

業 務

概覽

我們是中國的生活家居用品製造商。我們主要以ODM/OEM模式營運，並已建立起由全球知名兼歷史悠久的品牌組成的客戶群，例如沃爾瑪、Telebrands、SEB、Sensio、Hamilton Beach及飛利浦等。憑藉我們在設計、開發和製造多款小家電方面的能力，我們在廚房小家電方面廣受認可。我們於2022年及2023年連續獲中國機電產品進出口商會認證為「十大廚房小家電出口企業」。於往績期間，我們大部分收益來自廚房小家電的銷售。⁽¹⁾ 根據弗若斯特沙利文報告，以2024年出口額計算，我們為中國廚房小家電行業的第十大企業，擁有0.8%市場份額。⁽²⁾ 按2024年中國對美國及加拿大的出口量計，我們的電熱水壺分別在中國海關總署界定的相關分類中佔約24.6%及59.6%市場份額。按2024年中國對美國的出口量計，我們的打蛋器等電動類產品在中國海關總署界定的相關分類中佔約3.8%市場份額。詳情請參閱本文件「行業概覽」。

我們專注電器類家居用品及非電器類家居用品的研發、設計、生產與銷售。電器類家居用品分為三大類，即(i)電熱類家電，如電烤爐、空氣炸鍋及電熱水壺；(ii)電動類家電，如攪拌機、打蛋器及電動開罐器；及(iii)電子類家電，如電子秤、加濕器及鐳射燈。我們亦提供非電器類家居用品，如花園水管及鍋具。於2025年3月14日，我們有超過10款ODM/OEM產品於相關分類榮登亞馬遜「暢銷商品」榜單，其中蒸鍋、電飯煲、電烤爐及電煎鍋高踞相關分類的亞馬遜「暢銷商品」榜單前10名。

(1) 於2022財政年度、2023財政年度及2024財政年度，廚房小家電的銷售收益分別佔總收益的73.9%、72.1%及72.7%。

(2) 根據弗若斯特沙利文的資料，廚房小家電佔全球小家電行業的最大份額。

業 務

下表載列我們於往績期間按產品類別劃分的總收益明細：

	2022財政年度		2023財政年度		2024財政年度	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
電器類家居用品						
－電熱類家電	459,013	41.8	499,099	42.0	757,883	50.5
－電動類家電	317,623	29.0	321,937	27.1	315,560	21.0
－電子類家電	122,997	11.2	111,570	9.4	115,066	7.7
小計	899,633	82.0	932,606	78.5	1,188,509	79.2
非電器類家居用品						
－花園水管	181,460	16.5	221,788	18.7	285,118	19.0
－其他 ^(附註)	15,872	1.5	33,927	2.8	27,883	1.8
小計	197,332	18.0	255,715	21.5	313,001	20.8
總計	1,096,965	100.0	1,188,321	100.0	1,501,510	100.0

附註：其他包括鍋具、清潔用具及其他家居用品等。

於往績期間，我們主要以ODM/OEM客戶各自的品牌生產及向彼等銷售產品。憑藉過去20年積累的行業經驗和知識以及發展的能力，作為策略方針，我們於2016年開展OBM業務，以自有品牌WeighMax（「威麥絲」）、Acteck（「Accuteck」）及Aigoli（「艾格麗」）設計、研發、生產及銷售家用電器。我們主要在電商平台銷售OBM產品，包括亞馬遜、京東、天貓及拼多多。

業 務

下表載列本集團於往績期間按業務模式劃分的收益明細：

	2022財政年度		2023財政年度		2024財政年度	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
ODM	938,536	85.6	1,056,623	88.9	1,289,950	86.0
OEM	97,056	8.8	81,992	6.9	170,407	11.3
OBM	61,373	5.6	49,706	4.2	41,153	2.7
總計	1,096,965	100.0	1,188,321	100.0	1,501,510	100.0

附註：來自OBM業務的收益指艾格麗經貿、納吾科技、諾誠電子商務及威麥絲的收益。來自ODM及OEM業務的收益指本集團其他附屬公司的收益。

自2000年起，我們已在中國各地建立不同生產設施。目前，我們在中國設有七個製造基地，總建築面積約367,000平方米。為於中國境外拓展海外版圖，我們在印尼設立了生產基地，預期將於2025年第二季投產，我們亦計劃在泰國另建一個佔地面積43,436.8平方米的生產基地，預計將於2025年下半年投產。有關我們生產設施的詳情，請參閱本節「我們的生產設施」。

業 務

我們的產品大部分出口至海外客戶。於往績期間，我們的產品付運至六大洲超過70個國家及地區。有關我們與海外客戶的關係詳情，請參閱本節「我們的客戶」。下表載列於往績期間按產品付運目的地劃分的總收益明細：

	2022財政年度		2023財政年度		2024財政年度	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
北美洲						
美國	755,142	68.8	958,315	80.6	1,148,669	76.5
其他 ^(附註)	25,987	2.4	35,634	3.0	107,647	7.2
歐洲	227,672	20.8	111,730	9.4	139,551	9.3
大洋洲	44,073	4.0	28,834	2.4	57,219	3.8
亞洲(不包括中國內地)	26,331	2.4	35,833	3.0	34,258	2.3
南美洲	8,527	0.8	12,228	1.0	7,369	0.5
非洲	552	0.1	759	0.1	476	0.0
中國內地	8,681	0.7	4,988	0.5	6,321	0.4
總計	1,096,965	100.0	1,188,321	100.0	1,501,510	100.0

附註：其他包括加拿大及墨西哥。

我們認為自身的研發能力是我們核心競爭優勢之一。於最後可行日期，我們已在全球獲得超過450項註冊專利，當中19項為發明專利。我們自2016年起獲認定為「高新技術企業」。詳情請參閱本節「研發」。

於2022財政年度、2023財政年度及2024財政年度，我們的收益分別為人民幣1,097.0百萬元、人民幣1,188.3百萬元及人民幣1,501.5百萬元，純利分別為人民幣80.3百萬元、人民幣121.5百萬元及人民幣140.4百萬元。詳情請參閱本文件「財務資料－經營業績」。

業 務

我們的競爭優勢

我們認為，下述優勢能讓我們充分把握未來機遇、實現持續增長。

與國際知名客戶已建立穩固關係，當中包括部分全球著名品牌

我們與多名大型客戶已維持九年以上的長期業務關係，旗下產品付運至全球超過70個國家及地區。我們具備設計、開發、製造和銷售實力，藉此與全球性品牌建立長期業務關係，包括(i)沃爾瑪，世界最大零售公司之一；(ii)飛利浦，世界歷史悠久的消費電子產品公司之一；(iii) SEB，全球領先小家電製造集團的成員公司，於最後可行日期，其控股公司在巴黎泛歐交易所上市，市值超過50億美元；(iv) Telebrands，歷史悠久的美國公司；(v) Sensio，領先的廚房家電品牌擁有人；及(vi) Hamilton Beach，領先的品牌小家電和特殊家居用品設計商、營銷商和分銷商。要成為此等知名品牌的合格供應商，我們須接受產能、品質管理、廠房安全等各方面的深入檢驗。我們相信與該等客戶的長期關係，印證了我們的實力和品質。

此外，我們保持與客戶密切互動。藉著與客戶經常交流，我們收集甚具價值的反饋意見和產品統計數據，從而改良現有產品並開發新產品以滿足客戶及消費者未被滿足的需要。我們為每位主要客戶指派專屬的客戶經理，而我們的銷售團隊亦會定期與客戶會面，以便徹底了解客戶的需求，發掘新產品的開發機會，並及時回應客戶的反饋意見。隨著我們持續不斷地服務國際知名客戶，我們得以獲取第一手產業信息和全球市場趨勢，為我們的產品研發及製造指明關鍵發展方向。我們與客戶的互動有助產品升級及新產品開發，從而提高我們客戶的忠誠度，實現良性循環，推動業務持續增長。詳情請參閱本節「我們的業務模式」。我們認為與該等客戶(包括國際知名客戶)的長期關係，凸顯我們業務的可持續性和實力，讓我們從競爭對手中脫穎而出。

業 務

以生活家居用品供應商而聞名，擁有數十年彪炳往績

我們於2000年在江陰市建立益諾威廠房。經過多年耕耘，我們已成長為中國知名的生活家居用品製造商，於2023財政年度收益達人民幣1,188.3百萬元，較2022財政年度增長8.3%。我們是中國家用電器協會會員、中國機電產品進出口商會會員及深圳市進出口商會副會長單位。我們曾榮獲多個獎項及認證，包括2022年及2023年的「十大廚房小家電出口企業」、「出口工業產品一類企業證書」、中國國際投資促進會授予的「2018年度綠色創新企業Top 10」及「外貿高品質發展領軍企業」，足證我們聲譽之盛。詳情請參閱本節「一 獎項及認可」。

我們提供多種生活家居用品。根據弗若斯特沙利文報告，以2024年出口額計算，我們為中國廚房小家電行業的第十大企業，擁有0.8%市場份額。按2024年中國對美國及加拿大的出口量計，我們的電熱水壺分別在中國海關總署界定的相關分類中佔約24.6%及59.6%市場份額。按2024年中國對美國的出口量計，我們的打蛋器等電動類家電在中國海關總署界定的相關分類中佔約3.8%市場份額。於2025年5月14日，我們有超過10款ODM/OEM產品於相關分類榮登亞馬遜「暢銷商品」榜單，其中蒸鍋、電飯煲、電烤爐及電煎鍋高踞相關分類的亞馬遜「暢銷商品」榜單前10名。

策略性分佈的海外製造基地及生產營運

作為我們尋求將生產運作分散至中國以外地區的整體業務策略的一部分，我們亦在印尼建立了製造設施，預期將於2025年第二季投產。我們將我們的採購訂單在中國生產設施與印尼生產設施之間進行分配，以減輕潛在的地緣政治風險。我們亦計劃在泰國建立一座生產設施，目標於2025年下半年開始生產。再加上我們在中國的七個製造基地，總建築面積約為367,000平方米，我們將能夠把握全球生活家居用品不斷增長的機遇。

業 務

我們擁有靈活的生產線，通過調整機器和設備的設置，即可製造各種不同規格的產品。透過該等製造能力，我們不但能迅速應對突然激增的客戶需求和採購訂單，亦可切換生產不同產品。於往績期間，我們已在不同類別下生產逾2,400種型號的產品。我們相信靈活的生產設施將持續帶動我們的增長及為我們爭取成功。

我們亦在生產流程中採用模組化製造。我們將製造流程細分為較小的模組，這些模組是獨立、標準化且可互換的組件，之後可組裝成完整的產品。模組化製造讓我們能同時進行製造，而非依序製造產品。透過將產品細分為基本零部件，我們能夠簡化生產流程，從而縮短交貨時間，提高生產效率和靈活性。

於美諾威廠房，我們已建立自動化的生產系統，將生產的關鍵工序精確地自動化。我們將生產機器和用於檢測和品質控制的系統整合，實現自動化生產和檢測一體化。自動化可以減少人工參與，提高產品性能。

憑藉我們業務遍佈世界各地及有能力為客戶提供區域支援，我們將能夠在瞬息萬變的市場上把握新機遇，並於競爭激烈的行業中脫穎而出。

研發實力高超，持續升級及開發產品

我們設有一支專業老練的研發團隊。於2022財政年度、2023財政年度及2024財政年度，我們分別產生研發開支人民幣32.0百萬元、人民幣34.4百萬元及人民幣36.4百萬元。於2024年12月31日，我們的研發團隊由超過170名成員組成。我們於最後可行日期擁有超過450項註冊專利，當中19項為發明專利。我們的致勝之道在於了解客戶所需，堅持以技術突破服務客戶，並按照客戶需求決定產品開發方向。除上一段提到的生產流程完善外，我們亦透過研發工作實現技術突破和產品開發。

我們擁有開發模具的強大實力，而模具是將我們研發成果轉化為產品的重要工具。為了有效控制模具的開發進度和品質，我們在遠特信廠房建立了專門的模具部門。於2024年12月31日，我們已掌握一系列模具開發技術，並開發了逾13,000套模具。高效的模具開發確保我們能快速回應客戶的需求。

業 務

我們亦針對產品的核心部件進行定製研發。舉例而言，我們已掌握多項改善馬達性能的技術，而馬達是我們電動類產品的關鍵部件。通過電磁模擬和分析，我們有效改造馬達，降低了發熱量，同時提高了馬達的效率和產品的壽命。我們亦採用特殊的內部結構，以提高散熱效能及降低風阻。例如，我們開發的電磁感應自動調整馬達轉速技術，已應用於各型號攪拌機來提高研磨效率，有效防止馬達損壞。於最後可行日期，我們已取得50項與馬達相關的註冊專利。我們堅持產品開發，重視基礎研發活動。

我們的花園水管配備自動延伸功能，能抵禦極高溫、防爆耐壓，可在攝氏-40度至攝氏60度的極端溫度下使用。我們的研發工作獲得廣泛認可，已在歐洲及北美商業化並取得成果。自2023年起，在美國最大電商平台亞馬遜上，我們的花園水管長踞暢銷商品前50名。

資深而穩定的管理團隊，加上具備有效內部監控系統的職能化組織架構

我們的高級管理層具備豐富生活家居用品生產及供應經驗。在高級管理團隊帶領下，我們的業務取得驕人增長。本公司執行董事兼總經理潘允先生擁有超過35年業務管理經驗，並於家用電器製造業擁有逾24年經驗。彼主要負責本集團的整體戰略規劃、業務方向及管理。執行董事Guangshe Pan先生在業務管理方面及家用電器製造業(特別是在海外市場)擁有超過九年經驗。彼主要負責美國銷售的管理、運營並參與本集團的整體戰略規劃、業務方向及管理。潘允先生及Guangshe Pan先生敏銳的行業洞察力及豐富的管理經驗對我們非常寶貴，使我們能夠精準把握市場動態及優化戰略規劃。

除潘允先生及Guangshe Pan先生外，我們還有一支資深而穩定的管理團隊，彼等已服務本集團超過12年，且於行內擁有逾20年經驗。管理團隊累積了深厚的生活家居用品行業知識，在與主要市場參與者維持穩固關係方面發揮重要作用。我們相信可繼續在行業競爭中處於優勝地位。有關高級管理層的背景詳情，請參閱本文件「董事、監事及高級管理層」。

業 務

我們擁有專為支援戰略性發展而設的職能化組織架構。我們的每個部門都深入了解其營運的相關職能的動態，並靈活應變，以實現快速增長。我們的管理層維持全面而嚴格的內部監控系統，以規範我們的營運活動，並實施各項政策，如生產管理政策、採購管理政策及售後與投訴管理政策。透過資深的管理團隊的領導及有效的內部監控系統，確保每個部門各施其職及不同業務單位協同運作，我們方能實現我們的業務願景。

我們的策略

我們管理政策的四大柱石為「客戶至上、品質第一、創新求實、獨樹一幟」。我們謹守宗旨，矢志成為品質生活家居用品製造商的翹楚並為客戶提供獨樹一幟的生活家居產品。為實現這目標，我們計劃實施下述策略以促進本集團發展。

設立泰國廠房以增強全球佈局

鑑於生活家居用品需求日增及為了提升我們的全球地位，我們計劃在泰國羅勇府設立一個生產基地（「泰國廠房」）。

設立泰國廠房的理由

1. 我們已準備好抓緊行業格局帶來的機遇

行業呈現增長潛力及前景。根據弗若斯特沙利文的資料，我們主要付運目的地美國的廚房小家電行業的市場規模由2020年的172億美元增加至2024年的212億美元，並預計於2029年將進一步增加至268億美元，自2025年起計的複合年增長率為5.0%。尤其是部分為我們於往績期間的主要產品的廚房小家電的市場規模預計會有所增長。例如美國電炸鍋、電烤爐及電熱水壺的市場規模預計於2029年將分別增加至2,169.5百萬美元（複合年增長率為8.1%）、682.3百萬美元（複合年增長率為5.3%）及314.2百萬美元（複合年增長率為5.1%）。此外，對中國小家電的需求預計會持續增長，中國小家電的出口額預計會由2025年的584億美元增至2029年的656億美元，複合年增長率為2.9%。就花園水管而言，花園水管的市場規模預計將由2025年的95億美元增長至2029年的114億美元，複合年增長率為4.7%。此外，2024年中國花園水管出口總額達人民幣106億元。詳情請參閱「行業概覽」。

業 務

我們於2024財政年度的電器類家居用品業績較2023財政年度增長27.4%。具體而言，我們於同期運往美國的電器類家居用品增加了19.6%，增幅超過以下各項於同期的同比增長率：(i)全球廚房小家電市場(僅3.5%)；(ii)美國廚房小家電行業(5.1%)；及(iii)中國小家電出口額(9.3%)。於2024財政年度，我們的花園水管同比增長遠超花園水管市場的同期增長。於2024財政年度，我們的花園水管銷量上升28.6%，而花園水管市場同期僅增長2.6%。本集團於2024年的出口額約為人民幣285.1百萬元，於中國市場參與者中排名第一，佔市場份額2.7%。我們認為，該等數字反映我們相較於中國境內外ODM/OEM供應商的競爭力，能夠把握有利行業形勢下的商機。

從宏觀角度看，根據弗若斯特沙利文的資料，過去數十年中國小家電行業早已成為全球首屈一指的生產基地。在中國逐步確立全球小家電生產中心地位的過程中，不單建立了受國際認可的供應鏈網絡，更在不同製造專業培養了大量人材，在多方面為中國製造公司帶來勝過非中國製造公司的優勢，例如技術、工藝訣竅、供應鏈管理及成本控制知識、對國際品牌的了解以及服務該等品牌的經驗。更重要的是，根據弗若斯特沙利文的資料，中國製造公司花費多年才建立出該等勝過非中國製造公司的優勢，故該等優勢預計將可維持。鑑於我們可將該等無形優勢應用於海外廠房，相信我們可吸納需求、與非中國製造公司展開競爭。

另一方面，根據弗若斯特沙利文的資料，當前中美貿易關係緊張，部分國際品牌尋求拓展供應鏈，將生產移出中國以減低關稅影響，擁有非中國生產設施的製造公司可把握商機吸納該等品牌的需求，而這正是擁有非中國生產設施的製造公司與僅在中國設廠的同業競爭時的一項主要優勢。儘管美國政府亦宣佈對若干東亞國家(如印尼及泰國)徵收關稅，但適用於若干東亞國家的關稅率低於中國的關稅率。此外，於最後可行日期，部分東亞國家已表示願意與美國政府進行談判，以降低該等國家的關稅。此外，擁有非中國生產設施的製造公司若在地理位置上更接近目標市場，則可藉著縮短付運時間和降低物流成本而受惠，從而提高交付效率。該等公司在東南亞等地區建立的成熟分銷網絡亦可促使彼等在供應鏈韌性方面更好地競爭，進一步吸引在動蕩的貿易環境中尋求穩定的國際客戶。我們認為這印證泰國擴張計劃的合理性。我們相信，憑藉泰國和印

業 務

尼的海外生產設施，加上長年服務國際客戶的往績，我們既能為美國進口商提供另一可靠的採購途徑，又可助彼等減輕關稅影響。基於上述因素，我們認為將有足夠需求支持我們的擴張計劃及**[編纂]**。

2. 提升我們的全球地位

根據弗若斯特沙利文的資料，中國廚房小家電製造企業正於海外設立生產設施，截至最後可行日期，按2024年出口額計，中國廚房小家電行業十大企業中，已有六家(不包括我們)於東南亞設立了或正計劃設立海外生產設施，以多元化彼等在該發展成熟製造中心的供應鏈。全球企業集團刻下紛紛調整採購策略，以降低依賴「中國製造」供應鏈所帶來的風險，這一趨勢在COVID-19對供應鏈造成干擾之後尤為顯著。然而，如上所述，中國製造公司的優勢無法被非中國製造公司輕易複製，故該等企業集團並無降低對中國製造公司的依賴。為配合客戶的採購策略，部分中國製造公司於中國繼續生產的同時，亦開始將部分生產環節佈局海外。中國持續加大在東南亞投資正是這一趨勢的有力佐證。根據弗若斯特沙利文的資料，中國一直在東南亞投資，尤其專注於製造業，中國對東南亞製造業的外國直接投資於2023年達到91.6億美元，較2022年增長11.4%。鑑於設立海外生產基地的趨勢不可阻擋，加上小家電市場預期將會增長，我們認為在海外擁有生產設施和產能，對業務長遠可持續發展的能力和保持我們在全球範圍內競爭力至關重要。

3. 透過產品產地多元化，降低地緣政治風險

於往績期間，我們大部分收益來自以美國為付運目的地的產品銷售，而我們所有產品均在中國製造。儘管我們身為出口商於往績期間並未直接受到關稅影響，目前尚不確定中美貿易關係緊張所導致的任何進一步的貿易限制會否於日後對我們產生不利及重大影響。有關中美貿易關係緊張影響的詳情，請參閱本文件「業務－中美及全球貿易關係緊張」及「風險因素－中美及全球貿易關係緊張可能對我們的業務、財務狀況及經營業績產生不利影響」。

業 務

我們認為，建立橫跨多個司法權區的製造網絡，有助應對全球貿易政策變化，降低地緣政治風險。透過設立泰國廠房，本集團可實現產品產地多元化，並提供在中國境外生產的產品，藉此在一定程度上減輕我們的OEM/ODM客戶在中美貿易關係緊張下面臨的貿易限制，從而增強我們對其他中國家電製造公司（尤其是該等並無海外生產設施的製造商）的競爭力。於最後可行日期，儘管泰國亦被列入美國加徵關稅名單，但其輸美產品的適用關稅率為10%，低於中國輸美產品30%的關稅水平。此外，我們覆蓋海外和中國的生產設施佈局亦為客戶提供根據需要作出選擇的靈活性。我們相信建立泰國廠房亦將為我們帶來其他無形利益，包括提升形象，顯示我們是擁有海外設施的大型製造商、降低日後因COVID-19類似事件而引起干擾的風險，以及展示我們穩定可靠的生產能力（將於下段說明），對我們的長期發展為至關重要。

美國的關稅政策難以預測，可能會影響我們客戶對生產地點的選擇。考慮到該等不確定性，我們的部分主要客戶已主動接洽我們，要求指定在我們的印尼廠房生產其產品。有多名客戶已經進行廠房檢查，以便盡快啟動訂單生產；對於要求檢查我們印尼廠房的主要客戶，我們已通過有關檢查。因此，我們預期有必要在泰國設立另一個海外生產設施。

4. 展示穩定可靠的產品生產與交付能力

考慮到往績期間的產能使用率，我們認為有必要擴充產能。例如，於2023財政年度及2024財政年度，電器類家居用品的產能使用率分別有四個月和六個月接近或超過90%，而於2023財政年度及2024財政年度，非電器類家居用品則分別有五個月和六個月接近或超過110%。因此，我們計劃擴充產能，把握上文所述的有利環境中湧現的機遇。董事認為，倘生產設施的使用率處於飽和狀態，情況將不理想，因為我們將無法撥出產能應付不時接獲的緊急及／或批量訂單，以及未能把握市場增長潛力。為維持客戶滿意度，我們規劃並分配生產資源以盡可能滿足客戶需求。於往績期間內，我們憑藉不同生產設施的產能而無需因產能限制而拒接批量或緊急訂單。

業 務

僅供說明用途，於所有生產設施(包括泰國廠房及香江智能廠房，兩者將涉及使用[編纂][編纂])設立完成後，電器類家居用品及非電器類家居用品的預期年度設計產能將分別為44.3百萬台及8.6百萬台。考慮到(i)上文所述歷史增長率超過行業增長率、(ii)本節所述未來計劃的裨益及原因(特別是中美緊張關係加劇導致日益迫近的地緣政治風險，以及在泰國擁有廠房可節省成本)及(iii)未來計劃是一項長期計劃，僅在需求實現時才進行零碎的擴建建設在商業上不明智或不可行，因此我們相信我們建立泰國廠房的未來計劃是合理的。此外，我們將不時持續及靈活地評估生產設施的整體使用率，並考慮是否有必要對我們的生產設施進行整合及重組。有關往績期間的使用率及所有生產設施設立完成後的預期年度使用率詳情及相關假設，請參閱本節「我們的生產設施－產能及使用率」。

此外，我們的國際ODM/OEM客戶非常重視供應商能否穩定可靠地生產與交付產品。任何產品延期交付或交付產品的品質有欠妥，均對ODM/OEM客戶的聲譽和宣傳造成重大損害和負面影響。因此，全球品牌在選擇和認證供應商時會考慮各項因素，包括供應商的穩定能力和可靠能力。製造商於海外增設生產設施，證明其願意對業務投入心力財力，且擁有一定財務實力，變相反映其業務穩定可靠。

