本次股票发行后拟在创业板市场上市，该市场具有较高的投资风险。创业板公司具有业绩不稳定、经营风险高、退市风险大等特点，投资者面临较大的市场风险。投资者应充分了解创业板市场的投资风险及本公司所披露的风险因素，审慎作出投资决定。

苏州科斯伍德油墨股份有限公司

（住所：江苏省苏州相城区潘阳工业园东桥开发区旺庄路3-1号）

首次公开发行股票并在创业板上市

招股说明书

（申报稿）

声明：本公司的发行申请尚未得到中国证监会核准。本招股说明书（申报稿）不具有据以发行股票的法律效力，仅供预先披露之用。投资者应当以正式公告的招股说明书全文作为投资决定的依据。

保荐人（主承销商）

东吴证券股份有限公司
SOOCHOW SECURITIES CO.,LTD

苏州工业园区翠园路 181 号

苏州科斯伍德油墨股份有限公司
首次公开发行股票招股说明书

发行股票类型	人民币普通股
发行股数	1,850 万股
每股面值	人民币 1.00 元
每股发行价格	【 】元
预计发行日期	【 】年【 】月【 】日
拟上市的证券交易所	深圳证券交易所
发行后总股本	7,350 万股
本次发行前股东所持股份的流通限制及自愿锁定的承诺	公司控股股东吴贤良和吴艳红承诺：自公司股票上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理其直接和间接持有的公司股份，也不由公司回购该部分股份；且在公司任职期间每年转让的股份不超过所持公司股份总数的 25%；在离职后半年内，不转让其持有的公司股份。 公司股东苏州元盛承诺：自公司股票上市之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理其已直接和间接持有的公司股份，也不由公司回购该部分股份。且在其向公司委派董事任职期间每年转让的股份不超过其持有公司股份总数的 25%；在其委派董事离职后半年内，不转让所持的公司股份。 公司股东国嘉创投承诺：自增资成为公司股东的工商登记完成之日起三十六个月内，其将不转让或者委托他人管理其直接或者间接持有的公司公开发行股票前已发行的股份，也不由公司回购其直接或间接持有的前述股份；自公司股票上市之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理其已直接和间接持有的公司股份，也不由公司回购该部分股份；自公司股票上市之日起二十四个月内，转让股份不超过其持有公司股份总数的 50%。且在其向公司委派董事任职期间每年转让的股份不超过所持公司股份总数的 25%；在其委派董

	事离职后半年内，不转让其持有的公司股份。 公司股东相城创投承诺：自其增资成为发行人股东的工商登记完成之日起三十六个月内，其将不转让或者委托他人管理其直接或者间接持有的发行人公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购其直接或间接持有的前述股份；自公司股票上市之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理其已直接和间接持有的公司股份，也不由公司回购该部分股份；自公司股票上市之日起二十四个月内，转让股份不超过其持有公司股份总数的 50%。 公司股东盛建刚和徐莹承诺：自公司股票上市之日起十二个月内，不转让或委托他人管理其持有的公司股份，也不由公司回购其持有的股份。
保荐人（主承销商）	东吴证券股份有限公司
招股说明书签署日期	2011 年 1 月 12 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中财务会计资料真实、完整。

中国证监会、其他政府部门对本次发行所做的任何决定或意见，均不表明其对发行人股票的价值或投资者的收益作出实质性判断或者保证。任何与之相反的声明均属虚假不实陈述。

根据《证券法》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。

重大事项提示

一、发行前公司滚存未分配利润的安排

截至 2010 年 6 月 30 日，发行人滚存未分配利润为 5,686.42 万元。根据公司 2010 年 2 月 5 日通过的 2009 年度股东大会决议，如果本次股票获准发行，则本次股票发行之日前所滚存的可供股东分配的利润由新老股东按发行后的股权比例共同享有。

二、发行前股东自愿锁定股份的承诺

公司控股股东吴贤良和吴艳红承诺：自公司股票上市之日起三十六个月内，不转让或委托他人管理其持有的发行人股份，也不由公司回购其持有的股份。此外，上述两位股东还承诺：在前述承诺的基础上，在其任职期间每年转让的股份不超过其持有公司股份总数的 25%；且在离职后半年内，不转让其持有的公司股份。

公司股东国嘉创投和相城创投承诺：自其增资成为发行人股东的工商登记完成之日起三十六个月内，其将不转让或者委托他人管理其直接或者间接持有的发行人公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购其直接或间接持有的前述股份；自公司股票上市之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理其已直接和间接持有的公司股份，也不由公司回购该部分股份；自公司股票上市之日起二十四个月内，转让股份不超过其持有公司股份总数的 50%。

公司其他股东均承诺：自公司股票上市之日起十二个月内，不转让或委托他人管理其持有的公司股份，也不由公司回购其持有的股份。

此外，苏州元盛和国嘉创投还承诺：在前述承诺的基础上，在该公司委托选派董事任职期间每年转让的股份不超过其持有公司股份总数的 25%；且在离职后半年内，不转让其持有的公司股份。

承诺期限届满后，上述股份可以上市流通和转让。

三、本公司特别提醒投资者关注“风险因素”中的下列风险

（一）原材料波动风险

公司主要原材料为颜料、树脂、矿物油、植物油、各种助剂和包装材料等，报告期内公司原材料成本占生产成本的比重分别为 86.31%、87.96%、86.96%和87.80%，原材料占生产成本比重较大。报告期内公司的主要原材料价格波动较大，部分原材料 2008 年最高价格相对报告期内最低价格高出超过一倍，但由于公司具有较高市场地位和较强技术实力，公司销售毛利率总体波动幅度低于原材料价格波动幅度，报告期内公司的销售毛利率分别为 23.96%、22.64% 、28.50%和25.54%。如果未来公司总体市场竞争能力不能进一步提高、增强，不能持续推出能够获得市场认同的新产品，则公司经营业绩将因原材料价格波动受到较大影响，进而影响公司综合竞争力。

（二）本次募投项目产能扩大带来的市场销售风险

本次募集资金投资项目“年产 16,000 吨环保型胶印油墨项目”建成后，公司产能将有较大增幅。公司在确定投资该项目之前已经对项目可行性进行了充分论证，产能扩张与市场需求和公司报告期内销量快速增长趋势相一致，良好的行业发展趋势为公司顺利消化新增产能提供了良好的机遇；此外，公司本次募投项目“技术中心能力提升项目”将有效提高公司的技术水平，从而进一步提高公司整体竞争优势，增强公司盈利能力和确保公司持续稳定发展。但是若项目达产后，公司产品会因市场需求发生不可预测的变化、竞争对手能力增强等因素面临市场销售风险。

（三）技术失密风险

油墨配方及制造过程工艺控制是市场竞争的核心技术，此核心技术是由公司研发技术人员经过长期探索、研发所获得。由于油墨配方技术的独特性，致使公司对这些配方技术无法申请专利。油墨配方及工艺控制技术由公司技术研发队伍共同掌握，单个技术人员无法掌握全套核心技术，但单项核心技术对公司产品的竞争力仍产生一定影响。虽然公司与技术研发人员签订了《技术保密协议》，采取了针对技术研发人员的系列激励措施，保证了多年来技术研发队伍的稳定性，但是如果出现技术研发人员大面积流失，这将对公司发展带来不利影响。

（四）销售模式风险

公司销售采取经销模式。国外销售方面，因采取先开立信用证或付款，后发货方式，销售渠道相对出现风险可能性较小。国内销售方面，公司主要通过甄选具有较高信用度的经销商销售产品，在销售过程中给予经销商相应的信用额度及付款信用期限。公司最初给予经销商的信用额度较低，一般控制在 1-2 万元，在建立双方信用及经销商达到一定销量后，公司会逐步给予更高的信用额度（报告期内公司予经销商的最大信用额度是 400 万元）。在报告期内该销售模式促进了公司的快速成长，但经销商发生变动及销售中授信方式风险等因素仍会给公司经营带来一定的影响。

（五）环保风险

公司产品生产过程中会产生废气、废水和固体废物等污染性排放物，如果处理不当会造成环境污染。虽然公司严格按照有关环保法规及相应标准对上述污染性排放物进行了有效治理，“三废”排放达到了环保规定标准，并已通过了江苏省环境保护厅上市环保核查，但随着我国经济增长模式转变和可持续发展战略的全面实施，国家环保政策将日益完善，国家及地方政府可能在将来颁布新的法律法规，提高环保标准，为此公司可能需支付更高的环保费用，这将对公司盈利水平产生一定影响。

本公司提请投资者关注以上重大事项，并提请投资者仔细阅读本招股说明书“风险因素”等相关章节。

目 录

第一节 释 义 1

第二节 概 览 4

一、发行人简介 4

二、发行人核心竞争优势 6

三、控股股东和实际控制人简介 8

四、公司近三年及一期经审计的主要财务数据及财务指标 9

五、本次发行概况 11

六、本次募集资金用途 11

第三节 本次发行概况 12

一、发行人基本情况 12

二、本次发行基本情况 12

三、本次发行的有关当事人 13

四、发行人与本次发行有关的当事人之间的关系 15

五、发行上市的相关重要日期 15

第四节 风险因素 16

一、原材料价格波动风险 16

二、市场销售风险 16

三、技术风险 20

四、市场竞争风险 21

五、销售模式风险 21

六、环保风险 22

七、募投项目风险 23

八、财务风险 23

九、管理风险 24

十、税收政策发生变化的风险 25

第五节 发行人基本情况 26

一、发行人改制重组情况 26

二、发行人设立以来的重大资产重组情况 30

三、发行人的股权关系和内部组织结构 30

四、发行人子公司情况 33

五、持有发行人 5%以上股份主要股东及实际控制人的基本情况 33

六、发行人股本情况 53

七、发行人内部职工股的情况 57

八、工会持股、职工持股会、信托持股、委托持股的情况 57

九、发行人员工及社会保障情况 58

十、实际控制人、持有 5%以上股份的主要股东及作为股东的董事、监事、高级管理人员作出的重要承诺及其履行情况 60

第六节 发行人业务与技术 62

一、发行人的主营业务及变化情况 62

二、发行人所处行业的基本状况 63

三、发行人竞争优势及面临的挑战 97

四、发行人经营情况 105

五、发行人主要固定资产和无形资产情况 148

六、发行人特许经营权情况 155

七、发行人核心技术和研发情况 155

第七节 同业竞争与关联交易 164

一、同业竞争 164

二、关联方、关联关系及关联交易 166

三、公司规范关联交易的制度安排 180

四、发行人最近三年及一期关联交易的执行情况 182

五、发行人已采取的减少关联交易的措施 182

第八节 董事、监事、高级管理人员和其他核心人员 183

一、董事、监事、高级管理人员与其他核心人员简介 183

二、董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属直接或间接持股及变动情况.....187
三、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员其他对外投资情况.....187
四、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员薪酬情况.....188
五、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员兼职情况.....189
六、董事、监事、高管及其他核心人员之间存在的亲属关系.....190
七、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员签订的协议.....190
八、董事、监事、高级管理人员的任职资格情况.....190
九、报告期内董事、监事、高级管理人员任职变动情况.....190
第九节 公司治理.....192
一、发行人股东大会、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.....192
二、发行人近三年及一期违法违规行为情况.....204
三、发行人资金占用和对外担保情况.....204
四、发行人内部控制制度.....205
五、发行人对外投资、对外担保制度及其执行情况.....206
六、发行人投资者权益保护情况.....209
第十节 财务会计信息与管理层分析.....211
一、财务报表.....211
二、财务报表编制基础.....214
三、注册会计师的意见.....215
四、报告期内采用的主要会计政策和会计估计.....215
五、报告期内公司执行的主要税收优惠政策、缴纳的主要税种、执行的法定税率.....222
六、分部信息.....225
七、发行人最近一年的收购兼并情况.....225
八、经注册会计师核验的非经常性损益明细表.....226
九、报告期内发行人主要财务指标.....226

十、发行人盈利预测报告披露情况.....229
十一、发行人设立时及报告期内资产评估情况.....229
十二、发行人历次验资情况.....229
十三、资产负债表日后事项、或有事项及其他重要事项.....231
十四、发行人财务状况分析.....233
十五、盈利能力分析.....257
十六、现金流量分析.....287
十七、公司财务状况和盈利能力的未来趋势分析.....290
十八、股利分配政策.....292
第十一节 募集资金运用.....294
一、本次发行募集资金概况.....294
二、募集资金投资项目的必要性分析.....296
三、实施募集资金投资项目的可行性.....299
四、募集资金投资项目情况介绍.....310
五、募集资金运用对公司财务状况和经营成果的影响.....327
第十二节 未来发展与规划.....331
一、发行人的发展战略与发展目标.....331
二、拟定上述规划和目标所依据的假设条件.....333
三、实施上述计划所面临的主要困难.....333
四、实施上述计划拟采用的具体措施.....334
五、规划实施及目标实现的报告措施.....338
六、业务发展计划与现有业务的关系.....338
第十三节 其他重要事项.....339
一、重要合同.....339
二、发行人对外担保的有关情况.....342
三、诉讼及仲裁事项.....342
第十四节 有关声明.....344

一、发行人全体董事、监事、高级管理人员声明.....344
二、保荐人（主承销商）声明.....345
三、发行人律师声明.....346
四、审计机构声明.....347
五、验资机构声明.....348
六、资产评估机构声明.....349
第十五节 附件.....350
一、附件.....350
二、查阅地点和时间.....350

第一节 释 义

在本招股说明书中，除非文义另有所指，下列词语具有如下涵义：

普通术语		
科斯伍德、发行人、公司、股份公司、本公司	指	苏州科斯伍德油墨股份有限公司
科斯伍德有限	指	本公司前身苏州科斯伍德油墨有限公司
大东洋油墨	指	本公司前身苏州大东洋油墨有限公司，为科斯伍德有限更名前的名称
胡桥经济公司	指	苏州市胡桥经济发展有限公司
苏州元盛	指	苏州市元盛市政工程有限公司，本公司股东单位
国嘉创投	指	苏州国嘉创业投资有限公司，本公司股东单位
相城创投	指	苏州市相城高新创业投资有限责任公司，本公司股东单位
东吴染料	指	苏州市东吴染料有限公司
东吴染料厂	指	苏州市相城区东吴染料厂
乐通股份	指	珠海市乐通化工股份有限公司
天龙集团	指	广东天龙油墨集团股份有限公司
《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》
中国证监会	指	中国证券监督管理委员会
保荐人（主承销商）、保荐机构	指	东吴证券股份有限公司
承销团	指	以东吴证券股份有限公司为主承销商组成的承销团
发行人律师	指	国浩律师集团（上海）事务所
发行人会计师	指	立信会计师事务所有限公司
本次发行	指	公司首次对社会公众发行不超过 1,850 万人民币普通股的行为
元、万元	指	人民币元、人民币万元
近三年	指	2007 年、2008 年和 2009 年
报告期，近三年及一期	指	2007 年、2008 年、2009 年和 2010 年 1-6 月
招股书	指	本招股说明书

专业术语		
UV 油墨	指	在紫外线照射下，利用不同波长和能量的紫外光使油墨连接料中的单体聚合成聚合物，使油墨成膜和干燥的油墨。
EB 油墨	指	能量固化油墨，利用电子束照射使得油墨固化。
基墨	指	高浓度油墨中间体。
基墨组	指	具有同色相，但存在一定色差的系列基墨的统称。
树脂	指	高分子化合物，是由低分子原料—单体通过聚合反应结合成大分子的产物。
改性植物油基	指	以化学或物理的方法改变植物油的分子结构，使植物油的黏度、渗透性都发生改变。
铜版纸	指	以原纸涂布白色涂料制成的高级印刷纸。主要用于印刷高级书刊的封面和插图、彩色画片、各种精美的商品广告、商品包装、商标等。
哑粉纸	指	无光铜版纸，用它印刷的图案比铜版纸更细腻，更高档。价格较贵，一般只有品牌商品会用哑粉纸。
SGS	指	Societe Generale de Surveillance S.A. 的简称，译为“通用公证行”。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，总部设在瑞士。
美国潘通公司	指	一家总部设于美国，专门开发和研究色彩而闻名全球的权威机构，也是色彩系统的供应商，其建立了世界通用的“彩通配色系统”。
RoHS	指	由欧盟立法制定的一项强制性标准，全称是《关于限制在电子电器设备中使用某些有害成分的指令》(Restriction of Hazardous Substances)。
REACH	指	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，全称是《化学品注册、评估、许可和限制》(Registration,Evaluation, Authorization and Restriction of Chemicals)
EN71	指	欧盟市场玩具类产品的规范标准
ASTM	指	国际材料试验协会（International Association for Testing Materials, IATM)，总部设在美国
VOC	指	挥发性有机化合物(volatile organic compounds)的英文缩写，为任

		何能参加大气光化学反应的有机化合物（ASTM 定义）。
NON-VOC	指	无挥发性有机化合物
色系	指	颜色术语。包括色相、明度和色强。本招股书特指美国潘通公司“彩通配色系统”下的 1400 种颜色。
色域	指	颜色术语。为色彩的三维空间，由三个独立且相互影响的参数构造：色相、明度和饱和度。
色相	指	颜色术语。颜色的属性之一，为各类色彩的相貌称谓。
明度	指	颜色术语。颜色的属性之一，为颜色的亮度。
饱和度	指	颜色术语。为色彩的鲜艳程度，也称色彩的纯度。
色差	指	颜色术语。为色相、色调和色强的差异性。
光泽度	指	检测标准，用数字表示的油墨表面接近镜面的程度。
耐磨性	指	检测标准，用数字表示的油墨印品表面消耗剩余百分比。
耐晒等级	指	检测标准，用数字表示的油墨印品在紫外线下照射所产生的变色或退色指数。每周为一级，如果在连续八星期不变色为耐晒 8 级（最好），如果在一星期内完全退色就是耐晒 1 级（最差）。

本招股书中若出现总计数与所加总数值总和尾数不符，均为四舍五入所致。

第二节 概 览

本概览仅对本招股书全文做扼要提示。投资者作出投资决策前，应认真阅读本招股书全文。

一、发行人简介

（一）公司概况

本公司是由苏州科斯伍德油墨有限公司整体变更设立的股份有限公司，于2008年3月11日经苏州市工商行政管理局核准注册登记，目前注册资本为5,500万元。

公司目前持有注册号为“320507000013743”的《企业法人营业执照》，经工商登记机构核准，公司的经营范围是：生产、销售：油墨；销售：纸张、印刷机械及配件、PS版、橡皮布、印刷材料；自营和代理各类商品及技术的进出口业务（国家限定企业经营或禁止进出口的商品和技术除外）。

（二）公司业务情况

公司成立以来，秉承“高度创新能力国际知名环保油墨制造商”的整体发展战略，专注于对高分子材料和植物油改性的研发，并将之运用于印刷胶印油墨的生产与销售。公司产品为环保型胶印油墨，产品可进一步细分为快干亮光、高光泽和高耐磨三大系列，其中：

（1）快干亮光型胶印油墨：油墨细腻，印品透明度高、色彩鲜艳，用于各类纸张印刷，如铜版纸、卡纸、胶板纸等；产品具有出色的固着速度，印刷过程中能够纸上干燥快、印刷机器上不结皮。

（2）高光泽型胶印油墨：相对快干亮光型胶印油墨光泽更高、色彩更加鲜艳饱满；更适用于高级铜版纸印刷高档印刷品，印品可以不用上光即可获得类似上光后的高光泽效果。

（3）高耐磨型胶印油墨：在保证油墨的浓度和光泽前提下，加快了油墨的爽干性，使印品具有较高的耐磨性，产品特别适用于哑粉纸的印刷。

公司为“国家火炬计划立项项目执行单位”、“江苏省高新技术企业”、“省级

民营科技企业”；2008年，公司拥有的“东吴牌”商标被评为江苏省著名商标，2008年被评为苏州市名牌产品；公司研发的“高光高浓度高级不结皮四原色油墨”、“环保长效不结皮四原色油墨”和“可降解胶印油墨”分别被江苏省科学技术厅授予“高新技术产品”；公司现拥有千余种胶印油墨配方，2项发明专利；公司产品不但获得了国家绿色环保油墨的认证，而且还获得了瑞士SGS认证、美国大豆协会的认证，并完成了在欧盟的REACH预注册；产品出口到了包括欧盟、北美等发达国家和地区在内的全球五大洲的50多个国家和地区。

（三）公司的行业地位

1、公司系我国主要的胶印油墨企业之一

目前，公司已在全国最主要印刷业聚集地、近年发展快速的中西部大部分省市建立了稳定的经销商网络，并通过OEM和经销商形式将产品销往了全球50多个国家（地区）。2009年，公司销售油墨产品共计8,266.14吨，为我国少数年产量超过5,000吨的胶印油墨企业之一。在跨国公司控股的油墨企业中，公司竞争实力不断增强。 2010年1-6月公司产品销售继续快速增长，已实现产品销量4,673.71吨（受行业季节性影响，一般上半年产品销售量为全年销售量的40%左右）。

2、公司系我国油墨行业内增长最快的企业之一

借助独特的业务模式和较高的技术水平，公司业务得到了快速增长。近三年公司的营业收入复合增长率达到28.54%，营业利润复合增长率达到54.43%；2009年公司产品销量已达到8,266.14吨，近三年实现了26.00%的复合增长率，远高于油墨行业的6.49%复合增长率，是我国规模胶印油墨制造企业中增长最快的企业之一。

3、公司系我国创新能力最强的油墨企业之一

公司创新性主要体现在经营模式和技术能力两方面。在经营模式上，采取了行业领先的基墨生产模式及扁平化销售模式，相关业务模式有效地提升了公司市场竞争地位。在技术能力上，公司注重研发投入，研发并运用了大量新型材料，使得三大系列产品具有显著市场技术领先性；此外，公司还研发了包括NON-VOC类产品、高降解类产品等大量环保型新产品，具有显著的技术创新性。

4、公司系我国少数具有外销能力的油墨企业之一

目前全球的油墨市场主要集中在欧美等发达国家，且主要为国际跨国公司所控制。发达国家的印刷企业对油墨产品具有较高的质量和环保要求，我国大多数油墨企业受技术、质量、市场等因素的影响，尚无向其他国家和地区（特别欧美等发达国家和地区）提供相应产品的能力。而本公司通过自主研发和合作研究，已生产出能够满足包括欧美发达国家印刷企业在内的质量、环保要求的产品，2008年度，公司外销2,126.80吨胶印油墨，占全国油墨总外销量的7.16%；2009年度，公司外销量同比增长了37.33%，达到了2,920.66吨，被中国印刷及设备器材工业协会列为2008-2009年度油墨产品出口排名第一的企业。2010年1-6月公司外销数量进一步扩大，已实现1,758.73吨销量。

二、发行人核心竞争优势

（一）技术领先

公司技术领先性主要体现在产品性能、环保和产品被众多客户认同等方面。

产品性能方面，公司快干亮光型、高光泽型和高耐磨型三大系列产品性能指标都远高于行业标准，具有较好的市场适用性和领先性，获得了国内外客户广泛认同。其中，高光泽型和高耐磨型产品，在国内已有效替代了相关进口产品，近三年销量总体增长了 143.82%；产品在欧美等发达国家（地区）也获得了众多客户的认同，销量总体增长超过 3 倍。此外，公司产品的耐晒等级和透光性等指标在市场竞争中也具有明显的市场领先性。

产品环保方面，通过对“植物改性油基”和对应树脂的系列研发，公司已生产、研发出大批环保新产品。公司产品不但已通过了瑞士 SGS 认证、欧盟 REACH 预注册和美国大豆协会认证，而且更获得了国家绿色环保油墨的认证，成为了国家火炬计划立项项目执行单位，公司产品具有良好的环保性能。

产品运用方面，公司产品被广泛运用于食品、电子、化妆品、化工、汽车等多个行业的最终产品包装、企业宣传册的印刷中，为公司发展提供了坚实的基础。良好的客户基础为公司行业品牌带来高度认知度，2008 年公司的 “东吴牌”商标被江苏省工商行政管理局授予江苏省著名商标。

（二）先进的运营模式

独特运营模式为公司获得远高于市场增长率的增长速度。

公司生产环节采取基墨生产模式。公司已建立了红、黄、蓝三组基墨工艺线，并正在研发黑色“基墨组”系列工艺线。基墨及基墨组工艺线能有效提高公司运营效率，大幅度降低经营成本，提高整体产品制造柔性和稳定性。

公司销售环节采取扁平化销售模式。公司扁平化的销售模式能有效消除我国胶印油墨行业常采用的多级经销模式中市场信息反馈缓慢，流通库存较大，恶性竞争等不足；通过对经销商提供共同开发客户管理、技术培训、品牌支持等多层次服务，使公司更有效了解市场变化，产品获得了良好市场认同。

运用先进的运营模式使公司在产能规模不断扩大的情况下，产品实现了良好的市场销售。报告期内，公司产能扩大了 80%，销量也获得了同比增长，2009 年公司销量占我国胶印油墨市场总需求量的比率同比提高了 0.81 个百分点。

（三）良好的市场地位

随着技术能力不断提升和先进运营模式的采用，公司市场地位不断提升，有效地巩固了良好的产品市场议价能力，促进了公司产品的毛利率水平和销售回款的顺利收回。

国内销售方面，在报告期内，虽然原材料价格大幅波动，但是公司整体毛利率一直维持在同行业中较高的水平，经营活动现金流也随着营业收入的增长不断增加。国外销售方面，公司的“科斯伍德”品牌在国际市场具有一定的知名度。公司针对 2008 年全球性的金融危机，将外销收款方式逐步由原来主要以 L/C（信用证）付款方式向 T/T（电汇）付款方式转变，但公司产品的外销数量并未因更苛刻的付款方式减少，2010 年 1-6 月、2009 年和 2008 年公司外销产品数量分别同比增长了 34.90%、37.33%和 28.47%。

（四）强有力的产品销售能力

公司根据国内、外经销商的业务能力、资信等条件，不断甄选，提升经销商队伍，为公司业务发展奠定了坚实的基础。

在国内市场，公司目前已与全国 158 个经销商建立了业务合作关系，特别在

我国油墨需求量相对较大的长三角区域（仅指：上海、江苏、浙江，后同）、珠三角区域（仅指：广东，后同）、环渤海区域（仅指：北京、天津和河北，后同），以及中西部七省等区域建立了稳定、销售能力较强的经销商队伍，近三年公司内销收入和销售数量的复合增长率分别达到了 26.63%和 22.68%。

在国外市场，公司通过 OEM 客户和经销商销售方式不断扩大业务市场。较高的产品性能、快速的交货能力、合适的产品价格使得国外经销商对本公司依赖性不断增强，公司总体销量不断增长，近三年公司外销收入和销量的复合增长率分别达到了 31.33%和 32.83%。

（五）地域优势

公司地处我国长三角区域，良好的地域优势在市场竞争中有效地保证了公司的业务持续发展。长三角属于我国经济发展最好的区域之一，公司扁平化销售模式具有有效贴近经销商服务的能力，长三角地区良好的市场需求为公司快速提供附加服务、控制销售成本提供了重要基础。在国际市场竞争中，由于我国具有原材料品质、价格和产量优势，使得公司产品具有较高性能指标，保证了产品国外销售毛利率水平。

（六）管理优势

公司非常注重产品质量管理，公司是国内同行业中最先通过 ISO9001、ISO14001 和 SGS 等多项认证的企业之一。公司已建立完善的质量管理体系，对原材料供应、生产、销售、研发等各个环节进行了标准化管理和控制，有效地保证了公司产品质量和公司声誉。

三、控股股东和实际控制人简介

本公司现有股东7名，包括吴贤良、吴艳红、盛建刚和徐莹4位自然人股东，以及苏州元盛、国嘉创投和相城创投3位法人股东。公司实际控制人为吴贤良和吴艳红，吴贤良系吴艳红的弟弟，上述两人合计持有本公司股份3,750万股，占发行前总股本的68.18%。截至本招股书签署日，吴贤良和吴艳红所持股份不存在质押、冻结及其他权利限制。

吴贤良，中国国籍，无永久境外居留权，住所：江苏省苏州市，身份证号码：

32052419780208××××。截至本招股书签署日，吴贤良持有本公司 2,750 万股，占公司发行前总股本的 50.00%，现任公司董事长、总经理。其简介详见本招股书之“第八节 董事、监事、高级管理人员及其他核心人员”。

吴艳红，中国国籍，无永久境外居留权，住所：江苏省苏州市，身份证号码：32052419770120××××。截至本招股书签署日，吴艳红持有本公司 1,000 万股，占公司发行前总股本的 18.18%，现任公司董事、财务总监。其简介详见本招股书之“第八节 董事、监事、高级管理人员及其他核心人员”。

四、公司近三年及一期经审计的主要财务数据及财务指标

根据立信会计师事务所有限公司（后简称：立信会计师事务所）出具的“信会师报字【2010】第 24901 号”《审计报告》，本公司近三年及一期的主要财务数据及指标如下：

（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
流动资产	136,523,655.47	134,967,642.38	77,285,879.00	85,299,750.67
非流动资产	65,500,583.69	40,278,865.29	36,513,770.44	30,339,519.34
资产总额	202,024,239.16	175,246,507.67	113,799,649.44	115,639,270.01
负债总额	68,205,363.17	55,506,550.14	39,649,836.87	55,942,164.77
所有者权益	133,818,875.99	119,739,957.53	74,149,812.57	59,697,105.24
负债和所有者权益合计	202,024,239.16	175,246,507.67	113,799,649.44	115,639,270.01
其中：归属于母公司所有者权益合计	133,818,875.99	119,739,957.53	74,149,812.57	59,697,105.24

（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	103,095,756.76	183,314,344.04	138,320,485.52	110,944,810.75
营业利润	17,031,077.08	34,830,991.23	17,349,417.18	14,662,624.14

利润总额	16,595,758.54	36,253,970.62	17,349,118.28	14,272,640.51
非经常性损益	-370,020.76	1,209,532.48	-18,501.27	-261,289.03
净利润	14,078,918.46	30,953,781.96	14,452,707.33	9,326,755.53
其中，归属于母公司所有者的净利润	14,078,918.46	30,953,781.96	14,452,707.33	9,326,755.53
归属于母公司所有者的扣除非经常性损益后的净利润	14,448,939.22	29,744,249.48	14,471,208.60	9,588,044.56

（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	18,158,098.74	23,118,359.51	14,902,091.75	4,217,147.30
投资活动产生的现金流量净额	-26,164,141.69	-4,350,551.40	-9,006,247.28	-5,145,857.91
筹资活动产生的现金流量净额	151,333.72	18,961,259.83	-1,786,669.60	10,892,580.42
现金及现金等价物净增加额	-7,971,950.01	37,610,330.51	4,017,329.44	9,689,471.14
期末现金及现金等价物余额	46,749,167.28	54,721,117.29	17,110,786.78	13,093,457.34

（四）主要财务指标

财 务 指 标	2010年6月30日	2009年12月31日	2008年12月31日	2007年12月31日
资产负债率（%）	33.76	31.67	34.84	48.38
每股净资产（元/股）	2.43	2.18	1.48	1.19
财 务 指 标	2010年1-6月	2009年度	2008年度	2007年度
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润的基本每股收益（元/股）	0.26	0.59	0.29	0.23
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润的净资产收益率（加权平均）	11.11%	33.41%	21.60%	20.66%

五、本次发行概况

发行股票类型：人民币普通股（A 股）

每股面值：人民币 1.00 元

本次拟发行股数：不低于首次发行完成后总股本的 25%，且不超过 1,850 万股

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

发行对象：符合资格的询价对象和在深圳证券交易所开户并开通创业板市场交易的境内自然人、法人等投资者（国家法律、法规禁止购买者除外）

拟上市交易所：深圳证券交易所

六、本次募集资金用途

经公司 2009 年度股东大会决议通过，本次募集资金扣除发行费用后，将投资以下项目：

项目名称	总投资（万元）	本次募集资金投入（万元）
年产 16000 吨环保型胶印油墨项目	24,500	16,000
技术中心能力提升项目	1,500	1,500
其他与主营业务相关的运营资金项目	-	-

如本次发行实际募集资金小于项目投资总额，公司将以自筹资金方式解决；如实际募集资金大于项目投资总额，多余部分将用于其他与主营业务相关的运营资金项目。

第三节 本次发行概况

一、发行人基本情况

（1） 中文名称：苏州科斯伍德油墨股份有限公司

（2） 英文名称：Suzhou Kingswood Printing Ink Co., Ltd

（3） 注册资本：5,500 万元

（4） 法定代表人：吴贤良

（5） 成立日期：2003 年 1 月 14 日

（6） 整体变更日期：2008 年 3 月 11 日

（7） 住所：苏州相城区潘阳工业园东桥开发区旺庄路 3-1 号

（8） 邮编：215152

（9） 电话：（0512）65370257

（10）传真：（0512）65374760

（11）互联网网址：www.szkinks.com

（12）电子邮箱：szkinks@szkinks.com

（13）负责信息披露和投资者关系的部门：证券部

（14）负责信息披露和投资者关系的负责人：张峰

二、本次发行基本情况

（1） 股票种类：人民币普通股（A 股）

（2） 股票面值：人民币 1.00 元

（3） 发行股数：1,850 万股，占发行后总股本的 25.17%

（4） 每股发行价格：通过向询价对象初步询价，由发行人和主承销商根据初步询价情况直接确定发行价格

（5） 发行市盈率：【】倍（按发行后总股本计算）

【】倍（按发行前总股本计算）

（6） 发行前每股净资产：2.43 元（按经审计的 2010 年 6 月 30 日净资产除以本次发行前的总股本 5,500 万股计算，全面摊薄）

（7） 发行后每股净资产：【】元（在经审计后的 2010 年 6 月 30 日净资

产的基础上考虑本次发行募集资金净额的影响，全面摊薄）

（8） 发行市净率：【】倍（按发行后总股本计算）

【】倍（按发行前总股本计算）

（9）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

（10）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)

（11）承销方式：余额包销

（12）募集资金总额：【】万元

（13）募集资金净额：【】万元

（14）发行费用概算

单位：万元

项　目	金　额
承销费用及保荐费用	
审计费用	
律师费用	
路演推介费用	

三、本次发行的有关当事人

1、保荐机构（主承销商）：	东吴证券股份有限公司
法定代表人：	吴永敏
地址：	苏州工业园区翠园路181号
联系电话：	（0512）62938523
传真：	（0512）62938500
保荐代表人：	廖志旭、甄新中
项目协办人：	郭春江
项目组成员：	励凡、施进、田淼
2、发行人律师：	国浩律师集团（上海）事务所
负责人：	倪骏骥

地址：	上海市南京西路580号南证大厦30-31层
联系电话：	（021）52341668
传真：	（021）52341670
经办律师：	许航、杜晓堂
3、会计师事务所：	立信会计师事务所有限公司
法定代表人：	朱建弟
地址：	上海市南京东路61号4楼
联系电话：	（021）63391166
传真：	（021）63392558
经办注册会计师：	康吉言、沈斌
4、评估机构：	上海上会资产评估有限公司
法定代表人：	王伟
地址：	上海嘉定工业区叶城路1411号3幢2111室
联系电话：	（021）63391088
传真：	（021）63391116
经办注册评估师：	陆雯萍、潘婉怡
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
法定代表人：	戴文华
地址：	广东省深圳市深南中路1093号中信大厦18楼
联系电话：	（0755）25938000
传真：	（0755）25988122
6、主承销商收款银行：	中国建设银行苏州分行营业部
户名：	东吴证券股份有限公司
帐户：	32201988236052500135
7、申请上市证券交易所：	深圳证券交易所

地址：	广东省深圳市深南东路5045 号
电话：	（0755）82083333
传真：	（0755）82083164

四、发行人与本次发行有关的当事人之间的关系

除发行人股东——国嘉创投与保荐机构存在一定关联关系外（具体详见本招股书之“第五节 发行人基本情况”之“五、（三）持股超过 5%的法人股东情况”），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。

五、发行上市的相关重要日期

1、询价推介时间：【】年【】月【】日至【】年【】月【】日

2、定价公告刊登日期：【】年【】月【】日

3、申购日期和缴款日期：【】年【】月【】日

4、股票上市日期：【】年【】月【】日

第四节 风险因素

投资者在评价本公司此次发售的股票时，除本招股书提供的其他资料外，应特别认真地考虑下述各项风险因素。以下排序遵循重要性原则或可能影响投资决策的程度大小，但该排序并不表示风险因素会依次发生。

一、原材料价格波动风险

公司主要原材料为颜料、树脂、矿物油、植物油、各种助剂和包装材料等，报告期内公司原材料成本占生产成本的比重分别为 86.31%、87.96%、86.96%和87.80%，原材料占生产成本比重较大。报告期内公司的主要原材料价格波动较大，部分原材料 2008 年最高价格相对报告期内最低价格高出超过一倍，但由于公司具有较高市场地位和较强技术实力，公司销售毛利率总体波动幅度低于原材料价格波动幅度，报告期内公司的销售毛利率分别为 23.96%、22.64% 、28.50%和25.54%。如果未来公司总体市场竞争能力不能进一步提高、增强，不能持续推出能够获得市场认同的新产品，则公司经营业绩将因原材料价格波动受到较大影响，进而影响公司综合竞争力。

二、市场销售风险

（一）产品销售市场较为集中的经营风险

公司产品国内销售市场主要集中在华东地区，报告期内公司在长三角销售金额分别达到 3,558.08 万元、4,557.93 万元、5,536.30 万元和 3,274.43 万元，占同期公司国内总销售金额的比率分别为 47.80%、50.89%、46.38%和 49.21%。

长三角区域属于我国经济最发达的区域之一，根据《中国印刷年鉴》（2008）统计数据整理，长三角区域印刷业总产值已达全国印刷业总产值的 36.46%；而同属于我国经济最发达地区的珠三角和环渤海，印刷业总产值的占比合计达到了38.02%。虽然公司采用了行业内领先、高效贴近客户的扁平化销售模式，但受制于目前的产能规模和服务能力，2010 年 1-6 月在珠三角和环渤海区域内销售金额占公司国内销售总金额的 28.45%，仍处于相对偏低的水平。

本行业的产品需求与区域经济发展存在一定的关联度，2008 年受全球金融

危机影响，珠三角区域经济发展对印刷油墨需求带来了一定的不利影响。公司意识到风险存在的可能性，并加大了除长三角区域以外国内其他区域的销售扶持力度，但其销售金额占公司国内销售总金额的比率并未发生明显变化。如未来长三角区域经济发展出现不可预期的重大变化，将给公司业务带来较大影响。

（二）国际市场开拓风险

全球印刷业主要集中分布在欧美等发达国家和地区，2006 年上述区域内印刷油墨需求总量约占全球需求总量的 64%，未来欧美等发达国家（地区）对印刷油墨的总体需求仍将维持在较高的水平（预计 2011 年仍将保持在 59%）。欧美等发达国家的印刷业属于成熟行业，其对印刷油墨的品质、环保性能要求相对其他国家和地区都较高，所运用的印刷设备更加高级，印刷标准更加齐全，目前发达国家的油墨市场基本为国际跨国公司所控制。我国虽然已成为了全球性最主要的各类产品制造基地，但受技术水平的影响，油墨产品仍处于净进口状况。

公司属于我国少数具有较强技术实力，并能参与国际竞争的印刷油墨制造企业之一，产品出口地覆盖了包括欧盟、北美在内的世界 50 多个国家和地区。2008 年度公司外销油墨产品量 2,126.80 吨，占我国油墨出口总量的 7.16%；2009 年虽然受国际货币汇率变化及全球金融危机巨大影响导致中国油墨出口有所下降，但公司外销量却同比增长了 37.33%。未来公司仍将以提供高品质产品为基础，继续加大国际销售力度，但国际市场中政治、经济、法律、商业等政策变化因素会对公司国际市场开拓进度和成果造成一定影响。

1、国外销售的政策性风险

目前，境外销售中与公司产品相关的政策主要包括：欧盟 REACH（预）注册，RoHS 和 EN71 认证，NON-VOC 要求；北美区域的 ASTM 认证和 LOW-VOC 要求等环保认证（要求）。目前，虽然公司已完成了欧盟 REACH 的预注册，通过了 SGS 认证，实现了产品在世界 50 多个国家和地区的销售，但是各个国家或为保护本国经济发展的需要，或为环境保护的需要，可能制定包括关税壁垒或非关税壁垒在内的各种贸易保护政策，这些保护政策的出台会对公司未来境外业务发展造成一定不利影响。

2、复杂多变的国际政治、经济环境带来的市场销售风险

目前公司部分国外经销商位于政局相对动荡的国家（如部分非洲区域内的经销商），公司已针对该部分经销商制定了严格的收款制度（如要求必须 T/T 支付），若其区域的政局持续变动，将会直接影响公司在对应区域销售的持续性。2008 年全球金融危机给欧盟、北美等发达国家（地区）带来了较大冲击，虽然金融危机为公司在区域内创造了较好的发展机遇，但同时行业竞争压力也在增强，为巩固和进一步扩张区域内的市场，公司必须采取更加灵活的销售政策。

3、OEM 销售风险

基于良好的业务合作、不断提升的技术水平和世界顶级油墨人才的引进，报告期内公司的OEM业务得到了迅速发展，相关业务销售收入已由2007年的839.02万元增长到 2009 年的 3,610.01 万元，2010 年 1-6 月实现销售收入 1,932.59 万元，已成为公司主要外销模式；公司 OEM 外销主要集中在 3 家主要经销商，报告期内公司面向 3 家主要经销商客户的销售收入之和占 OEM 合计销售收入、公司营业收入的比重分别为 49.17%、9.00%。虽然，公司与其主要经销商间的技术合作、产品供销关系具有一定稳定性，OEM 客户为产品质量考虑不会轻易更换供应商，但是一旦其发生变化将对公司业务发展产生不利影响。

4、汇兑损益风险

在外销业务中，公司主要结算货币为美元和欧元。自 2005 年 7 月人民币汇率形成制度改革后，人民币对美元和欧元的汇率处于持续升值的态势，为此对公司外销业务产生一定影响。其主要表现在以下两个方面：①汇兑损失。公司外销业务从接受订单、采购原材料、生产、发货、到货款回收各环节需要一段时间，因采取美元结算，汇率波动将导致本公司出现汇兑损失，报告期内公司汇兑损失分别为 30.73 万元、79.96 万元、9.90 万元和 14.68 万元。随着国际市场开拓力度的增强，外销收入也将保持较快的增速，本公司为规避汇率风险采取包括调整货款结算方式以及外币借款补充流动资金等多种措施，但汇率的波动仍将对公司经营业绩产生一定的影响。②出口产品的价格竞争力。在全球金融危机的影响下，本公司产品的价格优势逐渐得到欧美地区印刷企业的关注，但随着人民币持续升值，产品国际市场的价格竞争力也将被削弱，进而将影响到产品外销。

经核查，保荐人认为：虽然发行人采取了调整货款结算方式、外币借款补充

流动资金等多种方式，在一定程度上规避了外销的汇率风险，但发行人产品外销还同时受到包括销售地国家的政治、经济情况等诸多不确定性影响，且汇率因素会在一定程度上影响到发行人的业绩和产品市场竞争能力，从而在一定程度上影响发行人经营的稳定性。

（三）本次募投项目产能扩大带来的市场销售风险

本次募集资金投资项目“年产 16,000 吨环保型胶印油墨项目”建成后，公司产能将有较大增幅。公司在确定投资该项目之前已经对项目可行性进行了充分论证，产能扩张与市场需求和公司报告期内销量快速增长趋势相一致，良好的行业发展趋势为公司顺利消化新增产能提供了良好的机遇；此外，公司本次募投项目“技术中心能力提升项目”将有效提高公司的技术水平，从而进一步提高公司整体竞争优势，增强公司盈利能力和确保公司持续稳定发展。但是若在项目达产后，由于市场需求发生不可预测的变化、竞争对手能力增强等原因，公司产品市场销售将面临一定的风险，具体表现为：

①目前公司产品主要面向国内销售（报告期内公司产品内销比率约为 65%），本次募投项目预测仍按照内/外销比率为 65/35 进行安排，虽然公司产品具有较高的技术领先性，但是大量与环保和先进印刷相适应的产品能否最终实现、扩大国内销售具有一定的不可控性，从而导致公司产品面临市场销售风险。

②由于我国印刷业持续、快速地发展，相对低端的树脂版胶印油墨在未来较长一段时间内仍会占据一定的市场份额。这将在一定程度上影响到公司高端、新型产品的市场需求和公司市场地位的增强，进而对本次募投产能顺利实现市场销售产生一定影响。

③凭借较高的技术水平和独特的运营模式，公司已领先于大部分国内胶印油墨企业，但与公司主要竞争对手——由日资控股的天津东洋油墨有限公司（后简称：天津东洋）、杭华油墨化学有限公司（后简称：杭华油墨）相比，在产能规模和股东实力方面，仍存在较大的差距；与其他潜在的竞争对手如 DIC 国内控制的系列公司（迪爱生（太原）油墨有限公司、深圳深日油墨有限公司等，后简称 DIC 集团）、上海牡丹油墨有限公司（后简称：上海牡丹）等相比，他们也各具其竞争特点。为争夺全球发展最快的我国油墨需求市场，未来其他竞争对手也将

加大在技术、运营模式的研发力度，缩小公司的比较优势，这将对公司募投项目的顺利实施产生较大的影响。

三、技术风险

（一）技术失密风险

油墨配方及制造过程工艺控制是市场竞争的核心技术，此核心技术是由公司研发技术人员经过长期探索、研发所获得。由于油墨配方技术的独特性，致使公司对这些配方技术无法申请专利。油墨配方及工艺控制技术由公司技术研发队伍共同掌握，单个技术人员无法掌握全套核心技术，但单项核心技术对公司产品的竞争力仍产生一定影响。虽然公司与技术研发人员签订了《技术保密协议》，采取了针对技术研发人员的系列激励措施，保证了多年来技术研发队伍的稳定性，但是如果出现技术研发人员大面积流失，这将对公司发展带来不利影响。

（二）新产品开发风险

在发展过程中，公司始终将技术研发作为核心竞争力建设的关键组成部分，通过技术中心自主研发、与国内外高校、科研机构、企业合作开发产品等多种形式，确立了公司行业竞争的技术领先地位，产品系列能够较好地满足欧美发达国家（地区）市场需求，突显市场前瞻性和领先性。

为保持行业竞争的领先性，公司需要不断增加研发投入，但是由于油墨产品具有跨学科的复杂性特点，产品研发过程将存在诸多不确定因素。研发项目在成为正式产品前需要经过配方研发、小试、中试、小批量生产等具有较高的技术难度多重环节。特别在配方研发过程中需要进行大量实验，其周期性较长；同时新产品投放市场获得客户认同也存在系列不确定性因素，因此，公司在新品推出整个过程具有一定的风险。

（三）核心技术人员流失的风险

公司从事的胶印油墨行业是精细化工运用的一个重要分支，属于技术密集型行业，对高级技术人才的依赖性较高。目前，公司形成了以董事长、总经理吴贤良，董事、副总经理肖学俊，以及首席技术总监大卫欧文（David Owen）为核心

的研发技术团队，从事研发与技术的人员已达到 60 人，占公司总人数的 23.26%。优秀的研发和技术队伍为技术创新提供了良好的基础，是公司核心竞争力的重要组成部分。因此，稳定和扩大科技人才队伍对公司的生存和发展十分重要。

公司为技术人员开创了良好的科研条件，提供了行业内具有竞争力的薪酬体系，制定了针对研发成果的系列奖励措施，但是，随着油墨行业快速发展，跨国企业在我国投资增加，行业整体对人才的争夺也日趋激烈。未来能否持续维持技术队伍稳定，避免或减少人员流失，不断吸引优秀技术人员加盟，将关系到公司能否持续保持行业内技术领先地位的重要基础。

四、市场竞争风险

公司产品主要在国内销售，另有部分产品销往包括欧美等发达国家在内的全球 50 多个国家和地区，报告期内公司产品内/外销数量比率约为 65/35。在国内，目前公司主要的竞争对手是跨国公司在国内控股或投资的企业。世界最主要的油墨企业基本都在我国建立了生产基地，其具有技术水平高、资金实力雄厚，销售渠道多等明显优势。在国外，公司争夺的更是跨国公司长期占据的发达国家油墨市场。

公司成立以来，凭借先进的经营模式和较高的技术水平，国内的市场份额和出口数量都在不断增长，但与国际跨国公司比较，公司的经营规模仍处于较低的水平，品牌影响力也尚未达到国际知名品牌的标准。从我国油墨整体行业来看，市场需求仍处于持续增长阶段，再经过 10-15 年高速增长，市场需求将进入稳定期，介时行业竞争必然加剧。若公司在未来一段时期内不能有效提高经营规模和品牌影响力，则将给公司未来发展带来一定的风险。

五、销售模式风险

公司销售采取经销模式。国外销售方面，因采取先开立信用证或付款，后发货方式，销售渠道相对出现风险可能性较小。国内销售方面，公司主要通过甄选具有较高信用度的经销商销售产品，在销售过程中给予经销商相应的信用额度及付款信用期限。公司最初给予经销商的信用额度较低，一般控制在 1-2 万元，在建立双方信用及经销商达到一定销量后，公司会逐步给予更高的信用额度（报告

期内公司予经销商的最大信用额度是 400 万元）。在报告期内该销售模式促进了公司的快速成长，但经销商发生变动及销售中授信方式风险等因素仍会给公司经营带来一定的影响，具体包括：

1、内销方面

公司给予国内经销商一定的信用额度和信用期限。公司与核心客户已建立了稳定的合作关系，并与之对应的最终用户也保持了密切的合作关系。报告期内，公司核心客户总数持续增长，其销量占销售比重也逐步提升（2010 年 1-6 月已达当期国内销售总金额的 71.83%）。与之相对应，公司给予核心经销商的信用额度也逐步增加。虽然报告期内核心客户能保持良好的销售回款记录，但随着其规模不断扩大，此种方式必然会增加公司应收账款总额，对公司财务稳定性产生一定不利影响，一旦核心客户财务发生不利变化，也将给公司经营造成一定程度的影响。

对于一般经销商，公司同样会给予一定的信用额度，但是数额较低。一般经销商稳定性较低，销售持续性相对较弱。报告期内，虽然一般经销商销售金额占比持续下降，但其不稳定性会对公司顺利收回应收账款和销售持续性带来一定不利影响。

2、外销方面

公司针对外销采取了严格的收款方式，一般需要在收到定金（或开立信用证）后才安排生产，并在境外经销商支付余款的情况下才给付相应的提单，因此外销方面，公司能够保证货款的安全。虽然公司的产品具有良好的国际竞争能力，但是国际竞争涉及的政治、经济、结算货币等因素的变化，会对公司产品在国外销售的稳定性、持续性产生一定的不利影响。

经核查，保荐人和发行人会计师认为：发行人的销售模式可能受信用额度不断增大、最初不能充分认证经销商的业务能力和资信情况、经销商变化等因素影响，从而对发行人业务发展带来一定不利影响。

六、环保风险

公司产品生产过程中会产生废气、废水和固体废物等污染性排放物，如果处理不当会造成环境污染。虽然公司严格按照有关环保法规及相应标准对上述污染

性排放物进行了有效治理，“三废”排放达到了环保规定标准，并已通过了江苏省环境保护厅上市环保核查，但随着我国经济增长模式转变和可持续发展战略的全面实施，国家环保政策将日益完善，国家及地方政府可能在将来颁布新的法律法规，提高环保标准，为此公司可能需支付更高的环保费用，这将对公司盈利水平产生一定影响。

七、募投项目风险

（一）募投项目建设风险

本次募集资金将用于建设“年产 16000 吨环保型胶印油墨项目”和“技术中心能力提升项目”，上述项目均已通过充分论证，并取得项目立项备案，且已通过江苏省环境保护厅的环评。虽然本次募集资金投资项目经通过科学缜密的论证，并做了详细投资预算，但受基建材料和设备涨价、项目建设周期延长等因素影响，将导致项目建设成本提高，从而影响项目投入产出回报水平。

（二）募投项目新增折旧影响公司盈利能力的风险

本次募集资金投资项目中固定资产和无形投资规模较大，完成所有项目共需要新建房屋及建筑物支出 5,864.40 万元；购置、安装制造设备及研发用设备费用 10,117.92 万元；土地及相关规费 3,477.96 万元；其他费用 944.92 万元。按照国家的相关政策要求，以及公司当前的固定资产折旧政策和无形资产摊销政策，项目建成后每年将新增折旧、摊销 1,519.85 万元。由于募集资金投资项目从建成到完全达产需要一定的时间，因此，新增折旧及摊销将在募投项目投产后一段时间内对公司经营业绩产生一定影响。

八、财务风险

（一）资产抵押风险

截至2010年6月30日，公司银行借款中抵押借款余额为278.00万元，涉及的被抵押土地使用权账面净值为396.88万元，占公司无形资产比例为14.32%。如果公司不能按期偿还上述抵押借款，公司资产存在被行使抵押权的风险，从而对公

司的正常经营造成不利影响。

（二）应收账款余额较大、增长较快的风险

2007年末、2008年末、2009年末和2010年6月末，公司应收账款余额分别为2,899.77万元、2,301.60万元、4,007.42万元和4,336.47万元，整体呈现逐期增多的趋势，这与公司业务规模不断扩大及给予客户2-3个月的信用期的销售政策相适应。随着公司业务不断发展，在信用政策不发生改变的情况下，未来公司应收账款余额将会进一步增加。虽然，公司已经按照会计准则的要求建立了稳健的坏账准备计提政策，2010年6月末已计提应收账款坏账准备266.48万元，占应收账款余额的6.15%；在严格的应收帐款管理制度下，报告期内公司应收账款周转率分别为5.13次/年、5.66次/年、6.19次/年和4.94次/年，呈现不断加快的趋势。但是如果未来公司主要客户的应收账款不能按期或无法收回而发生坏账，仍将对公司业绩和生产经营产生不利影响。

（三）净资产收益率被摊薄的风险

公司2009年度加权平均净资产收益率（按扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润计算）处于较高的水平，达到33.41%。2009年年底增资导致2010年上半年在盈利水平提升的情况下，公司加权平均净资产收益率被摊薄至11.38%。本次发行完成后，公司净资产规模将有较大幅度提高，而募集资金的投入到产生效益有一定建设、达产期。本次发行后在一定期限内，预计公司净利润增长幅度将小于净资产增长幅度，将导致净资产收益率较报告期进一步摊薄。

九、管理风险

（一）实际控制人控制风险

截至本招股书签署日，吴贤良和吴艳红合计持有本公司 3,750 万股，占发行前总股本的 68.18%，为本公司实际控制人。本次发行完成后（暂按发行 1,850 万股计算），吴贤良和吴艳红持有的股份比例合计为 51.02%，仍处于控股地位。虽然公司已依据《公司法》、《证券法》、《上市公司章程指引》等法律法规和规范性文件的要求，建立了比较完善的法人治理结构，且建立了包括关联交易制

度、独立董事制度等在内的各项制度，但仍无法排除吴贤良和吴艳红利用控股地位，通过行使表决权、或运用其他直接或间接方式对公司的经营、重要人事任免等进行控制，从而对公司的财务、经营及其他方面的决策形成重大影响。

（二）公司未来规模迅速扩张引致的管理风险

报告期内，公司业务发展情况良好，经营业绩逐年提升，营业收入分别为11,094.48万元、13,832.05万元、18,331.43万元和10,309.58万元，扣除非经常性损益后的净利润分别为958.80万元、1,447.12万元、2,974.42万元和1,444.89万元，各项业绩指标均保持了同比趋升的良好势头。公司在发展过程中积累了丰富的经营管理经验，法人治理结构得到不断的完善，建立了产品内部质量控制体系，并依托较强的研发能力具备了快速响应订单的能力。

本次募集资金项目建成后，公司规模将有一次更快的飞跃，公司将面临资源整合、技术开发、市场开拓等方面新的挑战。如果公司管理层素质、管理水平不能适应公司规模迅速扩张的需要，组织模式和管理制度未能随着公司规模的扩大而及时调整、完善，将影响进而削弱公司的市场竞争力。

十、税收政策发生变化的风险

根据《高新技术企业认定管理工作指引》（国科发火【2008】362号）和《高新技术企业认定管理实施办法》有关规定，经江苏省科学技术厅、江苏省财政厅、江苏省国家税务局和江苏省地方税务局认定：本公司为江苏省2008年度高新技术企业（证书编号：GR200832001299），有效期：三年。公司从2008年1月1日起按照《中华人民共和国企业所得税法》等有关规定享受15%的企业所得税优惠政策。

虽然公司具有较高的行业技术水平，为保持市场竞争的有利地位公司仍将注重研发投入，但是如果2011年及以后年度，公司因各种因素不能再获得相关高新技术企业认定，则必须按照《中华人民共和国企业所得税法》等有关规定缴纳25%的企业所得税，从而给公司经营业绩带来一定影响；受同样因素影响，公司本次募投项目“年产16000吨环保型胶印油墨项目”的经济效益测算采取的是现行公司所得税税率，如果公司不能评为高新技术企业，也会影响到公司本次募投项目的整体经济效益。

第五节 发行人基本情况

一、发行人改制重组情况

（一）设立方式

本公司系由苏州科斯伍德油墨有限公司整体变更设立的股份有限公司。2007年12月18日，经科斯伍德有限股东会决议将科斯伍德有限整体变更为股份有限公司；吴贤良、吴艳红、苏州市元盛市政工程有限公司、盛建刚和徐莹签署了《发起人协议》，同意以各自在科斯伍德有限所拥有的全部权益投入股份公司。

根据立信会计师事务所出具的“信会师报字【2007】第23949号”《审计报告》，截至2007年10月31日，科斯伍德有限的净资产为57,564,384.34元，按照1.15:1的折股比例折成5,000万股，每股1.00元，余额7,564,384.34元计入资本公积。2008年1月10日，立信会计师事务所出具了“信会师报字【2008】第20009号”《验资报告》，对整体变更净资产折股进行了验证。

2008年3月11日，经江苏省苏州工商行政管理局核准注册登记，公司领取了注册号为320507000013743的《企业法人营业执照》，注册资本为5,000万元，法定代表人为吴贤良。

（二）发起人

本公司由科斯伍德有限整体变更设立而来，发起人全部为科斯伍德有限原股东，具体情况如下：

序号	发起人名称	持股数量（万股）	持股比例(%)
1	吴贤良	2,750.00	55.00
2	吴艳红	1,000.00	20.00
3	苏州元盛	500.00	10.00
4	盛建刚	500.00	10.00
5	徐　莹	250.00	5.00
合计		5,000.00	100.00

（三）发行人改制设立之前，主要发起人拥有的主要资产和从事的主要业务

公司变更设立时的主要发起人为吴贤良和吴艳红，吴贤良为吴艳红的弟弟。公司变更设立之前，吴贤良和吴艳红除拥有公司股权外没有其他重大对外投资。

（四）发行人设立时拥有的主要资产和从事的主要业务

1、发行人设立时拥有的主要资产

本公司为整体变更设立的股份有限公司，整体继承了科斯伍德有限的资产、负债和业务，其拥有的主要资产和主要业务在公司变更设立前后没有发生变化。

本公司成立时拥有包括土地使用权、房屋建筑物、油墨制造设备、研发专用设备、产品及原料库存、货币资金等在内的与主营业务相关的完整资产体系。

2、发行人设立时实际从事的主要业务

本公司变更设立时实际从事的主要业务是环保型胶印油墨的研发、生产和销售。

（五）发行人设立后，主要发起人拥有的主要资产和从事的主要业务

1、发行人设立后，主要发起人拥有的主要资产

在本公司成立之后，2008 年 8 月 27 日吴贤良通过股权受让的形式持有了盐城东吴化工有限公司（后简称：东吴化工）52%的股权。东吴化工主要从事阳离子染料的研发、生产与销售。东吴化工的其他相关情况详见本节之“五、（一）发行人实际控制人的基本情况” 的相关内容。

吴艳红在本公司成立之后，拥有的主要资产未发生改变。

2、发行人成立后，主要发起人实际从事的主要业务

发行人成立前后，主要发起人主要从事的业务未发生变化。

（六）改制前原企业的业务流程、改制后发行人的业务流程、以及原企业和发行人业务流程间的联系

本公司是由科斯伍德有限整体变更而来，承继了其全部的资产、负债、业务，也继承了原有的业务模式和流程。发行人和原公司的业务流程完全相同，改制前后业务流程未发生变化。

关于公司的业务流程详见本招股书之“第六节 发行人业务与技术”之“四、发行人经营情况”的相关内容。

（七）发行人设立以来，在生产经营方面与主要发起人的关联关系

吴贤良于 2003 年 1 月出资创建了公司前身苏州大东洋油墨有限公司，并从创立至今一直担任主要经营管理工作，现为公司的董事长兼总经理。吴艳红自 2007 年 3 月成为公司股东以来一直担任公司的财务总监。

截至本招股书签署日，吴贤良除拥有本公司的权益外，现还持有东吴化工 52%的股权。东吴化工与公司的关联关系和关联交易详见本招股书“第七节 同业竞争与关联交易”的相关内容。

（八）发起人出资资产的产权变更手续办理情况

本公司系由科斯伍德有限整体变更设立的股份有限公司，科斯伍德有限的所有资产、负债、人员及资质全部进入本公司，产权变更手续已经全部办理完毕。

（九）发行人独立运行情况

公司成立后，注意规范与股东之间的关系，严格按照《公司法》、《证券法》等有关法律、法规和《公司章程》的要求规范运作，建立健全各项管理制度。目前，公司在业务、资产、人员、财务、机构方面均独立于公司各股东，具有独立完整的业务、供应、生产和销售体系，具备独立面向市场自主经营的能力，完全独立运作、自主经营，独立承担责任和风险。

1、业务独立

公司专业从事胶印油墨的研发、生产和销售，拥有从事上述业务独立完整的包括供应、生产、销售、研发、质量控制等在内的完整主营业务体系，主营业务完整、独立，能够确保股份公司的独立规范运营，避免同业竞争和关联交易，具备直接面向市场的独立经营能力。本公司实际控制人已出具了避免同业竞争的承诺函，承诺不从事任何与本公司经营范围相同或相似的业务。

2、资产完整

公司在变更设立时，原科斯伍德有限的全部资产和负债均由公司承继，公司资产与股东的资产严格分开，并完全独立运营，公司目前业务和生产经营必需资产的权属完全由公司独立享有，不存在与股东单位共用的情况；截至本招股书签署日，公司不存在以自身资产、权益或信誉为股东或股东控制的其他公司提供担保情形，不存在资产、资金被控股股东占用而损害公司利益的情况，公司对所有资产拥有完全的控制和支配权。

3、人员独立

公司董事、监事、高级管理人员均严格按照《公司法》、《公司章程》等规定的程序选举或聘任产生；不存在公司高级管理人员在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中担任除董事、监事以外的其他职务或在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业领薪的情形；不存在公司财务人员在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中兼职的情形。公司拥有独立、完整的人事管理体系，制定了独立的劳动人事管理制度，由公司独立与员工签订劳动合同。

4、财务独立

公司设立了独立的财务部门，设财务总监 1 名，配备了专职财务人员。公司建立了独立的财务核算体系和财务管理制度，独立做出财务决策，不受控股股东干预。公司独立开设银行账户，独立纳税，不存在与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业共用银行账户的情形。公司不存在资金被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业以借款、代偿债务、代垫款项或者其他方式占用的情形。

5、机构独立

公司根据《公司法》和《公司章程》的要求，设置股东大会作为最高权力机构、设置董事会为决策机构、设置监事会为监督机构，并设有相应的办公机构和

经营部门，各职能部门分工协作，形成有机的独立运营主体，不受控股股东和实际控制人的干预，与控股股东及其控制的企业在机构设置、人员及办公场所等方面完全分开，不存在混合经营、合署办公的情形。

综上所述，股份公司的业务、资产、人员、财务、机构均与各股东单位完全分开，独立开展业务，具有独立面向市场的竞争力。

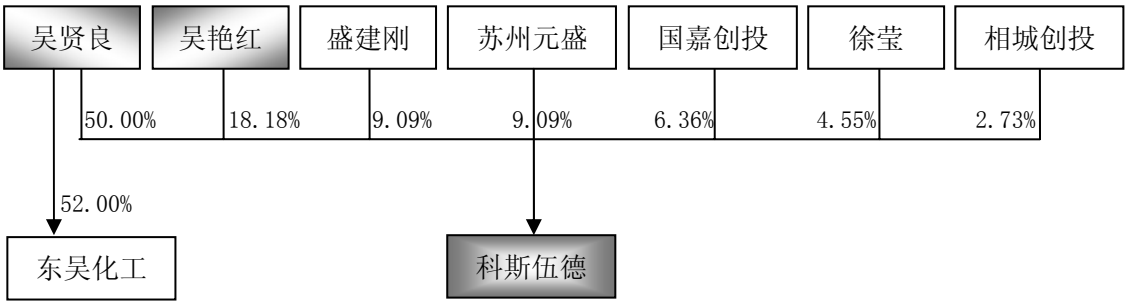
二、发行人设立以来的重大资产重组情况

本公司自设立以来未发生重大资产重组行为。

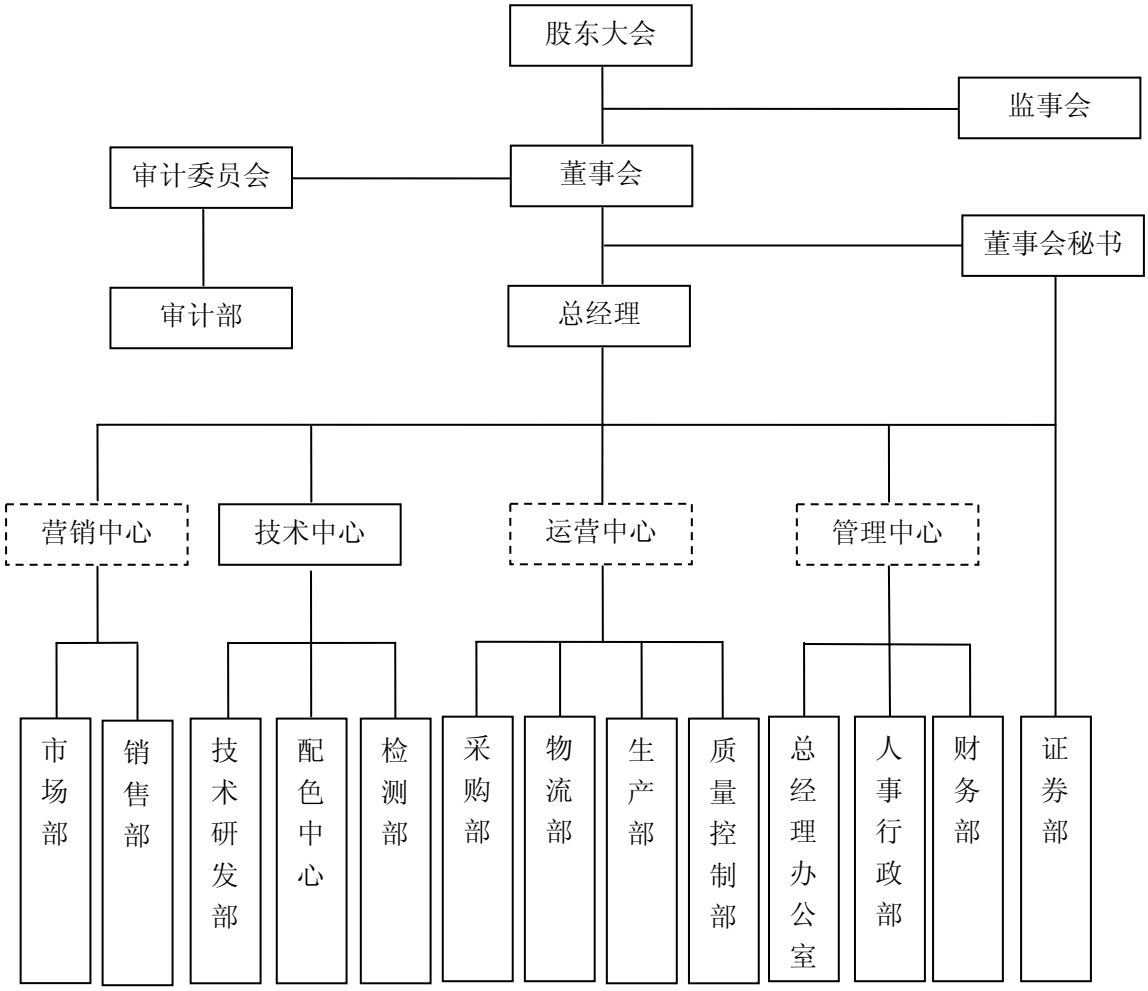
三、发行人的股权关系和内部组织结构

（一）发行人股权关系

截至本招股书签署日，公司股权关系、控股股东及其实际控制人所控制的其他企业情况如下图所示：



（二）发行人内部组织结构



（三）发行人主要内部职能部门情况

各职能部门的主要职能如下：

1、审计部：依照审计程序及本公司有关内部控制制度规定对本公司各部门的财务收支、经济效益进行内部审计监督；参与、督促建立健全完整的公司内部控制制度。

2、证券部：负责筹备股东大会、董事会、监事会会议、制作会议资料并归档保管；跟踪和掌握股东大会、董事会、监事会有关决议的执行情况；负责处理公司证券事务相关工作；负责与相关部门、机构和商会的联系沟通等。

3、市场部：负责公司的宣传推广、品牌建设、公关策划、对外交流、对内传播、市场信息的收集整理及研究、客户满意度的调查分析、公司宣传材料的设

计制作、公司网站的建设和维护、市场活动的举办以及其他市场工作。

4、销售部：负责与客户的沟通协调、解决客户的要求及反馈意见、客户跟踪和销售数据的统计和分析、销售合同的谈判、合同评审、经销商的开发与管理、以及其他与销售有关的工作。

5、采购部：编制物资的年度采购与资金计划，保障生产经营所需的物料供应；负责各部门月度材料需求计划的审核、汇总与报批；负责供应商开发，积极开展供应市场调研与信息收集、掌握广泛的供应信息与渠道资源；负责原材料采购招标工作的组织管理；负责建立供应商考核与评价体系等。

6、物流部：负责建立公司的物流管理体系；负责物资的仓储管理和产品的发送工作；协调相关部门完成采购物品、半成品、成品入库工作；负责公司的库房管理及各部门的领料管理等。

7、生产部：协助总经理办公室制订公司的生产计划；按照生产计划安排生产工作；协助供应部制订材料采购计划；协助质量控制部进行产品质量控制；向技术部和质量控制部提出产品的改进建议等。

8、质量控制部：负责建立健全质量管理体系；制订公司全面质量管理工作的长期规划和年度计划；督导并协调生产部门推行全面质量管理工作；组织公司质量管理工作的考核、验收及质量管理奖的申报工作；负责公司质量、环境和职业健康安全体系的认证和年度监督审核；制订公司有关资质、企业管理体系和安全生产方面的管理制度。

9、技术研发部：负责油墨技术、连接料配方、颜料加工技术及其配方的研究；市场跟踪客户的实际需要并根据客户面临的问题提出解决方案。

10、配色中心：负责专色的分析与调配；负责产品色彩问题的解决；负责基色数据库的建立、维护和升级。

11、检测部：负责新产品性能的鉴定以及整个工艺过程的控制；负责制定新产品的质量标准；负责环保类产品的研制；负责工艺研发以及新技术储备。

12、总经理办公室：负责总经理办公会的筹备、组织、会议记录及档案管理工作；负责公司年度生产、研发等计划制订与监督工作；负责协调公司各职能部门的工作关系；负责公司文书、档案管理及保密工作；负责外事接待工作等。

13、人事行政部：负责公司基础设施及工作环境的管理；计算机及辅助设备

的管理，公司内部网络的正常运行；会议管理、信息统计；车辆管理；办公用品的采购；费用报销的整理、汇总；项目文档的整理、存放；公司内部活动的组织等；人力资源整体规划及机构设置、员工招聘、培训、人事档案、劳资福利管理以及绩效考评工作。

14、财务部：建立健全公司的会计核算体系和公司财务管理制度；负责公司财务预、决算及财务管理；负责会计核算及财务报表、报告的编制；负责公司资金管理、信贷和银行产品业务；负责公司资产、税务管理等。

四、发行人子公司情况

截至本招股书签署日，本公司不存在对外投资情况。

五、持有发行人 5%以上股份主要股东及实际控制人的基本情况

（一）发行人实际控制人的基本情况

1、基本情况

吴贤良和吴艳红为公司实际控制人，报告期内未发生变化；本次发行前共持有本公司 3,750 万股，占总股本的 68.18%，处于绝对控股地位。

吴贤良，中国国籍，无永久境外居留权，住所：江苏省苏州市，身份证号码：32052419780208××××。截至本招股书签署日，吴贤良持有本公司 2,750 万股，占发行前公司总股本的 50.00%，现任公司董事长、总经理。其简介详见本招股书之“第八节 董事、监事、高级管理人员与其他核心人员”。

吴艳红，中国国籍，无永久境外居留权，住所：江苏省苏州市，身份证号码：32052419770120××××。截至本招股书签署日，吴艳红持有本公司 1,000 万股，占发行前公司总股本的 18.18%，现任公司董事、财务总监。其简介详见本招股书之“第八节 董事、监事、高级管理人员与其他核心人员”。

2、实际控制人、控股股东控制的其他企业情况

截至本招股书签署日，吴贤良现还控制东吴化工，持有该公司 52%的股权；吴艳红未持有其他任何企业的股权。东吴化工具体情况如下：

（1）东吴化工的基本情况

东吴化工成立于 2003 年 11 月 7 日，住所位于盐城市滨海县滨淮镇头罾村（沿

海化工园区内），法人代表为孙介明，现注册资本为 3,000 万元，经营范围：“许可经营项目：化工产品生产（阳离子染料、有机颜料按《<危险化学品生产、储存企业设立>批准书》和《危险化学品建设项目设立安全许可意见书》经营）。一般经营项目：自营和代理各类商品和技术的进出口业务”。东吴化工现有 7 位股东，具体情况如下：

股东名称	出资额（万元）	持股比例（%）
吴贤良	1,560.00	52.00
孙介明	570.00	19.00
蒋忠明	570.00	19.00
洪广伙	75.00	2.50
肖学俊	75.00	2.50
俞星光	75.00	2.50
盛永元	75.00	2.50
合　计	3,000.00	100.00

（2）东吴化工历史沿革

①设立

东吴化工成立于 2003 年 11 月 7 日，由吴金根和罗全南共同出资设立，成立时注册资本为 500 万元。东吴化工设立时，股权设置及比例如下：

股东名称	出资额（万元）	持股比例（%）
吴金根	255.00	51.00
罗全南	245.00	49.00
合　计	500.00	100.00

注：吴金根系公司实际控制人的父亲

2003 年 11 月 5 日，盐城友信会计师事务所有限公司出具了“盐友信所验字【2003】146 号”《验资报告》，验证截至 2003 年 11 月 5 日，东吴化工已收到股东吴金根、罗全南以货币资金方式投入的注册资本 500 万元。2003 年 11 月 7 日，东吴化工在盐城市滨海工商行政管理局取得注册号为 3209222100700《企业法人营业执照》。

②第一次股权转让

2004 年 2 月 20 日，东吴化工召开股东会并通过决议，同意罗全南将在东吴化工 245 万元出资额全部转让给孙介明，2004 年 3 月 2 日，东吴化工在盐城市滨海工商行政管理局完成了相应工商变更登记手续。股权变更后股权情况如下：

股东名称	出资额（万元）	持股比例（%）
吴金根	255.00	51.00
孙介明	245.00	49.00
合　计	500.00	100.00

③第一次增资

2006 年 11 月 8 日，东吴化工召开股东会并通过决议，同意将注册资本由 500 万元增资至 1,500 万元。新增注册资本由吴金根、孙介明、蒋忠明分别以现金 195 万元、205 万元、600 万元增资投入。本次增资完成后股权情况如下：

股东名称	出资额（万元）	持股比例（%）
蒋忠明	600.00	40.00
吴金根	450.00	30.00
孙介明	450.00	30.00
合　计	1,500.00	100.00

2006 年 11 月 9 日，盐城友信会计师事务所有限公司出具了“盐友信所验字【2006】252 号”《验资报告》，验证截至 2006 年 11 月 9 日，东吴化工已收到吴金根、孙介明、蒋忠明以货币资金方式投入的注册资本 1,000 万元。2006 年 11 月 21 日，东吴化工在盐城市滨海工商行政管理局办理完成工商变更登记，并领取了变更后的营业执照。

④第二次增资

2007 年 1 月 8 日，东吴化工召开股东会并通过决议，同意将注册资本由 1,500 万元增资至 3,000 万元。新增注册资本由东吴染料以现金 1,500 万元增资投入。本次增资完成后股权情况如下：

股东名称	出资额（万元）	持股比例（%）
东吴染料	1,500.00	50.00
蒋忠明	600.00	20.00
吴金根	450.00	15.00
孙介明	450.00	15.00
合　计	3,000.00	100.00

2007 年 1 月 18 日，盐城友信会计师事务所有限公司出具了“盐友信所验字【2007】02 号”《验资报告》，验证截至 2007 年 1 月 18 日，东吴化工已收到东吴染料以货币资金方式投入的注册资本 1,500 万元。2007 年 2 月 2 日，东吴化工在盐城市滨海工商行政管理局办理完成工商变更登记，并领取了变更后的营业执照。

⑤第二次股权转让

2007 年 4 月 16 日，东吴化工召开股东会并通过决议，同意吴金根和蒋忠明将其在东吴化工出资额全部转让给东吴染料。本次股权转让完成后，股权设置及比例如下：

股东名称	出资额（万元）	持股比例（%）
东吴染料	2,550.00	85.00
孙介明	450.00	15.00
合　计	3,000.00	100.00

2007 年 4 月 24 日，东吴化工在盐城市滨海工商行政管理局办理了相应工商变更登记手续，并取得变更后的企业法人营业执照。

⑥第三次股权转让及经营范围变更

2008 年 8 月 3 日，东吴化工召开股东会并通过决议：

A、同意东吴染料将其在东吴化工的 2,550 万元的出资额中的 1,560 万元转让给吴贤良、570 万元转让给蒋忠明，120 万元转让给孙介明，75 万元转让给俞星光，75 万元转让给盛永元，75 万元转让给洪广伙，75 万元转让给肖学俊。

B、将东吴化工经营范围由“阳离子染料及其染料中间体生产、销售；自营和代理各类商品和技术的进出口业务（国家限定企业经营或禁止进出口的商品和

技术除外）。”变更为“许可经营项目：化工产品生产（阳离子染料、有机颜料按《<危险化学品生产、储存企业设立>批准书》和《危险化学品建设项目设立安全许可意见书》经营）。一般经营项目：自营和代理各类商品和技术的进出口业务。”。

2008 年 8 月 27 日，东吴化工在盐城市滨海工商行政管理局办理了相应工商变更登记手续，并取得变更后的企业法人营业执照。本次股权转让完成后，东吴化工的股权设置及比例如下：

股东名称	出资额（万元）	持股比例（%）
吴贤良	1,560.00	52.00
孙介明	570.00	19.00
蒋忠明	570.00	19.00
洪广伙	75.00	2.50
肖学俊	75.00	2.50
俞星光	75.00	2.50
盛永元	75.00	2.50
合计	3,000.00	100.00

（3）东吴化工主要业务情况

东吴化工主要从事阳离子染料的生产和销售。产品主要运用于腈纶、腈纶混纺织物、改性涤纶、改性锦纶的染色。

（4）东吴化工主要财务指标

报告期内，东吴化工的财务状况和经营成果情况如下：

单位：万元

项目	财务状况			
	2010 年 6 月 30 日	09 年 12 月 31 日	08 年 12 月 31 日	07 年 12 月 31 日
流动资产	5,875.87	4,762.81	1,743.09	2,011.95
非流动资产	3,342.92	3,102.42	2,975.06	2,012.09
资产总额	9,218.79	7,865.24	4,718.15	4,024.05
负债总额	4,855.27	2,909.63	938.98	655.98
所有者权益	4,363.52	4,955.61	3,779.17	3,368.07

项目	经营成果			
	2010 年 1-6 月	2009 年度	2008 年度	2007 年度
营业收入	8,025.07	12,035.02	9,360.87	5,309.24
营业利润	515.12	1,505.58	527.94	187.99
利润总额	536.76	1,580.97	544.83	218.06
净 利 润	402.57	1,179.42	408.62	146.10

以上财务数据除 2009 年相关数据经苏州长诚会计师事务所有限公司审计外，其他数据来源于东吴化工税务申报财务报表，未经审计。

3、实际控制人持有公司股份质押或其他有争议情况

截至本招股书签署日，公司实际控制人持有的本公司股份均不存在质押或其他有争议的情况。

（二）实际控制人关联人投资、控制的企业情况

实际控制人的父亲吴金根曾作为东吴染料厂的厂长，并曾为东吴染料的实际控人，相关公司的情况如下：

1、东吴染料与东吴染料厂之间的关系

①东吴染料厂原名系吴县市东吴染料厂，为 1991 年 9 月由苏州市吴县东桥乡胡桥村经济合作社（以下简称：胡桥合作社）设立的集体所有制企业。由于吴县市东吴染料厂长期以来村厂不分，致使其资产中有部分非经营性资产及不良资产长期挂账，因此吴县市东吴染料厂决定进行转制，并制定了《东吴染料厂转制方案》上报中共苏州市相城区东桥镇委员会。2001 年 4 月 29 日，中共苏州市相城区东桥镇委员会下发了“东委发[2001]8 号”《关于东吴染料厂转制的批复》，同意胡桥合作社上报的《东吴染料厂转制方案》。具体方式为胡桥合作社采用租、股、卖结合的方式成立股份合作形式的有限责任公司，由新成立的有限责任公司逐年向胡桥合作社赎买集体股权、债权和固定资产，最终完成吴县市东吴染料厂的转制。

②为了此次转制，吴县市东吴染料厂进行了清产核资，并进行相应资产评估。苏州天安会计师事务所于 2001 年 3 月 22 日出具了“苏安评（2001）字第 031 号”《关于吴县市东吴染料厂的资产评估报告》，经评估，截至 2000 年 12 月 31 日，

吴县市东吴染料厂净资产为 3,083.79 万元，包括固定资产及其他流动资产等。

③根据转制方案确定的方式，2001 年 6 月 8 日，东吴染料成立，股权设置及比例为胡桥合作社出资 123.35 万元，持有东吴染料 24.67%的股权，吴金根等 33 名自然人合计出资 376.65 万元，共持有东吴染料 75.33%的股权。

④东吴染料成立时经营场所即为东吴染料厂原址，其生产经营所用的设备等固定资产按照转制方案逐年购买，对于暂未购买的设备东吴染料向胡桥合作社支付相应租金。对于其他无法分割的流动资产等亦按照转制方案逐年购买，对于暂未购买的流动资产作为胡桥合作社对东吴染料的债权，东吴染料向胡桥合作社支付相应利息。东吴染料厂所占土地系胡桥村集体土地，东吴染料还需向胡桥合作社支付相应土地租赁费。

⑤2001 年 12 月 28 日，中共苏州市相城区东桥镇委员会下发了“东委发[2001]27 号”《关于东吴染料厂二次转制的批复》，同意根据《东吴染料厂转制方案》，由东吴染料 33 名自然人股东对胡桥合作社所持东吴染料的全部股权予以购买。

⑥根据东吴染料与胡桥合作社关于东吴染料厂转制往来明细表，自 2001 年 1 月 14 日至 2009 年 3 月 18 日，东吴染料共计向胡桥合作社（包括胡桥村）支付固定资产、其他流动资产及相关租金、利息共计 34,996,455.83 元。至此，东吴染料根据《东吴染料厂转制方案》完成了对东吴染料厂全部净资产的收购。

2、东吴染料厂基本情况

（1）历史沿革

东吴染料厂系根据 1991 年 8 月 30 日吴县经济委员会出具的《关于同意新办吴县东吴染料厂的批复》（吴经办（91）字第 228 号），由苏州市吴县东桥乡胡桥村新办；同年 8 月 31 日，吴县会计师事务所出具《资金验资证明》和《资金来源证明》，证明苏州市吴县东桥乡胡桥村经济合作社出资 102.45 万元已全部到位；同年 9 月 2 日，苏州市吴县东吴染料厂办理了工商登记，性质为集体企业；设立时住所位于吴县市东桥胡桥村，法定代表人为周建荣，注册资金为 102.4 万元，经营范围为阳离子染料。

1992 年 11 月 13 日，经苏州市吴县东桥乡胡桥村经济合作社同意，苏州市吴县东吴染料厂法定代表人由周建荣变更为吴金根。

1995 年 7 月 12 日，苏州市吴县东吴染料厂更名为吴县市东吴染料厂；2002 年 1 月 18 日，吴县市东吴染料厂更名为苏州市相城区东吴染料厂。

2007 年 10 月 30 日，苏州市相城区黄埭镇胡桥村经济合作社（即原苏州市吴县东桥乡胡桥村经济合作社）决定注销东吴染料厂，并出具了《清算证明》，证明苏州市相城区东吴染料厂债权债务已于 2007 年 9 月 30 日清理完毕。2007 年 11 月 12 日，东吴染料厂办理了注销手续。

（2）东吴染料厂的人员和业务情况

东吴染料厂历经 2 次转制，其主要资产被东吴染料收购，注销前东吴染料厂业务为东吴染料提供检测、并销售部分东吴染料的产品。相应的人员结构为管理人员 41 人，检测人员 20 人，后勤人员 13 人。厂长为吴金根、会计为杨阿六。

（3）资产负债情况

在东吴染料厂注销前，该厂的基本财务数据如下：

单位：元

项目	2007 年 10 月 31 日
流动资产	1,504,691.91
非流动资产	645,996.20
资产总额	2,150,688.11
负债总额	810,517.69
所有者权益	1,340,170.42

注：以上数据来源于东吴染料厂税务申报数据

（4）东吴染料厂的商标和专利情况

东吴染料厂于 1994 年 1 月 28 日申请了注册号为 675372 号，图形为“ ”，核定范围为“染料”的商标，并使用该商标用于产品生产销售。2002 年 8 月 28 日，该商标转让给了东吴染料。东吴染料厂成立至其注销期间未申请专利。

3、东吴染料的基本情况

东吴染料成立于 2001 年 6 月 8 日，住所位于苏州市相城区东桥镇胡桥村，法定代表人为孙介明，现注册资本为 1,000 万元，经营范围：“销售：阳离子染料、油溶染料、皮革染料、经营本企业自产产品及技术的出口业务；经营本企业生产、科研所需的原辅材料、仪器仪表、机械设备、零配件及技术的进出口业务

（国家限定公司经营和国家禁止进出口的商品及技术除外）”。东吴染料现有股东6位，具体构成情况如下：

股东名称	出资额（万元）	持股比率
孙介明	710.00	71.00%
蒋忠英	190.00	19.00%
肖学俊	25.00	2.50%
盛永元	25.00	2.50%
洪广伙	25.00	2.50%
俞星光	25.00	2.50%
合　计	1,000.00	100.00%

（1）东吴染料历史沿革

①设立

2001年6月，由胡桥合作社和吴金根等33位自然人共同设立东吴染料，注册资本500万元，各股东均以现金出资；同年6月4日，天安会计师事务所出具了“苏安验（2001）字080号”《验资报告》，验证了股东出资到位，同年6月8日，东吴染料在苏州市吴县工商行政管理局注册成立，取得了注册号为3205862102659《企业法人营业执照》。东吴染料成立时，股东出资额及持股比例如下：

序号	股东名册	出资额(万)	比率	序号	股东名册	出资额(万)	比率
1	吴金根	135.59	27.12%	19	盛国明	3.01	0.60%
2	胡桥合作社	123.35	24.67%	20	洪广伙	3.01	0.60%
3	罗全南	67.80	13.56%	21	俞星光	3.01	0.60%
4	孙介明	60.26	12.05%	22	周增兴	3.01	0.60%
5	李文明	11.29	2.26%	23	李云良	3.01	0.60%
6	肖学俊	7.53	1.51%	24	蒋建林	3.01	0.60%
7	张　琤	7.53	1.51%	25	盛怀元	3.01	0.60%
8	周建华	7.53	1.51%	26	徐向东	1.51	0.30%
9	黄玉川	7.53	1.51%	27	李建明	1.51	0.30%

10	张利民	6.03	1.21%	28	吕建兴	1.51	0.30%
11	盛永元	6.03	1.21%	29	盛建伟	1.51	0.30%
12	张文斌	3.77	0.75%	30	沈小男	1.51	0.30%
13	蒋忠明	3.77	0.75%	31	李杏英	1.51	0.3%
14	马水龙	3.77	0.75%	32	陈 元	1.51	0.30%
15	沈才男	3.77	0.75%	33	李正兴	1.51	0.30%
16	杨阿六	3.77	0.75%	34	蒋卫红	1.51	0.30%
17	张文忠	3.01	0.60%				
18	宋金福	3.01	0.60%	合计		500.00	100.00%

