深圳市奋达科技股份有限公司

（深圳市宝安区石岩洲石路奋达科技园）

首次公开发行股票招股说明书

（申报稿）

保荐人（主承销商）

华泰联合证券有限责任公司
HUATAI UNITED SECURITIES CO., LTD

（深圳市深南大道 4011 号香港中旅大厦 25 楼）

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作出投资决定的依据。

发行概况

发行股票类型	人民币普通股（A 股）
发行股数	3,750万股
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
拟上市证券交易所	深圳证券交易所
发行后总股本	15,000 万股
本次发行前股东所持股份的流通限制及股东对所持股份自愿锁定的承诺	公司全体股东承诺：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或间接持有的公司本次发行前已发行的股份，也不由公司回购该部分股份。担任公司董事、监事、高级管理人员的股东肖奋、汪泽其、肖勇、肖文英、郭雪松、苗玉庆、黄汉龙、肖晓、肖武、谢玉平还承诺：除前述锁定期外，在担任公司董事、监事或高级管理人员期间每年转让的股份不超过其所持有的公司股份总数的25%；在离职后半年内不转让所持有的公司股份，离职半年后的十二月内通过证券交易所挂牌交易出售公司股份数量占其所持有公司股份总数的比例不超过50%。承诺期限届满后，上述股份可以上市流通和转让。
保荐人（主承销商）	华泰联合证券有限责任公司
招股说明书签署日期	2012 年 3 月 7 日

发行人声明

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

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

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

重大事项提示

一、公司全体股东承诺：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或间接持有的公司本次发行前已发行的股份，也不由公司回购该部分股份。担任公司董事、监事、高级管理人员的股东肖奋、汪泽其、肖勇、肖文英、郭雪松、苗玉庆、黄汉龙、肖晓、肖武、谢玉平还承诺：除前述锁定期外，在担任公司董事、监事或高级管理人员期间每年转让的股份不超过其所持有的公司股份总数的25%；在离职后半年内不转让所持有的公司股份，离职半年后的十二月内通过证券交易所挂牌交易出售公司股份数量占其所持有公司股份总数的比例不超过50%。承诺期限届满后，上述股份可以上市流通和转让。

二、本次发行前滚存利润的分配及本次发行上市后的股利分配政策

（一）本次发行前滚存利润的分配

根据本公司 2012 年 2 月 10 日召开的 2012 年第一次临时股东大会决议，本次发行前的滚存利润由新老股东按发行后的股份比例共享。截至 2011 年 12 月 31 日，公司累计未分配利润为 133,003,330.88 元（母公司）。

（二）本次发行上市后的股利分配政策

根据本公司2011年12月6日召开的2011年第一次临时股东大会审议并通过的《关于修改上市后适用的<公司章程（草案）>股利分配条款的议案》，本公司本次发行上市后适用的《公司章程（草案）》关于股利分配政策的内容如下：

1、公司利润分配原则：公司实行持续、稳定的利润分配政策，公司利润分配应重视对投资者的合理投资回报并兼顾公司的可持续发展。

2、公司利润分配形式和比例：公司采取现金、股票或者现金与股票相结合的方式分配股利。

公司利润分配不得超过累计可分配利润的范围，单一年度以现金方式分配的利润不少于当年实现的可分配利润的20%。公司可以进行中期现金分红。

公司主要以现金方式分配股利，即：公司当年度实现盈利，在依法提取法定公积金后进行现金分红；若公司营业收入和净利润增长快速，且董事会认为公司

股票价格与公司股本规模不匹配时，可以在满足上述现金股利分配之余，提出并实施股票股利分配预案。

3、公司利润分配预案的实施：公司董事会按照既定利润分配政策制定利润分配预案并提交股东大会决议通过，公司董事会须在股东大会召开后两个月内完成股利的派发事项。公司董事会在利润分配预案中应当对留存的未分配利润使用计划进行说明，独立董事发表独立意见。

公司在上一会计年度实现盈利，但公司董事会在上一年度结束后未做出现金利润分配预案的，应当在定期报告中详细说明未分红的原因、未用于分红的资金留存公司的用途，独立董事还应当对此发表独立意见。

4、利润分配政策调整的决策机制与程序：公司根据生产经营情况、投资规划和长期发展等确需调整利润分配政策的，调整后的利润分配政策不得违反中国证监会和证券交易所的有关规定。

有关调整利润分配政策的议案由公司董事会审议后提交公司股东大会审议，该议案需经公司董事会过半数以上表决通过并经三分之二以上独立董事表决通过，独立董事应该对利润分配政策的修改发表独立意见。

股东大会在审议上述事项时，应由出席股东大会的股东（包括股东代理人）所持表决权的三分之二以上通过，且应当安排网络投票，网络投票需经参加网络投票的社会公众股股东（包括股东代理人）所持表决权过半数通过。

公司监事会应当对董事会调整后的利润分配政策进行审议，并且经半数以上监事表决通过，若公司有外部监事（不在公司担任职务的监事），则应经外部监事表决通过。

本公司制定了《深圳市奋达科技股份有限公司未来分红回报规划（2011-2013）》，对未来三年的股利分配做出了进一步安排。具体内容参见本招股说明书“第十四节 股利分配政策”。

三、本公司请投资者仔细阅读“风险因素”章节全文，并特别提醒投资者注意“风险因素”中的下列风险：

1、实际控制人控制的风险

本次发行前，肖奋持有公司 67.00%的股份，为公司控股股东与实际控制人；

此外，肖奋亲属刘方觉、肖韵、肖勇、肖武、肖文英、肖晓分别持有公司 5.00%、3.00%、6.00%、4.00%、4.00%和 4.00%的股份，上述 7 人合计持有公司 93.00%的股份。其中刘方觉、肖韵分别为肖奋之配偶、女儿，肖勇、肖武为肖奋之弟，肖文英为肖奋之姐，肖晓为肖奋之妹夫。本次发行后，肖奋仍将持有公司 50.25%的股份，肖奋等上述 7 人仍将合计持有公司 69.75%的股份。肖奋有能力通过投票表决的方式对公司重大经营决策施加影响或者实施其他控制，倘若肖奋通过对股东大会的控制权不当行使其表决权或对公司人事任免、经营决策进行不当操作，将损害公司和中小股东利益。

2、客户相对集中的风险

本公司客户较为集中，2009 年、2010 年、2011 年前 5 大客户的销售比重分别为 65.66%、53.94%、50.82%，存在客户集中的风险。

多媒体音箱和美发小家电产品在欧美等海外市场发展较为成熟，市场集中度相对较高。公司多媒体音箱和以直（卷）发器为主的美发小家电产品主要出口美国、西欧等发达地区市场，Altec Lansing、罗技、创新、BOSE、JBL、飞利浦、Conair（美康雅）、Farouk Systems、Walmart（沃尔玛）、Sally Beauty、HOT 等国际知名品牌商、零售商占有较大的市场份额，经营规模一般较大。国际知名品牌商、零售商为确保采购商品的品质、成本以及订单的及时交付，一般将其主要采购订单给予保持长期稳定合作关系的合格供应商。

本公司已意识到销售客户集中的风险，近年来通过不断开发新客户和加强自主品牌的销售来适度控制单一客户的规模，报告期内前五大客户的销售占比逐年降低。2010 年以来，公司在客户开发上取得重大进展，新增了 HoMedics 、Salon UK、Trust、The Source、Speedlink 等国际知名客户；此外，罗技、Tescom、Monster 等国际知名品牌商已完成对本公司资源、管理、研发体系、质量及生产能力的初步评估，进一步评估和供货合作协议正在洽谈中，未来公司客户集中度将会进一步降低。

3、人民币汇率升值风险

报告期内，公司产品 88%以上外销，其中 99%以上以美元计价。2005 年 7 月 21 日国家实施汇率改革以来，人民币对美元汇率一直保持稳中有升的趋势，

造成公司每年产生汇兑损失，从而对公司的盈利稳定性带来不利影响。报告期内，公司汇兑损益对利润总额的影响如下：

项目	2011 年度	2010 年度	2009 年度
汇兑损益（万元）	746.33	489.74	106.20
利润总额（万元）	10,773.67	9,992.66	8,565.48
汇兑损失占利润总额比例	6.93%	4.90%	1.24%

此外，因人民币升值，在公司出口产品美元销售价格不变的情况下，以人民币折算的销售收入减少，最终将造成产品毛利率下降。经测算，报告期内因人民币升值使公司综合毛利率同比下降 1.31%、0.81%、4.39%，测算过程如下：

项目		2011 年度	2010 年度	2009 年度
美元收入	美元（万元）	11,303.78	8,731.15	6,002.58
	人民币（万元）	72,974.06	59,110.28	41,008.01
加权平均汇率（人民币：1 美元）		6.4557	6.7700	6.8317
由于人民币升值使营业收入下降金额＝当年美元出口收入×（上年加权平均汇率-当年加权平均汇率）（万元）		3,552.78	538.60	614.75
申报报表营业收入（万元）		80,936.74	66,205.37	46,752.20
人民币升值使公司综合毛利率下降百分比		4.39%	0.81%	1.31%

若人民币持续升值，将对公司净利润及出口业务造成一定的影响。为了减轻人民币兑美元升值带来的不利影响，公司主要采取以下应对措施：①利用与重要客户长期稳定的合作关系，积极协商谈判，共同分担汇率波动带来的经营风险；②依靠技术创新和新产品开发，不断增加产品的附加值，提高产品议价能力；③加强自主品牌营销渠道建设，提高内销比例，增强产品自主定价能力；④利用美元借款抵消一部分货款汇率风险的影响；⑤积极学习和研究利用专业金融衍生品进行风险管理，适时采用远期结汇交易来锁定外汇汇率波动风险。

4、原材料价格、人工成本上涨风险

公司生产所需主要原材料包括电子类、变压器、扬声器硬件、线材、塑胶原料、中纤板、发热体、包材等，占生产成本比重达 70%以上。报告期内，公司生

产所需主要原材料及人工成本呈上涨趋势，导致公司产品生产成本有所上升。

为应对原材料价格、人工成本上涨风险，公司主要采取以下应对措施：①强化采购管理办法和业务操作流程，通过审慎选择供应商和扩大批次采购规模获得较优的采购价格；②实施精细化生产管理以提高劳动生产率和原材料利用效率；③加强新产品开发力度，增加高附加值产品比例，提高公司消化产品成本上涨的能力；④产品适时适度提价，以减轻成本上升对公司的影响。

报告期内，公司综合毛利率分别为 31.04%、26.72%、24.10%，表现了较强的盈利能力和消化成本上涨能力。但是，若原材料价格、人工成本持续上涨，公司产品成本上升仍将对公司利润造成不利影响。

5、出口退税率变动的风险

公司出口产品执行增值税“免、抵、退”政策。根据财政部、国家税务总局“财税[2003]222 号文”规定，自 2004 年 1 月 1 日开始多媒体音箱和美发小家电类产品退税率由 17%下降为 13%；根据财政部、国家税务总局“财税[2008]144 号文”规定，自 2008 年 12 月 1 日开始多媒体音箱和美发小家电类产品退税率调整为 14%；根据财政部、国家税务总局“财税[2009]88 号文”规定，自 2009 年 6 月 1 日开始多媒体音箱和美发小家电类产品退税率调回至 17%。

报告期内，公司主营产品 88%以上用于出口，出口退税率的变动将对公司产品毛利率产生一定影响。经测算，报告期内公司产品出口退税率调整使公司综合毛利率分别同比上升 2.68%、0.78%和 0.00%，测算过程如下：

项目	2011 年度	2010 年度	2009 年度	
			6~12 月	1~5 月
退税率	17%	17%	17%	14%
出口金额（万元）	72,974.06	59,196.19	29,079.46	11,928.55
不得免征和抵扣（万元）注 1	-	-	-	357.86
加权平均退税率（万元）注 2	17.00%	17.00%	16.13%	
影响毛利额（万元）注 3	-	516.58	1,251.11	
申报报表营业收入（万元）	80,936.74	66,205.37	46,752.20	
影响毛利率注 4	0.00%	0.78%	2.68%	

注 1：不得免征和抵扣＝出口金额×（17%-退税率）

注 2：加权平均退税率＝17%－不得免征和抵扣额÷当年出口金额

注 3：影响毛利额＝当年出口金额×（当年加权平均退税率－上年加权平均退税率）

注 4：影响毛利率＝影响毛利额÷当年申报报表营业收入

目前公司主营产品出口退税率为 17%，未来面临出口退税率下调带来的风险。

6、依赖核心技术人员的风险

公司作为以技术和营销为先导的企业，核心技术是本公司保持行业领先地位和获得持续盈利能力的根本。本公司主营产品使用的大部分技术均来自于公司以肖奋、韦北进、陈世颖、彭林兵、林立等核心技术人员为主的研发团队自主开发，并形成了苹果系列音箱开发技术、直发器快升温技术、控温技术等行业领先的技术，公司对上述核心技术人员存在依赖。核心技术人员流失、核心技术的泄密将会对本公司的正常生产和持续发展造成较大影响。

目 录

第一节 释 义 14

第二节 概 览 19

一、发行人简介 19
二、发行人主要财务数据 28
三、本次发行情况 30
四、募集资金用途 30

第三节 本次发行概况 32

一、本次发行的基本情况 32
二、本次发行的有关当事人 33
三、发行人与本次发行有关的中介机构的关系 35
四、本次发行预计时间表 35

第四节 风险因素 36

一、实际控制人控制的风险 36
二、经营风险 36
三、人民币升值风险 37
四、出口退税率变动的风险 38
五、市场竞争风险 39
六、技术风险 40
七、财务风险 41
八、募集资金投资项目风险 41
九、税收政策变动的风险 42

第五节 发行人基本情况 45

一、发行人基本情况 45
二、发行人设立及改制重组情况 45
三、发行人股本结构形成及变化情况 50

四、发行人设立以来资产重组情况.....60
五、发行人历次验资情况.....69
六、发行人的组织结构.....71
七、发起人、持有发行人 5%以上股份的主要股东及实际控制人情况.....75
八、发行人股本情况.....79
九、发行人内部职工、工会持股等情况.....81
十、发行人员工及其社会保障情况.....82
十一、实际控制人、持有 5%以上股份的主要股东以及作为股东的董事、监事、高级管理人员做出的重要承诺.....86
第六节 业务与技术.....88
一、发行人主营业务及变化情况.....88
二、行业主管部门、监管体制、主要产业政策.....89
三、行业基本情况.....90
四、公司在行业中的竞争地位.....111
五、公司竞争优势及劣势.....116
六、发行人主营业务的具体情况.....124
七、发行人主要固定资产及无形资产.....172
八、特许经营权情况.....184
九、发行人的技术水平与研发情况.....184
十、发行人境外生产经营情况.....193
十一、发行人冠名“科技”的依据.....193
第七节 同业竞争与关联交易.....195
一、同业竞争情况.....195
二、关联交易情况.....196
第八节 董事、监事、高级管理人员与核心技术人员.....205
一、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员简介.....205
二、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员及其近亲属直接持有本公司股份情况及报告期内的变动情况.....209

三、董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属个人投资情况 210
四、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员薪酬情况 211
五、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的兼职情况 212
六、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员之间的亲属关系 213
七、董事、监事、高级管理人员及核心技术所作出的重要承诺及其与公司签订的协议 213
八、董事、监事、高级管理人员任职资格 213
九、董事、监事、高级管理人员报告期内变动情况 213
第九节 公司治理 215
一、公司股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度的建立健全及运行情况 215
二、公司报告期内是否存在违法违规行为的说明 224
三、发行人近三年资金占用和对外担保的情况 225
四、公司内部控制情况 225
第十节 财务会计信息 227
一、最近三年经审计的财务报表 227
二、财务报表编制基础、合并报表范围及变化情况 236
三、审计意见 236
四、报告期内采用的主要会计政策和会计估计 237
五、执行的主要税收政策、缴纳的主要税种 258
六、最近一年的收购兼并情况 260
七、经注册会计师核验的非经常性损益明细表 260
八、发行人最近一期末主要资产 261
九、发行人最近一期末主要债项 263
十、报告期各期末所有者权益变动表 265
十一、报告期各期内现金流量情况 265
十二、会计报表附注中的期后事项、或有事项、承诺事项及其他重要事项 265

十三、报告期内各项财务指标.....266
十四、资产评估情况.....268
十五、历次验资报告.....268

第十一节 管理层讨论与分析.....269

一、财务状况分析.....269
二、盈利能力分析.....291
三、重大资本性支出情况分析.....321
四、重大担保、诉讼、其他或有事项和重大期后事项说明.....322
五、现金流量分析.....322
六、财务状况和盈利能力的未来趋势分析.....325
七、公司未来分红回报规划分析.....326

第十二节 业务发展目标.....330

一、公司发展计划.....330
二、实现目标的具体业务计划.....331
三、拟定上述计划所依据的假设条件.....334
四、实施上述计划将面临的主要困难.....334
五、发展计划与现有业务的关系.....334

第十三节 募集资金运用.....335

一、募集资金投资计划.....335
二、募集资金投资项目实施的必要性.....336
三、募集资金投资项目实施的可行性.....339
四、本次募集资金运用对发行人的影响.....346
五、募集资金投资项目简介.....347

第十四节 股利分配政策.....363

一、发行前股利分配的一般政策.....363
二、发行后的股利分配政策及决策程序、具体计划.....364
三、最近三年公司实际股利分配情况.....365

四、本次股票发行完成前未分配利润的分配政策.....366

第十五节 其他重要事项.....367

一、信息披露制度及投资者服务计划.....367

二、重要合同.....369

三、对外担保事项.....373

四、重大诉讼或仲裁事项.....374

五、公司股东、董事、监事、高级管理人员和核心技术人员刑事诉讼、仲裁、行政处罚情况.....374

六、关联方的重大诉讼或仲裁事项.....374

第十六节 董事、监事、高级管理人员.....375

一、发行人全体董事、监事、高级管理人员声明.....375

二、保荐人（主承销商）声明.....376

三、发行人律师声明.....377

四、会计师事务所声明.....378

五、资产评估机构声明.....379

五、资产评估机构声明.....380

六、验资机构声明.....381

七、验资复核机构声明.....382

第十七节 备查文件.....383

一、备查文件.....383

二、查阅地点、时间.....383

第一节 释 义

本招股说明书中，除非文义另有所指，下列简称和术语具有如下含义：

本公司、公司、股份公司、发行人、奋达科技	指	深圳市奋达科技股份有限公司
奋达实业	指	深圳宝安奋达实业有限公司，1996 年更名为深圳市宝安奋达实业有限公司，系本公司前身
奋达电器	指	深圳市奋达电器有限公司，系本公司全资子公司
奋达（香港）	指	奋达（香港）控股有限公司，系本公司全资子公司
茂宏电气	指	深圳市茂宏电气有限公司，系本公司控股子公司
奋达投资	指	深圳市奋达投资有限公司，系本公司关联方
鹊哥科技	指	深圳市鹊哥科技有限公司，系本公司关联方
奋达科技（香港）	指	奋达科技（香港）有限公司，系本公司关联方，已注销完毕
奋达塑胶	指	深圳市奋达塑胶制品有限公司，原系本公司全资子公司，已吸收合并
宝港奋达	指	深圳宝港奋达电声有限公司，原系本公司控股子公司，已注销完毕
奋达音响	指	广州市奋达音响有限公司，原系本公司控股子公司，已注销
国家发改委	指	中华人民共和国国家发展和改革委员会
中国证监会	指	中国证券监督管理委员会
商务部	指	中华人民共和国商务部
工信部	指	中华人民共和国工业和信息化部
新会计准则	指	财政部于 2006 年颁布的《企业会计准则》
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》
保荐人、主承销商、华泰联合证券	指	华泰联合证券有限责任公司
会计师、中审国际	指	中审国际会计师事务所有限公司
南方民和	指	深圳南方民和会计师事务所有限责任公司，于 2010 年与中审国际实施合并

发行人律师	指	北京市中伦律师事务所
报告期	指	2009 年、2010 年、2011 年
本次发行	指	公司本次向社会公众公开发行 3,750 万股面值为人民币 1.00 元的普通股（A 股）的行为
元	指	人民币元，中华人民共和国法定货币单位
股东大会	指	深圳市奋达科技股份有限公司股东大会
董事会	指	深圳市奋达科技股份有限公司董事会
监事会	指	深圳市奋达科技股份有限公司监事会
公司章程	指	深圳市奋达科技股份有限公司章程
Altec Lansing	指	Altec Lansing Technologies, Inc.，全球领先的多媒体音箱品牌厂商之一，创立于 1941 年，其多媒体音箱产品在美国市场占有率一直位居前列，总部位于美国
Farouk Systems	指	Farouk Systems, Inc.，成立于1986年，美国直发器专业市场的领导者，其CHI品牌直发器十多年来在专业市场占有率一直位居前列，总部位于美国
Sally Beauty	指	Sally Beauty Supply, LLC.（NYSE：SBH），美国最大的专业美容美发产品零售商，在全球范围内共有超过4,000多家门店，主要位于美国、加拿大、墨西哥、英国、爱尔兰、比利时、法国、西班牙、德国等，总部位于美国
HOT	指	Helen of Troy Limited（NASDAQ：HELE），全球领先的个人护理产品企业之一，主要产品包括个人护理用品和家庭日常用品两大系列，总部位于美国
Bio Ionic	指	Eurasia Concepts Inc.，全球美发电器和头发护理产品领域领先的品牌运营商，主要产品包括美发护理品和美发电器两大系列，总部位于美国
Imation	指	Imation Corporation（NYSE：IMN），全球存储领域及数码科技的引导者，旗下拥有Imation，TDK，Memorex及XtremeMac四个主要品牌，业务遍及60多个国家或地区，总部位于美国
Cyber Acoustics	指	Cyber Acoustics, LLC，北美知名的多媒体音箱品牌商，主要产品包括多媒体音箱、耳机等音频产品，主要通过Wal-Mart等大型连锁超市销售，总部位于美国
昆盈	指	昆盈企业股份有限公司（TWSE：2365），成立于1983年，全球著名电脑周边及消费电子领导品牌，主要产品

		包括鼠标、键盘、喇叭扬声器、耳机、游戏周边产品等，销往全球80多个国家或地区，总部位于中国台湾
Trust	指	Trust International BV,欧洲著名的计算机外设产品品牌商，主要产品包括鼠标、键盘、摄像头、音箱、耳机、游戏设备等，总部位于荷兰
The Source	指	The Source（Bell）Electronics Inc,加拿大著名消费类电子产品零售商，拥有750多家门店，为加拿大贝尔公司（NYSE:BCE/TSX:BCE）全资子公司，总部位于加拿大
广西长城	指	广西长城电脑计算机有限公司，系长城电脑（000066）全资子公司，业务定位于长城电脑显示器和新型显示系统及终端设备的研发、生产、销售，现有遍布全国的4,500 多家销售终端
HoMedics	指	HoMedics Inc.，全球最大的个人保健、健康和舒缓产品品牌商，成立于1987年，产品主要销往北美、欧洲、大洋洲等60多个国家或地区，总部位于美国
Tescom	指	Tescom&Co.,Ltd.，成立于1965年，全球知名的美发小家电品牌商，主要品牌为“NOBBY”，总部位于日本
中怡康	指	北京中怡康时代市场研究公司，是一家专业从事中国家电市场研究的机构，研究内容涉及零售监测、容量预测、购买力评估、零渠道研究等众多领域
OEM	指	Original Equipment Manufacturer，原始设备制造商。生产商完全按照客户的设计和品质要求进行产品生产，产品以客户品牌销售
ODM	指	Original Design Manufacturer，原始设计制造商。生产商自行开发和设计产品的结构、外观、工艺，根据客户订单组织生产，产品以客户品牌销售
OBM	指	Original Brand Manufacturer，原始品牌制造商。生产商自行开发和设计产品的结构、外观、工艺，根据市场预测组织生产，产品以公司自有品牌销售
零售商	指	国际连锁零售商，众多的、分散的、经营同类商品或服务的零售企业，在核心企业（连锁总部）的领导下，以经济利益为连接纽带，统一领导，实行集中采购和分散销售，通过规范化经营管理，实现规模经济效益的现代流通组织形式
多媒体音箱	指	电脑（含笔记本电脑）、上网本、智能手机、CD/VCD/DVD、MP3/MP4 等多种音源设备的外设，由

		功率放大器、扬声器发声系统、箱体组合成一体的音响组合，又称“电脑音箱”、“IT 音箱”
苹果系列音箱	指	符合美国苹果公司系列产品的接口标准，专门应用于苹果公司产品的多媒体音箱。该类产品的外观和工艺需完美契合苹果系列产品的高雅气质，属于多媒体音箱中高端产品
直发器	指	通过发热元件把头发加热、软化，然后再冷却，以达到直发效果的美发器具，又称“电夹板”
卷发器	指	通过发热元件把头发加热、软化，然后再冷却，以达到头发卷曲效果的美发器具，又称“卷发棒”
ID	指	Industry Design，工业设计
HiFi	指	High-Fidelity，高保真
PCBA	指	Printed Circuit Board Assembly，印刷电路板组件的英文缩写
MCH 陶瓷发热体	指	Metal Ceramic Heater，是一种新型高效环保节能陶瓷发热元件，具有耐腐蚀、耐高温、寿命长、高效节能、温度均匀、导热性能良好、热补偿速度快等特点
铝板	指	用纯铝或铝合金材料通过压力加工制成的、厚度均匀的矩形材料
PTC	指	Positive Temperature Coefficient，正温度系数的英文缩写，泛指正温度系数很大的半导体材料或元器件
NTC	指	Negative Temperature Coefficient，负温度系数的英文缩写，泛指负温度系数很大的半导体材料和元器件
SMT	指	Surface Mounted Technology，表面组装技术，是目前电子组装行业里最流行的一种技术和工艺
CNC	指	Computer Numerical Control，一种由程序控制的自动化机床，又称“数控机床”
PLM	指	Product Lifecycle Management，对产品从创建到使用，到最终报废等全生命周期的产品数据信息进行管理，实现企业研发部门、各相关部门，甚至企业间对产品数据的协同应用
CCC	指	China Compulsory Certification（中国强制性产品认证制度）的简称

CE	指	Conformite Europeene，是一项强制性的法规，由欧盟制订，作为通过海关的凭证，证明此项产品可在欧洲自由交易
CB	指	电工产品合格测试与认证的 IEC 体系，是 IECEE 运作的一个国际体系。IECEE 各成员国认证机构以 IEC 标准为基础对电工产品安全性能进行测试，测试结果即 CB 测试报告和 CB 测试证书，在 IECEE 各成员国得到相互认可
ETL	指	Electrical Testing Laboratories，美国电子测试实验室的英文缩写，任何电气、机械或机电产品进入美国及加拿大两国市场须取得ETL认证
FCC	指	Federal Communications Commission，美国联邦通信委员会的英文缩写，许多无线电应用产品、通讯产品和数字产品要进入美国市场需取得FCC许可
C-Tick	指	由澳大利亚通讯局为通信设备发的认证标志，表明电气电子产品符合澳大利亚有关电磁干扰标准和管理法规的专用标志
PSE	指	日本强制性安全认证，用以证明电机电子产品已通过日本电气产品安全法或国际 IEC 标准的安全标准测试
KC	指	Korea Certification，韩国认证的英文缩写，用以证明电气电子产品符合《韩国电气用品安全管理法》的安全标准测试
GS	指	Geprufte Sicherheit，安全性已认证的德文缩写，以德国产品安全法为依据，按照欧盟统一标准（EN）或德国工业标准（DIN）进行检测的一种自愿性认证
RoHS	指	欧盟颁布的《关于在电气、电子中禁止使用某些有害物质的指令》
ISO9001	指	国际标准化组织（ISO）颁布的质量管理体系标准
ISO14001	指	国际标准化组织（ISO）颁布的环境管理体系标准

第二节 概 览

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

一、发行人简介

（一）基本信息

1、中文名称：深圳市奋达科技股份有限公司

2、英文名称：Shenzhen Fenda Technology Co., Ltd.

3、成立日期：1993 年 4 月 14 日

4、法定代表人：肖奋

5、注册地址和办公地址：深圳市宝安区石岩洲石路奋达科技园

6、经营范围：兴办实业（具体项目另行申报）；微型数字音响、数字家庭影院音响、HiFi 音响的生产、销售及开发；国内商业、物资供销业；货物及技术进出口（以上均不含法律、行政法规、国务院决定规定需前置审批和禁止的项目）。普通货运（《道路运输经营许可证》有效期至 2015 年 5 月 6 日）。

（二）设立情况

本公司前身为奋达实业，成立于 1993 年 4 月。奋达实业以截至 2010 年 8 月 31 日经审计的账面净资产 133,077,019.64 元为基准，按 1:0.8454 的比例折为 11,250 万股，余额 20,577,019.64 元计入资本公积，整体变更为深圳市奋达科技股份有限公司。2010 年 11 月 15 日，奋达科技依法在深圳市市场监督管理局办理变更登记手续，领取了注册号为 440306102764516 的《企业法人营业执照》。截至本招股说明书签署日，公司股本结构如下：

序号	发起人名称	持股数量（股）	持股比例
1	肖奋	75,375,000	67.00%

2	肖勇	6,750,000	6.00%
3	刘方觉	5,625,000	5.00%
4	肖文英	4,500,000	4.00%
5	肖武	4,500,000	4.00%
6	肖晓	4,500,000	4.00%
7	汪泽其	3,375,000	3.00%
8	肖韵	3,375,000	3.00%
9	其余 31 名自然人	4,500,000	4.00%
合计		**112,500,000**	**100.00%**

（三）主营业务及主要产品

公司主营业务为家居及个人护理类小家电产品的研发、生产和销售。

公司主要产品分为多媒体音箱和美发小家电两大系列，具体包括电脑数码音箱、便携式音箱、时尚数码音箱（以苹果系列音箱为主）、直发器、卷发器、电吹风、电推剪等七类共 200 多种型号产品。

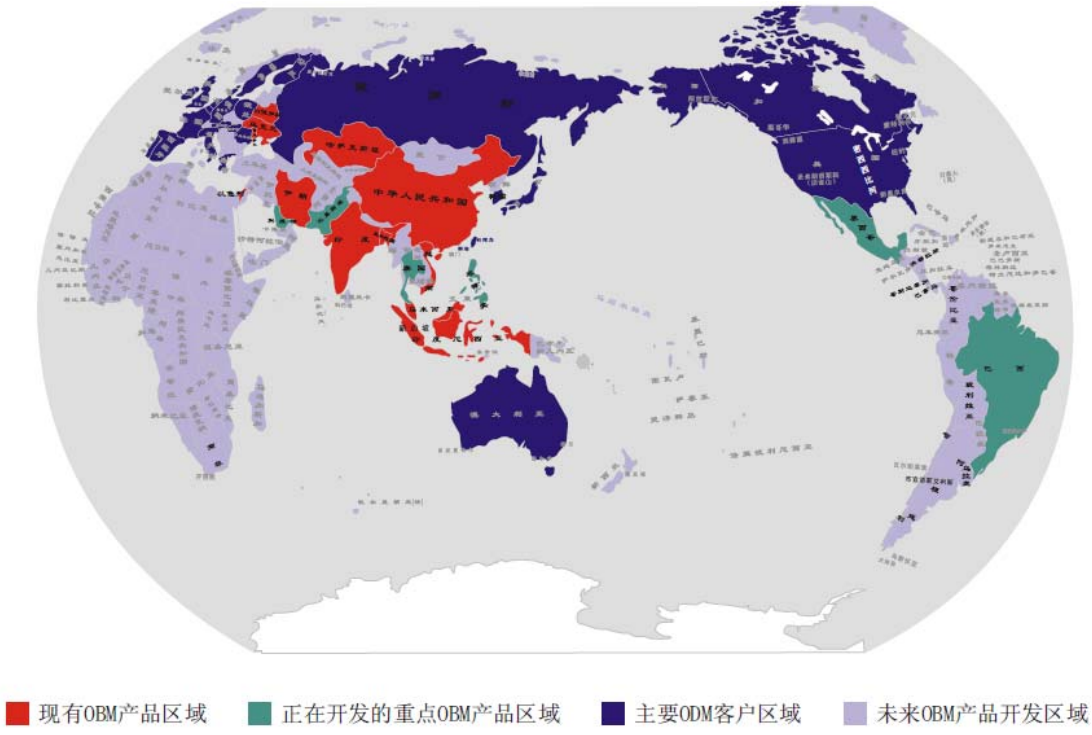
公司多媒体音箱系列产品以电脑（含笔记本电脑）、平板电脑、平板电视、iPod/iPhone/iPad、智能手机、MP3/MP4、PSP、USB/SD存储卡、CD/VCD/DVD等设备为音源，是人们日常休闲娱乐、享受优质声乐不可或缺的电子产品；公司美发小家电产品主要满足人们时尚生活的发型塑造、护理、修剪等一体化美发需求，主要销往欧美等全球发达地区专业发廊及中高端家用市场。

（四）发行人主要竞争优势

1、差异化的经营模式和领先的市场地位

公司长期专注于多媒体音箱和美发小家电市场领域的研发、生产和营销，深刻理解产品全球市场业务格局及未来发展趋势。根据公司主营产品在全球市场不同国家或地区竞争程度、消费层次、增长潜力的差异性，公司采取 ODM 和 OBM 相结合的差异化经营模式：在全球发达地区，公司选择与国际知名品牌商、零售商合作，为其提供包括产品方案设计、模具开发及制造、电路及软件设计以及产品制造等一体化解决方案，间接将产品销往欧美等全球发达地区市场；在全球发

展中地区，尤其是中国、印度等新兴市场，公司主要采取自主品牌进行销售，以进一步优化业务结构，确立公司在快速增长的新兴市场的品牌发展战略。



公司采用分区域、分步骤的“ODM+OBM”差异化经营，一方面大大拓宽了目标市场，实现了公司产品全球范围内覆盖；另一方面通过为国际品牌商、零售商长期提供 ODM 服务，公司能快速了解世界最前沿的行业技术和消费趋势，学习其在国际市场上品牌运营的思路和方法，有力促进公司全球 OBM 业务发展。

经过多年的发展，公司现已成为国内领先的多媒体音箱和美发小家电企业之一，主要产品年销量达 1,000 多万套，主要出口美国、西欧等海外发达地区市场。在自营出口多媒体音箱和直（卷）发器生产企业[1]中，报告期内公司多媒体音箱[2]出口金额连续三年全国排名前五名，直（卷）发器[3]出口金额连续三年全国排名前三名，累计出口金额全国排名第二。

2、稳定而不断拓展的优质客户群体

公司主要选择国际知名品牌商、零售商为合作对象，着力构造稳定、双赢的

[1]出口排名数据来自海关总署信息中心，为保证出口排名数据的可比性，本处排名剔除了贸易型出口企业
[2]音箱产品出口报关归类为单喇叭音箱（海关编码：85182100）和多喇叭音箱（海关编码：85182200），单喇叭音箱全部为多媒体音箱，多喇叭音箱包括多媒体音箱、专业音响、家庭影院音箱等，本处多媒体音箱生产企业出口金额排名按单喇叭音箱口径统计
[3]直（卷）发器产品出口报关归类为其他电热理发器具（海关编码：85163200）

合作模式。经过十多年的海外市场开拓，公司逐步建立起了以美国、西欧等全球发达地区为主的ODM业务市场布局。截至报告期末，公司业已构建了以Farouk Systems、Altec Lansing、Sally Beauty等核心客户为基础的客户体系，奠定了持续发展的重要基础，是公司核心竞争力的重要组成部分。通过“以点带面”的客户开发模式，公司核心客户数量不断增加，已由报告期初的8家增加至报告期末的16家，客户群体优势进一步增强。

截至报告期末，公司ODM业务核心客户的基本情况如下（单位：万元）：

序号	客户名称	总部所在地	客户简介	合作关系建立时间	2011年度公司对其销售金额
1	Farouk Systems	美国	美国直发器专业市场的领导者，其CHI品牌直发器十多年来在专业市场一直位居前列	2007	13,602.05
2	Sally Beauty	美国	纽交所上市公司，美国最大的专业美容美发产品零售商，在全球范围内共有超过4,000多家门店	2007	8,539.20
3	Altec Lansing	美国	全球领先的多媒体音箱品牌厂商之一，创立于1941年，其多媒体音箱产品在美国市场占有率一直位居前列	2004	8,527.05
4	Imation	美国	纽交所上市公司，全球存储领域及数码科技的引导者，业务遍及60多个国家或地区	2009	3,961.54
5	HOT	美国	纳斯达克上市公司，全球领先的个人护理产品企业之一，主要产品包括个人护理用品和家庭日常用品两大系列	2008	3,105.42
6	Cyber Acoustics	美国	北美知名的多媒体音箱品牌商，主要产品包括多媒体音箱、耳机等音频产品	2008	3,094.79
7	昆盈	台湾	台湾证券交易所上市公司，全	2009	2,497.00

			球著名电脑周边及消费电子领导品牌，产品销往全球80多个国家或地区		
8	Sven	俄罗斯	欧洲著名电脑周边产品品牌之一，主要产品包括多媒体音箱、耳机、鼠标等	1999	1,942.98
9	Bio Ionic	美国	全球美发电器和头发护理产品领域领先的品牌运营商，主要产品包括美发护理品和美发电器两大系列	2008	1,798.48
10	Corioliss	英国	欧洲知名的美发小家电品牌商，主要产品包括直发器、卷发器、电吹风、电推剪等美发小家电系列产品	2008	1,702.75
11	IGP LLC	美国	美国知名的美发小家电品牌商，旨在为消费者提供物优价廉的时尚美容美发产品	2009	1,411.37
12	Aircom Asia Ltd.	智利	是Comercializadora Los Robles Ltda. 的采购子公司。Comercializadora Los Robles公司主要从事家用电器、个人护理和健康产品的销售，产品主要销往智利、秘鲁、哥伦比亚等南美国家	2009	986.89
13	Salon UK	英国	欧洲知名的美发小家电品牌商，产品主要定位于专业美发市场，依托专业美发电器批发市场，产品主要销往英国、俄罗斯、中东地区和欧洲其他地区	2010	692.30
14	Trust	荷兰	欧洲著名的计算机外设产品品牌商，主要产品包括鼠标、键盘、摄像头、音箱、耳机、游戏设备等，在全球拥有 19 家分	2011	668.79

			支机构，产品主要销往欧洲、非洲和中东地区		
15	The Source	加拿大	加拿大著名消费类电子产品零售商，主要从事电视机、家庭娱乐系统、音箱、耳机、游戏机、照相机、手机等消费类电子产品的零售，拥有 750 多家门店，为加拿大贝尔公司（BCE Inc）全资子公司，BCE 是多伦多证券交易所和纽交所上市公司	2011	620.02
16	Speedlink	德国	欧洲著名电脑周边产品领导厂商之一，其“Speedlink”品牌鼠标、键盘、多媒体音箱、耳机等电子产品销往欧洲30多个国家	2010	532.51

公司客户群体的构建需要经过较长的历程，而核心客户关系的建立过程则尤为复杂。一般而言，核心客户将本公司确定为供应商，需通过对产品品质、质量管理和控制体系、产品认证、研发能力、生产管理、交付能力、社会责任等全方面考察和验证，因而合作关系一旦确认则具有较强的稳定性。

2010 年以来，公司在客户开发上取得重大进展，新增了 HoMedics 、Salon UK、Trust、The Source、Speedlink 等国际知名客户；此外，罗技、Tescom、Monster 等国际知名品牌企业已完成对本公司资源、管理、研发体系、质量及生产能力的初步评估，进一步评估和供货合作协议正在洽谈中，预计未来公司核心客户将进一步扩大。

3、较强的技术和研发能力

公司多年来专注于多媒体音箱和美发小家电系列产品的研发，以客户为中心，不断地为客户提供合理性价比的高品质音频和美发小家电产品，建立了涵盖电子、电声、电气、结构、软件、测试、样机等研发项目组的企业技术中心，并形成包含产品ID概念设计、电声设计、电路设计、软件设计、结构设计和平面设

计等较为全面稳定的核心研发团队，具备了较强的技术优势。

在多媒体音箱领域，公司以专业设计、制造扬声器材起步，在喇叭单元的电声设计和结构设计方面处于行业领先地位，拥有包括丹麦 B&K 音频分析仪、德国 Klippel 扬声器分析系统和 DASS 音频分析仪、意大利 CLIO 测试系统、美国 AP 音频测试仪、LMS 音频测试系统、标准消声室等国际顶尖的电声测试仪器及设施，能结合人耳的听觉特征设计出各种规格的优质多媒体音箱喇叭单元。基于未来多媒体音箱小型化、节能环保、多音源接口的技术发展趋势，公司自主研发了 AAS 动态低音引擎技术、USB 智能能量管理技术、开关电源节能技术、手持设备的标准扩展接口技术、iPad/iPhone 音箱防射频干扰设计技术、无线音频模块开发技术等一系列行业领先技术成果。

在美发小家电领域，凭借多年来的技术开发和经验积累，公司自主研发了一系列行业领先的美发小家电电路控制技术、生产工艺及自动化检测技术方案，包括 MCH 陶瓷发热体的快速升温技术，邦定 NTC 技术、开合测试设备、拉发测试设备、风筒跳制测试装置等，使得公司在产品性能、品质和生产效率等方面处于行业领先地位。

截至本招股说明书签署日，本公司及控股子公司拥有专利共74项，其中发明专利2项、实用新型专利36项、外观设计专利36项，覆盖了公司各主要产品系列，形成了一道领先于竞争对手的技术壁垒。

公司多款产品以优良的外观设计和领先的技术水平获得市场广泛关注。2008年推出的流金岁月C-30系列音箱被中关村在线评选为“2008年度最佳产品奖”，2008年推出的流金岁月C-80系列音箱获得《家用电脑周刊》评选的中国IT产品2008-2009年度“最具价值产品奖”；2009年推出的V360系列音箱获得电脑迷杂志社评选的2009-2010年度电脑迷“编辑选择奖”；2010年公司为Altec Lansing率先开发出iPad系列音箱—MP450荣获2011年度CES（美国消费类电子展）“设计与工程创新荣誉奖”；2011年，公司为Imation开发出无电源和变压器设计的Soma Travel系列苹果音箱，荣获2012年度CES（美国消费类电子展）“设计与工程创新荣誉奖”，展现了本公司行业内较强的技术和研发能力。

4、持续的新产品催化能力

公司是国内最早进入多媒体音箱行业的企业之一，一直紧跟或引领行业技术趋势和市场消费潮流，根据音源设备的发展变迁不断推出经典产品，迎合了不同时期消费者的产品需求，成为各个时期国内多媒体音箱行业的代表性产品，持续获得市场广泛关注。

时间	相关行业发展趋势或消费潮流	经典产品
2000	台式电脑流行	奋达 800 系列音箱
2003	DVD 流行	奋达微型全智能 5.1 家庭影院 D60 系列
2006	液晶电脑流行	奋达薄客系列音箱
2007	古典怀旧细分市场	奋达流金岁月 C 系列音箱
2009	笔记本电脑流行	奋达 V 系列便携式音箱
	节能环保技术应用	奋达 A 系列音箱
2010	USB 智能能量管理技术应用	奋达 H 系列音箱
2011	无线音频技术应用	奋达 M8 系列蓝牙音箱

随着美国苹果公司推出的iPod数码播放器的全球盛行，公司前瞻性地把握住iPod系列产品配套音箱市场的巨大商机，并于2004年率先投入iPod系列音箱的技术开发，2006年成功向市场推出2款iPod系列音箱；2008年，公司即开始iPhone系列音箱技术平台的开发预研，历经8个月的技术攻关，自主研发出iPhone系列音箱防射频干扰设计技术，有效解决了iPhone连接于音箱上拨打电话或上网时射频干扰产生的噪音问题，于2010年成功向市场推出8款iPhone系列音箱；2010年4月，美国苹果公司推出iPad平板电脑，公司依靠多年在苹果系列音箱开发上的技术积累和较强的技术开发实力，于2010年10月在国内率先推出iPad系列音箱——MP450。公司在苹果系列音箱技术开发上已形成涵盖电子、电声、结构、软件等完整的技术体系，持续的新产品催化能力将确保公司在苹果系列音箱领域的领先地位。

公司围绕“舒适生活、愉悦心声”的产品开发诉求，敏锐地捕捉到美发小家电市场的巨大商机，依托在外观设计、模具设计与制造、电路设计、软件设计等方面的技术积累，公司不断延伸产品线，逐步由单一多媒体音箱系列产品发展成为目前多媒体音箱和美发小家电两大系列七大类产品，产品结构日趋优化。

在强化现有多媒体音箱和美发小家电产品线技术开发的同时，公司依托在电

声和美发小家电领域的技术优势，目前正在进行微型扬声器、2.4G无线耳机、降噪耳机等新产品的技术开发，上述产品将逐步形成公司新的产品梯队，不断优化产品结构，保障公司业绩持续增长。

5、过硬的产品品质和完善的质量管理体系

公司以“为顾客提供绿色、优质、高性价比的产品和服务，让人类享受更美好的生活”为企业使命，一直高度重视产品的品质和安全。公司客户主要为国际知名的品牌商、零售商，良好的产品品质和安全性是取得客户信赖并保持长久合作关系的基础。

公司早在 2000 年 12 月即通过 ISO9001:2000 质量体系认证，从 2003 年起在业内率先实施 ROHS 指令，后又陆续获得 ISO14001:2004 环境管理体系认证和 ISO9001:2008 质量体系认证。公司拥有一支 300 多人的品质管理团队，建立了专业的综合实验室，购置和自主研发出一系列先进的测试仪器和设备，满足了公司主要系列产品从原材料到产成品所有过程的试验和检测需求。

公司产品获得了主管部门和客户的广泛认可。2005年9月，公司多媒体音箱产品被广东省质量协会、广东省用户委员会授予“广东省用户满意产品”称号；2006年12月，公司被深圳市宝安区人民政府授予“区长质量奖”；2008年2月，公司生产出口的“IH00IR组合音箱”被国家质检总局授予“出口免验证书”；公司的直（卷）发器等美发小家电系列产品也以其优良的产品品质和制造工艺赢得了众多国际知名品牌商、零售商的青睐，并与Farouk Systems、Sally Beauty、HOT、Bio Ionic、Corioliss等建立了稳定的合作关系。

6、业内领先的快速反应和订单交付能力

小家电产品具有市场消费热点切换频繁、单一型号品种生命周期短、产品升级换代速度快等特点，消费者对产品的外观设计、功能等方面的要求日新月异，市场需求经常表现为新产品、新技术、新应用等诉求，小家电行业的这些特点决定了只有那些能够敏锐捕捉到这种动态需求中蕴含的商机，并能快速反应且具备规模制造能力的企业才能引领市场潮流，占据市场竞争的有利位置。

基于多年的业务合作关系，公司与业内国际知名品牌商、零售商建立了“苹果对苹果、梨对梨”的服务模式，即：公司业务部门直接对接对方市场部门，可

以第一时间发现市场机遇；公司研发部门直接对接对方技术部门，可以提高解决技术问题效率，缩短产品的开发周期。在生产制造方面，经过多年的积累，公司掌握了先进的制程控制技术，装备有自动化程度较高的生产设备，主要产品产能已达 850 万套，公司已成为国内最具规模的多媒体音箱和美发小家电生产基地之一，具备较强的规模化生产能力和订单交付能力。

为更好地服务于核心客户和构建双方持久而稳定的互赢合作关系，公司引入 ERP 管理系统和 PLM 研发管理系统，实现了研发、销售、采购、品管、生产、物流和财务等部门的信息互连，形成了产品市场需求分析、ID 概念设计、技术开发、物料采购、生产制造、品质控制、物流配送、售后服务等全过程的服务体系，提升了响应客户需求的服务能力，产品从“市场调研—立项评审—研究开发—样品试制—样品审定—正规图纸—模具制造—物料采购—产品生产—订单交付”的周期可以缩短至 4 个月内，大大优于行业平均水平。

（五）发行人控股股东、实际控制人简介

本公司实际控制人肖奋，持有本公司 7,537.50 万股，占本次发行前总股本的 67.00%。

肖奋，1962 年 5 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。1986 年毕业于江苏工学院（现江苏大学），历任深圳安华铸造工业公司技术质检部部长，深圳宝安源发电声器材厂厂长、总经理；1993 年创办奋达实业并担任董事长、总经理，2010 年 10 月起至今任公司董事长。

肖奋简历参见本招股说明书“第八节、一、（一）公司董事”。

二、发行人主要财务数据

根据中审国际出具的中审国际审字[2012]第 01020012 号标准无保留意见审计报告，公司主要财务数据如下（单位：元）：

（一）合并资产负债表主要数据

项目	2011 年 12 月 31 日	2010 年 12 月 31 日	2009 年 12 月 31 日
资产总额	647,527,864.10	608,645,540.83	507,946,858.36

负债总额	233,913,604.74	252,920,640.36	188,916,748.66
所有者权益	413,614,259.36	355,724,900.47	319,030,109.70
归属于母公司所有者权益	412,480,771.36	354,054,503.07	311,355,437.49

（二）合并利润表主要数据

项　目	2011 年度	2010 年度	2009 年度
营业收入	809,367,390.79	662,053,660.35	467,521,956.75
营业利润	99,841,904.50	96,263,158.79	79,792,345.65
利润总额	107,736,725.01	99,926,644.87	85,654,826.96
净利润	93,889,358.89	87,411,502.55	75,893,732.40
归属于母公司所有者的净利润	94,426,268.29	87,699,065.58	75,513,165.25
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	75,755,438.13	73,726,904.05	60,781,532.84

（三）合并现金流量表主要数据

项　目	2011 年度	2010 年度	2009 年度
经营活动产生的现金流量净额	29,847,149.67	108,980,541.90	97,068,301.70
投资活动产生的现金流量净额	29,292,527.52	796,520.92	-66,115,491.96
筹资活动产生的现金流量净额	-31,321,804.68	-64,666,889.21	-4,036,376.96
汇率变动对现金等价物的影响	-394,851.24	105,572.06	-586,866.40
现金及现金等价物净增加额	27,423,021.27	45,215,745.67	26,329,566.38

（四）主要财务指标

项　目	2011 年度	2010 年度	2009 年度
资产负债率（母公司）	38.52%	47.07%	59.88%
流动比率（倍）	1.83	1.37	1.77
速动比率（倍）	1.45	1.05	1.35
应收账款周转率（次）	6.21	7.87	6.30
存货周转率（次）	7.30	7.06	6.06
每股经营活动现金流（元）	0.27	0.97	2.55
加权平均净资产收益率	25.23%	25.78%	27.60%
基本每股收益（元）	0.84	0.78	——

基本每股收益（扣除非经常性损益）（元）	0.67	0.66	——
期末每股净资产（元）	3.67	3.15	8.19

三、本次发行情况

（一）本次发行的一般情况

1、股票种类：人民币普通股（A股）

2、每股面值：1.00元

3、发行股数：3,750万股

4、发行股数占发行后总股本的比例：25.00%

5、发行价格：通过向询价对象询价确定发行价格

6、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

7、发行对象：符合资格的询价对象和在深圳证券交易所开立证券账户的境内投资者（国家法律、法规禁止购买者除外）

8、承销方式：余额包销

（二）本次发行前后的公司股权结构

本公司本次发行3,750万股，本次发行前后公司股权结构如下：

股份类型	本次发行前		本次发行后	
	股数（万股）	所占比例	股数（万股）	所占比例
有限售条件流通股	11,250	100%	11,250	75.00%
本次发行流通股	—	—	3,750	25.00%
总股本	11,250	100%	15,000	100%

四、募集资金用途

本次发行募集资金按轻重缓急拟投资于以下项目：

（一）投资 10,660 万元用于年新增 380 万套多媒体音箱扩建项目；

（二）投资 12,400 万元用于年新增 420 万套美发小家电扩建项目；

（三）投资 3,400 万元用于奋达技术中心扩建项目。

上述项目投资总额为26,460万元，募集资金投资项目的详细情况参见本招股说明书“第十三节 募集资金运用”部分。若本次实际募集资金小于上述项目投资资金需求，缺口部分由本公司以自筹方式解决；若实际募集资金大于上述项目投资资金需求，超出部分则用于补充公司流动资金。

第三节 本次发行概况

一、本次发行的基本情况

1、股票种类：人民币普通股（A 股）

2、每股面值：人民币 1.00 元

3、发行股数：3,750 万股

4、占发行后总股本的比例：25.00%

5、每股发行价格：通过向询价对象初步询价确定发行价格区间，并根据初步询价结果和市场情况确定发行价格

6、发行市盈率：[ ]（每股发行价格/发行后每股收益，发行后每股收益按照2011年经审计的扣除非经常性损益前后孰低的净利润除以本次发行后的总股本计算）

7、发行前每股净资产：3.67 元（按截至 2011 年 12 月 31 日经审计净资产和本次发行前总股本全面摊薄计算）

8、发行后每股净资产：[ ]元（按全面摊薄法计算，扣除发行费用）

9、发行市净率：[ ]（每股发行价格/发行后每股净资产）

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

11、发行对象：符合资格的询价对象和在深圳证券交易所开立证券账户的境内投资者（国家法律、法规禁止购买者除外）

12、余额包销

13、预计募集资金总额：[ ]万元

14、预计募集资金净额：[ ]万元

15、发行费用概算：约[ ]万元，具体明细如下：

保荐及承销费用	[ ]万元

审计、验资费用	[ ]万元
律师费用	[ ]万元
登记托管及上市初费	[ ]万元
信息披露及路演推介费	[ ]万元

二、本次发行的有关当事人

1、发行人：深圳市奋达科技股份有限公司

住所：深圳市宝安区石岩洲石路奋达科技园

法定代表人：肖　奋

董事会秘书：谢玉平

电话：0755-27353923

传真：0755-27486663

2、保荐人（主承销商）：华泰联合证券有限责任公司

住所：深圳市深南大道 4011 号香港中旅大厦 25 楼

法定代表人：盛希泰

保荐代表人：任文冠　秦伟

项目协办人：严绍东

经办人：秦力　章武　胡跃明　白毅敏　周耿明　马俊华

电话：0755-82492205

传真：0755-82493959

3、发行人律师：北京市中伦律师事务所

住所：北京市建国门外大街甲 6 号 SK 大厦 36/37 层

单位负责人：张学兵

经办律师：任理峰　谢珊

电话：010-59572288

传真：010-59572255

4、发行人会计师：中审国际会计师事务所有限公司

住所：北京市海淀区阜城路 73 号裕惠大厦 12 层

法定代表人：赵建中

经办注册会计师：谢军 朱子武 王艳宾

电话：010-68731010

传真：010-68479956

5、资产评估机构：深圳市天健国众联资产评估土地房地产估价有限公司

住所：深圳市罗湖区深南东路 2019 号东乐大厦 1008 室

法定代表人：黄西勤

经办注册资产评估师：王文涛 熊钢 欧福秋

电话：0755-25132063

传真：0755-25132275

6、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

住所：深圳市深南中路 1093 号中信大厦 18 楼

电话：0755-25938000

传真：0755-25988122

7、上市交易所：深圳证券交易所

住所：深圳市深南东路 5045 号

电话：0755-82083333

传真：0755-82083190

8、保荐人（主承销商）收款银行：

收款银行：

开 户 名：

账 号：

三、发行人与本次发行有关的中介机构的关系

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

四、本次发行预计时间表

1、询价推介时间： [ ]年[ ]月[ ]日——[ ]年[ ]月[ ]日

2、定价公告刊登日期： [ ]年[ ]月[ ]日

3、网下申购日期： [ ]年[ ]月[ ]日

4、网上申购日期： [ ]年[ ]月[ ]日

5、预计股票上市日期： [ ]年[ ]月[ ]日

第四节 风险因素

投资者在评价发行人本次发售的新股时，除本招股说明书提供的其它资料外，应特别认真地考虑本节所列的各项风险因素。本节各项风险因素遵循重要性原则或可能影响投资者决策的程度大小排序，但该排序并不表示风险因素会依次发生。

一、实际控制人控制的风险

本次发行前，肖奋持有公司 67.00%的股份，为公司控股股东与实际控制人；此外，肖奋亲属刘方觉、肖韵、肖勇、肖武、肖文英、肖晓分别持有公司 5.00%、3.00%、6.00%、4.00%、4.00%和 4.00%的股份，上述 7 人合计持有公司 93.00%的股份。其中刘方觉、肖韵分别为肖奋之配偶、女儿，肖勇、肖武为肖奋之弟，肖文英为肖奋之姐，肖晓为肖奋之妹夫。本次发行后，肖奋仍将持有公司 50.25%的股份，肖奋等上述 7 人仍将合计持有公司 69.75%的股份。肖奋有能力通过投票表决的方式对公司重大经营决策施加影响或者实施其他控制，倘若肖奋通过对股东大会的控制权不当行使其表决权或对公司人事任免、经营决策进行不当操作，将损失公司与广大中小股东利益。

二、经营风险

（一）客户相对集中的风险

本公司客户较为集中，2009 年、2010 年、2011 年前 5 大客户的销售比重分别为 65.66%、53.94%、50.82%，存在客户集中的风险。

多媒体音箱和美发小家电产品在欧美等海外市场发展较为成熟，市场集中度相对较高。公司多媒体音箱和以直（卷）发器为主的美发小家电产品主要出口美国、西欧等发达地区市场，Altec Lansing、罗技、创新、BOSE、JBL、飞利浦、Conair（美康雅）、Farouk Systems、Walmart（沃尔玛）、Sally Beauty、HOT 等国际知名品牌商、零售商占有较大的市场份额，经营规模一般较大。国际知名品牌商、零售商为确保采购商品的品质、成本以及订单的及时交付，一般将其主

要采购订单给予保持长期稳定合作关系的合格供应商。

本公司已意识到销售客户集中的风险，近年来通过不断开发新客户和加强自主品牌的销售来适度控制单一客户的规模。2010 年以来，公司在客户开发上取得重大进展，新增了 HoMedics 、Salon UK、Trust、The Source、Speedlink 等国际知名客户；此外，罗技、Tescom、Monster 等国际知名品牌商已完成对本公司资源、管理、研发体系、质量及生产能力的初步评估，进一步评估和供货合作协议正在洽谈中，未来公司客户集中度将会进一步降低。

（二）原材料价格、人工成本上涨风险

公司生产所需主要原材料包括电子类、变压器、扬声器硬件、线材、塑胶原料、中纤板、发热体、包材等，占生产成本比重达 70%以上。报告期内，公司生产所需主要原材料及人工成本呈上涨趋势，导致公司产品生产成本有所上升。

为应对原材料价格、人工成本上涨风险，公司主要采取以下应对措施：①强化采购管理办法和业务操作流程，通过审慎选择供应商和扩大批次采购规模获得较优的采购价格；②实施精细化生产管理以提高劳动生产率和原材料利用效率；③加强新产品开发力度，增加高附加值产品比例，提高公司消化产品成本上涨的能力；④产品适时适度提价，以减轻成本上升对公司的影响。

报告期内，公司综合毛利率分别为 31.04%、26.72%、24.10%，表现了较强的盈利能力和消化成本上涨能力。但是，若原材料价格、人工成本持续上涨，公司产品成本上升仍将对公司利润造成不利影响。

三、人民币升值风险

报告期内，公司产品 88%以上外销，其中 99%以上以美元计价。2005 年 7 月 21 日国家实施汇率改革以来，人民币对美元汇率一直保持稳中有升的趋势，造成公司每年产生汇兑损失，从而对公司的盈利稳定性带来不利影响。报告期内，公司汇兑损益对利润总额的影响如下：

项目	2011 年度	2010 年度	2009 年度
汇兑损益（万元）	746.33	489.74	106.20

利润总额（万元）	10,773.67	9,992.66	8,565.48
汇兑损失占利润总额比例	6.93%	4.90%	1.24%

此外，因人民币升值，在公司出口产品美元销售价格不变的情况下，以人民币折算的销售收入减少，最终将造成产品毛利率下降。经测算，报告期内因人民币升值使公司综合毛利率同比下降 1.31%、0.81%、4.39%，测算过程如下：

项目		2011 年度	2010 年度	2009 年度
美元收入	美元（万元）	11,303.78	8,731.15	6,002.58
	人民币（万元）	72,974.06	59,110.28	41,008.01
加权平均汇率（人民币：1 美元）		6.4557	6.7700	6.8317
由于人民币升值使营业收入下降金额＝当年美元出口收入×（上年加权平均汇率-当年加权平均汇率）（万元）		3,552.78	538.60	614.75
申报报表营业收入（万元）		80,936.74	66,205.37	46,752.20
人民币升值使公司综合毛利率下降百分比		4.39%	0.81%	1.31%

若人民币持续升值，将对公司净利润及出口业务造成一定的影响。为了减轻人民币兑美元升值带来的不利影响，公司主要采取以下应对措施：①利用与重要客户长期稳定的合作关系，积极协商谈判，共同分担汇率波动带来的经营风险；②依靠技术创新和新产品开发，不断增加产品的附加值，提高产品议价能力；③加强自主品牌营销渠道建设，提高内销比例，增强产品自主定价能力；④利用美元借款抵消一部分货款汇率风险的影响；⑤积极学习和研究利用专业金融衍生品进行风险管理，适时采用远期结汇交易来锁定外汇汇率波动风险。

四、出口退税率变动的风险

公司出口产品执行国家的出口产品增值税“免、抵、退”政策。根据财政部、国家税务总局“财税[2003]222 号文”规定，自 2004 年 1 月 1 日开始多媒体音箱和美发小家电类产品退税率由 17%下降为 13%；根据财政部、国家税务总局“财税[2008]144 号文”规定，自 2008 年 12 月 1 日开始多媒体音箱和美发小家电类产品退税率调整为 14%；根据财政部、国家税务总局“财税[2009]88 号文”规定，自 2009 年 6 月 1 日开始多媒体音箱和美发小家电类产品退税率调回至 17%。

报告期内，公司主营产品 88%以上用于出口，出口退税率的变动将对公司产品毛利率产生一定影响。经测算，报告期内公司产品出口退税率调整使公司综合毛利率分别同比上升 2.68%、0.78%和 0.00%，测算过程如下：

项目	2011 年度	2010 年度	2009 年度	
			6~12 月	1~5 月
退税率	17%	17%	17%	14%
出口金额（万元）	72,974.06	59,196.19	29,079.46	11,928.55
不得免征和抵扣（万元）注 1	-	-	-	357.86
加权平均退税率（万元）注 2	17.00%	17.00%	16.13%	
影响毛利额（万元）注 3	-	516.58	1,251.11	
申报报表营业收入（万元）	80,936.74	66,205.37	46,752.20	
影响毛利率注 4	0.00%	0.78%	2.68%	

注 1：不得免征和抵扣＝出口金额×（17%-退税率）

注 2：加权平均退税率＝17%－不得免征和抵扣额÷当年出口金额

注 3：影响毛利额＝当年出口金额×（当年加权平均退税率－上年加权平均退税率）

注 4：影响毛利率＝影响毛利额÷当年申报报表营业收入

目前公司主营产品出口退税率为 17%，未来面临出口退税率下调带来的风险。

五、市场竞争风险

小家电市场竞争激烈，国际知名品牌商、零售商主要集中在产品的开发设计、品牌运营及营销服务，而逐步将小家电产品的生产和部分开发转移至制造成本较低的国家。由于行业进入的资金门槛不高，目前全国具备一定规模的厂商达数百家，主要集中在珠三角、长三角地区。当前国内小家电总体技术水平不高，多数企业没有形成品牌优势、供应链优势，自主研发能力和规模化生产能力较弱，竞争主要表现为众多小规模厂家之间的低层次竞争，产品同质化严重。虽然本公司在国内多媒体音箱和直（卷）发器等小家电细分市场领域处于行业领先地位，但与国际知名品牌商、零售商相比，本公司在产品技术开发、品牌运营、营销能力等方面还存在一定差距。若公司不能持续保持较强的自主研发能力，提升品牌优势和营销能力，将面临较大的市场竞争风险。

六、技术风险

（一）技术研发风险

本公司作为国内领先的多媒体音箱和美发小家电企业之一，历来对产品研发和技术创新高度重视，工业设计理念和产品技术处于行业领先水平，拥有两项发明专利和一批实用新型及外观设计专利等自主知识产权，并形成了包含产品 ID 概念设计、电路设计、电声设计、软件设计、结构设计和平面设计等较为全面稳定的核心研发团队。凭借较强的自主研发能力，公司能够顺应市场的需求迅速开发新技术、推出新产品，公司也在行业技术发展趋势上展开了前期研究进行技术储备。但是，如果公司新技术和新产品研发失败，或对技术、产品及市场发展趋势把握出现偏差，将造成公司现有的技术优势和竞争实力下降，面临市场份额下降的风险。

（二）核心技术人员依赖和流失及核心技术泄密的风险

公司作为以技术和营销为先导的企业，核心技术是本公司保持行业领先地位和获得持续盈利能力的根本。本公司主营产品使用的大部分技术均来自于公司以肖奋、韦北进、陈世颖、彭林兵、林立等核心技术人员为主的研发团队自主开发，并形成了苹果系列音箱开发技术、直发器快升温技术、控温技术等行业领先的技术，公司对上述核心技术人员存在依赖。核心技术人员流失、核心技术的泄密将会对本公司的正常生产和持续发展造成较大影响。

为了稳定核心技术人员及保护核心技术，公司制定了相应的措施：①积极引进核心技术人员持股，采用股权的长效激励机制吸引人才，并进一步完善研发激励体制；②技术部门严格执行公司产品开发制度和流程，坚持团队互动的产品开发方式，尽量避免核心技术掌握在少数人手中；③严格执行技术保密制度，与核心技术人员签订技术保密协议，防止核心技术外泄；④制定完善的人才培养计划，通过培训、参加展会等多种形式为技术人员提供再学习的机会。本公司通过以上措施将公司发展和个人利益紧密结合在一起，充分调动个人创造性的同时保证公司技术团队的稳定，维护公司的核心竞争力。

七、财务风险

（一）应收账款发生坏账的风险

报告期内，公司应收账款总额较大，占流动资产和总资产比重较高。截至2011年12月31日，公司应收账款账面价值达15,290.54 万元，占流动资产比例为35.94%，占总资产比例为23.61%。虽然报告期末公司应收账款账龄结构良好，一年以内账龄的应收账款占比 98.06%，主要客户均具有良好的信用和较强的实力，发生坏账的风险较小，但公司应收账款总额较大，占资产比重较高，一旦发生大额坏账，将对公司经营产生不利影响。

（二）净资产收益率下降的风险

本公司2009年、2010年、2011年扣除非经常性损益后的加权平均净资产收益率分别为22.22%、21.67%和20.24%。本次募集资金到位后，公司净资产规模将在短期内大幅增长，但募集资金投资项目需要一定的建设期，且项目全面达产并产生效益需要一段时间。因此，本次发行后公司净资产收益率短期内与以前年度相比将出现一定下滑，公司存在净资产收益率下降的风险。

八、募集资金投资项目风险

（一）市场拓展风险

公司主要产品产销率一直保持在较高水平，产能利用率充分。随着现有客户合作紧密度不断增强以及新客户的不断拓展，公司现有产能规模已严重制约了公司的进一步发展。本次募集资金投向包括“年新增 380 万套多媒体音箱扩建项目”、“年新增420万套美发小家电扩建项目”和“奋达技术中心扩建项目”三个项目。募投项目实施后，公司产能瓶颈将得到有效解决，公司的规模优势更加凸显，为未来市场地位提升和公司长远发展打下坚实的基础。公司对上述项目进行了充分的市场调研和科学严格的论证，公司在技术开发、生产工艺、人力资源、客户及市场资源等方面均有良好的实施基础，未来市场容量完全能消化公司的产能扩充规模。但是，如果市场需求和预测出现较大偏离，或者公司在市场拓展方

面的努力不能达到预期的效果，将可能出现募投项目达不到到预期收益的风险。

（二）规模扩张导致的管理风险

公司在多年的发展中，已积累了成熟的管理经验并培养了一批管理人才，建立了较为完善的法人治理结构；同时，公司也根据全球化经营部署先后引进了多名具有国际化视野和海外工作经验的中高层管理人员，公司管理水平有了明显提高。但是，随着公司业务规模的不断拓展，尤其是本次股票发行募集资金到位后，公司净资产规模和经营规模将大幅提升，将在市场开拓、生产管理、研究开发、资本运作等方面对公司的管理层提出更高的要求，如果公司人员配备、管理体系不能适应经营规模扩大的需要，公司的经营业绩将受到一定程度的影响。

（三）固定资产折旧增加导致利润下滑的风险

本次三个募投项目建成后，公司固定资产规模将增加约21,580万元，募投项目全部达产后预计年新增折旧费约1,530万元。本次募集资金投资项目建成后，公司规模效应和盈利能力的增强将抵消固定资产折旧增加的影响。但是未来市场环境、技术发展有着不确定性，如果公司募集资金项目未能实现预期收益，则公司存在因为固定资产折旧增加而导致利润下滑的风险。

九、税收政策变动的风险

（一）企业所得税追缴的风险

本公司控股子公司奋达电器和原控股子公司奋达塑胶、宝港奋达是深圳市宝安区注册成立的生产性企业。根据《广东省经济特区条例》、《关于深圳特区企业税收政策若干问题的规定》（深府[1988]232 号）及《关于宝安、龙岗两个市辖区有关税收政策问题的通知》（深府[1993]1 号文）的规定，深圳市宝安区国家税务局西乡税务分局出具《深圳市国家税务局减、免税批准通知书》（深国税宝西减免[2006]0007 号）和《深圳市国家税务局减、免税批准通知书》（深国税宝西减免[2006]0011 号）：批准奋达电器、奋达塑胶从获利年度开始享受“两免三减半”企业所得税优惠，即：奋达电器 2007-2008 年免税，2009-2011 年减半征收；奋达塑胶 2006-2007 年免税，2008-2010 年减半征收。

根据《企业所得税法》规定：“自 2008 年 1 月 1 日起企业所得税税率统一为 25%”。2007 年 12 月 26 日，国务院下发《关于实施企业所得税过渡优惠政策的通知》（国发[2007]39 号文）规定：“深圳市经济特区内属于《中华人民共和国企业所得税法》实施前根据法律和行政法规享受企业所得税低税率优惠政策的企业，自 2008 年起执行如下企业所得税过渡优惠政策：2008 年按 18%税率执行，2009 年按 20%税率执行，2010 年按 22%税率执行，2011 年按 24%税率执行，2012 年按 25%税率执行”。2009 年 4 月，深圳市国家税务局公示的《企业所得税纳税须知》规定，深圳市经济特区外（宝安、龙岗）在 2007 年 3 月 16 日（含）之前经工商等登记管理机关登记成立的原内、外资企业所得税企业，通过即征即退的方式参照特区内的企业执行低税率过渡政策。因此，奋达电器 2009 年、2010 年、2011 年实际执行税率为 10%、11%、12%，宝港奋达 2009 年、2010 年、2011 年实际执行税率为 20%、22%、24%。

奋达电器、宝港奋达在报告期内享受的上述“两免三减半”和／或“企业所得税优惠过渡政策”税收优惠的依据“深府[1988]232 号文”、“深府[1993]1 号文”及《企业所得税纳税须知》是深圳市人民政府的相关规定，该等规定在深圳市普遍适用，但其制订并无国家法律上的依据，公司控股子公司因享受上述优惠而少缴的税款存在被追缴的可能，因此公司将上述税收优惠计入非经常性损益。

经测算，报告期内奋达电器、宝港奋达因上述深圳市地方税收优惠享受的税收优惠额及其分别占当期归属于母公司股东净利润的比重如下：

项目	2011年度	2010年度	2009年度
企业所得税税收优惠额（万元）	984.11	975.28	982.40
归属于母公司股东企业所得税税收优惠额（万元）	984.11	974.85	980.02
占归属于母公司股东净利润的比重	10.42%	11.12%	12.98%

为避免上述企业所得税优惠可能被追缴的损失，公司控股股东及实际控制人肖奋作出承诺：“如果发生由于深圳市有关文件和国家有关部门颁布的相关规定存在差异，导致国家有关税务主管部门追缴奋达电器、奋达塑胶和宝港奋达享受企业所得税优惠被减免所得税的情形，本人愿无条件承担全部需补缴的所得税款及相关费用”。

（二）所得税税率变动风险

2008年12月16日，本公司被认定为高新技术企业，根据《高新技术企业认定管理办法》（国科发火[2008]172 号）、《中华人民共和国企业所得税法》，本公司高新技术企业资格有效期为三年，自2008年起按15%的税率缴纳企业所得税。

本公司依照《高新技术企业认定管理办法》等规定提交了高新技术企业资格复审申请。2011年10月31日，深圳市科技工贸和信息化委员会、深圳市财政委员会、深圳市国家税务局、深圳市地方税务局发布了《关于公示深圳市2011年拟通过复审的高新技术企业名单的通知》（深科工贸信产业字[2011]118号），本公司在拟通过复审高新技术企业名单之列。2012年2月3日，本公司取得了新颁发的高新技术企业证书，有效期三年（发证日期：2011年10月31日）。

如果未来国家取消高新技术企业税收优惠政策或公司不再符合高新技术企业认定条件，公司将不再享受 15%的低税率优惠，税率将恢复至 25%，对公司业绩产生一定影响。

第五节 发行人基本情况

一、发行人基本情况

中文名称：	深圳市奋达科技股份有限公司
英文名称：	Shenzhen Fenda Technology Co.,Ltd.
注册资本：	11,250 万元
法定代表人：	肖奋
成立日期：	1993 年 4 月 14 日
住　　所：	深圳市宝安区石岩洲石路奋达科技园
邮　　编：	518108
电　　话：	0755-27353923
传　　真：	0755-27486663
互联网网址：	www.fenda.com
电子信箱：	fdkj@fenda.com
经营范围：	兴办实业（具体项目另行申报）；微型数字音响、数字家庭影院音响、HiFi 音响的生产、销售及开发；国内商业、物资供销业；货物及技术进出口（以上均不含法律、行政法规、国务院决定规定需前置审批和禁止的项目）。普通货运（《道路运输经营许可证》有效期至 2015 年 5 月 6 日）。

二、发行人设立及改制重组情况

（一）设立方式

经深圳市宝安奋达实业有限公司 2010 年 10 月 12 日股东会审议通过，奋达实业以截至 2010 年 8 月 31 日经审计的账面净资产 133,077,019.64 元为基准，按 1:0.8454 的比例折为 11,250 万股，余额 20,577,019.64 元计入资本公积，整体变更为深圳市奋达科技股份有限公司。2010 年 10 月 15 日，中审国际会计师事务所有限公司出具“中审国际验字[2010]第 01030007 号”《验资报告》，验证发行人变更设立时的注册资本已由各发起人足额缴纳。2010 年 11 月 15 日，奋达科技依法在深圳市市场监督管理局办理变更登记手续，领取了注册号为

440306102764516 的《企业法人营业执照》。

（二）发起人

公司发起人为肖奋等39名自然人，公司设立时各发起人的持股情况如下：

序号	发起人名称	持股数量（股）	持股比例
1	肖奋	75,375,000	67.0000%
2	肖勇	6,750,000	6.0000%
3	刘方觉	5,625,000	5.0000%
4	肖文英	4,500,000	4.0000%
5	肖武	4,500,000	4.0000%
6	肖晓	4,500,000	4.0000%
7	汪泽其	3,375,000	3.0000%
8	肖韵	3,375,000	3.0000%
9	黄汉龙	547,875	0.4870%
10	曾秀清	360,000	0.3200%
11	吴细凤	237,375	0.2110%
12	谢玉平	214,875	0.1910%
13	郭雪松	187,875	0.1670%
14	张丽英	181,125	0.1610%
15	汪永正	164,250	0.1460%
16	彭林兵	156,375	0.1390%
17	彭锡武	140,625	0.1250%
18	刘礼新	137,250	0.1220%
19	韦北进	133,875	0.1190%
20	顾正龙	124,875	0.1110%
21	黄朝均	122,625	0.1090%
22	黄日彪	122,625	0.1090%
23	全逵宁	120,375	0.1070%
24	夏泽华	120,375	0.1070%
25	廖绍琴	120,375	0.1070%
26	雷碧玉	112,500	0.1000%
27	黄春雷	109,125	0.0970%
28	周梅	105,750	0.0940%

29	李郁	101,250	0.0900%
30	周浩	101,250	0.0900%
31	林立	101,250	0.0900%
32	段成斌	97,875	0.0870%
33	崔锦顺	94,500	0.0840%
34	曹举中	93,375	0.0830%
35	高金有	93,375	0.0830%
36	苗玉庆	91,125	0.0810%
37	郝军胜	79,875	0.0710%
38	谭军阳	63,000	0.0560%
39	黄寿生	63,000	0.0560%
合计		**112,500,000**	**100.00%**

（三）发行人设立前后，主要发起人拥有的主要资产和从事的主要业务

公司主要发起人为肖奋。公司设立前，肖奋除持有发行人前身奋达实业的股权外，还分别持有奋达投资和奋达科技（香港）96%、100%的股权。实际从事的主要业务为经营管理本公司。

股份公司设立后，肖奋停止了奋达科技（香港）的经营活动，于2011年1月提交了撤销公司注册的申请，并于2011年7月22日完成注销登记。除此之外，公司设立前后，主要发起人拥有的主要资产和实际从事的主要业务没有发生变化。

（四）发行人成立时拥有的主要资产和从事的主要业务

本公司由奋达实业整体变更而来，继承了奋达实业的全部资产和负债。公司成立时拥有的资产为变更设立时奋达实业截至 2010 年 8 月 31 日经审计的全部资产。根据中审国际出具的中审国际审字[2010]第 01020084 号《审计报告》，截至 2010 年 8 月 31 日，奋达实业资产负债情况如下（单位：元）：

项　目	2010 年 8 月 31 日
流动资产	198,696,411.72
其中：货币资金	36,727,949.20

应收账款	68,146,102.30
存货	71,726,313.10
非流动资产	260,324,627.14
其中：固定资产（机器设备及房产）	153,222,312.59
无形资产	35,791,898.98
资产合计	459,021,038.86
负债	325,944,019.22
所有者权益	133,077,019.64

