

業務概覽

本集團的主要業務為設計、製造及銷售一系列電子美髮產品（包括風筒及髮型設計工具）、電子保健產品（包括蒸面機、足部水療機及按摩器）及其他小型家庭電器（包括吸塵機及榨汁機／攪拌機）等。截至二零零四年三月三十一日止三個年度各年及截至二零零四年十二月三十一日止九個月，美髮產品的銷售額分別佔本集團營業額約72%、75%、86%及93%。

於往績期內，本集團的產品是以ODM或OEM形式出售。本集團的產品以「Remington」、「Morphy Richards」、「Nicky Clarke」、「沙宣」、「Ufesa」、「Unix」及「Princess」等品牌製造，以供銷售。

本集團的生產設施位於中國廣東省東莞市常平鎮。於往績期內，本集團將製成品分銷及銷售往海外市場。截至二零零四年三月三十一日止年度，售往歐洲、南北美洲及亞洲的產品分別佔本集團營業額約73%、9%及9%。於最後可行日期，經計入東莞市常平鎮外經實業公司根據東莞加工協議聘用的員工後，本集團聘用的員工數目約達2,707名。

本集團旨在成為中國在生產規模及產品品質方面數一數二的電器製造商，並以客戶稱心滿意為宗旨，致力與客戶維持長遠的雙贏關係。

業 務

產品組合

本集團產品可以大致分為三個主要類別，即電子美髮產品、電子保健產品及其他小型家庭電器。

於往績期內，本集團按產品類別劃分的銷售額如下：

	截至三月三十一日止年度						截至二零零四年 十二月三十一日 止九個月	
	二零零二年		二零零三年		二零零四年			
	千港元	%	千港元	%	千港元	%	千港元	%
電子美髮產品	209,282	72%	213,564	75%	259,280	86%	357,637	93%
電子保健產品	45,219	16%	22,330	8%	18,924	6%	12,332	3%
其他小型家庭電器	35,822	12%	48,988	17%	23,430	8%	13,685	4%
總計	<u>290,323</u>	<u>100%</u>	<u>284,882</u>	<u>100%</u>	<u>301,634</u>	<u>100%</u>	<u>383,654</u>	<u>100%</u>

於往績期內，電子美髮產品為本集團的主要產品類別。

電子美髮產品

本集團的電子美髮產品可再細分為兩類，即風筒及髮型設計工具。於往績期內，本集團的電子美髮產品以ODM或OEM形式製造。

- **風筒**

風筒的基本組件為外殼、馬達、發熱元件、恆溫器、電線及開關掣。

本集團的風筒包括傳統型風筒、離子風筒及陶瓷風筒。傳統型風筒僅能吹出熱空氣，以在短時間內吹乾頭髮，而(i)離子風筒還能釋放正離子或負離子，而(ii)陶瓷風筒更能釋放遠紅外線，以滲透到頭髮毛囊中。

作為擁有知名跨國客戶基礎的ODM及OEM電子美髮產品製造商，本集團一直專注高檔電子美髮市場。為此，本集團不斷推出高檔專業電子美髮產品，而這類產品普遍由髮型屋在大眾家庭市場使用（尤其是歐洲）。

本集團提供一系列具有不同款式、功能、性能、顏色、構造、材料的時尚電子美髮產品。本集團特別注重電子美髮產品在設計及款式上的創新，以吸引不同客戶需求。董事認為，本集團的工程及設計隊伍擅長電子美髮產品設計、研究及開發，這一點從本集團成功為設計及／或本集團現有產品的內置功能取得多項專利權，即可見一斑。

- **髮型設計工具**

本集團的髮型設計工具包括直髮器及卷髮器，應有盡有。髮型設計工具的基本組件為外殼、馬達、發熱元件、恆溫器、電線及開關掣。

電子保健產品

本集團的電子保健產品包括蒸面機、蒸汽吸入器、足部水療機、按摩器及潔膚器。電子保健產品的基本組件為外殼、馬達、發熱元件、恆溫器、電線及／或開關掣。

於往績期內，本集團的電子保健產品以ODM或OEM形式製造。截至二零零四年三月三十一日止三個年度及截至二零零四年十二月三十一日止九個月，電子保健產品的銷售額分別佔本集團營業額約16%、8%、6%及3%。

其他小型家庭電器

本集團的其他小型家庭電器包括（但不限於）可充電式清潔器、可充電式吸塵機、碎冰機、咖啡機、座枱式攪拌機、榨汁機及切肉機。該等其他小型家庭電器的基本組件為外殼、馬達、不銹鋼刀片、發熱元件、恆溫器、電線及開關掣。

於往績期內，本集團的其他小型家庭電器以ODM或OEM形式製造。於往績期及收購家利來集團後，經擴大集團開始以OBM形式製造及銷售其「家利來」品牌的產品。截至二零零四年三月三十一日止三個年度及截至二零零四年十二月三十一日止九個月，其他小型家庭電器的銷售額分別佔本集團營業額約12%、17%、8%及4%。

銷售及市場推廣

市場

本集團產品主要售予總部設在歐洲、南北美洲及亞洲的客戶。於往績期內，本集團多名客戶為受歡迎的跨國、歐洲或亞洲品牌，例如「Remington」、「Morphy Richards」、「Nicky Clarke」、「沙宣」、「Ufesa」、「Unix」及「Princess」。

業 務

於往績期內，本集團按地區劃分的銷售額如下：

	截至三月三十一日止年度						截至二零零四年 十二月三十一日 止九個月	
	二零零二年		二零零三年		二零零四年			
	千港元	%	千港元	%	千港元	%	千港元	%
歐洲	225,922	78%	215,203	76%	220,507	73%	289,267	75%
南北美洲	27,279	9%	24,408	9%	26,506	9%	26,117	7%
亞洲	20,036	7%	38,057	13%	28,628	9%	28,588	8%
澳洲	8,016	3%	3,565	1%	19,625	7%	31,035	8%
非洲	9,070	3%	3,649	1%	6,368	2%	8,647	2%
總計	290,323	100%	284,882	100%	301,634	100%	383,654	100%

