

概覽

就出口量而言，吾等乃中國汽車玻璃頂尖製造商之一。憑藉吾等於業內之經驗及生產技術，吾等亦生產適用於建築及家居用之不同種類玻璃產品。吾等在香港成立，於一九八九年開始生產汽車玻璃產品，並於一九九八年開始生產建築玻璃產品。於最後實際可行日期，吾等之汽車玻璃產品已出售予中國、美國、加拿大、香港、澳洲、紐西蘭、中東國家及地區、非洲、中美及南美以及歐洲等約80個國家及地區之客戶。吾等亦透過吾等之銷售網絡，於中國分銷汽車玻璃產品。吾等相信，吾等可生產不同種類適用於汽車、建築及家居用電器並達至普遍採納國際質量水平之玻璃產品。

於最後實際可行日期，吾等之客戶包括從事不同類型業務之公司，包括汽車玻璃分銷商及製造商、批發商、汽車維修服務供應商、汽車製造商、建築公司及傢俬及家居用電器製造商。於最後實際可行日期，吾等於吾等之深圳生產綜合廠房、東莞生產綜合廠房及香港元朗工業村設立生產設施，年設定總產能約為8,000,000塊汽車玻璃產品及約6,800,000平方米建築玻璃產品。吾等之東莞生產綜合廠房預期於二零零五年第四季全面投入生產。

按吾等於二零零二年之銷售額計算，根據獨立第三方中國建築材料工業規劃研究院於二零零三年十一月刊發之研究報告顯示，信義汽車(深圳)於中國汽車玻璃製造商中排名第二。此外，根據CTI報告，按出口量計算，信義汽車(深圳)於二零零三年為中國第二大汽車玻璃產品出口商，而截至二零零四年六月三十日止六個月為中國汽車玻璃產品之最大出口商，分別佔中國出口之相應總出口量約29.0%及36.2%。

董事相信，吾等於汽車及建築玻璃業累積之經驗及知識，有助吾等於中國日益增長之玻璃業中取得更有利之市場定位。

業務策略

吾等之業務策略為於汽車玻璃及建築玻璃產品之海外銷售及中國國內銷售之間取得平衡。董事相信，中國為吾等之玻璃產品發展迅速之市場之一，吾等將會既保持海外銷售之優勢，亦積極開拓國內市場。尤其是，董事相信，由於中國經濟持續發展及於中國成立生產設施之國際汽車製造商數目不斷增加，中國之汽車玻璃市場將會繼續蓬勃發展。

吾等亦會垂直合併吾等之生產程序，以提升吾等之盈利能力。吾等現時向獨立第三方採購浮法玻璃，並加工成為可應用於生產吾等之汽車玻璃及建築玻璃產品之不同種類玻璃產品，如鋼化玻璃及夾層玻璃。於未來，隨著東莞生產綜合廠房全面投入生產後，吾等可根據吾等自有之生產需求生產浮法玻璃以進行垂直綜合生產活動。除汽車玻璃外，吾等亦於深圳生產綜合廠房設有生產設施，主要生產應用於傢俬用玻璃。

根據前文所述，吾等之業務策略可從以下幾個方面進行分析：—

吾等將加強汽車玻璃及建築玻璃產品之海外銷售額

於各營業記錄期間，吾等各類玻璃產品之海外銷售額分別約為258,300,000港元、353,800,000港元、439,200,000港元及381,600,000港元，佔總銷售額約55.3%、59.3%、54.8%及60.7%。於最後實際可行日期，吾等之汽車玻璃產品出售予吾等遍佈於約80個國家及地區之客戶。吾等之主要海外客戶包括Mygrant Glass Co., Inc.及Diamond Triumph Auto Glass Inc.。吾等將繼續積極加強海外銷售，並於不同國家及地區擴大客戶基礎。目前，吾等為三家美國汽車製造商之合資格汽車玻璃供應商，吾等已開始為其中一家供應汽車玻璃，而吾等將從其他兩家美國汽車製造商開拓更多替換市場玻璃及原設備製造玻璃產品之業務商機。

吾等將增加中國汽車玻璃及汽車零部件市場之銷售額

吾等之東莞生產綜合廠房及蕪湖生產綜合廠房預期將自二零零五年第一季起分階段投入商業生產。由於預期中國之汽車需求不斷增長，而國際汽車製造商於中國成立生產設施

之數目日益增長，吾等計劃擴大於中國之汽車玻璃產品以及汽車橡膠及塑膠部件之銷售。董事相信，吾等已準備就緒，憑藉吾等於業界之良好聲譽及經驗，掌握開拓新業務之商機。

吾等將進一步綜合生產程序

吾等正於東莞生產綜合廠房設立首間浮法玻璃生產設施，年設定產能約219,000噸浮法玻璃，預期將於二零零五年第四季開始投入生產。第二條生產線可生產約157,000噸浮法玻璃，預期亦將於二零零五年第四季開始投入生產。董事相信，浮法玻璃之產量既可滿足吾等之生產需求，亦可於合適時供應浮法玻璃予吾等之客戶。憑藉吾等之浮法玻璃生產設施，董事相信，吾等可減少依賴外界供應之浮法玻璃、減低生產及運輸成本及改善吾等之營運資金水平及資金用途，因此有助提升吾等之競爭力。

吾等將增加產品組合

吾等之產品組合包括汽車玻璃及建築玻璃產品。

吾等最近已於東莞生產綜合廠房安裝新的低輻射膜建築玻璃產品生產線，年產能約為3,000,000平方米之鍍膜建築玻璃。生產線預期將於二零零五年第一季開始投入商業生產。董事相信，此可增加吾等生產幕牆玻璃產品之產能，配合預期中國經濟之持續增長及中國之建築項目數目不斷增加。

競爭優勢

董事相信，吾等擁有下列競爭優勢：—

吾等為替換市場汽車玻璃市場之頂尖製造商

吾等從事汽車玻璃業超過15年，可生產不同種類之汽車玻璃產品。吾等為著名汽車玻璃分銷商及製造商(包括PPG Industries Inc. (僅為北美市場))，以及海外著名替換市場汽車玻璃分銷商及批發商以及汽車維修服務供應商，如美國之Northstar Automotive Glass LLC、Mygrant Glass Co., Inc.及Diamond Triumph Auto Glass Inc.、澳洲之O'Brien Glass Industries Ltd.及紐西蘭之Carglass New Zealand Ltd. (以Smith and Smith進行買賣) 供應汽車玻璃產品。吾等之分銷網絡亦覆蓋中國若干主要城市。

根據一名獨立第三方中國建築材料工業規劃研究院於二零零三年十一月發出之研究報告顯示，按吾等於二零零二年之銷售額計算，信義汽車(深圳)名列中國汽車玻璃製造業第二位。

根據CTI報告，按出口量計算，信義汽車(深圳)於二零零三年為中國汽車玻璃產品第二大出口商，佔中國出口之相應總出口量約29.0%。於同年，信義汽車(深圳)在約35個國家及地區為中國汽車玻璃產品之最大出口商，在美國、新加坡、香港、紐西蘭及南非等約20個國家則為中國第二大出口商。於截至二零零四年六月三十日止六個月，就出口量計算，信義汽車(深圳)為中國汽車玻璃之最大出口商。

吾等憑藉規模生產享有生產成本效益

吾等控制生產成本及增加生產效益以維持競爭力。就此而言，吾等從日本、芬蘭、奧地利、美國及德國購入大部份主要機器。吾等具備自行生產模具之能力，可減低生產成本。鑑於吾等之生產規模，董事相信吾等可以具競爭力之價格採購原材料，如浮法玻璃及PVB。上述種種因素均為吾等帶來競爭優勢。

