭，我們的客戶在採購計劃、存貨控制、現金流量管理上變得更为謹慎，需求前瞻性大幅縮短。由於客戶的利潤率減少，客戶傾向於削減我們向其賣出的手機的價格，我們的利潤率下行壓力非常大。與此同時，本集團積極尋求更多訂單以便優化利潤率。大多數市場參與者面臨經營利潤率的挑戰。由於勞動力市場競爭激烈及流動性，中國製造業的直接勞動力流動率高，保留充足勞動力成為一個挑戰。中國工人志向水平有所提高，彼等專注於高科技工作，導致製造價值鏈的底端出現空缺。由於缺乏可用的人力，這導致勞動力稀缺及成本增加，而封鎖則進一步加劇了勞動力稀缺及成本增加。我們的勞動力利用率受諸多因素影響，包括僱傭新員工、對產品及服務需求的可靠預測及預報，以此在我們的各經營地點維持適當勞動力、損耗管理、培訓及發展員工的技能以與客戶及行業的需求相匹配。中國製造勞動力的平均成本高於印度和越南等鄰國，中國的動態「新冠清零」政策以及為緩解中國供應鏈而採取的「中國加一」政策促使製造商遷出中國。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於印度的研發及機構件能力，增加印度當地的採購，維持諾基亞品牌功能手機業務作為HMD的功能手機主要供應商。智能手機需求增長最快的市場大部分為發展中國家，如印度及非洲，該等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率較低的中低端手機。客戶對價格越來越敏感，將縮減非必要和自由支配的開支，並保留更多的現金。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。由於高通脹率已影響非洲大陸和印度的低端功能手機銷售，HMD的功能手機銷售開始面臨下行壓力。

業務回顧(續)

討論及分析(續)

業績及業務回顧(續)

銷售(續)

整體而言，本集團有持續需要減少經營開支、冗餘資產及優化人員配置，並推動提升內部經營效率及完善製造工序、測試工序、存貨及供應鏈管理、質量管理以及資本開支控制。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。本集團亦長期致力投資研發能力建设。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於全球範圍內的營運具有成本效益而言至關重要。

根據對本集團最近期末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) 不會發生可能對本集團履行財務義務或債務契約能力造成重大不利影響的重大事件或情況。然而，為確保本集團將維持此狀況，及鑒於COVID-19、烏克蘭戰爭、高通脹率、加息及供應不穩定導致的市場需求及消費者購物行為出現重大變動，本集團繼續專注於最小化COVID-19限制措施及「閉環」製造工廠經營及產出的干擾、控制整體成本及經營開支以及提高收益率及效率的積極措施，並尋求減輕利潤率下行壓力，同時與客戶及供應商緊密合作，以合理成本在激烈的市場競爭中滿足其需求及最小化供應限制的影響。當地政府的支持也同等重要。本集團的業務策略是成為輕資產及精簡的企業集團，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(本集團有意擴張業務所在地印度除外，其開支預計將由印度實體於印度聯交所上市籌集的現金撥付)，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及資產使用率，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，從而提高使用率及實現成本節約。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。展望二零二二年，本公司將繼續密切檢討有關事宜。

業務回顧(續)

討論及分析(續)

業績及業務回顧(續)

銷售(續)

本期間的其他收入、收益及虧損為49百萬美元，較去年同期減少27百萬美元。該減少是由於維修服務收入減少12百萬美元及模具定制服務收入及廢料銷售減少17百萬美元。政府補助減少6百萬美元亦導致其他收入減少。於過往年度，為降低生產成本，本集團將部分產能轉移至中國若干內陸城市，並產生搬遷成本及物流成本，政府提供多項支援以減輕該等負擔對本集團的影響。然而今年並無該類補助。由於期內本集團持有美元資產且美元升值，該減少部分被本期間增加匯兌收益13.6百萬美元(二零二一年同期：虧損0.01百萬美元)所抵銷。隨著美聯儲加息，以期通過快速加息抗擊通脹，美元走強。本集團將維持一貫對沖政策以將匯率波動產生的匯兌風險減至最低。

本集團已採取積極措施以減少開支及控制人員增長，從而更好地與業務需求相匹配。本期間的經營開支為133百萬美元，而去年同期則為166百萬美元。銷售開支方面，與去年同期相比並無大幅波動。研發開支減少26百萬美元，這是由於員工隊伍優化及規模調整以及成本控制改善後，工資成本有所減少。此外，由於本集團的合營公司Mobile Drive於二零二一年十二月三十一日成立，部分研發員工從本集團轉移至Mobile Drive，而Mobile Drive產生的研發開支不再綜合併入本集團賬目。一般及行政開支減少8百萬美元，這是由於今年就規模調整／重組活動支付的遣散費減少。該減少部分被本期間註銷BFIH的購股權(屬非現金交易)後根據國際財務報告準則第2號作為加速歸屬的購股權開支9.5百萬美元所抵銷。本集團將繼續優先專注於未來業務相關開支，避免成本超支。

純利及純利率為計量盈利／虧損的財務關鍵績效指標，盈利／虧損從所賺取毛利中減去經營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營業收入及收益餘額，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

業務回顧(續)

討論及分析(續)

業績及業務回顧(續)

銷售(續)

支、優化稅項、資本架構及利息成本以及盡量減少其他類型非經營收益及虧損(如匯兌收益及虧損及股本投資公平值變動)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。鑒於上述因素，本期間本公司擁有人應佔淨虧損為23.8百萬美元，而去年同期本公司擁有人應佔淨虧損為28.2百萬美元。本期間淨虧損率為0.58%，而去年同期淨虧損率則為0.72%。

股本回報率顯示企業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營業收入。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公司正在利用其投資發展業務。於本期間，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及本公司產生收入的累計溢利計量本公司的盈利能力為負1.22%，而去年同期的股本回報率則為負1.38%。股本回報率升高證明本集團自二零二零年起通過規模調整／重組活動更有效地產生收益。

本期間的所得稅開支為4.9百萬美元，而去年同期則為所得稅收益3.1百萬美元。所得稅開支增加主要由於本期間在若干盈利的中國及印度實體產生所得稅。一間中國實體於本期間因獲得政府補助而盈利，印度實體於本期間主要通過優化調整以及嚴格的雜項開支及成本控制而盈利。

本期間每股基本虧損為0.3美仙。

股息

- (i) 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。

業務回顧(續)

討論及分析(續)

業績及業務回顧(續)

股息(續)

於過去數年本集團的表現一直波動，而COVID-19疫情、美國禁令、地緣政治緊張局勢、通脹激增、元件供應不穩定、價格上漲及運輸擁堵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。

- (ii) 於二零二一年十二月二十二日，本公司宣佈，本公司建議將其印度附屬公司BFIH分拆並於印度兩大主要證券交易所(孟買證交所及印度證交所)分別上市，BFIH是印度最大的電子製造服務供應商。該公告所界定的詞彙與本報告所使用者具有相同涵義。本公司已根據第15項應用指引就建議分拆向聯交所提交申請，聯交所已確認本公司可繼續進行建議分拆。於二零二一年十二月二十一日，BFIH已向印度證券交易委員會、孟買證交所及印度證交所提交有關建議首次公開發售其權益股份的非正式招股書草稿，並將就其權益股份在孟買證交所及印度證交所上市申請原則性批准。為妥善考慮股東利益，讓彼等直接從建議分拆中受惠(並考慮到由於法律限制及實際困難，本公司將無法根據建議分拆向股東提供權益股份之保證配額)，並以建議分拆完成為前提，本公司建議向股東派發特別現金股息，金額總值將不少於本公司根據建議分拆出售現有權益股份而將予收取的所得款項淨額之40%。特別現金股息(包括派付的金額及時間)的詳情尚未落實，本公司將於適當時候就此作出公告。

地域分類(請參閱簡明綜合財務報表附註3「營業收入及分類資料」)

密切配合鴻海科技集團的目標，本集團未來的業務計劃將側重於保持精簡、輕資產、靈活、維持利潤、多元化客戶和產品及技術先進，並不斷監察市場競爭及宏觀經濟狀況、COVID-19的發展、中國的動態「新冠清零」政策及地緣政治緊張局勢的影響以及需求側及供給側的控制風險。於需求側方面，許多消費者承認彼等不再像過去那樣有更換新手機的衝動，而是使用其手

業務回顧(續)

討論及分析(續)

業績及業務回顧(續)

地域分類(請參閱簡明綜合財務報表附註3「營業收入及分類資料」)(續)

機多年。不換手機主要是因為手機越來越貴的同時並無任何轉型創新，現在的手機在外觀上別無二致，亦無新功能，價格並不符合價值。行業分析公司Counterpoint公佈的數據顯示，目前用戶的平均換機週期已超過31個月。市場研究公司Strategy Analytics表示，中國用戶的平均換機週期為28個月。部分人士認為，現在的手機性能很強，涵蓋各種基本功能，且產品形態並無突破，故更換手機的邊際效應極低。消費者對手機的需求減少直接反映於出貨量上。CINNO Research公佈的研究報告顯示，受宏觀環境的影響，手機製造商開始降低市場預期，減少手機供應鏈上的訂單，並降低手機產品的規格及配置。於供給側方面，大多數智能手機製造商原預計市場會在二零二二年後疫情時代有所復甦，元件供應有所改善，加上二零二二年是後疫情常態化、勞動力市場及經濟增長有所復甦的一年，這也是我們仍保留部分資產以滿足二零二二年預期銷量增長的原因。然而，美聯儲往年的量化寬鬆政策、中國COVID-19疫情的反復、地緣政治緊張局勢的驟然升級、烏克蘭戰爭及對俄羅斯的制裁均導致了惡性通貨膨脹、消費者的購買力被抑制以及全球供應鏈中斷的加劇。但在採購團隊的努力及供應商的支持下，材料及元件供應已逐步穩定。

就地域分類而言，沒有企業能夠倖免於COVID-19危機，不同地域分類的手機需求可能受到不同宏觀經濟因素及當地政府採取的COVID-19政策的影響，需求恢復至疫情前水平仍需要時間。因此，分類營業收入、利潤及整體盈利或會波動。主要受印度等各國政府政策及支持所推動，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。由於亞洲分類面臨諸多困難且受到的衝擊最大，銷售金額在整體銷售額中的比重逐年下降。美國分類方面，經濟仍然強勁，而歐洲市場方面，其正面臨著巨大的通脹壓力及燃料價格暴漲，烏克蘭戰爭亦已開始影響其經濟。以上兩個地域分類的業績均呈現同比增長。

由於精簡及靈活至關重要，故本集團須控制開支、支出及資本開支、註銷閒置資產及控制風險，並與當地政府、客戶、供應商及物流公司密切合作，以便於在外部環境及地緣政治局勢快

業務回顧(續)

討論及分析(續)

業績及業務回顧(續)

地域分類(請參閱簡明綜合財務報表附註3「營業收入及分類資料」)(續)

速變化的情況下，加強準備工作及提高快速積極應對的能力和準備，以盡量減少該等不利因素對本集團的業務營運、出貨量及資產負債表狀況的不利影響，並保存現金。營運分類的盈利能力根據經營收入計量。

亞洲分類

本期間亞洲分類的營業收入為2,867百萬美元，較去年同期的3,452百萬美元減少585百萬美元或17%。本期間業績為47百萬美元，較去年同期業績減少6百萬美元，減少是由於出貨量減少。

於本期間，向一名受美國禁令限制的原主要客戶的銷售量急劇下降。受反復及持久的COVID-19疫情及封城措施將數以億計的消費者限制在家，以及中國經濟的放緩抑制人們對智能手機的消費及需求的直接影響，中國智能手機製造業陷入萎縮。我們其中一名主要客戶推出的新產品的銷量亦受到COVID-19疫情的影響，這也直接影響我們的出貨量。儘管存在該等因素，亞洲分類仍為本集團二零二二年的核心業績貢獻者，但在整體銷售額及業績中的比重有所下降。

a. COVID-19疫情及需求萎靡的影響

(i) 中國

中國COVID-19疫情的情況加劇了本已不穩定的供應狀況，而COVID-19確診病例在中國許多城市(包括主要的電子製造中心)反復出現亦已導致產量減少及供應緊張，港口擁堵，這勢必會為下游供應鏈帶來挑戰及損害生產。自一月底起，於北京冬奧會期間，由於中國政府加強檢疫措施，智能手機的銷量開始同比下降。此外，於三月底，由於上海等主要城市的封鎖，銷量進一步下降。中國消費者情緒在勞動節假期期間稍有緩和，但主要品牌不可避免整體市場萎縮，品牌紛紛削減訂單，存在不確定性。造成智能手機出貨量同比下降的兩大原因為中國政府的「動態新冠清零」政策導致消費者情緒低迷並對

業務回顧(續)

討論及分析(續)

業績及業務回顧(續)

地域分類(請參閱簡明綜合財務報表附註3「營業收入及分類資料」)(續)

亞洲分類(續)

a. COVID-19疫情及需求萎靡的影響(續)

(i) 中國(續)

消費造成壓力，及缺乏產品升級。顯而易見，每當採取強硬的COVID-19檢疫措施時，消費者情緒會變得低迷。我們的成功取決於我們客戶的業務表現。於本期間，我們其中一名主要客戶推出的新產品的銷量不佳，該客戶因此減少訂單量。

長達一個月的COVID-19封鎖嚴重擾亂供應鏈並重創消費者信心後，手機製造商已不再樂觀並降低市場預期，在計劃需求及供應鏈安排時變得更加謹慎，並從先前的計劃中縮減未來季度的訂單。由於彼等繼續監察供應鏈狀況及國內市場的消費者需求，彼等可能再次調整訂單。此嚴峻前景與二零二二年年初形成鮮明對比，當時大部分市場參與者預計於後疫情時代元件供應改善時市場將逐步恢復。中國嚴格的「新冠清零」政策正引發經濟動盪，影響全球供應鏈，而中國目前的政策無任何放鬆的跡象。中國對抗擊新冠病毒感染的零容忍態度並無退出策略。加上嚴格控制成本及經常性開支，本集團於二零二零年下半年開始優化輕資產，從長遠來看，此舉有助於提高使用率，實現成本節約及削減經常性開支。二零二二年原為後疫情常态化、勞動力市場及經濟增長有所復甦的一年，我們仍保留部分資產以滿足二零二二年的預期銷量增長。

有關元件及材料定價方面，自第一季度起，價格上漲勢頭開始消退，甚至消費者市場在春節假期後進一步疲軟，恰逢有消息稱主要手機製造商大幅下調需求預測，預計元件定價不會與市場同步變動，原因如下：(1)通脹失控，達四十年新高，好轉尚未可見；(2)俄烏衝突持續導致能源/石油價格高企；及(3)持續定期對民眾開展COVID-19測試及中國的一系列封鎖措施導致需求及供應中斷，元件價格於第二季度開始下降，預計第三季度將會走低(若干商品及來自若干供應商的若干EE元件除外)。鑒於在中國的營運暫時受到該地區封鎖的影響，該等業務於EMS模式下運作，由於材料供應於二零二二年上半年穩步改善，生產中斷減少及交付履行情況良好，有效阻止期內盈利的惡化。

業務回顧(續)

討論及分析(續)

業績及業務回顧(續)

地域分類(請參閱簡明綜合財務報表附註3「營業收入及分類資料」)(續)

亞洲分類(續)

a. COVID-19疫情及需求萎靡的影響(續)

(i) 中國(續)

封鎖期間工廠的臨時停工導致本集團於中國的兩項業務及發貨暫停一段時間。於工廠停工期間，我們實施「閉環」流程。在中國地方當局的支持下，停產時間較短，生產迅速恢復。供應商、物流服務供應商及價值鏈上的客戶亦在困難時期給予極大的支持。廠區管理團隊一直積極努力實施各種措施以防止工廠內爆發COVID-19疫情，成功將成本及開支降至最低。因此，供應中斷情況將有所緩和，原因為工廠恢復作業及政府於遏制疫情方面的經驗可能有助於減輕相關影響。

儘管確診病例數量較少，世界其他各國甚至試圖與冠狀病毒共存，且鑒於Omicron變體致命性低但傳染性極高的特點，中國堅持對COVID-19疫情採取零容忍態度被證明為不實用。在吸取上海的經驗教訓後，中國其他地區的地方當局在出現報告病例增加時可能傾向於實施激進的防疫限制措施，以避免潛在的政治後果。所有該等措施增加了中國國內供應鏈的不可預測性，我們無法排除隨著時間的推移不時出現的中斷以及本集團客戶及本集團受影響的恢復程度。有關詳情請參閱「COVID-19及供應鏈不穩定的影響」一節。

(ii) 印度

自二零二一年十二月底持續至二零二二年二月底的「第三波」COVID-19疫情對BFIH業務產生的影響較「第二波」疫情(自二零二一年四月開始並持續至二零二一年六月)更為有限。儘管於二零二二年COVID-19疫情持續影響，BFIH營業收入有所增加。但由於疫情導致中國的封鎖及供應鏈流量以及上海及深圳等電子中心製造活動的中斷，故其面臨元件供應不穩定及原材料滯留於BFIH的生產線。自二零二二年五月起，該供應不穩定情況有所改善，但預期至少將持續至二零二二年底，這可能對BFIH的經營及營業收入產生輕微抑制作用。BFIH須保證元件及原材料的供應，以滿足十月至十二月的節慶需求。

業務回顧(續)

討論及分析(續)

業績及業務回顧(續)

地域分類(請參閱簡明綜合財務報表附註3「營業收入及分類資料」)(續)

亞洲分類(續)

a. COVID-19疫情及需求萎靡的影響(續)

(II) 印度(續)

於二零二二年，印度市場參與者面臨最大的挑戰將是維持設備可購性。印度油價創歷史新高，且批發通脹仍處高位。通脹將導致外匯匯率波動及更高的營運成本，從而給供應商維持盈利能力帶來更多壓力。於二零二二年，隨著消費者越來越依賴其智能手機，大眾市場仍為印度的增長動力來源，於中低端市場擁有健康的產品組合將為維持強大的消費者心智的關鍵。可用性、可購性及吸引力將為智能手機市場參與者成功的關鍵。

(III) 越南

就本集團越南業務而言，直至二零二二年三月，第一季度的Omicron爆發造成的大量感染導致混亂。由於相對缺乏限制及封鎖以及暫時性的公司關閉，儘管病毒仍在傳播，但許多公司已恢復生產，且Omicron爆發所產生的影響並無過往病毒風波嚴重，產量下降速度較過往風波更為緩和。Fushan已與政府合作，嚴格遵守指引，以減低COVID-19的風險及確保其業務持續性。

b. 競爭激烈及利潤率下行壓力

本集團自二零一七年年底以來一直面對如此挑戰，並一直持續至二零二二年，本集團經營及面臨的困難經營環境仍然存在。眾所周知，一些國家的手機市場已接近飽和，導致價格競爭，迫使行業運營商降低價格以獲得競爭優勢，大部分市場參與者在EMS行業的經營利潤率上面臨挑戰，利潤率相對較低。由於元件價格趨於平均，市場重心落於勞工成本。由於勞動力市場的激烈競爭及流動性，中國製造業的直接勞動力流動率較高，且保留足夠的勞動力成為挑戰。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。在中國，整個機構件製造業產能過剩、競爭對手眾多，本集團機構件業務的毛利率於本年度及未來繼續面對巨大壓力。隨著手機需求下降，中國機構件業務的需求受到直接影響，剩餘資產的資產利用率隨之下降。

