
業 務

概覽

我們是於澳洲和新西蘭擁有廣泛業務網絡的房車公司，設計、開發、製造及銷售定製拖掛式房車。根據弗若斯特沙利文的資料，按2023年的收入及銷量計，我們在澳洲和新西蘭房車行業的市場份額中均位居第二。憑藉我們的產品研發、製造、銷售及經銷能力，我們從構思到所有權設計房車車主用戶體驗的每一個方面。在設計及製造房車時，我們注重於舒適性、安全性及功能性，為房車車主創造一個可滿足其身心休憩需求的移動住宅。我們的能力橫跨整個房車行業價值鏈，包括遠見卓識的設計、精細化的製造、本地化銷售及經銷以及具輔助性的售後服務。我們以致力定製化服務為使命，從外觀美學到室內佈局及功能等各方面為車主提供按單定製服務，個性化定製房車。這使我們能夠打造出反映不同房車車主個性化需求的房車，並提供從概念化、設計挑選、定製、交付到各種售後服務的卓越、端到端車主體驗。

我們擁有橫跨整個房車行業價值鏈的專業知識，這為我們的增長軌跡奠定了基礎：

- **品牌管理和房車系列更新。**自2014年收購擁有30多年悠久歷史的著名澳洲房車品牌Regent以來，我們已成為澳洲和新西蘭房車行業的知名公司，經營著三個獨特的品牌，即中端最暢銷品牌Snowy River、豪華品牌Regent及半越野品牌NEWGEN。考慮到我們的房車車主希望在房車上生活、度假或旅行，我們提供拖掛式房車，包括適合家庭娛樂的家用車型、適合冒險家的緊湊車型、適合渴望增加房車空間人群的可伸縮車型，以及用於終極半越野冒險的多地形車型。從重視價值的新手，到渴望高檔豪華及個性化房車的資深房車愛好者，我們能夠滿足各類房車車主的需求。
- **產品研發。**我們一直在不斷更新及擴充房車系列，以滿足客戶的需求並促進銷售。我們定期推出新車型，並不斷升級我們現有的房車系列，以吸引不同需求的新客戶，促成現有客戶的回購，並擴大我們的產品系列。於往績記錄期間，我們開發並推出Regent旗下九款新車型，Snowy River旗下六款新車型，升級Snowy River旗下21款車型，並開發及推出NEWGEN旗下五款新車型。此外，我們矢志為我們的車主打造一條可持續發展及環保的房車電氣化之路，目前正開發拖掛式電動房車的開拓性車型。根據弗若斯特沙利文的資料，我們是首批將電動房車方案商業化的房車專家之一。

業 務

- **製造。**我們通過戰略合理化及不斷升級生產流程來優化製造工作流程。我們於中國浙江的生產工廠佔地面積約為47,567平方米，由焊接、噴漆、層壓、裁剪及傢俬五個專門車間及兩條先進的組裝線組成。此外，我們在澳洲的兩條總裝線通過承接我們房車的最終組裝以補充我們於中國的主要製造能力。其靠近當地市場的終端客戶，亦使我們能夠迅速滿足彼等對最後加工及定製要求的需求。從整合來自美國及澳洲的最新機器到開發全面的技術系統以執行及協調房車的高度定製化，我們生產流程中的各個環節都經過精心設計，以堅持嚴格的質量標準並滿足客戶期望。通過將專有知識與各方面的精湛生產技術相結合，我們卓越的製造能力使我們能夠在製造房車時具備強大的靈活性、先進的自動化及卓越的營運效率。
- **銷售及經銷。**我們透過橫跨澳洲和新西蘭的充滿活力、多方位的銷售及經銷網絡以及各種營銷活動，銷售我們的房車並與客戶互動。截至2024年6月30日，我們已建立穩固的銷售及經銷網絡，其中包括13家第三方經銷店、兩家自營店及在線官方網站，以及四家與澳洲和新西蘭合營企業合作夥伴的合營店。我們的地理足跡遍佈澳洲和新西蘭的主要城市，包括墨爾本、悉尼、布里斯班、阿德萊德、珀斯、堪培拉、奧克蘭及基督城，於各個地方均戰略性地設有一到三家經銷店、合營店及／或自營店。值得注意的是，根據弗若斯特沙利文的資料，就2023年銷量而言，我們在昆士蘭充滿活力的房車市場的市場份額超過了我們在更廣泛的澳洲房車市場的表現。此外，我們通過在線促銷及線下活動，積極開展有針對性的營銷活動，以進一步提高我們的品牌知名度及獲取客戶。

業 務

由於我們具備從房車概念化到製造、最終銷售及經銷的端到端管理能力，我們已成為房車領頭人，按2023年的銷量計，在澳洲和新西蘭的標準房車中位居第二。憑藉我們在房車產業價值鏈所展現出的精通能力，以及我們於澳洲和新西蘭穩固且不斷增長的客戶基礎，我們於往績記錄期間實現了強勁的銷售增長。於2021年、2022年及2023年以及截至2024年6月30日止六個月，我們分別向客戶交付合共1,330輛、2,127輛、2,694輛及1,427輛房車，從2021年到2022年及從2022年到2023年分別增長59.9%及26.7%。

於往績記錄期間，我們的收入持續激增。於2021年、2022年及2023年，我們的收入分別為人民幣299.7百萬元、人民幣498.8百萬元及人民幣720.3百萬元，該等年度相應毛利率為16.7%、16.5%及25.1%。截至2024年6月30日止六個月，我們的收入為人民幣422.0百萬元，同期相應毛利率為32.0%。我們的淨利潤自2021年的人民幣25.1百萬元大幅增長至2022年的人民幣33.0百萬元，於2023年進一步增加至人民幣78.8百萬元。截至2024年6月30日止六個月，我們的淨利潤為人民幣40.4百萬元。於2021年、2022年及2023年以及截至2024年6月30日止六個月，我們的經調整淨利潤(非香港財務報告準則計量)分別為人民幣25.1百萬元、人民幣33.0百萬元、人民幣78.8百萬元及人民幣55.7百萬元。

業 務

我們的產品

我們設計、開發、製造及銷售各種定製拖掛式房車，提供全方位的功能及更廣範圍的配套服務，滿足尊貴的房車車主的個性化品味及要求。截至2024年6月30日，我們已成功量產49款房車，均為標準房車，涵蓋Snowy River、Regent及NEWGEN三個特色品牌下的八個不同系列，產品陣容強大，詳情如下：



SRC系列(13款車型)



SRT系列(6款車型)



SRP系列(4款車型)



RDC系列(5款車型)



RCC系列(4款車型)



NG系列(17款車型)

即將推出



電動房車

敬請期待

業 務

- **Snowy River房車**。截至2024年6月30日，Snowy River房車包括(i) SRC系列下的13款傳統旅居車型，即SRC14、SRC16、SRC17、SRC18、SRC19、SRC20、SRC20F、SRC21、SRC21S、SRC22、SRC22F、SRC22S及SRC23，(ii) SRT系列下的六款帶多地形懸架的多地形車型，即SRT18、SRT18F、SRT19、SRT20、SRT20F及SRT22F，及(iii) SRP系列下的四款車型，即SRP18、SRP18F、SRP19及SRP19F。
- **Regent房車**。截至2024年6月30日，Regent房車包括(i) Discoverer系列下的五款傳統豪華車型，即RDC196、RDC206、RDC210、RDC210F及RDC236，及(ii) Cruiser系列下的四款可伸縮豪華車型，即RCC206、RCC216、RCC220及RCC226F。
- **NEWGEN房車**。截至2024年6月30日，NEWGEN房車提供NG系列下的17款車型，即NG13、NG15、NG17、NG18、NG18R、NG18F、NG19、NG19R、NG19S、NG20、NG20SR、NG21F、NG23、NGB19、NGB20、NGB21F及NGB21S。

此外，我們矢志為我們的車主打造一條可持續發展及環保的房車電氣化之路。我們正打造一款拖掛式電動房車的開拓性車型，預期於2025年第一季度開始於澳洲和新西蘭交付。拖掛式電動房車車型採用再生制動能量回收系統，在行駛過程中為房車充電，其亦能夠作為戶外電氣設備及家庭備用電源的電源。此外，我們的拖掛式電動房車車型搭載智能技術及自動駕駛系統，自帶魔術活扣，可通過遠程控制我們的雙電機傳動系統自動瞄準、對準及拴住房車。此外，其配備穩定的控制功能，令車主可自動倒車、泊車及定位拖掛式房車。此外，我們預計將於2024年底於澳洲和新西蘭首次推出混合動力越野拖掛式房車及自行式房車，並最終在歐洲及加拿大市場推出我們的房車系列。

我們的市場機遇

近年來，國內及全球消費者更加注重可移動解決方案的產品質量及服務，尤其是安全性及便利性。消費者更願意購買優質的產品及服務供應，以換取更好的旅行體驗、更大的空間及更多的私隱及舒適度。該趨勢使房車旅行逐漸成為現代旅行者尋求多功能、自足式旅行解決方案的首選。

此外，人們對生活品質日益增加的投資需要（尤其是在與家人朋友共度美好時光方面）在能使目標消費者私密、安全地旅行的房車旅行及生活方式中得以充分體現。經過多年的技術進步及市場拓展，房車產品已融入旅行及戶外休閒活動的各個層面。在北美、歐洲、澳洲和新西蘭，房車已成為現代生活方式的重要主張。根據弗若斯特沙利文的資料，該等地區一

業 務

直是房車產品的最大市場，按2023年的房車使用量計，合計約佔97%的全球市場份額。尤其是澳洲和新西蘭，一直是繼北美及歐洲後的第三大房車產品市場。於2023年，澳洲和新西蘭房車市場的新房車銷量為40,000輛，佔全球市場的6.5%。

由於經濟的不確定性、供應鏈中斷及材料成本上漲，自2021年至2023年，全球房車市場銷量大幅下降，而澳洲和新西蘭市場則保持相對穩定。於2023年，澳洲和新西蘭進口房車銷量達23,600輛，約佔澳洲和新西蘭新房車總銷量的59%，而中國為澳洲和新西蘭進口房車的主要來源。此外，拖掛式房車在澳洲和新西蘭格外受歡迎，佔其房車市場的95%以上，彰顯我們的產品在該地區的巨大增長潛力。與自行式房車相比，拖掛式房車一般具有更高的可負擔性及更低的總體擁有成本，因此對於希望購買第一輛房車或預算有限的個人及家庭而言，拖掛式房車更容易獲得。此外，拖掛式房車亦具有更大的使用靈活性，可從牽引車上拆下，便於在當地進行探索，並可將車輛與居住區分開使用。根據弗若斯特沙利文的資料，隨著疫情後全球經濟的復甦，預計消費者將有更多的可支配收入用於休閒及旅遊支出，因此，預計未來五年全球房車市場將按6.6%的複合年增長率增長，到2028年將超過863,600輛。具體而言，預計於2024年澳洲和新西蘭房車市場將出現波動，隨後於2024年至2028年溫和復甦，逐漸恢復到更穩定的增長軌跡。

自2021年至2023年，澳洲和新西蘭房車市場的整體銷量及收入均略有下降，主要是由於2021年COVID-19疫情導致房車需求激增，因為社交距離措施使越來越多人選擇房車進行旅遊和出行。這一激增導致市場需求量被提前透支，致使2022年及2023年的銷量及收入均有所下降。此外，根據弗若斯特沙利文的資料，由於COVID-19對全球供應鏈的破壞，於2021年及2022年期間，全球以及從中國到澳洲和新西蘭等主要航線的航運價格達致歷史新高。這一增長給依賴海外供應鏈的房車製造商帶來巨大壓力。成本上升加上海運時間延長擾亂了生產流程以及擠壓了利潤空間，為房車製造商帶來巨大的挑戰。

此外，隨著於2021年7月1日起生效的道路車輛標準法案實施更嚴格的法規，市場上製造商的數量於2022年及2023年有所下降。道路車輛標準法案要求全部輕型拖車製造商及進口商於2023年6月30日前完全遵守該規定，將大幅提高小型房車製造商的准入門檻。更多詳

業 務

情，請參閱「監管概覽 — 澳洲法律法規 — 進口 — 道路車輛型式認證」。根據弗若斯特沙利文的資料，隨著道路車輛標準法案的實施，澳洲和新西蘭的房車製造商數量將自2021年的逾220家(其中近一半為小型家族企業)下降至2023年12月的少於190家，反映市場整合的趨勢。該整合凸顯大型房車製造商日益集中的趨勢，使如我們的主要企業能進一步鞏固其領先的市場地位。

於往績記錄期間，儘管澳洲和新西蘭房車市場整體增長有所下降，但收入、毛利及淨利潤的持續增長證實我們的財務業績經受住相關整體市況。我們將此歸因於我們在上游產品開發方面的努力，以及從物流到銷售的下游能力。上游方面，我們於研發的持續投資使我們能夠每年推出引領潮流的房車車型，以保持我們的產品吸引力，並滿足不斷變化的消費者喜好。我們從2021年至2023年推出的房車車型於澳洲和新西蘭市場獲極大認可，亦是我們業績強勁增長的重要動力。值得注意的是，我們的主要暢銷車型Snowy River(包括SRC16、SRC17、SRC19、SRC21、SRC22S、SRT19、SRT20及SRT22F)在此期間的銷量呈持續且強勁的增長。同樣，Regent Cruiser系列旗下的RCC 216及RCC 220車型，以及NEWGEN品牌旗下的NG19R、NG20SR及NG21F車型的銷量亦有顯著增長。儘管在更廣闊的行業中存在挑戰，多車型、多品牌的持續增長表明市場認可我們產品的吸引力，鞏固我們推動銷售勢頭及實現增長的能力。

下游方面，得益於我們與第三方物流服務供應商的牢固合作關係，我們的彈性供應鏈並無經歷過影響許多競爭對手的中斷，確保我們房車跨境運輸(尤其是海運物流)的高效、可靠及具有成本效益。於COVID-19期間，我們向終端市場不間斷交付房車，從而保證房車的及時交付和順利銷售。最後，在銷售推廣方面，我們強大且正不斷擴大的經銷商網絡增強了我們產品的分銷和可及性。我們有效的營銷策略亦進一步提高了我們的市場知名度。與以批發價(通常低於零售價)向經銷商銷售房車相比，我們通過自營店及合營店零售房車佔比更高，同時亦推動我們業務的增長。該等因素使我們能夠抓緊市場機遇，並在這一時期的市場波動(主要受到COVID-19的影響)中仍處於有利地位。

我們已做好充分準備，抓住巨大的市場機遇，尤其是在中高端拖掛式房車行業。我們一直在不斷豐富及擴充我們的產品組合，而我們認為這是維持業務增長的關鍵驅動因素。展望未來，我們將繼續謹慎分配資源用於產品研發，以致力於提供頂級房車產品及服務，吸引及挽留客戶，鞏固我們在中高端拖掛式房車行業的市場領導地位。

業 務

我們的優勢

我們認為以下競爭優勢是我們目前所獲成功的關鍵並對我們的未來增長至關重要。

廣受認可的品牌及充滿活力的房車系列

我們的定製房車系列以三個特色品牌進行策劃，即Snowy River、Regent及NEWGEN，我們將其視為品質、工藝、創新及性能的象徵。我們於2014年收購擁有30多年悠久歷史的知名品牌Regent，多年來，我們通過富有遠見的設計、精湛的製造及本地化銷售及經銷能力，為該品牌注入新活力。緊隨該收購後，我們於2015年於澳洲推出Snowy River，其提供一系列價格實惠、時尚且工藝精湛的房車，使我們能夠在澳洲和新西蘭的各個地區迅速擴張及滲透，並開拓更多樣化的客戶群，推動業務進一步增長。

憑藉垂直整合的業務模式，我們將在中國的自主產品設計及製造專業知識與我們在澳洲和新西蘭的本地銷售能力相結合，為房車車主提供從概念化、設計挑選、定製、交付到各種售後服務的端到端車主體驗。我們的Regent房車及Snowy River房車已成功於澳洲和新西蘭建立市場知名度。Snowy River旗下的SRC-21房車車型於2019年及2022年榮獲「澳洲最佳房車(Best Value for Money)」獎。

為追求不懈創新及產品開發，於2019年，我們與合營企業合作夥伴Green RV推出NEWGEN品牌旗下的全新系列房車，其使半越野品牌具體化，旨在吸引戶外冒險家。NEWGEN房車滿足了尋求半越野能力的客戶需求，但並不具備Snowy River SRT系列的全部堅固特性。NEWGEN房車的定位在Snowy River SRC及SRT系列之間，其兼具經濟性及功能性，並通過這一冒險房車系列重新贏得我們在房車參與者中的聲譽。

我們相信不斷更新及擴大我們的房車系列是我們業務增長的關鍵驅動力。除定期推出新車型外，我們亦根據市場調研及客戶反饋，通過結合房車的內飾及外觀升級不斷更新現有產品系列，使其煥發新的活力。於往績記錄期間，我們開發並推出Regent旗下九款新車型，Snowy River旗下六款新車型，升級Snowy River旗下21款車型，並開發及推出NEWGEN旗下五款新車型。

為進一步擴大我們的品牌知名度並獲取客戶，我們透過活動贊助、廣告投放及數字社交媒體營銷積極參與定向營銷。值得注意的是，我們贊助V8超級跑車中2022–2023年度的Tickford Racing Team及將贊助2024–2025年度的Blanchard Racing Team，這有助於提高我們的品牌知名度並獲得廣泛的曝光率。我們亦通過積極參與提供露營體驗及與房車生活

業 務

方式一致的當地活動，為房車生活方式現場造勢，將我們的品牌置於關鍵目標市場的核心，該市場由戶外冒險家(彼等為潛在的房車愛好者)組成。該等平台為我們提供寶貴的機會，以展示我們的產品、進行現場演示並與潛在客戶直接互動，為銷售及品牌知名度提供額外途徑。尤其是，SRT和SRC車型於澳洲布里斯班及其他重點城市的主要房車展上佔據突出地位。

強大的產品開發能力

我們設計、開發、製造並銷售各種定製拖掛式房車，包括適合家庭娛樂的家用車型、適合冒險家的緊湊車型、適合渴望增加房車空間人群的可伸縮車型，以及用於終極半越野冒險的多地形車型。截至2024年6月30日，我們已成功量產了49款房車，均為標準房車，涵蓋三個特色品牌下的八個不同系列，產品陣容強大。

不斷更新並擴大我們的產品系列以吸引客戶並促進銷售，須為產品開發建立有紀律、可擴展及具有成本效益的技術框架。於過往年度，我們於專有技術及基礎設施方面不斷進行投資，使我們能夠推出引領潮流且具有智能、輕質、環保功能的房車車型。我們的房車具備太陽能、智能控制及可持續材料等先進功能，重新定義了現代旅行的標準。

通過利用我們強大的先進技術，我們的房車產品可以進行定製，以適應各種惡劣的戶外條件，包括紫外線輻射、暴雨及冰雹等極端天氣條件。我們定期推出新車型，並不斷升級現有房車系列，充分證明了我們技術基礎設施的可靠性及可擴展性。於往績記錄期間，我們開發並推出Regent旗下九款新車型，Snowy River旗下六款新車型，升級Snowy River旗下21款車型，並開發及推出NEWGEN旗下五款新車型。我們目前正開發配備智能技術及自動駕駛系統的拖掛式電動房車的開拓性車型，並預計於2025年第一季度前開始於澳洲和新西蘭交付該等拖掛式電動房車。

我們相信，我們有能力繼續為客戶提供具有優質、精緻的設計方案及卓越技術性能的價值主張，這對我們的持續成功至關重要。我們擬於未來數年繼續提高研發能力，加大產品開發投資力度，我們相信這對保持我們產品的吸引力至關重要，從而成為提高客戶滿意度和保持房車市場競爭力的關鍵驅動力。

卓越的製造能力並具備精確度及成本效益

我們注重加強卓越的製造能力，同時兼顧精確度及成本效益。我們於中國浙江的生產工廠佔地面積約47,567平方米，由焊接、噴漆、層壓、裁剪及傢俬五個專門車間及兩條先進

業 務

的組裝線組成。此外，我們在澳洲的兩條總裝線通過承接我們房車的最終組裝以補充我們於中國的主要製造能力。其靠近當地市場的終端客戶，亦使我們能夠迅速滿足彼等對最後加工及定製要求的需求。

得益於我們的綜合製造能力，我們設計生產的房車產品工藝先進，質量優越。我們對所有品牌及設計車型均實施了嚴格的質量控制程序，確保每款產品均具有耐用性、安全性及美觀性。例如，我們所有房車的室外地面、牆體、車頂均採用ALOPEX®夾芯板建造，該夾芯板兼具鋁型材及高密度XPS絕緣泡沫的特徵，並配有玻璃纖維板。這一組合確保我們的房車重量輕、防雨防冰雹，同時可較好地抵禦極端溫度。地面下方是有機富鋅銀色金屬底盤，並配置50毫米球形聯軸器及扭力懸架，提高安全性並提供更平穩的駕駛體驗。我們的內飾櫥櫃及傢俬採用優質實心膠合板及環保板材製成，圓潤的邊緣提高檔次和品味。

我們引以為豪的是，我們有能力在實現卓越製造的同時保持成本效益。通過設施的標準化及自動化以及供應鏈的集中化管理，我們對從創新設計到精密工程的每個生產階段均進行了精心打磨，在提供卓越品質的同時，又不失經濟實惠。我們致力於優化製造流程，提高生產力，確保每輛離廠房車均體現精湛工藝，同時在市場上保持具競爭力的價格。

此外，我們從國內外供應商處採購原材料、組件及零部件，包括傢俬及電器。通過不斷增長的業務，我們一直努力控制材料採購的相關單位成本，實現規模經濟。

有效及多元化的經銷渠道

有效執行銷售與營銷策略對我們的銷售增長至關重要。我們透過由橫跨澳洲和新西蘭的合共19家門店組成的充滿活力、多方位銷售及經銷網絡以及各種營銷活動，銷售我們的房車並與客戶互動。截至2024年6月30日，我們已建立由13家第三方經銷店組成的強大經銷網絡，並成功地在澳洲和新西蘭的主要地點建立了廣泛的業務。此外，截至最後實際可行日期，我們於澳洲建立兩家自營店，確保直接在當地開展業務、促進與客戶的聯繫並獲得寶貴的一手市場洞見。我們於2022年於西澳州開設第一家自營店，迅速獲得市場的廣泛好評，並

業 務

實現顯著收入增長。門店收入從2022年的5.4百萬澳元(相當於人民幣24.4百萬元)激增至2023年的22.1百萬澳元(相當於人民幣99.9百萬元)，實現令人印象深刻的三倍增長。此外，我們於2020年與合營企業合作夥伴開設第一家合營店，並於2023年開設另外三家合營店，令我們能夠擴大銷售及經銷網絡，同時減少重大間接費用。我們的地理足跡遍佈澳洲和新西蘭的主要城市，包括墨爾本、悉尼、布里斯班、阿德萊德、珀斯、堪培拉、奧克蘭及基督城，於各個地方均戰略性地設有一到三家經銷店、合營店及／或自營店。

完善的供應鏈管理和及時交付

為執行及協調我們高度定製化的房車，我們已於營運各方面集成(i)客戶關係管理(CRM)系統、(ii)產品生命週期管理(PLM)系統及(iii)系統應用與產品(SAP)系統，讓我們可實時即時檢索及分析運營及財務數據，包括採購、銷售、存貨及客戶。該綜合業務系統為我們的生產、採購及供應鏈管理等各方面業務提供了可擴展性及效率優勢。