業 務

- **設計及使用的靈活性**—有了自家廠房，我們可以根據自己的用途來設計廠房，並在升級設施或安裝新設備方面擁有更大靈活性，從而更好地滿足業務需求。
- **營運穩定性**—擁有廠房亦可以為我們提供生產及財務穩定性，我們亦可以避免租金上漲、花費時間及精力尋找新的合適場地以及在租約到期或終止時產生搬遷費用。
- **財務槓桿資產**—獲得一塊新土地可以增強我們的資產基礎，可能有利於我們以更優惠的條件從銀行獲得債務融資以供未來使用。

儘管我們預計將有需要從中國進口在製或原材料至泰國而錄得額外的運輸成本，但相較在中國生產，預計我們的泰國廠房將因較低廉的勞動成本而將錄得相若的生產成本。根據弗若斯特沙利文，我們泰國廠房所在地的泰國羅永的最低工資約每日人民幣76.5元（即我們於中國支付的勞工成本約47%）。預計運輸成本的額外增加乃被泰國較低勞工成本所抵銷，從而導致相若的總生產成本。再者，經參考香江智能電器的土地收購成本，泰國及中國土地收購成本相差無幾。鑑於上述成本節省及擁有泰國廠房的其他福利，我們相信建立泰國廠房的計劃屬合理。

生產計劃

我們計劃在泰國興建總建築面積約25,000平方米的新生產設施，於當中配置主要生產電動類產品及花園水管的新自動化裝配線。就擴充產能而言，為維持我們生產設施的使用率於理想水平，我們將不時持續以滾動方式評估生產設施的整體使用率。當我們認為我們裝配線的使用率不足（接近閒置達六個月或以上），我們將整合及重組我們的生產設施，並處置老舊裝配線。我們亦可能優先處置向第三方租賃廠房的裝配線，以便更好利用自有廠房。

時間表

於最後可行日期，我們已與一名獨立第三方訂立買賣協議，以代價149,314,000泰銖（相當於約人民幣31.4百萬元）購置泰國一幅佔地面積43,436.8平方米的土地，以興建泰國廠房。於最後可行日期，我們已支付首兩期地價合共人民幣15.7百萬元及興建費用人民幣47.7百萬元。

業 務

以下為我們於[編纂]後設立泰國廠房主要階段及預期時間表：

主要階段	預期時間表
繼續建造及翻新生產空間	2025年5月
購置及安裝機器及設備	2025年5月
開始投產	2025年下半年
進行驗收測試	2026年9月

設立泰國廠房的預計資本支出

我們計劃動用合共約人民幣139.2百萬元成立泰國廠房，其中人民幣[編纂]百萬元將由[編纂][編纂](佔有關[編纂]的[編纂]%)支付，而餘款人民幣[編纂]百萬元將由我們的內部資源及／或銀行貸款撥資。

以下為我們計劃用於設立泰國廠房的人民幣139.2百萬元資本開支分配情況：

用途	估計資本開支 (人民幣百萬元)	%
土地購置成本	31.4	22.5
建造及翻新生產空間	66.3	47.7
購置及安裝機器及設備	41.5	29.8
總計	<u>139.2</u>	<u>100.0</u>

根據與建築承包商的初步討論，按規劃建築面積約25,000平方米及預計建築成本約每平方米人民幣2,500元計算，我們計劃動用合共人民幣66.3百萬元建造及翻新泰國廠房的生產空間。

業 務

根據類似機器及設備的歷史採購成本計算，我們計劃動用合共人民幣41.5百萬元以購置及安裝泰國廠房的機器及設備。下表載列我們計劃為泰國廠房安裝的機器及設備詳情：

將購置及安裝的機器及設備	估計成本 (人民幣百萬元)
注塑機及配套設備	14.2
金屬加工設施	6.6
自動化裝配線及配套設備	16.7
辦公室設備	4.0
總計	41.5

收支平衡期及回本期

按會計基準計算，當泰國廠房產生的收益足以支付同年產生的經營成本及開支(不包括折舊費用及除稅後開支)時，即為達到收支平衡。實現收支平衡所需的時間取決於多項因素，例如整體經濟及市場狀況、市場需求、生產線使用率、市場競爭及生產成本。當泰國廠房經營活動產生的未來淨現金流總額足以覆蓋包括土地購置成本、建築成本及機器和設備採購成本在內的投資總額，即視為實現投資回收。實現投資回收所需的時間亦取決於多項因素，包括上述因素及實際資本開支，例如機器和設備成本。根據我們的知識及經驗，估計泰國廠房的回本期將約為60個月，並有望在約20個月內達到收支平衡。

自動化與數字化升級改造

近年來，中國政府大力支持並重視中國製造業的振興及轉型，過去中國製造業以繁忙的生產線及勞動密集為特點。中國政府已推出一系列智能製造試點計劃，包括人工智能+計劃。為了在競爭中遙遙領先及迎合數字化趨勢，我們推出智能製造計劃，並在中國廣東省惠州市成立香江智能廠房。於最後可行日期，我們已完成香江智能廠房的建設，其建築面積約為147,069平方米，並已完成第一期廠房佈置，設有20條基礎及自動化裝配線。香江智能廠房在完成第一期佈

業 務

置後的設計年產能為11.3百萬件。香江智能廠房已自2024年6月起開始運作。我們下一步將繼續佈置香江智能廠房，並購置自動化水平更高的設備及機器用於我們的智能生產線。我們目前主要於香江智能廠房生產電熱類產品。為完成佈置，我們將為香江智能廠房配置電腦化的生產執行系統，以完善的資訊科技基礎設施作支援，實時監控香江智能廠房的整體生產運作。加上自動化生產線和設備，我們相信，香江智能廠房的現代化和數字化生產將有助於我們實現可持續增長。

我們計劃動用合共人民幣42.9百萬元為香江智能廠房購置及安裝新機器及設備，其中人民幣[編纂]百萬元將以[編纂][編纂]撥付(佔[編纂]的[編纂]%)，而餘款人民幣[編纂]百萬元將由內部資源及／或銀行貸款撥付。下表載列我們計劃為香江智能廠房購買的機器及設備的詳情：

將購置的機器及設備	功能及用途	估計成本 (人民幣百萬元)
<u>生產線</u>		
－ 電動曲線滾筒式輸送機	自動及連續地運輸產品	5.4
－ 馬達定子自動化生產線	自動製造定子(馬達的主要部件)	2.6
－ 其他機器及設備及安裝		3.3
<u>機器</u>		
－ 六軸機器臂	自動焊接、處理及去除材料以及噴漆	4.8
－ 數控油壓機	制模、打孔及夾緊	3.0
－ 其他機器及設備及安裝		3.8
<u>裝配線</u>		
－ 多功能自動化生產線	自動化製造、電氣測試及品質控制	9.0
<u>系統</u>		

業 務

將購置的機器及設備	功能及用途	估計成本 (人民幣百萬元)
— 製造執行系統	監控、追蹤及記錄製造過程	4.0
— 資訊科技基礎設施	透過電腦、軟件及儲存設備的網絡優化操作和 製造過程	2.0
<u>自動貨架</u>	自動從貨架向貨板裝卸載貨物	5.0
總計		42.9

按會計基準計算，當香江智能廠房產生的收益足以支付同年產生的經營成本及開支(不包括折舊費用及稅後)時，即為達到收支平衡。實現收支平衡所需的時間取決於多項因素，例如整體經濟及市場狀況、市場需求、生產線使用率、市場競爭及生產成本。當經營活動產生的未來淨現金流總額足以覆蓋包括土地購置成本、建築成本及機器和設備採購成本在內的投資總額，即視為實現投資回收。實現投資回收所需的時間亦取決於多項因素，包括上述因素及實際資本開支，例如機器和設備成本。根據我們的知識及經驗，估計香江智能廠房的回本期將約為60個月，並有望在約15個月內達到收支平衡。

設立新研發中心

為推動家用電器的研發，並作為我們擴大產品種類計劃的一部分，我們擬在湖北省蕪春縣興建總建築面積約6,000平方米的研發中心(「**新研發中心**」)，用作新產品研發及測試實驗室。新研發中心將與湖北香江廠房位於同一地點。

業 務

設立新研發中心的理由

近年中國政府大力支持並重視節能、環保、智能家用電器的發展。於2019年6月，國家發展和改革委員會、生態環境部及商務部聯合發佈《推動重點消費品更新升級暢通資源循環利用實施方案(2019-2020年)》。該方案旨在推動及支持環保智能家用電器的研發及產業化，亦鼓勵利用資訊科技及人工智能生產一體化產品來實現家用電器創新。於2021年，中國家用電器協會隨後發佈《中國家電工業「十四五」發展指導意見》，提出中國要成為全球家用電器科技創新的先行者。為響應利好政府政策，我們致力於投入更多資源在研發上。

我們將購置一系列先進的研發測試軟硬件設備，如頻譜分析儀及3D打印機，並聘請具豐富相關經驗的小家電研發專才。為開發新產品以供給現有客戶及自有品牌，我們相信藉投資建設更先進的研發中心(當中配備電腦化新產品概念設計軟硬件)及測試實驗室(以供測試產品原型的壽命功能)，我們將能夠改良現有產品及開發新產品和產品技術。我們擬在新研發中心開展15個研發項目，包括開發大功率打蛋器、智能電動煎餃機及智能多層焗爐等新產品，以及升級現有的電動類產品及電熱類產品。為支持我們的研發活動，除硬件投入外，我們還將引入具備全面科學知識與專業技能及產業應用經驗的頂尖人才。

業 務

時間表

以下為我們於[編纂]後設立新研發中心主要階段及預期時間表：

主要階段	預期時間表
啟動翻新及設備的招標程序	2025年8月
開始興建新研發中心	
(i) 建造及翻新實驗室	2025年10月
(ii) 購置及安裝設施與設備	2026年4月
招聘59名研發人員	2026年6月
開始運作	2026年6月

設立新研發中心的估計資本開支

我們計劃動用合共人民幣[編纂]百萬元設立新研發中心，將由[編纂][編纂]支付，佔該[編纂]的[編纂]%

以下為我們計劃用於設立新研發中心的人民幣[編纂]百萬元資本開支分配情況：

用途	估計資本開支 (人民幣百萬元)	估用於設立 新研發中心的 [編纂] 概約%
建造及翻新實驗室	[編纂]	[編纂]
購置及安裝設施與設備	[編纂]	[編纂]
總計	[編纂]	[編纂]

業 務

以下為我們計劃用於設立新研發中心的人民幣[編纂]百萬元其他開支分配情況：

用途	估計開支 (人民幣百萬元)	估用於設立 新研發中心的 [編纂] 概約%
採購研發材料及耗材	[編纂]	[編纂]
招聘59名員工	[編纂]	[編纂]
總計	[編纂]	[編纂]

引進新品牌以強化我們的OBM業務

根據弗若斯特沙利文的資料，全球小家電產業正經歷業務模式重大轉型，由傳統的OEM方式過渡到ODM+OBM一體化模式。這種混合的業務模式有助製造商實現收入多元化，並獲得市場認可，擴大在行業的市場地位。憑藉我們深厚的研發能力和ODM模式的經驗，我們計劃強化OBM業務，以緊貼行業發展。

一般而言，在OBM模式下，我們可控制產品設計、質量及品牌建立，以及其營銷及銷售；因此，我們能夠產生較ODM/OEM模式更高的利潤率。因此，為使我們的業務持續增長及多元化，我們認為有必要維持並增強OBM業務。然而，OBM會產生品牌建立的營銷成本，且新品牌需要一段時間才能獲市場接受及增加銷量。作為擁有自己的品牌，同時管理與建立新品牌相關的潛在風險及成本的戰略方針，我們計劃探索並尋求投資及收購市場上具有增長潛力的現有品牌擁有人的機會，並提供與我們現有品牌組合互補的協同效應，以節省我們的初步成本及減低我們建立品牌(主要透過收購目標公司大多數股權)的風險

業 務

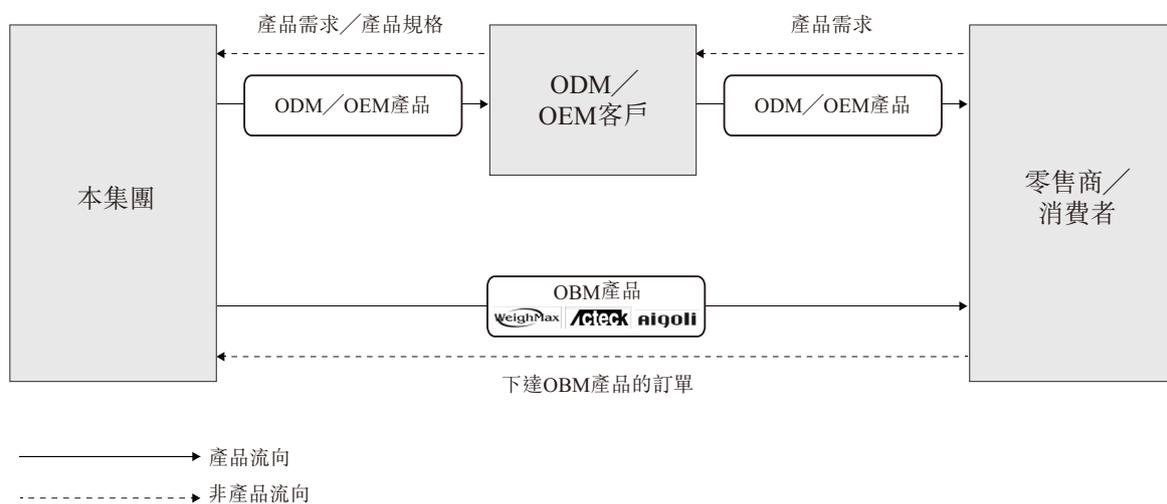
我們將主要物色銷售生活家居用品的品牌擁有人，例如電熱水壺、空氣炸鍋、慢燉鍋和打蛋器等電熱類家電及電動類家電。我們聚焦有穩固市場地位的公司或業務，此可通過與客戶的業務關係及銷量證明。我們可能會鎖定在提供生活家居用品方面擁有良好往績且年度收益最少達50百萬美元的公司為目標。我們擬物色提供熱門產品及／或產品種類繁多的品牌擁有人。我們相信符合此等標準的公司收購之後隨即可繼續營運，我們因而可節省時間和成本。據弗若斯特沙利文告知，估計美國有約100個小家電品牌商，年度收益最少達50百萬美元。

就地域及銷售渠道覆蓋而言，我們擬探索通過線上及線下途徑(但以線下為主)分銷產品的美國品牌。我們的目標為收購集中在歐美市場提供生活家居用品的品牌擁有人。

我們擬動用合共人民幣100百萬元為我們的品牌組合引進新品牌以增強我們的OBM業務，該筆款項將由內部資源及／或銀行貸款撥付。於最後可行日期，我們尚未物色到任何潛在的投資或收購目標，亦未就此訂立任何協議。

我們的業務模式

下圖載列我們的主要業務模式：



業 務

ODM及OEM業務

我們是中國的生活家居用品製造商。我們主要以ODM/OEM模式營運，並已建立由全球知名兼歷史悠久的品牌組成的客戶群。ODM及OEM模型乃根據我們的設計投入程度(即產品設計由客戶提供還是由我們的內部員工開發)區分。因此，就本質上而言，在ODM模式下，我們與客戶合作構思產品設計，再由我們進行生產；而在OEM模式下，客戶向我們提供設計，我們只負責生產。ODM及OEM模式項下的成品均貼上客戶的品牌標籤，並付運至客戶指定港口。於往績期間，我們的產品交付至六大洲超過70個國家及地區，我們於往績期間大部分ODM/OEM產品被付運至自北美洲。就營運角度而言，ODM及OEM模式在我們的一般業務營運均經歷相似階段，不同之處在於ODM涉及設計概念化。

OBM業務

除ODM/OEM業務外，我們自2016年起開展OBM業務，以自有品牌設計、研發、生產及銷售產品，有別於需要貼上客戶品牌標籤的ODM及OEM模式。於最後可行日期，我們擁有三個自有品牌，分別為 **WeighMax** (「威麥絲」)、 **Accuteck** (「Accuteck」) 及 **Aigoli** (「艾格麗」) 品牌。我們的OBM產品主要在主要電商平台(包括亞馬遜、京東、天貓及拼多多)銷售。從營運角度看，雖然OBM模式需要構思設計概念，自行推廣及分銷自有品牌產品，但我們透過OBM模式出售相同性質的產品(即電器類家居用品)，因此其業務營運的若干階段與OEM/OEM模式類似，如採購、製程及質控。

下表載列本集團於往績期間按ODM、OEM及OBM基準劃分的收益明細：

	2022財政年度		2023財政年度		2024財政年度	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
ODM	938,536	85.6	1,056,623	88.9	1,289,950	86.0
OEM	97,056	8.8	81,992	6.9	170,407	11.3
OBM	61,373	5.6	49,706	4.2	41,153	2.7
總計	<u>1,096,965</u>	<u>100.0</u>	<u>1,188,321</u>	<u>100.0</u>	<u>1,501,510</u>	<u>100.0</u>

附註：我們來自OBM業務的收益指艾格麗經貿、納吾科技、諾誠電子商務及威麥絲的收益。我們來自ODM及OEM業務的收益指本集團其他附屬公司的收益。

業 務

我們的產品

在ODM/OEM業務下，我們銷售各種電器類家居用品及非電器類家居用品。我們的電器類家居用品分為三大類，即(i)電熱類家電，如電烤爐、空氣炸鍋及電熱水壺；(ii)電動類家電，如攪拌機、打蛋器及電動開罐器；及(iii)電子類家電，如電子秤、加濕器及鐳射燈。我們亦提供非電器類家居用品，如花園水管及鍋具。

在OBM業務下，我們主要銷售各型號的電子秤。

下表載列於往績期間我們按產品類別劃分的總收益明細：

	2022財政年度		2023財政年度		2024財政年度	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
電器類家居用品						
－電熱類家電	459,013	41.8	499,099	42.0	757,883	50.5
－電動類家電	317,623	29.0	321,937	27.1	315,560	21.0
－電子類家電	122,997	11.2	111,570	9.4	115,066	7.7
非電器類家居用品						
－花園水管	181,460	16.5	221,788	18.7	285,118	19.0
－其他 ^(附註)	15,872	1.5	33,927	2.8	27,883	1.8
總計	1,096,965	100.0	1,188,321	100.0	1,501,510	100.0

附註：其他包括鍋具、清潔用具及其他家居用品等。

業 務

以下圖片是我們在ODM/OEM模式下的部分產品：

電熱類家電

電烤爐



空氣炸鍋



電熱水壺



電動類家電

攪拌機



打蛋器



電動開罐器



電子類家電

電子秤



加濕器



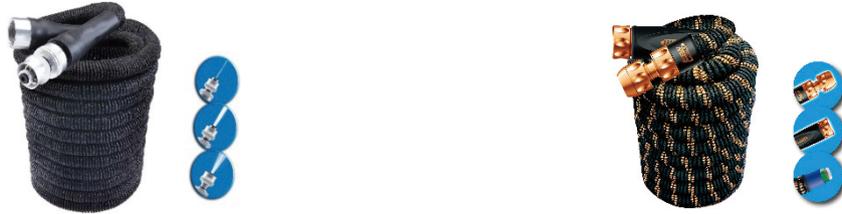
鐳射燈



業 務

以下圖片是我們生產及銷售的部分非電器類家居用品：

花園水管



其他



鍋具

業 務

平均售價及銷量

下表載列於2022財政年度、2023財政年度及2024財政年度按產品類別劃分的平均售價及銷量明細：

	2022財政年度		2023財政年度		2024財政年度	
	平均售價 (按每件) 人民幣元	銷量 (件數) (千件)	平均售價 (按每件) 人民幣元	銷量 (件數) (千件)	平均售價 (按每件) 人民幣元	銷量 (件數) (千件)
電器類家居用品						
－電熱類家電	91.6	5,012	80.3	6,215	74.7	10,139
－電動類家電	60.6	5,241	55.5	5,802	55.5	5,687
－電子類家電	49.5	2,484	55.0	2,028	57.8	1,992
非電器類家居用品						
－花園水管	58.9	3,082	59.7	3,713	57.6	4,951
－其他(附註1)	4.5	3,497	8.9	3,818	12.7	2,197

附註：

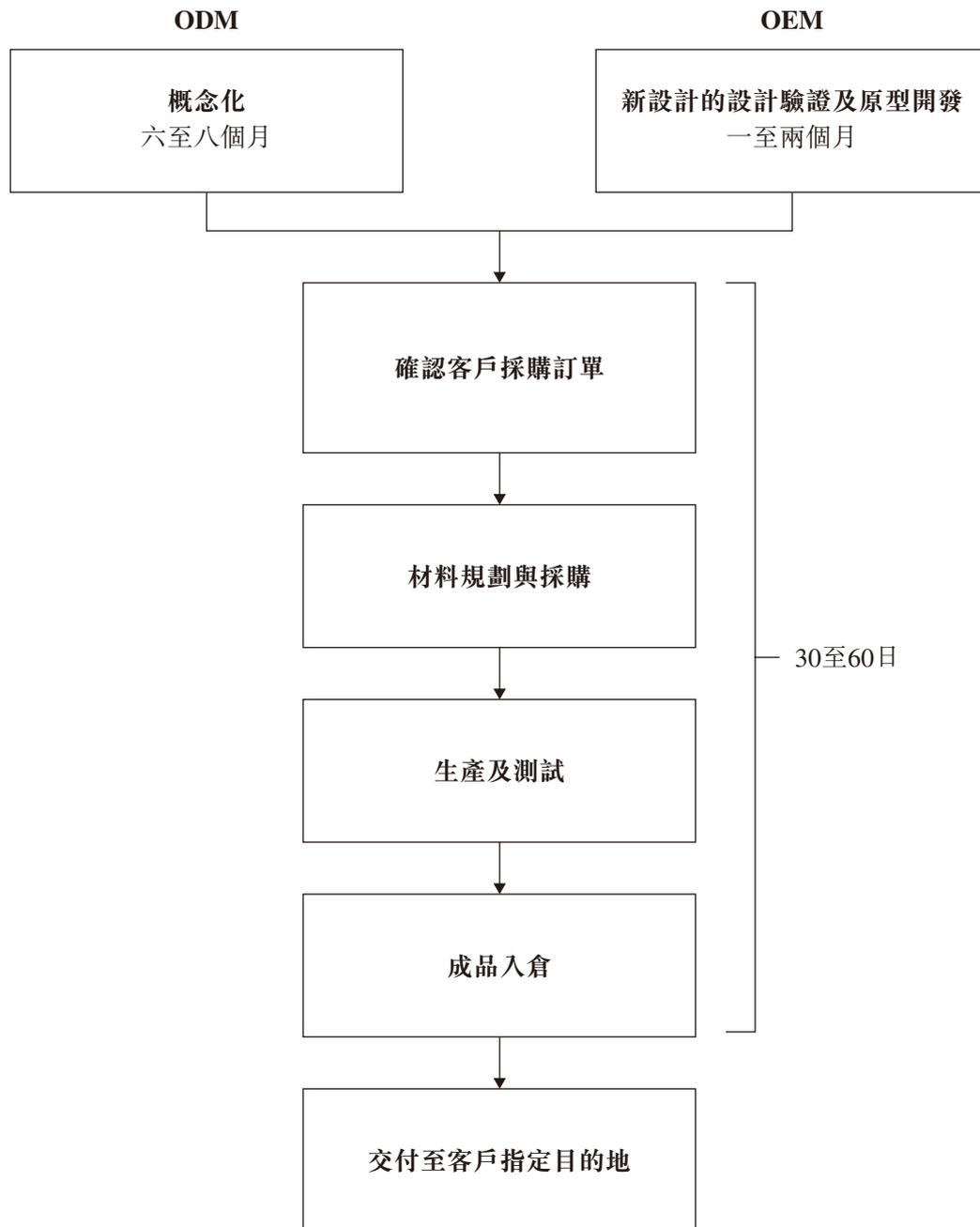
1. 其他包括鍋具、清潔用具及其他家居用品等。
2. 於2023財政年度，考慮到美元兌人民幣的升值趨勢，客戶與我們磋商降低主要產品的售價，因此，主要產品(電子類家電及花園水管除外)的平均售價於2023財政年度有所下降。電子類家電的平均售價於2023財政年度上升，主要是由於鐳射燈及郵政秤的價格上升所致。2023財政年度花園水管的平均售價上升，主要是由於低價型號銷售減少。於2024財政年度，除電熱類家電及其他外，不同產品類別的平均售價維持相對穩定。於2024財政年度，電熱類家電的平均售價下降，主要是由於部分產品(包括電熱水壺、電烤爐及慢燉鍋)的平均售價下降所致。2024財政年度其他的平均售價上升，主要是由於一些清潔用具的平均售價上升所致。
3. 於2023財政年度，考慮到美元兌人民幣的升值趨勢，客戶與我們磋商降低電熱類家電及電動類家電的售價。該降價促進了電熱類家電及電動類家電於2023財政年度的銷量。電子類家電的銷量於2023財政年度有所減少，主要是由於卡秤及磨刀器的銷量減少。花園水管方面，2023財政年度銷量有所增加乃由於2022財政年度開始的產品升級取得成功。於2024財政年度，除電熱類家電及花園水管外，大部分產品類別的銷量保持穩定。於2024財政年度，花園水管的銷量持續增長，尤其是升級版花園水管。電熱類家電的銷量於2024財政年度亦有所增長，主要由慢燉鍋及電熱水壺的銷量上升帶動。

