

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

# FIH<sup>®</sup> 富智康<sup>®</sup>

## FIH Mobile Limited

### 富智康集團有限公司

(在開曼群島註冊成立之有限公司)

(股份代號：2038)

#### 截至二零二三年六月三十日止六個月的 未經審核中期業績公告

董事會謹此宣佈本集團本期間的未經審核綜合業績，連同去年同期的比較數字如下：

#### 簡明綜合損益及其他全面收益表 截至二零二三年六月三十日止六個月

	附註	截至六月三十日止六個月	
		二零二三年 千美元 (未經審核)	二零二二年 千美元 (未經審核)
營業收入	4	2,676,717	4,125,264
銷售成本		<u>(2,637,096)</u>	<u>(4,043,585)</u>
毛利		39,621	81,679
預期信貸虧損模式下的減值虧損(扣除撥回)		(50,744)	(14,462)
其他收入、收益及虧損		132,730	63,501
銷售開支		(5,683)	(3,380)
一般及行政開支		(90,181)	(92,350)
研究與開發開支		(26,459)	(37,446)
利息開支		(23,551)	(7,251)
應佔聯營公司虧損		(3,245)	(4,107)
應佔一間合營公司虧損		<u>(2,089)</u>	<u>(5,152)</u>
除稅前虧損		(29,601)	(18,968)
所得稅開支	5	<u>(20,234)</u>	<u>(4,855)</u>
期間虧損	6	<u>(49,835)</u>	<u>(23,823)</u>

截至六月三十日止六個月  
二零二三年 二零二二年  
千美元 千美元  
附註 (未經審核) (未經審核)

其他全面(開支)收益：

將不會重新列至損益的項目：

— 投資於按公平值計入其他全面收益的  
股本工具的公平值虧損

(78,922) (61,846)

其後可能會重新列至損益的項目：

因換算海外業務而產生的匯兌差額

(73,482) (130,358)

應佔聯營公司換算儲備

(692) (1,913)

應佔一間合營公司換算儲備

48 (2,684)

(74,126) (134,955)

期間其他全面開支

(153,048) (196,801)

期間全面開支總額

(202,883) (220,624)

分配至下列各項的期間(虧損)溢利：

本公司擁有人

(50,016) (23,780)

非控股權益

181 (43)

(49,835) (23,823)

分配至下列各項的全面(開支)收益總額：

本公司擁有人

(203,322) (220,129)

非控股權益

439 (495)

(202,883) (220,624)

每股虧損

8

基本

(0.6美仙) (0.3美仙)

攤薄

(0.6美仙) (0.3美仙)

簡明綜合財務狀況報表  
於二零二三年六月三十日

	附註	二零二三年 六月三十日 千美元 (未經審核)	二零二二年 十二月三十一日 千美元 (經審核)
<b>非流動資產</b>			
物業、廠房及設備	9	657,793	728,302
使用權資產	9	40,268	40,198
投資物業		442	10,189
按公平值計入其他全面收益的 股本工具		64,446	143,610
於聯營公司的權益		22,014	25,951
於一間合營公司的權益		31,144	33,185
遞延稅項資產	10	17,493	14,557
購置使用權資產的按金		26,375	27,366
其他應收賬款	9	42,051	—
		<u>902,026</u>	<u>1,023,358</u>
<b>流動資產</b>			
存貨		958,167	731,898
應收貿易及其他賬款	11	1,518,805	1,905,645
銀行存款		46,905	24,280
現金及現金等值物		1,241,398	1,825,109
		<u>3,765,275</u>	<u>4,486,932</u>
分類為持作出售的資產	12	1,942	—
		<u>3,767,217</u>	<u>4,486,932</u>

		二零二三年 六月三十日 千美元 (未經審核)	二零二二年 十二月三十一日 千美元 (經審核)
流動負債			
應付貿易及其他賬款	13	2,043,359	2,704,356
合約負債		246,723	273,157
租賃負債		1,474	1,498
銀行借貸	14	710,860	676,054
撥備	15	2,513	2,779
應付稅項		69,151	50,588
		<u>3,074,080</u>	<u>3,708,432</u>
流動資產淨值		<u>693,137</u>	<u>778,500</u>
總資產減流動負債		<u>1,595,163</u>	<u>1,801,858</u>
資本及儲備			
股本		316,680	317,550
儲備		1,260,484	1,464,103
本公司擁有人應佔權益		1,577,164	1,781,653
非控股權益		3,120	6,123
權益總額		<u>1,580,284</u>	<u>1,787,776</u>
非流動負債			
遞延稅項負債	10	3,938	3,752
遞延收入	16	7,282	8,067
租賃負債		3,659	2,263
		<u>14,879</u>	<u>14,082</u>
		<u>1,595,163</u>	<u>1,801,858</u>

附註：

## 1. 獨立審閱

截至二零二三年六月三十日止六個月的中期業績未經審核，惟已根據香港會計師公會頒佈的《香港審閱工作準則》第2410號「實體的獨立核數師對中期財務資料的審閱」進行審閱。無修訂意見的審閱報告將載入將寄交本公司股東的中期報告內。

## 2. 編製基準

簡明綜合財務報表按國際會計準則理事會頒佈的國際會計準則第34號「中期財務報告」以及香港聯合交易所有限公司（「聯交所」）證券上市規則附錄十六所載適用披露規定編製。

本公司及其附屬公司（以下統稱「本集團」）為主要從事全球手機業的垂直整合製造服務的供應商。本集團為其客戶提供生產手機的全套製造服務。

## 3. 主要會計政策

簡明綜合財務報表乃按歷史成本基準編製，惟若干金融工具以公平值計量除外。

除因應用國際財務報告準則的修訂本及應用於本中期期間與本集團有關的若干會計政策而產生額外會計政策外，於截至二零二三年六月三十日止六個月的簡明綜合財務報表所採用會計政策及計算方法與本集團截至二零二二年十二月三十一日止年度的全年財務報表所呈列者一致。

### 持作出售的非流動資產

倘非流動資產的賬面值將主要通過出售交易而非持續使用收回，則其將分類為持作出售。僅在該資產可於現況下即時出售而僅受出售該資產的常規性及習慣性條款所限，且其很可能售出，方視為符合此項條件。管理層必須致力於達成有關出售，預期有關出售應可於分類日起計一年內符合資格確認為完成出售。

分類為持作出售的非流動資產按其過往賬面值金額與公平值減銷售成本之間的較低者計量。

### 應用國際財務報告準則的修訂本

於本中期期間，本集團首次應用下列由國際會計準則理事會頒佈就本集團於二零二三年一月一日開始的年度期間強制生效的新訂國際財務報告準則及其修訂本編製本集團的簡明綜合財務報表：

國際財務報告準則第17號 (包括二零二零年六月及 二零二一年十二月的修訂本)	保險合約
國際會計準則第8號修訂本	會計估計的定義
國際會計準則第12號修訂本	產生自單一交易的資產及負債相關的遞延稅項
國際會計準則第12號修訂本	國際稅收改革—支柱二模型規則

除下文所述者外，於本中期期間應用新訂國際財務報告準則及其修訂本對本集團本期間及過往期間的財務狀況及表現及／或該等簡明綜合財務報表所載披露資料並無重大影響。

### **3.1 應用國際會計準則第12號修訂本「產生自單一交易的資產及負債相關的遞延稅項」的影響及會計政策變動**

#### **3.1.1 會計政策**

遞延稅項按綜合財務報表內的資產及負債賬面值與用以計算應課稅溢利的相應稅基間的暫時差額確認。遞延稅項負債一般就所有應課稅暫時差額確認。倘可能出現應課稅溢利可用作扣減可扣稅暫時差額，則一般就所有可扣稅暫時差額確認遞延稅項資產。倘暫時差額乃來自初步確認(業務合併除外)一項不影響應課稅溢利或會計溢利的交易的資產及負債及於交易時並無產生相等的應課稅及可扣稅暫時差額，則有關遞延稅項資產及負債不予確認。

就稅項減免歸屬於租賃負債的租賃交易而言，本集團分別對租賃負債及相關資產應用國際會計準則第12號規定。倘應課稅溢利很可能被用作抵銷且可扣減暫時差異可被動用時，本集團確認與租賃負債有關的遞延稅項資產及就所有應課稅暫時差額確認遞延稅項負債。

#### **3.1.2 過渡及影響概述**

應用該等修訂本對本集團的財務狀況及表現並無重大影響。

### **3.2 應用國際會計準則第12號修訂本所得稅國際稅收改革一支柱二模型規則的影響**

國際會計準則第12號已進行修訂，以添加確認及披露與已頒佈或實質上已頒佈的稅法相關的遞延稅項資產及負債資料的例外情況，從而實施經濟合作與發展組織公佈的支柱二模型規則(「支柱二法規」)。該等修訂本要求實體於發佈後即時應用該等修訂本。該等修訂本亦要求實體須於支柱二法規已頒佈或實質上已頒佈但於二零二三年一月一日或之後開始的年度報告期間尚未生效的期間，另行披露其與支柱二所得稅相關的即期稅項開支／收入，以及有關其支柱二所得稅風險的定性和定量資料。

於本中期期間，本集團尚未應用該臨時例外，原因是本集團的實體於尚未頒佈或實質上頒佈支柱二法規的司法權區經營。本集團將於本集團年度綜合財務報表披露已知或合理可估計的資料，以幫助財務報表使用者了解本集團面臨的支柱二所得稅風險，屆時支柱二法規已頒佈或實質上已頒佈，並將於其生效時另行披露與支柱二所得稅有關的即期稅項開支／收入。

#### 4. 營業收入及分類資料

本集團根據主要營運決策人(即行政總裁)審閱的內部報告釐定其營運分類，以向分類分配資源及評估其表現。

本集團的營運按客戶所在地區分為三個營運分類—亞洲、歐洲及美洲。

本集團的營業收入源於客戶合約，主要來自為客戶提供有關生產手機的製造服務(包括銷售貨品及加工服務)2,676,717,000美元(二零二二年：4,125,264,000美元)。

本集團按營運及可呈報分類呈列的營業收入及業績分析如下：

	截至六月三十日止六個月	
	二零二三年 千美元 (未經審核)	二零二二年 千美元 (未經審核)
分類營業收入(外部銷售)		
亞洲	1,874,505	2,867,476
歐洲	346,479	491,862
美洲	455,733	765,926
	<hr/>	<hr/>
總計	2,676,717	4,125,264
	<hr/>	<hr/>
分類溢利(虧損)		
亞洲	37,096	46,600
歐洲	(42,265)	4,616
美洲	10,790	20,330
	<hr/>	<hr/>
其他收入、收益及虧損	5,621	71,546
一般及行政開支	110,303	55,792
研究與開發開支	(90,181)	(92,350)
利息開支	(26,459)	(37,446)
應佔聯營公司虧損	(23,551)	(7,251)
應佔一間合營公司虧損	(3,245)	(4,107)
	<hr/>	<hr/>
應佔一間合營公司虧損	(2,089)	(5,152)
	<hr/>	<hr/>
除稅前虧損	(29,601)	(18,968)
	<hr/> <hr/>	<hr/> <hr/>

本集團向亞洲客戶的銷售額主要來自計入亞洲的中華人民共和國(「中國」)及印度共和國。

分類溢利指各分類賺取的毛利(產生的虧損)及服務收入以及若干收益及虧損(計入其他收入、收益及虧損)並扣除所有銷售開支及預期信貸虧損模式下的減值虧損(扣除撥回)。此乃就資源分配及表現評估向行政總裁呈報的基準。

## 5. 所得稅開支

所得稅開支包括：

	截至六月三十日止六個月	
	二零二三年	二零二二年
	千美元	千美元
	(未經審核)	(未經審核)
即期稅項：		
— 香港	—	—
— 其他司法管轄區	22,735	6,746
	<u>22,735</u>	<u>6,746</u>
過往期間超額撥備：		
— 香港	—	—
— 其他司法管轄區	—	(1,283)
	<u>—</u>	<u>(1,283)</u>
遞延稅項(附註10)		
本期間	(2,501)	(608)
	<u>(2,501)</u>	<u>(608)</u>
	<u>20,234</u>	<u>4,855</u>

由於本集團並無在香港產生應課稅溢利，故並無就香港利得稅計提撥備。

稅項開支主要包括本公司於中國成立的附屬公司應課稅溢利的中國所得稅。根據《中國企業所得稅法》(「企業所得稅法」)及企業所得稅法實施細則，中國附屬公司的稅率為25%(二零二二年：25%)。本公司其中兩家中國附屬公司分別獲頒高新技術企業證書，並可於三年內(即分別自二零二二年及二零二三年起生效)獲減稅，稅率由25%減至15%。此外，根據中國的「西部大開發」運動，本公司其中兩家中國附屬公司有權享有優惠稅率15%。除該等附屬公司外，其他中國附屬公司須按稅率25%(二零二二年：25%)繳納企業所得稅。

於其他司法管轄區產生的稅項按有關司法管轄區當時的稅率計算。



## 6. 期間虧損

	截至六月三十日止六個月	
	二零二三年	二零二二年
	千美元	千美元
	(未經審核)	(未經審核)
期間虧損已扣除(計入)下列各項：		
物業、廠房及設備折舊	77,593	84,397
使用權資產折舊	1,724	3,432
投資物業折舊	894	1,219
折舊總額	80,211	89,048
減：資本化為存貨的金額	(61,905)	(71,278)
減：計入研究與開發開支的金額	(2,328)	(2,773)
	15,978	14,997
已確認為開支的存貨成本	2,619,925	4,014,248
保用撥備	1,384	5,220
存貨撇減至可變現淨值	15,787	24,117
匯兌虧損(收益)淨額(附註)	6,517	(13,613)
出售物業、廠房及設備的虧損(附註)	2,235	2,689
銀行存款的利息收入(附註)	(24,159)	(19,027)
出售投資物業的收益(附註)	(78,452)	-

附註：計入其他收入、收益及虧損的款項。

## 7. 股息

截至二零二三年六月三十日及二零二二年六月三十日止六個月概無派付、宣派或建議任何股息，惟本公司將於Bharat FIH Limited(「BFIH」)之建議分拆(定義見下文)完成後建議派發特別現金股息。

## 8. 每股虧損

本公司擁有人應佔每股虧損乃根據下列數據計算：

	截至六月三十日止六個月	
	二零二三年	二零二二年
	千美元	千美元
	(未經審核)	(未經審核)
本公司擁有人應佔虧損		
就每股基本及攤薄虧損而言的虧損	(50,016)	(23,780)
股份數目		
就每股基本及攤薄虧損而言的普通股加權平均數	7,919,157,807	7,983,103,751

計算兩個期間的每股攤薄虧損並無計及本公司發行的股份獎勵，原因是其具有反攤薄影響，亦無計及其附屬公司發行的購股權的影響，原因是本公司董事認為有關影響並不重大。

## 9. 物業、廠房及設備、使用權資產以及投資物業的變動

於本期間內，本集團購置約35,235,000美元(截至二零二二年六月三十日止六個月：59,241,000美元)的物業、廠房及設備。

此外，本集團訂立若干新租賃協議，租期二至三年(截至二零二二年六月三十日止六個月：一份新租賃協議，租期三年)。於租賃開始時，本集團確認約2,649,000美元(截至二零二二年六月三十日止六個月：1,409,000美元)的使用權資產及2,649,000美元(截至二零二二年六月三十日止六個月：1,409,000美元)的租賃負債。於二零二二年六月三十日，本集團於租期結束時取得若干租賃資產的擁有權，賬面值合共為218,000美元(截至二零二三年六月三十日止六個月：無)，分類為物業、廠房及設備。

於本期間內，本集團出售賬面值合共為12,030,000美元(截至二零二二年六月三十日止六個月：3,665,000美元)的若干物業、廠房及設備，所得款項為9,795,000美元(截至二零二二年六月三十日止六個月：976,000美元)，因而錄得出售虧損2,235,000美元(截至二零二二年六月三十日止六個月：2,689,000美元)。

於二零二二年十一月二日，本集團與中國浙江省杭州市一個政府部門(「買方」)訂立補償協議(「該等協議」)。根據該等協議，買方將收回兩處物業(中國浙江省杭州經濟技術開發區11號大街58號、58-2號及58-3號(「物業A」)及中國浙江省杭州經濟技術開發區M14-11-10(「物業B」))的所有權，現金補償分別為人民幣607,669,300元(相當於約87,261,000美元)及人民幣48,728,111元(相當於約7,226,000美元)，有關詳情載於本公司日期為二零二二年十一月二日的須予披露交易公告。

於二零二二年十二月十五日，本集團的土地使用權及相關證書已註銷，買方已收回物業B的所有權。截至二零二二年十二月三十一日止年度，本集團已收到部分補償人民幣19,491,244元(相當於約2,891,000美元)，剩餘結餘人民幣29,236,867元(相當於約4,336,000美元)於二零二二年十二月三十一日計入「應收貿易及其他賬款」，隨後本集團已於本期間收到該等款項。

於截至二零二二年十二月三十一日止年度，本集團已自買方收到有關物業A的預付款項人民幣121,533,860元(相當於約18,745,000美元)，於二零二二年十二月三十一日計入「應付貿易及其他賬款」。於二零二三年四月六日，本集團的土地使用權、物業所有權及相關證書已註銷，買方已收回物業A的所有權。投資物業於出售日期的賬面值為8,809,000美元。於本期間內，本集團已進一步收到部分補償人民幣38,285,790元(相當於約5,498,000美元)。於二零二三年六月三十日，剩餘結餘為人民幣447,849,650元(相當於約63,018,000美元)，其中人民幣303,834,650元(相當於約42,051,000美元)計入非流動資產項下的「其他應收賬款」及人民幣144,015,000元(相當於約20,967,000美元)計入「應收貿易及其他賬款」。因此，本集團已於本期間確認出售投資物業的收益78,452,000美元，計入「其他收入、收益及虧損」。

於本期間內，賬面值分別為1,821,000美元及121,000美元的若干物業、廠房及設備以及投資物業轉撥至持作出售的資產(詳情載於附註12)。

## 10. 遞延稅項

下列為於期內已確認的主要遞延稅項(資產)負債及其變動：

	存貨備抵 千美元	加速稅項 (會計)折舊 千美元	稅項虧損 千美元	其他 千美元 (附註)	總計 千美元
於二零二二年一月一日 (經審核)	(2,922)	3,901	(3,986)	(12,410)	(15,417)
期內扣除(計入)損益	499	(241)	(1,193)	327	(608)
匯兌調整	102	(163)	(109)	463	293
於二零二二年六月三十日 (未經審核)	<u>(2,321)</u>	<u>3,497</u>	<u>(5,288)</u>	<u>(11,620)</u>	<u>(15,732)</u>
於二零二三年一月一日 (經審核)	<u>(1,635)</u>	<u>(3,262)</u>	-	<u>(5,908)</u>	<u>(10,805)</u>
期內扣除(計入)損益	428	125	(2,937)	(117)	(2,501)
匯兌調整	10	(97)	105	(267)	(249)
於二零二三年六月三十日 (未經審核)	<u>(1,197)</u>	<u>(3,234)</u>	<u>(2,832)</u>	<u>(6,292)</u>	<u>(13,555)</u>

附註： 其他主要指應計開支產生的暫時差額。

就簡明綜合財務狀況報表呈報而言，若干遞延稅項資產及負債已被對銷。下列為就財務申報而言的遞延稅項結餘(對銷後)的分析：

	二零二三年 六月三十日 千美元 (未經審核)	二零二二年 十二月三十一日 千美元 (經審核)
遞延稅項資產	(17,493)	(14,557)
遞延稅項負債	<u>3,938</u>	<u>3,752</u>
	<u>(13,555)</u>	<u>(10,805)</u>

於二零二三年六月三十日，由於不可能出現應課稅溢利可用作扣減可扣稅暫時差額，本集團並未確認存貨備抵、應收貿易及其他賬款、保用撥備、遞延收入及其他應計開支的可扣稅暫時差額約206,610,000美元(二零二二年十二月三十一日：187,610,000美元)。

於二零二三年六月三十日，本集團可供對銷未來溢利的未動用稅項虧損約為2,176,604,000美元(二零二二年十二月三十一日：2,079,531,000美元)。於二零二三年六月三十日，已就有關虧損其中約11,329,000美元(二零二二年十二月三十一日：無)確認遞延稅項資產。於二零二三年六月三十日，由於無法預測日後溢利來源，或因不可能在其屆滿前有可動用的未動用稅項虧損，故並無就餘下稅項虧損2,165,275,000美元(二零二二年十二月三十一日：2,079,531,000美元)確認遞延稅項資產。未確認稅項虧損包括將於連續五年內屆滿的虧損521,529,000美元(二零二二年十二月三十一日：384,433,000美元)。其他虧損可無限期結轉。

根據企業所得稅法，中國附屬公司就二零零八年一月一日起獲利所宣派的股息須繳納預扣稅。於報告期末，本集團並無就附屬公司自二零零八年一月一日起未分派盈利約881,013,000美元(二零二二年十二月三十一日：849,315,000美元)所附帶暫時差額確認遞延稅項負債，原因是本集團現時能控制暫時差額的撥回時間，且有關差額可能不會於可見將來撥回。

## 11. 應收貿易及其他賬款

	二零二三年 六月三十日 千美元 (未經審核)	二零二二年 十二月三十一日 千美元 (經審核)
應收貿易賬款	1,372,182	1,744,534
減：信貸虧損備抵	(142,131)	(91,668)
	<u>1,230,051</u>	<u>1,652,866</u>
其他可收回稅項	141,867	142,095
其他應收賬款、按金及預付款項	146,887	110,684
	<u>146,887</u>	<u>110,684</u>
應收貿易及其他賬款總額	<u>1,518,805</u>	<u>1,905,645</u>

本集團一般於貨品交予客戶時向客戶發出發票，惟本集團亦可能向客戶收取預付款項的若干訂單則除外。

本集團一般給予其貿易客戶的平均信貸期為30至90日，惟若干具有良好業績往來記錄的客戶可獲授較長的信貸期除外。

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

	二零二三年 六月三十日 千美元 (未經審核)	二零二二年 十二月三十一日 千美元 (經審核)
0至90日	1,073,691	1,476,163
91至180日	88,799	83,477
181至360日	35,352	89,506
超過360日	32,209	3,720
	<u>1,230,051</u>	<u>1,652,866</u>

於二零二三年六月三十日，本集團根據對其應收貿易賬款作出的預期信貸虧損評估計提減值備抵142,131,000美元(二零二二年十二月三十一日：91,668,000美元)。

## 12. 分類為持作出售的資產

根據中國國際經濟貿易仲裁委員會於二零二三年六月六日作出的仲裁裁決，本集團將向北京亦莊城市更新有限公司(獨立於本集團的人士)出售位於中國北京的若干物業、廠房及設備，代價為人民幣106,918,900元(相當於約15,100,000美元)。經計及標的資產即時可供出售及因適當級別的管理層已承諾出售該等資產的計劃以致出售的可能性極高，本公司董事認為符合國際財務報告準則第5號「持作出售的非流動資產及終止經營業務」所載持

作出售標準。因此，相關資產於二零二三年六月三十日分類為持作出售的資產。出售事項預期於二零二三年年底前完成。有關交易的詳情載於本公司日期為二零二三年六月七日的公告。

於二零二三年七月七日，本集團與鴻海精密工業股份有限公司（「鴻海」，為本公司的最終控股公司）的一間附屬公司訂立買賣協議，以出售位於匈牙利的若干物業、廠房及設備以及投資物業，代價為9,927,000美元。經計及標的資產即時可供出售及因適當級別的管理層已承諾出售該等資產的計劃以致出售的可能性極高，本公司董事認為符合國際財務報告準則第5號「持作出售的非流動資產及終止經營業務」所載持作出售標準。因此，相關資產於二零二三年六月三十日分類為持作出售的資產。出售事項已於二零二三年七月七日完成。有關交易的詳情載於本公司日期為二零二三年七月七日的公告。

出售事項應佔資產於二零二三年六月三十日的綜合財務狀況報表呈列如下：

	千美元 (未經審核)
物業、廠房及設備	1,821
投資物業	121
	<hr/>
分類為持作出售的資產總額	<u>1,942</u>

### 13. 應付貿易及其他賬款

	二零二三年 六月三十日 千美元 (未經審核)	二零二二年 十二月三十一日 千美元 (經審核)
應付貿易賬款	1,401,211	1,981,288
其他應付稅項	115,770	65,327
應計員工成本及僱員福利	104,447	137,637
其他	421,931	520,104
	<hr/>	<hr/>
	<u>2,043,359</u>	<u>2,704,356</u>

以下為於報告期末按發票日期呈列的應付貿易賬款的賬齡分析：

	二零二三年 六月三十日 千美元 (未經審核)	二零二二年 十二月三十一日 千美元 (經審核)
0至90日	1,350,251	1,790,822
91至180日	21,038	167,299
181至360日	7,581	5,087
超過360日	22,341	18,080
	<hr/>	<hr/>
	<u>1,401,211</u>	<u>1,981,288</u>

## 14. 銀行借貸

	二零二三年 六月三十日 千美元 (未經審核)	二零二二年 十二月三十一日 千美元 (經審核)
銀行借貸	<u>710,860</u>	<u>676,054</u>
按貨幣劃分的銀行借貸分析：		
美元	561,300	563,800
人民幣	60,896	112,254
印度盧比	<u>88,664</u>	<u>-</u>

於報告期末的銀行借貸均為無抵押，原到期日為一至七個月(二零二二年十二月三十一日：一至七個月)，須於一年內償還，並按固定年利率介乎2.50%至8.60%(二零二二年十二月三十一日：2.20%至5.41%)計息。

## 15. 撥備

	保用撥備 千美元
於二零二二年一月一日(經審核)	6,323
匯兌調整	(404)
年內撥備	7,761
使用撥備／於保用期屆滿後	<u>(10,901)</u>
於二零二二年十二月三十一日(經審核)	2,779
匯兌調整	(87)
期內撥備	1,384
使用撥備／於保用期屆滿後	<u>(1,563)</u>
於二零二三年六月三十日(未經審核)	<u>2,513</u>

保用撥備乃指管理層就本集團給予手機產品十二至二十四個月保用所須承擔責任，根據以往經驗及業內的次品平均比率而作出的最佳估計。

## 16. 遞延收入

	二零二三年 六月三十日 千美元 (未經審核)	二零二二年 十二月三十一日 千美元 (經審核)
政府津貼	<u>7,282</u>	<u>8,067</u>

本公司中國附屬公司獲授的政府津貼於相關可折舊資產的可使用年期內撥至收入。

## 17. 金融工具的公平值計量

### 可予抵銷的金融資產及金融負債

下表所載披露資料包括於本集團簡明綜合財務狀況報表抵銷的金融資產及金融負債。

本集團目前擁有合法可強制執行的權力，以抵銷在同一銀行於同日到期結算的若干銀行結餘及銀行借貸，且本集團擬按淨額基準結算該等結餘。

可予抵銷的金融資產／負債	於二零二三年六月三十日(未經審核)		
	於簡明綜合財務狀況報表抵銷的已確認的金融資產(負債)總額 千美元	於簡明綜合財務狀況報表抵銷的已確認金融(負債)資產總額 千美元	於簡明綜合財務狀況報表呈列的金融資產淨額 千美元
銀行結餘	<u>321,801</u>	<u>(321,801)</u>	<u>-</u>
銀行借貸	<u>(321,801)</u>	<u>321,801</u>	<u>-</u>
應收利息	<u>9,646</u>	<u>(9,148)</u>	<u>498</u>
應付利息	<u>(9,148)</u>	<u>9,148</u>	<u>-</u>
可予抵銷的金融資產／負債	於二零二二年十二月三十一日(經審核)		
	於綜合財務狀況報表抵銷的已確認的金融資產(負債)總額 千美元	於綜合財務狀況報表抵銷的已確認金融(負債)資產總額 千美元	於綜合財務狀況報表呈列的金融資產淨額 千美元
銀行結餘	<u>220,026</u>	<u>(220,026)</u>	<u>-</u>
銀行借貸	<u>(220,026)</u>	<u>220,026</u>	<u>-</u>
應收利息	<u>3,102</u>	<u>(2,977)</u>	<u>125</u>
應付利息	<u>(2,977)</u>	<u>2,977</u>	<u>-</u>

期內，利息收入淨額1,790,000美元(截至二零二二年六月三十日止六個月：1,130,000美元)根據上述安排計入利息收入。



## 重要提示

本公告所載本集團於截至二零二三年六月三十日止六個月期間(「本期間」或「報告期」)的綜合中期業績未經審核，惟已根據相關財務準則審閱。本集團的經營業績過往曾出現波動，且日後可能會繼續於一個期間至另一個期間出現波動(可能大幅波動)。因此，本集團於任何期間的經營業績不應被視為任何未來期間預期業績的指標。特別是，由於每年第一季度適逢春節假期(尤其中越台經歷長假期)，本集團經營所在行業普遍於春節後踏入淡季，本集團第一季度業績往往遜於其他季度且不及其他季度全面及具代表性。

本公司謹此提述其二零二三年五月三日的盈利預警公告，當中提供(其中包括)二零二三年中期預期表現之最新資料並載列有關導致本集團於本期間錄得綜合淨虧損並預期將持續至二零二三年餘下時間的多項因素之資料。另請參閱下文「展望」以了解此方面的詳情。

本公告載有關於本公司就本集團的訂單情況、業務營運、表現、機會、風險、威脅及前景的預期及展望作出的前瞻性陳述。該等前瞻性陳述面臨風險及不確定因素，並不構成本集團未來表現及訂單情況的保證，且受可能導致本集團的實際業績及訂單情況有別於前瞻性陳述所表達者(可能存在重大差異)的因素影響。該等因素可能包括但不限於整體行業及宏觀經濟環境的變動(如緊張局勢加劇、政治狀況及去全球化)、貨幣市場的變動(如升息、通貨膨脹及匯率波動、銀行倒閉)、資本市場的變動、市場飽和、需求疲軟及恢復緩慢以及競爭激烈及手機商品化、客戶需求及喜好的轉變、置換週期延長、需求能見度縮短、管理可能出現的客戶需求波動及其他相關客戶挑戰、低資產使用率、「中國加一」策略、去風險及與中國脫鉤、友岸外包、客戶外判策略、客戶集中風險、利潤率下行壓力日益增長、影響我們客戶的競爭挑戰、現有及新項目出現客戶延誤、變動及取消或預測不準確的風險、銷情的季節性因素、營業收入波動加劇、銷售及產品組合的變動、我們爭取新客戶、維持現有客戶群及按時交付產品的能力、與超額未結採購客戶及滯銷存貨相關的風險(包括代表客戶購買的存貨可能不會被客戶消耗或由客戶另行支付，導致存貨撇銷的風險)、若干客戶的工作集中的風險、與新客戶或近期客戶或項目或服務相關的特定風險(有關風險包括客戶及其他延誤、開辦費用、可能無法執行、制定適當的協議條款)、商品價格變動、變現重組或類似行動產生的預計節餘的能力、



所取得的新項目及／或客戶需求可能不會產生預期的營業收入或盈利能力的風險、我們的增長及多元化策略及計劃(及相關潛在阻礙)、我們的信貸、收款及違約風險、與國際銷售及營運有關的風險、技術提升的步伐及市場／法律／監管／政府／稅務政策的變動(如政府的黑名單及出口管制)及我們控制範圍以外事件的潛在不利影響。儘管本集團認為該等陳述基於及源自合理假設，該等陳述涉及本集團影響、控制或預測能力範圍以外的風險、不確定因素及假設，且通常與業務營運、市場及營商環境有關。倘該等風險或不確定因素的其中一項或多項實現，或證實有關假設並不正確，實際結果(包括我們未來的業務及經營業績)可能與所表明者存在重大差異。此外，不時會出現無法預料的新增風險、挑戰及威脅，且管理層不可能預測一切有關因素或評估有關因素對本集團業務的影響。進一步詳情請參閱下文「展望」。除聯交所證券上市規則(「上市規則」)及香港法例第571章證券及期貨條例(「證券及期貨條例」)的適用規定另有規定外，本公司並無責任更新或修訂任何該等前瞻性陳述以反映任何期後事項或情況。

因此，本公司股東及潛在投資者於買賣本公司股份時務請審慎行事。

## 討論及分析

### 緒言

自本公司於二零零三年開業及其股份於二零零五年在聯交所主板上市以來，本公司一直為鴻海(連同其附屬公司及聯營公司(定義見上市規則)統稱「鴻海科技集團」；鴻海為一家在台灣註冊成立的公司，其股份於台灣證券交易所上市)的附屬公司，並為全球手機行業領導者，以更優的產品及服務質素、更低的成本、更高的靈活性、更快的上市量產及上市時間以及整體價值為其客戶提供領先的製造技術及垂直整合製造服務以及產品開發服務。自二零二一年三月二十六日起，本集團將總辦事處從中國廊坊遷移到台北，且本集團持續專注於及擴展業務至中國內地以外地區。本公司提供初步設計、產品開發、升級改造、批量生產等解決方案，這一業務模式就手機及其他無線通訊裝置以及電子消費產品為客戶提供專為滿足特定市場及客戶產品生命週期要求而設的完整端對端製造及工程服務，這種全方位且多元化的能力為客戶提供全價值鏈的專業知識。產品及服務包括獨特及創新的產品開發及設計、機構件(包括出售予客戶及用作製造完整手機以交付客戶的機構件)、元件、印刷電路板組裝(PCBA)、整個系統組裝、供應鏈服務及解決方案以及為流動設備及智能消費電子設備行業提供退貨管理及服務以及產品維修／翻新解決方案的售後

服務。除手機外，本集團亦從事製造其他無線通訊裝置及電子消費產品及配件，以及電子書閱讀器、平板電腦及語音交互產品(如智能音箱)等相關範疇。在設計及開發方面，本集團為客戶提供廣泛的原設備製造(OEM)及原設計製造(ODM)能力，而我們的優勢在於提供產品及軟件開發以及需要強大工程及技術設計能力的高度複雜性製造解決方案。本集團提供的ODM包括與客戶合作開發硬件及軟件平台及設計解決方案，以及管理該計劃的設計及開發及供應鏈及製造以及成本優化方面。我們設有完善的質量管理系統，專注於持續改進工藝，使我們能夠一如既往地交付高質量的產品及服務以滿足客戶的需求。我們的客戶通過我們的服務滿足其整個產品生命週期的要求並利用我們於各地的大型生產基礎設施及我們為廣泛的終端市場服務的能力減少製造成本、改善供應鏈管理及效率、減少存貨滯銷及縮短量產及上市的時間。本集團於中國、印度、越南、台灣、墨西哥及美國策略性地營運遍佈全球的優越的廠區及中心網絡，可滿足不同國家客戶的需求並降低產品的到岸成本。技術創新是我們提供該等端對端能力的核心所在。儘管製造廠區發生區域性轉移，但大中華區仍為本集團的研發中心之一，繼續提供產品生產時間及上市時間解決方案，滿足我們客戶的需求。

手機製造業高度活躍且競爭激烈，而且日益飽和。自二零一七年年底以來，本集團面臨嚴峻的市場環境及較大的利潤率下行壓力和需求萎縮，該等情況持續至二零二三年上半年並將持續至二零二三年下半年。許多公司並無短期刺激需求及銷售增長的方法，故仍側重於壓低成本，維持最低利潤。鑒於低經營利潤率可對擴張計劃產生影響，其被認為會阻礙增長，因而低經營利潤率現被視為限制市場發展的重要因素。儘管如此，元件價格因需求疲軟而正在下降，但重點仍然在於利用率和未吸收的間接成本。由於本集團的業務遍佈全球，因此不可避免地受到近年經濟波動的影響。由於行業入行門檻低且中國及印度同業極具成本競爭力，激進的定價是常見的營商手法，而本集團的構件及系統組裝業務的利潤率下行壓力巨大並且持續增加，尤其是在市場需求疲軟、庫存及產能過剩，以及市場產能過剩的情況下。儘管本集團一直在積極處置閒置資產，但由於產能利用率(包括廠房)不斷下降，本集團的閒置成本一直在增加。為確保本集團已準備就緒應對不確定的需求環境，過去幾年，本集團積極重構其業務營運，並削減及整合業務，以及淘汰已動用、陳舊、冗餘、盈餘及虧損/表現欠佳資產，成為輕資產企業集團及精簡組織，並優化人員配置及削減成本以及開支，以長期提高利用率及節省成本，並進一步削

減其固定管理費並保留現金，該等削減及精簡舉措已持續到二零二三年。有關整合活動包括在製造工廠內將樓宇與生產設施整合起來，主要目的是使我們的產能和基礎設施與當前和預期的客戶需求保持一致。經過額外的努力，本集團已成功出售位於杭州的土地及樓宇，並於本期間完成出售，其於截至二零二二年十二月三十一日止年度錄得稅前出售收益6.2百萬美元，而於二零二三年上半年則錄得78.5百萬美元。此外，本集團已於本期間就對承租人及服務供應商的補償13百萬美元計提撥備。另外，本集團於二零二三年七月七日簽訂協議出售匈牙利的土地及樓宇及誠如本公司於二零二三年六月七日所公告之建議出售北京的樓宇，預計將在二零二三年下半年分別產生稅前收益8.5百萬美元和13.1百萬美元。根據國際會計準則第16號及國際會計準則第40號，當我們失去對這些資產的控制權時，我們應終止確認這些資產。因此，出售收益應在所有權轉移時確認。我們預計未來幾年不會有類似巨額出售收益。