公司成立时从事的主营业务与目前的主营业务一致。公司拥有的主要资产和从事的主要业务在公司变更设立前后没有发生变化。

（五）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

本公司改制设立前后业务流程没有变化，具体业务流程参见本招股说明书“第六节、六、发行人主营业务的具体情况”。

（六）发行人成立以来，在生产经营方面与主要发起人的关联关系及演变情况

股份公司设立前，公司主要发起人肖奋设立奋达科技（香港）作为奋达实业的境外窗口公司，承担公司部分海外客户接待及样品展示等销售服务支持职能。股份公司设立后，肖奋停止了奋达科技（香港）的经营活动。为进一步规范公司治理，理顺股权关系，避免同业竞争，本公司于 2010 年 11 月 17 日在香港设立全资子公司奋达（香港）作为股份公司境外窗口公司，承担公司部分海外客户接待及样品展示等销售服务支持职能。目前，发行人与主要发起人在生产经营方面不存在任何关联关系。

（七）发起人出资资产的产权变更手续办理情况

本公司由奋达实业整体变更设立，奋达实业拥有的业务、资产及负债全部由本公司整体承继。截至本招股说明书签署日，公司房产、土地使用权、国内注册商标、专利权属名称变更手续已办理完成，境外注册商标名称变更手续正在办理

中。

（八）发行人独立运行情况

本公司成立以来，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，逐步建立健全公司的法人治理结构，在业务、资产、人员、机构、财务等方面与公司股东完全分开，具有完整的业务体系和面向市场独立经营的能力。

1、业务独立

本公司主要从事多媒体音箱和美发小家电产品的研发、生产和销售，拥有独立完整的业务体系，能够面向市场独立经营，独立核算和决策，独立承担责任与风险。本公司业务独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业，与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业之间不存在同业竞争或者显失公平的关联交易。

2、资产完整

本公司系由奋达实业整体变更设立，承继了奋达实业的所有资产及负债。本公司合法拥有与生产经营、营销服务相关的设备、厂房、土地以及商标、专利技术等资产的所有权或使用权，不存在依靠股东的生产经营场所进行生产经营的情况。本公司没有以自身资产、权益或信誉为股东提供担保，也未将以本公司名义获得的借款、授信额度转借给各股东。公司对所有资产有完全的控制支配权，不存在资产、资金被控股股东占用而损害公司利益的情况。

3、人员独立

本公司董事（含独立董事）、监事及高级管理人员严格按照《公司法》、《公司章程》的有关规定产生，不存在控股股东超越公司董事会和股东大会做出人事任免决定的情形。公司的人事及工资管理与股东控制的其他企业严格分离，不存在高级管理人员和财务人员、技术人员、销售人员在股东控制的其它企业兼职和领取报酬的情况。

4、机构独立

本公司已依法建立健全股东大会、董事会、监事会等机构，聘请了总经理、副总经理、财务总监、董事会秘书等高级管理人员，并根据自身经营管理的需要设置了相关职能部门，独立行使经营管理职权，本公司与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业不存在机构混同的情形。

5、财务独立

本公司设立了独立的财务部门，建立了独立的会计核算体系，能够独立作出财务决策，具有规范的财务会计制度和对子公司的财务管理制度；本公司自设立以来，在银行独立开立账户，依法进行纳税申报和履行纳税义务，独立对外签订合同，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。

三、发行人股本结构形成及变化情况

（一）1993 年 4 月奋达实业成立

发行人前身深圳宝安奋达实业有限公司由肖奋、肖文英、雷碧玉设立，注册资本 38 万元。肖奋以货币 2 万元、实物 30.3694 万元合计投入 32.3694 万元，其中 32 万元计入注册资本，其余 0.3694 万元计入公司对肖奋的负债；肖文英以实物出资 3 万元；雷碧玉以实物出资 3 万元。广州市康乐会计师事务所对奋达实业的设立出资进行审验并出具“（93）康深验外字第 037 号”《验资报告》。1993 年 4 月 14 日，奋达实业完成工商设立登记手续。奋达实业成立时，各股东持股情况如下：

序号	股东名称	出资额（元）	出资比例
1	肖奋	320,000.00	84.2106%
2	肖文英	30,000.00	7.8947%
3	雷碧玉	30,000.00	7.8947%
合计		380,000.00	100.00%

奋达实业设立时股东投入的充磁机、自动绕线机、信号放大器、频响曲线测试仪、焊机和扬声器配件等实物资产未履行资产评估手续。

发行人律师认为，奋达实业的设立经公司登记机关核准，履行了必要的法律手续，各股东均足额缴付了各自认缴的出资，符合当时的法律法规，设立行为合

法有效。

保荐人认为，奋达实业各股东足额缴纳了认缴的注册资本，并依法办理了验资和工商登记手续，符合当时的法律法规，设立行为合法有效。

（二）1996 年 4 月增资、更名

根据奋达实业 1996 年 4 月 20 日股东会决议，决定原股东增加注册资本 142 万元，其中肖奋新增出资 128 万元，肖文英新增出资 7 万元，雷碧玉新增出资 7 万元。根据深圳义达会计师事务所于 1996 年 7 月 29 日出具的“深义验字[1996]第 07002 号”《验资报告》及深圳市义达会计师事务所出具的《关于深圳义达会计师事务所出具的“深义验字[1996]第 07002 号”<验资报告>有关情况的更正说明》，截止 1996 年 7 月 27 日，奋达实业实收资本 180 万元，其中肖文英缴付现金 7 万元，雷碧玉缴付现金 7 万元，肖奋缴付出资 128 万元，其中现金 593,003.98 元，其余 686,996.02 元为往来款转投资。

由于奋达实业成立初期流动资金紧张，为解决发放员工工资、采购原材料或支付供应商货款的资金需求，肖奋于 1993 年 10 月-1996 年 4 月以借款或垫付货款形式为奋达实业提供资金共计 686,996.02 元，具体情况如下：

序号	发生日期	金额（元）	往来款形成原因
1	1993.10.8	4,000.00	借款
2	1993.10.26	20,000.00	借款
3	1993.11.23	170,000.00	借款
4	1993.12.18	160,000.00	借款
5	1994.1.26	230,000.00	借款
6	1994.2.23	70,000.00	借款
7	1996.4.1	32,996.02	垫付货款
合计		686,996.02	

奋达实业于 1996 年 8 月 8 日办理了工商变更登记，同时更名为深圳市宝安奋达实业有限公司，变更后各股东持股情况如下：

序号	股东名称	出资额（元）	出资比例
1	肖奋	1,600,000.00	88.8888%

2	肖文英	100,000.00	5.5556%
3	雷碧玉	100,000.00	5.5556%
合计		1,800,000.00	100.00%

中审国际对奋达实业1996年度注册资本由38万元增加至180万元的增资过程进行了复核，并于2011年2月25日出具了《关于深圳市奋达科技股份有限公司1996年度增资情况之复核意见》，认为奋达实业1996年度注册资本由38万元增加至180万元，除股东以现金出资和往来款出资，未将投资款缴存验资专户，部分现金出资未注明投资款，存在投资缴款程序上的瑕疵外，不存在实质影响各股东履行足额出资义务的情况，公司已足额收到各股东按增资协议缴纳的投资款。

发行人律师认为，尽管本次出资存在未将投资款缴存公司的银行账户和部分现金出资未注明投资款的投资缴款程序上的瑕疵，但不存在实质影响各股东履行足额出资义务的情况，奋达实业已足额收到各股东按增资协议缴纳的投资款，因此股东已足额缴纳其认缴的出资；奋达实业本次增资在公司登记机关办理了变更登记，履行了必要的法律手续，本次增资合法有效；肖奋向奋达实业投入686,996.02元是真实的，肖奋以债权转股权的行为真实、合法、有效，债权转股权的出资方式未违反法律法规的强制性规定，且依法履行了验资手续，并经过中审国际复核，不会对本次发行上市构成实质性法律障碍。

保荐人认为，奋达实业1996年度注册资本由38万元增加至180万元，各股东已足额缴纳了其认缴的出资，除本次出资存在未将投资款缴存公司的银行账户和部分现金出资未注明投资款的投资缴款程序上的瑕疵外，不存在实质影响各股东履行足额出资义务的情况；奋达实业本次增资在公司登记机关办理了变更登记，履行了必要的法律手续，本次增资合法有效；肖奋向奋达实业投入686,996.02元是真实的，肖奋以债权转股权的行为真实、合法、有效，债权转股权的出资方式未违反法律法规的强制性规定，且依法履行了验资手续，并经过中审国际复核，不会对本次发行上市构成实质性法律障碍。

（三）2000年5月增资

根据奋达实业2000年5月15日股东会决议，决定股东肖奋以货币资金新增

出资 50 万元，增资后公司注册资本变更为 230 万元。深圳义达会计师事务所对本次增资进行了验证，于 2000 年 5 月 23 日出具“深义验字[2000]第 111 号”《验资报告》。

奋达实业于 2000 年 5 月 24 日办理了工商变更登记手续，变更后股东持股情况如下：

序号	股东名称	出资额（元）	出资比例
1	肖奋	2,100,000.00	91.3044%
2	肖文英	100,000.00	4.3478%
3	雷碧玉	100,000.00	4.3478%
合计		2,300,000.00	100.00%

（四）2000 年 11 月增资

根据奋达实业 2000 年 11 月 1 日股东会决议，决定股东肖奋以货币资金新增出资 100 万元，增资后公司注册资本变更为 330 万元。深圳义达会计师事务所对本次增资进行了验证，于 2000 年 11 月 13 日出具“深义验字[2000]第 274 号”《验资报告》。

奋达实业于 2000 年 12 月 7 日办理了工商变更登记手续，变更后股东持股情况如下：

序号	股东名称	出资额（元）	出资比例
1	肖奋	3,100,000.00	93.9394%
2	肖文英	100,000.00	3.0303%
3	雷碧玉	100,000.00	3.0303%
合计		3,300,000.00	100.00%

（五）2001 年 11 月增资

根据奋达实业 2001 年 11 月 18 日股东会决议，决定增加公司注册资本 320 万元，其中：肖奋以货币资金增资 294.20 万元，肖文英以货币资金增资 12.90 万元，雷碧玉以货币资金增资 12.90 万元，增资后公司注册资本变更为 650 万元。深圳市义达会计师事务所对此次增资进行验证，于 2001 年 11 月 26 日出具了“深义验字[2001]第 316 号”《验资报告》。

奋达实业于 2001 年 12 月 6 日办理了工商变更登记手续，变更后股东持股情况如下：

序号	股东名称	出资额（元）	出资比例
1	肖奋	6,042,000.00	92.9538%
2	肖文英	229,000.00	3.5231%
3	雷碧玉	229,000.00	3.5231%
合计		6,500,000.00	100.00%

（六）2002 年 3 月增资

根据奋达实业 2002 年 3 月 23 日股东会决议，决定以货币资金新增和未分配利润转增注册资本共 550 万元，其中：肖奋以货币资金出资 2,763,078.40 元，未分配利润出资 1,994,921.60 元，合计新增出资 475.80 万元；肖文英以货币资金出资 295,460.80 元，未分配利润出资 75,539.20 元，合计新增出资 37.10 万元；雷碧玉以货币资金出资 295,460.80 元，未分配利润出资 75,539.20 元，合计新增出资 37.10 万元。增资后公司注册资本变更为 1,200 万元。深圳市义达会计师事务所对此次增资进行了验证，于 2002 年 4 月 5 日出具“深义验字[2002]第 068 号”《验资报告》。

2011 年 3 月 11 日，肖奋、肖文英、雷碧玉分别缴纳了 2002 年 3 月以未分配利润转增注册资本各自应缴的个人所得税 398,984.32 元、15,107.84 元、15,107.84 元。

奋达实业于 2002 年 4 月 18 日办理了工商变更登记手续，变更后股东持股情况如下：

序号	股东名称	出资额（元）	出资比例
1	肖奋	10,800,000.00	90.0000%
2	肖文英	600,000.00	5.0000%
3	雷碧玉	600,000.00	5.0000%
合计		12,000,000.00	100.00%

（七）2004 年 1 月增资

根据奋达实业 2004 年 1 月 5 日股东会决议，决定以未分配利润转增公司注

册资本 2,600 万元，其中：肖奋以未分配利润出资 2340 万元，肖文英以未分配利润出资 130 万元，雷碧玉以未分配利润出资 130 万元，增资后注册资本变更为 3,800 万元。深圳市义达会计师事务所对本次增资进行了验证，于 2004 年 5 月 7 日出具“深义验字[2004]第 196 号”《验资报告》。

2011 年 3 月 4 日，肖奋、肖文英、雷碧玉分别缴纳了 2004 年 1 月以未分配利润转增注册资本各自应缴的个人所得税 4,680,000 元、260,000 元、260,000 元。

奋达实业于 2004 年 5 月 19 日办理了工商变更登记手续，变更后股东持股情况如下：

序号	股东名称	出资额（元）	出资比例
1	肖奋	34,200,000.00	90.0000%
2	肖文英	1,900,000.00	5.0000%
3	雷碧玉	1,900,000.00	5.0000%
合计		38,000,000.00	100.00%

（八）2010 年 8 月股权转让

为明确肖奋家族成员在公司创业过程中的贡献，激励公司管理层及骨干员工，进一步优化公司治理和股权结构，经奋达实业 2010 年 8 月 17 日股东会决议，决定肖奋将其持有公司的 22%的股权以注册资本面值转让给其亲属刘方觉、肖韵、肖勇、肖武、肖晓五人；雷碧玉、肖文英、肖奋分别将其持有公司的 4.9%、1%、1%的股权转让给公司管理层及骨干员工，作价依据为截至 2010 年 6 月 30 日公司账面净资产值扣除 2009 年度利润分配 4,500 万元后的余额溢价 25%。2010 年 10 月 9 日，股权转让双方签订了《股权转让协议》，深圳联合产权交易所出具“见证书编号 JZ20101008011、见证书编号 JZ20101008012、见证书编号 JZ20101008013、见证书编号 JZ20101008014”的《股权转让见证书》对《股权转让协议》进行了见证。

2010 年 8 月 27 日，肖奋、肖文英、雷碧玉分别缴纳了 2010 年 8 月股权转让所得各自应缴的个人所得税 749,000 元、749,000 元、3,670,100 元。

本次股权转让具体情况如下：

序号	股权转让方	转让出资额（元）	转让比例	转让价格（元）	股权受让方
1	肖文英	380,000.00	1.0000%	4,125,000.00	汪泽其
2	雷碧玉	760,000.00	2.0000%	8,250,000.00	汪泽其
3	雷碧玉	72,580.00	0.1910%	787,875.00	谢玉平
4	雷碧玉	63,460.00	0.1670%	688,875.00	郭雪松
5	雷碧玉	47,500.00	0.1250%	515,625.00	彭锡武
6	雷碧玉	185,060.00	0.4870%	2,008,875.00	黄汉龙
7	雷碧玉	80,180.00	0.2110%	870,375.00	吴细凤
8	雷碧玉	55,480.00	0.1460%	602,250.00	汪永正
9	雷碧玉	34,200.00	0.0900%	371,250.00	李郁
10	雷碧玉	31,920.00	0.0840%	346,500.00	崔锦顺
11	雷碧玉	61,180.00	0.1610%	664,125.00	张丽英
12	雷碧玉	40,660.00	0.1070%	441,375.00	全逵宁
13	雷碧玉	40,660.00	0.1070%	441,375.00	夏泽华
14	雷碧玉	30,780.00	0.0810%	334,125.00	苗玉庆
15	雷碧玉	45,220.00	0.1190%	490,875.00	韦北进
16	雷碧玉	46,360.00	0.1220%	503,250.00	刘礼新
17	雷碧玉	52,820.00	0.1390%	573,375.00	彭林兵
18	雷碧玉	34,200.00	0.0900%	371,250.00	周浩
19	雷碧玉	42,180.00	0.1110%	457,875.00	顾正龙
20	雷碧玉	33,060.00	0.0870%	358,875.00	段成斌
21	雷碧玉	21,280.00	0.0560%	231,000.00	谭军阳
22	雷碧玉	34,200.00	0.0900%	371,250.00	林立
23	雷碧玉	40,660.00	0.1070%	441,375.00	廖绍琴
24	雷碧玉	8,360.00	0.0220%	90,750.00	黄朝均
25	肖奋	33,060.00	0.0870%	358,875.00	黄朝均
26	肖奋	41,420.00	0.1090%	449,625.00	黄日彪
27	肖奋	35,720.00	0.0940%	387,750.00	周梅
28	肖奋	21,280.00	0.0560%	231,000.00	黄寿生
29	肖奋	36,860.00	0.0970%	400,125.00	黄春雷
30	肖奋	31,540.00	0.0830%	342,375.00	曹举中
31	肖奋	31,540.00	0.0830%	342,375.00	高金有
32	肖奋	26,980.00	0.0710%	292,875.00	郝军胜

33	肖奋	121,600.00	0.3200%	1,320,000.00	曾秀清
34	肖奋	1,900,000.00	5.0000%	1,900,000.00	刘方觉
35	肖奋	1,140,000.00	3.0000%	1,140,000.00	肖韵
36	肖奋	2,280,000.00	6.0000%	2,280,000.00	肖勇
37	肖奋	1,520,000.00	4.0000%	1,520,000.00	肖武
38	肖奋	1,520,000.00	4.0000%	1,520,000.00	肖晓
合计		10,982,000.00	28.9000%	36,822,500.00	

奋达实业于 2010 年 10 月 11 日办理完成工商变更登记手续，变更后股东持股情况如下：

序号	股东名称	出资额（元）	出资比例	任职情况
1	肖奋	25,460,000	67.0000%	董事长
2	肖勇	2,280,000	6.0000%	董事、副总经理兼奋达电器总经理
3	刘方觉	1,900,000	5.0000%	无任职
4	肖文英	1,520,000	4.0000%	董事、副总经理助理
5	肖武	1,520,000	4.0000%	副总经理
6	肖晓	1,520,000	4.0000%	副总经理兼财务总监
7	汪泽其	1,140,000	3.0000%	董事、总经理
8	肖韵	1,140,000	3.0000%	无任职
9	黄汉龙	185,060	0.4870%	监事、行政总监
10	曾秀清	121,600	0.3200%	财务中心资金主管
11	吴细凤	80,180	0.2110%	奋达电器销售总监
12	谢玉平	72,580	0.1910%	副总经理、董事会秘书
13	郭雪松	63,460	0.1670%	监事会主席、战略办总监
14	张丽英	61,180	0.1610%	ODM 营销部区域总监
15	汪永正	55,480	0.1460%	资材中心总监
16	彭林兵	52,820	0.1390%	奋达电器技术部经理
17	彭锡武	47,500	0.1250%	项目顾问
18	刘礼新	46,360	0.1220%	制造中心经理
19	韦北进	45,220	0.1190%	技术中心经理
20	顾正龙	42,180	0.1110%	产品经理
21	黄朝均	41,420	0.1090%	奋达电器品管部副经理
22	黄日彪	41,420	0.1090%	奋达电器工程部副经理

23	全逵宁	40,660	0.1070%	ODM 营销部区域总监
24	夏泽华	40,660	0.1070%	总经理助理
25	廖绍琴	40,660	0.1070%	奋达电器财务部经理
26	雷碧玉	38,000	0.1000%	制造中心主管
27	黄春雷	36,860	0.0970%	品管中心副经理
28	周梅	35,720	0.0940%	奋达电器生产部副经理
29	李郁	34,200	0.0900%	品管中心总监
30	周浩	34,200	0.0900%	产品经理
31	林立	34,200	0.0900%	奋达电器技术部副经理
32	段成斌	33,060	0.0870%	技术中心副经理
33	崔锦顺	31,920	0.0840%	制造中心副经理
34	曹举中	31,540	0.0830%	财务中心副经理
35	高金有	31,540	0.0830%	制造中心副经理
36	苗玉庆	30,780	0.0810%	职工监事、奋达电器副总经理
37	郝军胜	26,980	0.0710%	管理者代表
38	谭军阳	21,280	0.0560%	制造中心副经理
39	黄寿生	21,280	0.0560%	制造中心副经理
合计		38,000,000	100.00%	

（九）2010 年 10 月奋达实业整体变更为股份公司

2010 年 10 月 12 日，奋达实业股东会作出决议，将奋达实业截至 2010 年 8 月 31 日经审计的净资产按 1:0.8454 的比例折合 11,250 万股，以整体变更的方式设立深圳市奋达科技股份有限公司。2010 年 10 月 15 日，中审国际对公司上述注册资本变更情况进行了审验，并出具了“中审国际验字[2010]第 01030007 号”《验资报告》。

2010 年 11 月 15 日，股份公司在深圳市市场监督管理局完成了工商变更登记并领取了新的企业法人营业执照。此次整体变更设立后，股东持股情况如下：

序号	股东名称	持股数量（股）	持股比例
1	肖奋	75,375,000	67.0000%
2	肖勇	6,750,000	6.0000%
3	刘方觉	5,625,000	5.0000%

4	肖文英	4,500,000	4.0000%
5	肖武	4,500,000	4.0000%
6	肖晓	4,500,000	4.0000%
7	汪泽其	3,375,000	3.0000%
8	肖韵	3,375,000	3.0000%
9	黄汉龙	547,875	0.4870%
10	曾秀清	360,000	0.3200%
11	吴细凤	237,375	0.2110%
12	谢玉平	214,875	0.1910%
13	郭雪松	187,875	0.1670%
14	张丽英	181,125	0.1610%
15	汪永正	164,250	0.1460%
16	彭林兵	156,375	0.1390%
17	彭锡武	140,625	0.1250%
18	刘礼新	137,250	0.1220%
19	韦北进	133,875	0.1190%
20	顾正龙	124,875	0.1110%
21	黄朝均	122,625	0.1090%
22	黄日彪	122,625	0.1090%
23	全逵宁	120,375	0.1070%
24	夏泽华	120,375	0.1070%
25	廖绍琴	120,375	0.1070%
26	雷碧玉	112,500	0.1000%
27	黄春雷	109,125	0.0970%
28	周梅	105,750	0.0940%
29	李郁	101,250	0.0900%
30	周浩	101,250	0.0900%
31	林立	101,250	0.0900%
32	段成斌	97,875	0.0870%
33	崔锦顺	94,500	0.0840%
34	曹举中	93,375	0.0830%
35	高金有	93,375	0.0830%
36	苗玉庆	91,125	0.0810%

37	郝军胜	79,875	0.0710%
38	谭军阳	63,000	0.0560%
39	黄寿生	63,000	0.0560%
合计		**112,500,000**	**100.0000%**

四、发行人设立以来资产重组情况

为了进一步理顺股权关系，避免同业竞争并减少关联交易，降低内部管理成本，以及实现主营业务整体发行上市等目的，本公司于报告期内进行了以下资产重组：①收购原控股子公司奋达塑胶少数股东的股权，并吸收合并奋达塑胶；②收购原控股子公司奋达电器少数股东的股权，收购完成后奋达电器成为本公司全资子公司；③收购原控股子公司宝港奋达与多媒体音箱箱体制造业务相关的全部固定资产，并对宝港奋达予以清算注销；④清算注销原控股子公司奋达音响；⑤转让公司占有三围奋达科技工业园的全部权利和义务。

（一）奋达塑胶资产重组

1、本次重组前，被重组方奋达塑胶基本情况

奋达塑胶成立于 2004 年 6 月 1 日，由奋达实业、肖晓、黄汉龙、吴瑞论、朱贵宝、吴桂裕、史建林共同出资设立，注册资本为 1,000 万元。截至 2004 年 4 月 23 日，各股东均以货币出资缴足认缴的注册资本。2004 年 5 月 6 日，深圳市义达会计师事务所出具“深义验字[2004]第 197 号”《验资报告》对本次出资进行了验证。深圳市工商行政管理局于 2004 年 6 月 1 日颁发了注册号为 4403012144011 的《企业法人营业执照》。

奋达塑胶设立后，各股东持股情况如下：

序号	股东名称	出资额（元）	出资比例
1	深圳市宝安奋达实业有限公司	7,190,000	71.90%
2	肖　晓	930,000	9.30%
3	黄汉龙	540,000	5.40%
4	吴瑞论	540,000	5.40%
5	朱贵宝	270,000	2.70%

6	吴桂裕	300,000	3.00%
7	史建林	230,000	2.30%
合计		10,000,000	100.00%

奋达塑胶实际经营业务为向奋达实业、奋达电器提供多媒体音箱、美发小家电产品用塑胶件。本次资产重组前，奋达塑胶的股权结构没有发生变化。

2、奋达塑胶重组过程

（1）收购肖晓等六人持有奋达塑胶的 28.10%股权

根据 2008 年 5 月 25 日奋达塑胶股东会决议，一致同意股东肖晓、黄汉龙、吴瑞论、朱贵宝、吴桂裕、史建林将其持有奋达塑胶 28.10%的股权转让给奋达实业。2008 年 6 月 10 日，股权转让双方签订了《股权转让协议》，转让价格以经南方民和审计的截至 2008 年 3 月 31 日净资产值作为计价依据。南方民和于 2008 年 7 月 25 日出具了“深南财审报字[2008]第 CA605 号”《审计报告》，奋达塑胶截至 2008 年 3 月 31 日经审计的净资产账面值为 16,813,628.02 元。2008 年 10 月 28 日，股权转让双方签订了《股权转让补充协议》，对上述定价依据予以确认；同日，深圳国际高新技术产权交易所出具“深高交所见[2008]字第 08014 号”《股权转让见证书》对《股权转让补充协议》进行了见证。

2008 年 11 月 27 日，奋达塑胶在深圳市工商行政管理宝安分局办理了工商变更登记手续。股权转让完成后，奋达塑胶成为了奋达实业全资子公司。

截至 2009 年 1 月 6 日，奋达实业支付完毕上述股权转让款，并代扣代缴本次股权转让所得应缴个人所得税 382,925.89 元。

（2）吸收合并奋达塑胶及注销工商登记

为了精简机构，降低内部管理成本，根据 2008 年 11 月 28 日奋达实业股东会决议，奋达实业决定吸收合并全资子公司奋达塑胶，吸收合并完成后，奋达实业存续，奋达塑胶解散，合并各方的债权债务由奋达实业承继。2008 年 12 月 1 日，合并双方签订了《吸收合并协议》，同日在《深圳特区报》就吸收合并事宜进行了公告。

根据《吸收合并协议》，奋达塑胶办理了工商注销事宜，并于 2010 年 3 月

24 日办理完成了奋达塑胶注销登记手续。

3、收购奋达塑胶少数股东股权对公司未来发展的影响

通过本次重组，有利于公司优化内部组织结构，降低管理成本，实现公司主营业务的整体发行上市。

（二）奋达电器资产重组

1、重组前奋达电器基本情况

奋达电器成立于 2004 年 9 月 17 日，由奋达实业、冯瑞聪、苗建新、刘书田共同出资设立，注册资本 100 万元，其中奋达实业、冯瑞聪、苗建新、刘书田分别占公司股权比例为 51%、45%、2%、2%，截至 2004 年 7 月 22 日，各股东均以货币出资缴足认缴的注册资本。2004 年 7 月 26 日，深圳市义达会计师事务所出具“深义验字[2004]第 361 号”《验资报告》对本次出资进行了验证。深圳市工商行政管理局于 2004 年 9 月 17 日颁发了注册号为 4403012153721 的《企业法人营业执照》。

根据 2005 年 6 月 15 日奋达电器股东会决议，同意股东冯瑞聪、苗建新、刘书田将其持有奋达电器 49%的股权以注册资本面值全部转让给肖勇。2005 年 6 月 28 日，冯瑞聪、苗建新、刘书田分别与肖勇就上述股权转让事宜签署了《股权转让协议书》，并经深圳市宝安区公证处公证。2005 年 7 月 8 日，奋达电器办理了工商变更登记手续。至本次重组前，奋达电器的股权结构未曾发生变化，注册资本为 100 万元，其中奋达实业占 51%，肖勇占 49%。

奋达电器实际从事业务为美发小家电产品的研发、生产和销售。本次资产重组前，奋达电器的股权结构未发生新的变化。

2、奋达电器重组过程

根据 2008 年 5 月 25 日奋达实业股东会决议，一致同意奋达实业收购肖勇持有的奋达电器 49%的股权。2008 年 6 月 10 日，股权转让双方签订了《股权转让协议》，转让价格以经南方民和审计的截至 2008 年 3 月 31 日净资产值作为计价依据。南方民和于 2008 年 7 月 25 日出具了“深南财审报字[2008]第 CA606 号”

《审计报告》，奋达电器截至 2008 年 3 月 31 日经审计的净资产账面值为 29,141,981.49 元。2008 年 10 月 28 日，股权转让双方签订了《股权转让补充协议》，对上述定价依据予以确认；同日，深圳国际高新技术产权交易所出具“深高交所见[2008]字第 08007 号”《股权转让见证书》对《股权转让补充协议》进行了见证。

2008 年 12 月 1 日，奋达电器在深圳市工商行政管理宝安分局办理了工商变更登记手续。2008 年 12 月 26 日奋达实业支付完毕上述股权转让款，并代扣代缴本次股权转让所得应缴个人所得税 2,757,914.15 元。股权转让完成后，奋达电器成为了奋达实业全资子公司。

3、收购奋达电器少数股东股权对公司未来发展的影响

奋达实业收购奋达电器少数股东股权进一步提高了拟上市主体的资产质量，增强了拟上市主体的盈利能力。通过本次重组，有利于公司优化公司治理结构，实现公司主营业务的整体发行上市。

（三）宝港奋达资产重组

1、重组前宝港奋达基本情况

宝港奋达系经深圳市人民政府“外经贸深合资证字[1996]0878 号”文批准，由奋达实业和香港高量有限公司共同出资组建，注册资本 138 万元，其中奋达实业占 65%，香港高量有限公司占 35%，深圳市宝安区工商局于 1996 年 9 月 28 日颁发“企合粤深总字第 107458 号”《企业法人营业执照》。

经 2005 年 6 月 18 日宝港奋达董事会决议，同意宝港奋达以未分配利润转增注册资本 462 万元，宝港奋达注册资本增加至 600 万元。2006 年 2 月 28 日，深圳中法会计师事务所出具“深中法外验字[2006]第 008 号”《验资报告》对上述增资进行了验证。宝港奋达于 2006 年 3 月 20 日在深圳市工商行政管理局完成了工商变更登记。

宝港奋达实际从事业务为向奋达实业提供多媒体音箱配套箱体产品。本次资产重组前，宝港奋达的股权结构未发生新的变化。

2、宝港奋达重组过程

本次资产重组前，宝港奋达主要业务为向奋达实业提供多媒体音箱配套箱体产品，缺乏独立的业务体系。为减少内部管理成本，提高运营效率，完善公司业务体系，奋达实业与宝港奋达于 2010 年 5 月 6 日签订了《资产收购协议》，宝港奋达将箱体制造相关的固定资产以截至 2010 年 4 月 30 日经评估净值转让给奋达实业。2010 年 5 月 5 日，深圳市永信瑞和资产评估有限公司出具“深永信评字[2010]第 052 号”《评估报告》，截至评估基准日 2010 年 4 月 30 日，资产收购协议目标资产的评估净值为 2,778,152 元。

宝港奋达售予奋达实业的资产明细及其在资产评估日的账面价值、评估情况如下：

单位：台/套，元

序号	设备名称	数量	账面价值		评估价值	
			原值	净值	原值	净值
1	吸尘机	4	1,230,000.00	821,025.00	940,000.00	811,287.48
2	8 头横 V 机	4	736,050.00	254,825.00	426,500.00	248,997.94
3	16 头横 V 机	2	560,500.00	151,231.25	304,300.00	146,793.95
4	电缆线	1	478,224.00	334,358.28	359,000.00	301,560.00
5	圆角贴皮机	2	383,000.00	126,643.67	271,800.00	123,611.59
6	真空吸塑机	2	321,900.00	40,527.95	203,400.00	45,140.68
7	机动叉车	3	304,592.00	15,229.60	136,800.00	29,590.00
8	流水线	15	299,676.78	176,141.38	215,500.00	143,266.00
9	螺杆空压机	4	244,900.00	32,566.58	146,200.00	41,900.00
10	柴油发电机组	1	230,000.00	35,168.00	128,200.00	40,254.00
11	双带砂光机	2	220,000.00	27,555.00	139,700.00	37,267.00
12	环保空调	20	218,000.00	138,611.60	166,000.00	111,220.00
13	变压器	1	200,000.00	57,500.00	102,600.00	66,690.00
14	脚踏刨花机	10	179,956.00	18,594.95	111,600.00	26,207.00
15	裁板机	2	151,000.00	8,857.17	84,400.00	7,258.00
16	直 V 机	1	130,000.00	90,917.22	76,900.00	65,162.50
17	大板贴皮机	1	108,000.00	20,790.00	68,400.00	29,672.00

18	斜度锯	10	103,700.00	15,849.84	65,100.00	23,028.00
19	油压四头多轴钻	3	95,150.00	14,178.50	52,700.00	15,765.00
20	气压刨花机	4	94,000.00	14,553.01	59,000.00	21,470.00
21	电脑	18	85,153.70	23019.56	41,200.00	15,369.00
22	送材机	20	84,200.00	12,701.44	53,400.00	19,144.00
23	6 头直 V 机	1	83,000.00	11,961.80	42,700.00	16,226.00
24	脚踩刨花机	5	80,500.00	8,825.75	52,300.00	13,084.00
25	双剪机	5	79,600.00	11,034.47	50,400.00	13,212.00
26	电脑裁板机	1	75,000.00	50,062.50	56,566.00	44,687.00
27	冲床	4	74,500.00	62,371.66	61,200.00	61,781.86
28	过胶机	17	63,900.00	11,617.83	40,000.00	16,132.00
29	打磨台	7	63,500.00	42,386.23	48,300.00	40,089.00
30	液压四头挖孔机	2	51,000.00	11,261.66	29,900.00	12,748.00
31	推拉锯	1	50,000.00	2,500.00	25,600.00	2,304.00
32	单带砂光机	1	50,000.00	2,500.00	29,900.00	2,093.00
33	贴皮机	1	42,000.00	28,035.00	29,900.00	23,621.00
34	小钻台	19	38,950.00	8,655.49	25,500.00	11,823.00
35	3.7 米水廉柜	2	36,500.00	23,207.91	26,500.00	21,200.00
36	空调	6	34,980.00	4174.04	14,900.00	5,113.00
37	磨刀机	2	34,000.00	4,171.33	23,100.00	11,057.00
38	压网机	15	30,350.00	5,186.65	21,300.00	10,613.00
39	液压双头多轴钻	1	30,000.00	3,735.00	17,100.00	4,959.00
40	1.2 米水廉柜	4	30,000.00	14,345.00	21,400.00	13,244.00
41	液压双头挖孔机	1	26,000.00	4,389.67	17,100.00	6,669.00
42	振动砂光机	1	25,000.00	1,250.00	15,400.00	1,540.00
43	木工冷压机	1	25,000.00	1,450.00	15,000.00	1,500.00
44	打印机	6	22,708.86	4,093.60	10,400.00	3,440.00
45	空压机	4	22,660.00	1,249.27	12,800.00	1,422.00
46	锯台	9	21,500.00	2,620.00	13,500.00	4,315.00
47	单 V 机	2	20,500.00	2,926.33	13,500.00	4,433.00
48	油压双头多轴钻	2	20,000.00	6,580.67	13,900.00	7,193.00
49	排气扇	11	19,800.00	6,006.00	11,000.00	7,150.00
50	立式砂光机	6	18,300.00	2,803.70	11,700.00	4,571.00

51	手动挖孔机	3	18,000.00	2,602.00	11,000.00	3,874.00
52	复印机	2	17,000.00	850.00	10,200.00	1,530.00
53	布袋吸尘机	7	16,100.00	2,873.85	10,500.00	4,710.00
54	手推叉车	7	13,000.00	1,156.67	6,900.00	2,883.00
55	单剪机	1	12,500.00	625.00	7,300.00	657.00
56	洗槽机	2	11,500.00	1,795.92	7,300.00	2,774.00
57	风管模具	3	11,400.00	3,217.32	8,000.00	4,980.00
58	立轴机	2	8,000.00	2,248.00	5,500.00	3,231.00
59	自动双剪机	1	8,000.00	1,300.00	5,500.00	1,320.00
60	气压双头多轴钻	1	7,000.00	350.00	4,200.00	420.00
61	传真机	2	5,630.00	281.50	1,800.00	182.00
62	沙发	1	4,800.00	3,052.00	3,400.00	2,040.00
63	铜带接线机	1	4,500.00	4,215.00	2,600.00	2,496.00
64	1.7 米抛光机	1	4,200.00	2,271.50	3,200.00	2,432.00
65	数据投影机	1	3,675.22	3,675.22	3,700.00	3,663.00
66	胶皮分条机	1	3,500.00	613.08	2,400.00	960.00
67	装饰木线机	1	3,200.00	276.80	1,600.00	304.00
68	圆锯	1	2,000.00	100.00	1,300.00	104.00
69	信老储气罐	1	1,990.00	131.01	1,500.00	750.00
70	储气罐	1	1,900.00	365.75	1,400.00	812.00
71	钻铣床	1	1,700.00	222.42	1,000.00	300.00
72	抛光机	1	1,500.00	272.25	1,000.00	460.00
73	保险柜	1	1,414.00	70.70	900.00	63.00
74	电剪机	1	1,300.00	65.00	900.00	333.00
合计		311	7,791,060.56	2,802,877.55	5,006,666.00	2,778,152.00

本次资产收购完成后，奋达实业拥有了独立的箱体制造业务体系。

3、清算注销宝港奋达

宝港奋达将箱体制造相关固定资产售予奋达实业后，宝港奋达已无实际经营业务，也未从事新的经营业务，合资双方决定提前终止合作关系。经 2010 年 7 月 15 日宝港奋达董事会决议，同意解散宝港奋达，并依法办理清算、注销登记手续。2010 年 7 月 29 日，深圳市宝安区贸易工业局作出“深外资宝复[2010]602

号”《关于合资企业“深圳宝港奋达电声有限公司”提前解散的批复》，同意宝港奋达提前解散。2010 年 8 月 13 日，宝港奋达成立了清算委员会，并于 2010 年 8 月 30 日在《深圳特区报》刊登了《清算公告》。2010 年 9 月 16 日，宝港奋达办理完毕国税注销登记，并取得了深圳市宝安区国家税务局出具的《深圳市国家税务局注销税务登记通知书》（深国税宝西登销[2010]16678 号）。2011 年 6 月 13 日，宝港奋达办理完毕地税注销登记，并取得了深圳市宝安区地方税务局西乡税务所出具的《深圳市宝安区地方税务局注销税务登记通知书》（深地税宝注[2011]10002429 号）。2011 年 6 月 13 日，宝港奋达董事会决议通过了《深圳宝港奋达电声有限公司清算报告》。根据清算报告，清算开始资产构成情况为现金 29,481.46 元，银行存款 108,112.94 元，应收账款 22,017,875.09 元，合计 22,155,469.49 元。清算过程中收回全部应收账款，支付员工工资及补偿费 479,608.05 元、清算税审费 30,000.00 元、固定资产处置增值税 80,917.05 元、其他税金 34,357.70 元、其他 18,200.00 元，清算剩余财产 21,512,386.69 元按照股东持股比例向股东分配。宝港奋达于 2011 年 6 月 22 日办理完毕工商注销登记手续。

（四）清算注销奋达音响

1、奋达音响基本情况

奋达音响于 2003 年 9 月 1 日注册登记成立，由奋达实业、肖武、陈志军、梁瑞华、张春梅共同出资组建，注册资本 100 万元，其中奋达实业占 58%、肖武占 29%、陈志军占 6%、梁瑞华占 5%、张春梅占 2%。

2005 年 7 月 18 日，经奋达音响股东会同意，陈志军、梁瑞华、张春梅分别与肖武签订《股权转让协议》，将其各自持有奋达音响的全部股权以出资额全部转让给肖武。股权转让完成后，奋达音响的股权结构变为奋达实业占 58%、肖武占 42%。

奋达音响实际经营业务是作为奋达实业多媒体音箱国内自主品牌营销中心，负责产品的国内销售和营销渠道建设。

2、奋达音响注销清算的过程

为保证发行人业务体系完整，奋达实业在公司总部成立了专门的销售部门来负责产品的国内销售和营销渠道建设，同时停止奋达音响的经营活动。

经 2008 年 4 月 6 日奋达音响股东会决议，同意解散奋达音响。2009 年 2 月 2 日，奋达音响办理完毕工商注销登记手续。

3、注销清算奋达音响对公司经营管理的影响

奋达音响注销后，公司实质性地保证了公司业务体系的完整性，有利于整合公司营销资源，进一步提高经营效率，降低内部管理成本。

（五）转让公司占有三围奋达科技工业园的全部权利和义务

1、三围奋达科技工业园基本情况

2001 年 4 月 1 日，奋达实业与深圳宝安西乡三围经济发展公司（下称“三围公司”）签订《合作开发奋达科技工业园协议书》，约定由三围公司提供土地，奋达实业出资合作建房。2002 年 11 月，三围奋达科技工业园竣工并投入使用。2008 年 3 月前，三围奋达科技工业园为奋达实业主要生产经营场所。2008 年 4 月之后，公司主要生产经营场所搬迁至深圳宝安区石岩奋达科技园，三围奋达科技工业园房产主要用于对外出租。由于历史遗留问题，该房产未办理产权登记。

2、转让公司占有三围奋达科技工业园的全部权利和义务的过程

经 2011 年 1 月 18 日公司第一届董事会第三次会议审议通过，汪泽其、吴亚德、肖逸、沈勇一致同意将公司占有三围奋达科技工业园的房产及附属固定资产转让给奋达投资，关联董事肖奋、肖勇、肖文英回避表决。2011 年 2 月 25 日，公司与深圳市三围股份有限公司、奋达投资签订了《关于<合作开发奋达科技工业园协议书>权利义务转让协议书》，约定将公司占有三围奋达科技工业园的房产及附属固定资产的全部权利和义务转让给奋达投资，转让价格以上述资产在 2010 年 12 月 31 日评估基准日的经评估市场价值为作价依据。根据深圳市天健国众联资产评估土地房地产估价有限公司 2011 年 1 月 18 日出具的《深圳市奋达科技股份有限公司拟转让部分资产予深圳市奋达投资有限公司资产评估报告》（深国众联评[2011]第 2-061 号），截至 2010 年 12 月 31 日，上述资产的账面价

值为 23,249,244.55 元，评估价值为 26,989,177.00 元。公司已于 2011 年 3 月 21 日收到转让价款。

3、转让后对公司经营管理的影响

公司主要生产经营场所已于 2008 年 4 月搬迁至石岩奋达科技园，公司将其占有的三围奋达科技工业园全部权利和义务整体转让不会对公司生产经营产生任何不利影响，同时有助于公司减少经常性关联交易，盘活资产，解决公司部分固定资产存在产权瑕疵的问题。

4、公司及实际控制人相关承诺

公司于 2011 年 10 月 18 日出具承诺，奋达科技及其子公司目前且未来亦不存在租用三围奋达科技工业园的计划；同日，奋达投资及其实际控制人肖奋出具承诺，未来不得以直接或间接方式将三围奋达科技工业园出租给奋达科技及其子公司使用。

公司于 2012 年 1 月 9 日出具承诺，奋达科技及其子公司未来不得以直接或间接方式购回三围奋达科技工业园的房产及其附属固定资产；同日，奋达投资及其实际控制人肖奋出具承诺，未来不得以直接或间接方式将三围奋达科技工业园的房产及其附属固定资产出售给奋达科技及其子公司。

五、发行人历次验资情况

（一）奋达实业历次验资情况

1、奋达实业成立

广州市康乐会计师事务所对奋达实业的设立出资进行了审验，并出具了“（93）康深验外字第 037 号”《验资报告》。根据《验资报告》，公司注册资本为 38 万元。

2、1996 年 4 月增资

深圳义达会计师事务所对本次增资进行了验证，并于 1996 年 7 月 29 日出具了“深义验字[1996]第 07002 号”《验资报告》，确认截至 1996 年 7 月 27 日投入

资金 142 万全部到位，注册资本由 38 万元增至 180 万元。

3、2000 年 5 月增资

深圳市义达会计师事务所对本次增资进行了验证，于 2000 年 5 月 23 日出具“深义验字[2000]第 111 号”《验资报告》，确认截至 2000 年 5 月 22 日，新增投入资本 50 万元全部到位，注册资本由 180 万元增加至 230 万元。

4、2000 年 11 月增资

深圳市义达会计师事务所对本次增资进行了验证，于 2000 年 11 月 13 日出具“深义验字[2000]第 274 号”《验资报告》。确认截至 2000 年 11 月 9 日，新增投入注册资本 100 万元全部到位，注册资本由 230 万元增加至 330 万元。

5、2001 年 11 月增资

深圳市义达会计师事务所对此次增资进行验证，于 2001 年 11 月 26 日出具了“深义验字[2001]第 316 号”《验资报告》，确认截至 2001 年 11 月 26 日，新增投入注册资本 320 万元全部到位，注册资本由 330 万元增加至 650 万元。

6、2002 年 3 月增资

深圳市义达会计师事务所对此次增资进行了验证，于 2002 年 4 月 5 日出具“深义验字[2002]第 068 号”《验资报告》，确认肖奋以货币资金出资 2,763,078.40 元，未分配利润出资 1,994,921.60 元，合计新增出资 475.80 万元；肖文英以货币资金出资 295,460.80 元，未分配利润出资 75,539.20 元，合计新增出资 37.10 万元；雷碧玉以货币资金出资 295,460.80 元，未分配利润出资 75,539.20 元，合计新增出资 37.10 万元。增资后注册资本变更为 1,200 万元。

7、2004 年 1 月增资

深圳市义达会计师事务所对本次增资进行了验证，于 2004 年 5 月 7 日出具“深义验字[2004]第 196 号”《验资报告》，确认肖奋以未分配利润出资 2340 万元，肖文英以未分配利润出资 130 万元，雷碧玉以未分配利润出资 130 万元，增资后注册资本变更为 3,800 万元。

（二）发行人设立时的验资情况

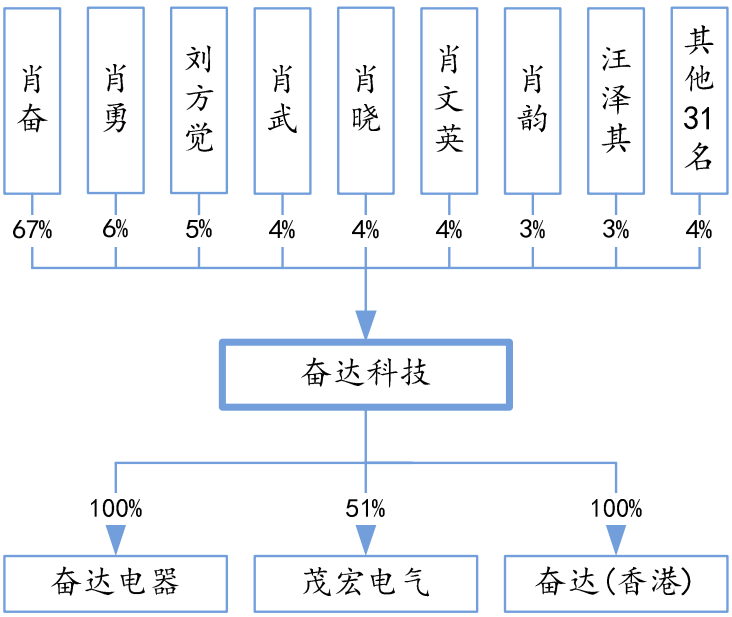
2010 年 10 月 12 日，奋达实业召开股东会会议，一致审议通过依法整体变更为股份公司的决议。奋达实业以经中审国际审计的截至 2010 年 8 月 31 日的净资产 133,077,019.64 元为基准，按 1:0.8454 的比例折为 11,250 万股，整体变更为股份公司。2010 年 10 月 15 日，中审国际出具了“中审国际验字[2010]第 01030007 号”《验资报告》，对此次新增注册资本实收情况进行了审验。根据该《验资报告》，截至 2010 年 8 月 31 日，深圳市奋达科技股份有限公司（筹）已收到全体发起人缴纳的注册资本共计 11,250 万元，各发起人均以奋达实业净资产出资。

（三）发行人 1996 年度增资验资复核情况

中审国际对奋达实业 1996 年度注册资本由 38 万元增至 180 万元的出资过程进行了复核，并于 2011 年 2 月 25 日出具了《关于深圳市奋达科技股份有限公司 1996 年度增资情况之复核意见》，确认 1996 年度公司已足额收到各股东按增资协议缴纳的投资款。

六、发行人的组织结构

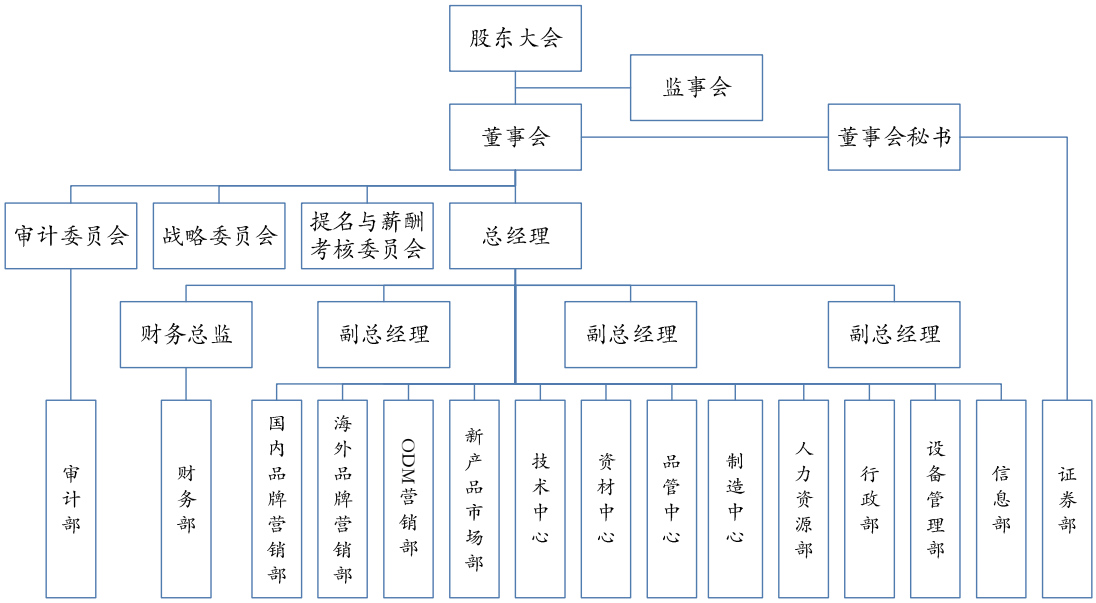
（一）发行人股权结构图



（二）发行人组织机构设置

1、组织机构设置图

本公司按照《公司法》和《公司章程》的规定，并结合公司业务发展的需要，建立了规范的法人治理结构和健全的内部管理机构，公司共设了15个职能部门，现行组织结构图如下：



2、主要职能部门的工作职责

本公司的最高权力机构是股东大会，股东大会下设董事会，董事会向股东大会负责，公司实行董事会领导下的总经理负责制。在董事会的领导下，由总经理负责公司日常经营与管理。

各部门的主要职能如下：

职能部门	主要职能
审计部	在审计委员会的领导下，对公司内部各职能部门及各子公司的业务进行内部审计，完善公司内控及风险管理体系。协助外部审计机构对公司进行审计工作。
财务部	负责建立并健全规范符合公司业务发展的财务核算体系、财务报告制度，进行有效的财务控制，确保财务工作有序进行。为公司从事的投融资以及经营决策提供财务支持。
国内品牌营销部	负责公司自主品牌产品的国内市场调研、产品规划、销售预测、市场营销、渠道建设、订单跟踪、销售出货、货款回收以及客户关系管理。

海外品牌营销部	负责公司自主品牌产品的海外市场调研、产品规划、销售预测、市场营销、渠道建设、订单跟踪、销售出货、货款回收以及客户关系管理。
ODM 营销部	负责公司 ODM 业务的市场调研、产品规划、销售预测、市场营销、订单跟踪、销售出货、货款回收以及客户关系管理。
新产品市场部	负责公司新开发产品的市场推广、参展以及客户反馈信息的收集。协调技术中心及制造中心改善产品性能。
技术中心	负责公司新产品设计、样机试制、组织和主导新产品的试产转量产工作、参与新产品量产的物料认证；负责公司新产品知识产权的申请和维护；优化公司现有多媒体音箱性能并为制造中心提供技术支持。
资材中心	负责公司生产计划、物料需求计划和采购计划的编制和下达，建立和维护良好的供应商合作关系，确保供应商保质、保量、按期地将物料送达公司的指定仓库，并负责有关物料的出入库接收、清点、堆放、配送工作，以及物料的账务管理和盘点工作，确保物料得到妥善保管和合理配送。
品管中心	全面负责产品品质检验与管理，通过产品外观抽检、性能检测等检验方式，保证出货产品质量符合相关技术标准及客户要求。
制造中心	根据接收的生产任务单，编制详细的作业流程，组织有关产品的生产制造。负责生产车间现场管理体系的建设和完善，实施科学、严谨、规范的车间现场管理，合理调配和使用人、财、物、料，有效控制生产各环节的质量、成本、进度、安全，确保公司的生产制造系统高效运作。
人力资源部	根据公司的发展战略，规划、招聘、培训及调配人力资源；制定和有效实施公司的培训、薪酬、社会责任方案，构造和谐的劳资关系。
行政部	负责公司外部联络及行政管理制度的制定、修改、监督、落实与检查。
设备管理部	根据公司生产运营，制订公司设备保养计划；负责设备维修部工作的部署和执行，保障公司生产设备、生活设施安全运行。
信息部	负责公司网络系统的正常运行和网络环境的维护。根据公司实际情况，设计 ERP 系统的应用规划与使用流程，部署 ERP 系统，处理和备份数据，指导 ERP 系统的实施。
证券部	负责拟定和执行公司各项与证券事务有关的制度，负责保持与证券监督管理部门、证券交易所及各中介机构的联系，及时、规范、准确披露有关信息等。

（三）发行人控股、参股公司情况

截至本招股说明书签署日，本公司拥有两家全资子公司，一家控股子公司，无其他控股及参股企业，基本情况如下：

1、深圳市奋达电器有限公司

成立日期：2004 年 9 月 17 日

注册资本：3,800 万元

实收资本：3,800 万元

注册地址和主要经营地址：深圳市宝安区石岩街道洲石路南侧奋达科技园

主营业务：美发小家电产品的研发、生产与销售

股权结构：公司持有 100%的股权

财务状况：经中审国际审计的最近一年主要财务数据如下（单位：元）：

项目	2011 年 12 月 31 日
总资产	200,678,365.27
净资产	142,818,823.11
项目	**2011 年度**
净利润	65,622,234.44

2、奋达（香港）控股有限公司

成立日期：2010 年 11 月 17 日

注册资本：15 万美元

实收资本：15 万美元

注册地址：香港德辅道中 173 号南丰大厦 1609A2 室

主营业务：奋达科技海外客户接待及产品样品展示等销售支持

股权结构：公司持有 100%的股权

财务状况：经中审国际审计的最近一年主要财务数据如下（单位：元）：

项目	2011 年 12 月 31 日
总资产	638,911.85
净资产	592,986.51
项目	**2011 年度**
净利润	-390,395.53

3、深圳市茂宏电气有限公司

成立日期：2010 年 6 月 13 日

注册资本：400 万元

实收资本：400 万元

注册地址和主要经营地址：深圳市宝安区石岩街道宝源社区奋达科技园办公大楼 313

主营业务：有源音响、USB 电源功放技术开发；有源音响高能效功放产品的销售

股权结构：本公司占 51%的股权、惠州市新斯贝克动力科技有限公司占 49%的股权

财务状况：经中审国际审计的最近一年主要财务数据如下（单位：元）：

项目	2011 年 12 月 31 日
总资产	2,845,814.35
净资产	2,313,240.82
项目	**2011 年度**
净利润	-1,095,733.46

七、发起人、持有发行人 5%以上股份的主要股东及实际控制人情况

（一）本公司发起人基本情况

本公司发起人为肖奋等 39 名自然人，均为中国国籍，无境外永久居留权。各发起人基本情况如下：

序号	发起人名称	持股比例	身份证号码	住所
1	肖奋	67.0000%	44030619620505****	广东省深圳市宝安区宝城上川路 40 号
2	肖勇	6.0000%	44030619681101****	广东省深圳市宝安区宝城 35 区
3	刘方觉	5.0000%	44030619650415****	广东省深圳市宝安区宝城上川路 40 号

4	肖文英	4.0000%	44092319530901****	广东省深圳市宝安区宝城甲岸路 96 号
5	肖武	4.0000%	44092319761018****	广东省深圳市宝安区宝城甲岸路 96 号
6	肖晓	4.0000%	44010719680821****	广东省深圳市宝安区石岩街道洲石路 23 号
7	汪泽其	3.0000%	44092319751206****	广东省深圳市南山区高新技术产业园区科技南路
8	肖韵	3.0000%	44030619900529****	广东省深圳市宝安区宝城上川路 40 号
9	黄汉龙	0.4870%	44142519621127****	广东省英德市英城峰光路 90 号
10	曾秀清	0.3200%	44172119670818****	广东省深圳市宝安区宝城翻身路 147 号
11	吴细凤	0.2110%	43068119790101****	湖南省汨罗市桃林寺镇教育办宿舍
12	谢玉平	0.1910%	43012419731027****	广东省深圳市罗湖区宝安北路人才大市场大厦
13	郭雪松	0.1670%	43282819650403****	湖南省汝城县南洞乡高月村四组
14	张丽英	0.1610%	43242619750820****	上海市宝山区一二八纪念路 688 弄 6 号
15	汪永正	0.1460%	51122419680809****	重庆市云阳县宝塔乡宝塔村
16	彭林兵	0.1390%	36242919740209****	江西省吉安市安福县章庄乡章庄村
17	彭锡武	0.1250%	44092419501128****	广东省深圳市福田区福华路 37 号
18	刘礼新	0.1220%	51082319740222****	四川省剑阁县江口镇春雷村
19	韦北进	0.1190%	44092119770612****	广东省信宜市东镇镇庄垌屋地讹村 20 号
20	顾正龙	0.1110%	32010319770406****	广东省深圳市宝安区西乡桃源居
21	黄朝均	0.1090%	44092119660701****	广东省东莞市南城区金丰路 6 号
22	黄日彪	0.1090%	44098119790828****	广东省高州市沙田镇永乐塘楼村 1 号
23	全逵宁	0.1070%	44092319670225****	广东省电白县水东镇澄波街棉花巷 10 号
24	夏泽华	0.1070%	42212119720816****	广东省深圳市龙岗区中心城榭丽花园
25	廖绍琴	0.1070%	44092319751124****	广东省电白县黄岭镇西街 11 号
26	雷碧玉	0.1000%	44072219730626****	广东省深圳市宝安区西乡镇
27	黄春雷	0.0970%	51130319800223****	四川省南充市高坪区鹤鸣路 745 号
28	周梅	0.0940%	44092219740221****	广东省高州市云潭镇榕木圹谭宁村 28 号
29	李郁	0.0900%	44092119680407****	广东省深圳市龙岗区中心城和兴花园
30	周浩	0.0900%	33010619700329****	上海市闵行区报春路 388 弄 44 号
31	林立	0.0900%	43052819780915****	湖南省新宁县金石镇水头村 2 组 36 号
32	段成斌	0.0870%	51010719810225****	贵州省开阳县楠木渡镇居委会四组
33	崔锦顺	0.0840%	44092319700718****	广东省珠海市香洲区香洲香华路 56 号
34	曹举中	0.0830%	43062319661208****	湖南省华容县城关镇桥东街一组
35	高金有	0.0830%	41292619720525****	河南省内乡县大桥乡碌子岗村
36	苗玉庆	0.0810%	41072619630823****	河南省延津县丰庄镇人民政府院 0081 号

37	郝军胜	0.0710%	41232519800112****	河南省睢县平岗镇镇政府 556 号
38	谭军阳	0.0560%	43032219700211****	广东省惠州市惠城区白泥路 8 号
39	黄寿生	0.0560%	44092219620602****	广东省高州市根子镇上坑企石村 21 号
合计		**100.00%**		

（二）持有发行人 5%以上股份的主要股东情况

在本次发行前，持有本公司 5%以上股份的主要股东情况如下：

序号	股东名称	国籍	身份证号码	持股比例	住所
1	肖奋	中国	44030619620505****	67.00%	广东省深圳市宝安区宝城上川路 40 号
2	肖勇	中国	44030619681101****	6.00%	广东省深圳市宝安区宝城 35 区
3	刘方觉	中国	44030619650415****	5.00%	广东省深圳市宝安区宝城上川路 40 号

（三）控股股东和实际控制人及其控制的其他企业

1、公司控股股东和实际控制人

本公司控股股东和实际控制人为肖奋，占发行前本公司67.00%股权。截至本招股说明书签署日，肖奋持有的本公司股份不存在质押或其他有争议的情况。

肖奋简历参见本招股说明书“第八节、一、（一）公司董事”。

2、控股股东和实际控制人控制的其他企业

报告期内，肖奋除控制本公司外，还控制的企业包括奋达投资、鹊哥科技和奋达科技（香港），其中奋达科技（香港）已停止经营活动，并于 2011 年 7 月 22 日完成注销登记。除此之外，肖奋未控制或参股其他企业。

（1）深圳市奋达投资有限公司

奋达投资成立于 2008 年 4 月 2 日，注册资本 200 万元，其中肖奋占 96%、刘方觉占 3%、肖晓占 1%，注册地址位于深圳市宝安区西乡三围奋达科技园二楼办公室之一（办公场所），奋达投资目前主要从事业务为投资兴办实业、物业出租管理；2011 年 3 月 17 日，奋达投资注册资本增至 3,000 万元，增资完成后

肖奋占 96.5%、刘方觉占 2.5%、肖晓占 1%。

奋达投资最近一年的主要财务数据如下（单位：元）：

项目	2011 年 12 月 31 日
总资产	31,040,183.86
净资产	28,543,107.61
项目	**2011 年度**
净利润	496,016.26

注：2011 年度数据经深圳智慧源会计师事务所审计。

（2）深圳市鹊哥科技有限公司

鹊哥科技成立于 2010 年 5 月 17 日，注册资本 50 万元，其中奋达投资占 62%，林劲占 38%，注册地址位于深圳市宝安区西乡三围奋达科技园 E 栋 406，鹊哥科技的经营范围为生物产品及技术开发和销售、体育健身、保健按摩。

鹊哥科技最近一年的主要财务数据如下（单位：元）：

项目	2011 年 12 月 31 日
总资产	995,831.71
净资产	-1,618,941.01
项目	**2011 年度**
净利润	-625,480.95

注：2011 年度数据经深圳智慧源会计师事务所审计。

（3）奋达科技（香港）有限公司

奋达科技（香港）成立于 2006 年 4 月 21 日，注册资本 1 万港元，实收资本 2 港元，注册地址位于 Rom 906-7A,Blk.3，China H.K.City,33 Canton Road,Tsim Sha Tsui,HK.。该公司成立后至 2010 年 10 月的主要业务是作为本公司前身海外窗口公司承担公司部分海外客户接待及样品展示等销售服务支持职能，目前已注销。

八、发行人股本情况

（一）本次发行前后的股本变化

本公司本次发行前总股本为11,250万股，本次公开发行3,750万股，占发行后总股本15,000万股的25.00%。

股东名称	发行前		发行后	
	持股数量（股）	持股比例	持股数量（股）	持股比例
一、有限售条件的股份	**112,500,000**	**100.0000%**	**112,500,000**	**75.0000%**
肖奋	75,375,000	67.0000%	75,375,000	50.2500%
肖勇	6,750,000	6.0000%	6,750,000	4.5000%
刘方觉	5,625,000	5.0000%	5,625,000	3.7500%
肖文英	4,500,000	4.0000%	4,500,000	3.0000%
肖武	4,500,000	4.0000%	4,500,000	3.0000%
肖晓	4,500,000	4.0000%	4,500,000	3.0000%
汪泽其	3,375,000	3.0000%	3,375,000	2.2500%
肖韵	3,375,000	3.0000%	3,375,000	2.2500%
黄汉龙	547,875	0.4870%	547,875	0.3653%
曾秀清	360,000	0.3200%	360,000	0.2400%
吴细凤	237,375	0.2110%	237,375	0.1583%
谢玉平	214,875	0.1910%	214,875	0.1433%
郭雪松	187,875	0.1670%	187,875	0.1253%
张丽英	181,125	0.1610%	181,125	0.1208%
汪永正	164,250	0.1460%	164,250	0.1095%
彭林兵	156,375	0.1390%	156,375	0.1043%
彭锡武	140,625	0.1250%	140,625	0.0938%
刘礼新	137,250	0.1220%	137,250	0.0915%
韦北进	133,875	0.1190%	133,875	0.0893%
顾正龙	124,875	0.1110%	124,875	0.0833%
黄朝均	122,625	0.1090%	122,625	0.0818%
黄日彪	122,625	0.1090%	122,625	0.0818%
全逵宁	120,375	0.1070%	120,375	0.0803%
夏泽华	120,375	0.1070%	120,375	0.0803%
廖绍琴	120,375	0.1070%	120,375	0.0803%

雷碧玉	112,500	0.1000%	112,500	0.0750%
黄春雷	109,125	0.0970%	109,125	0.0728%
周梅	105,750	0.0940%	105,750	0.0705%
李郁	101,250	0.0900%	101,250	0.0675%
周浩	101,250	0.0900%	101,250	0.0675%
林立	101,250	0.0900%	101,250	0.0675%
段成斌	97,875	0.0870%	97,875	0.0653%
崔锦顺	94,500	0.0840%	94,500	0.0630%
曹举中	93,375	0.0830%	93,375	0.0623%
高金有	93,375	0.0830%	93,375	0.0623%
苗玉庆	91,125	0.0810%	91,125	0.0608%
郝军胜	79,875	0.0710%	79,875	0.0533%
谭军阳	63,000	0.0560%	63,000	0.0420%
黄寿生	63,000	0.0560%	63,000	0.0420%
二、无限售条件的股份	**---**	**---**	**3,7500,000**	**25.0000%**
合计	112,500,000	100.0000%	150,000,000	100.0000%

（二）前十名股东及其在发行人任职情况

本次发行前，公司的 39 名股东全部是自然人股东。本公司前十名股东持股及其在公司任职情况如下：

序号	股东名称	股份数（股）	持股比例	在公司任职情况
1	肖奋	75,375,000	67.0000%	董事长
2	肖勇	6,750,000	6.0000%	董事、副总经理
3	刘方觉	5,625,000	5.0000%	无
4	肖文英	4,500,000	4.0000%	董事、副总经理助理
5	肖武	4,500,000	4.0000%	副总经理
6	肖晓	4,500,000	4.0000%	副总经理兼财务总监
7	汪泽其	3,375,000	3.0000%	董事、总经理
8	肖韵	3,375,000	3.0000%	无
9	黄汉龙	547,875	0.4870%	监事、行政总监
10	曾秀清	360,000	0.3200%	财务中心资金主管
合计		108,907,875	96.8070%	——

（三）股东中战略投资者持股及其简况

本公司股东中无战略投资者。

（四）发行人股份性质

本公司发行前的股份全部为自然人股，不存在国有股、国有法人股、外资股的情况。

（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，公司股东肖奋与刘方觉为夫妻关系，肖奋与肖韵为父女关系，肖奋与肖勇、肖武为兄弟关系，肖奋与肖文英为姐弟关系，肖晓为肖奋之妹夫，雷碧玉为肖奋之表妹。上述关联股东各自持股比例参见本节“七、（一）本公司发起人基本情况”。除此以外，发行前各股东间无其他关联关系。

（六）本次发行前公司股东所持股份限售安排和自愿锁定股份的承诺

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或间接持有的公司本次发行前已发行的股份，也不由公司回购该部分股份。担任公司董事、监事、高级管理人员的股东肖奋、汪泽其、肖勇、肖文英、郭雪松、苗玉庆、黄汉龙、肖晓、肖武、谢玉平还承诺：除前述锁定期外，在担任公司董事、监事或高级管理人员期间每年转让的股份不超过其所持有的公司股份总数的25%；在离职后半年内不转让所持有的公司股份，离职半年后的十二月内通过证券交易所挂牌交易出售公司股份数量占其所持有公司股份总数的比例不超过50%。承诺期限届满后，上述股份可以上市流通和转让。

九、发行人内部职工、工会持股等情况

本公司没有发行过内部职工股。本公司设立以来不曾存在工会持股、职工持股会持股、信托持股、委托持股或股东数量超过二百人的情况。

十、发行人员工及其社会保障情况

（一）员工人数及变化情况

本公司2009年末、2010年末、2011年末员工人数分别为2205人、2671人、2744人。

（二）员工专业结构

截至2011年12月31日，公司员工年龄分布情况如下：

专业构成	人数	占员工总数比例
管理人员	110	4.01%
研发人员	288	10.50%
品管人员	389	14.18%
销售人员	117	4.26%
生产人员	1,790	65.23%
其他人员	50	1.82%
合计	**2,744**	**100.00%**

（三）员工受教育程度

截至2011年12月31日，公司员工年龄分布情况如下：

受教育程度	人数	占员工总数比例
本科及本科以上	265	9.66%
大专	593	21.61%
中专（含高中）以下	1,886	68.73%
合计	**2,744**	**100.00%**

（四）员工年龄分布

截至2011年12月31日，公司员工年龄分布情况如下：

年龄区间	人数	占员工总数比例
30 岁以下	1,836	66.91%
31-40 岁	641	23.36%
41-50 岁	248	9.04%

50 岁以上	19	0.69%
合计	**2,744**	**100.00%**

（五）发行人执行社会保障制度情况

本公司员工的聘用、解聘均按照《中华人民共和国劳动法》、《中华人民共和国劳动合同法》以及深圳市有关规定办理，目前公司已根据国家和地方的有关规定依法执行社会保障制度，为全体员工办理了基本养老保险、基本医疗保险、失业保险、工伤保险和生育保险。

报告期内公司社会保险费缴纳情况如下：

单位：万元

类 别	2011 年度		2010 年度		2009 年度	
	已缴	未缴	已缴	未缴	已缴	未缴
养老保险	428.48	18.69	168.32	212.46	50.04	187.05
医疗保险（含生育保险）	67.74	—	49.02	—	22.48	—
工伤保险	17.70	—	21.51	—	7.19	—
失业保险	52.85	2.60	10.78	9.58	—	8.18
合计	566.77	21.29	249.63	222.04	79.71	195.23
未缴金额占当期利润总额比例	0.20%		2.22%		2.28%	

报告期内公司未缴纳社会保险的职工人数及其占公司总人数的比重如下：

项目		2011.12.31	2010.12.31	2009.12.31
员工总数		2744	2671	2205
养老保险	已缴	2744	2573	185
	未缴	0	98	2020
	未缴占比	0%	3.67%	91.61%
工伤保险	已缴	2744	2671	2205
	未缴	0	0	0
	未缴占比	0%	0%	0%
医疗保险[注1]	已缴	2744	2671	2205
	未缴	0	0	0

	未缴占比	0%	0%	0%
失业保险	已缴	2744	2573	0
	未缴	0	98	2205
	未缴占比	0%	3.67%	100%

注1：按深圳市规定，公司参加劳务工合作医疗的员工不能参加生育保险，公司其余参加住院医疗和综合医疗的员工均按规定缴纳了生育保险。

2010年11月之前，公司主要存在没有为部分一线生产工人缴纳基本养老保险的情形。原因是该部分一线生产工人主要系持农业户口的来深务工人员，将来是否会在深圳定居具有较大的不确定性，且基本养老保险员工个人需扣缴8%的工资，农民工养老保险也难以实现跨区域转移，因而该部分员工不愿参加基本养老保险。为了进一步规范为员工缴纳社会保险费用的行为，公司从2010年11月开始为全体员工缴纳基本养老保险、基本医疗保险、工伤保险、失业保险、生育保险等，但当月新入职的员工对工作有一个适应过程，能否稳定下来具有较大的不确定性，因而缴纳社保的意愿较低，因此，公司为当月新入职员工缴纳了医疗保险和工伤保险，而对需要个人扣缴的养老保险以及其他险种则从第二个月开始缴纳。公司通过多种途径大力宣传社保知识，积极做员工思想工作，鼓励员工参保，2011年6月起，公司为全体在职员工缴纳了基本养老保险、基本医疗保险、工伤保险、失业保险、生育保险。

深圳市社会保险基金管理局就公司缴纳社会保险情况出具证明，证明本公司及子公司自2009年1月1日至2011年12月31日能按时缴纳社会保险费，没有因违反社会保险法律、法规或者规章行为被行政处罚的记录。

按深圳市住房公积金政策的标准，报告期内公司未缴纳住房公积金的职工人数及占公司总人数的比重如下：

日期	应缴人数	已缴人数	未缴人数	未缴比例
2011 年 12 月 31 日	2744	2744	0	0%
2010 年 12 月 31 日	29	29	0	0%
2009 年 12 月 31 日	31	0	31	100%

注： 2009年末、2010年末的应缴人数为公司深圳户籍员工人数。

根据《住房公积金管理条例》，公司及子公司需为全体员工缴纳住房公积金，但根据《深圳市社会保险暂行规定职工养老保险及住房公积金实施细则》（深府［1992］179 号）的规定，公司应为具有深圳户籍的职工缴纳住房公积金。2010 年 8 月前，公司未给具有深圳户籍员工缴纳住房公积金；2010 年 8 月以后公司按规定给全部具有深圳户籍员工缴纳了住房公积金。2010 年 12 月 20 日《深圳市住房公积金管理暂行办法》实施后，用人单位须在 6 个月内为全体在职员工办理住房公积金缴存登记手续。公司通过多种方式对员工大力宣传住房公积金相关规定，并于 2011 年 4 月起为除当月入职以外的全体在职员工缴纳住房公积金，2011 年 6 月起，公司为全体在职员工缴纳了住房公积金。

深圳市住房公积金管理中心就公司缴纳住房公积金情况出具证明，证明本公司及子公司自2009年1月1日至2011年12月31日不存在因违反住房公积金法律、法规或者规章行为被行政处罚的记录。

在《深圳市住房公积金管理暂行办法》实施前，鉴于在深圳市的实践操作过程中未建立住房公积金制度的公司一般采取住房补贴的形式，公司也建立了符合自身的住房补贴制度：给除生产线工人之外的员工发放了住房补贴，为生产线工人安排职工集体宿舍，解决员工住宿问题。根据公司制定的《员工住房补贴制度》，非生产线员工的住房补贴标准为员工月工资的 13%，最高不超过 2607 元/月。同时，公司也为非生产线员工提供了条件优惠的职工宿舍。

针对上述应缴未缴情况，公司控股股东及实际控制人肖奋于 2011 年 2 月作出承诺：“如应有权部门要求或决定，公司及子公司深圳市奋达电器有限公司需要为员工补缴社会保险费用（包括但不限于基本养老保险、基本医疗保险、失业保险、工伤保险、生育保险五种基本保险和住房公积金）及其任何罚款或损失，本人愿在毋须公司支付对价的情况下无条件承担所有相关的赔付责任”。

十一、实际控制人、持有 5%以上股份的主要股东以及作为股东的董事、监事、高级管理人员做出的重要承诺

（一）股份锁定承诺

参见本节“八、（六）本次发行前公司股东所持股份限售安排和自愿锁定股份的承诺”。

（二）避免同业竞争承诺

为避免与公司产生同业竞争，本公司控股股东及实际控制人肖奋出具了《避免同业竞争的承诺函》，具体承诺内容参见本招股说明书“第七节、一、（二）避免同业竞争的承诺”。

（三）控股股东及实际控制人的其他承诺

针对社保和住房公积金缴纳问题，公司控股股东及实际控制人肖奋作出书面承诺：“如应有权部门要求或决定，公司及子公司深圳市奋达电器有限公司需要为员工补缴社会保险费用（包括但不限于基本养老保险、基本医疗保险、失业保险、工伤保险、生育保险五种基本保险和住房公积金）及其任何罚款或损失，本人愿在毋须公司支付对价的情况下无条件承担所有相关的赔付责任”。

针对奋达电器、奋达塑胶及宝港奋达的企业所得税补缴风险，公司控股股东及实际控制人肖奋作出书面承诺：“如应有权部门要求或决定，深圳市奋达电器有限公司、深圳市奋达塑胶制品有限公司和深圳宝港奋达电声有限公司需补缴依据深圳市有关税收优惠政策减免的企业所得税，本人将及时、无条件、全额承担其需补缴的税款以及因此所产生的所有相关费用”。

针对公司整体变更涉及的个人所得税补缴风险，公司控股股东及实际控制人肖奋作出书面承诺：“如果税务机关在任何时候追缴奋达实业整体变更为股份公司过程中本人应缴纳的个人所得税、滞纳金等款项，本人将立即全额予以缴纳；如果公司因上述事宜承担责任或遭受损失，本人将立即向公司进行全额补偿，保证公司不因此遭受任何损失；如因其他自然人发起人股东未缴纳上述应缴的个人

所得税导致公司承担责任或遭受损失，本人将立即、足额地代上述其他股东向公司赔偿其所发生的与此有关的所有损失，代偿后本人将自行向相关其他股东追偿。”

针对三围奋达科技工业园未来使用计划，公司控股股东及实际控制人肖奋作出书面承诺：“未来不得以直接或间接方式将三围奋达科技工业园出租给奋达科技及其子公司使用；未来不得以直接或间接方式将三围奋达科技工业园的房产及其附属固定资产出售给奋达科技及其子公司。”