於往績期內，深圳加工廠及東莞建福廠製造的所有產品均出口往本集團的海外市場。本集團對海外客戶的銷售額主要以美元結算。

銷售

本集團通過為本集團工作的銷售及市場推廣隊伍，進行銷售及分銷活動。透過建立對本集團產品的信心及聲譽、品質保證、合理且具競爭力的定價及與海外客戶維持長遠的關係，本集團能夠取得海外訂單。本集團亦參加香港及海外多個展覽會，向海外客戶宣傳本集團產品。此外，部份潛在海外客戶或會在香港設有分公司，本集團一直有造訪該等客戶，舉辦新產品介紹會、簡介會及視像會議。

就付運產品給海外客戶而言，本集團透過以FOB（已購買國內貨物運輸保險）及CIF基準運送貨物的方式出口其製成品。本集團主要從深圳港口及香港港口出口產品。各董事估計，由海外客戶發出購貨訂單至本集團付運第一批製成品的所需時間一般為期約45至60日（因訂單數量及類型、客戶所在地及原材料供應而異）。

客戶

截至二零零四年三月三十一日止三個年度各年及截至二零零四年十二月三十一日止九個月，本集團業務中售予五大客戶的銷售額分別佔本集團總營業額約53%、48%、59%及68%。截至二零零四年三月三十一日止三個年度各年及截至二零零四年十二月三十一日止九個月，本集團最大客戶則分別佔本集團總營業額約19%、11%、17%及37%。各董事、其聯繫人士或就董事所知於緊隨售股建議及資本化發行完成後擁有本公司5%以上已發行股本的任何股東概無於本集團往績期內五大客戶中擁有任何權益。截至二零零四年十二月三十一日止九個月，本集團五大客戶計有Rayovac Corporation、Glen Dimplex Group、ALBA Plc Group、Helen of Troy Limited及BSH Group五個集團的公司，該等公司分別為（其中包括）Remington、Morphy Richards、Nicky Clarke、沙宣及Ufesa品牌產品的批發商或分銷商。

儘管本集團並無與其客戶簽訂任何長期銷售合約，惟董事認為本集團與客戶有良好的業務關係。本集團與截至二零零四年十二月三十一日止九個月的五大客戶已維持超過三年業務關係，其中三位更與本集團建立業務關係已達五年以上。

信貸銷售及應收貿易賬款的內部控制

就海外客戶而言，銷售額結算方式為(i)跟單信用證（一般為0至90日）及(ii)未清賬貿易（一般為14至60日）。本集團提供予海外客戶的信貸期，因本集團對客戶信譽的評估情況、與本集團建立業務關係的時間長短及客戶的實際訂單數量而異。

截至二零零四年三月三十一日止三個年度各年及截至二零零四年十二月三十一日止九個月，本集團應收款項周轉期分別為14日、24日、32日及27日。與一般給予本集團客戶的信貸期14至90日相比，截至二零零四年三月三十一日止三個年度的應收款項周轉期相對較短，因為每年年初一般屬淡季。然而，由於截至二零零四年三月三十一日止年度的銷售額不斷上升，因此該年度的應收款項周轉期高於截至二零零三年三月三十一日止年度。董事認為，應收款項周轉期由截至二零零四年三月三十一日止年度的32日減少至截至二零零四年十二月三十一日止九個月的27日，是由於客戶迅速支付截至二零零四年十二月三十一日止九個月內所作銷售的貨款。

業 務

董事已就本集團業務實施審慎的財務風險控制。儘管本集團部份信貸銷售額透過信用證進行結算，董事仍採取措施以減低有關應收貿易賬款餘額所產生的信貸銷售風險，方式為針對本集團若干主要客戶未支付應收貿易賬款90%發票金額所產生的風險，不時向一家AA級法國保險公司購買信貸保險（以議定的個別承保金額為限），以及定期檢討信貸保險的承保範圍。

此外，本集團一直不時監控給予其客戶的信貸期。就新客戶而言，本集團通常要求按貨到付款或信用證基準結算銷售額。

於往績期內，本集團撇銷的應收貿易賬款如下：

	截至二零零四年		
	截至三月三十一日止年度		
	二零零二年	二零零三年	二零零四年
	十二月三十一日		
	止九個月		
	(千港元)	(千港元)	(千港元)
撇銷應收貿易賬款	26	476	9
	5		

於各往績期結束時，董事均審閱每位客戶的每筆尚未支付應收貿易賬款結餘，以評估有關賬款能否收回。為決定是否應作出呆賬撥備，董事會考慮每位客戶的隨後結算資料、信譽及過往還款記錄等因素。鑑於較少出現壞賬，故本集團並無根據賬齡分析作出一般撥備。

定價政策

本集團產品的價格主要參照(i)成本加成方法及(ii)指定產品的需求彈性（受(a)產品功能及性能、(b)產品使用周期及(c)消費者喜好的影響）而釐定。在釐定最終價格時，本集團亦會考慮訂單的實際數量及期限、客戶於業內的聲望，以及與客戶的關係等其他附帶因素。

市場推廣

本集團主要透過其銷售隊伍為本集團進行市場推廣活動。本集團致力令客戶稱心滿意，為此，本集團為每位客戶特別指派市場人員，藉以按單位賬戶基準提供一站式服務。截至最後可行日期，本集團銷售及市場推廣部門約有21名員工。