由於吾等計劃於東莞生產綜合廠房成立自行生產浮法玻璃之生產線，董事相信，吾等將可進一步控制總生產成本，特別是可透過使用吾等之浮法玻璃節省運輸及包裝費用。

關係長久及多元化之客戶群

董事相信，於汽車玻璃產品方面，吾等與客戶已建立業務關係。就此而言，大部份客戶與吾等已合作超過四年。此良好之業務關係實有賴吾等穩定之產品質量、多元化產品組合及對不同規格之汽車玻璃產品之市場需求作出迅速回應所致。於最後實際可行日期，吾等擁有約180名客戶，於最近之財政年度，與吾等進行金額涉及1,000,000港元以上之交易。該等客戶包括分銷商、維修及保養中心及汽車部件製造商。不同類型及關係悠久之客戶群，亦為吾等之進一步發展業務及引進新玻璃產品奠下良好基礎。

吾等已採納國際認可生產管理及質量標準

吾等之生產管理及產品質量均已取得國際認可認證。吾等位於深圳生產綜合廠房及元朗工業村之生產設施已取得美國交通部(Department of Transportation)認可，而深圳生產綜

合廠房在生產汽車玻璃產品方面亦達至歐洲聯盟「ECE R43」之規定。信義汽車(深圳)及信義科技之管理系統亦榮獲德國ISO9001:2000(TÜV)、QS9000及VDA6.1認證,而信義橡塑之管理系統榮獲QS9000:98認證及VDA6.1認證。此外,信義幕牆之質量管理系統榮獲ISO 9001:2000,而其環境管理系統榮獲ISO 14001:1996。該等成果顯示吾等之產品及生產設施管理均達至國際認可標準水平,有助加強吾等開拓海外業務之能力。

吾等擁有經驗豐富及熱誠之管理隊伍

吾等之執行董事及高級管理層隊伍均於玻璃業擁有豐富經驗,有助吾等掌握業務商機及實現持續增長。吾等藉著彼等之知識及經驗可不斷開發新產品、鞏固與客戶及供應商之業務關係以及增加吾等於中國及海外市場之業界市場份額。

發展里程

信義汽車(深圳)已於一九八八年十一月十七日在中國以「深圳信義汽車玻璃有限公司」之名義成立為一家中外合營企業,由香港發展汽車配件貿易公司(其後改名為發展汽車配件有限公司(「發展」),現時稱為信義玻璃)持有80%權益及一名獨立第三方寶安縣橫崗鎮經濟發展總公司持有20%權益。吾等位於深圳之首座廠房已於一九八九年六月正式投入商業生產。當時信義汽車(深圳)所生產之汽車玻璃主要於中國銷售。於一九九零年,信義汽車(深圳)所製造之汽車玻璃產品首次錄得溢利。

下列為吾等自一九九一年起業務發展之若干業務里程概述:—

- 一九九一年十二月 信義汽車(香港)在香港註冊成立,開拓香港之替換市場汽車玻璃產品市場。
- 一九九四年四月 義德(深圳)在中國註冊成立為一家外商獨資企業,以進行玻璃產品之製造及分銷業務。
- 一九九五年 信義汽車(深圳)之生產設施遷移到吾等之深圳生產綜合廠房,即現時生產設施之主要所在地。於一九九五年十二月三十一日,吾等之產能約為253,176塊汽車用夾層玻璃及294,672塊鋼化玻璃。

- 一九九七／九八年 發展改名為信義集團(玻璃)。寶安縣橫崗鎮經濟發展總公司將信義汽車(深圳)之20%權益轉讓予深圳市橫崗投資股份有限公司。其後，信義集團(玻璃)向深圳市橫崗投資股份有限公司收購信義汽車(深圳)之20%權益，作價人民幣1,400,000元，由訂約方根據一般商業條款協定。其後，信義汽車(深圳)轉型為中國一家外商獨資企業，其後改為現有名稱「信義汽車玻璃(深圳)有限公司。
- 一九九七年一月 信義(北美)在加拿大安大略省成立，以開拓吾等於美國汽車玻璃產品市場。
- 一九九八年十二月 吾等於深圳生產綜合廠房之第二座廠房開始生產建築玻璃及傢具玻璃產品，建築玻璃之產能約為247,296平方米。
- 二零零零年八月 信義(美洲)在加拿大英屬哥倫比亞成立，以開拓吾等於美國建築玻璃產品市場。
- 二零零零年十二月 吾等於深圳生產綜合廠房之第三座廠房已投入生產汽車玻璃。信義汽車(深圳)之產能增加至約1,000,000塊汽車用夾層玻璃及1,040,000塊鋼化玻璃。
- 二零零一年四月 信義投資在香港註冊成立，作為一間投資控股公司。信義橡膠經已成立，於中國從事生產橡膠及塑膠汽車模具部件。
- 二零零一年六月 信義玻璃(香港)在香港註冊成立，以於香港進行汽車玻璃產品之製造業務。
- 二零零一年七月 信義幕牆於中國成立作為一家合營企業，從事樓宇項目之幕牆設計及裝置業務。當時，義德(深圳)持有信義幕牆90%權益及源盛隆玻璃持有10%權益。
- 二零零一年十二月 信義汽車(深圳)之產能增加至約1,750,000塊汽車用夾層玻璃及約1,000,000塊鋼化玻璃。有關產能增加乃為應付於本期間海外市場迅速增加之需求。建築玻璃之產能已增加至約2,900,000平方米。

- 二零零二年四月 深圳生產綜合廠房之第四座廠房投入生產壓延玻璃，日熔量約為80噸。於二零零二年十二月三十一日，壓延玻璃之產能約為1,700,000平方米。
- 二零零二年九月 深圳生產綜合廠房之第五座廠房開始生產汽車玻璃(夾層及鋼化)。
- 二零零二年十月 信義科技在中國成立為一家外商獨資企業，從事製造及分銷建築玻璃產品。
- 二零零三年一月 吾等於元朗工業村購置廠房，並開始於香港生產汽車玻璃。
- 二零零三年六月 源盛隆玻璃將所持有信義幕牆之10%權益出售予信義汽車(深圳)，作價人民幣1,000,000元，相等於相互同意之源盛隆玻璃初步投資額。
- 二零零三年下半年 信義玻璃成立三家新公司作為外商獨資企業。信義超薄玻璃[△]於二零零三年六月成立，於東莞生產綜合廠房生產浮法玻璃及經營廠房。信義工程[△]於二零零三年九月成立，生產建築玻璃。信義汽車(東莞)[△]於二零零三年九月成立，主要於東莞生產綜合廠房生產原設備製造之汽車玻璃產品。
- 二零零三年十一月 信義(蕪湖)[△]於中國成立作為一家外商獨資企業，並於蕪湖生產綜合廠房成立廠房，生產汽車玻璃及汽車橡膠及塑膠部件。
- 二零零三年十二月 吾等就汽車用夾層玻璃之產能增加至約3,000,000塊，鋼化玻璃之產能增加至約3,100,000塊，建築玻璃之產能則增加至4,600,000平方米及壓延玻璃之產能增加至2,300,000平方米。
- 二零零四年一月 吾等開始為一家美國汽車玻璃分銷商供應汽車玻璃產品。
- 二零零四年三月 信義(天津)[△]在中國成立為一家外商獨資企業，以於中國擴充吾等之銷售網絡。
- 二零零四年五月 源盛隆在中國成立為一家有限責任公司，負責浮法玻璃批發業務。