業 務

我們的營運流程

ODM及OEM業務

我們的業務營運涉及數個關鍵階段。以下流程圖說明我們的整體業務營運及每階段一般需要的時間：



業 務

我們主要以ODM或OEM模式服務客戶。按照OEM模式，我們根據客戶開發的設計進行製造；而當按照ODM模式為客戶提供服務時，我們根據客戶要求與客戶合作開發設計。

視乎產品設計及規格的複雜性、採購訂單數量及供應鏈處理時間，接獲採購訂單至交付成品予客戶之間通常需時30至60日。

概念化及設計驗證

一個項目的啟動通常始於客戶的詢問。就ODM訂單而言，我們的業務開發團隊人員會與客戶溝通，了解彼等的需求。然後我們會根據客戶的規格提出方案及估價。我們會與客戶緊密合作以修改並確定我們的設計，若客戶同意我們的方案，會向我們開立訂單。就OEM訂單而言，客戶會提供設計及技術圖紙，而我們會加以驗證和審查，確保能滿足客戶的所有規格及要求，若可滿足該等規格及要求，我們就會接納採購訂單。

確認客戶採購訂單

就OEM訂單而言，客戶會向我們提供採購訂單及交付要求，亦會提供資訊包，一般包括材料清單（為所需組件和零件的明細表）、機械零件和組件的技術圖紙。我們會就每張訂單組成專責項目團隊，成員包括工程師及質量保證團隊、生產及材料團隊的成員。就ODM訂單而言，此階段我們的工程團隊會提供材料清單和圖紙供客戶審批。我們在必要時會生產原型以供客戶審批。

材料規劃與採購

採購部門透過運用ERP系統，與供應商緊密合作，確保有足夠生產材料在規定時間框架內履行客戶的採購訂單。待生產材料運抵後，我們會對材料進行質量檢定。

業 務

生產及測試

我們採用靈活的製造系統，包括機器和電腦化系統，可配置以製造各種零件及組件。有關我們製造流程各個關鍵階段的詳情，請參閱本節「一製造流程」。當有需要時，我們會將某些非核心工序外包予我們的外協商。有關我們向外協商外包的詳情，請參閱本節「一外包」。為維持我們的質量標準，我們利用質量控制技術進行線上質量檢定。組裝完成產品將接受一系列的測試及檢定，確保符合客戶規格。

入倉及交付

通過我們的質量控制後，產品將進行包裝並存放在我們的倉庫中，等待第三方物流公司送貨。

OBM業務

與ODM模式相似，我們在OBM模式下開發自家設計。與ODM/OEM模式不同，我們可控制新產品的推出時間，根據預計客戶訂單量製造產品。經電商平台收到客戶訂單後，我們會將產品付運到其指定地址。

我們的客戶

於往績期間，我們錄得的收益大部分來自ODM/OEM客戶，分別佔我們總收益的94.4%、95.8%及97.3%。我們的ODM/OEM客戶主要包括國際品牌擁有人及彼等的採購服務供應商。餘下部分的收益則來自OBM業務，包括透過亞馬遜、京東、天貓及拼多多等電商平台向終端消費者直銷及向分銷商銷售自有品牌產品(即  (「威麥絲」)、  (「Accuteck」) 及  (「艾格麗」) 下的產品)，於往績期間各年，向分銷商銷售的佔比均低於總收益0.1%。

業 務

下表載列本集團於往績期間按業務模式劃分的收益明細：

	2022財政年度		2023財政年度		2024財政年度	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
ODM	938,536	85.6	1,056,623	88.9	1,289,950	86.0
OEM	97,056	8.8	81,992	6.9	170,407	11.3
OBM	61,373	5.6	49,706	4.2	41,153	2.7
總計	1,096,965	100.0	1,188,321	100.0	1,501,510	100.0

附註：我們來自OBM業務的收益指艾格麗經貿、納吾科技、諾誠電子商務及威麥絲的收益。我們來自ODM及OEM業務的收益指本集團其他附屬公司的收益。

我們的付運目的地

根據客戶所要求產品交付目的地，於往績期間，我們的產品出口至全球超過70個國家及地區。下表列載我們於往績期間按產品付運目的地劃分的總收益明細：

	2022財政年度		2023財政年度		2024財政年度	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
北美洲						
美國	755,142	68.8	958,315	80.6	1,148,669	76.5
其他 ^(附註)	25,987	2.4	35,634	3.0	107,647	7.2
歐洲	227,672	20.8	111,730	9.4	139,551	9.3
大洋洲	44,073	4.0	28,834	2.4	57,219	3.8
亞洲(不包括中國內地)	26,331	2.4	35,833	3.0	34,258	2.3
南美洲	8,527	0.8	12,228	1.0	7,369	0.5
非洲	552	0.1	759	0.1	476	0.0
中國內地	8,681	0.7	4,988	0.5	6,321	0.4
總計	1,096,965	100.0	1,188,321	100.0	1,501,510	100.0

附註：其他包括加拿大及墨西哥。

業 務

五大客戶

我們於往績期間各年度的五大客戶分別佔我們於2022財政年度、2023財政年度及2024財政年度總收益的62.4%、72.4%及77.9%；而我們於往績期間各年度的最大客戶則分別佔我們於2022財政年度、2023財政年度及2024財政年度總收益的21.3%、28.5%及24.1%。

2022財政年度

客戶	背景	向我們採購的產品	與我們建立 關係的年期 (概約)	信貸期	付款方法	收益貢獻 (人民幣千元)	估我們總收益 百分比(%)
Walmart Stores, Inc. (「沃爾瑪」)	沃爾瑪是美國一家跨國零售企業，在美國經營連鎖大賣場、折扣百貨店和雜貨店。沃爾瑪是全球零售業最大企業之一。截至2024年7月31日，沃爾瑪在美國及其他國家擁有超過10,000家門市。	電熱類家電、電動類 家電	13年	60日	電匯	233,389.5 ODM： 230,892.5 OEM： 2,497.0	21.3
Telebrands Corp. (「Telebrands」)	Telebrands成立於1983年，是一家歷史悠久的美國公司，主要從事(其中包括)設計消費品，並在全球70個國家的國際銷售點行銷。	花園水管、電子類 家電及其他非電器 類家居用品	11年	預付30% 按金，餘額 為90至120日	電匯	223,746.4 ODM： 223,746.4 OEM：零	20.4
Sensio Inc. (「Sensio」)	Sensio是美國品牌擁有人，專注於廚房家電領域17年，擁有Bella及Crux等品牌。	電熱類家電、電動類 家電	10年	45至90日	電匯	92,272.1 ODM： 66,919.5 OEM： 25,352.6	8.4

業 務

客戶	背景	向我們採購的產品	與我們建立 關係的年期 (概約)	信貸期	付款方法	估我們總收益	
						收益貢獻 (人民幣千元)	百分比(%)
Hamilton Beach Brands, Inc. (「Hamilton Beach」)	Hamilton Beach是美國家用電器及商用餐廳設備品牌擁有人，主要在美國、加拿大及墨西哥銷售，其控股公司在紐約證券交易所上市，市值超過400百萬美元。	電熱類家電、電動類家電	10年	60至90日	電匯	79,032.8 ODM： 78,526.6 OEM： 506.2	7.2
TGI (FAR EAST) Limited (「TGI」)	TGI主要從事小家電進出口業務，業務主要遍佈歐洲。其為歐洲一家國際連鎖折扣零售商的採購服務供應商，而該連鎖零售商在全球經營超過10,000家門市。	電熱類家電、電動類家電	9年	預付10%按金，餘額憑提單	電匯	56,182.1 ODM： 56,182.1 OEM：零	5.1
總計						684,622.9	62.4

業 務

2023財政年度

客戶	背景	向我們採購的產品	與我們建立關係的年期 (概約)	信貸期	付款方法	收益貢獻 (人民幣千元)	佔我們總收益 百分比(%)
沃爾瑪	沃爾瑪是美國一家跨國零售企業，在美國經營連鎖大賣場、折扣百貨店和雜貨店。沃爾瑪是全球零售業最大企業之一。截至2024年7月31日，沃爾瑪在美國及其他國家擁有超過10,000家門市。	電熱類家電、 電動類家電	13年	60日	電匯	338,166.5 ODM： 338,166.5 OEM：零	28.5
Telebrands	Telebrands成立於1983年，是一家歷史悠久的美國公司，主要從事(其中包括)設計消費品，並在全球70個國家的國際銷售點行銷。	花園水管、電子類 家電及其他 非電器類家居用品	11年	預付30% 按金， 餘額為 90至120日	電匯	282,147.6 ODM： 280,471.8 OEM： 1,675.8	23.7
Sensio	Sensio主要是美國品牌擁有人，專注於廚房家電領域17年，擁有Bella及Crux等品牌。	電熱類家電、 電動類家電	10年	45至90日	電匯	100,927.0 ODM： 82,654.8 OEM： 18,272.2	8.5
Hamilton Beach	Hamilton Beach是美國家用電器及商用餐廳設備品牌擁有人，主要在美國、加拿大及墨西哥銷售，其控股公司在紐約證券交易所上市，市值超過400百萬美元。	電熱類家電、 電動類家電	10年	60至90日	電匯	83,055.6 ODM： 80,822.1 OEM： 2,233.5	7.0
RJ Brands, LLC (「RJ」)	RJ是美國廚房設備品牌擁有人。RJ擁有的品牌包括Chefman，其擁有不同客戶，包括Tesco、Target及其他大型零售商。	電熱類家電、 電動類家電	11年	60至90日	電匯	55,454.1 ODM： 54,310.3 OEM： 1,143.8	4.7
總計						859,750.8	72.4

業 務

2024財政年度

客戶	背景	向我們採購的產品	與我們建立 關係的年期 (概約)	信貸期	付款方法	估我們總收益	
						收益貢獻 (人民幣千元)	百分比(%)
Telebrands	Telebrands成立於1983年，是一家歷史悠久的美國公司，主要從事(其中包括)設計消費品，並在全球70個國家的國際銷售點行銷。	花園水管、電子類 家電及其他非電器 類家居用品	11年	90至120日	電匯	361,741.4 ODM： 351,616.0 OEM： 10,125.4	24.1
沃爾瑪	沃爾瑪是美國一家跨國零售企業，在美國經營連鎖大賣場、折扣百貨店和雜貨店。沃爾瑪是全球零售業最大企業之一。截至2024年7月31日，沃爾瑪在美國及其他國家擁有超過10,000家門市。	電熱類家電、 電動類家電	13年	60日	電匯	316,678.8 ODM： 316,678.8 OEM：零	21.1
Sensio	Sensio是美國品牌擁有人，專注於廚房家電領域17年，擁有Bella及Crux等品牌。	電熱類家電、 電動類家電	10年	45至90日	電匯	269,047.4 ODM： 171,497.8 OEM： 97,549.6	17.9
RJ	RJ是美國廚房設備品牌擁有人。RJ擁有的品牌包括Chefman，其擁有不同客戶，包括Tesco、Target及其他大型零售商。	電熱類家電、 電動類家電	11年	60至90日	電匯	134,253.8 ODM： 131,507.7 OEM： 2,746.1	8.9
Hamilton Beach	Hamilton Beach是美國家用電器及商用餐廳設備品牌擁有人，主要在美國、加拿大及墨西哥銷售，其控股公司在紐約證券交易所上市，市值超過400百萬美元。	電熱類電器、 電動類家電	10年	60至90日	電匯	87,930.0 ODM： 83,764.7 OEM： 4,165.3	5.9
總計						1,169,651.4	77.9

業 務

於往績期間，於往績期間各年度的五大客戶均為獨立第三方。據董事所深知及確信，概無董事、其緊密聯繫人或任何股東(據董事所知擁有發行人已發行股份數目5%以上者)在往績期間各年度的上述五大客戶中擁有任何權益。

於往績期間，概無上述主要客戶同時亦是供應商。

ODM/OEM客戶

於2022財政年度、2023財政年度及2024財政年度，我們分別有177名、168名及183名ODM/OEM客戶。我們的ODM/OEM客戶主要包括國際品牌擁有人及其採購服務供應商，後者擔任品牌擁有人的外包採購職能，以類似於品牌擁有人的方式向我們下達訂單。我們已與ODM/OEM客戶(包括往績期間各年度的大部分五大客戶)就產品銷售訂立框架協議。之後將透過開出個別採購訂單進行銷售。至於並未與我們訂立框架協議的客戶，將透過開出採購訂單進行銷售。主要條款如數量、價格、交付時間及地點、產品規格及付款條款均會在採購訂單上列明。

框架協議

我們與主要客戶的框架協議的主要商業條款概述如下：

期限	概無訂明具體期限或為期一至兩年，除非已送達書面終止通知，否則屆滿後將自動續期。
產品質量及退貨	我們需要按照客戶的規格及/或生產樣品交付產品。 一般而言，我們會作出介乎2%至5%的瑕疵撥備。倘實際退貨超過瑕疵撥備，我們將作出相應退款。
最低採購額承諾	我們並無對客戶設定最低採購額。

業 務

價格、付款及信貸期	價格須在個別採購訂單上列明，並經雙方協定，而我們或會收取訂單金額的30%作為按金。 信貸期為付運／收到付運文件後60至120日，並須以銀行或電匯方式支付。
保密	我們須對設計、技術訣竅及製造數據等客戶資料保密。
終止	(i)其中一方可通過向另一方發出30至90日通知終止框架協議；或(ii)倘我們未能按時交貨或糾正違約情況，則我們的客戶有權終止框架協議。

根據我們與其中一名主要客戶Telebrands的框架協議，我們僅為Telebrands製造及銷售花園水管。於往績期間，我們除花園水管外亦向Telebrands銷售拖把桶及座墊等其他非電器類家居用品。我們與Telebrands已維持長達11年的長期穩定關係，Telebrands於往績期間各年度均向我們下達訂單。此外，鑑於(i)於往績期間及直至最後可行日期，我們與Telebrands並無任何重大糾紛；及(ii) Telebrands目前並無任何跡象顯示我們現有關係將於短期內出現重大不利變動或終止，故董事認為，Telebrands並無跡象或徵兆顯示我們與Telebrands的關係可能於短期內出現重大不利變動或終止。

就與我們訂立框架協議的主要客戶而言，(i)我們與各主要客戶維持長期穩定關係超過九年；(ii)各主要客戶於往績期間各年度均向我們下達訂單；(iii)我們的框架協議持續有效，直至任何一方擬終止協議或協議於屆滿時自動續期，而該等主要客戶概無通知我們或要求終止彼等的框架協議；(iv)於往績期間及直至最後可行日期，我們與彼等並無任何重大糾紛；及(v)我們一直維持穩定業務關係，故董事認為，該等主要客戶並無跡象或徵兆顯示我們與彼等的現有關係可能於短期內出現重大不利變動或終止。

業 務

OBM客戶

我們的OBM客戶群主要由直接在電商平台(如亞馬遜、京東、天貓及拼多多)購買我們產品的零售客戶組成。我們的OBM客戶亦包括分銷商，如線上及線下店主，其於往績期間各年度的銷售額佔比低於0.1%。

於往績期間，對我們於往績期間各年度的五大客戶的銷售額分別佔我們總收益的62.4%、72.4%及77.9%，而對我們於往績期間各年度的最大客戶的銷售額分別佔我們於相關年度總收益的21.3%、28.5%及24.1%。董事認為，我們對客戶(尤其是往績期間不同年度的最大單一客戶沃爾瑪及Telebrands)的依賴不會對我們的業務可持續性造成重大不利影響，因為(i)我們與彼等保持長期穩定的合作關係；(ii)我們的框架協議持續有效，直至任何一方擬終止協議或協議於屆滿時自動續期；(iii)於往績期間及直至最後可行日期，我們與彼等並無任何重大糾紛；及(iv)我們一直維持良好的業務關係，且目前並無跡象或徵兆顯示我們的現有關係將於短期內出現重大不利變動。亦請參閱本文件「風險因素－與我們的行業及業務有關的風險－我們倚賴少數主要客戶，彼等於往績期間合共佔我們總收益超過60%」。

於往績期間及直至最後可行日期，我們與主要客戶並無任何糾紛，或無重大違反我們與客戶訂立的框架協議而對我們的業務、財務狀況或經營業績造成重大影響。

於往績期間，由於我們大部分的產品銷售均為出口銷售，該等銷售主要以美元計值。就中國境內銷售而言，我們的銷售以人民幣計值。我們因而面臨外匯風險。詳情請參閱本文件「風險因素－本集團面臨貨幣風險」。

我們通常向客戶提供30至135日的信貸期。我們定期審視客戶的信用狀況及付款情況。於往績期間，我們並未因客戶嚴重拖延付款而對我們的業務、財務狀況或經營業績造成重大影響。

業 務

季節性

根據我們的經驗，我們通常會在每年下半年錄得相對較高收益，與適逢下半年黑色星期五、感恩節及聖誕節的節慶活動以及年終促銷活動所帶來的較高客戶銷售額相吻合。根據弗若斯特沙利文報告，此季節性趨勢與行業慣例一致。

COVID-19的影響

COVID-19疫情的爆發對全球範圍內的各行各業及整體市場情緒產生了廣泛影響，但同時，由於生活方式及消費者習慣的改變，疫情亦為包括家居用品行業在內的多個行業帶來了機遇。根據弗若斯特沙利文報告，COVID-19疫情導致更多人留在家中，減少社交聚會，進而帶動全球對小家電的需求。儘管COVID-19疫情可能對全球海運及貨運物流造成干擾，但由於我們主要按離岸價基準交付(即我們的產品只需交付至指定的當地港口)，且我們主要在中國進行採購，因此在COVID-19疫情期間，我們向客戶交付產品及採購材料並未受到重大不利影響。此外，儘管COVID-19導致我們的生產設施暫停運作，但暫停時間不超過20天。因此，COVID-19並未嚴重延誤我們向客戶交付產品，亦未對我們的生產造成重大干擾。根據上文所述，COVID-19並未對我們的營運造成重大不利影響。

中美及全球貿易關係緊張

近年，美國政府對中國進口貨品徵收關稅並實施貿易限制，而最近這種貿易關係緊張已經升級到全球範圍，不僅影響中國，也影響其他國家。於2025年2月1日，美國政府宣佈對加拿大、墨西哥和中國徵收了一攬子關稅，其中，所有從中國進口到美國的貨品將被徵收10%的關稅，僅有少數例外情況。此後，美國政府分階段提高對中國進口貨品徵收的關稅，並曾一度高達145% (於2025年2月1日之前已經實施的其他關稅及稅項之基礎上)。於2025年5月12日，中美兩國政府在日內瓦經貿會談後發表聯合聲明(「**5月12日聯合公告**」)，宣佈(其中包括)取消於2025年4月7日及2025年4月9日宣佈的91%關稅，並將2025年4月2日宣佈的24%(共34%)關稅暫停90天，於2025年5月14日生效，這意味著中國進口貨品的實際關稅將由145%降至30%；且自2025年4月2日起，中國對美國進口貨品徵收的關稅將由125%降至10%(美國政府自2025年2月1日起至最後可行日期止對中國不時徵收及調整的關稅，「**對華新關稅**」)。

業 務

除中國外，美國政府亦在全球範圍內宣佈對越南、泰國及印尼等東亞國家徵收關稅，該等國家近年已成為商熱門的製造地點。其中，於2025年4月2日，美國政府宣佈對泰國及印尼的進口貨品分別徵收36%及32%對等關稅(其中包括10%的基準關稅)。其後，於2025年4月9日，美國政府宣佈暫停對泰國及印尼(以及中國以外的其他國家)徵收對等關稅90天。因此，於最後可行日期，泰國及印尼需繳納10%的基準關稅(連同對華新關稅，統稱「**2025年關稅**」)。

於往績期間，以美國為付運目的地的產品銷售額佔我們總收益分別68.8%、80.6%及76.5%。於往績期間，我們若干主要產品(如電烤爐、電熱水壺、攪拌機及花園水管)均須被徵收關稅，而於往績期間適用於我們主要產品的大部分該等關稅並無出現波動。下表載列(i)各自於往績期間須被徵收關稅的主要產品的收益貢獻；(ii)於往績期間的適用關稅率；及(iii)美國政府於最後可行日期宣佈的適用關稅率：

	2022財政年度		2023財政年度		2024財政年度		於往績期間	於最後可行日期
	人民幣	佔總收益	人民幣	佔總收益	人民幣	佔總收益	的適用關稅率	的適用關稅率
	千元	百分比(%)	千元	百分比(%)	千元	百分比(%)		
電烤爐	103,503	9.4	98,867	8.3	107,180	7.1	零或2.7%(附註2)	30%或32.7%(附註2)
電熱水壺	64,611	5.9	94,926	8.0	123,894	8.3	3.7%或11.2%(附註2)	33.7%或41.2%(附註2)
攪拌機	150,220	13.7	207,975	17.5	186,524	12.4	4.2%	34.2%
花園水管	181,460	16.5	221,788	18.7	285,118	19.0	10.0%或28.1%(附註2)	40%或58.1%(附註2)

附註：

1. 就往績期間的收益貢獻而言，上述產品(連同空氣炸鍋)為我們的主要產品。有關適用於空氣炸鍋的關稅詳情，請參閱緊接上表後的段落。
2. 同一產品不同型號的適用關稅各異。

業 務

據董事所深知，除對空氣炸鍋－其佔我們於2022財政年度、2023財政年度及2024財政年度各年的總收益均少於8%－徵收的關稅外，於往績期間，我們其他主要產品的適用美國關稅率並無出現重大波動。空氣炸鍋方面，25%的適用關稅於2022年1月1日至2024年6月14日期間獲得豁免，並自2024年6月15日起恢復徵收；因此，於最後可行日期，空氣炸鍋的適用關稅率變為55%。

須支付美國關稅(包括2025年關稅)的一方

據美國法律顧問所告知，支付美國進口稅和關稅的責任在貨品進口商一方。當我們作為出口商銷售產品時，由於我們的產品是按離岸價中國港口安排銷售並交付至美國，我們不負責在美國司法權區範圍內辦理清關手續，亦不負責為進口美國的產品支付任何該等關稅。

中美及全球貿易關係緊張的相關風險

在宣佈對中國貨品徵收34%關稅後，中國政府作出回應，宣佈對美國貨品徵收關稅。適用於中國貨品的關稅曾一度高達145%，但於2025年5月12日兩國會面後降至30%。其他國家(如越南及印尼)已表示願意進行談判。於最後可行日期，中美緊張關係有緩和的跡象，但中美及全球貿易關係緊張將如何發展仍屬未知之數。

倘中美及全球貿易關係緊張持續或進一步升級，宏觀經濟及美國對非美國進口的生活家居用品的需求整體可能受到不利影響，進而對我們的業務造成重大不利影響，尤其是考慮到美國一直是我們於往績期間各年度超過70%產品的付運目的地，而於最後可行日期，我們只在中國生產產品。

業 務

儘管印尼廠房預計將於2025年第二季投產，而泰國廠房預計將於2025年底前投產，且泰國及印尼的關稅率(截至最後可行日期為10%)低於向中國徵收的關稅率，但美國與泰國及印尼之間的貿易關係將如何發展仍無法預測。倘美國與泰國及印尼之間的貿易關係緊張持續或進一步升級，或印尼及泰國均須繳納與中國相同的關稅，我們可能會失去擬於泰國和印尼擴充所帶來的利益，皆因我們可能無法有效或根本無法降低因中美貿易關係緊張所帶來的地緣政治風險。請參閱「風險因素－中美及全球貿易關係緊張可能對我們的業務、財務狀況及經營業績產生不利影響」。

中美及全球貿易關係緊張對我們業務的影響

根據弗若斯特沙利文的資料，由於若干關鍵因素，消費者對低價小家電及非電器類家居用品的價格變化較不敏感。首先，該類產品一般與便利性及常規購買行為有關。其次，該等商品的價格一般處於中低價位範圍內，消費者可能不太願意進行大量的價格比較或為了等待折扣而推遲購買。因此，董事認為2025年關稅對我們產品定價造成的潛在壓力可部分轉嫁予終端消費者。此外，據弗若斯特沙利文報告所示，海外零售連鎖店及著名品牌擁有人一般對終端消費者有較高的定價能力，尤其是對於低價的消費品，如小家電及非電器類家居用品；且海外零售連鎖店及著名品牌擁有人相對較容易將關稅造成的經濟負擔轉嫁給終端消費者。因此，我們認為，我們的客戶(其中許多是海外零售連鎖店及著名品牌擁有人)可能會提高其零售價格，以部分減輕2025年關稅的影響。然而，倘若適用的關稅繼續攀升，我們的客戶可能會不可避免地要求包括我們在內的供應商降價以分擔關稅負擔。另一方面，海外零售連鎖店及著名品牌擁有人一般在與供應商的關係中可能擁有相對較強的定價槓桿，尤其是在彼等擁有成熟銷售渠道、品牌影響力及規模優勢的情況下。然而，實際定價能力可因應供應商產品的獨特性及競爭力、供需動態及雙方合作的深度和穩定性等因素而有所不同。考慮到(i)與非中國產品相比，預計中國製造的小家電及非電器類家居用品可保持在美國市場的競爭力；(ii)我們與客戶有長期的業務關係，該等客戶為聲譽良好的公司，且對供應商的品質要求甚高；(iii)預計我們將可維持相對非中國製造公司的競爭力；及(iv)我們在印尼及泰國設有非中國生產設施，並將於不久的將來投產，我們相信我們相較於競爭對手的競爭優勢將得以維持。