②第一次股权转让及第一次减资

2002 年 9 月 28 日东吴染料股东会决议，针对 2001 年 12 月 18 日-2002 年 9 月 28 日期间东吴染料的系列股权变动进行了统一决策：

同意胡桥合作社将所持有的东吴染料股权分别转让给原 33 位自然人股东；同意原股东沈才男和李杏英将按比率受让胡桥合作社原持有的东吴染料股权后的股权，分别转让给吴艳红和洪广伙；同意蒋忠明和俞星光分别增资 2 万元和 0.2 万元，同时吴金根等股东所持东吴染料部分或全部股权（相关股权为自胡桥合作社受让后的股权）由东吴染料回购后注销，最终注册资本减少至 350 万元。

苏州东瑞会计师事务所有限公司于 2002 年 10 月 28 日出具了“东瑞内验（2002）字第 1159 号”《验资报告》，对东吴染料增资、减资进行了验证；东吴染料于 2002 年 11 月 18 日办理完成了相关工商变更登记。此次股权变动后，东吴染料的股东情况如下：

序号	股东名册	出资额(万)	比率	序号	股东名册	出资额(万)	比率
1	吴金根	178.50	51.00%	7	周建华	7.00	2.00%
2	罗全南	63.00	18.00%	8	蒋忠明	7.00	2.00%
3	孙介明	56.00	16.00%	9	盛永元	5.60	1.60%
4	李文明	10.50	3.00%	10	洪广伙	4.20	1.20%
5	肖学俊	7.00	2.00%	11	俞星光	4.20	1.20%
6	张 琤	7.00	2.00%	合计		350.00	100.00%

胡桥合作社相关股权的转让系根据 2001 年 12 月 28 日中共苏州市相城区东桥镇委员会下发的《关于东吴染料厂二次转制的批复》（东委发[2001]27 号）精神;相关减资主要因为东吴染料部分股东离职,根据《章程补充条款股东协议书》,相关股权由东吴染料回购、注销，同时根据股东意愿进行了少量股权调整。

③第一次增资

因业务发展需要，2003 年 3 月 25 日，东吴染料召开股东会并通过决议，同意将注册资本由 350 万元增至 1,500 万元，原 11 名股东按出资比例增资；苏州东瑞会计师事务所有限公司对此事项进行了审验,并于 2003 年 3 月 28 日出具了“东瑞内验（2003）字第 359 号”《验资报告》，该《验资报告》验证股东已以现金方式完成出资；实际上，本次增资的资金全部来自于股东向东吴染料的借款，存在出资不实。2003 年 4 月 1 日，东吴染料就本次增资办理完成了相应工商变更登记手续。本次增资完成后，股权结构如下表所示：

序号	股东名册	出资额(万)	比率	序号	股东名册	出资额(万)	比率
1	吴金根	765.00	51.00%	7	周建华	30.00	2.00%
2	罗全南	270.00	18.00%	8	蒋忠明	30.00	2.00%
3	孙介明	240.00	16.00%	9	盛永元	24.00	1.60%
4	李文明	45.00	3.00%	10	洪广伙	18.00	1.20%
5	肖学俊	30.00	2.00%	11	俞星光	18.00	1.20%
6	张　琤	30.00	2.00%	合计		1,500.00	100.00%

④第二次减资

2004 年 9 月 1 日东吴染料召开股东会并通过决议：东吴染料注册资本由 1,500 万元减至 350 万元，由东吴染料将吴金根等 11 位股东所持部分股权予以回购、注销；由吴金根等 10 位股东受让原股东罗全南所持有的经东吴染料本次回购后剩余的股权。

苏州天安会计师事务所有限公司对此事项进行了审验，并于 2004 年 12 月 1 日出具“苏安验（2004）字第 195 号”《验资报告》；2004 年 12 月 8 日，东吴染料就本次股权转让、减资办理完成了相应工商变更登记手续。本次股权变动完成后，东吴染料的股权结构如下表所示：

序号	股东名册	出资额(万)	比率	序号	股东名册	出资额(万)	比率
1	吴金根	217.68	62.2%	7	肖学俊	8.54	2.44%
2	孙介明	68.29	19.51%	8	盛永元	6.83	1.95%
3	李文明	12.80	3.66%	9	洪广伙	5.12	1.46%
4	蒋忠明	8.54	2.44%	10	俞星光	5.12	1.46%
5	周建华	8.54	2.44%				
6	张 琤	8.54	2.44%	合计		350.00	100.00%

东吴染料此次减资主要为解决前次出资不实的问题，股东同意将东吴染料的出资额重新调整为前次增资前的出资水平；根据《章程补充条款股东协议书》，其余 10 位股东受让了原股东罗全南持有的东吴染料股权。

⑤第二次增资

因业务发展需要，2004 年 12 月 1 日，东吴染料召开股东会并通过决议，同意将注册资本由 350 万元增至 600 万元，股东按照不同比率增资；苏州天安会计师事务所有限公司对本次增资进行了审验，并于 2005 年 1 月 18 日出具“苏安验（2005）字第 005 号”《验资报告》，该《验资报告》验证股东已以现金方式完成出资；2005 年 1 月 27 日，东吴染料就本次增资办理完成了相应工商变更登记手续。本次增资完成后，东吴染料股权结构如下表所示：

序号	股东名册	出资额(万)	比率	序号	股东名册	出资额(万)	比率
1	吴金根	366.00	61.00%	7	肖学俊	15.00	2.50%
2	孙介明	114.00	19.00%	8	盛永元	15.00	2.50%
3	李文明	15.00	2.50%	9	洪广伙	15.00	2.50%
4	蒋忠明	15.00	2.50%	10	俞星光	15.00	2.50%
5	周建华	15.00	2.50%				
6	张 琤	15.00	2.50%	合计		600.00	100.00%

⑥第二次股权转让及第三次增资

因业务发展需要，2005 年 5 月 18 日，东吴染料召开股东会并通过决议，同意：吴金根受让股东周建华所持有的东吴染料全部股权；剩余 9 位股东（即除周建华外）按比率对东吴染料进行增资，将东吴染料的注册资本增资到 1,200 万元。

苏州天安会计师事务所有限公司对上述事项进行了审验，并于 2005 年 6 月 14 日出具了“苏安验（2005）字第 106 号”《验资报告》，该《验资报告》验证股东已以现金方式完成出资；2005 年 6 月 20 日，东吴染料就本次股权转让及增资办理完成了相应工商变更登记手续。本次变更完成后，东吴染料的股权结构如下表所示：

序号	股东名册	出资额(万)	比率	序号	股东名册	出资额(万)	比率
1	吴金根	762.00	63.50%	6	肖学俊	30.00	2.50%
2	孙介明	228.00	19.00%	7	盛永元	30.00	2.50%
3	李文明	30.00	2.50%	8	洪广伙	30.00	2.50%
4	蒋忠明	30.00	2.50%	9	俞星光	30.00	2.50%
5	张　琤	30.00	2.50%	合计		1,200.00	100.00%

⑦第四次增资

因业务发展需要，2006 年 1 月 8 日，东吴染料召开股东会并通过决议，同意将注册资本由 1,200 万元增至 2,000 万元，所有股东按照原比率增资；苏州天安会计师事务所有限公司对此进行了审验，并于 2006 年 1 月 20 日出具了“苏安验（2006）字第 047 号”《验资报告》，该《验资报告》验证股东已以现金方式完成出资；2006 年 3 月 24 日，东吴染料就本次增资办理完成了相应工商变更登记手续。本次增资完成后，股权结构如下表所示：

序号	股东名册	出资额(万)	比率	序号	股东名册	出资额(万)	比率
1	吴金根	1,270.00	63.50%	6	肖学俊	50.00	2.50%
2	孙介明	380.00	19.00%	7	盛永元	50.00	2.50%
3	李文明	50.00	2.50%	8	洪广伙	50.00	2.50%
4	蒋忠明	50.00	2.50%	9	俞星光	50.00	2.50%
5	张　琤	50.00	2.50%	合　计		2,000.00	100.00%

⑧第三次股权转让

2006 年 12 月 30 日，东吴染料召开股东会并通过决议，同意张琤（因其离职）将所持股权全部转让给吴金根；2007 年 2 月 14 日，东吴染料就本次股权转让办理完成了相应工商变更登记手续。本次股权转让完成后，股权结构如下：

序号	股东名册	出资额(万)	比率	序号	股东名册	出资额(万)	比率
1	吴金根	1,320.00	66.00%	6	肖学俊	50.00	2.50%
2	孙介明	380.00	19.00%	7	盛永元	50.00	2.50%
3	李文明	50.00	2.50%	8	洪广伙	50.00	2.50%
4	蒋忠明	50.00	2.50%				
5	俞星光	50.00	2.50%	合计		2,000.00	100.00%

⑨第四次股权转让

2007 年 3 月 18 日，东吴染料召开股东会并通过决议，同意李文明（因其离职）将所持股权全部转让给吴金根；东吴染料就本次股权转让办理完成了相应工商变更登记手续。本次股权转让完成后，股权结构如下表所示：

序号	股东名册	出资额（万）	比率	序号	股东名册	出资额（万）	比率
1	吴金根	1,370.00	68.50%	5	盛永元	50.00	2.50%
2	孙介明	380.00	19.00%	6	洪广伙	50.00	2.50%
3	蒋忠明	50.00	2.50%	7	俞星光	50.00	2.50%
4	肖学俊	50.00	2.50%	合　计		2,000.00	100.00%

⑩第五次股权转让

2007 年 4 月 8 日，东吴染料召开股东会并通过决议，同意：蒋忠明将其在东吴染料的全部股权转让给蒋忠英；吴金根将其在东吴染料全部股权分别转让给孙介明（1,040 万元）和蒋忠英（330 万元）。2007 年 4 月 12 日，东吴染料就本次股权转让办理了相应工商变更登记手续。本次股权转让完成后，股权结构如下：

序号	股东名册	出资额(万)	比率	序号	股东名册	出资额(万)	比率
1	孙介明	1,420.00	71.00%	5	洪广伙	50.00	2.50%
2	蒋忠英	380.00	19.00%	6	俞星光	50.00	2.50%
3	肖学俊	50.00	2.50%				
4	盛永元	50.00	2.50%	合计		2,000.00	100.00%

⑪第三次减资

2008 年 1 月 11 日，东吴染料召开股东会并通过决议：东吴染料注册资本由 2,000 万元减至 1,000 万元，股东股权比率保持不变。苏州长诚会计师事务所有

限公司对此事项进行了审验，并于 2008 年 3 月 10 日出具了“苏长验（2008）字第 014 号”《验资报告》；2008 年 4 月 2 日，东吴染料就本次减资办理完成了相应工商变更登记手续。本次减资完成后，股权结构如下表所示：

序号	股东名册	出资额(万)	比率	序号	股东名册	出资额(万)	比率
1	孙介明	710.00	71.00%	5	洪广伙	25.00	2.50%
2	蒋忠英	190.00	19.00%	6	俞星光	25.00	2.50%
3	肖学俊	25.00	2.50%				
4	盛永元	25.00	2.50%	合计		1,000.00	100.00%

本次减资主要系：随着苏州地区环保要求的不断提高，东吴染料业务发展已与当地环保要求不相适应；东吴化工业务的良好发展致使相关股东愿意减少东吴染料的相关股权，而通过受让获得东吴化工的股权；同时，将东吴染料未来业务发展定位为销售东吴化工的相关产品。

（2）东吴染料经营期限及经营范围变更情况

2009 年 6 月 18 日，东吴染料召开股东会并通过决议，同意：

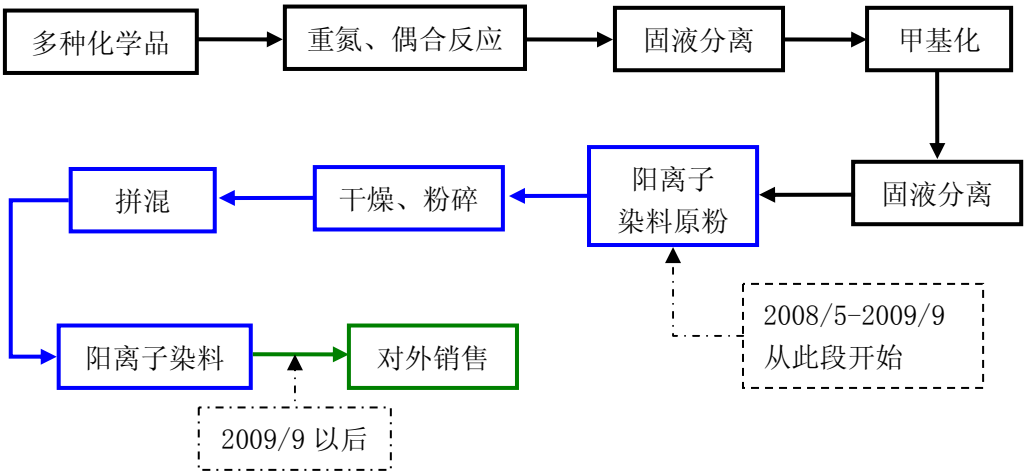
①将经营期限由“2001 年 6 月 8 日至 2009 年 6 月 7 日”变更为“2001 年 6 月 8 日至 2019 年 6 月 7 日”；②将经营范围由原有的“生产、销售：阳离子染料、油溶染料、皮革染料、经营本企业自产产品及技术的出口业务；经营本企业生产、科研所需的原辅材料、仪器仪表、机械设备、零配件及技术的进出口业务（国家限定公司经营和国家禁止进出口的商品及技术除外）。”，变更为“销售：阳离子染料、油溶染料、皮革染料、经营本企业自产产品及技术的出口业务；经营本企业生产、科研所需的原辅材料、仪器仪表、机械设备、零配件及技术的进出口业务（国家限定公司经营和国家禁止进出口的商品及技术除外）。”

2009 年 7 月 2 日，东吴染料就本次经营期限及经营范围变更办理完成了相应工商变更登记手续。

（3）东吴染料业务、人员构成情况

①东吴染料业务流程情况

报告期内东吴染料主要从事与阳离子染料相关的生产、销售业务，相关业务的流程情况如下：



说明：报告期初，东吴染料完成整个业务流程；部分时点因订单因素影响，除自行加工阳离子染料原粉外，还外购阳离子染料原粉完成成品加工，并对外销售阳离子染料；

2008/5-2009/9 期间，东吴染料不再自行加工阳离子染料原粉，全部外购阳离子染料原粉完成成品加工和对外销售阳离子染料；

2009/9 后，东吴染料业务结构调整为只销售阳离子染料。

②东吴染料业务变化情况

由于工商变更及当地环保要求的不断提高，报告期内东吴染料实际从事的业务发生了一定的变化，具体情况如下：

期间	主要业务	备注
2007/1-2007/7	阳离子染料及颜料的生产、销售	颜料的生产和销售超出营业范围
2007/7-2008/4	阳离子染料的生产、销售	工商、环保部门要求整改
2008/5-2009/9	利用阳离子染料原粉生产阳离子染料，并进行销售	环保要求，业务逐步外迁
2009/9 以后	销售阳离子染料	工商变更

东吴染料所生产、销售的阳离子染料与公司生产、销售的油墨产品具有较为明显的差异性，业务上与公司无关联性。

③人员情况

由于业务变化，目前东吴染料人员主要为管理和销售人员，相关人员与公司不存在相互使用的情形。东吴染料目前董事会成员为 3 名，为孙介明、蒋忠英和盛永元，其中孙介明为董事长兼总经理，蒋忠英为副董事长；东吴染料目前不设监事会，设监事 1 名，由俞星光担任；财务负责人为顾淑英。公司高级管理人员未在东吴染料任职。截至 2010 年 6 月 30 日，东吴染料的人员结构为：

项　　目	人数（人）	占总人数比例
销售人员	7	19.44%
管理人员	14	38.89%
生产人员	15	41.67%
合　　计	36	100.00%

注：生产人员为销售产品需要配置的包装工人及仓库管理人员

（4）东吴染料的主要财务指标

项目	财务状况（万元）			
	2010/6/30	2009/12/31	2008/12/31	2007/12/31
流动资产	5,228.95	6,149.58	8,968.79	10,227.20
非流动资产	1,014.65	1,376.44	2,024.73	4,905.93
资产总额	6,243.59	7,526.01	10,993.51	15,133.14
负债总额	3,035.41	4,290.65	6,742.54	10,231.64
所有者权益	3,208.18	3,235.36	4,250.97	4,901.50
项目	经营成果（万元）			
	2010 年 1-6 月	2009 年度	2008 年度	2007 年度
营业收入	3,738.47	7,546.95	12,924.60	15,262.49
营业利润	194.38	139.05	431.18	349.22
利润总额	-27.11	-56.37	475.60	360.36
净 利 润	-27.18	-69.88	356.70	241.44

注：以上数据取自东吴染料纳税申报表，未经审计

报告期内，公司与东吴染料之间资产独立，不存在公司与东吴染料使用对方资产的行为。此外，东吴染料目前已无任何关于知识产权方面的资产内容——包括商标、专利，以及非专利技术，开展销售业务也不需要知识产权方面的资产进行支撑，公司与东吴染料在知识产权方面完全独立。

（4）东吴染料与公司间的控制关系

2007 年 4 月 12 日，吴金根将其所持东吴染料全部股权分别转让给孙介明和蒋忠英后，孙介明即持有东吴染料 71%的股权，为东吴染料实际控制人至今。上述股权转让完成后，除发行人实际控制人吴艳红之夫妹蒋忠英持有东吴染料 19%的股权并担任副董事长职务外，无其他发行人实际控制人关联人持有东吴染料股

权并担任职务，东吴染料与公司之间没有控制关系。在吴金根转让东吴染料股权前，东吴染料属于发行人控股股东的重要关联人控制的企业；在此之后，东吴染料不再属于发行人控股股东的重要关联人控制的企业。

经核查，保荐人、发行人会计师和发行人律师认为：2007 年 4 月 12 日以后，东吴染料已不属于发行人控股股东、实际控制人及其控制的企业。

（三）持股超过 5%的法人股东情况

目前公司有 2 位持股比例在 5%以上的法人股东，分别为苏州元盛和国嘉创投。

1、苏州市元盛市政工程有限公司的基本情况

苏州元盛成立于 2007 年 9 月 6 日，注册资本 600 万元，实收资本 600 万元，注册地址为苏州市吴中区吴中东路 28 号，经营范围为：市政工程、土石方工程、绿化景观工程施工。该公司持有本公司 500 万股，占发行前公司总股本的 9.09%。截至本招股书签署日，苏州元盛的股权结构为：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例（%）
1	沈文华	300.00	50.00
2	邬云飞	210.00	35.00
3	邱荣鑫	90.00	15.00
合　计		600.00	100.00

截止2010年6月30日，该公司总资产1,929.40万元，净资产598.60万元，2010年1-6月份实现销售收入为0万元，净利润-0.16万元（未经审计）；2009年12月31日，该公司总资产1,903.08万元、净资产645.44万元，2009年度销售收入为783.30万元，实现净利润46.67万元（经苏州长诚会计师事务所有限公司审计）。

2、苏州国嘉创业投资有限公司的基本情况

（1）苏州国嘉创业投资有限公司的基本情况

国嘉创投成立于 2008 年 1 月 25 日，注册资本 50,000 万元，实收资本 25,000 万元，注册地址为苏州市平江区西北街 118 号，经营范围为：创业投资，代理其他创业投资企业等机构或个人的创业投资业务，为创业投资企业提供创业投资管理服务业务、创业投资咨询业务。该公司持有本公司 350 万股，占发行前公司总

股本的6.36%。截至本招股书签署日，国嘉创投的股权结构为：

序号	股东名称	实缴出资额（万元）	出资比例（%）
1	苏州市相城区江南化纤集团有限公司	6,500.00	26.00
2	苏州国发创业投资控股有限公司	4,280.00	17.12
3	江苏隆力奇生物科技股份有限公司	3,120.00	12.48
4	苏州信托有限公司	2,500.00	10.00
5	苏州国发中小企业担保投资有限公司	1,250.00	5.00
6	苏州创业投资集团公司	1,200.00	4.80
7	攀华集团有限公司	865.00	3.46
8	苏州工业园区国有资产控股发展有限公司	710.00	2.84
9	昆山市创业控股有限公司	605.00	2.42
10	洋浦永联投资有限公司	457.50	1.83
11	丰立集团有限公司	432.50	1.73
12	无锡瑞银投资有限公司	432.50	1.73
13	吴江市东方国有资产经营有限公司	365.00	1.46
14	苏州尼盛国际投资管理有限公司	332.50	1.33
15	苏州太湖中腾房地产发展有限公司	332.50	1.33
16	苏州市城市建设开发有限公司	250.00	1.00
17	苏州高新区经济发展集团总公司	245.00	0.98
18	常熟市发展投资有限公司	240.00	0.98
19	苏州爱昆投资发展有限公司	200.00	0.80
20	苏州医药集团有限公司	182.50	0.73
21	苏州新城花园酒店	167.50	0.67
22	北京启迪兴业广告有限公司	167.50	0.67
23	苏州建设集团有限公司	82.50	0.33
24	苏州金河置业有限公司	82.50	0.33
合　计		25,000.00	100.00

截止2010年6月30日，该公司总资产25,541.38万元，净资产25,291.38

万元，2010 年 1-6 月份实现销售收入为 0 万元，净利润-110.83 万元（未经审计）；2009 年 12 月 31 日，该公司总资产 25,413.38 万元、净资产 25,402.20 万元，2009 年度营业收入为 310.29 万元，实现净利润 446.03 万元（经江苏公证天业会计师事务所有限公司审计）。

目前国嘉创投持股较为分散，无实际控制人。该公司现有 5 名董事，分别为：陶国平、陈孝勇、徐之伟、戈海和李莹，其中陶国平为董事长；高管 1 名，为总经理兼财务总监，孙惠新。

（2）国嘉创投的股东、董事、高管等与公司的股东、董事、监事、高级管理人员、其他核心人员、公司本次发行上市的有关中介机构及其签字人员之间的关联关系

①保荐机构的控股股东是苏州国际发展集团有限公司

苏州国际发展集团有限公司直接持有保荐机构 42.12%的股权，并通过其全资子公司苏州市营财投资集团公司和控股子公司苏州信托有限公司（持股 70.01%）间接持有保荐机构 4.50%和 3.54%的股权，为保荐机构的控股股东。

②苏州国际发展集团有限公司间接持有公司的股权

苏州国际发展集团有限公司直接持有苏州国发创业投资控股有限公司 60%的股权，并通过苏州市营财投资集团公司间接持有苏州国发创业投资控股有限公司 40%的股权。

苏州国际发展集团有限公司直接持有苏州国发中小企业担保投资有限公司 18.75%的股权，并通过苏州市营财投资集团公司间接持有苏州国发中小企业担保投资有限公司 12.50%的股权。

苏州国际发展集团有限公司直接持有苏州市城市建设开发有限公司 20%的股权。

苏州国发创业投资控股有限公司、苏州信托有限公司、苏州国发中小企业担保投资有限公司和苏州市城市建设开发有限公司分别持有国嘉创投 17.12%、10.00%、5.00%和 1.00%的股权。

目前国嘉创投持有公司 6.36%的股权；因此，保荐机构的控股股东苏州国际发展集团有限公司间接持有公司股权。

此外，国嘉创投总经理兼财务总监孙惠新还兼任公司董事。

（3）国嘉创投持有公司股份不涉及国有股转持

根据《关于印发<上市公司国有股东标识管理暂行规定>的通知》（[2007]108号）相关规定，国嘉创投所持发行人的股份未涉及国有股份，不承担转持国有股份的义务。

经核查，保荐人和发行人律师认为：国嘉创投所持发行人的股份未涉及国有股份，不承担转持国有股份的义务。

（四）其他持股超过5%以上的自然人股东情况

盛建刚先生，中国国籍，无永久境外居留权，住所：江苏省苏州市，身份证号码：32052419780401××××。截至本招股书签署日，盛建刚持有本公司500万股，占本次发行前公司总股本的9.09%。

六、发行人股本情况

（一）本次发行前后的股本变化情况

本次发行前公司总股本为5,500万股，本次拟发行人民币普通股1,850万股，占发行后总股本的25.17%，发行前后公司股本情况如下：

股东名称	股本性质	发行前		发行后	
		持股数（万股）	持股比率	持股数（万股）	持股比率
吴贤良	自然人	2,750.00	50.00%	2,750.00	37.41%
吴艳红	自然人	1,000.00	18.18%	1,000.00	13.61%
盛建刚	自然人	500.00	9.09%	500.00	6.80%
苏州元盛	社会法人	500.00	9.09%	500.00	6.80%
国嘉创投	社会法人	350.00	6.36%	350.00	4.76%
徐　莹	自然人	250.00	4.55%	250.00	3.40%
相城创投	社会法人	150.00	2.73%	150.00	2.04%
本次发行股份	社会公众股	-	-	1,850.00	25.17%
合计		5,500.00	100.00%	7,350.00	100.00%

（二）发行人主要股东情况

本次发行前，公司共有 7 位股东，相关股东的持股情况如下：

序号	股东名称	持股数量（万股）	持股比例
1	吴贤良	2,750.00	50.00%
2	吴艳红	1,000.00	18.18%
3	盛建刚	500.00	9.09%
4	苏州元盛	500.00	9.09%
5	国嘉创投	350.00	6.36%
6	徐　莹	250.00	4.55%
7	相城创投	150.00	2.73%
合　计		5,500.00	100.00%

（三）发行人自然人股东及其在发行人处的任职情况

截至本招股书签署日，本公司有 4 位自然人股东，其任职情况如下：

序号	股东名称	持股数（万股）	持股比例	在公司任职
1	吴贤良	2,750.00	50.00%	董事长、总经理
2	吴艳红	1,000.00	18.18%	董事、财务总监
3	盛建刚	500.00	9.09%	未任职
4	徐　莹	250.00	4.55%	未任职

（四）最近一年发行人新增股东的持股数量及其变化情况

1、增资情况

2009 年 12 月 18 日，公司召开 2009 年度第三次临时股东大会，审议通过了《关于公司新增股东并增资 500 万元的议案》：同意国嘉创投和相城创投分别增资 350 万股和 150 万股，增资金额分别为 10,245,454.00 元和 4,390,909.00 元。增资价格是按照双方协商确定，约为 2.93 元/股。本次增资后，公司注册资本变更为 5,500 万元，各股东增资前后持股情况如下：

股东名称	股本性质	增资前		增资后	
		持股数（万股）	持股比率	持股数（万股）	持股比率
吴贤良	自然人	2,750.00	55.00%	2,750.00	50.00%
吴艳红	自然人	1,000.00	20.00%	1,000.00	18.18%
盛建刚	自然人	500.00	10.00%	500.00	9.09%
苏州元盛	社会法人	500.00	10.00%	500.00	9.09%
国嘉创投	社会法人	-	-	350.00	6.36%
徐　莹	自然人	250.00	5.00%	250.00	4.55%
相城创投	社会法人	-	-	150.00	2.73%
合计		5,000.00	100.00%	5,500.00	100.00%

立信会计师事务所对上述事项进行了审验，并于 2009 年 12 月 24 日出具了“信会师报字【2009】第 24819 号”《验资报告》。公司于 2009 年 12 月 28 日在江苏省苏州工商行政管理局办理完成了工商变更登记，并领取了变更后的营业执照。

2、公司新增股东的股东情况

最近一年公司的新增股东均系法人。其中，国嘉创投共由 24 位股东投资设立，具体情况详见本节之“五、持有发行人 5%以上股份主要股东及实际控制人的基本情况”之“（二）持股超过 5%的法人股东情况”。目前国嘉创投持股较为分散，无实际控制人。

相城创投成立于 2009 年 3 月 12 日，注册资本 15,000 万元，实收资本 3,000 万元，注册地址为苏州市相城区元和街道采莲路 1122 号，经营范围为：创业投资及咨询服务、为创业企业提供创业管理服务。目前相城创投共有 11 位股东，其出资、持股情况如下：

序号	股东名称	实缴出资额（万元）	出资比例（%）
1	中新苏州工业园区创业投资有限公司	600.00	20.00
2	苏州市相城创业投资有限公司	570.00	19.00
3	张家港润达实业有限公司	300.00	10.00
4	陆素明	300.00	10.00

5	苏州市相城区江南化纤集团有限公司	200.00	6.67
6	苏州市金澄薄板有限公司	200.00	6.67
7	江苏金亦达铜业股份有限公司	200.00	6.67
8	苏州市相城区渭塘渭泾塑料制品厂	200.00	6.67
9	苏州市新天地投资有限公司	200.00	6.67
10	苏州市上原科技有限公司	200.00	6.67
11	苏州市相城创业投资管理有限公司	30.00	1.00
合 计		3,000.00	100.00

目前相城创投持股较为分散，无实际控制人。相城创投现有 11 名董事，具体为：董事长：金巧荣；董事：姚骅、刘兴法、陆素明、顾志强、金鑫南、杨兴根、胡盘根、陆惠明、施炳根、李文炳；高管 2 名，分别为总经理金巧荣，财务负责人游国栋。

相城创投的股东、董事、高管等与公司的股东、董事、监事、高级管理人员、其他核心人员、公司本次发行上市的有关中介机构及其签字人员之间的无关联关系。

（五）本次发行前各股东间的关联关系及关联股东的各自持股比例

本次发行前，吴贤良持有本公司 2,750 万股，占发行前总股本的 50.00%；吴艳红持有本公司 1,000 万股，占发行前总股本的 18.18%。吴艳红和吴贤良系姐弟关系。

除前述披露关联关系，截至本招股书签署日，公司其他股东之间不存在关联关系。

（六）本次发行前股东所持股份的限售安排和自愿锁定股份的承诺

公司控股股东吴贤良和股东吴艳红承诺：自公司股票上市之日起三十六个月内，不转让或委托他人管理其持有的发行人股份，也不由公司回购其持有的股份。

此外，上述两位股东还承诺：在前述承诺的基础上，在其任职期间每年转让的股份不超过其持有公司股份总数的 25%；且在离职后半年内，不转让其持有的公司股份。

公司股东国嘉创投和相城创投承诺：自其增资成为发行人股东的工商登记完成之日起三十六个月内，其将不转让或者委托他人管理其直接或者间接持有的发行人公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购其直接或间接持有的前述股份；自公司股票上市之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理其已直接和间接持有的公司股份，也不由公司回购该部分股份；且自公司股票上市之日起二十四个月内，转让股份不超过其持有公司股份总数的 50%。

公司其他股东均承诺：自公司股票上市之日起十二个月内，不转让或委托他人管理其持有的公司股份，也不由公司回购其持有的股份。

此外，苏州元盛和国嘉创投还承诺：在前述承诺的基础上，在该公司委托选派董事任职期间每年转让的股份不超过其持有公司股份总数的 25%；且在离职后半年内，不转让其持有的公司股份。

承诺期限届满后，上述股份可以上市流通和转让。

七、发行人内部职工股的情况

自发行人成立至今，未发行过内部职工股。

八、工会持股、职工持股会、信托持股、委托持股的情况

自发行人成立至今，发行人不存在工会持股、职工持股会持股、信托资金持股、委托持股或股东数量超过二百人的情况。

除1名股东无法联系外，根据公司前身（大东洋油墨、科斯伍德有限）股东出具的承诺，自大东洋油墨设立以来至发行人成立时，大东洋油墨或科斯伍德有限不存在委托持股、信托持股等情形。即使该无法联系的股东，在其为大东洋油墨股东期间存在委托持股、信托持股的情形，此行为自该股东退出大东洋油墨后即不再存在，对发行人本次公开发行股票不构成实质性影响。

九、发行人员工及社会保障情况

（一）员工基本情况

本公司根据发展的需要形成了系统的人力资源规划，随着公司的持续发展壮大，员工人数不断增加，近三年及一期公司员工人数（计入劳动派遣人员）分别为202人、220人、236人和258人。

为更有效保障用工需求，公司在2009年选择了劳务派遣方式作为招募生产人员的一种补充手段，通过劳务派遣的方式来招募部分对专业技术要求较低的岗位人员。截至2010年6月30日，公司在册正式员工为155人，通过劳务派遣方式招募的人员为103人，公司员工专业结构、受教育程度及年龄结构如下：

1、员工专业构成

专　　业	人　　数	比　　例
生产人员	165人	63.95%
技术人员	60人	23.26%
销售人员	16人	6.20%
管理人员	17人	6.59%
合　　计	258人	100.00%

2、员工受教育程度构成

受教育程度	人　　数	比　　例
本科及以上	28人	10.85%
大　　专	30人	11.63%
大专以下	200人	77.52%
合　　计	258人	100.00%

3、员工年龄构成

年龄	人　　数	比　　例
30周岁以下	90人	34.88%
30周岁～40周岁	109人	42.25%
40周岁以上	59人	22.87%
合　　计	258人	100.00%

（二）发行人执行社会保障制度、住房制度改革、医疗制度改革情况

报告期内，根据相关法规和规范性文件规定，公司与全体在职员工签订了劳动合同，为全体在职员工[1]缴纳了养老、医疗、失业、工伤、生育等五项社会保险；公司于2009年12月开始为员工办理住房公积，并已在2010年2月补缴从2008年1月至办理日期间的住房公积金。相关缴纳情况如下：

期间		2010年1-6月	2009年	2008年	2007年
养老保险	公司缴纳比率	20%	20%	20%	20%
	个人缴纳比率	8%	8%	8%	8%
	公司合计缴纳金额（元）	1,404,596.06			
医疗保险	公司缴纳比率	9%	9%	10%	10%
	个人缴纳比率	2%+5	2%+5	2%+5	2%+5
	公司合计缴纳金额（元）	649,853.02			
失业保险	公司缴纳比率	2%	2%	2%	2%
	个人缴纳比率	1%	1%	1%	1%
	公司合计缴纳金额（元）	138,190.26			
工伤保险	公司缴纳比率	0.50%	0.50%	1%	1%
	公司合计缴纳金额（元）	48,721.02			
生育保险	公司缴纳比率	1%	1%	1%	1%
	公司合计缴纳金额（元）	69,095.13			
住房公积	公司缴纳比率	8%	8%	8%	-
	个人缴纳比率	8%	8%	8%	-
	公司合计缴纳金额（元）	228,705.00			

根据2010年8月6日苏州市相城区社会保险基金管理中心出具的相关证明，公司已按期足额履行缴纳基本保险费的义务，未发现任何违反劳动方面的法律法规的情形。

[1] 注：本公司首席技术总监大卫.欧文（David Owen）系英国国籍，公司未为其缴纳社保和住房公积金。

根据2010年8月5日苏州市住房公积金管理中心相城管理部出具的相关证明，公司已按规定建立住房公积金制度，未受到任何与住房公积金相关的行政处罚，未发现公司有住房公积金的违法违规记录。

根据2010年8月6日苏州市相城区人力资源和社会保障局出具的相关证明，报告期内公司没有违反劳动法律法规的情形，未因此受到过行政处罚。

公司实际控制人共同出具了《承诺函》，承诺：“如苏州市有权政府部门要求或决定，公司为员工补缴2008年以前的住房公积金而承担任何罚款或损失，本人愿意在无需公司支付对价的情况下承担任何及全部赔付责任”。

十、实际控制人、持有5%以上股份的主要股东及作为股东的董事、监事、高级管理人员作出的重要承诺及其履行情况

截至本招股书签署日，相关股东均切实履行了其作出的相关承诺。

（一）避免同业竞争的承诺

公司控股股东、实际控制人已向公司出具了《关于避免同业竞争的承诺》，具体内容参见本招股书之“第七节 同业竞争与关联交易”之“一、（二）实际控制人为避免同业竞争而出具的承诺”。

（二）规范和减少关联交易的承诺

公司控股股东、实际控制人出具了《关于避免和减少关联交易的承诺书》，承诺将尽可能避免和减少与公司之间的关联交易。若有关的关联交易为公司日常经营所必需或者无法避免，承诺方保证该等关联交易所列之交易条件公允，不损害公司及股东利益。

（三）有关股份锁定等的承诺

具体内容参见本节之“六、发行人股本情况”之“（六）本次发行前股东所持股份的限售安排和自愿锁定承诺”。

（四）关于承担补缴员工住房公积金的承诺

公司实际控制人共同出具了《承诺函》，承诺：“如苏州市有权政府部门要求或决定，公司为员工补缴2008年以前的住房公积金而承担任何罚款或损失，本人愿意在无需公司支付对价的情况下承担任何及全部赔付责任”。

第六节 发行人业务与技术

未经特殊说明，本节相关资料来源于全国油墨行业信息中心

一、发行人的主营业务及变化情况

（一）主营业务情况

公司成立以来，秉承“高度创新能力的国际知名环保油墨制造商”的整体发展战略，专注于对高分子材料和植物油改性的研发，并将之运用于印刷胶印油墨的生产与销售。

公司是国内环保胶印油墨行业的龙头企业之一。作为国家火炬计划立项项目执行单位、江苏省高新技术企业、省级民营科技企业，公司所拥有的“东吴牌”油墨为江苏省著名商标、苏州市名牌产品，并有多个产品获得江苏省科学技术厅授予的“高新技术产品”。

公司是国内环保胶印油墨行业技术创新能力最强的企业之一。公司开发了包括NON-VOC类产品、高降解率产品等大量环保型产品，产品已获得了国家绿色环保油墨的认证、瑞士第三方检测机构SGS的认证、欧盟REACH预注册、美国大豆协会产品认可等多项绿色产品认证。

公司是国内少数能将产品直接销往欧美等发达国家和地区的企业之一。公司产品已销售地覆盖包括美国、英国、德国、法国、荷兰、比利时、印度等世界主要油墨制造国在内的50多个国家和地区；产品被广泛运用于食品、电子、化妆品、化工等多个行业世界一流企业在内的众多终端客户群体。2010年公司被中国印刷及设备器材工业协会列为“2008-2009年度油墨产品出口排名第一”的企业。

（二）主要产品及特点

公司产品为环保型胶印油墨，产品从性能上可进一步细分为快干亮光、高光泽和高耐磨三大系列，其中：

（1）快干亮光型胶印油墨：具有出色的固着速度，印刷过程中能够纸上干

燥快、印刷机器上不结皮。油墨细腻，印品透明度高、色彩鲜艳，用于各类纸张印刷，如铜版纸、卡纸、胶板纸等。公司快干亮光型胶印油墨在印刷基材上的固着时间已缩短到3分钟左右，远快于同行业一般需要9分钟左右的固着时间，而且可以做到在未使用状况下，保证油墨在印刷机械上2-3天不结皮。

（2）高光泽型胶印油墨：相对快干亮光型胶印油墨光泽更高、色彩更加鲜艳饱满，更适用于高级铜版纸印刷高档印刷品，印品可获得类似上光后的高光泽效果。公司高光泽型胶印油墨的光泽度可以达到80%以上，远高于标准要求的55%。

（3）高耐磨型胶印油墨：在保证油墨的浓度和光泽前提下，加快了油墨爽干性，使印品具有较高的耐磨性，产品特别适用于哑粉纸的印刷。公司高耐磨型胶印油墨由于采用改性植物油基替代原有助剂“蜡”，产品耐磨性比传统耐磨性油墨高出30%[2]。

（三）发行人主营业务的变化情况

公司成立以来，通过不断增加投入提高整体研发、制造能力，已逐步建立了完善的环保胶印油墨运营体系。报告期内环保胶印油墨的销售占公司营业收入的99%以上，主营业务没有发生变化。

二、发行人所处行业的基本状况

（一）行业概况

1、行业简介

（1）油墨的基本概念

油墨是一种由颜料微粒均匀分散在树脂连接料中并具有一定黏性的流体物质。作为一种通过印刷手段在承印物表面上实现复制或再现的专用材料，油墨与印刷互为依存、密不可分，被广泛应用于出版物印刷、包装印刷和商务印刷，近年来在电子光盘和建筑装饰材料等领域也得到应用，属于技术密集型的精细化工产品。

油墨主要由颜料、树脂连接料和助剂构成。颜料是颗粒极细的有色物质，决定油墨的颜色、着色力、色度，以及耐酸、耐碱、耐光、耐水等性能，约占油墨

[2] 本段数据引自国家印刷装潢制品质量检测中心的《检测报告》。

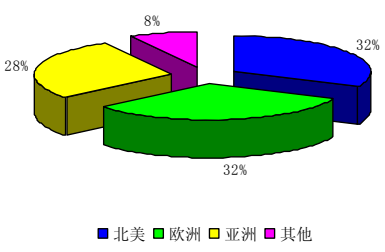
构成的 10%-20%。树脂连接料是油墨的流体组成部分，主要由各种树脂和溶剂构成；作为颜料的载体，树脂连接料能够调节油墨的黏度、流动性、干燥性和转印性能，并使油墨在承印物表面干燥、固着并成膜；树脂连接料是油墨的重要成分，直接决定油墨的品质，约占油墨构成的 70%-80%。助剂是在油墨制造及印刷过程中用以改善油墨性能、调节油墨适印性而加入的少量辅助材料，助剂约占油墨构成的 10%左右。

（2）全球油墨行业的发展状况

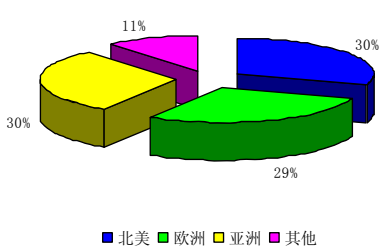
近代油墨工业产生于西方国家第一次工业革命后，因化工和印刷业的发展而得以迅速带动，20 世纪 80 年代以后，伴随着全球经济的不断发展及企业实力的不断增强，全球油墨制造业产量不断上升，行业集中度不断提高，全球前 10 大油墨企业约占全世界 70%以上的市场份额，而且大部分是各大证券交易市场的上市公司，如在日本东京证券交易所上市的 DIC（Dainippon Ink & Chemicals Corporation）2008 年总销售额达到 95.9 亿美元，其中约 46%左右的销售额系油墨类产品的销售，油墨产量达到了 120 万吨，约为全球油墨总量 31%。目前美国、日本、中国和德国为世界最大的油墨生产国和消费国。

油墨作为印刷器材的一部分，其发展与印刷行业的发展及景气度直接关联。据美国印刷市场调研机构（PRIMIR）发表的《全球印刷市场调查》（2006 年）报告称，全球印刷市场主要分布在北美、欧洲和亚洲，基本各占 1/3；未来印刷市场“东移”趋势明显，一批发展中国家，如中国、印度、俄罗斯、乌克兰等发展迅速，其年均 10%以上的增长率将有效推动全球印刷行业的发展；而其中，由于中国、印度、巴西等目前绝对值相对其他发展中国家更高，因此中国、印度、巴西等国发展决定了世界的整体发展速度；发达国家印刷行业整体基本饱和，其增长速率将相对缓慢，整体年增长率不会超过 2%，但由于基数因素，其仍在印刷市场中占有绝对的比重。具体如下图：

2006年全球印刷市场分布情况



2011年全球印刷市场分布预测



（3）我国油墨行业的发展状况

受国家政策及经济发展的影响，我国印刷行业从上世纪 80 年代后期开始迅速发展，与此对应我国油墨行业通过技术及设备的引进、消化、吸收及研发，也获得了快速发展。全国油墨总产量从 1980 年的 2 万吨，发展到 2009 年末全国约 44 万吨，总计增长了约 22 倍。在各个油墨细分行业上，我国油墨产品的功能性上已基本接近世界最先进国家产品水准，并涌现了年产 3 万吨以上的单产厂家。随着产品品质、研发能力、市场开拓的不断增强，细分行业的领先企业也得到了社会的认同，如细分行业发展较好的龙头企业——乐通股份（证券代码：002319 SZ，凹版油墨）和天龙集团（证券代码：300063 SZ，柔版油墨）已分别在深圳证券交易所中小板和创业板挂牌上市。

2、行业细分

油墨的分类方式很多，国际通常按照印刷方式、承印基材或干燥方式等不同进行分类，其中最常用的是按照印刷方式进行分类——由于各种印刷方式的不同，各种印刷方式所运用的油墨各不相同。

（1）印刷及油墨的分类

①印刷分类

印刷方式根据是否运用印刷版材可分为两大类，具体情况如下：

分类	印刷方式	印刷工艺特点
用版材	凸版、胶版、凹版、柔版、网孔版	需要制版，印刷工艺较复杂； 接触式印刷，适合大批量的作业
不用版材	喷墨	无需制版，印刷工艺简单； 非接触式印刷，适合小批量的作业

目前用版材印刷无疑属于印刷业的主流形式,约占整个印刷市场的97%以上；而非版材印刷作为一种便捷、快速的新型印刷方式，近年来得到了一定的发展，但整体份额相对较小。用版材印刷的几种方式，各具特点，具体如下：

凸版印刷方式：曾为最主要的印刷形式，被广泛运用于各类印刷，凸版印刷的主要特征是印刷版面着墨部分凸出于非着墨部分。我国在上世纪 70 年代开始逐步为胶印所替代，目前传统意义上的凸版印刷已基本为市场所淘汰（市场份额不足 1%）。

胶版印刷方式：为目前印刷主流印刷形式，胶印印刷的版面各部分基本上处于一个平面，图纹处亲油，非图纹处亲水，利用油水相斥的原理进行印刷。胶版印刷能够较好地适应各类纸质品，且印品质量相比其他印刷方式更好，目前约占53%的印刷市场份额[3]。

凹版印刷方式：印刷时凹入于版面的图纹部分上墨，将非图纹部分的墨擦去或刮净，然后进行印刷。凹印印刷油墨的生产和印刷过程中一般会使用甲苯和二甲苯的混合溶剂，对环境和操作人员健康存在不利影响。其早期是随着塑料薄膜印刷发展而发展起来，目前广泛运用于普通表格、复合包装材料、复合建筑装饰以及食品、烟酒、化妆品等高档商品的包装印刷，目前约占 27%的印刷市场份额。

柔版印刷方式：使用柔性版、通过网纹传墨辊传递油墨施印的一种印刷方式，较多使用于柔性基材的印刷，如瓦楞纸、不干胶等。目前该类印刷约占 9%的印刷市场份额。

网孔版印刷方式：通过印版的网孔漏印到承印表面进行印刷。具有运用范围广，使用灵活的特点，被较多运用于织物、非平面等产品的印刷，目前约占 7%-8%的印刷市场份额。

②印刷方式下各类油墨的分类

正是由于印刷机理的要求，各类印刷下所运用的油墨也存在较大的差异，其中最主要的差异在树脂连接料、承印基材等方面。各类油墨产品的差异具体如下：

项目		胶印油墨	凹印油墨（溶剂油墨）	柔印油墨（水性油墨）	网印油墨
树　脂连接料	树脂（较多采用）	松香改性树脂	聚酰胺树脂	丙烯酸系树脂	多用途多选择
	溶剂（较多采用）	矿物油、 植物油（高沸点）	醇类、水类（低沸点）	水及醇类（低沸点）	多用途多选择
主要承印基材		吸收性、非吸收性纸张	塑料薄膜	瓦楞纸	非规则界面的各类基材
其他		印刷过程需用润版液	部分产品溶剂含苯类物质	-	-

[3] 2007 年行业统计数据，后同

从上表可以发现，各类油墨对应的印刷基材不尽相同，因此选用了不同的树脂连接料，无可替代性。

（2）胶印油墨分类

①胶印印刷的特点及其运用

胶版印刷作为运用最广的一种印刷方式，运用范围相当广泛，从相对低端的报纸、书刊印刷到相对高端的商务印刷、包装印刷都可采用。在胶版印刷中根据印刷机理不同，可更进一步细分为冷固轮转胶版印刷、热固轮转胶版印刷和单张纸胶版印刷方式。各种印刷方式特点也不仅相同，具体如下表：

分类	冷固轮转胶版印刷	热固轮转胶版印刷	单张纸胶版印刷
印刷干燥方式	渗透干燥为主	热风干燥为主	渗透+氧化结膜
印刷供纸方式	卷筒纸	卷筒纸	单张纸
纸张类型	新闻纸	铜版纸	各类纸张
印刷速度	60000-90000 张/小时	60000-90000 张/小时	20000 张/小时以下
印刷质量要求	低	中	高
印刷颜色	黑色为主	彩色	彩色
主要印刷产品	报纸	商务印刷	包装、商务印刷等
单厂需求量	大	中	小
市场份额分布	20%	10%	70%

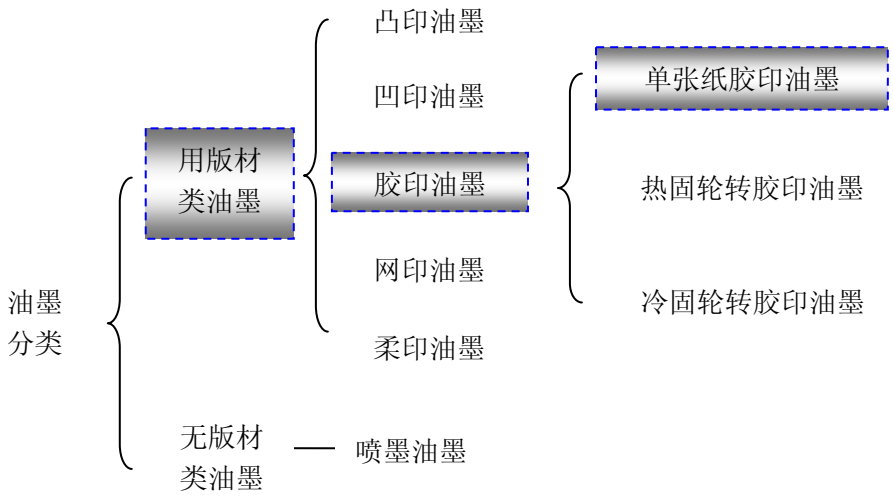
②胶印油墨的分类

胶印油墨的构成基本相近，但由于使用方面的需要差异导致在溶剂、助剂和黏度上存在一定的差异性——这与其具体运用领域相适应，同样具有不可替换性。具体见下表：

	冷固轮转胶印油墨	热固轮转胶印油墨	单张纸胶印油墨
矿物油沸点（度）	400 以上	240-290	270-320
植物油占配方比率	10%-30%	10%左右	20%以上
助剂	无干燥剂	无干燥剂	有干燥剂
黏度	低	中	高
基材	新闻纸	铜版纸	各类纸张

3、发行人的行业定位

胶印油墨在整个油墨市场中需求量最大，其中单张纸胶印油墨需求属于市场高端需求，为此发行人在介入油墨行业之时即选择了单张纸胶印油墨作为自身的主导发展方向。随着单张纸胶印油墨在快干、高光、耐磨方面性能地不断提升，其在整个油墨行业中的主导地位也越显突出，从而为发行人过去、现在和未来发展提供了较好的市场环境。按印刷方式分类，发行人产品在整个油墨行业分类中所处地位如下图：



4、胶印油墨行业主要特征

（1）创新能力要求高

连接料是胶印油墨的主要组成部分，约占胶印油墨总量的 70%-80%，其又主要由树脂、溶剂所共同构成，胶印油墨所采用是一种改性的树脂连接料，其形成过程要求具有较强的创新能力以实现较好的性能指标和环保指标。

在性能方面，连接料的制造过程必须对多种树脂的改性处理，以实现对应连接料功能性要求。树脂作为一种高分子聚合材料其品种众多，各品种的分子量、结构、粘度、溶解性、极性、酸价等物理及化学性也存在较大的差异性。为实现印品要求，需要将具有不同特性的多种树脂进行改性，通过改变其分子量大小及结构排布，形成新型的、符合特定要求的新型复合材料。

在环保方面，在当前环保要求越来越高的情况下，还需要具有以改性植物油基以替代矿物油的能力[4]，以符合环保和现代印刷业需求。溶剂一般由矿物油和

[4] 注：目前我国只有部分具有技术实力的企业能够使用改性植物油基替代矿物油

植物油所构成，矿物油作为石油衍生品具有黏性低，分子量小，能迅速渗透进入纸张，但含有有机挥发成份（VOC），同时资源稀缺性的特征；而植物油相对黏性高，分子量大，不含有机挥发成份 VOC（环保性强），同时可再生性强的特点。通过植物油改性形成“改性植物油基”能够有效降低其分子量及黏性，在保持无有机挥发份环保优点的同时，能够在纸张上形成接近矿物油渗透性的优点。

此外，连接料作为树脂和溶剂的综合体，不同的树脂需要与不同的溶剂相适应，形成新型环保型连接料，这需要很高的创新能力及较强的新材料研发能力。

（2）环保要求高

对本行业环保的要求主要体现在对制造过程和产品的环保性能上。

作为精细化工产品的生产，胶印油墨的生产过程会运用到多种基础化工原材料，生产过程的废弃物有可能对环境产生不利的影响。我国《油墨工业水污染物排放标准》已在国家环境保护部科技标准司主持的标准审议会上获得通过，预计不久将正式实施。因此，制造过程中必须要求油墨企业具备较高的环境管理水平，拥有清洁生产和污染控制技术的能力。

胶印油墨产品主要被运用到与人们生活密切相关的众多领域，如食品、电子产品的包装，报纸、书刊等。我国已制定了符合环境标志的胶印油墨的技术要求和国家标准；欧美等发达国家也制定了系列的产品保准，如 RoHS 标准、EN71 标准、ASTM 标准、NON-VOC 标准、REACH 预注册等。产品符合上述国家标准、获得发达国家相应认证是产品能够实现市场销售的重要基础。

（3）生产过程柔性化

现代印刷业具有需求多样化的特征，主要体现在颜色、使用环境、环保要求、印刷速度、印刷机结构等多方面，而胶印油墨产品的生产可通过选用不同的颜料和连接料予以实现。多样性的需求要求油墨制造企业具有充分整合现有资源的能力，借助已有的控制体系和加工设备分别投放不同的颜料和连接料，以同样的制造体系生产出不同的产品。因此，从产品制造过程来看，本行业具有明显的柔性制造特征。

（4）销售过程需要提供高效附加服务

影响印刷产品品质的因素很多，其中包括：印刷机械、车间温湿度、油墨产品、纸张、PS 版、橡皮布、水质、润版液、印刷工人的素质等，其中任何环节

出现变化往往都会导致印品的品质出现变动，从而影响到客户产品的市场销售。我国使用胶印油墨的印刷企业非常众多，其中有很大多数企业属于中小型企业，这类企业往往缺乏足够的技术能力发现其中出现问题的环节，更缺乏解决问题的能力。因此，油墨企业在产品销售过程中如果能够提供相应的技术解决方案就更能够获得客户企业的认同。

此外，由于我国尚未形成自己的颜色体系，而下游包装印刷业又呈现快速发展状况，各类专色油墨产品的需求在不断提出。虽然，通过油墨产品的四种原色（红、黄、蓝、黑），利用诸如美国潘通公司的“潘通色卡”获得近似颜色，但往往难以实现产品颜色的完全匹配。因此，下游行业常常需要一定数量的专色产品以满足其印刷的具体需求。具有较高技术实力的胶印油墨企业基本建立了自己的配色中心，通过各类先进分析仪器，以及对颜料和其他各类金属、非金属物质颜色属性的了解可以特配出各类专色。虽然，专色品的需求总量并不很大，但是专色品往往能够成为胶印油墨企业更好获得客户认同、开发市场的重要保证和基础。

（5）印刷机械的发展促进了产品性能的提高

胶印油墨的发展与印刷机械的发展密切相关。随着印刷机械工业水平的不断提高，印刷机械的自动化程度和效率在不断提升，原有胶印印刷机械的“单色机”和“双色机”已逐步为“四色机”、“八色机”所替代。所谓的“单色机”、“双色机”和“四色机”即一次性能够完成 1、2 和 4 种颜色，“八色机”为同时在印刷基材正反两面完成四色印刷，“四色机”或“八色机”的采用无疑有效提高了印刷效率。与此同时，印刷机械的印刷速度也在不断提高，例如单张纸胶版印刷已由原来的 5,000-8,000 张/小时提高到了近 20,000 张/小时。与印刷机械发展相适应，越来越多的胶印印刷企业在逐步放弃与“单、双色机”相适应的、具有较慢固着速度的“树脂版胶印油墨”，而采用更为高端的胶印油墨。

5、发展本行业的意义

（1）有助于积极响应我国环保、节能的总体战略布局

胶印油墨产品作为与人们生活密切相关的必需品具有不可替代性。发展本行业优势企业，可有效提高行业的集中度，从而有效降低行业中落后企业生产对环境产生的影响，有效提高我国人民生活的环境质量。这与目前我国集约化经营的

总体目标相一致。

随着我国对环境要求的不断提高，2007 年 12 月 31 日，国务院办公厅下发了《国务院办公厅关于限制生产销售使用塑料购物袋的通知》（俗称“限塑令”），限塑令实施以来（2008 年 6 月至 2009 年 6 月）全国超市就少消耗 400 亿个塑料袋（整理自：新华网），塑料包装材料的减少，导致其他包装材料（如纸质）的需求增加，从而有效拉动主要包括胶印油墨产品的市场总体需求。发展本行业可较好地与国家环保要求相适应。

（2）有助于更好地提升我国制造业整体国际竞争能力

我国已逐渐成为全球制造业的大国，许多产品在产品性能方面已达到世界一流的水准，但国际市场竞争中并未占有利润最高端，“一流的产品，二流的包装”已成为我国产品国际竞争的重要“短板”，而油墨产品又是影响包装印刷产品的重要组成部分。在我国高端产品的包装印刷上，目前还大量采用欧美等发达国家的油墨产品——我国每年都必须进口约 10%-15%的高档油墨产品。发展本行业的优势企业，可尽快弥补与全球领先油墨制造企业在技术上的差距，从而整体提高我国包装印刷业的整体水平，进而提高我国产品整体的国际竞争能力。

（3）有助于打破现有行业市场为跨国公司垄断的竞争格局

目前我国油墨行业市场主要为外资背景的跨国资本所控制，原有国有企业大部分已成为其控股子公司，现只有少量民营资本能够在一定的市场范围内与其竞争。基于目前国内企业竞争的相对弱势，使得跨国公司因各种因素考虑，并未将其最领先的技术运用于在国内工厂生产的产品，从而导致我国油墨产品整体的功能性、环保性上与国外同类产品比较尚存一定的差距。发展本行业的先进企业，将有效打破我国油墨行业现有的竞争格局，并促使跨国公司在华投资、控股的企业因竞争的压力，不断推出新产品、采取新工艺，进而整体促进我国油墨行业水平的提高。

（二）行业管理体制和政策发展趋势

1、行业管理体制

印刷油墨行业由于制造工艺、使用领域的独特性，在我国被归属于多个行业范畴。制造工艺上，油墨制造属于精细化工的范畴，在 2003 年执行的国民经济

行业分类，油墨行业被列入化学原料及化学制品制造业中，为化工行业的一个重要子行业；在使用领域上，由于印刷油墨主要使用与人们的日常生活息息相关，因此又属于轻工业（日用化工），在行政管理上属于国家发改委和中国轻工总会。

目前我国油墨行业管理体制为国家宏观指导及协会自律管理下的市场竞争体制，本行业自律管理归属于中国日用化工协会油墨分会。公司已加入中国日用化工协会油墨分会，是中国日用化工协会油墨分会的常务理事单位。

2、行业涉及的主要法规和政策

我国对油墨行业采取的大力支持、规范发展的产业政策，目前与油墨行业密切相关的主要法律、法规和政策如下：

（1）在 2009 年 2 月 19 日国务院常务会通过的《轻工业调整和振兴规划》中明确提出：“加强产业政策引导，推动产业转移，培育发展轻工业特色区域和产业集群”——随着国家对轻工产业振兴规划的实施，将给包括油墨行业在内的整个轻工产业带来良好的发展机遇和环境。

（2）在国家发改委发布的《产业结构调整指导目录（2005 年本）》“新型生物化工产品、专用精细化学品”属于化工鼓励类；“新型、生态型（易降解、易回收、可复用）包装材料研发、生产”属于轻工鼓励类；而“300 吨/年以下的油墨生产装置（利用高新技术、无污染的除外）”属于轻工淘汰类——淘汰落后，鼓励创新，将有助于本行业内先进企业的发展和进步，提高行业整体水平。

（3）在国务院《国家中长期科学和技术发展规划纲要(2006-2020 年)》中提到：对交叉学科要给予高度关注和重点部署——油墨作为集色度学、流变学、胶体化学、油脂化学、合成树脂化学、颜色中间体化学、分析化学等多学科于一体的产品，对油墨产品的深层次研发与国家中长期科学和技术发展规划相一致。

（4）在《国家重点支持的高新技术领域》（2008 年）中，将“高性能高分子结构材料的制备技术”作为我国科技支持的重点之一——树脂连接料作为油墨的最重要组成部分，是一种新材料的运用，高性能高分子结构材料制备技术的提高可有效提升油墨树脂连接料的性能，促进行业发展和国际市场竞争。

（5）在《外商投资产业指导目录（2007 年本）》中提到“环保型印刷油墨、环保型芳烃油墨生产”属于国家鼓励类——对外资的吸引，同时也是国家对环保油墨的研发、生产的一种政策性引导，掌握先进技术的企业能够获得比其他行业

对手更好的发展机遇。

（6）在《文化产业振兴规划》（2009 年 7 月）中提到，要将文化产业上升为国家的战略性产业，成为了扩大内需、拉动经济活力的重要引擎。并将印刷复制业被列为国家重点发展的文化产业领域，加大对印刷业等文化产业加大融资扶持力度。这无疑为本行业的下游行业发展提供了良好的政策环境。

（7）在我国印刷行业“十一五”发展规划中提到：“十一五”期间印刷工业总产值年均增长 8%，包装装潢增幅达 10%，占 GDP 比例要提高 0.5%；“十一五”期末，我国印刷业工业总产值预计达到 4,400 亿元人民币左右——下游行业的持续健康发展将为本行业的发展提供坚实的基础。

（8）随着我国环保意识的不断增强，2008 年国家已经正式公布了符合环境标志的胶印油墨、凹印油墨和柔印油墨的技术要求和国家标准，并且已通过了强制性的《油墨工业水污染物排放标准》，预计不久将正式实施——行业的规范，将促进行业优势企业的进一步发展。

（9）在《江苏省“十一五”轻工行业发展规划纲要》提到“以发展‘名、优、新、特、精’产品为方向，以打造轻工强省为目标，努力扩大内需，不断增加出口”作为江苏省的战略重点——为发行人在区域发展中提供了良好的市场发展环境。

（三）行业市场情况

1、行业竞争格局和市场化程度

目前我国大约有油墨生产厂商 600 家左右，从业人数约 3 万人，主营业务收入 500 万元以上的约 300 家，完全处于市场自由竞争状态。其中年产量万吨以上的近 10 家，年产量 3,000-10,000 吨的约 30 家左右，年产量 3,000 吨以上的 40 家企业年合计产量约占全国年产量的四分之三，产业集中度较高（摘自：“30 年中国印刷业发展的足迹”，《印刷技术》，2009 中国印刷业年度报告）。胶印油墨作为油墨品种中需求最大的类别，市场化格局基本与油墨市场整体格局一致，具体体现为：

（1）行业市场主要为跨国公司所控制

我国现代油墨行业发展开始于上世纪八十年代中后期，以日本油墨制造企业

为主的国际跨国公司通过与国内老牌国营油墨企业合资形式最先介入国内油墨生产领域，跨国公司拥有的雄厚资金实力、较先进的管理理念和模式、较高的技术水平，以及我国企业拥有的市场基础，使得该类合资企业在发展中拥有了较好的市场先决条件。

随着我国经济的持续健康发展，我国印刷业保持了15%以上的年均增长速度，我国已成为世界最主要的油墨需求国之一，世界最主要的油墨企业不断加大在华投资力度（全球前十大油墨制造企业现都在国内有投资），品牌、技术、管理等综合实力的差异性使得该类企业目前占有绝大部分国内油墨市场份额。据统计，目前独资和合资油墨企业所生产的油墨已占全国总量的 70%（摘自：“中国油墨工业发展六十年”，《油墨》，2009 年第 3 期）。

在胶印油墨细分行业中，目前国内行业市场也主要为跨国公司控制企业如天津东洋、杭华油墨，以及 DIC 集团等所占据。

（2）行业市场集中度将进一步提高

虽然目前全球最大的油墨公司都在国内设立的分支机构，且占有了大部分国内市场份额，但是从最近三年统计数据来看，我国前 10 大油墨企业最近三年市场占有率尚未达到 50%，最大的企业市场占有率尚未达到 10%；而与之对比，全球前 10 大油墨企业约占全世界 70%以上的市场份额，全球最大的油墨企业 DIC 市场占有率更是达到了 31%。

我国印刷油墨行业分布相对较为分散的主要原因在于：我国拥有数量众多，分布区域较广的大量印刷企业，相对发达国家印刷企业少、单厂需求量大的特点具有明显的差异性，使得具有明显先发优势的外资控股企业不能充分、有效占领市场，从而使得最近几年国内各油墨细分行业民营龙头企业，如乐通股份（凹印油墨）、天龙集团（柔印油墨）和本公司（胶印油墨）等能够得以迅速发展。

随着以本公司为代表的国内民营企业技术水平的不断提高、全新运营模式的采用，以及本土经营的经济、高效性，国内民营企业将有机会打破原外商合资（独资）企业控制我国油墨市场的竞争格局，获得资源和市场的集中，逐步成为我国油墨市场的领导者；随着国家强制淘汰小型油墨制造企业政策的深入实施，此类企业将凭借自身的优势，获得更大的市场份额。

（3）综合能力竞争为行业竞争的主要特点

受我国油墨行业标准不断推出，环保要求不断提高，以及 2008 年以来全球金融危机对行业带来的冲击等因素的影响，行业内部分技术能力较弱的中小企业逐渐退出市场；而与此同时，市场对油墨总体需求却在持续增长，近三年我国胶印油墨行业的市场需求总量分别为 20.7 万吨、21.3 万吨和 22.4 万吨，市场需求总体保持了 4.03%年复合增长速度。

为了争夺市场需求增长及中小企业退出所带来的市场空间，行业竞争在对外环节上，主要通过提高产品质量、优化产品性能、升级产品功能、持续改进客户服务等，以此获得市场的认同。在内部环节上，主要通过采取新兴的“基墨”生产模式，不断提高企业的生产柔性，以获得较好的市场适应性；研发采用新型环保材料和新技术，较好满足客户个性化需求，并与印刷设备不断升级相适应。因此，行业的市场竞争越来越体现出综合能力的竞争。

（4）规模化和国际化经营成为国内企业发展的必由之路[5]

作为世界最主要的油墨需求国之一，我国油墨目前尚为净输入状况，但进出口净额总体较低，2006 年-2008 年进出口数量情况如下表：

项目	2006 年		2007 年		2008 年	
	出口	进口	出口	进口	出口	进口
进出口总量（万吨）	3.32	4.77	3.76	4.65	2.97	3.88
净进口量（万吨）	1.45		0.89		0.91	
全国油墨需求量（万吨）	33.5		38.8		41.5	
净进口量/全国油墨需求量	4.33%		2.29%		2.19%	

从上表可以发现，我国油墨进出口总量并不大，且仍为净进口状态中，但净进口量相对需求总量呈逐步下降的状况。其主要原因系：我国油墨产品已基本能够满足市场需求，只有高档产品需要进口；全球油墨需求还主要集中在欧美等发达国家市场，相对而言发达国家对油墨产品的需求品质、环保等方面要求较高，我国大部分企业尚未具有与发达国家油墨企业竞争的能力，因此总体出口量相对较小。

随着在竞争中，技术实力不断增强的国内民营企业将借助成本的优势，主动

[5] 本段油墨进出口总量摘自《中国印刷年鉴》（2007 本和 2008 本）

走出国门参与到国际竞争中，以获取相对更高的利润。特别随着 2008 年全球金融危机的爆发，成本的考虑导致全球油墨行业的市场竞争格局正在发生着变化，越来越多的国际知名印刷厂对油墨的选择已经逐步由原来的“品牌、质量、服务、价格”向“价格、质量、服务、品牌”转变；与之相对应，全球著名的油墨制造企业，也明显感觉到了我国同行业的竞争压力，部分具有一定实力，却未在我国投资设立合资（独资）企业的国际知名油墨企业开始采用 OEM 方式（贴牌生产合作），委托国内企业生产产品输出相应的油墨产品。因此在全球范围内，油墨行业逐渐实现“中国制造”必将为全球行业的重要发展趋势。

2、行业市场及其影响因素

（1）行业市场情况

随着我国经济健康发展，企业产品包装需求，人们文化产品需求都强烈刺激了印刷行业的发展，据中国印刷及设备器材工业协会统计，2008 年全国印刷工业总产值达到 4,750 亿元，同比增长了 7.95%。印刷行业的发展无疑提高了油墨需求，据行业统计数据显示：最近 5 年（2004 年-2009 年）我国胶印油墨市场需求量年复合增长率为 6.05%。2008 年受国际金融危机影响，我国印刷行业整体发展受到了一定影响，导致我国油墨市场需求增速减缓。根据行业统计数据显示：2004 年-2007 年间我国胶印油墨复合增长率为 7.42%；但 2007 年-2009 年间我国胶印油墨的复合增长率下降到 4.03%。

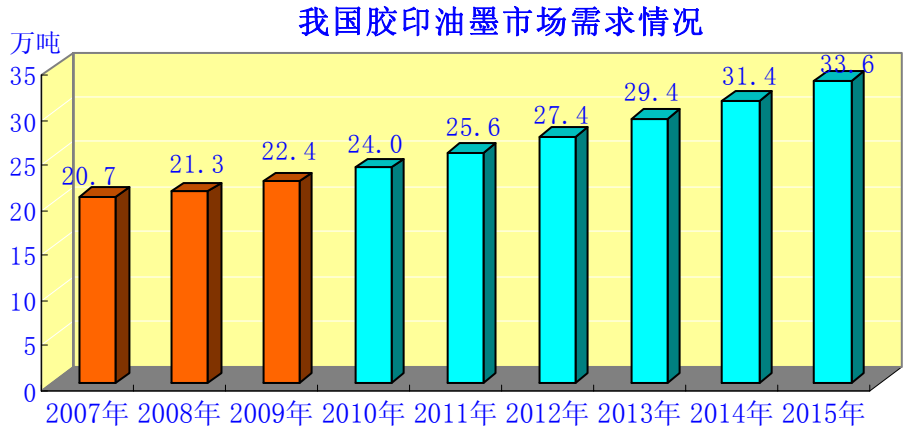
随着我国经济刺激政策的顺利实施，2009 年第二季度我国印刷业开始逐步复苏，印刷业产值同比增长逐渐增快。据国家统计局数据显示，2009 年 9 月-11 月我国“印刷业和记录媒介的复制”产值同比增速已分别达到 13.2%、11.5%和 13.1%——达到 2008 年上半年的水平，而 2008 年上半年我国油墨销售量同比增长 10%（摘自：“2008 年全国油墨行业完成情况和综合分析”，《油墨》，2009 年第 3 期）。印刷业的复苏带动了我国胶印油墨市场需求的快速发展，胶印油墨市场总体需求的同比增速由 2008 年的 2.90%增长到 2009 年的 5.16%，具体如下：

年份	2004 年	2005 年	2006 年	2007 年	2008 年	2009 年
需求量（万吨）	16.7	17.5	18.8	20.7	21.3	22.4
同比增速	-	4.79%	7.43%	10.11%	2.90%	5.16%

注：数据来源于中国日用化工协会油墨分会

（2）未来行业市场变化的预测

虽然受 2008 年全球性的金融危机影响，2008 年度全球油墨行业整体增速有所下降，但亚太地区、拉丁美洲地区油墨市场仍保持了强劲的增长，分别取得了 45 亿美元和 7 亿美元销售额。在我国，2009 年度油墨行业已逐渐复苏，根据行业协会预测：未来 10-15 年我国油墨行业整体将保持高速增长，其中胶印油墨将保持至少 7%以上的复合增长速度，具体市场需求情况如下：



（3）影响行业市场变化的主要因素

影响行业市场的因素很多，既包括下游市场变化带来的对本行业市场的直接影响，又包括诸如国民经济、环保、人口等间接影响因素。

①印刷市场变动对油墨需求的影响

油墨作为印刷器材的主要组成部分，印刷业市场的变动直接影响到油墨需求的变动。我国油墨行业的市场状况致使油墨需求变化主要受国内印刷市场变化的影响，此外随着部分民营企业技术实力的不断提高，国际印刷市场的变动也开始对行业市场产生一定的影响。

我国印刷业从改革开放以来得到了迅速的发展，全国印刷业总值从 1979 年不足 50 亿元提高到 2008 年的 4,750 亿元（如下表），增加了近 100 倍，2008 年印刷业年产值约占国内生产总值的 1.6%。

年份（年）	1979	1989	1995	2001	2005	2008
产值（亿元）	47.97	158.23	850	1,799	3,100	4,750

下游行业市场增长无疑为本行业需求增长提供了坚实的发展基础。

②包装印刷行业的发展对油墨需求的影响

作为印刷业的重要分支——包装印刷行业变动对油墨需求变动的影响比重超过了整个印刷业。我国包装印刷的总产值仅为印刷业总产值的 32.63%，但包装印刷业的油墨消耗量约已占全国油墨消耗量的 50%-60%（2008 年 4 月数据）；而在发达国家该比率已达 70%-75%。

2005 年-2008 年间我国包装印刷业的复合增长率为 15.29%，但 2008 年受金融危机影响，其增长率仅为 10.71%。虽然其增速明显降低，但总体增速仍保持较高的水平。随着我国经济的全面好转，包装装潢印刷业在印刷业的比重将不断提高，从而将带来油墨需求总量的大幅提升。

包装行业油墨消耗量较大、市场份额不断提升的特点，导致各类油墨产品都依靠其优势抢占相应的市场份额。我国包装印刷业所用油墨大概比率为：胶印 42%，凹印 24%，柔印 8%，其他 26%；从 2007 年我国包装业规模以上完成工业销售产值中，纸包装业环比增长最快，环比增长了 38.14%。因此，包装印刷业的快速发展将有助于以胶印油墨为主（胶印油墨主要运用于纸质基材）的整个油墨行业的市场需求增长。

（本段内容均整理自：“中国包装及包装印刷行业概况”和“30 年中国印刷业发展的足迹”，《印刷技术》，2009 中国印刷业年度报告）。

③经济发展因素对油墨需求的影响

作为全球最大经济体的美国不仅经济总量第一，印刷产值也是第一，油墨需求量也是第一；在欧盟中，德国作为经济实力最强的国家他在欧盟国家中油墨需求量是第一；在亚洲，日本虽然人口只有中国的十分之一，印度的七分之一，但是在 2008 年经济总量略高于中国，远高于印度，同时油墨的需求量也是如此。因此，通过对比世界经济发达程度与印刷品需求量和油墨需求量的关系可以基本得出这样的规律：经济发达程度直接带来了国民可支配收入的提高，在世界主要发达国家经济高速增长期间，出于对文化需求和产品包装的需要，对应国家的油墨行业都得到了高速发展；而当其经济进入稳定发展期后，油墨的需求增速也明显下降。在上世纪 80-90 年代部分发达国家油墨行业处于飞速发展期，而与之对应正是这些国家经济发展的最佳阶段。

我国目前是全球人口最多的发展中国家，2009 年我国人均 GDP 已增长到

3,686 美元，但人均“耗墨量”仅约为 0.3-0.4kg；而与此相对应，世界发达国家的人均 GDP 已超过 4 万美元，据统计 2007 年在发达国家人均“耗墨量”已达到 3-4kg。随着我国经济持续增长，人均 GDP 也将获得持续增长，从而将有效推动我国油墨需求健康、持续增长。随着 2009 年我国十大产业政策经济刺激等政策的推出，从 2009 年三季度开始我国已开始逐步走出了经济危机的影响，全年 GDP 增长率已达到 9.1%。根据中国社科院发布的 2010 年《经济蓝皮书》预测，2010 年我国 GDP 增长率将保持在 9%以上。我国经济的快速增长无疑将促进油墨需求总量的不断提升。

④人口因素对油墨需求的影响

油墨的消费领域——文化产业和商品包装与人口结构及收入因素密切相关。在经济发展达到一定程度后，人口数量、结构影响着区域消费的数量，人口总数、城市人口、人口年龄结构等必然影响到全社会对油墨的需求总量变化；人均消费水平的变动将影响到与油墨相关的文化产业、商品包装业的需求，经济学家估算：当人均 GDP 发展到 1,600 美元时，文化消费将达到 20%。

目前我国城镇化步伐逐步加快，根据国家统计局统一口径计算： 2007 年末我国城镇人口总数达到了 5.94 亿，相对 2000 年末城镇人口总数 4.59 亿，提高了 1.35 亿人。随着城镇人口的不断增加，文化产业和商品包装的需求也会逐渐增加，从而导致油墨行业的整体需求不断增加。

此外，根据 2009 年中央经济会议精神，2010 年我国要“扩大居民消费需求，增强消费对经济增长的拉动作用”、“积极稳妥推进城镇化”，相关政策的实施可以较好地引导我国的城镇化及居民消费水平的提高，从而也将有效推动我国油墨需求的增长。

⑤环保因素对油墨需求的影响

随着全球对环保、低碳要求的不断提高，油墨的品种、种类也受环保因素的影响。在世界发达国家于 20 世纪 90 年代前后通过了与环保相关的 VOC(Volatile Organic Compounds-挥发性有机化合物)法律，其中对印刷过程和油墨产品的挥发性有机溶剂的排放做出了限制性规定。在欧洲，印刷企业对油墨的要求是“低溶剂”油墨，即要求油墨产品中减少、避免使用不可再生能源石油的副产品——矿物油；在北美洲要求的印刷过程中 VOC 排放量必须控制在 2%以内。我国在建

设“资源节约型社会”、“环境友好型社会”的核心战略发展目标下，也对油墨产品地制造过程及产品提出了相应的环保技术要求。因此，对油墨产品环保要求的不断提高将成为影响行业市场变化的一个重要因素。

3、行业利润水平及其影响因素

胶印油墨产品的成本占下游印刷业总体成本的比重较低（约 3%-5%），而产品质量直接影响到印品的质量，因此下游行业对油墨价格的敏感性相对较低，油墨产品常能维持较好的毛利率水平。

随着跨国企业对我国油墨行业重视度不断增强，近年来胶印油墨领域内企业利润水平发生了一定变化，技术、管理、规模、运营模式、原材料价格等因素对行业内企业的利润产生了一定的影响。具体体现在行业内技术水平较高（高端产品、质量稳定、新品较多）、规模较大（3,000 吨/年以上）、采取新型运营模式的企业（如“基墨”生产模式）的企业利润水平较高。随着行业集中度不断增强，新型产品需求不断增加，行业领先企业的利润将进一步提高。

4、行业进入障碍

（1）技术壁垒

作为技术密集型行业，油墨行业拥有较高的技术壁垒，其技术壁垒主要体现在产品配方、产品制造、市场开拓等方面。

油墨产品的配方是对相应学科综合了解和认识，并将其综合运用的能力体现，油墨配方主要包括连接料配方和颜料配方。其中，连接料本身就是一种高分子复合材料，由改性高分子树脂和溶剂共同构成，溶剂又由矿物油（或改性植物油基）与植物油构成。树脂属于一种普通化工原料，而改性高分子树脂需要选择多种合适的树脂材料，通过物理和化学的方法将其改性为一种高分子聚合物；而改性植物油基更是通过改变原普通植物油的分子结构，以替代矿物油的功能。这些普通原材料改性制造过程，需要具有高分子聚合材料化学、植物油脂化学、流体物理学、胶体物理学等学科的综合知识，才能将之生产出符合需求的改性复合材料。在颜料配方上，需要了解各类基础颜料的物理和化学性能，并将之进行适度搭配、加工，以形成符合要求的颜料，这就需要具有颜色中间体化学、分析化学和色度学等相关学科的专业知识。

在产品生产环节上，往往需要有经验丰富的工艺控制和检测工程师、熟练的

产业技术工人等因素相互配合，以保证工艺的稳定性和产品的高质量，经验和技术、知识的结合是产品生产的必备条件。

在市场开拓环节上，市场新需求不断涌现，经常需要根据客户需求设计产品配方，并尽量结合现有产品、工艺进行生产。特别在我国，由于尚未形成自己的颜色标准，导致下游行业对产品的颜色需求变动较大，专色产品已成为了企业向客户提供附加服务的重要组成部分。能否及时提供客户的专色产品不但直接影响到了产品的市场需求，而且影响到了企业在行业中的地位。

目前国内尚未有专门的高等院校设立与油墨研发、制造相关的专业，相应的培养、教育工作相对滞后，专业人才稀缺。要形成在配方环节、产品生产环节及市场开拓环节的各种技术能力，需要通过多年的自我培育积累，要在短时间内掌握稳定的核心技术非常困难，从而对新进入者形成较高的技术障碍。

（2）认证壁垒

在本行业的业务过程中，产品被运用到与人们生活密切相关的各个领域，如食品、电子、化妆品、书刊杂志等领域产品的包装印刷中。这就要求本行业的产品不但需要具有良好的印刷质量，而且需要很高的环保保证。随着印刷业的快速发展，产品的稳定性、环保性越来越成为影响本行业企业发展的重要因素。因此，也只有拥有高效、健全的业务体系的企业才能获得下游行业客户的认同。本行业需要获得的认证主要包括：

质量控制体系认证：产品质量直接影响到印刷的效果，产品的稳定性直接影响到客户产品的稳定性。因此，只有建立从产品研发、原材料采购、产品制造到交付等各环节的完整质量保证体系，才能获得客户的认同，通过 ISO9001 质量控制体系认证成为了本行业的重要基础。此外，由于本行业产品与色彩密切相关，而我国尚未建立自己的配色体系，针对客户的专色需求，目前只有通过美国潘通（PANTONE）公司认证的企业才能更好地获得客户的认同。

产品环保性能认证：环保已成为了介入本行业的重要门槛。在欧洲，产品需要通过 RoHS、EN71 认证，同时必须得到 REACH 预注册号；在美国需要通过 ASTM、LOW-VOC 认证，大豆油协会认证等；在我国只有通过绿色环保油墨的认证的产品才能进入政府采购名单。因此，只有通过对应市场认证的企业才有机会获得快速发展的机会。

制造环境体系认证：我国已制定了《油墨工业水污染物排放标准》，只有符合该标准的企业才能够通过环保部门的认同；另外，由于本行业产品运用贴近人们生活，因此印刷企业也往往需要本行业的企业能够拥有、实施一套完整、有效的制造环境控制体系。满足 ISO14001 标准，是保证企业能够实施清洁生产的重要保证。

（3）投资壁垒

投资壁垒不但限制行业新介入者的介入，而且影响着行业内企业的发展，其主要原因在于：随着国家对环保要求地不断提高，国家产业政策将小批量（年产 300 吨以下）油墨企业认定为被淘汰类；行业生产具有较高生产协同性特点，行业领先企业能够获得较好的经济效益，而行业其他跟随者效益相对较弱。因此，新介入者采取滚动开发，逐步增加投入的方法，在本行业具有较大的难度。

此外，在油墨制造过程中，企业要及时满足客户市场的订单需求，需要投入较多的设备、资金用于增强企业的持续研发、加工和检测能力；在销售环节上，客户群体的建立、客户赊销期限要求等，都将需要运营资金的投入。

综上所述，本行业新介入企业需要一定的投资规模，才能够获得相对较好的市场竞争地位和经济效益。资金投资规模成为了本行业新介入企业的重大障碍。

（4）客户认同

客户认同是所有企业获得市场认同的必由之路。油墨的下游客户——印刷企业出于市场竞争的需要，不但对油墨产品的物理性能（如干燥时间、光亮度、耐磨性）和化学性能（如环保要求下对印刷过程挥发性成分（VOC）的要求）存在较高的要求，而且对产品颜色的色相、明度、色域宽度，以及饱和度也有相应的要求。客户对产品认证的复杂性使得在正常情况下，只能采用更高品质的产品才能替代相对较低品质的产品。

从我国油墨行业目前竞争格局来看，国内油墨市场份额主要为跨国油墨企业集团投资国内的企业和有技术实力的民营企业所占据。该两类企业长期投入巨额资金从事产品的研发，其凭借较高的技术实力和优质快捷的服务，获得了目前全国油墨市场约 90%的市场份额。此外，目前印刷行业在国家政策引导下，做大做强趋势非常明显，未来的需求增量更多地来自现有印刷企业的佼佼者。因此，新印刷油墨行业介入者如何获得客户企业认同成为行业的重要介入门槛。

5、行业的主要企业及其市场份额

胶印油墨使用面广、用量大（2009年约占全国油墨总需求量的51%），是目前印刷油墨的主导产品。2008年我国产量超过5,000吨的主要胶印油墨企业如下：

企业名称	油墨总产量（万吨）	产量同比增速	胶印油墨		备注
			产量（万吨）	市场占有率	
天津东洋	3.39	6.94%	2.90	13.62%	为日本上市的日本东洋油墨制造株式会社控股，该集团全球油墨行业排名第三位
迪爱生（太原）油墨有限公司	2.60	-1.37%	2.60	12.21%	为日本上市的DIC集团控股，该集团全球油墨行业排名第一位
杭华油墨	2.55	0.39%	1.44	6.76%	为日本上市的T&K TOKA株式会社控股，该集团全球油墨行业排名十二位
上海牡丹	1.39	-8.15%	1.21	5.68%	为双钱股份（600623.SH）的全资孙公司，树脂版胶印油墨的领先者
上海油墨泗联化工有限公司	1.19	5.31%	1.06	4.98%	民营企业，树脂版胶印油墨的领先者
本公司	0.61	25.69%	0.61	2.88%	民营企业，行业基墨生产模式、扁平化销售模式倡导者
深圳深日油墨有限公司	0.60	*	0.55	2.58%	为日本上市的DIC集团控股

注：市场占有率按照各企业产量与2008年胶印油墨市场需求总量（21.3万吨）计算得来。
*：深圳深日油墨有限公司2007年产量数据未公开披露。

（四）影响行业发展的主要因素

1、有利因素

（1）产业政策的有力扶持

油墨行业作为我国轻工业发展的重要组成部分，其发展将有助于我国印刷包装业的健康持续发展。本行业及本行业的下游行业受国家产业政策扶持，行业发展前景明朗。

①与本行业直接相关的产业政策

2009 年 2 月 19 日，国务院常务会通过了《轻工业调整和振兴规划》，其中

提到“加强自主品牌建设，支持优势品牌企业跨地区兼并重组，提高产业集中度。加强产业政策引导，推动产业转移，培育发展轻工业特色区域和产业集群。加强企业管理，全面提高轻工产品质量”——作为轻工行业的重要分支，本行业的发展，特别是行业龙头企业的发展属于受国家产业政策支持的。

《产业结构调整指导目录（2005 年本）》（国家发改委）中将“专用精细化学品”作为化工鼓励类；此外，《国家重点支持的高新技术领域》（2008 年）中，也将“高性能高分子结构材料的制备技术”作为我国科技支持的重点之一——油墨产品的核心在“树脂连接料”，而其构成为高性能、高分子的专用精细化工产品，产业政策的鼓励无疑将促进我国油墨行业的发展。

《外商投资产业指导目录（2007 年本）》中也将“环保型印刷油墨、环保型芳烃油生产”列为鼓励类——引进国际先进技术不但可以提高我国油墨行业的整体技术水平，同时油墨行业的发展也能够促进我国经济的集约化发展。

②与本行业间接相关的产业政策

《文化产业振兴规划》（2009 年 7 月）的正式出台，标志着文化产业已经上升为国家的战略性产业，是扩大内需、拉动经济活力的重要引擎。其中，印刷复制业被列为国家重点发展的文化产业领域；此外，该规划也明确提出了要积极吸引社会资本和外资进入政策允许的文化产业领域，对印刷业等文化产业加大融资扶持力度。这无疑为本行业的下游行业发展提供了良好的政策环境。

印刷行业“十一五”发展规划中提到：“十一五”期间印刷工业总产值年均增长 8%，包装装潢增幅达 10%，占 GDP 比例要提高 0.5%；“十一五”期末，我国印刷业工业总产值预计达到 4,400 亿元人民币左右——印刷业整体增长，无疑将提高对本行业产品的需求，从而刺激本行业的发展。

包装行业“十一五”规划纲要提到：保持包装工业发展速度高于国民经济发展速度，包装工业年均增长率为 9%——高速增长的包装业，需要高速增长的油墨供给相配套，市场需求的高增长，有利于本行业的快速发展。

与印刷行业或印刷包装行业相关的其他政策还包括：根据海关总署 2009 年 1 月的“第 4 号公告”：在吸引外资方面，2009 年起外商投资中西部 7 省包装印刷项目可享受税收优惠；香港、澳门服务提供者在内地设立包装印刷企业的最低注册资本由此前的 1,000 万元降低为 150 万元，与内地企业一致。根据财政部

