

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

FIH[®] 富智康[®]

FIH Mobile Limited
富智康集團有限公司
 (在開曼群島註冊成立之有限公司)
 (股份代號：2038)

截至二零二二年十二月三十一日止年度的 全年業績初步公告

董事會謹此宣佈本集團截至二零二二年十二月三十一日止年度的經審核綜合業績，連同去年的比較數字如下：

綜合損益及其他全面收益表

截至二零二二年十二月三十一日止年度

	附註	二零二二年 千美元	二零二一年 千美元
營業收入	2	9,394,319	8,582,559
銷售成本		(9,202,363)	(8,358,154)
毛利		191,956	224,405
其他收入、收益及虧損	3	132,630	166,447
預期信貸虧損模式下的減值虧損 (扣除撥回)		(80,534)	(4,679)
就物業、廠房及設備確認的減值虧損		(3,703)	(12,171)
銷售開支		(8,913)	(13,564)
一般及行政開支		(179,644)	(173,924)
研究與開發開支		(74,452)	(106,362)
利息開支		(29,578)	(8,877)
應佔聯營公司虧損		(3,085)	(1,117)
應佔一間合營公司虧損		(4,361)	-
除稅前(虧損)溢利	4	(59,684)	70,158
所得稅開支	5	(12,451)	(13,735)
年內(虧損)溢利		(72,135)	56,423

	二零二二年 千美元	二零二一年 千美元
其他全面(開支)收益：		
<i>將不會重新列至損益的項目：</i>		
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	(79,405)	16,887
重新計量定額福利退休金計劃	<u>384</u>	<u>335</u>
	<u>(79,021)</u>	<u>17,222</u>
<i>其後可能會重新列至損益的項目：</i>		
因換算海外業務而產生的匯兌差額	(221,898)	30,256
應佔聯營公司換算儲備	(2,712)	(1,379)
應佔一間合營公司換算儲備	(2,454)	-
視作出售附屬公司後將累計匯兌儲備 重新分類	<u>-</u>	<u>(173)</u>
	<u>(227,064)</u>	<u>28,704</u>
年內其他全面(開支)收益，扣除所得稅	<u>(306,085)</u>	<u>45,926</u>
年內全面(開支)收益總額	<u>(378,220)</u>	<u>102,349</u>
分配至下列各項的年內(虧損)溢利：		
本公司擁有人	(72,107)	56,328
非控股權益	<u>(28)</u>	<u>95</u>
	<u>(72,135)</u>	<u>56,423</u>
分配至下列各項的全面(開支)收益總額：		
本公司擁有人	(377,523)	102,165
非控股權益	<u>(697)</u>	<u>184</u>
	<u>(378,220)</u>	<u>102,349</u>
每股(虧損)盈利	7	
基本	(0.91美仙)	0.70美仙
攤薄	<u>(0.91美仙)</u>	<u>0.70美仙</u>

綜合財務狀況報表

於二零二二年十二月三十一日

	附註	二零二二年 千美元	二零二一年 千美元
非流動資產			
物業、廠房及設備		728,302	813,658
使用權資產		40,198	60,210
投資物業		10,189	14,655
按公平值計入損益的股本工具		-	1,900
按公平值計入其他全面收益的股本工具	8	143,610	225,339
於聯營公司的權益		25,951	20,891
於合營公司的權益		33,185	40,000
遞延稅項資產	9	14,557	22,132
購置使用權資產的按金		27,366	29,881
		1,023,358	1,228,666
流動資產			
存貨		731,898	850,592
應收貿易及其他賬款	10	1,905,645	2,001,387
銀行存款		24,280	14,327
現金及現金等值物		1,825,109	1,884,719
		4,486,932	4,751,025
流動負債			
應付貿易及其他賬款	11	2,704,356	2,732,383
合約負債		273,157	105,207
租賃負債		1,498	5,033
銀行借貸	12	676,054	857,490
撥備	13	2,779	6,323
應付稅項		50,588	71,849
		3,708,432	3,778,285
流動資產淨值		778,500	972,740
總資產減流動負債		1,801,858	2,201,406

	附註	二零二二年 千美元	二零二一年 千美元
資本及儲備			
股本		317,550	320,400
儲備		1,464,103	1,839,560
本公司擁有人應佔權益		1,781,653	2,159,960
非控股權益		6,123	7,309
權益總額		1,787,776	2,167,269
非流動負債			
遞延稅項負債	9	3,752	6,715
遞延收入	14	8,067	9,279
租賃負債		2,263	18,143
		14,082	34,137
		1,801,858	2,201,406

附註：

1. 應用國際財務報告準則修訂本

於本年度強制生效的國際財務報告準則修訂本

於本年度，本集團已首次應用下列由國際會計準則理事會頒佈並於本集團二零二二年一月一日開始的年度期間強制生效的國際財務報告準則修訂本，以編製綜合財務報表：

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，於本年度應用國際財務報告準則修訂本對本集團本年度及過往年度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。

1.1 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

本集團於本年度首次應用該等修訂本。該等修訂本訂明，使一項物業、廠房及設備達到能夠按照管理層擬定的方式開展經營所必要的位置及條件而產生的成本(如於測試相關物業、廠房及設備能否正常運作時所製造的樣本)及出售該等項目的所得款項，根據適用準則於損益確認及計量。項目成本根據國際會計準則第2號「存貨」計量。

根據過渡條文，本集團已將新會計政策追溯應用於二零二一年一月一日開始或之後可供使用的物業、廠房及設備項目。於本年度應用該等修訂本並無對本集團的財務狀況及表現構成重大影響。

2. 營業收入及分類資料

管理層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。

分類營業收入及業績

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)9,394,319,000美元(二零二一年：8,582,559,000美元)。

本集團採用實際權宜之計，未有披露與分配至客戶合約餘下履約責任的交易價有關的資料，原因為有關合約的原定預計年期少於一年。

於二零二一年一月一日，合約負債為115,668,000美元。於報告期初所有合約負債均計入於報告期確認的營業收入。

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：

	二零二二年 千美元	二零二一年 千美元
分類營業收入(外部銷售)		
亞洲	5,797,599	6,576,070
歐洲	1,152,224	794,437
美洲	2,444,496	1,212,052
	<u>9,394,319</u>	<u>8,582,559</u>
分類溢利(虧損)		
亞洲	108,217	126,312
歐洲	(51,242)	39,545
美洲	70,817	50,720
	<u>127,792</u>	216,577
其他收入、收益及虧損	107,347	156,032
就物業、廠房及設備確認的減值虧損	(3,703)	(12,171)
一般及行政開支	(179,644)	(173,924)
研究與開發開支	(74,452)	(106,362)
利息開支	(29,578)	(8,877)
應佔聯營公司虧損	(3,085)	(1,117)
應佔一間合營公司虧損	(4,361)	-
	<u>(59,684)</u>	<u>70,158</u>
除稅前(虧損)溢利		

分類溢利(虧損)指各分類賺取的毛利(產生的虧損)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及預期信貸虧損模式下的減值虧損(扣除撥回)。此乃就資源分配及表現評估向行政總裁呈報的基準。

分類資產及負債

本集團按營運分類呈列的資產及負債分析如下：

	二零二二年 千美元	二零二一年 千美元
分類資產		
已分配		
亞洲	1,396,586	1,495,677
歐洲	97,812	96,431
美洲	392,846	336,174
總計	1,887,244	1,928,282
未分配		
物業、廠房及設備	710,449	800,907
存貨	711,938	837,692
現金及銀行存款	1,660,599	1,704,332
其他	315,357	391,949
公司資產	224,703	316,529
綜合總資產	5,510,290	5,979,691
分類負債		
已分配		
亞洲	26,789	16,550
歐洲	17,737	1,815
美洲	263,099	116,952
總計	307,625	135,317
未分配		
應付貿易及其他賬款	2,670,446	2,707,817
其他	11,827	32,455
公司負債	732,616	936,833
綜合總負債	3,722,514	3,812,422

為監察分類表現及於各分類間分配資源，來自亞洲業務營運的應收貿易賬款根據客戶位置分配至亞洲、歐洲及美洲分類，而與歐洲及美洲業務營運有關的若干物業、廠房及設備、存貨、應收貿易及其他賬款以及現金及現金等值物則分配至歐洲及美洲分類。分類負債指與亞洲、歐洲及美洲業務營運有關的若干應付貿易及其他賬款、合約負債及撥備。

3. 其他收入、收益及虧損

	二零二二年 千美元	二零二一年 千美元
本集團其他收入、收益及虧損分析如下：		
銀行存款及銀行結餘的利息收入	44,111	35,552
服務收入	25,283	10,432
銷售物料及廢料	2,170	20,531
修補及改良模具	8,751	28,746
外匯收益淨額	13,205	2,393
政府津貼(附註)	28,362	28,237
租金收入	5,885	10,103
出售及撇銷物業、廠房及設備的收益(虧損)	1,422	(7,268)
出售投資物業的收益	6,235	-
按公平值計入損益的金融資產的公平值(虧損)收益淨額		
—股本工具	(1,900)	1,900
—其他金融資產	-	(496)
按公平值計入其他全面收益的股本工具的股息收入	-	2,203
視作出售附屬公司的收益	-	34,915
其他	(894)	(801)
	<u>132,630</u>	<u>166,447</u>

附註：主要指本集團的中國業務營運獲授的津貼。年內，本集團就COVID-19相關津貼確認政府補助157,000美元(二零二一年：2,593,000美元)，主要涉及當地政府推行的就業支援計劃。

4. 稅前(虧損)溢利

	二零二二年 千美元	二零二一年 千美元
年內除稅前(虧損)溢利已扣除下列各項：		
物業、廠房及設備折舊	159,567	177,453
使用權資產折舊	3,534	9,192
投資物業折舊	2,330	2,715
	<hr/>	<hr/>
折舊及攤銷總額	165,431	189,360
減：存貨資本化金額	(135,046)	(154,027)
計入研究與開發開支的金額	(5,474)	(10,188)
	<hr/>	<hr/>
	24,911	25,145
以下各項之利息：		
銀行借貸	28,611	7,754
租賃負債	967	1,123
	<hr/>	<hr/>
	29,578	8,877
員工成本		
董事酬金	2,406	2,338
退休福利計劃供款(不包括董事)	16,918	20,980
其他員工成本	351,932	420,616
	<hr/>	<hr/>
員工成本總額	371,256	443,934
減：存貨資本化金額	(247,170)	(305,896)
計入研究與開發開支的金額	(28,521)	(48,159)
	<hr/>	<hr/>
	95,565	89,879
核數師酬金		
已確認為開支的存貨成本	1,073	1,009
保用撥備	9,167,531	8,323,763
存貨撇減至可變現淨值	7,761	6,058
	<hr/>	<hr/>
	27,071	28,333
	<hr/> <hr/>	<hr/> <hr/>

5. 所得稅開支

	二零二二年 千美元	二零二一年 千美元
即期稅項		
— 香港	—	—
— 其他司法管轄區	<u>10,140</u>	<u>28,252</u>
	<u>10,140</u>	<u>28,252</u>
過往年度超額撥備		
— 香港	—	—
— 其他司法管轄區	<u>(1,640)</u>	<u>(7,565)</u>
	<u>(1,640)</u>	<u>(7,565)</u>
	<u>8,500</u>	<u>20,687</u>
遞延稅項		
— 本年度	<u>3,951</u>	<u>(6,952)</u>
	<u>12,451</u>	<u>13,735</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。

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（即分別自二零二零年及二零二二年起生效）獲減稅，稅率由25%減至15%。此外，根據中國的「西部大開發」運動，本公司另外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。

根據中國財政部及國家稅務總局發出的聯合通知（財稅2010第1號），只有外資企業向外國投資者分派於二零零八年一月一日前賺取的溢利時方可不溯既往並獲豁免繳納預扣稅。根據企業所得稅法第3條及第27條以及其實施細則第91條，自該日後產生的溢利所分派的股息須按稅率5%或10%繳納企業所得稅，並由中國實體預扣。

6. 股息

截至二零二二年十二月三十一日及二零二一年十二月三十一日止年度概無派付、宣派或建議派發任何股息，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（定義見下文）完成後建議派發特別現金股息。

7. 每股(虧損)盈利

本公司擁有人應佔每股(虧損)盈利乃根據下列數據計算：

	二零二二年 千美元	二零二一年 千美元
本公司擁有人應佔(虧損)溢利		
就每股基本及攤薄(虧損)盈利而言的(虧損)溢利	<u>(72,107)</u>	<u>56,328</u>
	二零二二年	二零二一年
股份數目		
就每股基本及攤薄虧損(二零二一年：基本及攤薄盈利) 而言的普通股加權平均數	<u>7,961,423,605</u>	<u>8,047,477,551</u>

計算本年度及過往年度的每股攤薄盈利並無假設附屬公司發行的購股權及潛在普通股具有反攤薄影響。

8. 按公平值計入其他全面收益的股本工具

	二零二二年 千美元	二零二一年 千美元
於台灣上市的股本證券	-	7,149
於美國上市的股本證券(附註a)	2,060	4,365
非上市股本證券(附註b)	141,550	213,825
	<u>143,610</u>	<u>225,339</u>

附註：

- (a) 上述上市股本投資指於美國上市實體的普通股。該等投資為持作長期策略性投資，而非持作買賣的投資。本公司董事已選擇將該等股本工具投資指定為按公平值計入其他全面收益，原因是彼等認為於損益中確認該等投資的短期公平值變動與本集團長期持有該等投資以及長遠而言實現該等投資表現潛力的策略不符。
- (b) 上述非上市股本投資指本集團於中國、印度、美國及台灣成立的若干私營實體的股本權益。本公司董事選擇將該等股本工具投資指定為按公平值計入其他全面收益，原因是該等投資為持作長期策略性投資。

於二零二二年及二零二一年十二月三十一日，上述非上市股本證券包括本集團於HMD Global Oy (「HMD」)，一家於芬蘭共和國註冊成立並從事開發、製造及銷售電訊設備、軟件及有關服務的公司的投資約103,900,000美元(二零二一年：184,600,000美元)及公平值虧損80,748,000美元(二零二一年：公平值收益15,100,000美元)於截至二零二二年十二月三十一日止年度之其他全面收益內確認。

釐定HMD相關非上市股本投資的公平值時，本集團委聘獨立專業估值師進行估值。有關金額乃使用期權定價方法釐定，其中預期波動率、預計可使用年期及無風險利率作為關鍵輸入數據，以分配HMD的權益價值，該價值來自基於HMD管理層批准的財務預算及業務計劃的現金流量預測，用於將估計未來現金流量折現至其現值，當中採用折現率、最終增長率、預算銷售額及毛利率等主要假設，並計及相關行業的增長預測及市場發展預測。

9. 遞延稅項

年內確認的主要遞延稅項(資產)及負債以及其變動如下：

	存貨以及 應收貿易及 其他賬款的 備抵 千美元	保用撥備 千美元	加速 稅項折舊 千美元	稅項虧損 千美元	其他 千美元 (附註)	總計 千美元
於二零二一年一月一日	(2,309)	(418)	7,319	(6,959)	(6,512)	(8,879)
年內(計入)扣除損益	(618)	(19)	(3,506)	2,763	(5,572)	(6,952)
匯兌調整	5	(6)	88	210	117	414
於二零二一年十二月三十一日	(2,922)	(443)	3,901	(3,986)	(11,967)	(15,417)
年內扣除(計入)損益	1,125	151	(7,201)	4,118	5,758	3,951
匯兌調整	162	27	38	(132)	566	661
於二零二二年十二月三十一日	(1,635)	(265)	(3,262)	-	(5,643)	(10,805)

附註：其他主要指應計開支產生的暫時差額。

就綜合財務狀況報表的呈列而言，若干遞延稅項資產及負債已被對銷。以下為就財務報告而言的遞延稅項結餘(對銷後)的分析：

	二零二二年 千美元	二零二一年 千美元
遞延稅項資產	(14,557)	(22,132)
遞延稅項負債	3,752	6,715
	<u>(10,805)</u>	<u>(15,417)</u>

已就存貨以及應收貿易及其他賬款的備抵、保用撥備及其他應計開支的其他可扣稅暫時差額確認遞延稅項資產約37,738,000美元(二零二一年：62,566,000美元)。

於二零二二年十二月三十一日，由於不可能出現應課稅溢利可用作扣減可扣稅暫時差額，本集團並無就存貨以及應收貿易及其他賬款的備抵、保用撥備、遞延收入及其他應計開支確認可扣稅暫時差額約187,610,000美元(二零二一年：101,194,000美元)。

於報告期末，本集團可供對銷未來溢利的未動用稅項虧損約為2,079,531,000美元(二零二一年：2,060,513,000美元)。概無就有關虧損確認遞延稅項資產(二零二一年：13,286,000美元)。由於無法預測日後溢利來源，或因不可能在其屆滿前有可供動用的未動用稅項虧損，故並無就餘下稅項虧損2,079,531,000美元(二零二一年：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五年內屆滿的虧損約384,433,000美元(二零二一年：356,292,000美元)。其他虧損可無限期結轉。

經參考財務預算，管理層相信，日後將有充足未來應課稅溢利或可動用應課稅暫時差額以變現已就稅項虧損及其他暫時差額確認的遞延稅項資產。

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849,315,000美元(二零二一年：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。

10. 應收貿易及其他賬款

	二零二二年 千美元	二零二一年 千美元
應收貿易賬款	1,744,534	1,708,217
減：信貸虧損備抵	(91,668)	(12,642)
	<u>1,652,866</u>	<u>1,695,575</u>
其他可收回稅項	142,095	181,870
其他應收賬款、按金及預付款項	110,684	123,942
	<u>110,684</u>	<u>123,942</u>
應收貿易及其他賬款總額	<u>1,905,645</u>	<u>2,001,387</u>

於二零二一年一月一日，來自客戶合約的應收貿易賬款為2,041,275,000美元。

本集團一般於貨品交予客戶時向客戶發出發票，惟本集團可能向客戶收集預付款項的若干訂單則除外。本集團一般給予其貿易客戶的平均信貸期介乎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。

以下為於報告期末按發票日期(約為相關收益確認日期)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 千美元	二零二一年 千美元
0至90日	1,476,163	1,574,028
91至180日	83,477	95,205
181至360日	89,506	26,158
超過360日	3,720	184
	<u>1,652,866</u>	<u>1,695,575</u>

受COVID-19疫情及各國封鎖措施影響，若干客戶須延遲付款。於二零二二年十二月三十一日，本集團的應收貿易賬款結餘包括賬面總值為228,567,000美元(二零二一年：139,934,000美元)的應收貿易賬款，該等賬款於報告日期已逾期。於逾期結餘中，93,226,000美元(二零二一年：26,342,000美元)已逾期超過90日或以上，惟考慮到債務人的信貸質素而未被視為違約。本集團並無就該等結餘持有任何抵押品。

11. 應付貿易及其他賬款

	二零二二年 千美元	二零二一年 千美元
應付貿易賬款	1,981,288	2,038,092
其他應付稅項	65,327	118,587
應計員工成本及僱員福利	137,637	136,285
其他	520,104	439,419
	<u>2,704,356</u>	<u>2,732,383</u>

以下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 千美元	二零二一年 千美元
0至90日	1,790,822	1,950,662
91至180日	167,299	57,682
181至360日	5,087	18,334
超過360日	18,080	11,414
	<u>1,981,288</u>	<u>2,038,092</u>

12. 銀行借貸

	二零二二年 千美元	二零二一年 千美元
銀行貸款—於一年內到期	<u>676,054</u>	<u>857,490</u>

按貨幣劃分的銀行借貸分析：

美元	563,800	816,280
人民幣	112,254	39,200
印度盧比(「印度盧比」)	<u>-</u>	<u>2,010</u>

於二零二二年十二月三十一日的銀行借貸均為無抵押，原到期日為一至七個月(二零二一年：一至六個月)，按固定年利率介乎2.20%至5.41%(二零二一年：0.61%至5.90%)計息。銀行借貸總額中的195,000,000美元(二零二一年：97,010,000美元)銀行借貸包含按要求償還條款。銀行借貸的加權平均實際年利率為4.65%(二零二一年：年利率0.80%)。

13. 撥備

	二零二二年 千美元	二零二一年 千美元
於一月一日	6,323	9,499
匯兌調整	(404)	135
年內撥備	7,761	6,058
使用撥備／於保用期屆滿後	<u>(10,901)</u>	<u>(9,369)</u>
於十二月三十一日	<u>2,779</u>	<u>6,323</u>

撥備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保用責任，根據以往經驗及業內的次品平均比率作出的最佳估計。

14. 遞延收入

	二零二二年 千美元	二零二一年 千美元
政府津貼	<u>8,067</u>	<u>9,279</u>

本公司中國附屬公司獲授的政府津貼於相關可折舊資產的可使用年期內撥至收入。

15. 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的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權利，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	於二零二二年十二月三十一日		
	已確認 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	<u>220,026</u>	<u>(220,026)</u>	<u>-</u>
銀行借貸	<u>(220,026)</u>	<u>220,026</u>	<u>-</u>
應收利息	<u>3,102</u>	<u>(2,977)</u>	<u>125</u>
應付利息	<u>(2,977)</u>	<u>2,977</u>	<u>-</u>
可予抵銷的金融資產／負債	於二零二一年十二月三十一日		
	已確認 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	<u>534,850</u>	<u>(534,850)</u>	<u>-</u>
銀行借貸	<u>(534,850)</u>	<u>534,850</u>	<u>-</u>
應收利息	<u>4,304</u>	<u>(3,714)</u>	<u>590</u>
應付利息	<u>(3,714)</u>	<u>3,714</u>	<u>-</u>

年內，與上述安排有關之利息收入2,567,000美元(二零二一年：1,853,000美元)計入利息收入。

重要提示

本公告所載本集團於本期間的綜合全年業績已根據相關財務準則審閱及審核。本集團的經營業績過往曾出現波動，且日後可能會繼續於一個期間至另一個期間出現波動(可能大幅波動)。因此，本集團於任何期間的經營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春節假期(尤其中越台經歷長假期)，本集團經營所在行業普遍於春節後踏入淡季，本集團第一季度業績往往不及其他季度全面及具代表性。

本公司謹此提述於二零二二年十一月二日及二零二三年二月二十四日刊發的公告，當中提及(其中包括)新型冠狀病毒(COVID-19)疫情及本集團面臨的其他挑戰、本集團及旗下業務因此蒙受的不利影響，以及本集團於本期間錄得綜合淨虧損的各種原因。另請參閱下文「展望」以了解此方面的詳情。

本公告載有關於本公司就本集團訂單情況、業務營運、業績、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整體行業及宏觀經濟環境的變動(如緊張局勢加劇、政治狀況及去全球化)、貨幣市場的變動(如升息、通貨膨脹及匯率波動)、資本市場的變動、市場飽和、競爭激烈及商品化、客戶需求及喜好的轉變、置換週期延長、需求能見度縮短、管理可能出現的客戶需求波動及其他相關客戶挑戰、「中國+1」策略、客戶外判策略、客戶集中風險、利潤率下行壓力日益增長、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、銷情的季節性因素、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(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、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)及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及香港法例第571章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，並為全球手機行業領導者，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。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。技術創新是我們提供該等端對端能力的核心所在。儘管製造廠區發生區域性轉移，但大中華區仍為研發中心，繼續為我們的客戶提供創新產品解決方案。

手機製造業高度活躍且競爭激烈，而且日益飽和。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和需求萎縮，該等情況持續至二零二二年並將貫穿至二零二三年。隨著元件價格趨於平均，市場重心落於勞動力成本以及使用及經常性成本。由於本集團的業務遍佈全球，因此未受近年經濟波動的影響。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，而本集團的機構件及系統組裝業務的利潤率下行壓力巨大並且持續增加，尤其是在市場需求疲軟及市場產能過剩的情況下。儘管本集團一直在積極處置閒置資產，但由於產能利用率(包括廠房)不斷下降，本集團的閒置成本一直在增加。由於市況不佳，閒置的土地及廠房難以出售。高通脹率亦增加了勞動力與經常性成本。越南的最低工資從二零二二年七月一日起上調，兩年來維持不變。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。但高通脹一直是一道難題。另一方面，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。在不影響質素的情況下削減成本(特別是控制部分供應鏈成本)尤為艱難。經濟低迷時期，提供一流的客戶服務至關重要，這會讓我們即使面臨服務及成本的競爭，依然能夠站穩腳跟。各行業參與者紛紛採納新方針，或於現有業務挖掘潛在的成功商機，以努力獲得並維持競爭差異化。為尋求復甦，手機行業公司相互競爭以提高市場地位及份額，同時仍面臨著利潤率微薄、知名度低、通脹高企、更換週期縮短、全球供應鏈管理等諸多挑戰。我們的客戶正大力創新，不斷推出新產品及服務，以期克服該等挑戰。許多公司並無短期刺激需求及銷售增長的方法，故仍側重於壓低成本，維持最低利潤。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。

