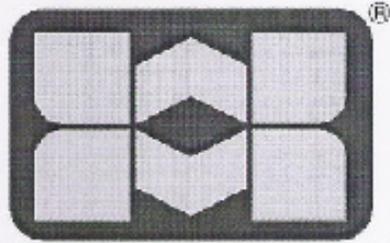


广东骅威玩具工艺股份有限公司

Guangdong Huawei Toys Craft Co.,Ltd

(汕头市澄海区澄华工业区玉亭路)



HUA WEI

中国驰名商标

首次公开发行股票招股说明书

 保荐人（主承销商）
东海证券有限责任公司

(江苏省常州市延陵西路 23 号投资广场 18、19 号楼)

发行概况

发行股票类型：	人民币普通股（A股）
拟发行股数：	2,200万股
每股面值：	人民币1.00元
每股发行价格：	29元
预计发行日期：	2010年11月3日
拟上市证券交易所：	深圳证券交易所
发行后总股本：	8,800万股
本次发行前股东所持股份的流通限制、股东对所持股份自愿锁定的承诺：	<p>公司副董事长兼总经理郭祥彬、董事兼副总经理郭群承诺：自骅威玩具首次公开发行的股票在证券交易所上市之日起三十六个月内，本人不转让或者委托他人管理本人在骅威玩具首次公开发行股票前所持有的骅威玩具股份，也不由骅威玩具回购本人所持有的该等股份；自骅威玩具首次公开发行的股票在证券交易所上市之日起三十六个月后，本人在任职期间内每年转让的骅威玩具股份不超过本人所持有骅威玩具股份总数的25%；本人离职后半年内，不转让本人所持有的骅威玩具股份，且本人在申报离任六个月后的十二个月内通过证券交易所挂牌交易出售骅威玩具股票数量占本人所持有骅威玩具股票总数的比例不超过50%。</p> <p>公司股东华青投资、富尔亿影视、高佳软件、雅致服饰承诺：自骅威玩具首次公开发行的股票在证券交易所上市之日起一年内，本公司不转让本公司在骅威玩具首次公开发行股票前所持有的骅威玩具股份。</p>
保荐人（主承销商）：	东海证券有限责任公司
招股说明书签署日期：	2010年11月2日

发行人声明

发行人及全体董事、监事、高级管理人员承诺招股说明书及其摘要不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。

公司负责人和主管会计工作的负责人、会计机构负责人保证招股说明书及其摘要中财务会计报告真实、完整。

中国证监会、其他政府机关对本次发行所做的任何决定或意见，均不表明其对本发行人股票的价值或投资者收益的实质性判断或保证。任何与之相反的声明均属虚假不实陈述。

根据《证券法》等的规定，股票依法发行后，发行人经营与收益的变化，由发行人自行负责，由此变化引致的投资风险，由投资者自行负责。

投资者若对本招股说明书及其摘要存在任何疑问，应咨询自己的股票经纪人、律师、会计师或其他专业顾问。

重大事项提示

一、滚存利润的分配安排

2010年1月26日，经公司2010年第一次临时股东大会审议通过了“本次发行前的滚存未分配利润的处置方案”如下：本次发行股票完成后，发行前的滚存未分配利润将由新老股东按照发行后的持股比例共享。

二、股东持有股份自愿锁定承诺

公司副董事长兼总经理郭祥彬、董事兼副总经理郭群承诺：自骅威玩具首次公开发行的股票在证券交易所上市之日起三十六个月内，本人不转让或者委托他人管理本人在骅威玩具首次公开发行股票前所持有的骅威玩具股份，也不由骅威玩具回购本人所持有的该等股份；自骅威玩具首次公开发行的股票在证券交易所上市之日起三十六个月后，本人在任职期间内每年转让的骅威玩具股份不超过本人所持有骅威玩具股份总数的25%；本人离职后半年内，不转让本人所持有的骅威玩具股份，且本人在申报离任六个月后的十二个月内通过证券交易所挂牌交易出售骅威玩具股票数量占本人所持有骅威玩具股票总数的比例不超过50%。

公司股东华青投资、富尔亿影视、高佳软件、雅致服饰承诺：自骅威玩具首次公开发行的股票在证券交易所上市之日起一年内，本公司不转让本公司在骅威玩具首次公开发行股票前所持有的骅威玩具股份。

三、特别提醒投资者注意的风险因素

（一）原材料价格波动的风险

本公司玩具产品的主要原料为塑料，近年来塑料行业受原油价格波动影响较大，原油价格上涨会导致塑料价格的上涨，反之则反是，公司采购的塑料价格随之变动。虽然公司不断开发高附加值的新产品、调整产品结构、提升品牌价值、增强企业信誉，保持了一定的议价能力，能够降低原材料价格波动对公司利润的影响，保持了合理的盈利水平，但未来原材料价格如大幅波动，仍将对公司经营

业绩有较大影响。

（二）受产品进口国政策变动影响的风险

公司产品的主要出口地为美国、欧盟、拉美等国家和地区。近几年，美国、欧盟、日本等近40个国家或地区纷纷出台一系列新的玩具安全标准，对我国玩具行业形成了很强的贸易壁垒，如美国修订后的《美国联邦消费品安全法规》、2008年8月实施的《2008消费品安全改进方案》，欧盟2006年7月1日起实施“RoHS指令”，2007年6月1日起又实施“REACH法规”等。中国企业不得不为此增加技术投入和检测费用。虽然目前公司产品均能符合甚至超过进口国的标准，但如果未来产品进口国的贸易壁垒和行业标准变化，仍将会对公司的产品出口产生一定的影响。

（三）汇率波动风险

公司的出口产品主要采用美元结算。人民币对美元的汇率波动会给公司带来以下影响：一是汇兑损益，报告期内2007年、2008年、2009年、2010年1-6月人民币汇率波动造成的汇兑损失分别为401.35万元、180.71万元、55.74万元和58.30万元，占当期利润总额比例分别为14.16%、5.23%、1.20%和2.72%；二是出口产品的价格竞争力，若人民币汇率波动，公司产品在国际市场的性价比优势将会改变，从而影响本公司的经营业绩；三是合同签订至确认收入期间人民币升值导致实际确认的收入少于预期收入。如果未来人民币短期大幅升值将给公司的经营业绩带来较大影响。

（四）国内营销网络建设风险

公司于2008年6月起正式开拓国内市场。截至目前，公司已与众多经销商建立了良好的合作关系，初步建立了国内市场营销网络。本次募集资金中有部分资金投向于国内营销网络建设项目，该项目的实施将进一步开拓公司的国内市场，提高公司的盈利水平，增强公司的抗风险能力。尽管公司在国内营销网络建设方面积累了一定的经验，但在项目实施过程中可能会受到市场环境变化、相关政策变动等因素的影响，公司的国内营销网络建设不能达到预期目标。

（五）投资制作动漫影视片制作的风险

公司作为一家致力于玩具的研发、生产和销售的传统制造企业投资动漫影视

片制作，目的在于运用玩具与动漫结合的盈利模式推动公司玩具产品的销售、提升品牌价值、获取较高的销售毛利。公司对动漫玩具产品的开发和推广进行了充分的分析论证，能够有效防范部分风险。但是，投资制作动漫影视片仍存在影片未能达到预期播放效果、动漫衍生产品未能畅销或被仿冒等运营风险。

（六）出口退税政策变化的风险

根据财政部、国家税务总局相关规定，报告期公司出口玩具的增值税退税率变动如下：

时 间	适用的玩具出口退税率
2007年7月1日前	13%
2007年7月1日至2008年10月31日	11%
2008年11月1日至2009年5月31日	14%
2009年6月1日以后	15%

公司产品以出口为主，执行增值税“免、抵、退”政策。据测算，假设不考虑以美元计价的产品售价变动、成本变动等因素，以2009年为比较基础，净利润对出口退税的敏感系数为8.56，即：出口退税率每降低1%，公司净利润会相应减少346.17万元。

尽管公司在与海外客商磋商产品售价时会综合考虑出口退税等因素的影响，但如果未来玩具出口退税率降低，仍存在公司无法及时相应提高产品出口价格而导致经营业绩下降的风险。

请投资者认真阅读本招股说明书的“第四节 风险因素”，并特别关注上述风险。

目 录

第一节 释 义	10
第二节 概 览	14
一、公司基本情况.....	14
二、控股股东及实际控制人简介.....	15
三、公司的主要财务数据.....	16
四、本次发行情况.....	17
五、本次募集资金主要用途.....	17
第三节 本次发行概况	19
一、本次发行的基本情况.....	19
二、本次发行的有关当事人.....	20
三、发行人与本次发行有关当事人之间的关系.....	21
四、本次发行上市有关重要日期.....	21
第四节 风险因素	22
一、经营风险.....	22
二、市场风险.....	22
三、财务风险.....	23
四、管理风险.....	25
五、募集资金投资项目风险.....	25
第五节 发行人基本情况	27
一、发行人概况.....	27
二、发行人改制重组情况.....	27
三、发行人设立以来的股本演变和重大资产重组情况.....	30
四、历次验资情况.....	39
五、发行人股权结构及组织结构.....	40
六、发行人的对外投资情况.....	43
七、发起人、持有发行人 5% 以上股份的主要股东及实际控制人基本情况.....	43
八、发行人股本情况.....	45
九、发行人员工及其社会保障情况.....	47
十、发行人主要股东和作为股东的董事、监事、高级管理人员所做出的重要承诺.....	48
第六节 业务与技术	50
一、公司的主营业务、主要产品及变化情况.....	50
二、行业基本情况.....	50
三、公司的竞争地位.....	73
四、公司主营业务的具体情况.....	82
五、公司的主要固定资产及无形资产.....	108
六、公司拥有的特许经营权的情况.....	120
七、公司主要生产产品的生产技术情况.....	120
八、产品的质量控制在.....	127

第七节 同业竞争与关联交易	132
一、同业竞争	132
二、关联方及关联交易情况	133
第八节 董事、监事、高级管理人员与核心技术人员	141
一、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员简介	141
二、董事、监事的提名和选聘情况	145
三、公司董事、监事、高管人员与核心技术人员及其近亲持有本公司股份的情况	146
四、公司董事、监事、高级管理人员与核心技术人员的对外投资情况	146
五、公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员最近一年从公司及关联企业领取报酬情况	146
六、公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员兼职情况	147
七、公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员相互之间存在的亲属关系	148
八、公司与董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的协议、承诺及其履行情况	148
九、公司董事、监事、高级管理人员任职资格	148
十、公司董事、监事、高级管理人员近三年及一期的变动情况	149
第九节 公司治理	151
一、公司股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度的建立健全及运行情况	151
二、公司近三年及一期违法违规行情况	160
三、公司近三年及一期资金占用和对外担保的情况	160
四、公司内部控制制度情况	160
第十节 财务会计信息	162
一、公司最近三年及一期的财务报表	162
二、审计意见类型	167
三、发行人财务报表的编制基础、合并报表范围及变化情况	167
四、发行人采用的主要会计政策和会计估计	167
五、适用的主要税种税率及享受的主要税收优惠政策	180
六、最近一年及一期内收购兼并情况	181
七、经注册会计师核验的非经常性损益明细表	182
八、主要资产项目	186
九、主要负债项目	187
十、所有者权益变动情况	188
十一、现金流量情况	190
十二、会计报表附注中的或有事项、承诺事项、期后事项及其他重要事项	190
十三、最近三年的主要财务指标	191
十四、评估、验资情况	193
第十一节 管理层讨论与分析	194
一、发行人财务状况分析	194
二、公司盈利能力分析	228
三、公司重大资本性支出分析	257
四、或有事项和重大期后事项分析	257

五、财务状况和盈利能力的未来趋势分析	257
第十二节 业务发展目标	260
一、公司当年和未来两年的发展计划	260
二、拟定上述计划所依据的假设条件	264
三、实现上述计划将面临的主要困难及挑战	264
四、确保实现上述发展计划拟采用的方式、方法或途径	265
五、发展计划与现有业务的关系	265
第十三节 募集资金运用	267
一、本次发行筹集资金总量及拟投资项目	267
二、募集资金投资项目简介	268
三、募集资金运用对主要财务状况及经营成果的影响	295
第十四节 股利分配政策	297
一、公司最近三年股利分配政策和实际股利分配情况	297
二、发行前滚存利润的分配安排	297
三、发行后的股利分配政策	298
第十五节 其他重要事项	299
一、负责信息披露和投资者关系管理的机构	299
二、重要合同	299
三、对外担保情况	302
四、诉讼或仲裁事项	302
第十六节 董事、监事、高级管理人员及有关中介机构声明	303
第十七节 备查文件	309
一、附件	309
二、查阅时间和地点	309

第一节 释 义

在本招股说明书中，除非另有说明，下列词汇具有如下意义：

发行人、本公司、公司、股份公司、骅威玩具	指：	广东骅威玩具工艺股份有限公司
公司前身	指：	澄海市骅威玩具工艺（集团）有限公司
骅威有限	指：	广东骅威玩具工艺（集团）有限公司
华青投资	指：	汕头市华青投资控股有限公司
雅致服饰	指：	汕头市雅致服饰有限公司
高佳软件	指：	汕头市高佳软件有限公司
富尔亿影视	指：	上海富尔亿影视传媒有限公司
玩具总厂	指：	汕头市澄海区骅隆电子科技有限公司，原名“澄海县城关镇木制玩具总厂”、“澄海县城关镇玩具总厂”、“澄海县玩具总厂”、“澄海市玩具总厂”、“汕头市澄海区玩具总厂”、“汕头市澄海玩具总厂有限公司”，是发行人成立时的控股股东。
工艺二厂	指：	汕头市澄海区工艺二厂，原名“澄海工艺二厂”，是发行人成立时的股东。
工艺制衣厂	指：	澄海市凤翔工艺制衣厂，是发行人成立时的股东。
工艺一厂	指：	汕头市鑫源工艺玩具有限公司，原名“澄海工艺一厂”，是发行人成立时的股东。
花艺厂	指：	汕头市澄海区凤翔花艺厂，原名“澄海市凤翔花艺厂”，是发行人成立时的股东。
本次发行	指：	公司本次拟公开发行面值为 1.00 元的 2,200 万股人民币普通股的行为
股东会	指：	广东骅威玩具工艺（集团）有限公司股东会
股东大会	指：	广东骅威玩具工艺股份有限公司股东大会
董事会	指：	广东骅威玩具工艺股份有限公司董事会

监事会	指：	广东骅威玩具工艺股份有限公司监事会
公司章程	指：	广东骅威玩具工艺股份有限公司公司章程
东海证券、保荐机构、主承销商、保荐人	指：	东海证券有限责任公司
正中珠江	指：	广东正中珠江会计师事务所
国浩律师、发行人律师	指：	国浩律师集团（广州）律师事务所
中国证监会	指：	中国证券监督管理委员会
深交所	指：	深圳证券交易所
《公司法》	指：	《中华人民共和国公司法》
《证券法》	指：	《中华人民共和国证券法》
元、万元	指：	人民币元、人民币万元
OEM	指：	英文 Original Equipment Manufacturer 的缩写，原始设备制造商，指一家厂家根据另一家厂商的要求，为其生产产品和产品配件，亦称为贴牌生产。
ODM	指：	Original design manufacture ，简称 ODM，指根据市场调研需求确定产品立项或受客户委托进行产品研发设计，根据订单组织生产，生产的产品贴客户品牌的生产方式。制造商通常拥有该产品知识产权。
迪斯尼	指：	美国华特迪斯尼公司（ The Walt Disney Company ）
意大利 GP	指：	意大利 GP 公司（ Giochi Preziosi, Inc ）
日本万代	指：	日本万代株式会社（ Bandai Co., Ltd. ）
央视动画	指：	央视动画有限公司
炫动卡通	指：	上海炫动传播股份有限公司
动漫玩具	指：	以动画、漫画为表现形式，所创作的玩具产品具有一定文化内涵和故事背景。
模具	指：	在工业生产中，用各种压力机和装在压力机上的

		专用工具，通过压力把金属或非金属材料制出所需形状的零件或制品。
RoHS 指令	指：	欧盟议会和欧盟理事会于 2003 年 1 月通过了 RoHS 指令，全称是 The Restriction of the use of certain Hazardous substances in Electrical and Electronic Equipment，即在电子电气设备中限制使用某些有害物质指令。
REACH 法规	指：	“Registration, Evaluation, Authorization and Restriction of Chemicals，化学品注册、评估、许可和限制”，是欧盟对进入其市场的所有化学品进行预防性管理的法规。
3C 认证	指：	中国强制性产品认证制度，英文名称 China Compulsory Certification，英文缩写 CCC。
SGS	指：	Societe Generale de Surveillance S.A.的简称，译为“通用公证行”。它创建于 1887 年，是目前世界上最大、资格最老的民间第三方从事产品质量控制和技术鉴定的跨国公司。
CQC	指：	China Quality Certification Centre 中国质量认证中心。
PDCA	指：	又叫戴明循环，是美国质量管理专家戴明博士首先提出的，它是全面质量管理所应遵循的科学程序。
SWOT 分析	指：	SWOT 分析通过对优势、劣势、机会和威胁的加以综合评估与分析得出结论，然后再调整企业资源及企业策略，来达成企业的目标。
QMS	指：	质量管理体系
EMS	指：	环境管理体系
ISO	指：	国际标准化组织

本招股说明书任何表格中若出现总计数与各分项数值之和尾数不符的情况，

均为四舍五入原因造成。

第二节 概 览

本概览仅对招股说明书全文做扼要提示。投资者作出投资决策前，应认真阅读招股说明书全文。

一、公司基本情况

公司名称：广东骅威玩具工艺股份有限公司

英文名称：Guangdong Huawei Toys Craft Co., Ltd

注册（办公）地址：汕头市澄海区澄华工业区玉亭路

注册资本：6,600万元

法定代表人：郭卓才

前身成立日期：1997年8月26日

变更设立日期：2007年11月29日

主营业务：设计、开发、生产与销售各类玩具

公司自成立以来一直致力于玩具的研发、生产和销售，是我国玩具行业知名的龙头企业之一。公司产品种类丰富，包括智能玩具、塑胶玩具、模型玩具、动漫玩具和其他玩具等，其中，智能玩具的研发技术优势明显，在行业内具有很高的知名度，是公司收入和利润的主要来源。公司产品质量优异，拥有业内一流的质量管理体系，品牌价值和知名度在国内同行业中处于领先地位。

公司产品远销欧洲、美国等多个国家和地区，是意大利GP、迪士尼等国际巨头的合作伙伴。同时，公司借鉴在国际市场上多年积累的成功经验，把先进的玩具设计理念植入到产品的研发设计之中，通过玩具与动漫结合的经营模式大力开拓国内市场，制作具有中国文化特色的动漫影视作品，研发、生产和销售动漫玩具产品，为国内消费者提供优质的动漫影视作品和玩具产品。

公司研发创新能力突出，是国家级高新技术企业和国家火炬计划重点高新技术企业，拥有多项国家专利。公司在光机电一体化技术、语音辨识技术、单片机编程技术的应用和研发方面等处于行业领先地位。2008年，公司的技术中心被认定为“广东省省级技术中心”，公司的科研项目“语言识别与高频遥控一体化智能

模型装置”被列入“2008-2009年国家火炬计划”。2009年，以公司为依托组建了“广东省智能型电动玩具工程技术研究开发中心”。

公司拥有业内一流的质量管理体系，2006年获得国内玩具行业首批3C认证证书，2007年通过欧盟的“RoHS指令”第三方认证，并于2008年1月成为中国玩具行业首家、也是目前为止唯一一家被国家质检总局授予“出口免验”证书的企业。

公司的品牌价值和知名度在国内同行业中处于领先地位，公司是我国玩具行业仅有的二家同时拥有“中国驰名商标”和“中国名牌产品”证书的企业之一，并先后获得“广东省著名商标”、“广东省名牌产品”、“重点培育和发展的广东省出口名牌”、“广东省知识产权优势企业”、“广东省诚信示范企业”、“广东省质量管理先进企业”等荣誉称号。

公司凭借突出的研发创新能力、一流的质量管理能力和业内领先的品牌知名度，逐步成长为智能玩具优势明显、动漫玩具快速增长的我国玩具行业知名的龙头企业之一。

二、控股股东及实际控制人简介

本次发行前公司总股本6,600万股，持有本公司5%以上股权的股东如下：

股东名称	持股数（股）	占总股本比例（%）
郭祥彬	33,660,000.00	51.00
汕头市华青投资控股有限公司	16,500,000.00	25.00
郭群	5,662,800.00	8.58
上海富尔亿影视有限公司	3,960,000.00	6.00

本次发行前，郭祥彬先生直接持有本公司股份33,660,000股，占公司股本总额的51%，为公司的控股股东和实际控制人。

郭祥彬，男，1969年出生，中国国籍，EMBA。身份证号：440521196909120***，住所为广东省汕头市澄海区澄华街道。现任广东骅威玩具工艺股份有限公司副董事长、总经理、省级企业技术中心主任；汕头市人大代表。其简介详见本招股说明书“第八节 董事、监事、高级管理人员与核心技术人员”。

三、公司的主要财务数据和财务指标

(一) 资产负债表主要数据 (单位: 元)

项 目	2010年6月30日	2009年12月31日	2008年12月31日	2007年12月31日
总资产	318,355,986.16	294,911,575.18	251,844,775.98	206,296,483.79
流动资产	217,965,180.76	193,651,343.49	151,346,029.72	108,243,903.14
非流动资产	100,390,805.40	101,260,231.69	100,498,746.26	98,052,580.65
负债总额	142,107,007.44	136,366,667.42	133,722,163.20	118,294,417.69
流动负债	140,107,007.44	136,366,667.42	133,722,163.20	78,294,417.69
非流动负债	2,000,000.00	0.00	0.00	40,000,000.00
所有者权益	176,248,978.72	158,544,907.76	118,122,612.78	88,002,066.10

(二) 利润表主要数据 (单位: 元)

项 目	2010年1-6月	2009年度	2008年度	2007年度
营业收入	184,832,519.15	431,056,744.93	381,445,584.79	322,705,491.47
营业利润	18,382,112.45	42,201,333.72	33,877,459.88	27,972,934.90
利润总额	21,402,872.13	46,561,906.84	34,534,186.27	28,337,963.57
净利润	17,704,070.96	40,422,294.98	30,120,546.68	24,083,372.63
扣除非经常性损益后的净利润	15,136,425.23	36,715,807.83	29,631,612.90	18,979,046.64

(三) 现金流量表主要数据 (单位: 元)

项 目	2010年1-6月	2009年度	2008年度	2007年度
经营活动产生的现金流量净额	9,676,718.32	28,399,799.67	7,610,441.50	26,477,922.59
投资活动产生的现金流量净额	-2,991,795.84	-8,819,073.93	-6,572,400.76	-42,885,101.44
筹资活动产生的现金流量净额	3,590,410.05	-3,522,957.51	1,979,291.62	25,633,476.21
现金及现金等价物净增加额	10,000,919.63	15,573,730.47	1,777,885.60	6,432,074.29
现金及现金等价物余额	37,541,308.73	27,540,389.10	11,966,658.63	10,188,773.03

(四) 主要财务指标

项 目	2010年1-6月	2009年度	2008年度	2007年度
每股净资产 (元/股)	2.67	2.40	1.79	1.33

流动比率	1.56	1.42	1.13	1.38
速动比率	0.95	0.82	0.54	0.57
应收账款周转率（次）	3.33	12.16	14.45	8.17
存货周转率（次）	1.69	4.31	4.39	4.98
利息保障倍数（倍）	6.68	6.79	4.53	4.71
无形资产（除土地外）占净资产的比例（%）	0.00	0.00	0.00	0.00
基本每股收益（元/股）	0.27	0.61	0.46	0.40
稀释每股收益（元/股）	0.27	0.61	0.46	0.40
净资产收益率（加权平均）（%）	10.58%	29.22%	29.23%	38.15%
扣除非经常性损益后净资产收益率（加权平均）（%）	9.04%	26.54%	28.75%	30.06%
资产负债率（%）	44.64%	46.24%	53.10%	57.34%

注：2010年1-6月、2009年度、2008年度和2007年度“每股净资产”的计算股本均为6,600万股；2010年1-6月、2009年度、2008年度和2007年度“每股收益”和“净资产收益率”按照证监会《公开发行证券公司信息披露编报规则第9号---净资产收益率和每股收益的计算及披露》（2010年修订）计算。

四、本次发行情况

- 1、股票种类：人民币普通股
- 2、股票面值：人民币1.00元
- 3、发行股数：2,200万股
- 4、每股发行价格：29元/股
- 5、发行方式：采用网下向配售对象询价发行与网上资金申购定价发行相结合的方式
- 6、发行前每股净资产：2.67元/股（按2010年6月30日经审计的数据计算）
- 7、发行对象：符合资格的询价对象和在深圳证券交易所开户的境内自然人、法人等投资者（国家法律、法规禁止购买者除外）

五、本次募集资金主要用途

本次发行成功后，所募集的资金将用于下列项目的建设投资：

序号	项目名称	总投资（万元）	项目备案编号
1	生产基地扩建项目	12,544.00	广东省发展和改革委员会 90500244029026
2	动漫制作暨营销网络建设项目	8,144.20	广东省发展和改革委员会 90500244029029
合 计		20,688.20	-

上述各募集资金投资项目的详细情况参见本招股说明书“第十三节 募集资金运用”。项目资金的使用，按照轻重缓急的顺序安排。项目已作先期投资或将进行先期投资，部分募集资金将根据实际情况用来置换先期投入。若本次发行的实际募集资金量少于计划使用量，公司将通过自有资金或其他途径补充解决。若募集资金满足上述项目投资后尚有剩余，则剩余资金将用于补充公司流动资金。

第三节 本次发行概况

一、本次发行的基本情况

1、股票种类：人民币普通股（A股）

2、每股面值：人民币1.00元

3、发行股数：2,200万股

4、每股发行价格：29元

5、发行市盈率：

52.13倍（每股收益按照2009年经会计师事务所审计的扣除非经常性损益前后孰低的净利润除以本次发行前总股本计算）

69.51倍（每股收益按照2009年经会计师事务所审计的扣除非经常性损益前后孰低的净利润除以本次发行后总股本计算）

6、发行前每股净资产：2.67元/股（按2010年6月30日经审计的财务数据基础上计算）

发行后每股净资产：2元/股（按2010年6月30日经审计的财务数据基础上考虑A股发行募集资金的影响）

7、市净率：14.5倍（按发行后每股净资产计算）

8、发行方式：采用网下向询价对象配售与网上向社会公众投资者定价发行相结合的方式

9、发行对象：符合资格的询价对象和在深圳证券交易所开户的境内自然人、法人等投资者（国家法律、法规禁止购买者除外）

10、承销方式：由保荐人（主承销商）组织的承销团以余额包销方式承销

11、预计募集资金总额：63,800万元

12、预计募集资金净额：60,780.90万元

13、发行费用概算

项 目	金 额
承销及保荐费：	2,265.00万元
会计师费：	200.00万元

律师费:	130.00万元
发行上市手续费:	42.1万元
信息披露和印刷费:	382.00万元
合计:	3,019.10万元

二、本次发行的有关当事人

1、发行人:	广东骅威玩具工艺股份有限公司
法定代表人:	郭卓才
注册地址:	汕头市澄海区澄华工业区玉亭路
办公地址:	汕头市澄海区澄华工业区玉亭路
电话:	0754-83689555
传真:	0754-83689556
联系人:	刘先知
2、保荐人（主承销商）:	东海证券有限责任公司
法定代表人:	朱科敏
注册地址:	江苏省常州市延陵西路 23 号投资广场 18、19 号楼
电话:	021-50586660
传真:	021-50817925
保荐代表人:	魏庆泉、杨茂智
项目协办人:	徐士锋
项目组其他成员:	栾晓洁、梁锦钦、邓晓艳、戴洛飞
3、发行人律师事务所:	国浩律师集团（广州）律师事务所
负责人:	程秉
注册地址:	广州市体育西路 189 号城建大厦 9 楼
电话:	020-38799351
传真:	020-38799335
经办律师:	程秉、黄贞、王志宏
4、会计师事务所:	广东正中珠江会计师事务所有限公司

法定代表人:	蒋洪峰
注册地址:	广州市越秀区东风东路 555 号粤海集团大厦 1001-1008 室
电话:	020-83859808
传真:	020-83800977
经办注册会计师:	熊永忠、刘火旺
5、股票登记机构:	中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司
负责人:	戴文华
注册地址:	深圳市深南中路 1093 号中信大厦 18 楼
电话:	0755-25938000
传真:	0755-25988122
6、拟上市的证券交易所:	深圳证券交易所
法定代表人:	宋丽萍
注册地址:	深圳市深南东路 5045 号
电话:	0755-82083333
传真:	0755-82083667
7、主承销商收款银行:	招商银行上海分行福州路支行
户名:	东海证券有限责任公司
账号:	2989078810006

三、发行人与本次发行有关当事人之间的关系

发行人与本次发行有关的中介机构及其负责人、高级管理人员及经办人员之间不存在任何直接或间接的股权关系或其他权益关系。

四、本次发行上市有关重要日期

询价推介时间	2010 年 10 月 27 日至 2010 年 10 月 29 日
定价公告刊登日期	2010 年 11 月 2 日
申购日期和缴款日期	2010 年 11 月 3 日、2010 年 11 月 3 日
股票上市日期	-

第四节 风险因素

一、经营风险

（一）原材料价格波动的风险

本公司玩具产品的主要原料为塑料，近年来塑料行业受原油价格波动影响较大，原油价格上涨会导致塑料价格的上涨，反之则反是，公司采购的塑料价格随之变动。虽然公司不断开发高附加值的新产品、调整产品结构、提升品牌价值、增强企业信誉，保持了一定的议价能力，能够降低原材料价格波动对公司利润的影响，保持了合理的盈利水平，但未来原材料价格如大幅波动，仍将对公司的经营业绩有较大影响。

（二）知识产权保护风险

公司是国内玩具行业的知名品牌企业，品牌影响力强，自主研发的玩具产品较容易成为模仿的对象，因此，公司知识产权的保护非常重要。公司成立以来就高度重视发展自主知识产权，注重自主知识产权的保护和运用，被广东省知识产权局评为“知识产权优势企业”。但目前国内知识产权保护机制还不健全，如果公司未能有效保护自身产品的知识产权，被其他公司模仿，将可能在市场竞争中削弱自身的竞争优势，从而对公司的经营和业绩产生不利影响。

二、市场风险

（一）受产品进口国政策变动影响的风险

公司产品的主要出口地为美国、欧盟、拉美等国家和地区。近几年，美国、欧盟、日本等近40个国家或地区纷纷出台一系列新的玩具安全标准，对我国玩具行业形成了很强的贸易壁垒，如美国修订后的《美国联邦消费品安全法规》、2008年8月实施的《2008消费品安全改进方案》，欧盟2006年7月1日起实施“RoHS指令”，2007年6月1日起又实施“REACH法规”等。中国企业不得不为此增加技术投入和检测费用。虽然目前公司产品均能符合甚至超过进口国的标准，但如果未来产品进口国的贸易壁垒和行业标准发生变化，仍将会对公司的产品出口

增长产生一定的影响。

（二）市场竞争风险

我国玩具生产企业众多，市场集中度较低，行业竞争激烈，大部分厂家属于典型的OEM经营模式，为国外玩具企业进行贴牌生产，赚取微薄的利润。这些数量众多的OEM生产厂商的产品价格低廉，对于像公司这样以自主品牌为主的企业带来了一定的影响。虽然本公司的自主品牌产品近年来市场占有率不断提高、自我创新能力、品质管理能力不断增强，但国内同行的低价生存策略可能会影响本公司产品的销售，将对本公司的经营业绩带来负面影响。

（三）汇率波动风险

公司的出口产品主要采用美元结算。人民币兑美元的汇率波动会给公司带来以下影响：一是汇兑损益，报告期内2007年、2008年、2009年、2010年1-6月人民币汇率波动造成的汇兑损失分别为401.35万元、180.71万元、55.74万元和58.30万元，占当期利润总额比例分别为14.16%、5.23%、1.20%和2.72%；二是出口产品的价格竞争力，若人民币汇率波动，公司产品在国际市场的性价比优势将会改变，从而影响本公司的经营业绩；三是合同签订至确认收入期间人民币升值导致实际确认的收入少于预期收入。如果未来人民币短期大幅升值将给公司的经营业绩带来较大影响。

三、财务风险

（一）短期借款金额较大导致的短期偿债风险

公司负债以流动负债为主，主要为短期借款，公司报告期内各期末的短期借款如下表所示：

单位：万元

项 目	2010-6-30	2009-12-31	2008-12-31	2007-12-31
短期借款	12,600.00	11,916.60	11,550.00	6,400.00

从上表可以看出公司近三年及一期的短期借款金额较大，2010年6月30日短期借款金额为12,600万元，且公司的主要资产被抵押，公司短期偿债压力较大。虽然公司具有良好的信誉，多年以来与合作银行均保持了良好的合作关系，但如果公司债权人到期主张债权，而公司又一时无法筹集足够的流动资金偿还债务，

将会导致公司面临较大的偿债压力风险。

（二）净资产收益率下降风险

公司2007年、2008年、2009年、2010年1-6月扣除非经常性损益的加权平均净资产收益率分别为30.06%、28.75%、26.54%、9.04%。本次募集资金到位后，公司净资产将大幅增加，但是由于募集资金投资项目具有一定的建设周期，短期内难以产生效益，公司存在发行后净资产收益率大幅下降的风险。本次募集资金到位后，本公司将按计划推进项目建设，使项目尽早正式投产获利，提高公司净资产收益率。

（三）税收政策变化风险

1、出口退税政策变化的风险

根据财政部、国家税务总局相关规定，报告期公司出口玩具的增值税退税率变动如下：

时 间	适用的玩具出口退税率
2007年7月1日前	13%
2007年7月1日至2008年10月31日	11%
2008年11月1日至2009年5月31日	14%
2009年6月1日以后	15%

公司产品以出口为主，执行增值税“免、抵、退”政策。据测算，假设不考虑以美元计价的产品售价变动、成本变动等因素，以2009年为比较基础，净利润对出口退税的敏感系数为8.56，即：出口退税率每降低1%，公司净利润会相应减少346.17万元。

尽管公司在与海外客商磋商产品售价时会综合考虑出口退税等因素的影响，但如果未来玩具出口退税率降低，仍存在公司无法及时相应提高产品出口价格而导致经营业绩下降的风险。

2、企业所得税优惠相关风险

2005年至今，公司连续被广东省科学技术厅认定为广东省高新技术企业。根据2009年2月18日广东省科学技术厅、广东省财政厅、广东省国家税务局、广东省地方税务局《关于公布广东省2008年第一批高新技术企业名单的通知》（粤科高字[2009]28号），公司被确定为广东省2008年第一批高新技术企业，企业

所得税优惠期为2008年1月1日至2010年12月31日，按15%的税率计缴企业所得税。但公司2006年和2007年所享受的15%所得税优惠政策为广东省的地方优惠政策，存在被国家税务机关按照33%的所得税税率追缴以前年度所得税的风险。

对于公司可能被追缴以前年度企业所得税差额的风险，公司发起人均已作出如下承诺：“如果发生由于广东省有关文件和国家有关部门颁布的相关规定存在差异，导致国家有关税务主管部门追缴广东骅威玩具工艺股份有限公司2006年度、2007年度的企业所得税差额的情况，本股东愿意按照持股比例承担需补缴的所得税款及相关费用。”

另外，公司目前所享受的15%所得税优惠期为2008年1月1日至2010年12月31日，如果优惠期满后，公司未能继续享受相关的优惠政策，将对公司的业绩产生相应影响。

四、管理风险

（一）人力资源风险

公司在多年的发展中，已积累了一定的管理经验并培养出一批具有丰富实践经验的研究开发、工程技术、管理和营销人才。但随着本次股票发行，公司的资产规模将大幅增长，从而对公司的管理人员提出了更高的要求，另外，募集资金投资项目的实施也需要更多包括动漫创意设计、动漫衍生品开发、营销推广等方面的人才。如果人力资源发展未能跟上公司内外环境的变化，将给公司带来不利影响。此外，公司也面临市场竞争加剧引致的人力资源成本上升的问题，由此可能影响公司的经营绩效。

五、募集资金投资项目风险

（一）投资制作动漫影视片的风险

公司作为一家致力于玩具的研发、生产和销售的传统制造企业投资动漫影视片制作，目的在于运用玩具与动漫结合的盈利模式推动公司玩具产品的销售、提升品牌价值、获取较高的销售毛利。公司对动漫玩具产品的开发和推广进行了充分的分析论证，能够有效防范相关风险。但是，投资制作动漫影视片仍存在影片未能达到预期播放效果、动漫衍生产品未能畅销或被仿冒等运营风险。

（二）国内营销网络建设风险

公司于2008年6月起正式开拓国内市场。截至目前，公司已与众多经销商建立了良好的合作关系，初步建立了国内市场营销网络。本次募集资金中有部分资金投向于国内营销网络建设项目，该项目的实施将进一步开拓公司的国内市场，提高公司的盈利水平，增强公司的抗风险能力。尽管公司在国内营销网络建设方面积累了一定的经验，但在项目实施过程中可能会受到市场环境变化、相关政策变动等因素的影响，公司的国内营销网络建设不能达到预期目标。

第五节 发行人基本情况

一、发行人概况

- 1、中文名称：广东骅威玩具工艺股份有限公司
- 2、英文名称：Guangdong Huawei Toys Craft Co., Ltd
- 3、注册资本：6,600万元
- 4、法定代表人：郭卓才
- 5、成立日期：1997年8月26日
- 6、变更设立日期：2007年11月29日
- 7、注册地址：汕头市澄海区澄华工业区玉亭路
邮政编码：515800
- 8、电话：0754-83689555
传真：0754-83689556
- 9、电子信箱：stock@huaweitoys.com
- 10、网址：www.huaweitoys.com

二、发行人改制重组情况

（一）设立方式

公司系由广东骅威玩具工艺（集团）有限公司依法整体变更设立的股份有限公司，骅威有限以截至2007年7月31日正中珠江审计的净资产69,390,561.22元为基准，按1.0514:1的比例折为6,600万股，整体变更为广东骅威玩具工艺股份有限公司，骅威有限的股东作为发起人，按原有比例分别持股，骅威有限的全部资产、负债、业务及人员由变更后的股份公司承继。公司于2007年11月29日取得汕头市工商行政管理局颁发的企业法人营业执照，注册资本为6,600万元，注册地址为汕头市澄海区澄华工业区玉亭路。

（二）发起人情况

本公司发起名称及其持股情况如下：

股东名称/姓名	股权性质	持股数量(万股)	持股比例(%)
郭祥彬	个人股	3,366.00	51.00
郭 群	个人股	566.28	8.58
汕头市华青投资控股有限公司	社会法人股	1,650.00	25.00
上海富尔亿影视传媒有限公司	社会法人股	396.00	6.00
汕头市高佳软件开发有限公司	社会法人股	324.72	4.92
汕头市雅致服饰有限公司	社会法人股	297.00	4.50
合 计	-	6,600.00	100.00

本公司发起人的具体情况详见本节“七、（一）发起人的基本情况”。

（三）发行人改制设立前后，主要发起人拥有的主要资产和实际从事的主要业务

公司主要发起人为自然人郭祥彬。其拥有的主要资产为所持有的本公司股权，除此之外，无其他投资和参与经营的事项。公司变更设立前后，主要发起人郭祥彬拥有的主要资产和实际从事的主要业务没有发生重大变化。

（四）发行人成立时拥有的主要资产和实际从事的主要业务

本公司为整体变更设立的股份有限公司，公司成立时所拥有的资产为骅威有限截至2007年7月31日经审计的全部资产，公司主要资产的具体情况详见本招股说明书“第六节、五、公司的主要固定资产及无形资产”。

公司成立时从事的主营业务为玩具的研发、生产与销售。公司从事的主营业务的具体情况详见本招股说明书“第六节、四、公司主营业务的具体情况”。

（五）改制前后发行人的业务流程

本公司改制前后的业务流程没有发生变化。公司的业务流程详见本招股说明书“第六节、四、（二）主要产品的工艺流程图”。

（六）发行人成立以来，在生产经营方面与发起人的关联关系及演变情况

股份公司自成立以来，主要发起人郭祥彬为公司向银行的融资贷款提供过担保，具体情况详见本招股说明书“第七节、二、（二）关联交易”。除此以外，本公司与主要发起人在生产经营方面不存在其他任何关联关系。

（七）发行人出资资产的产权变更手续办理情况

公司整体变更设立时骅威有限的所有资产、负债、权益均由本公司承继，产权变更手续已全部完成。

（八）发行人独立运行的情况

公司自成立以来，在业务、资产、人员、财务和机构设置等方面能与控股股东分开，保持了良好的独立性，保证了公司的规范、独立运行。公司具备独立完整的业务体系和面向市场的自主经营能力。

1、业务独立情况

本公司具备独立、完整的产供销系统，拥有独立的决策和执行机构，并拥有独立的业务系统；公司能独立对外签署合同，独立采购、生产并销售其生产的产品，具有面向市场的自主经营能力。

2、资产独立情况

本公司具备与生产经营有关的生产系统、辅助生产系统和配套设施，合法拥有与生产经营有关的土地、厂房、机器设备以及商标、专利、非专利技术的所有权和使用权，具有独立的原料采购和产品销售系统，与发起人股东及其他关联方之间的资产相互独立，其资产具有完整性。

3、人员独立情况

本公司的董事、监事均严格按照《公司法》、《公司章程》的有关规定产生，履行了合法程序；本公司的总经理、副总经理、董事会秘书、财务负责人、核心技术人员等人员均专职在本公司工作，并在本公司领取薪酬。公司的财务人员没有在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中兼职。不存在控股股东超越公司董事会和股东大会职权做出人事任免决定的情形。

4、财务独立情况

本公司自成立以来，一直拥有独立的财务管理部门，并严格按照业务要求配备专职财务人员，建立了独立的会计核算体系，制定了内部财务管理制度等内控制度。公司独立纳税，纳税登记号为：国税号（粤税字440583193167287），地税号（粤税字440515193167287）。公司独立开设银行帐号，在中国建设银行汕头市澄海支行开设了独立的基本银行账户，账号为44001650101050422501。

5、机构独立情况

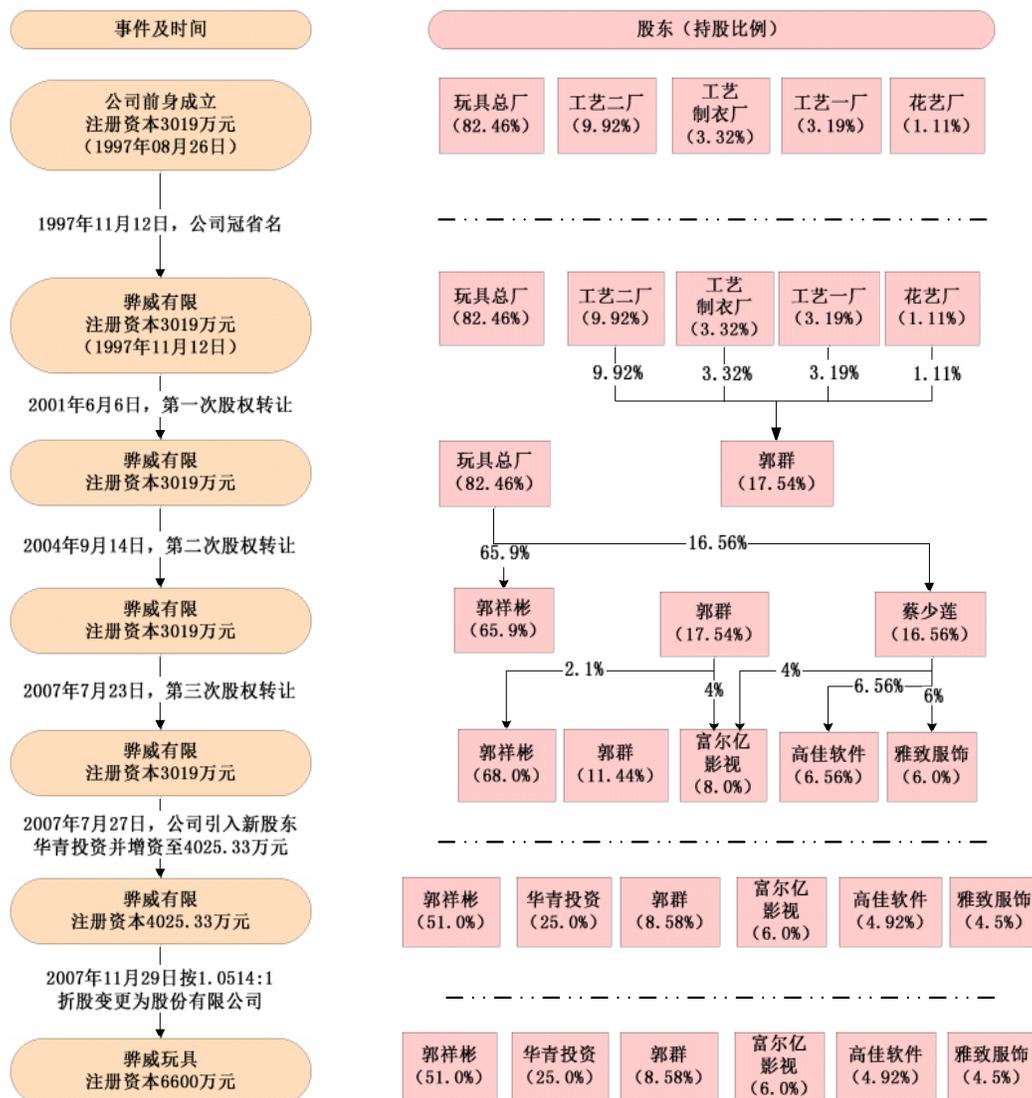
本公司拥有独立的生产经营和办公机构场所，不存在与股东单位混合经营、合署办公的情形。本公司依据《公司法》和《公司章程》设立了股东大会、董事会、监事会等机构并制定了相应的议事规则，各机构依照相关规定在各自职责范围内独立决策、规范运作。本公司建立了一套适应自身发展的组织机构，不存在股东单位干预公司机构设置的情况。

三、发行人设立以来的股本演变和重大资产重组情况

（一）发行人设立以来的股本演变情况

本公司系由有限公司整体变更设立。公司历次股本形成及其变化的过程具体可分为有限公司和股份公司两个阶段：

本公司股本形成及变化情况图



1、有限公司阶段

(1) 公司前身“澄海市骅威玩具工艺(集团)有限公司”成立(1997年8月)

公司前身系经澄海市人民政府澄府函[1997]7号文件《关于同意成立澄海骅威玩具工艺(集团)有限公司的批复》批准,由玩具总厂、工艺二厂、工艺制衣厂、工艺一厂、花艺厂共同出资设立的有限责任公司。1997年7月29日,澄海市审计师事务所出具《公司注册资本验资证明》(澄审验字第57号)。但是,公司设立初期没有从事生产经营,各股东作为出资的实物、土地使用权等非货币财产未办理产权转移手续。

1997年8月26日，公司领取了注册号为19316728-7的企业法人营业执照。公司名称为“澄海市骅威玩具工艺（集团）有限公司”，注册地址为澄海市凤翔街道文祠东路，法定代表人为郭卓才，注册资本为3,019万元。

公司前身成立时的股权结构如下所示：

股东名称/姓名	出资额（万元）	持股比例（%）
玩具总厂	2,490.04	82.46
工艺二厂	299.60	9.92
工艺制衣厂	100.38	3.32
工艺一厂	96.32	3.19
花艺厂	33.42	1.11
合计	3,019.76*	100.00

*工商登记时取整，注册资本登记为3,019万元。

（2）公司前身的名称变更（1997年11月）

1997年11月6日，省工商局下发《企业法人冠省名称登记核准通知书》（粤内企名字第970667号），同意公司使用“广东骅威玩具工艺（集团）有限公司”名称。1997年11月12日，公司完成了工商变更登记，公司名称变更为“广东骅威玩具工艺（集团）有限公司”。

（3）第一次股权转让和补缴出资（2001年6月）

2001年5月10日，郭群分别与工艺二厂、澄海市凤翔街道企业管理办公室（工艺制衣厂在2000年被吊销营业执照，由其上级主管单位代为行使有关权利）、工艺一厂、花艺厂签署《股东出资转让协议书》，均以原值受让该四个股东在骅威有限的全部出资，股权转让款合计529.72万元。同日，骅威有限通过股东会决议，同意上述股权转让行为。

由于公司前身设立时各股东未按期缴纳出资，郭群没有向股权转出方工艺二厂、工艺制衣厂、工艺一厂、花艺厂实际支付股权转让款，而是将协议约定的合计529.72万元的股权转让款作为出资补缴给骅威有限。同时，玩具总厂以货币资金2,490.04万元作为出资补缴给骅威有限。至此，骅威有限的3,019万元注册资本已全部实缴到位。2001年5月16日，广东安信会计师事务所出具《验资报告》（粤安会验字[2001]第024号），对本次补缴出资进行了验证。2001年6月6日，骅威有限完成工商变更登记。

本次股权转让和补缴出资完成后，公司股权结构如下所示：

股东名称/姓名	出资额（万元）	持股比例（%）
玩具总厂	2,490.04	82.46
郭群	529.72	17.54
合计	3,019.76*	100.00

*工商登记时取整，注册资本登记为3,019万元。

本次股权转让未侵害集体利益及第三方利益，产权清晰、真实、合法。凤翔街道办出具确认意见：本次股权转让事实清楚、法律关系明确，产权明晰、真实、合法。广东省人民政府出具确认意见（粤办函【2010】33号文）：本次股权转让合法合规、产权清晰。

保荐人关于公司设立时未按期缴纳出资的保荐意见：

公司在成立时各股东的实物、无形资产出资未及时缴纳，但2001年已变更为货币出资，并在当年5月14日前全部足额补缴。公司成立时未按期缴纳出资事宜距今已逾两年，超过《国家工商行政管理局对公司登记违法行为行政处罚追责时效问题的答复》（工商企业[2000]第176号）规定的追责时效，不会给公司及其股东带来行政处罚风险。综上所述，公司出资已全额缴纳，股东所持股份合法、权属清晰。公司设立时股东未及时缴纳出资等相关事宜不会对公司本次公开发行并上市构成障碍。

律师关于公司设立时未按期缴纳出资的法律意见：

虽然发行人在成立之初存在实物、无形资产出资未及时缴纳的情形，但此后该出资已经变更为货币出资，并且至2001年5月14日该部分股东认缴出资已足额缴纳。发行人已自行纠正了成立时的出资未及时到位的问题，而且已经超过《国家工商行政管理局对公司登记违法行为行政处罚追责时效问题的答复》（工商企业[2000]第176号）规定的追责时效，故不会对本次发行上市构成障碍。

国家工商行政管理局于2000年8月22日作出《对公司登记违法行为行政处罚追责时效问题的答复》（工商企字[2000]第176号），主要内容如下：

“依据《中华人民共和国公司法》第二百零六条的规定，属于违反本条规定的违法行为，即应依法处理。如违法的公司自行纠正其违法行为，并达到了《公司法》规定的条件，且自该纠正行为之日起超过二年的，则不应再追究其违法行为。”

国家工商行政管理总局于2006年6月23日作出《关于废止有关工商行政管理规章、规范性文件的决定》（工商法字[2006]119号），废止了上述规定。

因此，自2000年8月至2006年6月期间，工商企字[2000]第176号文是有效的。骅威玩具1997年8月成立时五名股东未缴纳出资直至2001年5月补足的事宜适用工商企字[2000]第176号文的规定。

保荐机构认为：骅威玩具股东在2001年5月补足出资时，工商企字[2000]第176号文是有效的。

（4）第二次股权转让（2004年9月）

2004年8月19日，玩具总厂分别与郭祥彬、蔡少莲签署《股东出资转让协议书》，将其所持骅威有限的全部出资以原值转让给郭祥彬和蔡少莲，其中转让给郭祥彬1,990.04万元，转让给蔡少莲500万元。同日，骅威有限通过股东会决议，同意上述股权转让行为。2004年9月14日，骅威有限完成了工商变更登记。

本次股权转让完成后，公司股权结构如下所示：

股东姓名	出资额（万元）	持股比例（%）
郭祥彬	1,990.04	65.90
郭群	529.72	17.54
蔡少莲	500.00	16.56
合计	3,019.76*	100.00

*工商登记时取整，注册资本登记为3,019万元。

玩具总厂已于2000年完成集体企业改制，广东省人民政府为此于2010年1月22日出具确认意见（粤办函[2010]33号）：玩具总厂集体企业改制合法合规、产权清晰，因此，本次股权转让属于私营企业股东转让股权的行为。

（5）第三次股权转让（2007年7月）

2007年7月19日，郭群分别与郭祥彬、上海富尔亿影视传媒有限公司订立《股权转让合同》，将其持有的骅威有限2.1%的股权以925,625.40元转让予郭祥彬、将其持有的骅威有限4%的股权以1,763,096元转让予上海富尔亿影视传媒有限公司。同日，蔡少莲分别与上海富尔亿影视传媒有限公司、汕头市雅致服饰有限公司、汕头市高佳软件开发有限公司订立《股权转让合同》，将其持有的骅威有限4%的股权以1,763,096元转让予上海富尔亿影视传媒有限公司，将其持有的骅威有限6%的股权以2,644,644元转让予汕头市雅致服饰有限公司，将其持有的骅

威有限6.56%的股权以2,891,477.44元转让予汕头市高佳软件开发有限公司。此次股权转让的价格为1.46元/股。同日，骅威有限通过股东会决议，同意上述股权转让行为。2007年7月23日，骅威有限完成了工商变更登记。

本次股权转让完成后，公司股权结构如下所示：

股东名称/姓名	出资额（元）	持股比例（%）
郭祥彬	20,529,200	68.00
郭群	3,453,736	11.44
上海富尔亿影视传媒有限公司	2,415,200	8.00
汕头市高佳软件开发有限公司	1,980,464	6.56
汕头市雅致服饰有限公司	1,811,400	6.00
合计	30,190,000	100.00

（6）第一次增资（2007年7月）

2007年7月23日，骅威有限通过股东会决议，同意汕头市华青投资控股有限公司增资并成为股东。截至2007年7月26日，汕头市华青投资控股有限公司已足额缴纳货币资金出资款22,000,000元，其中增加注册资本10,063,300元，其余11,936,700元计入资本公积。此次增资的价格为2.18元/股。本次增资经汕头市可衡会计师事务所出具的《验资报告》（汕可衡会验字[2007]020号）验证。2007年7月27日，骅威有限完成了工商变更登记。

本次增资完成后，公司股权结构如下所示：

股东名称/姓名	出资额（元）	持股比例（%）
郭祥彬	20,529,200	51.00
郭群	3,453,736	8.58
汕头市华青投资控股有限公司	10,063,300	25.00
上海富尔亿影视传媒有限公司	2,415,200	6.00
汕头市高佳软件开发有限公司	1,980,464	4.92
汕头市雅致服饰有限公司	1,811,400	4.50
合计	40,253,300	100.00

2、股份有限公司阶段

2007年9月12日，骅威有限通过股东会决议，一致同意将广东骅威玩具工艺（集团）有限公司整体变更为广东骅威玩具工艺股份有限公司。同日，全体股东签订了《发起人协议》。2007年10月23日，公司召开创立大会暨第一次股东大会

会，审议通过以骅威有限经审计的净资产折合为股本的议案：以骅威有限截止2007年7月31日经审计的净资产69,390,561.22元按1.0514:1的比例折合为公司股本总额6,600万股，其余3,390,561.22元进入资本公积，各发起人分别以其占公司净资产的份额作为出资缴纳认缴股本。

2007年10月22日，正中珠江会计师事务所有限责任公司出具《验资报告》（广会所验字[2007]第0723280021号），对本次净资产折股进行了验证。2007年11月29日，汕头市工商行政管理局向骅威有限核发了《企业法人营业执照》，骅威有限整体变更为股份有限公司。

公司整体变更设立后，股权结构图如下所示：

股东名称/姓名	股份数额（股）	持股比例（%）
郭祥彬	33,660,000.00	51.00
郭群	5,662,800.00	8.58
汕头市华青投资控股有限公司	16,500,000.00	25.00
上海富尔亿影视传媒有限公司	3,960,000.00	6.00
汕头市高佳软件开发有限公司	3,247,200.00	4.92
汕头市雅致服饰有限公司	2,970,000.00	4.50
合计	66,000,000.00	100.00

3、历次股权变更对公司业务、实际控制人、管理层及经营业绩的影响

本公司历次股权变更未改变公司主营业务，亦未对公司实际控制人、管理层和经营业绩产生重大影响。

4、原控股股东玩具总厂历史沿革

（1）玩具总厂改制前的历史沿革

玩具总厂前身是澄海县城关镇木制玩具总厂，成立于1981年6月3日，是澄海县城关镇人民政府工交办公室（下称“工交办公室”）下属的集体企业，成立时资金为170,000元，经营范围为木制玩具，企业负责人蔡学辉，拥有澄海工商局核发的集体证照（证号：81镇77198号）。

1984年11月23日，澄海县城关镇木制玩具总厂名称变更为澄海县城关镇玩具总厂，资金变更为200,000元，经营范围变更为玩具，企业负责人变更为郭卓才，澄海工商局向其换发了《工商企业营业执照》（证号：84城镇字第022号）。

1986年8月6日，澄海县城关镇玩具总厂名称变更为澄海县澄城镇玩具总厂，澄海工商局向其换发了《营业执照》（证号：86城镇字第022号）。

1987年9月12日，澄海县澄城镇玩具总厂名称变更为澄海县玩具总厂。

1989年11月23日，澄海县玩具总厂申请重新注册为集体性质的企业法人。澄海县审计师事务所于同年11月25日出具《企业注册资金验资证明》（澄事验字第172号），确认澄海县玩具总厂的注册资金为607,578元。

1993年1月，经澄城镇人民政府批准，澄海县玩具总厂的主管部门工交办办公室将其交由郭卓才承包，承包七年。

1994年2月26日，澄海县玩具总厂申请增加注册资金至780,300元。澄海县审计师事务所于同日出具《企业注册资金验资证明》（澄事验字第102号），对前述注册资金进行验证。3月15日，澄海工商局向其换发了《企业法人营业执照》（注册号19312431-6）。同年，因为行政区划调整，澄海撤县改市，澄海县玩具总厂名称变更为澄海市玩具总厂。

1996年，因为行政区划调整，澄城撤镇设置街道，澄海市玩具总厂的主管部门变更为澄海凤翔街道企业管理办公室（下称“凤翔街道办”）。

1997年7月19日，澄海市玩具总厂申请增加注册资金至24,900,400元，由澄海市玩具总厂以积累资金4,420,100元以及郭卓才、郭祥彬、郭群父子以在建工程及房屋土地使用权19,700,000元认缴出资。1997年7月26日，澄海工商局向其换发了《企业法人营业执照》（注册号19312431-6）。但是，本次增资均未实际到位。

（2）玩具总厂改制的情况

2000年，根据澄海市人民政府下发的《关于加快我市乡镇集体企业产权制度改革指导意见的通知》（澄府办[1996]63号文）和凤翔街道办有关加快企业改革的指导精神，玩具总厂开始进行集体企业改制，改制过程如下：

a) 凤翔街道办拟定了玩具总厂企业改制实施方案，具体内容为：凤翔街道办委托澄海市审计事务所对玩具总厂的资产进行审计，根据审计结果将玩具总厂的产权转让给郭卓才，产权转让款用于职工补偿、偿还债务。该方案已经玩具总厂职工大会审议通过。

b) 2000年3月22日，澄海市审计师事务所出具审计报告，截至1999年

12月31日，归属玩具总厂的净资产合计为348,415元。

c) 2000年4月25日，凤翔街道办与郭卓才订立《澄海市玩具总厂产权转让协议书》，将玩具总厂产权以122.0317万元转让予郭卓才。同日，郭卓才付清产权转让款。

上述产权转让协议签订后，双方均依约履行。郭卓才支付了产权转让款，并已实际参与了澄海市玩具总厂的经营管理，行使了所有者的权利。至此，玩具总厂集体企业改制工作已完成。澄海工商局向玩具总厂核发《企业法人营业执照》（注册号4405831000608），此后，郭卓才与丘良梅分别出资40万元与10万元共同投入玩具总厂，并将其更名为“汕头市澄海玩具总厂有限公司”，注册资本500,000元，郭卓才任法定代表人。

（3）玩具总厂改制完成后的历史沿革

2007年1月15日，玩具总厂股东会审议通过郭卓才将其持有玩具总厂80%的股权以出资额40万元转让予郭少伟的决议。同日，郭卓才与郭少伟订立《股东转让出资协议》。同月24日，玩具总厂完成股权转让的工商变更登记手续，玩具总厂法定代表人变更为丘良梅，股东变更为郭少伟、丘良梅，持股比例分别为80%、20%。

2009年12月4日，玩具总厂股东会审议通过名称、经营范围变更的决议。同月11日，玩具总厂完成名称、经营范围变更的工商登记手续。玩具总厂名称变更为“汕头市澄海区骅隆电子科技有限公司”，经营范围变更为“从事集成电路、产品设计技术、系统软件和管理软件的开发设计、应用、技术咨询；计算机及网络设备、电子元器件、工业自动化设备，家用电器的设计、制造、销售；游戏动漫软件、精密五金组件的设计开发、电子信息技术的投资、开发、研究”。

（4）2000年玩具总厂改制时经审计的主要资产、负债项目

截至1999年12月31日，玩具总厂资产负债表的主要财务数据为：总资产4,110.55万元，其中流动资产3,490.32万元，固定资产480.93万元；负债合计4,052.33万元，均为流动负债；净资产58.23万元，经澄海市审计师事务所进行承包审计后，归属于集体企业的净资产为34.84万元。

郭卓才受让玩具总厂的产权转让价格是以经澄海市审计师事务所审计的净资产为基础的，凤翔街道办以122万元向郭卓才转让玩具总厂不构成集体资产流

失。

（二）发行人重大资产重组情况

公司在本次发行前未进行过重大资产重组。

四、历次验资情况

（一）公司前身设立时的验资情况

公司前身设立时，澄海市审计师事务所于1997年7月29日出具《公司注册资本验资证明》（澄审验字第57号），验明各股东出资依据属实，以实物出资2,599万元，以土地使用权出资420万元。但是，各股东用于出资的资产未办理产权转移手续。

（二）补缴出资时的验资情况

2001年5月16日，广东安信会计师事务所出具《验资报告》（粤安会验字[2001]第024号），验明截至2001年5月14日止，广东骅威玩具工艺（集团）有限公司的实收资本3,019万元，原以实物、土地使用权出资3,019万元改为货币出资3,019万元。经过此次补缴，骅威有限的3,019万元注册资本已全部实缴到位。

（三）第一次增资时的验资情况

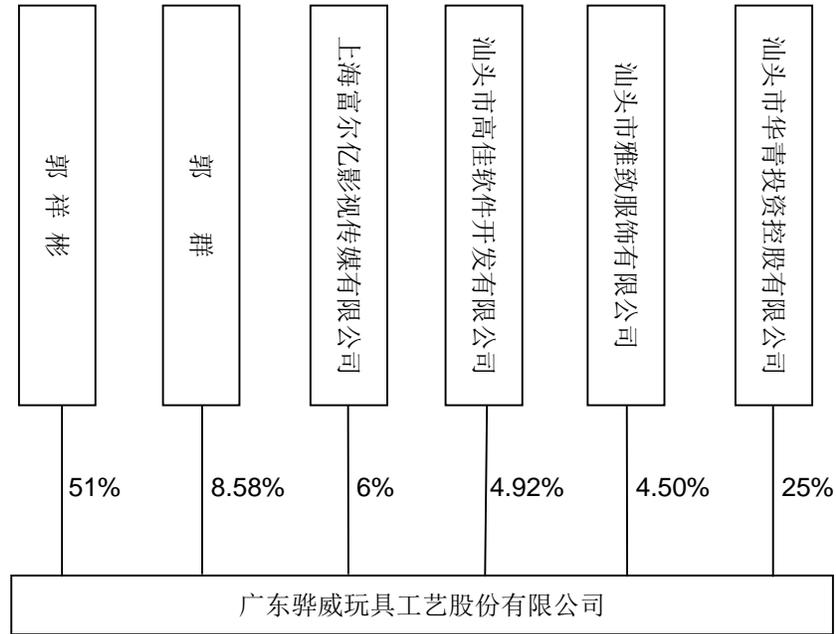
2007年7月26日，汕头市可衡会计师事务所出具《验资报告》（汕可衡会验字[2007]第020号），验明截至2007年7月26日止，广东骅威玩具工艺（集团）有限公司已收到股东汕头市华青投资控股有限公司缴纳的新增注册资本10,063,300元，广东骅威玩具工艺（集团）有限公司注册资本增至40,253,300元。

（四）整体变更为股份有限公司时的验资情况

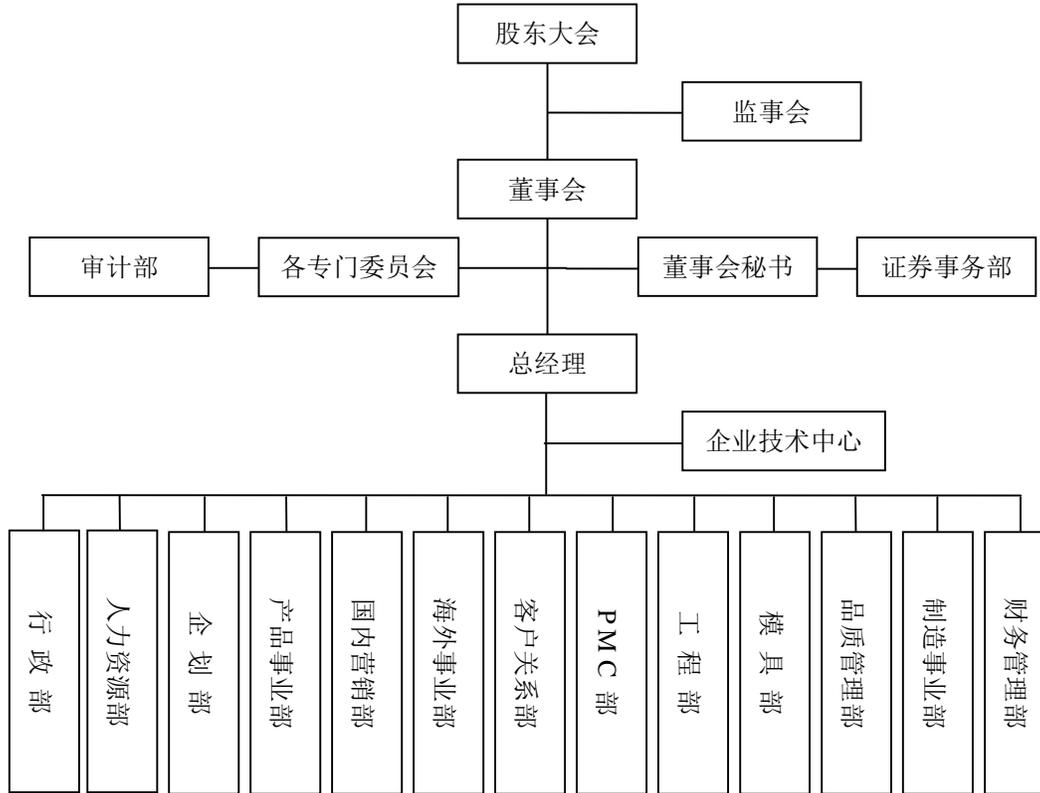
2007年10月22日，广东正中珠江会计师事务所有限公司出具《验资报告》（广会所验字[2007]第0723280021号），发起人郭祥彬、郭群、上海富尔亿影视传媒有限公司、汕头市雅致服饰有限公司、汕头市高佳软件开发有限公司、汕头市华青投资控股有限公司以经审计的截至2007年7月31日骅威有限的净资产69,390,561.22元按1.0514:1的比例折合为公司股本总额6,600万股，注册资本变更为6,600万元。

五、发行人股权结构及组织结构

（一）本次发行前发行人股权结构



（二）发行人内部组织结构



公司管理机构的设置和职能如下表：

序号	部门	主要职能
1	审计部	对公司的各项经营活动、经营资产和有关财务信息的合法性、真实性、完整性进行审核；评审公司内部控制制度的健全性、有效性和进行风险评估管理，并提出改进的审计建议；协助公司建立和健全反舞弊机制等。
2	行政部	负责行政后勤服务、安全管理、纪律管理、政府关系、基建维护、公司内大型活动策划和组织、重要客人/政府要员接待工作等。
3	人力资源部	负责人力资源规划，人力资源管理制度建设，员工招聘管理，员工培训与开发，员工绩效管理，员工薪酬考核管理，劳动关系管理，人事信息管理、ICTI认证审核。

4	企划部	参与和编制公司年度和中长期计划，跟进相关计划的落实进度；主导“企业内部控制基本规范”工作，会同相关部门建立内部风险相应制度和应急处理机制；组织专项项目申报工作，负责公司知识产权管理。
5	产品事业部	负责产品线规划、动漫影视原创设计和制作、产品概念设计和开发、产品设计和开发、产品业务拓展等。
6	国内营销部	负责公司在国内的拓展规划、市场开发、渠道建设和维护、销售管理、客户管理等。
7	海外事业部	负责公司品牌在海外拓展规划、市场开发、销售管理、国际贸易、客户关系管理等。
8	客户关系部	负责发展、维持和改进与客户的合作关系；负责自我品牌产品、ODM、OEM的接单和洽谈，订单（合同）评审，客户信息沟通和反馈，客户满意度调查和改进等。
9	PMC部	编制主生产计划、物控计划、采购计划、供方选择和评估、采购交期管理和信息反馈、仓库管理、协调与工程、模具、品管等部门的工作关系。负责信息系统建立和维护、网站维护、内部信息交互网络维护、计算机应用培训等。
10	工程部	负责ODM产品设计，OEM和自我品牌产品之改进、工艺设计和优化、生产技术管理、工装设计和制造、设备专业维护和管理、标准工时制定与现场技术指导、产品成本核算和报价等。
11	模具部	负责模具设计、制造和改进、手板设计和制造、模具设备维护等
12	品质管理部	负责公司QMS/EMS等体系建设、维持和改进，来料控制、过程质量控制和改进、最终产品检验和试验，实验室管理、体系认证审核，客户验厂及有关信息沟通和反馈。
13	制造事业部	负责产品制造资源的管理和开发，组织产品生产、生产过程控制和改进、成本控制、交期控制、设备日常维护和管理，保证产品的质量交付等。

14	财务管理部	负责财务预算和核算管理，成本控制和监督管理，投融资管理，财务风险分析、预警和监控，定期编制财务报告和对公司运营提出改进建议等。
15	证券事务部	协助董事会秘书做好与证监会、交易所的沟通联络工作，筹备股东大会、董事会、监事会会议的召开，按要求认真执行公司信息披露工作制度，追踪外界对公司的评述，公司投资事宜管理。
16	企业技术中心	总经理任技术中心主任，任命副主任负责相关具体工作。技术中心由产品事业部、工程部、模具部、品质管理部、财务管理部等业务部门相关人员组成。

六、发行人的对外投资情况

截至本招股说明书签署日，公司不存在对外投资的情况。

七、发起人、持有发行人 5%以上股份的主要股东及实际控制人基本情况

（一）发起人的基本情况

本公司共有6名股东，分别为2名自然人股东：郭祥彬、郭群，4名法人股东：华青投资、富尔亿影视、高佳软件、雅致服饰。

1、郭祥彬，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号码为440521196909120***，住所为广东省汕头市澄海区澄华街道。

2、郭群，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号码为440521197110170***，住所为广东省汕头市澄海区澄华街道。

3、汕头市华青投资控股有限公司

该公司成立于2007年7月2日，注册资本1,000万，实收资本1,000万元，住所汕头市澄海区德政路宜馨花园二期16幢二层201号，法定代表人刘壮青，经营范围：对工业、商业进行投资（国家法律、法规禁止的行业除外）。工商注册登记号：440583000000064。该公司有两名自然人股东刘壮青和刘绍香，分别持股70%和30%。

截至2009年12月31日，汕头市华青投资控股有限公司总资产为72,241,960.53元，净资产为27,876,164.53元，2009年净利润为10,589,689.38元，截止2010年6月30日，公司总资产为44,176,183.77元，净资产为32,034,308.84元，2010年1-6月净利润为4,158,144.31元，上述财务数据未经审计。

4、上海富尔亿影视传媒有限公司

该公司成立于1999年11月9日，注册资本300万元，实收资本300万元，住所上海市黄浦区傅家街65号202室G座，法定代表人方文娟，经营范围：电视节目制作、发行，电视剧制作、发行，承接广告设计、制作、代理，经济文化信息咨询，礼仪服务，工艺美术品销售，附设分支机构（涉及行政许可的，凭许可证经营）。工商注册登记号：310101000228147。该公司有两名自然人股东尹继衡和方文娟，分别持股90%和10%。

截至2009年12月31日，上海富尔亿影视传媒有限公司总资产为9,166,092.67元，净资产为3,465,342.42元，2009年净利润为255,606.80元，截止2010年6月30日，公司总资产为9,926,330.42元，净资产为3,307,728.87元，2010年1-6月净利润为-156,493.56元，上述财务数据未经审计。

5、汕头市高佳软件开发有限公司

该公司成立于2001年10月22日，注册资本106万元，实收资本106万元，住所汕头市澄海区中山南路连接环城南路转角处综合楼311号，法定代表人蔡浩毅，经营范围：软件开发，网络开发；销售：电脑及配件。工商注册登记号：440583000000224。该公司有两名自然人股东蔡浩毅和陈慎权，分别持股52.83%和47.17%。

截至2009年12月31日，汕头市高佳软件开发有限公司总资产为2,907,052.59元，净资产为1,057,052.59元，2009年净利润为-1,344.75元，截止2010年6月30日，公司总资产为2,906,482.94元，净资产为1,056,482.94元，2010年1-6月净利润为-569.65元，上述财务数据未经审计。

6、汕头市雅致服饰有限公司

该公司成立于2004年4月14日，注册资本50万元，住所汕头市澄海区文祠东路286号，法定代表人陈健春，经营范围：销售：服装，针织品，工艺饰品，百

货，皮具，五金，箱包（凡涉专项规定持专批证件方可经营）。工商登记注册号：440583000000396。该公司有两名自然人股东陈健春和陈良凯，持股比例分别为60%和40%。

截至2009年12月31日，汕头市雅致服饰有限公司总资产为2,648,832.83元，净资产为498,832.83元，2009年净利润为-593.45元，截止2010年6月30日，公司总资产为2,648,247.85元，净资产为498,247.85元，2010年1-6月净利润为-584.98元，上述财务数据未经审计。

（二）持有发行人5%以上股份的主要股东情况

现持有公司5%以上股份的股东为郭祥彬、郭群、华青投资及富尔亿影视。各股东基本情况详见本节“七、（一）发起人的具体情况”。

（三）控股股东及实际控制人情况

本公司控股股东、实际控制人为郭祥彬。其基本情况详见本招股说明书“第八节、一、（一）董事会成员简介”。

（四）控股股东及实际控制人控制其他企业的情况

截至本招股书签署日，本公司控股股东、实际控制人郭祥彬未有其他对外投资的情况。

（五）股份质押和争议情况

截至本招股说明书签署日，本公司股东所持有的本公司股份不存在质押或其他有争议的情况。

八、发行人股本情况

（一）本次发行前后的股本结构

本次发行前总股本为6,600万元，本次拟发行股份2,200万股，占发行后总股本8,800万股的25%。

股份类别	本次发行前		本次发行后		限售期
	股数(万股)	持股比例(%)	股数(万股)	持股比例(%)	
自然人股					

其中：郭祥彬	3,366.00	51.00	3,366.00	38.25	36个月
郭群	566.28	8.58	566.28	6.44	36个月
境内法人股					
其中：华青投资	1,650.00	25.00	1,650.00	18.75	12个月
富尔亿影视	396.00	6.00	396.00	4.50	12个月
高佳软件	324.72	4.92	324.72	3.69	12个月
雅致服饰	297.00	4.50	297.00	3.38	12个月
社会公众股	-	-	2,200.00	25.00	
总股本	6,600.00	100.00	8,800.00	100.00	