憑藉我們經驗豐富的團隊、先進的數字化能力以及在房車行業多年的專業知識，我們及時交付一貫高品質的定製房車。我們房車幾乎每個方面均可以根據個別客戶的具體需求、喜好和品味進行定製。

此外，我們與一家中國跨國企業集團(從事全球航運及物流服務的獨立第三方)訂立合作協議，進一步加強我們確保高效可靠的海運物流和及時交付的能力，體現我們在業務營運各個方面的精細化管理策略。

作為中國製造及出口拖掛式房車的領頭人，我們擁有超越競爭對手的顯著優勢，尤其是在產品交付、產能規劃及供應鏈管理方面。於2021年、2022年及2023年以及截至2024年6月30日止六個月，我們分別向客戶交付合共1,330輛、2,127輛、2,694輛及1,427輛房車，從2021年到2022年及從2022年到2023年分別增長59.9%及26.7%。

擁有廣泛跨學科專業知識且具有遠見卓識的管理層團隊

我們的高級管理層團隊由深諳汽車行業並擁有豐富的企業戰略、技術開發和投資經驗的資深人士組成。我們的高級管理層團隊成員在房車行業擁有平均10年的經驗，於更廣泛的汽車行業擁有20年的經驗。

我們的創始人、本集團首席執行官兼董事會主席繆雪中先生擁有逾25年的汽車產業經驗及豐富的管理經驗。於本集團成立之前，繆先生亦成立了吉奧集團並擁有廣汽乘用車(杭

業 務

州)有限公司及吉利汽車集團有限公司等其他汽車公司的經驗。有關繆先生的履歷詳情，請參閱「董事及高級管理層 — 董事會 — 執行董事」。

我們富有遠見的管理層團隊由其他具有不同專業知識的行業資深人士組成，包括本集團執行董事兼總經理劉芹女士、本集團執行董事兼總經理Andrew Robert Crank先生，以及本集團執行董事兼首席財務官劉濤先生。

劉芹女士在房車行業及更廣泛的汽車行業擁有豐富的經驗。於加入本集團前，劉芹女士於2012年3月至2014年9月就職於鄂爾多斯(武漢)森林河汽車有限公司。

Andrew Robert Crank先生在房車行業擁有豐富的經驗，對澳洲和新西蘭的當地市場有著深刻的見解。於加入本集團前，Andrew Robert Crank先生於2017年7月至2020年6月就職於Jayco Corporation Pty Ltd(一家於澳洲成立的房車公司)。

劉濤先生於財務管理及投資方面擁有二十年經驗。於加入本集團前，劉濤先生於2022年3月至2023年4月擔任杭州宏景智駕科技有限公司(中國自動駕駛解決方案供應商)的財務部副總裁，並於2020年2月至2022年1月擔任浙江天成自控股份有限公司(一家主要從事汽車座椅業務並於上海證券交易所上市的公司，股份代號：603085)的首席財務官。

我們的策略

加強於澳洲和新西蘭的領導地位，並擴展至歐洲及加拿大市場

我們的房車在商業上取得了成功，而我們的品牌在澳洲和新西蘭市場贏得了廣泛的讚譽。根據弗若斯特沙利文的資料，按2023年的銷量計，我們在澳洲和新西蘭房車行業的市場份額中位居第二。我們最暢銷的品牌Snowy River的車型因其創新的設計和精湛的工藝而贏得眾多獎項，包括其SRC-21房車車型於2019年及2022年贏得由CZONE頒發的「澳洲最佳房車(Best Value for Money)」獎及於2022年由Caravan World Media頒發的「澳洲最佳房車(6萬以下)(Best Aussie Van Under 60k)」獎。我們的目標是在不久的將來成為澳洲和新西蘭第一銷售商，並成為澳洲和新西蘭客戶首選的房車品牌。為鞏固我們在澳洲和新西蘭的市場領導地位，我們將加大力度與更多的經銷商建立合作夥伴關係，並通過建立更多的自營店(通過有機增長或在理想地點收購其他合適的房車門店)及合營店擴大我們的佈局。此外，我們將通過為銷售團隊提供全面培訓，升級客戶關係管理系統並進行相關數據分析，進一步提高現有門店的銷售業績。

業 務

鑒於在澳洲和新西蘭市場取得的成功，我們準備將業務擴展至歐洲及加拿大，以吸引更多潛在客戶。我們擬將在澳洲市場取得的成功複製到該等新地區。與澳洲和新西蘭的業務模式類似，我們擬將經銷店及自營店相結合，以有效利用自有及當地合作夥伴的銷售及營銷資源。經弗若斯特沙利文確認，截至最後實際可行日期，原產地為中國的房車出口至歐洲或加拿大不適用進口稅。有關我們在歐洲及加拿大的擴張計劃所面臨的潛在關稅風險，請參閱「風險因素 — 與我們的業務及行業有關的風險 — 我們可能會於經營所在或計劃擴展業務的國家被徵收關稅」。

我們擬將[編纂][編纂]淨額的[編纂]%用於擴大我們的銷售渠道。請參閱「未來計劃及[編纂]用途」。

維持及提升我們於拖掛式房車市場的品牌形象

我們擬繼續維持及提升我們於拖掛式房車方面的品牌形象及聲譽，從而不僅擴大我們的客戶群，而且在現有客戶中培養更強的忠誠度。我們將專注於進一步深化對中高端市場的滲透，精心打造以私人空間、安全性、舒適性及定製化為核心的品牌形象，同時在市場上保持具有競爭力的價格。通過我們定製的房車系列，我們將繼續為每名房車車主策劃個性化的購車體驗。

我們尋求通過各種營銷活動提高我們的品牌知名度。該等活動可能包括贊助跑車賽事及音樂節、參加房車展及特別活動、廣告投放、數字社交媒體營銷以及與品牌形象大使及名流合作。各項舉措旨在展示我們品牌形象的本質，並在更深層次上與我們的客戶產生共鳴。

持續更新及擴大我們的房車系列

於2023年，根據弗若斯特沙利文的資料，我們於澳洲和新西蘭的房車市場及標準房車市場的市場份額分別為6.8%及9.7%。為把握全球市場的機遇，我們將通過對房車進行內飾及外觀升級以繼續升級及豐富現有的產品系列並推出新車型，從而吸引有不同需求的新客戶，促成現有客戶的回購並擴大我們的產品系列。此外，我們預計將於2024年底於澳洲和新西蘭首次推出混合動力越野拖掛式房車及自行式房車，並最終在歐洲及加拿大市場推出我們的房車系列。

此外，截至最後實際可行日期，我們引領房車行業的發展，且已開發並將繼續加強我們的新拖掛式電動房車車型，該等車型重量更輕，兼具汽車設計及結構特徵。請參閱「— 產品開發與創新 — 我們籌備中的拖掛式電動房車車型」。

業 務

我們擬將[編纂][編纂]淨額的[編纂]%用於我們的產品研發工作。請參閱「未來計劃及[編纂]用途」。

升級及自動化我們的生產工廠

我們計劃在未來三年收購土地，建立最先進的生產工廠。這一戰略性工廠擴建預計將為我們提供支持未來增長所需的基礎設施。此外，我們致力於不斷進行工廠升級及設備自動化，確保我們的工廠仍然處於技術進步的前沿。

在房車行業，產品本身是消費者決策的核心，以及消費者滿意度及忠誠度的基石。意識到這一點，我們致力於提高生產效率及效益，以滿足並超越客戶不斷變化的需求。我們計劃通過升級傢俬生產、焊接及裁剪流程，不斷優化生產工作流程。

在生產升級的同時，我們亦致力於投資研發，開拓新技術及製造技術，旨在降低成本，實現更高的製造工藝精確度。通過投資自動化，我們旨在降低成本、提高運營效率及產品一致性，以滿足嚴格的質量標準。此外，我們認為對電動房車的產品開發及生產工廠進行投資是我們增長戰略的重要部分，符合行業向可持續發展及環保的轉變。

我們擬將[編纂][編纂]淨額的[編纂]%用於我們生產工廠的建設與翻新。請參閱「未來計劃及[編纂]用途」。

我們的業務模式

我們是於澳洲和新西蘭擁有廣泛業務網絡的房車公司，設計、開發、製造及銷售定製拖掛式房車。根據弗若斯特沙利文的資料，按2023年的收入及銷量計，我們在澳洲和新西蘭房車行業的市場份額中均位居第二。我們所提供的產品按三個獨特的品牌展示，即中端最暢銷品牌Snowy River、豪華品牌Regent及半越野品牌NEWGEN。考慮到我們的房車車主希望在房車上生活、度假或旅行，我們提供拖掛式房車，包括適合家庭娛樂的家用車型、適合冒險家的緊湊車型、適合渴望增加房車空間人群的可伸縮車型，以及用於終極半越野冒險的多地形車型。我們矢志提升客戶滿意度，提供高度定製化的各類房車車型。請參閱「— 我們的產品及品牌」。在設計及製造房車時，我們注重於舒適性、安全性及功能性。根據弗若斯特

業 務

沙利文的資料，按2023年的銷量計，我們在澳洲和新西蘭房車行業的市場份額中位居第二。此外，截至最後實際可行日期，我們引領房車行業的發展，且正處於開發新型拖掛式電動房車車型的最後階段，該車型重量較輕，兼具汽車設計及結構特徵，我們是首批將拖掛式電動房車方案商業化的房車專家之一。請參閱「— 產品開發與創新 — 我們籌備中的拖掛式電動房車車型」。此外，我們預計將於2024年底於澳洲和新西蘭首次推出混合動力越野拖掛式房車及自行式房車，並最終在歐洲及加拿大市場推出我們的房車系列。經弗若斯特沙利文確認，截至最後實際可行日期，原產地為中國的房車出口至歐洲或加拿大不適用進口稅。如有必要，我們將在未來聘請獨立稅務顧問及／或關稅顧問，以確保遵守我們經營所在或計劃擴展業務的國家的稅務及海關政策。有關我們在歐洲及加拿大的擴張計劃所面臨的潛在關稅風險，請參閱「風險因素 — 與我們的業務及行業有關的風險 — 我們可能會於經營所在或計劃擴展業務的國家被徵收關稅」。

憑藉垂直整合的業務模式，我們將在中國的自主產品設計及製造專業知識與我們在澳洲和新西蘭的本地銷售能力相結合，為房車車主提供從概念化、設計選擇、定製、交付到各種售後服務的卓越、端到端車主體驗。我們於中國的製造團隊與我們位於澳洲和新西蘭的營銷及經銷團隊密切合作，為我們的客戶提供端到端服務。受益於我們在中國的整合製造能力以及我們在澳洲和新西蘭房車行業數十年的本地佈局、廣泛的銷售及經銷網絡及豐富的營銷經驗，我們利用最新的真空壓機技術及先進的工藝在中國生產我們的車架及底盤，然後將其運送至我們位於墨爾本的組裝線，以按照澳洲聯邦標準進行組裝，並在澳洲及新西蘭進行銷售。

我們的房車可在澳洲及新西蘭出售及交付，除稅前底價介乎50,900澳元（相當於人民幣230,093元）至84,990澳元（相當於人民幣384,197元），視乎品牌及車型而定。截至2024年6月30日，我們通過結合三個不同的渠道建立充滿活力、多方位的銷售及經銷網絡：(i)由澳洲和新西蘭13家第三方經銷店組成的穩健而廣泛的網絡，提高我們的銷售覆蓋範圍及市場滲透率；(ii)澳洲兩家自營店及在線官方網站，確保直接在當地開展業務、促進與客戶的聯繫並獲得寶貴的一手市場洞見；及(iii)與我們合營企業合作夥伴的四家合營店，令我們能夠擴大銷售及經銷網絡，同時減少重大間接費用。我們的地理足跡遍佈澳洲和新西蘭的主要城市，包括墨爾本、悉尼、布里斯班、阿德萊德、珀斯、堪培拉、奧克蘭及基督城，於各個地方均戰略性地設有一到三家經銷店、合營店及／或自營店。請參閱「— 銷售及經銷」。

我們亦提供配套服務支撐我們的核心業務並與之產生協同作用。截至2024年6月30日，我們擁有54家推薦房車維修車間（包括我們的自營店及合營店）網絡，提供各種售後服務（包括房車保養、維修及各類房車零部件及配件的銷售及升級），確保客戶可獲得保持車輛平穩

業 務

高效運行所需的一切服務。通過將該等額外服務融入我們的業務模式，我們致力於與房車車主建立持久的關係而非僅限於交易，確保滿意度、長期客戶忠誠度及卓越的車主體驗。此外，自2023年起，我們為客戶提供以其合資格的二手房車購買我們在所有自營店及合營店提供的新房車的選擇，並通常在同一門店轉售該等二手房車。

下表載列我們於所示期間按產品劃分的收入明細，當中包括絕對金額及百分比。

	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月			
	2021年		2022年		2023年		2023年		2024年	
	(未經審核)									
(人民幣千元，百分比除外)										
房車銷售	298,586	99.6%	498,116	99.9%	710,747	98.7%	309,526	100.0%	396,894	94.1%
— Snowy River	233,273	77.8%	402,690	80.7%	550,175	76.4%	235,517	76.1%	335,096	79.4%
— Regent	35,098	11.7%	49,347	9.9%	84,338	11.7%	35,514	11.5%	26,514	6.3%
— NEWGEN	30,215	10.1%	46,079	9.2%	76,234	10.6%	38,495	12.4%	35,284	8.4%
銷售二手房車	—	—	—	—	8,691	1.2%	—	—	23,396	5.5%
其他 ⁽¹⁾	1,086	0.4%	664	0.1%	865	0.1%	—	—	1,683	0.4%
總計	299,672	100.0%	498,780	100.0%	720,303	100.0%	309,526	100.0%	421,973	100.0%

附註：

- (1) 其他包括我們在提供售後服務期間銷售房車零部件產生的收入，該等服務乃是我們房車銷售核心業務的輔助業務。

下表載列我們於所示期間按產品劃分的毛利及毛利率明細。

	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月			
	2021年		2022年		2023年		2023年		2024年	
	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率
	(未經審核)									
	(人民幣千元，百分比除外)									
房車銷售	49,755	16.7%	82,172	16.5%	179,521	25.3%	71,381	23.1%	127,662	32.2%
— Snowy River	39,455	16.9%	63,590	15.8%	140,804	25.6%	55,844	23.7%	105,169	31.4%
— Regent	6,938	19.8%	7,535	15.3%	15,572	18.5%	6,517	18.4%	8,207	31.0%
— NEWGEN	3,362	11.1%	11,047	24.0%	23,145	30.4%	9,020	23.4%	14,286	40.5%
銷售二手房車	—	—	—	—	1,415	16.3%	—	—	6,777	29.0%
其他	348	32.1%	72	10.9%	115	13.3%	—	—	464	27.6%
總計	50,103	16.7%	82,244	16.5%	181,051	25.1%	71,381	23.1%	134,903	32.0%

整體而言，房車銷售的毛利率波動主要受以下因素影響：(i)房車車主定製化程度高，通

業 務

常會帶來較高的毛利率，(ii)通過自營店及合營店零售房車所佔比例，此乃由於零售價相對高於經銷商的批發價，及(iii)運輸及裝卸開支的波動。

具體而言，Snowy River房車的毛利率由2021年的16.9%下降至2022年的15.8%，主要由於COVID-19期間運輸及裝卸開支的增加。於2023年，Snowy River房車的毛利率增至25.6%，主要由於(i)更高程度的定製，(ii)零售佔比較高，及(iii)2022年COVID-19期間運輸及裝卸開支增加。Snowy River房車的毛利率由截至2023年6月30日止六個月的23.7%增加至截至2024年6月30日止六個月的31.4%，乃主要由於我們通過自營店及合營店零售房車的佔比高於以批發價(通常低於零售價)向經銷商銷售的佔比。

於往績記錄期間，Regent房車的毛利率主要受運輸及裝卸開支波動的影響。毛利率由2021年的19.8%下降至2022年的15.3%，繼而增至2023年的18.5%，主要由於(i)因COVID-19導致全球供應鏈中斷而致使運輸價格上漲，從而導致每輛車的運輸及裝卸開支增加，及(ii)2021年毛利率較高的房車車型貢獻相對較多收入。Regent房車的毛利率由截至2023年6月30日止六個月的18.4%增加至截至2024年6月30日止六個月的31.0%，乃主要由於我們通過自營店及合營店零售房車的佔比高於以批發價(通常低於零售價)向經銷商銷售的佔比。

NEWGEN房車的毛利率由2021年的11.1%增至2022年的24.0%，主要由於(i)更高程度的定製，及(ii)我們就NEWGEN車型的若干零部件與更具成本效益的供應商合作，從而降低採購成本。於2023年，NEWGEN房車的毛利率增至30.4%，主要由於(i)2022年COVID-19期間運輸及裝卸開支增加，及(ii)零售佔比較高。NEWGEN房車的毛利率由截至2023年6月30日止六個月的23.4%增加至截至2024年6月30日止六個月的40.5%，乃主要由於我們通過自營店及合營店零售房車的佔比高於以批發價(通常低於零售價)向經銷商銷售的佔比。

業 務

我們的產品及品牌

我們的產品

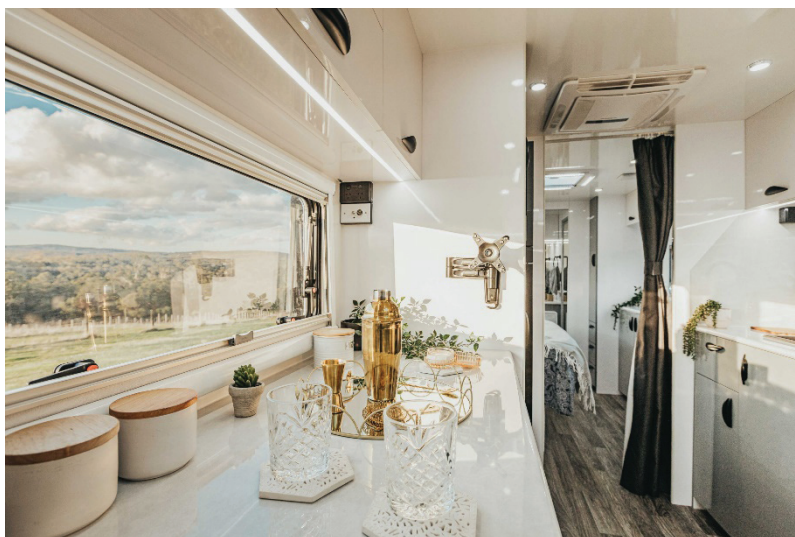
我們設計、生產及銷售廣泛的拖掛式房車。我們設計及生產的每輛房車均注重於舒適性、安全性及功能性。我們的房車擁有創新的設計及一套先進技術，使其不同於我們競爭對手的產品。我們的房車展示以下共同特徵。

- **外觀。**我們採用夾芯板建造房車地面、牆體及車頂，確保其堅固、輕便及防水。地面下方是有機富鋅銀色金屬底盤，並配置50毫米球形聯軸器及扭力懸架，提高安全性並提供更平穩的駕駛體驗。此外，我們的防搖擺控制系統增強車輛穩定性，進一步提高駕駛安全性及舒適性。
 - **地面、牆體及車頂。**我們所有的室外地面、牆體、車頂均採用ALOPLEX®夾芯板建造。該等夾芯板採用從美國採購的最先進機器在我們位於中國的生產工廠內部製造。ALOPLEX®夾芯板兼具鋁型材及高密度XPS絕緣泡沫的特徵，並配有玻璃纖維板。這一組合確保我們的房車重量輕、防雨防冰雹，同時可較好地抵禦極端溫度。
 - **底盤。**底盤採用DuraGal矩形空心型材(強度為250兆帕(TBC)的鋼)製造。底盤由技術嫺熟的焊工完全焊接，然後塗漆以進行最終的表面處理和保護。底盤經過設計和測試，符合澳洲聯邦標準，額定重量為3,000公斤，視乎車型而定。
 - **懸架。**我們的Snowy River SRC系列、Regent Discoverer及Cruiser系列採用扭力懸架。扭力懸架由一個獨特的六角形外軸管組成，該外軸管包含三個由三槽內管軸固定的橡膠元件，以抑制行駛過程中的阻尼衝擊，提供平穩、穩定和安全的牽引體驗。借助扭力懸架，我們的房車在泥濘小徑及瀝青高速公路的崎嶇路況中均可以行駛。我們的Snowy River SRT系列及NEWGEN NG系列房車車型配備3.5T獨立線圈拖臂懸架，可實現高離地間隙。該款拖臂懸架由內部設計及測試，擅長穿越起伏的越野賽道等具挑戰性的地形。
 - **防搖擺控制系統。**我們所有的拖掛式房車均配備有試驗安全緊急制動系統，該系統與牽引車分離時，會立即施加制動並使拖掛式房車停下。此外，我們

業 務

提供防搖擺控制系統，該系統可以分配重量，管理制動輸出並進行高級制動操作以有效控制房車搖擺，以作為我們車主的定製選項。

- **內飾。**我們精心設計及製造房車內部的室內配件及定製傢具，以致力滿足房車車主的高度高端定製需求，提高我們產品的市場競爭力。為緊跟市場趨勢，我們亦與第三方內部設計顧問合作，通過市場調查及對焦點小組的研究來選擇室內主題及顏色。我們房車內的每一個元素均由我們熟練的專業團隊精心策劃，確保卓越質量及定製化服務，從而滿足我們車主的不同品味及偏好。
- **傢俬。**我們的櫥櫃及傢俬均由優質實心膠合板製成。每個面板及櫥櫃門均用膠水固定，並用各種顏色及樣式的亞克力材料層壓。我們的所有車門均採用圓潤邊緣，並配有軟關閉氣撐桿及重型把手和門鎖，提高檔次和品味。



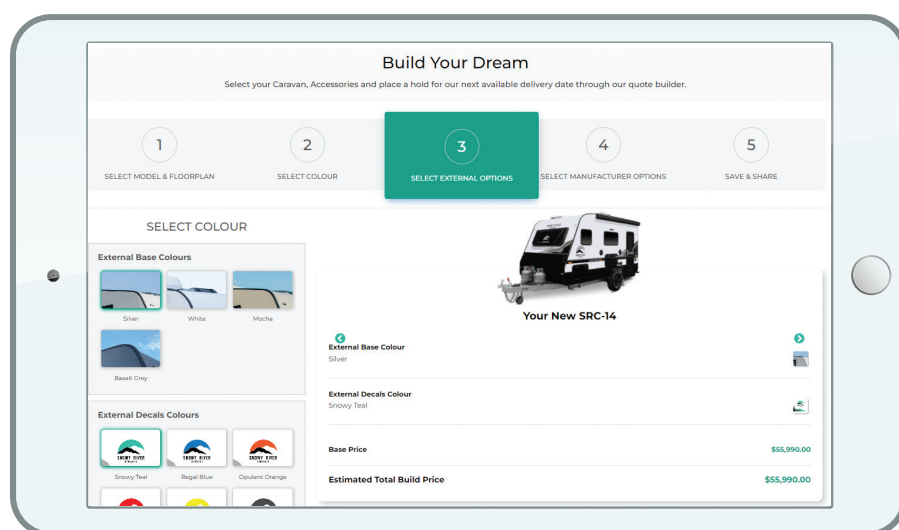
- **電氣。**所有房車均配備有Projecta電池管理系統，包括保險絲盒、太陽能控制器、電池充電器、水泵開關、熱水切斷開關及主載荷。通過將該等系統集成在一起，可於發生各類超載事件時確保乘員的安全。大部分電氣系統均集中在單一的頭頂櫥櫃中以便檢修。我們所有房車在交付前均經過合格電工的嚴格檢查，並根據澳洲聯邦標準獲頒電氣證書。