業 務

自2025年1月1日起及直至最後可行日期，我們並未因徵收2025年關稅而收到任何可能造成重大定價壓力的客戶要求，且概無客戶(包括主要客戶)因2025年關稅取消現有訂單或要求重新協商現有訂單的價格。儘管我們曾接獲四名客戶(包括往績期間的三名主要客戶)暫停付運的要求，但在中美貿易關係緊張隨著5月12日聯合公告的發佈而有所緩和後，約79.9%暫停付運的訂單已確定恢復正常付運，並由中國付運，其餘訂單將轉至印尼廠房由印尼付運。經董事確認，鑑於(i)在要求暫停付運後不久便恢復付運；及(ii)該等暫停付運的訂單大部分於恢復付運前尚未生產及其生產將繼續在中國進行，概無因暫停付運的訂單或恢復付運而產生重大額外成本。此外，儘管報導指出沃爾瑪曾於4月初要求其他供應商暫停付運貨品，並於4月底方恢復付運貨品，但董事確認本集團並未收到沃爾瑪延遲付運貨品的要求。另外，自徵收對華新關稅以來，我們一直與客戶(包括主要客戶)保持緊密溝通，客戶表示有意將其部分訂單的生產遷移至我們的印尼廠房，該廠房預計將於2025年第二季投產。有八名客戶(包括往績期間的四名主要客戶)已經進行廠房檢查，以便盡快開始生產其訂單；我們已通過必要的廠房審核。截至最後可行日期，已有四名主要客戶下達訂單於印尼廠房生產。再者，自徵收2025年關稅起及直至2025年4月30日，主要客戶繼續向我們下達訂單，產品價格及付款條款並未因2025年關稅而有重大變動。以訂單金額計，2025年4月與2024年4月相比並無重大不利變動。

由於中美及全球貿易關係緊張的發展難以預測，我們無法向閣下保證我們的客戶在未來不會因關稅、生活家居用品的整體需求下降、以美國當地製造公司或其他國家的其他製造公司取代我們、或宏觀經濟不景氣等原因而要求更改價格或其他合約條款或者減少訂單。請參閱「風險因素—中美及全球貿易關係緊張可能對我們的業務、財務狀況及經營業績產生不利影響」。至於中美貿易關係緊張及中國政府對美國進口貨品徵收關稅對我們供應的相應影響，於往績期間，我們的生產並不依賴美國物資，我們的大部分供應商均位於中國。因此，目前，董事認為中美及全球貿易關係緊張不會對我們的採購產生重大不利影響。

業 務

董事認為，且獨家保薦人亦同意，截至最後可行日期，2025年關稅並無對本集團產生重大不利影響。根據目前可得的資料，並受中美及全球貿易關係緊張的變化及發展(該等變化及發展極不可預測)及「風險因素」中詳述的相關風險的影響，截至最後可行日期，董事認為，且獨家保薦人亦同意，2025年關稅預計不會對本集團產生重大不利影響。儘管如此，我們認為我們的競爭優勢仍然存在，理由如下：

1. 與非中國國家相比，預計來自中國的小家電及非電器類家居用品可保持在美國市場的競爭力

據弗若斯特沙利文報告所示，多年來，美國非常依賴從中國進口的小家電及非電器類家居用品，使中國成為美國此類產品的最大出口國之一。得益於成熟的供應鏈以及在製造價廉物美產品方面的經驗，中國成為美國小家電及非電器類家居用品最便宜的來源地之一。尤其是中國在材料採購、生產效率、技術經驗及勞動力資源等方面的綜合優勢，使中國製造公司在全球市場(特別是美國市場)上保持領先地位。雖然東南亞等地區的製造公司在價格及產能方面逐漸提高競爭力，但在生產技術、供應鏈管理及基礎設施發展等關鍵領域仍落後於中國。中國製造公司相對於非中國製造公司的該等優勢需要多年才能形成，因此預期該等優勢將仍然存在。這意味著美國進口商在尋找可匹配中國製造公司價格及成本效益的其他國家替代製造公司，以及減少對中國進口貨品的依賴方面會面臨重大挑戰。有關中美貿易關係緊張對全球小家電及非電器類家居用品行業的影響分析，請參閱本文件「行業概覽－中美及全球貿易關係緊張對全球小家電及非電器類家居用品行業的影響分析」。鑑於上述者，目前我們認為儘管受中美及全球貿易關係緊張的近期發展影響，惟預計來自中國的包括我們產品在內的小家電未來可保持在美國市場的競爭力。

業 務

2. 我們與主要客戶有長期的業務關係，該等客戶為聲譽良好的公司／品牌，且我們的客戶對終端消費者有較高的定價能力，亦對供應商有較高的品質要求

我們與往績期間各年度的五大客戶保持著長期合作關係，介乎九年至十三年不等。特別是，我們與沃爾瑪、Telebrands、Sensio及Hamilton Beach等美國著名品牌擁有人及零售公司已建立長期的業務關係，彼等各自與我們有著超過十年的業務關係。據弗若斯特沙利文報告所示，海外零售連鎖店及著名品牌擁有人(包括我們的客戶)一般對終端消費者有較高的定價能力，尤其是對於低價的消費品，如小家電及非電器類家居用品；且海外零售連鎖店及著名品牌擁有人相對較容易將關稅造成的經濟負擔轉嫁給終端消費者。此外，彼等傾向僅從少數供應商採購物資，因為價格並非彼等篩選供應商的唯一考慮因素，彼等亦非常重視與價格無關的其他特質，如品質及穩定性。因此，彼等通常與認可的供應商保持穩定及長期的業務關係，原因是彼等在篩選供應商時經過嚴格及嚴謹的程序，更換新供應商將招致重大成本。我們相信，我們與該五大客戶之間穩定且不斷發展的業務關係彰顯了我們的實力及競爭優勢。我們認為，我們與聲譽良好的客戶之間長期的關係，亦有助我們招徠更多來自非美國客戶的銷售訂單。

3. 預計我們將可維持相對非中國製造公司的競爭力

自2025年1月1日起及直至最後可行日期，(i)概無客戶(包括主要客戶)因2025年關稅取消訂單或要求重新協商現有訂單的價格；及(ii)主要客戶繼續向我們下達訂單，產品價格及付款條款並無重大變動。此外，自徵收對華新關稅以來，我們一直與客戶(包括主要客戶)保持緊密溝通，客戶表示有意將其部分訂單的生產遷移至我們的印尼廠房，該廠房預計將於2025年第二季投產。有多名客戶已經進行廠房檢查，以便盡快開始生產其訂單。我們相信這顯示，考慮到製造經驗、穩定性、規模、品質及價格等因素，我們仍在客戶的供應商名單之上，而且儘管受2025年關稅影響，彼等打算繼續向我們下達訂單。同時，考慮到(i)我們產品的零售價相對較低，終端消費者對價格調整的敏感度較低；(ii)「業務－我們的競爭優勢」詳述之我們的競爭優勢；及(iii)我們將能夠為客戶提供在中國以外地點(即印尼及泰國(待我們的未來計劃實施後))生產的選擇，該等地點目前可享受較低的關稅稅率，我們相信我們將可維持相對其他非中國競爭對手的競爭力。

業 務

4. 我們在印尼及泰國設有非中國生產設施，並將於不久的將來投產

作為一項減低地緣政治風險的應變措施(亦構成我們擴張計劃的一部分)，我們建立的印尼廠房預期將於2025年第二季投產。此外，我們亦已開始興建泰國廠房，預計將於2025年下半年投產。於最後可行日期，儘管泰國及印尼亦成為美國關稅的對象，但泰國及印尼進口至美國的貨品的適用關稅率(分別為10%)低於對中國進口至美國的貨品徵收的30%關稅(在任何原有關稅的基礎上)。此外，我們無法預測美國政府會否再次對中國貨品徵收曾一度高達145%的較高關稅。因此，目前假設美國政府對中國及其他東亞國家徵收的關稅差異仍然存在，我們相信，將我們的生產從中國遷往泰國及印尼，仍是我們透過產品產地多元化來管理地緣政治風險的可行選擇。我們相信透過海外生產佈局的擴展，將可為客戶提供可靠的選擇，從而維持我們的競爭力。有關印尼廠房及泰國廠房的詳情，請分別參閱本節「我們的生產設施－海外生產設施」及「我們的策略－設立泰國廠房以增強全球佈局」。

我們應對2025年關稅的策略方針及其可行性

董事認為，我們的國內外策略佈局(包括印尼廠房的營運)屬可行的，並將減輕2025年關稅帶來的風險，原因如下：

- 根據我們的印尼法律顧問所告知，我們取得開始生產所需的監管核准不會遇到任何重大法律障礙；
- 我們在中國的若干可比公司已於東南亞設廠；其中部分企業已在印尼設立廠房，並已順利投產運作一段相當長的時間。憑藉我們20多年的廠房營運經驗，我們相信，我們亦能夠像可比公司一般經營其海外廠房；

業 務

- 我們的印尼廠房自成立後便得到主要客戶的鼎力支持。除早期參與印尼廠房的建設外，儘管印尼廠房預計須於2025年第二季末才能投入商業生產，惟我們的主要客戶已經下達訂單在印尼廠房生產，並於2025年第三季末交付。我們相信，客戶最有資格評估我們是否有能力運作新廠房，而彼等的行動已證明我們的能力；
- 我們與主要客戶保持長期的合作關係，並獲認可為其主要供應商。主要客戶均為規模龐大的全球著名品牌擁有人，已表示我們是其主要供應商；
- 誠如弗若斯特沙利文確認，海外零售連鎖店及信譽良好的品牌擁有人(例如我們的主要客戶)若更換供應商，將面臨高昂的轉換成本。要擺脫該等既有的關係，不僅是尋找新供應商那般簡單，更涉及整個供應鏈的重新配置，其需要時間、投資及戰略規劃。短期內，多樣化努力受到基礎設施差距、勞動力限制以及替代市場容量不足的限制。因此，董事認為，若因美國政府徵收／將徵收的關稅而導致未來客戶對非中國製造產品的需求進一步增加，則隨著本集團在海外設立機構，即使考慮到上述其他因素，本集團的競爭優勢(尤其是相對於並無海外廠房的中國製造公司及非中國製造公司(例如印尼當地製造公司)的優勢)將依然存在，甚至會更為突出。自2025年關稅實施以來，根據我們與客戶的溝通及經董事確認，我們已收到客戶要求由我們的印尼／泰國廠房生產產品(之前由其他供應商供應)的訂單或查詢。具體而言，我們的一位客戶於往績期間主要下訂單運送至非美國地點，目前亦計劃向我們的海外廠房下訂單運送至美國。董事認為，在關稅情況下更換供應商強烈表明海外品牌擁有人對擁有海外生產設施的中國製造公司的需求，由於中國製造公司擁有同樣適用於中國境外生產的無形技能及專有技術，預計該種需求將會增加。此外，鑑於海外擴張需要大量財務資源及客戶支持，而中國製造公司(尚未設立海外生產設施)可能無法輕易獲得該等資源及支持，董事認為，行業格局的該種變化將凸顯本集團的海外戰略佈局，從而使本集團進一步從競爭對手中脫穎而出。

業 務

儘管上述者，鑑於當前地緣政治局勢不斷演變且高度不可預測，概不保證我們的業務不會受到中美及全球貿易關係緊張的負面影響且無法保證我們的競爭優勢將保持不變。請參閱本文件「風險因素 — 與我們的行業及業務有關的風險 — 中美及全球貿易關係緊張可能對我們的業務、財務狀況及經營業績產生不利影響」。為應對該等不確定性，於最後可行日期，我們已開始與供應商溝通及磋商，以降低成本。此外，為使客戶群更加多元化，我們正在積極尋找美國以外的新客戶。自2025年1月1日起，我們已獲得八名新的非美國客戶，該等客戶已向我們下達訂單，並計劃於2025年5月及6月付運貨品。我們將繼續密切關注中美及全球貿易關係緊張的發展。

我們的供應商

我們的主要供應商為金屬及塑膠原料、零件及配件供應商。我們的採購部門負責材料及供應品的採購。我們集中採購並有一份經核准的供應商名單，大部分供應商均位於中國。我們已制定內部政策，明確規定供應商選擇標準與程序以及採購流程。我們在評估供應商時會考慮其價格、質量及產能等因素。在評估過程中，我們會收集供應商的資訊，包括環保相關及質量相關認證的合規水平，並對主要供應商進行實地考察。為避免依賴供應商，我們一般會就主要原材料維持多於一名供應商。我們生產所使用的主要材料包括金屬及塑膠原料、零件及配件，大部分原材料採購自中國境內的供應商。

五大供應商

於往績期間各年度，五大供應商佔我們於2022財政年度、2023財政年度及2024財政年度的總採購額分別18.2%、22.4%及18.3%；而最大供應商則佔我們於2022財政年度、2023財政年度及2024財政年度的總採購額分別7.2%、9.4%及5.3%。

業 務

2022財政年度

供應商	背景	我們採購的 主要產品/服務	與我們建立 關係的年期 (概約)	信貸期	付款方法	採購額 <i>(人民幣千元)</i>	佔我們 總採購額 百分比(%)
順良發工業(深圳)有限公司	於中國註冊成立，從事(其中包括)貨物進出口、銷售個人防護裝備及五金產品、生產纖維。	纖維水管外套及半成品組裝服務	8年	交付時	電匯/銀行 承兌票據	47,190.8	7.2
深圳市嘉志貿易有限公司	於中國註冊成立，從事(其中包括)五金產品、電子產品、塑膠產品及化工產品的買賣。	塑膠原料	10年	30日	電匯/銀行 承兌票據	23,094.9	3.5
盛嘉倫橡塑(河源)有限公司	於中國註冊成立，從事(其中包括)塑膠零件及其原料的銷售。	熱塑性聚氨酯	11年	30日	電匯/銀行 承兌票據	18,619.8	2.8
湖北靈龍鋁業有限公司	於中國註冊成立，從事(其中包括)廢金屬回收、加工及銷售。	五金配件	1年	預付	電匯/銀行 承兌票據	16,330.1	2.5
湖南省吉富鋁塑製品有限公司	於中國註冊成立，從事(其中包括)加工非金屬廢料；有色金屬銷售；生產與銷售塑膠產品。	金屬原料	6年	交付時	銀行轉賬/ 電匯/銀行 承兌票據	14,473.8 <i>(附註1)</i>	2.2
總計						119,709.4	18.2

附註：

1. 向湖南省吉富鋁塑製品有限公司和湖南森科有色金屬有限公司兩間中國公司所作全部採購之總和，據董事所知，該等公司的股東為彼此的親屬。

業 務

2023財政年度

供應商	背景	我們採購的 主要產品/服務	與我們建立 關係的年期 (概約)	信貸期	付款方法	採購額 (人民幣千元)	佔我們 總採購額 百分比(%)
湖北益雄工業科技 有限公司	於中國註冊成立，從事(其中 包括)貨物進出口；銷售 及製造塑膠產品、五金產 品及針織產品。	纖維水管外套	8年 <i>(附註1)</i>	交付時	電匯/銀行 承兌票據	72,367.6 <i>(附註1)</i>	9.4
丹陽恩科健身器材 有限公司	於中國註冊成立，從事(其中 包括)製造塑膠產品及機 械產品；組裝電子配件。	乳膠內管	2年	30%按金預付 款項，餘 額於各曆 月的第15 日支付	電匯/銀行 承兌票據	33,580.5	4.4
深圳市嘉志貿易 有限公司	於中國註冊成立，從事(其中 包括)五金產品、電子產 品、塑膠產品及化工產品 的買賣。	塑膠原料	10年	30日	電匯/銀行 承兌票據	30,226.4	3.9
深圳市錦鋒誠精密 五金有限公司	於中國註冊成立，從事(其中 包括)小型汽車配件、五 金配件及模具的銷售。	五金配件	9年	30至150日	電匯/銀行 承兌票據	20,242.0 <i>(附註2)</i>	2.6
湖南省吉富鋁塑 製品有限公司	於中國註冊成立，從事(其中 包括)加工非金屬廢料、 銷售有色金屬、生產與銷 售塑膠產品。	金屬原料	6年	交付時	銀行轉賬/ 電匯/銀行 承兌票據	15,851.0 <i>(附註3)</i>	2.1
總計						172,267.5	22.4

業 務

附註：

1. 向(i)順良發工業(深圳)有限公司和(ii)湖北益雄工業科技有限公司所作全部採購之總和。據董事所知，前者由一對父子擁有，而後者由該名父親全資擁有。
2. 向深圳市錦鋒誠精密五金有限公司及其同系附屬公司所作全部採購之總和。
3. 向湖南省吉富鋁塑製品有限公司和湖南森科有色金屬有限公司兩間中國公司所作全部採購之總和，據董事所知，該等公司的股東為彼此的親屬。

2024財政年度

供應商	背景	我們採購的 主要產品/服務	與我們建立 關係的年期 (概約)	信貸期	付款方法	採購額 (人民幣千元)	佔我們 總採購額 百分比(%)
湖北益雄工業科技 有限公司	於中國註冊成立，從事 (其中包括)貨物進出口； 銷售及製造塑膠產品、 五金產品及針織產品。	纖維水管外套	8年 (附註1)	交付時	電匯/銀行 承兌票據	56,924.7 (附註1)	5.3
深圳市嘉志貿易 有限公司	於中國註冊成立，從事(其中 包括)五金產品、電子產 品、塑膠產品及化工產品 的買賣。	塑膠原料	10年	30日	電匯/銀行 承兌票據	44,953.4	4.2
丹陽恩科健身器材 有限公司	於中國註冊成立，從事(其中 包括)製造塑膠產品及機 械產品；組裝電子配件。	乳膠內管	2年	30%按金預付 款項，餘 額於各曆 月的第15 日支付	電匯/銀行 承兌票據	41,562.1	3.9

業 務

供應商	背景	我們採購的 主要產品/服務	與我們建立 關係的年期		付款方法	採購額 (人民幣千元)	佔我們 總採購額 百分比(%)
			(概約)	信貸期			
醴陵市湘成陶瓷 製造有限公司	於中國註冊成立，從事 (其中包括)製造及銷售 陶器產品。	慢炖鍋內膽	10年	60日	電匯/銀行 承兌票據	28,877.3	2.7
湖南省吉富鋁塑 製品有限公司	於中國註冊成立，從事 (其中包括)加工非金屬 廢料、銷售有色金屬、 生產與銷售塑膠產品。	金屬原料	6年	交付時	銀行轉賬/ 電匯/銀行 承兌票據	23,487.0 <i>(附註2)</i>	2.2
總計						195,804.5	18.3

附註：

1. 向(i)順良發工業(深圳)有限公司和(ii)湖北益雄工業科技有限公司所作全部採購之總和。據董事所知，前者由一對父子擁有，而後者由該名父親全資擁有。
2. 向湖南省吉富鋁塑製品有限公司及湖南森科有色金屬有限公司所作全部採購之總和，據董事所知，該等公司的股東為彼此的親屬。

於往績期間，往績期間各年度的五大供應商均為獨立第三方。據董事所深知及確信，概無董事、其緊密聯繫人或任何股東(據董事所知擁有發行人已發行股份數目5%以上者)於上述往績期間各年度的五大供應商中擁有任何權益。

於往績期間，概無上述主要供應商亦為本集團的客戶。

於往績期間，我們並未遇到任何會對我們的業務、財務狀況或經營業績造成重大影響的原材料供應短缺或延誤。

業 務

於往績期間，我們並未遇到任何會對我們的業務、財務狀況或經營業績造成重大影響的供應延誤或短缺、採購產品價格波動或產品交付問題。董事認為，可隨時在市場上物色到生產材料的替代供應商，且品質及價格相若，我們預期於可見將來在採購生產材料方面不會遇到重大困難。

有關銷售成本假設性波動對除所得稅前溢利影響的敏感度分析的進一步詳情，請參閱本文件「財務資料－經營業績的主要組成部分－敏感度分析」。

框架協議

我們已與主要供應商訂立具法律約束力的框架協議，之後將透過個別下達的採購訂單進行採購。至於並未與我們訂立框架協議的供應商，將透過下達採購訂單進行採購。主要條款如數量、價格、交付時間及地點、產品規格及付款條款均會在採購訂單中列明。

我們與供應商訂立的框架協議的主要商業條款摘要如下：

期限	概無訂明具體期限
供應商的責任	供應商須根據個別採購訂單所指定規格交付產品，且提供的產品必須符合預生產樣品及相關國家和行業標準。
最低採購額承諾	並無對本集團施加最低採購額承諾。

業 務

價格、付款及信貸期	價格須在經雙方協定的個別報價中列出。對於定製用品，例如定製五金，我們或會被要求支付相當於合約總額約30%的按金。 信貸期為出具發票後30至150天，並一般須以銀行承兌票據或電匯方式支付。
知識產權保護	供應商必須對其與本集團業務往來過程中可能接觸到的涉及本集團或其業務的任何資料(包括任何數據、技術訣竅)保密。
終止	倘供應商的交付出現重大延誤，本集團可單方面終止協議。

除上述框架協議外，為了提供額外一層的知識產權保障，我們亦與若干主要供應商訂立技術保密協議，據此，除其他保密責任外，彼等不得開發、製造或銷售使用本集團專有技術訣竅(包括產品設計及配方)的類似產品。

於往績期間及直至最後可行日期，我們與主要供應商並無任何糾紛，或無嚴重違反我們與供應商訂立的框架協議而對我們的業務、財務狀況或經營業績造成重大影響。

業 務

我們的生產設施

於最後可行日期，我們在中國有七座生產設施已經投產：

	生產設施	地點	設立年份	概約建築面積	於往績期間的主要業務 ^(附註1)
1.	益諾威廠房	江蘇省江陰市	2000年	15,609平方米	設計及製造電子類家電
2.	愛思傑廠房	廣東省深圳市	2002年	32,300平方米	設計及製造ODM/OEM產品， 包括電動類家電及電子類家電
3.	遠特信廠房	廣東省深圳市	2004年	52,000平方米	設計及製造ODM/OEM產品， 包括電熱類家電及花園水管
4.	湖北香江廠房	湖北省黃岡市	2012年	97,367.9平方米	設計及製造ODM/OEM產品， 包括電熱類家電及花園水管
5.	美諾威廠房	廣東省惠州市	2017年	18,976.9平方米	設計及製造ODM/OEM產品， 包括電熱類家電及花園水管
6.	宏諾威廠房	廣東省深圳市	2020年	4,000平方米	製造及加工PCBA供內部使用
7.	香江智能廠房	廣東省惠州市	2024年	147,069.0平方米	設計及製造ODM/OEM產品， 包括電熱類家電

附註：

1. 主要業務於往績期間的收益貢獻總額。

業 務

海外生產設施

作為國際擴張計劃的一環，於最後可行日期，我們已在印尼東爪哇省完成設立生產設施。於最後可行日期，我們的印尼廠房正在申領投產必須的監管批文及證書。據我們的印尼法律顧問告知，我們在獲得投產所需的監管批准方面將不會遇到重大法律障礙。截至最後可行日期，我們已提供相關部門迄今要求的所有文件。儘管我們預計將有需要從中國進口在製或原材料至印尼而錄得額外的運輸成本及公用事業服務成本，但相較在中國生產，預計我們的印尼廠房將因較低廉的勞動及租金成本而錄得相若的生產成本。目前，印尼廠房預期將於2025年第二季投產。印尼廠房的設計用於製造電熱類家電、電動類家電、電子類家電、花園水管及其他產品，總建築面積約7,745平方米。按會計基準計算，當印尼廠房產生的收益足以支付同年產生的經營成本及開支（不包括折舊費用及除稅後開支）時，即為達到收支平衡。實現收支平衡所需的時間取決於多項因素，例如整體經濟及市場狀況、市場需求、生產線使用率、市場競爭及生產成本。當經營活動產生的未來淨現金流總額足以覆蓋包括機器和設備購置成本在內的投資總額，即視為實現投資回收。實現投資回收所需的時間亦取決於多項因素，包括上述因素及實際資本開支，例如機器和設備成本。根據我們的知識及經驗，估計印尼廠房的回本期將約為26個月，並有望在約九個月內達到收支平衡。