（二）发行人的前十名股东

公司发行前共有6名股东，分别为郭祥彬、郭群、华青投资、富尔亿影视、高佳软件和雅致服饰，持股情况详见本节“七、（一）发起人的具体情况”。

（三）前十名自然人股东及其在发行人处担任职务情况

公司有两名自然人股东郭祥彬和郭群，其中，郭祥彬在公司担任副董事长兼总经理职务，郭群在公司担任董事兼副总经理职务。

（四）本次发行前各股东间的关联关系

本公司股东中除郭祥彬与郭群为兄弟关系外，其他股东之间不存在关联关系。

（五）本次发行前股东所持股份的流通限制和自愿锁定股份的承诺

本公司控股股东和实际控制人郭祥彬及其关联方郭群承诺：自骅威玩具首次公开发行的股票在证券交易所上市之日起三十六个月内，本人不转让或者委托他人管理本人在骅威玩具首次公开发行股票前所持有的骅威玩具股份，也不由骅威玩具回购本人所持有的该等股份。

股东汕头市华青投资控股有限公司、上海富尔亿影视传媒有限公司、汕头市高佳软件开发有限公司和汕头市雅致服饰有限公司承诺：自骅威玩具股票上市之日起一年内，不转让其在骅威玩具首次公开发行股票前所持有的骅威玩具股份。

同时，担任公司董事、高级管理人员的郭祥彬和郭群承诺：前述锁定期满后，

在其任职期间每年转让的股份不超过其所持有骅威玩具股份总数的25%；离职后半年内，不转让其所持有的骅威玩具的股份。且在申报离任六个月后的十二个月内通过证券交易所挂牌交易出售骅威玩具股票数量占其所持有骅威玩具股票总数的比例不超过50%。

九、发行人员工及其社会保障情况

（一）员工情况

截止2010年6月30日，本公司员工总数为1,251人，员工的专业结构、受教育程度、年龄分布情况如下：

1、员工专业结构

员工类别	人数	占员工总人数的比例（%）
管理人员	105	8.39
技术人员	132	10.55
生产人员	945	75.54
销售人员	69	5.52
合计	1,251	100

2、员工受教育程度

学历程度	人数	占员工总人数的比例（%）
本科及以上	34	2.72
大专	350	27.98
中专及以下	867	69.30
合计	1,251	100

3、员工年龄分布

年龄	人数	占员工总人数的比例（%）
51岁及以上	10	0.80
41—50岁	98	7.83
31—40岁	255	20.38
30岁及以下	888	70.99

合计	1,251	100
----	-------	-----

（二）公司执行社会保障制度、住房制度改革、医疗制度改革情况

公司实行全员劳动合同制，与员工签订劳动合同。公司按规定为员工缴纳了基本养老保险、失业保险、工伤保险、医疗保险、生育保险。同时，公司为员工缴纳了住房公积金。汕头市澄海区劳动和社会保障局出具证明：公司自2007年1月1日至2010年6月30日以来均能自觉遵守劳动和社会保障方面的法律、法规和规范性文件的规定，用工和劳动保障情况符合汕头市澄海区实际情况，也不存在被我局处罚的情形。汕头市社会保险基金管理局澄海分局出具证明：公司在2007年1月至2010年6月期间能按汕头市社会保险政策法规自觉参加养老保险、生育保险、失业保险及工伤保险，能依法参保。

另外，控股股东郭祥彬已做出如下承诺：“若骅威玩具被要求为其员工补缴或者被追偿此前应由骅威玩具缴付的住房公积金、社会保险费，或因此受到有关主管部门处罚，本人将全额承担该补缴、追偿或处罚款项，保证骅威玩具不会因此遭受任何损失。”

十、发行人主要股东和作为股东的董事、监事、高级管理人员所做出的重要承诺

（一）股东的重要承诺

1、本次发行前股东所持股份的流通限制、股东对所持股份自愿锁定的承诺详见本节“八、（七）本次发行前股东所持股份的流通限制和自愿锁定股份的承诺”。

2、公司股东关于避免与公司产生同业竞争和利益冲突问题承诺详见本招股说明书“第七节、一、（二）关于避免同业竞争的承诺”。

3、公司股东关于就公司2006年、2007年享受广东省高新技术企业所得税税收优惠可能被追缴的风险，作出按持股比例承担需补缴的所得税款及相关费用的承诺。有关情况详见本招股说明书“第四节、三、（三）2、企业所得税优惠相关风险”。

4、公司控股股东郭祥彬关于就公司被要求为其员工补缴或者被追偿此前应由骅威玩具缴付的住房公积金、社会保险费或因此受到有关主管部门处罚，作出承担该补缴、追偿或处罚款项的承诺，有关情况详见本节“九、（二）公司执行社会保障制度、住房制度改革、医疗制度改革情况”。

（二）作为股东的董事、监事、高级管理人员的重要承诺

作为股东的董事、监事、高级管理人员的流通限制、股东对所持股份自愿锁定的承诺详见本节“八、（七）本次发行前股东所持股份的流通限制和自愿锁定股份的承诺”。

第六节 业务与技术

一、公司的主营业务、主要产品及变化情况

（一）主营业务

公司主要从事设计、开发、生产与销售各类玩具，产品出口全球近百个国家和地区，并销往国内大部分省市。公司产品分为智能玩具、塑胶玩具、模型玩具、动漫玩具和其他玩具等五大类。2007年-2009年，公司智能玩具的销售收入占营业收入的比重始终稳定在50%左右，是公司销售收入和利润的主要来源。2008年公司开始涉足动漫玩具领域，2009年公司动漫玩具销量迅速增长，动漫玩具已成为公司未来发展的重点方向。

公司自成立以来，一直从事玩具经营业务，主营业务没有发生重大变化。

（二）主要产品

序号	类别	产品细分分类
1	智能玩具	智能娃娃、智能型学习机、智能机器人、智能汽车等系列产品
2	塑胶玩具	婴幼玩具、沙滩玩具、餐具玩具、交通工具玩具等系列产品
3	模型玩具	汽车模型、飞机模型、各种模型套装组合等系列产品
4	动漫玩具	各种动漫衍生玩具，如《蛋神奇踪》、《小鲤鱼历险记》等系列产品
5	其他玩具	圣诞产品、工艺产品、童车系列等系列产品

二、行业基本情况¹

（一）行业主管部门、监管体制、主要法律法规及政策

1、行业主管部门

（1）中国玩具协会

中国玩具协会是中国玩具行业的自律管理机构。中国玩具协会成立于1986年，是中国唯一的全国性玩具行业社团组织，也是中国政府指定的中国玩具行业

¹本招股说明书中除特别说明外，行业数据均引自《2008-2009年中国玩具行业研究咨询预测报告》（北京欧立信经济信息咨询中心）、《广东玩具20年》（广东省玩具协会、广东省文化经济发展研究会）、《中外玩具制造》和中国玩具协会《世界玩具市场（2009版）》、《2008年中国玩具出口统计分析报告》。

在国际玩具工业理事会的唯一合法代表。

中国玩具协会主要工作职责包括：受政府委托，参与制定并协助实施行业发展规划，为政府制定行业相关的政策和法规提出建议；宣传贯彻政府部门的政策法规，及时向政府及相关机构反映行业的问题和要求；引导企业认识玩具产品安全 and 安全生产的重要性，参与制订、宣贯和实施行业有关标准；代表行业利益，与国内外相关机构和媒体保持良好信息交流和相互合作关系；鼓励和宣传优秀企业，带动开拓创新和公平竞争，提高行业的自律性；维护行业利益；定期向会员提供政策法规、市场销售、行业发展趋势和贸易统计最新国内外行业信息；根据行业发展需要，组织行业人才培训和人才交流，提高行业队伍素质；加强国内外同行间的沟通和交流，为企业了解行业动态、引进新技术、发展业务提供机会；组织本行业国际展览（销）会，组织企业出国参加专业国际展会，促进企业开拓国内外市场；向父母、幼教工作者等社会群体宣传玩具的益智作用和玩具的产品安全意识，倡导消费者购买安全、健康、优质的玩具。

（2）中国轻工业联合会

中国轻工业联合会是轻工业全国性、综合性的、具有服务和管理职能的工业性中介组织，主要职能包括：参与制订行业规划，对行业投资开发、重大技术改造、技术引进等项目进行前期论证与初审；加强行业自律、规范行业行为、培育专业市场、维护公平竞争；参与制订、修订国家标准和行业标准，组织贯彻实施并进行监督等。

（3）国际玩具业协会（International Council of Toy Industries，简称ICTI）

国际玩具业协会成立于1974年，它包括20个国家和地区的玩具贸易协会，这些国家和地区主要为：澳大利亚、巴西、加拿大、中国、中国台北、丹麦、法国、德国、中国香港、匈牙利、意大利、俄罗斯、西班牙、瑞典、英国和美国等。ICTI的一项要求是保证玩具是在安全 and 人性化的环境下生产的。为达到此目的，协会为工厂制定了一套简单有效、人性化的审核标准、商业行为守则和审核协议。随着ICTI认证审核的成功完成，工厂将被授予ICTI认证证书，以表明其符合上述守则的条款。

2、行业监管体制

玩具行业实施标准化管理和认证管理，直接管理机构分别为全国玩具标准化

技术委员会TC253和国家认证认可监督管理委员会。全国玩具标准化技术委员会是经国家标准化委员会确认的全国玩具行业标准化方面的唯一技术性机构，负责玩具等产品国家标准、行业标准的归口（解释）管理工作。

国家标准化委员会是国务院授权的履行行政管理职能，统一管理全国标准化工作的主管机构。国家认证认可监督管理委员会是国务院授权的履行行政管理职能，统一管理、监督和综合协调全国认证认可工作的主管机构。

国家质量监督检验检疫总局对国家认证认可监督管理委员会和国家标准化委员会实施管理，是中华人民共和国国务院主管全国质量、计量、出入境商品检验、出入境卫生检疫、出入境动植物检疫、进出口食品安全和认证认可、标准化等工作，并行使行政执法职能的直属机构。

3、行业主要法律法规及政策

国家质量监督检验检疫总局、国家标准化委员会、国家认证认可监督管理委员会等部门发布了关于玩具产品的国家标准、行业标准和强制性认证等规则，实施市场准入和规范化管理。这些标准和规则构成了国内玩具行业的政策体系。

国内主要法律法规和标准要求

序号	法律法规名称	主要内容	发布单位	实施时间
1	《国家玩具安全技术规范》	对玩具安全标示、年龄分组、试用品、赠品、安全测试做全新规定	国家质检总局	2004年10月1日
2	玩具产品3C认证管理规定	未获得强制性产品认证证书或未加中国强制性认证标志的，一律不得出厂、销售、进口或者在其他经营活动中使用。	国家质检总局	2007年6月1日
3	《消费品使用说明 第5部分：玩具》	旨在规范玩具使用说明书的标注，指导消费者选购玩具，告知使用者如何安全使用玩具，避免因使用不当而造成伤害事故。	国家质检总局 国家标准化管理委员会	2007年6月1日
4	《儿童玩具召回管理规定》	对境内生产、销售儿童玩具的召回及其监督管理做规定	国家质检总局	2007年8月27日
5	《出口玩具质量许可（注册登记）实施细则（试行）》	对部分类别玩具按照出口目的国或目标市场的相关技术法规和标准要求进行检测	国家认监委	2007年8月

6	《出口玩具生产企业质量许可(注册登记)审核要求(试行)》	出口玩具生产企业实施质量许可(注册登记)的审核和监督审核的要求分五个方面明确审核要点	国家认监委	2007年8月
7	《毛绒、布绒玩具安全与质量》	规定了毛绒、布绒玩具的技术要求、实验方法及检验规则。	国家质检总局 国家标准化 管理委员会	2008年9月1日
8	《进出口玩具检验监督管理办法》	对检验检疫机构和从事进出口玩具生产、经营企业的玩具进出口检验监督进行规定	国家质检总局	2009年9月15日

(二) 行业发展概况及趋势

1、全球玩具行业概况

根据中国玩具业协会提供的《全球玩具市场2009版》分析报告，受全球金融危机的影响，2008年全球玩具市场销售额比2007年减少5.75亿美元，但如果不考虑由于美元贬值对汇率变动的影响，以2007年固定汇率计算的2008年销售额比2007年增加18.48亿美元。

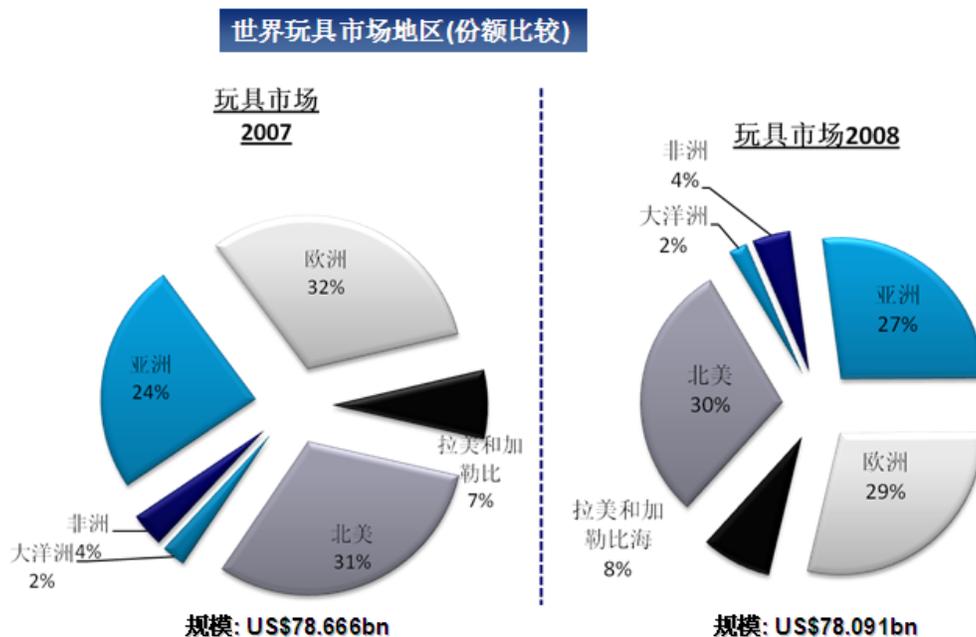


注：\$指美元，billion指十亿，Current Rate 指当前汇率，Constant Rate（2007）指2007年固定汇率

资料来源：中国玩具业协会《全球玩具市场（2009版）》

从全球玩具市场分布看，北美地区和欧洲的市场份额最高，2007年和2008年所占比例均在30%左右，但受全球金融危机影响，2008年均出现了小幅降低。

亚洲市场增长趋势明显，从2007年的24%增长到了2008年27%。



注: US\$78.666bn指786.66亿美元, US\$78.091bn指780.91亿美元

资料来源: 中国玩具业协会《全球玩具市场(2009版)》

根据《2008-2009年中国玩具行业研究咨询预测报告》，未来随着世界经济从金融危机中逐渐复苏，预计2010年世界玩具市场的销售额将达863亿美元。

2、全球玩具行业发展趋势

(1) 玩具行业技术标准不断提高

随着全球经济的发展、人民生活水平的提高，导致对玩具需求的增加，科技与创意结合得好的益智玩具尤受欢迎，但对玩具质量安全的要求越来越高，并对玩具提出环保要求。玩具进口国政府为保障消费者健康和保护本国玩具产业，继续高筑玩具技术性贸易壁垒，这使得玩具制造技术难度增加，加以原料和各方面的综合成本走高，售价的提高跟不上出口成本的增加，影响着整个玩具行业的发展。

(2) 智能娱乐性玩具持续为主流产品，收藏玩具、多人玩具等有较快发展

智能娱乐性玩具集教育、娱乐于一体，受到家长的重视，也是孩子喜爱的首选对象。动漫的衍生玩具和与电影、电视紧密连接的授权玩具将持续迅速发展，

富有创意的玩具将大受欢迎。玩具对成年人有缓解工作紧张压力、寻求健康、快乐生活方式的功能，能有效预防老年人多发难治的痴呆症，成年人的玩具消费将比以前更有市场。老人、父母与孩子同时玩玩具，也逐渐成时尚。另外，美国、日本的收藏玩具十分兴盛，这股收藏玩具风潮已进入中国内地，必将带动国内收藏玩具的发展。

（3）玩具营销网络时代到来

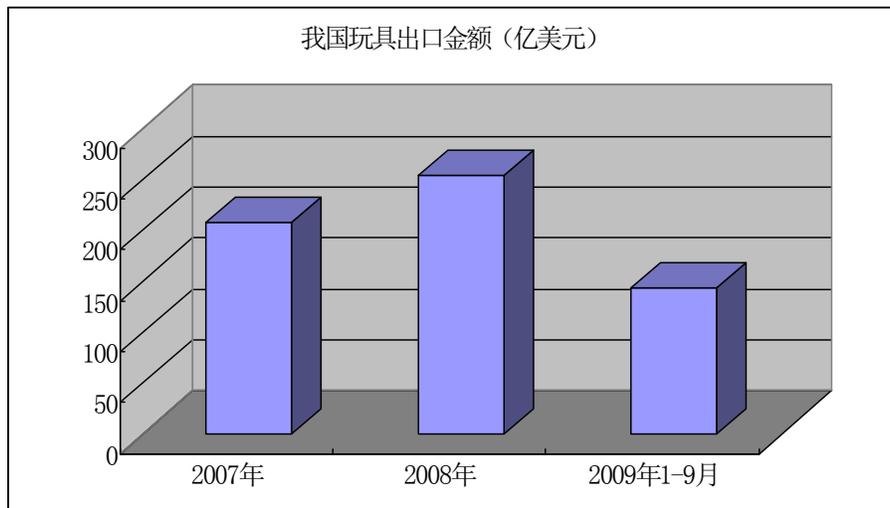
随着科技、文化和经济的发展，尤其是互联网技术和通信技术的迅猛发展，人类的信息意识、对信息资源的使用愈来愈重视。在国际贸易中，阿里巴巴等网站推动了B2B交易方式的发展，出口方减少了许多事务性工作，进口方易于货比三家，买得较廉宜的商品。在国内贸易中，网上购物已成为时尚，成为不可阻挡的潮流，甚至是部分人群的一种生活方式。玩具产品花色品种多、周期短、市场变化大，利用网络营销，对推动玩具业的发展将起较大作用。

3、中国玩具行业发展概况

中国玩具行业在改革开放以来，一直呈现快速健康的发展，产品远销几乎世界所有国家，欧美日等发达国家和地区玩具总销售额的70%以上产于中国。目前中国已经成为全球最大的玩具制造国，在世界玩具市场上占有举足轻重的地位。玩具行业为我国出口创汇、解决劳动力就业问题做出了积极的贡献。

近年来，中国玩具制造业总体发展态势良好。2007年，年销售500万元及以上企业工业总产值953.72亿元，比上年增长了26.58%；2008年，年销售500万元及以上企业工业总产值1,054.90亿元，比上年增长了12.16%。年销售500万元及以上企业数量，2007年1,626家，2008年增加至1,718家。

根据《中外玩具制造》杂志的统计数据显示：2007年，我国共出口玩具208.61亿美元；2008年，我国共出口玩具255.05亿美元，比上年增长了22.26%；2009年1-9月份，我国出口玩具144.35亿美元。



资料来源：《中外玩具制造》

目前，我国玩具行业呈现如下特征：

(1) 国内玩具企业众多，区域产业集群现象明显。2008年，我国有玩具出口记录的企业4,388家，已形成了一个重要的产业群体。最重要的玩具生产和出口基地是“五省一市”：广东、江苏、上海、山东、浙江和福建。在产品类别方面，广东和福建以电动和塑料玩具为主；江苏、上海以毛绒玩具为主；浙江以木制玩具为主，形成较为明显的产业集群效应。其中，广东省又是我国最大的玩具生产和出口地区，主要集中在深圳、东莞、广州、汕头澄海、佛山南海、揭阳揭西等地。2008年及2009年1-9月份，广东省玩具出口金额分别占全国玩具出口金额的66.89%和66.36%。

(2) 创新不足和自主知识产权意识薄弱。据有关资料显示，我国只有20%的玩具企业拥有自主知识产权，而80%的玩具企业是纯加工型代工企业，沦为世界名牌的打工者，处在产业链的最低端。生产了世界上80%的玩具，却只赚到非常微薄的加工费用，以至于一旦外部环境稍微恶化，便陷入了资金匮乏的困境。可见，在成本优势逐渐减弱，品牌优势日益凸现，且成为提高盈利能力重要因素的今天，只依靠贴牌生产，没有自主品牌、缺少核心技术，这是我国玩具行业发展受制约的关键。

4、中国玩具行业发展趋势

(1) 注重发展自主品牌

国内玩具企业主要以贴牌生产为主，品牌效应不明显、销售手段单一、竞争力不强，近年来受金融危机、贸易壁垒等因素的影响，存在大规模倒闭现象。而行业内的一些优势厂商们已经意识到贴牌生产经营模式的依赖性和局限性，早在多年前就注重自主品牌建设，通过加大研发投入、打造品牌效应、提高全系列产品供应能力和销售模式创新等手段摆脱贴牌生产经营模式，成功地形成了自身技术和品牌优势，实现自主经营，获得国内外消费者的广泛认可，在各自细分市场居于相对优势地位。随着新生产工艺和技术在玩具领域的应用，以及经营模式、营销推广方式的逐步创新，国内玩具行业的竞争日益表现为品牌的竞争。建立在品牌基础上的文化、技术、工艺、营销网络的差异化优势在竞争中的作用日益明显。

（2）行业整合加速

受金融危机、安全环保门槛不断提高等因素的影响，2008年我国有玩具出口记录的企业数量由2007年的8,610家减少至4,388家，数量下降49%。同时，随着国内玩具市场的不断扩大，中国自主玩具品牌逐渐增多，部分品牌必将在激烈的竞争中脱颖而出，占领或垄断某个细分市场，扩大其市场占有率，这将加快整个玩具行业的整合速度。

（3）国内动漫玩具市场前景广阔

从国外成熟玩具行业的发展经验来看，玩具与动漫结合是玩具行业发展到一定阶段后的一种创新盈利模式。该模式通过玩具与动漫结合，以动漫故事内容和形象提高产品附加值，并通过动漫形象的传播极大地带动玩具销售。该模式下制造的动漫玩具在美国、日本等发达国家已经拥有较大的市场规模，是这些国家最主要玩具产品类别之一。

近年来，随着国内玩具行业的发展，玩具与动漫结合已逐步形成了玩具与动漫结合的发展趋势。我国有着深厚的创造动漫形象的文化底蕴，有着较好的动漫产业基础，在当前政府的大力扶持下，我国动漫产业有着广阔的发展前景，并将衍生出庞大的动漫玩具市场。随着国内动漫产业的持续升温，中国动漫玩具市场的爆发式发展已指日可待。

（4）高科技涉足玩具行业

近年来上市的玩具越来越多地运用了声、光、电等高科技手段，甚至最尖端

的信息科技、机器人技术都运用到玩具上，一些玩具就直接出自电脑制造商、家电巨头及高科技科研机构。在最近几次国际玩具、儿童用品及礼品展览会上，高科技玩具成为吸引人们眼球的焦点，高科技玩具也越来越为消费者所青睐。

众多家电、IT等高科技公司的进入，无疑将改变全球主要生产基地的中国玩具产业的生态。高科技玩具在整体产业结构中所占比重不断上升，这也间接反映到我国玩具出口结构中。高科技的介入，将促使中国玩具业离开低水平复制的恶性竞争，有利于玩具产业向高水平、健康的方向发展以及提升我国玩具业在国际国内高端市场上的竞争力。

5、市场容量广阔

世界经济总体上处于前所未有的增长趋势。富裕的经济生活，扩大了对玩具这类有益孩童成长产品的需求。美国是世界最大的玩具消费市场，儿童人均玩具消费达340美元，玩具销量占世界总销量的30%。欧盟每年进口玩具60亿-90亿欧元，其中从中国进口的占66%-80%，也是中国的重要玩具出口市场。发展中国家随着经济增长带来的消费模式更新将进一步刺激全球玩具市场的需求潜力转变为现实购买力，为中国玩具业的发展壮大提供了更加广阔的市场空间。

国内市场方面，据第五次我国人口普查资料统计，我国14岁以下的儿童有3亿人左右，目前我国儿童消费已占到家庭总支出的30%左右。但我国14岁以下的儿童和青少年的人均年玩具消费仅20~30元人民币，远低于亚洲儿童人均年玩具消费13美元和全世界儿童人均年玩具消费34美元的水平。若达到亚洲平均水准，儿童玩具市场规模预计就将突破300亿元人民币。随着我国经济的快速发展，越来越多的家庭开始重视儿童的素质教育，这将会带来一个全新的儿童玩具消费市场。

同时，我们还应看到，在国外，玩具不仅仅是让小孩开心的用品，也是成年人释放压力舒缓心情的重要用品。尤其是近年来玩具越来越智能化，人情味越来越浓，成年人玩玩具成了一种流行趋势。在欧美及韩国、日本，成年人玩具占到了玩具市场的40%以上，而且这一比例还在不断上升。按照各个行业发展的普遍规律，很多新兴行业的发展，总是遵循着从欧美到韩日再到港澳台、然后进入中国大陆的发展规律，成年人玩具市场在我国将有更加看好的市场前景。

因此，玩具消费市场潜力是巨大的。对于玩具企业来说，只要抓住机遇，突

破传统的经营模式，加大研发力度，在开发益智型、娱乐型产品上下功夫，设计制造具有自己特色的产品体系，满足市场的多元化需求，就可以加大对市场份额的占有。

（三）行业竞争情况

1、国际知名品牌主导世界玩具市场

世界玩具行业知名品牌主要有美国孩之宝（HASBRO）、美泰（MATTEL）、丹麦乐高（LEGO）、日本万代（BANDAI）、多美（TOMY）等，这些厂商规模巨大，利用其在品牌效应、研发设计能力及营销渠道等方面的优势，主导着世界玩具市场。鉴于玩具行业属劳动密集型产业，近年来受原材料、燃料和人工费用等因素的影响，这些大型厂商把生产环节向发展中国家转移，自身主要通过品牌、设计、渠道来控制关键环节，以此谋求更大的发展空间。

相反，以中国为代表的发展中国家由于在传统生产、劳动力、资源等方面存在比较优势，玩具行业借欧美日转移生产之际取得了迅速发展，但其竞争主要集中在中低档产品或为国外知名厂商贴牌生产。

2、国内部分优势企业积极变革

中国玩具业长期停留在劳动密集型的产业状态，劳动密集型产业主要靠劳动力的投入带动经济增长，资本和技术含量偏低，产品附加值也低。中国80%以上的出口玩具是为国外品牌贴牌生产加工，仅仅是“中国制造”，缺乏自主研发设计的产品和自主品牌。在这种经营模式下的企业竞争相当激烈，收益比较不稳定，抗风险能力差，受金融危机影响欧美市场需求量大大萎缩，导致国内该类玩具企业大量倒闭。

虽然目前中国玩具制造业仍以贴牌生产经营模式为主，但一些优势玩具企业已经意识到该模式的依赖性和局限性，也在积极努力地进行转型和变革，开始重视自主研发、自主品牌。一些传统的OEM玩具企业，也有意识的把自己的经营策略逐步转移到价值链的其他环节，比如市场营销、产品研发等，渐渐摸索出适合自己的发展道路。一批具有自主知识产权及品牌的行业骨干企业正在成长起来，涌现出一批国内著名玩具品牌，如“骅威”、“奥迪”、“好孩子”、“蓝猫”等。本公司依托在国内市场品牌和营销渠道的建设，通过增加研发投入、创新营销模式、增加产品文化内涵等方式，使“骅威”品牌获得了消费者的广泛认同，成为国内玩

具市场的知名品牌。

3、国内自主品牌已逐步发展壮大，并与国外品牌展开竞争

在国际产业分工和转移的历史机遇下，中国自主品牌企业经过十几年的发展，在技术储备、生产能力、品牌建设方面都有了相当的积累。目前，依托国内庞大的儿童玩具消费市场，一些国内民族品牌逐步发展壮大，成功地形成了自身独特的品牌优势和细分市场领先地位。在著名品牌网站“买购网”评出的“中国2008年十大玩具品牌”名单中，就有多个民族品牌入榜。公司多年精心打造和培育的“骅威HUAWEI”品牌被认定为“中国驰名商标”和“中国名牌”，是国内具影响力的玩具品牌之一。具体如下：

十大玩具品牌榜中榜/名牌玩具（2009）

序号	品 牌	简 介
1	奥迪 AULDEY	中国驰名商标，中国名牌，广东奥迪玩具实业有限公司
2	美泰 MATTEL	含费雪，芭比 Barbie，总公司设于美国加州
3	孩之宝 HASBRO	孩之宝亚太区市场拓展有限公司
4	骅威 HUAWEI	中国驰名商标，中国名牌，广东骅威玩具工艺股份有限公司
5	乐高 Lego	十大玩具品牌
6	万代 Bandai	世界玩具卡通/娱乐公司
7	多美 TOMY	十大玩具品牌，日本的 TOMY 创业至今约 80 年
8	银辉	十大玩具品牌，银辉玩具制品有限公司
9	智高	十大玩具品牌，东莞市智高文具有限公司
10	百利威	美国迪斯尼玩具合作伙伴，广州锦威贸易有限公司

注：买购网（www.maigoo.com）是对各行业十大品牌进行跟踪、整理并不定期公布的独立排名网站，其对企业 and 用户均是免费的。排名的基础数据来源为国家相关部门、品牌评价机构、统计资料、市场调查数据等，经横向和纵向分析后最终综合计算出十大品牌数据。由于不直接面对企业客户，其最终排名具有一定的客观性和权威性。公司与买购网不存在任何关联关系，也不存在任何商业利益往来和个人关系。

资料来源：买购网（中国十大品牌网）

4、国际知名品牌加速进入中国市场

迅速壮大的中国玩具市场正引起越来越多海外厂商关注。据调查，目前世界著名的玩具企业都在内地设有分厂或与国内厂家合作生产玩具。世界玩具销售排

名前10位的公司，已通过销售代理或设立中国市场部进入了中国市场。这些企业规模巨大，凭借其知名的品牌、优秀的研发设计能力、丰富的市场经验以及雄厚的经济实力，牢牢占据国内中高端市场。国外品牌的大举进入，将加剧国内玩具市场的竞争。

总体来看，中国玩具产业整体正处在从高数量低技术型向高质量高技术型转变期。要让国际市场了解中国玩具产业的雄厚实力和长期积淀下来的传统优势、让中国玩具界把握世界玩具潮流的脉搏、把握未来的玩具发展方向、提升中国玩具产业的核心竞争力，打造中国玩具的自主品牌是中国玩具业的当务之急。

（四）进入本行业的主要障碍

1、品牌障碍

品牌是影响产品市场占有率的重要因素，好的品牌能够影响采购商和消费者的选择。目前，中国大部分消费者有一定的品牌意识，品牌玩具在质量、性能、设计、用料等各方面都比较有优势。另外，拥有较高市场认知度的品牌也是提升产品档次，获得稳定销售渠道的重要手段。因此，不论是国际零售商还是批发贸易商都非常看重玩具的产品品牌、产品质量和厂家信誉等，消费者往往也对品牌产品具有较强的品牌认同感。然而企业要创立自主品牌，尤其是著名的品牌，需要在产品质量、品牌文化、工艺技术、管理服务和市场网络等方面长期发展、累积、沉淀。创立知名的玩具品牌需要长期、大量的投入，需要企业管理者精心培育，新入行的企业很难在短期内获得市场的认可。

2、创新和设计研发能力障碍

随着人们生活水平的提高，对玩具的要求已不再满足于它的基本功能，对其美观、趣味、智能、个性化的要求越来越高。因此要求玩具企业在产品创新、研发和设计上要紧跟或引领流行趋势、不断推陈出新，使品牌产品在最初的创意阶段、研发阶段即能够与国际流行趋势接轨，并能够形成玩具产品的个性特点，这对企业的研发能力提出了很高的要求，也使玩具行业的竞争上升到一个更高的层次。

3、生产技术障碍

目前玩具生产越来越趋于多品种、个性化、智能化，对玩具企业设计和生产都提出了很高要求，生产高品质玩具产品要求企业具有国际领先的生产设备和成

熟的工艺技术，需要企业大量的资金和人力的投入。而采用先进工艺与设备前期投入较大，技术积累周期较长，质量控制要求高，对员工的素质培养要求较高，对于新进入本行业的企业会带来相应的限制。

4、销售渠道建设障碍

对于玩具生产企业来说，销售渠道非常重要，稳定的销售渠道是所有营销活动的基础。产品出口到世界各地，需要众多批发贸易商和终端客户网络的支持，而建立庞大的、完善的、稳定的销售网络需要玩具企业前期的大量投入，而且需要漫长的时间不断对其进行修正、更新，新进企业在一个相当长的时间内很难形成一个完善、稳定的销售渠道。

5、安全与环保标准障碍

近年来，欧美发达国家和地区越来越注重环保和安全要求，出台了一系列的安全与环保标准，如美国的《美国材料与测试协会玩具标准（ASTMF963）》、《2008消费品安全改进方案》等，欧盟的“RoHS指令”、“REACH指令”等。因此，达到各玩具进口国家和地区的安全和环保标准，以及消化由此给企业带来的额外成本，成为行业内所有玩具出口企业必须面对的问题，也成为了新进入企业的准入障碍。

（五）影响行业发展的有利因素和不利因素

1、有利因素

（1）市场空间广阔

玩具出口方面，多年来，随着世界经济的增长，世界玩具市场始终保持着稳定的增长。虽然目前世界经济遭遇了金融风暴，未来随着经济的复苏，世界玩具市场的需求仍将恢复并继续保持不断增长，特别是美国、欧盟和日本。发展中国家随着经济增长带来的消费模式更新将进一步刺激全球玩具市场的需求潜力转变为现实购买力，为中国玩具业的发展壮大提供了更加广阔的市场空间。

玩具内销方面，随着中国经济的发展，中国城乡居民的消费支出中，玩具类支出将越来越大。同时，我国政府采取了一系列拉动内需、促进消费的政策，这也将进一步带动国内玩具市场继续较快增长。目前中国人均儿童玩具消费远低于亚洲儿童人均年玩具消费13美元和全世界儿童人均年玩具消费34美元的水平。如果中国玩具消费达到亚洲平均水平，市场规模预计将突破300亿元人民币。另

外，随着玩具适用范围扩大，成年人和老年游戏玩具也日益增多，随着这类新市场的开发，总体国内市场容量将会更大幅度提高。

（2）科技进步推动产业升级

近年来越来越多的高科技手段、信息科技、机器人技术运用到玩具生产当中，高科技玩具已成为吸引人们眼球的焦点，并深受消费者青睐。高科技玩具在整体产业结构中所占比重的不断提高，将促使中国玩具业离开低水平复制的恶性竞争，有利于玩具产业向高水平、健康的方向发展，以及提升我国玩具业在国际国内高端市场上的竞争力。

经过多年的技术引进和消化吸收，国内玩具制造商的整体技术水平、生产装备水平得到了明显提升。部分优势企业已接近国际同类先进企业水平，掌握了生产过程中的核心技术，具备了自主研发和技术创新能力，经营模式逐渐从单纯的贴牌生产方式转向自主品牌方式，产品档次及附加值不断提高，盈利能力和可持续发展能力不断增强。

（3）动漫影视促进玩具产业升级，动漫玩具行业发展符合国家产业政策

国家“十一五”时期文化发展规划纲要中明确指出我国政府在“十一五”期间将大力扶持动漫产业的发展，其中包括增强国产动漫的原创制作能力和衍生产品开发能力，构建相互支撑的动漫产业链。2006年4月25日，国务院《关于推动我国动漫产业发展的若干意见》指出：“国家将加大财政投入力度，用于扶持优秀动漫原创产品创作生产，推动形成成熟的动漫产业链。”政府对动漫产业的大力扶持，有助于我国动漫影视企业的发展壮大，并将促进我国玩具产业与动漫产业的融合，为我国玩具带来更广阔的市场空间。

2008年8月13日，文化部就扶持我国原创动漫产业发展提出以下意见：“实施国产动漫振兴工程。构建相互支撑的动漫产业链。动漫产业链主要包括漫画、动画、舞台剧、网络动漫、手机动漫等环节。漫画创作是产业的基础，影视动漫是产业的主体，动漫舞台剧是产业的延展和提升，网络动漫、手机动漫是产业的前锋。此外，还有与动漫形象有关的服装、玩具、文具、电子游戏等衍生产品。全面把握动漫产业各环节的内在联系，以动漫形象为核心，构建产业自我良性发展的内生机制。”

同时，广电总局制定出台一系列诸如限播境外动画片、要求中央及地方电视

开播动画频道，以播放国产优秀动画片为主等优惠支持措施，有利于培养一批优秀的国产动漫形象，促进动漫玩具的推广。这将促进我国玩具行业与动漫产业的融合，并进一步推动我国玩具行业的发展。

（4）产业集群形成完整的产业链

由于投资成本、运营成本高，欧美发达国家的玩具商纷纷将生产能力向中国转移，中国成为世界上最大的玩具生产基地，形成了完整的上下游产业链，这种产业集群有助于中国玩具企业参与国际竞争，为正在成长的自主品牌玩具企业提供了巨大的发展机遇。

2、不利因素

（1）贸易壁垒增加

近几年，欧盟、美国、日本等近40个国家或地区纷纷出台的一系列玩具安全标准，对我国玩具业形成了很强的贸易壁垒。如美国的《美国联邦消费品安全法规》、2008年8月实施的《2008消费品安全改进方案》；欧盟从2006年7月1日起开始实施“RoHS指令”，2007年6月1日起又全面实施“REACH法规”等。在这些安全标准的影响下，进入门槛抬高，增加了玩具出口难度。同时为了达到出口标准，中国企业不得不增加技术投入和检测费用，从而将进一步增加企业成本。但从另一方面来讲，这也为市场整合带来机遇，不规范的小玩具厂商将被淘汰，具有质量、研发、规模优势的大厂商将进一步提高市场占有率，市场集中度将进一步提高。

（2）人民币汇率波动

自2005年7月我国启动汇率改革以来，人民币对美元汇率呈现出持续上升的态势，截至2010年6月30日，人民币兑美元汇率累计升值已达18.10%。人民币升值导致玩具企业成本增加，压缩了玩具企业的出口利润。2008年下半年以来，人民币对美元汇率趋于稳定，但对于以出口为主的中国玩具行业来讲，如果人民币将来继续升值，利润空间将会进一步被挤压。

（3）生产成本上升

玩具行业属于传统劳动密集型产业，其成本主要是原材料和劳动力成本。而近年来，原材料、能源价格和劳动力成本的上涨，必然造成企业成本相应提高。

（六）行业技术特点、经营模式、周期性和季节性特征

1、行业技术特点

经过20多年的发展，我国玩具行业在模具设计、加工，以及生产流程等方面积累了丰富的宝贵经验，形成了坚实的技术基础。

在产品外观设计方面，技术搜集能力和产品创新能力较强，从而形成了较强的产品外观设计能力和技术开发能力。

在模具加工方面，玩具的时效性对模具加工提出更高的要求，因此促进了数字化、智能化、柔性化加工技术在模具加工中的应用，大大提高了产品的技术性能和质量档次。

在生产设备及工艺流程方面，玩具企业生产的机械化、自动化程度得到显著提高，各种数控、电脑控制的全自动注塑机及射出成型机取代了原来的半手动、半机械化的挤压成型机，使整个玩具生产流程更加科学化、合理化。

2、行业特有的经营模式

我国玩具行业主要的经营模式有OEM、ODM和自主品牌经营模式。OEM即贴牌生产，它是一种代工生产方式，也就是品牌生产者不直接生产产品，而是掌握关键的核心技术、负责设计和开发、控制销售渠道，具体的加工任务通过合同订购的方式委托其他厂家生产，承接加工任务的制造商为OEM厂商。

ODM是指厂家根据市场需求或客户委托进行产品的研发设计，根据订单组织生产，生产的产品贴客户品牌的生产方式。OEM和ODM是目前国内玩具企业最普遍的经营模式。

自主品牌经营模式是指企业自主开发自主品牌，拥有自主知识产权。企业自主品牌首先应强调自主，也就是说产权强调自我拥有、自我控制和自我决策，同时能对品牌所产生的经济利益进行自主支配和决策。由于拥有自主权，这类企业通过开发出畅销的新产品，能获得高于市场平均利润率的盈利。

3、行业的周期性、区域性、季节性特征

近年来伴随着人民生活水平的逐步提高，玩具需求量也逐年增大，玩具行业未出现明显的周期性。玩具产品的生产和销售可能会受到居民可支配收入变化的影响，但并不与经济周期呈现出高度的正相关。历史经验表明，在历次经济衰退中，家庭倾向于压缩家长消费支出，维持儿童的消费，主要原因在于玩具消费占家庭收入比重较小。

玩具行业具有较为明显的区域性。美国、日本和欧洲等经济发达地区，玩具产品需求较大，是全球最大的玩具消费市场，同时世界玩具行业的知名厂商也主要分布在欧美国家。但近年来，南美、东南亚的新兴市场发展较快。就国内而言，东部沿海及各一线城市购买力较高，是主要的玩具消费市场。

玩具行业有一定的季节性，一般而言，各国的主要节日和假期是玩具销售的旺季，例如：圣诞节、寒暑假、复活节等。就国内而言，由于儿童玩具主导市场，儿童的假期即为玩具销售旺季，主要包括寒假、暑假、儿童节和春节。

（七）公司所处行业与上游行业之间的关系

公司所属玩具行业的上游行业有塑料行业、包装行业以及电子行业，下游为终端消费者。

1、塑料行业

玩具行业需要的原材料主要是塑料。塑料行业是个资源和技术密集型行业，随着需求的扩大和成本的降低，塑料的产量也不断上升。近年来塑料行业受原油价格波动影响较大，原油价格上涨会导致塑料制品价格的上涨，但原材料价格上涨压力传导至玩具行业有一定的时滞差异，而且规模较大的玩具企业信誉高，议价能力较强，能转移部分成本上涨压力。

2、包装行业

玩具生产完成后进入包装这一工序，然后投入市场销售。目前市场上产品的竞争力除了品质、品牌、价格因素外，包装因素也日显重要。包装品制造业总体上是原料成本为主要成本构成的行业，通常原材料成本会占制品直接成本的60%以上，有些甚至会高达80%。包装品按照其原材料的不同一般可分为纸包装、塑料包装、金属和玻璃包装等。

3、电子行业

随着电子技术和计算机技术不断用于玩具制造中，使玩具具有了“智能”的特征，促成了“电子智能玩具时代”的到来。融入了高科技成分的智能玩具由于其交互性、友好性、生动性而越来越受消费者的欢迎。具有高附加值的智能玩具现在以及将来都将主导着玩具市场，因此电子行业对于玩具行业的重要性越来越大。电子产业是知识和技术密集型非常高的产业，近几年电子产业出现了飞快的发展，比如在电子技术相关的硬件方面，大规模集成电路板获得广泛应用，电子芯

片越来越小而功能却越来越强大。同时随着芯片成本的下降，各种硬件的价格将越来越低。在电脑网络技术方面，人工智能的技术不断进展，语音识别技术逐步完善，网络技术不断进步。这些无疑会促成电子行业产品和技术的广泛应用。而将这些技术应用于玩具行业，可以设计出踢足球的小人、听人指令并与人交谈的玩偶或动物玩具等智能玩具。

总体上，玩具行业的上游行业与玩具行业关联度较高，原材料成本的上升将对玩具行业产生不利影响，但玩具行业内不同企业受影响的程度存在明显差异，规模较大的、生产技术水平较高的玩具生产企业受影响相对较小；而规模小、技术落后、低档玩具生产厂家受影响的程度较大。受成本上升影响，玩具行业将面临重新洗牌，行业集中度将有所提高，长期而言，玩具行业内的优势企业将因此受益。

（八）产品主要进口国的相关进口政策分析

1、欧盟

玩具是我国出口欧盟的重要产品，玩具关系到婴幼儿健康，欧盟对玩具安全性的要求比较严格。安全性是欧盟玩具管理的重要内容，目前欧盟对玩具安全的指令主要是1988年5月3日颁布的“88/378/EEC指令”，1993年7月22日颁布的“93/68/EEC指令”及后来颁布的指令对其进行了修改和补充。欧盟对于玩具安全要求主要建立在欧盟已有标准的基础上，目前欧盟玩具安全标准主要是《EN71 欧盟玩具安全标准》。EN71标准是欧盟各项玩具安全要求的集合，EN71标准每隔2-3年都会进行部分修改。除此之外，欧盟对玩具安全的规定及主要标准法规有：欧盟关于限制偶氮染料的指令、欧盟限制邻苯二甲酸酯类的指令、“RoHS指令”、欧盟“REACH法规”等。

2、美国

美国对玩具安全要求也非常严格。目前《美国材料与测试协会玩具标准》（ASTMF963）是美国玩具安全的主要标准。另外，2009年8月13日美国消费品安全委员会发布通告，自2009年8月14日起《美国消费品安全改进法案》中针对儿童产品的新标准将正式实施。这些生效的新标准有：含铅量、含铅油漆和其他表层涂料，以及产品质量安全第三方认证，由自愿执行改为强制执行。

3、其他地区和国

除包装说明书之外，一般情况下符合“ISO标准”和“EN71标准”都能基本满足世界主要玩具消费国的玩具产品质量要求。公司部分产品出口到南美洲、澳大利亚、南非等国家和地区。其中澳大利亚、南非等同采用ISO8124-2000国际玩具标准。巴西实施NBRNB300标准，其内容基本与ISO8124、ASTMF963等标准要求一致。

公司一般在进行产品开发或接受客户订单时都会和客人确定相关的质量标准，确保其产品质量符合进口国的要求。公司品质管理部、海外事业部、客户关系部、工程部所有的工作人员都系统接受玩具国际标准、全球主要国家玩具标准培训工作，都能识别客户和市场的产品质量要求。

4、销售区域非关税壁垒设定的技术、质量指标和发行人产品的相关指标对比情况

公司产品的主要销售区域为欧盟和美国，2007-2009年，在欧盟和美国市场的销售额占营业收入的比重分别为23.27%、64.36%、72.33%，呈逐年增加的趋势。目前，这些国家和地区玩具生产企业很少，主要从中国、东南亚等国家进口。相对于拉美和其他地区来讲，欧美等国制定了更为严格的非关税壁垒，对进口的相关产品在产品质量、技术标准、产品安全等方面进行限制。为应对欧美标准的变化，公司制定了严格的内部产品质量标准，以适应各销售区域技术、质量标准的要求，具体标准对比情况如下：

项目	年龄 (月)	国际标准 ISO 8124-1: 2000	欧盟 EN71 Part 1: 2005	美国 CPSC/ASTM F963-2008	中国 GB6675-2003	企业标准	对企业标准的说明
跌落	0 to 18	138 ± 5 cm, 10次	850 ± 50 mm, 5 次 (0 to 168个月)	4.5 ft ± 0.5 in 10 次	138± 5 cm,10 次	138± 5 cm,10 次	为各区域标准的最高值
	>18 to 36	93 ± 5 cm, 4 次		3 ft ± 0.5 in 4 次	93± 5 cm , 4 次 (19 to 96 个月)	93± 5 cm , 4 次 (19 to 96 个月)	为各区域标准的最高值
	>36 to 168	93 ± 5 cm, 4 次 (> 36 to 96 month)		3 ft ± 0.5 in 4 次 (> 36 to 96 个月)			
扭力	0 to 18	0.45 ± 0.02 Nm (0 to 168 个月)	0.34 Nm	2 ± 0.2 in-lbs	0.45 N·m ± 0.02 N·m (0 to 96 个月)	0.45 N·m ± 0.02 N·m (0 to 96 个月)	为各区域标准的最高值
	>18 to 36			3 ± 0.2 in-lbs			
	>36 to 168			4 ± 0.2 in-lbs (>36 to 96 个月)			
拉力	0 to 18	70 ± 2 N (0 to 168 个月)	突出高度: 6 mm: 50 ± 2 N >6mm: 90 ± 2 N 线缝: 70 ± 2 N 保护件: 60 ± 2N	10 ± 0.5 lbs	70 ± 2 N (0 to 96 个月)	90 ± 2 N	为各区域标准的最高值
	>18 to 36			15 ± 0.5 lbs			
	>36 to 168			15 ± 0.5 lbs (>36 to 96 个月)			
压力	0 to 18	114 ± 2.0 N	110 ± 5 N	20 ± 0.5 lbs	114 ± 2 N (36 个月)	136 ± 2 N (0 to 96 个月)	为各区域标准的最高值
	>18 to 36	114 ± 2.0 N		25 ± 0.5 lbs			
	>36 to 168	136±2.0 N (>36 to 96 个月)		30 ± 0.5 lbs (>36 to 96 个月)	136 ± 2 N (37 to 96 个月)		
弯曲	0 to 18	70 ± 2 N (0 to 168 个月)	70±2 N (0 to 168 个月)	10 ± 0.5 lbs	70 ± 2 N (0 to 96 个月)	70 ± 2 N (0 to 96 个月)	为各区域标准的最高值
	>18 to 36	168 个月)		15 ± 0.5 lbs			

	>36 to 168			15 ± 0.5 lbs (>36 to 96 个月)			
咬力	0 to 18			25 lbs		100 lbs	为各区域标准的最高值
	>18 to 36			50 lbs			
	>36 to 168			100 lbs			
有害物质检测	可溶性: 锑含量小于60ppm, 砷含量小于25ppm, 钡含量小于1000ppm, 镉含量小于75ppm, 铬含量小于60ppm, 铅含量小于90ppm, 汞含量小于60ppm, 硒含量小于500ppm	可溶性: 锑含量小于60ppm, 砷含量小于25ppm, 钡含量小于1000ppm, 镉含量小于75ppm, 铬含量小于60ppm, 铅含量小于90ppm, 汞含量小于60ppm, 硒含量小于500ppm; 邻苯二甲酸酯 (DEHP+DBP+ BBP) 在可塑性材料中小于0.1%, 邻苯二甲酸酯 (DINP+ DIDP+ DNOP) 在儿童可放进口的可塑性材料中小于0.1%	与欧盟标准相同	与欧盟标准相同	与欧盟标准相同	各销售区域的标准	

5、销售区域非关税壁垒设定的技术、质量等指标变化对公司持续盈利能力稳定性的影响

首先，新技术、质量标准的实施对公司生产经营影响较小

新技术、质量标准的实施，加重了整个玩具行业的质量检测和检验成本，对公司的影响也是如此。公司一直严格按照质量管理体系的要求组织日常生产经营，且具有以企业技术中心为核心的快速反应组织体系，因此公司能够应对日常销售区域产品标准的变化。此外，为应对欧美国家设立的上述技术壁垒，确保产品质量稳定和可持续性，公司采取了另外一系列措施：

（1）引进和培养人才，外聘专家指导

公司非常重视品质管理人才队伍的建设，招聘在行业方面有一定从业经验、外语水平强的人才加入公司；不断培训品质专业人员，提高对技术标准的理解能力和应用能力。通过经常性派人参加行业协会和检验机构研讨会的方式，加深品质管理人员对技术标准的理解，同时制定有效的内部控制标准，确保与外部技术标准的一致性。

（2）完善实验配套设备，加强产品测试工作

公司投资建立了物理/化学实验室，通过引进高精度的化学检验仪器，加强对产品研发设计、过程控制方面的检测和分析，提高前期风险识别的能力和水平；同时，加强与外部检测机构实验比对能力分析。比如仅在 2009 年，公司即与广东检验检疫局粤东玩具检测中心、瑞士 SGS 进行多次实验比对测试分析，项目涉及机械物理性能、阻燃性能、化学性能、电性能等安全指标的鉴定，以保持产品质量完全满足质量标准。

（3）强化产品流程控制管理，提高相关人员对技术标准的认知能力

新产品在研发立项阶段，即进行产品安全性能方面的风险评估、分析和控制，对产品设计、制造、工艺进行具体分析，制定相关标准；强化对供应商的评估和送样检测，确保在技术标准应用方面的一致性；对产品研发、采购、生产、销售整个流程进行全方位管控，保证产品符合相关销售区域的政策。

针对不同销售区域采用 EN71、ASTM963、GB6675 等玩具最新技术标准，公司会定期或不定期对重要岗位的关键人员的进行培训，新员工需要进行上岗培训并考试合格。

因此，即使欧美提高了进口产品的技术、质量标准，直接造成公司质检成本的上升，但通过采取上述措施，对日常生产经营的冲击较小，公司通过产品创新和品质控制能够积极消化其影响。

其次，非关税壁垒的提高有利于增加公司对欧美的销售额。

欧美等发达国家对进口玩具产品标准的不断提高，对玩具行业影响较大，但对实力强弱的企业的影响却各不相同。对于研发能力比较弱、生产不规范的企业来讲，在短时间内不能适应新标准的变化，其产品的销路受到影响，市场份额会丢失，甚至被淘汰；而对于资金、研发实力较强，产品质量标准高的企业来说，能够快速适应新标准的变化而进行调整；由于欧美技术标准越来越严格，玩具采购商倾向于将生产订单投向生产设备好、生产技术管理机制完善、品质检测有保障的大型生产厂家。因此借助欧美技术、质量标准的提高，实力较强的企业能够借机获得中小企业丢失的市场份额。

报告期内，公司进一步扩大在欧盟市场和美国市场的销售额。2007-2009年公司产品出口欧盟的金额分别为 6,064.37 万元、21,072.70 万元、23,802.41 万元，2008 年比 2007 年有较大幅度的增长，销售额增长了 247.48%，2009 年比 2008 年同比增长 1.30%；2007-2009 年公司产品出口美国的金额分别为 1,440.98 万元、3,447.40 万元、7,330.14 万元，2008 年比 2007 年同比增长 139.24%，2009 年比 2008 年同比增长 112.63%。

综上所述，欧美国家提高技术、质量标准，虽然对公司产生了一定的影响，但公司通过采取相应的应对措施和技术创新，积极应对其对公司生产经营的影响，并借机扩大在欧美的销售额，进一步提高盈利能力。

（九）玩具与动漫结合经营模式分析

1、玩具与动漫结合经营模式分析

动漫玩具是由动漫形象衍生的玩具产品，表现出一定的文化内涵和故事背景，是玩具与动漫结合的产物。近年来，动漫玩具十分受市场欢迎，并逐步成为儿童喜爱的主流产品。目前玩具市场上的畅销玩具，如变形金刚、陀螺、遥控车、蛋神等都是在动漫的驱动下形成一个又一个市场潮流。玩具与动漫之间的关系日益密切，动漫作品的热播扩大玩具产品的宣传、促进玩具的销售，使得玩具拥有相对稳定的消费人群；同时有了玩具产品的畅销，动漫形象会更加深入人心，并

进一步扩大玩具的销售，延长产品的销售周期。目前，动漫玩具凭借动漫形象独特的个性和魅力，逐步成为玩具市场的主力军，并为玩具行业带来了更广阔的市场空间和盈利能力。

2、我国动漫玩具市场企业现状

近年来随着国内动漫产业的逐步升温，动漫玩具也逐步成为市场的热点。国内部分玩具企业在玩具与动漫结合方面作了有益的尝试并取得了可喜的成绩。目前，国内玩具企业主要通过两种方式拓展市场：一是自主创作动漫形象开发动漫玩具；二是与动漫影视企业合作，通过形象授权的方式生产动漫玩具。

(1) 自主创作动漫形象开发动漫玩具产品。这种模式是企业自主创作动漫形象，通过动漫形象的传播和推广带动玩具销售，具有要求高、自主性强、收益高等特点。运作该模式的企业需较强的资金实力、动漫原创能力以及玩具和动漫融合及推广的能力，运作成功后仅通过玩具就可实现高额的回报。广东奥飞动漫文化股份有限公司是国内较早运作该模式的企业，公司于2009年开始介入到这种运作模式。但在动漫影视作品的具体制作环节，公司委托专业的动漫影视公司进行加工，这使得动漫影视作品的质量有了专业的保证。

(2) 以授权方式取得外部的动漫形象。该模式往往是玩具企业与拥有知名动漫形象的动漫企业合作，以形象授权的方式生产动漫玩具产品。该模式因门槛不高、拓展成本较低，是目前玩具企业发展动漫玩具常用的方式。但该类型的企业需向动漫制作公司支付较高的形象授权费，且只能被动的根据已有动漫形象开发玩具产品，较为依赖外部动漫形象。由于不拥有动漫形象的知识产权，其发展往往受制于人。此外，知名动漫形象为稀缺性资源，国内仅有部分玩具企业能够与动漫企业合作开发动漫玩具。

目前，行业内采用该模式的玩具企业主要有本公司、汕头市小白龙玩具实业有限公司、广州天贝玩具有限公司、广东奥飞动漫文化股份有限公司等。

三、公司的竞争地位

(一) 同行业竞争对手情况

1、国外竞争对手

目前，国内玩具市场上外国产品、中外合资产品占据了相当比例。国外各大

知名玩具厂商开始进入国内玩具市场，世界著名的玩具企业都在国内设有分厂或与国内厂商合作生产玩具，加剧了国内玩具市场竞争。世界玩具销售排名前10的公司大多已通过销售代理或设立中国市场部进入我国市场，如美国的美泰集团、孩之宝集团以及日本的万代公司等。

全球主要玩具品牌企业

名称	国家	模式	销售渠道	主要产品
美泰	美国	主要通过人物故事和形象的塑造与传播提升产品附加值	大型百货商场、超市专柜、专卖店、网上销售	互动娱乐玩具和婴儿玩具为主，包括芭比娃娃、费雪等
孩之宝	美国	主要以动漫故事内容和形象提高产品附加值，赋予玩具新的文化内涵	大型百货商场、超市专柜、专卖店、网上销售	动漫玩具为主，包括星球大战、变形金刚、蜘蛛侠等衍生玩具
万代	日本	主要以动漫故事内容和形象提高产品附加值，赋予玩具新的文化内涵	专卖店、超市、百货公司	动漫玩具为主，包括机动战士高达、恐龙战队、钢铁战士、奥特曼等动漫形象衍生玩具
乐高	丹麦	主要通过互动娱乐促进学习，提升产品附加值	大型零售连锁集团和连锁专卖店	益智类拼砌玩具

2、国内同行业竞争对手

国内玩具行业经过多年的市场竞争，已经涌现出一批优秀的玩具品牌，例如“骅威HUAWEI”、“奥迪AULDEY”、“银辉玩具”等，这些品牌都在不断的壮大，成为玩具行业的优秀品牌，在玩具市场上占有一定的地位，并相互竞争。

中国主要玩具品牌企业

名称	模式	销售渠道	主要产品
骅威	注重产品质量控制水平和技术研发水平，产品种类丰富，同时进行动漫玩具的研发、生产	出口、国内专卖店、卖场超市、校边店	各类智能玩具、模型玩具，塑胶玩具以及动漫玩具（小鲤鱼历险记、蛋神奇踪等）
奥迪	主要以动漫故事内容和形象提高产品附加值，赋予玩具新的文化内涵	百货商场、卖场、玩具销售店	动漫玩具为主，包括火力少年王悠悠球、迪迦奥特曼、四驱车等
银辉	主要专注于开发高科技玩具产品，通过创新、科技提升产品附加值	出口、国内百货商场、超市专柜	遥控电子类玩具为主，包括遥控飞机、遥控汽车、遥控机械人、电子宠物等。

高乐	自行研发高乐牌玩具， 致力于电子电动塑胶玩 具的研发、生产和销售	出口为主	电动火车、机器人、电动车、 线控仿真飞机、女仔玩具、 磁性学习写字板等。
----	--	------	--

（二）公司竞争优势及劣势

1、公司竞争优势

（1）突出的研发创新能力

公司是国家级高新技术企业、国家火炬计划重点高新技术企业、国家火炬计划汕头澄海智能玩具创意设计与制造产业基地骨干企业。2008年4月，广东省经贸委等五部门认定公司企业技术中心为省级企业技术中心；同年公司的科研项目“语言识别与高频遥控一体化智能模型装置”被国家科技部列入“2008-2009年国家火炬计划”。2009年1月，广东省科技厅等三部门批准以公司为依托组建“广东省智能型电动玩具工程技术研究开发中心”。

公司在长期开拓国外市场过程中，深谙玩具创新引领潮流的变化趋势。根据市场变化和研发设计计划，持续地保证研发费用的投入，建立研发设计平台，健全研发创新制度。充分调动研发人才的创造性和积极性，吸引了一批重要骨干技术人才。

公司一直致力于跟进和研究光机电一体化、语音识别与高频遥控一体化智能模型装置技术的发展趋势，并将这些技术应用于智能模型、电动玩具等系列产品，增强了公司的核心竞争优势。

（2）业内一流的质量管理能力

公司持之以恒地实施和改进ISO9001:2008质量管理体系、ISO14001:2004环境管理体系、“WEEE&RoHS”有害物质控制体系等质量管理体系。在同行业中率先推行《质量管理——实施财务和经济效益的指南》国际标准，运用适合的管理工具方法，提升公司绩效。

公司投入大量资金建立玩具物理和化学检测实验室，跟进各国最新玩具标准发展趋势，与SGS、CQC等著名实验室建立相关的工作关系，定期开展实验数据对比分析。公司长期聘请英国（宝德）产品保证公司专家来公司指导品质管理和改进工作，定期开展相关讲座和培训，分享优秀企业和国外公司的专业经验，开阔了内部管理人员的视野和思维。

公司实施全员参与和过程控制的质量管理，持续开展员工质量意识和质量控

制方法的培训，辅之以质量管理激励制度，确保产品质量和过程质量的稳定。

2004年公司通过了环境管理体系认证、质量管理体系认证，2006年公司获得英国（宝德）产品质量保证有限公司颁发的“RoHS指令认证”等证书，每年都通过年度审核。公司于2006年获得首张3C认证证书，是中国实施3C认证制度后颁布的首批电玩具类3C证书。2008年1月，公司获得由国家质量监督检验检疫总局颁发的中国玩具行业首张、也是目前为止唯一一张“出口免验”证书，公司产品只需在当地检验检疫局和海关备案，即可享受“绿色”通关放行。

（3）良好的市场品牌效应

虽然目前中国玩具制造业仍以贴牌生产经营模式为主，但骅威玩具早在设立之初就意识到该模式的依赖性和局限性，历年来非常重视自主研发和自主品牌的建设。通过增加研发投入、创新营销模式、增加产品文化内涵等方式，使“骅威”品牌获得了消费者的广泛认同，成为国内玩具市场的知名品牌。在著名品牌网站“买购网”评出的“中国2008年十大玩具品牌”名单中，公司多年精心打造和培育的“骅威HUAWEI”品牌排名第四，是国内具影响力的玩具品牌之一。

公司在客户和同行业心中具有很高的品牌知名度和品牌价值，公司多个种类的产品销售排名行业前列。公司是中国玩具协会副会长单位，公司品牌及相关产品被评为“中国驰名商标”、“中国名牌产品”、“广东省著名商标”、“广东省名牌产品”和“重点培育和发展的广东省出口名牌”等。

（4）较强的抗风险能力

公司产品种类丰富、齐全，依靠突出的研发设计和产品转化能力，已形成智能玩具、塑胶玩具、模型玩具、动漫玩具、其他玩具等五大产品系列，能够满足不同市场的多样化需求。2007年-2009年，公司智能玩具的销售收入占营业收入的比重始终稳定在50%左右，是公司销售收入和利润的主要来源。2008年公司开始涉足动漫玩具领域，2009年公司动漫玩具销量迅速增长，动漫玩具已成为公司未来发展的重点方向。

报告期内，公司产品以出口为主，2008年6月起公司正式开拓国内市场。目前，公司已经初步建立国内市场营销网络，正加快国内市场的开拓步伐，通过以公司优秀产品为题材自主开发动漫影视作品，整合媒体传播渠道，提高公司在国内市场的知名度。

公司以智能玩具为主、以动漫玩具为重点发展方向、兼顾其他类型玩具的产品方针，国际和国内市场并举的销售战略使得公司具有更强的抗风险能力，提高了公司经营的稳定性。近年来，尽管国际金融危机导致需求下降、国际贸易壁垒的加强使国内玩具行业的出口感受到了前所未有的压力，但公司的营业收入始终保持稳定的增长。

(5) 稳定的经销商关系

经过多年的市场开拓，公司已形成了覆盖全球的市场销售网络。公司产品销往美国、欧盟、拉美等全球国家和地区，与众多海外经销商建立了长期稳定的销售关系。公司每年参加多个国内外知名进出口的展会，利用这些展会平台推广展示公司产品，收集更多客户资料，在巩固原有市场的基础上，开发新的市场。

在保持产品出口稳定增长的同时，公司有计划地开拓国内市场，已与全国众多经销商建立了良好的合作关系，初步建立了国内市场营销网络。力争用三年时间有计划有步骤在全国建立覆盖面广、较完整的、高效率的营销网络。通过商场、超市、校边店等销售渠道，将公司的相关产品有序地推向国内市场。

(6) 良好的市场整合能力

公司利用多年开拓国外市场、发展自主品牌、自主创新方面积累的经验和智慧，谨慎有序地发展国内市场，将产品创新和动漫创新传播结合，整合优秀产品、营销渠道和内外资源，有效将自主品牌营销到国外和国内。

汕头市澄海区被中国轻工业协会评为“中国玩具礼品城”，产业链相对完整，企业配套能力较强。公司生产经营所需的各种原材料和零配件都可以从当地上下游企业获得稳定的货源。同时，当地完整的产业配套体系，也为公司将来进一步整合行业资源提供了便利。

2、公司竞争劣势

(1) 资金相对紧缺

公司作为国内玩具行业龙头企业之一，多年来不断成长，但随着公司战略的实施需要大量的资金投入。目前公司融资渠道单一，仅靠自身经营积累和银行贷款融资难以满足公司战略实施的要求。

(2) 经营规模相对偏小

国内玩具品牌企业与国外品牌企业相比，整体经营规模存在一定的差距，本

公司也不例外。公司在开拓国外市场的过程中，深知迪士尼、日本万代等玩具业巨头的发展之道，但目前经营规模相对偏小，发展能力受到限制，抵抗风险的能力偏弱，急需通过品牌推广、产品创新和渠道扩大来满足公司的快速发展需要。

（三）公司在行业中的竞争地位

1、公司多个种类的产品销售排名行业前列。按照海关统计的分类规则，公司 2008 年各类产品出口数据如下：

单位：万美元

海关编码	品 类	公司出口金额	行业出口总金额	占比
95030089	其他玩具	2,666.54	355,897.00	0.75%
95030082	其他带动力装置的玩具及模型	1,729.27	90,297.00	1.92%
95030029	玩偶	624.17	44,732.00	1.40%
95030081	其他玩具，组装成套或全套的	239.93	49,453.00	0.49%
95030010	三轮车、踏板车和类似的带轮玩具；玩偶车	85.21	54,661.00	0.16%
95051000	圣诞节用品	56.82	174,330.00	0.03%
95059000	其他节日或娱乐用品，包括魔术道具等	17.67	29,190.00	0.06%
95030050	玩具乐器	14.33	11,146.00	0.13%
95030060	智力玩具	11.78	48,490.00	0.02%
95030040	其他建筑套件及建筑玩具	7.44	189.00	3.94%
95030021	动物玩具	3.70	179,872.00	0.00%

数据来源：中国玩具协会、海关总署信息中心

2008年我国有玩具出口记录的企业为4,388家，国内玩具出口企业数量众多，导致玩具出口市场份额极度分散，国内各大玩具企业所占市场份额均较低。2008年公司出口额最多的两类玩具为“其他玩具（海关编码：95030089）”和“其他带动力装置的玩具及模型（海关编码：95030082）”，分别占同类玩具出口总额的0.75%和1.92%，在这两类玩具出口企业中均排名第7名。公司的“其他建筑套件及建筑玩具（海关编码：95030040）”和“玩偶（海关编码：95030029）”分别占同类玩具出口总额的3.94%和1.40%，相对比例较高。

根据我国海关统计数据，2008年全国玩具出口金额总排行中，公司在玩具生产企业中的排名如下：

排 名	公司名称
1	好孩子儿童用品有限公司
2	东莞明门幼童用品有限公司
3	中山市隆成日用制品有限公司
4	中山崇高玩具制品厂有限公司
5	镇泰（广州）实业有限公司
6	苏州檀雨玩具有限公司
7	广东骅威玩具工艺股份有限公司
8	佛山市南海中美玩具厂
9	东莞贯新幼童用品有限公司
10	广州镇达玩具有限公司

2008年，全国“其他带动力装置的玩具及模型（海关编码：95030082）”出口金额90,296.67万美元，公司出口金额1,729.27万美元，占全国出口金额的1.92%。2008年全国“其他带动力装置的玩具及模型（海关编码：95030082）”出口金额排行中，公司在玩具生产企业中的排名及主要竞争对手情况如下：

排 名	公司名称	情况简介
1	炜明电机（深圳）有限公司	港资企业，为国内出口规模较大的玩具生产企业，生产基地位于深圳市沙头角保税区。主要从事开发、设计、工模制作、零部件生产、组装及销售多元化高级电子及电动玩具，产品销往世界各地，玩具产品以贴牌为主，主要销往欧洲、美国；其电动玩具与公司生产的产品存在差异化，但在市场上存在一定的竞争
2	东莞银辉玩具有限公司	国内出口规模较大的玩具生产与销售商，成立于 1993 年，为银辉玩具制品有限公司（SILVERLIT）投资设立的港资企业，主要经营婴儿玩具、影视主题玩具等，主要销售区域为欧洲、美国、日本；其智能玩具与公司生产的产品存在差异化，但在市场上存在一定的竞争
3	广东高乐玩具股份有限公司	国家级高新技术企业，主要产品包括电动火车、线控仿真飞机、磁性写字板、机器人等，主要销售区域为欧盟、美国、拉美
4	深圳南岭玩具制品有限公司	成立于 1988 年，为香港玩具城国际有限公司投资设立的港资企业，专注于电子、电动、塑胶玩具的研发、生产、销售，产品主要销往美国

5	东莞龙昌玩具有限公司	成立于1994年，为龙昌国际（00348，HK）下属子公司，以生产遥控电子塑胶玩具及数码电子玩具为主，产品销往欧美、日本等国家和地区；其智能玩具与公司生产的产品存在差异化，但在市场上存在一定的竞争
6	长荣玩具（东莞）有限公司	成立于1998年，产品以贴牌为主，为华盛集团众多生产玩具基地之一，以生产加工毛绒、塑料、电子等各类玩具及礼品为主，产品销往欧美、日本等国家和地区；华盛集团成立于1977年，主要生产各类电子、塑胶、毛绒玩具，产品全部销往欧美等国家；其模型玩具与公司生产的产品存在差异化，但在市场上存在一定的竞争
7	广东骅威玩具工艺股份有限公司	国家级高新技术企业和国家火炬计划重点高新技术企业，主要产品为智能玩具、塑胶玩具、动漫玩具等，产品销往欧盟、美国、拉美等国家和地区；公司品牌“HUAWEI”为中国驰名商标，“HUAWEI”牌电动玩具产品被评为“中国名牌产品”
8	广东星辉车模股份有限公司	国家级高新技术企业，主要产品为车模和各类玩具车，依靠“奔驰”“宝马”等公司授权生产其模型，销售区域为欧洲、国内和香港；该公司的车模与公司的模型玩具有个别产品重叠，竞争关系不大
9	炜明电子（深圳）有限公司	港资企业，成立于2004年，生产基地位于深圳盐田保税区，专业从事电动玩具的生产与销售
10	镇泰（广州）实业有限公司	玩具产品以贴牌为主，为港资企业镇泰集团下属玩具制造企业之一，产品以塑料、电子、毛绒玩具为主，兼营礼品、家电和儿童用品，产品主要销往美国、欧洲；其塑料玩具与公司生产的产品存在差异化，但在市场上存在一定的竞争

注：上述资料来自上述各公司网站及公开信息

2008年，全国“其他玩具（海关编码：95030089）”出口金额355,897万美元，公司出口金额2,667万美元，占全国出口金额的0.75%。2008年全国“其他玩具（海关编码：95030089）”出口金额排行中，公司在玩具生产企业中的排名及主要竞争对手情况如下：

排名	公司名称	情况简介
----	------	------

1	镇泰（中国）工业有限公司	港资企业镇泰集团下属玩具制造企业之一，产品以塑料、电子、毛绒玩具为主，兼营礼品、家电和儿童用品，产品主要销往美国、欧洲
2	中山崇高玩具制品厂有限公司	为崇高国际（00209，HK）间接全资控股公司，成立于1986年，以生产塑胶玩具、电子玩具和毛绒玩具为主，产品出口亚洲、欧美等国家
3	佛山市南海中美玩具厂	成立于1984年，由世界知名跨国玩具企业美国美泰公司与南海区官窑镇合作兴办，为世界第一玩具品牌芭比娃娃的重要生产基地之一，产品全部出口
4	基达玩具（深圳）有限公司	成立于1987年，为香港福基实业有限公司的下属公司，主要生产塑胶玩具、五金玩具等，销售区域为欧洲、美国
5	联志玩具礼品（东莞）有限公司	为香港联志集团下属企业，成立于2001年，主要为麦当劳生产系列玩具礼品，产品均外销
6	彩丽电子（深圳）有限公司	成立于2005年，为香港永发集团（Winfat Group）下属公司，主要生产塑胶玩具、电动玩具等，主要销往欧美、非洲
7	广东骅威玩具工艺股份有限公司	国家级高新技术企业和国家火炬计划重点高新技术企业，主要产品为智能玩具、塑胶玩具、动漫玩具等，产品销往欧盟、美国、拉美等国家和地区；公司品牌“HUAWEI”为中国驰名商标，“HUAWEI”牌电动玩具产品被评为“中国名牌产品”
8	永勤玩具实业（深圳）有限公司	港资企业，主要产品为智能玩具、塑胶玩具等，产品销往欧美地区
9	上海荣威塑胶工业有限公司	中外合资企业，成立于1999年，为荣威集团下属企业；主要生产塑胶娱乐用品，包括兔八哥、米老鼠、充气玩具等，拥有“Bestway”商标，外销以自有品牌产品为主，主要销售目的地为欧盟、美国、澳大利亚、南美洲国家等

注：上述资料来自上述各公司网站及公开信息

资料来源：中国玩具协会《2008中国玩具出口统计分析报告》，上述各项出口金额排名中，剔除了非玩具生产型企业。

2、2008年1月，公司获得由国家质量监督检验检疫总局颁发的中国玩具行业的首张、也是目前为止唯一一张“出口免验”证书。

3、公司是中国玩具行业仅有的二家同时拥有“中国驰名商标”和“中国名牌产品”证书的企业之一。

4、公司是国家行业标准计划（项目号Q2006-160T）《电动童车通用技术

条件》的主要起草单位之一，并参与制定了《玩具安全——机械和物理性能》、《玩具安全——通用要求》等行业标准。

5、公司于2006年获得首张3C认证证书，是中国实施3C认证制度后颁布的首批电玩具类3C证书。

6、2004年公司通过了环境管理体系认证、质量管理体系认证，2006年公司通过“RoHS认证”（有害物质控制认证），每年都通过年度审核，2009年公司通过ICTI认证（《国际玩具业协会商业行为守则》）。

7、公司是国家级高新技术企业和国家火炬计划重点高新技术企业。2008年，公司的技术中心被认定为“广东省省级技术中心”，公司的科研项目“语言识别与高频遥控一体化智能模型装置”被列入“2008-2009年国家火炬计划”。2009年，以公司为依托组建了“广东省智能型电动玩具工程技术研究开发中心”。