二零二二年是充滿挑戰的一年。新冠變種病毒的持續影響及通脹上升導致全球經濟增長明顯乏力。縱觀二零二二年，手機市場面臨著需求疲軟、通貨膨脹、地緣政治緊張局勢持續、供應鏈不斷受限以及中國封城等情況，導致功能手機及智能手機的訂單雙雙減少。考慮到地緣政治緊張局勢、整體手機市場趨勢，以及本集團拓展手機以外其他產品類別以分散業務風險的策略，本集團繼續進行組織架構調整，以加強業務發展職能，面向全球市場，重點放在印度及中國市場。全球智能手機市場遭遇了自二零一三年以來最低的年度出貨量，以及有史以來最糟糕的假日季度表現。根據International Data Corporation (IDC)最近的消息，對於二零二二年智能手機出貨量表現，中國作為最大的市場，面臨十年以來低點，印度市場則下降10%，為二零一九年以來的最低水平。這些數據表明，在消費普遍低迷的情況下，國內手機市場進一步萎縮。儘管下降的部分原因是比較基準年較高，但中國經濟放緩、消費支出減少及多重供應問題是經濟下滑的主要原因。就全球電子消費產品行業而言，新冠疫情爆發催化數字化轉型加速，二零二零年對電子消費產品需求激增，對支持居家辦公及遠距學習等活動的設備出現迫切需求。然而，二零二二年的需求有所緩解。隨著各國疫情趨於穩定，人們逐漸恢復正常生活並在實體辦公室工作，對電子消費產品需求出現放緩跡象。由於通脹達數十年之最、利率上升以及對經濟放緩的擔憂，經濟逆風迫使消費者抑制／推遲購買手機等可自由支配的支出。渠道庫存高企，需求低，且並無立即復甦的跡象，令OEM廠商意識到危機，並大幅削減二零二二年的訂單。俄烏衝突引發能源危機，刺激通脹，是生活成本危機背後的主要推手。「生活成本危機」僅指能源及食品等日常必需品的成本上漲速度遠遠快於平均收入的情況。需求的下滑困擾著整個行業。東南亞及非洲等新興經濟體的消費者不願購買手機，原因在於美元兌當地貨幣走強，手機變得更加昂貴。於二零二二年上半年，供應存在元件供應不穩定、物流及運輸挑戰等諸多問題。為更好地了解本集團所面臨的挑戰，我們必須著眼於供需側，以及直接影響銷售、成本及利潤率表現的供需錯配與不平衡問題。中國是全球最大的手機市場，亦是本集團的主要市場，其需求一直處於低迷狀態。終端消費者的消費下降以及對中國品牌的重新評估顯示著需求疲軟的情況。於二零二二年上半年，中國幾個主要城市的封鎖，以及新冠疫情及停產造成的市場情緒低迷，加上經濟動能乏力與產品升級不足，加劇了本已艱難的局面。於二零二二年下半年，隨著產能及產量提高，情況有所改變，自去年以來對市場造成影響的供應鏈限制有所緩解，不再是最緊迫的問題，原因在於元件訂單迅速削減，供應商開始擔心供應過剩及庫存積累問題，行業轉向需求受限的市場，而終端客戶對價格更加敏感。經濟衰退及庫存調整促使企業迅速凍結及緊急停止下單。隨著疫情時期的電子消費產品紅利不再，半

導體製造商正努力應對全球電子產品需求迅速下滑的問題。地緣政治緊張局勢加劇、加息、能源價格上漲、全球經濟放緩、當前宏觀經濟不確定性、消費者信心下降以及影響收入的通脹加劇，抑制了二零二二年的消費需求。所有地區庫存增加，加上中國經濟放緩、動態新冠清零政策、新冠疫情封鎖及旅行限制以及失業率上升，削弱智能手機銷售動能，並將繼續削弱二零二三年及未來市場表現，進而影響本集團的恢復。最初，本集團保留部分場地、資產及人員，為業務恢復作好準備。但由於新冠疫情病例的突然出現導致封鎖，中國國內需求持續疲弱並繼續減弱，同時出口增長放緩，關鍵的房地產行業進一步降溫均表明復甦艱難，而復甦緩慢影響資產利用率及本集團恢復，並大幅增加本集團的閒置成本負擔，使本集團不得不繼續縮減活動以進一步削減運營費用。除國內風險外，中國經濟亦受到烏克蘭危機以及為遏制過熱通脹而加息所導致的全球經濟放緩的外部壓力。中國的新冠疫情防控措施變得更加靈活，視乎新冠病例數而定。但在房地產危機的背景下，封鎖仍是經濟的一大不確定性。由於客戶對下訂單越來越謹慎，本集團難以預測訂單數量，並有效地安排物料採購、人員計劃和生產調度。

供應方面，於二零二二年上半年，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，仍遵循動態新冠清零政策，COVID-19疫情已嚴重破壞該市場的供需。隨著全國範圍內的封鎖，智能手機製造業因新一代產品發展遲滯及延後出貨而受到嚴重衝擊。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，防疫法規亦削弱市場需求。於下半年，材料及元件供應開始穩定下來。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。

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，世界其他國家已學會與病毒共存，基本上在尋求一種群體免疫與高質量疫苗接種的半結合，並重新開放。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反覆及嚴格的防疫措施、對供應鏈的多米諾骨牌效應、中美緊張局勢加劇的風險、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並持續拖累市場情緒，而大多數政府可操作的經濟政策空間有限，使二零二二年成為全球增長艱難的一年。在通脹壓力飆升並屢創新高且迅速從歐洲蔓延至全球的背景下，地緣政治格局調整、股市崩盤及金融市場波動、大舉加息、汽油及食品價格飛漲、歐洲能源危機，加上政策空間有限，令二零二二年成為一個困難重重的時期。中國於二零二二年上半年的生產疲軟對希

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。供應鏈堵塞，加上與疫情相關的數萬億美元財政及貨幣刺激措施，共同造就了一個價格高企但經濟增長緩慢的環境，令政策制定者深感困擾。在俄羅斯對烏克蘭發動侵略戰爭之後，全球經濟失去了動力。許多經濟體的國內生產總值(GDP)增長停滯，經濟指標表明經濟增長持續放緩，而烏克蘭持續戰火使歐洲及中亞地區新興及發展中經濟體的疫情後經濟復甦前景暗淡，並大大增加全球經濟復甦的不確定性。於二零二二年上半年，由於Omicron具有高度傳染性，本集團的業務受到封城及工廠停工的影響。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上半年業務營運的影響降到最低。對新冠清零政策至關重要的封鎖、檢測及隔離規則為消費者及企業消費增添壓力，令經濟接近衰退。維持新冠清零政策的成本亦水漲船高。地方政府不得不承擔巨額的居民檢測及隔離費用，但由於房地產市場低迷，地方政府的土地出讓金收入及稅收大幅下降。近幾個月來，由於新冠清零政策幾近無法實現，官員開始淡化這一目標，轉而將重點放在穩就業及其他指標上。於二零二二年十一月，國際貨幣基金組織(IMF)曾呼籲中國在經濟增長放緩的情況下重新調整其新冠清零政策。國際貨幣基金組織表示：「儘管新冠清零政策隨著時間的推移變得更加靈活，但更具傳染性的新冠變種病毒以及疫苗接種方面的持續差距，導致需要更頻繁地封鎖，這對消費和私人投資(包括房地產)造成了壓力。」。

中國第三和第四季度的經濟因在全國範圍內零星出現的COVID-19疫情而受到威脅，導致流動性受到限制，消費者和企業信心受到打擊。中國反覆出現的病毒幹擾對經濟活動帶來壓力，導致本集團當時不排除進一步大規模封鎖的可能性。二零二二年十一月，本集團在中國北部的生產基地爆發COVID-19疫情，由於當地政府實施了嚴格的封鎖，該基地面臨嚴峻形勢。COVID-19的限制措施極大地影響了中國的消費和投資，由於新冠清零政策，中國在十月份的出口自二零二零年五月以來首次意外下降。人們對該政策影響的關注日益明顯。二零二二年十二月七日，中國政府決定放鬆許多嚴格的COVID清零控制措施，以提振經濟；然而，隨著COVID-19感染席捲全國，醫療保健系統面臨巨大壓力，要迅速恢復到疫情前的狀況，這還遠遠不夠。突然的重新開放政策在短期內對製造業的運作產生了巨大的影響，因為感染蔓延，很多人被感染，導致勞動力短缺和供應鏈的混亂，工廠生產中斷。由於COVID-19的爆發，供應商的工廠被關閉。COVID-19極高的陽性率限制了現有產能。人們承認Omicron導致嚴重健康問題的可能性要小得多，但表示其高傳染性意味著大規模的疫情會導致醫療資源的擠兌，讓包括數以億計的老年人在內的弱勢群體處於風險之中。

數月的俄烏戰爭給烏克蘭造成了廣泛的破壞，並對世界經濟和GDP、金融和地緣政治現狀產生了變革性影響。其影響範圍廣泛，加上各國之間的不平等，造成了全球糧食短缺，歐洲能源危機，地緣政治緊張局勢加劇，以及通貨膨脹上升。雖然全球石油、天然氣和煤炭的價格自二零二一年初以來一直上漲，但在俄羅斯入侵烏克蘭之後，價格急劇上升，使該地區的通貨膨脹達到了幾十年來從未有過的水平。這場史無前例的危機對消費者和政府都產生了影響

—限制了財政負擔能力；企業生產力；以及家庭福利。戰爭對幾乎所有的全球價值和供應鏈都產生了巨大的影響，阻礙了貨物流動，導致成本的急劇上升、全球糧食供應、安全及經濟負擔加劇(在非洲低收入國家尤為嚴重)，並對全球經濟造成了負面的連鎖反應。俄羅斯是石油、天然氣和金屬供應大國，與烏克蘭同為小麥和玉米供應大國，這些大宗商品供應的減少導致其價格大幅上漲。烏克蘭和俄羅斯約佔世界小麥產量的三分之一和大麥產量的四分之一，更不用說佔葵花籽油供應的75%—所有這些商品都是人類賴以生存的重要商品。特別是，人們高度關注低收入國家的糧食狀況，這場戰爭確實不斷給非洲和中東地區帶來衝擊，因為許多這些國家依靠烏克蘭和俄羅斯的小麥來養活人民，戰爭可能引發饑荒，導致社會動盪和政治騷亂。能源、食品和普通商品價格飆升，加上疫情後的供應鏈緊張，導致各公司運輸和物流成本以及運營成本全面上升，損害了消費者和企業信心，並將世界各地的通貨膨脹率推高到一九七零年代的水平。這對債券市場產生了廣泛的影響，特別是在借貸成本飆升和違約擔憂加劇的情況下。展望未來，烏克蘭和俄羅斯以外的供應鏈很可能因衝突而永久性改變，這一風險正在上升。總體情況是，歐元區經濟增長迅速放緩，因為通脹高企給收入和消費帶來了壓力，能源價格也給生產商帶來了壓力。作為歐洲和中亞新興和發展中經濟體的最大經濟夥伴，歐元區的活動在二零二二年下半年顯著惡化，如果烏克蘭戰爭持續或升級，歐洲是風險最大的地區之一，因為其經濟體難以擺脫對俄羅斯燃料的依賴。在歐洲，分析人士警告，長期戰爭的成本、冬季能源不安全、能源價格飆升和通貨膨脹將為團結帶來壓力，而歐盟國家正在密切協調行動，以解決價格上漲和供應匱乏的問題。中央銀行為了控制價格上漲，採取了更激進的加息措施。消費者和企業信心受到打擊，這對消費者需求，特別是企業投資來說是個不祥的預兆。雖然商品價格高企是已經確定的可能破壞經濟復甦的風險之一，但衝突的升級增加了商品價格在更長時間內保持高位的可能性。從而加劇通脹長期高企的威脅，並增加了發達國家和新興國家的滯脹和社會動盪的風險。如前所述，在俄羅斯入侵烏克蘭以及隨後因對俄羅斯實施報復性制裁而導致歐洲的能源和食品供應中斷之後，不確定性和地緣政治風險急劇上升。因此，世界各地對美國證券的需求增加將增加對美元的需求，進一步推動美元走強。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幹擾程度，以及對多邊主義和全球秩序的長期影響。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。

美元兌許多全球貨幣穩步走強，二零二二年下半年的走強尤為強勁。美國聯邦儲備委員會(「美聯儲」)為大力遏制通貨膨脹而採取的緊縮貨幣政策導致基準利率穩步上升。從二零二二年開始，美聯儲的目標利率為0%至0.25%，迄今已七次加息至4.25%至4.50%。隨著物價指數的持續攀升，人們預計未來會加息。許多發達國家的全球利率都很低。美聯儲的加息決定增加了在全球利率環境較高的情況下持有美國計息資產的吸引力。對美國資產的偏好也源於與其他發達國家相比，美國資產被認為相對安全和具有更好的經濟增長前景。東南亞和非洲國家等新興經濟體的消費者不願意購買手機，由於美元兌當地貨幣走強，手機變得更加昂貴。很明顯，過去幾年通過寬鬆貨幣政策刺激的市場創造了一個怪物，即通貨膨脹。通脹上升將對人們的可支配收入產生不利影響，人們持有手機時間更長，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，以及地緣政治緊張局勢能否緩解，而恢復到疫情前水平將是一個漫長的過程。全球疫情大環境下，維持經濟的迫切需求為過去三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。美國二零二二年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，以彌補二零二一年錯失的時間。在二零二二年的最後一個月，美國CPI下降到6.5%，連續第六個月出現環比下降。儘管有所下降，但仍然是美聯儲2%目標利率的三倍。主要央行的目標是通脹率接近2%，並一直在加息，以限制物價上漲。但這一行動也增加了家庭、企業和政府的償債成本，從而加大了經濟風險。經合組織表示：「加息雖然對緩和通貨膨脹是必要的，但將增加家庭和企業借款人的財務挑戰。」還表示：「低收入國家仍將特別容易受到食品和能源價格高企的影響，而全球金融環境趨緊可能會增加進一步債務困擾的風險。」世界銀行行長大衛·馬爾帕斯先前對CNN表示，該組織「擔心二零二三年出現世界經濟衰退」，但美國「比其他經濟體略強一點」。世界銀行官員呼籲各國央行避免競爭性加息，因為這將把全球經濟推向衰退，對發展中國家的經濟傷害最大。世界銀行最新發佈的《全球經濟展望》報告提到，鑒於經濟狀況脆弱，任何新的不利發展都可能在同一個十年內引發第二次全球衰退。世界銀行預測，全球經濟預計在二零二三年僅增長1.7%，二零二四年僅增長2.7%。儘管如此，經合組織表示，需要進一步加息以遏制通脹，預計明年大多數主要央行的政策利率將至少達到4%。儘管全球經濟持續受創，美聯儲並不放寬

其貨幣緊縮計劃，因而市場預計二零二三年將會進行多輪加息。由於通脹創四十年新高，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，於二零二二年美元可能會升值，而美元信貸及借貸成本將走高。

鑒於全球智能手機增速放緩，出貨量下降，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，並投入更多資源加強業務發展功能和能力。但滲透現有客戶和開發新客戶存在內在困難。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、去全球化、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、勞工成本、定價優惠、更優惠的付款條款及條件、稅收效率、分散風險、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。事實上，本集團一直面臨客戶正在將業務內包的風險。

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，增強我們的能力和長期可持續發展。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。

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戰事的動態及影響，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，本集團積極淘汰已動用、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，該等精簡舉措已持續到二零二三年。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。

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控制庫存水平。過去，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/元件市場保持緊密互動，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。建立這種能力對於我們開發新客戶亦至關重要。

誠如上文所述，由於中國的新冠清零政策，尤其是全球及中國經濟的惡化以及失業率上升，市場飽和，烏克蘭戰爭及通脹不斷升級，手機置換時間延長，智能手機商品化，終端市場需求變得低迷、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，令本集團難以預測訂單數目、計劃生產、出貨及資源規劃以及最大限度地利用我們的製造資產及產能，且難以合理估計訂單數目，收益率及效益深受影響，閑置成本急劇增加，利潤蠶食壓力將繼續高企。中國的光棍節線上購物節是全球最大的購物節。在宏觀經濟逆風導致需求疲軟的背景下，中國電商平台拒絕詳細披露其二零二二年光棍節的銷售業績，但二零二二年光棍節的智能手機銷量同比下降，因為中國持續嚴格的COVID-19政策及經濟放緩導致市場繼續疲軟。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。本集團其中一名客戶一直致力減少外包比例，而這一直影響對該客戶的銷售。另一方面，客戶可能無法成功推銷其產品，而客戶的產品可能沒有價格競爭力且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削減/退出業務。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，由於預期經濟下滑而具有成本意識，並減少可自由支配/非必要支出，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、開支及成本控制、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，我們會產生未吸收的生產經常性開支及閒置成本，從而將影響本已很低的毛利率。這解釋了為何本集團一直致力削減成本及終止處於虧損狀態/表現不佳的業務。有關詳情，請參閱「COVID-19及供應鏈不穩定的影響」一節，以了解有關對二零二二年業績影響的資料。另一個不利因素是中國智能手機市場的飽和。根據研究公司IDC的數據，中國智能手機市場已經嚴重飽和，這可能意味著中國10多年的智能手機盛世已經結束。截至二零二一年年底，中國活躍手機賬號超過16億，超過了14億人口。滲透率遠高於全球平均水平，導致品牌競爭激烈。中國領先品牌遭受的損失更大，因為在中國經濟迅速惡化的環境下，中國國內市場萎縮幅度超過全球其他地區，而對價格敏感的消費者放棄了在他們所主導產品領域更多的花費。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。就本集團最初的中國主要客戶而言，自二零二零年以來，其一直受到美國黑名單的拖累，破壞了其在多個國家的智能手機銷售。直到如今，該客戶的智能手

機業務仍然通過在國內市場銷售4G智能手機來生存。根據IDC的數據，該客戶的智能手機出貨量在二零二二年錄得18.7%降幅，銷量大幅下降至30.5百萬台。另根據Counterpoint Research的報告，該客戶已經用完了幾年前在制裁生效之前囤積的智能手機內部設計晶片。由於該客戶的業務規模，其不再是本集團的前五大客戶。

此外，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，因此客戶購買新手機的意願較低。新手機並無明顯勝於去年版本，顯然升級可以帶來的實用性差異也越小。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、自主研发的高效率IC晶片及屏下攝像頭)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周期。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，但未來確實存在繼續下調的高度風險。

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，公開採購訂單風險及負債，擺脫閑置資產，降低閑置成本，保持精益但靈活，精簡生產流程，密切監控市場、競爭格局及勞動力供應情況、檢討業務模式、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及數量。疫情及地緣政治緊張局勢以及飆升的通貨膨脹使全球經濟停滯不前，影響了我們所有的客戶。由於本集團不同分部的客戶面臨不同類型的不利因素，本集團在不同國家及不同地區的分部表現受到不同程度的影響。在COVID-19突發公共衛生事件下，當前經濟危機浮現，失業率空前上升，經濟活動中斷，給客戶及公司的償付能力帶來壓力，而本集團一直監控收款及違約風險。尤其是，本集團一直在控制與HMD的業務金額並限制貿易應收賬款以控制信貸風險，並在賬內作出充足預期信貸虧損撥備，以反映收款及違約風險。

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，同時滿足客戶對交付、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，以適時有效專業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良好企業管治架構、競爭優勢、核心能力、競爭力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二至十個月調整生產設施，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、相關業務模式以及業務／信貸風險而定。

鑒於手機市場飽和，本集團必須富有技術創新精神，著力專注於製造效率及產能，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及更具成本競爭力的解決方案。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，在不同國家為客戶製造領先行業的最先進產品，為客戶定制服務及解決方案並提供靈活彈性，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，我們與大小客戶建立長期的業務關係，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，並善用本集團的人才。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、競爭激烈且達到飽和的市場中的競爭力至關重要的核心價值及服務的成果。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日益

嚴峻的挑戰，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。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。本集團亦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、升級設備、提升質量及響應能力、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。

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。自二零二一年三月二十六日起，本集團將總辦事處從中國廊坊遷移到台北，且本集團持續專注於及擴展業務至中國內地以外地區。

(I) 亞洲海外業務

由於二零二二年上半年供應鏈緊張及港口存貨堆積，加上中國的新冠清零政策，本集團部分客戶一直要求在中國境外進行部分生產以減少依賴。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、專業知識及區域產能和能力對降低陳舊及COVID-19的影響風險及盡量提高成本競爭力至關重要，同時保留以相若質量供應全球產品及服務的能力，減輕供應鏈風險，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)將繼續在印度進行更大規模的擴張，未來數年印度

龐大的國內市場將繼續增長。印度擁有各項引人注目之特質，例如多元化的商業格局、技術嫻熟且價格低廉的勞動力、消費能力不斷增長且GDP強勁的巨大國內市場、龐大的使用英語的年輕人口、強勁的宏觀經濟指標以及穩定的政治環境。在政治層面，印度製造及外國直接投資自由化等各種措施亦有助鞏固印度作為前景廣闊的供應鏈參與者的地位。經歷COVID-19疫情之後，越南及印度備受關注，因為這兩個國家是新供應鏈關係的關鍵經濟區，且越南及印度於印太地區的供應鏈網絡中可相輔相成。

(a) 印度業務

Bharat FIH Limited (BFIH) (前稱Rising Stars Mobile India Private Limited)是印度最大的電子製造服務(EMS)供應商之一，於二零一五年開始營運，專注於為印度最大的智能手機OEM製造手機。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。除BFIH完善的EMS服務及能力(主要包括製造服務)外，BFIH一直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。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。機械零部件及機構件是手機的主要元件，BFIH亦已開始為功能手機提供機械部件服務，從而可減少對第三方供應商的依賴。其亦正在建立為智能手機提供機械部件服務的能力，此舉可滿足手機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。

二零二一年三月以來，BFIH一直在利用其EMS經驗及ODM能力，拓展至電信、機械部件、電動汽車、電視及可聽戴式裝置等新的高增長行業(手機行業除外)，以降低單一手機分類的風險，為營業收入多元化創造更多機會。BFIH積極提升其研發能力，並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擬進一步賦能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。通過此類合作，BFIH深化與主要客戶的關係，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。

BFIH在印度安德拉邦和泰米爾納德邦的三個園區開展業務，各個園區均配備製造、倉儲、物流及住宿設施。這些園區合共擁有約90多條生產線，包括表面組裝技術(SMT)線、整機組裝線及機械分裝線，擁有超過25,000名員工，當中女性員工約佔85%。BFIH的業務由其產品研發團隊進行優化，該團隊在位於印度理工學院馬德拉斯研究園的研發中心運營。憑藉其研發能力，BFIH可向客戶提供創新EMS及ODM解決方案，同時亦能提供技術解決方案，提升其程序的營運及成本效益。

BFIH擬加大對研發能力的投入，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專注於發展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價值鏈的其他環節。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，該團隊將增強其現有研發資源的能力。BFIH研發中心為智能手機、物聯網、網絡基礎設施、電動汽車子系統及智慧電視等分部提供產品設計及開發服務。BFIH的研發技能包括工業和用戶介面／用戶體驗設計、機械設計、硬件設計以及軟件和固件設計。就工業和用戶介面／用戶體驗設計而言，其旨在根據印度／全球客戶的品味創造與眾不同的直觀用戶介面／用戶體驗、產品外觀及感受，並重視創新、創作理念和執行。就機械設計而言，BFIH致力於創造穩健設計，試驗模塊化概念，強調成本最優化、創新和執行。BFIH的使命是將其設計的每件產品打造成質量一流、高可靠性的產品。就硬件設計而言，BFIH創造了穩健的硬件設計，這些設計符合客戶的使用習慣，並與芯片組製造商緊密配合，所有設計都注重成本競爭力、產品質量及可靠性。就固件和軟件設計而言，BFIH旨在借力印度豐富的IT技能來提高產品的性能和可靠性，並根據OEM的要求為汽車應用與開發遠程信息處理定制安卓系統。

招聘、培訓、人才發展以及留住技術嫻熟、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週期正在上升，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。

為於短期內拓展業務，BFIH在電子製造方面不斷加強與初創公司和電子商務公司的合作。越南與中國的競爭致使成本效益不斷加強。BFIH正重新審視商業模式以符合其整體利益，同時不斷增加ODM職能人員，發展為客戶提供完善的端到端設計解決方案的能力。長遠來看，BFIH的願景是通過製造PCB(印刷電路板)和顯示器、製造手機和其他配件，如TPU貼膜、保護套以及筆記本電腦和開關的電源適配器，實現附加值最大化。

BFIH在出口業務上具有競爭優勢，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，BFIH將探索全球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。目前，並無面臨會對BFIH的營運產生重大影響的元件短缺。由於貨幣政策收緊導致通脹率上升，投入成本增加削弱大眾市場對智能手機機型的需求，這仍然是二零二三年的最大業務風險。

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。根據印度證券交易委員會，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。然而，鑒於目前的市場狀況，本公司已決定推遲於二零二一年十二月二十二日公佈之建議分拆及BFIH之權益股份獨立上市(「建議分拆」)的時間表。誠如日期為二零二一年十二月二十二日的公告及日期為二零二一年十二月二十四日的通函所述，本公司認為建議分拆(如進行)在商業上對本公司及BFIH有利，且本公司擬於市場情況改善時繼續進行建議分拆。本公司股東及潛在投資者務請注意，建議分拆須(其中包括)視適用法律、市場情況及其他因素而定。因此，概不保證建議分拆將會進行或於何時進行。

(b) 越南業務

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，主要是由紡織和電子行業快速擴張所推動。製造業受到諸多因素影響。首先，越南被標榜為具有勞動成本競爭力的低成本製造國。其次，越南的勞動力相對龐大且受過良好教育，使之成為極具吸引力的生產中心。許多大公司的全球供應鏈製造商開始將重心轉移至越南，對嫻熟勞工的需求持續增加。越南經濟與全球的深度融合在二零二零年和二零二一年遭受到COVID-19疫情的衝擊，給越南的經濟帶來了下行風險。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。二零二二年的經濟增長8.02%，是一九九七年以來最快的年度增長速度，高於6.0%至6.5%的官方增長目標。這是得益於強勢的國內零售和出口業務，尤其是為大牌國際品牌製造紡織品、鞋類及電子產品。同時，二零二二年CPI同比增長3.15%，達成其最高立法機構設定的4%以下目標，同時低於其他主要經濟體。然而，越南經濟高度開放，全球經濟衰退和通脹高企時，其積極的展望和復甦前景面臨著更高的風險，尤其是越南的主要貿易夥伴方面，將對越南的復甦和經濟發展造成直接重大影響。外部風險還包括主要出口市場增長放緩或滯漲、全球金融狀況收緊、更具耐藥性的COVID-19變異株爆發、大宗商品價格的進一步衝擊以及全球供應鏈持續中斷。越南的國內挑戰包括勞動力持續短缺，通脹上升風險及金融行業風險加劇。越南二零二三年的目標為GDP增長6.5%，通脹率為4.5%。在全球瞬息萬