業務回顧(續)

討論及分析(續)

業績及業務回顧(續)

地域分類(請參閱簡明綜合財務報表附註3「營業收入及分類資料」)(續)

亞洲分類(續)

b. 競爭激烈及利潤率下行壓力(續)

由於中國競爭激烈，本集團一直熱衷於在具有巨大國內市場的印度及越南拓展機構件業務及研發功能，以為客戶提供不同的產品。BFIH已開始建立提供智能手機機構件業務的能力，以致其能夠為客戶提供全面的機構件及系統組裝服務，並從競爭對手中脫穎而出。為了迅速擴充其機構件能力，其已在購置機器及數控機床(CNC)機器方面產生大量資本開支。BFIH的銷售團隊正在與多個現有及新的潛在OEM客戶進行討論。工廠亦正在籌備投資預算，以購買大型注塑機器，滿足現有電動汽車客戶及其他新客戶的需求。其亦從中國工廠轉移部分機器或工具，以優化本集團的資產利用。但就中期而言，我們仍預期亞太地區將佔據全球智能手機出貨量的重大市場份額。由於當地政府推行數字及移動經濟，智能手機正日益滲入農村地區，故印度及印尼等發展中國家需求的增長預期帶動入門級價位的智能手機的需求。印度推出生產獎勵激勵(PLI)計劃，對二零一九年至二零二零年生產的手機的增量銷售提供6-4%的獎勵，為期五年。生產價值超過200美元的手機的智能手機製造商須於二零二零年至二零二一年銷售價值400百萬印度盧比的商品方能申請獎勵。政府的相關獎勵有望促進該國的智能手機市場發展。亞太地區為智能手機的重要市場之一，主要由於高度發展的電信行業及龐大的客戶群體。此外，該地區持續加大對移動網絡的投資力度。

歐洲分類

歐洲分類於本期間錄得營業收入492百萬美元，而去年同期錄得營業收入280百萬美元，歐洲分類營業收入於本期間有所增加。於本年度，有關一名屬歐洲及美洲分類的主要客戶的銷售額取得強勁及鼓舞性增長。就本集團整體損益而言，該客戶彌補了原先主要亞洲分類客戶受美國禁令限制導致的銷售額不足。但HMD繼續在不同市場面臨激烈競爭及本集團對HMD的功能手機銷量下降。該分類於本期間錄得盈利為4.6百萬美元，而去年同期錄得的盈利為8百萬美元，

業務回顧(續)

討論及分析(續)

業績及業務回顧(續)

地域分類(請參閱簡明綜合財務報表附註3「營業收入及分類資料」)(續)

歐洲分類(續)

並由於其應收貿易賬款的預期信貸虧損百分比增加而錄得同比下降。HMD正在飽和市場及印度及非洲等發展中國家中努力爭取更大市場份額，該等國家平均收入水平較低，功能手機消費者對價格異常敏感，而烏克蘭戰爭引起的通貨膨脹及食品價格飆升進一步影響該等國家低收入人群的消費能力，且有關需求下降將影響HMD現金流。HMD須迅速精簡其自身包括人員在內的經營開支，並優化毛利率，原因是HMD現金取決於營業收入的規模，且其須將部分儲蓄投入實銷激勵，以管理增加的存貨水平並使得出貨量重新恢復增長。僅HMD的功能手機業務就從七月的2百萬部水平上升至八月的3百萬部水平。HMD將繼續投入實銷回扣，同時保持適度的出貨量以令渠道存貨水平達致可持續發展水平。HMD於該等受通脹危機及外匯影響的市場的活動極低，且HMD推動印度等處於恢復階段的市場競爭更加激烈。HMD的未來策略為專注於提高智能手機毛利率。預期功能手機市場的下降速度較先前預測者更快且將來HMD產生的利潤率更加依賴智能手機，故此策略亦具有重要戰略意義。但所幸自二零二一年起本集團功能手機出現的2G晶片組供應不穩定現象於二零二二年上半年有改善的跡象。預期該分類的情況將於二零二二年第三季度繼續改善。然而，由於晶片組供應商不再生產2G晶片組，而將生產資源優先分配至市場上流行的4G/5G及下一代晶片組，故2G晶片組供應恐無望恢復到二零二零年及更早之前的水平。本集團將謹慎維持該產品類別的供需，同時在該分類剩餘的最後幾個主要參與者中維持著微妙的平衡。為減少成本，HMD開始尋找低端ODM競爭對手。於第一季度，兩名ODM對手已開始向HMD提供諾基亞品牌功能手機產品。市場份額的損失及烏克蘭戰爭的影響導致諾基亞品牌功能手機訂單取消，本集團正面臨產量下降及成本上升壓力，且其對營業收入構成可預見影響。失去唯一供應商的競爭優勢使本集團更難以維持與HMD同等的利潤率。但為了減低整體風險，本集團選擇拒絕了利潤率較低的諾基亞品牌功能手機項目，並通過轉移資源來探索諾基亞業務之外的商機。但由於功能手機業務為HMD的重要收入來源，本集團將取得良好平衡，並繼續為HMD提供功能手機，以致HMD能夠產生現金以支付予本集團。另一方面，本集團亦審閱HMD的現有商業模式，以了解能否更好的控制HMD的業務風險。

業務回顧(續)

討論及分析(續)

業績及業務回顧(續)

地域分類(請參閱簡明綜合財務報表附註3「營業收入及分類資料」)(續)

歐洲分類(續)

全球功能手機市場繼續下滑，二零二一年出貨量下降9.5%至295.7百萬部。持續下降主要是由於品牌製造商及移動運營商將產品組合從功能手機轉移至經濟實惠的入門級智能手機。因此，於二零二二年上半年，考慮到地緣政治緊張及整體智能手機市場的趨勢以及本集團透過擴張至手機以外的其他產品類別以分散業務風險的策略，本集團已作出組織調整，以加強業務發展功能，轉向以印度及中國為重點的全球市場。現有組織架構是為滿足特定主要客戶而設。透過加強業務發展功能，不僅積極尋找商機，並改變為一種更為進取的態度的工作方式。IDC的數據顯示，於二零二二年第一季度，ODM公司的出貨量佔全球智能手機出貨量37.7%，並將保持穩定增長。ODM設備及服務主要用於中低端智能手機，其為產量及價格的推動力。本集團的研發及製造基地遍佈全球。此外，我們全面覆蓋從低端2G語音手機到中低端智能手機範圍的功能手機資產，這使我們能夠在最短的開發時間內，以最低的開發成本及以快速的周轉率爭取投入市場及量產的時間。本集團亦努力推動服務範圍差異化，作為維持與其他ODM競爭對手的競爭優勢的關鍵。該方式不僅提供產品設計及製造服務，亦提供達成其業務目標的解決方案。透過該差異化服務方式，本集團擬動用目前成熟的功能手機資產及使用最少的資源以協助客戶完成其產品組合。根據IDC，儘管功能手機市場正持續收縮，但預期其不會完全消失。IDC預測於二零二六年全球功能手機出貨量仍將保持合共173.8百萬部。

迄今為止，烏克蘭戰爭對我們歐洲分類客戶影響並不重大。但由於其中一名主要客戶分銷至歐洲的智能手機逐漸增加，密切監測其影響及後果屬必要。俄羅斯對烏克蘭的入侵及有關制裁已對手機市場產生影響，原因是Apple、諾基亞及三星已撤出該國。就手機市場而言，根據於二零二二年四月二十八日刊發的IDC報告，在中歐及東歐，於二零二二年第一季度智能手機出貨量減少約20%，此主要是由於戰爭所致。隨著戰爭持續，國內電子產品需求持續下滑。根據於二零二二年七月二十八日刊發的另一份IDC報告顯示，中東歐的智能手機出貨量連續兩個季度下跌，而於第二季度下跌36.5%。然而，放眼全球，由於俄羅斯及烏克蘭的出貨量僅佔全球出貨量低於2.9%(俄羅斯：2.4%、烏克蘭：0.5%)及佔約2.1%市場收入(俄羅斯：1.9%、烏克蘭：

業務回顧(續)

討論及分析(續)

業績及業務回顧(續)

地域分類(請參閱簡明綜合財務報表附註3「營業收入及分類資料」)(續)

歐洲分類(續)

0.2%)，其並非導致全球出貨量減少的主要原因。然而，考慮到俄羅斯的入侵可能持續造成長期通貨膨脹、關鍵材料及食品短缺等其他負面影響，大部分手機製造商於本年度採取較為保守的策略。在西歐，市場情緒受高通脹所影響，低價層受到的影響最為嚴重。大體情況為，由於高通脹開始對收入及消費造成壓力，故歐洲經濟正迅速放緩，能源價格對生產商造成壓力，且烏克蘭戰爭加劇供應鏈問題惡化。

如上文所述，HMD分銷功能手機至印度及非洲，其影響已開始浮現。此外，本集團將繼續密切監測及評估HMD的信用狀況及該分類對本集團整體表現及現金流的影響。於本期間，由於本集團若干客戶延遲付款而致使及時收回應收貿易賬款的風險增加，故本集團增加預期信貸虧損備抵。尤其是由於COVID-19的衝擊、城市封鎖、旅行限制、全行業元件供應不穩定、邊境管制、烏克蘭戰爭、激烈競爭及業務表現，本集團若干客戶(包括主要客戶(如HMD))可能經受財務緊張及現金流緊張，本集團可能難以收回應收貿易賬款，或亦可導致該等客戶對本集團產品及服務需求的減少。HMD的資金籌集緩慢，本公司正密切監測進展及評估及時收回應收貿易賬款的風險及違約風險。鑒於本集團若干客戶延遲付款而致使及時收回應收貿易賬款的風險增加，本集團於本期間經參考穆迪所發佈二零二二年四月的違約率增加應收貿易賬款的預期信貸虧損百分比。

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美國互聯網客戶銷售中國及越南製造的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。本期間錄得的營業收入為766百萬美元，而去年同期錄得的營業收入則為206百萬美元，同比大幅增加是由於向一名美國互聯網客戶的銷售額強勁增長所致。本期間錄得的盈利為20百萬美元，而去年同期錄得的盈利為14百萬美元，該增加是由於銷量增加所致。

業務回顧(續)

討論及分析(續)

業績及業務回顧(續)

地域分類(請參閱簡明綜合財務報表附註3「營業收入及分類資料」)(續)

美洲分類(續)

- (i) 此名美國互聯網客戶對本集團而言非常重要。本集團向優質客戶提供深度工程服務、複雜智能手機產品的NPI(新產品推出)及故障分析服務。通過管理運營複雜性和及時提高收益，本公司可於極短時間內及時提升產量以滿足客戶需求，並深度開發自動化機器人軟件、機器人中央控制系統及人工智能檢測算法，以減少對勞動力數量的依賴和手工差誤，同時以實時大數據分析及可視化工具為輔，幫助提高收益。為完成客戶的訂單，我們集中精力進行二零二二年新產品NPI(新產品推出)、提升新產品產能、提高收益及著重材料利用率，以支持客戶投放量。我們亦擁有地理競爭優勢及卓越的管理能力，可提供靈活、優質及快速的服務以滿足客戶需求。

於二零二二年，我們首先經歷因深圳及香港之間有關進口材料及出口貨運物流影響產生的挑戰及困難，亦因深圳政府於三月發佈封城指示而受到影響，但該影響並不重大。我們面臨的主要問題為材料供應持續性、不斷飆升的勞動力成本及封城措施。我們嘗試根據預先的材料供應狀況模擬較長期的產能規劃，以商定交付及閒置產能的折中方案，並繼續提高產量，以增加產出及降低維修工作量，並發展自動化，及時進行日常收益審查以提高收益。為防止元件供應不穩定，本集團下達長期訂單以確保供應，此客戶亦於確保供應上擔當非常重要角色。然而，與其他客戶一樣，激烈競爭亦繼續對利潤率構成壓力。我們嚴格控制直接人工以克服產能波動，精細化管理運營，在收益及損耗控制方面保持良好勢頭。中國的工資率持續飆升，旺季尤其如此，以及由於勞動力的競爭激烈及流動市場，製造業的直接勞動力流動率高企，挽留足夠勞動力具有挑戰性。

- (ii) 就回收物流以及維修及翻新業務而言，於二零二二年，本集團的策略為多元化業務模式，包括引入不同產品線、制定新的服務水準等。因此，除智能手機外，我們的全球服務團隊一直致力於支持無人機產品等各類產品的售後服務。當前，本集團的服務團隊為

業務回顧(續)

討論及分析(續)

業績及業務回顧(續)

地域分類(請參閱簡明綜合財務報表附註3「營業收入及分類資料」)(續)

美洲分類(續)

中國最大無人機OEM的主要服務提供商之一。本集團達拉斯廠區已建立「退貨管理」能力以支持於美國市場的最大無人機原設備製造商。鑒於本集團自身的ODM移動設備及無線產品於美國市場的銷售額不斷增加，於二零二二年，達拉斯及墨西哥廠區均將擴大其支持服務規模。傳統智能手機維修及翻新業務已逐年萎縮，這是由於OEM設計(於材料及模塊等方面)變動、置換週期延長及二手市場需求下降。我們的服務團隊正改變維修服務模式以適應變化，上半年仍具挑戰。另一方面，全球供應鏈的挑戰對客戶加快本地化及重組供應鏈造成影響。長遠來看，此似乎有益於我們的北美業務，且我們將於二零二二年下半年看到結果。我們已看到許多一線OEM客戶的投資及計劃湧入該地區。我們的達拉斯業務已做好準備並進行轉型，以適應趨勢，希望能緊握時機。若干項目已於第一季度於墨西哥啟動並將於今年第三及第四季度轉移及擴建。通過不斷努力發展及引進不同產品線(移動設備除外)至我們維修／翻新服務業務。

截至二零二二年上半年，北美業務面臨預期困難，如材料供應不穩定及供應鏈效率低下等問題。我們亦一直面臨勞動力短缺及疫情後較高的損耗率等前所未有的挑戰，其將影響我們於達拉斯的業務並導致利潤萎縮。最重要的是，歐洲戰爭減緩了汽車行業的恢復，這是由於該地區若干材料限制。這間接影響到我們的墨西哥工廠。於二零二二年上半年，全球供應鏈的持續挑戰已致使客戶取消新項目或減少預測量。另一方面，全球供應鏈的挑戰亦對客戶加快本地化及重組供應鏈造成影響。長遠來看，此似乎有益於我們的北美業務，且我們將於二零二二年下半年看到結果。我們已看到許多一線OEM客戶的投資及計劃湧入該地區。我們的達拉斯業務已做好準備並進行轉型，以適應趨勢，希望能緊握時機。若干項目已於第一季度於墨西哥啟動並將於今年第三及第四季度轉移及擴建。通過不斷努力發展及引進不同產品線(移動設備除外)至我們維修／翻新服務業務，

業務回顧(續)

討論及分析(續)

業績及業務回顧(續)

地域分類(請參閱簡明綜合財務報表附註3「營業收入及分類資料」)(續)

美洲分類(續)

我們預計無人機售後服務業務將於美國及亞洲兩個市場強勁增長。今年下半年開始，通過提供新的智能手機維修解決方案，與美國和歐洲的運營商及零售管道的合作機會，將有助於推動我們的移動設備維修／翻新業務全面恢復。

於二零二二年第二季度，全球供應鏈形勢及材料短缺問題相較於第一季度得到改善及趨於穩定。受益於客戶北美SCM解決方案戰略的趨勢，達拉斯及墨西哥廠區均獲授自二零二二年第四季度及二零二三年開始的新項目。墨西哥廠區已收到二零二三年和二零二四年汽車項目的大量RFQ(詢價)。根據墨西哥獲得的業務，資本投入正在按計劃執行。於美國的業務也在計劃根據新項目的新需求進行擴張。達拉斯的擴張計劃將在未來兩年內增長直至二零二四年。對於售後服務業務，無人機維修及服務業務在中國和美國業務中都在穩定增長，而移動設備服務仍無明顯變化。

- (iii) 於二零二一年，本集團投入資源及精力，加強移動設備的研發能力，特別是蜂窩嵌入式產品，包括蜂窩調制解調器、天線及無線電工程、軟件、機械／熱力工程、系統集成及檢測以及運營商網絡檢測及定制。本集團成功打入美國市場並逐步發展了一些新的海外客戶，並為美國客戶設計及生產多種產品，包括手機、蜂窩嵌入式路由器等產品。基於二零二一年興起的勢頭，我們於今年上半年繼續在不同的美國運營商中競得項目。特別是，隨著運營商推廣更多的5G服務，同時因出現中低端產品晶片組使5G產品變得更加寬惠，5G產品需求增加且正蓬勃興起，本集團可藉助此趨勢獲得此分類的更多業務，而受此影響，有更多的5G產品出現在本集團的出貨產品中。我們所面臨的困難是該細分市場競爭異常激烈，從而迫使我们降低成本並採用新技術、半導體供應不穩定導致上述舉措難以實現、與營業收入／利潤機會失之交臂以及不可預測的COVID-19不時爆發造成強制實行封鎖措施、材料供應突然不穩定、生產計劃無法控制及物流安排混亂。但該

業務回顧(續)

討論及分析(續)

業績及業務回顧(續)

地域分類(請參閱簡明綜合財務報表附註3「營業收入及分類資料」)(續)

美洲分類(續)

等驅動力促使我們不斷改進設計、採購能力、物流靈活性並與關鍵零部件供應商建立更緊密的合作關係。鑒於我們在美國頂級運營商業務中取得的初步成功，我們可預見與更多美國運營商合作並隨時間擴大更多產品組合的機會不斷增加。利率高居不下，特別是在美國，將影響資金流及流動資金撥備。大多數先進經濟體正面臨高通脹及需求下降的問題。事實上，資產負債表嚴重膨脹的央行處境危險。經過多年的量化寬鬆政策，美聯儲已開始量化緊縮，並提高利率及資金成本。因此，美國的個人消費可能會下降，從而影響新興市場的整體增長前景以及該部分業務的成長性。

由於對該美國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，從而舒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、元件短缺、貨運及物流成本上升、中國積極的COVID-19防控措施、俄烏戰爭及中國的手機市場整體下滑，競爭壓力於二零二零年重現及持續至二零二一年及二零二二年。

經考慮本集團的業務及客戶架構以及其他因素後，我們在選擇競爭對手時將作出若干調整，為更易於對本報告的理解，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。

業務回顧(續)

討論及分析(續)

業績及業務回顧(續)

同業(續)

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、精度及加工方法遠較傳統金屬機構件複雜，且預期平均單價較高。然而，為刺激疫情期間的手機銷售，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。中國國內勞動力成本及流動率急劇上升，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難以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提升成本效益及效率。

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。由於疫情及持續的中美衝突，當前宏觀經濟形勢愈發脆弱，彼等已於多元化及優化彼等產品組合以促進長期增長方面付出諸多努力。我們於二零二二年第一季度的機構件同業表現載列如下：

- (i) 同業一為香港上市公司，其核心業務為精密結構件、電磁驅動器以及聲學及光學。於二零二二年第一季度，其營業收入同比增加 14.1%，而毛利率及純利率分別同比下降 11.6 及 8.21 個百分點。營業收入增加主要是由聲學產品、光學產品及精密結構件的出貨量增加所帶動。然而，該公司錄得利潤率下降，主要由於其聲學產品的平均售價壓力、其產品組合中的低利潤率產品份額增加以及原材料及勞工成本上升。在結構件業務方面，得益於主要客戶的平均售價及市場份額的增加，以及平板電腦及可穿戴設備項目的順利推