综上所述，公司是我国玩具行业知名的龙头企业之一，竞争实力在国内同行业中名列前茅。

四、公司主营业务的具体情况

（一）主要产品及用途

公司主要产品包括智能玩具、塑胶玩具、模型玩具、动漫玩具、其他玩具等五大类。

序号	类别	产品细分分类
1	智能玩具	智能娃娃、智能型学习机、智能机器人、智能汽车等系列产品
2	塑胶玩具	婴幼儿玩具、沙滩玩具、餐具玩具、交通工具玩具等系列产品
3	模型玩具	汽车模型、飞机模型、各种模型套装组合等系列产品
4	动漫玩具	各种动漫衍生玩具，如《蛋神奇踪》、《小鲤鱼历险记》等系列产品
5	其他玩具	圣诞产品、工艺产品、童车系列等系列产品

智能玩具系列:



琳达歌舞娃娃



太空飞船型学习机



智能机器人



智能机器狗

塑胶玩具系列:



不倒翁



塑胶娃娃

模型玩具系列:



汽车模型



汽车模型

动漫玩具系列:

公司通过自主创意拍摄动漫作品和引进授权的动漫影视作品开发相关动漫玩具产品, 被授权开发的动漫影视作品具体情况如下:

动漫名称		产品图标	授权期限	产品简介
授 权 开 发	小鲤鱼历险记		2008年2月28日—2013年2月27日, 为期五年。	为公司与央视动画合作、开发的《小鲤鱼历险记》中动漫卡通形象的授权产品, 包括形象、毛绒、婴幼儿三大类, 200多款产品。
	超能少年·列维塔任务		2009年5月12日—2009年12月31日。	为公司与炫动卡通合作、开发的《超能少年·列维塔任务》中动漫卡通形象的授权产品, 包括三角魔方等多款产品。

为了进一步拓展国内市场, 公司确立了玩具与动漫相结合的动漫玩具一体化发展战略, 除了与其他公司合作开发授权动漫玩具外, 公司从2009年开始投资制作动漫影视片, 并计划以后每年投资制作2部新的动漫影视作品, 以此提升动漫玩具的销售能力。

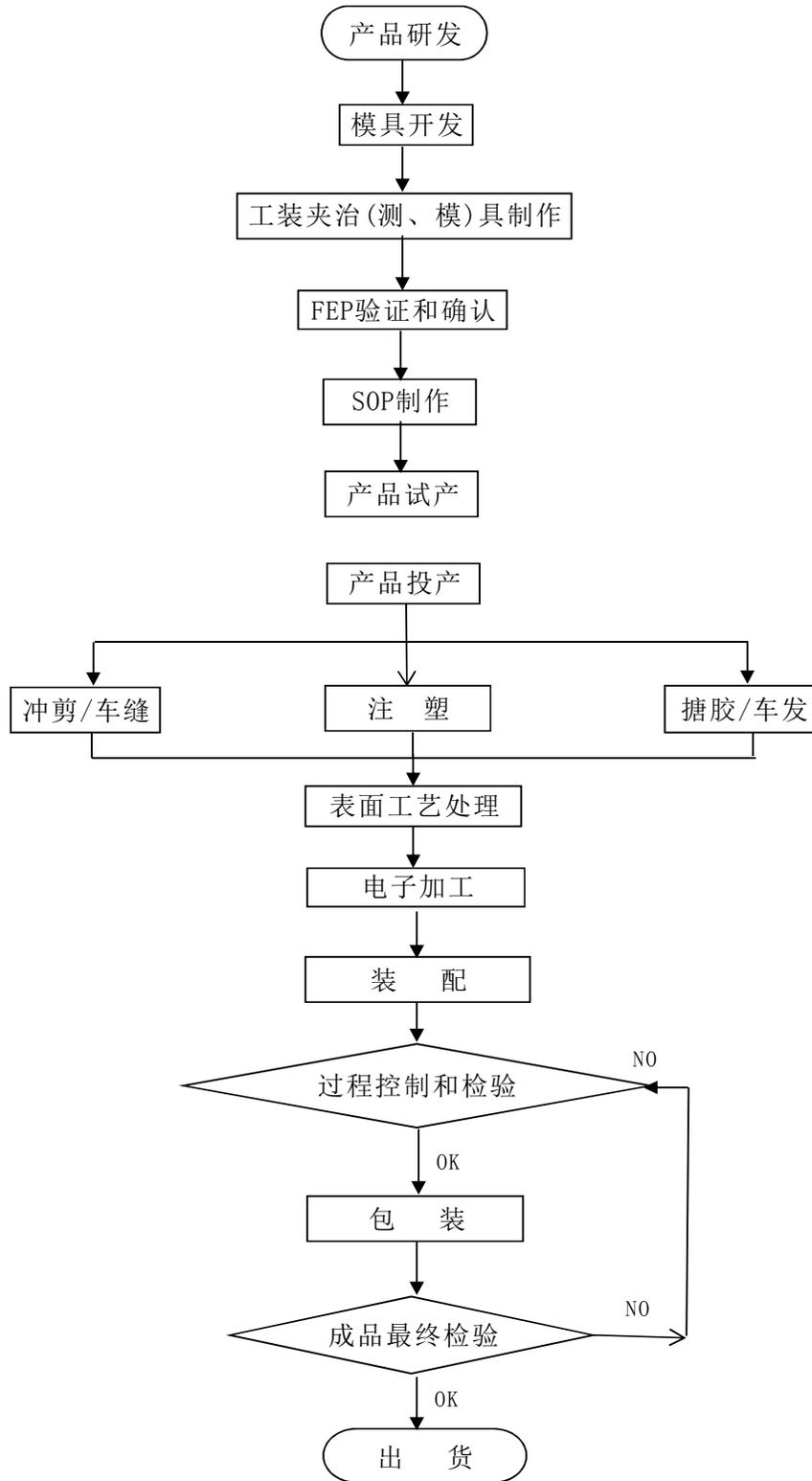
2009年, 公司与上海尚贤广告传播有限公司合作拍摄了拥有自主知识产权的动漫影视剧《蛋神奇踪》。该片已于2009年12月在全国十多家电视台陆续播出。

《蛋神奇踪》相关玩具产品如下:



（二）主要产品的工艺流程图

主要玩具产品的工艺流程包括：创意研发、模具开发、生产组装（注塑、搪胶、喷油、冲剪、丝（移）印、车缝、电子电路加工、组装）、包装付运等工序。五金加工为协作厂家完成。生产工艺流程图如下：



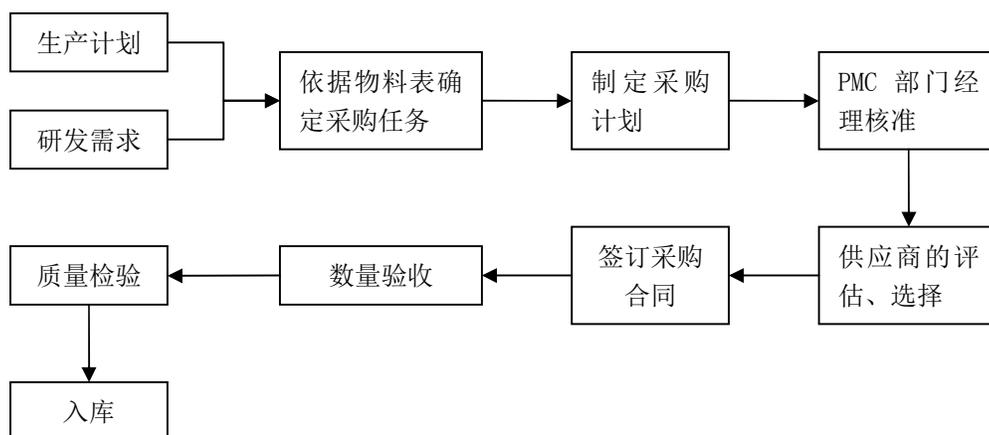
（三）主要经营模式

1、采购模式

公司采用自主采购的模式，采购类别包括：塑胶原料、电子原件、五金、包装材料、化工材料、布匹等原辅材料。公司设置专职的PMC部（Plan material control，计划物料控制部），建立供应商信息收集渠道，并建立供应商资料库；组织对供应商的评审、选择、评价和考核管理，优化供应商结构。

PMC部根据工程部提供的物料表，依据客户订单、合同组织制订生产计划，结合库存情况制定合理的采购计划，根据采购计划表向甄选后的供应商进行采购原材料。通过订立合作协议书确定购销关系，建立长期合作的供应关系，保障供应渠道的稳定性，保质保量、及时供货，并尽量减少库存。而供货的产品名称、规格、数量、单价、交货时间等具体内容以订单为准。

采购流程图如下图所示：



2、生产模式

公司实行“以销定产”的经营方针，每年根据上年销售情况和本年接单情况制定本年度销售计划，根据销售计划安排生产计划，每月的生产计划根据上月生产销售情况和下月销售计划作适当调整，基本做到按计划均衡生产。

公司产品种类丰富、齐全，在满足不同市场的多样化需求的同时，也对公司的生产部门提出了更高的要求。针对公司产品种类多、单笔订单数量少的特点，公司对生产线进行了改进，使得一条生产线可以生产不同型号的产品，一个班组具备生产多个型号产品的能力，有效地利用了产能空档，提高了生产效率。

3、销售模式

(1) 海外市场销售模式

公司拥有自营进出口权，产品以自营出口的方式销往海外。公司出口产品主要分为自主品牌、ODM和OEM三部分。公司出口产品收入按照OEM、ODM、自主品牌划分情况如下：

单位：万元

项目	2010年1-6月		2009年度		2008年度		2007年度	
	收入	比例(%)	收入	比例(%)	收入	比例(%)	收入	比例(%)
自主品牌	7,052.19	47.84	21,785.17	53.49	16,638.02	43.82	12,455.49	38.70
ODM	4,575.28	31.04	12,421.37	30.50	12,734.47	33.54	12,900.62	40.08
OEM	3,113.22	21.12	6,518.85	16.01	8,599.80	22.65	6,828.65	21.22
合计	14,740.68	100.00	40,725.39	100.00	37,972.29	100.00	32,184.76	100.00

近年来，公司重点加强对自主品牌产品的创新和营销工作，现已逐渐建立了一套较为有效的海外销售模式。自主品牌产品和ODM产品在公司出口份额中占据越来越重要的地位，2009年自主品牌产品和ODM产品所占出口金额的比例分别达到了53.49%和30.50%，2010年上半年自主品牌产品和ODM产品所占出口金额的比例分别达到了47.84%和31.04%，成为了推动公司发展壮大的主要力量。

报告期内公司出口产品贴不同品牌的销售金额：

品牌名称	2010年1-6月		2009年		2008年		2007年	
	销售额(万元)	占比	销售额(万元)	占比	销售额(万元)	占比	销售额(万元)	占比
HUA WEI	7,052.19	47.84%	21,785.16	53.49%	16,638.02	43.82%	12,455.49	38.70%
GIOCHI PREAIOSI	3,008.68	20.41%	8,942.13	21.96%	9,357.32	24.64%	8,188.98	25.44%
DISNEY	412.96	2.80%	733.82	1.80%	212.46	0.56%	154.78	0.48%
HELLO KITTY	499.57	3.39%	62.00	0.15%	0.00	0.00%	0.00	0.00%
TOY'R'US	139.80	0.95%	132.31	0.32%	9.83	0.03%	0.00	0.00%
JADA	0.00	0.00%	1,225.07	3.01%	946.78	2.49%	1,046.19	3.25%
MEGATOYS	374.44	2.54%	563.89	1.38%	1,065.29	2.81%	1,123.93	3.49%
M&MS	164.35	1.11%	128.70	0.32%	342.38	0.90%	351.65	1.09%
THE SIMPSONS	121.99	0.83%	133.80	0.33%	206.33	0.54%	559.30	1.74%
POMCO	499.45	3.39%	1,446.67	3.55%	1,328.52	3.50%	1,349.74	4.19%
GEEGEE FRIENDS	140.25	0.95%	325.55	0.80%	568.76	1.50%	707.42	2.20%
ADG	254.95	1.73%	281.17	0.69%	442.35	1.16%	486.02	1.51%

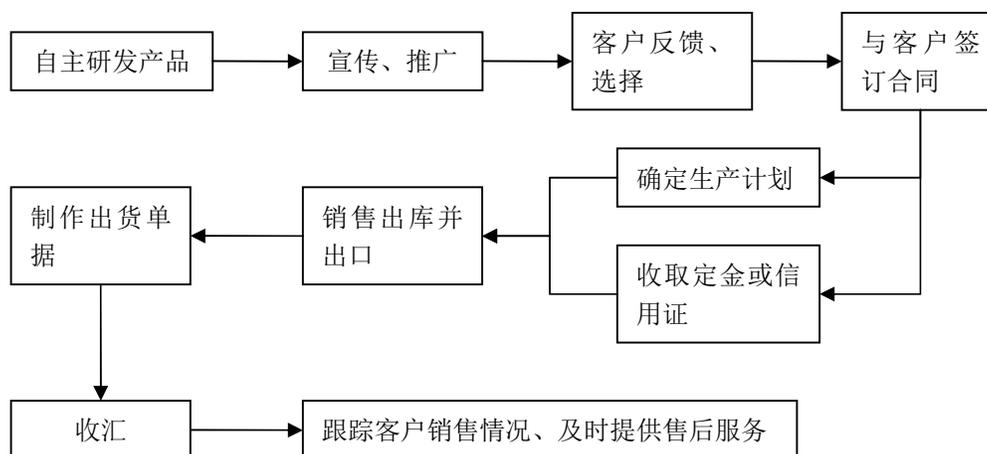
RONCHI SUPERTOYS	175.36	1.19%	372.57	0.91%	616.23	1.62%	616.45	1.92%
TOYMARK	450.41	3.06%	1,189.76	2.92%	1,908.23	5.03%	2,054.16	6.38%
其他品牌	1,446.28	9.81%	3,402.80	8.36%	4,329.80	11.40%	3,090.64	9.60%
合计	14,740.68	100.00%	40,725.39	100.00%	37,972.29	100.00%	32,184.76	100.00%

如上图所示，公司出口产品除贴自主品牌“HUA WEI”牌外，还贴经销商自己的品牌或经授权的其他品牌。报告期内，公司出口产品中自主品牌占比50%左右，而经销商品牌中除贴“GIOCHI PREAIOSI”牌所占比例较高、达到20%左右外，其他品牌均所占比例较小。公司出口产品贴经销商品牌的金额和比例的变化取决于经销商自己品牌发展战略的要求。公司作为产品制造商，主要凭借在国际玩具销售渠道中的良好合作关系推广本公司产品、提升公司品牌形象，公司产品在国外终端市场的推广和维护由经销商进行。

A、自主品牌产品的销售模式

公司通过定期对海外目标市场的考察和老客户提供的信息，来制定新产品的研发方案，有计划定期推出新产品。公司通过参加展会，走访客户，主动与客户沟通等做好新产品前期的推广宣传工作，再从客户对产品的反馈，以及调研人员对市场的预测，确定自主品牌产品计划，下达制造指标。公司自主品牌销往海外，均采用由经销商总经销的模式，即由总经销商在当地进行产品的推广，采取各种形式的促销活动促进产品在当地的销售。

自主品牌销售流程图如下：



B、ODM的销售模式

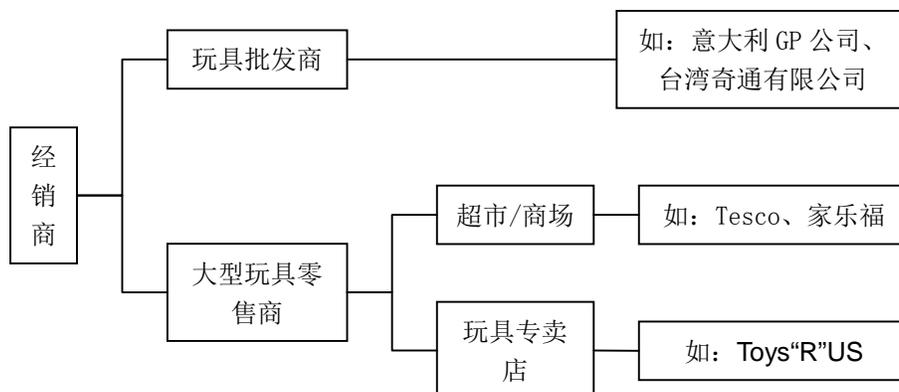
根据经销商委托，公司首先对ODM产品进行功能设计、结构设计，绘制3D或2D组装图、主要零部件工程图等，之后制作手板并评审通过，开发出工程样

板经测试合格后由经销商确认。公司ODM产品，采取与经销商合作的模式，即公司继续拥有该产品的相关知识产权，公司可更换ODM产品的部分配件，变成公司品牌的产品，销售给其他客户。

经公司设计研发的产品，设计项目组在开始进行构思设计时，都会将专利权保护纳入开发计划。具有新颖性、创造性和实用性的，公司申请实用新型专利，其外观设计与现有设计或者现有设计特征的组合具有明显区别的，由公司申请外观设计专利。

经销商确认样品后，签署销售合同。在组织生产之前，经销商通知公司ODM产品所贴的具体品牌。公司经销商通过ODM方式从公司采购的产品贴牌方式有三种，一种方式是贴经销商自有品牌，比如意大利GP公司贴“GIOCHI PREZIOSI”商标，香港美格有限公司贴“MEGATOYS”商标；另一种方式是贴经销商自己客户的品牌，比如意大利GP公司贴“DISNEY”商标；第三种方式是同时贴两种品牌，客户自有品牌作为主品牌，授权使用品牌或经销商客户品牌为副品牌，比如意大利GP公司同时在部分产品贴“GIOCHI PREZIOSI”和“HELLO KITTY”商标；OEM销售模式的贴牌情况与ODM相同。

公司生产过程结束后，经销商验货确认后发货。经销商从公司采购产品采用包销方式，销售货物报关后公司即确认收入，产品在具体销售地的销售由经销商承担相应风险。公司经销商主要为玩具批发商，也有少量大型玩具零售商，玩具批发商从公司采购产品后，通过其自己的渠道在各销售区域销售；大型玩具零售商从公司采购的产品根据自身业态特点，通过超市/商场或玩具专卖店等渠道销售，即：



(1) 公司客户关系稳定，具有长期稳定合作关系的优质经销商三四十家，

单个经销商的销售金额不大。2009年前五大客户销售金额占公司销售收入的比例分别为33.30%、10.07%、8.14%、7.54%和3.70%，除第一大经销商外，公司销售收入的集中度不高，公司不存在严重依赖于某个经销商的情况。

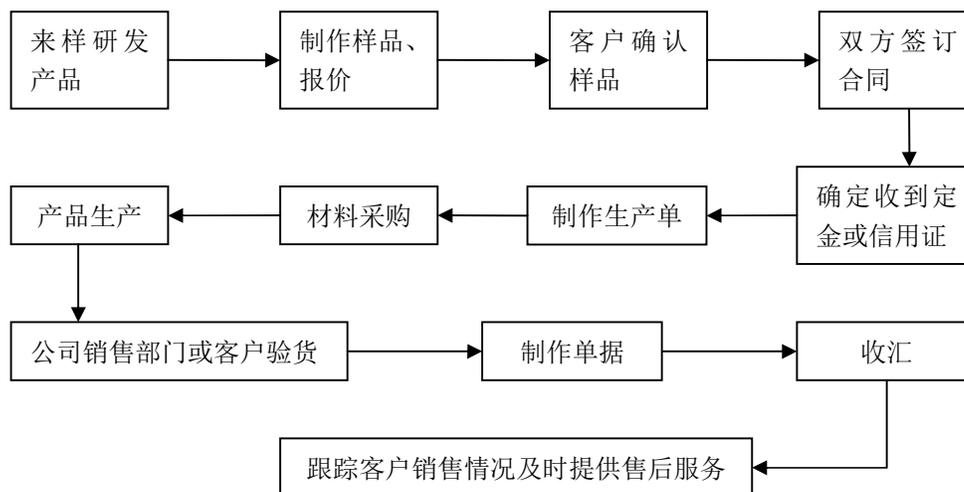
(2) 在维护现有优质经销商的基础上，公司注重新客户和新市场的开拓。公司每年参加多个国内外知名进出口的展会，利用这些展会平台推广展示公司产品，在巩固原有市场的基础上，开发新的市场。公司每年都有新开发的经销商，为公司的销售渠道提供了新鲜血液，有效保持了公司销售收入的持续增长。

(3) 公司与现有主要经销商均建立了长期友好的合作关系，2009年公司前三大客户与公司的合作年限都到达了四年以上，公司主要经销商均比较稳定。经过长期合作，双方彼此了解，互利互信。在多年的合作中公司与主要经销商达到了双赢的目的，双方互相依赖，共同发展。

C、OEM的销售模式

客户提供设计及样品，公司根据样品及设计报价，客户接受报价，公司便开始制作样品，客户最后确认样品，双方便签订合同。公司在收到客户定金或信用证后便进行生产原料的采购，安排生产。

OEM、ODM的海外销售模式流程基本一致，流程图如下：



公司自主品牌、ODM产品的销售渠道存在着部分重叠情况，经销商从公司进货既有自主品牌产品，也包括ODM产品，公司并未对两类产品的销售渠道进行划分。

公司自主品牌、ODM产品和OEM产品之间不存在竞争关系。首先，OEM产

品为贴牌生产，相关知识产权归客户所有，公司不会生产与之相同的自主品牌、ODM产品，所以公司OEM产品与自主品牌和ODM产品之间不存在竞争关系。其次，由于玩具产品差异化较大，玩具产品种类繁多，公司自主品牌和ODM产品基本不会出现雷同的情况；即使出现某个类型的玩具既有自主品牌又有ODM，公司也会将两类产品的销售区域分开，分别销售给不同区域的经销商，确保在各个经销商销售区域内不会出现产品竞争。

D、公司海外订单的结算方式

公司海外订单的货款结算方式以电汇方式（T/T）和即期信用证（L/C）为主。T/T结算方式：公司与客户签订销售合同后，客户将定金汇至公司指定的外汇银行账户，余额部分则要求客户在收到装箱单、发票等凭证后付清。L/C结算方式：公司与客户签订销售合同，在收取客户开立的信用证后安排生产，待货物装船后，公司向结算银行提交出货所有的相关单据，银行审核后将货款划入公司账户。

E、海外市场推广方式

公司每年参加多个国内外知名进出口的展会，利用这些展会平台推广展示公司产品，收集更多客户资料，在巩固原有市场的基础上，开发新的市场。

公司近几年来积极参加各个国内外知名玩具展会，除了开拓新兴市场外，其主要目的是力求做好当地市场考察，了解当地玩具工艺品市场的最新信息及需求，从而向客户推销更适合当地销售的产品，同时为公司研发出适应市场需要的新产品做准备。

公司为适应国际上新的销售模式，已经建有较完善的网络交易网站，同时借助几个国内外知名的B2B网站平台，宣传推广公司的名牌产品。客户所有咨询邮件都由专职业务人员跟进并提供优质的服务，最后达成合作意向，在高效快捷的电子商务模式中获得销售效益。

F、公司出口合同的主要条款及防范退货风险的措施

公司与国外厂商一般签订固定格式销售合同，具体条款由供销双方的协商确定。销售合同的主要条款包括：

a、买卖双方按合同约定付款方式及时间、价格条款，一般采用电汇（T/T）、即期信用证（L/C）方式，价格条款约定为FOB；

b、货物名称、规格、数量和价格条款以合同所列为准，如发生变动，需经

双方确认方可生效；

c、货物必须符合买方所确认的样品质量和相关规定要求，同时也应符合进口国的相关标准要求；

d、货物交付之前，买方必须安排验货，如果验货不能通过，卖方需按要求整改，需重新验货所产生的第三方验货费用由卖方承担；

e、卖方须保质保量按期出货，如果不能按照合同的货期出货，任何原因导致延误出货，一般应在订单出货期前15天通知买方，否则卖方应承担相应的责任；

f、凡属货物品质异议，须于货物到达目的口岸之日起30天内提出；凡属数量异议，须于货物到达目的口岸之日起15天内提出。对所装货物所提任何异议于保险公司、轮船公司、其他有关运输机构或邮递机构所负责者，卖方不负任何责任；

g、由于发生人力不可抗拒的原因，致使本合同不能履行、部分或全部商品延误交货，卖方概不负责。

h、合同在买卖双方签署之日起生效。

通过多年的合作，基于客户对公司产品研发和质量管理的认可，公司与主要客户建立了良好、稳定的合作关系。在公司接受订单至交货过程中，双方都会对工程样板、首件样板和最终产品样板进行检验、试验和确认，确保产品质量符合要求，由于在出口合同中都会约定发货前买方必须要进行检验的条款，存在的质量问题基本都会在发货前解决。也有个别厂商会对重要订单进行驻厂检验，保证出口产品满足各销售区域要求。报告期内，公司不存在退货情况。

公司建立了以“GB/T ISO9001-2008”质量管理体系为基础，整合了“GB/T ISO14001-2004”环境管理体系、“WEEE&ROSH”有害物质控制体系的质量管理平台，质量控制贯穿生产经营全过程，同时不断培训和提高员工的质量意识和工作能力，提高品管人员的专业水平，良好的质量管理过程可有效解决潜在的退货风险。除此之外，公司根据质量管理体系持续改进的要求，不断修订和完善相关制度，如《不合格品控制程序》、《顾客投诉/抱怨管理规定》、《纠正/预防措施和持续改进控制程序》等，保证从制度上完善相关流程及解决措施，满足客户对产品和服务质量的要求。

（2）国内市场销售模式

2008年6月起公司正式开拓国内市场，在此之前，生产的玩具产品绝大部分出口海外市场。目前，公司已经初步建立国内市场营销网络，正加快国内市场的开拓步伐，通过以公司优秀产品为题材自主开发动漫影视作品，整合媒体传播渠道，提高公司在国内市场的知名度。

A、国内营销网络建设情况

公司已与众多经销商建立了良好的合作关系，初步建立了国内市场营销网络。力争用三年时间有计划有步骤在全国建立覆盖面广、较完整的、高效率的营销网络。通过商场、超市、校边店等销售渠道，将公司的相关产品有序地推向国内市场。

B、公司营销管理制度

公司制定了一系列营销管理制度，包括经销商的选择和管理规定、订单和发货管理规定、财务管理规定、店面形象管理规定、经销商绩效考核规定、营销网络管理规定等，确保公司产品有序进入国内市场，确保应收账款安全。根据市场情况，定期或不定期地修改营销管理制度，以适应市场发展变化。

C、营销模式

a、动漫玩具系列产品的营销模式

根据年度营销计划安排，公司动漫系列产品主要通过电视台、经销商建立长期合作关系开展营销。公司将拥有自主知识产权的动漫影视片免费提供给电视台播放，并与电视台约定根据营销需要播出不同宣传内容。同时与经销商互动，制定产品区域营销计划，开展宣传和促销活动，努力使动漫节目播放和产品营销相匹配。在报告期内，公司播出渠道已覆盖全国10多个省/市直辖市，与10多个电视台/频道建立了合作关系。

b、非动漫玩具系列产品营销模式

公司非动漫产品主要指智能玩具、模型玩具、塑胶玩具等，属于长销产品。此类产品的营销模式的重点表现为：通过提升产品本身的差异化特点包括包装方式、功能特性、产品造型等来强化品牌形象和诉求；通过相关的平面媒体和店面进行宣传，形成口碑传播效应；拓展渠道渗透的深度和广度，强调市场终端形象的打造，在终端陈列上下功夫；通过与其他品牌进行联动促销，提升品牌形象和

产品销量。

4、公司投资制作动漫影视片的具体经营模式

(1) 投资制作动漫影视片的立项程序

公司投资玩具与动漫结合项目有严格的立项程序。首先，公司企业技术中心提出主题玩具产品的设计理念，国内营销部进行针对性的市场调研，包括对经销商的调研和抽样访谈，公司在综合调研结论的基础上调整玩具产品的设计理念，对项目立项进行分析论证，讨论项目投资的可行性和风险防范措施，初步制定产品的销售计划和计划销售额，最终形成立项报告。立项报告将提交给公司相应权限的决策机构，由公司决策机构进行审核决策，最终进行项目立项。立项完成后，公司产品事业部负责统筹动漫影视片创意策划和委托外部制作，负责选择和联系专业的动漫制作公司。



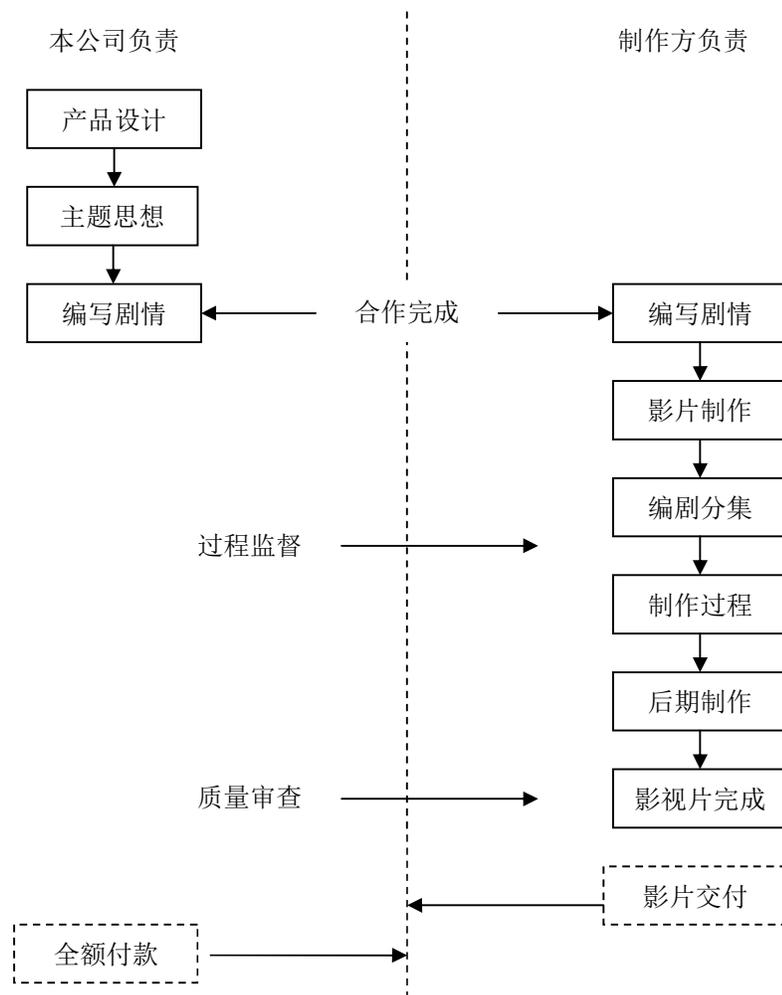
(2) 投资制作动漫影视片的合作方式

公司动漫影视片的制作采取委托制作的方式，即公司付费委托专业的动漫制作公司制作影片。公司向动漫制作公司提交玩具设计的形象和理念并提出动漫影片的主题思想，结合双方在玩具产品概念和影片编剧的各自优势，共同编写故事剧情，而影片制作、编剧分集、制作过程和后期制作均由动漫制作公司负责完成，公司委任制片主任对制片质量、技术标准、进度进行监督。影片制作完成后，公司进行质量审查。在动漫影视作品的具体制作环节，公司委托专业的动漫影视公司进行加工，使得动漫影视作品的质量有了更为专业的保证，公司可以专注于玩具产品的研发设计、生产质量和销售推广。

公司于2009年投资拍摄了首部动漫影视片《蛋神奇踪》。为顺利介入玩具与动漫结合的盈利模式，该片由公司出资300万元，影片拍摄方上海尚贤广告传播有限公司（下称“尚贤传播”）参与出资150万元，相关衍生玩具产品上市后的两年半内，尚贤传播将获得销售回款的8%至8.5%的分成，但公司对《蛋神奇踪》主题玩具产品设计、电视剧及其衍生品享有完整的著作权。

随着公司成功实施玩具与动漫结合的盈利模式，公司投资制作动漫影视片的合作方式将采取公司全额出资委托专业动漫制作公司进行动漫影视片制作的方

式，即公司向受托的动漫制作公司支付全部影片制作费用，影片制作成功后交付给公司，公司负责影片在电视台的播放和衍生玩具产品的销售，公司享有主题玩具产品设计、电视剧及其衍生品的完整著作权，且不向动漫制作公司支付销售收入或利润等任何形式的分成。公司目前投资拍摄的《圣斗风云》第1-52集即采用了此种盈利模式。



(3) 与电视台或其代理方的合作方式

公司与电视台的合作方式分为以下两种：

合作方式一：公司将动漫影视片免费提供给电视台播放，约定播放频道和时间，电视台在节目播放期间为公司播出一定时间的与产品有关的随片广告、预告片等。若随片广告、预告片的次数较多，公司向电视台支付少量的广告费。

合作方式二：公司将动漫影视片免费提供给电视台播放，与电视台或其代理

方进行深度合作，电视台负责公司活动的现场报道、宣传片及专题片的播放、播出地面活动专栏等，双方共同组织产品的活动宣传，向当地经销商和最终用户进行产品推介，深度挖掘市场，扩大产品销售。公司向电视台支付相应的活动宣传费。

公司的首部动漫片《蛋神奇踪》于2009年12月起已在全国十多家电视台陆续播出，根据所处地区和推广计划的不同分别采取了上述两种合作方式。

正中珠江对公司动漫影视作品立项、投资和市场维护相关内部控制情况进行了专项核查，认为公司动漫影视作品立项、投资和市场维护相关内部控制是有效的。

(4) 已经投资的动漫影视产品的盈利情况

目前，公司已经投资制作的动漫影视产品为《蛋神奇踪》。2009年12月起，《蛋神奇踪》在全国十多家电视台陆续播出，相关衍生玩具产品同时推向终端市场。《蛋神奇踪》的播放未收取电视台费用，公司盈利全部来自于衍生玩具产品的销售。截至2010年6月30日，《蛋神奇踪》系列玩具产品共实现销售收入4,209.23万元，实现毛利1,695.92万元，实现净利润465.03万元，各月份盈利情况如下：

时 间	营业收入 (万元)	营业成本 (万元)	毛利(万元)	净利润(万元)
2009年度	1,160.32	663.53	496.79	-106.93*
2010年1月	1,039.32	652.48	386.84	209.84
2010年2月	481.20	286.37	194.83	75.30
2010年3月	945.73	563.96	381.77	158.38
2010年4月	268.09	158.84	109.25	45.00
2010年5月	9.40	5.57	3.83	-1.06
2010年6月	305.17	182.56	122.61	84.50
合 计	4,209.23	2,513.31	1,695.92	465.03

*2009年度《蛋神奇踪》系列产品出现亏损的主要原因为制作成本300万元在当期费用化，计入当期损益。

公司计划于2010年9月-11月在全国十多家电视台进行电视剧《蛋神奇踪》的重播，同时，公司会随着各地重播进度开展相应的地面活动，通过各个终端零售店的比赛活动，增强消费者对蛋神系列产品的兴趣。除了在国内市场的推广外，

公司已从2010年6月开始将产品成功推向了泰国市场，并计划进一步在国外推广蛋神系列产品。

(5) 公司投资制作动漫影视片存在的风险和防范措施

公司作为一家致力于玩具的研发、生产和销售的传统制造企业投资动漫影视片制作，目的在于运用玩具与动漫结合的盈利模式推动公司玩具产品的销售、提升品牌价值、获取较高的销售毛利。因此，公司投资动漫影视片的风险即是公司玩具与动漫结合的盈利模式的运作风险。公司采取这一盈利模式的风险和采取的防范措施有：

A、动漫影视片未能达到预期播放效果的风险

若动漫影视片的主题思想、故事情节不能引起观众的兴趣，或者影片制作质量不能满足观众的要求，则动漫影视片存在无法达到预期播放效果的风险。公司对影片的主题思想进行了充分的论证，委托专业的影片制作公司拍摄影片，对影片质量进行全程监督和严格审查，使公司投资的影片有了专业的水准和优秀的质量，最大限度的规避了动漫影视片不能达到预期播放效果的风险。

B、动漫衍生产品未能畅销的风险

动漫影视片的拍摄需要先期投入较多的资金，虽然衍生玩具产品的毛利率较高，影片的投资回收期较短，但是，如果相关衍生玩具产品的销售情况大幅低于预期，仍存在投资无法收回的风险。公司有计划地在不同地区和电视台推出动漫影视片，并配合大型主题秀等宣传活动和后续的媒体报道，运用一系列的促销和宣传活动促进玩具产品的销售，基本可以做到投资的安全收回，有效规避产品未能畅销的风险。

C、衍生玩具产品质量的风险

一部好的动漫影视片能够带动一系列衍生玩具产品的销售，若系列产品中某种产品的质量出现问题，则存在影响其它衍生玩具产品声誉的风险。公司产品质量在国内同行业中处于领先水平，公司将以更加严格的标准生产动漫衍生玩具产品，最大限度降低单个衍生产品质量出现问题而影响到一系列产品声誉的风险。

D、衍生玩具产品被仿冒的风险

动漫影视片的核心价值在于创意形象转化为主题玩具产品，公司要通过销售玩具收回影片成本并获取利润，但衍生玩具产品一般销路好、毛利高，是部分生

产企业非法仿冒的优先目标，仿冒产品的出现将会侵害公司的品牌形象和经济利益。为防范这一风险，公司衍生玩具产品在影片播放的同时即完成终端市场的布局，第一时间建立市场地位和品牌印象，同时，公司与经销商合作开展后续市场推广活动，共同利用法律手段打击非法仿冒企业，能够最大限度地维护公司利益，确保公司实现预期的投资收益。

（四）公司近三年及一期主要产品的生产销售情况

1、主要产品产销率情况

公司报告期内玩具产品的产销率情况如下表所示：

产品类别	项目	2010年1-6月	2009年	2008年	2007年
智能玩具	产量（万件）	185.81	525.00	554.00	677.00
	销量（万件）	184.19	523.00	553.00	676.00
	销售额（万元）	7,737.71	20,691.41	20,487.58	15,914.50
	产销率（%）	99.13	99.62	99.82	99.85
	平均售价（元/件）	42.01	39.56	37.05	23.54
塑胶玩具	产量（万件）	499.92	1,825.00	1,581.00	1,389.00
	销量（万件）	516.22	1,739.00	1,567.00	1,366.00
	销售额（万元）	4,506.59	15,230.30	14,053.70	11,580.40
	产销率（%）	103.26	95.29	99.11	98.34
	平均售价（元/件）	8.73	8.76	8.97	8.48
模型玩具	产量（万件）	138.55	199.00	163.00	173.00
	销量（万件）	137.19	199.00	161.00	173.00
	销售额（万元）	1,917.95	2,699.21	1,783.31	2,420.59
	产销率（%）	99.02	100.00	98.77	100.00
	平均售价（元/件）	13.98	13.56	11.08	13.99
动漫玩具	产量（万件）	299.08	231.00	11.50	—
	销量（万件）	295.54	221.00	11.50	—
	销售额（万元）	3,132.62	2,134.93	112.51	—
	产销率（%）	98.82	95.67	100.00	—
	平均售价（元/件）	10.60	9.66	9.78	—
其他玩具	产量（万件）	80.77	130.00	75.00	93.00
	销量（万件）	79.48	124.00	70.00	93.00

	销售额（万元）	1,179.55	2,290.11	1,659.73	2,335.00
	产销率（%）	98.40	95.38	93.33	100.00
	平均售价（元/件）	14.84	18.47	23.71	25.11
合计	产量（万件）	1,204.13	2,910.00	2,384.50	2,332.00
	销量（万件）	1,212.62	2,806.00	2,362.50	2,308.00
	销售额（万元）	18,474.42	43,045.96	38,096.92	32,250.49
	产销率（%）	100.71	96.43	99.08	98.97
	平均售价（元/件）	15.24	15.34	16.13	13.97

2、主要产品的收入情况

单位：万元

产品类别	2010年1-6月		2009年度		2008年度		2007年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
智能玩具	7,37.71	41.88%	20,691.41	48.07%	20,487.58	53.78%	15,914.50	49.35%
塑胶玩具	4,506.59	24.39%	15,230.30	35.38%	14,053.78	36.89%	11,580.40	35.91%
模型产品	1,917.95	10.38%	2,699.21	6.27%	1,783.31	4.68%	2,420.59	7.51%
动漫产品	3,132.62	16.96%	2,134.93	4.96%	112.51	0.30%	-	-
其他	1,179.54	6.38%	2,290.11	5.32%	1,659.73	4.36%	2,335.00	7.24%
合计	18,474.42	100.00%	43,045.97	100.00%	38,096.91	100.00%	32,250.50	100.00%

3、主要产品分地区销售情况

公司销售市场以海外为主，报告期内公司国内市场和出口的销售情况如下：

单位：万元

地区	2010年1-6月		2009年度		2008年度		2007年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
一、国际市场								
欧盟	9,817.15	53.14%	23,802.41	55.30%	21,072.70	55.31%	6,064.37	18.80%
美国	1,287.52	6.97%	7,330.14	17.03%	3,447.40	9.05%	1,440.98	4.47%
拉美	1,616.44	8.75%	5,550.97	12.90%	7,675.36	20.15%	12,688.12	39.34%
香港	729.44	3.95%	861.23	2.00%	1,080.60	2.84%	4,228.40	13.11%
亚洲（除香港）	996.32	5.39%	2,019.07	4.69%	3,019.28	7.93%	719.04	2.23%
其他地区	293.82	1.59%	1,161.57	2.70%	1,676.95	4.40%	7,043.86	21.84%
国际市场销售	14,740.68	79.79%	40,725.39	94.61%	37,972.29	99.67%	32,184.76	99.80%

小计								
二、国内市场	3,733.74	20.21%	2,320.58	5.39%	124.62	0.33%	65.74	0.20%
合计	18,474.42	100.00%	43,045.97	100.00%	38,096.91	100.00%	32,250.50	100.00%

4、向前五名客户的销售情况

最近三年及一期公司前五名销售客户情况如下：

年度	客户名称	销售金额 (万元)	占营业收入 比例	主要销售产品	是否关联方
2010年 1-6月	意大利 GP 公司	4,848.11	26.23%	智能玩具、塑胶玩具	否
	台湾奇通有限公司	1,425.24	7.71%	塑胶玩具、智能玩具	否
	联贸进出口有限公司	1,266.97	6.85%	智能玩具、塑胶玩具	否
	RST 亚洲公司	1,075.31	5.82%	模型玩具、智能玩具	否
	香港美格有限公司	1,054.88	5.71%	塑胶玩具、智能玩具	否
	合计	9,670.51	52.32%		否
2009年	意大利 GP 公司	14,356.26	33.30%	智能玩具、塑胶玩具	否
	台湾奇通有限公司	4,340.36	10.07%	塑胶玩具	否
	联贸进出口有限公司	3,510.74	8.14%	塑胶玩具、智能玩具	否
	香港捷达玩具有限公司	3,250.10	7.54%	智能玩具	否
	RST 亚洲公司	1,595.10	3.70%	模型玩具、塑胶玩具、 智能玩具	否
	合计	27,052.56	62.75%		
2008年	意大利 GP 公司	13,139.34	34.45%	智能玩具、塑胶玩具	否
	香港华艺公司	5,308.78	13.92%	智能玩具、塑胶玩具、 模型玩具	是
	联贸进出口有限公司	4,430.20	11.61%	塑胶玩具、智能玩具	否
	台湾奇通有限公司	3,375.92	8.85%	塑胶玩具	否
	香港美格有限公司	2,163.32	5.67%	塑胶玩具、智能玩具	否
	合计	28,417.57	74.50%		
2007年	意大利 GP 公司	11,331.32	35.11%	智能玩具、塑胶玩具	否
	联贸进出口有限公司	5,086.13	15.76%	智能玩具、塑胶玩具	否
	台湾奇通有限公司	3,587.79	11.12%	智能玩具、塑胶玩具	否
	香港美格有限公司	3,012.26	9.33%	塑胶玩具	否
	香港华艺公司	2,944.12	9.12%	塑胶玩具、智能玩具	是
	合计	25,961.63	80.44%		

注：公司向关联方销售的情况详见本招股说明书“第七节 同业竞争和关联交易”。

上述客户基本情况如下：

(1) 意大利GP公司

意大利GP公司（Giocchi Preziosi, Inc）为欧洲规模较大的玩具销售商之一，主要销售玩具、礼品、儿童/女士鞋等，总公司位于意大利，分公司遍及中国、德国、法国、西班牙、希腊、中国香港。目前，意大利GP公司通过GP香港公司（GIOCHI PREZIOSI H.K, LIMITED）采购本公司的产品，GP香港公司成立于2002年10月21日，注册地址为18/F, CITIC TOWER 1 TIM MEI AVENUE CENTRAL, HONG KONG，公司有五个个人董事，分别为BOGNIER, ENRICO（香港国籍）、KO, YING YING（香港国籍）、POZZI, ODDONE MARIA（意大利国籍）、PREZIOSI, ENRICO（意大利国籍）、TAM YUK MING（香港国籍），公司法人秘书名称CLYDE SERVICES LIMITED，注册地址为18/F, CITIC TOWER 1 TIM MEI AVENUE CENTRAL, HONG KONG，委任日期为2007年1月24日。产品主要销往欧洲。

(2) 台湾奇通有限公司（即奇通贸易有限公司）

台湾奇通有限公司成立于1982年11月10日，法定代表人为杨小荣，注册地址为台北市大安区复兴南路1段129号9楼，注册资本为新台币1,800万元，经营范围为一般进出口贸易业务及同业间之对外保证、代理国内外有关厂商产品之投标报价及经销业务（期货除外）、前各项有关业务之经营及投资。主要销售玩具、塑胶、水上活动用品等。该公司采购本公司的玩具产品销往欧洲、美国等国家和地区。

(3) 联贸进出口有限公司

联贸进出口有限公司（UNISIA（HK）COMPANY LIMITED）成立于1994年2月15日，是联贸（香港）集团下属的进出口公司，注册地址为RM 1202 12/F KODAK HOUSE II 321 JAVA RD NORTH POINT, HONG KONG，注册资本为港币1,001,000元，实收资本为港币1,000,002元，公司有两个个人董事和一个法人董事，分别为CHAN, YUEN LUNG ALAN（香港国籍）、CHAN, YUEN WAH ALEXANDER（香港国籍）和TOP WEALTH CONSULTANTS LIMITED，公司自然人秘书为CHENG, SIU YING，住址为RM 1202 12/F KODAK HOUSE II 321 JAVA RD NORTH POINT，委任日期为2000年1月10日。主要销售日常百货，

仿真饰品，玩具，圣诞礼品等，客户主要面对南美洲市场，主要把产品销往南美洲等地。

(4) 香港捷达玩具有限公司

香港捷达玩具有限公司（JADA TOYS COMPANY LIMITED）成立于2000年9月6日，注册地址为UNIT 305-308 3/F TOWER B NEW MANDATIN PLAZA NO 14 SCIENCE MUSEUM RD, TST EAST KLN, HONG KONG，公司有两个个人董事LI CHIEH JACK（美国国籍）和LI MAY WAH（美国国籍），公司法人秘书为TOTUS HARMONIA SECRETARIES LIMITED，注册地址为22/F, HING YIP COMMERCIAL CENTRE, 280 DES VOEUX RD CENTRAL, HONG KONG，委任日期为2001年5月18日。为捷达玩具公司的下属公司，捷达玩具公司成立于1999年，总部位于美国加利福尼亚工业园，作为一家玩具销售商，主要把产品销往美国、欧洲。

(5) RST亚洲公司

RST亚洲公司（RST ASIA LIMITED）成立于1994年2月1日，注册地址为RM 1306 13/F MIRROR TOWER 61 MODY RD TST EAST KLN, HONG KONG，公司有两个法人董事CHINA ASIA LIMITED和ETERNAL, ACCOUNTING & SECRETRIAL LIMITED，公司法人秘书为ETERNAL, ACCOUNTING & SECRETARIAL LIMITED，注册地址为RM 1405 14/F HIP KWAN COMM BLDG 38 PITT ST YAUMATEI KLN, HONG KONG，委任日期为2002年1月31日。RST亚洲公司为香港的一家玩具销售商，该公司主要把产品销往欧洲国家。

(6) 华艺公司

华艺公司（WAH NGAL COMYANY）是一家在香港登记注册的个人企业，成立于1987年4月9日，登记证号码为10899039-000，注册地址为FLAT/RM 8 10/F WINFUL CENTRE 30 SHING YIP STREET KWUN TONG KL，该公司主要从事手提包等产品的进出口贸易。华艺公司为公司关联方，其股东蔡树桐为公司董事长郭卓才女儿配偶的父亲，蔡树桐住址为FLAT/RM 931 BLK 7 LAM TIN ESTATE KWUN TONG, KL，加入公司的日期为1987年4月9日。在报告期内，2007-2008年与公司存在关联交易。

(7) 香港美格有限公司

香港美格有限公司 (MEGA TOYS (HK) LIMITED) 成立于1999年11月29日, 注册地址为UNIT 1109, HOUSTON CENTRE 63 MODY RD TST KLN, HONG KONG, 注册资本为港币9,224,050元, 实收资本为港币9,224,050元, 公司有三个个人董事和一个法人董事, 分别为KAO, LI WEN (美国国籍)、WOO, CHAR KWAN CHARLES (美国国籍)、WOO, TAK KWAN (美国国籍) 和P.C, WOO INC, 公司法人秘书为STANDARD AUTHORISED ASSOCIATES, 注册地址为RMS 2808-10 28/F SHUI ON CENTRE 6-8 HARBOUR ROAD WANCHAI, HONG KONG, 委任日期为2005年10月19日。为美国销售商美格总公司于香港的分公司, 主营业务为玩具礼品的销售, 该公司主要把产品销往美国市场。

除华艺公司外, 上述各公司资料来自各公司网站及公开资料。

除华艺公司外, 公司与报告期内其他前五大客户不存在关联关系。

公司报告期内不存在向单个客户的销售比例超过销售总额的50%或严重依赖于少数客户的情况。2008年, 公司零散小客户增加, 对于零散小客户, 公司主要是通过华艺公司进行销售, 因此导致公司对香港华艺公司的销售收入大幅上升。而公司同期对其他客户销售的变动也是因市场变化引起的, 必定存在一定浮动, 如2008年前五大客户 (华艺公司除外) 中, 公司对意大利GP公司的销售额是上升的, 对联贸进出口有限公司、台湾奇通有限公司、香港美格有限公司的销售金额则略有下降。

公司与 2009 年前五大客户合作情况如下表所示:

客户	开始合作年份	合作情况概述
意大利 GP 公司	2004.2	最终产品通过商场、超市、专卖店、批发等途径销售; 该客户对公司智能玩具产品研发能力和质量管理水平认可度高, 合作关系稳定
台湾奇通有限公司	2002.5	最终产品通过商场、超市、销售; 该客户对公司质量管理、研发管理、客户服务水平认可度高, 合作关系稳定
联贸进出口有限公司	2005.3	主要把产品销往南美洲等国家和地区, 合作关系良好
香港捷达玩具有限公司	2007.8	最终产品通过商场、超市、专卖店等途径销售; 该客户非常认可公司在智能玩具、模型产品的研发能力和质量管理水平, 合作关系良好

RST 亚洲公司	2002.5	主要把玩具产品销往欧洲各地，合作关系稳定发展
----------	--------	------------------------

通过与公司主要客户的多年合作，公司与主要客户建立了良好、稳定的合作关系。客户对公司产品研发和质量管理的认可度较高，具体表现在如下几个方面：

一是对公司研发能力的认可。公司为高新技术企业和国家火炬计划重点高新技术企业，企业技术中心为省级企业技术中心，对玩具系列产品研发能力较强，加之汕头澄海地区已形成玩具产业集群，整个玩具行业配套力较强，能为客户提供多种类多品种的新产品，满足客户产品多样化要求。

二是对公司产品质量的认可。公司实施 ISO9001 质量管理体系、ISO14001 环境管理体系、有害物质控制体系，并通过权威认证和年度评审，具有权威的第三方认证，能够按照销售区域的要求组织生产。

如公司最大的客户意大利 GP 公司在选择供应商时制定了严格的标准，且每年都会要求其供应商接受第三方机构进行 PASS（Product Assurance Supplier Standard）认证，公司在历年中都通过 PASS 认证审核。

三是公司能够满足客户大规模订单的需求。目前，公司为国内玩具行业知名的龙头企业之一，能够大规模的制造高质量的玩具产品，相比小规模企业来讲，完全能够满足客户大规模订单的需求。

公司与主要客户在多年的合作中达到了双赢的目的，双方合作关系稳定，共同发展。基于上述原因，报告期内，公司主要客户稳定性较高。

（五）报告期内主要产品的原材料和能源及其供应情况

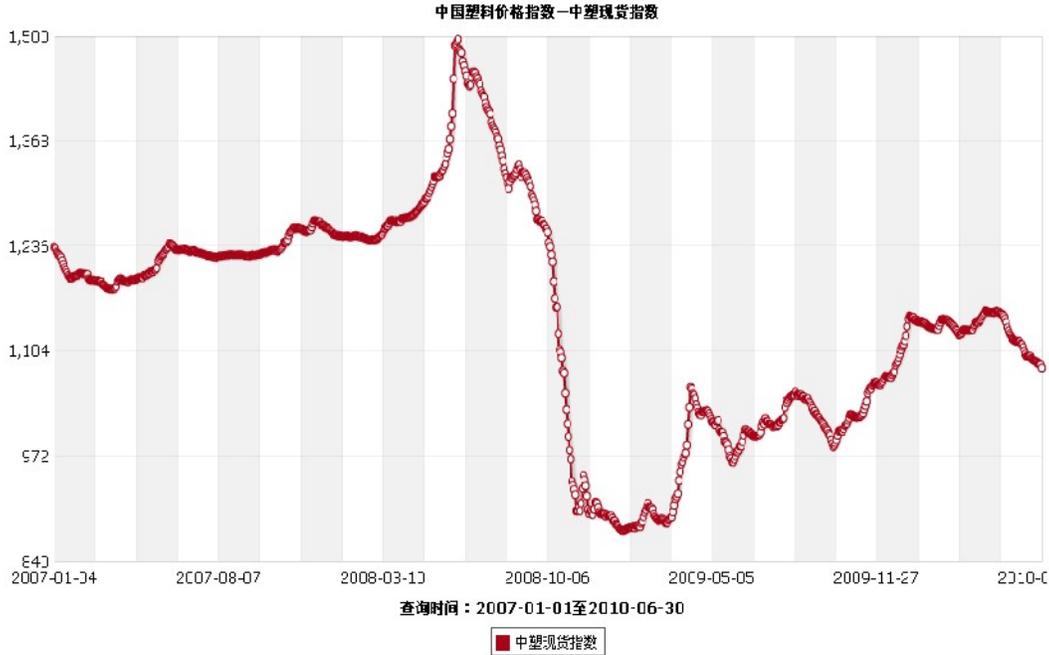
1、主要原材料及能源供应情况

公司采购的原材料、辅助材料主要为各类玩具生产过程中所需的各种塑料、电子板、五金件、包装及化工原料等其他材料，各种能源动力包括电、水等。公司生产基地位于广东省东部韩江三角洲，经济较为发达，交通方便。澄海区是广东省玩具礼品产业集群升级示范区，产业服务配套齐全。公司所需材料可在省内或当地购得，经公路运输到达目的地。

2、主要原材料的价格变动趋势

公司产品的原材料为各种塑料。根据中塑资讯网中塑现货指数显示，2007年-2009年塑料现货价格总体曾先抑后扬的走势。2008年受全球金融危机影响，塑料现货价格出现大幅下跌；2009年价格逐步企稳回升，并呈现出振荡上

行的趋势。



资料来源：中塑资讯网<http://www.l-zzz.com>

3、主要原材料及能源占成本的比重

公司最近三年及一期主要原材料和能源占成本的比重情况如下表：

项目	2010年1-6月	2009年	2008年	2007年
主要原材料成本（万元）	7,583.13	21,917.48	20,871.46	15,698.28
主要原材料成本占生产成本比重（%）	58.02	63.58	69.17	63.44
主要能源成本（万元）	493.97	927.76	643.65	502.26
主要能源成本占生产成本比重（%）	3.78	2.69	2.13	2.03

4、向前五名供应商采购情况

公司最近三年及一期前五名供应商情况如下：

年度	供应商名称	采购金额（万元）	占总采购金额比例（%）
2010年 1-6月	汕头市邦领贸易有限公司	1,191.95	6.20
	广东金源昌投资集团有司	1,158.00	6.03
	中国石油化工股份有限公司化工销售华南分公司	1,085.56	5.65
	汕头市新丰泽经贸有限公司	980.47	5.10
	汕头市华塑包装材料有限公司	919.69	4.79

	合 计	5,335.67	27.77
2009 年	中国石油天然气股份有限公司 华南化工销售分公司	4,841.84	16.22
	广东金鑫源实业有限公司	3,356.29	11.24
	汕头市邦领贸易有限公司	2,151.06	7.20
	汕头市盈晖贸有限公司	2,107.63	7.06
	广东金源昌投资集团有限公司	1,101.17	3.69
	合 计	13,557.99	45.41
2008 年	中国石油天然气股份有司化工 与销售华南分公司	5,819.12	24.18
	镇江奇美化工有限公司	5,582.71	23.19
	福建炼油化工有限公司	2,790.05	11.59
	汕头市邦领贸易有限公司	2,235.38	9.29
	汕头市实得贸易有限公司	1,078.76	4.48
	合 计	17,506.02	72.73
2007 年	中国石油天然气股份有司化工 销售华南分公司	5,855.20	24.79
	福建炼油化工有限公司	4,659.38	19.73
	镇江奇美化工有限公司	3,006.33	12.73
	汕头市邦领有限公司	1,295.51	5.49
	广东华业包装材料有限公司	1,007.00	4.26
	合 计	15,823.42	67.00

公司不存在向单个供应商的采购比例超过采购总额的50%或严重依赖于少数供应商的情况。

(六) 公司的安全生产和环境保护情况

1、安全生产

为保证生产安全，公司制定了《安全生产管理制度》，并成立安全生产小组。安全管理工作实行逐级责任制，由公司总经理、安全生产主任、各部门第一负责人和保安队长等组成。公司贯彻“安全生产、预防为主”的安全生产方针，遵循“管生产必须管安全，谁主管谁负责”的安全管理总则，从管理上把广大员工的思想 and 行为统一规范起来，把生产经营活动与安全工作紧密结合起来，使相关的法律法规、标准落实到整个生产经营活动的各个环节中去，最大限度地降低对人、机、物、环境的损害，实现安全文明生产。

公司从未出现安全问题而受到处罚的情况，汕头市澄海区安全生产监督管理局出具证明如下：“广东骅威玩具工艺股份有限公司自2007年1月1日至2010年6月30日以来均能自觉遵守安全生产监督管理方面的法律、法规和其它规范性文件的规定，不存在违反安全生产监督管理方面法律、法规及规范性文件的行为，也不存在被我局处罚的情形。”

2、环境保护

公司目前所经营的业务中，不存在重污染情况。公司针对产品研发和生产过程中产生的废气、废水、噪音等采取了有效的治理和预防措施。公司现有生产工艺均符合环境保护相关法律法规，按照国家标准运作，并于2004年开始持续获得ISO14001环境管理体系认证证书，从未出现环境保护问题而受到处罚的情况。

汕头市澄海区环境保护局对本公司环保情况评价如下：“广东骅威玩具工艺股份有限公司2007年至2010年7月12日以来均能认真执行环保法律法规，认真履行排污申报登记、缴纳排污费申领排污许可证等义务，排放各项污染物能达到国家或地方规定的排放标准。未发生环境污染事故，不存在违反环境保护方面法律、法规以及规范性文件的行为，未受到我局行政处罚。”

五、公司的主要固定资产及无形资产

（一）主要固定资产情况

本公司固定资产主要包括房屋建筑物、机械设备、运输设备、模具及其他设备等，目前使用状况良好。根据正中珠江为本公司出具的审计报告，截至2010年6月30日，本公司固定资产情况如下：

项 目	固定资产原值（万元）	固定资产净额（万元）	成新率
房屋建筑物	7,102.01	5,978.00	84.17%
机器设备	2,641.56	1,441.46	54.57%
运输设备	412.29	219.17	53.16%
模具及其他设备	418.78	300.92	71.86%
合 计	10,574.65	7,939.55	75.08%

1、主要生产设备情况

本公司主要生产设备全部为购买取得，截至2010年6月30日主要生产设备具

体情况如下：

项 目	数量 (台/套)	生产设备原值(万元)	生产设备净额(万元)	成新率
注塑机	78	904.90	351.25	38.82%
吹塑机	2	70.00	35.20	50.29%
流水线	43	64.33	39.97	62.13%
搪胶设备	19	25.85	17.98	69.56%
制模设备	24	179.07	112.92	63.06%
检测设备	2	68.28	48.90	71.62%
合 计	-	1,312.43	606.22	46.19%

2、房屋建筑物情况

房地产权证号	房地坐落	建筑面积	权利期限	土地来源	他项权利
粤房地证字第C6175245号	汕头市澄海区澄华工业区骅威(集团)公司	65,053m ²	2048年4月2日	出让	抵押

3、报告期内各年固定资产变动的主要项目和金额

(1) 公司2010年1-6月固定资产变动项目和金额

项 目	2009-12-31	本期增加	本期减少	2010-6-30
房屋及建筑物	71,020,092.19	-	-	71,020,092.19
机器设备	23,712,431.21	2,703,175.81	-	26,415,607.02
运输设备	4,518,611.66	14,337.00	410,000.00	4,122,948.66
模具及其他设备	3,928,749.16	259,083.03	-	4,187,832.19
合 计	103,179,884.22	2,976,595.84	410,000.00	105,746,480.06

(2) 公司2009年度固定资产变动项目和金额

项 目	2008-12-31	本期增加	本期减少	2009-12-31
房屋及建筑物	71,020,092.19	-	-	71,020,092.19
机器设备	18,290,057.50	5,422,373.71	-	23,712,431.21
运输设备	4,086,744.10	1,759,396.56	1,327,529.00	4,518,611.66
模具及其他设备	3,910,749.16	18,000.00	-	3,928,749.16
合 计	97,307,642.95	7,199,770.27	1,327,529.00	103,179,884.22

(3) 公司2008年度固定资产变动项目和金额

类别	2007-12-31	本期增加	本期减少	2008-12-31
房屋及建筑物	71,020,092.19	-	-	71,020,092.19
机器设备	16,834,169.50	1,455,888.00	-	18,290,057.50
运输设备	4,913,082.28	61,260.00	887,598.18	4,086,744.10
模具及其他设备	556,876.50	3,353,872.66	-	3,910,749.16
合计	93,324,220.47	4,871,020.66	887,598.18	97,307,642.95

(4) 公司2007年度固定资产变动项目和金额

类别	2006-12-31	本期增加	本期减少	2007-12-31
房屋及建筑物	71,020,092.19	-	-	71,020,092.19
机器设备	16,698,214.50	135,955.00	-	16,834,169.50
运输设备	3,065,253.28	1,847,829.00	-	4,913,082.28
模具及其他设备	473,246.50	83,630.00	-	556,876.50
合计	91,256,806.47	2,067,414.00	-	93,324,220.47

4、报告期各季度末发行人抵押的固定资产、无形资产账面价值及其占相应项目的比例

项目	第1季度末		第2季度末		第3季度末		第4季度末	
	账面价值(元)	比例	账面价值(元)	比例	账面价值(元)	比例	账面价值(元)	比例
固定资产								
2007年	48,966,294.71	61.84%	53,578,600.30	68.62%	53,091,074.65	67.12%	52,603,549.00	67.25%
2008年	52,116,023.35	67.22%	51,628,497.70	65.44%	51,140,972.05	65.18%	50,653,446.40	64.37%
2009年	50,165,920.75	66.81%	49,678,395.10	65.11%	49,190,869.45	64.15%	45,436,997.66	57.05%
2010年1-6月	41,970,142.47	52.49%	41,680,057.38	52.50%				
无形资产								
2007年	19,068,907.30	100.00%	18,957,439.42	100.00%	19,806,760.70	100.00%	19,789,626.90	100.00%
2008年	20,318,610.53	100.00%	20,197,404.77	100.00%	20,076,199.01	100.00%	19,954,993.25	100.00%
2009年	19,833,787.49	100.00%	19,712,581.73	100.00%	19,591,375.97	100.00%	19,470,170.21	100.00%
2010年1-6月	19,348,964.45	100.00%	19,227,758.69	100.00%				

5、未取得产权证书的简易建筑物情况

公司建筑面积为 13,940 平方米建筑物虽然建在公司依法取得国有土地使用权的土地上，但因未办理报建手续及未取得建设工程规划许可证，且为简易建筑物，无法办理相关产权证书。其基本情况及目前使用状况如下：

建筑物名称	建成时间	建筑面积 (平方米)	工程造价 (万元)	目前使用情况

搪胶-冲剪-五金车间	2003年12月	3,024	99.05	用于进行搪胶、冲剪以及车发工序的正常生产
喷漆车间	2003年12月	2,014	49.58	用于进行喷漆工序的正常生产
1号仓库	2003年12月	2,341	55.82	存储原材料
2号仓库	2003年12月	2,357	47.97	存储半成品
3号仓库	2003年12月	2,530	65.57	存储产成品
4号仓库	2003年12月	1,674	49.86	存储产成品
合计		13,940	367.85	-

对于2号、3号、4号仓库，公司将在募集资金到位后拆除，在原地新建仓库、综合大楼及生产车间各一栋。新仓库建成前，公司将暂时租赁厂区附近的厂房或仓库存储半成品和产成品。

对于搪胶-冲剪-五金车间、喷漆车间以及1号仓库，公司将继续使用。如果将来拆除，公司计划：

- a、将搪胶-冲剪-五金生产线搬迁至公司其他厂房继续生产；
- b、在上述新仓库建成前暂时租赁厂区附近的厂房或仓库存储原材料。

此外，公司控股股东郭祥彬已作出承诺，如因该等房产未能办理相关产权手续而受到有关部门行政处罚或给公司造成任何经济损失，相关费用由郭祥彬承担。经国浩律师核查，认为上述简易建筑无法办理产权手续的问题不会给公司本次发行上市构成实质性障碍。

（二）主要无形资产情况

本公司无形资产主要包括土地使用权、商标、专利和版权。截至2010年6月30日，公司无形资产账面价值为1,922.78万元，均为土地使用权。截止本招股说明书签署日，公司无形资产的具体情况如下：

1、土地使用权

公司拥有一宗土地，详细情况如下：

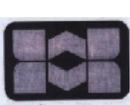
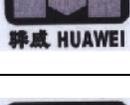
土地使用证号	使用权类型	权利期限	土地位置	土地面积	他项权利
007633694	出让	2048-4-2	汕头市澄海区澄华工业区 骅威（集团）公司	54208.32m ²	抵押

2、知识产权情况

（1）商标

①公司作为商标注册申请人已取得国家商标局颁发的下列《商标注册证》：

序号	商标	注册号	注册有效期	核定使用商品（类别）
1		2015966	2002-8-28 至 2012-8-27 止	第 28 类。长毛绒玩具；成比例的模式车；锻炼身体器材；附有滑动装置的滑冰鞋；合成材料制圣诞树；活动玩具；模型飞机材料；玩具；玩具娃娃；智能玩具
2		2015947	2002-10-28 至 2012-10-27 止	第 28 类。长毛绒玩具；成比例的模式车；附有滑动装置的滑冰鞋；合成材料制圣诞树；活动玩具；模型飞机材料；玩具；玩具娃娃；智能玩具
3		3166244	2003-8-14 至 2013-8-13 止	第 28 类。玩具娃娃；家养宠物玩具；玩具娃娃床；玩具；玩具娃娃衣；长毛绒玩具；智能玩具；活动玩具；玩具车；晚会、舞会道具
4		3221246	2003-11-14 至 2013-11-13 止	第 28 类。玩具；玩具娃娃；玩具车；长毛绒玩具；玩具汽车；智能玩具；成比例的模式车；活动玩具；陀螺(玩具)
5		3587974	2005-9-21 至 2015-9-20 止	第 28 类。玩具；玩具娃娃；玩具娃娃衣；玩具娃娃床；长毛绒玩具；活动玩具；玩具娃娃进食瓶；放洋娃娃的玩具小屋
6		3744336	2006-7-14 至 2016-7-13 止	第 28 类。玩具；玩具娃娃；玩具娃娃床；玩具汽车；智能玩具；玩具车；长毛绒玩具；成比例的模式车；由无线电控制的玩具车；儿童游戏用踏板车(玩具)
7		3744337	2006-7-14 至 2016-7-13 止	第 28 类。玩具；玩具娃娃；玩具娃娃床；玩具汽车；智能玩具；玩具车；长毛绒玩具；成比例的模式车；由无线电控制的玩具车；儿童游戏用踏板车(玩具)
8		3947055	2007-7-21 至 2017-7-20 止	第 28 类。玩具；积木(玩具)；盖房玩具；玩具娃娃床；玩具娃娃；玩具车；拼图玩具；智能玩具；锻炼身体器械；锻炼用固定自行车
9		3947054	2007-7-21 至 2017-7-20 止	第 28 类。玩具；积木(玩具)；盖房玩具；玩具娃娃床；玩具娃娃；玩具车；拼图玩具；智能玩具；锻炼身体器械；锻炼用固定自行车

10		3947052	2007-7-21 至 2017-7-20 止	第 28 类。玩具；积木(玩具)；盖房玩具；玩具娃娃床；玩具娃娃；玩具车；拼图玩具；智能玩具；锻炼身体器械；锻炼用固定自行车
11		3947053	2007-7-21 至 2017-7-20 止	第 28 类。玩具；积木(玩具)；盖房玩具；玩具娃娃床；玩具娃娃；玩具车；拼图玩具；智能玩具；锻炼身体器械；锻炼用固定自行车
12		4045575	2007-11-7 至 2017-11-6 止	第 28 类。玩具；积木(玩具)；盖房玩具；玩具娃娃床；玩具娃娃；玩具车；拼图玩具；智能玩具；锻炼身体器械；锻炼用固定自行车
13	小凉风	4544402	2008-11-21 至 2018-11-20 止	第 28 类。玩具；积木(玩具)；盖房玩具；玩具娃娃床；玩具娃娃；玩具车；拼图玩具；智能玩具；锻炼身体器械；锻炼用固定自行车
14	 骅威 HUAWEI	5081368	2009-3-21 至 2019-3-20 止	第 12 类。车辆轮胎
15	 骅威 HUAWEI	5081370	2009-3-21 至 2019-3-20 止	第 10 类。医用 X 光产生器械和设备；助听器；矫形用物品；健美按摩设备
16	 骅威 HUAWEI	5081372	2009-5-7 至 2019-5-6 止	第 7 类。面包机
17	 骅威 HUAWEI	5081396	2009-6-21 至 2019-6-20 止	第 28 类。游戏机；玩具；木偶；运动球类；锻炼身体器械；射箭用器；体育活动器械；竞技手套；圣诞装饰品(灯饰和糖果除外)；钓具
18	 骅威 HUAWEI	5081364	2009-6-28 至 2019-6-27 止	第 20 类。家具；镜子(玻璃镜)；枕头；婴儿学步车
19	 骅威 HUAWEI	5081365	2009-9-21 至 2019-9-20 止	第 17 类。未加工或半加工树胶；半加工塑料物质；非金属管道接头；非包装用塑料膜；储气囊；农业用塑料膜；塑料板
20	 骅威 HUAWEI	5081393	2009-9-28 至 2019-9-27 止	第 22 类。网；帆；帐篷；车辆盖罩(非安装)；纤维纺织原料；塑料布；瓶用草制包装物；纺织品和塑料纤维(纤维)
21	 骅威 HUAWEI	5081397	2009-9-28 至 2019-9-27 止	第 25 类。帽；袜；手套(服装)；领带；围巾；皮带(服饰用)；儿童头盔

22		5081394	2009-12-21 至 2019-12-20 止	第 39 类：运输；船只运输；水闸操作管理；导航；管道运输
23		5081392	2009-12-28 至 2019-12-27 止	第 24 类：布；织物；纺织品过滤材料；纺织品毛巾；床单；家具遮盖物；纺织品或塑料帘；辈子；装饰织品；塑料材料（纤维代用品）
24		6624132	2010-7-21 至 2020-7-20 止	第 28 类。玩具；积木（玩具）；盖房玩具；玩具娃娃床；玩具娃娃；玩具车；拼图玩具；智能玩具；儿童游戏用踏板车（玩具）；锻炼用固定自行车
25		6624133	2010-7-21 至 2020-7-20 止	第 28 类。玩具；积木（玩具）；盖房玩具；玩具娃娃床；玩具娃娃；玩具车；拼图玩具；智能玩具；儿童游戏用踏板车（玩具）；锻炼用固定自行车
26		6624134	2010-7-21 至 2020-7-20 止	第 28 类。玩具；积木（玩具）；盖房玩具；玩具娃娃床；玩具娃娃；玩具车；拼图玩具；智能玩具；儿童游戏用踏板车（玩具）；锻炼用固定自行车
27		6624135	2010-7-21 至 2020-7-20 止	第 28 类。玩具；积木（玩具）；盖房玩具；玩具娃娃床；玩具娃娃；玩具车；拼图玩具；智能玩具；儿童游戏用踏板车（玩具）；锻炼用固定自行车
28		6624136	2010-7-21 至 2020-7-20 止	第 28 类。玩具；积木（玩具）；盖房玩具；玩具娃娃床；玩具娃娃；玩具车；拼图玩具；智能玩具；儿童游戏用踏板车（玩具）；锻炼用固定自行车

“HUAWEI 及图”商标被认定为“中国驰名商标”、“广东省著名商标”。

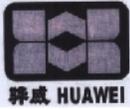
“HUAWEI”牌电动玩具产品被评为“中国名牌产品”和“广东省名牌产品”。2007年“骅威”被认定为“重点培育和发展的广东省出口名牌”。

②公司向中国大陆以外国家或地区申请商标注册并已取得《商标注册证》：

序号	商标	注册地	注册号	注册时间	核定使用商品（类别）
1		美国	3135928	2006-8-29	28
2		英国	2403740	2005-10-12	28
3		香港	300504288	2005-9-30	28

4		欧盟	005291505	2009-12-3	25/28
---	---	----	-----------	-----------	-------

③公司已申请注册且国家商标局已受理的商标情况如下：

序号	商标	申请号	注册申请受理通知书发文日期	核定使用商品（类别）
1		5081369	2006-4-13	11
2		5081371	2006-4-13	9
3		5081395	2006-4-13	37
4		6970874	2008-10-24	28

④公司已向境外申请注册且已受理的商标情况如下：

序号	商标	申请注册地	申请号	申请日期	核定使用商品（类别）
1		印尼	D00.2010.031283	2010-8-25	28
2		阿联酋	146432	2010-8-25	28

（2）专利技术

①公司拥有的专利证书：

序号	专利名称	专利申请日	授权公告日	专利号	专利类型
1	儿童脚踏车	2003-7-21	2004-2-4	ZL033591288	外观设计
2	遥控器(玩具用)	2005-11-9	2006-11-22	ZL200530076179.0	外观设计
3	玩具红外线遥控机器人	2005-11-9	2006-8-30	ZL200530076180.3	外观设计
4	玩具红外线机械狗	2006-12-20	2008-1-30	ZL200630177748.5	外观设计
5	玩具爬墙车	2005-12-13	2006-10-4	ZL200530157016.5	外观设计
6	玩具公仔(乐乐)	2008-3-10	2009-5-20	ZL200830042948.9	外观设计
7	玩具公仔(园园)	2008-3-10	2009-5-20	ZL200830042946.X	外观设计
8	玩具马(27153-2)	2008-5-14	2009-7-15	ZL200830048702.2	外观设计