第六节 业务与技术

一、发行人主营业务及变化情况

公司是一家从事多媒体音箱、美发小家电等家居及个人护理小家电产品研发、生产和营销服务的企业，主要产品分为多媒体音箱和美发小家电两大系列，具体包括电脑数码音箱、便携式音箱、时尚数码音箱（以苹果系列音箱为主）、直发器、卷发器、电吹风、电推剪等七类共 200 多种型号产品。

公司立足于全球多媒体音箱和美发小家电市场，基于消费者和客户需求持续创新，采取 ODM 模式为全球发达地区市场国际知名品牌商、零售商提供从产品方案设计、模具开发、电路及软件设计、生产制造到售后专业服务的全方位产品整体解决方案；在国内和全球其他发展中地区市场，公司多媒体音箱产品主要以“F&D 奋达”自主品牌进行销售，并已在国内和印度、乌克兰等海外发展中国家市场拥有较高知名度。

公司是国内领先的多媒体音箱和美发小家电企业之一，主要产品年销量达 1000 多万套，主要出口美国、西欧等海外发达地区市场。公司主要合作客户包括 Farouk Systems、Altec Lansing、Sally Beauty、Imation、Cyber Acoustics、昆盈、HOT、Bio Ionic、SVEN、Trust、The Source、Speedlink 等知名企业。经过多年的发展，公司目前已成为国内最具规模的多媒体音箱和直（卷）发器研发、生产基地之一，在自营出口多媒体音箱和直（卷）发器生产企业[4]中，公司多媒体音箱[5]（海关编码简称：单喇叭音箱）出口金额连续三年全国排名前五；直（卷）发器[6]（海关编码简称：其他电热理发器具）出口金额连续三年全国排名前三，累计出口金额全国排名第二。

报告期内，公司主营业务未发生变化。

[4]出口排名数据来自海关总署信息中心，为保证出口排名数据的可比性，本处排名剔除了贸易型出口企业。

[5]音箱产品出口报关归类为单喇叭音箱（海关编码：85182100）和多喇叭音箱（海关编码：85182200），单喇叭音箱全部为多媒体音箱，多喇叭音箱包括多媒体音箱、专业音响、家庭影院音箱等，本处多媒体音箱生产企业出口金额排名按单喇叭音箱口径统计。

[6]直（卷）发器产品出口报关归类为其他电热理发器具（海关编码：85163200）。

二、行业主管部门、监管体制、主要产业政策

1、行业主管部门、监管体制

依据《国民经济行业分类》（GB/T4754-2002），公司主营业务属于家用电力器具制造业（395）和家用视听设备制造业（407）两个中类行业。从产品用途和产品功率分类，公司所处为小家电行业。国家发改委和工信部是我国小家电行业主管部门，主要负责行业发展规划的研究、产业政策的制定，指导行业结构调整、行业体制改革、技术进步和技术改造以及拟定产业发展战略、方针政策和总体规划，拟订行业技术标准等工作。

公司所处行业的自律性组织为中国家用电器协会，其中多媒体音箱同时隶属于中国电子音响工业协会。行业协会主要负责协助政府开展行业管理，制定行规行约和行业标准，实行行业自律，同时开展技术、经济、管理等方面的交流活动等。

2、主要产业政策

公司所处行业主要产业政策包括：

主要政策	发布时间	发布部门	与发行人有关的主要内容
《信息产业科技发展“十一五”规划和2020 年中长期规划纲要》	2006 年 8 月	信息产业部	重点发展数字音视频编解码设备、数字电视、宽带数据广播设备、数字音频广播设备、数字光盘等。
《当前优先发展的高技术产业化重点领域指南（2007 年度）》	2007 年 1 月	国家发改委、科技部、商务部、国家知识产权局	数字音视频产品：数字音视频编解码（AVS 等）技术……高档数字音响系统等家庭信息终端、网络电视、手机电视。
《高技术产业化“十一五”规划》	2007 年 12 月	国家发改委	大力推进数字音视频相关技术、标准的研发和应用……积极支持数字音视频终端产品，数字电视发射、传输和接受系统设备，专用软件和节目编辑制作设备，数字家庭网络，TFT-LCD、OLED 等新兴显示器件的产业化。

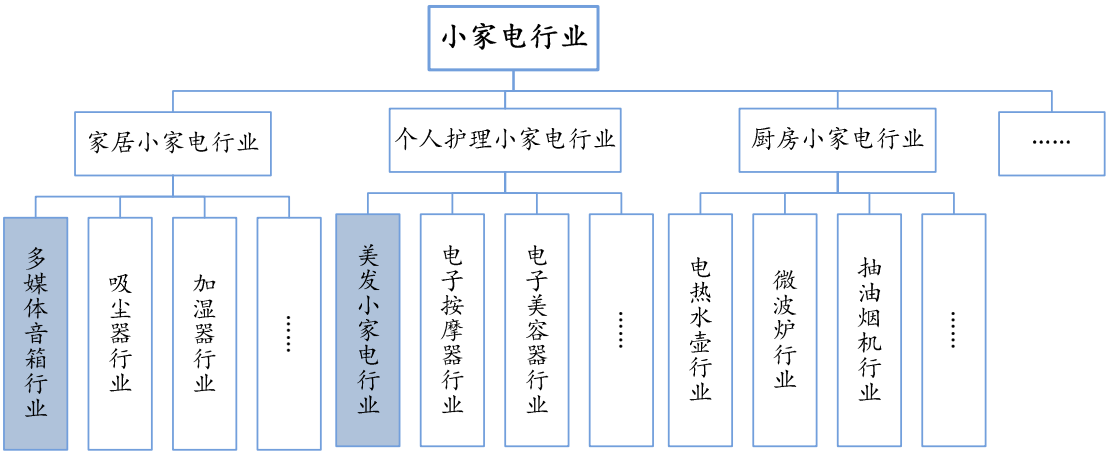
《电子信息产业调整和振兴规划》	2009 年 4 月	国务院办公厅	完善产业体系，保持出口稳定，拓展城乡市场，提高利用外资水平，发挥产业集聚优势，实现计算机、电子元器件、视听产品等骨干产业平稳发展。
《关于加快我国家用电器行业转型升级指导意见》	2009 年 12 月	工信部	要根据国内外消费结构升级的发展趋势和市场特点，提高绿色设计水平，开发适合不同消费需求的节能、节材、环保的家电产品。大力提高小家电产品的工业设计和制造工艺水平。研究利用信息技术提高家电产品的智能化水平。
《关于加快我国家用电器行业自主品牌建设的指导意见》	2011 年 1 月	工信部	以自主创新为支撑，营造良好的外部环境，引导各种要素向优势品牌集聚，进一步提升产业集中度和品牌核心竞争力，形成适应加快转变行业发展方式要求的品牌培育体系，推动我国从家电“制造大国”向“品牌大国”的转变。
《“十二五”产业技术创新规划》	2011 年 11 月	工信部	重点开发数字音视频编解码技术，蓝光高清光盘技术……家庭网关技术，家用电子设备互联技术。
《工业转型升级规划（2011—2015 年）》	2011 年 12 月	国务院	加快研发适应三网融合业务要求的多种数字家庭智能终端和新型消费电子产品，支持高清投影机、高保真音响的研发与应用，大力推动数字家庭多业务应用示范，加强音视频编解码、地面数字电视传输等技术标准的推广应用。

三、行业基本情况

（一）小家电行业概况

家用电器一般泛指在家庭及类似场所中使用的各种电气和电子器具，简称家

电。家电为人类创造了更为舒适优美、更有利于身心健康的生活和工作环境，提供了丰富多彩的文化娱乐条件，已成为现代家庭生活的必需品。目前，家电分类尚无统一标准，人们习惯依据输出功率和体积的大小，将家电行业分为大家电行业和小家电行业。小家电行业依据使用功能和环境可分为家居小家电、个人护理小家电和厨卫小家电等子行业。公司主营多媒体音箱产品主要用于家庭文化娱乐欣赏音乐，属于家居小家电子行业；公司主营美发小家电产品主要用于满足人们发型护理、修整等一体化需求，属于个人护理小家电子行业，具体如下：



目前，中国已成为全球最大的小家电生产基地，小家电产量约占全球 70%的份额，近几年呈现稳步提高趋势。根据中国家用电器协会统计数据显示，“十一五”期间，中国小家电在全球出口市场占据了 60%左右的市场份额，其中 2009 年小家电出口金额达到 138 亿美元，与 2005 年相比增长了 52%。根据中怡康[7]发布的数据显示，2010 年 1-9 月国内小家电行业整体销售额达到 1,094 亿元，同比增长 16%，预计全年将达到 1,500 亿元的市场规模。随着全球经济的复苏和中国内需市场的不断增长，小家电行业将迎来更为广阔的市场空间。

（二）公司主营产品细分市场基本情况

小家电行业市场细分程度较高，各细分市场容量和竞争格局存在明显差异。

[7]中怡康长期专注于中国消费品市场零售研究，调查网络覆盖全国 500 多座城市、近 200 个县，业务领域包括家电零售监测、家电行业研究、家电专项研究三大部分，调查产品涵盖 70 多种耐用消费品和快速消费品，在与中怡康连续合作超过 5 年的近 200 家客户中，有 95%以上为全球 500 强企业、中国 100 强企业或行业 10 强企业（数据来源：中怡康公司网站）。本公司该处引用中怡康发布的数据未支付任何费用。

本公司主营产品分属多媒体音箱和美发小家电两个细分市场，其行业基本情况分述如下：

1、多媒体音箱细分市场

多媒体音箱，也称“电脑音箱”、“IT 音箱”，是由功率放大器、扬声器发声系统、箱体组合成一体的音响组合，可直接与个人电脑、CD/VCD/DVD 、MP3/MP4 等多种音源设备搭配，构成一套完整的多媒体系统。

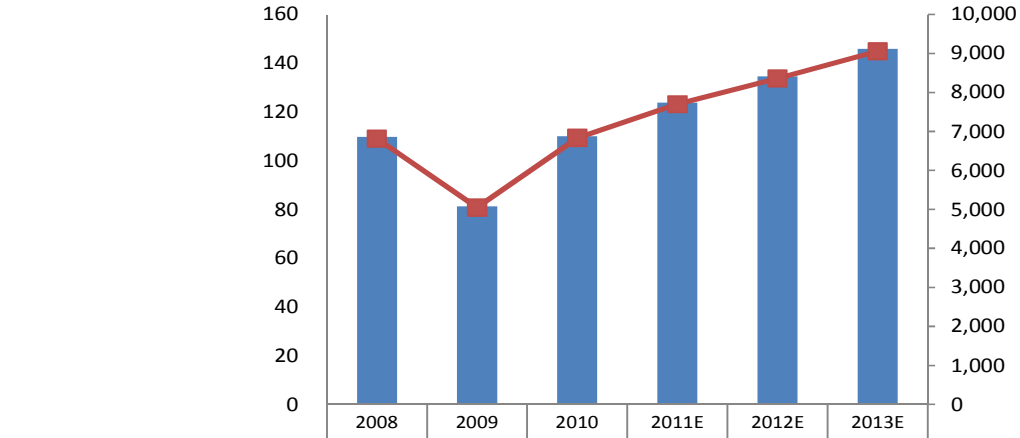
自 Altec Lansing 于 1990 年推出全球首款多媒体音箱以来，多媒体音箱行业已历经二十多年的发展，传统多媒体音箱市场已开始进入成熟期。目前，以罗技、创新、Altec Lansing、JBL、飞利浦、BOSE 等为代表的国际知名品牌商拥有全球较大的市场份额，由于全球发达地区居民购买力强，品牌忠诚度高，上述品牌多媒体音箱产品长期占据北美、西欧等发达地区绝大部分市场份额。随着全球发展中地区经济的快速发展，其多媒体音箱市场也呈现出快速增长的发展态势，我国部分领先的多媒体音箱厂商以其品牌、价格、质量等综合竞争优势，已在全球部分发展中地区市场占据一席之地。

（1）全球发达地区多媒体音箱市场容量

欧美等发达地区居民购买力强，个人电脑普及率高，是全球多媒体音箱最主要的消费市场。随着笔记本、上网本、智能手机等新型音源设备的流行，进一步拓宽了多媒体音箱的应用范围，刺激了音箱需求量的增长，为多媒体音箱市场增长注入了新的契机。

根据中国电子音响工业协会数据，2008 年全球发达地区多媒体音箱行业年销量为 6,820.13 万套，销售额为 109.80 亿元；受全球金融危机影响，2009 年呈负增长；伴随着全球经济的复苏，2010 年销量达到 6,836.00 万套，销售额为 110.06 亿元，呈上升趋势。预计未来将保持年约 10%的增长，2013 年达到 9,060.05 万套，销售额 145.87 亿元。

2008-2013 年全球发达地区多媒体音箱市场销售及预测



	2008	2009	2010	2011E	2012E	2013E
发达国家销售金额（亿元）	109.80	81.26	110.06	123.92	134.58	145.87
发达国家销量（万套）	6820.13	5047.03	6836.00	7696.79	8359.11	9060.05

数据来源：中国电子音响工业协会

（2）全球发展中地区多媒体音箱市场容量

随着全球发展中地区经济的快速发展，尤其是以中国、印度、巴西、俄罗斯等为代表的“金砖四国”经济实力快速提升，人们越来越注重生活品质，不断增加娱乐活动的投入，个人电脑、MP3/MP4、CD/VCD/DVD 等各种信息娱乐消费电子产品逐渐普及。多媒体音箱作为各类音源设备最常用的外设产品，必将随着全球发展中地区个人电脑及其他音源类信息娱乐消费电子产品的逐步普及获得快速发展。

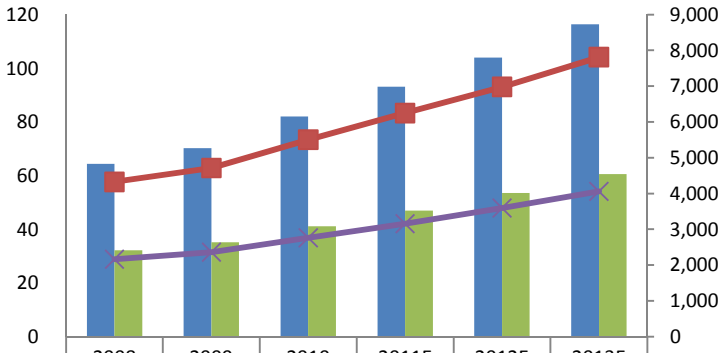
根据中国电子音响工业协会数据，2008 年全球发展中地区的多媒体音箱年销量为 4,323.87 万套，销售额为 64.43 亿元；2010 年销量 5,503.35 万套，销售额增至 82.00 亿元。预计 2011-2013 年销量分别为 6,246.67 万套、6,978.70 万套、7,811.55 万套，2013 年销售额将达到 116.39 亿元，年复合增长率约 12%。

中国作为全球最大的发展中国家，其多媒体音箱市场占据了全球发展中地区较大的份额。根据中国电子音响工业协会数据，2008 年我国多媒体音箱销量为 2,161.94 万套，销售额为 32.21 亿元；受经济危机的影响，2009 年增长减缓；2010 年呈上升趋势，销量为 2,762.68 万套，销售额增至 41.16 亿元。预计 2013 年销量达 4,062.00 万套，销售金额达 60.52 亿元，年复合增长率约 13%。

经过近十多年发展，我国多媒体音箱行业已形成较为完整的原材料和零部件

供应体系，产业链配套齐全。国外多媒体音箱厂商利用我国人力资源充沛、产业集群等优势，纷纷通过寻求 OEM、ODM 合作厂商或在中国境内设厂，取得成本比较优势，促使中国多媒体音箱产业规模快速增长。目前，我国已成为全球最大的多媒体音箱生产基地，约占全球 80%的份额。

2008-2013 年全球发展中地区、中国多媒体音箱的销售及预测



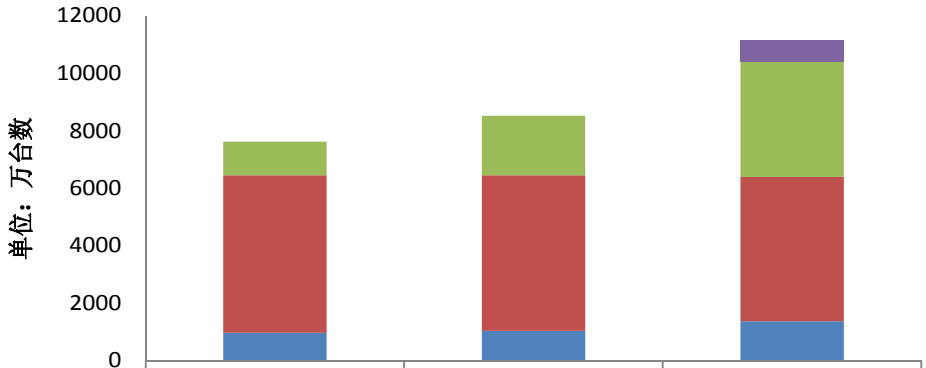
	2008	2009	2010	2011E	2012E	2013E
发展中国家销售额（亿元）	64.43	70.26	82.00	93.08	103.98	116.39
中国销售额（亿元）	32.21	35.13	41.16	47.00	53.55	60.52
发展中国家销量（万套）	4323.87	4715.12	5503.35	6246.67	6978.70	7811.55
中国销量（万套）	2161.94	2357.56	2762.68	3154.57	3594.03	4062.00

数据来源：中国电子音响工业协会

（3）iPod/iPhone/iPad 系列产品盛行带来的多媒体音箱新增市场

自 2001 年 10 月苹果公司发布第一代 iPod 播放器以来，已历经 iPod mini、iPod shuffle、iPod nano、iPod touch 等多代产品，累计全球销售超过 3 亿台；2007 年 6 月，苹果公司又推出一款划时代产品 iPhone 手机，目前已陆续推出 iPhone 3G、iPhone 3Gs、iPhone 4 等升级产品，截至 2010 年 9 月累计全球销量达 7,373.6 万套；2010 年 4 月，苹果公司推出 iPad 平板电脑，当年全球销量即达 745.8 万套。每一款苹果产品以其人性化的设计、简易的操作界面、完美的各项功能和体验一直吸引着世界的眼光，持续引发全球“苹果迷”的积极抢购，苹果系列产品的全球盛行已发展成为一种“苹果文化”，同时也衍生出一个拥有上千种不同配件，从时尚外壳、iPad 键盘到苹果系列音箱的庞大市场体系。

2008-2010年美国苹果公司主要产品销量



	2008	2009	2010
IPAD	0	0	745.8
IPHONE	1162.7	2073.1	3998.9
IPOD	5482.8	5413.2	5031.2
MAC	971.5	1039.6	1366.2

数据来源：2010 年苹果公司年报（2009 年 9 月 26 日至 2010 年 9 月 25 日）

根据 2010 年 10 月苹果公司发布的数据，iPhone 手机全球累计销售量已突破 7,300 万套，并以每季度超过 1,000 万套的销量递增，预计到 2014 年 iPhone 手机累计销售量将突破 1.8 亿台。根据 2010 年 10 月 iSuppli 公司的预测，随着 iPad 部件供应情况的改善，未来 iPad 销量将快速增长，预计 2011 年销量将达 4,370 万套，2012 年将达 6,330 万套。

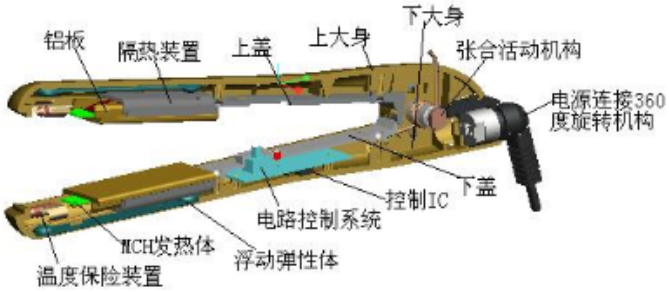
根据中国音响电子工业协会预测，预计到 2014 年 iPhone 系列音箱累计销量将达 3,240 万套，新增市场空间 97.20 亿元；预计到 2012 年 iPad 系列音箱累计销量将达 2,174.40 万套，新增市场空间 65.23 亿元。

2、美发小家电细分市场

美发小家电泛指人们日常生活用于发型护理、造型设计、修整等方面的小型电器产品，一般分为直发器、卷发器、电吹风、电推剪等产品。

直（卷）发器属于新型美发小家电产品，业界普遍认为大致产生于 20 世纪 90 年代前后。自问世以来，因其使用方便、操作简单、可以实现头发的百变造型等特点，使其在社交、派对文化悠久的欧美国家市场迅速获得广泛应用，并随着时尚发型潮流变动而持续流行。

直（卷）发器一般由电路控制系统、镀钛金或喷陶瓷油的铝板、发热体（MCH 或 PTC）、电源线、上下大身等部件组成。大致结构如下：



直发器产品结构图

直（卷）发器的基本工作原理如下：通电时，电路控制系统控制发热体（MCH 或 PTC）发热升温并实时检测其升温状态，当检测到温度升高到达用户预设的温度时，电路控制系统会自动切断发热体电源；随着能量损失，一旦发热体温度出现下降，就会触发电路控制系统开启发热体电源，这样通过不断的反复自动开启和切断发热体的开关，使得直发器拉发的工作面——铝板的温度基本处于预设温度的恒温状态。铝板直接作用于头发，把头发加热、软化，冷却后即可实现头发拉直和拉卷的效果。

直（卷）发器的工作温度一般在 180-230℃左右，可以按需要调节温度，以适应东西方人种不同发质的要求。直（卷）发器对铝板表面的涂层材料及喷涂工艺具有较高要求，喷涂的好坏直接关系到直（卷）发器的工作性能和使用寿命。涂层里可加电气石、钠米银粉、角质蛋白粉等，可以达到养发护发的功效。

电吹风主要用于头发的干燥和整形，也可供实验室、理疗室及工业生产、美工等方面作局部干燥、加热和理疗之用。按电功率划分，常用的规格从 250 瓦到 1,600 瓦不等。电吹风自 20 世纪 30 年代面世以来，已历经近 80 年的发展，由以前单一的干燥作用发展成各种不同功能、适用于各种不同环境的电吹风来。如：负离子电吹风、红外电吹风、陶瓷发热电吹风以及低噪音电吹风等。

电推剪是理发、美发工具。电推剪一般由固定推齿、活动推齿、调节手柄、壳体和装在壳体内的电器部件组成，使用时须由电作动力，以交流电居多。

美发小家电通过不断提高性能，优化使用方法，变得更加简单实用，使人们

在家里就能实现在专业美发机构才能达到的效果，享受 DIY 美丽体验，提升人们的生活品质，省去在专业美发机构的时间和金钱成本，具有时尚消费品的特点。

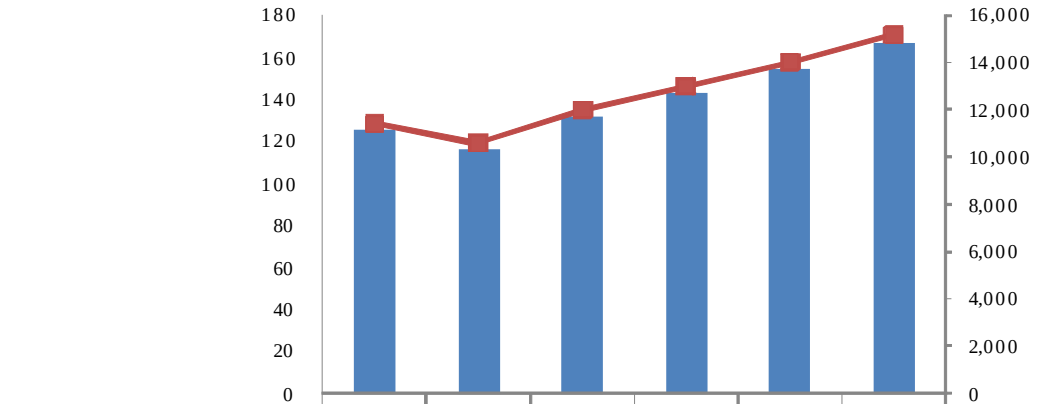
（1）全球发达地区美发小家电市场容量

欧美等发达地区居民购买力强，社交、派对文化悠久，对时尚美发产品的消费投入远高于其他地区居民。同时，欧美地区人工成本高、专业美发护理昂贵，大众偏向于购买家用美发产品自我护理，在节省成本的同时也获得了 DIY 发型的美丽体验。美发小家电在欧美等发达地区普及率较高，已成为时尚爱美人士必备的日用小家电产品。

①直（卷）发器市场容量

根据中国家用电器协会统计数据显示，2008 年全球发达地区直（卷）发器的销量为 11,400 万套，销售额为 125.40 亿元；受全球金融危机影响，2009 年直（卷）发器销量同比下降 7.3%，销售额降至 116.25 亿元；伴随着全球经济复苏，2010 年销量达 12,015.59 万套，销售额为 132.17 亿元，预计未来几年将保持约 9%的增长，2013 年销量将增至 15,161.42 万套，销售额达 166.78 亿元。

2008-2013 年全球发达地区直（卷）发器市场规模及预测



	2008	2009	2010	2011E	2012E	2013E
发达地区销售额（亿元）	125.40	116.25	132.17	142.88	154.41	166.78
发达地区销量（万套）	11,400.00	10,567.80	12,015.59	12,988.85	14,037.05	15,161.42

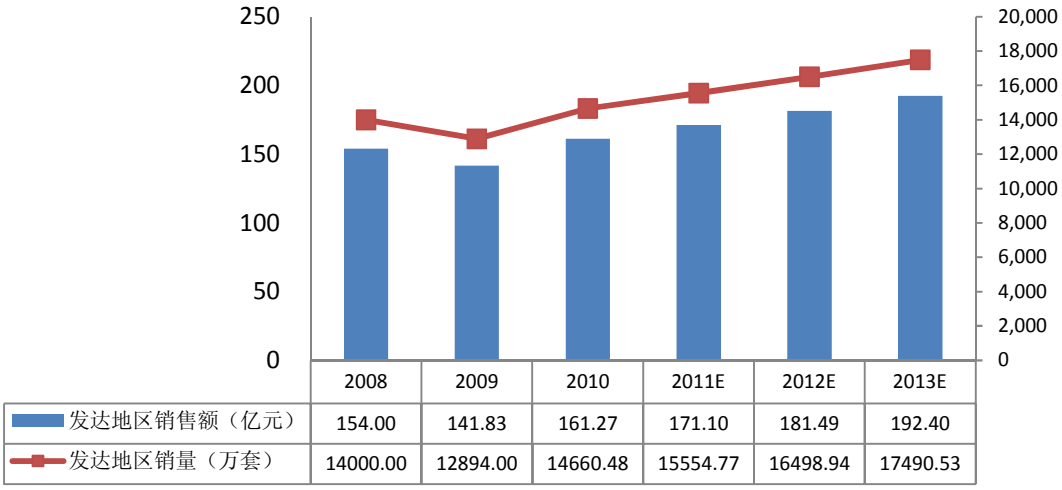
数据来源：中国家用电器协会

②电吹风市场容量

发达国家和地区的电吹风行业发展成熟，市场规模相对稳定，增长速度平稳。

根据中国家用电器协会数据显示，2008 年发达国家和地区电吹风的销量为 14,000 万套，销售额是 154 亿元，2010 年的销售 14,660.48 万套、161.27 亿元，预计未来几年将保持 6%的增长，2013 年销量将突破 17,490.53 万套，销售额将达 192.40 亿元。

2008-2013 年全球发达地区电吹风销售及预测



	2008	2009	2010	2011E	2012E	2013E
发达地区销售额（亿元）	154.00	141.83	161.27	171.10	181.49	192.40
发达地区销量（万套）	14000.00	12894.00	14660.48	15554.77	16498.94	17490.53

数据来源：中国家用电器协会

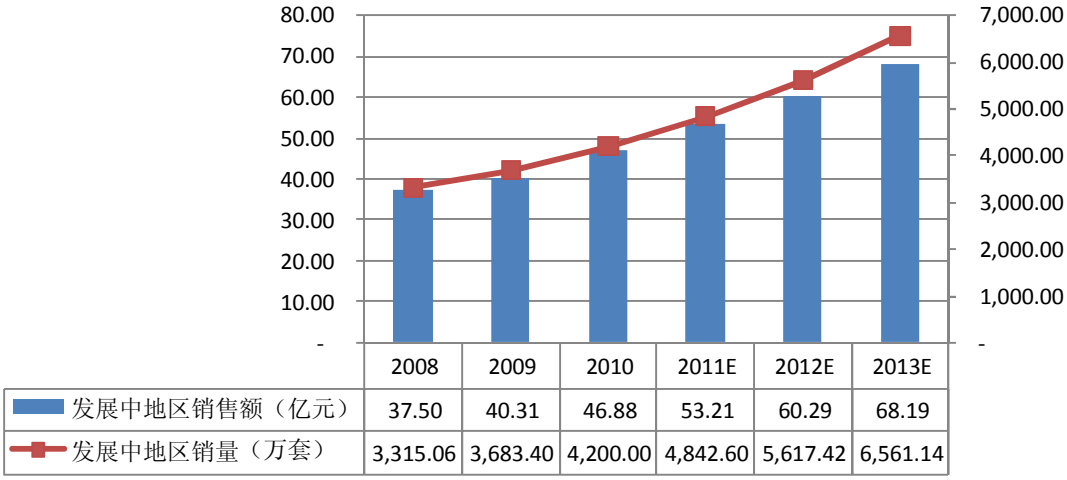
（2）全球发展中地区美发小家电市场容量

全球发展中地区的人口众多，美发小家电产品存在潜在的巨大市场空间。随着发展中地区新兴市场居民生活水平逐渐提高，人们开始注重生活品质，对个人的美发护理投入不断增加，为全球美发小家电行业带来了新的增长。

①直（卷）发器市场容量

直（卷）发器主要消费群体集中在欧美等发达地区市场，全球发展中地区普及率较低，人均拥有率远低于全球发达地区的水平，市场尚处于培育期。根据中国家用电器协会的统计数据，全球发展中地区直(卷)发器 2008 年销量为 3,315.06 万套，销售额为 37.50 亿元。随着新兴市场经济快速发展，市场潜力将会逐步释放，前景十分广阔。预计到 2013 年直（卷）发器市场规模将超过 6,561.14 万套，销售额将达 68.19 亿元，年增速约为 13.3%。

2008-2013 年全球发展中地区直（卷）发器销售及预测



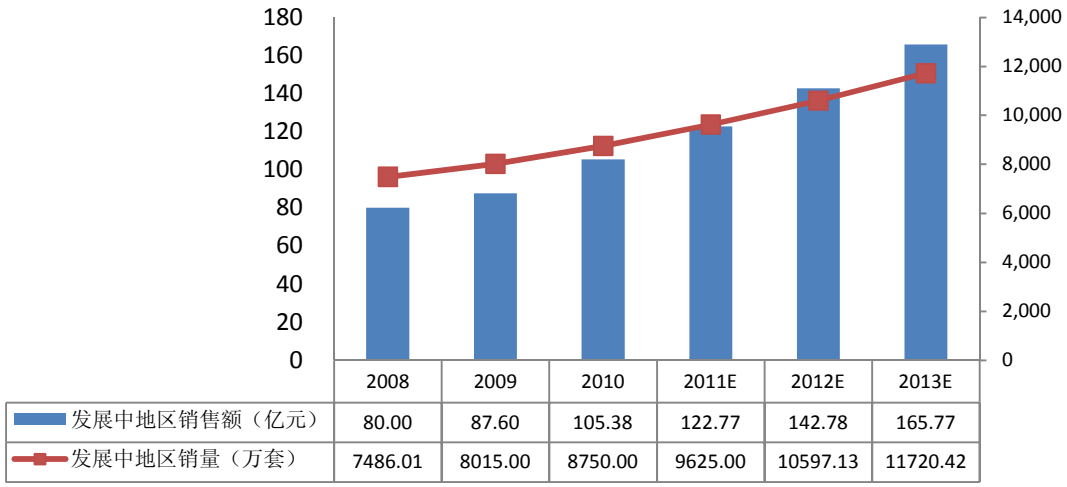
	2008	2009	2010	2011E	2012E	2013E
发展中地区销售额（亿元）	37.50	40.31	46.88	53.21	60.29	68.19
发展中地区销量（万套）	3,315.06	3,683.40	4,200.00	4,842.60	5,617.42	6,561.14

数据来源：中国家用电器协会

②电吹风市场容量

随着电吹风进入普通家庭，全球发展中地区的电吹风市场规模表现出良好的增长态势，根据中国家用电器协会统计数据，2008-2010 年销售量分别为 7,486.01 万套、8,015 万套、8,750 万套，销售额分别为 80 亿元、87.60 亿元、105.38 亿元。随着电吹风的普及化，市场将迅速拓展，预计 2011-2013 年电吹风的市场规模年增速将达到 16.3%，2013 年全球发展中地区电吹风的市场规模将超过 11,720.42 万套，销售额达 165.77 亿元。

2008-2013 年全球发展中地区电吹风销售及预测



	2008	2009	2010	2011E	2012E	2013E
发展中地区销售额（亿元）	80.00	87.60	105.38	122.77	142.78	165.77
发展中地区销量（万套）	7486.01	8015.00	8750.00	9625.00	10597.13	11720.42

数据来源：中国家用电器协会

（三）行业经营模式

在小家电产业的各个环节，一般而言可分为小家电设计方案提供商、小家电生产制造商、小家电设计制造商、小家电自主品牌制造商和小家电品牌运营商五种类型。

竞争主体	方案设计	电子设计	软件设计	生产	销售	专业服务	品牌
小家电设计方案提供商	●	●	●				
小家电生产制造商				●	●	●	
小家电设计制造商	●	●	●	●	●	●	
小家电自主品牌制造商	●	●	●	●	●	●	●
小家电品牌运营商	●				●	●	●

国际上的大型小家电企业大多属于小家电品牌运营商，主要从事消费者市场需求分析、品牌运营及市场推广、销售渠道建设等，如飞利浦、松下等。

小家电设计方案提供商主要为其他小家电企业，尤其是小家电生产制造商提供设计方案，包括外观设计、结构设计、电子设计和软件设计等服务。

小家电生产制造商主要依据品牌运营商或方案公司提供的方案，对原材料进行简单的加工或组装，获取低廉的利润。

小家电设计制造商一般拥有一定的核心技术和较为丰富的生产管理经验，并主要依靠自主研发能力为品牌运营商提供产品开发设计和制造服务。通过与品牌运营商的长期合作，部分领先的小家电设计制造商逐步积累了一定的品牌运营经验，并根据企业自身发展战略，在目标区域市场以自有品牌进行销售，并占有较大的区域市场份额，逐步实现向小家电自主品牌制造商的转换。

（四）行业利润水平的变动趋势及其原因

小家电功能定位于改善家居环境，提高人们生活品质和舒适度，产品类别广，涉及到家庭生活方方面面，欧美发达国家小家电品种已达200多种，满足人们个性化需求的新型小家电产品还将不断涌现，行业整体呈现出产品多样化、潮流化、个性化的特点。小家电行业特点决定了一方面单一企业难以在小家电行业处于全

面领先地位，另一方面各小家电企业专注于某几类小家电产品，各企业产品差异化明显，因而与传统大家电相比，小家电行业整体利润水平保持在较高水平。

目前小家电市场正处于由分散向品牌集中度提高的变化过程中，优胜劣汰在小家电行业中快速体现出来，具备较好的产品开发和创新能力，强调专业化、产品精细化的企业会获得较好的发展空间和盈利增长。

（五）小家电行业技术特点及发展趋势

小家电行业涉及到电子、声学、工业设计、机械设计、材料、软件、电磁兼容等技术领域。传统的小家电产品技术成熟，更新换代缓慢；新型小家电产品的技术水平高，各种新技术、新材料应用广泛。但我国与发达国家相比较，大多数小家电企业自主研发能力尚不强，仍属国际尖端品牌的跟随者和效仿者，仅有为数不多的企业有能力从事较高水准的全面自主设计与开发。

在强调生活品质的今天，人们对生活舒适度的要求不断提高，消费者对小家电的追求更多体现在产品的外观、功能设计上，对产品的美观度、时尚性、智能化、实用性、产品质量提出了更高的要求。同时，随着政府和社会公众对环境保护的重视，环保理念越来越深入人心，欧盟、美国纷纷制定节能环保新标准，提高市场准入门槛，我国的国家强制能效标准将逐渐向小家电产品全线铺开。新型节能环保技术及各类新材料将在小家电产品中得到更加广泛的应用，凭借“技术+标准”双轮驱动，推动行业竞争升级。

公司主营产品多媒体音箱和美发小家电的技术未来还将呈现以下发展趋势：

多媒体音箱子行业

1、音箱小型化

随着笔记本电脑、iPad/iPhone/iPod、平板电脑、平板电视、智能手机等新型音频消费类电子产品的快速发展，传统多媒体音箱产品的体型与新型音频消费类电子产品难以匹配，多媒体音箱有朝小型化方向发展的趋势。小型化关键技术为喇叭单元的突破，需在小口径喇叭的条件下，做到大口径单元喇叭的低频效果和低频响应；小口径喇叭的开发成功，能够使音响产品变得小巧，迷你但不失音质。

2、无线音频技术的应用

蓝牙技术早在 1998 年便开始应用在实际的产品中，近几年逐步应用于无线音频领域，但蓝牙技术对于无线音频的传输和应用还存在不同程度的缺陷，而新的 2.4G 无线技术采用自动跳频技术，其抗干扰性更强、功耗更低、传输距离更远。

3、多媒体音箱对音源的适应性不断提升

近年来，多媒体音箱随着音源的变化而变化，从传统的 3.5MM 接口、RCA 接口、USB 接口到目前的支持 iPod/iPhone/iPad Docking 接口的新技术，多媒体音箱一直在不断的为适应新的音源而变化，音箱生产企业需要不断保持技术敏感性，快速把握音源的变化趋势。

4、数码科技广泛应用于音频产品

随着数码科技的发展，越来越多的新技术将应用于音频产品，无线音频、数字音频、数字功放、数字音频中心等新技术将推动音箱市场的发展。多媒体音箱将由之前单一的回放设备，变为整合多种功能的设备，如网络收音机、音乐闹钟、读卡器等，甚至可以连接网络，直接从网上获取音乐文件或收听网络电台。

美发小家电子行业

1、纳米、新型陶瓷等新材料的广泛应用

纳米材料具有抗菌、除味、防腐、抗老化、抗紫外线等作用，通过特殊工艺在产品的表面添加纳米材料将是美发小家电的发展趋势；此外，新型陶瓷材料以耐高温、隔热、高硬度、耐磨耗等优异的热性能和机械性能，已逐渐应用在美发小家电发热板或发热体上，电推剪陶瓷刀片、陶瓷电吹风发热芯将成为未来美发小家电新材料应用的一大趋势。

2、新式表面处理工艺的应用

直发器、卷发器等美发小家电作为女性消费品，时尚、高档、个性、靓丽的外表成为消费者选购产品的重要考虑因素。真空镀、水贴附、3D 喷涂、皱纹漆等新式表面处理工艺将广泛应用于美发小家电产品，实现产品的多样化色彩和外观选择。

3、负离子和蒸汽新技术

为保护头发健康，使秀发光亮滋润，在美发小家电产品中加入负离子发生器，或在发热体周围部件上喷负离子粉使其工作时产生可以除尘、净化空气等效果；在美发小家电产品上加入蒸汽发生装置，使产品在使用时产生蒸汽，可以改善产品高温对发质的损坏，并使发质更柔顺亮丽。

（六）行业竞争格局

发达国家和地区的小家电品牌商拥有丰富的品牌运营经验和高效的营销渠道体系，占有全球 70%的市场份额。受人力成本、产业链等因素制约，已逐步把大部分产能转移到发展中国家，自身专注于品牌建设。而中国具有上述因素的比较优势，已成为小家电品牌商产能转移的首选目的地。针对小家电消费需求快速增长的趋势，中国不少大家电厂商近年纷纷加入这一行列。

在产业结构调整和产业升级的大背景下，我国小家电企业竞争的重点由单纯的价格竞争转移到主要依靠技术创新、产品创新和营销创新的竞争，产业格局日益完善和合理化，并逐渐形成了完整的产业链。领先企业在不同的细分市场中，建立起了自身的比较优势。

发行人所处小家电细分市场竞争格局

行业	细分市场	目标市场区域		目标市场区域主要生产企业
小家电行业	多媒体音箱	国内 OBM 市场		本公司、漫步者、麦博、惠威、三诺、轻骑兵
		国外	发达地区 ODM 市场	本公司、三诺、纳伟仕、广州国光
			发展中地区 OBM 市场	本公司、漫步者、麦博、IBALL（印度）
	美发小家电	发达地区 ODM 市场		本公司、建福、月立、金得利、浩延、淇升、飞旭电子

1、多媒体音箱市场

在欧美等发达地区市场，罗技、创新、Altec Lansing、JBL、飞利浦、BOSE

等多媒体音箱国际知名品牌商占据绝大部分市场份额，其产品主要由来自中国的小家电设计制造商设计和生产。品牌商不直接从事制造，主要依靠品牌运营和销售服务来获取高额利润。这些品牌历史久远，在全球发达地区具有深远的影响力，中国小家电设计制造商在该市场领域难以与其竞争，而是采取与国际知名品牌商合作，间接将产品销往欧美等发达地区市场，竞争主要存在于国内同类型企业之间，主要有本公司、三诺、纳伟仕、广州国光等。

全球发展中地区是小家电的新兴市场，除了当地的品牌和国际大品牌进入外，还有不少中国的自主品牌进入，如漫步者、麦博及本公司等。国内多媒体音箱市场主要由国内品牌主导，市场上活跃着大大小小几十种品牌，主要为漫步者、麦博、惠威、三诺、轻骑兵及本公司等。

2、美发小家电市场

欧美等发达地区市场，飞利浦、松下、Farouk Systems、Conair、Sally Beauty、HOT 等均是美发小家电国际知名品牌商，占据绝大部分市场份额，其产品主要由来自中国的小家电设计制造商设计和生产，品牌商不直接从事制造，主要依靠品牌运营和销售服务来获取高额利润。品牌商以其强大的品牌影响力和健全的营销体系牢牢把持着全球发达地区中高端市场，中国小家电设计制造商在该市场领域难以与其竞争，而是采取与国际知名品牌商合作，间接将产品销往欧美等发达地区市场，竞争主要存在于国内同类型企业之间，主要有本公司、建福、月立、金得利、浩延、淇升和飞旭电子等。

目前，受消费习惯影响，国内消费者倾向于选择到专业美发店接受服务；随着全球时尚潮流信息传播速度的进一步加快，国内消费者对直（卷）发器等新兴美发小家电产品认知程度不断提高，未来国内直（卷）发器市场将迎来快速发展。目前，飞利浦、松下等国际品牌商已推出部分产品在国内一线城市的百货商场、大型连锁超市专柜等渠道销售。电吹风是家庭生活必备的小家电产品，在国内已形成一个成熟的充分竞争市场，品牌集中度较高，前十大品牌占据了全国约 90%的份额，主要品牌包括飞利浦、松下、飞科、超人、奔腾、美的等。

（七）行业壁垒

1、与国际品牌商的紧密合作关系

小家电产品的时尚化和个性化发展趋势，以及小家电行业产业链的特点要求小家电产品出口生产企业必须尽早地参与到新产品开发过程之中。目前全球小家电产品的市场格局，决定了国际品牌商掌握终端市场渠道和最前沿的产品开发信息。小家电产品出口生产企业为了保持竞争优势，就必须在新产品开发过程中与国际品牌商保持紧密的合作关系。

2、良好的企业声誉和一体化服务能力

小家电产品出口生产企业主要客户为小家电国际品牌商。在全球小家电产业价值链上，国际品牌商根据其自身定位和比较优势，将小家电产品的设计开发、制造环节全部外包给OEM/ODM厂商，其主要精力则投向于产品前沿技术开发，以及品牌推广和市场营销网络建设上，因而品牌商对供应商新产品研发能力、准时交付能力、品质控制能力等要求很高。新进入本行业的小家电出口生产企业只有在参与国际市场竞争的过程中逐步提高实力，积累生产经验，确立在客户中的良好信誉和形成一体化服务能力，做到保证按时、按质、按量向客户交货，形成良好的历史记录，才能稳定地参与小家电产业链全球价值分工。

3、环保、安全和质量认证限制

随着人们对小家电产品的环保、安全、质量意识的不断提高，世界各国对小家电产品均制定了严格的产品环保、安全和质量认证标准。企业生产的小家电产品要进入国内、国际市场，需取得各国相应的产品环保、安全和质量方面的认证。

4、规模化生产制造能力

小家电行业的规模效应明显。一方面企业需要形成自身的规模优势以降低产品的成本，保证企业利润空间；另一方面品牌商，尤其是国际知名品牌商一般订单量较大，对供应商大规模、高质量、快速交付订单的能力要求很高，而新进入的企业短期内较难达到一定的生产规模以控制成本和满足大型客户需求。

5、管理能力限制

小家电时尚化、个性化以及功能多样化的发展趋势使产品的制造工艺和技术更为复杂，同时对生产组织、协调、应变与柔性化制造体系的要求更高。因此，小家电制造企业达到一定规模后，需形成科学完善的组织结构、业务流程及专业的管理团队。

（八）行业发展有利和不利因素

1、有利因素

（1）国家政策的扶持

国家为了促进小家电行业发展，出台了一系列支持政策，例如：财税[2009]88号《关于进一步提高部分商品出口退税率的通知》规定，2009 年 6 月 1 日起音响产品、小家电产品出口退税率调回至 17%；《电子信息产业调整和振兴规划》要求确保视听产品等骨干产业稳定增长：“推进视听产业数字化转型……促进数字家庭产品和新型消费电子产品大发展……实现视听产业链的整体升级”。国家政策的支持，营造了良好的行业发展环境，为行业持续发展提供了保障。

（2）国民经济高速发展，国民收入水平不断提高

近年来，我国国民经济持续高速发展。根据国家统计总局数据，2004 至 2008 年，我国 GDP 保持年均 10%以上的增长速率；即使在受到金融危机影响的 2009 年，GDP 增长率亦达到超预期的 9.2%，2010 年 GDP 增长率达 10.4%。国民经济的高速发展，城乡居民收入的大幅提高，以及覆盖城乡的社会保障体系逐步健全和完善，居民消费能力有了较大提升，进一步加大了在改善家居环境和提升生活品质方面的投入，给小家电行业带来了广阔的增长空间。

我国家庭平均拥有小家电数量不到 10 件，远低于欧美国家每户 40 件的水平，市场潜力巨大。目前我国小家电产品升级速度加快，传统小家电以更新换代为主，新兴小家电则以新购置为主，因此城镇市场进入了小家电消费高峰阶段。随着经济的不断回暖以及各项政策深度和广度的提升，将继续推动小家电消费的快速增长。

（3）全球产业梯度转移，为中国小家电行业研发、生产水平提供保障

随着产业的梯度转移，我国成为全球最大的小家电生产基地。小家电产业基地的转移和小家电市场的日益发展，吸引众多企业进一步加大对小家电生产的投入，大大推动了小家电生产和研发技术的进步。同时为拓展海外市场，小家电企业更多地按照国际的安全标准生产，进一步提升了小家电的生产和研发技术水平。目前，我国的小家电制造技术日趋成熟，部分产品技术指标已接近或达到国际先进水平，为本行业的发展提供了有力保障。

（4）产品质量监督加强

我国政府于2001年12月开始对家电产品实施强制性产品认证制度；国家商检局2004年年初针对出口小家电产品做出规定，检验检疫机构需根据规范的工作流程进行型式试验；2004年1月，国家发改委发布我国废旧家电及电子产品回收处理生产者责任制度，拟建立多元化的废旧家电回收体系和集中处理体系。这些规定对保证小家电产品质量，改变小家电企业低价劣质的恶性竞争模式，淘汰质量不合格企业，起到了积极的作用，从整体上维护了小家电厂商的利益，有利于行业良性发展。

2、不利因素

（1）人民币不断升值削减了企业海外竞争力和利润空间

中国的小家电企业大部分为出口型企业，人民币不断升值压缩了企业的利润空间，并且削弱了中国小家电制造企业的竞争力，对企业的发展带来较大影响。

（2）消费习惯转变过程的长期性对小家电产业成长形成短期制约

目前，直发器、卷发器等以提升人们生活品质和获取美丽体验为主的小家电产品市场集中在欧美等发达地区，虽然其他地区居民生活水平的提高有力地拉动了直发器、卷发器市场的增长，但对以提高生活品质和精神享受为主的新型美发小家电的广泛认可还需一个过程，这将影响到直发器、卷发器等美发小家电产品短期的市场容量。

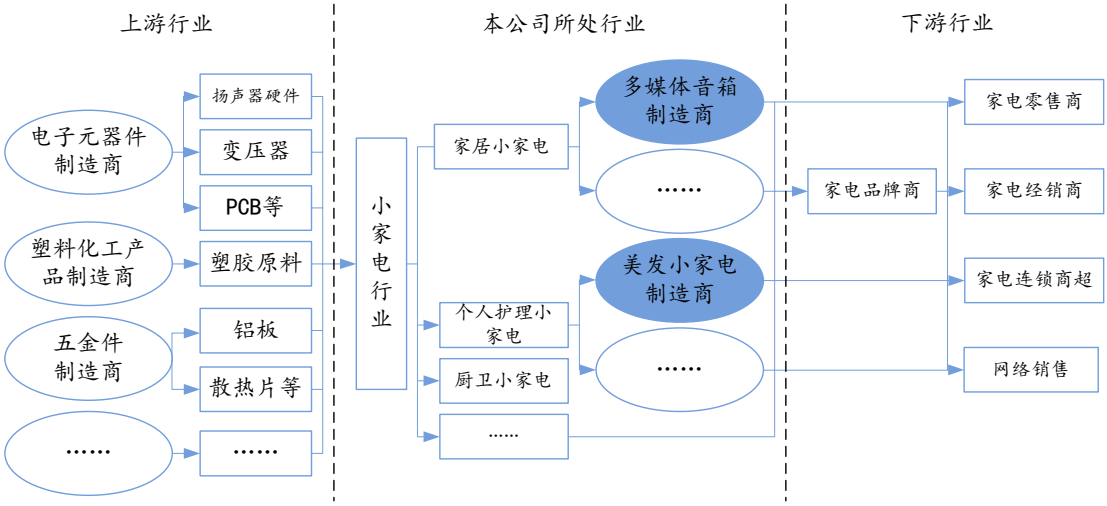
（3）综合成本上升增加企业经营风险

原材料波动、汇率波动、出口退税率波动和人工成本等因素都综合影响产品

获利能力。近年来，小家电生产所需的塑胶原料、有色金属、电子元件、PCB、板材等原材料价格和劳动力价格不断上涨，人民币汇率也呈现上升趋势，综合成本的不断上升增加了小家电企业的经营风险。

（九）行业上下游之间的关系及其对本行业的影响

小家电行业的上游行业为电子元器件、塑胶化工、五金件等生产企业，下游行业为小家电品牌商、经销商、零售商、家电连锁商超等销售渠道，在整个产业链中，上、下游行业的发展经营状况与小家电行业有较大的关联性。



1、来自上游的影响

与其他发展中国家相比，中国的基础工业门类较为齐全，如冶金、钢铁、化工、电子等，中国均有大型企业为后续产业提供原材料和配套服务。上游的原材料、零部件已形成完整的供应链体系，保证了中国小家电企业的生产配套。

上游行业电子元器件、塑料原料等原材料价格受国内外能源、基础原材料价格的影响，其变动对小家电行业利润水平呈反方向影响，即原材料价格上升，小家电行业利润下降，反之亦然。

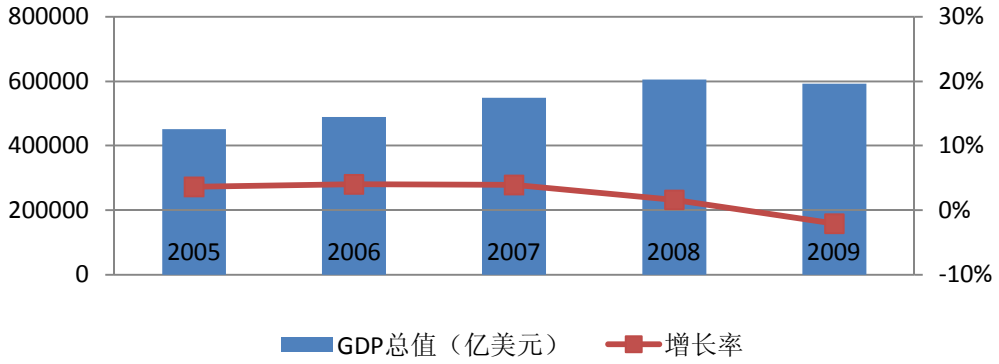
2、来自下游的影响

本行业的下游行业是国内外小家电品牌商、经销商、连锁商超等，产品最终销售状况由终端消费者的需求决定。小家电产品主要用于人们改善家居环境和提升生活品质，消费者的可支配收入、对提升生活品质的愿望以及消费偏好等是影

响本行业产品销量的重要因素。此外，我国小家电产品主要用于出口，全球宏观经济环境和居民可支配收入的增长预期对本行业将产生重大影响。

2005-2008 年，全球经济保持稳定增长，根据世界银行统计数据，全球 GDP 总量年均增长率为 3.28%；受 2008 年底全球经济危机的影响，2009 年全球 GDP 总量出现负增长，同比下滑 2.1%。根据世界银行发布的《2010 年全球经济展望》预测，全球 GDP 总量 2010 年和 2011 年增长 2.9%-3.3%，到 2012 年将达 3.2%-3.5%。全球经济复苏的持续推进将有助于小家电行业在未来的快速发展。

2005-2009 年全球 GDP 总量及增长情况



资料来源：世界银行 WDI 数据库

在国内市场，随着国民收入水平的不断提高，人们开始注重各类家用小电器对提升生活品质的作用。同时，我国大型百货商场、家电连锁、超市以及网上商城等市场营销网络的快速发展也为小家电的销售提供了有利条件。

（十）周期性、区域性和季节性

1、行业的周期性特征

经济发展的周期性对小家电行业有一定影响，小家电产品需求量受经济发展周期性影响而呈现一定变化，但是总体来说小家电产品需求稳中有升。

2、行业的区域性特征

就生产区域而言，我国小家电出产地主要集中在珠江三角洲的深圳、顺德、东莞等经济较发达地区，已经初步形成了以广东顺德为核心的珠三角产业集群，

同时国内也存在以青岛为核心的环渤海产业集群，以浙江慈溪为核心的长三角产业集群。就本公司主营产品而言，多媒体音箱主要产地集中在珠三角地区；美发小家电主要产地集中在广东、浙江一带。

3、行业的季节性特征

小家电产品主要出口欧美等发达地区，由于欧美的主要节日相对集中在下半年，节日效应明显，使得小家电产品销售有一定的季节性。本公司上半年和下半年销售收入比例大致为4:6。

（十一）产品进口国的有关进口政策、贸易摩擦对产品进口的影响以及进口国同类产品的竞争格局等情况

本公司产品主要出口美国、印度、俄罗斯、英国、德国、智利、乌克兰等国，其中美国占 60%以上。目前，多媒体音箱和美发小家电产品进入美国或欧洲市场一般要通过进口国的安全认证和环保指令等，上述进口国主要产品认证和环保指令包括美国 FCC 认证、美国 ETL 认证、美国 CB 认证、欧盟 CE 认证、欧盟 RoHS 指令等。

目前，全球发达地区的多媒体音箱和美发小家电生产大部分已转移到发展中国家，中国已成为全球最主要的制造基地，对进口国同类产品的冲击有限，再加上WTO条款的约束，多媒体音箱和美发小家电并未受到进口国的高关税、反倾销等贸易壁垒的影响。

目前，罗技、飞利浦、创新、Altec Lansing、JBL、BOSE等品牌企业占据全球发达地区多媒体音箱市场主要份额；飞利浦、松下、Conair、Farouk Systems、HOT、Sally Beauty等品牌企业占据全球发达地区美发小家电市场主要份额。公司出口美国、欧洲的产品主要为当地国际知名品牌商、零售商的ODM产品，与公司自有品牌产品不会产生竞争。

四、公司在行业中的竞争地位

（一）同行业竞争对手

1、多媒体音箱细分市场

根据多媒体音箱市场不同国家或地区竞争程度、消费层次和市场潜力的差异性，公司采取 ODM 与 OBM 相结合的经营模式。在欧美等全球发达地区市场，公司选择与多媒体音箱国际知名品牌商、零售商合作，为其提供产品开发和生产制造服务，因而与其不存在竞争关系，公司在该类市场区域的主要竞争对手是国内与公司经营模式相似的多媒体音箱厂商，主要包括三诺、广州国光、纳伟仕等厂商；在国内和海外发展中地区市场，公司产品主要以自主品牌进行销售，主要竞争对手包括漫步者、麦博等领先的多媒体音箱厂商。多媒体音箱行业公司国内外主要竞争对手情况如下：

区域	企业简称	成立时间	公司概况
国内	漫步者	1996	A股上市公司（股份代码：002351），主要产品包括多媒体音箱、耳机、汽车音响和专业音响四大系列， 2010年漫步者多媒体音箱收入6.95亿元。
	麦博	1998	麦博拥有音箱厂、扬声器厂，电子厂、五金模具及加工厂，塑胶模具及注塑厂，主要产品包括多媒体音箱、耳机和对讲机三大系列。
	三诺	1996	韩国证券交易所上市公司，主要产品包括多媒体音箱、笔记本与电脑、计算机外设、耳机产品、机箱、机顶盒、ITV移动数字棒等系列。
	惠威	1991	惠威主要产品有专业音箱、扬声器等，产品广泛销往世界各地，其扬声器产品被越来越多的欧美著名音响厂商所使用，是世界上著名的 Hi-end 高级扬声器制造商，在中国有两个生产基地。
	轻骑兵	1993	北京市科委认定的高新技术企业，在北京和深圳分别设有研发中心，在深圳拥有制造基地。
印度	IBALL	2001	总部位于印度孟买，目前拥有 19 个系列 275 种不同型号的产品，目前 Iball 销售的产品数量超过 1600 万套，并为客户提供良好的售后服务。产品包括蓝牙音箱、鼠标、耳机、

			键盘及电脑主机等。
欧美	三诺	同上	
	广州国光	1993	A股上市公司（股份代码：002045），主要产品包括音箱、扬声器和电子零配件产品，2010年广州国光音箱收入12.58亿元。
	纳伟仕	1998	美国上市公司，主要产品包括音响、电视、3G通信产品、机顶盒、DVD，周边设备及配件，主要生产基地位于广东惠州，2010年1-9月营业收入为2.36亿美元。

数据来源：各企业网站、年报

2、美发小家电细分市场

公司美发小家电产品以直（卷）发器为主，主要消费群体集中在欧美等发达地区市场，国内及海外发展中地区市场尚未形成。公司选择与美发小家电国际知名品牌商、零售商合作，为其提供产品开发和生产制造服务，因而与其不存在竞争关系，公司主要竞争对手来自国内与公司经营模式相似的美发小家电生产企业，主要包括建福、月立、金得利、浩廷、淇升、飞旭电子等，美发小家电行业公司主要竞争对手情况如下：

区域	企业简称	成立时间	企业概况
国外	建福	1984	建福集团主要从事设计、生产及销售电子美发产品、电子保健产品及其他小型家电产品，主要产品包括电吹风、直发器、风梳、卷发器、锥形推发器、两用直发夹及卷发器以及褶皱烫发板等。
	月立	1996	浙江月立电器有限公司主要从事电吹风、电熨斗、卷发器等小家电的研发、生产和销售，产品主要销往欧洲、中东、南非、东南亚和南美、北美等国家和地区。
	金得利	1992	浙江金得利美容美发家电有限公司专业生产“JDL”系列烫发器、电吹风和理发剪。产品出口到泰国、越南、俄罗斯、韩国及意大利、德国、西班牙、希腊等欧洲国家，远销巴西、加拿大、美国等美洲国家。
	浩廷	2008	浩廷电器（珠海）有限公司是香港浩廷有限公司在珠海设立的独资企业，是一家专业制造家庭、个人美容美发等电器产品的生产厂商，主要生产沙宣等世界知名品牌的电吹风、卷发器，产品全部外销至欧美及其他国家。

	淇升	1993	淇升科技（深圳）有限公司专业生产万能、沙宣等欧美及世界名牌家用小电器，主要产品分为美发电器、厨房电器和保健电器三大系列，产品全部出口欧美等地。
	飞旭电子	2002	飞旭电子（苏州）有限公司系美国 EMS 知名厂商飞旭电子在中国投资设立的外商投资企业，主要为 OEM 客户提供新产品引进，印刷电路板的装配和系统集成，客户定单履行等服务。

数据来源：各企业网站

（二）公司在行业中的地位

1、多媒体音箱细分市场

公司是国内领先的多媒体音箱生产企业之一，年产销量达 530 万套左右，居国内企业前列。根据中国电子音响工业协会数据，2009-2011 年，公司产品全球市场占有率分别为 3.25%、3.63%、3.81%。

公司多媒体音箱产品全球市场占有率计算过程如下：

期间	2011E	2010	2009
1、公司销量（万套）	531.81	447.52	317.03
2、全球市场销量（万套）	13,944	12,339	9,762
其中：全球发达地区销量（万套）	7,697	6,836	5,047
全球发展中地区销量（万套）	6,247	5,503	4,715
3、公司全球市场占有率	3.81%	3.63%	3.25%

数据来源：中国电子音响工业协会、公司销售数据

公司产品以外销为主。报告期内，根据海关总署信息中心“单喇叭音箱”出口金额统计数据，公司在多媒体音箱生产性自营出口企业中居前五名，具体排名情况如下：

排名	2011 年	2010 年	2009 年
1	深圳中电投资股份有限公司	深圳中电投资股份有限公司	深圳市国电物流有限公司 [注 1]
2	国光电器股份有限公司	深圳市三诺电子有限公司	惠州市纳伟仕视听科技有限公司
3	深圳市三诺电子有限公司	国光电器股份有限公司	深圳中电投资股份有限公司 [注 2]
4	深圳市国电物流有限公司	深圳市国电物流有限公司	深圳市三诺电子有限公司

5	惠州市纳伟仕视听科技有限公司	惠州市纳伟仕视听科技有限公司	深圳市展晖商贸有限公司
6	**深圳市奋达科技股份有限公司**	**深圳市奋达科技股份有限公司**	旺兴达(丰顺)电子有限公司
7	深圳麦博电器有限公司	深圳麦博电器有限公司	**深圳市宝安奋达实业有限公司**
8	惠州市泰明进出口有限公司	深圳市展晖商贸有限公司	深圳麦博电器有限公司
9	惠州市泰新进出口贸易有限公司	旺兴达(丰顺)电子有限公司	国光电器股份有限公司
10	上声电子(苏州工业园区)有限公司	福来宝电子(深圳)有限公司	淇誉电子(深圳)有限公司

注 1：深圳市国电物流有限公司主营业务是仓储、运输、报关、配送、流通加工以及物流信息系统设计开发、物流咨询等系列化物流服务，公司网址 http://www.gd-logistics.com.cn

注 2：深圳中电投资股份有限公司主营业务是提供电子外贸专业服务，从事电子信息产业的高新技术投资，公司网址 http://www.ceiecsz.com.cn

数据来源：海关总署信息中心

在国内及全球发展中地区市场，公司产品主要以自主品牌进行销售，并已在中国、印度、乌克兰等发展中地区市场形成较高的品牌知名度。

在国内市场，公司“F&D”商标取得 “广东省著名商标”称号，于 2010 年 1 月被中国音响行业门户网站 www.audio160.com 授予“2009 年度十大多媒体音箱品牌”。2010 年 4 月，公司作为音箱行业唯一代表成为上海世博会生命阳光馆爱心合作伙伴，奋达音箱更成为上海世博会生命阳光馆唯一指定礼品音箱。近五年来，公司部分多媒体音箱产品在国内市场取得的主要荣誉如下：

年度	颁奖单位	荣誉介绍
2007	电脑商情报	奋达音箱荣获2007年度“华南最受读者喜爱奖”
2008	中关村在线	奋达音箱C-30荣获“2008年度最佳产品奖”
	中国多媒体音箱网	奋达i1荣获2008年度迷你音箱“编辑推荐奖”
2009	家用电脑周刊	奋达流金岁月C-80音箱荣获中国年度IT产品评选2008-2009年度“最具价值产品”奖
	天极网	奋达V610音箱荣获天极网2009年度微型音响横向评测“最佳音质奖”
	天极网 中国互联网协会	奋达V360音箱荣获2009年度“音箱推荐产品奖”

	中国计算机用户协会	
2010	电脑迷杂志社	奋达V360音箱荣获2009-2010年度电脑迷“编辑选择奖”
		奋达C-30B音箱荣获2009-2010年度电脑迷“编辑选择奖”
2011	电脑之家	奋达M7音箱荣获2011年度电脑之家“技术创新奖”
		奋达M7音箱荣获2011年度电脑之家“编辑推荐奖”
		奋达品牌荣获电脑之家15周年“技术创新奖”
	中关村在线	奋达M7音箱荣获“2011年度推荐产品奖”

2、美发小家电细分市场

公司是国内中高端直发器细分市场的龙头企业，根据中国家用电器协会数据，2009-2011 年，公司直（卷）发器全球市场占有率分别为 1.93%、2.27%、2.66%。

公司直（卷）发器产品全球市场占有率计算过程如下：

期间	2011E	2010	2009
1、公司销量（万套）	474.76	368.46	275.40
其中：直发器销量（万套）	394.46	341.48	266.48
卷发器销量（万套）	80.30	26.98	8.92
2、全球市场销量（万套）	17,832	16,215	14,251
其中：全球发达地区销量（万套）	12,989	12,015	10,568
全球发展中地区销量（万套）	4,843	4,200	3,683
3、公司全球市场占有率	2.66%	2.27%	1.93%

数据来源：中国家用电器协会、公司销售数据

目前，公司美发小家电产品以直（卷）发器为主，占美发小家电收入比重 90%以上。报告期内，根据海关总署信息中心“其他电热理发器具”出口金额统计数据，公司在直（卷）发器生产性自营出口企业居前三名，具体排名情况如下：

排名	2011 年	2010 年	2009 年
1	深圳市宝安外经发展有限公司	深圳市宝安外经发展有限公司	深圳市宝安外经发展有限公司[注 1]
2	**深圳市奋达电器有限公司**	河源市对外加工装配服务公司	河源市对外加工装配服务公司
3	河源市对外加工装配服务公司	飞旭电子(苏州)有限公司	深圳龙岗区对外经济发展有限公司[注 2]

4	飞旭电子(苏州)有限公司	**深圳市奋达电器有限公司**	**深圳市奋达电器有限公司**
5	深圳龙岗区对外经济发展有限公司	深圳龙岗区对外经济发展有限公司	淇升科技(深圳)有限公司
6	东莞港电电器制品有限公司	浙江月立电器有限公司	浙江金得利美容美发家电有限公司
7	浙江月立电器有限公司	淇升科技(深圳)有限公司	浙江月立电器有限公司
8	浙江金得利电器有限公司	东莞市对外加工装配服务公司	东莞市对外加工装配服务公司
9	东莞富美康电器科技有限公司	东莞富美康电器科技有限公司	飞旭电子(苏州)有限公司
10	宁波发达电气制造有限公司	浙江金得利电器有限公司	浩廷电器（珠海）有限公司

注 1：深圳市宝安外经发展有限公司是进出口和代理进出口业务、自理报关业务的商务单位；http://www.baoanwj.com/docc/aboutus.htm

注 2：深圳市龙岗区对外经济发展有限公司主要经营一般贸易进出口业务，是外商服务的商务单位；http://www.cnlinfo.net/company/1379.htm

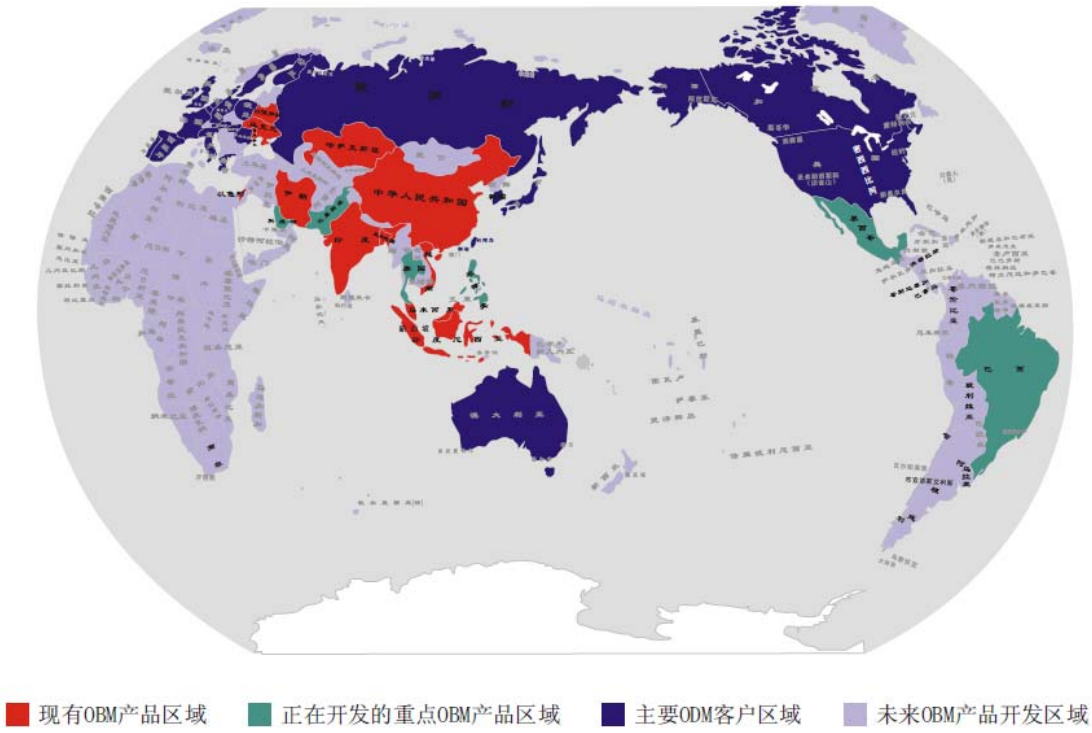
数据来源：海关总署信息中心

五、公司竞争优势及劣势

（一）竞争优势

1、差异化的经营模式和领先的市场地位

公司长期专注于多媒体音箱和美发小家电市场领域的研发、生产和营销，深刻理解产品全球市场业务格局及未来发展趋势。根据公司主营产品在全球市场不同国家或地区竞争程度、消费层次、增长潜力的差异性，公司采取 ODM 和 OBM 相结合的差异化经营模式：在全球发达地区，公司选择与国际知名品牌商、零售商合作，为其提供包括产品方案设计、模具开发及制造、电路及软件设计以及产品制造等一体化解决方案，间接将产品销往欧美等全球发达地区市场；在全球发展中地区，尤其是中国、印度等新兴市场，公司主要采取自主品牌进行销售，以进一步优化业务结构，确立公司在快速增长的新兴市场的品牌发展战略。



公司采用分区域、分步骤的“ODM+OBM”差异化经营，一方面大大拓宽了目标市场，实现了公司产品全球范围内覆盖；另一方面通过为国际品牌商、零售商长期提供 ODM 服务，公司能快速了解世界最前沿的行业技术和消费趋势，学习其在国际市场上品牌运营的思路和方法，有力促进公司全球 OBM 业务发展。

经过多年的发展，公司现已成为国内领先的多媒体音箱和美发小家电企业之一，主要产品年销量达 1,000 多万套，主要出口美国、西欧等海外发达地区市场。在自营出口多媒体音箱和直（卷）发器生产企业中，报告期内公司多媒体音箱[8]出口金额连续三年全国排名前五名，直（卷）发器[9]出口金额连续三年全国排名前三名，累计出口金额全国排名第二。

2、稳定而不断拓展的优质客户群体

公司主要选择国际知名品牌商、零售商为合作对象，着力构造稳定、双赢的合作模式。经过十多年的海外市场开拓，公司逐步建立起了以美国、西欧等全球发达地区为主的ODM业务市场布局。截至报告期末，公司业已构建了以Farouk Systems、Altec Lansing、Sally Beauty等核心客户为基础的客户体系，奠定了持

[8]音箱产品出口报关归类为单喇叭音箱（海关编码：85182100）和多喇叭音箱（海关编码：85182200），单喇叭音箱全部为多媒体音箱，多喇叭音箱包括多媒体音箱、专业音响、家庭影院音箱等，本处多媒体音箱生产企业出口金额排名按单喇叭音箱口径统计

[9]直（卷）发器产品出口报关归类为其他电热理发器具（海关编码：85163200）

续发展的重要基础，是公司核心竞争力的重要组成部分。通过“以点带面”的客户开发模式，公司核心客户数量不断增加，已由报告期初的8家增加至报告期末的16家，客户群体优势进一步增强。

截至报告期末，公司ODM业务核心客户的基本情况如下（单位：万元）：

序号	客户名称	总部所在地	客户简介	合作关系建立时间	2011年度公司对其销售金额
1	Farouk Systems	美国	美国直发器专业市场的领导者，其CHI品牌直发器十多年来在专业市场一直位居前列	2007	13,602.05
2	Sally Beauty	美国	纽交所上市公司，美国最大的专业美容美发产品零售商，在全球范围内共有超过4000多家门店	2007	8,539.20
3	Altec Lansing	美国	全球领先的多媒体音箱品牌厂商之一，创立于1941年，其多媒体音箱产品在美国市场占有率一直位居前列	2004	8,527.05
4	Imation	美国	纽交所上市公司，全球存储领域及数码科技的引导者，业务遍及60多个国家或地区	2009	3,961.54
5	HOT	美国	纳斯达克上市公司，全球领先的个人护理产品企业之一，主要产品包括个人护理用品和家庭日常用品两大系列	2008	3,105.42
6	Cyber Acoustics	美国	北美知名的多媒体音箱品牌商，主要产品包括多媒体音箱、耳机等音频产品	2008	3,094.79
7	昆盈	台湾	台湾证券交易所上市公司，全球著名电脑周边及消费电子领导品牌，产品销往全球80多个国家或地区	2009	2,497.00

8	Sven	俄罗斯	欧洲著名电脑周边产品品牌之一，主要产品包括多媒体音箱、耳机、鼠标等	1999	1,942.98
9	Bio Ionic	美国	全球美发电器和头发护理产品领域领先的品牌运营商，主要产品包括美发护理品和美发电器两大系列	2008	1,798.48
10	Corioliss	英国	欧洲知名的美发小家电品牌商，主要产品包括直发器、卷发器、电吹风、电推剪等美发小家电系列产品	2008	1,702.75
11	IGP LLC	美国	美国知名的美发小家电品牌商，旨在为消费者提供物优价廉的时尚美容美发产品	2009	1,411.37
12	Aircom Asia Ltd.	智利	是Comercializadora Los Robles Ltda. 的采购子公司。Comercializadora Los Robles公司主要从事家用电器、个人护理和健康产品的销售，产品主要销往智利、秘鲁、哥伦比亚等南美国家	2009	986.89
13	Salon UK	英国	欧洲知名的美发小家电品牌商，产品主要定位于专业美发市场，依托专业美发电器批发市场，产品主要销往英国、俄罗斯、中东地区和欧洲其他地区	2010	692.30
14	Trust	荷兰	欧洲著名的计算机外设产品品牌商，主要产品包括鼠标、键盘、摄像头、音箱、耳机、游戏设备等，在全球拥有 19 家分支机构，产品主要销往欧洲、非洲和中东地区	2011	668.79

15	The Source	加拿大	加拿大著名消费类电子产品零售商，主要从事电视机、家庭娱乐系统、音箱、耳机、游戏机、照相机、手机等消费类电子产品的零售，拥有 750 多家门店，为加拿大贝尔公司（BCE Inc）全资子公司，BCE 是多伦多证券交易所和纽交所上市公司	2011	620.02
16	Speedlink	德国	欧洲著名电脑周边产品领导厂商之一，其“Speedlink”品牌鼠标、键盘、多媒体音箱、耳机等电子产品销往欧洲30多个国家	2010	532.51

公司客户群体的构建需要经过较长的历程，而核心客户关系的建立过程则尤为复杂。一般而言，核心客户将本公司确定为供应商，需通过对产品品质、质量管理和控制体系、产品认证、研发能力、生产管理、交付能力、社会责任等全方面考察和验证，因而合作关系一旦确认则具有较强的稳定性。

2010 年以来，公司在客户开发上取得重大进展，新增了 HoMedics 、Salon UK、Trust、The Source、Speedlink 等国际知名客户；此外，罗技、Tescom、Monster 等国际知名品牌企业已完成对本公司资源、管理、研发体系、质量及生产能力的初步评估，进一步评估和供货合作协议正在洽谈中，预计未来公司核心客户将进一步扩大。

3、较强的技术和研发能力

公司多年来专注于多媒体音箱和美发小家电系列产品的研发，以客户为中心，不断地为客户提供合理性价比的高品质音频和美发小家电产品，建立了涵盖电子、电声、电气、结构、软件、测试、样机等研发项目组的企业技术中心，并形成包含产品ID概念设计、电声设计、电路设计、软件设计、结构设计和平面设计等较为全面稳定的核心研发团队，具备了较强的技术优势。

在多媒体音箱领域，公司以专业设计、制造扬声器材起步，在喇叭单元的电声设计和结构设计方面处于行业领先地位，拥有包括丹麦 B&K 音频分析仪、德国 Klippel 扬声器分析系统和 DASS 音频分析仪、意大利 CLIO 测试系统、美国 AP 音频测试仪、LMS 音频测试系统、标准消声室等国际顶尖的电声测试仪器及设施，能结合人耳的听觉特征设计出各种规格的优质多媒体音箱喇叭单元。基于未来多媒体音箱小型化、节能环保、多音源接口的技术发展趋势，公司自主研发了 AAS 动态低音引擎技术、USB 智能能量管理技术、开关电源节能技术、手持设备的标准扩展接口技术、iPad/iPhone 音箱防射频干扰设计技术、无线音频模块开发技术等一系列行业领先技术成果。

