

業 務

概 覽

我們是誰

以科技創新為核心、以智能智造為驅動，我們是業內領先的智能終端全產業鏈一站式精密製造解決方案提供商。以2024年收入計，我們在全球消費電子精密結構件及模組綜合解決方案行業中排名領先，在全球智能汽車交互系統綜合解決方案行業中排名領先，市場份額分別為13.0%及20.9%。我們在消費電子和智能汽車領域積累了深厚的技術和能力，並擁有強大且全面的平台化能力，包括人才、技術、供應及智造等方面。這些優勢賦能我們拓展到新的業務領域，把握未來的增長機會，助益我們成為行業內首批承接人形機器人及AI眼鏡／XR頭顯關鍵核心部件量產及整機組裝的企業之一。

以下為我們的業務亮點：

開創貢獻	全球首款全屏觸控智能手機 防護玻璃核心供應商	全球首款高端智能汽車 中控屏交互系統及 智能B柱供應商	人形機器人 首批承接關鍵核心部件量產 及整機組裝的企業之一 ¹	AI眼鏡 首批承接關鍵核心部件量產 及整機組裝的企業之一 ¹
智能智造	首創單片流生產線 串聯多道工序，連續生產	全材料覆蓋 玻璃、金屬、藍寶石、陶瓷、 塑膠、皮革、矽膠、玻纖、 碳纖等	全產業鏈一站式精密製造 實現智能終端 全產業鏈垂直整合	物聯與智能化體系 工業物聯網建設生產體系 多項關鍵工序實現全智能化
財務表現	人民幣699.0億元 2024年營業收入 2022年至2024年 年均複合增速22.3%	人民幣37.0億元 2024年淨利潤 2022年至2024年 年均複合增速20.8%	人民幣50.0億元 2022年至2024年 累計現金分紅 分紅率 ² – 54.5%	人民幣72.0億元 2022年至2024年 累計研發投入

註1：資料來源：弗若斯特沙利文報告；

註2：分紅率=現金分紅總額(含其他方式)／歸屬於上市公司股東的淨利潤

業 務

自2000年代起，在董事長周女士的帶領下，我們以「新材料、新技術、新裝備、新領域」為牽引，始終在消費電子領域處於玻璃、藍寶石、陶瓷等新材料開發與應用的前沿。舉例來說，2007年，我們在行業內首創將玻璃應用到全球第一款全屏觸控智能手機上，奠定了智能終端功能面板的主流技術路線。時至今日，我們已憑藉在玻璃、金屬、藍寶石、陶瓷、塑膠、皮革、矽膠、玻纖、碳纖等材料技術的積累，實現了從原材料及功能結構件生產，到功能模組貼合，再到整機組裝的智能終端全產業鏈垂直整合。我們與全球領先的消費電子及智能汽車品牌客戶建立了長期戰略合作夥伴關係，通常會於產品上市前2到3年便深度參與到他們產品的研發和生產中。另外，我們主動覆蓋市場規模廣闊且極具增長潛力的應用領域，橫向延伸至智慧零售終端、工業及人形機器人、AI眼鏡／XR頭顯等多元化場景，形成新市場多點開花的業務佈局。



業 務

我們的解決方案

消費電子：我們為智能手機、電腦、智能穿戴等消費電子產品提供蓋板玻璃、金屬中框、觸控模組、顯示模組、散熱模組、射頻天線、生物識別模組、無線充電模組等結構件和功能模組產品，以及整機組裝。我們的定制化解決方案涵蓋多種材料，包括玻璃、金屬、藍寶石、陶瓷、塑膠、皮革、矽膠、玻纖、碳纖等。

智能汽車：我們圍繞智能駕駛艙研發及生產多樣化的汽車電子和結構件產品，為客戶主動提供創新的解決方案，包括中控屏和儀錶盤等車載電子玻璃及組件、智能B柱／C柱、應用於車窗、擋風和天幕的多功能玻璃等。

其它新興智能終端領域：我們已在人形機器人、AI眼鏡／XR頭顯及智慧零售等多個領域佈局。我們與頭部人形機器人公司合作，提供核心零部件量產及整機組裝。在AI眼鏡／XR頭顯領域，我們提供覆蓋鏡架、鏡片、功能模組到整機組裝的各種產品和服務。此外，我們也聯合第三方支付行業頭部公司共同推出了「碰一碰」智慧零售終端。

平台化能力

我們具備強大且全面的平台化能力，包括人才、技術、供應及智造等方面。人才平台方面，我們培養了眾多兼具理論創新高度和精湛工匠實踐的研發技術專家團隊，並且能夠快速組建跨領域、跨行業的團隊，應對業務發展需要。技術平台方面，我們具備跨領域技術遷移能力，利用成熟領域已驗證的技術賦能新的應用場景。供應平台方面，我們具備自產覆蓋主要工藝段的生產設備和檢測設備、工裝夾具治具、刀具、模具的能力，同時也擁有自產原材料及輔料的能力並具備豐富的全球化上游資源，能夠快速量產各類產品，高效滿足客戶多樣化需求。智造平台方面，得益於多年積累的設備開發經驗，我們可基於現有設備的模塊及設計，進行調整並高效開發用於新產品的生產線。

業 務

垂直整合能力

我們的業務涵蓋從原材料及功能結構件生產，到蓋板玻璃、中框、觸控模組、顯示模組、散熱模組、射頻天線、指紋模組、攝像頭模組、無線充電模組等，再到智能終端的整機組裝。我們擁有多種功能材料的技術能力，實現了全材料覆蓋，是全球消費電子供應鏈中少有同時具備玻璃和金屬先進制程能力的解決方案提供商。我們具備為客戶提供從設計到量產的一站式垂直整合服務的能力。

全球化佈局

我們在國內外擁有九個生產和研發基地，包括位於東南亞的海外生產基地，以及海內外的辦公駐點，實現國內外市場的廣泛覆蓋。通過貼近客戶佈局的方式，我們為客戶優化供應鏈及物流成本，快速響應客戶需求。

市場機遇

- **消費電子**：得益於技術的不斷發展與創新，消費電子產品在未來幾年將會不斷地進行更新迭代及持續創新。例如，隨著折疊屏技術的普及以及AI功能的不斷增強，智能手機產品將趨於更加輕薄化、個性化、智能化及高端化。這對智能手機的結構件與功能模組提出了更高的硬件要求。舉例來說，超薄柔性玻璃(「**UTG**」)由於具備很小的折彎半徑以及折疊無折痕的特性，被廣泛應用於折疊屏手機中。可變薄玻璃(「**VTG**」)相較於UTG可以提供更高的強度、抗沖擊性和耐刮性，已成為行業內領先企業的重點研發領域之一。同時我們也布局了光波導技術，未來在AR/AI眼鏡中也會被廣泛採用。
- **智能汽車**：得益於政策支持和技術創新的雙重推動，智能汽車市場預期在未來幾年將會持續快速發展，並且汽車的智能化將會繼續深化。具體而言，隨著用戶對駕駛及乘坐體驗的需求提升，多功能玻璃的應用正在快速發展，車窗、天幕等玻璃部分將提供多種智能化、功能化服務，如隔熱、變色遮陽、拒水、防霧、影像顯示等。這推動了玻璃材質在智能汽車中的廣泛應用，也需要硬件供應商在材料和加工方面實現新的技術發展與突破。

業 務

- **其他新興市場：**隨著人工智能發展以及新材料和新應用的技術進步，許多新興市場，例如人形機器人、AI眼鏡／XR頭顯及智慧零售，預計在未來數年將迎來顯著增長。

財務表現

得益於不斷拓寬的產品和服務矩陣以及與客戶深化的合作關係，我們在業績記錄期內實現了亮眼的收入及淨利潤增長。我們在2022年、2023年及2024年分別錄得收入人民幣46,698.5百萬元、人民幣54,490.7百萬元及人民幣69,896.8百萬元，2023年及2024年分別同比增長16.7%及28.3%。我們在2022年、2023年及2024年分別錄得年度利潤人民幣2,519.8百萬元、人民幣3,041.8百萬元及人民幣3,676.9百萬元，2023年及2024年分別同比增長20.7%及20.9%。作為我們為股東創造價值能力的進一步證明，我們在2022年、2023年及2024年分別宣派及派付股息人民幣493.1百萬元、人民幣986.2百萬元及人民幣1,482.2百萬元。

競爭優勢

全產業鏈一站式精密製造全球領軍企業，在多個領域排名領先

我們是業內領先的智能終端全產業鏈一站式精密製造解決方案提供商，在多個終端領域中穩居全球領先地位。我們已成功實現為多樣化的智能終端產品提供包含產品設計、模具開發及製造、新材料生產、軟件開發、生產加工、品質管理等完整覆蓋精密製造全產業鏈垂直整合的解決方案。

- 以2024年收入計，我們在消費電子及智能汽車交互系統的精密結構件及模組綜合解決方案方面的市場份額全球領先。
- 以2024年收入計，我們是(i)全球中高端智能手機品牌玻璃蓋板主要供應商，及(ii)全球第一大純電動汽車品牌中控屏和智能B柱的主要供應商。

我們憑藉卓越的創新能力和持續的研發投入，不斷探索新興業務發展方向，持續引領行業創新。我們憑藉在精密結構件與智能智造領域的專業知識，開發出適用於新興市場的高精度、高性能部件。憑藉我們全面的平台化能力，我們提升了人形機器人及AI眼鏡／XR頭顯的性能，同時為智慧零售終端提供更優質的媒介應用，以改善支付體驗。

業 務

堅持以科技創新為核心，長期專注研發，引領尖端材料與技術變革

精密製造業所服務的消費電子、智能汽車等終端市場的核心特點之一，是行業參與者不停地將創新技術及功能融入新產品中，而對科研及創新的專注投入使得我們能一直走在市場的前沿、為最新的產品提供智能智造解決方案。我們以「四新」戰略（新材料、新技術、新裝備、新領域）為指引，既滿足長期戰略客戶對創新產品的功能需求，也通過與下游夥伴同研共創，引領客戶的產品創新。

我們長期以來專注科研及創新投入，積累了大量材料和工藝上的核心技術，引領智能終端領域的技術變革，為智能終端美觀度和功能性提升做出卓越貢獻。舉例而言，我們是首批將玻璃、藍寶石、精密陶瓷等材料應用於高端智能終端的公司之一。我們自主研發並實現視窗蓋板玻璃的CNC、全自動絲印、智能轉印、鍍膜等多項工藝創新，已成為行業通用技術。此外，我們針對折疊屏、工業及人形機器人、AI眼鏡／XR頭顯設備等新興領域蘊含的增長機遇進行了前沿性的技術佈局。

為應對未來變革，我們積極構建了科技創新體系。藍思創新研究院及深圳研發中心作為我們近年自主研發體系的核心，致力於圍繞行業關鍵問題、市場需求和未來技術開展技術研發和產品創新。此外，我們在生產過程中也持續針對產品及應用進行研發及技術改造。我們通過研發佈局及前瞻性的技術積累，把握AI設備及折疊屏雙輪驅動帶來的戰略機遇。我們已戰略性的積極佈局UTG、VTG等新技術，研發探索折疊屏結構的升級。在機器人領域，我們已經實現了機器人核心零部件的自主研發及量產。此外，我們持續配合客戶進行AI設備相關組件研發創新，有望對未來的價值量帶來大幅提升。

此外，我們與國內外一流客戶共同建設與客戶產品的課題研發中心，布局全球化研發網絡，同時我們與國內外著名高校，共建產學研合作模式，對未來科技人才科研結果拓寬應用場景，已適應未來市場的多元化需求，由此機理來提升集團的研究人員的研發能力，以及拓寬研發人員的視野，並且可以共同設計和製造新產品，滿足國內國際市場的多樣化需求。

業 務

截至2024年12月31日，我們擁有超過24,000名經驗豐富的研發及技術人員，且我們2015年至2024年的研發費用總計超過人民幣180億。

持續攻克核心技術和領先的先發優勢將會使我們更能抓住市場機遇，不斷擴大競爭優勢，實現長期可持續的增長，鞏固我們在全球精密製造行業的領先地位。

與世界一流的客戶建立長期戰略合作，推動行業發展

我們一直是眾多全球領先的消費電子產品和智能汽車品牌值得信賴的合作夥伴，並與他們建立了長期穩定的合作關係。以2024年收入計，我們是(i)全球中高端智能手機品牌玻璃蓋板的主要供應商；及(ii)全球第一大純電動汽車品牌中控屏和智能B柱的主要供應商。十年來我們與全球最大的消費級IoT平台企業深度合作，為其旗艦機型提供包括蓋板玻璃、金屬中框等在內的解決方案，並延伸至整機組裝，合作領域不斷加深，從智能手機逐步擴展到智能汽車及座艙、智能物聯產品等。

與龍頭客戶維持的長期穩定合作關係是對我們專業技術知識、強大的製造能力、高效的生產流程組織、尖端的研發能力的最有力證明。這種合作也為我們奠定發展機遇及增長潛力。

我們始終致力於推動消費電子市場的發展和進步，攜手客戶引領行業發展潮流，加深合作，實現共贏。

- **合作始於設計。**我們在產品開發的整個過程中與戰略客戶通力合作，參與產品的設計、研發、生產、迭代等全周期，提供量身定製的解決方案，成為客戶的重要技術夥伴。
- **持續擴大業務關係。**我們不斷主動提升我們的研發能力和高效精密生產的實力，進一步將合作拓展至智能穿戴等領域，並涵蓋金屬、藍寶石和陶瓷等各種材料制成的結構件。這也為我們向功能模組和整機組裝垂直領域的縱向擴展奠定基礎，最終實現全產業垂直覆蓋閉環，不僅提升技術壁壘和行業准入門檻，更加深長期戰略夥伴關係，持續為戰略客戶創造更高價值。

業 務

- **下一代產品開發。**精密製造的能力直接決定了產品的市場競爭力和創新能否成功轉化為實際應用。我們於2023年設立了自己的創新研究院，戰略性地開展技術、加工生產工藝、材料以及創新生產或應用領域的研究與開發。我們的創新研究院目前專注於脆性材料、新能源和光學的應用、金屬材料、模組、人工智能等領域的研究與開發。同時，我們通過與核心客戶成立聯合研發中心及實驗室，針對新產品開展前瞻性的技術研發和佈局。我們一般在產品正式推出之前2-3年開始進行共同研發和技術儲備，確保每一代工藝的迭代與開發都領先於行業平均水平，為客戶提供高效、優質的綜合解決方案。此外，我們致力於以貼近客戶佈局的方式快速響應客戶需求，優化物流成本，提高綜合競爭力。

智能設備市場龍頭品牌與精密製造服務提供商的合作往往始於產品研發階段，且這些品牌公司一般有嚴格且耗時的供應商認證過程。這些因素使得新供應商進入品牌客戶供應鏈體系的成本及難度大大上升，從而鞏固我們在精密製造行業的競爭優勢。

全面的平台化佈局以及全產業鏈垂直整合能力，洞察並捕捉市場機遇

我們在消費電子和智能汽車領域積累了深厚的技術和能力，擁有強大且全面的平台化能力，包含以下幾個方面：

人才平台：我們已培養一支將理論創新與精湛工藝相結合的高質量研發團隊。我們研發團隊的平均年齡為30歲，擁有超過2.4萬名研發及技術人員，專注於探索並樂於突破技術邊界。此外，我們的核心研發及技術人員從業經驗超過15年，具備深厚的實踐專業知識和強大的技術能力。我們的平台通過事業部、研究院以及與外部學術合作夥伴的合作，匯聚並培養了眾多經驗豐富的技術專家，具備多學科、綜合性的技術能力。這使我們能夠在需要時快速組建跨領域、跨行業的團隊，並實現人才網絡的協同效應，以高效執行研發計劃。隨著AI革命的持續推進，我們既在研究手段和實驗驗證設備上與時俱進，同時在新的高端人才引進方面，持續推進，保持團隊始終處於激活狀態。

業 務

技術平台：我們具備跨領域技術遷移能力，利用成熟領域已驗證的技術賦能新的應用場景。舉例而言，我們把在智能手機領域的高效落地能力和精密製造能力成功移植到智慧零售領域，率先實現金屬中框，3D玻璃面板，模切配件的精湛雕琢與精准匹配，並實現了支付設備從設計、開發到量產的一站式解決方案。此外，我們在消費電子蓋板玻璃、曲面玻璃、鍍膜技術、觸控顯示模組上的眾多技術突破在智能汽車領域擁有廣闊的應用空間，並助力我們順利切入中控屏、智能B柱等產品的供應中。

供應平台：結合產業鏈上游強大的實力、先進的生產流程和技術以及豐富的產品類型，我們建立了平台化的供應能力。產業鏈上游方面，我們具備自產多種原材料的能力以及全面豐富的上游資源。憑藉多年的生產經驗及先進的生產技術，我們可以有效組織生產流程，快速實現產品高效率的量產。例如，業內首創的單片流生產節約了我們生產過程中的各項成本支出並節約了生產時間，從而為客戶創造價值。此外，豐富的產品類型使我們能快速地滿足客戶的多樣化需求。

智造平台：我們在設備和產品創新方面均有強大的規模化落地能力。依託於在設備和工藝上的自研實力，我們在早期與客戶共研共創新產品的過程中密切合作，這使我們能夠將設備結合產品特性、生產線佈局及工藝技術特點進行定向改造，打造精準契合產品特質且高度自動化、智能化的生產設備，系統性地提升了生產效率與良率，實現快速規模化投產交付。

我們的業務沿整個產業價值鏈從智能智造設備研製及生產到新材料生產、產品設計、軟件開發、生產結構件和模組產品、品質管理及整機組裝進行垂直整合，最終形成提供全產業鏈一站式精密製造解決方案的能力。依託強大的垂直整合運營能力，實現產業價值鏈的閉環覆蓋，圍繞主業構建了良好的產業生態。

我們已經實現了全材料覆蓋，持續推動新材料研發以及創新應用。我們在玻璃、藍寶石、陶瓷、皮革、玻纖、碳纖等方面的加工、生產能力處於全球領先位置，實現了智能終端的供應全覆蓋，為客戶提供一站式的產品解決方案。通過收購並整合原有業務，我們成立了藍思泰州，大幅增強金屬零部件的加工及組裝能力，成為全球消費電子供應鏈中少有同時具備玻璃和金屬先進制程能力的解決方案提供商。

業 務

憑藉深厚的技術積累，我們構築起了堅實的以核心技術為支撐的能力體系，幫助我們全方位快速地服務各類智能終端和向多元化應用場景邁進，並抓住這些領域所帶來的強大機遇：

- **消費電子：**憑藉我們與全球領先的消費電子品牌建立的長期戰略合作，我們在前沿科技和技術方面擁有顯著的先發優勢和技術成果。例如，我們已積極佈局UTG和VTG等新技術研發探索，並已具備快速量產折疊屏結構件和模組的能力。
- **智能汽車：**我們拓展智能汽車的業務佈局，建立了額外的業務增長曲線。我們為智能汽車客戶提供的產品類型實現快速增長，由中控屏、儀表盤延伸到智能B柱、C柱、充電樁及動力電池結構件、應用於車窗、擋風和天幕的多功能玻璃等。借助智能汽車行業的高速發展，該領域已經成為我們的第二大業務收入板塊，2024年收入近人民幣60億元，且我們已與多家全球智能汽車龍頭品牌建立緊密戰略合作。
- **新興應用場景：**我們在多個前沿領域持續拓展業務版圖，例如智慧零售、人形機器人、AI眼鏡／XR頭顯等。我們參與了一家頭部機器人公司的核心部件的生產組裝與品質控制，並已成功交付首批人形機器人。另外，我們憑藉在納米微晶玻璃方面的技術，與一家頭部AI眼鏡公司達成深度戰略合作，作為其AI眼鏡全系產品的合作夥伴，助力其加速批量交付，為2025年全球AI眼鏡出貨量預期爆發增長提供核心支撐。我們與全球領先的移動支付平台深度合作，憑藉在功能模組和組裝領域的寶貴經驗，以全產業鏈垂直整合優勢推動智慧終端產品快速落地，攜手客戶開發智慧零售終端，體現了我們在智能終端領域的強大產品開發力。