《2009 年关税实施方案》，自 2009 年 1 月 1 日起，继续对 16 种印刷设备及零配件实行进口暂定税率，对其中 5 种印刷设备及零配件进口零关税，进口时速在 1.6 万对开张以上的印刷机，其关税从原来的 10%降为 7%。国家对油墨下游行业的扶持政策无疑将有效促进油墨行业的快速发展。

（2）市场需求旺盛

我国经济的持续发展，使得我国已成为世界最重要的商品制造基地。作为经济最为活跃的地区，一方面中国的产品在走向世界，另一方面世界的投资在流向中国，大量需求已推动了包装印刷业的持续发展，从而有效推动了油墨行业的持续发展——在过去 5 年间（2004 年-2009 年），我国胶印油墨年需求复合增长率达到了 6.05%。

另据 PRIMIR 的《全球印刷市场调查》报告称：从 2006-2011 年间，在全世界前十大的印刷市场中，我国增速可达 60.0%，远高于其他九国平均 15.8%的增速。随着我国印刷业的高速发展，油墨行业的需求将不断增长——据油墨行业协会估计：未来 10-15 年我国油墨行业仍将保持高速增长，其中胶印油墨年复合增长率至少达到 7%。

（3）市场新需求及其带来的行业发展机会

市场的需求不但来源于产品，更来源于对环保的一种需求。在产品需求上，主要为与新型印刷机械相适应的高端油墨产品，如与“四色机”、“八色机”相适应的油墨，及耐晒型、高光型等油墨品种。在环保上，世界最主要的印刷市场都对环保提出了各种要求，如欧美国家对产品的有害物质含量有严格的限制，产品只有达到 RoHS、EN71、ASTM 标准的产品才能获准销售；另外，近年来欧美等发达国家还相应制订了关于油墨产品中有机挥发份（VOC）含量限制的有关规定；2008 年我国也正式制定了符合环境标志的胶印油墨、凹印油墨和柔印油墨的技术要求和国家标准，并通过了《油墨工业水污染物排放标准》。客户、市场在产品和环保方面的需求，提高了市场产品门槛；部分行业内的中小企业由于技术、实力上的差异将发展艰难；而拥有较高技术研发能力、综合制造能力的企业，却将随着市场需求提高获得更多的市场份额和市场发展机遇。

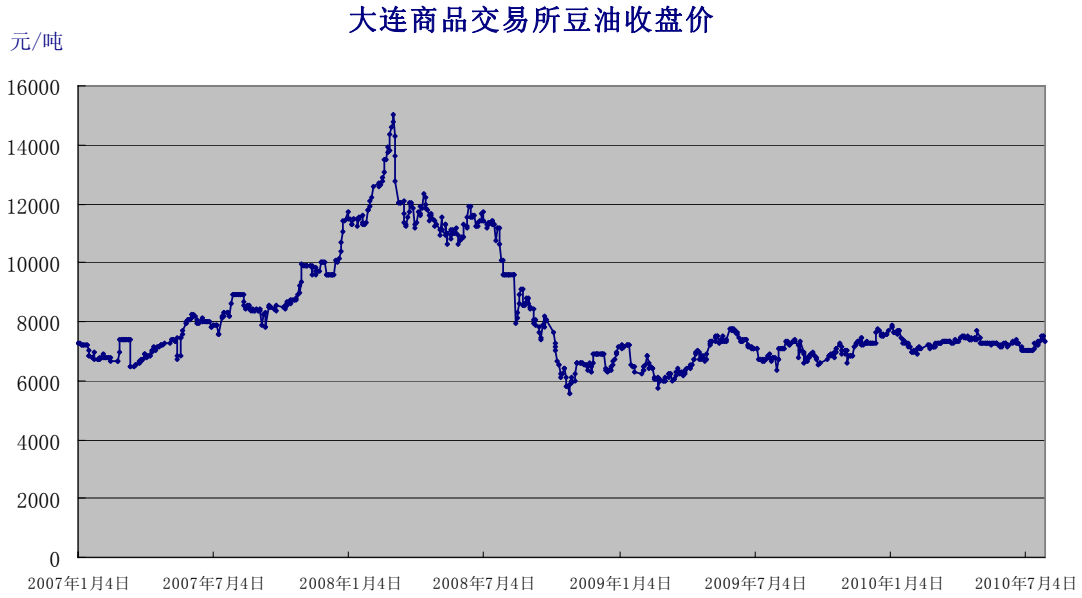
2、不利因素

（1）国际金融危机的影响

2008 年全球性金融危机对我国印刷业产生了一定冲击，特别对包装印刷业的冲击较大。根据国家统计局统计数据，我国 2008 年各季印刷业产值增速同比明显放缓，由一季度的 14.6%下降到四季度的 12.4%。印刷业产值增速的相对降低，导致了市场对油墨需求增量的相对减少。

（2）原材料波动的影响

虽然油墨产品（特别是胶印油墨）的定价特征，可以保证行业内企业获得较为稳定的收益，但原材料的大幅波动必然会影响行业内企业的利润水平。以本行业产品核心部分树脂连接料为例，其构成为树脂和溶剂；在环保需求的带动下，溶剂中植物油的比率在不断提高，植物油的价格变动必然影响到油墨成本的变动。



数据来源：Wind 资讯

上图为目前胶印油墨中使用的豆油在大连商品交易所的收盘价格：2008 年最高达到了 1.5 万元/吨，而最低时只有 5,580 元/吨，其后价格又开始缓步上升。原材料价格的逐步下降无疑降低了产品成本，提高了行业的整体经济效益，但在上升周期内，如果企业缺乏足够的创新能力和技术水平，则必然会降低企业的盈利水平。

（3）资金瓶颈带来的不利影响

受未来我国油墨行业保持持续增长、行业内大量中小型民营企业逐步退出市场等因素影响，行业内少数具有技术实力的企业已获得了良好的发展机遇；但原

材料价格的波动、投资壁垒，以及我国环保要求的不断提高又对其提出了更高的资金需求。行业内具有技术实力的民营企业却往往因融资渠道较为单一，无法充分应对经营成本变动、客户需求规模化等因素的影响，承担着较大的经营压力。

（五）行业的技术水平和技术特点

虽然我国现代油墨行业起步较晚，但随着我国逐渐成为全球最大油墨生产和需求国之一，我国油墨行业得到了快速发展，相关技术逐渐成熟。本行业技术主要包括：树脂连接料配方技术、颜料技术和油墨制造技术。

1、树脂连接料配方技术的技术水平及其特点

（1）技术水平

①可基本满足客户对产品性能上的需求

与现代印刷技术相适应，快干性、高光性和耐磨性成为了印刷企业选择油墨的考核重点，而相关特性本身属于矛盾体的三极，在油墨实现其中某种特性的时候，必然会牺牲另外两种特性，各家企业的产品都属于三种特性中的某一处平衡。所谓快干型油墨、亮光型油墨，或者耐磨油墨，其实也是某种特性更加突出的油墨产品。而影响油墨各种特性的核心因素在于树脂连接料，而树脂连接料的重要组成部分在于树脂和溶剂，选择不同品种，不同比率、不同温度和不同的反应时间及正压和负压都会导致树脂连接料的性质发生差异，从而影响到油墨的整体品质。因此，油墨的配方更多是指树脂连接料的配方，树脂连接料的配方很大程度上决定了油墨的根本性能。

在我国胶印油墨领域，随着大量进口和国产高速胶印机在下游行业的运用、高档印刷基材（如哑粉纸）被广泛采用、印刷新工艺和印品后加工的特殊要求不断增加以及下游行业对产品环保需求的不断提高，为了更好地参与市场竞争，我国部分胶印油墨制造商通过不断改进产品品质、研发新品等方式，推出了适销对路的产品，相关产品产量近几年逐年上升，产品质量、性能上已基本赶上或接近国际先进水平，受到了国内外印刷客户的认可，除了替代过去需要进口的高档油墨外，部分产品进入了欧盟、北美等发达国家市场，与世界一流油墨企业产品直接竞争。

②与发达国家产品尚有一定的差距

虽然我国部分胶印油墨企业在产品性能上已达到能够与发达国家产品市场竞争的水平，但还有大量企业由于资金实力、研发能力或创新能力的不足，仍沿用较为传统的工艺生产相对低端的树脂版胶印油墨产品。随着印刷机械的不断进步，越来越多的胶版印刷企业纷纷采用更为高效的新型印刷机械，这部分企业的市场需求正在逐步降低。

在产品环保方面，虽然我国已制定了环保油墨标准，但是与发达国家类似标准比较严格程度还相对较低，导致我国树脂连接料技术在产品环保控制环节上与发达国家的同类产品也存在一定的差距，具体表现在胶印油墨的树脂连接料中矿物油仍在较大范围内使用，但是要达到欧盟、美国印刷环保要求，胶印油墨产品就不能（或极少量）采用矿物油。作为一种可再生资源产品的植物油分子结构与矿物油分子结构存在较大的差异性，因此必须对植物油进行改性形成“改性植物油基”才能有效替代矿物油所起到的作用。

目前我国只有极少数具有较高技术水平的企业掌握了“改性植物油基”技术，能够在不影响印刷品质的前提下，通过物理和化学反应改变植物油的分子结构，实现以植物油完全或部分替代普通胶印油墨中的矿物油。本公司作为行业技术领先企业之一，已研发出包括无有机挥发份油墨、高降解率油墨、环保油墨等系列产品，产品已获得了欧美等发达国家相关机构的认证，并实现了对欧美发达国家的出口。公司拥有的相关树脂连接料技术，为未来持续、健康发展奠定了坚实的基础。

（2）技术特点

连接料是油墨产品的重要组成部分，其主要包括树脂和溶剂，连接料的不同选择直接决定了油墨的基本品质。现代油墨行业的连接料研发更多体现的是一种新型复合材料的研发技术，其具体表现在：

①树脂部分：通过对多种树脂的改性，使得合成的新树脂具有能够更好满足印刷过程所必需的物理和化学性能。

②溶剂部分：主要体现在部分行业优势企业能够采用先进的技术能力，对普通植物油进行改性处理，形成改性植物油基。改性植物油基具有较好的黏度、较低的挥发性，能够很好地替代矿物油的作用。

③形成连接料：不同的树脂对应着不同的溶剂，树脂和溶剂复合才能最终形成对应用途的连接料。

因此，连接料配方技术是通过对不同树脂和植物油的选择与改性，并将之综合形成一种新型复合材料的技术。连接料配方技术更多建立在对基础原料的深入研究，并将之产业化的过程。

2、颜料技术的技术水平及其特点

颜料技术包括颜料的配方技术和调色技术。

（1）颜料配方技术

颜料决定了油墨的颜色、着色力、色度，以及耐酸、耐碱、耐光、耐水等性能。某种类似色相的颜料，可能物理结构完全不一样，从而导致其耐晒、耐碱、耐热、耐溶剂等特性各不相同，应用性能差别较大。因此，需要充分了解客户的具体需求及各类颜料的特性，通过具体颜料品种的选择，或者通过不同颜料的不同配比，才能更好地满足客户的需求，获得较好的利润水平。

由于我国尚未建立如发达国家较常采用印刷标准（如 ISO12647-2 的《胶印油墨标准》），因此在我国颜料配方、加工技术尤其重要。目前我国也只有部分油墨企业对颜料配方技术有比较深入的研究，大部分企业更多停留在仿制、尝试阶段，这也是我国技术领先企业能够获得更好经济效益的重要原因。

（2）调色技术

目前全球的印刷方式大都是采用双色、四色，或者多色印刷设备，将红、黄、蓝、黑四种基本原色分别套印（将原色在同一图案上重叠印刷）在基材上。与此对应，油墨企业提供给印刷企业的基本是四色一套的产品。但由于各企业对颜色理解的差异性，致使各油墨企业提供的产品在色差上存在一定的差异性。如，红色就可以分为更偏黄的红或更偏蓝的红，且偏离度也存在差异性，印刷企业为保证其产品的持续稳定性，往往更愿意选择同一品牌的产品。

此外，由于我国尚未建立自己的颜色标准，印刷包装业等下游行业个性化需求又呈现快速增长的趋势。虽然印刷企业可以根据发达国家的颜色标准，如欧洲标准、日本标准和美国潘通（Pantone）标准获得近似某类色彩的印品颜色，但尚不能完全满足客户的特定颜色需求。目前我国只有少量具有较高技术水准的企业，可以凭借其技术能力向客户提供专色产品需求。

拥有较广的四原色的色域宽度（可更广泛地满足客户颜色的差异性），提供专色产品的能力（及时满足客户需求，有助于扩大市场份额），已成为行业市场竞争的重要组成部分。

3、油墨制造技术的技术水平及其特点

油墨的制造技术是技术水平和经验的综合。由于我国油墨行业的自动化程度与发达国家尚有一定的差异，致使运用同样的配方技术生产的油墨产品与直接进口的产品比较也存在一定差异性，其重要区别就在于制造过程中工艺控制能力、产品检测能力的差异，其中涉及到对原材料的选择（如颜料、树脂的选择与加工）、各环节检验手段差异，相关工序操作差异等。目前我国不但缺乏对油墨专业人才的培训机构，而且对油墨加工环节的培训也欠缺，需要经过更多的学习和引进才可能形成较强的企业制造技术能力，才能更好地参与国际竞争。

（六）行业的经营模式

各类细分油墨行业面对的客户群体、客户群体的需求各不相同，经营模式存在较大的差异性。如凹印油墨的客户群体一般为大型印刷企业，单个客户企业需求量大，产品需求基本各异，因此在生产、销售等方面具有一定的针对性；而胶印油墨下三类产品（冷固轮转、热固轮转、单张纸）由于特点不同，经营模式也存在差异性。其中，冷固、热固轮转胶印油墨的客户群体与凹印、柔印油墨的客户群体具有较大的共性特征，因此经营模式基本类似。而发行人的主导产品单张纸胶印油墨来看，其客户群体为众多采取小型印刷机械的印刷企业，此类企业具有单个客户企业需求量较小，区域客户需求相对共性与单个客户需求个性共存的特征。因此，单张纸胶印油墨的生产、销售等方面具有完全不同的经营模式。

1、生产模式

（1）储备生产与订单生产共存

胶印油墨[6]产品既有标准化的特征，同时存在非标准化的特征，这使得在生产过程中需要采取储备生产和订单生产相结合的方式。

胶印油墨的标准化特征主要体现在区域内需求的相对标准化，具体表现在：由于印刷企业的使用喜好及天气因素，致使各区域内的产品存在一定的共性——

[6]注：为便于表述，本段此后所用“胶印油墨”所指为“单张纸胶印油墨”

主要体现在产品色相和黏度上。如在我国北方由于历史因素影响，印刷企业多习惯于相对固定的色相标准；同时为适应相对寒冷的气候，油墨产品的黏度不能太高。区域客户需求的共性特征，使得在胶印行业企业生产过程中，可以采取储备生产模式，即胶印油墨企业会根据其主导产品最低库存需求做提前生产。此外，随着零库存的企业经营模式得到广泛认同，胶印油墨经销商给予的订单交货时间越来越短，对于胶印油墨企业来说也必须采取储备生产的方式。

胶印油墨的非标准化特征主要体现在：各个印刷企业为实现其客户的具体需求，常会提出特殊的需求（多在产品的色相或印刷性能）。特别在包装印刷上，知名品牌产品包装的个性化需求往往导致印刷企业不得不采用专色印刷，从而需要专色油墨产品，而专色产品独一性使得该类产品的生产必须采用订单式生产模式；此外，在世界范围内，由于各个国家（地区）最终用户的偏好不同，在产品出口过程中，胶印油墨企业需要根据最终用户的偏好，有针对性地生产对应品种的产品。

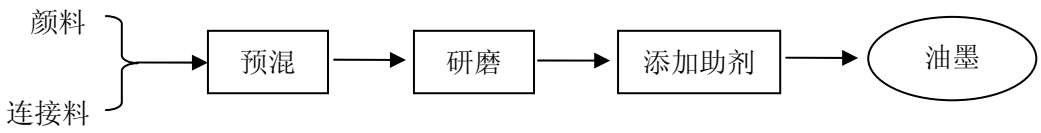
（2）生产柔性化特征

胶印油墨产品具有多样性，其不但体现在树脂连接料、颜料的选择和配比上，同时也体现为产品颜色的色域、色相和产品浓度等方面。产品及产品系列的多样性使得在生产上必须采用柔性生产的业务模式，即生产上利用相同的生产设备、生产线生产不同系列、类型的产品。目前大部分胶印油墨企业采用的是“单产”模式下的柔性生产，只有极少数拥有创新能力、核心技术的企业采用了“基墨”生产模式，“基墨”生产模式是柔性生产大格局下区别于传统“单产”的一种新型生产模式。

①单产模式下的油墨生产

传统生产流程采用“单产”模式，即通过将颜料与树脂连接料混合预分散，然后进研磨设备碾磨到合格细度，再通过添加各种助剂使其达到预设油墨标准。由于“单产”模式下，已将成品约 80%-90%成分（颜料和树脂连接料）进行了混合、研磨，特定油墨产品的特性已基本具备，因此导致该产品可变动的空间非常有限。这从而导致在多品种生产状况下，产能的局限性，产品间交叉污染的可能性较高。单产模式下油墨的生产流程如下：

单产模式下油墨生产

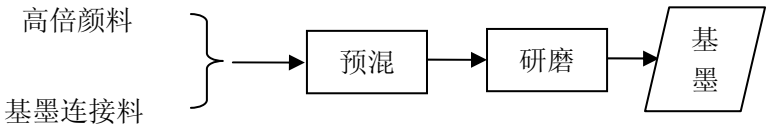


②基墨模式下的油墨生产

A、基墨的生产

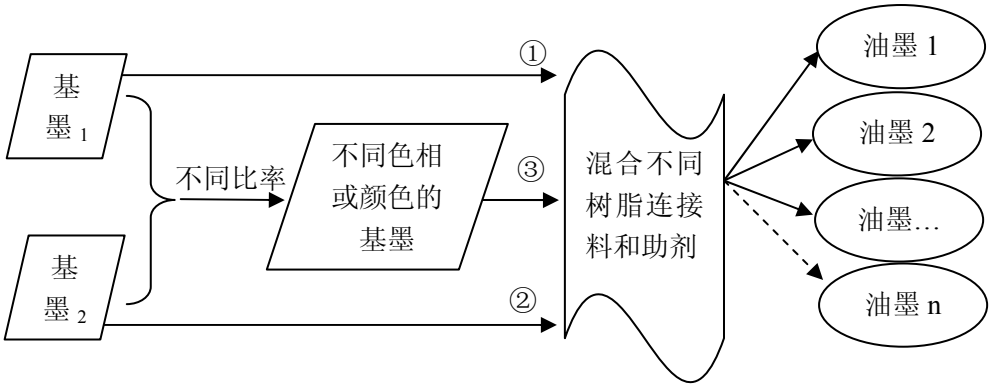
由于柔性生产的需要，导致新型、高效的“基墨”生产模式的产生。所谓的“基墨”为：高颜料含量、细度合格的油墨浓缩中间体。基墨的生产是通过选择最有利于润湿分散颜料的连接料（注：此连接料主要对颜料润湿、分散，与“单产”模式下树脂连接料不同）与高浓度颜料（成品油墨中颜料约占 10%-20%，基墨中颜料约占 30%-40%）进行混合、研磨，来提高单位时间内颜料研磨的效率一种高效生产模式。具体如下图所示：

基墨生产



基墨模式下的油墨生产，即将生产好的基墨进一步与对应要求的树脂连接料和助剂等进行混合、加工，生产出不同需求的产品。相对而言，由于基墨模式下的油墨生产通过整合同色油墨生产过程中共同的部分——研磨，有效提高了整个生产链的效率，并提高了生产柔性。其生产业务流程如下所示：

基墨模式下的油墨生产



图示说明：

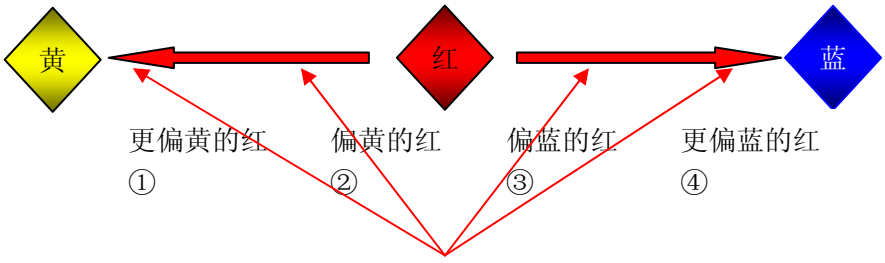
上图①、②表示：直接通过基墨添加、混合不同树脂连接料和助剂即可生产出不同系列的油墨。

上图③既表示了通过不同颜色的基墨1和基墨2按照不同比率配比可获得某一客户需求专色的基墨，再通过添加、混合不同树脂连接料和助剂生产出不同系列的油墨的过程；另外，③又表示了“基墨组”的概念。

B、基墨组的生产

所谓“基墨组”是具有同色相，但存在一定色差的系列基墨的统称。由于我国颜色标准尚未建立，世界各国颜色标准也存在一定的差异性，使得客户间对胶印油墨对四种原色（红、黄、蓝、黑）的需求存在差异性。为了提高产品的柔性，行业内少数领先企业将基墨进行升级，采取了领先的“基墨组”，可根据客户的偏好提供在色域范围内较大色差的产品。

基墨组的主要核心作用在于：通过对相同颜色（如下图中的红色）一定色域内基墨的调色，能够快速生产出客户需求色相的品种（如通过下图①、④两个红色基墨的调色，能够实现对应②的特定红色），从而更好满足客户的多种需求，进一步提高生产的柔性。



以上图为例，单纯的基墨即为上图中的①-④中某一红色的油墨中间体，而基墨组即为“①、②”、 “①、④”，或由“①、②、③、④”共同组成的基墨组合。基墨组采取不同的比率，能够配比出该色域范围内的其他色相的基墨，较大色差的“①、④”基墨组，自然能够获得相对“②-③”更多不同色差的红色，从而能够更好地满足较大色域范围内的需求。

③基墨生产模式相对于传统生产模式的优势

基墨生产模式的设计理念是来自于对不同产品的配方进行剖析，了解到颜料

决定颜色及油墨细度，树脂连接料决定油墨印刷性能及产品功能，在归结了色相、应用功能的不同后有针对性选择颜料及连接料，不仅大比例提高颜料含量，而且配以最有利颜料润湿分散的连接料来提高单位时间内研磨设备对物料的研磨效果，相同重量的高浓度基墨能够生产出两倍于传统生产模式下的产量。

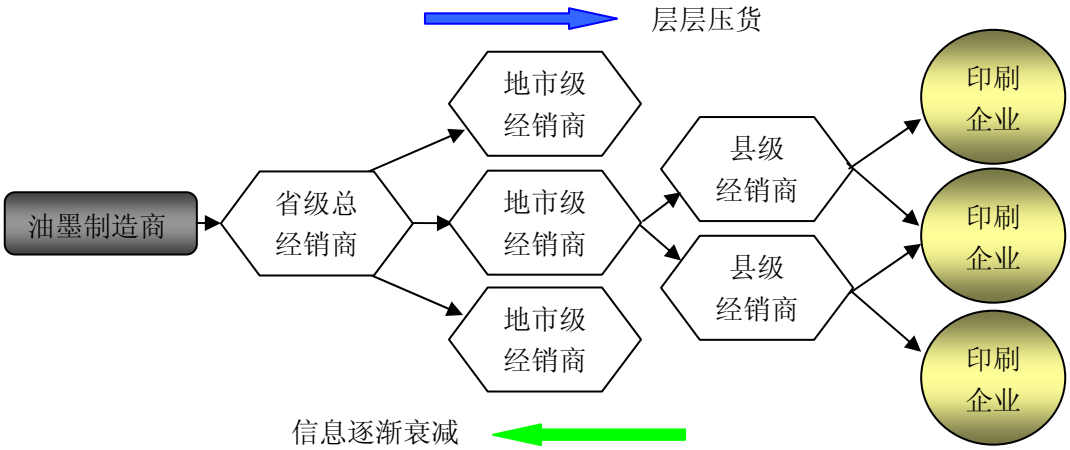
“基墨”生产模式的核心在于通过整合将油墨生产中的相同过程集中处理，获得良好的生产协同性，有效化解油墨品种具有的多品种、小批量的规模不经济性，提高企业的生产效率，具体见下表：

“基墨”模式	“单产”模式
市场竞争优势： 高效（研磨已提前完成，成品生产时间缩短一半） 高柔性（可实现多色相、色差产品的生产） 稳定性强（色差变动小） 库存成品相对较少（成品生产时间已缩短）	直接成本： 设备投资大 ——同样的产能，更大的投入 耗时长、效率低 ——难以及时满足客户需求
要求： 树脂连接料和基墨连接料的选择提高了技术难度； 只适用于大批量产品生产。	间接成本： 订单变化对企业经营的影响 仓储成本

2、销售模式

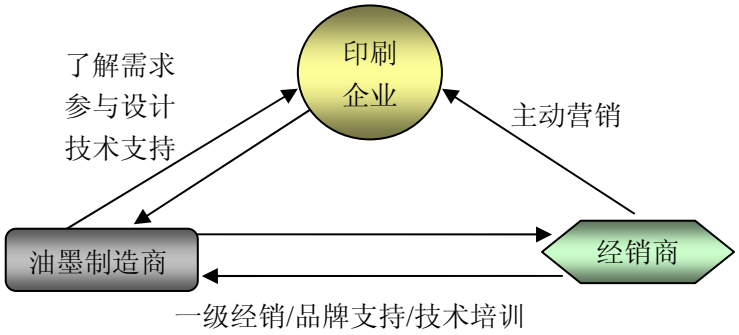
我国使用胶印油墨的印刷企业极其众多（5-6 万家），而单个印刷企业需求量又较小（一般大印刷企业在 5 吨/月，小型印刷厂在 1 吨/月以下，远小于凹印油墨印刷企业单厂 10-20 吨/月的用量），因此胶印油墨销售采用的都是经销商模式。由于我国胶印油墨的主要企业大都脱胎于原国有企业，因此销售模式主要还沿用传统的三级经销，具体如下图：

传统企业销售模式



随着行业新兴企业出现，一种扁平化销售模式成为了新兴企业抢占市场的重要手段，具体见下图：

扁平化销售模式



对比两种模式可以发现：在传统多级批发销售模式下，不但流通库存量较大，而且会导致市场反馈信息逐级衰减，不利于油墨企业及时掌握市场的需求变动；另外在县级销售商群体中，由于客户对象的重叠，极易导致经销商间的恶性竞争。而与此对应，新兴的扁平化销售模式由于销售更贴近市场，能够及时获得客户端的需求，通过与印刷企业合作攻关，及时推出更适合市场需求的新产品；此外，扁平化的销售也使油墨制造商更易向经销商提供技术培训和品牌支持服务，同时也能够提高经销商的利润，推动经销商的销售积极性，刺激销售数量的提升。

（七）行业的基本特征

1、季节性特征

从需求来看，本行业主要面向以包装印刷业为主的印刷行业，包装印刷业又与众多行业产品需求密切相关。受我国传统春节因素的影响，一般一季度各行业的整体产销量相对较低，二季度开始逐步恢复，因此导致本行业存在一定的季节性。从行业协会的统计数据显示，每年的三、四季度是本行业的需求旺季，一、二季度需求量相对较低。

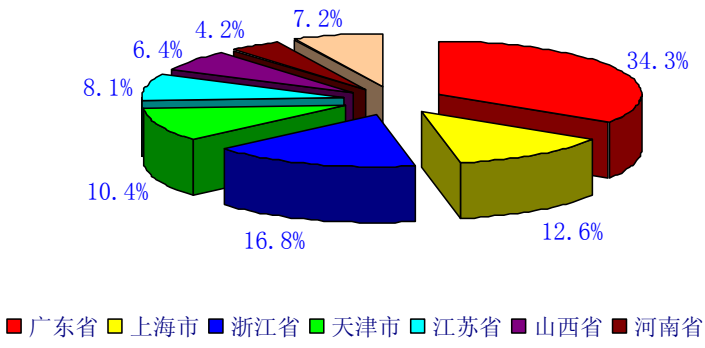
2、周期性特征

本行业的下游需求与人们生活及企业运营密切相关，而经济周期对人们生活和企业运营存在一定的影响性。人们生活中的普通消费品需求具有持续、稳定性，如食品、药品、书刊等，基本不会受到经济周期的影响；而高档消费品需求，如房、车等，经济周期会对此产生一定的影响。与此对应，弱周期行业企业产品具有消费持续、稳定性，其宣传、包装对油墨的需求也就具有持续、稳定性；反之，亦反。因此，本行业相对经济周期存在一定相关性。

3、区域性特征

我国现有油墨企业主要脱胎于早期的国有油墨企业，同时又与改革开放以来我国经济发展的区域存在一定的关联性，基本呈现长三角、珠三角和其他区域各占三分之一的市场分布格局。其中广东、上海等七省市油墨产量占全国油墨总量的 92.8%（“2008 年全国油墨行业完成情况和综合分析”，《油墨》，2009 年第 3 期），具体见下图：

我国油墨行业分布情况



（八）行业与上下游的关联性

作为精细化工的一个重要分支，胶印油墨生产不但需要各类化工原料，如颜料、树脂、矿物油、助剂和填充料，而且还需要包括植物油在内的农产品；产品被广泛运用各类印刷和包装产品。相关行业的发展对本行业发展具有重大影响。

1、上游行业发展状况对本行业发展的影响

树脂和颜料为油墨的主要原材料。胶印油墨所用的树脂主要为松香改性酚醛树脂，松香改性酚醛树脂是由各类树脂改性形成的新型复合材料，其根本的组成是松香树脂及多种合成树脂。我国现不但拥有千万吨合成树脂年产量，而且拥有全球最佳品质油墨松香生产地，其高质量的产品，充分保障了本行业产品的需求。胶印油墨所用的颜料为不可溶性有机颜料，而我国为全球最大的有机颜料制造国，约占全球60%以上的市场份额，年产量达数百万吨，我国颜料行业的发展现状同样充分保证了本行业原材料需求。

2、下游行业发展状况对本行业发展的影响

我国印刷业近年来发展迅速，2007 年印刷工业总产值已经超过 4,400 亿元，提前 3 年实现了印刷行业“十一五”发展规划；2008 年全国印刷工业总产值已达到 4,750 亿元，同比增长了 7.95%。按照《全球印刷市场调查》（PRIMIR）2006-2011 年间，我国印刷业产值将增长 60%。下游行业的快速发展，无疑将带动本行业的快速增长。

三、发行人竞争优势及面临的挑战

（一）发行人市场竞争地位

公司能够快速成为我国胶印油墨行业的主要企业，主要得益于较高的技术水准、独特的经营模式及管理的优势，公司在经营中形成的品牌知名度和最终客户认同成为了进一步促进公司快速发展的重要基础。随着公司行业地位的不断增强，产能的相对滞后、技术能力持续提升的要求已开始逐渐成为公司发展的瓶颈。公司在行业竞争中体现的主要优势和劣势具体表现在：

1、竞争优势

（1）技术领先

技术是产品市场竞争、获得市场的基础。公司在发展过程中始终注重技术投入，紧紧围绕“科学发展”思路，坚持走“自主创新”和“引进先进技术”相结合道路，技术水准已具有了较为明显的市场领先性，具体体现在：

①产品性能领先

目前公司产品主要分为快干亮光型、高光泽型和高耐磨型三大系列产品，根据国家印刷装潢制品质量检测中心的《检测报告》，以及公司在苏州市相城质量技术监督局备案的公司质量控制系列标准，公司的产品性能远高于行业标准，具有较好的市场适用性和领先性，获得了众多客户认同。

公司采用行业领先技术研发、生产的高光泽型和高耐磨型产品已获得了广泛的市场认同。在国内，公司相关产品在与同类进口产品竞争体现了良好的市场适应性，近三年销量已由 2007 年 598.50 吨增长到了 2009 年的 1,459.29 吨，总体增长了 143.82%。在国外，相关产品同样也获得了众多客户的认同，外销数量已由 2007 年 300.49 吨增长到了 2009 年的 1,209.52 吨，总体增长超过了 3 倍；良好的市场销售，使得公司被中国印刷及设备器材工业协会列为 2008-2009 年度油墨产品出口排名第一的企业。

公司通过大量试验、研发，建立了品种众多的颜料数据库，该数据库主要含有颜料的耐晒等级和透光性等指标。公司可为客户提供耐晒等级达到 6-7 级的强抗紫外线产品，具有极好的耐晒性能；针对透光性指标，公司根据目前世界印刷业采用的四色印刷方式，对颜料的透明性进行了系列研究和试验，公司产品与行业内同类产品比较，具有极佳的透明度，从而使得印品具有了极佳的层次感和清晰度。

此外，针对我国尚未形成颜色体系的现状，公司建立了企业的颜色体系，在客户群体推广中获得了较好的市场认同，从而有效地稳定了客户、保障了公司持续发展。

②研发出大批环保新产品

随着全球对环保要求不断提高，公司不断提升产品的环保特性，公司通过对连接料的不断研发，已推出系列环保产品。针对发达国家（地区）对有机挥发份（VOC）和产品有害重金属含量的限制，公司通过对“植物改性油基”和对应树脂的系列研发，使得公司产品通过了瑞士 SGS 认证、欧盟 REACH 预注册和美国大

豆协会认证等绿色认证，产品在欧盟、北美等发达国家（地区）获得了众多客户的认同。在国内，公司产品已通过了国家绿色环保油墨的认证，公司在对 NON-VOC 类产品、高降解率油墨产品研发中具有较好的市场领先性，成为了国家火炬计划立项项目执行单位；此外，公司还储备了包括环保型长效不结皮油墨、Globy 通用型植物油基油墨等众多环保型油墨产品，为公司未来更好地适应市场对产品环保需求创造了基础。

③产品获得了大量高端客户的认同

公司坚持高标准产品质量管理，保持了产品的稳定品质、较高环保质量和良好印刷效果，产品已被运用于食品、电子、化妆品、化工、汽车等多个最终用户行业的产品包装、企业宣传册的印刷中，从而为公司发展提供了坚实的基础。近几年公司产品已被应用于如下客户群体：

行业	名称
食　品	麦当劳、肯德基、百威、青岛、王老吉、蒙牛、伊利、旺仔、康师傅等
电　子	摩托罗拉、诺基亚、三星、索爱、NEC、柯达、英特尔等
化妆品	资生堂、欧珀莱、欧莱雅等
化　工	中石化、中石油、壳牌等
汽　车	奔驰、宝马、奥迪、丰田等
杂　志	时尚杂志、知音杂志等
其　他	EMS、苏泊尔、猫人内衣、同仁堂等

良好的客户基础带来了良好的公司品牌行业认知度，2008 年公司的 “东吴牌”商标被江苏省工商行政管理局授予江苏省著名商标。

（2）先进的运营模式

公司在起步较晚的情况下，获得了远超过市场增长率的增长速度，也得益于自身的独特运营模式。运营模式带来的规模性和高效、快捷性在一定程度上弥补了公司在成立之初规模、技术、资金等方面的不利因素，并为公司持续发展提供了有益的动力。

①生产环节采取了基墨生产模式

公司通过不断研究、摸索，开发了行业最为先进的“基墨”生产方式，目前公司已建立了红、黄、蓝三组基墨工艺线，并正在研发黑色基墨工艺线。相关基

墨工艺线的建成，有效地提高公司运营效率，大大降低公司的经营成本，整体提高公司产品制造的柔性。此外，公司的基墨系列采取的是行业内领先的“基墨组”方式，基墨组方式下生产的产品，一方面便于公司提供较大色域范围内的产品；另一方面，通过基墨组下不同色相基墨比率配比，还能为客户快速提供个性化需求的专色产品，良好的柔性及生产协同性为公司更好地占领新市场、新客户奠定了基础。

由于公司采用了先进的“基墨”及“基墨组”生产工艺，尽管近几年发行人业务规模快速增长，但在产品资金占用量呈下降趋势。在公司销售规模不断扩大情况下，公司的在产品已由 2007 年末的 665.87 万元下降至 2009 年末的 309.40 万元；在此模式下，公司产品的色相变动降低、细腻性得到有效提高，使得产品稳定性得到极大的提升；此外，随着公司基墨组工艺的不断完善，基墨组色域宽度得到了不断扩大，从而使得公司产品更能贴近不同区域、国家客户的个性化需求。以公司在环渤海区域销售为例，该区域的历史原因使得区域内印刷企业已认可了天津东洋的颜色体系（该颜色体系与本公司颜色体系存在色相差异性），公司借助已有的基墨组差异性及拥有的良好配色体系，能够迅速为该区域内印刷企业提供满足需求的产品系列，从而有效地促进了公司在环渤海区域的销售，2010 年 1-6 月的销售金额已基本与 2007 年的销售金额相同。

②销售环节采取了扁平化的销售模式

在销售环节上，公司扁平化的销售模式有效消除了我国胶印油墨常采用的多级经销模式下市场信息反馈缓慢，流通库存较大，恶性竞争等不利因素；通过对经销商的提供包括共同开发客户、技术培训、品牌支持等附加服务，更好地贴近了市场。

公司技术研发部能够在最终用户（印刷企业）遇到印刷问题或印刷新需求的同时，获得经销商的反馈信息，从而对应派出技术研发人员与最终用户共同寻求问题解决方案，或为客户定做满足需求的产品，更好地满足客户需求；公司坚持指定区域内独家销售商的模式，保证了经销商销售的稳定性和持续性，避免了行业其他企业采取的多级经销模式下经销商间相互恶性竞争的不利因素，从而有效提高了公司的市场竞争地位。

此外，扁平化的销售模式使得公司能够直接贴近最终用户，从而在一定程度

上有效地把握了经销商的信用风险，保证了公司应收账款质量。报告期内，公司单独计提坏账准备的应收账款始终处于较低的水平（2010 年 6 月末为 41.04 万元），有效地保证了公司的健康、持续发展。

在 2008 年行业协会对会员单位产量排名中，由于公司产能因素影响，在全国油墨企业产量排名中处于 10 名以外，但是凭借高效的运营模式公司利润水平处于全国油墨企业的前 5 名（整理自：“2008 年全国油墨行业完成情况和综合分析”，《油墨》，2009 年第 3 期）。借助先进的经营模式以及公司产能规模的扩大，2009 年公司产量同比增长 25.69%；销量也随着产量的扩大不断增加，2009 年公司销量占我国胶印油墨市场总需求量的比率提高了 0.81 个百分点。

（3）良好的市场地位

随着技术能力不断提升和先进运营模式的采用，公司具有了良好的市场地位，从而有效地保证了公司具有良好的市场议价能力，进而促进了公司产品的毛利率水平和销售货款的顺利收回。

在国内销售方面，公司的快干亮光型产品是行业市场竞争中同类产品的高级别系列产品，能够与高速（20000 转/小时）印刷机或多色（四色及以上）印刷机相适应。而同行业大部分企业仍在生产、销售树脂版油墨（单、双色印刷机使用）或与中、低速印刷机（10000 转/小时以下）相适应的普通快干型产品；高光型和高耐磨型产品更是替代国外进口同类产品的行业新品种，具有较高的性价比。因此，在报告期内，虽然原材料价格大幅波动，但是公司内销整体毛利率逐步增长，已由 2007 年的 21.67%增长到 2010 年 1-6 月的 28.88%，保持了同行业中较高的水平。

在国外销售方面，公司产品直接与发达国家同行业产品进行市场竞争，销售市场不断增加，已销售到包括美国、英国、德国、荷兰、意大利、澳大利亚、新加坡、印度等在内的全球五大洲的 50 多个国家和地区，“科斯伍德”品牌在国际市场已具有一定的知名度。公司针对 2008 年全球性的金融危机，将外销收款方式逐步由原来主要以 L/C（信用证）付款方式向 T/T（电汇）付款方式转变，但公司产品的外销数量并未因更苛刻的付款方式减少，2010 年 1-6 月、2009 年度和 2008 年度公司外销产品数量分别同比增长了 34.90%、37.33%和 28.47%。

（4）强有力的产品销售能力

在发展过程中，公司根据国内、外经销商的业务、资信情况，不断甄选、提升经销商队伍，为公司业务发展奠定了坚实的基础。

在国内市场，公司目前已与全国 158 个经销商建立了业务合作关系，特别在我国油墨需求量相对较大的长三角、珠三角、环渤海，以及中西部七省等区域建立了较强的经销商队伍，公司以共同发展为目标，通过共同开发客户、技术培训、品牌支持等附加服务有效提高了经销商市场竞争能力。近三年公司内销收入和销售数量的复合增长率分别达到了 26.63%和 22.68%，并且公司的经销商在 2008 年全球金融危机冲击下仍能够保证较好地实现销售目标和销售回款，具有了较强的市场开拓能力和市场适应性。

在国外市场，凭借较高的产品性能、快速的交货能力、合适的产品价格使得国外经销商对公司依赖性越来越大。报告期内，公司的 OEM 客户和经销商不管是数量还是销售总量在不断增长，近三年公司外销收入和销售数量的复合增长率分别达到了 31.33%和 32.83%。

（5）地域优势

公司地处我国长三角区域，良好的地域优势在市场竞争中有效地保证了公司的业务持续发展。

长三角属于我国经济发展最好的区域之一，与此对应印刷业的产值也是我国最好的地区。根据《中国印刷年鉴》数据显示，2008 年长三角印刷业产值占全国总产值的 37.84%，相对 2007 年增加了 1.37 个百分点。公司扁平化销售模式需要具有较强贴近经销商服务的能力，长三角区域良好的市场需求为公司快速提供附加服务、控制销售成本提供了重要基础。

此外，在国际市场竞争中，由于我国具有的原材料品质和价格、产量优势，使得公司在境外竞争中能够使用高品质原材料生产出具有良好性能指标的系列产品，能够在市场竞争中保持稳定、优良的产品性能，保证较好的产品毛利率水平。

（6）管理优势

公司始终将产品质量管理放在重要位置，公司是国内同行中最先通过ISO9001、ISO14001和SGS等多项认证的企业之一。公司已建立了完善的质量管理体系，对原材料供应、生产、销售、研发等各个环节进行标准化的管理和控制，

有效地保障了公司产品质量和公司声誉。

2、竞争劣势

（1）融资瓶颈难以跟上客户的需求增长

近年来公司业务得到了快速发展，近三年产品销量的复合增长率达到26.00%，远高于同期全国胶印油墨需求4.03%的复合增长率。公司拥有行业最先进的运营模式，较高水平的研发和技术能力，良好的市场口碑及广泛的客户认同，公司需要通过不断提高制造能力、增加流动资金，以更好地抢占市场整体增长及部分中小企业退出所带来的市场空间。

而目前公司盈利滚动投入已难以满足业务发展的需求，资金瓶颈成为影响公司快速成长的重要因素。公司申请发行上市，就是为了缓解公司发展中的资金压力，并借助募集资金投入的“年产16000吨环保型胶印油墨项目”，缓解公司的制造能力不足，进一步提高公司的市场占有率。

（2）业务拓展与研发能力相对滞后间的矛盾

下游行业特别是包装印刷业的发展，以及公司最终客户层次、需求的不断提升，都向公司提出了更多、更高的技术需求。公司需要持续增加研发的投入力度，以更为快捷地推出适应市场需求的产品。公司目前还缺乏足够的人才和设备对新市场、新需求进行深入、快捷地研发，以便更好地适应市场需要。

（二）发行人主要竞争对手情况

我国油墨行业整体集中度较高，年产量3,000吨以上的40家企业年合计产量约占全国年产量的四分之三。胶印油墨市场主要以日本跨国公司在华投资、控股的企业为主，如天津东洋、杭华油墨、DIC集团等。此外，以发行人、上海牡丹、上海油墨泗联化工有限公司为代表的本土企业在胶印油墨竞争中也体现了长期的市场适应性。

由于产品和客户群体的差异性，目前上述五家企业中天津东洋和杭华油墨是公司主要的竞争对手，但未来随着其他三家企业产品结构的变更，也可能对本公司形成一定的竞争压力。相关公司的具体情况如下：

1、主要竞争对手

天津东洋是1993年由天津油墨公司与日本东洋油墨制造株式会社合资建立的一家大型油墨制造企业，注册资本金5,450万美元。该公司产品系列齐全，包

括胶印单张纸油墨、胶印轮转油墨、凹印油墨，以及相关辅料，目前是我国最大的油墨生产企业，2008 年共生产油墨约 3.39 万吨，其中胶印油墨约 2.9 万吨。该公司已开始研发基墨，产品性能上与发行人产品相比各具特点。

杭华油墨是 1991 年由杭州市工业资产经营有限公司和日本 T&K TOKA 株式会社共同投资设立，注册资本金 2,998 万美元，产品以胶印和凹印油墨为主，2008 年共生产油墨约 2.55 万吨，其中胶印油墨约 1.44 万吨。该公司产品性能上与发行人产品相比各具特点。

2、潜在的主要竞争对手

DIC 集团属于全球最大的油墨制造商，目前拥有全球约 1/3 的市场份额，也采用基墨模式生产。DIC 集团目前在国内投资了 7 家油墨生产企业，地域遍及华南、华东和华北地区，其中较大的胶印油墨企业包括迪爱生（太原）油墨有限公司和深圳深日油墨有限公司。迪爱生（太原）油墨有限公司注册资本为 500 万美元，2008 年油墨产量达 2.6 万吨，以轮转胶印油墨为主；深日油墨有限公司注册资本为 3,000 万元，2008 年油墨产量达 6,000 吨，其中胶印油墨约为 5,500 吨。目前 DIC 集团在我国控股的企业还主要以轮转胶印油墨为主，市场细分上与本公司存在一定的差异，但未来借助其先进的运营模式和技术能力，可能对发行人构成一定的市场竞争压力。

上海牡丹系上海制皂（集团）有限公司与上海油墨厂共同投资。该公司成立于 2000 年 6 月，目前为双钱股份（证券代码：600623，SH）的全资孙公司，注册资本 8,500 万元，产品包括胶印油墨、印花涂料等。上海牡丹的前身是上海油墨厂，始建于 1913 年，是我国民族油墨工业的发源地，迄今已有 96 年的历史，是我国专业生产和销售各类印刷油墨规模最大历史最悠久的国有企业。2008 年该公司油墨产量 1.39 万吨，其中胶印油墨约 1.21 万吨。该公司产品主要为以树脂版胶印油墨和普通快干亮光型油墨为主，在单、双色机需求上占有较高的市场地位。目前该公司与本公司客户群体存在一定的差异性，但未来如该公司能够进一步提升其整体技术实力，产品系列逐渐向高层次发展，借助已有的市场基础，可能将给发行人带来一定的市场竞争压力。

上海油墨泗联化工有限公司成立于 1996 年，目前注册资本 1,600 万元。该公司产品主要包括印刷油墨、印花涂料色浆、有机颜料、合成树脂、连接料和添

加剂等。2008 年共生产油墨 1.19 万吨，其中胶印油墨 1.06 万吨。该公司产品以树脂版胶印油墨和普通快干亮光型油墨为主，与本公司客户群体存在一定的差异性。

（以上数据来源于：网络公开资料和行业统计数据）

（三）发行人主导产品的市场变动情况

目前公司产品以单张纸胶印油墨为主，主要运用于商务和包装印刷等领域。凭借行业领先的研发能力、独特的运营模式、强有力的生产和销售能力，公司产品销售量保持高速增长，市场占有率不断提高。具体见下表：

年份		2009年	2008年	2007年
发行人产品销量（吨）		8,266.14	6,144.29	5,180.99
单张纸胶印油墨	市场总需求量（万吨）[注]	15.68	14.91	14.49
	发行人市场占有率	5.27%	4.12%	3.58%
胶印油墨	市场总需求量（万吨）	22.4	21.3	20.7
	发行人市场占有率	3.69%	2.88%	2.50%

[注]：单张纸胶印油墨市场需求总量约占胶印油墨市场需求总量的 70%计算获得。

四、发行人经营情况

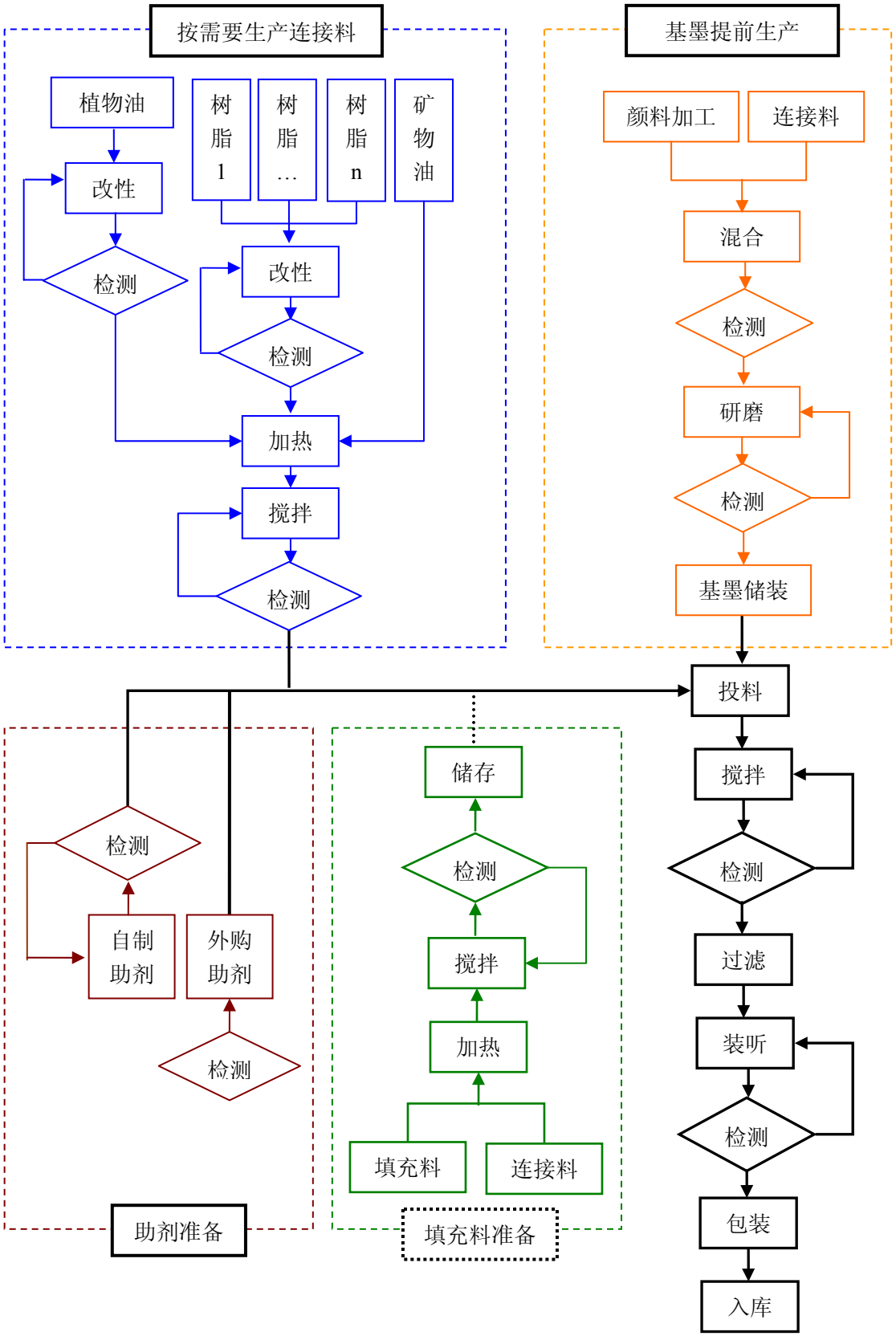
（一）主要产品及其功能

公司自设立以来一直专业从事胶印油墨的研发、生产和销售，产品主要为单张纸胶印油墨。按照油墨的性能分类，公司产品可以进一步细分为快干亮光型、高光泽型和高耐磨型三大系列，公司产品的主要用途详见下表：

主要产品	产品系列	用途
单张纸胶印油墨	快干亮光型	可为各类纸张印刷用油墨，适合于高速印刷，用途广泛
	高光泽型	更适合于铜版纸印刷，适合于对色彩要求高的高档印刷品（如画册、杂志等）
	高耐磨型	更适用于哑粉纸及卡纸的印刷，适合于高耐磨要求及后道加工设备自动化程度较高的印品印刷（如汽车及商品房画册、艺术品说明书、高级纸盒礼品包装等）

（二）主要产品的生产工艺流程

公司产品流程如下：



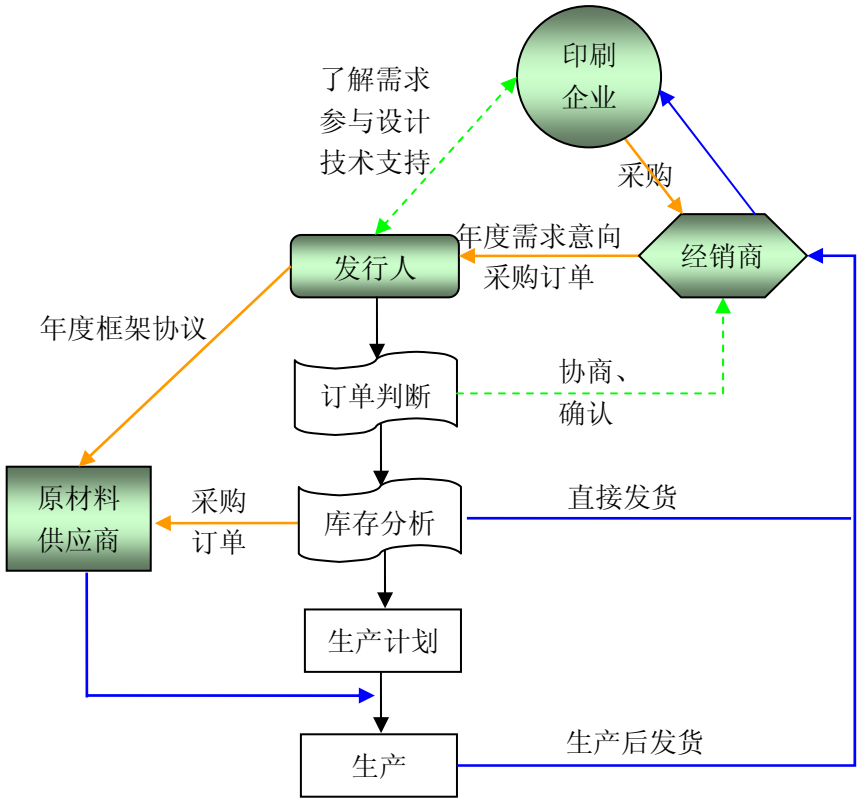
注：上图中基墨及填充料的连接料，在生产与油墨生产连接料的生产工艺一致，差别在于树脂的选择及植物油的占比，其功能性在于提高颜料的润湿性、分散性及研磨性；以及填充料的润湿性和分散性。

上图仅反应了一种基墨参与加工油墨的过程，实务中存在多种基墨同时投料，或加配其他物质（如某类金属）以获得某专色产品的情形；

上图中“填充料准备”过程，相关填充料仅运用于部分产品中。

（三）发行人的经营模式

1、公司主要业务模式



注：绿色表示信息与沟通；橙色表示订单情况；蓝色表示实物流通。

2、公司经营模式

（1）采购模式

公司会根据主要经销商年度需求意向或上月产品出货情况，分别形成年度原材料采购计划或采购订单。针对年度原材料采购计划，公司会与原材料供应商就主要原材料签订年度框架协议，约定全年供应商向发行人预留的原材料数量范

围、原材料定价依据、结算方式等。针对采购订单，公司以年度采购计划为基础，通过商务平台或者其他书面形式向供应商采购相应的原材料。

在具体业务过程中，发行人以现代供应链管理为基础，建立了完善、严格的供应商管理体系。针对主要原材料选择2-3家主要合格供应商，并由采购部与主要供应商协商年度框架协议；由生产部跟踪产品订单及原材料库存，制定具体的采购订单，交由采购部实施。

（2）生产模式

公司产品的生产采取的是“储备生产+订单生产”的模式。

根据经销商的年度意向及上年度产品销售情况，由总经理、生产部、技术研发部和销售部共同分析产品的出货情况及其规律，形成相应产品及基墨的最低储备量标准；每个月末，由生产部根据本月主导产品的出货及库存情况，及过去年度对应月份出货规律，制定下个月份主导产品及基墨的生产计划；由技术研发部出具相应的技术文件和工艺流程，交由生产部生产。

针对国内客户专色品及所有境外产品需求，公司采取订单生产模式。销售部获得订单后，会将相关信息反馈给技术中心和生产部；由技术中心分析产品生产可行性，并出具相应的技术文件和工艺流程；生产部确认生产档期并组织生产。

（3）销售模式

公司销售采取的是经销商销售模式。目前公司已与240个经销商建立了合作关系，已在全国最主要印刷业聚集地，以及近年开始快速发展的中西部大部分省市建立了稳定的经销网络；在境外销售中，公司产品已销售到包括美国、英国、德国、法国、荷兰、比利时、印度等世界主要油墨制造国在内的50多个国家和地区。

①国内经销模式及经销商情况

公司会在印刷企业聚集地区寻找最为合适的油墨经销商，通过对经销商渠道、客户、资信等方面的考察，确定唯一经销商，并与之签订《经销合同》（其后每年续签），该合同会就经销条件、定价方式、结算和保证方式、交货方式及质量标准等做出具体约定。其中对于经销商的信用评价、给予信用额度的内部流程情况如下：

公司对经销商的信用评价主要通过销售部门进行，必要时也会聘请律师、咨

询公司等中介机构进行协助。初次接洽经销商时，公司通过访谈、现场考察、委托调查、询问同业等方式，了解客户基本情况及资信状况，包括客户的经济性质、注册资本、股东情况、管理水平、经济效益、诚信记录、有形资产状况、有关负债等情况，并形成书面报告。书面报告须经有权管理层讨论并决定是否与该经销商合作。如果决定与该经销商合作，则根据上述了解的情况与评价的结论确定销售价格、信用政策、付款条件与期限等合作条款，并签订正式合同。

公司对经销商的信用额度实行动态管理，即定期根据经销商的情况调整信用额度。公司销售部门定期对经销商的历史订货与回款情况进行整理，收集并更新关于经销商经营状况、资产状况、诚信状况、业内口碑等信息，在此基础上进行评价并形成书面报告。评价报告经有权管理层讨论并通过后，据此调整该经销商的信用评级和信用政策。

公司的信用额度控制与发货控制相结合。对于信用额度内的订货可以继续给予发货；对于超过信用额度的订货，一般需要先支付货款再发货。从2009年开始，公司尝试在经销商中推行固定资产担保方案，当经销商的业务发展超过公司原有的预计范围，需要大幅提升信用额度时，公司争取从经销商处获得固定资产担保，在此基础上适当提高信用额度。

经核查，保荐人和发行人会计师认为：发行人针对经销商信用评价、经销商信用额度控制、经销商风险控制等内部控制关键要点而制定的相关流程与规范，符合《企业内部控制基本规范》规定的标准，并且于2010年6月30日在所有重大方面保持了与财务报表相关的有效的内部控制。

②国外销售模式

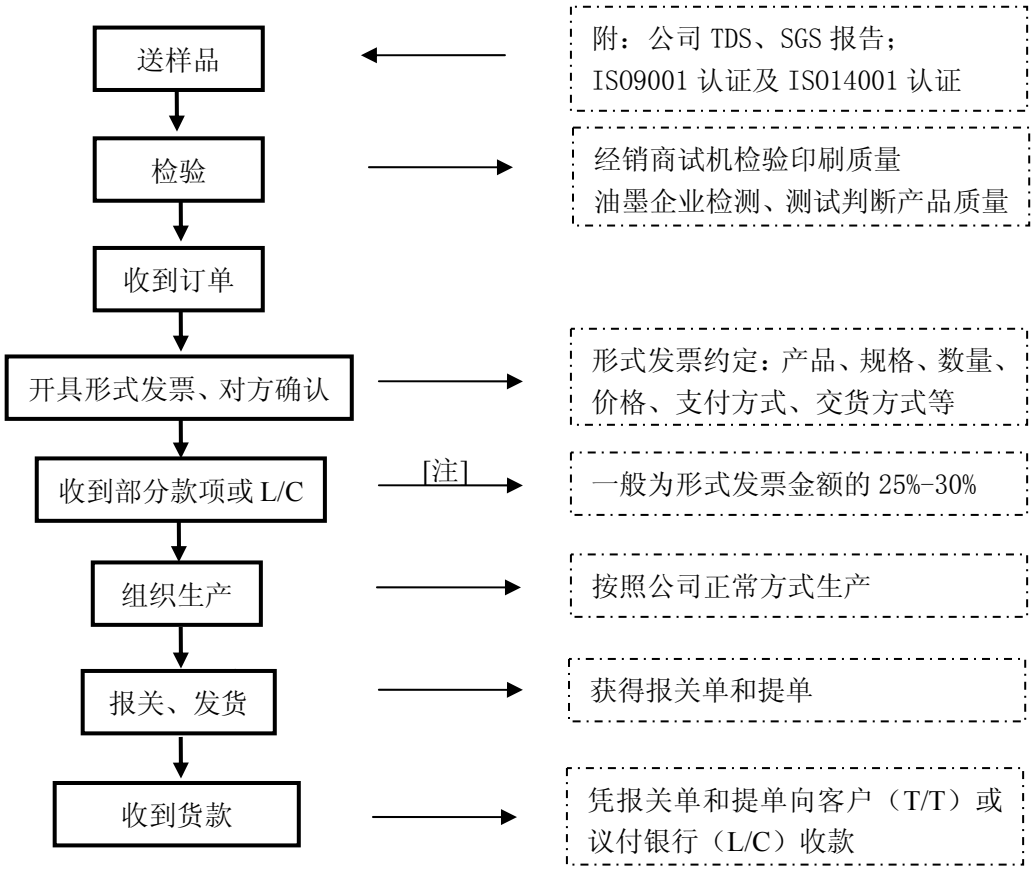
由公司销售部向国外经销商（包括经销商和OEM客户）进行销售。公司销售部通过各种业务渠道寻找国外油墨行业经销商，通过产品试用形成业务合作意向；在与对方签订购销合同，并在对方开立信用证或预付款形式下，公司组织产品的生产和发货，并按双方合同约定进行结算。随着公司国际知名度、技术实力的逐渐提高，部分境外知名油墨制造企业通过各种渠道联系到本公司，采用OEM方式委托本公司进行产品生产。具体情况如下：

公司外销根据客户不同，可以分为经销商模式下的外销和 OEM 模式下的外销。由于公司产品本身的功能性和环保性已具较高的国际水平，能够满足客户的

需求，因此，在外销过程基本采取同一业务模式。OEM 外销模式下，少数客户存在较高的个性化需求，因此公司向其流程会存在一定的差异。

A、常规形式下的外销过程

目前公司外销中，面向所有经销商和绝大部分 OEM 客户采取了此种外销模式，具体流程情况如下：



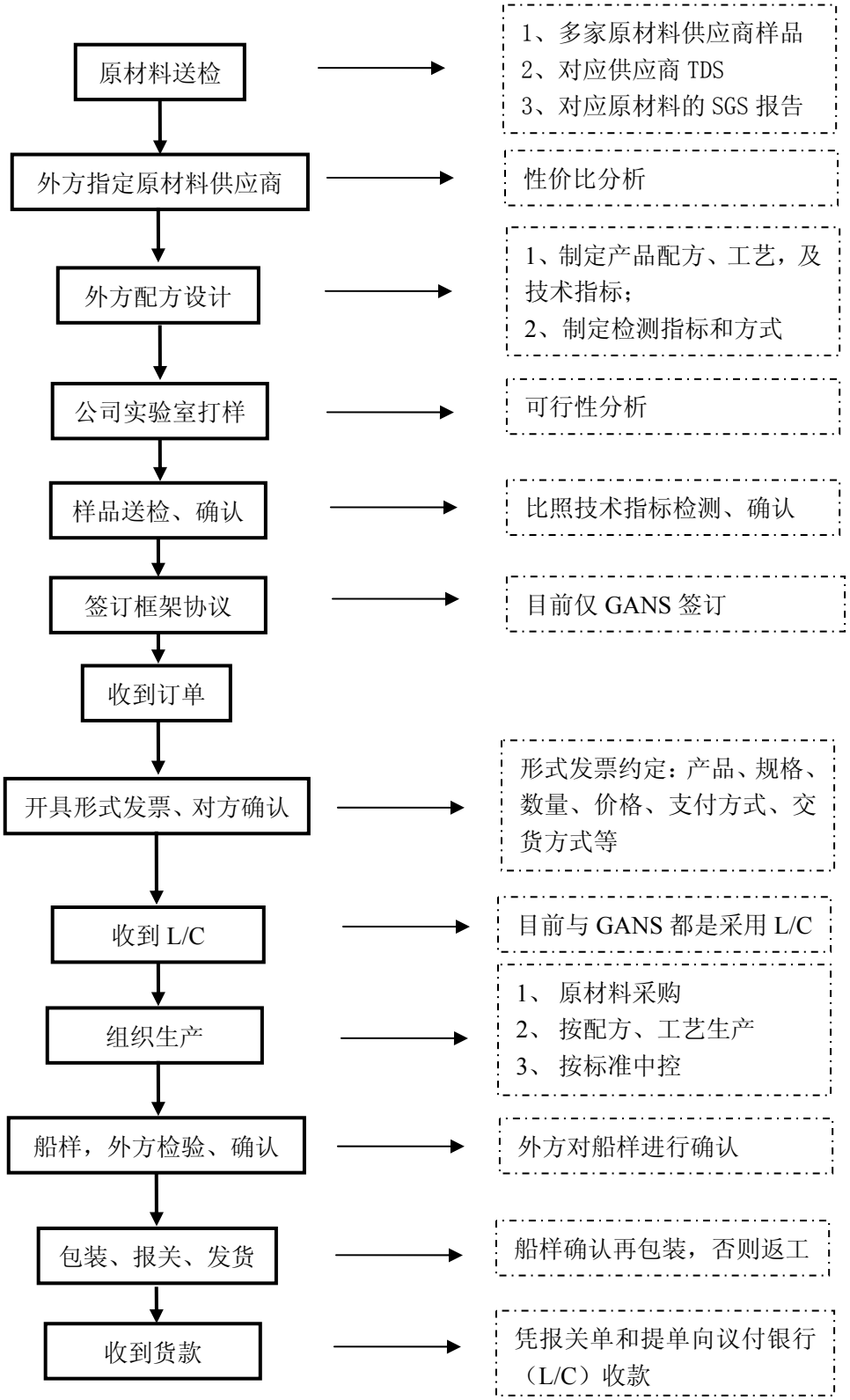
[注]：在 T/T 收款方式下，公司预收形式发票金额的 25%-30%；在 L/C 收款方式下，没有对应预收款。

客户给公司的订单内容主要包括：品名（初次公司送样品时或客户提出需求时命名的产品名称）、数量、规格、付款方式、标签（无标签或者要求的标签）、付款方式等内容；公司给客户开具形式发票就具体条款进行确认；在收到客户预付款或信用证后，公司开立《生产计划单》安排生产；公司完成产品生产后，按照客户订单进行产品交付。

B、特殊形式下的外销过程

以美国 GANS 为代表的国际知名油墨制造企业，其产品具有较高的个性化需

求，并具有较强的研发实力。因此，其对产品开发设计及原材料制定了相应的个性标准和要求，与此对应，外销流程存在一定差异。具体情况如下：



在此业务模式下，OEM 客户与公司通过系列谈判形成框架协议，在此框架协

议下会就某种具体类型产品的初期研发、研发后每年客户对对应产品采购量进行初步约定；在产品研发成功后，客户会根据框架协议下的采购量以订单形式向公司分别采购。一般客户订单内容主要包括：品名（一般由客户命名的产品名称）、数量、付款方式、产品批号等内容；公司给客户开具形式发票就具体条款进行确认；在收到客户支付的一定金额预付款后，公司开立《生产计划单》安排生产；公司完成产品生产后，按照客户订单进行产品交付。

C、外销业务中授权及商标使用情况

公司面向经销商销售采取的是自有品牌、配方和质量控制方法，不涉及配方授权使用、商标及销售市场约定等约束性内容。OEM 销售下，由于客户要求不同，公司在生产部分客户产品涉及到了商标、配方使用、市场介入等相关内容。

a、常规形式下的 OEM 销售

在此业务模式下，公司生产的产品或为公司的已有产品，或为公司技术中心根据客户需求制作样品；产品配方、制造工艺等都系公司自主研发，因此产品生产过程不涉及配方授权使用的情形。

公司销售给客户的绝大多数为“无商标”产品，客户在收到产品后，会重新包装、黏贴自有商标后对外销售；报告期内，公司存在 1 家 OEM 客户（ICE ARETS UK LTD（英国））要求产品外包装上有其商标；近三年及一期，公司对此 OEM 客户销售收入为 0、55.07 万元、95.87 万元和 81.83 万元，占同期公司 OEM 总体销售收入的比率分别为：0、1.61%、2.66%和 4.23%。此部分产品销售虽然涉及商标内容，但公司提供的相应产品包装与客户名称保持一致，不存在商标侵权行为，公司也不存在因此受权益所属方提请诉讼的行为。

针对产品质量，公司会根据已有产品质量控制标准，或技术中心制定的质量控制标准进行产品生产，客户在取得产品后会比照样品进行相应的检测。一旦检测结果与样品不符，客户可根据订单或 L/C 相应条款要求公司进行处理、赔偿。报告期内，公司未发生因质量纠纷导致的赔偿情形。

在此 OEM 外销模式下，由于对应的 OEM 客户仅提出产品的要求，不存在市场进入约定、障碍。以欧洲为例，虽然公司主要销给 ARETS GRAPHICS N.V.，但是同时也对德国、英国、意大利、西班牙等十余欧洲国家经销商进行销售。

b、特殊形式下的 OEM 销售

公司在该种模式的外销对象主要为美国GANS,此外还包括Shackell Edwards Druckfarben 公司。公司与 GANS 的合作较早，已共同研发、生产、销售了一定数量的产品，报告期内公司已实现销售收入 253.95 万元、280.09 万元、399.28 万元和 179.37 万元；而公司与 Shackell Edwards Druckfarben 的合作是在 2010 年 1 月 25 日，目前尚处“样品送检、确认”阶段，未实现销售。

公司通过与 GANS 的业务合作，有效提高了公司的树脂连接料配方技术、颜料技术和油墨制造技术水平，有效了解、掌握国际胶印油墨发展趋势和发达国家对相关产品的技术要求，进而促进了公司技术总体领先性，为公司进一步业务发展奠定了良好的基础。

公司在与此类 OEM 客户业务合作过程中，产品配方及生产工艺来自于 OEM 客户的研发，OEM 客户未就相应的产品配方和生产工艺申请专利，公司也未与 OEM 客户就配方使用约定授权。报告期内，公司未因对相关产品配方和生产工艺进行吸收消化后再创新，并运用于提升公司产品性能而与 OEM 客户发生纠纷。

在此业务模式下，产品质量控制多采用 OEM 客户的标准和方法，且产品交付前必须船样、客户检验和确认，一旦检测结果与样品不符，公司需要根据客户要求进行产品改进。因此，产品交付后产生纠纷的可能性极低。在报告期内，公司未因此产生相应的纠纷与赔偿。

2006 年在公司与 GANS 就 OEM 合作达成共识时，曾就市场介入签订合作协议。该协议约定公司产品在协定签订之日起三年内不能在美国市场进行销售，截至本招股书签订之日，该约定期限已过期；且在协议约定期限，公司严格按照该合作协议未在美国市场寻找其他经销商进行产品销售，公司与 GANS 保持了良好的合作关系，不存在任何纠纷。除此之外，公司未与其他 OEM 客户就市场介入约定形成任何文件或协议。

公司针对 GANS 的销售虽然不含商标，但油墨包装罐上会有“GANS”字样，相关标示与客户名称一致，且为买断式销售，不涉及商标及商标侵权事宜。

③公司销售的真实、公允性

公司与经销商作为独立的个体，分别根据各自的意愿签订、确认《经销协议》、《年度合作协议》或订单，公司对经销商的销售真实、公允。公司对经销商的销售为“买断式”销售，即一旦产品销售给经销商，由经销商承担相应产品的最终

销售并获得相应的销售利润；经销商根据自身客户群体的需求情况向公司采购产品，并实现对最终用户的实际销售。报告期内存在少数经销商因各种原因向公司退还少量产品的情况，公司以“红字发票”形式冲减当期或上期（属于会计期后事项的）的销售收入，公司已反映的销售情况为实际实现的销售收入。

（4）经销商变化对公司业绩的影响

公司整体将经销商分成三个层次，即年销售超过150吨的主要经销商，年销售在50-150吨之间的次级经销商，以及年销售小于50吨的一般经销商。报告期内，公司各层次的经销商销售情况如下：

经销商情况		2010 年 1-6 月	2009 年	2008 年	2007 年
主要经销商	销售金额（万元）	3,129.90	5,053.88	2,474.02	3,056.91
	销售占比	30.45%	27.72%	17.97%	27.56%
	经销商数量（个）	10	8	4	5
次级经销商	销售金额（万元）	4,336.36	7,529.11	5,834.73	3,695.36
	销售占比	42.19%	41.30%	42.38%	33.31%
	经销商数量（个）	47	43	31	23
一般经销商	销售金额（万元）	2,811.07	5,645.64	5,457.52	4,340.14
	销售占比	27.35%	30.97%	39.64%	39.13%
	经销商数量（个）	183	252	354	291
销售合计		10,277.31	18,228.63	13,766.26	11,092.40
经销商数量合计		240	303	389	319

如上表所示，报告期内虽然经销商数目变动较大，但是核心客户群个体（主要经销商和次级经销商）的整体数量、占公司销售金额的比重呈现增长的趋势。公司的核心客户已由2007年的28家增长到2010年6月末的57家，销售占比也由2007年的60.87%增长到2010年1-6月的73.65%。

公司销售分为内外销两大区域，内/外销数量比约为65/35，报告期内公司内、外销增长基本一致。由于公司针对国内经销商往往给予一定数量的授信额度，并能对部分经销商及时提供技术支持与培训，相对紧密度较高；国外客户中，OEM客户和部分与公司长期共同发展的经销商与公司的紧密度较高，部分一般经销商或基于市场开拓，或基于价格比较，会存在一定的变化。

①国内主要经销商与公司保持稳定关系

公司与国内经销商的经销合同一般为一年一签,并在经销合同约定一定的信用额度。报告期内，公司的国内主要经销商共有8家，除1家经销商由于家庭因素被新设立的公司所替代外，其他主要经销商均与公司保持了稳定的关系，公司对各主要经销销商的销售均保持了良好增长，具体情况如下：

期间	2010 年 1-6 月	2009 年	2008 年	2007 年
销售金额（万元）	2,133.12	3,272.42	1,044.72	1,180.13
占国内销售比率	32.06%	27.42%	11.67%	15.85%
经销商数量（个）	7	5	2	2

相关主要经销商基本情况如下：

A、苍南县立帆贸易有限公司

该公司由李丕袍和李炳强共同注册在浙江苍南县。报告期内，公司对该公司销售和授信情况如下：

项目	2010 年 1-6 月		2009 年		2008 年		2007 年	
	数量（吨）	金额（万元）	数量（吨）	金额（万元）	数量（吨）	金额（万元）	数量（吨）	金额（万元）
销售	221.53	455.56	497.83	1,033.16	278.06	581.60	13.76	27.36
授信（万元）	250		150		80		50	

注：授信是全年协议授信额度，实务中公司会根据经销商具体发展状况进行调整，后同

B、南京友恒印刷器材有限公司

该公司由祁进和孙慧兰共同注册在江苏南京市。报告期内，公司对该公司销售和授信情况如下：

项目	2010 年 1-6 月		2009 年		2008 年		2007 年	
	数量（吨）	金额（万元）	数量（吨）	金额（万元）	数量（吨）	金额（万元）	数量（吨）	金额（万元）
销售	165.25	445.65	268.97	743.69	121.69	342.39	-	-
授信（万元）	月结 60 天		月结 60 天		40		-	

C、杭州万豪印刷物资有限公司

该公司由孙高冲、徐爱萍和徐园平共同注册在浙江杭州市。报告期内，公司

对该公司销售和授信情况如下：

项目	2010 年 1-6 月		2009 年		2008 年		2007 年	
	数量（吨）	金额（万元）	数量（吨）	金额（万元）	数量（吨）	金额（万元）	数量（吨）	金额（万元）
销售	128.00	350.98	217.13	580.33	101.77	258.13	69.99	167.44
授信（万元）	240（经销商附带固定资产抵押）		45		35		16	

D、汕头市友安印材有限公司

该公司由余壁武、郑慈英共同注册在广东汕头市。报告期内，公司对该公司销售和授信情况如下：

项目	2010 年 1-6 月		2009 年		2008 年		2007 年	
	数量（吨）	金额（万元）	数量（吨）	金额（万元）	数量（吨）	金额（万元）	数量（吨）	金额（万元）
销售	153.62	345.81	245.71	565.98	228.85	463.13	294.24	617.38
授信（万元）	80		80		65		65	

E、杭州哈蒙托印刷材料有限公司

该公司由张洪涛、黄雪芝共同注册在浙江杭州市。报告期内，公司对该公司销售和授信情况如下：

项目	2010 年 1-6 月		2009 年		2008 年		2007 年	
	数量（吨）	金额（万元）	数量（吨）	金额（万元）	数量（吨）	金额（万元）	数量（吨）	金额（万元）
销售	94.37	181.98	99.53	204.42	-	-	-	-
授信（万元）	70		30		-		-	

F、潍坊大洋印刷物资有限公司

该公司由籍成亮和成春梅共同注册在山东潍坊市。报告期内，公司对该公司销售和授信情况如下：

项目	2010 年 1-6 月		2009 年		2008 年		2007 年	
	数量（吨）	金额（万元）	数量（吨）	金额（万元）	数量（吨）	金额（万元）	数量（吨）	金额（万元）
销售	87.25	180.69	162.59	349.27	96.19	217.65	66.68	127.79
授信（万元）	65		45		16		10	

G、郑州裕华印刷物资有限公司

该公司由余荣华和赵连义共同注册在河南郑州市。报告期内，公司对该公司销售和授信情况如下：

项目	2010 年 1-6 月		2009 年		2008 年		2007 年	
	数量（吨）	金额（万元）	数量（吨）	金额（万元）	数量（吨）	金额（万元）	数量（吨）	金额（万元）
销售	79.64	172.45	128.90	276.04	78.78	179.76	80.94	162.71
授信（万元）	28		28		25		20	

H、苍南县龙港天狮油墨印刷器材商行

该商行由李丕袍在浙江苍南县注册的个体工商户，2009年未参加工商年检。因家庭因素影响，该公司业务已由苍南县立帆贸易有限公司所承继；报告期内，公司仅2007年对其销售，当年销售数量279.44吨，销售金额为562.75万元，公司当年给予该客户的授信额度为50万元。

②国内经销商变动对公司经营的影响

报告期内，公司国内销售区域主要为我国经济发展较好的长三角、环渤海和珠三角三大区域；此外，以中西部七省市为代表的经济区域的崛起，也有效带动了公司在国内销售、盈利的增长。公司在各区域内业务较快发展主要依靠以主要经销商和次级经销商为主体的核心客户业务快速发展，具体情况如下：

A、长三角区域

长三角区域是我国经济最具活力的地区,印刷业总体产值位居我国各大区域的首位。公司产品在长三角的销售持续增长，已由2007年的3,558.08万元增长到2009年的5,536.30万元；2010年1-6月公司销售进一步增长，已达到3,274.43万元。与销售情况相对应，公司在长三角区域经销商已得到了较好的巩固与增长，虽然一般经销商数量锐减，但核心客户数目由2007年度的9家增加到2010年1-6月的12家,公司面向核心客户销售收入占区域内销售收入的比率也由2007年度的51.75%提高至2010年1-6月的68.74%，核心客户的数量和销售能力的不断提高有效地提升了公司区域内整体销售能力，保证了公司业务发展的持续性和稳定性。具体情况如下：

经销商情况		2010 年 1-6 月	2009 年	2008 年	2007 年
主要经销商	销售金额（万元）	1,434.18	2,357.17	581.60	562.75
	销售占比	43.80%	42.58%	12.76%	15.82%
	经销商数量（家）	4	3	1	1
次级经销商	销售金额（万元）	816.52	1,754.76	2,015.34	1,278.54
	销售占比	24.94%	31.70%	44.22%	35.93%
	经销商数量（家）	8	10	10	8
一般经销商	销售金额（万元）	1,023.74	1,424.37	1,960.99	1,716.79
	销售占比	31.26%	25.73%	43.02%	48.25%
	经销商数量（家）	55	57	150	141
销售合计（万元）		3,274.43	5,536.30	4,557.93	3,558.08

B、环渤海区域是公司发展迅速的区域

环渤海区域是同样属于我国印刷业相对较大集中的区域，公司业务在此区域发展迅速。公司2010年1-6月的销售金额已与2007年度总体销售金额总量几乎一致。区域内的销售增长，同样依靠核心客户，核心客户已由2007年的5家增长到2010年1-6月的9家；特别随着2009年主要经销商的出现，进一步稳定、促进了公司在环渤海区域的迅速发展。

经销商情况		2010 年 1-6 月	2009 年	2008 年	2007 年
主要经销商	销售金额（万元）	180.69	349.27	-	-
	销售占比	16.61%	18.43%	-	-
	经销商数量（家）	1	1	-	-
次级经销商	销售金额（万元）	805.66	1,081.42	832.03	632.97
	销售占比	74.05%	57.07%	67.19%	58.16%
	经销商数量（家）	8	6	5	5
一般经销商	销售金额（万元）	101.65	464.11	406.33	455.36
	销售占比	9.34%	24.49%	32.81%	41.84%
	经销商数量（家）	7	15	24	27
销售合计（万元）		1,088.00	1,894.80	1,238.36	1,088.33

C、公司在珠三角区域发展稳定

广东属于我国单省市印刷业产值最高的省份，公司在此区域内销售发展相对较为平缓，其中重要原因在于2008年全球金融危机对珠三角地区冲击较大，大批印刷企业发展不景气；随着区域经济逐步好转，2009年以来公司在此区域获得了快速发展，公司的次级经销商数量已有所增加，次级经销商的销售能力明显提升。随着该地区下游行业（印刷企业）重新洗牌完成，公司将有机会获得良好的发展机遇，珠三角将成为公司进一步发展的潜在大市场。报告期内，公司经销商在珠三角的销售情况如下：

经销商情况		2010 年 1-6 月	2009 年	2008 年	2007 年
主要经销商	销售金额（万元）	345.81	565.98	463.13	617.38
	销售占比	42.95%	39.06%	46.89%	61.63%
	经销商数量（家）	1	1	1	1
次级经销商	销售金额（万元）	258.45	536.98	159.35	128.08
	销售占比	32.10%	37.05%	16.14%	12.79%
	经销商数量（家）	3	3	1	1
一般经销商	销售金额（万元）	200.95	346.24	365.15	256.23
	销售占比	24.95%	23.89%	36.97%	25.58%
	经销商数量（家）	24	20	21	18
销售合计（万元）		805.20	1,449.19	987.62	1,001.69

D、公司在国内其他区域销售趋势良好

随着近年来我国经济发展逐步由沿海向内地辐射，公司在内地的销售总体出快速增长的趋势，近三年公司在相关区域的销售收入获得了 30.45%的复合增长速度，并已涌现出 1 家主要经销商。但从经销商销售层次来看，还有一定比率的销售依靠一般经销商，这主要与国内其他地区经济与沿海发达地区尚存差距有关。大部分内地经销商已与公司结成了紧密联系，公司也相应地提高了经销商的扶持力度，整体稳定性较强。报告期内，公司经销商在内地的销售情况如下：

经销商情况		2010 年 1-6 月	2009 年	2008 年	2007 年
主要经销商	销售金额（万元）	172.45	-	-	-
	销售占比	11.60%	-	-	-
	经销商数量（家）	1	-	-	-
次级经销商	销售金额（万元）	766.16	1,937.19	1,335.56	917.55
	销售占比	51.53%	63.40%	61.49%	51.10%
	经销商数量（家）	8	10	8	6
一般经销商	销售金额（万元）	548.29	1,118.45	836.50	878.03
	销售占比	36.87%	36.60%	38.51%	48.90%
	经销商数量（家）	38	64	82	51
销售合计（万元）		1,486.89	3,055.64	2,172.06	1,795.58

综上所述，我国各区域的经济发展不平衡导致公司经销商在各个区域内的发展各具特点，公司在三大核心区域的核心客户整体数量、销售能力均保持了连续有效增长。虽然区域内一般经销商存在一定的变化，但核心客户的稳定与发展整体促进了公司业务在相应区域内的业务发展；公司在内地一定比率的销售来源于一般经销商，但相应经销商已与公司形成了相对紧密的合作关系，亦能保持公司业务在相应区域盈利的连续性和稳定性。

③国外主要经销商已逐步稳定

报告期内，公司的国外主要经销商共有6家，但发生了一定的波动。其中主要原因在于：2007、2008年属于公司外销业务逐步开展的时期，因此主要借助香港的经销商对外销售。香港本身属于世界主要印刷企业集中地区，而且香港作为贸易集中区的优势，便于香港经销商快速将本公司产品销往世界各地。

通过早期的香港经销商对外销售，已使更多区域的客户认识到公司良好的产品质量、具有竞争能力的产品价格，进而促使世界各地经销商都直接与公司取得联系；此外，根据国家税务总局2007年6月19日下发的《关于调低部分商品出口退税率的通知》（财税【2007】第090号），自2007年7月1日起油墨产品的出口退税税收优惠政策被取消。从而致使报告期内公司主要经销商变动经历了由“中间商”-“本地经销商”变动的过程。目前，公司的国外主要经销商都属于在报告期内与公司具有良好合作的境外油墨制造商，公司良好的品质、合理价格是保持

主要经销商稳定、发展的重要因素。

公司外销都是按照订单进行具体销售，对外销客户公司不提供信用额度。报告期内，公司向主要境外经销商的销售情况如下：

期间	2010 年 1-6 月	2009 年	2008 年	2007 年
销售金额（万元）	996.78	1,781.47	1,429.30	1,876.78
占国外销售比率	27.51%	28.31%	29.71%	51.44%
经销商数量（个）	3	3	2	3

相关主要经销商基本情况如下：

A、IMPERIAL INK PTE LTD

该公司由2位自然人股东：NG SWEE HUA和NG WANYING SHERRAL注册于新加坡（349114）-101加冷大道3，属于新加坡唯一的油墨企业，公司的OEM客户。报告期内，公司对该公司销售情况如下：

项目	2010 年 1-6 月		2009 年		2008 年		2007 年	
	数量（吨）	金额（万元）	数量（吨）	金额（万元）	数量（吨）	金额（万元）	数量（吨）	金额（万元）
销售	312.72	586.41	351.83	753.76	424.02	952.97	87.01	212.33

B、ARETS GRAPHICS N.V.