全球疫情大環境下，維持經濟的迫切需求為二零二零年至二零二一年疫情期間大多數經濟體延長量化寬鬆政策提供了理據，且全球利率在多個發達國家較低。很明顯，過去幾年通過寬鬆貨幣政策刺激的市場創造了一個怪物，即通貨膨脹，負面影響已失控，而因種種經濟政治原因，大多數國家錯失了解決的最佳時機。隨著物價指數的持續攀升，人們預計未來會加息。美國迅速大幅加息，隨之縮表，為市場下了另一劑猛藥，以彌補二零二一年錯失的時間。美聯儲為大力遏制通貨膨脹而採取的緊縮貨幣政策導致基準利率逐漸上升。從二零二二年開始，美聯儲迄今已十次加息至5.00%至5.25%。於二零二三年六月，美國消費者價格指數(CPI)跌至3%，雖然這是一個正面的進展，但依然高於美聯儲2%的目標利率，而通脹率遠未達到這一水平。美聯儲的加息決定增加了在全球利率環境較高的情況下持有美國計息資產的吸引力。對美國資產的偏好也源於與其他發達國家相比，美國資產被認為相對安全和具有更好的經濟增長前景。通脹上升將對人們的可支配收入產生不利影響，人們持有手機時間更長，進而可能會延長智能手機市場的更換週期，而更換需求因缺乏產品差異化而放緩，智能手機需求及產量已進一步下行。尤其是東南亞及非洲等新興經濟體的消費者受到重大影響，原因在於美元兌當地貨幣走強，手機變得更加昂貴。儘管全球經濟持續受創，美聯儲並不放寬其貨幣緊縮計劃，因而市場預計二零二三年將會進行多輪加息，而於二零二三年美元信貸及借貸成本將持續走高。

在通脹壓力飆升並屢創新高且迅速從歐洲蔓延至全球的背景下，經濟放緩、地緣政治、股市崩盤及金融市場波動、大舉加息、汽油及食品價格飛漲、歐洲能源危機，加上政策空間有限，令二零二二年成為一個困難重重的時期。經



濟逆風迫使消費者抑制／推遲購買手機等可自由支配的支出。渠道庫存高企，需求低，且並無立即復甦的跡象，令OEMs廠商意識到危機，並大幅削減二零二二年的訂單。俄烏衝突引發能源危機，刺激通脹，是生活成本危機背後的主要推手。「生活成本危機」僅指能源及食品等日常必需品的成本上漲速度遠遠快於平均收入的情況。需求的下滑困擾著整個行業。東南亞及非洲等新興經濟體的消費者不願購買手機，原因在於美元兌當地貨幣走強，手機變得更加昂貴。中國是全球最大的手機市場，亦是本集團的主要市場，其需求一直處於低迷狀態。終端消費者的消費下降以及對中國品牌的重新評估及庫存積累顯示著需求疲軟的情況，行業轉向需求受限的市場，而終端客戶對價格更加敏感。過去，通信行業嚴重依賴中國的製造及供應。然而，在疫情期間，中國內地的封鎖及防疫措施對智能手機製造業造成了嚴重影響，導致新一代產品的開發及裝運出現延誤及中斷。因此，主要手機及網絡通信公司加快生產基地轉移，降低地緣政治風險，解決供應鏈危機。另一方面，東南亞及印度在這一轉移中扮演重要的角色。越南等國已簽署雙邊或多邊貿易協定，使其能夠享受較低的稅率或免稅待遇。印度政府亦積極推動本地智能手機製造，為不同類型元件的生產提供稅收優惠。

二零二三年上半年，乍看之下，全球經濟似乎有望從疫情及俄烏戰爭的強力衝擊下逐步復甦，許多國家的整體通脹得到較好控制。這主要得益於貨幣政策緊縮、主要央行持續加息、供應鏈改善以及能源及食品價格下降。儘管有該等因素，但部分國家的核心通脹(不包括食品及能源價格)仍舊居高不下，表明通脹壓力依然存在。此外，在此期間，主要經濟體的勞動力市場緊張，失業率低及勞動力持續短缺。該等因素進一步導致二零二三年上半年全球經濟增長疲軟。最新數據顯示，摩根大通全球綜合採購經理人指數(PMI)於二零二三年上半年保持在50以上，表明經濟有所擴張，但仍處於收縮區間。這表明全球製造業及服務業復甦乏力。在此期間，通脹停滯及勞動力市場的挑戰嚴重阻礙經濟復甦及擴張，加上地緣政治緊張局勢加劇、加息、能源價格上漲、經濟逆風及不確定性、對全球經濟放緩的擔憂、消費者信心下降以及高通膨影響的可支配收入等持續抑制消費者的消費需求，促使消費者抑制／推遲購買手機等非必要性支出。由於客戶對下訂單越來越謹慎，需求的可預見性大幅降低，本集團難以預測訂單數量，並有效地安排物料採購、人員／需求計劃和生產調度，且資產利用率依然是個難題。

在這種高通脹環境下，本公司必須優先考慮有效的成本管理，並不斷尋求優化運營效率的途徑。通過尋找改進流程的機會和採用創新戰略，本公司可以在一定程度上減輕成本上升的影響，適應不斷變化的市場動態，在通脹帶來的挑戰中提高成本競爭力。另一方面，由於高產量和低複雜性的製造服務的毛利率通常低於較複雜和低產量的服務，由主要客戶訂購及運往主要客戶的產品組合將影響本集團的毛利率。在不影響產品品質的情況下削減成本(特別是控制部分供應鏈成本)尤為艱難。經濟低迷時期，提供一流的客戶服務至關重要，這會讓我們即使面臨服務及成本的競爭，依然能夠站穩腳跟。各行業參與者紛紛採納新方針，或於現有業務挖掘潛在的成功商機，以努力獲得並維持競爭差異化。為尋求復甦，手機行業公司相互競爭以提高市場地位及份額，同時仍面臨著微薄的利潤率、知名度低、通脹高企、更換週期縮短及全球供應鏈管理等諸多挑戰。我們的客戶正大力創新，不斷推出新產品及服務，以克服該等挑戰。

中國二零二二年下半年的經濟因在全國範圍內零星出現的COVID-19疫情而受到威脅，導致流動性受到限制，消費者和企業信心受到打擊。二零二二年十二月七日，為刺激經濟，中國政府決定放寬諸多嚴格的新冠清零控制措施。然而，復甦進程遠未迅速恢復至疫情前的狀況。自中國解除COVID-19封鎖措施以來，市場一直充滿期待，期望消費熱潮能推動中國經濟的發展。若干研究機構亦上調了去年年底至今年年初中國經濟的增長預測。然而，二零二三年上半年，中國經濟的復甦並未達到預期。根據IMF(國際貨幣基金組織)的報告，造成這一結果有幾個因素。首先，過去三年疫情的持續影響嚴重影響了生產、投資及消費，導致供應鏈嚴重中斷，需要時間恢復。其次，中美關係惡化導致美國與中國經濟脫鉤、脫節。第三，以美國為首的西方國家實施緊縮貨幣政策以應對通脹，這對全球整體經濟復甦產生了抑制作用。根據IMF的報告，中國二零二三年的GDP增長率預計約為5.8%，而中國政府設定的增長率為5%。與過去幾年中國6%以上的增長率相比，雙方的估計均相對保守。二零二三年第一季度，中國經濟增長4.5%，復甦仍舊較為緩慢。外貿亦出現明顯放緩，作為敏感指標的中國製造業採購經理人指數五月份錄得48.8，連續第二個月出現萎縮，並創下自二零二二年十二月以來的最低水平。這是疫情後經濟復甦勢頭減弱的最新跡象。此外，截至六月底三個月，中國經濟僅增長了0.8%，人民幣持續貶值的趨勢亦反映了中國經濟的放緩。總體而言，二零二三年上半年的疲軟勢頭及觀察到的趨勢引發了市場對中國經濟未來發展前景的擔憂。針對這一情況，中國政府正在實施更加積極的財政及貨幣政策，如降息、減稅、免稅等，

以刺激消費，提高整體經濟活動。由於發達國家正努力應對持續高企的通脹、不斷上升的利率以及疫情後的疲弱復甦加上俄羅斯大舉入侵烏克蘭，中國經濟的反彈對今年的全球經濟增長至關重要。但是，由於烏克蘭危機和全球因應通膨而上調利率導致需求下滑，中國的經濟和出口受到外部的壓力，全球對中國商品的需求大幅下降。市場亦擔憂地方政府債務激增及房地產／物業市場。

中國青年失業率日益高企。今年三月16至24歲城鎮青年調查失業率飆升至19.6%，超過二零二二年十二月的16.7%，創下歷史次高水平。其後，城鎮青年失業率持續攀升，六月失業率升至21.3%。結構性因素是造成失業率高企的部分原因，包括大學畢業生長期供應過剩，即便中國工廠一直努力解決勞動力短缺問題，畢業生所接受的培訓與當前空缺崗位並不匹配。然而，青年失業率上升表明中國經濟持續復甦並不均衡。私營部門(常年帶來近90%城鎮新增就業)投資低迷將繼續限制青年就業。此外，消費者偏好更青睞旅遊娛樂，而非購置手機，導致手機訂單減少。根據International Data Corporation (IDC)發佈的報告，二零二三年第一季度，中國市場下滑12%。整體而言，全球經濟放緩、中國經濟復甦緩慢、青年失業率上升、需求疲弱、購買偏好轉變、各地區庫存增加等因素，是導致二零二三年智能手機銷售勢頭下滑的主要原因。因此，本集團致力分散業務風險，拓展手機以外其他產品類別；本集團亦繼續進行組織架構調整，以加強業務發展職能，面向全球市場。

雖然中國經濟和地緣政治風險持續不明朗，但俄烏戰爭對世界的影響已逐漸消減。二零二二年，數月的俄烏戰爭給烏克蘭造成了廣泛的破壞，並對世界經濟和GDP、金融和地緣政治現狀產生了變革性影響。其影響範圍廣泛，加上各國之間的不平等，造成了全球糧食短缺、歐洲能源及生活成本危機、地緣政治緊張局勢加劇，以及通貨膨脹上升。然而，二零二三年上半年，儘管戰爭仍持續不斷，但其對全球經濟的影響逐步減緩。隨著歐洲進行結構性調整，降低對俄羅斯能源的依賴，歐洲成功擺脫俄羅斯的能源制約。雖然能源成本大幅增加，但歐洲獲得了更大的政治自主權。歐洲最重要的天然氣市場出現明顯的復甦跡象，天然氣價格在實施價格上限和冬季偏暖後穩步下降。歐洲成功渡過最具挑戰時期，緩解了對歐洲經濟衰退危機的憂慮。此期間，歐洲有將近一年的時間來增建天然氣儲存設施，雖然成本上升，但緩解了供應中斷的問題。油價亦恢復戰前水平，全球需求疲軟促使許多OPEC(石油輸出國組織)國家減產穩油價。由於《黑海穀物協議》(Black Sea Grain Agreement)穩步實施，小麥價格最初恢復戰前水平。根據該協議，儘管戰爭持續，烏克蘭獲允許自其海港出口糧食。但俄羅斯已於七月十七日退出黑海協議，此前俄羅斯表示，



其關於放鬆對俄自身糧食和化肥出口制裁的要求並未得到滿足。莫斯科方面亦申訴並沒有足夠的糧食運抵貧困國家。自俄羅斯退出由聯合國及土耳其於二零二二年七月促成的該協議以來，全球小麥價格飆升，俄軍亦開始瞄準位於黑海和多瑙河的烏克蘭港口及糧食基礎設施。雖然戰爭對經濟的整體影響較去年相對減少，但衝突的日後發展高度不確定，對全球經濟的影響和衝擊程度將取決於戰爭持續時間及造成的破壞和干擾程度，以及對多邊主義和全球秩序的長期影響。由於本集團的部分客戶向歐洲／非洲銷售手機，本集團須持續監測事態發展，積極採取必要預防措施，盡量降低對本集團業務及經營的可能影響。

鑒於手機置換時間延長、手機商品化、全球智能手機增速放緩，出貨量下降，本集團致力於分散手機的收益貢獻，減輕依賴單一客戶、產品和地區的集中風險，並投入更多資源加強業務發展功能和能力。但滲透現有客戶和開發新客戶存在內在困難。面對如此不利市況，客戶必須將風險降至最低，優化成本，並可能因多項原因而改變EMS(電子製造服務)與ODM服務供應商之間的生產。該等原因包括競爭格局、消費行為及消費傾向的變化、「中國加一」戰略、去全球化、製造業回流、近岸外包、對其產品的需求、市場對新產品及新機型的接受程度、全球經濟、區域地緣政治緊張局勢、供應商／客戶回流計劃、勞工成本、定價優惠、更優惠的付款條款及條件、稅收效率、分散風險、企業風險管理、環境、社會及管治(ESG)合規、物流成本及價值鏈優化、工程及產品開發服務質量、準時交付及稅務優惠。客戶亦可能改變其外包策略及外包業務量，以透過其供應鏈能力或輪換其供應鏈合作夥伴進行垂直整合或合併，或透過進一步承包或集中其EMS供應商的位置提高專業化程度。事實上，由於本集團其中一名主要客戶已將業務外包予中國及印度的新EMS合作夥伴，本集團於本期間面臨該不利風險。

本集團將繼續監察全球經濟及金融環境、地緣政治緊張局勢和俄羅斯戰事的動態及影響，並審慎解讀和應對市場，尤其是競爭對手的動向，以了解市場庫存和負債的狀況，因此將決定市場如何從當前動盪局勢中恢復，並致力積極管理我們的風險，包含策略擬定、資本架構、財務風險、組織架構、優先事項、成本控制、一般費用、營運範疇、信貸風險、應收款項回款、營運資金管理、資本開支，以預測及準備我們認為必要的任何變動並持續改進，保持精簡靈活和成本競爭力。憑藉於各類材料及工藝合作以及提供廣泛的增值設計服務和製造解決方案(包括傳統金屬沖壓及塑膠注塑以至系統組裝解決方案)方面的研發能力、優勢及專業知識，本集團能夠滿足其客戶在性能、成本、上市量產、上市時間和可製造性以及產品設計要求方面不斷變化及多樣化的需求，為全

球客戶提供按其需求定制的全面及具競爭力的一站式購齊製造解決方案。為保持我們的市場地位並增強我們的競爭力，我們已採取積極措施，推動開發創新及具吸引力設計方案，滿足目標市場不斷變化的需求及偏好。我們的全球設計團隊專注於提供靈活的解決方案和專業知識，旨在幫助客戶降低整體產品成本，加快上市時間，推出具競爭力的差異化產品，並推動硬件創新。利用組織內部的創新和協作力量，我們致力實現卓越運營，獲得更強競爭優勢。

整體而言，OEM和ODM服務市場的技術日新月異，工藝持續發展，本集團已投入資源，發展該兩個領域，增強我們的能力和長期可持續發展。我們持續不懈進行業務多元化及發展轉型，保持精簡和擴張海外業務並持續改進，對本集團的長期可持續發展及競爭力至關重要，在戰略上使本集團能夠利用OEM/ODM產業的未來增長前景，使我們成為客戶更強大且可信賴的長期合作夥伴。本集團採取積極進取的業務策略，組建專責業務發展團隊，致力拓展新市場及搶抓增長機遇。我們相信，我們實行專注於開發創新設計解決方案、加強供應鏈管理、以高效材料清單監督努力管理成本，以及精簡生產流程崗位提高我們附加值的策略。通過實行上述舉措，我們以客戶為中心的方針可推動客戶響應效率提升，尤其是就在更多客戶正加快評估亞太地區的可替代供應鏈選擇的情況下，跨越多個生產地點的客戶關係而言，並將本集團打造成業內中堅，充分釋放我們的可持續增長潛力。

## 與客戶、供應商及僱員的主要關係

### 與客戶的主要關係

除於不同國家提供生產場地外，本集團的策略及業務模式為與客戶合作提供一條龍服務，由初步概念設計階段起直至製造過程結束為止，管理初創階段的採購、開發及生產以及手機機械設計、組裝及售後服務的所有方面，並為其客戶提供具成本效益及垂直整合且規模各異的全球供應鏈完整解決方案。該等舉措可加快新產品的生產，並為滿足快速改變的客戶需求而有效地將新產品投入量產，有助加快產品上市及量產的時間。此舉亦讓客戶可借助本集團的供應鏈解決方案，在其產品的整個生命週期內滿足其產品要求，並在競爭激烈的市場更快的時間內推出客戶的新產品，降低向市場推出更優質產品所須的成本，減少其供應鏈的周轉次數和存貨相關的營運資金需求以及持有成本總額。認識到供應鏈管理的重要性，我們優先加強我們的常規，以確保元件及材料的順利及高效交付。通過對供應鏈的細緻優化，我們旨在最大限



度地降低成本，縮短交貨時間，並在行業內建立獨特的競爭優勢。我們亦可利用我們的全球供應鏈常規來控制材料成本，最大限度地減少交貨時間並提高計劃週期的效率，以更好地滿足客戶需求的波動，提高資產利用率及控制存貨水平。成本管理是我們整體戰略的關鍵要素。我們對物資清單(BOM)保持嚴格監督，積極尋找機會最大限度地提高成本效益，同時保持堅定不移的產品質量標準。這需要與供應商建立牢固的關係，以協商有利的定價條款，探索替代採購選擇，並不斷評估我們元件的質量、價值及性能。

過去，技術和工藝日新月異、行業標準與要求不斷演變、手機市場格局變幻莫測、客戶行為不斷變化以及對產品及服務持續改進的要求令產品的生命週期縮短。本集團透過與供應鏈及供應商(包括鴻海科技集團的垂直整合)緊密合作、管理採購及庫存及快速跟進的製造服務以掌握前端發展趨勢，並透過與材料/元件市場保持緊密互動，提供切實可行的完整解決方案，提升客戶的競爭力，為本集團及客戶創造雙贏局面。我們的製造設施運營靈活，擁有多種產品線及配置，可根據客戶需求設計流程。同時，我們致力於通過簡化生產流程、減少浪費及提高營運效率來提高我們的製造增值(MVA)。通過提升我們的MVA，我們可以優化生產力，降低製造成本，加快產品交付，從而鞏固我們在市場上的競爭地位。所有該等措施均有助於維持本集團與客戶的長期關係並將關係擴展至其他產品線及服務。上述可重複執行的措施，以協作型及以客戶為中心的文化為驅動，不斷評估及優化我們的業務流程並適應不斷變化的宏觀經濟條件，從而為客戶提供明確的價值。建立這種能力對於我們開發新客戶亦至關重要。

於二零二二年十二月，中國政府部門終於取消了新冠清零政策。誠如上文所述，由於全球經濟惡化，中國經濟復甦速度慢於預期，青年失業率上升，全球對電子消費品的需求仍存在不確定性。此外，消費者購買力下降和市場飽和等因素進一步延長了手機更換時間。另外，隨著智能手機商品化，市場波動加劇，終端客戶對價格更加敏感，因預期經濟衰退及可支配收入減少而注重成本，並減少可自由支配/非必要支出。終端市場需求變得低迷、不確定及波動，所有此等不利因素令全球手機市場競爭加劇，我們的客戶在需求規劃、開支及成本控制、現金流管理方面更加謹慎，需求能見度大幅縮短。部分客戶手頭有過多存貨，仍在努力消耗該等存貨，彼等傾向於取消潛在的新項目(甚至部分已經在ODMs開發中的項目)，以延遲推出新機型，減少風險及營運資金需求。與此同時，競爭變得更加激烈，因為新機型的減少意味著難以搶佔空位。六月十八日是中國電商行業的年中購物節，在此期間，眾多商家提供折扣及促銷活動，以促進銷售及提升消費者信心。因此，當天的消費模式通常被認

為是經濟狀況的指標。根據一份市場研究報告，今年的618購物節較去年同期下降了7%，表明中國經濟數據表現低迷。儘管中國電商平台提供了各種有吸引力的優惠，但仍難以恢復疲軟的消費者信心。鑒於手機需求大幅下滑，擁有生產設施及能力的客戶可能減少外包，以優化其自身的產能使用率。本集團其中一名客戶一直致力在中國及印度尋找新的製造商夥伴並減少對我們的外包比例，而這一直顯著影響對該客戶的銷售。另一方面，客戶可能無法成功推銷／售出其產品，而客戶的產品可能沒有價格競爭力且可能無法獲得廣泛的商業認可，而客戶的需求可能經歷市場份額的急劇變化，這可能導致彼等失去市場份額乃至削減／退出業務。由於客戶利潤率下降，其更傾向壓低我們向其出售的手機的價格，我們承受的利潤率下行壓力巨大。與此同時，本集團一直積極爭取更多訂單以優化利用率。倘產量較低，我們會產生巨額未吸收的生產經常性開支及閒置成本，從而將影響本已很低的毛利率。這解釋了為何本集團一直致力削減成本及終止處於虧損狀態／表現不佳的業務。另一個不利因素是中國智能手機市場的飽和。根據研究公司IDC的數據，中國智能手機市場已經嚴重飽和，主要因素是產品創新不足，缺乏殺手級應用程序，消費者收入下降，這可能意味著中國10多年的智能手機盛世已經結束。手機滲透率遠高於全球平均水平，導致品牌競爭激烈。中國領先品牌遭受的損失更大，因為在中國經濟迅速惡化的環境下，中國國內市場萎縮幅度超過全球其他地區，而對價格敏感的消費者放棄了在他們所主導產品領域更多的花費。復甦將取決於恢復正常經濟和經營狀況的速度及程度，而恢復到疫情前水平將是一個漫長的過程。

本集團客戶承諾及需求能見度的短期性質以及其產品的快速需求變化降低了我們準確估計未來需求及要求以及時間安排，並以合理的確定性預測客戶訂單情況的能力，使我們難於以有效及具成本效益的方式規劃及安排生產、出貨、資源規劃及僱傭，以於完成訂單的同時優化資產及人力使用率及產能。收益率及效益深受影響，閒置成本急劇增加，利潤率下行壓力繼續高企。為減輕需求能見度較低帶來的挑戰，我們正在通過指派所在地的主要客戶經理接觸客戶，從而加強我們在不同地區的業務開發工作。近距離接觸將提高溝通效率，而密切的互動使我們能夠快速響應彼等的需求，進而建立更牢固的關係，更好地了解彼等的需求模式。我們亦將嚴格檢討服務和產品的擴展情況，以提供更多解決方案滿足不同客戶的需求。通過提供更多的選擇，我們增加獲得合約及中標的機會，從而提高我們的需求能見度。此外，我們亦有必要透過各種措施不斷提高BOM及MVA的成本競爭力。該等措施包括提高供應鏈的靈活性、優化資源利用，以及探索多樣化的合作模式，以滿足不同客戶的獨特需求。加強客戶關係，與主要客戶及供應商緊密合作，採用靈活的生產及庫

存管理策略，以及多元化我們的客戶群及產品供應，將使我們能夠更好地預測及響應不斷變化的需求模式。我們計劃通過此等積極措施提高需求能見度。然而，由於不確定性較大，本集團須控制經常性開支及庫存水平，公開採購訂單風險及負債，擺脫閑置資產，降低閑置成本，保持精益但靈活，精簡生產流程，密切監控市場、競爭格局及勞動力供應情況、檢討業務模式、訂單的利潤表現及客戶的信貸狀況，與客戶保持良好溝通，並釐定本集團可應付的業務水平及數量。地緣政治緊張局勢以及飆升的通貨膨脹使全球經濟停滯不前，影響了我們所有的客戶。

此外，智能手機的置換／升級週期在成熟市場(如美國及西歐)進一步延長，原因是產品及硬件以及開發創新有限、產品差異化不足、智能手機質量提升、高端與低端型號之間的差距縮小及收窄以及智能手機的使用時間更長。由於舊手機仍然可用，而新發佈的型號並無很好的創新性及配置更吸引人的功能，因此客戶更加挑剔且購買新手機的意願較低。某種程度的「創新疲勞」已經開始顯現，而消費者抱怨最新款產品的改進程度不如以前。隨著技術的進步，手機不僅擁有越來越多的功能，而且變得更加堅固可靠，支持更完善，維修更簡單。這顯然會延長手機的使用壽命，用戶可使用更長的時間，而不會因為手機到達使用壽命而被迫更換。市場的成熟亦意味著圍繞智能手機技術的大量炒作已開始平息。根據Strategy Analytics的資料顯示，自二零一四年起，由於補貼削減、缺乏重大創新、智能手機在新興市場熱銷以及新興市場低收入預付費智能手機用戶增加，手機置換週期持續延長。COVID-19衝擊了全球智能手機市場，二零二零年全球智能手機置換週期進一步延長至43個月，而二零二一年，由於COVID-19限制的放寬及疫苗在全球的推廣，智能手機置換週期略有縮短。由於俄烏衝突，以及隨後能源價格上漲及高通脹，預測經濟復甦迅速停止。預計全球智能手機置換週期將從二零二三年開始緩慢反彈，主要原因是經濟逐步復甦及5G普及，到二零二七年全球智能手機置換週期將縮短至41個月。從地區來看，北美以最短的置換週期領先，其次是中歐和東歐。由於預付費用戶基數較大、人均國內生產總值(GDP)和可支配收入較低，非洲中東地區的智能手機置換率在所有地區中最低。新手機並無明顯勝於去年版本，顯然升級可以帶來的實用性差異也越小。為刺激消費者的置換需求，全球手機製造商認為須加快推出擁有新外形的智能手機(例如可折疊手機、自主研發的高效率IC晶片及屏下攝像頭)或增添新硬件令手機產品多元化(例如擴展現實(XR)功能)。美國此前的量化寬鬆政策引發的通脹上升及烏克蘭戰爭將對人們的可支配收入產生不利影響，從而進一步延長智能手機市場的置換週期。由於通貨膨脹的影響廣泛而深遠，目前尚無法確定其對全球智能手機市場的影響程度，但未來確實存在較高的持續下行風險。



由於本集團不同分部的客戶面臨不同類型的不利因素，本集團在不同國家及不同地區的分部表現受到不同程度的影響。在激烈競爭的市場環境下，當前經濟危機浮現，復甦放緩、收入下降及借貸成本增加，給客戶及公司的償付能力帶來壓力，而本集團一直監控收款及違約風險。尤其是，本集團一直在控制與HMD Global Oy (「HMD」)的業務金額並限制應收貿易賬款金額以控制信貸風險，並在賬內作出充足預期信貸虧損備抵，以反映收款及違約風險。

由於已與客戶建立長期合作夥伴關係，本集團得以與客戶有效溝通並加快生產速度，同時滿足客戶對交付、規格及質量的要求。同時，本集團一直致力於改善營運管理、成本效益、優化工序及效率、迅速跟進生產、精益生產、質量管理、研發、精簡生產工序以改善學習曲線及收益率、人力資源管理及人才發展，以適時、有效、專業交付所有項目及服務。本集團致力繼續建立我們賴以成功的良好企業管治架構、競爭優勢、核心能力、競爭力及長期可持續發展能力，包括專注於上述於印度及越南的全球佈局、具競爭力的成本、卓越的品質及客戶服務、持續投入資源打造研發能力、加強端對端的服務產品、人才發展(尤其是具備研發以及工業設計及工程能力的人才)、快速及更短的產品開發週期、使用環保型新材料和新技术及解決方案、大規模及低成本生產的設計能力，以及透過垂直整合業務控制多角度生產投入。鑒於該行業由實力雄厚的主要參與者壟斷，在本集團開發新的小型客戶的情況下，本集團將難以開發業務規模與本集團現有主要客戶相若的新客戶，並將在一定程度上影響本集團的議價能力。此外，開發新客戶需要時間，本集團亦需要經過一段時間始能調校其生產設施以生產專為新客戶而設的產品及提供服務。倘本集團轉向或增添新客戶，本集團一般需時大約二至十個月調整生產設施，視乎客戶要求、交付時間、產品的複雜及精密程度及數量、所需技術、相關業務模式以及業務／信貸風險而定。

鑒於手機市場飽和，本集團必須富有技術創新精神，著力專注於製造效率及產能，投入資源以跟上行業的技術變化，並調整我們的服務以為客戶產品提供更好及更具成本競爭力的解決方案。透過以高效方式按具競爭力的價格提供符合環球標準的優質產品及服務，在不同國家為客戶製造領先行業的最先進產品，為客戶定制服務及解決方案並提供靈活彈性，及聘請充滿工作熱誠的員工在達到世界級水準的生產環境中工作，讓客戶稱心滿意，我們與大小客戶建立長期的業務關係，同時不斷與彼等延伸、發展、滲透及培養更緊密

關係及業務夥伴關係，長遠為本集團及客戶締造共同利益，並善用本集團的人才。本集團相信，其與主要客戶的長期業務關係是本集團在質量及交付方面履行承諾的良好記錄，並提供對提高客戶於日益艱苦、競爭激烈且達到飽和的市場中的競爭力至關重要的核心價值及服務的成果。我們的組織表現卓越並具責任感，團隊內人才濟濟且具敬業精神，致力提供卓越的客戶服務及產品，從而推動增長及發展。然而來自行業主要競爭者的定價壓力比以往更大，以應對市場份額的惡化趨勢及延長的置換週期，而本集團客戶均面臨各種日益嚴峻的挑戰，包括營運及財務雙方面，獲取業務均須經過長期且競爭激烈的競標流程，僅僅為獲取一個客戶機會，我們須投入大量開發成本及工程資源。為降低風險集中程度，我們專注於物色符合我們目標要求的新客戶並與其建立關係，該等要求包括財務穩定性、對OEM/ODM服務或一站式製造的需求、增長潛力及長期關係穩定性。本集團亦已集中精力投入資源培育業務發展能力並繼續在現有產品及服務、領域專長及客戶的堅實基礎上，於不同國家繼續探索發展新項目、新產品、新行業及開發新客戶的機會。面對更多元化的產品線及客戶需求，本集團將透過緊貼OEM及ODM行業的技術變革及競爭形勢、因應客戶對其各自市場分類的技術及工藝以及市場變化及競爭狀況作出的回應有效調整我們的服務、優化及精簡生產工序、精益生產、升級設備、提升質量及響應能力、靈活性及收益率、提高效率、提升自動化水準、執行穩健的成本控制措施及培育人才，積極提升核心能力及在競爭對手中脫穎而出。

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

## (I) 亞洲海外業務

中國加一策略是指一家企業避免只在中國投資，而是專注於在中國生產商品的同時於印度、孟加拉國、泰國或越南等其他具潛力的發展中國家製造商品，從而實現多元化。在貿易緊張局勢及中國生產成本不斷上升的背景下，過去幾年的COVID-19加快了促使跨國公司多元化其供應鏈的現有趨勢。甚至早在疫情之前，許多企業已開始尋求相較中國具備成本競爭力的選項，以減輕供應鏈風險。曾經被認為可靠的中國製造及分銷流程因為疫情而暴露出缺陷，促使製造業加快向其他亞洲國家轉移。企業愈加相信，

多元化中國的採購組合有助於應對諸多挑戰，不論是在供應鏈、物流或原材料供應方面。特別是，印度及東南亞正在採取措施及實施政策，該等措施及政策將有助其成為新的製造業中心。儘管中國將仍是關鍵參與者，預計未來將有更多企業實行中國加一供應鏈策略。為推動新投資，東南亞國家不斷提高營商便利度、實施稅收減免、為經濟特區／產業園提供財政激勵措施及加大基礎設施投入。由於二零二二年上半年供應鏈緊張及港口存貨堆積，加上中國的新冠清零政策，本集團部分客戶一直要求在中國境外進行部分生產以減少依賴。另一方面，近岸外包日益普及。當客戶決定將工作外包給成本較低且地理位置更接近其終端市場的公司時，即構成近岸外包。由於「去全球化」仍在持續，近岸外包的發展速度加快且重要性不斷提升，中美之間日益緊張的局勢加速了這一進程。隨著中國的出口優勢減弱，其他新興市場國家迎來填補缺口的巨大機會，包括墨西哥、印度及東南亞國家。本集團相信，維持全球佈局、專業知識及區域產能和能力對降低陳舊及盡量提高成本競爭力至關重要，同時保留以相若質量供應全球產品及服務的能力，減輕供應鏈風險，提高整體生產效率及分散國家風險，並兼具為客戶提供快速適應外部不斷變化的區域、貿易及製造情況的能力。客戶對在全球範圍內提供一系列的製造解決方案及服務的需求與日俱增，與此同時，客戶正在轉向本地地區的區域支持，從而充分發揮實時生產、及時上市及特殊定制的優勢，此為客戶在該等市場的致勝法寶。此等擴張舉措、客戶及產品多元化方面的努力以及垂直整合策略及服務供應(尤其是ODM服務)將繼續在印度進行更大規模的擴張，未來數年印度龐大的國內市場將繼續增長。隨著供應鏈從中國轉移至西方，印度正迅速成為「中國加一」的目的地。印度亦受惠於成本優勢和積極的人口利好因素。在一項提供營業收入掛鈎補貼的生產掛鈎計劃的支持下，印度也正在經歷製造業集群的增長。印度亦擁有各項引人注目之特質，例如多元化的商業格局、大量技術嫻熟且價格低廉的勞動力(尤其是在製造領域)、具備競爭力的勞動力成本、消費能力不斷增長且GDP強勁的巨大國內市場、龐大的使用英語的年輕人口、戰略性的位置、強勁的宏觀經濟指標以及穩定的政治環境。對於力求減少生產成本的企業而言，所有這些均使印度成為具有吸引力的目的地。此外，在政治層面，印度有利的營商環境(包括新產業走廊的發展)、印度製造及FDI(外國直接投資)自由化等措施令企業更易於在印度建立業務，同時有助鞏固印度作為前景廣闊的供應鏈參與者的地位。利用印度的優勢，全球企業可有效緩解風險並確保業務持續性及供應鏈韌性。目前，越南及印度備受關注，因為這兩個國家是新供應鏈關係的關鍵經濟區，且越南及印度於印太地區的供應鏈網絡中可相輔相成。

(a) 印度業務

Bharat FIH Limited (BFIH)是印度最大的EMS供應商之一，於二零一五年開始營運，專注於為印度最大的智能手機OEMs製造手機。BFIH旨在維持其作為印度領先的EMS供應商的地位並於近期成為該國ODM市場的領導者。除BFIH完善的EMS服務及能力(主要包括製造服務)外，BFIH一直在建立為OEMs提供全面、垂直整合的「一站式解決方案」的能力，涵蓋一系列的ODM服務，包括產品設計及開發、元件製造及採購、物流及售後服務。隨著服務範圍的擴大，BFIH將能夠進一步降低製造成本、完善供應鏈管理、減少陳舊存貨及產品交付實現時間，並滿足客戶對產品上市時間、上市量產及變現時間的要求。機械零部件及機構件是手機的主要元件，BFIH亦已於數年前開始為功能手機提供機械部件服務，從而可減少對第三方供應商的依賴。其亦正在建立為智能手機提供機械部件服務的能力，此舉可滿足手機OEMs客戶對產品上市時間及量產時間的要求。就此，BFIH擬深化其有關製造及採購元件和其他資源的本地化戰略，以減少對進口的依賴並對沖全球供應不穩定的風險。

二零二一年三月以來，BFIH一直在利用其EMS經驗及ODM能力，拓展至電信、機械部件、電動汽車、電視及可聽戴式裝置等新的高增長行業(手機行業除外)，以降低單一手機分類的風險，為營業收入多元化創造更多機會。BFIH積極提升其研發能力，並開始出口至有吸引力的增長市場。BFIH與行業領先的OEM客戶的合作關係對其成功至關重要。BFIH擬進一步賦能戰略業務部門制定適合特定行業需求的戰略，並在模塊化及協作的基礎上向其OEM客戶提供ODM解決方案。通過此類合作，BFIH深化與主要客戶的關係，方式為向彼等提供更廣泛的垂直整合服務，並將創新的解決方案融入彼等的設計流程及產品開發中。

BFIH在印度安德拉邦和泰米爾納德邦的三個園區開展業務，各個園區均配備製造、倉儲、物流及住宿設施。這些園區合共擁有約90多條生產線，包括表面組裝技術(SMT)線、整機組裝線及機械分裝線，擁有超過12,000名員工，當中女性員工約佔82%。BFIH的業務由其產品研發團隊進行優化，該團隊在位於印度理工學院馬德拉斯研究園的研發中心運營。憑藉其研發能力，BFIH可向客戶提供創新EMS及ODM解決方案，同時亦能提供技術解決方案，提升其程序的營運及成本效益。