9	玩具马(27153-1)	2008-5-14	2009-7-15	ZL200830048703.7	外观设计
10	玩具马(27200)	2008-5-13	2009-7-15	ZL200830048606.8	外观设计
11	玩具马(27152)	2008-5-9	2009-7-15	ZL200830048262.0	外观设计
12	玩具马(27050)	2008-5-9	2009-7-15	ZL200830048283.2	外观设计
13	玩具马(27003)	2008-5-9	2009-7-15	ZL200830048263.5	外观设计
14	玩具马(27080-1)	2008-5-14	2009-7-22	ZL200830048706.0	外观设计
15	玩具马(27051)	2008-5-13	2009-7-29	ZL200830048608.7	外观设计
16	玩具马(27002)	2008-5-13	2009-8-5	ZL200830048611.9	外观设计
17	玩具马(27080-3)	2008-5-14	2009-8-5	ZL200830048704.1	外观设计
18	玩具马(27652)	2008-5-13	2009-8-5	ZL200830048604.9	外观设计
19	玩具马(27150)	2008-5-9	2009-8-5	ZL200830048284.7	外观设计
20	玩具马(27250)	2008-5-14	2009-9-9	ZL200830048701.8	外观设计
21	玩具公仔(维维)	2008-3-10	2009-10-14	ZL200830042949.3	外观设计
22	玩具公仔(欣欣)	2008-3-10	2009-10-14	ZL200830042939.X	外观设计
23	玩具机器人(B2B 对打)	2008-10-24	2009-11-11	ZL200830216032.0	外观设计
24	玩具马(27151)	2008-5-9	2009-11-25	ZL200830048286.6	外观设计
25	玩具马(27005)	2008-5-13	2009-11-25	ZL200830048609.1	外观设计
26	玩具公仔(凯凯)	2008-3-10	2009-12-2	ZL200830042952.5	外观设计
27	电动玩具狗	2006-12-20	2007-12-19	ZL200620155023.0	实用新型
28	一种有爬墙功能的玩具车	2006-2-8	2007-11-7	ZL200620054803.6	实用新型
29	一种变光的钥匙扣	2006-6-2	2007-5-16	ZL200620059808.8	实用新型
30	一种电动玩具熊	2006-9-22	2008-1-9	ZL200620064629.3	实用新型
31	一种电动玩具猪	2006-9-22	2007-10-3	ZL200620064628.9	实用新型
32	一种电动玩具狗	2006-9-22	2007-10-31	ZL200620064655.6	实用新型
33	一种多功能的玩具车	2005-6-17	2007-1-3	ZL200520060032.7	实用新型
34	一种童车安全装置	2003-8-14	2004-10-6	ZL03273444.1	实用新型
35	一种可摇头的玩具娃娃	2007-9-21	2008-8-6	ZL200720057317.4	实用新型
36	一种仿真电动语音熊猫	2007-9-21	2008-8-6	ZL200720057318.9	实用新型
37	一种舞蹈玩具娃娃	2007-8-23	2008-9-17	ZL200720055925.1	实用新型
38	一种玩具娃娃	2007-9-7	2008-12-17	ZL200720056693.1	实用新型
39	一种多功能玩具太空飞船型学习机	2007-11-5	2008-9-17	ZL200720059191.4	实用新型
40	一种逗乐玩具娃娃	2008-1-7	2008-12-10	ZL200820042572.6	实用新型
41	新型电动玩具机器人	2008-6-24	2009-5-13	ZL200820049681.0	实用新型

42	电动玩具机器人	2008-6-24	2009-5-13	ZL200820049682.5	实用新型
43	具有识别功能的玩具娃娃	2008-7-3	2009-10-14	ZL200820050163.0	实用新型
44	玩具拳击机器人	2008-11-24	2009-10-14	ZL200820203910.X	实用新型
45	玩具维和战警	2009-6-4	2010-3-24	ZL200930079141.7	外观设计
46	玩具打鬥机器人	2009-6-4	2010-3-24	ZL200930079140.2	外观设计
47	玩具（爆旋遁天豹）	2009-8-26	2010-3-24	ZL200930086993.9	外观设计
48	玩具（爆旋爆威狼）	2009-8-26	2010-3-24	ZL200930086994.3	外观设计
49	玩具（爆旋幻影鹰）	2009-8-26	2010-3-24	ZL200930087013.7	外观设计
50	玩具（爆旋铁甲龟）	2009-8-26	2010-3-24	ZL200930087014.1	外观设计
51	玩具（爆旋金刚熊）	2009-8-26	2010-3-24	ZL200930086997.7	外观设计
52	玩具（爆旋寒冰蛇）	2009-8-26	2010-3-24	ZL200930086995.8	外观设计
53	玩具（爆旋幻光龙）	2009-8-26	2010-3-24	ZL200930086995.8	外观设计
54	电动拳击玩具机器人	2009-7-1	2010-4-14	ZL200920059568.5	实用新型
55	玩具马（27080-2）	2008-5-14	2010-4-21	ZL200830048705.6	外观设计
56	玩具太空战士	2009-6-4	2010-5-12	ZL200930079142.1	外观设计
57	玩具烈维塔（能量塔）	2009-8-26	2010-5-12	ZL200930086992.4	外观设计
58	玩具电动海怪	2009-9-2	2010-5-12	ZL200930087656.1	外观设计
59	一种旋转玩具	2009-9-30	2010-6-2	ZL200920236988.6	实用新型
60	仿真近红外线式感应皂泡发声娃娃	2009-11-26	2010-7-21	ZL200930340920.8	外观设计
61	一种海怪玩具	2009-11-4	2010-7-21	ZL200920238444.3	实用新型
62	爬行走路多功能娃娃模型	2009-11-26	2010-7-21	ZL200930340921.2	外观设计
63	玩具神兽（神龙凯欧）	2009-12-10	2010-7-21	ZL200930343174.8	外观设计
64	玩具神兽（天熊雷赫）	2009-12-10	2010-7-21	ZL200930343160.6	外观设计
65	玩具神兽（岩豹烈迦）	2009-12-10	2010-7-21	ZL200930343159.3	外观设计
66	成长语音识别表情娃娃	2009-12-15	2010-8-18	ZL200920264668.1	实用新型
67	玩具神兽（冰龟罗克）	2009-12-10	2010-8-18	ZL200930343205.X	外观设计
68	玩具神兽（悍狼尼尔）	2009-12-10	2010-8-18	ZL 200930343176.7	外观设计
69	玩具神兽（魔龙畏斯）	2009-12-10	2010-8-18	ZL 200930343175.2	外观设计
70	涡轮泵式气流发生装置	2009-11-24	2010-8-18	ZL 200920263244.3	实用新型
71	玩具神兽（赤蛇蒙洛）	2009-12-10	2010-9-8	ZL 200930343177.1	外观设计
72	玩具神兽（奥鹰格特）	2009-12-10	2010-8-25	ZL 200930343120.1	外观设计
73	玩具陀螺（玄武XII）	2010-3-24	2010-8-25	ZL 201030126526.7	外观设计
74	玩具陀螺（东星敖龙）	2010-3-24	2010-8-25	ZL 201030126514.4	外观设计

75	玩具陀螺（西云虎）	2010-3-24	2010-8-25	ZL 201030126515.9	外观设计
----	-----------	-----------	-----------	-------------------	------

②公司已申请且国家知识产权局已受理的专利情况如下：

序号	专利名称	申请号	专利申请日期	专利类型
1	一种发烧变色护理玩具装置	200920263242.4	2009-11-24	实用新型
2	站卧装置自动转换总成	200920264344.8	2009-12-8	实用新型
3	玩具陀螺（南宫燕）	201030126512.5	2010-3-24	外观设计
4	玩具（士兵战陀）	201030150066.1	2010-4-21	外观设计
5	玩具士兵（南火军）	201030159842.4	2010-4-30	外观设计
6	玩具士兵（东风卫）	201030159841.X	2010-4-30	外观设计
7	玩具士兵（西电兵）	201030159790.0	2010-4-30	外观设计
8	玩具士兵（北雷卒）	201030159789.8	2010-4-30	外观设计
9	玩具（旅行箱式对战盘）	201030167829.3	2010-5-10	外观设计
10	玩具（四圣陀螺对战盘）	201030167841.4	2010-5-10	外观设计
11	音乐奇侠-朱雀士兵模式	201030250933.9	2010-7-27	外观设计
12	音乐奇侠-朱雀飞行模式	201030250935.8	2010-7-27	外观设计
13	音乐奇侠-青龙士兵模式	201030250927.3	2010-7-27	外观设计
14	音乐奇侠-青龙飞行模式	201030250931.X	2010-7-27	外观设计
15	音乐奇侠-玄武士兵模式	201030250947.0	2010-7-27	外观设计
16	音乐奇侠-玄武飞行模式	201030250929.2	2010-7-27	外观设计
17	音乐奇侠-白虎士兵模式	201030250951.7	2010-7-27	外观设计
18	音乐奇侠-白虎飞行模式	201030250949.X	2010-7-27	外观设计
19	音乐奇侠-玄武战斗摩托模式	201030251948.7	2010-7-28	外观设计
20	音乐奇侠-玄武军人模式	201030281937.9	2010-7-28	外观设计
21	音乐奇侠-青龙战斗摩托模式	201030251927.5	2010-7-28	外观设计
22	音乐奇侠-白虎战斗摩托模式	201030251921.8	2010-7-28	外观设计
23	音乐奇侠-朱雀战斗摩托模式	201030251910.X	2010-7-28	外观设计
24	音乐奇侠-朱雀军人模式	201030251899.7	2010-7-28	外观设计
25	音乐奇侠-青龙军人模式	201030251877.0	2010-7-28	外观设计
26	音乐奇侠-白虎军人模式	201030251885.5	2010-7-28	外观设计
27	音乐奇侠-军人摩托基本装	201030251952.3	2010-7-28	外观设计
28	一种玩具密码锁装置	201020506856.3	2010-8-26	实用新型
29	玩具（大城堡游乐场）	201030297131.3	2010-8-31	外观设计
30	玩具（Hello Kitty 笔记本）	201030297109.9	2010-8-31	外观设计

31	玩具（溜冰娃娃）	201030502559.7	2010-9-1	外观设计
32	玩具（摇铃娃娃）	201030502565.2	2010-9-1	外观设计

③公司已向境外申请且已受理的专利情况如下：

序号	专利名称	申请注册地	申请号	专利申请日期	专利类型
1	玩具（爆旋幻光龙）	泰国	1002000502	2010-2-25	外观设计
2	玩具（爆旋幻光龙）	欧盟	001674243	2010-2-25	外观设计
3	玩具（爆旋幻光龙）	巴西	DI7000582-6	2010-2-25	外观设计

（3）版权

2009年，公司与上海尚贤广告传播有限公司合作拍摄了动漫影视剧《蛋神奇踪》。《蛋神奇踪》是一部长达31集每集长度约为23分钟的视频，作品摄制完成时间为2009年10月，出版时间为2009年11月9日，出版号为（新）剧审字（2009）第005号。公司享有《蛋神奇踪》音像制品及相关美术作品的著作权，并已在广东省版权保护联合会及泰国版权局进行了版权登记。

序号	作品名称	作品类型	作品完成时间	作品登记号
1	蛋神奇踪	影视作品	2009-10-1	19-2009-H-0031
2	玩具神兽（魔龙畏斯兽）	美术作品	2009-10-1	19-2009-F-1777
3	玩具神兽（神龙凯欧兽）	美术作品	2009-10-1	19-2009-F-1778
4	玩具神兽（奥鹰格特兽）	美术作品	2009-10-1	19-2009-F1779
5	玩具神兽（悍狼尼尔兽）	美术作品	2009-10-1	19-2009-F-1780
6	玩具神兽（赤蛇蒙洛兽）	美术作品	2009-10-1	19-2009-F-1781
7	玩具神兽（天熊雷赫兽）	美术作品	2009-10-1	19-2009-F-1782
8	玩具神兽（冰龟罗克兽）	美术作品	2009-10-1	19-2009-F-1783
9	玩具神兽（岩豹烈迦兽）	美术作品	2009-10-1	19-2009-F-1784
10	玩具蛋神（神龙凯欧）	美术作品	2009-10-1	19-2009-F-1785
11	玩具蛋神（魔龙畏斯）	美术作品	2009-10-1	19-2009-F-1786
12	玩具蛋神（奥鹰格特）	美术作品	2009-10-1	19-2009-F-1787
13	玩具蛋神（天熊雷赫）	美术作品	2009-10-1	19-2009-F-1788
14	玩具蛋神（赤蛇蒙洛）	美术作品	2009-10-1	19-2009-F-1789
15	玩具蛋神（冰龟罗克）	美术作品	2009-10-1	19-2009-F-1790
16	玩具蛋神（岩豹烈迦）	美术作品	2009-10-1	19-2009-F-1791
17	玩具蛋神（悍狼尼尔）	美术作品	2009-10-1	19-2009-F-1792
18	蛋神奇踪片头图案	美术作品	2009-10-1	19-2009-F-1891

19	The legend of might scree	影视作品	2009-10-1	234751
----	---------------------------	------	-----------	--------

注：第19项为公司在泰国版权局登记的影视作品《蛋神奇踪》的版权

2010年，公司又在广东省版权保护联合会进行了如下版权登记：

序号	作品名称	作品类型	作品完成时间	作品登记号
1	四圣陀螺图案	美术作品	2010-4-1	19-2010-F-00351
2	圣斗风云图案	美术作品	2010-4-1	19-2010-F-00352

六、公司拥有的特许经营权的情况

截止本招股说明书签署之日，公司无特许经营权。

七、公司主要生产产品的生产技术情况

（一）公司现有的技术水平

公司整体的研发技术人才实力、研发创新水平、品质控制技术和创新管理机制在国内同行业中处于一流水平。

1、光机电一体化技术

企业技术中心大力推进智能型电动玩具光机电技术一体化建设，拥有如下技术优势：①综合性与系统性开发技术体系基本建立，能力逐步提高；②应用光机电技术一体化技术的产品内容丰富，层次多，覆盖面广；③应用光机电技术一体化技术的产品设计能力强，产品寓教于乐，趣味性增强。

2、微电子技术

企业技术中心在微电子技术应用方面的迅速发展，推动了公司的技术进步。在近3年的研发创新活动中，掌握了智能型电动玩具娃娃单片机编程技术、大规模电路集成技术、语音识别中词汇量自动辨识及应答技术、同频多通道抗干扰等核心技术，并在国内率先应用于智能型电动玩具娃娃、模型机器人、语音识别智能玩具、玩具学习机等系列产品之上，获得了较好的经济效益和社会效益。其中使用集成电路和语音识别芯片玩具“多功能玩具太空飞船型学习机”，在2009年中国玩具协会主办的创新活动中一举获得金奖。

3、品质控制技术

公司品质管理部技术实力较强，拥有注册质量工程师多名，品质控制技术完

善，品质测试和试验水平高。公司有多人参与过国家玩具行业相关标准的主要起草工作。

4、产品制造技术

公司设立专门的工程部，研究工业工程和工艺改进技术，有效提高生产效率，使所有产品的过程控制能符合欧盟、美国和中国所涉及的玩具标准要求。生产一线管理人员都系统地接受过生产管理、品质管理和工业工程技术的培训，具有承担复杂产品生产的质量要求的能力。

5、工业设计技术

①产品造型设计：产品的造型设计是服务于企业的整体形象和产品设计，是以产品设计为核心，围绕着人对产品的性能和感官需求，使顾客的需求获得普遍的认同感。公司常年具有3名以上产品造型设计师，在中心美术设计室集体创作和工作，具有较好的形象思维能力，能在设计创意中充分表达视觉形象；运用相关计算机软件进行设计，把握产品的造型结构，有较高的美学鉴赏和创造能力。

②产品结构、模具结构设计领域：企业技术中心策划和建立了较为完善的产品结构、模具结构设计标准和流程、引进了多套大型计算机辅助设计三维设计系统、组建了强大的信息数据共享平台，并有数位专业资深产品设计师、结构工程、模具设计师组建的专业设计团队。纯熟的3D软体应用及丰富的设计及制造经验，配合本地区成熟的生产技术水平，是本行业国内最具活力和创造力的产品创新服务机构之一。

（二）本次拟投资项目的技术水平

公司本次募集资金拟投资项目中“生产基地扩建项目”将引进世界先进的模具加工设备、注塑生产设备和实验室化学检测设备，设备性能及主要用途状况如下：

1、模具加工制造设备：引进公司发展需要的性能先进的精密火花机、高速CNC（数控加工中心）、慢走丝线切割机模具加工设备，使新产品设计及制造能很好的对接，真正实现CAD/CAM及参数化控制，使模具制造周期缩短30%~40%，产品模具开发一次性合格率达到90%以上，模具生产使用寿命延长25%以上，是公司制造水平、工作效益、成本控制迈上新台阶的必要设备。

2、注塑生产设备：引进一批性能好、自动化程度高、节能环保的智能注塑

机。先进性能注塑设备具有一流的伺服电机，启动快速，减少动作切换时间，加快动作节拍；压力及流量闭环控制精确，实现伺服电机对注塑机能量需求的自动匹配和调整，可节省电量40%以上，效益提高20%以上，注塑精度等级达到正负0.004mm以内，能很好满足公司新产品在设计及制造领域的质量控制、精细化制作、防仿造的目的，是公司产品技术引领行业的重要保证。

3、实验室化学测试设备：引进ICP-MS（电感耦合等离子体质谱仪），可快速同时检测周期表上几乎所有元素。ICP-MS技术在分析能力上，超过传统的无机分析技术，被称为当代分析技术最激动人心的发展。随着ICP-MS的引进，实验室化学分析及检测能力将进一步提高，在应对欧美各国相关法律法规、玩具安全标准方面能力进一步加强，更是公司降低市场风险、满足环保要求的必要保证。

（三）产品生产技术所处的阶段

本公司主导产品均处于批量生产中。

（四）研究开发情况

1、研发支出

公司注重对新产品的开发，近年来不断加大研发投入。公司近三年及一期的研发支出见下表：

项 目	2010年 1-6月	2009年	2008年	2007年
研发支出（万元）	646.07	1,307.10	1,159.97	1,029.76
占营业收入比例（%）	3.50	3.03	3.04	3.19

2010年 1-6月研究与开发投入费用明细及相关的会计处理情况如下：

单位：元

项 目	金 额	会计处理情况	
		管理费用	生产成本
人员人工	1,957,877.70	1,353,757.70	604,120.00
直接材料	3,036,087.73	32,712.20	3,003,375.53
折旧费用	273,933.90	273,933.90	
设计、认证、检验检测、专利费等	1,192,795.78	1,192,795.78	
合计	6,460,695.11	2,853,199.58	3,607,495.53

2009年度研究与开发投入费用明细及相关的会计处理情况如下：

单位：元

项 目	金 额	会计处理情况	
		管理费用	生产成本
人员人工	3,520,430.00	2,307,017.70	1,213,412.30
直接材料	8,058,916.92	75,146.13	7,983,770.79
折旧费用	375,746.70	375,746.70	-
设计、认证、检验检测、专利费等	1,115,932.85	1,115,932.85	-
合计	13,071,026.47	3,873,843.38	9,197,183.09

2008 年度研究与开发投入费用明细及相关的会计处理情况如下：

单位：元

项 目	金 额	会计处理情况	
		管理费用	生产成本
人员人工	3,303,683.00	1,848,144.00	1,455,539.00
直接材料	7,788,641.72	67,244.10	7,721,397.62
折旧费用	204,057.11	204,057.11	-
设计、认证、检验检测、专利费等	303,281.61	303,281.61	-
合计	11,599,663.44	2,422,726.82	9,176,936.62

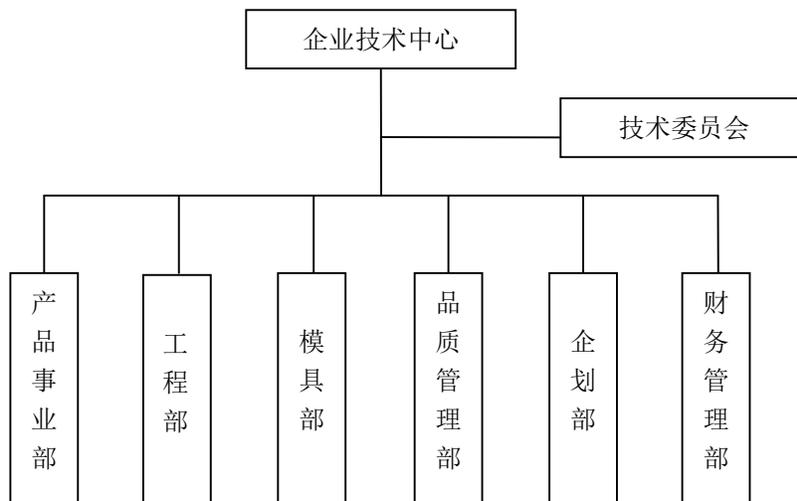
2007 年度研究与开发投入费用明细及相关的财务处理情况如下：

单位：元

项 目	金 额	财务处理情况	
		管理费用	生产成本
人员人工	2,004,360.00	790,404.77	1,213,955.23
直接材料	7,634,832.29	52,037.00	7,582,795.29
折旧费用	102,532.00	102,532.00	-
设计、认证、检验检测、专利费等	555,854.00	555,854.00	-
合计	10,297,578.29	1,500,827.77	8,796,750.52

2、研发机构设置

公司按照《广东省省级企业技术中心认定和评价管理办法》要求组建企业技术中心。研发机构设置如下所示：



公司研发机构的设置分为三个层次，分别为决策层、技术委员会和执行层。

决策层由企业技术中心主任、副主任、专家和相关部門负责人组成，决定公司产品创新研究开发方向，产品研发项目、研发投资和研发创新机制等重大事宜。

技术委员会由公司内部和外聘的专家组成。其主要职能为：全面负责公司产品研发方向、技术重大决策和投资预算等重大问题的决策事宜；负责制定年度技术创新计划；负责对技术中心的工作绩效进行评估；负责确立公司的相关研究项目；负责重大技术问题、创新技术的投融资评价、产学研合作和对外交流、项目进展情况等进行咨询评估；负责知识产权保护工作。

执行层由产品事业部牵头，包括工程部、品质管理部、模具部、企划部、财务部等部门相关人员组成，负责研究项目的具体执行工作。

3、研发团队情况

公司技术中心人员占公司员工总数的11%，其中本科及以上学历人员有18人，大专学历有122人。公司技术中心人员主要涉及机械自动化、造型创意设计、电子技术、质量管理、材料力学等专业，整个团队知识结构较为合理，具有一定的科技创新能力。

4、已经取得的研究开发成果

序号	项目名称	研发时间	研发成果	备注
1	遥控音乐车模一体化软件技术	2005-2至2005-8	已转化为“遥控音乐车模型”产品，已销售。	
2	红外线遥控接收软件技术	2005-1至2005-10	已转化为“红外线遥控机器人”产品，已销售。	

3	遥控爬墙车模型软件集成	2005-5至2005-11	已转化为“遥控爬墙车模型”产品，已销售。	
4	仿真翻跟斗娃娃控制技术	2006-3至2006-9	已转化为“仿真翻跟斗娃娃”产品，已销售。	
5	仿真大便娃娃模型软件开发	2006-1至2006-9	已转化为“仿真大便娃娃模型”产品，已销售。	
6	仿真唱歌跳舞娃娃控制技术	2006-1至2006-9	已转化为“仿真唱歌跳舞娃娃”产品，已销售。	
7	仿真智能狗集成软件技术	2006-3至2006-11	已转化为“仿真智能电动狗”产品，已销售。	
8	遥控同频多通软件技术开发	2007-1至2007-7	已转化为“对打多通道遥控机器人模型”产品，已销售。	
9	仿真尿尿娃娃芯片集成技术	2007-1至2007-7	已转化为“仿真尿尿娃娃模型”产品，已销售。	
10	机器人学习机集成芯片技术	2007-4至2007-10	已转化为“智能机器人学习机”产品，已销售。	
11	语音识别软件一体化技术研究	2007-2至2007-9	已转化为“智能语音识别熊猫”产品，已销售。	查新报告
12	仿真发烧娃娃芯片集成技术	2007-3至2007-10	已转化为“仿真发烧娃娃”产品，已销售。	
13	水陆界面自动识别芯片技术	2007-5至2007-11	已转化为“水陆两栖遥控车模型”产品，已销售。	
14	高频遥控系列——机械狗	2008-3至2009-6	已转化为产品，市场推广中	
15	智能模型系列——太空人学习机	2008-3至2009-3	已转化为产品，已销售	查新报告
16	《小鲤鱼历险记》动漫衍生产品	2008-3至2008-12	已转化为产品，已销售	
17	《蛋神奇踪》衍生产品	2008-5至2009-5	已转化为产品，已销售	
18	传统玩具	2008-1至2008-12	已转化为产品，已销售	
19	成长语音识别表情娃娃系列产品	2009-1至2009-10	已转化为产品，已销售	查新报告
20	触摸电动仿真玩具车系列产品	2009-3至2009-8	已转化为产品，已销售	查新报告
21	红外线遥控八爪海怪模型	2009-4至2009-10	已转化为产品，已销售	查新报告
22	同频八通拳击机器人模型系列	2009-3至2009-12	已转化为产品，已销售	查新报告

5、目前正在进行的研究开发项目

序	项目名称	立项	拟研发	品类明细	产品	产品
---	------	----	-----	------	----	----

号		时间	投入		数量	类别
1	婴幼益智	2010-1	400 万元	幼儿玩具类/学前玩具类	68 款	塑胶玩具
2	战陀春秋系列 (陀螺)	2009-12	60 万元	陀螺/持久性配件/加力拉条/ 战斗盘/装备盒/卡片	36 款	
3	蛋神 II 代爆旋	2009-12	50 万元	陀螺/持久性配件/加力拉条/ 战斗盘/装备盒/卡片	36 款	
4	三合一 YOYO 球	2010-1	60 万元	悠悠球/配件	30 款	
5	圣斗风云—传奇 乐队	2009-11	140 万元	不同比例的人偶/盔甲配件/ 交通工具/战斗工具/武器类/ 声光玩具等衍生产品	60 款	动漫玩具
6	车圣—极速少年	2010-2	260 万元	不同比例的人偶/盔甲配件/ 交通工具/战斗工具/武器类/ 声光玩具等衍生产品	40 款	
7	成长娃娃系列延 伸产品	2010-1	120 万元		5 款	智能玩具
8	智能娃娃系列产 品	2010-1	220 万元		8 款	
9	三国传人偶公仔 系列产品	2009-12	30 万元	68 个人物形象及兵器.分成 水晶版及珍藏彩版多种包装	15 款	模型玩具
10	圣诞系列产品	2010-8	80 万元		50 款	其他
11	急速遥控比例模 型	2010-6	30 万元		4 款	模型玩具

(五) 技术创新机制

公司注重科研管理制度建设，近3年来先后建立了《研发项目（立项）管理制度》、《研发项目预算和核算管理制度》、《产学研合作管理制度》、《公司省级企业技术中心研发设施管理规定》和《研发创新绩效管理办法》等制度，鼓励研发人员大胆创新，调动研发人员的责任心和进取心，以创新机制实现新的经济效益和社会效益。

公司通过与汕头大学、广东工业大学开展产学研合作，不断提升企业自主创新能力。通过与高校合作，不仅使公司的研究能力得到大幅提升，而且使公司引进和吸收研究领域最新成果的能力得到增强。

公司成立了技术中心，近三年每年的研发立项项目都在4个以上，研发投入占销售收入3%以上。技术中心不断充实研发人才队伍，不断寻找与招聘业界优秀的创意和开发人才，并且每年制度性的从高校招聘优秀的毕业生，悉心培训以建立人才梯队。

公司注重产品的科技含量，并将之作为技术创新的依托。公司从2005年至今持续被认定为高新技术企业；2008年，公司的技术中心被认定为“广东省省级技术中心”，公司的科研项目“语言识别与高频遥控一体化智能模型装置”被列入“2008-2009年国家火炬计划”；2009年，以公司为依托组建了“广东省智能型电动玩具工程技术研究开发中心”，同年，公司被认定为“国家火炬计划重点高新技术企业”。

八、产品的质量控制

（一）质量管理标准

公司高度重视质量管理体系的建设，坚持“科学管理、全员参与、持续改进、顾客满意”的质量方针，建立了以“GB/T ISO9001-2008”质量管理体系为基础的管理平台，整合了“GB/T ISO14001-2004”环境管理体系、“WEEE&ROSH”有害物质控制体系的要求。2004年公司通过了环境管理体系认证、质量管理体系认证，2006年公司获得英国（宝德）产品质量保证有限公司颁发的“RoHS指令认证”等证书，并每年都通过审核。具体获证如下表：

序号	证书名称	认证标准	有效期限	颁发单位
1	质量管理体系认证证书	ISO9001: 2000 GB/T 19001-2000	2013-5-24	CQC
2	环境管理体系认证证书	ISO14001: 2004 GB/T 24001-2004	2013-5-20	CQC
3	RoHS 指令认证证书	欧洲现行法规、指令和控制有害物质的标准	2011-4	英国（宝德）产品质量保证有限公司
4	计量保证体系确认合格证书	广东省企业计量保证体系确认方法和评审程序	2011-6-30	广东省质量技术监督局
5	出口免检证书	《进出口商品免检办法》	2010-12	国家质量检验检疫总局
6	强制性产品认证证书	强制性产品认证实施规则	-	北京中轻联认证中心
7	出口玩具质量许可证书	出口玩具质量许可实施细则	2011-5-13	广东出入境检验检疫局
8	国际玩具业协会规范证章	国际玩具业协会商业行为守则	2010-10-10	国际玩具业协会

9	采用国际标准产品标志证书	GB6675-2003 GB19865	2014-12-25	广东省质量技术监督局
---	--------------	------------------------	------------	------------

公司于2006年4月获得首张3C认证证书，是中国实施3C认证制度颁布的首批电玩具类3C证书。截至本招股说明书签署日，公司总共获得48份3C证书，具体如下：

序号	产品名称和系列、型号、规格	证书编号	证书生效日期	备注
1	电动玩具（机械战警：9988）	2006152202000001	2008-1-11	原签发日期 2006.4.20
2	静态塑胶玩具（超女娃娃系列：CW46000-46004）	2008152203001569	2008-3-24	
3	静态塑胶玩具（5018-5033）	2008152203002113	2008-9-25	
4	静态塑胶玩具（3293）	2008152203002114	2008-9-25	
5	静态塑胶玩具（3340、3345）	2008152203002115	2008-9-25	
6	电动玩具（2725）	2008152202002196	2008-10-17	
7	静态塑胶玩具（5019A-5019D）	2008152203002197	2008-10-17	
8	静态塑胶玩具（2715）	2008152203002198	2008-10-17	
9	静态塑胶玩具（3308）	2008152203002199	2008-10-17	
10	声光玩具（5017）	2008152202002200	2008-10-17	
11	声光玩具（2920、2925、2940、2945、2960、3360、3365、3370）	2008152202002201	2008-10-17	
12	声光玩具（2735、2740、2965、3375、3376）	2008152202002202	2008-10-17	
13	声光玩具（6815、6817、6818、6819、6820、6821、6822、6823）	2008152202002203	2008-10-17	
14	声光玩具（KLT70212）	2008152202002246	2008-10-23	
15	声光玩具（7701001）	2008152202002247	2008-10-23	
16	电动玩具（2007、2008、2009、8803002、D22031、6818）	2008152202002244	2008-10-23	
17	电动玩具（9901001-9901006、6810-6812、26808、NCR00301）	2008152202002245	2008-10-23	
18	声光玩具（6001、6000）	2008152202002299	2008-11-3	
29	静态塑胶玩具（出奇蛋 PK 游戏王）	2008152203002300	2008-11-3	
20	静态塑胶玩具（6060）	2008152203002323	2008-11-7	
21	静态塑胶玩具（6020-6024）	2008152203002324	2008-11-7	
22	静态塑胶玩具（3250-3257、3294、3298、3305、3356）	2008152203002379	2008-11-21	

23	电动玩具（2710、2985）	2008152202002380	2008-11-21	
24	静态塑胶玩具（6025 蛛魂）	2008152203002475	2008-12-16	
25	电动玩具（KLT02976 奇奇比乐爬娃）	2009152202002639	2009-1-12	
26	静态塑胶玩具（6015、6080、6090）	2009152203002667	2009-1-15	
27	静态塑胶玩具（6200-6237）	2009152203002668	2009-1-15	
28	静态塑胶玩具（6310-6313、6321A-D）	2009152203002669	2009-5-6	原签发日期 2009.1.15
29	声光玩具（5035、6320、6610）	2009152202002836	2009-5-6	原签发日期 2009.3.5
30	静态塑胶玩具（6600/BB）	2009152203003087	2009-5-6	
31	静态塑胶玩具（动漫超酷水枪3051A-F、3052A-C）	2009152203003088	2009-5-6	
32	弹射玩具（2895、2905、2910、2915）	2009152205003276	2009-6-9	
33	机动塑胶玩具（3060/动感音乐盒）	2009152203003434	2009-7-9	
34	声光玩具（3056/森林公园）	2009152202003476	2009-7-21	
35	机动塑胶玩具（3057/美美乐园）	2009152203003475	2009-7-21	
36	静态塑胶玩具（3058/成长乐园）	2009152203003474	2009-7-21	
37	声光玩具（烈维塔任务 Ace 塔：3200、3201）	2009152202003596	2009-8-7	
38	声光玩具（3054/2 合 1 多功能乐园、3059/3 合 1 多功能乐园）	2009152202003657	2009-8-24	
39	声光玩具（3055/闪光脚踏琴）	2009152202003658	2009-8-24	
40	静态塑胶玩具（蛋神奇踪）	2009152203004045	2009-12-28	原签发日期 2009.12.1
41	声光玩具（蛋神奇踪-能量圈）	2009152202004125	2009-12-18	
42	电动玩具（格斗飞车：7099）	2010152202004233	2010-1-12	
43	静态塑胶玩具（三国传战斗陀螺套装：6630）	2010152203004332	2010-2-2	
44	电动玩具（维和战警：9987）	2010152202004416	2010-3-10	
45	电动玩具（太空飞船型学习机：9989）	2010152202004444	2010-3-22	
46	声光玩具（蛋神奇踪：3341A-H）	2010152202004542	2010-4-19	
47	静态塑胶玩具（四圣陀螺4001A-D、4002A-D、4003A-D、4004A-B、4005A-C、4006）	2010152203004619	2010-6-23	原签发日期 2010.5.14
48	电动玩具（安琪儿娃娃系列：3400-3404）	2010152202004877	2010-7-21	

（二）质量控制措施

1、积极重视过程控制，提高过程绩效

公司先后组织专业人员建立和完善了一系列有关质量管理、环境管理的相关制度和规定。公司拥有一支训练有素的质量控制专业队伍，通过持续培训、内部审核和管理评审，及时发现体系运作和过程控制中存在的问题。按照“PDCA”管理模式、质量控制要求进行原因分析、采取对策，及时改善，使过程控制持续在受控状态之中。

公司每年都定期讨论与评估质量目标，并且将质量目标层层分解到各个部门、车间，定期进行统计分析、查找原因、进行改进，优良的过程控制使公司的产品质量一直处于非常稳定状态。

2、完善实验测试，提高产品品质保证能力

公司先后投资300万元建立了“物理和化学实验室”，并获得“二级计量保证体系”证书，能够快速有效进行各类玩具的物理与化学检验和试验。公司产品测试数据经常与粤东玩具检测中心、深圳SGS进行实验数据比对，确保了产品质量的稳定性与可靠性。

3、重视客户满意度工作

公司积极贯彻落实“以顾客为关注焦点”的原则，适时、正确地理解顾客当前和未来的需求，满足顾客要求并争取超越顾客期望，并将“PDCA”方法正确地应用于以“以顾客为关注焦点”原则中去。按照质量管理体系要求，组织处理投诉，建立了《顾客满意度测量和监视程序》。

公司每年2月做一次顾客满意度评估分析，以了解客户的满意程度和目标的差距，识别改进的机会，并由相关职能部门进行顾客满意度调查工作，撰写“年度顾客满意度分析报告”。从顾客反馈分析、市场调查和分析、顾客要求的识别、SWOT分析去把握和创造市场机会，争取商机。

4、重视员工质量教育、实施质量改进奖

公司人力资源部持续不断地对员工按照入职培训和在职培训的要求，与各职能部门合作，制定员工培训计划，紧抓员工质量教育，从入职第一天起就让员工树立和感受“不接受不合格品、不制造不合格品、不交付不合格品”的质量意识。从个人行为、工作行为到团队行为都渗透质量意识，把质量意识逐步落实到各个环节中去。

公司实施质量改进奖励制度，使改善行为和提议活动紧密结合，适时编制质量改进案例，给各部门分享，努力创造持续改进的氛围，这有力地促进和保证了公司产品质量和过程质量的持续稳定和提高。

（三）质量控制体系运行情况

自成立以来，公司质量控制体系运作良好，公司从未因产品质量问题发生过重大质量纠纷。

公司长期在质量管理方面持续改进，得到顾客和相关部门的认可。2004年公司通过了环境管理体系认证、质量管理体系认证，2006年公司获得英国（宝德）产品质量保证有限公司颁发的“RoHS指令认证”等证书，并每年都通过审核。2008年1月，公司获得由国家质量监督检验检疫总局颁发的中国玩具行业首张、也是目前为止唯一一张“出口免验”证书。

2010年7月12日，汕头市澄海区质量技术监督局确认：“广东骅威玩具工艺股份有限公司自2007年1月1日至2010年6月30日以来均能自觉遵守质量技术监督管理方面的法律、法规和其它规范性文件的规定，不存在违反质量技术监督管理方面法律、法规及规范性文件的行为，也不存在被我局处罚的情形。”

2010年7月12日，汕头出入境检验检疫局确认：“广东骅威玩具工艺股份有限公司自2007年1月1日至2010年6月30日以来均能遵守出入境检验检疫的法律法规，不存在违反出入境检验检疫方面法律、法规以及规范性文件的行为，也不存在被我局处罚的情形。”

第七节 同业竞争与关联交易

一、同业竞争

（一）关于同业竞争情况的说明

本公司控股股东、实际控制人为郭祥彬。截至本招股书签署日，郭祥彬未对除骅威玩具之外的其他公司进行股权投资，也未在除骅威玩具以外的其他公司担任职务，与本公司不存在同业竞争。

（二）关于避免同业竞争的承诺

为杜绝出现同业竞争等损害骅威玩具的利益及其中小股东的权益的情形，公司控股股东郭祥彬及其兄弟郭群已分别向公司出具了《关于与广东骅威玩具股份有限公司避免和消除同业竞争的承诺函》，具体承诺内容如下：

第一条 在本人作为骅威玩具的股东期间，本人不在任何地域以任何形式，从事法律、法规和中国证券监督管理委员会规章所规定的可能与骅威玩具构成同业竞争的活动。

本人今后如果不再是骅威玩具的股东，本人自该股权关系解除之日起五年内，仍必须信守前款的承诺。

第二条 本人从第三方获得的商业机会如果属于骅威玩具主营业务范围内的，则本人将及时告知骅威玩具，并尽可能地协助骅威玩具取得该商业机会。

第三条 本人不以任何方式从事任何可能影响骅威玩具经营和发展的业务或活动，包括：

- （一）利用现有的社会资源和客户资源阻碍或者限制骅威玩具的独立发展；
- （二）在社会上散布不利于骅威玩具的消息；
- （三）利用对骅威玩具的控股或者控制地位施加不良影响，造成骅威玩具高级管理人员、研发人员、技术人员等核心人员的异常变动；
- （四）从骅威玩具招聘专业技术人员、销售人员、高级管理人员；
- （五）损害骅威玩具的商誉。

第四条 本人将督促本人的配偶、父母、子女及其配偶、兄弟姐妹及其配偶，本人配偶的父母、兄弟姐妹，子女配偶的父母，以及本人投资的企业，同受本承

诺函的约束。

公司其他股东也同时出具《关于与广东骅威玩具股份有限公司避免和消除同业竞争的承诺函》，具体承诺内容如下：

“在本公司持有骅威玩具的股份期间，本公司及本公司可控制的企业不直接或间接地从事与骅威玩具主营业务有竞争或可能构成竞争的业务及活动。”

二、关联方及关联交易情况

（一）关联方及关联关系

1、控股股东及实际控制人

郭祥彬为本公司控股股东、实际控制人，本次发行前持有股份占公司股本总数的51%。

郭祥彬的具体情况详见本招股说明书“第八节、一、（一）董事会成员简介”。

2、持有发行人股份5%以上的其它股东

其他持有公司5%以上股份的股东为郭群、汕头市华青投资控股有限公司、上海富尔亿影视传媒有限公司，其基本情况详见本招股说明书“第五节、七、（一）发起人的基本情况”。

3、公司的董事、监事、高级管理人员

公司董事、监事、高级管理人员的具体情况详见本招股说明书“第八节、一、（一）董事会成员简介”。

4、关联人控制或有重大影响的企业

持公司5%以上股份的自然人、公司的董事、监事、高级管理人员及其关系密切的家庭成员直接或间接控制的、或担任董事、高级管理人员的，除公司及其持有公司5%以上股权的法人股东以外的法人有：

关联方名称	与本公司关系
汕头市澄海区骅隆电子科技有限公司	该公司董事兼总经理丘良梅是公司董事兼副总经理邱良生的兄长、是公司副董事长兼总经理郭祥彬母亲的兄弟。
汕头市华迪隆工艺制品有限公司	该公司法定代表人蔡树桐是公司董事长郭卓才女儿配偶的父亲，该公司的董事、副总经理蔡勍是公司董事长郭卓才女儿的配偶。
华艺公司	该公司股东蔡树桐是公司董事长郭卓才女儿配偶的父亲。

汕头市骅裕房地产开发有限公司	该公司的股东郭少伟是公司董事长的侄子。
汕头市雅致服饰有限公司	该公司法定代表人、控股股东、执行董事陈健春是公司的董事。
广东皮宝制药股份有限公司	该公司的副总经理谢可平是公司的董事。
汕头市玩具实业有限公司	该公司法定代表人、董事、总经理丘良梅是公司董事兼副总经理邱良生的兄长、是公司副董事长兼总经理郭祥彬母亲的兄弟。

汕头市澄海区骅隆电子科技有限公司（原玩具总厂）

汕头市澄海区骅隆电子科技有限公司（原玩具总厂）成立于1981年6月3日，现持有澄海工商局核发的《企业法人营业执照》（注册号：440583000015034），住所在汕头市澄海区城区文祠东路，法定代表人丘良梅，注册资本和实收资本为500,000元，公司类型为有限责任公司，经营范围为集成电路、产品设计技术、系统软件和管理软件的开发设计、应用、技术咨询；计算机及网络设备、电子元器件、工业自动化设备，家用电器的设计、制造、销售；游戏动漫软件、精密五金组件的设计开发、电子信息技术的投资、开发、研究。股东为郭少伟和丘良梅，持股比例分别为80%和20%。

汕头市华迪隆工艺制品有限公司

汕头市华迪隆工艺制品有限公司成立于2001年4月29日，现持有汕头市工商行政管理局核发的《企业法人营业执照》（注册号：440500400007102），注册地址为汕头市澄海区澄华工业区，法定代表人蔡树桐，注册资本为12,000,000港元，公司类型为有限责任公司（台港澳法人独资），经营范围为生产各式手袋、礼品、饰品、圣诞工艺品及塑料玩具。股东为香港华艺公司，持股比例为100%。

华艺公司

华艺公司是一家在香港登记注册的个人企业，成立于1987年4月9日，登记证号码为10899039-000，登记地址在香港九龙观塘成业街30号华富工贸中心10楼8室，东主蔡树桐，业务性质为手提包工艺。

汕头市骅裕房地产开发有限公司

汕头市骅裕房地产开发有限公司成立于2008年6月16日，现持有澄海工商局核发的《企业法人营业执照》（注册号：440583000006254），公司原股东为丘良梅和郭少伟，持股比例分别为60%和40%，2010年2月1日，丘良梅与陈桂波、郭少伟协商，将其所持有该公司的50%、10%的股权分别转让予陈桂波、郭

少伟，同日，该公司股东会审议通过了前述股权转让事宜以及变更住所、法定代表人、经营范围事宜。2010年3月9日，该公司完成前述变更事宜的工商登记手续，住所为汕头市澄海区文冠路中段南侧，法定代表人为陈桂波，注册资本和实收资本为800万元，公司类型为有限责任公司，经营范围为房地产开发经营，物业管理，室内外装修，项目投资。股东为陈桂波和郭少伟，持股比例分别为50%和50%。

汕头市雅致服饰有限公司

该公司具体情况详见本招股说明书“第五节、七、（一）发起人的基本情况”。

广东皮宝制药股份有限公司

广东皮宝制药股份有限公司成立于2000年3月25日，现持有汕头工商局核发的《企业法人营业执照》（注册号：440500000000755），住所在汕头市金园工业区11R2-2片区第1、2座，法定代表人柯少彬，公司股票已于2010年6月18日在深圳证券交易所上市，注册资本和实收资本为100,000,000元，公司类型为股份有限公司，主营业务为药品的生产和销售。股东包括太安堂集团有限公司、汕头市华宇投资控股有限公司、柯少芳、广东金皮宝投资有限公司，持股比例分别为46.75%、15%、9.95%、3.30%，合计持有公司75%的股份。

汕头市玩具实业有限公司

汕头市玩具实业有限公司成立于1985年9月20日，现持有汕头工商局核发的《企业法人营业执照》（注册号：440500400002497），住所在汕头市澄海区文祠东路286号，法定代表人丘良梅，注册资本和实收资本为1,100,000港元，公司类型为有限责任公司（台港澳与境内合作），经营范围为生产各式电动塑料玩具、木制品、木制玩具、绒毛玩具、彩贴玩具、布木玩具及其它来料加工业务。股东为汕头市澄海玩具总厂有限公司和香港建德塑胶五金厂有限公司，持股比例分别为60%和40%。

2009年7月28日汕头市玩具实业有限公司取得汕头市澄海区对外贸易经济合作局《澄外经贸字〔2009〕24号》《关于汕头市玩具实业有限公司提前终止经营的批复》，该公司于2010年2月9日注销。

（二）关联交易

1、经常性关联交易

公司向关联方销售情况如下：

公司通过中间贸易商华艺公司向国际客户出口了部分玩具产品。2007年1月1日至2010年6月30日，该项关联交易的交易金额、占当期同类型交易的比重如下表：

单位：元

关联方名称	2010年1-6月	2009年度	2008年度	2007年度
华艺公司	—	—	53,087,848.64	29,441,199.63
占当期同类型交易的比重	—	—	13.92%	9.12%

为避免关联交易，自2009年起，公司不再向华艺公司销售产品。

2008年以前，公司对境外销售采取分类管理的方式，对于零散的小客户，公司基于合理节约出口成本、提高出口效率考虑，利用香港海外贸易便利等优势，适当借助华艺公司，在销售的具体操作方式与华艺公司订立购销合同及向其开具购销发票，并根据最终客户的指示生产、备货，并直接将货物运至客户指定地，再由客户向公司付款。对于优质、稳定的大客户，公司采取的销售方式是直接与该等客户订立购销合同、开具购销发票，并出口至最终客户指定地。公司通过上述销售方式，能够有效避免零散客户数量多、货期短、货物种类繁多、重复报检、报关手续繁琐的问题，该种销售方式对公司存在一定必要性。

公司与华艺公司的关联交易虽然是公司与华艺公司订立购销合同、收取购销发票，但是公司发出的货物是直接到达目的国交付予最终客户的。因此，公司货物销售给香港华艺公司至香港华艺公司销售给最终客户之间不存在时间间隔，与其他客户一样，收入确认时点为销售货物在中国海关电子口岸查询到报关信息时，确认收入的依据为查询到的报关信息。

经过对比同类产品公司与独立第三方外贸进出口有限公司、台湾奇通有限公司的销售价格，公司2007年和2008年向华艺公司销售产品的价格参照与其他经销商的商定价格制定，交易价格公允，未损害公司和股东的利益。

2、偶发性关联交易

(1) 专利及专利申请权转让

2009年9月24日，邱良生与公司订立25份专利转让合同和3份专利申请权转让合同，将其拥有的28项专利权及专利申请权无偿转让予公司，同日，邱良生

与公司订立了4份专利申请权转让合同，将其拥有的4项专利申请权无偿转让予公司，转让手续已办理完毕。受让的专利情况详见本招股说明书“第六节、五、（二）主要无形资产情况”。

（2）关联担保

报告期内，股东郭祥彬、郭群和关联方郭卓才、汕头市华迪隆工艺制品有限公司为公司的银行贷款提供资产抵押担保或保证。截止本招股说明书签署日，正在履行的关联方为公司提供的担保如下：

A、2010年1月14日，公司与深圳发展银行股份有限公司广州东风中路支行订立了《综合授信额度合同》，向该支行贷款最高额度为5,000万元，综合授信额度的期限为2010年1月14日至2011年1月5日；2010年1月19日，公司与该支行订立了《贷款合同》，公司在上述额度内取得该支行3,000万元的贷款，贷款期限为12个月，自贷款实际发放之日起开始计算。郭祥彬为上述合同提供连带责任最高额保证担保。

B、2010年3月19日，公司与中国农业银行股份有限公司汕头澄海支行订立400万元的借款合同，借款期限自2010年3月19日至2011年2月18日止。2010年3月19日，公司与中国农业银行股份有限公司汕头澄海支行订立400万元的借款合同，借款期限自2010年3月19日至2011年2月18日止。郭卓才、汕头市华迪隆工艺制品有限公司、郭祥彬、郭群为上述合同债务提供连带责任保证担保。

C、2010年2月8日，公司与中国建设银行股份有限公司汕头市分行订立2,000万元的借款合同，借款期限自2010年2月8日至2011年2月7日。2010年2月25日，公司与中国建设银行股份有限公司汕头分行订立2,000万元的借款合同，借款期限自2010年2月25日至2011年2月24日。郭卓才、郭祥彬、郭群为上述合同债务提供连带责任保证担保。

D、2010年8月12日，公司与中国民生银行股份有限公司汕头分行订立了综合授信额度合同》，向该分行贷款最高额度为5,000万元，综合授信期限自2010年8月12日至2011年8月12日。同日，公司与该分行订立了《流动资金贷款借款合同》，公司在上述额度内取得该分行500万元的贷款，贷款期限为12个月，自贷款实际发放之日起开始计算，郭卓才、郭祥彬为上述合同提供连带责任最高额保证担保。

3、偿还股东对公司的借款

公司在经营发展过程中，由于资金相对紧张，建造厂房、办公楼时的部分工程款由股东代为支付，截至2006年12月31日尚欠股东工程款39,553,815.44元，该款项已于2007年支付完毕。

4、关联方未结算余额

单位：元

项 目	2010-6-30	2009.12.31	2008.12.31	2007.12.31
应收账款—华艺公司	—	—	13,878,160.10	96,226.34

（三）关联交易对财务状况和经营成果的影响

本公司在2007年1月1日至2010年6月30日与关联方发生的关联交易对公司财务状况和经营成果均不构成重大影响。

（四）《公司章程》及关联交易决策制度中对关联交易的安排

1、《公司章程》对规范关联交易的安排

（1）根据《公司章程》第七十七条 股东大会审议有关关联交易事项时，关联股东不应当参与投票表决，其所代表的有表决权的股份数不计入有效表决总数；股东大会决议中应当充分披露非关联股东的表决情况。

（2）根据《公司章程》第一百一十七条 董事与董事会会议决议事项所涉及的企业有关联关系的，不得对该项决议行使表决权，也不得代理其他董事行使表决权。该董事会会议由过半数的无关联关系董事出席即可举行，董事会会议所作决议须经无关联关系董事过半数通过。出席董事会的无关联董事人数不足3人的，应将该项提交股东大会审议。

2、《关联交易管理办法》对规范关联交易的安排

公司2007年第一次临时股东大会审议并通过了《关联交易管理办法》，对公司的关联交易决策做出相应规定，主要规定如下：

第九条 董事长有权判断并实施的关联交易是指：

- （一）与关联自然人发生的金额在30万元以下的关联交易；
- （二）与关联法人发生的金额300万元以下，且占公司最近一期经审计净资产的比例不足0.5%的关联交易。

第十条 董事会有权判断并实施的关联交易是指：

- （一）与关联自然人发生的金额高于30万元（含30万元）不足300万元的关

联交易；

（二）与关联法人发生的金额高于300万元（含300万元）不足3000万元，且占公司最近一期经审计净资产的比例在0.5%以上不足5%的关联交易；

（三）虽属于董事长有权决定的关联交易，但董事会、独立董事或监事会认为应当提交董事会审核的；

（四）股东大会特别授权董事会判断的关联交易，在股东大会因特殊事项导致非正常运作，且基于公司整体利益，董事会可做出判断并实施交易；

（五）导致对公司重大影响的非对价关联交易。

第十一条 应由股东大会授权并实施的关联交易：

（一）与关联自然人发生的金额高于300万元（含300万元）的关联交易；

（二）与关联法人发生的金额高于3000万元（含3000万元），且占公司最近一期经审计净资产的比例高于5%（含5%）的关联交易；

（三）虽属于董事长、董事会有权判断的关联交易，但独立董事或监事会认为应当提交股东大会表决的；

（四）属于董事会决定并实施的关联交易，但董事会认为应提交股东大会表决或者董事会因特殊事宜无法正常运作，该关联交易由股东大会审查并表决；

（五）对公司可能造成重大影响的关联交易。

属于本条第（二）项的关联交易，应当聘请具有执业证券、期货相关业务资格的中介机构，对交易标的进行评估或审计，并将该关联交易提交股东大会审议，对其中购买或者出售资产的关联交易，若所涉及的资产总额或者成交金额在连续十二个月内经累计计算超过公司最近一期经审计总资产30%的，应经出席会议的股东所持表决权的三分之二以上通过。

（六）公司为关联人提供担保的，不论数额大小，均应当在董事会审议通过后及时披露，并提交股东大会审议。公司为持股5%以下的股东提供担保的，参照前款规定执行，有关股东应当在股东大会上回避表决。

3、公司对独立董事审议关联交易的制度安排

根据公司2007年第一次股东大会暨创立大会通过的《独立董事工作细则》第二十六条规定，独立董事还应当就以下事项向董事会或股东大会发表独立意见：（四）公司的股东、实际控制人及其关联企业对本公司现有或新发生的总额

高于300万元或高于公司最近审计净资产值的5%的借款或资金来往，以及公司是否采取有效措施回收欠款。

(五) 发行人最近三年及一期关联交易制度的执行情况及独立董事意见

1、关联交易履行程序情况

公司最近三年及一期发生的关联交易均严格地履行了公司章程及有关制度的规定程序。

2、独立董事对重大关联交易发表的意见

公司独立董事对公司最近三年关联交易的公允性及履行法定审批程序情况发表如下独立意见：

“骅威玩具自2007年度至2009年度与关联方发生的关联销售的审议和表决程序符合《公司法》、《证券法》等法律、法规以及骅威玩具《章程》的有关规定；关联销售价格公允，符合公平、公开、公正的原则，有利于骅威玩具生产经营，不存在损害骅威玩具及其股东利益的情形”。

(六) 公司为减少关联交易已经采取或拟采取的措施

为了进一步减少关联交易，公司已采取或拟采取的措施如下：

1、公司已建立了独立的生产、供应、销售系统，与关联企业在业务、资产、机构、人员、财务等方面相互独立。

2、公司在2007-2008年与关联方华艺公司存在关联交易，为避免关联交易，自2009年起，公司不再向华艺公司销售产品。

3、为规范和减少关联交易，保证关联交易的公开、公平、公正，本公司董事会按照《公司法》、《上市公司章程指引》等有关法律、法规及相关规定，制定了《公司章程》、《关联交易管理办法》、《独立董事工作细则》、《董事会议事规则》、《股东大会议事规则》等规章制度，对关联交易的决策权限、决策程序及关联董事、关联股东的回避表决制度进行了详细的规定，以保证公司董事会、股东大会关联交易决策对其他股东利益的公允性。

第八节 董事、监事、高级管理人员与核心技术人员

一、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员简介

本公司董事会有9名董事，其中独立董事3名；监事会有3名监事；高级管理人员5名，其中总经理1名、副总经理3名、财务总监1名、董事会秘书由副总经理刘先知兼任。人员简历如下：

（一）董事会成员简介（共9人）

郭卓才，男，1942年出生，中国国籍，无境外永久居留权，中共党员。1962年至1968年，在部队服役，1968年至1979年，先后在澄海县搬运站、糕点厂和澄城镇剧团工作，1979年至1997年，任玩具总厂厂长，1997年起担任骅威有限董事长，并担任中国玩具协会副会长、广东省玩具协会副会长、汕头市澄海玩具协会会长、汕头市第六届人大代表、汕头市第七、八届政协委员、汕头市工商联副主席、汕头市澄海区外商投资协会副会长等职，曾获“全国首届百名优秀退伍军人企业家”、“中国转业退伍军人企业家”、“2005-2006年度中国玩具行业杰出企业家”、“中国玩具行业优秀企业家”、“广东省第二届优秀中国特色社会主义建设者”、“推动中国玩具发展风云人物”、“广州玩具和礼品行业协会第二届理事会名誉会长”等荣誉称号。具有30多年玩具和工艺产品规划、研发、制造、营销和品牌发展方面的丰富经验和专业能力，具有现代企业管理运作的战略眼光。2007年10月起任公司董事长，任期三年。

郭祥彬，男，1969年出生，中国国籍，无境外永久居留权，EMBA。1990年加入玩具总厂，1993年任玩具总厂的业务主管，1995年至1997年，任玩具总厂副厂长，1997年起任骅威有限副董事长兼总经理，并担任省级企业技术中心主任、汕头市澄海区第十二届人大代表、泰中文化人联合会第一届理事会副主席、汕头市澄海区玩具协会副会长、汕头市澄海区青联常委、汕头市澄海区青年企业家协会副会长等职。具有玩具行业良好的专业背景，拥有开拓市场、把握趋势的前瞻性视野和企业管理专业能力，曾参与起草《玩具安全——机械和物理性能》

和《玩具安全——通用要求》国家玩具标准。2007年10月起任公司副董事长、总经理，任期三年。

邱良生，男，1965年出生，中国国籍，无境外永久居留权，中共党员，EMBA结业。历任骅威有限制造部经理、副总经理，现任公司执行副总经理、省级企业技术中心副主任，中国质量检验协会会员。具有玩具行业良好的专业背景，拥有丰富的企业管理和工程管理的经验和能力。2007年10月起任公司董事、副总经理，任期三年。

郭群，男，1972年出生，中国国籍，无境外永久居留权，EMBA结业。历任骅威有限部门经理、副总经理。具有玩具行业良好的专业背景，具有产品创意策划、动漫影视创意、产品研发规划和市场营销方面丰富的经验和能力。2007年10月起任公司董事、副总经理，任期三年。

谢可平，男，1971年出生，中国国籍，无境外永久居留权，伦敦商学院金融硕士，中国注册会计师，国际注册内部审计师，CFA二级。1992年参加工作，历任中化广东进出口公司出口项目经理，德勤会计师事务所广州分所税务部税务及商业咨询顾问，中国证监会广东监管局上市公司监管处主任科员，现任广东皮宝制药股份有限公司副总经理。具有丰富的现代企业管理、投资管理、审计管理方面的经验和能力。2007年10月起任公司董事，任期三年。

陈健春，男，1968年出生，中国国籍，无境外永久居留权，高中学历。1988年参加工作，现任汕头市雅致服饰有限公司执行董事、广东省汕头市澄海区友谊有限公司销售经理，具有企业管理和市场营销方面丰富的经验和能力。2009年6月起任公司董事，任期至2010年10月止。

廖朝理，男，1965年出生，中国国籍，无境外永久居留权，中共党员，经济学硕士，高级会计师、首批具有证券从业资格的注册会计师、注册税务师。历任广州会计师事务所部门经理、广东粤财信托投资公司总部总经理助理兼投资银行部经理、广东民安证券经纪有限责任公司（含筹建期）审计部总经理兼该公司监事、广东高域会计师事务所首席合伙人、广州衡运会计师事务所有限公司的主任会计师，中和正信会计师事务所广东分所执行合伙人，现任天健正信会计师事务所有限公司广东分所执行合伙人、广州衡运税务师事务所有限公司所长，同时任广东新华发行集团股份有限公司、广东潮宏基实业股份有限公司、江门市科恒

实业股份有限公司独立董事。2009年6月起任公司独立董事，任期至2010年10月止。

谢明权，男，1946年出生，中国国籍，无境外永久居留权，中共党员，研究生学历，研究员，博士生导师。历任广东省农业科学院牧医所兽医研究所副所长、广东省农业科学院院长、博士生导师、广东省科技厅厅长，曾任第九、十届全国政协委员，广东省科协第五、六届副主席，2000年被国务院授予“全国先进工作者”称号，并享受国务院特殊津贴。现任广东省高新技术企业协会理事长、广东海大集团股份有限公司独立董事。2009年6月任公司独立董事，任期至2010年10月止。

李昇平，男，1966年出生，中国国籍，无境外永久居留权，博士，教授，博士生导师。曾任汕头大学机械电子工程系主任，现任汕头大学工学院副院长、汕头大学“智能制造技术”教育部重点实验室副主任、汕头轻工装备研究院常务副院长。近年来，主持了国家自然科学基金项目、广东省重大科技专项项目、国家计委工业自动化关键技术产业化项目等10多项重大科研项目。2005年获广东省自然科学二等奖1项，2008年获汕头市科技成果一等奖1项，2009年转让国家发明专利技术1项。2005年评为汕头市十佳青年科技带头人，2007年获得李嘉诚基金会卓越教学奖，2009年评为汕头市优秀拔尖人才，2009年评为南粤优秀教师奖，2010年获得广东省教学名师奖。2009年6月起任公司独立董事，任期至2010年10月止。

（二）监事会成员简介（共3人）

林丽乔，女，1957年出生，中国国籍，无境外永久居留权，中共党员，中专学历，担任公司行政部经理。曾任汕头市澄海区第四届女厂长女经理联谊会副会长、汕头市澄海区第五届女企业家联谊会副会长。曾获“巾帼能手”，“优秀妇女干部”，“优秀党务工作者”等荣誉称号。具有良好的行政和人力资源管理方面的经验和能力。2007年10月起任公司监事，任期三年。

林伟集，男，1969年出生，中国国籍，无境外永久居留权，中专学历，担任公司海外事业部经理。具有良好的玩具行业和国际贸易专业背景以及10多年的国外市场营销能力和经验。2007年10月起任公司监事（职工代表监事），任期三年。

陈奕武，男，1960年出生，中国国籍，无境外永久居留权，中共党员，高中学历。现任公司工会主席。历任澄海玩具总厂车间主任、西门分厂负责人。曾任澄海城镇人大代表，多次荣获优秀共产党员荣誉称号。具有良好的职业道德，对工厂生产、制造具有多年实践经验、对生产计划和管理有较强的能力。2009年6月起任公司监事，任期至2010年10月止。

（三）高级管理人员简介（共5人）

郭祥彬，总经理，简要情况详见本节董事会成员简介。

邱良生，副总经理，简要情况详见本节董事会成员简介。

郭群，副总经理，简要情况详见本节董事会成员简介。

刘先知，男，1968年出生，中国国籍，无境外永久居留权，大学学历。现任省级企业技术中心副主任，中国质量检验协会会员。1989年参加工作，历任大型外资企业计划、品质、人力资源等重要部门经理和管理者代表、总经理助理、骅威有限副总经理等职务。具有扎实的企业战略规划、人力资源管理、综合体系建设、市场营销方面的理论和应用创新能力。曾参与起草《玩具安全——机械和物理性能》和《玩具安全——通用要求》国家玩具标准，与他人合作编著《质量学习指南》。2002年10月加入骅威有限，历任副总经理、管理者代表，2008年1月15日起任公司董事会秘书、副总经理，任期至2010年10月止。

陈楚君，女，1962年出生，中国国籍，无境外永久居留权，中共党员，大专学历，EMBA结业，会计师，汕头市财务协会理事。历任骅威有限财务管理部经理，财务总监。具有良好的财务管理方面专业知识和管理经验。2007年10月起任财务总监，任期三年。

（四）核心技术人员

邱良生，（参见本节“一、（一）董事会成员简介”）

邱良生擅长产品研发设计、生产技术、注塑技术等。加入公司13年以来，一直致力于产品开发和制造管理工作，领导公司研发团队成功开发了智能型电动玩具娃娃、骑乘童车等系列产品，累计为公司获得40多项国家专利。

郭群，（参见本节“一、（一）董事会成员简介”）

郭群具有玩具行业良好的专业背景，具有产品创意策划、动漫影视创意、产品研发规划和市场营销方面丰富的经验和能力。其负责策划的影视科幻片《蛋神

奇踪》在国内播放后反响强烈，带动了其衍生产品在国内市场的热销。其主持规划的“多功能玩具太空飞船模型学习机”获得2009年中国玩具行业创“星”大赛金奖。

刘元学，男，1979年出生，中国国籍，无境外永久居留权，工程部高级经理，高级工程师。机械设计与自动化本科毕业，2004年7月加入公司，历任结构设计工程师，项目经理，产品设计高级工程师。

刘元学擅长机械结构设计、工艺自动化设计、产品设计与研发项目管理。能够熟练地应用各国玩具产品标准进行产品设计，独立领导新产品策划、研发、试制、投产的各项工作。具有组织设计开发各类智能电子玩具、遥控车模、仿真系列玩具的能力和丰富经验。在公司从业期间参与完成了“智能型电动玩具娃娃系列、同频八通对打机器人模型系列、仿真模型电动玩具车系列”等产品设计，并为公司申请多项专利。其承担研发的“语音识别与高频遥控一体化智能模型装置”项目于2008年列为国家火炬计划项目。

二、董事、监事的提名和选聘情况

（一）董事提名和选聘情况

2007年10月23日，公司召开第一次股东大会暨创立大会，选举郭卓才、郭祥彬、郭群、邱良生和谢可平为公司第一届董事会董事。

2007年10月23日，公司召开第一届董事会第一次会议，选举郭卓才为公司董事长。

2009年6月20日，经公司2009年第二次临时股东大会审议，增选陈健春担任公司第一届董事会董事，并选举廖朝理、谢明权和李昇平担任公司第一届董事会独立董事。

（二）监事提名和选聘情况

2007年10月23日，公司召开第一次股东大会暨创立大会，选举林丽乔、蔡宝莹为监事，与职工代表监事林伟集共同组成公司第一届监事会。

2007年10月23日，公司召开第一届监事会第一次会议，选举林丽乔为公司监事会主席。

因为监事蔡宝莹辞职，2009年6月20日，经公司2009年第二次临时股东大

会审议，选举陈奕武为第一届监事会监事。

三、公司董事、监事、高管人员与核心技术人员及其近亲持有本公司股份的情况

截至本招股说明书签署日，除公司副董事长兼总经理郭祥彬、董事兼副总经理郭群、董事陈健春（间接）外，公司董事、监事、高管人员与核心技术人员及其近亲属均不持有本公司股份。郭祥彬、郭群、陈健春持有本公司股份及其变动情况见下表：

姓名	2007-7-19		2007-7-23		本招股书签署日	
	出资（元）	比例（%）	出资（元）	比例（%）	股数（股）	比例（%）
郭祥彬	20,529,200	68.00	20,529,200	51.00	33,660,000	51.00
郭群	3,453,736	11.44	3,453,736	8.58	5,662,800	8.58
陈健春*	1,811,400	6.00	1,811,400	4.50	2,970,000	4.50

*陈健春持有雅致服饰60%的股权，雅致服饰直接持有本公司股份297万股，占发行前总股本的4.5%，上表中陈健春为通过雅致服饰间接持股。

上述股份目前无质押或冻结情况。

四、公司董事、监事、高级管理人员与核心技术人员的对外投资情况

截至本招股说明书签署日，公司董事陈健春持有汕头市雅致服饰有限公司60%的股权。

除陈健春外，本公司其他董事、监事、高级管理人员和核心技术人员不存在对外投资的情况。

五、公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员最近一年从公司及关联企业领取报酬情况

（一）董事、监事、高级管理人员及核心技术人员报酬安排情况如下：

姓名	职务	2009年(万元/年)	领薪单位
郭卓才	董事长	15	公司
郭祥彬	副董事长、总经理	12	公司
邱良生	董事、副总经理、核心技术人员	10	公司
郭群	董事、副总经理、核心技术人员	10	公司
谢可平	董事	—	—
陈健春	董事	—	—
谢明权	独立董事	3	公司
廖朝理	独立董事	3	公司
李昇平	独立董事	3	公司
林丽乔	监事(主席)	5	公司
林伟集	监事	5	公司
陈奕武	监事	5	公司
刘先知	董事会秘书、副总经理	10	公司
陈楚君	财务总监	8	公司
刘元学	核心技术人员	7	公司

六、公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员兼职情况

姓名	本公司职务	兼职单位	兼职情况	兼职单位与本公司关系
郭卓才	董事长	中国玩具协会	副会长	无
		广东玩具协会	副会长	无
		汕头市澄海玩具协会	会长	无
谢可平	董事	广东皮宝制药股份有限公司	副总经理	关联方
陈健春	董事	广东省汕头市澄海区友谊有限公司	销售经理	无
		汕头市雅致服饰有限公司	执行董事	股东
廖朝理	独立董事	天健正信会计师事务所有限公司广东分所	执行合伙人	无
		广州衡运税务师事务所有限公司	所长	无
		广东新华发行集团股份有限公司	独立董事	无
		广东潮宏基实业股份有限公司	独立董事	无

		江门市科恒实业股份有限公司	独立董事	无
谢明权	独立董事	广东省高新技术企业协会	理事长	无
		广东海大集团股份有限公司	独立董事	无
李昇平	独立董事	汕头大学工学院	副院长	无
		汕头大学“智能制造技术”实验室	副主任	无
		汕头轻工装备研究院	常务副院长	无
陈楚君	财务总监	汕头财务协会	理事	无

除以上人员外，公司其他董事、监事、高级管理人员及核心技术人员不存在对外兼职情况。

七、公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员相互之间存在的亲属关系

公司董事长郭卓才与副董事长兼总经理郭祥彬、董事兼副总经理郭群为父子关系。公司副董事长兼总经理郭祥彬与董事兼副总经理郭群为兄弟关系。公司副总经理邱良生为董事长郭卓才配偶的弟弟。

其余董事、监事、高级管理人员与核心技术人员相互之间不存在亲属关系。

八、公司与董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的协议、承诺及其履行情况

公司董事、监事、高级管理人员与核心技术人员均在本公司任职，均与公司签订了《劳动合同》，按照《公司章程》的有关规定明确了任职责任与义务、辞职规定及离职后持续义务。目前本公司与上述所有人员除签订《劳动合同》外，没有签订过对上述人员提供诸如借款、担保等协议。

公司与高级管理人员、核心技术人员签订了《保密协议》。公司高级管理人员、核心技术人员均向公司郑重承诺，在保密信息成为公开信息之前的阶段严格遵守公司规定的保密规章制度，履行保密义务，保守公司的秘密信息。

九、公司董事、监事、高级管理人员任职资格

公司董事、监事、高级管理人员符合《公司法》等法律法规和《公司章程》规定的任职资格。

十、公司董事、监事、高级管理人员近三年及一期的变动情况

（一）董事变动情况

1、2007年公司变更为股份有限公司之前，郭卓才、郭祥彬和郭群共同组成公司董事会。

2、公司变更为股份有限公司时，经公司2007年10月23日创立大会暨第一次股东大会审议，选举郭卓才、郭祥彬、郭群、邱良生和谢可平为公司第一届董事会董事。

3、2007年10月23日，经公司第一届董事会第一次会议审议，选举郭卓才为董事长，选举郭祥彬为副董事长。

4、2009年6月20日，经公司2009年第二次临时股东大会审议，增选陈健春担任公司第一届董事会董事，并选举廖朝理、谢明权和李昇平担任公司第一届董事会独立董事。

上述董事任职情况的变化符合《公司法》和《公司章程》的相关规定，并已履行了必要的法律程序。

（二）监事变动情况

1、2007年公司变更为股份有限公司之前，公司未设监事会，仅设1名监事，由林丽乔担任。

2、公司变更为股份有限公司时，经公司2007年10月23日创立大会暨第一次股东大会审议，选举林丽乔、蔡宝莹为监事，与职工代表监事林伟集共同组成公司第一届监事会。

3、2007年10月23日，经公司第一届监事会第一次会议审议，选举林丽乔为公司第一届监事会主席。

4、因为监事蔡宝莹辞职，2009年6月20日，经公司2009年第二次临时股东大会审议，选举陈奕武为监事。

上述监事任职情况的变化符合《公司法》和《公司章程》的相关规定，并已履行了必要的法律程序。

（三）高级管理人员变动情况

1、2007年公司变更为股份有限公司之前，公司总经理为郭祥彬，财务负责人为陈楚君。

2、公司变更为股份有限公司时，经公司2007年10月23日第一届董事会第一次会议审议，聘任郭祥彬为总经理，郭群和邱良生为副总经理，陈楚君为财务负责人。

3、2008年1月15日，经公司第一届董事会第三次会议审议通过，聘任刘先知先生为董事会秘书、副总经理。

上述高级管理人员任职情况的变化符合《公司法》和《公司章程》的相关规定，并已履行了必要的法律程序。

第九节 公司治理

一、公司股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度的建立健全及运行情况

2007年10月23日，公司召开创立大会暨第一次股东大会，选举产生了公司第一届董事会、监事会成员，并审议通过了《公司章程》，对股东大会、董事会和监事会的权责和运作进行了具体规定。此后，根据《公司法》及有关规定，股东大会又审议通过了《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》、《独立董事工作细则》等制度，且股东大会规范运行。

（一）股东大会制度的建立健全及运行情况

公司在《公司章程》中规定了股东的权利和义务、股东大会的职权和相应的股东大会议事规则，股东大会严格按照《公司章程》的相关规定规范运行。

1、股东权利和义务

公司建立了股东名册，股东名册是证明股东持有公司股份的充分证据。股东按其所持有股份的种类享有权利，承担义务；持有同一种类股份的股东，享有同等权利，承担同种义务。

公司《公司章程》规定，公司股东享有下列权利：

- （1）依照其所持有的股份份额获得股利和其他形式的利益分配；
- （2）依法请求、召集、主持、参加或者委派股东代理人参加股东大会，并行使相应的表决权；
- （3）对公司的经营进行监督，提出建议或者质询；
- （4）依照法律、行政法规及本章程的规定转让、赠与或质押其所持有的股份；
- （5）查阅本章程、股东名册、公司债券存根、股东大会会议记录、董事会会议决议、监事会会议决议、财务会计报告；
- （6）公司终止或者清算时，按其所持有的股份份额参加公司剩余财产的分配；

(7) 对股东大会作出的公司合并、分立决议持异议的股东，要求公司收购其股份；

(8) 法律、行政法规、部门规章或本章程规定的其他权利。

公司《公司章程》规定，公司股东承担以下义务：

(1) 遵守法律、行政法规和本章程；

(2) 依其所认购的股份和入股方式缴纳股金；

(3) 除法律、法规规定的情形外，不得退股；

(4) 不得滥用股东权利损害公司或者其他股东的利益；不得滥用公司法人独立地位和股东有限责任损害公司债权人的利益；公司股东滥用股东权利给公司或者其他股东造成损失的，应当依法承担赔偿责任。公司股东滥用公司法人独立地位和股东有限责任，逃避债务，严重损害公司债权人利益的，应当对公司债务承担连带责任；

(5) 法律、行政法规及本章程规定应当承担的其他义务。

2、对控股股东限制性要求

《公司章程》规定：公司的控股股东、实际控制人员不得利用其关联关系损害公司利益。违反规定的，给公司造成损失的，应当承担赔偿责任。公司控股股东及实际控制人对公司和股东负有诚信义务。控股股东应严格依法行使出资人的权利，控股股东不得利用利润分配、资产重组、对外投资、资金占用、借款担保等方式损害公司和其他股东的合法权益，不得利用其控制地位损害公司和其他股东的利益。