變的背景下，越南政府致力尋求經濟恢復和經濟獨立。宏觀經濟政策應在支持復甦和向經濟薄弱分部提供針對性援助之間取得平衡，同時遏制通脹壓力。

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年初已開始，從傳統手機製造轉向更複雜的智能手機、智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。在二零二二年，Fushan已開始自己的銷售業務，以捕捉本土和國際商機，該廠區成功收到了良好的回饋。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不利挑戰。

(II) 多元化

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，以取得汽車功能安全認證。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。

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及智能消費電子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产品，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通脹高企挑戰及全球經濟潛在放緩等後疫情艱難時期。深厚的全球專業知識為跨越國界向現有及潛在客戶提供服務奠定堅實基礎。

主要客戶

本集團的主要客戶包括頂尖國際品牌，提供值得信賴的產品，並已在其專業市場上取得較大的市場份額。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，以及持續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。然而，本集團客戶持續面對多種不可避免的宏觀經濟困境，包括中國意料之外嚴格的COVID-19管控措施、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，在經濟困境及對經濟下行的擔憂之下，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，二零二二年包括消費類電子產品在內的耐用品需求下滑，此為導致本集團客戶業績惡化的最重要原因。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影響／降低我們的出貨表現。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。

開發新客戶對本集團而言十分重要，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。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，我們可預見擴展更多美國運營商業務及產品組合的機會。當然，獲得更大的體量和協同效應需要時間且市場競爭十分激烈。

主要客戶包括：

- (i) 本集團主要的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，且於不同國家及市場(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。然而，該客戶同樣面對多重宏觀經濟挑戰。由於供應鏈中斷、通脹率飆升、消費者需求減少，加上中國全國範圍內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，該客戶二零二二年的全球智能手機出貨量為153.2百萬部，較去年下降19.8%。於二零二二年上半年，該客戶在中國市場推出的新智能手機在市場上因售價高反響欠佳，且面臨中國競爭對手激烈競爭，同時中國消費者更受到兩面夾擊：房地產市場崩潰及嚴厲的新冠疫情防控措施令就業和收入增長雙雙下挫。其在國外亦遭遇挫折，不得不在其出貨量第二大市場印度抵禦日益增長的監管壓力。然而，該客

戶的總裁在電話會議上強調，收入下降主要是受全球環境的影響，波及到的是整個行業，而不是特定的公司。該總裁坦言：「全球通脹、美元加息及匯率波動導致我們面對諸多不確定性，中國疫情反覆亦對我們造成重大影響。」此外，由於種種宏觀經濟問題導致需求低迷，該客戶自去年第二季度起透過在季節性購物節期間策劃促銷活動清理累積庫存，削弱了其整體盈利能力。然而從好的方面而言，於第三季度，其在中國內地售價人民幣3,000元及以上的高端智能手機銷量同比增長14%。

- (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。本集團開發及製造手機，並將其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，而本集團現為其策略供應商，此有賴於本集團強大的工程及全球運營和製造能力，能夠應對客戶的全球多元化發展，執行高端和更複雜的項目，並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。然而，鑒於宏觀經濟環境目前不景氣，市場研究表明，消費者如今將錢花在休閒和餐飲方面，而不是用於消費電子產品，所以前方仍面臨重重挑戰。此外，智能音箱在美國市場上正日趨飽和。Ensky為一間與美國客戶建立長期關係的貿易公司，向彼等銷售電子消費產品。由於Ensky其中一名美國客戶增長迅速及於全球佔據主要地位，故此對電子書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。該客戶目前的銷售市場包括日本、台灣、印度尼西亞及美國，出貨總量的98%銷往其本土市場日本。由於全球逆風幾度襲來、競爭激烈及一款中端手機被取消，根據IDC的數據，其二零二二年智能手機出貨量在全球下降15.1%及在日本下降17.2%。此外，為遏制通脹

日益飆升，許多政府紛紛提高利率，導致日圓嚴重貶值，此不利匯率重挫Sharp，致其ICT部門(包括手機及個人電腦)的呈報經營虧損達-4.4%。隨著挑戰延續到二零二三年，預期該客戶將面臨更激烈的競爭。在中美爭端的背景下，日本公司越來越多地要求供應鏈與中國脫鉤。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並推出環保型手機，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、平板電腦及配件的主要歐洲智能手機供應商。此外，HMD亦為企業客戶提供綜合解決方案。該公司以客戶的需求為驅動力，凡事追求可持續性、持久性、安全性、耐用性及可購性。此亦符合其使命：無須消耗地球資源亦能打造全球性的網絡。儘管HMD於二零二二年上半年錄得同比增長，全球經濟面臨來自高通脹、高利率、新興市場貨幣貶值以及由此產生的消費需求波動等挑戰，導致嚴重的經濟不穩定性，對HMD營運所帶來的挑戰比初步預計更甚，對HMD於二零二二年下半年的業務表現影響尤為嚴重。HMD已採取多項措施以改善其未來財務狀況，包括積極管理運營開支、審閱與主要合作夥伴的協議以及優化供應鏈。儘管面對外部挑戰和經濟不確定性，HMD仍堅持其對長期可持續性和創新的承諾。除四款功能手機和兩款平板電腦外，HMD Global於二零二二年共發佈13款新智能手機。HMD繼續對其功能手機進行升級，於二零二二年七月推出新的產品組合，以真正具影響力的創新元素滿足客戶對配對復古設備的持續渴望。新推出的三款諾基亞標誌性功能手機已增強HMD的全球產品組合。HMD努力確保其所有設備都能使用更長的時間，並能長期使用。這亦意味著重塑其產品的銷售方式。

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2.69%及8.93%。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29.95%。於二零二二年第四季度市場容量大幅下降後，市場分析員預測，二零二三年開局低迷，尤其是就新興市場而言。因此，HMD實行重組，為營業收入減少做好準備。HMD將更專注於二零二二年獲得市場份額及其價值主張使得價值最大化的市場。

於本期間，本集團五大客戶佔本集團營業收入總額約91.2%，其中四名與本集團已建立超過五年的長期良好關係，而另外一名則已成為本集團客戶超過兩年。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置，以滿足客戶特定的產品要求及產量波動。當然，需求的波動會對我們的材料需求計劃、生產計劃及資產利用率造成影響。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、整體經濟、中國的清零政策、潛在的封城措施、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烏克蘭戰爭持續加劇了供需不匹配。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、偏好及信貸狀況以及終端市場及本集團個別市場分部的潛在影響。本集團繼續密切管理及控制開支及員工人數及資本資源以保持精簡、靈活性，並因應外部環境以及無法控制且無法預測的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。但正如之前所重申，閒置成本較高。

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80.5百萬美元(相比二零二一年同期的信貸虧損備抵為4.7百萬美元)。此次疫情已令全球經濟引擎陷入停滯，其影響不局限於任何一個行業。當前的經濟危機是在COVID-19疫情爆發引致公共衛生緊急事件的背景下展開的，失業率的空前上升及經濟活動的中斷正給客戶及企業的償付能力帶來重壓。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。由於全球經濟不斷惡化、COVID-19疫情持續、通貨膨脹飆升、加息、烏克蘭戰爭加劇、競爭激烈、需求下降及業務表現欠佳，本集團部分客戶(包括主要客戶，如向歐洲及非洲分銷手機的HMD)在財政上受到制肘且資金鏈緊張，該等客戶對本集團產品及服務的需求亦有所減少，而本集團在向HMD收回應收貿易賬款方面面臨困難，違約風險上升。HMD未能於二零二二年成功籌集資金，本公司正密切監察未收回應收賬款水平並評估HMD能否持續經營及收回逾期應收賬款的風險以及相關違約風險。本集團已就此採取風險削減措施，降低與HMD的應收賬款結餘，使當前進行中的功能手機項目的出貨量限制在HMD作出的相應付款金額內，從而確保未收回的應收賬款不超出預先設定的上限。此外，我們亦需減少超額的未結採購訂單及元件庫存量。自二零二二年下半年起，我們已拒絕新的諾基亞品牌手機項目，並要求HMD交付關鍵元件，即記憶體及耳機。另外，我們亦對供應鏈管理計劃作出調整，優先出貨滯銷的元件項目，以避免過度庫存積壓。管理層經評估後確認，有關風險已急劇增加，而根據已知和可知信息，HMD最終可能無法履行到期義務。對於信貸風險上升的客戶，管理層已委派一名獨立估價師，通過確定違約率的適當概率、前瞻性調整及給定違約率的估計損失，協助估算來自該客戶應收貿易賬款的預期信貸虧損備抵。本集團利用備抵矩陣計算未發生信貸減值或信貸風險上升的應收貿易賬款的預期信貸虧損備抵。備抵矩陣基於具有類似損失模式的各應收賬款組別的賬齡。備抵率基於本集團過往觀察到的違約率，經計及合理、有理據且無需付出過多成本或努力即可獲得的前瞻性資料。於各報告日期重新評估過往觀察到的違約率，並考慮前瞻性資料的變動。鑒於全球經濟及手機市場的高度不確定性以及地緣政治緊張局勢加劇，本集團透過提高本年度逾期應收貿易賬款的預期信貸虧損百分比，重新評估預期信貸虧損備抵。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影響客戶現金狀況以及付款及信譽的情況及因素，根據需要變更與該等客戶的信貸限額或信貸期及/或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及信貸控制行動(如暫停出貨)並根據相關會計標準的規定及客戶的信貸狀況前景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，本集團亦於北美地區擁有強大的回收物流、維修／翻新服務及製造服務功能，提供綜合解決方案，為美國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，在全球供應鏈重組背景下其質量、成本及交付能力均出類拔萃。本集團的服務包括售後管理、維修／翻新服務、產品資產回收、在線銷售過剩存貨服務、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行業提供的履行服務及地區製造服務增長。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)在物流服務方面位於德克薩斯州達拉斯的樞紐中心具有地理中心優勢，在全球供應鏈重組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)獲得本公司全球資源支持的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。美國和墨西哥的業務於二零二二年(尤其是從第三季度起)面對更多意外挑戰。歐洲突如其來的戰爭，通脹率升至歷史高位及勞工短缺等正在影響我們的營運點。然而，「最終組裝、測試和包裝」(FATP)業務方面，達拉斯營運點於第一季度成功啟動「美國組裝」項目並於第四季度持續推出另一個新項目，該等項目將於二零二三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。為滿足未來數年該地區的客戶需求，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

(a) 中國

應對COVID-19疫情有兩種方法：一是群體免疫，二是動態清零。截至二零二二年十二月，中國尚不接受群體免疫，幾年來一直實施新冠清零政策，旨在通過嚴格封鎖及政府設施內強制隔離等其他一系列措施遏制新冠傳播。儘管該政策對中國居民的個人生活造成巨大不便並使中國經濟付出巨大代價，但各級政府仍強制執行且屢次支持該政策。由於放寬政策對老年人等易受感染群體而言過於危險，且會讓全國醫療系統不堪重負，政府為達成防止病毒侵入的持續目標而不得不執行更為嚴格的措施。中國人民需把目光放長遠，在疫情防控與因此導致的社會及經濟阻礙之間權衡利弊。

於二零二二年上半年，由於Omicron傳染性更強，第一季度中國市場的COVID-19病例再次激增，中國加大新冠清零戰略的實施力度，封鎖主要經濟活動中心，數百萬人封鎖數月，大量工廠、港口、商鋪、餐館、航班、航運服務等其他經濟活動停擺。全面封鎖延長加劇了供應鏈中斷情況，讓本就因中美貿易戰的持續影響、去槓桿效應(尤其是房地產行業)、地緣政治事件、若干行業的監管收緊及俄烏戰爭的間接損害而疲弱的中國經濟雪上加霜。由於部分或完全封鎖的省份佔GDP的近四分之一，中國新冠清零政策的成本攀升，中國經濟失去巨大動力。四月份，受流動性及物流管制的影響，零售額及工業生產驟跌，錄得二零二零年初以來最大跌幅。五月份，隨著疫情影響減弱，經濟重拾活力，零售額、工業生產、固定投資及出口額均超出預期，但整體經濟活動仍處下行態勢，房地產市場大幅收縮。到第二季度末，COVID-19病例總數明顯減少，多個地區(包括上海)逐步放寬封鎖，助力居民消費、出口及工業活動。然而，再次重啟限制措施的威脅仍影響市場情緒，為應對新的COVID-19群組，北京、上海於六月中旬恢復大規模檢測。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，由於封城閉廠以及內陸交通及人員流動限制，中國工業活動突然停滯，對整個供應鏈造成衝擊，並對全球產出構成巨大風險。此外，物流、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。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。

於二零二二年下半年，即使世界各國解除COVID-19限制，全球向地方性COVID-19疫情過渡，除中國以外的各國人民逐漸恢復正常生活，中國截至二零二二年十二月前仍在堅持嚴格的新冠清零政策，試圖通過進行大規模檢測、大範圍封鎖及遏制疫情爆發的最嚴限制，杜絕COVID-19爆發。維持新冠清零的社會及經濟成本不斷攀升，封鎖導致經濟陷入困境，市場對經濟不確定性的普遍認知加深，消費及投資減少，製造及經濟活動放緩，失業增加，房地產市場混亂不安。受疫情影響，企業無法吸納就業，勞動力供應過剩引致的青年失業率再創新高，引發市場嚴重憂慮，尤其是在經濟放緩、增長勢頭減弱、從COVID-19持續封鎖中復甦緩慢的背景下。

中國在全球貿易中的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。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，隨著中國國內經濟的增長勢頭減弱，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。對於外資公司而言，依賴中國的風險不斷增加，越來越多外資公司採取中國加一策略，將生產及供應鏈環節轉移至越南、泰國、馬來西亞、印度尼西亞、菲律賓及印度等新興國家，甚至轉回本國。該等新興國家對於跨國公司重置全球供應鏈而言是極具吸引力的採購目的地。

於二零二二年十二月七日，中國宣佈一系列措施，撤銷三年前疫情開始以來最嚴苛強硬的「新冠清零」防疫限制，在全國範圍內放寬對妨礙自身經濟發展的規定。然而，自疫情開始以來，中國政府為控制病毒傳播，讓全國人民普遍相信COVID-19乃公共健康的致命威脅。政策的轉變表明中國最終放棄新冠清零政策，與世界其他國家一樣尋求「與病毒共存」。研究人員表示，十二月開放寬的時機並不理想，原因為春節期間出行及返鄉人口流動巨大，可能進一步擴大病毒傳播。若無額外扶持，限制放寬可能無法幫助企業從長期封鎖中恢復，亦可能無法消除COVID-19相關的社會影響。但亦有部分人士辯稱，世界其他地區的經濟早已重新開放並開始生產貨品，本次由於中國造成的供應鏈受阻不會如二零二一年及二零二二年般嚴重。於二零二三年二月，春節期間數百萬人返鄉與家人重聚，期間疫情並無明顯反彈。報告病例的下降與此輪疫情結束的預期時點一致。政府於十二月取消新冠清零限制後，COVID-19疫情在中國各城鎮肆虐。然而，整個一月份的發熱門診就診率下降超90%，住院率下降超85%，隨著中國放寬限制後的第一波感染高峰下降，死亡人數亦隨之下降，而且幾乎所有經歷COVID-19感染高峰的國家均出現過此類情況。

於二零二二年，在二零二二年十二月取消新冠清零防疫措施之前，整體經濟、消費者、供應商、供應鏈及工廠運營均遭受重挫。基於此，由於涉及多種因素，本公司可能無法合理及有意義地對COVID-19爆發、中國新冠清零政策及城市封鎖對整體經濟、手機需求、供應鏈、工廠運營以及本集團的財務或經營業績的影響進行量化。部分影響是短期的，而部分影響可能是長期的。於本年度，COVID-19疫情、中國新冠清零政策及元件供應不穩定對本集團業務的影響規模取決於其持續時間以及嚴重程度。於二零二二年前十一個月，嚴重程度取決於中國疫情感染的復發及病毒變異、

中國感染病例激增直接及間接造成的持續供應鏈限制的持續時間、疫情爆發對我們客戶及供應商的業務及財務狀況的影響程度、中國供應商及物流供應商能夠恢復及維持全面生產的速度、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「閉環管理」的必要性、疫情持續時間及傳播速度、COVID-19疫苗的持續有效性及可用性，以及供應商對積壓產品優先安排的影響。我們於中國持續生產的能力高度依賴我們妥善積極管理風險以及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。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。如上文所述，於十二月放寬新冠清零管控前，本集團其中一間位於中國北方的工廠在十一月不幸爆發COVID-19，生產暫停一段時間。

(b) 越南

於二零二一年上半年，越南採取新冠清零政策並於全國範圍內控制COVID-19病例數目方面取得一定成效。儘管如此，越南並無為二零二一年四月的疫情爆發做好準備，此輪疫情及多種變異株的湧現對越南的整體社會及經濟造成嚴重的負面影響。越南政府為緩解疫情蔓延，頒佈就地居留令，限制聚會及關閉工廠。於二零二一年七月初，越南在全國開展史上最大規模的COVID-19疫苗接種活動及免疫工作，開展時間雖然較晚但取得了相對成功的效果。於二零二一年十二月底前，接種第一針的人數超過75%，完成全程兩針接種的人數超過55%，疫苗接種活動僅開展五個月即取得顯著成效。隨著COVID-19疫苗接種覆蓋範圍不斷擴大，接種速度不斷提升，越南政府從實行新冠清零政策轉向實行「與COVID-19共存」政策，在此情況下，越南可在重新開放經濟的同時保持健康預防措施。新政策的實施不可避免地導致感染率增加；然而，疫苗接種加快及強化接種有助於降低死亡率。於二零二二年，越南的供應鏈中斷情況有緩解跡象，延遲情況減少，企業終於能夠開始小規模重聚人力，吸引員工返崗工作，克服部分困難。

本集團有重要業務的越南及印度等其他國家已經開放且不再有任何封鎖，生產經營順利進行。

供應鏈限制及元件價格變動

過去兩年困擾全球的材料供應限制問題已不復存在。取而代之的是，需求下降及行業潛在衰退的擔憂。然而若干半導體行業的調整週期尚未完成，且仍限制若干應用的供應。除此之外，近數月以來，需求下降導致的管道庫存過高已成為供應鏈上各方的商業風險。將庫存迅速恢復至健康水準將是未來幾個季度的首要任務。通脹導致的消費者價格上漲繼續居高不下，預計未來12個月主要經濟體將採取緊縮貨幣政策，俄烏衝突導致的歐洲能源成本高企，以及中國實行嚴格的COVID-19限制措施可能保持不變，令市場仍然脆弱。需求一直且繼續急劇波動，未來情況難以預測。除若干半導體行業以外，二零二二年第四季度並無顯著供應困難問題，該行業的訂單交付時間仍然較長。預計本年度出貨量將遠低於二零二二年上半年先前發佈的預測。地理位置上，中國作為全球最大的移動市場，受到的影響遠大於其他國家及地區。消費支出因中國持續的COVID-19疫情封鎖及對其未來經濟的擔憂而受抑制。結構方面，中低端市場的下跌更為嚴重，全球消費者深受通脹帶來的壓力，通脹嚴重削弱現實生活中的消費者需求。非必要支出顯然大幅削減或推遲。

市場在過去三年的漫長調整週期中付出了高昂的代價。第三季度供應繼續改善，曾經困擾市場的大多數關鍵挑戰都消失了，不過部分挑戰仍然存在。舉例而言，海運和空運的物流擁堵消失了，運費報價一直在繼續下滑，根據新聞，在COVID-19的高峰期集裝箱一直缺乏，然而現在空集裝箱堆場堵塞了空間。此外，半導體供應不再是制約因素，某些供應商決定在二零二一年年底接受他們與代工廠就晶圓產能簽訂的長期協議中列出的罰款，而不是在未來幾個月內接受成品交付。然而，若干半導體行業仍處於調整週期，供應仍然緊絀，該情況將持續至二零二三年上半年或較後時間。我們業務中的產品需求顯然受到通脹、主要經濟體持續緊縮貨幣政策、無休止的俄烏衝突以及對不久將來可能出現衰退的日益擔憂的破壞。市場的供應端及需求端仍然敏感脆弱。

倘與年初該行業及消費電子市場的經驗相結合，第三季度的供需齊頭並進。無理據的供應限制已不復存在。在適當協商及商定條款後，將有充足供應滿足需求。半空生產線及高庫存是市場最常見場景，而通常發生在下半年的典型的季節性情況在二零二二年也並沒有發生。由於中國國內市場收縮幅度超過世界其他地區，中國領先品牌受到的影響更大。中國領先品牌受到更大影

響是由於價格敏感型消費者不願在由其主導的產品分類增加支出。通脹及能源成本高企沖淡歐洲的需求，儘管自第二季度以來已實施一系列積極的貨幣調整，然而美國繼續努力抑制通脹。儘管如此，從好的方面看，若干品牌及產品在市場低迷時展現良好韌性。幾乎各個國家或地區均取消了COVID-19疫情的限制及約束，經濟活動已恢復正常。眾所周知，過多庫存充斥着整條供應鏈。市場於過去幾個月一直在應對及調整，於未來六個月亦將繼續如此。

實際上，手機需求及消費電子市場的下滑並不一定轉變為充足的供應。由若干技術工藝節點製成的集成電路仍需較長的訂單交付時間。該等行業仍然供應短缺。該等類別的限制將持續至二零二三年上半年或較後時間。特別是，主要晶片組供應不再受到限制，相反，市場實際顯示主要晶片組供應過剩，該情況預計將持續至二零二三年上半年。

元件定價並不能完全由供需變動關係決定。主要經濟體不可遏制的高通脹、歐洲的能源價格高企，以及中國持續定期對人們進行COVID-19檢測及小範圍封鎖所造成的需求及供應中斷，導致成本居高不下。與疲軟的市場需求相反，領先的半導體製造商將自二零二三年起通過提高成本將售價提高10%或以上。晶片組定價在第三季度保持高位不變。包括無源部件在內的EE元件價格下降介乎0.5%至3%。記憶體定價一直劇烈變動，每日均在變動，出現了15%至20%的降價。定製元件更易受到影響，並與特定產品需求掛鉤，於此情況下，在較廣泛的範圍內，顯示器價格下降10%或以上；電池價格於第三季度及第四季度保持平穩，甚至次級材料開始再次上漲，處於市場高位。

如我們目前所知，由於各種經濟及政治原因，全球錯失了解決通脹加劇問題的最佳時間窗口。自二零二二年初至今，利率急劇上升及快速縮減是為了遏制通脹而實行的強有力措施。目的是迅速降低支出及投資，而市場需求亦因此下降。有跡象表明，美國通脹可能已觸頂，企業已開始調整其過剩勞動力，亦有積極跡象顯示通脹最終可遏制。然而，未來幾個月利率可能會保持高位。地區地緣政治造成的不確定性仍揮之不去。自三月份以來，俄烏衝突擾亂歐洲的能源供應，削弱消費信心。中美貿易爭端及亞太區的利益衝突已對企業帶來長期擔憂。最後，中國市場受嚴格的COVID-19遏制政策拖累，因COVID-19遏制已付出過高代價。國內市場因個人層面的日常瑣碎、對每個人的定期COVID-19檢測以及在發現陽性病例時社區封鎖而喪失活力。一個人口14億的

國家，長期維持該政策非常困難且成本高昂。在考慮未來後果的同時，中國當局出乎意料地採取行動，在十二月一夜之間基本解除所有COVID-19規定、限制。隨着三週內大規模人群廣泛感染及感染結束時，對中國大多數人來說，疫情已結束。中國終於邁向回歸正常生活。

展望二零二三年，除部分技術節點製成的集成電路外，預計我們的貿易不會面臨供應挑戰，鑒於渠道庫存氾濫及市場需求疲軟，大多數商品的價格預計會下調；通脹、主要經濟體的貨幣政策變化、俄烏衝突及中美持續緊張局勢為未來明顯的不確定因素。然而，製造方面，全套材料供應至關重要，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。供應限制可能只發生在極少數及罕見的情況下。市場明朗性有限。於二零二三年上半年，挑戰將不再是供應或定價。須擔心的是市場是否能夠撐得住，衰退是否可能加劇，是否可能擴大到全球規模，困難程度及持續時間。渠道中氾濫的過多庫存如何能迅速清除並恢復至健康水平。如何最好地度過暴風雨將是二零二三年的一大挑戰。

由於終端需求、經濟發展的不確定性、全球部分地區持續的地緣政治緊張局勢，智能手機業務的復甦在未來幾個季度將是一個挑戰。於二零二三年上半年，所有上述情況均增加傳統上季節性需求的緩慢。本集團繼續作出努力，盡力克服業務困難，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，在困難時期共擔風險，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尾以來所面臨的其他挑戰也會一直持續至二零二三年。

在本集團擁有製造業務的亞洲國家採取不同的COVID-19政策，各個國家的工廠面臨的挑戰各不相同。

(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。中國大型經濟樞紐先後實施限制措施，產能嚴重受到抑制。尤其是二零二二年上半年，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，導致產能嚴重受限。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。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。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。市場波動不已，未來形勢難以把握。人們對債務和房地產泡沫破滅的擔憂加劇也表明了，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已引發經濟混亂，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。疫情反覆帶來的干擾也對線下活動造成相應影響。