在美发小家电领域，凭借多年来的技术开发和经验积累，公司自主研发了一系列行业领先的美发小家电电路控制技术、生产工艺及自动化检测技术方案，包括 MCH 陶瓷发热体的快速升温技术，邦定 NTC 技术、开合测试设备、拉发测试设备、风筒跳制测试装置等，使得公司在产品性能、品质和生产效率等方面处于行业领先地位。

截至本招股说明书签署日，本公司及控股子公司拥有专利共74项，其中发明专利2项、实用新型专利36项、外观设计专利36项，覆盖了公司各主要产品系列，形成了一道领先于竞争对手的技术壁垒。

公司多款产品以优良的外观设计和领先的技术水平获得市场广泛关注。2008 年推出的流金岁月 C-30 系列音箱被中关村在线评选为“2008 年度最佳产品奖”，2008 年推出的流金岁月 C-80 系列音箱获得《家用电脑周刊》评选的中国 IT 产品 2008-2009 年度“最具价值产品奖”；2009 年推出的 V360 系列音箱获得电脑迷杂志社评选的 2009-2010 年度电脑迷“编辑选择奖”；2010 年公司为 Altec Lansing 率先开发出 iPad 系列音箱—MP450 荣获 2011 年度 CES（美国消费类电子展）“设计与工程创新荣誉奖”；2011 年，公司为 Imation 开发出无电源和变压器设计的 Soma Travel 系列苹果音箱，荣获 2012 年度 CES（美国消费类电子展）“设计与工程创新荣誉奖”，展现了本公司行业内较强的技术和研发能力。

4、持续的新产品催化能力

公司是国内最早进入多媒体音箱行业的企业之一，一直紧跟或引领行业技术

趋势和市场消费潮流，根据音源设备的发展变迁不断推出经典产品，迎合了不同时期消费者的产品需求，成为各个时期国内多媒体音箱行业的代表性产品，持续获得市场广泛关注。

时间	相关行业发展趋势或消费潮流	经典产品
2000	台式电脑流行	奋达 800 系列音箱
2003	DVD 流行	奋达微型全智能 5.1 家庭影院 D60 系列
2006	液晶电脑流行	奋达薄客系列音箱
2007	古典怀旧细分市场	奋达流金岁月 C 系列音箱
2009	笔记本电脑流行	奋达 V 系列便携式音箱
	节能环保技术应用	奋达 A 系列音箱
2010	USB 智能能量管理技术应用	奋达 H 系列音箱
2011	无线音频技术应用	奋达 M8 系列蓝牙音箱

随着美国苹果公司推出的iPod数码播放器的全球盛行，公司前瞻性地把握住iPod系列产品配套音箱市场的巨大商机，并于2004年率先投入iPod系列音箱的技术开发，2006年成功向市场推出2款iPod系列音箱；2008年，公司即开始iPhone系列音箱技术平台的开发预研，历经8个月的技术攻关，自主研发出iPhone系列音箱防射频干扰设计技术，有效解决了iPhone连接于音箱上拨打电话或上网时射频干扰产生的噪音问题，于2010年成功向市场推出8款iPhone系列音箱；2010年4月，美国苹果公司推出iPad平板电脑，公司依靠多年在苹果系列音箱开发上的技术积累和较强的技术开发实力，于2010年10月在国内率先推出iPad系列音箱——MP450。公司在苹果系列音箱技术开发上已形成涵盖电子、电声、结构、软件等完整的技术体系，持续的新产品催化能力将确保公司在苹果系列音箱领域的领先地位。

公司围绕“舒适生活、愉悦心声”的产品开发诉求，敏锐地捕捉到美发小家电市场的巨大商机，依托在外观设计、模具设计与制造、电路设计、软件设计等方面的技术积累，公司不断延伸产品线，逐步由单一多媒体音箱系列产品发展成为目前多媒体音箱和美发小家电两大系列七大类产品，产品结构日趋优化。

在强化现有多媒体音箱和美发小家电产品线技术开发的同时，公司依托在电声和美发小家电领域的技术优势，目前正在进行微型扬声器、2.4G无线耳机、降

噪耳机等新产品的技术开发，上述产品将逐步形成公司新的产品梯队，不断优化产品结构，保障公司业绩持续增长。

5、过硬的产品品质和完善的质量管理体系

公司以“为顾客提供绿色、优质、高性价比的产品和服务，让人类享受更美好的生活”为企业使命，一直高度重视产品的品质和安全。公司客户主要为国际知名的品牌商、零售商，良好的产品品质和安全性是取得客户信赖并保持长久合作关系的基础。

公司早在 2000 年 12 月即通过 ISO9001:2000 质量体系认证，从 2003 年起在业内率先实施 ROHS 指令，后又陆续获得 ISO14001:2004 环境管理体系认证和 ISO9001:2008 质量体系认证。公司拥有一支 300 多人的品质管理团队，建立了专业的综合实验室，购置和自主研发出一系列先进的测试仪器和设备，满足了公司主要系列产品从原材料到产成品所有过程的试验和检测需求。

公司产品获得了主管部门和客户的广泛认可。2005年9月，公司多媒体音箱产品被广东省质量协会、广东省用户委员会授予“广东省用户满意产品”称号；2006年12月，公司被深圳市宝安区人民政府授予“区长质量奖”；2008年2月，公司生产出口的“IH00IR组合音箱”被国家质检总局授予“出口免验证书”；公司的直（卷）发器等美发小家电系列产品也以其优良的产品品质和制造工艺赢得了众多国际知名品牌商、零售商的青睐，并与Farouk Systems、Sally Beauty、HOT、Bio Ionic、Corioliss等建立了稳定的合作关系。

6、业内领先的快速反应和订单交付能力

小家电产品具有市场消费热点切换频繁、单一型号品种生命周期短、产品升级换代速度快等特点，消费者对产品的外观设计、功能等方面的要求日新月异，市场需求经常表现为新产品、新技术、新应用等诉求，小家电行业的这些特点决定了只有那些能够敏锐捕捉到这种动态需求中蕴含的商机，并能快速反应且具备规模制造能力的企业才能引领市场潮流，占据市场竞争的有利位置。

基于多年的业务合作关系，公司与业内国际知名品牌商、零售商建立了“苹果对苹果、梨对梨”的服务模式，即：公司业务部门直接对接对方市场部门，可以第一时间发现市场机遇；公司研发部门直接对接对方技术部门，可以提高解决

技术问题效率，缩短产品的开发周期。在生产制造方面，经过多年的积累，公司掌握了先进的制程控制技术，装备有自动化程度较高的生产设备，主要产品产能已达 850 万套，公司已成为国内最具规模的多媒体音箱和美发小家电生产基地之一，具备较强的规模化生产能力和订单交付能力。

为更好地服务于核心客户和构建双方持久而稳定的互赢合作关系，公司引入 ERP 管理系统和 PLM 研发管理系统，实现了研发、销售、采购、品管、生产、物流和财务等部门的信息互连，形成了产品市场需求分析、ID 概念设计、技术开发、物料采购、生产制造、品质控制、物流配送、售后服务等全过程的服务体系，提升了响应客户需求的服务能力，产品从“市场调研—立项评审—研究开发—样品试制—样品审定—正规图纸—模具制造—物料采购—产品生产—订单交付”的周期可以缩短至 4 个月内，大大优于行业平均水平。

（二）竞争劣势

1、行业市场地位和品牌影响力有待提高

公司经过10多年的高速发展，目前已成为国内多媒体音箱和美发小家电领域的领先企业之一，并在国内外市场取得了一定的市场地位和品牌优势，但与行业国际一流厂商相比，公司在品牌影响力、生产规模、技术水平、研发能力等方面还存在一定的差距，公司亟需通过扩大业务规模、提升研发能力、加强自主品牌建设等手段提升公司的行业市场地位和品牌影响力。

2、公司融资渠道单一，财务资源有限

长期以来，公司一直依靠自身经营积累和银行贷款来解决发展资金问题。随着公司不断壮大，仅靠自身经营积累和银行贷款已难以满足公司战略实施的要求。公司拟通过此次公开发行股票增强企业资金实力，为公司跻身于行业国际一流厂商之列奠定良好的基础。

六、发行人主营业务的具体情况

（一）主要产品及其用途

公司主要产品分为多媒体音箱和美发小家电两大系列，具体包括数码电脑音

箱、便携式音箱、时尚数码音箱（主要为苹果系列音箱）、直发器、卷发器、电吹风、电推剪等七大类共 200 多种细分型号产品。

公司主要产品及其用途如下：

产品系列	产品类别	代表性产品/细分系列	主要特点	产品用途
多媒体音箱系列	数码电脑音箱	 A120	· 传统 2.1 革命性产品，尽显大功率、大尺寸、大动态的超动力震撼 · HiFi 电路设计，音质平衡出色、低音强劲深层，震撼非凡 · 高效节能，配备 AC88V-264V 宽电压输入	主要用于台式 PC、TV，DVD 等音源设备
		 A310		
		 A510		
		 E200	· 采用电子变压器控制方式实现了电压的转换，电能的转换效率可达 93%左右 · 产品整体贯注了简洁、环保的设计理念，实现与液晶显示器完美匹配	主要与液晶显示器配合使用
		 E300		
	便携式音箱	 H200	· 采用公司拥有的 USB 智能能量管理系统技术，利用电脑本身 USB 接口的 2-2.5W 功率可获取传统 10-30W 功率等同的音效 · 改变了传统音响通过变压器供电的电源技术，无需变压器及电源线，节能省电，低碳环保	主要用于 PC、笔记本电脑等音源设备
		 H300		

		 V630	· 自带 USB 电源线 · 2.0 一体式微型音箱设计 · 采用二段式电路的设计方案和 AAS 技术，音质效果出众 · V330、V360 内置高性能 SD 读卡器，支持 MP3/WMA 双格式解码 · 电脑 USB 供电或电池双供电设计	主要用于笔记本电脑、MP3、MP4、PSP 等音源设备
		 V330		
		 V360		
		 M7	· 采用语音识别技术，支持英语、普通话、广东话、四川话等人声控制播放，并专设录音功能 · 弹扣式 TF 卡设计，支持 MP3/WMA 双解码	语言控制音频播放设备，主要用于 TF 卡存储的音频文件播放
		 M8	· 采用先进蓝牙技术，无需 Pin 码连接的蓝牙音箱 · 具有蓝牙免提对话功能，随意接听手机电话和播放手机音乐	主要用于智能手机、笔记本电脑等音源设备
	时尚数码音箱	 MP450	· 活动支架结构使 iPad 实现左右 90 度、前后 0-75 度任意位置停顿并能支撑 iPad 重量的旋转 · 全球最早上市的 iPad 系列音箱之一，荣获“2011 年 CES 设计和工程创新荣誉奖”	支架结构设计与 iPad 完美结合，支持 iPad 等苹果系列音源设备
		 i282	· 钢琴烤漆木质箱体，全功能遥控 · 便携式独立功放盒，带音量控制，音源输入选择，电源开关 · 3”全频喇叭加 1”高音,音质完美体现，额定输出功率高达 30W	专用于苹果 iPhone/iPod 系列音源设备
		 i233	· 一体化数字多媒体音箱 · 钢琴烤漆木质箱体，全功能遥控 · 内置高灵敏度 FM 广播 · 大 LCD 显示，双闹铃、贪睡功能	
			· 内置高灵敏度 FM 广播和同步时间功能 · 大 LCD 显示，贪睡功能	

		i226		
		 Soma Travel	· 采用奋达自主专利技术,无电源和变压器设计，利用 iPad/iPhone 的 30Pin 为音箱供电，荣获“2012 年 CES 设计和工程创新荣誉奖”	专用于苹果 iPad/ iPhone 系列音源设备
		 C-80	· 流金岁月复古设计 · 铜质复古造型，黄金罗盘式主音控 · 外置独立功放，减少电路结构对箱体的影响，提高音质	适用于 PC、TV、CD/DVD 等音源设备，高品位外观设计和一流音质水准适合家居使用
		 Soundbar SB380	· 采用 2.4G 无线音频技术，主机与低音炮之间音频无线传输 · 采用 HDMI 解码技术，仅用一根 HDMI 线实现液晶电视、音响、DVD 的互连	主要用于液晶电视等音源设备
美发小家电系列	直发器	 钛金板系列	· 快速升温并且温度控制精准、温差范围很小 · 360 度自由转动电源线结构设计，便于美发造型时频繁转动 · 发热板弹性浮动结构设计，发热板工作时受力更为均匀 · 采用行业领先的水转印、真空电镀等表面处理工艺，凸显产品高端品质 · 配有音乐播放功能的直发器，头发护理时享受美妙音乐 · 注重节能环保产品开发，采用了陶瓷发热板和钛金板 · 可选性强，根据不同需求设计不同温度显示方式、不同尺寸、不同表面效果的产品 · 夹子与发热管配合精度高，间隙不超过 0.13MM，保证良好卷发效果	发型师给客户塑造直发、卷发，或者消费者 DIY 发型时使用
		 纳米陶瓷釉系列		
		 数显系列		
		 MP3 功能系列		
		 陶瓷发热板系列		
		 温度调节钮系列		
		 直通系列		

	卷发器	 大型深波浪卷发器系列		
		 可换筒卷发系列		
		 数显系列		
		 温度调节钮系列		
		 直通系列		
		 纳米陶瓷釉系列		
		 钛金系列		
	电吹风	 触摸屏系列	· 触摸屏系列应用 TFT 屏和触摸感应技术，凸显产品科技感和时尚感 · 配有音乐播放功能的电吹风，头发护理时享受美妙音乐 · 产生对人体具保健功效的远红外及负离子 · 改变传统的控制模式，使功率和风速可多档选择并显示数字 · 重量轻、冷风温度低、低噪音	
		 MP3 功能系列		除湿或头发造型

		 数显系列		
		 负离子系列		
		 陶瓷发热芯系列		
	电动推剪	 个人修饰推剪系列	· 轻便、噪音小、效率高 · 修剪毛发长度可自由调节 · 节能、环保，产品功耗低，使用陶瓷刀片等环保材料	修剪毛发

（二）发行人的主营业务发展历史及相关技术情况

1、多媒体音箱业务的发展历史、技术来源及核心技术人员情况

公司创始人肖奋 1986 年开始参加工作，历任深圳安华铸造工业公司技术质检部部长，深圳宝安源发电声器材厂厂长、总经理，积累了较为丰富的生产管理经验与电声设计技术。

基于电声行业丰富的从业经历以及电声技术的长期积累，公司实际控制人肖奋于 1993 年 4 月创办了奋达实业。作为一家由技术型人才创办的企业，奋达实业成立早期主要依托肖奋的自有技术，专注于扬声器产品的开发、生产和销售，专业为电视机、组合音响、音箱等消费类家电整机厂商提供配套的声响系统核心部件——扬声器。

上世纪 90 年代，随着家用电子市场的快速发展，电视机、VCD、DVD 等传统家电产品在居民家庭逐步得到普及；而后，受益于信息科技的不断进步以及居民消费水平的不断提高，个人电脑也逐步走入百姓家庭，家庭娱乐平台的普及对

于配套音箱产品的需求迅猛增加。

基于在扬声器开发、制造方面的优势，公司产品开始纵向自然延伸。通过引进人才和购置设备，公司以肖奋、谢玉平、周启树、段成斌为主的核心技术骨干经过技术攻关，于 1998 年在国内较早开发出 2.0 声道的木质多媒体音箱 SPS-600 系列，2000 年推出 2.1 声道木质多媒体音箱 SPS-800 系列，2003 年推出具有家庭影院音效的 5.1 声道多媒体音箱 D-60 系列，初步奠定了公司在多媒体音箱行业的市场地位。

随着 MP3/MP4 等便携式媒体播放器、智能手机、iPod/iPhone/iPad 等新的音源设备的不断出现，以及互联网技术、数字音频技术的发展，大大拓宽了多媒体音箱的应用范围，公司也不断加强适应各种新型音源设备标准的多媒体音箱系列产品开发。2006 年、2010 年公司成功开发出 iPod 系列及 iPhone/iPad 系列配套音箱；针对音箱产品小型化、数码/无线技术的应用、支持 USB/SD 接口技术、环保节能等发展趋势，公司成功开发了 V 系列便携式音箱、A 系列/H 系列节能音箱、M8 无线蓝牙便携式音箱等。公司多媒体音箱产品主要技术系肖奋、韦北进、陈世颖、段成斌、顾正龙、周浩等为主的核心技术骨干自主研发。

截至本招股说明书签署日，公司已拥有多媒体音箱技术领域相关的发明专利1项、实用新型专利20项，外观专利12项，形成了较为完整的技术体系和持续的技术开发能力。

2、美发小家电业务的发展历史、技术来源及核心技术人员情况

基于对欧美小家电市场的长期关注，公司敏锐地捕捉到直发器制造产业从日本、韩国转移至中国带来的巨大商机，并从 2004 年 4 月开始通过内部抽调和外部引进技术人员的方式组建了公司直发器项目研发小组，定位于美发专业市场用直发器产品的技术开发。

为了搭建更为完整的业务平台、集聚项目资源，公司于 2004 年 9 月设立子公司奋达电器，全力推进直发器项目的产品研发及市场开发。经过一年多的技术攻关，奋达电器于 2005 年 5 月成功开发出公司首款直发器产品 FD-038，产品性能达到行业平均水平。

为快速树立公司直发器产品在美发专业市场的地位，奋达电器从市场缺口出发，将直发器快速升温技术、控温技术以及新型材料应用技术等作为开发重点。通过自主开发和创新性的材料应用，奋达电器于 2007 年推出了快升温型直发器，发热体升温至 200℃时间由之前 250 秒以上缩短至 90 秒左右，直发器产品颜色也由单一传统的黑色向色彩多样化发展，并将水转印、喷高光油等表面处理工艺引入产品表面处理，大大提升了专业美发师的工作效率和产品的时尚性、美观度，获得了客户青睐，并与 Farouk Systems、Sally Beauty 等国际知名品牌商成功建立合作关系。

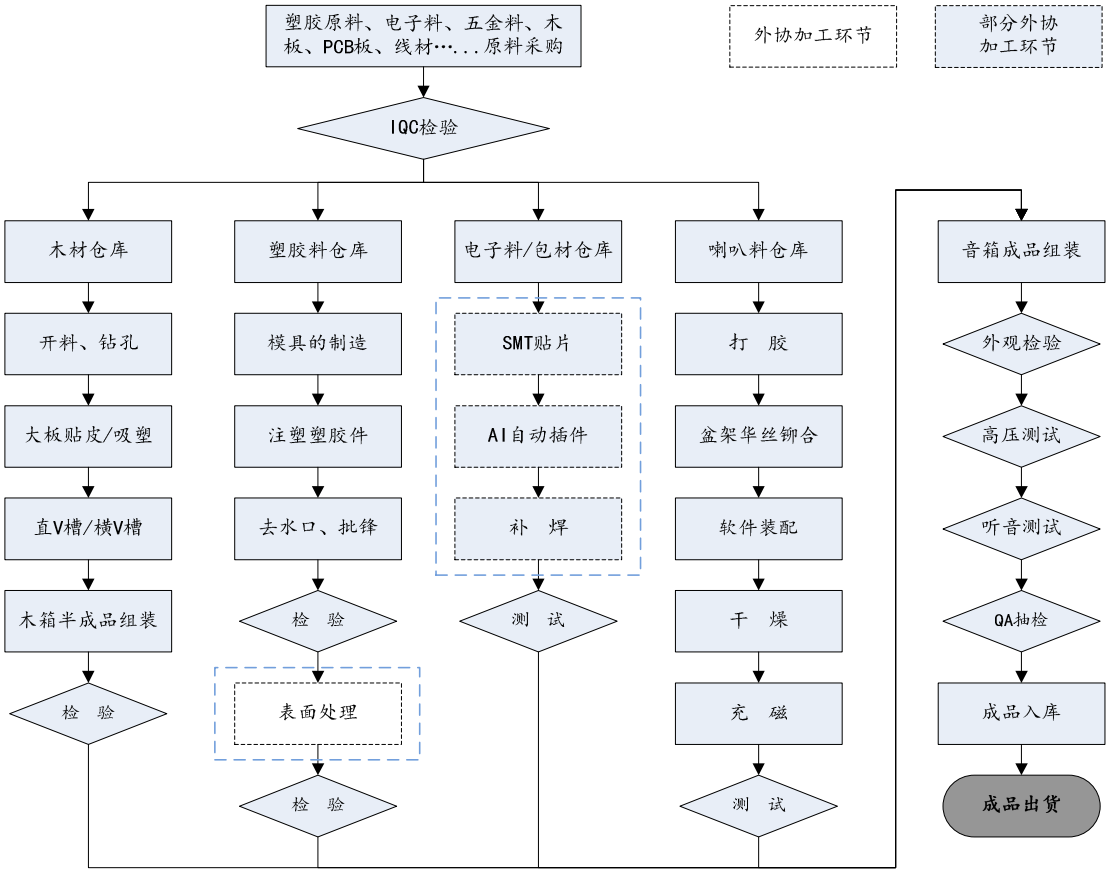
通过持续的研发投入和与供方的技术合作，奋达电器继续扩大在快速升温技术和新型材料应用技术方面的优势，并于 2010 年成功推出钛金板快升温型直发器，发热体升温至 200℃缩短至 20 秒左右，采用的控温技术方案使发热体温度得到平稳控制，恒温波动幅度±0.5℃，达到国内领先水平。

随着公司在直发器专业市场竞争优势的确立，奋达电器从 2007 年开始逐步导入卷发器、电吹风、电推剪项目，以满足直发器客户供应链一体化采购需求。公司上述产品核心技术系以彭林兵、林立、叶道俊、黄日彪等为主的核心技术骨干自主研发而来。

截至本招股说明书签署日，奋达电器已拥有美发小家电技术领域相关发明专利 1 项，实用新型专利 16 项，外观专利 24 项，公司较强的技术开发能力和日益完善的产品体系为公司美发小家电业务进一步发展提供了坚实保障。

（三）主要产品工艺流程

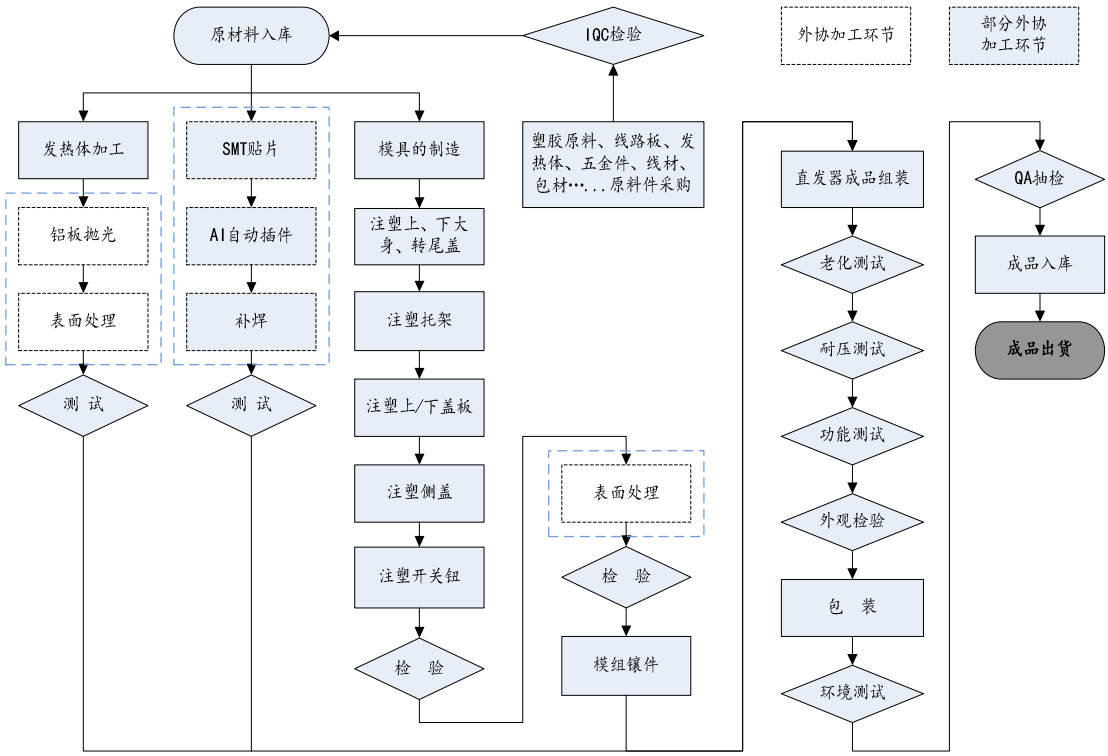
1、多媒体音箱产品工艺流程



2、美发小家电产品工艺流程

对于公司不同的美发小家电产品，工艺流程相似，生产线设置也基本相同。根据不同型号产品的设计标准、质量要求、结构特点，调整某些具体的流程环节，但其基本流程相同。

公司直发器工艺流程如下：



公司外协加工主要包括塑胶件加工、PCBA 加工、铝板加工和线材加工，其中塑胶件加工具体内容包括：塑胶壳电镀、喷油、丝印、水转印等；PCBA 加工具体内容包括：贴片、插件、点焊、过锡等；铝板加工具体内容包括：铝板抛光、喷油、电镀；线材加工具体内容为将电源线和漏电保护开关焊接。

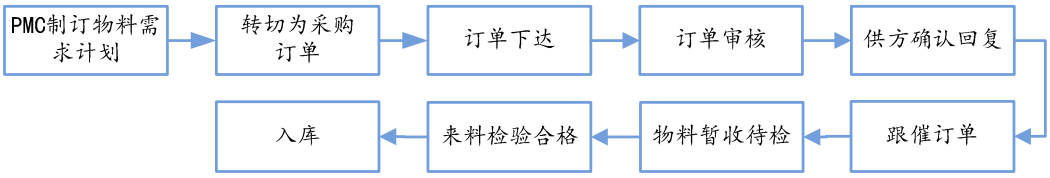
（四）主要业务模式

1、采购模式

公司设有资材中心，下设PMC部、采购部和仓储部，负责采购中的计划、实施和仓储，并通过ERP系统对采购需求、合同评审、订单、物流、交付、仓储等采购环节进行全程有效覆盖。

PMC部根据生产订单的交货期、数量及存货情况下达物料需求计划给采购部；采购部根据物料需求计划对合格供应商下达采购订单，并负责对供应商及其物料的认证评估、物料价格和品质确定、供货时间安排；采购订单下达后采购部通过ERP系统对订单执行状态进行动态跟踪，若生产计划发生变化则相应调整采购订单；物料到达后质检人员对物料进行抽检决定是否接收，并将抽检结果录入公司的供应商评价体系；检验合格的产品交接给仓储部后进入仓库备用。公司通

过对以上采购环节的严格把控，按时、保质、保量地采购到所需原材料，从源头上保证了产品质量。公司主要采购流程如下：



为确保采购的物品符合公司质量、价格、数量、交期等预期要求，公司制定了包括《采购管理规定》、《采购价格管理规定》、《供方管理规定》、《ROHS管理规定》、《物料特采管理规定》、《进料检验管理制度》等一系列管理制度对公司采购进行有效管理。

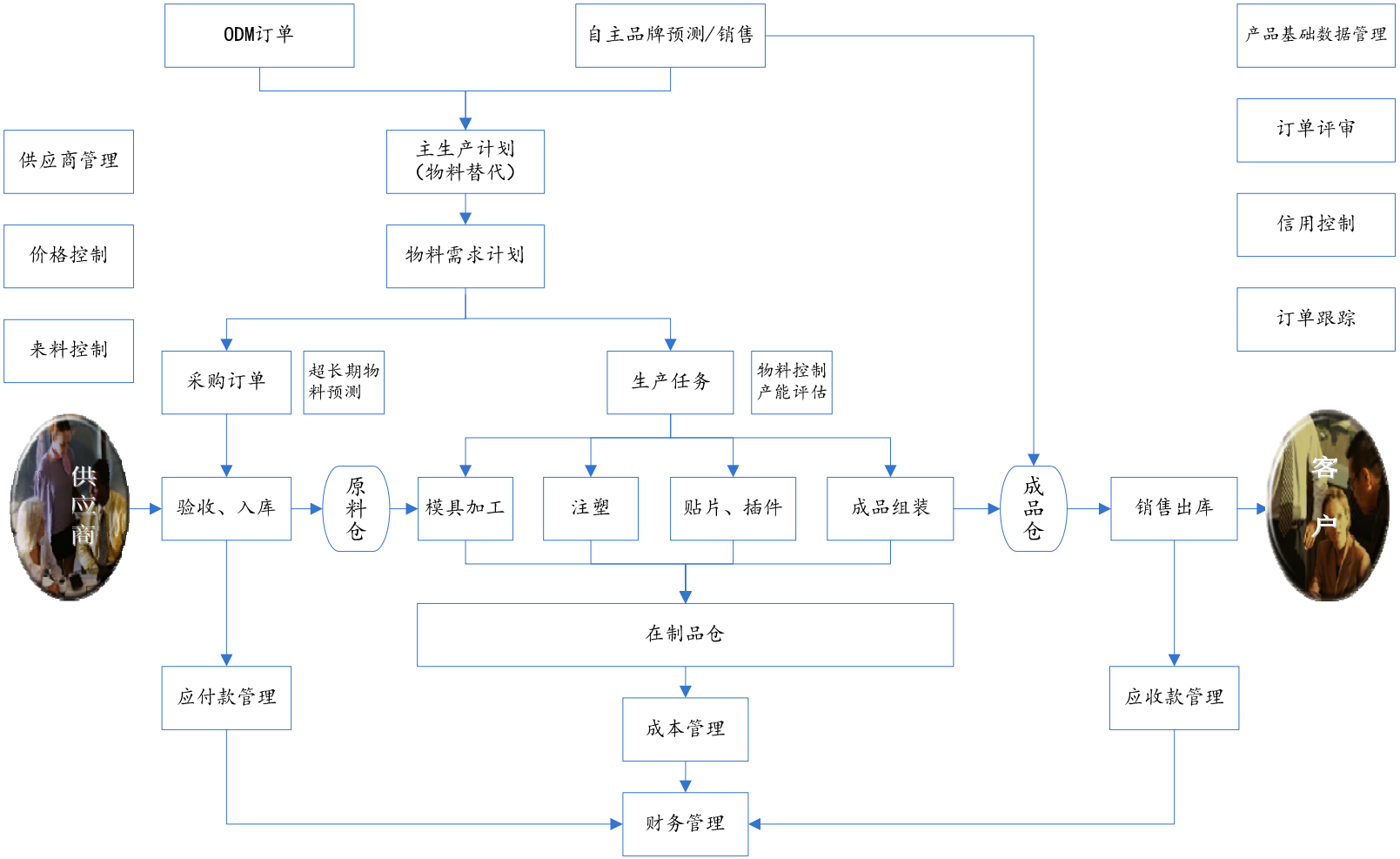
2、生产模式

公司产品分为ODM产品和OBM产品，其中ODM产品以按订单生产的模式组织生产，OBM产品以销售预测和库存补货的模式组织生产。

在按订单生产的模式下公司“以销定产”。接到客户订单后，公司根据订单要求和现有生产能力对订单进行评审，订单确认后由资材中心备齐物料，制造中心按照订单要求的产品型号、数量、交期组织生产，确保在指定时间内保质保量提交产品。若是新产品，则根据客户的要求先试制样品，在得到客户确认后再进行批量生产。

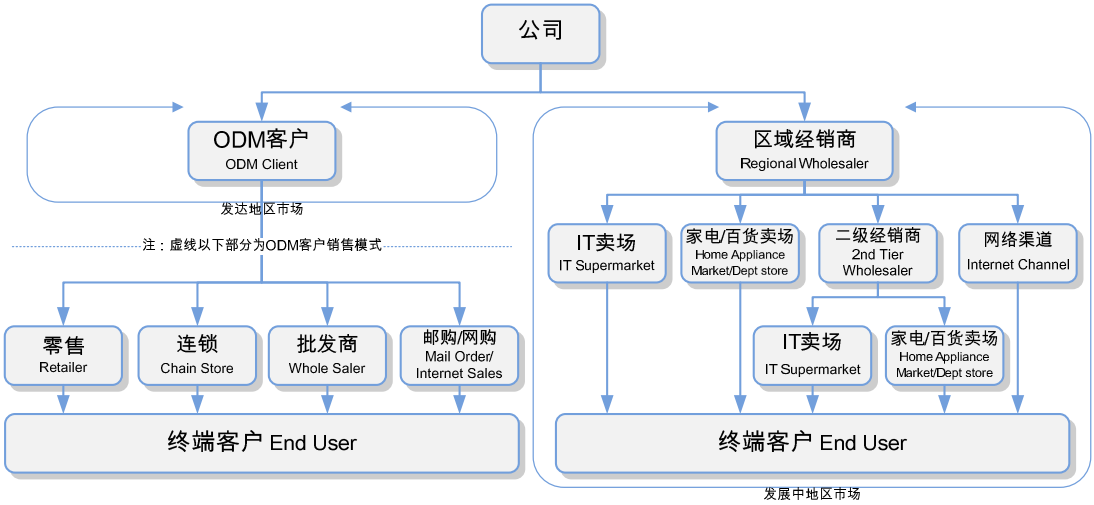
以销售预测和库存补货的模式组织生产需要公司对市场信息有准确的把握，通过预测来确定产品型号和数量组织生产，并根据市场动态需求和出入库数据对实际销售情况和预测的偏差进行调整，从而实现有效生产，在满足市场需求的情况下提高库存周转率。

为实现公司对客户订单的及时准确交付和生产过程的监控，公司建立了完善的生产营运计划体系，并于 2008 年 2 月全面引入 ERP 管理系统。公司以 ERP 为生产制造的信息化管理平台，通过 ERP 管理系统直接下达生产计划、物料需求计划，精确安排从采购到生产的各项工作，同时对生产的物流、信息流和质量状况实现及时、准确的跟踪，以满足客户对产品质量及订单交付时间的要求。公司基于 ERP 形成的生产组织过程如下图所示：


ODM订单
自主品牌预测/销售
产品基础数据管理
主生产计划
（物料替代）
订单评审
供应商管理
物料需求计划
信用控制
价格控制
订单跟踪
来料控制
采购订单
超长期物料预测
生产任务
物料控制
产能评估
供应商
验收、入库
原料仓
模具加工
注塑
贴片、插件
成品组装
成品仓
销售出库
客户
在制品仓
应付款管理
应收款管理
成本管理
财务管理

3、销售模式

公司销售体系如下图所示：



公司主要产品分为多媒体音箱和美发小家电两大系列，产品以出口为主。

根据多媒体音箱市场不同国家或地区竞争程度和消费层次的差异性，公司采取 ODM 与 OBM 相结合的销售模式。针对北美、西欧等发达地区市场，消费者购买力较强，品牌忠诚度高，国内品牌进入该类市场具有很高的壁垒，公司以 ODM 模式选择为行业内国际知名品牌商、零售商提供产品设计开发和生产制造服务，间接将多媒体音箱产品输入北美、西欧等发达地区市场；在快速成长的亚洲、东欧、南美洲等发展中地区的多媒体音箱市场，消费者更重视产品价格、品质、品牌等综合比较优势，物美价优的“中国品牌”在该类市场有显著的竞争实力。为进一步提高公司产品毛利率，优化产品结构，公司主要采取 OBM 模式通过发展区域独家总经销商在发展中国家市场进行销售。2011 年度公司多媒体音箱自主品牌产品销售占比达到 34.17%。

目前，公司美发小家电以直发器、卷发器系列产品为主。北美、西欧等发达地区集中了全球直发器、卷发器约 80%的市场份额，该类市场消费者购买力较强，注重生活品质和精神享受，品牌忠诚度高，国际知名的美容美发小家电品牌商及专业零售商占据了绝对的市场份额，国内品牌进入该类市场具有很高的壁垒。为了集中有限的经营资源迅速抢占北美、西欧等发达地区的美发小家电产品市场，公司目前以 ODM 模式为美容美发行业一流的国际品牌商、零售商提供产品设计

开发和生产制造服务。

（1）对 ODM 客户的销售

①ODM 客户的拓展情况

公司始终坚持“研发与营销”先行的经营理念，建立了实力雄厚的技术中心和拥有丰富海外市场经验的营销团队，能够准确、快速地把握客户需求，将客户的产品构想迅速转化为产品制造方案。公司每年参加行业内顶级的全球性展览会，如 CES（美国消费电子展，全球规模最大的消费科技产品展览会之一）、CeBIT（德国汉诺威消费电子、信息机通信博览会）、HK Fair（香港电子产品展，亚洲最大的综合性电子产品展览贸易会）、IFA（德国柏林国际消费类电子展览会，德国最大的工业博览会）、Cosmoprof（全球最大的美容产品展览会）等，向来自全球的知名品牌商、经销商展销公司新开发的系列产品和最新的技术成果，并借此进行技术交流，了解行业最新发展动态和未来消费潮流走向。

公司依靠领先的产品设计开发能力、优良的产品品质和强大的制造能力，与行业内众多国际知名品牌商、经销商建立了稳定的合作关系。目前公司主要 ODM 客户及其运营品牌情况如下：

类别	客户名称	总部所属国家或地区	公司所贴主要品牌	品牌定位
多媒体音箱	Altec Lansing	美国	ALTEC LANSING	美国领先的多媒体音箱品牌商之一，深受年轻群体的喜爱
	Cyber Acoustics	美国	CA	高性价比产品，主要通过 Wal-Mart、Bestbuy 等连锁卖场销售
	Imation	美国	memorex TDK Life on Record	中高档产品，主要为苹果系列音箱

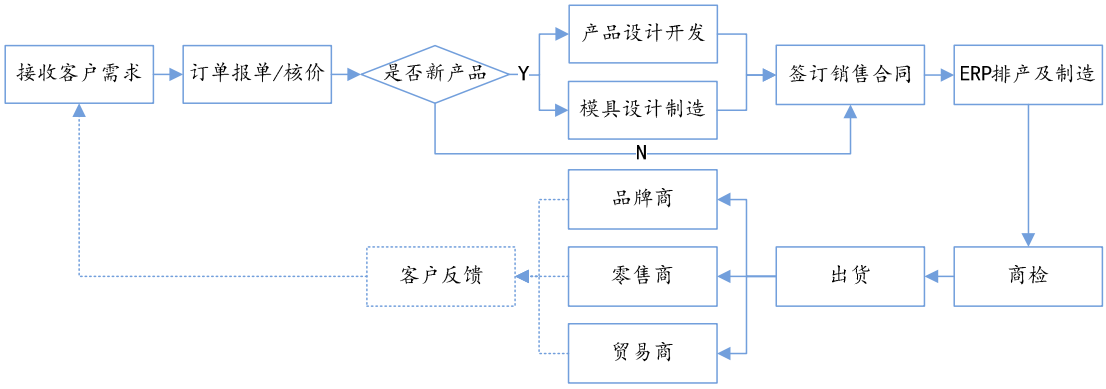
	Sven	俄罗斯	SVEN	中高档产品，定位于家用多媒体消费群体
	昆盈	中国台湾	Genius	高性价比产品
	Speedlink	德国	SPEEDLINK	中档产品，大众化计算机周边产品
	Trust	荷兰	Trust	中档产品，大众化计算机周边产品
	The Source	加拿大	NEXXTECH inStudio FLUID	中档产品，通过 The Source 的连锁消费电子产品零售卖场销售
美发小家电	Farouk Systems	美国	FAROUK CHI ROYAL TREATMENT SLIM CHI ULTRA CHI® CHI® DB CHI MAN CHI SMART CHI® CHI® IONIC	高档产品，定位于专业美发沙龙市场和高端家用零售市场
	Sally Beauty	美国	GVP® ion Titanium Platinum	覆盖高中低各个档次，通过 Sally Beauty 全球分销门店销售
	Bio Ionic	美国	PAUL MITCHELL protools express ion smooth Bio Ionic FreeStyle	中高档产品，定位于专业美发沙龙市场
	HOT	美国	HOT TOOLS HOT-SHOT-TOOLS	中高档产品，定位于专业美发沙龙市场和中高端家

				用零售市场
	Corioliss	英国	corioliss	中高档产品，定位于专业美发沙龙市场和中高端家用零售市场
	IGP LLC	美国	beauty for life zoë	中低档产品，定位于普通家用零售市场，主要通过 Walmart、Target 等超级市场销售
	Aircom Asia Ltd.	智利	SIEGEN	中高档产品，定位于专业美发沙龙市场和中高端家用零售市场
	Salon UK	英国	diva professional styling	中高档产品，定位于专业美发沙龙市场和中高端家用零售市场

目前，稳定而优质的 ODM 客户群体是公司最主要的盈利来源。随着公司的经营规模不断扩大，行业内的品牌声誉日益提高，公司进一步加大了新客户开发力度。目前罗技、Tescom、Monster 等世界知名品牌企业已经完成了对本公司资源、管理、研发体系、质量及生产能力的初步评估，进一步评估和供货合作协议正在洽谈中。公司优质的核心客户群将进一步扩大。

②ODM 产品的销售流程

公司 ODM 产品销售流程具体包括销售需求接收流程、销售核价报价流程、销售合同评审流程、销售订单变更流程、周出货计划流程、销售出货流程、销售结算流程、客户投诉处理流程等八个子流程，其中主要流程如图所示：



③ODM 客户的销售结算方式

公司与 ODM 客户按照国际通行的商贸规则或惯例进行销售结算，客户主要采取电汇（T/T）、信用证（L/C）等付款手段，采取赊销（OA）、付款交单（D/P）等结算方式。公司根据不同 ODM 客户的信用度、采购金额等相关标准，设置了不同的收款条件，其中公司与主要 ODM 客户的具体销售结算方式如下：

序号	客户名称	支付结算方式	收款条件
1	Farouk Systems	T/T+OA	船开日后 45 天付款
2	Sally Beauty	T/T+OA	船开日后 45 天付款
3	Altec Lansing	T/T+OA	船开日后 90 天付款
4	Imation	T/T+OA	船开日后 60 天付款
5	HOT	T/T+OA	船开日后 30 天付款
6	Cyber Acoustics	T/T+OA	船开日后 60 天付款
7	昆盈	T/T+OA	船开日后 60 天付款
8	Sven Inc.	T/T+OA	发货后 35 天付款
9	Bio Ionic	T/T+OA	下达订单时预付 50%定金，50%的余款在船开后 30 天付款
10	Corioliss Ltd.	T/T+OA	货物到港后 30 天付款

（2）OBM 产品的销售

①境内外区域经销商基本情况

A、国内市场

公司国内自主品牌销售制定了“以主要省市为单位、以地市为网点”的策略，与各区域市场内有实力的 IT 行业经销商建立代理合作关系。截止报告期末，公

司国内区域经销商基本情况如下：

区域	经销商所在省市	家数
华南	广东、广西、福建、海南	9
华中	河南、湖北、湖南	3
华东	上海、江苏、浙江、安徽、江西	8
华北	山东、北京、天津、河北、山西、内蒙古	8
西南	重庆、四川、贵州、云南	4
西北	陕西、甘肃、青海、宁夏、新疆	5
东北	辽宁、吉林、黑龙江	5
合计		**42**

B、国外市场

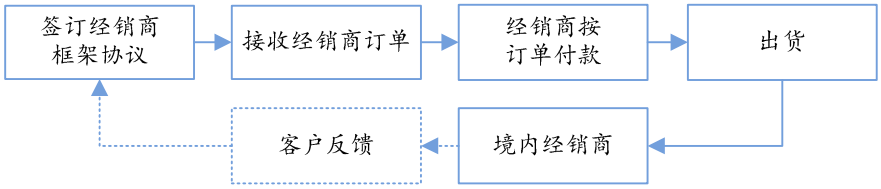
公司将目标聚焦于快速成长的海外发展中国家市场，重点是市场容量庞大、人口规模超过 1 亿的发展中国家，以及与中国消费习惯、商业习惯类似的东南亚国家。截止报告期末，公司国外区域经销商基本情况如下：

区域	经销商所属国家	家数
南亚	印度、孟加拉国	2
东南亚	印度尼西亚、马来西亚、越南、新加坡	4
中亚	哈萨克斯坦	1
西亚	以色列、伊朗	2
东欧	乌克兰、白俄罗斯、摩尔多瓦	3
合计		**12**

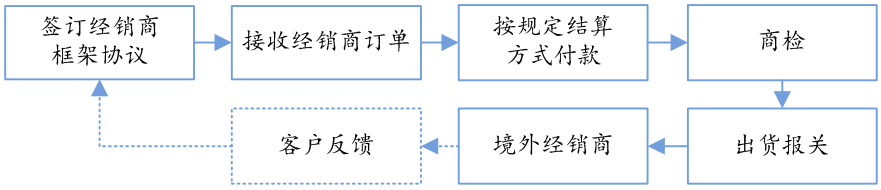
报告期内海外区域经销商由期初 3 家增至 12 家，公司海外自主品牌营销网络逐步完善。目前公司正与巴基斯坦、泰国、菲律宾、巴西等海外自主品牌目标市场有实力的 IT 行业经销商洽谈合作事宜，公司海外自主品牌营销网络将进一步健全。

②OBM 产品的销售流程

A、国内 OBM 产品销售流程



B、国外 OBM 产品销售流程



③OBM 客户的销售结算方式

公司对国内经销商主要采取 “款到发货”的结算方式，少量核心经销商给予 30-60 天的账期。“款到发货”指经销商先按采购订单金额付清全款后，公司在收到全款后 3 日内发货（节假日顺延）。

公司对国外经销商采取 T/T、L/C 的结算方式，根据国外不同经销商的信用度等相关标准，具体收款条件分为“定金+见款放单”、“见款放单”、信用证等若干不同标准。

④OBM 客户的管理

公司通过与国内经销商签订奋达音箱年度代理合同确定当年的合作总体情况，并在代理合同中对经销商的价格体系监督、蹿货管理、考核标准等进行了明确规定，实施对区域经销商进行有效管理。对于国外经销商，公司通过与其签订独家代理协议明确经销商的考核标准, 确保公司海外自有品牌市场销售的稳定增长。

4、公司多媒体音箱和美发小家电业务分内销、外销的销售模式

报告期内，公司多媒体音箱和美发小家电业务内销与外销采用的销售模式如下：

业务类型	销售模式	内销	外销
多媒	ODM	公司主要为国内 PC 品牌商提供多	公司主要面向北美、西欧等发达地区市

体音箱		媒体音箱部件，主要客户包括惠普、方正科技等。	场，主要客户包括 Altec Lansing、Imation、Cyber Acoustics 等。
	OBM	公司国内自主品牌销售制定了“以主要省市为单位、以地市为网点”的策略，与各区域市场内有实力的 IT 行业经销商建立合作关系。截止报告期末，公司国内区域经销商共 42 家。	公司国外自主品牌销售目标聚焦于快速成长的海外发展中国家市场，重点是市场容量庞大、人口规模超过 1 亿的发展中国家，以及与中国消费习惯、商业习惯类似的东南亚国家。截止报告期末，公司国外区域经销商共 12 家。
美发小家电	ODM	报告期内，尚未建立合作客户。	主要针对北美、西欧等发达地区市场，主要客户包括 Farouk Systems、Sally Beauty、HOT、Bio Ionic、Corioliss 等。

注：公司美发小家电业务暂未以自主品牌销售。

报告期各期，公司多媒体音箱和美发小家电业务分内销、外销划分其 ODM 和 OBM 产品销售情况如下：

单位：万元

项目		2011 年度		2010 年度		2009 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
多媒体音箱	内销	6,407.27	14.67%	6,179.83	17.06%	5,304.76	20.85%
	OBM	5,902.47	13.52%	4,659.28	12.86%	3,837.28	15.08%
	ODM	504.80	1.16%	1,520.55	4.20%	1,467.48	5.77%
	外销	37,258.10	85.33%	30,033.98	82.94%	20,140.76	79.15%
	OBM	9,016.18	20.65%	6,108.77	16.87%	3,154.52	12.40%
	ODM	28,241.93	64.68%	23,925.21	66.07%	16,986.24	66.76%
	小计	43,665.38	100.00%	36,213.81	100.00%	25,445.52	100.00%
美发小家电	内销	-	0.00%	-	0.00%	-	0.00%
	外销	35,049.12	100.00%	29,121.35	100.00%	20,789.38	100.00%
	OBM	-	0.00%	-	0.00%	-	0.00%
	ODM	35,049.12	100.00%	29,121.35	100.00%	20,789.38	100.00%
	小计	35,049.12	100.00%	29,121.35	100.00%	20,789.38	100.00%

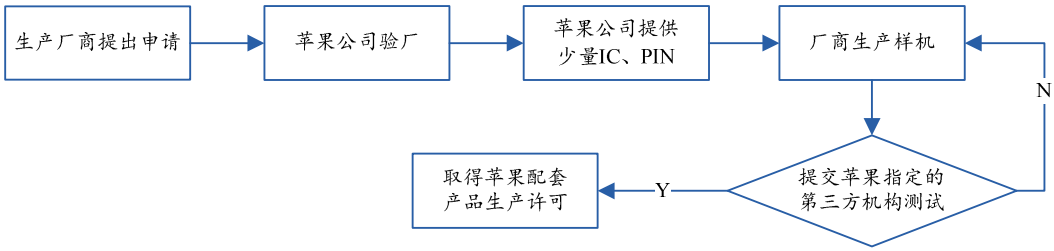
5、公司苹果系列音箱基本情况

（1）公司与苹果公司的合作关系

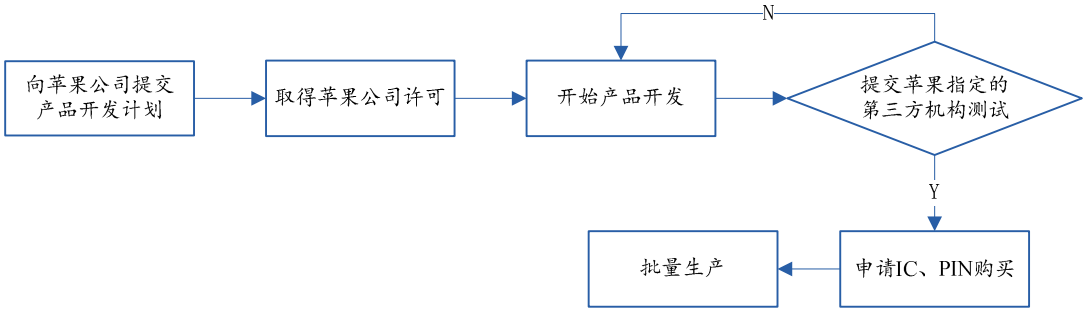
随着苹果公司推出 iPod 数码播放器的全球盛行，公司于 2004 年开始投入

iPod 系列配套音箱产品的技术开发。由于 iPod/iPhone 等苹果产品均采用专用端口，生产与其配套的音箱产品须采用苹果产品专用端子。根据苹果公司要求，只有经过苹果公司授权的生产厂商才能向苹果授权供应商购买苹果周边产品验证 IC 及 30Pin 端子。

取得苹果产品配套音箱生产资格的主要流程如下：



取得购买苹果周边产品验证 IC 及 30Pin 端子资格的主要流程如下：



公司是经苹果公司授权的苹果系列音箱生产厂商，但未与苹果公司发生直接业务关系。

（2）公司苹果系列音箱认证情况

苹果公司为了严格规范苹果音箱产品，编写了苹果音箱产品需要进行的测试和标准，这些测试需要在苹果公司指定授权的全球实验室内进行，中国内地仅 2 家，苹果音箱产品的测试主要包括 2 个必测项（ATS 测试和 TDMA 噪声测试）和 1 个选择项（OTA 射频测试），只有顺利通过苹果公司指定测试标准，产品上才能打上苹果认证标志“本产品是专门为 iPod、iPhone、iPad 产品设计，符合苹果公司产品性能的标准”。

公司生产和销售的苹果系列音箱产品，全部通过了苹果公司的产品验证。

（3）公司苹果系列音箱与其他多媒体音箱在生产技术、使用性能、销售渠

道、主要客户等方面的主要区别

主要区别	苹果系列音箱	其他多媒体音箱
生产技术	PCBA 板面整洁度、生产环境防尘、防潮要求高	PCBA 板面整洁度、生产环境防尘、防潮要求普通
开发流程	产品开发计划需经苹果公司确认，并需通过 ATS 测试、TDMA 测试（选测项：OTA 测试），产品包装资料需经苹果公司审核	由生产厂商自行开发、制造与销售
使用性能	支持苹果产品（iPod、iPhone、iPad）音频播放，兼容普通多媒体音箱音频输出接口标准，并能为苹果产品提供充电功能	不支持苹果产品音频播放和提供充电功能
销售渠道	苹果专卖店、苹果授权分销商、传统 IT 市场、家电商超、网上商城等	传统 IT 市场、家电商超、网上商城等
主要客户	Imation、Altec Lansing	Altec Lansing、Cyber Acoustics、Fenda Audio(India)Pvt.Ltd.、Sven Inc、昆盈
主要用途	用于配套苹果产品（iPod、iPhone、iPad）使用	用于配套台式电脑、笔记本电脑、液晶电视、CD/VCD/DVD、MP3/MP4、智能手机、USB/SD 卡等设备使用

（4）为苹果公司配套生产音箱产品的主要竞争对手情况

苹果产品的全球流行，推动了苹果周边产品的发展，国内主要多媒体音箱厂商纷纷加入苹果系列音箱开发阵容。目前，公司在苹果系列音箱领域的主要竞争对手情况如下：

企业简称	成立时间	公司概况
万德仕	1999	深圳万德仕科技发展有限公司主营 iPod/iPhone/iPad 系列、便携式迷你系列、家居音响系列音箱,具有喷油丝印、电子装配、产品测试中心、扬声器生产与开发为一体的音箱生产制造能力。
三诺	1996	韩国证券交易所上市公司，主要产品包括多媒体音箱、笔记本与电脑、计算机外设、耳机产品、机箱、机顶盒、ITV 移动数字棒等系列。
广州国光	1993	A 股上市公司（股份代码：002045），主要产品包括音箱、扬声

		器和电子零配件产品，2010 年广州国光音箱收入 12.58 亿元。
漫步者	1996	A 股上市公司（股份代码：002351），主要产品包括多媒体音箱、耳机、汽车音响和专业音响四大系列， 2010 年漫步者多媒体音箱收入 6.95 亿元。

数据来源：各公司网站、2010 年度报告

（五）主要产品的产销情况

1、报告期内主要产品收入构成

单位：万元

产品类别	2011 年度		2010 年度		2009 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
1、多媒体音箱	43,665.38	54.98%	36,213.81	55.20%	25,445.51	54.81%
其中：苹果系列音箱	6,371.65	8.02%	3,683.35	5.61%	1,318.24	2.84%
2、美发小家电	35,049.12	44.13%	29,121.35	44.39%	20,789.38	44.78%
直发器	29,248.73	36.83%	25,780.25	39.30%	20,031.79	43.15%
卷发器	4,327.35	5.45%	1,695.54	2.58%	650.29	1.40%
电吹风	1,435.99	1.81%	1,186.21	1.81%	39.94	0.09%
电推剪	37.05	0.05%	459.36	0.70%	67.36	0.15%
3、其他	704.88	0.89%	271.13	0.41%	186.76	0.40%
合计	79,419.38	100.00%	65,606.29	100.00%	46,421.66	100.00%

2、报告期内主要产品产销情况

单位：万套

期间	产品类别	产量	销量	产销率
2011 年度	**1、多媒体音箱**	**539.77**	**531.81**	**98.53%**
	2、美发小家电	**512.16**	**492.22**	**96.11%**
	其中：直发器	411.10	394.46	95.95%
	卷发器	83.08	80.30	96.66%
	电吹风	17.43	16.91	97.02%
	电推剪	0.55	0.55	100.00%
2010 年度	**1、多媒体音箱**	**460.55**	**447.52**	**97.17%**
	2、美发小家电	**398.76**	**392.00**	**98.30%**
	其中：直发器	347.95	341.48	98.14%

	卷发器	26.69	26.98	101.09%
	电吹风	17.61	17.03	96.71%
	电推剪	6.51	6.51	100.00%
2009 年度	**1、多媒体音箱**	**337.66**	**317.03**	**93.89%**
	2、美发小家电	**288.22**	**277.05**	**96.12%**
	其中：直发器	275.72	266.48	96.65%
	卷发器	10.72	8.92	83.21%
	电吹风	0.58	0.45	77.59%
	电推剪	1.20	1.20	100.00%

3、报告期内主要产品产能利用情况

单位：万套

期间	产品类别	产量	产能	产能利用率
2011 年度	1、多媒体音箱	539.77	450	119.95%
	2、美发小家电	512.16	400	128.04%
	其中：直发器	411.10	400	128.04%
	卷发器	83.08		
	电吹风	17.43		
	电推剪	0.55		
2010 年度	**1、多媒体音箱**	**460.55**	**450**	**102.34%**
	2、美发小家电	**398.76**	**400**	**99.69%**
	其中：直发器	347.95	400	99.69%
	卷发器	26.69		
	电吹风	17.61		
	电推剪	6.51		
2009 年度	**1、多媒体音箱**	**337.66**	**400**	**84.42%**
	2、美发小家电	**288.22**	**400**	**72.06%**
	其中：直发器	275.72	400	72.06%
	卷发器	10.72		
	电吹风	0.58		
	电推剪	1.20		

注1：公司美发小家电系列产品生产工艺流程相似，产品生产线添加部分设备或稍加调整即可通用。目前公司美发小家电生产线主要用于直发器生产，基于公司产品线延伸和满足客户关联产品采购的需求，公司对现有生产线进行调整可用于卷发器、电吹风等美发小家电

产品的生产，此处按直发器年产能口径统计。

4、产品主要消费群体及销售区域

公司主要产品分为多媒体音箱和美发小家电两大系列，具体包括电脑数码音箱、便携式音箱、时尚数码音箱（以苹果系列音箱为主）、直发器、卷发器、电吹风、电推剪等七类共 200 多种型号产品。公司多媒体音箱系列产品以电脑（含笔记本电脑）、平板电脑、iPod/iPhone/iPad、智能手机、MP3/MP4、PSP、USB/SD 存储卡、CD/VCD/DVD 等设备为音源，是人们日常休闲娱乐、享受优质声乐不可或缺的电子产品；公司美发小家电产品主要满足人们时尚生活的发型塑造、护理、修剪等一体化美发需求，主要销往欧美等全球发达地区专业发廊及中高端家用市场。

单位：万元

区域	2011 年度		2010 年度		2009 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
亚洲地区（不含国内）	14,584.82	18.36%	8,896.38	13.56%	6,749.92	14.54%
欧洲地区	11,358.61	14.30%	9,553.03	14.56%	4,177.18	9.00%
美洲地区	46,757.62	58.87%	40,358.93	61.52%	29,645.18	63.86%
非洲地区	222.57	0.28%	207.03	0.32%	284.49	0.61%
大洋洲地区	50.44	0.06%	180.83	0.28%	151.23	0.33%
国内地区	6,445.32	8.12%	6,410.10	9.77%	5,413.64	11.66%
合计	**79,419.38**	**100.00%**	**65,606.29**	**100.00%**	**46,421.66**	**100.00%**

5、主要产品销售均价变动情况

单位：元

品种	2011 年度	2010 年度	2009 年度
1、多媒体音箱系列	**82.11**	**80.92**	**80.26**
其中：苹果系列音箱	151.64	168.01	199.55
2、美发小家电系列	**71.21**	**74.29**	**75.04**
其中：直发器	74.15	75.50	75.17
卷发器	53.89	62.84	72.90
电吹风	84.92	69.65	88.76
电推剪	67.36	70.56	56.13

6、主要产品内销和外销平均单价情况

报告期内，公司多媒体音箱产品内销和外销，美发小家电产品外销平均单价如下：

单位：元

品种	2011 年度	2010 年度	2009 年度
1、多媒体音箱系列	82.11	80.92	80.26
其中：外销	82.86	84.79	81.92
内销	77.97	66.24	74.53
2、美发小家电系列	71.21	74.29	75.04

7、报告期内前五大客户销售情况

单位：万元

期间	排名	客户名称	金额	占当年销售额比重
2011 年度	1	Farouk Systems	13,602.05	16.80%
	2	Sally Beauty	8,539.20	10.55%
	3	Altec Lansing	8,527.05	10.54%
	4	Fenda Audio(India) Pvt.Ltd.	6,504.03	8.04%
	5	Imation	3,961.54	4.89%
	合计		**41,133.87**	**50.82%**
2010 年度	1	Farouk Systems	13,155.18	19.87%
	2	Altec Lansing	10,168.01	15.36%
	3	Sally Beauty	5,196.64	7.85%
	4	Fenda Audio(India) Pvt.Ltd.	3,698.51	5.59%
	5	Cyber Acoustics	3,491.99	5.27%
	合　计		**35,710.34**	**53.94%**
2009 年度	1	Farouk Systems	12,568.90	26.88%
	2	Altec Lansing	9,666.76	20.68%
	3	Sally Beauty	3,786.44	8.10%
	4	Fenda Audio(India) Pvt.Ltd.	2,790.03	5.97%
	5	Cyber Acoustics	1,883.80	4.03%
	合　计		**30,695.93**	**65.66%**

报告期内，公司不存在向单个客户的销售比例超过总额的50%或严重依赖于

少数客户的情形。

报告期内，本公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员及其关联方，持有公司5%以上股份的股东未在公司前五名客户中占有任何权益。

保荐人认为，报告期内，发行人前十大境外客户且曾年销售额超过1200万元的主要客户与发行人及其实际控制人、股东、董事、监事、高级管理人员、核心技术人员不存在关联关系。

发行人律师认为，报告期内，发行人主要境外客户与发行人及其实际控制人、股东、董事、监事、高级管理人员、核心技术人员不存在关联关系。

会计师认为，报告期内，发行人主要境外客户与发行人及其实际控制人、股东、董事、监事、高级管理人员、核心技术人员不存在关联关系。

8、报告期前五大客户主要终端销售渠道情况

客户名称	主要销售区域	渠道类型	主要终端渠道
Farouk Systems	美国	美容美发用品店	Armstrong McCall、Ulta（犹他彩妆）、Beauty brands、Beauty Systems Group
		美发沙龙连锁	Regis Salons、Fantastic Sams 、Trade Secret Beauty Express、Purebeauty、Beauty First
		百货公司	JC Penney、Macy's（梅西百货）
		大卖场	Target（塔吉特）、Walmart（沃尔玛）、Kmart（凯马特）
Sally Beauty	美国	美容美发用品店(自有门店)	Sally Beauty Supply、Beauty Systems Group
		在线商城	www.sallybeauty.com
Altec Lansing	美国	家电连锁	Bestbuy（百思买）、Radioshack、J&R
		大卖场	Target（塔吉特）、Walmart（沃尔玛）、Kmart（凯马特）
		百货公司	Sears（西尔斯）
		在线商城	www.alteclansing.com
Fenda Audio(India)	印度	电子产品卖场	Vishal Mega Mart、Croma、Easyday、

Pvt.Ltd.			Mega Store、Girias、QRS、PCH Zone
Imation	美国	家电连锁	Bestbuy、Radioshack、J&R
		大卖场	Target（塔吉特）、Walmart（沃尔玛）、Kmart（凯马特）、Costco（好市多）
		百货公司	Sears（西尔斯）
		在线商城	www.xtrememac.com www.memorex.com
Cyber Acoustics	美国	家电连锁	Bestbuy（百思买）、Radioshack、J&R
		大卖场	Target（塔吉特）、Walmart（沃尔玛）、Kmart（凯马特）
		百货公司	Sears（西尔斯）
		在线商城	www.cyberacoustics.com

资料来源：以上信息根据客户访谈、客户网站介绍、华泰联合证券及公司对客户零售终端考察情况整理。

9、报告期各期多媒体音箱业务内销、外销及美发小家电业务前十大客户销售情况

（1）报告期内，公司多媒体音箱外销业务前十大客户销售情况：

期间	序号	客户名称	中文译名	金额（万元）
2011 年度	1	Altec Lansing	奥特蓝星	8,527.05
	2	Fenda Audio(India) Pvt.Ltd	无中文译名	6,504.03
	3	Imation	怡敏信	3,961.54
	4	Cyber Acoustics	无中文译名	3,094.79
	5	昆盈	昆盈	2,497.00
	6	Sven Inc.	无中文译名	1,942.98
	7	Exim Standart Ltd.	无中文译名	1,178.00
	8	Hifi Orient Thai Public Co., Ltd.	无中文译名	708.38
	9	Trust International BV	无中文译名	668.79
	10	The Source Bell Electronics Inc	无中文译名	620.02
	合计			**29,702.58**
2010 年度	1	Altec Lansing	奥特蓝星	10,168.01
	2	Fenda Audio (India) Pvt.Ltd.	无中文译名	3,698.51

	3	Cyber Acoustics	无中文译名	3,491.99
	4	Sven Inc.	无中文译名	1,418.67
	5	Imation	怡敏信	1,394.51
	6	昆盈	昆盈	1,348.83
	7	Sven Center Ltd.	无中文译名	943.15
	8	Exim Standart Ltd.	无中文译名	665.35
	9	Winspeed Co., Ltd.	无中文译名	517.46
	10	Maca Link Co., Ltd.	无中文译名	502.48
	合计			**24,148.96**
2009 年度	1	Altec Lansing	奥特蓝星	9,666.76
	2	Fenda Audio (India) Pvt.Ltd.	无中文译名	2,790.03
	3	Cyber Acoustics	无中文译名	1,883.80
	4	Sven Inc.	无中文译名	733.98
	5	Elekta HK Co., Ltd.	无中文译名	464.75
	6	Office Depot, Inc..	欧迪办公	334.14
	7	昆盈	昆盈	289.36
	8	Arabian Electronic LLC	无中文译名	282.44
	9	Exim Standart Ltd.	无中文译名	266.91
	10	Hifi Orient Thai Public Co., Ltd.	无中文译名	211.22
	合计			**16,923.39**

（2）报告期内，公司多媒体音箱内销业务前十大客户销售情况：

期间	序号	客户名称	金额（万元）
2011 年度	1	深圳宏腾商贸有限公司	1,021.81
	2	郑州双舟科贸有限公司	852.75
	3	明朗国际贸易（上海）有限公司	406.42
	4	广州市汇林计算机科技有限公司	308.17
	5	上海惠普有限公司	233.62
	6	沈阳宏锐众诚电子有限公司	189.15
	7	石家庄市增益兴商贸有限公司	183.76
	8	北京长城永毅科技发展有限公司太原分公司	155.49
	9	中山市新银商贸有限公司	146.39
	10	南宁市熠硕电子科技有限公司	142.18

	合计		**3,639.74**
2010 年度	1	广州健顺电子科技有限公司	908.50
	2	方正科技集团苏州制造有限公司	620.75
	3	郑州双舟科贸有限公司	602.00
	4	上海惠普有限公司	454.69
	5	上海迈创电子有限公司	445.11
	6	深圳宏腾商贸有限公司	275.63
	7	成都市元荃商贸有限公司	190.74
	8	广州市汇林计算机科技有限公司	182.65
	9	合肥鸿威科贸有限公司	149.24
	10	菏泽科奥网络科技有限公司	148.05
	合计		**3,977.36**
2009 年度	1	上海迈创电子有限公司	1,250.95
	2	广州健顺电子科技有限公司	973.84
	3	郑州双舟科贸有限公司	382.26
	4	方正科技集团苏州制造有限公司	308.06
	5	菏泽科奥网络科技有限公司	159.35
	6	石家庄新华区鑫华电脑经销部	145.77
	7	广州市天河区石牌九福数码经营部	140.05
	8	合肥鸿威科贸有限公司	126.63
	9	北京长城永毅科技发展有限公司太原分公司	125.37
	10	深圳宏腾商贸有限公司	113.91
	合计		**3,726.19**

（3）报告期内，公司美发小家电业务前十大客户销售情况：

期间	序号	客户名称	中文译名	金额（万元）
2011 年度	1	Farouk Systems	无中文译名	13,602.05
	2	Sally Beauty	莎莉美容	8,539.20
	3	HOT	海伦尔赛	3,105.42
	4	Bio Ionic	无中文译名	1,798.48
	5	Corioliss	无中文译名	1,702.75
	6	IGP LLC	无中文译名	1,411.37
	7	Aircom Asia Ltd.	无中文译名	986.89

	8	Salon UK Ltd.	无中文译名	692.30
	9	Hotlooks Ltd.	无中文译名	499.40
	10	MILO C.A.	无中文译名	414.50
	合计			**32,752.36**
2010 年度	1	Farouk systems	无中文译名	13,155.18
	2	Sally Beauty	莎莉美容	5,196.64
	3	Bio Ionic	无中文译名	2,545.42
	4	HOT	海伦尔赛	2,311.28
	5	Hotlooks Ltd.	无中文译名	1,404.74
	6	Corioliss Ltd.	无中文译名	1,286.44
	7	IGP LLC	无中文译名	1,027.47
	8	Aircom Asia Ltd.	无中文译名	652.21
	9	Diffitalia Group Srl.	无中文译名	249.86
	10	HH SIMONSEN A/S	无中文译名	188.76
	合计			**28,018.00**
2009 年度	1	Farouk systems	无中文译名	12,568.90
	2	Sally Beauty	莎莉美容	3,786.44
	3	Bio Ionic	无中文译名	1,685.57
	4	Hotlooks Ltd.	无中文译名	627.93
	5	Wetline Pro Inc.	无中文译名	336.03
	6	Corioliss Ltd.	无中文译名	298.15
	7	Soufian Trading Est. (S.T.E.)	无中文译名	293.77
	8	Aircom Asia Ltd.	无中文译名	276.76
	9	HOT	海伦尔赛	236.55
	10	Tesco International Sourcing Ltd.	乐购	209.12
	合计			**20,319.22**

10、报告期各期多媒体音箱业务内销、外销及美发小家电业务前十大客户基本情况

（1）报告期内，公司多媒体音箱外销业务前十大客户基本情况如下：

序号	客户名称	集团总部所在地	客户简介
1	Altec Lansing	美国	成立于 1941 年，是全球知名的多媒体音箱品牌运营

			商。公司主要产品有多媒体音箱系列、iPad /iPhone/iPod 音箱系列、耳机系列等，2010 年公司营业收入约为 0.75 亿美元。
2	Fenda Audio(india) Pvt.Ltd.	印度	成立于 2005 年，是一家以消费类电子产品为主的贸易型企业，为奋达科技印度独家总经销商，主要从事多媒体音箱、DVD 等电子产品的销售。2010 年公司营业收入约 2,000 万美元，2010 年末资产总额约 500 万美元。
3	Imation	美国	全球存储领域及数码科技的引导者，为纽交所上市公司（NYSE：IMN），旗下拥有 Imation、TDK 、Memorex 及 XtremeMac 四个主要品牌，业务遍及 60 多个国家或地区。公司主要经营视频、音频等电脑周边、苹果周边及存储类电子产品，2010 财年公司营业收入为 14.6 亿美元，资产总额为 12.5 亿美元。
4	Cyber Acoustics	美国	成立于 1996 年，是北美市场知名的多媒体音箱品牌运营商。公司主营多媒体音箱系列、耳机系列和其他电子产品，主要通过经销商、Wal-Mart、BestBuy 等连锁卖场、在线商城等多种渠道进行销售。2010 年公司营业收入约 5,200 万美元。
5	昆盈	台湾	成立于 1983 年，台湾证券交易所上市公司（TWSE：2365），是全球著名的电脑周边及消费电子领导品牌。公司主要产品包括鼠标、键盘、扬声器、耳机、游戏周边产品等，销往全球 80 多个国家或地区，2010 年公司营业收入为 93.69 亿元（新台币），2010 年末资产总额为 75.65 亿元（新台币）。
6	Sven Inc.	俄罗斯	成立于 1991 年，是俄罗斯电脑周边产品市场著名品牌企业，主要产品包括机箱电源，键盘，鼠标，耳机，音箱，DVD 等电脑周边产品。2010 年公司营业收入约 1.5 亿美元。
7	Office Depot, Inc	美国	成立于 1986 年，纽交所上市公司(NYSE:ODP)，主要从事办公用品、办公家具和计算机终端配套产品等的销售。2010 财年营业收入为 116.33 亿美元，资产总额为 45.69 亿美元。
8	Exim Standart Ltd.	乌克兰	成立于 2004 年，主要从事计算机外设产品的销售，包括 F&D 品牌多媒体音箱产品、A4TECH 品牌鼠标和键盘产品等，主要通过批发商、连锁零售卖场、在

			线商店等渠道销售。
9	Hifi Orient Thai Public Co., Ltd.	泰国	成立于 1992 年，主要从事 AV 产品、家用电器的销售，产品包括 DVD、洗衣机、音箱等，2010 年营业收入约 3,500 万美元，2010 年末资产总额约 1,660 万美元。
10	Trust International BV	荷兰	欧洲著名的计算机外设产品品牌商，主要产品包括鼠标、键盘、摄像头、音箱、耳机、游戏设备等，在全球拥有 19 家分支机构，产品主要销往欧洲、非洲和中东地区。
11	The Source (Bell) Electronics Inc	加拿大	是加拿大著名消费类电子产品零售商，主要从事电视机、家庭娱乐系统、音箱、耳机、游戏机、照相机、手机等消费类电子产品的零售，拥有 750 多家门店，为加拿大贝尔公司（BCE Inc）全资子公司。BCE 是加拿大电信行业的领先者，为多伦多证券交易所（TSX：BCE）和纽交所上市公司（NYSE：BCE），主要为个人和企业用户提供通信解决方案，2010 财年公司营业收入为 180.69 亿美元，资产总额为 392.76 亿美元。
12	Winspeed Co., Ltd	台湾	成立于 2004 年，主要为德国公司 Speed Link 采购电脑周边产品，2010 年营业收入约 3,000 万美元。Speed Link 品牌在欧洲具有较高的知名度，产品包括鼠标、键盘、音箱、耳机、摄像头、游戏控制器等。
13	Sven Center Ltd.	乌克兰	成立于 2006 年，是乌克兰领先的电脑周边产品企业之一，主要产品包括音箱、耳机、键盘、鼠标、摄像头、机箱电源等电脑周边产品，主要通过大型连锁商场销售，如 Auchan、Metro、Eldorado 等。2010 年公司营业收入约 700 万美元。
14	Maca Link Co., Ltd.	台湾	成立于 1995 年，主要从事计算机外设产品和家用电器的销售，包括音箱、摄像头、手机、笔记本电脑、冰箱、烤炉等。
15	Elekta HK Co., Ltd.	香港	成立于 2000 年，主要从事音箱、手机等产品的销售。
16	Arabian Electronic LLC	阿联酋	成立于 1988 年，主要从事消费类电子产品的销售，产品包括音箱、电视、数码相机、电脑等。

资料来源：客户基本情况调查回函、上市公司年报、网站介绍。

（2）报告期内，公司多媒体音箱内销业务前十大客户基本情况如下：

序号	客户名称	公司总部所在地	客户简介
1	深圳宏腾商贸有限公司	深圳	成立于 2007 年，主要经营音箱、DVD、移动 DVD、电压锅、电水壶等家电产品，拥有 30 余家店面，2010 年营业收入约 2,000 万元。
2	郑州双舟科贸有限公司	郑州	成立于 2008 年，主营电脑外设产品，包括音箱、鼠标、键盘、耳机、摄像头、移动硬盘、电脑软件等，拥有 6 家门店，2010 年营业收入约 6,000 万元。
3	明朗国际贸易（上海）有限公司	上海	成立于 2001 年，是台湾上市公司联强国际（TWSE：2347）的附属公司。联强国际是为全球第三大、亚洲第一大高科技通路商，销售的产品涵盖资讯、通讯、消费性电子、元组件领域，超过 270 个品牌，包括 Intel、Microsoft、IBM、HP、Seagate、Nokia、Motorola、Samsung、Lenovo、HTC、Acer、Toshiba 等。联强国际 2010 年营业收入为 1,470 亿元（新台币）。
4	广州市汇林计算机科技有限公司	广州	成立于 2002 年，主要从事电脑配套产品的销售，包括显示器、CPU、鼠标、键盘、音箱等，2010 年营业收入约 4,000 万元。
5	上海惠普有限公司	上海	成立于 1998 年，是美国惠普公司的子公司，主要从事 HP 台式 PC、笔记本电脑、工作站、服务器及部件等产品的研发、生产和销售。
6	沈阳宏锐众诚电子有限公司	沈阳	成立于 2007 年，主要从事家用电脑配件的销售，产品包括显示器、音箱、机箱电源等，2010 年营业收入约 500 万元，2010 年末资产总额约 160 万元。
7	石家庄市增益兴商贸有限公司	石家庄	成立于 2003 年，主要从事家用电器、电子设备、办公用品的销售，有 4 家门店，2010 年营业收入约 800 万元。
8	北京长城永毅科技发展有限公司太原分公司	太原	成立于 2003 年，主营电脑周边产品销售，包括音箱、显示器等，2010 年营业收入约 350 万元。
9	中山市新银商贸有限公司	中山	成立于 2008 年，主要从事家用电器产品的销售，包括音箱、DVD 及其他小家电产品，2010 年营业收入约 2,000 万元，2010 年末资产总额约 500 万元。
10	南宁市熠硕电子科技有限公司	南宁	成立于 2008 年，主要从事音箱的批发与零售，计算机网络综合布线等，2010 年营业收入约 600 万元。
11	方正科技集团苏州	苏州	系方正科技（600601）子公司，成立于 2003 年，主