業務回顧(續)

討論及分析(續)

業績及業務回顧(續)

同業(續)

進，該公司於二零二二年第一季度金屬機構件的出貨量及營業收入有所提高。此外，其亦通過綜合入賬一間主要製造平板電腦金屬機構件、底部及零件、可穿戴設備及筆記本電腦產品(東陽精密)的公司完善其客戶群。另一方面，值得注意的是，該公司於二零二一年成立了一個汽車分類產品的獨立業務部門，表明其欲推出一個智能汽車各產品線的全面解決方案，以滿足不斷增長的市場需求，且若干汽車聲學項目有望於二零二二年進行量產。此外，該公司最近建議將其光學業務分拆並於上海證券交易所上市。該項交易計劃引入外部戰略投資者，惟該實體將仍為一間間接附屬公司且其財務業績將繼續綜合計入該公司賬目。

該公司此前曾為本集團一名客戶提供元件。然而，其為客戶所提供元件出貨量的營業收入較去年已大幅縮小。因此，該公司將從二零二二年年報的本集團機構件同業中移除。

- (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精密結構件、電子連接器及元件、新能源汽車連接器及模塊、以及機器人、工業互聯網。該公司一直致力於降低國內客戶及手機產品營業收入所佔比例，以減少倚賴單一產品並改善利潤率表現。根據中國科創板於二零二二年七月十四日發佈的消息，該公司回應，其一名主要客戶因高庫存而暫停採購手機元件的影響不大，因為彼等已採取多樣化的產品策略減輕對手機的高度依賴。該公司獲得一位新的國際客戶，並開始量產其筆記本電腦及智能可穿戴設備的機構件及元件。除此之外，其亦為一名國際領先電動汽車客戶的元件供應商，並通過與領先電動汽車電池解決方案供應商合作生產電池結構件，積極發展能源汽車業務。此外，該公司亦獲得混合實境頭盔的機構件訂單，以進軍元宇宙行業。於二零二二年第一季度，該公司的營業收入同比增長60.4%，表明其新國際客戶及新能源汽車業務的筆記本電腦金屬機構件業務穩步增長。然而，毛利率及純利率則分別

業務回顧(續)

討論及分析(續)

業績及業務回顧(續)

同業(續)

下降 15.7 及 11.0 個百分點，主要是由於增產期間公司之產能利率較低，且筆記本電腦金屬機構件業務之毛利率相對較低，再加上原材料價格急劇增漲及 COVID-19 於二零二二年三月捲土重來導致其生產基地停工。

- (iii) 同業三為一間香港上市公司，其業務包括手機機構件及高精密元件、家居及運動用品、網絡通訊設施及智能電子應用機構件。於二零二二年第一季度，由於全球經濟狀況欠佳，包括國際環境動盪及中國嚴格的 COVID-19 預防措施，對該公司手機相關業務產生不利影響，故該公司錄得營業收入同比下降 7.26%。為了促進業務長期持續增長，提高盈利能力，該公司一直致力於優化其產品組合，在非手機相關高增長行業(如 AR/VR 產品、家居及運動用品以及電動汽車)進行分散部署。預計二零二二年的增長動力將來自家居、網絡及其他領域(如汽車、TP-Link 路由器)。除此之外，新興分類(如可穿戴設備及 VR 設備)將在不久的將來成為該公司的主要增長動力。

OEM 業務模式的系統組裝業務為本集團的主要業務模式，其行業門檻低、毛利率低。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，財務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)、中國智能手機的市場飽和、元件供應緊絀、全球物流問題及中國工廠因國內防疫措施而停工亦對公司的 OEM 業務造成重大影響。為應對該等因素，該行業的若干競爭對手積極於中國境外搭建製造能力，並於其他高利潤及高增長業務投入更多精力，甚至利用其資源擴展新行業。憑藉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。

業務回顧(續)

討論及分析(續)

業績及業務回顧(續)

同業(續)

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同業於二零二二年第一季度的表現載列如下：

- (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、新型智能產品及汽車電子元件設計及製造。該公司於二零二二年第一季度錄得營業收入增加5.24%。其來自EMS/ODM及元件的營業收入仍佔銷售總額的大部分。該公司一名國際非安卓客戶的平板電腦組裝及元件份額於第一季度繼續上升。此外，新模型將引入生產及新平板電腦元件將於二零二二年下半年放量。另一方面，國內安卓智能手機的需求持續疲軟。然而，由於該公司新增其他國際客戶的智能手機及筆記型電腦(NB)結構件訂單，並收到一名韓國客戶工廠轉讓的訂單，元件及零件的潛在減少得以抵銷。在汽車電子業務方面，由於其母公司新能源汽車出貨量大幅增加，以及擁有多家一線汽車製造商客戶，使其產品出貨量有所上升。此外，該公司迅速擴展相關產品線。例如，智能駕駛艙、智能駕駛及車聯網等若干新產品，或會於二零二二年下半年推出。而盈利能力方面，該公司第一季度毛利率及純利率同比分別下降0.98及3.2個百分點，主要由於低利潤率組裝營業收入增加、安卓客戶需求疲軟導致產能利用率低以及其主要生產基地加強COVID-19防控。此外，研發費用上升亦對純利產生不利影響。展望今年，估計增長動力將來自該公司的國際客戶產品組裝及元件份額的增加、汽車電子及新型智能產品的增加。
- (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。於二零二二年第一季度，其銷售淨額上升9.3%，而淨收入率則同比微降

業務回顧(續)

討論及分析(續)

業績及業務回顧(續)

同業(續)

1.3%。儘管持續存在宏觀經濟挑戰，但由於其充分多樣化的產品、客戶及產能區域分配，該公司的財務業績並無受到巨大影響，甚至報告高個位數的營業收入增長。銷售增長歸因於通訊、雲及生活方式(如家電、音響及地板護理)產品線的強勁需求，以及蓬勃發展的電動汽車市場，尤其是在中國。在盈利能力方面，儘管該公司通過開發更多高端產品訂單持續改善產品組合，但在本季度，由於運輸及物流成本增加，其太陽能跟蹤器業務分類面臨困境，整體利潤率表現受損。

- (iii) 同業三為擁有三個業務分類的深圳上市公司，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。其於第一季度的營業收入同比下降4.6%，而純毛利率及純利率則同比微增0.4及0.8個百分點。收入的輕微下降歸因於消費電子產品的需求疲軟及元件供應緊絀。然而，其存儲的半導體製造、包裝及測試服務的快速發展大幅抵銷部分影響。新的記憶體晶片工廠已於二零二一年年底進行量產，有助於本年度進一步增加營業收入。在ODM及新能源汽車等其他業務方面，該公司正在開發更多海外客戶以採用其新型智能解決方案，並繼續投資研發電動汽車超級電容器模塊解決方案，其中多款產品已進入量產階段。除此之外，於二零二二年三月，該公司宣佈其決定出售旗下主要提供手機等消費電子產品的製造及銷售服務的附屬公司，並出售予下述本集團一間同業，這意味著該附屬公司不會綜合計入二零二二年的財務報告。二零二一年，附屬公司的營業收入佔總營業收入的22.6%。該公司預計，一旦半導體工廠建立、消費電子業務合併及分拆完成，經營開支減少及產品組合改善將顯著提高利潤率。

由於移動EMS服務將不再為該公司的主要業務，故其將從二零二二年年報的本集團同業中移除。

- (iv) 同業四亦為深圳上市公司，其主要業務為電子消費產品、互聯網通訊產品、智能設備及汽車電子產品的EMS服務。於第一季度，其銷售額猛增107.4%，但毛利率及純利率僅

業務回顧(續)

討論及分析(續)

業績及業務回顧(續)

同業(續)

分別小幅上升0.1及0.7個百分點。兩家中國主要智能手機品牌公司的新訂單推動了銷售表現的增長，以抵銷其客戶因美國長期制裁而遭受的不利影響。事實上，推動其銷售增長的兩名客戶之一為我們的主要中國客戶。此外，該客戶正與該公司合作於越南建立製造設施，以開發當地市場及整個東南亞市場，預計未來將貢獻營業收入。然而，因商業模式從寄售到買賣不相同，新訂單的利潤率較以往低。但由於利用率提高，整體利潤率仍有小幅提升。有如其他競爭對手，該公司正在將其產品組合擴大至包括智能可穿戴設備及平板在內的非移動設備業務，並同一家領先的汽車電動化供應商合夥，進軍汽車電子產業。汽車供應商的汽車產品於本季度開始出貨。

- (v) 同業五為深圳上市公司，擁有精密元件、結構件及模塊、充電器、組裝、材料及汽車元件等多個業務分類。近年來，該公司重組其組織架構，並根據其核心戰略「垂直整合」積極發展組裝及充電器業務。該等舉措包括自我們的同業收購若干工廠、與我們的主要中國客戶於土耳其合建一間工廠、投資我們一名同業的越南附屬公司，以及與桂林政府簽署於桂林建設智能製造工業園以發展充電器業務的協議。連續收購及投資使其營業收入迅速上升。於二零二二年第一季度，得益於組裝、充電器及汽車業務收入的增加，業務收入同比增長率為9.9%。然而，受產品組合惡化、元件短缺及材料價格上漲的影響，純利率下降3.0%。此外，由於該公司處於產能擴張過程，利用率較低，折舊開支及勞工成本仍佔總銷售額的較高比例。此亦為利潤率表現降低的原因之一。

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、醫療電子等新產品及服務。

業務回顧(續)

討論及分析(續)

業績及業務回顧(續)

投資

基於下述各項投資截至二零二二年六月三十日的價值低於本集團於二零二二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，包括一間位於越南的製造廠房及於進行該功能手機業務時優化的若干其他資產，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中就商譽79.4百萬美元全面計提減值。

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其他ODM製造。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。

於二零二零年八月，本集團購入價值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管理層及其他投資者的相關磋商及文件已存檔(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，誠如上述章節所述，HMD的現金狀況仍然緊

業務回顧(續)

討論及分析(續)

業績及業務回顧(續)

投資(續)

於諾基亞品牌產品相關業務的投資(續)

續，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的投資於二零二二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。投資團隊將繼續監察其集資的進展、業務表現及流動資金以及COVID-19及元件短缺對其業務及現金狀況的影響。

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、全球經濟下行及美國商務部工業與安全局(BIS)實施制裁的影響，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。因此，CloudMinds自二零二零年年底起開始資本重組並展開新一輪融資以提升其未來技術發展及財務狀況。於二零二二年第一季度，CloudMinds完成資本重組及B+輪融資，獲得若干聲譽良好的戰略投資者超過100百萬美元的投資。因此，本集團於CloudMinds相關實體的股權由0.82%減少至0.78%。根據最近表現及未來三至五年的預測，並參考獨立專業估值師進行的估值，管理層已評估於CloudMinds所作投資於二零二二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。

Augentix Inc於二零一四年成立於台灣，是一家無晶圓廠多媒體SoC(系統單晶片)設計公司，提供高效智能視覺應用領域的專利演算法產品。因此，產品一經推出，就被家居物聯網、專業IP攝像機及消費者監控產品領域的全球領先品牌廣泛應用。此外，Augentix的其中一名客戶榮獲二零二零年度國際消費電子展創新獎(CES Innovation Award)。於二零二一年半導體行業供應鏈短缺的情況下，Augentix仍實現營業收入較去年增長近80%，並仍然堅持開發新產品。預計Augentix全新系列AI SoC將於二零二二年第四季度推出，將會提供更廣泛的邊緣計算應用，並增強其於監控、家居安全和消費者IP攝像機等方面的使用屬性。本集團於二零一九年十二月透

業務回顧(續)

討論及分析(續)

業績及業務回顧(續)

投資(續)

其他投資(續)

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。於二零二一年七月完成了新台幣 130 百萬元的最後一輪融資後，Augentix 現正發起新一輪融資，旨在與更多的戰略投資者合作。於二零二二年六月三十日，按全面攤薄基準計算，本集團於 Augentix 之股權為 1.93%。

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，通過遠距離同時向多台設備安全傳輸目標能量重新定義了無線充電。Ossia 的 Cota 技術為擁有專利的智能天線技術，能在不需要任何用戶干預的情況下，自動向多個設備充電，令一個隨時連接且始終連接的高效真無線充電世界成為可能。Ossia 是一家無晶圓廠技術許可公司，總部設於華盛頓雷德蒙德。Ossia 宣佈於過去 12 個月有 8 個使用 Cota 技術的產品投入市場，包括 Cota 電站、Cota 資產追蹤器、Cota 供電的物聯網傳感器及 Cota 電源桌等。此外，Cota 電源桌更被評選為二零二二年度國際消費電子展 (CES) 移動設備及配件類創新獎 (CES Innovation Award) 的獲獎者，旨在為快餐店、咖啡館及機場裡支持 200+ Qi 的設備提供連貫的無線充電體驗。未來，本集團將成為 Ossia 客戶的優先合作夥伴及合約製造商，滿足其將 Cota 無線充電科技應用於或結合到其設備、傳感器、汽車周邊及物聯網產品的需求。

SoundHound 是走在智能對話前沿的創新者，為各界企業提供了一個獨立的語音人工智能平台，使之能夠為其客戶提供一流的對話體驗。憑藉 Speech-to-Meaning® 及 Deep Meaning Understanding® 技術，SoundHound 的高級語音人工智能平台可以快速準確地一步處理語音，使人們能夠以與彼此相同的方式 (通過簡單的交談) 與產品和服務進行交互。SoundHound 有賴於現代、梅賽德斯 - 奔馳、潘多拉、萬事達卡 (Mastercard)、德國電信 (Deutsche Telekom)、Snap、VIZIO、起亞汽車及 Stellantis 等全球公司的信任。於二零二一年十一月十六日，SoundHound 宣佈彼等已與 Archimedes Tech SPAC Partners Co. 訂立合併協議，預計將於二零二二年第二季度公開上市。於二零二二年四月，本集團參與了 SoundHound 的 113 百萬美元的私募股權投資 (PIPE) 輪融資，作出 1 百萬美元的投資，以傳達我們希望建立更加緊密聯繫的意願。本輪其他投資者包括甲骨文 (Oracle)、Qatar First Bank、科氏工業集團 (Koch Industries)、MKaNN、VIZIO、HTC 及 Structural Capital 等。PIPE 輪完成後，SoundHound 已完成 SPAC 合併交易，成為納斯達克上市公司 (NASDAQ: SOUN)。

業務回顧(續)

討論及分析(續)

業績及業務回顧(續)

投資(續)

其他投資(續)

Snapdeal Limited (「Snapdeal」) 成立於二零零七年，是印度領先的電子商務平台。其最初是一家團購網站，惟於二零一零年轉為線上交易平台並於二零一二年轉為線上電商市場。本集團於二零一五年投資200百萬美元，包括150百萬美元現金及按折算價自其現有股東認購的50百萬美元。於二零一七年，由於營運及財務表現不如預期，本集團將是項投資全數減值。於二零二一年十二月三十一日，Snapdeal就首次公開售股向印度證券交易委員會遞交非正式招股書草稿(DRHP)。該公司表示，新股發行金額最多將為12,500百萬印度盧比，而現有股東出售權益股份的出售要約最多將為30,769,600份。本集團已參與出售要約，預期將出售其目前持有Snapdeal的最多17%的股權。其餘股權將於首次公開售股後有六個月的禁售期，投資團隊將監察股價及印度股市表現以及時變現。由於印度資本市場震盪，且多家知名公司目前的股價已遠低於發行價，印度證券交易委員會一直積極審查所有遞交非正式招股書草稿的公司。Snapdeal的首次公開售股項目可能會因此被推遲。

於二零二二年三月，本集團向GFT Ventures I作出戰略投資。GFT Ventures I是一隻規模約為100百萬美元的私募基金。該基金專注於幾個特定領域的種子系列或A輪初創企業，包括移動、數字健康、機器人、自動化及AI技術。近年來，本集團在不同行業開疆拓土，而戰略投資是開發新業務以及分散對手機以及單一客戶依賴的舉措之一。該基金的普通合夥人在風險投資、AI及半導體領域擁有逾20年的經驗。借助彼等的知識，未來本集團將有更多機會打造其他銷售引擎。

為了在V2X行業探索更多機會及業務，本集團於本期間有重大發展。

於二零二一年十二月三十一日，本集團已完成該交易，並引進全球第四大領先汽車製造商及出行服務提供商Stellantis，向本集團全資擁有的專注於汽車技術的Mobile Drive集團投資40百萬美元。交易完成後，Mobile Drive集團已成為本集團與Stellantis各持股50%的合營公司。於Mobile Drive集團的投資及其後應佔Mobile Drive集團的溢利／虧損將於本集團的綜合財務報表內以權益法入賬。

業務回顧(續)

討論及分析(續)

業績及業務回顧(續)

投資(續)

其他投資(續)

Mobile Drive集團將利用雙方的豐富資源和經驗，憑藉在無線通訊和汽車行業的專業知識，專注於智能駕駛艙和車載資訊娛樂系統的軟硬件集成，為全行業提供創造性的車載V2X解決方案。本集團將能夠協助所有硬件製造，成為最佳硬件合作夥伴。於交易過程中，本公司管理層對Mobile Drive集團管理賬目的評估、現金流分析、財務預測、業務表現及前景、估值分析及當時可取得的其他相關資料及文件(尤其於釐定本集團出售Mobile Drive集團的50%權益的代價時)以及與Stellantis的相關磋商記錄及交易文件已存檔(務求為本集團取得更有利條款，作為本集團於有關情況下優化其於Mobile Drive集團的投資的可行合營機會)，並向董事會呈報供其考慮。

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位攝影公司，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。

於二零二二年六月三十日，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161百萬美元，佔本集團總資產的3.0%。

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各自管理團隊的執行能力及其前景。於二

業務回顧(續)

討論及分析(續)

業績及業務回顧(續)

投資(續)

其他投資相關事宜(續)

零二二年，本集團已出售若干投資，並就部分表現超出預期／未如理想的投資的公平值變動作出相應調整。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本期間因若干上市公司投資的公平值變動而產生任何重大虧損。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潛在投資良機，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享出行)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，根據Statista的數據，預期全球醫療設備市場將由二零二二年的4,551億美元按7.1%的複合年增長率增長，到二零二七年將達到6,413億美元。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、IMI(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(包括IoV)；是否有利於長遠增長前景；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。本集團將投入其較少使用的資產及設計與生產經驗，而該基金則向一家位於北京且專注於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

業務回顧(續)

討論及分析(續)

業績及業務回顧(續)

投資(續)

其他投資相關事宜(續)

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，同時應對二零二二年可能不穩定的經濟環境及動盪的資本市場。

自二零二一年十二月三十一日起，先前由本集團全資擁有的Mobile Drive集團已成為由本集團與Stellantis各持股50%的合營公司，其後分佔該合營公司的溢利／虧損將按權益法於本集團的綜合財務報表入賬。除此之外，概無重大收購及出售本集團附屬公司及聯營公司以及合營公司(如有)。為完善起見，本集團於本期間繼續關閉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、溢利或營業收入(或綜合總資產、溢利或營業收入(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律及法規(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律／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、墨西哥及美國不同的稅務制度影響，適用不同的稅務法律及法規以及特定減免激勵。

業務回顧(續)

討論及分析(續)

業績及業務回顧(續)

遵守相關法律及法規(續)