業 務

- **安全特徵。**車主及乘員安全對我們的業務至關重要。我們的房車配備滅火器、煙霧警報器及關鍵設備關閉開關以應對緊急狀況。此外，我們所有的拖掛式房車均配備有試驗安全緊急制動系統，該系統與牽引車分離時會立即施加制動並使拖掛式房車停下。

我們以致力定製化服務為使命。我們利用我們卓越的製造能力和熟練的工藝提供按單定製服務並促進高度個性化，確保每輛房車都能反映其車主的獨特偏好和需求。從外觀美學到室內佈局和功能以及無論是融入獨特的設計元素、添加特殊設施，或微調每個細節，我們的團隊都致力於打造反映不同房車車主個性化需求的房車。

我們為所有房車車型提供高度定製化服務，包括室內佈局、電器、外觀設計到傢具和配件，幾乎完全切合客戶要求，同時保持與我們生產週期相關的成本優勢。為了讓車主想像其夢想中的房車，我們提供在線虛擬選擇界面並提供不同選項的預估定價。



業 務

我們的品牌

我們的定製房車系列以三個特色品牌進行策劃，即Snowy River、Regent及NEWGEN，我們將其視為品質、工藝、創新及性能的象徵。我們的每個品牌在風格和技術性能上均具有鮮明特徵及精確識別度：

- Snowy River是我們最暢銷的品牌，完美結合當代及現代設計元素，注重細節和功能，面向中端客戶。
- Regent是我們的豪華高端品牌，擁有三十多年的歷史，以豪華座艙、寬敞而優雅的內部佈局為特徵。
- NEWGEN為半越野品牌，旨在吸引年輕一代客戶。

Snowy River



Snowy River房車於2015年在澳洲問世，提供一系列價格實惠、時尚且工藝精湛的房車（包括旅居及多地形範圍車型）。Snowy River房車有多種佈局可供選擇，滿足澳洲尋求最具性價比房車的客戶需求。Snowy River自2015年亮相以來獲得諸多獎項，包括於2019年及2022年由CZONE頒發的「澳洲最佳房車(Best Value for Money)」獎、於2022年由Caravan World Media頒發的「澳洲最佳房車(6萬以下)(Best Aussie Van Under 60k)」獎及於2022年由MSA 4x4 Accessories頒發的「年度性價比類房車(Caravan of the Year for the Value for Money Category)」獎。

截至2024年6月30日，Snowy River房車提供三個系列，即(i)傳統的旅居房車SRC；(ii)多地形範圍房車SRT，具有多地形懸架，根據尺寸、佈局及範圍可進一步細分為17款車型；及(iii)頂篷露營房車SRP。

業 務

- **SRC系列**。SRC系列提供廣泛的家用車型、適合單人冒險家的緊湊車型及適合渴望額外空間人群的可伸縮車型。SRC車型的室內設計及裝飾具有現代感及優雅感。SRC車型配備連接浴室、內部廚房、大號床(大多數車型可選單人床)及L形休息室、俱樂部休息室或咖啡廳小餐區之一。SRC車型配備圓形櫃面及獨特的弧形頭頂櫥櫃以實現寬敞感，同時配備LED櫥櫃燈條，進一步增強了寬敞感。客戶選擇傢具時，可從各種時尚的內飾及織物選項中進行選擇。



- **SRT系列**。SRT系列旨在應對崎嶇不平的路況。我們的所有SRT車型均配備3.5T獨立線圈拖臂懸架，可在起伏路徑上實現更平穩的駕駛體驗，同時不影響房車的穩定性及控制力。此外，SRT車型具有廣泛的石材保護功能，包括底盤的岩石塗層、帶有大型擋泥板及地面刷的石材防護裝置，保護房車在越野旅行中免受損壞。SRT車型配備有充裕的太陽能及鋰電池，為離網露營提供足夠能量。



業 務

- **SRP系列**。SRP系列集創新、時尚及功能性於一體。SRP系列的設計考慮了現代探險家，以按下按鈕即可彈出的頂篷為特色，為露營體驗營造通風寬敞的內部空間。行駛過程中，車頂會下降以改善空氣流動，確保在旅途中平穩操控及提高燃油效率。此外，SRP系列在車頂收起時還具有低風阻的外形，可在標準車庫中輕鬆存放物品。SRP車型的佈局專為情侶及家庭量身定製，包括帶雙層床的選項，配備專用座椅、套間浴室、設備齊全的廚房及舒適的床。



業 務

下表載列我們Snowy River品牌下車型的規格。

車型	推出時間	尺寸 ¹	最大容納 人數	截至2024年 6月30日的標價 ²	
		(毫米)		(千澳元)	人民幣千元)
SRC(旅居)					
SRC-14	2020年11月	L5927*W2390*H3071	2	50.9	230.1
SRC-16	2020年12月	L6452*W2390*H3071	2	54.1	244.6
SRC-17	2020年11月	L6827*W2390*H3071	2	56.4	255.0
SRC-18	2020年11月	L7127*W2390*H3071	2	62.3	281.6
SRC-19	2020年11月	L7452*W2390*H3071	2	63.6	288.0
SRC-20	2020年11月	L7727*W2390*H3071	2	65.0	293.8
SRC-20F	2020年11月	L7727*W2390*H3071	4	66.4	300.1
SRC-21	2020年11月	L8027*W2390*H3071	2	66.4	300.1
SRC-21S	2020年12月	L8027*W2390*H3221	2	71.4	322.8
SRC-22	2020年11月	L8327*W2390*H3071	2	67.3	304.2
SRC-22F	2020年11月	L8327*W2390*H3071	5	70.0	316.4
SRC-22S	2020年12月	L8327*W2390*H3221	2	72.3	326.8
SRC-23	2020年11月	L8527*W2390*H3071	2	68.6	310.1
SRT(多地形範圍)					
SRT-19	2021年12月	L8220*W2390*H3110	2	76.4	345.3
SRT-20	2021年12月	L8520*W2390*H3110	2	77.7	351.2
SRT-20F	2022年1月	L8520*W2390*H3110	4	81.8	369.8
SRT-22F	2022年1月	L9120*W2390*H3110	5	81.8	369.8
SRT18	2024年5月	L8000*W2390*H3100	2	83.0	375.2
SRT18F	2024年5月	L8100*W2390*H3100	4	84.5	382.0
SRP(頂篷露營)					
SRP18	2024年5月	L7052*W2390*H2658	2	58.5	264.4
SRP18F	2024年5月	L7052*W2390*H2658	4	60.5	273.5
SRP19	2024年5月	L7302*W2390*H2658	2	61.5	278.0
SRP19F	2024年5月	L7302*W2390*H2658	4	63.0	284.8

附註：

¹ 根據外部車身測量得出。

² 最終零售價等於標價加定製費(一般介乎標價的約5.0%至10.0%)。

業 務

Regent



我們於2014年收購Regent品牌。請參閱「歷史、重組及公司架構 — 公司發展 — 成立Regent公司」。於2021年，我們利用我們的製造能力將Regent房車由使用老式木結構改造成新的全複合夾芯板結構，這對於澳洲當時的大多數本地房車車企而言遙不可及。Regent房車提供種類繁多的豪華房車，工藝精湛，有Discoverer及Cruiser兩個系列。我們的Regent房車全系列均採用先進技術及設備，確保每輛房車均具有豪華房車車主所期望的全部功能及舒適性。多年來，我們的Regent房車已成為於澳洲廣受認可的房車品牌之一。



業 務

利用ALOPEX[®]外部構造技術，Regent系列的車身前後採用獨特的一體式玻璃纖維模具，形成子彈頭列車外觀，並配備平坦的雙層玻璃窗及岩石塗層底盤，形成完整的外觀。我們Regent系列的內飾採用優質電器及時尚豪華的平面櫥櫃和皮革內飾。所有Regent房車均標配額外的安全功能，例如防搖擺控制系統。



截至2024年6月30日，Regent系列包括Discoverer系列下五款傳統豪華車型及Cruiser系列下四款可伸縮豪華車型。下表載列我們Regent品牌下車型的規格。

車型	推出時間	尺寸 ¹	最大容納 人數	截至2024年 6月30日的標價 ²	
(毫米)				(相當於 千澳元)	人民幣千元)
<i>Discoverer</i>					
RDC196	2020年9月	L8370*W2400*H2950	2	70.9	320.5
RDC206	2020年12月	L8670*W2400*H2950	2	72.7	328.6
RDC210	2020年12月	L8820*W2400*H2950	2	74.5	336.8
RDC210F	2021年1月	L8820*W2400*H2950	5	76.4	345.4
RDC236	2020年12月	L9570*W2400*H2950	2	78.2	353.5
<i>Cruiser</i>					
RCC206	2021年1月	L8670*W2400*H2950	2	80.0	361.6
RCC216	2020年8月	L8970*W2400*H3100	2	81.8	369.8
RCC220	2021年1月	L9120*W2400*H2950	2	83.6	377.9
RCC226F	2023年5月	L9270*W2400*H3100	5	85.0	384.2

附註：

¹ 根據外部車身測量得出。

² 最終零售價等於標價加定製費(一般介乎標價的約5.0%至10.0%)。

業 務

NEWGEN

NEWGEN
CARAVANS

NEWGEN房車於2019年推出，滿足了尋求半越野能力的客戶需求，但不具備SRT系列的全部堅固特性。NEWGEN房車的定位在SRC及SRT系列之間，其定價在經濟性及功能性之間取得平衡。我們的所有NEWGEN車型均採用與Snowy River相同的ALOPEX®外部構造技術，以及3.5T獨立線圈拖臂懸架，可在起伏路徑上實現更平穩的駕駛體驗，而不影響房車的穩定性及控制力。截至最後實際可行日期，我們所有的NEWGEN房車僅通過我們擁有51%股權的附屬公司Leisure Lion所經營的合營店銷售。



截至2024年6月30日，NEWGEN提供NG系列下的17款車型。下表載列NG系列下車型的規格。

車型	推出時間	尺寸 ¹	最大容納 人數	截至2024年 6月30日的標價 ²	
		(毫米)		(千澳元)	人民幣千元)
NG					
NG13	2020年10月	L6530*W2390*H3160	2	56.4	255.0
NG15	2020年6月	L7135*W2390*H3160	2	58.2	263.1
NG17	2019年8月	L7805*W2390*H3160	2	66.4	300.2
NG18	2019年12月	L8045*W2390*H3160	2	70.9	320.5
NG18R	2019年12月	L8045*W2390*H3160	2	68.2	308.3
NG18F 2 Bunks	2021年12月	L8045*W2390*H3160	4	70.9	320.5
NG19	2019年8月	L8355*W2390*H3160	2	71.8	324.6
NG19R	2020年1月	L8405*W2390*H3160	2	71.8	324.6
NG19S	2019年9月	L8455*W2390*H3260	2	80.0	361.6
NG20	2021年1月	L8655*W2390*H3160	2	72.7	328.6
NG20SR	2023年3月	L8755*W2390*H3260	2	81.8	369.8
NG21F	2020年11月	L8755*W2390*H3160	5	75.4	340.8
NG23	2020年3月	L9585*W2390*H3160	2	81.8	369.8
NGB19	2024年5月	L7717*W2390*H2967	2	68.6	310.1
NGB20	2024年5月	L8017*W2390*H2967	2	71.6	323.7
NGB21F	2024年5月	L8317*W2390*H2967	4或5	75.6	341.7
NGB21S	2024年5月	L8317*W2390*H2967	2	77.1	348.5

業 務

附註：

- ¹ 根據外部車身測量得出。
² 最終零售價等於標價加定製費（一般介乎標價的約5.0%至10.0%）。

下表載列我們於所示期間按品牌劃分的銷量及平均售價明細。

	截至12月31日止年度									截至6月30日止六個月		
	2021年			2022年			2023年			2024年		
	銷量	平均售價	平均售價	銷量	平均售價	平均售價	銷量	平均售價	平均售價	銷量	平均售價	平均售價
	(輛)	(千澳元)	(相當於 人民幣 千元)	(輛)	(千澳元)	(相當於 人民幣 千元)	(輛)	(千澳元)	(相當於 人民幣 千元)	(輛)	(千澳元)	(相當於 人民幣 千元)
房車銷售												
— Snowy River	1,066	45.3	218.8	1,752	49.2	229.8	2,165	54.2	254.1	1,234	57.9	271.6
— Regent	131	55.4	267.9	173	61.0	285.2	275	65.4	306.7	78	72.4	339.9
— NEWGEN	133	47.0	227.2	202	48.8	228.1	254	64.0	300.1	115	65.4	306.8
總計	1,330	46.5	224.5	2,127	50.1	234.2	2,694	56.2	263.8	1,427	59.2	278.1

房車的平均售價自2021年的約46,500澳元（相當於人民幣224,500元）穩步增加至截至2024年6月30日止六個月的約59,200澳元（相當於人民幣278,100元），呈持續上升趨勢，主要由於下列關鍵因素。首先，我們不斷拓展房車產品系列，推出更多高端房車車型，從而自然地 toward 高價位產品轉型。此外，與以批發價（通常低於零售價）向經銷商銷售房車相比，我們通過自營店及合營店零售房車佔比更高，同時亦推動此次增長。再者，該時期通貨膨脹的影響亦促使我們上調所有產品的價格。

產品開發與創新

我們認為，我們的成功有賴於我們強大的產品開發實力。因此，我們不斷投放大量資源，以加強我們的產品開發及技術。截至2023年12月31日止三個年度及截至2024年6月30日止六個月，我們所產生的研發開支分別為人民幣2.8百萬元、人民幣5.1百萬元、人民幣8.0百萬元及人民幣5.6百萬元。截至2024年6月30日，我們的產品研發團隊由44名成員組成。

我們一直在不斷豐富及擴充我們的產品系列。除定期推出新車型外，我們根據市場調研及客戶反饋，對我們房車的內飾及外觀進行升級，不斷升級及豐富我們的現有產品系列。於往績記錄期間，我們已開發及推出Regent旗下九款新車型及Snowy River旗下四款新車型，並升級Snowy River旗下13款車型。我們致力於持續推出新車型，以吸引有不同需求的新客戶，促成現有客戶的回購並擴充我們的產品系列。

業 務

此外，我們預計將於2024年底於澳洲和新西蘭首次推出混合動力越野拖掛式房車及自行式房車，並最終在歐洲及加拿大市場推出我們的房車系列。具體而言，我們計劃於2024年第四季度推出Snowy River旗下的六款混合動力越野拖掛式房車車型，車長介乎13英尺至16英尺。該等混合動力拖掛式房車結合營地拖掛式房車的緊湊性及房車的便利性及舒適性，具有適合冒險旅行的越野韌性。我們的新車型將同時滿足情侶及年輕家庭的需求，為各種旅行需求提供多功能、舒適的選擇。此外，我們計劃於2024年第四季度推出Snowy River旗下的三款自行式房車車型，每款車型都採用不同的底盤。該等通常可容納兩至三人的自行式房車乃由貨運車改裝而成，可以使用標準汽車駕照駕駛。為了實現更全面的產品覆蓋，我們即將推出的車型旨在通過向客戶提供可靠、設施齊全的產品以佔領該細分市場。

我們籌備中的拖掛式電動房車車型

我們目前正開發一款拖掛式電動房車的開拓性車型。截至最後實際可行日期，我們已完成拖掛式電動房車車型的生產計劃及3D設計。我們預計於2025年第一季度前開始於澳洲和新西蘭交付該等電動房車車型。我們的拖掛式電動房車車型採用嚴格的車輛生產流程進行設計：

- **高效牽引。**我們電動房車車型的牽引安全、平穩，無論是以油車抑或電動汽車進行牽引。我們採用創新技術推動房車行業的可持續發展，並開發了新的自行式房車，為牽引車提供所需動力。此舉顯著減輕與電動房車牽引相關的里程焦慮。我們採用全鋁框架結構，使輕質複合材料與可持續材料相結合，並採用雙電機主動推進輔助系統為電動房車提供動力。
- **智能電源。**我們採用再生制動能量回收系統，在行駛過程中為電動房車充電。此外，我們的拖掛式電動房車車型配備有太陽能系統，將太陽能轉化為超級充電電源，通過多種方式引入多功能能源，從而使用及享用電源。除典型的電動汽車電池外，我們亦為拖掛式電動房車車型配備集成太陽能充電系統，可在旅途中或停車時自行充電。
- **智能化。**我們的拖掛式電動房車車型具有魔術活扣，可自動瞄準、對準及拴住房車。此外，其配備有遠程控制功能，令車主可自動倒車、泊車及定位拖掛式房車。

業 務

產品開發週期

我們圍繞各關鍵決策節點建立高度結構化的週期，以管理新產品發佈。該週期始於營銷部進行的市場分析，以確定潛在的市場機會，估計銷售潛力，並監控及分析同行的表現。根據市場分析，我們於中國的製造團隊與位於澳洲和新西蘭的銷售及營銷團隊密切合作，建立符合本地市場潛在客戶需求的新產品佈局。一旦完成全部工程計算，我們將設計生產玻璃纖維組件所需的模具，並為我們的新車型組裝初始原型。於原型車型通過內部質量控制後，我們便開始作出全面生產規劃。我們一直不斷地通過有選擇地引入新產品、撤回過時車型並進行改裝更新我們的產品，以滿足客戶及市場日益變化的需求。我們新房車車型的產品開發週期通常歷時12個月。

以下流程圖闡述我們產品開發週期的主要階段：



市場分析

在產品開發過程的初始階段，我們根據市場趨勢及我們的業務策略制定產品創新及改進計劃。我們的營銷團隊在市場分析中發揮關鍵作用，負責識別潛在市場機會，評估與該等機會相關的潛在銷量，監測及分析我們競爭對手的活動。我們的營銷團隊與我們客戶、經銷商及售後服務團隊緊密互動，以監察客戶反饋並參照所設目標評估我們產品及服務的實際表現，從而確定我們的產品及客戶體驗有待改進的方面。

我們的營銷團隊將我們的產品定位與新出現的客戶需求領域進行比較，以確定我們產品系列存在的潛在差距。此舉有助我們確保我們的產品系列涵蓋所有已確定的需求領域，同時最大限度地消除我們品牌內部和品牌之間的產品重疊。我們的營銷團隊亦定期監測競爭對手的產品及活動，為我們提供可能威脅我們競爭地位的產品創新或其他行動的預警。我們相信這有助於我們持續為客戶提供的價值主張具有優質、精緻的設計方案及卓越的技術性能。

業 務

初步設計

在初始概念生成後，進行初步可行性研究以評估所需投資，作為確定是否繼續開發的依據。一旦我們初步決定進行新車型的開發，我們就會與該品牌的項目經理密切協調，並在遵守相關法律法規所確定技術參數的情況下開展設計開發。我們通常在我們的產品開發及技術中心進行內部設計開發。我們所有的房車均採用最先進的3D建模計算機輔助設計軟件及有限元分析(FEA)進行設計。FEA是一種複雜計算機方法，可準確預測產品對真實世界力量(包括振動、熱量及其他物理元素)的反應。

模具生產及原型組裝

一旦完成全部工程計算，我們即聘用高素質專業技術人員團隊設計生產原型的玻璃纖維組件所需的模具。裝配完成後，我們測試原型產品是否符合所有技術和財務參數以及監管和證書要求。

生產及供應鏈規劃

於原型車型通過內部質量控制後，我們便開始作出全面生產規劃。工業工程團隊繪製並優化生產及裝配所需的所有步驟，確定物料清單(即新設計車型生產所用的所有原材料、組件及子組件清單)，並組織針對我們整個生產流程的專門供應鏈。

生產

生產流程及工廠

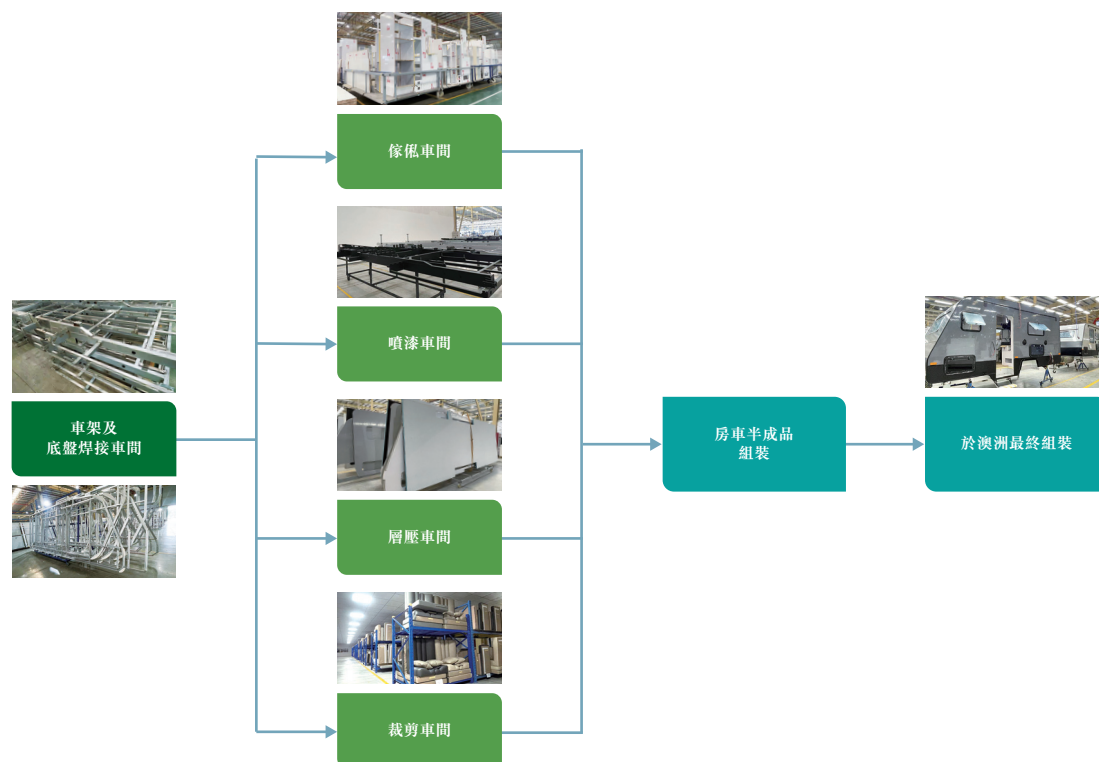
生產流程

我們的生產原理以產品質量、持續改進、靈活性、高度自動化及高運作效率為中心。我們擁有生產房車(從車架及底盤生產到最終組裝及測試)的專有知識。此外，我們不斷優化我們的生產技術。我們將專有知識與各方面的生產技術相結合，支持我們於整個生產過程中對房車的組件及質量進行控制。

我們各房車品牌的生產週期在我們位於中國浙江省的生產工廠開始，並在我們位於澳洲墨爾本的總裝線結束。整個生產流程歷時約12周，不包括將接近完工的拖掛式房車運送至澳洲總裝線的交付時間。