過去幾年開始的COVID-19疫情和中美貿易戰緊張局勢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。疫情和烏克蘭戰爭陡然中斷重要供應鏈，限制了汽油、材料及主要糧食等基本貨品的暢通供應，全球化的有效性因此受到質疑，而全球化指多年來貿易、資本、人員、技術及思想的跨境自由流動。在製造業領域，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，許多公司的部分生產已回流，原因並非逆全球化的反作用，而是成本上升，特別是在中國。疫情推動了逆全球化趨勢的發展，這不僅因為醫護用品等基本貨品供應對超長價值鏈的依賴突然變得明顯，更因為西方經歷多年的貿易自由化後，COVID-19及氣候變化使政府的焦點重新放在經濟生活上。於二零二二年，北京的新冠清零政策措施加深了人們對中國這個世界第二大經濟體經濟下滑風險的憂慮，IMF已呼籲中國在經濟增長萎縮的情況下調整其新冠清零政策。中國的GDP已錄得下降，GDP增速僅為3%，為過去五十年來第二低位，略高於二零二零年COVID-19疫情爆發時2.2%的最低值，

但遠低於中國政府5.5%的預測值。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疫情已導致全球各地實行停產、邊境封鎖及旅遊限制，企業亟需重新考慮其供應鏈。製造商從COVID-19危機中吸取的最大教訓之一就是多元化供應鏈。隨著過度依賴單一供應商甚至單一地區的風險變得明顯，全球製造商已意識到需要重新評估供應鏈戰略，以便減輕任何危機、自然災害或地緣政治問題帶來的風險。分散供應商基礎可創造市場效應，有助於以最具競爭力的價格獲得材料，幫助優化成本。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本集團的整體盈利或會波動。受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。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。

於二零二二年COVID-19爆發期間，本集團部分中國廠區中有部分廠區被臨時關閉，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。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

截至二零二二年二月，印度各地已接種超過10億劑疫苗。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。

自二零二二年下半年以來，全球材料供應緊張局面極大緩解。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。自二零二二年下半年開始，印度業務大幅反彈，僅出現輕微元件短缺，而元件短缺可能對BFIH業務產生重大影響。由於日益緊縮的貨幣政策及投入成本上升，通貨膨脹率上升，削弱大眾市場智能手機型號的需求，而這仍是二零二三年業務的最大風險之一。

(c) 越南

二零二二年，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，儘管有關策略使得二零二二年上半年越南北部和本集團的越南廠區面臨著感染病例激增的局面，Fushan同樣受到影響(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，大量的公司能夠復產，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。

與越南的防疫慣例相同，Fushan亦開展相應的活動保護我們的員工和生產。Fushan已制定戰略在員工、工作環境和應急小組內維持「綠色生產區」。就員工而言，我們進行宣傳、懸掛海報及跟進SOP指引，編製疑似感染員工的跟蹤名單並進行每天兩次跟進，高峰期開工前100%監測體溫，100%提供並按規定佩戴口罩。此外，我們亦注重定期消毒，為所有重點場所提供並配備洗手液和消毒劑，製作食堂隔板以保持安全的餐飲距離，並為客戶和訪客設立隔離區以預防COVID-19。此外，Fushan通過建立並維持一個特殊團隊，即抗疫應急小組，加強對工廠的保護，其制定控制訪客／承包商／客戶到訪的SOP，調查旅居史，召開每日例會並下達各部門成員，每週7日24小時溝通和跟進任何疫情話題或議題。具體而言，Fushan重視COVID-19疫苗接種，並經常與當地醫療中心合作，為員工，甚至其承包商、供應商或客戶進行接種。目前，除保持良好的防疫措施和政府COVID-19預防活動開放政策外，Fushan正常和安全地運作，並採取安全、靈活及有效COVID-19疫情防控政策，並無受到COVID-19對人身及工作環境的影響。

儘管Fushan在防疫方面取得上述諸多成功努力和成果，且越南的COVID-19的情況自二零二二年第二季度以來得到控制，但中國海關當局繼續實施動態新冠清零戰略，要求採取嚴格的安全措施，這導致集裝箱卡車清關延遲，極大地破壞了Fushan的生產。許多集裝箱必須在邊境關口停留一至兩個月。由於COVID-19疫情爆發，數以千計的卡車滯留在邊境關口，導致泊車費和等待閒置費用增加。交付時間亦受到影響，造成材料短缺。儘管越南政府努力縮短通關時間，但中國邊境口岸關閉令公路運輸計劃無法實施，

許多越南製造商向越南政府請願，要求與中國當局協商緩解邊境口岸的關閉情況以保證供應。當時，Fushan不得不與供應商一同查看實際情況和兩國政策，並尋找解決方案；例如，我們不得不採用間接方式從深圳貨運至香港，隨後再運至越南海防港，越南工廠的總體成本和運輸時間均有所增加。

越南的疫情形勢變得更加明朗，且疫情有望不僅在越南更在其他鄰國和世界範圍內得到控制，因此，所有經濟和人民活動回歸正常。在Fushan，我們總是做出必要改變以適應新的發展，即便是嚴重疫情也絕不放棄保持人民的安全和生產連續性。

與供應商的主要關係

COVID-19突顯出全球供應鏈的相互深度依存和脆弱性，以及於現實生活中供應鏈一個環節出現中斷即會波及供應鏈全部環節。從物料製造商到供應商及分銷商，中斷最終影響到消費者和經濟增長。冗長的供應鏈中斷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，嚴重影響市場情緒及消費者信心。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。準時化生產模式取決於生產、運輸和穩定的平均需求之間相互協調，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。年內早些時期區域封鎖導致勞動力嚴重短缺和運輸時間翻倍，中斷的緊張供應鏈面臨巨大挑戰並掙扎求生。製造商及分銷商無法如疫情前一樣單純生產或供應，當中原因眾多，包括勞動力短缺、關鍵元件及原材料延遲交付等。

供應鏈表現一直是衡量本集團業務執行是否順暢的主要指標。為了滿足本項業務的上市時間、上市量產及量產時間的要求，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高效的庫存管理。本集團向1,200家信譽良好且合資格的供應商(本集團與其中絕大部分供應商保持長期穩定的業務關係)採購開展其業務所需的元件及其他材料。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維持按時交付優質材料並同時避免若干主要材料供應源的掣肘。除最關鍵的材料管理成本外，本集團將不時採取必要措施維持合適的存貨、未付貨採購訂單和營運資金，及一直保持充足的現金儲備以保證經營的可持續性。鑒於過去數年波動不止帶來前所未有的挑戰，業務起伏實際上很大程度上由供應鏈表現及其交付能力決定。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、揮之不去的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少數決定性因素。基礎材料商家及晶片組、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、質量及可靠標準、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、產能、同業認可程度及財務實力，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、成本以及環境、社會及管治)。

元件於供應受限時未必能隨時得到供應，本集團不時可能無法持續獲得充足供應以滿足生產計劃，此乃導致難以發佈訂單及出貨量預測的原因之一。向五大供應商的採購額佔本集團本期間採購總額約49.4%。儘管本集團曾與市場上的大量可得貨源合作，但為繼續享受採購流程方便、供應穩定及優惠商業條款(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或更早前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，亦無須生產及供應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已得到妥善管控。鑒於同類最優價格是通過集中向少數主要供應商採購而獲得，通過在需求的基礎上規劃並建立安全緩衝，以供應延遲或ODM業務中斷的形式合理控制供應中斷風險。客戶獲告知並知悉該挑戰將持續存在，且相關資料一直及時與客戶分享，同時已制定應急方案並將於需要時執行。此外，市場上有大量可替代來源，一直將其作為應急後備以供隨時與其合作。除晶片組、記憶體及若干關鍵元件外，倘本集團決定與新的供應來源合作，本集團預期不會受到不可預見市場波動(如原材料成本大幅上漲或供應延誤)影響。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參與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9.9%。

中美緊張局勢、COVID-19以及地緣政治的不確定性，將繼續作為我們和世界上的許多其他人所經歷的本行業的波動和崩潰的潛在市場擾亂因素。近期俄烏衝突僅是將挑戰推向一個新層次。新的及更多的不確定性會激發新的相應調整週期或進一步延長現有調整週期。中斷將在每個相應的調整完成後被逐一修復。於年初，半導體仍然是我們的首要挑戰，由於當時供遠不應求，即晶片組及從若干技術工藝節點製成的集成電路處於超長訂單交貨期，供應繼續吃緊。第一季度的材料供應開始得到了進一步改善，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，其供應緊張局面首先緩和，隨後在常用元件(如被動元件)中出現，可預見的供應時間變得更長、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有所下降。巧合的是，該行業領先的OEM在春節假期之後開始降低今年的智能手機出貨量預測。市場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。然而，對通貨膨脹的隱憂及主要經濟體為遏制通貨膨脹而引發的信貸緊縮，歐洲能源供應中斷，以及俄烏衝突導致的若干基本材料和主要農作物的供應緊張，凡此種種的明確波動都可能顛覆這種預期。目前，短缺的情況正在緩和，OEM開始關注改善其分銷渠道和爭取客戶忠誠度。彼等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，彼等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通常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，即應對元件供應不穩定／中斷時，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發中斷，而這些問題須通過高級管理層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。本集團持續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，在供應商收到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TQSCE方面，優惠的供應策略一直是決策的指引。過去12個月里，供應始終是最大的業務風險。即使供應情況於二零二二年下半年開始發生轉變，高水平策略仍包括：(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)以商品帶動合理的市場定價；(4)遵照訂單交貨時間，保持充足的訂單覆蓋率；及(5)必要時在公開市場尋找替代的供應來源。

於二零二二年下半年，除部分技術節點製成的集成電路外，半導體供應得到改善，在智能手機銷售旺季期間大部分商品價格有所下降；通貨膨脹、主要經濟體的貨幣政策變化、俄烏衝突、中國的持續封鎖及後續突然全面開放仍為明顯的突出因素。製造方面，全套材料供應始終至關重要，元件的功能或美元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，我們要獲得成功，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，本集團已制定並遵守其業務計劃，目標乃擴大客戶基礎及其供應組合，並已實施及維持有效的內部監控及企業風險管理制度，以評估及控制有關風險。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。為應對持續的元件供應挑戰、通脹風險以及COVID-19伴隨的風險並盡量降低對營運帶來的影響，本集團持續監察材料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、供應商以及物流服務公司保持密切聯繫和溝通。

與僱員的主要關係

僱員為本集團的寶貴資產。因此，本集團的長期策略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。本集團致力於提供安全、高效及融

洽的工作環境，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獲評為最佳工作環境之一(榮獲二零二二年「亞太傑出企業獎」之「卓越企業管理獎」)。我們以5大核心價值——以人為本、誠信、效率、創新及勇創佳績——展現員工關懷，打造良好的工作氛圍，在工作任務中互相尊重、認可和信任。員工有機會在工作中作出創新，降低成本，提高工作效率及取得出色結果，同時我們為每個人創造平等機會。本公司提供明確的程序及著手實施晉升計劃，以體現我們於人員發展管理方面的誠信，並以同個團隊、同個目標及客戶導向型的雙贏關係為理念。此外，本公司一直通過各種實物福利展

達對員工職業生涯的關懷，如投購保險照顧員工及其家人，每年兩次組織團建活動，幫助員工於工作之餘養精蓄銳；鼓勵我們的員工通過Fushan YouTube項目及二零二二年底的員工藝術表演項目，以豐富我們的員工的精神生活。Fushan不僅對本地勞工表示關懷，亦向外國僑民表示感謝。二零二二年十月的排燈節聚集大量參與者共度歡樂時光。

通過對產線領導及團隊領導的培訓(總覆蓋率達到98%)，不斷強化學習敏捷力文化。通過管理者角色課程，支持新管理者熟悉Fushan工作文化。自我學習文化仍被視為Fushan的亮點，共舉辦32期培訓師課程，數千人參與其中。新人計劃為二零二二年下半年推出另一新項目，共有8名學員。第一批試用期新人的通過率達88%。這旨在為工廠創造一個人才儲備管道。另一期正在進行中。兩週一次的「跨級交流咖啡會」於傾聽員工關切事項及日常工作的難點方面仍富有成效。提出的159個問題中的94%已得以解決。車間巡視(每週兩次)亦妥善開展傾聽員工心聲。內部時事通訊為本公司共享業務更新情況及CSC活動的另一渠道，員工可反映其成果、想法及經驗。此外，Fushan的內部活動更注重視頻製作，同時進行多個項目，如視頻MIS、中文辦公系列等。

在Covid-19危機中，員工的健康及福祉始終為我們的首要關注點，根據公共衛生指導，員工每天進行健康調查檢查，在政府的支持下，全體員工均已接種疫苗，這體現我們對員工職業及福祉的承諾。印度廠區繼續要求新員工於入職時出示疫苗接種證明。廠區繼續由EHS團隊進行定期檢查／審計，並設立關於人員安全管理的在職體驗式學習課程。零廣告宣傳下，農村女工參與率有所提高，滿足多元化人力模式。儘管競爭極其激烈，但核心業務崗位的員工招聘仍保持穩定，即75%的初級職位及25%的中級職位通過具有成本效益的採購渠道進行招聘。我們完全遵守內部流程及法定規定，以75%的本地及25%的非本地範圍來滿足膳宿精確度。

BFIH以和諧的員工關係、平等待人、工作場所零事故而聞名，並隨著我們團隊的擴大不斷培養品牌忠誠度。無論在任何時候，員工關係都和婦女及職員密不可分，我們理解、鼓勵亦會及時解決投訴(97%的投訴在四天內得到解決)，以確保業務輪轉及卓越的交付。我們確保印度廠區嚴格遵守所有適用勞工法例及工廠法例，亦遵循人力資源及員工關係實務以維持和諧的勞資關係。我們系統地規劃了一個日曆年為限的人文計劃，以確保所有本土及國家主要節日／活動都得以慶祝。年內，我們為超過6,000至7,000名員工舉辦了各種慶祝活動，鼓勵創造性追求，助力內部人才培養。員工有機會在各種場合展示自己的才華，如排燈節、才藝比賽、獨立日、聖誕節、風箏節、豐收節、時裝秀、藍果麗繪畫比賽、趣味活動、生日、休息日／節假日出遊、娛樂旅遊及瑜伽課程。

女性可以就解決個人問題諮詢顧問，本公司還會每月定期組織醫生到宿舍探訪。我們為離家之外的女性員工提供了安全宿舍。宿舍內部會定期組織小型社交活動(卡拉OK之夜、馬拉松比賽等的體育活動)，給予員工歸屬感，融入BFIH「大家庭」。印度正經歷著全球工作模式的深刻轉型。留聘人才已成為各行各業的首要議程，BFIH亦是如此。在培訓方面，我們幫助各生產線操作人員強化複習，以減少工藝偏差；內部培訓師人才庫全權負責重新培訓技術人員及工程師的人際交往能力。我們還注意到，新女性經理人及關鍵人才經理人領導力計劃的外包項目的參與率提高了30%。54名員工在BFIH幫助下從泰米爾納德邦頂尖理工大學畢業，成為合格工程師。

印度廠區確保完全遵守內部及外部合規審計，並符合客戶培訓要求，即價值觀、反腐敗及職業安全及健康原則。印度廠區亦十分重視企業社會責任，推行各項社區公益活動，在8個公共衛生保健機構中，每月有萬餘名病人，我們所採取的核心干預措施惠及2,000多個家庭，今後還會有更多家庭受益。

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。

在過去的一年裡，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，旨在多元化、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。

於二零二二年十二月三十一日，本集團的僱員總數為44,055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371百萬美元(二零二一年全年：444百萬美元)，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不時修訂的董事薪酬政策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歷史、背景、公司目標、基因、業務以及增長策略、組織文化、領導能力、股東架構、業務模式(如外包或內包或合包或近岸外包)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)、具體營運流程、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、稅收優惠、競爭優勢、核心能力、研發能力、資產使用率、現金流量及狀況、股息政策、資本架構、成本結構，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、供應鏈及採購管理、效率優化、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活動水平及整體成本競爭力以及市況變動提供有用見解。

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，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。關鍵績效指標衡量公司將營業收入轉化為溢利的表現，且由於關鍵績效指標為扣除所有經營及非經營成本(包括稅項)後的剩餘溢利，其通常被視作盈利能力的最終指標(即「底線」)，而該關鍵績效指標顯示公司所賺取的每一元轉化成多少溢利，導致公司經營所產生的股東權益淨變動。其計量控制經營開支、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。

股本回報率是淨收入與每單位股東權益的比率，顯示企業有效使用股東投資的能力，並衡量公司的盈利能力及公司為股東創造多少利潤。換言之，管理層常用於衡量一家公司利用其股權投資者提供的資源創造溢利的效率及效益。股本回報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。

銷售

於二零二二年，本集團確認綜合營業收入9,394百萬美元，較去年同期的8,583百萬美元增加812百萬美元或9.5%。與二零二一年強勁的需求反彈相反，消費者於二零二二年的可支配收入受到經濟衰退及通脹飆升的影響。於二零二二年上半年，COVID-19疫情導致中國若干主要城市實施封鎖，市場情緒低迷，停工措施、經濟勢頭放緩及缺乏產品升級等令本已艱難的局面雪上加霜。於二零二二年下半年，隨著產能和產量的提升，情況有所好轉，困擾市場的供應鏈限制自二零二一年起得以緩和，且零部件訂單的迅速削減使其不再為最緊迫的問題，供應商轉而開始擔心供應過剩和庫存積壓，行業轉向以市場需求為導向，終端客戶對價格變得更加敏感。由於需求下降，許多手機品牌面臨庫存積壓問題，並自二零二二年第三季度起致力於清理庫存。經濟低迷和庫存調整觸發了零部件訂單的快速凍結和緊急停單。於二零二二年，本集團對美國及歐洲其中一名主要客戶的銷售呈現強勁增長。然而，根據IDC(國際數據公司)於二零二三年一月二十五日、二零二三年一月二十九日及二零二三年二月十日以及CAICT(中國信息通信研究院)於二零二三年二月十七日發佈的報告：(a)受到嚴峻的宏觀經濟環境的不利影響，二零二二年全球智能手機出貨量創下二零一三年以來的最低總出貨量，同比下降11.3%；(b)中國作為全球最大的手機市場，二零二二年的智能手機出貨量同比下降13.2%，創下十年新低；及(c)印度二零二二年的智能手機出貨量同比下降10%，創下二零一九年以來最低。亞洲是本集團最大的地域分類。由於大部分下降來自本集團的兩個主要區域市場(即亞洲的中國內地及印度)，這兩個區域市場受到本集團若干客戶的高度重視，同時亦貢獻本集團大部分營業收入總額，該等地區的需求放緩對本集團二零二二年乃至二零二三年的業績產生了重大負面影響，需求要恢復到疫情前水平尚需時間。在二零二二年十二月取消疫情清零政策管制後，中國的整體經濟及國民消費有望於二零二三年逐步改善。在其他一些國家，由於家庭對收入減少、消費能力下降、通脹上升及其他貨幣壓力的擔憂，對智能手機的需求亦會有所減弱，本集團將密切關注市況發展。

二零二二年的智能手機需求低於預期，全球手機市場繼續受各項不利因素影響，其中包括整體經濟放緩、長期的地緣政治不確定性、俄烏衝突、各國生活成本上升及通脹飆升、量化緊縮政策導致全球經濟衰退風險上升、中國的COVID-19相關封鎖措施、COVID-19疫情相關的經濟復甦不平衡、手機市場飽和、美元走強、利率升高、二零二二年上半年供應鏈不穩定、材料價格波動、以及消費需求低迷。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。我們許多競爭對

手過剩／多餘的產能，更使得整個EMS行業面對利用率不高、競爭激烈、定價及利潤侵蝕的問題。中低收入群體受通脹的嚴重影響，許多人減少非必要開支。於二零二二年上半年，供需之間出現了錯配，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，同時也造成供應鏈中斷，線下門店更是無法營業。中國部分地區就疫情實施的封鎖措施一直持續至第二季度，需求因而減少。消費者對智能手機的需求，尤其是高端市場，出現下降，原因是受疫情的影響，消費者傾向於減少奢侈消費，而專注於必需品。就其他國家的消費者而言，在經濟困境之下，由於擔心經濟放緩和生活成本危機，消費者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，包括手機在內的耐用品需求在二零二二年出現下滑，此為導致本集團客戶業績惡化的最重要原因。於二零二三年，消費者受潛在經濟動盪的影響程度不盡相同。根據可支配收入水平等因素，部分人群將推遲或減少購買非必需品。誠如上述各研究機構的報告所披露，手機出貨量持續下降。

隨著創新及技術的廣泛傳播，智能手機行業的產品已經同質化。當產品或服務產品彼此間並無差別時，則會出現商品同質化。此乃由於產品高度同質化致使市場競爭對手眾多。由於技術產品同質化的速度很快，技術同質化相當常見。當第一款智能手機發佈時，其為一款非常與眾不同的產品。但現在，隨著智能手機的普及，市場上有很多不同類型的智能手機，它們均已同質化，同質化可能會讓公司難以使其產品或服務有別於其他競爭對手的產品或服務，這可能導致價格及利潤率降低。因此，同質化通常導致價格戰。積極的一面為，同質化產品通常更實惠，消費者更能負擔。消極的一面為，由於利潤率受到競爭的擠壓，同質化可能導致銷售同質化產品的公司利潤下降。高度同質化的產品加劇市場競爭，因為市場變得更加分散及行業的模板化結構降低了新入場者進入市場的門檻，並為消費者提供物美價廉的產品。

從手機行業的角度看，本集團面臨來自我們現有及潛在客戶的製造業務的激烈競爭，這些客戶會不斷評估內部製造產品的優點及外包的優勢。根據我們提供的產品及服務類型或我們的營運所在地區，本集團會與不同的競爭對手競爭。我們的競爭力為卓越質量、成本優勢、快速規模化生產及加快產品批量生產及上市時間、ODM能力、精益製造、更高效率以及全球佈局。到目前為止，烏克蘭戰爭於我們客戶的影響並不大，但本集團必須繼續監測高通脹率及加

息對終端客戶、手機市場及我們客戶的影響。同比增長不如人意，表明本集團的銷售復甦受到上述限制因素的制約。於二零二二年，美國制裁令本集團的供應鏈受阻，其原有的一名主要中國客戶的銷售額繼續大幅下降。但來自另一主要客戶的訂單抵銷了本期的影響。由於本集團有限的客戶高度集中，因此需要投入資源培育業務發展能力，開發更多新客戶並滲透其他地理區域的市場分部，擴大ODM業務，製造具有充足增長機會的其他類型產品。本集團繼續於中國及印度以及美國等其他地區尋求其他商業機會，並關注市況及不斷加劇的競爭，努力提高我們的表現，保持我們於不同國家的行業地位及競爭力以及長期可持續性。

新型冠狀病毒(COVID-19)疫情的爆發、工廠停產及需求疲軟大幅減少了提高資產使用率及產能優化的空間，未吸收的一般費用亦不斷提高，需要優化勞動力利用率。這次危機加劇了全球企業在滿足製造及採購需要方面對少數市場的倚賴。中國堅持的「新冠清零」政策使得以中國為中心的全球供應鏈加快了全球供應鏈重構，並找到新的供應商及路線以於危機期間實現多樣化。外國企業重新評估或調整其於中國的戰略。「中國加一」及一些客戶的離岸政策使本集團於這些海外國家獲得更多機會。

總體而言，本集團致力於投資研發及透過提高生產自動化、資產使用率及產能、質量保證及質量控制，以及加強對生產雜項開支及資本支出的控制提高效率，保持良好及穩定的產量。本集團的自動化工程團隊繼續擴大不同製造流程的自動化覆蓋範圍以減少勞動力成本上升的影響並提高效率。本集團負責及專業的採購團隊的職責為以具競爭力的價格採購材料，但由於二零二二年上半年供應中斷及供應不穩定，彼等面臨許多困難。此外，鴻海科技集團持續大力支持並提供大規模元件支持及穩定供應關鍵元件，以及可以協同生產的垂直整合供應鏈。本集團可利用鴻海科技集團的資源，讓本集團於外包能力方面更具靈活性。

損益賬目

本集團確認9,394百萬美元的綜合營業收入，較去年同期的8,583百萬美元增加812百萬美元或9.5%。本期錄得淨虧損為72.1百萬美元，而去年同期錄得淨收益56.4百萬美元。鑒於上述因素，本期間本公司擁有人應佔淨虧損為72.1百萬美元，而去年同期本公司擁有人應佔淨收益為56.3百萬美元。本期間毛利率為

2.04%，而去年同期則為2.61%。儘管本集團銷售額同比增長，由於手機需求走弱及系統組裝業務的毛利率實屬很低，並且由於生產工藝成熟及被競爭對手採用，外殼工廠一直面臨最嚴峻的競爭，導致利潤率萎縮，侵蝕壓力極高，這已成為行業常態。全球經濟放緩嚴重影響本集團的復甦道路，資產使用率偏低，並存有大額未吸收一般費用。於二零二二年上半年，我們於中國的一些營運受到封城及「閉環」管理的影響，但管理層成功將中斷的影響減至最低。但於二零二二年十一月，由於中國內地多個省份對新冠病毒疫情實施了最嚴格的封鎖及限制，本集團於中國北方的製造活動受到不利影響。隨後，於二零二二年十二月七日，中國政府取消了最嚴格的動態清零政策，也隨之，新冠病毒於中國內地的感染率飆升。這些干擾及中斷對本集團及其客戶以及供應商各自的營運及表現產生不利影響。