業 務

率先研發、製造自動化智能化製造設備，打造數據驅動的超級智造體系

我們是中國智造工業體系的先行者；並且是業內最早研發、製造以及大規模應用自動化設備、工業機器人和智能智造生產體系的企業之一。我們建立了率先使用物聯網、智能倉儲、產線全線自動化、單片流、在線檢測等領先技術的智能智造工廠。工廠佈局以針對性匹配具體產品的生產工藝流程為理念，並作為獨立運營體確保運營效率和核算經營結果。我們於2022年上榜工信部「全國質量標杆名單」及工業互聯網試點示範名單。此外，我們的長沙高端車載顯示元器件全生命周期協同智能工廠獲評2025年工信部「卓越級智能工廠項目」。

我們在硬件和軟件方面都積累了智能智造研發和應用的大量經驗及成就。在硬件方面，我們大規模自研、自產和導入智能化、自動化生產設備（包括激光加工、機械臂、熱彎機等），成功研發行業首條自動印刷線、烘烤線等。我們亦在進行高精度、高性價比、高通用性的工業機器人和高端智能智造裝備的自主研發生產，如四軸、六軸、並聯機器人、具身智能機器人、AOI視覺檢測機器人、自動牽引搬運車等。這些專有的設備不僅在性能、綜合效率、自動化程度、能耗及造價成本等方面優於市場上常見的常規標準設備，還保證了產品的高質量和一致性，擴大效率和良率優勢；並且通過適配生產線佈局和工藝技術特點的升級改造，實現成本效率優勢。舉例來說，我們在業內率先設計並組建單片流生產線，將多道工序串成數百米長的連續生產線，快速流暢地生產最終交付的成品。如此獨特的設計使我們無需在生產設施之間運送半成品，從而降低成本費用，並為客戶創造價值。

在軟件方面，我們將生產製造與工業互聯網、大數據、雲計算、人工智能等新技術進行深度融合，大幅提高數據自動化採集分析和反向控制水平。我們自主開發了工業大模型及其算法，用於製造流程的行為模式內部監控，如CNC加工過程的優化及鍍膜操作系統的開發及其對於鍍膜質量的實時監控等。成功運用深度學習、大模型及AI技術，應用於智能手機、電腦及穿戴設備等的光學檢測。通過自主研發的「藍思雲」工業互聯網平台，我們現有的智能智造系統已形成完整的內部串聯和系統集成，實現各工序間數據信息實時共享，數字化監控，智能決策，從而優化已有工

業 務

廠及生產線的設計和運行，整體提高生產效率和良率，降低生產管理成本。此外，我們是行業中首批把機器視覺等前沿技術用於產品外觀檢測領域的公司。通過建立不同材料的產品外觀質量數據模型特徵，研發自動化檢測軟件和光學檢測技術平台系統，我們大幅降低了產品外觀檢測人力成本和勞動強度。4個獲得CNAS認證的檢測中心大幅提高了測試與分析結果的精確度和認可度。

目前，我們主要的生產線已經實現自動化，並在多項關鍵重要製造工序（如熱彎、精雕、印刷（絲印、移印）、AOI檢測等）實現智能化，通過工業物聯網建設基本實現生產體系內物聯。我們的倉儲物流系統已實現產品的智能化出入庫、分揀、搬運、輸送等功能，打通生產、物流及倉儲的業務隔閡，實現基於生產需求的定時定點定量配送。智能化與自動化生產能力助益我們持續優化生產流程與工藝，從而能增進客戶對我們的信賴，並提升我們的營利能力。

專注的創始人及經驗豐富的高級管理團隊，帶領公司成為全球領先的智造企業

創始人周女士是一位具備戰略遠見、創新精神、執行力強、對市場嗅覺敏銳、在行業內擁有大量經驗的女企業家。周女士的戰略眼光、對產業大勢的宏觀把握能力，以及經長期實踐積累而掌握的豐富行業經驗，對於公司在全球範圍的成功和發展起到至關重要的作用。自2003年深圳藍思創立以來，周女士全面負責發展戰略規劃，領導公司在過去20多年內取得了令人矚目的成就。周女士在行業內獲得了多項榮譽及獎項，包括2019年榮登福布斯全球100位最具影響力女性榜，2021年獲得福布斯中國最佳CEO稱號，2022年上榜胡潤全球白手起家女富豪榜，2024年榮獲《財富》（中文版）最具影響力商界女性稱號，2025年位列福布斯「中國傑出商界女性100」第2位。

在周董事長的帶領下，我們組建了一支業務精通、經驗豐富、具有全球化視野的管理團隊。公司執行董事及高層管理人員平均在公司的從業年限超過15年，擁有相關行業的工作經驗超過20年。我們亦吸納了來自全球各地的管理人員和技術骨幹，擁有多元化的背景及海外經驗，具備廣闊的國際視野。高層管理人員的履歷請

業 務

參閱「董事、監事及高級管理層」。我們相信，高層管理人員的豐富的行業知識和敏銳的市場洞察力，在制定業務策略、實現戰略目標、凝聚團隊、把握增長機遇等方面將發揮重要的積極作用，最終幫助我們實現業務的穩定可持續增長。

無論是在公司奮戰數十年的員工，還是引進的國際化人才，都有共同的企業價值觀：「守法合規、以人為本、誠信務實、勇於創新、樂於奉獻」。我們始終堅持以人為本的企業文化，通過健康、安全的工作環境，完善的福利與關懷舉措，持續提升員工權益水平。我們實施了股權激勵計劃，與員工共享公司業務成功的價值，調動其積極性。

我們的戰略

戰略性擴張和優化產能，加深全球化佈局

我們致力於持續為全球現有及潛在客戶提供市場領先的產品和服務。為此，我們計劃擴大全球業務佈局，以鞏固我們在市場中的領先地位，增強供應鏈的韌性，並滿足對精密製造解決方案日益增長的需求。通過從戰略上拓寬我們的全球業務版圖，我們旨在使自身的製造能力與全球市場動態相契合，確保貼近主要客戶，並降低物流成本。

我們計劃通過在靠近主要客戶的戰略位置設立新的工業園區，在全球範圍內擴張和優化我們的產能。此外，由於AI設備和人形機器人等新興終端市場的需求預計將迅速增長，產能擴張將使我們能夠抓住市場機遇，增強競爭力。關於我們產能擴張計劃的詳情，請參見「未來計劃及[編纂]用途」章節。

豐富產品和服務組合，滿足客戶多樣化需求

我們將繼續豐富我們的產品和服務種類，緊跟行業的前沿發展趨勢，持續推動現有產品和服務的迭代和升級，融入新型材料和製造工藝，滿足客戶對於產品性能的要求，以進一步加深與現有客戶的合作關係，並拓展多元化的客戶群體。我們也將繼續與戰略客戶合作，開發創新功能的升級產品，以把握消費電子行業的新興技術發展機遇。與此同時，我們將深化智能汽車供應鏈的垂直整合能力，拓展智能外觀結構件及配套產品。我們還會利用在材料、技術及智能智造方面的優勢，加速AI眼鏡／XR頭顯、人形機器人等新興終端市場產品的落地與量產。

業 務

持續改進智能智造系統以提升生產效率，推進綠色製造

我們將持續推進生產工藝與設備的數字化及自動化，提升生產效率和產品良率，進而在保障理想利潤率的同時，為客戶提供兼具價格競爭力與卓越品質的產品與服務。我們也將加大生產工藝與製造裝備的研發投入，對現有產線及系統進行智能化改造，持續夯實智能智造領域的能力。我們亦將通過生產工藝流程的持續優化與自動化技術的智能化改造持續推進綠色智造，進一步減少生產廢棄物、能源使用及碳排放。

增加研發投入以鞏固技術領先地位

作為以科技創新為驅動力的公司，我們將持續進行研發投入以鞏固並強化行業技術領先地位。我們計劃堅持投入並貫徹「四新」研發戰略。此外，我們計劃深化與客戶及供應商在新產品研發及新裝備研發方面的合作。

此外，為增強我們的研發能力，我們計劃繼續吸引、培訓、挽留及激勵優質人才以支持我們的研發活動。具體而言，我們計劃繼續為我們重要研發領域的創新招募並培養人才，包括產品設計及開發、創新技術及新材料、生產技術及智能智造設備。我們認為一支優質、專注及有經驗的研發團隊是我們取得研發成果的關鍵。

通過產業價值鏈整合及戰略併購以促進增長

為補充我們的有機增長策略，我們將繼續有選擇性地尋求戰略投資，包括進行可增強我們在垂直產業價值鏈及我們目前服務或可能涉足的各個終端市場的能力的投資及收購。此外，我們旨在擴大用戶群並拓展產品與服務項目。我們將持續評估能夠補足現有業務並產生協同效應的潛在業務與資產。

我們的發展歷程

我們自20多年前開始加工、製造和銷售玻璃產品，此後成功地積累了玻璃加工的深厚技術及經驗，在玻璃產品領域獲得了客戶的高度認可，並成為消費電子行業許多知名全球品牌的玻璃產品（主要為蓋板玻璃）供應商。

業 務

通過我們在蓋板玻璃加工製造這一核心能力方面的研發工作，我們開發並應用了一些後續成為行業標準的加工技術和工藝。例如，我們率先在蓋板玻璃加工中引入數控技術，大幅提高了產品產量與精度，為更多的產品規格和定製提供可能性。我們還發明了一種防指紋塗層技術，該技術已成為行業標準技術，使手機屏幕具有抗污防水性能。有關我們研發突破的詳情，請參閱「研究與開發—創新研發」。

隨著消費電子的發展及消費者對更加優質多元的產品的需求日益增長，我們開始探索其他材料以滿足客戶對設計和功能的要求。我們率先在智能手機和可穿戴產品中使用藍寶石和陶瓷。藍寶石和陶瓷各自獨具特色，可提升消費電子產品的硬度、耐磨性、耐腐蝕性和質地，但這些材料的加工給製造商帶來了挑戰。憑藉在材料優化、設備開發及加工技術上的研發突破，我們成功克服了這些挑戰。我們的加工技術使客戶擁有更多元化的選擇，可在產品設計中應用不同的材料。

在2020年，藍思泰州乃透過收購及整合成立，顯著提升我們的精密金屬生產能力，並擴張了業務規模。通過拓展我們在消費電子價值鏈上的覆蓋面，我們進一步深化與現有客戶的關係並為未來發展奠定基礎。

隨著近年來智能汽車的快速發展，我們於2018年看到將我們在精密加工和製造方面的專業知識應用於新行業的機會。因此，我們開始與國內外的智能汽車頭部品牌合作，並擴展我們的產品至智能汽車的中控屏、儀表盤、智能B柱和後視鏡。

多年來，我們深化結構件方面的專業知識並開始將我們的業務擴展至功能模組，以垂直擴展我們在消費電子價值鏈的覆蓋範圍。我們垂直整合的製造流程可實現高效及具成本效益的從結構件到功能模組的無縫一站式生產。此外，我們的大規模生產能力及對嚴格質量控制的堅持，確保我們能夠按時可靠地提供大批量及高質量的功能模組以滿足客戶的嚴苛要求。

基於我們成為智能終端全產業鏈一站式解決方案供應商的增長戰略，我們數年前開始戰略規劃進軍整機組裝。在2021年，我們開始大規模提供整機組裝。這一里程碑使我們能夠捕獲更多的產業價值鏈，並進一步鞏固了我們與客戶的戰略關係。

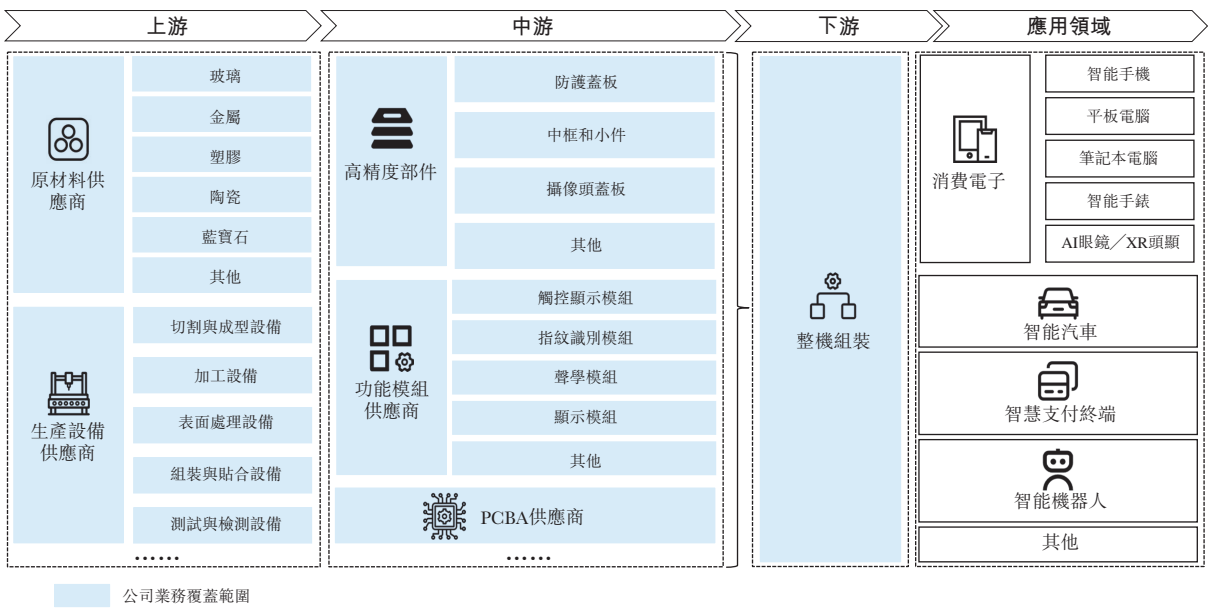
業 務

我們的垂直整合能力使我們能夠在人形機器人、智慧零售和AI眼鏡／XR頭顯等新興產業迅速佔領市場。在人形機器人領域，我們與多家創新公司建立了穩固的合作夥伴關係，提供關節模塊、DCU控制器和夾具等重要部件的生產、組裝和質量控制，並於2025年1月成功交付了首批人形機器人。在智慧零售領域，我們與全球領先的移動支付平台進行戰略合作，利用全方位的行業優勢，共同開發了智慧零售終端設備，展示了我們從研究階段到全面生產階段高效實施流程的強大能力。在AI眼鏡／XR頭顯領域，我們與人工智能交互領域的佼佼者達成深度戰略合作，共同開發AI眼鏡／XR頭顯，實現從功能模組到整機組裝實現全鏈條覆蓋，助力客戶解決產能挑戰並加速批量交付，為2025年全球AI眼鏡／XR頭顯出貨量預期爆發增長提供核心支撐。

我們的解決方案

我們目前於消費電子、智能汽車和其他新興領域提供全套精密製造解決方案，包括各種結構件、功能模組和其他等（如整機組裝）。我們大多數的解決方案都是根據客戶的定製化需求和要求專門設計和製造的。

下圖列示我們的價值鏈覆蓋範圍：



業 務

我們的解決方案的主要終端用途包括以下幾類：

智能手機與電腦類

我們提供適用於智能手機及電腦的全套結構件及功能模組，包括用於智能手機、平板電腦和筆記本電腦的蓋板玻璃、智能手機的金屬中框、觸控模組、指紋模組、天線模組及攝像頭模組等各類模組，以及智能手機及平板電腦後蓋。

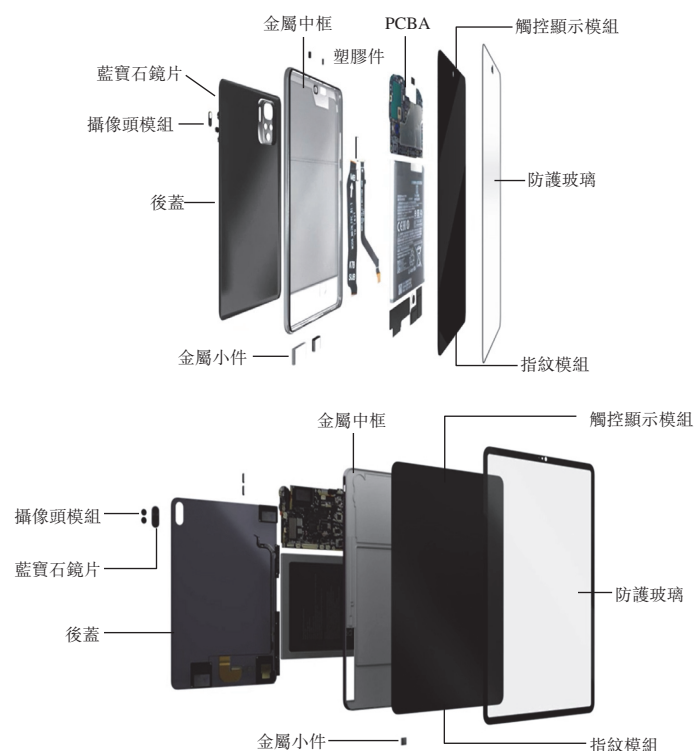
我們的蓋板玻璃具有質感輕薄、透明潔淨、抗劃傷、抗指紋等特性。得益於我們先進的雙面防反射鍍膜工藝，我們前蓋玻璃的透光率可達98%。我們通過化學強化技術生產的蓋板玻璃表面硬度可達680HV以上，顯著提高其在四點彎曲測試中的性能。我們對玻璃產品採用多樣化表面處理技術，包括非導電真空鍍膜彩色薄膜、漸變色鍍膜、絲印、移印、黃光、磨砂面處理、菲林貼合、紋理化和拉絲，為我們的客戶提供全套技術解決方案。

我們的金屬中框經精密製作，可適配各類設備規格，確保結構完整性又兼顧設計美感。我們擁有全面的金屬產品表面處理能力，如全自動三維拋光、超硬物理氣相沉積鍍膜、自動陽極處理和各種金屬表面處理。我們對金屬的加工精度穩定在約0.03mm。

我們提供多種適配智能手機及電腦的功能模組，主要包括觸控顯示模組、指紋模組、天線模組及攝像頭模組。功能模組是一組集成在一起的部件和單元，用以組成更為複雜的結構，是電子設備的基本組成部分之一。例如，智能手機的觸控顯示模組包括觸控屏數字化儀、顯示面板、觸摸傳感器和蓋板玻璃等多個部件，通過疊加組合，形成觸控顯示模組，使用戶能夠通過觸摸手勢與手機進行交互。得益於我們先進的加工技術和垂直整合的生產能力，我們能夠無縫整合結構件和功能模組的生產流程。