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、印度及越南營運(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律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」)，請參閱本公司於二零二二年四月十三日發出及刊發的二零二一年年報第61頁所詳述的背景及過往發展。於二零二二年二月二十四日，最高人民法院發佈於二零二二年三月一日生效的《最高人民法院關於適用中華人民共和國民法典總則編若干問題的解釋》(「總則編司法解釋」)。其中，總則編司法解釋闡明，有關於表見代理，倘存在代理權的外觀，及倘相對人不知道行為人行為時沒有代理權，且無過失，法院可以認定相對人有理由相信行為人有代理權。該闡明對本集團的中國附屬公司與第三方訂立合約或進行其他交易提供實踐指引。

有關中國稅務和相關法律及法規：

- 至於增值稅方面，請參閱本公司於二零二二年四月十三日發出及刊發的二零二一年年報第61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)(「增值稅法草案」)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關注增值稅制度的立法過程，並評估增值稅法草案頒佈後對其營運造成的潛在影響。
- 有關中國財政部(「財政部」)和中國國家稅務總局(「稅務總局」)出台的若干適用於製造企業的減稅措施：(i)請參閱本公司於二零二一年九月十五日發出及刊發的二零二一年中期報告第89頁及本公司於二零二二年四月十三日發出及刊發的二零二一年年報第61及62頁所詳述的背景及過往發展；及(ii)至於增值稅退稅政策方面，於二零二二年三月二十一日，財政部和稅務總局頒佈《關於進一步加快增值稅期

業務回顧(續)

討論及分析(續)

業績及業務回顧(續)

遵守相關法律及法規(續)

中國(續)

未留抵退稅政策實施進度的公告》(「二零二二年增值稅退稅公告」)(於二零二二年四月一日生效)，並廢除於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》(誠如本公司於二零二一年九月十五日發出及刊發的二零二一年中期報告第89頁所述)。二零二二年增值稅退稅公告擴大了就增量留抵增值稅應用退稅政策的範圍，以涵蓋製造業及其他指定行業(如科研及技術服務行業、軟件及信息技術服務行業等)的合資格納稅人。除退還增量留抵增值稅外，其亦規定符合條件的大中公司可申請一次性退還存量留抵增值稅。根據該公告，對符合條件的公司以現金方式退還任何合資格增量留抵增值稅及存量留抵增值稅的舉措，可以使本集團旗下中國附屬公司獲得任何未使用的增值稅抵扣的現金退款，甚至提前一次性全部退還，從而減少其現金佔用成本。

有關徵求公眾意見的中國公司法修訂草案(「公司法修訂草案」)，請參閱本公司於二零二二年四月十三日發出及刊發的二零二一年年報第62頁所詳述的背景。公司法修訂草案仍在討論，尚未採納。迄今為止，本集團旗下中國附屬公司將繼續關注公司法修訂草案的公眾徵詢過程，並評估公司法修訂草案頒佈後對本集團旗下中國附屬公司營運造成的潛在影響。

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」)，請參閱本公司於二零二二年四月十三日發出及刊發的二零二一年年報第62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)，以配合當時生效的中國公司法，集團外資企業將持續評估外商投資法及(如上文所述)公司法修訂草案對其營運的影響，從而制定及實施適當企業措施及行動。

業務回顧(續)

討論及分析(續)

業績及業務回顧(續)

遵守相關法律及法規(續)

印度

於本期間，新頒佈的印度法例及法規並無對本集團的印度附屬公司及其營運造成重大影響。

越南

有關越南政府幫扶遭受COVID-19疫情影響的企業的政策(包括越南財政部日期為二零二一年十二月二十四日第120/2021/TT-BTC號文所引入減少37種費用及收費)，請參閱本公司於二零二二年四月十三日發出及刊發的二零二一年年報第62頁。然而，有關減少於二零二二年七月一日起不再適用。

有關10個東盟(東南亞國家聯盟)國家與5個與東盟簽署自由貿易協議的國家(即中國、澳大利亞、日本、韓國及新西蘭)之間的RCEP(區域全面經濟夥伴協定)協議，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年報第45頁所詳述的背景及過往發展。RCEP協議已於二零二二年一月一日起生效。RCEP協議旨在20年內逐步取消其成員國之間的92種進口稅/關稅，並通過簡化海關手續幫助其成員國的企業節省成本及時間在其成員國之間出口產品，尤其是原產地證書的要求變得更加簡化。由於越南是RCEP成員國之一，本集團的越南附屬公司可以根據RCEP協議享有已提供及將要提供的相關利益及優勢，尤其是當該協議可以幫助減少本集團的越南附屬公司及其客戶、供應商及其他商業夥伴的稅收/關稅負擔時，從而藉此提高彼等「越南製造」產品的競爭力。

於二零二二年三月二十八日，越南政府發佈關於幫扶員工房屋租金的第08/2022/QĐ-TTg號決定，根據該決定，在工業園區、出口區及重點經濟區工作的員工以及於二零二二年四月至六月返回勞動力市場的員工將獲得3個月的房屋租金每月50萬越南盾至100萬越南盾的扶持。此舉可以幫助企業(包括本集團的越南附屬公司)在COVID-19疫情期間獲得營運所需的足夠人力。

除上述情況外，本集團還考慮到全球轉讓定價的相關法律及法規，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

業務回顧(續)

討論及分析(續)

業績及業務回顧(續)

遵守相關法律及法規(續)

及法規並無發生對本集團的稅務開支造成重大影響的重大變化，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行動計劃而引入或更新的適用法律及法規，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)，確保每家附屬公司了解對其業務營運有重大影響的當地法律及法規，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律及法規。本集團相信，其在所有重大方面均已遵守適用相關當地法律及法規。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元件或組裝產品施加的貿易限制。此外，本集團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。

有關本集團遵守在環境、社會及管治方面對本集團構成重大影響的相關法律及法規的情況，請參閱本公司於二零二二年四月十三日另行發出及刊發的二零二一年環境、社會及管治報告書。

本集團將一直持續監察所有相關法律及法規的遵守情況。

業務回顧(續)

討論及分析(續)

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、經濟環境及市場風險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、以合理成本籌措充足的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、不確定性及波動。

於二零二二年六月三十日，本集團的現金結餘為1,676百萬美元(二零二一年十二月三十一日：1,885百萬美元)。自由現金流量(即用於經營活動的現金淨額213百萬美元(二零二一年十二月三十一日：來自經營活動的現金淨額281百萬美元)減資本開支59百萬美元(二零二一年十二月三十一日：119百萬美元))為272百萬美元外流(二零二一年十二月三十一日：162百萬美元內流)。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1,041百萬美元(二零二一年十二月三十一日：857百萬美元)除以總資產5,455百萬美元(二零二一年十二月三十一日：5,980百萬美元)的百分比表示)為19.08%(二零二一年十二月三十一日：14.33%)。所有對外借貸均以美元、人民幣及印度盧比(二零二一年十二月三十一日：美元、人民幣及印度盧比)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1.48%至5.90%(二零二一年十二月三十一日：固定年利率介乎0.61%至5.90%)計息，原到期日為一至六個月(二零二一年十二月三十一日：一至六個月)。

於二零二二年六月三十日，本集團的現金及現金等值物主要以美元、人民幣及印度盧比計值。

本期間用於經營活動的現金淨額為213百萬美元。

本期間用於投資活動的現金淨額為92百萬美元，其中主要包括59百萬美元為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、36百萬美元為來自銀行存款的現金流出淨額、4百萬美元為購買按公平值計入其他全面收益的股本工具、6百萬美元為出售按公平值計入其他全面收益的股本工具的所得款項及1百萬美元為出售物業、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173百萬美元，主要由於銀行借貸增加淨額189百萬美元、回購普通股的付款6百萬美元、就銀行借貸已付的利息6百萬美元、償還租賃負債3百萬美元及就租賃負債已付的利息1百萬美元。

業務回顧(續)

討論及分析(續)

外匯風險及相關對沖

由於美國的通貨膨脹已達到40年來最高點，美聯儲已持續實施加息措施以應對通貨膨脹帶來的負面影響。因此，美元兌全球所有其他主要貨幣走勢強勁。為降低外匯風險，本集團積極運用自然對沖法及財務方法管理其外匯風險，包括不時訂立一般交易期少於3個月的短期遠期外匯合約，以對沖來自以外幣計值的經營活動所產生的外匯風險。

資本承擔

於二零二二年六月三十日，本集團的資本承擔為21.6百萬美元(二零二一年十二月三十一日：15.0百萬美元)。一般而言，資本承擔將以經營所得現金撥付。

資產質押／抵押

於二零二二年六月三十日及二零二一年十二月三十一日，本集團概無質押或抵押資產。

或然負債

於二零二二年六月三十日及二零二一年十二月三十一日，本集團概無重大或然負債。

展望

市場及OEM行業回顧與本集團面臨的挑戰

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模式因其成本結構及準時交付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行業的快速發展及產品持續加速更新，自行生產所有產品並不理想，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。OEM通常能夠加快初創階段的生產，高效及較快地將新產品投入生產及規模生產以應對不斷變化的市場，並立足全球，服務於世界領先市場。隨著產品生命週期不斷縮短，該等關鍵OEM服務可加快新產品在市場上的銷售。因此，各公司不斷尋求減少對用於生產的存貨、廠房、機器及設備的投資，並優先考慮對銷售及營銷、分銷及渠道管理、研發及渠道等其他活動的資本投資。資本及資源部署的這一策略轉變促使對外包給外部OEM的需求及興趣不斷增長，該等OEM能夠減少客戶的整體產品生命週期及營運成本。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

業務回顧(續)

討論及分析(續)

展望(續)

市場及OEM行業回顧與本集團面臨的挑戰(續)

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，其利潤率有限，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，本集團一直關注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(特別是對提供重大營業收入的產品的需求下降)時，可能會損害我們的毛利率及經營業績。

中國勞工成本及供應

由於本集團主要在中國部署其生產設施，中國OEM行業的發展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因素成功吸引大量外商投資。中國的OEM從躋身低端產業鏈發力，吸納需求並取得驕人業績。「中國製造」曾經是廉價製造，但OEM公司的毛利率大幅下降、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。

在過往幾年內，中國大部份省市的最低工資上升。截至二零二二年四月一日，大部份省市再一次上調最低工資。根據人力資源及社會保障部二零二二年四月八日公佈的官方數據，中國13個省市的每月最低工資已超過人民幣2,000元(314美元)。尤其是，上海以每月人民幣2,590元居首，深圳以人民幣2,360元位居第二，緊隨其後的是北京的人民幣2,320元。此外，由於幾十年來計劃生育政策嚴格以及結婚生育成本不斷上升，受此影響，中國的出生率多年來呈下降趨勢，且在COVID-19爆發後的兩年內，出生率加速下降。根據《金融時報》於二零二二年四月十九日的報導，中國於二零二一年僅有10.6百萬名新生兒，為一九四九年以來的最低。此

業務回顧(續)

討論及分析(續)

展望(續)

中國勞工成本及供應(續)

外，報導稱，一位專家甚至預測，政府推行新冠清零政策及嚴格的封鎖措施將進一步降低本年度的生育率及結婚率。生育率低迷將導致對經濟增長作出貢獻的工人及消費者減少。隨著人口老齡化和勞動力減少，在勞動力供應短缺的情況下，中國的工資水平預計將繼續上升。根據英國廣播公司未來頻道(BBC Future)於二零二二年六月六日的報導，中國製造業之勞工成本已是越南的兩倍。工資上漲是眾多外資企業遷往印度或越南等新興國家的一個原因，而本集團已在這些國家開展業務。上文「亞洲分類」一節詳述本集團應客戶要求作出策略決定，在印度拓展業務、提升實力及紓緩依賴單一地區風險的原因。

下調GDP增長

二零二一年全球經濟混亂不堪，二零二二年則新危機風起雲湧。今年上半年，烏克蘭戰爭以及中國主要城市及港口因嚴厲的新冠清零政策而實施的封鎖，進一步衝擊脆弱的全球經濟復甦。世界銀行行長David Malpass表示，「烏克蘭戰爭、中國的封鎖政策、供應鏈中斷以及滯脹風險均在遏制經濟增長。許多國家將不可避免地陷入經濟衰退。」疫情導致的供應鏈持續中斷以及全球地緣政治風險，不僅拖累全球經濟，同時不可避免地推高了通貨膨脹。目前，許多國家面臨巨大的通脹壓力，進而導致全球央行開始加息週期。根據美國勞工部二零二二年七月十三日公佈的數據，二零二二年六月美國消費者價格指數(CPI)上漲9.1，美國通脹創40年新高。通脹飆升可能會促使美聯儲加快升息步伐。截至二零二二年七月二十六日，美聯儲宣佈再次加息0.75個百分點，將隔夜借款利率調高到2.25%至2.5%水平，以尋求在不引發經濟衰退的情況下抑制不斷加劇的通貨膨脹。有關於六月及七月的舉措是自一九九零年代初將隔夜基金利率作為主要貨幣政策工具以來最為嚴厲的行動。鑒於經濟環境混亂，許多機構已降低對今年的經濟增長預測。根據國際貨幣基金組織二零二二年七月二十六日發佈的《世界經濟展望報告》，其已將二零二二年及二零二三年的全球經濟增長預測下調至3.2%及2.9%。有關修正分別較四月份的預測下調0.4及0.7個百分點。同樣地，世界銀行亦於二零二二年六月七日刊發的報告中預計全球經濟增長將由二零二一年的5.7%下降至二零二二年的2.9%，並估計於二零二三年至二

業務回顧(續)

討論及分析(續)

展望(續)

下調GDP增長(續)

零二四年期間於此水平徘徊。值得一提的是，該報告亦提出警惕滯脹風險加劇，並指出如通脹繼續居高不下，未來全球經濟可能出現急劇下滑，部分新興市場及發展中經濟體可能會伴隨出現金融危機。

智能手機市場前景

有關智能手機市場的前景，供應端遭受的負面影響依然存在，而需求因消費產品價格不斷上升而較去年大幅減少。今年年初，手機供應商面臨的阻力不斷增加——地緣政治緊張局勢及供應鏈限制持續以及物流挑戰。更糟的是，中國當局開始對COVID-19採取動態清零政策，導致數個國內社區及地區實施封鎖。許多消費電子產品供應商的工廠均位於該等地區，被迫關閉以遏制冠狀病毒的傳播，破壞了整個供應鏈的穩定性。然而，由於材料成本不斷增長，通貨膨脹急速上行，世界各國政府為應對通貨膨脹實施量化緊縮政策，但造成經濟衰退的連帶影響，於此艱難環境下，消費需求受到抑制。因此，儘管供應持續中斷，但同時需求被拉低，說明供需的不利變化已令市場逐步趨於平衡，整個智能手機市場面臨巨大的萎縮。根據二零二二年六月一日的最新IDC報告，研究者大幅下調其二零二二年預測，由先前預測的增長率1.6%調減至-3.5%。鑒於連續三個季度出現下滑以及供需側均面臨種種挑戰，IDC預計全球手機出貨量於二零二二年將降至13.1億台。更悲觀的是，領先智能手機晶片製造商高通(Qualcomm)預測今年其智能手機銷量將下降5%，而此前則預測將錄得增長持平。首席財務官Akash Palkhiwala表示，「我們預計全球經濟不確定性因素的增加及中國採取COVID措施的影響將讓客戶在下半年謹慎管理採購。」關於最大的智能手機市場中國，其手機銷量於第一季度亦減少，不僅是由於上述阻力(特別是需求疲弱)，亦因為基準年度的基數較高。根據中國信息通信研究院的數據，今年上半年的智能手機出貨量同比下滑21.8%。於二零二二年三月，世界最大的半導體代工廠台積電的總裁魏哲家表示，「由於地緣政治的不確定性及中國與新冠相關的封鎖措施，智能手機、個人電腦、電視等消費電子產品的需求出現放緩跡象，特別是在最大的消費市場中國。」相應地，在第二季度財報電話會議上，台積電的總裁重申，該公司已經看到智能手機及

業務回顧(續)

討論及分析(續)

展望(續)

智能手機市場前景(續)

個人電腦的需求疲軟，但其數據中心及汽車業務保持穩定。同時，魏哲家就潛在的晶片過剩作出回應，「目前存貨水平相當高，表明需求疲弱，可能會對半導體價格造成壓力。但存貨正在減少，目前作出的調整與半導體的「典型週期」相似。」「我們認為目前的半導體週期更像是其典型週期，存貨調整可能會持續幾個季度，直至二零二三年上半年，」魏哲家補充道。該觀點表示，終端需求持續不穩，可能要到二零二三年下半年才會達到市場平衡。展望二零二二年全年，IDC預計，中國市場存在下行風險，智能手機出貨量將不足300百萬台，意味著如果中國市場仍沒有新的刺激措施，將出現兩位數的下滑。然而，IDC仍對全球手機市場的前景持樂觀態度，並預測今年年底，挑戰將有所放緩，市場將於二零二三年回彈，增長率達5%，直至二零二六年的五年複合年增長率將達至1.9%。

儘管整個智能手機市場出現短期下滑，但與5G設備相比，4G設備受影響更為嚴重，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。根據IDC於二零二二年六月一日發佈的分析，二零二二年5G設備將同比增長25.5%，5G設備總量將由二零二二年的約700百萬台增長至二零二六年的1,159百萬台，複合年增長率為13.5%。此外，於二零二二年底，5G產品的出貨量將佔全球出貨量53%，甚至將於二零二六年增至78%。除手機品牌公司外，基建公司亦專注於推動5G網絡的應用。根據二零二二年六月發佈的《愛立信移動市場報告》(Ericsson Mobility Report)，二零二二年第一季度，5G電信用戶增加70百萬至約620百萬。愛立信預計，二零二二年底用戶數將增長至超過10億。二零二七年底，全球5G用戶將達44億，佔手機用戶總數48%。與二零零九年4G推出情況相比，5G用戶數增速預計將明顯快於4G，原因是多家供應商及時推出可用設備，5G設備價格快速下降。鑒於上述觀點，IDC亦於其報告中指出，由於發達市場對高端機型的需求持續，智能手機的平均售價達到峰值，但隨著5G普及率逐漸提高，整體價格將隨之下降。具體而言，預計5G設備的平均售價於二零二二年將下降8%至608美元，該價格將持續下降至二零二六年的440美元。因此，於可見未來，預計隨著5G網絡及設備的不斷滲透，5G將成為整個智能手機市場的主要驅動力之一，以抵禦宏觀經濟的不利因素。

業務回顧(續)

討論及分析(續)

展望(續)