另外，我們計劃在泰國羅勇府興建全新生產設施，預計將於2025年下半年投產。有關泰國廠房興建計劃的詳情，包括泰國廠房的收支平衡期及回本期，請參閱本節「我們的策略－設立泰國廠房以增強全球佈局」。

業 務

待海外生產設施建設後，我們計劃根據(其中包括)以下因素將採購訂單分配予位於中國的生產設施及海外生產設施：(i)產品的交付地址以及交付地址與生產設施位置的鄰近程度；(ii) ODM/OEM客戶的生產地點偏好；(iii)於相關時間不同生產設施的工作量及資源；(iv)於相關時間地緣政治狀況及貿易限制，我們會將發往美國或中美貿易關係緊張下可能受到貿易限制的採購訂單優先分配給印尼廠房及泰國廠房；及(v)中國不同生產設施的優勢。視乎客戶的偏好及貿易限制的影響，我們優先將發往美國或中美貿易關係緊張下可能受到貿易限制的採購訂單分配給印尼廠房和泰國廠房。

產能及使用率

在多年的營運過程中，我們投入了大量資金來建立靈活生產系統，當中的機器和電腦化系統可通過配置以製造各類部件並應對不斷變化的生產水平，從而適應客戶不同種類及數量的產品訂單。董事認為，本公司的生產瓶頸在於裝配工序，其屬重要生產工序，決定成品的品質及產量。因此，我們以裝配線的產能來計算我們在往績期間的產能。

下表載列我們於往績期間的設計產能、經轉換實際產量和使用率：

	設計產能 (千件) (附註1、2)	經轉換實際產量 (千件) (附註3)	使用率 (%) (附註4)
2022財政年度			
電器類家居用品	18,895.7	12,714.0	67.3
非電器類家居用品 (附註5)	6,907.0	3,767.5	54.6
2023財政年度			
電器類家居用品	19,288.0	14,913.1	77.3
非電器類家居用品 (附註5)	5,760.0	4,917.4	85.4
2024財政年度			
電器類家居用品	24,340.0	19,899.4	81.8
非電器類家居用品 (附註5)	5,760.0	5,330.2	92.5

業 務

預期設計產能

(千件)

(附註6)

所有生產設施完成設立後

電器類家居用品	44,340.0
非電器類家居用品 (附註5)	8,640.0

附註：

1. 我們於往績期間生產超過2,400款產品型號及不同產品的裝配線產能差異極大(介乎每條生產線每小時20件至每小時3,150件)。鑑於不同產品型號的生產時間有所不同，為方便說明，我們經考慮實際銷量及不同產品重新訂購的頻率等各種因素，並選定電熱水壺、攪拌機、電子秤(為於往績期間電器類家居用品各類別按銷量而言的主要產品)的一個通用型號，作為標準型號來計算設計產能及經轉換實際產量，再以此為基準計算使用率。就非電器類家居用品而言，我們以類似基準，選定花園水管的一個通用型號作為標準型號計算使用率。
2. 設計產能指有關年度於中國使用的所有生產設施的設計產能，惟(i)宏諾威廠房(主要用於製造內部使用的PCBA零件)、(ii)印尼廠房(已完成設立，但於最後可行日期尚未投入商業生產)；及(iii)我們擬建的泰國廠房(其為我們未來計劃的一部分，於最後可行日期尚未興建)。

設計產能乃假設生產時數為每天8小時(即每天的標準工作時間)，2022財政年度工作267天(計及所有生產設施因COVID-19而暫停的總天數，每個生產設施的暫停時間不超過20天)、2023財政年度工作300天及2024財政年度工作300天，並使用以下公式計算：

設計產能 = 一條裝配線每小時可生產的標準型號(見上文附註1)產品數量x相關年份所使用的平均裝配線數量(按月平均)x相關年度的生產時數。

為方便說明，雖然一條裝配線可生產不同類別的產品，但在計算設計產能時，乃假設各條裝配線只生產相關廠房(該裝配線所在廠房)專門生產的產品類別。

3. 鑑於我們的業務模式涉及多種產品，亦即生產時間存在差異，為以類似基準比較產量與設計產能，各種產品的實際產量均轉換為相關產品類別的標準型號數量(見上文附註1)。

業 務

4. 使用率等於經轉換實際產量除以同年設計產能。根據弗若斯特沙利文的觀點，獨家保薦人認為使用率的計算符合行業慣例。
5. 鑑於非電器類家居用品的銷售額主要來自花園水管銷售額，為方便說明，非電器類家居用品僅指花園水管，而其他非電器類家居用品未有包括在內。
6. 預期設計產能乃按年度基準於中國(不包括宏諾威廠房，該廠房主要用於製造及加工內部使用的PCBA零件)及海外(即泰國廠房及印尼廠房)所有生產設施設立完成。

下表列出泰國廠房、香江智能廠房及印尼廠房於完成設立後各自的預期設計產能：

預期設計產能	電器類家居用品	非電器類家居用品
	(千件)	(千件)
泰國廠房	5,352.0	2,880.0
香江智能廠房	16,750.0	—
印尼廠房	4,224.0	—

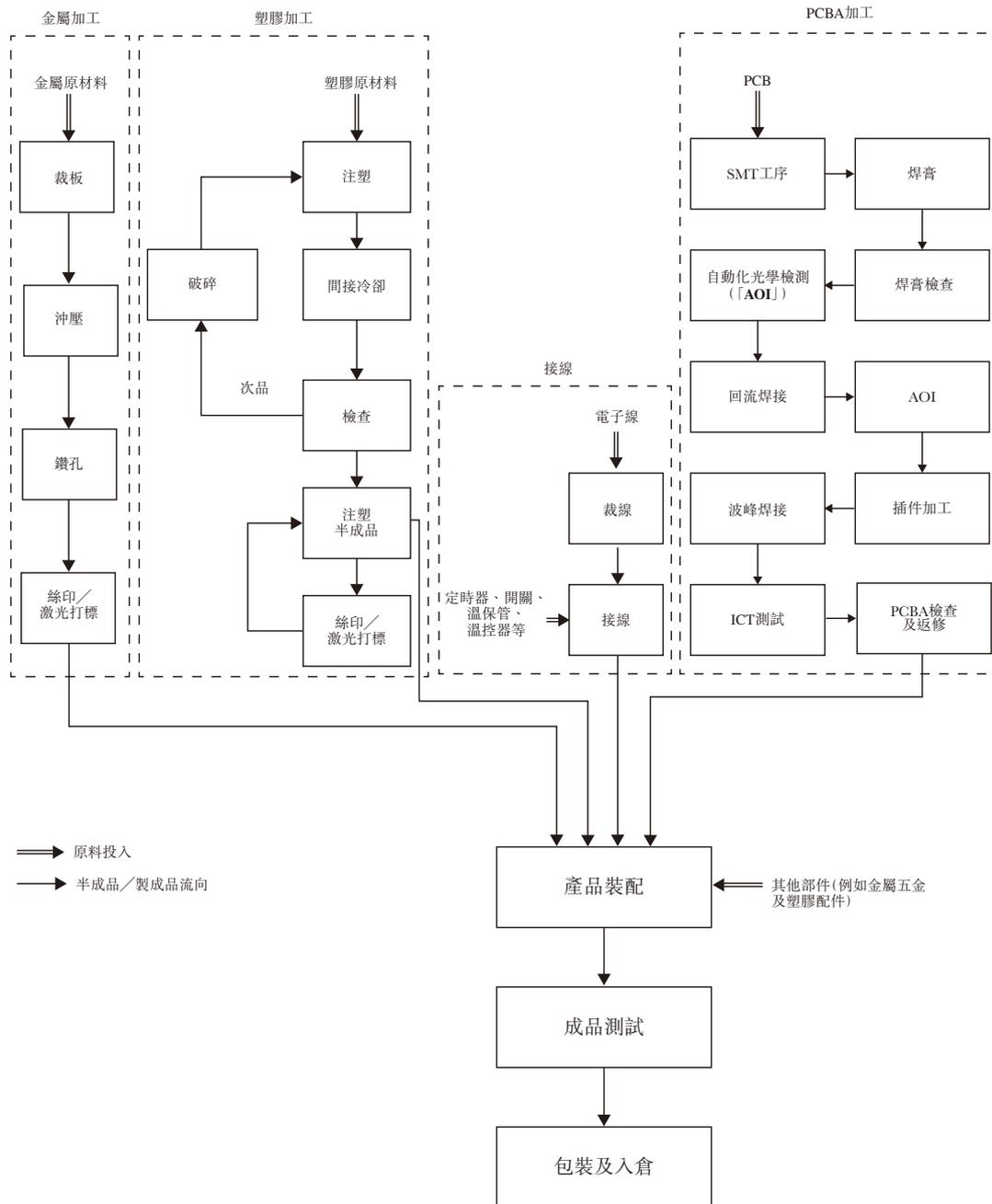
截至2024年12月31日，我們已完成香江智能廠房的建設，並已完成第一階段設置。上述香江智能廠房的預期設計產能已計入截至2024年12月31日已安裝的裝配線，以及其他將於其全面完工後安裝的新裝配線。

就印尼廠房而言，儘管我們的裝配線具備彈性，可透過調整機器設備的配置，生產不同的產品(包括非電器類家居用品)以滿足客戶的實際需求，但其規劃主要用於生產電器類家居用品。因此，預期設計產能的計算以電器類家居用品為準。

業 務

製造流程

我們於往績期間製造及銷售多款產品。不同產品會涉及不同的設計、生產材料、部件、技術規格及生產流程，以下流程圖顯示我們產品的關鍵生產工序。我們製造流程的關鍵階段為：(i) 將金屬／塑膠原材料加工成金屬／塑膠部件及零件；(ii) 加工PCBA；(iii) 線材及零件的配線；(iv) 部件及零件的組裝；及(v) 成品測試。不同產品的製造會有不同的階段組合。



業 務

金屬件加工

就製造金屬五金、零件及配件以組裝至我們的產品而言，我們會採購鋁合金等金屬原材料，並通過沖壓等金屬加工工藝成型，再經鑽孔加工形成所需孔位。視需求可對金屬件進行激光打標或絲印，在產品上形成標誌或圖案。

塑膠件加工

塑膠件主要採用注塑成型工藝。注塑成型是將熔融塑料注入模具中，製作出不同形狀和規格的塑膠零件。之後，熔融成型的塑膠會經過冷卻回復固態，形成半成品零件進行組裝。我們會進行製程中的檢測，發現不良品將進行粉碎回收處理。視需求可對塑膠件進行激光打標或絲印，在產品上形成標誌或圖案。

接線

這個流程包括連接電線和其他部件，例如開關、定時器和溫控器。

PCBA加工

印刷電路板組裝(PCBA)對於電子類家電而言至關重要。此流程將印刷電路板(PCB)(沒有附加任何電子元件的空白電路板)變成完整的組件，其中包含PCB所需的組件，使其發揮所需應用的功能。PCBA加工包括多個步驟，從在空白電路板上印刷焊膏，以回流焊接及波峰焊接方式，在PCB上安裝電子元件其後進行AOI和ICT測試，以及於通過測試後包裝。

產品裝配

我們通過組裝配線將不同的零件和組件裝配為成品，然後再進行測試和檢驗。

產品測試

成品由我們的質控人員進行檢驗。為了滿足國家／地區的要求和客戶的要求，我們會對成品進行抽樣，並送至第三方實驗室進行不同的測試，包括有害物質測試和安全要求測試。

業 務

主要機器及設備

我們的主要機器及設備大部分為自置，通常採購自中國。我們的主要機器包括壓鑄機、注塑機、CNC機及裝配線。一般可使用年期為10年，而我們的主要機器平均已達到按照我們折舊政策估計可使用年期的一半以上。我們定期維護機器和設備。有關機器和設備的折舊方法，請參閱本文件「附錄一—會計師報告—附註17.物業、廠房及設備」。於往績期間，該等機器或設備並無出現會對我們業務、財務狀況或經營業績造成重大影響的嚴重故障。

外包

於往績期間，我們將注塑、壓鑄、電鍍、噴塗及模塊裝配等若干生產工序外包。我們將半加工品或原材料交付至外協商加工。半成品經我們檢驗品質後，通常會送回我們的廠房作進一步加工。於2022財政年度、2023財政年度及2024財政年度，我們分別產生分包費人民幣35.1百萬元、人民幣50.7百萬元及人民幣69.2百萬元，分別佔我們同期總銷售成本約4.0%、5.6%及5.9%。我們認為外包可讓我們更有效率地應對客戶的緊急大額訂單需求。於往績期間，我們委聘的外協商均為獨立第三方。

我們採用多項評核和評估標準來挑選外協商，包括其經驗、聲譽、專長、產品質素及質量控制、價格、財務狀況、產能及能否配合交付日程。此外，所有外協商均須接受年度評核，包括評估其產品質素、生產成本及產品交付時間。我們就外協商制訂嚴格的質量控制措施及準則。如有需要，我們會於委聘前進行實地視察。有關質量控制措施的詳情，請參閱本節「—質量控制」。倘半成品存在瑕疵，外協商須於指定時限內與我們另行進行檢查，如有需要，我們有權退回不良半成品。

業 務

於往績期間，我們一般按項目向外協商下達訂單。我們向外協商下達的訂單一般具法律約束力。標準外協商訂單的主要條款載列如下：

工作範圍	各訂單列明其詳細範圍，例如外協商須執行的工序、數量、品質及工作規格等。
分包費	按實際加工產品量釐訂。
期限	每張訂單均列明交付時間。
付款及信貸期	我們一般須每月或每半個月結付分包費。
外協商責任	外協商須按個別採購訂單列明的規格交付半加工品。
質量控制	外協商須遵守我們的質量控制措施，我們的質控人員會前往生產設施檢查樣品。倘加工品未能通過品質測試，外協商須自費改正問題。

我們認為保護客戶和我們的專有技術、技術訣竅、商業機密及其他知識產權對我們的業務而言至關重要，我們希望外協商能遵守。因此，我們已採取各種內部監控措施以就該等知識產權做好保密工作。請參閱本節「知識產權」及「風險管理及內部監控－保密工作」。

存貨管理

我們各生產設施均配備倉庫以儲存存貨，主要包括生產材料、在製品及製成品。於2024年12月31日，存貨水平(包括原材料、在製品、製成品及發出商品)達人民幣207.4百萬元。於2022財政年度、2023財政年度及2024財政年度，存貨週轉日數分別為88日、71日及60日。據弗若斯特沙利文確認，存貨週轉日數符合行業標準。

業 務

為有效管理存貨水平及符合成本效益，我們一般以按訂單生產的方式生產產品，因此通常不會因預期訂單而保有大量的製成品存貨。另一方面，我們一般會根據客戶提供的採購預測(當中訂明未來一段期間的預計需求)或客戶的實際訂單來採購生產所需原料，以維持最適合的原料庫存水平。鑑於我們生產所需的大部分原材料，例如金屬及塑膠原料、元器件及配件等，在中國境內均可輕易取得，且我們的政策是保持主要原材料的替代供應商，故我們毋須維持高水平的原料庫存。此外，我們採用ERP軟件追蹤存貨水平，使我們能控制存貨在設施中的移動及存儲情況，從而根據我們的業務需求及生產規劃制定採購計劃。我們亦會定期進行實物盤點，並在必要時對陳舊存貨作出撥備。有關我們就陳舊存貨作出撥備的政策詳情，請參閱本文件「財務資料—重大會計政策及關鍵會計估計及判斷—存貨的可變現淨值」。

質量控制

我們相信，與客戶的穩固關係是我們一直以來對質量堅持的成果。為達到一貫的高質量控制標準，截至2024年12月31日，我們在中國及海外生產設施設立由111名成員組成的質量控制部門。我們的質量保證方法旨在控制整個生產過程中的變量，確保整個生產流程中產品各要素均符合我們的質量標準，從篩選供應商、進行來料質量檢定、在製品質量檢定以於生產較早階段識別缺陷，到最終產品、包裝、存貨及裝貨的質量檢定。

尤其因為我們的產品會運往世界各地供消費者使用，我們的質量基準會參考客戶的標準及規格來制定，並遵循國際認可標準，例如中國強制性產品認證、歐洲聯盟(歐盟)及美國食品藥物管理局(FDA)。我們自2008年起獲得ISO9001:2015認證，而我們的環境管理體系亦自2018年起獲得ISO14001:2015認證，認可我們在維持質量控制及管理方面的努力。

於往績期間及直至最後可行日期，我們並未遇上客戶就我們產品提出任何重大品質缺陷或產品索償、退款或退貨，以致對我們業務、財務狀況或經營業績造成重大影響。

業 務

產品退貨與保養

我們接受客戶因產品瑕疵而提出的退貨。根據我們與主要客戶訂立的框架協議，我們一般會作出2%至5%的瑕疵撥備；倘實際退貨超出撥備，我們須承擔退貨責任。倘我們的ODM/OEM客戶提出投訴，我們的銷售及營銷團隊會與我們的質量控制部門溝通及聯絡，並展開調查。我們隨後將擬備初步調查報告，通常在收到投訴後約兩周內完成。根據調查結果，我們會與客戶討論改善計劃，以避免質量問題再次發生。

對於主要在電商平台直接銷售予消費者的OBM產品，我們的銷售及營銷團隊會為線上零售客戶提供客戶支援，並處理彼等的投訴，而我們會視乎不同電商平台的營商慣例，提供介乎七日至一年的產品保修期。

於往績期間，整體產品退貨(包括ODM、OEM及OBM模式)佔我們相應年度總收益不足1.0%。於往績期間及直至最後可行日期，並無發生任何會對我們的業務、財務狀況或經營業績造成重大影響的產品召回、產品退貨、產品責任索償或客戶投訴。

銷售及營銷

我們的銷售及營銷部門負責產品的銷售及營銷，並維持與客戶的關係。於2024年12月31日，我們的銷售及營銷部門有51名員工。

為緊貼最新市場趨勢及吸引潛在ODM/OEM客戶，我們的管理層及銷售及營銷團隊定期參加國內及國際貿易展銷會及展覽會，如中國進出口商品交易會、香港電子產品展及柏林國際電子產品展(IFA，為全球最大消費電子產品及家用電器貿易展覽會之一)，旨在與潛在海外客戶接觸。我們亦參加國際性的產品設計大賽(如紅點及繆斯設計獎)，以展示工作成果，徵集對我們創意的重要反饋，並提高我們的品牌知名度。

就我們自有品牌「威麥絲」、「Accuteck」及「艾格麗」的OBM產品，我們主要透過有售我們產品的各線上渠道的廣告功能，推廣我們的品牌及銷售我們的產品，該等線上渠道即亞馬遜(就「威麥絲」及「Accuteck」而言)及京東、天貓及拼多多(就「艾格麗」而言)。

業 務

於2022財政年度、2023財政年度及2024財政年度，我們產生的營銷及推廣開支分別為人民幣10.2百萬元、人民幣9.0百萬元及人民幣7.4百萬元。

定價

我們釐定產品價格時，會考慮原材料成本、勞工成本及其他開支、預計交付日期、產品複雜程度、訂單量、期望利潤率、我們與客戶的關係及現時市場狀況。

就出口銷售而言，價格通常是按離岸價基準以美元報價計算，在預定港口交付。為控制原材料價格波動對我們利潤率的侵蝕，我們定期審查成本組成部分，並在必要時，我們或與客戶就價格調整進行討論。

研發

我們認為研發能力是我們的競爭優勢之一，並致力於持續增強此競爭優勢。我們的研發團隊亦持續監控業界的技術發展，讓我們的知識與客戶的喜好保持同步。研發工作需要廣泛專業知識，於2024年12月31日，我們的研發團隊由超過170名成員組成，平均已為我們工作六年，且大部分成員均取得不同學科的大專及／或職業教育學歷。我們與客戶緊密合作及參與業界活動，找出理想的產品性能及質量參數以及未獲滿足的市場需求，並與不同學科的專家團隊共同制定研發計劃。我們亦進行項目，旨在研究及開發新的產品及技術，並提高質量及成本效益。例如於往績期間，我們開展一系列研發活動，從提高產能的技術到提升不同產品屬性性能的技術，包括模具開發技術；針對電熱水壺焊接的表面拋光技術；針對空氣炸鍋加熱系統、慢燉鍋加熱系統、乳酪機恆溫系統和多功能電飯煲控制系統的電子溫度調節技術；花園水管的乳膠喉管自動延伸技術；以及針對我們馬達驅動電器（如家用攪拌機控制系統和便攜式研磨器）的自動轉速馬達電磁感應技術。我們認為，該等項目已證明我們已成功將研發成果轉化為產品及技術。

我們與從事研發活動的主要技術人員及員工訂有具法律約束力的保密協定，據此，彼等於受僱期間因履行職責而開發的任何知識產權均屬於我們。於最後可行日期，我們在中國擁有416項註冊專利及八項軟件著作權，在日本擁有兩項註冊專利，在歐洲擁有九項註冊專利，在美國擁有24項註冊專利。有關我們知識產權的詳情，請參閱本節「知識產權」。

業 務

於2022財政年度、2023財政年度及2024財政年度，我們產生的研發開支分別為人民幣32.0百萬元、人民幣34.4百萬元及人民幣36.4百萬元。我們的研發成本指開發新產品及技術所產生的款項。有關研發開支的詳情，請參閱本文件「財務資料－經營業績的主要組成部分－研發開支」。

我們相信，研發工作將持續推動我們的成長。作為強化研發能力的重要一步以及我們未來計劃一部分，我們擬在湖北省蕪春縣建立一個研發中心。有關我們進一步擴大研發工作的未來計劃詳情，請參閱本節「－我們的業務策略」。

員工

下表載列我們於2024年12月31日按地理位置劃分的員工明細：

地點	員工人數
中國	2,518
印尼	5
美國	6
總計	2,529

下表載列我們於2024年12月31日按職能劃分的員工明細：

部門	員工人數
銷售及營銷	51
研發	171
財務及核數	53
行政管理	157
質量控制	111
採購	29
生產	1,957
總計	2,529

業 務

除直接僱傭外，於往績期間，我們亦透過勞務派遣或勞務分包取得勞務，以滿足日常業務營運的需要。

據中國法律顧問告知，勞務派遣與勞務分包的主要區別在於對工人的控制及管理。勞務派遣指勞務派遣公司招聘並向我們派遣工人，而我們直接指揮及管理被派遣的工人，工人必須遵循我們的指示。一般而言，付款根據派遣員工人數計算。根據中國法律，派遣員工人數有法定限制。另一方面，勞務分包指我們將工程／任務分包予外協商，而外協商必須根據我們的要求確定所需的工人數目，並安排自己的工人完成工程／任務。我們無權直接指揮或指示分包工人。相反，勞務外協商將負責指揮及管理分包工人。一般而言，無論涉及多少分包工人，付款均按一筆總額服務費計算。根據中國法律，分包工人數目及勞務外協商數目均不受限制。

勞務派遣

除上述員工外，於2022財政年度，當我們沒有足夠的勞動力來完成訂單時，我們與獨立勞務派遣供應商訂立勞務派遣協議。派遣勞工的主要職責包括簡單的流程及任務，例如手工黏合、材料分類及目視檢查。於2022財政年度就勞務派遣安排產生的費用佔銷售成本總額的0.2%。經董事確認，我們不擬繼續聘用勞務派遣供應商。

勞務外包

於往績期間，我們與勞務外包代理機構訂立勞務外包協議，以應付我們業務營運的需要。我們已經與勞務外包代理機構訂立勞務外包協議。分包勞工的主要職責包括製造我們產品的不同工序，包括上料、裝配及包裝。根據協議，勞務外包代理機構負責承擔社會保險及其他法定僱員福利的相關費用。作為回報，我們允許外包員工在我們的工廠工作，並根據外包員工加工件數向勞務外包代理機構支付一次性服務費。我們負責提供培訓，以確保獨立承包商的職業健康與安全。據中國法律顧問所告知，我們上述有關協議下的勞務外包安排屬合法。一般而言，本集團在訂立外包、勞務派遣及勞務分包協議前，無需獲得客戶的批准。於2022財政年度、2023財政年度及2024財政年度，我們為生產訂立勞務分包安排而產生的費用分別佔總銷售成本的0.1%、零及2.2%。

業 務

為管理機密資訊(如客戶和我們與勞務外包有關的專有技術、技術訣竅、商業機密及其他知識產權)外洩的風險，我們已採取各種內部監控措施以就該等知識產權做好保密工作。請參閱本節「知識產權」及「風險管理及內部監控－保密工作」。

培訓及招聘

我們相信，招聘及挽留經驗豐富且技術嫻熟的勞動力對我們的成長及發展至關重要。

我們一般通過在公開市場投放廣告或透過個人推薦及招聘代理招聘員工。我們會根據業務需要，在考慮其資歷、經驗、資格及專業知識後甄選候選人。我們員工的薪酬待遇一般包括基本薪資、花紅及其他員工福利，例如醫療保險。我們每年都會對員工進行評估，以檢討彼等的薪資，並在彼等的表現符合我們期望時考慮晉升。