BFIH擬加大對研發能力的投入，其對於BFIH的垂直整合策略及在ODM價值鏈中向OEMs提供多元化服務的能力必不可少。BFIH專注於發展其設計及產品開發能力，這將使其可於OEM客戶產品生命週期的早期階段加入其中，並作好準備把握ODM價值鏈的其他環節。為落實其研發策略，BFIH繼續施展其本地化計劃並招聘多名硬件、機械、工業及軟件設計工程師，目標是建立一支強大的本地產品設計及開發團隊，該團隊將增強其現有研發資源的能力。BFIH研發中心為智能手機、IoT（物聯網）、網絡基礎設施、電動汽車子系統及智慧電視等分部提供產品設計及開發服務。BFIH的研發技能包括工業和UI/UX（用戶介面／用戶體驗）設計、機械設計、硬件設計以及軟件和固件設計。就工業和用戶介面／用戶體驗設計而言，其旨在根據印度／全球客戶的品味創造與眾不同的直觀用戶介面／用戶體驗、產品外觀及感受，並重視創新、創作理念和執行。就機械設計而言，BFIH致力於創造穩健設計，試驗模塊化概念，強調成本最優化、創新和執行。BFIH的使命是將其設計的每件產品打造成質量一流、高可靠性的產品。就硬件設計而言，BFIH創造了穩健的硬件設計，這些設計符合客戶的使用習慣，並與芯片組製造商緊密配合，所有設計都注重成本競爭力、產品質量及可靠性。就固件和軟件設計而言，BFIH旨在借力印度豐富的IT技能來提高產品的性能和可靠性，並根據OEM的要求為汽車應用與開發遠程信息處理定制安卓系統。

招聘、培訓、人才發展以及留住技術嫻熟、經驗豐富的管理層及員工，對於BFIH為客戶提供高質量服務至關重要。BFIH繼續向其員工提供培訓及發展計劃，包括外部職業和技能培訓。作為其環境、社會及管治舉措的一部分，BFIH將繼續招聘及擢升女性員工。其環保舉措包括透過打造綠化能力、管理用水及監控CO<sub>2</sub>（二氧化碳）排放，將可持續發展常規融入其業務中。BFIH繼續於營運過程中遵守規定的環保合規標準（包括ISO 14001:2015環境合規管理體系認證），並致力確保其所有業務及供應鏈均遵守環境、社會及管治規定，進而亦協助其OEM客戶及彼等的最終消費者實現其環境、社會及管治目標及願景。最近，智能手機價格上漲及普遍通脹壓力略微損害了印度市場對該等設備的需求。此外，還有若干跡象表明置換週期正在上升，這意味著消費者將當前設備保留稍微更長的時間（與二零一九年／二零年相比）並推遲購買。因購買智能手機的成本較高，首次購買智能手機的買家難以踏入智能手機市場，導致功能手機用戶轉向4G／5G智能手機的速度放緩。

為於短期內拓展業務，BFIH在電子製造方面不斷加強與初創公司和電子商務公司的合作。越南與中國的競爭致使成本效益不斷加強。BFIH



正重新審視商業模式以符合其整體利益，同時不斷增加ODM職能人員，發展為客戶提供完善的端到端設計解決方案的能力。長遠來看，BFIH的願景是通過製造PCBs和顯示器、製造手機和其他配件，如TPU(熱塑性聚氨酯)貼膜、保護套以及筆記本電腦和開關的電源適配器，實現附加值最大化。

BFIH在出口業務上具有競爭優勢，因為BFIH在印度的位置為其提供地理優勢，使其能夠以具競爭力的成本快速向該等地區的當地市場提供產品。為落實其出口策略，BFIH已開始為客戶出口一些功能手機至中東，亦正在探索與歐洲及美國的移動運營商合作的機會，以出口彼等可提供予其網絡客戶的手機及可聽戴式裝置。除手機及可聽戴式裝置出口外，BFIH將探索全球OEM客戶提供的其他機會，作為其製造及供應鏈地域多元化戰略的一部分，並利用印度提供的地緣政治優勢。BFIH預計，其符合資格享受的生產掛鈎激勵(PLIs)計劃及若干出口關稅減免政策將進一步增加其出口機會。其擬在全球層面探索MIH開放電動車聯盟在產品開發及出口方面的優勢。BFIH在電信及網絡產品方面的主要短期目標是在該行業的EMS服務中獲得市場份額，並探索出口我們的電信及網絡產品的機會。目前，並無面臨會對BFIH的營運產生重大影響的元件短缺。通脹率上升及投入成本增加削弱大眾市場對智能手機機型的需求，這仍然是二零二三年的最大業務風險。

於二零二三年五月十三日，本集團刊發公告向市場更新有關可能分拆BFIH及獨立上市可能進行之重大交易的消息，詳情請參閱本公司日期為二零二二年十月二十日之公告及本公司於二零二三年四月十三日發出及刊發之二零二二年年報。BFIH已於二零二二年六月十日接獲印度證券交易委員會(「SEBI」)的最終意見，據此，BFIH可向SEBI及可能需要的其他有關機關提交非正式招股書，並於隨後展開建議分拆。鑒於自二零二二年十月二十日公告日起之市場狀況，BFIH已決定進一步推遲其建議分拆的時間表，因此將不會於二零二三年六月九日之前開放認購，亦即根據從SEBI接獲的最終意見，建議分拆可開放認購之最後日期。本公司仍認為建議分拆(如進行)在商業上對本公司有利，本公司並擬於市場情況改善時繼續進行建議分拆。本公司股東及潛在投資者務請注意，建議分拆須(其中包括)視適用法律及法規、市場情況及其他因素而定。因此，概不保證建議分拆將會進行或於何時進行。本公司將於適當時候就建議分拆另行刊發公告。

## (b) 越南業務

越南是下一次工業繁榮最具前景的地方之一，在過去十年中，受流入其製造業的強勁外國直接投資驅動，越南成為全球增長最快的新興市場之一。鼓勵外國投資是越南政府的主要政策，製造業出口的快速增長及大量外國直接投資的新流入已成為越南的重要增長動力。而助力越南吸引外國投資的顯著特徵是其穩定的政治及社會保障。越南具有開展全球貿易的有利地理位置，既是地區網絡中心，亦是滲透中南半島西部地區經濟體的門戶。越南人口接近100百萬人，為擁有充足合格勞動力供應且極具勞動成本競爭力的低成本製造國，使之成為極具吸引力的生產中心。許多大公司的全球供應鏈製造商開始將重心轉移至越南，對嫻熟勞工的需求持續增加。此外，越南加入了東盟(東南亞國家聯盟)經濟共同體(AEC)，12份新的自由貿易協議是連接越南與超過600百萬人地區市場乃至全球市場的良機。越南的機構、法律隨著與全球的融合而逐步完善，不僅為投資者長期經營創造了良好條件，亦幫助企業參與供應鏈及全球價值鏈。全球經濟低迷、俄烏戰爭及通脹高企已對越南製造業造成影響，尤其是在二零二三年上半年，許多公司因陷入困境而不得不實施裁員。儘管二零二三年首四個月的平均通脹率較去年同期上升4.9%，但勞務費並未大幅改變。

電子製造業向越南轉移的趨勢日益明顯。這為我們的越南廠區Fushan Technology (Vietnam) Limited Liability Company (本公司在越南註冊成立的附屬公司) (「Fushan」)帶來多元化其業務的大量機會，原因是越來越多的客戶以各式各樣的產品與Fushan接洽，包括家用電器、功能手機及智能手機、汽車配件、ICT(信息與通信技術)、電動車項目、平板電腦等。Fushan的業務多元化之路早在二零一九年年初已開始，從傳統手機製造轉向更複雜的智能手機、智能音箱和物聯網模組。為進一步多元化和利用新機遇，Fushan擴大其營業執照、獲得相關的加工認證，並進一步投資培訓以提高及多元化其現有經驗豐富的員工的技能，從而確保Fushan可滿足產品製造及客戶要求。該廠區亦旨在進一步多樣化客戶關注，提高運營效率，將競爭力提升到一個新的層面。在二零二二年，Fushan已開始自己的銷售業務，以捕捉本土和國際商機，該廠區成功收到了良好的回饋。Fushan勇於把握這一千載難逢的機遇，再創里程碑，並準備好迎接未來業務發展的任何不利挑戰。

迄今，大多數國家的貨幣政策持續收緊已對全球企業、經濟體、投資及消費活動造成重大影響，並導致銀行體系以及公共和企業債務風險上升。中國經濟正在緩慢復甦，仍存在很多不確定因素。此外，若干進口市場的高通脹繼續對越南的出口造成影響。於二零二三年上半年，由於進出口行業錄得雙位數跌幅，越南經濟僅增長3.72%，低於預期。為達成越南自行設定的經濟增長6.5%的年度目標，越南政府正努力提高其經濟韌性和活力。宏觀經濟政策旨在於支持復甦和向經濟薄弱分部提供針對性援助之間取得平衡。

## (II) 多元化

本集團自二零一九年起一直從事5G、IoV(車聯網)及AI(人工智能)，以建立互聯網及流動生態系統，透過利用本集團在提供創新軟件設計及硬件開發服務以及無線通訊及資訊交換技術方面的專業知識、經驗及核心能力，積極擴大本集團於5G、IoV及AI業務的相關產品及服務分類的參與，以支援該等業務分類以及其配套網絡及生態系統的發展。於二零二一年十二月底，先前由本集團全資擁有的Mobile Drive集團(「Mobile Drive」)在全球領先的汽車製造商及出行供應商Stellantis N.V.(「Stellantis」)的注資下，已成為由本集團及Stellantis共同擁有的合資企業，結合雙方廣泛的資源及豐厚的經驗，Mobile Drive將發揮其在無線通訊及汽車行業的專業知識，專注發展軟硬件整合，開發車用資訊娛樂系統的智能駕駛艙解決方案。與此同時，Mobile Drive各自的財務業績、資產及負債不再綜合併入本集團的財務報表，而應佔溢利／虧損已於本集團的綜合財務報表內以權益法入賬。本集團已成為就硬件製造提供所有支持的合資企業的最強領軍合作夥伴。於二零二一年，Mobile Drive獲得最高級別的ISO 26262認證，這是對其卓越研發能力的認可，標誌著公司的一個重要里程碑。Mobile Drive嚴格遵循ISO 26262規範，持續為客戶提供具有最高功能安全性和可靠性的高質量、端到端智能駕駛艙和高級駕駛輔助系統(ADAS)解決方案。於二零二二年年末，Mobile Drive的ADAS產品已安裝在納智捷(LUXGEN)的旗艦SUV系列中，並得到消費者的極大積極迴響。憑藉對複雜路況的卓越理解力，Mobile Drive的ADAS為駕駛員及乘客提供了更安全、更順暢的駕駛體驗。本集團目前正在進行部分產能重組，以取得汽車功能安全認證。通過激活及優化現有製造能力，本集團無需大量資金投入，同時根據客戶需求開發汽車產品。本集團利用過去在信息通信技術行業積累的經驗，專注於汽車通信零部件、機械零部件、

元件及PCBA。最重要的是，本集團母公司鴻海將視本集團為其主要供應商之一，並通過其汽車組裝業務帶來更多合作機會。

由於業務跨越多個終端市場，本集團致力在全球範圍內為客戶提供產品開發及製造支援及解決方案，以及垂直整合及一系列具成本競爭力的服務(包括全球維修服務)。本集團的售後服務為流動設備及智能消費電子設備行業提供全面的退貨管理及服務能力以及產品維修／翻新解決方案。服務中心及樞紐中心鄰近市場，可迅速擴大規模，端到端製造能力可應對多樣少量客戶。本集團相信，此策略使本集團從競爭對手中脫穎而出，將有助於支援客戶於其整個生命週期內的產品，並縮短擴產及將產品投入高度活躍且競爭激烈的市場所需時間，同時促進與客戶的長期業務關係。這讓客戶能夠成功渡過當前通脹高企挑戰及全球經濟潛在放緩等後疫情艱難時期。深厚的全球專業知識為跨越國界向現有及潛在客戶提供服務奠定堅實基礎。

## 主要客戶

本集團的主要客戶包括知名品牌，提供值得信賴的產品，並已在其專業市場上取得較大的市場份額。本集團的策略是與具規模及增長特徵的領先公司建立及維持長期業務關係，努力拓展該等關係以囊括更多產品線及服務，持續發展、滲透中國、海外及國際品牌客戶，致力發展及多元化其產品組合，以及持續擴充在印度及越南的產能，從而滿足客戶發展海外市場的需求，我們已成功利用該等國家國內市場的增長，並繼續積極開發印度不同行業的新客戶，使客戶及產品基礎多樣化。然而，本集團客戶持續面對多種不可避免的宏觀經濟困境，包括烏俄戰爭擾亂全球供應鏈、各國通脹率飆升及量化緊縮政策，全球經濟衰退風險上升。需求方面，在經濟困境及對經濟下行的擔憂之下，客戶偏好已轉變為增加儲蓄以應對不斷增長的生活成本；換言之，二零二三年包括消費類電子產品在內的耐用品需求下滑，仍為導致本集團客戶業績惡化的最重要原因，且隨著市場放緩，競爭壓力持續存在，大多數渠道仍然充滿庫存。倘現有庫存無法售出，同行必須爭奪剩餘極其有限的需求，而這亦是我們對二零二三年的需求持悲觀態度的原因。本集團大部分銷售依賴相對較少的客戶，而我們客戶在終端市場的表現及其外包策略可能會直接影響／降低我們的出貨表現。



為降低風險集中程度，開發新客戶對本集團而言至關重要，本集團專注於擴大其客戶組合，採取積極主動的業務策略並已成立專門的業務發展團隊以符合本集團目標要求(包括良好的市場增長潛力、對全球OEM/ODM服務或一站式製造解決方案的需求、可行性、財務穩定性及長期關係穩定性)的新客戶並與其建立關係，這有助於推動向新市場擴張、抓住增長機遇及降低風險集中程度。然而，事實上發掘大型或較大規模的新客戶日益困難，且發展新客戶所需時間可能十分漫長，這亦是本集團客戶組合中包含部分小客戶的原因，而本集團須在拓展海外市場方面投入巨大的精力及資源，並已取得若干成績。

主要客戶包括：

- (i) 本集團主要的中國客戶最初專注於國內市場、資本、技術及知識提升，但近年已將重心轉移至全球擴張，且於不同國家及市場(如印度及其他發展中國家，尤其是中歐、東歐及美國南部)極為成功。由於全球宏觀經濟挑戰不斷出現，該客戶已調整其二零二三年企業策略，著重業務優化、電動汽車等的未來業務發展，不僅注重規模，亦注重盈利能力。根據IDC報告顯示，二零二三年第一季度全球智能手機出貨量按年同比下降14.6%，其中最大市場中國下降12%，由於中國疫情管控放開後，消費者在旅行及娛樂上的支出超出購買新智能手機的支出。去年第二季度以來的庫存積壓及需求疲軟令智能手機廠商對於增加產量遲疑不定，僅會在看到明顯的復甦跡象後，方會加大銷售投入。儘管該客戶於二零二三年第一季度的出貨量同比降幅於全球五大智能手機廠商中最大，但仍於全球市場保持第三名，其整體智能手機平均售價於中國環比增長2.2%及同比增長18%，體現出其預備策略。對於第二大智能手機市場印度，由於線上渠道出貨量大幅下降以及印度政府的監管壓力並未緩解，該客戶一度領先的市場地位於二零二三年第一季度滑落至第四名。
- (ii) 一家著名的美國互聯網客戶為本集團的主要客戶之一。憑藉悠久的合作歷史，本集團提供全方位的工程及生產服務，旨在提供卓越、可靠且值得信賴的優質智能手機，以滿足客戶的需求。為在競爭中脫穎而出，本集團從NPI(新產品推出)階段即與該客戶合作，並能夠及時升級，從而滿足客戶的上市及量產時間策略。我們維持深度開發自動化機器人軟件、機器人中央控制系統及人工智能檢測算法，以減少對勞動力數量的依賴和手工差誤，同時以實時大數據分析及可視化工具為輔，於各個生產階段支援客戶。我們亦向該客戶提供我們的地理競爭優勢及卓越的管理能力，以減少

部分地區／國家的集中風險。儘管宏觀經濟低迷，但該客戶仍持續致力為其設備配備更多的先進人工智能技術。卓越的品牌形象、值得信賴的質量及創新的技術是該客戶的獨特特徵，該等要素將幫助該客戶渡過此次出其不意的經濟放緩，長期而言，其將獲得適當的市場份額。

- (iii) Ensky Technology Pte. Ltd. (「Ensky」) 為一間與美國客戶建立長期關係的貿易公司，向彼等銷售電子消費產品。由於Ensky其中一名美國客戶增長迅速及於全球佔據主要地位，故此對電子書閱讀器及語音交互產品有龐大市場需求。本集團已為Ensky製造電子消費產品(如電子書閱讀器、平板電腦及語音交互產品)多時，而本集團現為其策略供應商，此有賴於本集團強大的工程及全球運營和製造能力，能夠應對客戶的全球多元化發展，執行高端和更複雜的項目，並滿足客戶既要縮短交貨時間又要實現極高產出率的要求及期望。然而，鑒於宏觀經濟環境目前不景氣，市場研究表明，消費者如今將錢花在休閒和餐飲方面，而不是用於消費電子產品，所以前方仍面臨重重挑戰。此外，智能音箱在美國市場上正日趨飽和。由於Ensky為新加坡註冊公司，故向Ensky的銷售歸於亞洲分類。於二零二零年一月一日Ensky被鴻海收購並成為鴻海的全資附屬公司，根據上市規則屬本公司關連人士。由於業務模式改變，鴻海自二零二二年起逐步將採購實體由Ensky改換為鴻海科技集團的其他公司。
- (iv) Sharp Corporation (「Sharp」) 為本公司最終控股股東鴻海的聯繫人，故根據上市規則屬本公司關連人士。Sharp提供各類電子產品，包括智能手機、家電、顯示器及其他物聯網設備。該客戶目前的銷售市場包括日本、台灣、印度尼西亞及美國，出貨總量的近乎98%銷往其本土市場日本。自日本電信運營商因預計近期需求下降而調整訂單量開始，日本手機市場便歷經多次動盪。於二零二三年五月十五日，日本電子公司京瓷宣佈，由於其產品需求下降，正式退出消費型智能手機業務。京瓷社長谷本秀夫表示：「我們在一般消費大市場中已經找不到商機。」該公告宣佈後僅數週，排名第五的供應商FCNT(富士通株式會社手機業務的三個繼承者)於二零二三年五月三十日根據民事再生法向東京地方法院申請破產保護，由於日圓貶值及激烈的競爭，其債務總計達1,431億日圓。另一方面，Sharp繼續開拓非手機業務，並藉助本集團的研發資源及能力，推出MiFi路由器、平板電腦等其他電子設備。
- (v) 於二零二三年上半年，一名新印度客戶成為主要客戶。其成立於二零零六年，從事供應電信設備及提供其安裝、調試、裝配及維護等性質的服務以及管理服務供應商的電信網絡業務，其於印度的業務正在迅速增長。本集團為

該客戶的基帶處理單元、射頻拉遠頭及自適應／有源天線等硬件提供系統組裝製造服務。

- (vi) HMD是一家獨立的芬蘭公司。該公司是唯一一家向全球分銷諾基亞手機、平板電腦及配件的主要歐洲智能手機供應商。此外，HMD亦為企業客戶提供綜合解決方案。該公司以客戶的需求為驅動力，凡事追求可持續性、持久性、安全性、耐用性及可購性。此亦符合其使命：無須消耗地球資源亦能打造全球性的網絡。經濟衰退仍是二零二三年影響手機行業的最大宏觀風險，儘管宏觀狀況略有改善，但未及最初預期。於可支配收入降低背景下，消費者對支出高度謹慎，從而影響低價／預付費市場，而中高價市場則更具彈性。消費者信心低迷令智能手機市場復甦持續受阻，導致市場規模預測進一步下調，進而導致OEMs對營銷及渠道投資持謹慎態度。通脹預計於二零二五年之前不會恢復到目標水平。而此為推動市場規模縮小的關鍵因素，尤其是新興市場。美聯儲加息導致美元走強，HMD的許多主要新興市場處於其影響之中。例如，埃及、巴基斯坦、尼日利亞過去一年持續面臨美元供應問題，本地貨幣則貶值20%-80%。烏克蘭和俄羅斯並非HMD的重要市場，但戰爭對世界經濟及通貨膨脹的影響巨大。六年多來，HMD堅定致力於提供優質且價格實惠的手機，因此有能力一如既往，以客戶需求為中心。憑藉廣泛的全球分銷及營運網絡、安全的內部軟件及研發能力、全面的企業解決方案組合、可擴展的電子商務平台以及與經驗豐富的專業團隊的合作，HMD有能力提供經久耐用的創新產品，減少電子廢物，並對地球產生正面的影響。

綜上所述，Ensky及Sharp所屬鴻海科技集團為本集團五大客戶之一。來自本集團向鴻海科技集團的Ensky及Sharp銷售貨品及提供服務的營業收入分別佔本集團於本期間來自銷售貨品及提供服務的營業收入總額約0.13%及9.82%。根據上市規則，鴻海為本公司之最終控股股東，因此為本公司的關連人士。來自鴻海科技集團的營業收入佔本集團本期間營業收入總額約29.24%。

於本期間，本集團五大客戶佔本集團營業收入總額約88.54%，其中四名與本集團已建立超過五年的長期良好關係，而另外一名則已成為本集團客戶約兩年。該等主要客戶毋須於一段期間內向本集團承諾若干最低購買價值或數量，而我們按項目進行投標，通常會收到客戶特定數量及時間的產品採購訂單。我們以客戶為中心的工廠非常靈活，可以根據需要進行重新配置，以滿足客戶特定的產品要求及產量波動。當然，需求的波動會對我們的材料需求計劃、

生產計劃及資產利用率造成影響。需求能見度是指在必要的時間範圍內看到不失真和準確的需求以對其做出反應的能力。需求能見度越高，可靠預測需求的可能性就越大。供應鏈能見度越高，中斷越少，客戶滿意度越高，成本則越低。與客戶訂立的大多數供應協議要求客戶購買我們為滿足客戶承諾的預測製造需求而購買的未動用庫存。其中若干協議要求我們在合同期限內向客戶提供具體的降價。在目前瞬息萬變且置換週期拉長的競爭激烈的手機行業中，創新及提升用戶體驗以及產品定價及質量至關重要，任何該等客戶或其產品於任何地區的市場地位的喪失或變動均可能對本集團的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響，特別是考慮到本集團向該等客戶銷售集中。此外，倘我們的一名或多名主要客戶無力償債或因其他原因無法及時向我們付款，或根本無法付款，則我們的財務狀況可能會受到影響。本集團對主要客戶的依賴意味著本集團的業績直接受該等客戶的業績、競爭力及發展以及其在OEM及ODM競爭對手眾多的充滿挑戰的手機行業中的外包及離岸或在岸策略的影響，且本集團一直監察目前的經濟環境及市場格局、市場趨勢及終端客戶行為的變化以及對整體經濟及本集團所服務客戶的消費能力、偏好及信貸狀況以及終端市場及本集團個別市場分部的潛在影響。本集團繼續密切管理及控制開支及員工人數及資本資源以保持精簡、靈活性，並因應外部環境以及無法控制且無法預測的地緣政治局勢的變化而盡量做足準備及提高快速應變能力。但正如之前所重申，閒置成本較高。

本集團授予主要客戶(不論是否本公司的關連人士)的信貸期介乎30至90日，與授予其他客戶的信貸期一致。本期間的預期信貸虧損備抵為50.7百萬美元(相比二零二二年同期的預期信貸虧損備抵為14.5百萬美元)。於二零二二年，疫情令全球經濟引擎陷入停滯，其影響不局限於任何一個行業。全球經濟低位運行、通貨膨脹及利率高企、曠日持久的烏克蘭戰爭、生活成本危機及競爭激烈、需求下降及業務表現欠佳等不利因素，於二零二三年持續對客戶及公司償債能力造成壓力，該等客戶對本集團產品及服務的需求亦有所減少。本集團部分客戶(包括主要客戶，如向歐洲及非洲分銷手機的HMD)在財政上受到制肘且資金鏈緊張，而本集團在向HMD收回應收貿易賬款及應收貿易賬款逾期金額方面面臨巨大困難，收款風險及違約風險上升至極高水平。為控制信貸風險，於二零二二年下半年，本公司已採取風險削減措施，降低與HMD的應收貿易賬款結餘，根據付款狀態調整出貨量，使當前進行中的功能手機項目的出貨量限制在HMD作出的相應付款金額內，從而確保未收回的應收貿易賬款不超出預先設定的上限。HMD未能於二零二二年成功籌集資金，二零二三年的現金狀況仍然欠佳，本公司正密切監察未收回應收貿易賬款水平並



評估HMD能否持續經營及收回逾期應收貿易賬款的風險以及相關違約風險。於二零二三年六月三十日，管理層已單獨評估應收HMD貿易賬款(賬面總值為218.4百萬美元)的預期信貸虧損備抵。本公司管理層確認，由於HMD的財務表現惡化，應收HMD貿易賬款的信貸風險顯著增加，故最終HMD基於已知及可知的情況可能無法履行到期義務。因此，管理層委派一名獨立外部估價師，通過確定違約率的適當概率、估計違約損失率及前瞻性調整，協助估算應收貿易賬款的預期信貸虧損備抵。根據對HMD的評估結果，於截至二零二三年六月三十日止期間，確認整個可使用年期的預期信貸虧損(未發生信貸減值)54.6百萬美元(二零二二年上半年：12.7百萬美元及二零二二年下半年：64.7百萬美元)，鑒於HMD的財務狀況於二零二三年下半年仍同樣糟糕，預計回收率將更低，故預期於二零二三年下半年將進一步計提巨額預期信貸虧損備抵。根據國際財務報告準則第9號，本集團利用撥備矩陣計算未發生信貸減值或信貸風險上升的應收貿易賬款的預期信貸虧損備抵。撥備矩陣基於具有類似損失模式的各應收賬款組別的賬齡。撥備率基於本集團過往觀察到的違約率，經計及合理、有理據且無需付出過多成本或努力即可獲得的前瞻性資料。於各報告日期重新評估過往觀察到的違約率，並考慮前瞻性資料的變動。鑒於全球經濟及手機市場的高度不確定性以及地緣政治緊張局勢加劇，本集團透過提高本期間逾期應收貿易賬款的預期信貸虧損百分比，重新評估預期信貸虧損備抵。本集團還有若干小型客戶，而面臨財務困難的客戶或供應商可能對財務業績造成不利影響。本公司將繼續密切關注影響客戶現金狀況以及付款及信譽的情況及因素，根據需要變更與該等客戶的信貸限額或信貸期及／或控制與該等客戶的業務量，並根據本公司政策採取必要的催討賬款行動及信貸控制行動(如暫停出貨)並根據相關會計標準的規定及客戶的信貸狀況前景就應收貿易賬款產生的預期信貸虧損作出充足備抵。管理層將定期檢討以確保與特定應收賬款相關的資料獲得更新，以便管理層能夠評估是否已就該等出現信貸減值的應收賬款(管理層斷定其債務人陷入財務困難或困境)計提充足的減值備抵。另外，我們對供應鏈管理計劃作出調整，優先出貨滯銷的元件項目，以避免過度庫存積壓，並繼續減少超額的未結採購訂單及元件庫存量。

除手機製造業務外，本集團亦於北美地區擁有強大的售後服務(包括回收物流)、維修／翻新服務及製造服務功能，提供綜合解決方案，為美國客戶提供覆蓋整個產品生命週期的端到端增值製造服務及售後服務，在全球供應鏈重組背景下其質量、成本及交付能力均出類拔萃。服務包括售後管理、維修／翻新服務、產品資產回收、在線銷售過剩存貨服務、綜合區域製造、包裝及履行。本集團

為多元化產線(如手機、消費／工業用無人機、無人機設備、智能家居設備、機頂盒、物聯網產品、醫療產品及汽車用電子產品)及其客戶(包括品牌OEM、移動運營商及零售管道)提供集運／回收物流及製造專業知識。本集團目標為繼續推動向汽車及醫療行業提供的履行服務及地區製造服務增長。本集團於該部分業務中維持及展示的核心競爭力為(1)強大的核心團隊，在EMS和售後服務方面擁有人才和專業知識；(2)位於德克薩斯州達拉斯的物流服務樞紐中心具有區位優勢，在全球供應鏈重組下的製造戰略方面墨西哥廠區具有臨近區位優勢；(3)完善的質量體系及主要認證，如醫療領域的ISO 13485及汽車領域的IATF 16949；(4)多樣、小批量的靈活支援模式及端對端業務解決方案，從設計、生產、履行以至售後服務一應俱全；(5)獲得富智康全球資源支持的全面的產品工程能力及全球供應鏈支持；及(6)E2E(端對端)、完整的售後服務解決方案、線上線下營運整合及定制服務模式。

## 與供應商的主要關係

### 供應鏈管理：

供應鏈表現一直是衡量本集團業務執行是否順暢的主要指標。為了滿足本項業務的上市時間、上市量產及量產時間的要求，我們的製造業務表現取決於元件和其他原材料的質量、及時可用性及成本以及高效的庫存管理，供應不穩定將影響我們生產計劃，進而影響向客戶發貨。尤其是，單一來源的元件供應商延遲或中斷供應可能造成災難性的影響，我們可能需要在已經延遲的情況下以較為不利的條件從其他第三方採購該等材料。本集團向鴻海及全球1,200家信譽良好且合資格的供應商(本集團與其中絕大部分供應商保持長期穩定的業務關係)採購開展其業務所需的元件及其他材料。本集團採購團隊面臨的日常挑戰是，以具一流競爭力的價格維持按時交付優質材料並同時避免若干主要材料供應源的掣肘。除最關鍵的材料管理成本外，本集團將不時採取必要措施維持合適的存貨、未結採購訂單和營運資金。客戶不一定會接受我們因應部分元件價格上漲而提出的漲價要求，這種情況時有發生。本集團亦一直保持充足的現金儲備以保證經營的可持續性。鑒於過去數年波動不止帶來前所未有的挑戰，業務起伏實際上很大程度上由供應鏈表現及其交付能力決定。中美緊張局勢及俄烏沖突等地緣政治不確定性及主要經濟體的通脹及緊縮貨幣政策將決定我們二零二三年業務的走向。基礎材料商家及晶片組、記憶體、電子零部件、顯示模組、相機模組、電池、連接器、外殼及包裝材料等元件商家共同構成本集團的供應夥伴。該等供應夥伴通過本集團於長期供應管理中形成的一套明確要求甄選而出，具體包括技術要求、質量及可靠標準、價格競爭力、技術能力、創新及工程能力、物流要求、服務評估、商業條款、客戶

要求、產能、同業認可程度及財務實力，而後根據本集團內部設立的資格認證流程進行評估和認證，並持續研究及跟進材料及元件的供應情況及價格波動。因採購來源過度集中造成供應不穩定的風險維持在低水平。業務部門會對供應商進行持續績效評核(TQSCE，即技術、質量、供應、成本以及環境、社會及管治)並定期監督。

元件於供應受限時未必能隨時得到供應，本集團不時可能無法持續獲得充足供應以滿足生產計劃，此為導致難以發佈訂單及出貨量預測的原因之一。向五大供應商的採購額佔本集團本期間採購總額約49.1%。儘管本集團曾與市場上的大量可得貨源合作，但為繼續享受採購流程方便、供應穩定及優惠商業條款(尤其是定價方面)，本集團多年來一直集中向數量有限的主要供應商採購。五大供應商均於過往五年或更早前與本集團建立長期良好業務合作關係。彼等不受合約約束並無須保持產能，亦無須生產及供應或向本集團保證最低供應數目。因此，本集團面臨的負債風險已得到妥善管控。鑒於同類最優價格是通過集中向少數主要供應商採購而獲得，通過在需求的基礎上規劃並建立安全緩衝，以供應延遲或ODM業務中斷的形式合理控制供應中斷風險。客戶獲告知並知悉該挑戰將持續存在，且相關資料一直及時與客戶分享，同時已制定應急方案並將於需要時執行。此外，市場上有大量可替代來源，一直將其作為應急後備以供隨時與其合作。除晶片組、記憶體及若干關鍵元件外，倘本集團決定與新的供應來源合作，本集團預期不會受到不可預見市場波動(如原材料成本大幅上漲或供應延誤)影響。本集團於業內一流的原材料定價能力，清晰展現本集團的採購能力及商業實力，被視為本集團規模經營、大宗採購及與市場持續緊密參與及聯繫所帶來裨益形成的核心競爭力。鴻海科技集團是本集團五大供應商之一。鴻海為本公司之最終控股股東，故根據上市規則為本公司的關連人士。鴻海科技集團應佔的採購額佔本集團本期間採購總額約9.7%。

採購團隊可採用基本的工具和適當的策略，不時控制供需動態。本集團每季度與指定供應商溝通並協商定價及供應要求。下個季度的採購週期通常可能會從新季度的第三週開始，並持續到該季度結束前兩週，即應對元件供應不穩定/中斷時，根據可預見供應時間，有關問題基本上將在實際發生前一個季度或更早前得到及時處理；有時，在極端情況下可能會在短時間內出現供應突發中斷，而這些問題須通過高級管理層與供應商進行更密切的溝通及跟蹤審查或通過近期的分配調整來解決。做好規劃及保持能見度是確保供應的基礎。本集團持續每週向供應商提供近期預測，並由採購團隊共享長期預測



數據，在供應商收到的需求預測確認基礎上制定規劃及能見度。每個季度進行的溝通及協商有助於釐定未來季度的定價及供應，以在實際交付確認前妥為進行議價／權衡，而在TQSCE方面，優惠的供應策略一直是決策的指引。自二零二二年末以來，供需動態已發生轉變，高水平策略可調整為：(1)利用優惠資源，平衡供需；(2)如供應不能及時滿足需求，探索額外的商品選擇；(3)以商品帶動最佳的市場定價；(4)要求合理訂單交貨時間，保持最低訂單覆蓋率；及(5)必要時在公開市場尋找替代的供應來源。

製造方面，不論市場動態如何，全套材料供應始終至關重要，元件的功能或美元價值不會對生產經營產生影響，關鍵在於產品能否完整生產並及時交付。毫無疑問，我們業務要獲得成功，靈活維持供需平衡至關重要。

詳情請參閱本公司於二零二三年四月十三日另行發出及刊發的二零二二年環境、社會及管治報告書所載「本集團價值鏈」一節。

因應本集團依賴主要客戶及主要供應商所涉及的潛在風險，本集團已制定並遵守其業務計劃，目標為擴大客戶基礎及產品類別及其供應組合，並已實施及維持有效的內部監控及企業風險管理制度，以評估及控制有關風險。詳情請參閱本公司二零二二年企業管治報告書(構成本公司於二零二三年四月十三日發出及刊發的年報其中一部分)所載「問責及審核」一節。為應對不斷上升的地緣政治風險、全球經濟放緩、需求萎靡、通脹風險並盡量降低對營運帶來的影響，本集團持續監察市況發展及整體經濟以及材料供應及市場價格走勢，並透過採取靈活有效的採購及銷售策略與客戶、供應商以及物流服務公司保持密切聯繫和溝通。

(i) 材料供應與價格：

調整週期將持續至二零二三年。將庫存恢復至健康水準一直是企業的首要任務，現在亦是如此。於過去12個月，在全球大多數經濟體持續加息後，通脹導致的消費者價格上漲最終於第一季度開始放緩。儘管如此，與疫情期前相比，消費者定價仍然偏高。為完成所需的調整週期，於未來較長的期間內，利息似乎將保持高位。市場預計主要經濟體採取的緊縮貨幣政策將持續至二零二三年年底，極有可能持續更長時間。持續的俄烏衝突與中美緊張局勢仍在全球範圍內上演地緣政治動盪。能源供應不再為歐洲的擔憂。去年冬天溫暖的天氣狀況幫助歐洲幾乎擺脫了俄烏衝突引發的全面崩潰。能源成本仍然高企。在預測未來後果的同時，中國當局於去年年底出乎意料地採取行動。在二零二二年十二月一夜之間基本廢除所有COVID-19管控規定、限制。三週內大規模人群廣泛感染，感染結束時，中

國疫情亦接近尾聲。中國終於邁向正常生活。自二零二二年第三季度以來，過去三年困擾整個電子行業的供應限制已開始消散。於二零二二年底，情況急劇轉變為供應過剩。需求一直不穩定且繼續急劇波動，未來情況難以預測。

直至二零二三年為止，尚未出現真正的供應限制。無理據且不現實的供應限制已不復存在。在適當協商及商定條款後，預計將有充足供應滿足需求。預計今年(二零二三年)的手機出貨量將低於上一年(二零二二年，可能下降約3%至5%)的出貨量。手機行業調整一直滯後於大多數其他消費電子業務。自二零二二年下半年以來，消費者支出一直疲軟。對經濟前景的擔憂持續加劇。於二零二三年三月，中國後疫情市場的確出現彈性復甦，然而復甦勢頭未能持續，僅維持了一個月。鑒於全球經濟脆弱及製造業產能轉移至中國境外，中國出口持續疲軟。中國國內市場一直處於供應過剩的狀態。大量產能已建成並可滿足市場需求，但市場仍在努力調整並尋求新的增長機會。於過去幾個月內，美國市場呈現出更佳的韌性。在高消費者定價環境下，庫存有所下降。生活成本居高不下，推動開支重點轉向平均家庭支出，從而減少手機等產品的非必要開支。其於所有市場均屬有效，結構方面，中低端市場的下跌更為嚴重，非必要支出已大幅削減或推遲。