COVID-19及供應鏈中斷

自二零二零年下半年起，因COVID-19疫情持續及全球貨運量激增，供應鏈嚴重緊張。今年，COVID-19疫情持續、俄羅斯入侵烏克蘭及中國若干地區因新冠疫情實施長期封鎖，重重打擊令中斷擴大至全球供應鏈，從而阻礙電子市場的增長，整條供應鏈由消費電子分類(包括智能手機、個人電腦甚至家用電器)以至汽車分類均受影響，導致每個分類的價格飆升。根據全國廣播公司商業頻道(CNBC)於二零二二年三月十一日的報導，俄烏戰爭已嚴重影響船運及空運，供應鏈軟件平台的眾多專業服務商已注意到，越來越多的貨運商暫停於俄羅斯的服務，約佔海運總容量的62%。此外，上海的主要港口歷經兩個月的封鎖後於六月份重新開放，可能會進一步加大對供應鏈的壓力。然而，由於新集裝箱船交付及托運人的需求較疫情高位有所減少，港口的擁堵情況亦得以改善。DHL貨運代理部主管預計，港口的擁堵情況將於二零二三年得以緩解，但不足以將全球供應鏈流量恢復至COVID-19前的水平。鑒於供應問題持續存在，根據福克斯商業(Fox Business)於二零二二年五月二十三日的報導，英特爾首席執行官Patrick Gelsinger亦透露，其初步預計半導體的短缺將於明年穩定，但已將其預測調整為二零二四年。其表示，中國近期就COVID-19的封鎖措施改變了其觀點。其亦強調「我們在上海看到的情況令人震驚，由於COVID-19政策，港口關閉，設備積壓，令當前的供應情況雪上加霜」。另一方面，供應鏈問題亦導致銅及生產所需其他金屬漲價，從而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IC(集成電路)、過濾器、LCD(液晶顯示器)、傳感器等)的供應非常緊張，價格上漲之餘，訂單交貨時間延遲情況亦持續至二零二二年。整體而言，本集團持保守看法，認為供應鏈中斷的情況要到二零二二年下半年方能緩解。雖然某些行業已採取積極措施，緩解供應持續緊張情況，而全球半導體製造商亦已積極投資新代工廠及工廠擴張，以提高產能，但供應短缺及其不利影響仍將延續一段期間。

中國的新冠清零政策導致各大城市長時間封鎖，工廠、企業及學校暫停營運，對國家的整體經濟增長產生較大的負面影響。最大的問題在於人員流動，即限制人員在不同城市間的流動。即使有辦法復工，但工人無法返回工廠，因此無法生產貨品。由於嚴格的封鎖及供應鏈阻塞，越來越多的外國企業正重新考慮其於中國的投資，並考慮將其當前或計劃中的對華投資轉移至其

業務回顧(續)

討論及分析(續)

展望(續)

COVID-19及供應鏈中斷(續)

他市場。美國與中國之間日益加劇的緊張關係，加上持續的COVID-19疫情所帶來的限制，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。根據彭博報導惠譽解決方案(Fitch Solutions)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，這一趨勢可能持續，令貿易戰及制裁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。此外，在三月份，中國政府開始實行其「新冠清零」政策，旨在遏制病毒傳播。許多工廠已被迫暫時關閉，甚至倒閉，這對中國的工廠產能造成較大威脅。根據中國歐盟商會於二零二二年六月二十日發佈的「二零二二年商業信心調查」，「新冠清零」政策已對一眾歐洲公司造成威脅，其中92%的公司認為，其供應鏈已受到中國近期港口關閉、陸路運輸減少及海運成本攀升的嚴重影響。此外，其中60%公司認為，其經營表現可能會在營業額及盈利方面因面臨該等挑戰而受到衝擊。儘管歐洲公司總體上仍然依賴中國市場，但COVID-19病毒的持續傳播及不可預測的演變使該等公司選擇離開，並將產品線轉向及遷移至其他可預測市場。憑藉具競爭力的勞動力成本，越南及其他東南亞國家正從全球供應鏈轉移中獲益。越南去年出口增長19%，正成為電子及計算機元件的主要出口國。

印度手機市場

在印度，國內產量和消費量高以及較高的外包量將促進跨國EMS/ODM將元件生態系統引入當地，提高當地的元件採購能力，從而使當地的生態系統更為強大和緊密。尤其是，建立製造工序、增加／擴大產能、研發及人力均需耗費大量財務成本，二級參與者(為一級公司／OEM供應產品的公司)越來越多地利用當地EMS/ODM服務。此外，各種激勵計劃促進印度電子製造業發展，減少倚賴進口並促進出口，包括(a)生產獎勵激勵(PLI)計劃(價值20,000億印度盧比)；(b)促進電子零件和半導體製造計劃(對資本支出提供25%的財政激勵)；(c)改進電子製造聚落2.0計劃(EMC 2.0)(為建立EMC項目提供財政援助)；及(d)印度商品出口計劃(MEIS)(該等計劃下

業務回顧(續)

討論及分析(續)

展望(續)

印度手機市場(續)

的激勵按實際離岸價的2%、3%或5%計算)。由於上述因素，預期印度的電子市場價值將按18%的複合年增長率由截至二零二二年三月三十一日止財政年度的1,240億美元增長至截至二零二六年三月三十一日止財政年度的2,400億美元。此外，在需求方面，新興技術(如物聯網、人工智能、5G)及在工業及戰略電子領域引入機器人及分析技術已推動大量電子產品的全面發展，刺激了當地需求。此外，由於政府促進印度電動汽車銷售的各種舉措，電動汽車市場日益受到關注，原因是電動汽車的一系列零部件均依賴於電子行業。然而，儘管得益於國內產量和消費高，兼具政府的激勵計劃，但由於COVID-19持續影響、供應鏈制約及通貨膨脹，印度仍難以免受全球不利因素的影響。根據IDC發佈的數據，印度智能手機出貨量已連續三個季度下降，二零二二年第一季度的智能手機出貨量37百萬台，較去年下降5%。受到通貨膨脹加劇及智能手機更新週期延長的不利影響，IDC進一步表示，儘管智能手機供應逐步回歸正軌，但從消費者需求的角度看，其對二零二二年仍保持審慎態度。

產品角度

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，原因是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5,000 mAh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，顯示刷新率成為品牌定位低端、中端及高端產品(從基本的60Hz到最高可用的144Hz)最重要的差異化因素之一，預計120Hz將會取代90Hz成為大多數產品的新標準，而144Hz將繼續佔領高端旗艦市場。此外，預期相機創新仍為該等品牌公司間的最重要分水嶺，

業務回顧(續)

討論及分析(續)

展望(續)

產品角度(續)

因為智能手機相機不再僅僅局限於作為方便用戶的功能選擇，實際上其正在打敗並取代傳統的數碼相機。TECNO、三星及DXOMARK Image Labs的專家在Counterpoint Research舉辦的網絡研討會上展示了一系列二零二二年智能手機相機創新的趨勢，包括採用具備先進OIS(光學影像防抖)系統的更強大的圖像穩定技術、具有像素裝倉技術且低光照增強高分辨率的傳感器、可在不同的焦距之間平穩切換的連續光學變焦技術、可增加亮度並減少色彩失真的RGBW(紅、綠、藍、白)傳感器、局部色彩增強的人工智能算法等。最後，可折疊手機仍是二零二二年的熱點，若干主流智能手機品牌不約而同地發佈其旗艦可折疊產品。如榮耀CEO趙明在二零二二年世界移動通信大會上的發言，預期可折疊手機系列在不久將來將成為智能手機的主流。Counterpoint Research對此持相同觀點，受硬件設計改進及具競爭力的價格策略驅動，與二零二零年相比，可折疊手機的出貨量在二零二三年可能會有10倍的增長。IDC亦認為，可折疊手機對智能手機供應商而言潛力巨大，因其顯示出最具創新性的一面，與其他產品相比有著顯著的差異。

隱私權問題

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權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權問題。隨著隱私權意識日益提高，蘋果和谷歌等科技巨頭已採取多種舉措應對隱私權問題，同時保障用戶資料不會在不知情的情況下被第三方收集。蘋果公司在隱私權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IOS 14.5版本默認設定為關閉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權的升級措施。引起關注的一個主要隱私權升級措施是嶄新的隱私中繼功能，這是一個嵌入iCloud的互聯網隱私權服務，旨在確保離開使用者設備的所有流量和路線都完全加密。此外，於二零二一年十二月十三日，蘋果發佈IOS 15.2，新增「App隱私報告」功能，該功能旨在讓用戶了解應用程序訪問權限受限信息(比如相機和麥克風)的頻率，及「數位遺產」計劃，可

業務回顧(續)

討論及分析(續)

展望(續)

隱私權問題(續)

讓用戶授權特定人士於其身故後訪問其數據。另一方面，谷歌也在二零二二年的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 13的重大軟件更新，提供全新的隱私權功能，嘗試提升用戶在應用程序的隱私和授權。透過一項新的保護性計算計劃，谷歌將繼續致力於將任何個人身份資料從用戶的賬戶數據中移除，並加強其於操作系統及設備的加密機制。除此之外，隱私權問題亦引起政府的關注。正如CNN Business於二零二二年五月九日報道，備受爭議的人臉識別軟件公司Clearview AI同意限制其對美國大多數公司的銷售。該協議是和解在伊利諾伊州法院針對Clearview AI提起訴訟的一部分，訴訟稱該公司違反伊利諾伊州生物識別信息隱私法(Illinois' Biometric Information Privacy Act (BIPA))，該法規定公司於收集或使用民眾的生物識別信息前須徵得同意。因此，隨著消費者越來越慣於將日常活動轉移至網絡平台，如今隱私權和線上安全無疑極為重要。

激烈競爭及利潤率下跌之壓力

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(包括本集團的策略夥伴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，可能導致利潤率承壓、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營業收入增長，且不斷注視市場競爭狀況以作出適當回應。

業務回顧(續)

討論及分析(續)

展望(續)

構建研發能力

為滿足客戶日益複雜的需求，本集團持續投資於研發(此為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，藉此進一步增強能力。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，差異化已不可或缺。本集團擁有由具備卓越工業設計能力及大規模生產經驗豐富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，本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，並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，產品開發成本可由不同客戶分擔。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，我們鼓勵員工不斷掌握移動設備行業的新技術知識(例如5G)，並吸收涉足車聯網(IoV)和醫療設備行業的新技術需求。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和複雜的產品項目具有廣泛經驗的團隊，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，

業務回顧(續)

討論及分析(續)

展望(續)

構建研發能力(續)

他們亦有能力及適應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／工程服務和自主製造能力大大減輕顧客的專案管理工作，因此讓客戶可以專注推廣本身的產品。這些增值服務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。研發團隊是本集團創新動力來源。研發團隊在本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，並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以及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。本集團一直在印度打造其研發能力及產能。

業務回顧(續)

討論及分析(續)

展望(續)

發掘新機遇

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)尋求投資及業務機會。一方面，隨著環保意識的提高及電池技術和性能的持續改進，過去兩年電氣化已成為汽車行業最重要的關鍵詞。各國政府(日本、德國、英國、韓國等)及主要的汽車整車廠(大眾、福特、通用、梅賽德斯－奔馳等)已宣佈相關政策及時間表，提議於二零三零年至二零四零年禁售新汽油和柴油汽車。中國的禁售政策尚未出台，但作為全球最大的汽車市場，根據中國汽車工業協會(CAAM)的數據，二零二一年中國新能源汽車銷量創下3.521百萬輛的歷史新高，較上年增長近1.6倍，市場份額(新能源汽車銷量/汽車總銷售量)達13.4%，預計二零二二年將超過18%。隨著電氣化熱潮席捲汽車行業，智能駕駛艙和智能輔助駕駛系統(ADAS)亦成為主要汽車製造商向數字化新產品轉型的標配設備，汽車廣泛應用電子元件將成為汽車電子行業發展的關鍵驅動力。另一方面，新冠疫情當下，為建立與病毒共存的方式，疫情管理和感染治療亦成為醫療技術創新和轉型的動力。同時，除受疫情影響外，人口老齡化正在將整個醫療系統推向崩潰的邊緣，儘管根據世界衛生組織(WHO)的數據，二零三零年前全球經濟可能為醫療行業創造40百萬個新就業機會，然而，預計同期全球醫生、護士及助產士的缺口仍將達9.9百萬。隨著「ABCDE(F)」(即人工智能、區塊鏈、雲端、數據、邊緣計算及5G(第五代移動通訊))的發展，遠程醫療打破了醫療服務地理位置及距離的限制，亦緩解了部分勞動力短缺，為不同疾病及年齡的患者提供對接醫療及智能醫療的服務。展望未來，通過穿戴設備、門診病歷及健康檢查報告提供的數據，患者可進一步連接整個醫療系統，不僅加快了預約流程，亦使患者獲得更準確的診斷。

政策制定者積極進行製造業轉型，這一全球趨勢將帶領製造業進入一個充滿活力的新階段。當製造業逐步步入數字化，轉型成為使用「大數據」和分析技術對不斷變化的條件作出快速果斷反應的網絡化工廠，機會隨之來臨。本集團的研發團隊有能力打造此次產業升級所需的「智能」設備。創新極可能會激發新的需求，因此，技術知識和技能是我們保持競爭力的關鍵因素。

業務回顧(續)

討論及分析(續)

展望(續)

發掘新機遇(續)

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二零二二年出現的新因素。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。詳情請參閱本公司二零二一年企業管治報告書(構成本公司於二零二二年四月十三日發出及刊發的二零二一年年報其中一部分)所載「問責及審核」一節。

二零二二年上半年面臨的主要風險

有關於二零二二年上半年面臨的主要風險，請參閱下文主要風險項目。

行業風險

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，手機出貨量同比下跌，而爆發COVID-19及烏克蘭戰爭令情況加劇。眾所周知，智能手機市場停滯不前。缺乏可感知的創新導致消費者無法升級，意味著消費者保留其手機的時間更長。該延長的保留率對市場產生顯著影響。擁有中低端手機的消費者比例增加，對製造商、零售商及營運商的銷售及收益產生影響。COVID-19疫情嚴重破壞智能手機市場的供需平衡。由於中國是大部分設備及元件的全球製造中心，隨著全國封鎖，智能手機製造業受到延遲出貨及削弱下一代產品開發的不利影響。中國亦受到供應商、工人及物流網絡的限制。此外，消費者對智能手機的需求，尤其是高端市場，出現下降，原因是由於疫情的影響，客戶傾向於減少奢侈消費，而專注於必需品。俄羅斯入侵烏克蘭所引致的地緣政治風險增加將對整個二零二二年全球經濟狀況及GDP增長產生不利影響，並大大推動通貨膨脹，擾亂世界各國央行所面臨的政策權衡。雖然規模不小，該等影響並無大到足以破壞全球自疫情中復甦的勢頭。然而，戰爭的未來走向具有高度不確定性，衝突中不可預見的發展可能導致地緣政治風險進一步變動，並使其經濟影響惡化。供應鏈限制及地緣政治緊張局勢導致

業務回顧(續)

討論及分析(續)

展望(續)

二零二二年上半年面臨的主要風險(續)

行業風險(續)

與手機業務有關的風險(續)

的通貨膨脹壓力正導致我們應付部分元件的價格持續增加，亦可能導致銅及其他用於製造相關元件的金屬等商品定價上升，我們或會嘗試調整產品定價以反映相關變動。但我們可能無法提高產品價格至抵銷該等增加成本的程度，我們的毛利率或會受到影響。由於所有領域的准入門檻較低，OEM市場存在大量市場參與者，導致定價競爭激烈，激進的定價為常見的商業動態，且我們客戶對價格極為敏感，此導致市場收益潛力降低，定價壓力持續增大，贏取新業務實屬困難，我們可能不得不提供與競爭對手同樣低的價格，因此很難維持歷史或目標利潤率。有時，競爭對手以我們無法或不願提供的價格提供EMS服務，本集團必須控制成本，提高成本競爭力。中國勞動者的期望提高，更青睞高科技工作，致使低端製造價值鏈出現缺口。外加城市封鎖及旅行限制，勞動力稀缺，而勞動力短缺又導致成本增加，故維持充足的勞動力使用率十分重要。因此，全球經濟的整體格局、COVID-19、元件供應不穩定及物流成本上漲、地緣政治風險、市場競爭及消費者行為改變，加上本集團客戶或會改變其外包策略及未必能成功營銷其新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以及復甦造成重大影響。為解決此問題，本集團須控制BOM(物資清單)成本及製造成本，提高效率、生產力及產量，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，但因元件供應不穩定而難以控制元件及原材料可用性。由於元件價格趨於平均，市場重心落於勞動力成本及產量。鑒於低經營利潤率會影響擴展計劃，市場認為低經營利潤率會阻礙增長。本集團於二零一九年已終止生產虧損的諾基亞品牌智能手機，而HMD已採取ODM多元化戰略，目前本集團僅為HMD生產功能性手機。在面臨產品組合欠佳、定價壓力增加、使用率低及部分元件價格上漲等負面因素的情況下，要在維持市場份額及抗衡利潤率下行壓力之餘，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。由於高產量及低複雜性的製造服務的毛利率通常低於較複雜及低產量的服務，而較低毛利率項目的高度集中影響整體毛利率，因此主要客戶訂購並發運的產品組合將影響本集團毛利率。部分客戶可能考慮將過往外包業務或日後部分產品內包，以優化其產能及資產使用率，並節約成本。由

業務回顧(續)

討論及分析(續)

展望(續)

二零二二年上半年面臨的主要風險(續)

行業風險(續)

與手機業務有關的風險(續)

於COVID-19造成的不確定因素及需求下降，客戶改為以多次下達小量的訂單，而不下達訂貨量大的訂單，我們客戶於產品或服務數量及組合方面的生產計劃或會出現波動，因此難以預測訂單情況。由於未來需求能見度較短，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。整體而言，本集團自二零一七年年底以來所面臨的挑戰已持續至二零二二年，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，有關壓力已持續至二零二二年，未來復甦之路滿途荊棘。

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一步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)均可能對本集團中短期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，仍需一段時間業務方能恢復至疫情前的水平，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保持精簡靈活。為了有效競爭，我們必須持續提供技術先進的製造服務，保持嚴格的質量標準，對客戶的設計及進度變化作出靈活及迅速的反應，以有競爭力的價格於全球範圍內按可靠的基準交付產品，並尋求以我們的先進技術及工程解決方案與客戶建立更密切的關係。長期來看，由於地緣政治緊張局勢消失後，整體需求或會增加，市場參與者將能夠以技術投資進行擴張。因此，中長期的影響將會降低。

COVID-19疫情

本集團業務及營運業績已經並預期持續受到COVID-19疫情的不利影響，其影響程度尚未確定，且難以預測及量化。

業務回顧(續)

討論及分析(續)

展望(續)

二零二二年上半年面臨的主要風險(續)

行業風險(續)

COVID-19疫情(續)

自二零二零年起，COVID-19在全球蔓延已造成重大宏觀經濟不確定性、波動及干擾，對我們及客戶和供應商的業務、流動資金及資本成本造成不利影響。因此，COVID-19的持續擴散及反復已進一步干擾我們的供應鏈及客戶需求。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。

於兩年封鎖及出現眾多COVID-19變種病毒後，東南亞各國政府已開始轉變政策，從將COVID-19視為疫情對待轉變為與病毒共存。多國政府已宣佈放寬疫情限制及振興經濟的時間表。目前為止，提高疫苗接種率及重新開放國際旅行於促進復甦方面佔據優先地位。越南已放棄所有測試及檢疫要求(無論疫苗接種情況如何)，並成為唯一一個無任何疫情限制的東南亞國家，已重新開放國際旅行。去年夏天，印度受到delta變種的打擊，每日病例超過400,000宗，導致醫院資源不堪重負。經過激進的封鎖及疫苗接種增加，COVID-19傳播速度已放緩，學生開始返回學校，此為生活正常化的標誌。儘管印度每日仍有數以千計的感染，但住院率較低，大部分病例為無症狀。與病毒共存是大多數國家的共識，被視為經濟復甦的主要解決方案。