3、股东大会的职权

股东大会是公司的权利机构，依法行使下列职权：

(1) 决定公司的经营方针和投资计划；

(2) 选举和更换非由职工代表担任的董事、监事，决定有关董事、监事的报酬事项；

(3) 审议批准董事会的报告；

(4) 审议批准监事会报告；

(5) 审议批准公司的年度财务预算方案、决算方案；

(6) 审议批准公司的利润分配方案和弥补亏损方案；

- (7) 对公司增加或者减少注册资本作出决议；
- (8) 对发行公司债券作出决议；
- (9) 对公司合并、分立、解散、清算或者变更公司形式作出决议；
- (10) 修改本章程；
- (11) 对公司聘用、解聘会计师事务所作出决议；
- (12) 审议批准公司股东大会职权范围内的担保事项；
- (13) 审议公司在一年内购买、出售重大资产超过公司最近一期经审计总资产30%的事项；
- (14) 审议批准变更募集资金用途事项；
- (15) 审议股权激励计划；
- (16) 审议法律、行政法规、部门规章或本章程规定应当由股东大会决定的其他事项。

4、股东大会的议事规则

《公司章程》规定：股东大会分为年度股东大会和临时股东大会。年度股东大会每年召开1次，应当于上一会计年度结束后的6个月内举行。股东大会决议分为普通决议和特别决议。股东大会作出普通决议，应当由出席股东大会的股东（包括股东代理人）所持表决权的过半数通过。股东大会作出特别决议，应当由出席股东大会的股东（包括股东代理人）所持表决权的2/3以上通过。

公司设立以来历次股东大会的会议通知方式、召开方式、表决方式等均符合《公司法》、《公司章程》的规定，会议记录完整规范，股东大会依法履行《公司法》、《公司章程》赋予的责任。

（二）董事会制度的建立健全及运行情况

公司根据《公司法》、《公司章程》制定了《董事会议事规则》，规范董事会的运行。公司董事严格按照《公司章程》和《董事会议事规则》的规定行使权利，履行义务。

1、董事会构成

《公司章程》规定：公司董事为自然人。董事由股东大会选举或更换，任期三年。董事任期届满，可连选连任。董事可以由经理或者其他高级管理人员兼任，但兼任经理或者其他高级管理人员职务的董事以及由职工代表担任的董事，总计

不得超过公司董事总数的1/2。董事会由9名董事组成，设董事长1人，副董事长1人。

2、董事会职权

《公司章程》规定，董事会行使下列职权：

- (1) 召集股东大会，并向股东大会报告工作；
- (2) 执行股东大会的决议；
- (3) 决定公司的经营计划和投资方案；
- (4) 制订公司的年度财务预算方案、决算方案；
- (5) 制订公司的利润分配方案和弥补亏损方案；
- (6) 制订公司增加或者减少注册资本、发行债券或其他证券及上市方案；
- (7) 拟订公司重大收购、收购本公司股票或者合并、分立、解散及变更公司形式的方案；
- (8) 在股东大会授权范围内，决定公司对外投资、收购出售资产、资产抵押、对外担保事项、关联交易等事项；
- (9) 决定公司内部管理机构的设置；
- (10) 聘任或者解聘公司经理、董事会秘书；根据经理的提名，聘任或者解聘公司副经理、财务负责人等高级管理人员，并决定其报酬事项和奖惩事项；
- (11) 制订公司的基本管理制度；
- (12) 制订本章程的修改方案；
- (13) 管理公司信息披露事项；
- (14) 向股东大会提请聘请或更换为公司审计的会计师事务所；
- (15) 听取公司经理的工作汇报并检查经理的工作；
- (16) 发现控股股东及实际控制人侵占资产时申请司法冻结，凡不能以现金清偿的，通过变现股权偿还侵占资产。
- (17) 发现公司董事、高级管理人员协助、纵容控股股东、实际控制人及其附属企业侵占公司资产时，董事会将视情节轻重对直接责任人给予处分或对负有严重责任的董事提请股东大会予以罢免。
- (18) 法律、行政法规、部门规章或本章程授予的其他职权。

3、董事会议事规则

《公司章程》和《董事会议事规则》规定：董事会每年至少召开两次会议。由董事长召集，于会议召开10日前书面通知全体董事和监事。代表1/10以上表决权的股东、1/3以上董事或者监事，可以提议召开董事会临时会议。董事会会议应有过半数的董事出席方可举行。董事会会议，应由董事本人出席；董事因故不能出席，可以书面委托其他董事代为出席。董事会作出决议，必须经全体董事的过半数通过。董事会决议的表决，实行一人一票。董事会决议表决采用记名方式投票表决。

董事与董事会会议决议事项所涉及的企业有关联关系的，不得对该项决议行使表决权，也不得代理其他董事行使表决权。该董事会会议由过半数的无关联关系董事出席即可举行，董事会会议所作决议须经无关联关系董事过半数通过。出席董事会的无关联董事人数不足3人的，应将该事项提交股东大会审议。

公司设立以来历次董事会的会议通知方式、召开方式、表决方式等均符合《公司法》和《公司章程》的规定，会议记录完整规范，董事会依法履行了《公司法》、《公司章程》赋予的权利和义务。

（三）监事会制度的建立健全及运行情况

公司根据《公司法》、《公司章程》制定了《监事会议事规则》，规范监事会运行。公司监事严格按照《公司章程》和《监事会议事规则》的规定行使权利，履行义务。

1、监事会构成

《公司章程》规定：监事会由三名监事组成，设主席一人。监事会主席由全体监事过半数选举产生。监事会应当包括股东代表和适当比例的公司职工代表，其中职工代表的比例为1/3。监事会中的职工代表由公司职工通过职工代表大会、职工大会或者其他形式民主选举产生。

2、监事会职权

《公司章程》规定，监事会行使下列职权：

- （1）应当对董事会编制的公司定期报告进行审核并提出书面审核意见；
- （2）检查公司财务；
- （3）对董事、高级管理人员执行公司职务的行为进行监督，对违反法律、行政法规、本章程或者股东大会决议的董事、高级管理人员提出罢免的建议；

(4) 当董事、高级管理人员的行为损害公司的利益时，要求董事、高级管理人员予以纠正；

(5) 提议召开临时股东大会，在董事会不履行《公司法》规定的召集和主持股东大会职责时召集和主持股东大会；

(6) 向股东大会提出提案；

(7) 依照《公司法》第一百五十二条的规定，对董事、高级管理人员提起诉讼；

(8) 发现公司经营情况异常，可以进行调查；必要时，可以聘请会计师事务所、律师事务所等专业机构协助其工作，费用由公司承担。

3、监事会议事规则

《公司章程》和《监事会议事规则》规定：监事会每6个月至少召开一次会议。监事可以提议召开临时监事会会议。监事会会议的表决实行一人一票，以记名和书面等方式进行。监事会形成决议应当全体监事过半数同意。

公司设立以来历次监事会的会议通知方式、召开方式、表决方式等均符合《公司法》、《公司章程》的规定，会议记录完整规范，监事会依法履行《公司法》、《公司章程》赋予的责任。

(四) 独立董事制度的建立健全及运行情况

1、独立董事情况

2009年6月20日，经公司2009年第二次临时股东大会决议通过，选举廖朝理先生、谢明权先生和李昇平先生担任公司独立董事。目前，公司董事会成员9人，其中有3名独立董事，占董事会成员总数的比例1/3，其中廖朝理先生为会计专业人士。

2、独立董事的制度安排

《独立董事工作细则》规定，担任本公司独立董事应当符合下列基本条件：

(1) 根据法律、行政法规及其他有关规定，具备担任上市公司董事的资格；

(2) 具有独立性；

(3) 具备上市公司运作的基本知识，熟悉相关法律、行政法规、规章及规则；

(4) 具有五年以上法律、经济或者其他履行独立董事职责所必需的工作经

验；

(5) 《公司章程》规定的其他条件。

下列人员不得担任独立董事：

(1) 在本公司或者本公司附属企业任职的人员及其直系亲属、主要社会关系（直系亲属是指配偶、父母、子女等；主要社会关系是指兄弟姐妹、岳父母、儿媳女婿、兄弟姐妹的配偶、配偶的兄弟姐妹等）；

(2) 直接或间接持有本公司已发行股份1%以上或者是本公司前十名股东中的自然人股东及其直系亲属；

(3) 直接或间接持有本公司已发行股份5%以上的股东单位或者在本公司前五名股东单位任职的人员及其直系亲属；

(4) 最近一年内曾经具有前三项所列举情形的人员；

(5) 为本公司或者其附属企业提供财务、法律、咨询等服务的人员；

(6) 在本公司的贷款银行、供货商、经销商单位任职的人员；

(7) 《公司章程》规定的其他人员；

(8) 中国证监会认定的其他人员。

公司董事会、监事会、单独或者合并持有公司已发行股份1%以上的股东可以提出独立董事候选人，并经股东大会选举决定。独立董事每届任期与公司董事会其他董事任职期相同，任期届满，连选可连任，但是连任时间不得超过六年。独立董事连续三次未亲自出席董事会会议的，或出现不符合独立性条件或其他不适宜履行独立董事职责的情况，由董事会提请股东大会予以撤换。

独立董事除具有《公司法》、《公司章程》和其他相关法律、法规赋予董事的职权外，还具有下列特别职权：

(1) 重大关联交易应由独立董事认可后，提交董事会讨论；独立董事在作出判断前，可以聘请中介机构出具独立财务顾问报告，作为其判断的依据；

(2) 向董事会提议聘用或解聘会计师事务所；

(3) 向董事会提请召开临时股东大会；

(4) 提议召开董事会；

(5) 独立聘请外部审计机构和咨询机构；

(6) 可以在股东大会召开前公开向股东征集投票权。

独立董事行使前款规定的特别职权应当取得全体独立董事的二分之一以上同意。经全体独立董事同意，独立董事要聘请外部审计机构和咨询机构，对公司的具体事项进行审计和咨询，相关费用由公司承担。

独立董事除履行上述职责外，还应对以下事项向董事会或股东大会发表独立意见：

(1) 提名、任免董事；

(2) 聘任或解聘高级管理人员；

(3) 公司董事、高级管理人员的薪酬；

(4) 公司的股东、实际控制人及其关联企业对本公司现有或新发生的总额高于300万元或高于公司最近审计净资产值的5%的借款或资金来往，以及公司是否采取有效措施回收欠款；

(5) 独立董事认为可能损害中小股东权益的事项；

(6) 法律、法规、公司章程及规范性文件要求独立董事发表意见的事项。

独立董事发表独立意见应当是以下几类意见之一：同意；保留意见及其理由；反对意见及其理由；无法发表意见及其障碍。如有关事项属于需要披露的事项，公司应当将独立董事的意见予以公告，独立董事出现意见分歧无法达成一致时，董事会应将各独立董事的意见分别披露。

3、独立董事实际发挥作用的情况

本公司独立董事任职以来，认真履行职权，在公司的决策中起到了积极的作用。

(五) 董事会秘书制度的建立健全及运行情况

公司建立了董事会秘书制度，并规范运作。《公司章程》规定：公司设董事会秘书，负责公司股东大会和董事会会议的筹备、文件保管以及公司股东资料管理，办理信息披露事务等事宜。董事会秘书应遵守法律、行政法规、部门规章即本章程的有关规定。

董事会秘书人选由公司董事长提名，报请公司董事会聘任或解聘。经董事长郭卓才提名，公司第一届董事会聘任刘先知先生担任公司董事会秘书。

公司董事会秘书刘先知先生自任职以来，认真履行了各项职责，在公司的运作中起到了积极的作用。

（六）专门委员会的设置情况

1、董事会专门委员会的设置情况

公司董事会下设审计委员会、薪酬与考核委员会、提名委员会和战略委员会四个专门委员会，其中审计委员会、薪酬与考核委员会和提名委员会中独立董事占多数并担任主任委员（召集人）。

各专门委员会的组成情况见下表：

委员会名称	成员	主任委员
审计委员会	廖朝理（*）、李昇平（*）、邱良生	廖朝理（*）
薪酬与考核委员会	李昇平（*）、谢明权（*）、郭群	李昇平（*）
提名委员会	李昇平（*）、谢明权（*）、郭祥彬	李昇平（*）
战略委员会	郭卓才、郭祥彬、谢明权（*）	郭卓才

注：标注“*”的为独立董事。

2、各专门委员会职责权限

（1）审计委员会的主要职权

审计委员会行使下列主要职权：（一）提议聘请或更换外部审计机构；（二）监督公司的内部审计制度及其实施；（三）负责内部审计与外部审计之间的沟通；（四）审核公司的财务信息；（五）审查公司内控制度；（六）公司董事会授予的其他职权。

（2）薪酬与考核委员会的主要职权

薪酬与考核委员会行使下列主要职权：（一）根据董事及高级管理人员岗位的主要范围、职责、重要性制定薪酬计划或方案；（二）薪酬计划或方案主要包括但不限于绩效评价标准、程序及主要评价体系，奖励和处罚的主要方案和制度等；（三）审查公司董事及高级管理人员的履行职责情况并对其进行年度绩效考评；（四）负责对公司薪酬制度执行情况进行监督；（五）公司董事会授予的其他职权。

（3）提名委员会的主要职权

提名委员会行使下列主要职权：（一）根据公司经营情况、资产规模和股权结构对董事会的规模和构成向董事会提出合理建议；（二）研究公司董事、高级管理人员的选择标准和程序，并向董事会提出建议；（三）广泛搜寻合格的董事和高级管理人员的人选；（四）对董事候选人和高级管理人员进行审查并提出建

议；（五）公司董事会授予的其他职权。

（4）战略委员会的主要职权

战略委员会行使下列主要职权：（一）对公司长期发展战略规划进行研究并提出建议；（二）对《公司章程》规定须经董事会批准的重大投融资方案进行研究并提出建议；（三）对《公司章程》规定须经董事会批准的重大资本、资产经营项目进行研究并提出建议；（四）对其他影响公司发展的重大事项进行研究并提出建议；（五）对上述事宜的实施过程进行监督和检查；（六）公司董事会授予的其他职权。

二、公司近三年及一期违法违规行为情况

公司已依法建立健全股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度。最近三年及一期，公司董事、监事及高级管理人员严格按照《公司章程》及相关法律法规的规定开展经营活动，未发生违法违规行为。

三、公司近三年及一期资金占用和对外担保的情况

公司有严格的资金管理制度，近三年及一期不存在资金被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业占用的情形。

2007年第一次临时股东大会通过了《对外担保制度》，其中明确了对外担保的审批权限和审议程序。近三年及一期公司不存在为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业进行担保的情形。

四、公司内部控制制度情况

（一）公司管理层的自我评估意见

公司根据《公司法》、《证券法》、《上市公司治理准则》等有关法律法规的规定，制定了《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》、《总经理工作细则》等重大规章制度，明确了股东大会、董事会、监事会及经理层的权责范围和工作程序。股东大会、董事会、监事会的召开、重大决策等行为合法、合规、真实、有效。公司制定的内部管理与控制制度以公司的基本管理制度为基础，涵盖了财务预算、生产计划、物资采购、产品销售、对外投资、

人事管理、内部审计等整个生产经营过程，确保各项工作都有章可循，形成了规范的管理体系。

公司在内部控制建立过程中，充分考虑了本行业的特点和公司多年管理经验，保证了内控制度符合公司生产经营的需要，对经营风险起到了有效的控制作用。

公司制定内部控制制度以来，各项制度均得到有效的执行，对于公司加强管理、规范运行、提高经济效益以及公司的长远发展起到了积极有效的作用。

随着公司的不断发展，管理层也将根据公司发展的实际需要，对内部控制制度不断加以改进和完善，从而使内控制度得到进一步完善和提高。

（二）注册会计师对公司内部控制制度的评价意见

正中珠江会计师事务所按照《中国注册会计师其他鉴证业务准则3101号-历史财务信息审计或审阅以外的鉴证业务》，对公司内部控制制度进行了评估，出具了广会所专字[2010]第08000340151号《内部控制鉴证报告》，认为公司“按照《内部会计控制规范—基本规范（试行）》以及其他控制标准于截至2010年6月30日止在所有重大方面保持了与财务报表编制相关的有效的内部控制。”

第十节 财务会计信息

以下财务数据，非经特别说明，均引自经具有证券期货从业资格的广东正中珠江会计师事务所有限公司出具的广会所审字【2010】第08000340128号《审计报告》。公司谨提醒投资者还应关注本招股说明书所附财务报告和审计报告全文，以获取更全面的财务信息。

一、公司最近三年及一期的财务报表

(一) 资产负债表

资产负债表

单位：元

资产	2010-6-30	2009-12-31	2008-12-31	2007-12-31
流动资产：				
货币资金	37,541,308.73	27,540,389.10	11,966,658.63	10,188,773.03
交易性金融资产				
应收票据				
应收账款	74,982,932.79	35,957,998.81	34,929,224.40	17,869,819.10
预付款项	10,442,263.97	38,654,819.28	17,207,275.56	14,032,297.96
应收利息				
应收股利				
其他应收款	10,097,710.52	9,591,617.63	8,412,054.96	2,506,106.59
存货	84,900,964.75	81,906,518.67	78,830,816.17	63,646,906.46
一年内到期的非流动资产				
其他流动资产				
流动资产合计	217,965,180.76	193,651,343.49	151,346,029.72	108,243,903.14
非流动资产：				
可供出售金融资产				
持有至到期投资				
长期应收款				
长期股权投资				

投资性房地产				
固定资产	79,395,471.75	79,643,665.97	78,695,541.98	78,221,670.05
在建工程				
工程物资				
固定资产清理				
生产性生物资产				
油气资产				
无形资产	19,227,758.69	19,470,170.21	19,954,993.25	19,789,626.90
开发支出				
商誉				
长摊待摊费用	1,266,666.70	1,600,000.00	1,753,333.33	
递延所得税资产	500,908.26	546,395.51	94,877.70	41,283.70
其他非流动资产				
非流动资产合计：	100,390,805.40	101,260,231.69	100,498,746.26	98,052,580.65
资产总计：	318,355,986.16	294,911,575.18	251,844,775.98	206,296,483.79

资产负债表（续）

单位：元

负债和股东权益	2010-6-30	2009-12-31	2008-12-31	2007-12-31
流动负债：				
短期借款	126,000,000.00	119,166,000.00	115,500,000.00	64,000,000.00
交易性金融负债				
应付票据				
应付账款	6,969,801.07	8,432,921.10	12,479,526.74	3,287,805.74
预收款项	1,391,175.91	1,672,783.06	514,433.02	8,350.84
应付职工薪酬	3,887,360.80	2,921,046.80	1,412,074.00	2,955,905.32
应交税费	-1,479,127.07	1,679,247.73	2,931,468.42	2,720,323.29
应付利息	174,713.75	180,411.28	84,661.02	174,722.50
应付股利				
其他应付款	3,163,082.98	2,314,257.45	800,000.00	5,147,310.00
一年内到期的非流动 负债				
其他流动负债				

流动负债合计：	140,107,007.44	136,366,667.42	133,722,163.20	78,294,417.69
非流动负债：				
长期借款				40,000,000.00
应付债券				
长期应付款				
专项应付款				
预计负债				
递延所得税负债				
其他非流动负债	2,000,000.00			-
非流动负债合计：	2,000,000.00			40,000,000.00
负债合计：	142,107,007.44	136,366,667.42	133,722,163.20	118,294,417.69
股东权益：				
股本	66,000,000.00	66,000,000.00	66,000,000.00	66,000,000.00
资本公积	3,390,561.22	3,390,561.22	3,390,561.22	3,390,561.22
减：库存股				
专项储备				
盈余公积	9,477,021.16	9,477,021.16	5,434,791.66	2,422,736.99
一般风险准备				
未分配利润	97,381,396.34	79,677,325.38	43,297,259.90	16,188,767.89
股东权益合计：	176,248,978.72	158,544,907.76	118,122,612.78	88,002,066.10
负债及股东权益合计：	318,355,986.16	294,911,575.18	251,844,775.98	206,296,483.79

(二) 利润表

利润表

单位：元

项 目	2010年1-6月	2009年度	2008年度	2007年度
一、营业收入	184,832,519.15	431,056,744.93	381,445,584.79	322,705,491.47
减：营业成本	140,881,731.21	346,312,991.74	312,500,277.74	266,389,693.21
营业税金及附加	1,191,618.09	2,144,973.77	2,239,853.38	1,275,309.56
销售费用	8,645,218.55	16,976,663.89	9,019,094.24	7,557,314.17
管理费用	10,174,095.93	15,083,935.82	11,521,740.41	8,859,036.29
财务费用	4,407,489.39	8,092,199.04	11,810,828.02	11,538,020.85

资产减值损失	1,150,253.53	244,646.95	476,331.12	-886,817.51
加：公允价值变动收益	-	-	-	-
投资收益	-	-	-	-
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	-	-	-	-
二、营业利润	18,382,112.45	42,201,333.72	33,877,459.88	27,972,934.90
加：营业外收入	3,194,738.95	4,363,335.15	1,227,822.74	736,228.67
减：营业外支出	173,979.27	2,762.03	571,096.35	371,200.00
其中：非流动资产处置净损失	118,179.27	-	-	-
三、利润总额	21,402,872.13	46,561,906.84	34,534,186.27	28,337,963.57
减：所得税费用	3,698,801.17	6,139,611.86	4,413,639.59	4,254,590.94
四、净利润	17,704,070.96	40,422,294.98	30,120,546.68	24,083,372.63
五、每股收益				
（一）基本每股收益	0.27	0.61	0.46	0.40
（二）稀释每股收益	0.27	0.61	0.46	0.40
六、其他综合收益	-	-	-	-
七、综合收益总额	17,704,070.96	40,422,294.98	30,120,546.68	24,083,372.63

（三）现金流量表

现金流量表

单位：元

项目	2010年1-6月	2009年度	2008年度	2007年度
一、经营活动产生的现金流量：				
销售商品、提供劳务收到的现金	150,814,617.82	424,132,533.95	365,185,117.30	361,905,044.56
收到的税费返还	12,162,764.53	29,662,395.41	19,262,963.27	25,992,222.35
收到其他与经营活动有关的现金	5,247,367.33	10,950,755.28	1,925,120.18	1,297,989.42
经营活动现金流入小计	168,224,749.68	464,745,684.64	386,373,200.75	389,195,256.33
购买商品、接受劳务支付的现金	124,329,136.85	368,436,049.86	306,614,127.46	306,630,618.32
支付给职工以及为职工支付的现金	18,420,639.38	40,378,625.72	38,804,717.33	37,435,730.55
支付的各项税费	7,217,002.18	10,377,919.03	8,234,794.20	4,179,522.80
支付其他与经营活动有关的现金	8,581,252.95	17,153,290.36	25,109,120.26	14,471,462.07
经营活动现金流出小计	158,548,031.36	436,345,884.97	378,762,759.25	362,717,333.74

经营活动产生的现金流量净额	9,676,718.32	28,399,799.67	7,610,441.50	26,477,922.59
二、投资活动产生的现金流量：				
收回投资收到的现金	-	-	-	-
取得投资收益收到的现金	-	-	-	-
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	191,200.00	-	372,619.90	
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	-	-	-	
收到其他与投资活动有关的现金	-	-	-	
投资活动现金流入小计	191,200.00	-	372,619.90	-
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	3,182,995.84	8,819,073.93	6,945,020.66	42,885,101.44
投资支付的现金	-	-	-	-
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	-	-	-
支付其他与投资活动有关的现金	-	-	-	-
投资活动现金流出小计	3,182,995.84	8,819,073.93	6,945,020.66	42,885,101.44
投资活动产生的现金流量净额	-2,991,795.84	-8,819,073.93	-6,572,400.76	-42,885,101.44
三、筹资活动产生的现金流量：				
吸收投资收到的现金	-	-	-	22,000,000.00
取得借款收到的现金	111,000,000.00	165,864,521.50	169,689,237.29	100,063,790.15
收到其他与筹资活动有关的现金	-	-	-	
筹资活动现金流入小计	111,000,000.00	165,864,521.50	169,689,237.29	122,063,790.15
偿还债务支付的现金	104,166,000.00	162,198,521.50	158,189,237.29	89,063,790.15
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	3,243,589.95	7,188,957.51	9,520,708.38	7,366,523.79
支付其他与筹资活动有关的现金	-	-	-	-
筹资活动现金流出小计	107,409,589.95	169,387,479.01	167,709,945.67	96,430,313.94
筹资活动产生的现金流量净额	3,590,410.05	-3,522,957.51	1,979,291.62	25,633,476.21
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	-274,412.90	-484,037.76	-1,239,446.76	-2,794,223.07
五、现金及现金等价物净增加额	10,000,919.63	15,573,730.47	1,777,885.60	6,432,074.29
加：期初现金及现金等价物余额	27,540,389.10	11,966,658.63	10,188,773.03	3,756,698.74
六、期末现金及现金等价物余额	37,541,308.73	27,540,389.10	11,966,658.63	10,188,773.03

二、 审计意见类型

本公司委托正中珠江对公司2007年12月31日、2008年12月31日、2009年12月31日、2010年6月30日的资产负债表，2007年度、2008年度、2009年度、2010年1-6月的利润表、现金流量表及股东权益变动表进行了审计。正中珠江出具了广会所审字【2010】第08000340128号标准无保留意见的《审计报告》。

三、 发行人财务报表的编制基础、合并报表范围及变化情况

（一） 财务报表编制基础

本公司财务报表以持续经营假设为基础，根据实际发生的交易和事项，自2007年1月1日起按照财政部2006年2月15日颁布的《企业会计准则》及其各项补充规定进行确认和计量。

（二） 合并报表范围及变化情况

本公司自设立至今没有对外投资，无需编制合并报表。

四、 发行人采用的主要会计政策和会计估计

（一） 收入确认原则

1、 销售商品收入

销售商品的收入，在下列条件均能满足时予以确认：（1）公司已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方；（2）公司既没有保留通常与所有权相联系的继续管理权，也没有对已售出的商品实施有效控制；（3）收入的金额能够可靠计量；（4）相关经济利益很可能流入公司；（5）相关的、已发生的或将发生的成本能够可靠计量。

具体确认方法：本公司具有进出口经营权，出口销售采用离岸价结算，货物经商检、报关后确认收入。本公司国内销售在客户收货并取得相关签认凭证，开具发票后确认收入。

2、 提供劳务收入

提供劳务的收入，在下列条件均能满足时予以确认：（1）收入的金额能够可靠计量；（2）相关的经济利益很可能流入公司；（3）交易的完工进度能够

可靠确定；（4）交易中已发生的和将发生的成本能够可靠计量。

在同一个会计年度内开始并完工的劳务，在完成劳务时确认收入。

3、让渡资产使用权收入

让渡资产使用权收入，在下列条件均能满足时予以确认：（1）相关的经济利益很可能流入公司；（2）收入的金额能够可靠计量。

（二）金融工具的确认和计量

1、金融资产和金融负债的分类与计量

公司按投资目的和经济实质将拥有的金融资产分为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产、可供出售金融资产、应收款项、持有至到期投资四类。其中：以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产以公允价值计量，公允价值变动计入当期损益；可供出售金融资产以公允价值计量，公允价值变动计入股东权益；应收款项及持有至到期投资以摊余成本计量。

公司按经济实质将承担的金融负债分为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债和以摊余成本计量的其他金融负债两类。

2、金融资产和金融负债公允价值的确定

存在活跃市场的，公司已持有的金融资产或拟承担的金融负债，采用活跃市场中的现行出价，公司拟购入的金融资产或已承担的金融负债采用活跃市场中的现行要价，没有现行出价或要价，采用最近交易的市场报价或经调整的最近交易的市场报价，除非存在明确的证据表明该市场报价不是公允价值。

不存在活跃市场的，公司采用估值技术确定公允价值，估值技术包括参考熟悉情况并自愿交易的各方最近进行的市场交易中使用的价格、参照实质上相同的其他金融工具的当前公允价值、现金流量折现法和期权定价模型等。

3、金融资产转移的确认与计量

公司将金融资产让与或交付给该金融资产发行方以外的另一方为金融资产转移，转移金融资产可以是金融资产的全部，也可以是一部分。包括两种形式：

（1）将收取金融资产现金流量的权利转移给另一方；（2）将金融资产转移给另一方，但保留收取金融资产现金流量的权利，并承担将收取的现金流量支付给最终收款方的义务，同时还应满足：a、从该金融资产收到对等的现金流量时，才有义务将其支付给最终收款方；b、根据合同约定，不能出售该金融资产或作

为担保物，但可以将其作为对最终收款方支付现金流量的保证；c、有义务将收取的现金流量及时支付给最终收款方。

公司已将全部或部分金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬转移给转入方时，终止确认该全部或部分金融资产，收到的对价与所转移金融资产账面价值的差额确认为损益，同时将原在所有者权益中确认的金融资产累计利得或损失转入损益；保留了所有权上几乎所有的风险和报酬时，继续确认该全部或部分金融资产，收到的对价确认为金融负债。

对于公司既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬，但未放弃对该金融资产控制的，按照其继续涉入所转移金融资产的程度确认有关金融资产，并相应确认有关负债。

4、金融资产和金融负债终止确认

满足下列条件之一的公司金融资产将被终止确认：（1）收取该金融资产现金流量的合同权利终止；（2）该金融资产已转移，且符合《企业会计准则第23号——金融资产转移》规定的金融资产终止确认条件；（3）公司金融负债的现时义务全部或部分已经解除的，才能终止确认该金融负债或其一部分。

5、金融资产减值

公司在资产负债表日对除交易性金融资产以外的金融资产账面价值进行检查，有客观证据表明金融资产发生减值的，计提减值准备。对单项重大的金融资产需单独进行减值测试，如有客观证据证明其已发生了减值，确认减值损失，计入当期损益。对于单独金额不重大的和单独测试未发生减值的金融资产，公司根据客户的信用程度及历年发生坏账的实际情况，按信用组合进行减值测试，以确认减值损失。

金融资产发生减值的客观证据是指金融资产初始确认后实际发生的、对该金融资产的预计未来现金流量有影响，且企业能够对该影响进行可靠计量的事项。

金融资产发生减值的客观证据，包括下列各项：（1）发行方或债务人发生严重财务困难；（2）债务人违反了合同条款，如偿付利息或本金发生违约或逾期等；（3）债权人出于经济或法律等方面因素的考虑，对发生财务困难的债务人做出让步；（4）债务人很可能倒闭或进行其他财务重组；（5）因发行方发生重大财务困难，该金融资产无法在活跃市场继续交易；（6）无法辨认一组金

融资产中的某项资产的现金流量是否已经减少,但根据公开的数据对其进行总体评价后发现,该组金融资产自初始确认以来的预计未来现金流量确已减少且可计量,如该组金融资产的债务人支付能力逐步恶化,或债务人所在国家或地区失业率提高、担保物在其所在地区的价格明显下降、所处行业不景气等;(7)债务人经营所处的技术、市场、经济或法律环境等发生重大不利变化,使权益工具投资人可能无法收回投资成本;(8)权益工具投资的公允价值发生严重或非暂时性下跌;(9)其他表明金融资产发生减值的客观证据。

以摊余成本计量的金融资产发生减值时,减值损失按账面价值与按原实际利率折现的预计未来现金流量的现值之间的差额计算。对以摊余成本计量的金融资产确认减值损失后,如有客观证据表明该金融资产价值已恢复,且客观上与确认该损失后发生的事项有关,原确认的减值损失予以转回,计入当期损益。但是转回后的账面价值不超过假定不计提减值准备情况下该金融资产在转回日的摊余成本。

可供出售金融资产发生减值时,原直接计入所有者权益的因公允价值下降形成的累计损失,予以转出计入当期损益。

(三) 应收款项坏帐准备确认标准及计提方法

1、应收款坏账的确认标准:

- (1) 债务人死亡,以其遗产清偿后仍无法收回;
- (2) 债务单位破产,以其破产财产清偿后仍无法收回;
- (3) 债务单位资不抵债,现金流量严重不足;
- (4) 债务单位发生严重自然灾害等导致停产无法偿付债务;
- (5) 债务人未履行偿债义务,并有足够的证据表明无法收回或收回的可能性极小。

2、应收款坏账准备核算方法和计提比例:

- (1) 对公司的坏账损失,采用备抵法核算。
- (2) 对单项金额重大的应收款项单独进行减值测试,有客观证据表明其发生了减值的,根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额,确认减值损失,计提坏账准备。

- (3) 对单项金额非重大的应收款项,与经单独测试后未减值的应收款项一

起，按账龄划分为若干组合，再按这些应收款项组合余额的一定比例计算确定减值损失，计提坏账准备。根据以前年度与之相同或相类似的应收款项组合的实际损失率为基础，结合现时情况确定本期各项组合计提坏账准备的比例，据此计算本期应计提的坏账准备。

公司按账龄组合确定计提坏账准备的比例如下：

年 限	计 提 比 例
一年以内	2%
一至二年	20%
二至三年	50%
三年以上	80%

（四）存货的核算方法

1、存货分类：原材料、在产品、产成品、发出商品、包装物、委托加工材料等。

2、存货计价：存货的取得按实际成本核算；发出原材料、产成品、包装物采用加权平均法核算；低值易耗品在领用时采用一次性摊销法核算。

3、存货跌价准备：期末按账面成本与可变现净值孰低法计价，确认标准为：存货销售价格低于成本或因各种原因使相关存货被淘汰、毁损或陈旧过时的存货，按单个存货项目（对种类繁多、单价较低的按类别）比较存货的账面成本与可变现净值，以可变现净值低于账面成本差额计提存货跌价准备（存货可变现净值根据估计的售价减去估计的完工成本以及销售所必需的估计费用后的价值确定），计入当期损益。

存货减值的影响因素已经消失的，在原已计提的跌价准备金额内转回减记金额并计入当期损益。

4、盘亏、毁损的存货，按照实际成本，于期末前查明原因，在期末结账前处理完毕。

5、产品成本的核算方法

（1）公司玩具生产的工序为：注塑、搪胶、喷油、冲剪、丝（移）印、车缝、电子电路加工、组装、包装、入库。

（2）公司成本核算的方法：

A、产品成本核算的基本程序

a、对生产过程中发生的生产费用，按成本核算对象和成本项目分别归集，对直接构成产品成本的直接计入，间接费用按分配标准在产成品与在产品之间进行分配；

b、计算常规半成品成本；

c、计算产品的制造成本。

B、成本计算方法：

公司成本计算方法为品种法。采用定额成本法与实际成本法相结合计算产品成本。按照产品为成本核算对象设置成本计算表汇集生产费用，每月以实际发生的直接、间接生产费用汇总成本，首先将在产品按照约当产量法折算为完工产品，再根据产品品种按定额成本计算确定各品种分配系数，将总成本在完工产品与在产品之间分配。

C、在产品管理

a、公司生产部门设置台账，登记在产品的加工数量、完工数量、废品数量，转出数量和结存数量，并定期进行实地盘点。在产品的盘盈、盘亏按规定报批计入“管理费用”。

b、生产部门对已完工的产品及时办理验收交库手续。产成品的收发结存数量，定期与实物进行核对盘点，对产成品的盘盈、盘亏计入“管理费用”。

D、生产费用要素与成本项目设置

公司生产费用要素包括：

a、外购材料：指为进行生产经营而耗用的一切从外部购进的原材料、半成品、辅助材料、包装物、修理用备件和低值易耗品等。

b、工资：指应计入生产费用的工人工资。

c、制造费用：指各单位为组织和管理生产所发生的各种费用。包括：

①各生产车间管理人员的工资、奖金、津贴、补贴等。

②职工福利费：指各生产车间管理人员的福利费。

③折旧费：指各生产单位房屋建筑物、机器设备等固定资产按照规定的折旧率计算提取的折旧费用。

④修理费：指按照规定并经过测算而预提的房屋建筑物、机器设备等各类固定资产的日常维护修理费用。

⑤其他支出：指不属于以上各要素的费用支出（机物料消耗、低值易耗品摊

销、水电费、办公费、劳动保护费、修理期间的停工损失以及其他制造费用)。

公司设置以下成本项目：

A、直接材料：直接用于生产构成产品实体的各种原料、外购半成品以及有助于产品形成并具有消耗定额的辅助材料，包括周转材料。

B、直接人工：直接参加产品生产的工人工资以及福利费。

C、制造费用：指各单位为组织和管理生产所发生的各种费用，包括：工资；职工福利费；折旧费；修理费；办公费；水电费；租赁费；差旅费；机物料消耗；低值易耗品摊销；劳动保护费；外部加工费；其他支出等。

（五）长期股权投资的核算方法

1、长期股权投资的初始计量：

（1）企业合并形成的长期股权投资

①公司与同一控制下的企业合并，并以支付现金、转让非现金资产或承担债务方式作为合并对价的，在合并日按照取得被合并方所有者权益账面价值的份额作为长期股权投资的初始投资成本。长期股权投资初始投资成本与支付的现金、转让的非现金资产以及所承担债务账面价值之间的差额，应当调整资本公积；资本公积不足冲减的，调整留存收益；

②与非同一控制下的企业合并，一次交换交易实现合并的，投资成本为公司在购买日为取得对方的控制权而付出的资产、发生或承担的负债以及发行的权益性证券的公允价值。通过多次交换交易分步实现的企业合并的，投资成本为每一单项交易成本之和。公司为进行企业合并发生的各项直接相关费用也计入投资成本。在合并合同或协议中对可能影响合并成本的未来事项作出约定的，购买日如果估计未来事项很可能发生并且对合并成本的影响金额能够可靠计量的，公司将其计入投资成本。

（2）企业合并以外的其他方式取得的长期股权投资

①以支付现金取得的长期股权投资，按照实际支付的购买价款作为初始投资成本。初始投资成本包括与取得长期股权投资直接相关的费用、税金及其他必要支出，但实际支付的价款中包含的已宣告但尚未领取的现金股利，作为应收项目单独核算；

②以发行权益性证券取得的长期股权投资，按照发行权益性证券的公允价值

作为初始投资成本；

③投资者投入的长期股权投资，按照投资合同或协议约定的价值作为初始投资成本，但合同或协议约定价值不公允的除外；

④通过非货币性资产交换（该项交换具有商业实质）取得的长期股权投资，其初始投资成本根据该项投资的公允价值和应支付的相关税费之和确定；

⑤通过债务重组取得的长期股权投资，债权人将享有股份的公允价值确认为对债务人的投资。

2、后续计量：

（1）对子公司的投资采用成本法进行核算，编制合并财务报表时按照权益法进行调整；

（2）对被投资单位具有共同控制或重大影响的长期股权投资，采用权益法核算；

（3）如果对被投资单位不具有共同控制或重大影响的长期股权投资，在活跃市场中没有报价、公允价值不能可靠计量的长期股权投资，采用成本法核算，在活跃市场中有报价、公允价值能够可靠计量的长期股权投资，在可供出售金融资产项目列报，采用公允价值计量，其公允价值变动记入股东权益。

3、投资收益的确认：

（1）采用成本法核算的单位，在被投资单位宣告分派利润或现金股利时，确认投资收益。

（2）采用权益法核算的单位，中期期末或年度终了，按分享或分担的被投资单位实现的净利润或发生的净亏损的份额，确认投资损益。

（3）处置股权投资时，将股权投资的账面价值与实际取得的价款的差额，作为当期投资的损益。采用权益法核算的长期股权投资，因被投资单位除净损益以外所有者权益的其他变动而计入所有者权益的，处置该项投资时应当将原计入所有者权益的部分按相应比例转入当期损益。

4、长期股权投资差额：

长期股权投资的初始投资成本大于投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值份额的，不调整长期股权投资的初始投资成本；长期股权投资的初始投资成本小于投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值份额的，其差额计入

当期损益，同时调整长期股权投资的成本。

5、长期股权投资减值准备：

在报告期末，对长期股权投资逐项进行检查，如果由于市价持续下跌或被投资单位经营状况恶化等原因导致其可收回金额低于账面成本，并且这种降低的价值在可预计的未来期间内不可能恢复，则将可收回金额低于长期投资账面成本的差额确认为长期股权投资减值准备，计入当期损益。在活跃市场中没有报价且其公允价值不能可靠计量的权益工具投资，或与该权益工具挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生金融资产发生减值时，将该权益工具投资或衍生金融资产的账面价值，与按照类似金融资产当时市场收益率对未来现金流量折现确定的现值之间的差额确认为减值损失，计入当期损益。

长期股权投资减值准备一经确认，在以后会计期间不再转回。

（六）固定资产计价和折旧方法

1、固定资产的确认标准：

指同时满足与该固定资产有关的经济利益很可能流入企业和该固定资产的成本能够可靠地计量条件的，为生产商品、提供劳务、出租或经营管理而持有的使用寿命超过一个会计年度的有形资产。

2、固定资产分类：房屋建筑物、机器设备、运输工具、模具及其他设备。

3、固定资产计价：

（1）外购及自行建造的固定资产按实际成本计价，购建成本由该项资产达到预定可使用状态前所发生的必要支出构成。以一笔款项购入多项没有单独标价的固定资产，按照各项固定资产公允价值比例对总成本进行分配，分别确定各项固定资产的成本；

（2）投资者投入固定资产的成本，按照投资合同或协议约定的价值确定，但合同或协议约定价值不公允的除外；

（3）通过非货币性资产交换（该项交换具有商业实质）取得的固定资产，其成本以该项固定资产的公允价值和应支付的相关税费作为入账成本；

（4）以债务重组取得的固定资产，对接受的固定资产按其公允价值入账。

4、固定资产折旧采用直线法平均计算，并按各类固定资产的原值和估计的经济使用年限扣除残值（残值率5%）确定其折旧率，分类折旧率如下：

类别	使用年限	折旧率%	残值率(%)
房屋建筑物	40	2.375	5
机器设备	10	9.50	5
运输工具	10	9.50	5
模具及其他设备	5	19.00	5

5、固定资产减值准备：

公司年末对固定资产逐项进行检查，如果由于市价持续下跌，或技术陈旧、损坏、长期闲置等原因，导致固定资产可收回金额低于其账面价值，则按照其差额计提固定资产减值准备，固定资产减值损失一经确认，在以后会计期间不再转回。可收回金额根据资产的公允价值减去处置费用后的净额与资产预计未来现金流量的现值两者之间较高者确定。资产未来现金流量的现值则按照资产在持续使用过程中和最终处置时所产生的预计未来现金流量，选择恰当的折现率对其进行折现后的金额加以确定。

固定资产存在下列情况之一时，全额计提减值准备：

- (1) 长期闲置不用，在可预见的未来不会再使用，且无转让价值的固定资产；
- (2) 由于技术进步等原因，已不可使用的固定资产；
- (3) 虽然固定资产尚可使用，但使用后产生大量不合格产品的固定资产；
- (4) 已遭毁损，以致不再具有使用价值和转让价值的固定资产；
- (5) 其他实质上已经不能再给企业带来经济利益的固定资产。

6、持有待售的固定资产：

公司对于持有待售的固定资产，调整该项固定资产的预计净残值，使该项固定资产的预计净残值能够反映其公允价值减去处置费用后的金额，但不超过符合持有待售条件时该项固定资产的原账面价值，原账面价值高于预计净残值的差额，作为资产减值损失计入当期损益。持有待售的固定资产不计提折旧。

(七) 在建工程的核算方法

1、在建工程以实际成本计价，并于达到可使用状态时转作固定资产。购建或者生产符合资本化条件的资产而借入的专门借款或占用了一般借款发生的借款利息以及专门借款发生的辅助费用，在所购建或者生产的符合资本化条件的资产达到预定可使用或者可销售状态之前根据其发生额予以资本化。

2、公司在年末对在建工程进行全面检查，如果有证据表明，在建工程年末可收回金额低于账面价值，则计提减值准备。在建工程减值损失一经确认，在以后会计期间不转回。存在以下一项或若干项情况时，计提在建工程减值准备：

- (1) 长期停建并且预计在未来3年内不会重新再开工的在建工程；
- (2) 所建项目无论在性能上，还是在技术上已经落后，并且给企业带来的经济利益具有很大的不确定性；
- (3) 其他足以证明在建工程已经发生减值的情形。

(八) 无形资产计价及摊销方法

1、无形资产计价：

(1) 外购无形资产的成本，按使该项资产达到预定用途所发生的实际支出计价；

(2) 投资者投入的无形资产，按照投资合同或协议约定的价值作为成本，但合同或协议约定价值不公允的除外；

(3) 接受债务人以非现金资产抵偿债务方式取得的无形资产，或以应收债权换入无形资产的，按换入无形资产的公允价值入账；

(4) 非货币性交易取得的无形资产，以该项无形资产的公允价值和应支付的相关税费作为入账成本；

(5) 接受捐赠的无形资产，捐赠方提供了有关凭据的，按凭据上标明的金额加上应支付的相关税费计价；捐赠方没有提供有关凭据的，如果同类或类似无形资产存在活跃市场的，按同类或类似无形资产的市场价格估计的金额，加上应支付的相关税费，作为实际成本；如果同类或类似无形资产不存在活跃市场的，按接受捐赠的无形资产的预计未来现金流量现值，作为实际成本；

(6) 自行研究开发的无形资产，其研究阶段的支出，应当于发生时计入当期损益；其开发阶段的支出，同时满足下列条件的，确认为无形资产（专利技术和非专利技术）：

- ①完成该无形资产以使其能够使用或出售在技术上具有可行性；
- ②具有完成该无形资产并使用或出售的意图；
- ③运用该无形资产生产的产品存在市场或无形资产自身存在市场；
- ④有足够的技术、财务资源和其他资源支持，以完成该无形资产的开发，并

有能力使用或出售该无形资产；

⑤归属于该无形资产开发阶段的支出能够可靠地计量。

公司内部研究开发项目的支出分为研究阶段支出与开发阶段支出。研究是指为获取新的科学理论或技术知识应用而进行的有计划信息调查、技术知识查新、信息数据分析和新产品概念创意、形象创意、思想文化内涵创意等工作。开发是指在进行产品商业性生产或使用前，将研究成果或其他知识应用于某项产品项目的设计、评审、验证和确认，以设计出符合市场需求的产品。

公司产品研发的主要流程如下：新产品项目资讯的搜集整理和分析、新产品创意概念提出和评估、新产品内部立项评估、成立项目小组和制定研发计划、产品结构电子工艺设计开发、设计图纸输出和评审、手板制作和模具开发、首批样板物料组件评估、产品试制和验证、最终产品试产和确认。

研究阶段和开发阶段的具体划分标准：按照产品的研发流程，公司新产品内部立项和评估之前的阶段作为研究阶段，成立产品研发项目小组之后到最终产品试产和确认作为开发阶段。财务核算时，研究阶段发生的研发支出按企业会计准则要求全部进入管理费用；开发阶段发生的研发支出按照以下原则核算：专职研发人员的工资、研发专门设备的折旧、设计费、认证费、检验检测费及专利费计入管理费用，参与研究开发的生产人员的工资及直接材料消耗计入生产成本。公司的研发费用不存在资本化的情况。

2、无形资产摊销：使用寿命有限的无形资产，在预计使用寿命年限内按直线法摊销；无法预见无形资产为公司带来未来经济利益的期限的，视为使用寿命不确定的无形资产。使用寿命不确定的无形资产不摊销。

每年年度终了，对使用寿命有限的无形资产的使用寿命及摊销方法进行复核，无形资产的使用寿命及摊销方法与以前估计不同的，应当改变摊销期限和摊销方法。

3、无形资产减值准备：年末公司检查各项无形资产预计给企业带来未来经济利益的能力，按单项预计可收回金额，对预计可收回金额低于其账面价值的无形资产，按其差额计提减值准备。无形资产减值损失一经确认，在以后会计期间不再转回。

（九）资产减值

资产负债表日公司资产存在可能发生减值的迹象时，对资产进行减值测试，当资产的可收回金额低于其账面价值时确认资产减值损失。公司一般以单项资产为基础估计其可收回金额。确实难以对单项资产的可收回金额进行估计时，公司以该资产所属的资产组为基础确定资产组的可收回金额。

资产组的认定，是以资产组产生的主要现金流入是否独立于其他资产或者资产组的现金流入为依据。

（十）借款费用

1、公司发生的借款费用，可直接归属于符合资本化条件的资产的购建或者生产的，予以资本化，计入相关资产成本；其他借款费用，在发生时根据其发生额确认为费用，计入当期损益。

2、借款费用同时满足以下条件时予以资本化：

（1）资产支出已经发生，资产支出包括为购建或者生产符合资本化条件的资产而以支付现金、转移非现金资产或者承担带息债务形式发生的支出；

（2）借款费用已经发生；

（3）为使资产达到预定可使用或者可销售状态所必要的购建或者生产活动已经开始。

3、符合资本化条件的资产在购建或者生产过程中发生非正常中断、且中断时间连续超过3个月的，应当暂停借款费用的资本化。在中断期间发生的借款费用应当确认为费用，计入当期损益，直至资产的购建或者生产活动重新开始。如果中断是所购建或者生产的符合资本化条件的资产达到预定可使用或者可销售状态必要的程序，借款费用的资本化应当继续进行。

4、购建或者生产符合资本化条件的资产达到预定可使用或者可销售状态时，借款费用应当停止资本化。在符合资本化条件的资产达到预定可使用或者可销售状态之后所发生的借款费用，应当在发生时根据其发生额确认为费用，计入当期损益。

（十一）政府补助

公司在能够满足政府补助所附条件且能够收到政府补助时确认政府补助。其中：

（1）政府补助为货币性资产的，按收到或应收的金额计量，政府补助为非

货币性资产的，按公允价值计量，如公允价值不能可靠取得，则按名义金额计量。

(2) 与资产相关的政府补助，确认为递延收益，并在相关资产使用寿命内平均分配，计入当期损益，其中，按名义金额计量的政府补助直接计入当期损益。与收益相关的政府补助，用于补偿以后期间的相关费用或损失的，确认为递延收益，并在确认相关费用的期间计入当期损益，用于补偿已发生的相关费用或损失的，直接计入当期损益。

(十二) 所得税的处理方法

所得税的会计处理采用资产负债表债务法核算。资产负债表日，公司按照可抵扣暂时性差异与适用所得税税率计算的结果，以很可能取得用来抵扣暂时性差异的应纳税所得额为限，确认递延所得税资产及相应的递延所得税收益；按照应纳税暂时性差异与适用所得税税率计算的结果，确认递延所得税负债及相应的递延所得税费用。

(十三) 会计政策、会计估计的变更及其对公司财务状况和经营成果的影响

1、会计政策变更

报告期内，本公司无重大会计政策变更。

2、会计估计变更

报告期内，本公司无重大会计估计变更。

3、前期差错的更正

报告期内，本公司无重大前期差错更正。

五、适用的主要税种税率及享受的主要税收优惠政策

(一) 公司主要适用税费种类及税费率

本公司的主要税费种类、税费率如下：

税种	计税基础	税率(%)
企业所得税	应纳税所得额	15
增值税	应纳税收入	17
城市维护建设税	当期免抵税额	7

教育费附加	当期免抵税额	3
堤围防护费	营业收入	0.13

其中，根据《财政部、国家税务总局关于进一步推进出口货物实行免抵退办法的通知》（财税[2002]7号）和《国家税务总局关于印发〈生产企业出口货物免抵退税管理操作规范〉（试行）的通知》（国税发[2002]11号）等文件精神，公司出口货物增值税实行“免、抵、退”办法。2007年1月1日--2007年6月30日出口退税率为13%，2007年7月1日至2008年10月31日出口退税率为11%，2008年11月1日至2009年5月31日出口退税率为14%，自2009年6月1日起出口退税率为15%。

（二）公司在报告期内享受的税收优惠

广东省科学技术厅于2007年4月28日向公司核发《高新技术企业认定证书》（统一编号：0544005B0052），认定公司为省级高新技术企业，有效期为2年。根据中共广东省委、广东省人民政府《中共广东省委、广东省人民政府关于依靠科技进步推动产业结构优化升级的决定》（粤发[1998]年16号）以及广东省人民政府办公厅《转发贯彻落实〈中共广东省委、广东省人民政府关于依靠科技进步推动产业结构优化升级的决定〉有关税收政策的实施意见的通知》（粤府办[1999]52号），经汕头市澄海区地方税务局2007年7月11日出具的《税务认定申请审批表》批准，公司2007年度享受高新技术企业所得税的优惠政策，按15%的税率缴纳企业所得税。

2008年12月16日，广东省科学技术厅、广东省财政厅、广东省国家税务局和广东省地方税务局联合向公司核发了《高新技术企业证书》（证书编号：GR200844000371），认定公司为高新技术企业，有效期为3年。根据《中华人民共和国企业所得税法》第二十八条第二款的规定，公司2008年度、2009年度、2010年度享受国家重点扶持的高新技术企业所得税的优惠政策，按15%的优惠税率缴纳企业所得税。

六、最近一年及一期内收购兼并情况

本公司最近一年及一期内无收购兼并情况。

七、经注册会计师核验的非经常性损益明细表

根据《公开发行证券的公司信息披露解释性公告第1号——非经常性损益》（2008），公司编制了非经常性损益表，并经正中珠江审核，出具了广会所专字【2010】第08000340162号《非经常性损益鉴证报告》。本公司报告期内非经常性损益如下表所示：

单位：万元

项 目	2010年1-6月	2009年度	2008年度	2007年度
非经常性收入项目：				
非流动性资产处置损益，包括已计提资产减值准备的冲销部分	-11.82	-	-	-
越权审批，或无正式批准文件，或偶发性的税收返还、减免		-	-	498.23
计入当期损益的政府补助，但与公司正常经营业务密切相关，符合国家政策规定、按照一定标准定额或定量持续享受的政府补助除外	319.45	434.51	122.76	63.48
除上述各项之外的营业外收支净额	-5.56	1.54	-57.09	-26.98
小 计	302.08	436.06	65.67	534.73
减：非经常性损益相应的所得税	45.31	65.41	16.78	24.30
减：少数股东损益影响数	-	-	-	-
非经常性损益影响的净利润	256.76	370.65	48.89	510.43
归属于母公司普通股股东的净利润	1,770.41	4,042.23	3,012.05	2,408.34
扣除非经常性损益后的归属于母公司普通股股东净利润	1,513.64	3,671.58	2,963.16	1,897.90

公司2007年度、2008年度、2009年度和2010年1-6月非经常性损益影响的净利润为510.43万元、48.89万元、370.65万元和256.76万元，占同期净利润比例分别为21.19%、1.62%、9.17%和14.50%。

2007年度的非经常性损益主要是由公司享受的15%所得税优惠税率与33%所得税税率的差异造成；2008、2009年度及2010年上半年的非经常性损益主要为公司享受的政府补贴。公司在报告期内，享受的金额大于10万元的财政补贴明细如下：

（一）2007年的财政补贴

- 1、根据中共汕头市澄海区委办公室于2007年2月7日下发的《关于2006年

度全区纳税大户及规模以上工业企业实行财政奖励有关问题的通知》（澄委办[2007]7号），公司作为纳税大户于2007年4月11日获得澄海区澄华街道财政所预算内户拨付的2006年度纳税大户财政奖励金100,000元。

2、根据汕头市澄海区人民政府于2006年10月31日下发的《关于奖励荣获2005年中国名牌产品中国驰名商标广东省著名商标称号的企业的决定》（汕澄府[2006]24号），公司因其拥有的广东省著名商标于2007年7月27日获得澄海区财政存款户拨付的名牌产品、驰名商标等奖励金300,000元。

3、根据汕头市澄海区财政局和汕头市澄海区经济贸易局于2007年2月13日联合下发的《关于下达2006年度澄海区财政扶持中小企业发展专项资金的通知》（澄财[2007]05号），公司于2007年11月13日获得澄海区财政存款户拨付的财政扶持中小企业发展资金200,000元。

（二）2008 年的财政补贴

1、根据汕头市财政局下发的《关于下达2007年省财政扶持中小企业发展专项资金技术创新项目资金的通知》（汕市财工[2007]68号），公司因“语音识别玩具-玩具熊猫”系列研发项目于2008年2月21日获得澄海区财政存款户拨付的扶持中小企业发展专项资金350,000元。

2、根据汕头市财政局和汕头市对外贸易经济合作局于2007年12月28日联合下发的《关于拨付2007年度省自主出口品牌发展专项资金的通知》（汕市财工[2007]113号），公司于2008年3月20日获得澄海区财政拨付的省自主出口品牌发展专项资金250,000元。

3、根据中共汕头市澄海区委于2008年1月28日下发的《中共汕头市澄海区委汕头市澄海区人民政府关于表彰汕头市澄海区2007年度经济建设和文明建设先进单位先进个人的决定》（澄委发[2008]2号），公司于2008年7月2日获得澄海区澄华街道财政所拨付的600,000元。

（三）2009 年财政补贴

1、根据汕头市财政局于2008年12月31日下发的《关于拨付2008年省自主出口品牌发展专项资金的通知》（汕市财工[2008]176号），发行人于2009年1月15日获得澄海区财政存款户拨付的省自主品牌发展专项资金160,000元。

2、公司于2009年1月21日收到由汕头市澄海区财政局拨付的出口商品贴息

资金117,045元。

3、根据汕头市财政局于2008年2月19日下发的《关于下达2007年广东省实施名牌带动战略奖励资金的通知》（汕市财工[2008]7号），公司于2009年3月11日获得澄海区财政存款户拨付的实施名牌战略奖励资金1,000,000元。

4、根据汕头市澄海区财政局和汕头市澄海区科学技术局于2009年4月7日联合下发的《关于下达二〇〇九年澄海区第二批科技三项费用计划项目的通知》（澄财[2009]36号），公司于2009年4月20日获得汕头市澄海区国库支付管理办公室拨付的动漫产品创作和衍生产品的开发专项资金600,000元。

5、根据汕头市财政局于2008年11月7日下发的《关于拨付2007年度广东省科技兴贸专项资金的通知》（汕市财工[2008]119号），公司于2009年6月30日获得澄海区财政存款户拨付的科技兴贸专项资金710,000元。

6、根据汕头市财政局于2008年12月15日下发的《关于拨付2007年度外贸进出口奖励专项资金的通知》（汕市财工[2008]145号），发行人于2009年6月30日获得澄海区财政存款户拨付的奖励金100,000元。

7、根据广东省对外贸易经济合作厅和广东省财政厅于2009年7月15日联合下发的《关于印发〈促进机电产品、高新技术产品出口资金操作管理办法〉的通知》（粤财外[2009]95号），公司分别于2009年7月24日、2009年9月4日及2009年11月27日获得汕头市财政局拨付的七大类商品扶持金42,585元、机电产品退税扶持资金62,272元及扶持资金313,669元。

8、根据汕头市人民政府于2004年6月10日下发的《关于扶持企业创立名牌产品若干措施的通知》（汕府[2004]95号），发行人于2009年10月20日获得汕头市财政局拨付的市级名牌奖励资金1,000,000元。

（四）2010年1-6月财政补贴

1、根据汕头市澄海区科学技术局2009年12月29日下发的《关于对科技富民强县项目承担单位给予经费补助的通知》（澄科【2009】06号），发行人于2010年1月11日获得汕头市澄海区国库支付管理办公室拨付的实施科技富民强县项目补助经费（专项）100,000.00元。

2、根据汕头市财政局2009年10月22日下发的《关于下达2009年省中小企业专项资金政银合作项目资金（第三批）的通知》（汕市财工【2009】143

号)，发行人于2010年1月15日获得澄海区财政存局拨付的省中小企业专项资金政银企合作项目资金630,000.00元。

3、根据广东省财政厅和广东省对外贸易经济合作厅联合下发的《关于印发<促进机电产品、高新技术产品出口资金操作管理办法>的通知》（粤财外【2009】95号），发行人于2010年1月28日获得汕头市财政局拨付的09年三季度机电产品扶持资金231,944.00元。

4、根据汕头市财政局和汕头市科学技术局联合下发的《关于下达2009年汕头市科技三项经费科技计划项目经费的通知》（汕市财文【2009】387号），发行人于2010年1月29日获得汕头市国库支付管理中心拨付的科技局经费300,000.00元。

5、发行人于2010年2月20日收到汕头市财政局拨付的09年二三季度扶持资金261,740元。

6、根据汕头市科学技术局和汕头市财政局联合下发的《关于下达2009年度省第三批产业技术研究开发资金计划项目的通知》（汕府【2009】141号），发行人于2010年4月2日获澄海区财政局下拨的科技产业技术与开发资金200,000元。

7、根据中共汕头市澄海区委办公室和汕头市澄海区人民政府办公室联合下发的《关于2009年度我区纳税大户和上市融资公司及新增广东省名牌实行财政奖励有关问题的通知》（澄委办【2010】4号），发行人于2010年4月8日获汕头市澄海区澄华街道经济技术发展办公室划拨的纳税大户奖金100,000.00元。

8、根据汕头市财政局下发的《关于下达2009年省财政挖潜改造资金切块和综合技术改造项目资金（第四批）的通知》（汕市财工【2009】197号），发行人获澄海区财政局拨付的改造资金切块和综合技术改造项目资金500,000.00元。

9、发行人于2010年1月27日收到汕头市财政局拨付的09年两新产品专项资金725,000元,包括公司境外体系认证和产品认证补贴25,000元，自主品牌补贴500,000元，08年研发费用投入补贴200,000元。

10、根据汕头市经济贸易局和汕头市财政局联合下发的《关于下达2009年省级企业技术中心结构调整专项财政资金项目计划的通知》（汕经贸【2009】458号），发行人于2010年2月9日获得澄海区财政局拨付的省级企业技术中心结

构调整专项资金2,000,000.00元。

注：“（四）2010年1-6月财政补贴”之“10”，发行人获得的省级企业技术中心结构调整专项资金2,000,000元，计入“递延收益”。

八、主要资产项目

（一）主要固定资产

2009年12月31日和2010年6月30日，公司固定资产情况如下：

单位：万元

时间	类别	使用年限	原值	累计折旧	净值
2009年12月31日	房屋建筑物	40	7,102.01	1,019.43	6,082.58
	机器设备	10	2,371.24	1,033.87	1,337.37
	运输工具	10	451.86	187.77	264.09
	模具及其他设备	5	392.87	112.55	280.33
	合计	-	10,317.99	2,353.62	7,964.37
2010年6月30日	房屋建筑物	40	7,102.01	1,124.00	5,978.00
	机器设备	10	2,641.56	1,200.10	1,441.46
	运输工具	10	412.29	193.13	219.16
	模具及其他设备	5	418.78	117.86	300.92
	合计	-	10,574.65	2,635.10	7,939.55

上述固定资产使用状态良好，不存在需要计提固定资产减值准备的情况。

（二）长期股权投资

截至2010年6月30日，公司不存在对外股权投资的情况。

（三）主要无形资产

项目	取得方式	初始金额 (万元)	摊销年限	账面价值 (万元)	剩余摊销年限
公司房产《粤房地证字第 C6175245号》相应的土地使用权	出让	2,219.58	46年	1,922.78	37年10个月

公司根据无形资产实际取得成本确定入账价值，不存在按评估值入账情况；截至2010年6月30日，公司不存在需计提无形资产减值准备的情形。

九、主要负债项目

(一) 主要的银行借款

贷款单位	贷款金额 (万元)	借款期限	年利率	抵押及担保情况
建设银行	1,000	2009.8.6-2010.8.5	按起息日基准利率下浮 10%	公司房地产抵押、关联方保证
建设银行	2,000	2010.2.8—2011.2.7	按起息日基准利率下浮 10%	公司房地产抵押、关联方保证
建设银行	2,000	2010.2.25—2011.2.24	按起息日基准利率下浮 10%	公司房地产抵押、关联方担保
建设银行	1,800	2010.5.13—2011.5.12	按起息日基准利率下浮 10%	公司房地产抵押
建设银行	1,200	2010.5.24—2011.5.20	按起息基准利率日下浮 10%	公司房地产抵押
农业银行	500	2009.8.17-2010.8.16	6.1065%	关联方保证
农业银行	400	2010.3.19—2011.2.18	6.1065%	关联方保证
农业银行	400	2010.3.19—2011.2.18	6.1065%	关联方保证
深圳发展银行	3,000	2010.01.19--2011.01.19	基准利率上浮 5%	关联方保证

(二) 应付账款

单位：元

账龄	2010-6-30	2009-12-31	2008-12-31
1年以内	6,545,270.87	8,031,131.29	12,023,335.36
1-2年	249,940.94	401,789.81	456,191.38
2-3年	174,589.26	--	--
3年以上	--	--	--
合计	6,969,801.07	8,432,921.10	12,479,526.74

2010年6月30日应付账款余额中没有账龄超过1年的大额应付账款。

(三) 预收款项

单位：元

账龄	2010-6-30	2009-12-31	2008-12-31
1年以内	1,385,867.91	1,667,475.06	506,082.18
1-2年	5,308.00	5,308.00	8,350.84
2-3年	-	-	-

3年以上	-	-	-
合计	1,391,175.91	1,672,783.06	514,433.02

2010年6月30日预收款项余额中没有账龄超过1年的大额预收款项。

(四) 对内部人员和关联方的负债

1、应付职工薪酬

单位：元

项 目	2010-6-30	2009-12-31	2008-12-31
工资、奖金津贴和补贴	3,887,360.80	2,921,046.80	1,412,074.00

公司工资核算方式为当月计提，次月发放，应付职工薪酬2010年6月30日的期末余额主要是计提的6月份的工资。

2、关联方的负债

截至2010年6月30日，公司无对关联方的负债。

十、所有者权益变动情况

单位：元

项 目	2010-6-30	2009-12-31	2008-12-31	2007-12-31
股 本	66,000,000.00	66,000,000.00	66,000,000.00	66,000,000.00
资本公积	3,390,561.22	3,390,561.22	3,390,561.22	3,390,561.22
盈余公积	9,477,021.16	9,477,021.16	5,434,791.66	2,422,736.99
未分配利润	97,381,396.34	79,677,325.38	43,297,259.90	16,188,767.89
所有者权益合计	176,248,978.72	158,544,907.76	118,122,612.78	88,002,066.10

(一) 股本

报告期内，公司股本共发生两次变动：

(1) 2007年7月，公司新增股东，股本由3,019万元增至4,025.33万元。2007年7月23日，公司通过股东会决议，同意市华青投资增资并成为股东。截至2007年7月26日，华青投资已足额缴纳货币资金出资款2,200万元，其中增加注册资本1,006.33万元，其余1,193.67万元计入资本公积。

(2) 公司由有限公司整体变更为股份有限公司，股本增至6,600万元。2007年9月12日，经股东会决议，公司由有限公司整体变更为股份有限公司。2007

年10月23日，公司召开创立大会暨第一次股东大会，以截止2007年7月31日经审计的净资产69,390,561.22元按1.0514:1的比例折合为公司股本总额66,000,000股，其余3,390,561.22元进入资本公积，各发起人分别以其占公司净资产的份额作为出资缴纳认缴股本。

（二）资本公积

报告期内，公司资本公积共发生两次变动，具体如下：

（1）2007年7月，新增股东形成资本溢价11,936,700元，具体详见“（一）股本”。

（2）公司由有限公司整体变更为股份有限公司，资本公积发生变化，具体详见“（一）股本”。

（三）盈余公积

报告期内，公司的盈余公积变化主要如下：

（1）根据《公司章程》，公司按当年实现净利润的10%计提法定盈余公积金：

单位：元

项 目	2009-12-31	2008-12-31	2007-12-31
法定盈余公积金	4,042,229.50	3,012,054.67	2,408,337.26

（2）2007年公司整体变更为股份有限公司，将盈余公积1,142,797.44元转增股本，公司的盈余公积金减少1,142,797.44元。

（四）未分配利润

公司在报告期内，未分配利润变化情况如下：

单位：元

项 目	2010-6-30	2009-12-31	2008-12-31	2007-12-31
期初未分配利润	79,677,325.38	43,297,259.90	16,188,767.89	10,414,774.48
加：本期净利润	17,704,070.96	40,422,294.98	30,120,546.68	24,083,372.63
减：提取法定盈余公积	-	4,042,229.50	3,012,054.67	2,408,337.26
未分配利润转增股本	-	-	-	12,510,480.74
未分配利润转增资本公积	-	-	-	3,390,561.22
应付普通股现金股利	-	-	-	-

期末未分配利润	97,381,396.34	79,677,325.38	43,297,259.90	16,188,767.89
---------	---------------	---------------	---------------	---------------

2007年末分配利润转增股本12,510,480.74元和转增资本公积3,390,561.22元，是由于公司股份制改制时将净资产折股所致。

十一、现金流量情况

单位：元

项目	2010年1-6月	2009年度	2008年度	2007年度
经营活动产生的现金流量净额	9,676,718.32	28,399,799.67	7,610,441.50	26,477,922.59
投资活动产生的现金流量净额	-2,991,795.84	-8,819,073.93	-6,572,400.76	-42,885,101.44
筹资活动产生的现金流量净额	3,590,410.05	-3,522,957.51	1,979,291.62	25,633,476.21
现金及现金等价物净增加额	10,000,919.63	15,573,730.47	1,777,885.60	6,432,074.29
期末现金及现金等价物余额	37,541,308.73	27,540,389.10	11,966,658.63	10,188,773.03

2007年投资活动产生的现金流量净额为-4,288.51万元，主要为公司支付以前年度股东代垫的房产构建费用3,955.38万元。

报告期内，公司不存在不涉及现金收支的重大投资和筹资活动。

十二、会计报表附注中的或有事项、承诺事项、期后事项及其他重要事项

（一）或有事项

截至2010年6月30日，公司无需披露的重大未决诉讼、未决仲裁、未决索赔、税务纠纷等或有事项。

（二）承诺事项

截至2010年6月30日，公司无重大承诺事项。

（三）资产负债表日后事项

截至财务报告报出日，公司无需披露的重大资产负债表日后事项。

十三、最近三年的主要财务指标

(一) 主要财务指标

根据公司最近三年经审计的财务报表数据，公司主要财务指标如下：

项 目	2010年1-6月	2009年度	2008年度	2007年度
流动比率	1.56	1.42	1.13	1.38
速动比率	0.95	0.82	0.54	0.57
资产负债率%（母公司）	44.64%	46.24%	53.10%	57.34%
应收账款周转率	3.33	12.16	14.45	8.17
存货周转率	1.69	4.31	4.39	4.98
息税折旧摊销前利润（万元）	2,511.12	5,586.60	4,846.27	3,983.29
归属于发行人股东的净利润（万元）	1,770.41	4,042.23	3,012.05	2,408.34
归属于发行人股东扣除非经常性损益后的净利润（万元）	1,513.64	3,671.58	2,963.16	1,897.90
利息保障倍数（倍）	6.68	6.79	4.53	4.71
每股经营活动产生的现金流量净额（元）	0.15	0.43	0.12	0.40
每股净现金流量（元/股）	0.15	0.24	0.03	0.10
无形资产（扣除土地使用权、水面养殖权和采矿权后）占净资产的比例	0	0	0	0

上述指标的计算公式说明如下：

- (1) 流动比率 = 流动资产 ÷ 流动负债
- (2) 速动比率 = (流动资产 - 存货) ÷ 流动负债
- (3) 资产负债率 = 负债总额 ÷ 资产总额
- (4) 应收账款周转率 = 营业收入 ÷ 平均应收账款
- (5) 存货周转率 = 营业成本 ÷ 平均存货
- (6) 息税折旧摊销前利润 = 营业利润 + 利息支出 + 计提的折旧 + 计提的摊销
- (7) 利息保障倍数 = (营业利润 + 利息支出) ÷ 利息支出
- (8) 每股经营活动产生的现金流量净额 = 经营活动产生的现金流量净额 ÷ 期末股本总额
- (9) 每股净现金流量 = 现金流量净额 ÷ 期末股本总额
- (10) 无形资产占净资产之比 = (无形资产 - 土地使用权) ÷ 期末所有者权益

（二）净资产收益率和每股收益

按照证监会《公开发行证券公司信息披露编报规则第9号---净资产收益率和每股收益的计算及披露》（2010年修订），本公司报告期的净资产收益率和每股收益如下：

项 目		2010年1-6月	2009年度	2008年度	2007年度	
加权平均净资产收益率	归属于公司普通股股东的净利润	10.58%	29.22%	29.23%	38.15%	
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	9.04%	26.54%	28.75%	30.06%	
每股收益	基本每股收益	归属于公司普通股股东的净利润	0.27	0.61	0.46	0.40
		扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	0.23	0.56	0.45	0.32
	稀释每股收益	归属于公司普通股股东的净利润	0.27	0.61	0.46	0.40
		扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	0.23	0.56	0.45	0.32

注：上述指标的计算公式如下：

（1）加权平均净资产收益率

$$\text{加权平均净资产收益率} = P_0 / (E_0 + NP \div 2 + E_i \times M_i \div M_0 - E_j \times M_j \div M_0 \pm E_k \times M_k \div M_0)$$

其中： P_0 分别对应于归属于公司普通股股东的净利润、扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润； NP 为归属于公司普通股股东的净利润； E_0 为归属于公司普通股股东的期初净资产； E_i 为报告期发行新股或债转股等新增的、归属于公司普通股股东的净资产； E_j 为报告期回购或现金分红等减少的、归属于公司普通股股东的净资产； M_0 为报告期月份数； M_i 为新增净资产次月起至报告期期末的累计月数； M_j 为减少净资产次月起至报告期期末的累计月数； E_k 为因其他交易或事项引起的净资产增减变动； M_k 为发生其他净资产增减变动次月起至报告期期末的累计月数。

（2）基本每股收益

$$\text{基本每股收益} = P_0 \div S$$

$$S = S_0 + S_1 + S_i \times M_i \div M_0 - S_j \times M_j \div M_0 - S_k$$

其中： P_0 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于普通股股东的净利润； S 为发行在外的普通股加权平均数； S_0 为期初股份总数； S_1 为报告期因公积金转增

股本或股票股利分配等增加股份数； S_i 为报告期因发行新股或债转股等增加股份数； S_j 为报告期因回购等减少股份数； S_k 为报告期缩股数； M_0 报告期月份数； M_i 为增加股份次月起至报告期期末的累计月数； M_j 为减少股份次月起至报告期期末的累计月数。

（3）稀释每股收益

稀释每股收益= $P_1 / (S_0 + S_1 + S_i \times M_i \div M_0 - S_j \times M_j \div M_0 - S_k + \text{认股权证、股份期权、可转换债券等增加的普通股加权平均数})$

其中， P_1 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润，并考虑稀释性潜在普通股对其影响，按《企业会计准则》及有关规定进行调整。

本公司不存在稀释性潜在普通股。

十四、评估、验资情况

（一）设立时及报告期内的资产评估情况

除曾因银行贷款而对部分固定资产进行评估外，公司在设立时及报告期内没有进行其他的资产评估。

（二）发行人历次验资情况

发行人历次验资情况详见本招股说明书“第五节 四、历次验资情况”

第十一节 管理层讨论与分析

一、发行人财务状况分析

(一) 公司资产的构成及减值准备分析

1、资产结构分析

报告期内，公司主要资产科目的金额及占总资产的比例情况如下：

单位：万元

资产	2010-6-30		2009-12-31		2008-12-31		2007-12-31	
	金额	比例 (%)						
货币资金	3,754.13	11.79	2,754.04	9.34	1,196.67	4.75	1,018.88	4.94
应收账款	7,498.29	23.55	3,595.80	12.19	3,492.92	13.87	1,786.98	8.66
预付款项	1,044.23	3.28	3,865.48	13.11	1,720.73	6.83	1,403.23	6.80
其他应收款	1,009.77	3.17	959.16	3.25	841.21	3.34	250.61	1.21
存货	8,490.10	26.67	8,190.65	27.77	7,883.08	31.30	6,364.69	30.85
流动资产合计	21,796.52	68.47	19,365.13	65.66	15,134.60	60.09	10,824.39	52.47
固定资产	7,939.55	24.94	7,964.37	27.01	7,869.55	31.25	7,822.17	37.92
无形资产	1,922.78	6.04	1,947.02	6.60	1,995.50	7.92	1,978.96	9.59
长期待摊费用	126.67	0.40	160.00	0.54	175.33	0.70	0.00	0.00
递延所得税资产	50.09	0.16	54.64	0.19	9.49	0.04	4.13	0.02
非流动资产合计	10,039.08	31.53	10,126.02	34.34	10,049.87	39.91	9,805.26	47.53
资产总计	31,835.60	100.00	29,491.16	100.00	25,184.48	100.00	20,629.65	100.00

最近三年一期，公司资产规模稳定增长，资产总额增加了11,205.95万元。

随着公司产销规模不断扩大，带动货币资金、应收账款、预付款项、存货等流动资产的增长，流动资产增加10,972.13万元；非流动资产保持平稳，增加233.82万元。截止2010年6月30日，公司的资产结构中流动资产和非流动资产的比例分别为68.47%和31.53%，报告期内资产结构较稳定。