鑒於本集團產品組合的變動及產能過剩，於二零二零年，本集團已調整其方針並採取必要措施，旨在成為輕資產集團，並減值及／或撇銷42.7百萬美元的各种未充分利用／陳舊資產，由於裁員及重組工作需要時間，重組持續至二零二一年。得益於二零二零年及二零二一年進行的規模優化／重組，本集團更加精簡，公司範圍內的成本削減舉措及裁員降低了年度開支，長期來看，這有助於降低成本及一般費用。儘管本集團不斷致力於處置未充分利用／陳舊／折舊的資產，於二零二二年，隨著烏克蘭戰爭的爆發及全球經濟放緩，手機需求減少，本集團的產能及資產使用率仍然不佳及不如人意，閒置成本仍然很高。員工亦為本集團的沉重負擔，本集團不得不繼續縮減或關閉虧損／表現欠佳的業務，開展重組活動，於優化員工隊伍後支付遣散費，並優先考慮與未來業務相關的支出。二零二二年的相關虧損、成本及／或費用為13.0百萬美元，而二零二一年則為30.8百萬美元，指以下各項之間的淨差額：(a)本集團於二零二二年錄得收益6.2百萬美元，即本公司日期為二零二二年十一月二日的須予披露交易公告中披露的收回物業相關的補償金；(b)二零二二年自減值、出售及／或撇銷本集團未獲動用／陳舊／折舊資產的虧損2.2百萬美元(而二零二一年為虧損19.1百萬美元)；及(c)二零二二年成本及費用17.0百萬美元(而二零二一年為11.7百萬美元)，此乃員工隊伍優化後產生的遣散費。遣散費入賬為一般及行政開支，而處置／撇銷固定資產產生的損益入賬為其他收入。該等資產處置及重組持續至二零二三年，相關成本／虧損可能數額較大。

本期間的其他收入、收益及虧損為133百萬美元，較去年同期減少34百萬美元。該減少乃由於模具定制收入及因相關客戶訂單減少導致廢料銷售額減少38百萬美元，並且並無出現二零二一年有關成立Mobile Drive之視作出售收益

35百萬美元。該減少部分被增加服務收入14.9百萬美元、外匯收益10.8百萬美元及物業、廠房及設備以及投資物業的出售及撇銷收益15百萬美元所部分抵銷。本期服務收入為25.3百萬美元(二零二一年：10.4百萬美元)，此乃主要由於向客戶提供之產品開發服務有所增加。此外，本集團本期錄得外匯收益13.2百萬美元，而二零二一年同期收益則為2.4百萬美元，此乃由於其持有之美元資產及美元於期內升值。隨著美聯儲提高利率以對抗通脹，美元走強。本集團將繼續保持其一貫的對沖策略，以盡量減少外匯波動導致的外匯風險。本期物業、廠房及設備以及投資物業的出售及撇銷收益為7.7百萬美元(二零二一年：虧損7.3百萬美元)，此乃主要由於與收回杭州場地的物業相關的部分補償金6.2百萬美元，貢獻15百萬美元，改善了其他收入、收益及虧損。

本集團已採取積極措施來減少開支及裁員，以更好地適應日後的業務需求。本期間的經營開支為263百萬美元，而去年同期則為294百萬美元。銷售開支減少5百萬美元，乃由於下半年全球供應鏈及物流成本更加穩定。研發開支減少32百萬美元，乃由於員工隊伍的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，本集團合營公司Mobile Drive於二零二一年十二月三十一日成立時，部分研發人員由本集團調至Mobile Drive，故研發開支有所減少。一般及行政(「一般及行政」)開支增加6百萬美元，乃由於與二零二二年的規模調整／重組活動相關的更多遣散費，以及9.5百萬美元的購股權開支作為本期BFIH購股權註銷後根據國際財務報告準則第2號加速歸屬，此為一項非現金交易，部分由一般及行政員工隊伍的優化及規模調整後工資成本的減少所抵銷。本集團將繼續專注於優先安排與日後業務相關的開支，避免成本超支。

此外，誠如所述，市場環境依然極其艱難，全球經濟及政治的不確定性、市場波動及終端市場需求的減少嚴重影響本公司部分客戶的業務及現金狀況，並集體增加信貸風險，本集團需要在賬面計提足夠的預期信貸虧損撥備以反映該等客戶的潛在收款風險。利息開支方面，二零二二年美國大幅加息，導致本集團利息開支大幅增加，利息收入淨額下降。二零二二年年初利率為0%至0.25%，但美聯儲年底加息至4%至4.25%。本集團二零二二年的利息收入淨額減少至14.5百萬美元(二零二一年：26.7百萬美元)。應佔處於虧損狀態聯營公司及一間合營公司的虧損亦按年增長。該等不利影響由外匯收益增加10.8百萬美元(二零二一年：2.4百萬美元)，及研發開支減少以及上述與收回物業有關的收益6.2百萬美元所部分抵銷。

根據國際財務報告準則第9號，本集團根據預期信貸虧損（「預期信貸虧損」）模型對應收貿易賬款進行減值評估。對於信貸風險增加的客戶，管理層已委任獨立估值師通過釐定適當的違約概率、前瞻性調整及按違約概率估計的損失率，協助估計應收該客戶的貿易賬款的預期信貸虧損撥備。根據評估，對該等應收貿易賬款已計提80.5百萬美元的預期信貸虧損撥備。本集團使用撥備矩陣計算未發生信貸減值或信貸風險增加的應收貿易賬款的預期信貸虧損撥備。撥備矩陣以具有相似虧損模式的各種債務人組別的債務人賬齡為基準。撥備率基於本集團過往觀察所得違約率，並經考慮合理且有依據且毋須不必要成本或工作即可獲得的前瞻性資料。於各報告日期，過往觀察所得違約率均會重新評估，並考慮前瞻性資料的變動。鑑於全球經濟及手機市場的高度不確定性以及地緣政治緊張局勢加劇，本集團通過提高本年度逾期應收貿易賬款的預期信貸虧損百分比以重新評估預期信貸虧損撥備。於本年度，本集團根據撥備矩陣計提3.1百萬美元的減值撥備淨額（二零二一年：1.7百萬美元）。

儘管全球大部分主要經濟體已重新開放，但仍存在許多其他挑戰，本集團需要時間扭轉局面，重振之路可能漫長而艱難。由於全球經濟影響及地緣政治的緊張局勢，我們將繼續經歷對我們業務產生的不利影響，包括任何可能的衰退及滯脹，以及對我們的供應商、第三方服務提供商及／或客戶及彼等行為的持久影響。隨著中國新冠疫情清零措施解除，我們將關注中國經濟能否快速復甦。換言之，使用率將繼續是難題，只有在市場回暖時才能逐步改善。由於需求疲軟，市場日益飽及，宏觀經濟及地緣政治格局艱難，波動不穩，許多不確定性將繼續影響我們的業績，我們當前／過去的經營業績及收益可能無法預示我們未來的經營業績、收益及風險狀況以及季度表現。長期預測過於複雜難以把握，本集團對隨著時間的推移會出現的挑戰保持警惕，並將做好準備儘其所能作出反應，以果斷的方式作出終止虧損業務及裁員的商業決定。

本集團的毛利率表現主要歸因於多項因素，包括：

- (i) 於二零二二年，隨著經濟放緩，作為最大手機市場的中國需求低迷，疫情期間居家消費者對智能手機及個人電腦的火熱需求不再，據報二零二二年出貨量同比總體下降，數據表明在普遍消費低迷的情況下，中國國內手機市場將出現更深層次的收縮，終端消費者的信心下降、對中國品牌的重新評估及長期需求能見度延長反映需求疲軟。本集團的成功與客戶產品的成功息息相關，而客戶產品通常在競爭激烈的飽和市場中營運。我們的客戶及其產品所經歷的市場發展可能會不時影響本集團的業務。由於產品差異及升級缺失以及手機市場缺乏重大新發展／創新，置換需求緩慢。即使出現新機型，消費者亦不會升級到更新型號。加上全球經濟惡化及高通脹導致消費者信心減弱，以及中國政府新冠疫情動態清零政策對消費造成壓力，需求減少是同比下降的主要驅動因素，影響客戶的快速恢復以及本集團亞洲分部的表現。於二零二二年上半年，中國領先的智能手機製

造商已告知供應商，在長達數月的封控嚴重擾亂供應鏈並打擊消費者信心後，彼等將下調全年預期並縮減未來數個季度的訂單。此番下調於二零二二年春節假期後開始，之後並未恢復，第三及第四季度需求並未回升，消費電子於二零二二年在缺乏旺季的情況下艱難前行，國內跌幅遠超海外市場。加上還需消化充斥零售渠道的過多庫存。此嚴峻前景與二零二二年初形成鮮明對比，當時大多數智能手機製造商預計後COVID-19時代將重振，元件供應將有所改善。隨著終端市場需求疲軟且多變，客戶調整外包策略，在需求規劃、產品投放計劃及預算控制上更加謹慎，需求可見性大幅縮短，打亂了本集團的生產計劃，令本集團難以有效安排生產並優化產能及人力利用，亦難以合理確定估計訂單情況。這部分解釋了高昂的未吸納雜項開支。此外，由於終端市場競爭激烈，客戶能否保持定價權以及我們客戶的新產品能否暢銷，會影響他們的重新下單。倘彼等新產品銷情欠佳，客戶可能會減少初始訂單數量。

該等因素導致本集團對若干中國客戶的銷售額下降，並影響亞洲分部二零二二年的業績及利潤率表現，影響一直持續到二零二三年，這意味著需要一段時間才能恢復到疫情前的水平以扭轉局面。印度市場需求疲軟亦影響銷售額及貢獻率。由於資產利用率低導致成本及資產閒置，未吸納雜項開支及需要入賬額外資產減值虧損的風險增加，本集團需要增加銷售及出貨量。二零二二年需要處置表現欠佳的資產並裁員，以保持輕資產及精簡並減少虧損金額，該等需求一直持續到二零二三年。

- (ii) 二零二二年上半年，本集團在中國的部分經營場所爆發COVID-19，本集團的場地受到COVID-19疫情及中國內地意外封控的影響。本集團有業務的印度、越南等多個國家實行「與病毒共存」政策，因此較少實施大規模封控、檢疫等其他公共衛生限制措施。因此，我們於印度及越南的生產活動逐步恢復，而能否繼續生產產品在很大程度上取決於維護工廠員工安全及健康的能力，我們已按照政府部門的要求採取預防及保護措施，並將員工的安全放在首位。當地政府實施不同種類的安全法規及指引要求，以防止

COVID-19的爆發及其於工作場所的傳播，我們付出了巨大的努力，通過結合以下措施來減輕該等要求對我們運營的影響，其中包括調整我們的輪班模式、靈活的工作安排、提高生產力、改善設施以支持社交距離並優化員工居家辦公的能力。該等要求經常變化，政府部門對公司的合規工作進行審計。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。以有效的方式利用我們的人力以節省提供服務的成本非常重要。

於二零二二年十一月，本集團位於華北地區的中國生產基地爆發COVID-19疫情。由於當地政府採取嚴格的封鎖措施，該基地面臨嚴峻形勢，於十一月停產。於二零二二年十二月七日，中國政府決定放寬多項嚴格的新冠清零措施，以提振經濟；然而，由於COVID-19感染席捲全國，經濟的迅速恢復並非易事。就我們於印度及越南的海外基地而言，其業務於二零二二年上半年該兩個國家重新開放後迅速恢復。

由於COVID-19已影響我們的客戶、供應商、服務供應商、營運的不同部分、利用率、效率、收益率、勞動力供應情況、供應鏈的不同層面、材料供應情況、定價、價值鏈、訂單履行及出貨量，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。客戶下達訂單時更加審慎，相關損失亦不可計量。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對本集團業務的未來影響、持續時間及嚴重程度將取決於解除新冠清零措施後的COVID-19發展。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也令本集團整體毛利率持續承壓力。由於低准入門檻及產能過剩，整個EMS行業面臨激烈的定價及競爭壓力，且因中國廠商具顯著成本優勢，大多數市場參與者遭遇經營利潤率的挑戰。由於系統組裝業務的毛利率較低，且機構件業務的生產工藝日趨成熟並被廣泛採用，行業利潤率的不斷縮減與侵蝕已成為常態。在競爭激烈的

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、產能利用率、收益率及成本控制。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，所有不利因素加劇了全球手機市場的競爭，我們的客戶在產品路線圖、採購計劃、存貨控制、現金流量管理上變得更為謹慎，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用率。於二零二二年上半年前，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。由於二零二二年下半年中國經濟逐步放緩，勞動力短缺問題得到緩解。我們的勞動力利用率受諸多因素影響，包括僱用新員工、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ODM能力，增加印度當地的採購。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。特別是，美元走強亦影響人們的購買力，消費者對價格越來越敏感，並縮減非必要和自由支配的開支，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，HMD於非洲大陸和印度的低端功能手機銷售已面臨下行壓力。我們亦設置應收賬款金額上限以控制風險。

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

力建設及業務開發能力。總括而言，良好的供應商管理、供應鏈管理、製造管理、業務控制管理、質量管理、訂單履行及存貨管理對確保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的初步審閱及其他目前可得資料，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、經濟下行、烏克蘭戰爭、高通脹、美元走強及加息導致的市場需求大幅減少及消費者購物行為出現變動，在中國放寬新冠清零防疫措施後，本集團繼續專注於盡量削弱COVID-19造成的中斷，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，同時與客戶緊密合作，以合理成本在激烈的市場競爭中滿足其需求，打造業務開發能力，並與供應商合作，確保材料及元件的穩定供應。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，故持續縮減規模／重組其製造業務中表現欠佳／虧損的部分以及裁員，並已全面暫停非關鍵投資及／或資本資產的資本開支，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。展望二零二三年，本公司將繼續密切檢討有關事宜。

本期間的所得稅開支為12.5百萬美元，而去年同期則為所得稅開支13.7百萬美元。所得稅開支乃產生自本期間若干盈利的中國及印度實體。一間中國實體於本期間因獲得政府補助而盈利，少數中國實體、印度及越南實體於本期間獲得少許盈利。

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4%，而去年同期的股本回報率則為2.6%。股本回報率下降是由於錄得虧損。

本期間每股基本虧損為0.91美仙。

股息

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

於二零二一年十二月二十二日，本公司宣佈，本公司建議將其印度附屬公司BFIH(為印度最大的電子製造服務供應商)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。於該公告中，本公司亦宣佈，聯交所已確認本公司可根據上市規則第15項應用指引繼續進行建議分拆，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分拆的非正式招股書草稿。為妥善考慮本公司股東利益，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BFIH權益股份之保證配額)，並以建議分拆完成為前提，本公司建議向本公司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BFIH現有權益股份而將予收取的所得款項淨額之40%。誠如本公司日期為二零二二年十月二十日之公告所述，鑒於市場情況，本公司已決議延遲建議分拆之時間表，本公司擬於市場情況有所改善時繼續進行建議分拆。因此，如進行建議分拆，有關特別現金股息(包括派付的金額及時間)的詳情，本公司將於適當時候作出公告。

地域分類(請參閱綜合財務報表附註2「營業收入及分類資料」)

本集團根據管理層審閱的報告釐定其營運分類，以向分類分配資源及評估其表現。分類溢利(虧損)指各分類賺取的毛利(產生的毛損)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及預期信貸虧損模式項下的減值虧損(扣除撥回)。本集團的營運按客戶所在地區分為三個營運分類及分類溢利(虧損)指各分類賺取的毛利(產生的毛損)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及預期信貸虧損模式項下的減值虧損(扣除撥回)。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、產品和地域及技術先進，並不斷監察市場競爭及宏觀經濟狀況、中國新冠清零政策解除後COVID-19的發展、地緣政治緊張局勢、經濟放緩及市場需求。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。Strategy Analytics於二零二二年六月公佈的數據顯示，二零一三年全球智能手機的置換週期最短為二十八個月，而運營商補貼亦創下新高。然而，自二零一四年起，由於補貼、缺乏重大創新以及新興市場中低收入預付費智能手機用戶增加，手機置換週期持續延長。COVID-19衝擊了全球智能手機市場，二零二零年手機置換週期進一步延長至43個月，而二零二一年，由於COVID-19限制的放寬及疫苗在全球的推廣，智能手機置換週期略有縮短。然而，由於俄烏衝突，以及隨後能源價格上漲及高通脹，經濟復甦迅速停止。Strategy Analytics預計，全球智能手機置換週期將自二零二三年開始緩慢縮短，主要由經濟復甦及5G普及所推動，預計到二零二七年，全球智能手機置換週期將改善至四十一個月。智能手機的置換週期因國家及地域而大為不同，多年來遵循不同模式。

於供給側方面，於二零二二年上半年，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、勞動力市場恢復及經濟增長復甦的一年，這也是我們仍保留部分資產以滿足二零二二年預期復甦及銷量增長的原因。但二零二二年的情況遠不如預期理想，本集團的業績受到嚴重影響，我們不得不拋售多餘資產並大量裁員。美聯儲往年的量化寬鬆政策、中國COVID-19疫情的反覆、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。於二零二二年下半年，供給逐漸常態化。有關元件及材料定價方面，自二零二二年第一季度起，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檢測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。值得慶幸的是，有關用於製造功能手機2G晶片組的供給方面，本集團自二零二一年起遭遇的功能手機2G晶片組的供應不穩定情況在二零二二年上半年有所好轉。隨著市場需求下滑，供應限制於二零二二年下半年完全解除。然而，由於晶片組供應商不再繼續供應2G晶片組，而將生產資源優先分配至市場上流行的4G/5G產品及下一代晶片組，故2G晶片組供應恐無望恢復到二零二零年或更早之前的水平。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。

由於精簡及靈活至關重要，故本集團須控制開支、一般費用、支出、人員配置、資本開支、清除閒置資產及控制風險(尤其是應收賬款、庫存、材料/元件採購)，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。通脹及地緣政治的隱患將主導二零二三年的議程，對消費者需求及品牌運營成本產生負面影響。消費者正調整行為，許多人降級消費，以減少開支。由於宏觀經濟及政治不穩定性將持續阻礙業務運營，本集團須在未來一年密切關注全球新聞頭條，本集團須審慎規劃，以應對二零二三年將面臨的諸多不穩定性及衰退風險。

就地域分類而言，沒有企業能夠倖免於COVID-19危機，不同地域分類的經濟及手機需求可能受到不同宏觀經濟因素、地緣政治緊張局勢及當地政府採取的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，不同分部的業績可能有很大差異。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土OEM及ODM生產商數目將會有所增加。誠如上文所述，由於亞洲分類面臨諸多困難且受到的衝擊最大，二零二二年的業績惡化，亞洲分類的銷售金額在本集團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，但仍需密切關注。

亞洲分類

本期間亞洲分類的營業收入為5,798百萬美元，較去年同期的6,576百萬美元減少778百萬美元或11.8%。本期間業績為108百萬美元，較去年同期業績減少18百萬美元，減少是由於需求疲軟導致出貨量減少。本集團的主要亞洲分類乃中國及印度。根據IDC，亞太地區將繼續引領全球智能手機市場，因其規模巨大，預計到二零二七年，該地區的智能手機出貨量將達到698百萬部，佔全球手機出貨總量的50.9%。二零二二年，經濟危機對新興市場的衝擊最深，亞太地區的智能手機出貨量下降12.8%。尤其是，中國激進的封鎖及疲軟的消費者需求，導致中國降幅最大(-13.2%)。在中國，領先品牌受影響更嚴重，原因是在中國經濟加速惡化的情況下，中國國內市場收窄幅度超過世界其他地區，且價格敏感的消費者不願在其主導產品領域增加支出。受反覆及持久的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及中國房地產危機抑制人們對智能手機的消費及需求的直接影響，破壞了該地區的增長軌跡，並打亂了供應鏈，中國智能手機製造業陷入萎縮。二零二二年，印度智能手機的出貨量為144百萬部，同比下降10%，5G智能手機佔總量的60%，達50百萬台。自二零一九年起的最低年出貨量乃主要由於儘管供應情況有所改善，但高通脹造成了消費者低需求。在中國，由於市場飽和及需求下降，人們普遍認為智能手機市場停滯不前，多數手機品牌自二零二二年第三季度以來面臨庫存積壓的挑戰，庫存難以清理，此尤其影響了本集團第四季度的業績。本集團的兩大區域市場—中國內地及印度—均面臨這一問題，此影響二零二二年亞洲市場的表現及復甦，該情況於二零二三年仍將持續，並需假以時日方會恢復至疫情前水平。

最後，我們的成功亦倚賴於客戶的業務表現。本集團的中國客戶之一亦於國外面臨阻力，不得不於印度避開日益增長的監管壓力，而印度是該客戶的第二大出貨市場，這亦於某種程度上影響本集團對該客戶在印度的銷售量。此外，本集團對於另一原主要客戶的銷售量也因其受美國禁令影響而急劇下降。

總而言之，二零二二年本應是後COVID-19疫情常態化、勞動力市場恢復及經濟增長復甦的一年，我們保留資產以應對二零二二年的預期產量增長。然而，復甦緩慢及需求持續下降直接影響了產能及資產(尤其是土地及建築)的利用率，因此需要繼續縮減規模及重組活動，並縮減或終止虧損業務。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，但在本集團整體銷售額及業績的比重有所下降。亞洲的快速常態化可能會掀起多個浪潮：歐洲的出口需求提高；供應鏈改善，進而為通脹提供良策；新興市場得以擺脫美元強勢主導週期。

影響分類表現的主要因素

中國經濟的影響

由於全球經濟面臨衰退的危險赫然聳現，中國經濟亦有所放緩，未能達到5.5%的年增長率，中國官員不得不降低實現該目標的必要性。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」的大力推行為外國投資者留有採取本地化戰略的空間，以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擺脫全球經濟，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。二零二二年，中國面臨著各種困境。首先，債務纏身的房地產市場搖搖欲墜，其佔中國GDP的三分之一，歷經多個季度的萎縮，創歷史最長衰退期。其次，中國為對抗冠狀病毒在二零二二年十二月前採取的動態清零政策拖累了其經濟。深圳、天津等多個城市及中國北部等製造業中心的嚴格封鎖抑制了消費者消費及企業信心，外商企業受到打擊，封鎖導致的「重大不確定因素」促使企業考慮將當前及未來的投資轉移至中國境外。在通脹高企的時代，中國的價格上漲較溫和，反映出消費者需求不佳。為提振經濟，政府可在基礎設施加大投入，這可能會產生某些積極影響。但封鎖對經濟造成的重大損害是不爭的事實，而加大基礎設施投入對振興因封鎖而蕭條的下游產業及服務的作用甚微。十二月，嚴格的動態清零控制減寬後，感染病例激增，本集團生產受到影響。再次，嚴格的COVID-19控制措施減緩了經濟增長，導致就業崗位不斷減少，數百萬計年輕人／畢業生面臨著激烈競爭，經濟前景的不明朗更讓中國原已低迷的就業市場持續承壓。鑒於GDP增長有所放緩而更少的就業機會、內外需求低迷、中小企業舉步維艱及大學畢業生數量多年持續攀高，中國就業市場持續承壓。擴大內需支持就業仍然是政策優先考慮攻堅的難關。

二零二二年十二月，摩根士丹利中國首席經濟學家邢自強表示，二零二三年個人消費的恢復或會帶動經濟略微回升。「我們預測二零二三年將增長5%，很可能出現在下半年，屆時經濟有望在動態清零政策解除後全面重啟。」該預測較中國二零二二年增長3.2%的市場預測顯著提升，中國二零二二年的增長相對於過去十年的平均增長回跌明顯。

(i) COVID-19 疫情及需求萎靡的影響

(a) 中國

二零二二年上半年，中國COVID-19疫情的情況加劇了本就不穩定的供應狀況，而COVID-19確診病例在中國諸多城市(包括主要的電子製造中心)反覆出現亦已導致產量降低及供應緊張，港口擁堵，這勢必會給下游供應鏈帶來挑戰和危及生產。二零二二年，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。缺乏可感知的創新導致消費者無法升級手機，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。自二零二二年一月底起，由於中國政府於北京冬奧會期間加強檢疫措施，智能手機的銷量開始同比下降。此外，由於上海等主要城市於三月底的封鎖，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，各品牌因不確定因素增加而紛紛削減訂單。於二零二二年，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。中國在二零二二年十二月前實施嚴格的新冠清零政策引發經濟動盪，影響全球供應鏈。於二零二二年十一月，我們位於中國北部的廠區爆發COVID-19疫情，對生產造成重大影響。

二零二二年上半年，封鎖期間工廠的臨時停工及COVID-19疫情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。政府於遏制疫情方面的經驗可能有助於減輕相關影響。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盡量降低停產的影響和控制成本開支。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傾向於實施激進的防疫限制措施，以避免潛在的政治後果。十一月，位於中國北部的廠區停產時間較長，負面影響較大。

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變體傳染性極高的特點，中國在二零二二年十二月前堅持對COVID-19疫情採取零容忍態度被證明為不實用。有關詳情請參閱「COVID-19及供應鏈不穩定的影響」一節。

(b) 印度

二零二二年上半年，相較「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)，「第三波」COVID-19疫情(自二零二一年十二月底持續至二零二二年二月底)對BFIH業務產生的影響極為有限。儘管於二零二二年持續受到COVID-19疫情影響，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動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。

根據Counterpoint's Market Monitor service (市場監測服務)的最新研究，印度於二零二二年的智能手機出貨量同比下降9%至152百萬多部。這是印度智能手機市場有史以來的第二次同比下降，可歸因於入門級和經濟型市場的下滑，這些市場在年初面臨著供應緊張，隨後遭遇全年的需求下降。然而，高端市場持續上升，並首次佔據了兩位數的份額，導致了零售平均售價的增長。這種矛盾的趨勢意味著印度的智能手機市場正由數量驅動轉向價值驅動。儘管入門級和經濟型市場首當其衝，但高端市場並無受到影響，反而出現兩位數增長。OEM關注度提高，消費者為高級功能而升級手機，最重要的是，可用各種融資計劃，如「No-cost EMI」、「先買後付(BNPL)」。