本集團一直以活動推廣作為其市場推廣策略。本集團的活動推廣工作包括參加香港電子產品展及家庭科技貿易展等大型貿易展覽會及展銷會，從而宣傳及展示本集團的產品。為了緊貼電器款式、功能、性能、顏色、構造、材料及價格的市場趨勢，本集團銷售及市場推廣部門參加本地及海外的各種貿易展覽會及展銷會，以及由客戶提供的市場數據及／或進行的調查，以搜集市場數據。此外，為了建立一套基於本集團及其客戶共同利益的市場推廣策略，本集團的銷售及市場推廣部門時刻與工程及設計人員通力合作，以個別項目或以持續形式與本集團客戶組建市場推廣專責小組。在本集團推出新產品之前或當時，透過與客戶廣泛接觸，本集團的銷售及市場推廣部門會與其客戶密切合作，包括確定創新設計概念、選擇材料、創製原型、修改樣品及議定價格及訂單。

客戶服務

各董事認為，提供優質的客戶服務（包括售後服務）是令客戶稱心滿意的關鍵。本集團的銷售及市場推廣部門一直定期拜訪客戶，就客戶對各方面（包括產品性能及產品品質）的滿意程度收集意見。有關本集團的任何意見或建議均會送交本集團管理層，以持續促進及改善本集團日後的產品發展。不論在任何情況下，本集團產品能否取得成功，實有賴於本集團ODM及OEM客戶對終端用戶的市場推廣能力，因此，本集團須留意及與客戶密切合作，以期滿足終端用戶的需求。

競爭

各董事知悉，所有家庭電器設備製造商在某種程度上均為本集團的競爭對手。本集團面對來自世界各地電器設備製造商的競爭。儘管建立在設計能力、生產能力及效率方面可與本集團比較的生產設施須要投入可觀的資金，惟董事認為，進入有關行業所需的初步資金並非高至完全無法承擔。然而，董事相信本集團具備下列競爭優勢：—

- 知名客戶作為基礎，涵蓋面廣泛

本集團已建立穩健的知名客戶基礎，當中不少客戶為受歡迎的跨國、歐洲或亞洲品牌，例如「Remington」、「Morphy Richards」、「Nicky Clarke」、「沙宣」、「Ufesa」、「Unix」及「Princess」等。穩健的知名客戶基礎，加上深厚的客戶關係，為本集團打下穩實的基石，以進一步擴充業務及爭取更大的規模經濟效益。不同地區的客戶基礎涵蓋層面廣泛，有助本集團減低過份集中向任何特定客戶售貨所承受的風險或任何銷售額的嚴重季節性波動。

- 為多元化產品系列的專利權及設計註冊

憑藉十多年來的業內經驗及市場觸覺，本集團的工程及設計部門一直緊貼市場變化，多年來不斷率先設計、研究及開發創新時尚的產品系列，從本集團成功在香港、中國及海外註冊99項專利權及設計，並已被置於其現有產品中，即可見一斑。本集團亦為多元化產品系列增添不同的增值功能或性能，以滿足不同地域客戶或消費者喜好的需求。

- **品質控制嚴謹**

作為消費者產品製造商，本集團非常講求品質控制。由最初原材料採購至製成品包裝等各個製造過程，本集團會沿著整條生產線實行嚴密的品質檢查及控制。品質檢查及控制措施包括來料檢查、線上檢查、抽樣檢查及技術檢查，所有工作一律由本集團的運作部門嚴格執行，亦可能會視乎情況交由本集團客戶的代表負責。東莞建福廠根據東莞加工協議為本集團加工電器，其品質管理系統於二零零一年十月獲頒ISO9001證書。本集團相信產品品質是本集團跨國客戶至為關注的一環。本集團認為貫徹遵行嚴謹的品質控制程序，是與跨國客戶維持長遠業務關係最重要的元素之一。

- **管理層經驗豐富，在企業管治及財務風險控制方面擁有專業知識**

兩名執行董事林偉明先生及譚先生在電器行業擁有不少於20年的深厚經驗，分別主要負責本集團的(i)銷售及市場推廣事務及(ii)生產事務。另一名執行董事陳先生則擁有專業資格，在銀行及金融業方面擁有豐富的經驗。陳先生為英國特許銀行學會(Chartered Institute of Bankers (UK))會士兼香港銀行學會會士、香港公司秘書公會及英國特許秘書及行政人員公會的資深會員，亦曾於二零零零年八月至二零零二年七月擔任香港公司秘書公會委員(council member)。基於陳先生的專業知識及背景，本集團已準備就緒，特別專注企業管治（包括遵守規管規定）及財務風險控制（包括信貸評估）方面的管理工作。

- **擁有十多年經營歷史，在業內具有一定地位**

本集團在林偉明先生及譚先生管理下，一直從事小型電器的設計、製造及銷售業務。全憑林偉明先生及譚先生管理有方，本集團累積了十多年經營歷史及行業經驗，在市場上建立了一定的地位，為客戶提供優質的電器產品。特別是，本集團與截至二零零四年十二月三十一日止九個月的五大客戶已維持超過三年業務關係，其中三位更與本集團建有五年以上業務關係。鑑於本集團成立至今已有十多年歷史，加上在業內具有相當的地位，董事相信本集團已作好準備，把握新業務契機及爭取新優質客戶。

生產

生產設施

東莞建福廠

於往績期內，東莞建福廠的生產廠房位於中國廣東省東莞市。東莞建福廠的工業綜合建築包括合共四幢四至七層高的樓房及若干一至兩層高的附屬構築物，全部於一九九九年十二月落成。東莞建福廠的工業綜合建築由一家在中國成立的外商獨資企業東莞家利來擁有，而東莞家利來於二零零五年三月二十三日成為本集團的全資附屬公司。東莞建福廠工業綜合建築（不包括附屬構築物）的總建築面積約為42,538平方米。