我們採取培訓政策，為新員工提供入職培訓及員工手冊，讓彼等熟悉我們的工作環境及工作文化。我們亦為員工提供在職培訓，以增進彼等的技術及安全知識。培訓由我們的資深員工或第三方顧問提供。我們也定期為生產人員提供消防安全培訓。我們相信我們的人力資源管理政策可以鼓勵員工不斷求進及發展，為我們的成功作出貢獻。

為了建立及維繫與員工的關係，我們在中國成立工會，以代表員工的利益，並促進員工與管理層之間的有效溝通。工會為員工組織各種活動。我們認為我們一直與員工保持良好的關係。於往績期間及直至最後可行日期，我們並無發生任何罷工、勞資糾紛或其他工人騷動，以致對我們的業務、財務狀況或經營業績造成重大影響。

除本節「合規情況－社會保險及住房公積金」所披露者外，我們已在所有重大方面遵守適用的中國勞動法律及規例。

業 務

保險

我們投購多種保險，包括涵蓋產品庫存和固定資產實際損失或損毀風險的財產保險、一般責任保險(包括產品責任)、勞工賠償保險、僱主責任保險及出口保險。經弗若斯特沙利文確認，我們的保險覆蓋範圍與行業慣例一致。於往績期間及直至最後可行日期，我們未曾提出或面臨任何重大保險索償。

物業

自有物業

於最後可行日期，我們已於中國就12幅土地取得土地使用權證，涉及佔地面積合共約211,380平方米，並已就30幢樓宇取得房屋所有權證，涉及總建築面積約116,649.6平方米。於最後可行日期，本公司已訂立一項協議，以購置一幅位於泰國用地面積為43,436.8平方米的土地，詳情載於「業務－我們的策略－設立泰國廠房以增強全球佈局」。

我們在中國擁有的物業主要用於生產及住宿。有關我們的生產設施的更多詳情，請參閱本節「我們的生產設施」。我們亦曾於往績期間出租物業予獨立第三方，並因此於2022財政年度、2023財政年度及2024財政年度分別產生租金收入(經扣除成本後)人民幣0.9百萬元、人民幣0.6百萬元及人民幣1.0百萬元。

除物業估值報告所述之物業權益外，根據上市規則第5.01B(2)(b)條之規定，本集團並無其他構成本集團非物業活動一部分而賬面值佔總資產15%或以上之自有物業權益或要求估值報告之物業活動。

未有所有權證的自有物業

由於行政監督的疏忽及相關責任人員對相關監管要求的認識不足，湖北香江廠房及益諾威廠房內的若干樓宇(「**瑕疵物業**」)不符合城鄉規劃要求，故我們尚未為瑕疵物業取得房屋所有權證，涉及總建築面積2,595平方米，該等樓宇乃用作輔助生產、食堂及倉庫。

業 務

根據《中華人民共和國城鄉規劃法(2019修正)》第64條，倘尚未取得建設工程規劃許可證或並無按照建設工程規劃許可證的規定進行施工，縣級或以上地方人民政府城鄉規劃主管部門可以責令停止施工；倘能夠採取糾正措施以消除施工的影響，可責令於限期內改正，並處以建設工程成本5%以上10%以下的罰款；倘不能採取糾正措施，可責令於限期內拆除物業。倘不能拆除，沒收物業或違法收入，並處以建設工程成本10%以下的罰款。《中華人民共和國城鄉規劃法(2019修正)》第65條進一步規定，倘未能依法取得鄉村建設規劃許可證或並無按照鄉村建設規劃許可證的規定在鄉鎮規劃區內進行施工，應由鄉鎮人民政府責令暫停施工，並於限期內改正；倘未能在規定限期內改正，物業可被拆除。於往績期間及截至最後可行日期，我們並無接獲政府當局要求我們拆除及／或遷離瑕疵物業的任何通知。中國法律顧問認為，本集團就瑕疵物業受到行政處罰的風險相對較低。考慮到瑕疵物業的面積及用途，董事認為，倘若我們被勒令拆除瑕疵物業，我們可隨時以不多於合共人民幣100,000元的成本遷往我們的其他物業。因此，董事認為瑕疵物業的業權瑕疵預期不會對我們的業務營運造成重大不利影響。

考慮到(i)上述的中國法律顧問意見；(ii)截至最後可行日期，我們並無收到任何行政處罰、中國主管當局下達的整改令；(iii)瑕疵物業僅作輔助用途，且搬遷不會對我們的業務營運造成重大不利影響，董事認為，且獨家保薦人亦同意，未取得瑕疵物業的房屋所有權證不會對我們的[編纂]適宜性構成重大不利影響。

就有關物業法律及法規合規而採納的加強內部監控措施，請參閱本節「一 風險管理及內部監控 一 物業法律及法規合規」。

於最後可行日期，我們正在辦理申請香江智能廠房內樓宇的房屋所有權證的手續，涉及總建築面積約147,069.0平方米。進一步詳情請參閱本節「一 合規情況 一 香江智能廠房的生產設施」。

業 務

租賃物業

於最後可行日期，我們已於中國訂立20項租賃，涉及總面積約111,621.3平方米，用作生產設施、倉庫、辦公室及宿舍。我們亦於美國擁有一項租賃及於印尼擁有一項租賃，用作辦公室及生產設施。除三項中國宿舍租賃的出租人為我們的控股股東兼執行董事潘允先生外，其他租賃物業的出租人均為獨立第三方。

下表載列我們於最後可行日期用作主要用途的租賃物業概要：

中國

	地點	概約租賃面積		物業主要用途
		(平方米)	租賃期限	
1.	深圳市龍崗區橫崗街道 四聯社區排榜山塘 工業區1-3號	27,700.0	2022年4月1日至 2027年3月31日	生產
2.	深圳市龍崗區橫崗街道 四聯社區排榜山塘 工業區8號	2,300.0	2023年8月31日至 2026年8月31日	倉庫
3.	深圳市龍崗區橫崗街道 四聯社區排榜山塘 工業區16號	2,300.0	2024年11月1日至 2026年10月30日	倉庫
4.	深圳市鹽田區深鹽路2015 號保稅區廠房7棟第8層	2,607.9	2025年2月1日至 2027年1月31日	辦公室

業 務

	地點	概約租賃面積		物業主要用途
		(平方米)	租賃期限	
5.	深圳坪山新區石井工業園 5號3棟	8,000.0	2024年12月1日至 2027年11月30日	生產
6.	深圳市坪山區石井街道石 井工業園3號	16,877.0	2022年7月3日至 2025年7月2日 (附註)	生產
7.	深圳市坪山區石井街道石 井工業園3號	12,023.0	2022年7月3日至 2025年7月2日 (附註)	生產
8.	深圳市坪山區石井街道石 井工業園3號	5,035.0	2022年7月3日至 2025年7月2日 (附註)	生產
9.	深圳市坪山區石井街道石 井工業園3號	5,035.0	2022年7月3日至 2025年7月2日 (附註)	生產
10.	深圳市坪山區石井街道石 井工業園3號	5,030.0	2022年7月3日至 2025年7月2日 (附註)	生產

附註：目前，我們正與業主磋商續租。

業 務

地點	概約租賃面積		物業主要用途
	(平方米)	租賃期限	
11. 惠州市博羅縣龍溪鎮電子城路46號科瑞高新產業園2#廠房整棟、3#廠房4樓及5樓、4#廠房1樓、3#1樓配電房	18,976.9	2023年4月1日至 2029年3月31日	生產
12. 深圳市坪山區碧嶺街道辦沙坑路53號	4,000.0	2025年1月1日至 2025年12月31日	生產
13. 深圳市鹽田區海山街道田東社區深鹽路2122號海都花園25A	107.0	2023年1月20日至 2026年1月19日	宿舍及辦公室
14. 深圳市鹽田區海山街道田東社區深鹽路2122號海都花園11A	107.0	2023年1月20日至 2026年1月19日	宿舍及辦公室

業 務

地點	概約租賃面積		物業主要用途
	(平方米)	租賃期限	
15. 深圳市鹽田區海山街道 田東社區深鹽路2122號 海都花園11C、11F、 20F、24A、24F、26A	622.0	2023年12月31日至 2025年12月30日	宿舍
16. 深圳市鹽田區山海家園2棟 1-4C房	106.2	2023年10月1日至 2025年9月30日	宿舍
17. 深圳市鹽田區沙頭角海都 花園19H	107.0	2024年9月1日至 2025年8月31日	宿舍
18. 深圳市鹽田區鵬灣花園一 村21棟2單元804房	98.0	2025年3月4日至 2026年3月3日	宿舍
19. 深圳市鹽田區梧桐路南翠 景花園第5棟2-2D	90.4	2025年3月1日至 2027年3月1日	宿舍
20. 深圳市龍崗區坂田街道崗 頭社區天安雲谷產業園 二期11棟2407	499.0	2025年4月2日至 2028年4月1日	辦公室

業 務

美國

地點	概約面積 (平方米)	租賃期限	物業主要用途
1. 加州奇諾	975.4	2022年11月1日至 2025年10月31日	總辦事處、倉庫及配送小型消費品及其他法律相關用途

印尼

地點	概約面積 (平方米)	租賃期限	物業主要用途
1. 東爪哇省詩都阿佐縣	10,000	2023年12月1日至 2033年11月30日	工業活動

租賃物業的瑕疵

於最後可行日期，我們其中八個位於中國的租賃物業分別構成愛思傑廠房、遠特信廠房及宏諾威廠房的一部分，總租賃面積約有63,423平方米，其受業權瑕疵影響（「**瑕疵租賃物業**」）。該等租賃物業的出租人並未獲得瑕疵租賃物業的相關業權所有權證。於往績期間及截至最後可行日期，我們並未就瑕疵租賃物業遭遇任何安全問題或爭議。

據中國法律顧問告知，在欠缺所有權的情況下，出租人可能會質疑瑕疵租賃物業的租約是否有效。此外，若出租人並無此等瑕疵租賃物業的所有權證，此等瑕疵租賃物業可能會遭勒令拆遷。根據中國法律顧問的意見，考慮到出租人確認我們與彼等有長期關係，我們認為出租人不大可能會質疑瑕疵租賃物業的租約，故我們對物業的使用亦不大可能受到影響。中國法律顧問進一步指出，考慮到（其中包括）有關主管當局發出的確認函，我們被勒令搬遷的風險相對較低。另請參閱「風險因素－與我們的行業及業務有關的風險－若干租賃物業的使用權可能會受到第三方或有關當局的質疑，而我們可能會因該等租賃物業的業權瑕疵而被迫搬遷。」萬一我們被勒令遷離

業 務

此等瑕疵租賃物業，考慮到我們現時及未來的產能，及根據現時可得資料及就我們所深知，我們估計各生產設施的搬遷(如必要)將於一至兩個星期完成，並會產生成本合共人民幣3.4百萬元，但不會為本集團造成重大虧損，因為我們可以將訂單調去其他生產設施。經考慮上述情況，董事相信，有關瑕疵租賃物業的業權瑕疵不論是個別或總體上，均不會對我們的業務及經營業績構成重大影響。

租賃登記

於最後可行日期，我們的20處租賃物業中有10處須遵照適用中國法律法規向相關中國土地及房地產管理部門辦理登記備案，而當中八處尚未依法辦理登記備案。我們現正準備為若干已獲提供必要文件的租賃辦理登記備案。該等物業的總面積約為1,736.5平方米，佔中國租賃物業總租賃面積的1.6%。

據中國法律顧問告知，即使租賃協議尚未辦妥登記備案，其有效性亦不會受到影響，我們也不會因而須遷離租賃物業。然而，中國有關當局可就每項未登記租賃處以人民幣1,000元至人民幣10,000元的罰款，最高罰款總額為人民幣80,000元，不會令業務營運受到重大不利影響。請參閱本文件「風險因素－與我們的行業及業務有關的風險－我們租賃物業的租賃協議尚未按中國法律要求向相關中國政府當局登記，我們可能因此面臨潛在罰款。」截至最後可行日期，我們已提交租賃登記申請文件，且該等文件齊全。

董事考慮上述因素後認為，上述未登記租賃不論是個別或總體上，均不會對我們的業務及營運業績造成重大影響，理據如下：(i)於往績期間及直至最後可行日期，我們未有因未能為相關租賃協議辦理登記備案而遭處以任何處罰；(ii)中國法律顧問指出，我們因該等租賃物業而遭政府當局處以行政處罰的風險較小；及(iii)我們已加強內部監控措施和程序，防止類似不合規事件再次發生。

就有關物業法律及法規合規而採納的加強內部監控措施，請參閱本節「風險管理及內部監控－物業法律及法規合規」。

業 務

知識產權

除ODM/OEM業務外，我們亦以自有品牌「威麥絲」、「Accuteck」及「艾格麗」生產及銷售旗下的OBM產品，我們已就該等品牌在中國或海外註冊商標。於最後可行日期，我們為60項商標及12項域名的註冊擁有人。

於最後可行日期，我們在中國有416項註冊專利及八項軟件著作權，在日本有兩項註冊專利，在歐洲有九項註冊專利，在美國有24項註冊專利。我們已在中國、美國、歐洲及韓國分別申請註冊九項、九項、一項及一項專利。有關我們知識產權的詳情，請參閱「附錄七—法定及一般資料—B.有關我們業務的其他資料—2.我們的重大知識產權」。

我們深明保護及執行ODM/OEM客戶和我們的專有技術、技術訣竅、商業機密及其他知識產權的重要性。我們與客戶及供應商的協議訂明相關的保密責任條款，以在生產過程中保護客戶及我們的知識產權。有關我們知識產權保護措施的詳情，請參閱本節「—風險管理及內部監控—保密工作」。

於往績期間及直至最後可行日期，我們的知識產權並無受到重大侵權，亦無遭到第三方向我們提出任何重大知識產權申索。

數據私隱及安全

本集團在亞馬遜、京東、天貓、拼多多等電商平台建立網上店面以銷售我們OBM產品。因此，我們根據該等電商平台與其用戶之間的授權間接收集電商平台已脫敏的個人資料，包括但不限於部分移除或遮蔽的客戶使用者名稱、收件人姓名、聯絡電話及送貨地址，以便完成訂單。有關適用於本集團的中國數據私穩及安全相關法律法規的詳情，請參閱「監管概覽—與數據私穩及安全相關的法規」。有關該方面風險的詳情，亦請參閱「風險因素—與我們的行業及業務有關的風險—倘我們、我們銷售OBM產品的電商平台或我們的第三方服務供應商未能維護資料安全，或者我們未能遵守不斷變化的資料保護法律要求，可能會對我們的營運及盈利能力造成重大不利影響。」

業 務

為遵守適用的法律法規，我們制定了一系列保護數據私穩及安全的內部管理政策及操作流程，包括「資訊管理政策」及「保密性管理政策」，並實施了相應的措施以防止數據安全事件的發生。有關電商平台措施如下：

- 我們已採取政策，以保障我們的資訊科技系統在日常網上銷售活動中免受網絡攻擊，包括防火牆和數據存取控制，以加強我們的網絡安全及數據安全防禦，而我們已定期測試及追蹤數據備份的可恢復性；
- 我們為僱員提供網絡安全方面的內部培訓，旨在提高他們對網絡威脅及相關對策的了解與認知。我們的內部指引也要求僱員遵守資料安全規範，以確保業務運作中所涉及的相關資訊安全；
- 為加強資料管理及資料保密性，我們聘請專業第三方服務供應商儲存日常營運管理所需之業務及財務資料，包括於電商平台經營網店所取得之個人資料；及
- 我們針對不同部門及資歷設定了不同的存取限制，以限制未經授權的資料檢視及存取。

於往績期間及截至最後可行日期，我們並無受到與數據私隱及安全有關的監管調查、行政處罰或公開通知，本集團亦無發生任何與數據或個人資料失竊、洩漏、損壞或遺失有關的重大數據私隱及安全事件。據中國法律顧問告知，於往績期間及截至最後可行日期，我們已於所有重大方面遵守有關數據私穩及安全之適用中國法律及法規。

業 務

於2024年9月24日，國務院頒佈《網絡數據安全管理條例》（「**網絡數據安全條例**」），該條例已於2025年1月1日生效。網絡數據安全條例就數據處理活動、個人資料保護、重要數據安全及網絡平台服務提供者的義務訂立了相關規定。根據網絡數據安全條例第62條，重要數據指涉及特定領域、特定群體、特定區域或具備一定特殊性及規模的數據，如被篡改、破壞、洩漏或被非法取得或非法使用或會直接危及國家安全、經濟、社會穩定、公共衛生及安全。大型網絡平台指註冊用戶超過50百萬人或每月活躍用戶超過10百萬人、業務類型複雜且網絡數據處理活動對中國的國家安全、經濟及民生產生負面影響的網絡平台。

考慮到(i)銷售OBM產品的收益僅佔總收益一小部分（分別佔本集團於2022財政年度、2023財政年度及2024財政年度總收益的5.6%、4.2%及2.7%）；(ii)我們透過第三方電商平台店面銷售OBM產品過程中收集到的資料不屬於網絡數據安全條例所界定的重要數據；及(iii)根據網絡數據安全條例的定義，我們並非網絡平台，亦非網絡平台服務提供者，中國法律顧問因此認為，網絡數據安全條例不會對本集團造成重大不利影響。

執照、許可證及批准

除「業務－物業」及「業務－合規情況」所披露者外，於往績期間及直至最後可行日期，我們已取得對我們經營所在司法權區的業務營運而言屬重要的所有執照、許可證、批准及證書，而有關執照、許可證、批准及證書均為有效並存續。於往績期間及截至最後可行日期，我們並無因違反有關重要執照、許可證或批文的規定而遭任何政府當局處以任何處罰，並因此令本集團受到重大不利影響。

業 務

獎項及認可

於往績期間，我們獲頒各種殊榮。下表為我們認為屬重要的獎項及認可概要：

獲獎年份	獎項／認可	頒獎機構／機關
2024年	2023年十大廚房小家電出口企業	中國機電產品進出口商會
2023年	2022年十大廚房小家電出口企業	中國機電產品進出口商會
2022年	中國外貿出口先導指數樣本企業	中華人民共和國海關總署
2022年	2022年湖北省製造業單項冠軍企業 (產品)	湖北省經濟和信息化廳
2018年	2018年度綠色創新企業Top 10	中國國際投資促進會

法律訴訟

我們可能會不時牽涉由我們的業務過程而產生的各種法律訴訟。訴訟或任何其他法律程序，無論結果如何，都可能產生大量成本並分散我們的資源，包括我們管理層的時間和注意力。請參閱本文件「風險因素－與我們的行業及業務有關的風險－我們可能會不時牽涉由我們的營運而產生的法律或其他訴訟(包括產品責任索償)，並因而可能面臨重大負債。」

於往績期間及直至最後可行日期，我們並無牽涉任何可能對我們業務、財務狀況或經營業績造成重大影響的法律訴訟。

業 務

合規情況

除本節「一物業」及下文所披露者外，根據相關司法權區的法律顧問的意見，董事確認截至最後可行日期，我們在所有重大方面均已遵守所有相關法律及法規，並已就營運向相關監管機構取得所有重要執照、批准及許可證。

社會保險及住房公積金

不合規情況的背景及理由

於往績期間，我們並無為部分僱員繳足社會保險及住房公積金供款，主要原因為不少僱員傾向於不對上述基金作出全額供款。據董事估計，於2022財政年度、2023財政年度及2024財政年度，社會保險及住房公積金供款的須補足差額分別達人民幣1.7百萬元、人民幣2.2百萬元及人民幣3.0百萬元。

不合規情況的潛在後果

據中國法律顧問告知，根據相關中國法律及法規，倘我們未能按規定繳足社會保險供款，我們可能會被責令在規定期限內補繳欠繳的社會保險供款，並可能須繳交自付款應付日期起計每日按延誤付款的0.05%計算的滯納金。倘未能於規定期間內支付，主管當局可進一步徵收任何逾期付款一至三倍的罰金。就住房公積金而言，中國法律顧問指出，根據相關中國法律及法規，倘我們未能按規定全額支付，住房公積金管理中心可能會責令我們在規定期限內補繳欠繳的款項。倘未能在有關限期內支付，則可向中國法院申請強制執行。

業 務

受處罰的可能性、最新狀況及補救措施

考慮到(i)我們已取得主管當局發出的確認函，確認我們並無就社會保險及住房公積金受到任何行政處罰；(ii)於往績期間，我們並無就社會保險及住房公積金受到任何處罰；(iii)根據有關法律及法規(包括《關於貫徹落實國務院常務會議精神切實做好穩定社保費徵收工作的緊急通知》)，行政執法機關被禁止對企業歷史社會保險欠費組織及進行集中清繳工作；(iv)截至最後可行日期，並無就集中清繳企業歷史社會保險或住房公積金欠費頒佈法律法規，亦無要求本集團支付相關差額；(v)本集團已承諾在有關當局提出要求時支付差額；及(vi)潘允先生及Guangshe Pan先生承諾倘有關當局責令我們補繳相關差額或因此對我們作出處罰，將會對本集團作出彌償，中國法律顧問認為，我們被要求足額繳付社會保險及住房公積金供款差額的可能性以及我們被處以行政處罰的可能性甚微。因此，於往績期間，我們的綜合財務報表並無為社會保險及住房公積金供款的差額作出撥備。

考慮到(i)上述的中國法律顧問意見；及(ii)截至最後可行日期，我們並無收到任何行政處罰、中國主管當局下達的整改令，我們的僱員亦無就繳納社會保險及住房公積金提出任何重大投訴，董事認為，且獨家保薦人亦同意，於往績期間少繳社會保險及住房公積金並不會對我們的[編纂]適宜性構成重大不利影響。

我們將採取以下內部監控糾正措施，以防日後再發生此類不合規情況：

- 我們已加強人力資源政策，明確規定須根據適用的當地規定繳納社會保險及住房公積金供款；
- 我們已指定由執行董事兼副總經理吉穎女士領導的綜合管理部定期檢查及監察社會保險及住房公積金的申報及供款，以確保我們已根據適用法律法規或按相關政府當局要求的方式為僱員支付該等款項；

業 務

- 我們將緊貼有關社會保險及住房公積金的中國法律及法規的最新發展；
- 我們將加強對僱員的法律合規培訓，以提高彼等對相關中國法律法規的認識，並鼓勵彼等配合繳納社會保險及住房公積金；及
- 我們將定期諮詢中國法律顧問，獲取有關中國法律及法規的意見，以了解相關監管發展。

經考慮(i)導致不合規事件的事實及情況；及(ii)本集團為避免不合規事件再次發生而採取的內部監控措施的詳情及相關性，董事認為，且獨家保薦人亦同意，上述措施在防止社會保險及住房公積金不合規情況方面屬有效及充足。

香江智能廠房的生產設施

不合規情況的背景及理由

於2021年，我們開始在廣東省博羅縣博羅工業園擁有土地使用權的地塊上建造香江智能廠房，該廠房於2024年6月投產。於2024年6月投產時，我們尚未辦好適用中國法律法規要求的(i)竣工驗收；(ii)消防驗收；(iii)竣工環境保護驗收；及(iv)節能驗收。

就(i)竣工驗收；及(ii)消防驗收而言，發生不合規情況的理由乃由於相關建築承包商並未向我們提供所需之文件以完成該等驗收。就(iii)竣工環境保護驗收；及(iv)節能驗收而言，由於相關僱員對法律要求缺乏足夠認識，誤解了竣工環境保護驗收和節能驗收須在取得竣工驗收後方能完成，故未有適時完成相關驗收。

業 務

不合規情況的潛在後果

據中國法律顧問所告知，就(i)竣工驗收而言，根據《建設工程質量管理條例》(2019修訂)，未經必要的驗收而開始使用或運營，我們可能會被處以相當於建設工程合約2%至4%的罰款。就(ii)消防驗收而言，據中國法律顧問所告知，根據《中華人民共和國消防法(2021修正)》，未經必要的驗收而開始使用或運營，我們可能會被勒令暫停使用和運營，及／或處以人民幣30,000元至人民幣300,000元不等的罰款。就(iii)竣工環境保護驗收而言，未經必要的驗收而開始使用或運營，我們可能會被勒令暫停使用和運營，及／或可能被處以人民幣200,000元至人民幣1,000,000元不等的罰款(若在期限內糾正)。就(iv)節能驗收而言，未經必要的驗收而開始使用或運營，我們可能會被勒令糾正，及／或處以人民幣30,000元至人民幣50,000元不等的罰款。