然而，中國當局採取嚴格及不靈活的新冠清零政策以遏制病毒爆發，大大拖緩全球經濟復甦步伐。激進的國內封鎖消滅脆弱的消費情緒及加劇供應的不穩定性，並對大部分工廠位於受限制地區的電子供應商產生不利影響。於二零二二年三月，最大的手機組裝商不得不關閉其位於深圳的一家主要工廠，但其試圖盡可能保持產能，以減少干擾。另一家台灣知名OEM亦已暫時中止組裝廠營運。部分電子供應商正採用「閉環營運」以維持於中國的生產。中國四月份的出口增長放緩至二零二零年六月以來最低水平，而進口停滯表明國內需求低迷。然而，由於被限制城市，尤其是上海及深圳，是中國物流中心及關鍵港口，與COVID-19有關的封鎖影響不僅對中國自身且對全球廣泛有害。

業務回顧(續)

討論及分析(續)

展望(續)

二零二二年上半年面臨的主要風險(續)

行業風險(續)

COVID-19疫情(續)

COVID-19疫情(尤其是中國當局的預防政策)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，本集團的業務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穩定元件價格的速度、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承受不利影響。我們持續監測COVID-19的全球爆發及傳播情況，並採取措施減輕其傳播及相關情況及影響給我們帶來的潛在風險。

與中美緊張局勢及全球不確定因素有關的風險

本集團經營所在的全球經濟及政治環境仍然不確定。市場對全球經濟狀況惡化、金融動盪、地緣政治緊張局勢、能源成本、通脹激增以及信貸供應及成本憂慮重重，加劇全球經濟及政治不確定性。美國的政治環境、美國與其他國家之間的緊張局勢及不斷演變的俄烏衝突局勢，亦加劇該不確定性。受中美貿易行動影響，近段期間，中國產品的生產成本較其他低成本國家的競爭力降低。全球經濟不確定性對貨幣市場及貨幣匯率造成不利影響，而通脹可能導致材料成本增加，工資上漲。我們無法預測該等經濟或政治狀況的確切性質、程度或持續時間，以及對我們財務業績的影響。

中美兩大巨頭之間的緊張關係並無緩和跡象，中國公司的貿易黑名單亦無撤銷。然而，在嚴峻的經濟形勢和飛漲的通貨膨脹下，美國政府將恢復經濟作為其首要任務，而非防止中國崛起。拜登政府現正討論是否應取消對中國商品的任意關稅以遏制通脹激增，或繼續以關稅限制中國。美國前大使David Adelman預測，隨著時間的推移，取消對中國進口商品的關稅將使美國的通貨膨脹率下降1%，並恢復人們對美國經濟的信心。此外，一位民主黨參議員承認，部分關稅對美國民眾的傷害確實比中國民眾更大。實際上，自二零一八年起，前特朗普政府對價值

業務回顧(續)

討論及分析(續)

展望(續)

二零二二年上半年面臨的主要風險(續)

行業風險(續)

與中美緊張局勢及全球不確定因素有關的風險(續)

3,600億美元的中國進口商品揮舞關稅大棒，以遏制中國的經濟增長。然而，這一魯莽的貿易戰未能實現其大部分目標，既未縮小美國對中國的貿易逆差，亦未推動製造業工作回流美國。儘管該問題仍處於早期討論階段，但美國對華政策和觀點的任何變動均將成為影響全球經濟形勢的關鍵因素。

經營風險

依賴主要客戶、信貸風險及 COVID-19 的影響

我們依賴客戶及其經營所在市場的成功。當客戶或其經營所在市場下滑或增速明顯低於預期時，我們可能會受到不利影響。我們依賴客戶的持續增長、業務發展能力及財務穩定性。本集團五大客戶佔本集團營業收入總額的91.9%。本集團已與該等主要客戶建立穩固關係，而要在如此多變、競爭激烈、產能過剩及需求萎縮的市場環境中維持與該等客戶議價的能力是一項重大挑戰。由於我們的客戶與其競爭對手之間競爭激烈，我們的客戶不得不降低產品價格並向我們增加定價壓力。本集團大部分銷售依賴相對較少的客戶，並依賴我們以新業務替代因產品退市計劃和客戶流失導致銷售下滑的能力，而對該等客戶的銷售下降會減少我們的銷售淨額。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。本集團大部分應收貿易賬款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30至90日，與授予本集團其他客戶的信貸期一致。鑒於本集團若干客戶延遲付款，令依時收回應收貿易賬款的風險增加，故本集團於本期間增加應收貿易賬款的預期信貸虧損百分比。管理層預計，違約率將因COVID-19疫情及艱難的經濟環境以及烏克蘭戰爭的影響而相應增加。經參考穆迪所發佈二零二二年四月的違約率，違約百分比增加，而本集團已就所有逾期款項計提額外預期信貸虧損備抵。由於市場波動及競爭激烈，且爆發COVID-19及實施相應的封鎖措施、封城措施、邊境管制，加上元件短缺、整體經濟放緩、美聯儲縮表、通脹激增、加息、目前信貸及市場狀況以及借貸成本增加，均可能對

業務回顧(續)

討論及分析(續)

展望(續)

二零二二年上半年面臨的主要風險(續)

經營風險(續)

依賴主要客戶、信貸風險及COVID-19的影響(續)

我們若干客戶的業務、營運表現、債務及股本融資渠道、流動資金、現金循環週期及財務狀況造成影響，包括影響彼等履行合約責任及應付貿易賬款的能力。如我們的一名或多名客戶面臨該等可能短暫出現的財務困難，這或會對該等客戶的需求、延長付款期限、該等客戶無法及時付款或購買我們已有存貨來支持彼等業務的潛在風險造成負面影響。與此同時，我們與客戶保持密切聯繫，以了解COVID-19及其他不利因素對其業務的影響及由此對我們業務的潛在影響。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。具體而言，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、延遲付款記錄、財務穩定性、緩慢的籌資進展以及其信貸狀況及持續經營風險，並採取必要措施降低風險。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的衝擊及封鎖下，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及時向我們付款，或根本無法付款，則我們的財務業績及狀況可能會受到影響，且需要增加預期信貸虧損撥備抵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持續的COVID-19疫情及市場氣氛低迷以及與烏克蘭戰爭及由此產生的通脹激增相關的不確定性的影響而增加。

美國政府將本集團原有的其中一名主要客戶列入黑名單、對其實施出口管制、禁制及嚴厲制裁，致其被迫退出市場，本集團對該客戶的銷售額於本年度大幅下跌，對該客戶的依賴程度迅速降低，而曾為該品牌公司提供服務的OEM一直與其他OEM正面交鋒，試圖以相對較低的價格盡可能利用已經過剩的生產力。同時，本集團客戶正努力在飽和市場中爭取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。總體而言，系統組裝業務的毛利已大幅削減。儘管如此，本集團已投入大量資源服務所有其他客戶，促進及維持長期業務關

業務回顧(續)

討論及分析(續)

展望(續)

二零二二年上半年面臨的主要風險(續)

經營風險(續)

依賴主要客戶、信貸風險及COVID-19的影響(續)

係，開發新客戶和行業領域，並繼續調整業務策略，由營業收入最大化轉向持續利潤改善，不尋求增加智能手機的市場份額，而是不斷豐富產品組合，尤其是高利潤的產品線。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。最後，我們的客戶可能在需求方面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定價權或退出業務。

由於終端市場需求放緩，產品生命週期縮短及終端客戶的偏好可能發生變動，為降低風險，我們的大多數客戶並無承諾超過一個季度的固定生產計劃，我們的客戶訂單交貨時間繼續縮短，客戶可能取消訂單、更改訂單數量、延遲生產和發貨，或不斷評估內部生產產品與外包的優點並改變其採購策略。本公司客戶承諾的短期性質及對其產品需求快速變化和訂單波動的可能性阻礙了本公司準確預測客戶訂單水平的能力，使我們難以安排生產、最大程度地利用產能、計劃材料需求和控制存貨，並可能導致撤銷我們無法向客戶或第三方出售的多餘或過時存貨。就此而言，我們必須作出重大決定，包括根據對客戶要求及預見需求的估計及維持客戶關係和在部分國家發展的戰略決策釐定本集團將尋求及接受的業務水平及交易額以及淨收入及可承擔的信貸及業務風險、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。倘我們在該市場的任何較大客戶未能與其競爭對手進行有效競爭，其可能會減少對我們的訂單或面臨流動資金困難。最後，現有業務模式(買賣相對寄售)可能出現變動，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進行加工，其後OEM將成品交付予客戶並於其財務報表記錄加工費收入。就ODM項目而言，客戶要求我們承擔耗材和工具等前期費用以滿足預期需求，我們僅能在開始量產時向客戶收費。收取有關款項如出現任何延誤，均將影響其他收入的入賬。此外，我們可能無法將提產過程中產生的非預期成本轉嫁予客戶或以其他方式進行抵銷。由於我們的成本、間接費用及經營開支大多較為固定，故當客戶需求下降(特別是對提供重大營業收入的產品的需求下降)時，可能會損害我們的毛利率。

業務回顧(續)

討論及分析(續)

展望(續)

二零二二年上半年面臨的主要風險(續)

經營風險(續)

依賴主要客戶、信貸風險及COVID-19的影響(續)

為降低客戶集中風險及提高產能利用率，本集團已投入大量資源及精力開發新客戶。與新客戶建立業務關係可能較與現有客戶建立業務關係存在更大風險，原因為新客戶的產品對市場而言屬新產品，不確定該等未經測試的新產品能否在具有潛在需求的市場中獲得商業認可，與既有客戶相比，我們更難以預測需求並根據預期需求計劃採購承諾和存貨水平。啟動新項目可能需要數月方能開始生產，通常需要大量的前期投資和與新工具、流程和人員相關的啟動成本以及增加的營運資金，我們的設計活動通常需要在我們獲得客戶的固定採購承諾前為初期的生產運行購買存貨，而我們可能無法向新客戶收回。以上在新產品生命週期的早期階段尤為明顯。我們的客戶可能會因其終端市場需求減少或其產品在市場上的實際或預期成功而大幅改變該等計劃，甚至完全取消該等計劃。由於該等新客戶的財務狀況可能並不十分穩健，初創客戶融資收緊，外加許多初創客戶先前並無營運，產品未經市場驗證，均增加了我們的信貸風險，倘其產品無法暢銷，其現金狀況可能會受到影響。我們有時須提供更長的付款期限，信貸風險則會更高。但我們在接觸新客戶之前，會進行嚴格的信貸評估和商業模式評估，並在初始階段控制信貸額度。我們亦會購買信貸保險，為潛在的財務風險提供足夠的保障。我們的目標是確保我們的業務條款適當地反映預期成本、風險和回報。

元件供應風險及元件供應不穩定

大部分材料及元件由第三方供應商及鴻海向本集團供應。我們的表現可能受到該等材料及元件的質量、供應及成本的影響，而其供應不穩定將影響我們的生產計劃，從而影響向客戶發貨。具體而言，單一來源的元件供應商延遲或中斷供應可能造成災難性的影響，我們可能需要在已經延遲的情況下以較差條件從其他第三方採購該等材料。由於受到COVID-19的影響，我們的供應商在維持足夠勞動力或從其自身的供應商獲得材料方面可能面臨挑戰。因此，我們繼續採取措施，驗證我們的供應商是否有能力按時向我們交貨。為完成客戶訂單，我們依賴供應商根據其生產時間表安排生產我們需要的產品，因此本集團採購團隊投入大量時間及精力確保材料及元件的供應。預測或客戶要求變動亦會對我們獲得元件的能力產生負面影響。由於烏克蘭局勢不穩定，我們可能受到出口限制及航運成本增加等影響。由於預期出現供應不穩定，本集團

業務回顧(續)

討論及分析(續)

展望(續)

二零二二年上半年面臨的主要風險(續)

經營風險(續)

元件供應風險及元件供應不穩定(續)

可能會下達交貨期較以往長的採購訂單，以確保生產所需的材料供應，因而存貨水平較高。客戶不一定會接受我們因應部分元件價格上漲而提出的漲價要求，這種情況時有發生。我們持續研究及跟進材料及元件的供應情況及價格波動。

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「COVID-19及供應鏈不穩定的影響」及「與供應商的主要關係」章節以及部分其他段落。因採購來源過度集中造成供應不穩定的風險維持在低水平。

財務風險

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。貨幣市場波動，今年下半年的數據可能與歷史數據極為不同。

加息

倘利率上升，可購房人數會減少，能投資新工廠及僱用更多工人的企業亦會減少。因此，利率上升可減緩整體經濟的增長速度，同時亦可抑制通脹。美國加息可對全球經濟產生類似影響，無論是提高借貸成本抑或是增加美元價值，購買美國商品的價格均會變得更加高昂。但利率上升最終會對消費者及其他人士產生何種影響將取決於通脹的放緩速度是否與美聯儲所預計者同樣迅速。我們須持續關注有關舉措能否使美國經濟「軟著陸」，即減緩通脹以保持物價穩定並避免衰退能按計劃有效發揮作用。

技術風險

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

業務回顧(續)

討論及分析(續)

展望(續)

二零二二年上半年面臨的主要風險(續)

技術風險(續)

網絡風險控制(續)

(尤其是網絡控制)，並確保機器及系統運作正常及避免任何資料外洩。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即時作出反應。至於網絡控制方面，所有電腦伺服器設均位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。

參見鴻海於二零二二年七月四日刊發的二零二二年六月未經審核綜合月度收入報告之公告，其對第三季度前景持審慎樂觀態度，但仍需密切關注通脹走勢。該公司於本季度的目前表現與市場預期基本一致，同比顯著增長。同時，全年前景亦有所改善，應好於原本的平淡預期。如前所述，本集團的未來業務計劃將聚焦於維持精簡靈活的輕資產勢態，維持及提升利潤，而非單純追求營業收入增長，並將持續監察外部宏觀環境、市場競爭狀況、COVID-19發展情況、元件供應不穩定、供應鏈形勢及內部營運優勢以作出相應行動，並繼續投入資源增強研發能力。二零二二年，本集團將繼續面臨各種風險，並將繼續處置閒置資產及進行重組工作，而這可能導致虧損。與我們或我們營運所處的行業或地區有關的風險不只是下文所述風險。我們現時未知或我們現時視為不重大的其他風險及不確定因素亦可能影響及損害我們的業務、經營業績、財務狀況及現金流量以及我們客戶的業務。倘實際發生以下任何一項風險、以下部分風險組合或現時未知或現時視為不重大的其他風險，我們的業務、財務狀況及經營業績可能會受到不利影響。倘COVID-19疫情及元件供應不穩定以及烏克蘭戰爭對我們的業務及財務業績造成不利影響，亦可能加劇本節所述的諸多其他風險。除下文相關風險因素所述者外，我們無法量化本節所述任何風險的財務或其他影響。具體而言，二零二二年的風險因素及機會包括：

業務回顧(續)

討論及分析(續)

展望(續)

二零二二年下半年的風險因素

本集團業務、財務狀況及經營業績受到各種業務風險及不確定因素影響。本集團認為，下列因素可能導致本集團財務狀況或經營業績較預期或以往業績出現重大差異。除下列風險外，本集團亦面對其他未知風險、或目前未必屬重大但日後可能變成重大之風險。上述二零二二年上半年的所有風險將延續至今年下半年。本公司持續注意到有關COVID-19的不確定性和演變情況，影響著每個市場的復甦時間和路徑。其他風險包括：

需求方面

- (i) 本集團的成功與客戶的成功息息相關。我們的大部分銷售來自少數客戶，所有這些客戶通常在競爭激烈的市場中運營。我們的客戶所經歷的市場發展及/或其新產品的市場接受度或新客戶開發可能不時影響本集團的業務，且難以預測本集團的未來訂單及季度表現。不同時期的毛利率可能會有不同，且在高度競爭、利潤率下行壓力巨大的市場中難以維持穩定的毛利率，因為不同的項目(不論舊項目和新項目)可能會貢獻不同的毛利率，而此取決於所涉及的服務類型、產品複雜程度、商業模式、每個專案的生產規模及材料成本。通常，在早期階段，由於新項目需要時間提高產量並實現規模經濟，同時需要承擔未吸收的製造費用，所以製造量及毛利率均處於低位。我們的客戶竭力降低供應鏈成本，不斷實施降低成本的要求。儘管我們專注於降低成本以應對定價壓力，我們仍面臨按比例降低成本或維持當前成本降低率的巨大壓力。我們預期手機行業中的該等定價及成本壓力將會持續。我們的價格及定價政策倘出現任何大幅變動，則可能降低我們的營業收入及盈利能力。

於六月，由於對高庫存及全球通脹的擔憂，三星電子暫時停止新採購訂單，並要求多家供應商推遲或減少元件發貨數周，這一舉動表明，在全球通脹風險的背景下，電子製造商對經濟前景持悲觀態度，因此二零二二年下半年的前景顯然不容樂觀。從供應角度看，預期供應將增長，價格將下降，然而倘情況屬實，與其相輔相成的需求亦將下降。同樣，最大的挑戰來自市場波動，且其難以預測。中國(尤其是低端手機市場)出現大幅下行調整。不論經濟狀況如何，高收入顧客都願意為心儀產品付費。

業務回顧(續)

討論及分析(續)

展望(續)

二零二二年下半年的風險因素(續)

需求方面(續)

- (ii) 我們的大多數客戶並無長期生產計劃。市場需求疲軟，可能存在客戶取消、延遲或減少需求或訂單的風險，將導致未付貨採購訂單風險或庫存過剩。對於交貨期較長的元件，我們通常需要提前支付採購訂單貨款。客戶工程變更可能導致材料或元件過時。儘管我們試圖取消已下達的材料／元件採購訂單、退回或以其他方式減少過剩及過時庫存、要求客戶就這些材料向我們作出補償及／或為我們的服務定價以應對相關風險，我們實際上可能無法及時或完全獲得補償、無法收回這些債務或在定價中充分反映有關風險。為降低風險，採購團隊在下達交貨期較長元件的採購訂單前，將格外謹慎並在內部進行良好溝通。材料及元件供應不穩定及交貨延遲可導致價格上漲。儘管我們的許多客戶允許根據原材料或元件價格的變化及其他因素對定價進行季度或其他定期調整，我們亦會要求客戶提高價格，惟有關重新定價未必獲客戶接受。
- (iii) 今年上半年，烏克蘭戰爭並無對本集團產生重大影響，但食品、能源及金屬價格迅速上漲，且這一趨勢近期內不大可能改變。HMD向非洲銷售功能手機，而非洲是世界上最貧窮的地區，依賴烏克蘭生產的小麥。戰爭可能引發饑荒，導致社會不安及政治動盪，並且可能會打擊功能手機的需求。另一方面，本集團對歐洲分類的智能手機銷售正在增長。戰爭正在損害消費者信心，並打擊歐洲市場的手機需求。換言之，隨著消費放緩，消費電子產品等非必需品受到的影響最大。因此，有必要密切監控該衝擊對我們的客戶、終端消費者及供應商以及本集團的業務、現金流量及付款能力的影響。
- (iv) 如上所述，由於開發新項目需要時間，因此可能需要相當長一段時間才能向新客戶發貨。由於在出貨量達到盈虧平衡點之前須支付籌備費用，因此還需要一些時間才能盈利。

供應方面

製造業務穩定高效取決於元件及材料的供應以及所訂購材料及元件及時運送到工廠的方式。就印度及越南而言，當地的供應鏈及價值鏈尚未成熟，我們／供應商須將材料及元件從中國運送至該等國家的工廠。

業務回顧(續)

討論及分析(續)

展望(續)

二零二二年下半年的風險因素(續)

供應方面(續)