对公司应收账款、存货和固定资产等主要资产的情况分析如下：

(1) 货币资金分析

A、公司各期末货币资金占流动资产、总资产的比例如下：

单位：万元

年度	2010-6-30	2009-12-31	2008-12-31	2007-12-31
货币资金	3,754.13	2,754.04	1,196.67	1,018.88
占流动资产比例	17.22%	14.22%	7.91%	9.41%
占总资产比例	11.79%	9.34%	4.75%	4.94%

报告期内公司货币资金期末余额较为稳定，公司根据多年以来的经营管理经验和预计的业务发展需要，保留合理的流动资金余额。

2009年年末货币资金余额与2008年相比，高出1,557.37万元，主要是2009年度公司销售收入增长，加大货款回笼力度，收回往来款等原因所致。

2010年6月末，货币资金余额较大，主要原因一是公司2009年末预付材料款较多，减少了本期材料采购付现支出；二是公司进入生产旺季，资金需求较大，公司为保证生产经营需求，增加短期借款，留存了较多的货币资金。

B、其他货币资金

货币资金中的其他货币资金情况见下表：

单位：万元

项 目	2010-6-30	2009-12-31	2008-12-31	2007-12-31
恒生银行广州分行借款质押的保证金	--	1,000.00	1,000.00	1,000.00
质押保证金产生的利息	--	77.25	33.85	-
合计：	--	1,077.25	1,033.85	1000.00

公司的其他货币资金是用于向恒生银行短期打包贷款和短期发票融资贷款质押担保形成的银行存款，截至2010年3月19日，公司已按照合同约定分批偿还恒生银行全部借款，上述质押的银行存款已经解除质押。公司向恒生银行短期的打包贷款和发票融资贷款的最长期限为90天，在报告期每年年末可预见的三个月内，其质押的存款是可以动用的，因此公司将上述质押的银行存款作为现金等价物进行管理核算。

(2) 应收账款分析

公司报告期内各期末应收账款占流动资产、总资产比例如下：

单位：万元

项目	2010-6-30	2009-12-31	2008-12-31	2007-12-31
应收账款（净额）	7,498.29	3,595.80	3,492.92	1,786.98
占流动资产比例	34.40%	18.57%	23.08%	16.51%

占总资产比例	23.55%	12.19%	13.87%	8.66%
--------	--------	--------	--------	-------

公司2008年末应收账款金额与2007年末相比，增加了1,705.94万元，主要原因是公司2008年营业收入增加，且公司对部分收账风险较小的客户适度放宽了商业信用政策。

公司2010年6月30日应收账款净额为7,498.29万元，账面余额为7,655.43万元，其中，出口销售形成的应收账款金额为5,807.35万元，国内销售形成的应收账款金额为1,848.08万元（含增值税，扣除增值税后，国内销售形成的应收账款金额为1,579.56万元）。2010年6月末应收账款增幅较大，主要原因是：

A、公司在5、6月份逐步进入销售旺季，5、6月份两个月外销形成的销售收入为8,102.14万元，而公司外销以电汇方式（T/T）为主，结算周期在30-60天之间，故2010年6月末形成了5,807.35万元的应收账款。

B、公司国内销售业务的货款结算方式采用现款现货和给予部分信用额度两种方式。公司于2009年开始拓展国内市场，采取较为谨慎的销售政策，以现款为主；随着国内市场的拓展，公司审慎放宽客户的信用政策，根据客户的信用记录、财务状况、销售情况及当地的市场容量，核定客户的信用额度。目前，公司国内销售的信用政策，对初次合作的客户或采购量比较小的客户，一般采用现款现货的方式；对与公司合作时间较长、信誉好的客户，公司根据市场部对其评估情况，由客户提出申请，市场部审核，主管营销的副总经理审批后核定给客户的信用额度，一般期限为2-4个月。2010年3月至6月四个月，国内的销售收入金额合计2,163.70万元，故在2010年6月末形成了1,579.56万元的应收账款。公司与同行业上市公司应收账款周转率比较：

公司	2010年1-6月	2009年度	2008年度	2007年度
高乐玩具	1.56	3.52	4.27	4.91
奥飞动漫	2.00	5.31	5.44	7.62
星辉车模	7.08	25.01	25.89	21.21
骅威玩具	3.33	12.16	14.45	8.17

数据来源：同行业上市公司财务数据根据公开披露信息计算。

由上表数据可见，由于季节性因素，上述四家传统玩具制造业企业在2010年1-6月的应收账款周转率均低于2009年全年平均水平。公司的应收账款周转率处于行业较好水平。

公司报告期内，各年年末应收账款账龄及计提的坏账准备如下表所示：

单位：万元

账龄	2010-6-30			2009-12-31			2008-12-31			2007-12-31		
	金额	比例 (%)	坏账准备	金额	比例 (%)	坏账准备	金额	比例 (%)	坏账准备	金额	比例 (%)	坏账准备
1年以内	7,633.04	99.71	152.66	3,668.35	99.97	73.37	3,564.21	100.00	71.28	1823.45	100.00	36.47
1-2年	22.40	0.29	4.48	1.02	0.03	0.20	-	-	-	-	-	-
2-3年	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3年以上	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
小计	7,655.43	100.00	157.14	3,669.37	100.00	73.57	3,564.21	100.00	71.28	1823.45	100.00	36.47

从上表可知，公司应收账款基本在一年以内，显示公司应收账款回款质量较好，发生坏账损失的风险较小，公司严格按照相关的政策计提坏账准备。

公司最近一年一期末应收账款前五大客户情况如下：

单位：万元

时间	单位名称	金额	年限	占总额比例
2009年12月31日	香港美格有限公司	829.23	1年以内	22.60%
	联贸进出口有限公司	752.68	1年以内	20.51%
	意大利GP公司	603.46	1年以内	16.45%
	香港捷达玩具有限公司	583.34	1年以内	15.90%
	台湾奇通有限公司	210.70	1年以内	5.74%
	合计	2,979.40	--	81.20%
2010年6月30日	联贸进出口有限公司	1,112.52	1年以内	14.53%
	意大利GP公司	900.41	1年以内	11.76%
	美都国际有限公司	645.31	1年以内	8.43%
	深圳市伟宏源实业发展有限公司	378.98	1年以内	4.95%
	布莱尔特公司	364.40	1年以内	4.76%
	合计	3,401.62	--	44.43%

从上表可知，2009年年末及2010年6月末公司应收前五名客户的账款占应收账款的比例为81.20%和44.43%，均为1年以内的应收账款。公司的主要客户均为公司的长期合作客户，财务状况良好，具备持续偿还债务的能力，发生坏账损失的风险较小。截至2010年9月1日，2010年6月30日账面的出口销售应收账款共计收回825.61万美元，占比96.54%。

公司最近一期末国内销售形成的应收账款及其前五名客户情况如下：

单位：万元

单位名称	2010-6-30
深圳市伟宏源实业发展有限公司	378.98
北京卡酷全卡通动漫文化有限公司	319.99
武汉慧锋商贸有限公司	260.01
上海万盟商贸有限公司	188.00
南通超凡工贸有限公司	125.30
其它客户	575.80
合 计	1,848.08

2010年6月30日，公司国内销售形成的应收账款1,848.08万元，截至2010年9月1日，2010年6月30日账面的国内销售应收账款共计收回1,339.11万，占比72.46%。国内玩具市场，货款的收款期一般相对较长，奥飞动漫主要从事内销业务，其2010年上半年的应收帐款周转率为2，而公司2010年上半年单独计算的内销应收账款周转率为3.25。

①深圳市伟宏源实业发展有限公司

深圳市伟宏源实业发展有限公司成立于1997年1月29日，法定代表人林雪玲，注册资本200万元，注册地址为深圳市罗湖区水贝二路新华电缆公司一号厂房第二层东，经营范围为兴办实业（具体项目另行申报），玩具、文具、工艺美术品、塑料制品的购销以及其它国内商业、物资供销业（不含专营、专控、专卖商品）、从事货物及技术的进出口业务（国家明令禁止及特种许可的除外），主要营销渠道有专柜、超市、批发网点等。

②北京卡酷全卡通动漫文化有限公司

北京卡酷全卡通动漫文化有限公司成立于2007年10月9日，法定代表人帅民，注册资本800万元，注册地址为北京市海淀区西三环北路11号海通时代商务中心C2座，经营范围为组织文化艺术交流活动（不含演出）；设计、制作、代理发布广告；会议服务（不含食宿）；承办展览展示；信息咨询（中介除外）；技术开发、技术转让；技术咨询、技术服务；销售卡通玩具、日用百货、工艺美术品、文化用品、服装、服饰、家用电器、灯具、图书、音像制品，主要营销渠道为以品牌玩具部代理为核心业务，三大营销渠道——卡酷全卡通旗舰店、卡酷

全卡通特许零售和卡酷全卡通网购。

③武汉慧锋商贸有限公司

武汉慧锋商贸有限公司成立于2005年5月25日，法定代表人汪燕荣，注册资本100万元，注册地址为武汉市汉阳区平田南村53号，经营范围为建筑装饰材料、五金、机电、汽车装饰材料、工具、日用百货、体育用品、文化用品、机械电子产品、办公设备、工艺品、汽车零配件、钢材、玩具、塑料制品销售；汽车美容；副食销售等，主要营销渠道有中百仓储、家乐福、大润发、武商量贩、批发网点等。

④上海万盟商贸有限公司

上海万盟商贸有限公司成立于2002年10月9日，法定代表人虞根连，注册资本50万元，注册地址为上海沪宜公路1号E-077，经营范围为电子产品、玩具、工艺礼品等，主要营销渠道有商场超市、批发网点等。

⑤南通超凡工贸有限公司

南通超凡工贸有限公司成立于2005年8月6日，法定代表人曹凡，注册资本50万元，注册地址为南通市郭里头村4组，经营范围为电动、遥控、婴幼儿玩具，主要营销渠道有批发网点，商场超市等。

(3) 预付款项分析

公司各期末预付款项占流动资产、总资产的比例如下：

单位：万元

项目	2010-06-30	2009-12-31	2008-12-31	2007-12-31
预付款项	1,044.23	3,865.48	1,720.73	1,403.23
占流动资产比例	4.79%	19.96%	11.37%	12.96%
占总资产比例	3.28%	13.11%	6.83%	6.80%

公司最近一年一期末预付账款中前五名的情况如下：

单位：万元

时间	单位名称	与本公司关系	金额	未结算原因
2009年12月31日	广东金源昌投资集团有限公司	供应商	1,258.00	按合同付订货款
	汕头市华塑包装材料有限公司	供应商	954.92	按合同付订货款
	汕头市邦领贸易有限公司	供应商	737.35	按合同付订货款
	汕头市盈晖贸易有限公司	供应商	200.00	按合同付订货款

	广东金鑫源实业有限公司	供应商	191.38	按合同付订货款
	合计		3,341.65	
2010年06月30日	汕头市邦领贸易有限公司	供应商	126.56	按合同付订货款
	汕头市澄海区经纬实业有限公司	供应商	95.35	按合同付订货款
	汕头市中炬塑胶有限公司	供应商	91.40	按合同付订货款
	深圳雨桥文化传播有限公司	动画片制作商	74.88	按合同支付定金
	汕头市澄海区喜木塑胶玩具有限公司	供应商	74.25	按合同付订货款
	合计		462.43	

从上表可知，预付账款主要为预付原材料采购款，预付账款发生额和实际经营发展同步增加，处于合理水平。公司2009年年末预付账款与2008年相比，增加了2,144.75万元，增幅较大，主要原因是公司为稳定原材料供应价格，于2009年底与供应商签署了4份合同价与市价孰低的采购合同，合同金额总计4,249.50万元，公司因此支付金额较大的预付款。截至目前，这些合同均已执行完毕。这些合同中按照合同价执行供货的合计金额1,936万元，占合同签约总额的45.55%，但由于公司执行这些合同的周期较长，原材料市场价格发生较大的变化，经供应商与公司协商，这些合同其余的供货单以市场价格进行结算。

最近三年期末的预付账款账龄分析如下表：

单位：万元

账龄	2010-6-30		2009-12-31		2008-12-31		2007-12-31	
	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)
1年以内	1,044.23	100.00	3,865.48	100.00	1,720.73	100.00	1,403.23	100.00
1-2年	-	-	-	-	-	-	-	-
2-3年	-	-	-	-	-	-	-	-
3年以上	-	-	-	-	-	-	-	-
合计	1,044.23	100.00	3,865.48	100.00	1,720.73	100.00	1,403.23	100.00

由上表可知，报告期内公司预付账款账龄均在1年以内。公司与主要供应商建立了长期良好的合作关系，供应商的供货能力和合同执行能力强，报告期内未发生预付货款损失。

公司报告期末预付材料款余额占次年总采购款的比例，如下表所示：

单位：万元

项 目	2009-12-31	2008-12-31	2007-12-31
预付材料款余额	3,865.48	1,720.73	1,403.23
次年总采购额	31,783.68※	27,771.42	25,316.07
预付材料款余额占次年总采购额的比例	12.16%	6.20%	5.54%

※ 根据2010年销售采购计划取得。

由上表可知，2007年与2008年公司期末预付材料款余额占次年总采购额的比例较为稳定，2009年年末预付账款占2010年预计的总采购额的比例较高。

公司的原材料为塑胶材料、电子版、五金件、化工原料等，其中以塑胶材料为主。塑胶材料的供应商主要为国内大型的石化企业，信用政策较为严格，基本以预付款方式采购塑胶材料，预付款日至提货日的平均间隔时间视供应商地不同，在5—20天之间。电子板的采购视是否需特殊定制而定，如果需特殊定制，则需预付30%的定金，预付款至提货日平均间隔时间约为40天。五金件、化工原料一般采取后付款的付款方式，其他则视是否为特殊材料而定，采取预付款或后付款的形式，付款日至提货的日期一般在10-30天之间，预付的定金比例在10%—30%详见下表：

项目	各付款方式占总采购额的比例		采用预付款方式付款，定金比例	预付款日至提货日的平均间隔时间(天)
	预付款	后付款		
塑胶材料	100%	0	30%--100%	5--20
电子版	30%	70%	30%	40
五金件	0	100%	--	--
化工原料	--	100%	--	--
其他	20%	80%	10%--30%	10--30

报告期内，公司与前五大供应商不存在关联关系。

(4) 存货分析

报告期内存货占流动资产、总资产比例如下：

单位：万元

项 目	2010-6-30	2009-12-31	2008-12-31	2007-12-31
存 货	8,490.10	8,190.65	7,883.08	6,364.69
占流动资产比例	38.95%	42.30%	52.09%	58.80%
占总资产比例	26.67%	27.77%	31.30%	30.85%

报告期内，公司存货占资产的比重较高，2007年至2010年6月各期末，公司存货占流动资产的比重分别为58.80%、52.09%、42.30%、38.95%。

报告期内，公司各期期末存货类别及比例如下：

单位：万元

项目	2010-6-30		2009-12-31		2008-12-31		2007-12-31	
	金额	比例 (%)						
原材料	2,494.32	29.38	2,340.38	28.57	3,200.14	40.60	2,930.62	46.04
包装物	379.99	4.48	66.92	0.82	160.63	2.04	311.28	4.89
委托加工材料	224.27	2.64	165.00	2.01	262.32	3.33	39.35	0.62
在产品	4,390.29	51.71	4,163.75	50.84	2,444.12	31.00	2,135.37	33.55
产成品	468.36	5.52	482.26	5.89	257.9	3.27	224.94	3.53
发出商品	532.87	6.28	972.35	11.87	1,557.97	19.76	723.14	11.36
合计	8,490.10	100.00	8,190.65	100.00	7,883.08	100.00	6,364.70	100.00

从上表可知，公司存货中占比较大的是原材料及在产品，报告期内2007年至2010年上半年末原材料、包装物、委托加工材料、在产品合计占总存货比分别为85.10%、76.96%、82.24%和88.21%。原材料及在产品金额较大，主要原因是公司产品种类丰富，实行“以销定产”的经营模式以及玩具行业呈现一定的季节性：

①公司产品种类丰富、齐全，已形成智能玩具、塑胶玩具、模型玩具、动漫玩具、其他玩具等五大产品系列，满足了不同市场的多样化需求。针对公司产品种类多的特点，公司对生产线进行了改进，使得一条生产线可以生产不同种类和型号的产品，一个班组具备生产多个种类和型号产品的能力，可同时进行多订单生产，有效利用产能空档，提高生产效率。因此，为满足公司多品种玩具的生产，与品种较少的玩具生产企业相比，公司原材料备货数量相对更多，同时也使公司的在产品金额较大。

②公司实行“以销定产”，根据接单情况制定生产计划。一般订单的交货周期（从下单时间至交货时间）为2.5至3个月，在持续接单生产过程中，需要保持一定金额的原材料储备。

③玩具行业具有一定的季节性，各国的主要节日和假期是玩具销售的旺季。

因公司的产品质量优异，获得由国家质量监督检验检疫总局颁发的中国玩具行业首张、也是目前为止唯一一张“出口免验”证书，公司的客户群稳定，订单数量充足。为了保持良好的信誉，在销售旺季及时供货，公司会根据接单情况，合理安排生产、采购计划，为旺季的销售做充足的准备。因此，公司在非销售旺季月份，原材料及在产品的金额较高。

公司各期末存货余额合理，结合产品生产周期、备料、备货时间、安全库存金额、销售模式和采购模式，分析如下：

公司的销售模式采用经销商买断的模式，外销实行以销定产，国内销售实行在经销商定购意向范围内制定生产计划的模式。目前公司以外销为主，2009年外销占总销售收入比为94.61%。

在公司销售部门接到客户订单后，即将订单传送至公司的计划物料控制部（PMC部，PMC部下设计划部、采购部及物料控制部），由PMC计划部结合原材料库存情况，根据订单的交货时间、产品所需原材料的备料时间、产品的生产周期制订采购及生产计划。在PMC计划部完成采购及生产计划后，将采购计划传递至PMC采购部，由PMC采购部向甄选后的供应商发出采购意向，与供应商商议采购合同的细节，并将有关信息反馈至PMC计划部；同时，PMC计划部将生产计划传递至制造事业部，由制造事业部对生产计划进行反馈。最后，PMC计划部汇总各方的信息，完善采购及生产计划。公司为保证生产的顺利进行，在某一玩具所需的原材料备齐后，才开始该玩具的生产。

公司的产品品种丰富，各品种的备料期、生产周期有较大的差异。如智能产品的备料期，因智能产品需安装IC芯片，不同智能产品所需的IC芯片不同，需向IC芯片供应商专业定制，所以智能产品的备料期较长，需45天左右的时间；其他原辅材料如塑胶原料、五金、包装材料、化工材料、布匹等的备料期则较短，在5天至30天之间。因此，公司平均备料期约为10至40天之间。

按照公司的实际情况，生产周期可以分为生产耗时及后期的包装两个阶段：

A、生产耗时。公司工艺水平处于同行业领先水平，生产流程管理规范高效，生产耗时平均约为25天。

B、后期的包装阶段。由于玩具行业具有明显的季节性，与公司长期合作的客户会在非销售旺季提前下单，公司为保证能够在旺季及时供货，则根据客户所

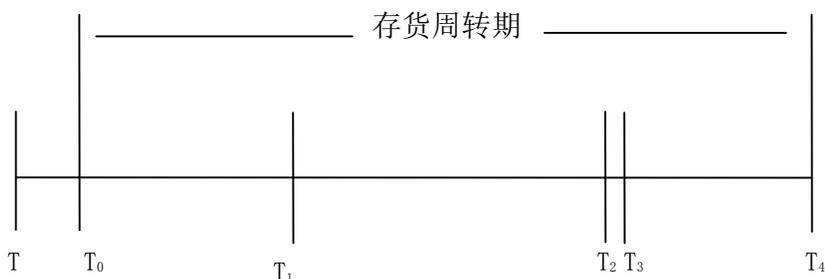
下订单，在非销售旺季先行安排生产（从而也缓解了旺季生产能力不足的瓶颈），完成生产后在销售旺季时再根据客户指定的国家或地区，按出口国所规定的包装标准，进行最后的包装出货。后期的包装阶段，会因生产计划及客户的要求有较大的差异，在3-15天，或更长的时间。

玩具行业的季节性，及公司平衡生产能力的需要，延长了公司产品的生产周期，报告期内公司的生产周期在28--40天之间。

公司产品完工后，经过质量、数量检验后入库，再根据发货计划发货，在销售旺季则可能不入库直接发货（但需办理假入库手续）。因此，公司产品的库存时间较短，一般为0-5天。

在公司发出货物后，货物经商检报检、海关报关后装船发货。海关根据货物的船运信息对报关业务进行后续处理；公司在各海关规定的期间内打印纸质报关单，用于办理出口退税及结汇的相关手续；并在中国海关电子口岸查询到报关信息后确认收入。公司自发货到确认收入的时间一般为10-20天。

综上，公司的存货周转期如下图所示：



T：客户下订单时间点；T₀：原材料入库时间点；T₁：投入生产时间点

T₂：完工入库时间点；T₃：发出存货时间点；T₄：确认收入时间点

T₀-T₁：备料期，约为10-40天，在此阶段存货体现形式为原材料及包装物

T₁-T₂：生产周期，28—40天，在此阶段存货体现为在产品及委托加工物资

T₂-T₃：库存期，0-5天，在此阶段存货体现为产成品

T₃-T₄：发货至确认收入，10-20天，在此阶段体现为发出商品

T₂-T₄：产成品周转期，10-25天

公司报告期内各年发生的原材料及包装物耗用额、全年完工产品的生产成本及营业成本如下表所示：

单位：万元

项目	2010年1-6月	2009年	2008年	2007年
----	-----------	-------	-------	-------

	全年总额	天平均额 ^{注1}	全年总额	天平均额 ^{注2}	全年总额	天平均额	全年总额	天平均额
原材料及包装物耗用额	10,380.45	57.67	28,724.89	79.79	24,955.61	69.32	20,258.46	56.27
全年完工产品的生产成本	12,887.74	71.60	33,555.32	93.21	30,174.29	83.82	24,746.98	68.74
营业成本	14,073.57	78.19	34,579.23	96.05	31,232.72	86.76	26,638.97	74.00

注1：天平均额=半年总额/180

注2：天平均额=全年总额/360

(1) 原材料及包装物期末余额分析

按各年原材料及包装物天平均额及备料期测算年末原材料及包装物余额，在考虑公司安全库存的情况下（公司通常会备足一周的原材料及包装物的安全库存），测算值=天平均原材料及包装物耗用额*（备料期+7天），公司的备料期为10-40天。测算值与各期期末原材料及包装物余额的比较如下表：

年份	测算值		期末余额	是否在测算值区间
	备料期 10 天	备料期 40 天		
2010-06-30	1,356.43	3,750.13	2,874.31	是
2009-12-31	1,356.45	3,750.19	2,407.30	是
2008-12-31	1,178.46	3,258.09	3,360.77	否
2007-12-31	956.65	2,644.85	3,241.90	否

由上表可知，2009年末和2010年6月末期末原材料及包装物余额在测算值的区间，处于合理的水平。2007年及2008年末原材料及包装物金额较大，原因是：

A、公司判断2008年原材料价格上涨，如下图所示，在2007年11月至2008年4月期间中塑指数相对平稳，公司储备较多的原材料及包装物，如下图所示：



B、公司判断2009年塑胶价格将上涨，故在2008年年末储备较多的塑胶原材料。如下图的中塑指数走势，塑料价格指数在2008年年末处于价格上涨前的平稳期，从2009年起处于上涨的期间。



(2) 在产品及委托加工材料期末余额分析

按各年在产品及委托加工材料天平均额及生产周期测算各期期末在产品及委托加工材料余额，公司的生产周期为28-40天，测算值与各年期末在产品及委托外加工材料余额比较表：

年份	测算值 ^{注2}		期末余额	是否在测算值区间
	生产周期 28 天	生产周期 40 天		
2010-06-30	2,004.76	2,863.94	4,614.56	否
2009-12-31	2,609.86	3,728.37	4,230.67	否
2008-12-31	2,346.89	3,352.70	2,604.75	是
2007-12-31	1,924.77	2,749.66	2,446.65	是

注2：测算值=生产周期*天平均额---各期完工产品的生产成本

由上表可知，2007年及2008年期末在产品及委托加工材料余额在测算值的区间，处于合理的水平。2010年6月末在产品及委托加工材料金额为4,614.56万元，主要原因是第三季度是公司的销售旺季，故在产品的金额较高。2009年期末在产品及委托加工材料金额为4,230.67万元，主要原因是公司2009年年末开始开拓国内玩具市场，国内待执行订单金额2,958.73万元；国外待执行订单金额5,016.98万元，2009年年末的待执行订单合计为7,975.71万元，公司按订单组织生产，所以在产品金额较大。

(3) 产成品及发出商品期末余额分析

按各年产成品及发出商品天平均额及产成品周转期测算年末产成品及发出

商品余额，公司的产成品周转期为10-25天，测算值与各年期末产成品及发出商品余额比较表：

年份	测算值 ^{注3}		期末余额	是否在测算值区间
	产成品周转期 10天	产成品周转期 25天		
2010-06-30	781.86	1,954.66	1,001.23	是
2009-12-31	960.53	2,401.34	1454.61	是
2008-12-31	867.58	2,168.94	1,815.87	是
2007-12-31	739.97	1,849.93	948.08	是

注3：测算值=产成品周转期*天平均额= 营业成本

由上表可知，报告期内各年末产成品及发出商品余额在测算值的区间，处于合理的水平。

（5）固定资产分析

单位：万元

资产类别	固定资产净值			
	2010-6-30	2009-12-31	2008-12-31	2007-12-31
房屋建筑物	5,978.00	6,082.58	6,295.23	6,463.90
机器设备	1,441.46	1,337.37	1,005.09	1,023.49
运输工具	219.16	264.09	242.40	318.04
模具及其他设备	300.92	280.33	326.83	16.74
合计	7,939.55	7,964.37	7,869.55	7,822.17
占总资产比	24.94%	27.01%	31.25%	37.92%

2007年12月31日至2010年6月30日，公司固定资产净值占总资产的比例分别为37.92%、31.25%、27.01%和24.94%，固定资产占总资产的比例逐年下降。2009年固定资产占总资产的比例降幅较大，反映了随着公司生产规模的扩大，固定资产利用率提高。目前公司的固定资产基本能满足公司生产经营的需求，但在旺季生产能力已显不足。在2009年度的旺季，公司需委托外单位加工以满足客户的需求。随着公司销售规模继续扩大，公司生产规模将无法适应公司未来发展的需求。本次募集资金项目之一为扩建公司的生产基地，将扩大公司的生产能力，有效提升公司的盈利能力。

截止2010年6月30日，固定资产使用状况良好，不存在减值情况。

正中珠江对报告期内公司购买固定资产、无形资产的合同、凭证进行了核查，

查阅了报告期内因购买固定资产、无形资产所支付现金的支付凭证，查阅了房屋及建筑物建造时内部流程审批情况（包括公司内部审批过程、安装及验收资料）、建安工程合同、有关建筑材料购买合同、价款支付条款、实际支付凭证、所取得的发票及账务处理情况，认为公司固定资产、无形资产的变动额真实，变动依据充分可靠。

保荐机构查阅了公司主要固定资产的建筑合同、购买合同、入账发票等材料，查阅了公司主要固定资产的折旧政策、会计处理方法等材料，并通过实地查看、向相关人员问询等方法调查了生产线的实际运作情况。对固定资产盈利能力的核查结果及核查意见如下：

公司固定资产主要包括房屋建筑物、机械设备、运输设备、模具及其他设备等，2009年年末和2010年6月末，公司固定资产情况如下：

时间	项目	固定资产原值 (万元)	固定资产净额 (万元)	成新率
2009年12月31日	房屋建筑物	7,102.01	6,082.58	85.65%
	机器设备	2,371.24	1,337.37	56.40%
	运输设备	451.86	264.09	58.45%
	模具及其他设备	392.87	280.33	71.35%
	合计	10,317.99	7,964.37	77.19%
2010年6月30日	房屋建筑物	7,102.01	5,978.00	84.17%
	机器设备	2,641.56	1,441.46	54.57%
	运输设备	412.29	219.16	53.16%
	模具及其他设备	418.78	300.92	71.86%
	合计	10,574.65	7,939.55	75.08%

根据国内同行业上市公司披露的资料，截至2009年12月31日，高乐股份的固定资产成新率为38.80%，奥飞动漫的固定资产成新率为59.64%，星辉车模的固定资产成新率为80.99%。因此公司固定资产成新率高于高乐股份和奥飞动漫，略低于星辉车模，总体而言在同行业上市公司中处于较高水平。公司各项固定资产自投入使用以来，运行状况良好，不存在固定资产闲置、报废以及需要计提资产减值准备的情况。2009年公司生产线运转情况正常，在生产旺季产能利用率达到了100%以上，满足了公司产品订单不断增长的需要。较高的固定资产成新率，将有利于公司未来生产经营的稳定。

公司固定资产占总资产比例情况：

单位：万元

项 目	2010-6-30	2009-12-31	2008-12-31	2007-12-31
固定资产净值	7,939.55	7,964.37	7,869.55	7,822.17
总资产	31,835.60	29,491.16	25,184.48	20,629.65
固定资产净值占总资产比例	24.94%	27.01%	31.25%	37.92%

2007年至2010年6月30日，公司固定资产净值占总资产的比例分别为37.92%、31.25%、27.01%和24.94%，固定资产占资产的比例逐年下降，反映了随着公司生产规模的扩大，固定资产利用率逐年提高。

固定资产收入率与同行业上市公司比较情况如下：

项 目	公司	高乐股份	奥飞动漫	星辉车模
2009年营业收入（万元）	43,105.67	30,644.08	59,083.48	23,328.83
2009年末固定资产原值（万元）	10,317.99	14,895.23	10,340.33	6,866.14
固定资产收入率	4.18	2.06	5.71	3.40

注：固定资产收入率=销售收入/固定资产原值

固定资产收入率指标的数值越高，就表示一定时期内投入的固定资产所带动的收入越多，说明固定资产利用效果越好。由上表可知，公司的固定资产收入率为4.18，相当于每1元的固定资产可以产生4元多的销售收入，在同行业上市公司中处于较高水平，说明公司固定资产利用效果较好，固定资产的盈利能力较强。

保荐机构认为，公司固定资产成新率较高，各项固定资产的使用情况良好，不存在需要计提资产减值准备的情况，固定资产利用效果较好，盈利能力较强。

（6）无形资产分析

近三年及一期，公司无形资产的账面价值构成如下：

单位：万元

项目	2010-6-30	2009-12-31	2008-12-31	2007-12-31
土地使用权	1,922.78	1,947.02	1,995.50	1,978.96

截止2010年6月30日，公司的无形资产为土地使用权。公司的土地使用权净值为1,922.78万元，土地使用权产权清晰，不存在减值因素，无需计提减值准备。

2、资产减值准备计提情况

公司最近三年及一期期末资产减值准备计提的情况如下：

单位：万元

项 目	2010-6-30	2009-12-31	2008-12-31	2007-12-31
坏账准备	159.10	74.93	84.27	36.34
存货跌价准备	30.86	32.84	-	-
固定资产减值准备	-	-	-	-
工程物资减值准备	-	-	-	-
在建工程减值准备	-	-	-	-
无形资产减值准备	-	-	-	-
其他资产减值准备	-	-	-	-
合 计	189.96	107.78	84.27	36.34

从审慎性原则出发，公司制订了稳健的、符合实际情况的资产减值准备计提政策，并严格按减值准备计提政策足额地计提各项资产减值准备，资产减值准备符合资产的实际状况，未来不会因突发性的资产减值导致财务风险。

在各期末，公司对应收账款及其他应收款计提了坏账准备。

在2009年12月31日和2010年6月30日，经对存货进行盘点，进行减值测试，由于部分产成品的售价低于账面价值，公司对产成品计提了32.84万元和30.86万元的存货跌价准备。

公司2007年至2009年自主品牌及ODM销售占总销售收入的比重分别为78.82%、77.43%、84.86%，呈逐年上升的趋势。由于自主品牌、ODM产品销售比重较大，产成品存货存在固有风险，报告期内，各年年末原材料、在产品、完工产品库存期及其金额明细表如下：

原材料库存期及其金额（万元）

原材料	2010-6-30	2009-12-31	2008-12-31	2007-12-31
1年以内	2,494.32	2,340.38	3,200.14	2,930.62
1—2年	-	-	-	-
2年以上	-	-	-	-
合计	2,494.32	2,340.38	3,200.14	2,930.62

在产品库存期及其金额（万元）

在产品	2010-06-30	2009-12-31	2008-12-31	2007-12-31
1年以内	4,390.29	4,163.75	2,444.12	2,135.37

1—2年	-	-	-	-
2年以上	-	-	-	-
合计	4,390.29	4,163.75	2,444.12	2,135.37

产成品库存期及其金额（万元）

产成品	2010-6-30	2009-12-31	2008-12-31	2007-12-31
1年以内	499.22	515.10	257.90	224.94
1—2年	-	-	-	-
2年以上	-	-	-	-
合计	499.22	771.59	257.90	224.94

由上表可知，公司报告期内各年年末的原材料、在产品、产成品库存期均为1年以内，未有长期积压的存货。公司自主品牌及ODM产品在外销时采取以销定产的经营模式，根据接单情况制定生产及采购计划，期末结存的在产品与产成品均与销售合同对应，按照订单发货后剩余的零星出口尾产品，公司定期作为内销处理，因此公司用于出口的原材料、在产品及产成品不存在过时的情况。

对于国内销售产品，公司在2007年度未开始拓展国内市场（2007年年度国内销售实现的收入65.74万元，为2007年销售外销尾货、研发多余样品等实现的收入）。2008年公司取得《小鲤鱼历险记》、《烈维塔任务》等动漫玩具形象使用授权，开发动漫衍生玩具产品，开始拓展国内市场，期末产成品库存中无内销的产品，有部分的在产品，不存在过时的情况。在2009年年末，公司开始投资制作动漫影视片，进一步拓展国内动漫衍生玩具产品市场。在2009年年末和2010年6月末，通过存货盘点，对存货进行减值测试，基于谨慎性原则，将用于内销产品账面成本低于可变现净值的方法计提了32.84万元和30.86万元的存货跌价准备。明细列示如下：

2009年年末存货计提减值准备明细

产品名称	单位	账面数			市场价			预计销售费用和税金		应计提跌价 (元)
		数量	单价	金额(元)	数量	单价	市场价格(元)	比例	金额(元)	
房屋 1FW2	套	20,000	12.82	256,436.22	20,000	11.52	230,366.49	4.50%	10,366.49	36,436.22
神兵小将	套	81,322	3.35	272,359.04	81,322	2.62	212,884.82	4.50%	9,579.82	69,054.04
小鲤鱼	套	35,000	2.88	100,626.17	35,000	2.09	73,298.43	4.50%	3,298.43	30,626.17
饰品 1SP0/5	套	67,940	4.26	289,237.01	67,940	3.66	248,994.76	4.50%	11,204.76	51,447.01
三国系列	只	116,840	1.82	213,074.13	116,840	1.26	146,814.66	4.50%	6,606.66	72,866.13

撞击机 2ZJ5	套	7368	25.64	188,942.20	7,368	24.08	177,449.21	4.50%	7,985.21	19,478.20
公仔 5B011	个	6000	53.09	318,541.86	6,000	47.12	282,722.51	4.50%	12,722.51	48,541.86
合计		334,470		1,639,216.63	334,470		1,249,003.11		61,763.89	328,449.63

2010年6月末存货计提减值准备明细

名称	单位	账面数			市场价			预计销售费用和税金		应计提跌价(元)
		数量	单价	金额(元)	数量	单价	金额(元)	比例	金额(元)	
吉祥物	只	3,270	1.59	5,189.07	3,270	1.20	3,937.70	4.50%	177.20	1,428.57
音乐盒	只	1,116	2.64	2,947.84	1,116	1.47	1,636.02	4.50%	73.62	1,385.44
塔	只	1,968	1.77	3,478.74	1,968	1.26	2,471.93	4.50%	111.24	1,118.05
铃	只	414	10.72	4,437.35	414	8.38	3,468.06	4.50%	156.06	1,125.35
动物园	只	1,440	3.53	5,076.38	1,440	2.62	3,769.63	4.50%	169.63	1,476.38
吉它	套	1,344	9.78	13,148.75	1,344	7.33	9,851.31	4.50%	443.31	3,740.75
乐园	套	960	10.29	9,882.80	960	7.87	7,559.37	4.50%	340.17	2,663.60
大游乐场	套	1,920	155.86	299,244.01	1,920	136.13	261,361.26	4.50%	11,761.26	49,644.01
书桌	套	6,000	29.50	176,979.00	6,000	26.18	157,068.06	4.50%	7,068.06	26,979.00
电动娃娃 2DW10	套	32,086	49.26	1,580,485.77	32,086	49.21	1,579,101.57	4.50%	71,059.57	72,443.77
怪兽 4GS6	套	16,200	31.31	507,155.58	16,200	31.41	508,900.52	4.50%	22,900.52	21,155.58
公仔 5S015	个	6,120	69.64	426,224.95	6,120	64.92	397,319.37	4.50%	17,879.37	46,784.95
公仔 5S05	个	34,578	24.14	834,833.94	34,578	22.90	791,854.30	4.50%	35,633.44	78,613.08
合计		294,788		4,992,187.50	294,788		4,904,323.53	4.50%	220,694.56	308,558.53

保荐机构、正中珠江对本公司存货跌价准备计提的充分性进行了专项核查，认为基于审慎的原则，公司在报告期内已计提了充分的存货跌价准备。

其他主要资产经期末减值测试未发现有减值情况，因此未提取减值准备。

3、公司管理层对资产状况的评价

综上所述，本公司管理层认为：公司的资产结构合理，符合公司生产经营的需求；整体资产质量状况优良，已对相关资产计提了足额的减值或跌价准备，资产的计价遵循了真实性与谨慎性原则。

(二) 负债结构分析

报告期内，公司主要负债科目的金额及占总负债的比例情况如下：

单位：万元

负债	2010-6-30		2009-12-31		2008-12-31		2007-12-31	
	金额	比例 (%)						
短期借款	12,600.00	88.67	11,916.60	87.39	11,550.00	86.37	6,400.00	54.10
应付账款	696.98	4.90	843.29	6.18	1,247.95	9.33	328.78	2.78
预收款项	139.12	0.98	167.28	1.23	51.44	0.38	0.84	0.01
应付职工薪酬	388.74	2.74	292.10	2.14	141.21	1.06	295.59	2.50
应交税费	-147.91	-1.04	167.92	1.23	293.15	2.19	272.03	2.30
应付利息	17.47	0.12	18.04	0.13	8.47	0.06	17.47	0.15
其他应付款	316.31	2.23	231.43	1.70	80.00	0.60	514.73	4.35
流动负债合计	14,010.70	98.59	13,636.67	100.00	13,372.22	100.00	7,829.44	66.19
长期借款	-	-	-	-	-	0.00	4,000.00	33.81
其他非流动负债	200.00	1.41	-	-	-	-	-	-
非流动负债合计	200.00	1.41	-	-	-	0.00	4,000.00	33.81
计：								
负债总计	14,210.70	100.00	13,636.67	100.00	13,372.22	100.00	11,829.44	100.00

报告期内公司的负债规模随着公司生产经营规模的扩大，呈增长趋势。负债结构中主要以流动负债为主，而流动负债中主要是短期借款。公司债务资金的筹措目前基本依靠银行贷款，而通过商业信用取得负债（应付账款）较少，主要原因是公司上游的供应商主要为大型的石化企业，信用政策较为严格。

1、短期借款

报告期内，公司短期借款变动分析如下所示：

单位：万元

年度	2010-6-30	2009-12-31	2008-12-31	2007-12-31
短期借款	12,600.00	11,916.60	11,550.00	6,400.00
增加额	683.40	366.60	5,150.00	-
增幅	5.73%	3.17%	80.47%	-

公司2008年度短期借款与2007年度相比，增长了5,150.00万，增幅为80.47%，主要原因是2008年度公司向中国建设银行汕头市分行借入短期借款4,000.00万元，偿还中国建设银行汕头市分行的4,000.00万长期借款。

2009年年末及2010年6月末，公司的短期借款金额为11,916.60万元和12,600.00万元，金额较大，但公司多年以来与合作银行均保持了良好的合作关

系，公司的贷款偿还信用记录良好，并且有足额的资产担保，贷款展期或新增银行贷款的难度较低；同时，随着公司的稳步发展，公司的经营活动现金流入量稳定增长，能满足目前公司正常生产经营对现金的需要，并可预留充足的偿债资金，无法偿还债务本息的风险较低。

(1) 报告期内，公司短期借款明细构成如下：

单位：万元

贷款银行/机构	2010-6-30	2009-12-31	2008-12-31	2007-12-31
中国建设银行	8000.00	8,500.00	7,500.00	3,500.00
中国农业银行	1300.00	1,300.00	1,300.00	1,400.00
恒生银行	-	1,816.60	2,450.00	1,500.00
深圳发展银行	3000.00			
汕头市澄海区经济贸易局	300.00	300.00	300.00	-
合计	12,600.00	11,916.60	11,550.00	6,400.00

其中：

A、中国建设银行借款为工业流动资金贷款，公司主要用于补充公司流动资金及原材料采购；

B、中国农业银行、恒生银行广州分行、深圳发展银行借款为短期流动资金贷款，公司主要用于原材料采购；

C、汕头市澄海区经济贸易局借款，公司用于汕头市澄海区财政扶持动漫文化产业发展的专项资金项目。

(2) 报告期内，公司营运资金情况如下：

单位：万元

项目	2010-6-30	2009-12-31	2008-12-31	2007-12-31
流动资产	21,796.52	19,365.13	15,134.60	10,824.39
流动负债	14,010.70	13,636.67	13,372.22	7,829.44
营运资金	7,785.82	5,984.96	1,762.39	2,994.95

公司的短期借款严格按合同使用，用于补充流动资金，不存在短借长投的情况。

(3) 报告期各年利息支出及其占利润总额、经营活动现金流量净额的比重：

单位：万元

项 目	2010年1-6月	2009年度	2008年度	2007年度
利息支出	324.36	718.90	952.07	736.65
利润总额	2,140.29	4,656.19	3,453.42	2,833.80
利息支出所占比重:	15.15%	15.44%	27.57%	26.00%
经营活动现金流量净额	967.67	2,839.98	761.04	2,647.79
利息支出所占比重:	33.52%	25.31%	125.10%	27.82%

(4) 公司 2009 年末短期借款各季度到期期限结构如下表所示:

单位: 万元

季度	到期借款金额	备注
第一季度	7,216.60	已按期或提前清偿
第二季度	3,500.00	已按期或提前清偿
第三季度	1,500.00	增加 300 万元
第四季度	-	-
合计	11,916.60	-

截至 2010 年 6 月 30 日公司第一季度及第二季度到期的 7,216.60 万元及 3,500 万元的贷款已经全部按期或提前清偿;公司于 2010 年 2 月 11 日新增一笔 300.00 万的借款,借款期限至 2010 年 8 月 10 日。

(5) 根据公司历年的销售收款、采购情况,预测公司 2010 年各季度的经营活动净现金流量表:

单位: 万元

2010 年	预计产生的经营性现金流量净额
第一季度	85.40
第二季度	452.20
第三季度	2,685.90
第四季度	76.50
合计	3,300.00

注: 公司 2010 年上半年产生的经营性现金流量净额为 967.67 万元。

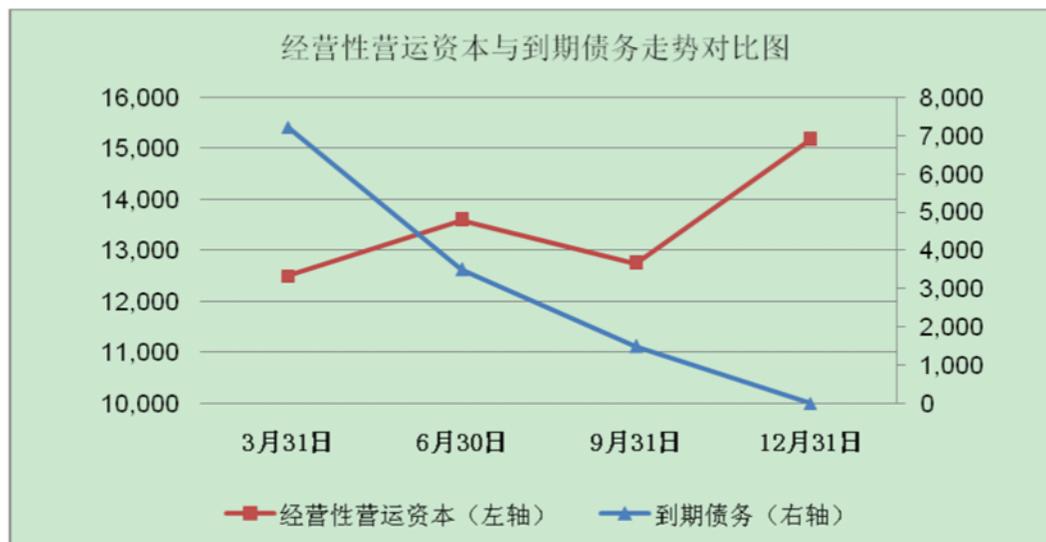
结合公司 2009 年年末短期借款到期期限结构,假设公司为保证公司的生产经营需预留 2,000.00 万货币资金,公司的资金安排计划如下表所示:

单位: 万元

项目	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
期初的货币资金	2,754.04	2,000.00	2,000.00	2,000.00
加：预计产生的经营性现金流量净额	85.40	452.20	2,685.90	76.50
减：到期需偿还的债务	7,216.60	3,500.00	1,500.00	-
减：企业经营需预留的货币资金	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00
在不考虑外部股权融资的前提下，需新借的贷款（负值为需新发生的银行借款）	-6,377.16	-3,047.80	1,185.90	76.50

截至 2010 年 6 月 30 日，2010 年公司新借 10,300.00 万元短期借款，按期偿还第一季度及第二季度的到期债务 7,216.60 万元和 3,500 万元。公司多年以来与合作银行均保持了良好的合作关系，公司的贷款偿还信用记录良好，成立至今从未出现逾期不能偿还贷款的情况。

公司根据生产经营季节性所体现的经营性营运资本季节性变化，合理安排借贷计划，将还款高峰放在经营性营运资本较低期间。以公司 2009 年各季度末经营性营运资本模拟 2010 年各季度经营性营运资本，与到期需偿还的债务对比如下：



因此，虽然公司的短期负债金额较大，但由于公司盈利能力较强，经营活动现金流量较稳定，与各银行保持了良好的合作关系，贷款信用记录良好，而且能够根据公司的生产经营合理安排借贷期，能够有效规避不能按时偿还贷款的风险。

2、应付账款

报告期内，公司应付账款变动分析如下所示：

单位：万元

年度	2010-6-30	2009-12-31	2008-12-31	2007-12-31
应付账款	696.98	843.29	1,247.95	328.78
增加额	-146.31	-404.66	919.17	-
增幅	-17.35%	-32.43%	279.57%	-

2009年12月31日余额843.29万元，较2008年12月31日余额减少32.43%，主要原因是2009年度原材料价格呈不断上升趋势，采购较多根据合同支付订货款，预付账款增加，应付账款相应减少；2008年12月31日余额1,247.95万元，较2007年12月31日余额增加279.57%，主要原因为公司判断金融危机不会持续太久，四季度原材料价格处于低位，增加原材料储备。

（三）公司偿债能力分析

1、偿债能力指标分析

报告期内，公司偿债能力的主要财务指标如下：

财务指标	2010-6-30	2009-12-31	2008-12-31	2007-12-31
流动比率	1.56	1.42	1.13	1.38
速动比率	0.95	0.82	0.54	0.57
资产负债率（母公司）	44.64%	46.24%	53.10%	57.34%
财务指标	2010年1-6月	2009年度	2008年度	2007年度
息税折旧摊销前利润（万元）	2,511.12	5,586.60	4,846.27	3,983.29
利息保障倍数	6.68	6.79	4.53	4.71

注：息税折旧摊销前利润及利息保障倍数以营业利润为计算基础。

从上表可知，公司的各项主要偿债能力指标正常，公司资产负债结构合理，偿债能力较强。

（1）流动比率和速动比率分析

报告期内，公司的流动比率、速动比率偏低，主要原因是公司的负债结构以流动负债为主（2008年、2009年公司无非流动负债），且公司的存货在流动资产中占比较高。

2008年年末公司流动比率、速动比率与2007年相比较低，主要原因是公司2008年度向中国建设银行汕头市分行借入短期借款4,000.00万元，偿还中国建设银行汕头市分行的4,000.00万长期借款，从而使公司2008年度流动负债与

2007年度相比，增幅较大，流动比率与速动比率较低。

2008年年末、2009年年末及2010年6月末，公司的流动负债规模呈上升趋势，但流动比率与速动比率未呈现下降，反而呈上升趋势，主要原因是公司2009年及2010年上半年盈利状况良好，提高了公司2009年流动比率及速动比率，提高了公司的短期偿债能力。

（2）资产负债率分析

报告期内，公司资产负债率呈下降趋势，但仍在合理的范围内，资产负债结构合理，偿债风险较小。2008年公司负债总额与2007年相比，增加了1,542.78万元，但公司2008年资产负债率与2007年相比，下降了4.24%，主要原因是公司2008年盈利状况良好，实现净利润3,012.05万元。2009年公司负债总额与2008年相比，增加了264.45万元，资产负债率较2008年则下降了6.86%，主要原因是公司2009年度公司盈利状况良好，实现净利润4,042.23万元；公司2010年6月末的负债总额与2009年年末相比，增加了574.03万元，资产负债率较2009年则下降了1.60%，主要原因是公司2010年盈利状况良好，实现净利润1,770.41万元。

（3）息税折旧摊销前利润和利息保障倍数分析

公司息税折旧摊销前利润2007至2010年1-6月分别为3,983.29万元、4,846.27万元、5,586.60万元和2,511.12万元，保持在较高水平，且年度间呈逐年递增，表明公司的盈利能力较强，具有持续增长的能力。利息保障倍数2007年至2010年1-6月分别为4.71、4.53、6.79和6.68，表明公司可足额支付同期的银行借款利息，短期偿债能力进一步增强。

2、管理层对公司偿债能力的评价

公司董事会和管理层认为：公司债务总体规模适度，目前的资产负债率水平体现了公司利用财务杠杆适度举债经营的原则。虽然公司的短期借款金额相对较大，但多年以来公司与合作银行均保持了良好的合作关系，公司的银行信用良好，并且有足额的资产担保，贷款展期或新增银行贷款的难度较低；同时，随着公司的稳步发展，公司的经营活动现金流入量稳定增长，能满足目前公司正常生产经营对现金的需要，并可预留充足的偿债资金，不存在无法偿还债务本息的风险。

（四）经营活动现金流量与营业利润对比分析

报告期内经营活动产生的净现金流量和营业利润对比情况如下：

单位：万元

项 目	2010年1-6月	2009年度	2008年度	2007年度
经营活动产生的净现金流量	967.67	2,839.98	761.04	2,647.79
净利润	1,770.41	4,042.23	3,012.05	2,408.34
经营活动产生的净现金流量占净利润比	54.66%	70.26%	25.27%	109.94%

报告期内，公司经营活动产生的净现金流量占净利润的比例波动较大。2008年公司经营活动产生的净现金流量占净利润的比例较低，为25.27%，比净利润低2,251.01万元，主要原因是2008年公司销售规模扩大，且公司适度放宽信用政策，应收账款增加了1,705.94万元；随着公司销售规模扩大，生产规模也随之扩大，存货储备增加了1,518.39万元。2009年公司经营活动产生的净现金流量占净利润的比为70.26%，与2008年相比有较大幅度的提升，保持在较为正常的水平。2009年公司经营活动产生的净现金流量比净利润低1,202.25万元，主要原因是2009年公司业务规模扩大，公司适当增加了原材料储备，并向供应商预付货款购买原材料，公司2009年存货增加了564.06万元，预付货款增加了2,144.75万元。2010年1-6月公司经营活动产生的净现金流量比净利润低802.74万元，主要原因是公司2009年末的预付原材料款项在2010年上半年结算，6月末的预付账款减少2,821.26万元；公司在5、6月份逐步进入销售旺季，5、6月份形成的销售收入金额较大；应收账款金额增加了3,902.49万元。

总体看来，公司经营活动的现金净流量良好，能较好地依靠自身积累偿还债务并实现滚动发展的潜力。

1、公司报告期净利润和经营活动现金流量净额差异金额如下：

单位：万元

项 目	2010年1-6月	2009年度	2008年度	2007年度
净利润	1,770.41	4,042.23	3,012.05	24,08.33
经营活动现金流量净额	967.67	2,839.98	761.04	2,647.79
差异	802.74	1,202.25	2,251.01	-239.45

2、形成公司报告期净利润和经营活动现金流量净额较大差异的主要项目和金额如下：

单位：万元

形成差异的主要项目：	2010年1-6月	2009年度	2008年度	2007年度
资产减值准备	115.03	24.46	47.63	-88.68
固定资产折旧	291.54	516.58	402.45	366.46
无形资产摊销	24.24	48.48	48.46	45.42
长期待摊费用摊销	33.33	72.93	47.07	19.99
财务费用	371.62	728.47	960.54	754.12
小计：	835.76	1390.92	1,506.15	1,097.32
存货的减少（减：增加）	-297.46	-307.57	-1,518.39	-2,030.26
经营性应收项目的减少（减：增加）	-1,047.68	-2,128.74	-2,492.78	3,587.18
经营性应付项目的增加（减：减少）	-309.73	-111.72	259.37	-2,424.93
小计：	-1,654.87	-2,548.03	-3,751.80	-868.01
合计：	-819.11	-1,157.11	-2,245.65	229.31

造成各年度差异较大的主要项目说明如下：

（1）存货：

2010年6月末存货余额较2009年末增加297.46万元，2009年末存货余额较2008年末增加307.57万元，2008年末存货余额较2007年末增加1,518.39万元，2007年末存货余额较2006年末增加2,030.26万元，构成差异的主要项目是原材料、在产品、产成品及发出商品，主要原因是：公司实行“以销定产”，根据接单情况制定生产计划，从2007-2009年度，公司销售订单数量、金额均持续增加，营业收入持续增长。一般订单的交货周期（从下单时间至交货时间）为2.5至3个月，在持续接单生产过程中，需要保持一定金额的原材料储备，因此在产品金额也较大；而根据订单暂未到发货时间的产成品，以及出口暂未结关的发出商品金额也较大。

（2）经营性应收项目：

2010年6月末经营性应收项目余额较2009年年末增加了1,047.68万元，2009年末经营性应收项目余额较2008年末增加2,128.74万元，2008年末余额较2007年末增加2,492.78万元，2007年末余额较2006年末减少3,587.18万元，主要原因是：

A、2010年1-6月：预付账款方面，公司2009年末的预付原材料款项在2010年上半年结算，6月末的预付账款减少2,821.26万元。应收账款方面，公

司在 5、6 月份逐步进入销售旺季，5、6 月份形成的销售收入金额较大；应收账款金额增加了 3,902.49 万元。B、2009 年：公司业务处于稳步增长期，需增加生产原料储备，2009 年提前订货增加预付款。2009 年按合同付订货款的主要供应商年末余额为：广东金源昌投资集团有限公司 1,258.00 万元、汕头市华塑包装材料有限公司 954.92 万元，两项合计 2,212.92 万元，2008 年末两客户均无余额。

C、2008 年：应收账款方面，香港华艺公司 2008 年末余额较 2007 年末增加 1,378.19 万元，意大利 GP 公司 2008 年末余额较 2007 年增加 516.76 万元，两项合计 1,894.95 万元，主要原因是 2008 年度营业收入较 2007 年度增长 5,874.01 万元，应收账款相应增长；其他应收款方面，汕头市新视野贸易有限公司 446.00 元、公司广州办事处筹办费借支款 90.00 万元，两项合计 536.00 万元；应收账款、其他应收款主要项目增加合计 2,430.95 万元。

D、2007 年：应收账款方面，意大利 GP 公司 2007 年末余额较 2006 年末减少 1,630.58 万元，联贸进出口有限公司 2007 年末余额较 2006 年末减少 1,950.73 万元，香港华艺公司 2007 年末余额较 2006 年末减少 898.89 万元，三项合计 4,480.20 万元，主要原因是 2007 年度公司对 2006 年度结存的应收账款加强了回收力度；预付账款方面，2007 年按合同付订货款的主要供应商年末余额为：中国石油大庆石油化工总厂 978.25 万元、广东华业包装材料有限公司 254.04 元，两项合计 1,232.29 万元，2006 年末两客户均无余额；应收账款、预付账款主要项目减少合计 3,247.92 万元。

(3) 经营性应付项目：

2007 年末余额较 2006 年末减少 2,424.93 万元，主要原因是，2007 年支付 2006 年末应付往来款项 2,903.20 万元。

(五) 公司资产周转能力分析

1、应收账款周转率分析

公司最近三年应收账款周转率情况以及同行业上市公司的情况如下：

单位：次

公司	2010 年 1-6 月	2009 年度	2008 年度	2007 年度
高乐玩具	-	3.52	4.27	4.91
奥飞动漫	-	5.31	5.44	7.62

星辉车模	-	25.01	25.89	21.21
骅威玩具	3.33	12.16	14.45	8.17

数据来源：同行业上市公司财务数据根据公开披露信息计算。

从上表可知，公司2007年度至2009年度的应收账款周转率分别为8.17、14.45和12.16，与同行业上市公司相比，公司应收账款周转率维持在较好水平。

公司2010年1-6月的应收账款周转率为3.33，相比2007年至2009年的年度应收账款周转率较低，主要原因是2010年6月末的应收账款金额较大，而且由于公司销售旺季在第三季度，上半年实现的营业收入不及全年金额的1/2。公司2010年6月末的应收账款金额为7,498.29万元，该金额的合理性详见“第十一节 管理层讨论与分析”之“一、发行人财务状况分析，（一），（2）应收账款分析”。

综上，公司各年度的应收账款周转率维持在较好水平，公司对应收账款的管理能力较强，资产运营效率较高。

2、存货周转率分析

公司最近三年存货周转率情况以及同行业上市公司的情况如下：

单位：次

公司	2010年1-6月	2009年度	2008年度	2007年度
高乐玩具	-	6.89	9.99	10.33
奥飞动漫	-	2.03	1.95	2.96
星辉车模	-	3.72	3.46	2.53
骅威玩具	1.69	4.31	4.39	4.98

数据来源：同行业上市公司财务数据根据公开披露信息计算。

从上表可知，与同行业上市公司相比，2007年度至2009年度公司存货周转率处于同行业较好水平。

公司2010年1-6月的存货周转率为1.69，相比2007年至2009年的年度存货周转率较低，主要原因是2010年6月末的存货金额较大，而且由于公司销售旺季在第三季度，上半年结转的营业成本低于全年金额的1/2。公司2010年6月末的存货金额为8,490.10万元，该金额的合理性详见“第十一节 管理层讨论与分析”之“一、发行人财务状况分析，（一），（4）存货分析”。

公司2007年度至2009年度存货周转率呈逐年下降趋势，但按照公式存货周转率=营业成本÷平均存货，按照平均存货取值的不同，报告期内公司的存货周

转率如下表所示:

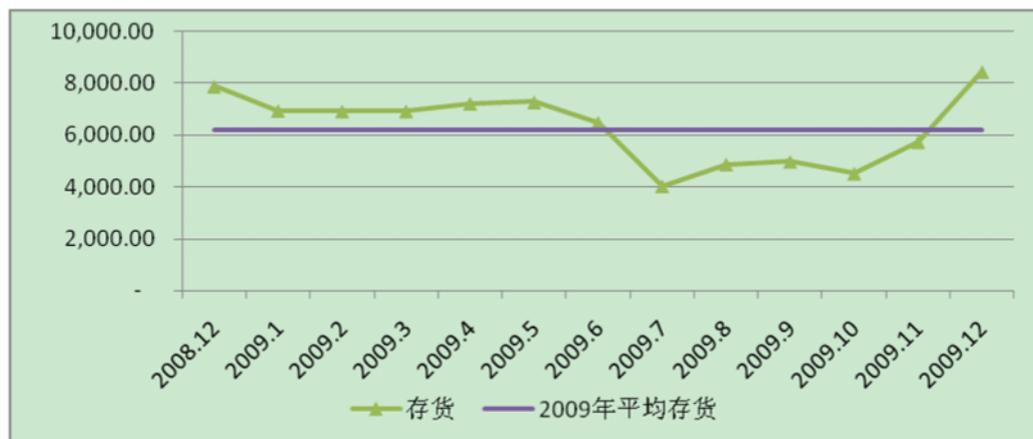
公司	2009 年度	2008 年度	2007 年度
存货周转率① (次)	4.31	4.39	4.98
存货周转率② (次)	5.61	4.52	5.52

$$\text{存货周转率②的平均存货} = \frac{1}{12} * \sum_{i=1}^{12} \text{本年}i\text{月末存货}$$

$$\text{存货周转率②的平均存货} = \frac{1}{12} * \sum_{i=1}^{12} \text{本年}i\text{月末存货}$$

由于公司生产经营季节性特征明显,“存货周转率②的平均存货”是年内1至12月各月末存货余额的平均值,是存货周转率①公式的改进,能更为精确地反应公司的存货周转水平。

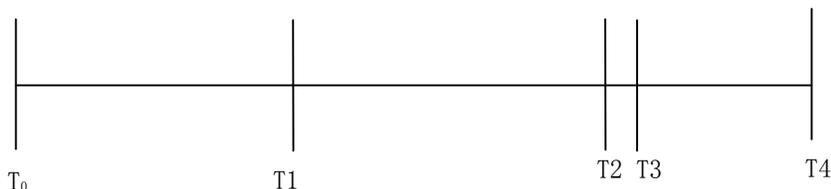
从“存货周转率②”可知,公司2007年至2009年各年的存货周转率为5.52、4.52、5.61,与“存货周转率①”相比,2009年的存货周转率提高的幅度较大,主要原因是公司经营季节性明显,12月为公司的销售淡季,公司为平衡生产能力,为旺季的销售做准备,增加原材料储备,在产品数量也增加,存货总体大幅上升,因此2008年年末存货余额与2009年年末存货余额的平均值大于2009年年内1至12月的平均存货余额。如下图所示:



(1) 存货周转期和生产耗时之间的差异比较情况

公司的存货周转期可如以下时间轴分为四个阶段,分别为备料期、生产周期、库存期及发货至确认收入的期间。其中,生产周期又可分为两个阶段,为生产耗时及后期的包装期。公司的生产耗时一般为25天,后期的包装阶段则会因生产计划及客户的要求有较大的差异,为3-15天,或更长的时间。

存货周转期



T₀ - T₁ : 备料期, 约为 10-40 天;

T₁ - T₂ : 生产周期, 约为 28—40 天, 其中, 生产耗时约为 25 天, 后期的包装阶段约为 3-15 天;

T₂ - T₃ : 库存期, 0-5 天;

T₃ - T₄ : 发货至确认收入, 10-20 天。

T₂ - T₄ : 产成品周转期, 10-24 天

按照存货周转期=360÷存货周转率, 以存货周转率②计算存货周转期, 存货周转期与生产耗时的差异如下表所示:

项目	2009 年度	2008 年度	2007 年度
存货周转率② (次)	5.61	4.52	5.52
存货周转期 (天)	64.15	79.73	65.16
生产耗时 (天)	25	25	25
存货周转期与生产耗时的差异 (天)	39.15	54.73	40.16

存货周转期与生产耗时的差异主要是由备料期、生产周期中后期的包装期、发出存货至确认收入期间这三个时间段形成的。

(2) 存货周转率变动分析

从2007年-2009年存货周转率②为5.52、4.52、5.61可知, 公司2007年与2009年存货周转率较为一致, 2008年存货周转率低于2007年与2009年的存货周转率, 具体分析如下:

A、在存货周转率相同的情况下, 各年的平均存货额会因主营业务成本的增加而增加, 因此, 分析平均存货变动对周转率的影响, 需消除主营业务成本增加的影响。

以2007年主营业务成本为基数, 计算出主营业务成本指数

项目	2009 年度	2008 年度	2007 年度
主营业务成本 (万元)	34,579.23	31,232.72	26,638.97
主营业务成本指数 (即与 2007 年主营业务成本的比值)	1.30	1.17	1.00

B、消除主营业务成本绝对值增大对存货的影响。根据 2007 年至 2009 年各月月末的存货余额，相应除以各自的主营业务成本指数，得出各月月末存货余额的相对值，以 $\text{平均存货} = \frac{1}{12} \times \sum_{i=1}^{12} \text{本年 } i \text{ 月末存货余额}$ 公式计算各类存货的月

平均存货余额相对值，如下表所示：

项目	原材料	包装物	委托加工物资	产成品	发出商品	在产品	合计
2007 年月平均余额相对值 (a)	1,731.08	207.28	54.86	116.96	693.05	2,018.69	4,821.91
2008 年月平均余额相对值 (b)	1,900.19	127.25	127.67	381.76	1,457.67	1,905.13	5,899.67
2009 年月平均余额相对值 (c)	794.80	103.49	198.92	267.23	963.99	2,418.70	4,763.64

C、计算2008年各类存货月平均余额相对值与2007年、2009年各类存货月平均余额相对值的差异，如下表所示：

项目	原材料	包装物	在产品	委托加工物资	产成品	发出商品	合计
2008 年月平均余额相对值 -2007 年月平均余额相对值(b-a)	169.11	-58.08	-113.56	72.81	264.81	764.62	1,099.70
2008 年月平均余额相对值 -2009 年月平均余额相对值(b-c)	1,105.39	23.76	-513.58	-71.25	114.53	493.68	1,136.04

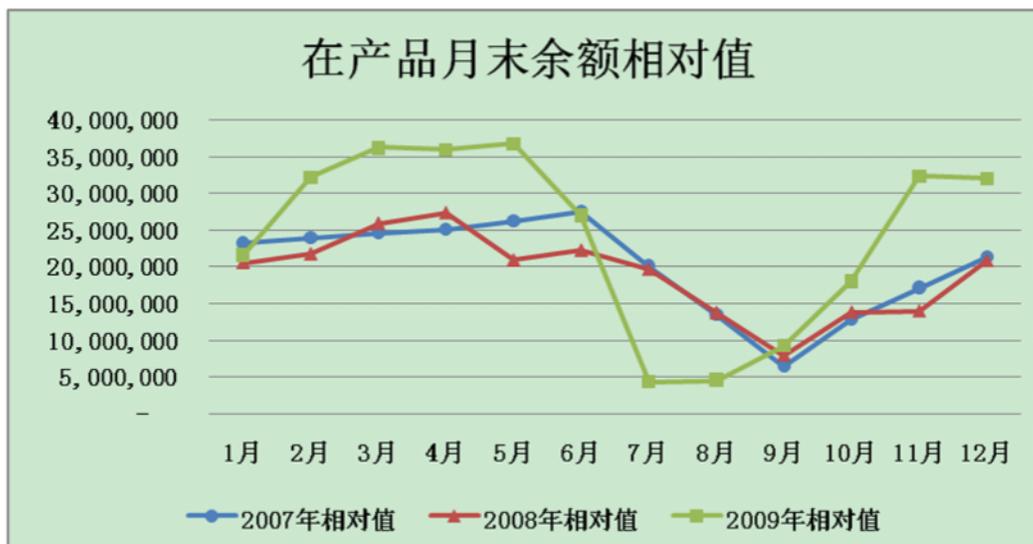
由上表可知，报告期各类存货波动较大的是2009年原材料月平均余额相对值较小，2009年在产品月平均余额相对较大，2008年产成品及发出商品的月平均余额相对值较大，主要原因是：

A、2009年的原材料月平均余额相对值较小原因分析

2009年原材料月平均余额相对值较小，是由于2009年原材料价格波动较大，为减少原材料价格波动的风险，公司的原材料储备较少。

B、2009年在产品月平均余额相对较大原因分析

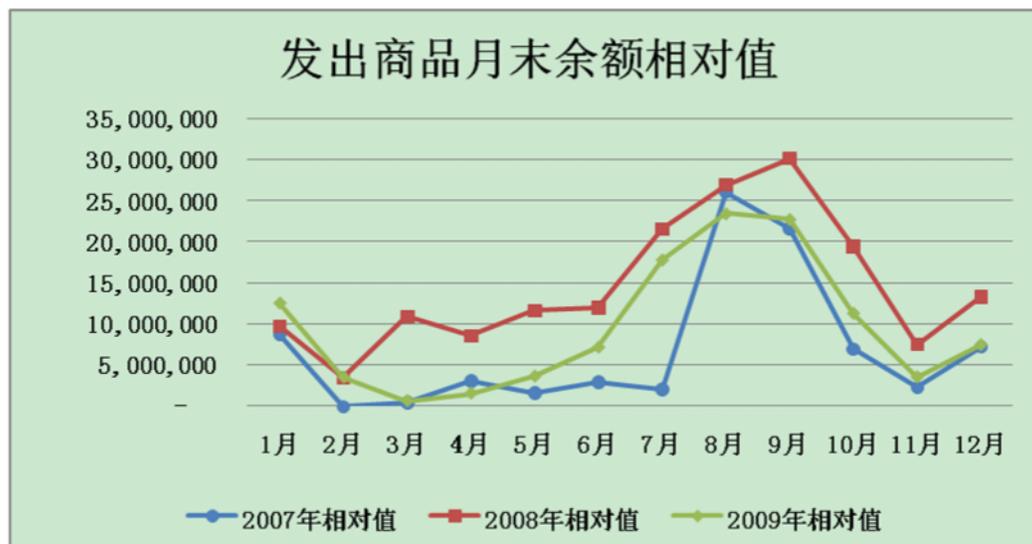
报告期内各年在产品月末余额相对值如下图所示：



从上图可知，2009年2月至6月的在产品月末余额相对较高，主要原因是2009年上半年，在各国积极财政政策刺激下，海外市场需求在缓慢恢复过程中，与公司长期合作的客户预见到玩具市场的复苏，在2009年年初提前下单。公司为保证能够在旺季及时供货，则根据客户所下订单，在2月—6月先行安排生产，完成生产后在销售旺季时再根据客户指定的国家或地区，按出口国所规定的包装标准，进行最后的包装出货，所以造成2月至6月的在产品金额较大。

C、2008年发出商品月平均余额相对较大原因分析

目前公司产品主要以出口为主，且主要面向欧美市场。一般情况下，为满足国外圣诞节的玩具市场需求高峰，客户会提前在第一、二季度下单订货，生产出货主要集中在第三季度，因此，一般情况下第三季度是公司的销售旺季。2007年下半年受美泰公司玩具召回事件的影响，国外玩具采购商更加重视国内玩具生产企业的技术水平和产品的安全性，将一些原来由中小厂商生产的订单转由技术水平较高、产品质量管理较好的玩具企业进行生产。由于公司一直以来坚持高标准的产品质量管理体系，生产技术水平和产品的安全性完全符合欧美市场的严格要求，并且在2008年1月获得由国家质量监督检验检疫总局颁发的第一张中国玩具行业的“出口免验”证书。因此，公司在2008年度非但没有受到美泰事件的影响，反而在2008年初便陆续接到较多的定单，所以相比2007年与2009年，2008年发货期不再集中在第三季度，而是自3月起发出商品便有较大幅度的增加，在第二季度便实现1.22亿的销售收入，如以下发出商品月末余额相对值走势图及报告期内各季度销售收入表所示：



季度	2009 年度		2008 年度		2007 年度	
	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)
第一季度	5,229.43	12.15%	3,975.14	10.43%	4,533.70	14.06%
第二季度	6,746.74	15.67%	12,247.31	32.15%	4,669.31	14.48%
第三季度	21,302.12	49.49%	14,253.90	37.41%	13,970.91	43.32%
第四季度	9,767.68	22.69%	7,620.56	20.00%	9,076.57	28.14%
合计	43,045.97	100.00%	38,096.91	100.00%	32,250.50	100.00%

另外，由于出口型企业的收入确认是在海关对报关信息进行处理后，将信息上传至中国海关电子口岸，企业查询到报关信息后确认收入。由于2008年取得海关反馈数据较慢，确认收入较晚，导致各月末发出商品相对值相比2007年及2009年较大。

（六）交易性金融资产

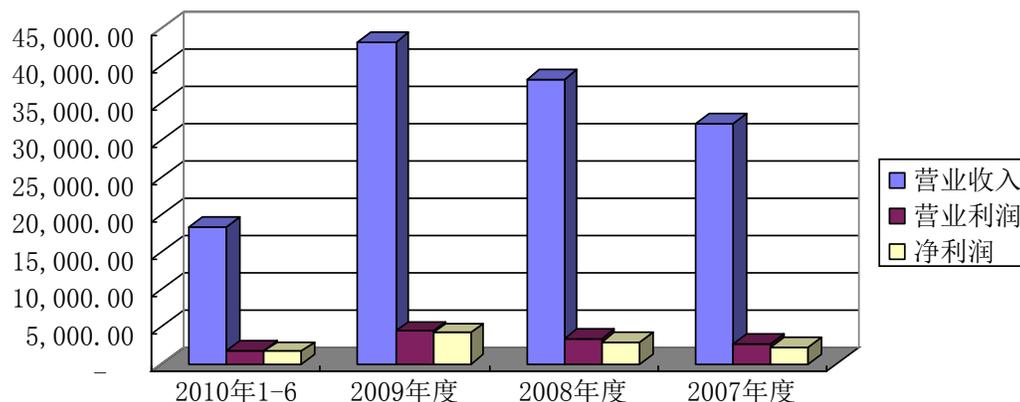
公司不存在持有交易性金融资产、可供出售的金融资产、借与他人款项或委托理财的情形。

二、公司盈利能力分析

（一）经营成果分析

公司报告期内营业收入、营业利润、净利润如下：

报告期内经营成果（单位：万元）



单位：万元

项目	2010年1-6月	2009年度		2008年度		2007年度
	金额	金额	增长率	金额	增长率	金额
营业收入	18,483.25	43,105.67	13.01%	38,144.56	18.20%	32,270.55
营业利润	1,838.21	4,220.13	24.57%	3,387.75	21.11%	2,797.29
净利润	1,770.41	4,042.23	34.20%	3,012.05	25.07%	2,408.34

从上表营业收入、营业利润、净利润这三个指标可见，报告期内公司经营业绩稳定增长，营业收入由2007年32,270.55万增至2009年43,105.67万元，2008、2009两年营业收入的平均增长率为15.61%；营业利润由2007年2,797.29万元增至2009年4,220.13万元，2008、2009两年营业利润的平均增长率为22.84%；净利润由2007年2,408.34万元增至2009年4,042.23万元，2008、2009两年净利润的平均增长率为29.63%。2010年1-6月公司经营保持了稳步增长态势，实现营业收入18,483.25万元，营业利润1,838.21万元，净利润1,770.41万元。

（二）营业收入构成及分析

公司营业收入包括主营业务收入和其他业务收入，其中，主营业务收入为玩具产品销售收入，其他业务收入主要为边角料的销售收入。报告期内各期间营业收入组成见下表：

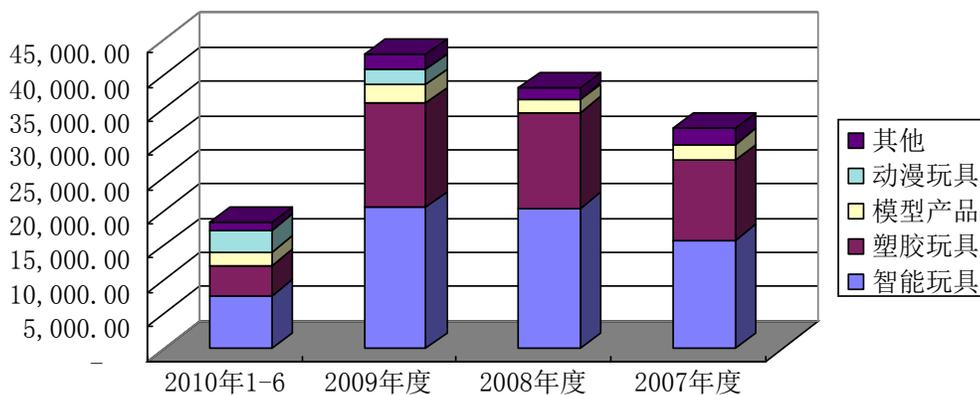
单位：万元

项 目	2010年1-6月	2009年度	2008年度	2007年度
主营业务收入	18,474.42	43,045.97	38,096.91	32,250.50
其他业务收入	8.83	59.71	47.65	20.05