業 務

下圖載列我們房車生產週期的關鍵階段及分階段：



我們完全自主建造我們的房車。我們於中國浙江的生產工廠佔地面積約為47,567平方米，由焊接、噴漆、層壓、裁剪及傢俬五個專門車間及兩條先進的組裝線組成。此外，我們於澳洲的兩條總裝線在房車的最終組裝環節中發揮著至關重要的作用。該流程包括切割、焊接及組裝鋼金屬以形成我們房車的「骨架」或車架及底盤。這一工作在獨立的車間進行，然後將所有材料均運送至噴漆車間進行噴漆。

同時，員工負責在我們的傢俬車間建造室內地面、天花板、牆體及木製固定裝置，並在裁剪車間生產內飾。員工亦負責生產將焊接至車架的夾芯板，以形成我們房車的外觀。我們完成外部建造後，熟練的工匠便會安裝所有傢俬及裝飾品，然後將其運送至澳洲工廠進行最終組裝。

供應商及採購

我們自第三方供應商採購若干房車組件及原材料，而我們認為該等第三方供應商可為我們提供更大可擴展性及靈活性，同時補充定製選擇。具體而言，房車關鍵組件包括電器、車軸、玻璃纖維板及線束，主要原材料包括鋼、鋁及電線。我們主要於中國境內採購該等材

業 務

料。然而，只要我們有意保留或開發專有技術，或我們認為外包會損害我們生產流程（例如車架及底盤）的效率及靈活性，我們會保留內部組件生產及組裝。我們定期監測並維護可替代供應商名單，確保供應鏈的穩定性及質量。

我們設有嚴格的供應商甄選程序及篩選標準。我們與新供應商合作之前會評估多個方面，包括其質量控制及管理、資質、研發實力、定價及現場檢驗結果，只有符合我們要求的供應商方有資格擔任我們的獲批供應商。我們定期檢討現有供應商的表現，並評估委聘額外供應商生產我們房車的必要性及益處。此外，我們有專門的質保團隊定期在我們供應商廠房進行現場檢驗。我們對任何單一供應商的依賴程度相對較低。我們的單個供應商通常提供有限範圍內的產品，如輪胎，而市場上亦有該等產品的可替代供應商。

於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，我們供應商概無嚴重違反我們的合約條款，而我們與供應商亦無任何重大糾紛。

以下載列與我們供應商協議的主要合約條款：

- **合約期限：**協議期限通常為一年。
- **下單：**我們向供應商下達訂單，註明交付時間及所需數量。供應商須嚴格按照訂單數量、單價、交付日期及交付地點執行訂單。
- **產品質量及檢驗：**我們與供應商的協議包括各項條款，要求其符合我們及澳洲聯邦質量控制標準。我們於原材料交付時對其進行現場檢驗，以確保產品質量。
- **產品缺陷及退回：**供應商須負責於協議規定的質保期內維修供應的組件，並賠償我們因有關缺陷引致的損失。然而，任何在海外出售的產品不會退予供應商進行維修，供應商須直接賠償我們因有關缺陷引致的損失。
- **質保金：**供應商通常須向我們支付採購總價款2%的質保金。我們通常在協議屆滿後一個月內向供應商退回質保金。

業 務

- **付款：**我們一般於收到我們已驗收原材料的發票後30至90日內向供應商付款。
- **違約：**供應商須就任何原材料短缺或延遲交付向我們支付違約金。

生產工廠及組裝線

我們在三個生產工廠及組裝線生產房車。下表概述截至2024年6月30日我們各生產工廠及組裝線的關鍵特徵：

生產工廠／組裝線	位置	概約總佔地面積 (平方米)	涉及的生产階段
浙江工廠	中國浙江	47,567	金屬板焊接； 層壓及噴漆； 傢俬生產及其他定製工作； 預組裝
Stanley工廠	澳洲墨爾本	14,251	總組裝(包括針對當地合規目的的定製工作及質量控制)
Union工廠	澳洲墨爾本	16,320	總組裝(包括針對當地合規目的的定製工作及質量控制)

下表載列於往績記錄期間我們生產工廠的最大生產單位、實際交付單位及利用率：

	截至12月31日止年度／截至12月31日									截至6月30日止六個月／截至6月30日		
	2021年			2022年			2023年			2024年		
	最大生產單位 ¹	實際交付單位 ²	利用率	最大生產單位 ¹	實際交付單位 ²	利用率	最大生產單位 ¹	實際交付單位 ²	利用率	最大生產單位	實際交付單位	利用率
(人民幣百萬元，百分比除外)												
浙江工廠	4,000	1,801	45%	4,000	2,236	56%	4,000	3,063	77%	4,000	1,541	不適用
澳洲工廠	2,000	1,330	67%	3,000	2,127	71%	4,000	2,694	68%	4,000	1,427	不適用

附註：

- (1) 我們浙江工廠的最大年產能乃根據有關期間我們的工廠在有關政府批准的情況下可生產的最大拖掛式房車數量計算。澳洲工廠的最大年產能乃根據我們組裝線的面積(以平方米為單位)計算。於往績記錄期間，澳洲工廠的最大年產能有所提高，這是因為新增墨爾本Union工廠，使我們能夠擴大產能，以適應未來的業務增長及不斷增長的客戶需求。
- (2) 實際交付單位乃根據有關期間交付的房車數量計算。

業 務

質量控制及保證

我們所有品牌及設計車型均採用統一的質量體系，有助於管理層透過多個關鍵績效指標監督生產活動，並於需要時即時採取糾正措施。

我們的質量控制流程包括三個主要階段。第一階段涉及測試及檢驗我們生產週期中使用的原材料，以及嚴格評估所有供應商。第二階段涉及檢驗生產週期中使用的半成品，例如車架、底盤、傢俬及固定裝置，確保其符合我們的規格後方才收貨。我們根據詳細的評估方案監督我們內部生產流程的每一步，重新核驗所有材料後方將其安裝在房車上，並額外測試若干關鍵流程及組件。最終階段旨在確認房車離開中國生產工廠前所有電器及內部裝置的正確組裝及運作。我們亦將此反饋用於調整生產流程，以糾正可能出現或識別的任何生產缺陷。

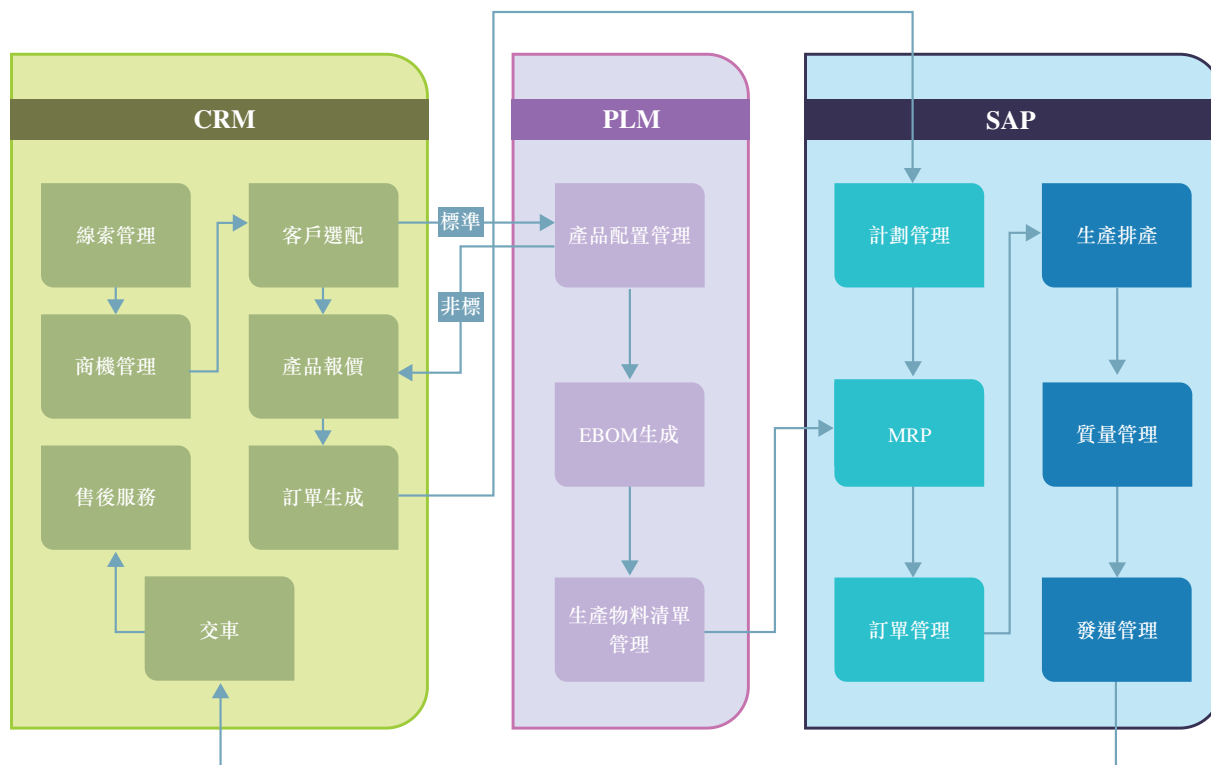
就質量保證而言，我們已委任一支團隊監督產品的設計及生產流程，確保我們遵守澳洲道路車輛標準法案、識別可能有待改進的方面並採取措施進行持續優化。

信息技術系統

為執行並協調我們高度定製化的房車，我們與成熟軟件開發商合作建立先進、全面的技術系統，為我們高效的業務開發奠定基礎，並將我們業務營運的每一個環節連接起來，主要包括訂單管理、供應鏈管理、生產管理及售後服務。為此，我們已集成(i)客戶關係管理(CRM)系統、(ii)產品生命週期管理(PLM)系統及(iii)系統應用與產品(SAP)系統，讓我們可實時即時檢索及分析運營及財務數據，包括採購、銷售、存貨及客戶。

業 務

下圖載列我們信息技術系統的主要功能：



- **CRM系統**。我們已設計及建立中央客戶關係管理中心，以收集客戶基本信息、生成訂單規格，並根據客戶的定製化程度預估造價。我們匯總通過我們網站、於車展期間或在實體店提交的客戶訂單，並在我們的CRM系統進行處理。此外，我們接獲訂單後，會利用客戶郵政編碼將其與最近的經銷商配對以進行諮詢及房車定製。我們的CRM系統亦管理售後服務，包括離廠房車的維修及保修。
- **PLM系統**。我們通過PLM系統建立並維護標準化及規範的產品數據庫及在線設計規格系統，提高產品定製流程的效率。我們的PLM系統管理我們供應鏈中房車生產週期每一步的所有資料及流程，包括管理項目、零部件、產品、文檔、要求、工程變更單及質量工作流程的數據。訂單信息進入PLM系統後，工程物料清單(EBOM)會根據特定訂單信息生成所需原材料及組件清單。於2024年6月，我們

業 務

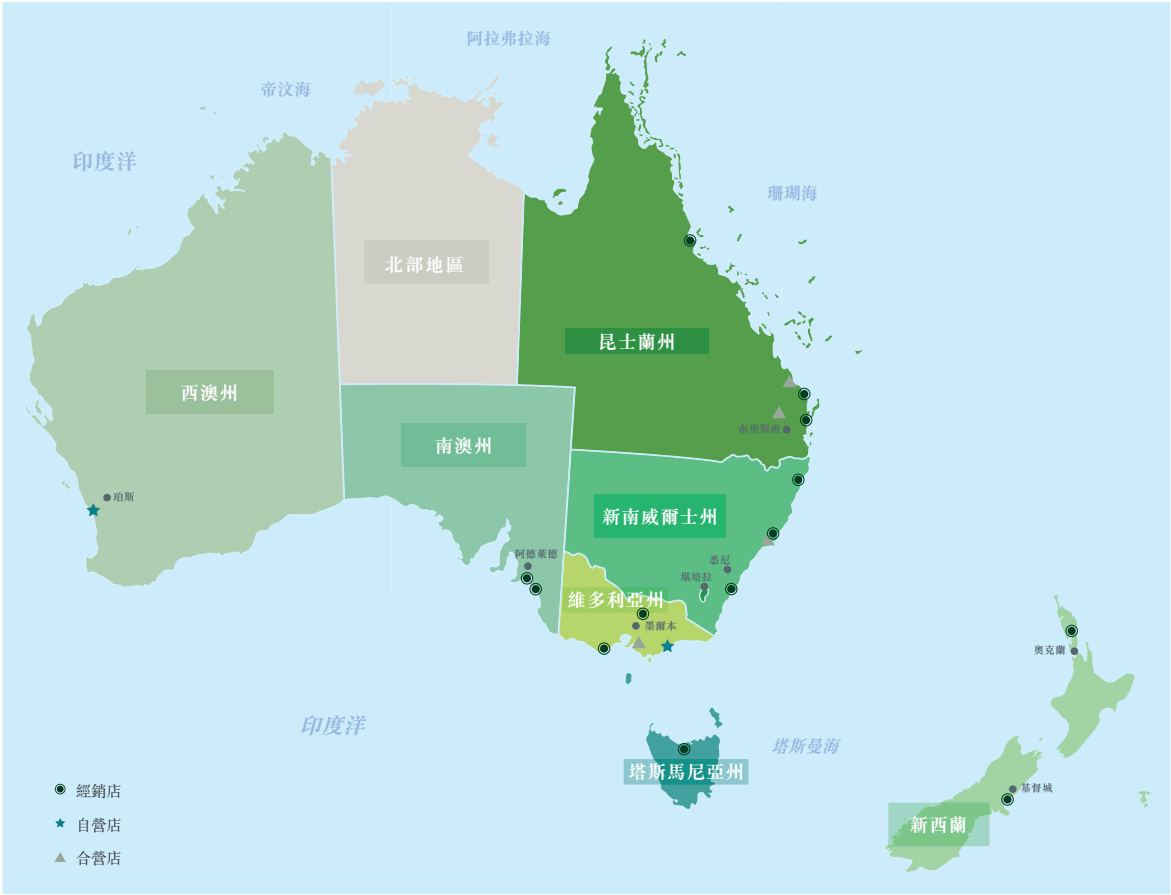
預計將通過升級產品設計數據管理、物料清單(BOM)管理、產品配置管理及項目管理等關鍵環節，進一步提高PLM系統的效率、準確度及響應能力。此外，為符合客戶到生產商的戰略，我們將於2024年前簡化從CRM系統接收訂單信息並自動將該信息傳輸至PLM系統中生產BOM的流程，旨在進一步提高生產管理效率。

- **SAP系統**。我們技術能力的核心是我們的中央內部管理系統，該系統令各部門均可訪問並共用通用數據，以加強業務合作。SAP系統有效地管理客戶訂單信息，並通過各部門收集的信息控制生產計劃、訂單管理、質量控制及物流管理。我們的SAP系統協助我們對存貨及原材料進行規劃及管理。SAP系統提供實時存貨及原材料信息，為管理團隊提供清晰可視化數據。

銷售及經銷

我們透過橫跨澳洲和新西蘭的充滿活力、多方位銷售及經銷網絡，銷售我們的房車並與客戶互動。截至2024年6月30日，我們合共19家門店的銷售及經銷網絡包括(i)澳洲和新西蘭13家強大而廣泛的第三方經銷店網絡，提高我們的銷售覆蓋範圍及市場滲透率；(ii)澳洲兩家自營店及在線官方網站，確保直接在當地開展業務、促進與客戶的聯繫並獲得寶貴的一手市場洞見；及(iii)與我們合營企業合作夥伴的四家合營店，令我們能夠擴大銷售及經銷網絡，同時減少重大間接費用。我們的地理足跡遍及澳洲和新西蘭的主要城市，包括墨爾本、悉尼、布里斯班、阿德萊德、珀斯、堪培拉、奧克蘭及基督城，於各個地方均戰略性地設有一至三家經銷店、合營店及／或自營店。我們相信，我們的銷售及經銷策略有助於我們有效接觸澳洲和新西蘭的客戶，同時優化我們的銷售基礎設施投資及最大限度地提高銷售覆蓋的靈活性。根據弗若斯特沙利文的資料，房車產品供應商與經銷商接觸，利用彼等對當地營銷慣例及客戶偏好的相關知識，這符合行業規範。

業 務



	昆士蘭州	新南威爾士州	維多利亞州	南澳州	西澳州	塔斯馬尼亞州	新西蘭
經銷店	3	3	2	2	-	1	2
自營店	-	-	1	-	1	-	-
合營店	2	1	1	-	-	-	-
總計	5	4	4	2	1	1	2

我們通過三種不同渠道組成的19家門店的多層面銷售及經銷網絡以銷售房車：第三方經銷店、合營店及Snowy River RV公司經營的自營店。

業 務

直接買賣模式 — 我們通常與第三方經銷商(就經銷店而言)、合營經銷商(就合營店而言)及Snowy River RV公司(就我們的自營店而言)建立直接買賣關係。該等門店其後將房車出售予終端客戶，並直接向終端客戶收款。



附註：

(1) 銷售渠道營運商包括(i)經營自營店的Snowy River RV公司；(ii)第三方經銷商；及(iii)合營經銷商。

融資模式 — 此外，我們亦與融資合作夥伴合作，為我們所有三種類型的銷售渠道營運商提供融資選擇，而該融資合作夥伴為該等銷售渠道營運商提供融資，以通過全面的展銷融資安排購買Regent房車及Snowy River房車的存貨。有關進一步詳情，請參閱「— 融資安排」。

我們為所有房車提供按單定製服務，使車主能個性化定製房車的各個方面。終端客戶在進行初步諮詢後通過我們的銷售渠道營運商下達訂單。之後，銷售渠道營運商填寫訂單配置表，反映各種規格及終端客戶的設計選擇，包括不同樓層的佈局、內飾及外觀顏色以及更多其他功能。在收到銷售渠道營運商的最終確認後，我們開始生產已下單的房車。終端客戶的定製要求主要由我們在製造過程中進行管理及處理。然而，對於不涉及房車結構改變的改進，如安裝太陽能電池板，我們的銷售渠道營運商有能力及合資格進行該等非結構改裝。我們銷售渠道營運商的平均訂單履行期為六個月。

在直接買賣模式下，銷售渠道營運商須於訂購的房車自澳洲總裝線發出後21天內向我們全額付款。在融資模式下，融資合作夥伴須於我們將訂購的房車自澳洲總裝線交付予銷售渠道營運商前，並於我們發票出具之日起計21天內向我們全額付款。於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，我們的銷售渠道營運商付款並無出現任何重大延遲。

此外，銷售渠道營運商通常要求房車購買者向銷售渠道營運商支付定金(通常不多於最終零售價的10%)。根據標準銷售合約，倘終端客戶取消其訂單，銷售渠道營運商有權終止銷售合約並保留定金。於往績記錄期間，在房車購買者取消其訂單的極少數情況下，我們與

業 務

銷售渠道營運商進行真誠討論，將取消的訂單轉換為銷售渠道營運商日常業務需求所需的另一訂單，或將訂單轉換為存貨展列房車。因此，於往績記錄期間，我們並無就訂單取消而產生任何重大虧損。

下表載列我們於所示期間按銷售車型劃分並以絕對金額及百分比列示的房車銷售收入明細。

	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月			
	2021年		2022年		2023年		2023年		2024年	
	(未經審核)									
(人民幣千元，百分比除外)										
直接買賣模式	298,586	100.0%	485,429	97.5%	627,779	88.3%	272,771	88.1%	385,725	97.2%
融資模式	—	—	12,687	2.5%	82,968	11.7%	36,755	11.9%	11,169	2.8%
總計	298,586	100.0%	498,116	100.0%	710,747	100.0%	309,526	100.0%	396,893	100.0%

我們於2022年推出展銷融資方案。我們通過融資模式銷售房車產生的收入由2022年的人民幣12.7百萬元增加至2023年的人民幣83.0百萬元，乃主要由於隨著我們的業務增長，通過融資模式銷售的房車銷量由2022年的51輛增加至2023年的331輛。我們通過融資模式銷售房車產生的收入由截至2023年6月30日止六個月的人民幣36.8百萬元減少至截至2024年6月30日止六個月的人民幣11.2百萬元，乃主要因為我們的一家大型經銷商選擇了其他融資機構，導致我們的展銷融資安排使用率下降。

下表載列我們於所示期間按銷售車型劃分的的房車銷售毛利及毛利率明細。

	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月			
	2021年		2022年		2023年		2023年		2024年	
	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率
	(未經審核)									
	(人民幣千元，百分比除外)									
直接買賣模式	49,755	16.7%	80,215	16.5%	162,375	25.9%	63,095	23.1%	125,524	32.5%
融資模式	—	—	1,957	15.4%	17,146	20.7%	8,286	22.5%	2,138	19.1%
總計	49,755	16.7%	82,172	16.5%	179,521	25.3%	71,381	23.1%	127,662	32.2%

於2021年及2022年，直接買賣模式的毛利率保持相對穩定，分別為16.7%及16.5%，其後於2023年增加至25.9%。鑒於2022年融資模式的收入貢獻微不足道，且融資模式對每輛房

業 務

車毛利率的財務影響有限，該趨勢與我們同期房車銷售的整體毛利率趨勢基本一致。我們直接買賣模式的毛利率由截至2023年6月30日止六個月的23.1%增加至截至2024年6月30日止六個月的32.5%，主要由於通過直接買賣模式實現的零售佔比較高。

我們融資模式的毛利率由2022年的15.4%增加至2023年的20.7%，與同期房車銷售整體毛利率的上升趨勢基本一致。與直接買賣模式相比，我們融資模式的毛利率相對較低，主要由於(i)我們於融資模式項下產生的額外開支被確認為收入減少，及(ii)直接買賣模式的零售佔比較高。我們融資模式的毛利率由截至2023年6月30日止六個月的22.5%減少至截至2024年6月30日止六個月的19.1%，主要由於我們根據展銷融資安排支付的利息天數延長，導致我們的融資成本增加。

經銷店

我們透過經銷店銷售時，即與經銷商存在買賣關係。一旦我們收取經銷商的全額付款，我們便不再保留對我們售予經銷商的房車擁有權。所有與該等房車相關的重大風險及保險責任，於房車由生產工廠運送至澳洲進行最終組裝時轉移至經銷商。因此，我們於向經銷商交付房車且經其驗收合格後才確認銷售收入。此外，我們的經銷商可以選擇由融資合作夥伴提供的展銷融資安排。於該等融資安排下，融資合作夥伴就該等融資房車向我們支付費用，並出售予我們的經銷商，經銷商又將房車出售予終端客戶。然後，經銷商根據協定的融資條款直接向融資合作夥伴履行其義務。有關進一步詳情，請參閱「— 融資安排」。

我們透過經銷商銷售時，不存在與終端客戶的任何合約關係，且此類關係不受我們控制或監管。經銷商根據經銷協議對我們承擔若干責任。例如，根據經銷協議，經銷商須盡全力按我們不時發佈的價格表列明的建議標價銷售房車，允許我們對一貫優質的產品統一採用合理透明的市價。我們在公司網站上公開顯示所有建議價格，以保持對經銷商及終端客戶的透明度。我們亦在網站上推出了「打造您的夢想(Build Your Dream)」工具，客戶可以定製自己的房車，並看到自動彈出的建議價格。客戶在與經銷商磋商時，可以該報價作為基準，確保彼等參考建議零售價。此外，每名經銷商均會收到一份詳細的價格表，其中包括所有房車車型及配件的批發價及建議零售價，我們鼓勵其與建議價格保持一致。雖然我們不能直接強制經銷商定價，但經銷商之間的市場競爭態勢有助於保持定價的一致性及公平性。