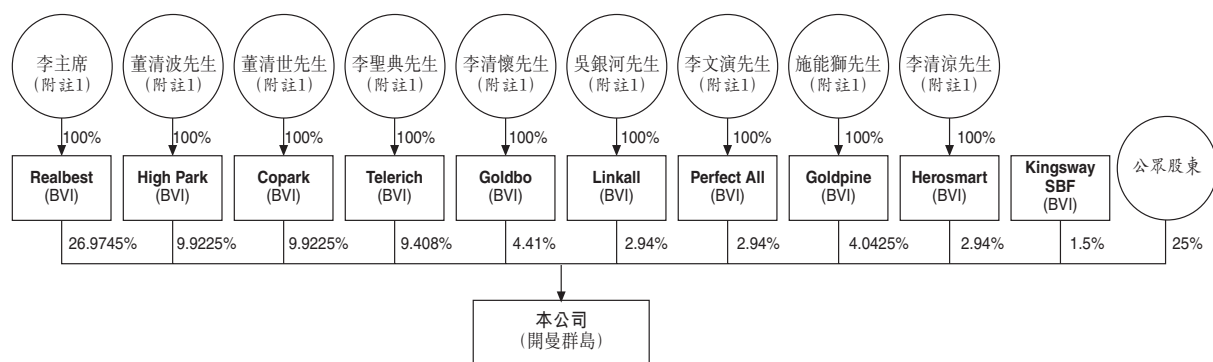
[△] 董事確認，信義超薄玻璃、信義工程、信義汽車(東莞)、信義(蕪湖)及信義(天津)註冊資本之全數金額將僅於最後實際可行日期後按彼等各自之注資時間表償付，注資款項將由吾等之內部資源、銀行融資或股份發售之所得款項淨額撥付。

根據重組，本公司成為吾等所有附屬公司之最終控股公司。重組詳情載於本招股章程附錄六「公司重組」。

股權架構及公司架構

股權架構

下圖顯示緊隨股份發售及資本化發行完成後之本公司股權架構，並假設並無股份因行使超額配股權及根據購股權計劃可能授出之購股權而須予發行：—



附註：—

1. 除李聖典先生外，所有個別控股股東均為吾等之董事。
2. 根據控股股東於二零零四年九月十四日訂立之股東協議，倘任何控股股東擬出售其／彼等於上市日期所持有之股份，其他控股股東均有權優先購買該等股份。

銷售及信貸控制政策

產品及服務

下表載列於各營業記錄期間按主要產品及服務種類劃分之營業額分析：—

於各營業記錄期間按產品及服務種類劃分之營業額分析

	截至十二月三十一日止財政年度						截至 八月三十一日 止八個月	
	二零零一年		二零零二年		二零零三年		二零零四年	
	百萬港元	%	百萬港元	%	百萬港元	%	百萬港元	%
汽車玻璃產品 ⁽¹⁾	357.9	76.7	465.0	77.9	536.0	66.9	472.2	75.1
建築玻璃產品 ⁽²⁾	104.9	22.5	119.8	20.1	235.4	29.4	147.4	23.5
建築合約收益 ⁽³⁾	3.9	0.8	11.8	2.0	29.4	3.7	8.8	1.4
總計	466.7	100	596.6	100	800.8	100	628.4	100

附註：—

- (1) 此包括按原設備製造及替換市場基準來自銷售汽車玻璃以及配套汽車橡膠及塑膠部件之營業額。
- (2) 此包括來自銷售建築玻璃產品及傢具玻璃產品之營業額。
- (3) 此包括已收幕牆建築項目之建築費收入。

汽車玻璃產品

於各營業記錄期間，汽車玻璃產品(包括配套汽車橡膠及塑膠部件)之銷售額分別佔營業總額約76.7%、77.9%、66.9%及75.1%。於各營業記錄期間，替換市場汽車玻璃之銷售額分別佔營業總額約71.0%、70.6%、59.8%及68.1%，而於各營業記錄期間，原設備製造汽車玻璃之銷售額分別佔營業總額約5.7%、7.3%、7.1%及7.0%。

建築玻璃產品

於各營業記錄期間，建築玻璃(包括建築玻璃及傢具玻璃)之銷售額佔營業總額約22.5%、20.1%、29.4%及23.5%。於各營業記錄期間，建築玻璃之銷售額佔營業總額約16.6%、13.5%、24.2%及19.9%，而於各營業記錄期間，傢具玻璃之銷售額分別佔營業總額約5.9%、6.6%、5.2%及3.6%。

建築合約收益

吾等於中國競投玻璃幕牆項目及進行玻璃幕牆安裝服務。於各營業記錄期間，安裝服務之收益分別佔營業總額約0.8%、2.0%、3.7%及1.4%。

市場

海外銷售

吾等之海外銷售活動主要由深圳生產綜合廠房之市場推廣部進行。香港銷售部門主要負責協調澳洲、中美及南美以及歐洲國家之汽車玻璃銷售，而汽車玻璃及建築玻璃主要透過信義(美洲)(建築玻璃產品方面)及信義(北美)(汽車玻璃方面)協調將吾等之汽車玻璃及建築玻璃出售至北美。吾等分銷至北美之大部分汽車玻璃產品乃售予汽車玻璃分銷商、批發商、製造商及連鎖店。於各營業記錄期間，海外銷售分別佔營業總額約55.3%、59.3%、54.8%及60.7%。

業 務

下表載列於各營業記錄期間之海外銷售之地域分析：—

於各營業記錄期間按地域劃分之海外銷售分析

	截至十二月三十一日止財政年度						截至 八月三十一日 止八個月	
	二零零一年		二零零二年		二零零三年		二零零四年	
	百萬港元	%	百萬港元	%	百萬港元	%	百萬港元	%
中國	208.4	44.7	242.7	40.7	361.6	45.2	246.9	39.3
美國	160.1	34.3	195.0	32.7	156.5	19.5	147.7	23.5
香港	23.3	5.0	24.3	4.0	36.7	4.6	20.0	3.2
中東	22.8	4.9	33.9	5.7	43.6	5.4	31.9	5.1
加拿大	9.9	2.1	35.1	5.9	45.4	5.7	32.2	5.1
澳洲	9.2	2.0	13.7	2.3	29.4	3.7	31.5	5.0
非洲 (不包括南非)	6.4	1.4	15.3	2.6	21.6	2.7	24.7	3.9
中美及南美	6.0	1.3	4.9	0.8	18.4	2.3	18.3	2.9
南非	2.6	0.6	1.8	0.3	5.6	0.7	6.6	1.1
歐洲	2.6	0.5	10.4	1.7	18.1	2.3	31.5	5.0
紐西蘭	1.9	0.4	2.4	0.4	2.4	0.3	5.0	0.8
新加坡	1.6	0.3	1.3	0.2	34.0	4.2	9.6	1.5
其他	11.9	2.5	15.8	2.7	27.5	3.4	22.5	3.6
總計	466.7	100	596.6	100	800.8	100	628.4	100

中國之銷售

除海外銷售及於香港之四間批發及安裝店外，吾等已於中國建立銷售及服務網絡，包括分別位於上海及廣州之兩間分區辦事處、四間位於深圳之特許汽車玻璃安裝店及分別於瀋陽及南京設有兩間特許分銷中心。於各營業記錄期間，吾等於中國之國內銷售額分別佔營業總額約44.7%、40.7%、45.2%及39.3%。吾等亦成立源盛隆，負責浮法玻璃批發業務，為吾等自製之浮法玻璃產品建立完善之銷售基礎。

信貸控制政策

吾等已就海外銷售及中國國內銷售採納不同信貸控制政策。吾等之客戶獲授予不同之信貸條款及信貸期，惟須視乎其業務記錄、付款記錄及所涉及業務之金額。吾等之信貸控制委員會由一名執行董事擔任主席，負責審閱及批核營銷部門所提交之信貸報告。

業 務

就中國本地銷售而言，吾等一般給予替換市場汽車客戶約30至60日之信貸期及原設備製造汽車市場客戶不多於90日之信貸期，並通常要求客戶以銀行電匯或銀行票據方式支付。就海外銷售而言，吾等要求客戶以電匯付款或信用狀或提供備用信用狀作為抵押之方式支付。給予海外客戶之信貸期須視乎彼等之信譽及付款記錄。倘吾等為客戶提供信貸期，尤其是於美國之客戶，則會就海外銷售購買出口信用保險。於營業記錄期間，吾等並無就出口信用保險作出超過100,000美元之重大索償。