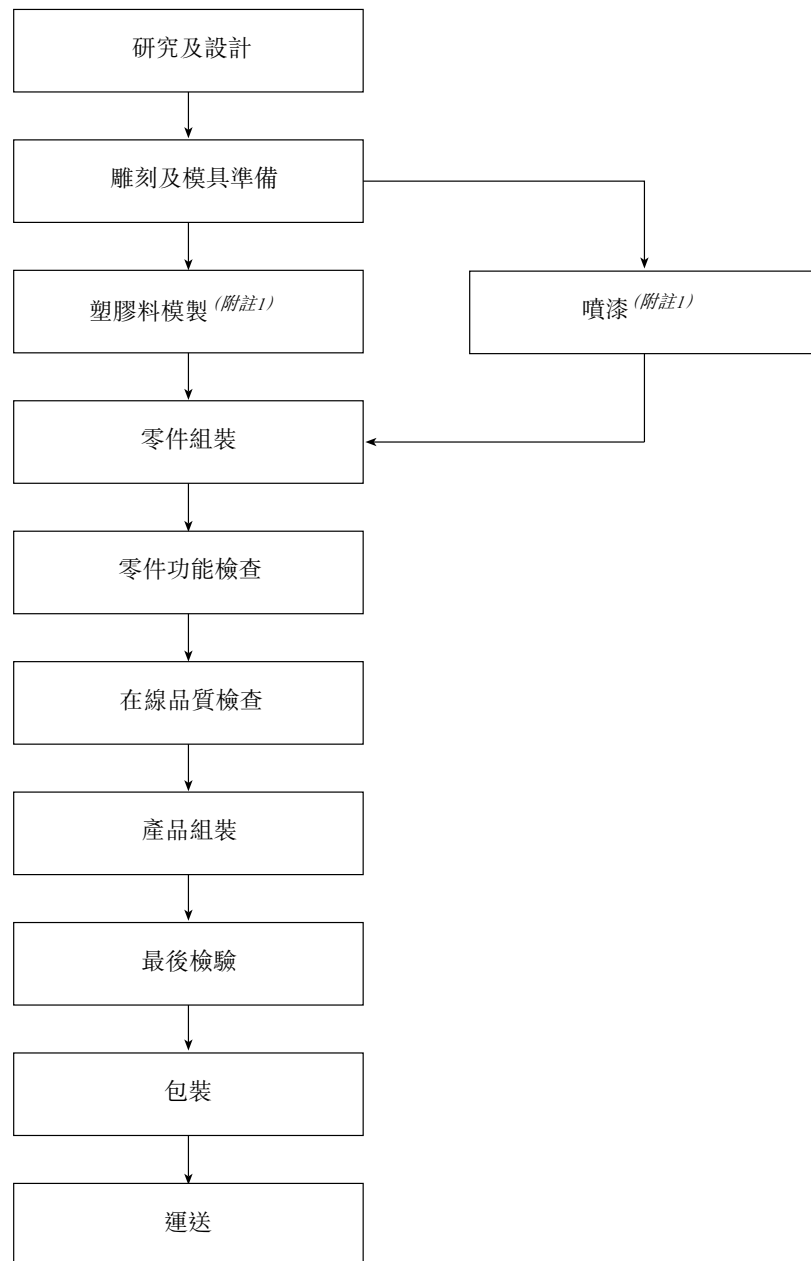
截至最後可行日期，經計及東莞市常平鎮外經實業公司根據東莞加工協議聘用的員工後，為本集團運作部門工作的員工數目約達2,405名。目前，共有17條為裝配製成品而安裝的生產線，而東莞建福廠的生產線／設施可以靈活調換，在毋須改動或只需稍作改動的情況下，便可生產本集團其他種類的產品。本集團的主要生產設施有注塑機、EDM機、銑床、磨床、車床、噴塗室（spraying chamber）及焗爐、移印機、燙印機、附設焗爐的生產線、熱絲繞圈機（heater winding machine）、豬鬃毛插入機（bristle insertion machine）、線材加工機、剝線機、切腳機（lead cutting machine）、點焊機、熱板焊機、端子壓著機及超音波焊接機。現時位於東莞建福廠的大部份廠房及機器均由本集團擁有。本集團已建立及實施保安措施，在出入口加設鐵閘及安排護衛員看守，並安裝24小時監視系統及出口及入口保安掃描器，亦會定期點算資產、登記出入人士及貨物資料及購買保險。

東莞家利來

於往績期內，東莞家利來的生產廠房亦位於中國廣東省東莞市，包括一幢單層工業大樓。東莞家利來根據租賃協議向一獨立第三方租賃該物業作生產用途，自二零零二年十月一日起至二零零五年九月三十日止為期三年，月租金為人民幣10,000元。東莞家利來所佔用工業大樓的總建築面積約為900平方米。東莞家利來的生產設施主要包括注塑機、豬鬃毛插入機 (bristle insertion machine) 及高頻焊接機等。目前，家利來集團共有1條為裝配製成品而安裝的生產線。

生產過程

下圖列載製造電器所涉及的主要程序：



附註1：該等程序指分判的非主要但次要且非技術性的程序。

本集團的主要生產程序包括研究及設計、雕刻及準備、塑膠料模製、噴漆、零件組裝、零件功能檢查、在線品質檢查、產品組裝、最後檢驗、包裝及運送。本集團的生

業 務

產程序大致上屬勞力密集型，故必須根據獲英國鑑定證書機構SGS United Kingdom Ltd確認的ISO 9001證書的規定明確界定管理控制。

生產計劃

本集團的產量一般以銷售為主導。為了盡量減少累積任何不必要的製成品存貨及佔用營運資金，本集團的政策是只會在接獲ODM及OEM客戶的訂單後，方開始生產。本集團運作部門會不時檢討近期的生產表現，隨後本集團會根據(i)參照已取得的長期及估計／指示性短期客戶訂單的數目及大小所估計的產品需求及(ii)本集團不時的估計生產量以編製及達成未來生產計劃。