業 務

截至2024年6月30日，我們有11家第三方經銷商，除我們的合營企業合作夥伴Green RV外，均為獨立第三方。截至2023年12月31日止三個年度及截至2024年6月30日止六個月，通過經銷商銷售房車所產生的收入分別約為人民幣298.6百萬元、人民幣472.8百萬元、人民幣581.6百萬元及人民幣252.5百萬元，分別佔我們房車銷售所產生收入的100.0%、94.9%、81.8%及63.6%。

下表載列我們於所示期間按經銷渠道劃分的房車銷售收入明細。

	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月			
	2021年		2022年		2023年		2023年		2024年	
	(未經審核)									
	(人民幣千元，百分比除外)									
向經銷商銷售	298,586	100.0%	472,834	94.9%	581,632	81.8%	268,175	86.6%	252,513	63.6%
直銷										
— 通過自營店	—	—	25,282	5.1%	100,769	14.2%	41,351	13.4%	76,302	19.2%
— 通過合營店 ⁽¹⁾	—	—	—	—	28,346	4.0%	—	—	68,079	17.2%
總計	298,586	100.0%	498,116	100.0%	710,747	100.0%	309,526	100.0%	396,893	100.0%

附註：

- (1) 自2020年於澳洲昆士蘭州開設第一家由Leisure Lion經營的合營店起，我們一直通過合營店開展房車銷售。截至2024年6月30日，我們合共有四家合營店：其中三家由Leisure Lion經營，包括一家於2020年開業及兩家於2023年開業；及其中一家於2023年開業，由United RV經營。有關更多詳情，請參閱「業務 — 銷售及經銷 — 自營店及合營店」。Leisure Lion最初為一家均等擁有的合營企業，隨後於2023年9月成為我們擁有51%股權的附屬公司。United RV自其註冊成立起一直為我們的附屬公司。因此，就Leisure Lion經營的合營店而言，倘Leisure Lion仍為我們的均等擁有合營企業，我們將房車銷售收入確認為2021年、2022年及2023年期間向經銷商銷售產生的收入。Leisure Lion於2023年9月成為我們的附屬公司後，收入列為通過合營店直銷產生的收入。因此，儘管我們的第一家合營店於2020年5月成立，2021年及2022年概無透過合營店直銷錄得收入。就United RV所經營並於2023年開業的合營店而言，收入列為通過合營店直銷產生的收入。

業 務

下表載列我們於所示期間按經銷渠道劃分的房車銷售毛利及毛利率明細。

	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月			
	2021年		2022年		2023年		2023年		2024年	
	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率
							(未經審核)			
(人民幣千元，百分比除外)										
向經銷商銷售	49,755	16.7%	73,235	15.5%	127,451	21.9%	55,133	20.6%	63,659	25.2%
直銷										
— 通過自營店	—	—	8,937	35.3%	40,820	40.5%	16,248	39.3%	34,196	44.8%
— 通過合營店	—	—	—	—	11,250	39.7%	—	—	29,807	43.8%
總計	49,755	16.7%	82,172	16.5%	179,521	25.3%	71,381	23.1%	127,662	32.2%

我們通過各經銷渠道銷售房車的毛利率趨勢與同期我們銷售房車的整體毛利率趨勢基本一致。該趨勢主要受以下因素的影響，而該等因素亦推動我們的整體毛利率：(i)更高程度的定製，這通常會產生更高的毛利率；(ii)因房車車型內飾及外觀更新迭代而導致房車標價上漲；及(iii)COVID-19疫情導致2022年運輸及裝卸開支增加的影響。

此外，我們通過自營店及合營店進行房車零售，而零售價相對高於經銷商的批發價格，因為作為經銷商經營的自然慣例，面向經銷商的批發價格包括了零售價的折扣，允許經銷商銷售房車以獲取溢利。因此，與向經銷商銷售相比，通過自營店及合營店直銷均達致更高的毛利率。

業 務

下表載列我們於所示期間經銷商數目的變動情況。

	截至12月31日止年度			截至6月30日
	2021年	2022年	2023年	止六個月 2024年
期初經銷商數目	7	7	9	11
新增經銷商	0	2	3	0
終止現有經銷商	0	0	1	0
期末經銷商數目	<u>7</u>	<u>9</u>	<u>11</u>	<u>11</u>
經銷商周轉率	0%	0%	11.1%	0%

附註：

- (1) 周轉率乃按某特定年份／期間終止的現有經銷商數目除以該年年初／該期期初呈列的經銷商數目計算。

下表載列我們於所示期間經銷店數目的變動情況。

	截至12月31日止年度			截至6月30日
	2021年	2022年	2023年	止六個月 2024年
期初經銷店數目	7	9	11	13
新增經銷店	2	2	3	0
終止現有經銷店	0	0	1	0
期末經銷店數目	<u>9</u>	<u>11</u>	<u>13</u>	<u>13</u>
經銷店周轉率	0%	0%	9.1%	0%

附註：

- (2) 周轉率乃按某特定年份／期間終止的現有經銷店數目除以該年年初／該期期初呈列的經銷店數目計算。

業 務

於往績記錄期間，我們終止與一名經營一家經銷店的經銷商的合作，乃由於該經銷商已永久關閉其門店。於2021年、2022年及2023年以及截至2024年6月30日止六個月，該經銷店的收入貢獻分別為13.0百萬澳元（相當於人民幣62.0百萬元）、19.4百萬澳元（相當於人民幣92.4百萬元）、7.7百萬澳元（相當於人民幣36.7百萬元）及零。由於該門店於售出全部存貨房車後永久關閉，我們並無從該經銷商處購回任何未售出的房車。

下表載列截至2024年6月30日我們所運營的經銷店的主要營運數據。

序號	經銷店	經銷商	房車品牌	地點	開始營運的時間
1.	Green RV — Forest Glen	Green RV	Regent Snowy River	澳洲昆士蘭州	2015年
2.	Green RV — Tanah Merah	Green RV	Regent Snowy River	澳洲昆士蘭州	2021年
3.	Auswide Caravans — South Nowra	Auswide Caravans & RV's Pty Ltd	Regent Snowy River	澳洲新南威爾士州	2016年
4.	Dario Caravans St. Marys	Intuitive Sales Pty Ltd	Snowy River	澳洲南澳州	2017年
5.	Dario Caravans Pooraka	Intuitive Sales Pty Ltd	Snowy River	澳洲南澳州	2019年
6.	Sherriff Caravans	Westside Panels Pty Ltd	Regent Snowy River	澳洲塔斯馬尼亞州	2019年
7.	Vanari Caravans	Vanari Caravans Limited	Regent Snowy River	新西蘭	2020年
8.	Newcastle RV Super Centre	New Age Caravans Newcastle Pty Ltd	Regent Snowy River	澳洲新南威爾士州	2022年
9.	ABCO Caravans	ABCO Caravan Services Pty Ltd	Snowy River	澳洲新南威爾士州	2021年
10.	Regent RV Townsville (The Caravan Hub)	Townsville Caravan Repair Centre Pty Ltd	Regent Snowy River	澳洲昆士蘭州	2022年
11.	Great Ocean Road RV & Caravans (Warrnambool)	Great Ocean Road RV and Caravans Pty Ltd	Regent Snowy River	澳洲維多利亞州	2023年
12.	Bendigo Caravan Group	Decas Victoria Pty Ltd	Snowy River	澳洲維多利亞州	2023年
13.	CMG Campers	Euromarque Holdings Ltd	Regent Snowy River	新西蘭	2023年

我們與經銷商訂立標準經銷協議。經銷協議的主要條款包括：

- **期限。**初始為期一年，可由雙方經共同協定選擇重續兩至五年的期限。
- **指定地區。**我們的授權經銷商僅可在我們經過戰略分析後允許的指定地區開設門店，其本地廣告活動應限於指定距離內。

業 務

- **房車供應。**經銷商同意擔任我們的非獨家經銷商，而我們承諾於合理時限內履行自經銷商接獲的房車訂單；然而，倘因計劃、生產或物流延誤而導致延遲交付及／或製造房車以供銷售，我們概不就經銷商招致的任何損失承擔任何責任。
- **付款條款。**經銷商須於發票日期起計21日內作出付款。
- **銷售目標。**我們為經銷商設定年度銷售目標，並將該目標用於監察經銷商的業績及市場變化。自2021年至2024年，每名經銷商的平均年度銷售目標分別約為156輛、241輛、277輛及319輛，乃根據經銷店的規模、經銷店的地理位置以及經銷商的銷售地區而釐定。
- **存貨水平。**我們為經銷商設定各品牌房車的最低存貨量，隨著新車型的推出，該存貨可能會發生變化。該等房車指符合經銷商的特定要求而定製的展列房車，且經銷商承擔展列該等房車的相關費用。根據經銷商的年度銷售目標，每名經銷商所需的平均年度最低存貨量約為44輛。
- **價格管理。**經銷商同意盡全力按我們不時發佈的定價表列明的建議標價出售房車。
- **知識產權。**我們授予經銷商於我們與經銷商訂立的協議期限內使用商標、服務標誌、徽標、商品名稱、商號名稱、代號或設計或配色方案以銷售及推銷房車的非獨家及免版稅許可。
- **彌償。**經銷商同意就我們因經銷商的行為，或經銷商與其客戶、公眾或其他第三方的關係，或全部或部分由經銷商或其僱員或其代表的任何作為、疏忽、違約或不作為而可能直接或間接遭受或招致的全部訴訟、法律程序、判決、損害賠償、索償、費用及開支向及保持向我們作出彌償，並使我們免受以上各項的損害。我們亦向經銷商提供類似彌償。於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，我們與經銷商均無向另一方就彌償義務支付任何款項。
- **指讓。**經銷商不得出售、轉讓或指讓該等經銷協議。
- **保密性。**各訂約方承諾不會向任何第三方披露其他方的商業機密或其他業務資料。

業 務

- **終止**。經銷協議可(其中包括)(i)由任何一方通過發出90日書面通知表明有意終止協議；(ii)於發生嚴重違約時由非違約方；或(iii)由任何一方在另一方清盤、清算、破產或無力償債的情況下予以終止。
- **房車處置**。於經銷協議終止或屆滿後，我們可選擇按訂約方協定的購買價購買全部或部分未售出房車，惟無論如何不得超過原發票價(不包括運費)，以避免房車被接管及進一步保護我們的品牌價值。

於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，我們並無遭遇違反任何協議的情況，亦無與任何經銷商之間的任何糾紛或申索，從而對我們的業務營運產生重大不利影響。於往績記錄期間，我們並無援引上述與我們可於經銷協議終止或屆滿後自經銷商購買任何未售出房車的選擇權有關的條款。

此外，於往績記錄期間，我們與兩家房車銷售公司進行約兩年的非獨家合作，提供額外銷售渠道，透過該渠道，我們銷售少量房車。然而，考慮到其鄰近我們現有或即將開設的店舖以及過往銷售業績等因素，我們已終止該等合作。

經銷商管理

我們選擇經銷商時乃基於其卓越的經銷能力、對其本身目標市場的熟悉程度、財務實力、信用記錄及經營規模。我們要求所有經銷商具備銷售及經銷我們產品所需的所有牌照及許可證。若經銷商違反相關經銷協議(包括不遵守適用法律法規)，我們會向經銷商發出通知並要求進行整改。若未能於規定時限內採取補救措施，我們將有權終止相關經銷協議。於往績記錄期間，我們並無因經銷商違反經銷協議或不遵守監管規定而終止與任何經銷商的業務關係。

此外，我們採取整套全國性營銷計劃，通過我們廣泛的經銷網絡提升我們的品牌影響力及產品知名度。我們為經銷商提供一系列銷售點材料，包括產品手冊、旗艦產品及其他可增強到店體驗的品牌商品。此外，我們提供財政支援及安排資深銷售人員協助進行現場產品演示及客戶參與，積極支持我們經銷商參與房車展。其他旨在加強經銷商營銷工作的協助包括通過公司網站及社交媒體渠道指導經銷，向經銷商提供可隨時於社交媒體發佈的內容，推廣經銷商銷售活動及邀請品牌大使參加經銷商活動。

業 務

自2021年至2023年，我們採用下列方法收集存貨資料。我們的代表不定期對銷售渠道營運商進行訪問，以核實存貨水平，並協助以滿足彼等的特定需求。我們的銷售團隊亦與銷售渠道營運商保持定期溝通，討論存貨水平。此外，由於銷售渠道營運商或會利用我們的融資合作夥伴提供的融資以購買房車存貨，因此我們可通過展銷融資安排以監控銷售渠道營運商的存貨水平。該等措施共同確保我們掌握銷售渠道營運商的存貨水平，使我們能保持有效的存貨管理。自2024年起，我們已實施一套全面的報告系統，以監控銷售渠道營運商的存貨水平。通過該系統，我們每週可自銷售渠道營運商獲得最新、最準確的存貨資料。截至最後實際可行日期，我們的銷售渠道營運商持有的未出售存貨總量為662輛，其中50輛庫齡超過一年。

自營店及合營店

為加速擴大實體店銷售及服務網絡，我們於2020年開始開設合營店，並於2022年開設自營店。我們的店舖戰略性地位於高人流區域，因為我們相信該等位置能有效地提高品牌曝光度及以具成本效益的方式吸引客流。我們的自營店集展示、銷售等功能於一體，為顧客提供便捷、高效、個性化的購車體驗。我們通過與自營店及合營店保持公平交易，確保所有銷售渠道的待遇一致。此外，於直接買賣模式下，我們的自營店及合營店與第三方經銷商一樣享有21天信貸期。考慮到宏觀經濟、市場狀況及區域重點，我們尋求於日後開設更多自營店及合營店以擴大我們的銷售及經銷網絡。

此外，自2023年起，我們為客戶提供以其合資格的二手房車購買我們在所有自營店及合營店提供的新房車的選擇，並通常在同一門店轉售該等二手房車。於2023年，我們銷售二手房車的收入為人民幣8.7百萬元，名義上佔總收入的1.2%。

我們的以舊換新政策確保以舊換新及評估二手房車過程的有序透明。符合條件的二手房車車齡須於10年內，且車況良好，產權清晰，並無未清償的留置權及產權負擔。以舊換新價格的釐定包括根據客戶提供的基本資料進行初步估算，然後全面檢查，評估房車的車況、車齡、車型、市場需求及其他相關因素。如有必要，服務技術人員可幫助開展機械評估。在我們全面檢查及評估的基礎上，最終報價由門店的銷售總經理批准。

業 務

下圖展示我們位於澳洲特拉拉爾根的自營店。



下圖展示我們位於澳洲墨爾本的合營店。



下表載列截至所示日期我們的自營店及合營店數目。

	截至12月31日			截至6月30日
	2021年	2022年	2023年	2024年
自營店數目	0	1	2	2
合營店數目	1	1	4	4

業 務

下表載列截至2024年6月30日我們所運營的自營店的主要營運數據。

序號	自營店	房車品牌	地點	開始營業的時間
1.	Regent RV Perth ¹	Regent Snowy River	澳洲西澳州	2022年
2.	Regent RV Traralgon	Regent Snowy River	澳洲維多利亞州	2023年

附註：

- (1) 我們已訂立一份新的租賃協議，自2024年3月1日起計為期五年，以獲得一個額外的倉庫，用於展示房車及提供售後服務。

下表載列截至2024年6月30日我們所運營的合營店的主要營運數據。

序號	合營經銷商	合營店	合營企業 合作夥伴	本公司持有 的擁有權	房車品牌	地點	開始營業的時間
1.	Leisure Lion	QLD Caravan Clearance Centre (Leisure Lion Gympie)	Green RV ¹	51%	NEWGEN	澳洲昆士蘭州	2020年
		Regent RV Toowoomba	Green RV ¹	51%	Snowy River Regent NEWGEN	澳洲昆士蘭州	2023年
		NEWGEN Caravans NSW (Morisset) ²	Green RV ¹	51%	NEWGEN	澳洲新南威爾士州	2023年
2.	United RV	Regent RV Frankston	Buyit RV Pty Ltd	51%	Regent Snowy River	澳洲維多利亞州	2023年

附註：

- (1) Green RV亦為我們的經銷商。有關更多詳情，請參閱「— 銷售及經銷 — 經銷店」。
- (2) 我們已訂立一份新的租賃協議，自2024年5月1日起計為期五年，並自2024年7月起逐步將該合營店從Morisset搬遷至Heatherbrae。Morisset原址的租約於2024年9月到期。

業 務

兩家合營經銷商安排的主要條款包括：

- **目的。**合營經銷商的目的為在澳洲從事房車營銷及銷售。本公司負責組裝及生產，而我們合營企業合作夥伴負責營銷及銷售。
- **期限。**合營經銷商將持續至雙方同意解散、項目完成或合法清盤為止。
- **出資及分佔損益。**根據股權架構等額分攤損益。
- **股份轉讓。**一方轉讓股份僅會於承讓人與其他訂約方書面同意承擔、遵守、履行及達成轉讓方於細則及相關協議項下的責任時生效。
- **向第三方出售股份。**若一方有意接納第三方要約收購其全部股權，則該方須立即以書面形式通知其他方其有意接納要約，並給予其他方14日的時間同意按相同條款及條件收購此等權益，並於其後30日內完成。
- **聘用訂約方。**合營經銷商須委聘任何合資格提供服務或商品的訂約方，而我們所提供房車的批發生產成本須於達成若干條件時支付。
- **董事會。**我們在合營經銷商的董事會中有兩個席位，而合營企業合作夥伴只有一個。

於2021年、2022年及2023年以及截至2024年6月30日止六個月，我們通過自營店及合營店向零售客戶銷售的房車數量分別為零、83輛、394輛及438輛。於相同期間，自營店及合營店所產生的收入總額分別為零、人民幣25.3百萬元、人民幣129.1百萬元及人民幣144.4百萬元，分別佔我們房車銷售所產生總收入的零、5.1%、18.2%及36.4%。

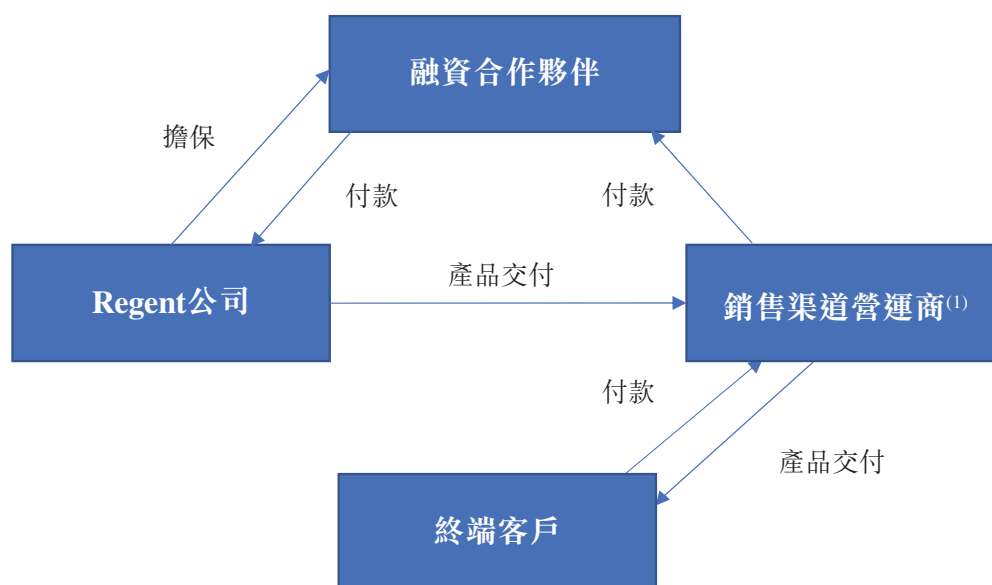
融資安排

自2022年起，我們已與一家獨立第三方金融機構合作，為我們的銷售渠道營運商（即Snowy River RV公司（其經營我們的自營店）、第三方經銷商及合營經銷商）提供融資選擇。該融資合作夥伴為我們所有三種類型的銷售渠道營運商提供融資，以通過展銷融資安排購買Regent房車及Snowy River房車的存貨。根據弗若斯特沙利文的資料，房車產品供應商

業 務

與第三方金融機構合作，為銷售渠道營運商提供融資選擇，符合行業規範。該展銷融資安排使我們更快收到付款，且有助於為我們的銷售渠道營運商釋放現金流量，使其能够在不中斷存貨增長的情況下維持業務。於2022年及2023年以及截至2024年6月30日止六個月，我們合共交付51輛、331輛及48輛房車，該等房車均於該等展銷融資安排的覆蓋範圍內。

下圖說明Regent公司、我們銷售及經銷網絡內三種銷售渠道營運商及融資合作夥伴之間的典型展銷融資安排，最終將我們的房車銷售予終端客戶。



附註：

(1) 銷售渠道營運商包括(i)經營自營店的Snowy River RV公司；(ii)第三方經銷商；及(iii)合營經銷商。

根據該展銷融資安排，融資合作夥伴就該等融資房車向我們支付費用，並出售予相關銷售渠道營運商，進而將房車售予其終端客戶。其後，銷售渠道營運商根據彼等協定的融資條款直接向融資合作夥伴履行其義務。融資房車由我們直接轉送至銷售渠道營運商指定的店鋪，而終端客戶在該等指定店鋪提取房車。

業 務

我們已就上述安排與融資合作夥伴另行訂立協議，向融資合作夥伴提供以下擔保：若銷售渠道營運商違約，我們須自融資合作夥伴購回房車。於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，銷售渠道營運商概無違約。因此，該購回責任從未被援引。我們自2022年開始提供有關擔保。截至2022年及2023年12月31日以及2024年6月30日，已發出擔保的最高金額分別為人民幣8.2百萬元、人民幣27.5百萬元及人民幣20.6百萬元。自2022年至2023年，已發出擔保金額的增加與我們門店數量的戰略擴張直接相關，以鞏固我們於澳洲和新西蘭的市場領導地位，這需要於我們的新門店中展列更多房車。因此，我們需要更廣泛的展銷融資，以容納該等經擴大展示目的所需的額外存貨，從而促進房車銷售。截至2024年6月30日，已發出的擔保金額有所減少，乃主要因為我們的一家大型經銷商選擇了其他融資機構，導致我們的展銷融資安排使用率下降。

此外，我們已採取政策以降低銷售渠道營運商的違約風險。通過每月進行存貨審查，我們有效地監控我們銷售渠道營運商的存貨水平，從而使我們能夠及時處理與過期存貨有關的問題。此外，我們的代表對銷售渠道營運商進行不定期、不定時的訪問，以核實存貨水平並評估彼等表現，此舉有助於確保彼等持續的合規性及營運效率。

為激勵銷售渠道營運商，展銷融資安排提供90日的免息期。銷售渠道營運商須於房車出售時或展銷融資安排項下的最長融資期限（通常介乎一至兩年）屆滿時（以較早者為準），全額支付房車款項及免息期後的相關利息。

Regent公司、我們的銷售渠道營運商及融資合作夥伴之間的協議主要條款如下：

- **訂約方及目的。**融資合作夥伴同意向銷售渠道營運商提供若干融資計劃。銷售渠道營運商作為融資合作夥伴批准的若干設備（即房車）的經銷商，向終端客戶銷售該等設備。Regent公司就銷售渠道營運商履行本協議項下的義務（如下文Regent公司的義務及賠償條款中所述）作出若干承諾。
- **申請。**銷售渠道營運商可向融資合作夥伴提交申請，融資合作夥伴可全權酌情批准或拒絕任何申請。