從第二季度起，消費者需求開始下降，全球經濟遭受各種宏觀經濟問題的困擾，如空前高通脹、失業率上升和地緣政治衝突，同時影響了印度經濟。第二季度後，各渠道的庫存積壓，導致整個下半年的出貨量低於預期。

然而，印度獨佔鰲頭，其GDP有望在二零二三年及二零二四年增長6.2%及6.4%，而在印度先進數字基礎設施的支持下，三個大趨勢使其走上超越日本及德國的道路，並在二零二七年成為世界第三大經濟體。摩根士丹利印度首席經濟學家Upasana Chachra表示，印度在離岸外包、製造業投資及能源轉換的推動下，已經具備經濟繁榮的條件。

(c) 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。

(ii) 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有關挑戰，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，需求下降，殘酷的競爭不斷加劇，價格持續壓低以獲得競爭優勢，大部分市場參與者面臨EMS行業經營利潤率下跌的挑戰，當今EMS供應商年復一年地倚靠極少的利潤率生存，並採取一切必要措施保持生存，包括不斷提高及保持成本效益，以保持盈利。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二零二二年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。本集團須應對難以預測的經濟波動及需求變化而引致的生產波動。消費者希望得到心頭好，在產品滯銷時，增加產品的需求或削減訂單。必須有高效的精益能力，以維持庫存與需求相一致。EMS公司渾身解數地克服該等挑戰，結合傳統和新興的工具及方法，如採用數字技術、結合軟件、連接、自動化、AI及ML，以優化運營的各個方面，加快其上市時間、量產時間以及計劃調度，最終改善客戶體驗及創造雙贏局面。傳統上，3C產品一直是EMS市場的主要營業收入貢獻。然而，隨著進入數字時代，對數據、自動化及人工智能日益依賴的帶動下，將電子產品嵌入所有垂直行業的產品的需求大幅增加。部分通過採用物聯網推出創新產品的新興垂直行業包括醫療及智能家居設備。汽車垂直行業將是未來十年的增長機遇之一。自動駕駛汽車及電動汽車(EVs)的發展需要先進的電子產品，如需要EMS公司的專業知識的高級駕駛輔助系統(ADAS)及信息娛樂系統。

由於中國競爭激烈及中國同行極具成本競爭力，本集團冀望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，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，其在購置機器及數控機床(CNC)機器方面產生大量資本開支。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1,152百萬美元，而去年同期錄得營業收入794百萬美元，歐洲分類營業收入於本期間有所增加。本集團的一名主要客戶(為紮根美國的美國互聯網客戶)擴大其於歐洲的銷售且於二零二二年取得強勁及鼓舞性增長，抵銷了對歐洲分類HMD的銷售額下降。就本集團整體損益而言，對該美國客戶的銷售額同比強勁增長亦抵銷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。由於諾基亞品牌功能手機主要於越南製造、二零二二年上半年COVID-19疫情爆發及中越邊境嚴格的COVID-19疫情管控，中國供應商向本集團河內工廠運輸元件受到影響，進而影響到本集團於二零二二年上半年向HMD銷售功能手機。隨著越南重新開放及供應鏈逐漸改善，本集團河內工廠的產量迅速提高。另一方面，全球功能手機市場繼續下滑。在新興市場，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，此亦使HMD對該等市場的銷售受到影響。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。高通脹高利率、新興市場貨幣貶值以及由此導致的消費者需求波動等帶來的全球經濟挑戰，導致嚴重的經濟動蕩，對HMD運營構成的挑戰比最初預期的還要大，

尤其是對HMD於二零二二年下半年的業務表現造成影響。為提升其現金狀況，HMD採取了一系列措施，包括主動管理經營開支、審閱與主要業務夥伴的協議及優化彼等的供應鏈以改善彼等的未來財務狀況。為降低成本，HMD轉向尋求與低端ODM廠商合作。於二零二二年第一季度，本集團的兩名ODM同業已開始向HMD提供諾基亞品牌功能的手機產品。

由於HMD現金取決於營業收入的規模，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。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業務於二零二二年第四季度進行了重組，以實現巨大的協同效應和成本效益。HMD董事會決定延長A2輪融資。於二零二二年年末，該輪融資仍在進行及HMD管理層繼續討論是否於二零二三年結束該輪融資。HMD Global將繼續仔細解讀及回應市場(尤其是競爭對手的動向)，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。

對本集團而言，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或減少，且本集團面臨產量下降及成本上升壓力。失去獨家供應商的競爭優勢使本集團更難在HMD業務上維持公允的利潤率。為控制收款風險，本集團控制其對HMD的銷售額。所有此等不利因素導致對HMD的銷售額下降。儘管歐洲分類銷售營業收入錄得同比增長，該分類於本期間錄得的虧損為51百萬美元，而去年同期錄得的盈利為40百萬美元，同比下降主要由於需就HMD的逾期應收貿易賬款作出額外信貸虧損備抵。由於HMD在印度及非洲等發展中國家的日益飽和的市場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脹飆升、美元強勢及食品價格上漲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。為減低整體風險，本集團精挑細選，控制與HMD的業務量，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，同時密切監控未償還的HMD應收賬款水平並控制過剩元件庫存。由於功能手機業務為HMD的重要收入來源，起初，本集團須取得良好平衡，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。但由於二零二二年HMD的融資計劃並未成功，二零二二年下半年起，本集團不再接收新諾基亞品牌功能手機項目並要求HMD將記憶體及耳機等關鍵元件交付予本集團，以便更好地控制HMD的銷售額。此外，HMD的應收賬款結餘設有上限，且當前正在進行的項目的出貨量與當前未償還應收賬款相應的付款金額掛鉤，因此不可超出HMD的應收賬款上限。我們亦調整了供應鏈管理計劃，優先處理滯銷元件項目出貨，以避免庫存過剩。為進一步減低風險，本集團自二零二三年二月進一步優化與HMD的業務模式，

從買賣模式轉變為通過HMD的ODM供應商進行全材料寄售。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，其後承包商/OEM將成品交付予客戶並於其財務報表記錄加工費收入。這意味著，轉為寄售模式後，本集團將僅向HMD提供加工服務並賺取加工費。此舉有助於富智康減少多餘OPO及庫存過剩風險以及買賣模式所需的營運資金。HMD將承擔需求波動引致的物料管理及過剩風險。由於富智康已限制HMD的貿易應收賬款，透過新業務模式，HMD可從ODM獲得更多功能手機，從而為HMD帶來更多現金。

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。就智能手機市場而言，根據IDC數據，在中歐及東歐，於二零二二年智能手機出貨量減少19.4%，此主要是由於戰爭及通貨膨脹加劇所致。隨著戰爭持續，國內電子產品需求持續下滑。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的2.7%(俄羅斯：2.4%、烏克蘭：0.3%)及佔約1.6%市場收入(俄羅斯：1.4%、烏克蘭：0.2%)，其並非導致全球出貨量減少的主要原因。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二零二二年採取較為保守的策略。通脹已削弱了消費者需求，由於能源及雜貨價格飆升，促使消費者削減支出或購買更便宜的產品。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，由於高通脹已對收入及消費造成壓力，故歐洲經濟迅速放緩，能源價格對生產商造成壓力，且烏克蘭戰爭已加劇供應鏈問題惡化。對實際可支配收入的持續衝擊將繼續重壓消費者支出，經濟不確定性上升促使人們縮緊口袋。摩根士丹利預計，在持續的能源危機及緊縮貨幣政策背景下，二零二三年歐洲經濟將會收縮0.2%。年度通脹率於二零二二年十二月飆升至9.2%，預計於整個二零二三年都將保持高位。對實際可支配收入的持續衝擊將繼續重壓消費者支出，經濟不確定性上升也促使人們縮緊口袋。

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。本集團將繼續密切監測及評估HMD的信用狀況及違約風險以及該分類對本集團整體表現及現金流的影響。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、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HMD)在財政上受到制肘且資金鏈緊張，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。二零二二年，HMD的融資計劃並未成功，本公司正密切監察未

償還應收賬款的水平及形勢，並評估HMD能否持續經營以及收回逾期應收賬款及相關違約風險。鑒於本集團及時收回HMD的應收貿易賬款的風險增加，本集團於本期間增加其於歐洲分類應收貿易賬款的預期信貸虧損備抵74百萬美元。

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、維修及翻新等服務以及電子產品售後服務。本期間錄得的營業收入為2,444百萬美元，而去年同期錄得的營業收入則為1,212百萬美元，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71百萬美元，而去年同期錄得的盈利為51百萬美元，該增加是由於銷量增加所致。

- (i) 此名美國互聯網客戶為本集團的主要客戶之一。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，本公司可於短期內及時提升產量以滿足客戶需求。為增強核心競爭力，我們維持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，我們集中精力進行新產品NPI、提升新產品產能、提高收益及著重材料利用率，以支持客戶產品投放量。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。

於二零二二年上半年，我們克服了中國邊境與香港之間進出口業務物流混亂的挑戰及困難，亦克服了深圳於三月封城的影響。通過工廠運營團隊的努力，局勢得到控制且該影響並不重大。於二零二二年下半年，主要的不確定性因素為意外封城。就材料及元件供應而言，本集團透過未雨綢繆、下達長期訂單、模擬較長期的產能及物料需求規劃，確保物料供應，最大程度減低影響，避免生產中斷。此外，我們亦努力通過自動化提高產能。總體而言，我們於二零二二年實現了顯著增長。

- (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，除智能手機維修/翻新服務外，我們的全球服務團隊於二零二二年致力於支持無人機產品等各類產品的售後服務。當前，本集團的亞洲團隊為中國國內市場最大無人機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OEM。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擴大了服務規模以支持不斷增長的需求。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。除智能手機外，碟形衛星機頂盒產品亦逐漸退出市場。自二零二二年第三季度起，我們的墨西哥業務受業務萎縮影響，下降趨勢將持續到二零二三年。我們的服務團隊透過多元化的售後服務模式以適應所有相關變化。我們不僅帶來了不同的產品線，亦淘汰了若干零經濟規模的低利潤客戶以維持運營。相較二零二二年前三季度，二零二二年第四季度是最具挑戰性的季度。墨西哥及美國廠區均受到二零二二年第四季度需求下降的影響，並持續到二零二三年第一季度。由於自一九八零年以來最高的通脹率以及二零二三年潛在的經濟危機，大多美國公司預計將於二零二三年陷入衰退。不僅預測出現下降，新項目也被取消或推遲，情況比疫情後時期更糟。臨近二零二二年末，我們的北美業務不僅遇到了材料供應不穩定等已知困難；亦遇到了各種前所未有的挑戰，包括勞動力短缺、高損耗率等，影響了我們於美國的業務並導致利潤萎縮。最重要的是，歐洲戰爭減緩了經濟復甦，導致高度通脹，觸發潛在金融危機。這致使大多數客戶自二零二二年第三季度起至二零二三年全年取消新項目，或是減少需求預測量。

另一方面，全球貿易競爭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，且我們將於二零二三年年初看到結果。我們已看到許多一線OEM客戶的投資及計劃湧入該地區。我們的美國業務一直在轉型，以適應趨勢，希望能緊握時機。得益於客戶的北美供應鏈管理解決方案戰略的這一趨勢，美國及墨西哥廠區自二零二二年第四季度起及二零二三年獲得新項目。墨西哥廠區參與了二零二三年及二零二四年多個汽車項目及醫療產品的RFQ(詢價)。墨西哥工廠正在按照計劃執行注塑能力及SMT能力的資本投資。

- (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，我們於二零二二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產品變得更加實惠，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，從而迫使我們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，美國的個人消費下降，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二零二二年的銷售表現產生正面影響，惟利潤率仍然受壓。本集團將密切監察此分類的未來發展，並評估此分類對本集團整體表現及現金流量的影響。

同業

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上將作出若干調整，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。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，為刺激手機銷售，清理去年年中以來積壓的庫存，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能力、在工序及材料方面實現創新、提升機械工程的核心能力(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、縮短模具製造週期及提升機構件業務的成本效益與效率。

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。我們於二零二二年前第三季度的機構件同業表現載列如下：

- (i) 同業一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及模組、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中國客戶及手機營業收入所佔比例，以減少倚賴單一產品並改善利潤率表現。於二零二二年前三季度，其收入同比增長49.5%。該公司對於一名國際客戶的業務不斷增長，並已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，該公司一直積極發展其新能源汽車業務，該業務為該公司增長的另一重要動力。例如，該公司不僅提高了其電池結構件的產能，同時成立了一家新合資企業，該企業為中國電動汽車的先進電池組件及系統以及儲能應用提供鍍膜解決方案。此外，為進軍元宇宙行業，該公司與若干AR/VR領域的客戶建立了戰略合夥關係，並取得了重點客戶的供應商資質。然而，從盈利能力來看，其毛利率及純利率則分別下降9.6及2.5個百分點，主要是由於爬坡期若干產品之收益率及毛利率相對較低，材料價格暴漲，運營成本上升，以及COVID-19於二零二二年捲土重來導致其生產基地停工。
- (ii) 同業二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。於二零二二年前三季度，由於宏觀經濟形勢惡化及安卓智能手機市場疲軟，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17.9%。雖然手機機構件及高精密元件業務仍是該公司的核心業務，但該公司一直致力於進行分散部署非手機相關高增長行業(如AR/VR產品及電動車)以優化其產品組合，促進業務長期持續增長，提高盈利能力。為實現這一目標，該公司已與其現有客戶及其他開發元宇宙產品的全球頂級互聯網技術品牌建立戰略合夥關係，並為其提供相關組件。同時，該公司與領先的新能源汽車電池製造商緊密合作，拓展新能源汽車業務，並宣佈與Cornerstone簽署諒解備忘錄，以促進電動車充電站的研發以及在香港及中國推廣使用電動車充電站。不過，值得一提的是，於二零二二年年末，該公司宣佈出售其汽車內部組件及電池鋁件業務，將更多資源集中於已有規模及具發展潛

力的現有業務上。展望未來，新興領域(如可穿戴設備及VR設備)有望成為該公司未來新的增長驅動力。

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，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、中國工廠因國內防疫措施而停工及通貨膨脹壓抑消費能力亦對公司的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。

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同業於二零二二年前三季度的表現載列如下：

- (i) 同業一為香港上市公司，其業務包括手機及筆記本電腦組裝、新型智能產品、手機及筆記本電腦的元件及零件及汽車智能系統。該公司於二零二二年前三季度錄得營業收入增加7.9%。其來自EMS/ODM及元件的營業收入仍佔銷售總額的大部分。儘管受到安卓智能手機市場疲軟的影響，該公司一名國際非安卓客戶的平板電腦組裝及元件份額繼續上升，這主要推動了其營業收入增長。同時，零部件營業收入的下降被來自一名國際客戶的新智能手機及筆記本電腦結構件訂單以及來自一名韓國客戶的訂單所部分抵銷。另一方面，該公司一直在加速拓展多元化產品(包括智能家居、遊戲硬件、機器人、無人機、住宅儲能產品等新型智能產品)。特別的是，受益於歐洲的能源危機及能源轉型趨勢，今年起該公司的住宅儲能產品助力其營業收入增長。此外，受益於母公司新能源汽車出貨量的大幅增長以及新產品線的快速擴張，該公司汽車智能系統產生的營業收入也持續增長。而盈利能力方面，該公司二零二二年前三季度的毛利率及純利率同比分

別下降1.2及1.5個百分點，主要由於疫情帶來的持續負面影響及安卓市場需求疲軟。展望二零二三年，該公司的主要增長驅動力預計將來自其於一名主要國際客戶的OEM／組件中不斷增長的份額、汽車細分市場擴張以及住宅儲能等新型智能產品興起。

- (ii) 同業二為知名的美國上市公司，為專注於向汽車、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。於二零二二年首三個季度，其銷售淨額上升16.6%，而淨收入率則同比微降1.4%。儘管期內在持續的挑戰中整個消費電子市場低迷，惟充分多樣化的產品類別及區域分配使該公司在逆境中處於較為有利地位。其消費電子設備分部有所下滑，惟通訊及雲產品的強勁需求以及居家業務(如家電、家庭護理及音響)的市場份額增加推動銷售額增長。此外，隨著汽車市場於疫情後復甦，汽車相關產品亦能為更優的表現提供動能。就盈利能力而言，儘管該公司可將部分通脹成本轉嫁給客戶，惟利潤率仍受元件短缺、價格上漲及物流成本增加影響。不斷上升的利率亦大幅降低其淨利潤。
- (iii) 同業三為深圳上市公司，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。於二零二二年上半年，得益於中國兩大智能手機品牌公司的新訂單，其銷售額猛增77.3%，但由於出現庫存積壓問題，第三季度銷售額下降11.2%。事實上，該公司已於印度及越南積極建設產能，其將與本集團直接競爭。甚至本集團其中一名客戶正著手與該公司合作，在越南建立產能，以開拓當地市場及整個東南亞地區。然而，因所營運的商業模式從寄售到買賣(Buy and Sell)並不相同，新訂單的利潤率較以往低。於二零二二年首三個季度，該公司呈報之毛利率及淨利率分別下降3.0及3.4個百分點。有如其他競爭對手，該公司正在擴大其產品組合至包括智能穿戴設備及平板在內的非手機業務，並合夥一家領先的汽車電動化供應商，進軍汽車電子產業。
- (iv) 同業四為深圳上市公司，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。該等舉措包括自現有市場參與者收購若干工廠、與其客戶於土耳其合建一間工廠、投資其合作夥伴的越南附屬公司，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及進行其他國內外資本投資，投資之產品組合廣泛，涵蓋TWS、AR／VR、智能手錶、EV電池外殼及太陽能逆變器等。連續收購及投資使其營業收入迅速上升。於二零二二年首三個季度，即使處於充滿挑戰的環境中，營業收入亦增長14.1%。此外，由於精密元件的利潤率表現有所改善以及優化產品組合，毛利率增加2.5個百分點。

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、需求疲弱等)影響，我們的大部分競爭對手已採取行動改變其產品／客戶組合及整體業務策略。彼等逐漸減少對手機業務的依賴，並因應市況變動開發其他有利銷情的產品。本集團一直緊貼市場動向，持續優化中國、印度、越南的產能使用率，加強垂直整合能力，積極為各類客戶開發物聯網／5G、汽車電子、健康電子等新產品及服務。

投資

基於下述各項投資截至二零二二年十二月三十一日的價值低於本集團於二零二二年十二月三十一日總資產的5%，故就上市規則而言，本公司認為該等投資並非重大投資。

於諾基亞品牌產品相關業務的投資

於二零一六年五月十八日，本集團與Microsoft(作為賣方)及HMD(作為另一買方)訂立協議，以收購當時由Microsoft Corporation營運的諾基亞品牌功能手機業務若干資產，包括一所位於越南的製造廠房及於進行該功能手機業務時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，本集團已購買價值38.3百萬美元的HMD可換股債券(有關付款被視為透過等額未清償應收款項作出)。於交易過程中，本公司管理層對HMD管理賬目的評估(涵蓋(其中包括)財務盡職審查、獨立估值等)、現金流分析、財務預測、業務表現及前景、估值分析及其他當時可取得的相關資料及文件以及分別與HMD管理層及其其他投資者的相關磋商記錄及文件已存檔(務求為本集團取得更有利條款，從而優化本集團於有關情況下自其於HMD的全部投資取得的整體回報)，並向董事會呈報供其考慮。然而，誠如上述章節所述，HMD的現金狀況仍然緊絀，而本集團一直注視此情況。可換股債券已獲悉數轉換，而目前連同先前的投資，本集團的總投資佔HMD已發行股份總數的14.38%。

經參考獨立專業估值師進行的估值，管理層已評估於HMD的投資於二零二二年十二月三十一日的公平值。本集團透過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、全球經濟下滑及美國商務部工業與安全局(BIS)實施制裁影響，該公司決定變更其上市市場至香港。因此，CloudMinds自二零二零年底起已完成資本重組並展開新若干輪融資以提升其未來技術發展及財務狀況。於二零二二年上半年，在完成資本重組後，CloudMinds成功獲得超過200百萬美元B+輪融資，投資方包括多位享有聲譽的戰略投資者。為順利於二零二三年上市，CloudMinds於二零二二年第四季啟動了Pre-IPO輪融資。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十二月三十一日的公平值。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)。在半導體行業供應鏈短缺與全球經濟逆風的情況下，Augentix二零二一年及二零二二年的營業收入仍增長近80%及78%，並仍然堅持開發新產品。Augentix全新系列AI SoC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。於二零二二年十二月三十一日，按全面攤薄基準計算，本集團於Augentix之股權為1.76%。

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宣佈有若干個使用Cota技術的產品投入市場，包括Cota Power Station、Cota Asset Tracker、以Cota供電的物聯網傳感器、Cota Power Table、Cota Universal Base、電子紙RFID標籤、支持Cota的安全攝像頭等。Cota Power Table被評選為二零二二年CES Innovation Award移動設備及配件類的獲獎者，旨在為快餐店、咖啡館及機場裡超過200種支援Qi技術的設備提供無縫的無線充電體驗。此外，Cota Universal Base更獲得二零二三年CES創新獎，可使得產品製造商能夠更快地將無線充電產品推向市場。此乃Ossia第六次獲得CES創新獎。此外，Ossia的Cota Real Wireless Power也入選《時代雜誌》二零二二年度最佳發明。Ossia已獲得逾200多項無線充電技術全球專利，並致力於將遠距離Cota RF無線充電定為無線充電傳輸系統的全球標準。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，為各界合作夥伴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現已與現代(Hyundai)、奔馳(Mercedes-Benz)、潘多拉(Pandora)、萬事達卡(Mastercard)、德國電信(Deutsche Telekom)、Snap、瑞軒(VIZIO)、起亞(KIA)及Stellantis等全球範圍內的夥伴達成合作。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。於二零二二年四月，本集團以1百萬美元參與了SoundHound總額113百萬美元的PIPE輪融資，以建立更加緊密的合作關係，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、瑞軒(VIZIO)、宏達電(HTC)及Structural Capital等。在PIPE輪融資完成後，SoundHound同步完成了SPAC合併交易，成為納斯達克上市公司(NASDAQ:SOUN)。二零二二年，由於產品權利金收入強勁，SoundHound錄得歷史最高的31.1百萬美元營業收入，同比增長47%。為了應對總體經濟下行，SoundHound近期已實施包括裁員10%在內的若干舉措以削減成本的，未來也會將關鍵垂直領域的增長作為優先的戰略目標。

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價自其現有股東認購的50百萬美元。於二零一七年，由於Snapdeal營運及財務表現不如預期，本集團將該項投資全數減值。於二零二一年十二月二十一日，Snapdeal就首次公開售股向印度證券交易委員會遞交招股書草稿。然而，印度資本市場近期波動較大，且大量知名公司的股價大幅下跌，甚至低於發行價。有鑒於此，Snapdeal審慎評估形勢並決定於二零二二年十二月撤回招股書草稿。

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110百萬美元的私募基金。該基金專注於幾個特定領域的種子輪或A輪初創企業，包括移動出行、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和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。借助彼等的產業知識，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，並引進全球第四大汽車製造商及出行服務提供商Stellantis，向本集團專注於汽車技術的全資附屬公司Mobile Drive集團注資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集團之投資及其後分佔Mobile Drive集團的溢利／虧損將按權益法於本集團的綜合財務報表入賬。

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、估值分析及其他當時可取得的相關資料及文件(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聚焦於智能家居、智能醫療、AR及機器人領域，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、一家為近視患者提供醫療設備的公司及一家提供AR眼鏡及部件的公司。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。

於二零二二年十二月三十一日，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143.6百萬美元，佔本集團總資產的2.6%。

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)正推動汽車行業的快速變革，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。根據Statista的數據，由於老齡化及健康意識提高，全球醫療保健市場將於今後幾年自然增長。預期按10.15%的複合年增長率增長，市場規模由二零二三年的640億美元增加至於二零二七年的940億美元。此外，預計用戶滲透率由二零二三年的15%增加至於二零二七年的20%。因此，本集團

的投資策略將調整為更專注於5G、IoV(車聯網)、醫療電子及人工智能，包括但不限於物聯網智能設備、智能家居產品、IVI(車用資訊娛樂系統)及車載通訊系統、V2X(車聯萬物)技術或其他，透過與科技公司建立策略夥伴關係產生協同效應。此外，為履行於二零二零年實現淨零的承諾，本集團採取積極措施，將綠色投資作為本集團的首要任務之一。通過與致力於開發各種綠色環保技術及產品的公司進行合作，本集團將著重發掘在提高運營效率、低排放能源及低碳轉型方面的相關產業投資機會，從而有助於社區、企業、國家及本集團本身緩解氣候變化所造成的影響，並促進可持續發展。

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。

除本公司於二零二二年九月十五日發出及刊發的二零二二年中期報告第116頁至120頁所載者外，根據本集團當地相關法律及稅務部門的建議，於本期間新頒佈適用於本集團旗下中國、印度及越南業務(就業務及營運規模以及僱員、工廠單位及辦公室單位數目而言足以反映對本集團整體業務單位／集團營運所構成相對重大影響的司法管轄區)並對本集團造成重大影響的當地法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九月十五日發出及刊發的二零二二年中期報告第117頁所詳述的背景及過往發展。本集團旗下中國附屬公司已根據其各自的現行業務、法律或合規模式及慣例審閱民法典實施帶來的有關適用法律變動，並制定及實施適當企業措施及行動，且將持續監察及評估相關企業措施及行動的實施情況及成效，並視乎需要進一步實施適當企業措施及行動。

有關中國稅務和相關法律及法規：

- 至於增值稅(「增值稅」)方面，請參閱本公司於二零二二年九月十五日發出及刊發的二零二二年中期報告第117頁所詳述的背景及過往發展。於二零二二年十二月二十七日，增值稅法草案(徵求意見稿)(「增值稅法草案」)已提呈全國人民代表大會批准，預期將於二零二三年六月底獲得批准及發佈。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，請參閱本公司於二零二二年九月十五日發出及刊發的二零二二年中期報告第117頁及118頁所詳述的背景及過往發展。