業 務

以下載列我們用於智能手機與電腦的主要產品圖片。

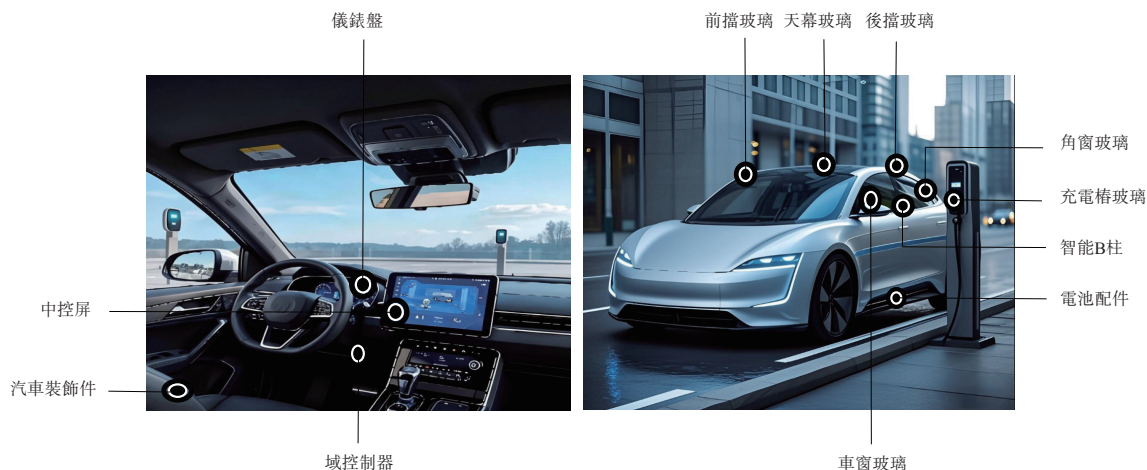


除結構件及功能模組外，我們亦提供智能手機的整機組裝，將我們及其他提供商生產的部件及模組組裝成成品。憑藉我們的整機組裝，我們為客戶提供結構件、模組及組裝的一站式解決方案，實現全供應鏈的垂直整合。

智能汽車及座艙類

我們提供用於智能汽車及座艙的各種結構件及功能模組，包括(其中包括)車載電子玻璃及中控屏、儀錶板等組件、智能B柱／C柱以及應用於車窗、擋風玻璃及天幕的多功能玻璃。我們在智能手機及電腦領域所積累的深厚經驗，加上我們的平台實力，令我們能夠在2018年成功將產品擴展至智能汽車及座艙。

以下載列我們用於智能汽車及座艙的主要產品圖片。



業 務

其他

我們提供用於多樣化終端市場及應用場景的結構件及功能模組，包括以下各項：

- **智能頭顯與智能穿戴類：**我們為消費電子行業的智能頭顯與智能穿戴類提供各種結構件及功能模組，如智能手錶的蓋板玻璃及智能頭顯的功能模組。
- **其他智能終端類：**我們為新興終端市場的其他智能終端類（如人形機器人及智慧零售終端）提供結構件及功能模組。我們亦為這些終端提供整機組裝。

我們還從銷售廢料及材料、加工費及租賃中獲得收入。

下表列出了我們在所示期間按產品或服務類型劃分的收入分拆情況。

	2022年		2023年		2024年	
	人民幣元	%	人民幣元	%	人民幣元	%
(金額百萬元，除比例外)						
智能手機與電腦類						
結構件及功能模組	37,710.4	80.7 %	36,868.4	67.7 %	43,234.3	61.9 %
整機組裝	503.4	1.1 %	8,032.2	14.7 %	14,519.9	20.8 %
小計	38,213.8	81.8 %	44,900.6	82.4 %	57,754.2	82.6 %
智能汽車及座艙類	3,583.8	7.7 %	4,998.5	9.2 %	5,934.8	8.5 %
智能頭顯與智能穿戴類	3,538.7	7.6 %	3,103.8	5.7 %	3,488.4	5.0 %
其他智能終端類	171.8	0.4 %	164.8	0.3 %	1,408.4	2.0 %
其他 ⁽¹⁾	1,190.4	2.5 %	1,323.0	2.4 %	1,311.0	1.9 %
總計	46,698.5	100 %	54,490.7	100 %	69,896.8	100 %

附註：

(1) 其他主要包括來自銷售廢料及材料、加工費、租賃及其他的收入。

業 務

整機組裝是將組裝好的完整設備銷售予我們的客戶。其毛利率通常低於結構件及功能模組的銷售，因為(i)由於產品設計及製造涉及的複雜性及高度專業化的知識及專業技能，結構件及功能模組通常具有更高的感知價值，而整機組裝可能不會獲得相同的溢價；及(ii)與製造結構件及功能模組相比，整機組裝通常需要更高的勞動力成本，因為組裝過程需要大量熟練勞動力，但最終組裝設備的價格受到激烈的市場競爭的影響，製造商可能需要保持價格競爭力以維持其市場份額。根據弗若斯特沙利文的資料，整機組裝毛利率低於結構件及功能模組的毛利率符合產業常態。

儘管我們計劃進一步發展整機組裝業務，鑒於我們的產品及服務組合多元化的性質，我們預計，有關發展不會在不久的將來對我們的整體盈利能力及財務狀況產生重大影響。尤其是，根據我們為客戶提供垂直一站式整合解決方案的主張，我們通常通過擴大與已經向我們購買結構件及功能模組的現有客戶的關係發展我們的整機組裝業務，而非僅僅為新客戶提供整機組裝服務。這使我們能夠加深與客戶的關係，提高我們的運營效率。

季節性

對我們產品的需求以及我們產品的銷售的波動遵循搭載我們產品的終端產品（主要包括消費電子和智能汽車）的銷售季節性。終端產品的需求受到節假日及人們消費習慣的影響，顯現出了季節性。因此，我們通常在每年的第四季度會有較高的銷售額。有關我們銷售季節性的風險，請參閱「風險因素—我們的銷售可能受到季節性的影響」。

產品定價

我們產品的定價會綜合考量多種因素，包括(i)產品的複雜性（包括設計及製造方面）、(ii)開發和製造這些產品的成本及預期的利潤率和(iii)競爭情況。

業 務

研究與開發

研究與開發對於維護我們市場領先地位以及我們業務的進一步增長至關重要，因為研發確保我們能夠繼續滿足國際品牌不斷變化的需求。我們致力於研究與開發，不斷探索新材料和新技術，以豐富我們的產品矩陣並升級我們的生產流程。

產品研發

鑒於我們的產品和解決方案高度定製化的性質，我們的產品研發主要是與客戶合作進行特定項目，根據客戶的定製要求和終端產品的設計進行。客戶通常在終端產品周期的最初期就找到我們，我們與他們緊密合作，根據他們的產品參數及設計來設計和開發定製結構件或功能模組以用於終端產品。視乎具體項目或產品及與客戶的協商結果，我們與客戶的協議將明確哪一方應負責有關研發開支並擁有由此產生的知識產權。

創新研發

除了對特定項目和產品進行研發外，我們還開展專注於新材料、新技術、新裝備和新領域的創新研發活動。我們的創新研發帶來了多項技術突破與升級，推動了消費電子產品的持續迭代與進步。

為了解決玻璃加工的挑戰，我們研發了多種玻璃加工技術，這些技術後來成為了行業標準。以下是一些例子。

- **CNC加工**。我們是最早在蓋板玻璃加工中採用計算機數控(「CNC」)技術的企業。CNC是一種通過預編程軟件對機床的控制、運動和精度進行自動化操作的製造方法。因其脆性，將CNC加工應用於玻璃存在挑戰。將CNC應用於玻璃加工能夠對玻璃進行高精度、高速度的鑽孔和切割，顯著提高了產品良率和生產效率，同時也為更多的產品規格和定製化提供了可能性。
- **離子交換強化玻璃**。我們發明了一種通過化學離子交換消除強化玻璃表面壓應力的方法。這項技術能夠防止玻璃在加工過程中因表面應力差異而發生彎曲，從而在提高成品率的同時，實現了強化玻璃的高平整度和高質量的光滑表面。
- **鍍膜技術**。在應對使玻璃具備防水和防污性能的技術挑戰時，我們發明了一種防指紋鍍膜技術，該技術利用納米鍍膜技術在玻璃表面塗上一層材

業 務

料，以降低玻璃的粘附性，使灰塵或水難以附著在玻璃上。這項技術很快成為了行業標準技術，使智能手機屏幕具備了防污和防水性能。

- **高附著力超薄油墨**。我們的高附著力超薄油墨是一項專利創新成果，它克服了玻璃加工中的關鍵難題，例如在超薄或曲面玻璃上附著力差、厚塗層導致觸摸靈敏度降低，以及容易受到汗水或化學物質等環境因素影響等問題。我們的油墨在達到微米級厚度的同時，保持了強附著力、抗刮性和耐腐蝕的耐用性。這一突破為行業樹立了標杆，使設備設計更時尚、更耐用，並提高了產品良率。
- **拋光技術**。我們是中國採用玻璃孔拋光和斷面拋光技術的第一家企業，解決了玻璃因微裂紋而容易破碎的問題。這項創新使玻璃更加耐用，不易破碎，既提高了產品良率，又增強了成品的耐用性。
- **噴塗技術**。我們的專利漸變玻璃噴塗技術解決了玻璃表面噴塗後通常不光滑的問題，這種不光滑降低了玻璃的美觀度和實際應用價值。我們的漸變玻璃噴塗技術推動了手機後蓋各種彩色設計的發展。
- **黃光加工**。我們是在三維蓋板玻璃製造過程中採用黃光工藝的第一家企業。這一舉措解決了以往存在的技術難題，即加工過程中邊緣容易出現溢膠的情況，而且人工擦拭會導致邊緣透光、崩邊等二次缺陷，進而造成生產成本高、良品率低的問題。

我們也是首批將陶瓷和藍寶石應用於手機及智能可穿戴設備領域的公司之一。

- **藍寶石**

藍寶石具有多項優點，使其成為消費電子產品的絕佳材料。例如，它是最堅硬的材料之一，高度耐刮耐磨，這使得它非常適合用作表盤材質。因為手表相比手機，在日常使用中由於會經常與使用者的皮膚、汗水以及戶外環境接觸，會面臨更嚴苛的條件。它的透明度也很高，這對於在陽光下的可讀性以及傳感器的準確性至關重要，比如一些智能手表中嵌入的心率或血氧傳感器，這些傳感器依賴於精確的光傳輸來保證測量的準確性。

然而，藍寶石的製造成本高昂，這限制了它在電子產品中的應用。十多年前，我們就開始在藍寶石的生長、加工和製造方面進行投資，並在藍寶石產業鏈上發展出了垂直整合的綜合能力，涵蓋從在熔爐中培育藍寶石、對藍寶石進

業 務

行加工，到將藍寶石應用於結構件和功能模組等各個方面。這使我們能夠大幅降低在消費電子產品中應用藍寶石的相關成本，為客戶提供了在更多產品和應用場景中更廣泛地使用藍寶石的選擇。

- **陶瓷**

陶瓷具有耐磨、耐腐蝕以及抗熱循環的特性，這使得它們適用於惡劣環境。此外，陶瓷具有高導熱性，能夠有效地將處理器等組件產生的熱量散發出去。這可以防止智能手機過熱，確保設備的可靠性和使用壽命。

陶瓷的加工存在一些難點。例如，陶瓷在機械應力或熱應力作用下容易開裂，這就要求製造者在陶瓷加工過程中要小心謹慎。我們通過調整傳統的陶瓷生產配方，並採用創新技術來提高陶瓷在加工過程中的耐用性，克服了這些加工難題。此外，我們還運用了各種技術來提升陶瓷產品的外觀和功能，極大地拓寬了陶瓷在消費電子產品中的應用範圍。

創新研究院

我們於2023年設立了自己的創新研究院，戰略性地開展技術、加工生產工藝、材料以及創新生產或應用領域的研究與開發。我們的創新研究院目前專注於脆性材料、新能源和光學的應用、金屬材料、模組、人工智能等領域的研究與開發。例如，我們開發了三維非球面自由曲面玻璃成型技術及其印刷技術，消除了直線和平面，以及全工藝激光加工技術，確保了脆性材料如玻璃和陶瓷加工中的精確性和一致性。此外，我們還開發了鍍膜軟件平台和新型人工智能動態控制系統，以實現最佳的鍍膜效果。

除了內部的研究與開發工作外，我們還與大學或研究機構等外部合作方（包括湘潭大學及中南大學）開展研究與開發項目。我們通常承擔我們與大學合作的研發項目的費用，並取得由此產生的知識產權。

業 務

近期研發焦點

我們根據最新的行業趨勢和預計增長的領域調整研發焦點。例如，近年來，我們一直專注於折疊屏相關工藝及技術以及AI賦能設備有關的研發並已取得顯著成果。下文列示三個相關的典型案例。

- **折疊屏**

我們一直戰略性地積極規劃和探索新技術和工藝，以迎接折疊屏在消費電子領域所帶來的機遇。折疊屏仍然面臨諸多技術難題，例如易產生折痕和脆弱性。我們正致力於技術及產品研發，以克服這些挑戰。具體而言，我們正在優化折疊屏鉸鏈的設計與結構，以減少屏幕所受壓力，從而最大程度地減少屏幕折痕。

- **AI眼鏡／XR頭顯**

憑藉我們先進的製造系統和技術突破，我們與客戶合作應對AI眼鏡／XR頭顯生產方面的挑戰，並成功加快批量產品交付。

我們在關鍵技術方面取得多個突破。我們專有的納米微晶玻璃技術提升了玻璃鏡片的強度和透光率，令AI眼鏡／XR頭顯輕量化並能提供高質量的視覺效果。我們在光波導技術上的創新使得AI眼鏡／XR頭顯能夠實現更加緊湊的設計，並提供更沉浸的體驗。此外，我們的創新研究院正在打造輕質、耐用的材料，使我們成為AI賦能設備全球頂尖品牌的主要供應商。

- **工業及人形機器人**

自2016年以來，我們一直致力於工業機器人的研發，包括四軸、六軸、平行機器人、人形機器人和AOI視覺檢測機器人。我們的工業機器人廣泛應用於生產活動，大幅提升了生產效率、產品一致性、精度和規模化能力。

我們已在人形機器人領域取得重大進展，並且通過開發及製造人形機器人的核心結構件和功能模組把握強大增長機遇。

業 務

通過我們在材料和工藝方面的進步和創新（如曲面玻璃顯示技術及納米微晶玻璃技術），我們成功改善了機器人的外觀。於2024年及2025年，我們交付了用於人形機器人關節、手部和軀幹的結構件和功能模組，並提供人形機器人的整機組裝。

研發團隊與研發費用

截至2024年12月31日，我們擁有超過24,000名經驗豐富的研發及技術人員。在2022年、2023年和2024年，我們的研發費用分別為人民幣2,105.0百萬元、人民幣2,316.6百萬元和人民幣2,784.8百萬元，分別佔我們同期總收入的4.5%、4.3%和4.0%。我們的研發費用通常計入當期費用，而非進行資本化處理。

我們的客戶

我們的客戶主要是消費電子和智能汽車行業的全球品牌公司。

在業績記錄期間，我們沒有聘請任何分銷商，我們的所有產品和服務都是由我們直接銷售或提供給我們的客戶。鑒於我們與客戶之間長期戰略關係的性質，我們將繼續僅進行直接銷售而不使用分銷商。

我們的前五大客戶

在2022年、2023年和2024年，我們對前五大客戶的銷售額分別為人民幣38,878.3百萬元、人民幣45,282.2百萬元和人民幣56,707.4百萬元，分別佔我們同期總收入的83.3%、83.1%和81.1%。在2022年、2023年和2024年，我們對最大客戶（客戶／供應商A）的銷售額分別為人民幣33,136.2百萬元、人民幣31,512.3百萬元和人民幣34,566.5百萬元，分別佔我們同期總收入的71.0%、57.8%和49.5%。在業績記錄期間，據我們董事所知，我們的董事、他們的聯繫人或我們任何現有股東（據我們董事所知，擁有我們超過5%的股份）在業績記錄期間的任何期間內均無於我們前五大客戶中擁有任何需要根據香港上市規則披露的權益。

業 務

以下是所示期間我們前五大客戶的相關信息表格。

截至2022年12月31日止年度

排名	客戶	交易金額 (金額 人民幣百萬元)	佔收入比例 (%)	業務合作 年數 ⁽¹⁾	背景
1	客戶／ 供應商A ⁽²⁾	33,136.2	71.0%	19	一家於1976年成立、總部位於美國並於納斯達克上市的跨國公司，主要從事消費電子產品的設計、製造和銷售，以及相關服務的銷售 其主要產品包括(i)智能手機，(ii)筆記本電腦與台式個人電腦，(iii)平板電腦，及(iv)穿戴類、家用設備和配件。其主要服務包括(i)廣告，(ii)收費售後服務，(iii)雲服務，(iv)數字內容，及(v)支付服務。
2	客戶B ⁽³⁾	1,563.1	3.3%	8	一家於2003年成立、總部位於美國並於納斯達克上市的公司，從事設計和銷售智能汽車、清潔能源解決方案以及相關產品和服務
3	客戶／ 供應商C ⁽⁴⁾	1,513.5	3.2%	20	一家於1969年成立的上市跨國公司，總部位於韓國，主要從事各類電子產品的設計、製造和銷售
4	客戶D ⁽⁵⁾	1,363.5	2.9%	6	一家於1997年成立的法國上市汽車供應商，主要為全球汽車品牌從事汽車產品的設計和製造，同時也是客戶B的供應商
5	客戶E ⁽⁶⁾	1,302.0	2.9%	18	一家中國私營跨國公司，從事設計、開發和銷售數字通信設備、消費電子產品及其他相關產品和服務

註：

- (1) 對於同時亦是供應商的客戶，業務關係的年份是指他們首次成為客戶或供應商的年份(以較早者為準)。
- (2) 於2022年對客戶／供應商A的銷售主要包括結構件及功能模組。
- (3) 於2022年對客戶B的銷售主要包括汽車B柱零部件及中控屏。
- (4) 於2022年對客戶／供應商C的銷售主要包括結構件、功能模組及加工服務。
- (5) 於2022年對客戶D的銷售主要包括汽車中控屏。
- (6) 於2022年對客戶E的銷售主要包括結構件及功能模組。

業 務

截至2023年12月31日止年度

排名	客戶	交易金額 (金額 人民幣百萬元)	佔收入比例 (%)	業務合作 年數 ⁽¹⁾	背景
1	客戶／ 供應商A ⁽²⁾	31,512.3	57.8%	19	一家於1976年成立、總部位於美國並於納斯達克上市的跨國公司，主要從事消費電子產品的設計、製造和銷售，以及相關服務的銷售 其主要產品包括(i)智能手機，(ii)筆記本電腦與台式個人電腦，(iii)平板電腦，及(iv)穿戴類、家用設備和配件。其主要服務包括(i)廣告，(ii)收費售後服務，(iii)雲服務，(iv)數字內容，及(v)支付服務。
2	客戶／ 供應商F ⁽³⁾	8,472.7	15.6%	11	一家於2010年成立並於香港聯交所上市的中國科技公司，從事設計、開發並銷售智能手機、智能硬件和智能家居產品
3	客戶D ⁽⁴⁾	1,976.6	3.6%	6	一家於1997年成立的法國上市汽車供應商，主要為全球汽車品牌設計和製造汽車產品，同時也是客戶B的供應商
4	客戶B ⁽⁵⁾	1,951.2	3.6%	8	一家於2003年成立、總部位於美國並於納斯達克上市的公司，從事設計並銷售智能汽車、清潔能源解決方案以及相關產品和服務
5	客戶E ⁽⁶⁾	1,369.4	2.5%	18	一家中國私營跨國公司，從事設計、開發和銷售數字通信設備、消費電子產品及其他相關產品和服務

註：

- (1) 對於同時亦是供應商的客戶，業務關係的年份是指他們首次成為客戶或供應商的年份（以較早者為準）。
- (2) 於2023年對客戶／供應商A的銷售主要包括結構件及功能模組。
- (3) 於2023年對客戶／供應商F的銷售主要包括整機服務及結構件。
- (4) 於2023年對客戶D的銷售主要包括汽車中控屏及玻璃。
- (5) 於2023年對客戶B的銷售主要包括汽車B柱零部件及中控屏。
- (6) 於2023年對客戶E的銷售主要包括結構件及功能模組。