中國領先品牌受影響更嚴重，原因是價格敏感的消費者不願在其主導中低端產品領域增加支出。而於旗艦產品及高端產品方面，由於該等領域的單純支出與定價的關係不大，該等級別的強勢企業似乎能夠更好地堅持下去。儘管如此，整體局勢未有變化。飆升的通脹及能源成本高企降低歐洲的需求，美國市場繼續受困於渠道庫存過多及一系列激進的貨幣政策。中國一直在努力適應後疫情時代，在供應過剩的國內市場中尋找並適應新的增長機會。於最近幾個月內，印度表現相對強勁，持續穩健復甦。若干品牌及產品在市場低迷時展現良好韌性。當COVID-19不再出現、數十年來的高通脹受到抑制，且地緣政治衝突持續升級時，所有方面都將面臨需求下降的挑戰。在過去幾個月內，市場一直在做出反應和調整，並將於二零二三年下半年繼續如此。

於過去六個月內，行業需求不斷萎縮促使本集團決定限制供應以維持市場，主要的晶片組、記憶體與LCD元件就是很好的例子。與此同時，在汽車周邊、人工智能服務器市場等若干半導體領域，該等周邊供應仍然緊張，交貨時間較長，價格仍高。元件定價並不完全由供需變動關係決定。與疲軟的市場需求相反，領先的半導體製造商將自二零二三年年初起因成本高企而



將售價提高10%或以上。包括被動元件在內的電子元件價格下降約2%至3%。記憶體定價始終極其敏感，每日均在變動。記憶體的定價已達致疫情前的水平，通過限制產量以維持市場。定製元件更易受到影響，並與特定產品需求掛鉤，於此情況下，在較廣泛的範圍內，顯示器價格下降3%；電池跌幅超1%，甚至次級材料開始再次上漲。相機模組降價5%，充電器降價6%。

自二零二二年第二季度至今，美國迅速大幅且長期加息，隨之縮減，為市場下了一劑猛藥，以快速解決失控的通脹。目的是迅速減少開支及投資。因此，市場需求將隨之下降。自二零二三年第一季度以來，亦有積極跡象顯示通脹最終可遏制。然而，未來幾個月利率可能會持續保持高位，即預計需求於短時間內並不會出現好轉。展望二零二三年下半年，預計我們不會面臨供應挑戰，鑒於持續清理渠道庫存，大多數商品的價格預計會下調；通脹及主要經濟體的緊縮貨幣政策、包括俄烏衝突及中美持續緊張局勢在內的地緣政治衝突為明顯的不確定因素。儘管市場明朗性有限，挑戰將不再是供應或定價。須擔心的是市場是否能夠支撐，衰退是否可能加劇，困難程度及持續時間。渠道中的過多庫存如何能迅速清除並恢復至健康水平。本集團繼續作出努力，盡力克服業務困難，並努力與客戶、賣方、供應商、物流合作夥伴進行磋商、討論及訂立安排，在困難時期共擔風險，達成互利，促進各方之間的長期合作關係。此外，本集團自二零一七年年底以來所面臨的其他挑戰也會一直持續至二零二三年。

## 與僱員的主要關係

僱員為本集團的寶貴資產。因此，本集團的長期策略為內部培育和發展僱員及聘請外部專業人士，提高競爭力。產品開發及製造過程複雜，需要由專業人士及專家處理。因此，本集團注重不斷提高員工質素及人數，以確保其領導地位及勝任能力。本集團一直致力吸引及留聘各國人才。在人才發展方面，本集團認為未來的成功將很大程度上取決於能否透過提供更平等的就業機會、更具競爭力的薪酬及福利、更理想的工作環境、更廣泛的客戶接觸面、更大規模的資源、培訓及崗位轉換、豐富充實及多元化工作，連同橫跨不同產品、計劃及業務線的更佳事業發展前景以及晉升機會，持續吸引及留聘合資格優秀僱員。本集團非常重視不同國家僱員的職業規劃及人才發展，鼓勵僱員參加內部及外部培訓計劃。內部培訓計劃包括核心能力、專業能力以及技術發展課程，旨在提升僱員工作能力，而外部培訓計劃包括由外界各方籌辦的體驗課程及工作坊、研討會或會議，為僱員提供卓越培訓及專業發展機會，理

論與實踐並重，藉以提高本集團的能力。此外，COVID-19危機導致線上學習顯著增加，大部分面授培訓課已轉到線上進行。本集團致力於提供安全、高效及融洽的工作環境，重視員工的健康及福祉，並已部署及實施適當的安排、培訓及指引，以確保工作環境健康及安全。本集團的成功取決於其人才，專注於人才吸納、培訓及發展、積累知識、激勵、獎勵及挽留以及本地化各方面的人力資本倡議及戰略規劃。本集團遵守相關勞工法例及法規，以保障僱員的權利及權益。本集團一直重視僱員福利及和諧的勞資關係，並高度重視僱員的意見及反饋。為與員工有效溝通，本集團提供視頻會議、電郵或郵箱等渠道供僱員反映意見。目前，本集團與僱員之間的溝通良好，僱員可充分表達意見，提出任何勞工問題以促進及維持良好的勞資關係。追求永續企業發展和重誠信是我們的最高指導原則，本公司已制定相關商業道德指引。根據該等指引，僱員須遵守道德及道德標準，並提倡誠信、誠實及保密，以保障本公司及其股東的整體權利及權益，並提升本公司的競爭力及長遠可持續發展。

Fushan獲評為勞動力市場的最佳工作環境之一(榮獲二零二二年「亞太傑出企業獎」之「卓越企業管理獎」)。我們以五大核心價值—以人為本、誠信、效率、創新及勇創佳績—展現員工關懷，打造良好的工作氛圍，在工作任務中互相尊重、認可和信任。員工有機會在工作中作出創新，降低成本，提高工作效率及取得出色結果，同時我們為每個人創造平等機會。本公司提供明確的程序及著手實施晉升計劃，以體現我們於人員發展管理方面的誠信，並以同個團隊、同個目標及客戶導向型的雙贏關係為理念。此外，本公司一直通過各種實物福利表達對員工職業生涯的關懷，如投購保險照顧員工及其家人，每年兩次組織間接員工團建活動，幫助員工於工作之餘養精蓄銳；鼓勵我們的員工。自二零二三年一月至今，共有65%的員工參加了間接員工團建活動，以高昂鬥志和振奮的精神集中精力應對未來的新任務及新項目。兩週一次的「跨級咖啡會議」(Skip Level Coffee)已進行9次，54個議題中有74%已解決，26%尚未解決；車間巡視活動已進行34次，227個議題中有97%已解決，3%尚未解決。該等活動於傾聽員工在日常工作中所關切的事宜及面臨的困難方面繼續發揮效用。通過該等活動，我們確認二零二三年價值有所提升：員工對公司政策感到滿意，並感謝公司對員工的支持及貢獻。

關於Fushan培訓計劃，我們將繼續實施「根據業務需要、自學文化思維及維持可持續培訓計劃定制培訓課程」的策略，如根據業務需要定制軟技能培訓課程(以建立替補人才庫)；維持當地法律、總部及客戶要求的強制性培訓計劃；

在公司內部持續推廣靈活自學文化。Fushan已就人才管道建設方面進行升級，從部門進行為期1個月的培訓升級為部門進行為期2個月的培訓，部門提供更多的關懷、輔導及指導，以支持我們的新管道人才庫形成良好的工作理念並為新員工所用，使其能夠融入工作環境。此外，我們持續吸引河內理工大學(HUST)等一流工程大學的青年人才加入我們於二零二三年六月第三週進行的新起點計劃。於二零二三年上半年，由於當地市場的人力需求較低，經濟形勢亦相應放緩，我們於直接員工招聘活動方面並無困難。就間接員工招聘而言，我們於第一季度的招聘工作中並無壓力(100個左右的職位幾乎實現100%的滿額率)，然而自二零二三年第二季度起，由於批量生產攀升，招聘壓力越來越大。

為助力企業發展，我們正盡可能將人力資源日常運作系統化，並成功升級薪資及績效考核系統。於二零二三年，我們將部署更多數字化資源，如電子招聘及離職管理系統。

於印度，人才形勢瞬息萬變。儘管於吸引及挽留員工方面競爭激烈，與此同時可利用的經驗資源有限，我們保證在直接員工受季節、節日及其他因素(考試、結婚)影響的情況下，100%滿足客戶需求。印度廠區於安得拉邦及泰米爾納德邦廠區的直接員工人數已達10,000名。於第二季度，由於業務量下降而出現減員，而七月大學招生是員工離職深造的主要原因。因該員工流失屬可預測情況，我們已替換直接員工，因此並無對業務造成影響。維持(按州劃分/人員組成)66%的本地員工及33%其他州員工以確保成本優化及整體運營效率。我們已首次於本集團內部招聘男性直接員工並增加招聘人數，以滿足網絡客戶的需求。員工流失率處於行業標準15%-18%之內，員工流失情況好於我們的競爭對手。此外，於庫存審計(每季度3天)後已確保勞動力100%的穩定性。98%的直接員工投訴於4天內得到解決。已採取措施提高直接員工的宿舍入住率，保持宿舍的有效利用，以確保在不降低宿舍生活標準的同時優化成本。

於過去六個月內，人力資源部門與業務部門合作，共同推動業務戰略及增長。印度廠區已按時為核心業務崗位招聘間接員工，其中75%的初級職位通過現場招聘，25%的中級職位通過就業網站、轉介及人力顧問招聘，招聘初級職位的篩選轉換比率的平均交付週期為4週，而招聘中級職位的交付週期為4至6週。為解決初級職位的持續人員流失問題，我們力求通過招聘具有工程及文憑資格的實習生以保持人才庫平衡，建立人才管道並縮短通知期，接受聘用後的平均入職時間為16天。為通過各種渠道尋求不同人才，我們已通過定期交流、於社交媒體發佈工作崗位及員工推介等方式，提升人才招聘渠道的成本效益。泰米爾納德邦及安得拉邦的正式員工入職週期平均縮至7天，80%的初級業務崗位得到及時替換；新業務職位減少20%。



於印度，由於千禧一代的離職及跳槽，初級職位的人才爭奪戰持續不斷。為了緩解這一問題，學習與發展團隊連同員工參與團隊已採取多種員工參與措施。該等舉措確保了員工持續的學習時間。反饋及測試評估始終超過95%，管理人員學習趨勢上升15%至20%。直接員工及間接員工於一月份的主要地區節日豐收節期間參與活動的時長總計1,800個工時；於二零二三年的三八婦女節期間參與活動的時長總計8,100個工時。正值排燈節來臨之際，BFIH亞太區的超過45名員工決定以不同的方式慶祝排燈節——與居住於安得拉邦廠區蘇魯佩塔 Sai Seva 養老院的18名長者共度歡樂時光。

雖然政府推動疫苗接種的強制要求已經取消，但我們仍致力於讓我們的員工全面接種最新的COVID-19加強劑。印度廠區確保完全遵守內部及外部合規審計，並遵守客戶培訓要求，即價值觀、反腐敗及職業安全及健康原則。作為我們正在實施的企業社會責任措施的一部分，我們向北泰米爾納德邦農村地區的七個初級保健中心捐贈若干重要醫療設備。

在過去的一年裡，鑒於本集團產品組合的變動及產能過剩，本集團已採取措施重組業務營運，旨在多元化、提高利用率，節省成本，維持輕資產及精益企業集團。該等措施包括重組其製造業務中表現欠佳的部分及處置閒置資產，在不同設施（於越南及印度的新業務）之間轉移生產，減少員工人數，重新調整我們的業務流程和重組我們的管理層，主要目的是使我們的產能和基礎設施與當前和預期的客戶需求保持一致。

就作為本集團競爭力核心的研發能力而言，本集團已透過組織一辦事處遍設中國、台灣、印度及越南、經驗豐富的環球研發團隊建立其核心能力，藉著在其強大的製造及工程能力的基礎上投資研發，以實施及執行本集團客戶的相應研發要求，從而支持其業務增長的重大機會（例如新技術及材料以及新客戶）。本集團繼續投入資源以提升研發能力，並致力重塑生產力，使員工及機構能夠提高靈活性、精簡工程流程、更快更有效地運作、簡化組織架構，以及維持精簡及優化其成本結構。藉鼓勵僱員於工作中發揮創意、與客戶合作進行創新項目及支援初創公司在製造方面的發展（甚或作出股權投資），本集團得以成功於採購、價值及設計工程以及產品開發、質量管理、生產管理、維修服務及銷售及營銷能力方面累積相關經驗。全體僱員均全力克服重重挑戰，勇於面對種種挫折。

於二零二三年六月三十日，本集團的僱員總數為42,575名（二零二二年十二月三十一日：44,055名）。本期間產生的員工成本總額為132百萬美元（二零二二年上半年187百萬美元及二零二二年下半年184百萬美元），同比減少主要由於根據業務需要對員工人數進行優化調整的結果。



本集團推行全面及具競爭力的薪酬政策，並由管理層定期檢討。整體而言，本集團以績效為本的薪酬政策著重獎勵員工的良好表現、貢獻及生產力。本集團對所有員工一視同仁，並根據績效、能力及資歷客觀評估員工表現(包括釐定晉升及加薪)。為留聘員工，本集團已實施年度獎金、時間／績效掛鈎獎勵及其他激勵計劃。留聘僱員一直是所有企業面臨的一大挑戰。在競爭激烈的全球經濟中，由於產品開發及製造過程複雜，需要專業人士及專家參與，故留聘合資格及技術純熟的骨幹僱員對可持續競爭優勢至關重要。為提高員工忠誠度和留存率，本集團採取多項措施，包括提供具競爭力的薪酬和福利、良好的工作環境、更廣泛的客戶接觸面、更大規模的資源、培訓及崗位轉換，連同橫跨不同產品及項目及業務線的更佳職業前景。尤其是，繼本公司於二零二三年四月十三日發出及刊發的通函之後，獲得股東批准後，本公司已於二零二三年五月十九日分別採納一項新股份計劃(「新股份計劃」)及一項新購股權計劃(「新購股權計劃」)，據此(其中包括)本公司董事會(「董事會」)(或其正式授權的高級職員或代表)可向本集團合資格員工授出股份獎勵或購股權(視情況而定)，惟須遵守並受限於當中載列的相關條款及條件(有關新股份計劃及新購股權計劃的主要條款概要，請參閱本公司於二零二三年四月十三日發出及刊發的通函)。新股份計劃及新購股權計劃均符合上市規則第17章的規定。僱員亦享有本集團提供的保險。應付本公司董事的酬金由董事會不時經參考本公司不時修訂的董事薪酬政策(有關詳情，請參閱本公司二零二二年企業管治報告書「薪酬委員會—董事薪酬政策」一節，其構成本公司於二零二三年四月十三日發出及刊發的二零二二年年報的一部分)以及本公司薪酬委員會的推薦建議後釐定。

有關本集團與其僱員的主要關係的更多詳情，請參閱本公司於二零二三年四月十三日另行發出及刊發的二零二二年環境、社會及管治報告書「人力資本—本集團最重要的資產」一節。

## 業績及業務回顧

### 財務表現

財務關鍵績效指標(關鍵績效指標)包括銷售額、毛利率、純利率及股本回報率的同比變動。就同業分析而言，由於同業可能各有不同的歷史、背景、公司目標、基因、業務以及增長策略、客戶、組織文化、領導能力、股東架構、業務模式(如外包或內包或合包或近岸外包)及生命週期、客戶組成及群體以及組合、營業收入及產品組合(機構件與系統組裝及其他非手機業務)、具體營運流程、產品及服務策略以及差異化及定位及多元化、風險偏好、業務分類、定價策略

及政策、地域覆蓋範圍、政府支持、環境、社會及管治合規及推廣、稅收優惠、競爭優勢、核心能力、研發能力、資產使用率、現金流量及狀況、股息政策、資本架構、成本結構，故難以在綜合集團賬目層面直接比較。

製造業務的毛利及毛利率是計量公司如何將其營業收入有效轉化為溢利的常用財務關鍵績效指標，並反映公司於支付生產其所出售貨品或服務的前期成本後保留的銷售額，該指標為公司財務狀況健全程度的重要指標，並顯示一項業務是否有能力支付其經營開支，同時仍有資金供發展所需。毛利百分比愈高意味控制銷售成本及產品質量的能力愈強，包括控制可變成本，如BOM成本、直接勞工成本、可變製造成本、雜項開支及回報率，以及可提高貢獻利潤以彌補固定雜項開支的效率。倘使用率較低，則會產生未被吸收的固定雜項開支。業務盈利能力越高，代表有越多溢利可供支付營運開支並最終歸屬股東。就某一公司而言，毛利率隨時間變化，可對銷售管理、產能使用率、供應鏈及採購管理、效率優化、風險管理、業務管理、存貨控制、生產力、質量控制、產量控制、直接成本控制、生產雜項開支控制的內部提升或定價政策及活動水平及整體成本競爭力以及市況變動提供有用見解。

純利及純利率為計量盈利／虧損的財務關鍵績效指標，盈利／虧損從所賺取毛利中減去經營開支及其他收益及虧損(如股本投資公平值變動)以及稅項及利息成本計算得出，顯示本期間扣除所有開支及虧損後的所有營業收入及收益餘額。關鍵績效指標衡量公司將營業收入轉化為溢利的表現，且由於關鍵績效指標為扣除所有經營及非經營成本(包括稅項)後的剩餘溢利，其通常被視作盈利能力的最終指標(即「底線」)，而該關鍵績效指標顯示公司所賺取的每一元轉化成多少溢利，導致公司經營所產生的股東權益淨變動。其計量控制經營開支、優化稅項、資本架構及利息成本以及盡量減少其他類型非經營收益及虧損(如匯兌收益及虧損及股本投資公平值變動)的能力。以上各項反映在業務的盈利能力上及顯示公司在長遠前景中的發展速度。

股本回報率是淨收入與每單位股東權益的比率，顯示企業有效使用股東投資的能力，並衡量公司的盈利能力及公司為股東創造多少利潤。換言之，管理層常用於衡量一家公司利用其股權投資者提供的資源創造溢利的效率及效益。股本回報率不僅計量機構的盈利能力，亦計量其效率。高企或不斷改善的股本回報率向股東證明公司正在利用其投資發展業務。

## 銷售

於二零二三年上半年，本集團確認綜合營業收入2,677百萬美元，較去年同期的4,125百萬美元減少1,448百萬美元或35.1%。於二零二二年下半年，隨著產能和產量的提升，情況有所好轉，自二零二一年以來由疫情引發而困擾市場的供應鏈限制得以緩和，且零部件訂單的迅速削減使其不再為最緊迫的問題，供應商轉而開始擔心供應過剩和庫存積壓，行業轉向以市場需求為導向，終端客戶對價格變得更加敏感。由於需求下降，許多手機品牌面臨庫存積壓問題，並自二零二二年第三季度起致力於清理庫存。全球手機出貨量統計數據同比下降反映了生活成本上升、經濟下行、換機時間延長及翻新智能手機市場不斷增長等因素導致市場需求疲軟。由於手機市場現時需求有限，本集團採取積極進取的業務策略，成立專門的業務開發團隊，以推動拓展新市場並抓住增長機會。下文「地域分類」章節對個別客戶銷售額同比變化情況進行詳細說明。

二零二二年是充滿挑戰的一年，中國經濟出現較大波動。近三年來，中國政府堅持實行動態封控及大規模檢測以阻隔COVID-19傳播。COVID-19變種病毒的持續影響以及中國政府撲滅COVID-19的行動對供應鏈造成嚴重破壞，並打擊消費者支出，以及通脹上升導致全球經濟增長明顯乏力。毫無疑問，二零二二年中國經濟增長的主要障礙是嚴格的COVID-19防疫限制，導致GDP總體增長放緩至3%。因此，取消該等限制消除了增長的最大障礙，行業和社會各界均將於來年從中受益。除受到COVID-19衝擊的二零二零年外，中國於二零二二年的GDP增速為自一九七零年代中期以來最慢的一年。於二零二三年，儘管困難重重，但於COVID-19的限制解除後，中國經濟無疑正在低速增長並走上復甦之路。中國解除COVID-19限制後重新開放不僅將加速中國經濟復甦，亦將促進全球經濟增長。需求疲軟和高庫存導致廠商變得更加謹慎並重新聚焦盈利能力及營運資金控制，繼而大幅削減功能手機及智能手機的訂單，而這種窘迫的情況於二零二三年內延續。

於二零二三年，儘管世界正逐漸從COVID-19的危機中恢復，但其對業務的影響持續存在甚至有所擴大。客戶於之前的COVID-19期間面臨著IC短缺及運力不足等供應鏈中斷的情況，因此大幅增加訂單需求以確保較大數量的庫存，並提高庫存水平以免缺貨。此類過分推高的需求並非源於真正的市場需求增長。隨著供應鏈恢復正常，客戶面臨庫存過剩，導致新訂單減少、推遲甚至取消。鑒於這一挑戰，本集團積極實時監控市場銷售趨勢，與客戶密切溝通，以評估需求預測的信心及準確性，縮短物料採購交貨時間，並確保審慎及時的庫

存管理，以避免庫存過剩或過早積累庫存可能導致資源閒置及財務負擔。為消耗多餘庫存，客戶亦已開始取消或推遲新產品的徵求建議書(RFP)流程。為此，本集團繼續積極參與現有客戶的新徵求建議書，並亦正在探索與新客戶發展關係及擴大產品線的機會。此外，高通脹高利率、新興市場貨幣貶值以及由此導致的消費者需求波動等帶來的全球經濟挑戰，導致嚴重的經濟動盪，對本集團運營構成更大挑戰。亞洲分類是本集團最大的地理分類。北京政府於二零二二年十二月取消嚴格的COVID-19防控措施，企業及消費者結束疫情嚴重混亂狀態，此後不久中國經濟於二零二三年反彈。中國一季度GDP增長優於預期，主要得益於消費支出大幅反彈，特別是服務、非耐用品以及半耐用品支出。然而，這一反彈似乎在很大程度上是有限的，部分分析師認為，第一季度的強勁增長是二零二二年第四季度以來經濟活動「回暖」的產物，該季度增長受疫情限制及隨後混亂重新開放所抑制。商品進口疲軟證明總體增長數量強勁並未轉化為更廣泛的區域性增長，且全球經濟放緩帶來的阻力預示前路坎坷。但隨著美國及歐洲經濟放緩，中國經濟復甦預計將提振全球經濟。全球貨幣政策收緊持續長達逾一年以抑制通貨膨脹過熱造成世界經濟增長削弱，令包括中國在內的許多國家依賴內需刺激經濟。供應商正將通貨膨脹的元件成本轉移到用戶，進一步抑制了需求。大量銷售及促銷活動有助於消耗現有庫存，而非推動出貨量增長。

IDC Inc. 預計，全球設備(個人電腦(PC)、平板電腦及手機)的總出貨量於二零二三年將下降4.4%至總計17億台。於二零二二年，設備出貨市場下降11.9%，因疫情肆虐數碼設備需求驟減。Gartner的高級分析師總監Ranjit Atwal表示：「低迷的經濟市場將於二零二三年全年繼續抑制對設備的需求。事實上，終端用戶在設備上的支出預計於二零二三年下降5.1%。正當企業信心在疫情至暗時刻過後開始恢復時，如今大多地區卻顯得信心不足。我們預計通脹緩解及經濟衰退觸底要到二零二三年第四季度方會出現。」收入下降突顯自疫情最嚴重時刻以來對數位產品需求減弱。

以下是導致本集團銷售額同比大幅下滑的不利因素，分別從整體經濟、市場、產品以及客戶角度分析。

#### (i) 整體經濟

通脹導致消費者購買力下降及價格敏感度上升，其於二零二三年繼續對本集團的運營構成重大挑戰。持續通脹，尤其是新興市場的通脹，對二零二三年的手機市場帶來嚴重挑戰。通脹率上升削弱消費者的購買力及承受能力，從而抑制對智能手機的需求。在印度以及部分拉丁美洲國家



等通脹明顯的新興市場，智能手機出貨量可能增長較慢，因為消費者優先考慮基本支出而非購買非必需品。此外，通脹壓力影響生產及運輸成本，導致元件及設備價格上漲，從而進一步抑制消費者需求。這導致我們的客戶壓力加大，進一步降低價格、推高生產成本及形成毛利率下降的壓力，進而降低盈利能力。此外，通脹影響投資決策並加劇市場競爭。

中國政府於過去三年實施嚴厲的COVID-19政策(現已取消)重創了消費者支出，並對小企業造成沉重打擊。在此期間，中國經濟復甦弱於重新開放後的預期，而中國作為最大的手機市場，需求依然不足。由於經濟活動受到干擾，且中國當局於封鎖期間並未像美國提供強力刺激措施，疫情及封鎖措施損害了家庭財務狀況。於二零二三年年初，消費者優先考慮旅行及娛樂而非耐用品消費，實現穩定復甦需待時日。

年輕人失業率居高不下，青年失業率上升凸顯新政府實現經濟目標以及維護社會穩定面臨的嚴峻挑戰。年輕人失業率飆升很大程度上是中國經濟放緩的結果。對互聯網、房地產及教輔企業的監管打壓亦損害民營經濟，而民營經濟提供中國80%以上的就業機會。勞動力市場壓力上升可能會繼續拖累中國消費拉動的經濟復甦。失業青年會減少開支；他們的父母也會如此，他們可能會覺得有必要儲蓄來養活子女。青年失業率可能會進一步上升，因為今年有11.6百萬名大學生將畢業，創歷史新高，並在已經擁擠的市場中尋找工作。信心疲軟將繼續制約就業市場，企業因消費者持謹慎態度而不願僱用更多工人。倘若失去強勁的勞動力市場，消費者就會在消費方面猶豫不決，而這種「先有雞還是先有蛋的情況」意味著有機就業增長將較緩慢。

## (ii) 市場角度：

(a) 二零二三年的需求持續低迷，且二零二三年的需求能見度遜於二零二二年。全球手機市場繼續受各項不利因素影響，其中包括整體經濟放緩、長期的地緣政治不確定性、消費需求低迷、俄烏衝突、各國生活成本上升及高通脹、量化緊縮政策導致全球經濟衰退風險上升、經濟復甦不平衡、手機市場飽和、美元走強及利率升高。由於若干市場飽和且存在產能過剩的現象，全球出貨量自二零一六年起持續下降，令全球智能手機市場面對重重困難。我們許多競爭對手過剩／多餘的產能，更使得整個EMS行業面對利用率不高、競爭激烈、定價及利潤率下行的問題。

- (b) 於四月二十七日，根據IDC初步數據報告，二零二三年第一季度全球智能手機出貨量同比下降14.6%至268.6百萬部。這已是連續第七個季度下滑，原因為市場繼續受困於需求疲軟、通脹及宏觀不確定性，且各地區的庫存仍居高不下，惟與六個月前相比，由於出貨量減少及頻繁的促銷活動，情況明顯好轉。「行業正面臨庫存清理及調整期。市場參與者仍持審慎態度，採取保守做法，而非向渠道傾銷更多庫存，追求暫時性的份額增長。IDC研究總監Nabila Popal表示，「如果我們想避免像二零二二年那樣反常的局面，我認為這是明智之舉。」「儘管我們對年底前的復甦持樂觀態度，但未來三到六個月仍然很艱難。每個人都在焦慮潮水究竟何時會轉向，都想率先搭上復甦的順風車，然而，這是一個棘手的局面。任何過早介入的人都會被過剩的庫存淹沒。把握市場脈搏比以往任何時候都重要。IDC預計，如無出現意外因素，市場將在第三季度實現正增長，並在假日季度實現兩位數的穩健增長。」

### (iii) 客戶角度：

- (a) 我們的客戶手頭有過多庫存，彼等對市場需求前景相當悲觀，原因為經濟衰退的陰影仍然強烈，中低收入群體受通脹的嚴重影響，許多人減少非必要開支。由於客戶傾向於減少非必要開支，大多數買家變得保守，對智能手機(尤其是高端市場)的需求下降，我們的客戶對如何快速清理庫存亦沒有信心。至於其他國家的客戶，在經濟困境之下，由於擔心經濟放緩及生活成本危機，客戶偏好已轉變為增加儲蓄以應對不斷增長的生活成本；換言之，包括手機在內的耐用品需求出現下滑，此仍然是導致二零二三年上半年本集團客戶業績惡化的最重要原因。據我們所知，許多潛在的新項目(其中一些已由其他ODMs開發)被取消，以延遲推出新機型。隨著競爭日趨激烈，大部分供應商著重萎縮的需求，新機型的減少意味著搶佔市場份額變得更加艱難。
- (b) 隨著終端市場需求疲軟且多變，我們的客戶調整外包策略，在需求規劃、產品投放計劃及預算控制上更加謹慎，需求可見性大幅縮短，打亂了本集團的生產計劃，令本集團難以有效安排生產並優化產能及人力利用，亦難以合理確定估計訂單情況。這部分解釋了高昂的未吸納雜項開支。此外，由於終端市場競爭激烈，客戶能否保持定價權以及我們客戶的新產品能否暢銷，會影響他們的重新下單。倘彼等新產品銷情欠佳，

客戶可能會減少初始訂單數量。本集團的成功與客戶產品的成功息息相關，而客戶產品通常在競爭激烈的飽和市場中營運。我們的客戶及其產品所經歷的市場發展可能會不時影響本集團的業務。

- (c) 本集團面臨來自我們現有及潛在客戶的製造業務的激烈競爭，這些客戶會不斷評估內部製造產品的優點及外包的優勢。根據我們提供的產品及服務類型或我們的營運所在地區，本集團會與不同的競爭對手競爭。我們的競爭力為卓越質量、成本優勢、快速規模化生產及加快產品批量生產及上市時間、ODM能力、精益製造、更高效率以及全球佈局。到目前為止，烏克蘭戰爭對我們客戶的影響並不大，但本集團必須繼續監測高通脹率及加息對終端客戶、手機市場及我們客戶的影響。同比增長不如人意，表明本集團的銷售復甦受到該等不利因素的制約。
- (d) 由於本集團有限的客戶高度集中，因此需要投入資源培育業務發展能力，開發更多新客戶並滲透其他地理區域的市場分部，擴大ODM業務，製造具有充足增長機會的其他類型產品。本集團繼續於中國及印度以及美國等其他地區尋求其他商業機會，並關注市況及不斷加劇的競爭，努力提高我們的表現，保持我們於不同國家的行業地位及競爭力以及長期可持續性。
- (e) 過去三年中國堅持的「新冠清零」政策使得以中國為中心的全球供應鏈加快了全球供應鏈重構，並找到新的供應商及路線以於危機期間實現多樣化。外國企業重新評估或調整其於中國的戰略。「中國加一」及一些客戶的離岸政策使本集團於這些海外國家獲得更多機會。
- (f) 鑒於IT廢物環保意識的提升、嚴峻的金融環境及企業對企業(B2B)渠道的發展，我們預計翻新智能手機的出貨量將於二零二三年有所增長，這將削弱對新機型的需求。具體而言，智能手機二手市場的激增主要由於新興國家需求的增長以及智能手機新機型硬件及軟件創新難度的增加，從而打消消費者升級設備的念頭。
- (g) 於二零二二年下半年，本公司採取風險削減措施，降低與HMD的應收貿易賬款結餘，使當前進行中的功能手機項目的出貨量限制在HMD作出的相應付款金額內，從而確保未收回的應收貿易賬款不超出預先設定的上限。

(iv) 產品角度：

- (a) 眾所周知，智能手機用戶持有設備的時間越來越長，智能手機用戶購買新機型的頻率已放緩，原因為他們升級新機型的頻率放緩，置換週期的延長對本公司的銷量產生了負面影響。事實上，手機置換週期的延長已持續多年，但影響並不明顯。新用戶的銷售額掩蓋了現有用戶銷售額的下降。當市場趨於飽和及銷售需求依賴於現有用戶時，任何升級的放緩皆浮出水面。值得注意的是，該地區流行的各種品牌的升級週期各不相同。除價格及通話時間加手機合約捆綁套餐的普及率下降外，人們長期不更換手機的現象被視為市場成熟的跡象。首先，隨著技術的進步，手機不僅擁有更多的功能，且越來越耐用及可靠，擁有更好的售後及更便捷的維修服務。如今的手機更多的是在追求使用體驗上的改進，而非幾年前令人驚歎的創新。智能手機的創新已經停滯不前，也許我們已經達到了智能手機的頂峰。這顯然有助於延長手機的使用壽命，在手機壽命終結而不得不進行更換之前，用戶可使用更長的時間，這可能是手機升級速度放緩的部分原因。一般而言，高端與低端手機的升級週期相對較長，而中端與高端細分市場的升級週期較短。另一方面，隨著全球經濟不確定性增加，消費者傾向於購買翻新智能手機或二手手機，而非新手機。總體而言，智能手機行業顯現出逐漸成熟的特徵：智能手機銷量增長放緩。
- (b) 隨著創新及技術的廣泛傳播，智能手機行業的產品已經同質化。當產品或服務產品彼此間並無差別時，則會出現商品同質化。由於產品高度同質化致使市場競爭對手眾多。科技產品同質化的速度很快，因為技術同質化相當常見。當第一款智能手機發佈時，其為一款非常與眾不同的產品。但現在，隨著智能手機的普及，市場上有很多不同類型的智能手機，它們均已同質化，同質化可能會讓公司難以使其產品或服務有別於其他競爭對手的產品或服務，這可能導致價格及利潤率降低。因此，同質化通常導致價格戰。從正向方面來看，同質化產品通常更實惠，消費者更能負擔。但相反地，由於利潤率受到競爭的擠壓，同質化可能導致銷售同質化產品的公司利潤下降。高度同質化的產品加劇市場競爭，因為市場變得更加碎片化，亦降低了新進者進入市場的門檻，並為消費者提供高規格、價格合理的產品。



- (c) 不同國家的5G可用性亦影響置換週期長度。據IDC報告，全世界的5G智能手機數量繼續增長，將於二零二三年達到7.3億部(佔智能手機出貨量的62.2%)，到二零二七年將增加至11.3億部(佔智能手機出貨量的83.7%)，二零二二年至二零二七年的複合年增長率為12.1%，而3G及4G手機出貨量預期分別下降22.9%及17.1%。

除OEM業務外，為應對ODM企業的激烈競爭所帶來的挑戰，本集團必須在創新設計解決方案、高效供應鏈及成本管理方面投入資源及努力，並提升我們的MVA。為應對激烈競爭，我們必須使我們的策略與市場需求相一致、將營運優勢置於首位並利用我們的優勢。本集團致力於投資研發及透過提高生產自動化、資產使用率及產能、質量保證及質量控制，以及加強對生產雜項開支及資本支出的控制提高效率，保持良好及穩定的產量。本集團的自動化工程團隊繼續擴大不同製造流程的自動化覆蓋範圍以減少勞動力成本上升的影響並提高效率。本集團負責及專業的採購團隊的職責為以具競爭力的價格採購材料。此外，鴻海科技集團持續大力支持並提供大規模元件支持及穩定供應關鍵元件，以及可以協同生產的垂直整合供應鏈。本集團可利用鴻海科技集團的資源，讓本集團於外包能力方面更具靈活性。由此，我們旨在提升我們的競爭力、抓住增長機遇並成功駕馭多變的營商環境。透過密切監測經濟指標及作出明智決定，我們的目標是使我們的業務獲長期成功並利用任何可能產生的機會。市場動態、政策變動及其他經濟變數等因素將持續影響整體營商環境。我們保持警覺並適應這些變化，確保我們的策略與不斷變化的市場情況相一致，並增加銷售及出貨量，原因是資產利用率低導致成本及資產閒置，未吸納雜項開支及需要計提額外資產減值虧損的風險增加。

## 損益賬目

本集團於本期間確認2,677百萬美元的綜合營業收入，較去年同期的4,125百萬美元減少1,448百萬美元或35.1%。銷售額同比下降的原因已於上文闡述。消費者需求在二零二三年全球經濟持續放緩的背景下繼續面臨極具挑戰的環境，全球消費電子市場一直受到長期的地緣政治不確定性、整體經濟放緩及復甦緩慢、能見度有限、通脹壓力、高利率及借貸成本、同質化及智能手機的更換週期延長等多重不利因素影響。中低收入群體持續受到通脹的嚴重影響，許多人士持續減少非必要開支。本期錄得淨虧損為49.8百萬美元，而去年同期錄

得淨虧損23.8百萬美元。鑒於上述不利因素，本期間本公司擁有人應佔淨虧損為50百萬美元，而去年同期本公司擁有人應佔淨虧損為23.8百萬美元。本期間毛利率為1.48%，而去年同期則為1.98%，毛利率急劇下跌由於手機需求走弱、競爭激烈、利潤率下行壓力巨大及資產利用率相對較低導致銷售收入及貢獻利潤大幅下跌所致。由於生產工藝成熟及被競爭對手熟練應用，系統組裝及外殼工廠一直面臨最嚴峻的競爭，導致系統組裝業務及機構件業務的毛利率亦極低。利潤率急劇萎縮及巨大利潤率下行壓力仍然是行業常態。