生產量及使用率

東莞建福廠

截至二零零四年三月三十一日止三個年度各年及截至二零零四年十二月三十一日止九個月，本集團產品的生產量及使用率載列如下：

	截至三月三十一日止年度									截至二零零四年十二月		
	二零零二年			二零零三年			二零零四年			三十一日止九個月		
	實際			實際			實際			實際		
	年產量	生產	使用率	年產量	生產	使用率	年產量	生產	使用率	產量	生產	使用率
	(件)	(件)	%	(件)	(件)	%	(件)	(件)	%	(件)	(件)	%
電子美髮產品	4,635,387	4,295,654	93	4,631,086	4,031,135	87	5,666,653	4,678,658	83	4,987,723	4,156,332	83
足浴	356,820	260,100	73	122,400	108,544	89	96,186	82,168	85	87,525	67,500	77
其他電子保健												
產品及小型家庭電器	1,176,898	927,533	79	1,478,433	1,324,344	90	1,049,544	879,874	84	434,040	410,721	95

附註：本集團的生產量及使用率指東莞建福廠的生產量及使用率。

由於截至二零零二年、二零零三年及二零零四年三月三十一日止年度及截至二零零四年十二月三十一日止九個月，本集團並無進行重大生產擴充，故該等年度的生產量及使用率並無重大波動。因市場對電子美髮產品的需求與日俱增，本集團不斷調撥資源至電子美髮產品生產工作。

業 務

本集團截至二零零五年三月三十一日止年度電子美髮產品、足浴及其他電子保健產品及小型家庭電器的總生產量已分別達6,018,318件、92,352件及651,844件，而董事估計截至二零零六年三月三十一日止年度的生產量將維持在相若水平。年產量乃按照下列假設而釐定，包括（其中包括）(i)一年50個星期中本集團的生產廠房每日可全面運作約10小時；及(ii)本集團所有生產機器的運作效率將維持不低於90%。

東莞家利來

截至二零零四年三月三十一日止兩個年度各年及截至二零零四年十二月三十一日止九個月，家利來集團產品的生產量及使用率載列如下：

	截至三月三十一日止年度						截至二零零四年十二月三十一日止九個月		
	二零零三年			二零零四年					
	實際			實際			實際		
	年產量 (件)	生產 (件)	使用率 %	年產量 (件)	生產 (件)	使用率 %	產量 (件)	生產 (件)	使用率 %
電風筒及風梳	37,378	4,620	12	7,785	3,700	48	18,843	18,520	98
其他電子保健 產品及小型 家庭電器	72,054	5,600	8	221,385	177,444	80	258,347	242,254	94

由於截至二零零三年三月三十一日止財政年度是家利來集團投產的第一年，所以使用率偏低。

分判

於往績期內，本集團將其部份生產過程分判予不多於15家製造商（於最後可行日期不多於15家），該等製造商均為獨立第三方。有關生產過程包括塑膠料模製及噴漆程序，而有關原材料須符合本集團的規格。本集團按訂單支付該等承包商，委聘該等承包商時並無訂立任何長期分判合約。由於本集團對產品質素有嚴格要求，本集團與其分包商合作監控該等分判產品的品質。

於截至二零零四年三月三十一日止三個年度各年及截至二零零四年十二月三十一日止九個月，本集團支付多家分判製造商的分判費分別約為17,600,000港元、13,000,000港元、6,700,000港元及15,000,000港元，分別佔本集團各期間的生產成本總額約7%、6%、3%及5%。為了增強本集團生產的靈活性及成本效益，各董事預期在必要時可能會不時繼續採用上述分判安排，尤其是在旺季。

業 務

採購

原材料及供應商

本集團生產所採購的主要原材料構成其產品的基本核心部件，當中包括塑膠料、馬達、電線、開關掣、發熱元件及恆溫器。於往績期內，本集團所採購原材料的概約百分比載列如下：

	截至三月三十一日止年度			截至 二零零四年 十二月三十一 止九個月
	二零零二年	二零零三年	二零零四年	
	%	%	%	%
塑膠料	18	19	15	17
馬達	16	16	14	8
電線	8	8	8	9
開關掣	6	4	7	8
發熱元件	1	2	12	19
恆溫器	3	3	3	2
其他(附註)	48	48	41	37
總計	100	100	100	100

附註：其他原材料主要包括金屬、電子及包裝物料。

本集團主要從香港及日本採購塑膠料、馬達、電線、開關掣、發熱元件及恆溫器。

截至二零零四年三月三十一日止三個年度各年及截至二零零四年十二月三十一日止九個月，本集團五大供應商的採購額分別佔本集團採購總成本約33%、35%、35%及40%。於往績期內，若干主要原材料呈現整體價格上升的趨勢。原材料的價格在某程度上起伏不定。影響原材料供應及價格的因素包括油價及商品價格波動（包括金屬及塑膠料），以及全球整體經濟變動等。

截至二零零四年三月三十一日止三個年度各年及截至二零零四年十二月三十一日止九個月，本集團最大供應商分別佔本集團採購總成本約14%、14%、11%及15%。於往績期內，各董事、其聯繫人士或就各董事所知於緊隨售股建議及資本化發行完成後擁有本公司5%以上已發行股本的任何股東概無於本集團五大供應商中擁有任何權益。

本集團與其五大供應商已建立兩至五年以上的業務關係。各董事認為，本集團與其供應商一直保持良好的業務關係。截至最後可行日期，本集團與其供應商並無訂立任何長期採購合約。就各董事所知，除本集團現有供應商外，仍有其他供應資源可為本集團提供所需原材料。

本集團自香港供應商購買原材料均以港元支付，而自海外供應商購買進口原材料則大部份以美元及日圓支付。本集團自香港供應商購買原材料大部份以賒賬方式（截至二零零二年三月三十一日止年度的信貸期介乎14至90日，而截至二零零四年三月三十一日止兩個年度及截至二零零四年十二月三十一日止九個月的信貸期則介乎14至120日不等）或貨到付款方式支付，而自海外供應商購買進口原材料則大部份以即期信用證支付。截至二零零四年三月三十一日止三個年度各年及截至二零零四年十二月三十一日止九個月，本集團的應付款項周轉期（即年末或期末的未付應付款項及票據餘額除以有關年度或期間錄得的平均每日銷售額）分別約為57日、45日、46日及51日。本集團的材料部門及運作部門亦會定期對供應商進行評估，包括其所供應材料的品質及與本集團的合作程度。