	制造有限公司		要从事电脑、服务器、打印机、数码相机、机顶盒等产品的研发、设计和生产。方正科技 2010 年营业收入为 81.68 亿元，2010 年末资产总额为 69.96 亿元。
12	上海迈创电子有限公司	上海	成立于 2004 年，主要从事于解决大型工厂库存配置、第三方采购，为企业提供集资源搜寻、进出口清关派送、物控、库存管理、维修为一体的一站式供应链服务，为全球众多知名企业提供服务，包括惠普、联想、华硕、英迈等。
13	广州健顺电子科技有限公司	广州	成立于 2008 年，主要从事家电产品销售，包括音箱、DVD 等，2010 年营业收入约 1,200 万元。
14	成都市元荃商贸有限公司	成都	成立于 2008 年，主要从事电脑配套产品的销售，包括耳机、音箱等，拥有 5 家门店，主要代理品牌为今联、奋达等，2010 年营业收入约 480 万元，2010 年末资产总额约 100 万元。
15	合肥鸿威科贸有限公司	合肥	成立于 2003 年，主要从事电脑周边产品的销售，产品包括机箱、电源、音箱、网络配套产品等，拥有 3 个门店，2010 年营业收入约 2,000 万元。
16	石家庄市新华区鑫华电脑经销部	石家庄	成立于 1998 年，主要从事家用电器产品的批发与零售，2010 年营业收入约 1,000 万元，2010 年末资产总额约 300 万元。
17	广州市天河区石牌九福数码经营部	广州	成立于 2005 年，主要从事音频产品的销售，包括音箱、耳机等。
18	菏泽科奥网络科技有限公司	菏泽	主要从事电脑配件、外设、音箱及办公设备的零售与批发。

资料来源：客户基本情况调查回函、上市公司年报、网站介绍。

（3）报告期内，公司美发小家电业务前十大客户基本情况如下：

序号	客户名称	集团总部所在地	客户简介
1	Farouk Systems	美国	成立于 1986 年，是美国专业市场美发电器产品的知名品牌运营商，与 Conair、HOT 同为美国专业市场美发电器产品前三大品牌商。公司主要从事专业美发沙龙市场美发电器产品及头发护理产品的销售，2010 年公司美发电器产品营业收入约为 1.65 亿美元，头发护理类产品营业收入约 9.6 亿美元。

2	Sally Beauty	美国	美国最大的专业美容美发产品零售商和分销商，为纽交所上市公司（NYSE：SBH），在全球范围内共有超过 4,000 多家门店，主要位于美国、加拿大、墨西哥、英国、爱尔兰、比利时、法国、西班牙、德国等国。公司主要从事专业美容用品、头发护理用品、电子美容美发器具、护肤护甲用品等产品的分销或零售， 2010 财年公司营业收入为 29.16 亿美元，资产总额为 15.89 亿美元。
3	HOT	美国	全球领先的个人护理产品企业之一，为纳斯达克上市公司（NASDAQ：HELE），主要产品包括个人护理用品和家庭日常用品两大系列。公司 2010 财年营业收入为 6.48 亿美元，资产总额为 8.35 亿美元。
4	Bio Ionic	美国	成立于 1997 年，是全球美发电器和头发护理产品领域领先的品牌运营商，主要产品包括电吹风、直发器、卷发器、刷子以及洗发剂、护发素、洁肤乳等护理产品；Bio Ionic 品牌产品通过分销商向美发沙龙、连锁美发沙龙店和美容美发学校进行销售；在美国市场，Bio Ionic 是仅次于 Conair、HOT、Farouk Systems 的第四大专业市场美发电器产品品牌商。
5	Corioliss Ltd.	英国	成立于 2003 年，是一家美发小家电产品品牌运营商，主要向专业美发电器产品分销商销售直发器、电吹风等产品，在欧洲、中东、非洲等地区拥有 50 多家独家经销商，在英国有 40 多家批发商和零售商。公司 2010 年营业收入约为 1,050 万美元。
6	IGP LLC	美国	IGP 是一家美发小家电产品品牌运营商，其家用美发电器产品主要通过零售卖场如 Target、Wal-Mart、JC Penney 等渠道进行销售，其专业美发电器产品主要通过美国的经销商和专业美发沙龙用品商店进行销售。公司 2010 年营业收入约 2,700 万美元， 2010 年末资产总额约 800 万美元。
7	Aircom Asia Ltd.	智利	是 Comercializadora Los Robles Ltda.的采购子公司，主要从事家用电器、个人护理和健康产品的采购，2010 年营业收入约为 4,500 万美元，2010 年末资产总额约 500 万美元。
8	Salon UK Ltd.	英国	欧洲知名的美发小家电品牌商，产品主要定位于专业美发市场，依托专业美发电器批发市场，产品主要销往英国、俄罗斯、中东地区和欧洲其他地区。
9	MILO C.A.	委内瑞拉	成立于 2001 年，主要从事头发护理产品和美发电器产品

			的销售，产品通过直销和经销模式在委内瑞拉全国范围内销售，2010 年营业收入约为 1,000 万美元。
10	HH SIMONSEN A/S	丹麦	成立于 2003 年，主要从事美发系列产品的研发与销售，产品包括直发器、卷发器、电吹风、推剪、洗发水等，主要通过丹麦的 2,000 多家美发沙龙店进行销售。
11	Tesco International Sourcing Ltd.	英国	是乐购 Tesco 的全资子公司，主要为乐购在全球范围内采购商品。乐购是全球最大的连锁超市之一，在全球拥有 5,000 余间超市，营业面积超过 10,000 万平方英尺，2010 财年营业收入为 609 亿英镑，资产总额为 472 亿英镑。
12	Hotlooks Ltd.	英国	Hotlooks 是一家美发小家电贸易商，主要产品包括直（卷）发器、电吹风等美发电器产品，销售渠道包括美发沙龙店、分销商和大众市场。2010 年公司营业收入约为 700 万美元， 2010 年末资产总额约为 200 万美元。
13	Diffitalia Group Srl.	意大利	成立于 1992 年，主要从事美发产品的销售，产品包括染发剂、直发器、电吹风、电推剪等。
14	Wetline Pro Inc.	美国	成立于 2007 年，主要从事直发器、卷发器等美发产品的销售，销售渠道主要通过网络和门店零售。
15	Soufian Trading Est. (S.T.E.)	伊朗	成立于 2000 年，主要从事美容美发产品的生产与销售，主要产品包括直发器、卷发器、电吹风和其他美容美发产品。

资料来源：客户基本情况调查回函、上市公司年报、网站介绍。

11、报告期各期外销多媒体音箱和外销美发小家电主要产品最终销售使用的品牌情况

报告期各期，发行人向前十大境外客户销售占营业收入总额的比重分别为 73.89%、67.64%、66.19%，其外销多媒体音箱和外销美发小家电主要产品最终销售使用的品牌情况如下：

单位：套、万元

序号	客户名称	产品类别	品牌名称	销量	金额
2011 年度					
1	Farouk Systems	直发器	CHI	1,661,467	12,487.71
		卷发器	CHI	90,022	595.17
		电吹风	CHI	13,042	107.40

2	Sally Beauty	直发器	GVP	407,720	2,884.55
			ION TITANIUM PLATINUM	202,550	1,753.45
			PLUGGED IN	123,260	774.57
			Tool science	76,620	644.54
			POWER IQ	26,920	215.06
		卷发器	PLUGGED IN	185,800	905.38
			ION TITANIUM PLATINUM	67,980	489.77
			PLUGGED	59,040	227.03
			POWER IQ	20,200	144.12
		电吹风	ION TITANIUM PLATINUM	29,064	281.82
			PLUGGED	8,680	58.55
3	Altec Lansing	多媒体音箱	ALTEC LANSING	1,468,372	8,527.05
4	Fenda Audio(India) Pvt.Ltd	多媒体音箱	F&D	525,473	6,504.03
5	Imation	多媒体音箱	memorex	210,672	2,886.04
			TDK	27,776	463.03
			XtremeMac	52,892	612.47
6	HOT	直发器	PRO BEAUTY TOOLS	207,563	1,022.98
			HOT TOOLS	133,164	958.42
			HOT SHIT TOOLS	8,004	69.52
			Twilight LIMITED EDITIONS	11,004	47.36
			CREPUSCULO	6,200	25.63
		卷发器	HOT TOOLS	127,164	591.66
			BEAD HEAD TIGI	30,006	147.26
			PRO BEAUTY TOOL TM	20,000	104.09
			BED HEAD	23,004	72.91
			Revlon	15,000	65.57
7	Cyber Acoustics	多媒体音箱	Cyber Acoustics	299,734	2,265.99
			INSIGNIA	73,500	828.80
8	昆盈	多媒体音箱	Genius	698,762	2,497.00
9	Sven Inc.	多媒体音箱	SVEN	148,035	1,942.98

10	Bio Ionic	直发器	PAUL MITCHELL	184,336	1,335.57
			Freestyle	36,000	162.20
			Bio Ionic	4,200	33.98
		卷发器	PAUL MITCHELL	34,082	259.20
2010 年度					
1	Farouk Systems	直发器	CHI	1,666,416	12,069.54
		电推剪	CHI	64,110	452.67
		卷发器	CHI	47,260	372.41
		电吹风	CHI	21,440	214.68
2	Altec Lansing	多媒体音箱	ALTEC LANSING	1,680,109	10,168.01
3	Sally Beauty	直发器	GVP	348,250	2,991.50
			ION TITANIUM PLATINUM	64,820	619.1
			Tool science	49,000	485.31
			PLUG IN	19,720	118.64
			POWER IQ	13,160	108.26
		卷发器	ION TITANIUM PLATINUM	108,800	621.39
		电吹风	PLUG GED	40,808	165.84
4	Fenda Audio(india) Pvt. Ltd.	多媒体音箱	F&D	267,115	3,698.51
5	Cyber Acoustics	多媒体音箱	Cyber Acoustics	300,078	2,388.59
			INSIGNIA	85,000	1,008.82
			iLO	8,422	94.58
6	Bio Ionic	直发器	PAUL MITCHELL	244,863	2,034.85
			Freestyle	38,986	248.33
			Bio Ionic	18,918	105.28
		卷发器	PAUL MITCHELL	17,221	125.44
7	HOT	直发器	PRO BEAUTY TOOLS	163,004	1,056.82
			HOT	92,304	711.76
			PRO ELITE	27,012	245.26
			Belson	6,000	28.11
		卷发器	PRO BEAUTY TOOL	50,000	269.33
8	Sven Inc.	多媒体音箱	SVEN	186,903	1,418.67
9	Hotlooks Ltd	直发器	CRUISE COLLECTION	39,000	345
			IONIKA	33,800	314.06

			TI	22,936	272.99
			TIGIPRO	13,200	167.93
			LONIKA	9,400	55.42
			TOKI DOKI	700	48.13
			Cermaika	2,500	27.78
			SEPHOPA	4,000	26.71
			CERAMIKA PRO	3,200	16.82
			KERATIN CURE SYSTEM	980	13.95
		电吹风	TI	10,898	115.68
10	Imation	多媒体音箱	memorex	70,151	1,172.16
			TDK	8,050	222.35
2009 年度					
1	Farouk Systems	直发器	CHI	1,647,945	12,075.87
		卷发器	CHI	24,810	222.86
		推剪	CHI	12,000	67.36
		电吹风	CHI ROCKET	4,500	39.94
2	Altec Lansing	多媒体音箱	ALTEC LANSING	1,551,410	9,666.76
3	Sally Beauty	直发器	GVP	295,280	2,589.93
			ION TITANIUM PLATINUM	92,700	633.04
			POWER IQ	51,122	476.64
4	Fenda Audio(india) Pvt. Ltd.	多媒体音箱	F&D	175,813	2,790.03
5	Cyber Acoustics	多媒体音箱	Cyber Acoustics	252,572	1,883.80
6	Bio Ionic	直发器	PAUL MITCHELL	134,253	1,192.84
			Freestyle	10,077	83.71
			I LOVE LOGO	4,328	38.95
			BIO IONIC	1,557	13.56
		卷发器	BIO IONIC	46,962	350.88
7	Sven Inc.	多媒体音箱	SVEN	116,752	733.98
8	Hotlooks Ltd.	直发器	TI	43,948	606.00
9	Elekta HK co., Ltd.	多媒体音箱	MEDIACOM	23,084	348.23
			Hessel	10,450	116.52
10	Office Depot, Inc.	多媒体音箱	ATIVA	30,000	334.14

（六）主要原材料和能源供应情况

1、主要原材料供应情况

公司的原材料主要包括电子类元件、变压器、线材、塑胶原料、扬声器硬件、包材、中纤板、发热体等。供应渠道主要为市场采购。公司在物资采购方面制定了严格的管理办法和业务操作流程，审慎选择材料供应商，保证原材料和零部件供应的及时、经济、高质和高效。

2、主要能源供应情况

公司生产所用主要能源包括水、电。水由深圳市宝安自来水有限公司供应，电由深圳市农电总公司供应，能够保证公司的生产用水和用电。

3、主要原材料构成及价格变动趋势

主要原材料构成：

主要原材料	2011 年度	2010 年度	2009 年度
电子类	24.46%	23.81%	22.18%
变压器	8.89%	9.21%	10.24%
线材	10.78%	10.86%	9.92%
塑胶原料	12.50%	10.79%	11.53%
扬声器硬件	8.31%	8.17%	7.25%
包材	11.35%	10.83%	10.97%
中纤板	2.17%	2.60%	2.43%
发热体	6.27%	7.78%	8.17%
合计	**84.73%**	**84.05%**	**82.69%**

主要原材料价格变动趋势：

单位：元

主要原材料	2011 年度		2010 年度		2009 年度
	均价	波动率	均价	波动率	均价
电子类（个）	0.1012	1.30%	0.0999	5.30%	0.0948
变压器（个）	10.6055	2.17%	10.3806	16.02%	8.9472
线材（条）	0.4596	2.45%	0.4486	20.04%	0.3737

塑胶（kg）	11.9839	4.67%	11.4495	2.70%	11.1483
扬声器硬件（个）	0.2808	10.90%	0.2532	7.46%	0.2356
包材（个）	0.2821	2.10%	0.2763	8.17%	0.2554
中纤板（张）	35.1496	4.85%	33.5249	4.89%	31.9613
发热体（个）	1.7067	-2.07%	1.7427	5.42%	1.6532
加权平均		**2.93%**		**8.62%**	

4、主要能源价格变动趋势

类别	供应商	单位	2011 年		2010 年		2009 年
			均价	同比变动	均价	同比变动	均价
电力	深圳市农电总公司	元/度	0.93	-2.11%	0.95	-	0.95
水	深圳市宝安自来水有限公司	元/吨	3.93	-	3.93	-	3.93

5、原材料及能源占生产成本的比重情况

项目	占生产成本比重		
	2011 年度	2010 年度	2009 年度
原材料	79.19%	77.60%	81.42%
能源及动力	1.20%	1.67%	1.85%

6、报告期内向前五大供应商采购情况

单位：万元

年度	序号	供应商名称	金额	占采购总额比重
2011 年度	1	深圳市金尊塑胶五金制品有限公司	3,353.23	6.25%
	2	深圳市海和电子有限公司	1,700.89	3.17%
	3	深圳市诚威电线有限公司	1,618.64	3.02%
	4	深圳市拓普泰克电子有限公司	1,417.31	2.64%
	5	中山市开普电器有限公司	1,080.05	2.01%
	前 5 名供应商合计		**9,170.13**	**17.10%**
2010 年度	1	深圳市金尊塑胶五金制品有限公司	2,132.82	4.80%
	2	深圳市拓普泰克电子有限公司	1,645.06	3.70%
	3	深圳市正润科技有限公司	1,329.47	2.99%

	4	深圳市恒金祥电子有限公司	1,100.29	2.47%
	5	深圳市天航星电子有限公司	1,085.86	2.44%
	前 5 名供应商合计		**7,293.50**	**16.40%**
2009 年度	1	深圳市拓普泰克电子有限公司	1,546.34	5.83%
	2	中山市开普电器有限公司	1,454.11	5.48%
	3	深圳市恒金祥电子有限公司	1,150.17	4.33%
	4	深圳市金尊塑胶五金制品有限公司	1,103.50	4.16%
	5	深圳市天航星电子有限公司	918.87	3.46%
	前 5 名供应商合计		**6,172.99**	**23.27%**

报告期内，公司不存在向单个供应商采购比例超过总额的 50%或严重依赖于少数供应商的情形。

报告期内，本公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员及其关联方，持有公司 5%以上股份的股东未在公司前五名供应商中占有任何权益。

7、公司外协加工情况

目前，公司主要以 ODM 业务为主，根据客户订单来组织生产。公司产品主要销往北美、欧洲等海外市场，受圣诞节、感恩节等节日消费因素影响， 公司产品销售呈现明显的季节性，下半年销售收入占全年的 60%左右，因而客户订单在下半年也会有显著增加。为补充因需求季节性导致的产能不足和确保订单的及时交付，公司将部分非核心工序或配件加工通过外协方式委托给符合公司要求的生产厂商完成。为确保外协加工件的产品质量，公司向合格外协厂商提供技术规格要求、工艺文件、检验标准。同时公司制定并实施了《供应商认证开发流程》、《供应商考核评估流程》，并将外协加工的生产过程管理纳入公司的 ISO9001 质量管理体系中，对其加工过程进行定期巡检和成品抽检。

公司外协加工费用定价系按照公司《采购价格管理规定》执行，基本定价机制如下：（1）采购部根据 PMC 部发出的物料加工需求，联合技术中心、品管中心寻找合格外协加工厂商，并由其提供样品及报价单，建立起外协加工厂商及加工费报价信息库；（2）采购部结合公司材料成本控制目标，将相同外协加工环节加工需求同时向几家合格外协加工厂商进行询价；（3）采购部综合考虑外协加工厂商的报价、交期、加工能力、质量等因素，最终确定合作对象及报价。

（1）报告期内公司外协加工费用占采购总额的比重

单位：万元

项目	2011 年度	2010 年度	2009 年度
外协加工费用	5,476.03	3,412.46	2,829.97
采购总额	53,633.62	44,468.50	26,532.64
占比	10.21%	7.67%	10.67%

（2）报告期内前五大外协厂商外协加工费用占采购总额比重

单位：万元

期间	外协厂商	加工内容	金额	占采购总额比重
2011 年度	中山市开普电器有限公司	线材加工	1,080.05	2.01%
	东莞吉楠五金制品有限公司	铝板加工	800.00	1.49%
	深圳市海和电子有限公司	PCBA 加工	623.54	1.16%
	东莞市建逢塑胶制品有限公司	塑胶件加工（喷油/水转印）	428.32	0.80%
	深圳市志逸科技有限公司	塑胶件加工（水转印）	280.56	0.52%
	合计		**3,212.47**	**5.99%**
2010 年度	中山市开普电器有限公司	线材加工	870.75	1.96%
	深圳市海和电子有限公司	PCBA 加工	435.03	0.98%
	深圳市志逸科技有限公司	塑胶件加工（水转印）	366.45	0.82%
	东莞吉楠五金制品有限公司	铝板加工	270.66	0.61%
	深圳市华凯盛实业有限公司	PCBA 加工	248.08	0.56%
	合计		**2,190.97**	**4.93%**
2009 年度	深圳市惠隆五金制品厂	铝板加工	705.81	2.66%
	中山市开普电器有限公司	线材加工	410.26	1.55%
	深圳市志逸科技有限公司	塑胶件加工（水转印）	273.78	1.03%
	东莞市达昌实业有限公司	线材加工	237.36	0.89%
	东莞吉楠五金制品有限公司	铝板加工	170.72	0.64%
	合计		**1,797.93**	**6.78%**

报告期内，本公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员及其关联方，

持有公司 5%以上股份的股东未在公司前五名外协厂商中占有任何权益。

（七）主要产品的质量管理情况

1、质量管理部门

公司在原材料采购、产品研发、生产等各环节均实施严格的质量管理。公司设有品管中心，负责质量和环境管理体系制定、工艺流程管理和优化、产品品质改进和提升等。

2、质量管理标准

公司目前执行的主要质量标准如下：

序号	标准名称	标准标号
1	《音频、视频及类似电子设备安全要求》	GB8898
2	《声音和电视广播接收机及有关设备无线电干扰特性限值和测量方法》	GB13837
3	《电磁兼容限值谐波电流发射限值》	GB17625.1
4	《声音和电视广播接收机及有关设备辐射抗扰度特性允许值和测量方法》	GB/T13838
5	《家庭影院用环绕声放大器通用规范》	SJ/T 11217
6	《音频组合设备通用技术条件》	GB/T14277
7	《高保真扬声器系统最低性能要求及测量方法》	GB/T12062
8	《按接受质量限检索的逐批检验抽样计划》	GB/T 2828
9	《声频放大器测量方法》	GB/T9001
10	《包装储运图示标志》	GB/T191
11	《头发及皮肤护理产品的特殊要求》	IEC/EN60335-2-23
12	《家用和类似用途电器的安全第 1 部分：通用要求》	GB4706.1-2005/ IEC/EN60335-1
13	《家用电动个人发饰类器具标准》	ANSI/UL859 and CSA C22.2No.36
14	《按接受质量限（AQL）检索的逐批检验抽样计划》	GB/T 2828.1-2003
15	《质量管理体系认证》 NO.UKQ0810030R1	ISO9001:2008

3、质量认证情况

报告期内，公司根据产品市场销售区域的相关质量认证规定，先后取得CCC、CE、CB、FCC、ETL、GS、KC 等认证，具体如下：

认证机构名称	认证类别	认证对象
中国质量认证中心（CQC）	CCC	多媒体音箱系列产品，包括 A110、A310、S330、i233、i282、A320、A520 等产品
Intertek Testing Services（ITS）	CE	多媒体音箱系列产品，包括 F211、F212、BX1220、BX1221、i212、i332、U211、i226 等产品
		美发小家电系列产品，包括 FD-108、FD-073A 等产品
	FCC、CB	多媒体音箱系列产品，包括 BX1220、BX1221、VS4621、MJ-SP2、SP-i600 等产品
	CB	美发小家电系列产品：FD-056
	CE-EMC	多媒体音箱系列产品，包括 U211、U212、U222A 等产品
	ETL	多媒体音箱系列产品，包括 VS4621、CA-3400 等产品
		美发小家电系列产品，包括 FD-033、FD-033A、FD-034、FDD-017、FD-132、FD-076、FD-126 等产品
	C-Tick	多媒体音箱系列产品，包括 BX1220、BX1221 等产品
Shenzhen EMTEK Co,Ltd.	CE	多媒体音箱系列产品，包括 F323、U228、i233、i224、i282、H200 等产品
		美发小家电系列产品，包括 FD-033、FD-043、FD-054、FD-055、FDD-017、FD-126、FD-132、FD-125 等产品
	FCC	多媒体音箱系列产品，包括 U228、i233、i224、M6 等产品
	C-Tick	多媒体音箱系列产品，包括 i281、i332 等

		产品
	PSE	美发小家电系列产品：FD-042
SinTek Laboratory Co.,Ltd.	CE	多媒体音箱系列产品，包括 A110、A320、E200、E300 等产品
	FCC、CB	多媒体音箱系列产品，包括 SW-S2.1 200、R216、SP-HF500A 等产品
	CE-EMC	多媒体音箱系列产品，包括 V520、V620 等产品
TUV SUD PSB Pte Ltd.	CB	美发小家电系列产品，包括 FD-075 等产品
TUV SUD Product Service Ltd.	CE	美发小家电系列产品，包括 FD-075 等产品
	GS	美发小家电系列产品，包括 FDJ-029、FDJ-001 等产品
Korea Testing Laboratory	KC	美发小家电系列产品：FD-056

4、质量管理措施

本公司一直非常重视产品质量，并以为顾客提供绿色、优质、高性价比的产品和服务作为企业经营宗旨，组建了300多人的品质管理团队，建立了专门的品管实验室，配备了包括恒温恒湿测试仪、RoHS测试仪、震动测试仪、盐雾测试仪、线材摇摆测试仪、烘箱、跌落测试仪、静电发生器等、跌落测试仪、扬声器/话筒自动极性测试仪、音频扫频信号发生器、Fo测试仪、CLIO测试系统等行业中先进的测试设备。公司现已通过ISO9001:2008 质量管理体系认证和ISO14001:2004环境管理体系认证，建立了一套较为完善的质量管理体系。

公司质量控制文件主要如下：

序号	控制程序	主要内容及质量控制目的
1	供方管理规定	明确供应商开发、评估、管理及维护的方法和工作程序，确保外购物料质量符合生产要求
2	进料检验管理规定	明确不同物料的检验标准和程序，确保外购物料及外发加工半成品质量符合公司要求
3	制程管理规定	明确从生产领料到产成品包装入库各工序控制要求，确保产品品质、性能符合标准
4	成品检验规定	明确产成品检验流程，确保成品品质符合客户要求，防止未经检验或检验不合格成品流出给顾客

5	抽样检验标准管理规定	明确所有进厂需检验物料、外发加工半成品以及产成品抽样检验标准，规范作业行为和抽检水平，确保产品质量符合顾客要求
6	产品信赖性试验管理规定	明确公司产品在研发试制、小批量试产、量产等不同阶段的信赖性实验要求，确保公司产品符合环境信赖性标准，保证产品之品质水准
7	强制性产品认证管理规定	明确公司产品强制化认证要求，确保公司制造产品符合国家有关法律法规及强制性产品认证标准的要求
8	有毒有害物质控制管理规定	明确电子信息产品中有毒有害物质控制要求，确保公司销往国内市场电子类产品符合绿色环保要求
9	ROHS管理规定	明确ROHS产品导入及运作流程，确保公司生产的产品满足欧盟ROHS（2002/95/EC）法规的要求

5、质量管理效果及质量纠纷情况

公司一直严格按照质量管理控制要求组织公司材料采购、产品开发和生产制造， 确保公司产品符合国际行业技术质量标准，公司产品也以优良的品质受到了消费者和质检管理部门的广泛认可。2005年9月，公司多媒体音箱产品被广东省质量协会、广东省用户委员会授予“广东省用户满意产品”称号；2006年12月，公司被深圳市宝安区人民政府授予“区长质量奖”；2008年2月，公司生产出口的“IH00IR组合音箱”被国家质检总局授予“出口免验证书”。

报告期内，公司及子公司不存在因违反有关产品及服务质量和技术监督方面的法律、法规而受到质检部门重大行政处罚情形，公司及子公司也不存在重大质量纠纷。深圳市市场监督管理局出具“深市监信证[2011]68号”、“深市监信证[2011]236号”、“深市监信证[2012]75号”文，证明本公司及子公司自2009年1月1日至2011年12月31日没有违反市场监督管理有关法律法规的记录。

（八）环境保护及安全生产情况

1、环境保护情况

公司主要从事小家电产品的生产，生产过程不存在高危险或重污染的情况。公司自成立以来，一直非常重视环境保护工作，并致力于打造环境优美、节能低耗、绿色环保的生态工业园。2008年-2009年期间，公司先后获得“2008年度宝

安区绿色示范企业”、“深圳市宝安区绿色建筑试点项目”、“2008年度深圳市宝安区节能降耗工作先进单位”、“深圳市宝安区2008年度环保示范企业”等荣誉称号。

公司生产工艺严格按照深宝环批[2008]604854号文的要求执行，符合环境保护相关法律法规的规定。报告期内，公司及子公司不存在因违反环境保护法律法规而受到重大行政处罚的情形。深圳市人居环境委员会出具“深人环法证字[2011]第079号”、“深人环法证字[2011]第220号”、“深人环法证字[2012]第060号”《关于深圳市奋达科技股份有限公司等公司环保守法情况的证明》，证明本公司及子公司自2009年1月1日至2011年12月31日未发生环境污染事故和环境违法行为，现阶段未对环境造成污染，已达到国家和地方规定的环保要求。

2、安全生产情况

本公司建立了完善的安全生产管理制度，主要包括《安全与消防控制程序》、和《应急准备和响应控制程序》，注重对员工的安全教育，尤其是新进员工的安全操作教育，并定期和不定期进行安全检查。公司将安全生产情况作为各部门经理、主管的绩效考核指标之一，以提高公司各部门及员工的安全生产意识。报告期内，公司未发生过重大安全事故以及因安全生产问题而受到行政处罚的情形。

七、发行人主要固定资产及无形资产

（一）固定资产

1、房屋建筑物：

序号	房产证号	房地产名称	面积（㎡）	用途	所有权人	取得方式	他项权利
1	深房地字第5000483737号	奋达工业园研发办公楼	26,725.30	研发办公、厂房	奋达科技	自建	无
2		奋达工业园厂房 A	27,937.97	厂房			
3		奋达工业园厂房 B	27,823.08	厂房			
4		奋达工业园厂房 C	27,825.85	厂房			
5		奋达工业园食堂 A	3,144.82	食堂			
6		奋达工业园变配电房	628.24	变配电			

				房			
7		奋达工业园宿舍 A	5,220.95	宿舍			
8		奋达工业园宿舍 B	5,094.15	宿舍			
9		奋达工业园宿舍 C	5,094.15	宿舍			
10		奋达工业园宿舍 D	3,571.55	宿舍			
11		奋达工业园宿舍 E	2,191.85	宿舍			
12		奋达工业园宿舍 F	2,191.85	宿舍			

上述房屋建筑物全部位于深圳市宝安区石岩街道奋达科技园。公司于 2006 年 1 月 25 日与深圳市国土资源和房地产管理局签订了《深圳市土地使用权出让合同书》，取得了宗地号 A703-0047（后变更为 A703-0079）地块土地使用权，土地性质为工业用地；公司自建房屋完工后，于 2011 年 3 月 18 日取得了深圳市房地产权登记中心核发的《房地产证》（深房地字第 5000483737 号）。

2、三围奋达科技工业园资产明细

目前，三围奋达科技工业园房产权属不归本公司所有，相关情况参见本招股说明书“第五节、四、（五）转让公司占有三围奋达科技工业园的全部权利和义务”。

截止 2010 年 12 月 31 日，三围奋达科技工业园资产明细如下：

序号	名称	启用日期	原值（元）	净值（元）	权利归属
1	三围 A 栋厂房	2002 年 12 月	13,350,052.63	8,277,032.47	奋达投资
2	三围 B 栋厂房	2002 年 12 月	4,058,636.25	2,516,354.01	奋达投资
3	三围宿舍楼	2002 年 12 月	3,425,974.28	2,124,103.88	奋达投资
4	三围配电房	2002 年 12 月	98,319.12	60,957.84	奋达投资
5	三围办公大楼	2002 年 12 月	1,770,205.66	1,097,527.90	奋达投资
6	三围保安室	2002 年 12 月	240,283.15	148,975.63	奋达投资
7	中央空调系统	2010 年 6 月	7,013,826.11	6,731,714.51	奋达投资
8	消防系统	2010 年 9 月	2,348,351.66	2,292,578.31	奋达投资
合计			32,305,648.86	23,249,244.55	

3、投资性房地产

2009 年 12 月 31 日：

序号	房地产名称	原值（元）	净值（元）	权利归属
1	办公大楼东侧 1-5 楼	10,984,144.84	10,114,827.41	奋达实业
2	C 栋宿舍	6,077,516.32	5,596,544.41	奋达实业
3	食堂一层	2,767,813.18	2,548,769.69	奋达实业
合计		19,829,474.34	18,260,141.51	

2010 年 12 月 31 日：

序号	房地产名称	原值（元）	净值（元）	权利归属
1	办公大楼东侧 1-6 楼	13,416,014.81	11,712,489.47	奋达科技
2	C 栋宿舍	7,046,036.32	6,264,147.63	奋达科技
3	食堂一层	2,767,813.19	2,417,223.59	奋达科技
4	三围消防工程	2,348,351.66	2,246,100.51	奋达科技
5	三围 A 栋厂房	13,350,052.63	8,277,032.47	奋达科技
6	三围 B 栋厂房	4,058,636.25	2,516,354.01	奋达科技
7	三围宿舍楼	3,425,974.28	2,124,103.88	奋达科技
8	三围配电房	98,319.12	60,957.84	奋达科技
9	三围办公大楼	1,770,205.66	1,097,527.90	奋达科技
10	三围保安室	240,283.15	148,975.63	奋达科技
合计		48,521,687.07	36,864,912.93	

2011 年 12 月 31 日：

序号	房地产名称	原值（元）	净值（元）	权利归属
1	办公大楼东侧 1-6 楼	13,416,014.81	11,068,335.18	奋达科技
2	C 栋宿舍	7,046,036.32	5,929,460.91	奋达科技
3	食堂一层	2,767,813.19	2,285,752.46	奋达科技
合计		23,229,864.32	19,283,548.55	

4、公司主要生产设备均系购买所得，使用情况良好，具体情况如下：

单位：元

序号	设备名称	数量	原值	净值	成新率	所有权人
1	注塑机	51	8,285,000.00	3,082,347.69	37.20%	奋达科技
2	装配生产线	38	3,950,794.20	983,121.04	24.88%	奋达科技
3	高速贴片机	2	2,443,556.50	2,327,487.52	95.25%	奋达科技
4	CNC	3	2,050,000.00	1,206,083.42	58.83%	奋达电器

5	6241F 转向插件机	1	1,270,119.29	755,721.02	59.50%	奋达科技
6	紧凑式多功能贴片机	1	1,237,291.10	736,188.25	59.50%	奋达科技
7	吸尘机	4	1,230,000.00	626,274.60	50.92%	奋达科技
8	6380B 径向插件机	1	1,226,068.91	729,510.96	59.50%	奋达科技
9	音频分析仪	7	1,151,518.25	599,735.38	52.08%	奋达科技
10	JUKI 贴片机	1	998,290.60	887,646.78	88.92%	奋达科技
11	天车壹套	1	982,500.00	679,152.94	69.12%	奋达科技
12	生产线	5	940,836.08	612,953.42	65.15%	奋达电器
13	8 头横 V 机	4	736,050.00	146,640.90	19.92%	奋达科技
14	Klippel 扬声器分析系统	1	726,898.40	560,014.71	77.04%	奋达科技
15	机械手	31	705,008.36	663,331.14	94.09%	奋达科技
16	紧凑式高速贴片机	1	642,746.17	382,433.87	59.50%	奋达科技
17	火花机	6	570,940.18	308,784.24	54.08%	奋达电器
18	16 头横 V 机	2	560,500.00	62,485.25	11.15%	奋达科技
19	插件线	6	412,901.20	193,496.72	46.86%	奋达科技
20	高精密度锡膏印刷机	1	386,036.38	229,691.69	59.50%	奋达科技
21	圆角贴皮机	2	383,000.00	66,002.07	17.23%	奋达科技
22	无尘喷涂线	1	371,000.00	123,048.36	33.17%	奋达科技
23	补焊线	4	346,491.84	185,974.96	53.67%	奋达科技
24	定宽机	1	324,786.32	291,360.33	89.71%	奋达科技
25	动力配电柜	9	324,000.00	223,965.00	69.13%	奋达科技
26	苏州三光快走丝线切割	4	317,948.71	247,470.19	77.83%	奋达电器
27	铣床	10	282,051.28	152,543.08	54.08%	奋达电器
28	无铅回流焊炉	1	269,340.37	160,257.45	59.50%	奋达科技
29	双端作榫机	1	256,410.26	230,021.43	89.71%	奋达科技
30	无铅喷雾式双波峰焊锡机	2	240,000.00	155,600.00	64.83%	奋达科技
31	点胶机	14	223,265.16	201,702.36	90.34%	奋达电器
32	充磁机	7	193,468.55	101,818.24	52.63%	奋达科技
33	磨床	5	189,743.58	102,619.17	54.08%	奋达电器
34	JT 全热风回流焊机	1	170,940.17	151,994.25	88.92%	奋达科技
35	双波峰锡焊机	1	154,000.00	20,080.18	13.04%	奋达科技
36	3 轴桌上型机械臂	4	143,350.00	129,158.32	90.10%	奋达电器

37	直 V 机	1	130,000.00	45,608.27	35.08%	奋达科技
38	油压机	6	126,436.60	85,133.50	67.33%	奋达科技
39	万能曲面砂光机	1	94,017.09	84,341.19	89.71%	奋达科技
40	EMI 测试接收机	1	83,495.14	76,885.09	92.08%	奋达电器

（二）无形资产

1、土地使用权：

房地产证号	土地位置	面积（㎡）	用途	使用年限	使用权人	取得方式	他项权利
深房地字第 5000483737 号	深圳市宝安区石岩街道	169,776.70	工业用地	从 2006 年 1 月 25 日至 2056 年 1 月 24 日止	奋达科技	出让	无

2、商标：

序号	商标名称	注册证号	注册国家	注册有效期限	注册类别	权利人	授权日期
1	F & D	1351335	中国	2010.1.7-2020.1.6	第 9 类	奋达科技	2000.1.7
2	奋 达	1351336	中国	2010.1.7-2020.1.6	第 9 类	奋达科技	2000.1.7
3	ALLWAY 澳 纬	1553970	中国	2011.4.14-2021.4.13	第 9 类	奋达科技	2001.4.14
4		1730285	中国	2002.3.14-2012.3.13	第 9 类	奋达科技	2002.3.14
5	F&D奋达	4171390	中国	2006.11.14-2016.11.13	第 9 类	奋达科技	2006.11.14
6	F&D	4171391	中国	2006.11.14-2016.11.13	第 9 类	奋达科技	2006.11.14
7	F&D	5274762	中国	2009.7.14-2019.7.13	第 11 类	奋达科技	2009.7.14
8	F&D	5274763	中国	2009.4.28-2019.4.27	第 9 类	奋达科技	2009.4.28
9	奋达	5275435	中国	2009.4.28-2019.4.27	第 9 类	奋达	2009.4.28

						科技	
10	Allway	6967864	中国	2010.09.14-2020.09.13	第 9 类	奋达科技	2010.9.14
11	Ravon Audio	7126227	中国	2011.1.14– 2021.01.13	第 9 类	奋达科技	2011.1.14
12	F&D	2004/09701	南非	2004.6.15-2014.6.15	第 9 类	奋达科技	2004.6.15
13	F&D	300244601	香港	2004.7.6-2014.7.6	第 9 类	奋达科技	2004.7.6
14	F&D	562570	印度	2004.6.25-2014.6.25	第 9 类	奋达实业	2004.6.25
15	F&D	04008798	马来西亚	2004.6.28-2014.6.28	第 9 类	奋达实业	2004.6.28
16	F&D	84493	阿联酋	2004.7.17-2014.7.17	第 9 类	奋达实业	2004.7.17
17	F&D	01173051	台湾	2005.9.16 -2015.9.15	第 9 类	奋达科技	2005.9.16
18	F&D	101329-C	玻利维亚	2005.11.9 -2015.11.9	第 9 类	奋达实业	2005.11.9
19	FENDA	86245	乌克兰	2006.4.25 -2016.4.25	第 9 类	奋达科技	2006.4.25
20	F&D	81869	乌克兰	2006.1.20-2016.1.20	第 9 类	奋达科技	2006.1.20
21	Ravon Audio	1100776	墨西哥	2009.3.18-2019.3.18	第 9 类	奋达实业	2009.3.18
22	F&D	1174984	墨西哥	2010.6.23-2020.6.23	第 9 类	奋达实业	2010.6.23

奋达实业的商标“F & D”（国际注册证号：833685）依据马德里协议在法国、德国、意大利、波兰、西班牙、新加坡、土耳其、美国8个国家注册，注册有效期为2004年6月18日 至 2014年6月18日，注册类别为第9类，授权日期为2004年6月18日。

奋达实业的商标“ ”（国际注册证号：831726）依据马德里协议在法

国、德国、意大利、哈萨克斯坦、波兰、俄罗斯、西班牙、乌克兰、越南、澳大利亚、土耳其、韩国、日本、美国、新加坡15个国家注册，注册有效期为2004年6月18日 至 2014年6月18日，注册类别为第9类，授权日期为2004年6月18日。

奋达实业的商标“F&D”（国际注册证号：885269）依据马德里协议在丹麦、芬兰、希腊、瑞典、韩国、爱尔兰、新加坡、土耳其、英国9个国家注册，注册有效期为2006年4月10日 至 2016年4月10日，注册类别为第9类，授权日期为2006年4月10日。

奋达实业的商标“F&D”（国际注册证号：953198）依据马德里协议在德国、意大利、西班牙、伊朗、哈萨克斯坦、波兰、葡萄牙、埃及、比荷卢（比利时、荷兰、卢森堡）、罗马尼亚、白俄罗斯、亚美尼亚、匈牙利、叙利亚、摩洛哥、塞浦路斯、法国、立陶宛20个国家注册，注册有效期为2008年1月21日 至 2018年1月21日，注册类别为第9类，授权日期为2008年1月21日。

奋达实业的商标“Ravon Audio”（国际注册证号：1006137）依据马德里协议在俄罗斯、丹麦、新加坡、英国、爱尔兰、西班牙、土耳其、美国、日本、比荷卢（比利时、荷兰、卢森堡）12个国家注册，注册有效期为2009年5月19日 至 2019年5月19日，注册类别为第9类，授权日期为2009年5月19日。

3、专利

截至本招股说明书签署日，本公司及控股子公司拥有专利共74项，其中发明专利2项、实用新型专利36项、外观设计专利36项。

序号	专利名称	专利号	专利类别	申请日	授权公告日	权利人	取得方式
1	手持设备的标准扩展接口	ZL200810026493.0	发明专利	2008.2.27	2011.4.13	奋达科技	原始取得
2	一种直发器温度校准装置与方法	ZL200910041103.1	发明专利	2009.7.14	2011.11.9	奋达电器	原始取得
3	杂音抑制型音箱装置	ZL03274217.7	实用新型	2003.9.1	2004.9.8	奋达科技	原始取得

4	具有简易标准接口的有源音箱	ZL200720058127.4	实用新型	2007.10.11	2008.9.10	奋达科技[注]	原始取得
5	一种扭线器和绕线器	ZL200820206499.1	实用新型	2008.12.31	2009.12.16	奋达科技	原始取得
6	一种 iPod 转换器	ZL200820206500.0	实用新型	2008.12.31	2009.12.16	奋达科技[注]	原始取得
7	微型无源辐射音箱	ZL201020106064.7	实用新型	2010.1.28	2010.11.3	奋达科技	原始取得
8	一种低音增强音箱	ZL201020214633.X	实用新型	2010.5.28	2010.12.29	奋达科技	原始取得
9	一种音响固定组装结构	ZL201020106073.6	实用新型	2010.1.28	2011.4.6	奋达科技	原始取得
10	磁路可拆式内磁扬声器	ZL201020279054.3	实用新型	2010.7.30	2011.4.6	奋达科技	原始取得
11	一种具有消除低频噪音功能的 USB 音响	ZL201020262318.4	实用新型	2010.7.16	2011.5.25	奋达科技	原始取得
12	一种薄型扬声器	ZL201020513861.7	实用新型	2010.8.31	2011.6.22	奋达科技	原始取得
13	一种串并联混合叠加磁路结构	ZL201020513865.5	实用新型	2010.8.31	2011.6.29	奋达科技	原始取得
14	半自动点焊机	ZL201120031800.1	实用新型	2011.1.29	2011.8.10	奋达科技	原始取得
15	一种开盖音响自动开关机装置	ZL201120031783.1	实用新型	2011.1.29	2011.9.7	奋达科技	原始取得
16	一种平板电脑支架	ZL201120031755.X	实用新型	2011.1.29	2011.9.21	奋达科技	原始取得
17	一种音箱副机构	ZL201120031753.0	实用新型	2011.1.29	2011.10.5	奋达科技	原始取得
18	一种喇叭密封腔体	ZL201120031779.5	实用新型	2011.1.29	2011.10.12	奋达科技	原始取得
19	采用音响设备供电的手持设备充	ZL201120031798.8	实用新型	2011.1.29	2011.10.12	奋达科技	原始取得

	电装置						
20	一种电位器螺母	ZL201120031785.0	实用新型	2011.1.29	2011.11.2	奋达科技	原始取得
21	直发器	ZL200820204078.5	实用新型	2008.11.26	2009.11.25	奋达电器	原始取得
22	开合测试设备	ZL200920051291.1	实用新型	2009.2.17	2010.1.13	奋达电器	原始取得
23	拉发测试设备	ZL200920051290.7	实用新型	2009.2.17	2010.1.13	奋达电器	原始取得
24	风筒跳制测试装置	ZL200920050094.8	实用新型	2009.1.14	2010.4.21	奋达电器	原始取得
25	封闭式铝板组装结构	ZL200920263799.8	实用新型	2009.11.30	2010.11.24	奋达电器	原始取得
26	一种固定用弹片	ZL201020106061.3	实用新型	2010.1.28	2010.11.24	奋达电器	原始取得
27	涂接点油装置	ZL201020106051.X	实用新型	2010.1.28	2010.11.24	奋达电器	原始取得
28	直发器电路	ZL200920263797.9	实用新型	2009.11.30	2011.1.19	奋达电器	原始取得
29	一种风筒摇柄	ZL201020106052.4	实用新型	2010.1.28	2011.3.23	奋达电器	原始取得
30	一种既能拉直发又能卷发的美发器械	ZL201020513863.6	实用新型	2010.8.31	2011.3.23	奋达电器	原始取得
31	快速升温装置	ZL201020554702.1	实用新型	2010.9.30	2011.5.18	奋达电器	原始取得
32	音乐直发器	ZL201020584531.7	实用新型	2010.10.27	2011.6.15	奋达电器	原始取得
33	用于压切二极管的夹具	ZL201020565455.5	实用新型	2010.10.15	2011.6.15	奋达电器	原始取得
34	一种印钢字码装置	ZL201020565451.7	实用新型	2010.10.15	2011.7.6	奋达电器	原始取得
35	一种电热波浪式烫发器	ZL201120083393.9	实用新型	2011.3.26	2011.9.14	奋达电器	原始取得

36	双压电吹风自动切换电路	ZL201120163820.4	实用新型	2011.5.20	2011.12.14	奋达电器	原始取得
37	一种 USB 供电装置	ZL200920205659.5	实用新型	2009.10.10	2010.7.14	茂宏电气	受让取得
38	基于电池的充电供电模块	ZL201020540187.1	实用新型	2010.9.25	2011.6.1	茂宏电气	原始取得
39	有源音响（C-30）	ZL200730334583.2	外观设计	2007.12.29	2009.4.29	奋达科技	原始取得
40	有源音响（C-80）	ZL200730334581.3	外观设计	2007.12.29	2009.4.29	奋达科技	原始取得
41	有源音响（C-10）	ZL200730334580.9	外观设计	2007.12.29	2009.8.26	奋达科技	原始取得
42	有源音响（C-20）	ZL200730334579.6	外观设计	2007.12.29	2009.8.26	奋达科技	原始取得
43	音响（一）	ZL200930087342.1	外观设计	2009.8.28	2010.5.12	奋达科技	原始取得
44	音响（二）	ZL200930087341.7	外观设计	2009.8.28	2010.5.12	奋达科技	原始取得
45	音响（三）	ZL200930087340.2	外观设计	2009.8.28	2010.5.12	奋达科技	原始取得
46	音响（四）	ZL200930087339.X	外观设计	2009.8.28	2010.5.12	奋达科技	原始取得
47	音响（五）	ZL200930087338.5	外观设计	2009.8.28	2010.5.12	奋达科技	原始取得
48	音响（六）	ZL200930087337.0	外观设计	2009.8.28	2010.6.2	奋达科技	原始取得
49	音响（七）	ZL200930087336.6	外观设计	2009.8.28	2010.9.8	奋达科技	原始取得
50	音响(M5)	ZL 201130241249.9	外观设计	2011.7.26	2011.11.30	奋达科技	原始取得
51	卷发器（FD-083）	ZL200830039871.X	外观设计	2008.1.11	2009.5.6	奋达电器	原始取得
52	直发器（FD-032）	ZL200830039873.9	外观设计	2008.1.11	2009.5.6	奋达电器	原始取得
53	直发卷发器	ZL200830039874.3	外观	2008.1.11	2009.5.13	奋达	原始取得

	（FD-082）		设计			电器	
54	直发器（FD-073）	ZL200830039870.5	外观设计	2008.1.11	2009.8.19	奋达电器	原始取得
55	直发器（FD-059A）	ZL200830039875.8	外观设计	2008.1.11	2009.8.19	奋达电器	原始取得
56	直发器（FD-053）	ZL200830155563.3	外观设计	2008.10.14	2009.10.14	奋达电器	原始取得
57	直发器（FD-087）	ZL200830216727.9	外观设计	2008.10.31	2009.10.14	奋达电器	原始取得
58	直发器（FD-086）	ZL200830216726.4	外观设计	2008.10.31	2009.10.21	奋达电器	原始取得
59	直发器 (FD-084)	ZL200830056836.9	外观设计	2008.8.22	2009.10.21	奋达电器	原始取得
60	直发器（FD-040）	ZL200830213949.5	外观设计	2008.9.28	2009.10.21	奋达电器	原始取得
61	直发器 (FD-074)	ZL200830056847.7	外观设计	2008.8.22	2010.1.20	奋达电器	原始取得
62	旅行直发器（FD-081）	ZL200830039869.2	外观设计	2008.1.11	2010.4.21	奋达电器	原始取得
63	直发器（FD-041）	ZL200830213948.0	外观设计	2008.9.28	2010.4.21	奋达电器	原始取得
64	直发器（FD-088）	ZL200930072149.0	外观设计	2009.3.31	2010.5.5	奋达电器	原始取得
65	直发器（FD-077）	ZL200930072176.8	外观设计	2009.3.31	2010.5.5	奋达电器	原始取得
66	直发器（FD-078）	ZL200830216725.X	外观设计	2008.10.31	2010.9.8	奋达电器	原始取得
67	直发器（FD-033）	ZL200930072177.2	外观设计	2009.3.31	2010.11.24	奋达电器	原始取得
68	直发器（FD-129）	ZL201030577016.1	外观设计	2010.10.27	2011.4.13	奋达电器	原始取得
69	直发器（FD-117）	ZL201030536564.X	外观设计	2010.9.28	2011.7.13	奋达电器	原始取得
70	直发器（FD-125）	ZL201030536567.3	外观设计	2010.9.28	2011.7.13	奋达电器	原始取得

71	美发器械（FD-126）	ZL201030536562.0	外观设计	2010.9.28	2011.7.20	奋达电器	原始取得
72	卷发器（FDJ-030）	ZL201130210613.5	外观设计	2011/7/5	2011.12.14	奋达电器	原始取得
73	卷发器（FDJ-031）	ZL201130210631.3	外观设计	2011/7/5	2011.12.14	奋达电器	原始取得
74	卷发器（FDJ-029）	ZL201130210920.3	外观设计	2011.7.5	2011.12.21	奋达电器	原始取得

注：奋达科技已将该实用新型专利以独占许可方式许可奋达电器使用，专利实施许可合同经国家知识产权局备案，备案日期为2010年4月22日，专利实施许可合同有效期为2010年4月8日至2016年4月7日。

4、软件著作权

序号	软件名称	登记号	证书颁发日期	著作权人	取得方式
1	P98V51 在系统编程底层软件[简称：P98V51-ISP]V2.03	2008SR30137	2008.11.27	奋达科技	原始取得
2	I310 按键扫描处理软件 V2.00	2008SR30138	2008.11.27	奋达科技	原始取得
3	P98V51 在系统编程上位机软件 V2.01	2008SR30139	2008.11.27	奋达科技	原始取得
4	I223 闹钟 MCU 模拟音乐铃声处理软件 V1.0	2008SR30142	2008.11.27	奋达科技	原始取得
5	LUNA 菜单式显示软件[简称：LUNA_LCD]V2.00	2008SR30143	2008.11.27	奋达科技	原始取得
6	Mi4703P iPhone 音频播放系统 V1.0	2010SR023012	2010.5.17	奋达电器	原始取得
7	C281 数字音响播放系统软件 V1.0	2010SR023013	2010.5.17	奋达电器	原始取得
8	I281 iPod 音频播放系统 V1.0	2010SR023014	2010.5.17	奋达电器	原始取得
9	P308 音频控制中心系统软件 V1.0	2010SR023015	2010.5.17	奋达电器	原始取得
10	I224 音频功放模块控制软件 V1.0	2010SR023016	2010.5.17	奋达电器	原始取得
11	直发器控制软件[简称：SAM FD-042]V1.0	2010SR044617	2010.1.10	奋达电器	原始取得

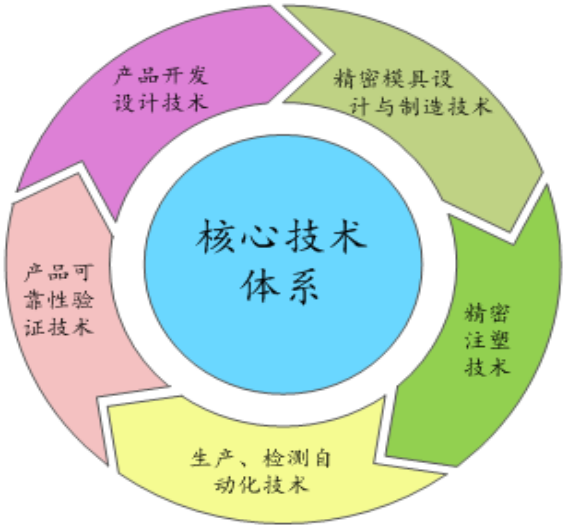
八、特许经营权情况

本公司无特许经营权。

九、发行人的技术水平与研发情况

（一）公司的核心技术情况

本公司主营业务为多媒体音箱、美发小家电等家居及个人护理小家电产品的研发、生产和营销，并长期坚持专注于上述小家电细分市场领域的发展战略。经过多年生产经验的积累、外部技术的引进和吸收，以及公司持续的自主研发投入，本公司现拥有处于国内领先水平的以产品开发设计技术、精密模具设计及制造技术、精密注塑技术、生产、检测自动化技术和产品可靠性验证技术为主导的核心技术体系。



1、产品开发设计技术

公司组建了完整的产品开发设计团队，该团队具备工业设计、结构设计、模具设计、电子设计、软件开发及电声设计等能力，能娴熟运用Pro/E、CAD、Protel 99SE、PowerPCB等工具高效工作，凭借公司完善的研发系统管控流程和先进的PLM研发管理系统，能针对市场不同形态，快速开发出满足市场个性化需求的产品。报告期内，公司年均开发新产品达90多款；截至招股说明书签署日，本公司及控股子公司拥有获得授权的国家专利共74项，其中发明专利2项、实用新型专

利36项、外观设计专利36项，展现了较强的产品开发设计能力。

2、精密模具设计及制造技术

公司拥有经验丰富的模具设计、模具制造专业人才，配置了先进的模具加工设备和检测设备，包括精密磨床、CNC、火花机、精密锣床、线切割、打孔机、旋臂钻床等，所设计的加工模具结构先进、精度高。公司模具专业人员能娴熟运用 Pro/E、CAD、UG、Power Mill 等电脑辅助软件来提高模具设计精度，并掌握了德国、瑞士、日本等国的模具钢材料热处理工艺，选择适应高温工程材料零部件特点所需的高性价比模具钢材料，延长了模具寿命，降低了模具制造成本，减少了调试模时间，提高了生产效率，在优良的技术平台上实现设计、加工、制造的完美结合。

3、精密注塑技术

精密注塑技术是一项综合性很强的专业制造技术，高水平的模具设计及制造技术、先进的注塑工艺以及精密注塑机是生产高精度产品的保证。在精密注塑技术方面，公司高温工程材料注塑技术处于国内领先水平，生产的特殊高温塑胶制品比普通产品耐温更高、外观更漂亮，满足了公司美发小家电产品的中高端市场定位要求。此外，公司还引进了多台机械手，大大提升了注塑自动化能力。

4、生产、检测自动化技术

为保证产品品质和提高生产检测效率，公司引进和培育了一批自动化设计技术人员，自主开发了一系列行业领先的自动化生产、检测工艺设备，包括直发器开合测试、拉发测试、风筒跳制测试等检测设备，以及涂接点油、印钢字码、封闭式铝板组装结构、音响固定组装结构、压切二极管夹具、J 型弹片、脉冲加温电路调试系统、半自动电焊机等工艺设备，上述大部分生产、检测自动化技术已获得国家实用新型专利，大大提高了产品生产和测试效率。

5、产品可靠性验证技术

公司拥有一批经验丰富的专业验证工程技术人员，建立了完整的产品可靠性验证监控体系，并依据主要产品的相关法规、质量和安全标准、客户要求等制定了不同类别产品的可靠性验证标准。公司建立了专门的测试实验室，购置了恒温

恒湿测试仪、高温高湿测试仪、ROHS 测试仪、震动测试仪、盐雾测试仪、线材摇摆测试仪、跌落测试仪、静电发生器、松下/健伍音频分析仪、高频信号发生器、抗干扰测试仪、抗生锈测试仪、风筒老化自动测试系统等设备，并自主研发了转尾测试仪、温度保险寿命测试仪、开关寿命测试仪、自动拉发寿命测试仪等设备，从而预防了公司产品批量性能失效情况的发生，提高了产品质量的可靠性和稳定性。

（二）主要产品核心技术

类别		技术名称	技术特点	技术水平
多媒体音箱	基础技术	AAS 动态低音引擎技术	利用空气流动性、弹性、可伸缩性，由主动扬声器、密闭腔体、被动辐射片组成的低音动力系统，实现在有限功率和腔体下做到强劲、有弹性、下潜良好的低音效果。	国内领先水平
		USB 智能能量管理技术	通过 DC-DC（升压器）变换电路与第二电源系统（电池仓）巧妙结合，对 USB 音频输出所需的能量进行智能调控，再配合高效能的 Class D（音频放大器），解决了传统音响因平均功率及峰值功率之间存在差异而造成声音严重失真的问题，同时实现了小功率 USB 接口推动大功率音箱播放。	国际领先水平
		开关电源节能技术	多媒体音箱的传统变压器电能使用效率只有60%左右，通过将开关电源替代传统的变压器，电能使用效率提升至 90%左右，同时还具有自动电压调节功能，电压工作范围可达 88V-264V。	国内领先水平
		无线音频模块开发技术	公司定制了专用的 2.4G 无线音频传输标准，并直接采用原厂 IC 开发出无线音频模块，实现音源设备与音箱之间的无线互联。	国内领先水平
	苹果系列音箱	iPad/iPhone 音箱防射频干扰设计技术	有效解决 iPad、iPhone 连接于音箱上拨打电话或上网时射频干扰产生的噪音。	国内领先水平
		iPad2.1A 充	通过了苹果公司的 iPad、iPhone 与 iPod 的 ATS	国内领

		电电路设计技术	及 TDMA 测试，充电电路输出电流可达 2.1A，充电的电压精度高误差小，输出电压误差在 5%以内。	先水平
		带自锁功能的旋转轴自动开关技术	通过电路检测上下盖开/关状态，在无任何控制按键情况下，实现产品自动开关机功能，凸显产品的智能化与科技感。	国内领先水平
		MP450 活动支架结构设计技术	活动支架结构使 iPad 实现左右 90 度、前后 0-75 度任意位置停顿并能支撑 iPad 重量的旋转，支架主体采用扣式结构，仅使用一个螺钉和两个简易金属转轴，实现了苹果系列产品高品质外观和较低的结构成本的完美统一， iPad 系列音箱— MP450 荣获“2011 年 CES 设计与工程创新荣誉奖”。	国际领先水平
	直（卷）发器	MCH 陶瓷发热体快升温技术	发热体与传感器合二为一，能够快速反应和实现温度精准控制；升温速度快，20 秒可升到 200℃；温度没有过冲、温度稳定波动范围±0.5℃；安全可靠，在出现异常问题下能安全切断发热体工作，不会发生严重安全事故；节能环保，采用智能检测技术，闲置或停止使用 10 分钟后，会自动降低到所设定温的 50%，闲置或停止使用 30 分钟后，自动关机。	国内领先水平
		邦定 NTC 技术	将温度传感器与发热体采用邦定技术将其组成一体，提升产品温度的稳定性，由于绑定了高灵敏度热敏电阻，产品无温度过冲现象，不会因温度过冲高过所设定值而烧焦头发，并且温度平稳控制，波动范围在 1℃，提高了拉头发的质量，与传统产品相比温度一致性有大幅提升。	国内领先水平
	电吹风	智能控制技术	通过芯片控制电吹风的发热体和马达的输入电压达到可调节功率和风量的功能，实现电吹风功率风量多档选择，并可数字显示，凸显产品的智能化和科技感。	国内领先水平
	电推剪	传动齿轮特殊材料应用技术	利用电布材料的超强韧性和吸油消音效果解决电推剪蜗轮传动结构所产生的噪音及使用寿命短问题。	国内领先水平

（三）主要的研发项目及所处阶段

目前，公司正在从事的技术研发项目主要是对现有产品的深度开发和优化，进一步丰富产品种类和提升产品性能；此外，公司也根据行业技术的发展方向进行前瞻性技术研究工作，并进一步延伸产品线和尝试在家居小家电和美发小家电交叉领域的新产品开发，为公司的长远发展提供技术储备。具体如下：

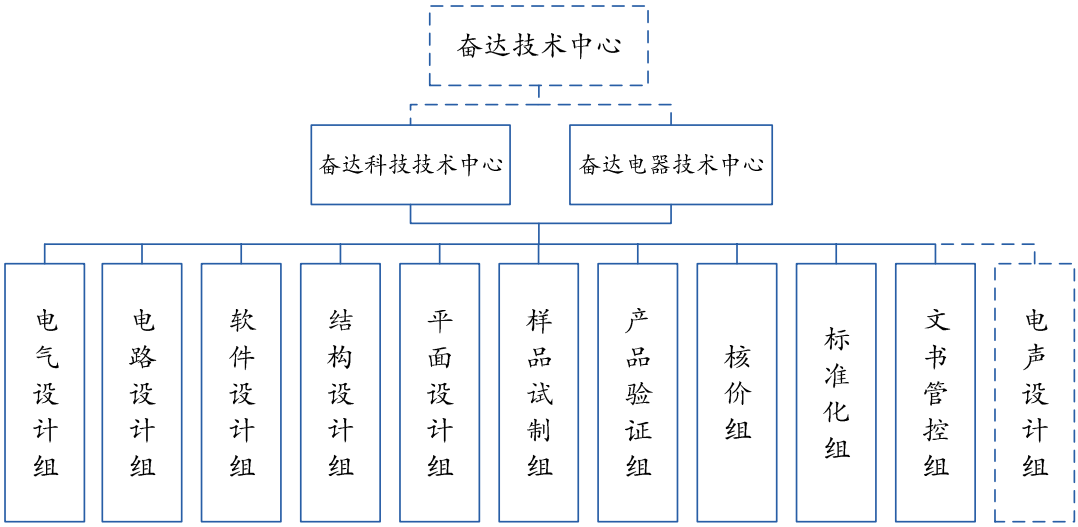
项目名称	项目简介	项目进展	市场推广目标
H 系列音响系统	采用公司专利技术，突破了市面上的 USB 供电音响总功率小于 3W 的限制，以 5V/500mA 的 USB 电脑供电实现 10W×2 的大功率震撼听感效果。	批量生产	全球销售
E 系列音响系统	采用单个长条型音箱设计解决了目前音箱左、右单独结构设计的缺陷，简洁大方；同时采用高效率开关电源配电脑的一体化 Soundbar 系统，具有 SRS 环绕影院效果。	批量生产	全球销售
苹果系列音箱	专配苹果 iPad/iPhone/iPod 产品，已有多款产品成功通过 TDMA、OTA 测试。	批量生产	全球销售
微型扬声器	公司的微型扬声器主要定位于中高端领域，产品主要应用于笔记本电脑、手机、数码用品以及便携式音频产品的音乐播放。	小批量生产	全球销售
蓝牙、2.4G 无线音箱	通过蓝牙、2.4G 无线模块的应用，使音箱产品与音源间实现无线音频传输。	批量生产	全球销售
平板电视 Soundbar 产品	通过 2.4G 无线模块的应用，使音箱主机与低音炮之间的音频实现无线传输；功放部分采用电子变压器替代传统的变压器，电能使用效率提升至 93%左右，同时还具有自动电压调节功能，电压工作范围可达 88V-264V，从而使产品能满足不同地区市场要求；采用 HDMI 解码技术，仅用一根 HDMI 线实现液晶电视、音响、DVD 的互连。	批量生产	全球销售
iFree 模块	iFree 是公司自主设计开发的协议/技术规范，基于 WiFi，将 iFree 技术应用到音箱产品上，可通过无线连接，整合各种音/视频终端产品，实现家庭网络的多媒体无线互联。	样机阶段	全球销售
降噪耳机	不同于一般耳机的被动隔音，降噪耳机内的讯号麦克风先将侦测到的环境低频噪音 (100～1000Hz)传至控制电路，控制电路再进行实时运算，通过 HiFi 喇叭发射与噪	规划阶段	全球销售

	音相位相反、振幅相同的声波来抵消噪音，实现主动噪音控制。		
蒸汽直发器	产品配置 15 毫升左右的水箱，利用使用时开合运动推动气囊对水箱产生气压把水送到发热板下的吸水棉，发热板高温把水分蒸发形成蒸汽在发热板中间的气孔内冒出，蒸汽主要是保护头发避免受高温损伤，并且可以使头发更光亮。	小批量生产	全球销售
配MP3功能直发器	产品集成 MP3 音乐播放功能模块，带有音乐播放功能，可通过 USB 下载歌曲升级软件，内置锂电池和喇叭，开关电源、直发和音乐播放可以单独控制。	小批量生产	全球销售
远红外陶瓷发热电吹风	远红外厚膜陶瓷发热，节能、低噪音，对人体具有保健功能。	小批量生产	全球销售
宠物电推剪	采用特别设计的刀片，轻便易用，噪音小，使用寿命达 500 小时以上。	研发阶段	全球销售
节能型直（卷）发器	产品采用智能电源控制技术，能够智能切换工作模式。	样机验证	全球销售
自动直发器	采用微型马达驱动和软性滚轮来牵引毛发，减轻使用者在直发时的劳动强度。	样机验证	全球销售
变形王卷发器	将原卷发器发热管分解成三部分以上，在结构上实现可以将分解的发热部件两端做上下运动，调节后的发热部件可以形成多个尺寸的外形直径及多种造型。	样机验证	全球销售
三板多功能卷发器	打破传统结构，设计出一种中间是两个以上发热管，上下配与发热管匹配的波浪板的三板结构产品，实现可做成两个以上圆卷、S 形大小卷、深波浪卷等多种造型功能。	样机验证	全球销售
波浪自动烫发器	利用齿轮咬合结构及给齿轮加热，实现齿轮与齿轮咬合旋转滚烫出规则、连续性的齿轮波浪。	规划阶段	全球销售
环保电推剪	产品配置毛发自动收集器，将剪断的毛发通过吸入装置自动收集起来，便于产品使用的后续清理。	规划阶段	全球销售
快速导热夹板材料	采用专门研制的合金材料，精确控制温度的同时而又不改变原有材料其它关键特性。	规划阶段	全球销售

（四）研发机构与研发人员

1、研发机构设置及管理情况

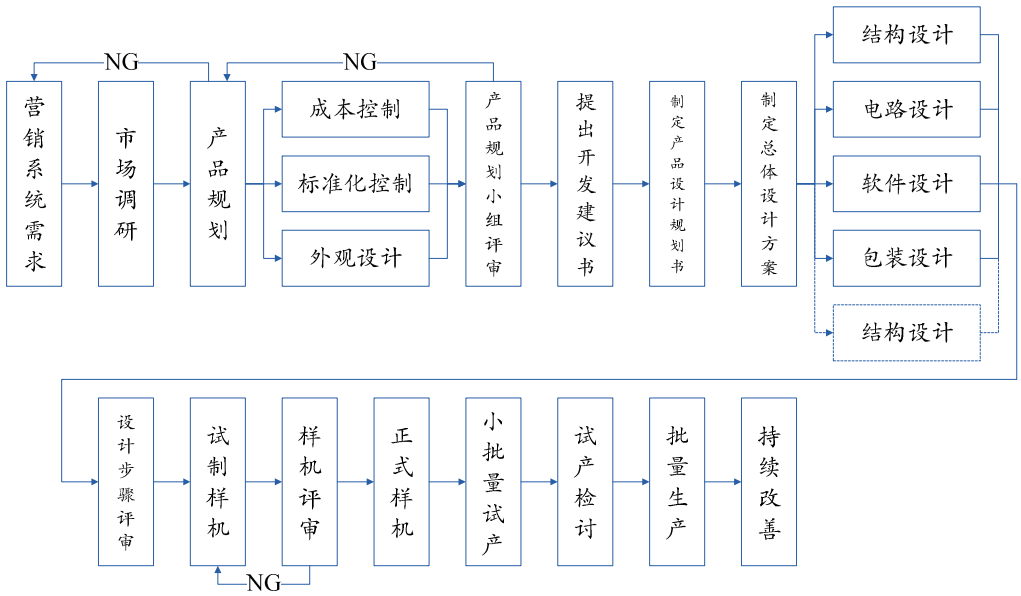
公司拥有一批涵盖电子、软件、机械、电声、工业设计、结构工艺等多种学科背景的技术人才，建立了专业配套、学科齐全、力量雄厚的技术研发体系。公司以奋达技术中心为龙头，通过与科研院校、客户、供应商开展项目合作开发，形成了专业技术开发和产品项目开发相结合的开发模式。



在研发管理上，本公司于 2009 年 10 月引入了 PLM 研发管理系统，成为行业内率先建立起数字化研发管理平台的企业之一。PLM 研发管理系统实现了研发工作的可视化、规范化和有效性，使产品全生命周期内的数据均能有效记录在案，便于公司内部共享及技术积累，实现公司内部人员在互联网内多方异地访问和多地共同研发的理念。

2、研发工作流程

公司制定了以市场为导向，由产品规划小组贯穿产品开发全过程的研发工作流程，在研发阶段即对产品的性能、成本、品质进行全面的事前控制。公司主要产品的研发工作流程如下：



3、技术人员情况

本公司一直高度重视技术研发，始终把技术创新作为提高公司核心竞争力的重要举措，过硬的技术能力是公司发展的根本。公司现拥有多学科专业的技术人员近300人，大部分技术人员毕业于国内专业院校电子工程专业、计算机专业、工业设计专业以及机械设计专业等，其中骨干技术人员从业时间多在八年以上，具有较为丰富的经验和解决问题的能力。

公司是国家级高新技术企业，公司技术中心被认定为深圳市企业技术中心，拥有包括丹麦B&K音频分析仪、德国Klippel扬声器分析系统和DASS音频分析仪、意大利CLIO测试系统、美国AP音频测试仪、LMS音频测试系统、标准消声室等国际顶尖的电声测试仪器以及具有自主知识产权的开合测试仪、转尾寿命测试仪、拉发测试仪等一大批先进的研发测试设备，报告期内每年平均完成90余款多媒体音箱和美发小家电产品的开发，拥有74项国家专利，确保公司的新产品开发和技术储备处于行业先进水平。

4、研发费用投入情况

报告期内，公司研发费用及研发费用占营业收入的比例情况如下：

单位：万元

产品类型	项目	2011 年度	2010 年度	2009 年度
多媒体音箱	人工费用	883.91	642.35	451.00

	物料投入	431.92	569.38	208.55
	认证及测试费	106.16	51.55	62.49
	折旧摊销	117.62	117.40	88.54
	其他	130.43	115.27	123.27
小计		**1,670.04**	**1,495.95**	**933.86**
占多媒体音箱营业收入比例		**3.82%**	**4.13%**	**3.67%**
美发小家电	人工费用	460.56	208.63	138.28
	物料投入	312.18	371.06	238.52
	认证及测试费	128.38	137.83	95.44
	折旧摊销	16.27	16.56	7.71
	其他	143.17	122.66	11.15
小计		**1060.56**	**856.73**	**491.11**
占美发小家电营业收入比例		**3.03%**	**2.94%**	**2.36%**

（五）技术创新体制

1、高效而全面的研发创新团队

公司经过长期的研发投入和经验积累，组建了高效的研发创新团队，搭建了涵盖电路设计、电声设计、软件设计、结构设计、平面设计、样品试制、产品验证、工艺标准化、产品核价、文书编写等研发小组的开放式产品开发技术平台，缩短技术创新从创意提出到产品实现的周期，迎合了小家电市场对产品快速更新的要求。

2、鼓励技术创新的激励机制

公司在薪酬管理上对技术研发人员实行不同的工资体系，工资标准高于公司其他部门员工。为了鼓励技术创新，尤其是重大技术项目和重大新产品开发项目的技术创新，公司建立了较具特色的项目开发奖励办法，根据不同项目的难易程度和毛利贡献程度对研发项目团队实行有差别的奖励。对于重要且符合条件的骨干技术人员，公司通过持股安排将其个人利益与公司利益紧密结合起来，进一步激发其技术创新热情，进而不断提高公司整体技术水平。

3、注重先进技术的引进和交流

公司在不断引进专业技术人才的同时，一直与国内、国际多家知名企业在电子、电声、新材料等领域的技术应用方面进行合作和交流。公司每年组织骨干技术人员参加海外举办的大型国际性消费类电子产品博览会和技术交流会，学习和了解产品最新的市场和技术发展趋势。通过与核心客户群体深度的业务合作和良好的信息沟通，公司迅速掌握了全球市场范围内产品的发展趋势，并针对市场新的变化快速反应以迎合客户需求。

4、全员创新的企业文化

为了实现“以创新求发展”，发挥全体员工的集体智慧，形成全员创新的企业文化，公司从 2002 年开始即设立“公司创新奖”，并每年组织“公司创新奖”的公开评选活动，对公司员工在产品技术开发、生产工艺改进、质量管理创新、设备工具革新、广告策划创意、降低成本、提高劳动生产率等方面的创新行为进行奖励。截至本招股说明书签署日，公司已累计举行了十届“公司创新奖”的评选活动，累计对公司 400 多项创新项目进行奖励，获得奖励的创新人员既有技术人员，也有财务人员、生产工人等，公司已形成了一种全员创新的企业文化。

十、发行人境外生产经营情况

截至本招股说明书签署日，发行人在境外拥有一家全资子公司奋达（香港）控股有限公司，奋达（香港）成立于 2010 年 11 月 17 日，注册资本 15 万美元，经营范围为进出口音响、耳机、微型喇叭、美发电器、医疗电子及其生产所需的机械设备、原材料和服务、投资和融资。目前实际从事的业务是协助公司为部分海外客户提供商务合作洽谈便利、样品展示以及筹备公司产品参加香港当地消费电子展等销售支持工作。

十一、发行人冠名“科技”的依据

公司2008年12月被国家认定为“高新技术企业”，拥有74项专利技术、11项软件著作权，覆盖了公司各主要产品系列，形成了一道领先于竞争对手的技术壁垒。

本公司成立以来获得多项科技相关证书及荣誉，具体情况如下表所示：

序号	获奖年度	荣誉情况
1	2003	“奋达 F18 智能化数字音响系统”获得深圳市宝安区人民政府颁发的“科技进步奖二等奖”
2		深圳市宝安区科技局授予公司“开放性研究开发基地”称号
3		公司被深圳市认定为 “高新技术企业”
4	2005	公司获得深圳市宝安区人民政府颁发的“技术创新奖”
5		“数字解码无线传输声频功率放大器”获得深圳市宝安区人民政府颁发的“科技进步奖三等奖”
6		“全智能数字 5.1CH 解码音响系统”取得深圳市高新技术项目认定证书
7		“智能型—全自动音频功率放大器” 取得深圳市高新技术项目认定证书
8	2006	“全智能数字 5.1CH 迷你音响（HT-3916）”取得国家火炬计划项目证书
9		公司研发中心被认定为深圳市企业技术中心
10	2008	深圳市宝安区科技局授予公司“深圳市宝安区重点科技企业”称号
11		“杂音抑制型音箱装置”项目获得深圳市宝安区人民政府颁发的“专利优秀奖（2005-2007）年度”
12		深圳市宝安区人民政府授予公司“科技创新奖（2005-2007 年度）”称号
13		公司被国家认定为“高新技术企业”

第七节 同业竞争与关联交易

一、同业竞争情况

（一）本公司与控股股东及实际控制人的同业竞争情况

本公司的控股股东及实际控制人肖奋持有本公司发行前 67%股份，除此之外，肖奋直接或间接控制的其他企业基本情况如下：

公司名称	注册资本	经营范围	实际经营	关联关系
深圳市奋达投资有限公司	3000万元	投资兴办实业（具体项目另行申报），物业管理，货物及技术进出口，国内商业、物资供销业。	投资兴办实业，物业出租管理	肖奋持股96.5%
深圳市鹊哥科技有限公司	50万元	生物产品的技术开发和销售；体育健身；保健按摩。	提供保健仪器按摩、中医按摩、中医养生、养生知识培训等服务	奋达投资持股62%
奋达科技（香港）有限公司	1万港元	技术、制造和贸易	奋达实业部分海外客户接待及样品展示、筹备香港电子展	已注销

上述企业的经营范围及其从事的主营业务与公司不存在同业竞争。除上述企业外，公司控股股东、实际控制人肖奋没有投资或者控制其他企业。本公司此次募集资金投向也不会与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业形成同业竞争。

（二）避免同业竞争的承诺

为避免同业竞争，本公司的实际控制人肖奋出具了关于避免同业竞争的承诺函，承诺：“本人（包括本人控制的全资、控股企业或其他关联企业，下同）目前未从事与股份公司现从事的相同或类似的业务，与股份公司不构成同业竞争。

本人不从事或参与任何可能与股份公司及其控股子公司从事的经营业务构成竞争的业务，以避免与股份公司构成同业竞争。如因本人未履行本承诺函所作的承诺而给股份公司造成损失的，本人对因此给股份公司造成的损失予以赔偿。”

二、关联交易情况

（一）关联方及关联关系

根据《公司法》和《企业会计准则》的规定，报告期内本公司的关联方具体情况如下：

1、存在控制关系的关联方

（1）控股股东及实际控制人

肖奋持有本公司发行前 67%的股份，为公司的控股股东及实际控制人。肖奋简历参见本招股说明书“第八节、一、（一）公司董事”。

（2）本公司的控股子公司

本公司持有深圳市奋达电器有限公司、奋达（香港）控股有限公司 100%的股权，深圳市茂宏电气有限公司 51%的股权。上述全资或控股子公司的详细情况参见本招股说明书“第五节、六、（三）发行人控股、参股公司情况”。

此外本公司前身奋达实业曾分别持有奋达塑胶 71.90%股权、宝港奋达 65%股权、奋达音响 58%股权。上述三家企业经资产重组后，宝港奋达、奋达塑胶、奋达音响都已完成工商注销登记，参见本招股说明书“第五节、四、发行人设立以来资产重组情况”。