於各營業記錄期間，吾等已分別預留約1,300,000港元、5,900,000港元、0港元及0港元作為呆賬撥備。由於在二零零零年及二零零一年，信貸表現較弱之新客戶之銷售額顯著增加，吾等積存較高之應收賬款，因此截至二零零二年十二月三十一日止財政年度，吾等作出較高之呆賬撥備。

然而，由於自二零零三年起，吾等客戶之貸款組合經已改善，導致截至二零零四年十二月三十一日止財政年度及截至二零零四年八月三十一日止八個月之呆壞賬撥備減少。

吾等於中國之所有國內銷售均以人民幣結算，而海外銷售大部份以美元結算。下表載列於各營業記錄期間按不同貨幣劃分之營業額分析：—

於各營業記錄期間按貨幣劃分之營業額分析

	截至十二月三十一日止財政年度						截至 八月三十一日 止八個月	
	二零零一年		二零零二年		二零零三年		二零零四年	
	百萬港元	%	百萬港元	%	百萬港元	%	百萬港元	%
營業額								
—人民幣	187.8	40.3	212.5	35.6	326.2	40.7	225.4	35.9
—美元	255.6	54.8	359.8	60.3	407.2	50.9	373.4	59.4
—港元	23.3	5.0	24.3	4.1	36.7	4.6	20.0	3.2
—其他貨幣 (包括歐羅)	—	—	—	—	30.7	3.8	9.6	1.5
總計	466.7	100	596.6	100	800.8	100	628.4	100

客戶

於各營業記錄期間，吾等之主要客戶包括位於中國、北美、亞洲、澳洲、紐西蘭、中東、南非及歐洲之汽車玻璃製造商、替換市場汽車玻璃分銷商、汽車備件分銷商、安裝連鎖店、維修服務供應商以及原設備製造汽車製造商。大部份主要客戶均與吾等建立多年良

好關係，而吾等每年仍會吸納新客戶。於各營業記錄期間，吾等之五大客戶分別佔營業總額約28.6%、26.9%、16.4%及14.9%，而最大客戶則分別佔營業總額之15.8%、12.7%、5.7%及4.4%。於最後實際可行日期，概無董事及彼等之聯繫人及就董事所知持有吾等已發行股本5%或以上之股東於吾等之五大客戶中擁有任何權益。董事確認，吾等之五大客戶均為獨立第三方。

銷售及市場推廣策略

銷售

吾等之銷售策略著重於直接向吾等之客戶提供銷售。吾等密切留意客戶需求，一般會直接與客戶聯絡，而毋須透過營銷代理。吾等已於中國及經挑選之海外市場設有本身之銷售及分銷網絡。吾等於北美設有兩個銷售辦事處及於香港設有一個銷售辦事處，並於各據點駐有多名專業營銷人員，為客戶提供服務。吾等亦分別於上海及廣州設立兩個分區辦事處、於深圳設立四間特許汽車玻璃安裝店、分別於瀋陽及南京設有兩間特許分銷中心及於香港設立四間批發及安裝店。

市場推廣

由吾等之市場推廣部門協調進行之市場推廣及宣傳活動包括：—

- 於廣東戶外標誌牌刊登廣告
- 於香港及中國刊登電視廣告
- 參與玻璃、汽車及汽車備件以及建築物料之業界展覽會，例如於香港舉行之「建築物料」展覽會、於北京舉行之「國際汽車業」展覽會、美國國家玻璃協會籌辦之「美國玻璃展」、巴西舉行之「玻璃展2004」及於德國舉行之「玻璃科技展2004」國際貿易展及「汽車設備展法蘭克福2004」
- 於汽車相關雜誌及網頁刊登廣告
- 每月刊發及派發吾等之刊物「信義報」予客戶

透過上述市場推廣途徑，董事相信，吾等可緊密追貼最新之市場資訊，並及時回應市場需求。

產品

吾等之產品可按吾等客戶之行業類別分類，主要包括汽車業及建築業。根據吾等客戶之指定規格所涉及之工具之主要特殊處理程序如下：－

行業類別	主要工具及特定用途
汽車玻璃 (全球替換市場及原設備製造)	－ 擋風玻璃－夾層及熱彎 － 側窗玻璃及後窗玻璃－鋼化及熱彎
建築玻璃及其他	－ 建築玻璃－鋼化、夾層、中空及／或熱彎 － 傢具用玻璃－鋼化、壓延 － 壓延玻璃片以供進一步加工

根據主要特殊處理程序之類別，吾等之主要產品亦可大致分為六類玻璃，分別為夾層玻璃、鋼化玻璃、中空玻璃、壓延玻璃、熱反射玻璃及防彈玻璃。

吾等主要產品之主要特性及應用如下：－

主要產品	主要特性及應用
夾層玻璃	夾層玻璃乃由兩片浮法玻璃用PVB膜牢固粘合而成，因此，當破碎時，碎片會被PVB膜粘住，不易四濺。 夾層玻璃一般應用於汽車擋風玻璃、住宅及商業大廈之窗玻璃、汽車防彈玻璃及其他需要高度保安之地方。
鋼化玻璃	鋼化玻璃一般將浮法玻璃加熱至約攝氏700度後急速冷卻製成，令其較相同厚度之其他退火玻璃強化接近約三倍，因此破碎後呈顆小粒狀。 鋼化玻璃一般應用於汽車之側窗及後窗玻璃、幕牆、購物中心、觀光電梯及展覽館等。

主要產品

主要特性及應用

中空玻璃

由兩片或多片玻璃邊部相互封接在一起，中間留有空間，形成中空效果，亦稱為「雙層」玻璃。

中空玻璃一般應用於隔音及能源節約玻璃窗。

壓延玻璃

半透明壓延玻璃，製造方法為將原材料製成水玻璃，於冷卻時於玻璃其中一面或兩面加上圖案。

熱反射玻璃

熱反射玻璃通常用於建築工程，為反射有關建築物外層部分陽光而設計。

防彈玻璃

防彈玻璃由多層夾層玻璃組成，可用作阻擋手槍及步槍之子彈。

生產設施及生產程序

生產設施

於營業記錄期間，吾等之主要生產設施位於深圳生產綜合廠房，佔地約165,183.9平方米。於最後實際可行日期，深圳生產綜合廠房建有五座廠房，其中兩座廠房生產汽車玻璃及一座廠房生產傢具用之壓延玻璃。深圳生產綜合廠房之餘下兩座廠房現時正在翻新中。翻新工程完成後(預期為二零零五年第一季)，兩座廠房將用作生產汽車玻璃及汽車橡膠及塑膠部件。

於最後實際可行日期，東莞生產綜合廠房之一座廠房乃用作生產建築玻璃及鍍膜玻璃。作為吾等未來發展計劃之部份，吾等亦將於東莞生產綜合廠房加建兩座廠房生產汽車玻璃及浮法玻璃。吾等之蕪湖生產綜合廠房將生產汽車玻璃以及配套汽車橡膠及塑膠部件。吾等亦擬於東莞生產綜合廠房及蕪湖生產綜合廠房為國際及中國汽車製造商生產原設備製造汽車玻璃。