1、报告期内主营业务收入按产品类别划分

报告期内公司各年度主营业务收入的具体构成如下：

报告期内主营业务收入分类情况（单位：万元）



单位：万元

产品类别	2010年1-6月		2009年度		2008年度		2007年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
智能玩具	7,737.71	41.88%	20,691.41	48.07%	20,487.58	53.78%	15,914.50	49.35%
塑胶玩具	4,506.59	24.39%	15,230.30	35.38%	14,053.78	36.89%	11,580.40	35.91%
模型产品	1,917.95	10.38%	2,699.21	6.27%	1,783.31	4.68%	2,420.59	7.51%
动漫产品	3,132.62	16.96%	2,134.93	4.96%	112.51	0.30%	-	-
其他	1,179.54	6.38%	2,290.11	5.32%	1,659.73	4.36%	2,335.00	7.24%
合计	18,474.42	100.00%	43,045.97	100.00%	38,096.91	100.00%	32,250.50	100.00%

公司产品种类丰富、齐全，依靠突出的研发设计和产品转化能力，已形成智能玩具、塑胶玩具、模型玩具、动漫玩具、其他产品等五大产品系列，能够满足不同市场的多样化需求。

（1）智能玩具主要包括智能娃娃、智能型学习机、智能机器人、智能遥控车等系列产品。其中，智能娃娃系列产品包括：语音识别娃娃、发烧娃娃、撒尿娃娃、溜狗娃娃等系列产品。在设计理念上，该系列的产品通过模仿儿童的身体、生活特征，让儿童在玩乐中学习生活常识，培养儿童的爱心，启发儿童的智力；在研发和生产技术上，应用大量的高新技术，通过应用微电子信息、集成电路技术、新材料、新技术以及精密机械传动相结合，使产品具有人机互动的人工智能特点。如在芯片集成及使用领域，具有先进的DSP架构运用模式，运算准确，

灵敏度高，运算速度快的特点；在机械结构设计领域，大幅度采用行星轮系、差速器、挠性传动、伺服马达等技术，加之具有丰富设计经验和高水平的设计人员，产品设计开发技术水平较高，技术创新特征明显。由于产品设计理念贴近生活，寓教于乐，并且有较高的技术含量，因此深受市场欢迎，近年来智能娃娃系统产品一直是公司的畅销产品，2009年度该系列产品销售91.76万件，实现收入9,365.21万元，占智能玩具销售收入45.26%，占全年产品销售收入21.76%。

公司在研发活动中坚持研发与公司发展计划、市场需求相结合的原则，研发流程坚持“生产一代，开发一代，储备一代”的指导思想。除了继续深入智能娃娃系列、智能型学习机、智能遥控机器狗等现有成熟产品的进一步研发外，在2009年又成功开发了语音识别成长娃娃、语音识别熊猫等系列的新型智能玩具产品。通过多年来对智能玩具产品的开发设计，公司的研发队伍不断成长，产品设计理念更加贴近市场需求，产品技术的研发流程也日益成熟，公司技术研发中心积累了丰富研发经验，还储备了大量的成熟技术。2009年10月，在中国玩具协会主办的“2009年玩具创‘星’大赛”活动中，公司自主研发的多功能太空飞船型学习机和红外线机械狗分别获得金奖与入围奖。

由于公司的设计理念先进，产品符合国际玩具市场的发展潮流，并且产品拥有良好的质量及安全性，因此，智能玩具系列产品深受海外客商的欢迎，近年来的收入快速增长，即使在全球金融危机的影响下欧美市场的玩具消费能力有所下降的情况，公司2008年、2009年智能玩具产品的销售收入依然保持了增长的趋势。在2010年1月的“2010香港国际玩具展”上，公司的智能玩具系列产品受到海外客商的广泛关注和赞誉，预计该系列的玩具将成为公司日后经营业绩稳定增长的有力保障。

(2) 塑胶玩具主要包括婴儿玩具、沙滩玩具、餐具玩具、交通工具玩具等。塑胶玩具属于传统玩具，生产技术难度较低，售价也相对低，因而具有广泛、稳定的市场需求。针对塑胶玩具生产技术难度较低，市场竞争激烈的特点，公司在坚持严格的质量管理前提下，一方面加强“骅威牌”品牌的宣传，另一方面加大产品创意设计，公司以产品系列为单位进行了专利申请，并成功获得外观设计专利授权30多项。近年来，塑胶玩具也保持了稳定的销售比例，不断提升产品的附加值，销售毛利也稳步提升。

(3) 模型玩具主要包括汽车模型、飞机模型、各种模型套装组合等等，该类产品采用自主研发及ODM的方式进行设计及生产，具有外形逼真、表面处理工艺先进、结构设计合理、产品安全性和可靠性高的特点，能全面满足欧美、国家玩具技术规范的要求，在国际国内市场竞争中处于领先地位。

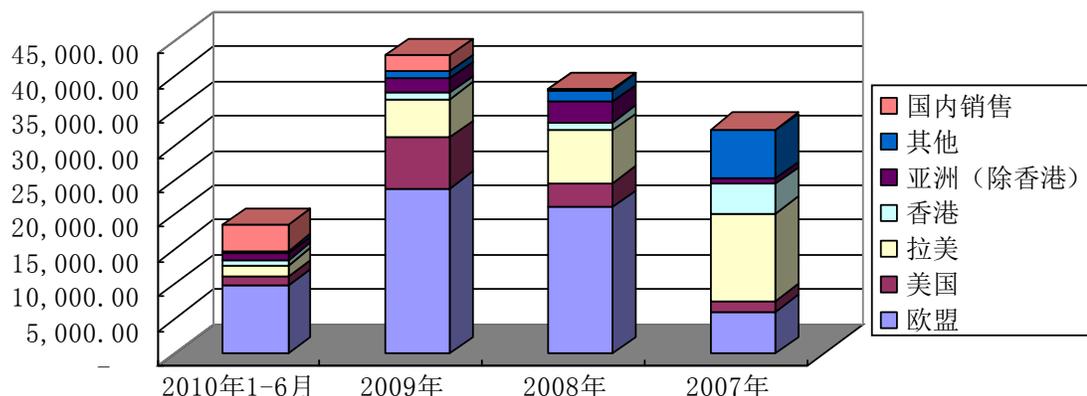
(4) 动漫玩具是指通过制作健康、新颖的动漫影视作品，通过电视台等媒体进行放映传播，达到教育、宣传效果，再根据动漫作品的意境、人物及角色特点，开发一系列与主题紧密联系的衍生产品。动漫玩具一般都具有外观造型奇特、竞技内容丰富、寓教于乐的主题思想，深受适龄儿童的广泛欢迎，具有广阔的市场前景。2008年起，公司通过和央视动画、炫动卡通等知名的动漫企业合作，进军国内动漫玩具市场。2009年公司与上海尚贤广告传播有限公司合作拍摄了动漫影视剧《蛋神奇踪》，并于2009年12月在全国十多家电视台陆续播出。通过动漫影视剧的播放，成功带动了公司“蛋神奇踪”系列产品的销售，2009年12月至2010年6月，“蛋神奇踪”系列产品累计实现销售收入4,209.23万元，产品销售取得成功。为更好地加快国内动漫玩具市场的开拓，公司将在募投资金到位后，进一步加大对动漫玩具的研发、制作和产能扩建等投入，预计未来3年动漫玩具销售收入将达到公司销售额度的30%以上，公司的盈利水平也将进一步提高。

(5) 其他产品主要包括圣诞产品、工艺产品、童车系列等。相关产品主要是为满足现有客户的多样化需求，以及通过多样化的产品结构吸引更多新客户，为公司主流产品进军目标市场奠定基础。

2、按地区划分

报告期内公司主营业务收入按地区分类的情况如下：

报告期内主营业务收入分地区销售情况（单位：万元）



单位：万元

地区	2010年1-6月		2009年度		2008年度		2007年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
一、国际市场								
欧盟	9,817.15	53.14%	23,802.41	55.30%	21,072.70	55.31%	6,064.37	18.80%
美国	1,287.52	6.97%	7,330.14	17.03%	3,447.40	9.05%	1,440.98	4.47%
拉美	1,616.44	8.75%	5,550.97	12.90%	7,675.36	20.15%	12,688.12	39.34%
香港	729.44	3.95%	861.23	2.00%	1,080.60	2.84%	4,228.40	13.11%
亚洲（除香港）	996.32	5.39%	2,019.07	4.69%	3,019.28	7.93%	719.04	2.23%
其他地区	293.82	1.59%	1,161.57	2.70%	1,676.95	4.40%	7,043.86	21.84%
国际市场小计	14,740.68	79.79%	40,725.39	94.61%	37,972.29	99.67%	32,184.76	99.80%
二、国内市场	3,733.74	20.21%	2,320.58	5.39%	124.62	0.33%	65.74	0.20%
合计	18,474.42	100.00%	43,045.97	100.00%	38,096.91	100.00%	32,250.50	100.00%

公司多年以来均以出口业务收入为主，产品的主要出口地为欧盟、美国和拉美，2008、2009年公司向该三地区（国家）的出口的金额分别为32,195.46万元、36,683.52元，分别占公司当年营业收入的84.40%、85.22%。2008年起，公司积极开拓国内市场，国内业务收入从2007年65.74万元、2008年124.62万元，迅速提升至2009年2,320.58万元，2010年1-6月在《蛋神奇踪》产品的带动下，国内业务收入快速增长至3,733.74万元，国内业务收入占比也迅速从2009年的5.39%提高至20.21%。

近年来，欧盟、美国等国不断推出新的贸易保护措施，相继颁布实施了一系

列玩具安全法规，如欧盟2006年7月1日起实施“ROHS指令”，2007年6月1日起又实施“REACH法规”；美国的《美国联邦消费品安全法规》、2008年8月实施的《2008消费品安全改进方案》等。上述法规的实施，大大提高了进入欧美市场的门槛，而且令国内企业不得不为此增加技术投入和检测费用。因此，不少国内玩具公司被迫退出欧美市场。相反，公司持之以恒地实施和改进ISO9001:2008质量管理体系、ISO14001:2004环境管理体系、“WEEE&ROHS”有害物质控制体系等质量管理体系，建立了完善的检测实验室，并于2008年1月获得由国家质量监督检验检疫总局颁发的中国玩具行业首张、也是目前为止唯一一张“出口免验”证书。由于一直以来坚持严格的质量标准，公司在国际玩具市场上赢得了客户广泛信任，与Giochi Preziosi Inc（意大利GP）、迪士尼等国际知名玩具公司建立了良好的合作关系，公司出口业务，尤其是对欧美市场的出口业务呈稳定增长态势。

同时，公司依托多年来与国际知名品牌合作积累的经验和技術，积极开拓国内市场。公司从2008年3月开始，通过引进授权的动漫影视作品开发相关产品和以公司优秀产品为题材自主开发动漫影视作品，整合媒体传播渠道，提高公司在国内市场的知名度和有序进行营销渠道建设，取得了显著效果。预计随着公司未来玩具与动漫结合经营模式的不断完善、发展，国内营销网络的进一步完善，国内业务的迅猛发展将成为公司未来发展的重要引擎。

此外，随着中国—东盟自由贸易区于2010年1月1日正式设立，得益于优惠的关税和贸易便利条件，公司将进一步加大东盟市场的拓展力度，2010年6月公司的“蛋神奇踪”系列产品已经成功进入泰国市场。由于东盟地区诸国与我国的人文、生活习惯较为接近，预计公司的动漫玩具和其他系列产品将有更广阔的市场前景。

报告期内公司对欧盟、美国市场销售额大幅攀升以及对拉美、香港销售额萎缩的原因：

公司与海外客户均采用经销商买断的交易形式，产品生产完成并检验合格后按合同约定的发货地点发运到客户指定的国家或地区，报告期内公司前三名客户销售地区情况如下表：

客户	年度	欧盟	美国	拉美	香港	其他	小计
----	----	----	----	----	----	----	----

意大利 GP 公司	2010年1-6月	4,333.52	-	35.50	413.43	65.66	4,848.11
	2009年	13,603.23	14.88	175.60	458.53	104.02	14,356.26
	2008年	11,668.24	12.30	188.77	743.14	526.89	13,139.34
	2007年	3,977.60	-	1,458.73	1,085.38	4,809.62	11,331.32
台湾奇通 有限公司	2010年1-6月	1,002.21	192.41	28.52	43.89	158.21	1,425.24
	2009年	1,865.63	1,125.71	312.71	66.28	970.03	4,340.36
	2008年	2,282.73	136.75	347.18	66.68	542.58	3,375.92
	2007年	567.51	30.74	645.30	686.03	1,658.22	3,587.79
联贸进出口 有限公司	2010年1-6月	248.18	104.88	662.37	85.25	166.30	1,266.97
	2009年	-	-	3,510.74	-	-	3,510.74
	2008年	-	-	4,430.20	-	-	4,430.20
	2007年	-	-	4,772.58	313.55	-	5,086.13
合计	2010年1-6月	5,583.91	297.29	726.38	542.58	390.17	7,540.32
	2009年	15,468.86	1,140.59	3,999.05	524.81	1,074.05	22,207.36
	2008年	13,950.97	149.04	4,966.16	809.82	1,069.47	20,945.46
	2007年	4,545.11	30.74	6,876.61	2,084.95	6,467.87	20,005.27

从2009年前三名客户销售地区的统计数据可见，2007年至2009年度公司对欧盟、美国地区的销售呈增长趋势，对拉美、香港和其他地区的销售额呈下降趋势。

销售地区的变化主要是由于公司在选择客户订单时更加偏向于欧美地区的订单所致，这一变化在意大利GP公司2007、2008年的销售地区变化中表现最为明显：2007年意大利GP公司中欧盟的订单只有3,977.60万元，但到了2008年快速增长到11,668.24万元，净增加额7,690.65万元；而同期意大利GP公司的订单总额从11,331.32万元增加到13,139.34万元，净增加额只有1,808.02万元。上述变化主要有以下几个原因：

(1) 公司出口业务的客户多为全球玩具经销商，客户会根据世界各地不同的市场需求在中国或者其他国家（地区）选择玩具生产供应商。2007年，欧盟、美国等地区（国家）陆续、密集的实施了多项专门针对玩具的安全和质量检测法令，这些法令的实施既加大了玩具出口企业的生产、检测成本，又大大提高了玩具生产企业进入欧美市场的技术准入门槛，同时由于法令颁布实施的时间非常集中，不少规模较小和技术条件较弱的玩具生产企业被迫退出欧美市场；相反，由

于公司一直以来坚持严格的质量管理体系，并在2008年1月成为中国玩具行业首家被国家质检总局授予“出口免验”证书的玩具生产企业，产品安全和质量标准完全符合欧美等国的严格要求，为公司产品进入欧美市场创造了有利条件。

(2) 由于技术标准的提升，国外采购商在挑选供应商的时候，也更加注重生产企业的管理水平和技术条件，国内部分优秀的玩具生产企业因而更受青睐，因此公司在2008年上半年的欧美地区订单快速增长。但由于受销售旺季产能瓶颈的限制，公司难以同时满足欧美、拉美等地区的市场需求。因此，公司在2008年初面临市场选择的问题。

(3) 相对拉美、香港市场而言，欧美市场虽然对产品的质量和安全性要求更高，但市场消费能力也较高，也为公司智能玩具等附加值较高产品提供了更广阔的市场空间，因此公司更倾向于选择欧美市场的订单。

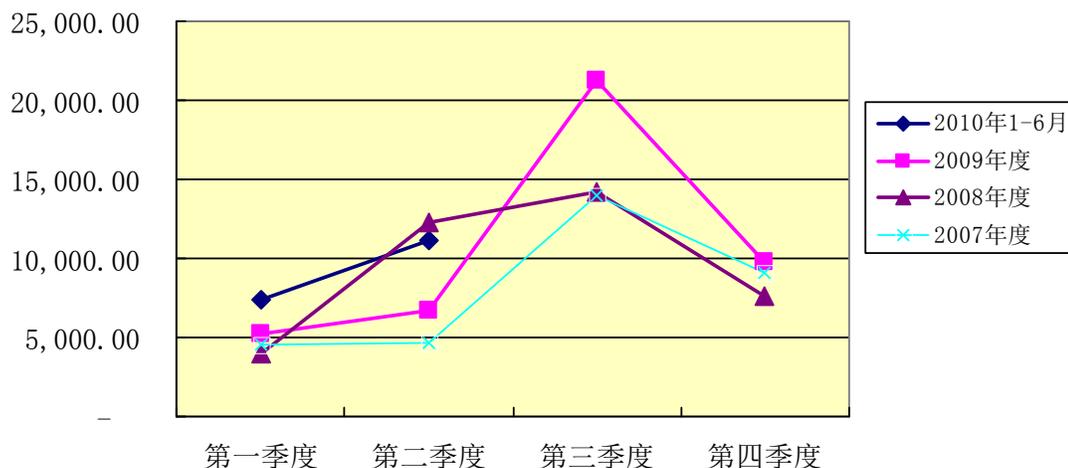
(4) 公司欧美市场销售的主要客户是意大利 GP 公司，该公司从 2004 年以来，一直与公司保持着良好的合作关系，客户的信用和稳定性较好；相对而言，拉美市场的客户除台湾奇通有限公司和联贸进出口有限公司等几家规模较大的公司外，主要以零散的中小客户为主，客户的稳定性相对较差。

综合考虑到公司经营效益和客户关系的稳定性等方面，在公司产能受限的条件下，公司在订单承接上也更多的优先考虑欧盟、美国的市场需求，而适当放弃了部分原来拉美、香港地区的中小客户和订单，由此而引起报告期内公司对欧盟、美国销售额大幅攀升，但同时拉美、香港销售额的萎缩。

3、季节性因素对营业收入的影响

报告期内公司主营业务收入按季节因素反映的情况如下：

报告期内主营业务收入各季度销售情况（单位：万元）



单位：万元

季度	2010年1-6月	2009年度		2008年度		2007年度	
	金额	金额	比例	金额	比例	金额	比例
第一季度	7,348.31	5,229.43	12.15%	3,975.14	10.43%	4,533.70	14.06%
第二季度	11,126.11	6,746.74	15.67%	12,247.31	32.15%	4,669.31	14.48%
第三季度		21,302.12	49.49%	14,253.90	37.41%	13,970.91	43.32%
第四季度		9,767.68	22.69%	7,620.56	20.00%	9,076.57	28.14%
合计	18,474.42	43,045.97	100.00%	38,096.91	100.00%	32,250.50	100.00%

目前公司产品主要以出口为主，并且主要面向欧美市场。一般情况下，为满足国外圣诞节的玩具市场需求高峰，客户会提前在第一、二季度下单订货，生产出货主要集中在第三季度，由此形成玩具出口企业的生产和销售高峰会集中在第三季度。此外，第一季度由于我国春节假期的影响，公司的销售收入会有所降低。因此，公司在第一、三季度的销售季节性特点十分明显。

近年来公司加大了国内市场的开发力度，国内业务发展迅速，2010年1-6月国内业务收入3,733.74万元，占当期主营业务收入的20.21%。随着国内市场玩具与动漫结合经营模式的有序推进，更加有利于充分利用国内外玩具不同的生产淡旺季情况，有效的调配各项生产资源，使人员、厂房和机器设备等生产要素得到更高效率的利用，既有效降低的公司运营成本、提高了公司的整体收益，又降低了公司对海外市场的依赖风险。

4、2008、2009年公司经营业绩、产能利用率受金融危机影响的分析

(1) 2008、2009年上、下半年营业收入如下：

单位：万元

项目	2009 年度		2008 年度		2007 年度
	金额	同比增长	金额	同比增长	金额
上半年	11,976.17	-26.18%	16,222.45	76.27%	9,203.01
下半年	31,069.80	42.04%	21,874.46	-5.09%	23,047.48
合计	43,045.97	12.99%	38,096.91	18.13%	32,250.50

如上表数据所示，2008年上半年公司实现销售收入16,222.45万元，同比增长76.27%；2008年下半年实现销售收入21,874.46，同比增长-5.09%；2009年上半年实现销售收入11,976.17，同比增长-26.18%；2009年下半年实现销售收入31,069.80，同比增长42.04%。

（2）金融危机对公司经营业绩的影响

由于欧盟等地区（国家）在2007年陆续、密集的实施了多项专门针对玩具的安全和质量检测法令，国内不少规模较小和技术条件较弱的玩具生产企业被迫退出欧美市场；相反由于公司一直以来坚持严格质量管理，产品质量完全符合各项技术指标要求，因而2008年上半年业务快速增长。

2008年下半年起，由于受金融危机影响的逐步扩散，对公司经营业绩产生了一定的影响，主要表现在以下两个方面：一、客户对市场存在观望态度，采取相对谨慎的订货策略，海外订单数量有所减少；二、对已经签定的合同，客户主动要求推延发货时间。因此，2008年下半年和2009年上半年的营业收入有一定程度的下降。

2009年下半年，随着各国刺激政策的作用，金融危机的影响逐渐消除，各国的经济形势陆续出现回暖的迹象，市场需求有所增加，加之2008年下半年和2009年初经销商采取了相对保守的订货策略，为应对市场需求的增长海外经销商纷纷追加订单；另一方面，2009年底公司在《蛋神奇踪》系列动漫产品的带动下，国内销售收入快速增长。因此，2009年下半年公司销售收入同比大幅增长42.04%。

（3）金融危机对公司产能利用率的影响

玩具产品生产的特点是品种多，产品型号更新较快，由于不同品种、型号的生产特点和生产周期相差较大，因此难以用产品生产数量指标衡量公司的产能。根据公司历年以来的经营情况，结合公司生产销售存在明显的季节性因素的影

响，在公司现有厂房、设备和人员的条件下，公司的全年正常生产总值在4亿元左右。金融危机虽然对公司2008年下半年、2009年上半年造成了一定的影响，但影响并不太大，如：公司2009年上半年实现销售收入11,976.17，虽然同比下降26.18%；但相对于2007年度，增加2,773.16万元，依然保持了较大幅度的增长。

玩具行业产品的销售具有明显的季节性，公司的销售也会受到季节性波动的影响，一般在每年的第一季度是销售淡季，而在第三季度是销售旺季。受金融危机的影响，2008年第三季度公司产能超负荷运转的情况有所缓解，并且直到2009年初，公司的生产压力相对较小。但由于2008年和2009年全年营业收入总体呈现稳定增长态势，公司的产能在年内一些月份仍出现了超负荷的情况，总体来说公司产能利用情况没有受到金融危机的较大影响。

（三）影响公司盈利能力持续性和稳定性的主要因素

公司成立以来一直专注于玩具研发、生产和销售，公司收入主要来源于产品出口收入，2008年起积极通过玩具与动漫结合经营模式拓展国内市场，未来影响公司盈利能力持续性和稳定性的主要因素有以下几个方面：

1、国际贸易环境变化的影响

世贸组织2009年1月26日汇总的一份工作文件显示，自2008年秋季以来，由于金融危机使世界经济低迷，共计22个国家及地区采取了提高关税、支持国内产业发展政策等对贸易产生影响的措施。同时，各国在既定的关税政策下以“安全”、“绿色”等名义，不断推陈出新各项非关税壁垒，通过颁布法令、条例、规定、建立技术标准、认证制度、检验制度等方式，对外国进口商品制定严格苛刻的技术标准、卫生检疫标准、商品包装等标准，从而提高进口产品的技术要求，增加进口难度，最终达到限制国外产品的输入数量和提高进口产品成本的目的。如：印度商工部2009年1月23日突然宣布，该国自当日起禁止从中国进口玩具6个月。印度贸易部长纳特当时对此解释说，禁令是基于“公共卫生和安全”做出的。虽然迫于国内市场的压力，印度政府3月2日解除了针对中国玩具的进口禁令，但同时也对进口玩具产品的安全提出了严格的要求。

为应对日益严峻的国际贸易环境，公司采取了以下两方面的应对措施：①投入大量资金建立玩具物理和化学检测实验室，跟进最新各国玩具标准发展趋势，

与SGS、CQC等著名实验室建立相关的工作关系，定期开展实验数据对比分析；
②长期聘请英国（宝德）产品保证公司专家来公司指导品质管理和改进工作，定期开展相关讲座和培训，实施全员参与和过程控制的质量管理，持续开展员工质量意识和质量控制方法的培训，辅之以质量管理激励制度，确保产品质量和过程质量的稳定。

2008年1月公司产品获得由国家质量监督检验检疫总局颁发的“出口免验”证书，公司相关产品只需在当地检验检疫局和海关备案，享受“绿色”通关放行。通过上述有效的应对措施，从而保证了公司近年来对出口业务的持续稳定增长。

2、人民币汇率变动的影响

公司的出口产品主要采用美元结算。人民币对美元的汇率上升主要造成公司三个方面的不利影响：1、合同签订至确认收入期间人民币升值导致实际确认的收入少于预期收入；2、应收账款产生的汇兑损失；3、降低公司出口产品的价格竞争力，从而影响本公司的经营业绩。

公司一直高度关注国家汇率政策的走向，出口业务的货款结算方式以电汇方式（T/T）和即期信用证（L/C）为主，尽可能地缩短收款周期，合理控制了应收账款汇兑损失的发生金额。此外，公司一方面坚持严格的质量管理制度，另一方面积极开发自主品牌的玩具品种，提高公司产品的市场竞争力和议价能力。

报告期内年各年外销收入的统计情况如下：

年限	外币结算收入		
	美元金额（万元）	人民币金额（万元）	平均汇率
2007年	4,240.93	32,184.76	7.5891
2008年	5,485.11	37,972.29	6.9228
2009年	5,961.72	40,725.39	6.8311
2010年1-6月	2,159.17	14,740.68	6.8270

一般情况下，采用电汇（T/T）收款方式的结算周期为30—60天，采取即期信用证（L/C）的结算周期为15—25天。

根据报告期内公司的营业收入和收款政策等因素，人民币对美元汇率的变动对利润总额有如下影响：

单位：万元

项目	人民币对美元汇率上升 1%对利润总额的影响							
	2010年 1-6月		2009年度		2008年度		2007年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
利润总额	-18.17	-0.85%	-50.21	-1.08%	-46.82	-1.36%	-39.68	-1.40%

如上表所示，假设公司的应收款项均匀发生，在其他因素不变的情况下，以2009年为比较基础，人民币对美元汇率上升1%，公司利润总额相应减少50.21万元（变动比例-1.08%）。

2007年至2010年1-6月，利润总额对汇率变动的敏感系数分别为-1.40、-1.36、-1.08和-0.85，上述变动趋势表明随着公司内销收入和营业收入的增加，利润总额对汇率变动的敏感性减弱，汇率变动对公司经营成果造成的影响减少。

汇率变动风险是出口企业不可避免的风险之一，为了有效控制风险，公司根据行业特点结合自身产品的特点，建立了《产品对外报价制度》，公司海外事业部将及时跟踪汇率、原材料价格、出口退税率等对产品价格影响较大因素的变动情况，每三个月或在出现特殊情况下，将根据原材料价格、汇率、出口退税率等因素的影响，及时调整公司产品的定价或采取其他有效措施尽量消除、降低不利影响，同时，公司合理安排生产，尽量缩短供货期。通过上述政策，公司能较好的控制经营中各项不确定因素产生的不利影响，从而保证公司业务的稳健发展。

3、出口退税率变动的的影响

根据财政部、国家税务总局相关规定，报告期公司出口玩具的增值税退税率变动如下：

时 间	适用的玩具出口退税率
2007年7月1日前	13%
2007年7月1日至2008年10月31日	11%
2008年11月1日至2009年5月31日	14%
2009年6月1日以后	15%

公司产品以出口为主，出口退税率的变动会对公司的盈利产生重大影响。假设不考虑以美元计价的产品售价变动、成本变动等因素，根据报告期内公司的收入、成本结构进行测算，出口退税率的变动对净利润的影响见下表：

单位：万元

项目	出口退税降低 1%对净利润的影响
----	------------------

	2010年1-6月		2009年度		2008年度		2007年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
净利润	-125.30	-7.08%	-346.17	-8.56%	-322.76	-10.72%	-273.57	-11.36%

如上表所示，假设不考虑以美元计价的产品售价变动、成本变动等都因素，2007年至2010年1-6月出口退税率每降低1%，净利润同期变动的比例分别为-11.36%、-10.72%、-8.56%和-7.08%，上述变动趋势表明随着公司销售规模和内销规模的逐年增大，出口退税率变动对净利润的影响幅度也随之降低。

根据公司和客户多年以来的交易习惯，双方在定价磋商上也会将出口退税率等作为一个参考因素，如出口退税率上调，则境外采购商会要求公司适当降低售价；如出口退税率下降，公司也会相应调整对外的报价政策。因此，近年出口退税率变动对公司综合毛利率影响较小，公司综合毛利率的变动主要还是由于智能玩具等高附加值的产品销售比例提高。根据国务院最新发布的《轻工业调整和振兴规划》（2009-2011年），玩具生产企业所属的轻工行业属于国家出口退税政策扶持的行业，并且随着公司国内销售收入额和销售比例的上升，出口退税率变动对公司的经营利润影响也将随之降低。

报告期内应收出口退税额与利润总额比较表：

单位：万元

项目	2010年1-6月	2009年度	2008年度	2007年度
应收出口退税额	1,342.77	3,754.05	1,805.71	2,168.98
利润总额	2,140.29	4,656.19	3,453.42	2,833.80
当期应收出口退税额占利润总额比例	62.74%	80.62%	52.29%	76.54%

2007至2010年1-6月，当期应收出口退税占利润总额比分别为76.54%、52.29%、80.62%和62.74%，其中2008年度占比大幅降低主要是由于2008年度1-10月的出口退税率大幅降低所致。2010年1-6月，由于国内销售收入大幅提高，当期应收出口退税额占利润总额比例也大幅下降。

虽然报告期内应收出口退税额与利润总额比例较高，但公司对出口退税不存在重大依赖：

（1）退税额占利润总额比重较高是我国出口型企业的基本特征

出口退税是国家对出口商品已征收的增值税等税费部分或全部退还给出口商的一种措施，既是国际惯例，也符合WTO规则。出口退税额占利润总额比重

较高也是我国出口型企业的基本特征之一。

(2) 出口退税率的变动会引起出口产品定价政策的变动

退税率的高低会间接影响公司的经营业绩，国内出口企业在对外报价的时候都会考虑到出口退税因素的影响。并且，出口退税对国内所有玩具企业具有相同方向和幅度的影响。因此，退税率降低时玩具生产企业会相应提高出口报价，获取相对稳定的毛利，而出口退税率提高时则会相应降低报价，以维护市场份额。

由于出口退税政策的信息是公开、透明的，并且其对产品毛利率的影响幅度具有一定的可计量性。因此，国外采购商在和国内生产企业进行价格谈判的时候会根据出口退税率变动在产品定价上要求适当的降低或在生产企业作出提价要求时给予一定的让步。

(3) 玩具生产企业所属的轻工行业属于国家出口退税政策扶持的行业

玩具生产属于轻工行业，根据国务院最新发布的《轻工业调整和振兴规划》（2009-2011年），2009至2011年国家对于轻工生产企业将实施多项扶持措施，其中包括“提高部分轻工产品出口退税率。进一步提高部分不属于‘两高一资’的轻工产品的出口退税率，加快出口退税进度，确保及时足额退税”。

(4) 报告期内公司经营收入和毛利率未受退税率波动的影响

纵观公司2007至2009年度，公司的营业收入和毛利率一直保持稳定增长，并未受到出口退税率波动的重大影响。如：2008年度，玩具的出口退税率由13%降低到11%，但公司同期的营业收入和毛利率依然保持了稳步增长（营业收入从2007年32,270.55万元增长到2008年的38,144.56万元，增长比例18.20%；毛利率从2007年17.45%提升到2008年的18.07%）。

(5) 随着公司国内市场销售收入及其所占比例的上升，公司的盈利能力和经营的稳定性将得到显著提升，出口退税率的变动对公司经营利润的影响也将随之有所降低。

公司报告期内的经营情况证明，在出口退税等因素变动的同时，可以通过调整对外报价政策来抵消出口退税下降所带来的不利影响，公司的经营业绩没有对出口退税产生重大依赖。

4、原材料价格变动的影响

公司玩具产品的主要原料为塑料，塑料价格受原油价格波动影响较大，原油

价格上涨会导致塑料价格的上涨。如果未来国际油价短期内大幅提高，将对公司的生产成本造成一定压力。

公司每三个月或在出现特殊情况下，将根据原材料价格、汇率、出口退税率等因素，及时调整公司产品的定价政策。通过上述政策，公司能较好的控制经营中各项不确定因素产生的不利影响，从而保证公司业务的稳健增长。

5、动漫影视片的播放效果

公司未来拓展国内市场的主要方式是采用玩具与动漫结合的方式，动漫玩具的销售收入很大程度取决于动漫作品的质量和播放效果，如果动漫作品播放能达到甚至超过预期效果，将给公司带来超额的利润；反之，则会对动漫玩具的销售产生不利影响。

为保证动漫影视作品的质量，公司除了加强内部动漫影片策划、玩具设计团队的建设外，还与央视动画、炫动卡通等知名动漫企业建立了良好的合作关系，以保证影视片的高质量和高水平。同时，公司与10多家省级电视台和卫视少儿频道建立了良好合作关系，有效确保了动漫影视作品能够在黄金时段播出，以使动漫影视片能达到最佳的播放、宣传效果。

（四）按照利润表逐项分析

单位：万元

项 目	2010年1-6月	2009年度	2008年度	2007年度
一、营业收入	18,483.26	43,105.67	38,144.56	32,270.55
减：营业成本	14,088.17	34,631.30	31,250.03	26,638.97
营业税金及附加	119.16	214.50	223.99	127.53
销售费用	864.52	1,697.67	901.91	755.73
管理费用	1,017.41	1,508.39	1,152.17	885.90
财务费用	440.75	809.22	1,181.08	1,153.80
资产减值损失	115.03	24.46	47.63	-88.68
二、营业利润	1,838.21	4,220.13	3,387.75	2,797.29
加：营业外收入	319.47	436.33	122.78	73.62
减：营业外支出	17.40	0.28	57.11	37.12
三、利润总额	2,140.29	4,656.19	3,453.42	2,833.80
减：所得税费用	369.88	613.96	441.36	425.46
四、净利润	1,770.41	4,042.23	3,012.05	2,408.34

1、营业收入、营业成本变化分析

报告期内，公司营业收入、营业成本变动情况如下：

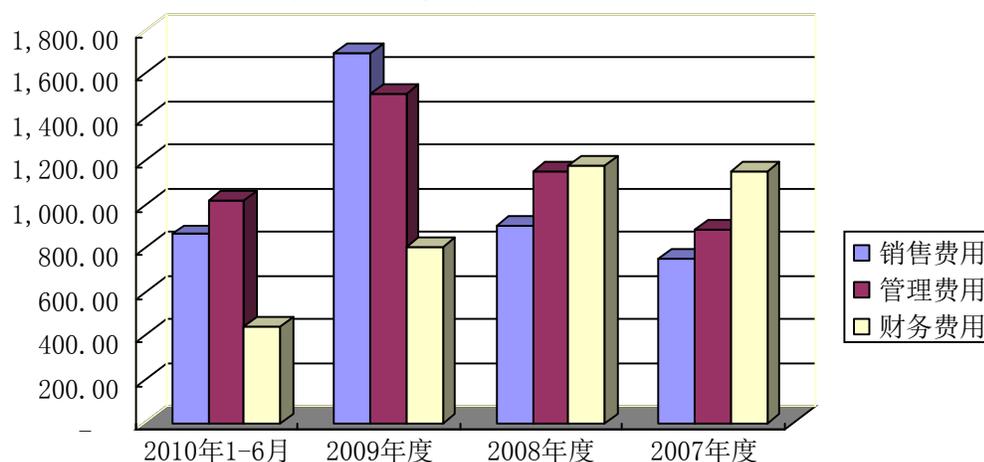
单位：万元

项目	2010年1-6月	2009年度		2008年度		2007年度
	数值	数值	增长率	数值	增长率	数值
营业收入	18,483.25	43,105.67	13.01%	38,144.56	18.20%	32,270.55
营业成本	14,088.17	34,631.30	10.82%	31,250.03	17.31%	26,638.97
销售毛利率	23.78%	19.66%	-	18.07%	-	17.45%

报告期内公司营业收入和营业成本均呈增长趋势，但销售成本的增长率略低于同期营业收入增长率，也反映出公司毛利率逐年上升的趋势。

2、期间费用分析

报告期内期间费用分析（单位：万元）



单位：万元

项目	2010年1-6月		2009年度		2008年度		2007年度	
	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例
销售费用	864.52	4.68%	1,697.67	3.94%	901.91	2.36%	755.73	2.34%
管理费用	1,017.41	5.50%	1,508.39	3.50%	1,152.17	3.02%	885.9	2.75%
财务费用	440.75	2.38%	809.22	1.88%	1,181.08	3.10%	1,153.80	3.58%
合计	2,322.68	12.57%	4,015.28	9.31%	3,235.16	8.48%	2,795.43	8.66%

报告期内公司期间费用支出总额呈增长趋势，但期间费用占营业收入的比例保持稳定，期间费用的增加主要是由于公司加大了国内市场的拓展力度和经营规模持续增长所致。2010年1-6月销售费用、管理费用和财务费用占营业收入比例上升较快的一个主要原因是由于公司业务收入具有明显的季节性，上半年的销售收入要明显小于下半年，相反全年的费用支出相对均衡，因而在计算相对比例时上半年的比例一般会高于下半年。

(1) 销售费用

单位：万元

项目	2010年1-6月		2009年度		2008年度		2007年度	
	金额	占销售费用比例	金额	占销售费用比例	金额	占销售费用比例	金额	占销售费用比例
运输费	203.52	23.54%	571.07	33.64%	517.90	57.42%	419.37	55.49%
报关检验费	58.90	6.81%	194.54	11.46%	180.93	20.06%	170.94	22.62%
工资及福利	99.17	11.47%	95.00	5.60%	105.34	11.68%	84.77	11.22%
广告费	189.77	21.95%	231.89	13.66%	43.81	4.86%	76.05	10.06%
促销费	240.01	27.76%	92.83	5.47%	-	0.00%	-	-
形象授权使用费	33.33	3.86%	152.93	9.01%	47.07	5.22%	-	-
动漫影视作品制作费用	-	-	300.00	17.67%	-	-	-	-
合计	824.70	95.39%	1,638.26	96.50%	895.05	99.24%	751.14	99.39%

报告期内销售费用逐年增长，2007年至2010年1-6月支出金额分别为755.73万元、901.91万元、1,697.67万元和864.52万元；2007年至2010年1-6月销售费用分别占营业收入2.34%、2.36%、3.94%和4.68%。

2007、2008年销售费用支出保持平稳，2009年、2010年1-6月公司销售费用增长较快，主要由于以下原因：公司加大了国内业务的营销活动，为配合公司《蛋神奇踪》动漫玩具的营销计划，加大了电视台广告的投放力度，因此2009年、2010年1-6月广告费用增加额较大；公司按《蛋神奇踪》合作协议的约定计提给合作方的销售分成费用（促销费）随着蛋神奇踪系列产品销售收入的增加而相应增加；形象授权使用费是公司按《小鲤鱼历险记》、《烈维塔任务》等动漫玩具形象使用授权合同支付并按受益期限进行摊销的费用；公司对动漫影视片的制作支出在发生时确认为销售费用，计入当期损益。因此，2009年公司

委托拍摄的动漫影视作品《蛋神奇踪》制作费用300万元在当期费用化；2009年底起，公司大力拓展国内市场，成立了国内营销部，因此销售部门的工资及福利费支出金额在2010年上半年增加较大。

(2) 管理费用

单位：万元

项目	2010年1-6月		2009年度		2008年度		2007年度	
	金额	占管理费用比例	金额	占管理费用比例	金额	占管理费用比例	金额	占管理费用比例
工资及福利	193.25	18.99%	365.48	24.23%	305.02	26.47%	232.11	26.20%
研发费	285.32	28.04%	387.38	25.68%	242.27	21.03%	150.08	16.94%
税金（土地使用税、房产税、印花税等）	36.21	3.56%	125.27	8.31%	89.49	7.77%	81.03	9.15%
无形资产摊销	24.24	2.38%	48.48	3.21%	48.46	4.21%	45.42	5.13%
差旅费	67.63	6.65%	127.20	8.43%	115.67	10.04%	64.95	7.33%
合计	606.65	59.63%	1,053.82	69.86%	800.91	69.51%	573.59	64.75%

报告期内管理费用逐年增长，2007年至2010年1-6月支出金额分别为885.90万元、1,152.17万元、1,508.39万元和1,017.41万元；2007年至2010年1-6月管理费用分别占营业收入2.75%、3.02%、3.50%和5.50%。

报告期内管理费用支出金额和占营业收入比例均呈上升趋势，主要由于以下两个原因：公司加强了研发投入，2008年和2009年研发费用支出分别比上年增加了92.19万元、145.11万元；2008年起，公司为配合国内业务的发展增加了管理人员岗位的配置，因此管理员工资及福利、差旅费等费用支出金额也逐年增加。

公司报告期销售人员、管理人员及其薪酬情况如下表：

年度		2010年1-6月	2009年	2008年	2007年
销售人员	工资（万元）	99.17	95	105.24	84.27
	期末人数	69	75	40	35
	当期平均人数	68	40	38	33
	当期平均工资（万元）	1.46	2.38	2.77	2.55
管理人员	工资（万元）	193.25	365.48	305.02	232.11
	期末人数	105	106	95	85
	当期平均人数	102	103	93	82

	当期平均工资（万元）	1.89	3.55	3.28	2.83
--	------------	------	------	------	------

由于2009年公司大力拓展国内市场，成立了国内营销部，下设国内销售部及国内市场部，人员于2009年四季度陆续到位，导致2009年年末人数增加较多。由于新增人员有一个试用的过程，工资级别较低，是2009年销售费用中工资支出与销售费用增长不同步的主要原因。总体来讲，由于公司目前以出口为主，国外客户基本稳定，而销售人员多从事后台的销售管理工作，因此与管理人员相比，销售人员的薪酬偏低。

2010年1-6月国内营销部人员已基本稳定，销售部门的工资总额支出增长较快；同时由于公司适当提高了部分员工的工资水平，管理人员的平均工资也有所增长。

（3）财务费用

单位：万元

项目	2010年1-6月		2009年度		2008年度		2007年度	
	金额	占财务费用比例	金额	占财务费用比例	金额	占财务费用比例	金额	占财务费用比例
利息支出	323.79	73.46%	728.47	90.02%	960.54	81.33%	754.12	65.36%
利息收入	-5.26	-1.19%	-44.56	-5.51%	-69.75	-5.91%	-45.80	-3.97%
汇兑损益	58.30	13.23%	55.74	6.89%	180.71	15.30%	401.35	34.79%
其他	63.92	14.50%	69.57	8.60%	109.58	9.28%	44.12	3.82%
合计	440.75	100.00%	809.22	100.00%	1,181.08	100.00%	1,153.80	100.00%

报告期内财务费用呈逐年递减趋势，2007年至2010年1-6月支出金额分别为1,153.80万元、1,181.08万元、809.22万元和440.75万元；2007年至2010年1-6月财务费用分别占营业收入3.58%、3.10%、1.88%和2.38%。

公司产品以出口销售为主，主要以美元为结算货币。2007年财务费用支出总额较大的原因是由于人民币对美元的汇率持续上升，造成2007年度的汇兑损失金额较大；2008年由于国家宏观调控政策影响，银行贷款利率有所提高，公司当年的利息支出也相应增加，因此2008年度的财务费用支出金额也较大；2009年由于贷款利率的下调和人民币汇率相对稳定，利息支出和汇兑损失都大幅下降，因此2009年度的财务费用支出也有较大幅度的下降。

3、营业外收入和营业外支出分析

报告期内，公司营业外收入主要为政府补助等。营业外收入2007年至2010年1-6月的收入金额分别为73.62万元、122.78万元、436.33万元和319.47万元。其中，2009年金额波动较大主要由于公司在2005、2006年分别获得了“中国名牌产品”和“中国驰名商标”的称号，2009年度收到了“实施名牌战略奖金”和“中国名牌奖励金”共计200万政府奖励资金；此外，2009年公司还获得了多项金额较大的科技发展扶持资金等政府补助收入。

营业外支出主要为捐赠、赞助、固定资产清理支出等，营业外支出金额相对较小，对公司利润没有产生重大影响。

4、所得税费用分析

报告期内，公司享受高新技术企业的所得税优惠政策，执行15%的所得税税率，其中2007年所享受的15%所得税优惠政策为广东省的地方优惠政策。

下表为所得税费用明细，递延所得税调整主要为计提坏账准备及存货跌价准备所致。

单位：万元

项 目	2010年1-6月	2009年度	2008年度	2007年度
按税法及相关规定计算的当期所得税	365.33	659.11	446.72	415.19
递延所得税调整	4.55	-45.15	-5.36	10.27
所得税费用合计	369.88	613.96	441.36	425.46

（五）公司产品毛利率分析

1、报告期内，公司销售毛利率的情况如下：

单位：万元

项目	2010年1-6月		2009年度		2008年度		2007年度	
	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率
智能玩具	1,810.02	23.39%	4,293.62	20.75%	4,141.05	20.21%	2,948.82	18.53%
塑胶玩具	848.39	18.83%	2,669.09	17.52%	2,098.66	14.93%	1,849.62	15.97%
动漫玩具	1,224.25	39.08%	683.99	32.04%	39.39	35.01%	-	-
模型玩具	326.54	17.03%	454.09	16.82%	311.25	17.45%	421.13	17.40%
其他	191.66	16.25%	365.94	15.98%	273.84	16.50%	391.96	16.79%
合计	4,400.85	23.82%	8,466.74	19.67%	6,864.19	18.02%	5,611.53	17.40%

公司2007年至2010年1-6月的主营业务综合毛利率分别为17.40%、18.02%、19.67%和23.82%，呈稳步上升的趋势。由于近年来公司加强了自主品牌产品的研发和销售，自主品牌产品的销售占比逐年提高，2007年至2010年1-6月自主品牌产品的销售占比分别为32.82%、44.00%、56.00%和58.38%。由于公司自主品牌产品议价能力相对较好，因而自主品牌产品的盈利能力也较好，自主品牌产品销售收入的增加是综合毛利率稳步提升的一个重要因素。

2008年主营业务综合毛利率为18.02%，同比增长0.62%，主要原因是：

(1) 智能玩具毛利率高于公司综合毛利率，2008年该类型产品的收入相比增长4.43%；同时，2008年智能玩具的毛利率为20.21%，同比增长1.68%。智能玩具收入比例的增加和毛利率的提高是2008年公司综合毛利率增长的最主要因素；

(2) 2008年塑胶玩具的毛利率同比下降了1.04%，尽管其收入所占的比例同比基本稳定，但由于所占比例高达36.89%，因此，塑胶玩具毛利率的下降在一定程度上抵消了2008年智能玩具带来的毛利率增长幅度。

2009年主营业务综合毛利率为19.67%，同比增长1.65%，主要原因是：

(1) 2009年智能玩具收入占比下降5.71%，但智能玩具毛利率基本稳定，因此智能玩具收入占比的下降对当年综合毛利率增长的影响程度较小；

(2) 2009年塑胶玩具的收入占比基本稳定，但其毛利率有较大幅度的提高，同比增长2.59%，且其收入占比较高，塑胶玩具毛利率的提高对2009年公司综合毛利率的增长产生了较大影响；

(3) 2009年动漫产品销售额达到2,134.93万元，所占比例大幅增加，尽管其毛利率同比下降了2.97%，但由于动漫产品的毛利率显著高于公司综合毛利率，因此，其销售额的大幅增长对2009年公司综合毛利率增长产生较大影响。

2010年1-6月主营业务综合毛利率为23.82%，主要原因是：

(1) 2010年1-6月动漫产品销售额达到3,132.62万元，所占比例大幅增加至16.96%，并且毛利率大幅提高至39.08%，动漫玩具销售收入比例的增加和毛利率的提高是2010年1-6月公司综合毛利率增长的最主要因素；

(2) 2010年1-6月智能玩具毛利率比2009年提高了2.64%，虽然2010年1-6月销售占比略有下降，但智能玩具毛利率的提高仍对2010年1-6月公司综合毛利

率产生较大影响。

从目前公司销售毛利的构成来看，2007年至2010年1-6月公司智能玩具的销售毛利金额分别为2,948.82万元、4,141.05万元、4,293.62万元和1,810.02万元，占总毛利额的比例分别为52.55%、60.33%、50.71%和41.13%，目前公司综合毛利率的变动主要取决于智能玩具、动漫玩具的销售收入和销售毛利率的变化。公司发展国内市场的主要方式是采用玩具与动漫结合的方式，动漫玩具具有较好的市场前景和较高水平的毛利率，动漫玩具的销售收入对日后综合毛利率的影响也将日益重要。预计随着公司自主品牌的智能玩具销售收入逐渐增加和国内市场动漫玩具的快速增长，公司的综合毛利率将呈持续稳步上升态势。

2、产品平均销售价格变化对销售毛利和净利润的影响

根据报告期内公司的成本费用结构进行测算，2007年至2010年1-6月年公司产品平均销售价格变动对销售毛利和净利润的影响见下表：

单位：万元

项目	销售价格增加 1%对销售毛利、净利润的影响							
	2010年 1-6月		2009年度		2008年度		2007年	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
销售毛利	184.83	4.21%	431.06	5.09%	381.45	5.53%	322.71	5.73%
净利润	157.08	8.87%	366.34	9.06%	324.17	10.76%	274.25	11.39%

如上表所示，在其他因素不变的情况下，以2009年为比较基础，产品平均销售价格每增加1%，公司毛利会相应增加431.06万元（变动比例5.09%），净利润会增加366.34万元（变动比例9.06%）。

2007年至2010年1-6月，销售毛利对产品销售价格的敏感系数分别为5.73、5.53、5.09和4.21，净利润对销售价格的敏感系数分别为11.39、10.76、9.06和8.87，上述变动趋势表明随着公司销售规模的扩大、销售毛利率的提高，销售毛利和净利润对销售价格变动的敏感性减弱，公司经营业绩的稳定性趋好，公司抗风险能力增强。

3、主要原材料价格变化对销售毛利和净利润的影响

（1）主要原材料价格变动的敏感性分析

公司产品的主要原材料为各种塑料。2007年至2010年1-6月主要原材料成本占生产成本比重分别为63.44%、69.17%、63.58%和58.02%，根据报告期内公

司的成本费用结构进行测算，近三年主要原材料价格变动对销售毛利和净利润的影响见下表：

单位：万元

项目	主要原材料价格增加 1%对销售毛利、净利润的影响							
	2010年 1-6月		2009年度		2008年度		2007年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
销售毛利	-77.15	-1.76%	-212.34	-2.52%	-204.19	-2.96%	-155.20	-2.76%
净利润	-64.46	-3.64%	-177.42	-4.39%	-170.61	-5.66%	-129.67	-5.38%

如上表所示，在其他因素不变的情况下，以2009年为比较基础，主要原材料价格每上涨1%，公司毛利相应减少**212.34**万元（变动比例**-2.52%**），净利润会减少**177.42**万元（变动比例**-4.39%**）。

2007年至2010年1-6月，销售毛利对主要原材料价格的敏感系数分别为**-2.76**、**-2.96**、**-2.52**和**-1.76**；净利润对主要原材料价格的敏感系数分别为**-5.38**、**-5.66**、**-4.39**和**-3.64**，上述变动趋势表明随着公司销售规模的扩大、销售毛利率的提高，销售毛利和净利润对主要原材料价格变动的敏感性减弱，公司经营业绩的稳定性趋好，公司抗风险能力增强。

如需抵消原材料价格上涨的不利影响，最有效的方法是适当提高产品销售价格，由于公司销售收入中自主品牌产品的比例不断提高，公司的议价能力也会逐渐增强。据测算，如不考虑其他因素，以2009年为比较基础，平均产品销售价格上涨**0.48%**就能抵消主要原材料价格上涨**1%**对净利润的影响。

（2）塑料价格变动对毛利率影响的定量分析

玩具产品的生产成本包括塑料、辅助材料、直接人工和制造费用等项目。其中，塑料是玩具产品生产成本的最主要项目，具体包括：**ABS**、聚丙烯、聚苯乙烯、糊树脂、**PVC**、**PVC** 胶片等数十个不同种类。塑料行业受原油价格波动影响较大，并且所占成本比例较高，是生产成本中影响毛利率变动的主要因素。

报告期内，假设在生产品种相同、单位耗用塑料种类和耗用量，产品销售单价不变的情况下，塑料价格波动对公司综合毛利率的影响如下：

项目	2010年 1-6月	2009年	2008年	2007年
已销产品塑料耗用量（吨）	8,175.48	24,301.42	19,991.55	15,981.65
塑料的平均单位价格（元/吨）	9,436.30	8,737.93	10,214.04	9,710.92

已销产品耗用塑料成本（万元）	7,714.63	21,234.42	20,419.44	15,519.64
塑料单价上涨幅度	7.99%	-14.45%	5.18%	-
由于价格因素引起的塑料成本上升金额（万元）	570.95	-3,587.14	1,005.82	-
塑料价格差异对当期毛利率的影响（正数为增加）	-3.09%	8.32%	-2.64%	-

如上表所示，公司 2007 至 2010 年 1-6 月的平均每吨耗用塑料的单价分别为：9,710.92 元、10,214.04 元、8,737.93 元和 9,436.30 元，2008、2009 年单位价格同比变动幅度分别为 5.18%、-14.45%。假设在生产品种相同、单位耗用塑料种类和耗用量，产品销售单价不变的情况下，塑料价格波动对公司综合毛利率将有如下影响：2008 年由于塑料价格上涨，从而使 2008 年毛利率绝对值下降 2.64%；2009 年由于塑料价格大幅下降，从而使 2009 年综合毛利率绝对值上升 8.32%。

虽然从静态数据上来看，报告期内塑料价格的波动对公司综合毛利率有较大幅度的影响，但从公司实际生产经营来看，由于公司产品的品种多，产品更新换代快，不同品种、型号和规格的生产成本组成、物料耗用、人工成本和生产周期等相差较大，从而导致同类产品在各个年度的生产成本和毛利率变动因素比较基础并不完全相同，因而塑料价格的变动结果对毛利率会产生一定影响，但综合毛利率还要考虑产品定价、人工成本、出口退税率等多个因素。根据公司的对外报价制度规定，公司海外事业部将及时跟踪汇率、原材料价格、出口退税率等对产品价格影响较大因素的变动情况，每三个月或在出现特殊情况下，将根据各项因素的影响，调整公司产品的定价政策，一般情况下，相同品种玩具的产品销售单价与主要原材料价格波动呈同向变动关系。如：报告期内产销较为稳定的“塑胶玩具—房屋”系列产品，随着塑料价格的变动，平均销售单价也发生了相应调整，具体情况如下：

项 目	2010 年 1-6 月	2009 年	2008 年	2007 年
销售数量（件）	42,327	513,679	565,245	137,079
平均单价（元/件）	24.43	23.17	27.79	24.12
“塑胶玩具—房屋”销售收入（万元）	103.40	1,190.08	1,570.75	330.63
平均单价上涨幅度	5.44%	-16.63%	15.21%	-
由于单价变动因素引起的“塑胶玩具—房屋”产品毛利变动金额（万元）	5.34	-237.38	207.39	-

产品单价波动对“塑胶玩具—房屋”产品毛利率的影响比例	5.44%	-16.63%	15.21%	-
----------------------------	-------	---------	--------	---

如上表所示，公司“塑胶玩具—房屋”系列产品 2007 至 2010 年 1-6 月的平均单价分别为：24.12 元、27.79 元、23.17 元和 24.43 元，2008、2009 年销售单价同比变动幅度分别为 15.21%、-16.63%。假设在单位生产成本不变情况下，由于销售单价波动对该产品的毛利率将有如下影响：2008 年由于该产品销售单价的上涨，使该产品毛利率绝对值上升 15.21%；由于 2009 产品销售单价的下调，使该产品毛利率绝对值下降 16.63%。

从公司历年的生产经营状况来看，由于公司一直以来坚持严格的质量管理制度和产品创新能力的不断提升，在生产成本因素变动较大时，公司能通过产品定价政策合理平衡和抵消各种不利因素的影响，从而确保了公司经营业绩稳步增长。

4、报告期综合毛利率变动的同行业上市公司比较分析

公司最近三年综合毛利率与同行业上市公司比较如下：

公司名称	2009 年度	2008 年度	2007 年度
高乐玩具	35.53%	28.38%	23.51%
奥飞动漫	37.93%	41.33%	34.06%
星辉车模	31.39%	27.64%	25.16%
骅威玩具	19.66%	18.07%	17.45%

公司最近三年的综合毛利率分别为17.45%、18.07%和19.67%，呈逐年增加的趋势。但与同行业上市公司相比，公司综合毛利率相对偏低，这主要是由于公司与同行业上市公司的产品结构有较大差异。

(1) 星辉车模与本公司的经营模式显著不同，该公司采用授权经营模式，由于授权汽车品牌的知名度高，相应车模的认知度也较高，专业性较强，由此车模玩具的毛利率相对较高。星辉车模的产品结构及毛利率如下：

项目	2009 年度		2008 年度		2007 年度	
	收入(万元)	毛利率	收入(万元)	毛利率	收入(万元)	毛利率
车模	17,699.91	35.89%	12,024.59	32.19%	5,333.95	29.72%
玩具车	1,760.32	19.49%	3,145.71	15.67%	1,736.50	18.91%
其他玩具	3,825.01	16.05%	5,053.30	18.69%	4,244.75	19.78%

从上表可见，车模产品毛利率较高，其他产品与本公司的模型玩具等产品的

毛利率相近。星辉车模的产品结构中以车模玩具为主，因此综合毛利率较高。相对而言，本公司产品种类多样，能够满足更多的客户需求，公司经营具有更多的发展空间和更好的稳定性。

(2) 奥飞动漫以销售动漫玩具为主，动漫影视片的宣传推广提升了玩具产品的附加值，因此能够获取较高的毛利率。奥飞动漫的产品结构及毛利率如下：

项目	2009 年度		2008 年度		2007 年度	
	收入(万元)	毛利率	收入(万元)	毛利率	收入(万元)	毛利率
动漫玩具	40,890.23	38.95%	27,501.34	52.14%	28,129.18	45.08%
其他玩具	11,431.16	22.37%	16,139.58	26.70%	21,125.45	20.91%

从上表可见，奥飞动漫的动漫玩具毛利率略高于公司动漫玩具，这是由于公司于2009年开始实施玩具与动漫结合的盈利模式，出于市场开拓的考虑，公司动漫玩具定价相对较低，随着玩具与动漫模式的推广，公司动漫玩具的毛利率将有所提高，同时也将带动公司综合毛利率的明显提升。

(3) 高乐玩具的产品主要面向国际市场，报告期内，高乐玩具97%以上的产品用于出口，由于其自主品牌产品比例高，因此综合毛利率能够保持在较高水平。高乐玩具的产品结构及毛利率如下：

项目	2009 年度		2008 年度		2007 年度	
	收入(万元)	毛利率	收入(万元)	毛利率	收入(万元)	毛利率
自主品牌	29,862.74	34.69%	29,015.74	28.50%	22,965.58	23.74%
OEM	781.34	32.55%	356.67	17.31%	908.87	17.73%

近年来，公司确立了发展自主品牌的经营战略，自主品牌产品的销售收入实现了较快增长。公司将不断加大技术研发和市场开拓的力度，进一步提高自主品牌产品的比例。2009年，公司成功实施了动漫加玩具的盈利模式，动漫玩具的销售收入增长迅速，已成为公司未来发展的重点方向。随着自主品牌产品和动漫玩具产品所占比例的不提升，公司的盈利能力将得到逐步释放，公司产品的综合毛利率将会有显著提高。

公司与同行业上市公司的三费比率和销售净利率的比较分析：

年份	项目	奥飞动漫	星辉车模	高乐股份	骅威玩具
2007 年	毛利率	34.06%	25.16%	23.51%	17.45%
	三费比率	14.85%	9.37%	9.14%	8.66%

	销售净利率	25.89%	12.81%	12.51%	7.46%
2008年	毛利率	41.33%	27.64%	28.38%	18.07%
	三费比率	26.04%	10.01%	9.80%	8.48%
	销售净利率	14.45%	14.86%	16.22%	7.90%
2009年	毛利率	37.93%	31.26%	35.53%	19.66%
	三费比率	18.88%	11.90%	8.46%	9.31%
	销售净利率	17.20%	16.75%	23.62%	9.38%

由上表可见，奥飞动漫的三费比率明显高于本公司和其他两家公司，这是由于奥飞动漫主要产品为动漫玩具，产品推广的投入较高，因此三费较高；而本公司的三费比率在报告期内低于其他三家公司，表明公司管理和销售支出相对较少，但公司三费比率与星辉车模和高乐股份相比差距较小。由于公司毛利率与其他三家公司相比偏低，因此，公司销售净利率也低于其他三家公司。

（六）非经常性损益、投资收益和少数股东权益分析

报告期内，公司没有投资收益，也没有少数股东权益，非经常损益的情况如下：

单位：万元

项目	2010年1-6月	2009年度	2008年度	2007年度
非经常性损益	302.08	436.06	65.67	534.73
非经常性损益影响的净利润	256.76	370.65	48.89	510.43
净利润	1,770.41	4,042.23	3,012.05	2,408.34
非经常性损益影响的净利润占净利润的比例	14.50%	9.17%	1.62%	21.19%
扣除非经常性损益后净利润	1,513.64	3,671.58	2,963.16	1,897.90

报告期内，公司非经常性损益主要包括：2007年按地方税收优惠政策享受的企业所得税减免和各年实际收到的政府补贴及其他各项营业外收入和支出。2007年至2010年1-6月公司非经常性损益净额占同期净利润的比例分别为21.19%、1.62%、9.17%和14.50%，其中2007年按地方税收优惠政策享受的企业所得税减免金额498.22万元、2009年计入当期损益的政府补贴434.51万元、2010年1-6月计入当期损益的政府补助319.45万元。

总体看来，非经常性损益对公司的经营成果无重大影响。

（七）管理层对公司盈利能力的评价

公司董事会和管理层认为：公司主业突出，未来发展目标明确，产品具有较强的市场竞争力，主营业务的盈利能力较强，报告期内公司主营业务保持了持续、稳定的增长，公司盈利能力具有持续性和稳定性。

三、公司重大资本性支出分析

（一）报告期内重大资本性支出

公司报告期内无购买土地、建设厂房等重大资本性支出。

（二）未来可预见的重大资本性支出

根据公司发展规划，公司将投资建设生产基地扩建项目、动漫制作暨营销网络建设项目，项目投资预计分别为10,160.00万元、7,686.40万元。上述项目已经列入募集资金运用项目，详细情况请参见本招股说明书第十三节“募集资金运用”。

四、或有事项和重大期后事项分析

报告期内公司无重大诉讼、仲裁事项，亦无其他重大抵押及担保事项。上述事项对公司财务状况、盈利能力和持续经营不会产生重大影响。

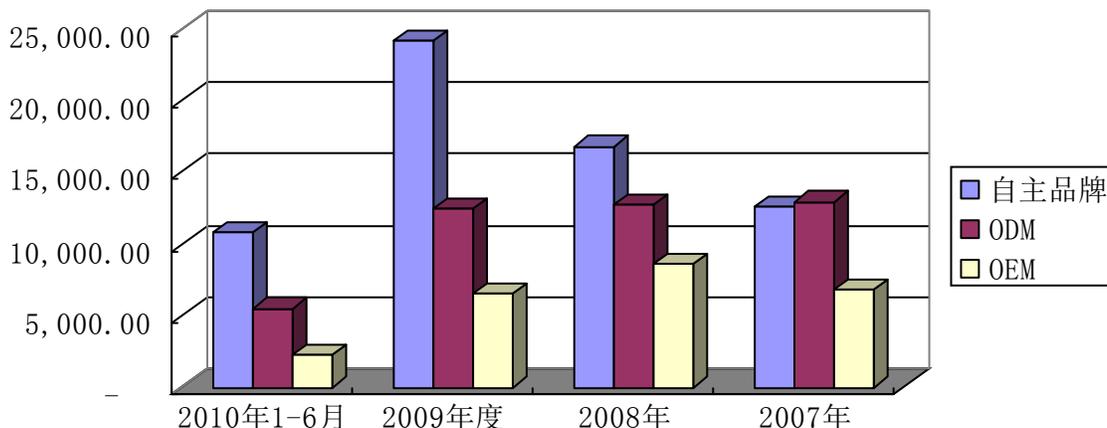
五、财务状况和盈利能力的未来趋势分析

（一）财务状况和盈利能力趋势分析

公司成立初期，以OEM业务为主，经过多年的积累和发展，现已形成了以自主品牌产品研发生产为主，ODM、OEM产品生产为辅的业务结构。OEM产品由客户设计，生产商代其生产，公司对产品的议价能力相对较弱；ODM产品由生产商设计和生产，但品牌由客户持有，公司具有一定的议价能力；自主品牌产品，由于公司拥有品牌和生产销售的自主权，产品议价能力较强，自主品牌产品的盈利能力也较好。

公司报告期内业务结构情况见下表：

报告期内主营业务收入构成（单位：万元）



单位：万元

项目	2010年1-6月		2009年度		2008年度		2007年度	
	收入	比例	收入	比例	收入	比例	收入	比例
自主品牌	10,785.93	58.38%	24,105.74	56.00%	16,762.64	44.00%	12,521.23	38.82%
ODM	4,575.28	24.77%	12,421.37	28.86%	12,734.47	33.43%	12,900.62	40.00%
OEM	3,113.22	16.85%	6,518.85	15.14%	8,599.80	22.57%	6,828.65	21.18%
合计	18,474.42	100.00%	43,045.97	100.00%	38,096.91	100.00%	32,250.50	100.00%

2007至2010年1-6月自主品牌产品的销售额分别为12,521.23万元、16,762.64万元和24,105.74万元和10,785.93万元；自主品牌产品销售收入占营业收入分别为38.82%、44.00%、56.00%和58.38%。近年来公司确立了发展自主品牌的经营战略，加大了自主品牌产品的研发、设计等方面投入，公司自主品牌产品的市场竞争力不断提升，销售收入也节节攀升。

2007至2010年1-6月的ODM产品销售收入分别为12,900.62万元、12,734.47万元、12,421.37万元和4,575.28万元，ODM产品的销售收入占营业收入的比例分别为40.00%、33.43%、28.86%和24.77%。从ODM产品销售收入来看，报告期内销售收入基本保持稳定；但由于自主品牌产品销售收入的快速增长引起营业收入总额的增加，从而使ODM产品所占营业收入的相对比例逐年下降。

2007至2010年1-6月的OEM产品销售收入分别为6,828.65万元、8,599.80万元、6,518.85万元和3,113.22万元，OEM产品的销售收入占营业收入的比例

分别为 21.18%、22.57%、15.14%和 16.85%。由于 OEM 产品的附加值相对较低，根据公司战略规划将逐步减少 OEM 产品的销售的比例，同时由于自主品牌产品的销售收入快速增长而引起营业收入总额的增加，从而使 OEM 产品所占营业收入的相对比例呈下降趋势。

报告期内，公司OEM、ODM产品销售收入保持稳定，自主品牌产品销售收入快速增长，2009年度自主品牌产品销售收入占总销售收入56.00%，公司已经基本确立了自主研发、自主设计、自主生产的业务模式。同时，在稳健经营的前提下，公司采用玩具与动漫结合的方式，通过制作播放优秀的动漫影视作品带动相关动漫玩具的销售，已经初步取得了良好的经济效益，2010年1-6月动漫玩具的销售收入3,132.62万元,占主营业务收入的16.96%。未来公司将继续以品牌发展为旗帜，整合公司内外可利用资源，加强玩具系列产品自主创新设计，并与动漫创意作品进行有机结合，进一步在国内外建立和完善以自主品牌为主的产品营销体系，公司自主品牌产品的销售比例将逐年上升，公司盈利能力将进一步增强。

根据公司的技术优势、生产特点，结合未来玩具行业的发展趋势，针对国内外市场的不同特点，公司确立了以下发展方向：

1、国外市场：继续保持和发展与国外知名玩具企业、重要客户的良好合作关系，逐步加大公司自主品牌智能产品的研发和销售，逐步减少低附加值OEM的产品生产销售，争取2013年出口收入不低于5.2亿，自主品牌产品销售收入占出口业务收入的85%以上。

2、国内市场：主要采用玩具与动漫结合的方式，同时加强国内营销网络的建设，预测到2013年，公司国内玩具销售额将达到2.8亿元以上。

预计公司本次募集资金投资项目建成投产后，公司自主知识产权的智能玩具和动漫玩具的产销规模将大幅提高，并为公司盈利能力的持续增长创造有利的条件。

（二）公司目前主要的财务困难

公司资金实力不足，制约了公司加大研发投入、扩大生产规模、提升产品附加值的能力，因此公司融资渠道有待拓宽。本次募集资金到位后，公司资本规模、融资能力将得到改善，更有利于公司持续发展。

第十二节 业务发展目标

一、公司当年和未来两年的发展计划

（一）公司发展战略

公司将把握玩具产业发展的历史机遇，专注于高新技术和益智娱乐于一体的玩具系列产品的设计开发、制造和市场营销。坚持以市场为导向、以技术创新为动力、以品牌发展为旗帜，整合公司内外可利用资源，加强玩具系列产品自主创新设计与动漫创意作品的有机结合，进一步在国内外建立和完善以自主品牌为主的产品营销体系，通过产品创新设计与动漫影视传播提高公司产品的市场影响力。强化公司主导产品在品牌和品质方面的领先优势，形成与品牌影响力相适应的产品研发、创意设计、先进制造体系，使公司成为国内外同行业中最有影响力的领导者之一。

（二）公司经营理念

公司秉承“实干、开拓、学习、创新”的经营理念，以追求非凡品质、营造卓越管理、打造优秀品牌、铸就一流企业为目标，以客户为关注焦点，实现股东长期价值，为员工创造成长快乐。坚持不懈地为中国玩具行业、为中国民族品牌增添新的光彩和活力。

（三）公司业务发展目标

公司业务发展目标是三年大变化，五年大发展：用三年的时间把公司发展成集玩具研发、生产、营销和动漫影视创意为一体的的国内外知名企业；用五年时间把公司发展成集玩具、动漫影视、终端连锁、高新科技为一体的大型企业。

（四）业务发展规划

在未来三年，公司既要保持经营的稳定增长和市场的持续发展，又要立足于公司战略发展目标的需要，整合内外资源，通过加大玩具系列产品的创新设计与动漫影视传播作品的有机结合，创造市场竞争优势，提高公司在国内外市场的影响力和领导力。

为此，公司将在以下六大方面全方位、多层次地提高公司可持续发展能力，

提高竞争优势：

1、市场发展规划

(1) 继续加强欧美市场和新兴市场的开发力度。

首先，继续巩固和加强公司在欧洲市场的竞争优势，巩固和客户、代理商的关系，进一步提高自主品牌产品在细分市场的占有率；同时提高公司产品附加价值。

美国是全球最大的玩具产品消费市场。公司发挥在电子技术方面设计开发能力，通过自主品牌优势带动产品在美国市场的渗透，提高市场占有率。

加强对东盟各国、俄罗斯、南美、南非等新兴市场的调研力度和客户关系发展，提高公司业务发展的水平。

(2) 着力有序开拓国内市场营销网络。

公司将以主流经济区为中心，以学校周边店为重点，认真做好对京津唐环渤海经济圈、长三角经济圈、长株潭城市圈、武汉城市圈、重庆成都城市圈、珠三角经济圈和省会城市的营销网络布点工作，勤耕细作，逐步渗透。具体重点市场分布图如下所示：



在华东、华南、华北、西南、东北地区设立代表处，聘请和培养优秀的管理人员，组建有力的市场管理团队，提高市场营销能力。

建设和完善对商场（超市）、学校周边零售终端网点的布局，对满足公司营销推广需要的零售终端网点制定明确的销售和开发计划。重点做好旗舰店、形象店和专卖店的建设和管理工作，力争在三年内建成15家专卖店、进驻650家商场、建设10,000家学校周边店的营销网络体系。

通过产品创新设计与动漫影视传播促进公司优质产品在国内市场的影响力和市场占有率。坚持与客户共赢的营销理念，完善营销管理制度，提高客户服务水平，实现客户信息化管理。

2、产品设计研发和动漫影视创意设计规划

公司将进一步健全和依托省级企业技术中心，不断吸收和留住高素质人才，引进先进可靠设计软件系统，增添先进检验设备和研发设备，充实技术中心实力。加强与大专院校合作，实行产学研合作方式，提高整体研发水平。

同时，公司立足在微电子技术应用和设计、光机电一体化技术应用方面的优势，提高产品技术含量和质量水平，重点开发和设计智能、动漫等系列产品，带动公司销售额快速增长。进一步重视对研发创新人才的奖励，鼓励创新。立足构思一代、开发一代、生产一代，使新产品创新设计保持可持续性，提升产品的档次和整体水平。

进一步完善动漫影视作品创作的基本流程，在保持现有产品创意人才队伍的基础上吸引有活力、有创意、有激情的高素质人才的加盟。在未来二年，要创意制作2部有影响力的动漫影视片，以此促进相关衍生玩具产品的营销和市场占有率。在此基础上，后续每年力争推出1-2部有影响力的动漫影视片，逐步建立以综合研发设计和动漫创作为主导的产品创新体系。

3、人力资源发展规划

未来1-2年内，公司将制定完善合理的人才开发计划，建立人才开发激励机制，采用内部培养和外部招聘等方式，吸纳各类优秀人才。深化以人为本的思想，在积极倡导团队精神的前提下，尊重员工的个性发展，为员工营造良好的工作环境，充分发挥其主观能动性，做到人尽其才，才尽其用；创造公平、公正、合理的竞争环境，使优秀人才脱颖而出；建立和谐和温馨的人文环境，吸引和留住懂技术、会管理的专业人才和复合型人才。注重员工的培训，实施人才培养开发计划，建立完善的培训管理制度，充分利用内外资源，组织开展各种培训工作。通

过职业素质培训和管理技能专业培训，提高员工的工作素养和管理人员的工作水平。通过人力资源的有效开发，把公司逐步建立成创新、高效的学习型组织，培养和提升公司可持续发展的动力。

4、制造能力改造规划

为满足公司业务持续增长的需要，巩固市场竞争优势，公司计划使用募集资金投资建设36,000平方米的生产厂房和配套相关生产设备设施，提高制造能力。

在制造系统内部，适当投资和改造部分生产设备，包括自动喷漆线设施、搪胶和电子车间设备改造，着眼于改进生产工艺流程，改善作业环境，提高自动化和半自动化的生产水平；通过持续对员工的培训和激励，提高员工的操作技能和水平；完善产品标准化体系，加速信息化建设的步伐，提高内部响应和配合效率，平衡好交货期与计划、生产、品管、物流之间的协调关系，全面满足客户交货期需要；逐步实施以质量、成本、交期和安全为主体的绩效考核工作，强化工作流程的执行效率和持续改进目标的针对性，使制造系统持续改进工作有效有力。

在制造系统外部，通过选择适合的供应商，建立信息共享的通道，协助供应商提高品质保证能力和反应能力。

5、信息系统建设规划

在未来1-2年，公司在现有信息系统的基础上，将有效使用募集资金投入建设和完善ERP系统和客户营销网络管理平台，引进一批性能先进可靠的设计软件系统，更换部分硬件设施，提高信息系统的整体水平。