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九月十五日發出及刊發的二零二二年中期報告第118頁所詳述的背景及過往發展。公司法修訂草案仍在討論，尚未採納。現階段，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征詢過程，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九月十五日發出及刊發的二零二二年中期報告第118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。

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

根據於二零二一年七月七日頒佈的《關於實施若干政策支持因COVID-19疫情而陷入困境的僱員及僱主的決定》(Decision on Implementation of Certain Policies to support Employees and Employers in Difficulty due to the COVID-19 Pandemic)(第23/2021/QD-TTg號決定)第2條，於二零二一年七月一日至二零二二年六月三十日期間，本集團的越南附屬公司可就工傷事故與職業病相關薪金享受0%的社保繳費率(即全數豁免繳付社保費用)。上述豁免到期後，本集團的越南附屬公司已自二零二二年七月一日起按照薪金的0.5%恢復繳付社保費用，其營運成本、現金負擔及相應的費用分攤因此有所增加。

根據於二零二一年十月一日頒佈的《關於失業保險基金向受COVID-19影響的員工及僱主提供援助的政策決定》(Decision on Policies on Aid for Workers and Employers affected by COVID-19 from Unemployment Insurance Fund)(第28/2021/QD-TTg號決定)第5條，於二零二一年十月一日至二零二二年九月三十日期間，本集團的越南附屬公司可就僱員每月薪金享受0%的失業保險繳費率(即全數豁免僱主的失業保險供款)。上述豁免到期後，本集團的越南附屬公司已自二零二二年十月一日起按照月薪的1%恢復繳付上述供款，其營運成本、現金負擔及相應的費用分攤因此有所增加。

根據於二零二二年五月二十八日頒佈及於二零二二年七月十五日生效的第35/2022/ND-CP號法令第26條第6款，出口加工企業可根據投資法、公司法及其他相關法律的規定，申請開展其他生產／服務／經營活動(除單純的出口加工活動外)，只要符合下列條件：(a)出口加工活動的貨物與服務儲存區的安排必須確保與其他生產／服務／經營活動的貨物與服務儲存區分開；及(b)單獨核算與一方出口加工活動及另一方其他生產／服務／經營活動相關的收支。儘管滿足上述條件會產生額外費用，本公司的越南附屬公司(以出口加工企業的身份行事)可考慮向越南相關部門作出申請，以享受開展其他生產／服務／經營活動(除單純的出口加工活動外)的好處，從而擴大其經營範圍。迄今為止，本公司的越南附屬公司一直在探索有關申請的可能性。

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，適用稅務法例及法規沒有重大變化從而對本集團的稅務開支有重大影響，本集團將繼續監測適用的新訂及／或經修訂稅務法例及法規可能產生的影響和後果。此外，本集團一直密切關注經濟合作與發展組織(OECD)的稅基侵蝕與利潤移轉(BEPS)行動計劃在全球和當地的發展。本集團致力於妥善遵守因BEPS行動計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。同時，本集團亦已遵

守相關的貨幣兌換限制以及海外盈利的外匯及匯入管制。此外，本集團在一定程度上依賴其向客戶提供技術先進的製造及生產工藝以及創新的機械產品設計及開發能力，故此一直保護其及其客戶各自的知識產權。

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發行及刊發的二零二一年環境、社會及管治報告書，請注意，本公司的獨立二零二二年環境、社會及管治報告書擬定於二零二三年四月發行及刊發。

本集團將一直持續監察所有相關法律及法規的遵守情況。

流動資金及財務資源

本集團的資本資源包括主要由經營活動提供的現金以及銀行信貸融資。本集團定期檢討借貸能力，並就貨幣市場及經濟環境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。

於二零二二年十二月三十一日，本集團的現金結餘為1,825百萬美元(二零二一年十二月三十一日：1,885百萬美元)。自由現金流量(即經營活動所得現金淨額409百萬美元(二零二一年十二月三十一日：281百萬美元)減資本開支143百萬美元(二零二一年十二月三十一日：119百萬美元))為266百萬美元流入(二零二一年十二月三十一日：162百萬美元流入)。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676百萬美元(二零二一年十二月三十一日：857百萬美元)除以總資產5,510百萬美元(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12.27%(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2.20%至5.41%(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，原到期日為一至七個月(二零二一年十二月三十一日：一至六個月)。

於二零二二年十二月三十一日，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。

本期間經營活動所得現金淨額為409百萬美元。

於本期間，用於投資活動的現金淨額為127百萬美元，其中143百萬美元主要涉及位於中國及印度的本集團主要廠區的設施的物業、廠房及設備開支、11百萬美元為銀行存款的現金流出淨額、5百萬美元為購買按公平值計入其他全面收益的股本工具、19百萬美元為出售投資物業收取的墊款、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及7百萬美元為出售物業、廠房及設備以及投資物業的所得款項。

本期間用於融資活動的現金淨額為214百萬美元，主要由於銀行借貸淨額減少172百萬美元、回購普通股的付款10百萬美元、就銀行借貸已付的利息27百萬美元、償還租賃負債4百萬美元及就租賃負債已付的利息1百萬美元。

外匯風險及相關對沖

由於美國的通貨膨脹已達到40年來的最高點，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四個月的短期遠期外匯合約，以對沖來自以外幣計值的經營及投資活動所產生的外匯風險。

資本承擔

於二零二二年十二月三十一日，本集團的資本承擔為6.3百萬美元(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

於二零二二年十二月三十一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

於二零二二年十二月三十一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。

捐款

截至二零二二年十二月三十一日止財政年度，本集團的慈善或其他用途捐款合共約為4,000美元。

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。

宏觀經濟不利因素

二零二二年舉步維艱，既有舊挑戰，亦有新衝擊。COVID-19疫情持續、中國的封鎖、烏俄戰事，以及持續的供應鏈不穩，均對全球經濟造成壓力。根據世界銀行於二零二二年九月發佈的報告，該等綜合影響因素為物價增添上行壓力並引發高通脹，導致全球大多數央行以過去50年未見的同步程度加息。為將

通脹率降至目標水平，美國央行聯邦儲備系統(「FED」)在二零二二年連續七次加息，將基準借款利率推至4.25%至4.5%的區間，乃自二零零七年大衰退以來的最高水平。根據美國消費者新聞與商業頻道(CNBC)二零二二年十二月十四日的報導，於二零二二年十二月的議息會議上，FED官員亦表示將在二零二三年保持較高的利率，直到二零二四年方會降息。在全球經濟受多種因素影響不穩定的情況下，受高通脹影響，多數機構下調對全球經濟增長的預期。經濟合作與發展組織(OECD)於二零二二年十一月發佈的《經濟展望》將二零二三年的全球GDP增長從二零二一年十二月預測的3.2%下調至二零二三年的僅2.2%。同樣，根據世界銀行最新的《全球經濟展望》報告，在脆弱的經濟環境下，95%的發達經濟體及近70%的新興市場與發展中經濟體的全球經濟預計在二零二三年僅增長1.7%。

智能手機市場前景

根據IDC於二零二三年三月一日最新公佈的報告，就智能手機市場的前景而言，鑒於宏觀經濟持續逆境加之對需求的整體影響，市場預計將繼續面臨諸多挑戰，實際市場恢復預計在二零二四年才會出現。IDC降低其智能手機出貨量預測，較過往預測增長28%下調1.1%至二零二三年總出貨量11.9億部，預計二零二四年同比增長5.9%。根據IDC的數據，儘管在宏觀經濟逆境中需求疲軟，全球興建5G網絡，導致5G設備佔二零二三年全球智能手機出貨量的62%，二零二七年將上升至84%。因此，運營商亦專注於推動5G網絡的應用。根據二零二二年十一月發佈的《愛立信移動市場報告》(Ericsson Mobility Report)，二零二二年第三季度，5G電信用戶增加110百萬至約870百萬。愛立信預計，二零二二年年尾用戶數將增長至超過10億。二零二八年年底，全球5G用戶預計將達50億，佔手機用戶總數之55%。與4G推出情況相比，5G用戶數增速更快，僅兩年即迅速達到10億。此乃由於多家供應商及時推出可用設備、5G設備價格快速下降及中國大規模超前5G部署。

就最大的智能手機市場—中國而言，根據IDC於二零二三年一月二十九日發佈的報告，研究人員表示，新冠清零政策的結束有利於市場，但由於消費者轉向休閒及服務領域消費，迅速回彈的可能性不大。根據IDC季度手機跟蹤報告的最新數據，研究人員預測二零二三年的出貨量將同比下降1.1%，預期二零二四年同比回升6.2%。此前，IDC亦表示，去年國內的置換週期估計延長至34個月。中國智能手機市場亦呈現另一明顯趨勢，與全球市場類似，即隨著中國安卓手機製造商繼續發展高端產品板塊及iPhone售價提高，定價超600美元的高端手機板塊市場份額不斷增長。

就印度智能手機市場而言，去年所面臨的主要挑戰的影響持續至二零二三年，而4G用戶向5G遷轉將帶動增長，尤其是促進中高端市場的增長。IDC估計，二零二三年印度國內智能手機出貨量同比下降0.1%至約144百萬台。近年來，印度政府致力於從多方面激勵促進國內電子行業發展，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)(該等計劃下的激勵按實際離岸價的不同百分比計算)。除了手機外，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。除了電子消費品之外，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。

供應鏈問題

過去幾年，COVID-19疫情及其影響重挫全球供應鏈。受中國主要港口封鎖以及零部件及勞動力短缺的影響，許多公司選擇積攢庫存以應對消費品於疫情期間的強勁需求。然而，部分跡象及主要貿易線路的運費下降表明，全球供應鏈在歷時兩年多的混亂後，供應鏈擁堵緩和及通貨膨脹導致的需求減少合力令全球供應鏈壓力從二零二二年下半年開始出現顯著緩解。例如，根據全球供應鏈壓力指數(GSCPI)的數據顯示，包括貨運指數及採購經理指數(PMI)調查以及航運成本在內的綜合指數自二零二二年一月超出長期平均值4個標準差的最高點迅速下跌至二零二二年十一月較為正常的1.2個標準差。另一方面，大部分公司自二零二二年下半年起將消化過剩的存貨作為其首要任務，以應對需求萎縮及從供給側減輕供應鏈的壓力。本年度，本集團見證全球供應鏈逐漸恢復正常，一份二零二二年十月五日的Sea-Intelligence報告亦也驗證了這一說法，並在排除任何意外干擾的情況下預測供應鏈將於二零二三年初完全恢復正常。

中國勞工成本增加

在過去數十年內，中國憑藉充足且廉價的勞動力崛起成為「世界工廠」。然而，中國的勞動力市場正歷經結構性變化—勞工成本上升及勞動力減少將削弱其於勞動力供應方面的優勢。中國大部分省市的最低工資水平在過去幾年大幅上升。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。此外，由於幾十年來嚴格的計劃生育政策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。根據中國國家統計局發佈的數據，中國於二零二二年底的總人口為14.1億人，人口數自一九六一年以來首次出現下跌。儘管中國政府大力鼓勵家庭生育，二零二二年新生兒數量為9.56百萬名，而去年的新生兒數量為10.62百萬名，為一九五零年以來的最低。此外，值得注意的是，由於疫情以及對藍領職業的長期偏見，中國部分製造業工廠在近幾年面臨勞動力短缺問題。中國教育部預測二零二五年將出現近30百萬個製造業工人崗位缺口。在勞動力市場錯配持續的情況下，中國的平均人工成本將持續上漲，這也是許多外資企業選擇遷至印度、越南等新興國家的其中一個重要原因。除了依賴中國工廠生產最終銷往海外的商品之外，企業採取「本土運營(China for China)」策略，旨在利用中國更高端的研發設施製造面向廣闊且快速增長的國內市場的產品。

地緣政治緊張局勢

除了勞工問題之外，中美之間持續緊張的局勢同樣值得注意。中美經濟戰及因此造成的限制致使美國及其他國家進一步呼籲減少對中國的依賴，導致近年來許多跨國企業紛紛撤離中國。根據惠譽國際亞洲國家風險研究主管Anwita Basu的消息，自二零一八年中美貿易戰開始以來，許多公司已開始採用「中國加一」製造策略，在中國之外建立業務。於二零二二年，美國對中國技術行業實施一連串出口禁令及對公司的扼殺性限制等一系列制裁措施，進一步加劇有關趨勢。由於美國兩黨日益支持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。

製造多元化

為消除中國疫情形勢風險及勞工成本上升以及地緣政治緊張局勢等所提及的不利影響，全球製造商正加快在全球實現產能多元化的步伐。根據Counterpoint Research，全球製造產業鏈正遷往特定地區。在該等地區中，越南及印度因其低廉勞工成本、潛在本土需求及利好行業政策成為製造業巨頭擴張及探索業務的主要目標。此外，由於對進口製成品實施的高關稅政策，印度尼西亞及巴西亦被製造商視作實現多元化的理想地點。智能手機及個人電腦OEM龍頭已在當地建廠或與本土具備生產能力的工廠進行合作。摩根士丹利發表類似觀點，指出越南於教育方面的巨大公共投資及外商直接投資利好政策使電子製造業成功成為其經濟中具影響力的一部分。在過去十年，越南電子製造業出口份額增加近三倍至32%。綜合而言，越南統計總局的數據顯示，在全球經濟衰退可能影響越南出口的擔憂之下，越南經濟於二零二二年出現強勁增長，增長率為8.02%，是自一九九七年以來的最高記錄。摩根士丹利預測，在36百萬新中產階級消費者的推動下，越南於二零三零年前有望超越德英兩國成為

世界十大消費市場之一。越南利好的行業政策及強勁的本土需求，符合全球製造商尋求產能多元化的目標。同樣，印度政府正努力加大基礎設施投資及向製造商提供土地協助建廠。摩根士丹利亦認為，跨國公司對印度投資前景的情緒空前高漲，製造業佔印度GDP份額將從當前的16%增加至二零三一年的21%。稅收優惠、投資激勵及基礎設施投入驅使製造商加大對印度的資本投資，將其定位為全球工廠。

俄烏戰爭

經濟合作與發展組織(OECD)表示，俄烏衝突引發的經濟制裁及可能隨之而來的反擊對全球市場造成了重大影響。因此，全球製造業所牽涉的石油、天然氣和金屬以及若干農業商品等主要大宗商品的價格順勢上漲。荷蘭商業銀行對此表示認同，並預測即使俄烏衝突緩和可能會減輕部分供應風險，全球石油市場難恢復到俄烏戰爭前的貿易水平。此外，俄烏衝突引致俄羅斯與石油輸出組織石油供應的減少將繼續對二零二三年的石油市場產生重大影響，而在這一年內赤字規模日益增大可能會促使油價脫離當前水平。與此同時，國際能源機構(IEA)在其二零二二年十二月的石油市場報告指出，二零二三年的油價可能因供應平衡趨緊而有所上升。除全球製造業之外，世界銀行進一步提出，二零二三年的全球經濟活動將繼續受到貿易中斷及燃料價格衝擊的顯著影響，該影響對歐洲及中亞地區的新興及發展中經濟體而言尤為突出。

產品角度

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，令行業更加分散，從而導致市場競爭加劇。IDC中國表示，目前智能手機的性能過剩，短期內不大可能有重大創新突破。因此，自研芯片已成為主要智能手機供應商打造自身競爭優勢的重要戰略之一。去年，主流智能手機品牌推出了幾款採用圖像信號處理(ISP)、神經網絡處理器(NPU)及系統單晶片(SOC)等自主研發芯片的產品。從該等產品的發佈及營銷軌跡可知，主要智能手機供應商日後將繼續加大對自研芯片的投資。另一方面，該等主流供應商亦著重軟件優化及升級，致力於為用戶提供不同場景(如駕駛、騎行、極限運動、會議及Web3等)及設備(如智能手機、耳機、平板電腦及筆記本電腦等)切換間更流暢、方便、智能、互聯、互動的體驗。此外，部分智能手機品牌出於對環境保護的考慮，將可修復性及可持續性作為其產品的關鍵概念，使用責任礦產開採的礦石、回收材料及再生塑料作為元件、機身結構及包裝的主要材料。最後，IDC中國亦認為，採用創新形狀設計的可折疊手機將繼續迅速增長。榮耀CEO趙明的發言中提到，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。

隱私權問題

根據愛立信的調查發現，隨著5G網絡出現所產生的數據量成倍增加，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為大家所擔憂，57%的用戶表達他們對於線上隱私權的關注。隨著隱私權意識日益提高，蘋果公司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。蘋果公司最近實施的主要隱私權保護升級措施，包括默認設定為關閉IDFA(即廣告商識別器)功能，以及在iCloud嵌入隱私保護功能，對使用者設備輸出的所有流量和線路都進行加密。該公司亦發佈「App隱私報告」功能，讓用戶了解應用程序訪問權限受限信息的頻率，及「數位遺產」計劃，可讓用戶授權特定人士於其身故後訪問數據。蘋果公司亦推出安全檢查功能，幫助可能深受虐待的用戶或親密關係暴力的受害者保護其隱私。谷歌也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系統的重大軟件更新，提供全新的隱私權功能，提升用戶在應用程序的隱私和授權。谷歌的保護性計算計劃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。此外，谷歌進一步推出「Google One VPN」功能，在不損耗性能的情況下為在線連接提供額外的安全及隱私保護。整體而言，隨著人們越來越慣於將日常活動轉移至網絡平台，隱私權和線上安全顯得極為重要。

競爭激烈及利潤率下行壓力

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，而隨著市場上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。所有該等發展已對本集團的銷售、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、溢利或虧損被壓縮及失去其市場份額。為應對上述挑戰及不明朗因素，並減緩削價對毛利率的影響，本集團必須藉迅速果斷作出業務及營運決策保持組織精簡靈活，並通過進行重組及縮減規模以止損。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已進行調整且將聚焦於新客戶發展及營業收入增長，且不斷注視市場競爭狀況以作出相應回應。

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技術新區，亦位於移動設備行業中競爭非常激烈的市場。彼等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。彼等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。彼等為全球客戶提供服務的良好記錄證明除了品牌客戶外，彼等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客戶的專案管理工作，

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。本集團的一站式採物服務及豐富資源(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(車載通訊系統、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。

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，二零二零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「ABCDEF」(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，通過可穿戴設備、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。

展望未來，本集團了解過去面臨的各項重大挑戰，並將繼續準備迎接可能於二零二三年出現的新因素。於二零二零年，本集團為優化公司規模而進行重組，以淘汰冗贅資產，實現精簡，並繼續精簡架構，實現利用率提高和成本節約。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。

二零二二年面臨的主要風險

有關於二零二二年面臨的主要風險，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，由於持續通脹、加息、中國經濟停滯不前、曠日持久的俄烏戰爭及美國對中國實施一套全新的出口管制，二零二二年的手機出貨量同比下跌。眾所周知，智能手機市場停滯不前。通脹急升及經濟下行削弱客戶購買耐用

產品的信心。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。自二零二零年以來，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。俄羅斯入侵烏克蘭所引致的地緣政治風險增加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的通貨膨脹壓力導致我們應付部分元件的價格持續上升，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。為應對上述挑戰，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。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。自二零二二年中旬起，本集團不再接受新功能手機項目。在面臨產品組合欠佳、定價壓力增加、使用率低下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。由於需求的不確定性下降，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。由於本集團部分客戶面對重大逆境，市場及本集團面臨激烈競爭及產能過剩，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。整體而言，本集團自二零一七年年尾以來所面臨的挑戰已持續至二零二二年並將持續至二零二三年，且本集團的整體毛利率持續受壓。

此外，部分客戶將訂單轉交本集團競爭對手處理的頻率增加、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

於兩年封鎖及出現眾多COVID-19變種病毒後，多國政府已宣佈放寬疫情限制及振興經濟的時間表。與病毒共存是大部分國家的共識，認為這是經濟復甦的主要解決方案。於二零二二年，COVID-19疫情(尤其是對中國)的最終規模及影響程度將取決於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、新毒株的進化、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的失業率上升而繼續承受不利影響。於二零二二年十二月七日，中國當局亦解除嚴格的預防措施，並稱病毒致病力減弱。然而，由於中

國本土疫苗的保護力弱，加之醫療資源不足，專家當時預計，病例激增仍可能阻礙經濟復甦，破壞全球供應鏈。彭博新聞(Bloomberg News)於二零二二年十二月二十八日發佈的新聞中提到，隨著感染率上升及經濟活動崩潰，衛生體系面臨不堪重負的風險，對回歸正常的預期產生影響。摩根大通(JP Morgan Chase)的一名全球市場戰略家亦評論道：「中國的感染曲線將上升，並將於春節後一兩個月達到峰值。」其預計中國將成功重新開放，但對「病毒進化方向方面的風險」仍持審慎態度。於二零二三年二月，據中國政府官員稱，由於80%的人口已感染病毒並建立免疫抵抗力，COVID-19於未來兩三個月在中國大幅捲土重來的可能性極低。中國疾病預防控制中心流行病學首席專家吳尊友表示，儘管春節假期期間人員大規模流動，但短時間內出現第二波COVID-19疫情的可能性甚微。此外，根據中國頂尖科學家高福在醫學雜誌《柳葉刀》發表的一篇文章，中國近期疫情的最初幾周並無出現新變種。這與中國疾控中心的論述一致，持續監測顯示並無COVID-19新毒株。高福表示：「世界應冷靜看待COVID-19新變種或特殊變種可能在中國傳播的憂慮。」

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。

於二零二二年十月，美國對中國實施迄今為止最全面的出口管制，目的是遏制中國獲得先進半導體技術，包括芯片及製造本土芯片的工具。美國國家安全顧問傑克·蘇利文(Jake Sullivan)對相關規定發表評論，稱政府希望在人工智能及其他前瞻性技術方面保持盡可能大的領先優勢，並遏制潛在的國家安全威脅。拜登政府亦傳遞相關信息，歐洲及日本當局以及相關公司應遵守相關管制。目前為止，北京尚未採取任何報復措施，惟已就出口管制問題向世界貿易組織(WTO)提起訴訟。然而，美國官員聲稱當國家安全受到威脅時，WTO的規定並不適用，該項訴訟預計不會成功。美國亦通過阻止WTO上訴機構任命新法官的方式阻礙任何上訴。雙方的行動顯著升級了中美科技戰，預計對全球環境及疫情下的經濟復甦之路構成巨大的潛在風險，惟難以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。

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91.2%。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。

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、信貸及市場狀況以及借貸成本增加，均可能對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的衝擊及封鎖及經濟下行下，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營運資金需求及增加撇銷存貨金額。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，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。於評估後，管理層確認風險已大幅增加，最終HMD基於已知及可知的情況可能無法履行到期義務。對於信貸風險增加的客戶，管理層已委任獨立估值師(通過確定適當的違約率概率、前瞻性調整及給定違約率下的估計虧損)協助估計應收該客戶貿易應收款項之預期信貸虧損撥備。本集團採用撥備矩陣以就出現信貸減值或信貸風險增加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。於各個報告日期，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。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。

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上一個年度大幅下跌，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係，開發新客戶和行業領域，並繼續調整業務策略，由持續改善利潤轉向開發新客戶。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。

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，二零二三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(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。

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，並將持續監察外部宏觀環境、市場競爭狀況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及業務開發能力。二零二三年，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及供應商的業務。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。倘中國解除新冠清零防疫措施後的COVID-19疫情、全球經濟下行、烏克蘭戰爭、通脹及美元走強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，二零二三年的風險因素及機會包括：

二零二三年的風險因素

上述二零二二年的所有風險將延續至二零二三年。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。於二零二二年進入尾聲之時，我們見證了全球市場及經濟體如何度過利率劇升及通脹激增的動盪之年。展望未來，由於核心通脹率仍高居不下，各國央行的應對進一步收緊經濟活動，二零二三年仍是全球經濟充滿挑戰的一年。全球增長放緩抑制需求，股票及商品價格預計亦會進一步下跌。通脹、與COVID-19疫情有關的不均衡經濟復甦、解除新冠清零防控措施後中國經濟復甦及地緣政治問題將左右二零二三年局勢，對消費需求及品牌運營成本造成負面影響。消費者或會受到二零二三年潛在經濟動盪的不同影響，全球經濟低迷日益顯現在消費者的購物習慣上，手機行業於未來一年更加不可預測。由於注重成本的客戶可能會推遲或縮減可自由支配的購買，而富裕的消費者受通脹的影響不大，根據可支配收入水平等因素，我們預測低收入及高收入家庭的購物習慣差異將愈加明顯。由於全球風險及持續的不確定性以及不斷變化的形勢正影響每個市場的復甦時機及路徑，未來一年我們需審慎關注我們產品生產及銷售所在地區的宏觀經濟及政治問題，同時我們亦需制定能夠迅速實施的風險緩解策略。

主要風險包括：

(I) 需求方面

- (i) 需求萎靡及持續進行重組活動的需要以及向不同客戶銷售減少的風險

如上文所述，二零二二年下半年，由於供應商的產能及產量大幅增加，情況發生變化，自二零二一年以來拉低市場的供應鏈限制有所緩解，由於元件訂單迅速削減，供應商開始擔憂供應過剩及庫存積累，供應鏈限制不再是最緊迫的問題。行業市場轉向需求限制，終端客戶對價格更加敏感。許多客戶在數月的可自由支配開支後重新調整其預算。在中國經濟急劇直下的情況下，中國國內市場的萎縮程度超過世界其他國家，注重價格的消費者削減對中國領先品牌主導的產品領域消費，因此中國的領先品牌受到的影響更大。中國的增長已經放緩，關於未來市場勢頭的主要問題逐漸浮現。除國內風險外，中國經濟亦將遭受烏克蘭危機的外部壓力，以及為遏制高通膨率而加息導致的全球經濟下行。能源危機正擾亂歐洲經濟。二零二三年全球手機行業前景不明朗及不穩定，消費者將不可預測且善變。在手機市場飽和的情況下，各品牌需審慎考慮影響消費者行為的因素，並採取相應措施。