業 務

截至2024年12月31日止年度

排名	客戶	交易金額 (金額 人民幣百萬元)	佔收入比例 (%)	業務合作 年數 ⁽¹⁾	背景
1	客戶／ 供應商A ⁽²⁾	34,566.5	49.5%	19	一家於1976年成立、總部位於美國並於納斯達克上市的跨國公司，主要從事消費電子產品的設計、製造和銷售，以及相關服務的銷售 其主要產品包括(i)智能手機，(ii)筆記本電腦與台式個人電腦，(iii)平板電腦，及(iv)穿戴類、家用設備和配件。其主要服務包括(i)廣告，(ii)收費售後服務，(iii)雲服務，(iv)數字內容，及(v)支付服務。
2	客戶／ 供應商F ⁽³⁾	16,328.1	23.4%	11	一家於2010年成立並於香港聯交所上市的中國科技公司，從事設計、開發並銷售智能手機、智能硬件和智能家居產品
3	客戶B ⁽⁴⁾	2,201.1	3.1%	8	一家於2003年成立、總部位於美國並於納斯達克上市的公司，從事設計和銷售智能汽車、清潔能源解決方案以及相關產品和服務
4	客戶E ⁽⁵⁾	2,094.8	3.0%	18	一家中國私營跨國公司，從事設計、開發和銷售數字通信設備、消費電子產品以及其他相關產品和服務
5	客戶／ 供應商C ⁽⁶⁾	1,516.9	2.1%	20	一家於1969年成立的上市跨國公司、總部位於韓國，主要從事各類電子產品的設計、製造和銷售

註：

- (1) 對於同時亦是供應商的客戶，業務關係的年份是指他們首次成為客戶或供應商的年份(以較早者為準)。
- (2) 於2024年對客戶／供應商A的銷售主要包括結構件及功能模組。
- (3) 於2024年對客戶／供應商F的銷售主要包括整機服務及結構件。

業 務

- (4) 於2024年對客戶B的銷售主要包括汽車B柱零部件、C柱零部件及中控屏。
- (5) 於2024年對客戶E的銷售主要包括結構件及功能模組。
- (6) 對客戶／供應商C的銷售主要包括結構件及加工服務。

我們相信我們與前五大客戶之間的業務關係於業績記錄期間各年發生重大不利變化或終止的可能性很低，因為(i)我們與所有這些主要客戶合作了很長時間，並與他們建立了互利的關係；及(ii)我們在他們產品開發過程的最初階段便參與其中，以共同開發最終產品，這使我們能夠對他們的需求和偏好有獨特且深入的了解，從而使我們與競爭對手相比更具競爭優勢。有關與我們關鍵客戶相關的風險，請參閱「風險因素—我們的大部分收入來自少數關鍵客戶。」

與客戶／供應商A的關係

我們與客戶／供應商A的策略性且互利的合作關係始於近二十年前，當時客戶／供應商A正在開發行業內的首款全面屏觸控智能手機。過去19年來，我們密切參與客戶／供應商A產品迭代的產品開發階段，提供關鍵技術解決方案以促進其設計理念的實現及滿足其功能需求。

自此，我們發展與客戶／供應商A的關係，根據弗若斯特沙利文的資料，自2007年起，我們已成為客戶／供應商A的智能手機和平板電腦蓋板玻璃的主要供應商。具體而言，我們向客戶／供應商A提供(i)智能手機的蓋板玻璃、後蓋、觸控模組及中框，(ii)平板電腦的蓋板玻璃、觸控模組及實體按鍵，及(iii)穿戴類的藍寶石玻璃蓋及陶瓷後蓋。

根據弗若斯特沙利文的資料，消費電子市場集中度高，尤其是主導全球出貨量的頂級品牌。因此，高端消費電子品牌的供應商普遍存在客戶群集中的情況。

展望未來，我們認為，由於我們的長期互惠合作關係、客戶／供應商A對其供應商的嚴格要求(包括漫長而嚴格的供應商審批程序，以及對供應商業務運營的各個方面(如ESG合規、企業管治等)的嚴格要求)及客戶／供應商A的財務狀況，與客戶／供應商A的業務關係出現任何重大不利變動或終止的可能性較低(「董事對與客戶／供應商A的業務關係的看法」)。客戶／供應商A的產品所用的原材料(主要為玻璃)主要來自中國、韓國、美國、日本及台灣。

業 務

經考慮上述董事對與客戶／供應商A的業務關係的看法及根據獨家保薦人進行的盡職調查工作，獨家保薦人並無注意到在任何重大方面會合理導致其對董事對與客戶／供應商A的業務關係的看法產生疑慮的事宜。

據報道，為應對當前美國關稅，客戶／供應商A正在考慮將其供應鏈從中國分散到其他國家。鑒於我們作出的全球生產規劃，我們認為這種分散措施不會對我們的業務營運或財務狀況產生重大影響，這使我們能夠繼續從海外工業園區為客戶／供應商A提供服務。具體而言，根據弗若斯特沙利文的資料，客戶／供應商A的產品僅約20%在美國出售。此外，於2022年、2023年及2024年，我們的產品僅17%、14%及11%進口至美國，作為終端產品的一部分。我們認為，我們在越南的現有生產線，連同我們計劃以[編纂][編纂]在越南及泰國設立的新生產線，於新生產線運作時將合共佔我們產能的約9%（以我們於2024年的產能為基準）。因此，即使客戶／供應商A決定就其於美國出售的產品完全將其供應鏈由中國轉移至境外，鑒於其於美國的產品銷售比例相對較低以及我們的海外產能，我們認為我們擁有充足產能支持客戶／供應商A。倘中美貿易關係進一步惡化或徵收額外關稅，客戶／供應商A可能要求其供應商就其在中國以外的美國銷售生產產品。我們認為，我們的現有及計劃海外產能足以確保我們可為客戶／供應商A在中國以外的美國銷售生產產品。

對客戶／供應商A的銷售波動

在業績記錄期間，我們與客戶／供應商A的關係始終保持穩定，並無出現因質量原因大量取消訂單或未能重續協議等情況。對客戶／供應商A的銷售波動主要受宏觀經濟環境及當時行業整體趨勢等因素影響，該等因素導致全球消費電子行業出貨量出現波動。

我們對客戶／供應商A的銷售額由2022年的人民幣33,136.2百萬元減少4.9%至2023年的人民幣31,512.3百萬元，主要由於對客戶／供應商A產品的終端市場需求下滑。2023年，全球消費電子行業整體需求呈現放緩態勢，主要受宏觀經濟因素影響。上述挑戰導致全球消費電子產品出貨量全面下滑，進而波及供應鏈各環節的採購規模。

我們對客戶／供應商A的銷售額由2023年的人民幣31,512.3百萬元增加9.7%至2024年的人民幣34,566.5百萬元，主要由於客戶／供應商A的產品（尤其是其搭載AI功能的新一代智能手機）消費需求回暖。從更宏觀層面看，2024年全球消費電子市場逐步復甦。

業 務

於業績記錄期間，我們向客戶／供應商A供應的產品中約有75%至85%被運送至中國特殊監管區域，以由其他製造商進一步加工並組裝成智能手機等終端產品。

對客戶／供應商A的依賴減少

在業績記錄期間，來自客戶／供應商A的收入貢獻佔我們收入的比重持續下降。此乃主要由於我們努力(i)拓展客戶基礎；(ii)擴充產品及解決方案組合；及(iii)沿價值鏈縱向擴展。儘管我們預計客戶／供應商A至少在2025年仍將為我們的最大客戶及未來為重要客戶，我們預計2025年來自客戶／供應商A的收入貢獻佔我們總收入的比例將少於50%。隨著增長戰略的持續落實，我們預計收入來源將進一步多元化。

三維擴張戰略彼此交織、協同推進。例如，除客戶／供應商A外，我們目前已成為全部前五大中高端智能手機品牌蓋板玻璃的主力供應商。在突破消費電子邊界、拓展智能汽車及座艙類結構件與功能模組業務的過程中，我們亦於2017年獲得某頭部智能車企認可，該車企在業績記錄期內是我們的五大客戶之一。此外，我們主動佈局高潛力增量市場，橫向切入智能零售終端、工業應用、智能家居、人形機器人及AI眼鏡／XR頭顯等多元化領域，在多個新興賽道構建多維度競爭力。上述舉措使我們的客戶群體拓展至各領域標杆企業，非消費電子終端用途在業績記錄期內構成我們收入的重要組成部分。

沿價值鏈縱向擴展不僅助力我們快速搶佔新興市場份額、贏得客戶認可，更吸引了新客戶，開拓重要收入來源。我們於2021年開始大規模提供整機組裝，該業務在業績記錄期內實現爆發式增長。整機組裝收入佔我們總收入的比例從2022年的1.1%上升至2023年的14.7%，並於2024年進一步上升至20.8%。這主要得益於我們成功拿下某中國頭部科技企業的整機組裝訂單，該企業從事智能手機等產品的設計、開發及銷售，已於2024年成為我們的第二大客戶。

業 務

我們與關鍵客戶協議的主要條款

我們通常與關鍵客戶簽訂框架協議，涵蓋產品的設計、製造和銷售。我們的產品高度定製化，大部分產品乃為相關客戶專門開發。除此之外，我們與客戶並無訂立獨家安排。這些協議的條款根據具體產品或項目以及我們與每個客戶的談判結果而有所不同，但這些協議通常包含以下條款：

- | | | |
|---------|---|--|
| 期限 | : | 一般為期一年至三年。其中部分框架協議沒有固定期限。該等協議通常自動重續。 |
| 定價 | : | 產品的價格通常在採購訂單中規定。 |
| 風險轉移 | : | 當客戶接受產品時，風險轉移給客戶。 |
| 支付和信用條款 | : | 我們通常在付款前將產品交付給客戶，並在產品交付後給予客戶30天至60天的信用期限。 |
| 最低採購要求 | : | 我們與客戶的框架協議通常不含最低採購要求。 |
| 物流 | : | 我們通常負責將產品運送到我們的客戶指定的地點。 |
| 退貨／換貨 | : | 我們的客戶將在交貨時對產品進行檢查，如果產品在質量或規格上不符合他們的要求，客戶通常有權退貨或換貨。一旦產品被我們的客戶接受，我們一般不接受產品退貨或換貨。 |
| 保密 | : | 這些框架協議通常有嚴格的保密條款，限制我們披露客戶的機密信息。 |
| 終止 | : | 經雙方協商一致，在不可抗力或一方破產等特定情況下，可以終止這些框架協議。 |

業 務

客戶服務

我們在產品的設計、開發和製造過程中與客戶密切合作，努力確保我們為客戶提供滿意的服務和滿足他們期望的產品。具體而言，我們在產品設計過程中經常與客戶溝通，因為我們經常與客戶一起進行研發活動，我們也會在合作過程中定期收集客戶的反饋，以確保他們對我們的產品和服務感到滿意。

原材料和供應鏈

原材料

我們的結構件所用的主要原材料是玻璃、金屬、藍寶石和陶瓷。具體而言，我們用於下列各項的結構件及功能模組的主要原材料包括(i)智能手機與電腦類：玻璃、金屬、陶瓷及藍寶石；(ii)智能汽車及座艙類：玻璃及金屬；(iii)智能頭顯與智能穿戴類：玻璃、金屬、藍寶石及陶瓷；及(iv)其他智能終端類：玻璃及金屬。對於功能功能模組層壓和整機組裝，我們也使用電子和光學部件以及其他供應商生產的結構件。我們的原材料(主要為玻璃)主要從美國、韓國及日本進口。截至最後實際可行日期，倘商品並非交付至特殊監管區域，從韓國及日本進口的商品通常須繳納中國關稅。具體而言，用於手機或平板電腦前後蓋的韓國玻璃須繳納5%的關稅。用於手機或平板電腦前後蓋的日本玻璃亦須繳納5%的關稅。

我們在全球範圍內為我們的客戶採購原材料。如果我們的客戶指定部分原材料的供應商，我們會根據他們的供應商採購有關原材料。此外，我們自主生產若干原材料。詳情請參見「一研究與開發—創新研發」。除了這些關鍵的原材料，我們還需要輔助包裝材料，如紙板箱和收縮膜來包裝我們的產品。

我們的原材料價格因多種因素而波動，包括供需關係、我們與供應商談判價格的能力等。我們通常與多個供應商合作，以降低與產品供應相關的風險。在業績記錄期間，我們沒有遇到任何原材料供應的重大短缺，我們供應商提供的原材料也沒有任何重大質量問題。

我們的供應商

我們的供應商主要是原材料和設備的供應商。我們與這些主要供應商建立了並保持了穩定的和長期的關係。

業 務

供應商的選擇和管理

我們建立了嚴格的選擇、評估和管理供應商的流程，以確保供應商符合我們的質量和性能標準。在供應商選擇和資質認證過程中，我們會考慮許多因素，包括每個供應商的財務狀況、行業聲譽、技術認證以及他們提供的產品或原材料的價格和質量。我們會仔細評估每個潛在供應商的資質和證書，並且在決定聘請供應商之前，我們還會對潛在供應商的營業場所進行現場訪問。

我們定期評估供應商的績效，重點關注他們的交付能力、所供應產品的價格和質量以及他們是否遵守我們的政策和要求（包括關於環境問題、職業安全和企業社會責任政策）等標準。

我們的部分客戶要求我們從指定供應商購買用於為客戶製造產品的若干關鍵原材料和組件，或於客戶先從上游供應商購買關鍵原材料和組件後從有關客戶購買此類關鍵原材料和組件，以對原材料和組件的質量進行控制。在這種情況下，客戶將根據自己的標準選擇原材料和組件的供應商，並負責與供應商談判供應條款。詳情亦請參見「一原材料和供應鏈—重疊的客戶和供應商」。

我們與供應商的合同條款

我們與部分供應商簽訂採購框架協議。我們與供應商並無訂立獨家安排。這些協議的條款根據我們與每個供應商的談判結果而有所不同，但這些協議一般包括以下內容：

期限	:	我們與主要供應商簽訂的採購協議通常沒有固定期限。
定價	:	價格由我們和我們的供應商共同決定，並根據當前的市場狀況每月進行調整。
支付和信用條款	:	支付條款通常在特定的採購訂單中規定，而不是在框架協議中規定。一旦滿足所有付款條件，我們將付款。
最低採購額要求	:	我們與主要供應商的採購協議通常不包含最低採購額要求。
退貨／換貨	:	我們可以更換或退回不符合我們質量標準的原材料或組件。

業 務

- 責任／保證：我們的供應商通常就其供應的原材料或組件向我們提供24個月的保修期。
- 物流：我們的供應商負責安排將原材料或組件交付予我們的物流。
- 終止／續約：任何一方均可以在發生一系列事件時終止協議，包括另一方未糾正不履行協議項下義務的行為、破產或其他將影響另一方財務狀況的情況。協議終止後，除因我們的原因或不可抗力事件導致終止外，我們的供應商應繼續向我們供應原材料或組件，直至我們找到新的供應商為止，否則我們的供應商將承擔因供應短缺而給我們造成的任何損失。

前五大供應商

在2022年、2023年和2024年，我們從前五大供應商的採購額分別為人民幣9,033.5百萬元、人民幣17,224.6百萬元和人民幣26,064.7百萬元，分別佔我們同期總銷售成本的23.7%、37.4%和43.6%。在2022年、2023年和2024年，我們從最大供應商的採購額分別為人民幣6,198.4百萬元、人民幣7,665.7百萬元和人民幣14,372.7百萬元，分別佔我們同期總銷售成本的16.2%、16.7%和24.1%。在業績記錄期間，據我們董事所知，我們的董事、他們的聯繫人或我們任何現有股東（據我們董事所知，擁有我們超過5%的股本）在業績記錄期間的任何期間內均無於我們前五大供應商中擁有任何需要根據香港上市規則披露的權益。

業 務

以下是業績記錄期間我們前五大供應商的若干信息表格。

截至2022年12月31日止年度

排名	供應商	交易金額 (金額 人民幣百萬元)	採購佔 總銷售成本 的百分比	業務合作 年數 ⁽¹⁾	背景
1	客戶／ 供應商A ⁽²⁾	6,198.4	16.2%	19	一家於1976年成立並於納斯達克上市的美國跨國公司，主要從事消費電子產品的設計、製造和銷售，以及相關服務的銷售 其主要產品包括(i)智能手機，(ii)筆記本電腦與台式個人電腦，(iii)平板電腦，及(iv)穿戴類、家用設備和配件。其主要服務包括(i)廣告，(ii)收費售後服務，(iii)雲服務，(iv)數字內容，及(v)支付服務。
2	供應商B ⁽³⁾	927.2	2.4%	14	一家製造和銷售電子產品、化學品、家用電器和電信產品的韓國上市跨國公司
3	供應商D ⁽⁴⁾	696.1	1.8%	7	一家於1972年成立的日本上市公司，提供製造自動化產品和服務，例如數控機床
4	客戶／ 供應商C ⁽⁵⁾	611.1	1.6%	20	一家於1969年成立的上市跨國公司，總部位於韓國，主要從事各類電子產品的設計、製造和銷售
5	供應商E ⁽⁶⁾	600.7	1.7%	18	一家於1851年成立並於紐約證券交易所上市的美國跨國公司，專門從事特種玻璃、陶瓷及其他相關材料和技術

註：

- (1) 對於同時亦是供應商的客戶，業務關係的年份是指他們首次成為客戶或供應商的年份(以較早者為準)。
- (2) 於2022年對客戶／供應商A的採購主要包括製造銷售予客戶／供應商A的產品所需的原材料及組件，包括玻璃及各種電子元件。
- (3) 於2022年對供應商B的採購主要包括LCM電子零部件。
- (4) 於2022年對供應商D的採購主要包括設備、加工耗材及電子零部件。
- (5) 於2022年對客戶／供應商C的採購主要包括玻璃的原材料。
- (6) 於2022年對供應商E的採購主要包括玻璃的原材料。

業 務

截至2023年12月31日止年度

排名	供應商	交易金額 (金額 人民幣百萬元)	採購佔 總銷售成本 的百分比	業務合作 年數 ⁽¹⁾	背景
1	客戶／ 供應商A ⁽²⁾	7,665.7	16.7%	19	一家於1976年成立並於納斯達克上市的美國跨國公司，主要從事消費電子產品的設計、製造和銷售，以及相關服務的銷售 其主要產品包括(i)智能手機，(ii)筆記本電腦與台式個人電腦，(iii)平板電腦，及(iv)穿戴類、家用設備和配件。其主要服務包括(i)廣告，(ii)收費售後服務，(iii)雲服務，(iv)數字內容，及(v)支付服務。
2	客戶／ 供應商F ⁽³⁾	7,177.1	15.6%	11	一家於2010年成立並於香港聯交所上市的中國科技公司，從事設計、開發並銷售智能手機、智能硬件和智能家居產品
3	供應商B ⁽⁴⁾	1,074.2	2.3%	14	一家製造和銷售電子產品、化學品、家用電器和電信產品的韓國上市跨國公司
4	客戶／ 供應商C ⁽⁵⁾	668.1	1.5%	20	一家於1969年成立的上市跨國公司，總部位於韓國，主要從事各類電子產品的設計、製造和銷售
5	供應商G ⁽⁶⁾	639.5	1.3%	6	一家於1975年成立的中國上市公司，提供電子產品的結構件、組件和功能模組