業 務

- **銷售渠道營運商之義務主要包括下列內容：**
 - 除非以書面形式向融資合作夥伴明確披露，否則應確保銷售／發票價格以公平市價為基礎，以確保向銷售渠道營運商提供的任何財務資助均以設備的真實市場再銷售價值為基礎；
 - 在融資合作夥伴的成本範圍內，完成融資合作夥伴為保護融資合作夥伴於相關金融產品協議下的權益而合理要求的所有事宜；
 - 未經融資合作夥件事先書面同意，不得收回或同意歸還任何設備或修改任何金融產品協議的條款。
- **銷售渠道營運商的賠償。**銷售渠道營運商賠償融資合作夥伴因違反銷售渠道營運商與終端客戶之間作出或訂立的任何保證或陳述、銷售渠道營運商根據本協議作出不真實或不正確的陳述或保證、或銷售渠道營運商違反本協議而使融資合作夥伴蒙受或引致的任何損失、損害、成本、費用、責任或開支。
- **Regent公司的義務及賠償。**Regent公司就銷售渠道營運商於任何時候均將適當履行所有義務，並支付根據本協議應向融資合作夥伴支付的所有款項作出若干承諾。此外，Regent公司將於長達90日的免息期內或直至房車出售時（以較早者為準）為銷售渠道營運商支付利息，利率包括於往績記錄期間介乎6.11%至7.56%的澳洲荷蘭合作銀行最優惠年利率加2.09%的額外年利率。該安排旨在鼓勵銷售渠道營運商保持最佳的工作存貨水平，使其能夠有效地管理存貨而不會立即造成財務壓力。此外，此舉可激勵銷售渠道營運商在90天內輪換工作存貨（主要包括展列房車），確保定期展示最新房車車型，以吸引潛在客戶並進一步提高整體銷售效率。根據弗若斯特沙利文的資料，該利息支付安排符合行業規範。於2022年及

業 務

2023年以及截至2024年6月30日止六個月，我們合共交付51,331輛房車，其中48輛透過展銷融資安排交付，相應確認總收入分別為人民幣12.7百萬元、人民幣83.0百萬元及人民幣11.2百萬元。於同期，Regent公司每輛房車支付利息的平均天數約為48天、69天及74天，相應的利息開支總額分別為25,606澳元（相當於人民幣120,201元）、534,451澳元（相當於人民幣2,507,199元）及94,361澳元（相當於人民幣441,183元）。

- **期限及終止。**本協議有效期為36個月，可自動延期12個月，除非任何一方提前通知終止協議。於發生若干事件（如無力償債、違反協議）或融資合作夥伴無故提前90日通知的情況下，可立即終止協議。

售後服務及保修

我們為房車提供具競爭力的保修條款，包括(i)覆蓋房車底盤、牆體、地面及車頂的五年結構保修；及(ii)覆蓋房車所有其他組件的兩年材料及零部件保修。我們通常參考銷量及保修服務的預估單位成本計提產品保修撥備。我們定期重新評估保修撥備是否充裕。截至2021年、2022年及2023年12月31日以及2024年6月30日，我們的產品保修撥備分別為人民幣2.9百萬元、人民幣4.9百萬元、人民幣6.7百萬元及人民幣6.9百萬元。有關進一步詳情，請參閱「財務資料 — 重要會計政策資料、判斷及估計 — 重大會計判斷及估計 — 保修撥備」。

我們相當重視客戶滿意度。我們的產品輔以一整套售後服務，與房車車主建立持久的關係而非僅限於交易，確保滿意度、長期客戶忠誠度及卓越的車主體驗。我們的自營店及合營店提供各種售後服務（包括房車保養、維修及各類房車零部件的銷售及升級），確保客戶可獲得保持車輛平穩高效運行所需的一切服務。同時，我們亦向我們的客戶推薦合資格第三方房車維修車間提供維修服務。截至2024年6月30日，我們有由54家推薦房車維修車間（包括自營店及合營店）組成的網絡，覆蓋澳洲及新西蘭33個城市及地區。在推薦第三方房車維修車間時，我們通常會評估維修車間的經驗、提供售後服務的歷史表現以及彼等與我們建立的關係。

業 務

下表載列我們於所示期間推薦房車維修車間(包括自營店及合營店)數目的變動情況。

	截至12月31日止年度			截至6月30日 止六個月
	2021年	2022年	2023年	2024年
年／期初推薦房車維修車間 數目	47	47	48	54
年／期內新聘的推薦房車維 修車間數目	0	1	7	0
年／期內終止的推薦房車維 修車間數目	0	0	1	0
年／期末推薦房車維修車間 數目	47	48	54	54
推薦房車維修車間周轉率	0%	0%	2.1%	0%

附註：

- (1) 周轉率乃按某特定年份／期間終止的現有推薦房車維修車間數目除以該年年初／該期期初的推薦房車維修車間數目計算。

根據我們的產品退貨政策，倘存在產品缺陷、損壞或其他故障導致房車不滿意或不符合規格，我們接受產品退貨，但須遵守特定條件。就輕微損壞(包括裂縫、凹痕、缺口、劃痕及太陽能電池板缺陷)而言，我們通常會安排房車維修。就重大損壞(包括產品或零部件故障，如電池缺陷、規格不適配及其他故障問題)而言，我們評估並考慮修復該等損壞的可行性。修復措施包括將維修工作外包予銷售渠道營運商所在地附近的獨立維修商、將損壞的房車運回我們於澳洲的組裝線進行維修、接受損壞房車退貨，及／或向我們的銷售渠道營運商提供損壞房車的替代品。根據弗若斯特沙利文的資料，我們的產品退貨政策符合行業規範。

業 務

產品安全及責任

車輛安全對我們的業務運營至關重要，我們致力於確保我們房車的安全。為實現這一目標，我們對我們的房車採用了一套寬泛的內部測試及質量控制程序。請參閱「— 生產 — 質量控制及保證」。

根據《澳洲消費者保護法》，倘相關商品存在安全缺陷，且個人因該安全缺陷而受到傷害，則個人可向生產商追償所遭受的損失或損害。有關進一步詳情，請參閱「監管概覽 — 澳洲法律法規 — 產品規管」。因此，倘因我們的房車存在任何質量缺陷，造成人身或財產損害，我們有法律義務承擔產品責任。

據我們所深知，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們的房車並無發生任何因房車缺陷而導致的事故。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無任何產品召回，亦無因房車的質量及安全相關問題而遭客戶提出任何投訴、糾紛、產品責任申索或其他法律申索。

儘管存在前述情況，於往績記錄期間，我們出於善意接受了10輛房車的退貨，合約總價值為557,852澳元（相當於人民幣2,521,770.0元），該等房車存在若干工藝問題，例如內飾的顏色變化及差異。該等房車為早期生產階段之部分，在維持滿足全部標準的同時，我們已採取積極措施進一步完善我們的流程，確保我們的產品繼續符合客戶的較高標準。該等事件絕非產品召回或產品質量事故，而是考慮到我們與銷售渠道營運商建立的牢固合作關係，以及我們對保持高水平及公認質量標準承諾的善意舉動。於往績記錄期間，概無影響我們產品質量或安全的供應商相關問題，因此，無需採取具體措施解決任何供應商相關問題。對於退回的房車，我們通過作出任何所需調整即時進行處理，確保其適銷狀態。一旦完成改進，房車將被分類並作為二手或展銷房車進行銷售。截至2024年6月30日，於退回的10輛房車中，1輛已售出，4輛正在澳洲的總裝線上進行必要調整，剩餘5輛處於準備的最後階段，等待作為展銷房車銷售。

業 務

在手訂單

在手訂單指截至特定日期仍未竣工工程的估計合約價值。合約價值指我們預期於按照合約條款履行合約後，可根據合約條款收取的金額。在手訂單並非公認會計政策所界定的計量項目。請參閱「風險因素 — 與我們的業務及行業有關的風險 — 在手訂單可能會因意外而調整和取消，因此可能無法反映我們未來的經營業績」。

下表載列截至所示日期我們按品牌劃分的在手訂單項目未完成合約價值：

	截至12月31日												截至6月30日								截至最後實際可行日期			
	2021年				2022年				2023年				2024年											
	輛 房車	千澳元	相當於 人民幣 千元	%	輛 房車	千澳元	相當於 人民幣 千元	%	輛 房車	千澳元	相當於 人民幣 千元	%	輛 房車	千澳元	相當於 人民幣 千元	%	輛 房車	千澳元	相當於 人民幣 千元	%	輛 房車	千澳元	相當於 人民幣 千元	%
Snowy River	955	48,028	217,111	76.3	1,337	73,004	330,015	80.7	1,240	68,457	309,460	83.9	1,236	66,806	301,997	82.8	1,267	70,629	319,278	92.3				
Regent	144	8,692	39,292	13.8	173	11,354	51,326	12.6	72	4,631	20,934	5.7	77	4,924	22,259	6.1	13	868	3,926	1.1				
NEWGEN	116	6,194	28,000	9.8	94	6,023	27,227	6.7	144	8,465	38,266	10.4	158	8,973	40,562	11.1	90	5,053	22,841	6.6				
總計	1,255	62,914	284,403	100.0	1,604	90,381	408,567	100.0	1,456	81,553	368,660	100.0	1,471	80,703	364,818	100.0	1,370	76,550	346,045	100.0				

截至2021年、2022年及2023年12月31日以及2024年6月30日，在手訂單合約價值總額分別約為62.9百萬澳元（相當於人民幣284.3百萬元）、90.4百萬澳元（相當於人民幣408.7百萬元）、81.6百萬澳元（相當於人民幣368.9百萬元）及80.7百萬澳元（相當於人民幣364.8百萬元）。在手訂單由截至2021年12月31日的62.9百萬澳元（相當於人民幣284.3百萬元）增加至截至2022年12月31日的90.4百萬澳元（相當於人民幣408.7百萬元），主要由於大量訂單的湧入超過我們的生產力，導致訂單履行的交付時間延長。在手訂單由截至2022年12月31日的90.4百萬澳元（相當於人民幣408.7百萬元）減少至截至2023年12月31日的81.6百萬澳元（相當於人民幣368.9百萬元），主要由於我們戰略性提高生產力，以支持我們的銷售預測。截至2024年6月30日，我們的在手訂單維持相對穩定在80.7百萬澳元（相當於人民幣364.8百萬元）。

於往績記錄期間，我們在手訂單的平均合約期約七個月。截至最後實際可行日期，我們的在手訂單包括1,370輛房車，均為按單定製房車，包括889輛展列房車。根據我們的產能，該等車輛需要約五個月方可製造並交付。根據不同的配置，通常於下單後，從我們於澳洲的總裝線向房車車主交付房車所需的時間約為六個月。就我們於2021年及2022年的訂單而言，我們並無取消任何在手訂單或產生相關損失。就2023年及截至2024年6月30日止六個月的訂單而言，我們分別取消了3輛及9輛房車。所有取消均由我們作出，涉及向我們的銷售渠

業 務

道營運商購買展列房車。我們定期監控彼等的存貨水平，並與彼等維持頻密的溝通。根據我們對彼等銷售業績的評估，我們取消了部分訂單，以幫助彼等調整存貨水平並緩解彼等的現金流壓力，藉此幫助我們避免了由於銷售放緩而導致營運商延遲付款的問題。

我們並未因該等取消而蒙受任何虧損，因為其是在我們的銷售渠道營運商對產品規格進行最終確認之前所作出，當時我們尚未開始採購或製造已下單的房車。有關我們訂單取消政策的進一步詳情，請參閱「— 銷售及經銷」。

物流及存貨管理

物流及倉庫

我們在中國及澳洲均經營倉庫，主要用於儲存在製品、成品以及若干組件及原材料。我們通常利用第三方物流服務供應商(i)將我們中國倉庫的房車半成品運送至澳洲倉庫以進行最終組裝；及(ii)將我們澳洲倉庫的房車成品運送至終端客戶。該等第三方物流服務供應商負責其提供物流服務(包括轉移、裝載、卸載、運送及交付予客戶)過程中因疏忽導致的任何損壞及損失。截至2024年6月30日，我們與澳洲和新西蘭19家物流服務供應商合作運送我們的房車。我們亦與一家中國跨國企業集團(從事全球航運及物流服務的獨立第三方)訂立合作協議，進一步加強我們確保高效可靠的海運物流和及時交付的能力。

於選擇物流服務供應商時，我們審慎考慮多項因素，確保以高效、可靠及具成本效益的方式運送我們的房車。我們一般會評估供應商在所需物流類型方面的具體專業知識，包括其跨境運送房車的國際及國內物流能力。此外，我們審查其遵守服務協議及提供一貫物流服務方面的過往表現及財務穩定性。

全面了解所有相關成本(包括燃油費、通行費及運輸費)及滿足我們物流需求的供應商車隊規模和組成，以及與我們的運輸需求相匹配的廣泛覆蓋範圍，對我們的決策過程亦至關重要。此外，我們評估供應商遵守澳洲行業規章(例如國家重型車輛法律)的情況、安全標準、車輛適行性、保險範圍充分性及相關事故歷史。

根據我們的中國法律顧問及澳洲法律顧問所告知，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們已獲得所有必要的牌照及批准，並已遵守中國及澳洲有關從中國向澳洲和新西蘭出口房車的相關法律法規的要求。

業 務

存貨管理

我們的存貨主要包括原材料、在製品及成品。於2021年、2022年及2023年以及截至2024年6月30日止六個月，我們的存貨周轉天數分別為174天、122天、138天及166天。我們通常採取按單定製生產的模式，並根據客戶訂單生產房車以使存貨維持在最低水平。

我們已制定存貨管理政策及系統，監察供應鏈的波動情況，確保存貨足以應對需求變化，並促進盤點流程及永續記錄與實際盤點的對賬。我們定期進行實物盤點以核實資產負債表所示與現有實物相對應的存貨，包括數量及價值。此外，我們已建立數字化存貨管理系統，該系統及時準確地追蹤存貨項目的變動情況。所有證明文件，包括負責盤點人員註明日期及簽字的盤點表及存貨管理系統發出的摘要報告，均須維持可審計狀態。顯示價值及數量影響的決算報告亦將由財務部保留，以佐證因實物盤點程序而需要作出的調整。於往績記錄期間，我們並無遭遇任何重大存貨撤銷。

營銷及客戶參與

定價

我們旨在按具吸引力的價格提供優質產品。我們對房車進行定價時，會考慮產品定位、競爭格局、目標客戶的消費模式及我們的基礎成本等多項因素。

具體而言，在隱形成本削弱購物體驗的情況下，我們的Snowy River房車及Regent房車因其透明的定價政策而脫穎而出。所有經銷商採用統一定價使客戶能夠放心，知道其可按相同的透明價格在全國任何地方提取其選擇的房車，這進一步強調了我們作為可信賴且對消費者友好的品牌地位及我們提供卓越產品及服務的同時不損害透明度的承諾。

營銷

我們通過線上促銷及線下活動積極參與定向營銷，以進一步提升我們的品牌知名度及獲取客戶。截至2023年12月31日止三個年度及截至2024年6月30日止六個月，我們所產生的銷售及經銷開支分別為人民幣6.5百萬元、人民幣19.3百萬元、人民幣41.5百萬元及人民幣32.2百萬元，分別佔相關期間收入的2.2%、3.9%、5.8%及7.6%。

業 務

我們的主要品牌推廣活動包括贊助、參與房車展及特別活動、廣告投放，以及數字社交媒體營銷。於2022年，我們還聘請V8超級跑車賽事前冠軍且最有名的車手之一James Courtney，作為我們的賽車手及品牌形象大使。我們相信，通過我們與James Courtney的合作，令其擔任房車展模特並在其社交媒體賬號分享推廣活動，將有助於提高我們的品牌形象及知名度。

截至2024年6月30日，我們的該等品牌推廣活動乃由一支由59名僱員組成的專門團隊開展。我們認為，該等舉措進一步增強客戶參與度，同時在此過程中提高品牌忠誠度，這促進更多客戶重複惠顧及宣傳品牌。

贊助

我們的贊助活動亦是提高品牌知名度的重要手段。值得注意的是，我們贊助V8超級跑車(澳洲首屈一指的賽事)中2022–2023年度的Tickford Racing Team及將贊助2024–2025年度的Blanchard Racing Team，旨在通過電視及社交媒體平台、賽車隊採訪、幕後內容及營銷材料中的品牌商品等各種渠道獲得廣泛的曝光率。

此外，我們贊助大型音樂節(尤其是提供露營體驗的音樂節)，為活躍的節日現場造勢。這一戰略舉措將我們的品牌置於關鍵目標市場的核心，該市場由熱愛戶外活動的音樂節觀眾及潛在房車愛好者組成。

房車展及當地活動

我們經常參加澳洲主要房車及戶外生活節目及展覽以及一些符合房車生活方式的當地事件及活動。該等線下活動使我們能夠進行現場產品演示並與潛在客戶互動，亦可能促進我們產品及服務的直接銷售。

數字及社交媒體營銷

我們通過各種途徑進行數據驅動及有針對性的在線營銷，以提高我們的知名度並獲取關於客戶偏好及市場趨勢的信息。我們主要利用(i)各品牌的獨立網站；(ii)於在線社交媒體平台的官方賬號(例如Facebook、Instagram和YouTube)；(iii)在Google AdWords等在線門戶及流行社交媒體平台上的廣告投放；及(iv)第三方電商平台上的具吸引力及最新榜單(例如Caravan & Camping Sales和RV Trader)。此外，我們的第三方經銷商於其自身網站宣傳我們的房車車型。

業 務

客戶參與

我們致力於不斷提高客戶體驗，積極管理及轉化銷售線索，以及發展可信賴及密切的客戶關係。我們通過舉辦多維度的線上線下推廣活動及車主群活動來推動客戶參與，從而支持用戶增長及培養活躍的用戶群。現有及潛在用戶及客戶獲邀參加我們定期的信息性、沉浸式及娛樂性聚會及房車旅行。通過該等活動，我們與用戶互動，定期了解其需要及偏好，並根據用戶體驗及時收集反饋。此外，我們已建立現時擁有或已下單購買我們房車的車主群，構建活躍的用戶社區。截至最後實際可行日期，在我們的Facebook圈內，我們的車主群共有逾10,000名成員。我們亦定期與關鍵意見客戶合作，促使在線及線下分享其房車見解及體驗。我們客戶已在主要在線平台分享該等活動的用戶生成內容，這顯著提高了我們的品牌及產品的知名度。

知識產權

我們認為，我們的專有技術及知識產權是我們成功的關鍵。我們尋求通過註冊商標、專利備案及其他途徑（包括許可、保密及不披露協議），保護我們的知識產權免受第三方侵犯。截至最後實際可行日期，我們在中國、澳洲及新西蘭擁有20項註冊商標及兩項註冊或授權專利。截至最後實際可行日期，我們有五個重要域名。截至最後實際可行日期，本集團已為我們所有核心技術註冊專利。有關詳情，請參閱「附錄四 — 法定及一般資料 — B.有關我們業務的其他資料 — 2.本集團知識產權」。

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，就我們所知，(i)我們並無嚴重侵犯第三方擁有的任何知識產權；或(ii)任何第三方亦無嚴重侵犯我們擁有的任何知識產權。

競爭

影響我們行業競爭的因素包括價格、可靠性、安全性、法規、聲譽、設備及質量、及時交付能力、高度定製化、一致性及服務及時性。我們認為，我們主要在質量口碑、房車性能及設計、定價、品牌形象及我們為客戶提供的用戶體驗方面面臨競爭。我們是澳洲和新西蘭房車行業的知名公司。根據弗若斯特沙利文的資料，按2023年的銷量計，我們在澳洲和新西蘭房車行業的市場份額中位居第二。

業 務

我們認為，我們較房車行業的同行具有競爭優勢，包括我們標誌性的品牌系列有悠久的歷史、廣泛而多樣化的產品種類及獨特的品牌矩陣、有效及多樣化的銷售及經銷策略、卓越的生產能力及重大產品開發投資。

最大客戶及供應商

最大客戶

我們的客戶主要包括經銷商，我們透過其向終端客戶銷售房車。於往績記錄期間各年度／期間，向我們五大客戶的銷售總額分別佔我們總收入的80.5%、74.4%、55.2%及46.2%。於往績記錄期間各年度／期間，向最大客戶的銷售額分別佔我們總收入的26.2%、27.3%、25.1%及23.8%。於往績記錄期間各年度／期間，五大客戶均非我們的供應商。

Green RV持有我們附屬公司Leisure Lion 49%的股權，截至2024年6月30日亦為經營我們兩家經銷店的經銷商。Green RV為我們於往績記錄期間各年度／期間的最大客戶。有關更多詳情，請參閱「關連交易 — 部分豁免持續關連交易 — Green RV經銷商協議」。

Leisure Lion最初是Regent公司與Green RV於2019年7月於澳洲建立的合營企業，Green RV及我們分別持有50%的股權。隨後，於2023年9月，Leisure Lion於Regent公司於其持有的股權增加至51%時成為我們的附屬公司之一。Leisure Lion分別是我們於2021年、2022年及2023年的五大客戶之一。

就我們所深知，我們所有五大客戶(除我們的合營企業合作夥伴Green RV及我們的合營經銷商Leisure Lion外)於往績記錄期間各年度／期間均為獨立第三方，且概無董事、彼等各自的聯繫人或任何就董事所知擁有我們已發行股本5%以上的股東於往績記錄期間各年度／期間，在我們任何五大客戶中擁有任何權益。

業 務

下表載列於往績記錄期間各年度／期間我們以收入計的前五大客戶詳情。

客戶	我們購買的 主要產品／ 服務	建立業務 關係的年份	信貸期*	結算資料	銷售額 (人民幣 千元)	佔我們 總收入的 百分比 (%)
截至2024年6月30日止六個月						
Green RV ⁽¹⁾	房車	2014年	21天或90 天	銀行轉賬	100,434.9	23.8
客戶B ⁽⁴⁾	房車	2022年	21天或90 天	銀行轉賬	29,870.8	7.1
客戶F ⁽⁸⁾	房車	2022年	21天或90 天	銀行轉賬	29,354.1	7.0
客戶A ⁽²⁾	房車	2016年	21天或90 天	銀行轉賬	18,508.0	4.4
客戶C ⁽⁵⁾	房車	2017年	21天或90 天	銀行轉賬	16,897.4	3.9
總計					<u>195,065.2</u>	<u>46.2</u>

客戶	我們銷售的 主要產品／ 服務	建立業務 關係的年份	信貸期*	結算資料	銷售額 (人民幣 千元)	佔我們 總收入的 百分比 (%)
截至2023年12月31日止年度						
Green RV ⁽¹⁾	房車	2015年	21天或90 天	銀行轉賬	181,139.9	25.1
客戶A ⁽²⁾	房車	2016年	21天或90 天	銀行轉賬	75,000.4	10.4
Leisure Lion ⁽³⁾	房車	2020年	21天或90 天	銀行轉賬	51,809.3	7.2
客戶B ⁽⁴⁾	房車	2022年	21天或90 天	銀行轉賬	49,095.3	6.8
客戶C ⁽⁵⁾	房車	2017年	21天或90 天	銀行轉賬	41,295.7	5.7
總計					<u>398,340.6</u>	<u>55.2</u>

本文件為草擬本。其所載資料並不完整及可作更改。閱讀本文件有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