在競爭激烈的EMS行業，利潤率相對較低，因為元件價格處於平均水平，故關鍵因素在於勞動力成本、產能利用率、收益率及成本控制。市場對二零二三年的需求持悲觀態度，本集團自二零一七年年年底以來所面臨的挑戰持續至二零二三年，大多數渠道仍然積壓著庫存，倘若現有庫存無法滿足需求，同行們必須爭奪剩餘不多的需求。競爭壓力巨大及本集團經營及面臨的困難經營環境仍然存在，而因缺乏更新換代而延長手機更換導致的疲軟需求、通脹劇增及利率高企的威脅以及市場上持續存在的產能過剩，限制了本集團的銷量復甦也令本集團整體毛利率持續承壓，包括不斷提高及保持成本效益，以減少虧損。由於客戶的利潤率減少，客戶傾向於削減我們向其賣出的手機的價格，我們的利潤率下行壓力極高。由於銷售增長受毛利極低的系統組裝業務所推動，利潤率壓縮風險持續。由於生產工藝成熟及被競爭對手熟練應用，外殼工廠一直面臨最嚴峻的競爭，導致利潤率萎縮，下行壓力極高，這已成為行業常態。在中國，整個機構件製造業產能過剩、競爭對手眾多，本集團機構件業務的毛利率繼續承受巨大壓力。我們眾多競爭對手及本集團的低進入門檻及產能過剩給整個EMS行業帶來激烈的定價及競爭壓力，大多數市場參與者遭遇在經營利潤率方面的挑戰。中國廠商具備顯著的成本優勢，本集團不得不將部分生產轉移到印度和越南，以充分利用當地的巨大國內市場。當然，一些採用中國加一政策的客戶亦要求本集團將部分生產活動轉移至海外，以降低對中國供應鏈的依賴。眾所周知，一些國家的手機市場已接近飽和，需求下降，殘酷的競爭不斷加劇，價格持續壓低以獲得競爭優勢，大部分市場參與者面臨EMS行業經營利潤率下跌的挑戰，當今EMS供應商年復一年地倚靠極少的利潤率生存，並採取一切必要措施保持生存。由於市場波動及不確定性激增、手機置換週期延長及需求大幅下降，所有不利因素加劇了全球手機市場的競爭，我們的客戶在產品路線圖、採購計劃、存貨控制、現金流量管理上變得更加謹慎，需求前瞻性大幅縮短。

與此同時，本集團積極尋求更多訂單以便優化資產利用率並採取積極進取的業務策略，成立專職的業務發展團隊以開拓新市場及把握增長機遇。我們需要提高勞動力利用率，其受諸多因素影響，包括僱用新員工、對產品及服務需求的可靠預測，以此在我們的各經營地點維持適當勞動力、損耗管理、培訓及發展員工的技能以與客戶及行業的需求相匹配十分重要。中國製造勞動力的平均成本高於印度和越南等鄰國以及為緩解中國供應鏈風險而採取的「中國加一」政策促使製造商遷出中國。本集團一直致力持續發展及滲透中國及國際品牌客戶，擴大印度及越南的產能及於印度的研發及ODM能力，增加印度當地的採購。需求增長最快的市場大部分為發展中國家，如印度及非洲，該等國家的平均收入水平較低，且人們傾向於購買價格較相宜的低利潤中低端手機。特別是，美元走強亦影響人們的購買力，消費者對價格越來越敏感，並縮減非必要和自由支配的開支，保留更多的現金。為滿足消費者市場及客戶需求的轉變，本集團接受更多低端設備製造訂單，導致溢利下行。由於高通脹率，HMD於非洲大陸和印度的低端功能手機銷售面臨下行壓力。通脹高企削弱消費者的購買力及承擔能力，從而抑制了對功能手機的需求。我們亦設置應收貿易賬款金額上限以控制風險。在通脹環境下，本集團專注於效益成本管理至關重要，並須不斷探尋營運效益優化。通過識別改進工藝的機會及採用創新策略，我們致力紓緩成本上升帶來的影響，並適應瞬息萬變的市場動態。通過這些積極的措施將可在通脹帶來的挑戰中加強本集團的競爭地位。

本集團會繼續密切留意瞬息萬變且競爭激烈的手機市場及狀況，以及本集團的產能及資產利用率，同時，本集團已持續進行規模優化／重組活動，包括優化員工組織及出售及／或清算本集團的使用率不足／折舊／陳舊資產。鑒於本集團產品組合的變動及產能過剩，於二零二零年，本集團已調整其方針並採取必要措施，旨在成為輕資產集團，並計提減值及／或撤銷各種未充分利用／陳舊資產42.7百萬美元，由於需要時間進行裁員及重組工作以及精簡營運，重組持續至二零二一年及二零二二年。得益於以往數年進行的規模優化／重組，本集團更加精簡，公司範圍內的成本削減舉措及裁員降低了年度開支，長期來看，該等舉措有助於降低成本及經常性開支。儘管本集團於以往數年裡不斷致力於處置未充分利用／陳舊／折舊的資產，隨著烏克蘭戰爭的曠日持久及全球經濟放緩，手機需求減少，本集團的產能及資產使用率不佳，閒置成本及未吸納經常性開支持續高企。員工亦成為本集團的沉重負擔。全球經濟放緩持續嚴重影響本集團的恢復，需求不振大大壓縮了提高資產使用率及產



能優化的空間，優化業務的勞動力利用率迫在眉睫。為了有效應對這些挑戰，我們於二零二三年第一季度果斷採取行動，以降低營運成本及提高組織效率。其中包括在華北地區實施重組舉措，旨在僅保留組織內的頂尖人才，確保精簡和高效的員工隊伍，並優先考慮未來業務相關支出。此等規模優化／重組活動已導致(其中包括)(a)優化員工隊伍後支付遣散費(入賬為一般及行政(「一般及行政」)開支)，於本期間合共為18.9百萬美元，而截至二零二二年六月三十日止六個月則合共為3.1百萬美元；及(b)資產出售、撇銷及減值虧損2.2百萬美元，而截至二零二二年六月三十日止六個月合共為2.7百萬美元。我們將會繼續檢討及監察外部市場動態、業務表現及手機需求，並評估是否有需要停止虧損／表現欠佳的業務及進行重組活動。

預期信貸虧損備抵增加36.3百萬美元，主要由於HMD長期逾期應收貿易賬款結餘。誠如所述，市場環境依然極其艱難，全球經濟及政治的不確定性、市場波動及終端市場需求的減少嚴重影響本公司部分客戶的業務及現金狀況，並集體增加信貸風險，本集團需要在賬面計提足夠的預期信貸虧損備抵以反映該等客戶的實際及潛在收款風險。倘HMD無法支付逾期應收貿易賬款，本集團將計提進一步預期信貸虧損備抵，於二零二三年下半年金額可能巨大。根據國際財務報告準則第9號，本集團根據預期信貸虧損模型對應收貿易賬款進行減值評估。對於信貸風險增加的客戶，管理層已委任獨立估值師通過釐定適當的違約概率、前瞻性調整及按違約概率估計的損失率，協助估計應收該客戶的貿易賬款的預期信貸虧損備抵。違約損失表示損失份額，即倘客戶違約時實際應收賬款損失，或於破產程序中預計從資產中無法收回的損失。本集團使用撥備矩陣計算未發生信貸減值或信貸風險增加的應收貿易賬款的預期信貸虧損備抵。撥備矩陣以具有相似虧損模式的各種債務人組別的債務人賬齡為基準。撥備率基於本集團過往觀察所得違約率，並經考慮合理且有依據且毋須不必要成本或工作即可獲得的前瞻性資料。於各個報告日期，過往觀察所得違約率會進行重新評估，並會考慮前瞻性資料的變動。鑒於全球經濟存在高度不確定性、消費能力及手機市場疲軟及地緣政治緊張局勢，本集團於期內通過提高逾期應收貿易賬款的預期信貸虧損百分比而重新評估預期信貸虧損備抵。於本期間，本集團根據撥備矩陣及評估於預期信貸虧損模型下計提50.7百萬美元的減值虧損淨額(二零二二年同期：14.5百萬美元)，以及截至二零二三年六月三十日作出預期信貸虧損備抵的累計金額為142.1百萬美元。

本期間的其他收入、收益及虧損為132.7百萬美元，較去年同期增加69.2百萬美元。於二零二二年十一月二日，中國浙江省杭州地方政府與宏訊電子工業(杭州)



有限公司(本公司間接全資附屬公司)訂立補償協議，據此地方政府收回土地及物業的所有權。出售收益根據註銷與物業有關的土地使用權及相關證書於相關年度在本集團的綜合損益表入賬。詳情已於本公司日期為二零二二年十一月二日的須予披露交易公告中披露。於二零二三年上半年入賬稅前出售收益78.5百萬美元(於二零二二年上半年為零及二零二二年下半年為6.2百萬美元)。此外，本集團已於本期間就對承租人及服務供應商的補償13百萬美元計提撥備。服務收入亦同比增加15百萬美元(截至二零二三年六月三十日止六個月：22.5百萬美元，截至二零二二年六月三十日止六個月：7.5百萬美元)，此乃由於向客戶提供之產品開發服務有所增加。在利息收入方面，由於本集團持有更多美元及美聯儲持續提高利率後，美元利率遠高於人民幣利率，故利息收入增加5.2百萬美元(截至二零二三年六月三十日止六個月：24.2百萬美元，截至二零二二年六月三十日止六個月：19百萬美元)。

匯兌虧損亦同比增加20.1百萬美元(截至二零二三年六月三十日止六個月：虧損6.5百萬美元，截至二零二二年六月三十日止六個月：收益13.6百萬美元)。於二零二二年上半年，本集團錄得匯兌收益13.6百萬美元，由於其持有之美元資產及美元於期內升值。於二零二二年十二月七日，中國政府解除COVID清零管控措施及於二零二三年第一季度人民幣兌美元匯率升值，本集團錄得匯兌虧損。但由於經濟復甦缺乏動力，且美聯儲持續提高利率以對抗通脹，於二零二三年第二季度人民幣兌美元匯率再次轉為貶值。整體而言，期內本集團錄得匯兌虧損，主要由於本集團訂立的遠期合約所產生的匯兌虧損，被因美元兌人民幣升值所產生的以美元計值的應收貿易賬款結餘的匯兌重估收益所部分抵銷。人民幣及美元的匯率將繼續波動，本集團將繼續保持其一貫的避險策略，以盡量減少匯率波動導致的外匯風險。

本集團已採取積極措施來減少經營開支及裁員以及控制資本開支，以更好地因應日後的業務需求。本期間的經營開支為122百萬美元，而去年同期則為133百萬美元。銷售開支增加2百萬美元，主要由於印度的新業務發展產生額外開支。一般及行政開支減少2百萬美元，主要由於服務費付款減少4百萬美元，先前優化一般行政人員組織導致員工成本節省6百萬美元及本期間並無錄得因自二零二二年六月十二日起註銷BFIH購股權後根據國際財務報告準則第2號加速歸屬而產生的BFIH購股權開支(二零二二年同期：9.5百萬美元)。所節省的全部開支被本期間產生的遣散費增加15.8百萬美元(截至二零二三年六月三十日止六個月：18.9百萬美元；截至二零二二年六月三十日止六個月：3.1百萬美元)所部分抵銷。研發開支減少11百萬美元，由於就開發手機支付的專業服務費減少。本集團將繼續專注於優先安排與日後業務相關的開支，避免成本超支。

利息開支方面，於二零二二年年初，美國利率為0%至0.25%，美聯儲於二零二二年三月開始加息，以遏制頑固的通脹浪潮，並於二零二二年三月將利率在幾個月內提高四分之一個百分點，於二零二三年六月底，利率範圍在4.75%至5%之間。於七月份再次加息後，利率高達5.25%，市場預計美聯儲將維持這一高水平的利率，直至CPI升至2%。往後一年裡，以消費者價格指數衡量的通脹率有所下降，從年增長率8.5%降至6%，並呈下降趨勢。雖然有所改善，但美聯儲仍遠未達到利率為2%的目標。於本期間，雖然我們借入的美元減少，但美國利率卻大幅上升，本期間的利率與二零二二年上半年的利率相比偏高，利息開支增加。總體而言，本集團的利息收入淨額有所減少。截至二零二三年六月三十日止六個月，利息收入及利息開支分別為24.2百萬美元及23.6百萬美元，利息收入淨額為0.6百萬美元而於二零二二年同期，利息收入及利息開支分別為19百萬美元及7.3百萬美元，利息收入淨額為11.7百萬美元。

按權益法於本集團的綜合財務報表入賬的本集團應佔虧損狀態聯營公司及一家合營公司的虧損亦同比減少。於本期間，本集團應佔聯營公司及一家合營公司的虧損分別為3.2百萬美元及2.1百萬美元(二零二二年同期虧損分別為4.1百萬美元及5.2百萬美元)，由於全球環境不明朗，可能會導致該等聯營公司及合營公司的運營出現潛在虧損，因此對該等聯營公司及合營公司的投資可能會產生減值虧損。其中一家聯營公司因失去一家大客戶的訂單而蒙受虧損，原因是中國內地的電動汽車市場競爭加劇導致硬件銷售面臨嚴峻考驗，對銷量和售價均產生影響且利潤率下行壓力日益高企。

本期間的所得稅開支為20.2百萬美元，而二零二二年同期則為所得稅開支4.9百萬美元，同比增加主要由於就上述出售宏訊土地及物業的收益確認16.5百萬美元的所得稅開支。

儘管全球大部分主要經濟體已重新開放，但仍存在許多其他挑戰，本集團需要時間扭轉局面，重振之路可能漫長而艱難。作為世界第二大經濟體，中國正遭受從負債累累的房地產行業到萎靡不振的消費者信心、全球通脹、其他地區經濟衰退的威脅以及與美國的地緣政治緊張局勢等一系列危機的困擾。近三年來，中國政府堅持滾動封鎖和大規模檢測，以阻止COVID-19的傳播。除受到COVID衝擊的二零二零年外，中國於二零二二年的GDP增速為自一九七零年代中期以來最慢的一年。由於全球經濟影響及地緣政治的緊張局勢，我們將繼續經歷對我們業務產生的不利影響，包括任何可能的衰退，以及對我們的供應商、第三方服務提供商及／或客戶及消費者及彼等行為的持久影響。換言之，使用率將繼續是難題，只有在市場最終回暖時才能逐步改善。整體而言，本集團有持續需要減少經營開支、冗餘資產及優化人員配置，並推動

提升內部經營效率及完善製造工序、測試工序、存貨及供應鏈管理、質量管理以及資本開支控制。亦有必要改善收益率以降低製造成本，對業內最具成本優勢廠商的工序及外部EMS成本釐定基準，以改善本集團製造成本、收益率、效率及核心能力的競爭力。本集團亦長期致力投資研發能力建設及業務開發能力。總括而言，良好的供應商管理、供應鏈管理、製造管理、業務控制管理、質量管理、訂單履行及存貨管理對確保於全球範圍內的營運具有成本效益而言至關重要。

由於需求疲軟，市場日益飽和，宏觀經濟及地緣政治格局艱難，許多不確定性將繼續影響我們的業績，我們當前／過去的經營業績及盈利／虧損可能無法預示我們未來的經營業績、盈利／虧損及風險狀況以及季度表現。長期預測過於複雜難以把握，本集團對隨著時間的推移會出現的挑戰保持警惕，並將做好準備根據自身能力做出業務上的決策，以果斷的方式終止虧損業務及裁員。

根據對本集團最近期未經審核管理賬目的初步審閱及其他目前可得資料，本公司現時預計：(a)本集團的財務資源(包括現金、現金流量及流動資金狀況)及營運資金仍然足以為其持續經營業務及資本承擔提供資金；(b)本集團將有足夠資金應付未來十八個月的營運資金及資本支出需求；及(c)不會發生可能對本集團履行財務義務或債務契約能力造成不利影響的重大事件或情況。然而，為確保本集團將維持此狀況，及鑒於市場需求大幅減少、經濟下行、烏克蘭戰爭、高通脹、美元走強及加息，本集團繼續專注於控制整體成本及經營開支以及提高收益率及效率的積極措施，並尋求減輕利潤率下行壓力，同時與客戶緊密合作，以合理成本在激烈的市場競爭中及時滿足其需求，打造業務開發能力，並與供應商合作，確保材料及元件的穩定供應。當地政府的支持也同等重要。本集團的業務策略是成為輕資產及精簡的企業集團，故持續縮減規模／重組其製造業務中表現欠佳／虧損的部分以及裁員，並已全面暫停非關鍵投資及／或資本開支，同時淘汰陳舊、折舊及使用率不足的資產。本公司將繼續密切監察有關情況及資產使用率，並將於其認為有需要時採取進一步適當措施，如進行其他調整規模及重組活動，從而提高使用率及實現成本節約。本公司一直努力並作出一切合理行動，以在長期充滿挑戰的時期改善其表現。展望二零二三年，本公司將繼續密切檢討有關事宜。

於本期間，股本回報率指回報的淨收入金額佔股東權益的百分比，以展示公司如何成功利用其股權投資者提供的資源及本公司產生收入的累計溢利計量本公司的盈利能力，為負3.2%，而去年同期的股本回報率為負1.2%。股本回報率下降是由於虧損增加。

本期間每股基本虧損為0.6美仙。

## 股息

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

於二零二一年十二月二十二日，本公司宣佈，本公司建議將其印度附屬公司**BFIH**(印度最大電子製造服務供應商之一)分拆並於印度兩大主要證券交易所孟買證券交易所有限公司(「孟買證交所」)及印度國家證券交易所有限公司(「印度證交所」)獨立上市(「建議分拆」)。於該公告中，本公司亦宣佈聯交所已確認本公司可根據上市規則第15項應用指引繼續進行建議分拆，而**BFIH**已就建議分拆向印度證券交易委員會(「SEBI」)、孟買證交所及印度證交所提交非正式招股書草稿。為妥善考慮本公司股東利益，讓彼等直接從建議分拆中受惠(並考慮到由於下文涉及之法律限制及實際困難，本公司將無法根據建議分拆向股東提供**BFIH**權益股份之保證配額)，並以建議分拆完成為前提，本公司建議向本公司股東派發特別現金股息，金額總值將不少於本公司根據建議分拆自銷售**BFIH**現有權益股份所收取的所得款項淨額之40%。

誠如本公司日期為二零二二年十月二十日的公告所述，鑒於當時市場情況，本公司已決定推遲建議分拆的時間表，且本公司擬於市場情況改善時繼續進行建議分拆。



繼本公司日期為二零二二年十月二十日的公告之後，本公司於二零二三年五月十二日宣佈，鑒於自該公告日起之市場狀況，BFIH已決定進一步推遲其建議分拆的時程表，因此將不會於二零二三年六月九日(亦即根據於二零二二年六月十日從SEBI接獲的最終意見，建議分拆可開放認購之最後日期)之前開放認購。本公司仍認為建議分拆(如進行)在商業上對本公司及BFIH有利，本公司並擬於市場情況改善時繼續進行建議分拆。

因此，倘繼續進行建議分拆，特別現金股息(包括派付的金額及時間)詳情將由本公司於適當時候作出公告。

同時，誠如本公司上述公告所述，本公司股東及潛在投資者務請注意，建議分拆須待(其中包括)印度相關監管機構批准後方可作實，並視乎市場情況及其他因素而定，因此，概不保證建議分拆及本公司建議於完成建議分拆後作出的特別現金股息派付將會進行或於何時進行。

#### **地域分類(請參閱綜合財務報表附註4「營業收入及分類資料」)**

本集團根據管理層審閱的報告釐定其營運分類，以向分類分配資源及評估其表現。分類溢利(虧損)指各分類賺取的毛利(產生的毛損)及服務收入以及若干收益及虧損(計入其他收入、收益及虧損)並扣除所有銷售開支及預期信貸虧損模式項下的減值虧損(扣除撥回)。本集團的營運按客戶所在地區分為三個營運分類及分類溢利(虧損)指各分類賺取的毛利(產生的毛損)及服務收入以及若干收益及虧損(計入其他收入、收益及虧損)並扣除所有銷售開支及預期信貸虧損模式項下的減值虧損(扣除撥回)。為配合鴻海科技集團的策略及適應快速變化的消費者偏好以滿足未來的技術需求，本集團未來的業務計劃將側重於保持精簡、輕資產、靈活、維持利潤、多元化客戶、產品和地域及技術先進，並不斷監察市場競爭及宏觀經濟狀況、地緣政治緊張局勢、經濟放緩及市場需求。於需求側方面，如上文所述，由於市場放緩及大多數渠道仍然充滿庫存，手機市場目前變成需求緊縮市場，競爭壓力持續存在。倘現有庫存無法售出，OEMs及ODMs必須爭奪剩餘有限的需求，而目前市場對二零二三年的需求較為悲觀。根據IDC於二零二三年五月的預測，二零二三年全球智能手機出貨量將下降3.2%，全年總出貨量為11.7億部，這較今年二月份預測的下降1.1%有所下調。該下調受多項因素使然，包括疲軟的經濟前景和持續的通脹。IDC強調，包括中國在內所有地區的消費需求恢復速度均遠低於預期。IDC研究總監Nabila Popal表示，「如果說二零二二年是庫存過剩的一年，那麼二零二三年則是謹慎的一年。儘管每個人都希望做好庫存準備以迎接勢不可擋的復甦浪潮，但沒有人會希望庫存積壓太久。」

許多消費者認為，手機越來越貴，且在高通脹的背景下，更換正常使用的手機並非首選。由於科技的進步，手機不僅擁有更多的功能，且越來越耐用及可靠，擁有更好的售後及更便捷的維修服務。這顯然有助於延長手機的使用壽命，在手機壽命終結而不得不進行更換之前，用戶可使用更長的時間。此外，在缺乏任何變革性創新的情況下，現在的手機在外觀上別無二致，亦無新功能，且人們認為價格並不符合價值。人們長期不更換手機的現象被視為市場成熟的跡象。自進入二零二三年下半年以來，市場繼續依靠有限的創新性功能來加速短期的更換需求，而消費者情緒及家庭收入可能在未來幾個月變得更加疲軟。因此，預計不會出現任何逆轉驅動因素，且更換率將保持長期穩定。不同國家和地區的智能手機置換週期有較大差異，許多國家和地區多年來遵循不同的模式。

隨著競爭日趨激烈及高通脹致使手機需求下降，中國機構件及組裝業務的需求受到直接影響，本集團於中國的剩餘資產的資產利用率隨之下降。本集團為應對難以預測的經濟波動及需求變化而引致的生產波動，故須有高效的精益能力，以維持庫存與需求相一致。由於精簡及靈活至關重要，故本集團須控制開支、一般費用、支出、人員配置、資本開支、清除閒置資產及控制風險(尤其是應收貿易賬款、庫存、材料/元件採購)，並與客戶及供應商密切合作，以便於在外部環境及地緣政治局勢快速變化的情況下，加強準備工作及提高快速積極應對的能力和準備，以盡量減少該等不利因素對本集團的業務營運、出貨量及資產負債狀況的影響/損害，並保存現金。EMS公司致力於克服該等挑戰，結合傳統和新興的工具及方法，如採用數字技術、結合軟件、連接、自動化、AI及ML(機器學習)，以優化運營的各個方面，加快其上市時間、量產時間以及計劃調度，最終改善客戶體驗及創造雙贏局面。傳統上，3C產品一直是EMS市場的主要營業收入貢獻者。然而，隨著進入數字時代，對數據、自動化及人工智能日益依賴的帶動下，將電子產品嵌入所有垂直行業的產品的需求大幅增加。從好的方面看，部分通過採用IoT(物聯網)及AI應用程序推出創新技術和產品的新興垂直行業包括醫療及智能家居設備。汽車垂直行業將是未來十年的增長機遇之一。自動駕駛汽車及電動汽車(EVs)的發展需要先進的電子產品，如需要EMS公司的專業知識的高級駕駛輔助系統(ADAS)及信息娛樂系統。

供應方面，中國作為世界製造業巨頭，早已產能過剩、競爭對手眾多，本集團機構件及組裝業務的毛利率繼續面對來自中國及印度同業的巨大壓力，且由於通脹居高不下及美國與中國之間緊張的政治局勢加劇，形勢變得更為嚴峻。

某些電子設備被禁止於中國製造或出口。因此，為了應對此形勢，中國的非手機產品EMS供應商已轉向了飽和的手機EMS市場。

營運分類的業績根據經營收入計量。通脹及地緣政治的隱患將主導二零二三年的基調，對消費者需求及品牌運營成本產生負面影響。消費者正調整行為，許多人降級消費，以減少開支。就地域分類而言，沒有企業能夠倖免於全球經濟放緩，不同地域分類的手機需求受到了不同宏觀經濟因素及地緣政治緊張局勢的影響。因此，分類營業收入、利潤及整體盈利或會波動，不同分類的表現可能相去甚遠。主要受印度等各國政府政策及支持所推動，擁有較多本地消費者的國家的本地OEMs及ODMs生產商數目將會有所增加。於二零二二年，亞洲分類受到的衝擊最大。於本期間，形勢依然非常惡劣，所有地域分類都受到了不同程度的影響。由於宏觀經濟及政治不穩定性將持續阻礙業務運營，本集團須在未來一段時間內密切關注全球新聞，本集團須審慎規劃，以應對二零二三年下半年將面臨的諸多不確定性及可能出現的衰退風險。

## 亞洲分類

本期間亞洲分類的營業收入為1,875百萬美元，較去年同期的2,867百萬美元減少993百萬美元或34.6%。本期間業績為37百萬美元，較去年同期業績減少10百萬美元，減少是由於需求疲軟及一名於中國及印度找到新製造夥伴的主要客戶改變外包策略導致出貨量減少。本集團亞洲分類的兩個主要區域市場為中國內地及印度，期內該等市場均繼續面臨巨大困難。需求疲軟及庫存高企導致客戶變得更加謹慎並重新調整其風險緩解重點，從而大幅削減了功能手機及智能手機的訂單，該情形於二零二三年依然嚴峻，影響了亞洲分類於二零二三年的業績和復甦。根據IDC，亞太地區將繼續引領全球智能手機市場，因其規模巨大，將創下全球所有地區最高的五年複合年增長率(2.54%)。亞太地區的智能手機出貨量預計將達到687百萬部，於二零二七年將總佔全球智能手機出貨總量的50.8%。具體而言，中國智能手機出貨量預計於二零二三年同比下降1.7%至281百萬部，於二零二二年至二零二七年期間將以1.3%的複合年增長率穩步回升；印度智能手機出貨量估計於二零二三年同比下降1.1%至143百萬部，但二零二二年至二零二七年的複合年增長率將為4.7%。於二零二三年第一季度，中國智能手機出貨量同比下降11.8%至65.4百萬部。儘管於二零二二年十二月新冠清零政策結束，但市場自二零二二年第一季度起仍以兩位數持續下跌。其主要因素包括消費者信心低迷，富裕的消費者轉向休閒及服務領域消費，延長了其更換週期。在中國，由於市場飽和及需求下降，人們普遍認為智能手機市場停滯不前，多數手機品牌自二零二二年第三季度以

來面臨庫存積壓的挑戰，庫存難以清理。就印度而言，於二零二三年第一季度，印度智能手機出貨量同比下降16%至30.7百萬部，是四年來最低的第一季度出貨量。究其原因，主要是由於不確定的宏觀經濟環境導致消費者需求持續低迷，自二零二二年以來高庫存的積壓，以及消費者對於翻新手機的日益偏好以及渠道對市場的悲觀看法所導致。

我們的成功取決於我們客戶的業務表現及外包策略。本集團亞洲分類的一名主要客戶改變其外包策略，將外包給予中國的其他當地EMS公司。該客戶於印度失去大眾吸引力，由於10,000印度盧比(約245美元)以下分類的需求疲軟而同比大幅下降44%，且該分類由於新用戶減少而於過去九個月大幅放緩，因此，印度當地競爭對手通過向該客戶提供PLI(生產掛鉤激勵)計劃福利而嚴重威脅我們印度的業務。就Sharp手機業務而言，日本國內通脹及日圓貶值導致國內價格上漲，終端客戶換機意願下降。Sharp正在積極尋找中國以外的生產合作夥伴以抵衝中國較高的勞動力成本。就為Ensky製造電子消費產品而言，宏觀經濟環境不佳及消費者對電子設備的支出仍然疲軟。Ensky的客戶手頭有大量存貨且存貨賬面成本很高，故其更加保守，預算、採購量及存貨控制極為嚴格。此外，由於市場停滯不前，Ensky的競爭對手提供的價格更具競爭力及投資亦非常積極。於本期間內，該等主要客戶的銷售虧損為亞洲分類銷售額同比下降的主要原因。儘管存在該等因素，亞洲分類仍為本集團二零二三年的核心業績貢獻者。需求下降直接影響了產能及資產(尤其是土地及建築)的利用率，因此需要繼續縮減規模及重組活動，並縮減或終止虧損業務，出售閒置土地及建築。期內，本集團於華北地區進行大規模裁員，以優化人員配置。

## 歐洲分類

歐洲分類於本期間錄得營業收入346百萬美元，較去年同期的492百萬美元減少145百萬美元或29.6%。該分類錄得虧損42百萬美元，而去年同期則錄得盈利5百萬美元，減少主要是由於持續嚴格控制對HMD的出貨量導致出貨量減少及本期間就HMD的逾期應收貿易賬款額外計提預期信貸虧損備抵54.6百萬美元。

全球功能手機市場繼續下滑。在新興市場，持續下降主要是由於品牌製造商及移動運營商將產品組合從功能手機轉移至經濟實惠的入門級智能手機，此亦使HMD(一間芬蘭公司)對該等市場的銷售受到影響。本集團過去採取積極措施，監控HMD的未償還應收貿易賬款。由於二零二二年HMD的融資計劃並



未成功且HMD的逾期應收貿易賬款金額持續增加，二零二二年下半年起，本集團不再接收新諾基亞品牌功能手機項目，僅繼續生產已上市產品並為HMD的應收貿易賬款金額設限。由於HMD的所有可用信貸限額幾近用完，貿易信貸現僅少量結餘，因此我們平衡出貨量與付款狀態，僅會在HMD支付等額現金後向其出貨手機。該信貸控制是歐洲分類銷售額同比下降的主要原因。此外，我們對供應鏈管理計劃作出調整，優先出貨滯銷的元件項目，降低庫存過剩及陳舊風險。就HMD諾基亞品牌手機的已上市產品完成時間表而言，已上市產品預計將於今年年底完成。

本公司正密切監察未償還應收貿易賬款的水平及形勢，並評估HMD能否持續經營、收回逾期應收貿易賬款的風險及相關違約風險以及該分類對本集團的整體表現及現金流量的影響。鑒於本集團及時收回HMD的應收貿易賬款的風險增加，本集團於本期間增加其於歐洲分類應收貿易賬款的預期信貸虧損備抵至54.6百萬美元。於二零二二年，已作出應收貿易賬款的預期信貸虧損備抵12.7百萬美元。

本集團的一名主要客戶(為紮根美國的美國互聯網客戶)擴大其於歐洲的銷售且取得鼓舞性增長。儘管歐洲地區智能手機出貨量整體下降，但該主要客戶已通過向另外四個歐洲國家推出其最新的旗艦硬件來擴大其市場範圍。該擴張部分抵銷了歐洲分類HMD的銷售額下降。

## 美洲分類

就美洲分類而言，核心業務包括由位於美國及墨西哥的本集團旗下實體向一名美國互聯網客戶銷售中國及越南製造的手機及向OEMs及運營商提供智能手機的回收物流、維修及翻新等服務以及電子產品售後服務。根據IDC，由於消費者需求受到嚴重抑制、通脹和經濟不確定性的影響，今年第一季度美國智能手機市場下滑11.5%。本集團美洲分類於本期間錄得營業收入456百萬美元，較去年同期的766百萬美元減少310百萬美元或40.5%，下降的直接原因是消費者消費情緒低迷及需求疲軟。本期間的業績為11百萬美元，較去年同期的業績減少10百萬美元。

本集團的一名主要客戶為一家老牌美國互聯網公司，本集團與該公司有著悠久的合作歷史。本集團提供全方位的工程和生產服務，以提供滿足客戶需求的卓越、可靠且值得信賴的優質智能手機。為了從競爭對手中脫穎而出，我們從NPI(新產品推出)階段就與該客戶合作，並迅速提高產量，以滿足客戶的上市時間和批量生產策略。我們不斷開發自動化機器人軟件、機器人中央控

制系統及人工智能檢測算法，以減少勞動力依賴並消除手工差誤。此外，我們採用實時大數據分析及可視化工具來提高產量並在生產的各個方面為客戶提供支持。為了降低在特定地區／國家的集中風險，我們為該客戶提供具有競爭力的地理優勢和卓越的管理。二零二三年上半年疫情好轉，供應鏈恢復正常，短期不存在物資短缺風險，意味著材料及元件供應相對穩定。根據現有預測，鑒於外部環境的影響，整體市場狀況仍然不利，預計二零二三年較二零二二年會小幅下降，原因可能包括市場衰退、競爭加劇、需求低於預期或影響業務運營的其他因素。綜上所述，二零二三年面臨市場低迷、外部不確定性等可能影響業績的挑戰。然而，隨著供應鏈日趨正常及穩定的材料供應，我們能更好地應對該等挑戰。

本集團於北美地區擁有提供綜合解決方案的強大售後服務(包括回收物流、維修／翻新服務及製造服務)，為美國客戶提供覆蓋整個產品生命週期的端到端增值製造服務及售後服務。於本期間，美國和墨西哥兩地的業務都面臨著需求預測下降的挑戰。由於美國的高通脹率以及全球經濟增長緩慢，消費者支出收縮且趨於保守，其將影響我們的營運點，故有必要調整本集團的美國售後服務業務。

另一方面，以自二零二一年以來建立的研發能力為基礎，本集團正在為新客戶開發新的可穿戴及移動產品，並與潛在客戶就新產品設計、開發及生產進行討論。預計在手機、可穿戴設備及5G固網無線接入(FWA)方面將繼續增長。本集團亦致力於多元化其產品線(從手機及路由器至無線通信設備)。按照該策略，本集團已涉足為全球知名品牌設計及製造無線數據模組。通過與客戶密切合作，本集團亦正在探索終端設備領域的機遇。本集團於電子書設計及製造方面建立了合作夥伴關係以應對迅速發展的電子紙物聯網設備市場。於電動汽車(EV)領域，本集團正與一名為兩輪電動車製造LTE集群的客戶合作。此外，在手機領域，由於日本市場從3G向5G轉型，本集團已自一名客戶接獲大量5G智能手機訂單。另外，憑藉堅實的硬件及軟件設計專業知識和能力，本集團取得了頂級汽車製造商的信任，並進入汽車產品新領域。該類別的首個產品4G T-Box計劃於今年第四季度開始出貨。就該等新業務機遇而言，本集團需要時間來發展及於初始階段業務量可能較小。

由於上述不利因素，如其他地域分類，美國分類的業績對本集團本期間的銷售業績存在消極影響。本集團將密切監察該分類的未來發展並評估該分類對本集團整體業績及現金流的影響。

## 同業

經考慮本集團的業務及客戶架構以及其他因素後，我們在選擇競爭對手上將作出若干調整，為更易於對本公告的理解，同業分析劃分為機構件業務及電子製造服務業務。但應注意的是，本集團提供一站式解決方案，同時製造機構件及系統組裝，並向若干客戶銷售完整的手機。自二零一八年以來，許多智能手機供應商開始採用帶有玻璃／玻璃質感後蓋的金屬中框，藉以增強Wifi/LTE信號及方便無線充電，從而降低了CNC(數控機床)機器的使用率，故以智能手機為中心的機械供應商被迫調整其產品組合。作為5G智能手機的骨架，金屬中框的結構、精度及加工方法遠較傳統金屬機構件複雜，且預期平均單價較高。然而，為刺激手機銷售，清理去年年中以來積壓的庫存，中國品牌公司紛紛推出廉價的入門級4G／5G手機，在本已供應過剩的競爭情況下進一步損害機構件業務的溢利。事實上，由於中國智能手機市場飽和及經營成本上漲，我們大部分機構件競爭對手已將業務擴展至非手機產品。中國國內勞動力成本及流動率急劇上升，但裝配線工人的效率並未相應提高，故中國的成本優勢於中期難以再與越南及印度等其他東南亞國家相提並論。因此，本集團將致力多元化發展其客戶組合、產品組合及製造地點，並致力改善現有技術及生產能力、在工序及材料方面實現創新、提升機械工程的核心能力(對成功經營機構件業務至關重要)、高質及高效回應客戶要求、縮短模具製造週期及提升機構件業務的成本效益與效率。

就機構件業務的同業而言，彼等為於中國或香港上市的公司，是我們客戶的長期供應商，與本集團客戶建立了穩固的業務關係。彼等亦有並非本集團客戶的客戶。由於當前宏觀經濟形勢愈發脆弱，彼等已於多元化及優化產品組合以促進長期增長方面付出諸多努力。我們於二零二三年第一季度或於二零二二年的機構件同業表現載列如下：