该公司注册在比利时TUNNELWES 3 2895 NIEL，属于比利时最主要的油墨企业，本地公众公司，现前5位的主要股东为NV NEXT INVEST、LUC VAN DODSSELAEDE、LEA JANSSEN、EDWIN DE KEYSER和INSE DE KEYSER，该公司系公司的OEM客户。报告期内，公司对该公司销售情况如下：

项目	2010 年 1-6 月		2009 年		2008 年		2007 年	
	数量（吨）	金额（万元）	数量（吨）	金额（万元）	数量（吨）	金额（万元）	数量（吨）	金额（万元）
销售	102.09	231.00	281.10	628.42	149.91	343.81	-	-

C、Badgers and Bears(GANS)

Gans Ink and Supply属于注册在美国最老牌的油墨制造企业之一，该公司从2009年6月开始以在美国注册的Badgers and Bears与公司发生业务往来，公司的OEM客户。Gans Ink and Supply和Badgers and Bears股东结构相同，都由自

然人ELIZABETH KOPPELMAN和PAMELA EINKELS PIEL共同注册，Badgers and Bears注册于美国S163 TAMPA AVE，TARZANA，CA91356。报告期内，公司对Badgers and Bears(GANS)的销售情况如下：

项目	2010年1-6月		2009年		2008年		2007年	
	数量（吨）	金额（万元）	数量（吨）	金额（万元）	数量（吨）	金额（万元）	数量（吨）	金额（万元）
销售	75.13	179.37	173.94	399.28	118.34	280.09	104.10	253.95

D、HONG KONG PRINTING MATERIALS LTD

该公司注册在香港Flat6-9,7/F Wah Lai Industrial Centre,10-14 Kwei Tei Street,Shatin，由自然人Chow Chi Keung Keith和Ample Ink（Asia）有限公司共同注册，属于公司早期的经销商客户，报告期内公司对该公司销售情况如下：

项目	2010年1-6月		2009年		2008年		2007年	
	数量（吨）	金额（万元）	数量（吨）	金额（万元）	数量（吨）	金额（万元）	数量（吨）	金额（万元）
销售	-	-	-	-	241.04	476.33	356.88	745.36

E、UNAX GROUP INC

该公司注册于英属维尔京群岛，办公地址在新家坡，公司向其交货地点在香港地区，属于公司早期的经销商客户。报告期内公司对该公司销售情况如下：

项目	2010年1-6月		2009年		2008年		2007年	
	数量（吨）	金额（万元）	数量（吨）	金额（万元）	数量（吨）	金额（万元）	数量（吨）	金额（万元）
销售	-	-	-	-	65.18	149.18	248.14	535.81

F、QUEENSWOOD INTERNATIONAL LTD

该公司注册在香港Rm907,JHZ496,Wing Tuck Commercial Centre,177-183 Wing Lok Street，由GOLD REGAL DEVELOPMENT有限公司设立，系公司早期的经销商客户。报告期内，公司仅2007年对该公司销售，当年公司向其销售数量为288.35吨，销售金额为595.62万元。

④国外经销商变动对公司经营的影响

报告期内，公司外销业务保持了快速发展，近三年公司外销销售收入整体保持了31.33%的复合增长速度，2010年1-6月又同比增长了25.84%。公司的业务增

长，除建立在公司的产品质量和合理的价格之外，主要还包括与客户的良好合作关系。公司与众多境外经销商建立了密切合作关系，不但为其提供产品，而且逐步实现了与部分主要经销商间的共同研发、合作占领市场的良好发展态势。

报告期内，公司产品已销往包括欧美在内的全球50多个国家和地区，无论是在发达国家地区[7]，还是在发展中国家地区，公司销售整体保持稳定发展，具体情况如下：

A、在发达国家（地区）销售情况

公司在发达国家（地区）销售收入已由2007年280.80万元增长到了2009年的1,395.66万元，2010年1-6月实现销售收入806.42万元，整体保持快速发展。公司在发达国家的发展主要依赖与核心客户建立稳定的合作关系。报告期内，公司在发达国家（地区）各级别经销商的销售情况如下：

经销商情况		2010 年 1-6 月	2009 年	2008 年	2007 年
主要经销商	销售金额（万元）	410.37	1,027.70	-	-
	销售占比	50.89%	73.64%	-	-
	经销商数量（家）	2	2	-	-
次级经销商	销售金额（万元）	208.41	-	623.91	253.95
	销售占比	25.84%	-	84.86%	90.44%
	经销商数量（家）	3	-	2	1
一般经销商	销售金额（万元）	187.63	367.96	111.30	26.85
	销售占比	23.27%	26.36%	15.14%	9.56%
	经销商数量（家）	12	23	7	3
销售合计（万元）		806.42	1,395.66	735.21	280.80

报告期内，公司在发达国家（地区）的核心客户群体保持稳定增长，特别2家主要经销商属于与公司具有长期业务合作单位。其中ARETS GRAPHICS N.V.（比利时）与公司的合作开始于2008年全球金融危机冲击前后，公司良好的产品质量、具有竞争力的价格使得其顺利渡过金融危机的危险期；Badgers and Bears(GANS)更是公司的技术合作伙伴，报告期内已与公司签订了长期技术、产品合作协议，具有较好的可持续性。除此之外，公司的产品市场竞争能力，也使得在该区域内

[7] 此处仅指欧洲和北美地区，后同

出现了更多的公司产品经销商，2010年1-6月已有3家一般经销商升级成为了公司的次级经销商，进一步保证了公司在区域内销售的稳定与增长。

B、在发展中国家（地区）销售情况

报告期内，公司在此区域内的销售保持了稳定增长，区域内的核心客户数量整体呈现逐步增长的趋势，销售能力整体增强。但区域内经销商与公司在发达国家经销商变化存在一定的差异，核心客户体现为：主要经销商经历了由销售集中-相对分散-稳定增长的过程；同期，次级经销商整体体现逐步增长的变化。其中主要原因在于期初公司主要通过香港中间商进行销售，随后各地经销商开始逐步直接联系公司，并逐渐与公司形成稳定的合作关系。主要经销商的变化并未影响到公司区域内销售的整体增长。

报告期内，公司在此区域内的核心客户已由期初的5家，逐步增长到2010年1-6月的18家，目前分布区域已包括亚洲、非洲和中南美洲的众多国家（地区）。随着公司核心客户的数量、分布区域的扩张，公司能够长期保持在区域内销售的持续与稳定。公司在发展中国家（地区）对各级经销商的销售情况如下：

经销商情况		2010 年 1-6 月	2009 年	2008 年	2007 年
主要经销商	销售金额（万元）	586.41	753.76	1,429.30	1,876.78
	销售占比	20.82%	15.39%	35.07%	55.73%
	经销商数量（家）	1	1	2	3
次级经销商	销售金额（万元）	1,481.17	2,218.76	868.54	484.27
	销售占比	52.59%	45.31%	21.31%	14.38%
	经销商数量（家）	17	14	3	2
一般经销商	销售金额（万元）	748.81	1,924.51	1,777.25	1,006.87
	销售占比	26.59%	39.30%	43.61%	29.90%
	经销商数量（家）	47	73	72	51
销售合计（万元）		2,816.38	4,897.03	4,075.09	3,367.92

⑤综述

虽然公司在报告期内各区域经销商变动较大，但是现有的核心客户都是在报告期内逐步成长起来或良好保持的客户企业，该类群体总量不断扩大，区域分布逐步扩展，有效地保证了公司销售的稳定增长和持续增强。

目前公司的主要经销商都是公司长期发展过程中逐步形成的稳定客户群体，对公司产品质量、产品供应具有较大的依赖性，总体变化的可能性较低。而且公司的核心客户数量较多，个体变动对公司整体销售收入影响较小（2010 年 1-6 月公司向最大经销商销售占比 5.71%）。

此外，公司的核心客户都已逐步建立较为自身稳定的下游客户，且销售能力逐步增强；而下游客户已客观适应、认可了公司产品、质量和品牌，因此，即使部分经销商发生变动，但由于对应区域下游客户对公司品牌的认同，也能促使公司在对应区域获得其他合作经销商，从而能够有效保证公司未来销售的整体持续性和稳定性。

（5）研发模式

公司注重研究印刷行业整体需求变化趋势，并积极跟踪各个区域主要客户的需求变化进行新产品的开发。

公司目前主要采取两种新品的开发路径：第一种根据印刷行业设备、工艺流程、印刷基材，以及对环保方面的需求，研发、推出能够更好满足下游行业整体发展需求的产品系列；第二种通过及时分析经销商反馈信息、走访客户等方式，直接获得市场的需求信息，满足客户（或者客户群体）的个性化需求。

本次募集资金将部分投入“技术中心能力提升项目”，以提高公司整体的研发能力，掌握行业发展的先机，取得市场的主动权，以获得更好的公司收益。

（四）发行人的创新性与持续性

发行人的创新主要体现在产品及经营模式上。

1、产品的创新性与持续性

（1）产品的创新性

公司作为国家火炬计划立项项目执行单位、江苏省高新技术企业，现拥有千余种胶印油墨配方，2 项发明专利，3 项省级高新技术产品，另有 6 项产品发明专利正在申请过程中。公司产品的创新主要体现为：通过不断研发、推出新型复合材料，以有效提升产品的功能性和环保性指标。

①产品功能性的创新

公司根据印刷行业，特别是包装印刷业的发展趋势对公司产品功能研发和升

级，已经形成了快干亮光型、高光泽型和高耐磨型胶印油墨三大系列产品，目前公司三大系列产品具有较高的技术领先性。

针对产品的快干性，公司根据印刷机速度不断提高的趋势，有效实现了在印刷基材上的快速固着及印刷机上的不结皮功效。目前公司快干型产品在印刷基材上的固着时间已缩短到 3 分钟左右，可适应 2 万张/小时的印速；其性能已远高于 9 分钟左右的固着时间，与 1 万张/小时印速相适应的同类产品；公司产品可以在停机状态下在印刷机上 2-3 天不结皮，具有较好的市场领先性。

针对产品的高光性，公司根据现代印刷对印品的高光性需求，推出了高光系列产品，公司高光泽产品的光泽度可以达到 80%以上，远高于行业标准要求的 55%，产品的高光性能够很好地替代很多印品的上光要求，从而有效地降低了印刷企业的印刷成本。

针对产品的耐磨性，公司根据印刷包装业对印刷产品后处理的要求，通过深入研究，采用改性植物油基替代原有助剂“蜡”，不但提高了产品的耐磨性，而且有效提高了印品的光泽。公司产品耐磨性比传统耐磨性油墨高出 30%。

公司三大系列产品有效地突破了高性能胶印油墨产品依赖进口的市场格局，较好满足了我国印刷行业不断提升、印刷基材多样化的需求。特别是公司的高光泽型和高耐磨型产品推出后，完全打破了上述两类产品国内需求被跨国公司（或其控制企业）垄断的市场格局，促进了行业发展。

②产品环保性的创新

在产品环保环节上，公司时刻把握世界发达国家和我国环保发展趋势，以及印刷行业环保发展趋势和客户对印品的环保要求，通过对树脂连接料的持续研发，已经推出了多款以改性植物油基为溶剂的产品，所使用的植物油的品种已包括：亚麻油、桐油、大豆油等多个品种；同时公司对与之匹配的树脂进行了大量试验，掌握了混合树脂的配比技术和树脂改性技术。

目前公司的产品已经获得了国家绿色环保油墨的认证，瑞士第三方检测机构 SGS、欧盟 REACH 预注册，及美国大豆协会等境内外检测机构的认证，产品的环保性能完全满足欧美等发达国家的需求。在环保方面，我国对油墨产品的要求与世界发达国家尚存在一定的差距，但是相关制度和标准已在逐步完善与提高，公司对环保产品的研发无疑大大提高了公司的整体竞争优势，在未来竞争中取得了

较高的技术领先性。

③新型复合材料的研发

油墨产品的连接料属于一种复合材料，其主要构成为树脂和溶剂。公司通过大量试验现已拥有千余种胶印油墨配方，这意味着有千余种的树脂和溶剂相匹配。公司三类系列产品性能上之所以大大优于行业标准，在于公司拥有较强的连接料研发能力；公司环保产品采用了新型 “改性植物油基”替代传统产品的“矿物油”作为产品溶剂，并对应研发了系列改性复合树脂以满足对应功能连接料的要求。公司产品能够出口到欧美发达国家（地区），并获得其系列环保认证，足以说明公司新型复合材料的研发成功。

对连接料的持续研发提升产品的功能性、满足不断提高的产品环保需求，需要花费大量的人力、物力和时间，其研发成功除需要足够的技术实力外，还存在一定偶然因素。因此，在未来很长一段时期，公司的环保产品相对行业中大部分企业具有明显的领先优势。

（2）新型产品研发的可持续性

公司新型产品研发的可持续性主要依赖研发团队的建设和公司对研发的持续投入。

①研发团队建设方面

公司在连接料配方方面拥有较强的自主创新能力。公司的研发团队建设是以自身长期培养为基础，以人才引进为策略，以合作开发相结合的方式建立的内外结合协同发展的业务模式。目前公司已建立了一支技术覆盖面全、核心力量突出的研发团队，公司拥有 60 位研发和技术人才，达到了公司员工总数的 23.26%，该比例在同行业中位居前列；公司针对性地引进了包括颜料行业专家、化工行业专家等在内的多位国内外行业专家；与国内包括华东理工大学、江南大学、常熟理工学院等建立了稳定合作开发的业务合作；与美国 Gans Ink and Supply 公司等在内国际著名油墨公司建立了合作开发的合作协议；此外，公司研发团队的国际化背景和理念能够持续吸引全球在此领域的专家和企业共同合作，不断提升公司的技术水平，从而保持公司的持续发展。

②持续研发投入方面

公司非常重视新产品、新工艺的开发，报告期内公司投入的研发费用持续增

加，有力支撑了新产品的持续研发。在技术创新上，公司以下游行业业务发展为导向，以客户需求为基础，通过对产品的不断推陈出新，已形成了“生产一代、储备一代、开发一代”的良性循环，迅速实现了新品生产的规模化，有效抢占了市场先机。

在未来发展中，公司仍将坚持以技术促发展的公司发展策略，重视研发投入、收入向研发团队倾斜。以现有技术中心为平台，通过技术中心下的技术研发部、配色中心和检测部所拥有的专业人才、技术能力和专业设备，及公司产研一体化的机制，通过人才、新技术、新产品的不断引进，不断提高自身的技术实力，保持公司技术的持续创新。

2、经营模式的创新性与持续性

（1）经营模式的创新

公司经营模式的创新主要集中在采取了基墨生产模式和扁平化销售模式。

①基墨生产模式的创新性

在生产模式上，公司采取了全球油墨行业都较少采用的“基墨”生产模式，其相对传统“单产”油墨生产模式无论是在生产的柔性、高效性，产品的稳定性，还是在生产成本控制方面都具有不可比拟的优势。特别在包装印刷行业快速发展的状况下，专色油墨产品的需求将快速增长，利用“基墨”作为油墨生产的中间体可有效突破精细化工行业产品非规模化生产的传统，有效提高公司的经营效益。基墨生产模式的创新主要体现为技术的创新，其核心在于基墨连接料研发和“基墨组”技术。

②扁平化销售模式的创新性

在销售模式上，公司采取了扁平化的销售模式，其相对传统“三级经销”模式同样具有明显的市场竞争优势。扁平化的销售模式虽然在众多其它行业并非特殊的销售方式，但由于历史原因，扁平化的销售模式在我国胶印油墨市场销售上具有较强的创新性。

（2）先进经营模式的可持续性

①先进基墨生产模式的可持续性

技术实力和企业规模是基墨生产模式的重要基础。其中，技术上需要研发出基墨用连接料，并有效掌握基墨用连接与颜料间的配比技术；而企业规模是能否

采用基墨方式生产，实现企业规模化、柔性化、效益化的基础。

基墨连接料采用的是更具润湿性、分散性和研磨性的连接料，虽然基墨连接料的制造工艺与生产用连接料的制造工艺基本一致，但同样属于一种复合材料，其研发具有一定的技术门槛（合适的溶剂及与之对应的树脂），因此在相当长的时期内将形成技术壁垒。

基墨组更是在基墨的基础上，为适应更广泛客户对色相差异的需求，采取的一种深层次的基墨工艺；调色技术差异性，对颜料认识的差异性都将导致在基墨组研发环节上的差异性。本公司拥有较高的调色技术，已获得了美国潘通公司的认证；并通过大量试验和研发，已建立了品种众多基础颜料数据库，该数据库包含了颜料的众多物理、化学性能。因此，要形成较宽色域的基墨组，必须拥有较高的调色技术和对众多颜料的认识能力。

要采用基墨（组）生产模式必须在连接料研发、调色技术和颜料研究等方面具有较高的实力，目前国内只有 DIC 集团下企业和天津东洋油墨采用该种模式，其他企业或由于技术能力，或由于规模因素，或由于整体意识尚未开始相关基墨生产模式的研发。因此，在较长时间内公司所拥有的基墨（组）技术相对国内其他竞争对手具有明显的领先性。

②先进扁平化销售模式的可持续性

我国众多胶印油墨企业采取“三级经销”模式主要基于三方面因素所形成：历史上，我国油墨属于文化用品的范畴，因此在销售上都采取的是三级（省、地、县）文化站代理销售模式；我国胶印印刷行业发展过程中，又形成了数量众多，单体需求量少的格局（美国作为世界最大的油墨需求国，2008 年其印刷企业约为 3.3 万家；同期我国印刷企业已超过了 10 万家[8]），这使得原有经销模式得以存续；目前我国最主要的胶印油墨企业都是原有国有企业的存续体（虽已经过合资被外方控股），这使得“三级经销”模式仍然为行业内企业的主要销售模式。

历史的原因导致整个销售体系中存在大量的货款沉淀，转型成本的压力使得只有在下游行业市场发生较大的变化，市场集中度得以明显集中后，胶印油墨行业内的主导企业才有机会实现由三级经销向一级经销或者直销的转变。因此，发行人扁平化的销售模式在未来较长一段时期内将具有行业领先性。

[8] 以上数据分别摘自：“全球印刷市场概况”和“中国印刷行业概况”，2009 中国印刷业年度报告，《印刷技术》

（五）发行人主要产品的产销情况

1、公司主要产品的生产情况

项　目		2010年1-6月	2009年	2008年	2007年
主要产品产量情况	快干亮光型（吨）	2,653.08	5,109.22	4,624.81	3,857.32
	高光泽型　（吨）	1,080.51	1,616.02	967.97	607.20
	高耐磨型　（吨）	957.86	1,054.09	517.56	315.26
	其他　　（吨）	175.04	271.55	285.56	338.84
产量合计（吨）		4,866.49	8,051.58	6,405.90	5,118.62
设计产能（吨）		4,500.00	8,000.00	6,500.00	5,000.00
产能利用率		108.14%	100.64%	98.55%	102.37%

注：“其他”系UV油墨和溶剂油，后同。2010年上半年产能按全年9,000吨折算而来。

在市场良好的预期下，公司一直在加大固定资产投入，产能已由2007年的5,000吨提升到2010年的9,000吨，而产量一直跟随产能同步增长。下游行业旺盛的需求、公司所拥有的技术能力及独特的经营模式，使得公司产能利用率一直维持在较高的水平，目前已达到了满负荷生产。

2、公司销售情况

（1）公司主要产品产销率情况

项　目		快干亮光型	高光泽型	高耐磨型	其他	合计
2010年1-6月	销量（吨）	2,543.14	1,037.46	928.60	164.51	4,673.71
	产量（吨）	2,653.08	1,080.51	957.86	175.04	4,866.49
	产销率	95.86%	96.02%	96.95%	93.98%	96.04%
2009年	销量（吨）	5,261.82	1,611.81	1,072.01	280.50	8,226.14
	产量（吨）	5,109.92	1,616.02	1,054.09	271.55	8,051.58
	产销率	102.97%	99.74%	101.70%	103.30%	102.17%
2008年	销量（吨）	4,472.27	884.79	501.36	285.87	6,144.29
	产量（吨）	4,624.81	967.97	517.56	295.56	6,405.90
	产销率	96.70%	91.41%	96.87%	96.72%	95.92%
2007年	销量（吨）	3,929.26	568.80	330.20	352.74	5,180.99

	产量（吨）	3,857.32	607.20	315.26	338.84	5,118.62
	产销率	101.87%	93.68%	104.74%	104.10%	101.22%

公司产品生产采取的是“储备生产+订单生产”模式，该模式下的储备生产采用了公司、经销商历史销售数据的回归分析，保证了产品销售贴近市场的需求，公司产品的产销率一直维持在较高的水平。

（2）公司主要产品销售收入情况

项 目		2010 年 1-6 月	2009 年	2008 年	2007 年
快干亮光型	销售收入 （万元）	5,295.80	11,219.22	9,749.65	8,259.67
	占主营收入的比重	51.53%	61.55%	70.82%	74.46%
高光泽型	销售收入 （万元）	2,615.36	4,148.64	2,356.89	1,541.15
	占主营收入的比重	25.45%	22.76%	17.12%	13.89%
高耐磨型	销售收入 （万元）	2,098.38	2,414.63	1,209.80	792.88
	占主营收入的比重	20.42%	13.25%	8.79%	7.15%
其他	销售收入 （万元）	267.79	446.14	449.94	498.70
	占主营收入的比重	2.61%	2.45%	3.27%	4.50%

报告期内，公司快干亮光型油墨销售收入比重较大，属于公司的主要产品；高光泽和高耐磨型油墨销售收入的占比逐年上升，合计已由 2007 年的 21.04%上升至 2010 年上半年的 45.87%。

3、销售价格情况

产品	2010 年 1-6 月		2009 年		2008 年		2007 年
	金额（元/吨）	变动率	金额（元/吨）	变动率	金额（元/吨）	变动率	金额（元/吨）
快干亮光型	20,823.85	-2.34%	21,321.95	-2.19%	21,800.21	3.71%	21,020.95
高光泽型	25,209.32	-2.06%	25,738.94	-3.37%	26,637.94	-1.69%	27,095.00
高耐磨型	22,597.27	0.32%	22,524.37	-6.66%	24,130.52	0.49%	24,012.50

公司报告期内主要产品销售价格存在一定变动，影响价格变动的主要原因：①受主要原材料价格波动因素影响，2007年-2008年中期原材料持续上升，2008年中期到2008年末又持续下降，2009年全年保持在相对较低的水平；②随着公司

市场地位不断提升，公司主要产品的价格相对原材料的价格波动具有较强的正向相关性和负向不敏感性；③约35%左右的公司产品对国外销售，外销市场的价格、付款条件和汇率对公司产品销售价格也存在一定影响。

4、公司的前五大客户销售情况

年度	客户名称	销售金额（元）	占当期营业收入的比重
2010 年 1-6 月	新加坡(IMPERIAL INK PTE LTD)	5,864,074.14	5.69%
	苍南县立帆贸易有限公司	4,555,589.37	4.42%
	南京友恒印刷器材有限公司	4,456,536.61	4.32%
	杭州万豪印刷物资有限公司	3,509,823.86	3.40%
	比利时(ARETS GRAPHICS N.V.)	2,309,994.00	2.24%
	合计	20,696,017.98	20.07%
2009 年	苍南县立帆贸易有限公司	10,331,555.39	5.64%
	新加坡(IMPERIAL INK PTE LTD)	7,537,639.74	4.11%
	南京友恒印刷器材有限公司	7,436,909.69	4.06%
	比利时（ARETS GRAPHICS N.V.）	6,284,220.18	3.43%
	杭州万豪印刷物资有限公司	5,803,258.56	3.17%
	合计	37,393,583.56	20.40%
2008 年	新加坡(IMPERIAL INK PTE LTD)	9,529,659.84	6.89%
	苍南县立帆贸易有限公司	5,815,985.46	4.20%
	香港（HONG KONG PRINTING MATERIALS LTD）	4,763,322.78	3.44%
	比利时（ARETS GRAPHICS N.V.）	3,438,121.74	2.49%
	南京友恒印刷器材有限公司	3,423,927.46	2.48%
	合计	26,971,017.28	19.50%
2007 年	香港（HONG KONG PRINTING MATERIALS LTD）	7,453,579.92	6.72%
	香港（QUEENSWOOD INTERNATIONAL LTD）	5,956,166.97	5.37%
	新加坡（UNAX GROUP INC）	5,358,082.55	4.83%
	上海燕翠进出口有限公司	2,906,000.60	2.62%
	印度(BRI)公司	2,719,354.96	2.45%
	合计	24,393,185.00	21.99%

最近三年及一期本公司不存在向前五大客户中任一单个客户的销售比例超过 50%的情况。本公司董事、监事、高级管理人员和其他核心人员及其关联方和

持有本公司 5%以上的股东未在上述前五名销售商中占有任何权益。

经核查，保荐人认为：发行人前五大销售客户不是公司的关联方，销售过程中不存在关联交易。

（六）发行人主要产品的原材料和能源供应情况

1、主要产品的原材料和能源构成情况

所需主要原材料	所需主要能源
颜料、树脂、植物油、 矿物油、助剂、包装材料	电、蒸汽、煤、水

2、主要原材料及采购情况

（1）主要原材料价格变动情况

原材料	2010 年 1-6 月		2009 年		2008 年		2007 年
	金额（元/吨）	变动率	金额（元/吨）	变动率	金额（元/吨）	变动率	金额（元/吨）
颜料	29,773.34	2.24%	29,121.13	-11.31%	32,833.00	1.02%	32,501.26
树脂	9,882.79	24.78%	7,920.23	-18.37%	9,702.96	9.50%	8,861.53
植物油	8,531.81	-2.81%	8,788.87	-30.97%	12,731.91	36.28%	9,342.74
矿物油	6,634.35	9.29%	6,070.23	-19.70%	7,559.26	24.82%	6,056.25
助剂	20,111.41	37.11%	14,667.90	-35.70%	22,812.26	8.70%	20,987.08
填充料	2,532.78	-1.53%	2,572.25	0.21%	2,566.98	-1.82%	2,614.62

（2）主要原材料占生产成本的比重情况

单位：万元

原材料	2010年1-6月		2009年度		2008年度		2007年度	
	金额	比重	金额	比重	金额	比重	金额	比重
颜料	2,048.79	24.71%	3,095.71	24.42%	2,541.54	22.75%	2,100.46	25.22%
树脂	1,451.62	17.51%	2,023.92	15.96%	1,966.79	17.61%	1,529.62	18.37%
植物油	1,046.23	12.62%	1,439.94	11.36%	1,628.86	14.58%	984.29	11.82%
矿物油	982.40	11.85%	1,648.11	13.00%	1,565.51	14.01%	1,086.45	13.05%
助剂	658.25	7.94%	999.30	7.88%	590.62	5.29%	391.44	4.70%

填充料	58.03	0.70%	113.54	0.90%	92.29	0.83%	66.13	0.79%
包装材料	1,033.86	12.47%	1,704.16	13.44%	1,439.92	12.89%	1,029.31	12.36%
合 计	7,279.18	87.80%	11,024.68	86.96%	9,825.53	87.96%	7,187.70	86.31%

（3）主要原材料价格波动趋势分析

公司的原材料主要为各种化工原材料。整体看，近三年及一期公司原材料虽然单价存在一定的波动，但是占公司生产成本的比重相对稳定。

（4）主要包装材料采购情况

本公司的包装材料主要为油墨包装罐，报告期内公司采购油墨包装罐的具体如下：

年份	数量（万个）	均价（元/个）	金额（万元）
2010 年 1-6 月	310.43	2.37	734.92
2009 年	609.98	2.29	1,395.52
2008 年	455.11	2.48	1,130.11
2007 年	382.43	2.50	957.79

本公司所用的包装材料占产品成本的比重较为稳定，产品单价存在一定的波动，主要受公司销售产品的包装罐大小及其比率影响。

3、主要产品的所需能源及采购情况

（1）主要能源价格变动情况

产品	2010 年 1-6 月		2009 年		2008 年		2007 年
	单价	变动率	单价	变动率	单价	变动率	单价
电（元/度）	0.6519	-0.17%	0.6530	2.16%	0.6392	10.15%	0.5803
水（元/立方）	4.77	59.00%	3.00	-	3.00	-	3.00
蒸汽（元/吨）	175.17	8.11%	162.03	2.53%	158.03	24.01%	127.43
煤（元/吨）	742.98	25.21%	593.40	-24.56%	786.60	35.56%	580.26

（2）主要能源占生产成本的比重情况

单位：万元

主要能源	2010年1-6月		2009年度		2008年度		2007年度	
	金额	比重	金额	比重	金额	比重	金额	比重
电	218.51	2.64%	407.96	3.22%	296.00	2.65%	237.15	2.84%
水	4.25	0.05%	5.87	0.05%	7.55	0.07%	10.15	0.12%
蒸汽	55.71	0.67%	63.89	0.50%	57.46	0.51%	42.23	0.51%
煤	25.46	0.31%	43.81	0.35%	42.77	0.38%	35.54	0.42%
合 计	303.93	3.67%	521.53	4.12%	403.78	3.61%	325.07	3.90%

虽然报告期内公司由于能源单价上涨因素，导致能源占公司生产成本比重有所变化，但总体占公司生产成本的比重较低。

4、报告期内公司向主要供应商采购情况

年度	供应商名称	采购金额（元）	占当期采购金额的比重
2010 年 1-6 月	天津市北辰区渤海植物油厂	7,001,576.07	8.23%
	淮安清江石油化工有限责任公司	4,643,969.23	5.46%
	绍兴县南方石化有限公司	4,540,676.07	5.34%
	杭州富源罐业有限公司	3,554,130.77	4.18%
	滨海恒远贸易有限公司	3,339,223.93	3.92%
	合计	23,079,576.07	27.13%
2009 年	天津市北辰区渤海植物油厂	8,281,515.38	6.08%
	淮安清江石油化工有限责任公司	7,593,181.20	5.51%
	绍兴县南方石化有限公司	7,488,052.56	5.50%
	杭州富源罐业有限公司	7,130,089.06	5.23%
	宣城亚邦化工有限公司	5,954,551.28	4.37%
	合计	36,447,389.49	26.75%
2008 年	天津市通顺植物油有限公司	10,802,769.23	9.67%
	淮安清江石油化工有限责任公司	7,719,262.74	6.91%
	杭州富源罐业有限公司	6,321,650.43	5.66%
	上海联兴化工经营部	5,167,503.94	4.62%
	宣城亚邦化工有限公司	4,852,803.42	4.34%

	合计	34,863,989.75	31.20%
2007 年	杭州富源罐业有限公司	5,021,458.12	4.88%
	上海有利来路化工有限公司	4,842,222.22	4.70%
	天津市通顺植物油有限公司	4,208,146.15	4.09%
	淮安清江石油化工有限责任公司	3,604,197.44	3.50%
	苏州双亮包装材料有限公司	3,503,892.31	3.40%
	合计	21,179,916.24	20.58%

公司生产所需原材料供应商主要为化工原料经销商、化工原料和包装材料生产企业，供应商所处行业均属于完全竞争行业，市场供应充足，由于公司主要供应商提供的产品质量稳定可靠，价格合理，双方形成了良好的合作关系。

近三年及一期公司向前五名采购商采购的产品金额占当年采购总额的比例分别为 20.58%、31.20%、26.75%和 27.13%，不存在向前五大供应商中任一单个供应商的采购比例超过 50%的情况。

本公司董事、监事、高级管理人员和其他核心人员及其关联方和持有本公司5%以上的股东未在上述供应商占有任何权益。

经核查，保荐人认为：发行人公司前五大供应商不是公司的关联方，采购过程中不存在关联交易。

（七）发行人主要产品质量控制情况

1、质量控制标准

在我国，行业的质量控制标准由主管部门统一制定，目前包括《中华人民共和国轻工行业标准——胶版单张纸油墨》（QB/T2624-2003），以及《中华人民共和国行业标准——胶印亮光油墨》（QB/T3598-1999）；随着国家对环保要求的不断提高，《环境标志产品技术要求——胶印油墨》（HJ/T370-2007）已从2008年开始实施；此外，《食品容器、包装材料用添加剂使用卫生标准》（GB9685－2008）中对包装材料用添加剂也有一些限制性规定。我国对油墨产品的颜色没有特别规定，而在国际市场上一般采用潘通标准作为颜色标准。

在国际上，对欧盟出口产品必须符合RoHS指令、REACH预注册及EN71认证等，在美国还有ASTM认证及潘通认证；此外，近年来发达国家已先后提出了NON-VOC

的环保标准。

公司产品质量控制标准采取的是高于行业标准的企业系列标准（编号：Q/320507），相关标准已在苏州市相城质量技术监督局备案。公司产品获得了国家绿色环保油墨的认证，瑞士第三方检测机构SGS的认证（满足RoHS指令、EN71要求，及ASTM标准），欧盟REACH预注册，产品已销往全球五大洲的50多个国家和地区。

2、质量控制措施

（1）基本框架

公司已依照 ISO9001：2000 标准建立企业质量管理体系，并获得了国际权威机构 QA International 公司的认证。公司按 ISO9001:2000 标准已形成了系统的质量管理体系文件，主要包括：第一层次文件——《管理手册》；第二层次文件——《程序文件》；第三层次文件——有关法规、标准、制度、规定、规程、作业指导书等为确保其过程的有效策划、运行和控制所需的文件。三层次文件对产量质量控制标准做出了具体详细的规定，通过对体系文件的有效实施和保持，公司对产品的实现全过程进行了全面有效的监控和管理，确保各环节都严格按照标准执行。

（2）公司质量控制的具体措施

公司质量控制贯穿了从产品研发设计-原材料采购-生产控制-成品入库的全过程，具体情况如下：

①产品研发设计阶段

A、由技术部设定产品配方、标准、工艺；

B、检测部测试并确认材料的物理、化学性能，要求供应商提供 MSDS（化学品安全说明书）、TDS（技术数据表）；

C、检测部测试并确认材料的环保性能，要求供应商提供由第三方检测机构 SGS 出具的检测报告；

D、由材料供应商提供包括其通过 ISO9001、ISO14001 的相关认证。

②原材料采购阶段

公司质量控制部比照已提供的 TDS 相关数据，对原材料进行检测；

③生产控制阶段

公司的生产阶段主要包括树脂连接料加工、基墨加工及成品生产过程，质量控制措施如下：

生产过程	质量控制措施
树脂连接料加工	1、设定各树脂连接料配方标准和 QC 质量指标，设定树脂连接料各品种标准作业书，及设备操作标准规程。 2、由质量控制部对车间工艺执行情况进行不定期抽查。 3、质量控制部对产品进行 QC 检测，合格后进入下道工序。
基墨加工	1、设定各基墨标准配方和 QC 质量标准。 2、设定基墨作业标准书及各设备操作规程。 3、由质量控制部对车间工艺执行情况不定期抽查。 4、车间按照作业标准书设立 QC 检验。
成品生产	1、 设定成品生产标准作业书，及设备操作标准规程。 2、 根据生产标准作业书进行生产中指标控制。 3、 质量控制部对生产过程中工艺执行情况不定期抽查。

④成品入库阶段

A、按照研发设计阶段技术部设定的产品标准，由质量控制部对产品进行检验，合格后转入成品库。

B、对库存超过3个月的产品，由质量控制部进行复检。

3、报告期内质量纠纷情况

在报告期内公司未发生因产品质量问题而导致的纠纷。基于良好的质量管理及控制体系，公司及公司产品获得了众多的荣誉和认证，具体包括：

获得时间	主要荣誉/认证	授予机构
2007 年	高新技术产品认定 ——高光高浓度高级不结皮四原色油墨	江苏省科技厅
2008 年	高新技术产品认定 ——环保长效不结皮四原色油墨	江苏省科技厅
2009 年	高新技术产品认定 ——可降解胶印油墨	江苏省科技厅

2008 年	江苏省著名商标（2008-2011）	江苏省工商行政管理局
2008 年	苏州市名牌产品	苏州市名牌产品认定委员会
2007 年	计量合格确认书（2007-2012）	江苏省质量技术监督局
2007 年	江苏省民营科技企业	江苏省民营科技企业协会
2008 年	高新技术企业	江苏省科技厅、江苏省财政厅、江苏省国家税务局、江苏省地方税务局
2010 年	2010 年国家火炬计划项目 ——可降解胶印油墨	中华人民共和国科学技术部
2007 年	美国大豆协会产品认可	美国大豆协会
2008 年	潘通特许印刷油墨生产商	美国潘通公司
2008 年	产品检测报告	瑞士 SGS 公司
2008 年	REACH 预注册	欧盟化学品管理署

4、国家绿色认证的条件和过程

（1）认证条件

根据《环境标志产品技术要求　胶印油墨》（HJ/T370-2007）的标准要求，要达到国家绿色环保油墨的标准，企业产品必须在质量标准及污染物排放等方面达到相应的要求，具体情况如下：

①基本要求

A、产品质量符合各自产品的质量标准的要求；

B、企业污染物排放应符合国家或地方规定的污染物排放标准的要求。

②技术内容

A、产品中不得人为添加下表物质

禁用种类	禁用物质
元素及其化合物	铅（Pb）、镉（Cd）、汞（Hg）、硒（Se）、砷（As）、锑（Sb）、铬（VI）（Cr^{6+}）等元素及其化合物

B、产品生产过程中禁止使用煤沥青作原料；

C、产品使用的矿物油中芳香烃百分含量小于 3%；

D、限量控制部分有害物质，具体如下表：

控制指标[注]	控制指标	单位	限量要求	
			热固轮转	单张、冷固轮转
挥发性有机化合物含量	≤	%	25	4
苯类溶剂含量		%	1	
铅、镉、六价铬、汞总量[注]，铅、镉、六价铬、汞		mg/kg	100；90；75；60；60	
注：产品应按照所标注的粘度最低值进行配比				

E、企业向使用方提供符合 GB16483 要求的产品安全技术说明书（MSDS）

F、植物油含量

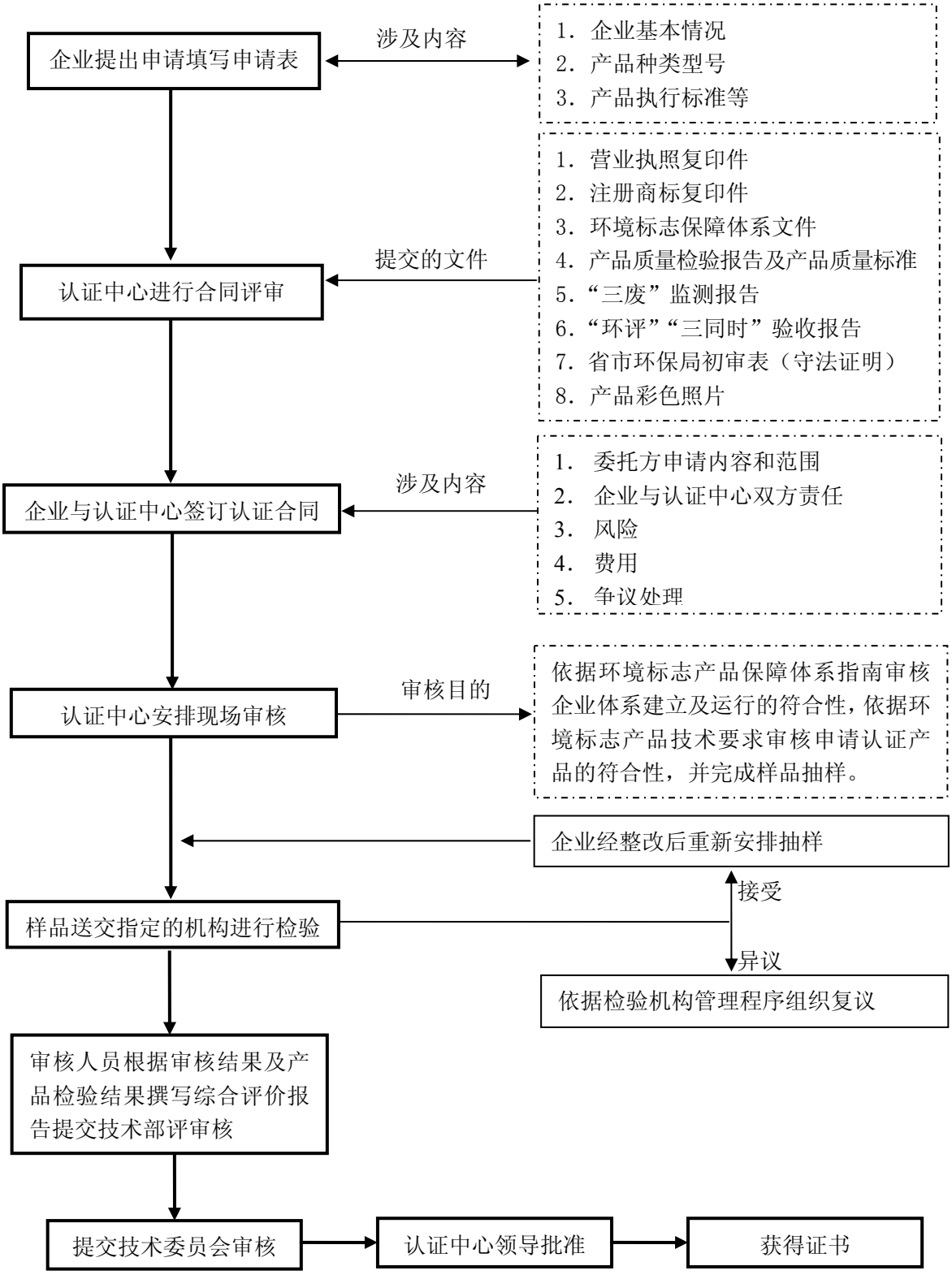
控制指标	控制指标	单位	限量
单张胶印	≥	%	20
热固轮转胶印		%	7
冷固轮转胶印		%	30

③检测方法

A、详细规定了有害物质的检测方法；

B、技术内容的其他要求通过现场检查进行验证。

（2）认证过程


企业提出申请填写申请表
涉及内容
1．企业基本情况
2．产品种类型号
3．产品执行标准等
认证中心进行合同评审
提交的文件
1．营业执照复印件
2．注册商标复印件
3．环境标志保障体系文件
4．产品质量检验报告及产品质量标准
5．“三废”监测报告
6．“环评”“三同时”验收报告
7．省市环保局初审表（守法证明）
8．产品彩色照片
企业与认证中心签订认证合同
涉及内容
1． 委托方申请内容和范围
2． 企业与认证中心双方责任
3． 风险
4． 费用
5． 争议处理
认证中心安排现场审核
审核目的
依据环境标志产品保障体系指南审核企业体系建立及运行的符合性，依据环境标志产品技术要求审核申请认证产品的符合性，并完成样品抽样。
企业经整改后重新安排抽样
样品送交指定的机构进行检验
接受
异议
依据检验机构管理程序组织复议
审核人员根据审核结果及产品检验结果撰写综合评价报告提交技术部评审核
提交技术委员会审核
认证中心领导批准
获得证书

5、关于REACHA注册情况的说明

（1）REACH 注册程序

REACH 注册是欧盟境内的自然人或法人向 ECHA（欧洲化学品管理局）提交某种化学品的安全信息资料，申请获得生产/进口该种化学品资格的过程，分为预注册和正式注册。ECHA 根据《欧洲现有商业化学品目录》对化学物质区分为:“分阶段物质”（即出现在《欧洲现有商业化学品目录》中的物质）和“非分阶段物质”（即未出现在《欧洲现有商业化学品目录》中的物质）；分阶段物质可在正式注册到来期限之前通过预注册实现在欧盟的生产、销售，而非分阶段物质必须通过正式注册才能实现在欧盟的生产、销售。

ECHA 针对分阶段物质规定了需要正式注册的时间表，具体如下：

正式注册时间要求	物质要求
2010 年 12 月	年产量或进口量 1000 吨以上的化学物质； 年产量或进口量 1 吨以上，67/548/EEC 指令划分为 1、2 类的 CRM 物质； 年产量或进口量 100 吨以上，67/548/EEC 指令划分为 N：R50-53——对水生环境长期负面影响的高水生毒性 PBT 物质和 vPvB 物质。
2013 年 6 月	年产量或进口量 100 吨以上的化学物质
2018 年 6 月	年产量或进口量 1 吨以上的化学物质

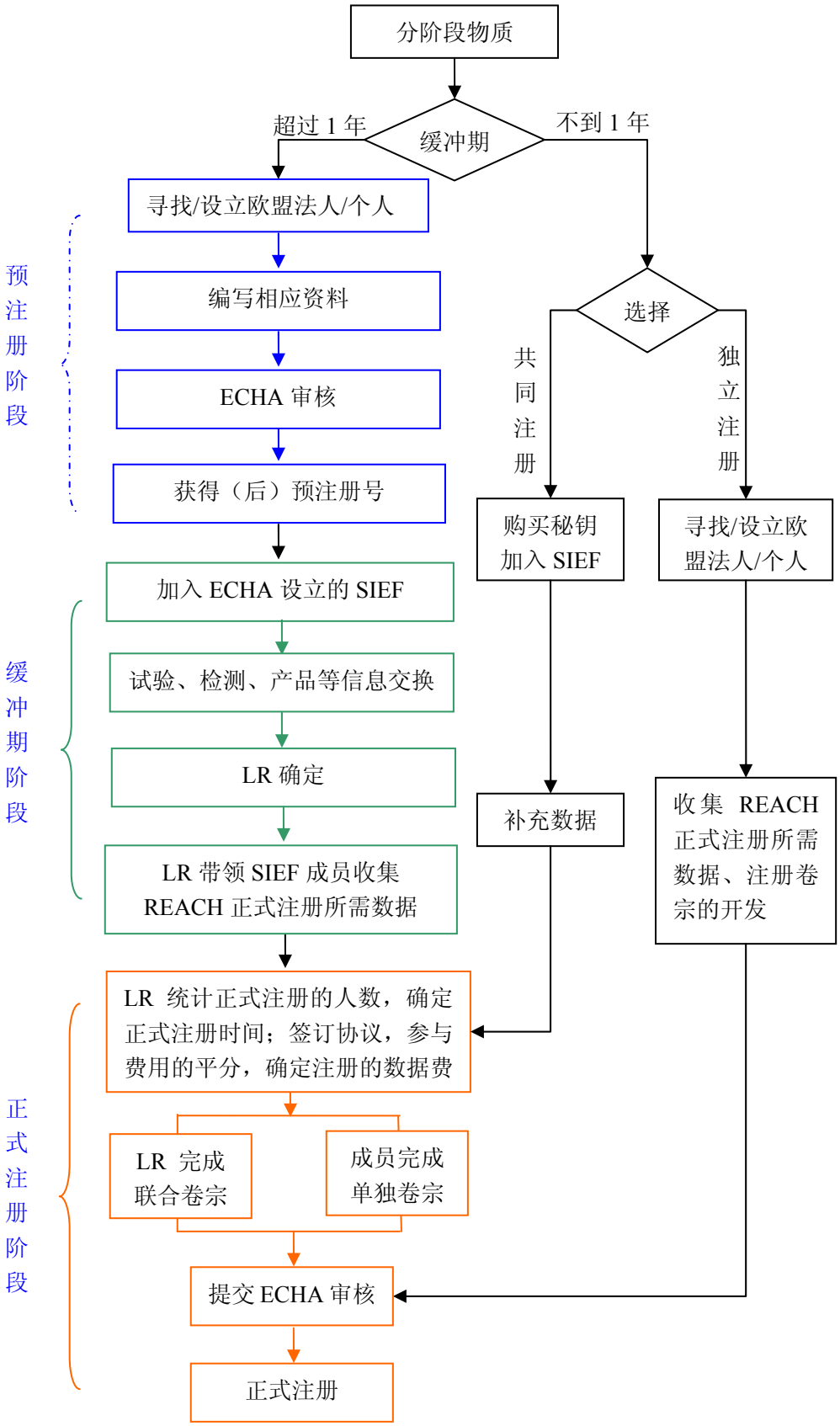
注：产量/进口量数字可以按照单体或者群体总量进行统计；

CRM 物质：致癌性、诱变性和生物毒性物质；PBT 物质：持久性、生物富积和毒性化学物质；vPvB 物质：高持久性、高度生物富积化学物质

分阶段物质在相应正式注册时间到来前，ECHA 规定可通过 REACH 预注册实现在欧盟的生产或销售；在正式注册时间到来后，只有获得正式注册的物质才能够在欧盟生产或销售。

正式注册要求遵循“一种物质，一次注册”原则，即每一种物质只能获得唯一的正式注册；预注册采取的是“多人注册制”——即针对某一化学物质，所有欧盟生产/进口的个体都可以进行预注册，在相关物质进入欧盟时，ECHA 主要考核预注册个体已登记的对应物质数量。

①分阶段物质的 REACH 正式注册程序

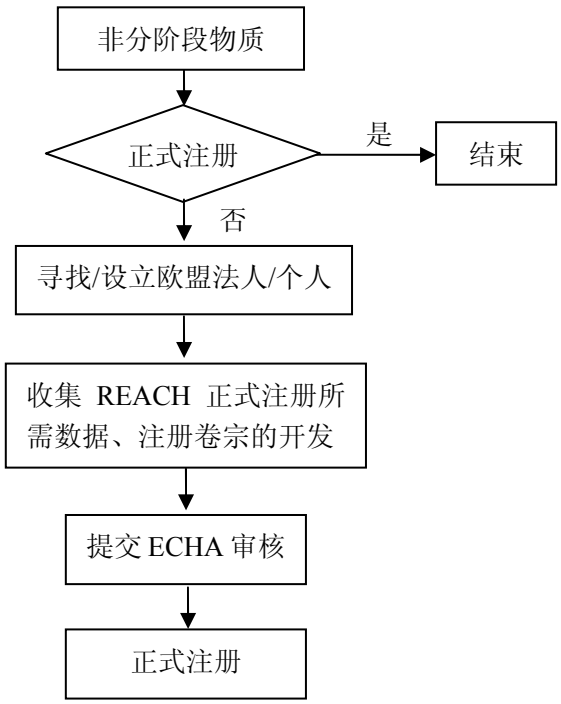


注：SIEF 为物质信息交换论坛（Substance Information Exchange Forum），ECHA 针对

《欧洲现有商业化学品目录》下所有物质都已建立了 SIEF；

LR 为主导注册人（Lead Registrant），一般由大型化工生产或大型出口企业担当。

②非分阶段物质的 REACH 正式注册程序



（2）公司未完成 REACH 正式注册的主要因素

①所有化学物质都可以在欧盟实现正式注册

REACH 是建立一个系统来管理高关注度物质的用途，使其投入市场后能符合 ECHA 的要求；ECHA 要求物质及其使用过程的有效信息都考虑在内，确认那些物质在使用中产生的风险能被充分控制或其经济效益大于风险。因此，从正式注册角度来说，任何化学物质都可以实现在 REACH 的正式注册。

②公司已预注册物质不属于 ECHA 高关注度物质

REACH 法规主要针对对人类健康产生不可逆转影响的 CRM 物质、PBT 物质和 vPvB 物质进行监督管理，目前在 ECHA 已公布的高关注物质中（共计三批，36 项）未有公司预注册物质。公司针对公司油墨产品所必需的颜料（计 12 项），矿物油、石蜡油、液体石蜡油、白矿油、白油，异辛酸锰，亚麻油，大豆油，松香，甘油共计 18 项通过中介公司在欧盟注册的合作公司——NetSun EU B.V. 申请了 REACH 预注册；相关化学物质涵盖了公司出口欧盟产品所有物质构成，公司拥有相应物质的预注册号，能够在缓冲期内实现产品在欧盟的销售。

③公司目前未正式注册的主要因素

A、鉴于REACH注册需要通过ECHA的检测，每项物质检测费较高（据欧盟估算，每一种化学物质的基本检测费约8.5万欧元），而公司目前已预注册的化学物质已达18项，如公司独立完成正式注册将会支付巨额成本，从而影响到公司的正常经营。因此，公司单独完成正式注册的可能性较小。

B、根据ECHA的相关规定，公司预注册物质的缓冲期可达2018年6月，而在此期间公司能够在无需支付高额的检测、维护费用的情况下，实现产品在欧盟的销售。目前公司根据产品出口欧盟的需要，已加入了对应化学物质的SIEF，对应SIEF的LR正在根据需要进行相应正式注册工作推进，公司积极参与对应物质SIEF的信息交流，并将根据未来在欧盟和其他市场产品销售情况，以及未来参加正式注册所分摊的费用情况等因素，综合判断是否最终成为对应物质在REACH正式注册的参与者。

6、SGS认证的条件和过程

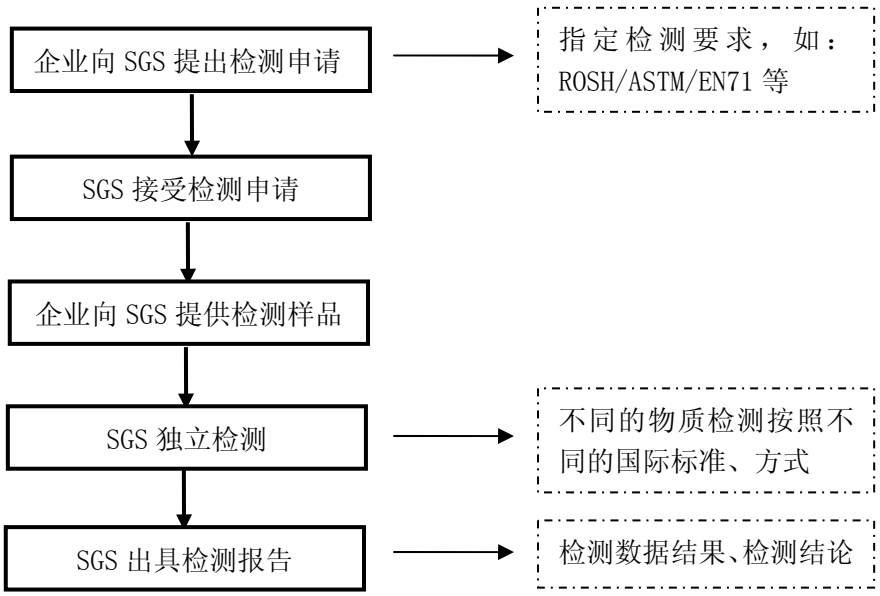
（1）检测认证条件

瑞士 SGS 属于第三方检测机构，其检测报告结论可获得国际认同。瑞士第三方检测机构 SGS 会根据客户要求，对客户提供的样品进行系列检测，根据检测结果出具是否符合国际标准的结论，并出具相应的检测报告。

油墨产品、原材料的 SGS 检测主要针对 Rosh 指令和 ASTM 标准（基本同 EN71 要求）对产品进行检验，通过 SGS 检测意味着能够达到相应标准，则产品在进入有限制性国家和地区时勿需另外检验。

（2）SGS 检测过程

SGS 作为瑞士第三方检测机构，其通过对产品的检测具有很强的市场认同性，SGS 的检测结果能够获得包括欧盟及北美地区在内的众多对各类产品具有限制性要求的国家和地区的认同，其检测过程如下：



（八）安全生产和环境保护情况

报告期内，公司从未出现过重大安全事故和环保不达标的情况，也未因上述事项发生过相关的罚款支出。本公司生产的胶印油墨未列入《危险化学品目录》，无需领取安全生产许可证；公司以自有资金建设项目以及本次募集资金投资项目的立项均已通过相关环保部门的环保核查，符合上市公司环保核查有关要求。

1、公司安全生产情况

公司高度重视安全生产工作，已形成了一套较完善的管理制度。在安全生产方面，主要从组织机构、制度落实、安全检查和考核四方面展开，具体包括：

（1）成立安全生产领导小组，由总经理牵头并配置了相应的安全管理员和安全联络员。

（2）建立的相关安全制度和措施有：《安全生产责任制》、《安全生产检查制度》、《安全生产教育制度》、《化学品安全技术说明书》等十多项安全制度。

（3）安全检查采用定期检查和不定期检查相结合的方式。发现安全隐患后立即发布内部通知，督促整改并跟踪落实，将隐患消灭在萌芽状态。

（4）每年按综合治理安全考核内容对各部门安全工作进行考核，考核结果与该部门责任人的经济利益和工作绩效挂钩。

另外，公司还对所有固定资产和存货均已购买了财产保险，为安全生产提供了事后保障。

2、公司环保情况

公司生产的环保胶印油墨已出口到全球50多个国家和地区，获得了国家绿色环保油墨的认证、瑞士第三方检测机构SGS的认证、欧盟REACH预注册、美国大豆协会产品认可等在内的多项绿色产品认证。从产品制造工艺角度来看，虽然公司产品制造过程多在封闭容器内进行，没有明显的“三废”排放，但是由于涉及到化工原材料加热、变压条件下的物理加工过程，有可能对环境保护产生影响。目前公司生产中可能产生的污染物包括：废气、废水和固体废物等。

公司废气主要产生于连接料和基墨的制造过程。在公司生产工艺中：以多种树脂、植物油和矿物油进行混合以生产连接料，在抽真空情况下将连接料与颜料混合、研磨生产基墨，以及锅炉加热过程都会产生废气。公司针对前两种废气采用的是统一收集，通过喷淋塔内添加碱片，利用循环水清除、回收废气中有害物质；针对后一种废气公司已建立了水沫除尘系统回收废气中有害物质，再将气体排放。

公司废水主要产生于生产过程中工艺废水和容器清洗废水。公司与具有工业废水处理资质的苏州市相城区东桥集中污水处理厂签订了《废水委托处理协议书》，公司将内部处理后的废水委托该厂集中处理；固体废物主要产生于生产过程中的油墨抹布。公司与具有固体废物处理资质的苏州工业园区和顺企业环保服务有限公司签订了《危险废物收集、运输、处置协议书》，将公司固体废物委托该公司集中处理。

公司始终注重生产过程中的环境保护工作，已依法领取了江苏省排放污染物许可证；获得了QA international公司对本公司从事的油墨研发、生产、销售符合ISO14001：2004环保标准的认证；2010年4月15日，江苏省环境保护厅已出具了《关于苏州科斯伍德油墨股份有限公司环保核查情况的函》(苏环函[2010]93号)，“经过核查与社会公示，经审议，我厅原则同意苏州科斯伍德油墨股份有限公司通过上市环保核查”。

五、发行人主要固定资产和无形资产情况

（一）主要固定资产情况

公司经营使用的主要固定资产包括房屋建筑物、机器设备、运输设备等，上述资产使用状况良好。截至2010年6月30日，公司固定资产账面原值为4,954.73万元，主要固定资产情况如下：

类 别	原 值（万元）	净 值（万元）	综合成新率
房屋建筑物	1,747.87	1,520.23	86.96%
机器设备	2,900.33	1,981.32	68.31%
运输设备	110.32	28.80	26.11%
电子设备	78.71	26.02	33.06%
其他设备	117.50	42.94	36.54%
合计	4,954.73	3,599.32	72.64%

1、房屋建筑情况

公司拥有3宗房屋所有权，并已获得房产管理局颁发的《房地产权证》，具体情况如下：

房地产权证编号	房屋位置	建筑面积（m^2）	房 屋使用用途	终止使用年限
苏房权证相城字第30015633号	相城区潘阳工业园东桥开发区旺庄路3-1号	5,677.40	非居住	2052-6-20
苏房权证相城字第30015635号	相城区潘阳工业园东桥开发区旺庄路3-2号	5,306.35	非居住	2052-6-10
苏房权证相城字第30054464号	相城区黄埭镇潘阳工业园春旺路22号	3,532.07	非居住	2057-10-07

截至本招股书签署日，房地产权证编号第30015633号和第30015635号房屋已为公司抵押授信合同（具体详见本招股书“第十三节 其他重要事项”之“一、（四）抵押授信合同”相关内容）提供抵押担保。

2、主要设备情况

本公司主要生产设备均系公司自主购买取得，原值在100万元以上的主要设备情况具体如下：

序号	设备名称	数量	设备原值（万元/台）	尚可使用年限
1	珠磨机	2	164.18	8
2	斜列式三辊车	2	160.72	8

（二）无形资产

发行人的无形资产为土地使用权、软件、商标和专利。截至 2010 年 6 月 30 日，公司无形资产账面净值为 2,771.52 万元，其中商标和部分专利未体现账面净值。其他主要无形资产情况如下：

类别	原值（万元）	净值（万元）
土地使用权	2,793.87	2,756.63
专利权	10.00	8.17
软件	20.46	6.73
合计	2,824.33	2,771.53

1、土地情况

公司无形资产中土地使用权共 4 宗，公司均以出让方式取得，面积合计 98,153.30 平方米。

土地使用权证号码	用途	面积（m^2）	土地位置	终止日期
相国用（2008）第 00119 号	工业用地	11,516.00	黄埭镇旺庄村	2052-6-10
相国用（2008）第 00120 号	工业用地	10,553.30	黄埭镇旺庄村	2052-6-20
相国用（2008）第 00121 号	工业用地	11,843.00	相城区黄埭春旺路东	2057-10-7
相国用（2010）第 00172 号	工业用地	64,241.00	相城区黄埭镇旺庄村	2060-5-31

截至本招股书签署日，“相国用（2008）第 00119 号、第 00120 号和第 00121 号”土地使用权已为本公司抵押授信合同（具体详见本招股书“第十三节 其他重要事项”之“一、（四）抵押授信合同”相关内容）提供抵押担保。

2、软件使用权

公司为提升业务管理效率，对外购买用友ERP软件和技术中心配色软件2套，价值共计20.46万元，使用期限5年。截至2010年6月30日，账面摊余价值为6.73万元。

3、公司商标情况

截至本招股书签署日，发行人共拥有注册商标共 8 项，其中 2 项注册商标系根据 2007 年 3 月 27 日，公司与东吴染料签订的《商标转让协议书》，由东吴染料以零价格向公司转让；另外 6 项系公司自己申请，相关商标具体情况如下：

注册证号	商标图形	核定使用商品类 别	取得日期	商标有效截止日期	核定商品
3602064		第 2 类	2008-9-18	2015-5-20	印刷油墨；制革用油墨；复印机用调色剂（墨）；印刷机和复印机用调色剂盒等
3831256		第 2 类	2008-9-18	2016-1-6	印刷油墨；印刷膏（油墨）；印刷合成物（油墨）；雕刻油墨；喷墨打印机墨盒等
5130223	DWT	第 2 类	2009-6-7	2019-6-6	染料；颜料；食用色素；印刷油墨；印刷合成物（油墨）；激光打印机墨盒；喷墨打印机墨盒；涂料；油漆；防锈油
5130224	DWA	第 2 类	2009-6-7	2019-6-6	印刷油墨；印刷膏（油墨）；印刷合成物（油墨）；喷墨打印机墨盒；计算机、打印机、文字处理机墨盒；皮肤绘画用墨盒；雕刻油墨；印刷机和印刷机用调色剂盒；复印机用碳粉
5824568	科斯伍德 KINGSWOOD	第 2 类	2009-12-14	2019-12-13	制革用油墨；印刷油墨；雕刻油墨；复印机用墨（调色剂）；复印机用调色剂（墨）；印刷机和复印机用调色剂盒；计算机、打印机、文字处理机墨盒；激光打印机墨盒；喷墨打印机墨盒；复印机用碳粉

6025530	KOYOTO	第 2 类	2010-1-21	2020-1-20	制革用油墨；印刷油墨；雕刻油墨；复印机用墨（调色剂）；复印机用调色剂（墨）；印刷机和复印机用调色剂盒；计算机、打印机、文字处理机墨盒；激光打印机墨盒；喷墨打印机墨盒；复印机用碳粉
6072467	UPAX	第 2 类	2010-2-7	2020-2-6	制革用油墨；印刷油墨；雕刻油墨；复印机用墨（调色剂）；复印机用调色剂（墨）；印刷机和复印机用调色剂盒；计算机、打印机、文字处理机墨盒；激光打印机墨盒；喷墨打印机墨盒；复印机用碳粉
6295420	kingswood INKS	第 2 类	2010-3-28	2020-3-27	制革用油墨；印刷油墨；雕刻油墨；复印机用墨（调色剂）；复印机用调色剂（墨）；计算机、打印机、文字处理机墨盒；激光打印机墨盒；喷墨打印机墨盒；复印机用碳粉；印刷机和复印机用调色剂盒

报告期内，公司产品销售过程中使用的注册商标为“3831256 号”和“6295420 号”；另外还有部分产品根据客户的需要未使用任何商标，或使用了对方拥有的商标，具体情况如下：

单位：万元

商标注册号	商标图形	内、外销情况	2010 年 1-6 月	2009 年	2008 年	2007 年
3831256	DONGHU	内销	5,624.16	10,557.38	8,042.30	7,040.54
		外销	916.58	1,229.65	863.39	2,809.71
		小计	6,540.74	11,787.03	8,905.69	9,850.24
6295420	kingswood INKS	内销	504.66	781.75	295.72	-
		外销	773.63	1,453.03	523.88	-
		小计	1,278.29	2,234.78	819.6	-
未使用商标		内销	525.71	596.80	617.96	403.14
		外销	1,671.39	3,114.86	3,087.86	585.07
		小计	2,197.10	3,711.66	3,705.82	988.21

使用客户商标	外销	261.20	495.15	335.16	253.95
合计		10,277.33	18,228.63	13,766.28	11,092.40

注：“使用客户商标”系使用了公司外销 OEM 客户的相关标示或图标

4、公司专利情况

公司具有的核心技术主要是在油墨生产方面的一系列特殊配方和工艺，考虑商业保密原因，主要技术均没有申请专利，亦未折股入账。截至本招股书签署日，公司拥有发明专利 2 项；另外，公司为维护自身的权益，防止不法竞争对手模仿公司产品的外包装共申请了 51 项外观专利，具体如下：

（1）已注册的发明专利情况

专利号	专利类别	专利名称	取得日期	专利有效截止日期	取得方式
ZL200410041152.2	发明专利	毛用阳离子染料的染色方法	2008-9-16	2024-7-1	转让
ZL200410041153.7	发明专利	用于染整毛类蚕丝纺织品的阳离子染料	2008-9-16	2024-7-1	转让

2008年7月12日本公司与苏州市东吴染料有限公司签订的《权利转让合同》，由苏州市东吴染料有限公司以10万元价格向公司转让上述两项发明专利，该两项发明专利系一套完整的染料制造方法和应用工艺。公司获得该两项专利是为了更好地在公司颜料加工过程中能够采用先进的加工工艺，加工获得符合公司产品需求的颜料。

（2）已注册的外观专利情况

专利号	专利类别	专利名称	取得日期	专利有效截止日期	取得方式
ZL200830273363.8	外观设计	油墨彩罐（科斯伍德）	2009-12-9	2019-12-8	申请
ZL200930302630.4	外观设计	（标贴1）	2010-3-31	2019-4-12	申请
ZL200930302609.4	外观设计	（标贴2）	2010-3-31	2019-4-12	申请
ZL200930302608.X	外观设计	（标贴3）	2010-3-31	2019-4-12	申请
ZL200930302626.8	外观设计	（标贴4）	2010-3-31	2019-4-12	申请
ZL200930302779.2	外观设计	（标贴5）	2010-5-26	2019-4-12	申请

ZL200930302624.9	外观设计	（标贴6）	2010-3-31	2019-4-12	申请
ZL200930302606.0	外观设计	（标贴7）	2010-3-31	2019-4-12	申请
ZL200930302622.X	外观设计	（标贴8）	2010-3-31	2019-4-12	申请
ZL200930302605.6	外观设计	（标贴9）	2010-3-31	2019-4-12	申请
ZL200930302620.0	外观设计	（标贴10）	2010-3-31	2019-4-12	申请
ZL200930302604.1	外观设计	（标贴11）	2010-5-26	2019-4-12	申请
ZL200930302618.3	外观设计	（标贴12）	2010-3-31	2019-4-12	申请
ZL200930302772.0	外观设计	（标贴13）	2010-3-31	2019-4-12	申请
ZL200930302702.5	外观设计	（标贴14）	2010-3-31	2019-4-12	申请
ZL200930302771.6	外观设计	（标贴15）	2010-3-31	2019-4-12	申请
ZL200930302701.0	外观设计	（标贴16）	2010-3-31	2019-4-12	申请
ZL200930302770.1	外观设计	（标贴17）	2010-3-31	2019-4-12	申请
ZL200930302700.6	外观设计	（标贴18）	2010-3-31	2019-4-12	申请
ZL200930303078.0	外观设计	（标贴19）	2010-5-26	2019-4-12	申请
ZL200930302766.5	外观设计	（标贴20）	2010-3-31	2019-4-12	申请
ZL200930302699.7	外观设计	（标贴21）	2010-3-31	2019-4-12	申请
ZL200930302768.4	外观设计	（标贴22）	2010-3-31	2019-4-12	申请
ZL200930302698.2	外观设计	（标贴23）	2010-3-31	2019-4-12	申请
ZL200930302767.X	外观设计	（标贴24）	2010-3-31	2019-4-12	申请
ZL200930302697.8	外观设计	（标贴25）	2010-3-31	2019-4-12	申请
ZL200930302765.0	外观设计	（标贴26）	2010-3-31	2019-4-12	申请
ZL200930302764.6	外观设计	（标贴27）	2010-3-31	2019-4-12	申请
ZL200930302696.3	外观设计	（标贴28）	2010-3-31	2019-4-12	申请
ZL200930302763.1	外观设计	（标贴29）	2010-3-31	2019-4-12	申请
ZL200930302695.9	外观设计	（标贴30）	2010-3-31	2019-4-12	申请
ZL200930302761.2	外观设计	（标贴31）	2010-3-31	2019-4-13	申请
ZL200930302778.8	外观设计	（标贴32）	2010-5-26	2019-4-13	申请
ZL200930302777.3	外观设计	（标贴33）	2010-5-26	2019-4-13	申请

ZL200930302760.8	外观设计	（标贴34）	2010-3-31	2019-4-13	申请
ZL200930302759.5	外观设计	（标贴35）	2010-3-31	2019-4-13	申请
ZL200930302776.9	外观设计	（标贴36）	2010-5-26	2019-4-13	申请
ZL200930302775.4	外观设计	（标贴37）	2010-5-26	2019-4-13	申请
ZL200930302758.0	外观设计	（标贴38）	2010-3-31	2019-4-13	申请
ZL200930302774.X	外观设计	（标贴39）	2010-3-31	2019-4-13	申请
ZL200930302757.6	外观设计	（标贴40）	2010-3-31	2019-4-13	申请
ZL200930303026.3	外观设计	（标贴41）	2010-5-26	2019-4-13	申请
ZL200930302879.5	外观设计	（标贴42）	2010-6-9	2019-4-13	申请
ZL200930303003.2	外观设计	（标贴43）	2010-5-26	2019-4-13	申请
ZL200930302876.1	外观设计	（标贴44）	2010-5-26	2019-4-13	申请
ZL200930302996.1	外观设计	（标贴45）	2010-5-26	2019-4-13	申请
ZL200930302873.8	外观设计	（标贴46）	2010-5-26	2019-4-13	申请
ZL200930302993.8	外观设计	（标贴47）	2010-5-26	2019-4-13	申请
ZL200930302870.4	外观设计	（标贴48）	2010-5-26	2019-4-13	申请
ZL200930302865.3	外观设计	（标贴49）	2010-5-26	2019-4-13	申请
ZL200930302867.2	外观设计	（标贴50）	2010-5-26	2019-4-13	申请

（3）已受理的发明专利情况

出于市场竞争的需要，公司针对产品核心功能（快干、耐磨、高光）以外的附加产品功能（环保、新型需求）向国家知识产权局申请了6项发明专利。具体情况如下：

申请专利名称	专利类型	申请号	申请日期	法律状态
一种高降解率的胶印油墨	发明专利	200910030743.2	2009-4-15	授予专利
长效香味油墨	发明专利	200710132242.6	2007-9-26	实质审查
一种环保胶印油墨	发明专利	200910030744.7	2009-4-15	实质审查
一种防菌抑菌UV胶印油墨	发明专利	201010112548.7	2010-2-21	初步审查
一种防菌抑菌水性油墨	发明专利	201010112550.4	2010-2-21	初步审查
一种防菌抑菌的油性油墨	发明专利	2010101125522.3	2010-2-21	初步审查

六、发行人特许经营权情况

本公司无特许经营权。

七、发行人核心技术和研发情况

（一）发行人核心技术情况

公司的核心技术主要集中在连接料配方技术、颜料配方技术和油墨制造工艺，相关技术属于公司产品生产的必备技术。

1、树脂连接料配方技术

（1）技术来源

树脂连接料配方技术主要来源于公司吸收消化后的再创新。

在经营过程中，公司一方面充分分析先进油墨产品的功能特点，通过引进行业人才、聘请国际行业专家等方式对树脂连接料配方进行试验、分析，并比照社会的环保需求、客户对产品的需求，以及产品市场反应情况对相应连接料配方进行改进、提高。公司已批量生产出在快干、高光、高耐磨三大系列产品；公司还针对发达国家的印刷环保需求，研发、生产出以改性植物油基替代矿物油作为产品溶剂的系列产品，公司生产的NON-VOC类产品、高降解产品等获得了包括美国大豆协会的认可、欧盟REACH预注册、瑞士SGS的认证。此外，公司技术研发部在总经理吴贤良带领下主动试验、制作基墨连接料，已掌握了运用于基墨生产的连接料配方技术，具有了行业发展的先发优势。

基于公司较高的连接料配方技术，最近三年公司有3个产品获得了江苏省科技厅授予的高新技术产品，并有6项发明专利申请已被受理。

（2）技术水平

公司在连接料配方技术上基本已达到世界领先水平，这使得公司产品在国内能够较好地替代进口的高端同类产品，且出口包括欧美等在内的全球主要油墨生产国和印刷集中地区，成为了我国主要的能够实现油墨产品出口的企业之一。

在树脂连接料配方技术上，公司生产的快干型油墨固着时间已缩短到3分钟左右，能够适应2万张/小时的印速，高于同行业相关一般需要9分钟左右的固着时间，并且可以做到在未使用状况下，保证油墨在印刷机械上2-3天不结皮；公

司的高光油墨光泽度可以达到80%以上，远高于标准要求的55%，产品的亮光性已经能够很好地替代印品的上光需求，有效降低了印刷企业的成本（一般印品上光需要添加更多的辅助设备，如使用的五色印刷机，其相对普通四色印刷机成本大大提高）；公司采用改性植物油基替代同类产品中较多使用的助剂“蜡”所生产的耐磨型油墨产品，产品耐磨性比传统耐磨性油墨高出30%。生产工艺改进带来了印品耐磨性、光泽度的大大提高，能够有效满足现代印品后处理的需求。

此外，公司产品的环保性能良好，已获得了国家绿色环保油墨的认证、瑞士第三方检测机构SGS、欧盟REACH预注册及美国大豆协会等境内外检测机构的认证，产品的环保性能够满足目前全球最严格的检测，2010年公司成为了国家火炬计划立项项目执行单位。

（3）技术成熟度

树脂连接料配方技术直接运用于公司所有油墨产品，决定着产品的特征和品质。公司相关技术水平能够满足目前的市场需求，成熟度较高，但仍需要根据下游行业发展、技术进步对连接料配方进行更深入的持续研发。目前公司聘请了大卫.欧文（David Owen）作为公司油墨生产的首席技术总监，长期与公司技术研发部关注国际、国内印刷市场需求变化，有针对性地进行产品的持续研发。

2、颜料技术

（1）技术来源

颜料技术包括颜料的配方技术和调色技术，公司的颜料技术来源于吸收消化后的再创新。

在颜料的配方技术上，公司通过专利技术的购买、专业人才的引进，目前已形成了以技术总监肖学俊为主导的颜料研发技术团队。公司的颜料配方技术借鉴了颜料技术发展的最新成果，经过了大量的颜料产品试验，建立了相对完整的颜料数据库，数据库已完整地齐备了公司所试验颜料的物理、化学性能。公司能够生产满足客户需求的高耐晒性、高透明度产品；并在产品生产过程中采取了行业先进的 FC 工艺，保证了公司产品的颜料具有良好的物理和化学性能。

在颜料的调色技术上，公司拥有获得潘通公司认证的世界一流调色中心，能够为客户提供潘通色系中的 1,400 种颜色的专色，并对应建立了公司自己的配色体系。目前公司拥有 2 项与颜料配方技术相关的发明专利，报告期内已向客户提

供了近 700 项的专用或专色产品。

（2）技术水平

公司颜料配方技术具有国内领先性。在发展过程中，公司对市场主导颜料供应商（制造企业）生产的产品进行了物理、化学分析，相关数据已形成公司原材料供应数据库；此外，公司在国内率先采用了电脑配色系统，并引进了国际先进的软件系统和光学设备，可为客户需求提供专业、快捷的专色产品服务。

公司通过大量试验和研发，已建立了品种众多的颜料数据库，该数据库主要含有颜料的耐晒等级和透光性等指标；此外，公司根据我国尚未形成颜色体系的现状，建立了企业的颜色体系，并在客户群体中加以了广泛的推广。公司在颜料配方环节系列研发和推广，使得公司在颜料技术上具有了一定的行业领先性。

针对耐晒性指标，公司根据现代印刷业对印品耐晒性需求，对颜料性能进行了大量测试，通过对比试验，逐步掌握了大量颜料耐晒性能，公司可为客户提供耐晒等级达到 6-7 级的强抗紫外线产品，具有极好的产品功能。

针对透明度指标，公司根据目前世界印刷业采用的四色印刷方式，对颜料的透明性进行了系列研究和试验，公司产品与行业内同类产品比较，具有极佳的透光性，从而使得印品具有了极佳的层次感和逼真度；同时，在产品制造过程中，公司根据所选颜料的物理性能（对高温敏感），采用了行业内领先的 FC 工艺（湿法挤水换相工艺），保证了公司所选用颜料在油墨制造过程中的稳定性，从而保证了公司产品整体色相的稳定性。

（3）技术成熟度

公司相关技术水平已能够较好地满足市场需求，被运用于规模化生产中。但随着上游市场（主导供应商、制造商）变化，上游产品更新，以及下游客户需求变动，公司需进行持续研发，建立更加全面的数据库系统。

3、基墨及相关技术

（1）技术来源

公司的基墨及相关技术主要来源于公司的集成创新。

基墨及相关技术不仅体现在技术水准上，而且体现在经营理念上。公司从行业的经营特点中发现，基墨作为油墨中间体能够很好地化解油墨作为精细化工产品不能规模化的特征。因此，公司从成立以来即关注基墨及基墨相关技术的发展，

通过持续研发投入，目前已形成了红、黄、蓝三组基墨，并已开始着手研究黑色基墨。为应对客户对产品色相的差异性及客户专色的需求，公司的基墨是由成组的基墨所组成的“基墨组”产品。

基墨技术与颜料技术、树脂连接料配方技术密切相关。公司运用基墨进行产品生产，大大减少了工艺时间，缩短了制备工序，提高了生产效率。公司的基墨相关技术具有较高的创新水准。

（2）技术水平

公司在基墨及相关技术上基本已达到世界领先水平。目前全球仅有少数油墨制造企业在产品生产过程中运用到了基墨，例如 DIC 集团、Flint（富林特集团）欧洲子公司、Toyo（东洋）美国子公司以及 INX INTERNATIONAL（英克斯国际）美国子公司等。虽然公司尚未研发出黑色基墨与世界最先进的基墨生产企业（DIC 集团）尚存在一定的差距，但是公司已建立了三大系列的基墨组，与行业内大部分企业比较具有明显的技术领先性。

（3）技术成熟度

基墨技术已成为了公司经营模式中不可或缺的重要组成部分，被广泛运用公司产品的规模化生产中。在未来发展中，公司将进一步研发，以形成完整的基墨组；此外，公司还将加大对已有基墨组色域的研发力度，以期形成更大色域范围的基墨组。

4、油墨制造技术

（1）技术来源——集成创新

油墨的制造技术属于技术和经验集成，公司有超过 7 年的油墨研发制造经验，形成了成熟的柔性加工技术经验，有效地提高了公司生产的及时性和经济性。特别公司采用的基墨制造工艺，虽脱胎于传统的油墨制造工艺，但颜料的加倍配比，颜料与连接料的混合、研磨等完全不同于传统油墨生产，具有较高的创新水准。

（2）技术水平——国内领先

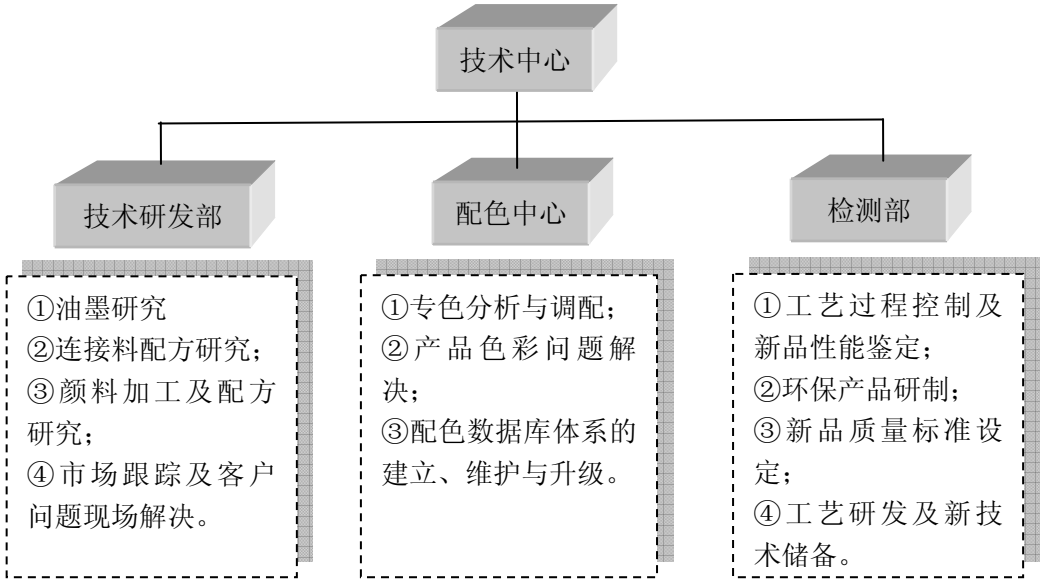
公司产品在国内外拥有较好的口碑，其中除依赖较高的技术水准外，还依赖于较高的制造技术水平。在市场竞争中，公司总体体现出制造工艺时间较短，产品稳定性较高的特点。

（3）技术成熟度：适合于规模化生产。

（二）发行人研究与开发情况

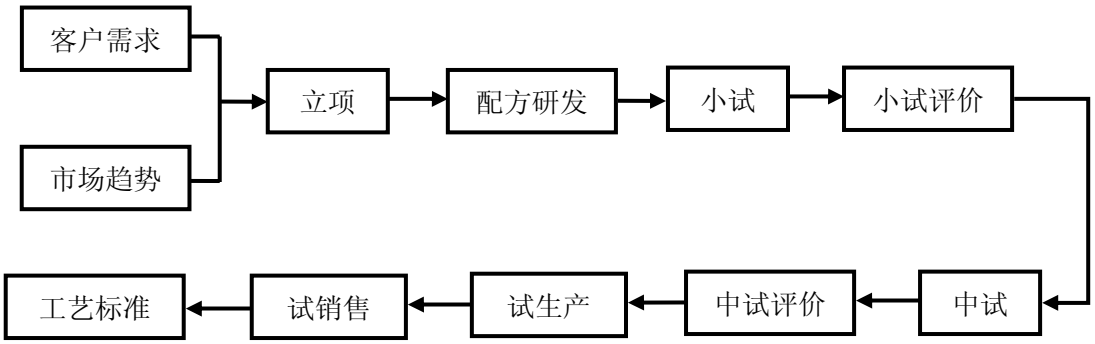
1、公司的研发机构设置及其主要职能情况

公司的技术中心承担公司的研发相关工作，其主要职责包括：参与制定公司研发战略规划，建立、管理产品技术标准体系，主持产品设计，市场开拓与客户技术沟通，生产工艺流程设计与修正，以及产品质量检测等。目前，公司的技术中心的组织结构及相应的职责如下：



2、公司新品研发流程情况：

公司注重研究主要客户的市场变化情况，积极对下游行业发展趋势进行跟踪，根据市场的需求制定新品的研发和工艺流程，目前公司新品具体流程如下：



3、公司研发创新机制

公司自成立以来，一直坚持以产品技术含量提升市场份额的战略，在技术、研发环节持续投资，不断提升技术实力，主要措施包括：

（1）建立有效的创新目标系统

公司管理层对战略、重大原则进行策划，制定创新总目标，同时有效配制资源进行产品的研发，并通过与境内外研发机构合作，共同推进研发目标的实现。针对目前全球对环保要求的不断提高，公司已制订以环保油墨、限制有机挥发物VOC含量为目标的环保产品研发方向；此外，根据研发服务于市场的原则，制定了以主要目标群体需求为导向的创新机制。

（2）完善研发机制

为保持公司技术不断创新，公司在研发活动中引入激励机制和竞争机制，鼓励研发人员开展技术攻关。公司制定了《科技人员奖励制度》，设立了新产品项目奖和效益奖，分别对新产品通过小试、中试的项目组进行奖励，并对能够实现批量生产新产品的研究小组给予效益奖。此外，公司给予能够获得省级优秀产品、参与国家级科研项目的项目组成员技术创新项目奖。在研发活动中，公司鼓励项目组成员的自由组合及梯队建设，提倡以专业组合实现新产品的研发顺利实施，提倡以老带新形成公司人才梯队建设。

（3）加强合作研发机制

公司十分重视产、学、研的合作及企业间的开发与合作，公司不但实现了与国内科研院所的合作，同时实现了与国际油墨知名研发企业间的合作发展。在国内，公司先后与华东理工大学、江南大学、常熟理工学院就环保油墨、树脂材料等方面的研发达成了共识；在国外，公司与Gans Inks and Supply公司就能够适应欧美市场需求、限制有机挥发成份VOC的环保油墨研发达成了合作协议。

（4）技术创新的设施投入

技术中心是公司竞争能力体现的关键，研发设备是研发实现的必备基础。近几年公司通过引进、消化和自主开发了新的研发设备和研发软件，提高了公司的技术水平，强化了产品研发的基础设施。

4、公司研发机构的人员情况

公司技术中心现有60人，占公司员工总数的23.26%。其中大部分技术人员具

有专业技术背景和较深的油墨产品研发和应用经验，研究人员专业领域涉及分析化学、日用化学、合成化工、颜料化工、色度学、材料力学等学科。良好的研发机制和研发环境使得公司研发队伍的研发实力得以不断加强，报告期内公司3项产品获得江苏省科技厅高新技术产品认证、1项江苏省著名商标、4项国际机构(公司）品质认定（具体参见本节之“四、发行人经营情况”之“(七）发行人主要产品质量控制情况”)，并成为了国家火炬计划立项项目执行单位。

公司现有3位研发核心成员，分别是吴贤良、肖学俊和大卫.欧文（David Owen）。公司早期发展过程中主要依赖吴贤良及其团队的技术基础和人脉关系，公司获得的技术奖项也主要依赖吴贤良带领的技术团队;2009年以来公司良性发展，吸引了肖学俊和大卫欧文（David Owen）加盟，公司技术实力得到进一步增强，2009年以来获得技术成果主要依赖以上3人带领的技术团队共同努力。

5、公司研发投入情况

公司作为江苏省高新技术企业注重研发投入，报告期内研发投入逐期增加，占公司营业收入的比重亦不断增加，具体如下：

项目	2010年1-6月	2009年	2008年	2007年
研发投入（万元）	341.18	569.84	530.63	487.41
营业收入（万元）	10,309.58	18,228.63	13,766.28	11,092.40
所占比重	3.31%	3.13%	3.85%	4.39%

报告期内，公司研发投入的具体情况如下：

单位：万元

研发投入	2010 年 1-6 月	2009 年	2008 年	2007 年
人员人工支出	88.65	160.86	78.90	72.70
直接投入	208.60	341.41	426.74	375.85
折旧费用与长期费用摊销	15.34	18.03	15.86	13.39
设计费	9.88	11.08	0.54	24.43
其他费用	18.71	38.46	8.60	1.04
合计	341.18	569.84	530.63	487.41

6、技术合作情况

（1）国内技术合作情况

①与华东理工大学的合作情况

2009年3月，公司与华东理工大学工业催化研究所（乙方）签署《技术开发合同》，就双方共同研发“胶印油墨连接料——松香酚醛树脂反应工艺优化”达成一致。合同约定由进行工艺优化环节的催化剂研发，要求研发出的催化剂有效降低反应温度，缩短反应周期，并在2011年通过试生产。产品研发成果及形成的专利归公司所有，乙方不能向第三方转让研发成果。

②与江南大学的合作情况

2009年1月，公司与江南大学签署《技术开发合同》，就双方共同研发“环保型胶印油墨——植物油型油墨的技术开发” 达成一致。合同约定：提高植物油型油墨中植物油的比率，达到国家现有标准的干燥时间，且满足现有油墨的质量要求，进行产品研发。合同合作期限为2009年1月-2012年12月，保密期限为10年。

③与常熟理工学院的合作情况

2008年1月，公司与常熟理工学院（乙方）签署《技术开发合同》，就双方共同研发“环保型高档系列油墨”达成一致。合同约定就高光高浓度油墨、环保型长效不结皮油墨及节能快干油墨进行产品研发。合同约定在2008年底、2009年底和2010年底分别就上述3个产品的工艺优化、配方、产品方面，能够满足中试生产或批量生产的要求，乙方不能向第三方转让研发成果。

（2）国外合作情况

①与Gans Ink and Supply 公司的合作情况

2010年1月4日，公司与Gans Ink and Supply 公司（乙方）就合作开发生产“低有机挥发份胶印油墨”（下简称：产品）达成《技术合作开发合同》。合同约定由本公司选择生产产品的原材料；由本公司与乙方合作开发产品的配发技术和生产工艺；在合同签署一年以内，由本公司提供产品的样品；在合同签署第二年开始，由本公司按照乙方订单大批量生产产品，且每年销售的数量不少于500吨。

②与Shackell Edwards Druckfarben 公司的合作情况

2010年1月25日，公司与Shackell Edwards Druckfarben公司就合作开发生产“高耐磨快干胶印油墨”（下简称：产品）达成《技术合作开发合同》。合同约定由本公司选择生产产品的原材料；由双方合作开发产品的配发技术和生产工艺；在合同签署3个月以内，由本公司提供产品的样品；在合同签署第4个月开始，