業 務

下表載列深圳生產綜合廠房、元朗工業村之廠房、東莞生產綜合廠房及蕪湖生產綜合廠房之生產設施之總地盤面積及產能：—

生產設施詳情

廠房	概約建築 樓面面積 (平方米)	現時主要生產	於最後實際 可行日期之 年設定產能	投入或預計 投入生產日期
深圳生產綜合廠房：				
1號廠房(翻新中 ⁽¹⁾)	15.0	汽車玻璃	1,000,000塊	二零零五年第一季
2號廠房(翻新中 ⁽¹⁾)	3.8	汽車橡膠及塑膠部件 ⁽²⁾	180,000套	二零零五年第一季
3號廠房	42.7	汽車玻璃(夾層玻璃)	3,890,000塊	二零零零年第四季
4號廠房	7.8	壓延玻璃及其他深加工	3,440,000平方米	二零零二年第二季
5號廠房 ⁽³⁾	49.5	汽車玻璃(夾層及鋼化玻璃 另加汽車橡膠及塑膠部件 ⁽²⁾)	236,880塊 (夾層玻璃) 4,150,000塊 (鋼化玻璃)	二零零二年第三季
小計	<u>118.8</u>			
元朗工業村之廠房	<u>14.0</u>	汽車玻璃	不適用 ⁽⁴⁾	二零零三年第一季
東莞生產綜合廠房⁽⁵⁾：				
(在建中)				
1號廠房	54.9	建築玻璃及鍍膜玻璃	9,930,000平方米 ⁽⁶⁾	二零零五年第一季 ⁽⁶⁾
2號廠房	35.1	原設備製造汽車玻璃	2,610,000塊	二零零五年第一季
3號廠房	61.9	浮法玻璃		
		第一條生產線	219,240噸	二零零五年第四季
		第二條生產線	156,600噸	二零零五年第四季
小計	<u>151.9</u>			
蕪湖生產綜合廠房⁽⁷⁾：				
(在建中)	27.6	原設備製造汽車玻璃 汽車橡膠及塑膠部件 ⁽²⁾	1,850,000塊 200,000套	二零零五年第一季
總計	<u><u>312.3</u></u>			

附註：—

- 吾等正在翻新1號廠房及2號廠房，以擴充汽車玻璃產品之產能。年設定產能僅為估計數字。以往，1號廠房及2號廠房(已分別於一九九五年及一九九八年投入營運)乃用作生產建築玻璃，年設定總產能為3,350,000平方米。於二零零四年十二月，該兩座廠房之生產設施已遷移至吾等之東莞生產綜合廠房之1號廠房。

2. 大部份汽車橡膠及塑膠部件連同吾等之汽車玻璃產品一併銷售。
3. 5號廠房之房地產權屬證書正在申請中，董事預期將於二零零五年三月三十一日或之前取得。5號廠房之建築工程已獲有關機關批准，吾等之中國法律顧問認為，待吾等完成建築物驗收程序後，於取得房地產權屬證書方面不會遇到任何阻礙。
4. 吾等位於元朗工業村之廠房加工半製成汽車玻璃產品(採購自吾等之深圳生產綜合廠房)作出口銷售。
5. 東莞生產綜合廠房之生產設施(不包括1號廠房)仍在興建中。年設定產能及建築樓面面積為估計數據。董事及吾等之中國法律顧問確認，於3號廠房設立兩條浮法玻璃生產線毋須取得事先特別准許。
6. 於二零零四年十二月，吾等將深圳生產綜合廠房1號廠房及2號廠房之建築玻璃生產設施遷移至東莞生產綜合廠房之1號廠房。將吾等於東莞生產綜合廠房之建築玻璃生產設施合併後，董事預期，吾等將會擴充建築玻璃之產能，由3,350,000平方米增加至9,930,000平方米。新生產設施將於二零零五年第一季投入生產。
7. 蕪湖生產綜合廠房之生產設施仍在興建中。年設定產能及建築樓面面積為估計數據。

於深圳生產綜合廠房，生產汽車及建築玻璃產品之若干主要生產程序每日24小時運作，一年運作約350日。

截至二零零四年八月三十一日止八個月，吾等用作生產建築玻璃產品、汽車玻璃產品及壓延玻璃產品所使用之廠房及機器之平均使用率分別約為44.0%、65.3%及89.6%。該等平均使用率之計算方法為根據截至八個月期間吾等玻璃產品之實際產量與於同期吾等之廠房及機器之設定產能計算。

由於吾等根據不同規格生產不同種類之建築及汽車玻璃產品，吾等之廠房及機器之實際產能普遍少於設計產能，即根據八個月期間生產之一類玻璃產品為基準計算。吾等玻璃產品規格變動可能要求吾等之廠房及機器及試產階段作出調整，因此可能延遲商業生產，影響平均使用率。

根據吾等於營業記錄期間所生產之玻璃產品類別及數目，董事相信，吾等之廠房及機器已按接近全面生產之水平有效運作。

吾等之東莞生產綜合廠房尚未全面投入生產，而蕪湖生產綜合廠房仍在興建中。董事確認，於營業記錄期間，吾等之生產線並無發生重大意外或進行大修。

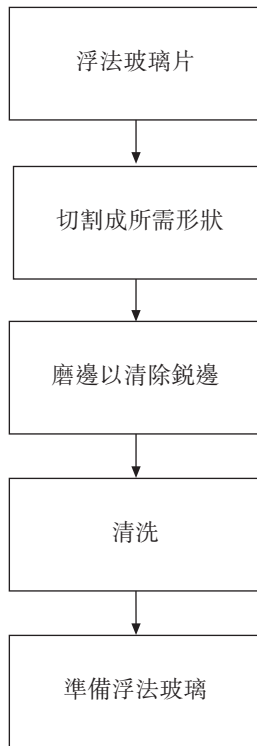
生產程序

吾等主要產品之生產過程按主要特殊處理程序載列如下：—

準備浮法玻璃

夾層玻璃、鋼化玻璃及中空玻璃之生產過程均源自準備浮法玻璃原材料，載列如下：

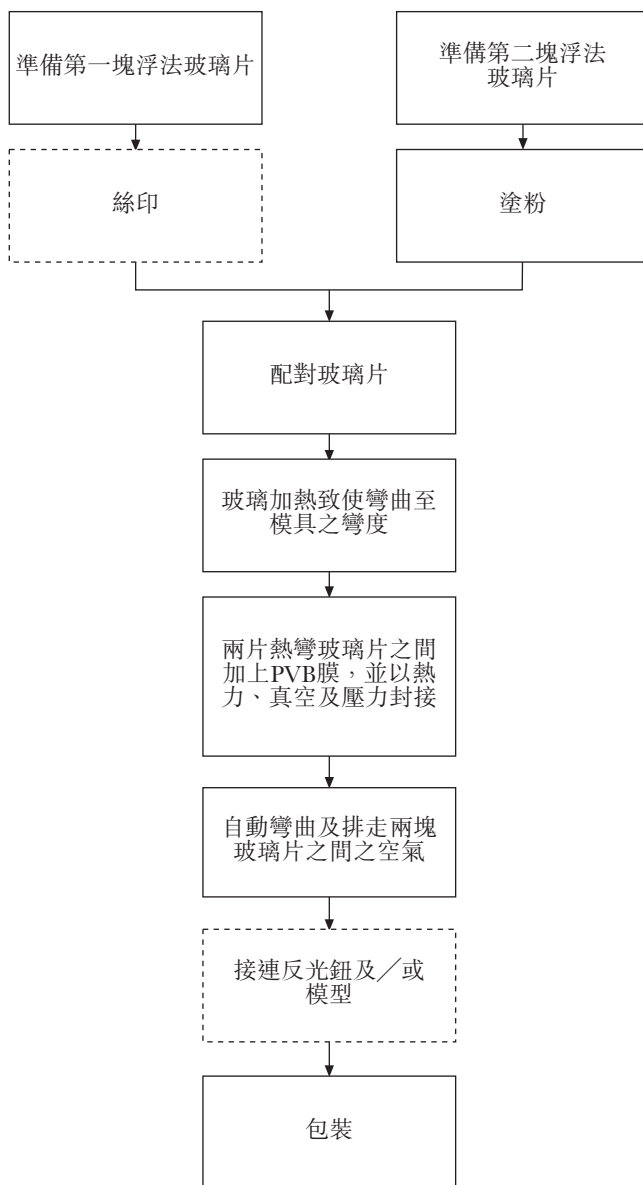
準備浮法玻璃之生產流程表



夾層玻璃

夾層玻璃由兩片或以上浮法玻璃用PVB膜牢固粘合而成。倘夾層玻璃用作汽車檔風玻璃，則浮法玻璃於粘合前須彎曲。下圖顯示應用於汽車檔風玻璃之夾層玻璃之生產過程：—

應用於汽車檔風玻璃之夾層玻璃生產流程表

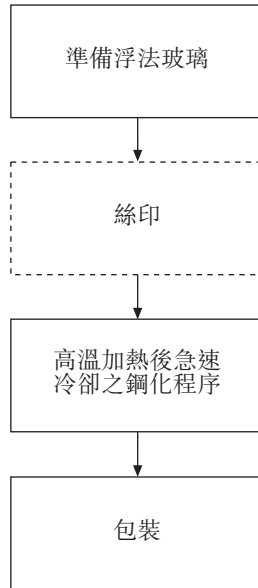


 非必須採取之步驟

鋼化玻璃

鋼化玻璃乃將浮法玻璃高溫加熱，隨即進行冷卻而成。如有需要，玻璃可能進一步加熱及進行鑄模程序以屈曲至所需彎度。該等玻璃產品一般應用於建築及汽車。下圖顯示應用於建築工程之鋼化玻璃之生產過程：—