業 務

客戶	我們銷售的 主要產品／ 服務	建立業務 關係的年份	信貸期	結算資料	銷售額 (人民幣 千元)	佔我們 總收入的 百分比 (%)
截至2022年12月31日止年度						
Green RV ⁽¹⁾	房車	2015年	21天或90 天	銀行轉賬	136,027.7	27.3
客戶D ⁽⁶⁾	房車	2016年	21天或90 天	銀行轉賬	90,638.5	18.2
客戶A ⁽²⁾	房車	2016年	21天或90 天	銀行轉賬	70,789.1	14.2
Leisure Lion ⁽³⁾	房車	2020年	21天或90 天	銀行轉賬	37,568.2	7.5
客戶E ⁽⁷⁾	房車	2019年	21天或90 天	銀行轉賬	36,010.8	7.2
總計					<u>371,034.3</u>	<u>74.4</u>

客戶	我們銷售的 主要產品／ 服務	建立業務 關係的年份	信貸期	結算資料	銷售額 (人民幣 千元)	佔我們 總收入的 百分比 (%)
截至2021年12月31日止年度						
Green RV ⁽¹⁾	房車	2015年	21天或90 天	銀行轉賬	78,588.1	26.2
客戶D ⁽⁶⁾	房車	2016年	21天或90 天	銀行轉賬	62,968.2	21.0
客戶A ⁽²⁾	房車	2016年	21天或90 天	銀行轉賬	43,529.6	14.5
客戶C ⁽⁵⁾	房車	2017年	21天或90 天	銀行轉賬	30,372.0	10.1
Leisure Lion ⁽³⁾	房車	2020年	21天或90 天	銀行轉賬	26,062.9	8.7
總計					<u>241,520.8</u>	<u>80.5</u>

附註：

* 21天信貸期屬直接買賣模式，90天信貸期屬融資模式。有關詳情，請參閱「— 銷售及經銷」。

業 務

- (1) Green RV為一家於2018年6月13日在澳洲註冊成立的私人股份有限公司，亦是我們的合營企業合作夥伴。
- (2) 客戶A成立於2013年，是一家聲譽卓著的經銷商，在澳洲南海岸銷售高品質的新房車及二手房車。其亦為新南威爾士州房車及露營行業協會的成員。
- (3) Leisure Lion最初是Regent公司與Green RV於2019年7月於澳洲建立的合營企業，Green RV及我們分別持有50%的權益。隨後，於2023年9月，Leisure Lion於Regent公司於其持有的股權增加至51%時成為我們的附屬公司之一。
- (4) 客戶B自2016年1月起開始於澳洲新南威爾士州銷售房車。其擴大業務規模，並自2022年起開始作為我們的經銷商銷售Regent及Snowy River房車。
- (5) 根據其網站介紹，客戶C為家族企業，在房車行業擁有逾40年的經驗。其於澳洲阿德萊德北部及南部經營兩個工廠。
- (6) 客戶D是澳洲墨爾本領先的房車經銷商。其為一家家族房車經銷商，在房車行業擁有近50年的經驗，提供種類繁多的房車。
- (7) 客戶E是一家位於塔斯馬尼亞州的家族房車經銷商，專注於銷售Snowy River房車。其亦為不同的房車品牌及車型提供維修服務及廣泛的房車零部件，以滿足客戶的需求。
- (8) 客戶F是一家私營獨立經銷商，位於Townsville, Far North Queensland。其貨場於2020年開業。

最大供應商

我們的供應商主要包括生產投入的供應商。於往績記錄期間各年度／期間，自五大供應商的採購總額分別佔我們採購總額的38.7%、30.1%、22.8%及22.9%。於往績記錄期間各年度／期間，自最大供應商的採購額分別佔我們採購總額的約20.6%、11.1%、8.8%及7.8%。於往績記錄期間各年度／期間，五大供應商均非我們的客戶。

戴德隆翠房車科技，於2021年及2022年均為我們的五大供應商之一，為戴德隆翠之聯屬人士，主要從事貿易業務。戴德隆翠房車科技是一家於2010年根據中國法律成立的有限公司，由我們控股股東之一的繆先生控制。為加強我們的議價地位並獲得更有利的採購條款，我們於2021年及2022年透過戴德隆翠房車科技集中採購材料，包括原材料、電器、有關內飾及外觀的傢具及裝飾。該等集中採購安排於2023年終止。鑒於房車業務營運相對獨立，且我

業 務

們為客戶提供按單定製生產的服務，獨立採購使我們具有更大的靈活性，使我們能夠更加積極主動地滿足客戶的特定需求及品味。此外，隨著我們的業務不斷擴大，我們的議價能力亦在穩步增強，使得分散採購的方式更具優勢。終止該等集中採購安排對我們的財務及營運業績並無任何影響。

商丘吉順，截至2024年6月30日止六個月為我們的五大供應商之一，為戴德隆翠的間接附屬公司及本公司關連人士，主要從事房車零部件製造業務。商丘吉順是一家於2021年根據中國法律成立的有限公司，由我們控股股東之一的繆先生控制。有關我們與商丘吉順交易的詳情，請參閱「關連交易 — 部分豁免持續關連交易 — 房車零部件採購框架協議」。

就我們所深知，除上述戴德隆翠房車科技及商丘吉順外，我們所有五大供應商於往績記錄期間各年度／期間均為獨立第三方，且概無董事、彼等各自的聯繫人或任何就董事所知擁有我們已發行股本5%以上的股東於往績記錄期間各年度／期間，在我們任何五大供應商中擁有任何權益。

下表載列於往績記錄期間各年度／期間我們以採購額計的前五大供應商詳情。

供應商	我們購買的主要產品／服務	建立業務關係的年份	信貸期	結算資料	採購額 (人民幣千元)	佔我們採購總額的百分比 (%)
截至2024年6月30日止六個月						
供應商A ⁽¹⁾	電器、門及遮陽篷	2014年	30至60天	銀行轉賬及 銀行票據	14,496.0	7.8%
供應商C ⁽³⁾	基板	2017年	30天	銀行轉賬及 銀行票據	7,986.2	4.3%
商丘吉順 ⁽⁹⁾	門窗	2022年	45天	銀行轉賬及 銀行票據	6,831.0	3.7%
供應商G ⁽⁸⁾	玻璃纖維板	2020年	30天	銀行轉賬及 銀行票據	6,786.8	3.7%
供應商H ⁽¹⁰⁾	電器	2020年	60天	銀行轉賬及 銀行票據	6,398.1	3.4%
總計					42,498.1	22.9%

本文件為草擬本。其所載資料並不完整及可作更改。閱讀本文件有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

業 務

供應商	我們購買的 主要產品／服務	建立業務 關係的年份	信貸期	結算資料	採購額 (人民幣 千元)	佔我們 採購總額的 百分比 (%)
截至2023年12月31日止年度						
供應商A ⁽¹⁾	電器、門及遮陽篷	2014年	30至60天	銀行轉賬及 銀行票據	40,540.8	8.8%
供應商B ⁽²⁾	內飾及外觀	2018年	60天	銀行轉賬及 銀行票據	18,585.3	4.1%
供應商C ⁽³⁾	基板	2017年	30天	銀行轉賬及 銀行票據	16,056.2	3.5%
供應商D ⁽⁴⁾	基板	2016年	40至60天	銀行轉賬及 銀行票據	15,260.8	3.3%
供應商E ⁽⁵⁾	管道設備	2017年	30至60天	銀行轉賬	14,398.2	3.1%
總計					104,841.3	22.8%

供應商	我們購買的 主要產品／服務	建立業務 關係的年份	信貸期	結算資料	採購額 (人民幣 千元)	佔我們 採購總額的 百分比 (%)
截至2022年12月31日止年度						
供應商A ⁽¹⁾	電器、門及遮陽篷	2014年	30至60天	銀行轉賬及 銀行票據	32,473.5	11.1%
供應商E ⁽⁵⁾	管道設備	2017年	30至60天	銀行轉賬	17,039.7	5.8%
戴德隆翠房車 科技 ⁽⁶⁾	通過關聯方集中採購	2021年	90天	銀行轉賬及 銀行票據	14,735.4	5.0%
供應商B ⁽²⁾	內飾及外觀	2018年	60天	銀行轉賬及 銀行票據	13,370.2	4.6%
供應商D ⁽⁴⁾	基板	2016年	40至60天	銀行轉賬及 銀行票據	10,814.0	3.6%
總計					88,432.8	30.1%

本文件為草擬本。其所載資料並不完整及可作更改。閱讀本文件有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

業 務

供應商	我們購買的 主要產品／服務	建立業務 關係的年份	信貸期	結算資料	採購額 (人民幣 千元)	佔我們 採購總額的 百分比 (%)
截至2021年12月31日止年度						
戴德隆翠房車 科技 ⁽⁶⁾	通過關聯方集中採購	2021年	90天	銀行轉賬及 銀行票據	52,093.3	20.6%
供應商A ⁽¹⁾	電器、門及遮陽篷	2014年	30至60天	銀行轉賬及 銀行票據	16,366.5	6.5%
供應商C ⁽³⁾	基板	2017年	30天	銀行轉賬及 銀行票據	11,291.3	4.5%
供應商D ⁽⁴⁾	基板	2016年	40至60天	銀行轉賬及 銀行票據	9,746.1	3.9%
供應商集團F ⁽⁷⁾	電器	2021年	30天	銀行轉賬及 銀行票據	8,061.3	3.2%
總計					97,558.5	38.7%

附註：

- (1) 供應商A(其業務佈局位於中國及澳洲)是一家全球領先的公司，專門從事食品及飲料、氣候、電力及控制及其他應用領域的移動生活品牌解決方案。
- (2) 供應商B成立於2014年，專門生產房車門、窗、冰箱及其他增值產品。其已在歐洲、美國及加拿大等30多個國家和地區開展其業務，並與多家國內外知名企業建立戰略合作夥伴關係。
- (3) 供應商C成立於2003年，位於江蘇省徐州市。其專門生產面板、膠合板、傢具及配件。
- (4) 供應商D成立於2008年，位於浙江省寧波市。其專門從事建築材料、電子元件及針紡織品的批發及零售。
- (5) 供應商E是一家專門為房車製造商提供管道設備及電子合約勞動解決方案的公司。其運營一個獨立的服務車間，為貿易及終端用戶客戶提供保修支持以及售後維護、維修、升級及進口合規服務。
- (6) 戴德隆翠房車科技為戴德隆翠的聯屬人士，主要從事貿易業務。
- (7) 自2021年到2023年，我們自供應商集團F及其兩家附屬公司購買產品。供應商集團F成立於2020年，位於中國浙江，其主要從事汽車製造業務。

業 務

- (8) 供應商G成立於2018年1月26日，其業務範圍主要包括玻璃纖維產品。
- (9) 商丘吉順為戴德隆翠的間接全資附屬公司及本公司關連人士，主要從事房車零部件製造業務。
- (10) 供應商H成立於2014年，其業務範圍主要包括房車所用的製冷設備、空調及冰箱。

僱員

截至2024年6月30日，我們共有733名僱員，其中526名位於中國，而207名位於澳洲。

下表載列截至2021年、2022年及2023年12月31日以及2024年6月30日我們按職能劃分的僱員人數。

職能	截至12月31日						截至6月30日	
	2021年		2022年		2023年		2024年	
	僱員人數	佔總僱員 百分比	僱員人數	佔總僱員 百分比	僱員人數	佔總僱員 百分比	僱員人數	佔總僱員 百分比
生產及供應鏈	417	89.1%	405	78.9%	531	79.2%	566	77.2%
銷售及市場推廣	6	1.3%	24	4.7%	52	7.8%	59	8.0%
一般及行政支持	19	4.1%	38	7.4%	43	6.4%	54	7.4%
產品開發及技術	26	5.5%	46	9.0%	44	6.6%	54	7.4%
總計	468	100.0%	513	100.0%	670	100.0%	733	100.0%

我們認為，維持穩定及積極進取的員工隊伍是我們業務成功的關鍵。我們認為，僱員的專業知識水平及技能對於我們持續成功發揮重要作用，因此我們定期提供各項培訓計劃投資於員工培訓。我們在公開市場招募人員，並根據市場狀況、我們的業務需要及擴張計劃制定招聘政策。我們採取綜合評估標準並考慮經驗、技能及勝任能力等多項因素甄選候選人。我們通過面試及適當的能力測試評估候選人的資歷及適合性。

業 務

我們根據職位為僱員提供不同的薪酬待遇。整體而言，僱員的薪酬架構包括薪資、福利及花紅。薪酬計劃旨在根據僱員的表現支付薪酬，並按照具體的客觀標準予以衡量。我們按照中國法律法規的規定為中國僱員維持標準的僱員福利計劃，包括住房公積金、養老保險、醫療保險、工傷保險、失業保險及生育保險。於澳洲，我們根據澳洲法律法規的要求，為僱員作出標準的養老金供款，為僱員提供休假權利，並投購必要的保險（包括工傷賠償保險）。於往績記錄期間，Regent RV公司委聘獨立承包商的時間相對較短。據我們的澳洲法律顧問所告知，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們於所有重大方面均遵守我們對註冊員工的退休基金供款及適用的澳洲勞動法律及法規。然而，由於目前澳洲勞動法尚不完善，Regent RV公司委聘的獨立承包商有可能聲稱存在彼等歷來被錯誤歸類的風險，而根據相關法律的新變化，彼等實際為法律上的僱員。倘獨立承包商被錯誤歸類，並於之後被視為法律上的僱員，則我們可能會面臨根據澳洲勞動法對未支付的僱員權益及退休金供款提出的申索，追溯期為六年。

我們認為，我們與僱員保持良好的工作關係，且於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，我們並無遭遇任何重大勞資糾紛，在招募營運所需人員方面亦無任何困難。

我們亦僱用中國職業介紹機構的派遣工人，其主要在我們的總組裝、傢俬、焊接及層壓車間工作。於往績記錄期間，我們與若干獨立人力資源服務供應商訂立服務協議，以委聘派遣工人。根據服務協議，服務供應商派遣的個人為該服務供應商的僱員。因此，服務供應商須承擔該等派遣工人的薪資、社會保險及住房公積金或其他僱員福利成本，而我們負責向有關職業介紹機構支付服務費。

根據人力資源和社會保障部於2014年1月24日發佈並於2014年3月1日施行的《勞務派遣暫行規定》（「暫行規定」），派遣工人數目不得超過僱員總人數的10%。於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，我們委聘的派遣工人數目並未超過10%的監管門檻。

根據適用的中國法律法規，我們有義務為僱員繳納社會保險及住房公積金。於往績記錄期間，我們並未向相關社會保險及住房公積金主管部門足額繳納僱員的社會保險及住房公積金供款，主要由於我們部分僱員出於個人考慮不願足額繳納社會保險及住房公積金。於往績記錄期間三個年度各年及截至2024年6月30日止六個月，我們分別就社會保險及／或住

業 務

房公積金繳款差額部分產生的潛在負債計提撥備約人民幣0.7百萬元、人民幣1.7百萬元、人民幣2.1百萬元及人民幣0.5百萬元。我們已取得當地社會保險及住房公積金部門的書面確認，確認未發現我們違反勞動相關法律法規，於往績記錄期間未受到與社會保險或住房公積金相關的處罰。我們的中國法律顧問認為，相關書面確認由主管部門出具。

此外，我們正在完善相關內部控制措施，以加強對社會保險及住房公積金的監督和管理，包括將社會保險及住房公積金合規支付納入我們的內部政策，學習主管部門頒佈的官方規章制度，定期審查所有合資格僱員的社會保險及住房公積金供款情況，並定期對人力資源負責人就有關法律法規以及監管更新事宜進行內部培訓。有關與供款不足相關的風險的進一步詳情，請參閱「風險因素 — 與我們的業務及行業有關的風險 — 我們可能須繳納僱員福利計劃的額外供款及相關政府部門的滯納金和罰款」。我們計劃調整僱員社會保險及住房公積金分批供款的繳款基數，按照適用法律法規全額供款，預計該調整於2024年底完成。

保險

為防範風險及突發事件，我們投購各類保單。我們投購財產險、機器故障險、公眾及產品責任保險、僱主責任險及司機責任險，而我們認為這符合本行業的商業慣例。其中，我們的公眾及產品責任保險涵蓋我們房車的標準公眾及產品責任，包括因我們的產品缺陷導致第三方受傷及財產損失的申索以及相關訴訟費用。保單中規定，每項公眾責任申索及每項產品責任申索的最高賠償限額為20百萬澳元，亦分別為每項公眾責任申索及每項產品責任申索的年度賠償總額。即保險公司承擔的每項公眾責任申索及每項產品責任申索的最高賠償金額為20百萬澳元，且於投保期（即一年）內發生的所有公眾責任申索及所有產品責任申索的合計最高賠償金額亦為該相同金額。據弗若斯特沙利文所告知，公眾及產品責任保險與房車行業的行業慣例一致。我們並無投購任何要員保險，亦無投購涵蓋信息技術系統損害的保單。我們相信，我們的保險覆蓋範圍足以保障我們的主要資產、設施及負債。

業 務

於往績記錄期間，我們並未就業務提出任何重大保險索賠。

物業

截至最後實際可行日期，我們在中國及澳洲租賃與業務營運有關的若干物業。我們的租約期限一般介乎三至六年，且我們預計在租約屆滿後續約。有關進一步詳情，請參閱「— 生產 — 生產流程及設施 — 生產工廠及組裝線」。截至最後實際可行日期，我們尚未對中國一處租賃物業及澳洲昆士蘭州、西澳州、塔斯馬尼亞州及新南威爾士州的七處租賃物業完成租賃登記。就具有上述缺陷的任何租賃物業而言，倘我們須停止佔用任何該等租賃物業，我們認為我們能夠以商業上可接受的條款找到可資比較物業作為替代物業，而不會產生任何延誤、重大成本及中斷我們的業務。關於我們於中國未登記的租賃物業，根據我們的中國法律顧問所告知，未登記租賃協議將不會影響有關租賃協議的有效性及其可執行性。然而，倘我們及業主未能按相關主管部門的要求登記有關租賃協議，我們可能須就未登記的租賃協議被處以人民幣1,000元至人民幣10,000元的罰款。截至最後實際可行日期，我們並未受到相關主管部門的任何行政處罰。關於我們於澳洲未登記的租賃物業，根據我們的澳洲法律顧問所告知，未登記租賃協議並不影響該等租賃的可執行性及約束力，但可能會引起不可撤銷所有權的問題，即第三方（如業主的債權人）可佔有該等租賃物業，而不受未登記租賃的約束。據我們的中國法律顧問及澳洲法律顧問所告知，根據中國法律及澳洲法律，有關租賃物業的缺陷不會影響有關協議的有效性。有關租賃物業風險的更多詳情，請參閱「風險因素 — 我們的若干租賃物業存在法律缺陷」。

我們位於中國浙江生產工廠的業主之一為我們的關連人士。有關更多詳情，請參閱「關連交易 — 一次性關連交易」。

由於截至2024年6月30日概無物業賬面值佔我們綜合資產總值的15%或以上，根據上市規則第5章及香港法例第32L章，我們毋須將物業估值報告納入本文件。

業 務

牌照、證書及許可證

我們須就營運獲得各類牌照、許可證及批准。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們已從相關部門獲得我們業務營運所需的所有重大牌照、批准及許可證。我們不時重續所有此類牌照、批准及許可證，以符合相關法律法規。

下表載列我們重大牌照、批准及證書的清單。

編號	持有人	牌照、批准及許可證名稱	初始授出日期	屆滿日期
中國				
330494000Y	興隆翠	海關備案 (進出口貨物收發貨人)	2024年1月26日	2099年12月31日
澳洲				
EQPL35816883	Regent公司	根據《1989年臭氧保護和合成溫室氣體管理法》(Ozone Protection and Synthetic Greenhouse Gas Management Act 1989)(Cth)獲頒進口SGG設備的設備許可證	2024年4月29日	2026年4月28日
MD29380	Snowy River (以Regent RV Perth 的名義進行 交易)	根據《1973年汽車經銷商法》(Motor Vehicle Dealers Act 1973)(WA)向公司頒發的汽車經銷商許可證(營業地點為1110-1116 Albany Highway, St James, WA 6102)	2022年4月28日	2025年4月27日
4618678	Leisure Lion	根據《2014年汽車經銷商和動產拍賣商法案》(Motor Dealers and Chattel Auctioneers Act 2014)獲頒的汽車經銷商許可證	2022年11月3日	2025年11月3日
MD091066	Leisure Lion	根據《2013年汽車經銷商和維修商法》(Motor Dealers and Repairers Act 2013)(NSW)獲頒的許可證(營業地點為21 Advantage Avenue, Morisset, NSW 2264)	2022年11月22日	2027年11月21日

據澳洲法律顧問所告知，United RV經營零售業務，直接向澳洲維多利亞州的客戶供應Regent房車，並通過澳洲維多利亞州的實體合營店直接與終端客戶建立聯繫。由於在澳洲維多利亞州銷售房車不需要持有汽車經銷商許可證，因此United RV無需申請汽車經銷商許可證。

我們監察相關牌照、許可證及證書的有效期限，並在屆滿日期前及時申請重續。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們在獲得或重續業務營運所需的牌照、許可證及證書方面並無遇到任何重大困難。據我們的中國法律顧問及澳洲法律顧問所告知，重續此類許可證或牌照不存在重大法律障礙。

業 務

獎項及認可

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們就產品及服務的質量及知名度獲得多項獎項及認可。我們及我們的管理層已獲得的部分重要獎項及認可載列如下。

獎項／認可	獲獎年份	頒獎機構／部門
年度性價比類房車(Caravan of the Year for the Value for Money Category)	2022年	MSA 4x4 Accessories (澳洲)
澳洲最佳房車 (性價比類) (Best Aussie Van in the Value for Money Category)	2019年	CZONE BLA (澳洲)
2023浙江省優秀企業家	2023年	浙江省企業家聯合會 浙江省企業家協會
2022年度房車露營行業卓越領袖飛鷹獎	2022年	21世紀房車網
2021綠色城配推廣人物	2021年	中國新能源物流車綠色城配大會
2014中國改革優秀人物獎	2014年	國家發展改革委中國經濟導報社
2014中國(汽車)行業最具影響力人物	2014年	第三屆中國財經峰會組委會

業 務

環境、社會及管治

我們致力於推動企業社會責任和可持續發展，並將其融入我們業務營運的所有主要方面。因此，我們的董事會已根據上市規則附錄C2的標準，採納了一項關於環境、社會及管治(ESG)責任的綜合政策(「**ESG政策**」)。ESG政策概述(其中包括)(i)ESG事宜的適當風險治理，包括氣候相關風險和機遇；(ii)ESG戰略制定程序；(iii)ESG風險管理及監察；(iv)識別關鍵績效指標(「**關鍵績效指標**」)；及(v)相關計量指標及緩解措施。

我們的ESG政策亦規定了各方在管理ESG事宜方面的責任及權力。董事會全面負責監督及確定影響我們的環境、社會及氣候相關風險及機遇，制定並採納ESG政策及相關目標，並根據ESG目標每年審查我們的表現，倘發現與目標有重大差異，則適當修改ESG戰略。董事會已設立一個ESG工作小組，由四名成員組成(包括相關ESG部門的管理層)。ESG工作小組在以下方面為董事會提供支持：(a)執行協定的ESG政策、目標及戰略；(b)對環境相關、氣候相關及社會相關風險進行重要性評估，並評估我們如何根據氣候變化調整業務；(c)在編製ESG報告的同時收集各方的ESG數據；及(d)持續監測本集團ESG相關風險應對措施的實施情況。ESG工作小組必須每年向董事會報告我們的ESG表現及ESG系統的有效性。