由本公司按照乙方订单大批量生产产品。

（三）发行人的技术储备情况

公司发展过程中紧紧围绕产品环保发展和客户群体需求变化进行技术的研发，公司已建立起结构既合理又丰富的产品储备库，具体情况如下：

序号	产品名称	技术描述	进展情况	拟达到的目标
1	环保型长效不结皮油墨	前瞻性的技术研发，在满足国家环保需求的同时，也符合客户对印机清洗、印刷停顿、节约油墨的需求	批量生产	取代国内同类进口产品
2	Globy通用型植物油基油墨	领先性的技术研发，主要适用于欧美等对环保要求较高的国家和地区	小批量	2010年批量销往欧美
3	PANTONE油墨	适用于欧美等采用潘通色卡为标准的国家和地区	小批量	逐渐成为销往欧美的主导产品
4	八色油墨	领先性的技术研发，目前主要适用于欧美等国家和地区及部分国内大型印刷厂所采用的八色印刷机	小批量	取代国内同类进口产品,2011年批量销往欧美
5	PT荧光油墨	适用于欧美等采用潘通色卡为标准的国家和地区	小批量	2010年批量销往欧美
6	VH-9000高耐磨胶印光油	领先性的技术研发，适用于欧美及国内高端印刷的后处理	小批量	2010年取代国内同类进口产品,同时进入欧美市场
7	NON-VOC胶印四色油墨	前瞻性的技术研发，目前适用于欧美等对VOC排放量有限制的国家和地区的产品；未来将成为全球油墨行业的主导产品	小批量	2010年通过ASTM认证并批量销往欧美
8	高降解率胶印油墨	领先性的技术研发，主要运用于食品及销往美欧等国家和地区的电子、玩具等产品的包装印刷	试生产	取代国内同类进口产品,2011年销往欧美
9	MF-90胶印哑光油	领先性的技术研发，适用于欧美及国内高端印刷的后处理	试生产	2010年取代国内同类进口产品,同时进入欧美市场
10	LF耐晒四色油墨	领先性的技术研发，适用于户外广告等产品的印刷	中试阶段	2011年取代国内同类进口产品
11	SHINE高光油墨	领先性的技术研发，适用于高端商务印刷	中试阶段	2011年取代国内同类进口产品

第七节 同业竞争与关联交易

一、同业竞争

（一）同业竞争情况

1、实际控制人与发行人不存在同业竞争

截至本招股书签署日，吴贤良直接持有本公司 2,750 万股股份，占公司本次发行前总股本的 50.00%；吴艳红直接持有本公司 1,000 万股股份，占公司本次发行前总股本的 18.18%。姐弟二人合计持有本公司 3,750 万股，占发行前总股本的 68.18%，吴贤良和吴艳红为本公司的实际控制人。

截至本招股书签署日，本公司实际控制人未从事与本公司相同或相似的业务，与本公司不存在同业竞争。

2、实际控制人控制的其他企业与发行人不存在同业竞争

截至本招股书签署日，吴艳红无对外投资，吴贤良对外投资的企业情况如下：

公司名称	注册资本（万元）	持股比例（%）	经营范围
本公司	5,500.00	50.00	生产、销售：油墨；销售：纸张、印刷机械及配件、PS 版、橡皮布、印刷材料；自营和代理各类商品及技术的进出口业务（国家限定企业经营或禁止进出口的商品和技术除外）
东吴化工	3,000.00	52.00	许可经营范围：化工产品生产（阳离子染料、有机颜料按《<危险化学品生产、储存企业设立>批准书》和《危险化学品建设项目设立安全许可意见书》经营。一般经营项目：自营和代理各类商品和技术的进出口业务

东吴化工主要从事阳离子染料的生产和销售，其产品主要应用于腈纶、腈纶混纺织物、改性涤纶、改性锦纶的染色，与公司不存在同业竞争，具体情况如下：

项目		本公司	东吴化工
产品	原 材 料	树脂、颜料、植物油、矿物油等	冰乙酸、对氨基苯甲醚、亚硝酸钠等
	制造过程	物理处理为主（研磨、搅拌、调浆）；少量化学处理（连接料、颜料改性）	化学处理方式为主（重氮、偶合、甲基化）；少量物理处理（干燥、盐析）

运用	基材/用途	纸张/印刷书刊、包装盒等印刷	腈纶纤维/对其染色，制成衣裤等
	用户/设备	印刷厂/ 印刷机	印染厂/ 染色机
	使用状况	直接使用	用户将染料制成水溶液、悬浮液等染液后使用
	使用原理	物理方式： 印版的图文部分亲油，非图文部分亲水，利用油水相斥原理将油墨转移到图文部分，然后再通过橡皮布转印到纸张上，最后油墨在纸张上形成渗透，同时在常温下氧化结膜最终干燥。	化学方式： 阳离子染料的有色部分属于阳离子基团，腈纶中有阴离子基团。染液中的阳离子有色部分在高温条件下扩散、异性吸附到基材上。吸附到基材上的阳离子染料，经 100 度以上高温干燥而使基材被染色。

公司与东吴化工在产品性能、用途完全不同，目标市场不存在冲突，市场无竞争关系，故公司与实际控制人控制的东吴化工不存在同业竞争。

3、公司与东吴染料不存在同业竞争

东吴染料目前经营范围为：“销售：阳离子染料、油溶染料、皮革染料、经营本企业自产产品及技术的出口业务；经营本企业生产、科研所需的原辅材料、仪器仪表、机械设备、零配件及技术的进口业务（国家限定公司经营和国家禁止进出口的商品及技术除外）”。公司与东吴染料的经营范围和产品完全不同，公司与东吴染料不存在同业竞争。

东吴染料在 2009 年 9 月经营范围变更前的经营范围为：“生产、销售：阳离子染料、油溶染料、皮革染料、经营本企业自产产品及技术的出口业务；经营本企业生产、科研所需的原辅材料、仪器仪表、机械设备、零配件及技术的进出口业务(国家限定公司经营和国家禁止进出口的商品及技术除外)”。东吴染料生产、销售的产品与目前东吴化工生产、销售的产品完全一致，因此公司与东吴染料不存在同业竞争。

经核查，保荐人、发行人会计师和发行人律师认为：发行人与东吴染料不存在同业竞争。

（二）实际控制人为避免同业竞争而出具的承诺

为避免未来与本公司实际控制人及其控制企业间出现同业竞争，维护和保证本公司长期稳定发展，本公司实际控制人吴贤良和吴艳红，以及吴贤良控制企业

东吴化工已向本公司出具了《避免同业竞争承诺书》，主要内容如下：

（1）本人（或本公司）及本人（或本公司）控制的其他公司目前未从事与苏州科斯伍德油墨股份有限公司已生产经营或将生产经营的产品具有同业竞争或潜在同业竞争的产品的生产经营；

（2）本人（或本公司）郑重承诺，本人（或本公司）及本人（或本公司）控制的其他公司将来不从事与苏州科斯伍德油墨股份有限公司已生产经营或将来生产经营的产品具有同业竞争或潜在同业竞争的产品的生产经营或投资。本人（或本公司）将采取合法和有效的措施，保障本人（或本公司）控制的公司亦不从事上述产品的生产经营；

（3）本人保证不利用本人所持有的苏州科斯伍德油墨股份有限公司的股份，从事或参与从事任何有损于该公司或该公司其他股东合法权益的行为。

二、关联方、关联关系及关联交易

（一）关联方和关联关系

根据《公司法》和《企业会计准则第 36 号——关联方披露》的相关规定，公司关联方情况如下：

1、存在控制关系的关联方

关联方名称	与本公司的关系
吴贤良	公司董事长、总经理，持有本公司 50.00%的股份
吴艳红	公司董事、财务总监，持有本公司 18.18%的股份
东吴化工	同受吴贤良控制，吴贤良持有其 52.00%的股份

2、不存在控制关系的关联方

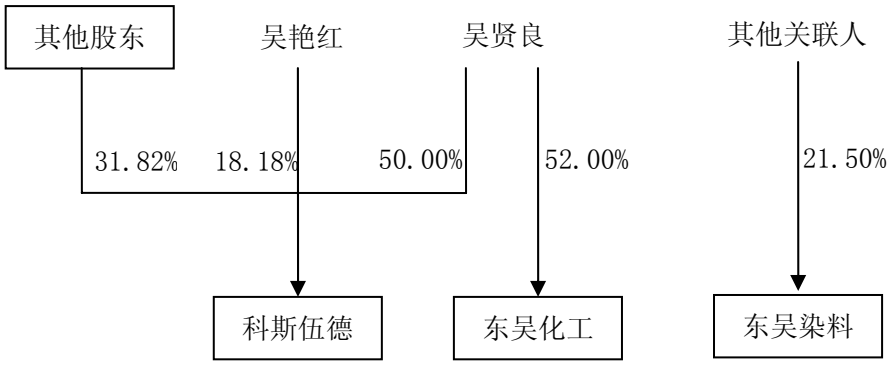
关联方名称	与本公司的关系
盛建刚	持有本公司 9.09%的股份
苏州元盛	持有本公司 9.09%的股份
国嘉创投	持有本公司 6.36%的股份
东吴染料	蒋忠英和肖学俊分别持有东吴染料 19%和 2.5%的股份[注]
东吴染料厂	实际控制人父亲为该企业法定代表人，已于 2007 年 11 月 12 日注销

注：蒋忠英系公司实际控制人吴艳红丈夫蒋忠明的妹妹，肖学俊系公司董事、副总经理。

3、本公司自然人关联方

自然人关联方是指能对公司财务和生产经营决策产生重大影响的个人，本公司董事、监事、高级管理人员，以及与上述人员关系密切的亲属均为本公司自然人关联方。公司董事、监事、高级管理人员任职情况见本招股书“第八节 董事、监事、高级管理人员与其他核心人员”的相关内容。

4、公司目前主要关联关系



5、公司与关联方销售、采购交叉的情形

2007 年 1-7 月间，东吴染料曾超出营业范围生产颜料；在此期间，公司向东吴染料采购了少量生产所必需的颜料，共计 243.22 万元，并向其销售 2.08 万元的松香用于颜料生产（具体情况见本节之“二、（二）关联交易”）。2007 年 8 月以后，东吴染料超范围生产颜料的行为被当地工商、环保部门所禁止，未再生产颜料产品，至此公司独立采购相应的颜料。

报告期内，东吴化工、东吴染料的销售客户中未出现公司的原材料供应商，公司的销售客户也未出现东吴化工、东吴染料的原材料供应商，公司与关联方没有其他采购和销售交叉的情形。

6、公司与关联方销售、采购重叠的情形

（1）采购重叠的情形

①公司未与关联方采购相同原材料

东吴化工和东吴染料所使用的原材料为多种化工原料，如冰乙酸、对氨基苯甲醚、亚硝酸钠等；公司所使用的原材料主要为树脂、颜料、矿物油和植物油等。东吴化工、东吴染料与公司生产所需的原材料品种完全不同。报告期内，公司与东吴化工、东吴染料采购的原材料品种不存在重叠。

②公司与关联方采购了类似的包装材料

公司和东吴化工、东吴染料的产品对外销售都需要进行产品包装（金属包装和外部纸箱包装），公司和东吴化工、东吴染料存在向相同企业采购相应包装材料的情形，具体情况如下：

供应商	采购主体	采购商品	发生采购金额（万元）			
			2010 年 1-6 月	2009 年	2008 年	2007 年
苏州双亮包装有限公司	公司	油墨包装罐	304.78	597.72	331.89	136.71
	东吴化工	铁桶	50.92	42.26	-	-
	东吴染料	铁桶	-	39.53	108.47	35.06
苏州三维印刷包装有限公司	公司	小纸箱	37.37	69.92	99.58	115.32
	东吴化工	大纸箱	40.79	54.95	-	-
	东吴染料	大纸箱	-	26.31	72.99	114.82

经核查，保荐人和发行人律师认为：发行人系按照市场定价原则向相关供应商采购包装材料，发行人关联方未为发行人承担、支付相关费用。

③采购对象重叠的情形

公司针对所需要的原材料至少有 2 家以上的供应商，具体采购的时候根据各化学品经销商报价情况采购原材料；公司与东吴化工、东吴染料生产所需的原材料都属于化工类产品，现代物流业的发展，使众多化学品经销商已成为提供多类化工产品的综合经销商。报告期内，公司与东吴化工、东吴染料存在向相同化学品经销商采购不同原材料的情形，具体情况如下：

供应商	采购主体	采购商品	发生采购金额（万元）			
			2010 年 1-6 月	2009 年	2008 年	2007 年
上海联兴化工经营部	公司	颜料	302.13	530.51	444.66	114.63
		矿物油	-	-	72.09	195.23
	东吴染料	阳离子染料原粉	-	-	58.33	189.31
滨海恒远贸易有限公司	公司	颜料	333.92	433.98	254.8	-
	东吴染料	阳离子染料原粉	-	146.47	462.31	-
苏州市吉美贸易有限公司	公司	矿物油、植物油	-	-	220.81	57.01
		颜料	274.22	13.58	-	-
	东吴染料	阳离子染料原粉	-	-	314.13	-
	东吴化工	阳离子染料原粉	-	-	88.03	-

经核查，保荐人和发行人律师认为：发行人系按照市场定价原则向相关供应商采购原材料，发行人关联方未为发行人承担、支付相关费用。

（2）公司与关联方销售重叠的情形

公司和东吴化工、东吴染料的主要销售对象分别为油墨产品经销商和化学品综合经销商，两类客户公司面对的最终客户（印刷企业和印染企业）存在明显的差异，因此，公司和关联方的主要销售不存在重叠。但是，在报告期内也存在 3 家化学品综合经销商分别向公司和关联方采购产品的情形。具体情况如下：

经销商	销售主体	销售商品	发生销售金额（万元）			
			2010 年 1-6 月	2009 年	2008 年	2007 年
苏州今印联印刷器材有限公司	公司	胶印油墨	58.18	65.35	199.13	-
	东吴化工	阳离子染料	-	-	10.82	85.16
上海燕翠进出口有限公司	公司	胶印油墨	17.39	65.20	194.82	290.60
	东吴染料	阳离子染料	4.27	18.72	122.02	153.16
张家港市东华化工染料有限公司	公司	胶印油墨	36.21	68.65	44.22	59.16
	东吴染料	阳离子染料	-	4.44	20.82	89.66

经核查，保荐人和发行人律师认为：发行人系按照公允价格向相应经销商销售产品，关联方未为发行人承担相关费用。

7、公司与关联方未使用共同的研发平台、商标和技术

（1）公司与关联方未使用同一研发平台

报告期内，东吴化工和东吴染料都是生产传统阳离子染料，产品品种稳定，工艺成熟，未有研发投入；公司产品需要与国际跨国公司的同类产品进行市场竞争，设立了技术中心，以不断开发出新产品满足市场需求。公司研发方向主要注重于产品的环保性和功能性研究，集中体现在连接料和颜料的改性处理，研发结果不能运用于关联方的所有产品。

（2）公司与关联方未使用相同的商标

报告期内，公司主要使用注册号为“3831256”、图形为“”的商标，另外还使用了注册号为“6295420”、图形为“”的商标，部分产品未使用或使用了国外 OEM 客户要求的商标（具体详见本招股书之“第六节 发行人业务

与技术”之“五、（二）无形资产”的相关内容）。

同期东吴化工和东吴染料使用的是图形为“”，由东吴染料受让、注册的675372号和3602064号商标。其中，675372号商标最早由东吴染料厂注册（详见本招股书“第五节 发行人基本情况”之“五、（二）实际控制人关联人控制的企业情况”），东吴染料于2002年8月28日受让获得，并于2009年9月21日转让给东吴化工，其具体情况如下：

注册号	图形	注册完成时间	核定使用范畴	东吴染料获得时间	东吴化工获得时间
675372		1994-1-28	染料	2002-8-28	2009-9-21

此外，3602064号商标核定使用商品类别中含有“染料”类别已于2007年3月27日为东吴染料所注销，该商标的所有人已于2008年6月21日变更为科斯伍德有限，并于同年9月18日变更为公司（详见本节之“二、（二）关联交易”）；从2007年3月27日开始，东吴化工和东吴染料未再使用3602064号商标。

公司与东吴化工和东吴染料所使用的商标无论是注册号还是图形完全不同，未使用相同的商标。

8、关联方未为公司分摊研发、采购、销售费用

（1）关联方未为公司分摊研发费用

公司的研发费用为开发新产品、提升产品技术性能等目的所支付的与人员相关的费用（工资、社保等）、直接投入费用（与研发相关的材料支出）、折旧费用（研发与生产共线所导致的设备折旧费用及研发设备折旧费用）、设计费（试制、检测费、咨询费），以及其他费用（研发人员差旅费、通讯费），公司所发生的研发费用与业务研发相匹配；报告期内，东吴化工和东吴染料未有研发需求，也未因此发生相应的研发费用，关联方未为公司分摊研发费用。

（2）关联方未为公司分摊采购费用

在报告期内，虽然公司与东吴化工、东吴染料存在向相同供应商采购类似包装材料和不同原材料的情况，但公司和关联方在向相关供应商采购时，都是按照企业对相关产品的具体需求（规格、数量）情况，以独立订单形式，按照市场价格进行采购，公司和关联方已分别按照各期订单相关约定向供应商支付了产品采购费用，关联方未为公司分摊采购费用。

（3）关联方未为公司分摊销售费用

在报告期内，公司和东吴化工、东吴染料的销售费用属于销售产品过程中正常支付的各项费用，关联方未为公司产品销售支付相关费用。

（4）关联方业务总体发展平稳

①关联方销售变化情况

报告期内，东吴化工和东吴染料业务相同，主要从事阳离子染料的生产和销售。由于业务重心的转移，从 2008 年 5 月-2009 年 9 月，东吴染料不再从事由基础原材料生产阳离子染料，改由阳离子染料原粉生产阳离子染料；2009 年 9 月以后，仅销售东吴化工的阳离子染料。而在报告期内，随着东吴化工人员培训、产能增加，相关业务获得了快速发展，东吴化工和东吴染料产品销售情况如下：

单位：万元

序号	公司名称	2010 年 1-6 月	2009 年度	2008 年度	2007 年度
1	东吴染料	3,738.47	7,546.95	12,924.60	15,262.49
2	东吴化工	8,025.07	12,035.02	9,360.87	5,309.24
	其中：向非关联方销售	5,007.25	9,098.33	661.57	1,420.58
	向东吴染料销售	3,017.82	2,936.69	8,699.30	3,888.66

报告期内，东吴染料销售金额由 2007 年 15,262.49 万元降低至 2010 年上半年 3,738.47 万元，主要由于当地工商和环保要求的不断提高，东吴染料已将阳离子染料的生产业务逐步外迁；而同期，东吴化工阳离子染料销售收入已由 2007 年 5,309.24 万元增长至 2010 年上半年 8,025.07 万元。

由于东吴化工业务体系主要源于东吴染料，因此 2007 年主要通过东吴染料销售产品；2008 年随着东吴染料业务逐步外迁，为保持相关业务东吴染料向东吴化工采购了较大数量的产品；2009 年以后，东吴化工销售能力逐步完善，仅由于外贸商检的要求，外贸产品仍通过东吴染料销售，东吴化工向东吴染料的销售比率逐步降低。

②关联方业务整体发展较为平稳

报告期内，虽然由于业务发展定位因素影响，东吴化工和东吴染料产品销售收入呈现出此涨彼消的变化，但关联方业务整体发展较为平稳，具体情况如下：

单位：万元

项目		2010 年 1-6 月	2009 年度	2008 年度	2007 年度
东吴化工	营业收入	8,025.07	12,035.02	9,360.87	5,309.24
	期间费用	629.94	889.60	660.98	494.73
	期间费用/营业收入	7.85%	7.39%	7.06%	9.32%
东吴染料	营业收入	3,738.47	7,546.95	12,924.60	15,262.49
	期间费用	389.66	1,096.43	1,193.96	1,583.42
	期间费用/营业收入	10.42%	14.53%	9.24%	10.37%
合并	营业收入	8,745.72	16,645.28	13,586.17	16,102.24
	期间费用	1,019.60	1,986.03	1,854.94	2,078.15
	期间费用/营业收入	11.66%	11.93%	13.65%	12.91%

报告期内，东吴化工和东吴染料合并销售收入和期间费用占合并营业收入的比重基本保持稳定；受东吴染料业务逐步搬迁影响，2008 年合并营业收入略低，合并的期间费用率也略高。合并的营业收入和期间费用率总体与关联方业务变化、发展相适应。关联方与公司之间的业务独立，不存在为公司分摊期间费用的情形。

经核查，保荐人、发行人会计师和发行人律师认为：

①报告期内发行人与东吴化工、东吴染料存在向相同供应商采购及向相同经销商销售的情形，但不存在采购、销售交叉的情形；

②发行人独立承担包括研发、销售、采购等在内的各项费用，东吴化工和东吴染料未为发行人分摊相关费用；

③发行人拥有独立的研发平台、商标和技术。

经核查，保荐人和发行人律师认为：发行人符合《首次公开发行股票并在创业板上市管理暂行办法》第十八条：“发行人资产完整，业务及人员、财务、机构独立，具有完整的业务体系和直接面向市场独立经营的能力。与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业间不存在同业竞争，以及严重影响公司独立性或者显失公允的关联交易”的相关规定。

（二）关联交易

1、报告期内关联交易概述

报告期内，除 2007 年向东吴染料采购、销售原料为经常性关联交易外，其他均为偶发性关联交易。偶发性关联交易主要包括归还关联方借款、受让关联方商标、购买专利权及接受关联方担保。

报告期内，东吴化工仅生产阳离子染料，该产品不能作为公司的原材料；公司产品也不能作为东吴化工的原材料，与公司未发生经常性关联交易。此外，东吴化工与公司也未因股权变动、资金拆借等发生偶发性关联交易。

2、经常性关联交易

（1）采购原料

2007 年公司与关联方东吴染料发生的采购情况如下：

内容	采购金额(万元)	占当期营业成本的比重	占当期采购总金额的比重	定价政策
颜料	243.22	2.88%	3.90%	市场价格

2007 年公司向东吴染料采购的颜料主要为公司生产基墨的主要原料，交易价格为市场公允价格。2007 年公司向东吴染料购买颜料金额占公司同期营业成本的比重为 2.88%，占当期采购总金额的比重为 3.90%。该项关联交易金额较小，占公司营业成本比重很低，对公司财务状况及经营成果的影响非常小。2007 年向关联方购买颜料集中在 1-7 月份，相关款项已在 2007 年 8 月全部结清。

（2）销售原料

2007 年公司与关联方东吴染料发生的销售情况如下：

内　容	采购金额（万元）	占当期营业收入的比重（%）	定价政策
松香	2.08	0.02	市场价格

2007 年 2 月东吴染料因生产颜料向公司采购一批金额 2.08 万元的松香。除此之外，报告期内公司未与关联方东吴染料发生过销售业务。

3、偶发性关联交易

（1）归还关联方借款

公司所处的油墨行业具有较高的投资壁垒。2006 年 12 月 27 日吸收合并胡

桥经济公司以前，大东洋油墨注册资本只有 1,000 万元，几乎没有被商业银行认可的非流动资产——厂房、土地都系租赁胡桥经济公司；资金的瓶颈和业务发展需求的矛盾，导致大东洋油墨向东吴染料借款用于发展所需的流动资金。

随着 2006 年 12 月 27 日大东洋油墨完成对胡桥经济公司的吸收合并，科斯伍德有限（吸收合并后的名称）的有效资产（土地和厂房）规模得以迅速增加，向金融机构抵押融资能力得到迅速增强。在相关资产过户手续完成之后，2007 年后科斯伍德有限以相关资产抵押获得了银行授信，从而有效缓解了经营资金需求。此外，2007 年 4 月科斯伍德有限又新增 3,500 万元注册资本，整体实力得到了有效提升，至 2007 年 8 月科斯伍德有限已全部清偿了对东吴染料的借款，之后再未发生。

①相关欠款具体形成情况

序号	时间	金额（元）	备注
1	2006.1.31	300,000.00	银行承兑汇票
2	2006.1.31	500,000.00	银行承兑汇票
3	2006.1.31	500,000.00	银行承兑汇票
4	2006.1.31	100,000.00	银行承兑汇票
5	2006.3.13	200,000.00	银行承兑汇票
6	2006.3.31	540,000.00	银行承兑汇票
7	2006.3.31	360,000.00	银行承兑汇票
8	2006.5.31	200,000.00	银行承兑汇票
9	2006.5.31	500,000.00	银行承兑汇票
10	2006.6.30	300,000.00	银行承兑汇票
11	2006.7.29	500,000.00	银行承兑汇票
12	2006.8.31	3,000,000.00	银行承兑汇票
13	2006.10.31	500,000.00	银行承兑汇票
14	2006.10.31	3,000,000.00	银行承兑汇票
15	2006.10.31	300,000.00	银行承兑汇票
16	2006.10.31	500,000.00	银行承兑汇票
17	2006.10.31	3,000,000.00	银行承兑汇票
18	2006.10.31	490,000.00	银行承兑汇票
19	2006.11.11	3,000,000.00	银行承兑汇票
20	2006.11.20	2,500,000.00	银行承兑汇票

21	2006.11.23	3,000,000.00	银行承兑汇票
22	2006.11.29	500,000.00	银行承兑汇票
23	2006.12.14	2,000,000.00	银行承兑汇票
24	2006.12.14	2,500,000.00	银行承兑汇票
25	2006.12.26	500,000.00	银行承兑汇票
26	2006.12.29	3,491,642.78	原材料采购款
27	2006.12.30	500,000.00	银行承兑汇票
28	2006.12.31	500,000.00	银行转账
合计		33,281,642.78	

科斯伍德有限（大东洋油墨）主要通过银行承兑汇票方式向东吴染料借款，上述借款共计 33,281,642.78 元；截至 2007 年 1 月 1 日，科斯伍德有限尚有向东吴染料未偿付的欠款共计 33,243,291.78 元（其中 38,351.00 元已于 2006 年归还）。

②相关资金偿付情况

公司 2007 年开始归还东吴染料借款，具体情况如下：

序号	时间	金额（元）	备注
1	2007.1.18	1,200,000.00	银行转账
2	2007.1.29	1,000,000.00	银行转账
3	2007.1.30	3,500,000.00	银行转账
4	2007.1.31	780,000.00	银行转账
5	2007.1.31	9,500,000.00	银行转账
6	2007.4.12	53,291.78	银行转账
7	2007.4.17	2,000,000.00	银行转账
8	2007.4.30	3,000,000.00	银行转账
9	2007.5.16	1,210,000.00	银行转账
10	2007.5.30	1,000,000.00	银行转账
11	2007.6.18	4,000,000.00	银行转账
12	2007.6.20	500,000.00	银行转账
13	2007.6.27	500,000.00	银行转账
14	2007.6.28	3,000,000.00	银行转账
15	2007.8.15	2,000,000.00	银行转账
合计		33,243,291.78	

截至 2007 年 8 月，科斯伍德有限已全部归还关联方借款 33,243,291.78 元。

经核查，保荐人、发行人会计师和发行人律师认为：科斯伍德有限（包括大东洋油墨）向东吴染料借入资金系其生产经营所需资金，2007 年度科斯伍德有限已相继归还了借款，发行人向东吴染料借入资金和归还资金的情况真实。

（2）受让关联方商标

2007 年 3 月 27 日，东吴染料与科斯伍德有限签署了商标转让协议，东吴染料将以下两项涉及印刷油墨、印刷膏（油墨）、印刷合成物（油墨）等内容的商标，在将其核定使用商品内容中涉及“染料”类别注销后，无偿转让给科斯伍德有限，相关商标的具体情况如下：

注册号	图形	核定使用商品类别（变更前）	核定使用商品类别（变更后）	转让日期	科斯伍德有限取得日期
3602064		染料；印刷油墨；制革用油墨；复印机用调色剂（墨）；印刷机和复印机用调色剂盒等	印刷油墨；制革用油墨；复印机用调色剂（墨）；印刷机和复印机用调色剂盒等	2007-3-27	2008-6-21
3831256		染料；印刷油墨；印刷膏（油墨）；印刷合成物（油墨）；雕刻油墨；喷墨打印机墨盒等	印刷油墨；印刷膏（油墨）；印刷合成物（油墨）；雕刻油墨；喷墨打印机墨盒等	2007-3-27	2008-6-21

①受让相关商标的原因

东吴染料主要产品为阳离子染料，东吴染料分别于 2005 年 5 月 21 日、2006 年 1 月 7 日申请注册取得 3602064 号和 3831256 号的注册商标，核定使用范围中包括相关油墨产品，东吴染料申请取得该两项商标后作为商标储备。

受让 3602064 号注册商标原因：本次转让前，科斯伍德有限未持有任何注册商标，大东洋油墨成立之初曾短期使用过图形为“ ”商标，后改用图形为“ ”商标。考虑到 3602064 号商标核定使用商品类别中包含有油墨产品，为避免未来发生同业竞争对公司生产经营产生不利影响，科斯伍德有限受让了该商标。

受让 3831256 号注册商标的原因：本次转让前，科斯伍德有限一直在其油墨产品上无偿使用东吴染料拥有的 3831256 号注册商标，该商标已形成了一定品牌知名度，在生产经营中发挥了重要的作用。为保障生产经营的连续性、稳定性以及资产的独立性、完整性，同时为了避免未来发生同业竞争对公司生产经营产生

不利影响，科斯伍德有限受让了该商标。

②作价依据及交易合理性

本次商标转让的作价系根据商标取得的实际成本确定。东吴染料取得上述两项商标成本主要为商标申请费，取得成本较小。因此东吴染料将上述商标无偿转让给科斯伍德有限。科斯伍德有限受让上述两项商标系为了保障其生产经营的连续性、稳定性以及资产的独立性、完整性，同时为了避免未来发生同业竞争对公司生产经营产生不利影响。科斯伍德有限与东吴染料之间关于商标转让的定价公允，不存在损害公司及其他股东利益的情况。

③公司受让商标后的使用情况

公司受让该两项商标后，有效地保障了其生产经营连续稳定和资产独立完整，避免了同业竞争。3602064 号注册商标由于图形设计陈旧，不利于公司产品销售及国际市场的推广，因此公司受让后一直未使用。报告期内公司产品主要使用 3831256 号注册商标，相关商标销售具体情况如下：

注册商标号	销售情况	2010 年 1-6 月	2009 年	2008 年	2007 年
3831256	销售金额（万元）	6,540.74	11,787.03	8,905.69	9,850.24
	销售占比	63.64%	64.66%	64.69%	88.80%
3602064	销售金额（万元）	-	-	-	-
	销售占比	-	-	-	-
公司销售总额（万元）		10,277.32	18,228.63	13,766.28	11,092.40

（3）购买专利

2008 年 7 月 5 日东吴染料召开股东会，就向公司转让相关专利形成决议，根据该决议“因以上两个专利至今还没有实施的计划、长期闲置。经各股东及各方讨论协商决定，同意将上述两项专利转让给苏州科斯伍德油墨股份有限公司”。2008 年 7 月 12 日，东吴染料与公司签署了权利转让协议，东吴染料将以下两项涉及阳离子染料的发明专利以 10 万元价格转让给公司：

专利号	专利类别	专利名称	取得日期	专利有效截止日期
ZL200410041152.2	发明专利	毛用阳离子染料的染色方法	2008-9-16	2024-7-1
ZL200410041153.7	发明专利	用于染整毛类蚕丝纺织品的阳离子染料	2008-9-16	2024-7-1

①受让相关专利的原因

两项专利为阳离子染料用于毛类、蚕丝产品的一套发明专利。其中专利号为：ZL200410041153.7的发明专利主要为该类新型使用下的阳离子染料的制造工艺；专利号为：ZL200410041152.2 的发明专利主要为运用前者的方法。该两项目发明专利密切相关，不可分割，因此公司一并受让了这两项专利。公司受让上述两项专利旨在借鉴毛类、蚕丝产品阳离子染料的制造方法，并将其运用于公司产品的原材料——颜料的改性处理，以提高公司油墨产品与基材的附着度，进而提升公司产品的耐晒度。具体来说：

A、在专利项下

通过对传统阳离子染料添加特定化合物，与传统阳离子染料形成一个连接“基团”，该基团能够有效连接传统阳离子染料和印染对应的基材（毛或蚕丝），从而实现印染过程中良好的上色，及较好的染色牢度。

B、公司的借鉴

通过对普通颜料添加特定化合物（与染料对应化合物不一样），与普通颜料形成一个连接“基团”，该基团同样能够有效实现连接颜料和对应印刷基材（纸张），从而提升油墨产品与基材的附着度，提高产品的耐晒性指标。

②作价依据及交易合理性

此次交易主要参考东吴染料当时拥有两项专利的账面原值（6.67 万元），以及后期的申请、维护费用（2.07 万元）作为交易基础，经双方协议一致，东吴染料将该两项专利分别作价 5 万元转让给公司。

公司受让的上述两项专利系成套技术，且公司通过借鉴该两项专利，优化了自身油墨产品技术，有效提升了产品的市场竞争能力。公司与东吴染料之间关于专利转让的定价公允，不存在损害公司及其他股东利益的情况。

③定量分析受让专利对生产经营的重要程度

公司受让相关专利前，产品的耐晒度一般为 5 级左右；受让专利后，公司产品的耐晒度不断提高，2009 年已达到 6-7 级。产品性能得到有效提升。

（5）东吴染料使用相关专利的情况

公司受让的两项专利为东吴染料的储备技术，东吴染料一直未使用相关技术生产、销售毛类蚕丝纺织品的阳离子染料；东吴染料的产品全部为印染腈纶和腈

纶混纺织物对应的传统阳离子染料。2009 年 7 月 2 日后，由于经营范围变更，东吴染料不再具有生产阳离子染料的生产资质。

经核查，保荐人、发行人会计师和发行人律师认为：发行人以零价格受让东吴染料的两项商标和以 10 万元受让东吴染料的两项专利，定价合理，对公司业务发展具有有益的促进，转让后关联方在生产中一直未使用上述商标和专利。

（4）接受关联方担保

2007 年 8 月 15 日，公司股东吴贤良、曹爱丽夫妇以其房产和土地使用权向交通银行股份有限公司苏州分行进行抵押，为本公司在 2007 年 8 月 15 日至 2010 年 8 月 14 日期间从该行获得一系列授信提供最高额抵押，该合同下公司获得的最高额授信金额为人民币 400 万元。

2007 年 8 月 15 日，公司股东吴艳红、蒋忠明夫妇以其房产和土地使用权向交通银行股份有限公司苏州分行进行抵押，为本公司在 2007 年 8 月 15 日至 2010 年 8 月 14 日期间从该行获得一系列授信提供最高额抵押，该合同下公司获得的最高额授信金额为人民币 70 万元。

2009 年 7 月 30 日，公司股东吴贤良、曹爱丽夫妇和吴艳红、蒋忠明夫妇与交通银行股份有限公司苏州高新科技产业开发区支行共同签订了《最高额保证合同》，上述两位股东为公司在 2009 年 7 月 30 日至 2011 年 1 年 30 日期间，因公司与该行签订短期借款、开立银行承兑汇票而订立的合同，提供最高担保金额为人民币 4,400.00 万元的连带责任保证。

（三）关联交易对公司财务状况和经营成果的影响

1、经常性关联交易对公司财务状况和经营成果的影响

报告期内对公司财务状况和经营成果影响重大的关联交易主要是向东吴染料采购颜料，具体情况如下：2007 年 1-8 月公司向东吴染料采购颜料合计 2,432,249.91 元。随着东吴染料超经营范围生产颜料为当地工商、环保部门所禁止，以及公司销售规模快速增长，为规范公司的运作，从 2007 年 9 月起已同东吴染料无相关原料采购，相关原料由公司采购部面向市场采购。2007 年公司向关联方采购情况以及颜料全年采购情况如下表：

2007 年向关联方采购情况			2007 年公司颜料采购情况		
金额（元）	重量（千克）	单价（元/千克）	金额（元）	重量（千克）	单价（元/千克）
2,432,249.91	76,465.60	31.81	22,783,017.76	700,988.66	32.50

由上表可见，公司向关联方采购颜料的价格公允，未损害公司股东、债权人的利益，也不存在关联方向公司输送利润的情形。

2、偶发性关联交易对公司财务状况和经营成果的影响

（1）归还关联方借款

2007 年以前，由于公司拥有的固定资产较少，可用于抵押担保的不动产总量较小，难以获得金融机构的授信。公司的关联方为公司提供相关借款是为支持公司发展需要而采取的必要措施，关联方借款促进了公司经营规模的扩张，为公司的快速稳定发展提供了保障。相关款项在 2007 年 8 月前全部结清，其后再未发生。

（2）债务担保

随着公司规模快速增长，为规范公司运作，消除关联方借款，在自有权益性资本增加滞后的情况下，公司积极利用财务杠杆寻求更快的发展。公司可用于抵押担保的不动产总量有限，为获得金融机构的授信，公司大股东为本公司短期借款和开具银行承兑汇票提供了连带责任担保。上述债务担保行为是公司大股东为公司发展需要而采取的必要措施。

3、本公司报告期内与关联方应收、应付款项情况

2007 年随着公司经营规模的快速增长，为规范公司运作，减少关联交易，公司于当年 8 月和关联方结清所有款项，从此之后，未与关联方发生重大赊销赊购业务，故报告期内公司与关联方应收、应付款项账户余额均为零。

三、公司规范关联交易的制度安排

1、《公司章程》对关联交易决策权力与程序的规定

《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；有关联关系的股东回避和不参与投票表决的事项，由会议主持人在会议开始时宣布，会议需要关联股东到会进行说明的，关联股东有责任和义务到会如实作出说明。

《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，应将该事项提交股东大会审议。

2、《关联交易管理制度》对关联交易决策权力与程序的规定

《关联交易管理制度》第十一条规定：关联方如享有公司股东大会表决权，除特殊情况外，在股东大会就该事项进行审议应回避表决。公司董事会审议关联交易事项时，关联董事应当回避表决，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非关联董事出席即可举行，董事会会议所做决议须经非关联董事过半数通过。出席董事会的非关联董事人数不足三人的，上市公司应当将该交易提交股东大会审议。

《关联交易管理制度》第十五条规定：公司与关联人之间发生的经常性关联交易，应遵循《公司章程》规定的决策程序执行。当交易金额未达到董事会权限时，由董事会授权董事长审核、批准，事后向董事会报备。当交易金额在董事会权限以内时，召开董事会进行审议并由独立董事发表独立意见，关联董事予以回避表决;审议关联交易的董事会决议,必须有半数以上独立董事同意后方为有效;董事会形成决议后，公司与关联方签署交易事项的总协议。当交易金额超出董事会权限时,召开董事会进行审议并由独立董事发表独立意见,关联董事予以回避;审议关联交易的董事会决议，必须有半数以上独立董事同意后方为有效；当独立董事和非关联董事在董事会的人数不到二分之一时，独立董事享有一票否决权;董事会将形成的有效决议向年度股东大会提交审议;年度股东大会对关联交易进行审议，关联股东予以回避表决；年度股东大会形成决议后，公司与关联方签署交易事项的总协议。

《关联交易管理制度》第十六条规定： 公司与关联人之间发生的非经常性关联交易，当交易金额未达到董事会权限时，由董事会授权董事长审核、批准，事后向董事会报备。当交易金额在董事会权限以内时，提交独立董事审查并形成独立意见;董事会审议关联交易,经半数以上独立董事同意后方能形成有效决议。

当交易金额超出董事会权限时，提交独立董事审查并形成独立意见；当独立董事和非关联董事在董事会的人数不到1/2 时，独立董事享有一票否决权；董事会审议关联交易，经半数独立董事同意后方能形成有效决议，提交股东大会审议；股东大会审议通过后实施。

3、《独立董事工作制度》赋予独立董事审核关联交易的权利

《独立董事工作制度》第十八条规定：公司与关联方发生的交易金额 300 万元以上，或高于占公司最近一期经审计的净资产 5%以上的关联交易，应由独立董事认可后，提交董事会讨论；独立董事作出判断前，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。

《独立董事工作制度》第十三条规定：独立董事需就“公司的股东、实际控制人及其关联企业对公司现有或新发生的总额高于300万元或高于公司最近经审计净资产值的5%的借款或其他资金往来，以及公司是否采取有效措施回收欠款”向董事会或股东大会发表独立意见。

四、发行人最近三年及一期关联交易的执行情况

公司最近三年及一期发生的关联交易均履行了《公司章程》及其他文件规定的程序，独立董事对关联交易的决策程序及合理性、公允性发表如下意见：

“公司关联交易是在一般普通业务往来及基于普通的商业条件或交易有关的协议基础上进行的；公司发生的关联交易，严格遵守《公司章程》的规定，严格按照关联交易协议进行，交易公平合理；报告期内公司重大关联交易公允，履行了法定的批准程序，不存在损害公司和股东利益的行为”。

五、发行人已采取的减少关联交易的措施

《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《独立董事工作制度》和《关联交易管理制度》等相关制度都完善了关联交易决策权限和程序。对于正常的、有利于公司发展的关联交易，公司将遵循公开、公平、公正的市场原则，严格按制度规范操作，确保交易的公允，并对关联交易予以充分及时披露。

第八节 董事、监事、高级管理人员和其他核心人员

一、董事、监事、高级管理人员与其他核心人员简介

本公司董事会由 9 名董事组成，其中 3 名独立董事；监事会由 3 名监事组成，其中职工代表监事 1 名；高级管理人员 4 名，包括总经理、副总经理，财务总监和董事会秘书。

（一）董事会成员

1、吴贤良先生，中国国籍，无永久境外居留权，1978 年 2 月出生，工商管理硕士；2003 年从加拿大学成归国创建了本公司的前身大东洋油墨，并一直经营管理至今；2008 年获得“全国油墨界十大风云人物”及“江苏省高层次创业创新人才”称号；2009 年获得“苏州市新长征突击手标兵”、苏州相城区“优秀政协委员”称号。现任本公司董事长兼总经理。

2、吴艳红女士，中国国籍，无永久境外居留权，1977年1月出生，大专学历，中级会计师职称；曾任职于中国银行东桥办事处、吴县市社会保障局、苏州市东吴染料有限公司。现任本公司财务总监、董事。

3、沈文华先生，中国国籍，无永久境外居留权，1971年6月出生，高中学历；曾任职于苏州市黄埭化纤厂、吴县市房产交易公司。现任本公司董事，苏州元盛董事长。

4、陈建先生，中国国籍，无永久境外居留权，1977年12月出生，在职本科；曾担任苏州联合化工有限公司质检科副科长；2003年2月起在本公司技术研发部任职。现任本公司董事。

5、肖学俊先生，中国国籍，无永久境外居留权，1957年12月出生，本科学历；历任苏州染料厂副厂长、东吴染料总工程师。现任本公司董事、技术总监、副总经理。为本公司“用于染整毛类蚕丝纺织品的阳离子染料”及“毛用阳离子染料的染色方法”这两项专利的发明人，主持颜料技术的研发工作。

6、孙惠新先生，中国国籍，无永久境外居留权，1958 年 8 月出生，金融学博士；历任苏州大学财经学院讲师、中创苏州证券营业部总经理、北京瑞泽集团公司副总裁兼任湘财证券北京营业部总经理、清华紫光科技创新投资有限公司副

总经理、加拿大斯夫特（北京）投资公司总经理；现任本公司董事、国嘉创投总经理。

7、樊汉卿先生，中国国籍，无永久境外居留权，1938年11月出生，本科学历，教授级高级工程师，美国辛辛那堤大学高级访问学者；历任中国化学工业部锦西化工研究院第一研究室主任工程师、杭州市化工研究所所长、杭华油墨董事、副总经理兼生产本部部长。现任本公司独立董事、油墨协会副理事长、全国油墨信息中心主任、《油墨》杂志主编。

8、陈文浩先生，中国国籍，无永久境外居留权，1953 年 7 月出生，上海财经大学会计学院教授，博士生导师。主要专长公司财务和公司治理，著有《公司财务》、《公司治理》、《高级财务管理》、《西方现代财务管理》等十余部著作,并在相关学术杂志上发表论文数十篇；现任本公司独立董事、上海财务学会副会长、上海房产会计工作委员会副会长、上海财税学会理事。

9、彭一浩先生，中国国籍，无永久境外居留权，1977 年 12 月出生，博士研究生，高级会计职称，注册会计师，律师；历任上海南都有线网络投资有限公司财务经理、上海国有资产经营有限公司法律事务部业务主管、青浦区国有资产监督管理委员会副主任;现任本公司独立董事、上海西虹桥商务开发有限公司（后简称：开发公司）常务副总经理。

（二）监事会成员

1、吴伟红女士，中国国籍，无永久境外居留权，1975 年 9 月出生，大专学历；曾担任苏州市东吴染料有限公司质检科副科长；2003 年 1 月起担任本公司生产部部长；2008 年 1 月起担任公司职工代表监事。现任本公司监事会主席兼职工代表监事。

2、吕志英女士，中国国籍，无永久境外居留权，1979 年 11 月出生，大专学历；曾担任苏州瑞芳电子有限公司总经理助理；2003 年 9 月起担任本公司人事行政部部长；现担任本公司监事。

3、徐豪先生，中国国籍，无永久境外居留权，1982 年 12 月出生，大专学历；2003 年 1 月起担任本公司质量控制部部长；现担任本公司监事。

（三）高级管理人员

1、吴贤良先生，总经理，个人简历见本节之“一、董事、监事、高级管理人员与其他核心人员简介”之“（一）董事会成员”。

2、吴艳红女士，财务总监，个人简历见本节“一、董事、监事、高级管理人员与其他核心人员简介”之“（一）董事会成员”。

3、肖学俊先生，副总经理，个人简历见本节“一、董事、监事、高级管理人员与其他核心人员简介”之“（一）董事会成员”。

4、张峰先生，副总经理兼董事会秘书，中国国籍，无永久境外居留权，1978年5月出生，大学学历；历任苏州工业园区五角星礼仪展示有限公司总经理助理、苏州市顺意牛翔食品有限公司销售经理；2007年4月起担任本公司总经理助理；2008年1月起担任本公司董事会秘书；现任本公司董事会秘书、副总经理。

（四）核心技术人员简介

1、吴贤良先生，个人简历见本节“一、董事、监事、高级管理人员与其他核心人员简介”之“（一）董事会成员”。

2、肖学俊先生，个人简历见本节“一、董事、监事、高级管理人员与其他核心人员简介”之“（一）董事会成员”。

3、大卫.欧文（David Owen）先生，首席技术总监，英国国籍，1945 年 5 月出生，硕士学历；编写出版了印刷行业教材《胶印油墨》（《Printing Inks for Lithography》，SITA Technology 出版社，ISBN 号：0947798153），并参与编写了《印刷油墨指南（第 5 版）》（《The Printing Ink Manual（5th Edition）》，Society of British Printing Ink Manufacturers 出版社，ISBN 号：0948905816）中胶印油墨部分；历任英国最大油墨制造公司 Coates Brothers 公司南美分部技术经理，非洲最大出版集团 Perskor 集团下属油墨制造企业的技术经理，世界最大油墨制造企业英国太阳化工胶印油墨部技术总监；曾任欧洲油墨协会主席。现任本公司首席技术总监。

（五）发行人董事、监事的提名和选聘情况

1、发行人董事的选聘情况

姓名	在本公司任职	提名人	任期
吴贤良	董事长、总经理	吴贤良	2008 年 1 月至 2011 年 1 月
吴艳红	董事、财务总监	吴艳红	2008 年 1 月至 2011 年 1 月
沈文华	董事	苏州元盛	2008 年 1 月至 2011 年 1 月
陈 建	董事	盛建刚	2008 年 1 月至 2011 年 1 月
肖学俊	董事、副总经理	吴贤良	2009 年 10 月至 2011 年 1 月
孙惠新	董事	国嘉创投	2009 年 12 月至 2011 年 1 月
樊汉卿	独立董事	吴艳红	2009 年 12 月至 2011 年 1 月
陈文浩	独立董事	吴贤良	2009 年 12 月至 2011 年 1 月
彭一浩	独立董事	吴贤良	2009 年 12 月至 2011 年 1 月

（1）2008年1月28日，经公司创立大会审议通过，选举吴贤良、吴艳红、沈文华、陈建、徐莹为公司董事。

（2）2009年10月26日，经公司2009年度第二次临时股东大会审议通过，同意徐莹因个人原因辞去公司董事，选举肖学俊为董事。

（3）2009年12月18日，经公司2009年度第三次临时股东大会审议通过，选举孙惠新为董事；选举樊汉卿、陈文浩、彭一浩为独立董事。

2、发行人监事的选聘情况

姓名	在本公司任职	提名人	任期
吴伟红	监事会主席	职工代表大会	2008 年 1 月至 2011 年 1 月
吕志英	监 事	吴贤良	2009 年 1 月至 2011 年 1 月
徐 豪	监 事	吴贤良	2009 年 1 月至 2011 年 1 月

（1）2008年1月28日，经公司职工代表大会审议通过，选举吴伟红为公司职工代表监事；经公司创立大会审议通过，选举蒋忠明、吕伟为公司股东监事。同日，公司第一届监事会召开第一次会议，选举蒋忠明为监事会主席。

（2）2009年2月20日，经公司2009年度第一次临时股东大会审议通过，同意

蒋忠明、吕伟因个人工作原因辞去公司监事，选举吕志英、徐豪为公司股东监事。2009年3月22日，经公司第一届监事会召开第四次会议决议，选举吴伟红为监事会主席。

二、董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属直接或间接持股及变动情况

公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员，吴贤良和吴艳红直接持有公司股份，沈文华通过苏州元盛间接持有公司股份，除前述人员外其他人员及其近亲属均未以直接或间接方式持有本公司股份。

公司整体变更为股份公司之后，吴贤良和吴艳红分别直接持有本公司2,750万股和1,000万股，未发生任何变化；截至本招股书签署日，上述股份不存在任何质押或冻结情形；此外，吴贤良和吴艳红的近亲属也未以直接或间接方式持有本公司股份。

报告期内沈文华通过苏州元盛间接持有本公司250万股，未发生任何变化；截至本招股书签署日，上述股份不存在任何质押或冻结情形；此外，沈文华的近亲属也未以直接或间接方式持有本公司股份。

除上述董事直接持有本公司股份以外，公司其他董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属没有直接或间接持有本公司股份的情况。

三、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员其他对外投资情况

截至本招股书签署日，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员其他对外投资情况如下：

姓　名	对外投资公司名称	对外投资金额（万元）	所占股权比例
吴贤良	东吴化工	1,560.00	52.00%
沈文华	苏州元盛	300.00	50.00%
肖学俊	东吴化工	75.00	2.50%
	东吴染料	25.00	2.50%

除此之外，截至本招股书签署日，公司董事、监事、高级管理人员与其他核心人员均不存在其他对外投资情况。公司董事、监事、高级管理人员与其他核心人员的上述对外投资，与公司不存在利益冲突。

上述公司董事对外投资与本公司无利益冲突。

四、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员薪酬情况

（一）2009 年度董事、监事、高管及其他核心人员报酬情况

姓名	职　务	在本公司领薪情况（万元）	备注
吴贤良	董事长、总经理	27.1	
吴艳红	董事、财务总监	12.0	
肖学俊	董事、副总经理	2.7	2009年9月被聘任，仅领取了3个月的薪酬
沈文华	董　事	-	在苏州元盛领薪
陈　建	董　事	7.5	
孙惠新	董　事	-	在国嘉创投领薪
樊汉卿	独立董事	0.3	2009年12月被聘任，仅领取了1个月的津贴
陈文浩	独立董事	0.3	
彭一浩	独立董事	0.3	
张　峰	副总经理、董事会秘书	4.7	
吴伟红	监事会主席	7.5	
吕志英	监　事	4.3	
徐　豪	监　事	3.9	
大卫.欧文（David Owen）	首席技术总监	34.5	

根据 2009 年 12 月 18 日公司 2009 年第三次临时股东大会通过的公司独立董事津贴的议案，独立董事津贴为 3.6 万元人民币/年/人；同时通过了公司三位独立董事聘用议案，公司的独立董事从 2009 年 12 月开始从公司领取独立董事津贴。

（二）公司对上述人员其他待遇和退休金计划

截至本招股书签署日，本公司尚未制定董事、监事、高管及核心人员享受的其他待遇、退休金计划、认股权计划等。

五、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员兼职情况

截至本招股书签署日，公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的兼职情况如下：

姓名	本公司任职	兼职单位	兼职单位职务	兼职单位 与本公司关系
吴贤良	董事长、总经理	东吴化工	董　事	同一实际控制人
肖学俊	董事、副总经理	东吴化工	监　事	同一实际控制人
沈文华	董事	苏州元盛	董事长	参股股东
孙惠新	董事	国嘉创投	总经理	参股股东
樊汉卿	独立董事	油墨协会	副理事长	无关联关系
		全国油墨信息中心	主　任	
		《油墨》杂志	主　编	
陈文浩	独立董事	上海财经大学	教　授	无关联关系
		上海财务学会	副会长	
		上海房产会计工作委员会	副会长	
		上海财税学会	理　事	
彭一浩	独立董事	开发公司	常务副总经理	无关联关系
		金利华电（SZ300069）	独立董事	
		光明乳业（SH600597）	独立董事	

除上述人员，截至本招股书签署日，公司其他董事、监事、高级管理人员及核心技术人员未有在其他单位兼职的情况，并已发表上述声明。

六、董事、监事、高管及其他核心人员之间存在的亲属关系

董事兼财务总监吴艳红与董事长兼总经理吴贤良系姐弟关系。

除前述披露亲属关系，截至本招股书签署日，公司其他董事、监事、高级管理人员、核心技术人员之间不存在亲属关系。

七、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员签订的协议

本公司与上述董事（内部董事）、监事、高级管理人员及其他核心人员除签订了劳动合同外，还与公司核心技术人员签订了《技术保密协议》。

公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员均承诺：严格遵守《公司法》和公司章程等有关法律法规的规定，不自营或者为他人经营与本公司同类的业务或者从事损害本公司利益的活动。

作为公司股东的董事（吴贤良和吴艳红）还另外做出了《避免同业竞争的承诺》、《规范和减少关联交易承诺》、《股份锁定承诺》及《承担补缴员工住房公积金的承诺》。

上述协议和承诺在报告期内均得以良好履行。

八、董事、监事、高级管理人员的任职资格情况

公司董事、监事和高级管理人员均符合《公司法》、《证券法》等相关法律法规及相关规范性文件规定的任职资格。

九、报告期内董事、监事、高级管理人员任职变动情况

（一）报告期内董事变动情况

职务	创立大会暨第一次股东大会（2008年1月）	2009年度第二次临时股东大会（2009年10月）	2009年度第三次临时股东大会（2009年12月）	变动原因
董事长	吴贤良	吴贤良	吴贤良	
董　事	吴艳红	吴艳红	吴艳红	
董　事	陈　建	陈　建	陈　建	

董　事	沈文华	沈文华	沈文华	
董　事	徐　莹	-	-	辞职
董　事	-	肖学俊	肖学俊	增选
董　事	-	-	孙惠新	增选
独立董事	-	-	樊汉卿	增选
独立董事	-	-	陈文浩	增选
独立董事	-	-	彭一浩	增选

（二）报告期内监事变动情况

2008年1月28日，公司创立大会选举蒋忠明、吕伟，职工代表大会选举吴伟红组成公司第一届监事会，同日召开的公司第一届监事会第一次会议选举蒋忠明为监事会主席。因蒋忠明和吕伟辞职，经2009年1月公司第一届监事会第三次会议及2009年2月公司2009年度第一次临时股东大会决议通过，选举吕志英和徐豪为公司监事，并与职工代表监事吴伟红共同组成公司监事会，在2009年3月公司第一届监事会第四次会议上，选举吴伟红为监事会主席。

（三）报告期内高级管理人员变动情况

职　务	第一届董事会第一次会议（2008年1月）	第一届董事会第五次会议（2009年12月）	变动原因
总经理	吴贤良		
财务总监	吴艳红		
副总经理	-	肖学俊	增聘
副总经理	-	张　峰	增聘
董事会秘书	张　峰		

注：2008 年 1 月，公司第一届董事会第一次会议聘任张峰为公司董事会秘书，2009 年 12 月召开的公司第一届董事会第五次会议聘任其为公司副总经理。

第九节 公司治理

一、发行人股东大会、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

本公司根据《公司法》等有关法律法规的要求，建立了较为完善的法人治理结构。2008 年 1 月 28 日，本公司召开了创立大会暨第一次股东大会，审议通过了《公司章程》、《股东大会议事规则》，选举产生了公司第一届董事会、监事会成员。同日，本公司分别召开了第一届董事会第一次会议和第一届监事会第一次会议，第一届第一次董事会会议选举产生了董事长，并聘任了总经理、财务总监和董事会秘书，第一届第一次监事会会议选举产生了监事会主席。之后陆续增聘了 4 位董事（含 3 位独立董事）、2 位监事和 2 位副总经理高级管理人员。

本公司成立后，先后制定了《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》、《董事会审计委员会实施细则》等有关制度，股东大会、董事会、监事会以及独立董事和董事会秘书能够按照《公司法》等有关法律法规、《公司章程》和公司内部制度的规定规范运作，依法履行各自的权利和义务，没有违法违规情况的发生。

（一）股东大会制度的建立健全及运行情况

2008年1月28日，公司召开创立大会暨第一次股东大会，选举产生了第一届董事会、监事会成员，审议通过了《公司章程》以及《股东大会议事规则》。

自整体变更设立股份公司至今，公司股东大会严格依照《公司章程》、《股东大会议事规则》及相关法律法规的要求规范运行，在公司投资计划、《公司章程》修订、董事、监事任免、利润分配、重大投资、公司重要规章制度的建立等方面切实发挥了作用。

1、股东的权利和义务

公司股东为依法持有公司股份的法人或者自然人。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。

根据《公司章程》规定，公司股东享有下列权利：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；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；对公司的经营进行监督，提出建议或者质询；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；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；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；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；法律、行政法规、部门规章或本章程规定的其他权利。

根据《公司章程》规定，公司股东承担下列义务：遵守法律、行政法规和公司章程；依其所认购的股份和入股方式缴纳股金；除法律、法规规定的情形外，不得退股；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；法律、行政法规及公司章程规定应当承担的其他义务。

2、股东大会的职权

根据《公司章程》规定，股东大会是公司的权力机构，依法行使下列职权：

决定公司的经营方针和投资计划；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；审议批准董事会的报告；审议批准监事会报告；审议批准公司的年度财务预算方案、决算方案；审议批准公司的利润分配方案和弥补亏损方案；对公司增加或者减少注册资本作出决议；对发行公司债券作出决议；对公司合并、分立、解散、清算或者变更公司形式作出决议；修改公司章程；对公司聘用、解聘会计师事务所作出决议；审议批准公司章程规定的担保事项；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；审议批准变更募集资金用途事项；审议股权激励计划；审议法律、行政法规、部门规章或公司章程规定应当由股东大会决定的其他事项。

上述股东大会的职权不得通过授权的形式由董事会或其他机构和个人代为行使。

公司下列对外担保行为，须经股东大会审议通过：

本公司及本公司控股子公司的对外担保总额,达到或超过最近一期经审计净资产的 50%以后提供的任何担保；公司的对外担保总额，达到或超过最近一期经

审计总资产的 30%以后提供的任何担保；为资产负债率超过 70%的担保对象提供的担保；单笔担保额超过最近一期经审计净资产 10%的担保；对股东、实际控制人及其关联方提供的担保。

3、股东大会的议事规则

（1）股东大会的召集

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一次，应当于上一会计年度结束后的 6 个月内举行。临时股东大会不定期召开，有下列情形之一的，公司在事实发生之日起 2 个月内召开临时股东大会：董事人数不足《公司法》规定人数或者公司章程所定人数的 2/3 时；公司未弥补的亏损达实收股本总额的 1/3 时；单独或者合计持有公司 10%以上股份的股东请求时；董事会认为必要时；监事会提议召开时；公司章程规定的其他情形。

（2）股东大会的提案和通知

提案的内容应当属于股东大会职权范围，有明确议题和具体决议事项，并且符合法律、行政法规和公司章程的有关规定。

单独或者合计持有公司 3%以上股份的股东，可以在股东大会召开 10 日前提出临时提案并书面提交召集人。召集人应当在收到提案后 2 日内发出股东大会补充通知，公告临时提案的内容。除前款规定外，召集人在发出股东大会通知后，不得修改股东大会通知中已列明的提案或增加新的提案。

公司召开年度股东大会，董事会应当在会议召开 20 日以前以公告方式通知公司股东；临时股东大会应当于会议召开 15 日前以公告方式通知各股东。

（3）股东大会的召开

公司召开股东大会，全体董事、监事和董事会秘书应当出席会议，总经理和其他高级管理人员应当列席会议。

股东大会由董事长主持。董事长不能履行职务或不履行职务时，由副董事长主持；副董事长不能履行职务或者不履行职务时，由半数以上董事共同推举的一名董事主持。监事会自行召集的股东大会，由监事会主席主持。监事会主席不能履行职务或不履行职务时，由监事会副主席主持；监事会副主席不能履行职务或者不履行职务时，由半数以上监事共同推举的一名监事主持。股东自行召集的股东大会，由召集人推举代表主持。

召开股东大会时，会议主持人违反议事规则使股东大会无法继续进行的，经现场出席股东大会有表决权过半数的股东同意，股东大会可推举一人担任会议主持人，继续开会。

（4）股东大会的表决和决议

股东与股东大会拟审议事项有关联关系时，应当回避表决，其所持有表决权的股份不计入出席股东大会有表决权的股份总数。

公司持有自己的股份没有表决权，且该部分股份不计入出席股东大会有表决权的股份总数。

股东大会就选举董事、监事进行表决时，根据《公司章程》的规定或者股东大会的决议，可以实行累积投票制。除累积投票制外，股东大会对所有提案应当逐项表决。对同一事项有不同提案的，应当按提案提出的时间顺序进行表决。除因不可抗力等特殊原因导致股东大会中止或不能作出决议外，股东大会不得对提案进行搁置或不予表决。

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 1/2 以上通过。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。

下列事项由股东大会以普通决议通过：董事会和监事会的工作报告；董事会拟定的利润分配方案和弥补亏损方案；董事会和监事会成员的任免及其报酬和支付方法；公司年度预算方案、决算方案；公司年度报告；除法律、行政法规规定或者本章程规定应当以特别决议通过以外的其他事项。

下列事项由股东大会以特别决议通过：公司增加或者减少注册资本；公司的分立、合并、解散和清算；公司章程的修改；公司在一年内购买、出售重大资产或者担保金额超过公司最近一期经审计总资产 30%的；股权激励计划；法律、行政法规或公司章程规定的，以及股东大会以普通决议认定会对公司产生重大影响的、需要以特别决议通过的其他事项。

股份公司设立以来，已经召开了 8 次股东大会，会议通知方式、召开方式、表决方式符合《公司法》、《公司章程》的规定，会议记录完整规范，股东大会依法忠实履行了《公司法》、《公司章程》所赋予的权利和义务。

（二）董事会制度的建立健全及运行情况

2008年1月28日，公司召开第一次股东大会暨创立大会，选举产生了第一届董事会成员，并于同日召开了第一届董事会第一次会议，会议推选了公司董事长，聘任总经理、财务负责人和董事会秘书，决定公司内部管理及职能机构的设置。同日，公司召开了第一届董事会第一次会议，会议审议通过了《公司董事会议事规则》。《董事会议事规则》的制定细化了董事会的运行规则，进一步完善了公司董事会制度。

公司董事会自设立以来严格按照《公司章程》和《董事会议事规则》的规定行使权利，履行职责，除审议日常事项外，在高管人员任免、重大投资、一般性规章制度的制订等方面都切实发挥了作用。

1、董事会的构成

公司董事会由 9 名董事组成，其中独立董事 3 名，设董事长 1 人。

董事由股东大会选举或更换，每届任期三年，任期从股东大会通过之日起计算，至本届董事会任期届满时为止。董事任期届满，可连选连任。董事在任期届满前，股东大会不得无故解除其职务。

2、董事会的职责

董事会行使下列职权：召集股东大会，并向股东大会报告工作；执行股东大会的决议；决定公司的经营计划和投资方案；制订公司的年度财务预算方案、决算方案；制订公司的利润分配方案和弥补亏损方案；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；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；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、委托理财、关联交易等事项；决定公司内部管理机构的设置；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；制订公司的基本管理制度；制订公司章程的修改方案；管理公司信息披露事项；向股东大会提请聘请或更换为公司审计的会计师事务所；听取公司经理的工作汇报并检查经理的工作；法律、行政法规、部门规章或公司章程授予的其他职权。

3、董事会行使重大财务决策的权限

《公司章程》第一百零七条规定：董事会应当确定对外投资、收购出售资产、资产抵押、对外担保事项、委托理财、关联交易的权限，建立严格的审查和决策程序；重大投资项目应当组织有关专家、专业人员进行评审,并报股东大会批准。董事会关于公司购买或者出售资产、对外投资、资产抵押、对外担保、委托理财、关联交易等事项的权限为：

（1）审议批准公司拟与关联人达成的金额低于 300 万元或占公司最近一期经审计净资产值绝对值低于 5%的关联交易。

（2）除以下的担保行为应提交股东大会审议外，公司其他对外担保行为均由董事会批准：

①本公司及本公司控股子公司的对外担保总额,达到或超过最近一期经审计净资产的 50%以后提供的任何担保；

②公司的对外担保总额，达到或超过最近一期经审计总资产的 30%以后提供的任何担保；

③为资产负债率超过 70%的担保对象提供的担保；

④单笔担保额超过最近一期经审计净资产 10%的担保；

⑤对股东、实际控制人及其关联方提供的担保。

（3）审议批准金额低于 5,000 万元或占公司最近一期经审计的净资产值比例低于 50%的借贷行为；

（4）审议批准符合下列标准之一的购买或出售资产、对外投资（含委托理财、委托贷款等）、提供财务资助、租入或租出资产、签订管理方面的合同（含委托经营、受托经营等）、赠与或受赠资产、债权或债务重组、研究与开发项目的转移、签订许可协议等交易事项：

①公司在一年内购买、出售资产低于公司最近一期经审计总资产（以资产总额和成交金额中的较高者作为计算标准）30%；

②交易涉及的资产总额占公司最近一期经审计总资产的比例低于50%（该交易涉及的资产总额同时存在帐面值和评估值的，以较高者作为计算数据）；

③交易标的（如股权）在最近一个会计年度相关的主营业务收入占公司最近一个会计年度经审计主营业务收入的比例低于50％，或绝对金额低于5,000万元；

④交易标的（如股权）在最近一个会计年度相关的净利润占公司最近一个会计年度经审计净利润的比例低于50%，或绝对金额低于500万元；

⑤交易的成交金额（含承担债务和费用）占公司最近一期经审计净资产的比例低于50%，或绝对金额低于5,000万元；

⑥交易产生的利润占上市公司最近一个会计年度经审计净利润的比例低于50%，或绝对金额低于500万元；

上述指标计算中涉及的数据如为负值，取其绝对值计算。

超过本条所涉权限以外的对外投资、收购出售资产、资产抵押、对外担保事项、委托理财、关联交易均应报股东大会批准。

4、董事会议事规则

（1）董事会的召集和通知

董事会会议分为定期会议和临时会议。董事会每年应当至少在上下两个半年度各召开一次定期会议。有下列情形之一的，董事长应当在十日以内召开临时董事会会议：董事长认为必要时；1/3 以上董事联名提议时；监事会提议时；持有1/10 以上有表决权股份的股东提议时。

董事会会议由董事长召集和主持；董事长不能履行职务或者不履行职务的，由半数以上董事共同推举一名董事召集和主持。

召开定期会议时董事会秘书应当提前十个工作日以专人送达、邮寄、传真的方式通知全体董事；召开临时会议时董事会秘书应当提前五个工作日以专人送达、邮寄、传真、电子邮件等方式通知全体董事。若出现特殊情况，需要董事会即刻作出决议的，为公司利益之目的，召开临时董事会会议可以不受前款通知方式及通知时限的限制，但召集人应当在会议上作出说明。

（2）董事会的召开

董事会会议应当有过半数的董事出席方可举行。总经理、董事会秘书应当列席董事会会议；监事可以列席董事会会议。会议主持人认为有必要的，可以通知其他有关人员列席董事会会议。列席会议人员有权就相关议题发表意见，但没有投票表决权。

董事应当亲自出席董事会会议。因故不能出席会议的，应当事先审阅会议材料，形成明确的意见，书面委托其他董事代为出席。受托董事应当向会议主持人

提交书面委托书。委托和受托出席董事会会议应当遵循以下原则：①在审议关联交易事项时，非关联董事不得委托关联董事代为出席；关联董事也不得接受非关联董事的委托；②在审议按照有关法律法规需独立董事发表独立意见的事项时，独立董事不得委托非独立董事代为出席，非独立董事也不得接受独立董事的委托。代为出席会议的董事应当在授权范围内行使董事的权利。董事未出席董事会会议，亦未委托代表出席的，视为放弃在该次会议上的投票权。

（3）董事会的表决与决议

董事会会议的表决实行一人一票。除根据法律、行政法规和《公司章程》的规定董事会形成决议应当取得更多董事同意的以外，董事会做出决议，必须经全体董事过半数通过。

董事会根据《公司章程》的规定，在其权限范围内对担保事项作出决议，除公司全体董事过半数同意外，还必须经出席会议的 2/3 以上董事的同意。

出现下述情形的，董事应当对有关提案回避表决：①本公司《公司章程》规定的因董事与会议提案所涉及的事项有关联关系而须回避的情形；②其他法律法规等规定董事应当回避的情形。在董事回避表决的情况下，有关董事会会议由过半数的无关联关系董事出席即可举行，形成决议须经无关联关系董事过半数通过。出席会议的无关联关系董事人数不足三人的，不得对有关提案进行表决，而应当将该事项提交股东大会审议。

1/2 以上的与会董事或 2 名以上独立董事认为提案不明确、不具体，或者因会议材料不充分等其他事由导致其无法对有关事项作出判断时，可以提请会议召集人暂缓表决。提议暂缓表决的董事应当对提案再次提交审议应满足的条件提出明确要求。

股份公司设立以来，共召开了 8 次董事会，会议通知方式、召开方式、表决方式符合《公司法》、《公司章程》的规定，会议记录完整规范，董事会依法忠实履行了《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

2008年1月28日，公司第一次股东大会暨创立大会选举产生了公司第一届监事会，并于同日召开的第一届监事会第一次会议推选了监事会主席。同日，公司

召开了第一届监事会第一次会议，会议审议通过了《公司监事会议事规则》。《监事会议事规则》的制定进一步完善了公司的监事会制度。

公司监事会自设立以来严格按照《公司章程》和《监事会议事规则》行使权利，履行职责，除审议日常事项外，在检查公司的财务、对董事、高级管理人员执行公司职务的行为进行监督等方面发挥了重要作用。

1、监事会的构成

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不低于1/3。股东代表担任的监事由股东大会选举或更换。职工代表担任的监事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。

公司监事会由3名监事组成，设监事会主席1人，监事会主席由全体监事过半数选举产生；1名监事为职工代表监事，由职工代表大会民主选举产生。

2、监事会的职权

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；检查公司财务；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、公司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；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；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；向股东大会提出提案；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；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

（1）监事会的召集和通知

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。召开监事会定期会议和临时会议，应当分别提前十日和五日将会议通知通过专人送达、传真、邮寄、电子邮件交全体监事。监事会会议因故不能如期召开，应当说明原因。情况紧急，需要尽快召开监事会临时会议的，可以随时通过口头或者电话等方式发出会议通知，但召集人应当在会议上作出说明。

监事会主席召集和主持监事会会议；监事会主席不能履行职务或者不履行职

务的，由半数以上监事共同推举一名监事召集和主持监事会会议。

（2）监事会的召开和决议

监事会会议应当由 1/2 以上的监事出席方可举行。每一监事有一票表决权。监事会作出决议，必须经全体监事的过半数通过。监事会决议表决方式可采用记名投票、举手等方式。监事会的表决分同意、反对和弃权。与会监事应当从上述意向中选择其一,未做选择或者同时选择两个以上意向的,会议主持人应当要求该监事重新选择,拒不选择的,视为弃权；中途离开会场不回而未做选择的,视为弃权。

股份公司设立以来共召开了 5 次监事会，会议通知方式、召开方式、表决方式符合《公司法》、《公司章程》的规定，会议记录完整规范，监事会依法忠实履行了《公司法》、《公司章程》赋予的职责。

（四）独立董事制度的建立健全及运行情况

1、独立董事的构成

根据《公司章程》和《独立董事工作制度》相关规定：董事会由 9 名董事组成，其中独立董事 3 人；在本公司担任独立董事的人员中，至少包括一名会计专业人士,且应是具有高级会计职称或注册会计师资格的人员。独立董事由股东大会选举或更换，独立董事每届任期与公司其他董事任期相同，任期届满，连选可以连任，但连任时间不得超过六年。

2009年12月18日，公司召开了2009年第三次临时股东大会，大会审议通过了《独立董事工作制度》，并选举樊汉卿、陈文浩、彭一浩为公司第一届董事会独立董事，独立董事人数占公司董事会总人数的1/3，其中彭一浩为会计专业人士。任职期限自2009年12月18日至2011年1月28日止。

上述人士自担任本公司独立董事以来，严格按照《公司章程》和《独立董事工作制度》的规定认真履行职责。

2、独立董事的职权

《独立董事工作制度》第十八条规定，独立董事除应当具有公司法和其他相关法律、法规赋予董事的职权外，还拥有以下特别职权：

（1）重大关联交易（指公司拟与关联人达成的总额高于 300 万元或高于公

司最近经审计净资产值的 5%的关联交易）应由独立董事认可后，提交董事会讨论；独立董事作出判断前，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。

独立董事行使上述职权应当取得全体独立董事的 1/2 以上同意。如上述提议未被采纳或上述职权不能正常行使，公司应将有关情况予以披露。

独立董事行使上述第（1）至第（6）职权应当取得全体独立董事的 1/2 以上同意；行使上述第（7）职权应当取得全体独立董事同意，相关费用由公司承担。如上述提议未被采纳或上述职权不能正常行使，公司应将有关情况予以披露。

《独立董事工作制度》第二十条规定，独立董事除履行上述职责外，还应当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公司现有或新发生的总额高于 300 万元或高于公司最近经审计净资产值的 5%的借款或其他资金往来，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）公司章程规定的其他事项。

独立董事应当对上述事项发表以下几类意见之一：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事项，公司应当将独立董事意见予以公告，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。

本公司自独立董事选聘以来，共召开了1次董事会，公司独立董事依据《公司章程》、《独立董事工作制度》等工作要求，履行独立董事的职责。

（五）董事会秘书制度的建立健全及运行情况

1、董事会秘书情况

2008年1月28日公司召开第一届董事会第一次会议，审议通过聘任张峰担任公司董事会秘书。

2、董事会秘书制度安排

根据《公司章程》规定，董事会设董事会秘书，董事会秘书是公司高级管理人员，由董事会聘任，对董事会负责。

3、董事会秘书的职责

根据《公司董事会秘书工作细则》，董事会秘书的主要职责包括：负责公司和相关当事人与交易所及其他证券监管机构之间的沟通和联络，保证交易所可以随时与其取得工作联系；负责处理公司信息披露事务，督促公司制定并执行信息披露管理制度和重大信息的内部报告制度，促使公司和相关当事人依法履行信息披露义务，并按照有关规定向交易所办理定期报告和临时报告的披露工作；协调公司与投资者之间的关系，具体负责公司投资者关系管理工作，接待投资者来访，回答投资者咨询，向投资者提供公司披露的资料；按照法定程序筹备股东大会和董事会会议，准备和提交拟审议的董事会和股东大会的文件；出席股东大会会议，列席董事会会议，制作股东大会会议记录、董事会会议记录并签名；负责与公司信息披露有关的保密工作，制订保密措施，促使公司董事会全体成员以及相关知情人员在信息披露前保守秘密，并在内幕信息泄露时及时采取补救措施，同时向交易所报告；负责保管公司股东名册、董事名册、控股股东及董事、监事和高级管理人员持有本公司股票的资料，以及股东大会、董事会会议文件和会议记录及监事会的会议记录等，负责保管董事会印章；协助董事、监事和其他高级管理人员了解信息披露相关法律、行政法规、部门规章、《上市规则》、交易所其他规定和公司章程，以及上市协议对其设定的责任；促使董事会依法行使职权；在董事会拟作出的决议违反法律、行政法规、部门规章、《上市规则》、交易所其他规定或者公司章程时，应当提醒与会董事，并提请列席会议的监事就此发表意见；如果董事会坚持作出上述决议，董事会秘书应将有关监事和其个人的意见记载于会议记录，立即向交易所报告；《公司法》和交易所要求履行的其他职责。

4、董事会秘书履行职责情况

自公司董事会聘请董事会秘书以来，董事会秘书严格按照《公司章程》、《董事会秘书工作制度》有关规定筹备董事会和股东大会，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）董事会专门委员会的设置情况

经公司第一届董事会第六次会议审议通过，公司董事会下设审计委员会，制定了相应的《董事会审计委员会实施细则》等专门委员会实施细则。审计委员会可以聘请中介机构提供专业意见，并对董事会负责，相关提案应提交董事会审查决定。

经公司第一届董事会第六次会议审议通过，公司审计委员会由独立董事彭一浩、陈文浩、董事陈建三人组成，由独立董事彭一浩担任召集人。彭一浩先生是中国注册会计师，为会计专业人士。该委员会负责提议聘请或更换外部审计机构；监督公司的内部审计制度及其实施；负责内部审计与外部审计之间的沟通；审核公司的财务信息及其披露；审查公司内控制度，对重大关联交易进行审计；以及公司董事会授予的其他事宜。审计委员会下设审计部为日常办事机构，负责日常工作联络和会议组织等工作。

2010年1月18日和7月30日，本届审计委员会召开2010年第一次、第二次例行会议，分别对近三年及近三年又一期的审计报告进行了审议。彭一浩委员召集并主持了会议，全体委员以及立信会计师事务所的审计项目负责人出席了会议，公司财务部人员列席了会议。审计委员会审阅了审计机构的审计总结以及经审计的财务会计报告，向审计项目负责人询问了解了具体审计工作情况，并对审计机构的工作质量进行了评价。

审计委员会自设立以来按《董事会审计委员会实施细则》规范运作，运行情况良好。

二、发行人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制度、董事会制度、监事会制度、独立董事制度和董事会秘书制度，自变更设立股份公司至今，发行人及现任董事、监事、高级管理人员均严格按照《公司法》及相关法律法规和《公司章程》的规定规范运作、依法经营，不存在违法违规行为或受到处罚的情况。

三、发行人资金占用和对外担保情况

截至本招股书签署日，公司不存在资金被实际控制人占用的情况。

股份公司成立后，《公司章程》及《对外担保管理制度》已明确对外担保的审批权限和审议程序，从制度上保证公司的对外担保行为，报告期内不存在为实际控制人及其控制的其他企业担保的情况。

四、发行人内部控制制度

（一）内部控制完整性、合理性和有效性的自我评估意见

为保护公司及股东的合法权益，提高公司管理水平和经营效率，公司依据《中华人民共和国公司法》、《中华人民共和国证券法》、《中华人民共和国会计法》和《上市公司内部控制制度指引》等相关法律法规的规定，建立了与之相适应的内部控制制度，其中包括：《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》、《独立董事工作制度》、《总经理工作细则》、《董事会秘书工作细则》、《会计核算制度》、《对外担保决策制度》、《关联交易制度》、《对外投资管理制度》、《内部审计制度》等重大规章制度，从而规范了股东大会、董事会、监事会的召开、重大决策等行为合法、合规、真实、有效。公司制订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、原材料采购、产品销售、对外投资、人事管理、内部审计等整个经营过程，确保各项工作都有章可循，形成了规范的管理体系。

公司管理层认为：截止 2010 年 6 月 30 日止，本公司的内部控制制度基本建立完全，与会计报表相关的内部控制的设计是完整和合理的，执行是有效的，能够合理地保证内部控制目标的达成。本公司根据前项评价结果，认为本公司在上述期间的内部控制制度设计是合理的，执行是有效的。

（二）会计师事务所对本公司内部控制制度的评价

2010 年 7 月 30 日，立信会计师事务所为发行人出具了信会师报字【2010】第 24902 号《内部控制审核报告》，报告意见如下：

“经审核我们认为，贵公司按照财政部颁布的《企业内部会计控制规范——基本规范》及相关具体规范于 2010 年 6 月 30 日在所有重大方面保持了与财务报表相关的有效的内部控制” 。

五、发行人对外投资、对外担保制度及其执行情况

（一）发行人对外投资制度及其执行情况

本公司为加强对外投资的管理，规范对外投资行为，提高资金运作效率，保障对外投资的保值、增值，依据有关法律法规以及《公司章程》，并结合本公司具体情况制定《对外投资管理制度》，于2009年度第三次临时股东大会获得通过。

1、发行人对外投资的职能机构

公司股东大会、董事会、总经理办公会议为公司对外投资的决策机构，各自在其权限范围内，对公司的对外投资做出决策。其他任何部门和个人无权做出对外投资的决定。公司证券部参与研究、制订公司发展战略，对重大投资项目进行效益评估、审议并提出建议；对公司对外的基本建设投资、生产经营性投资、股权投资、租赁、产权交易、资产重组等项目负责进行预选、策划、论证、筹备；对子公司及控股公司进行责任目标管理考核。公司财务部负责对外投资的财务管理，负责协同相关方面办理出资手续、工商登记、税务登记、银行开户等工作。

2、发行人对外投资决策的权限

公司章程规定的董事会有权审批的交易事项，董事会可以授权总经理在一定权限内进行审批决定。总经理的审批权限为：单笔对外投资合同金额低于1,000万元，一年内累计交易额低于2,000万元。

公司章程规定的董事会对外投资的审批权限为：（1）交易涉及的资产总额占公司最近一期经审计总资产的比例低于 50%（该交易涉及的资产总额同时存在帐面值和评估值的，以较高者作为计算数据）；（2）交易标的（如股权）在最近一个会计年度相关的主营业务收入占公司最近一个会计年度经审计主营业务收入的比例低于 50%，或绝对金额低于 5,000 万元；（3）交易标的（如股权）在最近一个会计年度相关的净利润占公司最近一个会计年度经审计净利润的比例低于 20%，或绝对金额低于 500 万元；（4）交易的成交金额（含承担债务和费用）占公司最近一期经审计净资产的比例低于 50%，或绝对金额低于 5,000 万元；（5）交易产生的利润占上市公司最近一个会计年度经审计净利润的比例低于 20%，或绝对金额低于 500 万元；前述指标计算中涉及的数据如为负值，取其绝对值计算。

超出前述总经理及董事会权限的对外投资行为均需通过股东大会审议。

3、发行人对外投资决策的程序

公司根据对外投资期限的长短分为短期投资决策和长期投资决策。

（1）短期投资决策的程序

①证券部负责对随机投资建议预选投资机会和投资对象，根据投资对象的赢利能力编制短期投资计划；

②财务部负责提供公司资金流量状况；

③短期投资计划按审批权限履行审批程序后实施。

财务部负责按照短期投资类别、数量、单价、应计利息、购进日期等及时登记入账，并进行相关账务处理。涉及证券投资的，必须执行严格的联合控制制度，即至少要由两名以上人员共同操作，且证券投资操作人员与资金、财务管理人员分离，相互制约，不得一人单独接触投资资产，对任何的投资资产的存入或取出，必须由相互制约的两人联名签字。公司购入的短期有价证券必须在购入的当日记入公司名下。公司财务部负责定期与证券部核对证券投资资金的使用及结存情况。应将收到的利息、股利及时入账。

(2)长期投资决策的程序

证券部对适时投资项目进行初步评估，提出投资建议，并编制项目投资建议书，负责对其进行调研、论证，编制可行性研究报告及有关合作意向书，报送总经理。由总经理召集公司各相关部门组成投资评审小组，对投资项目进行综合评审，评审通过后，提交公司总经理办公会议讨论通过，依批准权限上报董事会或股东大会审议。董事会根据相关权限履行审批程序，超出董事会权限的，提交股东大会。

公司证券部负责对所有投资项目实施运作情况实行全过程的监督、检查和评价。投资项目实行季报制，证券部对投资项目的进度、投资预算的执行和使用、合作各方情况、经营状况、存在问题和建议等每季度汇制报表，及时向公司领导报告。项目在投资建设执行过程中，可根据实施情况的变化合理调整投资预算，投资预算的调整需经原投资审批机构批准。

公司监事会、审计部、财务部应依据其职责对投资项目进行监督，对违规行为及时提出纠正意见，对重大问题提出专项报告，提请项目投资审批机构讨论处理。

4、发行人对外投资制度的执行情况

本公司的对外投资决策已严格按照《公司章程》、《对外投资管理制度》中的审批权限和审议程序执行，报告期内不存在任何违规对外投资的情形。

（二）发行人对外担保制度及其执行情况

本公司为保护投资者的合法权益，规范对外担保行为，有效防范公司对外担保风险，确保公司资产安全，根据相关法律、法规、规范性文件以及本公司章程的有关规定，结合公司的实际情况，制定了《对外担保管理制度》。

1、发行人对外担保的职能机构

公司财务部为对外担保的职能管理机构。子公司因业务需要为他人提供担保的，子公司及公司财务部为职能管理部门。

2、发行人对外担保的决策权限

公司一切担保行为，须按程序经公司董事会或股东大会批准。股东大会或者董事会就担保事项做出决议时，与该担保事项有利害关系的股东或者董事应当回避表决。存在下列情况之一的对外担保行为须经董事会应先行审议通过后，提交议案交由股东大会审批：（1）公司所担保的单笔金额占公司最近一期经审计的净资产10%以上的；（2）公司及控股子公司的对外担保总额超过公司最近一期经审计净资产30％以后提供的任何担保；（3）公司为股东或者实际控制人及其关联方提供的担保或公司为资产负债率超过70%的担保对象提供的担保。

股东大会在审议为股东、实际控制人及其关联方提供的担保议案时，该股东或受该实际控制人支配的股东，不得参与该项表决，该项表决由出席股东大会的其他股东所持表决权的半数以上通过。

3、发行人对外担保的决策程序

本公司在决定担保前，管理职能部门应当掌握被担保人的资信状况，对该担保事项的收益和风险进行充分分析，并出具明确意见。申请担保人的资信状况至少包括以下内容：企业基本资料（包括企业名称、注册地址、法定代表人、经营范围、与本公司关联关系、其他关系）；近期经审计的财务报告及还款能力分析；债权人的名称；担保方式、期限、金额等；与借款有关的主要合同的复印件；其他重要资料。

公司财务部作为职能管理部门在对被担保单位的基本情况进行核查分析后，提出申请报告，申请报告必须明确表明核查意见。申请报告报公司财务总监审批并签署意见后，报公司总经理审批。公司总经理审批同意后，转发证券部，由其报董事会（或股东大会）审批同意，出具董事会决议（或股东大会决议）并公告。子公司原则上不得为他人提供担保，确实因业务需要为他人提供担保的，必须由子公司进行审查并提出申请报告，申请报告必须明确表明核查意见，申请报告经子公司法定代表人签字同意后，报本公司财务部及财务总监签署意见，并经公司总经理同意后，转发证券部，由其报董事会（或股东大会）审批同意并公告(如有必要)。董事会就担保事项做出的决议必须经出席董事会的2/3以上董事审议（含2/3）同意。经公司董事会或股东大会决定后，由董事长或董事长授权人对外签署担保合同。

4、发行人对外担保制度的执行情况

本公司的对外担保严格按照《公司章程》、《对外担保管理制度》中明确的对外担保的审批权限和审议程序执行，报告期内不存在为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业以及其他企业进行违规担保的情形。

六、发行人投资者权益保护情况

公司修订了《公司章程》，使之符合在创业板上市的要求。《公司章程》规定：公司股份的发行，实行公开、公平、公正的原则，同种类的每一股份应当具有同等权利；同次发行的同种类股票，每股的发行条件和价格应当相同；任何单位或者个人所认购的股份，每股应当支付相同价额。股东大会、董事会的决议内容违反法律、行政法规的，股东有权向人民法院认定无效；董事、高级管理人员执行公司职务时违反法律、行政法规或者本章程的规定，给公司造成损失的，连续180日以上单独或者合计持有公司1%以上股份的股东，可以书面请求监事会向人民法院提起诉讼；监事会执行公司职务时违反法律、行政法规或者本章程的规定，给公司造成损失的，股东可以书面请求董事会向人民法院提起诉讼。公司的控股股东、实际控制人不得利用关联关系损害公司利益，违反规定的，给公司造成损失的，应该赔偿责任；控股股东及其他关联方与公司发生的经营性资金往来中，严格限制控股股东占用公司资金；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；股东大会决议的公告应当充分披露非关联股东的表决情况。

为保障投资者依法享有获取公司信息的权利，公司董事会审议修订了《信息披露基本制度》。

为了使投资者的权益不受损害，公司还制定了《投资者权益保护制度》以及《关联交易控制与交易制度》。

另外，本公司已建立健全独立董事制度，独立董事人数占董事会成员人数的1/3。公司独立董事自2009年12月聘任以来，勤勉尽责，在公司重大事项及公司法人治理结构的完善方面起到了积极的作用。本公司独立董事均能按照《公司章程》及《独立董事工作制度》等规定履行职责，就有关事项独立发表意见，这将有力地保障了公司经营决策的科学性和公正性，进一步保障投资者的权益不受损害。