2、不存在控制关系的关联方

（1）持有本公司 5%以上股份的其他股东

持有本公司 5%以上股份的其他股东包括：肖勇持有本公司本次发行前股份总额的 6%，刘方觉持有本公司本次发行前股份总额的 5%。肖勇与实际控制人肖奋为兄弟关系，其简历参见本招股说明书“第八节、一、（一）公司董事”。刘

方觉为肖奋配偶，在本公司没有任职。

（2）关联自然人

本公司关联自然人是指能对公司财务和生产经营决策产生重大影响的个人，包括本公司董事、监事、高级管理人员与核心技术人员及其关系密切的家庭成员。公司董事、监事、高级管理人员与核心技术人员简历及其任职情况参见本招股说明书“第八节、一、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员简介”。

（3）其他关联方

奋达投资、鹊哥科技、奋达科技（香港）是本公司控股股东及实际控制人肖奋控制的企业，为本公司关联方。前述三家公司的详细情况参见本招股说明书“第五节、七、（三）控股股东和实际控制人及其控制的其他企业”。

（二）关联交易

报告期内，公司合并报表范围外及公司与宝港奋达之间的关联交易如下：

1、经常性的关联交易

（1）公司将位于深圳市宝安区西乡三围奋达科技工业园办公楼，房屋编码二 F 201#的房屋出租给奋达投资使用。租赁房屋建筑面积共计 28.07 平方米，租赁期限自 2008 年 3 月 1 日至 2011 年 2 月 28 日止。房屋权属已于 2011 年 2 月 25 日转移至奋达投资，之后不再因该租赁事项产生关联交易。

租金标准：租赁房屋的单位租金按房屋建筑面积每平方米每月人民币 20 元计算，月租金总额为人民币 561.4 元。该房屋租赁价格系参照当地房屋租赁价格水平协商确定。

（2）公司将位于深圳市宝安区西乡三围奋达科技工业园 A 栋 101 的房屋出租给鹊哥科技作为办公场所使用，该房屋面积 50.16 平方米，租赁期限自 2010 年 4 月 22 日至 2013 年 4 月 21 日止，租金按市场价格确定每月 501.6 元。公司将位于深圳市宝安区西乡三围奋达科技工业园 B 栋五楼的房屋出租给鹊哥科技使用，该房屋建筑面积共计 520 平方米，租赁期限自 2010 年 10 月 1 日至 2013 年 9 月 30 日止。房屋权属已于 2011 年 2 月 25 日转移至奋达投资，之后不再因

该租赁事项产生关联交易。

租金标准：租赁房屋的单位租金按房屋建筑面积每平方米每月人民币 16 元计算，月租金总额为人民币 8,320 元。该房屋租赁价格系参照当地房屋租赁价格水平协商确定。

（3）母公司与子公司宝港奋达的关联交易情况：

单位：元

年度	销售方	采购方	交易内容	金额
2009 年度	宝港奋达	母公司	木箱箱体	18,294,774.57
	宝港奋达	母公司	原材料	998,316.81
	母公司	宝港奋达	房租	720,000.00
	母公司	宝港奋达	原材料	872,264.29
2010 年度	宝港奋达	母公司	木箱箱体	7,400,997.37
	母公司	宝港奋达	房租	480,000.00

2010 年母公司向子公司宝港奋达采购金额大幅减少，主要是由于 2010 年宝港奋达实际生产和销售仅 4 个月。2009 年宝港奋达向母公司销售的原材料系由于改变合作模式，一次性将剩余原材料全部销售予母公司。2009 年母公司向宝港奋达销售的原材料系由于宝港奋达生产中超额消耗导致。

2、偶发性的关联交易

（1）股权收购

①收购肖晓、黄汉龙等人持有奋达塑胶 28.10%的股权：2008 年 6 月 10 日，奋达实业与合计持有奋达塑胶 28.10%股权的肖晓、黄汉龙、吴瑞论、朱贵宝、吴贵裕、史建林签订了《股权转让协议》，转让价格以经南方民和审计的截至 2008 年 3 月 31 日净资产值 16,813,628.01 元作为计价依据。2008 年 10 月 28 日，股权转让双方签订了《股权转让补充协议》，对上述定价依据予以确认。2008 年 11 月 27 日，奋达塑胶在深圳市工商行政管理宝安分局办理了工商变更登记手续。股权转让完成后，奋达塑胶成为奋达实业全资子公司。之后奋达实业吸收合并奋达塑胶并将其注销，已于 2010 年 3 月 24 日办理完成了注销登记手续。详情参见本招股说明书“第五节、四、（一）奋达塑胶资产重组”。

②收购肖勇持有奋达电器 49%的股权：2008 年 6 月 10 日，奋达实业与肖勇签署股权转让协议，收购其持有的深圳市奋达电器有限公司 49%的股权。2008 年 10 月 28 日签署股权转让协议之补充协议，协议约定收购价格为按股权比例计算截至 2008 年 3 月 31 日经审计的净资产 14,279,570.93 元。2008 年 12 月 1 日，奋达电器在深圳市工商行政管理宝安分局办理了工商变更登记手续。股权转让完成后，奋达电器成为奋达实业全资子公司。详情参见本招股说明书“第五节、四、（二）奋达电器资产重组”。

（2）向奋达投资转让公司占有三围奋达科技工业园的全部权利和义务

经 2011 年 1 月 18 日公司第一届董事会第三次会议审议通过，汪泽其、吴亚德、肖逸、沈勇一致同意将公司占有三围奋达科技工业园的房产及附属固定资产转让给奋达投资，关联董事肖奋、肖勇、肖文英回避表决。2011 年 2 月 25 日，公司与深圳市三围股份有限公司、奋达投资签订了《关于<合作开发奋达科技工业园协议书>权利义务转让协议书》，约定将公司占有三围奋达科技工业园的房产及附属固定资产的全部权利和义务转让给奋达投资，转让价格以上述资产在 2010 年 12 月 31 日评估基准日的经评估市场价值为作价依据。详情参见本招股说明书“第五节、四、（五）转让公司占有三围奋达科技工业园的全部权利和义务”。

（3）子公司宝港奋达向母公司销售固定资产

奋达实业与宝港奋达于 2010 年 5 月 6 日签订了《资产收购协议》，宝港奋达将箱体制造相关的固定资产以截至 2010 年 4 月 30 日经评估净值转让给奋达实业。2010 年 5 月 5 日，深圳市永信瑞和资产评估有限公司出具“深永信评字[2010]第 052 号”《评估报告》，截至评估基准日 2010 年 4 月 30 日，资产收购协议中目标资产的评估净值为 2,778,152 元。

（4）关联担保

报告期内，关联方为本公司提供的担保事项如下：

合同签署年份	担保方	被担保方	担保额度（万元）	借款合同期限	借款银行	截至 2011-12-31 借款情况
2006 年度	肖奋、刘方觉	奋达	6,000	2006-9-30 至	中国银行深圳	已结清

	肖奋、肖文英、雷碧玉	实业		2011-9-14	市宝安支行	
2008 年度	肖奋	奋达实业	870	2008-03-26 至 2009-03-26	兴业银行深圳南新支行	已结清
2009 年度	肖奋	奋达电器	4,000	2009-5-18 至 2010-2-24	深圳发展银行深圳龙岗支行	已结清
	肖奋	奋达实业	750	2009-6-16 至 2010-06-16	兴业银行深圳南新支行	已结清
	肖奋	奋达实业	776	2009-09-11 至 2011-09-11	兴业银行南新支行	已结清
	肖奋	奋达实业	2,100	2009-12-31 至 2010-10-20	中国工商银行深圳宝安支行	已结清
	肖奋、刘方觉	奋达实业	2,000	2009-05-20 至 2010-09-15	平安银行深圳桂园支行	已结清
2010 年度	肖奋	奋达实业	2,500	2009-06-17 至 2011-06-17	兴业银行深圳南新支行	已结清
	肖奋	奋达实业	3,000	2010-09-28 至 2011-03-28	中信银行深圳宝安支行	已结清
	肖奋	奋达科技	5,000	2010-09-10 至 2011-08-30	中国工商银行深圳宝安支行	已结清
2011 年度	肖奋	奋达科技	6,000	2011-6-21 至 2012-6-20	兴业银行深圳南新支行	余额 4760 万元
	肖奋	奋达科技	5,000	2011-09-06 至 2012-08-30	中国工商银行深圳宝安支行	余额 196 万美元
	肖奋	奋达科技	3,000	2011-11-02 至 2012-08-02	中信银行深圳宝安支行	余额 1000 万元

（5）关联方应收应付款项

单位：元

科目名称	关联方名称	2011-12-31	2010-12-31	2009-12-31
其他应收款	肖奋	-	-	30,000.00
其他应收款	肖文英	-	-	-
其他应收款	雷碧玉	-	-	-
其他应收款	奋达投资	-	-	5,000,000.00
其他应收款	汪泽其	-	66,215.00	-
合计		-	66,215.00	5,030,000.00

应付账款	宝港奋达	-	22,000,674.04	-
其他应付款	肖奋	-	-	3,412,543.36
其他应付款	雷碧玉	-	-	6,000.00
合计		-	22,000,674.04	3,418,543.36

2010 年末应收汪泽其款项为差旅备用金，应付宝港奋达款项为清算前货款。

3、合并报表抵消情况

母公司与子公司宝港奋达关联交易的合并报表抵消情况如下：

单位：元

年度	抵消内容	报表科目	借方金额	贷方金额
2009 年度	宝港奋达销售母公司木箱	营业收入	18,294,774.57	-
		营业成本	-	18,294,774.57
	宝港奋达销售母公司原材料	营业收入	998,316.81	-
		营业成本	-	998,316.81
	母公司向宝港奋达出租房屋租金	营业收入	720,000.00	-
		营业成本	-	720,000.00
	母公司销售宝港奋达原材料	营业收入	872,264.29	-
		营业成本	-	872,264.29
	宝港奋达应收母公司货款	应收账款	-	19,564,662.21
		应付账款	19,564,662.21	-
	抵销内部未实现销售利润	未分配利润—年初	319,827.69	-
		营业成本	109,881.79	-
		存货	-	429,709.48
2010 年度	宝港奋达销售母公司木箱	营业收入	7,400,997.37	-
		营业成本	-	7,400,997.37
	母公司向宝港奋达出租房屋租金	营业收入	480,000.00	-
		营业成本	-	480,000.00
	宝港奋达销售母公司固定资产	固定资产	247,600.43	-
		营业外支出	-	247,600.43
	抵销内部未实现销售利润	未分配利润—年初	429,709.48	-
		营业成本	-	429,709.48

（三）最近三年关联交易对财务状况和经营成果的影响

报告期内公司按照市场价格租赁房屋给奋达投资、鹊哥科技作为办公场所，交易价格公允，不存在损害公司及股东利益的情形；本公司从关联方收购控股子公司的少数股权，是为了规范企业发展、减少关联交易、避免同业竞争所采取的资产重组措施，有利于进一步优化治理结构、提高拟上市公司质量并保护中小投资者的合法权益；肖奋为公司代垫费用以及公司向奋达投资提供借款，双方已互相返还借款，亦不存在损害公司及股东利益的情形；控股股东为公司银行借款提供担保，有利于公司从银行获得发展所需的资金，促进公司的发展。综上所述，公司近三年合并报表存在的关联交易对公司财务状况和经营成果无重大影响。

（四）《公司章程》关于规范关联交易的制度安排

本公司在《公司章程》和《关联交易决策制度》中对有关关联交易的决策权力与程序作出了严格规定，股东大会、董事会表决关联交易事项时，关联股东、关联董事对关联交易应执行回避制度，以确保关联交易决策的公允性。

1、公司的关联交易应遵循的基本原则

（1）诚实信用的原则；

（2）公平、公正、公开的原则；

（3）关联方如享有公司股东大会表决权，应当回避；

（4）与关联方有任何利害关系的董事，在董事会就该事项进行表决时，应当回避；

（5）董事会应当根据客观标准判断该关联交易是否对公司有利的原则。

2、公司关联人与公司签署涉及关联交易的协议，应当采取必要的回避措施

（1）关联人与公司签署涉及关联交易的协议，应当遵守如下规定：任何个人只能代表一方签署协议；关联人不得以任何方式干预公司的决定。

（2）公司董事会就关联交易表决时，与会议提案所涉及的企业或个人有关联关系的董事不得参与表决，也不得代理其他董事行使表决权。

未出席董事会会议的董事如属于有关联关系的董事，不得就该等事项授权其

他董事代理表决。

（3）在董事回避表决的情况下，有关董事会会议形成决议须经公司全体董事过半数通过。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。

（4）公司股东大会就关联交易进行表决时，关联股东不应当参加表决，其所代表的有表决权的股份数不计入有效表决总数。

3、关联交易决策权限

公司与关联人发生的交易（公司获赠现金资产和提供担保除外）金额在 3000 万元以上，且占公司最近一期经审计净资产 5%以上的关联交易，应聘请具有执行证券、期货相关业务资格的中介机构，对交易标的进行评估或审计，并将该交易提交股东大会审议。未达到此项规定标准的关联交易事项由董事会决定。

公司为关联人提供担保的，不论数额大小，均应当在董事会审议通过后提交股东大会审议。

公司涉及的重大关联交易（指公司拟与关联人达成的总额 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。

（五）独立董事对关联交易的意见

本公司独立董事沈勇、吴亚德、肖逸对报告期内关联交易履行的审议程序是否合法及交易价格是否公允发表了如下意见：“公司与其关联方之间 2009 年 1 月 1 日至 2011 年 12 月 31 日的关联交易，均已按照公司当时的有效章程及决策程序履行了相关审批程序。公司发生的关联交易协议的签定遵循了平等、自愿的原则，所确定的条款是公允的、合理的，关联交易的价格未偏离市场独立第三方的价格，不存在损害公司及其他股东利益的情况” 。

（六）公司减少关联交易的措施

报告期内，本公司与关联方之间的经常性关联交易金额极小，不存在依赖于

股东单位及其下属企业的情况。上市以后，公司生产经营过程中因业务需要与关联方进行的关联交易，公司将严格按照《公司章程》和有关法律法规对关联交易的有关规定进行，价格将按照市场价格制定。公司已制定了《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》、《独立董事工作制度》、《关联交易决策制度》、《对外担保管理办法》等规章制度，对关联交易的决策权力和程序作出了详细的规定，有利于公司规范和减少关联交易。

目前，本公司董事会现有 7 名成员，其中有 3 名独立董事，有利于公司董事会的独立性和公司治理机制的完善。独立董事将在避免同业竞争、规范和减少关联交易方面发挥重要作用，积极保护公司和中小投资者的利益。

第八节 董事、监事、高级管理人员与核心技术人员

一、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员简介

（一）公司董事

1、肖奋先生，1962 年 5 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。1986 年毕业于江苏工学院（现江苏大学），历任深圳安华铸造工业公司技术质检部部长，深圳宝安源发电声器材厂厂长、总经理；1993 年创办奋达实业并担任董事长、总经理，2010 年 10 月起至今任本公司董事长；兼任深圳市宝安区科学技术协会副主席、深圳市专家委员会电子通讯专业委员会副主任委员、深圳市宝安区政协第三届委员会常委。

肖奋先生长期专注于电声领域的技术开发，负责或参与了公司多项专利技术的研发工作，主持设计的“全智能数字 5.1H 迷你音响（HT-3916）”被认定为国家火炬计划项目。个人曾获“广东省优秀民营企业家”、“深圳市先进生产（工作）者”、“中国音箱十五年风云人物”、“首届深圳百名行业领军人物”、“宝安区科技进步奖二等奖”、“宝安区人民政府科学技术区长奖”、 “宝安区人民政府技术创新奖”等荣誉称号。

2、汪泽其先生，1975 年 12 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，1998 年毕业于浙江大学，2007 年毕业于哈佛大学商学院。曾任中兴通讯（马来西亚）私人有限公司董事总经理、克洛顿合伙人资本公司投资经理、BTI 技术有限公司全球产品与业务负责人；2010 年 8 月任奋达实业总经理；2010 年 10 月至今任本公司董事、总经理。

3、肖勇先生，1968 年 11 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，大学学历。历任宝港奋达副总经理、奋达电器总经理；2010 年 10 月至今任本公司董事、副总经理兼奋达电器总经理。

4、肖文英女士，1953 年 9 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，初中学历。历任奋达实业生产部主管、经理、副总经理助理；2010 年 10 月至今任本公司董事、副总经理助理。

5、沈勇先生，1965 年 11 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，教授、博士生导师，任职于南京大学声学研究所，2010 年 10 月至今任本公司独立董事，兼任南京琅声声学科技有限公司总经理。主持国家自然科学基金项目两项，主持并起草音频声学国家标准 12 项，参与研发并获授权发明专利 8 项，参加项目获部级科技进步二等奖 2 项。近年来在 JASA、JAES、声学学报等国内外核心期刊上发表学术论文 50 多篇。

6、吴亚德先生，1964 年 9 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，硕士，现任深圳高速公路股份有限公司总裁，兼任广东清连公路发展有限公司董事长；2010 年 10 月至今任本公司独立董事。

7、肖逸先生，1972 年 1 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，大学学历、注册会计师，现任中勤万信会计师事务所有限公司合伙人，兼任深圳海联讯科技股份有限公司、东莞市凯昶德电子科技股份有限公司独立董事；2010 年 10 月至今任本公司独立董事。

本届董事任期截止至 2013 年 10 月。

（二）公司监事

1、郭雪松先生，1965 年 4 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，大学学历。历任香港长城集团（惠州）有限公司总经理助理、深圳市大极典电子有限公司副总经理；1999 年起历任奋达实业生产部经理、总经理助理、总裁办主任、战略办总监；2010 年 10 月至今任本公司监事会主席、战略办总监。

2、黄汉龙先生，中国国籍，1962 年 11 月出生，无境外永久居留权，EMBA。曾任职于香港升冈集团；1997 年起历任宝港奋达仓库主管、经理、奋达塑胶总经理、奋达实业行政总监；2010 年 10 月至今任公司监事、行政总监。

3、苗玉庆先生，1963 年 8 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。历任新力达集团有限公司制造开发总经理、深圳市乐彩印刷有限公司常务副总经理、奋达电器副总经理；2010 年 10 月至今任本公司职工代表监事兼奋达电器副总经理。

本届监事任期截止至 2013 年 10 月。

（三）公司高级管理人员

1、汪泽其先生，公司总经理，个人简历参见本节“一、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员简介”。

2、肖勇先生，公司副总经理，个人简历参见本节“一、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员简介”。

3、肖晓先生，1968 年 8 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历，高级经济师。曾任职于广东省第一轻工业厅、广州市地下铁道总公司；1999 年起历任奋达实业总经理助理、运营总监；2010 年 10 月至今任本公司副总经理兼财务总监。

4、肖武先生，1976 年 10 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，大学学历。1998 年起历任奋达实业销售部经理、奋达音响总经理、奋达实业副总经理；2010 年 10 月至今任本公司副总经理。

5、张玉树先生，1947 年 11 月出生，中国台湾籍，本科学历，电子计算机组与商业资讯管理双学士学位。曾任大陆东雅科技集团公司研发事业部副总经理、台湾新诠科技驻大陆区营运研发事业部总经理。2010 年 3 月起任奋达实业副总经理；2010 年 10 月至今任本公司副总经理。

6、谢玉平女士，1973 年 10 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历，1998 年毕业于华东工学院（现南京理工大学）。1998 年起历任奋达实业设计师、设计主管、设计经理、总裁办主任；2010 年 10 月至今任本公司副总经理兼董事会秘书。

（四）公司核心技术人员及技术顾问

1、肖奋先生，个人简历参见本节“一、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员简介”。

2、张玉树先生，个人简历参见本节“一、董事、监事、高级管理人员及其

他核心人员简介”。

3、韦北进，1977 年 6 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，大学学历。曾任佛山市格林灯饰有限公司开发部技术员、佛山市科声电子电器厂研发部结构工程师、深圳市伟联电子工程部主管；2004 年起先后担任公司研发部结构工程师兼项目经理、技术中心经理，拥有多年电子行业机械制造与设备研发的经验。曾负责 F&D 品牌、汤姆逊（RCA）、飞利浦等品牌项目，完成了约 20 款 F&D 品牌、汤姆逊（RCA）、Philips、Panasonic、Wal-Mart 等品牌项目的结构设计工作；主持研发公司多项实用新型专利项目的设计与内审工作。

4、陈世颖，1977 年 7 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，大学学历。2000 年任东莞富士厂技术部主管；2004 年至今任本公司技术中心项目经理，长期致力于电子产品的结构设计、研究工作，在该领域拥有十余年的工作经验，是公司结构方面的核心技术人员。2005 年参与的“数字解码无线音频放大器”项目获宝安区科技进步奖；2007 年参与研发的“LUNA 音频功率放大器”通过深圳市科技成果鉴定；参与的“i310 移动数码音频系统”项目 2009 年通过深圳市科学技术成果鉴定；先后获得“公司创新奖”特等奖一次、一等奖一次、二等奖二次、三等奖一次；主导研发了“一种音响固定组装结构”、“一种平板电脑支架”等 6 种实用新型专利，另有 1 款发明专利申请已获国家商标专利局受理。

5、彭林兵，1974 年 2 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，大学学历。曾任职于上屋电业（深圳）有限公司、东莞市新联电器有限公司、宏柏家电（深圳）有限公司、深圳晶石电器制造有限公司，在机械设计方面具有丰富的经验，专长于结构设计和材料应用。2006 年起任奋达电器技术部经理主持研发、技术工作。主持设计的六款卷发器和直发器获得外观设计专利；在业内率先引入 PET 材料作为直发器外壳，将直发器使用温度提高到 230 度，并解决了以前存在的变色、溶胶、生产不稳定等问题。

6、林立，1978 年 9 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，大学学历。曾任佛山科达机电股份有限公司技术部工程师、深圳市朗特电子有限公司研发部主管，2006 年起至今任奋达电器技术部副经理。具有深厚的理论基础和实践经验，在电子硬件设计和单片机软件设计开发方面都具有丰富的开发经验，在美容美发

产品的技术研究方面取得多项重大技术成果，使得直发器产品在性能稳定性、升温速度方面取得重大提升。曾多次获得“公司创新奖”特等奖、一等奖。参与研发的“封闭式铝板组装结构”和“直发器”获得实用新型专利，主持开发的“一种直发器温度校准装置与方法”获得发明专利。

（五）公司技术顾问

1、Peter Larsen 先生，丹麦人，工程师，2009 年 7 月起被公司聘为技术顾问。曾任丹麦 Vifa（威发）总工程师、丹麦 Dynaudio（丹拿）总工程师、美国 JBL 总工程师，曾被聘为法国 Audax、英国 KEF、丹麦 Vifa、英国 NXT 等著名品牌技术顾问，在扬声器设计和生产工艺设计等方面具有丰富经验。

2、施鹤鸣先生，1946 年 7 月出生，教授、高级工程师，2008 年 12 月起被公司聘为技术顾问。先后从事微电子（半导体器件、集成电路）、通信程控交换机/载波机、数字通信接入/传输设备、无线通信设备、DVB 数字电视机顶盒等产品的技术开发工作。曾获得“集成电路国家科技进步一等奖”、“电子部科技成果一等奖”、“国家标准四等奖”、“深圳市科技进步二等奖”、“电子部科技成果三等奖”、“广东省电子工业优秀成果奖”等多项科技成果奖、多项产品获博览会成果奖，在电子设计方面具有丰富经验。

二、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员及其近亲属直接持有本公司股份情况及报告期内的变动情况

（一）公司董事、监事、高级管理人员与核心技术人员持股情况及其变动

姓名	2011年末		2010年末		2009年末	
	持股数（股）	持股比例	出资额（元）	出资比例	出资额（元）	出资比例
肖奋	75,375,000	67.0000%	75,375,000	67.0000%	34,200,000.00	90.0000%
肖勇	6,750,000	6.0000%	6,750,000	6.0000%	—	—
肖文英	4,500,000	4.0000%	4,500,000	4.0000%	1,900,000.00	5.0000%
汪泽其	3,375,000	3.0000%	3,375,000	3.0000%	—	—

肖武	4,500,000	4.0000%	4,500,000	4.0000%	—	—
肖晓	4,500,000	4.0000%	4,500,000	4.0000%	—	—
谢玉平	214,875	0.1910%	214,875	0.1910%	—	—
黄汉龙	547,875	0.4870%	547,875	0.4870%	—	—
郭雪松	187,875	0.1670%	187,875	0.1670%	—	—
苗玉庆	91,125	0.0810%	91,125	0.0810%	—	—
韦北进	133,875	0.1190%	133,875	0.1190%	—	—
彭林兵	156,375	0.1390%	156,375	0.1390%	—	—
林立	101,250	0.0900%	101,250	0.0900%	—	—

（二）公司董事、监事、高级管理人员与核心技术人员的近亲属直接持有本公司股份的情况

姓　名	亲属关系	持股数（股）	持股比例
刘方觉	肖奋之妻	5,625,000	5.0000%
肖韵	肖奋之女	3,375,000	3.0000%
雷碧玉	肖奋表妹	112,500	0.1000%

截至本招股说明书签署日，本公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属均不存在间接持有本公司股份的情况。

（三）董事、监事、高级管理人员与核心技术人员所持发行人股份质押或冻结情况

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员与核心技术人员所持本公司股份不存在质押或冻结的情况。

三、董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属个人投资情况

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的其他对外投资情况如下：

姓名	在公司职务	被投资企业名称	出资额	出资比例	备注
肖奋	董事长	奋达投资	2895 万元	96.5%	—
		奋达科技（香港）	2 港元	100%	已注销
肖晓	副总经理、财务总监	奋达投资	30万元	1%	—
刘方觉	无	奋达投资	75万元	2.5%	—
肖逸	独立董事	中勤万信会计师事务所有限公司	3万元	1%	—
沈勇	独立董事	南京琅声声学科技有限公司	100 万元	99%	—

上述人员的对外投资与本公司不存在利益冲突。除此之外，本公司董事、监事、高级管理人员与核心技术人员均不存在其他对本公司有重大影响的对外投资。

四、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员薪酬情况

本公司除独立董事外的其他董事、监事、高级管理人员及核心技术人员均未在本公司及全资子公司奋达电器以外的其他企业领取薪酬，在本公司及奋达电器领取薪酬的情况如下：

单位：万元

人员	在本公司任职	2011年度
肖奋	董事长	29.77
肖勇	董事、副总经理兼奋达电器总经理	29.55
肖文英	董事、副总经理助理	16.02
汪泽其	董事、总经理	51.37
沈勇	独立董事	8.00
吴亚德	独立董事	8.00
肖逸	独立董事	8.00
肖武	副总经理	14.91
肖晓	副总经理兼财务总监	20.90
谢玉平	副总经理兼董事会秘书	14.19
张玉树	副总经理	27.97
黄汉龙	监事、行政总监	12.16

郭雪松	监事会主席、战略办总监	13.99
苗玉庆	职工监事、奋达电器副总经理	15.73
韦北进	技术中心经理	11.96
陈世颖	技术中心项目经理	10.10
彭林兵	奋达电器技术部经理	10.86
林立	奋达电器技术部副经理	10.20

五、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的兼职情况

公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的兼职情况符合《公司法》等相关规定，具体兼职情况如下：

人员	兼职单位	兼任职务	与公司关联关系
肖奋	深圳市奋达电器有限公司	董事长	全资子公司
	深圳市茂宏电气有限公司	执行董事	控股子公司
	奋达（香港）控股有限公司	执行董事	全资子公司
	深圳市鹊哥科技有限公司	董事	控股股东控制的企业
	深圳市奋达投资有限公司	执行董事	
肖勇	深圳市奋达电器有限公司	总经理、董事	全资子公司
	深圳市茂宏电气有限公司	监事	控股子公司
	深圳市鹊哥科技有限公司	董事	控股股东控制的企业
沈勇	南京大学声学研究所	副所长	无
	南京琅声声学科技有限公司	总经理	无
吴亚德	深圳高速公路股份有限公司	总裁	无
	广东清连公路发展有限公司	董事长	无
肖逸	中勤万信会计师事务所有限公司	合伙人	无
	深圳海联讯科技股份有限公司	独立董事	无
	东莞市凯昶德电子科技股份有限公司	独立董事	无
苗玉庆	深圳市奋达电器有限公司	副总经理	全资子公司
肖晓	深圳市奋达电器有限公司	监事	全资子公司
	深圳市奋达投资有限公司	监事	控股股东控制的企业
	深圳市鹊哥科技有限公司	执行董事	
肖武	深圳市奋达电器有限公司	董事	全资子公司
	深圳市鹊哥科技有限公司	监事	控股股东控制的企业

六、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员之间的亲属关系

本公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员中，肖奋、肖勇、肖武为兄弟关系；肖奋和肖文英为姐弟关系；肖晓为肖奋妹夫。除此以外，本公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员之间不存在亲属关系。

七、董事、监事、高级管理人员及核心技术所作出的重要承诺及其与公司签订的协议

（一）重要承诺

公司部分董事、监事、高级管理人员及核心技术人员作为公司股东就其持有本公司股份锁定出具承诺，参见本招股说明书“第五节、十一、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、高级管理人员的重要承诺”。

（二）签订的协议

截至本招股说明书签署日，公司除与董事、监事、高级管理人员及核心技术人员签订有《劳动合同》、《技术保密协议》外，未签署其他协议。

公司未与董事、监事、高级管理人员及核心技术人员就所签订的《劳动合同》及《技术保密协议》发生纠纷。

八、董事、监事、高级管理人员任职资格

本公司董事、监事及高级管理人员的任职情况符合法律、法规和规范性文件和《公司章程》的有关规定，且均未被中国证监会处以证券市场禁入的处罚。

九、董事、监事、高级管理人员报告期内变动情况

（一）董事的任免及其变化

报告期初至奋达实业整体变更为股份公司时，奋达实业董事会成员为肖奋、

肖文英、雷碧玉。

2010 年 10 月 27 日，本公司创立大会暨第一次股东大会选举肖奋、汪泽其、肖勇、肖文英、沈勇、吴亚德、肖逸为董事，其中沈勇、吴亚德、肖逸为独立董事。同日，公司第一届董事会第一次会议选举肖奋为公司董事长。

（二）监事的任免及其变化

报告期初至奋达实业整体变更为股份公司时，奋达实业监事会成员为肖勇、肖晓、吴瑞论。

2010 年 10 月 27 日，本公司创立大会暨第一次股东大会选举郭雪松、黄汉龙为公司第一届监事会股东代表监事，和职工代表大会选举的职工监事苗玉庆共同组成公司第一届监事会。同日，公司第一届监事会第一次会议选举郭雪松为公司监事会主席。

（三）高级管理人员的任免及其变化

报告期初至 2010 年 2 月奋达实业高级管理人员为董事长兼总经理肖奋，副总经理肖武。

2010 年 3 月，公司从台湾引进具有国际化生产管理经验的张玉树担任公司副总经理，主管公司采购、生产、研发工作，以提高公司生产经营水平。

2010 年 8 月，为改善公司治理，进一步拓展国际市场，公司引进了具有国际化背景和丰富管理经验的职业经理人汪泽其担任总经理，董事长肖奋不再兼任总经理一职。

2010 年 10 月，公司整体变更为股份有限公司，经第一届第一次董事会会议决议，聘任汪泽其为公司总经理。同时由汪泽其提名，聘任肖勇为副总经理兼奋达电器总经理，肖晓为副总经理兼财务总监，肖武、张玉树为副总经理，谢玉平为副总经理兼董事会秘书。

第九节 公司治理

根据《公司法》、《证券法》等有关法律、行政法规和规范性文件的规定，公司建立了健全的股东大会、董事会、监事会、独立董事和董事会秘书等制度，董事会下设有战略委员会、审计委员会以及提名与薪酬考核委员会三个专门委员会，形成了完善的公司治理结构。公司股东大会、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》、《公司章程》和有关公司治理制度规范运作，依法履行各自的权利和义务，切实保障所有股东的利益。

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

（一）股东大会制度的建立健全及运行情况

1、股东的权利和义务

（1）股东的权利

根据《公司章程》规定，公司股东享有以下权利：

① 依照其所持有的股份份额获得股利和其他形式的利益分配；

② 依法请求、召集、主持、参加或者委派股东代理人参加股东大会，并行使相应的表决权；

③ 对公司的经营进行监督，提出建议或者质询；

④ 依照法律、行政法规及公司章程的规定转让、赠与或质押其所持有的股份；

⑤ 查阅公司章程、股东名册、公司债券存根、股东大会会议记录、董事会会议决议、监事会会议决议、财务会计报告；

⑥ 公司终止或者清算时，按其所持有的股份份额参加公司剩余财产的分配；

⑦ 对股东大会作出的公司合并、分立决议持异议的股东，要求公司收购其股份；

⑧ 法律、行政法规、部门规章或公司章程规定的其他权利。

（2）股东的义务

根据《公司章程》规定，公司股东负有下列义务：

① 遵守法律、行政法规和公司章程；

② 依其所认购的股份和入股方式缴纳股金；

③ 除法律、法规规定的情形外，不得退股；

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

⑤ 法律、行政法规及公司章程规定应当承担的其他义务。

2、股东大会的职责

根据公司《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：决定本公司的经营方针和投资计划；选举和更换董事、非由职工代表担任的监事，决定有关董事、监事的报酬事项；审议批准董事会报告；审议批准监事会报告；审议批准本公司的年度财务预算方案和决算方案；审议批准本公司的利润分配方案和弥补亏损方案；对本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；对本公司聘用、解聘会计师事务所作出决议；审议批准公司章程第三十七条规定的担保事项；审议本公司在一年内购买、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。

《公司章程》第三十七条规定须经股东大会审议通过的担保事项有：单笔担保额超过公司最近一期经审计净资产 10%的担保；公司及其控股子公司的对外担保总额，超过上市公司最近一期经审计净资产 50%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；连续十二个月内担保金额超过公司最近一期经审计总资产的 30%；连续十二个月内担保金额超过公司最近一期经审计净资产的 50%且绝对金额超过 5000 万元人民币；对股东、实际控制人及其关联人

提供的担保。由股东大会审议的对外担保事项，必须经董事会审议通过后，方可提交股东大会审议。

3、股东大会的议事规则

根据《公司章程》、《股东大会议事规则》的有关规定，股东大会的议事规则主要内容包括：

股东大会分为年度股东大会和临时股东大会。年度股东大会每年召开 1 次，应当于上一会计年度结束后的 6 个月内举行。有下列情形之一的，公司在事实发生之日起 2 个月以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 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；法律、行政法规、部门规章或公司章程规定的其他情形。

公司召开股东大会，董事会、监事会以及单独或者合并持有公司 3%以上股份的股东，有权向公司提出提案。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 日内通知其他股东，并将该临时提案提交股东大会审议。

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。

4、股东大会运行情况

截至本招股说明书签署日，本公司分别召开了四次股东大会。本公司股东大会运行情况良好，股东严格按照《公司章程》和《股东大会议事规则》的规定履行了自己的权利和义务。

（二）董事会制度的建立健全及运行情况

1、董事会的构成

依据《公司章程》，董事会由 7 名董事组成，设董事长 1 人，独立董事 3

人。

2、董事会的职责

本公司董事会的职能和权力包括但不限于以下几个方面:（1）召集股东大会，并向股东大会报告工作；（2）执行股东大会的决议；（3）决定本公司的经营计划和投资方案；（4）制订本公司的年度财务预算方案、决算方案；（5）制订本公司的利润分配方案和弥补亏损方案；（6）制订本公司增加或者减少注册资本、发行债券或其他证券及上市方案；（7）拟订本公司重大收购、收购本公司股票或者合并、分立、解散及变更公司形式的方案；（8）在股东大会授权范围内，决定本公司对外投资、收购出售资产、资产抵押、委托理财、关联交易等事项；（9）决定本公司内部管理机构的设置；（10）聘任或者解聘本公司总经理、董事会秘书；（11）根据总经理的提名，聘任或解聘本公司副总经理、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；（12）制订本公司的基本管理制度；（13）制订本公司章程的修改方案；（14）向股东大会提请聘请或更换为本公司审计的会计师事务所；（15）听取本公司总经理的工作汇报并检查总经理的工作；（16）法律、行政法规、部门规章或公司章程授予的其他职权。

3、董事会议事规则

董事会每年至少召开两次会议，由董事长召集，于会议召开 10 日以前书面通知全体董事和监事。代表 1/10 以上表决权的股东、1/3 以上董事或者监事会，可以提议召开董事会临时会议。董事长应当自接到提议后 10 日内，召集和主持董事会会议。

董事会召开临时董事会会议的通知方式和通知时限为：于会议召开 3 日以前发出书面通知；但是遇有紧急事由时，可以口头、电话等方式随时通知召开会议。

董事会会议应有过半数的董事出席方可举行。董事会作出决议，必须经全体董事的过半数通过。董事会决议的表决，实行一人一票制。董事会决议表决方式为：除非有过半数的出席会议董事同意以举手方式表决，否则，董事会采用书面表决的方式。

董事与董事会会议决议事项所涉及的企业或个人有关联关系的，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。

4、董事会的运行情况

截至本招股说明书签署日，本公司董事会共召开了十次会议。本公司董事会运行规范，董事会成员严格按照《公司章程》和《董事会议事规则》的规定履行了自己的权利和义务。

（三）监事会制度的建立健全及运行情况

1、监事会的构成

监事会由 3 名监事组成，其中职工代表的比例不低于 1/3，监事会设主席 1 人。

2、监事会的职责

本公司监事会负责监督董事会和高级管理层的行为，监事会的职能和权力包括但不限于以下几个方面：（1）对董事会编制的本公司定期报告进行审核并提出书面审核意见；（2）检查本公司财务；（3）对董事、高级管理人员执行本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；（4）当董事、高级管理人员的行为损害本公司的利益时，要求董事、高级管理人员予以纠正；（5）提议召开临时股东大会，在董事会不履行召集和主持股东大会职责时召集和主持股东大会；（6）向股东大会提出提案；（7）依照《公司法》第一百五十二条的规定，对董事、高级管理人员提起诉讼；（8）发现本公司经营情况异常，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，费用由本公司承担。

3、监事会议事规则

监事会每 6 个月至少召开一次会议，会议通知应当于会议召开 10 日以前书面送达全体监事。监事可以提议召开临时监事会会议。临时监事会会议应当于会议召开 3 日以前发出书面通知；但是遇有紧急事由时，可以口头、电话等方式随

时通知召开会议。监事会决议的表决方式为：举手表决，每一名监事有一票表决权。监事会决议应当经公司半数以上监事通过。

4、监事会运行情况

截至本招股说明书签署日，本公司共召开了五次监事会。本公司监事会运行规范，监事会成员严格按照《公司章程》和《监事会议事规则》的规定行使自己的权利和义务。

（四）独立董事制度的建立健全及运行情况

1、独立董事人数

本公司独立董事 3 人。公司独立董事人数占董事会人数三分之一，符合有关规定。

2、独立董事的相关制度安排

公司根据《关于在上市公司建立独立董事制度的指导意见》、《上市公司治理准则》的相关要求，制定了《独立董事工作制度》，对独立董事工作制度作出了明确规定。

独立董事任职应当符合下列条件：（1）根据法律、行政法规及其他有关规定，具备担任公司董事的资格；（2）具有本工作制度所要求的独立性；（3）具备公司运作的基本知识，熟悉相关法律、行政法规、规章及规则；（4）具有五年以上法律、经济或其他履行独立董事职责所必需的工作经验；（5）公司章程规定的其他条件。

独立董事除不得由《公司法》第 147 条规定的情形以及被中国证监会确定为市场禁入者并且禁入尚未解除的人员担任外，还不得由下列人员担任：（1）在公司或者其附属企业任职的人员及其直系亲属、主要社会关系（直系亲属是指配偶、父母、子女等；主要社会关系是指兄弟姐妹、岳父母、儿媳女婿、兄弟姐妹的配偶、配偶的兄弟姐妹等）；（2）直接或间接持有公司已发行股份 1%以上或者是公司前十名股东中的自然人股东及其直系亲属；（3）在直接或间接持有公司已发行股份 5%以上的股东单位或者在公司前五名股东单位任职的人员及其直系亲

属；（4）最近一年内曾经具有前三项所列举情形的人员；（5）为公司或者附属企业提供财务、法律、咨询等服务的人员；（6）公司章程规定的其他人员。

独立董事除具有《公司法》和其他相关法律、法规赋予董事的职权外，独立董事还具有以下特别职权：（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）提议召开董事会；（4）向董事会提请召开临时股东大会；（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；聘任或解聘高级管理人员；（2）公司董事、高级管理人员的薪酬；（3）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收回欠款；（4）独立董事认为可能损害中小股东权益的事项；（5）《公司章程》规定的其他事项。

3、独立董事参与公司决策的情况

公司独立董事自受聘以来均能勤勉尽责，按照《公司章程》、《独立董事工作制度》等规定按期出席董事会，认真审议各项议案，在充分了解有关材料的情况下，对董事会的各项决策能独立发表意见，对公司的规范运作起到了积极的作用。同时，独立董事充分发挥其专业所长，为公司的经营决策献计献策，在制定公司发展战略、发展计划和经营决策方面发挥了重要作用。

（五）董事会秘书的职责

公司按照《公司章程》规定设董事会秘书一名，对董事会负责。2010 年 10 月 27 日，公司第一届董事会第一次会议审议通过《董事会秘书工作细则》。根据该细则规定，董事会秘书的工作职责包括：

（1）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及时沟通和联络，保证交易所可以随时与其取得工作联系；（2）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，并按规定向交易所办理定期报告和临时报告的披露工作；（3）协调公司与投资者关系，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；（4）按照法定程序筹备董事会会议和股东大会，准备和提交拟审议的董事会和股东大会的文件；（5）参加董事会会议，制作会议记录并签字；（6）负责与公司信息披露有关的保密工作，制定保密措施，促使公司董事会全体成员及相关知情人在有关信息正式披露前保守秘密，并在内幕信息泄露时，及时采取补救措施并向交易所报告；（7）负责保管公司股东名册、董事名册、控股股东及董事、监事、高级管理人员持有公司股份的资料，以及董事会、股东大会的会议文件和会议记录等；（8）协助董事、监事和高级管理人员了解信息披露相关法律、行政法规、部门规章、《股票上市规则》、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；（9）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、《股票上市规则》、交易所其他规定和《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上，并立即向交易所报告；（10）《公司法》和深交所要求履行的其他职责。

本公司董事会秘书自受聘以来，按照上述《董事会秘书工作细则》以及《公司章程》的规定认真履行了各项职责，为公司治理结构的完善和董事会、股东大会正常行使职权发挥了重要的作用。

（六）专门委员会的设置

本公司董事会设立审计委员会、提名与薪酬考核委员会和战略委员会等三个专门委员会，对董事会负责，根据董事会的授权，协助董事会履行监控职责。各专门委员会成员由董事组成且不少于三人，并应当由独立董事担任负责人。董事会也可以根据需要另设其他委员会和调整现有委员会。

1、审计委员会

审计委员会委员由董事长、二分之一以上独立董事或者全体董事的三分之一

提名，并由董事会选举产生，至少有一名专业会计人士的独立董事。公司审计委员会现由肖逸、吴亚德、汪泽其组成，审计委员会设召集人一名，现由肖逸担任。

具体职责为：

（1）提议聘请或更换外部审计机构；

（2）监督公司的内部审计制度及其实施；

（3）负责内部审计与外部审计之间的沟通；

（4）审核公司的财务信息及其披露；

（5）审查公司内控制度，对重大关联交易进行审计；

（6）提名公司内部审计部门的负责人；

（7）公司董事会授予的其他事宜。

2、提名与薪酬考核委员会

提名与薪酬考核委员会委员由董事长、二分之一以上独立董事或者全体董事的三分之一提名，并由董事会选举产生。公司提名与薪酬考核委员会现由吴亚德、肖奋、肖逸组成。提名与薪酬考核委员会设召集人一名，现由吴亚德担任。

具体职责如下：

（1）根据公司经营活动情况、资产规模和股权结构对董事会的规模和构成向董事会提出建议；

（2）研究董事、高级管理人员的选择标准和程序，并向董事会提出建议；

（3）广泛搜寻合格的董事和高级管理人员的人选；

（4）对董事候选人和高级管理人员人选进行审查并提出建议；

（5）根据董事及高级管理人员管理岗位的主要范围、职责、重要性以及其他相关企业相关岗位的薪酬水平遵循公正、公平、合理的原则研究和审查董事及高级管理人员的薪酬政策与方案；

（6）薪酬政策与方案主要包括但不限于绩效评价标准、程序及主要评价体系，奖励和惩罚的主要方案和制度等；

（7）审查公司董事及高级管理人员的职责履行情况并对其进行绩效考评并提出建议；

（8）负责对公司薪酬制度执行情况进行监督；

（9）董事会授权的其他事宜。

3、战略委员会

战略委员会委员由董事长、二分之一以上独立董事或者全体董事的三分之一提名，并由董事会选举产生。公司战略委员会现由沈勇、吴亚德、肖奋组成。战略委员会设召集人一名，现由沈勇担任。

具体职责为：

（1）对公司长期发展战略规划进行研究并提出建议；

（2）对《公司章程》规定须经董事会批准的重大投资融资方案进行研究并提出建议；

（3）对《公司章程》规定须经董事会批准的重大资本运作、资产经营项目进行研究并提出建议；

（4）对其他影响公司发展的重大事项进行研究并提出建议；

（5）对以上事项的实施进行检查；

（6）董事会授权的其他事宜。

二、公司报告期内是否存在违法违规行为的说明

本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，形成了完善的法人治理结构。报告期内本公司严格按照《公司章程》及相关法律法规的规定开展经营，不存在情节严重的违法违规行为。

本公司于 2010 年受到 2 笔海关罚款行政处罚，具体情况如下：

（1）2010 年 1 月 14 日，因本公司将出口的多媒体音箱套装(含音频放大器和音箱)作为同一类商品申报出口，未将音频放大器按另一类商品编码单独申报，因此，深圳大鹏海关以申报商品与海关归类不符对本公司处以罚款 2,000 元。

（2）2010 年 1 月 23 日，本公司报关人员按照供应商提供的资料向海关申报进口集成电路 4,000 个（产地：台湾），插头 APPLE 牌 5,400 个（产地：台湾），经深圳文锦镀海关查验，发现实际集成电路产地为日本，插头为 FOXLINK 牌，产地为中国，因此以申报货物品牌、产地与申报不符对本公司处以罚款 3,000 元。

保荐人经核查后认为，音频放大器和音箱出口退税率相同，公司未将音频放大器和音箱分开申报的不规范做法并不能使公司获得实际利益，公司报关人员按照供应商提供的信息进口货物，由于供应商提供错误而导致申报错误，因此，公司不存在违法的主观故意；公司的两次违法行为并不涉及补征关税的情况，仅影响海关对进出口货物的统计，其行为危害性较轻；根据《中华人民共和国海关行政处罚实施条例》，海关行政处罚分为“走私行为处罚”和“违反海关监管规定行为处罚”，公司两次处罚均属于违反海关监管规定行为处罚，不属于走私行为，其社会危害性较轻，因此，公司受到海关的上述处罚不属于重大违法行为。

发行人律师认为，公司受到海关的上述处罚不属于重大违法行为。

三、发行人近三年资金占用和对外担保的情况

报告期内实际控制人肖奋为公司代垫款 341.25 万元，其控制的公司奋达投资向本公司借款 500 万元，双方已互相返还借款，不存在损害公司及股东利益的情形。详情参见“第七节、二、（二）关联交易”。

发行人《公司章程》、《对外担保管理办法》中已明确对外担保的审批权限和审议程序，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进行担保的情形。

四、公司内部控制情况

（一）管理层对内部控制制度的自我评估意见

公司按照建立现代企业制度的要求，建立了包括研发管理、销售管理、PMC 管理、采购管理、仓库管理和生产制造管理在内的运营流程制度，以及包括战略管理、综合管理、财务管理、人力资源管理、信息管理、设备设施管理和行政管理在内的管理流程。此外，公司按 ISO9001 标准建立了质量管理内控制度，按 ISO 14001 标准建立了环境管理内控制度。股份公司设立后，公司参照上市公司的标准、依据《公司法》、《证券法》等法律法规和规范性文件的要求逐步完善了公司治理。公司对内控制度执行情况进行定期或不定期的检查与评价，并根据

执行中的问题对流程管理制度不断改进、完善。

管理层对公司的内部控制制度进行了自查和评估后认为：公司现有的内部控制制度已覆盖了公司运营的各层面和各流程环节，内部控制制度得到有效执行，能够预防和及时发现、纠正公司运营过程中可能出现的重大错误和舞弊，保护公司资产的安全和完整，保证会计记录和会计信息的真实性、准确性和及时性，在完整性、合理性及有效性方面不存在重大缺陷。

（二）会计师对公司内控制度的评价

中审国际对公司内控制度进行了审核，并出具中审国际鉴字[2012]第01020040号《内部控制鉴证报告》，认为：

奋达科技公司于2011年12月31日在所有重大方面保持了按照财政部颁布的《企业内部控制基本规范》标准建立的与财务报表相关的、有效的内部控制。

第十节 财务会计信息

本公司 2009 年 1 月 1 日至 2011 年 12 月 31 日期间财务报表已经中审国际会计师事务所有限公司审计，中审国际出具了标准无保留意见的中审国际审字[2012]第 01020012 号《审计报告》。

本节涉及的财务会计数据，非经特别说明，均引自经审计的合并财务报表。投资人欲对本公司进行更详细的了解，应当认真阅读审计报告全文。

一、最近三年经审计的财务报表

（一）合并财务报表

本节数据货币单位除特殊说明均为人民币元。

1、合并资产负债表

资产	2011-12-31	2010-12-31	2009-12-31
流动资产			
货币资金	170,032,835.33	143,309,148.18	97,647,367.53
交易性金融资产	-	-	-
应收票据	487,804.95	129,118.07	-
应收账款	152,905,437.57	107,824,423.95	60,509,064.11
预付账款	3,235,293.52	747,122.90	86,277.35
应收利息	-	-	-
应收股利	-	-	-
其他应收款	8,964,986.92	8,589,240.00	17,282,217.94
存货	89,803,399.64	78,486,642.63	59,002,009.71
一年内到期的非流动资产	-	-	-
其他流动资产	-	-	17,000,000.00
流动资产合计	**425,429,757.93**	**339,085,695.73**	**251,526,936.64**
非流动资产			
可供出售金融资产	-	-	-
持有至到期投资	-	-	-

长期应收款	-	-	-
长期股权投资	-	14,256,750.45	-
投资性房地产	19,283,548.55	36,864,912.93	18,260,141.51
固定资产	165,209,135.14	179,677,936.21	193,539,544.17
在建工程	-	-	5,905,104.70
工程物资	-	-	-
固定资产清理	-	-	-
无形资产	35,328,758.72	36,232,287.25	36,989,273.94
开发支出	-	-	-
商誉	-	-	-
长期待摊费用	979,906.02	1,457,656.29	1,036,995.82
递延所得税资产	1,296,757.74	1,070,301.97	688,861.58
其他非流动资产	-	-	-
非流动资产合计	**222,098,106.17**	**269,559,845.10**	**256,419,921.72**
资产总计	**647,527,864.10**	**608,645,540.83**	**507,946,858.36**

合并资产负债表（续）

负债和所有者权益	2011-12-31	2010-12-31	2009-12-31
流动负债			
短期借款	69,949,764.00	35,960,430.00	23,500,000.00
交易性金融性负债	-	-	-
应付票据	10,023,305.63	16,025,677.64	13,795,502.74
应付账款	144,664,462.48	156,280,023.45	87,665,875.79
预收账款	7,118,393.53	10,942,608.43	3,197,213.66
应付职工薪酬	8,941,713.56	10,753,971.39	6,083,516.50
应交税费	-13,846,360.48	-11,346,484.75	-14,056,707.73
应付利息	-	-	-
应付股利	-	-	-
其他应付款	2,265,326.02	5,744,414.20	9,082,560.79
一年内到期的非流动负债	3,000,000.00	23,360,000.00	13,000,000.00
其他流动负债	-	-	-
流动负债合计	**232,116,604.74**	**247,720,640.36**	**142,267,961.75**
非流动负债			

长期借款	-	-	43,760,000.00
应付债券	-	-	-
长期应付款	-	3,000,000.00	-
专项应付款	-	-	-
预计负债	-	-	-
递延所得税负债	-	-	88,786.91
其他非流动负债	1,797,000.00	2,200,000.00	2,800,000.00
非流动负债合计	**1,797,000.00**	**5,200,000.00**	**46,648,786.91**
负债合计	**233,913,604.74**	**252,920,640.36**	**188,916,748.66**
所有者权益			
股本	112,500,000.00	112,500,000.00	38,000,000.00
资本公积	52,906,691.01	52,906,691.01	32,838,421.07
减：库存股	-	-	-
盈余公积	20,115,755.82	12,212,413.81	21,048,319.62
未分配利润	226,958,324.53	176,435,398.25	219,468,696.80
归属于母公司所有者权益合计	412,480,771.36	354,054,503.07	311,355,437.49
少数股东权益	1,133,488.00	1,670,397.40	7,674,672.21
所有者权益合计	**413,614,259.36**	**355,724,900.47**	**319,030,109.70**
负债和所有者权益总计	**647,527,864.10**	**608,645,540.83**	**507,946,858.36**

2、合并利润表

项目	2011 年度	2010 年度	2009 年度
一、营业收入	**809,367,390.79**	**662,053,660.35**	**467,521,956.75**
减：营业成本	614,346,697.63	485,130,987.05	322,388,125.66
营业税金及附加	5,521,244.27	2,566,541.01	1,485,556.87
销售费用	32,166,740.74	25,441,760.41	19,314,188.40
管理费用	47,126,463.02	43,624,995.68	37,895,069.33
财务费用	10,322,293.22	8,378,321.68	5,521,891.05
资产减值损失	2,104,210.69	2,504,982.67	1,250,650.25
加：公允价值变动收益（损失以“-”号填列）	-	-	-
投资收益（损失以“-”号填列）	2,062,163.28	1,857,086.94	125,870.46
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	-	-	-
二、营业利润（损失以“-”号填列）	**99,841,904.50**	**96,263,158.79**	**79,792,345.65**

加：营业外收入	8,063,929.16	6,116,875.31	6,085,852.44
减：营业外支出	169,108.65	2,453,389.23	223,371.13
其中：非流动资产处置损失	16,334.40	290,644.24	35,919.45
三、利润总额（损失以“-”号填列）	**107,736,725.01**	**99,926,644.87**	**85,654,826.96**
减：所得税费用	13,847,366.12	12,515,142.32	9,761,094.56
四、净利润（损失以“-”号填列）	**93,889,358.89**	**87,411,502.55**	**75,893,732.40**
归属于母公司所有者的净利润	94,426,268.29	87,699,065.58	75,513,165.25
少数股东损益	-536,909.40	-287,563.03	380,567.15
五、每股收益			
（一）基本每股收益（元/股）	0.84	0.78	-
（二）稀释每股收益（元/股）	0.84	0.78	-
六、其他综合收益	-	-	-
七、综合收益总额	**93,889,358.89**	**87,411,502.55**	**75,893,732.40**
归属于母公司所有者的综合收益总额	94,426,268.29	87,699,065.58	75,513,165.25
归属于少数股东的综合收益总额	-536,909.40	-287,563.03	380,567.15

3、合并现金流量表

项目	2011 年度	2010 年度	2009 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	746,512,771.53	619,397,078.35	498,196,122.64
收到的税费返还	75,580,304.79	49,133,546.94	30,065,187.03
收到的其他与经营活动有关的现金	9,818,023.80	25,464,613.74	7,788,074.17
经营活动现金流入小计	**831,911,100.12**	**693,995,239.03**	**536,049,383.84**
购买商品、接受劳务支付的现金	620,896,591.16	447,216,787.93	335,377,306.99
支付给职工以及为职工支付的现金	117,341,242.02	81,780,701.31	56,622,093.69
支付的各项税费	19,568,872.77	17,070,759.49	15,911,882.53
支付的其他与经营活动有关的现金	44,257,244.50	38,946,448.40	31,069,798.93
经营活动现金流出小计	**802,063,950.45**	**585,014,697.13**	**438,981,082.14**
经营活动产生的现金流量净额	**29,847,149.67**	**108,980,541.90**	**97,068,301.70**
二、投资活动产生的现金流量			
收回投资所收到的现金	-	17,000,000.00	-
取得投资收益所收到的现金	2,335,862.38	1,857,086.94	125,870.46
处置固定资产、无形资产和其他长期资产所收回的现金	25,518,989.28	410,408.22	367,217.02

净额			
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	13,983,051.35	-137,594.40	-
收到的其他与投资活动有关的现金	-	-	-
投资活动现金流入小计	**41,837,903.01**	**19,129,900.76**	**493,087.48**
购建固定资产、无形资产和其他长期资产所支付的现金	12,545,375.49	18,333,379.84	49,608,579.44
投资所支付的现金	-	-	17,000,000.00
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	-	-
支付的其他与投资活动有关的现金	-	-	-
投资活动现金流出小计	**12,545,375.49**	**18,333,379.84**	**66,608,579.44**
投资活动产生的现金流量净额	**29,292,527.52**	**796,520.92**	**-66,115,491.96**
三、筹资活动产生的现金流量			
吸收投资收到的现金	-	1,960,000.00	-
其中：子公司吸收少数股东投资收到的现金	-	-	-
取得借款收到的现金	34,072,061.00	12,569,822.46	16,975,000.00
收到的其他与筹资活动有关的现金	-	-	-
筹资活动现金流入小计	**34,072,061.00**	**14,529,822.46**	**16,975,000.00**
偿还债务所支付的现金	23,360,000.00	30,400,000.00	16,476,007.25
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	39,463,865.68	48,796,711.67	4,535,369.71
其中：子公司支付给少数股东的股利、利润	-	-	-
支付的其他与筹资活动有关的现金	2,570,000.00	-	-
筹资活动现金流出小计	**65,393,865.68**	**79,196,711.67**	**21,011,376.96**
筹资活动产生的现金流量净额	**-31,321,804.68**	**-64,666,889.21**	**-4,036,376.96**
四、汇率变动对现金等价物的影响	**-394,851.24**	**105,572.06**	**-586,866.40**
五、现金及现金等价物净增加额	**27,423,021.27**	**45,215,745.67**	**26,329,566.38**
加：期初现金及现金等价物余额	**140,104,012.65**	**94,888,266.98**	**68,558,700.60**
六、期末现金及现金等价物余额	**167,527,033.92**	**140,104,012.65**	**94,888,266.98**

（二）母公司财务报表

1、母公司资产负债表

资产	2011-12-31	2010-12-31	2009-12-31
流动资产			
货币资金	50,760,257.13	54,476,964.90	41,049,530.57
交易性金融资产	-	-	-

应收票据	487,804.95	129,118.07	-
应收账款	106,598,086.54	70,674,728.67	55,877,761.31
预付账款	3,145,873.02	40,000.00	-
应收利息	-	-	-
应收股利	-	-	-
其他应收款	4,772,707.61	6,124,407.55	5,434,658.00
存货	70,025,430.43	65,187,919.83	44,899,938.26
一年内到期的非流动资产	-	-	-
其他流动资产	-	-	7,000,000.00
流动资产合计	**235,790,159.68**	**196,633,139.02**	**154,261,888.14**
非流动资产			
可供出售金融资产	-	-	-
持有至到期投资	-	-	-
长期应收款	-	-	-
长期股权投资	17,813,270.93	17,726,570.93	15,686,570.93
投资性房地产	38,041,651.33	56,702,966.19	57,313,490.40
固定资产	137,683,896.84	150,615,220.95	143,649,178.90
在建工程	-	-	5,615,104.70
工程物资	-	-	-
固定资产清理	-	-	-
无形资产	35,326,358.72	36,227,487.25	36,977,819.48
开发支出	-	-	-
商誉	-	-	-
长期待摊费用	25,479.17	841,051.57	-
递延所得税资产	798,830.36	669,613.15	394,145.29
其他非流动资产	-	-	-
非流动资产合计	**229,689,487.35**	**262,782,910.04**	**259,636,309.70**
资产总计	**465,479,647.03**	**459,416,049.06**	**413,898,197.84**

母公司资产负债表（续）

负债和所有者权益	2011-12-31	2010-12-31	2009-12-31
流动负债			
短期借款	69,949,764.00	35,960,430.00	23,500,000.00

交易性金融性负债	-	-	-
应付票据	10,023,305.63	16,025,677.64	13,795,502.74
应付账款	91,515,890.45	99,704,914.64	140,858,483.12
预收账款	2,723,064.45	6,591,948.44	1,924,139.28
应付职工薪酬	5,064,245.55	6,884,897.09	3,697,758.59
应交税费	-6,732,821.52	-3,887,234.24	-6,342,208.78
应付利息	-	-	-
应付股利	-	-	-
其他应付款	1,943,092.13	26,412,729.24	10,777,187.82
一年内到期的非流动负债	3,000,000.00	23,360,000.00	13,000,000.00
其他流动负债	-	-	-
流动负债合计	**177,486,540.69**	**211,053,362.81**	**201,210,862.77**
非流动负债			
长期借款	-	-	43,760,000.00
应付债券	-	-	-
长期应付款	-	3,000,000.00	-
专项应付款	-	-	-
预计负债	-	-	-
递延所得税负债	-	-	88,786.91
其他非流动负债	1,797,000.00	2,200,000.00	2,800,000.00
非流动负债合计	**1,797,000.00**	**5,200,000.00**	**46,648,786.91**
负债合计	**179,283,540.69**	**216,253,362.81**	**247,859,649.68**
所有者权益			
实收资本或股本	112,500,000.00	112,500,000.00	38,000,000.00
资本公积	20,577,019.64	20,577,019.64	508,749.70
减：库存股	-	-	-
盈余公积	20,115,755.82	12,212,413.81	21,048,319.62
未分配利润	133,003,330.88	97,873,252.80	106,481,478.84
所有者权益合计	**286,196,106.34**	**243,162,686.25**	**166,038,548.16**
负债和所有者权益总计	**465,479,647.03**	**459,416,049.06**	**413,898,197.84**

2、母公司利润表

项目	2011 年度	2010 年度	2009 年度
一、营业收入	**483,922,630.34**	**399,449,698.72**	**281,040,227.23**
减：营业成本	391,279,147.71	316,073,906.28	215,029,415.21
营业税金及附加	3,436,789.82	1,592,840.68	849,809.60
销售费用	23,063,824.51	17,624,064.96	13,824,635.08
管理费用	28,259,218.88	27,167,173.04	26,934,133.98
财务费用	7,192,120.93	6,108,105.23	4,805,218.56
资产减值损失	1,235,427.39	1,844,986.47	888,215.93
加：公允价值变动收益（损失以“-”号填列）	-	-	-
投资收益（损失以“-”号填列）	49,088,480.78	95,068,635.37	7,446,088.88
其中：对联营企业和私营企业的投资收益	-	-	-
二、营业利润（损失以“-”号填列）	**78,544,581.88**	**124,107,257.43**	**26,154,887.75**
加：营业外收入	5,470,301.74	4,898,986.40	5,181,752.60
减：营业外支出	120,930.20	2,076,637.56	203,720.29
其中：非流动资产处置损失	351.99	22,615.59	16,291.27
三、利润总额（损失以“-”号填列）	**83,893,953.42**	**126,929,606.27**	**31,132,920.06**
减：所得税费用	4,860,533.33	4,805,468.18	3,078,740.31
四、净利润（损失以“-”号填列）	**79,033,420.09**	**122,124,138.09**	**28,054,179.75**
五、其他综合收益	-	-	-
六、综合收益总额	**79,033,420.09**	**122,124,138.09**	**28,054,179.75**

3、母公司现金流量表

项目	2011 年度	2010 年度	2009 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	429,762,486.18	389,893,920.07	277,939,082.11
收到的税费返还	37,870,281.89	27,771,075.58	11,719,249.10
收到的其他与经营活动有关的现金	15,804,383.80	24,251,228.78	6,356,032.41
经营活动现金流入小计	**483,437,151.87**	**441,916,224.43**	**296,014,363.62**
购买商品、接受劳务支付的现金	373,706,074.38	358,459,481.52	149,648,125.50
支付给职工以及为职工支付的现金	84,854,782.68	58,346,829.96	33,578,078.67
支付的各项税费	8,669,131.18	7,013,393.15	5,777,378.49
支付的其他与经营活动有关的现金	51,787,510.18	24,790,716.12	43,289,940.23

经营活动现金流出小计	**519,017,498.42**	**448,610,420.75**	**232,293,522.89**
经营活动产生的现金流量净额	**-35,580,346.55**	**-6,694,196.32**	**63,720,840.73**
二、投资活动产生的现金流量			
收回投资所收到的现金	-	7,000,000.00	-
取得投资收益所收到的现金	36,002,429.43	95,068,635.37	35,324.12
处置固定资产、无形资产和其他长期资产所收回的现金净额	25,507,772.26	-	-
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	13,983,051.35	-	2,377,646.57
收到的其他与投资活动有关的现金	-	-	-
投资活动现金流入小计	**75,493,253.04**	**102,068,635.37**	**2,412,970.69**
购建固定资产、无形资产和其他长期资产所支付的现金	10,341,404.87	14,509,938.59	43,016,016.46
投资所支付的现金	983,700.00	2,040,000.00	7,000,000.00
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	-	-
支付的其他与投资活动有关的现金	-	-	-
投资活动现金流出小计	**11,325,104.87**	**16,549,938.59**	**50,016,016.46**
投资活动产生的现金流量净额	**64,168,148.17**	**85,518,696.78**	**-47,603,045.77**
三、筹资活动产生的现金流量			
吸收投资收到的现金	-	-	-
取得借款收到的现金	34,072,061.00	12,569,822.46	16,975,000.00
收到的其他与筹资活动有关的现金	-	-	-
筹资活动现金流入小计	**34,072,061.00**	**12,569,822.46**	**16,975,000.00**
偿还债务所支付的现金	23,360,000.00	30,400,000.00	16,476,007.25
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	39,463,865.68	48,796,711.67	4,288,454.71
支付的其他与筹资活动有关的现金	2,570,000.00	-	-
筹资活动现金流出小计	**65,393,865.68**	**79,196,711.67**	**20,764,461.96**
筹资活动产生的现金流量净额	**-31,321,804.68**	**-66,626,889.21**	**-3,789,461.96**
四、汇率变动对现金现金等价物的影响	**-283,370.59**	**783,788.10**	**-228,198.36**
五、现金及现金等价物净增加额	**-3,017,373.65**	**12,981,399.35**	**12,100,134.64**
加：期初现金及现金等价物余额	**51,271,829.37**	**38,290,430.02**	**26,190,295.38**
六、期末现金及现金等价物余额	**48,254,455.72**	**51,271,829.37**	**38,290,430.02**

二、财务报表编制基础、合并报表范围及变化情况

（一）财务报表的编制基础

本公司以持续经营为基础，根据实际发生的交易和事项，按照财政部 2006 年 2 月 15 日颁布的《企业会计准则》及其应用指南、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。

（二）合并报表范围及变化情况

合并财务报表编制按照 2006 年 2 月颁布的《企业会计准则第 33 号——合并财务报表》执行，原则上将持有被投资单位表决权 50%以上，或虽不超过 50%但具有实际控制权的公司纳入合并财务报表范围。

合并财务报表以母公司和纳入合并范围的子公司个别财务报表及其他资料为依据，按照权益法调整对子公司的长期股权投资后，对内部权益性投资与子公司所有者权益、内部投资收益与子公司利润分配、内部交易事项、内部债权债务进行抵销。母公司与子公司采用的会计政策和会计处理方法无重大差异。

报告期内公司合并报表单位的基本情况如下表所示：

公司名称	注册地	注册资本（万元）	首次纳入合并范围时间	不再纳入合并范围时间
奋达电器	深圳	3,800.00	2004 年	
茂宏电气	深圳	400.00	2010 年	
宝港奋达	深圳	600.00	1996 年	2010 年 8 月
奋达（香港）	香港	美金 15.00	2010 年	

三、审计意见

本公司已聘请中审国际对公司 2009 年 12 月 31 日、2010 年 12 月 31 日和 2011 年 12 月 31 日的资产负债表和合并资产负债表，2009 年度、2010 年度和 2011 年度利润表和合并利润表、所有者权益变动表和合并所有者权益变动表、现金流量表和合并现金流量表，以及财务报表附注进行了审计。中审国际对上述报表出具了标准无保留意见的中审国际审字[2012]第 01020012 号《审计报告》。

中审国际认为，公司上述财务报表已经按照企业会计准则的规定编制，在所有重大方面公允反映了公司 2009 年 12 月 31 日、2010 年 12 月 31 日和 2011 年 12 月 31 日的财务状况以及 2009 年度、2010 年度和 2011 年度的经营成果和现金流量。

四、报告期内采用的主要会计政策和会计估计

（一）同一控制下和非同一控制下企业合并的会计处理方法

企业合并，是指将两个或者两个以上单独的企业合并形成一个报告主体的交易或事项。企业合并包括同一控制下的企业合并和非同一控制下的企业合并两种类型。

1、同一控制下的企业合并

参与合并的企业合并前后均受同一方或相同多方最终控制且该控制并非暂时性的，为同一控制下的企业合并。合并方在企业合并中取得的资产和负债，按照合并日被合并方的账面价值计量。合并方取得的净资产账面价值与支付的合并对价账面价值（或发行股份面值总额）的差额，调整资本公积中的股本溢价（或资本溢价），资本公积中的股本溢价（或资本溢价）不足冲减的，调整留存收益。

合并方为进行企业合并发生的各项直接相关费用，包括为进行企业合并而支付的审计费用、评估费用、法律服务费用等，于发生时计入当期损益。为企业合并发行的债券或承担其他债务支付的手续费、佣金等，计入所发行债券及其他债务的初始计量金额。企业合并中发行权益性证券发生的手续费、佣金等费用，抵减权益性证券溢价收入，溢价收入不足冲减的，冲减留存收益。合并日为合并方实际取得对被合并方控制权的日期。

2、非同一控制下企业合并

参与合并的各方在合并前后不受同一方或相同的多方最终控制，为非同一控制下企业合并。购买方支付的合并成本为进行企业合并支付的现金或非现金资产、发生或承担的负债、发行的权益性证券等在购买日的公允价值以及企业合并中发生的各项直接相关的费用之和。支付的非现金资产的公允价值与其账面价值

的差额，计入当期损益。

合并成本大于合并中取得的被购买方于购买日可辨认净资产公允价值份额的差额，确认为商誉；合并成本小于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额时，对取得的被购买方各项可辨认资产、负债及或有负债的公允价值以及合并成本的计量进行复核；经复核后合并成本仍小于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的，其差额计入当期损益。

购买日为购买方实际取得对被购买方控制权的日期。购买方在购买日对合并成本进行分配，确认所取得的被购买方各项可辨认资产、负债及或有负债。

业务合并按相同的方法处理。

（二）合并财务报表的编制方法

合并财务报表的合并范围包括本公司及本公司的子公司。控制是指有权决定一个公司的财务和经营政策，并能据以从该公司的经营活动中获取利益。

本公司通过同一控制下企业合并取得的子公司，在编制合并当期财务报表时，视同被合并子公司在本公司最终控制方对其开始实施控制时纳入本公司合并范围。因此本公司在编制合并当期财务报表时，将被合并子公司的经营成果自本公司最终控制方开始实施控制时起纳入本公司合并利润表中，并对合并财务报表的年初数以及前期比较报表进行相应调整。

本公司通过非同一控制下企业合并取得的子公司，在编制合并当期财务报表时，以购买日确定的各项可辨认资产、负债的公允价值为基础对子公司的财务报表进行调整，并自购买日起将被购买子公司的资产、负债及经营成果纳入本公司合并财务报表中，并不调整合并财务报表年初数以及前期比较报表。

子公司少数股东应占的权益和损益分别在合并资产负债表中所有者权益项目下和合并利润表中净利润项目下单独列示。

在合并财务报表中，子公司少数股东分担的当期亏损超过了少数股东在该子公司期初所有者权益中所享有的份额的，其余额仍冲减少数股东权益。

当子公司所采用的会计期间或会计政策与本公司不一致时，合并时已按照本

公司的会计期间或会计政策对子公司财务报表进行必要的调整。合并时所有公司内重大交易，包括内部实现利润及往来余额均已抵销。

（三）现金及现金等价物的确定标准

现金是指公司库存现金以及可以随时用于支付的存款。现金等价物是指公司持有的期限短、流动性强、易于转换为已知金额现金、价值变动风险很小的投资。

（四）外币业务和外币报表折算

1、外币交易

外币交易按交易发生当日的即期汇率折合为人民币入账。

于资产负债表日，外币货币性项目采用资产负债表日的即期汇率折算为人民币，所产生的汇兑差额除与购建或者生产符合资本化条件的资产而借入的外币专门借款产生的汇兑差额按借款费用的原则处理外，计入当期损益。以历史成本计量的外币非货币性项目，以资产负债表日采用交易发生日的即期汇率折算。

2、外币财务报表的折算

境外经营的资产负债表中的资产和负债项目，采用资产负债表日的即期汇率折算，所有者权益中除未分配利润项目外，其他项目采用发生时的即期汇率折算。境外经营的利润表中的收入和费用项目，采用交易发生日的即期汇率。上述折算产生的外币报表折算差额，在资产负债表中所有者权益中项目下单独列示。境外经营的现金流量项目，采用现金流量发生日的即期汇率折算。汇率变动对现金的影响额，在现金流量表中单独列示。

（五）金融工具

1、金融资产和金融负债的分类

金融资产和金融负债在初始确认时划分为以下几类：以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产或金融负债；持有至到期投资；贷款及应收款项；可供出售金融资产；其它金融负债。

2、金融资产和金融负债的确认

金融资产的确认是指将符合金融资产定义和金融资产确认条件的项目记入资产负债表的过程。金融负债的确认是指将符合金融负债定义和金融负债确认条件的项目记入资产负债表的过程。

3、金融资产和金融负债的计量

初始确认时，金融资产及金融负债均以公允价值计量。对于以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产或金融负债，相关交易费用直接计入当期损益；对于其他类别的金融资产或金融负债，相关交易费用计入初始确认金额。

除贷款和应收款项、持有至到期投资和其他金融负债外，金融资产和金融负债均以公允价值进行后续计量，其他金融负债采用实际利率法按摊余成本进行后续计量。

以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产或金融负债公允价值变动形成的损益计入当期损益。

可供出售的金融资产公允价值变动形成的得利或损失，除减值损失和外币货币性金融资产形成的汇兑差额外，直接计入资本公积，在该金融资产终止确认时转出，计入当期损益。

可供出售外币货币性金融资产形成的汇兑差额，计入当期损益。采用实际利率法计算的可供出售金融资产的利息，计入当期损益。可供出售权益工具投资的现金股利，在被投资单位宣告发放股利时计入当期损益。

以摊余成本计量的金融资产或金融负债，在发生减值、摊销或终止确认时产生的利得或损失计入当期损益。

4、金融资产和金融负债的终止

金融资产终止确认，是指将金融资产从企业的账户和资产负债表内予以转销。当收取金融资产现金流量的合同权利终止，或金融资产已经转移，且符合《企业会计准则第 23 号——金融资产转移》规定的金融资产终止确认条件的，终止确认该金融资产。

金融负债终止确认，是指将金融负债从企业的账户和资产负债表内予以转销。当金融负债的现时义务全部或部分已经解除的，才能终止确认该金融负债或其中一部分。

5、主要金融资产和金融负债的公允价值确定方法

（1）存在活跃市场的金融资产和金融负债，活跃市场中的报价用于确定其公允价值；

（2）金融工具不存在活跃市场的，采用估值技术确定其公允价值；

（3）初始取得或衍生的金融资产或承担的金融负债，以市场交易价格作为确定其公允价值的基础；

（4）采用未来现金流量折现法确定金融工具公允价值的，使用合同条款和特征在实质上相同的其他金融工具的市场收益率作为折现率。没有表明利率的短期应收款项和应付款项的现值与实际交易价格相差很小的，按照实际交易价格计量。

6、金融资产的减值

资产负债表日对以公允价值计量且变动计入当期损益金融资产以外的金融资产的账面价值进行检查，有客观证据表明该金融资产其发生了减值的，计提减值准备。

（1）持有至到期投资

资产负债表日有客观证据表明其发生了减值，根据期账面价值与预计未来现金流量现值之间的差额确认为减值损失，计入当期损益。

（2）可供出售金融资产

资产负债表日，公司对可供出售金融资产的减值情况进行分析，如果可供出售金融资产的公允价值发生较大幅度下降，或在综合考虑各种相关因素后，预期这种下降趋势属于非暂时性的，则按其预计未来现金流量现值低于其账面价值的差额，计提减值准备。

可供出售金融资产发生减值时，将原直接计入所有者权益的公允价值下降形成的累计损失一并转出，确认减值损失，计提减值准备。

（六）应收款项

本公司对应收款项按以下方法计提坏账准备：

1、单项金额重大并单项计提坏账准备的应收款项

单项金额重大的判断依据或金额标准：

单项金额重大的应收账款是指期末余额 100 万元及以上的应收账款，单项金额重大的其他应收款是指期末余额 50 万元及以上的其他应收款。

单项金额重大并单项计提坏账准备的计提方法：

对单项金额重大的应收款项单独进行减值测试，如有客观证据表明其发生了减值的，根据其预计未来现金流量（不包括尚未发生的未来信用损失）按实际利率折现的现值低于其账面价值的差额，确认为减值损失，计入当期损益。对于经单独测试未发生减值的，并入按账龄组合提取减值损失。

2、按组合计提坏账准备应收款项

组合中，采用账龄分析法计提坏账准备的：

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）	3%	3%
1 至 2 年	10%	10%
2 至 3 年	30%	30%
3 年以上	100%	100%