各董事認為應付款項周轉期自截至二零零二年三月三十一日止年度的57日減少至截至二零零三年三月三十一日止年度的45日，是由於37%的大額應付賬款於二零零二年三月三十一日逾期超過121日仍未支付。各董事認為應付款項周轉期自截至二零零四年三月三十一日止年度的46日增至截至二零零四年十二月三十一日止九個月的51日，原因是接近期間結束時採購活動增加，藉以預留存貨應付客戶需求上升。由於本集團擬有效運用供應商給予的信貸期，於期間結束時未付餘額較多，故截至二零零四年十二月三十一日止九個月的應付款項周轉期增加。

電力消耗

本集團的生產廠房幾乎全年運營，故本集團在生產過程中的耗電量相當大。然而，由於中國近來電力需求龐大，當地未必能時刻有效提供可靠及穩定的電力供應。

東莞作為中國廣東省的一部份，亦受耗電緊張所限。本集團在東莞並無任何優先用電權，但本身設有柴油發電機，可在緊急情況下發電以維持日常運作。誠如各董事所確認，於往績期內，本集團並無因電力供應不穩定而引致業務嚴重中斷。

存貨控制

為了確保有穩定的原材料供應以滿足銷售及分銷的不斷需求，每份原材料採購訂單的數量均須由本集團參照下列各項後釐定：(i)客戶不時通行的指示性訂單；(ii)不時通行的存貨水平；及(iii)本集團所預計的原材料價格趨勢及波動。

鑑於往績期內本集團的生產量及銷售營業額有所增長，本集團於往績期內的存貨餘額亦相應增加。截至二零零四年三月三十一日止三個年度各年及截至二零零四年十二月三十一日止九個月，本集團的平均存貨周轉期（即年末或期末的未動用存貨餘額除以有關年度或期間錄得的平均每日銷售額）分別約為46日、53日、62日及43日，而存貨餘額分別佔本集團資產總值約18%、18%、25%及18%。

存貨周轉期自截至二零零二年三月三十一日止年度的46日增至截至二零零三年三月三十一日止年度的53日。各董事認為存貨周轉期一直維持在生產所需時段內，即45至60日。各董事認為平均存貨周轉期由截至二零零三年三月三十一日止年度的53日增至截至二零零四年三月三十一日止年度的62日，是因為截至二零零三年三月三十一日止年度以來本集團營業額中的期末存貨百份比增加所致。二零零四年三月三十一日的存貨水平較二零零三年三月三十一日的存貨水平為高，旨在應付未來營業額的增加。

於最後可行日期，為本集團材料部門工作的員工總數不少於110名。為了減少出現過時存貨（包括原材料、在製品及製成品），本集團實行妥善的存儲程序，而且倉庫的叉式層板(forklift shelf)裝置亦專為減少存貨損毀，及便於上落貨而設。此外，本集團亦實施存貨控制程序，包括所有進出倉庫及生產線的往來物品的最新記錄。於往績期內，本集團並無撤銷任何重大過時存貨。

存貨按成本及可變現淨值的較低者列賬，並須根據存貨的賬齡情況、結算日後的用途及可出售及實際狀況的定期評估計提撥備。

截至二零零四年三月三十一日止三個年度及截至二零零四年十二月三十一日止九個月，本集團分別就期末存貨計提特定撥備零港元、2,500,000港元、2,700,000港元及2,700,000港元。

品質控制及保證

各董事認為，嚴格的品質控制是減少回退產品及增強客戶對本集團產品信心的關鍵。為了確保交付予客戶或終端用戶的產品完好無損，本集團的東莞建福廠運作部門會在整個生產過程中，實行嚴格及重複的品質檢查及控制。

於二零零一年十月，東莞建福廠的品質管理系統獲頒ISO9001證書。

於東莞建福廠投入生產前，本集團內的技術人員會對運抵的原材料進行檢驗，以確保其品質及規格符合客戶要求，包括BS、CE、GS及UL的安全標準。在生產過程中，技術人員必須對每件產品進行功能檢查及品質檢驗。有關檢查及控制包括來料檢查、線上檢查、抽樣檢查及技術檢查，均由本集團各負責部門嚴格執行。成品交付前亦會進行檢驗及檢查。部份客戶僅依賴本集團內部的品質控制小組以確保品質，而部份客戶可能會委派本身的檢驗人員對本集團的生產過程進行現場檢驗，並隨意抽選製成品樣品。

研究及開發

憑藉電腦輔助設計技術及本集團實驗室的其他設備，本集團的工程及設計部門一直自行進行設計及研究工作，藉以為本集團開發新的生產線。本集團工程及設計部門會不時圍繞創意、可靠程度、安全程度及商業機會等核心範疇，開發新產品設計及功能。

截至最後可行日期，為本集團工程及設計部門工作的員工總數約達43名。

知識產權

本集團於香港、中國及／或海外擁有99項專利權及設計註冊，以及擁有5個註冊商標，有關詳情列載於本售股章程附錄八「知識產權」一節。此外，本集團亦已為其他商標、專利權及設計申請註冊。

由於本集團的產品一直以ODM形式製造，而直至往績期過後則會透過家利來集團以OBM形式製造，董事確認已註冊或已申請註冊的商標、設計及專利權對本集團的業務及盈利能力極其重要。為保障本集團於產品創新及開發的工作日後有應得的成果，董事盡力於適當時候為本集團商標、技術知識及產品設計申請相關知識產權，或為有關知識產權註冊。