根據最新全球季度手機跟蹤預測，二零二二年，智能手機出貨量下降11.3%至合共12.1億台。然而，鑒於持續的宏觀經濟環境及其對需求的整體影響，IDC就其二零二三年智能手機預測下調1.1%至11.9億部。IDC的IDC移動及消費設備品研究總監Nabila Popal表示，「隨著成本上升及消費者需求的持續挑戰，OEM部門於二零二三年應審慎行事。儘管中國近期終於傳來向好消息，但是仍有許多不確定性，缺乏信任，這些都導致對前景抱持審慎態度。然而，我們仍相信，一旦我們克服該等短期挑戰，全球市場將於二零二四年恢復增長，因為發達市場更新週期受到嚴重壓制，而新興市場智慧手機仍有滲透空間，可推動穩定長期增長。」

另一方面，Counterpoint的市場展望服務預測顯示，二零二三年全球智能手機市場將同比增長2%。由於宏觀經濟逆風頻吹及消費疲軟繼續對智能手機板塊造成壓力，最新預測已較先前預測的二零二三年同比增長6%有所下調。預計二零二三年上半年全球智能手機市場將繼續低迷，直至二零二三年第三季度才開始增長。這亦對本集團的季度業績造成影響。

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，風險高度集中。我們的客戶所經歷的市場發展及／或其新產品／機型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。一名主要客戶正增建工廠，並將減少外包比例，這肯定會影響與該客戶的業務。不同時期的毛利率可能會有所不同，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，則將降低我們的營業收入及利潤率。特別是，中國同業極具成本競爭力，這亦是本集團不得不將重心移出中國的原因。遷出中國及本集團於中國的銷售下降已導致資產利用率降低，於二零二三年需繼續在華北地區進行大規模及果斷的精簡重組，以縮減／終止虧損及業績不佳的業務，而這將需根據當地勞動法規定支付遣散費。金額可能巨大，從而影響

本集團二零二三年的業績。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。

- (ii) 於二零二二年十二月，通過手機運營商進行大規模PCR測試及動態跟蹤的基礎設施被逐步取消，中國政府鼓勵尚未自感染中恢復的人們重返工作崗位。於二零二三年一月，中國對近幾周COVID-19防控對策作出調整。宣佈將COVID-19管理由A級傳染病降為B級傳染病，同時從二零二三年一月八日開始恢復發放護照、簽證和放寬邊境入境政策。其亦將該疾病的中文名稱從「新型冠狀病毒肺炎」改為「新型冠狀病毒感染」。在維持限制性疫情政策的時間遠超過世界其他國家之後，中國在二零二二年十二月大幅放寬新冠清零限制，而中國實際上已關閉了三年之久的邊境也重新開放。中國政府結束新冠清零政策的決定無疑令其日後的經濟表現成為焦點。服務業活動料將應聲反彈。已壓抑兩年的消費需求可能最終推動服務業進入上行軌道，因為重新開放有利於餐廳、旅遊及其他消費服務。中國消費者不同於美國家庭於經濟復甦時享有高水平的超額儲蓄和緊張的勞動力市場，但一個更為常態化的背景加之持續增加的財政及其他政策刺激，使中國有機會實現近年來基本上難以實現的週期性上升。但中國經濟已面臨著一些與疫情無關的不利因素，如物業行業減速及出口增長放緩。事實上，二零二三年對中國的對外貿易而言可能是較二零二二年更為艱難的一年。
- (iii) 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及／或庫存過剩或直接勞動力閒置，我們不得不取消未付貨採購訂單。對於交貨期較長的元件，我們通常需要提前下達採購訂單。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。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。

- (iv) 於二零二三年，為控制未清償應收款項結餘，本集團對HMD採取「大批量寄售模式」，與HMD的主要業務往來將變為向HMD提供加工服務。這意味著向HMD銷售手機的金額將減少，加工收入將增加。由於HMD於二零二二年未能成功籌集資金，HMD的現金吃緊，無法保證能夠成功改為寄售模式。本集團亦須繼續監測和檢討預期信貸虧損撥備的充足性，並根據國際財務報告準則的要求作出額外撥備。此外，還需評估HMD的持續經營風險。
- (v) 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。Counterpoint的副總監Liz Lee表示：「更換週期，或消費者在購買新智能手機前的平均時間在二零二二年預計將達至43個月，是有史以來的最高水平。儘管更換週期自二零二三年開始連續縮短，但其將保持在40個月以上。」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。
- (vi) 二零二二年，烏克蘭戰爭並無對本集團產生重大影響。但戰爭給COVID-19疫情帶來的經濟創傷增加不確定性，疫情已導致公共債務創紀錄上升、通貨膨脹導致民生危機以及日用品行業勞動力短缺。全球食品及能源價格自二零二零年世界開始疫情封鎖時飆升，並在戰爭爆發後暴漲，但諸多指數現時均低於一年前的水平。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。二零二二年，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。但是迄今為止歐洲國家已避免了令人擔憂的大規模能源配給和破產潮，這有賴於建立燃料庫和控制能源需求的努力，尤其是身處異常溫和的冬天。由於戰爭尚未結束，主要威脅仍是戰事升級，包括俄羅斯使用戰場核武器。全球經濟和更廣泛的和平前景充滿不確定性。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。

(II) 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。

- (i) 儘管需求低迷，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。
- (ii) 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。

(III) 通貨膨脹

- (i) 越南的最低工資從二零二二年七月一日起上漲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。中國地區部分省份的最低工資亦可能有所變化。
- (ii) 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、商譽、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。

(IV) 宏觀經濟

(i) 全球

經過多年實施量化寬鬆政策，於二零二二年初，美聯儲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。私人消費下降，智能手機的銷售遭到打擊。摩根士丹利首席全球經濟學家Seth B. Carpenter表示：「過去12個月，聯邦基金利率出現自一九八一年以來的最快增長，歐洲央行利率亦出現自歐元區成立以來的最快增長。但隨著消費品供應鏈的恢復和勞動力市場摩擦減少，通貨膨脹率可能會更急劇和更廣泛地下降，這將在一定程度上減輕決策壓力及促進全球增長。」

當然，通貨膨脹及央行干預的相互作用將最終塑造二零二三年的經濟增長。市場對二零二三年的一致預期存在異常高的不確定性。例如，各國央行如出台超出必要限度的緊縮政策，可能會導致更嚴重和更廣泛的衰退。同樣，央行在通脹得到控制前突然停止或逆轉加息可能會使全球經濟在滯脹邊緣徘徊。各國央行均有其自身的通脹目標，即使存在需要降低通脹率的情況，亦不足以讓其取消鷹派政策，只有通貨膨脹達到或接近目標水平方可行。這就產生過度調控的風險。Counterpoint的副總裁Peter Richardson於二零二二年十二月的報告中寫道，從宏觀經濟問題到地緣政治事件帶來的挑戰等因素將繼續打壓行業發展。其表示：「持續的通貨膨脹、未來加息預期、企業盈利艱難、中國經濟停滯不前、俄烏戰爭曠日持久、歐洲政治動盪以及美國針對中國的新一輪出口管制，均將導致智能手機市場預測的下調。」

FED基金利率目前已達至4.25%，明年將進一步上升至5.25%，考慮到我們的大部分現金為人民幣，而存款利率僅有2.4%，將於二零二三年通過交易儘量減少我們的美元借款額。

(ii) 中國

於二零二三年二月召開的中央經濟工作會議上，決策者指出：需求收縮、供給衝擊和預期轉弱是經濟面臨的三大挑戰。取消動態新冠清零措施是一個強有力的舉措，可消除投資者對中國整體政策議程中是否優先考慮經濟發展的疑慮。要扭轉需求收縮的局面，應鼓勵民間資本進入房地產以外的行業，讓中國消費者沉浸在報復性消費中。屆時中國政府就無須推出大規模的財政刺激計劃。消費者面臨的主要風險仍是來自房地產市場的不確定性，因為倘若消費者無法通過持有房地產作為

金融資產獲得可觀的資本收益，彼等就可能大量囤積儲蓄。地方政府應擺脫依賴土地銷售作為主要收入來源。實際上，這意味著支持未完工項目的完成，為穩健開發商提供激勵以增加投資，鞏固行業發展。當房地產市場趨於穩定時，在進一步的政策支持下，將湧現更強大的房地產開發商。隨著美聯儲進入緊縮政策的最後階段，中國的貨幣寬鬆政策定將面臨更少的限制。一個明顯的例子是，二零二三年初美元兌人民幣匯率回落至6.8，而於二零二二年十一月匯率則為7.3。

工資上漲及中國政府的明確政策目標向跨國公司發出信號，即其應全力利用中國的高端製造基地，同時轉移低端產品至其他投資主導型市場，如東盟國家和印度，而該等國家或會從由中國轉移的投資中受益。憑藉全球領先的製造能力、熱門技能和不斷增長的中產階級，中國已不再是低成本生產基地，該「世界工廠」正在向價值鏈上遊移動。隨著中國高度重視擴大國內市場及需求，減少對國外市場的依賴，推動本土創新以促進增長，中國消費者正越來越多地轉向本土品牌。與其依靠中國工廠生產貨品並最終銷往其他地區，各企業紛紛採取「China for China」策略，致力於中國建立研發機構，為不斷增長的龐大國內市場製造產品，搶佔消費蛋糕。中國政府還鼓勵跨國公司和外國研究機構建立本土設計中心、示範工廠並與中國公司合作。簡而言之，由於二零二三年外國需求面臨的環境仍然十分嚴峻，中國政府將積極促進國內消費和私人投資。

(V) 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。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。於本期間，應佔一家合營公司的虧損為4.4百萬美元(二零二一年：無)，應佔聯營公司的虧損為3.1百萬美元(二零二一年：應佔虧損1.1百萬美元)。基於近期表現及未來三至五年的預測，管理層於二零

二二年十二月三十一日對聯營公司及合營公司的投資進行減值測試。儘管合營公司出現虧損，但此乃合營公司經營業務的首年且大部分開支來自研發。管理層認為，未來經濟持續增長，經評估毋須就合營公司計提減值。但由於全球經濟尚未復甦，需求依舊疲軟，競爭激烈，該項投資依然存在減值風險(包括商譽)。

(VI) 預計二零二三年，本集團將錄得淨利息開支及匯兌虧損。二零二三年通脹率將大幅下降，但仍高於市場預期。美聯儲將於二零二三年放緩縮表週期，最終停止加息步伐，但其政策利率仍將高企，時間長於預期。

機遇

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。

- (i) 中國實現群體免疫的速度驚人(據北京大學估計，截至二零二三年一月十一日，900百萬公民已感染COVID-19)，這表示COVID-19疫情的最糟糕時期現已結束，中國春節假期後，幾乎所有公司的員工返崗率均達到100%。
- (ii) 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，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。
- (iii) 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。
- (iv) 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。

- (v) 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。
- (vi) 於二零二二年十一月二日，地方政府與宏訊電子工業(杭州)有限公司(「宏訊」)(本公司間接全資附屬公司)訂立補償協議，據此(其中包括)地方政府將自宏訊收回兩處物業的所有權並向宏訊支付補償總額約90.79百萬美元。該收益預期將根據交易進行的不同階段(尤其是註銷與物業有關的土地使用權及相關證書以及遷出物業的進度)於相關年度在本集團的綜合損益表入賬。交易產生的最終收益取決於可能向物業的承租人及服務提供商作出的實際補償成本以及將就交易產生的其他實際成本，並待本公司核數師審核。預計二零二三年上半年將入賬約39百萬美元的收益，但尚不確定該收益是於二零二三年第一季度還是第二季度入賬。

本公司謹此分別提述其二零二二年十一月二日的盈利預警公告及日期為二零二三年二月二十四日有關二零二二年預期年度表現的額外內幕消息的公告，當中提及(其中包括)導致本集團於本期間綜合淨虧損的各種因素，該等因素已持續出現，目前預期將至少持續至截至二零二三年六月三十日止六個月(二零二三年上半年)。

鑒於所有更新資料及本節「討論及分析」上文所述的其他事項(包括但不限於與經濟整體下行、手機需求疲軟、競爭激烈、利潤率下行壓力、使用率不足的資產、持續精簡及重組工作及相關成本、一家聯營公司及一家合營公司的表現、地緣政治局勢緊張、信貸及應收貿易賬款收回風險、外匯波動、通脹及利率高漲有關者)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二零二三年上半年的經營表現造成的進一步不利影響，還為時尚早且難以實現。

因此，本公司目前預計二零二三年上半年的情況仍將荊棘滿路，充滿挑戰與波動，經考慮當前可得資料，本公司現時認為，二零二三年第一季度且可能延續至第二季度，銷售實際上可能出現同比暴跌，從而導致毛利率及經營業績同比下降，繼而可能導致二零二三年上半年的經營虧損相較去年同期擴大。

過去數載，儘管挑戰重重，本公司一直積極採取適當合理措施，務求提升本集團業績。踏入二零二三年上半年，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(目前預期為二零二三年五月或前後)披露本集團二零二三年第一季度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因各項因素影響而有所不同(可能差異頗大)，包括但不限於以下各項(個別及共同)，且當中若干因素非本公司所能控制：

- (i) 誠如上文所述，本公司日期為二零二二年十一月二日的須予披露交易公告所披露的有關收回物業的收益約39百萬美元將於二零二三年上半年入賬，但尚不確定該收益是於二零二三年第一季度還是第二季度入賬；
- (ii) 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、逆全球化、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；
- (iii) 客戶以及其策略、業務和財務狀況及經濟放緩並進一步適應；「中國加一」策略；「在中國，為中國」策略；
- (iv) 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(如從買賣改為寄售或反之亦然)；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；
- (v) 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中國春節假期)經常會影響每年第一季度的出貨量及銷售，氣候變化或自然災害；過剩的產能以及員工及勞動力的可用性；
- (vi) 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／分部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；

- (vii) 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，本集團認為從現有手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。通貨膨脹的持續影響可能會進一步打消消費者升級的念頭。環境、社會及管治考量因素逐漸增加，意味著當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；
- (viii) 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；
- (ix) 當客戶減少／削減訂單時，本集團須削減多餘的未結採購訂單及減少多餘的存貨；
- (x) 未來訂單預計支付時間；
- (xi) 技術進步；海外擴張步伐；
- (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／或撤銷本集團的使用率不足／陳舊／折舊資產；
- (xiii) 為確保本集團的現金流得到適當管理，本集團旗下附屬公司宣派的本集團內部股息將對本集團產生股息預扣稅影響；
- (xiv) 向客戶收取協定收費、費用、服務收入、索賠或補償的時間；
- (xv) 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撤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；
- (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；利息收入／開支淨額；匯兌收益／虧損；貨幣市場動盪以及二零二三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(生產掛鈎激勵)計劃、政府黑名單)；
- (xix) 所得稅付款記賬；
- (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／虧損的入賬時間；
- (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，預計二零二三年上半年全球經濟復甦仍遙遙無期，許多公司(包括本集團)仍面臨重重困難和挑戰，且宏觀環境將繼續複雜多變，充滿波動及不確定性，因此，消費者需求可能仍將疲軟，從而對本集團的復甦造成持續不利影響。

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。

暫停辦理股份過戶登記手續

本公司暫定於二零二三年五月十五日(星期一)至二零二三年五月十九日(星期五)(包括首尾兩日)期間暫停辦理股份過戶登記手續，期內將不會登記股份過戶。為符合資格出席本公司暫定於二零二三年五月十九日舉行的應屆股東週年大會並於會上投票，所有股份過戶文件連同有關股票，以及已適當填妥並簽署的過戶表格，最遲須於二零二三年五月十二日(星期五)下午四時三十分前，送交本公司的香港股份過戶登記分處香港中央證券登記有限公司，地址為香港灣仔皇后大道東183號合和中心17樓1712-1716號舖，以辦理登記手續。

企業管治

本公司自二零一零年四月十五日起已採納手冊(經不時修訂及補充)。手冊的宗旨為載列本公司不時採納的企業管治常規及應用於特定範疇的合規程序，旨在提供企業管治守則的規定以及上市規則及證券及期貨條例分別所載的相關規則的概覽，並載列實施本公司企業管治措施的若干指引。

本公司已於本期間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較長時間方能覓得適當人選履行主席職務。鑒於存在大量的市場挑戰及目前與主席職務空缺有關的不明朗因素，董事會認為富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育陽先生(「池先生」)為代理主席，自二零一七年一月一日起生效。池先生分別自二零零九年八月二十八日及二零一二年七月二十六日起擔任本公司的執行董事兼行政總裁。在該等職位上，池先生在本公司及業界均累積豐富知識、經驗及網絡。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(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，於二零二一年錄得綜合純利，但於本期間又轉為綜合淨虧損)，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，有關安排不會損害本公司董事會與管理層之間的權力和授權的平衡。董事會由經驗豐富且觀點多元化的優秀人員組成，其中三名為獨立非執行董事(董事會六名成員中的三名)，確保權力和授權的平衡。董事會定期舉行會議以考慮影響本集團營運的重大事項，就有關事項提供足夠、完整及可靠的資料並正確及時地向本公司全體董事作出簡報。

為解決因不區分角色而帶來的潛在企業管治問題，特別是減少權力集中在一個人身上的潛在風險，本公司已實施及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，包括但不限於在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段所載守則條文，於董事會及本公司高級管理層兩方面均有充足核查及平衡，並已就本集團主要營運事宜實施足夠嚴密的監管。因此，董事會相信有關情況為採納行政總裁兼任代理主席的安排提供理據，並認為此安排目前符合本公司及其股東整體最佳利益。

為貫徹優良的企業管治精神，董事會將定期檢討此安排的成效(並在有需要時採取進一步措施)，透過本公司提名委員會致力物色合適候選人於適當時候擔任本公司主席職務，從而按企業管治守則第2部分第C.2.1段所載的守則條文的規定區分主席及行政總裁的職務。

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，彼等於截至二零二二年十二月三十一日止年度一直就本公司證券遵守標準守則所載的規定準則以及於截至二零二二年十二月三十一日止年度一直就本公司證券遵守上述授權程序及證券交易政策所載的規定。

購買、贖回或出售本公司的上市證券

於本期間內及截至本公告日期，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)，本公司於聯交所以現金分批購回合共82,000,000股股份，總代價(未計開支前)為86,207,170.00港元。該等購回股份中的10,000,000股股份、20,000,000股股份、11,000,000股股份及23,261,000股股份已分別於二零二二年一月十四日、二零二二年四月二十九日、二零二二年七月八日及二零二二年九月六日註銷，而剩餘11,000,000股股份及6,739,000股股份已分別於二零二三年一月九日及二零二三年一月十三日註銷，於該等情況下均根據章程細則進行。

上述股份回購概要如下：

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

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
二零二二年八月十一日	1,451,000	1.03	1.02	1,493,020.00
二零二二年八月十二日	1,668,000	1.04	1.02	1,725,080.00
二零二二年八月十五日	600,000	1.04	1.04	624,000.00
二零二二年八月十六日	878,000	1.03	1.02	898,690.00
二零二二年八月十七日	2,200,000	1.03	1.03	2,266,000.00
二零二二年八月十八日	500,000	1.03	1.03	515,000.00
二零二二年八月十九日	500,000	1.04	1.04	520,000.00
二零二二年八月二十二日	500,000	1.02	1.02	510,000.00
二零二二年八月二十三日	464,000	1.01	1.01	468,640.00
二零二二年八月二十四日	500,000	1.02	1.02	510,000.00
二零二二年十一月十五日	1,000,000	0.82	0.82	820,000.00
二零二二年十一月十六日	500,000	0.81	0.81	405,000.00
二零二二年十一月十八日	1,000,000	0.82	0.82	820,000.00
二零二二年十一月二十二日	97,000	0.80	0.80	77,600.00
二零二二年十一月二十三日	1,003,000	0.83	0.80	807,710.00
二零二二年十一月二十四日	390,000	0.82	0.81	317,660.00
二零二二年十一月二十八日	410,000	0.82	0.82	336,200.00
二零二二年十一月二十九日	1,100,000	0.84	0.82	910,000.00
二零二二年十二月一日	300,000	0.86	0.86	258,000.00
二零二二年十二月六日	40,000	0.88	0.88	35,200.00
二零二二年十二月九日	499,000	0.90	0.89	447,500.00
二零二二年十二月十二日	561,000	0.86	0.86	482,460.00
二零二二年十二月十三日	300,000	0.87	0.87	261,000.00
二零二二年十二月十五日	600,000	0.84	0.83	500,300.00
二零二二年十二月十六日	517,000	0.82	0.81	420,770.00
二零二二年十二月十九日	216,000	0.82	0.81	176,790.00
二零二二年十二月二十日	67,000	0.82	0.82	54,940.00
二零二二年十二月二十三日	300,000	0.83	0.83	249,000.00
二零二二年十二月二十八日	300,000	0.84	0.84	252,000.00
二零二二年十二月二十九日	300,000	0.83	0.83	249,000.00
二零二二年十二月三十日	1,500,000	0.84	0.83	1,258,000.00
二零二三年一月三日	2,161,000	0.86	0.85	1,851,200.00
二零二三年一月四日	1,078,000	0.87	0.86	932,080.00
二零二三年一月五日	1,000,000	0.86	0.86	860,000.00
二零二三年一月六日	2,500,000	0.85	0.84	2,121,070.00
	<u>82,000,000</u>			<u>86,207,170.00</u>

有關上述股份回購及股份註銷各自的詳情，請參閱二零二二年一月五日至二零二三年二月一日(包括首尾兩日)所發出及刊登的翌日披露報表及月報表。

董事會相信，於市場上買賣的本公司股份價值被低估。因此，董事會認為，上述股份回購符合本公司及其股東整體利益。

除上述者外，於本期間，本公司或其任何附屬公司概無購買、贖回或出售本公司的任何上市證券。

審核委員會及外聘核數師

本公司已根據上市規則(特別是企業管治守則)的規定設立及續存審核委員會。該委員會的主要職責為審閱本集團的財務報告程序以及內部監控及企業風險管理系統，並提名及監察外聘核數師，以及向董事會提供建議及意見。審核委員會由三名獨立非執行董事組成，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截至二零二二年十二月三十一日止年度的經審核綜合財務報表及本公司二零二二年年報，並建議董事會予以批准。

本公告所載本集團截至二零二二年十二月三十一日止年度的綜合財務狀況報表、綜合損益及其他全面收益表以及相關附註所呈列數字已獲本集團核數師德勤•關黃陳方會計師行同意為本集團截至二零二二年十二月三十一日止年度的經審核綜合財務報表所載的數額。德勤•關黃陳方會計師行就此執行的工作並不構成根據香港會計師公會所頒佈香港審計準則、香港審閱工作準則或香港鑒證工作準則而進行的鑒證工作，因此，德勤•關黃陳方會計師行並無就本公告作出保證。

於網站披露資料

本公司的二零二二年年報包含上市規則規定的所有資料，將於適當時候寄發予股東並刊載於聯交所及本公司各自的網站。

釋義

「章程細則」	指	當時生效的本公司組織章程細則
「聯營公司」	指	具上市規則所賦予涵義
「董事會」	指	本公司董事會
「企業管治守則」	指	上市規則附錄十四所載的《企業管治守則》

「本公司」、「我們」或「我們的」	指	富智康集團有限公司，一家在開曼群島註冊成立的有限公司，其股份於聯交所上市
「本期間」或「報告期」或「本年度」	指	截至二零二二年十二月三十一日止年度
「本集團」	指	本公司及其附屬公司
「港元」	指	港元，香港的法定貨幣
「鴻海」	指	鴻海精密工業股份有限公司，一家在台灣註冊成立的有限公司，其股份於台灣證券交易所上市，為最終控股股東
「鴻海科技集團」	指	鴻海、其附屬公司及／或聯營公司(視情況而定)
「香港」	指	中國香港特別行政區
「印度盧比」	指	印度盧比，印度的法定貨幣
「上市規則」	指	《聯交所證券上市規則》(經不時修訂)
「手冊」	指	董事會於二零一零年四月十五日採納的本公司企業管治合規手冊(經不時修訂)
「標準守則」	指	上市規則附錄十所載的《上市發行人董事進行證券交易的標準守則》
「中國」	指	中華人民共和國
「人民幣」	指	人民幣，中國的法定貨幣
「證券及期貨條例」	指	香港法例第571章《證券及期貨條例》(經不時修訂)
「股份」	指	本公司股本中每股面值0.04美元的普通股
「購股權計劃」	指	董事會於二零一三年十月十七日及股東於二零一三年十一月二十六日採納的本公司購股權計劃，根據其所載條款經不時修訂。購股權計劃將在十年期內有效及生效，直至二零二三年十一月二十五日(包括該日)

「股份計劃」	指	董事會於二零一三年十月十七日及股東於二零一三年十一月二十六日採納的本公司股份計劃，根據其所載條款經不時修訂。股份計劃將在十年期內有效及生效，直至二零二三年十一月二十五日(包括該日)
「股東」	指	股份持有人
「聯交所」	指	香港聯合交易所有限公司
「美國」	指	美利堅合眾國
「美元」	指	美元，美國的法定貨幣

承董事會命
代理主席
池育陽

香港，二零二三年三月十日

自董事會於本公告日期舉行之會議結束時起生效，董事會由三名執行董事池育陽先生、郭文義博士及林佳億先生；及三名獨立非執行董事劉紹基先生、Daniel Joseph MEHAN博士及陶韻智先生組成。