组合中，按性质计提坏账准备的：

组合名称	方法说明
押金、保证金、纳入合并范围的内部往来等	按其性质，发生坏账的可能性非常小，不予计提坏账准备

3、单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的应收款项

单项计提坏账准备的理由：

有确凿证据表明发生坏账可能性较大的应收款项。

坏账准备的计提方法：

对于发生坏账可能性较大的单项金额不重大的应收款项单独进行减值测试，如有客观证据表明其发生了减值的，根据其预计未来现金流量（不包括尚未发生的未来信用损失）按实际利率折现的现值低于其账面价值的差额，确认为减值损失，计入当期损益。

（七）存货

1、存货的分类

存货分为原材料、自制半成品、委托加工物资、库存产成品、发出商品、在产品等。

2、发出存货的计价方法

存货发出按加权平均法计价。

3、存货可变现净值的确定依据及存货跌价准备的计提方法

存货可变现净值的确定：产成品、商品和用于出售的材料等直接用于出售的商品存货，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，以所生产的产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。

存货跌价准备的计提方法：资产负债表日，按单个存货可变现净值低于账面价值的差额计提存货跌价准备，计入当期损益。确定存货的可变现净值时，以资产负债表日取得最可靠的证据估计的售价为基础并考虑持有存货的目的，资产负债表日至财务报告批准报出日之间存货售价发生波动的，如有确凿证据表明其对资产负债表日存货已经存在的情况提供了新的或进一步的证据，作为调整事项进行处理；否则，作为非调整事项。

4、存货的盘存制度

本公司存货采用永续盘存法。

（八）长期股权投资

1、长期股权投资分类

长期股权投资分为：对子公司长期股权投资、对合营企业长期股权投资、对联营企业长期股权投资、对被投资单位不具有共同控制、重大影响，且在活跃市场中没有报价、公允价值不能可靠计量的长期股权投资（以下简称“其他股权投资”）。

2、长期股权投资的初始计量

（1）企业合并形成的长期股权投资

同一控制下的企业合并形成的对子公司的长期股权投资，按照取得被合并方所有者权益账面价值的份额作为长期股权投资的初始投资成本，长期股权投资的初始投资成本与支付对价的账面价值的差额，调整资本公积中的股本溢价（或资本溢价）；资本公司中股本溢价（或资本溢价）不足冲减时，调整留存收益。为进行企业合并发生的各项直接相关费用于发生时计入当期损益；

非同一控制下的企业合并形成的对子公司的长期股权投资，按照取得对被购买方的控制权而付出的资产、发生或承担的负债以及发行的权益性证券的公允价值作为长期股权投资的初始投资成本，为进行企业合并发生的各项直接相关费用计入初始投资成本。

（2）其他方式取得的长期投资

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

以发行权益性证券取得的长期股权投资，按照发行权益性证券的公允价值作为初始投资成本。

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

以非货币资产交换方式取得的长期股权投资，如果该项交换具有商业实质且换入资产或换出资产的公允价值能可靠计量，则以换出资产的公允价值和相关税费作为初始投资成本，换出资产的公允价值与账面价值之间的差额计入当期损益；若非货币资产交换不同时具备上述两个条件，则按换出资产的账面价值和相关税费作为初始投资成本。

以债务重组方式取得的长期股权投资，按取得的股权的公允价值作为初始投资成本，初始投资成本与债权账面价值之间的差额计入当期损益。

3、长期股权投资的后续计量

本公司对子公司长期股权投资和其他股权投资采用成本法核算。在编制合并报表时按照权益法对子公司长期股权投资进行调整。对合营企业、联营企业长期股权投资采用权益法核算。

4、长期股权投资损益确认方法

采用成本法核算的长期股权投资按照初始投资成本计价，除取得投资时实际支付的价款或对价中包含的已宣告但尚未发放的现金股利或利润外，投资企业按照享有被投资单位宣告发放的现金股利或利润确认投资收益。

采用权益法核算的长期股权投资，以取得投资时被投资单位各项可辨认资产等的公允价值为基础调整后实现的净损益的份额，确认投资损益并调整长期股权投资的账面价值。按照被投资单位宣告分派的利润或现金股利计算应分得的部分，相应减少长期股权投资的账面价值。对于被投资单位除净损益以外所有者权益的其他变动，调整长期股权投资的账面价值并计入所有者权益。

处置长期股权投资，其账面价值与实际取得价款的差额，计入当期损益。采用权益法核算的长期股权投资，因被投资单位除净损益以外所有者权益的其他变动而计入所有者权益的，处置该项投资时将原计入所有者权益的部分按相应比例转入当期损益。

5、确定对被投资单位具有共同控制、重大影响的依据

（1）确定对被投资单位具有共同控制的依据

共同控制是指按照合同约定对某项经济活动共有的控制。在合营企业设立时，合营各方在投资合同或协议中约定在所设立合营企业的重要财务和生产经营决策制定过程中，必须由合营各方均同意才能通过。

（2）确定对被投资单位具有重大影响的依据

重大影响，是指对一个企业的财务和经营政策有参与决策的权利，但并不能够控制或者与其他方一起共同控制这些政策的制定。一般情况下本公司直接或通过子公司间接拥有被投资单位 20%以上但低于 50%的表决权股份时认为对被投资单位具有重大影响。

6、长期股权投资减值测试方法及减值准备计提方法

资产负债表日，若对子公司、对合营企业、对联营企业的长期股权投资存在减值迹象，估计其可收回金额，可收回金额低于账面价值的，确认减值损失，计入当期损益，同时计提长期股权投资减值准备。其他股权投资发生减值时，按类似的金融资产的市场收益率对未来现金流量确定的现值与投资的账面价值之间的差额确认为减值损失，计入当期损益。同时计提长期股权投资减值准备。上述长期股权投资减值准备在以后期间均不予转回。

（九）投资性房地产

1、投资性房地产的种类

投资性房地产分为：已出租的土地使用权、持有并准备增值后转让的土地使用权、已出租的建筑物。

2、投资性房地产的计量模式

投资性房地产按照取得时的成本进行初始计量，在资产负债表日采用成本模式对投资性房地产进行后续计量。其中建筑物的折旧方法和减值准备的确定方法与固定资产的核算方法一致，土地使用权的摊销方法和减值准备的确定方法与无

形资产的核算方法一致。

（十）固定资产

1、固定资产的确认条件

（1）与该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计量。

2、固定资产的分类

公司的固定资产分为：房屋建筑物、机器设备、办公设备、运输工具、其他设备。

3、各类固定资产的折旧方法

固定资产在使用寿命内按年限平均法计提折旧，各类固定资产的折旧年限、残值率和年折旧率如下：

资产类别	使用年限	残值率（%）	年折旧率（%）
房屋建筑物	20 年	5	4.75
机器设备	5-10 年	5	19.00-9.50
办公设备	5 年	5	19.00
运输设备	10 年	5	9.50
其他设备	5 年	5	19.00

4、固定资产的减值测试方法、减值准备计提方法

资产负债表日，固定资产存在减值迹象，估计其可收回金额。可收回金额按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之间的较高者确定。可收回金额的计量结果表明，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，减记的金额确认为资产减值损失，计入当期损益，同时计提相应的资产减值准备。减值准备一旦计提，在以后会计期间不予转回。

5、融资租入固定资产的认定依据、计价方法

符合下列一项或数项标准的，本公司将其认定为融资租入固定资产：

（1）在租赁期届满时，租赁固定资产的所有权转移给承租人。

（2）承租人有购买租赁固定资产的选择权，所订立的购买价款预计将远低于行使选择权时租赁固定资产的公允价值，因而在租赁开始日就可以合理确定承租人将会行使这种选择权。

（3）即使固定资产的所有权不转移，但租赁期占租赁资产使用寿命的大部分。

（4）承租人在租赁开始日的最低租赁付款额现值，几乎相当于租赁开始日租赁固定资产公允价值；出租人在租赁开始日的最低租赁收款额现值，几乎相当于租赁开始日租赁固定资产公允价值。

（5）租赁固定资产性质特殊，如果不作较大改造，只有承租人才能使用。

在租赁期开始日，将租赁固定资产的公允价值与最低租赁付款额现值两者中较低者作为租入固定资产的入账价值，将最低租赁付款额作为长期应付款的入账价值，其差额作为未确认融资费用。在租赁谈判和签订租赁合同过程中发生的可归属于租赁固定资产的初始直接费用计入租入固定资产的价值。

在计算最低租赁付款额的现值时，能够取得出租人的租赁内含利率的，采用出租人的租赁内含利率作为折现率；否则，采用租赁合同规定的利率作为折现率。无法取得出租人的租赁内含利率且租赁合同没有规定利率，采用同期银行贷款利率作为折现率。未确认的融资费用采用实际利率法在租赁期内各个期间进行分摊。

对租赁固定资产采用与自有应折旧固定资产相一致的折旧政策。能够合理确定租赁期满时取得租赁固定资产所有权的，在租赁固定资产使用寿命内计提折旧。无法合理确定租赁期满时取得租赁固定资产所有权的，在租赁期与租赁固定资产使用寿命两者中较短的期间内计提折旧。或有租金在实际发生时计入当期损益。

6、固定资产后续支出

固定资产的后续支出是指固定资产使用过程中发生的更新改造支出、修理费

用等。后续支出的处理原则为：符合固定资产确认条件的，计入固定资产成本，同时将被替换部分的账面价值扣除；不符合固定资产确认条件的，计入当期损益。

（十一）在建工程

在建工程包括施工前期准备、正在施工中的建筑工程、安装工程、技术改造工程、大修理工程等，并按实际发生的支出确定工程成本。在建工程完工达到预定可使用状态时，按实际发生的全部支出转入固定资产核算。

资产负债表日，对长期停建并计划在 3 年内不会重新开工等预计发生减值的在建工程，对可收回金额低于账面价值的部分计提在建工程减值准备。减值准备一旦计提，在以后会计期间不予转回。

（十二）借款费用

借款费用包括借款账面发生的利息、折价或溢价的摊销和辅助费用以及因外币借款而发生的汇兑差额等。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。

1、资本化的条件

在同时具备下列三个条件时，借款费用予以资本化：

（1）资产支出已经发生；

（2）借款费用已经发生；

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

2、资本化金额的确定

为购建或者生产符合资本化条件的资产而借入专门借款，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，计算确定一般借款予以资本化的利息金额。资本化率根据一般借款加权平均利率计算确定。

3、暂停资本化

若固定资产的购建活动发生非正常中断，且时间连续超过 3 个月，则暂停借款费用的资本化，将其确认为当期费用，直至资产的购建活动重新开始。如果中断是该资产达到预定可使用状态或者可销售状态必要的程序，借款费用不暂停资本化。

4、停止资本化

当所购建的固定资产达到预定可使用状态或者可销售状态时，停止其借款费用的资本化，以后发生的借款费用于发生当期确认费用。

（十三）无形资产

无形资产包括使用寿命有限的无形资产和使用寿命不确定的无形资产。

1、无形资产计价

无形资产按实际成本进行初始计量。

自行开发的无形资产，其成本包括自满足一定条件后至达到预定用途前所发生的支出总额。

2、无形资产摊销

（1）使用寿命有限的无形资产，在使用寿命期限内，采用与该无形资产有关经济利益的预期实现方式一致的方法摊销，无法可靠确定预期实现方式的，采用直线法摊销；

（2）使用寿命不确定的无形资产不摊销。

3、无形资产减值准备

对使用寿命不确定的无形资产以及尚未达到可使用状态的无形资产，于资产负债表日进行减值测试。

对使用寿命有限的无形资产，于资产负债表日，存在减值迹象，估计其可收回金额。可收回金额低于其账面价值的，将无形资产的账面价值减记至可收回金额，减记的金额确认为无形资产减值损失，计入当期损益，同时计提相应的无形资产减值准备。

无形资产减值损失一经确认，在以后会计期间不予转回。

4、研究与开发费用的核算方法

公司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。

企业内部研究开发项目开发阶段的支出，同时满足下列条件的，确认为无形资产：

（1）从技术上来讲，完成该无形资产以使其能够使用或出售具有可行性；

（2）具有完成该无形资产并使用或出售的意图；

（3）无形资产产生未来经济利益的方式，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时，应证明其有用性；

（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计量。

（十四）长期待摊费用

长期待摊费用能确定受益期限的，按受益期限分期平均摊销，不能确定受益期限的按不超过十年的期限平均摊销。对于自有房产装修支出，公司按 5 年期限平均摊销；对于租赁房产装修支出，公司按租赁期限摊销。

（十五）职工薪酬

职工薪酬，是指为获得职工提供的服务而给予各种形式的报酬以及其他相关支出。包括：（1）职工工资、奖金、津贴和补贴；（2）职工福利费；（3）医疗保险费、养老保险费、失业保险费、工伤保险费和生育保险费等社会保险费；（4）住房公积金；（5）工会经费和职工教育经费；（6）非货币性福利；（7）因解除与职工的劳动关系给予的补偿；（8）其他与获得职工提供的服务相关的支出。

在职工为本公司提供服务的会计期间，将应付的职工薪酬确认为负债，除因解除与职工的劳动关系给予的补偿外，根据职工提供服务的受益对象，分别计入产品成本、劳务成本、建造固定资产成本、无形资产成本或当期损益。

（十六）预计负债

若与或有事项相关的义务同时符合以下条件，确认为预计负债：

（1）该义务是企业承担的现时义务；

（2）该义务的履行很可能导致经济利益流出企业；

（3）该义务的金额能够可靠地计量。

预计负债按照履行相关现时义务所需支出的最佳估计数进行初始计量，企业清偿预计负债所需支出全部或部分预期由第三方补偿的，补偿金额只有在基本确定能够收到时才能作为资产单独确认。确认的补偿金额不超过预计负债的账面价值。

本公司亏损合同产生的义务和因重组而承担的重组义务同时符合上述条件的，确认为预计负债。只有在承诺出售部分业务（即签订约束性出售协议）时，才能确认因重组而承担了重组义务。

（十七）股份支付及权益工具

1、股份支付的种类

股份支付分为以权益结算的股份支付和以现金结算的股份支付。

2、权益工具公允价值的确定方法

权益工具的公允价值，按照《企业会计准则第 22 号—金融工具确认和计量》确定。

3、确认可行权权益工具最佳估计的依据

在等待期内每个资产负债表日，根据最新取得的可行权职工人数变动等后续信息做出最佳估计，修正预计可行权的权益工具数量。

4、实施、修改、终止股份支付计划的相关会计处理

（1）股份支付的实施

a．以权益结算的股份支付换取职工提供服务的

以授予职工权益工具的公允价值计量。授予后立即可行权的换取职工服务的以权益结算的股份支付，在授予日按照权益工具的公允价值计入相关成本或费用，相应增加资本公积。完成等待期内的服务或达到规定业绩条件才可行权的换取职工服务的以权益结算的股份支付，在等待期内的每个资产负债表日，以对可行权权益工具数量的最佳估计为基础，按照权益工具授予日的公允价值，将当期取得的服务计入相关成本或费用和资本公积。在资产负债表日，后续信息表明可行权权益工具的数量与以前估计不同的，进行调整，并在可行权日调整至实际可行权的权益工具数量。对于可行权条件为规定服务期间的股份支付，等待期为授予日至可行权日的期间；对于可行权条件为规定业绩的股份支付，在授予日根据最可能的业绩结果预计等待期的长度。企业在可行权日之后不再对已确认的相关成本或费用和所有者权益总额进行调整。

b．以权益结算的股份支付换取其他方服务的，分别下列情况处理：

其他方服务的公允价值能够可靠计量的，按照其他方服务在取得日的公允价值，计入相关成本或费用，相应增加所有者权益。

其他方服务的公允价值不能可靠计量但权益工具公允价值能够可靠计量的，按照权益工具在服务取得日的公允价值，计入相关成本或费用，相应增加所有者

权益。

在行权日，企业根据实际行权的权益工具数量，计算确定应转入实收资本或股本的金额，将其转入实收资本或股本。

c．以现金结算的股份支付

按照企业承担的以股份或其他权益工具为基础计算确定的负债的公允价值计量。授予后立即可行权的以现金结算的股份支付，在授予日以企业承担负债的公允价值计入相关成本或费用，相应增加负债。完成等待期内的服务或达到规定业绩条件以后才可行权的以现金结算的股份支付，在等待期内的每个资产负债表日，以对可行权情况的最佳估计为基础，按照企业承担负债的公允价值金额，将当期取得的服务计入成本或费用和相应的负债。在资产负债表日，后续信息表明企业当期承担债务的公允价值与以前估计不同的，进行调整，并在可行权日调整至实际可行权水平。企业在相关负债结算前的每个资产负债表日以及结算日，对负债的公允价值重新计量，其变动计入当期损益。

（2）股份支付的修改

a．修改增加了所授予的权益工具的公允价值，按照权益工具公允价值的增加相应地确认取得服务的增加。修改发生在等待期内，在确认修改日至修改后的可行权日之间取得服务的公允价值时，既包括在剩余原等待期内以原权益工具授予日公允价值为基础确定的服务金额，也包括权益工具公允价值的增加。修改发生在可行权日之后，立即确认权益工具公允价值的增加。如果股份支付协议要求职工只有先完成更长期间的服务才能取得修改后的权益工具，则在整个等待期内确认权益工具公允价值的增加。

b．修改增加了所授予的权益工具的数量，将增加的权益工具的公允价值相应地确认为取得服务的增加。如果修改发生在等待期内，在确认修改日至增加的权益工具可行权日之间取得服务的公允价值时，既包括在剩余原等待期内以原权益工具授予日公允价值为基础确定的服务金额，也包括权益工具公允价值的增加。

c．如果按照有利于职工的方式修改可行权条件，如缩短等待期、变更或取

消业绩条件（而非市场条件），在处理可行权条件时，考虑修改后的可行权条件。

d．修改减少了所授予的权益工具的公允价值，继续以权益工具在授予日的公允价值为基础，确认取得服务的金额，而不考虑权益工具公允价值的减少。

e．修改减少了授予的权益工具的数量，将减少部分作为已授予的权益工具的取消来进行处理。

f．以不利于职工的方式修改了可行权条件，如延长等待期、增加或变更业绩条件（而非市场条件），在处理可行权条件时，不考虑修改后的可行权条件。

（3）股份支付的终止

a．将取消或结算作为加速可行权处理，立即确认原本应在剩余等待期内确认的金额。

b．在取消或结算时支付给职工的所有款项均应作为权益的回购处理，回购支付的金额高于该权益工具在回购日公允价值的部分，计入当期费用。

c．如果向职工授予新的权益工具，并在新权益工具授予日认定所授予的新权益工具是用于替代被取消的权益工具的，企业应以处理原权益工具条款和条件修改相同的方式，对所授予的替代权益工具进行处理。企业如果回购其职工已可行权的权益工具，借记所有者权益，回购支付的金额高于该权益工具在回购日公允价值的部分，计入当期费用。

（十八）收入

1、销售商品收入同时满足下列条件的，予以确认：

（1）公司已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方；

（2）公司既没有保留通常与所有权相联系的继续管理权，也没有对已售出的商品实施有效控制；

（3）收入的金额能够可靠地计量；

（4）相关的经济利益很可能流入企业；

（5）相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量。

具体为：

外销收入，在货物出库，并报关出口后，依据出口发票、出口报关单和货运单据确认收入。

内销收入，在货物出库并移交给客户指定的托运方后，依据取得托运方签收的货运单据后确认收入。

2、提供劳务，在资产负债表日提供劳务交易的结果能够可靠估计的，采用完工百分比法确认提供劳务收入。

公司采用已完工作的测量（已经提供的劳务占应提供劳务总量的比例，或已经发生的成本占估计总成本的比例）确定提供劳务交易的完工进度。

在资产负债表日提供劳务交易结果不能够可靠估计的，已经发生的劳务成本预计能够得到补偿的，按照已经发生的劳务成本金额确认提供劳务收入，并按相同金额结转劳务成本；已经发生的劳务成本预计不能够得到补偿的，将已经发生的劳务成本计入当期损益，不确认提供劳务收入。

3、让渡资产使用权，相关的经济利益很可能流入企业，且收入的金额能够可靠地计量的，确认收入。利息收入金额，按照他人使用本企业货币资金的时间和实际利率计算确定。使用费收入金额，按照有关合同或协议约定的收费时间和方法计算确定。

（十九）政府补助

政府补助，是指本公司从政府无偿取得货币性资产或非货币性资产，但不包括政府作为企业所有者投入的资本。本公司政府补助分为与资产相关的政府补助和与收益相关的政府补助。

取得与资产相关的政府补助，确认为递延收益，自相关资产达到预定可使用状态时起，在该资产使用寿命内平均分配，分次计入以后各期的营业外收入。相关资产在使用寿命结束前被出售、转让、报废或发生毁损的，将尚未分配的递延收益余额一次性转入资产处置当期的营业外收入。

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；用于补偿企业已经发生的费用或损失的，取得时直接计入当期营业外收入。

（二十）递延所得税资产和递延所得税负债

本公司的所得税费用采用资产负债表债务法核算。递延所得税资产和递延所得税负债根据资产和负债的计税基础与账面价值的差额（暂时性差异），于资产负债表日按照预期收回该资产或清偿该负债期间的适用税率计量确认递延所得税资产和递延所得税负债。

对子公司及联营企业及合营企业投资相关的应纳税暂时性差异确认相应的递延所得税负债，但能够控制暂时性差异转回时间且该暂时性差异在可预见的未来很可能不会转回的，不予确认。

递延所得税资产的确认以本公司未来期间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。

对子公司及联营企业及合营企业投资相关的可抵扣暂时性差异同时满足暂时性差异在可预见的未来很可能转回且未来很可能获得用来抵扣暂时性差异的应纳税所得额时确认相应的递延所得税资产。

对于能够结转以后年度的可抵扣亏损和税款抵减，以很可能获得用来抵扣可抵扣亏损和税款抵减的未来应纳税所得额为限，确认相应的递延所得税资产。

（二十一）主要会计政策、会计估计的变更

1、会计政策变更

本报告期内无会计政策变更。

2、会计估计变更

本报告期内无会计估计变更。

（二十二）前期会计差错更正

本报告期内无前期会计差错更正。

五、执行的主要税收政策、缴纳的主要税种

（一）公司所适用的主要税种、税率

1、主要税种情况

本公司适用的主要税种和税率如下：

税种	计税依据	税率
增值税	销售收入	17%
城市维护建设税[注1]	应缴流转税额	1%、7%
教育费附加[注2]	应缴流转税额	3%、5%
企业所得税	应纳税所得额	参见本节“五、（二）”

注 1：根据《深圳市地方税务局关于统一内外资企业和个人城市维护建设税和教育费附加制度的公告》，自 2010 年 12 月 1 日起，深圳市城市维护建设税税率由 1%调整至 7%。

注 2：根据《印发广东省地方教育附加征收使用管理暂行办法的通知》粤府办[2011]10 号，自 2011 年 1 月 1 日起，广东省开始执行 2%的地方教育附加，教育费附加合计 5%。

2、出口退税率情况

报告期内，本公司主要产品执行的出口退税率如下：

产品名称	2009-6 至 2011-12	2009-1 至 2009-5
直发器、卷发器	17%	14%
电吹风	17%	14%
电推剪	17%	14%
多媒体音箱	17%	14%

根据财政部、国家税务总局“财税[2008]144 号文”规定，自 2008 年 12 月 1 日开始多媒体音箱、直发器、卷发器、电吹风、电推剪退税率由 13%调整为 14%；根据财政部、国家税务总局“财税[2009]88 号文”规定，自 2009 年 6 月 1 日开始多媒体音箱、直发器、卷发器、电吹风、电推剪退税率调至 17%。

（二）公司享受的税收优惠政策

报告期内，本公司及附属子公司执行税率如下：

公司名称	所得税税率		
	2009 年度	2010 年度	2011 年度
深圳市奋达科技股份有限公司	15%	15%	15%
深圳市奋达电器有限公司	10%	11%	12%
深圳宝港奋达电声有限公司	20%	22%	--
深圳市茂宏电气有限公司	--	25%	25%
奋达（香港）控股有限公司	--	--	16.5%

深圳市科技和信息局、深圳市财政局、深圳市国家税务局、深圳市地方税务局于 2008 年 12 月 16 日向深圳市宝安奋达实业有限公司（现深圳市奋达科技股份有限公司）颁发高新技术企业证书，所得税税率自 2008 年起三年内享受按 15%的所得税税率征收。深圳市科技工贸和信息化委员会、深圳市财政委员会、深圳市国家税务局、深圳市地方税务局于 2011 年 10 月 31 日向深圳市奋达科技股份有限公司颁发高新技术企业证书，所得税税率自 2011 年起三年内享受按 15%的所得税税率征收。

奋达电器位于深圳宝安，2007 年之前系依据深府[1993]1 号文执行 15%的企业所得税税率。深圳市国家税务局于 2006 年 1 月 13 日核发了《减免税批准通知书》，同意奋达电器从开始获利年度即 2007 年起所得税两免三减半。同时，根据国务院 2007 年 12 月 26 日国发（2007）39 号《关于实施企业所得税过渡优惠政策的通知》和深圳市国家税务局 2009 年 4 月公示的《企业所得税纳税须知》规定，奋达电器 2009 年、2010 年和 2011 年所得税实际征收税率为 10%、11%和 12%。

宝港奋达系外商投资企业位于深圳宝安，2007 年之前依据深府[1993]1 号执行 15%的企业所得税税率。2009 年和 2010 年，根据《关于实施企业所得税过渡优惠政策的通知》和《企业所得税纳税须知》规定，适用企业所得税税率分别为 20%和 22%。

茂宏电气依据《中华人民共和国企业所得税法》，按照 25%税率征收。

香港税务“属地”原则及《香港税务条例》及其他相关法律，只有产生或取自本港的收入才须缴纳利得税。2008 年 9 月之后香港适用所得税率为 16.5%。报告期内，奋达（香港）控股有限公司尚未取得任何收入。

六、最近一年的收购兼并情况

最近一年，公司未发生收购兼并情况。

七、经注册会计师核验的非经常性损益明细表

公司非经常性损益明细表以合并报表数据为基础，并经中审国际会计师事务所审核，报告期内公司非经常性损益的明细情况如下表：

项目	2011 年度	2010 年度	2009 年度
非流动资产处置损益（包括已计提资产减值准备的冲销部分）	1,524,401.20	-248,128.58	249,748.39
越权审批，或无正式批准文件，或偶发性的税收返还、减免	9,841,077.30	9,752,826.98	9,824,023.49
计入当期损益的政府补助，但与公司正常经营业务密切相关，符合国家政策规定、按照一定标准定额或定量持续享受的政府补助除外	5,407,851.00	4,930,096.00	4,115,632.81
委托他人投资或管理资产的损益	2,335,862.38	1,857,086.94	125,870.46
单独进行减值测试的应收款项减值准备转回	15,000.00	-	-
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	962,568.31	-1,018,481.34	1,497,100.11
减：所得税影响数	1,407,724.32	1,413,588.78	997,287.97
减：少数股东损益影响金额	8,205.71	-112,350.31	83,454.88
扣除所得税和少数股东损益后非经常性损益合计	**18,670,830.16**	**13,972,161.53**	**14,731,632.41**
归属于母公司股东的净利润	94,426,268.29	87,699,065.58	75,513,165.25
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	**75,755,438.13**	**73,726,904.05**	**60,781,532.84**

八、发行人最近一期末主要资产

（一）主要流动资产

1、货币资金

截至 2011 年 12 月 31 日货币资金余额为 170,032,835.33 元，具体情况如下：

项目	2011-12-31		2010-12-31	
	金额	比例	金额	比例
现金	76,777.70	0.05%	31,738.90	0.02%
银行存款	167,450,256.22	98.48%	140,072,273.75	97.74%
其他货币资金	2,505,801.41	1.47%	3,205,135.53	2.24%
合计	**170,032,835.33**	**100.00%**	**143,309,148.18**	**100.00%**

其他货币资金为银行承兑汇票的保证金。

2、应收账款

截至 2011 年 12 月 31 日应收账款账面价值为 152,905,437.57 元，账龄情况如下：

账龄	2011-12-31			2010-12-31		
	账面余额	坏账准备	账面价值	账面余额	坏账准备	账面价值
1 年以内	157,039,462.53	4,711,183.87	152,328,278.66	109,794,327.96	3,293,829.85	106,500,498.11
1-2 年	148,189.05	14,818.91	133,370.14	859,501.22	85,950.12	773,551.10
2-3 年	633,983.95	190,195.18	443,788.77	2,099,415.68	1,549,040.94	550,374.74
3 年以上	2,327,038.67	2,327,038.67	-	722,146.09	722,146.09	-
合计	**160,148,674.20**	**7,243,236.63**	**152,905,437.57**	**113,475,390.95**	**5,650,967.00**	**107,824,423.95**

公司 2011 年 12 月 31 日，1 年内的应收账款占 98.06%，账龄较合理。

3、存货

公司存货主要包括原材料、产成品、自制半成品等，具体如下：

项目	2011-12-31			2010-12-31		
	账面余额	跌价准备	账面价值	账面余额	跌价准备	账面价值
原材料	25,704,647.72	734,987.62	24,969,660.10	28,763,688.78	785,349.37	27,978,339.41
委托加工物资	3,678,682.14	-	3,678,682.14	3,759,607.14	-	3,759,607.14
产成品	30,905,774.24	405,342.34	30,500,431.90	24,855,624.22	478,770.07	24,376,854.15
自制半成品	20,215,350.10	393,526.41	19,821,823.69	12,892,319.41	123,117.15	12,769,202.26
发出商品	628,804.84	-	628,804.84	1,369,425.11	-	1,369,425.11
在产品	10,203,996.97	-	10,203,996.97	8,233,214.56	-	8,233,214.56
合计	**91,337,256.01**	**1,533,856.37**	**89,803,399.64**	**79,873,879.22**	**1,387,236.59**	**78,486,642.63**

（二）主要非流动资产

1、固定资产

公司固定资产包括房屋建筑物、机器设备、办公设备、运输工具和其他设备，具体如下：

固定资产类别	2010-12-31	本期增加	本期减少	2011-12-31
原价合计	**233,240,955.37**	**7,602,940.54**	**8,571,940.58**	**232,271,955.33**
其中：房屋建筑物	138,401,051.68	-	-	138,401,051.68
机器设备	78,129,048.40	5,754,933.92	8,156,106.11	75,727,876.21
办公设备	9,908,036.87	1,455,449.86	275,588.47	11,087,898.26
运输工具	5,937,176.58	367,826.00	140,246.00	6,164,756.58
其他设备	865,641.84	24,730.76	-	890,372.60
累计折旧合计	**53,563,019.16**	**15,543,384.26**	**2,043,583.23**	**67,062,820.19**
其中：房屋建筑物	17,302,623.14	6,581,185.01		23,883,808.15
机器设备	27,173,556.12	7,078,835.67	1,646,271.95	32,606,119.84
办公设备	6,525,815.29	1,260,265.80	264,077.58	7,522,003.51
运输工具	1,904,445.99	494,017.26	133,233.70	2,265,229.55
其他设备	656,578.62	129,080.52		785,659.14
减值准备金额合计	-	-	-	-
账面价值合计	**179,677,936.21**	**N/A**	**N/A**	**165,209,135.14**
其中：房屋建筑物	121,098,428.54	N/A	N/A	114,517,243.53
机器设备	50,955,492.28	N/A	N/A	43,121,756.37
办公设备	3,382,221.58	N/A	N/A	3,565,894.75

运输工具	4,032,730.59	N/A	N/A	3,899,527.03
其他设备	209,063.22	N/A	N/A	104,713.46

2、无形资产

公司无形资产包括土地使用权、商标权、专利权和软件，具体如下：

无形资产类别	2010-12-31	本期增加	本期减少	2011-12-31
原值合计	**40,567,324.95**	**208,000.00**	**-**	**40,775,324.95**
其中：商标权	461,937.23	-	-	461,937.23
软件	1,939,663.57	208,000.00	-	2,147,663.57
专利权	81,950.15	-	-	81,950.15
土地使用权	38,083,774.00	-	-	38,083,774.00
累计摊销合计	**4,335,037.70**	**1,111,528.53**	**-**	**5,446,566.23**
其中：商标权	242,081.59	46,193.72	-	288,275.31
软件	925,886.69	272,000.65	-	1,197,887.34
专利权	58,189.91	16,114.32	-	74,304.23
土地使用权	3,108,879.51	777,219.84	-	3,886,099.35
减值准备合计	-	-	-	-
账面价值合计	**36,232,287.25**	**N/A**	**N/A**	**35,328,758.72**
其中：商标权	219,855.64	N/A	N/A	173,661.92
软件	1,013,776.88	N/A	N/A	949,776.23
专利权	23,760.24	N/A	N/A	7,645.92
土地使用权	34,974,894.49	N/A	N/A	34,197,674.65

截至 2011 年 12 月 31 日，本公司无形资产净值 35,328,758.72 元。其中土地使用权为深圳市宝安洲石路奋达科技园用地，通过协议转让方式取得，原值合计 38,083,774.00 元，依据土地剩余使用年限按照 49 年摊销，累计摊销 3,886,099.35 元，剩余摊销年限为 44 年。

九、发行人最近一期末主要债项

（一）主要流动负债

1、短期借款

截至 2011 年 12 月 31 日，公司短期借款余额为 69,949,764.00 元。明细如下：

贷款单位	借款起始日	借款终止日	币种	原币	人民币
中国工商银行宝安支行	2011-09-16	2012-02-14	美元	390,000.00	2,457,351.00
中国工商银行宝安支行	2011-11-11	2012-03-15	美元	540,000.00	3,402,486.00
中国工商银行宝安支行	2011-11-22	2012-04-13	美元	400,000.00	2,520,360.00
中国工商银行宝安支行	2011-12-15	2012-05-10	美元	630,000.00	3,969,567.00
中信银行宝安支行	2011-11-02	2012-08-02	人民币	10,000,000.00	10,000,000.00
兴业银行深圳南新支行	2011-06-21	2012-06-20	人民币	27,600,000.00	27,600,000.00
兴业银行深圳南新支行	2011-08-09	2012-06-20	人民币	20,000,000.00	20,000,000.00
合计					**69,949,764.00**

上述借款的担保情况参见本招股说明书“第十五节、二、重要合同”相关内容。

2、应付账款

截至 2011 年 12 月 31 日，公司应付账款余额 144,664,462.48 元，主要是应付供应商的材料款，一年内的占到 98.73%，具体账龄情况如下：

项目	2011-12-31		2010-12-31	
	金额	比例	金额	比例
1 年以内	142,830,100.06	98.73%	137,790,172.73	88.17%
1-2 年	265,697.27	0.18%	17,341,464.16	11.10%
2-3 年	481,777.28	0.33%	307,778.97	0.20%
3 年以上	1,086,887.87	0.75%	840,607.59	0.54%
合计	**144,664,462.48**	**100.00%**	**156,280,023.45**	**100.00%**

关联方应付账款情况如下：

关联方	2011-12-31	2010-12-31
深圳宝港奋达电声有限公司	-	22,000,674.04
合计	-	**22,000,674.04**

该款项为宝港奋达清算注销程序前，本公司应付其货款。

（二）主要非流动负债

截至 2011 年 12 月 31 日，非流动负债 179.70 万元为其他非流动负债，包括 2007 年深圳市贸易工业局无偿提供用于本公司技术中心建设款项 300 万元，公司对该收益逐年分摊，2011 年末剩余 160 万元；2011 年收到深圳市财政委员会提供企业信息化重点项目资助款 19.70 万元，尚未开始摊销。

十、报告期各期末所有者权益变动表

项目	2011-12-31	2010-12-31	2009-12-31
实收资本	112,500,000.00	112,500,000.00	38,000,000.00
资本公积	52,906,691.01	52,906,691.01	32,838,421.07
盈余公积	20,115,755.82	12,212,413.81	21,048,319.62
未分配利润	226,958,324.53	176,435,398.25	219,468,696.80
归属母公司所有者权益合计	**412,480,771.36**	**354,054,503.07**	**311,355,437.49**
少数股东权利	1,133,488.00	1,670,397.40	7,674,672.21
所有者权益合计	**413,614,259.36**	**355,724,900.47**	**319,030,109.70**

十一、报告期各期内现金流量情况

项目类别	2011 年度	2010 年度	2009 年度
经营活动产生的现金流量净额	29,847,149.67	108,980,541.90	97,068,301.70
投资活动产生的现金流量净额	29,292,527.52	796,520.92	-66,115,491.96
筹资活动产生的现金流量净额	-31,321,804.68	-64,666,889.21	-4,036,376.96
汇率变动对现金及现金等价物的影响	-394,851.24	105,572.06	-586,866.40
现金及现金等价物净增加额	**27,423,021.27**	**45,215,745.67**	**26,329,566.38**

十二、会计报表附注中的期后事项、或有事项、承诺事项及其他重要事项

截至财务报表签发日，公司并未发生影响本公司会计报表阅读和理解的重大期后事项、或有事项、承诺事项及其他重要事项。

十三、报告期内各项财务指标

（一）公司最近三年基本财务指标

以下“主要财务指标表”根据经审计的申报财务报告的数据测算编制：

财务指标	2011 年度	2010 年度	2009 年度
1、期末流动比率	1.83	1.37	1.77
2、期末速动比率	1.45	1.05	1.35
3、期末资产负债率（母公司）	38.52%	47.07%	59.88%
4、应收账款周转率	6.21	7.87	6.30
5、存货周转率	7.30	7.06	6.06
6、息税折旧摊销前利润（万元）	12,916.60	12,272.72	10,910.90
7、利息保障倍数	32.10	27.32	20.39
8、每股经营活动的现金流量（元）	0.27	0.97	2.55
9、每股净现金流量（元）	0.24	0.40	0.69
10、期末无形资产（土地使用权、水面养殖权和采矿权等除外）占净资产的比例	0.27%	0.35%	0.43%

注：以上财务指标，其中资产负债率以母公司财务报告的数据为基础计算，其余指标以合并财务报告数据为基础计算。

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=总负债/总资产

4、应收账款周转率=营业收入/应收账款平均余额

5、存货周转率=营业成本/存货平均余额

6、息税折旧摊销前利润=净利润+利息支出+所得税费用+折旧费用+无形资产摊销

7、利息保障倍数=息税前利润/利息支出

8、每股经营活动产生的现金流量=经营活动产生的现金流量/期末股本总额

9、每股净现金流量=现金及现金等价物增加净额/期末股本总额

10、期末无形资产（土地使用权、水面养殖权和采矿权等除外）占净资产的比例＝期末无形资产（土地使用权、水面养殖权和采矿权等除外）/期末净资产

（二）净资产收益率及每股收益

按照中国证监会《公开发行证券公司信息披露规范问答第 1 号——非经常性损益》和《公开发行证券公司信息披露编报规则第 9 号——净资产收益率和每股收益的计算及披露（2010 年修订）》的要求，公司报告期内的净资产收益率及每股收益如下：

报告期利润		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	2011 年度	25.23%	0.84	0.84
	2010 年度	25.78%	0.78	0.78
	2009 年度	27.60%	-	-
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	2011 年度	20.24%	0.67	0.67
	2010 年度	21.67%	0.66	0.66
	2009 年度	22.22%	-	-

注 1：加权平均净资产收益率（ROE）的计算公式

$$ROE = \frac{P}{E_0 + NP \div 2 + E_i \times M_i \div M_0 - E_j \times M_j \div M_0 \pm E_k \times M_k \div M_0}$$

其中：P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；E_0为归属于公司普通股股东的期初净资产；NP为归属于公司普通股股东的净利润；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；M_i为新增净资产下一月份起至报告期期末的月份数；M_0为报告期月份数；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_j为减少净资产下一月份起至报告期期末的月份数；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下一月份起至报告期期末的月份数。

注2：基本每股收益（EPS）的计算公式

$$EPS = \frac{P}{S_0 + S_1 + S_i \times M_i \div M_0 - S_j \times M_j \div M_0 - S_k}$$

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；M_i为增加股份下一月份起至报告期期末的月份数；M_0为报告期月份数；S_j为报告期因回购等减少股份数；M_j为减少股份下一月份起至报告期期末的月份数；S_k为报告期缩股数。

注3：稀释每股收益计算公式

稀释每股收益＝[P＋（已确认为费用的稀释性潜在普通股利息-转换费用）×（1-所得税率）]/（S_0＋S_1＋S_i×M_i÷M_0-S_j×M_j÷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 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。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的影响，直至稀释每股收益达到最小。

十四、资产评估情况

本公司是由奋达实业以截至 2010 年 8 月 31 日经审计的净资产 133,077,019.64 元为基数，按 1:0.8454 的比例折为 11,250 万股，整体变更发起设立的股份有限公司。发起人出资经深圳市天健国众联资产评估土地房地产估价有限公司验证并出具了深国众联评报字[2010]第 3-045 号《评估报告》。公司成立时注册资本为 11,250 万元，2010 年 11 月 15 日深圳市市场监督管理局颁发注册号为 440306102764516 的《企业法人营业执照》。

十五、历次验资报告

本公司的历次验资情况，参见本招股说明书“第五节、六、历次验资情况”相关内容。

第十一节 管理层讨论与分析

如无特别说明，本节的讨论与分析均以公司最近三年的合并报表财务数据为依据。

一、财务状况分析

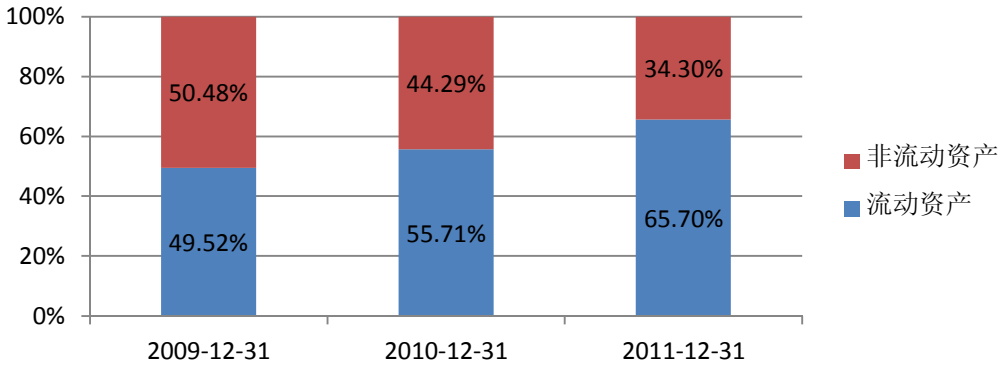
（一）资产的主要构成及减值准备提取情况

1、主要资产的构成及其变化

报告期各期末，公司流动资产、非流动资产情况如下表：

单位：万元

项目	2011-12-31		2010-12-31		2009-12-31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
流动资产	42,542.98	65.70%	33,908.57	55.71%	25,152.69	49.52%
非流动资产	22,209.81	34.30%	26,955.98	44.29%	25,641.99	50.48%
资产总额	**64,752.79**	**100.00%**	**60,864.55**	**100.00%**	**50,794.69**	**100.00%**



报告期各期末，公司资产总额分别为 50,794.69 万元、60,864.55 万元和 64,752.79 万元，呈现逐年上升的趋势，体现了公司良好的成长性。其中流动资产增速快于非流动资产，主要原因是 2008 年公司新工业园竣工、新设备投产后，非流动资产增速放缓，随着生产经营的资产流入，流动资产增速加快。

2、流动资产构成分析

报告期内，公司流动资产由货币资金、应收票据、应收账款、预付账款、其

他应收款、存货以及其他流动资产组成，其中货币资金、应收账款和存货占比较高，具体情况如下表所示：

单位：万元

项目	2011-12-31		2010-12-31		2009-12-31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
货币资金	17,003.28	39.97%	14,330.91	42.26%	9,764.74	38.82%
应收票据	48.78	0.11%	12.91	0.04%	-	0.00%
应收账款	15,290.54	35.94%	10,782.44	31.80%	6,050.91	24.06%
预付款项	323.53	0.76%	74.71	0.22%	8.63	0.03%
其他应收款	896.50	2.11%	858.92	2.53%	1,728.22	6.87%
存货	8,980.34	21.11%	7,848.66	23.15%	5,900.20	23.46%
其他流动资产	-	0.00%	-	0.00%	1,700.00	6.76%
流动资产合计	**42,542.98**	**100.00%**	**33,908.57**	**100.00%**	**25,152.69**	**100.00%**

（1）货币资金

本公司货币资金主要由现金、银行存款、其他货币资金组成。报告期各期末，货币资金余额分别为 9,764.74 万元、14,330.91 万元和 17,003.28 万元。货币资金呈现逐年上升的趋势，体现了公司良好的变现能力。

（2）应收账款

报告期各年末，公司应收账款构成情况如下：

单位：万元

项目	2011-12-31		2010-12-31		2009-12-31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
多媒体音箱	10,659.81	69.72%	7,067.79	65.55%	4,649.57	76.84%
美发小家电	4,630.73	30.28%	3,714.65	34.45%	1,401.34	23.16%
应收账款	**15,290.54**	**100.00%**	**10,782.44**	**100.00%**	**6,050.91**	**100.00%**

报告期各期末，应收账款金额分别为 6,050.91 万元、10,782.44 万元和 15,290.54 万元。公司应收账款主要来自于与公司保持长期合作的品牌运营商和销售规模较大的经销商，公司给予这类客户较高的信用额度和较宽松的信用期，而对新客户和普通经销商，公司一般采取款到发货的方式。

①应收账款余额变动原因分析

2010 年末较 2009 年末应收账款增加 4,731.54 万元，增幅为 78.20%，主要原因是经济形势良好，公司销售规模大幅度提升，2010 年销售收入较 2009 年增幅为 41.61%，销售规模的提升使得应收账款规模增加。此外，应收主要客户 Farouk Systems 款项由 402.68 万元提升至 1,834.97 万元。2009 年末应收 Farouk Systems 款项金额较小的原因是该公司受仿冒品影响，销售受到冲击，2009 年末对其出货金额较少。

2011 年末较 2010 年末应收账款增加 4,508.10 万元，增幅为 41.81%。一方面 2011 年销售收入较 2010 年增长 22.25%，拉动应收账款规模增加；另一方面公司为深化客户合作关系，延长了部分核心 ODM 客户的信用期，如主要客户 Altec Lansing 的信用期由开船后 75 天延长至 90 天，应收该客户款项增加 1,017.51 万元。

②应收账款可回收性分析

A、从应收账款账龄结构看，应收账款质量较好，可回收性强。

报告期各期末，公司应收账款的账龄结构如下表：

单位：万元

账龄	2011-12-31		2010-12-31		2009-12-31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
1 年以内	15,703.95	98.06%	10,979.43	96.76%	5,803.68	90.09%
1-2 年	14.82	0.09%	85.95	0.76%	563.27	8.74%
2-3 年	63.40	0.40%	209.94	1.85%	58.26	0.90%
3 年以上	232.70	1.45%	72.21	0.64%	16.77	0.26%
合计	**16,014.87**	**100.00%**	**11,347.54**	**100.00%**	**6,441.98**	**100.00%**
坏账准备	724.32	4.52%	565.10	4.98%	391.07	6.07%
账面价值	**15,290.54**	**95.48%**	**10,782.44**	**95.02%**	**6,050.91**	**93.93%**

截至 2011 年末，应收账款账龄在 1 年以内的比例为 98.06%，账龄结构合理，质量较好。

B、应收账款前五名单位及金额

截至 2011 年末，公司应收账款前五名金额合计为 9,877.55 万元，占应收账款余额的 61.67%。具体明细如下表所示：

单位：万元

序号	单位名称	金额	占应收账款余额比例
1	Altec lansing	4,245.48	26.51%
2	Sally Beauty	1,788.61	11.17%
3	Fenda Audio(India) Pvt.Ltd	1,538.09	9.60%
4	Farouk Systems	1,273.76	7.95%
5	Imation	1,031.61	6.44%
合　计		9,877.55	61.67%

公司应收账款前五名占比较高，该类客户均为国外多媒体音箱或美发小家电知名品牌商、零售商，资金实力雄厚，货款偿付信誉良好，货款回收风险较小。

报告期末，应收账款余额中无持有本公司 5%以上（含 5%）股份的股东单位欠款。

③报告期各期公司外销多媒体音箱和美发小家电的主要结算方式、销售方式、主要应收账款客户欠款金额及其账龄

A、报告期各期公司外销多媒体音箱和美发小家电的主要结算方式、销售方式

公司多媒体音箱和美发小家电业务均采用买断式销售方式，即公司发货后不再保留对商品的所有权和控制权，客户对商品能否对外销售承担风险。

公司外销多媒体音箱和美发小家电按照国际通行的商贸规则或惯例进行销售结算，客户主要采取电汇（T/T）、信用证（L/C）等付款手段，采取付款交单（D/P）、赊销（OA）等结算方式。公司根据不同 ODM 客户的信用度、采购金额等相关标准，设置了不同的收款条件，其中公司与主要外销客户的具体销售结算方式如下：

序号	客户名称	支付结算方式	收款条件
1	Farouk Systems	T/T+OA	船开日后 45 天付款
2	Altec Lansing	T/T+OA	船开日后 90 天付款

3	Sally Beauty	T/T+OA	船开日后 45 天付款
4	Cyber Acoustics	T/T+OA	船开日后 60 天付款
5	Bio Ionic	T/T+OA	下达订单时预付 50%定金，50%的余款在船开后 30 天付款
6	HOT	T/T+OA	船开日后 30 天付款
7	Sven Inc.	T/T+OA	发货后 35 天付款
8	Imation	T/T+OA	船开日后 60 天付款
9	Corioliss Ltd.	T/T+OA	货物到港后 30 天付款
10	昆盈	T/T+OA	船开日后 60 天付款
11	Sven Center Ltd.	T/T+OA	下达订单时预付 20%定金，80%的余款在出货后 40 天付款
12	AirCom Asia Ltd.	T/T+D/P	下达订单时预付 30%定金，70%的余款在出货时付款
13	Hotlooks Ltd.	T/T+D/P	下达订单时预付 30%定金，70%的余款在出货时付款
14	IGP LLC	T/T+D/P	货款付清后放提货单
15	Fenda Audio (India) Pvt.Ltd.	T/T+OA	发货后 35 天付款

B、报告期各期末公司外销多媒体音箱和美发小家电的主要应收账款客户欠款金额及其账龄

单位：万元

时间	序号	客户名称	应收账款	1 年以内	1 至 2 年	2 至 3 年	3 年以上
2011-12-31	1	Altec Lansing	4,245.48	4,245.48	-	-	-
	2	Sally Beauty	1,788.61	1,788.61	-	-	-
	3	Fenda Audio(India) Pvt.Ltd	1,538.09	1,538.09	-	-	-
	4	Farouk Systems	1,273.76	1,273.76	-	-	-
	5	Imation	1,031.61	1,031.61	-	-	-
	6	Cyber Acoustics	790.32	790.32	-	-	-
	7	Corioliss Ltd.	771.08	771.08	-	-	-
	8	昆盈	377.46	377.46	-	-	-
	9	Hifi oreint thai public co Ltd.	352.34	352.34	-	-	-

	10	HOT	348.04	348.04	-	-	-
	11	Bio Ionic	320.23	320.23	-	-	-
	12	Trust International BV	286.42	286.42	-	-	-
	13	The Source Bell Electronics Inc	258.83	258.83	-	-	-
	14	Sven Inc.	193.18	193.18	-	-	-
	15	Com Valley Ltd	176.01	176.01	-	-	-
	外销前十五大合计		13,751.46	13,751.46	-	-	-
	应收账款合计		16,014.87	15,703.95	14.82	63.40	232.70
	前十五大占比		**85.87%**	**87.57%**	**0.00%**	**0.00%**	**0.00%**
2010-12-31	1	Altec Lansing	3,227.97	3,227.97	-	-	-
	2	Farouk Systems	1,834.97	1,834.97	-	-	-
	3	Fenda Audio (India) Pvt.Ltd.	864.17	864.17	-	-	-
	4	Sven Center Ltd.	591.57	591.57	-	-	-
	5	昆盈	557.46	557.46	-	-	-
	6	HOT	553.43	553.43	-	-	-
	7	Cyber Acoustics	509.15	509.15	-	-	-
	8	Imation	402.77	402.77	-	-	-
	9	Corioliss Ltd.	360.89	360.89	-	-	-
	10	Sally Beauty	318.76	318.76	-	-	-
	11	Bio Ionic	224.68	224.68	-	-	-
	12	Sven Inc.	164.01	164.01	-	-	-
	13	Sva Da Amazonia Ltda.	153.20	-	-	153.20	-
	14	IGP LLC	99.42	99.42	-	-	-
	15	Hotlooks Ltd.	98.01	98.01	-	-	-
	外销前十五大合计		9,960.46	9,807.26	-	153.20	-
	应收账款合计		11,347.54	10,979.43	85.95	209.94	72.21
	前十五大占比		**87.78%**	**89.32%**	**0.00%**	**72.97%**	**0.00%**
2009-12-31	1	Altec Lansing	1,047.45	1,047.45	-	-	-
	2	Fenda Audio (India) Pvt.Ltd.	628.16	628.16	-	-	-
	3	Sally Beauty	546.64	546.64	-	-	-
	4	Cyber Acoustics	474.81	474.81	-	-	-
	5	Sven Center Ltd.	428.48	112.28	316.20	-	-

	6	Farouk Systems	402.68	402.68	-	-	-
	7	Office Depot, Inc	333.89	333.89	-	-	-
	8	Sva Da Amazonia Ltda.	157.98	-	157.98	-	-
	9	Domino Design Gmbh	141.87	141.87	-	-	-
	10	昆盈	139.68	139.68	-	-	-
	11	Sven Inc.	123.44	123.44	-	-	-
	12	Hotlooks Ltd.	118.01	118.01	-	-	-
	13	Viso Trading Inc.	94.44	94.44	-	-	-
	14	Hifi oreint thai public co Ltd.	78.90	78.90	-	-	-
	15	Responze TV International Ltd.	63.98	63.98	-	-	-
	外销前十五大合计		4,780.41	4,306.23	474.18	-	-
	应收账款合计		6,441.98	5,803.68	563.27	58.27	16.77
	前十五大占比		**74.21%**	**74.20%**	**84.18%**	**0.00%**	**0.00%**

（3）其他应收款

报告期各年末，公司其他应收款的账龄结构如下表：

单位：万元

账龄	2011-12-31		2010-12-31		2009-12-31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
1 年以内	873.79	90.43%	825.86	88.29%	1,119.05	62.28%
1-2 年	9.61	0.99%	24.39	2.61%	578.77	32.21%
2-3 年	22.51	2.33%	5.64	0.60%	4.00	0.22%
3 年以上	60.37	6.25%	79.54	8.50%	94.88	5.28%
合计	**966.28**	**100.00%**	**935.44**	**100.00%**	**1,796.70**	**100.00%**
坏账准备	69.78	7.22%	76.51	8.18%	68.48	3.81%
账面价值	**896.50**	**92.78%**	**858.92**	**91.82%**	**1,728.22**	**96.19%**

报告期内，其他应收款主要为应收出口退税款、保证金、房租押金等。截至 2011 年末，一年以内的其他应收款占 90.43%，其中应收出口退税款 824.23 万元占 85.30%。总体而言，其他应收款的可收回性较强。

报告期内，应收关联方款项如下：

单位：万元

关联方名称	2011-12-31	2010-12-31	2009-12-31
肖奋	-	-	3.00
深圳市奋达投资有限公司	-	-	500.00
汪泽其	-	6.62	-
合计	-	**6.62**	**503.00**

2010 年末应收汪泽其 6.62 万元为差旅备用金。

（4）存货

报告期内，公司存货构成如下表所示：

单位：万元

项目	2011-12-31		2010-12-31		2009-12-31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
原材料	2,496.97	27.80%	2,797.83	35.65%	1,645.84	27.89%
委托加工物资	367.87	4.10%	375.96	4.79%	429.18	7.27%
产成品	3,050.04	33.96%	2,437.69	31.06%	1,658.09	28.10%
自制半成品	1,982.18	22.07%	1,276.92	16.27%	1,018.37	17.26%
发出商品	62.88	0.70%	136.94	1.74%	4.87	0.08%
在产品	1,020.40	11.36%	823.32	10.49%	1,143.86	19.39%
合计	**8,980.34**	**100.00%**	**7,848.66**	**100.00%**	**5,900.20**	**100.00%**

公司目前大部分产品是以“订单生产”经营模式，期末存货大部分系根据客户订单安排生产所需的各种原材料、委托加工物资、产成品、自制半成品、发出商品和在产品。自主品牌产品以库存为目标进行生产，占比较小。

单位：万元

项目	2011-12-31		2010-12-31		2009-12-31
	金额	增幅	金额	增幅	金额
存货	8,980.34	14.42%	7,848.66	33.02%	5,900.20
期末订单余额	14,841.83	21.16%	12,249.66	24.12%	9,869.06

2010 年末较 2009 年末存货增加 1,948.46 万元，增幅为 33.02%，主要由于销售规模扩大，存货储备量相应增加。

2011 年末较 2010 年末存货增加 1,131.68 万元，增幅为 14.42%，与销售收入规模增长相匹配。

公司在存货管理方面采用了一种较灵活的方式，公司销售部门会按照年度、季度和月度做出销售预测，采购部门根据销售预测、现有客户订单和 ERP 系统中存货量综合考虑制定采购计划，并安排采购，生产部门组织生产，产品完工后，产成品由仓库管理。这样的采购方式有利于制定合理的规模化采购方案，从而降低成本。公司每年进行定期或不定期抽盘，年底组织财务、仓库、质检等部门进行全面盘点；对盘点中发现的数量及质量问题及时查找原因并进行相应处理。公司现行的存货管理制度责任明确，流转程序规范，能有效防范和降低存货管理的风险和提高效率。

公司部分生产环节采用外协加工的形式，报告期各期公司前十名外协厂商具体情况如下：

期间	排名	外协厂商名称	加工内容	数量（件）	外协加工费金额（万元）
2011 年度	1	中山市开普电器有限公司	线材加工	1,422,080	1,080.05
	2	东莞吉楠五金制品有限公司	铝板加工	1,218,334	800.00
	3	深圳市海和电子有限公司	PCBA 加工	2,956,784	623.54
	4	东莞市建逢塑胶制品有限公司	塑胶件加工（喷油、水转印）	1,592,417	428.32
	5	深圳市志逸科技有限公司	塑胶件加工（水转印）	1,161,453	280.56
	6	深圳市光辉展瑞塑胶五金有限公司	塑胶件加工（喷油）	546,618	212.91
	7	东莞亿丰真空工业有限公司	塑胶件加工（电镀）	602,679	204.15
	8	深圳市高林达塑胶电子有限公司	塑胶件加工（喷油、丝印）	3,097,183	203.30
	9	深圳市迪凯精密制造有限公司	PCBA 加工	1,030,807	153.21
	10	深圳市奥国立电子有限公司	PCBA 加工	683,966	135.71
	合计				4,121.75
2010 年度	1	中山市开普电器有限公司	线材加工	1,168,821	870.75
	2	深圳市海和电子有限公司	PCBA 加工	3,398,866	435.03
	3	深圳市志逸科技有限公司	塑胶件加工（水转印）	1,584,142	366.45
	4	东莞吉楠五金制品有限公司	铝板加工	429,933	270.66
	5	深圳市华凯盛实业有限公司	PCBA 加工	1,911,880	248.08

	6	东莞亿丰真空工业有限公司	塑胶件加工（电镀）	556,909	243.23
	7	深圳市惠隆五金制品厂	铝板加工	1,152,917	219.60
	8	深圳市高林达塑胶电子有限公司	塑胶件加工（喷油）	4,080,884	158.33
	9	深圳市八达晟电子有限公司	PCBA 加工	706,883	118.40
	10	东莞市建逢塑胶制品有限公司	塑胶件加工（水转印）	350,696	85.00
	合计				3,015.54
2009 年度	1	深圳市惠隆五金制品厂	铝板加工	2,783,484	705.81
	2	中山市开普电器有限公司	线材加工	557,400	410.26
	3	深圳市志逸科技有限公司	塑胶件加工（水转印）	1,036,010	273.78
	4	东莞市达昌实业有限公司	线材加工	285,625	237.36
	5	东莞吉楠五金制品有限公司	铝板加工	294,282	170.72
	6	深圳市蓝欣五金制品有限公司	铝板加工	649,089	163.57
	7	深圳市高林达塑胶电子有限公司	塑胶件加工（喷油）	3,746,449	129.62
	8	深圳市力美齐塑胶电子有限公司	塑胶件加工（喷油）	1,416,872	120.98
	9	东莞亿丰真空工业有限公司	塑胶件加工（电镀）	281,109	96.60
	10	深圳市海和电子有限公司	PCBA 加工	843,355	90.44
	合计				2,399.14

公司外协加工主要包括塑胶件加工、PCBA 加工、铝板加工和线材加工，公司外发的塑胶件主要包括机身外壳、按键、旋钮、面板等，一部分是通过本公司塑胶车间生产，另一部分是直接外购；公司 PCBA 加工外发的原材料主要包括功能板、贴片 IC、电阻电容等电子元器件，是公司直接外购；公司铝板加工外发的原材料为铝板，是公司直接外购；公司线材加工外发的原材料为电源线，是公司直接外购。

（5）其他流动资产

报告期各期末，其他流动资产余额分别为 1,700.00 万元、0.00 万元和 0.00 万元。2009 年末余额 1,700 万元为公司投资的银行理财产品。本公司与中国银行、建设银行等签订的投资理财协议，用于投资银行承兑汇票、国债、金融债、央行票据、债券回购、货币市场基金、新股申购、信托资产、存款及其他低风险的资产以获取收益。理财计划收益率根据市场利率变化以及实际投资运作的情况计算。公司签订理财协议的期限一般为 7 天、14 天、30 天等短期理财产品。通过

投资理财产品，公司可以提高短期闲置资金的收益率。

公司管理层认为，公司流动资产主要由货币资金、应收账款、其他应收款、存货等构成；公司的销售回款情况良好，应收账款的增长与销售收入的增长、信用期的调整相匹配；公司存货均属公司正常经营所需，公司和主要客户及供应商保持长期、稳定、良好的合作关系；目前，公司订单量充足，交货及时，不存在库存积压的情况；公司流动资产的变现能力较强，流动资产质量较好。

3、非流动资产构成及变化分析

报告期内，本公司非流动资产主要包括固定资产和无形资产，构成如下：

单位：万元

项目	2011-12-31		2010-12-31		2009-12-31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
长期股权投资	-	0.00%	1,425.68	5.29%	-	0.00%
投资性房地产	1,928.35	8.68%	3,686.49	13.68%	1,826.01	7.12%
固定资产	16,520.91	74.39%	17,967.79	66.66%	19,353.95	75.48%
在建工程	-	0.00%	-	0.00%	590.51	2.30%
无形资产	3,532.88	15.91%	3,623.23	13.44%	3,698.93	14.43%
长期待摊费用	97.99	0.44%	145.77	0.54%	103.70	0.40%
递延所得税资产	129.68	0.58%	107.03	0.40%	68.89	0.27%
非流动资产合计	**22,209.81**	**100.00%**	**26,955.98**	**100.00%**	**25,641.99**	**100.00%**

（1）固定资产

报告期内，本公司固定资产构成如下：

单位：万元

项目	2011-12-31		2010-12-31		2009-12-31	
	账面价值	比例	账面价值	比例	账面价值	比例
房屋建筑物	11,451.72	69.32%	12,109.84	67.40%	14,156.28	73.14%
机器设备	4,312.18	26.10%	5,095.55	28.36%	4,527.33	23.39%
办公设备	356.59	2.16%	338.22	1.88%	398.41	2.06%
运输工具	389.95	2.36%	403.27	2.24%	198.29	1.02%
其他设备	10.47	0.06%	20.91	0.12%	73.64	0.38%
合计	**16,520.91**	**100.00%**	**17,967.79**	**100.00%**	**19,353.95**	**100.00%**

公司固定资产报告期各期末账面价值分别为 19,353.95 万元、17,967.79 万元和 16,520.91 万元。固定资产 2010 年较 2009 年下降 1,386.16 万元，主要原因是公司出租部分房产，计入投资性房地产；2011 年较 2010 年下降 1,446.88 万元，主要由于处置部分固定资产。

公司注重产品研发和生产，2008 年公司新工业园建成并投产，公司产能提升，在一定程度上突破了公司产能瓶颈，解决了研发设施不足的问题。但是随着销售订单规模扩大和新技术发展的要求，公司仍需要逐步购买生产和研发设备，以扩大产能和增强研发实力。

（2）投资性房地产

公司投资性房地产报告期各期末分别为 1,826.01 万元、3,686.49 万元和 1,928.35 万元。2009 年末投资性房地产为用于出租的石岩奋达科技园少量房产，2010 年末投资性房地产主要包括三围奋达科技工业园厂房和石岩奋达科技园少量房产用于出租，2011 年 2 月三围奋达科技工业园相关权利义务转让后，2011 年末投资性房地产余额为用于出租的石岩奋达科技园少量房产。

（3）无形资产

报告期内，本公司无形资产构成如下：

单位：万元

项目	2011-12-31		2010-12-31		2009-12-31	
	净值	比例	净值	比例	净值	比例
商标权	17.37	0.49%	21.99	0.61%	26.60	0.72%
软件	94.98	2.69%	101.38	2.80%	107.47	2.91%
专利权	0.76	0.02%	2.38	0.07%	3.32	0.09%
土地使用权	3,419.77	96.80%	3,497.49	96.53%	3,561.53	96.29%
合计	**3,532.88**	**100.00%**	**3,623.23**	**100.00%**	**3,698.93**	**100.00%**

报告期内公司无形资产稳定，本公司无形资产主要是深圳市宝安洲石路奋达科技园土地使用权，报告期各年末土地使用权账面价值占全部无形资产总额的比例分别为 96.29%、96.53%和 96.80%。

（4）长期股权投资

报告期各期末，长期股权投资余额分别为 0.00 万元、1,425.68 万元和 0.00 万元。2010 年末，长期股权投资余额为 1,425.68 万元，系投资于宝港奋达款项。公司拥有宝港奋达 65%的股权，2010 年 8 月 13 日宝港奋达成立清算小组，进入清算注销程序，因此从 2010 年 8 月起不纳入合并范围。2011 年 6 月 22 日，宝港奋达清算注销完成，且剩余财产已分配，截至 2011 年末，公司长期股权投资余额为 0.00 元。

公司管理层认为，公司非流动资产主要由固定资产、无形资产、投资性房地产等构成；公司的固定资产均统一编号，且均处于正常使用状态；无形资产主要系深圳市宝安区石岩洲石路奋达科技园土地使用权，也处于正常使用状态，公司非流动资产质量较好。

4、资产减值准备提取情况分析

（1）坏账准备的计提

报告期，公司计提坏帐准备情况如下表所示：

单位：万元

项目	2011 年度	2010 年度	2009 年度
坏账准备当期计提	168.33	213.50	127.03
坏账准备当期减少	15.84	31.44	21.97
坏账准备期末余额	**794.10**	**641.61**	**459.55**

报告期各期末，公司坏账准备的余额分别为 459.55 万元、641.61 万元和 794.10 万元，报告期内坏账准备占应收款项的比例较小，属于合理范围。

公司通过对应收款项（包括应收账款和其他应收款）的期末余额进行分析，对于单项金额较大或具有特殊风险的应收款项采用个别认定法计提坏账准备，根据债务单位的财务状况、现金流量等情况，确定计提比例；对于押金、保证金和关联方款项不予计提；其他的应收款项采用账龄分析计提坏账准备，本公司及同行业上市公司按照账龄计提坏账准备比例如下：

公司名称	1 年内	1-2 年	2-3 年	3-4 年	4-5 年	5 年以上
漫步者（002351）	5%	10%	30%	50%	80%	100%

广州国光（002045）	1%	25%	50%	100%		
德豪润达（002005）	2%	5%	10%	30%	50%	100%
歌尔声学（002241）	1-10%	30%	50%	100%		
建福集团（HK00464）	账面值与未来现金流量现值之差					
本公司	3%	10%	30%	100%		

资料来源：各公司2010年年报。

①公司的主要客户是多媒体音箱和美发小家电的国际知名品牌商和零售商，该类客户资金实力雄厚，货款偿付信誉良好，货款回收风险较小。其他应收款项大部分为应收出口退税款、保证金、押金，回收风险也较小。

②根据上表，公司坏账准备的计提比例与上述同行业上市公司具有相似的谨慎度，三年以上账龄的应收款项，公司 100%计提坏账准备。

因此，公司按照会计政策计提的坏账准备是谨慎的。

（2）存货跌价准备的计提

公司采用成本与可变现净值孰低的办法对存货进行计量，期末对存货进行减值测试，对于成本低于可变现净值的部分计提减值准备。公司执行严格的质量控制体系，能有效避免材料、在产品、产成品积压以及发出商品因规格或质量原因而退货等情形，并且产品销售毛利率较高，一般不会发生成本价高于可变现净值的情况。报告期内，公司计提存货跌价准备情况如下：

单位：万元

项　　目	2011 年度	2010 年度	2009 年度
存货跌价准备当期计提	51.37	70.54	9.60
存货跌价准备当期减少	36.71	2.96	2.48
存货跌价准备期末余额	153.39	138.72	71.14

公司按照成本与可变现净值孰低的方法计提存货跌价准备，产生存货跌价的主要原因是受公司按照订单生产的模式影响。公司一部分客户订单对原材料有特殊要求，公司会根据需要特别采购原材料，同时为避免生产中的正常坏损相应增加一定比例的采购，实际生产后原材料有少量的结余，但无法用于其他产品的生产，因此公司对该部分原材料全额计提跌价准备。同时公司考虑到生产中的正常

坏损相应多生产一定的量，实际发货后有少量库存结余，公司对该部分难以销售的产成品单独计提跌价准备。因此，公司存货跌价准备增加属正常情况，总体金额较小属于正常范围。

（3）固定资产和无形资产减值准备

报告期各年末，公司固定资产和无形资产不存在减值情况，未计提固定资产和无形资产减值准备。

公司管理层认为，公司制定了稳健的会计估计政策，对应收款项、存货计提的减值准备充分、合理，体现了会计处理的谨慎性原则。

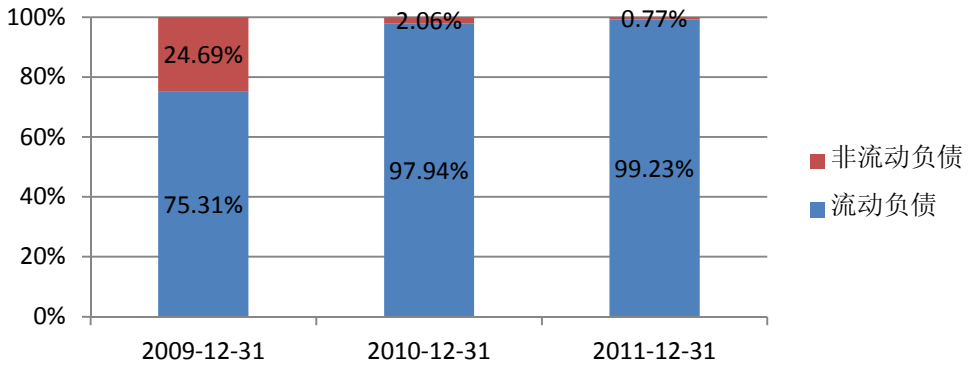
（二）负债的主要构成和变化

1、负债的构成和变化

报告期内，本公司各类负债的构成比例如下：

单位：万元

项目	2011-12-31		2010-12-31		2009-12-31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
流动负债	23,211.66	99.23%	24,772.06	97.94%	14,226.80	75.31%
非流动负债	179.70	0.77%	520.00	2.06%	4,664.88	24.69%
负债总计	**23,391.36**	**100.00%**	**25,292.06**	**100.00%**	**18,891.67**	**100.00%**



公司报告期各期末负债总额分别为 18,891.67 万元、25,292.06 万元和 23,391.36 万元。2010 年末较 2009 年末负债总额增加 6,400.39 万元，增幅为

33.88%，主要是业务规模扩大，相应负债规模增加。2011 年末较 2010 年末负债总额小幅减少，主要由于归还宝港奋达注销前货款 2,200.07 万元。

从负债结构变化趋势来看，流动负债的比例呈现上升趋势，非流动负债呈下降趋势，一方面由于新厂房建成后，公司购建固定资产的长期借款逐步转为一年内到期的非流动负债；另一方面，由于生产经营规模的扩大，应付账款等逐渐增加，公司也通过短期借款增加流动资金。

2、流动负债构成和变化

报告期内，本公司流动负债主要构成如下：

单位：万元

项目	2011-12-31		2010-12-31		2009-12-31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
短期借款	6,994.98	30.14%	3,596.04	14.52%	2,350.00	16.52%
应付票据	1,002.33	4.32%	1,602.57	6.47%	1,379.55	9.70%
应付账款	14,466.45	62.32%	15,628.00	63.09%	8,766.59	61.62%
预收款项	711.84	3.07%	1,094.26	4.42%	319.72	2.25%
应付职工薪酬	894.17	3.85%	1,075.40	4.34%	608.35	4.28%
应交税费	-1,384.64	-5.97%	-1,134.65	-4.58%	-1,405.67	-9.88%
其他应付款	226.53	0.98%	574.44	2.32%	908.26	6.38%
一年内到期的非流动负债	300.00	1.29%	2,336.00	9.43%	1,300.00	9.14%
流动负债合计	**23,211.66**	**100.00%**	**24,772.06**	**100.00%**	**14,226.80**	**100.00%**

（1）短期借款

报告期各期末短期借款余额分别为 2,350.00 万元、3,596.04 万元和 6,994.98 万元，呈逐年上升的趋势。一方面，由于公司用于厂房建设的长期借款逐步归还，转向以流动资金周转为目的的短期借款；另一方面，随着业务规模逐渐扩大，流动资金需求量相应增加。

（2）应付票据

为了节约资金成本，公司使用银行承兑汇票支付供应商的款项。

（3）应付账款

本公司应付账款主要是尚未与供应商结算的款项，是流动负债的重要组成部分。报告期各期末应付账款余额分别为 8,766.59 万元、15,628.00 万元和 14,466.45 万元。

2010 年末较 2009 年末应付账款增加 6,861.41 万元，增幅为 78.27%，其一，宝港奋达于 2010 年 8 月起不纳入合并范围，截至 2010 年末应付宝港奋达款项为 2,200.07 万元；其二，经济形势进一步好转，公司销售规模进一步扩大，带动采购规模的扩大和应付账款的余额增加；其三，2010 年 10 月推出的 iPad 系列产品 MP450，公司年末集中采购大批对应该产品的原材料，该款项尚处于信用期内。

2011 年末较 2010 年末应付账款下降 1,161.56 万元，降幅为 7.43%，主要原因是 2011 年付清宝港奋达清算前货款。

报告期应付账款的账龄情况如下：

单位：万元

项目	2011-12-31		2010-12-31		2009-12-31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
1 年以内	14,283.01	98.73%	13,779.02	88.17%	8,645.38	98.62%
1-2 年	26.57	0.18%	1,734.15	11.10%	33.86	0.39%
2-3 年	48.18	0.33%	30.78	0.20%	54.16	0.62%
3 年以上	108.69	0.75%	84.06	0.54%	33.18	0.38%
合计	**14,466.45**	**100.00%**	**15,628.00**	**100.00%**	**8,766.59**	**100.00%**

报告期各期末，1 年以内的应付账款占比分别为 98.62%、88.17%和 98.73%，不存在大额长期挂账的应付账款，2010 年末余额中一年以上的应付款主要是应付宝港奋达的款项。

报告期内，关联方应付账款余额如下：

单位：万元

关联方	2011-12-31	2010-12-31	2009-12-31
深圳宝港奋达电声有限公司	-	2,200.07	-
合计	**-**	**2,200.07**	**-**

宝港奋达于 2010 年 8 月开始不纳入合并范围，公司应付其 2,200.07 万元为

清算前的货款，截至 2011 年 6 月宝港奋达清算注销前该款项已结清。

（4）预收账款

预收款项主要为预收经销商货款，报告期各期末，公司预收账款余额分别为 319.72 万元、1,094.26 万元和 711.84 万元。2010 年末集中收到一批经销商预付款，因此当年末余额增加。

（5）应付职工薪酬

应付职工薪酬年末余额一般为一个月工资和年终奖，报告期各期末，应付职工薪酬分别为 608.35 万元、1,075.40 万元和 894.17 万元。2010 年末较 2009 年末上涨原因是经济形势进一步向好，工资基数上升，年终奖上升；2011 年末较 2010 年末下降，主要原因是为了提升激励效果，公司于 2011 年调整了员工薪酬结构，将工作绩效考核奖励细化至各月，弱化了年终奖一次性集中奖励机制，提高了激励的及时性。2011 年公司产生的应付职工薪酬总额为 11,731.03 万元，较 2010 年产生的应付职工薪酬总额增加 35.64%，2011 年营业收入较 2010 年增长 22.25%，应付职工薪酬总额增长与营业收入增长是匹配的。

（6）应交税费

报告期各期末，公司应交税费分别为-1,405.67 万元、-1,134.65 万元和 -1,384.64 万元。公司享受出口“免抵退”税政策，期末余额主要为尚未经税务机关确认的应收出口退税款。

（7）其他应付款

报告期各期末，公司其他应付款余额分别为 908.26 万元、574.44 万元和 226.53 万元。其他应付款主要由工程款、购建固定资产的款项、咨询费等构成。

2010 年末较 2009 年末其他应付款余额下降 333.81 万元，降幅为 36.75%，主要原因是公司清理关联方款项所致。

2011 年末较 2010 年末其他应付款余额下降 347.91 万元，降幅为 60.56%，主要原因是部分工程款尾款支付完毕。

报告期内，关联方款项如下：

单位：万元

关联方名称	2011-12-31	2010-12-31	2009-12-31
肖奋	-	-	341.25
雷碧玉	-	-	0.60
合计	**-**	**-**	**341.85**