保險

董事已實行審慎風險管理控制。就此，建福一直為不同方面的風險購買多項保險。

- **產品責任保險**

建福一直就可能提出的索償（有關其所製造產品造成的人身傷害或財產損毀）為其大部份產品種類購買產品責任保險。

- **財產綜合保險**

建福一直為其廠房及機器、原材料及製成品等資產的意外損失、實際損失、損毀或財產損毀購買保險。

- **公眾責任保險**

建福亦一直就其於中國及香港的廠房及辦公室可能造成的第三者人身傷害及財產損毀索償購買第三者意外保險。

- **內陸運輸保險**

建福亦一直就以貨車運輸及運送原材料及製成品往返香港及中國廣東省地區途中造成的損失購買內陸運輸保險。

- **信貸保險**

建福已實施適當的風險管理，包括經常就其若干主要客戶不時尚未清付貿易應收賬款發票值90%的款項產生的風險購買信貸保險（受投保期內以賒賬形式投保的金額規限）。

各董事相信，本集團已採取措施，藉購買不同的保險（不論強制性或自願性購買）適當及妥善地為營運風險投保。

環境保護

本集團重視社會責任及道德，致力採取適當措施，遵守中國不時頒佈而適用於本集團的相關法規規定，遵行環境保護規例。

根據國務院所頒佈建設項目環境保護管理條例的條文，國家須根據項目對環境的影響程度，按下列條文對建設項目環境保護實行分級管理：

- a. 如建設項目可能對環境造成任何重大影響，則須編製環境影響報告書，以就建設項目所產生的污染及環境影響提供完整的專案評估；
- b. 如建設項目可能對環境造成輕微影響，則須編製環境影響報告表，以分析或專門評估建設項目所產生的污染及環境影響；
- c. 如建設項目對環境造成的影響輕微至毋須進行環境評估，則須填妥環境影響登記表。

環境影響報告書、環境影響報告表或環境影響登記表須經獲授權的環保部門審批。

東莞加工協議並無條文規定哪一方負責遵守中國的環境法例。按照當地環保部門於二零零四年十一月發出的確認書，東莞建福廠符合有關中國環保法規。

不競爭承諾

於最後可行日期，董事已確認本集團與控股股東的業務並無直接或間接競爭。控股股東已向本公司簽立不競爭承諾，據此，各控股股東已向本公司承諾，表明在以下期間內：

- (a) 其本身及／或其聯繫人士及／或其本身或其聯繫人士控制的實體或公司有權在本公司股東大會上行使或控制行使30%或以上的投票權，或可在實際情況下能夠領導或影響本公司管理層，或作為不時生效的上市規則所定義的控股股東；及
- (b) 本公司證券正在及仍然在聯交所上市，

其將不會直接或間接以其本身或聯同或代表任何人士作為代理人或為任何其他人士，以及促使其聯繫人士及由其本身或其聯繫人士（本集團任何成員公司除外）控制的實體或公司不會（其中包括）：－

- (i) 直接或間接以其本身或聯同或代表或為任何其他人士從事、參與、涉及或擁有或以任何方式協助或予以支持（不論是財政、技術或其他方面上）任何與或可能與本集團任何成員公司在香港及中國及任何其他本集團不時從事業務的國家及地區（「該地區」）的業務（包括但不能限於本集團的業務）構成競爭或與之相似的業務，除非及直至本集團概無任何成員公司經營或從事有關業務為止；
- (ii) 於任何時間直接或間接誘使或企圖誘使本集團任何董事、經理或僱員終止受聘於本集團，不論有關人士是否違反其聘用合約；
- (iii) 於任何時間聘用任何已屬本集團董事、經理、僱員或顧問的人士，而有關人士擁有或可能擁有任何關於本集團業務的機密資料或交易秘密；

- (iv) 直接或間接游說、唆使或從惠或接受任何與本集團素有業務往來或正與本集團進行業務磋商的任何人士的訂單或有業務往來，或以其他方式嘗試誘使身為本集團任何成員公司的客戶、供應商或業務夥伴的任何人士，終止與本集團業務往來或減少該人士一般與本集團進行業務往來的金額；及
- (v) 倘其本身及／或其任何聯繫人士或受其控制的公司或實體於該地區就本集團業務遇到投資機會，則彼須及須促使其任何聯繫人士或受其控制的公司或實體向本公司轉介有關投資機會，並按本公司要求在實際可行情況下盡快向本公司提供資料，以便本公司能夠決定是否作出投資，但若轉介及／或披露有關該等投資機會的資料將導致其本身及／或其任何聯繫人士或受其控制的公司或實體違反其本身或彼等就該等投資機會須向第三方承擔的保密資料責任，則其並無責任轉介及／或披露該等資料。

儘管如上所述，控股股東仍可為其或其各自的聯繫人士或受其控制的公司或實體持有在聯交所上市的本公司證券。

上述承諾將於本公司所有證券不再在聯交所上市當日失效。

家利來電器及東莞家利來

為了擴展業務網絡及擴大中國本地客戶基礎，建福及Great Incentive於二零零一年十二月二十一日在香港成家利來電器，其50%權益由建福實益擁有，另外50%權益由Great Incentive實益擁有。家利來電器為一家貿易及投資控股公司，主要資產為東莞家利來全部股本權益。東莞家利來為一家於二零零二年三月二十一日在中國成立的外商獨資企業，主要業務為以ODM及OBM形式設計及製造電子美髮產品及其他電器（如咖啡機及榨汁機），並在中國市場銷售。根據東莞家利來的營業執照，東莞家利來的產品亦獲准出口到海外市場。東莞家利來於二零零二年七月投產。現時，所有東莞家利來製造的產品（包括電子美髮產品及咖啡機、榨汁機等其他電器）均在中國本地市場銷售。東莞家利來的初始註冊資本1,000,000美元並無遵照東莞家利來初

期公司細則悉數繳付。於二零零三年十二月十五日，有關政府機關批准將東莞家利來的註冊資本削減至513,000美元。東莞家利來經削減的註冊資本513,000美元現已全數繳足。