註：

- (1) 對於同時亦是供應商的客戶，業務關係的年份是指他們首次成為客戶或供應商的年份(以較早者為準)。
- (2) 於2023年對客戶／供應商A的採購主要包括製造銷售予客戶／供應商A的產品所需的原材料及組件，包括玻璃及各種電子元件。
- (3) 於2023年對客戶／供應商F的採購主要包括用於表面貼裝技術的零部件。
- (4) 於2023年對供應商B的採購主要包括LCM電子零部件及玻璃的原材料。
- (5) 於2023年對供應商／客戶C的採購主要包括玻璃的原材料。
- (6) 於2023年對供應商G的採購主要包括螺絲、環及膠水等製造耗材。

業 務

截至2024年12月31日止年度

排名	供應商	交易金額 (金額 人民幣百萬元)	採購佔 總銷售成本 的百分比	業務合作 年數 ⁽¹⁾	背景
1	客戶／ 供應商F ⁽²⁾	14,372.7	24.1 %	11	一家於2010年成立並於香港聯交所上市的中國科技公司，從事設計、開發和銷售智能手機、智能硬件和智能家居產品
2	客戶／ 供應商A ⁽³⁾	8,659.8	14.5 %	19	一家於1976年成立並於納斯達克上市的美國跨國公司，主要從事消費電子產品的設計、製造和銷售，以及相關服務的銷售 其主要產品包括(i)智能手機，(ii)筆記本電腦與台式個人電腦，(iii)平板電腦，及(iv)穿戴類、家用設備和配件。其主要服務包括(i)廣告，(ii)收費售後服務，(iii)雲服務，(iv)數字內容，及(v)支付服務。
3	供應商B ⁽⁴⁾	1,585.7	2.7 %	14	一家製造和銷售電子產品、化學品、家用電器和電信產品的韓國上市跨國公司
4	供應商E ⁽⁵⁾	723.8	1.2 %	18	一家於1851年成立並於紐約證券交易所上市的美國跨國公司，專門從事特種玻璃、陶瓷及其他相關材料和技術
5	客戶／ 供應商C ⁽⁶⁾	722.7	1.1 %	20	一家於1969年成立的上市跨國公司，總部位於韓國，主要從事各類電子產品的設計、製造和銷售

註：

- (1) 對於同時亦是供應商的客戶，業務關係的年份是指他們首次成為客戶或供應商的年份(以較早者為準)。
- (2) 於2024年對客戶／供應商F的採購主要包括用於整機服務的配件及用於表面貼裝技術的零部件。
- (3) 於2024年對客戶／供應商A的採購主要包括製造銷售予客戶／供應商A的產品所需的原材料及組件，包括玻璃及各種電子元件。
- (4) 於2024年對供應商B的採購主要包括LCM電子零部件及玻璃的原材料。
- (5) 於2024年對供應商E的採購主要包括玻璃的原材料。
- (6) 於2024年對客戶／供應商C的採購主要包括玻璃的原材料。

業 務

重疊的客戶和供應商

在業績記錄期間，我們的一些前五大客戶同時也是我們的供應商，而我們的一些前五大供應商同時也是我們的客戶，詳情如下所述。

買售模式

客戶／供應商A在2022年、2023年和2024年各年均為我們的最大客戶，同時也是我們在同一年度的前五大供應商。這是因為客戶／供應商A要求其供應商（包括我們）從客戶／供應商A本身購買用於製造其產品的部分原材料和組件，以便其對採購過程進行總體控制，並更好地控制原材料的成本和質量。這在業內通常被稱為買售模式。我們與客戶／供應商A的銷售和採購均在正常業務過程中進行，並且是在經公平談判基礎上達成的商業條款。

客戶／供應商F在2023年和2024年是我們的前五大客戶之一，由於類似的原因，也是我們在同一年度的前五大供應商。我們與客戶／供應商F的銷售和採購均在正常業務過程中進行，並且是在經公平談判基礎上達成的商業條款。

供應商B在2022年、2023年和2024年是我們的前五大供應商之一，由於類似的原因，在2024年也是我們的最大客戶之一。2024年，我們對供應商B的銷售額為人民幣830.8百萬元，佔我們同年總收入的1.2%。我們與供應商B的銷售和採購均在正常業務過程中進行，並且是在經公平談判基礎上達成的商業條款。

根據弗若斯特沙利文的資料，一家公司向同一客戶／供應商進行銷售及採購符合行業慣例，且採用買售模式並不是精密製造業定價的決定因素。

集團客戶或供應商

客戶／供應商C在2022年、2023年和2024年是我們的前五大供應商之一，也是我們在同一年度的客戶。這是因為客戶／供應商C是一家電子行業的跨國企業集團，擁有非常多樣化的產品和業務。我們在2022年、2023年和2024年向客戶／供應商C的銷售與我們從其採購無關，也不以此為條件。在2022年、2023年和2024年，我們主要向客戶／供應商C出售結構件，主要是智能手機的蓋板玻璃，而在同一年度我們從客戶／供應商C採購的主要是攝像機模組。我們與客戶／供應商C的銷售和採購是在不同的流程中進行談判，均在正常業務過程中進行，並且是在經公平談判基礎上達成的商業條款。

供應商B在2022年、2023年和2024年是我們的前五大供應商之一，由於類似的原因，在2022年和2023年也是我們的客戶。我們在2022年和2023年從供應商B的採購與我們向其銷售無關，也不以此為條件。在2022年和2023年，我們主要從供應商B採購車用液晶顯示屏，而我們來自供應商B的收入主要為玻璃加工費。在2022年和

業 務

2023年，我們向供應商B的銷售額分別為人民幣198.8百萬元和人民幣248.9百萬元，分別佔我們同期總收入的0.4%和0.5%。我們與供應商B的採購和銷售是在不同的流程中進行談判，均在正常業務過程中進行，並且是在經公平談判基礎上達成的商業條款。

客戶E在2022年、2023年和2024年是我們的前五大客戶之一，由於類似的原因，也是我們在2023年和2024年的供應商。我們在2023年和2024年向客戶E的銷售與我們從其採購無關，也不以此為條件。在2023年和2024年，我們從客戶E的採購額在相關期間的總銷售成本中所佔比例極小。我們與客戶E的銷售和採購是在不同的流程中進行談判，均在正常業務過程中進行，並且是在經公平談判基礎上達成的商業條款。

供應商E在2022年和2024年是我們的前五大供應商之一，也是我們在2024年的客戶。供應商E是我們的主要玻璃供應商之一。在2024年，供應商E購買我們的若干智能手機和電腦產品。這是因為供應商E的某些客戶要求供應商E在其向客戶提供的產品中使用我們的結構件和模組。在2024年，我們主要從供應商E採購玻璃。在2024年，我們從供應商E的採購與我們向其銷售無關，也不以此為條件。在2024年，我們向供應商E的銷售額金額不大。我們與供應商E的採購和銷售是在不同的流程中進行談判，均在正常業務過程中進行，並且是在經公平談判基礎上達成的商業條款。

供應商G在2023年是我們的前五大供應商之一，也是我們在2023年的客戶。供應商G是一家從事生產和銷售電子產品結構件、組件和功能模組的公司。在2023年，供應商G購買我們的若干智能手機和電腦產品以及智能頭顯與智能穿戴產品。這是因為供應商G的某些客戶要求供應商G在其向客戶提供的產品中使用我們的結構件和模組。在2023年，我們主要從供應商G採購用於生產的材料，例如金屬螺絲、防塵網和膠水。在2023年，我們從供應商G的採購與我們向其銷售無關，也不以此為條件。在2023年，我們向供應商G的銷售額金額不大。我們與供應商G的採購和銷售是在不同的流程中進行談判，均在正常業務過程中進行，並且是在經公平談判基礎上達成的商業條款。

在業績記錄期間，我們從上述重疊客戶或供應商處採購的原材料並未轉售給他們，反之亦然。

生產與製造

我們在九個工業園區自行生產所有產品，以確保我們始終能夠按時向客戶提供高質量的產品，滿足客戶的需求。

業 務

我們已將智能智造融入生產的各個環節，大幅提高了生產效率和產品產量。例如，我們持續投資設計和製造智能自動化生產設備。我們在業內率先成功開發全自動印刷線和烘烤線。我們還持續投資研發高精度、具成本效益、多用途工業機器人和高端智能智造設備，如自動導引車（「AGV」），以適應我們的生產線佈局。AGV現已在我們的工業園區大規模使用，顯著提高了我們的生產效率。有關我們生產所使用技術和設備的更多詳情，請參閱「一生產與製造一技術」。

我們在中國湖南的工業園區戰略性地選址在彼此相鄰的地方，最大限度地減少各工業園區之間的產品運輸。同樣，我們的海外工業園區也選址在靠近我們客戶及其供應商的地方，最大限度地降低物流費用。

此外，我們工業園區的佈局和設計經過精心和戰略性規劃，以提高生產效率。例如，我們工廠的建築通常相對較長，以便在不中斷生產流程的情況下，將整個生產過程（從原材料裝載到成品包裝）所需的設備和機械放置在一棟建築物內，這減少了我們在工廠內產品和材料的運輸。

我們已建立了標準化的流程，用於設立新的工業園區，並且我們工業園區的佈局和設計屬標準化。這使得我們能夠相對快速地設立新的工業園區，以應對新興的客戶需求且我們的新工業園區可快速達至不同的生產效率及生產產量。

生產流程

玻璃產品

下圖展示我們玻璃產品的生產過程：



- **精密切割**。玻璃被切割成與設備設計相匹配的形狀，並使用數控機床精確雕刻孔和斜邊，以便平滑地集成到設備外殼中。
- **熱成型**。對於三維玻璃（例如，帶有曲邊的玻璃），將玻璃坯加熱壓入模具，實現所需的曲率。然後將玻璃冷卻，釋放內部應力，防止開裂。

業 務

- **化學強化**。將玻璃浸入熔融的硝酸鉀浴中，玻璃中的較小鈉離子被較大的鉀離子取代，在表面產生壓縮應力，從而提高抗刮擦性和耐性。
- **表面處理**。對邊緣和表面進行拋光以達到光滑效果，通過真空沉積或噴塗工藝施加抗反射、抗指紋或抗眩光塗層。
- **質量檢查**。進行各種測試，檢查氣泡、裂紋或變形情況、硬度、厚度和耐久性。

金屬產品

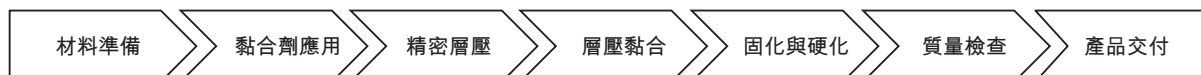
下圖展示我們金屬產品的生產過程：



- **材料準備**。將原材料鑄造成塊狀或片狀，並切割成預成型件以便進一步加工。
- **數控加工**。數控機床將預成型件雕刻成精確的形狀，並根據產品設計創建螺絲孔、切口和空腔。
- **熱處理與強化**。對產品進行加熱和冷卻以增強硬度和結構完整性，並對金屬表面進行處理以減少應力並提高抗疲勞性。
- **表面處理**。通過電解工藝在產品表面添加一層保護性氧化層，以提高抗刮擦性並實現顏色定製。
- **質量檢查**。對產品進行各種檢查，如尺寸檢查、應力測試和缺陷檢測，確保產品質量。

功能模組

下圖展示我們功能模組的生產過程：



- **材料準備**。按所需尺寸切割薄膜、玻璃、傳感器、粘合劑和保護塗層，並在無塵環境中清潔表面層，去除可能導致缺陷的污染物。
- **粘合劑應用**。在各層之間施加粘合劑。

業 務

- **精密層壓。**以微米級精度對齊各層，並在層壓前通過壓力或真空將各層固定到位。
- **層壓粘合。**通過熱、壓力或紫外線激活粘合劑，使各層永久粘合，去除關鍵模組(如攝像頭模組)的氣泡。
- **固化與硬化。**在受控條件下完全固化粘合劑，以達到最大強度，並去除多餘的粘合劑或薄膜，以確保邊緣整潔和尺寸精確。
- **質量檢查。**使用自動化系統檢查氣泡、分層或錯位情況。對模組進行性能測試，並模擬實際應力測試模組的耐久性。

技術

技術是我們生產競爭力的核心。我們是最早開發並在生產過程中實施自動化設備的公司之一，從而顯著提高了生產效率、精度和一致性。我們持續升級工業園區，並逐步推出新的技術和設備。我們定期評估生產流程中的每個步驟，確定是否存在可以提升成本效率或生產產量的措施。詳情亦請參閱「研究與開發」和「生產與製造—設備和機械」。

流程自動化

通過工業園區的技術升級，我們顯著提高了生產效率。結構件和模組生產流程中的多個步驟已實現全自動化，不僅降低了勞動力成本，還提升了產品質量的一致性和穩定性。此外，我們在工業園區實施了多項數字化措施。例如，生產線具備完整的產品追溯能力，能夠追蹤每個結構件的完整生產流程，包括該結構件開始進入特定生產工序的時間、特定工序所使用的機器、每個工序後採取的質量控制措施以及每次質量檢查的數據。所有這些數據都存儲在我們的系統中。如果某個產品出現質量問題，我們可以輕鬆識別問題的根源。這些數字化舉措及其產生的數據還幫助我們分析生產鏈中的每個環節，評估是否存在改進空間。

業 務

以下為我們流程自動化的照片。



智能倉儲

我們還實施智能倉儲系統，從而提升倉儲、物流和庫存管理能力。在傳統倉儲模式下，員工負責分類、搬運、檢索和運輸庫存，不僅勞動力成本較高，事故率也相對較高。通過我們的智能倉儲系統，由我們自主設計和製造的自動導引車被用於分類庫存、將庫存裝載到貨架上、記錄庫存的存儲位置和數量，並在需要時檢索和運輸庫存至指定位置，包括將庫存裝載到機器上進行加工。這一系統大大減少了該過程中所需的勞動力，降低了相關的勞動力成本和事故率。此外，我們的智能倉儲系統與製造執行系統和企業資源規劃系統集成，使其能夠監控庫存的時間狀態並相應管理庫存，從而顯著提高庫存周轉率。

工業機器人

我們一直在開發用於我們工業園區的工業機器人，以提高效率、精度和可擴展性。通過利用機器學習算法，我們的工業機器人能夠以最佳精度執行高度複雜的任務，顯著減少人為錯誤和缺陷率，同時降低勞動力成本。例如，我們研發及生產的四軸、六軸、並聯機器人、AOI視覺檢測機器人、自動牽引車，不僅在整體效率、自動化程度、能耗以及成本方面優於市場上的傳統設備，而且還能確保較高的產品質量和一致性。不僅在性能、綜合效率、自動化程度、能耗及成本方面優於市場上常見的常規標準設備，還保證了產品的高質量和一致性。

得益於我們先進的技術和設備，於業績記錄期間，我們的結構件、功能模組及整機組裝的生產良率均高於行業平均值。

業 務

我們的工業園區

截至2024年12月31日，我們在中國、越南和墨西哥擁有九個工業園區，用於生產我們的產品。下表列出了截至2024年12月31日我們工業園區的基本信息。

工業園區	成立年份	主要產品	總建築面積
湖南瀏陽，中國	2008年	智能手機與電腦類	約2,305,700平方米
湖南榔梨，中國	2014年	智能手機與電腦、智能汽車及座艙、智能頭顯與智能穿戴設備類	約880,000平方米
湖南星沙，中國	2011年	智能手機與電腦類	約160,000平方米
湖南黃花，中國	2020年	智能手機與電腦、智能汽車及座艙、智能頭顯與智能穿戴設備類	約1,560,000平方米
湖南湘潭，中國	2020年	智能手機與電腦(包括整機組裝)等類	約765,000平方米
廣東東莞，中國	2010年	智能手機與電腦類	約788,361平方米
江蘇泰州，中國	2021年	智能手機與電腦類	約941,533平方米
北江省，越南	2017年	智能手機與電腦、智能汽車及座艙、智能頭顯與智能穿戴設備類	約461,320平方米
蒙特雷，墨西哥	2022年	智能汽車及座艙類	約12,500平方米

業 務

下表載列業績記錄期間各工業園區的產能及利用率。

工業園區	產能 (單位，百萬件)			利用率 (%)		
	2022年	2023年	2024年	2022年	2023年	2024年
湖南瀏陽，中國	823.8	656.4	782.2	87.6%	76.2%	82.2%
湖南榔梨，中國	185.7	200.0	299.3	96.8%	95.7%	98.6%
湖南星沙，中國	49.9	16.8	3.3	90.4%	22.0%	45.9%
湖南黃花，中國	31.7	51.6	86.2	84.8%	94.2%	89.2%
湖南湘潭，中國	21.6	56.0	123.0	53.0%	95.2%	93.3%
廣東東莞，中國	46.8	80.9	75.4	87.8%	90.1%	97.6%
江蘇泰州，中國	85.2	85.4	75.1	91.8%	94.1%	98.0%
北江省，越南	73.2	30.4	37.9	37.6%	75.3%	76.9%
蒙特雷，墨西哥	不適用	0.8	0.8	不適用	11.2%	46.3%
其他	5.3	2.2	3.4	43.9%	101.6%	93.5%
總計／整體	1,323.2	1,180.5	1,486.6	85.7%	82.7%	88.2%

業 務

以下為我們所選工業園區的照片。



瀏陽園區，中國湖南



榔梨園區，中國湖南



星沙園區，中國湖南



黃花園區，中國湖南



湘潭園區，中國湖南



東莞園區，中國廣東



泰州園區，中國江蘇



北江園區，越南

業 務

截至2024年12月31日，我們在墨西哥設有一個小型智能汽車及座艙產品工業園區，主要服務我們在智能汽車行業的一位重要客戶。目前我們正在對該工業園區的業務進行戰略調整，以應對客戶於其自身工業園區的調整，同時計劃將智能汽車及座艙產品相關生產集中至其他工業園區以提升生產及營運效率、降低運輸成本。在業績記錄期間，我們的墨西哥中心未對我們的產能產生重大實質貢獻。

下表列出了所示期間我們主要產品的生產能力及利用率。

產品類別	生產能力 (單位，以百萬件片計)			利用率 (%)		
	2022年	2023年	2024年	2022年	2023年	2024年
智能手機與電腦類						
結構件及功能模組	1,223.3	1,065.1	1,315.7	86.2%	82.3%	87.5%
整機組裝	12.0	15.9	22.8	85.2%	91.8%	88.7%
小計	1,235.3	1,080.9	1,338.6	86.2%	82.4%	87.6%
智能汽車及智能座艙類 . . .	7.5	17.5	15.2	83.5%	71.4%	88.1%
智能頭顯與智能穿戴類 . . .	75.9	76.9	118.3	77.4%	89.3%	94.6%
其他智能終端類	4.4	5.1	14.6	93.8%	83.4%	93.8%
總計	1,323.2	1,180.5	1,486.6	85.7%	82.7%	88.2%

附註：

- (1) 生產能力按下列假設計算：(i)我們的所有生產線和設備滿負荷運作，(ii)每班10小時，每天兩班及(iii)每年工作312天。
- (2) 利用率按期內所生產單位的實際數量除以期內生產能力計算。

生產計劃

我們通常根據預測的客戶需求和預期市場趨勢按月制定生產計劃。我們不斷審查我們的生產計劃和利用率，並根據我們工廠前一周的利用率及客戶訂單的滾動預

業 務

測和預期利用率每周更新一次（必要時頻繁地每天更新）。我們還提前戰略規劃生產，以應對季節性客戶訂單的增加。

庫存管理

我們的庫存主要包括原材料、在製品、成品和在途貨物。根據我們的訂單預測，我們的庫存管理部門每天檢查和更新我們的庫存水平，並相應地計劃採購。我們還定期進行庫存老化分析，以減少庫存過時的風險，並使用我們的智能倉儲系統跟蹤和管理庫存老化狀態。