公司通过有计划开展信息技术培训，不断提高管理人员、技术人员的计算机应用水平，使未来新建的ERP系统、QA办公平台、CRM客户订单管理系统、采购供应商系统发挥相应的价值和效率，减少营运成本、节省工作时间，凭借良好素质的人才和先进可靠的信息系统为公司创造新的效益。

6、融资规划

全球金融危机对整个玩具行业的冲击造成了一定的影响，但从另一方面来看，金融危机也证明了公司过去实施基本发展战略是正确可行的，使得公司在金融危机中能保持主营业务的持续增长。公司管理层认为公司目前正面临一个好的发展机遇，而进行产品创新、市场开拓、制造能力提升等工作来实现未来发展战略所需资金较大，公司需要开拓新的融资渠道和方式。如果公司上市成功，公司

的资本结构将进一步优化，财务成本会显著降低，创新能力会进一步加强，股东价值和社会价值会得到进一步体现。

二、拟定上述计划所依据的假设条件

本公司拟定上述规划主要依据以下假设条件：

1、公司本次股票发行能够顺利成功，募集资金能及时到位，募集资金拟投资项目能如期完成。如果企业扩大生产规模和市场发展所需要的资金不能如期到位，将影响项目建设进度，进而影响公司的发展规划。

2、公司所遵循国家现行的法律、法规、方针、政策无重大变化，特别是国家对科技创新、文化创意产业的政策不会有重大变化。

3、国家现行的利率、汇率、税收政策无重大变化。

4、公司所处行业和市场处于相对正常的发展状态，原材料价格、能源价格等处于相对正常变动范围之内，不会出现重大的市场突变性。

5、公司主要经营所在地区以及业务涉及地区的社会经济环境稳定，无重大变化情形。

6、无不可抗拒因素或不可预见因素对本公司经营业务造成重大不利影响。

三、实现上述计划将面临的主要困难及挑战

1、目前公司业务发展所需要资金基本上通过银行贷款和自有资金解决，在募集资金不能到位之前，资金不足是公司实施上述规划的最大困难。

2、公司股票发行成功之后，随着募集资金的到位，公司在实施战略规划、强化内部管理、提高流程效率需要进一步提高和充实人力资源管理，提高整个团队的执行力至关重要。

3、公司利用多年在开拓国外市场、发展自主品牌、进行自主创新方面累积的经验和智慧，有序地发展国内市场。能否将产品创新和动漫创意传播结合、快速地使公司产品占有国内市场、满足目标消费群体的需要，这将对公司的整体运营水平构成挑战。

四、确保实现上述发展计划拟采用的方式、方法或途径

1、本次股票发行上市为公司实现上述规划提供了资金支持，公司将认真组织募投项目的实施。按照专项计划要求，争取早日投产，提高制造能力，全面推进国内外市场营销网络建设计划，满足市场发展需要，进一步提高公司竞争优势。

同时，本次股票发行上市也为公司建立了直接融资渠道，这将改变公司单一依靠间接融资渠道的局面，使得公司可以根据内外部环境的变化进行再融资规划。

2、严格加强内部规范运作，强化各项决策的科学性和透明性，通过各种途径引进适用的高素质人才，加快内部培训体系建设，提高中基层管理人员的能力和水平，推行标杆管理和绩效考核，打造一支有创新活力、富有激情的管理团队。

3、保证设计和开发的投入，切实做好产品研发创新和动漫创意设计，整合内外资源，扩大市场营销网络，发挥品牌优势和质量保证优势，培养营销团队的整体执行能力，确保业务目标实施。

4、通过股票发行上市，本公司将由非公众公司转变为公众公司，这必将促进公司进一步转换内部经营机制，健全公司治理结构，实现公司管理体制的全面升级，进而推动公司的良性发展，并通过定期报告持续公告规划实施和目标实现的情况。

五、发展计划与现有业务的关系

公司专注于智能玩具、塑胶玩具、模型玩具、动漫玩具等系列产品的开发设计、制造与营销，上述业务发展规划是在充分考虑现有业务的实际情况、公司在全球玩具行业行销中拥有的经验和智慧，在国内外市场上的品牌声誉和创新能力等诸多因素确定的。公司现有的组织结构、制度流程、人力资源、创新活力、品保能力和品牌形象也为实现未来业务发展规划提供了相应基础保证。

公司现有业务发展和管理方式是公司经营发展规划的基础，是实现业务发展规划的前提；公司业务发展规划和管理创新则是对公司现有业务进一步发展的深化和继续。公司将在保持现有优势的条件下，通过提升制造能力和扩大市场网络，提高产品创新能力和动漫创意水平，以在国外市场累积的智慧和在国内市场初步开拓的经验，借鉴可以借鉴的同行发展经验，秉承公司在发展壮大过程中“将不

可能转变为可能，把可能转变为现实结果”的锐意进取精神和勇气，通过品牌优势和优秀创意传播快速地占领市场，进而实现公司的经营目标。

因此，公司发展规划与现有业务具有相当的一致性、延续性和提升性，其目标就是将骅威玩具打造成为国内外最优秀、最具行业影响力的领导者之一。

第十三节 募集资金运用

一、本次发行筹集资金总量及拟投资项目

（一）募集资金投向

公司本次拟向社会公众公开发行人民币普通股2,200万股，募集资金总额将根据询价结果最终确定。

根据2010年1月10日通过的第一届董事会第十一次会议决议和2010年1月26日通过的2010年第一次临时股东大会决议，本次发行募集资金拟投资于以下二个项目：生产基地扩建项目；动漫制作暨营销网络建设项目。

（二）募集资金使用计划和备案情况

根据项目轻重缓急，公司拟投资项目如下：

单位：万元

序号	项目名称	总投资	项目年度投资计划					备案项目编号
			第一年	第二年	第三年	第四年	第五年	
1	生产基地扩建项目	12,544.00	3,386.70	6,773.30	1,944.20	219.90	219.90	9050024 4029026
2	动漫制作暨营销网络建设项目	8,144.20	4,996.20	2,690.20	364.90	46.50	46.50	9050024 4029029
合计		20,688.20	8,382.90	9,463.50	2,309.10	266.40	266.40	-

本次募集资金投资项目均已经广东智谷咨询有限公司进行详细的可行性研究，并经广东省发展和改革委员会备案。

（三）募集资金量变化的对策

上述项目预计投资总额为20,688.20万元，计划使用募集资金投资20,688.20万元。如本次发行的实际募集资金量少于计划使用量，公司将通过自有资金或银行贷款解决。如本次发行的实际募集资金量超过计划使用量，本公司拟将剩余的募集资金用于补充公司流动资金。

二、募集资金投资项目简介

（一）生产基地扩建项目

1、项目实施背景

多年来，世界玩具市场始终保持着稳定的增长。虽然2008年世界经济遭遇了金融风暴，但随着经济的复苏，世界玩具市场的需求仍将保持不断增长。同时，国内的玩具市场发展潜力巨大，2009年开始我国政府采取了一系列拉动内需、促进消费的政策，国内玩具市场仍将继续较快增长。骅威玩具迎来了一个良好的发展机遇，但是公司的现有产能有限，已将成为制约公司进一步发展扩张的瓶颈。

为了适应公司未来快速发展的需要，解决产能瓶颈问题，提高市场占有率，增强盈利能力和可持续发展能力，公司计划投资扩建生产基地，以满足公司在海外和国内市场扩张后对产品生产的需求。

（1）行业现状及发展趋势

根据北京欧立信经济信息咨询中心所作的《2008-2009年中国玩具行业研究咨询预测报告》，2007年世界范围玩具市场销售总额超过719.6亿美元，比2006年增长5%。在2008年初时，著名消费调查公司NPD集团曾经预测，未来世界玩具市场仍将保持每年约5%的增长，到2010年世界玩具市场的销售额将达863亿美元。

中国玩具协会和中国社会调查事务所的调查显示，我国现有14岁以下儿童有2.86亿左右，约占总人口比重的20%。全国城市儿童人均年消费玩具仅45元，农村人均更不足15元，对比亚洲儿童人均年玩具消费13美元和全世界儿童人均34美元的水平，中间的悬殊差距蕴藏着巨大发展空间。如果中国儿童玩具消费达到亚洲平均水平，则其市场规模预计将突破300亿元人民币，而达到全世界儿童的平均消费水平，市场规模将达到1,000亿元左右。

（2）国内玩具行业竞争情况

国内最重要的玩具生产和出口基地是“五省一市”：广东、江苏、上海、山东、浙江和福建。其中，广东、福建以电动和塑胶玩具为主；江苏、上海以毛绒玩具为主；浙江以木制玩具为主。广东又是我国的玩具大省，主要集中在深圳、东莞、

广州、汕头澄海、佛山南海、揭阳揭西等地。

中国的玩具制造业是典型的传统OEM经营模式，但中国玩具制造业的模式已经开始发生一些变化。中国玩具业一些企业开始重视自主研发，一批具有自主知识产权及品牌的行业骨干企业正在成长起来，涌现出一批国内著名玩具品牌。

2、项目实施的必要性

（1）项目的建设有利于增强公司实力，提高公司市场竞争能力

骅威玩具近几年持续稳定发展，但与国际大型玩具企业相比较，仍存在着总体规模偏小，生产能力有限的问题，不能满足公司未来快速发展的要求。项目的建设，将有利于公司抓住目前部分国内外玩具企业关闭、订单转移、市场份额重新分配的有利时机，发挥公司在玩具产品研发设计、生产管理和质量保证的优势，加快市场份额扩张步伐，为公司的更快发展打下一个良好的基础。

（2）项目建设是公司开拓国内市场的需要

公司在积极开发新兴海外市场和新的海外客户，进一步抢占海外市场的同时，通过加快完善国内销售网络和推出自己的动漫形象及相关产品，进一步加快开拓国内市场，形成以自主动漫形象为引领，国内外两个市场同时推动发展的快速增长的格局，预测到2013年，公司国内玩具销售额将达到2.8亿元以上。这就需要公司一方面要增强动漫玩具开发的能力，另一方面也需要增加公司的生产能力，以丰富多样的产品满足市场需求。项目的建设将提升公司新产品的开发、设计、生产能力，满足公司发展的需求。

（3）项目建设有利于公司进一步持续开展自主创新，拓展自主品牌的影响力

项目的建设，将解决公司目前研发部门办公场所容量严重不足的问题，为引进更多研发人员，特别是动漫创意、动漫玩具设计等方面的人才，完善人才结构，提供必要的基础条件。项目还将引进和更新一系列先进的研发设备，提高整体研发效率与质量，以适应公司产品升级及生产规模扩大的需要。同时产能的扩张，也有利于提高公司综合实力，为发展自主品牌、自主创新提供一个可靠坚实的基础。

（4）项目建设有利于将公司品牌打造成国际化的品牌

目前公司正在以品牌和渠道建设为突破口，整合利用国内动漫制作资源，打

造出更有影响力的自主知名品牌，创造出高附加值的产品。品牌的建设需要长时间的持续投入，这就需要公司不断增强综合实力，加强产品研发、动漫影视创意和扩大生产能力，以不断增加品牌建设的投入。同时项目建设也有利于公司利用生产方面的优势，扩大对海外市场开发，为将来动漫玩具产品走向世界作好渠道准备。

(5) 项目建设有利于公司积极面对新的技术标准和法律法规的挑战

近年来，欧美国家先后颁布和修改相应的玩具安全标准，提高了玩具产品进入欧美玩具市场的壁垒。随着人们对环保和安全问题更加重视，会有更多新的技术标准和法律法规的颁布和实施，这无疑对玩具企业形成了极大的挑战。

因此公司必须全面识别和评估这些技术标准和法律法规实施后的风险因素，从产品研发、试验设计、过程控制、品质保证的各个环节加以控制。其中研发实验设施、仪器设备和相关支持软件的引进无疑是解决这类技术壁垒的一个重要举措。项目的实施将扩大品质实验室面积，容纳更多的仪器设备，完善公司实验室检验项目，更好的应对新技术标准和法律法规的挑战。

3、现有产品的产销率以及销售区域分布

(1) 现有产品的产销率

公司现有玩具类产品的产销率情况如下：

项 目	2010年1-6月	2009年	2008年	2007年
产量（万件）	1,204.13	2,910.00	2,384.50	2,332.00
销量（万件）	1,212.62	2,806.00	2,362.50	2,308.00
销售额（万元）	18,474.42	43,045.96	38,096.92	32,250.49
产销率（%）	100.71	96.43	99.08	98.97

(2) 现有产品的销售区域分布

报告期内，公司的销售收入按地区分布情况如下：

单位：万元

地区	2010年1-6月		2009年度		2008年度		2007年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
欧盟	9,817.15	53.14%	23,802.41	55.30%	21,072.70	55.31%	6,064.37	18.80%
美国	1,287.52	6.97%	7,330.14	17.03%	3,447.40	9.05%	1,440.98	4.47%
拉美	1,616.44	8.75%	5,550.97	12.90%	7,675.36	20.15%	12,688.12	39.34%
香港	729.44	3.95%	861.23	2.00%	1,080.60	2.84%	4,228.40	13.11%

亚洲（除香港）	996.32	5.39%	2,019.07	4.69%	3,019.28	7.93%	719.04	2.23%
其他	293.82	1.59%	1,161.57	2.70%	1,676.95	4.40%	7,043.86	21.84%
国内销售	3,733.74	20.21%	2,320.58	5.39%	124.62	0.33%	65.74	0.20%
总计	18,474.42	100%	43,045.97	100.00%	38,096.91	100.00%	32,250.50	100.00%

4、项目建设规模

项目新增技术中心、生产车间、仓库等建筑面积共36,000平方米，增加注塑机50台、生产装配流水线42条、改造喷油、搪胶设备工艺和提高电子插件装备能力，新增销售额4亿元。

5、生产技术方案

（1）生产工艺流程

项目生产的产品以动漫玩具、塑胶玩具、智能玩具和模型玩具为主，公司完成玩具的塑料件注塑成型及装配生产过程，五金件配件及包装材料由协作厂商提供。玩具生产流程详见本招股说明书“第六节 四、主营业务的具体情况”。

（2）主要原材料消耗与供应

本项目玩具生产需要材料主要包括各种塑料、电子板、五金件、包装及其他材料。

澄海区位于广东省东部韩江三角洲，属于汕头市，经济较为发达，交通方便，汕头市澄海区是广东省玩具礼品产业集群升级示范区，产业服务配套齐全。项目所需原材料可在当地或省内购得，经公路运输到达项目所在地。各种原材料、辅助材料及动力需要量及供应情况如下：

序号	项目	单位	需要量	供应地	运输方式	备注
1	外购原材料					
1.1	ABS	吨	1137.2	省内	公路	
1.2	聚丙烯	吨	4264.8	省内	公路	
1.3	聚苯乙烯	吨	373.8	省内	公路	
1.4	糊树脂	吨	92.8	省内	公路	
1.5	PVC	吨	149.9	省内	公路	
1.6	PVC 胶片	吨	84.5	省内	公路	
1.7	其他材料	吨	400.0	省内	公路	
1.8	电子板	万片	1950	省内	公路	
1.9	五金件	吨	2000	当地	公路	

1.10	包装材料	吨	4000	当地	公路	
2	外购动力					
2.1	水	吨	557087	当地		
2.2	电	万度	915	当地		

6、项目的选址

本项目为改扩建项目，在公司现有厂区内拆除原有二、三、四号仓库，新建仓库、综合大楼、生产车间各一栋，总建筑面积**36,264**平方米。

7、环境保护

项目建设期对环境的影响，主要是施工期间的废水、扬尘，车辆和机械设备的废气、噪音，建筑垃圾及生活垃圾等；项目运营期对环境的影响，主要来自于车间的噪音、废气和冷却用水，食堂的废气、废水，生产废物、员工的生活垃圾等。针对上述问题，公司已制定了详细的环境保护治理方案，可以妥善解决项目实施对环境的影响，不会产生环境污染。2010年1月18日，汕头市环境保护局出具审批意见：同意广东骅威玩具工艺股份有限公司生产基地扩建项目建设。

8、项目实施进度计划

本项目建设期为2年，从公司成功上市募集资金到位后的第2个月开始，至第24个月全部建成投入使用。

项目实施进度表

序号	项目名称	月度安排																								
		募集资金到位前	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
1	前期工作																									
2	项目勘察设计																									
3	原建筑物拆除及场地清理																									
4	土建施工																									
5	设备采购及安装调试																									
6	验收交付使用																									

9、项目投资估算与资金筹措

本项目投入的总资金为12,544万元，全部上市募集。其中，项目建设总投资10,875.20万元，项目运营流动资金1,668.80万元。

项目建设总投资10,875.20万元，其中，建设投资10,160万元，铺底流动资金715.20万元。

建设投资估算表（单位：万元）

序号	项目名称	建筑工程费	设备及工器具购置费	安装工程费	其他费用	合计	投资比例（%）
1	工程费用	3,688.70	3,007.20	2,426.40	0.00	9,122.30	89.80
1.1	建筑工程	3,677.20	0.00	0.00	0.00	3,677.20	
	仓库	1,080.00				1,080.00	
	生产车间	1,320.00				1,320.00	
	综合大楼	1,260.00				1,260.00	
	通行廊道	17.20				17.20	
1.2	道路工程	5.50				5.50	
	扩建道路	5.50	0.00	0.00	0.00	5.50	
1.3	绿地	6.10				6.10	
	集中绿地面积	2.00				2.00	
	道路绿地面积	4.10				4.10	
1.4	设备	0.00	2,976.20	446.40	0.00	3,422.60	
	生产设备(含技改)		1,606.90	241.00		1,847.90	
	设计用软硬件		588.00	88.20		676.20	
	先进制造工具		348.00	52.20		400.20	
	试验用仪器设备		433.30	65.00		498.30	
1.5	运输设备		31.00			31.00	
1.6	公用工程	0.00	0.00	1,980.00	0.00	1,980.00	
	给排水工程			432.00		432.00	
	消防工程			180.00		180.00	
	供配电工程			900.00		900.00	
	弱电工程			180.00		180.00	
	空调及通风工			288.00		288.00	

	程						
2	其他费用				553.90	553.90	5.50
	建设单位管理费				73.00	73.00	
	勘察设计费				136.80	136.80	
	建设单位临时设施费				45.60	45.60	
	工程建设监理费				54.70	54.70	
	工程保险费				27.40	27.40	
	工程招标代理服务				69.80	69.80	
	施工图技术审查费				20.50	20.50	
	生产职工培训费				72.00	72.00	
	办公及生活家具购置费				54.00	54.00	
3	预备费				483.80	483.80	4.80
	基本预备费				483.80	483.80	
	涨价预备费				0.00	0.00	
4	建设投资合计 (1+2+3)	3,688.70	3,007.20	2,426.40	1,037.70	10,160.00	100.00

10、财务评价

项目建成后保守预计销售收入可达40,000万元，本项目全投资税后财务内部收益率为26.7%，大于基准收益率13%；全投资税后财务净现值为8,252万元，大于0；投资回收期5.64年。项目具有较好的盈利能力，财务上可行。项目的主要经济技术指标如下：

序号	指标类别	单位	指标值	备注
1	产品方案			
1.1	动漫系列产品	万件	1,400.00	
1.2	塑胶玩具	万件	287.00	
1.3	模型	万件	140.00	
1.4	智能产品	万件	24.00	
2	建筑面积	平方米	36,264.00	
3	燃料动力年耗量			

3.1	年用水量	立方米	69,635.00	
3.2	年用电量	万度	973.10	
4	劳动定员	名	768.00	
5	总资金	万元	12,544.00	全部自筹
5.1	建设投资	万元	10,160.00	
5.2	建设期借款利息	万元	0.00	
5.3	流动资金	万元	2,384.00	
6	投入产出价值量指标	万元		
6.1	年销售收入	万元	40,018.00	
7	财务评价指标			
7.1	全投资税后财务内部收益率	%	26.70	
7.2	全部投资回收期（所得税后）	年	5.64	含建设期 2 年
7.3	净资产收益率	%	15.11	

（二）动漫制作暨营销网络建设项目

1、项目实施背景

从国外成熟玩具行业的发展经验来看，玩具与动漫结合是玩具行业发展到一定阶段后的一种创新盈利模式，该模式通过玩具与动漫结合，以动漫故事内容和形象提高产品附加值，并通过动漫形象的传播极大地带动玩具销售。该模式下制造的动漫玩具在美国、日本等发达国家已经拥有较大的市场规模，是这些国家最主要玩具产品类别之一。

近年来，随着国内玩具行业的发展，已逐步形成了玩具与动漫结合的发展趋势。本公司作为国内玩具行业的龙头企业之一，逐步介入到玩具与动漫结合的新模式，公司在2009年通过动漫影视作品推广及衍生品上市销售活动，实现了一定的销售收入，为公司有目标地运作动漫和相关衍生产品提供了一定的经验。

在成功实践了玩具与动漫结合，即以动漫影视片为营销手段，带动相关动漫玩具销售的盈利模式后，为了继续提高动漫玩具在公司业务中的比重，增强公司盈利能力和可持续发展能力，巩固公司在玩具行业的龙头地位，公司拟投资制作二部动漫影视片，以保证有足够的动漫形象来支持动漫玩具的销售。同时加强国内营销网络的基础建设，提升渠道的销售能力，建成一个遍布全国的销售网络。

（1）行业现状及发展趋势

近年来，中国玩具制造业总体发展态势良好，凭借多年的发展经验和劳动成

本等优势，中国目前已经成为全球最大的玩具生产国和出口国，全球有75%的玩具是中国生产，中国的玩具产品行销100多个国家和地区。与此同时，近年来我国玩具内销市场发展迅速，市场规模逐年扩大。但是，与国外发达国家相比，我国人均玩具消费水平偏低。中国玩具协会和中国社会调查事务所的调查显示，中国现有14岁以下的儿童和青少年2.86亿人，他们的人均年玩具消费仅20元-30元人民币，远低于亚洲儿童人均年玩具消费13美元和全世界儿童人均年玩具消费34美元的水平。如果中国儿童玩具消费达到亚洲平均水平，则其市场规模预计将突破300亿元人民币，而达到全世界儿童的平均消费水平，市场规模将达到1,000亿元左右。因此，随着中国经济的持续增长和人们生活水平的提高，人们消费需求也随之逐渐提高，未来国内玩具市场有着巨大的发展空间。

（2）国内玩具行业竞争情况

面对国内庞大的玩具消费市场，国外的玩具企业加速进入国内市场，一方面加剧了国内市场的竞争，另一方面也促进了国内玩具企业盈利模式的创新。国内主流玩具企业逐步探索玩具与动漫结合的模式，通过与动漫形象提供商合作，根据授权的动漫形象开发动漫玩具，或者根据玩具产品的销售需要自主创作动漫影视片以塑造动漫形象，最终实现动漫玩具销售收益最大化。经过几年的发展，国内玩具行业已逐步形成了玩具动漫化的发展趋势。随着动漫形象的不断创作面世，以及玩具企业和动漫形象创作企业合作的深入，随着玩具企业自主创作动漫形象能力的提升，动漫玩具将越来越成为玩具产品的消费主流，为玩具企业带来可观的利润空间。

2、项目实施的必要性

（1）项目建设是进一步扩大公司品牌影响力的需要

知名度高、深受人们喜爱的动漫形象可以成为一种消费导向，深刻持久地影响人们的消费行为，同时这种影响不仅是影响一代人，更可以传承影响到下一代的消费选择。项目将通过与国内动漫行业的优势企业合作，拍摄制作动漫影视片，并通过持续的宣传推广，将逐步创造出深入人心的具有长期生命力的动漫形象品牌。

（2）项目建设是企业加快产业升级的需要

根据经济学中著名的“微笑曲线”理论：制造业的产业链有三个主要环节，即

研发设计、加工制造和市场营销。在这三个环节中，两头的附加值较高，中间环节的附加值较低，形成了一条两头高、中间低的“微笑曲线”。项目的建设一方面通过动漫影视片的拍摄、播出和宣传，树立自有动漫品牌形象，直接带动企业的研发设计活动，并通过市场销售网络的基础建设，向“微笑曲线”的两端发展，为已具备优势的“加工制造”环节升值。

（3）项目的建设有利于提升企业品牌形象和知名度

零售终端是直接接触目标消费群体的，是企业产品宣传最重要的阵地之一，也是最能直接刺激消费者进行消费购买的场所。项目的建设将通过陈列架、陈列区形象板、灯箱、显示器+DVD等方面加强对终端建设的投入，实现终端形象统一化、标准化、系列化、主题化，从而有效发挥销售终端的广告宣传作用，提升企业品牌的形象和知名度。

（4）项目的实施有利于公司作为行业标杆型企业的领导地位的巩固，从而带动行业整体水平的发展

目前，国内玩具产业并不是建立在创新的竞争优势上，更多的来自于低成本的优势。玩具企业大多数仍处于全球价值链的低端，处在最低的加工制造环节，缺乏自主品牌和创新能力。项目以产品创新和渠道建设为突破口，整合利用国内动漫制作资源，带动玩具企业共同打造出自主知名品牌，创造出高附加值的产品，这将巩固公司作为行业标杆型企业的领导地位，也为行业内其他企业起到示范作用，带动其他企业的发展。

（5）项目的实施有利于企业从劳动密集资源型向着文化创意价值型迅速升级

玩具产业与动漫文化创意产业的融合，是玩具产业转型升级的最佳选择，实现了产业的价值链的升级，促进了企业竞争力和盈利能力的提高；而利用现有资源（包括动漫制作企业、衍生品生产企业）的优化配置，则是企业转型升级的一条捷径。项目的建设利用现有资源优化配置，实现与文化创意产业融合，加速企业从劳动密集资源型向着文化创意价值型升级，促进企业竞争力和盈利能力的提高。

（6）本项目的实施不会导致公司经营模式的变化，并能进一步提高公司的盈利能力

经本公司保荐机构核查，动漫制作暨营销网络建设项目的实施不会导致公司经营模式的变化，并能进一步提高公司的盈利能力。

A、公司募集资金投资项目的实施不会引起公司经营模式的重大变化

保荐机构核查了公司与影片制作公司和电视台签署的合作协议，核查了公司采购、生产和销售的流程及有关管理制度，对公司有关负责人进行访谈，详细分析了公司经营模式的重要特征，发表如下核查意见：

a、公司投资制作动漫影视片没有改变公司的经营模式

1) 公司出资委托专业影片制作公司制作动漫影视片

公司投资动漫影视片是委托专业影片制作公司制作，公司将影视片的主题思想和主题玩具产品的设计概念交付给影片制作公司，影视制作、编剧分集、制作过程、后期制作和完工成片均由受托的专业影片制作公司完成。除此之外，公司只是监督影片的制作过程以掌握影视片的制作进度及质量，并在影片验收合格后付款。

2) 动漫影视片实质上是公司产品的一种推广方式

公司投资制作动漫影视片并在电视台播放的目的在于宣传推广公司的衍生玩具产品，动漫影视片嵌入了主题玩具产品的设计理念，赋予产品文化内涵，提升产品的品牌附加值，提高用户的购买意愿和忠诚度，延长衍生产品的销售周期。公司不以动漫影视片作为获利途径，公司的收益来源仍然是衍生玩具产品，动漫影视片实质上是公司产品的一种推广方式。

3) 投资制作动漫影视片不影响公司的经营模式

公司投资制作动漫影视片不影响公司的采购、生产和销售的基本模式，公司的主营业务、盈利来源和核心竞争力也没有发生变化，公司仍然是致力于玩具的研发、生产和销售的制造企业，并一如既往的专注于研发创新能力的提高、自主品牌价值的提升和产品质量的控制。

综上所述，保荐机构认为，公司投资动漫影视片制作不属于公司经营模式的重大变化。

b、公司开拓国内市场并销售动漫玩具不构成公司经营模式的重大变化

1) 公司的内销玩具和外销玩具均采用自主采购的模式，采购类别包括各种原辅材料，由公司专职的PMC部统一采购，内销玩具和外销玩具都要保持主要

原材料的安全库存，因此，公司采购模式没有发生变化。

2) 公司的内销玩具和外销玩具都主要采取“以销定产”的生产模式，内销的动漫玩具根据经销商推介会的反馈信息和认购意向生产首批产品，之后则根据经销商的订单情况和销售计划制定每个月的生产计划，基本做到按计划均衡生产。因此，公司的生产模式没有发生重大变化。

3) 公司内销玩具和自主品牌的外销玩具都通过经销商进行销售，采取经销商买断的方式，均需向经销商进行推广和宣传。不同之处是，动漫玩具的推广要面向终端市场，采取的推广方式主要是动漫影视片的播放和与经销商合作的大型主题秀等宣传活动，而自主品牌的外销玩具在海外终端市场的推广由经销商完成。因此，公司的销售模式没有发生重大变化。

4) 公司的主营业务、盈利来源和核心竞争力没有发生变化，公司仍然是致力于玩具的研发、生产和销售的制造企业，盈利来源是玩具产品的销售，公司一如既往的专注于研发创新能力的提高、自主品牌价值的提升和产品质量的控制，核心竞争力没有发生变化。

综上所述，保荐机构认为，公司动漫制作暨营销网络建设项目的实施不会引起公司经营模式的重大变化。

B、动漫制作暨营销网络建设项目的实施对公司持续盈利能力的影响

a、增强公司经营稳定性

公司将通过实施该项目提高国内市场的销售收入和市场份额，逐步成长为国内销售和出口并重的发展态势，这将有利于公司更好的规避国际经济景气状况和关税和非关税壁垒等的负面影响，从而增强公司经营的稳定性，提升公司的持续盈利能力。

b、优化公司产能的利用效率

玩具出口市场具有明显的季节性，一般而言，各国的主要节日和假期是玩具销售的旺季，公司在生产淡季时产能利用略有不足，而生产旺季时产能持续处于超负荷运转之下。国内市场的销售旺季主要是儿童的假期，国内市场需求高峰与出口市场有所不同。公司开拓国内市场使得公司更好的实现均衡生产，有利于提高公司产能在全年内的利用效率。

c、提高公司的盈利水平和获利能力

动漫影视片的播放赋予了衍生玩具明确的文化内涵和附加值，因此，动漫玩具的销售毛利普遍比出口玩具高。公司开拓国内市场并销售动漫玩具能够提高公司毛利率，有利于提高公司的盈利水平和获利能力。

d、提升公司的知名度和品牌价值

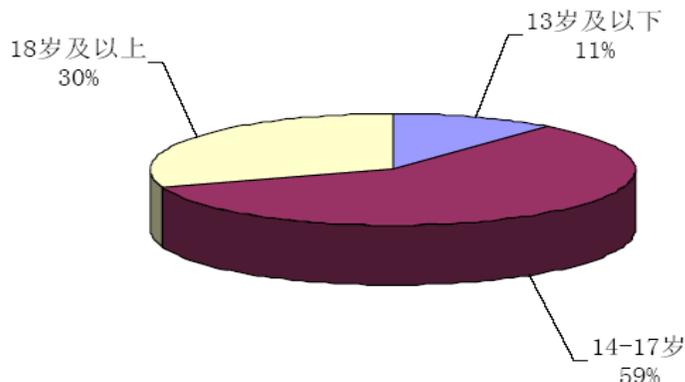
通过动漫影视片的播放，公司产品将具有鲜明的文化内涵，并深刻植入用户的内心，使得公司树立良好的品牌形象，提升品牌价值，并反过来使公司产品具备更高的附加价值。另外，通过动漫影视片的播放和动漫产品的销售公司将扩大知名度，在用户和公众中树立持久健康的企业形象。

3、项目的市场前景

(1) 中国成为全球最大动漫消费市场

中国投资咨询网《2007-2008中国动漫产业分析及投资咨询报告》指出，目前有5亿中国人直接阅读漫画或收看动画片，从而使中国成为世界上最大的动漫消费市场。在中国直接消费动漫的群体中，13岁及以下群体约占11%，14岁-17岁人群约占59%，而18岁及以上群体约占30%。

国内直接消费动漫群体年龄分布比例



可以看出动漫仍然是年轻人主要的消费目标，而在年轻人中又几乎以学生为主。中国家庭自古以来就有“衣食住行、孩子优先”的传统，这客观上形成了中国的学生消费非常庞大，精明的商家无不抢占这块高地。麦当劳、肯德基、可口可乐、耐克等跨国企业能够在中国市场获得成功，正是得益于这样一个消费群体的存在。从动漫市场来说，学生市场潜在的份额不低于400亿元，约占整个动漫市场的三分之一。

(2) 玩具与动漫结合发展前景广阔

玩具与动漫结合的模式是通过动漫内容和形象提升玩具的品牌附加值，实现玩具与动漫融合，是以市场化为核心、产业化为导向，通过玩具的设计和开发与动漫内容策划、制作紧密结合，开展产业运营和动漫内容创作一体化的发展模式。该模式通过塑造成功的动漫形象以服务 and 驱动玩具的升级和发展，并运用产业的盈利反哺动漫的成长，不断打造出深入人心的动漫形象，并进一步促进产业的发展，从而形成一种良性互动的产业结构。

玩具与动漫之间的关系日益密切，动漫作品的播放扩大玩具产品的宣传，促进玩具的销售，使得玩具拥有相对稳定的消费人群；同时有了玩具产品的畅销，动漫形象会更加深入人心，并进一步扩大玩具的销售，延长产品的销售周期。目前，动漫玩具凭借动漫形象独特的个性和魅力，逐步成为玩具市场的主力军，并为玩具行业带来了更广阔的市场空间。

4、项目实施的保障

(1) 项目实施符合国家鼓励发展动漫产业的要求。2006年4月29日，国务院办公厅转发了财政部等十部委《关于推动我国动漫产业发展的若干意见》（国办发[2006]32号），提出要采取切实有效措施，增强我国动漫产业自主良性发展的能力。鼓励与动漫形象有关的服装、玩具、电子游戏等衍生产品的生产和经营。项目通过拍摄制作动漫影视片及市场销售网络的建设，进行动漫衍生产品的销售，对于促进我国动漫产业的发展有着积极作用。

(2) 动漫影视创作方面。公司目前已与央视动画、炫动卡通等知名动漫影视企业建立了合作关系，因此公司的动漫影视片可以由国内优秀的编剧和制作团队进行创作，保证了影视片的高质量和高水平。

(3) 播出渠道方面。公司已与10家以上省级电视台和卫视少儿频道建立了良好合作关系，可以得到这些频道在播出方面的支持与配合。

(4) 市场销售渠道方面。项目通过对全国市场终端渠道建设，加强终端渠道的宣传和销售能力，以充分发挥出动漫影视片对衍生玩具销售的带动作用。

(5) 动漫项目的综合运营能力方面。2008年公司有多个动漫影视作品授权推广及衍生品上市销售活动，2009年投资拍摄了玄幻电视剧《蛋神奇踪》并进行推广及衍生品上市销售活动。通过这一系列的影视片及衍生品推广活动，进一步增强了公司在动漫项目的综合运营管理能力。

公司已具备具有较强的动漫玩具开发的能力,以及一定的通过动漫影视片的投放运营来促进相关动漫玩具销售的经验,为公司“动漫制作暨营销网络建设项目”奠定了基础。

5、项目建设规模

项目将投拍2部动漫影视片,在2部动漫影视片播出后,还将每年投拍制作1-2部新的动漫影视片或续集,以不断增强动漫形象的影响力,逐步创造出深入人心具有长期生命力的动漫形象品牌。同时公司将加强国内营销网络的基础建设,提升渠道的销售能力,建成一个拥有15家旗舰店、650家卖场超市专柜、10,000家校边形象店的遍布全国的市场销售网络。

项目拟投拍影视作品情况表

单位:分钟

序号	作品名称	制作形式	片长	集数	总时长
1	《圣斗风云-传奇乐队》(暂定名)	二维+三维	12	104	1,248
2	《车圣-极速少年》(暂定名)	二维+三维	24	52	1,248
	小 计			156	2,496

营销网络建设项目

序号	项目类别	单位	目标数量
1	旗舰店	家	15
2	卖场超市	家	650
3	校边形象店	家	10,000
4	网络信息系统	套	1

6、市场销售收入预测

(1) 动漫影视片播出

目前国内市场上真正用现金购买动画片的电视台并不多,大部分电视台是以贴片广告的形式作为交换,并不支付现金。为了促进公司投拍的动漫影视片的播出和宣传,公司将免费提供给各电视台播出。

(2) 动漫影视作品带动动漫衍生玩具销售预测

根据目前国内动漫影视片带动动漫玩具销售的情况来看,产出投入比(即动漫玩具销售收入与动漫影视片的制作费用比)一般在10~35之间。未来随着国

内居民收入水平的不断提高，儿童人均玩具消费额不断增加，加上国内第四次人口高峰的到来，预计动漫影视片带动动漫玩具销售额增长将更加明显，产出投入比将会进一步提高。项目投拍的两部动漫影视作品保守估计，将会带动相关动漫玩具消费达到3.8亿元。

项目动漫影视作品衍生动漫玩具销售预测表

单位：万元

序号	片名	投资金额	目标消费者	预计产出	产出投入比
1	《圣斗风云-传奇乐队》(暂定名)	1,100	5-14岁男孩为主	20,000	18.18: 1
2	《车圣-极速少年》(暂定名)	960	7-16岁男孩为主	18,000	18.75: 1

(3) 市场营销网络销售动漫衍生玩具预测。

公司将通过动漫影视片播出、加强店面宣传和活动、增加和丰富玩具种类，不断提升单店的销售水平，预测到2013年实现旗舰店平均月销售额超过100,000元，卖场超市单店平均月销售额超过10,000元，校边形象店单店平均月销售额超过1,530元的目标，则国内销售渠道年销售额可达到约2.8亿元。

销售渠道销售收入预测分析

渠道	店面数量(家)	单店月销售目标(万元)	单店年销售目标(万元)	渠道销售额(万元)
旗舰店	15	10	120	1,800
卖场超市	650	1	12	7,800
校边形象店	10,000	0.153	1.84	18,400
合计				28,000

另外，公司多年玩具出口年均增长率达15%以上。以2008年出口产值为基数，年平均增长率取10%，预测到2013年实现新增玩具出口12,000万元以上。两项合计，2013年实现新增玩具销售额为40,000万元。

7、项目建设方案

本项目投资内容包括制作2部动漫影视片、动漫影视片及玩具产品的宣传与推广、为已有及新开发的终端营销网络进行形象建设等。影视片制作将由国内优秀的动漫企业负责。

(1) 动漫影视片拍摄计划

本项目拟投资拍摄2部动漫影视片，公司将主要参与影视片制作的前期工作，

包括故事构思、剧本及动漫形象的设定等及后期播出及宣传工作，以配合动漫产品开发、设计、生产、推广和销售的需要。具体剧本编写、制作工作将由合作方负责。

项目拟投拍影视作品情况表

单位：分钟、集

序号	作品名称	制作形式	片长	集数	总时长
1	《圣斗风云-传奇乐队》 (暂定名)	二维+三维	12	104	1,248
2	《车圣-极速少年》(暂定名)	二维+三维	24	52	1,248
	小 计			156	2,496

A、《圣斗风云-传奇乐队》（暂定名）简介：

《圣斗风云-传奇乐队》（暂定名）是一部针对5岁到14岁年龄层市场推出的动漫大作，是一个发生在未来的科幻故事，主要以机械人对抗恶势力为主的故事结构，加上现今青少年儿童喜爱的歌曲和流行音乐的元素，打造中国第一部广受欢迎又符合中国国情的机械人动画片。

本片展现的是一个意境深远的人文景观，以及一个深远的文化根源。该片主人公白虎、青龙、玄武、朱雀，名义上是一群流浪音乐家，暗中则是与黑暗斗争的英雄志士。在经历了无数坎坷磨历之后，他们发现以暴制暴并不能给天下带来真正的和平。于是，他们选择了音乐，他们要用歌声唤醒人和机器人对未来世界的美好希望。在他们的歌声感召下，人和机器人化解了彼此的怨恨，大家终于携手并肩，走到了一起，为共同创造一个和谐的世界而奋斗。

本片以自主研发设计的机器人造型为题材，编制动人的故事大纲，以时尚的演绎手法、中国动画的技术和富有创意的故事情节，包装成属于中国人自己的机械人动画系列片，从而带动中国机械人动画的新潮流。

B、《车圣-极速少年》（暂定名）简介：

《车圣-极速少年》（暂定名）是一部针对7岁到16岁年龄层市场推出的动漫作品，以公司研发的新型轨道车为比赛工具的剧情结构，加上现今青少年儿童喜爱的技术竞赛运动的元素，以及互相扶持和发挥团结的精神，打造成一部广受欢迎又符合中国国情的竞技类动画片。

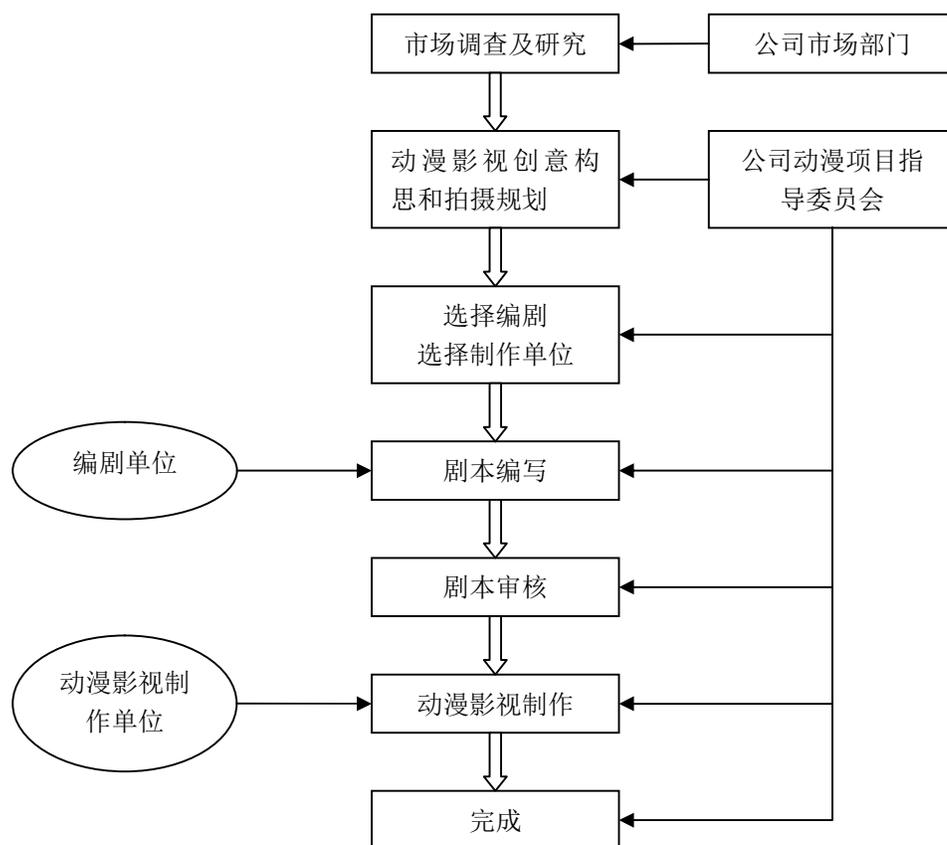
作品讲的是一个发愤图强，克服困难的励志故事。主角曲飞（9岁），家境

贫苦，但头脑精灵，经常利用各种不同的玩具零件重组，复修成另一种奇特的玩具。一次意外，父母遇难双亡，曲飞被安排到市里的孤儿院。孤儿院旁边的公园经常有小孩在比赛一种新型的四驱轨道车——疾速风驰。曲飞利用废弃零件，成功重组出一辆疾速风驰，从此醉心研究疾速风驰的性能和零件改装，爱上这项新兴的极速比赛。曲飞的强项是零件改装，对四驱轨道车的操控能力较差，让他在临场操控时吃了不少亏。但曲飞凭着他顽强的毅力和不屈不挠的精神，在团队同伴小米、元旭和童玲的帮助下，终于克服一切，顺利打入全国疾速风驰大赛。

本片以时尚的演绎手法、中国动画的技术和富有创意的故事情节，有别于现今市场上的四驱车类动画片，并以更符合现实生活的点滴情节去演绎，打动观众，带动中国竞技和励志动画片的新潮流。

（2）动漫影视片制作流程

首先由公司市场部门和专业的市场调查及研究机构对动漫、玩具市场进行市场调查分析，根据市场调查结果，由公司动漫项目指导委员会确定动漫影视片拍摄规划、玩具产品开发规划及选择动漫影视片的编剧和制作单位。编剧单位根据观众心理和需求，结合公司产品的特点、定位及发展方向进行故事构思、场景及人物设定、剧本编写等。剧本经公司动漫项目指导委员会审核通过后，公司设计部门与动漫影视片制作单位进行动漫形象设定，经公司动漫项目指导委员会审核通过后，再由动漫影视片制作单位进行具体制作拍摄及后期制作工作等。



(3) 动漫影视片制作技术及费用

三维动画技术模拟卡通动画，是目前国际上动漫影视片制作的主流技术，也是国内动漫影视片发展的方向。三维动画技术有极强的几何空间的科学性和便利性，容易控制和修改摄像机视觉运动的效果，人物形象更容易商品化和产业化，但是制作成本较高。为了增强动漫影视片的良好视觉效果，充分发挥动漫影视片的营销功能，提高综合竞争力，综合考虑动漫影视片受众的需求、制作效率及制作成本等因素，项目投拍的两部动漫影视作品将采用“二维+三维”的方式制作。

目前在国内进行原创型生产制作的电视版动画片，成本区间在每分钟7,000到20,000元之间，一般多在10,000元左右。制作费用包括剧本、导演和监制、脚本、动画、主题曲/音乐、后期制作、制作人员费用及其他费用等。由公司提供文字剧本及相关数据资料，委托专业的动漫影视制作公司按要求进行动画制作，知识产权包括但不限于剧本、片名、形象、音乐、产品、原文件、资料等及其素材的版权、商标权、专利权等均归公司所有。

项目投拍影视作品制作费用表

单位：万元

序号	片名	圣斗风云-传奇乐队	车圣-极速少年	备注
	制作技术 费用项目	二维+三维	二维+三维	
1	剧本	20	20	
2	导演和监制	60	46	
3	绘制脚本	86	78	
4	原画设计稿	153	132	
5	3D景	116	122	
6	动画	106	127	
7	背景	103	93	
8	主题曲/音乐	66	10	
9	后期制作费	200	166	
10	制作人员费	165	154	
11	其他	25	12	
	合计	1,100	960	

(4) 玩具开发和生产计划安排

根据公司动漫项目指导委员会确定动漫影视片拍摄规划、玩具产品开发规划，结合动漫影视片的类型开发出相应的一系列玩具产品，实现产品多元化，满足不同顾客的需求。

项目动漫玩具开发规划

序号	片名	产品形式	产品规划
1	《圣斗风云—传奇乐队》（暂定名）	武器类\人偶\交通工具\基地\变形机器人\装饰件	60款
2	《车圣—极速少年》（暂定名）	惯性回力车/四驱车/外观装饰类配件/动力配角（电池马达）/平衡件（龙头凤尾导向轮）	76款

动漫玩具开发由公司内部的设计部门负责，与动漫影视片制作单位合作完成影视片动漫形象和三维模型的确定，在动漫影视作品制作期间完成全部开发工作。

动漫玩具的生产由公司内部生产部门完成，在动漫影视片正式宣传前完成在相应销售渠道的上架销售工作。

(5) 动漫影视片及衍生产品的宣传与推广

在动漫影视片正式播出之前，制作本动漫影视片宣传短片，并在电视、网络等媒体的进行播放与传播；通过各类少儿报刊、动漫杂志以及其他平面媒体进行针对性的宣传；以动漫影视片名冠名、举办各类推广活动和比赛进行推广，以提高观众的期待情绪。

项目拍摄的动漫作品将安排在中央电视台、各省市的主要电视台和动漫卡通专业频道播放。同时在各卖场超市内显眼位置张贴本动漫影视片的宣传海报，在各终端形象店内张贴宣传海报，并开展各种宣传活动。影视片播出后，制作成精美光碟，投放各大、中、小城市影像制品卖场出售。

在动漫影视片播出期间，以旗舰店所在地为基础，每个旗舰店举行4次大型主题秀活动，地点选取在旗舰店附近广场或商贸大厦中庭等。其中包括动漫影视片主题人物扮演，主题曲歌舞表演以及互动娱乐环节。

配合动漫影视片的播出，各旗舰店、卖场超市推出促销活动，聘用零售促销人员进行为期两个月的产品推广促销活动。零促人员统一着装，对产品进行讲解，播放产品宣传片和动漫影视片片段。同时各卖场超市在促销期间安排两次展台促销，零促人员配合展台展示对产品起到有效的宣传作用。

另外，项目拍摄的动漫作品将积极配合相关产品开拓海外市场，日本、美国、欧洲、东南亚等地对动画片的需求庞大，未来几年内将通过参加东京国际动漫展、各类影展等活动有针对性地进行海外推广。

（6）零售终端网点总体规划

公司与众多经销商建立了良好的经销合作关系，目前公司的国内市场网络建设处于加速建设阶段。

本次项目建设以提升公司的品牌形象，提高销售渠道宣传、推广和销售能力为目的，结合消费者群体的消费习惯，确定本项目的零售终端网点总体规模如下：

零售终端类型	目标数量（个）	单点资金投入（万元）	投入总计（万元）
旗舰店	15	20	300
卖场超市	650	1.5	975
校边形象店	10,000	0.06	600
合计	-	-	1,875

（7）营销网络建设支出的会计处理、投资相关内部控制和销售定价策略

A、营销网络建设支出的会计处理

营销网络建设项目建设支出共计 2,440.6 万元,在项目效益测算中全部资本化处理。其中信息系统支出 300 万元计入固定资产,按直线法分 10 年折旧,每年折旧费 28.5 万元,残值率 5%;其他支出 2,140.6 万元,计入长期待摊费用,分 5 年进行摊销,每年摊销金额 428.1 万元。营销网络建设资本化支出金额如下:

单位:万元

序号	工程或费用名称	终端店(家)	单价(万元)	建筑工程费	设备及安装费	其它费用	合计	比例(%)
1	工程费			0.0	300.0	1,875.0	2,175.0	89.12%
1.1	终端店形象建设			0.0	0.0	1,875.0	1,875.0	76.83%
1.1.1	旗舰店	15	20.00			300.0	300.0	12.29%
1.1.2	卖场超市	650	1.50			975.0	975.0	39.95%
1.1.3	校边店形象建设	10,000	0.06			600.0	600.0	24.58%
1.2	信息系统				300.0	0.0	300.0	12.29%
2	其他费用			0.0	0.0	149.4	149.4	6.12%
2.1	前期工作费					10.0	10.0	0.41%
2.2	建设单位管理费					57.4	57.4	2.35%
2.3	办公及生活家具购置费					32.0	32.0	1.31%
2.4	技术培训费					50.0	50.0	2.05%
3	预备费			0.0	0.0	116.2	116.2	4.76%
3.1	基本预备费					116.2	116.2	4.76%
3.2	涨价预备费					0.0	0.0	0.00%
	固定资产投资合计(1+2+3)			0.0	300.0	2,140.6	2,440.6	100.00%

B、营销网络建设投资相关内部控制

公司制定了《对外投资管理制度》、《经销商评估、选择和管理规定》等制度,营销网络建设投资的内部控制将严格按照公司的相关管理制度执行。

在投资的审批权限上,公司总经理为公司营销网络建设投资的决策机构,在其权限范围内,对公司的营销网络建设投资作出决策。公司分管销售的副总经理为营销网络建设投资实施的主要负责人,公司国内营销部为营销网络建设的具体承办单位。

国内营销部在初步选择经销商之前,应对所选择的经销商进行调查,对经销商的调查信息进行汇总、归纳,形成书面报告,由相关区域的销售经理组织讨

论和评估。经销商的选择最终是否批准由主管销售的副总经理决定。公司选择经销商后，双方签订《经销合同》，国内营销部为经销商提供业务知识和能力发展方面的培训。国内营销部帮助和推动经销商开发新的客户、进行产品促销和销售管理，并按照《经销合同》和《营销部绩效管理规定》予以激励。国内营销部为经销商提供不断完善的服务，做好售前、售中、售后服务工作。

营销网络建设布局将以三大经济圈与七大城市带为战略重点，以其他地级以上城市为主要投资方向，以主流经济区为中心，逐渐向农村渗透，实现渠道下移。商场、超市、大卖场的营销网点，应重点建设在消费能力强的地区，而学校周边店的建设则在考虑消费能力的同时，统筹考虑消费群体规模。根据对消费群体及消费能力情况的分析，旗舰店选择省会城市中的大型百货商场内建设，卖场超市初步选定在沃尔玛、家乐福等全国性及区域性的连锁卖场。

C、营销网络销售定价策略

公司国内营销网络的销售采取“成本+毛利”的定价策略，公司推出新产品时，由公司财务部门测算出产品的生产成本，销售部门按照产品的生产成本加上一定比例的毛利确定产品出厂价格。不论经销商的规模、级别，公司对全国经销商实行统一定价供货。对于零售终端的产品销售价格，公司实行零售指导价制度，制定全国统一的商场零售指导价、超市零售指导价，校边店的零售价格按照城市规模分为三级，每级城市的校边店制定不同的零售指导价。公司建议各地经销商按指导价进行终端销售，各地经销商可根据当地经济、市场情况，在公司指导价的基础上进行适当调整（一般不超过零售指导价的 $\pm 20\%$ ），确定最终终端零售价格。公司根据经销商管理制度对各地经销商的零售价格进行管理监督，对于价格偏离指导价格较大的经销商给予适当处罚，甚至取消其经销商资格，以维护公司产品零售价格的良好秩序。

8、项目的选址

根据对消费群体及消费能力情况的分析，确定公司国内市场销售网点布局如下表所示。旗舰店选择省会城市中的大型百货商场内建设，卖场超市初步选定在沃尔玛、家乐福、大润发、易初莲花、新一佳、华润万家、麦德龙、乐购、世纪联华、吉之岛、好又多、新华都、家润多、美特好等全国性及部分区域性的连锁卖场。

国内市场销售网点布局规划（单位：家）

地区	旗舰店	卖场超市店数	校边形象店数	备注
北京	1	44	400	
上海	1	45	400	
天津	1	44	300	
重庆	1	45	300	
广东	2	46	800	
福建	1	34	600	
海南	0	7	100	
广西	1	13	400	
云南	1	19	300	
贵州	0	11	200	
四川	1	29	400	
陕西	0	11	300	
青海	0	6	20	
甘肃	0	11	100	
宁夏	0	4	100	
新疆	0	8	30	
内蒙古	0	6	50	
西藏	0	4	0	
山西	0	17	300	
山东	1	40	600	
河南	0	21	400	
河北	0	13	400	
辽宁	0	13	300	
吉林	1	9	200	
黑龙江	0	11	300	
安徽	0	9	300	
江苏	1	38	600	
浙江	1	33	500	
江西	0	11	200	
湖北	0	29	500	
湖南	1	19	600	

合计	15	650	10,000	
----	----	-----	--------	--

9、环境保护

本项目中，动漫制作不存在环境污染问题，营销网络建设中销售网点的装修可能会产生噪声，但噪声较小、时间很短，故本项目不存在污染问题。

10、项目实施进度计划

本项目包括动漫影视作品拍摄制作及相关玩具开发推广和营销网络建设两大部分，具体进度安排如下：

(1) 动漫影视作品拍摄制作及相关玩具开发推广

《圣斗风云-传奇乐队》（暂定名）前52集的制作：2010年3月——2010年12月；

《圣斗风云-传奇乐队》（暂定名）前52集的播出：从2011年2月开始播出；

《圣斗风云-传奇乐队》（暂定名）后52集的制作：2011年2月——2011年8月；

《圣斗风云-传奇乐队》（暂定名）后52集的播出：从2011年10月开始播出；

《车圣-极速少年》（暂定名）的制作：本次发行募集资金到位后开始制作，约10个月完成；但不排除公司根据开拓国内市场的实际需要，以自有资金或银行贷款进行先期投资，待募集资金到位后置换自有资金或银行借款；

《车圣-极速少年》（暂定名）的播出：制作完成后，约用1个月的时间完成相关审批手续后开始播出；

相关衍生玩具产品开发与动漫影视作品的制作同步进行；

动漫影视片的宣传推广工作在影视片正式播出前两个月开始。

动漫影视片初步播出计划

片名	首播年份	初步的播出计划概要
《圣斗风云-传奇乐队》（暂定名）前52集	2010年	<p>计划于2011年2月开始在全国13个省级少儿卡通频道（黑龙江、吉林、辽宁、北京、天津、内蒙古、山西、陕西、甘肃、新疆、河南、山东、湖北）首播。</p> <p>2011年3月开始在其他13个省级少儿卡通频道（上海、江苏、浙江、江西、湖南、福建、广东、广西、重庆、四川、贵州、云南、海南）首播。</p> <p>2012年在全国4个主要卫视播出。</p> <p>2012年安排在省、市、地、县等电视台进行重播。</p>

(2) 营销网络建设

营销网络建设是一项持续进行的长期工作，项目投资的零售终端网点建设将从2011年1月开始，到2012年12月份全部完成。

11、项目投资估算与资金筹措

本项目投入的总资金为8,144.20万元，全部上市募集。其中，项目建设总投资7,823.70万元，项目运营流动资金320.50万元。

项目建设总投资7,823.70万元，其中，建设投资7,686.40万元，铺底流动资金137.30万元。

项目建设期为2年，项目资金全部来源于上市公开募集。

建设投资估算表（单位：万元）

序号	工程或费用名称	终端店(家)	单价	设备及安装费	其它费用	合计	比例(%)
1	工程费			300.00	6,871.00	7,171.00	0.93
1.1	终端店形象建设			0.00	1,875.00	1,875.00	0.24
1.1.1	旗舰店	15.00	20.00		300.00	300.00	0.04
1.1.2	卖场超市	650.00	1.50		975.00	975.00	0.13
1.1.3	校边店形象建设	10,000.00	0.06		600.00	600.00	0.08
1.2	动漫影片				4,996.00	4,996.00	0.65
1.2.1	拍摄费用(部)	2.00	1,030.00		2,060.00	2,060.00	0.27
1.2.2	宣传推广费				2,936.00	2,936.00	0.38
1.2.2.1	大型主题秀(次)	120.00	10.00		1,200.00	1,200.00	0.16
1.2.2.2	零售促销(人次)	1,420.00	0.30		426.00	426.00	0.06
1.2.2.3	展台促销(次)	2,600.00	0.35		910.00	910.00	0.12
1.2.2.4	其他宣传(项)	2.00	200.00		400.00	400.00	0.05
1.3	信息系统			300.00	0.00	300.00	0.04
2	其他费用			0.00	149.40	149.40	0.02
2.1	前期工作费				10.00	10.00	0.00
2.2	建设单位管理费				57.40	57.40	0.01
2.3	办公及生活家具购置费				32.00	32.00	0.00

2.4	技术培训费				50.00	50.00	0.01
3	预备费			0.00	366.00	366.00	0.05
3.1	基本预备费				366.00	366.00	0.05
3.2	涨价预备费					0.00	0.00
4	建设投资合计(1+2+3)			300.00	7,386.40	7,686.40	1.00

12、财务评价

本项目全投资税后财务内部收益率为23.9%，大于基准收益率12%；全投资税后财务净现值为5,206万元（ic=12%），大于0；投资回收期5.45年。盈亏平衡点为56.93%，经营正常年净资产收益率为10.78%。项目具有较好的盈利能力，抗风险能力较强，财务上可行。

主要技术经济指标

序号	指标类别	单位	指标值	备注
1	动漫影视片	部	2.00	一部52集，一部104集
2	销售网络建设			
2.1	旗舰店	家	15.00	
2.2	卖场超市	家	650.00	
2.3	校边形象店	家	10,000.00	
3	总资金	万元	8,144.20	
3.1	建设投资	万元	7,686.40	
3.2	建设期借款利息	万元	0.00	
3.3	全额流动资金	万元	457.80	
4	资金筹措	万元	8,144.20	
4.1	上市募集	万元	8,144.20	
5	财务评价指标			
5.1	全投资税后财务内部收益率	%	23.90	
5.2	投资回收期（所得税后）	年	5.45	含建设期
5.3	盈亏平衡点	%	56.93	

三、募集资金运用对主要财务状况及经营成果的影响

本公司募集资金投资项目建成后，公司生产规模显著提高、研发能力得以进一步提升，产品结构、市场渠道结构将得以进一步优化，从而全面提高本公司的

市场竞争能力。

（一）对净资产和每股净资产的影响

截至2010年6月30日，公司净资产为17,624.90万元，每股净资产为2.67元。本次发行募集资金到位后，公司净资产将会有大幅度的增加，每股净资产数额也相应提高。

（二）对资产结构的影响

本次募集资金到位后，公司流动比率和速动比率将大大提高，短期内资产负债率将大幅下降，这将进一步增强公司的持续融资能力和抗风险能力。

（三）对公司净资产收益率和盈利能力的影响

由于募集资金投资项目需要一定的建设期，在短期内净资产收益率会有一定程度的降低。但是从中长期看，随着募集资金投资项目的顺利实施，公司的营业收入与利润水平将大幅增长，公司的盈利能力和净资产收益率将会得到大幅提高。

第十四节 股利分配政策

一、公司最近三年股利分配政策和实际股利分配情况

（一）发行人股利分配的一般政策

根据有关法律法规和《公司章程》的规定，本公司股票均为普通股，公司所有的股份实行“同股同权”、“同股同利”。公司股利分配可以采取现金股利、股票股利或其他合法的方式。利润分配方案由董事会根据盈利状况和发展情况提出，经股东大会通过后实施。

（二）利润分配的顺序

根据有关法律法规和《公司章程》的规定，公司交纳所得税后的利润，按下列顺序分配：

- 1、弥补以前年度的亏损；
- 2、提取净利润百分之十的法定公积金；
- 3、提取任意公积金；
- 4、支付股东股利。

公司法定公积金累计额为公司注册资本的50%以上的，可以不再提取。提取法定公积金后，是否提取任意公积金由股东大会决定。股东大会违反规定，在公司弥补亏损和提取法定公积金之前向股东分配利润的，股东必须将违反规定分配的利润退还公司。公司持有的本公司股份不参与分配利润。

股东大会决议将法定公积金转为资本时，所留存的该项公积金将不少于转增前公司注册资本的25%。公司股东大会对利润分配方案作出决议后，公司董事会须在股东大会召开后2个月内完成股利（或股份）的派发事项。

（三）最近三年实际股利分配情况

为扩大生产经营需要，最近三年公司未实施股利分配。

二、发行前滚存利润的分配安排

经公司2010年第一次临时股东大会审议通过，公司发行前的滚存利润由发

行后的新老股东共享。

三、发行后的股利分配政策

本次发行后的股利分配政策将根据有关法律法规和《公司章程》规定将实施积极的利润分配制度，利润分配政策包括：

1、公司的利润分配应当重视对投资者的合理投资回报，利润分配政策应保持连续性和稳定性；

2、公司可以采取现金或者股票方式分配股利，可以进行中期现金分红；

3、若公司向社会公众增发新股、发行可转换公司债券或向原有股东配售股份，则公司最近三年以现金方式累计分配的利润不少于最近三年实现的年均可分配利润的百分之三十；

4、现金分红具体分配比例由董事会根据公司经营状况和中国证监会的有关规定拟定，由股东大会审议决定。

第十五节 其他重要事项

一、负责信息披露和投资者关系管理的机构

为保护投资者的合法权利，加强公司信息披露工作的管理，规范公司信息披露行为，公司设立证券事务部作为公司信息披露和投资者关系的负责部门，该部门的负责人为公司董事会秘书刘先知，对外咨询电话：0754-83689555。

二、重要合同

截至本招股说明书签署日，公司正在履行或将要履行的金额超过500万元的，或者金额虽未超过500万元，但对公司生产经营活动、未来发展或财务状况具有重要影响的合同如下：

（一）贷款协议

1、与深圳发展银行股份有限公司广州东风中路支行订立5,000万元授信合同及3,000万元贷款合同

2010年1月14日，公司与深圳发展银行股份有限公司广州东风中路支行订立了《综合授信额度合同》（深发穗东风中综字第20100114001号），取得该支行提供的额度为5,000万元的综合授信金额，综合授信额度的期限自2010年1月14日至2011年1月5日。2010年1月19日，公司与该支行在综合授信合同约定的额度内订立了《贷款合同》（深发穗东风中贷字第20100114001001号），在上述额度内取得该支行3,000万元的贷款，贷款利率为贷款发放日人民银行同档次贷款基准利率上浮5%，借款期限为12个月，自贷款实际发放之日开始计算。

宜华企业（集团）有限公司为上述授信合同项下发生的债务提供连带责任保证担保，担保的最高债权额为3,000万，郭祥彬为上述授信合同项下发生的债务中提供连带责任最高额保证担保，担保的最高债权额为5,000万。

2、向中国农业银行股份有限公司汕头澄海支行贷款800万元

截止本招股说明书签署日，公司与中国农业银行股份有限公司汕头澄海支行签订的尚在执行的借款合同两份，具体情况如下表所示：

合同编号	借款用途	借款金额	借款期限	利息与利率
------	------	------	------	-------

NO44101201000002737	购买原材料	400万元	2010.3.19— 2011.2.18	6.1065%/年
NO440101201000002744	购买原材料	400万元	2010.3.19— 2011.2.18	6.1065%/年

上述借款合同由汕头市华迪隆工艺制品有限公司、郭卓才、郭祥彬、郭群提供连带责任保证担保。

3、向中国建设银行股份有限公司汕头市分行贷款7,500万元

截止本招股说明书签署日，公司与中国建设银行股份有限公司汕头市分行签订的尚在执行的借款合同五份，具体情况如下表所示：

合同编号	借款用途	借款金额	借款期限	利息与利率
2010年借字第010号	购买原材料	2,000万元	2010.2.8— 2011.2.7	起息日基准 利率下浮 10%
2010年借字第014号	购买原材料	2,000万元	2010.2.25— 2011.2.24	起息日基准 利率下浮 10%
2010年借字第075号	日常经营性 支出	1,800万元	2010.5.13— 2011.5.14	起息日基准 利率下浮 10%
2010年借字第086号	日常经营性 支出	1,200万元	2010.5.24— 2011.5.20	起息日基准 利率下浮 10%
2010年借字第155号	购买原材料	500万元	2010.8.17 -2011.8.16	起息日基准 利率下浮5%

上述借款合同由本公司位于汕头市澄海区澄华工业区的房地产（粤房地证字第C6175245号）提供17,000万元最高额抵押担保，除此之外，借款合同（2010年借字第010号）、（2010年借字第014号）另由郭卓才、郭祥彬、郭群提供连带责任保证担保。

4、与中国民生银行股份有限公司汕头分行订立5,000万元授信合同及500万元借款合同

2010年8月12日，公司与中国民生银行股份有限公司汕头分行订立了《综合授信额度合同》（公授信字第17132010HW001号），取得该分行提供的额度为5,000万元的综合授信金额，综合授信期限自2010年8月12日至2011年8月12日。同日，公司与该分行订立了《流动资金贷款借款合同》（公借贷字第17132010HW001号），在上述额度内取得该分行500万元的贷款，贷款年利率

5.31%，贷款期限为12个月，自贷款实际发放之日起开始计算。

郭卓才、郭祥彬为上述合同债务提供连带责任最高额保证担保。

（二）授权协议

2008年2月28日，公司与央视动画有限公司（下称“央视动画”）订立《央视动画有限公司卡通形象产品授权合同》，央视动画授权公司在中国大陆地区（港澳台地区除外）独家享有《小鲤鱼历险记》中卡通形象及名称的使用权，开发、设计、销售相关动漫衍生产品。公司不得向第三方转授权、分授权或以其他任何方式许可第三方使用。公司应支付权利保证金200万元。授权期限自2008年2月28日至2013年2月27日止。

（三）影视广告制作合同

1、2009年5月9日，公司与上海尚贤广告传播有限公司（下称“尚贤传播”）订立《合作协议》，由公司与尚贤传播共同投资制作并发行一部以发射爆旋玩具产品为核心的31集科幻电视剧《蛋神奇踪》。电视剧制作费用预计450万元，公司承担300万元，尚贤传播承担150万元。电视剧所涉主题玩具产品的原始造型功能设计费用、模具费用、备货费用、销售费用以及电视剧的发行费用均由公司承担。公司对主题玩具产品设计、电视剧及其衍生品享有完整的著作权。公司应于主题玩具产品上市后的两年半期间内，向尚贤传播支付实际销售回款额的8%，若上述期间内主题玩具产品实际销售回款额累计超过8,000万元，则超过8,000万元以上的部分，由公司按照8.5%的比例支付予尚贤传播。

2、2010年1月30日，公司与深圳雨桥文化传播有限公司（下称“雨桥文化”）订立《委托制作第1至52集《圣斗风云》（暂名）动画片合约书》，由公司委托雨桥文化制作第1-52集卡通电视系列片《圣斗风云》（暂名），制作费用共计3,744,000元，不包括后期制作费。公司应根据制作进度分期付款。该片的版权和该片中的人物形象、造型、插曲、剧本等所有的知识产权均归公司所有。

（四）产品代理合作协议

2010年1月10日，公司与上海炫动传播股份有限公司（下称“炫动卡通”）订立《合作协议书》，由其为公司推广蛋神奇踪、格斗飞车、变形机器人3个系列产品，公司依照销售额保底分成的方式向炫动卡通支付代销费用，合作期限至

2010年12月31日。

（五）正在履行的单笔交易金额 500 万元以上的销售合同

2010年5月5日，公司与意大利 GP 公司订立《销售合同》约定，公司向意大利 GP 公司出售 60,000 个智能玩具，单价为 12.3580 美元/个，总金额为 741,480.00 美元，公司采取 FOB 的方式于 2010 年 8 月 30 日前从深圳发货，GP 公司应于收到发票后 60 内采用电汇方式付款。

（六）专项资金有偿使用合同

2010年8月2日，公司与汕头市澄海区科学技术局订立《汕头市澄海区科技三项费用资金有偿使用合同》，公司的成长语音识别表情娃娃系列产品项目、循声定位功能智能互动吹泡仿真娃娃项目合计获得 300 万元借款，还款日期为 2010 年 11 月 11 日前，公司须严格遵守《汕头市澄海区科技三项经费管理办法》及有关专项资金管理规定，专款专用。

三、对外担保情况

截至本招股说明书签署日，本公司不存在对外担保的情况。

四、诉讼或仲裁事项

（一）本公司的诉讼或仲裁事项

截至本招股说明书签署日，本公司不存在尚未了结的或可预见的重大诉讼、仲裁及行政处罚案件。

（二）控股股东及其控制的其他企业的诉讼或仲裁事项

截至本招股说明书签署日，本公司控股股东及其控制的其他企业无重大诉讼、仲裁事项。

（三）公司董事、监事、高管人员和核心技术人员的诉讼或仲裁事项

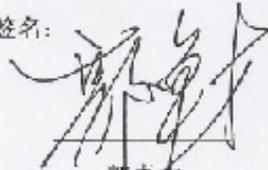
截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员不存在诉讼（包括刑事诉讼）或仲裁事项。

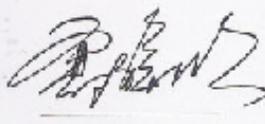
第十六节 董事、监事、高级管理人员 及有关中介机构声明

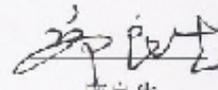
发行人全体董事、监事、高级管理人员的声明

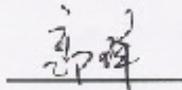
本公司全体董事、监事、高级管理人员承诺本招股说明书及摘要不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。

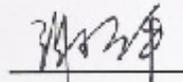
董事签名：


郭卓才

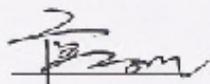

郭祥彬

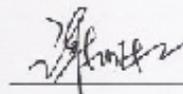

郭良生

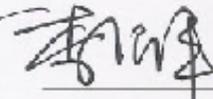

郭 梓


郭可平


陈德春

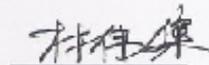

廖胡理

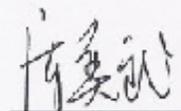

谢明权


李军平

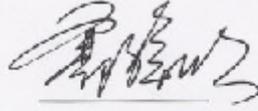
监事签名：


林丽乔

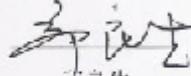

林伟杰


陈奕武

高级管理人员签名:



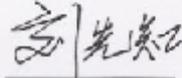
郭祥彬



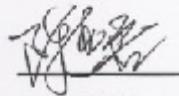
郭良生



郭群



刘先知



陈楚君



广东骅威玩具工艺股份有限公司

2018年11月02日

保荐人（主承销商）声明

本公司已对招股说明书及其摘要进行了核查，确认不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

项目协办人： 徐士锋
徐士锋

保荐代表人： 魏庆泉
魏庆泉

杨茂智
杨茂智

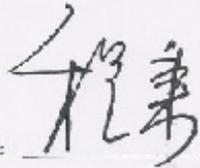
法定代表人： 朱科敏
朱科敏



发行人律师声明

本所及经办律师已阅读招股说明书及摘要，确认招股说明书及摘要与本所出具的法律意见书和律师工作报告无矛盾之处。本所及经办律师对发行人在招股说明书及摘要中引用的法律意见书和律师工作报告的内容无异议，确认招股说明书及摘要不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

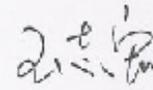
经办律师：



程 斐

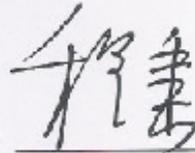


黄 贞



王志宏

律师事务所负责人：



国浩律师集团(广州)事务所



2010年11月02日

承担审计业务的会计师事务所声明

本所及签字注册会计师已阅读招股说明书及摘要，确认招股说明书及摘要与本所出具的审计报告、内部控制鉴证报告及经本所核验的非经常性损益明细表无矛盾之处。本所及签字注册会计师对发行人在招股说明书及摘要中引用的审计报告、内部控制鉴证报告及经本所核验的非经常性损益明细表的内容无异议，确认招股说明书及摘要不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

经办注册会计师：

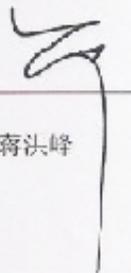


熊永忠



刘火旺

会计师事务所负责人：



蒋洪峰

广东正业珠江会计师事务所有限公司



2010年11月02日

承担验资业务的机构声明

本机构及签字注册会计师已阅读招股说明书及摘要，确认招股说明书及摘要与本机构出具的验资报告无矛盾之处。本机构及签字注册会计师对发行人在招股说明书及摘要中引用的验资报告的内容无异议，确认招股说明书及摘要不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

经办注册会计师：

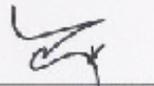


吉争彬



刘火旺

验资机构负责人：



蒋洪鸣

广东正中珠江会计师事务所有限公司



2010年11月02日

第十七节 备查文件

一、附件

投资者可以查阅与本次发行有关的备查文件，该等文件也在指定网站上披露，具体包括以下文件：

- 1、发行保荐书及发行保荐工作报告；
- 2、财务报表及审计报告；
- 3、内部控制鉴证报告；
- 4、经注册会计师核验的非经常性损益明细表；
- 5、法律意见书及律师工作报告；
- 6、公司章程（草案）；
- 7、中国证监会核准本次发行的文件；
- 8、其他与本次发行有关的重要文件。

二、查阅时间和地点

（一）查阅时间

本次发行期间工作日上午 9:00-11:30，下午 1:30-4:30。

（二）查阅地点

1、广东骅威玩具工艺股份有限公司

联系地址：汕头市澄海区澄华工业区玉亭路

电话：0754-83689555

传真：0754-83689556

联系人：刘先知

2、东海证券有限责任公司

办公地址：上海市浦东新区世纪大道 1589 号长泰国际金融大厦 11 楼

电话：021-50586660

传真：021-50817925

联系人：魏庆泉

除以上查阅地点外，投资者可以登录巨潮网站（网址为 <http://www.cninfo.com.cn>），查阅本《招股说明书》等电子文件。