建築工程使用之鋼化玻璃生產流程表

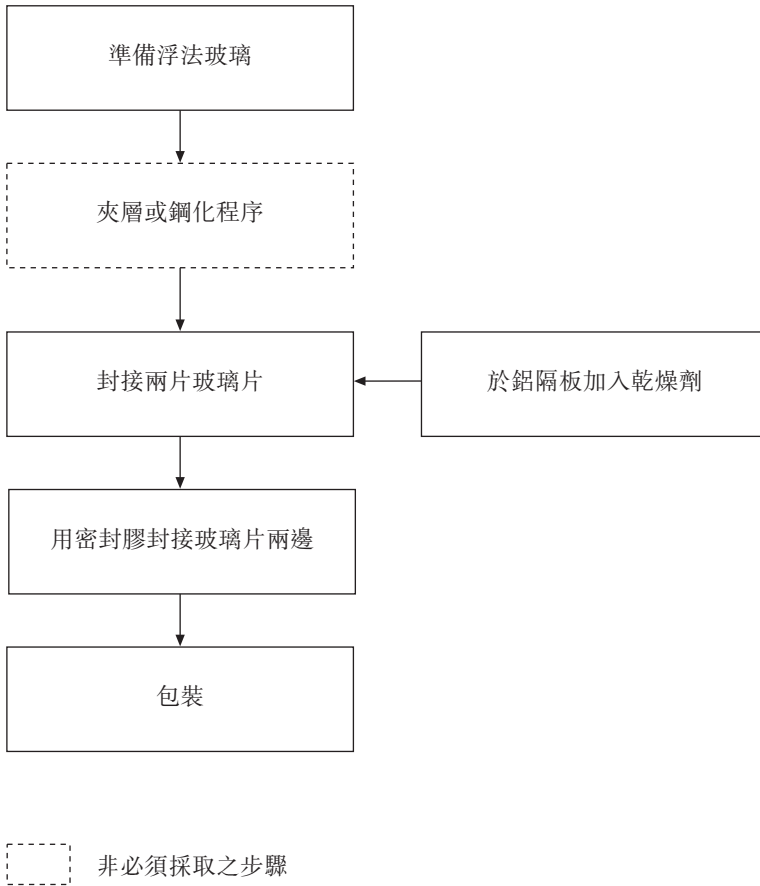


 非必須採取之步驟

中空玻璃

中空玻璃由兩片玻璃邊部相互封接在一起而成，中間存有空氣，形成中空效果。下圖顯示中空玻璃之生產過程：—

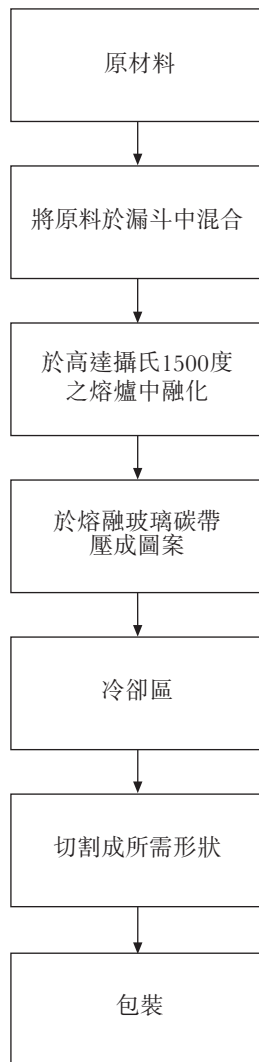
建築工程使用之中空玻璃生產流程表



壓延玻璃

吾等採用硅砂、純鹼及石灰作為生產壓延玻璃之原材料。根據預先設定之比率將原材料於漏斗中混合，並倒入一個極高溫熔爐，原材料將融化及形成液體狀玻璃，其後放在壓紋滾筒中滾壓出壓有圖案之連續玻璃片。冷卻後，玻璃將切割至所需尺碼。下圖顯示壓延玻璃之生產過程：—

壓延玻璃之生產流程表



存貨控制

一般而言，吾等之汽車玻璃產品乃於吾等接獲客戶訂單後製造。該等產品於付運或交付予吾等之客戶前將被視為製成品。此外，吾等將維持若干水平之製成品，以供迅速應付需求增加。吾等根據吾等之會計政策監控存貨水平及提供撥備。

同樣地，吾等之建築玻璃產品乃於吾等接獲客戶就特定建築項目之訂單及規格後製造。吾等不會保存超過客戶訂單之建築玻璃製成品。

有關存貨撥備之會計政策已載於本招股章程「財務資料」一節「主要會計政策」內。

採購主要原材料及物色主要供應商

吾等之玻璃產品所需之主要生產原材料為浮法玻璃、PVB及油墨，於各營業記錄期間，佔銷售成本之65.5%、59.3%、54.1%及60.7%。生產浮法玻璃之主要原材料為硅砂、純鹼及石灰。其他主要包裝原材料包括用作製造盛載製成玻璃之木箱之木材及紙張。下表載列於各營業記錄期間吾等之銷售成本分析，及於各營業記錄期間所採用之主要原材料分析：—

於各營業記錄期間吾等之銷售成本分析

	截至十二月三十一日止財政年度						截至 八月三十一日 止八個月	
	二零零一年		二零零二年		二零零三年		二零零四年	
	百萬港元	%	百萬港元	%	百萬港元	%	百萬港元	%
原材料.....	218.0	76.8	255.5	74.8	378.0	71.5	302.0	76.9
能源.....	27.0	9.5	29.2	8.6	49.3	9.3	29.6	7.5
勞工.....	16.6	5.8	20.4	5.9	40.5	7.6	25.8	6.6
其他 ^(附註)	22.3	7.9	36.5	10.7	61.2	11.6	35.5	9.0
總計.....	283.9	100	341.6	100	529.0	100	392.9	100

附註：—

其他包括折舊、運輸成本及其他雜項。

業 務

於各營業記錄期間吾等之主要原材料分析

	截至十二月三十一日止財政年度						截至 八月三十一日 止八個月	
	二零零一年		二零零二年		二零零三年		二零零四年	
	百萬港元	%	百萬港元	%	百萬港元	%	百萬港元	%
浮法玻璃	120.4	55.2	116.4	45.6	176.6	46.7	155.0	51.3
PVB	64.6	29.6	82.9	32.4	104.7	27.7	79.7	26.4
油墨	0.9	0.4	3.1	1.2	4.9	1.3	3.6	1.2
其他 ^(附註)	32.1	14.8	53.1	20.8	91.8	24.3	63.7	21.1
總計	218.0	100	255.5	100	378.0	100	302.0	100