第十节 财务会计信息与管理层分析

本节财务会计数据反映了本公司最近三年及一期经审计的财务状况、经营成果、股东权益变动和现金流量情况。根据本公司最近三年及一期经审计的财务报告，本公司管理层作出分析说明。本节引用的财务会计数据，非经特别说明，均引自经立信会计师事务所的审计报告。投资者欲对本公司的财务状况、经营成果、现金流量和会计政策进行详细的了解，应当认真阅读本招股书附录的经审计的财务报表及附注。

一、财务报表

（一）资产负债表

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
流动资产：				
货币资金	48,981,167.28	58,419,852.06	21,987,099.58	26,029,457.34
应收票据	8,781,325.68	6,102,977.81	4,591,099.33	2,318,673.04
应收账款	40,699,770.69	37,687,471.52	21,570,034.73	27,267,924.78
预付账款	2,753,378.05	2,224,603.99	1,331,593.77	1,996,035.01
其他应收款	3,240,903.15	1,777,071.43	986,500.00	631,484.85
存货	32,067,110.62	28,755,665.57	26,819,551.59	27,056,175.65
流动资产合计	136,523,655.47	134,967,642.38	77,285,879.00	85,299,750.67
非流动资产：				
固定资产	35,993,171.35	33,969,498.81	28,602,813.87	24,006,396.38
在建工程	1,195,648.14	517,500.00	2,038,447.81	-
无形资产	27,715,216.68	5,370,920.66	5,523,099.15	5,564,414.82
长期待摊费用	63,000.00	-	-	-
递延所得税资产	533,547.52	420,945.82	349,409.61	768,708.14
非流动资产合计	65,500,583.69	40,278,865.29	36,513,770.44	30,339,519.34
资产总计	202,024,239.16	175,246,507.67	113,799,649.44	115,639,270.01

负债和股东权益				
流动负债：				
短期借款	14,889,448.00	14,400,000.00	9,400,000.00	10,000,000.00
应付票据	5,580,000.00	8,730,625.00	12,190,782.00	21,590,000.00
应付账款	40,504,759.77	25,958,969.00	13,654,905.43	17,369,094.41
预收账款	2,933,327.28	2,113,476.61	3,159,451.50	2,588,554.45
应付职工薪酬	964,490.67	1,049,025.53	721,505.28	699,900.80
应交税费	2,772,728.45	3,185,982.00	447,927.39	3,518,061.51
其他应付款	560,609.00	68,472.00	75,265.27	176,553.60
流动负债合计	68,205,363.17	55,506,550.14	39,649,836.87	55,942,164.77
负债合计	68,205,363.17	55,506,550.14	39,649,836.87	55,942,164.77
股东权益：				
股本	55,000,000.00	55,000,000.00	50,000,000.00	50,000,000.00
资本公积	17,200,747.34	17,200,747.34	7,564,384.34	-
盈余公积	4,753,921.03	4,753,921.03	1,658,542.83	969,710.52
未分配利润	56,864,207.62	42,785,289.16	14,926,885.40	8,727,394.72
股东权益合计	133,818,875.99	119,739,957.53	74,149,812.57	59,697,105.24
负债和股东权益总计	202,024,239.16	175,246,507.67	113,799,649.44	115,639,270.01

（二）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	103,095,756.76	183,314,344.04	138,320,485.52	110,944,810.75
减：营业成本	76,637,913.55	131,007,304.10	106,944,885.97	84,363,146.58
营业税金及附加	371,685.77	852,975.36	773,334.74	332,220.19
销售费用	2,928,075.41	6,237,042.59	4,560,482.22	4,533,183.04
管理费用	4,918,848.42	8,379,691.22	6,687,611.77	5,221,697.96
财务费用	359,428.72	726,100.53	1,952,524.30	1,200,970.69

资产减值损失	848,727.81	1,280,239.01	52,229.34	630,968.15
二、营业利润	17,031,077.08	34,830,991.23	17,349,417.18	14,662,624.14
加：营业外收入	350.00	1,863,843.46	171,349.10	15,017.20
减：营业外支出	435,668.54	440,864.07	171,648.00	405,000.83
三、利润总额	16,595,758.54	36,253,970.62	17,349,118.28	14,272,640.51
减：所得税费用	2,516,840.08	5,300,188.66	2,896,410.95	4,945,884.98
四、净利润	14,078,918.46	30,953,781.96	14,452,707.33	9,326,755.53
五、每股收益：				
（一）基本每股收益	0.26	0.62	0.29	0.23
（二）稀释每股收益	0.26	0.62	0.29	0.23

（三）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	82,787,303.97	154,822,599.88	122,903,725.27	104,759,991.43
收到的税费返还	-	-	-	132,687.11
收到其他与经营活动有关的现金	3,193,323.23	4,381,309.18	9,339,056.66	1,938,137.78
经营活动现金流入小计	85,980,627.20	159,203,909.06	132,302,781.93	106,830,816.32
购买商品、接受劳务支付的现金	48,268,839.01	104,296,184.26	89,172,190.12	58,729,479.50
支付给职工以及为职工支付的现金	5,713,874.65	8,452,082.08	6,040,292.77	5,422,924.84
支付的各项税费	7,938,302.40	14,234,040.33	13,459,013.48	6,296,549.44
支付其他与经营活动有关的现金	5,901,512.40	9,103,242.88	8,729,193.81	32,164,715.24
经营活动现金流出小计	67,822,528.46	136,085,549.55	117,400,690.18	102,613,669.02
经营活动产生的现金流量净额	18,158,098.74	23,118,359.51	14,902,091.75	4,217,147.30
二、投资活动产生的现金流量：				

处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	18,011.20	122,000.00	64,680.00	10,035.20
投资活动现金流入小计	18,011.20	122,000.00	64,680.00	10,035.20
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	26,182,152.89	4,472,551.40	9,070,927.28	5,155,893.11
投资活动现金流出小计	26,182,152.89	4,472,551.40	9,070,927.28	5,155,893.11
投资活动产生的现金流量净额	-26,164,141.69	-4,350,551.40	-9,006,247.28	-5,145,857.91
三、筹资活动产生的现金流量：				
吸收投资收到的现金	-	14,636,363.00	-	35,000,000.00
取得借款收到的现金	37,889,448.00	44,400,000.00	14,400,000.00	11,911,313.80
筹资活动现金流入小计	37,889,448.00	59,036,363.00	14,400,000.00	46,911,313.80
偿还债务支付的现金	37,400,000.00	39,400,000.00	15,000,000.00	35,154,605.58
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	338,114.28	675,103.17	1,186,669.60	864,127.80
筹资活动现金流出小计	37,738,114.28	40,075,103.17	16,186,669.60	36,018,733.38
筹资活动产生的现金流量净额	151,333.72	18,961,259.83	-1,786,669.60	10,892,580.42
四、汇率变动对现金的影响	-117,240.78	-118,737.43	-91,845.43	-274,398.67
五、现金及现金等价物净增加额	-7,971,950.01	37,610,330.51	4,017,329.44	9,689,471.14
加：期初现金及现金等价物余额	54,721,117.29	17,110,786.78	13,093,457.34	3,403,986.20
六、期末现金及现金等价物余额	46,749,167.28	54,721,117.29	17,110,786.78	13,093,457.34

二、财务报表编制基础

本公司以持续经营为基础，根据实际发生的交易和事项，按照《企业会计准则——基本准则》和其他各项具体会计准则、应用指南及准则解释的规定进行确认和计量，在此基础上编制财务报表；编制财务报表时需要使用估计和假设，这些估计和假设会影响到资产负债表日的资产、负债和所有者权益的披露，以及报告期间的收入和费用。

本申报财务报表附注的披露同时也遵照了中国证监会“证监会计字[2007]9号”文件《公开发行证券的公司信息披露编报规则第 15 号——财务报告的一般规定（2010 年修订）》。

三、注册会计师的意见

本公司已委托立信会计师事务所对本公司 2010 年 6 月 30 日、2009 年 12 月 31 日、2008 年 12 月 31 日、2007 年 12 月 31 日的资产负债表，2010 年 1-6 月、2009 年度、2008 年度、2007 年度的利润表、现金流量表、股东权益变动表以及财务报表附注进行了审计。立信会计师事务所对上述报表出具了“信会师报字【2010】第 24901 号”标准无保留意见的审计报告。

四、报告期内采用的主要会计政策和会计估计

（一）收入确认和计量的具体方法

1、销售收入确认原则

本公司的营业收入主要为销售商品，在同时满足下列条件时，按从购货方已收或应收的合同或协议价款的金额确认销售商品收入：（1）已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方；（2）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地计量；（4）相关的经济利益很可能流入公司；（5）相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量。

2、销售收入确认和计量的具体方法

公司销售均为买断式经销。具体包括国内经销和国外销售，分别按照以下方法确认销售收入：

（1）国内经销

公司每年与经销商签订年度经销协议，协议中约定最低经销数量、信用额度、信用期限等主要条款。在具体执行中，公司结合给予相应经销商的授信情况，根据经销商的具体订单，向客户发货。公司在将经检验合格的产品交付相应经销商，并经其确认时——相应的风险和报酬已转移给经销商，此时公司根据具体订单约定的金额确认产品销售收入。

（2）国外经销

公司产品采取自营方式出口。公司根据国外客户订单形成双方确认的形式发票；在收到其预付款（T/T 收款下）或信用证（L/C）情况下，完成相关产品生产；产品检验合格后，公司向海关报关出口、向船运公司交运产品，分别取得海关报关单和货运提单；公司向客户（T/T 收款下）或信用证议付行（L/C 收款下）交付提单时——相应的风险和报酬已转移给购买方，此时公司根据形式发票约定的金额确认产品销售收入。

（二）金融资产的确认及减值准备的计提方法

本公司的金融资产主要为应收款项，系公司对外销售商品或提供劳务形成的应收债权，以及公司持有的其他企业的不包括在活跃市场上有报价的债务工具的债权，包括应收票据、应收账款、预付账款、其他应收款等，以向购货方应收的合同或协议价款作为初始确认金额；具有融资性质的，按其现值进行初始确认。凡因债务人破产，依照法律清偿程序清偿后仍无法收回；或因债务人死亡，既无遗产可供清偿，又无义务承担人，确实无法收回；或因债务人逾期未能履行偿债义务，经法定程序审核批准，该等应收账款列为坏账损失。

本公司坏账损失采用备抵法核算。在资产负债表日，除有确凿证据表明不存在减值的应收款项不计提坏账准备之外，本公司对单项金额重大的应收款项单独进行减值测试，经测试发生了减值的，按其未来现金流量现值低于其账面价值的差额，确定减值损失，计提坏账准备；本公司将期末余额前 5 名和占应收款项余额 10%以上的款项划分为单项金额重大的应收款项。

对单项测试未减值的应收款项，汇同对单项金额非重大的应收款项，按账龄划分为类似信用风险特征的若干组合，再按这些应收款项组合在期末余额的一定比例计算确定减值损失，计提坏账准备。

将账龄 4 年以上且金额不属于单项金额重大的应收款项确认为单项金额不重大但按信用风险特征组合后该组合风险较大的应收款项，在期末按账面余额 100%计提坏账准备。

除已单独计提减值准备的应收账款和其他应收款外，公司根据以前年度与之相同或相类似的、按账龄段划分的具有类似信用风险特征的应收款项（应收账款和其他应收款）组合的实际损失率为基础，结合现时情况确定以下坏账准备计提

的比例：

账龄	应收账款计提比例(%)	其他应收款计提比例(%)
1年以内（含1年）	5	5
1－2年	10	10
2－3年	20	20
3－4年	40	40
4年以上	100	100

本公司以应收债权向银行等金融机构转让、质押或贴现等方式融资时，根据相关合同的约定，当债务人到期未偿还该项债务时，若本公司负有向金融机构还款的责任，则该应收债权作为质押贷款处理；若本公司没有向金融机构还款的责任，则该应收债权作为转让处理，并确认债权的转让损益。

本公司收回或处置应收款项时，将取得的价款和应收款项账面价值之间的差额计入当期损益。

（三）存货的确认和计量

1、存货分类

存货是指本公司在日常活动中持有以备出售的产成品或商品、处在生产过程中的在产品、在生产过程或提供劳务过程中耗用的材料和物料等。主要包括原材料、在产品、库存商品。

2、取得和发出存货的计价方法

存货在取得时，按成本进行初始计量，包括采购成本、加工成本和其他成本。存货发出时，采用加权平均法确定发出存货的实际成本。

3、存货的盘存制度

本公司的存货盘存制度为永续盘存制。本公司定期对存货进行清查，盘盈利得和盘亏损失计入当期损益。

4、存货跌价准备的计提方法

期末对存货进行全面清查后，按存货的成本与可变现净值孰低提取或调整存货跌价准备。

产成品和用于出售的材料等直接用于出售的商品存货，在正常生产经营过程中，以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额，确定其可变

现净值；需要经过加工的材料存货，在正常生产经营过程中，以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值；为执行销售合同或者劳务合同而持有的存货，其可变现净值以合同价格为基础计算，若持有存货的数量多于销售合同订购数量的，超出部分的存货的可变现净值以一般销售价格为基础计算。

期末按照单个存货项目计提存货跌价准备；但对于数量繁多、单价较低的存货，按照存货类别计提存货跌价准备；与在同一地区生产和销售的产品系列相关、具有相同或类似最终用途或目的，且难以与其他项目分开计量的存货，则合并计提存货跌价准备。

以前减记存货价值的影响因素已经消失的，减记的金额予以恢复，并在原已计提的存货跌价准备金额内转回，转回的金额计入当期损益。

（四）固定资产的确认和计量

1、固定资产确认条件

固定资产指为生产商品、提供劳务、出租或经营管理而持有，并且使用年限超过一年的有形资产。固定资产在同时满足下列条件时予以确认：

（1）与固定资产有关的经济利益很可能流入企业；

（2）该固定资产的成本能够可靠地计量。

2、固定资产的分类

固定资产分类为：房屋及建筑物、机器设备、运输设备、电子设备、其他设备。

3、固定资产的初始计量

固定资产取得时按照实际成本进行初始计量。其中，外购的固定资产的成本包括买价、增值税、进口关税等相关税费，以及为使固定资产达到预定可使用状态前所发生的可直接归属于该资产的其他支出。自行建造固定资产的成本，由建造该项资产达到预定可使用状态前所发生的必要支出构成。投资者投入的固定资产，按投资合同或协议约定的价值作为入账价值，但合同或协议约定价值不公允的按公允价值入账。融资租赁租入的固定资产，按租赁开始日租赁资产公允价值与最低租赁付款额的现值两者中较低者，作为入账价值。购买固定资产的价款超过正常信用条件延期 支付，实质上具有融资性质的，固定资产的成本以购买价

款的现值为基础确定。实际支付的价款与购买价款的现值之间的差额，除应予资本化的以外，在信用期间内计入当期损益。

4、固定资产折旧计提方法

除已提足折旧仍继续使用的固定资产和单独计价入账的土地之外，本公司对所有固定资产计提折旧。固定资产折旧采用年限平均法分类计提，根据固定资产类别、预计使用寿命和预计净残值率确定折旧率。

本公司的固定资产类别、预计使用寿命、预计净残值率和年折旧率如下：

固定资产类别	预计使用寿命（年）	预计净残值率（%）	年折旧率（%）
房屋及建筑物	20	5	4.75
机器设备	10	5	9.5
运输设备	5	5	19
电子设备	3-5	5	19-31.67
其他设备	5	5	19

5、固定资产的减值准备计提

公司在每期末判断固定资产是否存在可能发生减值的迹象。固定资产存在减值迹象的，估计其可收回金额。可收回金额根据固定资产的公允价值减去处置费用后的净额与固定资产预计未来现金流量的现值两者之间较高者确定。当固定资产的可收回金额低于其账面价值的，将固定资产的账面价值减记至可收回金额，减记的金额确认为固定资产减值损失，计入当期损益，同时计提相应的固定资产减值准备。固定资产减值损失确认后，减值固定资产的折旧在未来期间作相应调整，以使该固定资产在剩余使用寿命内，系统地分摊调整后的固定资产账面价值（扣除预计净残值）。固定资产的减值损失一经确认，在以后会计期间不再转回。有迹象表明一项固定资产可能发生减值的，企业以单项固定资产为基础估计其可收回金额。企业难以对单项固定资产的可收回金额进行估计的，以该固定资产所属的资产组为基础确定资产组的可收回金额。

（五）在建工程的确认和计量

本公司在建工程以立项项目分类核算，在建工程项目按照该项资产达到预订可使用状态前所发生的全部支出，作为固定资产的入账价值。所建造的固定资产

在建工程已达到预定可使用状态，但尚未办理竣工决算的，自达到预定可使用状态之日起，根据工程预算、造价或者工程实际成本等，按估计的价值转入固定资产，并按本公司固定资产折旧政策计提固定资产的折旧，待办理竣工决算后，再按实际成本调整原来的暂估价值，但不调整原已计提的折旧额。

资产负债表日，本公司对在建工程按照账面价值与可收回金额孰低计量，按单项工程可收回金额低于账面价值的差额，计提在建工程减值准备，计入当期损益，同时计提相应的资产减值准备。在建工程减值损失一经确认，在以后会计期间不再转回。

（六）无形资产的确认和计量

无形资产是指本公司拥有或者控制的没有实物形态的可辨认非货币性资产。本公司的无形资产为土地使用权、专利权和软件。

无形资产按照成本进行初始计量。购入的无形资产，按实际支付的价款和相关支出作为实际成本。投资者投入的无形资产，按投资合同或协议约定的价值确定实际成本，但合同或协议约定价值不公允的，按公允价值确定实际成本。

内部研究开发项目研究阶段的支出，于发生时计入当期损益；内部研究开发项目开发阶段的支出，在同时满足下列条件的确认为无形资产，否则于发生时计入当期损益：（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）无形资产产生经济利益的方式，包括能够证明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，无形资产将在内部使用的，应当证明其有用性；（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。前期已计入损益的开发支出不在以后期间确认为资产。已资本化的开发阶段的支出在资产负债表上列示为开发支出，自该项目达到预定可使用状态之日起转为无形资产。

本公司在取得无形资产时分析判断其使用寿命，划分为使用寿命有限和使用寿命不确定的无形资产。使用寿命有限的无形资产，在使用寿命内采用直线法摊销，并在年度终了，对无形资产的使用寿命和摊销方法进行复核，如与原先估计数存在差异的，进行相应的调整。使用寿命有限的无形资产摊销方法如下：

类 别	使用寿命
土地使用权	50 年
专利权	10 年
软件	5-10 年

使用寿命不确定的无形资产不予摊销。本公司在每个会计期间对使用寿命不确定的无形资产的使用寿命进行复核，当有确凿证据表明其使用寿命是有限的，则估计其使用寿命，按直线法进行摊销。

资产负债表日，本公司对无形资产按照其账面价值与可收回金额孰低计量，按可收回金额低于账面价值的差额计提无形资产减值准备，相应的资产减值损失计入当期损益。无形资产减值损失一经确认，在以后会计期间不再转回。

（七）借款费用资本化的依据及方法

本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。符合资本化条件的资产，是指需要经过相当长时间的购建或者生产活动才能达到预定可使用或者可销售状态的固定资产、投资性房地产和存货等资产。

同时满足下列条件时，借款费用开始资本化：（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。

在资本化期间内，每一会计期间的资本化金额，为购建或者生产符合资本化条件的资产而借入专门借款的，以专门借款当期实际发生的利息费用，减去将尚未动用的借款资金存入银行取得的利息收入或进行暂时性投资取得的投资收益后的金额确定。为购建或者生产符合资本化条件的资产而占用了一般借款的，根据累计资产支出超过专门借款部分的资产支出加权平均数乘以所占用一般借款的资本化率，计算确定一般借款应予资本化的利息金额。利息资本化金额，不超过当期相关借款实际发生的利息金额。

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，暂停借款费用的资本化。在中断期间发生的借款费用确认为费用，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，借款费用继续资本化。

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，停止借款费用资本化。

（八）政府补助

政府补助，是本公司从政府无偿取得的货币性资产与非货币性资产，分为与资产相关的政府补助和与收益相关的政府补助。与购建固定资产、无形资产等长期资产相关的政府补助，确认为递延收益，按照所建造或购买的资产使用年限分期计入营业外收入；与收益相关的政府补助，用于补偿企业以后期间的相关费用或损失的，取得时确认为递延收益，在确认相关费用的期间计入当期营业外收入；用于补偿企业已发生的相关费用或损失的，取得时直接计入当期营业外收入。

（九）递延所得税资产的确认和计量

公司以很可能取得用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额为限，确认由可抵扣暂时性差异产生的递延所得税资产。公司将当期与以前期间应交未交的应纳税暂时性差异确认为递延所得税负债。但不包括商誉、非企业合并形成的交易且该交易发生时既不影响会计利润也不影响应纳税所得额所形成的暂时性差异。

（十）会计政策、会计估计变更和差错更正

报告期内本公司无会计政策、会计估计变更和差错更正。

五、报告期内公司执行的主要税收优惠政策、缴纳的主要税种、执行的法定税率

1、增值税

（1）税率

根据当期销售额的 17%计算销项税额，按规定抵扣进项税额后缴纳增值税。

（2）税收优惠

2007 年 7 月 1 日以前，发行人出口的油墨产品执行 13%的出口退税率。自 2007 年 7 月 1 日起，根据国家税务总局 2007 年 6 月 19 日下发的《关于调低部分商品出口退税率的通知》（财税【2007】第 090 号），油墨产品的出口退税税收优惠政策被取消。

（3）出口退税政策取消后对公司财务状况的影响

2007 年公司外销出口退税具体情况如下：

项目	金额（元）
进项税额转出额	546,941.99
免抵退税额	1,777,561.47
其中：退税额	-
免抵税额	1,777,561.47

由于公司内销比重较大，2007 年产品出口退税均以抵减当年内销应交增值税额方式返还，共计金额 177.76 万元。假设 2007 年 1-6 月份公司不享受 13%出口退税政策，出口退税政策对当期财务状况和经营成果的影响如下：

项目	金额（元）
进项税额转出额	546,941.99
免抵退税额	1,777,561.47
当期免抵退税外销收入	13,673,549.75
不享受出口退税的相关外销收入	11,686,794.66
调减当期收入	1,986,755.09
调减当期成本	546,941.99
调减当期利润总额	1,439,813.10
调增当期应交税费	1,230,619.48
调减当期经营活动现金流量	1,230,619.48

其中：（1）当期免抵退税外销收入=免抵退税额÷13%；

（2）不享受出口退税的相关外销收入=当期免抵退税外销收入÷(1+17%)；

（3）调减当期收入=当期免抵退税外销收入-不享受出口退税的相关外销收入；

（4）调减当期成本=进项税额转出额；

（5）调减当期利润总额=调减当期收入-调减当期成本；

（6）调增当期应交税费=免抵退税额-进项税额转出额；

（7）调减当期经营活动现金流量=免抵退税额-进项税额转出额。

自本公司产品出口退税被取消后，增加了公司报告期内应纳增值税额，对公司财务状况和现金流量产生了一定的影响。针对国家取消出口退税带来的损失，公司已及时调整销售价格以有效消除出口退税政策变化的消极影响。

经核查，保荐人认为：自发行人产品出口退税被取消后，增加了公司报告期内应纳增值税额，对公司财务状况和现金流量产生了一定的影响。

2、所得税

（1）税率

报告期内，2007 年按公司执行 33%的企业所得税税率，2008 年公司被认定为江苏省高新技术企业，根据新的《中华人民共和国企业所得税法》规定，2008 年至 2010 年执行 15%的企业所得税税率。

（2）税收优惠

2008 年 12 月 9 日,根据《高新技术企业认定管理工作指引》(国科发火【2008】362 号）和《高新技术企业认定管理实施办法》有关规定，发行人获得江苏省科学技术厅、江苏省财政厅、江苏省国家税务局和江苏省地方税务局共同颁发的高新技术企业证书（证书编号：GR200832001299），有效期：三年。按照《中华人民共和国企业所得税法》等有关规定，公司自 2008 年度至 2010 年度享受 15%的企业所得税税率优惠。

3、城市维护建设税

公司根据应纳流转税额，按 5%计征城市维护建设税。

4、教育费附加

公司根据应纳流转税额，按 3%计征教育费附加。

5、地方教育费附加

公司根据应纳流转税额，按 1%计征地方教育费附加。

六、分部信息

1、根据产品类别列示的营业收入

单位：万元

产品类别	2010 年 1-6 月		2009 年度		2008 年度		2007 年度	
	金额	比重	金额	比重	金额	比重	金额	比重
快干亮光型	5,295.80	51.53%	11,219.22	61.55%	9,749.65	70.82%	8,259.67	74.46%
高光泽型	2,615.36	25.45%	4,148.64	22.76%	2,356.89	17.12%	1,541.15	13.89%
高耐磨型	2,098.38	20.42%	2,414.63	13.25%	1,209.80	8.79%	792.88	7.15%
其他	267.78	2.61%	446.14	2.45%	449.94	3.27%	498.70	4.50%
合计	10,277.32	100%	18,228.63	100%	13,766.28	100%	11,092.40	100%

2、根据产品销售地列示的营业收入

单位：万元

地区	2010 年 1-6 月		2009 年度		2008 年度		2007 年度	
	金额	比重	金额	比重	金额	比重	金额	比重
国内	6,654.53	64.75%	11,935.93	65.48%	8,955.98	65.06%	7,443.68	67.11%
国外	3,622.80	35.25%	6,292.70	34.52%	4,810.29	34.94%	3,648.73	32.89%
合计	10,277.32	100.00%	18,228.63	100.00%	13,766.27	100.00%	11,092.41	100.00%

其中国内销售情况如下：

单位：万元

地区类别	2010 年 1-6 月		2009 年度		2008 年度		2007 年度	
	金额	比重	金额	比重	金额	比重	金额	比重
长三角	3,274.43	49.21%	5,536.30	46.38%	4,557.93	50.89%	3,558.08	47.80%
环渤海	1,088.00	16.35%	1,894.80	15.87%	1,238.36	13.83%	1,088.33	14.62%
珠三角	805.20	12.10%	1,449.19	12.15%	987.62	11.03%	1,001.69	13.45%
其他区域	1,486.89	22.34%	3,055.64	25.60%	2,172.06	24.25%	1,795.58	24.13%
合计	6,654.52	100.00%	11,935.93	100.00%	8,955.97	100.00%	7,443.68	100.00%

七、发行人最近一年的收购兼并情况

本公司最近一年无收购兼并情况。

八、经注册会计师核验的非经常性损益明细表

根据中国证监会《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]》的有关规定，公司报告期内非经常性损益及扣除非经常性损益后的净利润如下：

单位：元

项目	2010 年 1-6 月	2009 年度	2008 年度	2007 年度
非流动资产处置收益	-335,668.54	-420,230.21	59,793.15	-380,982.87
计入当期损益的政府补助	-	1,831,400.00	19,000.00	-
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-99,650.00	11,809.60	-79,092.05	-9,000.76
小计	-435,318.54	1,422,979.39	-298.90	-389,983.63
所得税影响额	65,297.78	-213,446.91	-18,202.37	128,694.60
非经常性损益	-370,020.76	1,209,532.48	-18,501.27	-261,289.03
净利润	14,078,918.46	30,953,781.96	14,452,707.33	9,326,755.53
扣除非经常性损益后的净利润	14,448,939.22	29,744,249.48	14,471,208.60	9,588,044.56

九、报告期内发行人主要财务指标

1、主要财务指标

财务指标	2010 年 6 月 30 日	2009 年 12 月 31 日	2008 年 12 月 31 日	2007 年 12 月 31 日
流动比率（倍）	2.00	2.43	1.95	1.52
速动比率（倍）	1.53	1.91	1.27	1.04
资产负债率（%）	33.76	31.67	34.84	48.38
无形资产（扣除土地使用权后）占净资产的比例（%）	0.07	0.14	0.27	0.22
归属于发行人股东的每股净资产(元/股)	2.43	2.18	1.48	1.19
财务指标	2010 年度 1-6 月	2009 年度	2008 年度	2007 年度
应收账款周转率（次/年）	4.94	6.19	5.66	5.13
存货周转率（次/年）	5.04	4.71	3.97	3.27

息税折旧摊销前利润（万元）	1,898.37	4,047.65	2,177.77	1,743.80
利息保障倍数（倍）	50.09	54.70	15.62	17.52
每股经营活动产生的现金流量（元/股）	0.33	0.42	0.30	0.08
每股净现金流量（元/股）	-0.14	0.68	0.08	0.19
归属于发行人股东的净利润（万元）	1,407.89	3,095.38	1,445.27	932.68
归属于发行人股东扣除非经常性损益后的净利润（万元）	1,444.89	2,974.42	1,447.12	958.80

注：上述财务指标的计算方法及说明：

（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）×100%

（4）无形资产（扣除土地使用权后）占净资产的比例＝扣除土地使用权后的无形资产÷净资产

（5）归属于发行人股东的每股净资产＝期末所有者权益总额÷期末股本总额

（6）应收账款周转率＝营业收入÷平均应收账款余额

（7）存货周转率＝营业成本÷平均存货余额

（8）息税折旧摊销前利润＝利润总额＋利息支出＋折旧费用＋摊销费用

（9）利息保障倍数＝（利润总额＋利息支出）÷利息支出

（10）每股经营活动产生的现金流量净额＝经营活动产生现金流量净额÷期末普通股股份总数

（11）每股净现金流量＝现金及现金等价物净增加额÷期末普通股股份总数

（12）归属于发行人股东的净利润＝净利润－少数股东损益

（13）归属于发行人股东扣除非经常性损益后的净利润＝净利润－少数股东损益－税后非经常性损益

2、净资产收益率和每股收益

根据中国证监会《公开发行证券公司信息编报规则第 9 号——净资产收益率和每股收益的计算及披露》（2010 年修订）的规定，本公司加权平均净资产收益率及基本每股收益和稀释每股收益如下：

报告期利润	期间	加权平均净资产收益率（%）	每股收益（元）	
			基本每股收益	稀释每股收益
归属于公司普通股股东的净利润	2010 年 1-6 月	11.11	0.26	0.26
	2009 年度	34.54	0.62	0.62
	2008 年度	21.60	0.29	0.29
	2007 年度	20.15	0.23	0.23
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	2010 年 1-6 月	11.38	0.26	0.26
	2009 年度	33.41	0.59	0.59
	2008 年度	21.60	0.29	0.29
	2007 年度	20.66	0.23	0.23

注：上述财务指标的计算方法及说明：

（1）加权平均净资产收益率=$P_0/(E_0+NP\div2+E_i\times M_i\div M_0-E_j\times M_j\div M_0\pm E_k\times M_k\div M_0)$

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）基本每股收益可参照如下公式计算：

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=$P_1/(S_0+S_1+S_i\times M_i\div M_0-S_j\times M_j\div M_0-S_k$+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。公司在计算稀释每股收益时，应考虑所有稀释性潜在普通股对 P_1 和加权平均股数的影响，按照其稀释程度从大到小的顺序计入稀释每股收益，直至稀释每股收益达到最小值。

本公司无稀释性潜在普通股。

十、发行人盈利预测报告披露情况

发行人未编制盈利预测报告。

十一、发行人设立时及报告期内资产评估情况

2007 年 11 月 15 日，上海上会资产评估有限公司对科斯伍德有限 2007 年 10 月 31 日的全部资产和全体负债进行了评估，并出具了“上会整资评报【2007】第 342 号”《企业价值评估报告书》。

本次资产评估采用成本加和法进行评估。苏州科斯伍德油墨有限公司评估前总资产账面价值为 112,397,104.27 元，总负债账面价值为 54,832,719.93 元，净资产账面价值为 57,564,384.34 元；评估基准日标的资产评估结果为：总资产 125,492,912.65 元，总负债 54,460,656.58 元，净资产 71,032,256.07 元。净资产评估增值 13,467,871.73 元，评估增值率 23.40%，主要是由于房屋建筑物、土地使用权的评估增值所致。

本次资产评估仅为科斯伍德有限改制为股份有限公司提供定价参考，评估结果未调账。

十二、发行人历次验资情况

（一）大东洋油墨设立

2003 年 1 月，大东洋油墨在江苏省苏州市相城工商行政管理局注册成立，注册资本 1,000 万元，其中吴贤良出资 500 万元，罗全南出资 170 万元，孙介明出资 150 万元，蒋忠明、黄银川、李文明、周建华、张琤、肖学俊、盛永元、黄玉川、洪广伙和俞星光 10 人各出资 18 万元，苏州东瑞会计师事务所有限公

司就此出具“东瑞内验【2003】字第 19 号”《验资报告》。验资报告验证：截至 2003 年 1 月 10 日止，大东洋油墨已收到股东投入资本 1,000 万元，实收资本 1,000 万元，与上述投入资本相关的资产总额 1,000 万元，均系货币资金出资。

（二）大东洋油墨股东变更及减资

2004 年 9 月经大东洋油墨股东会决议：同意大东洋油墨注册资本由 1,000 万减少至 500 万，大东洋油墨原有的债权、债务由减资后的公司承担；部分股东之间进行股权转让，最终大东洋油墨 10 位股东退出。按《公司法》规定，大东洋油墨在《苏州日报》刊登减资公告，苏州天安会计师事务所就此出具“苏安验【2004】字第 197 号”《验资报告》。验资报告验证：此次减资后大东洋油墨实收注册资本变更为 500 万元。

（三）大东洋油墨增资

2006 年 3 月，经大东洋油墨股东会决议，增加注册资本 500 万元，其中吴贤良出资 400 万元，孙介明出资 80 万元，黄银川出资 20 万元，苏州天安会计师事务所就此出具了“苏安验【2006】字第 057 号”《验资报告》。验资报告验证：截至 2006 年 3 月 23 日止，大东洋油墨已收到各股东新投入的实收资本 500 万元，各股东均以现金出资，变更后注册资本实收金额为 1,000 万元。

（四）吸收合并胡桥经济公司

2006 年 9 月 8 日，因公司业务发展需要，经公司股东会决议，吸收合并胡桥经济公司，同时吸收合并后大东洋油墨名称变更为苏州科斯伍德油墨有限公司，合并后注册资本变为 1,500 万，苏州天安会计师事务所就此具了“苏安验【2006】字第 243 号”《验资报告》。验资报告验证：截至 2006 年 11 月 1 日止，公司已吸收合并苏州市胡桥发展有限公司截至 2006 年 11 月 1 日止的注册资本 500 万元及其相关的资产、负债和所有者权益。

（五）科斯伍德有限增资

经 2007 年 3 月 18 日科斯伍德有限股东会决议，科斯伍德有限增加注册资本

3,500 万，其中吴贤良出资 1,535 万元，吴艳红出资 1,215 万元，周彩珍出资 750 万元，同时公司原股东孙介明将其所持有的公司 285 万股权按照注册资本额转让给吴艳红。苏州常诚会计师事务所就此出具了“苏常验【2007】第 034 号”《验资报告》。验资报告验证：截至 2007 年 3 月 31 日止，科斯伍德有限已收到吴贤良、吴艳红和周彩珍缴纳的新增注册资本合计 3,500 万元，各股东均已货币出资。变更后注册资本实收金额为 5,000 万元。

（六）科斯伍德有限整体变更为股份有限公司

2007 年 12 月 18 日，科斯伍德有限召开股东会，决定由科斯伍德有限现有股东作为发起人，以科斯伍德有限经审计的截至 2007 年 10 月 31 日经审计的净资产按 1.15:1 折成股份，整体变更为股份有限公司，合计为 5,000 万股。立信会计师事务所就此出具了“信会师报字【2008】第 20009 号”《验资报告》。验资报告验证：截至 2007 年 10 月 31 日止，股东以科斯伍德有限截至 2007 年 10 月 31 日经审计的净资产 57,564,384.34 元，按 1.15:1 的比例折合股本，共计折合股本 5,000 万股，每股面值 1 元，净资产大于股本部分 7,564,384.34 元计入股份有限公司资本公积，折股后注册资本为 5,000 万元。

（七）科斯伍德增资

2009 年 12 月 18 日，科斯伍德 2009 年度第三次临时股东会决议，同意国嘉创投以 10,245,454.00 元向公司增资，其中新增注册资本 350 万元，资本公积 6,745,454.00 元；同意相城创投以 4,390,909.00 元向股份公司增资，其中新增注册资本 150 万元，资本公积 2,890,909.00 元，立信会计师事务所就此出具了“信会师报字【2009】第 24819 号”《验资报告》。验资报告验证：截至 2009 年 12 月 24 日止，公司已收到国嘉创投、相城创投缴纳的新增注册资本（实收资本）合计人民币 500 万元，以上出资全部为货币出资。

十三、资产负债表日后事项、或有事项及其他重要事项

投资者在阅读本招股书时，请关注会计报表附注中的资产负债表日后事项、或有事项及其他重要事项。

（一）资产负债表日后事项

2010 年 5 月 5 日，苏州市相城区人民法院立案受理了罗全南诉公司股权纠纷一案。法院于 2010 年 6 月 11 日对该案进行了公开开庭审理，并于 7 月 5 日下发了“（2010）相商初字第 0324 号”《民事判决书》，判决结果为：驳回了原告罗全南的全部诉讼请求。

罗全南不服判决，于 2010 年 7 月 15 日向苏州市中级人民法院提起上诉，请求撤销苏州市相城区人民法院“（2010）相商初字第 0324 号”《民事判决书》并予以改判。上诉期间，罗全南向苏州市中级人民法院提出撤诉申请；2010 年 9 月 27 日，苏州市中级人民法院下发了“（2010）苏中商终字第 0595 号”《民事裁定书》，该《民事裁定书》作出了如下裁定：“准许罗全南撤回上诉；案件受理费 20180 元减半收取为 10090 元，由罗全南负担；本裁定为终审裁定”。

除此之外，本公司不存在其他需披露的资产负债表日后事项。

（二）或有事项

本公司不存在需披露的或有事项。

（三）其他重要事项

截至 2010 年 6 月 30 日止，公司以资产向银行抵押获得银行借款情况如下：

贷款银行	抵押资产	抵押资产价值（万元）	借款金额（万元）	借款期间
中国农业银行苏州相城支行	相国用（2008）第 00121 号	396.88	278.00	2010.2.26-2011.2.11

除存在上述事项外，本公司不存在其他需要披露的重要事项。

十四、发行人财务状况分析

（一）资产结构分析

1、资产的主要构成

报告期内公司总资产构成如下：

单位：万元

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	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
流动资产	13,652.37	67.58%	13,496.76	77.02%	7,728.59	67.91%	8,529.98	73.76%
较上期增长	1.15%	-	74.63%	-	-9.39%	-	-	-
非流动资产	6,550.06	32.42%	4,027.89	22.98%	3,651.37	32.09%	3,033.95	26.24%
较上期增长	62.62%	-	10.31%	-	20.35%	-	-	-
资产总额	20,202.42	100%	17,524.65	100%	11,379.96	100%	11,563.93	100%
较上期增长	15.28%	-	54.00%	-	-1.59%	-	-	-

从资产结构分析，公司资产以流动资产为主，报告期内，流动资产占总资产的比重较高，占总资产的比重一直保持在70%左右，公司资产的变现能力较强。公司非流动资产呈逐年增长趋势，主要为增加土地以及机器设备等固定资产，与公司业务规模的扩大以及产能的增加相匹配。

报告期内，公司资产总额分别为11,563.93万元、11,379.96万元、17,524.65万元和20,202.42万元，其中2008年末和2007年末资产规模水平基本持平，2009年末出现较大增长，增幅54%，2010年6月末进一步增长，增幅15.28%。2008年公司资产规模相对2007年略有下降，主要在于：为控制2008年金融危机的影响，公司在有效降低负债规模的情况下，相应降低了流动资产的持有量；2009年末公司资产规模相对2008年出现大幅增加，主要在于：公司所处行业能够迅速摆脱2008年金融危机的影响，且公司市场地位同时得到有效提高，为适应市场需求提升和公司发展需要，公司提高了流动资产总量。2010年6月末，公司资产规模相对2009年末进一步增长的原因在于：因业务发展需要，公司已启动本次募集资金投资项目，通过招、拍、挂程序已获得相关募投用地。

2、流动资产构成及变动分析

报告期内公司各类流动资产情况如下：

单位：万元

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	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
货币资金	4,898.12	35.88%	5,841.98	43.28%	2,198.71	28.45%	2,602.95	30.52%
应收票据	878.13	6.43%	610.30	4.52%	459.11	5.94%	231.87	2.72%
应收账款	4,069.98	29.81%	3,768.75	27.92%	2,157.00	27.91%	2,726.79	31.97%
预付账款	275.34	2.02%	222.46	1.65%	133.16	1.72%	199.60	2.34%
其他应收款	324.09	2.37%	177.71	1.32%	98.65	1.28%	63.15	0.74%
存货	3,206.71	23.49%	2,875.57	21.31%	2,681.96	34.70%	2,705.62	31.71%
合　计	13,652.37	100%	13,496.77	100%	7,728.59	100%	8,529.98	100%

货币资金、应收票据、应收账款和存货是公司主要流动资产，合计占流动资产总额的比率都在95%以上，其他流动资产所占比重较小。报告期内，公司流动资产波动主要是由于货币资金和应收账款余额变动所致。

（1）货币资金

报告期内，公司2008年货币资金余额较2007年减少404.24万元，减幅15.53%，主要系公司在财务管理上加强货币资金的预算控制，在满足正常生产经营活动资金需求的前提下，科学地安排资金使用计划，减少因过量持有现金而增加的机会成本，提高资金使用效率。2009年货币资金余额较2008年增加3,643.27万元，增幅165.70%。主要系2009年经营活动产生的现金流量增加、投资活动现金净流出量减少、增资扩股吸收投资款以及增加银行借款所致，2009年度经营活动净现金流量增加821.63万元，投资活动现金净流出量较2008年减少465.56万元，2009年增资扩股吸收投资1,463.64万元，增加银行借款500万元。2010年6月末货币资金减少943.86万元，主要为当期支付募投项目土地款所致。

截至2010年6月末，公司货币资金主要为银行存款和其他货币资金，其他货币资金占一定的比重。报告期内其他货币资金余额分别为1,293.60万元、487.63万元、369.88万元和223.20万元，主要原因是随着业务规模的扩大，公司收到银行承兑汇票的规模随之增长，为提高资产周转效率以及加强日常票据的管理，拓宽了上游采购环节应收票据的使用途径，因此报告期内自行开具银行承兑汇票的金额逐渐减少，因此保证金金额保持在一个相对较低的水平。其他货币资金构成情况如下：

单位：万元

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
信用证保证金	-	20.65	-	430.00
银行承兑汇票保证金	223.20	349.23	487.63	863.60
合　计	223.20	369.88	487.63	1,293.60

（2）应收账款

①应收账款余额情况

公司应收账款余额主要是1年以内的应收账款，报告期内1年以内的应收账款余额分别占当期应收账款的比率为94.67%、96.13%、97.33%和97.30%，整体呈现逐步增长的趋势，具体情况如下：

单位：万元

账 龄	2010年6月30日		2009年12月31日		2008年12月31日		2007年12月31日	
	金额	比重	金额	比重	金额	比重	金额	比重
1年以内	4,219.30	97.30%	3,900.48	97.33%	2,212.35	96.13%	2,745.30	94.67%
1-2年	43.02	0.99%	47.89	1.20%	29.12	1.27%	110.43	3.81%
2-3年	15.31	0.35%	3.62	0.09%	31.02	1.35%	24.22	0.84%
3-4年	17.80	0.41%	28.82	0.72%	9.49	0.41%	19.82	0.68%
4年以上	41.04	0.95%	26.60	0.66%	19.28	0.84%	-	-
合 计	4,336.47	100.00%	4,007.41	100.00%	2,301.26	100.00%	2,899.77	100.00%

公司1年以内的应收账款余额变动直接影响到公司应收账款余额的变动。

②公司收款方式

公司产品销售分为内销和外销两大类。

针对内销部分收款方式：公司会给予经销商一定的授信额度和授信期限。原则上对于信用额度内的订单可以继续给予发货，对于超过信用额度的订货，一般需要先支付货款再发货；授信期限是公司对经销商规定回款的最长期限，即此期限是经销商必须支付前期订货对应货款的日期（无论当时所余货款是否还在信用额度内）；报告期内，公司给予国内经销商的授信期限为 60-90 天。

针对外销部分，公司不给国外经销商任何授信，但是在付款方式上针对经销商的不同规定了 L/C 或 T/T 付款方式。L/C 付款方式下，报告期内公司给予经销

商的期限为：自提单日期开始 30-90 天。

综上所述，报告期内最后 1 个季度的销售直接影响当期应收账款的余额变化；针对国内经销商给予的授信额度增减和授信期限变化将对 1 年以内应收账款产生直接的影响；国外经销商 L/C 占外销总金额的比率及其付款期限同样会对 1 年以内应收账款产生直接的影响。

③应收账款余额变动情况分析

报告期内公司应收账款余额分别为2,899.77万元、2,301.26万元、4,007.41万元和4,336.47万元，其中2008年较上年减少598.51万元，2009年较上年增长1,706.15万元，2010年6月末较2009年末增长329.06万元，具体分析如下：

A.2008年末相对2007年末应收账款余额下降的原因

2008 年公司营业收入相对 2007 年增加了 2,737.57 万元，而同期应收账款却同比下降了 598.51 万元，其中主要是 1 年以内的应收账款下降了 532.95 万元。这主要出于 2008 年全球金融危机不利影响考虑，公司取消了具有一定风险的订单，同时从 2008 年 4 季度开始公司已逐渐缩短国内经销商的授信期限，并在与国外经销商订立订单时要求付款方式主要由 L/C 向 T/T 方式转变，从而致使 2008 年 4 季度公司销售同比出现一定程度的下降，但应收账款明显下降，具体如下：

项目	2008 年			2007 年		
	4 季度销售（万元）	期末应收账款余款（万元）	期末应收账款余款占 4 季度销售比重	4 季度销售（万元）	期末应收账款余款（万元）	期末应收账款余款占 4 季度销售比重
国内销售	2,641.15	2,127.19	80.54%	2,165.45	2,370.91	109.49%
国外销售	961.54	174.07	18.10%	1,595.28	528.85	33.15%
合计	3,602.70	2,301.26	63.88%	3,760.73	2,899.77	77.11%

此外，虽然 2008 年末公司前五大应收账款经销商的应收账款余额为 539.66 万元，高于 2007 年末公司前五大应收账款经销商的应收账款余额数（500.69 万元），但是占当期公司向其销售金额合计数的比率已由 2007 年的 36.39%下降到了 22.63%。

B.2009 年末应收账款余额增长的原因

2009 年末应收账款余额较 2008 年增加 1,706.15 万元，主要是 1 年以内的

应收账款增加了 1,688.13 万元。出于国内外经济复苏的考虑，公司逐渐恢复了付款信用较好的国内经销商的信用政策，同时随着国外市场需求量的增加，2009 年营业收入较 2008 年增长 4,499.39 万元，尤其 2009 年四季度销售出现了较大幅度的增长，内销和外销收入较上年同期分别增长 1,223.68 万元和 750.65 万元，使得当年应收账款余额增长较大，具体情况如下：

项目	2009 年			2008 年		
	4 季度销售（万元）	期末应收账款余款（万元）	期末应收账款余款占 4 季度销售比重	4 季度销售（万元）	期末应收账款余款（万元）	期末应收账款余款占 4 季度销售比重
国内销售	3,864.83	3,392.05	87.77%	2,641.15	2,127.19	80.54%
国外销售	1,712.19	615.36	35.94%	961.54	174.07	18.10%
合计	5,577.02	4,007.41	71.86%	3,602.70	2,301.26	63.88%

此外，虽然 2009 年末公司前五大应收账款经销商的应收账款余额为 1,023.39 万元，相对 2008 年末公司前五大应收账款经销商的应收账款余额增长了 89.64%，但是占当期公司向其销售金额合计数的比率为 22.37%，相对 2008 年度下降了 0.27 个百分点，与公司当期销售规模增长基本保持一致。

C.2010 年 6 月末应收账款余额增长的原因

2010 年 6 月末应收账款余额较 2009 年末增加 329.06 万元，主要系随着销售规模的增大而发生的自然增长。其中，2010 年 2 季度产品销售收入较 2009 年 4 季度增长 229.82 万元，与此同时，公司放宽了部分优质客户的信用期限，使得 2010 年 6 月末应收账款余额出现增长，具体情况如下：

项目	2010 年 1-6 月			2009 年		
	2 季度销售（万元）	期末应收账款余款（万元）	期末应收账款余款占 2 季度销售比重	4 季度销售（万元）	期末应收账款余款（万元）	期末应收账款余款占 4 季度销售比重
国内销售	3,742.41	3,635.67	97.15%	3,864.83	3,392.05	87.77%
国外销售	2,064.43	700.80	33.95%	1,712.19	615.36	35.94%
合计	5,806.84	4,336.47	74.68%	5,577.02	4,007.41	71.86%

此外， 虽然 2010 年 6 月末公司前五大应收账款经销商的余额合计数为 1,153.77 万元，相对 2009 年末公司前五大应收账款经销商的余额合计数增长了

130.38 万元，增长幅度为 12.74%，但考虑到 2010 年第 2 季度相对 2009 年 4 季度公司总体销售收入增长了 4.12%，说明公司仍能保持较为稳健的信用政策。

④公司应收账款整体增加与业务增长相适应

公司针对国内经销商采取的是“授信额度+授信期限”的综合收款方式；针对国外经销商采取的是 T/T 或 L/C 收款方式。除 T/T 模式下不产生应收账款外，其他收款模式都会产生对应的应收账款。业务规模快速增长，必然导致应收账款余额持续增加。

报告期内，随着市场竞争能力的持续增强，公司产品销售保持快速增长。公司营业收入已由 2007 年度的 11,094.48 万元增长到了 2009 年度的 18,331.43 万元，整体增长了 65.23%；2010 年 1-6 月期间，公司营业收入已达到 10,309.58 万元。与此对应，公司的应收账款已由 2007 年末 2,899.77 万元增长到 2010 年 6 月 30 日的 4,336.47 万元，整体增长了 49.55%，具体情况如下：

单位：万元

期间	2010 年 1-6 月	2009 年度	2008 年度	2007 年度
营业收入	10,309.58	18,331.43	13,832.05	11,094.48
报告日	2010 年 6 月 30 日	2009年12月31日	2008年12月31日	2007年12月31日
应收款余额	4,336.47	4,007.41	2,301.26	2,899.77

⑤应收账款的持续提升未影响公司整体财务质量

A.公司整体保持良好的财务质量

虽然报告期内公司应收账款持续增加，但是公司仍然保持了良好的财务状况，公司应收账款周转率情况如下：

项目	2010 年 1-6 月	2009 年度	2008 年度	2007 年度
应收账款周转率（次/年）	4.94	6.19	5.66	5.13
应收账款周转天数（天）	72.84	58.97	64.49	71.15

注：2010 年 1-6 月的应收账款周转率已换算成年度周转率，但未考虑行业的季节性因素;如考虑行业季节性因素(一般1-6月的销售约为全年销售的40%)应收账款周转率为6.18。

如上表所示，虽然公司应收账款持续增加，但是随着公司市场竞争能力的不断增强，整体议价能力不断提升，公司应收账款周转率呈现逐步增加的趋势，应收账款的周转天数逐步降低，报告期内公司应收账款增长幅度整体小于营业收入

增长的幅度。

B.公司应收账款周转率高于同行业公司

报告期内，公司与可比上市公司应收账款周转率情况如下：

可比公司	2010年1-6月	2009年度	2008年度	2007年度
乐通股份	3.50	3.70	4.53	4.83
天龙集团	2.83	3.05	2.75	2.55
本公司	4.94	6.19	5.66	5.13

注：乐通股份（SZ002319）和天龙集团（SZ300063）相关数据均来自相关公司公开披露文件，后同；乐通股份和天龙集团2010年1-6月份应收账款周转率按其已披露的2010年半年报数据乘以2换算而来。

C.应收账款持续增长未影响公司正常运营

报告期内公司具有良好的经营活动现金流，经营活动现金流量净额分别为421.71 万元、1,490.21 万元、2,311.84 万元和 1,815.81 万元，处于总体上升趋势，其中 2010 年 1-6 月已超出当期净利润的 28.97%。随着公司业务规模扩大，公司与供应商谈判地位的提升，公司经营性应付金额持续增加，从总体上增加了公司的经营活动现金流，使得公司具有充足的流动资金进行日常的生产经营活动，可见应收账款余额的持续增长并未影响公司的正常运营。

D.应收账款的管理措施

公司针对客户分散的特点，一直将应收账款的控制和回收作为销售工作的重点，制定了相关的制度和控制措施，将应收账款余额控制在合理范围内，并强化应收账款的监督，加大催款执行力度。

公司对应收账款的管理采取了如下措施：建立了应收账款汇款考核管理制度，把应收账款管理作为业务部门、财务部门的重要考核指标，并建立了应收账款和现金流的每日报告制度；建立了公司客户和应收账款管理系统，对客户信誉和经营情况进行长期跟踪，对应收账款情况及时预警；加强对业务员的责任管理，建立了应收账款回款奖惩制度；加强发函和对账的日常管理。

⑥1年内应收账款账龄分析

通常公司给予客户的信用期限为60-90天，各期末60-90天内的应收账款占账龄1年内应收账款的比重分别为83.80%、87.69%、96.52%和93.91%，呈上升趋势，

具体情况如下：

单位：万元

账 龄	2010 年 6 月 30 日		2009年12月31日		2008年12月31日		2007年12月31日	
	金额	比重	金额	比重	金额	比重	金额	比重
60天以内	3,160.06	74.90%	3,319.13	85.10%	1,728.09	78.12%	1,962.45	71.49%
61-90天	801.89	19.01%	445.26	11.42%	211.65	9.57%	337.97	12.31%
90-180天	163.17	3.87%	127.16	3.26%	173.09	7.82%	318.10	11.59%
181天-1年	94.18	2.22%	8.93	0.22%	99.52	4.49%	126.77	4.61%
合 计	4,219.30	100.00%	3,900.48	100.00%	2,212.35	100.00%	2,745.29	100.00%

报告期各期末，公司账龄1年内应收账款以信用期内的应收账款为主，且比重呈上升趋势。公司存在部分超过信用期的应收款项，其形成主要在于公司给予国内经销商的授信额度都是年初签订经销合同时约定数，而公司部分国内经销商在相应报告期内业务快速发展，信用额度不能满足经销商市场扩张的需求。公司借助扁平化经销模式，能够了解到相应经销商面向的印刷企业具体需求变化情况，从而在业务过程中会对应增加相关经销商的授信额度和期限。

截至2010年6月末，公司与可比上市公司1年以内的应收账款比例如下：

名称	账龄	比例
乐通股份	一年以内	89.24%
天龙集团	一年以内	94.88%
本公司	一年以内	97.30%

与可比上市公司相比，公司1年以内的应收账款情况良好，符合行业特点。

⑦超过信用期的应收账款情况

随着公司市场竞争能力地不断增强，公司应收账款管理制度地不断严格执行，报告期内，超过信用期的应收账款总体呈现逐步下降的趋势，已由 2007 年末的 817.26 万元下降到 2010 年 6 月末的 464.26 万元，同时占各期期末应收账款余额的比率也由 2007 年末的 28.18%下降为 2010 年 6 月末的 10.71%，具体情况如下：

报告期日	信用额度下		超信用额度		合计	
	金额（万元）	占期末应收账款余额的比率	金额（万元）	占期末应收账款余额的比率	金额（万元）	占期末应收账款余额的比率
2010 年 6 月末	286.80	6.61%	177.46	4.09%	464.26	10.71%
2009 年年末	171.51	4.28%	194.84	4.86%	366.35	9.14%
2008 年年末	311.56	13.54%	203.00	8.82%	514.56	22.36%
2007 年年末	522.53	18.02%	294.73	10.16%	817.26	28.18%

公司仅对国内经销商采取“授信额度+授信期限” 收款方式，超过信用期的应收账款都来自于国内经销商；在国内经销商的收款方式下，存在部分在信用额度内的超过信用期的应收账款，报告期内信用额度下的超期应收账款分别占当期超期应收账款的比率为 63.94%、60.55%、46.82%和 61.78%，此部分超期应收账款与公司面向国内经销商销售的收款方式相适应。

此外，公司还存在一部分既超过信用期限又超过信用额度的应收账款，这主要由报告期内业务发展较好的经销商（在报告期中，公司延长其信用期限），以及业务发展较差的经销商所共同构成。随着公司针对经销商信用评价、信用管理制度的完善和严格执行，该部分超过信用额度的超期应收账款逐步减少，已由 2007 年末的 294.73 万元减少至 2010 年 6 月末的 177.46 万元，占期末应收账款余额的比率也由 2007 年末的 10.16%下降到 2010 年 6 月末的 4.09%。

综上所述，虽然报告期内公司存在一定数量的超过信用期的应收账款，但其总体金额呈逐步下降趋势；且其中大部分属于公司给予其授信额度的应收账款；公司存在部分既超过信用期限又超过信用额度的应收账款，这主要受部分经销商业务发展状况影响，随着公司针对经销商信用评价、信用管理制度的完善和严格执行，该部分应收账款金额、占期末应收账款余额的比率在逐步降低。

⑧应收账款坏账准备计提情况

报告期内，公司坏账损失的核算采用备抵法，计提坏账准备的方法为账龄分析法并结合个别认定法，按应收账款期末余额的一定百分比提取坏账准备。公司与可比上市公司的坏账准备计提比例如下：

乐通股份		天龙集团		本公司	
账龄	比例	账龄	比例	账龄	比例
1年以内	5%	183天以内	1%	1年以内	5%
1-2年	10%	183天至1年	5%	1-2年	10%
2-3年	30%	1-2年	20%	2-3年	20%
3-5年	50%	2-3年	50%	3-4年	40%
5年以上	100%	3年以上	100%	4年以上	100%

公司管理层认为：与可比上市公司相比，公司坏账准备计提政策谨慎、合理，符合行业特点。报告期内，公司应收账款坏账准备计提情况如下：

账 龄	2010年6月30日		2009年12月31日		2008年12月31日		2007年12月31日	
	余额（万元）	坏账准备	余额（万元）	坏账准备	余额（万元）	坏账准备	余额（万元）	坏账准备
单独计提坏账准备的款项	41.04	41.04	26.60	26.60	21.69	21.69	19.82	19.82
1年以内	4,219.30	210.96	3,900.48	195.02	2,212.35	110.62	2,745.30	137.26
1-2年	43.02	4.30	47.89	4.79	29.12	2.91	110.43	11.04
2-3年	15.31	3.06	3.62	0.72	31.02	6.20	24.22	4.84
3-4年	17.80	7.12	28.82	11.53	7.08	2.83	-	-
4年以上	-	-	-	-	-	-	-	-
合 计	4336.47	266.48	4,007.42	238.67	2,301.26	144.25	2,899.77	172.96

报告期内，公司综合应收账款坏账准备计提比例为5.96%、6.59%、5.96%和6.15%。公司制定坏账准备计提比例时，本着谨慎、合理的原则，充分考虑油墨行业的特点、收款结算方式、历史信用经验、债务单位的实际财务状况和现金流量等相关信息。公司给予客户回款期为2-3个月，因此账龄在1年以内的应收款项基本为正常业务往来款项，回收难度相对较小，坏账准备计提比例总体合理；随着账龄延长，回收难度相应增加，坏账准备计提比例相对提高。报告期内，公司应收账款回收情况良好。

根据应收账款账龄表可知，2007 年末、2008 年末和 2009 年末 1 年内应收账款基本上在下一年度收回金额，具体情况如下表：

时点	1年内余额（万元）	下一年度收回金额（万元）	收回比例
2007年末	2,745.30	2,716.18	98.94%
2008年末	2,212.35	2,164.46	97.84%
2009年末	3,900.48	3,857.46	98.90%

由上表可知，报告期各期末公司1年内应收账款在下一年收回比例分别为98.94%、97.84%和98.90%，各年比例稳定且均超过95%，可见公司对账龄1年内的应收账款按5%计提坏账准备是充分、谨慎的。截至2010年6月末，公司与可比上市公司综合应收账款坏账准备计提比例如下：

单位：万元

项　目	坏账准备余额	应收账款余额	综合计提比例
乐通股份	1,307.03	13,897.26	9.40%
天龙集团	295.47	9,944.45	2.97%
本公司	266.48	4,336.47	6.15%

与可比上市公司相比，公司综合应收账款坏账准备计提谨慎、合理，符合行业特点。

总之，虽然公司各期末应收账款余额相对较大，但由于客户质量优秀，账期较短，形成坏账的风险很低，符合公司所处阶段和行业的特点。

（3）存货

截至2010年6月末，公司存货余额为3,247.57万元，占流动资产比例为23.49%。报告期内公司存货构成具体情况如下表：

单位：万元

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	
	金额	比重	金额	比重	金额	比重	金额	比重
原材料	1,167.93	35.96%	1,439.74	49.68%	731.00	26.97%	905.53	33.47%
库存商品	1,515.12	46.65%	1,149.16	39.65%	1,565.36	57.74%	1,134.21	41.92%
在产品	564.52	17.39%	309.40	10.67%	414.51	15.29%	665.87	24.61%
合 计	3,247.57	100%	2,898.30	100%	2,710.87	100%	2,705.61	100%

①存货的构成

公司的存货主要由原材料和库存商品所构成，在产品相对较少。这主要基于本公司生产过程采用的是“基墨组”生产模式，该生产模式能够相对快速由油墨中间体——基墨生产出客户所需要的油墨产品，随着公司基墨组的不断完善，在产品占存货的总体比率在逐步降低。

公司原材料主要是为生产而采购的树脂、植物油、矿物油、颜料和助剂等，公司按“储备生产+订单生产”的模式组织生产，储备生产模式下公司根据经销商的年度采购意向、产品的出货情况及其规律，制定出相应产品及基墨的最低储备量标准；订单模式下公司根据客户（主要外销客户和部分专色产品客户）的订单组织生产。因此各期末原材料和库存商品的库存情况主要取决于经销商下一年度采购意向以及当期期末的订单情况。

②原材料余额变动情况分析

2007年末、2008年末、2009年末和2010年6月末的原材料余额分别为905.53万元、731.00万元、1,439.74万元和1,167.93万元，存在一定的波动，变动幅度分别为-19.27%、96.95%和-18.88%，造成原材料余额波动的主要原因是营业收入的变化及原材料价格波动。公司保有原材料的主要目的是为下一阶段生产的预备，报告期内原材料余额波动主要受各报告期最后1个季度公司业务发展状况，及公司对下一期业务发展状况判断影响。

2008年末公司原材料余额下降主要在于：受2008年全球金融危机影响，公司主动放弃了部分可能存在风险的订单，使得2008年4季度销售同比出现下降，从而减少了当期公司业务对原材料的需求。2009年末公司原材料余额上升主要在于：2009年4季度公司实现了较好的业务发展，而与此同时经销商又表现了良好的需求意向，特别境外经销商订单量上升较快，因此公司为业务发展需要储备了较多的原材料。2010年6月末，公司针对2010年1-6月良好的销售业绩，以及下半年作为行业旺季的到来需要，仍储备了较多的原材料。

③库存商品余额变动情况分析

公司按“储备生产+订单生产”的模式组织生产，储备生产模式下公司会根据经销商的年度采购意向、产品的出货情况及其规律，制定出相应产品及基墨的最低储备量标准，一般会为国内经销商储备30-60天产品库存；订单生产模式下

公司主要根据国外客户的订单组织生产，一般在接到订单后才组织原材料采购，故国内经销商的销售情况是期末库存商品余额变动的主要原因。

A.各期末库存商品备货情况如下：

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
库存商品金额（万元）	1,515.12	1,149.16	1,565.36	1,134.21
库存商品数量（吨）	893.92	705.22	886.73	634.16
当期最后一季度销量（吨）	2,661.35	2,434.02	1,570.76	1,794.70
备货天数（天）	30	26	51	32

各期末公司库存商品余额的增长主要是随公司业务规模的大幅增长需要足够的库存以备销售所导致。库存商品的备货天数除2008年末较高外，其余均保持在30天左右，与公司各时点销售情况相一致。

B.2008年公司库存商品余额较高的原因

公司生产通常是根据合同或订单情况以销定产，2008年四季度受金融危机的影响，公司整体缩紧了销售政策，针对外销订单要求支付方式由L/C转向T/T，因此国外销售受到较大影响，销售额由上年同期1,595.28万元降至961.54万元，降低633.74万元；针对国内的销售，公司收紧了经销商信用额度管理，杜绝超信用额度外的销售；而与此同时，公司主要内销区域受冲击相对较小，2008年四季度国内销售额已由上年同期2,165.45万元增长至2641.15万元，增长475.70万元。

外销订单的下降使得公司长期存在的产能瓶颈在此期间获得缓解；国内经销商整体销售状况良好又使得公司必须为国内经销商储备对应需求的产品库存，而严格的信用额度管理迫使部分当期订单被迫推迟发货，导致当期库存商品金额出现较大增长。随着经销商将未付款规模控制在信用额度之内后，公司根据信用政策约定发出产品，2008年末库存商品已在2009年实现销售。

④存货质量分析

报告期内，公司按存货成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备，同时结合期末存货盘点情况，公司对部分专色产品计提了存货跌价准备，除此之外未对其他库存商品计提存货跌价准备，具体情况如下：

单位：万元

年　度	期初数	本期计提	本期减少		期末数
			转回	转销	
2007年	-	-	-	-	-
2008年	-	28.91	-	-	28.91
2009年	28.91	22.74	-	28.91	22.74
2010年1-6月	22.74	27.92	-	9.80	40.86

公司采用行业领先的扁平化经销模式，该模式下公司销售更能贴近市场，能够及时获得印刷企业的需求，同时通过与印刷企业合作攻关，能及时推出适合客户需求的专色产品。在具体运营中，公司会根据客户订单生产专色产品，但为了保证客户印刷过程原材料持续性，公司会在订单基础上多生产少量专色产品以备客户临时性需求变动；相应专色产品具有客户需求独特性，且产品都具有一定的保质期。因此，在每期期末公司会对超过保质期的专色产品按其成本金额全额计提跌价准备。报告期各期末，库存商品可变现净值测试情况如下：

单位：元/公斤

项目		单位售价	相关税费	可变净值	存货成本	测试结果
2010 年 6 月 30 日	快干亮光型	20.82	2.19	18.63	16.31	未减值
	高光泽型	25.21	2.66	22.55	18.64	未减值
	高光泽型	22.60	2.38	20.22	16.31	未减值
2009 年 12 月 31 日	快干亮光型	21.32	2.38	18.94	15.32	未减值
	高光泽型	25.74	2.87	22.87	18.21	未减值
	高光泽型	22.52	2.51	20.01	16.53	未减值
2008 年 12 月 31 日	快干亮光型	21.80	2.84	18.96	17.34	未减值
	高光泽型	26.64	3.47	23.17	18.54	未减值
	高光泽型	24.13	3.14	20.99	18.40	未减值
2007 年 12 月 31 日	快干亮光型	21.02	2.05	18.97	17.37	未减值
	高光泽型	24.01	2.35	21.66	19.54	未减值
	高光泽型	27.10	2.65	24.45	20.65	未减值

注：单位售价取自当年平均售价，相关税费=销售单价*(当年销售费用率+相关税率)

报告期各期末库存商品可变现净值均高于存货成本，公司期末持有的原材料和在产品均为生产而持有，其至完工所需成本与各期末产成品相关成本一致，以最终产成品可变现净值可知，各期末原材料和在产品可变现净值同样高于存货成本。故公司期末除过期的专色产品外的其他产品不存在减值情况。

⑤存货周转情况分析

报告期内公司存货周转率情况如下：

项目	2010 年 1-6 月	2009 年度	2008 年度	2007 年度
存货周转率（次/年）	5.04	4.71	3.97	3.27
存货周转天数（天）	71.42	77.49	91.93	116.62

注：2010 年 1-6 月的存货周转率已换算成年度周转率，但未考虑行业的季节性因素；如考虑行业季节性因素（一般 1-6 月的销售约为全年销售的 40%）存货周转率为 6.30。

报告期内公司存货周转速度不断上升，存货周转率分别为 3.27、3.97、4.71 和 5.04，呈上升趋势，存货周转率上升的主要原因是：公司采用“储备生产+订单生产”模式，根据主导产品的出货情况及其规律，制定主导产品的最低储备量，以保证产品供应，尽管这几年的销售规模不断增长，但随着公司存货管理水平的提升，产成品控制在合理范围内，较好地控制了存货水平；随着公司技术能力的不断提升，公司产品、品牌越来越得到国内外客户的认同，公司产品销售期明显缩短，市场越来越体现出供不应求的状况。

报告期内可比上市公司存货周转率情况如下：

可比公司	2010年1-6月	2009年度	2008年度	2007年度
乐通股份	4.33	4.51	6.24	6.19
天龙集团	3.45	3.69	4.18	4.24
本公司	5.04	4.71	3.97	3.27

注：乐通股份和天龙集团 2010 年 1-6 月份存货周转率按其已披露 2010 年中报数据乘以 2 换算而来。

综上所述，公司存货一直保持良好的销售状况，与市场需求相适应。

经核查，保荐人和发行人会计师认为,发行人成本核算和结转符合会计政策和发行人会计制度的要求,发行人报告期内营业成本的结转真实、配比。

3、非流动资产构成及变动分析

单位：万元

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	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
固定资产	3,599.32	54.95%	3,396.95	84.34%	2,860.28	78.33%	2,400.64	79.13%
在建工程	119.56	1.83%	51.75	1.28%	203.84	5.58%	-	-
无形资产	2,771.52	42.31%	537.09	13.33%	552.31	15.13%	556.44	18.34%
长期待摊费用	6.30	0.10%	-	-	-	-	-	-
递延所得税资产	53. 35	0.81%	42.09	1.04%	34.94	0.96%	76.87	2.53%
合 计	6,550.06	100.00%	4,027.88	100.00%	3,651.37	100.00%	3,033.95	100.00%

公司非流动资产主要是固定资产和无形资产（土地使用权），其增减变动决定了公司非流动资产的变动。

（1）固定资产

①固定资产质量

截至2010年6月末，公司固定资产全部为公司正常生产经营所需的房屋建筑物、机器设备等，资产状况良好，固定资产综合成新率72.64%，无闲置资产。

公司账面固定资产主要为近年来购建，报告期内，各单项资产或资产组未发生因市价大幅度下跌、陈旧、损坏、长期闲置和经济绩效低于预期等情况而导致可收回金额低于其账面价值的情况，故未计提固定资产减值准备。

②固定资产变动情况

单位：万元

	房屋建筑物	机器设备	运输设备	电子设备	其他设备	合计
一、原值						
2007年12月31日	1,196.61	1,555.08	132.60	57.66	67.73	3,009.68
本期增加	22.12	749.68	-	15.65	21.62	809.07
本期减少	16.10	24.65	15.33	9.41	-	65.49
2008年12月31日	1,202.62	2,280.11	117.27	63.90	89.36	3,753.25
本期增加	532.50	379.82	-	19.79	24.07	956.18
本期减少	68.27	29.06	6.95	9.26	-	113.54

2009年12月31日	1,666.85	2,630.87	110.32	74.43	113.42	4,595.88
本期增加	81.02	341.64	-	4.29	4.08	431.02
本期减少	-	72.17	-	-	-	72.17
2010年6月30日	1,747.87	2,900.33	110.32	78.71	117.50	4,954.73
二、累计折旧						
2007年12月31日	84.12	405.36	44.49	41.46	33.61	609.04
本期增加	57.77	198.90	21.38	5.26	26.73	310.06
本期减少	2.92	1.52	12.75	8.94	-	26.13
2008年12月31日	138.98	602.74	53.13	37.78	60.34	892.97
本期增加	63.08	234.39	15.58	17.94	8.54	339.53
本期减少	13.56	6.80	4.40	8.80	-	33.56
2009年12月31日	188.50	830.34	64.30	46.92	68.87	1,198.93
本期增加	39.14	124.63	17.21	5.77	5.69	192.44
本期减少	-	35.96	-	-	-	35.96
2010年6月30日	227.64	919.01	81.51	52.69	74.56	1,355.41
三、减值准备						
2007年12月31日	-	-	-	-	-	-
2008年12月31日	-	-	-	-	-	-
2009年12月31日	-	-	-	-	-	-
2010年6月30日	-	-	-	-	-	-
四、账面价值						
2007年12月31日	1,112.48	1,149.72	88.11	16.20	34.13	2,400.64
2008年12月31日	1,063.64	1,677.37	64.14	26.11	29.02	2,860.28
2009年12月31日	1,478.35	1,800.53	46.01	27.50	44.55	3,396.95
2010年6月30日	1,520.23	1,981.32	28.80	26.02	42.94	3,599.32

报告期内，公司固定资产主要是与生产经营紧密相关的房屋建筑物和机器设备，两者所占比重始终保持在90%以上。2009年末房屋建筑物原值比2008年末增加464.23万元，增长38.60%，主要系公司建造的包装车间投入使用所致。报告期

内，随着经营规模的不断扩大，机器设备投资增长较快，从2007年末的1,566.28万元增长至2010年6月末的2,900.33万元，其中2008年末比2007年末增加725.01万元，增长46.29%，主要是2008年初进口价值约650万元的机器设备所致。公司固定资产各年变动不大，主要系公司成立初期，外部可利用资金有限，在保证核心产品生产能力的前提下，公司对固定资产的增加进行了精心规划和通盘考虑，从而各年固定资产呈现稳定的增长。

随着公司业务规模的快速扩大，仅靠自身滚动发展投入远跟不上公司业务发展的需要，公司拟通过本次募集资金投资项目的实施，新增设备和厂房，产能将有所扩大，技术创新能力也进一步增强，公司核心竞争优势将进一步体现。

③固定资产抵押情况

截至2010年6月末，公司无固定资产用于抵押以取得银行借款。

（2）无形资产

单位：万元

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	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
土地使用权	2,756.63	99.46%	521.12	97.03%	532.36	96.39%	543.34	97.65%
专利权	8.17	0.29%	8.67	1.61%	9.67	1.75%	-	-
用友财务软件	-	-	-	-	1.91	0.35%	3.67	0.66%
配色软件	6.73	0.25%	7.31	1.36%	8.37	1.52%	9.43	1.69%
合　计	2,771.52	100%	537.09	100%	552.31	100%	556.44	100%

报告期内，公司无形资产结构保持相对稳定，主要是土地使用权，其占无形资产的比重超过96%。2010年6月末较2009年末增加2,234.43万元，主要系新增募投项目用地所致。截至2010年6月末，公司拥有土地使用权面积共计9.81万平方米，原始购置金额为2,793.87万元，均为出让方式购入，账面净值为2,756.63万元，按土地使用年限摊销。专利权系受让东吴染料两项发明专利，作价10万元，截至2010年6月末账面价值为8.17万元。

每年年度终了，公司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，相关资产不存在可收回金额低于其账面价值的情形。

截至2010年6月末，公司部分土地使用权用于抵押以取得银行借款，详见本节“十三、资产负债表日后事项、或有事项及其他重要事项”。

（二）负债结构分析

报告期内，公司负债结构如下：

单位：万元

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	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
短期借款	1,488.94	21.83%	1,440.00	25.94%	940.00	23.71%	1,000.00	17.88%
应付票据	558.00	8.18%	873.06	15.73%	1,219.08	30.75%	2,159.00	38.59%
应付账款	4,050.48	59.39%	2,595.90	46.77%	1,365.49	34.44%	1,736.91	31.05%
预收账款	293.33	4.30%	211.35	3.81%	315.95	7.97%	258.86	4.63%
应付职工薪酬	96.45	1.41%	104.90	1.89%	72.15	1.82%	69.99	1.25%
应交税费	277.27	4.07%	318.60	5.74%	44.79	1.13%	351.81	6.29%
其他应付款	56.06	0.08%	6.85	0.12%	7.52	0.18%	17.65	0.31%
负债合计	6,820.54	100.00%	5,550.66	100.00%	3,964.98	100.00%	5,594.22	100.00%

公司负债均为流动负债，其中以短期借款、应付票据和应付账款为主，2010年6月末，三者占负债总额的比例分别为21.83%、8.18%和59.39%。公司目前负债规模和结构合理符合业务发展需要，2010年6月末公司资产负债率为33.76%，处于较为合理的状况，对供应商货款的偿付较为及时，公司偿债能力指标良好。

1、短期借款

报告期内公司短期借款余额分别为1,000.00万元、940.00万元、1,440.00万元和1,488.94万元，2009年末比2008年末增加500.00万元，系公司业务规模快速扩张带来对流动资金的需求增大，公司需借助增加银行借款来满足日常经营活动对资金的需要。截至2010年6月末，公司短期借款具体内容详见下表：

单位：万元

借款类型	借款金额	年利率	借款期限	借款银行
抵押	278.00	4.779%	2010.2.26-2011.2.10	农业银行
信用	222.00	4.779%	2010.2.26-2011.2.10	农业银行
信用	500.00	4.779%	2010.2.12-2011.1.25	农业银行
美元信用	271.64	2.25069%	2010.6.30-2010.12.30	农业银行
美元信用	217.31	2.033%	2010.6.30-2010.9.30	农业银行

2、应付账款

报告期内，公司应付账款包括应付原材料款、应付工程款及设备款和应付运输费，主要内容如下：

单位：万元

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	
	金额	比重	金额	比重	金额	比重	金额	比重
应付原材料款	3,585.74	88.53%	2,332.01	89.83%	1,295.99	94.91%	1,661.53	95.66%
应付工程款及设备款	245.39	6.06%	100.31	3.86%	57.82	4.23%	57.53	3.31%
应付运输费	185.03	4.57%	156.41	6.03%	9.39	0.69%	8.10	0.47%
其他	34.32	0.84%	7.17	0.28%	2.30	0.17%	9.75	0.56%
合 计	4,050.48	100%	2,595.90	100%	1,365.50	100%	1,736.91	100%

公司一般与供应商的结账周期为30-60天。公司会根据主要经销商年度需求意向或上月产品出货情况，分别形成年度原材料采购计划或采购订单。针对年度原材料采购计划，公司会与原材料供应商就主要原材料签订年度框架协议，约定全年各个月度供应商向发行人预留的原材料数量范围、交货时间、原材料定价依据、结算方式等。针对采购订单，公司以年度采购计划为基础，通过商务平台或者其他书面形式向供应商采购相应的原材料。

报告期各期末应付账款以应付原材料款为主，各期末应付原材料款的变动决定了应付账款余额的变动，应付原材料款变动幅度分别占当期应付账款变动幅度的86.19%、84.20%和98.42%，具体变动原因如下：

2008年4季度公司出于对全球金融危机冲击的考虑，相应减少了部分具有一定风险的订单，4季度公司销量同比下降了223.94吨，公司也相应减少了原材料采购量；在2008年金融危机冲击下，原材料价格也具有较大幅度的降低，以大连商品交易所豆油为例，2007年末价格约11,450元/吨，2008年末已下降至约7,150元/吨。受上述因素影响，公司2008年第4季度原材料等采购相应减少470.05万元，应付账款同比出现了下降。

2009年随着经济形势的逐步好转，1至4季度公司产品销量相对2008年同期呈现逐步提升，其中第4季度销量同比增长了998.26吨，公司也相应增加了原材料

采购量数量；而与此同时，原材料价格也有一定程度的提升，以大连商品交易所豆油为例，2009年末价格达到了7,700元/吨。受上述因素影响，公司2009年第4季度原材料等采购相应增加1,703.02万元，导致2009年末应付账款余额同比有所增加。

2010年1至6月公司业务获得进一步快速发展，2010年2季度销售量已超出2009年4季度销量 92.33吨；同时，报告期内公司产品上半年/下半年产品销量比率约40/60，为满足2010年下半年业务发展需要，公司增加了产品储备，导致2010年2季度采购原材料金额较2009年4季度增加254.42万元；此外，受公司业务量的扩大、合作期间的良好信誉等因素影响，2010年公司和供应商订立采购合同时，信用期限得到了进一步的延长，例如主要供应商天津市北辰区渤海植物油厂和杭州富源罐业有限公司将信用期延长了60天，因此导致2010年6月末公司应付账款余额进一步增加。

通过近几年的发展，公司在相关原材料的供应上已与主要供应商形成了稳定的合作关系，从而保证了原材料更为快速、及时的供应，并且原材料的品质能够得到保证。

经核查，保荐人认为：报告期内发行人应付账款余额的增加主要由公司采购规模的增加所致，以及业务规模的增长使得发行人与供应商的谈判地位提升，发行人获得了更为宽松的信用政策。

3、应交税费

2010年6月末，2009年末、2008年末和2007年末公司应交税费余额分别为277.27万元、318.60万元、44.79万元和351.81万元。2008年末应付税费余额比2007年末减少307.02万元，减少比例87.27%，主要原因为：2008年12月9日公司被认定为省级高新技术企业，享受15%的企业所得税税率优惠，2008年第四季度抵减当年第一至第三季度按25%税率多预缴部分的企业所得税。

（三）所有者权益变动分析

报告期内公司所有者权益变动情况如下：

单位：万元

所有者权益	2010 年 6 月 30 日	2009 年 12 月 31 日	2008 年 12 月 31 日	2007 年 12 月 31 日
股本	5,500.00	5,500.00	5,000.00	5,000.00
资本公积	1,720.07	1,720.07	756.44	-
盈余公积	475.39	475.39	165.85	96.97
未分配利润	5,686.42	4,278.53	1,492.69	872.74
股东权益合计	13,381.89	11,973.99	7,414.98	5,969.71

1、股本

报告期内公司股本变动情况如下：

单位：万元

股东名称	2010 年 6 月 30 日	2009 年 12 月 31 日	2008 年 12 月 31 日	2007 年 12 月 31 日
吴贤良	2,750.00	2,750.00	2,750.00	2,750.00
吴艳红	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00
盛建刚	500.00	500.00	500.00	500.00
苏州元盛	500.00	500.00	500.00	500.00
徐　莹	250.00	250.00	250.00	250.00
国嘉创投	350.00	350.00	-	-
相城创投	150.00	150.00	-	-
合　计	5,500.00	5,500.00	5,000.00	5,000.00

报告期内，公司股本（实收资本）变动情况详见本节 “十二、发行人历次验资情况”。

2、资本公积

报告期内公司资本公积变动情况如下：

单位：万元

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
股本溢价	1,720.07	1,720.07	756.44	-

2008年3月11日，根据发起人协议，将科斯伍德有限经审计的截至2007年10月31日止的净资产5,756.44万元按1.15：1比例折成股份，将公司整体变更为股份有限公司，合计为5,000万股，净资产大于股本部分756.44万元计入股份有限公司资本公积。

2009年12月18日，科斯伍德2009年度第三次临时股东会决议，同意国嘉创投以1,024.55万元向股份有限公司增资，其中股本350.00万股，资本公积674.55万元；同意相城创投以439.09万元向股份有限公司增资，其中股本150.00万股，资本公积289.09万元；本次增资共计增加股本500.00万股，增加资本公积963.64万元。

3、盈余公积

报告期内公司盈余公积变动情况如下：

单位：万元

年　度	期初余额	本期增加	本期减少	期末余额
2007年度	3.70	93.27	-	96.97
2008年度	96.97	144.53	75.64	165.85
2009年度	165.85	309.54	-	475.39
2010年1-6月	475.39	-	-	475.39

报告期内盈余公积增减变动原因如下：

①盈余公积增加系公司按当年净利润的10%计提盈余公积金；

②2008年盈余公积减少系股份公司设立时将净资产折股，将盈余公积75.64万元转入资本公积。

4、未分配利润

报告期内公司未分配利润变动情况如下：

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
期初未分配利润（万元）	4,278.53	1,492.69	872.74	33.33
加：本期净利润（万元）	1,407.89	3,095.38	1,445.27	932.68
减：提取法定盈余公积（万元）	-	309.54	144.53	93.27
减：其他（万元）	-	-	680.79	-
期末未分配利润（万元）	5,686.42	4,278.53	1,492.69	872.74

报告期内，公司未分配利润的增减变动原因如下：

①未分配利润增加系当期实现净利润增加未分配利润所致；

②2008年3月，科斯伍德有限以经审计的2007年10月31日的净资产整体折股变更为股份有限公司，将未分配利润680.79万元转入资本公积。

（四）偿债能力分析

报告期内公司相关偿债指标如下：

财务指标	2010 年 6 月 30 日	2009 年 12 月 31 日	2008 年 12 月 31 日	2007 年 12 月 31 日
流动比率（倍）	2.00	2.43	1.95	1.52
速动比率（倍）	1.53	1.91	1.27	1.04
资产负债率（%）	33.76	31.67	34.84	48.38
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）	1,898.37	4,047.65	2,177.77	1,743.80
利息保障倍数（倍）	50.09	54.70	15.62	17.52

报告期内，公司资产负债率呈下降趋势，2010年6月30日公司资产负债率为33.76%，公司资产负债的结构合理。报告期内经营活动产生的净现金流量分别为421.71万元、1,490.21万元、2,311.84和1,815.81万元，经营性现金流量充足，与现有主营业务规模相匹配，公司具有较强的偿债能力。

报告期内流动比率分别为1.52、1.95、2.43和2.00，速动比率分别为1.04、1.27、1.91和1.53，呈逐年上升趋势，公司短期变现能力较高，短期偿债能力较强。同时，公司保持了较为经济合理的存货水平，2010年6月末存货在流动资产中的比重为23.49%，因此流动资产的可变现性较强、变现速度较快，足以偿付到期的流动负债。

公司付息债务水平较好，息税折旧摊销前利润随公司销售规模的增长而大幅增加，为公司债务偿还提供了充分的保障。公司报告期内利息保障倍数均维持在较高的水平，说明公司利息支付风险较低，偿债能力较强。另外，公司信用状况良好，报告期内公司未发生过贷款逾期及延迟付息的情况，并与多家银行建立了良好的信用合作关系，良好的信用状况使公司获得了长期稳定的授信，能够迅速从银行融资，满足生产经营的资金需求。

综上所述，截至2010年6月30日，公司的资产负债率、流动比率、速动比率均是与现有的经营规模相适应的，且均处于较高水平，具备较高的偿债能力。

截至2010年6月末，可比上市公司的偿债能力指标情况如下：

项目	流动比率	速动比率	资产负债率
乐通股份	6.20	5.28	14.32%
天龙集团	12.75	11.68	7.17%
本公司	2.00	1.53	33.76%

注：乐通股份于2009年12月11日在深交所上市发行，本次上市发行共募集资金31,608万元，天龙集团于2010年3月26日在深交所创业板上市发行，本次发行共计募集46,131.20万元，募集资金对同行业公司的偿债指标能力产生一定影响。

与可比上市公司相比，公司偿债能力较好。

十五、盈利能力分析

（一）报告期内营业收入构成分析

本公司营业收入分为主营业务收入和其他业务收入。其中主营业务收入主要是销售胶印油墨产品产生的收入，其他业务收入主要是销售原材料等产生的收入。营业收入具体构成如下：

单位：万元

项　目	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
主营业务收入	10,277.33	99.69%	18,228.63	99.44%	13,766.28	99.52%	11,092.40	99.98%
其他业务收入	32.25	0.21%	102.81	0.56%	65.77	0.48%	2.08	0.02%
合　计	10,309.58	100%	18,331.43	100%	13,832.05	100%	11,094.48	100%

上表数据显示，公司主营业务突出，在报告期内主营业务收入占营业收入的比重均在99%以上，自设立以来一直专注于单张纸胶印油墨生产、研发和销售业务，市场份额稳步提升。公司主营业务收入在报告期内呈快速增长趋势，2009年和 2008 年分别比上年增长 4,462.35 万元和 2,673.88 万元，增幅分别为32.42%和24.11%。

1、主营业务收入按产品类别列示

单位：万元

项　目	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
快干亮光型	5,295.80	51.53%	11,219.22	61.55%	9,749.65	70.82%	8,259.67	74.46%
高光泽型	2,615.36	25.45%	4,148.64	22.76%	2,356.89	17.12%	1,541.15	13.89%
高耐磨型	2,098.38	20.42%	2,414.63	13.25%	1,209.80	8.79%	792.88	7.15%
其他	267.79	2.61%	446.14	2.45%	449.94	3.27%	498.70	4.50%
合　计	10,277.33	100%	18,228.63	100%	13,766.28	100%	11,092.40	100%

公司致力于单张纸胶印油墨产品的研发、生产和销售，其主要产品分为快干亮光型油墨、高光泽型油墨和高耐磨型油墨三大类别，目前三大类别产品共有数十个品种规格。报告期内，公司三大类别油墨产品的销售收入占公司主营业务收入的比例均超过 95%。

快干亮光型油墨是公司目前的主导产品，报告期内该类产品销售占公司主营业务收入的平均 60%以上；近三年相关产品的销售金额分别相对上一年度增长了 18.04%和 15.07%；销售数量分别增长了 13.82%和 17.66%。随着公司的技术实力的不断提升，报告期内公司产品的结构发生了一定的变化，销售价格和毛利水平更高的高光泽型油墨和高耐磨型油墨产品占公司销售的比重在逐步加大，已由 2007 年的 21.04%提高到了 2010 年 1-6 月的 45.87%，公司的主营业务收入来源更加均衡、多样化。