二零零三年三月三十一日，建福轉讓一股家利來電器股份（相當於家利來電器已發行股本50%）予林偉明先生的胞弟林偉雄先生。同日，家利來電器分別發行及配發4,999股、2,499股及2,500股家利來電器新股份予Great Incentive、林偉雄先生及陳先生。此後，Great Incentive、林偉雄先生及陳先生分別實益擁有50%、25%及25%的家利來電器權益。於二零零四年十二月三十一日後及於二零零五年三月二十三日，Sky Ocean向Great Incentive、林偉雄先生及陳先生分別購入5,000股、2,500股及2,500股家利來電器股份，收購家利來電器全部已發行股本，自此家利來電器成為本集團全資附屬公司。

為了充分發揮本集團工程及設計隊伍的產品設計能力，並加強本集團的長遠發展潛力，董事計劃透過收購家利來集團積極發展及爭取OBM業務，以本身品牌「家利來」製造本集團的產品。於往績期內，本集團（不包括家利來電器及東莞家利來）的銷售額並無來自以OBM形式製造的產品。

截至二零零三年及二零零四年三月三十一日止年度各年，以及截至二零零四年十二月三十一日止九個月，東莞家利來分別約3.22%、0.11%及1.06%的銷售額來自銷售以OBM形式製造的產品。按照本集團的長遠策略，東莞家利來將主要集中透過在廣東省以外其他地區的當地代理零售分銷OBM產品。本集團亦會投入更多資源重新包裝現有產品，迎合不同市場層面的需要，務求加強市場滲透率及提升「家利來」品牌的受歡迎程度。

本集團認為，中國本地銷售有助擴闊本集團的收入來源。東莞家利來主要交由其本身的銷售及市場推廣隊伍負責ODM產品的銷售及分銷工作。

東莞家利來廠房包括一座位於中國廣東省東莞市的單層工業大樓。該物業由東莞家利來根據一份由二零零二年十月一日起至二零零五年九月三十日止為期三年的租賃協議，以月租人民幣10,000元向獨立第三方租用作生產用途。東莞家利來所佔用工業大樓的建築面積約為900平方米。東莞家利來的生產設施主要包括注塑機、豬鬃毛插入機（bristle insertion machine）及高頻焊接機等。

於最後可行日期，家利來集團共有約47名員工。

業 務

截至二零零四年三月三十一日止兩個年度各年及截至二零零四年十二月三十一日止九個月，東莞家利來的總產量分別約為10,000件、181,000件及261,000件，而東莞家利來的總營業額分別約為5,562,000港元、13,759,000港元及14,800,000港元。東莞家利來的總營業額分別佔家利來集團總營業額約100%、96%及82%。家利來集團總營業額餘下4%及18%為家利來電器向本集團的銷售額。

截至二零零四年三月三十一日止兩個年度各年及截至二零零四年十二月三十一日止九個月，家利來集團五大客戶的銷售額分別佔家利來集團的總營業額約100%、100%及100%。截至二零零四年三月三十一日止兩個年度各年及截至二零零四年十二月三十一日止九個月，向家利來集團最大客戶的銷售額分別佔家利來集團總營業額約97%、95%及80%。各董事、其聯繫人士或就董事所知於緊隨售股建議及資本化發行完成後擁有本公司5%以上已發行股本的任何股東概無於家利來集團往績期內任何一位五大客戶中擁有任何權益，惟建福（截至二零零四年三月三十一日止年度及截至二零零四年十二月三十一日止九個月家利來集團的第二大客戶）的權益除外。林偉明先生及譚先生均為建福及家利來電器的共同董事，彼等各自：

- (i) 於二零零五年三月二十三日重組前直接持有建福50%權益及間接持有家利來電器25%權益；及
- (ii) 於重組後及緊隨售股建議及資本化發行完成後間接持有建福及家利來電器35.7%權益。

陳先生於二零零三年六月二十三日成為建福董事。彼於二零零五年三月二十三日重組前並無持有建福的權益，另間接持有家利來電器25%權益。於重組後及緊隨售股建議及資本化發行完成後，陳先生間接持有建福及家利來電器的3.6%權益。

於往績期內，家利來集團擁有多名供應商。截至二零零四年三月三十一日止兩個年度各年及截至二零零四年十二月三十一日止九個月，家利來集團五大供應商的採購額分別佔家利來集團總採購額約72%、48%及48%，而家利來集團最大供應商的採購額分別佔家利來集團總採購額約39%、17%及16%。各董事、其聯繫人士或就董事所知於緊隨售股建議及資本化發行完成後擁有本公司5%以上已發行股本的任何股東概無於家利來集團往績期內任何一位五大客戶中擁有任何權益。

業 務

就付運產品給中國客戶而言，家利來電器的製成品是(i)客戶以出廠基準方式向東莞家利來收取；或(ii)運送到相關銷售點。董事預計，由中國本地客戶發出購買訂單至東莞家利來付運第一批製成品的所需時間一般為期約45至60日（因應訂單數量及類型、客戶所在地及原材料供應而異）。就ODM產品而言，銷售款項以分期方式清繳。就OBM產品而言，銷售款項以賒賬形式清繳。

按照相關中國法規，東莞家利來已為中國僱員參加相關保險計劃（包括退休金、醫療津貼、失業救濟金及工傷賠償費）。

家利來電器及東莞家利來於二零零一／零二及二零零二／零三兩個課稅年度毋須就香港利得稅作出撥備。家利來電器於二零零三／零四年度的適用稅率為17.5%（如有）。東莞家利來自二零零三年（賺取盈利的首年）起享有企業所得稅豁免，而自二零零五年一月一日起的財政年度，東莞家利來將享有50%的所得稅減免，直至二零零七年十二月三十一日。其後，東莞家利來將須按外資企業所得稅全國（適用於東莞區）現行稅率24%繳納稅項（另加地方稅率3%，但東莞家利來必須在二零零二年三月二十一日起計滿十年內不可終止營業，否則不可獲豁免繳納此3%地方稅項）。另一方面，東莞家利來在中國本地市場的銷售額亦須按增值稅現行稅率17%納稅。