- (i) 同業一為股份於深圳證券交易所上市的中國上市公司，其核心業務亦包括電子消費品精密結構件及模組、電子連接器及元件、新能源汽車連接器及模塊、以及機器人、工業互聯網。於二零二三年第一季度，其營業收入同比減少16.59%，主要由於低需求下全球筆記本電腦產品出貨量下降。然而，就盈利能力而言，受益於原材料價格降低，其毛利率增加了3.8個百分點。該公司一直致力於降低手機營業收入所佔比例，以減少倚賴單一產品並改善利潤率表現。該公司對於一名國際客戶的業務不斷增長，並已量產其筆記本電腦及智能可穿戴設備的機構件及元件。除此之外，該公司一直積極發展其新能源汽車業務，該業務為該公司增長的另一重要動力。此外，為進軍元宇宙行業，該公司與若干AR/VR領域的客戶建立了戰略合夥關係，並取得了重點客戶的供應商資質。

- (ii) 同業二為一間香港上市公司，其業務包括手機機構件及高精密元件、家居及運動用品、網絡通訊設施及智能電子應用機構件。於二零二二年，由於多重經濟不利條件及安卓智能手機市場疲軟，對該公司手機相關業務產生不利影響，故該公司錄得營業收入同比下降19.9%。雖然手機機構件及高精密元件業務仍是該公司的核心業務，但該公司一直在戰略上將重點轉移至三防及高精密元件、VR/AR以及「元宇宙」相關業務，促進業務長期持續增長，提高盈利能力。此外，為提高營運效率及更加適應不穩定的環境，該公司已撤出其家居及運動用品業務並出售其部分汽車業務。另外，其亦與一名獨立第三方訂立了買賣協議，以於二零二三年第一季度出售智能電子應用機構件業務。

OEM業務模式的系統組裝業務為本集團的主要業務模式，其行業門檻低、毛利率低。就競爭分析而言，本集團僅賺取加工費及製造費，而回報率、效率及質量差異為降低客戶對價格的敏感度及發展長期業務關係的關鍵要素。然而，系統組裝業務可能需要龐大營運資金。此外，其他外部因素(包括中美貿易緊張局勢、地緣政治及保護主義)、中國智能手機的市場飽和、元件供應緊絀、全球物流問題、中國工廠因國內防疫措施而停工及通貨膨脹壓抑消費能力亦對公司的OEM業務造成重大影響。為應對該等因素，該行業的若干競爭對手積極於中國境外搭建製造能力，並於其他高利潤及高增長業務投入更多精力，甚至利用其資源擴展新行業。憑藉非常龐大的系統組裝能力及其由PCBA至完整手機組裝的垂直整合，本集團的印度業務實力雄厚，而目前僅有少數同業擁有現有海外產能或剛剛建立的海外產能，故本集團可利用其於印度、越南及其他國家的現有產能獲取先進者優勢。

就我們於美國、中國及香港上市的EMS業務同業而言，如上文所述，彼等一直探索新機遇及擴大其產品類別，以提高利潤率及分散高度依賴手機或少數客戶的風險。EMS同業於二零二三年第一季度的表現載列如下：

- (i) 同業一為香港上市公司，其業務包括手機及筆記本電腦組裝、新型智能產品、手機及筆記本電腦的元件及零件及汽車智能系統。該公司於二零二三年第一季度錄得營業收入急劇增加26%。其來自EMS/ODM及元件的營業收入仍佔銷售總額的大部分(76.7%)。儘管受到安卓智能手機市場疲軟的影響，該公司一名國際非安卓客戶的平板電腦組裝及元件份額繼續上升，這主要推動了其營業收入增長。另一方面，該公司一直在加速拓展多元化產品(包括智能家居、遊戲硬件、機器人、無人機、住宅儲能產品等新型智能產品)。特別的是，其住宅儲能產品已於歐洲建立強勁的品牌地位，於



二零二三年第一季度營業收入快速增長，預計該公司今年的營業收入將幾乎增長一倍。此外，受益於母公司新能源汽車出貨量的大幅增長以及新產品線的快速擴張，該公司汽車智能系統產生的營業收入也持續增長。而盈利能力方面，該公司二零二三年第一季度的毛利率同比上升2.2個百分點。毛利率改善可歸因於各項因素，包括產品及客戶組合優化、規模擴大及產能利用率提高。展望二零二三年，該公司的主要增長驅動力預計將來自其於一名主要國際客戶的OEM／組件中不斷增長的份額、汽車細分市場擴張以及住宅儲能等新型智能產品興起。

- (ii) 同業二為知名的美國上市公司，為專注於向汽車、計算機、消費、工業、基礎設施、醫療、清潔技術及移動OEMs提供完整設計、工程及製造服務的EMS供應商。於二零二三年第一季度，其銷售淨額上升9.1%，而毛利率則同比上升0.1%。儘管期內在持續的挑戰中整個消費電子市場低迷，惟充分多樣化的產品類別及區域分配使該公司在逆境中處於較為有利地位。其消費電子設備分部有所下滑，惟通訊及雲產品的強勁需求以及居家業務(如家電、家庭護理及音響)的市場份額增加推動銷售額增長。此外，受消費需求強勁、各類終端市場項目增長、收購組裝業務的增量收入驅動，工業、汽車及醫療保健相關產品亦能為更優的表現提供動能。就盈利能力而言，毛利率上升主要由於各類終端市場的消費需求整體增強，固定成本吸收改善。
- (iii) 同業三為深圳上市公司，其主要業務為電子消費產品、互聯網通訊產品、智能可穿戴設備及汽車電子產品的EMS服務。該公司已於印度及越南積極建設產能，其將與本集團直接競爭。甚至本集團其中一名客戶正著手與該公司合作，在越南建立產能，以開拓當地市場及整個東南亞地區。這亦導致該公司於二零二二年強勢增長。然而，因消費電子市場需求疲軟導致產能未獲充分利用，於二零二三年第一季度，該公司呈報之營業收入及毛利率分別同比下降35.7%及2.1個百分點。為緩解消費電子市場的飽和，該公司正在擴大其產品組合至包括智能可穿戴設備及新能源產品在內的非手機業務，並合夥一家領先的汽車電動化供應商，進軍汽車電子產業。
- (iv) 同業四為深圳上市公司，擁有精密元件、結構件及模塊、充電器、組裝、材料及汽車元件等多個業務分類。近年來，該公司重組其組織架構，並根據其核心戰略「垂直整合」積極發展充電器及組裝業務。該公司的核心業務於二零二二年取得穩步增長，例如消費電子的精密元件及結構件，同時亦

擴大至AR/VR及筆記本電腦等新領域。此外，在進軍汽車及太陽能逆變器等新興行業後，該公司營業收入快速增長。於二零二三年第一季度，即使處於充滿挑戰的環境中，營業收入亦增長2.12%。另外，由於優化產品組合及有效控制成本，毛利率增加3.9個百分點。總括而言，由於受大量外部因素(包括全球疫情、政治緊張局勢、需求疲弱等)影響，我們的大部分競爭對手已採取行動改變其產品／客戶組合及整體業務策略。彼等逐漸減少對手機業務的依賴，並因應市況變動開發其他有利銷情的產品。本集團一直緊貼市場動向，持續優化中國、印度、越南的產能使用率，加強垂直整合能力，積極為各類客戶開發物聯網／5G、汽車電子、健康電子等新產品及服務。

## 投資

基於下述各項投資截至二零二三年六月三十日的價值低於本集團於二零二三年六月三十日總資產的5%，故就上市規則而言，本公司認為該等投資並非重大投資。

### 於諾基亞品牌產品相關業務的投資

於二零一六年五月十八日，本集團與Microsoft(作為賣方)及HMD(作為另一買方)訂立協議，以收購當時由Microsoft Corporation營運的諾基亞品牌功能手機業務若干資產，包括一所位於越南的製造廠房及於進行該功能手機業務時優化的若干其他資產，總代價為350百萬美元(其中20百萬美元須由HMD支付)。本項交易包含商譽79.4百萬美元。由於二零一八年表現欠佳及根據獨立專業估值師進行的估值，本集團於二零一八年財務報表就商譽79.4百萬美元全面計提減值。

HMD自二零一九年第二季度起將其供應鏈由單一供應商模式轉變為多ODM模式。迄今為止，HMD所有智能手機組合均由其他ODMs製造。在製造方面，在管理功能手機業務上繼續以盈利能力為重點，以維持組合競爭力。

於二零二零年八月，本集團已購買價值38.3百萬美元的HMD可換股債券(有關付款被視為透過等額未清償應收款項作出)。於交易過程中，本公司管理層對HMD管理賬目的評估(涵蓋(其中包括)財務盡職審查、獨立估值等)、現金流分析、財務預測、業務表現及前景、估值分析及其他當時可取得的相關資料及文件以及分別與HMD管理層及其其他投資者的相關磋商記錄及文件已存檔(務求為本集團取得更有利條款，從而優化本集團於有關情況下自其於HMD的全部投資取得的整體回報)，並向董事會呈報供其考慮。然而，誠如上述章節所述，HMD的現金狀況仍然緊絀，而本集團一直注視此情況。可換股債券已獲悉數轉換，而目前連同先前的投資，本集團的總投資佔HMD已發行股份總數的14.38%。

經參考獨立專業估值師進行的估值，管理層已評估於HMD的投資於二零二三年六月三十日的公平值。本集團透過其他全面收益就本集團於HMD的直接及間接投資的公平值變動作出相應調整。投資團隊將繼續監察其集資的進展、業務表現及流動資金。

## 其他投資

於二零一五年，本集團向中國雲端人工智能機器人營運商CloudMinds Inc. (「CloudMinds」)投資1百萬美元。該公司已於二零一九年十二月向美國證券交易委員會提交首次公開售股申請。由於受COVID-19疫情、全球經濟下滑及美國商務部工業與安全局(BIS)實施制裁影響，該公司決定變更其上市市場至香港。因此，CloudMinds自二零二零年年底起已完成資本重組並展開若干輪融資以提升其未來技術發展及財務狀況。於二零二二年下半年，CloudMinds啟動了Pre-IPO輪融資，目前正處於首次公開售股的準備階段，並密切關注資本市場，以確定提交上市申請的最佳時機。根據最近表現及未來三至五年的預測，並參考獨立專業估值師進行的估值，管理層已評估於CloudMinds所作投資於二零二三年六月三十日的公平值。本集團已對該項投資的公平值變動作出相應調整。

Augentix Inc於二零一四年成立於台灣，是一家無晶圓廠多媒體SoC(系統單晶片)設計公司，提供高效智能視覺應用領域的專利演算法產品。因此，產品一經推出，就被家居物聯網、專業IP攝像機及消費者監控產品領域的全球領先品牌廣泛應用。此外，Augentix的其中一名客戶榮獲二零二零年度國際消費電子展創新獎(CES Innovation Award)。在半導體行業供應鏈短缺與全球經濟逆風的情況下，Augentix二零二一年及二零二二年的營業收入仍增長近80%及78%，並仍然堅持開發新產品。Augentix全新系列AI SoC將會提供更廣泛的邊緣計算應用，並增強其於監控、家居安全和消費者IP攝像機等方面的使用屬性。本集團於二零一九年十二月透過認購Augentix的可換股票據向Augentix投資約0.7百萬美元，該票據已於二零二零年十一月悉數轉換為普通股。透過此項投資，本集團期望與Augentix進行更深入的合作，以進一步發展物聯網及V2X(車聯萬物)行業。五月，Augentix成功完成新一輪融資，加強了其現金狀況及財務實力。憑藉手頭全部訂單，Augentix預計今年將實現顯著增長。於二零二三年六月三十日，按全面攤薄基準計算，本集團於Augentix之股權為1.68%。

本集團於二零二零年六月對Ossia Inc. (「Ossia」)作出約1百萬美元的戰略投資。Ossia為Cota® Real Wireless Power™的發明者，通過遠距離同時向多台設備安全傳輸目標能量重新定義了無線充電。Ossia的Cota技術為擁有專利的智能天線技術，能在不需要任何用戶干預的情況下，自動向多個設備充電，令一個隨時連接且始終連接的高效真無線充電世界成為可能。Ossia是一家無晶圓廠技術許可公司，總部設於華盛頓雷德蒙德。Ossia已獲得逾200項無線充電技術全



球專利，並致力於將遠距離Cota RF無線充電定為無線充電傳輸系統的全球標準，並宣佈有若干個使用Cota技術的產品投入市場，包括Cota Power Station、Cota Asset Tracker、以Cota供電的物聯網傳感器、Cota Power Table、Cota Universal Base、電子紙RFID標籤、支持Cota的安全攝像頭等。此外，Cota Universal Base更獲得二零二三年CES創新獎，可使得產品製造商能夠更快地將無線充電產品推向市場。此乃Ossia第六次獲得CES創新獎。此外，Ossia的Cota Real Wireless Power也入選《時代雜誌》二零二二年度最佳發明。未來，本集團將成為Ossia客戶的優先合作夥伴及合約製造商，滿足其將Cota無線充電科技應用於或結合到其設備、傳感器、汽車周邊及物聯網產品的需求。

SoundHound是智能對話的全球領導者，提供語音人工智能解決方案，使企業能夠為其客戶提供絕佳的對話體驗。憑藉專利技術，SoundHound的語音人工智能以多種語言為汽車、電視及物聯網領域的產品創造者，並透過開創性的人工智能驅動產品(如Smart Answering、Smart Ordering及Dynamic Interaction™(一種即時、多模態的客戶服務界面))為客戶服務行業提供同類最佳的速度及準確性。SoundHound與集成了生成式人工智能的強大語音助手SoundHound Chat AI一起，為數以百萬計的產品及服務提供支持，每年為世界級企業處理數十億次互動。本集團以1百萬美元，與多個其他投資者參與了SoundHound超過100百萬美元的PIPE輪融資，本輪其他投資者包括甲骨文(Oracle)、Qatar First Bank、科氏工業集團(Koch Industries)、MKaNN、瑞軒(VIZIO)、宏達電(HTC)、Structural Capital等。在PIPE輪融資完成後，SoundHound同步完成了SPAC合併交易，成為納斯達克上市公司(NASDAQ:SOUN)。近期對話人工智能的需求激增，讓SoundHound佔有獨特優勢，並使SoundHound成為尋求採用此技術的公司的最佳合作夥伴。SoundHound首席執行官兼聯合創始人Keyvan Mohajer表示，「第一季度，我們在精簡成本的同時，顯著增強了流動性。與此同時，我們的新創新亦獲得客戶的積極回應，令我們產品及解決方案的需求大幅增加」。SoundHound第一季度的營業收入增長56%，毛利率增至71%，較去年的59%提高約1,200個基點。隨著公司業績持續向好，SoundHound亦成功獲得兩輪融資，截至目前已募集資金超過150百萬美元，最大限度地降低了財務壓力及風險。

Snapdeal Limited(「Snapdeal」)成立於二零零七年，是印度領先的電子商務平台。其最初是一家團購網站，惟於二零一零年轉為線上交易平台並於二零一二年轉為線上電商市場。本集團於二零一五年投資200百萬美元，包括150百萬美元現金及按折價自其現有股東認購的50百萬美元。於二零一七年，由於Snapdeal營運及財務表現不如預期，本集團將該項投資全數減值。於二零二一年十二月二十一日，Snapdeal就首次公開售股向SEBI遞交招股書草稿。然而，印度資本市場近期波動較大，且大量知名公司的股價大幅下跌，甚至低於發行價。有鑒於此，Snapdeal審慎評估形勢並決定於二零二二年十二月撤回招股書草稿。



在當前投資者資金取決於科技公司財務表現的大環境下，Snapdeal宣佈其二零二三年財政年度虧損同比大幅減少93%-94%。Snapdeal首席執行官Himanshu Chakrawarti表示，「過去一年，包括投資者資金在內的市場環境發生改變。我們努力加快實現盈利步伐。我們已經在單位經濟學層面實現了盈利，並有望在幾個月內實現整體盈利」。

於二零二二年三月，本集團向GFT Ventures I作出戰略投資。GFT Ventures I是一隻初始目標規模為100百萬美元的私募基金，但由於需求巨大，該基金以超過120百萬美元的承諾資本結束融資。

該基金專注於幾個特定領域的種子輪或A輪初創企業，包括移動出行、數字健康、機器人、自動化及AI技術。隨著新增四家初創企業的投資，GFT的投資組合又新增幾家出色的公司。

隨著近年來本集團在不同行業開疆拓土，戰略投資是開發新業務和分散對手機以及單一客戶依賴的舉措之一。該基金的普通合夥人在風險投資、AI及半導體領域擁有逾20年的經驗。借助彼等的知識，本集團將對新興科技公司有更深入的了解，能有更多機會接觸該類公司。

為了在V2X行業探索更多機會及業務，本集團有重大發展。

於二零二一年十二月三十一日，本集團已完成該交易，並引進全球第四大汽車製造商及出行服務提供商Stellantis，向本集團專注於汽車技術的全資附屬公司Mobile Drive集團注資40百萬美元。交易完成後，Mobile Drive集團已成為本集團與Stellantis各持股50%的合營公司。於Mobile Drive集團之投資及其後分佔Mobile Drive集團的溢利／虧損將按權益法於本集團的綜合財務報表入賬。

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

於過去數年，本集團亦向其他主要位於中國、印度及美國的公司作出若干指定為按公平值計入其他全面收益的投資。本集團於中國的投資主要聚焦於智能家居、智能醫療、AR及機器人領域，包括一家提供智能門鎖及其他物聯網產品的智能家居公司、一家提供教育機器人的科技公司、一家為近視患者提供醫療設備的公司及一家提供AR眼鏡及部件的公司。本集團於印度的投資主要包括一家以數據驅動的廣告技術公司。本集團於美國的投資主要包括一家數位攝影公司，該公司已開發一款專為汽車設計的嵌入式多鏡頭及多傳感器相機，以及一家由移動行業經驗豐富的專家領導的高端安卓智能手機公司。

於二零二三年六月三十日，本集團指定為按公平值計入其他全面收益的股權投資的公平值為64.4百萬美元，佔本集團總資產的1.4%。

### 其他投資相關事宜

在如此動盪的股權投資市場，本集團的投資團隊一直保持審慎，因此將持續監控所投資公司的表現及財務狀況、現金流量、現金消耗率及集資活動、相關宏觀經濟因素、競爭形勢以及技術變化及創新、業務模式的可行性以及該等所投資公司各自管理團隊的執行能力及其前景。投資團隊與該等所投資公司各自的管理團隊維持密切關係，並定期進行內部分析。根據分析結果，投資團隊將於有需要時考慮對沖風險。本集團目前並無發現任何潛在因素將導致本集團於本期間因若干上市公司投資的公平值變動而產生任何重大虧損。為更有效運用現金及豐富投資組合，本集團一直積極發掘及評估可為本集團增值的潛在投資良機，惟現階段尚未就按照上市規則擬進行的重大投資制訂任何計劃。

由於手機市場已發展為成熟市場，發展空間較窄，本集團繼續於其他具有巨大潛力的行業尋求投資機會。隨著5G蓬勃發展，ACES趨勢(自動駕駛、連接汽車、動力總成電氣化及共享出行)正推動汽車行業的快速變革。McKinsey預測，汽車E/E(電氣及電子元件)及軟件市場將按7%的複合年增長率增長，到二零三零年將達到4,690億美元。根據Statista的數據，由於老齡化及健康意識提高，全球醫療保健市場將於今後幾年自然增長，而且由於發達經濟體的勞動力短缺問題加劇，預計二零二一年至二零三零年AI驅動的機器人市場將顯著擴大十倍。因此，本集團的投資策略將調整為更專注於5G、IoV、醫療電子及AI，包括但不限於AI機器人、物聯網智能設備、智能家居產品、IVI(車用資訊娛樂系統)及車載通訊系統、V2X技術或其他，透過與科技公司建立策略夥伴關係產生協同效應。此外，為履行於二零五零年實現淨零的承諾，本集團採取積極措施，

將綠色投資作為本集團的首要任務之一。通過與致力於開發各種綠色環保技術及產品的公司進行合作，本集團將著重發掘在提高運營效率、低排放能源及低碳轉型方面的相關產業投資機會，從而有助於社區、企業、國家及本集團本身緩解氣候變化所造成的影響，並促進可持續發展。

本集團於釐定投資目標的吸引力時，會注重以下特點：互補技術是否輔助及支持本集團業務營運及新業務(包括IoV)；是否有利於長遠增長前景；及企業文化是否與本集團契合。本集團擁有一支經驗豐富的投資團隊及將繼續招聘人才，並優先考慮具備相對低風險及長遠增長前景但可能經過多年方會變現的投資。整體而言，本集團將審慎擴大其投資組合以創造協同效應，同時應對可能不穩定的經濟環境及動盪的資本市場。

自二零二一年十二月三十一日起，先前由本集團全資擁有的Mobile Drive集團已成為由本集團與Stellantis各持股50%的合營公司，其後分佔該合營公司的溢利／虧損將按權益法於本集團的綜合財務報表入賬。除此之外，概無重大收購及出售本集團附屬公司及聯營公司以及合營公司(如有)。為完善起見，本集團於本期間繼續關閉若干非營運附屬公司(主要為投資控股實體)，藉此簡化企業架構並減少持續的行政負擔及成本。該等附屬公司各自的總資產、溢利或營業收入(或綜合總資產、溢利或營業收入(視情況而定))的總價值佔上市規則所界定任何適用百分比率不足5%。

## 遵守相關法律及法規

於本期間，本集團已在所有重大方面遵守對本集團產生重大影響的相關法律及法規(其中包括與本集團營運及投資所在主要司法管轄區的海外投資、稅項、進出口、外匯管制及知識產權相關者)以及(由於本公司股份已於聯交所上市及買賣)上市規則和證券及期貨條例所載適用規定。

本集團一直於其主要營運地區(即亞洲、美洲及歐洲)多國家經營(連同投資)。特別是，考慮到(其中包括)相關司法管轄區的商業及金融方面以及適用法律／監管規定，本集團的法律架構、投資架構、資金安排、業務模式、供應鏈及一般營運經已按具稅務效益、成本效益及穩健方式整理並完善。本集團的主要經營附屬公司受中國、台灣、印度、越南、墨西哥及美國不同的稅務制度影響，適用不同的稅務法律及法規以及特定減免激勵。

根據本集團當地相關法律及稅務部門的建議，於本期間新頒佈適用於本集團旗下中國、印度及越南業務(就業務及營運規模以及僱員、工廠單位及辦公室單位數目而言足以反映對本集團整體業務單位／集團營運所構成相對重大影響的司法管轄區)並對本集團造成重大影響的當地法律及法規的重點概述如下：

## 中國

有關於二零二一年一月一日生效的《中華人民共和國民法典》(「民法典」)，請參閱本公司於二零二三年四月十三日發出及刊發的二零二二年年報第78頁所詳述的背景及過往發展。本集團旗下中國附屬公司已根據其各自的現行業務、法律或合規模式及慣例審閱民法典實施帶來的有關適用法律變動，並制定及實施適當企業措施及行動，且將持續監察及評估相關企業措施及行動的實施情況及成效，並視乎需要進一步實施適當企業措施及行動。

有關中國增值稅(「增值稅」)，請參閱本公司於二零二三年四月十三日發出及刊發的二零二二年年報第78頁所詳述的背景及過往發展。增值稅法草案(徵求意見稿)(「增值稅法草案」)仍有待全國人民代表大會批准。現階段，本集團旗下中國附屬公司將繼續關注增值稅制度的立法過程，並評估增值稅法草案頒佈後對其營運造成的潛在影響。

有關徵求公眾意見的中國公司法修訂草案(「公司法修訂草案」)，請參閱本公司於二零二三年四月十三日發出及刊發的二零二二年年報第79頁所詳述的背景及過往發展。公司法修訂草案仍在討論，尚未採納。現階段，本集團旗下中國附屬公司將繼續關注公司法修訂草案的公眾征詢過程，並評估公司法修訂草案採納後對本集團旗下中國附屬公司營運造成的潛在影響。

有關於二零二零年一月一日生效的《中華人民共和國外商投資法》(「外商投資法」)，請參閱本公司於二零二三年四月十三日發出及刊發的二零二二年年報第79頁所詳述的背景及過往發展。特別是，本集團作為外商投資企業的中國附屬公司(「集團外資企業」)的管治架構及組織章程文件須予調整，以符合中國公司法的相應要求，意味著合規成本可能有所增加。根據外商投資法，集團外資企業獲給予5年過渡期(即二零二零年一月一日至二零二四年十二月三十一日)，以符合當時生效的中國公司法，集團外資企業將持續評估外商投資法及(如上文所述)公司法修訂草案對其營運的影響，從而制定及實施適當企業措施及行動。



## 印度

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

## 越南

第44/2023/ND-CP號法令於二零二三年六月三十日頒佈及於二零二三年七月一日生效，內容有關增值稅由10%減至8%，適用於二零二三年七月一日至二零二三年十二月三十一日期間以及市場上的大多數貨物與服務。該法令對本集團的越南附屬公司及其營運產生積極影響，於二零二三年下半年，(1)該等附屬公司就於其經營活動過程中消耗及將消耗的貨物與服務，可節省2%的增值稅經營成本；及(2)於該等附屬公司的客戶可節省2%的增值稅成本的情況下，增值稅減免有助於推動該等附屬公司的客戶對該等附屬公司產品及服務的需求增長。

第13/2023/ND-CP號法令於二零二三年四月十七日頒佈及於二零二三年七月一日生效，內容有關個人資料保護。該法令對本集團的越南附屬公司的營運造成影響，意味著法律／監管合規成本可能有所增加。因此，該等附屬公司必須根據該法令所載的規定，實施及維持存儲及處理其所有主要持份者(包括其僱員、候選人、供應商、客戶及其他商業夥伴)的個人資料的適當方法，以避免潛在違約及要求罰款或賠償，甚至糾紛／訴訟。特別是，該等附屬公司須同時對不同種類的個人資料進行分類，並實施及維持通過適當的文件妥善存儲及處理個人資料的方法，形式為各越南附屬公司及與個人資料相關的個人之間的承諾或共同協議，當中載有規管個人資料的收集、使用、存儲及處理的條文。就該等附屬公司的外部持份者(即其供應商、客戶及其他商業夥伴)而言，除前述者外，該等附屬公司須(於與有關外部持份者建立任何業務關係前)要求有關外部持份者訂立保密協議，該協議應規定(其中包括)任何一方傳送的機密資料(包括個人資料)的範圍、規管有關機密資料(包括個人資料)的存儲及處理的條文以及任何一方違反有關條文的補救措施。

除上述情況外，本集團還考慮到全球轉讓定價的相關法律及法規，以確保營運模式及全球稅收足跡的效率和可持續性，以及充分的稅務風險管理。於本期間，除上述情況外，並無對本集團的稅務開支產生重大影響的適用稅務法例及法規的重大變化，而本集團將繼續監測適用的新訂及／或經修訂稅務法例及法規可能產生的影響和後果。此外，本集團一直密切關注經濟合作與發展組織(OECD)的稅基侵蝕與利潤移轉(BEPS)行動計劃在全球和當地的發展。

本集團致力於妥善遵守因BEPS行動計劃而引入或更新的適用法律及法規，包括本集團營運所在的司法管轄區因當地轉讓定價文件和國別報告(CbCR)義務而觸發的更多文件要求。就此，本集團屬於本公司最終控股股東鴻海的CbCR範圍內。

本集團一直緊貼其主要業務所在的不同司法管轄區在稅務、法例及監管方面的加速發展，並根據最新的稅務、法例／監管以及商業要求及環境，持續檢討現有的投資控股結構及業務，以及商業模式及資本架構。就此，本集團的主要營運附屬公司已經採取適當措施(如透過諮詢法律顧問及稅務顧問)，確保各附屬公司了解對其業務營運有重大影響的當地法律及法規，並在其業務運營、商業模式及價值鏈管理方面酌情考慮該等相關當地法律及法規。本集團相信，其在所有重大方面均已遵守適用相關當地法律及法規。本集團亦已遵守上市規則以及證券及期貨條例規定的適用要求。

本集團亦透過獲得及維持必要的進出口許可證及支付必要的進出口關稅，應對相關司法管轄區對元件或組裝產品施加的貿易限制。同時，本集團亦已遵守相關的貨幣兌換限制以及海外盈利的外匯及匯入管制。此外，本集團在一定程度上依賴其向客戶提供技術先進的製造及生產工藝以及創新的機械產品設計及開發能力，故此一直保護其及其客戶各自的知識產權。

有關本集團遵守在環境、社會及管治方面對本集團構成重大影響的相關法律及法規的情況，請參閱本公司於二零二三年四月十三日另行發佈及刊發的二零二二年環境、社會及管治報告書。

本集團將一直持續監察所有相關法律及法規的遵守情況。

## 流動資金及財務資源

本集團的資本資源包括主要由經營活動提供的現金以及銀行信貸融資。本集團定期檢討借貸能力，並就貨幣市場及經濟環境及市場風險變動以及營運資金需求變動作出必要調整。本集團根據公司政策集中管理資金及庫務活動，主要目標為確保流動資金維持適當水準、以合理成本籌措充足的可用作營運資金或進行其他投資的資金以發展業務、維持穩健的資本架構及平衡所面對的市場風險、不確定性及波動。

於二零二三年六月三十日，本集團的現金結餘為1,241百萬美元(二零二二年十二月三十一日：1,825百萬美元)。自由現金流量(即用於經營活動的現金淨額)629百萬美元(二零二二年十二月三十一日：經營活動所得的現金淨額409百萬美元)減資本開支35百萬美元(二零二二年十二月三十一日：143百萬美元)為664百萬美元外流(二零二二年十二月三十一日：266百萬美元內流)。本集團有充裕現金為其營運及投資提供資金。本集團的資本負債比率(以計息對外借貸711百萬美元(二零二二年十二月三十一日：676百萬美元)除以總資產4,669百萬美元(二零二二年十二月三十一日：5,510百萬美元)的百分比表示)為15.23%(二零二二年十二月三十一日：12.27%)。所有對外借貸均以美元、人民幣及印度盧比(二零二二年十二月三十一日：美元、人民幣及印度盧比)計值。本集團根據實際需求借款，並無銀行已承諾的借貸融資及季節借貸要求。未償還計息對外借貸均按固定年利率介乎2.50%至8.60%(二零二二年十二月三十一日：固定年利率介乎2.20%至5.41%)計息，原到期日為一至七個月(二零二二年十二月三十一日：一至七個月)。

於二零二三年六月三十日，本集團的現金及現金等值物主要以美元、人民幣及印度盧比計值。

本期間經營活動所用現金淨額為629百萬美元。

於本期間，用於投資活動的現金淨額為38百萬美元，其中35百萬美元主要涉及位於中國及印度的本集團主要廠區的設施的物業、廠房及設備開支、23百萬美元為銀行存款的現金流出淨額及20百萬美元為出售物業、廠房及設備以及投資物業的所得款項。

本期間融資活動所得現金淨額為108百萬美元，主要由於銀行借貸淨額增加132百萬美元、回購普通股的付款1百萬美元、就銀行借貸已付的利息22百萬美元及償還租賃負債1百萬美元。

## 外匯風險及相關對沖

由於美國的通貨膨脹已達到40年來的最高點，美聯儲已持續實施加息措施以應對通貨膨脹帶來的負面影響。因此，美元兌全球所有其他主要貨幣走勢強勁。為降低外匯風險，本集團積極運用自然對沖法及財務方法管理其外匯風險，包括不時訂立一般交易期少於四個月的短期遠期外匯合約，以對沖來自以外幣計值的經營及投資活動所產生的外匯風險。

## 資本承擔

於二零二三年六月三十日，本集團的資本承擔為5.9百萬美元(二零二二年十二月三十一日：6.3百萬美元)。一般而言，資本承擔將以經營所得現金撥付。

## 資產質押／抵押

於二零二三年六月三十日及二零二二年十二月三十一日，本集團概無質押或抵押資產。

## 或然負債

於二零二三年六月三十日及二零二二年十二月三十一日，本集團概無重大或然負債。

## 展望

### 市場及OEM行業回顧與本集團面臨的挑戰

OEM指承接由另一間公司以產品「關鍵核心技術」外包的生產及加工工作的製造商。OEM模式因其成本結構及準時交付而成為電子行業的普遍模式，已成為品牌製造商不可避免的選擇。由於IT行業的快速發展及產品持續加速更新，自行生產所有產品並不理想，而外包生產對減省成本而言更具吸引力。OEM製造商普遍具備大規模生產的優勢。OEMs通常能夠加快初創階段的生產，高效及較快地將新產品投入生產及規模生產以應對不斷變化的市場，並立足全球，服務於世界領先市場。隨著產品生命週期不斷縮短，該等關鍵OEMs服務可加快新產品在市場上的銷售。因此，各公司不斷尋求減少對用於生產的存貨、廠房、機器及設備的投資，並優先考慮對銷售及營銷、分銷及渠道管理、研發及渠道等其他活動的資本投資。資本及資源部署的這一策略轉變促使對外包給外部OEMs的需求及興趣不斷增長，該等OEMs能夠減少客戶的整體產品生命週期及營運成本。特別是在大規模生產及製造的材料採購及生產品質監控方面，OEMs經驗豐富，可有效降低生產成本及實現規模經濟。然而，如電子行業而言，OEM行業的准入門檻非常低，其利潤率有限，因此當市場的毛利率下跌時，只有從事大規模生產的製造商才能生存。由於競爭激烈，OEMs都願意降低利潤率，確保與主要品牌製造商維持承包關係以滿足其產能。尤其是，隨著中國經濟越趨開放，中國已吸引低端及有利的投資條件。由於中國已接管低端製造鏈，行業競爭加劇，進一步降低OEMs的利潤率。因此，本集團一直關注目前的經濟環境及市場格局，以及其可能對整體經濟、消費能力及我們所服務的客戶的喜好以至終端市場造成的影響，並密切管理及控制我們的成本及資本資源，以便本集團能夠迅速應對環境變遷。由於我們的成本及經營開支大多較為固定，故當客戶需求下降(特別是對提供重大營業收入的產品的需求下降)時，可能會損害我們的毛利率及經營業績。



## 宏觀經濟不利因素

二零二三年將會是數十年來最具挑戰性、不確定性及全球最動盪的年份之一，該等綜合影響因素為物價增添上行壓力並引發高通脹，導致全球大多數央行持續加息以對抗通脹。為將通脹率降至目標水平，美國央行美聯儲自二零二二年起十次加息，將基準借款利率推至5.00%至5.25%的區間，為自二零零七年大衰退以來的最高水平。於二零二三年六月的會議上，美聯儲官員仍表示會繼續上調利率，但速度會放緩且直到二零二四年方會降息。在全球經濟受多種因素影響不穩定的情況下，受高通脹影響，多數機構下調對全球經濟增長的預期。經濟合作與發展組織(OECD)於二零二三年六月發佈的《經濟展望》中預計，二零二三年全球GDP增速為2.7%，為二零零八至二零零九年全球金融危機以來(二零二零年疫情期間除外)的最低年增長率。同樣，今年世界銀行於最新的《全球經濟展望》報告中將二零二四年全球經濟增速預期從2.7%下調至2.4%，並確定二零二三年全球經濟增速為2.7%，高於此前三月份預測的2.6%，但仍是自全球金融危機以來(受到COVID-19衝擊的二零二零年除外)的最低年增長率。

## 智能手機市場前景

根據IDC於二零二三年五月三十一日公佈的最新報告，就智能手機市場的前景而言，鑒於宏觀經濟不利因素持續存在加之對需求的整體影響，市場預計將繼續面臨諸多挑戰，實際市場恢復預計在二零二四年才會出現。IDC調低其智能手機出貨量預測，由下降1.1%調整為下降3.2%至二零二三年總出貨量11.7億部，預計二零二四年同比增長6.0%。根據IDC的數據，儘管在宏觀經濟不利因素的影響下需求疲軟，但全球興建5G網絡，使得5G設備佔二零二三年全球智能手機出貨量的62%，二零二七年將上升至84%。因此，運營商亦專注於推動5G網絡的應用。根據二零二三年六月發佈的《愛立信移動市場報告》(Ericsson Mobility Report)，二零二三年第一季度，5G電信用戶增加125百萬至11億，預計二零二三年年底全球用戶將達15億，二零二八年年年底達46億，佔手機用戶總數逾50%。與4G推出情況相比，5G用戶數增速更快，僅兩年即迅速達到10億。此為由於多家供應商及時推出可用設備、5G設備價格快速下降及中國大規模超前5G部署。

就最大的智能手機市場——中國而言，根據IDC於二零二三年四月二十七日發佈的報告，分析人員表示，於二零二二年十二月結束新冠清零政策並未提振二零二三年第一季度智能手機出貨量，導致自二零二二年第一季度以來出貨量連續出現兩位數下滑。而且，今年的中國618購物節不如人意。市場熱切期待中國從新冠疫情中恢復開放後消費者支出有所增加，但六月一日至六月七日智能設備市場的實際銷量卻未達到預期。IDC於二零二三年六月十九日發佈的報告顯示，由於今年消費者購物要求「高品質」及「高價值」，且對價格更加敏感，智能手機銷量下降6.5%。