2、主营业务收入按地区列示

单位：万元

地区	2010 年 1-6 月		2009 年度		2008 年度		2007 年度	
	金额	比重	金额	比重	金额	比重	金额	比重
国内	6,654.53	64.75%	11,935.93	65.48%	8,955.98	65.06%	7,443.68	67.11%
国外	3,622.80	35.25%	6,292.70	34.52%	4,810.29	34.94%	3,648.73	32.89%
合计	10,277.32	100%	18,228.63	100%	13,766.27	100%	11,092.41	100%

报告期内，公司内销收入和外销收入占主营业务收入的比重分别约为 65%和 35%，保持相对稳定。

（1）国内销售情况

单位：万元

地区类别	2010 年 1-6 月		2009 年度		2008 年度		2007 年度	
	金额	比重	金额	比重	金额	比重	金额	比重
长三角	3,274.43	49.21%	5,536.30	46.38%	4,557.93	50.89%	3,558.08	47.80%
环渤海	1,088.00	16.35%	1,894.80	15.87%	1,238.36	13.83%	1,088.33	14.62%
珠三角	805.20	12.10%	1,449.19	12.15%	987.62	11.03%	1,001.69	13.45%
其他区域	1,486.89	22.34%	3,055.64	25.60%	2,172.06	24.25%	1,795.58	24.13%
合计	6,654.52	100%	11,935.93	100%	8,955.97	100%	7,443.68	100%

报告期内，公司内销业务获得了快速发展，各区域的销售收入逐年均有较快增长；其中，在长三角区域的销售收入占内销收入比率较高，三年及一期占内销收入的比率在 50%左右。主要原因在于：

①公司已与全国 158 个经销商建立了稳定的合作关系，随着经销商队伍地不断扩大、稳定，经销商销售能力地不断提升，公司利用经销商庞大的销售网络将公司产品销售至全国 23 个省市，从而有力地推动了公司国内销售收入整体提升。

②下游行业的需求和公司所处地理位置是公司优先发展长三角区域的主要因素。油墨需求量的地域分布和印刷产业分布具有较高的关联度，国内印刷企业主要集中在长三角、珠三角及环渤海区域，其中 2008 年长三角占全国印刷业总产值的 37.84%。公司位处长三角区域，由于能够更好地贴近经销商，为其提供系列增值服务，且相对运营成本更低，因此在公司产能相对需求有限的情况下，公司首先发展的是长三角区域。公司主要客户在长三角区域，报告期内长三角区域占内销收入比重的 50%左右。

③公司在逐步发展珠三角、环渤海区域的相关业务。珠三角是我国第二大印刷业聚集地，广东省是我国单省（市）印刷业最大的地区，2008 年其印刷业产值已接近全国总产值的 30%。2009 年公司在包括该区域的销售数量达到 617.59 吨，相对 2008 年增长了 33.68%。同样，环渤海区域作为我国仅次于长三角区域和珠三角的印刷聚集地，2009 年公司在包括该区域的销售数量达到 786.83 吨，相对 2008 年增长了 43.04%。

（2）在大力开拓国内市场的同时，公司也一直关注于国际市场。公司研发的 NON-VOC 胶印油墨、高降解胶印油墨、环保型长效不结皮油墨等系列产品中，已采用自主研发的改性植物油基替代原有产品中的矿物油——溶剂中矿物油含

量已降低为“零”，产品获得了瑞士第三方认证机构 SGS 认证、欧盟 REACH 预注册、美国大豆协会的认证，以及美国潘通公司认证，这说明公司技术水平已达到世界最领先企业的水准。而与此同时，2008 年全球性的金融危机带来的世界油墨行业竞争格局变化，给公司业务发展带来了良好的发展机遇。公司产品已销售到包括美国、英国、德国、法国、荷兰、比利时、印度等世界主要油墨制造国在内的 50 多个国家和地区，2009 年产品销售数量达到 2,920.66 吨，比 2008 年增长 793.86 吨，增幅 37.33%，2010 年 1-6 月销售数量达到 1,758.73 吨，已达到 2009 年全年的 60.22%。2010 年公司被中国印刷及设备器材工业协会列为 2008-2009 年度油墨产品出口排名第一的企业。

随着本次募集资金的实施，公司的产能和研发能力将得到进一步的提升，产能的释放和油墨品质的提升将使得公司国外销售在整个销售收入中占据越来越重要的地位。

3、公司主营业务收入季节性特点分析

公司所处的油墨行业具有较为明显的季节性特征，主要受产品最终用户行业（印刷业）需求变动影响。各个年份三、四季度印刷行业面向的市场需求较高，因此对油墨产品的需求量较大，为油墨行业需求旺季；而一季度受我国传统春节放假因素的影响，需求量相对最低；二季度随着印刷业逐步恢复生产，需求量开始逐步增加。受此因素影响，公司上半年的销售和盈利与全年相比处于较低水平，呈现出比较明显的季节性，具体情况如下：

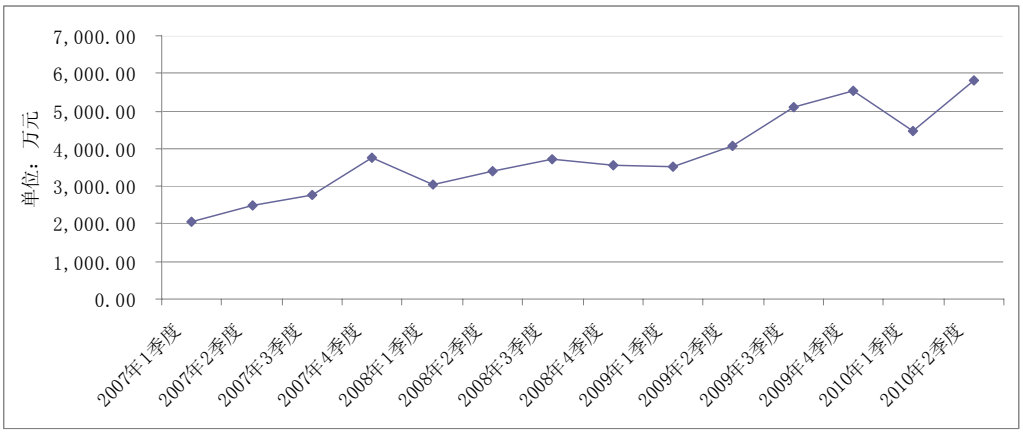
单位：万元

项目		2010 年 1-6 月		2009 年		2008 年		2007 年	
		主营业务收入	主营业务毛利	主营业务收入	主营业务毛利	主营业务收入	主营业务毛利	主营业务收入	主营业务毛利
一季度	金额	4,470.49	1,262.47	3,510.93	935.28	3,060.62	699.59	2,072.55	472.37
	占比	43.50%	48.09%	19.26%	18.00%	22.23%	22.45%	18.68%	17.77%
二季度	金额	5,806.84	1,362.58	4,070.49	1,164.05	3,410.11	792.15	2,494.10	635.33
	占比	56.50%	51.91%	22.33%	22.40%	24.77%	25.42%	22.48%	23.90%
三季度	金额			5,070.19	1,448.23	3,692.85	839.02	2,765.02	665.33
	占比			27.81%	27.87%	26.83%	26.92%	24.93%	25.03%
四季度	金额			5,577.02	1,648.02	3,602.70	785.74	3,760.73	884.83

	占比			30.59%	31.72%	26.17%	25.21%	33.90%	33.29%
年度主营业务收入		10,277.33		18,228.63		13,766.28		11,092.40	
年度主营业务毛利总额		2,625.06		5,195.58		3,116.50		2,657.86	

注：2010 年的年度主营业务收入和毛利总额为公司 1-6 月数据

报告期内，公司的营业收入主要为胶印油墨产品的销售收入，主营业务收入分别占营业收入的 99.98%、99.52%、99.44%和 99.69%。近三年及一期，公司主营业务收入保持快速增长，其中 2008 年度较 2007 年度增长 24.11%，2009 年度较 2008 年度增长 32.42%，2010 年 1-6 月较 2009 年 1-6 月增长了 35.56%。近三年，公司各年上半年营业收入占全年的比例为 41.17%、47.00%和 41.59%，呈现出比较明显的季节性。报告期内，公司主营业务收入分季度变化趋势图如下：



报告期内，公司产品的销售主要以国内销售为主，内/外销销售比率约为 65/35；近三年及一期，外销销售收入占主营业务收入的比率分别为：32.89%、34.94%、34.52%和 35.25%。公司外销受众多国外客户的共同影响，相对季节性较弱，报告期内各季度收入占全年的比例如下：

单位：万元

项目	一季度		二季度		三季度		四季度	
	金额	比重	金额	比重	金额	比重	金额	比重
2007 年	527.66	14.46%	679.18	18.61%	846.61	23.20%	1,595.28	43.72%
2008 年	1,207.58	25.10%	1,177.53	24.48%	1,463.64	30.43%	961.54	19.99%
2009 年	1,432.84	22.77%	1,445.99	22.98%	1,701.67	27.04%	1,712.19	27.21%
2010 年 1-6 月	1,558.37	43.02%	2,064.43	56.98%	-	-	-	-

随着公司的技术实力不断增强，公司的品牌知名度也在不断提升，报告期内公司外销收入基本与公司主营业务收入呈现出同比增长的趋势，2008 年和 2009 年公司外销收入分别相对前一年度增加了 31.83%和 30.82%，2010 年 1-6 月相对 2009 年 1-6 月增加了 25.84%，与公司销售整体增长一致。

4、报告期内公司外销收入的稳定性分析

公司外销对象包括国外油墨制造商（OEM 形式）和经销商。OEM 模式下，公司先将产品销给境外油墨制造商，再由境外油墨制造商使用其自身的商标（少数客户要求包装使用其商标或图标）面向其客户（印刷企业或其经销商）进行销售；经销商模式下，公司直接以自有品牌面向国外经销商销售产品，然后由经销商向最终用户（印刷企业）销售。报告期内，公司对两类客户的销售情况如下：

项目	2010 年 1-6 月		2009 年		2008 年		2007 年	
	金额（万元）	比重	金额（万元）	比重	金额（万元）	比重	金额（万元）	比重
OEM 下	1,932.59	53.35%	3,610.01	57.37%	3,423.02	71.16%	839.02	22.99%
经销商	1,690.21	46.65%	2,682.68	42.63%	1,387.27	28.84%	2,809.71	77.01%
合计	3,622.80	100.00%	6,292.70	100.00%	4,810.29	100.00%	3,648.73	100.00%

报告期内，公司外销经历了一定的变动，其中 2007 年外销最主要依赖香港地区经销商进行销售；2008 年以后随着公司产品质量、品牌、价格为客户所认同，越来越多的世界各地经销商、国外油墨制造企业开始寻求与公司的合作，公司在长期产能瓶颈情况下优先发展了 OEM 客户，通过产品为纽带的合作，以进一步提升产品技术品质；同时也逐渐在全球 50 多个国家发展合格经销商，以期提升自有品牌的世界知名度。

①OEM 客户稳定、发展带来了外销收入的整体稳定、发展

报告期内，公司外销业务中 OEM 业务得到了迅速发展，销售金额已由 2007 年度的 839.02 万元增长到 2009 年度的 3,610.01 万元，近三年销售金额增长了 3.3 倍，2010 年 1-6 月相关业务得到了进一步发展，共实现销售收入达 1,932.59 万元。公司 OEM 业务迅速发展的主要原因在于：

首先，主要经销商需求的迅速增长。报告期内，以 IMPERIAL INK PTE LTD、ARETS GRAPHICS N.V.和 Badgers and Bears(GANS)为主的 3 家主要经销商的需求总体保持持续、快速增长，公司向上述 3 家企业的销售收入分别达 466.28 万

元、1,576.87 万元、1,781.46 万元和 996.78 万元，占同期公司 OEM 销售收入的比率分别为 55.57%、46.07%、49.35%和 51.58%，保持在较高的水平。

其次，客户群体的不断扩充。报告期内，公司的 OEM 客户群体不断扩大，已由 2007 年的 14 家扩大到了 2009 年的 39 家，2010 年 1-6 月公司与 30 家 OEM 客户发生了业务往来。

第三，主要 OEM 客户总体保持稳定、增长，公司的前 5 大 OEM 外销经销商销售金额占比维持在较高水平，且销售收入整体稳步上升，从而有效保证了公司外销收入的稳定与增长。具体情况如下：

期间	2010 年 1-6 月	2009 年	2008 年	2007 年
OEM 经销商数量（家）	30	39	30	14
前 5 大客户销售金额（万元）	1,247.81	2,379.91	2,259.92	645.65
OEM 总销售金额（万元）	1,932.59	3,610.01	3,423.02	839.02
前 5 大客户占 OEM 销售金额比重	64.57%	65.93%	66.02%	76.95%
前 5 大客户占外销总金额比重	34.44%	37.82%	46.98%	22.99%

报告期内，公司 OEM 业务获得快速发展的重要基础：首先，在于从 2006 年开始的与 GANS 的业务合作，而公司所拥有的技术基础、产品价格、成本优势及规范地运作是 GANS 选择与公司业务合作的基础。公司通过与 GANS 的业务合作，不但有效提升了技术能力——公司的树脂连接料配方技术、颜料技术和油墨制造技术获得了迅速提升，而且促进公司了解、掌握了国际胶印油墨发展趋势和发达国家对相关产品的技术要求，进而促进了公司总体技术领先性，为公司进一步扩大业务奠定了良好的基础。

其次，公司以拥有的技术能力为基础，通过进一步提升产品的功能性指标和环保性指标，有效促进了客户群体的不断扩大。除与 GANS 的业务合作外，公司在于其他 OEM 客户业务往来中，公司首先需要对客户产品进行系列技术分析（其中包括物理分析：色相、粘性、浓度等；产品功能分析：快干性、亮光度、耐磨性等），根据技术分析结果选定客户相应产品的配方并获得客户的确认，进而批量生产适合客户需求的产品。为保证产品的稳定性，公司一旦与 OEM 客户建立业务合作关系，OEM 客户一般不会轻易更换供应商，从而有效保证了公司相应业务的持续性。公司凭借技术领先性，已稳定、发展了以 IMPERIAL INK PTE LTD 和

ARETS GRAPHICS N.V.为代表的 OEM 客户，报告期内，公司与相关客户的业务获得了快速增长。

第三，良好的业务基础与人才引进已形成良性循环。随着公司国外业务的良好发展，前太阳化工胶印油墨部技术总监、欧洲油墨协会主席大卫.欧文（David Owen）先生已加盟公司，出任公司的首席技术总监。相关高端人才的介入不但进一步带来了公司整体技术能力的提升，而且也促进了公司被更广泛的国外油墨企业所认同，从而整体增加了公司 OEM 客户数量、需求总量。

②经销商下业务逐渐稳定

报告期内，公司经销商下的外销经销商数量整体稳定、增长，已由 2007 年的 46 家增长到报告期内最高的 73 家。其中 2007-2008 年部分主要经销商变动是影响经销商销售收入变化的主要原因，这与公司的销售策略和产品为世界各地客户所最终接受有关。随着公司产能逐步扩大，品牌销售策略有效实施，公司经销商下销售逐步扩大，占公司外销比率也逐步由 2008 年的 28.84%提高到 2010 年上半年的 46.65%；公司前 5 大经销商销售金额得到了有效提升，其占公司外销总金额的比率也由 2008 年的 11.97%提升到 2010 年上半年的 15.12%；与此同时，越来越多的国外经销商、印刷企业开始认同公司的品牌和质量，从而有效推动了公司经销商下销售的整体增长。具体情况如下：

期间	2010 年 1-6 月	2009 年	2008 年	2007 年
经销商数量（家）	53	73	56	46
前 5 大客户销售金额（万元）	547.91	817.91	575.94	2,197.24
经销商下总销售金额（万元）	1,690.21	2,682.68	1,387.27	2,809.71
前 5 大客户占经销商下销售金额比重	32.42%	30.49%	41.52%	78.20%
前 5 大客户占外销总金额比重	15.12%	13.00%	11.97%	60.22%

③外销主要经销商与公司业已形成牢固的关系

目前公司外销有 3 家主要经销商，分别为新加坡的 IMPERIAL INK PTE LTD、比利时的 ARETS GRAPHICS N.V.和美国的 Badgers and Bears(GANS)。上述三家企业都是公司的 OEM 客户，报告期内随着双方业务合作的开展，目前已不仅仅涉及到产品 OEM，而且涉及到了技术交流和合作。通过多层次的合作，相关经销商不但成功渡过 2008 年全球金融危机的冲击，而且有效地占领了相关市场，获得

了较好的经济效益。较高的技术水平是保持公司业务稳定与之持续性的重要基础，随着公司研发能力的不断提升，相关经销商将保持与公司的稳定关系，从而推动公司外销收入的整体增长。

综上所述，虽然报告期内，公司外销经销商存在一定的变化，但是随着公司质量、销售策略的有效实施，公司 OEM 下客户已保持整体稳定，并有效促进了公司产品销售；与此同时，公司产品品牌也逐渐获得了更广泛客户群体的认同，经销商队伍开始有效增长，销售能力也得到有效提升，最终用户的认同度获得较大的提升。公司外销的稳定性和持续性总体得以保证。

经核查，保荐人认为：虽然报告期内发行人境外经销商存在变化，但是不管是经销商整体数量，还是经销商、主要经销商与公司的紧密程度都在不断提升，公司外销收入整体能够有效保持稳定与增长。

5、主营业务收入的变动分析

单位：万元

项 目	2010 年 1-6 月		2009 年		2008 年		2007 年
	金额	增长率	金额	增长率	金额	增长率	金额
快干亮光型	5,295.80	-	11,219.22	15.07%	9,749.65	18.04%	8,259.67
高光泽型	2,615.36	-	4,148.64	76.02%	2,356.89	52.93%	1,541.15
高耐磨型	2,098.38	-	2,414.63	99.59%	1,209.80	52.58%	792.88
其他	267.79	-	446.14	-0.84%	449.94	-9.78%	498.70
合 计	10,277.33	-	18,228.63	32.42%	13,766.28	24.11%	11,092.40

公司近三年及一期主营业务收入呈快速增长态势，2008 年度和 2009 年度较上年分别增长 24.11%和 32.42%。报告期内，公司主营业务持续增长的主要原因：

（1）油墨市场需求增长带动国内油墨销售快速增长

随着我国经济健康发展，企业产品包装需求，人们文化需求都强烈刺激了印刷行业的发展，印刷行业的发展直接拉动了市场对油墨需求的增长。据油墨行业统计数据显示，2004 年-2009 年我国胶印油墨需求保持了 6.05%年复合增长率，胶印油墨需求量由 2004 年的 16.7 万吨上升到 2009 年的 22.4 万吨。胶印油墨市场需求的增长直接带动公司胶印油墨产品销量的增加。

（2）扁平化销售模式为公司快速抢占市场提供了条件

公司始终将“以市场为导向、以客户为中心”的理念贯彻到产品研发、销售、售后服务等领域。扁平化的经销模式能够使得公司产品更贴近市场，能够及时获得最终客户的需求，通过与印刷企业合作攻关，及时推出更适合市场需求的新产品；此外，扁平化的经销模式减少了销售环节，能够提升经销商的利润，提高经销商的销售积极性，刺激销售量的增加。

（3）国际市场的成功开拓带动了公司产品海外销售的快速增长

公司一直致力于国际市场的开拓，并且取得了较为显著的成绩，目前公司产品已销售到包括美国、欧洲等世界主要油墨制造、消费国在内的 50 多个国家和地区。进入这些地区的市场门槛较高，往往需要各种体系认证，公司通过不断的新品研发，已开发出多种环保型胶印油墨，并且取得了瑞士第三方认证机构 SGS 认证、欧盟 REACH 预注册、美国大豆协会的认证，以及美国潘通公司认证，这说明公司技术水平已达到世界最领先企业的水准。随着 2008 年世界性的金融危机的爆发，越来越多的国际知名印刷企业对油墨的选择开始发生明显的变化，价格因素已成为了影响国际知名印刷厂选择油墨供应商的最主要因素。因公司产品在性能、环保上都已具备参与国际竞争的能力，并且价格与世界知名油墨厂商相比具有一定优势，2009 年公司外销收入较 2008 年增长 1,482.41 万元，增幅 30.82%。

（4）技术能力提升为公司销售快速增长提供了保证

近年来，公司设立技术中心，加大研发投入和新产品开发力度，提升了公司产品的核心竞争力，有效地提高了对客户需求响应能力和市场反应能力。本次募集资金投资项目包括技术中心的扩建，持续的研发投入为公司快速发展提供了强有力的保障。同时公司近几年加大了固定资产的投入，包括新建厂房、批量购入生产设备。公司资本性投资围绕提高生产工艺水平和提高产能展开，通过合理的规划消除生产过程中存在的瓶颈，有限缓解了产品需求量快速增长所带来的产能不足的问题，确保了公司经营业绩的持续快速增长。

（二）报告期内利润主要来源及可能影响发行人盈利能力持续性和稳定性的主要因素

公司近三年及一期的利润情况如下表所示：

单位：万元

项　目	2010 年 1-6 月	2009 年度	2008 年度	2007 年度
营业收入	10,309.58	18,331.43	13,832.05	11,094.48
营业利润	1,703.11	3,483.10	1,734.94	1,466.26
利润总额	1,659.58	3,625.40	1,734.91	1,427.26
净利润	1,407.89	3,095.38	1,445.27	932.68
非经常性损益	-37.00	120.95	-1.85	-26.13
扣除非经常性损益的净利润	1,444.89	2,974.42	1,447.12	958.80
营业利润/利润总额	102.62%	96.07%	100.00%	102.73%
净利润/利润总额	84.83%	85.38%	83.31%	65.35%
扣除非经常性损益的净利润/净利润	102.63	96.09%	100.13%	102.80%

1、报告期内公司利润的主要来源

报告期内，公司营业收入、营业利润和净利润持续较快增长。公司的利润来源主要依靠营业利润，近三年及一期营业利润占利润总额的比重分别为102.73%、100.00% 、96.07%和 102.62%；无公允价值变动产生的损益和投资收益；非经常性损益对利润总额的影响很小，2009 年度非经常性损益较上年较快增长，主要系公司当年取得的政府补助。

2、可能影响发行人盈利能力持续性和稳定性的主要因素

公司自成立以来一直专注于单张纸胶印油墨的研发、生产和销售业务，通过全面提升生产能力、生产工艺水准和售后服务水平，与经销商、印刷企业保持了密切的合作关系，树立了良好的企业品牌，实现了主营业务收入的持续稳健增长。公司作为国内胶印油墨行业的龙头企业之一，在市场竞争中，积极发挥自身在产品研发能力、产品质量、客户、规模等方面的经营优势，保持了较快的业务增长，即使在人民币汇率上升、2008 年全球金融危机等不利因素的影响下依然取得了各项经营成果的逐步稳定提升。

公司管理层预计本公司未来几年内可以保持较强的盈利能力，以下几个因素

对公司长远发展将产生重要影响：

（1）胶印油墨市场需求的不断扩大

虽然受 2008 年全球性的金融危机影响，2008 年度全球油墨行业整体增速有所下降，但亚太地区、拉丁美洲地区油墨市场仍保持了强劲的增长，分别取得了 45 亿美元和 7 亿美元销售额。在我国，2009 年度油墨行业已逐渐复苏，根据行业协会预测：未来 10-15 年我国油墨行业将保持持续快速增长，其中未来 6 年（2010 年-2015 年）我国胶印油墨需求的年复合增长率至少可以达到 7%。持续稳定增长的胶印油墨市场将有利于公司业务的快速发展。

（2）产业结构调整将给公司带来市场机会

目前我国大约有油墨生产厂商 600 家左右，其中年产量 3,000 吨以上的 40 家企业年合计产量约占全国年产量的 75%，根据《产业结构调整指导目录（2005 年本）》（国家发改委）“300 吨/年以下的油墨生产装置（利用高新技术、无污染的除外）”属于淘汰类，因此在未来一段时间，行业内大量中小油墨厂商将被迫退出。公司预计，随着未来 10 年内相关中小企业将先后退出，可为行业内领先的企业带来约 25%的新增市场需求。行业领先的基墨生产模式、扁平化经销商模式以及技术创新能力使得公司能够更好地贴近市场、满足市场对产品需求，从而为公司能够逐渐取代国内中小企业退出打下良好基础。

（3）技术水平提升

公司现有的生产设备具有国内先进水平，基墨生产模式在行业中处于国内领先地位，较大的产能规模和行业领先的基墨生产模式产生了规模经济效应，公司根据长年的技术经验积累对产品制造工艺进行改进，保证了较高的生产效率和节约生产成本的实现。在扁平化的经销模式下，公司注重研发投入，融入到产品最终客户的合作研发和同步设计环节，为印刷企业提供最佳的油墨产品。

（4）产能扩大

随着胶印油墨市场份额的增加和公司销售规模的不断扩大，公司目前的产能难以满足不断增长的市场需求，扩大产能显得尤为迫切。公司产能的扩大将成为提高未来盈利能力的重要因素。

（5）管理水平的提升

随着公司经营管理水平的不断提升，期间费用率呈下降趋势，报告期内，公

司期间费用占当期营业收入的比重分别为 10.44%、9.58%、9.07%和 8.78%。在营业收入快速增长的情况下，公司能很好地控制期间费用的规模，随着管理水平的提升，期间费用能够发挥更好的规模效应。

（6）国际竞争格局的变化

2008 年国际金融危机已在一定程度上影响到了全球油墨行业的市场竞争格局，原国际印刷企业对油墨产品的选择已开始由“品牌、质量、服务、价格”向“价格、质量、服务、品牌”转变。较好的基础原材料品质，逐步上升的技术水平无疑将促进国内具有较高技术实力的油墨制造企业走向世界。本公司无论在技术能力、技术创新能力、新产品储备、资格认证，还是在技术持续创新能力上都具有一定的行业领先性，国际竞争格局的变化将有助于公司业务保持持续的增长。

（三）经营成果变化趋势分析

1、营业收入、营业成本分析

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	10,277.33	18,228.63	13,766.28	11,092.40
主营业务收入增幅	-	32.42%	24.11%	-
主营业务成本	7,652.27	13,033.05	10,649.78	8,434.54
主营业务成本增幅	-	22.38%	26.26%	-

2007 年度至 2009 年度，主营业务收入复合增长率为 28.19%，增长的具体原因详见本节“十五、（一）报告期内营业收入构成分析”。

公司主营业务成本随着收入的增长而增长，2007-2009 年复合增长率为 24.31%，低于主营业务收入的增长幅度，较好的成本控制主要源于：（1）随着基墨和基墨组生产模式的成熟，油墨产品的单位生产时间大大缩短，提升了生产效率，降低单位生产成本；（2）技术能力的提升使得原材料利用率逐年提高，从而使产品的单位成本得到了较好的控制。

报告期内公司营业成本构成如下：

单位：万元

项　目	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
主营业务成本	7,652.27	99.85%	13,033.05	99.38%	10,649.78	99.58%	8,434.54	99.98%
快干亮光型	4,002.44	52.23%	8,082.47	61.69%	7,628.94	71.34%	6,386.42	75.70%
高光泽型	1,867.36	24.37%	2,855.16	21.79%	1,755.03	16.42%	1,065.22	12.63%
高耐磨型	1,552.44	20.26%	1,735.44	13.15%	906.14	8.47%	577.78	6.85%
其他	230.02	3.00%	359.98	2.75%	359.66	3.36%	405.12	4.80%
其他业务成本	11.52	0.15%	67.68	0.62%	44.71	0.42%	1.78	0.02%
合　计	7,663.79	100%	13,100.73	100%	10,694.48	100%	8,436.32	100%

报告期内由于公司营业收入的较大幅度增长，营业成本也随之增长，2009年和2008年营业成本分别较前一年增长26.77%和22.50%，在公司产品结构不断优化和有效的成本控制下，营业成本增幅与营业收入增幅保持一致，实现了较好的经营业绩。

报告期内，公司生产成本构成如下：

单位：万元

项　目	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
原材料	6,245.32	75.33%	9,320.52	73.52%	8,385.62	75.06%	6,158.39	73.95%
包装材料	1,033.86	12.47%	1,704.16	13.44%	1,439.92	12.89%	1,029.31	12.36%
制造费用	523.12	6.31%	863.69	6.81%	737.46	6.60%	656.1	7.88%
燃料动力费	303.93	3.67%	521.53	4.11%	403.78	3.61%	325.07	3.90%
人工费用	184.04	2.22%	267.45	2.11%	204.40	1.83%	158.80	1.91%
生产成本总额	8,290.26	100%	12,677.35	100%	11,171.18	100%	8,327.67	100%

从生产成本的构成来看，各成本项目结构稳定，其中，比重最大的为原材料和包装材料，报告期内占生产成本总额比重平均为74.47%和12.79%。

2、营业税金及附加分析

单位：万元

项　目	2010 年 1-6 月	2009 年度	2008 年度	2007 年度
城建税	20.65	47.39	42.96	18.46
教育费附加	12.39	28.43	25.78	11.07
地方教育费附加	4.13	9.48	8.59	3.69
合　计	37.17	85.30	77.33	33.22

2008 年营业税金及附加较 2007 年增长 132.78%，主要系 2008 年销售收入较 2007 年增长 24.11%，以及 2007 年 7 月 1 日起油墨产品出口退税政策被取消，导致 2008 年流转税增加所致。

3、期间费用分析

报告期内，期间费用变动情况如下：

单位：万元

项　目	2010年1-6月		2009年度		2008年度		2007年度	
	金额	占营业收入比重	金额	占营业收入比重	金额	占营业收入比重	金额	占营业收入比重
营业收入	10,309.58		18,331.43		13,832.05		11,094.48	
销售费用	292.81	2.84%	623.70	3.40%	456.05	3.30%	453.32	4.09%
管理费用	491.88	4.77%	837.97	4.57%	668.76	4.83%	522.17	4.71%
财务费用	35.94	0.35%	72.61	0.40%	195.25	1.41%	120.10	1.08%
资产减值损失	84.87	0.82%	128.02	0.70%	5.22	0.04%	63.10	0.57%
合　计	905.50	8.78%	1,662.30	9.07%	1,324.95	9.58%	1,158.69	10.44%

从总体来看，虽然各项费用均有不同程度地上升，但期间费用的总额占营业收入的比重较小且呈下降趋势，不会对公司持续盈利能力产生重大影响。

（1）销售费用

公司销售费用主要由运费、差旅费、工资及福利构成。报告期内销售费用总额逐年上升，但在业务规模扩张的前提下，公司对销售费用的控制取得了较好的协同效应，占营业收入的比重较低且呈下降趋势。

（2）管理费用

公司管理费用主要有技术开发费、工资及福利、差旅费和折旧费构成。报告期内，公司管理费用率比较稳定，公司一直重视产品技术创新，并不断加大研发投入，技术开发费用的投入所产生的效益具有一定的滞后性，通过持续的研发投入，为公司后续发展积累了动力，对产品品质的不断提升起着至关重要的作用。

（3）财务费用

公司财务费用由利息费用、汇兑损失和其他费用共同构成，具体情况如下：

单位：万元

项目	2010 年 1-6 月		2009 年		2008 年		2007 年	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
利息支出	33.81	94.07%	67.51	92.98%	118.67	60.78%	86.41	71.95%
利息收入	23.68	65.89%	37.60	51.78%	35.49	18.18%	9.46	7.88%
利息小计	10.13	28.19%	29.91	41.19%	83.18	42.60%	76.95	64.07%
汇兑损失	14.68	40.85%	9.91	13.65%	79.96	40.95%	30.73	25.59%
其他	11.13	30.97%	32.78	45.15%	32.12	16.45%	12.41	10.33%
合计	35.94	100.00%	72.61	100.00%	195.25	100.00%	120.10	100.00%

报告期内，财务费用占营业收入的比重较低，2008 年比 2007 年增加 75.15 万元，增幅 86.97%；2009 年比 2008 年减少 122.66 万元，减幅 62.82%，财务费用变化的主要原因是：

①报告期内，公司短期借款整体呈现逐步增加的趋势，但在2009年度随着我国银行利率的调整，期间公司借款利率存在较大的差异性。其中，2008年度相对2007年度利息支出的增长主要因期间短期借款额的增加；而2009年度，公司平均借款利率相对2008年下降了约3.12个百分点，虽然借款金额仍在增长，但是利息支付明显减少；2010年1-6月，公司短期借款规模和利率水平基本与2009年持平，因此短期借款所导致的利息支出保持在合理的水平。

②公司与国外客户主要采用T/T（电汇）和L/C（信用证）方式结算款项，并且以美元为主，在T/T结算方式下，为防止人民币升值给公司带来汇兑损失，公司收到国外客户的汇款后，立即将外币兑换成人民币。公司收到的信用证付款期限一般为30天、60天或90天，因此报告期内的汇兑损益主要是由公司收到客户L/C

方式付款所致。报告期内公司收到客户的美元信用证金额分别为129.78万美元、192.93万美元、293.42万美元和137.69万美元，同时报告期内人民币对美元汇率升值幅度分别为6.46%、6.43%、0.09%和0.55%；其中，2009年由于人民币对美元相对升值幅度较低，使得当年汇兑损失大幅度减少。

（4）资产减值损失

报告期内公司资产减值损失主要为计提坏账准备和存货（库存商品）跌价准备，2008 年坏账准备为负值，主要原因是 2008 年末公司应收款项余额和 2007 年末余额相比减少 598.51 万元，根据公司坏账准备计提政策，转回 23.69 万元坏账准备。近三年及一期公司资产减值占营业收入的比重分别为 0.57%、0.04%、0.70%和 0.82%，对公司整体经营业绩的影响非常小。

4、营业外收支分析

单位：万元

项目	2010 年 1-6 月	2009 年度	2008 年度	2007 年度
营业外收入	0.04	186.38	17.13	1.50
营业外支出	43.57	44.09	17.16	40.50
营业外收支净额	-43.53	142.29	-0.03	-39.00

报告期内营业外收支净额合计为59.73万元，占利润总额0.71%，未对经营成果构成重大影响。其中，营业外收入主要是收到的地方政府部门拨付的企业发展专项资金和自主创新资金；营业外支出主要是固定资产处置损失，系公司对无使用价值的固定资产进行了清理致使当期处置固定资产的损失增加。

报告期内，公司获得政府补助如下：

单位：万元

年度	内容	金额
2009 年度	苏州市相城区财政局、经济贸易局 2008 年度苏州市民营经济发展专项资金（公司上市股改资助）	50.00
	苏州市相城区发展和改革局、财政局 2009 年相城区企业上市奖励资金	100.00
	苏州市相城区科技发展局、苏财政局 2009 年度苏州市第八批科技发展计划（国际经济合作）项目经费	20.00
	苏州市相城区对外贸易经济合作局、财政局 2007 年度中小企业国际市场开拓资金	3.98
	苏州市相城区科技发展局、财政局 2009 年度相城区第一批自主创新经费（省级高新技术企业自主创新经费）	2.00

	苏州市相城区科技发展局、财政局 2009 年度相城区第二批自主创新经费（申请 52 项国家专利的经费）	5.16
	苏州市相城区财政局、对外贸易经济合作局 2008 年度中小企业国际市场开拓资金	2.00
	小 计	183.14
2008 年度	苏州市相城区科技发展局、财政局 2008 年度相城区第一批自主创新经费	1.90

报告期内政府补助占净利润的比重较小，各项优惠政策对公司经营成果影响较小。

5、报告期内公司主要盈利指标分析

项 目	2010年1-6月	2009年度	2008年度	2007年度
销售净利率	13.66%	16.89%	10.45%	8.41%
加权平均净资产收益率	11.11%	34.54%	21.60%	20.15%

报告期内公司主要盈利指标增长较好，主要受客户对公司产品需求增长、所得税税率下降以及产品毛利率提升等因素影响。其中，2008 年公司销售规模获得了一定程度的增长，毛利率水平保持相对稳定；期间费用率有所减少，规模效应有所显现；而公司所得税税率由 2007 年的 33%下降至 15%，从而使得 2008 年公司盈利指标相对提升。2009 年公司销售保持较快增长，而产品综合毛利率同比增长了 5.86 个百分点，且期间费用率进一步降低了 0.51 个百分点；毛利率的增长和期间费用率的下降导致 2009 年的盈利指标较上年度有着显著增强。2010 年上半年受原材料价格上涨以及 2009 年 12 月增资的影响，公司在盈利能力增强的情况下，销售毛利率和净资产收益率有所降低。

可比公司同期盈利能力指标情况如下：

项目	可比公司	2010 年 1-6 月	2009 年度	2008 年度	2007 年度
销售净利率	乐通股份	8.83%	11.62%	10.30%	12.93%
	天龙集团	12.54%	15.54%	14.21%	12.66%
	本公司	13.66%	16.89%	10.45%	8.41%
加权平均净资产收益率	乐通股份	3.63%	25.17%	22.49%	32.52%
	天龙集团	4.07%	28.64%	31.61%	28.82%
	本公司	11.11%	34.54%	21.60%	20.15%

注：乐通股份和天龙集团的募集资金对净资产收益率有所影响。

与可比上市公司相比，公司盈利能力良好。

本公司管理层认为，在下游行业需求快速增长的背景下，公司凭借行业领先的技术、基墨生产模式和扁平化销售模式的优势，使得公司主营业务收入不断增长，产品结构得到优化、成本和期间费用有效控制、提高了本公司的整体盈利能力。未来，公司将更加注重财务预算管理与生产销售计划的衔接，随着资本性投资收益的逐步显现，盈利能力将进一步增强。

（四）主要产品销售价格以及主要原材料价格波动对产品毛利的敏感性分析

报告期内，主要原材料的耗用比例情况如下：

单位：万元

项　目	2010年1-6月		2009年度		2008年度		2007年度	
	金额	比重	金额	比重	金额	比重	金额	比重
生产成本总额	8,290.26		12,677.35		11,171.17		8,327.67	
原材料	6,245.32	75.33%	9,320.52	73.52%	8,385.62	75.06%	6,158.39	73.95%
其中：颜料	2,048.52	24.71%	3,095.71	24.42%	2,541.54	22.75%	2,100.46	25.22%
树脂	1,451.62	17.51%	2,023.92	15.96%	1,966.79	17.61%	1,529.62	18.37%
植物油	1,046.23	12.62%	1,439.94	11.36%	1,628.86	14.58%	984.29	11.82%
矿物油	982.40	11.85%	1,648.11	13.00%	1,565.51	14.01%	1,086.45	13.05%
助剂	658.25	7.94%	999.30	7.88%	590.62	5.29%	391.44	4.70%
填充料	58.03	0.70%	113.54	0.90%	92.29	0.83%	66.13	0.79%
包装材料	1,033.86	12.47%	1,704.16	13.44%	1,439.92	12.89%	1,029.31	12.36%

公司采用行业领先的基墨生产模式，已研发出红、黄、蓝三色基墨组，根据客户的不同需求，通过切换不同功能的树脂连接料，或将不同的基墨进行配比，生产出具有不同功能（快感亮光、高光泽和高耐磨）、色相的产品，柔性化生产模式决定了公司产品的成本构成具有内在一致性，在此只分析公司油墨产品大类的售价和原材料价格变化对产品毛利率的敏感性。以 2009 年为例，主营业务毛利和利润总额对产品售价及原材料价格变动的敏感性分析如下：

项目	2009 年度		
	平均售价	原材料	包装材料
毛利率（%）	28.50		
销量（吨）	8,226.14		
成本比重（%）	-	73.52	13.44
单位价格（元/吨）	22,159.40	11,648.12	2,129.36
价格变动率	±1%	±1%	±1%
利润总额变动（万元）	±182.29	∓95.82	∓17.52
毛利率变动率	±0.71%	∓0.52%	∓0.09%

在其他因素不变的情况下，公司毛利水平对销售价格的敏感性最高：当产品售价增加 1%时，利润总额增加 182.29 万元，毛利率上升 0.71 个百分点；当原材料采购价格增加 1%时，利润总额减少 95.82 万元，毛利率下降 0.52 个百分点；当包装材料采购价格增加 1%时，利润总额减少 17.52 万元，毛利率下降 0.09 个百分点。

此外，公司生产所需原材料品种较多，构成分散，各主要原材料国内供应充足，主要由公司采购部向国内规模较大的供应商采购。多年来，公司已与多家供应商建立了共同发展、相互依存的战略伙伴关系，能够保证原材料的稳定供应，且每种原材料均有两家以上的供应商，保证原材料的及时供应，无断供风险。

（五）毛利率变动情况及原因分析

1、综合毛利率变动分析

报告期内公司综合毛利率分别为 23.96%、22.64%、28.50%和 25.54%，基本保持稳定增长，主要原因为：

（1）由于胶印油墨产品的成本占下游印刷业总体成本中的比重较低（约 3%-5%），而产品质量直接影响到印刷品的质量，本公司产品质量较好，下游行业对油墨价格的敏感性相对较低，胶印油墨产品价格相对原材料价格波动具有较强的正向相关性和负向不敏感性。2008 年度，在原材料价格上涨幅度较大的情况下，公司通过调整产品销售价格，并紧跟市场需求进行产品研发及时推出新产品，使公司经营业绩未受到较大影响。而在 2009 年度原材料采购价格下降趋势中，

产品毛利率有了较大幅度的提升。

（2）随着公司业务水平不断提高，公司的高光泽型和高耐磨型产品不管是光泽度还是耐磨性都明显提高，市场认可度也在不断提高，因此自 2008 年开始公司在产能等资源配置上战略性地向毛利率更高的高光泽型和高耐磨型产品倾斜。报告期内，公司高光泽型和高耐磨型产品销售收入占同期产品销售额的比重已由 2007 年度的 21.04%提高到 2010 年上半年的 45.87%，呈逐年递增趋势，提升了整体毛利率水平。

（3）报告期内，随着公司胶印油墨产品产能的提升，产量已由 2007 年的 5,118.62 吨提高到 2010 年上半年 4,866.49 吨，并随着基墨组生产技术的成熟，规模效应得到逐步显现，产品的单位固定成本逐步降低，从而对提高毛利率具有一定的促进作用。

2、主要产品的毛利率分析

报告期内公司产品的毛利率情况如下：

单位：万元

项 目	2010 年 1-6 月		2009 年		2008 年		2007 年	
	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率
快干亮光型	1,293.36	24.42%	3,136.75	27.96%	2,120.70	21.75%	1,873.25	22.68%
高光泽型	748.00	28.60%	1,293.48	31.18%	601.86	25.54%	475.93	30.88%
高耐磨型	545.94	26.02%	679.19	28.13%	303.66	25.10%	215.10	27.13%
其他	37.76	14.10%	86.16	19.31%	90.28	20.06%	93.58	18.77%
合 计	2,625.06	25.54%	5,195.58	28.50%	3,116.50	22.64%	2,657.86	23.96%

快干亮光型产品市场需求大，适用范围广，属于印刷业需求量最大的油墨产品。由于其生产技术成熟，市场价格与其他两类主要产品相比相对较低，但其销售较大，是报告期内公司利润的主要来源。高光泽型和高耐磨型产品是随着现代印刷业发展而产生的新需求，与快干亮光型胶印油墨产品相比具有较高的售价和毛利率。随着公司生产技术和研发能力的不断提高，公司的高光泽型和高耐磨型产品不管是光泽度还是耐磨性都明显提高，市场认可度在不断提高，报告期内，这两类产品毛利率保持较高水平。

报告期内各产品对毛利率贡献情况如下：

项 目	2010 年 1-6 月		2009 年		2008 年		2007 年	
	毛利率	毛利贡献度	毛利率	毛利贡献度	毛利率	毛利贡献度	毛利率	毛利贡献度
快干亮光型	24.42%	12.58%	27.96%	17.21%	21.75%	15.40%	22.68%	16.89%
高光泽型	28.60%	7.28%	31.18%	7.10%	25.54%	4.37%	30.88%	4.29%
高耐磨型	26.02%	5.31%	28.13%	3.73%	25.10%	2.21%	27.13%	1.94%
其他	14.10%	0.37%	19.31%	0.47%	20.06%	0.66%	18.77%	0.84%
合 计	25.54%	25.54%	28.50%	28.50%	22.64%	22.64%	23.96%	23.96%

注：毛利贡献度 = 毛利率*销售收入比重

报告期内，快干亮光型产品的对毛利率的贡献度分别为 16.89%、15.40%、17.21%和 12.58%，对公司综合毛利率贡献最大，较大程度上决定了公司综合毛利率的水平。高光泽型和高耐磨性产品两者合计对毛利率贡献逐年增大，良好的市场认可度使得产品销售收入占比不断提升，已由 2007 年的 21.04%提高到 2010 年上半年的 45.87%；而其拥有的较高技术含量，使得产品销售能够获得较好的毛利率，从而综合促进了公司毛利率水平的整体提高。

（1）快干亮光型胶印油墨毛利率的变化分析

报告期内，快干亮光型产品平均售价、平均成本情况如下：

单位：元/吨

项 目	2010 年 1-6 月		2009 年		2008 年		2007 年
	金额	变动率	金额	变动率	金额	变动率	金额
平均售价	20,823.85	-2.34%	21,321.95	-2.19%	21,800.21	3.71%	21,020.95
平均成本	15,738.18	2.46%	15,360.61	-9.95%	17,058.31	4.95%	16,253.52
毛利率	24.42%		27.96%		21.75%		22.68%

报告期内，快干亮光型产品毛利率变化较大，其中 2008 年较 2007 年降低 0.93 个百分点，2009 年较 2008 年增加 6.21 个百分点，2010 年上半年较 2009 年降低 3.54 个百分点，具体原因在于：

2008 年快干亮光型产品毛利率下降的主要原因：①2008 年上半年由于原材料价格的上升导致当年快干亮光型产品单位成本增长 4.95%，原材料价格上涨是当期毛利率下降的主要原因；②由于本公司产品售价对原材料价格具有较强的正

向相关性，当期公司该产品平均售价上升 3.71%，减少了原材料价格上涨对其毛利率的不利影响，但由于单位成本增长幅度大于售价增长幅度，故 2008 年产品毛利率较 2007 年下降 0.93 个百分点。

2009 年快干亮光型产品毛利率较 2008 年增加 6.21%，上升幅度较大，主要原因：①全球金融危机导致原材料价格普遍下跌，公司主要原材料采购价格下跌幅度均超过 10%，尽管直接生产人员支出与制造费用出现小幅增长，该产品单位成本较 2008 年下降 9.95%；②由于基墨生产技术的成熟，提高了油墨生产效率，降低了原材料损耗；③2009 年度该产品单位成本的下降，出于销售策略的调整，公司降低了产品售价，产品售价比 2008 年度降低 2.19%，由于该产品单位成本下降幅度比产品售价降低幅度较大，故 2009 年较 2008 年毛利率上升 6.21 个百分点。

2010 年快干亮光型产品毛利率较 2009 年降低 3.54%，主要原因为：2010 年上半年公司主要原材料采购均价出现了不同程度的上升，同时随着生产人员工资支出和制造费用的上升，该产品单位成本较 2009 年度上升 2.46%，造成当期毛利率较 2009 年下降 3.54 个百分点。

（2）高光泽型和高耐磨型产品销售策略变化对综合毛利率的影响

报告期内公司毛利率较高的高光泽型和高耐磨型产品的毛利率存在一定的波动，这主要与当期公司的市场销售策略相关。

①为了更好地占领市场，2008 年度公司主动降低了高光泽型产品的毛利率水平，使得同期该产品销量同比增加了 55.55%，远高于同期公司产品销量的增长比率。

②2009 年公司仍然坚持原有市场销售策略，并将产品系列扩大到了高耐磨型产品，2009 年度高光泽型和高耐磨型产品的毛利率分别同比增加了 22.08%和 12.07%，小于快干亮光型产品的同比增幅（28.55%），但是销量却同比增长了 82.17%和 113.82%，也远大于快干亮光型产品的同比增幅（17.65%）。

③随着销售市场的有效开拓，2010 年 1-6 月这两类产品销量合计增长了 46.51%，远高于同期快干亮光型产品的增长率。

产品销量的具体情况如下：

项 目	2010 年 1-6 月		2009 年		2008 年		2007 年
	销量（吨）	变动率	销量（吨）	变动率	销量（吨）	变动率	销量（吨）
高光泽型	1,037.46	28.73%	1,611.81	82.17%	884.79	55.55%	568.80
高耐磨型	928.60	73.24%	1,072.01	113.82%	501.36	51.84%	330.20
合 计	1,966.06	46.51%	2,683.82	93.62%	1,386.15	54.19%	899.00

注：2010 年上半年变化率按全年 50%换算成全年数据计算。

报告期内，公司产品保持较高毛利率主要源于公司基墨生产技术和油墨配方等关键技术的突破和不断完善，有效降低了原材料价格上涨所带来的不利影响。

3、各因素变动对产品综合毛利率变动的定量分析

报告期内，公司产品平均售价、平均销售成本变化情况如下：

单位:元/吨

项 目	2010年1-6月		2009年		2008年		2007年
	金额	变动率	金额	变动率	金额	变动率	金额
平均售价	21,989.68	-0.77%	22,159.40	-1.10%	22,404.99	4.65%	21,409.82
平均销售成本	16,373.01	3.34%	15,843.47	-8.59%	17,332.81	6.47%	16,279.79
其中：材料成本	14,375.50	4.34%	13,777.48	-9.62%	15,244.21	8.49%	14,051.09
其他成本	1,997.51	-3.31%	2,065.99	-1.08%	2,088.60	-6.29%	2,228.70
单位毛利	5,616.65	-11.70%	6,315.94	24.52%	5,072.18	-1.13%	5,130.03
综合毛利率	25.54%	-10.39%	28.50%	25.88%	22.64%	-5.51%	23.96%

注：其他成本为生产部门员工工资和制造费用；材料成本为：原材料和包装材料

报告期内，公司毛利率出现一定波动。其中：2008 年综合毛利率相对于 2007 年下降了 1.32 个百分点，主要原因在于虽然单位产品平均售价提高了 4.65%，单位其它成本下降了 6.29%，但是由于单位产品的材料成本提升 8.49%，导致产品的单位毛利下降了 1.13%，从而导致综合毛利率相对下降；

2009 年综合毛利率同比增长了 5.86 个百分点，主要原因在于虽然单位产品平均售价下降了 1.10%，但是由于单位材料成本和其他成本分别下降了 9.62%和 1.08%，导致平均销售成本整体下降了 8.59%，从而导致产品的单位毛利提高了 24.52%，从而导致综合毛利率增长较快；

2010 年 1-6 月公司综合毛利率相对 2009 年度下降了 2.96 个百分点，主要

原因在于虽然单位其它成本进一步下降，但是材料成本增长较快，且公司在扩大市场占有率、保证合理单位毛利的基础上，略微调低了单位产品售价，从而导致综合毛利率有所降低。

综上所述，报告期内虽然公司产品的材料成本存在一定的波动（2007 年-2008 年单位材料成本平均上升 1,193.12 元/吨；2008 年-2009 年单位材料成本平均下降 1,466.73 元/吨），但是公司借助良好的技术水平，能够较好地向下游客户传递材料成本变动对经营带来的影响，具有相对较好的正向相关性和负向不敏感性（2007 年-2008 年单位售价平均提高了 995.17 元/吨，2008 年-2009 年单位平均售价仅下降 245.59 元/吨），从而致使公司毛利率总体维持在较好的水平。

4、结合敏感性结论分析公司毛利率

公司的材料成本由原材料和包装材料所组成。报告期内，公司产品平均售价、原材料和包装材料平均价格变化情况如下：

单位:元/吨

项 目	2010年1-6月		2009年		2008年		2007年
	金额	变动率	金额	变动率	金额	变动率	金额
平均售价	21,989.68	-0.77%	22,159.40	-1.10%	22,404.99	4.65%	21,409.82
原材料	12,333.79	5.89%	11,648.12	-10.47%	13,010.01	8.07%	12,038.90
包装材料	2,041.71	-4.12%	2,129.36	-4.69%	2,234.20	11.03%	2,012.18

根据敏感性分析结论，产品售价、原材料和包装材料价格变动影响毛利率的变动情况如下：

毛利率	2010年上半年←2009年		2009年←2008年		2008年←2007年	
影响因素	变动率	影响毛利率	变动率	影响毛利率	变动率	影响毛利率
平均售价	-0.77%	-0.54%	-1.10%	-0.78%	4.65%	3.30%
原材料	5.89%	-3.08%	-10.47%	5.48%	8.07%	-4.22%
包装材料	-4.12%	0.39%	-4.69%	0.44%	11.03%	-1.04%
合计	-	-3.24%	-	5.14%	-	-1.96%
毛利率实际变化值	-	-2.96%	-	5.86%	-	-1.32%
差异	-	-0.28%	-	-0.72%	-	-0.64%
差异率	-	1.09%		2.52%		2.81%

注：差异率=差异的绝对值/本期实际毛利率

由上表可知，报告期内公司综合毛利率变动情况基本与根据 2009 年收入、材料成本状况做出的敏感性分析结论基本一致，差异主要为生产人员工资支出以及制造费用的变化所致。

经核查，保荐人认为：报告期内发行人产品综合毛利率增长主要由胶印油墨产品价格相对原材料价格波动具有较强的正向相关性和负向不敏感性所致，报告期内发行人综合毛利率变化真实、合理。

5、内外销毛利率情况分析

（1）公司内外销定价和毛利率的整体情况

公司产品销售分为内销和外销两部分，报告期内公司内外销总体情况如下：

2010 年 1-6 月		收入（万元）	销量（吨）	毛利（万元）	毛利率	单价（元/吨）
内销	数量	6,654.53	2,914.97	1,922.07	28.88%	22,828.76
	比率	64.75%	62.37%	73.22%	-	-
外销	数量	3,622.80	1,758.73	702.99	19.40%	20,598.95
	比率	35.25%	37.63%	26.78%	-	-
合计		10,277.33	4,673.71	2,625.06	25.54%	21,989.68
2009 年		收入（万元）	销量（吨）	毛利（万元）	毛利率	单价（元/吨）
内销	数量	11,935.93	5,305.47	3,662.49	30.68%	22,497.39
	比率	65.48%	64.50%	70.49%	-	-
外销	数量	6,292.70	2,920.66	1,533.08	24.36%	21,545.45
	比率	34.52%	35.50%	29.51%	-	-
合计		18,228.63	8,226.14	5,195.58	28.50%	22,159.40
2008 年		收入（万元）	销量（吨）	毛利（万元）	毛利率	单价（元/吨）
内销	数量	8,955.98	4,017.49	2,031.49	22.68%	22,292.48
	比率	65.06%	65.39%	65.19%	-	-
外销	数量	4,810.29	2,126.80	1,085.01	22.56%	22,617.50
	比率	34.94%	34.61%	34.81%	-	-
合计		13,766.28	6,144.29	3,116.50	22.64%	22,404.99
2007 年		收入（万元）	销量（吨）	毛利（万元）	毛利率	单价（元/吨）
内销	数量	7,443.68	3,525.55	1,615.41	21.67%	21,113.49

	比率	67.11%	68.05%	60.78%	-	-
外销	数量	3,648.73	1,655.43	1,042.45	28.63%	22,040.92
	比率	32.89%	31.95%	39.22%	-	-
合计		11,092.40	5,180.99	2,657.86	23.96%	21,409.82

（2）公司内销毛利率整体上升的原因

报告期内，公司内销毛利率保持整体增长，分别为 21.70%、22.68%、30.68%和 28.80%。这主要因为：

①报告期内公司产品质量不断提升，使得公司知名度不断上升，从而较好地实现了产品在原材料剧烈波动情况下，产品能够保持“正向相关性与负向不敏感性”——即在原材料价格上升情况下，能够较好地通过提高产品价格，转移原材料价格上升带来的不利影响；在原材料价格下降过程中，能够保证相对降价幅度较小，从而保持毛利率的整体提升。

②公司通过不断推出新产品，有效提升公司内销的整体毛利率。报告期内，随着公司可替代进口同类产品的高光泽、高耐磨型产品受市场认可度的不断提高，其销售数量占比明显增长，从而有效地提升了公司整体毛利率。近三年及一期，两类产品销售金额分别达到 1,484.87 万元、2,145.05 万元、3,684.52 万元和 2,572.19 万元，占公司内销金额的比重分别为 19.95%、23.95%、30.87%和 38.65%；两类产品毛利率在报告期内分别为 27.22%、25.94%、32.84%和 33.30%，从而有效地提升了公司内销产品综合毛利率水平。

③公司生产工艺的不断改进与提高。随着公司基墨生产技术的成熟，有效提高了油墨生产效率，降低了原材料损耗；此外，随着公司生产规模的扩大，也较好地降低了公司的部分固定费用在单位产品中所占比率，促进了公司销售毛利率的提高。

（3）外销毛利率变化的原因

①各种形式下外销收入和毛利率情况

报告期内，公司外销毛利率有一定程度的降低，分别为 28.57%、22.56%、24.36%和 19.40%。公司外销可分为 OEM 形式下外销和经销商形式外销，公司 OEM 形式下和经销商下具体销售收入、销售毛利情况如下：

项目		收入		毛利		毛利率
		金额（万元）	占比	金额（万元）	占比	
2010 年 1-6 月	OEM 下	1,932.59	53.35%	389.34	55.38%	20.15%
	经销商	1,690.21	46.65%	313.65	44.62%	18.56%
	合计	3,622.80	100.00%	702.99	100.00%	19.40%
2009 年	OEM 下	3,610.01	57.37%	918.96	59.94%	25.46%
	经销商	2,682.68	42.63%	614.12	40.06%	22.89%
	合计	6,292.70	100.00%	1,533.08	100.00%	24.36%
2008 年	OEM 下	3,423.02	71.16%	834.08	76.87%	24.37%
	经销商	1,387.27	28.84%	250.93	23.13%	18.09%
	合计	4,810.29	100.00%	1,085.01	100.00%	22.56%
2007 年	OEM 下	839.02	22.99%	253.19	24.29%	30.18%
	经销商	2,809.71	77.01%	789.26	75.71%	28.09%
	合计	3,648.73	100.00%	1,042.45	100.00%	28.57%

OEM 业务由于客户对产品品质要求较高，因此其毛利率整体较高。公司已与主要 OEM 客户形成了长期稳定的关系，因此在原材料发生较大波动时，公司会与客户协商调整价格以保持公司相对合理的毛利率水平；公司存在部分一般经销商客户，其相对价格敏感性较高，公司对其报价需要考虑业务的持续性和发展性。

②外销毛利率变动的原因

受 2008 年原材料价格总体增长较快，出口退税取消，以及公司对外销业务的持续、稳定、发展的战略要求因素影响，公司维持了经销商下销售价格的相对稳定，从而导致 2008 年经销商下销售毛利率降幅较大；而同期公司 OEM 销售快速增长（OEM 销售收入占比已提高至 71.16%），且 OEM 客户具有相对较高的毛利率（总体高于内销毛利率 1.59 个百分点），从而综合导致当年公司外销与内销毛利率基本持平。

OEM 客户的相对稳定性，导致 2009 年公司面向 OEM 客户的销售毛利率仍保持相对稳定。但是随着产品获得更多经销商客户的认同，公司经销商业务下的销售得到了明显的提高（销售收入占比提高至 42.63%）；公司通过 2008 年的业务合作挖掘了较多的新经销商客户，新报价原则使得 2009 年公司经销商业务获得

了相对合理的毛利率水准，从而使得 2009 年度外销毛利率得到了一定程度的提升。

2010 年 1-6 月公司外销毛利率下降较快，主要受原材料快速涨价和船运价格频繁提高的因素影响。其中原材料价格方面，虽然 2009 年末公司储备了一定数量的原材料，但是 2010 年 1-6 月公司所使用的主要原材料颜料、树脂、植物油和矿物油（合计占 2010 年 1-6 月公司生产成本比重的 64.74%）的单价分别相对 2009 年的单价提高了 2.24%、24.78%、-2.81%和 9.29%，从而导致同期外销毛利率受到了较大影响。此外，公司外销报价基本采用的 FOB（供应方港口交货）价格，而客户需求一般需要 CIF（到港交货）价格，因此公司在报价过程中会将 FOB 价格+合理的运费和保险作为客户要求的 CIF 价格作为形式发票的产品价格；而 2010 年 1-6 月随着全球经济复苏，船运价格不断攀升，致使公司实际交货时（一般生产期为 1 个月）的船运价格都高于报价时的船运价格，导致公司实际外销价格（公司按照：CIF 价格-实际发生的船运费用-实际发生的保险费用计）相对下降，从而导致外销毛利率下降较快。

③公司保持外销业务收入相对稳定的原因

报告期内，公司外销收入占公司主营业务收入的比率为 32.89%、34.94%、34.52%和 35.25%，基本保持稳定。其中最主要的因素在于：公司外销业务采取的是 T/T 或者 L/C 收款模式，对外销客户不提供信用额度，能够获得较好的现金流，可为公司持续性发展提供较好的资金保障；公司通过与部份 OEM 客户业务合作，能够获得较好的技术合作机会，从而保证公司产品的技术领先性；公司通过与经销商业务合作，能够及时地了解国际市场对油墨产品需求的变化，通过不断研发、推出新产品逐步占领市场，为公司未来发展创造良好的市场、业务基础。

（六）最近三年及一期非经常性损益、合并财务报表范围以外的投资收益对公司经营成果的影响

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	-37.00	120.95	-1.85	-26.13
合并财务报表范围以外的投资收益	-	-	-	-

非经常性损益具体构成情况详见本节 “八、经注册会计师核验的非经常性损益明细表”。报告期内，公司无合并财务报表范围以外的投资收益。

近三年及一期非经常性损益占同期净利润的比例分别为-2.80%、-0.13%、3.91%和-2.63%，其中，2009年非经常性损益主要为政府补助，报告期内非经常性损益对公司盈利能力的持续性和稳定性影响较小。

（七）税收情况分析

1、报告期内公司缴纳税款情况

公司主要税种为增值税和所得税，各年缴纳情况如下：

（1）增值税

单位：万元

年　度	期初数	本期已交数	本期应交数	期末未交数
2007 年	-12.69	279.91	382.08	89.48
2008 年	89.48	618.04	657.34	128.79
2009 年	128.79	915.46	947.75	161.07
2010 年 1-6 月	161.07	440.25	412.98	133.81

（2）所得税

单位：万元

年度	期初数	本期已交数	本期应交数	期末未交数
2007 年	131.51	340.59	463.01	253.94
2008 年	253.94	598.05	247.71	-96.41
2009 年	-96.41	382.76	618.51	139.34
2010 年 1-6 月	139.34	272.91	262.94	129.38

2、报告期内所得税费用与会计利润关系分析

单位：万元

项　目	2010 年 1-6 月	2009 年度	2008 年度	2007 年度
利润总额	1,659.58	3,625.40	1,734.91	1,427.26
税率	15%	15%	15%	33%
按法定税率计算的税额	248.94	543.81	260.24	471.00

加：纳税调整的税额影响	11.26	-21.71	-15.29	-6.51
上年企业所得税汇算清缴的税额影响	2.75	15.07	2.76	-
递延所得税资产的影响	-11.26	-7.15	41.93	30.10
所得税费用	251.68	530.02	289.64	494.59

公司各年的纳税调整主要为技术开发费加计扣除、相关费用超出税务准予扣除范围及计提资产减值准备等产生的纳税调整等。2007 年、2008 年、2009 年和 2010 年 1-6 月，公司所得税税率分别为 33%、15%、15%和 15%，2008 年公司被认定为省级高新技术企业，根据国税函【2008】985 号文，2008 年至 2010 年享受 15%企业所得税税率优惠。报告期内，发行人各期所得税费用占同期利润总额的比重分别为 34.65%、16.69%、14.62%和 15.16%，和当期企业所得税率相一致，递延所得税费用主要因计提坏账准备和存货跌价准备导致账面价值与计税基础产生差异导致。

十六、现金流量分析

（一）现金流量分析

报告期内公司现金流量主要构成情况如下：

单位：万元

项　目	2010 年 1-6 月	2009 年度	2008 年度	2007 年度
经营活动产生的现金流量净额	1,815.81	2,311.84	1,490.21	421.71
投资活动产生的现金流量净额	-2,616.41	-435.06	-900.62	-514.59
筹资活动产生的现金流量净额	15.13	1,896.13	-178.67	1,089.26
现金及现金等价物净增加额	-797.20	3,761.03	401.73	968.95
净利润	1,407.89	3,095.38	1,445.27	932.68

1、经营活动产生的现金流量

最近三年及一期公司经营活动现金流量净额分别为421.71万元、1,490.21万元、2,311.84万元和1,815.81万元，经营活动现金流量与同期实现的净利润均保持增长的趋势。报告期内公司累计产生净利润6,881.22万元，经营活动现金流量净额累计达到6,039.57万元，累计现金流量净额占同期净利润累计数的86.77%，可见公司获现能力较强。具体情况如下：

单位：万元

项　　目	2010 年 1-6 月	2009 年	2008 年	2007 年
净利润	1,407.89	3,095.38	1,445.27	932.68
加：资产减值准备	84.87	128.02	5.22	63.10
固定资产折旧	192.44	339.53	310.06	224.46
无形资产摊销	10.44	15.22	11.31	5.66
长期待摊费用摊销	2.10	-	-	-
处置固定资产、无形资产和其他长期资产的损失	33.57	42.02	-5.98	38.10
财务费用	33.81	67.51	118.67	86.41
递延所得税资产减少	-11.26	-7.15	41.93	30.10
存货的减少	-349.26	-187.44	-5.25	-254.88
经营性应收项目的减少	-825.28	-2,266.94	1,178.26	-828.24
经营性应付项目的增加	1,236.48	1,085.69	-1,609.28	124.33
经营活动产生的现金流量净额	1,815.81	2,311.84	1,490.21	421.71

2007 年经营活动现金流量净额低于同期净利润 510.97 万元，主要原因是：公司获得银行开具银行承兑汇票的授信，当年票据使用量较大，导致当年支付的银行承兑汇票和信用证保证金净额增加 1,293.60 万元。

2009 年经营活动现金流量净额低于同期净利润 783.54 万元，主要原因是 2009 年公司业务规模较上年增长较快，使得 2009 年末应收账款余额较 2008 年末增加 1,611.75 万元，公司新增应收账款均在 3 个月信用期内，且公司的主要客户都经过严格的筛选，通过几年的合作，相互较为了解，而且信用好，较少发生拖欠行为。

2010 年上半年公司经营活动现金流量已达到 2009 年全年的 78.54%，增长较快，主要原因：随着业务规模的增长，公司与供应商的话语权不断提高，公司对供应商的付款期限也不断延长，使得当期经营性应付项目金额出现较大增长。

2、投资活动产生的现金流量

近三年及一期公司投资活动现金流量分别为-514.59万元、-900.62万元、-435.06万元和-2,616.41万元，主要系公司购买机器设备和新建厂房所致，其中

2010年净流出量较2009年增加2181.35万元，主要系当期购买募投用地所致，持续性的大额投资支出使公司环保型胶印油墨的生产、研发能力迅速增强。

3、筹资活动产生的现金流量

近三年及一期公司筹资活动现金流量净额分别为3,601.87万元、-178.67万元、1,896.13万元和15.13万元。2007年筹资活动现金流量净额主要是：①为优化资本结构和扩大产能规模吸收新股东3,500万元增资，增加银行借款1,000万元；②公司为规范经营，减少关联交易，归还关联方东吴染料向本公司提供经营所需资金共计3,324.33万元。2008年筹资活动现金流量净额主要是偿还银行短期借款和偿还利息。2009年筹资活动现金流量净额的增加主要是公司继续增加短期借款500万元和吸收股东增资1,463.64万元，以满足经营和投资活动资金需求。

通过以上分析，公司管理层认为：报告期内的现金流量整体变化情况与期间的经营状况基本相符，公司近几年业务规模保持良性的扩张，经营活动获取的盈余资金和吸收的权益性资金主要满足资本性投资的需求，生产经营的短期资金需求则通过银行借款进行补充。尽管近三年及一期经营活动产生的现金流量净额合计数低于同期净利润合计数，但公司目前财务状况良好，资产负债结构不断优化，随着资本性投资所带来的企业经济效益的进一步提升，未来经营活动创造现金流量的能力将得到进一步增强。

（二）资本性支出

1、报告期内重大资本性支出

报告期内公司重大资本性支出情况如下：

单位：万元

资本性支出类别	2010 年 1-6 月	2009 年度	2008 年度	2007 年度
固定资产投资	305.62	505.08	737.07	616.10
在建工程投资	193.21	299.00	204.56	-
无形资产投资	2,244.87	-	10.00	416.31
合　计	2,743.70	804.08	951.63	1,032.41

近三年及一期公司固定资产和在建工程投资分别为 616.10 万元、941.63 万元、804.08 万元和 498.83 万元，主要为包装车间的建造以及为扩大产能而增加

的机器设备。

无形资产投资是公司为建造包装车间而购买的位于相城区黄埭潘阳工业区的土地使用权（相国用(2008)第 00121 号）而支付的土地出让金，以及 2010 年上半年购买募投项目用地支出。

公司近年来的资本性支出均围绕主业进行，不存在跨行业投资的情况，未来亦不计划进行跨行业投资。

2、未来可预见的资本性支出及对公司的影响

未来可预见的资本性支出主要为本次发行募集资金拟投资的“年产 16000 吨环保型胶印油墨项目”和“技术中心能力提升项目”，项目预计投资总金额为 26,000 万元，其中募集资金投入 17,500 万元，如本次募集资金不能满足拟投资项目的资金需求，本公司将以自筹资金方式解决资金缺口。这些项目的实施，将提高公司的环保型胶印油墨制造能力，提升公司的研发能力，提高公司的市场竞争力和盈利能力。本次募集资金投资项目的实施计划及对本公司的影响等具体内容，详见本招股书“第十一节　募集资金的运用”相关内容。

十七、公司财务状况和盈利能力的未来趋势分析

（一）公司主要优势

1、公司主营业务突出，盈利能力强

公司自成立以来，一直致力于胶印油墨的研发、生产和销售业务，报告期内，三大系列胶印油墨的销售毛利占总销售毛利的96%以上，是公司利润的主要来源。由于不断通过技术创新改进工艺，降低成本，报告期内，公司三大系列胶印油墨的毛利率保持在20%以上。随着公司“年产16000吨环保型胶印油墨项目”和“技术中心能力提升项目”的实施，公司饱和的产能将得到较大提升，产销量的增长及技术能力的提升将带来生产协调效应，公司的盈利能力将得到增强。

2、公司成长性好

报告期内，由于公司业务规模的快速增长，2008年度营业收入较2007年度增长24.68%，2009年度营业收入较2008年增长32.53%，同样公司净利润增长较快，2008年度净利润较2007年度增长54.96%，2009年度净利润较2008年增长114.17%。

3、公司的资产质量较好

公司资产的流动性较强，流动比率、速动比率处于合理的水平，2010年6月30日公司资产负债率为33.76%，2009年度利息保障倍数为50.09倍，公司偿债能力较强。

公司执行较为严格的销售政策，对各个经销商的信用额度控制在合理的范围内，公司主要客户偿付能力及信誉良好，账龄在一年内的应收账款期末余额的比例均在95%以上。截至2010年6月30日，公司固定资产的综合成新率为72.64%，主要生产设备处于同行业先进水平，尚未出现因市价持续下跌或技术陈旧、毁损、长期闲置导致的固定资产可收回金额低于账面价值的情况。

4、公司资产周转能力较强

公司资产的周转能力较强，报告期内，应收账款周转率和存货周转率逐年上升。公司对国内客户采用储备生产的方式组织生产，随着生产管理、市场预测水平的提高，公司能较为合理的安排生产，降低库存；公司对国外客户采用订单生产方式组织生产，根据订单数合理安排生产计划，从而能将存货控制在较低的存量水平上，从而减少存货的资金占用。在销售方面，公司加强应收账款的信用管理，报告期内，公司应收账款回收期短，资金占用量少。

（二）公司主要困难

随着公司业务规模的快速增长，三大系列胶印油墨的产量稳步提升，最近三年及一期产能利用率分别为102.36%、98.55%、100.64%和108.14%，公司产能已达到饱和状态，成为制约公司产销规模进一步扩大的关键因素。

（三）公司持续盈利能力及发展前景分析

公司以环保型胶印油墨作为长期发展方向，主营业务突出，具有较强的盈利能力，报告期内产品销售快速增长，取得了良好的经济效益。公司在现有的基础上坚持市场与技术并重，提升公司自主创新能力，增强公司核心竞争能力，提高公司主营业务的盈利。以下几个方面的因素将确保公司未来盈利能力的持续性和稳定性：

1、油墨市场需求变化带来的市场机会

未来我国油墨行业需求的变化主要来源于：国内不断扩大的市场需求、大量

小型企业退出市场带来的原有市场需求以及因 2008 年金融危机影响所带来的国外需求。随着本公司成功发行上市，本次募集资金投资项目建成投产，基于本公司已具有的规模、技术、市场等优势，可借助行业需求增加、中小企业被迫退出、国际需求扩大等因素，获得良好的市场发展机遇。

2、行业内的竞争优势

公司是国内较少的能年产 5000 吨以上胶印油墨的企业之一，经过多年的发展和积累，已经建立了运营模式优势、技术水平优势、规模优势、管理优势等竞争优势，详见本招股书“第二节 概览”之“二、发行人核心竞争优势”。

3、募集资金项目的实施将大幅提高未来盈利水平

面对良好的行业和市场发展机遇，公司已在总结以往业务发展经验的基础上，制定了未来三年的业务发展规划。未来3年中，公司仍将持续增强在胶印油墨领域的研发力度，通过为下游客户提供更为快捷、优质的产品和服务，不断提升在各客户供应链中的重要性；借助先进的经营模式和雄厚的研发能力，以及国家环保需求不断提高的有利时机，巩固、扩大在国内胶印油墨市场的占有率；针对目标客户市场，通过新品研发与认证、新兴客户市场的介入，实现产品系列的升级，进而实现由国内胶印油墨制造商向国际知名环保油墨制造商的转变。

公司将以本次股票发行上市为契机，一方面全面扩充环保型胶印油墨的生产能力，预计新增产能为目前产能的二倍，据测算项目投产后年均增加销售收入 35,336.00 万元，年均增加利润总额 5,324.70 万元；另一方面提升技术中心的自主创新能力，使公司在新产品开发、研制、检测等技术方面具备先进的研制手段和试验条件，以期带来降低生产成本、提高产品质量、快速响应市场需求等积极的影响。

通过募集资金投资项目的实施，公司的产品结构将得到优化，财务状况、盈利能力将持续增强，公司的综合竞争实力和抗风险能力亦将提高。

十八、股利分配政策

（一）最近三年及一期股利分配政策和实际分配股利情况

1、报告期内股利分配政策

公司根据财务状况和业务发展需要决定是否进行利润分配，并可采取现金或

者股票方式分配股利。

公司分配当年税后利润时，应当提取利润的10%列入公司法定公积金。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。公司的法定公积金不足以弥补以前年度亏损的，在依照前款规定提取法定公积金之前，应当先用当年利润弥补亏损。公司从税后利润中提取法定公积金后，经股东大会决议，还可以从税后利润中提取任意公积金。公司弥补亏损和提取公积金后所余税后利润，按照股东持有的股份比例分配。

股东大会违反上述规定的，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。

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。若股东存在违规占用公司资金的情况，公司应当扣减该股东所分配的现金红利，以偿还其占用的资金。

2、报告期内股利分配情况

最近三年及一期公司未分配股利。

（二）发行后股利分配政策

根据2010年2月5日公司股东大会通过的《公司章程（草案）》，本次发行后，公司的利润分配以重视对投资者的合理回报和有利于公司长远发展为原则。利润分配可通过送红股、派发现金股利等方式进行，公司可根据实际情况进行利润分配，但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。如公司因经营需要，暂不进行现金利润分配的，应当在定期报告中披露原因。

（三）本次发行完成前滚存利润的分配政策

截至2010年6月30日止，公司滚存未分配利润5,686.42万元。经2010年2月5日召开的2009年度股东大会决议通过，如果本次股票获准发行，则本次股票发行之日前所滚存的可供股东分配的利润由新老股东按发行后的股权比例共同享有。

第十一节 募集资金运用

一、本次发行募集资金概况

（一）本次募集资金投资原则

胶印油墨领域市场竞争的核心是制造能力和技术水平。本次募集资金将严格投资于公司主营业务，投资分为两个方面：通过扩大产能以更好地满足下游行业迅速发展及本行业内中小企业退出所带来的市场需求增长；通过提高技术能力，对现有产品性能不断升级，以更好地适应下游行业发展需要。募投项目实施后，将进一步提升公司自主创新能力、增强公司核心竞争能力、提高公司主营业务的盈利能力，促进公司成为具有高度创新能力的国际知名环保油墨制造商。

（二）本次募集资金投资项目

经 2010 年 2 月 5 日召开的公司 2009 年度股东大会审议通过，公司本次拟公开发行 1,850 万股社会公众股，占发行后总股本的 25.17%，实际募集资金扣除发行费用后的净额为【】万元，全部用于与公司主营业务相关的项目，及主营业务发展。

根据本公司已制定的《苏州科斯伍德油墨股份有限公司募集资金管理办法》，募集资金将存放于董事会决定的专户集中管理，做到专款专用，开户银行为【】，账号为【】。

本次募集资金投向经公司股东大会审议确定，由董事会负责实施，用于以下项目：

序号	项目名称	投资总额（万元）	募集资金投入（万元）	备案/审批部门	备案/审批文号
1	年产 16000 吨环保型胶印油墨项目	24,500.00	16,000.00	苏州市发改委	苏发改中心（2009）317 号
2	技术中心能力提升项目	1,500.00	1,500.00	苏州市发改委	苏发改中心（2009）318 号
3	其他与主营业务相关的运营资金项目	-	-	-	-

（三）募集资金投资项目投资计划

序号	项目名称	募集资金投资计划（万元）				
		第 1 年	第 2 年	第 3 年	第 4 年	合计
1	年产 16000 吨环保型胶印油墨项目	9,700.00	4,071.86	1,114.07	1,114.07	16,000.00
2	技术中心能力提升项目	1,500.00	-	-	-	1,500.00

注：上表中所述第一年指本次募集资金到位后的 12 个月，以后类推，后同。

（四）本次募集资金不足或富余的安排

如本次发行实际募集资金小于项目投资总额，公司将以自筹资金方式解决；如实际募集资金大于项目投资总额，多余部分将用于其他与主营业务相关的运营资金项目。

（五）募集资金使用的内部控制措施

本公司成功发行并上市后，将严格遵照《深圳证券交易所上市规则》、《深圳证券交易所上市公司募集资金管理办法》、《关于进一步规范上市公司募集资金使用的通知》（证监公司字[2007]25 号）等法律法规，以及《苏州科斯伍德油墨股份有限公司募集资金管理办法》的规定，规范使用募集资金。

按照《苏州科斯伍德油墨股份有限公司募集资金管理办法》的规定，公司对募集资金实行专户存储制度，募集资金应当存放于董事会决定的专项账户集中管理，除募集资金专用账户外，公司不得将募集资金存储于其他银行账户（包括但不限于基本账户、其他专用账户、临时账户）；公司亦不得将生产经营资金、银行借款等其他资金存储于募集资金专用账户，募集资金专户数量原则上不得超过募集资金投资项目的个数，如公司因募集资金投资项目个数过少等原因拟增加募集资金专户数量的，应事先征得深圳证券交易所同意；公司应当在募集资金到账后 1 个月以内与保荐人、存放募集资金的商业银行（以下简称“商业银行”）签订三方监管协议（以下简称“协议”）。协议至少应当包括以下内容：

1、公司应当将募集资金集中存放于专户；

2、公司一次或 12 个月以内累计从专户支取的金额超过 1,000 万元或发行募集资金总额扣除发行费用后的净额（以下简称“募集资金净额”）的 5%的，公司

及商业银行应当及时通知保荐人；

3、商业银行每月向公司出具银行对账单，并抄送保荐人；

4、保荐人可以随时到商业银行查询专户资料；

5、公司、商业银行、保荐人的违约责任。

二、募集资金投资项目的必要性分析

（一）项目建设有助于提高我国油墨行业的整体水平

从我国油墨行业竞争格局来看，目前我国油墨市场主要为跨国公司控制的企业所控制，国内其他企业总体体现出：集中度低、技术力量分散、产品科技含量相对不高的特点。快速增长的市场需求、相对较弱的行业内竞争压力，使得跨国公司控制的国内企业并未推出世界最领先的产品，其生产的产品功能特征、环保特点与国外同类产品相比尚存一定的差距。

作为与多个行业（产业）密切相关的我国油墨行业，其整体市场竞争的相对弱势已在一定程度上影响到我国文化产业、印刷业、产品包装业的国际市场竞争能力。要提高我国油墨行业的整体竞争实力，需要不断加强技术研发投入，积极开展新技术、新工艺和新产品的研发；同时需要通过引进国际先进设备不断改进工艺。

公司充分考虑到以上两个因素，因此本次募投项目主要通过“技术中心能力提升项目”以提高公司的技术研发水平；通过“年产 16000 吨环保型胶印油墨项目”引进国际领先的制造设备，提升公司整体的工艺水平。若公司本次募投项目顺利实施，不但可以提升公司综合竞争实力，同时这种竞争压力也可以迫使在我国受跨国公司控制的企业不断推出新产品、采取新工艺，从而进一步有效促进我国油墨行业整体水平的提高，促进我国产品整体的国际竞争能力。

（二）项目建设与市场需要相适应

未来我国油墨行业的需求变化主要来源于三个方面：国内不断扩大的市场需求、大量小型企业退出市场带来的原有市场需求，以及因 2008 年金融危机影响所带来的国外需求。市场变化为本次募投项目的实施创造了良好的市场机遇。

1、行业需求持续增长带来的市场机会

行业需求的不断增加为本次募投项目的顺利实施奠定了良好的市场基础。根据行业协会的统计数据显示，在最近 5 年（2004 年-2009 年）我国胶印油墨市场需求复合增长率为 6.05%；而其中 2004 年-2007 年间的复合增长率为 7.42%。

受 2008 年国际金融危机影响，我国印刷行业整体发展受到了一定影响，导致 2008 年中期-2009 年中期我国油墨需求增长速度有所下降，但是随着我国顺利实施系列经济刺激政策，2009 年第二季度我国印刷业开始逐步复苏，据国家统计局数据显示，2009 年 9 月-11 月我国“印刷业和记录媒介的复制”产值同比增速已分别达到 13.2%、11.5%和 13.1%，达到 2008 年上半年的水平（10.9%-14.6%）。

行业协会预测：未来 10-15 年我国油墨行业将保持持续高速增长，其中胶印油墨需求的年复合增长率至少可以保证 7%。

2、大量行业内小型企业被迫退出带来的市场机会

目前,我国有油墨生产厂商大约 600 家左右，其中年产量 3,000 吨以上的 40 家企业年合计产量约占全国年产量的四分之三,2009 年全国油墨产量为 44 万吨。这意味着我国有超过 500 家油墨厂家仅生产了约 11 万吨产量，平均每家不超过 220 吨。本行业内的中小企业在技术、规模、市场等各方面尚不具备明显优势，因此，这些中小企业未来市场增长可能性较小。

根据《产业结构调整指导目录（2005 年本）》（国家发改委）“300 吨/年以下的油墨生产装置（利用高新技术、无污染的除外）”属于淘汰类，因此在未来一段时间大量行业内中小企业将被迫退出。相关中小企业的退出，可为行业内领先企业带来约 25%的新增市场需求。

公司的经营模式及技术能力能够很好地贴近市场、满足市场对产品需求，从而为公司能进一步占有因国内中小企业退出所新增市场打好良好的基础。

3、世界金融危机给我国油墨行业先进企业带来的发展机遇

目前，发达国家产品相对我国同类产品具有一定的优势，主要体现在产品性能和环保性上，但是产品价格相对高出约 40%-50%。随着 2008 年世界性金融危机的爆发，越来越多的国际知名印刷企业对油墨的选择开始发生明显改变，其中价格因素已成为了影响国际知名印刷厂选择油墨供应商最主要的因素。

公司的产品功能及环保性能已具备参与国际竞争的能力，产品已销往包括欧

美在内的全球 50 多个国家和地区，已具备一定国际知名度。因此，世界金融危机促使国际印刷企业经营理念发生的变化为公司产品占领更多的国际市场创造了良好的机遇环境。

综上所述：随着本公司成功发行上市，本次募集资金投资项目建成投产，基于本公司已具有的规模、技术、市场等优势，可借助行业需求增加、中小企业被迫退出、国际需求扩大等因素，获得良好的市场发展机遇。

（三）项目建设有助于保持公司技术的领先性

1、项目建设促进公司技术能力的提升

随着上、下游行业的高速发展，新型材料、新型印刷设备、新型印刷基材、新的后续处理工艺等都将对公司提出更多的新需求；全球环保标准的不断提高，也将对产品提出更多、更高的制造过程和环保性能要求。

目前公司产品的制造过程、功能、环保性能、项目储备都已在市场竞争中具有一定的技术领先优势，但为满足新的需求，公司有必要尽快提升技术中心整体能力，不断通过改进工艺提高制造过程的环保性；通过对连接料更深层次地研发不断推出新型运用材料；不断丰富、提升公司的颜料数据库及配色体系；建立更加丰富、全面的基墨组及相关基墨数据库，从而保持公司在行业内的技术领先地位。并以此为契机推动整个行业的国际竞争能力，实现我国油墨行业逐渐向国际竞争价值链上端的转移，从而促进包括我国产品包装业的快速发展，提高我国产品整体国际竞争能力。

2、项目建设有助于解决研发与生产共线问题

公司新品推出需要经过研发、小试、中试、试生产、形成工艺文件等系列过程（具体详见本招股书之“第六节 发行人业务与技术”之“七、发行人核心技术和研发情况”），其新品研发过程主要是利用日常生产线上的设备，因此在每年生产高峰期，将出现研发和生产共线问题。若新品工艺优化不能得到及时验证，直接进行批量生产将存在较大风险。随着“公司技术中心能力提升项目”的实施，可有效避免研发与生产间的矛盾冲突，缩短研发时间，提高新品的推出效率，进一步提升公司的行业竞争地位。

（四）项目建设有助于公司新品的产业化

公司已建立起分工合理、配合默契的技术中心，培养和集合了一批高水平的专家和研究人才队伍。公司研发以环保需求为导向，以客户需求为基础，已经研发出能够较好地满足高端客户和未来市场需要的环保系列、新型运用系列等新产品（具体产品详见本招股书之“第六节 发行人业务与技术”之“七、发行人核心技术和研发情况”）。相关产品的研发已经分别通过了中试、试生产或小批量生产，为满足市场持续增长的迫切需求，公司需要扩大生产规模。

相关产品的产业化能够促进公司研发水平全方位提升。本次募集资金投资项目建成后，公司仍将以自身拥有的核心技术能力为基础，以对外合作为辅助，加大对新产品、新材料的深度研究，利用先进的研发设备、较强的研发能力、良好的研发机制，以及先进的生产设备，加速公司的新品产业化，形成“研发—产业化—研发”的良性循环，进一步提升公司核心竞争力。

三、实施募集资金投资项目的可行性

本次募集资金投资项目的实施具有现实的可行性，主要体现在：

（一）国家政策和行业发展是本次募集项目成功实施的前提

本行业的发展与国家发展轻工业，发展新材料、节能环保等战略性产业政策相一致。无论是国务院《轻工业调整和振兴规划》、国家发改委《产业结构调整指导目录（2005 年本）》，还是《国家中长期科学和技术发展规划纲要（2006－2020 年）》等系列文件（具体详见本招股书之“第六节 发行人业务与技术”之“二、（一）行业管理体制和政策发展趋势”）中，对本行业及与本行业相关上下游行业都是采取鼓励、重点支持的态度。同时，如前所述，我国油墨市场规模正在迅速放大、市场需求不断增长，使我国油墨行业发展获得了足够的空间。

国家政策和行业发展为本次募投项目顺利实施提供了良好的前提。

（二）公司经营模式是本次募集项目成功实施的保障

公司成立以来已形成了独特的经营模式，在报告期内公司业务得到了快速发展，公司的销售收入、盈利能力，及市场占有率都在不断提高。公司产品在生产、

销售、研发模式等方面都具有良好的市场适应性和行业领先性，产品已进入世界发达国家市场，同时获得了全球主要印刷市场的认同。

本次募集项目将进一步扩大公司产品的产能，公司将以现有经营模式为基础，充分发挥公司基墨组生产、扁平化销售，及技术研发的优势，通过复制基墨、基墨组实现产能，通过扁平化销售模式顺利实现产品销售，通过技术研发进一步满足客户需求，保障项目的顺利实施。因此，行业发展的可预见性，经营环节的协同性，技术的领先性将共同保障本次募投的顺利实施。