截至2022年、2023年和2024年12月31日，我們的庫存分別為人民幣6,685.0百萬元、人民幣6,682.7百萬元和人民幣7,160.6百萬元，我們2022年、2023年和2024年的庫存周轉天數分別為67.3天、55.9天和44.3天。

設備和機械

我們在生產過程中使用的重大設備和機械包括：(i)陽極線，通常用於電鍍或陽極氧化工藝，為材料鍍上保護層或裝飾層；(ii)熱彎機，用於將玻璃或其他材料加熱至柔韌狀態，使其彎曲；(iii)加壓爐，一種施加壓力和熱量的熔爐，通常用於燒結或粘合材料等工藝；(iv)六工位絲網印刷機，一種有六個工位的絲網印刷機，可在材料上進行高效的多色或多層印刷；(v)清洗機，用於在製造過程中清洗材料或部件，以確保其不含污染物；(vi)烘箱，用於烘烤或固化材料，通常用於硬化塗層或粘合劑及(vii)塗層機，用於在材料上塗敷薄膜或塗層，如玻璃上的防反射塗層。

根據我們發展垂直整合能力的戰略，我們自行設計和製造其中的某些設備，特別是用於關鍵生產流程的設備，如熱彎機和六工位絲網印刷機。我們識別生產流程中的一些可以改進的方面，並據此開展研發活動，設計和製造優化設備。

我們定期檢查和維護用於我們生產流程的重大設備和機械，並更換磨損的消耗品部件和組件。我們主要生產設備和機械的預計平均使用壽命為10年。

物流

我們的產品在交付給客戶之前，通常存放在位於工業園區的自有倉庫中。我們主要聘請合格的第三方物流服務提供商將成品從我們的工業園區和倉庫運送到客戶指定的地點。我們要求這些第三方物流服務提供商遵守嚴格的產品運輸標準，並定期評估這些第三方物流服務提供商的績效和對我們要求的遵守情況，以確保產品順

業 務

利交付給客戶。我們通常與我們的物流服務提供商每兩年簽訂一次協議。我們的物流服務提供商承擔與產品運輸相關的風險。

質量控制

我們相信產品質量是我們業務運營和可持續增長的基石。我們致力於提供符合最高行業標準並超出客戶期望的產品。我們將綜合質量控制和質量保證系統整合到我們垂直整合生產過程的每個階段，確保我們可以持續並可靠的生產和交付高質量的產品。

我們已建立了ISO 9001:2008認證的質量管理系統。我們定期對質量控制系統進行內部審計和管理評審，以及時識別和解決潛在問題，確保質量控制系統的持續改進和完善。於2023年，我們成功取得IATF 16949認證，建立了覆蓋玻璃蓋板、注塑塑料件、沖壓金屬件及觸摸屏製造的全流程質量管理體系。於2023年，我們獲得了符合歐洲指令2011/65/EU關於電氣和電子設備中有害物質過程管理的IECQ合格證書。於2024年，我們通過ISO 9001:2015質量管理體系認證，實現管理系統運作。

為確保產品質量，我們已設立質量控制部門，負責在整個生產周期內實施質量控制措施，包括原材料檢驗、生產過程中的質量控制和最終產品檢驗。

我們在生產過程中設立多項質量控制程序及流程，確保各個關鍵流程後的產品質量達到預期要求，且我們會監控各個關鍵生產流程的產品良率。

我們已在黃花工業園區設立一個檢測中心，該檢測中心已獲得中國合格評定國家認可委員會的認可。這使我們能夠自行開展客戶要求的某些質量檢查和產品規格測試，而無需委託第三方機構進行測試。

產品退貨和保修

對於我們的結構件和模組，客戶在收到產品時會進行質量檢查檢驗。如未通過一般檢驗，其會將這些產品退回或進行換貨。客戶如已接受我們的結構件和模組，我們不予提供產品保修服務。

就我們的整機組裝，我們通常提供一段時間的保修。在保修期內，如因我們的整機組裝問題導致產品缺陷，我們將負責維修或替換缺陷產品。

業 務

在業績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無任何退貨及／或更換瑕疵產品而對我們的業務、經營業績或財務狀況產生重大不利影響。

銷售和市場營銷

我們相信我們最有效的銷售和市場營銷方法是始終按時提供高質量的產品來滿足並超出客戶的期望。因此，鑒於我們的目標是成為並一直作為客戶的戰略長期合作夥伴，我們的銷售和市場營銷活動專注於維護和加深我們與客戶的戰略關係範圍。

除維護和加深我們與現有客戶的關係外，我們的銷售團隊亦在拓展產品和服務種類的過程中積極挖掘潛在客戶，建立新的合作關係。

知識產權

截至2024年12月31日，我們及子公司共持有2,249項專利，其中包括495項發明專利和135項外觀設計專利。這些專利主要應用於功能材料（如玻璃、陶瓷及金屬）領域，例如汽車B柱等產品，重點關注市場應用中的產品工藝與安全性。截至2024年12月31日，我們擁有113個註冊商標、123項版權和3個域名。參見「附錄四—法定和一般資料—有關業務的其他資料—知識產權。」這些知識產權涵蓋了我們的生產流程以及我們產品的設計。

我們依靠知識產權保護法以及合同安排（包括保密條款）來建立和保護我們的專有技術、知識和其他知識產權。我們的法律部門主要負責我們知識產權的保護工作。我們積極管理和擴大我們的知識產權組合，並使用保密和禁止競爭協議來保護我們的知識產權和商業秘密。儘管我們做出了努力，我們可能仍面臨被指控侵犯第三方知識產權或我們的知識產權被第三方侵犯相關的風險。參見「風險因素—我們的專利及其他非專利知識產權是寶貴的資產，倘我們無法保障其不受侵權，我們的業務前景可能會受到損害。」

在業績記錄期間，我們沒有經歷過任何重大知識產權侵權事件。本集團或我們的任何知識產權在業績記錄期間均未成為、據我們董事所知，也不預期成為與任何知識產權侵權相關的重大爭議或訴訟的主體。

業 務

環境、社會與企業管治

我們致力於ESG建設，將可持續發展原則深度融入公司的日常運營和長期戰略中。我們以技術創新為發展的核心驅動力，憑藉在玻璃加工領域的深厚技術積累，推動將多種先進材料應用於消費電子和智能汽車領域，助力行業可持續發展。同時，倡導清潔生產，推動新能源建設，從源頭減少污染物排放，為行業長期發展貢獻力量。

ESG管治架構

我們的ESG管治乃基於企業使命與願景，專注於創新與全球領導地位。我們已建立由超過30名具ESG專業經驗之員工所支持的完善三層管治架構。董事會每年審閱ESG策略、評估風險因素並制定年度目標。各部門主管統籌策略實施，而業務單位則負責具體項目執行、進度監控及數據匯報。我們通過與內外部專家的協作，從而持續優化ESG策略架構。

ESG風險識別、評估及應對概要

結合MSCI ESG關鍵議題框架、SASB重大性議題圖表及行業重點議題分析，並基於集團對人與自然和諧共生的追求與可持續發展戰略方向，我們從多方利益相關方的角度出發，最終識別並總結出與集團相關的30項實質性議題，並制定了對應的措施：

分類	實質性議題	重要性／與集團關聯性	集團對應措施
環境	環境合規管理	通過環境合規舉措，能夠減少監管風險，同時贏得綠色投資者的青睞。	遵守國際公約和國家的環境物質管理法律法規及客戶要求，制定環境物質管理目標及指標，持續予以改善。
	水資源利用	高效利用和保護水資源，實現經濟和環境的協調發展，展現品牌的環保責任感。	評估水資源使用情況、搭建水資源管理架構、制定水資源管理制度、開展水資源管理風險與機遇識別、落實水資源管理措施。
	能源利用	推動節能降耗工作，推進綠色生產，彰顯品牌的社會責任感和綠色發展理念。	完善能源管理制度，推行清潔能源替代計劃，建立能源消耗智能監測平台，制定階梯式節能目標。
	污染物排放	通過廢水回用、節水技術等措施，降低水資源消耗和廢水排放；通過廢棄物分類、回收和再利用，提高資源利用效率，減少資源浪費。	建立污染物的管理體系、制定污染物管理制度、執行環境影響評價、實施減排措施、設定主要污染物排放量目標並披露污染物排放的具體情況等，從污染物產生、處理到排放各個環節，嚴格管理污染物並降低環境影響。

業 務

分類	實質性議題	重要性／與集團關聯性	集團對應措施
	廢棄物處理	提升廢棄物處理效率，推動資源回收利用，展現品牌對自然環境的可持續承諾。	嚴格按照各運營所在地法律法規，依照ISO14001管理體系處理好廢棄物，重視廢棄物管理，多年來持續推進零填埋專項項目。
	應對氣候變化	隨著市場對低碳產品及服務的需求增加，公司進一步開發和提供低碳產品與服務以及解決方案能夠使公司更好地適應市場需求，獲得額外的增長。	對氣候相關風險進行了系統的識別和分析，按照短期和長期的物理風險以及轉型風險進行識別並挖掘相關機遇。
	循環經濟	通過實施再利用措施，能夠有效降低原材料和廢物處理成本，提升資源利用效率；發展循環經濟促進技術創新，如新材料的開發和生產工藝的改進，為公司開辟新的市場和產品線。	通過採購高效率機器設備，採用資源節約的工藝技術和路徑等一系列措施優化資源管理，強調對各個資源的循環利用。
	化學品使用與排放	減少有害化學品，控制污染排放，展現品牌可持續發展理念。	從產品設計開始，管理和減少化學品的使用和排放，確保符合相關環保法規和標準。
社會	產品和服務安全與質量	建立完善的質量管理體系，能夠幫助公司更好地應對法規變化，降低合規風險；高質量和安全的產品能夠打開新的市場機會，吸引對安全和質量有高要求的客戶群體。	積極開展品質管理學習培訓活動，吸收先進質量管理理念和方法，不斷完善創新產品質量制度與管理模式。
	供應鏈安全及管理	通過加強供應鏈的可持續管理，提升與供應商的合作透明度，可以確保業務連續性並增強客戶信任。	採用科學的供應商篩選標準、嚴格的評分體系和動態管理機制，打造綠色、高效、責任共擔的供應鏈生態系統，支持企業長期發展。
	保護員工合法權益	當公司重視員工權益，提供合理的薪酬、福利和工作環境時，員工的滿意度和忠誠度會提升，從而減少員工流失，提高管理效率。	提供完善的福利與關懷舉措，尊重並保障勞工權益，與員工共享可持續發展的價值。
	員工培訓與發展	完善的職業發展機制能夠吸引更多優秀人才加入，增強公司競爭力。	建立了以運營體系、課程體系和講師體系為核心的培訓體系。
	職業健康與安全	通過提供良好的工作環境和安全措施，提升員工忠誠度和工作效率，增強企業凝聚力，並有助於吸引高技能人才。	建立職業健康管理體系，配備專職團隊，依照相關規範進行職業危害識別與評估，邀請專業人員進行現場監測與健康體檢，從源頭預防員工職業健康風險。
	員工薪酬與福利	提升員工薪酬待遇，提供福利，增強公司凝聚力，推動品牌長期發展。	建立市場化薪酬體系，引入彈性福利計劃、完善績效考核方法、進行股權激勵等多種薪酬方式，提高員工積極性。

業 務

分類	實質性議題	重要性／與集團關聯性	集團對應措施
	利益相關方溝通	通過有效的溝通機制，能夠增強公司與利益相關方之間的信任，提高合作意願；積極的溝通能夠塑造良好的公司形象，提升品牌價值。	準確識別利益相關方，建立多維度溝通矩陣平台，實施年度ESG議題調研，與利益相關方保持溝通。
	多元化與平等機會	杜絕歧視，建設多元、平等和包容的員工工作環境。	制定製度反歧視，要求在發放工資、獎勵、晉升、培訓、招聘中禁止因各類原因出現歧視員工的行為；進行多元化招聘，展開多元化賦能項目，鼓勵員工多元化，擁抱國際化。
	社會貢獻	積極參與公益慈善活動，能夠提升公司在公眾中的認知度和好感度，增強品牌形象，吸引更多社會責任感強的客戶和合作夥伴。	不斷開展各類志願者服務活動，積極參與社區建設，注重通過各種形式回饋社會。
	鄉村振興	通過鄉村振興項目，能夠提升公司的社會知名度和公司形象。	積極主動投身精準扶貧和鄉村振興工作。
	客戶權益	切實保障客戶合法權益，持續優化服務品質，構建互利共贏的客戶關係體系。	產品質量始終是公司贏得客戶信賴的法寶之一，為客戶提供高質量的產品和服務，從客戶角度出發考慮問題，保障產品質量，全心全意為客戶服務。
	數據安全與客戶隱私保護	提供高標準的信息安全服務和產品可吸引對安全性有高要求的客戶；通過建立健全的信息安全與隱私保護管理體系，提升客戶信任，增強市場競爭力。	本集團根據ISO/IEC 27001:2022《信息安全管理体系要求》和其他要求制定手冊，切實保證零損失、零泄露，100%合規。
	平等對待中小企業	通過平等對待中小企業，能夠建立更加穩定和高效的供應鏈。	誠信對待供應商，及時支付中小企業款項，維護中小企業合法權益，優化營商環境。
治理	股東權益保護	良好的股東權益保護措施能夠提升公司在投資者中的形象，吸引更多投資。	根據公司章程，堅持從股東權益角度出發，建立能保證所有股東充分行使權利、享有平等地位的公司治理結構。
	創新驅動發展	通過科技創新，公司可以開發出具有自主知識產權的核心技術，從而在市場上佔據領先地位，不僅能夠提升企業的競爭力，還能夠為公司帶來豐厚的利潤回報。	持續投入研發，建立研究院，以客戶需求為導向，積極提升產品質量與競爭力。
	盡職調查	如未建立完善的盡職調查體系，無法及時識別或管控ESG議題，從而對可持續發展造成影響。	通過可持續發展合規框架搭建，組建專業團隊，提升全員可持續發展意識。

業 務

分類	實質性議題	重要性／與集團關聯性	集團對應措施
	規範公司治理	規範的三會運作能夠提高決策效率，增強公司在市場中的競爭力；確保公司的長期利益與可持續發展。	公司嚴格遵循相關法律法規的要求，構建了「三會一層」為核心的治理架構，並通過各項規章制度，保障決策科學化、運營透明化與股東權益常態化。
	反商業賄賂及反貪污	建立健全的反賄賂及反貪污機制，有助於提升公司治理透明度，增強股東和客戶信任；定期評估商業賄賂及貪污風險，有助於公司提前識別和規避潛在的法律和財務風險。	設立集團內審部，負責全公司紀律檢查工作。建立完善對應制度，對內部員工、外部供應商進行廉潔管理，為員工、客戶或供應商開設專門投訴通道，舉報違規違紀違法行為。
	合規與風險控制	完善的風險管理機制能夠為管理層提供更清晰的風險信息，支持更加科學的決策；通過風險評估，能夠更有效地分配資源，集中力量應對重大風險，提高運營效率。	通過可持續發展合規框架搭建，組建專業團隊，提升全員可持續發展意識。
	ESG治理	完善的ESG治理機制能夠提升公司在市場中的競爭優勢，吸引更多投資者和客戶；通過建立ESG治理機制，實現可持續發展。	構建全面風險管理框架，建立完善內部控制制度，對企業運營的外部 and 內部風險進行有效管控
	反不正當競爭	建立健全的管理制度能夠確保法律合規，減少潛在的法律風險和財務損失。	通過完善治理架構不斷加強公司治理；建立管理制度體系防範不正當競爭行為（如虛假宣傳、實施壟斷行為、侵犯商業秘密等）；遵守商業道德準則，落實行為規範。
	知識產權保護	建立知識產權保護體系，規範知識產權管理，體現品牌知識產權保護意識。	通過專利、商標等法律手段保護公司創新成果，防止侵權行為。制定了完善的知識產權管理制度，建立了完整的管理體系，推動知識產權工作的專業化、系統化、規範化管理。

環境指標與管理

我們致力於將環境管理融入公司運營的每個環節，在生產過程中嚴格遵循環保法規，積極採取節能減排措施，並建立了全面的環境管理體系，設立了一系列標準文件及監測設備，並定期監測排放物和資源消耗。報告期內，公司不存在因違反環境保護相關法律、法規和規範性檔而受到環境保護主管部門重大行政處罰的情形。

業 務

排放物

現階段，工廠的主要排放物包括生產廢氣、固體廢物及生產廢水等。2024年在排放物管理方面，企業積極採取多項措施：

- 廢氣管理：2024年，公司投入2,403萬元對廢氣淨化設施進行升級改造，採用活性炭吸附、低溫等離子等多種高效處理工藝，有效減少VOCs排放量達42.1噸，確保廢氣經收集處理後完全達標排放。
- 固廢管理：多年來，公司持續推進「零填埋」專項項目，通過優化廢料回收利用流程，提高資源再利用率。2024年，廢料綜合利用量達189,356.9噸，顯著減少了填埋量。
- 廢水管理：公司瀏陽生產基地憑借卓越的節水成效，被長沙市水利局評為2023年示範性節水載體，展現了企業對節水的堅定承諾和積極行動。

截至2024年12月31日，公司於業績記錄期間產生的廢氣、廢水、廢棄物的排放數據如下：

分類	單位	2022年	2023年	2024年
廢氣				
氮氧化物	千克	3,500.0	9,380.3	5,393.4
硫氧化物	千克	1,262.51	5,384.3	3,485.47
顆粒物	千克	<u>11,946.47</u>	<u>48,767.24</u>	<u>28,716.26</u>
廢水				
總用水量	公噸	34,318,201	32,369,502	36,596,517
回收量	公噸	<u>6,686,210</u>	<u>5,599,585</u>	<u>5,524,543</u>
廢棄物				
有害廢棄物	千克	8,018,260	7,399,330	10,012,460
無害廢棄物	千克	167,774,510	186,159,280	194,340,220
有害廢棄物回收量 . .	千克	627,030	453,430	694,290
無害廢棄物回收量 . .	千克	<u>159,436,230</u>	<u>163,297,710</u>	<u>188,662,570</u>

資源消耗

公司在生產活動中的資源消耗主要集中在能源和水資源等方面。截止2024年底，公司建有12座中水回收站，年循環用水超過1,125.9萬噸；生活垃圾和廚餘垃圾已實現100%收集，用於生物發電和沼氣發電；工業垃圾已90%以上轉化並綜合回收再利用，進一步減少碳排放。

業 務

其中，2024年12月，工信部公示了「2024年度綠色製造名單」，憑藉綠色生產整體佈局，藍思科技松山湖園區入選。

於業績記錄期間，公司資源消耗的具體情況如下：

資源分類	單位	2022年	2023年	2024年
電能	兆瓦時	4,492,475	4,140,715	4,515,729
水資源	公噸	<u>27,631,991</u>	<u>26,769,917</u>	<u>31,071,974</u>

基於當前業務運營情況及行業慣例，為積極推動行業的可持續轉型，我們制定了以下能源管理目標：

- 實施全業務鏈節能改造工程，2025–2030年均節能增長率不低於3%，2030年當年節能量超6000萬度。
- 至2030年，清潔能源使用佔比提升至60%。逐年擴大綠電採購規模，到2030年綠電消費佔比突破30%。