附註：—

其他包括消耗品及其他雜項。

吾等與吾等選擇每年發出訂單採購所有主要原材料之供應商建立網絡。在若干情況下，吾等會透過投標方式選取供應商。吾等與大部份主要供應商均建立最少三年之業務關係。就大部份供應商而言，吾等簽訂採購合約，訂明固定期間之原材料數量及價格，一般介乎三個月至一年。吾等於向供應商進行評估後採購主要原材料。於各年底，吾等就各供應商之表現進行內部評估，作為下一年度決定供應商之基準。

於各營業記錄期間，五大供應商所供應之原材料分別佔總銷售成本約50.8%、63.6%、36.3%及52.0%，當中最大供應商分別佔總銷售成本約17.2%、17.3%、9.0%及14.8%。於最後實際可行日期，概無董事及彼等之聯繫人及就董事所知持有吾等已發行股本5%或以上之股東於吾等之五大供應商中擁有任何權益。董事確認，吾等之五大供應商均為獨立第三方。

吾等以現金、電匯付款或信用狀向供應商支付款項。就海外供應採購而言，吾等以美元支付，就國內供應採購而言，吾等以人民幣支付。吾等一般獲供應商給予不多於60日之賒賬期。

下表載列於各營業記錄期間吾等按貨幣劃分之銷售成本付款分析：—

於各營業記錄期間吾等按貨幣劃分之銷售成本付款分析

	截至十二月三十一日止財政年度						截至 八月三十一日 止八個月	
	二零零一年		二零零二年		二零零三年		二零零四年	
	百萬港元	%	百萬港元	%	百萬港元	%	百萬港元	%
美元	65.5	23.1	86.0	25.2	109.6	20.7	83.3	21.2
人民幣	218.4	76.9	255.6	74.8	419.4	79.3	309.6	78.8
總計	283.9	100	341.6	100	529.0	100	392.9	100

管理控制及質量標準

吾等旨在維持產品之若干質量。吾等於選取原材料供應商時開始質量控制程序。吾等僅接納能達至吾等最低質量標準要求之供應商。

管理控制

於管理水平方面，信義汽車(深圳)及信義科技所製造之玻璃產品獲ISO9001：2000認證。此外，吾等取得德國TÜV CERT Certification Body of TÜV Anlagentechnik GmbH(安裝工程)有關製造及銷售應用於汽車及建築業之玻璃之QS9000及VDA6.1標準認證。

質量標準

吾等之玻璃產品乃遵照國際質量標準生產。此外，吾等之製成品大部份達至或甚至超出中國國家質量標準，有關品質標準之詳情載列如下：—

汽車玻璃：—

- 吾等多款汽車玻璃(包括夾層玻璃製成之擋風玻璃及鋼化玻璃製成之側窗及後窗玻璃)均達至美國商務部標準，與下列司法權區遵例標準一致：美國FMVSS 205及加拿大CMVSS 205；

- 吾等多款應用於不同類型汽車之汽車玻璃(包括夾層玻璃製成之擋風玻璃及鋼化玻璃製成之側窗及後窗玻璃)以及中空玻璃製成適用於火車之擋風玻璃,均達至中國CCC認證(中國國家強制性產品認證證書);及
- 吾等多款汽車玻璃(包括夾層玻璃製成之擋風玻璃及鋼化玻璃製成之側窗及後窗玻璃)均達至歐共體R43(歐洲經濟委員會43規例)標準。

建築玻璃：—

- 若干類型之建築玻璃(包括夾層玻璃及鋼化玻璃)均達至澳洲樓宇安全玻璃物料AS/NZS 2208之標準;
- 若干類型之建築玻璃(包括夾層玻璃及鋼化玻璃)達至美國ANSI Z 971-1984之玻璃安全標準;
- 若干類型之建築玻璃(包括夾層玻璃及鋼化玻璃)達至中國CCC認證之產品規定;及
- 若干類型之建築玻璃(包括若干指定厚度之夾層玻璃及鋼化玻璃)已達至歐洲安全玻璃BS6206:1981之標準,而其測試結果亦達至「甲級」水平。

董事確認,有賴本集團採納之質量控制系統,於營業記錄期間,因產品損壞而退貨之數量並不重大。

研究及產品發展策略



吾等致力於產品發展、改善生產程序及技術,並訂製更切合吾等生產需求之廠房及機器。吾等之研發工作由深圳生產綜合廠房之研發部門進行。深圳生產綜合廠房之研發部門於二零零三年獲頒發「深圳市企業技術中心」殊榮。此外,吾等於二零零三年就吾等於玻璃生產業之研究及發展獲深圳市政府批授人民幣3,000,000元之資助。於最後實際可行日期,吾等之研發部門擁有168名員工,所有與研發活動相關之成本已計入營運開支。

環保政策

吾等現有之業務性質並無對環境造成重大污染，而吾等之營運已遵守有關國家及市級環保法例、規例及行政規則之規定，當中包括有關防止空氣污染、污水處理及防止工業污染之條文。吾等極為注重環境保護，並實施若干環保控制措施以確保符合有關法例及規例之規定。此外，吾等亦正制定環保政策，並將於生產周期中實施。

於營業記錄期間，吾等均全面遵守中國適用之環保法例及規例，包括「中華人民共和國環境保護法」，吾等並無接獲任何索償或須就有關環保法例及規例支付之罰款。

知識產權

吾等之產品主要以「」或「」品牌出售。儘管吾等之業務或溢利能力並非完全依賴吾等之知識產權，吾等認同成立知名品牌時保障及執行知識產權之重要性。於最後實際可行日期，吾等身為載列於本招股章程附錄六「知識產權」一節知識產權之登記持有人。

產品責任及保險

吾等主要購買三類保險，分別為：(1) 產品責任保險，就有關使用吾等生產或出售之產品致使個人損傷及財物損毀之潛在責任提供保障；(2) 物業保險，就吾等於中國之投保物業之實物虧損或損毀提供保障；及(3) 機器保險，就安裝於深圳生產綜合廠房、東莞生產綜合廠房及蕪湖生產綜合廠房之實質機器損毀，連同吾等就有關損毀所承擔之溢利損失提供保障。

董事相信，投保額足以為吾等因上述事件所產生之潛在虧損或損毀提供保障。於各營業記錄期間，吾等分別收取機器保險索償之賠償額約1,500,000港元、100,000港元、0港元及0港元。於營業記錄期間，吾等之董事確認，吾等並無就產品責任保險或物業保險提出任何索償。

競爭

一般資料

吾等之產品既於中國出售，亦出口至海外市場。儘管於中國擁有不少深加工玻璃生產商，吾等致力於汽車玻璃產品，並為中國汽車玻璃頂尖製造商之一。海外市場方面，董事相信，吾等為能夠生產符合海外客戶對優質產品需求之少數製造商之一。董事相信，吾等所享有之成本效益有助吾等向海外客戶提供更廉宜之價格。

吾等於中國及海外市場將繼續面對競爭。吾等相信，憑藉吾等於上文「競爭優勢」一節所述之競爭優勢，吾等將繼續保持良好競爭力，現概述如下：—

- 替換市場汽車玻璃市場之頂尖製造商
- 生產成本效益
- 關係長久及多元化之客戶群
- 國際認可生產管理及質量標準
- 經驗豐富及熱誠之管理隊伍

反傾銷調查及其他貿易限制措施

於二零零一年二月二十八日，美國多間玻璃公司向美國國際貿易委員會及美國商務部提出呈請，指稱美國之汽車玻璃業受到中國「低於公平價值」進口汽車替換擋風玻璃重大損害或面臨受到重大損害。信義汽車(深圳)乃被指稱向美國傾銷夾層替換市場擋風玻璃之公司之一。於呈請存檔後，美國國際貿易委員會及美國商務部已展開調查，並於二零零二年四月四日就所有出口至美國之汽車替換擋風玻璃之中國出口商(包括信義汽車(深圳))發出反傾銷稅項令狀。根據此令狀，信義汽車(深圳)被施加3.71%之反傾銷稅。信義汽車(深圳)應支付有關反傾銷稅，而有關反傾銷稅之生效日期已追溯至二零零二年二月十二日。於二零零二年五月三日，信義汽車(深圳)已就反傾銷稅令狀向美國國際貿易法庭提出上訴，以削減或廢除反傾銷稅之稅率，是項申請仍未有最終裁決。由於信義汽車(深圳)已就美國商