據我們的中國法律顧問所告知，於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，我們於所有重大方面遵守適用的環境法律及法規。據澳洲法律顧問所告知，考慮到Regent RV、Snowy River RV公司及United RV的業務模式及主要業務營運，於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，澳洲環境法律法規的重大方面並不適用於我們在澳洲的業務營運。

管治

我們的董事會認為，對ESG相關風險和機遇的監督及有效管理對於我們執行增長戰略及實現長期可持續增長的能力至關重要。因此，作為其年度深入戰略及風險管理會議的一部分，董事會定期收取有關各類ESG主題的最新資料，包括可持續發展和氣候相關事宜，以及全年的持續討論及定期報告。

業 務

於管理層層面，我們的ESG工作小組負責確保與氣候相關的風險和機遇完全融入我們的長期業務戰略。我們的ESG工作小組負責監督並向董事會報告管理層在管理我們關鍵戰略ESG目標方面的進展，涵蓋各種可持續發展和氣候相關主題及舉措。

戰略及與氣候相關的風險和機遇

我們將與氣候相關的風險和機遇融入更大的企業戰略中，以加強戰略決策，同時考慮長期、有彈性的營運。我們認識到，環境保護的監管環境日益嚴格，倘處理不當，將帶來重大的營運及財務風險。更嚴格的排放控制、用水限制及廢棄物管理要求均可能影響我們維持高效及具成本效益生產的能力。未能滿足該等不斷變化的法規亦可能導致處罰、法律責任及聲譽受損。

我們已建立一個全面的風險管理框架，識別、評估及監控我們營運中與ESG相關的關鍵風險，包括氣候變化及其他破壞因素引致的風險。該框架包括至少每年進行一次企業範圍的風險評估，由我們的董事會及審核委員會監督我們的風險管理方針。

根據該等風險評估，我們已實施以下主要緩解措施：

- 減排舉措：我們投資升級生產設備及流程，以提高能源效率，減少空氣污染物及溫室氣體排放。其包括過渡到更清潔的燃料來源、安裝排放控制技術以及優化生產工作流程。
- 資源節約計劃：為了解決能源消耗及用水量的問題，我們推出了資源節約舉措，例如實施用水循環系統，升級至更高效的照明及供暖、通風及空調系統，以及提高員工對可持續實踐的認識。
- 供應商參與：我們正在積極與供應商合作，以更好地了解及管理我們整個價值鏈中的環境影響。其包括在原材料採購及物流中合作制定減少排放、浪費及資源使用的舉措。
- 氣候風險分析：我們將與氣候相關的物理及轉型風險（例如極端天氣事件及法規變化）納入我們的常規風險評估流程。倘其被視為重要，則我們會將該等與氣候相關的風險及機遇納入我們的戰略及財務規劃中。

業 務

下表進一步說明本公司的ESG風險和機遇。

風險類型		潛在財務影響	短期 (0至1年)	中期 (1至5年)	長期 (5至20年)	緩解策略
轉型風險	政策及 法律	國際政府已對自行式房車實施適用於本公司將於2024年底推出的自行式房車的燃料消耗標準。不符合該等要求的產品將無法出售。	中等風險	中等風險	中等風險	為遵守提高燃料效率的新要求，我們將在自行式房車的設計中採用如下設計，旨在使其重量比傳統房車減輕15%至20%： 1. 輕質結構設計：我們將採用空心副車架並增加工藝孔，確保結構強度的同時最大限度地減輕重量。 2. 應用輕質新材料：我們將使用聚氨酯(PU)泡沫隔熱板、航空鋁板及聚氨酯(PU)龍骨等輕質材料。 3. 重型優化傢具：我們將使用輕質膠合板及聚對苯二甲酸乙二醇酯 (PET) 製造傢具以減輕房車的整體重量。

本文件為草擬本。其所載資料並不完整及可作更改。閱讀本文件有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

業 務

風險類型		潛在財務影響	短期 (0至1年)	中期 (1至5年)	長期 (5至20年)	緩解策略
轉型風險	政策及 法律	由於法規的影響，溫 室氣體排放的定價 上升	低風險	低風險	低風險	為配合中國在2060年實現 碳中和的國家計劃，我們 已採取環境保護措施， 包括減少溫室氣體排放 及能耗。
		由於對現有產品採取 更嚴格的環保措 施，合規成本增加	低風險	低風險	中等風險	我們的戰略主要是盡可能地 避免及減少排放。
	市場	由於消費者偏好轉 變，對商品及服務 的需求減少	低風險	低風險	中等風險	我們積極與政府、監管機構 及行業組織合作。技術部 門通過開發新產品及研 究解決人們對ESG及氣 候日益增加的關注度。
						我們的管理層監察銷售趨勢 及市場發展，以滿足不斷 變化的市場需求。

本文件為草擬本。其所載資料並不完整及可作更改。閱讀本文件有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

業 務						
風險類型		潛在財務影響	短期 (0至1年)	中期 (1至5年)	長期 (5至20年)	緩解策略
物理風險	急性	極端天氣擾亂了我們製造過程中使用的原材料的供應及生產	低風險	低風險	中等風險	我們的供應商分佈在不同的地理區域，盡量降低因單一地區的局部天氣事件而同時造成中斷的風險。
	慢性	與持續升溫有關的成本增加	低風險	低風險	中等風險	我們採取節能措施，減少用電量，杜絕不必要用電。
機遇類型		潛在財務影響	短期 (0至1年)	中期 (1至5年)	長期 (5至20年)	實現策略
資源效率		通過降本增益以降低營運成本	低風險	低風險	低風險	我們不斷尋求節能替代方案及舉措，以全面實施節能措施。我們制定了減少環境影響的目標，並每年根據該等目標評估我們的績效。
產品及服務		通過對可持續產品的需求增加收入	低風險	低風險	中等風險	與傳統交通方式相比，我們的產品提供一種更環保的可替代出行解決方案，並鼓勵人們選擇更加可持續的方式探索戶外。我們將繼續教導我們的顧客，提高彼等對環境問題的意識。

董事會、審核委員會及ESG工作小組持續監督我們的風險管理方針，包括每年審查我們緩解措施的有效性及其與環境、社會及氣候相關的表現。我們致力於適時修改我們的ESG戰略，以應對不斷變化的任何風險或機遇。

業 務

此外，為努力減少本集團的污染物排放、能源消耗及用水量，我們制定於未來一年內、未來三年內及未來五年內分別減少3%、7%及10%排放量（與2023年的使用量相比）的目標。我們相信，在明確目標及高級管理層承諾的支持下，該等廣泛的措施將有效減輕我們對環境的影響，並確保遵守不斷變化的法規。我們將保持警惕，不斷審查並改進該等計劃，以推動表現的進一步改進。

我們的ESG工作小組將繼續與供應商及內部員工合作，通過採購綠色材料、提高生產工廠的效率及效益、簡化工藝流程等方式，探索減少污染物排放、能源消耗及用水量的機遇。我們的ESG工作小組將定期向董事會匯報各項措施的成效及目標實現情況。

指標及目標

董事會在每個財政年度開始時根據上市規則附錄C2及[編纂]時其他相關規則及法規的披露要求，為每項主要關鍵績效指標設定目標。我們每年審查主要關鍵績效指標的相關目標，以確保其符合我們的需求。設定關鍵績效指標目標時，我們已考慮各項指標的歷史水平，並已全面審慎地考慮我們未來的業務擴展，旨在平衡業務增長及環境保護，以實現可持續發展。

環境

溫室氣體排放

我們定期監控溫室氣體（「溫室氣體」）排放水平。我們的溫室氣體排放主要源自房車物流燃料的使用以及生產及辦公場所使用的電力。於2021年、2022年及2023年，我們的溫室氣體排放量列示如下：

	2021年	2022年	2023年
範圍1 (噸二氧化碳當量)	4.5	4.5	4.5
範圍2 (噸二氧化碳當量)	1,075.3	1,089.0	1,352.4
總計 (噸二氧化碳當量)	1,079.8	1,093.4	1,356.9
總密度 (噸二氧化碳當量／收入)	0.004	0.002	0.002

根據世界可持續發展工商理事會和世界資源研究所發佈的《溫室氣體核算體系——企業核算與報告標準（修訂本）》，我們的範圍3排放分類為上游活動及下游活動，其中包括因用於

業 務

製造房車的原材料及零部件(如電器)的開採及生產、分別用於生產、組裝、經銷及銷售的外購原材料及成品房車的運輸及經銷，以及已出售房車於其使用壽命結束後的處置以及員工商務出差而產生的排放。

作為一家房車製造商，我們認識到範圍3排放可能代表我們上游及下游價值鏈活動中整體碳足跡的一部分。然而，我們尚未完成對該等範圍3排放源的識別、量化及分類的全面評估。我們正積極努力改進此領域，因為我們旨在提高溫室氣體排放報告的透明度及完整性。我們正制定更佳的數據收集流程，並與我們的供應商及其他各方合作，收集所需資料，以便於未來提供範圍3排放更詳盡的明細。我們的目標是於2025年財政年度披露範圍3溫室氣體排放表現。以2025年為基準年，我們計劃於未來三年內將單位收入的範圍3溫室氣體排放量減少3%，於未來五年內減少5%。

我們的目標是在未來一年內、未來三年內及未來五年內，逐步將單位收入的溫室氣體排放量分別減少3%、7%及10% (與2023年的使用量相比)。我們已實施以下措施：

- 改進生產工廠，從而提高能源效率；
- 為員工提供培訓，以提高其節能意識；及
- 進行持續監控，確保員工遵守節能指引。

環境及自然資源

資源利用

我們通過消耗能源及水以支持我們的日常業務營運，主要包括生產及辦公設施。我們分別使用年度用電量及年度用水量來評估能源使用及用水量。我們致力通過以下各項措施，積極節約能源及水資源。我們亦通過內部培訓提高僱員的節能節水意識。我們擬繼續努力，在未來節能節水。於往績記錄期間，能源及水消耗量如下：

	2021年	2022年	2023年
用電量 (兆瓦時)	1,784.4	1,786.5	2,186.4
用電密度 (兆瓦時／收入)	0.006	0.004	0.003
用水量 (立方米)	16,238.0	14,334.0	17,407.0
用水密度 (立方厘米／收入)	0.006	0.003	0.002

業 務

我們計劃不斷降低我們的用水量及耗能。我們的目標是於未來一年內、未來三年內及未來五年內，逐步將單位收入的生產公用事業消耗量分別減少3%、7%及10%（與2023年的使用量相比）。我們已實施以下措施：

- 會議結束後，關閉音響、空調、照明及其他電器並進行定期檢查，確保所有員工遵守規定；
- 加強對各類管線、閥門、抽水機、齒輪箱等的檢查，及時消除跑、冒、滴、漏現象；及
- 組織生產部門不斷改革創新，最大限度減少污染物排放，嚴禁過度用水，最大限度地實現節能降耗、減排增效。

廢棄物管理

我們的主要有害廢棄物主要包括生產工廠產生的生產廢棄物；我們的無害廢棄物主要為生產工廠及辦公室產生的生產廢棄物。為了收集有害廢棄物，我們委聘合格的第三方進行處理。無害生產廢棄物，如廢金屬，由第三方回收公司收集。垃圾和餐廚垃圾由政府垃圾收集部門處理。清洗房車的廢水用於循環再用，而生活廢水則排入市政污水管網。我們已獲得有效期至2027年10月的排污許可證。於往績記錄期間排放的有害廢棄物、無害廢棄物及廢水量如下：

	2021年	2022年	2023年
有害廢棄物 (噸)	23.8	42.6	37.1
有害廢棄物密度 (千克／收入)	0.0001	0.0001	0.0001
無害廢棄物 (噸)	1,202.0	1,401.0	1,667.3
無害廢棄物密度 (千克／收入)	0.004	0.003	0.002
廢水 (立方米)	13,610.0	12,027.0	16,212.0
廢水密度 (立方厘米)	0.005	0.002	0.002

作為我們環保承諾的一部分，我們已聘任第三方檢測公司於2024年4月對我們生產現場產生的廢水、廢氣排放及固體廢棄物進行檢測。我們所遵循的排放標準均在法定範圍內。

業 務

於未來一年內、未來三年內及未來五年內，我們計劃通過實施以下措施，將單位收入的廢棄物排放密度分別持續降低3%、7%及10%（與2023年的使用量相比）：

- 繼續開發新的生產創新以最大限度地減少生產廢棄物及廢水的排放；
- 探索回收生產廢棄物及廢水的方法；及
- 通過在辦公紙張的兩面列印以及重複使用單面列印的紙張以鼓勵節約用紙。

與氣候相關機遇及風險相一致的商業活動

我們已將氣候相關風險及機遇納入我們的企業戰略，以加強戰略決策，應對該等挑戰。在供應商選擇過程中，我們優先考慮於採購材料時優先考慮環保做法的可持續供應商。在產品設計中，我們將節能設計原則融入房車製造中，包括使用輕質材料來降低油耗。我們亦通過在房車中安裝太陽能電池板來產生清潔能源，將可再生能源融入我們的產品中。在製造過程中，我們實施量測及減少碳足跡的舉措。我們優化生產流程，降低能源消耗，並促進廢棄物減少及回收利用。管理層相信，隨著我們的房車產品激勵個人採用更持續的戶外探險方式，本公司將在收入方面受益於氣候相關的機遇。因此，我們從新房車及二手房車銷售中獲得的收入與氣候相關的機遇相一致。然而，由於對氣候相關機遇的財務影響無法單獨識別，我們無法量化氣候相關機遇導致的財務影響。

就與氣候相關風險而言，我們的公用事業費用及排污費容易受到氣候相關轉型風險的影響。由於更嚴格的法規，廢棄物處理及廢氣排放的價格上漲可能會導致我們增加運營開支。我們估計，於2023年產生的約人民幣2.8百萬元的公用事業費用及排污費容易受到氣候相關轉型風險的影響。我們的一部分銷售成本也可能容易受到氣候相關轉型風險的影響。市場可能會對更可持續的產品提出需求，從而導致銷售成本的增加。儘管如此，我們相信隨著市場的不斷成熟，可持續產品的成本會降低，因此對我們的銷售成本並無重大影響。由於我們的生產工廠、倉庫及辦公室均在室內，我們的資產不存在實質性的物理風險。然而，我們意識到有必要加強對未來極端氣候風險和緊急情況的保護。我們已成立應急預案領導小組，以應對未來發生的極端天氣事件。

業 務

為了確保我們的生產工廠符合國家環境標準，我們在環境設施方面投資約人民幣6.08百萬元，包括廢氣處理設施、污水收集及處理、有害廢棄物倉庫及固體廢棄物處理以及隔音設施。

社會責任

健康與安全工作環境

我們已採用並維持一整套規則、標準操作程序和措施，為我們的員工保持健康安全的環境。我們執行安全指南，列出有關潛在安全隱患的資料。我們要求新員工參加安全培訓，以熟悉相關的安全規則和程序。此外，要求現有員工根據其職責參加進修培訓，例如有害廢棄物處理程序。此外，每月對生產工廠進行檢查，以主動識別並及時解決任何潛在的危險或不安全區域。

倘發生安全相關事故，安全委員會將事故報告提交給人力資源部門，人力資源部門其後將向監管部門報告。於往績記錄期間，概無因工傷死亡事故或重大工傷事故。

反貪污

我們已制定反貪污政策，概述員工在商業道德、反貪污及反賄賂、利益衝突以及數據保密方面的行為標準，以確保我們的業務及營運達到高道德標準。我們亦為員工及外部利益相關者建立舉報渠道，以舉報任何形式的不當行為及涉嫌不當行為。本公司保護舉報人的身份，並對舉報資料保密。本公司將進行內部調查以核實報告的案件，並在必要時根據調查結果採取補救措施。

供應鏈管理

我們樂於與各類型具備不同背景的供應商緊密合作，旨在為業務貢獻更多價值。我們已制定採購管理政策，明確我們在採購過程中對公開、公平及有效競爭的承諾，並制定嚴格的管理程序，精心選擇具有高標準商業誠信和產品及服務可靠性的供應商。

為妥善管理供應鏈的環境和社會風險，我們已在採購文件及合約中概述我們的期望及要求(包括環境及社會績效)，確保供應商於業務活動中充分理解並承擔規則所限的責任。根據交付、物料及服務質素、管理體系及定價標準，我們定期對現有名單上的供應商進行績效

業 務

評估，以確保產品及服務質素的一致性。倘發現任何不合格問題，我們要求所有供應商及時採取補救措施。供應商如持續未能滿足我們要求的標準和被發現違反法律及法規，則將從獲批供應商的名單中刪除。

健康及職業安全

我們須遵守有關健康及職業安全的各類法律法規。我們已採取並實施一系列措施，為員工維持健康安全的環境。例如，我們要求新員工參加安全培訓，以熟悉相關的安全規則及程序。此外，我們進行現場安全評估及危險源識別，這有助於我們提高整體健康及安全管理的有效性。我們已建立事故記錄及處理系統。我們有指定的人員負責處理工作事故及傷害，並保存健康及安全生產合規記錄。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們在營運過程中並無發生任何導致個人或財產損失索賠或向僱員支付賠償的重大事故。

法律程序及合規

法律程序

我們會受到在日常業務過程中出現的法律程序、爭議及索賠的影響。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並非任何重大法律、仲裁或行政程序的一方，亦不知悉任何針對我們或我們董事的未決或威脅提出的法律、仲裁或行政程序，從而可能個別或共同對我們的業務、財務狀況及經營業績產生重大不利影響。

合規

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們未曾亦無捲入任何導致罰款、執法行動或其他處罰的重大不合規事件，從而可能個別或共同對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響。

數據保護及私隱

我們致力於遵守數據保護和私隱法律並保護用戶數據安全。一方面，我們於中國僅從事生產流程，不涉及用戶數據的收集及儲存。另一方面，我們通常不會收集個人客戶的個人資料，因為該等客戶主要由我們的第三方經銷商於第三方經銷店交易，惟與Regent公司、Snowy River RV公司及合營經銷商運營相關的用於產品註冊及保修索賠的客戶相關數據除外，包括彼等於我們合營店及自營店的姓名、地址、電話號碼及電子郵件。尤其是，我們採

業 務

用各種技術以保護我們的受託數據。例如，我們以加密格式存儲所收集的機密個人數據。我們亦採取其他技術措施以確保數據的安全處理、傳輸及使用。為最小化對敏感數據的訪問，我們採用內部敏感數據分類及分級系統。一旦敏感數據被分類及分級，僅少數獲得授權的人員才可訪問該等數據。我們收集或保存的所有數據均存儲於我們自有的資料系統中，不會共享或傳輸予任何外部人員。我們亦採用全面的備份系統，將數據備份到不同的存儲系統中，以確保所收集的數據得到妥善保存。我們亦定期進行數據恢復測試，以確保所收集數據的安全。我們的合規團隊負責監控我們的業務營運，以確保我們遵守最新的適用政策、規則及法規，包括確保所收集數據的收集、使用、存儲、傳輸及傳播符合適用法律以及數據私隱及網絡安全方面的現行行業慣例。據我們的中國法律顧問及澳洲法律顧問所告知，於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，我們於所有重大方面均遵守與數據私隱及安全有關的適用法律及法規。

風險管理及內部控制

風險管理

我們在營運過程中面臨各類風險。我們的管理層已設計並實施風險管理及內部控制系統，包括我們認為適合我們業務營運的政策及程序。我們所面臨的主要運營風險源自與我們行業相關的整體市場狀況變化，我們在預期我們經營所在市場增長時管理業務增長的能力，我們在行業同行中的競爭力，以及我們對不斷變化的法規和不斷發展的行業標準的遵守情況。有關我們在業務營運方面所面臨的各類主要風險及不確定因素的討論，請參閱「風險因素」。我們致力於將合規文化融入我們的日常工作流程，並推廣公司政策及程序，以加強我們的合規地位。

董事會負責建立及維持適當的風險管理及內部控制系統，監督整體風險管理，以及每年評估和更新我們的風險管理政策。

業 務

為應對該等挑戰，我們已建立風險管理框架，該框架概述如下：

- 已建立審核委員會，由經驗豐富、稱職的人員組成，負責審查和監督本公司的財務報告系統、風險管理及內部控制系統，就外聘核數師的任命及罷免向董事會提出推薦建議，並就企業管治相關的政策及慣例向董事會提供意見。
- 董事會負責(i)制定和監督我們的整體風險管理政策及目標；(ii)審批本公司的年度重大風險管理事項；(iii)審查風險管理體系的有效運行並就我們的風險管理方針向本公司風險合規部提供指導意見；(iv)批准重大決策的風險評估報告；(v)批准風險評估標準及主要風險管理解決方案；及(vi)批准本公司的綜合年度風險管理報告。
- 本公司風險合規部負責執行我們的風險管理政策及日常風險管理慣例。為規範本公司的風險管理，並建立透明、標準化的風險管理績效，本公司的風險合規部將(i)完善風險管理體系，制定全面的風險管理政策，實施基本管理流程；(ii)配合相關部門制定全面的年度風險管理工作計劃並推動實施；(iii)制定風險評估標準，監督本公司重大及關鍵風險的識別及評估；(iv)配合相關部門出具有關重大計劃、投資項目及新業務的獨立風險評估報告；(v)監督所有部門識別並評估各部門內的重大及重要風險，並加強風險管理措施；及(vi)配合相關部門收集國內外有關重大風險的最佳實踐及案例研究。

內部控制

我們已制定並一直實施多項內部控制政策及程序，為我們實現目標提供合理的保證，包括與有效及高效的營運、準確的財務報告以及遵守所有相關法律法規有關的目標。下文概述我們已採納或將繼續採納的內部控制政策及程序：

- 董事會及高級管理層負責監督及管理與我們業務營運相關的整體風險。

業 務

- 內部審計部門對內部報告進行獨立的內部審計及定期審閱，監督該等政策、措施及程序的執行情況，並直接向本公司總經理匯報。
- 我們已制定行為準則，要求全體僱員與客戶及其他利益相關者進行交易時，須恪守道德、誠信及行為的最高標準。
- 我們在業務營運中已採取各項措施及程序，包括銷售及採購管理、生產及存貨管理、財務管理、法律及合規管理、質量保證、信息披露、反貪污政策、知識產權保護、環境保護、職業健康及安全等。作為員工培訓計劃的一部分，我們定期為員工提供有關該等措施及程序的培訓。
- 審核委員會持續審查及評估我們的財務報告系統及內部控制系統，確保我們的系統能有效識別、管理及降低與我們的業務營運相關的風險。

我們已委任獨立內部控制顧問，對我們的內部控制體系及程序進行全面且具事實依據的評估，並提出建議，以加強我們內部控制及企業管治慣例的有效性。檢查的重點領域包括銷售與採購、研發、生產及存貨、人力資源及薪酬、保險、財務報告、信息技術、關連交易及稅項。我們已採納內部控制顧問提出的建議，彼等並無發現我們的內部控制系統存在任何重大缺漏。

我們亦已委任財通國際融資有限公司作為我們的合規顧問，於[編纂]後的首個財政年度結束前就上市規則相關事宜向董事及管理層團隊提供意見。我們的合規顧問將及時就相關監管機構根據上市規則提出的要求提供支持及意見。