受處罰的可能性、最新狀況及補救措施

據中國法律顧問所告知，我們已取得博羅縣人民政府的確認(「**確認**」)，確認(其中包括)我們在博羅工業園區的建設已滿足投產的基本條件，並確認及同意我們於2024年6月投產。亦已確認博羅縣人民政府並未發現本公司在建設、消防、環境保護、安全生產及節能等方面存在可能被博羅縣人民政府或其下屬機構處罰的違規行為，並同意本公司維持目前的營運狀況。誠如中國法律顧問所確認，博羅縣人民政府是管轄其下屬機構博羅縣住房和城鄉建設局的主管機關，而博羅縣住房和城鄉建設局對上述不合規情況擁有懲罰權。

於最後可行日期，我們已完成：(i)竣工驗收；(ii)消防驗收；(iii)竣工環境保護驗收；及(iv)節能驗收。

業 務

鑑於(i)於最後可行日期，我們已完成竣工驗收、消防驗收、竣工環境保護驗收及節能驗收；(ii)我們於往績期間並未因相關不合規情況而遭處以任何行政處罰；(iii)如上文所述，我們已獲得博羅縣人民政府的確認；及(iv)控股股東潘允先生及Guangshe Pan先生已承諾賠償本集團因處罰或停業而造成的任何虧損，中國法律顧問認為，我們蒙受行政處罰而對本集團可能造成不利影響的可能性比較低。中國法律顧問亦認為，該等不可規情況不構成重大不可規情況，且不會對我們的業務造成重大影響。

考慮到(i)前述我們的中國法律顧問的意見及(ii)於最後可行日期，我們於往績期間並未因該等不可規情況被處以任何行政處罰，董事認為，且獨家保薦人亦同意，香江智能廠房未提交上述備案的不可規情況不會對本公司[編纂]的適當性造成重大不利影響。

為防止日後發生違反相關建築法律法規的情況，我們已實施並加強內部監控措施，包括(i)就日後類似的建築工程，我們將按照法律法規要求取得必要的執照和許可證(包括但不限於竣工驗收及消防驗收)，並遵循與建築物施工及竣工有關的必要程序；(ii)我們將就建築法律法規合規性問題徵求中國法律意見；(iii)我們已制定一套政策，以取得有關樓宇及土地使用的驗收許可證；及(iv)我們由執行董事兼副總經理吉穎女士領導的專責部門將監督上述措施的實施情況，並將檢查未來是否有任何不合規情況。

經考慮導致不合規事件的事實及情況以及本集團為避免不合規事件再次發生而採取的內部監控措施的詳情及相關性，董事認為，且獨家保薦人亦同意，上述措施在防止建築法律法規不合規情況方面屬有效及充分。

業 務

美國納稅及申報

儘管我們已在加州(即兩間美國附屬公司的註冊成立地點)申報聯邦及州所得稅，由於我們美國辦事處的財務部相關人員對美國複雜的稅制及法律缺乏足夠的了解，且各州稅務法例可能存在差異，於往績期間，我們並無在本集團付運產品的其他州申報及納稅。據估計，於往績期間，稅務風險總額(包括未付應繳稅務、利息及潛在罰款，統稱「**歷史稅務風險**」)合共少於30,000美元。鑑於涉及的金額不大，我們認為且獨家保薦人同意(i)上述事件不被視為重大不合規情況；及(ii)相關稅務風險不被視為本集團的重大稅務風險。

據美國法律顧問告知，倘若按要求及時付款，且美國稅務當局允許納稅人協商以較低金額結清稅款，則本集團或董事將毋須承擔任何民事或刑事責任。我們已聘請一間美國專業機構進行糾正工作，以進行必要的還款及重新申報。於2025年4月30日，歷史稅務風險中約24,000美元的糾正工作已經完成，餘下的糾正工作預計將於2025年8月前完成，但須視乎不同州的行政程序及稅務政策而定。

為避免類似事件再次發生，我們已加強內部監控，包括(i)就日後的報稅及計算稅款尋求專業意見；(ii)設置登記冊記錄須申報的不同性質的稅款、稅率及計算基準；及(iii)委派另一名集團層級的財務總監定期監察在美國的稅務合規情況，包括檢查上述登記冊，以確保及時、準確及完整地報稅及納稅。

風險管理及內部監控

我們在營運過程中面臨各種風險。有關風險的詳細資料，請參閱本文件「風險因素」。隨著我們業務的成長及擴大，與我們業務相關的潛在風險亦在增加。董事會有責任確保我們維持健全且有效的電商平台措施，以隨時保障股東的投資及本集團的資產。為了識別、評估及控制可能阻礙我們業務成長的風險，我們已採納或預期將於**[編纂]**前採納一系列電商平台政策及程序，旨在合理保證達成目標，包括有效且高效率的營運、可靠的財務報告以及遵守適用法律法規，並實施風險管理政策以應對與我們營運相關的各種潛在風險，包括營運風險、信貸風險、市場風險、財務風險及法律風險。

業 務

風險管理架構

在我們的風險管理架構中，董事會負責本集團的整體風險管理以及有關風險管理架構的效能。因此，彼等的主要職責包括(其中包括)：

- 評估及檢討本集團的整體風險管理架構，以及相關部門的工作及職責分配；
- 審閱相關部門編製的風險管理報告；
- 監察、監控及檢討重大項目以及日常營運中產生的其他重大事項；
- 評估風險管理措施的效能，並提出改進建議；及
- 指導及監察各部門及附屬公司的風險管理工作。

風險識別及評估

為有效實施全面風險管理，根據我們的政策，各部門會收集風險相關資訊，包括歷史數據及未來預測，並針對各部門特定營運風險的性質進行風險評估。各部門亦應在各關鍵階段保存綜合文件。部門評估應涵蓋風險及條件變化的原因、有關風險的潛在影響、未來發展的預測以及建議。各部門將向風險管理委員會提交報告。

我們的風險評估中將予採用的一般風險指標包括(i)風險發生的等級及概率；(ii)後果；及(iii)將計及的現有監控方法是否充分。我們將根據不同具體營運風險的性質設定風險預警閾值。我們將持續監控風險等級，並特別關注關鍵風險指標的變化，及出現新風險或現有風險發生重大變化的情況。當達到該閾值時，各部門應積極實施所設計的風險應對方案，並及時向風險管理委員會報告實施結果。

業 務

其中，我們採取了若干措施並建立了以下各種架構及政策以加強我們的電商平台及管理我們的風險：

- 在批准任何重大業務決策之前，董事會會徹底檢查與該決策相關的任何重大風險；
- 董事及高級管理層必須掌握日常營運情況，監控本集團任何相關的營運風險，並制定政策及決策以降低或解決該等風險；
- 委聘獨立內部監控顧問協助本集團檢討內部監控系統，並提出改善建議。經考慮獨立電商平台顧問的建議後，我們相應地強化了電商平台系統；
- 成立審核委員會，負責審核本集團的電商平台系統及程序是否符合適用法律、規則及法規的規定；
- 於[編纂]時根據上市規則第3A.19條委任國金證券(香港)有限公司為本公司的合規顧問，就遵守上市規則提供意見；
- 委聘外部法律顧問，就遵守上市規則及適用法律、規則及法規不時及在必要時向本集團提供意見，並就其變動提供最新資訊；及
- 為相關僱員提供培訓，以增進其行業知識，並鼓勵建立全面的風險管理文化，確保相關僱員對風險管理有所認識及負責。

除上述我們已採取的風險管理措施外，我們亦識別出若干對我們的營運至關重要的潛在風險，並已採取相應的內部監控措施以降低有關風險。

業 務

保密工作

為保護客戶和我們的專有技術、技術訣竅、商業機密及其他知識產權，在我們與客戶、供應商及外協商簽訂的協議中，根據合同義務規定，與我們或客戶的設計及商業機密相關的資訊一般須對任何第三方或公眾保密。

為加強對知識產權的保護，我們亦在現場採取措施，僅允許授權人員從伺服器匯出檔案。限制對若干區域(如實驗室、儲存室及資料室)的實體存取，且須登入才能存取儲存於我們伺服器的數據。此外，我們已與僱員簽訂保密協議，任何違反該協議的行為將導致終止僱傭關係並承擔法律責任。我們亦已制定機密資訊管理政策，將資訊分類為不同等級，而作出不同程度的保護。我們的政策亦概述了僱員對於營運及生產相關資訊的保密義務，以防直接或間接洩漏機密資訊。若干存有機密資訊的區域亦有安裝監控攝像；且僱員在列印任何機密確認資料(如我們產品的技術圖紙)之前，須填妥文件申請表，並經由指定人員批准。

物業法律及法規合規

我們已實施以下內部監控措施，以確保我們遵守物業法律及法規：

- 在我們購買任何物業及簽訂任何新租約前，董事及高級管理層將進行加強的盡職審查，以確保並無任何業權問題及法律問題。加強的盡職審查包括(但不限於)(i)審查相關的土地使用權證和房屋產權所有權文件；(ii)向土地管理部門和房屋管理部門核實該等證書和文件，並確認所有權；(iii)向房屋管理部門查證房屋是否附有任何抵押、押記或其他擔保；以及(iv)進行實地考察；
- 我們將根據法律法規的要求取得必要的執照及許可證，包括但不限於土地使用權證和房屋所有權證，並遵循與房屋施工及工程竣工相關的必要程序；
- 我們將就有關物業業權及遵守物業法律法規的問題徵詢中國法律顧問的意見；

業 務

- 我們已針對物業購買及租賃安排制定一套政策及程序，以加強內部審批流程；
- 對於自建項目，我們已制定一套政策和程序，以取得相關的驗收許可證，包括但不限於建設用地規劃許可證及建設工程規劃許可證、施工許可證；及
- 董事將負責監督上述措施的實施並確保未來的合規性。

經考慮導致有關物業法律法規的不合規事件的事實及情況，以及本集團為避免不合規事件再次發生而採取的電商平台措施的詳情及相關性，董事認為，且獨家保薦人亦同意，上述措施有效而充足。

於受國際制裁國家的業務活動

美國及其他司法權區或組織(包括歐盟、聯合國及澳洲)針對若干國家或該等國家內的行業板塊、公司或個人群體及／或組織實施全面或廣泛的經濟制裁。於往績期間，我們有小部分收益源自銷售及／或交付產品予位於有關國家的客戶。於2022財政年度、2023財政年度及2024財政年度各年，我們向有關國家銷售及／或交付產品所產生的收益分別為人民幣5.0百萬元、人民幣7.4百萬元及人民幣5.9百萬元，分別佔總收益的0.5%、0.6%及0.4%。除銷售及／或交付產品至有關國家外，我們並無銷售或交付產品至任何其他受國際制裁國家。

國際制裁法律顧問指出，我們於往績期間的活動表面上不會導致我們受國際制裁法律及法規限制。此結論乃基於對本集團的國際業務交易(包括所有適用的客戶及供應商關係)進行全面盡職審查調查後，並無發現本集團有任何交易可歸類為有關國家的一級或二級制裁活動。此外，鑑於本文件所載的[編纂]範圍及預期[編纂]，國際制裁法律顧問認為，參與[編纂]的各方(包括本公司及其附屬公司、其各自的[編纂]、股東、董事及僱員，以及聯交所、[編纂]及證監會，或任何參與[編纂]的人士)不會因其參與而遭施加任何適用國際制裁，因此，本公司及其附屬公司、其各自的[編纂]、股東、董事及僱員，以及可能直接或間接參與允許H股[編纂]、[編纂]及結算之人士(包括聯交所、其上市委員會及相關集團公司、[編纂]及證監會)所面臨之制裁風險甚低。

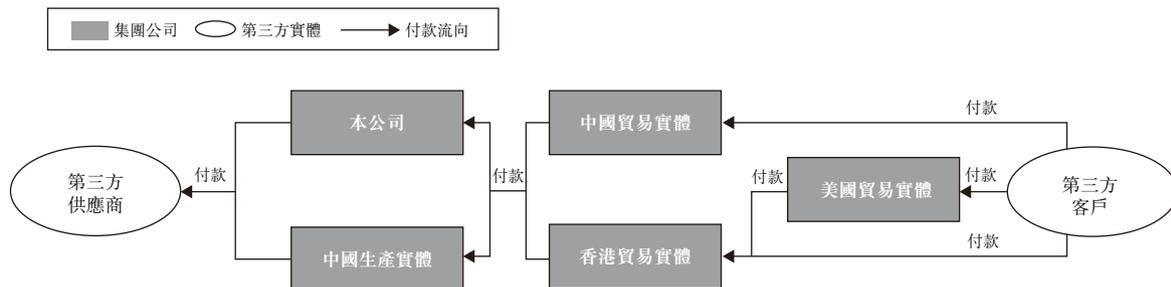
業 務

董事確認，我們於往績期間並無接獲任何通知，表示我們因向位於有關國家的客戶進行銷售交易而將被施加任何國際制裁。我們來自有關國家的客戶均未被外國資產控制辦公室明確列入特別指定國民清單，且我們的業務活動不涉及目前受國際制裁的行業或板塊，因此不被視為相關國際制裁所禁止的活動。於最後可行日期，我們已完成向位於有關國家的客戶交付產品，並停止與該等客戶的所有銷售交易。董事確認，我們未來不擬向位於有關國家或其他受國際制裁國家的客戶進行任何進一步的業務或銷售我們的任何產品。我們已採納相關的內部監控政策，當中涉及的內部監控措施包括：(i)透過評估及妥善記錄客戶的背景資料及交易，以識別風險；(ii)持續監察交易的詳情及程序；及(iii)委派高級管理人員定期監察及檢討有關措施的成效，並定期向董事會匯報。

轉讓定價

於往績期間，本集團的集團內部交易涉及香港、中國及美國的附屬公司，主要包括有形貨品買賣，於2022財政年度、2023財政年度及2024財政年度的總收益分別為人民幣1,089.7百萬元、人民幣1,251.8百萬元及人民幣1,583.9百萬元(統稱「涵蓋交易」)。

下圖載列有關涵蓋交易的交易流程：



業 務

本集團各相關附屬公司(「**相關附屬公司**」)的角色、職能及業務活動如下：

- 本公司—本集團總部，主要從事研發、產品設計、採購、製造、品質控制、存貨管理、物流、營銷、銷售、售後服務、收付款及一般行政管理。其亦承擔市場風險、研發風險、生產風險、產品責任風險、信貸風險、匯率風險及部分存貨風險。其擁有生產及辦公室營運所需的有形資產及無形資產，例如專利及商標。其執行相對全面且複雜的職能。
- 中國生產實體—即遠特信電子、愛思傑電器(深圳)、益諾威(江陰)、美諾威電器及香江智能電器，主要從事採購、製造、品質控制、存貨管理、物流、售後服務、一般行政管理，以及各類產品的部分研發、設計與營銷。彼等亦承擔生產風險、存貨風險、產品責任風險、匯率風險，以及部分市場風險及研發風險。彼等擁有生產及辦公室營運所需的有形資產及無形資產，例如軟件、專利及商標。彼等的性質類似於承擔若干風險的製造商。
- 中國貿易實體—即納吾科技、諾誠電子商務及艾格麗經貿，主要在電商平台從事OBM產品的銷售活動、售後服務、收付款、一般行政管理以及承擔部分物流成本。彼等亦承擔部分市場風險、信貸風險、匯率風險、有限的產品責任風險及存貨風險。彼等擁有生產及辦公室營運所需的有形資產及無形資產，例如商標。彼等的性質類似於承擔常規風險的分銷商。
- 香港貿易實體—即泰鴻升實業及香江香港，主要從事不同類別產品的海外銷售活動、營銷、收付款、一般行政管理、部分售後服務，並承擔部分物流成本。與中國貿易實體相比，香港貿易實體亦承擔市場風險、信貸風險、匯率風險及有限的產品責任風險，彼等不從事OBM業務，因此不持有存貨，亦不承擔存貨風險。彼等擁有生產及辦公室營運所需的有形資產。因此，彼等的性質類似於承擔有限風險的分銷商。

業 務

- 美國貿易實體－即威麥絲，主要從事美國市場的銷售活動、存貨管理、物流、收付款、一般行政管理及部分售後服務。其承擔部分市場風險、信貸風險、匯率風險、有限的存貨風險及有限的產品責任風險。其擁有生產及辦公室營運所需的有形資產及無形資產，例如商標。其性質類似於承擔常規風險的分銷商。

於往績期間，Goodlife Global、鼎盛電器及香江電器(泰國)概無重大／概無業務營運或集團內部交易。另一方面，香江智能電器(香江智能廠房之營運公司實體)於2020年成立，而香江智能廠房於2024年6月前已開始興建，因此，於往績期間，香江智能電器於2024年6月才開始營運，其僅處於初期營運階段。

轉讓定價評估

我們已基於以下中國、香港及美國的指引、法律及法規對相關附屬公司的涵蓋交易進行轉讓定價審閱：

- 經合組織跨國企業與稅務機關轉讓定價指引(「**經合組織轉讓定價指引**」)；
- 中國的相關轉讓定價法律及法規，包括《國家稅務總局關於完善關聯申報和同期資料管理有關事項的公告》及《國家稅務總局關於發佈特別納稅調查調整及相互協商程序管理辦法的公告》；
- 香港的相關轉讓定價法律及法規，包括2018年稅務(修訂)(第6號)條例及稅務條例釋義及執行指引第58號、59號及60號；及
- 美國的相關轉讓定價法律及法規：美國國內稅收法典第482條。

業 務

根據經合組織轉讓定價指引，集團內部交易應按公平交易原則進行，以避免不同司法權區的應課稅收入失實。我們已採納交易淨利潤法（「**交易淨利潤法**」）作為審視涵蓋交易的轉讓定價方法。交易淨利潤法通常用於審視涉及有形貨品買賣的集團內公司間的交易，因此是評估與涵蓋交易有關的轉讓定價安排是否符合公平交易原則的最合適轉讓定價方法。

根據交易淨利潤法，合理利潤水平範圍乃參考可比實體的加權平均利潤水平的四分位範圍（「**可比利潤水平範圍**」）釐定。我們採用非受控第三方可比實體的淨成本加成率及經營利潤率作為利潤水平指標，分別為涉及本集團製造實體及貿易實體的受控集團內部交易的分析提供基礎。根據經合組織轉讓定價指引，倘一實體的利潤水平並非基於公平交易價格，則需要考慮是否應對該受測實體的利潤進行調整，以達到符合公平交易原則下的可比利潤水平。根據經合組織轉讓定價指引，我們委聘一名獨立轉讓定價顧問北京天職稅務師事務所有限公司深圳分所（「**轉讓定價顧問**」），就涵蓋交易進行基準研究（「**基準研究**」）。下表列出基準研究採用的可比利潤水平範圍：

2021年至2023年可比利潤水平範圍^(附註1)

	第一個四分位數	中位數	第三個四分位數
與下列比較：			
中國及香港的貿易實體	0.16%	1.41%	3.27%
美國貿易實體	1.81%	2.34%	4.73%
中國及海外生產實體（除生產PCBA作 內部用途的宏諾威電子外）	2.55%	4.99%	11.72%
宏諾威電子 ^(附註2)	1.34%	3.64%	4.83%

附註：

1. 根據轉讓定價顧問告知，截至最後可行日期，大部分可資比較公司的2024年數據尚未公佈；因此，並無足夠資料更新基準研究以涵蓋2024年。
2. 由於宏諾威電子並無生產家居用品，適用的可比利潤水平範圍指PCBA製造商可比實體的利潤水平。

業 務

根據本公司所作的陳述及所提供的資料而編撰的基準研究，轉讓定價顧問認為，且獨家保薦人亦同意，我們往績期間於中國、香港及美國的集團內公司間交易符合公平原則，在適用的轉讓定價法律及法規層面上，並無發現引致額外稅款的轉讓定價調整；而本集團整體於往績期間並無面臨相關附屬公司所在的中國、香港及美國少付企業所得稅的風險。

於往績期間及直至最後可行日期，我們並不知悉中國、香港及美國有任何相關稅務機關對我們的集團內公司間交易提出任何查詢、審計、調查或質疑。

涉及轉讓定價安排的附屬公司須遵守其所在相關司法權區的適用法律法規，其對轉讓定價文件作出要求。根據經合組織轉讓定價指引，我們需要備有主文檔，其中包含與組織架構、業務、無形資產、集團內部財務活動以及財務及稅務狀況等相關的資料。此外，我們亦須備有本地文檔，其中包含基於當地稅務制度的轉讓定價分析。根據對我們記錄的審閱，我們已按要求編製轉讓定價文件。

基於本公司所作陳述及所提供的資料，轉讓定價顧問認為且獨家保薦人認同，於往績期間，我們在所有重大方面均已遵守中國、香港及美國的所有適用轉讓定價法律法規，包括轉讓定價文件要求。

第三方付款安排

背景

若干客戶(「**相關客戶**」)透過第三方支付人向我們結付款項(「**第三方付款安排**」)。於2022財政年度、2023財政年度及2024財政年度，分別有31名、18名及10名相關客戶。於往績期間，第三方支付人(「**第三方支付人**」)主要包括相關客戶的業務夥伴，彼等可能是客戶同一企業集團旗下的聯屬公司(如客戶的同系附屬公司或股東)、第三方金融機構、第三方採購或物流代理以及相關客戶的客戶。於2022財政年度、2023財政年度及2024財政年度，分別有38名、21名及12名第三方支付人。第三方付款總額分別為人民幣37.5百萬元、人民幣21.0百萬元及人民幣6.5百萬元，分別佔相關年度總收益的3.4%、1.8%及0.4%。董事已確認所有第三方支付人均獨立於本集團。

業 務

於往績期間，不論客戶所在的司法權區為何，客戶一般與我們於中國或香港註冊成立的附屬公司訂立銷售合約，並被我們要求將款項存入本集團於中國或香港的銀行賬戶。

接受第三方付款安排的理由

於往績期間及截至最後可行日期，除只是單純接受第三方付款外，董事確認，我們並無主動發起任何第三方付款安排。據董事所深知，相關客戶安排第三方付款，乃由於(i)彼等可能會不時遇到現金流量有限的情況，或為了更好地管理內部現金流量，因此相關客戶可能會促使其第三方支付人提早結清付款，以免違反對我們的付款責任，或(ii)為了避免設立或操作賬戶以向香港／中國進行海外付款的複雜性。另一方面，從我們的角度來看，(i)第三方付款不會對我們造成重大不便，(ii)盡早收到客戶付款對我們有利，(iii)我們可與相關客戶確認收到的第三方付款金額，從而降低與接收第三方付款相關的風險，及(iv)董事相信，而弗若斯特沙利文確認，家居用品進口商通過第三方支付人結算其公司交易，以方便行政管理及更快付款的做法並不少見；尤其是規模龐大的國際家電產品進口商透過其聯屬公司(例如同一公司集團旗下的同系附屬公司或股東)結算其公司交易的情況並不少見。此外，據香港法律顧問及中國法律顧問所告知，由於第三方付款的概念本身並不違法，第三方付款安排不屬於非法安排。因此，我們並不反對由相關客戶發起的第三方付款安排。

內部監控措施及停止第三方付款安排

以往，為管理第三方付款安排涉及的風險，於往績期間，作為內部監控的一環，如客戶無法於相關時間向我們直接結付款項，我們會展開核實程序，確定第三方支付人與相關客戶的關係，包括向相關客戶索取確認書，確認書上須列明第三方支付人與相關客戶的關係。相關確認書亦須確認匯款目的乃為商品付款。我們亦會於互聯網上進行背景搜索，盡可能確定第三方支付人與相關客戶的關係。

業 務

董事確認，於往績期間及直至最後可行日期，我們只是單純接受，並無主動發起任何第三方付款安排。董事進一步確認，相關客戶只會在第三方支付人結付款項後，方會通知我們第三方付款安排。有見及此，為避免日後再次出現第三方付款安排，我們已強化內部監控措施，監察存入我們銀行賬戶的款項：

- (i) 我們已向全體員工發出內部通告，禁止彼等接納任何通過第三方付款安排進行的付款；
- (ii) 我們已向所有客戶發出通知，要求彼等直接向我們付款；
- (iii) 我們的財務部門已制定管理應收賬款結算的範本，其中應包括交易說明、客戶名稱、付款日期、客戶賬戶名稱、涉及的任何第三方付款安排以及任何已注意到的異常情況；及
- (iv) 我們的財務部門已指派專人負責監督收到的付款。倘再次出現第三方付款安排，指定人員應向部門經理報告，以便採取進一步行動。

為了停止所有第三方付款安排，我們已向所有現有客戶發送電子郵件，提醒彼等不要通過第三方支付人付款。董事確認，自2024年底至最後可行日期，概無客戶通過第三方支付人付款。於往績期間，相關客戶透過第三方付款安排貢獻的收益不大，故董事認為停止第三方付款安排不會對我們的業務、經營業績及財務表現造成任何重大影響。

有關第三方付款安排的法律影響

於往績期間，我們的產品主要交付至美國。然而，由於我們的主要營運附屬公司於中國或香港註冊成立，因此香港及中國將為第三方支付人(於其他司法權區)向我們強制執行彼等要求退還第三方付款的權利(如有)的更合適及有效場所。此外，一般而言，我們的客戶(不論其所在司法權區)會與我們在中國或香港註冊成立的附屬公司簽訂銷售合約，並被要求將其款項支付至我們在中國或香港的銀行賬戶。因此，香港法律顧問及中國法律顧問對第三方付款安排相關法律影響的意見披露如下。