務部頒佈之令狀向美國國際貿易法庭提出上訴，美國國際貿易法庭已於二零零三年九月二日頒佈一項初步禁制令，並於二零零四年六月二十九日延長禁制令，以禁止美國海關清算信義汽車(深圳)已繳付之反傾銷稅，直至上訴申請獲裁定。

倘美國國際貿易法庭裁定反傾銷稅率須低於3.71% (「繳存稅」)，信義汽車(深圳)須獲退回部份已繳付之反傾銷稅稅項。倘最終裁決為反傾銷稅率不變，則信義汽車(深圳)已繳付之稅項將不獲退回。於美國國際貿易法庭作出最終判決或根據信義汽車(深圳)或美國呈請人提出進行行政覆核前，3.71%之美國反傾銷稅將繼續適用於信義汽車(深圳)之汽車替換檔風玻璃，作為美國進口之繳存稅。

於二零零一年十二月，信義汽車(深圳)就向加拿大之出口銷售額面臨其他反傾銷調查。信義汽車(深圳)成功提出抗辯，因此，其出口至加拿大之汽車玻璃產品現時毋須繳納任何進口關稅。

於各營業記錄期間，信義汽車(深圳)已付之美國反傾銷稅分別約為零、400,000美元、200,000美元及200,000美元。

於二零零四年五月，信義汽車(深圳)接獲菲律賓貿易及工業部(Department of Trade and Industry of the government of the Philippines)發出之令狀，指將會實施一項一般保障措施(general safeguard measure)，據此，信義汽車(深圳)出口至菲律賓之多項玻璃產品將須繳納進口稅。自二零零三年十月十三日起未來三年，信義汽車(深圳)出口至菲律賓之壓延玻璃須繳納進口稅，並由第一年每噸2,655菲律賓披索減至第二年每噸2,520菲律賓披索及第三年每噸2,395菲律賓披索。

關連交易

非持續關連交易

於建議上市前，吾等曾訂立多項於建議上市後將不會繼續之關連交易(定義見上市規則)。該等關連交易如下：—

租用場地

截至二零零二年十二月三十一日止兩個財政年度，信義集團(玻璃)向信義科技集團有限公司租用位於香港九龍尖沙咀科學館道1號康宏廣場20樓2007室實用面積約92.995平方米

之辦公室。該公司由執行董事李聖潑先生持有90%及執行董事董清波先生持有10%。該場地由信義集團(玻璃)佔用作為香港辦事處。截至二零零二年十二月三十一日止兩個財政年度各年，吾等向信義科技集團有限公司支付之租金分別約為300,000港元及300,000港元。董事確認，租金乃按當時之現行市場價格釐定。於二零零二年十一月，吾等將主要營業地點遷移至位於香港新界元朗工業村福喜街95-99號之廠房。因此，有關租約經已終止。

提供電腦網絡服務

截至二零零三年十一月十五日至二零零四年一月十五日止期間，匯星系統有限公司全資擁有之公司匯科系統(深圳)有限公司向信義汽車(深圳)提供電腦網絡服務，代價約為400,000港元。信義科技集團有限公司及一名獨立第三者分別擁有匯星系統有限公司30%及70%。董事確認，有關代價乃按當時之市場價格釐定。該電腦網絡服務包括於吾等之深圳生產綜合廠房之設計及鋪設光纖電纜，為一項一次過之交易。

銷售一幅土地

根據於二零零四年四月二十一日訂立之買賣協議，信義汽車(深圳)向李主席之配偶董學治女士出售一幅位於中國廣東省深圳龍崗區橫崗鎮荷坳村之土地，面積約15,224.9平方米，代價為人民幣3,640,235元。由於吾等並無佔用該幅土地，故吾等將其按資產淨值出售。

銷售予有關連人士

(a) 深圳市信義房地產開發有限公司(「信義房地產」)

信義房地產於二零零零年五月十八日在中國成立，主要於中國從事物業發展以及買賣建築材料及汽車。李培培女士及深圳市港義貿易發展有限公司(「港義貿易」)分別持有信義房地產24.5%及持有75.5%。港義貿易由李主席之配偶董學治女士持有38%、執行董事李聖潑先生持有31%及非執行董事施能獅先生持有31%。因此，信義房地產被視為本公司一名關連人士(定義見上市規則)之聯繫人。

截至各營業記錄期間，吾等出售予信義房地產物業發展之原材料及建築玻璃分別約為3,000港元、3,000,000港元、1,200,000港元及1,300,000港元，分別佔吾等營業總額約0%、0.49%、0.15%及0.21%。董事確認，原材料及建築玻璃乃分別根據當時之市場價格及成本加上產品成本約3-5%收取費用。董事確認，由於信義房地產決定分判其物業發展項目予獨立第三方，因此將不會採購原材料及建築玻璃，故向信義房地產作出之銷售將於建議上市前終止。

(b) 銷售予源盛隆玻璃

源盛隆玻璃於二零零零年十二月二十七日在中國成立，主要於中國從事銷售玻璃產品及原材料。源盛隆玻璃由施能棋先生持有90%及蘇清潤先生持有10%。施能棋先生為李主席、執行董事董清波先生及董清世先生之表兄弟，而蘇清潤先生為非執行董事李清懷先生之表弟，因此，源盛隆玻璃被視為本公司一名關連人士(定義見上市規則)之聯繫人。

截至各營業記錄期間，吾等出售予源盛隆玻璃作買賣之玻璃產品及原材料分別約為4,300,000港元、11,100,000港元、30,400,000港元及20,200,000港元，分別佔吾等營業總額約0.9%、1.9%、3.8%及3.2%。該等交易乃根據成本加上產品成本約5%收取費用。源盛隆玻璃將於吾等建議上市前終止買賣業務，故董事確認，向源盛隆玻璃作出之銷售將會終止。

(c) 銷售予深圳市湛寶實業發展有限公司(「湛寶」)

湛寶於二零零一年七月四日在中國成立，主要於中國從事汽車配件；機械工程配件；買賣機電工程配件；進出口及汽車維修。湛寶由非執行董事李清懷先生持有33.2%、非執行董事施能獅先生持有33.6%及執行董事李清涼先生持有33.2%。因此，湛寶被視為本公司一名關連人士(定義見上市規則)之聯繫人。

截至各營業記錄期間，吾等出售予湛寶供其維修業務所使用之汽車玻璃產品分別約為70,000港元、55,000港元、754,000港元及58,000港元，分別佔吾等營業總額約0.01%、0.01%、0.09%及0.01%。董事認為，該等交易乃根據市價收取費用。董事確認，由於湛寶擬向其他供應商採購，故向湛寶作出之銷售將於建議上市前終止。

向源盛隆玻璃採購

截至二零零三年十二月三十一日止財政年度及截至二零零四年八月三十一日止八個月，吾等向源盛隆玻璃採購供吾等業務所使用之原材料及建築玻璃之採購額分別約為900,000港元及1,000,000港元，分別佔吾等銷售成本約0.18%及0.25%。董事相信，源盛隆玻璃就向其採購所收取之費用乃按當時之現行市價計算。由於源盛隆玻璃將終止其買賣業務，故董事確認，將於建議上市前終止從源盛隆玻璃採購。

向信義房地產支付利息

截至二零零二年十二月三十一日止財政年度，信義房地產向吾等提供之營運資金約為人民幣25,000,000元，該筆金額已於二零零三年五月悉數償還，而於二零零二年及二零零三年已付信義房地產之利息分別約為400,000港元及400,000港元。