我們已實施《新產品開發控制程序》，以評估產品整個生命周期內的環境影響，從而盡量降低資源使用、能源消耗及污染物，確保可持續設計及生產。

碳管理

公司將可持續性融入採購決策中，優先選擇並使用環保材料及具有強大節約資源實踐的供應商。2024年，藍思共計推行45個節能減排方案，合併計算全年碳減排量達270萬噸CO₂e。

2024年12月，藍思科技憑藉上述努力成功入選中國企業聯合會組織評審的「2024企業綠色低碳發展優秀實踐案例」。

業 務

於業績記錄期間，公司碳排放具體情況如下：

分類	單位	2022年	2023年	2024年
範圍一 . . .	公噸二氧化碳當量	18,441.858	19,055.210	25,953.347
範圍二 . . .	公噸二氧化碳當量	2,628,569.730	2,372,615.850	2,613,215.071
範圍三 . . .	公噸二氧化碳當量	<u>4,662.280</u>	<u>4,611.061</u>	<u>5,363.140</u>

基於當前業務運營情況及行業慣例，為進一步推動行業可持續轉型，並積極響應國家2030年「碳中和」目標，我們制定了以下碳排放目標：

- 以2024年為基準，我們計劃在未來5年內將運營（範圍一、範圍二及範圍三）碳排放強度（ tCO_2 /萬元產值）降低20%

氣候相關風險與機遇識別

公司高度重視氣候相關治理，並對物理風險及轉型風險進行了系統的識別和分析，分析了其對公司潛在影響的具體情況如下：

➤ 氣候實體風險

- a. **短期風險：**公司在湖南、廣東、江蘇等地的工廠容易受到洪澇、颱風等極端天氣事件的影響，可能對運營、貨物運輸和倉庫安全構成重大威脅，增加公司運營成本。
- b. **長期風險：**全球持續高溫可能對員工職業安全 and 健康造成影響，需要公司增加在防護設備、工作環境優化等方面的投入，從而顯著提高人力成本。

➤ 氣候轉型風險

- a. **政策與合規風險：**隨著環境監管政策的加強，公司需要加強排放物監管。如未能符合規定，公司可能面臨合規成本增加並對品牌形象造成不利影響。

業 務

- b. 市場與消費者需求風險：**市場消費者對「綠色產品」的需求增長推動了企業的綠色轉型。如果未能適應這些變化，公司可能面臨市場份額下降的風險。

在應對氣候變化帶來的挑戰的同時，我們也積極挖掘其中蘊含的可持續增長機遇：

- **可再生能源：**公司積極推動自身及供應鏈合作夥伴使用太陽能、風能等可再生能源，減少碳排放，降低能源成本。
- **產品與市場：**消費者對可持續發展的關注度顯著提升創造了對公司綠色產品的推廣機會，助力公司擴大市場份額。
- **政策支持與競爭優勢：**公司積極構建的綠色供應鏈能夠提升品牌形象，在碳排放標準日益嚴格下，助力企業可持續發展的長期道路上行穩致遠。

公司戰略和目標：公司將氣候風險納入戰略決策框架，評估氣候對企業價值鏈的影響，通過設備升級部署可再生能源與資源循環利用方案，推行減排計劃，推動低碳技術應用，探索綠色商業模式。

社會指標與管理

作為業內領先的智能終端精密製造平台，我們致力於履行企業社會責任，通過關注員工職業安全、助力員工職業發展與培訓，建設可持續供應鏈、保護消費者權益，及參與社會公益，構建積極的社會影響力。

僱傭慣例

本公司高度重視員工的權益與福利，構建公平公正的僱傭體系，嚴格遵守《中華人民共和國勞動法》、《中華人民共和國勞動合同法》及其他相關勞動法律法規，確保員工的合法權益得到充分保障。根據我們的人力資源政策中有關工作時間和報酬的內部控制制度，員工加班基於自願原則，自願加班的員工均應親筆簽署加班申請。每日／每月最長工作時間政策符合當地法規。我們已制定《考勤管理辦法》，當中規定員工加班時間原則上不超過每日2小時、每月36小時。工作日加班費按標準小時工資的1.5倍計算，週六和週日加班費按標準小時工資的2倍計算，法定節假日加班費按標準小時工資的3倍計算。

業 務

此外，我們已制定應急措施，以杜絕發生非自願勞動事件。經我們的內部控制顧問確認，根據所執行的內部控制審查程序，在這方面並無發現重大內部控制缺陷。公司建立了多樣化的薪酬福利體系，通過清晰的績效評價標準和激勵政策來提升員工福祉，同時還通過社區活動和長期獎勵來促進員工參與。報告期內，公司不存在勞動保障領域的重大違法違規資訊或者受到重大行政處罰的情形。根據《工作時間控制管理標準》，員工工作時間每日不得超過10小時，每週不得超過60小時。我們要求員工每連續工作六天後至少休息一天，並規定上午和下午各休息15分鐘。為防止出現非自願勞動的情況，我們已制定《防止非自願勞動管理程序》，其中明確規定不得強迫員工加班，且員工有權拒絕加班。不得設定迫使員工超時工作才能獲得法定最低工資或行業標準薪資的生產指標。不得對拒絕加班的員工採取懲罰性措施，如克扣工資、任何形式的脅迫或其他處罰。未來，我們將繼續完善和健全勞動管理制度，確保用工可持續發展。

2024年藍思科技入選58同城評選的年度百強僱主，並位列HR價值網評選的「2024中國最佳僱主100強」第20位。

公司2024年度截至年末的員工僱傭情況如下：

➤ 按性別分佈

年份	在崗 男性員工人數	在崗 女性員工人數
2024年	82,478	53,980

➤ 按年齡分佈

年份	30歲以下	31-45歲	45歲以上
2024年	46,365	76,296	13,797

➤ 按地理位置分佈

年份	本地員工	非本地員工
2024年	79,640	56,818

業 務

截至2024年12月31日，我們於中國擁有合共130,759名僱員。此外，我們於越南擁有5,540名僱員、於墨西哥擁有133名僱員及於其他海外國家／地區擁有26名僱員。

在業績記錄期間，公司制定並嚴格執行《防止非自願勞工管理程序》，確保未發生任何強制勞動行為，亦未僱傭任何未達法定最低就業年齡的未成年人，堅持自願加班原則，不限制員工自由離職。

- **薪酬體系：**公司薪酬分配依據崗位價值、專業技能、工作績效，遵循競爭性、激勵性、公平性和經濟性原則。員工可通過意見箱、員工服務中心或正式渠道實名申訴薪酬與福利爭議。由獨立董事擔任主任委員的薪酬與考核委員會，定期進行市場薪酬調研，兼顧內部公平性與外部競爭力。
- **員工福利：**公司致力於提供先進的辦公環境、團隊建設及員工關懷活動，設有員工關愛中心，不定期舉辦心理關愛活動，幫助員工解決心理問題，為全面提升員工綜合素養。
- **員工反饋機制：**員工可通過意見箱、電子郵件、座談會、職工代表委員會等多種渠道與公司溝通。人力資源部每季度組織全廠員工代表座談會。2024年，公司開展心理知識講座172場，參與7,163人次；幸福家訪525次，參與6,972人；「520工程」舉辦4,365場，參與61,017人；員工座談會1,778場，參與30,085人。

職業安全建設

公司重視員工生命安全與健康。公司各園區已建立職業健康管理體系，配備專職團隊，依照相關規範進行職業危害識別與評估，邀請專業人員進行現場監測與健康體檢，從源頭預防員工職業健康風險。據我們的中國法律顧問告知及經董事確認，於業績記錄期內，公司未發生重大事故¹，不存在因違反安全生產方面的法律法規而受到安全生產主管部門重大行政處罰的情況。

¹ 重大事故，是指造成10人以上30人以下死亡，或者50人以上100人以下重傷，或者5,000萬元以上1億元以下直接經濟損失的事故。

業 務

截止目前，於業績記錄期間，公司職業安全培訓情況如下：

分類	單位	2022年	2023年	2024年
培訓時數	小時	395,336	395,563	391,424
培訓人次	人次	<u>1,433,749</u>	<u>1,013,933</u>	<u>1,568,092</u>

可持續供應鏈

公司採用科學的供應商篩選標準、嚴格的評分體系和動態管理機制，打造綠色、高效、責任共擔的供應鏈生態系統，嚴格管理供應商，甄選優質合作夥伴，共同加強供應鏈的可持續發展。

截至2024年12月31日，公司供應商主要分為中國大陸和境外供應商，於業績記錄期間的供應商分布情況如下：

供應商區域分布	單位	2022年	2023年	2024年
中國大陸	家	1,346	1,636	1,923
境外(含港澳台地區) . . .	家	<u>193</u>	<u>260</u>	<u>310</u>

供應商准入評估和導入管理

公司對供應商進行分類管理，分為材料類、設備類和工程類。供應商導入前，公司會對其進行嚴格的資質評估。對於涉及環境保護的企業，尤其是污染企業，公司要求其完成ISO14001環境管理體系認證，以確保其生產活動符合環保標準並採取有效的污染防治措施。對於涉及危險化學品的供應商，公司則要求其提供危化品生產許可證。此外，所有供應商的導入均需簽署社會責任承諾書和環境協議，遵守責任商業聯盟(RBA)準則及REACH聲明、VOC聲明等合規文件。

業 務

供應鏈日常管理

公司定期對所有供應商開展全方位評估，同時基於實時績效監控動態調整合作策略。

- **供應商績效管理：**從品質、採購、工程技術、有毒有害物質過程管理等四個方面進行月度績效考核。
- **社會責任：**主要供應商須接受年度審核，以確保符合勞工、環境及道德標準。高污染的供應商需要事先通過環境審核。
- **貿易安全：**供應商必須提供貿易安全認證證書或簽署海關協議，並定期進行合規檢查。
- **原產地證明：**供應商必須遵守進口規定，標示原產國，並提供相關證書。
- **廉潔採購：**供應商簽署保密和社會責任協議；違約者將被凍結。公司提供舉報渠道以進行投訴。
- **無衝突原料管理：**公司確保產品中的金、鉬、錫、鎢、鈷等礦產來源可追溯，要求供應商必須獲得無衝突認證，並遵循OECD指南進行盡職調查。此外，所有供應商需簽署《衝突礦產調查表》並定期提交相關環境及衝突礦產調查資料。

產品責任

公司致力於提供符合環境、社會和品質標準的高質量、創新性、可持續的產品。通過自有**創新研究院**和嚴格的測試，我們不斷提升產品的安全性和性能。藍思始終以客戶需求為核心，秉承「以技術創新引領行業趨勢，打造全球領先的智能製造企業」的核心理念，公司近三年內未發生重大產品召回事件。

創新設計與研發

公司採取縱向整合與橫向拓展相結合的供應鏈策略。通過持續推進精益生產、自動化改造及新材料研發，公司不斷提升運營效率、優化成本結構，從而增強市場競爭力。旗下藍思**創新研究院**專注於脆性材料、新能源、光學應用及人工智能等領域的核心技術突破。

- **加速推進智能智造：**公司正通過人工智能工廠、工業物聯網和自動化生產，推動從「中國製造」向「中國智造」的轉型升級。旗下藍思精密與湘潭藍思在物聯網、智能倉儲及全自動化生產領域持續創新，獲得客戶高度認可。

業 務

知識產權保護

公司嚴格遵守《專利法》、《商標法》、《著作權法》及相關知識產權法律法規，建立了完整的知識產權管理體系。截至2024年末，公司已成功積累了2,249件有效專利，包括495件發明專利、1,619件實用新型專利和135件外觀設計專利，軟件著作權127件。

高標準質量保障

公司確保每一款產品都符合國際先進的質量標準。藍思科技檢測與分析中心以及計量中心均符合ISO/IEC 17025:2017以及CNAS-CL01的相關要求，並獲得了中英文國家級實驗室認可證書。至今，藍思科技已獲得四個國家級實驗室認證。這進一步鞏固了公司對卓越品質和環境可持續性的承諾。

社區與公益

公司長期以來不斷開展各類志願者服務活動，積極參與社區建設，也注重通過各種形式回饋社會。2024年，公司通過直接捐贈或通過基金會等公益組織共捐贈超過人民幣7.8百萬元，資金主要用於支持抗災救助、扶貧攻堅、教育助學以及殘疾人幫扶等公益項目。

隱私與數據安全

公司重視對相關信息、數據和隱私的保護，嚴格遵守《中華人民共和國網絡安全法》、《中華人民共和國個人信息保護法》、《中華人民共和國數據安全法》等法律法規和ISO27001等標準規範。

➤ 數據安全保護

- a. **信息安全實踐：**每年，公司會組織系統災備演練並進行內外部滲透測試，及時識別和修補潛在安全漏洞。在信息安全管理方面，公司嚴格遵循ISO 27001體系要求，定期進行內部外部審核，不斷增強信息安全管理能力。
- b. **信息安全事件預案與總結：**公司制定了《信息安全事件管理規範》，明確了事件危害級別、處理流程和應急響應機制，確保及時應對突發安全事件。同時，為各類事件提供預案與預防措施，以最大限度地降低風險。
- c. **信息安全教育與培訓：**所有新員工必須參加線上與線下相結合的安全培訓。員工需通過考核，考試合格後方可上崗，以加強對安全協議的遵守。

業 務

反貪腐

公司堅決反對賄賂與腐敗行為，設立集團內審部監督，確保遵守反腐敗法規。

- a. **內部員工：**所有新入職員工簽訂《管理人員廉潔自律的十項規定》，每年提供各種內容和形式的反貪腐培訓，並將「一票否決」加入晉升機制。
- b. **供應商：**要求其遵守《誠信廉潔保密協議》、《商業行為準則》等要求。對首次導入的供應商進行相關審核，如發現存在違法行為，將實行「黑名單」。
- c. **投訴處理：**公司為員工、客戶或供應商開設專門投訴通道，舉報違規違紀違法行為。

數據隱私和網絡安全

近年來，數據隱私和網絡安全已成為全球公司治理的關鍵優先事項。特別是中國立法和政府當局定期引入新的網絡安全、數據安全和隱私法律法規。因此，我們關於收集、處理和傳輸各種類型數據的做法可能會受到更多的行政審查。參見「風險因素—與我們業務運營相關的風險—我們的運營依賴複雜的資訊科技系統和網絡，資訊科技系統故障、網絡中斷或網絡安全漏洞可能會對我們的業務和聲譽造成影響。」

我們在業務運營過程中收集和存儲業務數據、管理數據和交易數據，包括我們與客戶、供應商和其他相關方的業務和交易相關的數據。由於我們的客戶是公司而非個人，我們通常不收集或處理個人客戶的個人信息。此外，我們並無任何跨境數據交易。誠如中國法律顧問所告知，在業績記錄期間直至最後實際可行日期，我們在各重大方面已遵守有關網絡安全及數據保護的適用法律法規。

我們已建立一個全面的數據合規系統，包括組織結構和內部政策。具體來說，我們根據ISO27001的要求制定了我們的集團數據安全手冊，並建立了覆蓋我們業務運營多個領域的數據安全運營平台，覆蓋終端、網絡、應用、計算機到數據安全。我們的平台和程序確保我們有一套全面的安排，涵蓋防止數據泄露、數據事件發生時的立即行動和響應以及事後評估和分析。我們的數據安全政策已通過ISO27001和ISO20000認證。此外，我們每年進行數據泄露事件的模擬演練，以測試我們的數據

業 務

保護機制，並為我們的員工提供各種數據安全培訓（包括入職過程的培訓），以確保我們的員工充分了解我們的數據安全政策以及他們在數據保護方面的責任。我們要求我們的員工通過我們的數據安全測試後才能開始為我們工作。

我們的法律和信息技術部門負責制定和實施與網絡安全和數據安全相關的政策和程序。

信息技術

我們的信息技術系統對我們業務運營至關重要。我們已開發並使用各種信息技術系統，涵蓋我們運營的所有重要方面，包括銷售、供應鏈管理、庫存管理、生產和質量控制。我們的信息技術部門負責開發和維護信息技術系統，以支持我們的業務運營和增長。

我們關鍵的信息技術系統如下：

- 我們的客戶關係管理系統管理客戶信息和銷售流程。其有助於尋求潛在客戶和銷售機會，從而提高效率，減少人為錯誤，提高客戶滿意度。
- 我們的企業資源規劃系統提供了一個統一的平台，實現了跨部門協作，提高了整體運營效率。其提供實時業務數據，幫助管理層做出決策。
- 我們的供應商關係管理系統通過預測需求、管理庫存、降低成本和提高供應鏈的靈活性來優化供應鏈流程。其有助於確保原材料和產品的及時供應。
- 我們的製造執行系統可確保高效生產，同時保持我們的質量標準。該系統用於規劃和控制生產流程的各個階段，可優化資源配置、提高生產效率、縮短生產周期並確保產品質量的一致性。
- 我們的質量管理系統監測和控制產品質量，確保符合我們的標準和行業標準。通過進行質量檢驗和分析，該系統能及早發現並解決質量問題，最大限度地減少產品缺陷。
- 我們的倉庫管理系統優化出入庫和庫存管理。通過降低存儲成本、提高訂單處理速度和倉庫空間利用率，該系統提高倉庫效率、減少錯誤並確保庫存數據的準確性。

業 務

競爭

我們處在一個競爭激烈的市場中，我們與全球精密製造行業的其他供應商競爭。我們維持和擴大市場份額的能力取決於我們能否有效地與競爭對手競爭。競爭格局受到多種因素的影響，包括我們客戶的業務增長及其各自行業的發展、技術的進步、新材料或技術的出現、生產能力、監管變化和宏觀經濟狀況。儘管行業壁壘高，可能會有新的市場參與者出現，推出具有創新性或成本效益的產品，挑戰現有參與者。如果我們無法跟上這些進步的步伐，或者未能在質量和成本方面使我們的產品與眾不同，我們可能會丟失市場份額給競爭對手。參見「行業概覽」以了解有關我們競爭格局的詳細信息。

保險

我們持有涵蓋產品責任和僱主責任的保險。此外，我們還購買了多項財產、設備及運輸相關保險，涵蓋我們的設施、機器、設備、庫存和其他有形資產。我們不時審查我們的保險，以評估覆蓋範圍的充分性和廣度。我們相信，我們現有的保險覆蓋範圍對於我們的業務運營是足夠的，並且符合行業標準。然而，我們可能會面臨超出我們保險覆蓋範圍的索賠和責任。參見「風險因素—與我們業務運營相關的風險—我們的保險覆蓋範圍可能無法涵蓋所有損失」以了解詳細信息。

在業績記錄期間，我們未提出、也未涉及任何對我們業務或財務狀況有重大影響的保險索賠。

集團內公司間交易

於我們的日常業務過程中，我們位於不同司法管轄區的實體之間進行若干集團內公司間交易。下表載列所示期間我們的集團內公司間交易及安排的金額。

交易類型	截至12月31日止年度		
	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元		
銷售成品	44,809,183	51,476,456	52,633,491
銷售半成品	4,362,199	1,034,321	2,235,395
銷售原材料	10,269,643	10,802,508	7,072,979
銷售輔助材料	867,258	665,444	677,591
銷售智能設備	753,403	451,182	818,402
IT服務	157,312	218,423	58,465
加工服務	123,674	170,627	55,416
公司間貸款	67,213	3,960	219,771

業 務

於業績記錄期間，我們的製造實體向本集團內的其他實體銷售貨品（包括成品、在製品、設備及輔助材料）並相應收取付款，而我們的貿易實體向本集團內的其他實體銷售原材料並相應收取付款。此外，本集團內的實體向其他實體提供IT服務、加工服務及銷售支持服務，本集團內部亦存在融資交易。