業 務

合法性

香港法律顧問指出，並無任何法律禁止第三方付款安排。除非法律禁止，否則基本原則為在任何業務交易中均可自行安排付款。因此，第三方付款安排是合法的。

中國法律顧問指出，第三方付款安排屬於相關客戶向第三方支付人轉移責任。中國法律顧問認為第三方付款安排並無違反或規避相關中國法律法規。

第三方支付人可能就還款提出申索

香港法律顧問指出，儘管本集團與相關客戶存在合約關係，惟本集團與第三方支付人之間並無合約關係；因此，第三方支付人(包括彼等的清盤人(如獲委任))當然不能以合約為依據提起訴訟。此外，儘管第三方支付人(包括彼等的清盤人(如獲委任))可就於錯誤情況下或由於收款人的欺詐或不法行為造成的款項支付提起訴訟，惟並無任何證據顯示本集團已發生該等情況。於往績期間及直至最後可行日期，我們並無接獲任何第三方支付人的任何有關要求或申索。因此，香港法律顧問認為第三方支付人(包括彼等的清盤人(如獲委任))將不會就第三方付款安排對本集團提起任何可能申索。基於上述者，香港法律顧問指出本集團面臨的訴訟風險(包括第三方支付人(或彼等的清盤人(如獲委任))的可能申索)極低。

中國法律顧問指出，(i)第三方付款安排屬於相關客戶向第三方支付人轉移責任；及(ii)第三方付款安排並無付款委託函及／或三方付款協議，使交易面臨風險，第三方支付人可能以參與方並無達成共識為由提出還款申索。然而，由於相關客戶已確認，相關第三方支付人乃受相關客戶委託作出第三方付款安排，且第三方付款安排不涉任何糾紛或潛在糾紛，即使第三方支付人提出申索，本集團亦可向相關客戶收取及追索因第三方支付人提出申索而蒙受的損失。於往績期間及直至最後可行日期，第三方支付人並無就第三方付款安排提出任何訴訟或申索。

業 務

洗錢風險

香港法律顧問指出，香港法例第455章《有組織及嚴重罪行條例》第25(1)條訂明，如有人知道或有合理理由相信任何財產全部或部分、直接或間接代表任何人從可公訴罪行的得益而仍處理該財產，即屬犯罪。測試標準為任何合理人士得悉有關理由後，是否會認為所處理的財產屬從可公訴罪行的得益。香港法律顧問已考慮以下各項：

- (i) 涉及第三方付款安排的業務交易為合理及真實，且業務交易及付款均有銷售單據作為憑證；
- (ii) 涉及第三方付款安排的業務交易佔本集團整體業務的份額極小(於往績期間內各年度均不超過0.7%)；
- (iii) 相關客戶被要求出具書面確認以申報彼等與第三方支付人的關係，且並無就第三方支付人的付款授權有任何爭議或分歧；及
- (iv) 第三方付款安排已獲採納多年，未曾發生過爭議。於往績期間及直至最後可行日期，董事確認本集團並無因第三方付款安排的合法性而面臨任何爭議或調查。

經考慮上述情況及香港法院目前將考慮被告人(就所呈示案例而言即本集團)就所涉交易的主觀及真誠觀點，香港法律顧問認為，本集團並無理由相信相關客戶指示的第三方付款安排涉及從可公訴罪行的得益。因此，本集團被指控或起訴洗錢的風險極微，其不會對我們的業務造成任何風險。

業 務

中國法律顧問指出，《中華人民共和國刑法》第191條規定，為掩飾、隱瞞毒品犯罪、黑社會性質的組織犯罪、恐怖活動犯罪、走私犯罪、貪污賄賂犯罪、破壞金融管理秩序犯罪、金融詐騙犯罪的所得及其產生的收益的來源和性質，有下列行為之一的，即已觸犯洗錢罪：(1)為上述資金提供賬戶的；(2)將財產轉換為現金、金融票據、有價證券的；(3)通過銀行轉賬或者其他支付結算方式轉移資金的；(4)跨境轉移資產的；(5)以其他方法掩飾、隱瞞犯罪所得及其收益的來源和性質的。因此，只有作出相關行為協助轉移資金，以掩飾、隱瞞上述犯罪所得及其產生的收益的來源和性質，某公司方會觸犯洗錢罪。

本集團及相關客戶已基於真確的意願聲明訂立合約。我們向相關客戶交付商品的實際原因是履行相關客戶下達的訂單。第三方付款安排雖然來自第三方支付人，但已經由相關客戶確認為由其指令下的商品付款。中國法律顧問據此指出，我們並無作出相關行為協助轉移資金，以掩飾、隱瞞上述犯罪所得及其產生的收益的來源和性質。因此，中國法律顧問認為第三方付款安排被《中華人民共和國刑法》視為洗錢活動的風險不高。

環境、社會及企業管治

管治

我們全心致力於將環境、社會及管治(「ESG」)考慮因素融入我們的業務營運中，以實現可持續增長，並提高業務應變力，以應對向低碳經濟的轉型。我們已建立健全的ESG管治架構。

董事會就監督ESG議題負整體及共同責任，並著重與本集團的未來發展及定位保持一致。

業 務

ESG工作小組經董事會授權，已告成立，成員包括一名執行董事及來自不同業務部門的代表，負責協助董事會推動規劃、協調及執行ESG措施，並將可持續發展融入我們的日常營運中。ESG工作小組成員擁有管理ESG事宜方面的專業知識，例如僱傭及勞工慣例、職業健康與安全、產品責任、供應鏈管理及商業道德。ESG工作小組負責掌握最新的ESG相關法律法規、進行ESG相關議題的重要性評估、評估我們如何因應氣候變化調整我們的業務，並持續監督ESG相關責任措施的執行。ESG工作小組亦會每年編製本集團的ESG報告，供董事會核准。此舉可讓董事會分析及披露本集團的重大ESG事宜、風險管理、成就及績效。

本集團將於[編纂]後根據上市規則第13.91條遵守ESG報告規定，並根據上市規則附錄C2在其ESG報告指南中披露定性與定量資料和數據。

識別及管理ESG相關風險及機遇

ESG工作小組負責識別、評估、優次排列及管理重大的ESG相關風險及機遇。我們已制定並實施相應措施，以降低重大ESG相關風險並把握潛在ESG相關機遇。ESG工作小組會向董事會提交ESG風險及機遇評估報告。董事會定期檢討ESG風險管理流程的有效性，並在必要時提供指導，同時全權負責監督本集團的風險管理活動。

ESG風險及機遇評估根據我們的業務性質、行業研究以及參考當地及國際報告框架，將與本集團相關的重大ESG風險及機遇識別為負面或正面、實際或潛在的風險及機遇。已識別的重大ESG風險會根據其對業務、策略及財務影響的可能性及重要性進行評估，並給予固有風險評級分數，其後考慮我們的ESG相關風險控制措施如何影響風險的重要性及可能性，從而得出殘餘風險評級分數。之後根據殘餘風險評級分數對ESG風險進行優先級劃分。類似的方法也用於評估重大ESG機遇的重要性及可能性。

業 務

下文載列已識別的重大ESG相關風險及機遇的概要。

ESG相關風險	時間範圍	潛在影響	我們的應對措施
氣候相關的實體風險			
立即性風險 氣候變化導致極端天氣事件(如颱風、暴雨、洪水、嚴寒及熱浪)的嚴重性及頻率增加	短期、中期及長期	<ul style="list-style-type: none">• 本集團物業或設施受損，維護及預防措施的成本增加• 對員工安全造成潛在威脅	<ul style="list-style-type: none">• 我們已制定氣候變化政策，並將氣候變化整合至內部風險管理體系，包括極端天氣事件發生時的應急預案及救援演習。我們亦為物業或設施投購適當的保險，以減輕因極端天氣事件造成的損害而可能引致的財務損失。• 我們密切注意當地的天氣預報，並提醒員工採取惡劣天氣防護措施，以確保員工安全。
氣候相關的轉型風險			
政策及法規風險 在轉型至低碳經濟的過程中，氣候相關的法律法規不斷演變，例如香港聯交所推出的新氣候相關披露要求	中長期	<ul style="list-style-type: none">• 合規及營運成本增加	<ul style="list-style-type: none">• 我們已建立內部風險管理政策，以密切監控並獲取法律、政策及法規的最新發展資訊及其對本集團營運的影響。我們將主動識別及實施適當的合規措施，並調整業務策略，以降低因監管政策變動而增加的合規及營運成本。• 我們會即時向員工傳達最新政策，以確保合規。

業 務

ESG相關風險	時間範圍	潛在影響	我們的應對措施
市場及技術風險 由於大眾對氣候變化日益關注，消費者對環境足跡較低產品的喜好發生變化	中長期	<ul style="list-style-type: none">收益減少	<ul style="list-style-type: none">我們已成立研發中心，以投資並推動低碳產品的開發。我們已制定環保生產流程，並取得ISO50001:2018能源管理體系認證、ISO14001:2015環境管理體系認證及湖北省(省級)綠色工廠認證。我們將環境考慮因素融入小家電的設計及營銷，並在我們提供的產品中強調可持續發展元素。
其他ESG相關風險			
產品質素及供應穩定性方面的供應鏈風險 由於供應鏈穩定性不佳或供應商的產品及服務質素不佳，導致銷售地區無法達到環保、食品等級及質素標準	短期、中期及長期	<ul style="list-style-type: none">聲譽風險增加，可能導致收益減少	<ul style="list-style-type: none">我們對潛在供應商進行詳盡評估，以評估其ESG相關績效，並進行產品質素檢驗，確保符合我們在原材料質素及供應鏈ESG績效方面的要求。我們要求材料供應商簽署「環境關聯物質完全符合承諾書」及「食品級符合聲明」，以確保提供給我們的所有產品，包括製造過程中使用的材料及添加劑，完全符合我們的產品質素要求。

業 務

ESG相關風險	時間範圍	潛在影響	我們的應對措施
<p>職業健康與安全風險</p> <p>未能符合職業健康與安全標準或要求</p>	短期、中期及長期	<ul style="list-style-type: none"> 聲譽風險及合規成本增加，可能導致收益減少 	<ul style="list-style-type: none"> 我們已建立職業健康與安全政策，並將其傳達給我們的員工。該等政策包括在我們的製造設施定期進行應急演習及安全檢查，以及提供相關培訓及健康體檢。 我們對生產流程進行定期評估，以確保採取有力的安全措施。因此，我們的製造流程已取得ISO45001:2018職業健康與安全管理體系認證。
<p>人才流失風險</p> <p>人力資源規劃失效或未能提供具競爭力的員工福利，導致人才流失</p>	短期、中期及長期	<ul style="list-style-type: none"> 服務質素方面的營運風險增加，可能導致收益減少 	<ul style="list-style-type: none"> 我們已制定適當的員工薪酬管理政策，確保提供具競爭力的薪酬及員工福利。 我們已制定人力資源管理政策，以確保各職能部門均有足夠的員工，以維持營運效率。
氣候相關機遇			
<p>產品及服務</p> <p>節能小家電的市場需求增加</p>	短中期	<ul style="list-style-type: none"> 節能小家電的銷售收益增加 	<ul style="list-style-type: none"> 我們繼續進行技術突破及產品升級及開發，並執行質量控制系統，為客戶提供節能且優質的小家電。 我們已建立產品質量控制系統，並已通過ISO9001:2015質量管理體系認證及ISO14001:2015環境管理體系認證。

業 務

ESG相關風險	時間範圍	潛在影響	我們的應對措施
能源來源 透過能源效益措施提升財務與ESG績效	中長期	<ul style="list-style-type: none">通過參與可再生能源項目降低能源消耗及成本	<ul style="list-style-type: none">本集團積極響應及貫徹國家清潔能源政策。我們將部分製造物業投資分布式光伏發電能源管理設施，將清潔、可再生太陽能轉化為電力，提高能源效益，減少碳足跡。

ESG政策

我們致力於將ESG因素納入我們的業務決策過程。因此，我們制定了集團層面的ESG政策，指導我們的行動及措施，提高我們的可持續發展績效。

環境保護

我們的環境政策闡述了我們在切實可行範圍內的綠色實踐及措施，重點是減少排放、減少廢棄物、節約資源、保護環境及自然資源，以及應對氣候變化。此外，我們位於湖北的生產設施的小家電製造及管理機制獲得了ISO14001:2015環境管理體系認證及ISO50001:2018能源管理體系認證，以確保我們的環境管理慣例符合國際標準，且持續提高我們的環境績效。我們在生產過程中嚴格遵守當地的環境保護法律法規，妥善管理廢水、廢氣及噪音，並至少每年度安排兩次第三方專業檢測機構的檢測監督，以確保排放符合當地排放標準。

廢氣排放管理

我們的廢氣排放主要來自生產流程和物流。我們已採取多項的措施，以管理廢氣排放，例如使用廢氣處理設施收集生產過程中產生的廢氣，以及在高空排放前使用活性炭過濾進行淨化。

我們不斷探索措施，以盡量減少業務營運中的廢氣排放，包括確保公司車輛的妥善維護，以及考慮採用電動車輛。

業 務

能源及溫室氣體排放管理

我們的主要能源消耗及溫室氣體(GHG)排放(範圍1及範圍2)來自燃料消耗(範圍1—直接排放)及外購電力(範圍2—能源間接排放)。我們積極響應並努力配合國家清潔能源政策，在我們的物業中投資了分布式光伏能源管理設施。該設施通過分布式光伏系統，將清潔、可再生的太陽能轉換為電力，為本集團帶來長遠的經濟效益。同時，該設施有效降低我們的碳排放，進一步擴大綠色能源的使用，為本集團的全面綠色低碳轉型奠定了堅實的基礎。此外，我們採納了一系列節能措施，包括使用節能設備及LED照明系統、利用自然光、要求員工在離開前關閉電燈和電器設備，以及考慮未來以電動車輛取代現有車輛的可能性。

水資源管理

本集團的主要用水來源為營運所使用的城市用水。為了節省水資源，我們採取了一系列節水措施，包括通過處理設備淨化廢水進行循環再利用、及時修理滴漏的水龍頭、採用符合用水效益標籤要求的用水設備，以及監控用水量等。我們亦透過內部溝通渠道提醒員工盡量減少用水。

廢棄物管理及資源利用

我們的無害廢棄物主要包括一般工業固體廢棄物和家庭廢棄物。一般工業固體廢棄物包括碎屑、金屬刨花、砂輪及收集的粉塵等，其由持牌第三方收集和處理，以進行回收或處置。家庭廢棄物由當地的衛生部門負責收集和處理。有害廢棄物包括廢抹布和手套、廢油漆管、廢活性炭以及油漆罐。有害廢棄物暫時貯存於工廠的有害廢棄物存放區，然後轉交合資格第三方妥善處理。為了盡量減少廢棄物的產生，並確保妥善處理廢棄物，我們採取相關做法和措施，例如透過分類推廣廢棄物回收、按需要重複使用單面廢紙、實施雙面列印以減少紙張消耗，以及透過內部溝通渠道提醒員工盡量減少廢棄物的產生。

業 務

環境指標及目標

於2024年，我們位於湖北的生產設施獲得湖北省經濟和信息化廳頒發省級綠色工廠認證，以表彰我們在製造設施、管理體系、綠色能源參與及環境影響等領域的表現。為了進一步提高我們的ESG績效，我們的目標是於2030年達到國家級綠色工廠標準，其主要涉及滿足《綠色工廠評價通則》(GB/T 36132-2018)所規定的六個層面要求，包括基礎設施、管理體系、能源及資源投入、產品、環境排放及整體績效。

考慮到我們的業務性質，我們亦已制定以下環境目標，以加強我們的可持續發展工作，並假設我們達到預期的業務規模及財務業績，包括但不限於在印尼的生產設施及擬在泰國建立的生產設施的營運狀況：

主要指標

我們的目標

耗電強度(兆瓦時／百萬人民幣收益)

以2023年為基準年，我們的目標為到2030年將耗電強度降低5%，而2025年至2030年期間，平均每年減少約1%。

耗水強度(立方米／百萬人民幣收益)

以2023年為基準年，我們的目標為到2030年將耗水強度降低5%，而2025年至2030年期間，平均每年減少約1%。

綠色電力的使用

我們的目標為到2030年有至少20%的總耗電量來自綠色電力，而2025年至2030年期間，平均每年增加約4%。

為達成該等環境目標，我們計劃採納全面的方法，包括但不限於以下措施：

- 在所有生產設施及辦公室範圍採用LED照明及節能燈
- 使用符合能源效益的設備及辦公室用具
- 設立能源管理中心，透過智慧數據系統實時監控能源使用情況

業 務

- 實施分區照明控制，鼓勵利用自然光
- 優化生產流程及技術
- 採用節水設備，並透過不同計劃提高員工節約用水意識
- 在生產設施中安裝光伏電板，優先使用可再生能源

下表載列我們於往績期間的溫室氣體排放及資源消耗。¹

	2022 財政年度	2023 財政年度	2024 財政年度
排放物²			
溫室氣體排放(噸二氧化碳當量)	13,528.6	14,557.6	14,773.7
(i) 直接排放(範圍1)(噸二氧化碳當量)	2,458.3	2,254.0	2,020.0
(ii) 間接排放(範圍2)(噸二氧化碳當量)	10,444.3	11,277.1	11,705.7
(iii) 其他間接排放(範圍3) ³ (噸二氧化碳當量)	626.0	1,026.5 ⁴	1,048.0
總計(範圍1、2、3)密度(噸二氧化碳當量/ 人民幣百萬元收益)	17.0	18.2	12.9
資源使用			
能源			
總計(兆瓦時)	28,952.2	29,214.4	28,741.8
(i) 外購電力(兆瓦時)	17,119.0	18,484.0	19,186.5
(ii) 無鉛汽油(兆瓦時)	555.4	629.4	656.5
(iii) 柴油(兆瓦時)	589.8	759.7	718.5
(iv) 天然氣(兆瓦時)	10,688.0	9,341.3	8,180.3
密度(兆瓦時/人民幣百萬元收益)	36.3	36.5	25.1

附註：

1. 有關數據涵蓋了本集團的核心業務營運。
2. 溫室氣體排放量的計算參考了世界企業永續發展委員會(WBCSD)及世界資源研究所(WRI)發佈的《溫室氣體議定書》。範圍1(直接)排放涵蓋本集團擁有或控制的業務直接產生的溫室氣體排放，範圍2(間接)排放涵蓋我們營運消耗外購電力產生的間接能源的溫室氣體排放，而範圍3(其他間接)排放產生於本集團價值鏈中。

業 務

3. 範圍3排放包括類別6：商務差旅及類別7：員工通勤所產生的排放。
4. 與2022年相比，2023年的範圍3排放量的增加是由於員工數量及商務差旅費用的增加，導致範圍3下類別6(商務差旅)及類別7(員工通勤)的排放量增加。

	2022 財政年度	2023 財政年度	2024 財政年度
資源使用			
水			
總計(立方米)	250,355.5	239,773.1	272,718.9
密度(立方米／人民幣百萬元收益)	313.9	299.6	238.5

社會

我們致力培養關懷的工作場所文化，維護多元化、平等機會、健康與安全以及員工福祉。

此外，我們的廠房在客戶要求的廠房產能及能力評估(「FCCA」)中取得令人滿意的成績。我們亦委任第三方認證機構對我們的工廠設施、環境保護、品質管理體系、人力資源和培訓、職業健康和安全、零歧視、禁止童工及商業道德方面進行企業社會責任準則(「BSCI」)認證及Sedex成員道德貿易稽核(「SMETA」)認可。

僱傭及勞工慣例

我們旨在建立一個共融多元的工作場所。我們在薪酬、招聘、晉升、待遇及福利等各個僱傭環節秉持平等機會、多元化及共融的原則。我們尊重勞工權利，嚴禁招聘及僱用童工。

我們積極提供內部及外部培訓，讓僱員掌握專業知識、技能及能力。此外，我們定期為僱員安排休閒活動，並與僱員保持雙向溝通，致力提高彼等的工作滿意度，從而加強僱員的參與度。

業 務

職業健康與安全

維持健康及安全的工作場所一直是本集團的首要任務。作為我們努力堅守職業健康與安全標準的一環，我們的湖北香江廠房已獲得ISO45001:2018職業健康與安全管理體系認證以及安全生產標準化三級企業認證。

我們致力保障各業務營運層級僱員的健康與安全，建立及落實健康與安全政策及措施，包括定期進行危害檢查、提供安全培訓等，以確保各業務營運層級僱員的健康與安全。

此外，我們已建立安全生產管理政策，明確載列安全檢驗、危害識別及管理、意外調查及處理的程序。董事確認，於往績期間及直至最後可行日期，我們並無錄得本集團內有任何與職業健康與安全相關的重大違規或重大事故，亦無涉及本集團員工、外協商、派遣員工或外協商員工的任何重大人身傷亡的工業事故。

為顯示我們對職業健康與安全的承諾，我們已制定以下社會目標：

主要指標

我們的目標

工傷死亡事故

維持員工零工傷死亡事故

安全事故

維持員工零重大安全事故

供應鏈管理

我們已制定供應商管理政策，並對潛在及現有供應商進行評估，考慮的因素包括僱傭慣例、健康與安全及環境保護。我們於有需要時會進行現場檢驗，以確保符合我們的可持續發展期望。

業 務

此外，我們要求供應商簽署「恪守商業道德承諾書」，以規範商業行為、抗衡商業賄賂、維護公平貿易。為推動供應商提供更環保的產品及服務，我們要求材料供應商簽署「環境關聯物質完全符合承諾書」及「食品級符合聲明」，以確保所提供的產品及材料，以及製造過程中使用的添加劑，完全符合相關的歐盟品質法規，包括REACH標準、RoHS指令、94/62/EC指令下的包裝材料要求，以及食品等級標準。我們亦已制定可持續採購政策，要求優先採購節能產品、可重用物料，以及優先選用環保或推動可持續發展的供應商。

產品責任

我們致力於為客戶提供高質量且安全的產品及服務。因此，我們的生產設施已取得ISO9001:2015質量管理體系認證，以加強我們的質量管理實務。我們的產品符合多種安全要求、化學和食品級認證，以及不同國家和地區的標準。此外，我們非常重視產品質量測試，並建立完善的質量控制系統，以有效確保產品質量。

為確保客戶滿意度，我們已制定售後及投訴管理政策。於往績期間，我們已由第三方評估機構根據中國國家企業信用評級標準評估，並取得該機構發出的「AAA級售後服務誠信認證」，且未接獲任何重大客戶投訴。為保護客戶私隱，我們制定範圍涵蓋資料及私隱要求的私隱政策，包括限制用戶存取客戶資料。我們已制定相關政策，指導員工確保宣傳材料的真實性及可靠性。

商業道德

我們秉持最高標準的商業道德，嚴禁賄賂、勒索、欺詐、洗黑錢及任何其他不道德行為。我們已建立預防措施，包括反貪污政策，以及實施舉報渠道，讓員工舉報任何違反道德標準的潛在不當行為。董事會負責監督該等預防措施及舉報程序，而高級管理層則負責執行和監督該等措施及程序的有效性。截至最後可行日期，我們並不知悉任何重大不遵守有關賄賂、貪污、勒索、欺詐及洗黑錢的法律或法規的行為或法律案件。

業 務

社區貢獻

我們致力於為社區作出貢獻，承擔企業社會責任。例如，我們積極參與中國紅十字會組織的鄉村振興捐贈及慈善捐贈活動。此外，為了應對自然災害及其他緊急情況，我們亦積極響應社會緊急情況(如抗洪救災)及應急物資捐贈。我們將探索建立社區投資重點領域的機會，並適時與社會效益組織建立夥伴關係。

僱員資料

下表載列僱員資料：

僱員數目

	於12月31日		
	2022年	2023年	2024年
按性別劃分			
男性	1,023	1,123	1,117
女性	1,343	1,501	1,412
按僱傭類別劃分			
全職	2,366	2,624	2,529
兼職	—	—	—
按年齡組別劃分			
30歲或以下	300	343	367
31–50歲	1,718	1,876	1,815
51歲或以上	348	405	347
按地理位置劃分			
中國內地	2,360	2,618	2,518
美國	6	6	6
印尼	—	—	5

業 務

流失比率¹

按性別劃分

男性	44.1%	49.6%	45.0%
女性	44.6%	45.9%	46.0%

按地理位置劃分

中國內地	44.5%	47.7%	45.7%
美國	14.3%	—	—
印尼	—	—	—

附註：

1. 流失比率按往績期間各年度(如適用)的指定類別的離職僱員總數(「離職僱員」)除以截至2022年、2023年及2024年12月31日的指定類別的離職僱員及現有僱員總數，再乘以100%計算得出。