就印度智能手機市場而言，去年所面臨的主要挑戰的影響持續至二零二三年，IDC預計，今年印度國內智能手機出貨量將面臨持平增長，同比下降16%，由於消費者需求疲軟以及去年下半年的高庫存，二零二三年第一季度出貨量將創下四年來最低水平。近年來，印度政府致力於從多方面激勵促進國內電子行業發展，包括(a)生產獎勵激勵(PLI)計劃(價值2萬億印度盧比)；(b)促進電子零件和半導體製造計劃(對資本支出提供25%的財政激勵)；(c)改進電子製造聚落(EMC 2.0)計劃(為建立EMC項目提供財政援助)；及(d)印度商品出口計劃(MEIS)(該等計劃下的激勵按實際離岸價的不同百分比計算)。除了手機外，新興技術(如物聯網、AI、5G)及在工業及戰略電子領域引入機器人及分析技術已推動大量電子產品的全面發展。除了電子消費品之外，電動汽車市場日益受到關注，原因是電動汽車的一系列零部件均依賴於電子行業。

## 供應鏈問題

COVID-19疫情爆發三年後，供應鏈擁堵緩解及通貨膨脹導致的消費者需求減少令全球供應鏈逐步恢復。於二零二三年七月，全球集裝箱運價指數接近1,300美元，而於二零二一年九月創下近10,400美元的歷史紀錄。本年度，本集團見證全球供應鏈逐漸恢復正常水平，不再出現意外中斷。

## 地緣政治緊張局勢

中美經濟戰及因此造成的限制致使美國及其他國家進一步呼籲減少對中國的依賴，導致近年來許多跨國企業紛紛撤離中國。中國宣佈限制出口兩種用於製造半導體及其他電子產品的金屬，幾天後，美國財政部長珍妮特·耶倫於二零二三年七月九日訪華。耶倫會見了中國新任經濟政策領導人，並緩和了美國「脫鉤」的言論。耶倫表示：「脫鉤與使關鍵供應鏈多樣化或採取有針對性的國家安全行動，兩者之間存在重要差別。」她還重申，美國並不尋求與中國脫鉤，她說這將「對兩國都是災難性的，也會給世界帶來不穩定」，而且「幾乎不可能實現」。即使耶倫稱尚未作出限制美國公司在華對外投資的最終決定，但《華爾街日報》報導稱，拜登政府正在制定新規則，限制美國對中國半導體、人工智能及量子計算的投資。即使中國與美國都表示將繼續進行高層對話，但由於美國兩黨日益支持對中國採取更強硬立場，這一緊張局勢可能持續，且可能導致貿易戰及對特定行業或產品的制裁加劇的可能性增加。

## 製造多元化

為消除上述中國疫情政策風險上升以及地緣政治緊張局勢等不利影響，全球製造商正加快在全球實現產能多元化的步伐。根據Counterpoint Research，全球製造產業鏈正遷往特定地區。在該等地區中，越南及印度因其低廉勞工成本、潛在本土需求及利好行業政策成為製造業巨頭擴張及探索業務的主要目標。此外，由於對進口製成品實施的高關稅政策，印度尼西亞及巴西亦被製造商視作實現多元化的理想地點。智能手機及個人電腦OEMs龍頭已在當地建廠或與本土具備生產能力的工廠進行合作。摩根士丹利發表類似觀點，指出越南於教育方面的巨大公共投資及外商直接投資利好政策使電子製造業成功成為其經濟中具影響力的一部分。事實上，越南電子產業發展迅速，於二零二二年佔工業總產值18%，貢獻整體出口收入30%以上。於二零二三年第一季度，根據越南統計總局的數據，即使通脹打壓全球消費需求，越南經濟仍然增長3.28%。儘管增長放緩，但與其他國家相比，越南表現出韌性，其不斷壯大的中產階級和強勁的經濟增長正推動對消費品的需求。摩根士丹利預測，在3千6百萬新中產階級消費者的推動下，越南於二零三零年前有望超越德英兩國成為世界十大消費市場之一。越南利好的行業政策及強勁的本土需求，符合全球製造商尋求產能多元化的目標。同樣，印度政府正努力加大基礎設施投資及向製造商提供土地協助建廠。稅收優惠、投資激勵及基礎設施投入驅使製造商加大對印度的資本投資，將其定位為全球工廠。因此，截至二零二三年三月止財政年度，印度的經濟增長率將達到7.2%，略低於上年的9.1%，該增長率表明該國疫情後的經濟復甦仍處於正軌，並使印度躋身全球表現最佳的主要經濟體行列。

## 產品角度

隨著創新及技術的普及，智能手機行業已商品化且高度普及，規格標準化，令行業更加分散，從而導致市場競爭加劇。IDC中國亦表示，目前智能手機的性能過剩，短期內不大可能有重大創新突破。因此，自研芯片已成為主要智能手機供應商打造自身競爭優勢的重要戰略之一。去年，主流智能手機品牌推出了幾款採用圖像信號處理(ISP)、神經網絡處理器(NPU)及系統單晶片(SOC)等自主研發芯片的產品。然而，中國某主要手機品牌宣佈退出集成電路設計業務，數千家中國集成電路設計公司因自研芯片成本過高以及本年度上半年手機市場尚未復甦而倒閉。為探索增強產品競爭力的其他途徑，主流供應商亦著重軟件優化及升級，致力於為用戶提供不同場景(如駕駛、騎行、極限運動、

會議及Web3等)及設備(如智能手機、耳機、平板電腦及筆記本電腦等)切換間更流暢、方便、智能、互聯、互動的體驗。此外，部分智能手機品牌出於對環境保護的考慮，將可修復性及可持續性作為其產品的關鍵概念，使用責任礦產開採的礦石、回收材料及再生塑料作為元件、機身結構及包裝的主要材料。最後，IDC中國亦認為，採用創新形狀設計的可折疊手機將繼續迅速增長，預計二零二三年出貨量將增加50%。

## 隱私問題

根據愛立信的調查發現，隨著5G網絡出現所產生的數據量成倍增加，包括個人資料洩露或被第三方挪用在內的線上隱私問題一直為大家所擔憂，57%的用戶表達他們對於線上隱私的關注。隨著隱私意識日益提高，蘋果公司和谷歌等科技巨頭已採取多種舉措應對隱私問題，同時保障用戶資料不會在不知情的情況下被第三方收集。蘋果公司最近實施的主要隱私保護升級措施，包括默認設定為關閉IDFA(即廣告商識別器)功能，以及在iCloud嵌入隱私保護功能，對使用者設備輸出的所有流量和線路都進行加密。該公司亦發佈「App隱私報告」功能，讓用戶了解應用程序訪問權限受限信息的頻率，及「數位遺產」計劃，可讓用戶授權特定人士於其身故後訪問數據。蘋果公司亦推出安全檢查功能，幫助可能深受虐待的用戶或親密關係暴力的受害者保護其隱私。谷歌也宣佈了其不同產品的多項隱私功能，並推出了安卓系統的重大軟件更新，提供全新的隱私功能，提升用戶對應用程序的信任。谷歌的保護性計算計劃將繼續致力於將任何個人身份資料從用戶的賬戶數據中移除，並加強其於操作系統及設備的加密機制。此外，谷歌進一步推出「Google One VPN」功能，在不損耗性能的情況下為在線連接提供額外的安全及隱私保護。整體而言，隨著人們越來越慣於將日常活動轉移至網絡平台，隱私和線上安全顯得極為重要。

## 競爭激烈及利潤率下行壓力

由於智能手機行業瞬息萬變且競爭激烈，增長放緩導致行業整合，以致出現擁有大量合併資源的更大規模及更廣泛地區的競爭對手與本集團競爭，並可能對供應鏈造成壓力。由於競爭仍然激烈，來自EMS/ODM/OEM同業的競爭加劇，對本集團的業務造成壓力，而隨著市場上智能手機供應商的快速增長，新客戶獲取可能放緩。本集團亦面臨來自其現有及潛在客戶的製造業務的競爭，該等客戶持續評估自行製造產品相對於外包製造工序、OEM相對ODM的優勢。所有該等發展已對本集團的銷售、銷售組合及客戶組合造成壓力，可能導致利潤率承壓、服務失去市場認受、溢利或虧損被壓縮及失去其市場份額。為應對上述挑戰及不明朗因素，並減緩削價對毛利率的影響，本集團必須藉迅速果斷作出業務及營運決策保持組織精簡靈活，並通過進行重組及縮減規模



以止損。為配合客戶產品推廣時間表及縮短上市所需時間，新產品開發所需週期必須縮減。此外，本集團將開發利潤較高的業務(包括物聯網設備、5G應用及車用軟件及硬件)。本集團的未來業務計劃已進行調整且將聚焦於新客戶發展及營業收入增長，且不斷關注市場競爭狀況以作出相應回應。

## 構建研發能力

為滿足客戶日益複雜的需求，本集團持續投資於研發(此為本集團的核心競爭力)及培養全球研究人才(例如在印度)以確保能力，並持續從事產品研究及設計活動，以最具成本效益及一致的方式製造其客戶的產品，集中在產品創作、開發及製造解決方案上協助其客戶，藉此進一步增強能力。由於智能手機行業的競爭不斷加劇，公司在研發方面的支出不斷增加。就智能手機製造商而言，由於各公司積極投資研發，故差異化範圍有所縮減。一方面，差異化有助於公司提高其智能手機型號的受歡迎程度，另一方面，由於客戶需求及偏好快速變化，差異化已不可或缺。本集團擁有由具備卓越工業設計能力及大規模生產經驗豐富的資深人才組成的專業PD(產品開發)/PM(產品製造)及研發團隊，使本集團擁有自身的創造能力以及持續提升質量、回報率、大規模生產及定制設計的能力。為了保持對行業對手的競爭優勢，本集團的設計中心正在優化產品的開發流程，以發揮更高的靈活性，並配合技術變革的急速步伐和滿足客戶的需要。設計中心正在積極地建立產品組合，並將其作為接洽潛在客戶的營銷工具。這種方法可提高產品開發效率，產品開發成本可由不同客戶分擔。因此，實施這種方法可以提高能力。為了積極緊貼行業最新趨勢，我們鼓勵員工不斷掌握移動設備行業的新技術知識(例如5G)，並吸收涉足人工智能物聯網(AIoT)、車聯網(IoV)和醫療設備行業的新技術需求。聯同客戶和關鍵元件供應商以及在特定技術範疇處於領先地位的目標供應商舉辦研討會和技術發展路線分享會，讓員工緊貼創新潮流。內部方面，設計中心透過給予獎賞鼓勵研發人員提交專利申請，以及舉辦跨部門技術分享會及參加貿易展，努力營造掌握新技術發展的氛圍。

本集團的設計中心緊貼全球領先的客戶和技術新區，亦位於移動設備行業中競爭非常激烈的市場。彼等能夠提供由產品創新概念以至最終產品生產的全部或部分服務。彼等全面的研發功能資源、全球製造支援、對於服務需求龐大的全球客戶和複雜的產品項目具有廣泛經驗的團隊，成為與客戶加強業務關係的基礎。彼等為全球客戶提供服務的良好記錄證明除了品牌客戶外，彼等亦有能力及適應力為領先的電信運營商提供服務。一站式研發服務模式以

及經驗豐富的專案／工程服務和自主製造能力大大減輕客戶的專案管理工作，因此讓客戶可以專注推廣本身的產品。這些增值服務堅持以客為尊的服務理念。整體而言，研發團隊有助於實現企業戰略，突顯出通過新平台為業務重新定位的有效方法。研發團隊是本集團創新動力來源。研發團隊在本集團向不同領域轉型的過程中擔當開路先鋒，而其全面的服務職能則使本集團的研發團隊有別於純粹提供製造服務的工廠及／或研發服務公司。研發團隊在向客戶推廣本集團在產品設計方面的製造資源優勢方面處於穩固地位。研發團隊也為製造業的升級作出貢獻，並協助工廠實現數位化製造過程。凡此種種均令本集團得以開發一系列具備工業設計、相機及音頻應用創新功能的智能手機及功能手機產品，使本集團的產品從市場競爭中脫穎而出，並有助本集團滲透全球移動市場份額。本集團已充分利用鴻海科技集團在產品創造垂直整合方面的優勢。本集團的一站式採購服務及豐富資源(獲得鴻海科技集團的支援，提供規模、豐富經驗及主要元件的控制)對中國品牌尤其具有吸引力。本集團持續升級其技術及領先競爭對手的能力將是本集團能否維持競爭優勢及確保利潤的重大決定因素。研發團隊將不斷在工業設計、影音質素、用戶體驗、AI技術等方面進行創新，其將用於本集團將提供的各種產品，除手機外，亦包括數據模塊、網絡產品、物聯網設備及汽車產品。研發團隊利用移動及可穿戴設備的整個產品組合，以把握消費者物聯網市場的機遇，並通過先進的語音用戶介面以及更佳的音頻及視頻功能使物聯網產品脫穎而出。憑藉在開發消費產品方面逾15年經驗及開發安卓機型所需軟件方面逾10年經驗，本集團將發揮強大的軟件及硬件整合及優化能力推出突破性的汽車產品(車載通訊系統、車載資訊娛樂系統、智能駕駛艙等)，善用本集團在用戶體驗及移動生態軟件開發方面的豐富知識，將汽車徹底融入駕駛者無移動設備不歡的生活習慣。本集團已進一步投資於研發新技術，以確保本公司取得未來業務發展動力，更可識別及應付客戶不斷變化的需求、行業趨勢及競爭力。本集團一直在印度打造其研發能力及產能。

## 發掘新機遇

由於手機市場已發展為成熟市場，發展空間較窄，本集團繼續於其他具有巨大潛力的行業(包括汽車、醫療保健等)尋求投資及業務機會。隨著環保意識的提高及電池技術和性能的持續改進，過去兩年電氣化已成為汽車行業最重要的關鍵詞。此外，各國政府(日本、德國、英國、韓國等)及主要的汽車整車廠(大眾、福特、通用、梅賽德斯－奔馳等)已宣佈相關政策及時間表，提議於二零三零年至二零四零年禁售新汽油和柴油汽車。根據中國乘用車協會(CPCA)的

數據，二零二三年上半年中國乘用車銷量達9.524百萬輛，較去年同期增長2.7%，及新能源汽車銷量創下3.086百萬輛的歷史新高，增幅為37%及佔乘用車總銷量市場份額超過32%。隨著電氣化熱潮席捲汽車行業，智能駕駛艙和智能輔助駕駛系統(ADAS)亦成為主要汽車製造商向數字化新產品轉型的標配設備，汽車廣泛應用電子元件將成為汽車電子行業發展的關鍵驅動力。另一方面，疫情管理、感染治療及人口老齡化亦成為醫療技術創新和轉型的動力。隨著「ABCDEF」(即人工智能、區塊鏈、雲端、數據、邊緣計算及5G(第五代移動通訊))的發展，遠程醫療打破了醫療服務地理位置及距離的限制，亦緩解了部分勞動力短缺，為不同疾病及年齡的患者提供對接醫療及智能醫療的服務。展望未來，通過可穿戴設備、門診病歷及健康檢查報告提供的數據，患者可進一步連接整個醫療系統，不僅加快了預約流程，亦使患者獲得更準確的診斷。

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

展望未來，本集團了解過去面臨的各項重大挑戰，並將繼續準備迎接可能於二零二三年出現的新因素。於二零二零年，本集團為優化公司規模而進行重組，以淘汰冗贅資產，實現精簡，並繼續精簡架構，實現利用率提高和成本節約。本集團已實施及維持健全及有效的內部監控及企業風險管理系統，以不時應對所有該等挑戰及不明朗因素，以及維持及提升其表現。詳情請參閱本公司二零二二年企業管治報告書(構成本公司於二零二三年四月十三日發佈及刊發的二零二二年年報其中一部分)所載「問責及審核」一節。

## 二零二三年上半年面臨的主要風險

有關於二零二三年上半年面臨的主要風險，請參閱下文主要風險項目。

### 行業風險

#### 與手機業務及需求疲軟有關的風險

如前所述，二零二三年的手機市場轉向以市場需求為導向。於上文地域分類章節，我們已闡明所有類別的需求均十分疲軟。由於全球經濟繼續受疫情後通貨膨脹的影響及俄羅斯入侵烏克蘭帶來的經濟影響，手機製造商在經歷二零二二年充滿挑戰的一年後，將在二零二三年迎來一段艱難時期。於



二零二三年，全球經濟仍處於脆弱階段，消費者預算受到生活成本不斷攀升的擠壓，通脹帶來的影響揮之不去及經濟增長緩慢繼續抑制全球對手機的需求。我們預計消費者將在二零二三年放棄購買更換手機，而且在發展中市場，許多人依然買不起他們的第一部手機。中國市場的波動繼續抑制全球市場銷量，而隨著消費者更新智能手機的頻率下降，中國的市場需求將持續低迷。青年失業率飆升的難題依然存在，很大程度是中國經濟放緩所導致的。於過去三年，政府曾經實施的嚴厲COVID-19政策重創消費支出並嚴重打擊小型企業。對互聯網、房地產及教育公司實施的監管打壓亦損害私營企業，而其為中國提供超過80%的就業崗位。

由於所有領域的准入門檻較低及中國及印度同業的高成本競爭力，OEM市場存在大量市場參與者，導致定價競爭激烈，激進的定價為常見的商業動態，且我們客戶對價格極為敏感，此導致市場收益潛力降低，定價壓力持續增大，贏取新業務實屬困難，我們可能不得不提供與競爭對手同樣低的價格，因此很難維持歷史或目標利潤率。有時，競爭對手以我們無法或不願提供的價格提供EMS服務，本集團必須控制成本，提高成本競爭力。為應對上述挑戰，本集團須控制BOM(物資清單)成本及製造成本，提高效率、生產力及產量，抗衡毛利率下跌的壓力，同時繼續監察影響客戶業務及其財務健全程度等因素的影響。由於元件價格趨於平均，市場重心落於勞動力成本及產量。鑒於低經營利潤率會影響擴展計劃，市場認為低經營利潤率會阻礙增長。本集團於二零一九年已終止生產虧損的諾基亞品牌智能手機，而HMD已採取ODM多元化戰略，目前本集團僅為HMD生產功能性手機。自二零二二年中甸起，為控制信貸風險，本集團不再接受新功能手機項目。在面臨產品組合欠佳、定價壓力增加、使用率低下等負面因素的情況下，要在維持市場份額及抗衡利潤率下行壓力之餘，又同時保持成本競爭力、精簡靈活及技術先進，確屬極為艱巨的挑戰。由於高產量及低複雜性的製造服務的毛利率通常低於較複雜及低產量的服務，而較低毛利率項目的高度集中影響整體毛利率，因此主要客戶訂購並發運的產品組合將影響本集團毛利率。部分客戶可能考慮將過往外包業務或日後部分產品內包，以優化其產能及資產使用率，並節約成本。一名主要客戶在中國及印度找到新的生產合作夥伴，本期間對該客戶的銷售額急劇下滑，預計二零二三年下半年對該主要客戶的出貨量將繼續大幅下降。由於需求的不確定性下降，客戶改為以多次下達小量的訂單，而不下達訂貨量大的訂單，我們客戶於產品或服務數量及組合方面的生產計劃或會出現波動，因此難以預測訂單情況。由於未來需求能見度較短，本公司須在此艱難時期控制及優化存貨水平及營運資金以及未付貨採購訂單涉及的重大風險。由於本集團部分客戶面對重大逆境，市場及本集團面臨激烈競爭及產能過剩，機構件及系統組裝業務的毛利率承受著前所未有的下跌壓力，有關壓力已持續



至二零二三年，未來復甦之路仍充滿挑戰。整體而言，本集團自二零一七年年底以來所面臨的挑戰已持續至二零二三年上半年並將持續至二零二三年下半年，且本集團的整體毛利率持續受壓。

此外，部分客戶將訂單轉交本集團競爭對手處理的頻率增加、改變外包的數量或價格下跌壓力亦可能導致我們日後進一步進行重組或縮減規模。於本期間，我們在中國開展大規模的裁員行動，預計我們將於二零二三年下半年在部分海外工廠開展精簡行動。本集團將不得不在客戶將外包工序轉交競爭對手處理的期間產生更高的經營開支。任何該等重組或縮減規模活動(如有進行)均可能對本集團中短期的經營及財務表現造成不利影響，並可能令本集團須進一步調整其策略及營運。整體而言，本集團將繼續控制成本及維持靈活變通，同時監控市場環境、客戶表現及資產的使用情況並評估是否需要在適當時候調整規模。為了有效競爭，我們必須持續提供技術先進的製造服務，保持嚴格的質量標準，對客戶的設計及進度變化作出靈活及迅速的反應，以有競爭力的價格於全球範圍內按可靠的基準交付產品，並尋求以我們的先進技術及工程解決方案與客戶建立更密切的關係。這要求滿足嚴格的交付時限，並遵守監管及合約責任。憑藉強大的研發能力及雄厚的製造實力，我們已做好充分準備在競爭中保持優勢。我們的工程師積極獲取質量標準認證，參加綜合培訓計劃，並加深對新興領域的了解。長期來看，由於地緣政治緊張局勢消失後，整體需求或會增加，市場參與者將能夠以技術投資進行擴張。因此，中長期的影響將會降低。

## 經營風險

### 依賴主要客戶、信貸風險及預期信貸虧損備抵增加

我們依賴客戶及整體經濟以及其經營所在市場的成功。當客戶或其經營所在市場下滑或增速明顯低於預期時，我們可能會受到不利影響。我們依賴客戶的持續增長、業務發展能力及財務穩定性。由於生活成本上升抑制需求，二零二三年手機全球出貨量較疲軟的二零二二年進一步下降。本集團五大客戶佔本集團營業收入總額的88.54%。本集團已與該等主要客戶建立穩固關係，而要在如此多變、競爭激烈、產能過剩、需求萎縮及存貨積壓的市場環境中維持與該等客戶議價的能力是一項重大挑戰。由於我們的客戶與其競爭對手之間競爭激烈，我們的客戶不得不降低產品價格並向我們增加定價壓力。本集團大部分銷售依賴相對較少的客戶，並依賴我們以新業務替代因產品退市計劃和客戶流失導致銷售下滑的能力，而對該等客戶的銷售下降會減少我們的銷售淨額。有關評估本集團所面臨風險及我們就管理該等風險採取的行動的詳情，請參閱「與客戶、供應商及僱員的主要關係」及「地域分類」一節。本集

團大部分應收貿易賬款來自與本集團建立長期穩定合作及業務關係的主要長期客戶。

授予彼等的信貸期介乎30至90日，與授予本集團其他客戶的信貸期一致。由於市場波動及競爭激烈，且整體經濟下行，美聯儲縮表、通脹激增、加息、信貸及市場狀況以及借貸成本增加，均可能對我們若干客戶的業務、營運表現、債務及股本融資渠道、流動資金、現金循環週期及現金狀況以及財務狀況造成影響，包括影響彼等履行合約責任及應付貿易賬款的能力。如我們的一名或多名客戶面臨該等財務困難，這或會對該等客戶及時付款或購買我們已有存貨來支持彼等業務的能力造成重大影響。與此同時，我們與客戶保持密切聯繫，以了解所有該等不利因素對彼等業務的影響及由此對我們業務的潛在影響。本集團將維持監測客戶的信貸狀況及延遲付款記錄以及向客戶收賬的情況，並評估拖欠風險及陷入財務困境的客戶的持續經營風險並檢討預期信貸虧損備抵的充足性。具體而言，本集團的財務團隊繼續密切監察HMD的業務表現、現金狀況及流動資金、延遲付款記錄、財務穩定性、不成功的籌資以及其信貸狀況及持續經營風險，並採取必要措施降低風險。本集團有若干客戶屬小型客戶，而與面臨該等財務困難的客戶交易亦可能對我們的財務業績造成不利影響。尤其是在經濟下行下，部分小型客戶可能面臨財務困難，而本集團可能難以收回結欠我們的款項，或該等客戶對我們產品及服務的需求可能下降。倘我們的一名或多名客戶無力償債或因其他原因無法及時向我們付款，或根本無法付款，則我們的財務業績及狀況可能會受到影響，且需要增加預期信貸虧損備抵以及應收貿易賬款的週轉日數，及因存貨水平較高而須增加營運資金需求及增加撇銷存貨金額。鑒於本集團若干客戶延遲付款，令依時收回應收貿易賬款的風險增加，管理層預計，違約率將因艱難的經濟環境及烏克蘭戰爭持續的影響而相應增加。於評估後，管理層確認風險已大幅增加，最終HMD基於已知及可知的情況可能無法履行到期義務。對於信貸風險增加的客戶，管理層已委任獨立估值師(通過確定適當的違約率概率、前瞻性調整及估計違約損失率下的估計虧損)協助估計應收該客戶貿易賬款之預期信貸虧損備抵。本集團採用撥備矩陣以就出現信貸減值或信貸風險增加的應收貿易賬款計算預期信貸虧損備抵。撥備矩陣基於按具有類似虧損模式的各債務人分組的應收賬款賬齡。撥備率基於本集團過往觀察所得違約率，並考慮毋須付出不必要成本或努力即可獲得的合理有據的前瞻性資料。於各個報告日期，過往觀察所得違約率會進行重新評估，並會考慮前瞻性資料的變動。鑒於全球經濟及手機市場存在高度不確定性及地緣政治緊張局勢加劇，本集團於本期間通過提高逾期應收貿易賬款的預期信貸虧損百分比而重新評估預期信貸虧損備抵。

系統組裝及機構件業務的毛利已大幅削減。本集團一直積極開發海外新客戶及生產手機以外的產品。最後，該美國互聯網客戶的核心業務並非手機行業，該客戶在業務策略上的任何變動可能影響我們向該客戶的銷售。幸好該客戶仍積極對手機業務投入資源。最後，我們的客戶可能在需求方面經歷市場份額的急劇變化，這可能導致彼等失去市場份額或定價權或退出業務。

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

為降低客戶集中風險及提高產能利用率，本集團已投入大量資源及精力開發新客戶。與新客戶建立業務關係可能較與現有客戶建立業務關係存在更大風險，原因為新客戶的產品對市場而言屬新產品，不確定該等未經測試的新產品能



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

## 財務風險

### 匯兌風險

有關如何減輕該等風險的詳情，請參閱「財務表現」一節。貨幣市場波動，二零二三年的數據可能與歷史數據極為不同。

### 通脹劇增及利率增加

於二零二二年，經濟形勢發生諸多變化，利率及通脹持續上升。由於COVID-19限制措施的放寬，需求增加，而中國大部分經濟領域長期停工致使供應削弱，貿易壓力顯現並因俄羅斯入侵烏克蘭等事件的催化作用而加劇，導致能源、食品及其他商品價格大幅上漲，加劇通貨膨脹，引發生活成本危機。通貨膨脹使投入成本增加，工資價值減少，一切開支的負擔均增加。許多企業注意到包括能源及燃料在內的投入成本上升，其可能不得不將該等成本轉嫁予消費者。通貨膨脹對整個經濟產生負面影響，推高了製造、分銷及業務服務價格，使其遠遠高於理想水平，進而影響到企業供應鏈。於疫情期間，利率處於歷史低位。然而自二零二二年五月起，美聯儲不顧對銀行業危機的擔憂，提高利率以對抗通脹。其目的十分簡單，即通過放緩經濟活動及降低對商品或服務的需求來抑制需求並緩解／抑制通脹壓力；遏制人們的借貸及消費、鼓勵儲蓄（即高儲蓄高回報的「財富效應」）；抑制企業投資（即其借貸成本更高）及僱



備更多員工。最後，即使企業不會受到直接影響或可能相對不受影響，亦會因供應商的商品價格上漲而受到間接影響，從而被迫提高自身產品的價格，及／或面臨供應中斷。這可能會使通脹率上漲，進一步削弱銷售額。總體而言，成本增加、消費支出減少、勞動力市場趨緊、生活成本上升及美元走強均抑制了對智能手機的需求。

於二零二三年，美聯儲繼續加息，於二月批准二零二三年的首次加息，將聯邦基金目標利率上調至介乎4.50%至4.75%。隨後，美聯儲分別於三月二日及五月三日加息0.25%，使當前利率介乎5.00%至5.25%。六月，聯邦公開市場委員會(FOMC)再次召開會議，會議期間概無加息及降息。然而，美聯儲主席杰羅姆·鮑威爾(Jerome Powell)強烈主張於二零二三年底前可能至少再加息兩次，預計須一年以後方會作出降息，因此我們需適應高利率時期。

## 技術風險

### 網絡風險控制

至於網絡風險，本集團已制定資訊／網絡安全政策，為財務數據及業務資料提供充分安全控制及保護。資訊科技部門已刊發手冊要求僱員嚴格遵守，以便於組織內管理及控制網絡安全風險(尤其是網絡控制)，並確保機器及系統運作正常及避免任何資料外洩。此外，資訊科技部門已制定程序及指引，以便可於偵測到網絡攻擊時即時作出反應。至於網絡控制方面，所有電腦伺服器設均位於使用備援防火牆設計的區域網絡(內聯網)。此外，環球安全營運中心協助製造商及職能單位監控彼等的網絡，以確保可即時偵測到對電腦系統進行的任何攻擊，而資訊科技部門編製每月報告，報告是否偵測到任何網絡攻擊事件。此外，資訊科技部門備有災難修復計劃及程序，確保在受到攻擊時可即時作出有效反應／行動，盡量減低潛在有害影響／損失，並可迅速恢復營運，避免任何業務中斷，令本集團業務營運得以持續進行。

如前所述，本集團的未來業務計劃將聚焦於維持精簡靈活的輕資產勢態，並將持續監察外部宏觀環境、市場競爭狀況及內部營運優勢以作出相應行動，並繼續投入資源增強研發及業務開發能力。二零二三年，本集團將繼續面臨各種風險，並將繼續處置閒置資產及進行重組工作，而這可能導致虧損。與我們或我們營運所處的行業或地區有關的風險不只是下文所述風險。我們現時未知或我們現時視為不重大的其他風險及不確定因素亦可能影響及損害我們的業務、經營業績、財務狀況及現金流量以及我們客戶及供應商的業務。倘實際發生以下任何一項風險、以下部分風險組合或現時未知或現時視為不重大的其他風險，我們的業務、財務狀況及經營業績可能會受到不利影響。

倘中國解除新冠清零防疫措施後的COVID-19疫情、全球經濟下行、烏克蘭戰爭、通脹及美元走強對我們的業務及財務業績造成不利影響，亦可能加劇本節所述的諸多其他風險。除下文相關風險因素所述者外，我們無法量化本節所述任何風險的財務或其他影響。具體而言，二零二三年的風險因素及機會包括：

## 二零二三年的風險因素

上述二零二三年上半年的所有風險將延續至二零二三年下半年。本集團業務、財務狀況及經營業績受到各種業務風險及不確定因素影響。本集團認為，下列因素可能導致本集團財務狀況或經營業績較預期或以往業績出現重大差異。除下列風險外，本集團亦面對其他未知風險、或目前未必屬重大但日後可能變成重大之風險。於二零二二年進入尾聲之時，我們見證了全球市場及經濟體如何度過利率劇升及通脹激增的動盪之年。由於核心通脹率仍高居不下，各國央行的應對進一步收緊經濟活動，二零二三年仍是全球經濟充滿挑戰的一年。通脹、解除新冠清零防控措施後中國經濟復甦及地緣政治問題左右著二零二三年局勢，對消費需求及品牌運營成本造成負面影響。後疫情時代消費者行為已發生改變，消費者受到二零二三年潛在經濟動盪的不同影響，全球經濟低迷日益顯現在消費者的購物習慣上，手機行業於未來期間更加不可預測且行業需要適應新現狀。由於注重成本的客戶可能會推遲或縮減購買非必需品，而富裕的消費者受通脹的影響不大，根據可支配收入水平等因素，我們預測低收入及高收入家庭的購物習慣差異將愈加明顯。由於全球風險及持續的不確定性以及不斷變化的形勢正影響每個市場的復甦時機及路徑，我們需審慎關注我們產品生產及銷售所在地區／地域分類的宏觀經濟及政治問題，同時我們亦需制定能夠迅速實施的風險緩解策略。

主要風險包括：

### (I) 需求方面

#### (i) 需求萎靡及向不同客戶銷售減少的風險以及持續進行重組活動的需要

如上文所述，於二零二二年，由於供應商的產能及產量大幅增加，情況發生變化，拉低市場的供應鏈限制有所緩解，由於元件訂單迅速削減，供應商開始擔憂供應過剩及庫存積累，供應鏈限制不再是最緊迫的問題。行業市場轉向需求限制，終端客戶對價格更加敏感。許多客戶在數月的可自由支配開支後重新調整其預算。在中國經濟急劇直下的情況下，

中國國內市場的萎縮程度超過世界其他國家，注重價格的消費者削減對中國領先品牌主導的產品領域消費，因此中國的領先品牌受到的影響更大。中國的增長已經放緩，關於未來市場勢頭的主要問題逐漸浮現。除國內風險外，中國經濟亦將遭受地緣政治風險的外部壓力，以及為遏制通膨而加息導致的全球經濟下行。二零二三年上半年的實際出貨統計數據顯示，二零二三年下半年全球手機行業將繼續不明朗及不穩定，消費者將不可預測且善變。我們的大多數客戶並無長期生產計劃，且可能取消訂單、變更產量、延遲生產或變更其採購策略。與成熟公司相比，與新興公司的客戶關係可能帶來更多風險。隨著銷售下降，我們於手機EMS行業的領先地位可能會受到挑戰。在飽和的手機市場中，品牌須審慎考慮影響消費者行為的因素，並採取相應措施。Canalys於二零二三年四月發佈的研究報告預計，隨著渠道庫存達至更為穩健的水平，二零二三年下半年智能手機市場將獲得增長動力。商家正審慎經營該市場，將盈利目標、精益運營及庫存清理作為首要任務。然而，對於有長期抱負及投資資本的商家，具有挑戰性的市場條件為其提供絕佳環境，有利於搶佔市場份額、展現對新市場的承諾及意圖以及與渠道建立緊密的合作關係。

本集團的成功與客戶的成功息息相關。我們的大部分銷售來自少數客戶，所有這些客戶通常在競爭激烈的市場中運營，風險高度集中。我們的客戶所經歷的市場發展及／或其新產品／機型的市場接受度或新客戶開發可能不時影響本集團的業務，且難以預測本集團的未來訂單及季度表現。一名主要客戶已在中國及印度覓得新製造夥伴，預計於二零二三年下半年向該客戶的銷售將持續大幅下降。該客戶在印度的銷售及市場份額持續下跌，並面臨監管挑戰。由於市場需求持續疲軟，向若干其他主要客戶的銷售可能亦壓力重重。

不同時期的毛利率可能會有所不同，且在高度競爭、利潤率下行壓力巨大的市場中難以維持穩定的毛利率，因為不同的項目(不論舊項目和新項目)可能會貢獻不同的毛利率，而此取決於所涉及的服務類型、產品複雜程度、商業模式、每個專案的生產規模及材料成本。通常，在早期階段，由於新項目需要時間提高產量並實現規模經濟，同時需要承擔未吸收的製造費用，所以製造量及毛利率均處於低位。我們的客戶竭力降低供應鏈成本，不斷實施降低成本的要求。儘管我們專注於降低成本以應對定價壓力，我們仍面臨按比例降低成本或維持當前成

本降低率的巨大壓力。手機行業中的該等定價及成本壓力肯定會持續。我們的價格及定價政策倘出現任何大幅變動，則將降低我們的營業收入及利潤率。特別是，中國同業極具成本競爭力，這亦是本集團不得不將重心移出中國的原因。我們面臨業務重組產生的風險。遷出中國及本集團於中國的銷售下降已導致資產利用率降低，需繼續在華北地區進行大規模及果斷的精簡重組，以合理化人員配置及使我們的產能與當前和預期的客戶需求保持一致。此舉需根據當地勞動法規定支付遣散費，金額可能巨大，從而影響本集團二零二三年的業績，我們已十分謹慎地處理重組事宜，因其可能影響員工士氣。預計二零二三年下半年，部分海外工廠將需要採取額外的重組行動，我們會因此受到不同法律及監管要求的約束，規管我們削減產能和勞動力的程度和速度。除其他活動外，重組過程亦包括於廠房及設施之間轉移生產、將項目從成本較高的地點轉移到成本較低的地點、精簡設施、減少員工數量、重新調整我們的業務流程以及重組管理。

今年以來，主要經濟體增長疲軟，全球經濟增長乏力。儘管中國經濟復甦不及預期，但相較其他國家其於二零二三年上半年仍保持較快增長。儘管出現部分明顯的轉好跡象，但年輕人的就業前景仍然黯淡，決策者仍需提供更多支援，將經濟拖出疫情的泥潭。青年失業率上升有數個結構性原因。於需求方面，每年吸收大量大學畢業生的房地產、互聯網及教育行業仍處於過去數年監管打壓的殘餘影響。其次，許多在疫情期間關閉的小企業尚未重新營業。失業青年人數不斷增加也給中國決策者帶來迫在眉睫的人口挑戰。該國人口六十年來首次出現下降並將被印度趕超，人們對經濟增長結構性放緩的擔憂日益加劇。隨著經濟復甦進度加快，中國正在鼓勵企業擴招，凸顯持續存在的對勞動力市場和年輕人失業率飆升問題的擔憂。

通脹環境之下，本集團須優先考慮有效的成本管理並不斷尋求優化運營效率的途徑，此至關重要。透過發現流程改進的機會及採用創新策略，本集團可減輕成本上升的影響並適應不斷變化的市場動態。該等積極措施將提升本集團於通脹挑戰環境中的競爭地位。