我們已委聘獨立轉讓定價顧問，對業績記錄期間我們的主要集團內公司間交易進行審閱，重點審閱重大及經常性交易。該顧問已審閱我們提供的資料（包括財務數據及相關集團實體交易進行的活動），並進行基準研究。該顧問主要採用四分位距法，運用適當的轉讓定價方法評估相關轉讓定價交易及安排的合理性。其目的是評估集團內公司間交易的相關定價是否符合公平交易原則以及會否產生重大稅務風險。

根據獨立轉讓定價顧問的意見，於業績記錄期間，我們的集團內公司間交易引致的轉讓定價風險相對較低且我們在全球範圍內的集團內公司間交易的轉讓定價實務並無任何重大合規問題。

獨立轉讓定價顧問已審閱下列轉讓定價交易及安排，相關分析結果概述如下。

(1) 製造實體向貿易實體銷售製成品及半成品的分析

於業績記錄期間，若干製造實體（包括本公司、藍思長沙、藍思湘潭、藍思東莞及藍思泰州）向貿易實體（包括藍思深圳及藍思國際）銷售製成品，以供其轉售予外部客戶。若干製造實體（包括本公司、藍思長沙、藍思智控）向其他製造實體（包括藍思越南、本公司及MOSS TECHNOLOGY, S.A. DE C.V.）銷售半成品，以在涉及產能限制或多階段工序情況下進行進一步加工。

獨立轉讓定價顧問已審閱該等交易，並發現該等銷售的毛利率大致上在根據可比基準確定的四分位數範圍內。就若干毛利率超出該範圍的交易而言，其偏離情況均有商業理據支持。因此，該等交易的定價被認為符合公平交易原則。

(2) 向製造實體銷售原材料的分析

於業績記錄期間，若干貿易實體（包括藍思國際及藍思深圳）根據集中協調採購安排向其他製造實體（包括本公司、藍思長沙、藍思泰州及藍思越南）銷售原材料。若干貿易實體（包括深圳藍思旺及Lens Precision Co., Ltd.）向製造實體（包括本公司及

業 務

藍思長沙)銷售專用原材料，以滿足定制化生產需求。若干製造實體(包括長沙藍思新材料有限公司及長沙永安新材料有限公司)向其他製造實體(包括本公司、藍思長沙及藍思東莞)銷售自產輔助材料，供其在生產流程各階段使用。

獨立轉讓定價顧問已審閱該等交易及進行基準比對，並發現該等銷售的毛利率大致上在根據可比基準確定的四分位數範圍內。就若干毛利率超出範圍的交易而言，鑒於交易的規模、不存在任何避稅動機以及具有商業理據，相關風險被認為較低。因此，該等交易的定價被認為符合公平交易原則。

(3) 向製造實體銷售智能設備的分析

於業績記錄期間，若干製造實體(包括藍思智能機器人及藍思深圳)向其他製造實體(包括本公司、藍思長沙、藍思泰州及藍思越南)銷售智能製造設備以供用於自動化生產流程。

獨立轉讓定價顧問已審閱該等交易，並發現該等銷售的毛利率大致上在根據可比基準確定的四分位數範圍內。就若干毛利率超出範圍的交易，其偏離情況並未導致應繳中國稅項減少，而相關風險被認為較低。因此，該等交易的定價被認為符合公平交易原則。

(4) 向製造實體提供服務的分析

於業績記錄期間，若干系統集成服務實體(包括藍思系統集成有限公司及深圳市藍思系統集成有限公司)向製造實體(包括本公司、藍思長沙、藍思湘潭及藍思泰州)提供IT系統集成服務，以維護及支持日常生產經營所用的軟件系統及硬件基礎設施。若干製造實體(包括本公司、藍思長沙及藍思智控)向其他製造實體(包括藍思長沙、本公司、藍思東莞及藍思湘潭)提供加工服務，主要為解決內部產能限制問題。

獨立轉讓定價顧問已審閱該等安排，並發現該等服務安排的毛利率大致上在根據可比基準確定的四分位數範圍內。就若干毛利率超出範圍的交易而言，其偏離情況並未導致應繳中國稅項減少，而相關風險被認為較低。因此，該等交易的定價被認為符合公平交易原則。

業 務

(5) 海外實體向貿易實體提供銷售支持服務的分析

於業績記錄期間，Lens Technology, Inc.向藍思國際提供銷售支持服務，包括美國市場的客戶開發及日常客戶管理。

獨立轉讓定價顧問已審閱該交易，並發現其採用成本加成定價法且加成率在根據可比基準確定的四分位數範圍內。因此，該等交易的定價被認為符合公平交易原則。

(6) 集團內公司間融資安排及轉付交易的分析

於業績記錄期間，若干集團實體（包括本公司、藍思長沙、藍思科技（昆山）有限公司、藍思旺科技及藍思東莞）訂立公司間貸款安排，作營運資金及戰略融資用途。若干貿易實體（包括藍思深圳及藍思國際有限公司）向若干製造實體（包括藍思長沙及藍思越南）轉付客戶提供的回扣及研發補貼。在若干情況下，客戶提供的模具亦通過轉交方式由貿易實體轉予製造實體。

獨立轉讓定價顧問已審閱該等安排，並發現大多數貸款為計息貸款且定價符合市場利率。有少數免息貸款是為了支持財務狀況較弱或發展中的子公司，而該等安排並非出於避稅動機，因此相關風險被認為較低。就轉付交易而言，貿易實體並無擔當任何功能或承擔風險的角色，亦無保留任何利潤。因此，該等交易的定價被認為符合公平交易原則。

基於上述分析，獨立轉讓定價顧問認為，於業績記錄期間，轉讓定價交易及安排總體符合公平原則且我們在全球範圍內的轉讓定價實務並無任何重大合規問題。

儘管我們無法保證中國內地、香港及其他司法管轄區的稅務機關不會根據相關法律法規作出任何轉讓定價調整，但董事（經諮詢獨立轉讓定價顧問後）認為，本集團就於業績記錄期間本集團的轉讓定價安排可能面臨的質疑具有合理辯護依據。

物業

截至2024年12月31日，我們在中國、越南和墨西哥等20個地方通過自有物業和租賃物業開展業務。我們主要將自有和租賃物業用作工業園區和辦公場所。

業 務

截至2024年12月31日，我們沒有任何一處物業的賬面價值佔我們總資產的15%或以上，因此，根據香港上市規則第5.01A條，我們無需在本文件中包含任何估值報告。根據《公司條例（豁免公司及招股章程遵從條文）公告》第6(2)條，本文件免於遵守《公司（清盤及雜項條文）條例》第342(1)(b)條有關《公司（清盤及雜項條文）條例》附表3第34(2)段的要求，該條要求就我們在土地或建築物中的所有權益提供估值報告。

自有物業

截至2024年12月31日，我們在中國、越南和美國的12個地方擁有物業，總建築面積超過六百萬平方米。我們主要將這些物業用作工業園區和辦公場所。其中4處涉及面積約11萬平方米的房屋正在辦理不動產權證書。我們的中國法律顧問已告知我們，就我們目前正在使用及辦理不動產權證書的該四處物業而言，(i)在消防安全檢查存在不足的兩宗個案中，我們可能被處以最高人民幣300,000元的罰款，並可能被責令停止使用該物業；或(ii)在另外兩宗建設規劃許可存在不足的個案中，我們可能被處以最高相當於物業建設成本10%的罰款，並可能被責令拆除該物業。我們預計於2025年10月前後就星沙工業園區的兩處物業取得所有權證書。此後，我們將於取得星沙物業的證書後繼續配合相關地方政府部門辦理所有權證書。就該等物業而言，根據與主管監管部門的訪談，同時考慮到該等物業既未用作生產廠房亦未實際投入使用，倘若有需要，我們能夠找到替代物業，我們的中國法律顧問認為，有關情況不會對我們的業務經營產生任何重大不利影響。

租賃物業

截至2024年12月31日，我們在中國內地、香港、日本、墨西哥、越南和新加坡8個地方租賃物業，總建築面積超過十萬平方米，主要作為我們的員工宿舍、工業園區和辦公場所。根據適用的中國法律法規，租賃協議的出租人及承租人須於規定期限內向有關政府部門備案租賃協議。截至最後實際可行日期，就15處位於中國內地的面積較大的租賃物業而言，我們並無備案有關租賃協議。據我們的中國法律顧問告知，未進行有關登記手續不會影響租賃協議的有效性，亦不會對我們的業務造成重大不利影響，但我們可能會被有關主管部門責令於指定期限內完成備案，如未於該期限內完成備案，我們可能會就每份租賃協議被處以人民幣1,000元至人民幣

業 務

10,000元的罰款。誠如中國法律顧問所告知，如能根據相關法律法規於政府主管部門規定的期限內完成該等租賃協議的備案，有關情況不會對我們的業務經營產生任何重大不利影響。

關於我們租賃物業的不合規問題，我們將積極推進租賃登記手續的辦理，且登記缺失不影響正常使用。關於自有物業的不合規問題，我們已獲得當地政府部門的書面支持，承諾確保在問題解決前物業可正常使用，並積極協調推進問題解決。

員工

截至2024年12月31日，我們擁有136,458名全職員工，其中約96%的員工位於中國。下表列出了截至2024年12月31日按職能劃分的全職員工人數。

部門	截至2024年12月31日	
	人數	%
生產	98,853	72.4 %
研發及技術人員	24,545	18.0 %
行政	11,820	8.7 %
銷售及營銷	899	0.7 %
財務	341	0.2 %
總計	<u>136,458</u>	<u>100.0 %</u>

我們為員工提供的福利包括社會保險和退休福利。我們與員工簽訂個人勞動合同，涵蓋工資、員工福利、保密和終止理由等事項。我們根據職位、技術技能、工作表現和競爭情況確定員工的薪酬。

我們有各種員工培訓計劃，旨在提高員工的技術技能和創新能力。我們的員工培訓體系圍繞三個支柱構建，即我們的運營體系、課程體系和教師體系。我們的運營體系管理培訓政策的設計和實施；我們的課程體系決定我們的培訓內容，我們的教師體系確保我們有合適的教師能夠正確培訓並激勵我們的員工。

我們的員工沒有被工會或集體談判協議代表。我們相信我們與員工有著良好的僱傭關係。在業績記錄期間，我們沒有經歷任何罷工、停工、勞動爭議或對公司業務和運營產生重大不利影響的行動。

業 務

不合規事件

社會保險及住房公積金

根據中國相關法律法規，我們須為中國僱員繳納社會保險基金及住房公積金。在業績記錄期間，我們及若干中國附屬公司未有按照中國相關法律及法規的要求，為若干僱員繳納足夠的社會保險及住房公積金。

據中國法律顧問告知，根據適用的中國法律法規，用人單位未足額繳納社會保險費的，由相關部門責令限期繳納，並按日加收0.05%的滯納金；逾期仍不繳納的，處欠繳數額一倍以上三倍以下的罰款。此外，根據適用的中國法律法規，用人單位逾期不繳或者少繳住房公積金的，由相關部門責令限期繳存；逾期仍不繳存的，可以申請中國法院強制執行。

根據與若干相關中國監管部門（為主管監管部門）的訪談，彼等將不會對我們或相關中國附屬公司的歷史社會保險及住房公積金欠費進行集中清繳，除非彼等收到我們僱員的投訴，且倘若我們於收到投訴後在規定期限內整改不合規事件，我們及相關中國附屬公司將不會受到處罰。倘我們收到相關部門的通知，要求我們於指定期限內整改、支付或補足社會保險及住房公積金，我們將及時遵守有關通知的要求。於最後實際可行日期，(i)我們及相關中國附屬公司並無因有關不合規事件而遭受任何重大行政處分、罰款或處罰，(ii)我們並不知悉有任何僱員就社會保險費或住房公積金供款對我們提出重大投訴，亦無就上述事宜與僱員發生任何重大勞資糾紛，及(iii)我們並無接獲任何由社會保險費徵收機構及住房公積金管理部門發出的關於限期繳納或逾期繳納社會保險費及住房公積金供款的通知。於業績記錄期間及直至最後實際可行日期，概無觸發欠款、罰款或處罰。

根據《中華人民共和國社會保險法》及《住房公積金管理條例》，人力資源和社會保障局及住房公積金管理中心是員工社會保險及住房公積金事務的主管部門。根據《社會保險費徵繳暫行條例》，地方稅務機關有權徵收社會保險費。我們與長沙、湘

業 務

潭、瀏陽、泰州等地的社會保障局、住房公積金管理中心及稅務局相關部門進行了訪談。我們的中國法律顧問認為，接受訪談的部門是負責我們相關附屬公司社保及住房公積金繳存和處罰的主管部門。

考慮到相關監管政策和上述事實以及我們從中國主管部門得到的確認，在當前社會保險、住房公積金政策及法規或地方政府的執法及監管規定並無發生重大變動的前提下，我們的中國法律顧問認為，我們因未能足額繳納社會保險及住房公積金供款而遭受重大行政處罰的可能性不大。

勞務派遣

根據人力資源和社會保障部於2014年1月24日頒佈並於2014年3月1日生效的《勞務派遣暫行規定》，用工單位只能在臨時性、輔助性或者替代性的工作崗位上使用被派遣勞動者，並應當嚴格控制勞務派遣用工數量，使用的被派遣勞動者數量不得超過其用工總量的10%。逾期不改正的，按超過10%標準的被派遣勞動者處以每人人民幣5,000元以上人民幣10,000元以下的罰款。

於業績記錄期間，我們若干中國附屬公司委聘的被派遣勞動者百分比超過10%。截至最後實際可行日期，我們已通過減少所委聘的相關中國附屬公司的被派遣勞動者數量整改有關不合規情況。考慮到我們的補救行動及與主管監管機構的訪談，在(i)當前規管勞務派遣安排的法律、法規及政策或地方政府的執法及監管規定並無發生重大變動，及(ii)並無向我們提出的重大僱員集體投訴或相關訴訟／仲裁程序的前提下，我們的中國法律顧問認為，我們因未遵守勞務派遣規定而受到重大行政處罰的可能性不大。

我們制定了《合規義務識別與評價控制程序》，明確由本集團行政部（「**行政部**」）負責對主管監管機構頒佈的環境、職業健康及安全生產相關適用法律、法規及其他要求（「**監管要求**」）進行合規性評價及不合規識別。此外，我們已完善《其他重大事故應急預案》，並建立處理流程及風險控制機制，以防範可能違反監管要求的情況。行政部門亦建立合規管理台賬，監督安全生產及建設項目狀況等相關事項。

業 務

我們亦制定了《員工社會保險及住房公積金管理規範》。新員工入職前，須接受有關社會保險及住房公積金繳存規則、基數及比例的統一培訓，並須簽署培訓出席記錄表。每月，我們的人力資源部、財務部及其他相關部門會審閱社會保險及住房公積金購買名冊、入職及離職記錄、繳費記錄、扣款記錄、銀行收據及當地政策文件等，以減低風險並確保政策得到切實執行。同時，我們已設立社會保險及住房公積金專設投訴渠道，員工可通過人力資源員工服務中心、「飛鴿」在線服務平台職工代表大會提交問題或尋求諮詢。相關部門須核實、處理及回覆有關問題或投訴，並對舉報人資料嚴格保密。

加班不合規事項

根據中國法律法規，員工每日工作時間不得超過八小時，平均每週工作時間不得超過44小時。因特殊情況需要延長工作時間的，在保障員工身體健康的條件下延長工作時間每日不得超過三小時。此外，總延長工作時間每月不得超過36小時。因此，根據中國法律法規，因特殊情況需要延長工作時間的工作時間不得超過每日11小時或每月210小時。

於業績記錄期間，我們一些員工的加班時間超過中國法律法規規定的法定時數。根據中國法律法規，若加班時間超過法定時數，勞動和社會保障行政部門將對用人單位給予警告，責令其在規定期限內改正，並可能處以每名受影響員工人民幣100元以上人民幣500元以下的罰款。於業績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們未收到任何來自勞動和社會保障行政部門要求就加班問題進行整改或罰款的警告或命令。以最極端情況為例，假設截至2024年12月31日所有員工均存在超時加班的情況，我們就該加班情況可能面臨的罰款介乎人民幣13.6百萬元至人民幣68.2百萬元，約佔我們2024年年度利潤的0.4%至1.9%。因此，據我們的中國法律顧問告知，我們認為，我們因於業績記錄期間員工加班而被處以罰款的風險較低，加班事件對我們的業務、經營業績或財務狀況並無任何重大影響。本公司規定加班必須提前申請並獲得批准。申請按月進行。工廠／車間應按生產需要，提交下月加班詳細預測，經參與加班計劃的員工簽字確認，經部門主管審核、部門經理批准後，報人力資源部備案。加班必須提前申請，經主管經理批准方為有效。

業 務

風險管理和內部控制

我們未來的經營業績可能會受到與我們業務相關的風險的影響。其中一些風險對我們來說是特定的，而另一些則與我們運營的經濟狀況和我們所在行業的情況有關。參見「風險因素」以了解這些風險。

董事會和我們的高級管理層負責建立和維護適當的風險管理和內部控制體系。風險管理是識別可能影響我們的潛在事件並管理風險以使其保持在我們風險偏好的範圍內的過程。內部控制是旨在為實現與運營效率和效果、財務報告的可靠性以及遵守適用法律法規相關的目標提供合理保證的過程。

風險管理和內部控制政策

我們已實施或將在[編纂]時採納一系列政策和措施來管理我們的風險並建立適當的內部控制。這些政策涵蓋以下領域：(i)董事、董事會以及我們高級管理層的職責和角色；(ii)社會和環境事務，包括關於多樣性的政策；(iii)財務報告；(iv)舉報；(v)防止市場不當行為；及(vi)遵守香港上市規則。

根據我們的風險管理和內部控制政策，董事會持續監督風險管理和內部控制體系，並審查這些體系的有效性。

2025年2月，我們聘請了一家獨立諮詢公司對我們內部控制進行審查。關鍵審查領域包括財務報告和披露、研發管理、銷售政策管理、供應鏈控制、應收應付款項管理、產品安全控制、庫存管理、無形資產管理、人力資源和薪酬管理、資本管理、稅務管理、保險管理、合同控制以及信息系統控制。

執照、許可證和批准

為經營我們的業務，我們需要獲得並維持各種執照、許可證和批准。我們相信我們已獲得經營業務所需的所有重要執照、許可證和批准。我們持續監控我們對這些要求的遵守情況，以確保我們擁有經營業務所需的所有此類批准、執照和許可證。

在業績記錄期間，我們在更新重要執照、許可證或批准方面未遇到任何重大困難，並且預計在其到期時更新它們不會有任何重大困難。

業 務

COVID-19 疫情的影響

儘管 COVID-19 疫情為宏觀經濟帶來了挑戰，於業績記錄期間，我們的業務營運及財務狀況維持穩定且並無受到 COVID-19 疫情的重大不利影響。於業績記錄期間，我們的供應鏈維持穩定並在沒有重大限制的情況下運作。此外，我們繼續觀察到整個客戶群的需求穩健，消費者的購買行為未出現可直接歸因於 COVID-19 疫情的重大變化。於業績記錄期間，存貨水平和訂單流量保持穩定，僅在正常業務範圍內出現波動，且我們未遇到與 COVID-19 疫情相關的因素導致的任何重大取消、延期或異常定價壓力。

法律程序

我們可能會不時成為在我們正常業務過程中產生的各種法律、仲裁或行政程序的一方。截至最後實際可行日期，沒有對我們或我們任何董事提起的任何待決或威脅的訴訟、仲裁或行政程序可能會對我們財務狀況或經營業績產生重大不利影響。

在業績記錄期間直至最後實際可行日期，沒有預計將對我們業務、財務狀況或經營業績產生重大不利影響的任何違反適用於我們的法律或法規的重大行為。