- (i) 鑒於新冠清零政策在中國仍是重中之重，短期內並無可預見變化，到二零二三年可能會逐漸取消有關方案。中國其他地區的當地政府吸取上海的經驗，可能更傾向於在報告感染病例增加後實施徹底的預先限制措施，以避免潛在政治後果。這意味著未來突然停工及停產的風險仍舊存在，增加了中國國內供應鏈的不可預測性。跨國公司可能會專注於在東南亞的擴張，並提高在印度及越南的產量，以減少其對中國的依賴，因中國不大可能在短時間內放棄其新冠清零政策。
- (ii) 由於市場不穩定，無法保證不會再次出現部件或材料供應緊張，戰略性及高效的部件及材料採購對我們的製造流程、產能利用率及訂單履行以及合約承諾而言至關重要。供應不穩定時我們尤其需要可靠地預測部件需求。部分部件的訂貨週期可能仍然較長，並正由供應商分配。由於交貨時間較長，若干部件的價格極大可能上漲，採購團隊不得不提前下達採購訂單，故庫存水平可能在短期內上升，庫存持有成本及庫存呆滯風險將增加。於價格上漲時，我們試圖將漲幅轉嫁給我們的客戶或以其他方式抵銷。我們大多數主要客戶的產品供應協議允許根據材料及部件價格的漲跌對定價進行季度或其他定期的前瞻性調整，惟有時若干客戶可能不會悉數支付我們要求的金額。

九月當季對供應或銷售而言至關重要，因為大多數品牌會下達訂單購買智能手機及其他電子設備的部件以為節日備貨。電子產品的銷量通常在十月至十二月排燈節、聖誕節及新年期間達到高峰。因此，考慮到各品牌亦會在節日前夕推出新機型，提前下達訂單至關重要。

- (iii) 由於地緣政治的緊張局勢，能源／金屬價格上漲可能會增加我們的成本，價格有可能大幅上漲。我們在生產活動中使用的若干材料為石油基材料。此外，我們以及我們的供應商及客戶均於運輸活動中依賴各類能源(包括石油及天然氣)。這意味著能源價格上漲可能會導致我們的材料及運輸成本以及銷售開支增加，因供應商向我們運送材料及部件的運輸成本以及我們向客戶交付產品的成本將會增加。有時，我們無法將增加的材料及能源成本轉嫁給我們的客戶，則我們必須承擔該等成本。

業務回顧(續)

討論及分析(續)

展望(續)

二零二二年下半年的風險因素(續)

供應方面(續)

- (iv) 由於冠狀病毒爆發(如上海)、邊境管制(如越南和中國, 中國和香港)、勞動力短缺及相關限制、港口及邊境當局施加額外安全要求以及港口關閉或擁堵導致運輸延誤, 本集團遭(並繼續遭)收取海運附加費、空運和卡車保費、空運運力限制以及接收材料的運輸時間增加。有時, 內部物流團隊不得不使用空運、海運及陸運相結合的方式, 將急需的材料送達越南或印度工廠。在海運、空運及貨物運輸能力不再受限之前, 航運延誤及物流成本預計仍將居高不下。DHL貨運代理部門主管表示, 隨著新集裝箱船的交付以及托運人的需求從疫情的高位回落, 港口擁堵在明年應該會有所緩解, 但不足以將全球供應鏈流量恢復至COVID-19之前的水平。「這將在二零二三年有所緩解, 但無法回到二零一九年的水平」, DHL全球貨運的貨運首席執行官Tim Scharwath在接受採訪時表示, 「我認為我們不會再回到運費很低的運力過剩局面。基礎設施, 尤其是在美國, 不會在一夜之間好轉, 因為發展基礎設施需要很長的時間。」

其他事項

- (i) 繼續監測預期信貸虧損備抵的充足程度, 可能需於二零二二年下半年作出額外撥備。同時亦需評估一名主要客戶的持續經營風險。
- (ii) 我們可能因我們的戰略變動、外部市場及/或我們退出虧損或表現不佳的業務而需要繼續實施合理化/重組行動, 這取決於我們客戶是否成功及我們開發新客戶的努力。一旦目前擬定的行動完成, 可能需要採取進一步重組行動。在過去數年, 我們已採取重組我們的業務運營及優化人員配置的舉措, 目的是提高利用率及節約成本, 我們十分謹慎地處理重組事宜, 因其可能影響員工士氣。
- (iii) 越南的最低工資從七月一日起上漲6%, 兩年來維持不變。此為自二零零九年以來首次於年中而非如往年於年初提高最低工資。這意味著越南的通貨膨脹率高企。不同國家的工資成本可能上升, 從而增加我們的成本。

業務回顧(續)

討論及分析(續)

展望(續)

二零二二年下半年的風險因素(續)

其他事項(續)

- (iv) 由於市場之不確定性，根據國際財務報告準則的規定，於報告期末需審查資產(如物業、廠房及設備以及使用權資產、金融資產等)的賬面值，以釐定是否有任何跡象表明該等資產已出現減值虧損。倘存在任何此類跡象，則會對資產的可收回金額進行估算，以釐定減值虧損(如有)的程度。由於營商環境嚴峻，本集團可能需計提減值虧損。

宏觀經濟

經過多年實施量化寬鬆政策，美國聯邦儲備委員會已開始進入量化緊縮進程，同時提高利率及資金成本以遏制大多數發達經濟體正努力解決的通貨膨脹率上升問題。私人消費可能會下降，智能手機的銷售或遭到嚴重打擊。

聯營公司及一間合營公司的表現

於聯營公司及一間合營公司的投資採用權益法於本集團綜合財務報表內入賬。前所未有及不明朗的全球環境導致廣泛的潛在長期後果，可能導致潛在經營虧損及個別虧損或開支，例如涉及於該等聯營公司及合營公司商譽及無形資產的虧損或開支。根據權益法，於聯營公司或一間合營公司的投資初步於綜合財務狀況報表內按成本確認，其後進行調整以確認本集團應佔聯營公司或合營公司的損益及其他全面收益。本集團需分佔聯營公司及合營公司的業績，而有關金額未能確定。本集團亦需評估是否有客觀證據顯示於聯營公司及一間合營公司的權益可能出現減值。倘存在客觀證據，則根據國際會計準則第36號對投資(包括商譽)的全部賬面值作為單一資產進行減值測試，方式為比較其可收回金額(使用價值及公平值減出售成本中的較高者)與其賬面值。

機遇

- (i) 本集團將繼續評估我們的全球版圖，分散單一國家風險，於客戶願意與我們開展業務以為其生產產品的國家/地區進行擴張，並投資於符合已確定市場需求的新業務及產能，並優先考慮與未來業務相關支出。

業務回顧(續)

討論及分析(續)

展望(續)

二零二二年下半年的風險因素(續)

機遇(續)

印度市場的快速增長是本集團的主要焦點之一。本集團的印度機構件工廠已於二零二零年復工，該工廠配備自有工具車間，擁有完整的外殼製造流程，與本集團在泰米爾納德邦清奈的SMT／總裝工廠共處一地。當地的EMS能力與本集團強大的全球多地研發資源相結合，提供從IDM、ODM、JDM、EMS到滿足當前及潛在客戶對新產品線的需求的多種本地服務。完整的資源映射準備使本集團能夠緊跟印度政府的「MII」(印度製造)政策。展望未來，於二零二二年下半年，本集團正在印度尋求5G商機，因印度政府已正式宣佈將從八月份開始在該國境內展開5G部署；因此，5G智能手機將蓬勃發展。根據IDC的預測，印度二零二二年的5G智能手機出貨量相較於二零二一年將增長142%，達到62.8百萬部。5G智能手機出貨量的增長主要來自平價機型。全球及中國的頂級品牌商正增加彼等於印度的投資。根據Canalys的研究，中國智能手機品牌製造商佔據68%以上的印度智能手機市場份額。這些全球一線品牌傾向於在內部開發旗艦機型，並向ODM公司發佈中低端機型，對平價5G智能手機的需求增長將使ODM公司受益。除5G智能手機的商機外，5G交換機及路由貓的需求增長亦可預見。為滿足印度本地網絡運營商的需求，本集團的研發團隊正通過開發標準化模塊來主動擴大資產池，以迎合印度市場。除針對中國市場的差異化服務策略外，本集團正對印度市場採取產量驅動策略，以使供應鏈管理受益，如更準時交貨、更低的庫存成本及更強的議價能力(尤其是主要元件)以及更高的靈活性。

對大多數消費者而言，手機不僅是提供即時聯繫的工具，亦是一個主要的娛樂設備。隨著5G時代到來，消費者將在移動設備上獲得更高質量的網絡視頻體驗；因此，消費者更傾向於選擇更大的屏幕型號。智能手機組其中一款呈上升趨勢的產品線是可折疊手機產品。可折疊手機是一款潛在突破常規的產品，有可能超越平板電腦。其以增加50%的顯示面積及能夠在單屏及雙屏間進行切換，為消費者提供不同的用戶體驗；這些優選功能贏得了創新者及早期採用者類型消費者的市場。根據IDC，可折疊手機從二零一八年開始商業化，於二零二零年可折疊手機的出貨量為1.94百萬部，於二零二一年出貨量為7.1百萬部，預計二零二五年出貨量為27.5百萬部；可折疊智能手機市場預計將大幅擴

業務回顧(續)

討論及分析(續)

展望(續)

二零二二年下半年的風險因素(續)

機遇(續)

張。在當前階段，製造工序繁複以及高昂定價成為可折疊智能手機獲大規模使用的阻礙。技術及精密製造能力是可折疊手機面臨的最大挑戰。機械穩定性及物理耐久性設計的挑战與複雜的轉軸設計有關。本集團已成立一個研發工作組，專門負責申請轉軸製作的專利及開發標準化的轉軸模塊解決方案。這與本集團知名的精密製造能力形成強大的競爭優勢，這種開創性使本集團在ODM競爭對手中脫穎而出。節省成本的解決方案將吸引內部研發資源有限的品牌製造商及ODM公司，亦將有助於降低平均銷售價格，拉動主流需求增長。由於可折疊手機需要精密的生產工藝，該解決方案亦將有利於本集團的製造服務。

本集團的整體戰略是順勢而為，專注於有上升趨勢的產品及行業。在移動手機市場上，由於生產工藝日趨成熟及被競爭對手採用，利潤率不斷縮減，機構件工廠一直面臨著激烈競爭。為尋求新的商業機會，所有生產基地在採用新製造工藝方面均需保持靈活性。我們通過出售過時的機器來投資先進工藝，以緊跟領先技術。機構件工廠正通過就呈上升趨勢的行業獲取ISO13485(醫療器械質量管理體系)及IATF16949(國際汽車工作組)等認證來儲備能力。隨著先進工藝的推進，機構件商機依然存在，而由於地緣政治緊張局勢持續，全球版圖靈活遍佈於生產地點/交付地點。機構件工廠亦可與本集團的ODM服務捆綁，提供機構件生產以外的額外服務，該服務範圍的擴大使機構件工廠能夠在手機行業以及其他呈上升趨勢的行業中獲得更多潛在的商業機會。

我們的全球文化是持續改進、分享最佳實踐及踐行精益原則。我們將以全球通用工藝繼續推進精益及卓越的運營舉措，以使我們能夠優化成本結構及產能。通過分享實現節約成本並知悉其製造夥伴可擴大規模以滿足彼等的增長需求，我們的客戶受益於該等舉措。

- (ii) 就本年度呈現業務大幅增長的主要客戶，我們將繼續投入資源以滲透該客戶。

業務回顧(續)

討論及分析(續)

展望(續)

二零二二年下半年的風險因素(續)

機遇(續)

- (iii) 就長期而言，預期市場將繼續從功能手機穩步轉為智能手機，並從3G/4G智能手機穩步轉為5G智能手機。隨著持續致力於普及中低價位5G設備，預計全球5G設備市場將呈現健康增長，並成為整個智能手機市場的重要推動力。

二零二二年第一季度，具備5G功能的智能手機銷售滲透率在全球達至49.5%，首次在單一季度內超過4G智能手機的滲透率。中國、北美及西歐為該增長的最大動力。中國的5G銷售滲透率在第一季度達至79.2%，為全世界最高。中國電信運營商支持5G，加之OEM廠商即將向消費者提供具有價格競爭力的5G智能手機，均促成該增長。

然而，誠如一直所述，近期的全球通脹趨勢打擊了消費者需求及智能手機BoM成本，成為二零二二年智能手機市場風險。根據二零二二年六月一日的IDC報告，今年全球範圍內的5G智能手機出貨量預期大幅下調至接近700百萬部，意味著低於預期25.5%的增長率。然而，長遠而言，隨著越多國家的5G網絡滲透率提高，IDC預期二零二六年5G智能手機的銷量佔比將達78%，而二零二二年則為53%。

本公司謹此提述其於二零二二年五月十一日刊發的公告，當中提及(其中包括)導致本集團於本期間錄得綜合淨虧損的各種因素，該等因素已持續出現，目前預期將持續至二零二二年餘下時間。

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、經濟整體下行、地緣政治局勢緊張、通脹飆升及利率高漲有關者)以及可能影響本集團表現的多個變量因素，本公司認為，目前要有效準確預測該等事項及變量因素對本集團截至二零二二年十二月三十一日止六個月(「二零二二年下半年」)的表現可能造成的進一步不利影響以及最終本集團於二零二二年下半年的表現，還為時尚早且難以實現。

本集團最近期末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二零二二年下半年及截至二零二二年十二月三十一日止年度(「二零二二財政年度」)可能的表現發表合理、清晰及有意義的意見。現階段，本公司認為本公司於二零二二財政年度仍有可能達至收支平衡、持續錄得虧損或轉虧為盈。

業務回顧(續)

討論及分析(續)

展望(續)

二零二二年下半年的風險因素(續)

機遇(續)

於過去數年，本公司一直積極採取適當及合理的措施，務求克服期內的各種挑戰，最大限度地提高本集團的業績。踏入二零二二年下半年，本公司將密切審視大小事項，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(目前預期為二零二二年十一月或前後)披露本集團截至二零二二年九月三十日止九個月的若干未經審核綜合財務資料，同時，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及說明，本集團的季度表現可能會受各項因素影響(影響可能頗大)，包括但不限於以下各項(個別及共同)，且當中某些因素是本公司無法控制的：

- (i) 於以下方面的變動：(1)手機生態系統及宏觀經濟環境(如消費者行為、全球經濟變化、國際政局動盪加劇、複雜的地緣政治及日益緊張的地緣政治局勢、激烈競爭、通貨膨脹以及中國內地經濟及其他主要經濟體的韌性)；(2)有關行業；(3)主要市場的整體情況；及(4)終端市場需求及消費者的消費意願；
- (ii) 客戶以及其策略、業務和財務狀況及從COVID-19疫情恢復並進一步適應的速度；
- (iii) 客戶的產品於市場上取得的成就以及銷售業績；業務策略調整；客戶及銷售及產品結構變化；針對新客戶或現有客戶升級計劃；客戶流失或終止或不更新客戶計劃；產品推出或產品調整策略及時間；可能取消或延遲客戶訂單或更改生產數量；市場競爭力；客戶需求及喜好的轉變及消費傾向(如內部製造代替外包)；業務模式變化(如從買賣改為零售或反之亦然)；舊款手機減產及新款手機增產的時間以及由舊機型到新機型的過渡期長短；一名主要客戶的銷售額可能下跌及持續分散客源；終端消費者行為；本集團的價格及定價政策的任何廣泛變化均可能會降低其營業收入及盈利能力；

業務回顧(續)

討論及分析(續)

展望(續)

二零二二年下半年的風險因素(續)

機遇(續)

- (iv) 地方因素及事件可能影響我們的產量，例如地方假期(如中國內地及越南的春節假期)經常會影響每年第一季度的出貨量及銷售，疫情或自然災害；過剩的產能以及員工及勞動力的可用性；
- (v) 季度營業收入模式中銷售的季節性及手機置換週期的長短；客戶需求的週期性；各地區的營業收入及毛利以及我們針對產品或服務提供的計劃不盡相同；
- (vi) 產品成熟度及若干產品或型號供過於求以及消費者情緒低迷。一般而言，本集團認為從現有機及客戶對未來手機的期望看來，智能手機的使用壽命在延長，可能是由於創新的速度放緩以及置換週期變長所致。環境、社會及管治考量因素逐漸增加，意味著消費者的舊手機仍可使用而新機型可能不會提供稱得上升級的重大改進時，其會更加謹慎地購買新手機；
- (vii) 客戶的信貸風險及預期信貸虧損備抵充足程度評估。倘客戶的財務狀況惡化，導致彼等的還款能力受損，可能須進行額外預期信貸虧損備抵及存貨撥備及可能產生重組費用；
- (viii) 未來訂單預計支付時間；
- (ix) 技術進步；海外擴張步伐；
- (x) COVID-19疫情及其進展以及應地方政府規定關閉工廠。相關的封鎖措施、限制及管控已相對全球整體經濟產生影響。此外，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)亦造成不同程度的影響。由於COVID-19疫情對人類社會各方面造成不利影響，企業正面臨經濟整體下行等更加嚴峻的形勢。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、政府干預力度加大、失業率上升、消費者的可自由支配支出大幅下降、存貨水平上升、因疫情反覆及生產中斷而減少生產、需求減少、裁員及停職以及其他重組活動。該等情況持續可能導致更廣泛的經濟衰退，對各類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疫情對本集團及其表現造成的影響的更多資料，亦請參閱其他段落；

業務回顧(續)

討論及分析(續)

展望(續)

二零二二年下半年的風險因素(續)

機遇(續)

- (xi) 向政府退還土地時可能獲得的收益；
- (xii) 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／重組活動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／或撇銷本集團的使用率不足／陳舊／折舊資產；
- (xiii) 向客戶收取協定收費、費用、服務收入、索賠或補償的時間；
- (xiv) 涉及供應鏈(如元件成本上漲、商品有貨率、延長交貨時間及短缺)且可能影響材料採購及生產計劃、訂單履行、出貨量及成本以及存貨(如積壓的存貨可能需要時間消化及可能須予以撇銷並因而提高存貨賬面成本)的因素；成本及材料、元件、服務及勞工變動；
- (xv) 可能影響向工廠及時運送元件及向海外客戶運送手機的交通堵塞及邊境堵塞；
- (xvi) 為應對新的手機創新、機型及消費趨勢，配置、增加及減少生產所需的時間；
- (xvii) 貨幣市場(如利率及匯率波動及匯兌損益)及資本市場變動；市場波動(如人民幣、印度盧比及其他貨幣波動、股市波動)；對沖活動的成效；貨幣市場動盪以及今年下半年的數字可能與歷史數字有顯著差異；
- (xviii) 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、稅務審計、轉讓定價調整、印度PLI(生產掛鉤激勵)計劃、政府黑名單)；
- (xix) 所得稅付款記賬；

業務回顧(續)

討論及分析(續)

展望(續)

二零二二年下半年的風險因素(續)

機遇(續)

- (xx) 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／或撇賬的虧損或開支；
- (xxi) 本集團聯營公司的表現及其應佔該等聯營公司的溢利／虧損；聯營公司於動盪的市場中錄得虧損，故而可能需要就該等投資作出減值；處置股權投資的時間及所產生的溢利／虧損；股權投資重估收益／損失的入賬時間；
- (xxii) 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；及
- (xxiii) 前期投資及有關新客戶或現有客戶計劃升級的挑戰。