- (ii) 我們的大多數客戶並無長期生產計劃。市場需求疲軟，可能存在客戶取消、延遲或減少需求或訂單或出貨手機退貨的風險，將導致未付貨採購訂單風險及／或庫存過剩或直接勞動力閒置，我們不得不取消未付貨採購訂單。對於交貨期較長的元件，我們通常需要提前下達採購訂單。客戶工程變更可能導致材料或元件過時。儘管我們試圖取消已下達的材料／元件採購訂單、退回或以其他方式減少過剩及過時庫存、要求客戶就這些材料向我們作出補償及／或為我們的服務定價以應對相關風險，我們實際上可能無法及時或完全獲得補償、無法收回這些債務或在定價中充分反映有關風險。為降低風險，採購團隊在下達交貨期較長元件的採購訂單前，將格外謹慎並在內部進行良好溝通。材料及元件供應不穩定及交貨延遲可導致價格上漲。儘管我們的許多客戶允許根據原材料或元件價格的變化及其他因素對定價進行季度或其他定期調整，我們亦會要求客戶提高價格，惟有關重新定價未必獲客戶接受。如上所述，由於開發新項目需要時間，因此可能需要相當長一段時間才能向新客戶發貨。由於在出貨量達到盈虧平衡點之前須支付籌備費用，因此還需要一些時間才能盈利。
- (iii) 全球經濟面臨來自高通脹、高利率、新興市場貨幣貶值以及由此產生的消費需求波動等挑戰，導致嚴重的經濟不穩定性，對HMD營運所帶來的挑戰比初步預計更甚，對HMD於二零二二年下半年的業務表現影響尤為嚴重。為改善現金狀況，HMD已採取多項措施以改善其未來財務狀況，包括積極管理運營開支、審閱與主要合作夥伴的協議以及優化供應鏈。為降低成本，HMD正與具有價格競爭力的ODMs合作。HMD將繼續投入實銷回扣保持庫存流動，同時保持適度的出貨量以令渠道存貨水平達致可持續發展水平。就二零二三年下半年的展望而言，HMD的目標是保持銷售收入穩定，並繼續關注盈利能力，直至智能手機市場開始出現復甦及增長的信號為止。HMD繼續提高智能手機的毛利率，而此為策略要點，因為功能手機市場的下滑速度快於預期。HMD的持續經營非常重要。此外，根據諾基亞與HMD於二零一六年訂立的協議，上述協議下的許可將持續到二零二七年三月三十一日，若提前終止則另作他論。HMD將在其戰略中反映其條款的任何變化。

由於HMD於二零二二年未能成功籌集資金，HMD的現金吃緊，本集團須繼續監測HMD的付款及評估HMD的持續經營風險。根據HMD的現金狀況，倘若HMD於二零二三年下半年無法支付逾期應收貿易賬款，預計將繼續作出預期信貸虧損備抵，備抵金額可能較大。

- (iv) 關於HMD諾基亞品牌功能手機的IMP(已上市)項目的完成時間，預計IMP項目將在明年年初完成。然而，從七月份開始，我們將把部分業務轉為寄售模式。在此模式下，第三方將購買部分主要材料並將其委託予本集團代售，本集團的主要角色將為合約製造，包括加工費用及採購機構件／外殼、包裝材料及PCBA的部分電子元件。模式轉變旨在減少OPO及庫存風險，並最大限度地減少資本利用率。由於本集團不承擔庫存風險，與HMD的主要業務範圍將變為向HMD提供加工服務。這意味著二零二三年下半年對HMD銷售手機金額將會減少，而加工收入將會增加，但數額可能不會很大。
- (v) 部分人士認為，現在的手機性能很強，涵蓋各種基本功能，且產品形態並無突破，故更換手機的邊際效應極低。消費者對手機的需求減少直接反映於出貨量上。
- (vi) 對於我們的印度業務，由於我們符合電信PLI(生產掛鉤激勵)的標準，因此我們已屬於該計劃的受益人。然而，在手機分類，我們的基準年(二零二零年)銷量非常高，使得我們難以達到同比銷量增長的標準，原因為整個智能手機市場在COVID-19期間萎縮。此外，我們並無大量設備的ASP(平均售價)為200美元，此為獲得激勵的另一標準。我們的印度團隊現正致力於開發新客戶，有關產品符合該等標準。我們的部分同業亦面臨著類似的挑戰，彼等與政府會面並表達此等擔憂。
- (vii) 根據研究公司International Data Corporation (IDC)的數據，今年首三個月印度出貨31百萬部智能手機，較二零二二年同期下降16%並為四年來最低的首季度出貨量。IDC強調，需求低迷是由於經濟前景不明朗及手機庫存依然高企。印度於二零二三年首三個月的經濟增速放緩至4.1%，緩慢的經濟復甦令消費需求無法擴大，亦對工資增長(尤其是對處於收入金字塔下半部分的群體而言)沒有助益。專注於高端手機的品牌將繼續受惠於市場的兩極分化，原因是來自高收入群體的消費者受經濟疲軟影響的程度較小。艱難的經濟環境衝擊對價格低廉的手機的需求，用戶對價格更加敏感，升級手機的時間間隔也更長。由於印度為FIH積極擴張生產規模的國家，需求下跌將影響其資產利用率。

## (II) 供應方面

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

## (III) 通貨膨脹

美國六月份CPI下降至3%，連續第十二個月下降，創下二零二一年三月以來的新低。核心CPI為4.8%，亦創下自二零二一年十月以來的新低。二零二三年六月的報告顯示通脹明顯降溫，為美聯儲結束數十年來最激進的加息週期帶來新的希望。然而，鑒於美國強勁的就業市場及富有韌性的經濟，市場普遍預期美聯儲將在今年下半年繼續加息，並將其維持在較高水平。隨著利率開始上升，消費者可能會盡可能地削減支出。這將導致企業對商品及服務的需求減少，尤其是對可自由支配商品的需求。由於借貸成本上升，企業的計劃亦可能面臨挑戰。

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

## (IV) 宏觀經濟

### (i) 全球

二零二二年影響全球經濟的主要因素將持續到二零二三年，影響全球主要經濟體。這些因素包括地緣政治衝突、供應鏈重組、通貨膨脹和高利率。在金融貨幣方面，美聯儲自二零二二年年中啟動了緊縮貨幣政策，並在二零二三年五月實現了聯邦基金利率5.25%的目標。通脹逐步降溫，加上經濟數據表現強勁，美元有望在二零二三年全年保持強勢地位。然而，由於國內經濟復甦慢於預期，人民幣兌美元繼續面臨下行壓力。在貿易和服務方面，自二零二二年以來，歐盟和美國對消費品的需求都大幅下降。雖然中國取消了與疫情相關的限制，但消費勢頭依然疲軟。隨著利率的上升，消費需求逐漸減弱，海運費用已恢復到疫情前水平，進一步緩解了通脹壓力。在國際能源方面，二零二三年的石油價格與二零二二年相比有回落跡象，但仍在高位震盪。

隨著需求的恢復，石油輸出組織(OPEC+)減產可能會導致油價繼續上漲。另一方面，俄羅斯與烏克蘭的衝突影響了歐洲的天然氣供應鏈。儘管努力將供應鏈迅速轉移到其他相對穩定的國家，但在實現完全過渡之前，歐洲仍面臨巨大的價格壓力。最後，在地緣政治方面，美國及其北約盟國繼續在當前的俄烏衝突中援助烏克蘭，旨在二零二三年底前結束戰爭。此外，美國正越來越多地利用技術限制來壓制中國的先進半導體能力，並通過供應鏈多元化來削弱中國的經濟影響力。這些行動在未來會帶來潛在的政治風險。總體而言，全球經濟仍面臨巨大風險，二零二三年仍處於不確定狀態。

## (ii) 中國

COVID-19的週期性損害可能與中國面臨的若干結構性不利因素相吻合——尤其是房地產行業的規模、與全球經濟脫鉤、人口結構——並促使中國經濟增速更加緩慢。根據國家統計局發佈的數據，由於出口需求仍然不溫不火，加上不斷下跌的房地產價格削弱了消費者信心，與去年的低基數相比，中國經濟在四月至六月的幾個月時間裡增長了6.3%，低於市場預期。與第一季度相比，四月至六月的國內生產總值(GDP)僅增長了0.8%。與第一季度的環比增速2.2%相比，增速明顯放緩，表明消費者支出明顯減緩，企業信心下滑，並強化了增長失去動能的觀點。私營企業作為經濟的支柱及最大的就業來源，在招聘及進行新投資方面猶豫不決。要扭轉需求收縮的局面，應鼓勵民間資本進入房地產以外的行業。屆時中國政府就無須推出大規模的財政刺激計劃。消費者面臨的主要風險仍是來自房地產市場的不確定性，因為倘若消費者無法通過持有房地產作為金融資產獲得可觀的資本收益，彼等就可能大量囤積儲蓄。地方政府應擺脫依賴土地銷售作為主要收入來源。實際上，這意味著支持未完工項目的完成，為穩健開發商提供激勵以增加投資，鞏固行業發展。當房地產市場趨於穩定時，在進一步的政策支持下，將湧現更強大的房地產開發商。

工資上漲及中國政府的明確政策目標向跨國公司發出信號，即其應全力利用中國的高端製造基地，同時轉移低端產品至其他投資主導型市場，如東盟國家和印度，而該等國家或會從由中國轉移的投資中受益。憑藉全球領先的製造能力、熱門技能和不斷增長的中產階級，中國已不再是低成本生產基地，該「世界工廠」正在向價值鏈上游移動。隨著中國高度重視擴大國內市場及需求，減少對國外市場的依賴，推動本土創新以促進增長，中國消費者正越來越多地轉向本土品牌。與其依靠中國工廠生產貨品並最終銷往其他地區，各企業紛紛採取「China for China」策略，致力於中國建立研發機構，為不斷增長的龐大國內市場



製造產品，搶佔消費蛋糕。中國政府還鼓勵跨國公司和外國研究機構建立本土設計中心、示範工廠並與中國公司合作。簡而言之，低迷的全球經濟亦加劇了中國的困境，由於二零二三年外國需求面臨的環境仍然十分嚴峻，中國政府將積極促進國內消費和私人投資。

預計二零二三年本集團將錄得淨利息開支及匯兌虧損。截至二零二三年六月的12個月內，CPI上漲3.0%，為自二零二一年三月以來最低的同比增幅。年度通脹率是去年六月的三分之一，當時物價飆升9.1%，為自一九八一年十一月以來的最大漲幅，亦標誌著CPI同比增幅達到峰值。儘管如此，通脹率仍遠高於美聯儲的2%目標，勞動力市場依然吃緊。儘管六月份就業增幅為兩年半以來最小，但失業率降至接近歷史低位，薪資增長強勁。通脹可能依然高企甚至於發生進一步衝擊的情況下(包括烏克蘭戰爭加劇及極端天氣相關事件)上升，引發貨幣及財政政策進一步收緊。由於市場對央行進一步收緊政策作出調整，金融領域的動盪可能會重現。然而，通脹回落引發了市場審慎的樂觀情緒，即經濟可能避免人們普遍預期的衰退。我們將繼續監察利率及匯率，努力降低庫務風險。

#### (V) 聯營公司及一間合營公司的表現

於聯營公司及一間合營公司的投資採用權益法於本集團綜合財務報表內入賬。前所未有及不明朗的全球環境導致廣泛的潛在長期後果，可能導致潛在經營虧損及個別虧損或開支，例如涉及於該等聯營公司及一間合營公司的商譽及無形資產的虧損或開支。根據權益法，於聯營公司或一間合營公司的投資初步於綜合財務狀況報表內按成本確認，其後進行調整以確認本集團應佔聯營公司或合營公司的損益及其他全面收益。本集團需分佔聯營公司及合營公司的業績。本集團亦需評估是否有客觀證據顯示於聯營公司及一間合營公司的權益可能出現減值。倘存在客觀證據，則根據國際會計準則第36號對投資(包括商譽)的全部賬面值作為單一資產進行減值測試，方式為比較其可收回金額(使用價值及公平值減出售成本中的較高者)與其賬面值。於本期間，應佔一間合營公司的虧損為2.1百萬美元(二零二二年同期：5.2百萬美元)，應佔聯營公司的虧損為3.2百萬美元(二零二二年同期：4.1百萬美元)。合營公司出現虧損，原因是中國內地的電動汽車市場競爭加劇導致硬件銷售面臨不利因素，對銷量產生影響並對所有供應商造成價格壓力。由於全球經濟尚未復甦，需求依舊疲軟，競爭激烈，該項投資依然存在減值風險(包括商譽)。

## 機遇

- (i) 通過進一步努力，本集團成功出售杭州的土地及樓宇，並於本期間完成出售，於二零二二年下半年錄得稅前出售收益6.2百萬美元，並於二零二三年上半年錄得稅前出售收益78.5百萬美元。此外，本集團已於本期間就對承租人及服務供應商的補償13.0百萬美元計提撥備。另外，本集團於二零二三年七月七日簽訂協議出售位於匈牙利的土地和樓宇及誠如本公司於二零二三年六月七日所公告之建議出售北京的樓宇，預計將在二零二三年下半年分別產生稅前收益8.5百萬美元和13.1百萬美元。根據國際會計準則第16號及國際會計準則第40號，當我們失去對資產的控制權時，我們應終止確認這些資產。因此，處置收益將於所有權轉移時確認。

於二零二三年六月七日，本公司宣佈，為配合當地政府的城市更新，富智康精密組件(北京)有限公司(為本公司一間間接全資附屬公司)擬向北京亦莊城市更新有限公司出售位於中國北京的地塊上的自有樓宇、構築物及樹木。根據擬出售資產的賬面淨值總額以及本集團就擬議出售已產生和將產生的成本，本集團可能會在二零二三年下半年確認淨收益約13.1百萬美元。

於二零二三年七月七日，本公司宣佈，FIH Europe Limited Liability Company(為本公司一間間接全資附屬公司)建議向本公司於上市規則項下的關連人士出售自有物業。出售事項已於二零二三年七月七日完成。根據已出售的物業賬面淨值總額及本集團就出售事項已產生的成本，本集團將於二零二三年下半年確認收益淨額約8.5百萬美元。

- (ii) 儘管全球經濟仍然脆弱，但只要經濟復甦，手機市場的增長即將到來。CCS Insight預測，在發達市場需求復甦以及新興世界手機使用率回歸疫情前軌跡的推動下，全球將出現小幅增長。然而，在相當長的一段時間內，全球手機的銷量仍將遠低於我們在過去十年中看到的水平。
- (iii) 印度團隊正在兩個行業分類積極開展業務，即兩輪電動車及電信／網絡產品，原因是這兩個分類具有強勁的增長潛力，亦由於印度團隊於過去數年已於該等產品類別積累了豐富的專業知識。在電動車方面，印度團隊正在就ABS控制單元、電子模塊、集群及控制器聯繫新品牌。在電信／網絡硬件方面，彼等正在就GPONs、ODUs、家庭網關、STBs等產品與ODMs接洽。在手機方面，彼等正與一名外國運營商就出口進行磋商。在物聯網／消費電子產品方面，彼等贏得來自一名現有客戶的額外訂單，令產量增加五倍。

- (iv) 由於美國政府為汽車製造商在美國製造汽車提供良好的激勵措施，主要汽車品牌公司正在積極順勢而行。特別是，由於環保要求，電動汽車無疑是下一大浪潮。主要汽車製造商將需要更多的電氣關鍵零部件供應商來支持他們在美國的汽車工廠。出於效率及供應風險的考慮，汽車製造商肯定會更希望關鍵零部件供應商可以在北美製造關鍵零部件，這樣他們的美國汽車工廠就可以從更短的供應線及更低的供應風險中受益(考慮到COVID-19造成的問題及跨太平洋運輸的問題等)。

由於本集團已於電子信息產業耕耘多年，特別是智能手機、移動裝置及物聯網裝置，所積累的經驗對主要汽車品牌客戶具有吸引力，以考慮向本集團採購部分電動車關鍵零部件以及電子產品的設計及製造能力，前提是本集團可利用墨西哥工廠並投資汽車級產品及電子產品的優質標準製造。由於我們的墨西哥工廠已經運營多年，並且我們在汽車關鍵部件方面的工程及製造能力已通過我們合作項目得以驗證，我們將有機會贏得部分項目。目前，我們正積極追尋該等機會。

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

- (v) 對於北美地區位於美國及墨西哥的現有營運點，本集團的戰略為多元化業務模式，並將其從以售後服務及物流為中心轉變為該兩個營運點的製造服務。此舉為了滿足全球供應鏈重組的趨勢及USMCA本地化要求，特別是對汽車行業的要求。

在過去兩年疫情期間，眾多消費電子OEM客戶找尋我們的「美國製造」製造解決方案或所謂的「近岸解決方案」。然而，疫情過後，情況迅速改變。供應鏈在疫情後趨於穩定，部分關鍵成本因素，如運輸、勞工成本、生態系統準備情況、生產效率等，一直在影響製造成本，並最終影響成品價格，這與亞洲製造的成本相比仍然相當高。此結果導致需求預測下降或取消，尤其是對於二零二三年及以後的消費電子產品。在美國製造的「大批量低成本」消費品在該地區執行並不切實可行。除了該等因素外，自去年第四季度以來，通脹對市場的影響在二零二三年至今一直揮之不去。其亦影響並減緩了支援該地區製造業機會的投資。憑藉疫情期間的經驗及成果，本集團已調整策略，仍看好該地區的長期製造機會。

我們的北美製造服務將專注於B2B客戶而非消費品客戶，例如政府設備，不同行業的設備及醫療設備等。此外，由於USMCA及新能源汽車需求的增

長，我們有望在未來5年獲得該領域的機會。不僅作為客戶的新目標，我們亦知悉自動化能力是確保北美地區成功運營的必備特性。本集團擁有一支十分強大的自動化團隊，具備端到端解決方案及工程經驗，本集團將充分利用該等方案及經驗，使該地區引入的所有新項目受益。本集團已根據上述新策略規劃及籌備了3年擴張。其將包括以可控方式進行資本投資，建設新設施及設立新組織。

- (vi) 印度市場的快速增長是本集團的主要焦點之一。本集團的印度機構件工廠已於二零二零年復工，該工廠配備自有工具車間，擁有完整的外殼製造流程，與本集團在泰米爾納德邦清奈的SMT／總裝工廠共處一地。當地的EMS能力與本集團強大的全球多地研發資源相結合，提供從IDM、ODM、JDM、EMS到滿足當前及潛在客戶對新產品線的需求的多種本地服務。完整的資源映射準備使本集團能夠緊跟印度政府的「MII」（印度製造）政策。除針對中國市場的差異化服務策略外，本集團正對印度市場採取產量驅動策略，以使供應鏈管理受益，如更準時交貨、更低的庫存成本及更強的議價能力(尤其是主要元件)以及更高的靈活性。

Gartner在二零二三年上半年的一項調查顯示，近33%的供應鏈領導者已經或計劃將業務遷出中國。遷移背後的原因有幾個。首先，此可歸因於中美政府徵收的關稅增加，導致業務成本上升。其次，日益加劇的地緣政治緊張局勢進一步加劇了世界與中國的分包關係。

- (vii) 我們的全球文化是持續改進、分享最佳實踐及踐行精益原則。我們將以全球通用工藝繼續推進精益及卓越運營舉措，以使我們能夠優化成本結構及產能。通過分享實現節約成本並知悉其製造夥伴可擴大規模以滿足彼等的增長需求，我們的客戶受益於該等舉措。
- (viii) 就長期而言，預期市場將繼續從功能手機穩步轉為智能手機，並從3G／4G智能手機穩步轉為5G智能手機。目前，隨著元件價格下跌和元件供應增加，入門級5G智能手機的平均價格已下降。該情況將促進5G進入大眾市場(尤其是對價格敏感的發展中國家)，最終推動銷售增長。總體而言，預計全球5G設備市場將呈現健康增長，並成為整個智能手機市場的重要推動力。

本公司謹此提述其二零二三年五月三日的盈利預警公告，當中提供(其中包括)二零二三年中期預期表現之最新資料並載列有關導致本集團於本期間錄得綜合淨虧損的多項因素並預期將持續至二零二三年餘下時間之資料。



鑒於本節「討論及分析」的上述多種挑戰因素(包括但不限於與經濟復甦緩慢、手機需求整體疲弱、競爭激烈、利潤率下行壓力、通脹壓力、使用率不足的資產、持續的縮減規模及重組工作及相關成本、一間聯營公司及一間合營公司的表現、地緣政治局勢緊張、信貸及應收貿易賬款收款風險及相關的預期信貸虧損備抵金額增加、匯率波動及匯兌虧損以及利率高漲有關者)以及對本集團於二零二三年下半年以及最終截至二零二三年十二月三十一日止年度全年(二零二三財政年度)的業績可能產生不利影響或持續產生不利影響的多項變數及因素，本公司認為，目前要有效準確預測該等變數及因素對本集團二零二三年下半年以及最終二零二三財政年度的表現可能造成的進一步不利影響，還為時尚早且難以實現。

儘管如此，本公司現時預計二零二三年下半年的狀況仍然艱難且不穩定。根據目前可得資料，本公司認為二零二三財政年度的銷售額實際上可能出現同比大幅衰退，從而導致二零二三財政年度的毛利及經營業績同比大幅下降，繼而可能導致二零二三財政年度的經營虧損相較截至二零二二年十二月三十一日止年度全年顯著擴大。

過去數載，儘管挑戰重重，本公司一直積極採取適當合理措施，務求提升本集團業績。踏入二零二三年下半年，本公司將密切審視大小事項，並將於必要時作出進一步公告，以知會其股東及潛在投資者。

與此同時，根據台灣證券交易所制定的適用披露規定，鴻海須於適當時候(目前預期為二零二三年十一月或前後)披露本集團截至二零二三年九月三十日止九個月的若干未經審核綜合財務資料，同時，於台灣作出有關披露後，本公司將公佈相同財務資料，以便及時向香港及台灣的投資者及潛在投資者發佈資料。

本公司謹藉此機會重申及說明，本集團的季度表現可能會因各項因素影響而有所不同(可能差異頗大)，包括但不限於以下各項(個別及共同)，且當中若干因素非本公司所能控制：

- (i) 於以下方面的變動：(1)手機生態系統及宏觀經濟環境(如全球經濟變化、國際政局動盪加劇、複雜的地緣政治及日益緊張的地緣政治局勢、降低對華關係的風險、與中國脫鉤、逆全球化、去中國化、激烈競爭、消費者行為、通貨膨脹以及中國及其他主要經濟體的經濟復甦及韌性)；(2)有關行業；(3)主要市場的整體情況；及(4)終端市場需求及消費者的消費意願；

- (ii) 客戶以及其策略、風險偏好、業務和財務狀況；中國加一策略；China for China策略；近岸外包；
- (iii) 客戶的產品於市場上取得的成就以及銷售業績；業務策略調整；外包策略變化；渠道庫存積壓；客戶及銷售及產品結構變化；針對新客戶或現有客戶升級計劃；客戶流失或終止或不更新客戶計劃；產品推出或產品調整策略及時間；可能取消或延遲客戶訂單或更改生產數量；市場競爭力；客戶需求及喜好的轉變及消費傾向(如內部製造代替外包)；業務模式變化(如從買賣改為寄售或反之亦然)；舊款手機減產及新款手機增產的時間以及由舊機型到新機型的過渡期長短；一名主要客戶的銷售額可能因該客戶委聘新製造夥伴下跌及持續分散客源；終端消費者行為；本集團的價格及定價政策的任何廣泛變化均可能會降低其營業收入及盈利能力；
- (iv) 地方因素及事件可能影響我們的產量，例如地方假期(如中國內地及越南的中國春節假期)經常會影響每年第一季度的出貨量及銷售，天氣及氣候變化或自然災害；中國及越南夏季電力供應，過剩的產能；
- (v) 季度營業收入模式中銷售的季節性；客戶需求的週期性；需求能見度縮短；各地區／分部的營業收入及毛利以及我們針對產品或服務提供的計劃不盡相同；
- (vi) 產品成熟度及若干產品或型號供過於求以及消費者情緒低迷。一般而言，本集團認為從現有手機及消費者對未來手機的期望看來，智能手機的使用壽命在延長，可能是由於創新的速度放緩以及置換週期變長所致。通貨膨脹的持續影響可能會進一步打消消費者升級的念頭。環境、社會及管治考量因素逐漸增加，意味著當消費者的舊手機仍可使用而新機型可能不會提供稱得上升級的重大改進時，其會更加謹慎地購買新手機；
- (vii) 客戶的信貸、收款及持續經營風險及預期信貸虧損備抵充足程度評估。倘客戶的財務狀況惡化，導致彼等的還款能力受損，可能須進行巨額的額外預期信貸虧損備抵及存貨撥備及可能產生重組費用；
- (viii) 當客戶減少／削減訂單時，本集團須削減多餘的未結採購訂單及減少多餘的存貨；
- (ix) 未來訂單預計支付時間；前期投資及有關新客戶或現有客戶計劃升級的挑戰；

- (x) 技術進步；海外擴張步伐；
- (xi) 持續優化／重組本集團製造業務表現欠佳的部分，以實現其日趨輕資產及精簡的業務策略，此策略可能導致不斷進行優化／重組活動並產生相關遣散費及其他成本、開支及／或虧損以及相關減值、出售及／或撤銷本集團的使用率不足／陳舊／折舊資產；
- (xii) 為確保本集團的現金流得到適當管理，本集團旗下附屬公司宣派的本集團內部股息將對本集團產生股息預扣稅影響；
- (xiii) 向客戶收取協定收費、費用、服務收入、報酬、索賠或補償的時間；
- (xiv) 涉及供應鏈(如元件成本上漲、商品有貨率、延長交貨時間及短缺)且可能影響材料採購及生產計劃、訂單履行、出貨量及成本以及存貨(如積壓／過剩的存貨可能需要時間消化及可能須予以撤銷並因而提高存貨賬面成本)的因素；成本及材料、元件、服務及勞工變動；
- (xv) 為應對新的手機及非手機產品創新、機型及消費趨勢，配置、增加及減少生產所需的時間；
- (xvi) 貨幣市場(如利率及匯率波動及匯兌損益)及資本市場變動；市場波動(如人民幣、印度盧比及其他主要貨幣波動、股市波動)；對沖活動的成效；利息收入／開支淨額；二零二三年貨幣市場動盪以及二零二三年的數字可能與歷史數字有顯著差異；
- (xvii) 市場／法律／監管／稅務／財政及貨幣／政府政策／關稅變動(如關稅稅率變動、關稅豁免、稅務審計、轉讓定價調整、印度PLI(生產掛鈎激勵)計劃、政府黑名單)；
- (xviii) 前所未有及不明朗的全球環境導致廣泛的潛在長期後果，可能導致個別虧損或開支，例如涉及日後物業、廠房及設備、商譽、無形資產及股權投資進行減值、出售及／或撤賬的虧損或開支；
- (xix) 本集團聯營公司的表現及其應佔該等聯營公司的溢利／虧損；虧損的聯營公司正處於動盪的市場中，可能需要就該等投資作出減值；處置股權投資的時間及所產生的溢利／虧損及稅款；股權投資重估收益／虧損的入賬時間；
- (xx) 所得稅付款記賬；遞延稅項資產／負債的撥回；及

(xxi) 更新或符合任何稅務優惠及抵免的條件；授出及收取獎勵的時間，濟助方案、補償及其他補助及援助可能須取決於申請人是否已符合若干條件及標準(如出口金額／銷售單價等)以及該申請人符合所有該等條件及標準的資格及能力。

展望未來，二零二三年下半年的宏觀環境將繼續充滿不確定性和挑戰，因此，消費者需求可能仍將疲軟，從而對本集團的復甦造成不利影響。

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

本公司股東及潛在投資者於買賣本公司股份時務請審慎行事。

### 購買、贖回或出售本公司的上市證券

於本期間及截至本公告日期，根據本公司股東於本公司於二零二二年五月二十日舉行的股東週年大會上正式批准的回購授權(定義見本公司日期為二零二二年四月十四日的通函)，本公司自二零二三年一月三日至二零二三年三月三十一日期間(包括首尾兩日)於聯交所分批回購合共10,739,000股股份，總現金代價(未計開支前)為9,138,520.00港元。在該等回購的股份中的6,739,000股股份及4,000,000股股份已分別於二零二三年一月十三日及二零二三年四月十三日根據章程細則註銷。更多詳情請參閱本公司日期為二零二二年四月十四日的通函附錄一的回購授權的說明函件及自二零二三年一月三日至二零二三年五月二日(包括首尾兩日)發出及刊發之翌日披露報表及月報表。

上述於本期間之股份回購概要如下：

回購日期	回購 股份數目	每股價格		已付總代價 (未計開支前) 港元
		最高 港元	最低 港元	
二零二三年一月三日	2,161,000	0.86	0.85	1,851,200.00
二零二三年一月四日	1,078,000	0.87	0.86	932,080.00
二零二三年一月五日	1,000,000	0.86	0.86	860,000.00
二零二三年一月六日	2,500,000	0.85	0.84	2,121,070.00
二零二三年三月三十日	232,000	0.84	0.84	194,880.00
二零二三年三月三十一日	3,768,000	0.85	0.83	3,179,290.00
	<u>10,739,000</u>			<u>9,138,520.00</u>



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

## 審核委員會

本公司已根據上市規則(特別是企業管治守則)的規定設立及續存審核委員會。該委員會的主要職責為審閱本集團的財務報告程序以及內部監控及企業風險管理系統，並提名及監察外聘核數師，以及向董事會提供建議及意見。審核委員會由三名獨立非執行董事組成，成員當中有一名獨立非執行董事具備上市規則規定的適當專業資格或會計或相關財務管理專業知識。

審核委員會已審閱本集團於本期間的未經審核簡明綜合財務報表及本公司於本期間的中期報告，並推薦建議董事會批准該財務報表及中期報告。此外，本公司核數師德勤•關黃陳方會計師行已根據香港會計師公會頒佈的《香港審閱工作準則》第2410號「實體的獨立核數師對中期財務資料的審閱」審閱本集團於本期間的未經審核簡明綜合財務報表。

## 董事進行證券交易的標準守則

本公司已採納標準守則，並自二零零五年起制定及採納標準守則授權程序及證券交易政策(各自經不時修訂及補充)。經本公司作出特定查詢後，本公司全體董事均已確認，彼等於本期間一直就本公司證券遵守標準守則所載的規定準則以及於本期間一直就本公司證券遵守上述授權程序及證券交易政策所載的規定。

## 企業管治

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

出於完整性，於二零二三年八月九日：

- (1) 本公司已修訂並採納以下政策及程序(構成手冊的一部分)，以加強企業管治，完善其實踐操作及實施，更切合上市規則的適用要求：

- (a) 關於董事進行證券交易的標準守則的授權程序，當中納入(其中包括)有關下列事項的主要修訂：闡明本公司秘書須預先通知本公司董事有關禁止買賣期開始的日期(取代審議本公司年度／中期業績的相關董事會會議的建議日期)；明確電郵溝通渠道；本公司董事填寫合規問卷的次數由每年一次增至每半年一次；以及更加全面的合規問卷形式。
- (b) 證券交易政策，當中納入(其中包括)有關下列事項的主要修訂：釐清申請拒絕通知表格(相對於申請批准通知表格)；「交易」的最新定義；「聯繫人」的最新定義；以及新增禁止因擔任發行人(本公司除外)的董事或指定人士而擁有該發行人證券的內幕消息時買賣該發行人證券的規定。
- (2) 為加強企業管治並更切合上市規則的適用要求，本公司已採納有關獨立核數師非核證服務的預先批准政策及程序。預先批准政策及程序規定(其中包括)(a)本公司治理層或其受委人(治理層及以現有涵義指本公司審核委員會及董事會或其受委人(即本公司審核委員會主席劉紹基先生))須預先批准／同意本公司獨立核數師提供的所有非核證服務，以確保該等服務不會削弱核數師的獨立性；(b)治理層可定期修改預先批准的非核證服務清單；(c)除非治理層另行特別指出，否則任何預先批准／同意的期限為自授權日期起計一年；及(d)未經治理層一般預先批准／同意的非核證服務，將須於非核證服務開始前經治理層進行具體審查及預先批准／同意。

本公司已於本期間應用及遵守企業管治守則第2部分所載的所有守則條文。

根據企業管治守則第2部分第C.2.1段所載的守則條文，主席與行政總裁的角色應有所區分，且不應由同一人兼任。

然而，本公司前主席兼前執行董事童文欣先生(「童先生」)已辭任本公司的職務，自二零一七年一月一日起生效。童先生辭任後，本公司未能遵守企業管治守則第2部分第C.2.1段所載的守則條文。該偏離事件的原因載列如下。

自童先生辭任本公司主席後，本公司一直物色適當人選填補本公司主席一職。然而，鑒於該職務的重要性，董事會預期本公司可能需要一段時間方能覓得適當人選履行主席職務。鑒於存在巨大的市場挑戰及目前與主席職務空缺有

關的不明朗因素，董事會認為富有經驗的領導能力極為重要，已議決通過採用一項安排，委任目前的行政總裁池育陽先生（「池先生」）為代理主席，自二零一七年一月一日起生效。池先生分別自二零零九年八月二十八日及二零一二年七月二十六日起擔任本公司的執行董事兼行政總裁。在該等職位上，池先生在本公司及業界均累積豐富知識、經驗及人脈。董事會相信，此安排不僅對本集團持續實施業務計劃及制定業務策略十分重要，亦有助避免對本集團全球的股東、投資者、客戶、供應商及業務夥伴造成不必要的猜測、混亂及動盪，而本集團一直面臨充滿挑戰的環境，特別是本集團自二零一七年至二零二零年每年均錄得綜合淨虧損，於二零二一年錄得綜合純利，但於二零二二年及本期間又轉為綜合淨虧損，故應維持現況。雖然有關安排偏離相關守則條文，但董事會認為，有關安排不會損害本公司董事會與管理層之間的權力和授權的平衡。董事會由經驗豐富且觀點多元化的優秀人員組成，其中三名為獨立非執行董事（董事會七名成員中的三名），確保權力和授權的平衡。董事會定期舉行會議以考慮影響本集團營運的重大事項，就有關事項提供足夠、完整及可靠的資料並正確及時地向本公司全體董事作出簡報。

為解決因不區分角色而帶來的潛在企業管治問題，特別是減少權力集中在一個人身上的潛在風險，本公司已實施及維持多項內部監控措施，以突顯本公司執行董事（代理主席除外）、非執行董事（包括獨立非執行董事）及高級管理層在審查適用於本集團若干重大事宜之決策過程及監察代理主席兼行政總裁行使權力方面之角色，包括但不限於在本公司於二零二一年四月二十日發出及刊發的二零二零年年報第173頁及174頁詳述的內部監控措施。

鑒於上文所述，董事會相信，儘管本公司於本期間未能遵守企業管治守則第2部分第C.2.1段所載的守則條文，但於董事會及本公司高級管理層兩方面均有充足核查及平衡，並已就本集團主要營運事宜實施足夠嚴密的監管。因此，董事會相信有關情況為採納行政總裁兼任代理主席的安排提供理據，並認為此安排目前符合本公司及其股東整體最佳利益。

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

## 於網站披露資料

本公司的二零二三年中期報告包含上市規則規定的所有資料，將於適當時候寄發予股東並分別刊載於聯交所及本公司的網站。

## 釋義

「章程細則」	指	當時生效的本公司組織章程細則
「聯繫人」	指	具上市規則所賦予涵義
「董事會」	指	本公司董事會
「企業管治守則」	指	上市規則附錄十四所載的《企業管治守則》
「本公司」、「我們」或「我們的」	指	富智康集團有限公司，一家在開曼群島註冊成立的有限公司，其股份於聯交所上市
「本期間」或「報告期」	指	截至二零二三年六月三十日止六個月期間
「本集團」	指	本公司及其附屬公司
「港元」	指	港元，香港的法定貨幣
「鴻海」	指	鴻海精密工業股份有限公司，一家在台灣註冊成立的有限公司，其股份於台灣證券交易所上市，為最終控股股東
「鴻海科技集團」	指	鴻海、其附屬公司及／或聯營公司(視情況而定)
「香港」	指	中國香港特別行政區
「印度盧比」	指	印度盧比，印度的法定貨幣
「上市規則」	指	《聯交所證券上市規則》(經不時修訂)
「手冊」	指	董事會於二零一零年四月十五日採納的本公司企業管治合規手冊(經不時修訂)



「標準守則」	指	上市規則附錄十所載的《上市發行人董事進行證券交易的標準守則》
「中國」	指	中華人民共和國
「人民幣」	指	人民幣，中國的法定貨幣
「證券及期貨條例」	指	香港法例第571章《證券及期貨條例》(經不時修訂)
「股份」	指	本公司股本中每股面值0.04美元的普通股
「股東」	指	股份持有人
「聯交所」	指	香港聯合交易所有限公司
「美國」	指	美利堅合眾國
「美元」	指	美元，美國的法定貨幣

承董事會命  
代理主席  
池育陽

香港，二零二三年八月九日

於本公告刊發日期，董事會由三名執行董事池育陽先生、郭文義博士及林佳億先生；一名非執行董事張傳旺先生；及三名獨立非執行董事劉紹基先生、陳淑娟女士及邱彥禎先生組成。