（三）公司的人才管理和储备是本次募投项目的成功实施的基础

公司作为国家火炬计划执行单位、省高新技术企业已经具有了较强专业人才队伍。在专业技术人才方面，公司技术中心现有 60 人，占公司员工总数的 23.26%。其中大部分技术人员具有专业技术背景和较深的油墨产品研发和应用经验，研究人员专业领域涉及分析化学、日用化学、合成化工、颜料化工、色度学、材料力学等学科。公司拥有较高技术能力，行业内先进的研发仪器，以及产研一体化的实现能力，为吸引更多的专业技术人才参与到公司的研发体系中，不断提升公司产品品质创造了基础。在人才管理方面，公司以现代企业管理制度为基础，已形成了高效的企业管理结构，在过去企业运营中有效提高了公司的经营效益。

在未来企业经营过程中，公司一方面将依赖现有的技术和管理人才，不断提高公司的技术、管理水平，为本次募投项目的顺利实施提供基本保障；另一方面，公司将以开放的平台为基础，通过不断吸引行业内的优秀经营管理人才和技术人才，为更好地实施本次募投项目提供额外保障。

（四）年产 16000 吨环保胶印油墨项目前景分析

本次项目属于现有产品的扩产，项目达产后预计可为公司新增 1.6 万吨/年环保胶印油墨的产能，现将该项目市场前景分析如下：

1、产能扩张与行业发展趋势相一致

油墨行业是与印刷业发展，新型材料研究密切相关的行业，我国油墨行业的未来发展主要体现出综合竞争趋势、优势集中趋势及国际化趋势。公司本次募投项目的顺利实施符合行业发展趋势，能够有效提高公司的综合竞争能力和行业地位。

（1）综合竞争趋势

我国油墨行业的市场竞争主要体现在规模效应、经营模式与核心技术能力。印刷行业的快速发展要求油墨行业能够为其不断提供所需求的系列产品，采取先进的经营模式不但能够有效提高生产效率，及时满足客户需求，降低油墨生产企业自身的经营风险，而且能够有效提高企业的规模效应。此外，随着上游行业新型材料的不断推出，下游行业对本行业产品的功能性、环保性要求的不断提高，需要本行业企业具有极强的综合技术能力，即清楚地认识、分析、选择、加工原材料并将之运用于其产品的能力。

公司具有的经营规模、独特的经营模式及核心技术能力，是公司在竞争中获得快速发展的保证。因此，本次募投将紧紧围绕以扩大产能提升企业的经营规模，以提高技术能力保证经营模式和核心技术的领先性为目的进行实施。募投项目的顺利实施将为提高公司的综合竞争能力和持续发展奠定坚实的基础。

（2）优势集中趋势

目前，我国油墨行业内最大的企业现有销量尚不足全国油墨需求总量的 10%（2008 年天津东洋总产量 3.39 万吨，约为全国油墨需求总量的 8.17%），大量中小企业合计占有约 25%的市场份额。因国家环保标准提高、下游印刷业快速发展、原材料价格加剧变动等外在因素，对于不具备核心竞争力的中小企业不得不因无法满足客户需求、自身利润、环保要求等放弃原有的市场。此种情况的出现给行业内具有较强综合竞争能力的公司快速增长提供难得的机会。公司借助本次募投项目的顺利实施，综合竞争能力将得到增强，为公司逐步占领中小企业退出后带来的市场空间提供了机会。

（3）国际化趋势

虽然我国油墨行业整体因技术能力的限制尚不能有效参与到国际竞争，但欧美国家不管是过去、现在，还是未来都仍然是全球最大的油墨需求地区，因此国

际化是我国未来油墨行业发展必然趋势。随着我国油墨行业的不断集中，行业中领先企业必然会进一步加大对研发的投入力度，从而带来产品的功能、产品的环保性不断提高，进而能够有效参与国际竞争。

公司一直重视对产品技术的研发，产品功能、产品环保已达到了发达国家要求的水平，这也是报告期内公司外销能够不断增长的重要原因。随着本次募投项目的实施，公司产能瓶颈将有效缓解，技术能力也能够得到进一步提高，从而为公司更好地参与国际竞争创造良好的基础。

2、产能扩张有助于消除现有产能瓶颈

报告期内公司主要通过对高分子材料、植物油改性的研发，并将之运用于印刷胶印油墨的生产与销售。公司一直在加大固定资产投入，公司的产能已由 2007 年的 5,000 吨提升到 2010 年的 9,000 吨，而产量及销量一直跟随产能同步增长。报告期内公司产品的产量、销量，及产能情况如下：

项目	2010 年 1-6 月	2009 年	2008 年	2007 年
产能（吨）	4,500	8,000	6,500	5,000
产量（吨）	4,866.49	8,051.58	6,405.90	5,118.62
产能利用率	108.14%	100.64%	98.55%	102.37%
销量（吨）	4,673.71	8,226.14	6,144.29	5,180.99
产销率	96.04%	102.17%	95.92%	101.22%

注：2010 年 1-6 月份产能按全年 9,000 吨折算。

公司的经营模式决定了：市场需求影响着公司的产品输出，而与此同时产量的实现又依赖着产能的基础。从现有的公司产能角度来看，产能已成为公司未来发展的重要瓶颈。

公司产品生产采取的是“储备生产+订单生产”的模式，其中储备生产部分根据公司历史销售情况，形成主导产品的最低储备量标准，再综合具体订单、库存成品及最低储备量的情况进行生产；专色产品及所有境外产品采取的完全订单式生产。受此经营模式的影响，报告期内公司产品的产销率一直维持在较高的水平。

扁平化的销售模式和行业领先的技术能力是公司产品能够获得市场认同的重要基础。虽然在报告期内公司产能已从 2007 年的 5,000 吨增长到 2010 年的 9,000 吨，整体增长了 80%。但是行业的发展趋势、公司自身的竞争优势，为本

公司发展创造了良好的市场需求基础。目前公司的产能已充分释放，产能利用率已超过 100%。基于本行业产能扩展需要较大资金投入的基本要求，未来公司发展再单纯依赖于股东的投入和自身的滚动发展已不能有效满足产能与市场需求间的矛盾，因此有必要通过本次募集资金投入以充分实现公司的发展需要。

3、市场需求与产能扩张相适应

市场的需求决定了本公司产品的销售。如前所述，未来胶印油墨的市场需求将保持 7%的复合增长速度，2013 年（项目预计完全达产年，公司在 2010 年已开始自筹资金为扩张生产能力做提前基础工作，以保证募投项目在有效时间内完成，公司将以募集资金置换前期扩大产能所使用的自筹资金）我国胶印油墨的市场需求将达到 29.4 万吨。

根据公司对本项目的销售区域预测，本项目 65%的产量（基本与公司 2009 年内销比率一致）将面向国内销售，即本项目建成后，面向国内销售的新增量为 1.04 万吨——约为当年国内胶印油墨需求总量的 3.54%，为市场新增需求量（相对 2009 年）的 14.86%；进一步考虑行业内中小企业退出所带的市场需求释放因素（假设按 10 年相关中小企业将全部退出计），至 2013 年将共释放出中小企业现占有的 40%市场份额，即 2.24 万吨，因此公司新增国内销售量仅为国内市场实际新增需求量的 11.26%。本公司将以现有销售网络为基础，借助扁平化销售模式的优势，以公司的技术能力为后盾，充分实现产品的市场销售。

国外销售方面，2009 年度公司已外销产品 2,920.66 吨，本项目完全达产后，预计新增外销 5,600 吨。随着公司技术实力的不断增强，公司产品已销往了包括欧美等在内的 50 多个国家（地区），产品已获得了欧盟化学品管理署、瑞士 SGS、美国大豆协会等机构的认证。欧洲和北美是全球最主要的市场需求地区，上述区域的油墨需求总量超过了全球需求总量的 60%，随着 2008 年全球金融危机的影响，越来越多的欧美印刷企业已开始面向价格更合理的供应商购买相关产品。公司 2009 年外销数量同比增长了 37.33%，相对 2008 年的 28.47%增长了 8.86 个百分点，被中国印刷及设备器材工业协会列为 2008-2009 年度油墨产品出口排名第一的企业；2010 年 1-6 月，公司外销继续保持快速增长，同比已增长了 34.90%。因此，公司有能力借助不断增强的技术能力和不断提升的公司品牌，进一步增加外销数量。

综上所述，如果本项目能够顺利实施，在良好的销售协同性下，本公司有能力在项目建设完成后三年内，实现该项目新增的 1.6 万吨/年设计产能的市场销售。

4、项目销售区域的可行性分析

借助先进的销售模式及行业领先的技术水准，近三年公司产品销量保持了26.01%的年复合增长率，产品在国内外销售都保持了持续、快速地增长，报告期内公司产品内外销数量的比率约为 65：35。本项目建成后，产品销售仍将基本维持目前的公司内外销数量比率。在国内坚持区域优势突出为主，在国外采取渐次占领的销售策略，在本项目正式投产 3 年内完全消化新增的产能。

（1）国内销售情况分析

目前我国印刷企业主要分布在长三角、珠三角及环渤海区域。公司的销售模式决定了需要贴近用户进行产品销售与服务，出于产能相对有限性及公司区域内客户快速成长等因素影响，目前公司产品在国内的销售还主要集中在长三角地区，2010 年 1-6 月区域内销售总量占公司国内销售份额的 48.71%，具体见下表：

单位：吨

地区类别	2010年1-6月		2009年度		2008年度		2007年度	
	销量	比例	销量	比例	销量	比例	销量	比例
长三角	1,419.92	48.71%	2,602.27	49.05%	2,043.19	50.86%	1,672.00	47.43%
环渤海	475.89	16.33%	786.83	14.83%	550.08	13.69%	530.80	15.06%
珠三角	356.00	12.21%	617.59	11.64%	462.00	11.50%	478.21	13.56%
其 他	663.17	22.75%	1,298.79	24.48%	962.21	23.95%	844.55	23.96%
合计	2,914.97	100.00%	5,305.47	100.00%	4,017.49	100.00%	3,525.55	100.00%

出于未来发展考虑，公司有意加大了在其它区域的力度，其它区域的销售收入增长与公司整体销售收入保持了相对稳定。在未来发展中，公司一方面仍将坚持、增强现有的竞争优势区域的竞争力度；另一方面将重点开发包括珠三角区域、环渤海区域等在内的我国主要印刷企业聚集地区。

①长三角区域的销售

根据 2008 年 8 月国务院常务会议审议通过的《关于进一步推进长三角地区改革开放和经济社会发展的指导意见》精神，长三角地区是我国经济发展的引擎，

代表着国家经济的国际竞争力。在未来发展中要继续凸现长三角重要战略地位，将长三角打造成亚太地区重要的国际门户、全球重要的先进制造业基地、具有较强国际竞争力的世界级城市群。可以预见，随着长三角区域的战略布局的完善，与布局相配套的印刷业将得到快速发展，不管是企业包装还是人民生活所需的印刷需求将得到快速发展。良好的市场需求预期，以及公司业已形成的区域优势，为公司继续保持、增长在长三角区域的销售奠定了良好的基础。

②珠三角区域的销售

珠三角是我国改革开放的最早、发展最好的区域之一，其制造业的发达有效地带动了印刷业的发展，其外资印刷企业曾占到全国外资印刷企业的 2/3。虽然珠三角外向型的经济结构，使得在 2008 年全球金融危机的冲击下受到了一定影响，一批印刷企业因客户的经营困难陷入了困境，但总体市场仍呈增长的趋势。随着珠三角经济结构的转型完成，借助良好的经济基础，以及内地与香港 CEPA（紧密经济伙伴安排）关系的确定，珠三角经济能够再次得到快速发展。作为全球四大印刷中心之一香港将重新带动珠三角区域印刷业的发展。虽然目前公司在珠三角区域的销售并不大（2010 年 1-6 月约占公司国内销量的 12.21%），但是随着珠三角新的印刷企业崛起，特别是香港印刷企业的介入，借助在国际市场上良好的口碑，公司在该区域的销售能够获得较好的发展。

③环渤海区域的销售

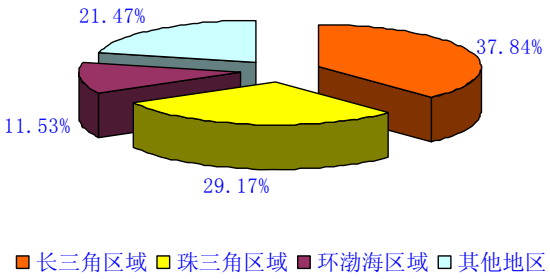
环渤海区域是以京津冀都市圈为核心的我国经济发展区域，目前该区域整体经济发展略微落后于长三角和珠三角。但北京作为我国经济、文化、政治、军事的中心，对印刷产品具有持续、强劲的需求；我国最大的印刷企业中国印刷集团公司也在北京成立。未来发展过程中，公司将加大在北京、天津的市场开拓力度，并以此为核心辐射整个环渤海地区。

④募投项目的国内销售策略

上述三个区域印刷工业是我国最发达的区域，市场容量已接近全国总量的 80%。从狭义的长三角、珠三角和环渤海来看，2008 年上述区域印刷工业的产值就达到全国印刷工业产值 78.53%，相对于 2007 年增长了 4.06 个百分点，具体情况如下图[9]：

[9] 本段根据《中国印刷年鉴》2008 年和 2009 年本，相关数据整理计算

2008年度我国各区域印刷业销售分布情况



长三角区域是我国经济发展最好的区域，2008 年长三角印刷业占全国总产值的比率相对 2007 年增长了 1.38 个百分点，区域政策也为该区域的发展提供了重要保证。珠三角区域、环渤海区域同样是我国经济发展最前沿的地区之一，2008 年印刷业占全国总产值的比率相对 2007 年共增长了 2.68 个百分点，其中环渤海区域的增长（2.02 个百分点）有力地提高了相关区域的增长比率。

随着本项目的投产，公司将借助现有的领先的技术优势、先进的运营模式、良好市场地位、强有力的销售能力和诚信可靠的经销商团队，以及较高的管理水平，加大在上述区域的销售力度，不断提升相关区域的市场占有率。

（2）国外销售情况分析

2009 年是公司外销快速增长的一年，全年共实现外销 2,920.66 吨，占公司销量的 35.50%。公司针对世界印刷业“东移”的趋势，已在印刷业快速发展的印度、巴西等国家建立了良好的市场销售渠道；另外，随着公司产品通过欧盟 REACH 预注册、瑞士 SGS 和美国大豆协会的认证，公司产品已介入到美国、英国、比利时等发达国家印刷市场。

欧洲、北美仍为全球最主要的印刷市场分布区域，2007 年相关市场对油墨需求总量约占全球需求总量的 64%，2011 年仍将保持在全球需求总量的 59%左右。公司将借助 2008 年全球金融危机对欧美等发达国家印刷企业理念改变的契机，以公司核心技术为基础，加快对上述区域的介入力度，逐步提高产品在欧美区域的市场占有率。

截止本招股书签署日，公司与美国历史最悠久的油墨公司——Gans Ink and Supply 公司签订了《技术合作开发合同》，该合同约定从合同签订第二年起，该公司将向公司每年采购不少于 500 吨的“低有机挥发份胶印油墨”。

5、主要竞争对手情况分析

在国内市场上主要竞争对手是天津东洋和杭华油墨，另外上海牡丹、上海油墨泗联化工有限公司，以及DIC集团国内控股的系列公司也为公司的潜在竞争对手（上述公司的具体情况详见本招股书之“第六节 发行人业务与技术”之“二、发行人所处行业的基本状况”）。

目前来看，上述公司基本（除上海油墨泗联化工有限公司）都有跨国上市公司或国内已上市公司的背景，相对公司拥有较明显的规模优势。但公司相对上述公司或具有领先的技术水平，或具有先进的经营模式（基墨、基墨组生产模式和扁平化销售模式），或具有本地化经营管理人才带来的成本优势，这使得近三年公司的销量复合增长率达到26%明显快于其他公司。在产品功能指标上（主要体现快干、高光、耐磨性等方面），公司的主导产品相对主要竞争对手各具特点，在一定区域内各自具有一批稳定的客户群体；但是公司由于扁平化销售模式带来的快速反应速度，在新品推出环节上具有明显的相对领先性（时效上和市场推广效果上）；产品系列的多样化，又使得公司在更好地满足客户需求方面具有了领先的优势。在产品环保上性能上，公司采取改性植物油基生产的环保型油墨已批量出口到欧美等发达国家和地区，而主要竞争对手相对较少。

在国外市场上，公司国外竞争对手主要是国际知名油墨制造企业，或其在其他国家控制的企业。相对而言，本公司的境外竞争对手在规模和市场等方面都具有明显的竞争优势，而本公司在原材料质量、生产成本、产品价格上具有境外竞争对手难以比拟的竞争优势。受2008年全球金融危机影响，全球油墨需求格局在发生一定的变化，从而有效地突出了公司的竞争优势，促进了公司国外市场的竞争能力提升。

在过去市场竞争中，公司凭借较强的综合竞争优势已获得了快速发展；募集项目的建设完成，目前相对主要竞争对手的主要“短板”——规模弱势将被有效消除，公司的综合竞争实力将进一步增强，能够更好地获得国内外市场认同。

6、现有技术是本项目顺利实施的保障

本公司已拥有领先核心技术能力。公司通过多年从事胶印油墨的研发、生产与销售，在整个胶印油墨的运营和管理上已积累了丰富经验，同时公司还汇集了一大批国内外长期从事胶印油墨研发、销售的资深技术、管理人才，在成立以来

获得了高速发展，成为了我国胶印油墨领域内成长最快的规模化经营的企业；此外在国际竞争中，公司产品已出口到欧美等发达国家在内的 50 多个国家和地区，不管是产品的功能性指标还是产品的环保性指标，都已达到具有国际的领先性。公司现有的技术水平、技术能力、人才储备和相应的研发创新机制有效地保证了本项目的顺利实施。

（五）募集资金投资项目固定资产投资的合理性

公司本次两个募集资金投资项目拟投入 19,700 万元于用于建设投资，其中投资于土地、厂房及生产设备的资金为 17,955.20 万元[10]。项目投资与公司 2009 年的固定资产状况、产能比较情况如下：

项目	2009 年末	本项目
产能（吨/年）	8,000	16,000
生产用固定资产（万元）	4,595.88	17,955.20
产能/生产用固定资产	1.74	0.89

公司本着计划、合理、节约使用募集资金的原则，进行了系列的市场调研，设计了本次募集资金使用项目。项目投入充分考虑了生产的必要性，以及市场建筑、设备的报价、设备安装等因素。公司本次募集资金项目新增生产用固定资产有较大幅度的提高，且“产能/生产用固定资产”的比率存在较大幅度下降，主要因素如下：

（1）历史因素导致现有土地账面原值较低

截至 2009 年末，本公司土地面积为 33,912.3 平方米，账面原值为 549.00 万元；本次募投使用地面积为 64,241 平方米，根据现有的土地拍卖价格和相应的各类规费即达 3,377.14 万元。虽然新征用的土地面积为目前土地面积的 1.89 倍，但是所需费用为现账面原值的 6.15 倍。

（2）历史因素导致现有房屋及建筑物账面原值较低

公司现有房屋及建筑物主要来源于 2006 年吸收合并胡桥经济公司获得的资产，以及原大东洋油墨的少量房屋，以上两部分的房屋及建筑物约占公司 2009

[10] 因项目投资中技术中心能力提升项目和建设期贷款利息不属于生产部门生产性投入，未计入

年末账面原值的 62.89%。报告期内随着建材成本的大幅上涨，目前构建相应的房屋及建筑需要更高的成本。以 2009 年公司新构建的包装车间为例，其建筑面积为 3,547.62 平方，新增原值为 412.60 万元，建筑成本约为 1,163 元/平方；“年产 16000 吨环保胶印油墨项目”厂房及配套建筑的建筑成本估算约为 1,017 元/平方，募投项目房屋建筑单位成本基本与 2009 年公司新构建的包装车间的单位成本一致。

（3）公司逐步发展因素导致设备账面原值较低

报告期内公司发展主要依赖股东投入和自身滚动，产品获得市场认同也是在 2006 年以后。因此在生产初期时主要出于成本考虑，选用了较多的价格相对较低的设备，并通过自身的组装完成了部分设备，从而导致原值较低。这些设备的先进性、精确性相对较低，在一定程度上已影响到了公司整体的生产效率和质量控制。本公司为了提高生产效率和产品质量，本次募集资金投资项目所计划采购的生产设备在技术上更为先进，且自动化程度较高，故新增部分固定资产投资成本较高。

（4）为适应社会环保需求不断增长的需要

随着人们对环保的日益重视，政府对能够影响环境、身体健康等有害物质的管理日趋严格，我国已通过了强制性的《油墨工业水污染物排放标准》，预计不久将正式实施；此外，在全球大多数经济发达国家（地区）除了要求生产产品的原材料环保外，还对产品的生产环境、生产设备以及与产品接触的主要设备构件进行严格监控，以确保最终产品环保性能。

目前，本公司产品虽然已获得国家绿色环保油墨的认证，瑞士 SGS 公司的产品认证，美国大豆协会认证等众多认证，且生产环境也获得了 ISO14001：2004 环保标准的认证，但是国家《油墨工业水污染物排放标准》的强制实施，必将进一步提高公司产品生产标准和要求。此外，目前公司客户群体已包括了欧美等发达国家的印刷企业，报告期内公司外销数量占销售总数量的 34.93%，本项目外销数量也拟占新增产能总量的 35%。

因此，为更好地适应销售市场的环保要求，在本次募投设计中，公司拟采用能够更好适应环保需求的设备，从而导致新增固定资产投资成本较高。

（5）募集资金所投资的生产设备将大大提高公司的生产效率及市场竞争地

位：

①项目建成后将大大提高公司生产效率，2009 年公司人年均产值约为 99.63 万元，新项目人年均产值将达到 133 万元[11]；

②项目建成后将进一步增加公司面向包括欧美等在内的发达国家销售数量，从而进一步增强公司国际市场竞争地位。

③项目建成后将进一步优化公司的产品结构，推动新品的产业化进程，巩固和增强公司的市场竞争优势，提高公司的盈利能力。

综上所述，本次募集资金投资的生产用固定资产与现实的市场基础和目标产能总体匹配，高精度、先进的生产设备将进一步促进公司的快速发展，巩固公司的市场地位。

四、募集资金投资项目情况介绍

（一）年产 16000 吨环保型胶印油墨项目情况

1、项目概况

本项目在公司 2009 年的 8,000 吨/年胶印油墨设计产能的基础上，新增 1.6 万吨/年的胶印油墨的生产能力。项目实施通过购买土地、新建厂房、引进新设备，将公司胶印油墨总体生产能力提高到 2.4 万吨/年的水平。

2、投资概算情况

本项目投资总额为 24,500.00 万元，其中建设投资 17,955.20 万元，流动资金 6,300 万元，建设期贷款利息 244.80 万元。投资概算情况具体如下：

序号	类别名称	投资额（万元）	占投资总额比例
一、建设投资			
1	工程费用	13,673.05	55.81%
1.1	建筑工程费用	4,382.40	17.89%
1.2	设备购置费用	7,826.00	31.94%
1.3	安装工程费用	1,464.65	5.98%
2	固定资产其他费用	3,377.14	13.78%
3	生产准备费	50.00	0.20%

[11] 注：都未考虑公司技术人员

4	预备费	855.01	3.49%
小 计		17,955.20	73.29%
二、建设期贷款利息		244.80	1.00%
三、流动资金		6,300.00	25.71%
合计		24,500.00	100.00%

（1）建设投资主要内容

①建筑工程费用主要用于公司 42,990㎡的生产车间、原材料和成品仓库、办公楼，以及 110 ㎡的其他工程用房，建设面积共计 43,100㎡；

②设备购置费用为形成包括连接料工序、基墨及调浆工序、导热油系统、包装工序、罐区、公用工程配套、检验等在内的七大功用型设备体系的相关设备，共计 756 台（只或套）；

③安装工程费用是将前述单体设备安装成可连续运转的生产系统所需支付的费用；

④固定资产其他费用主要包括：土地征用费 2,160 万元，以及建设单位管理费，勘察设计费，监理费、市政配套费等各项费用[12]。

（2）资金使用计划

本项目工程建设期为投资到位后 1 年内，项目的建设规模是新增 16000 吨/年环保胶印油墨的制造能力，资金具体使用计划如下：

单位：万元

序号	投 资 构 成	合计	第 1 年	第 2 年	第 3 年	第 4 年
1	项目资本金（募集资金）	16,000.00	9,700.00	4,071.86	1,114.07	1,114.07
1.1	用于建设投资	9,455.20	9,455.20	-	-	-
1.2	用于支付建设期利息	244.80	244.80	-	-	-
1.3	用于流动资金	6,300.00	-	4,071.86	1,114.07	1,114.07
2	银行借款用于固定资产投资	8,500.00	8,500.00	-	-	-
合 计		24,500.00	18,200.00	4,071.86	1,114.07	1,114.07
资本金占当年资金投入的比例		65.31%	53.30%	100.00%	100.00%	100.00%

[12] 因本项目与“技术中心能力提升项目”建设处于同一地块，而后者不能单独产生效益。从谨慎性原则出发，将所有土地出让款等费用计入本项目统一考虑。

3、产品的质量、生产及技术情况

（1）项目的产品质量标准

本项目通过扩大产能生产现有公司的产品系列，产品的销售区域以国内销售为主，同时有一部分外销。

在国内销售部分，公司产品的质量必须符合《中华人民共和国轻工行业标准——胶版单张纸油墨》（QB/T2624-2003）及《中华人民共和国行业标准——胶印亮光油墨》（QB/T3598-1999）的质量要求；公司产品要进入政府采购系列还必须符合《环境标志产品技术要求——胶印油墨》（HJ/T370-2007）；此外，在《食品容器、包装材料用添加剂使用卫生标准》（GB9685－2008）中对包装材料用添加剂具有一些限制性规定。在国外销售部分，产品一般需要符合欧盟的RoHS指令、Reach预注册法规及EN71认证，或是美国的ASTM认证、潘通认证等。

本公司产品质量控制标准采取的是高于行业标准的企业系列标准（编号：Q/320507），相关标准已在苏州国家质量管理部门备案。

（2）生产方法、工艺流程及生产技术选择[13]

产品的生产仍将按照“储备生产与订单生产共存”的现行生产模式，通过充分分析历史主导产品出货情况，并结合具体订单制定相应的产品产量。

工艺流程仍将采用现行的“基墨组”柔性生产工艺流程，并通过进一步扩展现有基墨组的色域宽度，完成对黑色基墨及其基墨组的研发工作，从而提升公司工艺流程的柔性，更好地适应客户需求。

公司在长期与跨国公司竞争过程中，业已形成了行业领先的：树脂连接料配方技术、颜料技术、基墨及相关技术，以及油墨制造技术。相关技术主要来源于公司业务发展过程中的长期研发和积累，属于吸收消化后的再创新或集成创新。上述技术已属于本公司成熟技术，能够很好地运用于本项目的生产过程中。

（3）设备选择

本项目需要连接料工序、基墨及调浆工序、包装工序、罐区、公用工程配套、导热油系统、检验等在内的七大功用型设备体系的相关设备，共计 756 台（只/套），具体情况如下：

[13]本段内容的具体介绍可详见：本招股书之“第六节 发行人业务与技术”之“四、发行人经营情况”的相关内容

序号	设备名称	单位	数量	价格（万元）	备注
一	连接料工序		97	1,462.60	
1	自动化仪表控制系统	套	1	1,162.50	
2	连接料反应釜	只	6	108.30	
3	其它配套设备、部件		90	191.80	
二	基墨工序		206	4,526.27	
1	捏合机	台	8	1,200.00	
2	珠磨机	台	4	1,185.00	进口
3	三辊机	台	6	900.00	进口
4	三辊机	台	10	350.00	
5	高速双轴分散搅拌机	台	10	189.74	
6	输料装置	套	10	155.59	
7	其它配套设备、部件		158	545.94	
三	包装工序		51	516.60	
1	装听机	台	10	290.00	
2	其它配套设备		41	226.60	
四	罐区		22	201.60	
1	原料储罐	只	10	120.00	
2	连接料储罐	只	12	81.60	
五	公用工程配套		348	1,008.63	
1	废水处理设备	套	1	190.00	
2	废气处理设备	套	1	128.00	
3	其它		346	690.63	
六	导热油系统		22	69.48	
七	检验室		10	40.83	
合计			756	7,826.00	

注：上表仅列明了合计金额超过 100 万元的相关设备，合计金额小于 100 万元的其它设备等都合并计入其它配套设备或其它中统一表述。

4、主要原材料及能源的供应情况

胶印油墨制造采用的主要原材料为：树脂、颜料、矿物油、植物油、助剂和填充料，其中颜料和树脂为油墨的主要原材料。油墨所用的颜料为不可溶性有机颜料，我国为全球最大的有机颜料制造国，约占全球60%以上的市场份额，年产量达数百万吨；本项目较多采用天然树脂，同时也会含有部分合成树脂，我国不但拥有千万吨合成树脂年产量，而且拥有全球最佳品质油墨松香生产地，其高质量的产品，充分保障了本行业产品的需求。公司已建立了完善的供货渠道，原材料在国内采购。

本项目正常年份所需主要原材料如下表：

材料	树脂	颜料	矿物油	植物油	助剂	填充料
需求量（吨）	4,000	1,920	5,392	3,040	960	752

此外，项目需要消耗一定数量的包装材料，公司拥有稳定的包装材料供应商；项目所需的能源为电、蒸汽和天然气，相关包装材料和能源为市场化产品，可保证供应。

5、项目竣工时间、产量

项目的竣工时间为投资到位后1年内，项目的建设规模是形成年产16000吨环保型胶印油墨。

6、产品营销

（1）目标市场

本项目产品为环保型胶印油墨，主要面向以包装印刷业为主的客户群体。目标市场仍采用现行的国内为主、国际为辅的市场销售格局，相关比率大约维持在65：35。其中国内销售部分，目前公司市场销售还主要集中在我国经济最发达的区域——长三角区域；本项目建成后，将在稳定、发展目前主导销售市场的基础上，重点加大在珠三角和环渤海区域的销售力度；并根据国家相关政策指引，加大在中西部7省的销售力度。国外销售部分，本项目的目标市场仍将主要集中在欧美等发达国家和地区，并继续扩大在印刷业快速发展的国家和地区的销售。

（2）营销方式

产品的销售模式采用公司现有的通过经销商销售模式。由公司的销售部和市场部共同进行产品的市场推广，并筛选、评定经销商及其资信情况；由公司的技

术中心负责对经销商进行产品培训，并与经销商共同进行重点客户的开发、维护工作。

（3）营销策略

在产品营销策略上，公司将充分利用现有丰富的客户资源，坚持不断提升公司的技术能力，充分满足客户需求，坚持国际化销售的三项原则不断开拓市场。公司针对国内的主要销售市场，以及国际市场需求分别制定了以下具体营销策略：

①现有优势市场的深度挖掘。长三角区域目前属于公司销售的最强区域，公司产品在该区域内具有较高的市场认知度；本项目投产后，本公司将通过更为贴近经销商的方式，为经销商开拓市场提供更强有力的技术支持，充分提升公司在该区域内的市场占有率；并针对该区域内印刷包装业相对油墨产品需求层次较高的特点，逐步将公司储备项目中的替代进口产品在该区域内首先实现重大突破。

②珠三角、环渤海区域的策略销售。广东省属于我国经济最发达的地区之一，印刷业产值在国内单省排名中排列第一位。本项目投产后，公司将以现有核心客户为基础，并借助广东印刷业重整的有利时机，通过对核心客户的政策倾斜，一般经销商的甄选、培育，以尽快提升区域内经销商的销售能力。在环渤海区域，天津东洋占有该区域比较大的市场份额，公司将充分发挥扁平化销售模式，采取由基层逐步向中心城区销售过渡的策略方法，以快速服务占领地市级印刷市场，再逐步向以北京、天津等为核心的中心城市过渡。

③中西部的扶持销售策略。针对中西部印刷业相对落后的现状，公司将采取对合格经销商扶持销售，通过有针对性地适当延长合格经销商的回款期，充分扶持区域内经销商做大、做强。

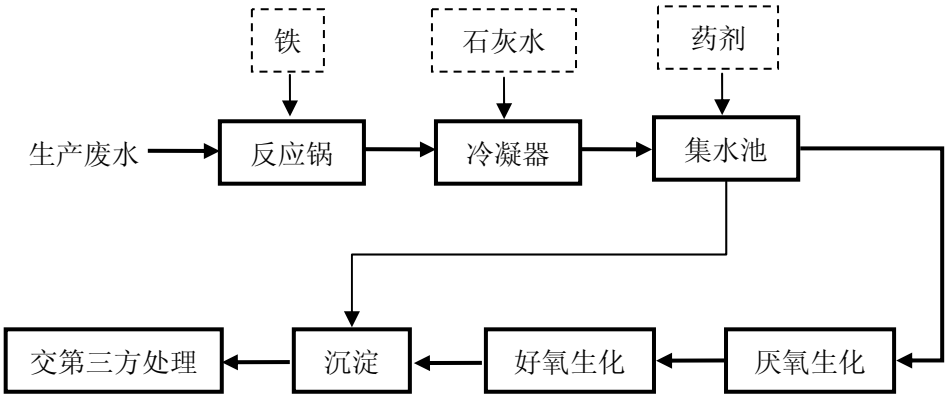
④国外销售坚持突破主要需求地中心的销售策略。重点发展以欧美区域的重点客户，并以此辐射快速增长的新兴市场。通过进一步提升公司产品在国际上的知名度，扩大产品的市场覆盖面，提高全球市场份额。

为充分实现公司的销售策略，公司针对销售环节上还将通过采用：完善经销商结构，培养专业技术营销队伍及技术服务队伍，完善、推广公司的配色体系，提升对客户的响应时间，进入各区域政府采购名单等具体手段，不断提高公司整体的销售能力，保证公司销售策略的顺利实施。

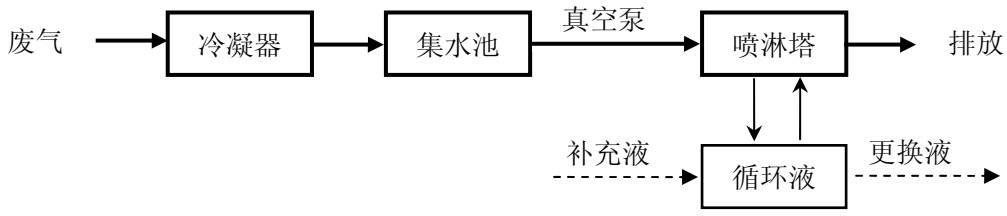
7、环境保护

本项目于 2010 年 3 月 23 日取得苏州市环保局建设项目环境影响审查批复（苏环建（2010）49 号），并于 2010 年 4 月 15 日取得了江苏省环境保护厅出具的《关于苏州科斯伍德油墨股份有限公司环保核查情况的函》（苏环函[2010]93 号）批准。本项目投产后，会产生少量的废水、废气和固体废弃物。

其中，废水主要为工艺生产废水、设备清洗废水和器具清洗废水。本项目将采用现行的废水处理方式，通过项目建立的污水处理站，在经过公司内部处理后，交具有工业废水处理资质的苏州市相城区东桥集中污水处理厂统一处理。具体流程如下：



废气主要是工艺过程中产生废气，公司将采用现行的废气处理方法，即通过统一收集，通过喷淋塔内添加碱片，利用循环水清除、回收废气中有害物质，再行气体排放。具体流成如下：



固体废物主要产生于生产过程中的油墨抹布。公司仍将委托具有固体废物处理资质的苏州工业园区和顺企业环保服务有限公司统一集中处理。

针对本项目的环境保护，公司拟投入共计 650 万元进行环保控制。具体如下表：

污染源	环保设施名称	环保投资（万元）	进度
废水	污水处理站	300	与项目“三同时”
废气	废气处理设备	128	
固废	固废贮存场	10	
综合	其他土建、网管及绿化	212	
合计		650	

8、项目组织方式和实施进展情况

公司内部已设立由总经理牵头的项目实施管理领导小组，负责整个项目的实施管理。截至本招股书签署之日，本项目已完成可行性论证、项目备案、项目环评和获得募投用地等前期工作。目前，本项目即将进入关键设备订货及采购阶段。

9、项目经济效益分析

本项目建设周期为 1 年；达产期 3 年，项目运营期第 1 年达产率为 60%，第 2 年为 80%，第 3 年为 100%；项目生产服务期为 10 年，项目计算期为 11 年。本项目建成后，将实现年均销售收入 33,215.84 万元（正常年份销售收入 35,336.00 万元），年均净利润 4,653.25 万元（正常年份净利润 5,190.70 万元）。本项目盈利能力指标如下表：

序号	名　　称	单位	指　标
1	所得税后项目投资财务内部收益率	%	23.09
2	所得税前项目投资财务内部收益率	%	26.50
3	所得税后项目投资财务净现值（ic=12%）	万元	11,496.74
4	所得税前项目投资财务净现值（ic=12%）	万元	15,392.30
5	所得税后项目投资回收期（含建设期）	年	5.38
6	所得税前项目投资回收期（含建设期）	年	4.97
7	总投资收益率（ROI）	%	26.50

10、项目投产前后经济效益比较

（1）相关前提条件

①按国家发改委、建设部颁布的《建设项目经济评价方法与参数（第三版）》有关规定进行效益分析。

②财务计算基本数据：财务基准收益率 ic＝12%；销售税费依照国家规定计取；城建税：5%；教育费附加：3%；地方教育费附加：1%；所得税：15%。

③项目建设期按 1 年计算。投产第一年达产 60%、第二年 80%，第三年完全达产。项目运营期按 10 年计算。

④营业收入：按照内销/外销的比率为 65/35；内销价格按照 22,400 元/吨，外销价格按照 21,500 元/吨计算。

⑤成本费用确定

原材料、燃料与动力、人工费用根据公司 2009 年数据统计分析，并结合项目实际情况确定。其中，原材料依据公司 2009 年同类产品的原材料采购价预测确定；制造费用主要为折旧、修理费用、固定费用和变动费用，整体制造费用率较目前略有上升。管理费用、销售费用、财务费用三费费用率较公司目前实际情况有一定程度的上升。

（2）项目投产前后效益情况

项目	2009 年度	募投项目建设后			
		投产第 1 年	投产第 2 年	投产第 3 年	投产第 4 年
营业收入（万元）	18,331.43	39,533.03	46,600.23	53,667.43	53,667.43
综合毛利率 （%）	28.53	24.05	25.68	26.88	26.88
销售费用率 （%）	3.40	3.72	3.76	3.80	3.80
管理费用率 （%）	4.57	4.80	4.83	4.85	4.85
财务费用率 （%）	0.40	1.42	0.86	0.31	0.14
营业利润总额（万元）	3,483.10	5,517.06	7,463.20	9,486.51	9,579.76
利润总额 （万元）	3,625.40	5,659.36	7,605.49	9,628.81	9,722.06
所得税总额（万元）	530.02	835.11	1,127.03	1,430.53	1,444.52
净利润 （万元）	3,095.38	4,824.25	6,478.46	8,198.28	8,277.54

（二）技术中心能力提升项目情况

1、项目基本情况

本项目将在公司现有的技术中心的基础上，通过引进新研发设备、新建研发大楼以完善公司研发平台，提升技术中心实力，从而增强公司综合竞争力。本项

目不单独核算效益。

2、项目背景情况

（1）技术中心的能力提升符合国家整体政策

根据《关于实施科技规划纲要增强自主创新能力的决定》（中共中央、国务院）：“十一五”期间，必须把增强自主创新能力放在更加突出的位置。增强自主创新能力，关键是强化企业在技术创新中的主体地位，建立以企业为主体、市场为导向、产学研相结合的技术创新体系。采取更加有力的措施，营造更加良好的环境，使企业真正成为研究开发投入的主体、技术创新活动的主体和创新成果应用的主体。

此外，在《国家重点支持的高新技术领域》（国家科技部）中，将“高性能高分子结构材料的制备技术” 列入国家重点支持的高新技术领域；在《国家中长期科学和技术发展规划纲要（2006-2020 年）》（国务院）提到：对交叉学科要给予高度关注和重点部署。

国家系列政策为本公司不断提升技术中心能力提供了强有力的依据和保障。

（2）技术中心的能力提升符合公司发展需要

①客户群体扩大需要提升技术中心能力

印刷过程中，油墨产品不但受当地气候因素，而且也受当地历史使用习惯的影响。近年来公司产品不但在国内销售快速增长，而且已销往了包括欧美等在内的全球 50 多个国家和地区。客户群体区域跨度大的因素，使得公司需要有针对性地根据客户所在区域（或国家）的气候特征，研发、选择与之配套的连接料和颜料；此外，鉴于在我国及部分发展中国家尚未形成自己的颜色体系，而客户群体对颜色需求具有独特性、多样性的特点，这就需要公司根据客户的“专色”需求，提供众多的专色品种。技术中心能力提升后将保证公司有足够的技术能力，不断深入地对更多连接料配方进行研发，建立更加完备的颜料数据库系统，并形成快速的专色产品输出能力，从而保证公司强有力的市场竞争能力。

②客户行业快速发展需要提升技术中心能力

本公司主要面向快速发展的包装印刷业，新的产品需求、新型印刷基材、新的后道印刷需求在不断涌现，客户行业对产品要求在不断提高。例如，印品要求提高后，在欧美已出现了八色印刷设备，甚至十六色印刷设备；在我国现也有大

型印刷企业拥有了八色印刷设备。客户所使用设备的不断提高，促使本公司不断推出与之相对应的产品系列，因此本公司必须建立具有核心技术竞争力的研发平台，不断根据客户行业的需求变化及时提供满足需求的产品。特别在未来行业竞争越来越激烈的市场条件下，行业的综合竞争趋势、优势集中趋势、国际化趋势将越来越明显，只有拥有足够的技术力量，才能充分获得下游行业的认同，才能在竞争中处于有利地位。

③提高市场竞争能力需要提升技术中心研发能力

在行业市场竞争中，快速推出客户需求的产品是赢得市场的关键。这其中涉及到对高分子材料、改性植物油基、纳米级填充料使用，以及对颜料的研发，公司不但需要能够提供客户所需要的样品，而且需要快速制定合理工艺流程、形成产品生产的工艺流程文件。

为了能够实现上述目的，目前公司主要利用现有的生产设备，这不可避免地影响到了日常正常生产和新品开发进度。而公司的竞争对手，如 DIC、天津东洋等的研发技术中心都拥有独立产品试制设备，能够在其技术中心完成产品研究、试制，及形成工艺流程文件等全过程，这使得竞争对手在新品产业化环节上比本公司具有一定的领先性。

为提高公司整体竞争能力，本项目将提升技术中心的研发平台，通过购置专业测量、分析仪器，试制生产的关键设备，以避免继续占用日常生产设备，缩短研发时间，加快新品产业化速度。

（3）技术中心的能力提升符合行业发展的需求

目前我国油墨行业虽然主要由跨国公司所控制，但是由于国内企业整体竞争能力偏弱，使得我国油墨行业整体水平与发达国家比较尚存在一定的差距，主要体现在：连接料技术虽然基本能够满足国内客户的需求，但对此新型材料的研发尚有较为明显的差距；颜料的配方上，只有少数企业在逐步建立颜料数据库，行业整体缺乏对颜料的深入研究；调色技术上，国内的颜色体系的不健全导致色系多样性；油墨制造技术上在制造、检测等各环节也存在一定的差距。行业产品上的差距导致我国虽然为世界最主要的油墨生产和需求国之一，但是每年仍需要进口一定数量的高档油墨，进口数量约占全国油墨需求总量的 10%-15%。

随着本项目投入，公司将加强对连接料的新型材料的研发力度、完善公司颜

料数据库、公司的整体实力的提高也将促进公司配色体系在国内的推广；项目的实施还将有助于公司不断引入高水准的专业技术人员，为其提供专业设备，提高其研究效率，有效实现产、研一体化；此外，项目的实施可为公司提供制造过程、加工工艺合理化提供帮助，提升公司产品的整体制造、检验能力。

随着公司技术水准的大幅度提高，与公司目前技术水平相仿的跨国公司竞争对手，将面临公司技术竞争的压力，从而不得不将其母公司核心技术所掌握的更高层次的技术运用于其产品。良性的市场竞争，将带动我国油墨行业技术能力整体提升。

（4）技术中心的能力提升符合我国产品国际竞争的需要

随着科技的进步、制造能力的提升，我国已成为全球最有竞争力的产品制造国。大量产品已拥有了世界一流的技术水准，但产品在国际市场竞争中并不处于价格链、利润链的上端，其中产品包装在一定程度上已成为影响因素之一；而油墨产品作为包装印刷业的重要支持，在很大程度上可以影响到产品包装的质量。本项目的建设将可以促进本行业整体的技术水平的提高，从而整体提高我国包装印刷业的整体水平，进而提高我国产品整体的国际竞争能力。

3、技术中心定位、目标、机构设置

（1）技术中心的定位

作为专业从事高分子材料、纳米材料以及植物油改性研发，并将之运用于环保型胶印油墨的省级高新技术企业，公司是国内能够实现对欧美等发达国家进行产品销售，具有较高技术创新能力，并能够实现规模化经营的行业龙头企业之一；公司凭借较强的研发实力成为了国家火炬计划执行单位，技术中心的研发实力在国内具有较为明显的领先性。

公司技术中心的发展定位就是将公司技术中心建设成为国内环保型胶印油墨最主要的研发和检测基地之一；以服务本公司为基础，逐步将技术能力、检测标准、配色体系向国内众多中小同行业企业输出，以期打造成为国内胶印油墨的技术中心。

（2）技术中心的工作目标

①产品研发目标

技术中心紧紧围绕影响胶印油墨的功能性和环保性，制造过程的工艺控制，

以及服务客户为核心，通过对连接料、颜料、基墨、配色体系、制造工艺的系列研发，最终形成具有国际竞争能力的成套技术。具体情况如下：

研究方向	研发目标
连接料	➢ 扩大对树脂性能研究； ➢ 对多种树脂改性研究； ➢ 深入对多种植物油改性研究； ➢ 利用新型材料制造连接料工艺的改善研究。
基墨	➢ 完善黑色基墨研发； ➢ 扩展现有红、黄、蓝基墨组的色域范围。
颜料与颜色	➢ 完善颜料数据库； ➢ 深入对多颜料配比、加工技术的研发； ➢ 完善公司的配色体系； ➢ 提升色系外专色的分析与调色能力。
产品制造、检测	➢ 工艺的研发与提升； ➢ 新品工艺文件及质量标准制定； ➢ 环保工艺的深入研究。
服务客户	➢ 快速响应客户，及时解决问题。

②标准推广目标

根据我国尚未形成颜色体系，而美国潘通颜色体系相对成本较高的现状，借助公司不断提升的市场竞争地位，向国内主要客户群体推广公司逐渐完善的配色体系，以期通过配色体系的输出有效降低客户群体的成本，获得客户与公司的协同发展。

③人才引进目标

搭建结合实践过程的高水平研发平台，引进技术人才，并对企业技术人员进行有计划地培训，整体提高公司的研发团队水准。

（3）机构设置

本次项目是以现有的公司技术中心为基础，充分利用相关配套政策，通过对现有技术中心相关能力的不断提升而建设。公司技术中心机构仍采用现行的技术中心机构设置，重点在于通过投入新设备、引进新人才，提升技术中心的整体水

平。现公司技术中心机构设置情况详见本招股书之“第六节 发行人业务与技术”之“七、发行人核心技术和研发情况”的介绍。

4、投资概算情况

本项目投资总额为 1,500 万元，全部为建设投资，项目所需资金全部由募集资金投入。投资概算情况具体如下：

序号	类别名称	投资额（万元）	占投资总额比例
1	工程费用	1,309.27	87.28%
1.1	建筑工程费用	482.00	32.13%
1.2	设备购置费用	715.20	47.68%
1.3	安装工程费用	112.07	7.47%
2	工程建设其它费用	100.82	6.72%
3	预备费	89.91	5.99%
合 计		1,500.00	100.00%

其中：

①建筑工程费用主要用于新建 4,000㎡的技术中心大楼，其中包括 1,000㎡的技术中心的办公室面积；1,200㎡的实验车间和 1,700㎡的中试车间。

②设备购置费用主要为技术研发部、配色中心和检测部所需硬件设备，共计 141 台；4 套配色、分析软件。

③安装工程费用为新购置设备及配套设备的安装费用。

④工程建设其它费用主要包括：建设单位管理费，勘察、设计费，工程监理、质监、安监等费用。

（2）资金使用计划

本项目工程建设期为投资到位一年内，投资将在项目建设期内全部投入。

（3）设备选择

本行业所使用的分析、检测仪器（软件）主要系小型仪器设备，以下主要列出合计总金额超过10万元的分析、监测仪器（软件）。

序号	设备名称	单位	数量	价 格（万元）	分布情况		
					技 术 研发部	配色 中心	检测部
1	哈克流变仪	台	2	108.00	2		
2	TMI 拉雷粘度仪	台	6	98.40	3		3
3	全自动数显粘性仪	台	5	63.39	2		3
4	IGT 展色仪	台	3	45.40	1	1	1
5	云点测试仪/浊点实验仪	台	1	30.00			1
6	Spectureye 分光光度仪	台	6	26.40	2	3	1
7	色彩分析软件	套	2	22.40		1	1
8	油墨配色软件	套	2	22.40		2	
9	液相色谱仪	台	1	20.00	1		
10	油墨乳化测试仪	台	2	16.58	2		
11	BK 干燥时间记录仪	台	4	15.32	1		3
12	气相色谱仪	台	1	15.00	1		

5、环保问题及采取的措施

本项目于 2010 年 3 月 23 日取得苏州市环保局建设项目环境影响审查批复（苏环建（2010）49 号），并于 2010 年 4 月 15 日取得了江苏省环境保护厅出具的《关于苏州科斯伍德油墨股份有限公司环保核查情况的函》（苏环函[2010]93 号）批准。本项目投产后，会产生少量的废水、废气和固体废弃物。其中废水、废气将进入公司“年产 16000 吨环保型胶印油墨项目”的废水、废气处理系统，统一处理。固体废弃物主要为少量抹布，也将委托苏州工业园区和顺企业环保服务有限公司统一处理。

6、项目组织方式与实施进展情况

公司内部已设立由总经理牵头的项目实施管理领导小组，负责整个项目的实施管理。截至本招股书签署之日，本项目已完成可行性论证、项目备案、项目环评、通过“招、拍、挂”获得项目用地和人力资源准备等前期工作。

7、项目对公司未来经营成果的影响

本项目建成后，主要从事新产品、新材料、新工艺的研发，内部颜料数据库的完善、提升，以及公司配色系统的完善和推广。作为本公司的技术中心能力的提升，本项目不进行单独的财务评价。但项目投入使用后，将具有良好的企业效益与社会效益：

①公司将在新产品开发、研制、检测等技术方面具备先进的研制手段和试验条件，从而使得公司针对主要客户群体在产品功能性、环保性、标准性上，以及面向客户群体需求及时反应性上，都具有较大幅度的提升。

②技术中心在技术创新、资源综合利用、节能降耗、清洁生产上起着决定性的作用。有利于优化产品结构，改进产品生产工艺，提高原材料的利用率，降低产品成本，为公司创造良好的经济效益提供技术保证。

③项目建成将有效加快新品研发速度，提高新品批量化程度，并有助于公司标准的行业化，从而整体提升公司综合竞争能力。

④项目建成将有效消除目前新品研发与生产并线的矛盾，提高现有生产线的生产能力，提高公司现有生产线的经济效益。

⑤项目建成还可向同行业企业提供技术转让、技术咨询、产品第三方检测等服务，创造直接经济效益。

⑥公司研发水平的提高有助于推动行业整体技术水平的提高，增强我国油墨行业国际市场竞争力；此外，本项目的建成还将直接打造产研一体化的技术平台，为从事油墨、化工、新型材料研发、进行工艺控制和生产质量体系保证的科研技术人员和管理人员提供良好的培训场所，培养出国际一流的跨行业研发技术人员和管理人员，从而引导本行业持续健康发展，具有积极的社会效益。

（三）其他与主营业务相关的营运资金项目

1、运营资金的必要性

随着市场需求良性增长，国家产业政策的调整、环保政策的有效推进，以及2008 年世界金融危机带来的良好发展机遇，公司凭借较强的技术实力和独特的运营模式在与跨国公司市场竞争中，行业地位不断提高，国内、外销售规模不断增长。但公司与主要竞争对手比较，总体体现出资本实力不强、融资渠道单一，

仅仅依靠留存收益和银行贷款融资已经很难满足公司快速发展的需要，从而导致公司经营扩张较缓。若拥有足够的营运资金，则保证了公司在市场竞争中能够抓住行业发展机遇，迅速巩固、提升公司的市场竞争力和市场地位，优化财务结构，实现企业的战略发展目标，为公司持续健康发展提供坚实的基础。

此外，领先的技术水平、独特运营模式是公司的核心竞争力所在，而人才是保证其领先性的重要基石。公司将以“技术中心能力提升项目”为基础，进一步引进高级专业人才，同时加大对现有人员的培训，保证公司市场竞争的优势地位。若拥有足够的营运资金，则保证了公司在与跨国公司在人才市场竞争中，不但能保持现有技术人才的稳定与提高，而且能够不断吸引高级人才的加盟，从而保持、提高公司的市场竞争优势。

2、营运资金的管理安排

公司已建立募集资金专项存储制度，募集资金到位后将存放于董事会决定的专项账户。公司董事会负责建立健全公司募集资金管理制度，并确保该制度的有效实施。专户不得存放非募集资金或用作其他用途。公司将在募集资金到位后一个月内与保荐机构、存放募集资金的商业银行签订三方监管协议，并严格执行深圳证券交易所及中国证监会有关募集资金使用的规定。

（四）本次募投项目的选址和建设用地

本次募集资金投资建设的“年产 16000 吨环保型胶印油墨项目”和“技术中心能力提升项目”集中在一处建设，地址定于苏州市相城区潘阳工业园内，两个项目共用地 64,241 平方米，其中“年产 16000 吨环保型胶印油墨项目”占用土地 63,441 平方米，“技术中心能力提升项目”占用土地 800 平方米。

公司于 2010 年 5 月 18 日，在苏州市国土资源局举办的苏州市国有土地使用权拍卖会上通过公开竞价方式竞得位于相城区黄埭镇旺庄村面积为 64,241 平方米的工业用地土地使用权，地块编号为苏相国土 2010-G-09，出让年限为 50 年。宗地出让用途为工业，产业门类为新型环保型胶印油墨，该地块的规划用途与公司已报苏州市发展和改革委员会核准的募集资金投资项目一致。

2010 年 5 月 27 日公司与苏州市国土资源局签订《国有土地使用权出让合同》（编号 3205012010CR0120），并于同日按照合同约定付清全部出让金并向苏州

市国土资源局办理了土地登记手续，取得了相国用（2010）第00172号《国有土地使用证》。

五、募集资金运用对公司财务状况和经营成果的影响

本次募集资金投资项目的实施将对发行人的财务状况和经营成果产生积极影响。

（一）募集资金运用对公司业务状况的影响

本次募集资金投资项目建成后，公司环保胶印油墨产品的总体产能将在现有水平上扩大2倍，更好地适应市场需求，带来公司经营业绩的提升。同时，通过提高技术水平以更好地保持公司行业技术的领先性，更好地适应市场竞争的需要。项目建成后对公司的业务具体影响如下：

1、产能扩张有助于公司充分满足客户的需求

公司产品主要面向快速增长中的包装印刷业，而目前拥有的产品生产能力已难以有效满足客户的需求增长。2009年我国胶印油墨总体需求已超过22万吨，未来很长一段时期还将保持 7%的复合增长率；而与此同时，行业内大量中小企业因竞争、环保的压力将逐渐退出行业市场，释放出现占有的约25%的市场份额。在国外，全球性的金融危机导致世界油墨行业的市场竞争格局在发生变化，占全球总需求量超过60%的发达国家印刷企业在将眼光投向具有产品竞争能力的我国油墨制造行业。

虽然2008年下半年—2009年上半年受到国际金融危机的影响，我国油墨行业整体增长速度有所减慢，但是公司凭借技术和经营模式的领先性，仍然获得了远高于行业的增长速度，2010 年 6 月末公司的产能利用率已达到生产极限，导致公司已无法充分满足客户需求的增长。

随着公司“年产16000吨环保胶印油墨项目”的实施，公司产能将得以快速增长；而行业市场竞争中体现出来的“综合竞争趋势”、“优势集中趋势”和“国际化趋势”中，公司又具有明显的领先优势。从而将导致公司的市场占有率大幅度提高，更好地占领高端市场。

2、进一步提高公司的技术水准

公司产品主要面向的是快速发展中的印刷包装业市场，决定公司市场地位的因素不但包括制造能力，而且包括技术水平。从国际油墨市场现有的竞争格局来看，具有技术领先性的日本跨国公司已控制了国际油墨市场大部分市场份额，其中主要因素在于其技术领先性。目前公司技术水准在国内市场竞争中具有一定的领先性，但在国际市场竞争中尚有一定的差距，主要的体现在公司销售给发达国家印刷业的产品更多的是一种追随型产品，而如荧光油墨、NON-VOC 油墨等品种尚不能形成大批量销售。

公司“技术中心能力提升项目”的顺利实施，首先，将进一步保证公司能够快速提供客户需求的产品，更好地满足市场需求；其次，将有效缩短公司新品的研发—产业化的时间，紧跟世界油墨行业的最先进企业的步伐，有效满足新兴市场需求；第三，将保证公司能够及时、顺利推出满足各客户群体因当地环保政策要求提升对产品环保性能提升的要求；另外，还可以根据印刷业发展趋势，逐渐具有引领油墨行业产品升级的技术能力。上述目标的实现，无疑将有效提高公司行业市场地位，促进公司逐渐向全球同行业价值链上游转移。

（二）募集资金运用对公司财务状况的影响

本次募集资金到位后，本公司的总资产和净资产都将大幅增加，资产负债率基本保持稳定，公司的债务融资能力将得到增强。募集资金的投入将优化公司的财务状况。

1、对公司财务结构的影响

本次发行后，将会进一步优化公司的资产负债结构，以公司经审计的2010年6月30日的资产负债表为基准，假设其他条件不发生变化，公司募投项目自筹部分通过银行融资也同时完成，公司的流动资产及资产总额将增加23,077.43万元，偿债能力各项指标变动如下：

项目	2010年6月30日	募集资金后
资产总额（万元）	20,202.42	43,279.85
负债总额（万元）	6,820.54	14,050.66
流动资产（万元）	13,652.37	39,251.96

流动负债（万元）	6,820.54	5,550.66
存货（万元）	3,206.71	2,875.57
速动资产（万元）	10,445.66	36,376.39
资产负债率（%）	33.76%	32.46%
流动比率（倍）	2.00	7.07
速动比率（倍）	1.53	6.55

公司在不明显增加资产负债率情况下，资产规模明显增加，抗风险能力可得到明显提升；流动比率和速动比率的提高将有助于公司进一步使用财务杠杆，提升公司的发展速度。

2、对每股净资产的影响

截至 2010 年 6 月 30 日，公司每股净资产为 2.43 元。本次发行后，每股净资产将达 4.26 元，股本扩张能力得到增强。

（三）募集资金运用对公司经营成果的影响

1、大幅提高公司整体的盈利能力

本次募集资金投资项目具备良好的盈利前景。根据项目可行性研究报告，项目全部达产后，公司每年可新增销售收入 35,336.00 万元，新增利润总额 5,324.70 万元（年平均），盈利水平大幅提高。

2、净资产收益率短期内将有所下降

本次发行后，公司净资产将大幅增长，截至 2010 年 6 月 30 日，公司所有者权益为 13,381.89 万元，本次募集资到位后，净资产规模增幅较大。在募集资金投资项目达产前，公司的净资产收益率在短期内可能有所降低。但随着募集资金投资项目达产，公司的净资产收益率将稳步提高。

3、新增固定资产折旧、土地摊销情况及对公司未来经营成果的影响

公司本次募集资金拟投资两个项目，主要是购置生产、试验设备、土地使用权及补充流动资金，按直线法计算折旧。房屋及建筑物和机器设备分别按 20 年和 10 年折旧年限，残值 5%考虑；土地使用权按 50 年摊销，其他土地取得费用按照项目建成后生产服务期（10 年）摊销，生产准备费用按照 5 年摊销。本次募集资金项目的固定资产投资及折旧情况如下：

单位：万元

项目	机器设备	房屋及建筑	土地及其他	合计
年产 16000 吨环保胶印油墨项目	987.09	208.16	174.91[注]	1,370.16
技术中心能力提升项目	78.59	22.90	48.23	149.71
合　计	1,065.68	231.06	223.14	1,519.87

[注]：由于“年产 16000 吨环保胶印油墨项目”的生产准备费共计 50 万元，按 5 年摊销；因此，从建设完成后第 6 年开始，项目土地及其他的摊销费用下降 164.91 万元。

项目建成后预计正常年份约增加折旧和摊销 1,519.87 万元（2009 年的折旧和摊销费用为 354.74 万元），项目建成后每年折旧、摊销费用会较大幅度地增加。但是项目建成后，生产规模和销售收入将大幅度增加，公司将继续保持主营业务的良性发展趋势，保持公司原有的盈利能力不受影响。

第十二节 未来发展与规划

一、发行人的发展战略与发展目标

（一）发展战略与发展目标

1、发行人的发展战略

公司将充分把握全球环保需求不断增长的有利时机，以国家产业政策为导向，以可持续性发展为基础，通过进一步提高公司整体的制造能力和研发水平，努力成为具有高度创新能力的国际知名环保油墨制造商。

2、未来 3 年发行人的发展目标

未来 3 年，公司仍将持续增强在胶印油墨领域的研发力度，通过为下游客户提供更为快捷、优质的产品和服务，不断提升在各客户供应链中的重要性；借助先进的经营模式和雄厚的研发能力，以及国家环保需求不断提高的有利时机，巩固、扩大在国内胶印油墨市场的占有率；针对目标客户市场，通过新品研发与认证、新兴客户市场的介入，实现产品系列的升级，进而实现由国内胶印油墨制造商向国际知名环保油墨制造商的转变。

公司通过完成本次募集资金投资项目进一步提高公司整体的制造和研发能力，实现公司的快速、健康地发展，及优化产品结构的升级，力争实现在未来 3-4 年内年销售收入达到 5 亿元的目标。

（二）增强成长性、自主创新能力、提升核心竞争优势等方面拟采取的措施

公司的成长性主要依赖于公司独特的经营模式及较高的技术水平。在未来发展中，一方面公司仍将坚持现行的经营模式，坚持“人无我有，人有我精”的发展方向，持续坚持对“基墨”系列产品及其所用连接料的研发；持续增强对我国主要印刷集群区域经销商的培训和对最终客户的响应力度，通过不断提高市场占有率，保持公司的成长。另一方面，公司通过持续提高现有的技术能力和水平，根据客户需求提升产品的适用性及其性能特点，通过产品适应客户，引导客户适应市场发展的方式，获得公司与客户的协同发展，提高企业成长性；依靠不断增

强的技术能力水平和全球金融危机创造的世界性油墨行业竞争格局变化的机会，增强对已进入的欧美等发达国家和市场的开发力度，以占领进入全球油墨的高端市场。

公司仍将公司技术中心作为自主创新的平台。一方面，公司通过关注下游行业的发展趋势、主要客户群体的需求变化，积极开展新产品、专色品等的研发工作。另一方面，公司将借助丰富的产品系列，良好的产、学、研一体化背景，与国内外各高校、研究机构、同行业企业开展以本公司为主体的新品研发工作，吸引优秀人才或项目，塑造以科技创新为主导的企业发展文化。

目前主导产品的继续大规模推广运用和未来研发力量的进一步加强将构成企业主要的核心竞争优势。企业产能扩张、产品质量升级、营销网络和信息管理中心建设的日趋完善也为企业长期竞争力提高奠定了基础。

（三）本次募集资金投入对公司未来发展的作用

本次募集资金的投入将有效提高公司的成长性、自主创新能力及提升核心竞争优势。

未来几年我国胶印油墨行业需求的年复合增长率至少达到 7%。随着本次募集资金投资项目“年产 16000 吨环保型胶印油墨项目”的建成，公司总体产能将达到 2.4 万吨/年；如果公司仍能维持目前的产品产销率，2013 年公司市场占有率将达到胶印油墨市场总需求量的 8.16%，保持良好的企业成长性。

性能的稳定、提升不但是公司产品能够获得市场认同的关键，而且也是公司产能能够得以顺利释放的关键。公司通过“技术中心能力提升项目”的建设，一方面不但可以为公司的新产品、专色产品及基墨研发创造良好的基础，而且也可为公司打造产、学、研一体化的平台，为公司在与其他机构合作中占据有利的谈判地位；另一方面，随着公司技术水平的不断提高，也为新产品的快速、产业化创造良好的基础。研发能力的提高能够为公司产品实现销售奠定重要的基础。

公司的研发能力提升、产能的增长将促进公司整体经营效益的提升，从而促进公司的营销体系、质量体系和管理体系的整体完善与提高，从而显著提高本公司的核心竞争能力和抗风险能力，进而确保公司未来的高成长性。

二、拟定上述规划和目标所依据的假设条件

本公司拟定上述业务发展计划和目标，主要是基于以下假设条件：

（1）本次股票发行顺利完成，募集资金能够及时足额到位；

（2）油墨行业，及印刷行业特别是包装印刷行业均处于正常发展状态，没有出现重大不利的市场需求突变；

（3）国家对上游行业、本行业及下游行业的相关法律、法规和行业政策无重大变化；

（4）本公司所处的宏观经济环境、政治、法律和社会环境处于正常发展状态，没有对公司产生重大不利影响的不可抗力事件发生。

三、实施上述计划所面临的主要困难

同时基于采取了良好的市场发展机遇、全新的运营模式，及较高的技术水准，公司在过去发展过程中获得了远超行业增长速度的发展，从而得以在国内、外市场都拥有了一定的市场占有率和较高的知名度，但在进一步实施公司的业务发展计划上仍面临着一定的不确定性，主要体现在：

（1）产品知识产权的保障。公司生产的是一种精细化工产品的配方产品，其中涉及到配方和制造工艺，并不适合全套都申请专利保护。国内外各大油墨企业都采用对配方的某一部分，或生产环节中的某一个部分申请专利的方式，进行知识产权的保护。缺乏法规上的保障，极易导致公司核心技术外流，从而给公司经营带来一定的冲击。

（2）研发能力持续提升障碍。目前公司的研发是以自身研发能力为基础，以与外界合作为补充的内外结合的研发方式。随着公司的进一步发展，与外界的竞争将更多体现在公司的研发能力，而其中关键人才成为市场竞争的决定性因素。由于产品的跨学科特性，致使关键人才只能通过长期培养和从外引进的方式。虽然公司十分重视对研发的投入，且在本次募集资金中更通过“技术中心提升项目”为公司研发能力提升创造了较为良好的基础，但能否长期吸引和保留行业内的优秀人才，及时推出能够满足市场需求的产品具有一定的不确定性。

（3）融资障碍。公司未来发展计划的实施，需要大量的资金投入作为保障。虽然公司拥有稳定的盈利模式及稳定的经营活动现金流，但快速扩大的市场需

求，以及与行业内跨国公司直接竞争的背景，将给公司带来一定的经营压力，而依靠自身经营积累难以满足规模扩张的资金需要。因此，能否进一步拓宽公司的融资渠道，获得充足的发展资金，成为公司发展计划顺利实施的总要影响因素。

四、实施上述计划拟采用的具体措施

公司借助已拥有的高效精干的学习型经营管理团队，完善的激励机制和行之有效的管理制度，较高的技术水平，丰富的产品序列，值得信赖的产品品质，不断扩大的营销网络，及独特的企业运营模式，以确保公司未来业务目标的顺利实现，进而促进公司整体战略的逐步实施。为实现公司的发展目标，公司制定了以下具体业务发展计划：

（一）研发能力提升计划

研发能力是公司适应市场竞争，不断实现产品序列完整和升级的关键，不断提升研发能力是公司持续发展的原动力。围绕这个核心，公司将重点采取以下措施：

1、坚持技术促发展

公司将坚持“研发先行”的技术发展策略，通过持续跟踪下游行业的发展、变化趋势，及客户群体需求变动情况，继续加大对研发与创新的投入，实现现有产品升级换代。通过强力推进原创性开发，加快新产品研发和推广节奏，重点在开发具有市场潜在价值、具有前瞻性和高附加值、高市场空间的新产品上取得突破。2010 年上半年公司研发投入占营业收入的比例为 3.31%，未来三年公司除拟实施的“技术中心能力提升项目”投入外，还将逐步加大研发投入力度，投入规模将超过公司目前水平，以此促进技术创新和新产品的开发。

2、坚持业务模式创新

业务模式创新是公司在过去发展过程中得以迅速发展的重要因素之一。在未来三年，公司一方面仍将重点推进“基墨”生产模式的研发，完善基墨系列、提高基墨生产专色油墨产品的生产工艺、丰富基墨用连接料，以建立行业领先的基墨产品数据库；另一方面，公司还将借助扁平化的销售模式，把握变革中的印刷行业和油墨行业的有利发展时机，更好地贴近下游行业及下游客户，坚持“以需

求促研发，以研发促发展”的公司发展方针，保持公司业务模式的独特性和先进性，增强公司核心竞争力。

3、研发团队提升计划

目前公司技术中心虽然已拥有一支具有一定的实力研发团队，但随着公司业务不断增长，人才压力特别技术带头人的相对短缺，成为了公司快速发展的瓶颈。未来三年，公司将通过完善研发激励体系，提高研发人员的工作积极性；根据项目立项和进展情况，给予每个项目小组人力、财力和物力等各方面的支持；并将借助本次募集资金的投入，通过提升公司的研发设备配置，吸引更多的高、尖人才的加盟，提高公司的整体研发实力。

4、对外合作计划

公司将坚持自主开发和开放合作相结合的原则，依托目前已积累的核心技术和研究开发队伍，加强与外界进行多层次的技术合作。目前，公司已与华东理工大学、江南大学、常熟理工学院等科研院所就产品的合作研发当成了共识，经过报告期内的合作不但促进了公司在自主创新能力方面的提升，而且也为公司增加了科研人才的储备。今后，公司将采取多种方式继续加强与国内科研机构、行业内领先企业开展技术合作，把握多种形式的技术交流、创新合作、成果转让的机会，运用外部技术力量促进公司整体研发能力、技术水平的提升。

此外，由于国内油墨研发力量的相对滞后，为了保持公司研发的前瞻性和可持续性，公司已与包括美国历史最悠久的油墨企业——Gans Inks and Supply 公司等建立了合作开发共识。未来公司将继续跟踪国际油墨行业动态，跟踪公司主导产品的核心技术前沿，采取多种形式，与更多的欧美地区的研发机构建立有实质性合作关系。

5、完善知识产权保护体系

公司将完善企业知识产权保护体系，以申请专利保护为主要法律保护手段；针对部分不便申请专利的技术秘密，通过以与相关人员签订《保密协议》为主要措施，以避免公司的核心技术外泄。

（二）新品推出计划

国家环保的政策导向提出了更高的技术要求；不断增长的油墨市场需求也同

时为油墨产品制造商提供了新兴的市场发展空间。未来几年，公司将采取如下措施进行产品开发，维护公司的竞争优势：

1、核心产品升级措施

公司的核心产品市场占有率一直呈现上升趋势，其中除了产品性能能够很好地满足客户需求之外，还与公司产品具有较好环保功能密切相关。为适应未来越来越高的环保要求，公司必须对核心产品进行不断升级，通过不断优化生产和工艺，以满足客户群体的需求。未来 3 年公司将确保公司现正申请的专利顺利注册，并充分利用相关专利技术对公司三大类产品进行升级。

2、新产品研发措施

适时推出满足目标客户群体的新品是公司持续发展的关键，公司将密切关注国内外印刷行业的发展趋势，重点推出能够适应新型印刷机械（如高速印刷、特殊印刷干燥方式）、满足新型印刷基材下新型产品（如快干型油墨、UV 油墨、哑光油墨等）。新品的不断推出，不但有助于丰富公司的产品系列，而且可有助于公司在获得良好的社会效应的同时获得良好的企业效益。

（三）扩充制造能力计划

未来 5 年（2011 年-2015 年）我国胶印油墨需求的年复合增长率至少可以达到 7%，而与此同时又有大量中小型的油墨企业因为环保和效益因素将退出市场，巨大的市场需求为公司业务发展提供了较好的市场环境。为更好地占领市场，跟上下游行业发展速度，公司拟采用募集建设和收购兼并扩大公司的制造能力。

1、募集资金建设计划

本次募集资金投资项目的建设将大幅提高公司产能。该项目已完成了可行性论证、项目备案、项目环评和项目用地征地等前期工作，目前正处于筹备建设阶段。为了保障该项目在本次募集资金到位的前提下顺利建成并投产，公司将为该项目专门成立以总经理牵头的项目部，全面负责该项目的建设以及建成后的试生产等各项工作。

2、收购兼并计划

公司将本着区域布局、优势互补、成本最优的原则，相机寻找满足公司发展需要的同行或产业链中的其他企业，利用技术、管理、机制和资金的优势，以适

当的形式进行行业整合，谋求企业发展的协同效应。

（四）营销网络建设计划

行业发展的机遇、公司产能扩大和不断推出新产品，公司必须不断强化营销网络的建设。未来三年，公司将采取以下措施开发建设营销网络：

1、完善现有营销网络

公司将继续采用目前的营销和服务模式，充分利用在现有市场营销、技术服务方面的丰富经验，通过完善销售和服务系统，不断加强市场开拓和维护。未来公司将从以下三方面完善现有的营销网络建设：

（1）进一步整合、完善营销组织架构，通过技术培训、客户走访，促进公司技术中心的技术人员与经销商和客户的一体化进程，以更好地、更及时地服务客户，满足客户需求。

（2）进一步拓展在长三角区域的销售力度，以公司现有的市场地位推广公司的配色体系，以引导市场需求的发展；逐步加大在珠三角区域和环渤海区域的销售力度，采取不同的销售策略扩大相关区域的市场份额；以国家政策引导为导向，通过销售政策的倾斜，成为中西部 7 省（市）市场需求的主要供应商。

（3）加快培养专业技术营销队伍及技术服务队伍，以适应公司业务规模扩大的需要。

2、加强国际市场开拓

欧美市场目前以及未来很长一段时间都将是全球最主要的油墨需求地，虽然上述市场目前仍为国际知名油墨制造企业所掌握，但受 2008 年全球金融危机影响，相关区域的主要印刷企业开始逐步关注到具有价格优势的中国制造产品。

受环保、技术因素的影响，目前国内只有极少数公司能够满足欧美区域客户的苛刻需求。公司凭借较高的技术水准，产品已较早地介入到国际市场，并已获得了包括 SGS 和美国大豆协会等机构的认证，产品已出口全球五大洲的 50 多个国家和地区，具有了一定的国际口碑。

在未来，公司将以不断增强的公司技术实力为基础，以基墨经营模式为手段，通过与国际知名油墨制造商的技术合作，借助 2008 年全球金融危机带来的国际竞争格局变化的有利时机，加大在全球主要发达国家（地区）的销售力度，进一

步扩大全球油墨高端市场的市场份额，提升公司产品的国际知名度。

五、规划实施及目标实现的报告措施

若本次首次公开发行并在创业板上市能够得以成功实施，公司将在上市后通过定期报告公告规划实施和目标实现的情况。

六、业务发展计划与现有业务的关系

公司业务发展计划是在现有主营业务的基础上，按照发展战略的要求制定的。公司的业务发展计划的制定充分考虑了国内外油墨行业和印刷行业的现状和发展趋势，以及公司现有业务基础，技术、制造能力，稳定、逐步增长的客户群体，和持续增长的下游客户需求等众多因素。公司业务发展计划的顺利实施，将有效提高公司的技术水平、技术创新和产品开发能力、生产能力，拓展海外市场，并将大大提升公司现有业务水平，对公司做大产业规模、提升核心竞争力、增强综合实力起着决定性的作用。

与国内同行相比，本公司已经具备了一定的技术、产品、市场、人才和管理等方面的优势。公司目前是我国胶印油墨的主要企业之一，同时也是我国油墨行业能够实现面向包括欧美等在内发达国家实现销售的少数企业之一，公司的主要产品在技术和市场等方面居于同行业领先地位。公司通过上述业务发展计划的实施巩固公司现有主要产品的优势地位并不断丰富产品种类、进一步完善产品布局。

本次募集资金投资项目的顺利实施不但有助于现有业务基础，而且直接关系到公司业务发展计划的顺利进行，是实现业务发展计划的有利保障。

第十三节 其他重要事项

一、重要合同

（一）重大销售合同

公司国内销售环节以经销商经销为主。每年年初或前一年年底，公司会与经销商签订《经销合同》，合同中对供货的范围、销售价格、价格调整、货款结算方式、货物运输、质量及异议、销售界限及违约责任等进行一般性约定；在这种方式下，具体销售数量、价格及交货时间等，由双方协商一致后在订单中明确，双方据以执行。截至 2010 年 6 月 30 日，公司与主要经销商已签订的 2010 年度《经销合同》情况如下：

合同编号	合同对方	合同有效期	最低订货量（吨）	信用额度（万元）	信用额度货款结算期限
201005	苍南县立帆贸易有限公司	2010-1-1 至 2010-12-31	720	250	90 天
201014	杭州万豪印刷物资有限公司	2010-1-1 至 2010-12-31	330	240	90 天
201010	杭州哈蒙托印刷材料有限公司	2010-1-1 至 2010-12-31	220	70	90 天
201018	天津开发区中原印刷物资有限公司	2010-1-1 至 2010-12-31	120	80	90 天
201013	永康市顺利印刷物资有限公司	2010-1-1 至 2010-12-31	100	70	60 天

《经销合同》主要条款为：

销售标的物：“东吴”、“科斯伍德”牌油墨及价目表所列公司其他产品。

价格：公司与经销商签订合同期内标准产品报价单来约定产品价格，针对具体经销商的价格调整另行约定产品价格。

货款结算方式：甲方（公司）给予乙方一定信用额度及付款期限，乙方信用

额度内的货款必须在付款期限内支付给甲方，超出部分的货款，乙方必须立即付清。乙方可选择电汇、现金等方式向甲方财务指定帐户支付货款。合同终止或解除后，乙方在 30 天内付清全部货款，超过期限乙方按每日万分之五标准赔偿甲方。

销售界限及违约责任：乙方在甲方所授权的地区范围内销售甲方指定的产品，不得向约定之外地区销售甲方产品，若乙方在合同约定区域外进行销售，甲方有权立即解除合同并要求乙方承担违约金 10.00 万元。情况严重造成损失的，甲方将追究乙方违约责任基础上要求乙方赔偿全部损失并追究乙方的法律责任。乙方连续三个月不订货或连续三个月不付款给甲方，甲方有权单方面解除合同，并要求乙方立即付清所有货款。

有效期：一年。

（二）重大采购合同

公司原料种类较多，供应商较为分散，因此公司采购具有小批量、多批次的特点，主要通过价格协商以订单方式向供应商采购，日常采购以零星小额采购为为主。截至本招股书签署日，公司不存在需披露的重要合同。

（三）借款合同

截至本招股书签署日，公司与交通银行股份有限公司苏州高新科技产业开发区支行签订了 1 份《流动资金借款合同》，并与中国农业银行股份有限公司苏州相城支行签订了 1 份《出口商票融资合同》，具体合同及相关借款情况如下：

1、与交通银行股份有限公司苏州高新科技产业开发区支行的借款合同

2010 年 11 月 16 日，公司与交通银行股份有限公司苏州高新科技产业开发区支行签订了《流动资金借款合同》（编号：3250402010MR00003400）。合同约定从首次放款日起至 2011 年 11 月 14 日止，公司可获得该行发放的人民币贷款 500 万元用于流动资金；利率按照贷款实际发放日人民银行规定的基准利率下浮 10%计，期间如遇基准利率调整以人民银行利率调整日为合同利率调整日；该借款合同下任何争议将以诉讼方式解决。

2010 年 11 月 18 日，公司从该行获得了 500 万元流动资金贷款。

2、与中国农业银行股份有限公司苏州相城支行签订的融资合同

2010 年 11 月 12 日，公司与中国农业银行股份有限公司苏州相城支行签订了《出口商票融资合同》（编号：NO.32109201000003195）。合同约定从 2010 年 11 月 12 日至 2011 年 3 月 24 日止，由该行向公司提供出口商票融资（即在公司获得出口应收账款时，由该行按照应收账款的一定比率向公司提供有追索权的短期贸易融资）；每笔应收账款的融资金额、期限和利率以该笔融资借款凭证的记载为准；该行另按照 1.5%比率收取融资手续费；该合同下任何争议将以诉讼方式解决。

2010 年 11 月 12 日，公司从该行获得 50 万美元的融资贷款，期限为 2010 年 11 月 12 日至 2011 年 3 月 24 日，相关借款利率为 1.8925%。

（四）抵押授信合同

截至本招股书签署日，公司与交通银行股份有限公司苏州高新科技产业开发区支行和中国农业银行股份有限公司苏州相城支行分别签订了抵押授信合同，具体合同条款如下：

1、交通银行股份有限公司苏州高新科技产业开发区支行给予的授信合同

2008 年 7 月 16 日，公司与交通银行股份有限公司苏州高新科技产业开发区支行签订《最高额抵押合同》(编号：3250402008AF00006300)。公司以所拥有的两处房产（房产证编号分别为：苏房权证相城字第 30015633 号、苏房权证相城字第 30015635 号）和两块土地（土地证编号分别为：相国用（2008）第 00119 号、相国用（2008）第 00120 号）作为抵押物，为公司在 2008 年 7 月 23 日至 2011 年 7 年 23 日期间从该行获得一系列授信提供最高额抵押。该合同下公司获得的最高额授信金额为 1,530 万元；授信范围包括流动资金贷款、开立银行承兑汇票和开立信用证。该抵押借款合同下任何争议将以诉讼方式解决。

为保障该《最高额抵押合同》的顺利实施，2009 年 7 月 30 日吴贤良、曹爱丽夫妇和吴艳红、蒋忠明夫妇又与该行共同签订了《最高额保证合同》（编号：3250402009AM00003000）。该合同约定：由上述人等为公司在 2009 年 7 月 30 日至 2011 年 1 年 30 日期间，因公司与交通银行股份有限公司苏州高新科技产业开发区支行签订短期借款、开立银行承兑汇票而订立的合同，提供最高担保金额为

人民币 4,400 万元的连带责任保证。

截至本招股书签署日，公司未在相应合同项下发生实际借款。

2、中国农业银行股份有限公司苏州相城支行给予的授信合同

2009 年 8 月 20 日，公司与中国农业银行股份有限公司苏州相城支行签订了《最高额抵押合同》（编号：32906200900005931）。公司以所拥有的土地使用权（土地证编号：相国用（2008）第 00121 号）作为抵押物，为公司在 2008 年 8 月 20 日至 2011 年 8 年 20 日期间，从中国农业银行股份有限公司苏州相城支行获得“人民币/外币贷款、开立商业汇票承兑”提供最高额抵押为 278 万元的抵押。该抵押借款合同下任何争议将以诉讼方式解决。

截至本招股书签署日，公司未在相应合同项下发生实际借款。

二、发行人对外担保的有关情况

截至本招股书签署日,公司不存在对外担保事项。

三、诉讼及仲裁事项

（一）公司诉讼及仲裁事项

2010年4月18日，原股东罗全南向苏州市相城区人民法院提请民事诉讼：要求判令被告科斯伍德、孙介明、吴贤良、张铮、李文明、周建华、蒋忠明、黄玉川、黄银川、肖学俊、俞星光、洪广伙、盛永元2004年12月大东洋油墨股权转让及股东变更行为无效，恢复原告在公司的股东地位。2010年5月5日苏州市相城区人民法院正式受理了该案。2010年6月11日，苏州市相城区人民法院公开开庭审理了该案，在案件审理过程中，原告撤回了对被告孙介明、吴贤良、张铮、李文明、周建华、蒋忠明、黄玉川、黄银川、肖学俊、俞星光、洪广伙、盛永元的起诉，科斯伍德成为该案的唯一被告，苏州市相城区人民法院于2010年7月5日出具了“（2010）相商初字第0324号”《民事判决书》：驳回原告的诉讼请求。

罗全南不服苏州市相城区人民法院的“（2010）相商初字第0324号”判决，于2010年7月15日向苏州市中级人民法院提起上诉。2010年8月23日苏州市中级人民法院受理了罗全南诉讼请求，并于2010年9月27日公开开庭审理了此案。2010年9月27日苏州市中级人民法院出具了“（2010）苏中商终字第0595号”《民事裁

定书》，该《民事裁定书》作出了如下裁定：“准许罗全南撤回上诉；案件受理费20180元减半收取为10090元，由罗全南负担；本裁定为终审裁定”。

截至本招股书签署日，公司股权纠纷一案已经苏州市中级人民法院作出终审裁定终结，不会对公司本次上市发行构成障碍。

截至本招股书签署日，本公司不存在其他对财务状况、经营成果、声誉、业务活动、未来前景等可能产生较大影响的诉讼或仲裁事项。

（二）控股股东、实际控制人及董事、监事、高级管理人员和其他核心人员的重大诉讼或仲裁事项

截至招股说明书签署日，本公司控股股东、实际控制人及董事、监事、高级管理人员和其他核心人员不存在作为一方当事人的重大诉讼或仲裁事项。

本公司控股股东、实际控制人最近三年内不存在重大违法行为。

（三）董事、监事、高级管理人员和其他核心人员涉及刑事诉讼的情况

截至本招股说明书签署日，本公司董事、监事、高级管理人员和其他核心人员不存在涉及刑事诉讼的情况。

第十四节 有关声明

一、发行人全体董事、监事、高级管理人员声明

本公司全体董事、监事及高级管理人员承诺本招股说明书不存在虚假记载、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个别和连带的法律责任。

公司董事：

吴贤良　　吴艳红　　沈文华

陈　建　　肖学俊　　孙惠新

樊汉卿　　陈文浩　　彭一浩

公司监事：

吴伟红　　吕志英　　徐　豪

公司非董事高级管理人员：

张　峰

苏州科斯伍德油墨股份有限公司

2011 年 1 月 12 日

二、保荐人（主承销商）声明

本公司已对招股说明书进行了核查，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个别和连带的法律责任。

法定代表人：

吴永敏

保荐代表人：

廖志旭

甄新中

项目协办人：

郭春江

东吴证券股份有限公司

2011 年 1 月 12日

三、发行人律师声明

本所及经办律师已阅读招股说明书，确认招股说明书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。

律师事务所负责人：

倪俊骥

经办律师：

许航

杜晓堂

国浩律师集团（上海）事务所

2011 年 4 月 12 日

四、审计机构声明

本所及签字注册会计师已阅读招股说明书，确认招股说明书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。

会计师事务所负责人：

朱建弟

签字注册会计师：

立信会计师事务所有限公司

2011 年 1 月 12 日

五、验资机构声明

本机构及签字注册会计师已阅读招股说明书，确认招股说明书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中引用的验资报告的内容无异议，确认招股说明书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。

会计师事务所负责人：_____

朱建弟

签字注册会计师：_____ _____

立信会计师事务所有限公司

2011 年 十 月 05 日

六、资产评估机构声明

本机构及签字注册资产评估师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本机构出具的资产评估报告无矛盾之处。本机构及签字注册资产评估师对发行人在招股说明书中引用的资产评估报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容出现虚假记载、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。

签字注册资产评估师：

陆雯萍 潘婉怡

单位负责人签字：

王伟

上海上会资产评估有限公司

2011 年 1 月 12 日

第十五节 附件

一、附件

以下附件于公司指定信息网站披露。

（一）发行保荐书（附：发行人成长性专项意见）及发行保荐工作报告；

（二）发行人关于公司设立以来股本演变情况的说明及其董事、监事、高级管理人员的确认意见；

（三）发行人控股股东、实际控制人对招股说明书的确认意见；

（四）财务报表及审计报告；

（五）内部控制鉴证报告；

（六）经注册会计师核验的非经常性损益明细表；

（七）法律意见书及律师工作报告；

（八）公司章程（草案）；

（九）中国证监会核准本次发行的文件；

（十）其他与本次发行有关的重要文件。

二、查阅地点和时间

（一）苏州科斯伍德油墨股份有限公司证券部

地址：	苏州相城区潘阳工业园东桥开发区旺庄路3-1号
联系人：	张峰
电话：	（0512）65370257
传真：	（0512）65374760
查阅时间：	工作日上午9：00—12：00，下午1：00—5：00

（二）东吴证券股份有限公司投资银行总部

地址：	苏州工业园区翠园路181号
联系人：	廖志旭、甄新中、郭春江、励凡、施进、田淼

电话：	（0512）62938523
传真：	（0512）62938500
查阅时间：	工作日上午8：30—12：00，下午1：00—5：00