展望未來，預計二零二二年下半年全球經濟復甦仍然遙遙無期，許多公司(包括本集團)仍面臨重重困難和挑戰，而且宏觀環境將維持複雜多變狀況和充滿不確定性，因此，消費者需求可能仍將疲軟，從而對本集團的表現造成持續不利影響。

最後，新的不可預測風險、挑戰及威脅不時出現，而本公司管理層不可能預測所有有關因素或評估該等因素對本集團業務的影響。當前本公司不知悉或本公司當前認為不重大的其他風險及不確定性亦可能損害本集團的業務、經營業績、財務狀況及現金流量。

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。

其他資料

董事

根據自二零二二年五月二十日起生效以替代本公司經修訂及重述的組織章程細則的本公司第二份經修訂及重述的組織章程細則(「章程細則」)第112條(兩份章程細則的第112條內容相同)，當時三分之一的董事(或如董事數目並非三或三的倍數，則以最接近的數目為準，但不得超過三分之一)應於本公司每屆股東週年大會上輪值告退，惟每名董事應至少每三年輪值告退一次。根據董事會於二零二二年三月十五日所批准及本公司股東於二零二二年五月二十日所批准，本公司執行董事池育陽先生(「池先生」)及郭文義博士已獲重選連任彼等各自的職務，自二零二二年五月二十日起，直至本公司有關股東週年大會(會上將(其中包括)按照章程細則考慮彼等下次重選事宜)結束時止。

經董事會於二零二一年十二月二十三日批准，本公司根據股份計劃(定義見下文)分別向池先生與本公司執行董事孟效義先生(「孟先生」)授出6,154,215股股份及1,174,146股股份。該等股份獎勵已於二零二二年一月十日歸屬。

有關Bharat FIH Limited(前稱Rising Stars Mobile India Private Limited及隨後稱Bharat FIH Private Limited，為本公司在印度註冊成立的一間間接附屬公司)(「BFIH」)先前向本公司三名執行董事授出的已註銷購股權，請參閱下文「購股權計劃、BFIH購股權計劃及股份計劃」。

經董事會於二零二一年十二月二十三日批准，劉紹基先生(「劉先生」)、Daniel Joseph MEHAN博士及陶韻智先生各自擔任本公司獨立非執行董事的袍金已由每月20,000港元調整至26,000港元(相當於約3,333美元)(減去任何必要法定扣減)，自二零二二年一月一日起生效。此外，劉先生就出任本公司審核委員會、薪酬委員會及提名委員會主席的津貼由6,000港元調整為7,800港元(相當於約1,000美元)(減去任何必要法定扣減)，自二零二二年一月一日起生效。

孟先生自二零二二年六月十日起獲委任為BFIH的非執行董事。

其他資料(續)

權益披露

董事於股份、相關股份及債券的權益及淡倉

於二零二二年六月三十日，本公司各董事及主要行政人員於本公司及其任何相聯法團(定義見證券及期貨條例第XV部)的股份、相關股份及債券中擁有以下權益及淡倉(如有)而根據證券及期貨條例第XV部第7及8分部須知會本公司及聯交所(包括根據證券及期貨條例的該等條文董事及主要行政人員被當作或被視為擁有的權益及淡倉)，或須記錄於並已記錄於本公司根據證券及期貨條例第352條須存置的登記冊內，或根據本公司採納的上市規則附錄十所載上市發行人董事進行證券交易的標準守則(「標準守則」)須知會本公司及聯交所如下：

董事姓名	法團名稱	身份/權益性質	普通股總數	於本公司/ 相聯法團的 概約權益 百分比
池育陽	本公司	實益擁有人	26,885,876 ^(附註1)	0.3372%
	鴻海	實益擁有人	8,075	0.00006%
	群邁通訊股份 有限公司 (「群邁通訊」) ^(附註2)	實益擁有人	1,000	0.0007%
	BFIH	其他	1 ^(附註3)	0.00000004%
郭文義	本公司	配偶權益	700,000	0.0088%
	鴻海	實益擁有人	1,848	0.00001%
	鴻海	配偶權益	13	0.0000001%
孟效義	本公司	實益擁有人	2,893,084 ^(附註4)	0.0363%
	BFIH	其他	1 ^(附註3)	0.00000004%

其他資料(續)

權益披露(續)

董事於股份、相關股份及債券的權益及淡倉(續)

附註：

1. 於二零二一年十二月二十三日，根據股份計劃(定義見下文)，池先生獲授涉及6,154,215股本公司股份的股份獎勵，令其作為於本公司股份中擁有權益的信託受益人於該等6,154,215股股份中擁有權益。該股份獎勵於二零二二年一月十日歸屬。
2. 本公司透過其全資附屬公司間接持有群邁通訊(一家於台灣註冊成立的公司)全部已發行股份數目約87.06%。
3. 池先生及孟先生各自作為名義股東代表Wonderful Stars Pte. Ltd.(本公司的一家間接全資附屬公司)持有1股BFIH股份，但無任何實益權益。
4. 於二零二一年十二月二十三日，根據股份計劃(定義見下文)，孟先生獲授涉及1,174,146股本公司股份的股份獎勵，令其作為於本公司股份中擁有權益的信託受益人於該等1,174,146股股份中擁有權益。該股份獎勵於二零二二年一月十日歸屬。

除上文披露者外，於二零二二年六月三十日，本公司董事或主要行政人員概無於本公司或其任何相聯法團(定義見證券及期貨條例第XV部)的股份、相關股份及債券中擁有根據證券及期貨條例第XV部第7及8分部須知會本公司及聯交所的任何權益或淡倉(包括根據證券及期貨條例的該等條文本公司董事及主要行政人員被當作或被視為擁有的權益及淡倉)，或須記錄於並已記錄於本公司根據證券及期貨條例第352條須存置的登記冊內的任何權益或淡倉，或根據標準守則須知會本公司及聯交所的任何權益或淡倉。

主要股東於股份及相關股份的權益及淡倉

就本公司任何董事所知，於二零二二年六月三十日，下列股東(本公司董事或主要行政人員除外)於本公司股份及相關股份中擁有根據證券及期貨條例第XV部第2及3分部的條文規定須向本公司披露的權益及淡倉，或須記錄於並已記錄於本公司根據證券及期貨條例第336條須存置的登記冊內的權益及淡倉：

其他資料(續)

權益披露(續)

主要股東於股份及相關股份的權益及淡倉(續)

主要股東名稱	身份/權益性質	普通股總數	於本公司的概約 權益百分比
Foxconn (Far East) Limited ^(附註1)	實益擁有人	5,081,034,525	63.73%
鴻海 ^(附註1及2)	於受控法團的權益	5,081,034,525	63.73%

附註：

1. Foxconn (Far East) Limited為鴻海直接持有的全資附屬公司，因此，就證券及期貨條例而言，鴻海被視為或被當作於Foxconn (Far East) Limited實益擁有的5,081,034,525股股份中擁有權益。
2. 本公司代理主席兼執行董事池先生為鴻海旗下一間附屬公司的董事及其聯繫人。

除上文披露者外，於二零二二年六月三十日，本公司並未獲任何人士(本公司董事或主要行政人員除外)通知其於本公司的股份或相關股份中，擁有根據證券及期貨條例第XV部第2及3分部的條文規定須向本公司披露的權益或淡倉，或須記錄於並已記錄於本公司根據證券及期貨條例第336條須存置的登記冊內的權益或淡倉。

購股權計劃、BFIH購股權計劃及股份計劃

為確保本公司購股權計劃的持續性以獎勵、推動及挽留合資格人士，本公司於二零一三年十一月二十六日採納一項購股權計劃(「購股權計劃」)，該購股權計劃將於二零二三年十一月二十五日屆滿，惟根據其條款另行終止者除外。

於本公司股東在本公司於二零二一年五月二十八日舉行的股東週年大會上通過一項普通決議案以批准一項購股權計劃後，BFIH於二零二一年五月二十八日採納此購股權計劃(「BFIH購股權計劃」)。BFIH購股權計劃自二零二一年五月二十八日起至二零三一年五月二十七日止有效及生效，為期10年，惟根據其條款另行終止者除外。

根據BFIH董事會及股東的批准並經承授人(定義見下文)同意，BFIH授出的所有購股權均已自二零二二年六月十二日起註銷。有關BFIH購股權計劃的進一步詳情，請參閱本公司於二零二二年六月十三日的公告及本公司於二零二二年四月十三日發出及刊發的二零二一年年報第108至110頁。

其他資料(續)

購股權計劃、BFIH購股權計劃及股份計劃(續)

為確保本公司股份計劃的持續性以獎勵、推動及挽留合資格人士，本公司於二零一三年十一月二十六日採納一項股份計劃(「股份計劃」)，據此，本公司可授予本公司或其附屬公司的董事或僱員或第三方服務供應商(包括鴻海及其旗下任何附屬公司(本集團除外)的僱員)無償股份。除非根據計劃條款另行終止，否則股份計劃將於二零二三年十一月二十五日屆滿。

於本期間，概無根據購股權計劃及BFIH購股權計劃授出購股權，亦無根據股份計劃獎勵任何股份。

自採納以來，並無根據購股權計劃授出任何購股權，故此於二零二二年六月三十日概無購股權可根據購股權計劃獲行使。

若干購股權已於二零二一年十二月一日及二十三日根據BFIH購股權計劃授出，並隨後於二零二二年六月十二日註銷。於本期間根據BFIH購股權計劃授出之BFIH購股權的變動如下：

承授人	授出購股權日期 (日,月,年)	購股權數目							授出購股權已付總代價 印度盧比 (每股)	授出購股權行使價 印度盧比 (每股)		
		於二零二二年一月一日		本期間授出	本期間獲行使	本期間失效	本期間註銷	於二零二二年六月三十日				
		尚未行使										
本公司董事 (附註a、b及d)												
池育陽(同時出任行政總裁)	23.12.2021	12,500,000	12,500,000	-	-	-	12,500,000	0	1至3年	23.12.2022至 30.11.2029	-	20.00
郭文義	23.12.2021	500,000	500,000	-	-	-	500,000	0	1至3年	23.12.2022至 30.11.2029	-	20.00
孟效義	23.12.2021	11,000,000	11,000,000	-	-	-	11,000,000	0	1至3年	23.12.2022至 30.11.2029	-	20.00
僱員(本公司董事除外) (附註a、c及d)												
總計		83,110,000	83,110,000	-	-	-	83,110,000	0				

其他資料(續)

購股權計劃、BFIH購股權計劃及股份計劃(續)

附註：

- (a) 上述購股權的有效期將自已授出購股權的歸屬日期起至上述購股權歸屬後5年內止，惟須根據BFIH購股權計劃可提前失效。
- (b) 上述於二零二一年十二月二十三日授予本公司董事的購股權將於以下期間可予行使(惟須達成若干歸屬條件(倘適用))：
- (i) 第一批(佔上述購股權30%)將於二零二二年十二月二十三日至二零二七年十一月三十日(包括首尾兩日)可予行使；
 - (ii) 第二批(佔上述購股權30%)將於二零二三年十二月一日至二零二八年十一月三十日(包括首尾兩日)可予行使；及
 - (iii) 第三批(佔上述購股權40%)將於二零二四年十二月一日至二零二九年十一月三十日(包括首尾兩日)可予行使。
- (c) 本公司提述本公司日期為二零二一年十二月二十三日的公告(「二零二一年公告」)，內容有關向本公司三名執行董事(「三名執行董事」)及除三名執行董事以外的BFIH合資格人士(定義見本公司於二零二二年四月十三日發出及刊發的二零二一年年報)(「其他BFIH合資格人士」)授出BFIH購股權。本公司謹此澄清，截至二零二一年十二月三十一日，BFIH已向三名執行董事及其他BFIH合資格人士(統稱「承授人」)授出合共83,110,000份BFIH購股權，其中24,000,000份BFIH購股權已於二零二一年十二月二十三日授予三名執行董事，而59,110,000份BFIH購股權已於二零二一年十二月一日授予其他BFIH合資格人士(即本集團若干僱員)。

該等於二零二一年十二月一日授出的購股權將於以下期間可予行使(惟須達成若干歸屬條件(倘適用))：

- (i) 第一批(佔上述購股權30%)將於二零二二年十二月一日至二零二七年十一月三十日(包括首尾兩日)可予行使；
- (ii) 第二批(佔上述購股權30%)將於二零二三年十二月一日至二零二八年十一月三十日(包括首尾兩日)可予行使；及
- (iii) 第三批(佔上述購股權40%)將於二零二四年十二月一日至二零二九年十一月三十日(包括首尾兩日)可予行使。

除上文所述者外，二零二一年公告所載有關向三名執行董事授出BFIH購股權的其他資料維持不變。

- (d) 根據BFIH董事會及股東的批准並經承授人同意，BFIH授出的所有購股權均已自二零二二年六月十二日起註銷。

有關自二零一七年以來根據股份計劃授出股份的詳情，請參閱本公司於二零二二年四月十三日發出及刊發的二零二一年年報第111及112頁。

其他資料(續)

購股權計劃、BFIH購股權計劃及股份計劃(續)

除購股權計劃、BFIH購股權計劃、股份計劃及根據鴻海的公司章程可享有的潛在權利(據此，其中包括鴻海的股份可根據當中所載條款及條件並在其規限下供分派作為向僱員(包括本公司董事)提供的部分報酬)以及根據本公司及／或鴻海不時可能就任何股息公佈的任何以股代息計劃可享有的任何及全部潛在以股代息權利(本公司任何董事可不時作為本公司及／或鴻海股東就其當時所持相關股份而擁有該等權利)外，本公司、其任何附屬公司、其控股公司或本公司控股公司的任何附屬公司於本期間任何時間概無訂立任何安排令本公司董事可透過獲取本公司或任何其他法團的股份或債券而獲益。

進一步詳情請參閱本公司於二零二二年四月十三日發出及刊發的二零二一年年報第105至112頁及本集團本期間的未經審核簡明綜合財務報表附註17。

股息

於二零二二年八月九日，董事會議決不建議就截至二零二二年六月三十日止六個月派付中期股息。

購買、贖回或出售本公司的上市證券

於本期間及截至本中期報告日期，根據本公司股東於本公司分別於二零二一年五月二十八日及二零二二年五月二十日舉行的股東週年大會上正式批准的回購授權(定義見本公司日期分別為二零二一年四月二十一日及二零二二年四月十四日的通函)，本公司自二零二二年一月五日至二零二二年七月八日期間(包括首尾兩日)於聯交所分批回購合共55,000,000股股份，總現金代價(未計開支前)為61,773,260.00港元。在該等回購的股份中，10,000,000股股份、20,000,000股股份及11,000,000股股份分別於二零二二年一月十四日、二零二二年四月二十九日及二零二二年七月八日已根據章程細則註銷，而餘下的14,000,000股股份於二零二二年八月九日尚未註銷。更多詳情請參閱自二零二二年一月五日至二零二二年八月一日(包括首尾兩日)發出及刊發之翌日披露報表及月報表。

其他資料(續)

購買、贖回或出售本公司的上市證券(續)

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	
二零二二年一月五日	4,034,000	1.39	1.38	5,591,920.00
二零二二年一月六日	1,755,000	1.40	1.37	2,415,570.00
二零二二年一月七日	4,211,000	1.41	1.39	5,892,750.00
二零二二年三月二十三日	1,600,000	1.05	1.04	1,672,000.00
二零二二年三月二十五日	375,000	1.06	1.06	397,500.00
二零二二年三月二十八日	1,161,000	1.07	1.05	1,230,410.00
二零二二年三月二十九日	1,013,000	1.08	1.07	1,088,170.00
二零二二年三月三十日	1,451,000	1.08	1.07	1,557,580.00
二零二二年三月三十一日	1,500,000	1.08	1.06	1,613,420.00
二零二二年四月一日	1,226,000	1.07	1.06	1,309,560.00
二零二二年四月四日	2,000,000	1.09	1.08	2,165,000.00
二零二二年四月六日	2,000,000	1.06	1.05	2,115,000.00
二零二二年四月七日	2,974,000	1.05	1.03	3,082,700.00
二零二二年四月八日	4,700,000	1.05	1.02	4,900,000.00
二零二二年六月八日	163,000	1.03	1.03	167,890.00
二零二二年六月九日	156,000	1.03	1.02	160,030.00
二零二二年六月十日	503,000	1.05	1.01	528,030.00
二零二二年六月十三日	284,000	1.03	1.02	291,880.00
二零二二年六月十四日	1,062,000	1.05	1.01	1,084,650.00
二零二二年六月十六日	835,000	1.05	1.03	871,050.00
二零二二年六月二十日	497,000	1.05	1.04	521,350.00
二零二二年六月二十一日	1,000,000	1.06	1.04	1,053,000.00
二零二二年六月二十二日	500,000	1.05	1.05	525,000.00
二零二二年六月二十三日	1,001,000	1.08	1.04	1,058,070.00
二零二二年六月二十四日	1,400,000	1.11	1.09	1,534,000.00
二零二二年六月二十八日	2,258,000	1.12	1.09	2,507,740.00
二零二二年六月二十九日	707,000	1.13	1.13	798,910.00
二零二二年六月三十日	634,000	1.12	1.12	710,080.00
二零二二年七月四日	1,300,000	1.12	1.11	1,451,000.00
二零二二年七月五日	2,149,000	1.11	1.08	2,355,920.00
二零二二年七月六日	1,451,000	1.08	1.07	1,557,080.00
二零二二年七月七日	3,600,000	1.06	1.05	3,791,000.00
二零二二年七月八日	5,500,000	1.06	1.04	5,775,000.00
	<u>55,000,000</u>			<u>61,773,260.00</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。

其他資料(續)

股本

於本期間內概無配發或發行任何本公司股份，本公司股本於本期間的變動詳情載於本集團本期間的未經審核簡明綜合財務報表附註14。

儲備

本集團於本期間的儲備變動載於第8頁。

審核委員會

本公司已根據上市規則(特別是上市規則附錄十四所載的《企業管治守則》(「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」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，並自二零零五年起制定及採納標準守則授權程序及證券交易政策(各自經不時修訂及補充)。經本公司作出特定查詢後，本公司全體董事均已確認，彼等於本期間一直就本公司證券遵守標準守則所載的規定準則以及上述授權程序及證券交易政策所載的規定。

其他資料(續)

企業管治

本公司於本期間已應用及遵守企業管治守則第2部分所載的所有守則條文。

根據企業管治守則第2部分第C.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2部分第C.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，本公司一直在物色適當人選填補本公司主席一職。然而，鑒於該職務的重要性，董事會預期本公司可能需要一段時間方能覓得適當人選履行主席職務。鑒於存在巨大的市場挑戰及目前與主席職務空缺有關的不明朗因素，董事會認為富有經驗的領導能力極為重要，已議決通過採用一項安排，委任目前的行政總裁池先生為代理主席，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疫情及持續發展以及元件供應不穩定(特別是本集團自二零一七年至二零二零年每年均錄得綜合淨虧損，惟於二零二一年錄得綜合純利，但於本期間又扭轉為綜合淨虧損)，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，有關安排不會損害董事會與本公司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，就有關事項向本公司全體董事提供足夠、完整及可靠的資料並正確及時地作出簡報。

其他資料(續)

企業管治(續)

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，本公司已實施並維持多項內部監控措施，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發出及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。

鑒於上文所述，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2部分第C.2.1段所載的守則條文，但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，董事會認為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2部分第C.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。

代表董事會
代理主席
池育陽

香港，二零二二年八月九日