截至 2011 年末，无应付关联方其他应付款。

（8）一年内到期的非流动负债

一年内到期的非流动负债主要指一年内到期的长期借款和长期应付款。2011 年末余额 300 万元，系 2010 年财政局拨付的无息借款。2010 年末和 2009 年末余额主要为一年内到期的长期借款。

3、非流动负债的构成和变化

报告期末，公司非流动负债构成如下：

单位：万元

项目	2011-12-31		2010-12-31		2009-12-31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
长期借款	-	0.00%	-	0.00%	4,376.00	93.81%
长期应付款	-	0.00%	300.00	57.69%	-	0.00%
预计负债	-	0.00%	-	0.00%	-	0.00%
递延所得税负债	-	0.00%	-	0.00%	8.88	0.19%
其他非流动负债	179.70	100.00%	220.00	42.31%	280.00	6.00%
非流动负债合计	**179.70**	**100.00%**	**520.00**	**100.00%**	**4,664.88**	**100.00%**

（1）长期借款

报告期各期末，公司长期借款余额分别为 4,376.00 万元、0.00 万元和 0.00 万元。2010 年末部分尚未偿还的长期借款分类至一年内到期的非流动负债，2011 年末无长期借款，主要原因是公司新厂房建成后，用于购建固定资产的长期借款逐渐转为以流动资金周转为目的的短期借款。

（2）长期应付款

2010 年末余额为应付财政局的无息借款，2011 年该款项已分类至一年内到

期的非流动负债。

（3）其他非流动负债

2011 年末，其他非流动负债 179.70 万元，包括 2007 年深圳市贸易工业局无偿提供用于本公司技术中心建设款项 300 万元，公司对该收益逐年分摊，2011 年末剩余 160 万元；2011 年收到深圳市财政委员会提供企业信息化重点项目资助款 19.70 万元，尚未开始摊销。

（三）偿债能力分析

1、公司偿债能力分析

报告期内，本公司的各项偿债能力指标如下：

财务指标	2011-12-31	2010-12-31	2009-12-31
资产负债率（母公司）	38.52%	47.07%	59.88%
流动比率（倍数）	1.83	1.37	1.77
速动比率（倍数）	1.45	1.05	1.35
财务指标	**2011 年度**	**2010 年度**	**2009 年度**
息税折旧摊销前利润（万元）	12,916.60	12,272.72	10,910.90
经营性现金流量净额（万元）	2,984.71	10,898.05	9,706.83
归属于母公司所有者的净利润（万元）	9,442.63	8,769.91	7,551.32
利息保障倍数（倍）	32.10	27.32	20.39

报告期各期末，公司流动比率和速动比率比较稳定，流动比率平均为 1.66 倍，速动比率平均为 1.28 倍，处于合理水平，说明公司具有较强的短期偿债能力。报告期各期末，公司资产负债率（母）分别为 59.88%、47.07%和 38.52%，资产负债率水平合理，公司财务较稳健。

报告期内，公司息税折旧摊销前利润分别为 10,910.90 万元、12,272.72 万元和 12,916.60 万元，呈现逐年上升趋势，体现了公司良好的盈利能力。经营性现金流量净额分别为 9,706.83 万元、10,898.05 万元和 2,984.71 万元，最近一期经营性现金流量净额有所下降。2010 年经济形势良好，公司在新产品投入方面积蓄潜能得到释放，公司息税折旧摊销前利润和经营性现金流量净额得到较大幅度增长。2011 年公司继续深化与主要客户的合作，销售规模进一步扩大，息税折

旧摊销前利润继续增加；2011 年经营性现金流量净额有所下降，一方面应收账款增长 4,508.10 万元，存货增长 1,131.68 万元，另一方面由于本期公司付清宝港奋达清算前货款 2,200.07 万元。

报告期内利息保障倍数分别为 20.39、27.32 和 32.10，公司报告期内利息保障倍数均较高，可以足额偿还借款利息。同时，报告期内公司未发生贷款逾期不还的情况，信誉度较好。此外，公司不存在表外融资的情况。

2、与同行业上市公司对比

同行业上市公司 2010 年年报的偿债能力指标比较见下表。

项目	漫步者	广州国光	德豪润达	歌尔声学	建福集团	本公司
流动比率	11.46	1.72	1.53	1.42	1.86	1.37
速动比率	10.68	1.17	1.24	1.20	1.43	1.05
资产负债率（母）	0.19%	48.63%	43.80%	38.34%	40.62%	47.07%

注：资料来源于各公司 2010 年年报，本公司数据截至 2010 年 12 月 31 日。建福集团数据截至 2011 年 3 月 31 日，以合并报表资产负债率代替母公司数据。

与上述同行业上市公司相比，本公司流动比率和速动比率接近于行业内上市公司的平均水平，具有较强的短期偿债能力。资产负债率（母公司）接近于行业内上市公司平均值，公司既利用了财务杠杆获取更大的发展空间，同时又保持了一定的财务稳健性。

本公司管理层认为，公司短期偿债能力较强，资产负债结构合理，银行资信状况良好，盈利能力强，经营性现金流量好，利息偿付能力强。

（四）资产周转能力分析

报告期内，本公司有关资产周转率指标如下：

财务指标	2011 年度	2010 年度	2009 年度
应收账款周转率	6.21	7.87	6.30
存货周转率	7.30	7.06	6.06

本公司与同行业上市公司应收账款周转能力比较如下表所示：

公司名称	2010 年度	2009 年度
漫步者（002351）	26.50	40.06
广州国光（002045）	3.82	3.21
德豪润达（002005）	5.10	4.76
歌尔声学（002241）	6.21	4.80
建福集团（HK00464）	4.90	5.30
本公司	7.87	6.30

本公司与同行业上市公司存货周转能力比较如下表所示：

公司名称	2010 年度	2009 年度
漫步者（002351）	5.76	5.89
广州国光（002045）	3.56	3.21
德豪润达（002005）	3.64	3.49
歌尔声学（002241）	8.15	4.26
建福集团（HK00464）	6.48	7.41
本公司	7.06	6.06

注：资料来源各公司 2009-2010 年年报。

1、应收账款周转率分析

总体而言，与上述同行业上市公司相比，本公司应收账款周转率处于中等偏上水平，仅次于漫步者。报告期内，公司应收账款周转率波动趋势与上述大部分公司相似。

2010 年较 2009 年公司应收账款周转率略有上升，主要是由于经济形势良好，客户资金较宽松，回款速度提升。

2011 年较 2010 年公司应收账款周转率略有下降，主要系公司为进一步深化与客户的合作关系，对部分核心 ODM 客户放宽信用期。

公司多年来一直从事多媒体音箱和美发小家电的生产研发，拥有优质的客户群体，包括 Altec Lansing、Farouk Systems、Sally Beauty、HOT 等，这些客户中包括了多媒体音箱行业和美发小家电行业全球知名的品牌商和零售商，优质的客户群保证了公司的回款速度。此外，公司给予中小客户较小的信用额度，一般采

用款到发货的形式，这也加快了回款速度。相比上述同行业上市公司，公司总体回款速度处于中等偏上水平。

2、存货周转率分析

与上述同行业上市公司相比，公司存货周转率处于较高的水平，存货周转速度较快。报告期内，公司存货周转率波动趋势与上述大部分公司相似。

2010 年较 2009 年公司存货周转率略有上升，主要由于经济形势良好，销售顺畅，存货周转速度上升。

2011 年较 2010 年存货周转率进一步上升，主要由于公司深化与主要客户的合作关系，加快存货的周转。

相比以上同行业的上市公司，报告期内，公司存货周转率水平相对较高。公司主要的生产模式是“订单生产”，期末存货大部分系根据客户订单安排生产所需的各种原材料、委托加工物资、产成品、自制半成品、发出商品和在产品。公司通过建立科学的销售预测、采购、配送、库存管理方法，并不断根据变化合理调整采购策略，保证了存货的高效周转。公司通过合理的库存管理，一方面，减少了存货对资金的占用，提高了资产周转率，另一方面，通过规模化采购节约采购成本。

二、盈利能力分析

（一）营业收入构成及变化趋势

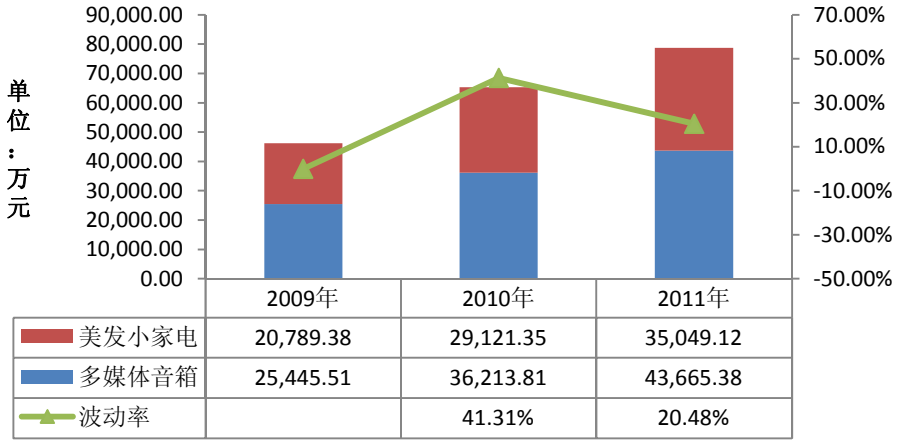
1、营业收入构成

（1）公司的营业收入构成按产品划分如下：

单位：万元

项目	2011 年度		2010 年度		2009 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
主营业务收入	**79,419.38**	**98.13%**	**65,606.29**	**99.10%**	**46,421.66**	**99.29%**
多媒体音箱	43,665.38	53.95%	36,213.81	54.70%	25,445.51	54.43%
美发小家电	35,049.12	43.30%	29,121.35	43.99%	20,789.38	44.47%

其他	704.88	0.87%	271.13	0.41%	186.76	0.40%
其他业务收入	**1,517.35**	**1.87%**	**599.08**	**0.90%**	**330.54**	**0.71%**
营业收入	**80,936.74**	**100.00%**	**66,205.37**	**100.00%**	**46,752.20**	**100.00%**



公司的营业收入主要来源于多媒体音箱和美发小家电，报告期各期营业收入分别为 46,752.20 万元、66,205.37 万元和 80,936.74 万元。

2010 年销售收入较 2009 年增加 19,453.17 万元，增幅为 41.61%。其一，经济形势良好，公司大客户逐渐提升了了订单规模；其二，公司不断开拓市场，拓展新客户，新增客户如 Imation 当年进入前十大客户，推动了销售收入的增加；其三，公司产品不断多样化，在多媒体音箱方面公司推出应用于 iPhone、iPad 的系列产品，在美发小家电方面公司的卷发器、电吹风和电推剪的销售规模也逐渐提升。因此，2010 年公司销售收入取得了较大的增长。

2011 年销售收入较 2010 年增长 14,731.37 万元，增幅为 22.25%。其一，进一步深化与核心 ODM 客户合作关系，其中对 Sally Beauty、Imation、HOT、昆盈等重要 ODM 客户增长显著，公司 2011 年对上述四家客户的销售收入较 2010 年增长 7,851.90 万元；其二，进一步加大了自主品牌产品的推广力度，2011 年自主品牌销售收入较 2010 年增长 4,150.60 万元；其三，“以点带面”新客户开发逐显成效，2011 年新增 Trust、The Source 等重要客户，推动了公司销售收入增长。

公司按产品细分的主营业务收入如下：

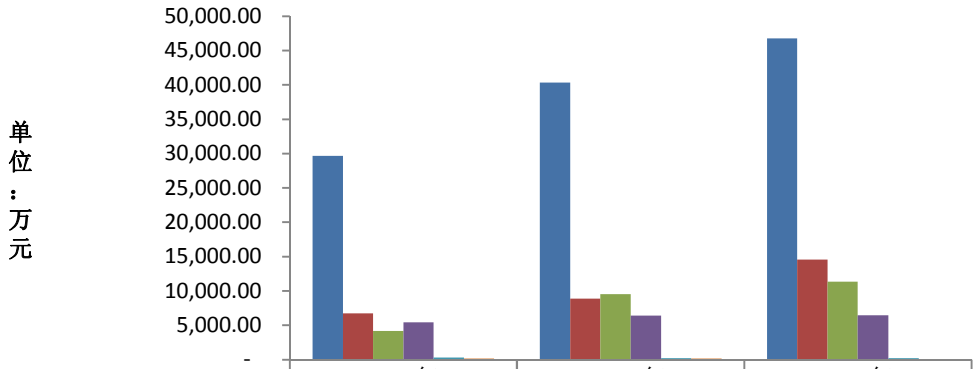
单位：万元

项目	2011 年度		2010 年度		2009 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
多媒体音箱	**43,665.38**	**54.98%**	**36,213.81**	**55.20%**	**25,445.51**	**54.81%**
苹果系列	6,371.65	8.02%	3,683.35	5.61%	1,318.24	2.84%
美发小家电	**35,049.12**	**44.13%**	**29,121.35**	**44.39%**	**20,789.38**	**44.78%**
直发器	29,248.73	36.83%	25,780.25	39.30%	20,031.79	43.15%
卷发器	4,327.35	5.45%	1,695.54	2.58%	650.29	1.40%
电吹风	1,435.99	1.81%	1,186.21	1.81%	39.94	0.09%
电推剪	37.05	0.05%	459.36	0.70%	67.36	0.15%
其他	**704.88**	**0.89%**	**271.13**	**0.41%**	**186.76**	**0.40%**
主营业务收入	**79,419.38**	**100.00%**	**65,606.29**	**100.00%**	**46,421.66**	**100.00%**

如上表所示，报告期内，多媒体音箱销售收入分别为 25,445.51 万元、36,213.81 万元和 43,665.38 万元，呈现逐年增长趋势。苹果系列产品的销售金额呈现较快的增长趋势，原因是随着苹果 iPhone、iPad 产品在市场的热卖，拉动公司开发的 iPhone、iPad 配套系列音箱的销售。

报告期内，美发小家电产品销售收入分别为 20,789.38 万元、29,121.35 万元和 35,049.12 万元，也呈现了逐年增长的趋势。公司在保持原有直发器销售的同时，逐步加大卷发器、电吹风的研发力度，拓展产品线。2010 年和 2011 年卷发器、电吹风的销售占比呈上升趋势。

（2）公司主营业务产品销售收入按地区划分如下：



	2009年	2010年	2011年
美洲地区	29,645.18	40,358.93	46,757.62
亚洲地区（不含国内）	6,749.92	8,896.38	14,584.82
欧洲地区	4,177.18	9,553.03	11,358.61
国内地区	5,413.64	6,410.10	6,445.32
非洲地区	284.49	207.03	222.57
澳洲地区	151.23	180.83	50.44

公司产品面向全球销售，主要市场是美洲地区、欧洲地区、亚洲地区（不含国内）以及国内地区。目前，公司 ODM 客户大部分集中在美洲和欧洲，销售占比较高，并呈现上升趋势；亚洲和国内是公司推广自主品牌的主要区域，收入亦呈现上升趋势。

（3）公司主营业务收入按 OBM 和 ODM 划分如下：

单位：万元

项目	2011 年度		2010 年度		2009 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
多媒体音箱	43,665.38	54.98%	**36,213.81**	**55.20%**	**25,445.51**	**54.81%**
ODM	28,746.73	36.20%	25,445.76	38.79%	18,453.72	39.75%
OBM	14,918.65	18.78%	10,768.05	16.41%	6,991.80	15.06%
美发小家电	**35,049.12**	**44.13%**	**29,121.35**	**44.39%**	**20,789.38**	**44.78%**
其他	**704.88**	**0.89%**	**271.13**	**0.41%**	**186.76**	**0.40%**
主营业务收入	**79,419.38**	**100.00%**	**65,606.29**	**100.00%**	**46,421.66**	**100.00%**

公司多媒体音箱产品已经有自主品牌“F&D 奋达”，主要面向亚、非、拉和东欧地区。报告期内，公司自主品牌的销售收入分别是 6,991.80 万元、10,768.05 万元和 14,918.65 万元，占销售收入的比例分别为 15.06%、16.41%和 18.78%，自主品牌占比呈现逐年上升的趋势。公司长期以来秉承渐进式的自主品牌推广战

略，在消费者中逐渐建立品牌形象，通过技术、设计和制造方面的优势让奋达的品质被消费者认可。公司自主品牌的国内外销售渠道正在逐渐丰富，经销商逐渐增加，品牌投入逐渐增加，相应自主品牌占比也逐渐增加。多媒体音箱 ODM 业务虽占比下降，但绝对金额仍呈现逐年上升趋势。

广西长城电脑计算机有限公司是本公司客户之一，系长城电脑（000066）全资子公司，业务定位于长城电脑显示器和新型显示系统及终端设备的研发、生产、销售，主要通过长城直营店和代理商进行销售，现有遍布全国的 4,500 多家销售终端。公司选择与广西长城合作主要是希望通过长城的销售渠道，增强奋达品牌的知名度和影响力。报告期内公司与广西长城签署销售订单合计不含税金额 219.41 万元。目前该客户尚未成为公司主要客户。

目前，公司美发小家电产品尚未形成自主品牌。

报告期内，前十大 ODM 客户销售情况如下：

单位：套、万元

序号	客户名称	产品类别	品牌名称	销量	金额
2011 年度					
1	Farouk Systems	直发器	CHI	1,661,467	12,487.71
		卷发器	CHI	90,022	595.17
		电吹风	CHI	13,042	107.40
2	Sally Beauty	直发器	GVP	407,720	2,884.55
			ION TITANIUM PLATINUM	202,550	1,753.45
			PLUGGED IN	123,260	774.57
			Tool science	76,620	644.54
			POWER IQ	26,920	215.06
		卷发器	PLUGGED IN	185,800	905.38
			ION TITANIUM PLATINUM	67,980	489.77
			PLUGGED	59,040	227.03
			POWER IQ	20,200	144.12
		电吹风	ION TITANIUM PLATINUM	29,064	281.82

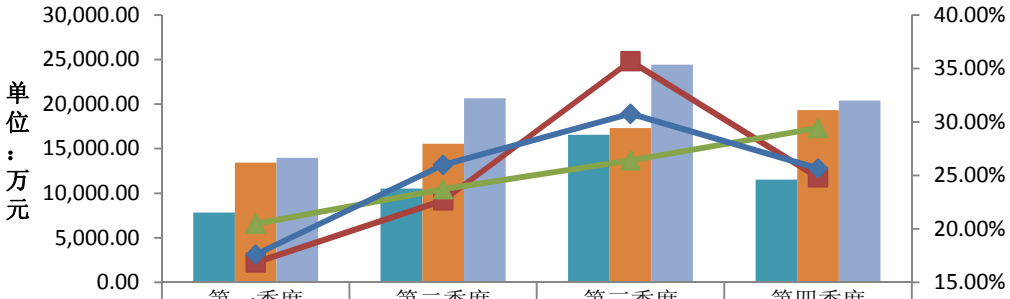
			PLUGGED	8,680	58.55
3	Altec Lansing	多媒体音箱	ALTEC LANSING	1,468,372	8,527.05
4	Imation	多媒体音箱	memorex	210,672	2,886.04
			TDK	27,776	463.03
			XtremeMac	52,892	612.47
5	HOT	直发器	PRO BEAUTY TOOLS	207,563	1,022.98
			HOT TOOLS	133,164	958.42
			HOT SHIT TOOLS	8,004	69.52
			Twilight LIMITED EDITIONS	11,004	47.36
			CREPUSCULO	6,200	25.63
		卷发器	HOT TOOLS	127,164	591.66
			BEAD HEAD TIGI	30,006	147.26
			PRO BEAUTY TOOL TM	20,000	104.09
			BED HEAD	23,004	72.91
			Revlon	15,000	65.57
6	Cyber Acoustics	多媒体音箱	Cyber Acoustics	299,734	2,265.99
			INSIGNIA	73,500	828.80
7	昆盈	多媒体音箱	Genius	698,762	2,497.00
8	Sven Inc.	多媒体音箱	SVEN	148,035	1,942.98
9	Bio Ionic	直发器	PAUL MITCHELL	184,336	1,335.57
			Freestyle	36,000	162.20
			Bio Ionic	4,200	33.98
		卷发器	PAUL MITCHELL	34,082	259.20
10	Corioliss Ltd.	直发器	CORIOLISS	167,285	1,440.23
			LABEL.M	3,000	33.44
			SEPHORA	3,000	22.05
		卷发器	CORIOLISS	24,921	159.75
		电吹风	CORIOLISS	2,000	25.88
2010 年度					
1	Farouk Systems	直发器	CHI	1,666,416	12,069.54
		电推剪	CHI	64,110	452.67
		卷发器	CHI	47,260	372.41

		电吹风	CHI	21,440	214.68
2	Altec Lansing	多媒体音箱	Altec lansing	1,680,109	10,168.01
3	Sally Beauty	直发器	GVP	348,250	2,991.50
			ION TITANIUM PLATINUM	64,820	619.1
			Tool science	49,000	485.31
			PLUG IN	19,720	118.64
			POWER IQ	13,160	108.26
		卷发器	ION TITANIUM PLATINUM	108,800	621.39
		电吹风	PLUG GED	40,808	165.84
4	Cyber Acoustics	多媒体音箱	Cyber Acoustics	300,078	2,388.59
			INSIGNIA	85,000	1,008.82
			iLO	8,422	94.58
5	Bio Ionic	直发器	PAUL MITCHELL	244,863	2,034.85
			Freestyle	38,986	248.33
			BIO IONIC	18,918	105.28
		卷发器	PAUL MITCHELL	17,221	125.44
6	HOT	直发器	PRO BEAUTY TOOLS	163,004	1,056.82
			HOT	92,304	711.76
			PRO ELITE	27,012	245.26
			Belson	6,000	28.11
		卷发器	PRO BEAUTY TOOL	50,000	269.33
7	Sven Inc.	多媒体音箱	SVEN	186,903	1,418.67
8	Hotlooks Ltd.	直发器	CRUISE COLLECTION	39,000	345
			IONIKA	33,800	314.06
			TI	22,936	272.99
			TIGIPRO	13,200	167.93
			LONIKA	9,400	55.42
			TOKI DOKI	700	48.13
			Cermaika	2,500	27.78
			SEPHOPA	4,000	26.71
			CERAMIKA PRO	3,200	16.82

			KERATIN CURE SYSTEM	980	13.95
		电吹风	TI	10,898	115.68
9	Imation	多媒体音箱	Memorex	70,151	1,172.16
			TDK	8,050	222.35
10	昆盈	多媒体音箱	Genius	331,727	1,348.83
2009 年度					
1	Farouk Systems	直发器	CHI	1,647,945	12,075.87
		卷发器	CHI	24,810	222.86
		推剪	CHI	12,000	67.36
		电吹风	CHI ROCKET	4,500	39.94
2	Altec Lansing	多媒体音箱	Altec lansing	1,551,410	9,666.76
3	Sally Beauty	直发器	GVP	295,280	2,589.93
			ION TITANIUM PLATINUM	92,700	633.04
			POWER IQ	51,122	476.64
4	Cyber Acoustics	多媒体音箱	Cyber Acoustics	252,572	1,883.80
5	Bio Ionic	直发器	PAUL MITCHELL	134,253	1,192.84
			Freestyle	10,077	83.71
			I LOVE LOGO	4,328	38.95
			BIO IONIC	1,557	13.56
		卷发器	BIO IONIC	46,962	350.88
6	上海迈创电子有限公司	多媒体音箱	HP	121,111	1,250.95
7	Sven Inc.	多媒体音箱	SVEN	116,752	733.98
8	Hotlooks Ltd	直发器	TI	43,948	606
9	Elekta HK co., Ltd.	多媒体音箱	MEDIACOM	23,084	348.23
			Hessel	10,450	116.52
10	Office Depot, Inc.	多媒体音箱	ATIVA	30,000	334.14

（4）主营业务产品销售收入季节性波动分析

公司的销售具有比较明显的季节性，第三、第四季度是公司生产销售的旺季，报告期内，下半年销售收入占全年销售收入的比例分别为 60.50%、55.82%和56.42%，平均为 57.58%，报告期内各季度销售变动趋势如下图：



	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
2009年	7,822.41	10,516.13	16,565.12	11,518.00
2010年	13,428.56	15,553.41	17,316.97	19,307.34
2011年	13,975.20	20,633.35	24,428.05	20,382.78
2009年	16.85%	22.65%	35.68%	24.81%
2010年	20.47%	23.71%	26.40%	29.43%
2011年	17.60%	25.98%	30.76%	25.66%

公司销售具有一定季节性的主要原因是公司属于出口型小家电产品制造商，国外小家电产品受圣诞节、感恩节等节日消费拉动影响较大，为供应消费者节日消费需求，国际品牌商、零售商会在下半年加大采购力度。

（5）前五大客户分析

公司客户相对较集中，其中前五大客户的销售收入及占比情况如下：

单位：万元

销售额排名	2011 年度		2010 年度		2009 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
1	13,602.05	16.80%	13,155.18	19.87%	12,568.90	26.88%
2	8,539.20	10.55%	10,168.01	15.36%	9,666.76	20.68%
3	8,527.05	10.54%	5,196.64	7.85%	3,786.44	8.10%
4	6,504.03	8.04%	3,698.51	5.59%	2,790.03	5.97%
5	3,961.54	4.89%	3,491.99	5.27%	1,883.80	4.03%
前五大合计	41,133.87	50.82%	35,710.34	53.94%	30,695.93	65.66%
合计	**80,936.74**	**100.00%**	**66,205.37**	**100.00%**	**46,752.20**	**100.00%**

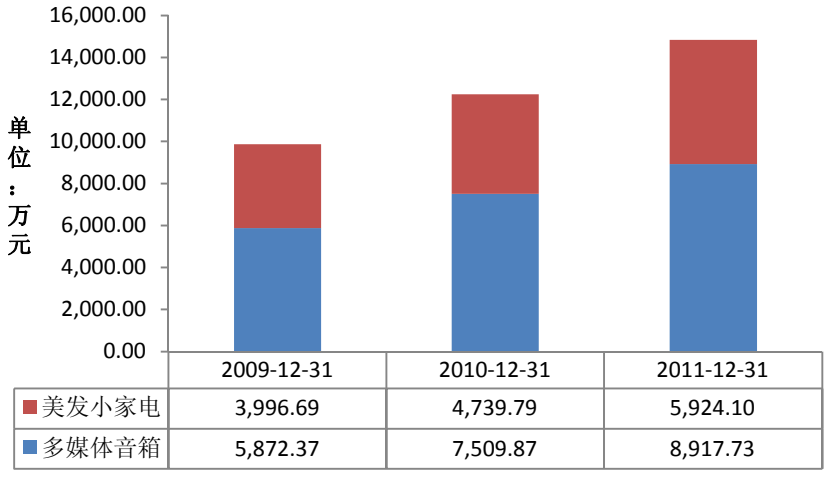
报告期内，公司前五大客户的销售收入占营业收入的比例分别为 65.66%、53.94%和 50.82%。2011 年前五大客户销售收入占公司销售收入的一半左右，存在客户相对集中的风险。但这类客户均为国际知名的品牌商和零售商，实力雄厚，经营波动的风险较小。从趋势来看，前五大客户的销售占比呈现逐年下降的趋势，

一方面来源于公司对新客户的开拓，另一方面来源于公司加大自主品牌的推广力度。

2、主营业务收入未来变化趋势

（1）公司年末订单饱满

报告期各年末，已签订尚未完工交货的订单金额如下：



	2009-12-31	2010-12-31	2011-12-31
美发小家电	3,996.69	4,739.79	5,924.10
多媒体音箱	5,872.37	7,509.87	8,917.73

注：该金额为按照期末汇率折算的人民币金额。

报告期各年末，已签订尚未完工交货的订单金额分别为 9,869.06 万元、12,249.66 万元和 14,841.83 万元，呈现逐年上升的趋势。随着与客户合作关系的不断深化和新客户开拓，公司订单金额逐渐增加，这对公司的产能提出了新的要求。在产能允许的情况下，公司大量的订单将成为公司销售收入的重要增长点。

（2）品牌营销渠道的拓展

公司自主品牌营销渠道不断拓展，经销商数量逐年提升，截至 2011 年 12 月 31 日，公司合作经销商国内 42 家、国外 12 家。未来公司仍将继续拓展品牌营销网络，发展优质经销商，增强品牌竞争力。

（3）新产品不断推出

报告期内，公司新产品开发数量如下：

产品类型	2011 年度	2010 年度	2009 年度
多媒体音箱	**51**	**59**	**55**
其中：苹果系列	8	12	11
其它系列	43	47	44
美发小家电	**52**	**39**	**24**
其中：直发器	17	23	13
卷发器	28	7	4
电吹风	6	7	2
电推剪	1	2	5
合计	**103**	**98**	**79**

报告期内，公司研发成功的新产品数量分别为 79、98 和 103 种，保持了较高的新产品研发数量。2010 年公司研发部门运用防射频干扰技术成功解决了信号干扰这一行业内的技术难题，推出 iPhone、iPad 系列音箱产品；2011 年公司运用无线音频模块开发技术，成功推出 M8 系列蓝牙音箱、Soundbar 无线音箱。在直发器、卷发器方面，公司也将创新的表面处理技术成功应用到产品中，得到客户的认可。2010 年公司加强卷发器和电吹风的研发力度，2011 年推出大波浪、小波浪系列卷发器，并成功研制了触摸屏系列、MP3 功能系列电吹风，为 2012 年电吹风业务快速增长奠定了基础。

新产品开发数量迅速增加，产品线不断丰富，一方面提升了公司的收入空间，另一方面逐步淘汰低毛利的产品，有利于应对外界因素带来的成本上升。

报告期内，公司主营业务收入呈现逐年上升的趋势。这种趋势一方面来源于小家电行业的不断发展，另一方面来源于公司自身积极拓展市场。未来公司将以其自身的优势，不断开拓创新，寻求新的收入和利润增长点。

3、同行业上市公司比较

最近三年，同行业上市公司主营业务收入和分产品营业收入情况如下：

单位：万元

类　别	2010 年度		2009 年度
	金额	增减	金额
主营业务收入			
本公司	65,606	41.33%	46,422

漫步者	71,606	5.84%	67,657
广州国光	172,079	69.87%	101,300
歌尔声学	258,162	133.80%	110,418
建福集团（万港元）	65,554	7.89%	60,758
德豪润达	247,516	31.31%	188,501
分产品营业收入			
本公司：多媒体音箱	36,214	42.32%	25,446
漫步者：多媒体音箱	69,504	5.64%	65,791
广州国光：音箱	125,763	86.70%	67,361
歌尔声学：电声器件	202,635	84.55%	109,802
本公司：美发小家电	29,121	40.08%	20,789
建福集团：电子美发产品（万港元）	63,553	8.02%	58,832
德豪润达：小家电	211,161	23.24%	171,339

从公司整体销售规模来看，公司整体销售规模与漫步者、建福集团相近，小于广州国光、歌尔声学和德豪润达。公司业务定位于小家电行业中的多媒体音箱和美发小家电行业，依托自主研发和设计，通过 ODM 与 OBM 相结合差异化经营模式面向全球市场销售，具有良好的发展空间。

同行业公司	业务收入增减[注1]	差异原因分析
本公司	**42.32%**	**（多媒体音箱）**
漫步者	5.64%	漫步者主要市场集中在国内，与本公司多媒体音箱国内业务 2009 年和 2010 年销售收入 5,414 万元和 6,410 万元波动趋势相近，本公司由于国内业务基数较小，增长比例相对更快。
广州国光	86.70%	广州国光 2010 年较 2009 年音箱业务增幅比本公司大，主要原因是：1）成功开发大客户；2）平板电视机音响一体化产品进入美国市场；3）家居一体化高档消费类家庭影院和专业音响的销售额增加。
歌尔声学	84.55%	歌尔声学 2010 年较 2009 年音箱业务增幅比本公司大，主要原因是：1）募投项目达产；2）全球消费电子行业回暖；3）新技术新产品进一步赢得了国际产能转移所带来的订单机会。
本公司	**40.08%**	**（美发小家电）**
建福集团	8.02%	建福集团 2010 年销售收入增长，但幅度小于本公司。
德豪润达	23.24%	德豪润达 2010 年销售收入增长，但幅度小于本公司。

注 1：主营业务增减指 2010 年相关业务收入较上年增减百分比。

（二）报告期内公司利润的主要来源及变化趋势

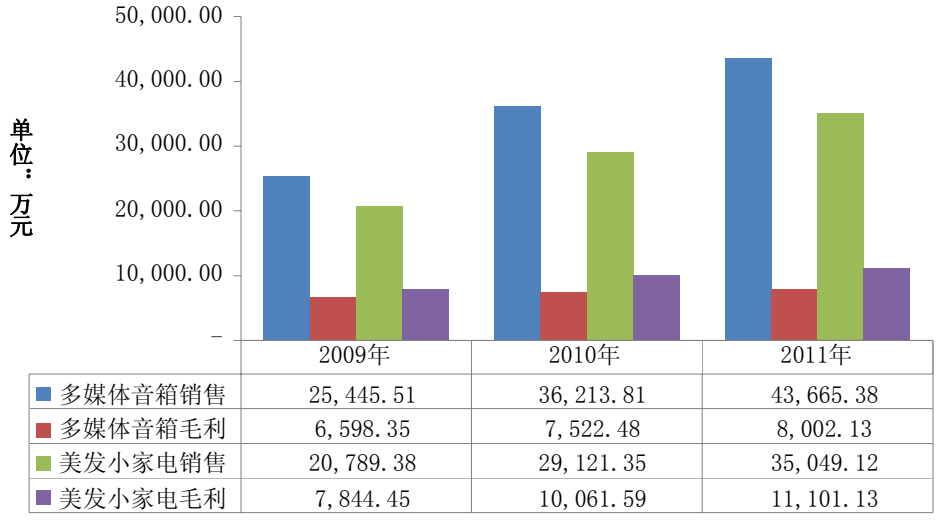
1、公司主要利润来源

报告期内，公司利润的主要构成如下：

单位：万元

产品	2011 年度		2010 年度		2009 年度	
	毛利	比例	毛利	比例	毛利	比例
多媒体音箱	8,002.13	41.03%	7,522.48	42.52%	6,598.35	45.46%
美发小家电	11,101.13	56.92%	10,061.59	56.87%	7,844.45	54.05%
其他	96.71	0.50%	57.71	0.33%	63.43	0.44%
主营业务毛利	**19,199.96**	**98.45%**	**17,641.79**	**99.71%**	**14,506.22**	**99.95%**
其他业务毛利	302.11	1.55%	50.48	0.29%	7.16	0.05%
综合毛利	**19,502.07**	**100.00%**	**17,692.27**	**100.00%**	**14,513.38**	**100.00%**

从公司主营业务毛利的构成来看，公司主营业务毛利来自于多媒体音箱和美发小家电的销售。



	2009年	2010年	2011年
多媒体音箱销售	25,445.51	36,213.81	43,665.38
多媒体音箱毛利	6,598.35	7,522.48	8,002.13
美发小家电销售	20,789.38	29,121.35	35,049.12
美发小家电毛利	7,844.45	10,061.59	11,101.13

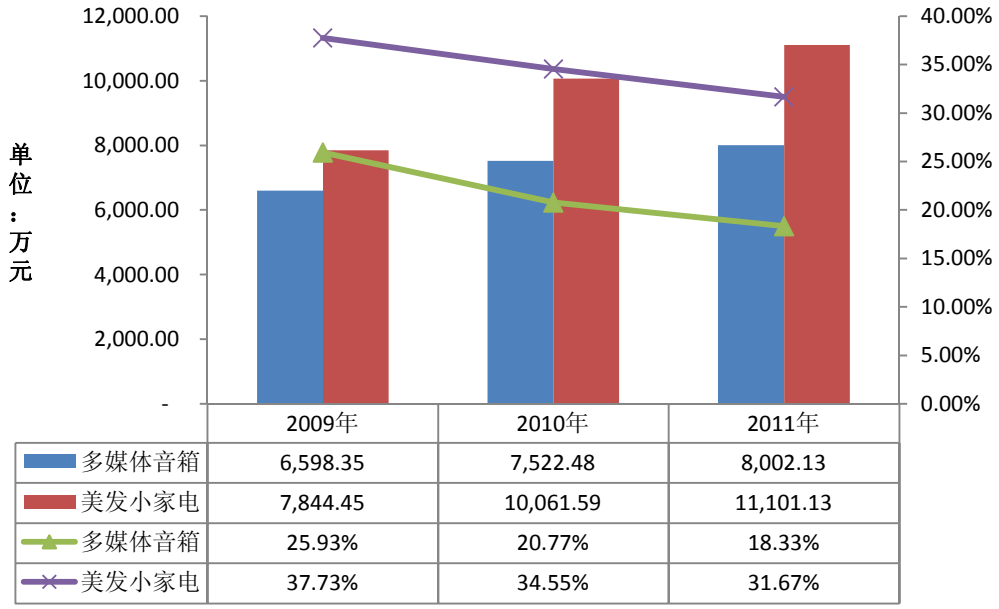
报告期内，公司综合毛利分别为 14,513.38 万元、17,692.27 万元和 19,502.07 万元，呈现逐年增长趋势，体现了公司良好的获利能力。

报告期内，美发小家电产品的毛利贡献略高于多媒体音箱产品，主要原因是美发小家电产品主要定位于专业市场，毛利空间较高。

2、毛利率及其变化原因

报告期内，公司综合毛利率和主要产品的毛利率变动情况如下表：

类别	2011 年度		2010 年度		2009 年度
	毛利率	增减	毛利率	增减	毛利率
多媒体音箱	**18.33%**	**-2.44%**	**20.77%**	**-5.16%**	**25.93%**
其中：ODM	18.05%	-2.34%	20.39%	-5.26%	25.64%
OBM	18.86%	-2.82%	21.68%	-5.01%	26.69%
美发小家电	**31.67%**	**-2.88%**	**34.55%**	**-3.18%**	**37.73%**
其中：直发器	32.89%	-2.29%	35.18%	-2.85%	38.02%
卷发器	27.74%	-3.91%	31.65%	1.18%	30.47%
电吹风	18.73%	-1.57%	20.30%	10.30%	10.00%
推剪	30.40%	-16.48%	46.88%	9.15%	37.73%
综合毛利率	**24.10%**	**-2.62%**	**26.72%**	**-4.32%**	**31.04%**



本公司多媒体音箱业务分 OBM 和 ODM 两种模式，美发小家电业务目前采取单一 ODM 模式。多媒体音箱业务 OBM 模式毛利率略高于 ODM 模式，是由公司自主品牌带来的小幅溢价。由于公司自主品牌建设尚处于起步和发展阶段，公司采取低价抢占市场的经营策略，因此目前自主品牌溢价幅度较小。

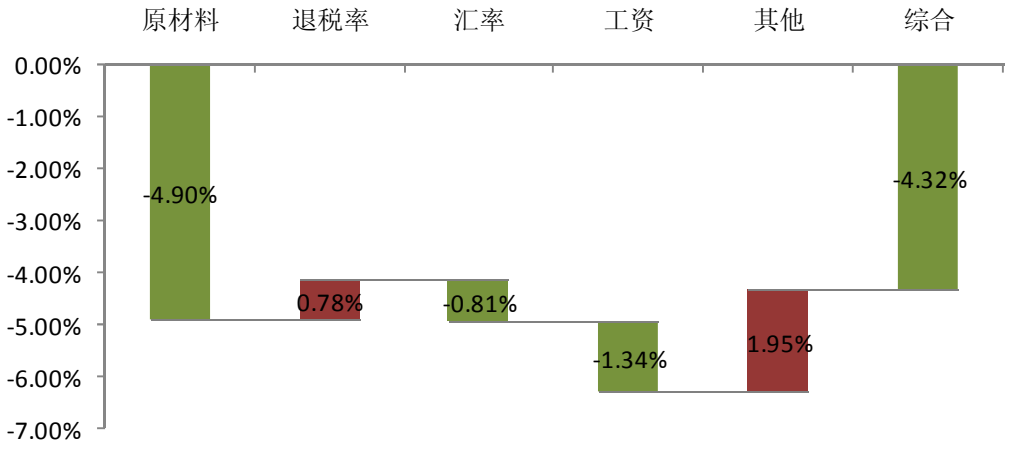
美发小家电产品销售毛利率高于多媒体音箱产品。公司美发小家电产品主要

定位于欧美专业市场，一般通过专业美发沙龙等渠道销售，终端售价较高。专业市场消费者对产品品质、安全性、使用寿命等方面要求苛刻，而价格敏感性较低。公司产品在快速升温、使用寿命等方面具有较强优势，因此能够与专业市场一线品牌商保持长期合作，保证了公司美发小家电产品较高的毛利率。

报告期内，公司综合毛利率水平有一定幅度波动，分别为 31.04%、26.72%和 24.10%。

（1）2010 年较 2009 年毛利率有下降的原因分析

影响因素	原材料	退税率	汇率	工资	其他	综合毛利率变动
2010 年较 2009 年	-4.90%	0.78%	-0.81%	-1.34%	1.95%	**-4.32%**



第一，原材料价格上涨。

报告期内，公司直接材料占生产成本超过 77%，因此是影响毛利的主要因素之一。报告期内，原材料价格波动对毛利率的影响近似计算如下：

项目	2011 年	2010 年
主要原材料的平均价格增幅	2.93%	8.62%
原材料占生产成本比例	79.19%	77.60%
营业成本（万元）	61,434.67	48,513.10
对毛利的近似影响[注1]（万元）	-1,425.45	-3,245.94
营业收入（万元）	80,936.74	66,205.37
对毛利率的近似影响[注2]	-1.76%	-4.90%

注 1：对毛利的近似影响=－营业成本×主要原材料的平均价格增幅×原材料占生产成本比例

注 2：对毛利率的近似影响=对毛利的近似影响/营业收入

通过近似计算，原材料的上涨使得毛利率下降约为 4.90%，是影响毛利率变动的主要因素。

第二，美元汇率下降。

报告期内，公司出口业务收入占总收入的 88%以上，主要以美元定价和结算。2010 年 6 月开始，人民币兑美元屡创新高，在人民币升值的条件下，相应美元定价兑换的人民币金额将减少，影响公司出口毛利率。人民币兑美元汇率上升是公司毛利率下降的主要原因之一。

如下表可见，美元兑人民币的加权平均汇率由 2009 年的 6.8317 下降到 2010 年末的 6.7700，对毛利率影响 0.81%。

项目		2011 年	2010 年	2009 年
美元出口收入	美元（万元）	11,303.78	8,731.15	6,002.58
	人民币（万元）	72,974.06	59,110.28	41,008.01
加权平均汇率（人民币：1 美元）		6.4557	6.7700	6.8317
由于人民币升值使营业收入下降金额=当年美元出口收入*（上年加权平均汇率-当年加权平均汇率）（万元）		3,552.78	538.60	614.75
申报报表营业收入（万元）		80,936.74	66,205.37	46,752.20
汇率变动使综合毛利率下降百分比		4.39%	0.81%	1.31%

第三，工资水平上涨。

随着物价水平上涨，公司每年为生产线员工上调工资，对综合毛利率有一定影响。工资上涨对毛利影响的近似计算如下：

项目	2011 年	2010 年	2009 年
工资水平涨幅	26.50%	14.29%	5.42%
营业成本（万元）	61,434.67	48,513.10	32,238.81
直接人工占生产成本比例	13.03%	12.78%	9.85%
对的毛利近似影响（万元）[注1]	-2,121.31	-885.70	-172.25

申报报表营业收入（万元）	80,936.74	66,205.37	46,752.20
对综合毛利率的近似影响[注2]	-2.62%	-1.34%	-0.37%

注 1：对毛利的近似影响=—营业成本×直接人工占生产成本比例×工资水平涨幅

注 2：对综合毛利率的近似影响=对毛利近似影响/申报报表营业收入

经测算，工资上涨对毛利率的影响约为-1.34%。

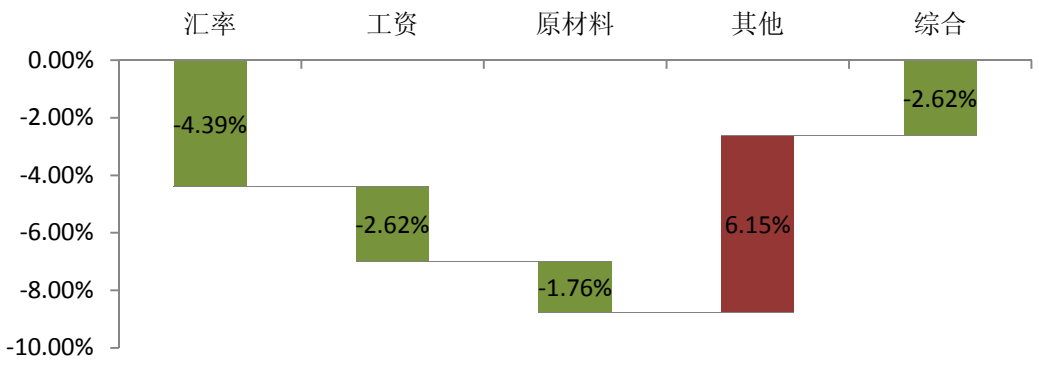
第四，自主提价对毛利下降的消化。

公司产品定价主要采用成本加成，并综合考虑产品设计和技术新颖性、独创性等。2010 年随着原材料价格上涨、人民币汇率上升和工资水平上涨等不利因素，公司通过与客户协商和推出新产品等方式提升售价，抵减了一部分不利因素带来的影响。

公司通过各种方式转嫁成本上涨存在滞后性，但是由于公司毛利空间较高，短期不利因素对公司影响较小，长期来看公司仍将保持较强的盈利能力。

（2）2011 年较 2010 年毛利率有下降的原因分析

影响因素	汇率	工资	原材料	其他	综合毛利率变动
2011 年较 2010 年	-4.39%	-2.62%	-1.76%	6.15%	-2.62%



2011 年，公司受美元汇率下降、人工成本上升、原材料价格上升等多重不利因素影响，特别是美元汇率由期初 6.6227 下跌至期末 6.3009，下跌幅度达 4.86%，对公司盈利水平造成不利影响。经测算，三因素使毛利率下降约 8.77%。自 2010 年 6 月以来，美元汇率下跌速度较快，公司敏锐察觉这一情况，第一，积极与客户协商，通过适当提高老产品价格，分担汇率风险；第二，在新产品定

价时，考虑到汇率风险，有意识地提高基础定价；第三，加强研发力度，依靠产品技术创新，提升产品的溢价空间和毛利空间。公司通过提价和推出新产品等措施对毛利率下降的消化约为 6.15%，综合毛利率下降 2.62%。

国际知名品牌商和零售商需要通过对本公司产品品质、质量管理和控制体系、产品认证、研发能力、生产管理、交付能力、社会责任等全方面考察和验证，才能将公司列入供应商体系，并通过持续合作不断佐证公司以上几方面能力，合作关系才能得到不断深化。因此，公司与主要 ODM 客户的合作关系是建立在长期、稳定的基础上，在面对短期不利因素影响下，客户能够接受分担部分不利影响，公司具有一定的风险转嫁能力。

3、与同行业上市公司比较

类　别	2010 年度		2009 年度
	毛利率	增减	毛利率
本公司：多媒体音箱 ODM	20.39%	-5.25%	25.64%
广州国光：音箱	17.29%	-11.91%	29.20%
本公司：多媒体音箱 OBM	21.68%	-5.01%	26.69%
漫步者：多媒体音箱	29.97%	-2.03%	32.00%
歌尔声学：电声器件	27.40%	3.85%	23.55%
本公司：美发小家电 ODM	34.55%	-3.18%	37.73%
建福集团：综合	20.63%	-0.25%	20.88%
德豪润达：小家电	15.40%	-4.61%	20.01%
Sally Beauty：综合	48.16%	1.00%	47.16%
HOT：综合	44.95%	1.85%	43.10%

注：以上资料来源于各公司年报。建福集团以 3 月末为各年会计期末；HOT 以 2 月末为会计期末；Sally Beauty 以 9 月末为会计期末。部分公司年报未披露分产品毛利率，以综合毛利率作为参考。

毛利率水平分析：

同行业公司	毛利率	差异原因
本公司	**20.39%**	**（多媒体音箱 ODM）**
广州国光	17.29%	毛利率与本公司同类产品相近。

本公司	**21.68%**	**（多媒体音箱 OBM）**
漫步者	29.97%	毛利率高于本公司同类产品，主要由于漫步者在国内拥有较强的品牌知名度和品牌溢价能力，而奋达品牌建设尚处于起步和发展阶段，目前采取低价抢占市场的策略。
歌尔声学	27.40%	毛利率高于本公司同类产品，主要原因是歌尔声学主要从事精密电声器件的制造与销售，生产技术的精密度更高，因此毛利率水平较高。
本公司	**34.55%**	**美发小家电**
建福集团	20.63%	毛利率显著低于本公司同类产品，一方面建福集团产品以电吹风为主，电吹风行业竞争较直（卷）发器激烈，毛利水平略低；另一方面其产品市场定位与本公司存在差异，本公司美发小家电产品主要定位于专业高端市场。
德豪润达	15.40%	同属小家电行业，但产品类型差异较大，市场竞争程度区别较大，毛利水平可比性不强。
Sally Beauty	48.16%	毛利率显著高于本公司同类产品，Sally Beauty 为本公司客户，主要从事品牌运作和产品分销，属于产业链的更高端，因此毛利率水平较高。
HOT	44.95%	毛利率显著高于本公司同类产品，HOT 为本公司客户，主要从事品牌运作和产品分销，属于产业链的更高端，因此毛利率水平较高。

注 1：毛利率指上表 2010 年毛利率。

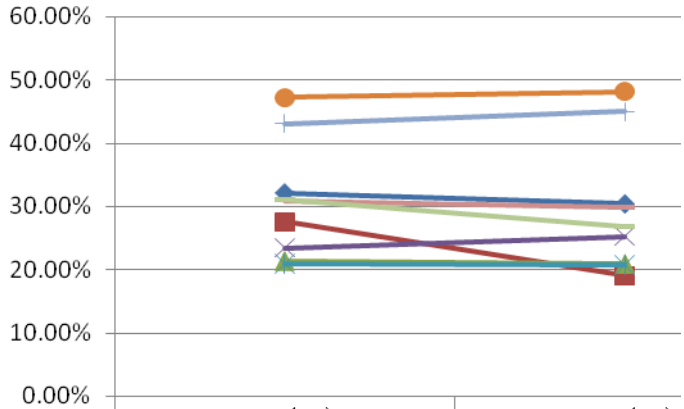
毛利率波动趋势分析：

同行业公司	毛利率增减[注 2]	差异原因分析
本公司	**-5.25%**	**（多媒体音箱 ODM）**
广州国光	-11.91%	与本公司毛利率波动幅度差异较大，根据其年报披露，2010 年广州国光毛利率下降幅度较高，除原材料、汇率和人工因素外，新产品快速投产、生产规模扩张导致新增员工熟练程度欠缺影响效率和成本，另外为抢占市场适当降低产品报价。
本公司	**-5.01%**	**（多媒体音箱 OBM）**
漫步者	-2.03%	与本公司毛利率波动相近，根据其年报披露，2010 年漫步者通过提价抵减了部分原材料和人工上涨带来的不利影响。
歌尔声学	3.85%	歌尔声学毛利率波动方向与本公司相反，根据其年报披露 2010

		年毛利率上升主要原因是规模效益和高端客户切入。
本公司	**-3.18%**	**（美发小家电）**
建福集团	-0.25%	与本公司毛利率波动相近，根据其年报披露，2010 年建福集团通过实施“精益计划”和“清洁生产计划”抵减了部分原材料价格和人民币汇率升值的不利影响。
德豪润达	-4.61%	与本公司毛利率波动相近。
Sally Beauty	1.00%	Sally Beauty 主要从事品牌运作和渠道分销，与本公司产业链的分工不同，可比性不强。
HOT	1.85%	HOT 主要从事品牌运作和渠道分销，与本公司产业链的分工不同，可比性不强。

注 2：毛利率增减指上表 2010 年毛利率与 2009 年毛利率之差。

同行业上市公司的综合毛利率进行对比分析如下：



	2009年度	2010年度
漫步者（002351）	32.13%	30.38%
广州国光（002045）	27.51%	19.00%
德豪润达（002005）	21.33%	20.87%
歌尔声学（002241）	23.44%	25.25%
建福集团（HK00464）	20.88%	20.63%
Sally Beauty（NYSE:SBH）	47.16%	48.16%
HOT（NASDAQ:HELE）	43.10%	44.95%
平均值	30.79%	29.89%
本公司	31.04%	26.72%

注：资料来源各公司年报。

总体而言，报告期内公司毛利率的变化趋势与上述同行业上市公司的平均水平相一致，2010 年较 2009 年有一定幅度下降。

报告期内，公司毛利率水平高于上述同行业上市公司的主要原因是美发小家电产品毛利率较高，多媒体音箱产品的毛利率与上述同行业上市公司的平均水平相近。公司美发小家电产品毛利率较高的主要原因如下：

（1）客户品牌优势为公司赢取了更大的毛利空间。

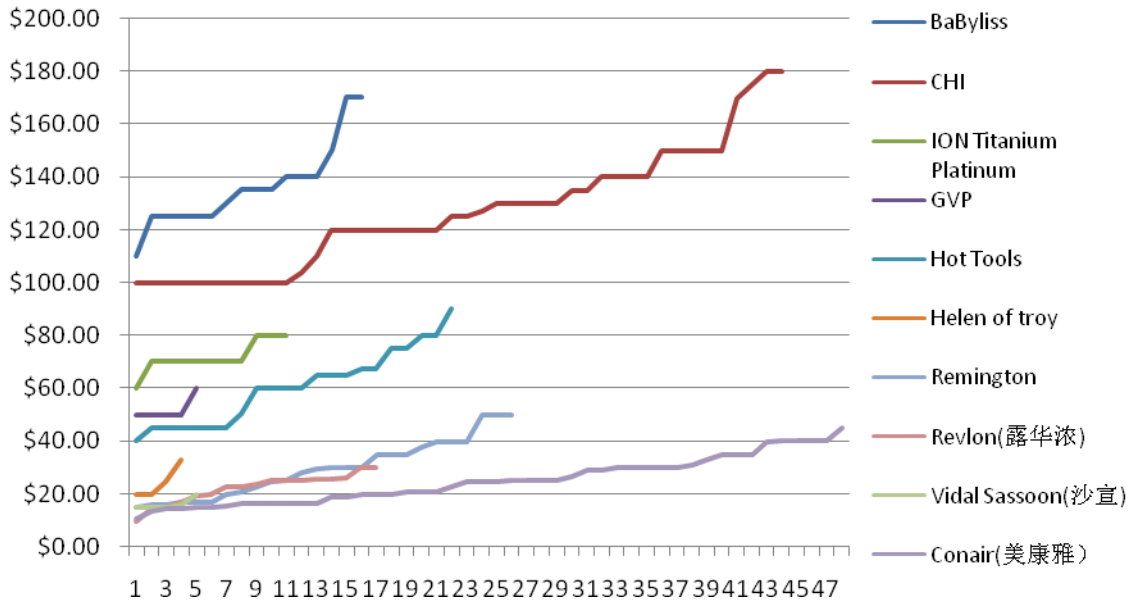
根据保荐人对美国美发电器市场实地调研，以及访谈公司美发小家电业务主要境外客户及公司管理人员，美国美发电器市场的销售渠道主要分为四类：Ⅰ、专业美容美发用品店（Exclusive），该类渠道产品仅向沙龙和具有执照的美发师（Licensed Salon Stylist）销售；Ⅱ、美发沙龙店，该类渠道主要由美发师或美发顾问向接受头发护理服务的顾客销售其采购的专业美容美发产品；Ⅲ、美容美发用品店（To The Public），该类渠道产品面向各类消费群体，大众消费者和美发师均可以购买，美发师一般能享受折扣优惠；Ⅳ、百货商店、超市，该类渠道产品主要面向大众消费者，其中百货商店主要定位于中高端品牌产品，而超市则以中低档价位产品为主。由于Ⅰ、Ⅱ类渠道直接面向美发沙龙和专业美发师，因此也被称为专业市场（Professional Market），而Ⅲ、Ⅳ类渠道面向各类消费群体，且以大众消费者为主，因此也被称为零售市场（Retail Market）。

专业市场和零售市场的主要渠道、主要品牌、目标客户等情况具体如下：

市场类型	主要渠道类别	主要品牌	目标客户	代表性销售终端	备注
专业市场	专业美容美发用品店（Exclusive）	CHI、Babyliss、HOT Tools、Paul Mitchell、RUSK、Sultra、T3	美发沙龙店、美发师、美发沙龙店再销售给其顾客	Beauty Systems Group、Armstrong McCall	对客户有资格限制，仅供应专业市场品牌产品，同类产品销售价格优于其他渠道
	美发沙龙店	CHI、Babyliss、HOT Tools、Bedhead、T3、Paul Mitchell	美发沙龙顾客	Regis	专业美发师或美发顾问为客户提供“一对一”产品选择服务，为客户提

					供最符合其发质特点的产品
零售市场	美容美发用品店（To The Public）	CHI、Babyliss、Hot Tools、Conair、Remington、Revlon、Cricket、Bedhead、T3、GVP、ION Titanium Platinum	美发沙龙店、专业美发师、各层次美容美发用品消费者	Sally Beauty Supply、ULTA	为消费者提供“一站式”美容美发用品购物便利
	百货商店	CHI、Hot Tools、Babyliss、FHI	中高端消费层次美容美发用品消费者	JC Penney、Macy’s	
	超市	Conair、Remington、Revlon、andis、Helen Of Troy、Vidal Sassoon	对价格敏感，仅关注产品基本功能的中低端大众消费者	Target、Walmart	

经查询 2011 年 10 月 Sally Beauty、Ulta、JC Penney、Macy’s、Target、Walmart 官方网站网上商城直发器产品的市场售价，上述主要品牌市场售价分布区间如下：



资料来源：Sally Beauty、Ulta、JC Penney、Macy’s、Target、Walmart 官方网站网上商城直发器产品报价，共涉及上述品牌 198 款产品。

公司直（卷）发器产品所贴主要品牌包括 CHI、GVP、ION Titanium Platinum、Hot Tools 等。由上图可知，公司贴牌产品终端售价主要分布在 100-180 美元/套及 50-80 美元/套之间，属于专业市场和零售市场的中高端品牌。因此，客户品牌的优势为公司赢取了更大的毛利空间。

（2）公司美发小家电产品出厂价占其终端售价比重较低，ODM 客户更注重 ODM 厂商的产品质量、研发能力、快速反应能力及客户服务能力。

报告期内，公司直（卷）发器产品的平均售价约 11 美元/套左右，而产品在终端市场的售价主要分布在 100-180 美元/套及 50-80 美元/套之间，产品本身采购价格在 ODM 客户营销价值链条中所占比重仅在 10%-20%之间。

根据保荐人对美国美发电器市场实地调研，以及访谈公司美发小家电业务主要境外客户管理人员等获取的尽职调查资料，美发小家电品牌商主要依靠长期的品牌推广、产品宣传及分销渠道建设来培养消费者的品牌忠诚度和引导消费潮流。对于美发小家电品牌商而言，尤其是中高端品牌，一流的产品质量、领先的产品性能和创新技术的应用是维系其品牌地位的重要保证。因此，中高端品牌运营商非常注重 ODM 厂商的产品质量、技术水平和客户服务能力，以及应对时尚潮流变迁所体现出的新产品开发能力和快速反应能力，而对占营销价值链条较小比重的产品采购价格敏感度较低。

公司美发小家电业务主要 ODM 客户为 Farouk Systems、Sally Beauty、HOT、Bio Ionic 等，在美国美容美发用品市场领域均享有极高的声誉和知名度，品牌主要定位于专业市场和零售市场的中高端品牌。公司以优良的产品品质、领先的研发能力、快速反应能力及客户服务能力取得了上述优质客户的高度认可，从而公司美发小家电产品保持了较为理想和稳定的毛利空间。

（3）公司技术优势提升了产品溢价能力。

公司一直坚持“以消费者和客户为核心、营销与研发先行”的经营策略，自 2004 年切入美发小家电行业初始，即将专业美发师对直发器产品提升升温速度、保持工作温度稳定等性能需求作为产品技术开发重点，自主研发出了直发器快速升温技术、控温技术、智能节能断电技术等一系列核心技术，并率先将喷高光油、

水转印、电镀等表面处理工艺在直发器产品领域广泛应用，奠定了公司直发器产品在专业市场领域的领先地位。

公司直发器快速升温技术，大幅提升了升温效率，直发器工作面升温至 200℃只需 20 秒左右，比国内同行升温速度快 1 倍左右，优势突出；此外，公司直发器控温技术实现了直发器快速回温、温度稳定和精确的性能，确保拉发质量和效率；公司直发器智能节能断电技术能根据直发器是否处于拉发工作状态而自动断开电源，而当直发器重新进入工作状态时，直发器则会自动快速升温至设定温度，实现产品环保节能的目的。

以上几项技术相互关联，密不可分，实现了公司直发器产品在升温效率、温度稳定性、节能环保上的有效结合。公司正是凭借着这些技术的综合运用得以设计开发出满足美发专业市场中高端客户需要的高性能产品，不断巩固和确立公司在中高端美发电器专业市场的领先地位，从而使公司直发器产品获取更高的溢价能力。

（4）公司生产和检测自动化设备的广泛应用有效提升了生产效率，降低了单位生产成本。

公司一直非常注重生产工艺技术创新，并自主开发了一系列具有知识产权的自动化生产和检测设备，如开合测试设备（专利号：ZL200920051291.1）、拉发测试设备（专利号：ZL200920051290.7）、涂接点油装置（专利号：ZL201020106051.X）、用于压切二极管的夹具（专利号：ZL201020565455.5）、一种印钢字码装置（专利号：ZL201020565451.7）等。通过生产工艺技术创新，公司大幅提高了生产检测的自动化水平，也提升了良品率，有效降低了单位生产成本。

（三）按照利润表逐项进行分析

1、营业收入分析

公司营业收入的具体分析请参见本节“二、盈利能力分析（一）营业收入构成及变化趋势”。

2、营业成本分析

报告期公司营业成本构成及变动见下表：

单位：万元

项目	2011 年度		2010 年度		2009 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
主营业务成本	60,219.42	98.02%	47,964.50	98.87%	31,915.43	99.00%
其他业务成本	1,215.25	1.98%	548.60	1.13%	323.38	1.00%
营业成本合计	**61,434.67**	**100.00%**	**48,513.10**	**100.00%**	**32,238.81**	**100.00%**

报告期内，公司营业成本的变化趋势受营业收入变化趋势的影响，但不完全一致，主要原因参见“（二）、公司毛利率的变动趋势及原因”。

3、期间费用分析

报告期内，公司期间费用占营业收入比重变化趋势如下：

单位：万元

项目	2011 年度		2010 年度		2009 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
销售费用	3,216.67	3.97%	2,544.18	3.84%	1,931.42	4.13%
管理费用	4,712.65	5.82%	4,362.50	6.59%	3,789.51	8.11%
财务费用	1,032.23	1.28%	837.83	1.27%	552.19	1.18%
合计	**8,961.55**	**11.07%**	**7,744.51**	**11.70%**	**6,273.11**	**13.42%**

（1）销售费用

公司销售费用主要包括销售人员工资及福利、运输费、广告宣传费、办公费等。报告期内，公司销售费用占营业收入的比例分别为 4.13%、3.84%和 3.97%，呈现一定的波动。

报告期内，公司销售费用明细见下表：

单位：万元

项目	2011 年度	2010 年度	2009 年度
运输费	716.22	631.08	450.82

广告宣传费	629.67	469.91	434.04
办公费	277.17	234.46	139.78
商检及验货费	193.31	178.35	115.82
工资及福利	908.26	737.04	568.92
售后服务费	150.74	153.87	115.97
出口信用保险	239.03	70.98	75.97
其他费用	102.28	68.48	30.09
合计	**3,216.67**	**2,544.18**	**1,931.42**

①2010 年销售费用上升的原因分析

公司销售费用 2010 年较 2009 年上涨 612.76 万元，涨幅为 31.73%。一方面，随着经济形势良好，公司销售收入上升，因此运输费用、商检及验货费以及售后服务费出现一定幅度上升；另一方面，随着物价上涨，公司办公费、工资、提成及福利出现一定幅度上升。

②2011 年销售费用上升的原因

2011 年销售费用较 2010 年上涨 672.50 万元，涨幅为 26.43%。其一，销售收入上升拉动运费、商检及验货费、工资提成上升；其二，公司加强自主品牌宣传力度，广告费上升；其三，为降低货款回收风险，公司增加出口信用保险的购买，保险费用增加。

与同行业上市公司相比，销售费用率具体见下表：

公司名称	2010 年度	2009 年度
漫步者（002351）	5.40%	4.69%
广州国光（002045）	3.31%	3.52%
德豪润达（002005）	9.11%	7.32%
歌尔声学（002241）	2.25%	3.05%
建福集团（HK00464）	1.76%	1.46%
平均值	4.37%	4.01%
本公司	3.84%	4.13%

注：销售费用率＝销售费用/营业收入；数据来自于各上市年报。

与上述同行业公司相比，本公司销售费用处于中等水平。

（2）管理费用

公司管理费用主要包括管理人员工资及福利费、差旅费、办公费、折旧费、养老保险费、咨询费、税金以及新产品开发费等。报告期内，公司管理费用占营业收入的比例分别为 8.11%、6.59%和 5.82%，呈现一定的波动。

报告期内，公司管理费用明细见下表：

单位：万元

项目	2011 年度	2010 年度	2009 年度
办公费	680.84	678.90	577.17
研发费	2,141.89	1,959.68	1,240.61
工资及福利费	1,337.20	1,087.67	1,164.09
折旧费	324.15	346.16	630.38
其他费用	228.56	290.10	177.26
合计	**4,712.65**	**4,362.50**	**3,789.51**

①2010 年管理费用较 2009 年上升的原因分析

公司管理费用 2010 年较 2009 年上涨 572.99 万元，涨幅为 15.12%。主要是公司新产品不断推出，特别是加大了 iPhone、iPad 系列产品的开发，研发费用大幅增加所致。其中折旧费较 2009 年减少 284.21 万元，降幅为 45.09%，主要原因是 2010 年公司将三围奋达科技工业园房产用于出租，租赁后相关折旧计入其他业务支出。

②2011 年管理费用较 2010 年上升的原因分析

公司管理费用 2011 年较 2010 年上涨 350.15 万元，涨幅为 8.03%。一方面由于员工工资福利上升，另一方面由于公司继续增加研发投入，研发费用上升。

与同行业上市公司比，管理费用率具体见下表：

公司名称	2010 年度	2009 年度
漫步者（002351）	10.93%	6.78%
广州国光（002045）	7.10%	8.69%
德豪润达（002005）	8.16%	8.38%

歌尔声学（002241）	7.97%	8.25%
建福集团（HK00464）	9.20%	10.26%
平均值	**8.67%**	**8.47%**
本公司	6.59%	8.11%

注：管理费用率＝管理费用/营业收入；上述数据来自于各上市公司年报。

本公司管理费用率与以上同行业公司相比处于同等水平。

（3）财务费用

报告期内的财务费用变动如下表所示：

单位：万元

项目	2011 年度	2010 年度	2009 年度
利息支出	346.39	379.67	441.71
利息收入	-79.84	-59.76	-72.04
汇兑损益	746.33	489.74	106.20
手续费及其他	19.35	28.18	76.32
合计	**1,032.23**	**837.83**	**552.19**

公司财务费用包括利息支出、利息收入、汇兑损益、手续费及其他，报告期内，公司财务费用分别为 552.19 万元、837.83 万元和 1,032.23 万元。

公司 2010 年财务费用较 2009 年上升 285.64 万元，增幅为 51.73%。主要原因为美元汇率波动影响。

公司 2011 年财务费用较 2010 年上升 194.40 万元，增幅为 23.20%，主要原因亦为美元汇率大幅波动影响。

公司产品以外销出口为主，目前主要以美元结算。由于美元汇率波动的影响，存在一定风险。公司通过借入美元借款冲抵一部分汇率变动带来的风险。

4、资产减值损失分析

报告期内的资产减值损失变动如下表所示：

单位：万元

项目	2011 年度	2010 年度	2009 年度
坏账准备	159.05	182.92	117.94
存货跌价准备	51.37	67.58	7.13
合计	**210.42**	**250.50**	**125.07**

公司的资产减值损失由坏账准备、存货跌价准备构成，报告期内资产减值损失合计金额总体较小。

5、营业外收支分析

（1）营业外收入

报告期内，公司营业外收支变动情况如下表：

单位：万元

项目	2011 年度	2010 年度	2009 年度
固定资产处置利得	154.07	4.25	28.57
政府补贴	540.79	493.01	411.56
赔偿收入	42.46	21.66	52.52
接受捐赠	64.71	38.23	20.08
无法支付应付款	-	1.91	20.53
其他	4.36	52.63	75.33
合计	**806.39**	**611.69**	**608.59**

报告期内，公司营业外收入分别为 608.59 万元、611.69 万元和 806.39 万元。营业外收入主要是政府补贴，具体包括专项资金扶持资助、财政补偿等。2011 年固定资产处置利得主要为处置三围奋达科技工业园相关权利和义务的利得。

（2）营业外支出

报告期内，公司营业外支出变动情况如下表：

单位：万元

项目	2011 年度	2010 年度	2009 年度
固定资产处置损失	1.63	29.06	3.59

捐赠支出	15.03	213.82	16.00
其他	0.25	2.46	2.75
合计	**16.91**	**245.34**	**22.34**

报告期内，公司营业外支出金额较小，分别为 22.34 万元、245.34 万元和 16.91 万元，主要为捐赠支出和固定资产处置损失。

6、所得税费用分析

单位：万元

项　目	2011 年度	2010 年度	2009 年度
按税法及相关规定计算的当期所得税	1,407.38	1,298.54	1,043.99
递延所得税调整	-22.65	-47.02	-67.88
所得税费用合计	**1,384.74**	**1,251.51**	**976.11**

报告期内，公司所得税费用分别为 976.11 万元、1,251.51 万元和 1,384.74 万元。所得税费用的增长与利润总额的增长趋势相匹配。

7、净利润分析

单位：万元

项目	2011 年度	2010 年度	2009 年度
营业收入	80,936.74	66,205.37	46,752.20
利润总额	10,773.67	9,992.66	8,565.48
所得税	1,384.74	1,251.51	976.11
净利润	9,388.94	8,741.15	7,589.37

报告期内公司利润总额分别为 8,565.48 万元、9,992.66 万元和 10,733.67 万元，净利润分别为 7,589.37 万元、8,741.15 万元和 9,388.94 万元，最近三年呈现逐年上升的趋势，体现了公司持续的成长性和良好的盈利能力。

2010 年公司利润总额较 2009 年增加 1,427.18 万元，增幅为 16.66%，低于营业收入 41.61%的增长幅度，主要原因是 2010 年原材料价格上涨、人工成本上升和美元汇率下降所致。

2011 年公司利润总额较 2010 年增加 781.10 万元，增幅为 7.82%，亦低于营

业收入 22.25%的增长。在营业收入增长的情况下，美元汇率下降、人工成本上升、原材料价格上涨压缩了利润空间。

（四）非经常性损益对经营成果的影响

公司报告期内非经常性损益的具体构成参见本招股说明书“第十节财务会计信息七、经注册会计师核验的非经常性损益明细表”。

单位：万元

项目	2011 年度	2010 年度	2009 年度
扣除所得税和少数股东损益后非经常性损益合计	1,867.08	1,397.22	1,473.16
归属于母公司股东的净利润	9,442.63	8,769.91	7,551.32
非经营性损益占归属于母公司股东的净利润比例	19.77%	15.93%	19.51%

报告期内，公司非经营性损益占归属于母公司股东的净利润比例分别为19.51%、15.93%和 19.77%，主要是由地方性税收优惠和财政补贴收入引起。

三、重大资本性支出情况分析

（一）最近三年重大资本性支出

报告期内，公司累计投资额合计超过 200 万元以上的重大资本性支出主要有：

建设项目名称	用途	应付金额（万元）	已付金额（万元）	款项支付	
				时间	金额（万元）
高速贴片机	生产经营	244.36	244.36	2011 年	244.36
厂房天桥	生产经营	266.00	266.00	2009 年	41.60
				2010 年	124.40
				2011 年	100.00
消防系统	生产经营	234.84	204.40	2009 年	84.40
				2010 年	50.00
				2011 年	70.00
中央空调系统	生产经营	593.92	593.92	2009 年	320.80
				2010 年	264.84
				2011 年	8.02
员工宿舍	员工住宿	409.40	409.40	2010 年	409.40

其中消防系统尚有未支付的价款，根据合同规定，该款项将于期后付清。

（二）未来可预见的重大资本性支出

截至本招股说明书签署日，除本次发行募集资金有关投资外，本公司无可预见的其他重大资本性支出计划。

四、重大担保、诉讼、其他或有事项和重大期后事项说明

截至本招股说明书签署日，本公司无重大担保、诉讼、其他或有事项及重大期后事项。

五、现金流量分析

报告期，公司现金流量情况见下表：

单位：万元

项目类别	2011 年度	2010 年度	2009 年度
经营活动产生的现金流量净额	2,984.71	10,898.05	9,706.83
投资活动产生的现金流量净额	2,929.25	79.65	-6,611.55
筹资活动产生的现金流量净额	-3,132.18	-6,466.69	-403.64
汇率变动对现金及现金等价物的影响	-39.49	10.56	-58.69
现金及现金等价物净增加额	2,742.30	4,521.57	2,632.96

（一）公司最近三年经营活动现金流量分析

报告期内，公司经营活动产生的现金流量净额分别为 9,706.83 万元、10,898.05 万元和 2,984.71 万元。报告期各期，公司经营活动产生的现金流量净额与净利润差额情况如下：

单位：万元

项目	2011 年度	2010 年度	2009 年度
净利润	9,388.94	8,741.15	7,589.37
经营活动产生的现金流量净额	2,984.71	10,898.05	9,706.83
经营活动产生的现金流量净额与净利润差额	-6,404.23	2,156.90	2,117.46

由上表可知，公司经营活动产生的现金流量净额与净利润差额 2009 年度、2010 年度较为稳定， 2011 年度波动较大。将净利润调整为经营活动产生的现金流量净额的主要过程如下：

单位：万元

序号	项目	2011 年度	2010 年度	2009 年度
1	净利润	9,388.94	8,741.15	7,589.37
2	加：资产减值准备	210.42	250.50	125.06
3	固定资产折旧、油气资产折耗、生产性生物资产折旧	1,685.39	1,786.59	1,809.20
4	无形资产摊销	111.15	113.80	94.51
5	长期待摊费用摊销	47.77	104.55	76.79
6	处置固定资产、无形资产和其他长期资产的损失（收益以“－”号填列）	-154.02	15.83	-24.97
7	固定资产报废损失（收益以“－”号填列）	1.58	8.99	-
8	公允价值变动损失（收益以“－”号填列）	-	-	-
9	财务费用（收益以“－”号填列）	377.60	358.17	500.40
10	投资损失（收益以“－”号填列）	-206.21	-185.71	-12.59
11	递延所得税资产减少（增加以“－”号填列）	-22.65	-38.15	23.73
12	递延所得税负债增加（减少以“－”号填列）	-	-8.88	-91.61
13	存货的减少（增加以“－”号填列）	-1,183.05	-2,016.05	-1,176.31
14	经营性应收项目的减少（增加以“－”号填列）	-4,687.48	-5,728.04	2,407.26
15	经营性应付项目的增加（减少以“－”号填列）	-2,584.73	7,495.30	-1,614.01
16	其他	-	-	-
17	经营活动产生的现金流量净额	2,984.71	10,898.05	9,706.83

净利润与经营活动产生的现金流量净额差异的原因系由上表中项目 2 至 16 引起。上表中项目 2 至 12 主要由固定资产折旧、资产减值准备等减少净利润而不影响经营性现金流的非现金流出项目构成，分别调整增加各年经营活动产生的现金流量净额 2,500.52 万元、2,405.69 万元和 2,051.03 万元，报告期各期金额波动幅度较小。上表项目 13 至 15 由存货、经营性应收项目、经营性应付项目构成，分别调整减少各年经营活动产生的现金流量净额 383.06 万元、248.79 万元和 8,455.26 万元。因此，2009 年度和 2010 年度经营活动产生的现金流量净额高于净利润主要系由固定资产折旧、资产减值准备等减少净利润而不影响经营性现金

流的非现金流出项目引起。

2011 年度，公司经营活动产生的现金流量净额较当年净利润少 6,404.23 万元，主要系由经营性应收项目、经营性应付项目、存货引起，具体分析如下：第一，2011 年销售收入同比增长 22.25%，拉动应收账款规模增长，此外，欧债危机给公司的出口环境带来了一定的不利影响，为缓解客户资金压力，在出口市场低迷时期进一步提高市场占有率，扩大公司产品在欧美客户中的影响力，公司在保障自身现金顺畅周转的前提下，综合评估客户资金实力、重要性、信用等级等因素，延长了部分核心 ODM 客户的信用期，导致应收账款增加 4,508.10 万元，同比增长 41.81%；第二，2011 年，公司支付完毕应付宝港奋达货款 2,200.07 万元，此外，国内资金成本高位运行、原材料价格和人工成本持续上升，上游供应商资金压力凸显，公司在考虑自身货币资金较充裕的前提下，为提高议价能力，加快了货款支付速度。导致经营性应付项目减少 2,584.73 万元；第三，随着客户合作关系不断深化和新客户开拓，公司订单金额逐渐增加，2011 年末已签订尚未完工交货的订单金额为 14,841.83 万元，同比增加 2,592.12 万元，为保障订单生产需求，公司存货增加 1,183.05 万元，同比增长 14.42%。

公司 2010 年收到其他经营活动有关的现金为 2,546.46 万元，较 2009 年增加 1,767.65 万元，增幅为 226.97%。主要变动原因是收到经营性其他应收的款项，其中包括奋达投资归还暂借款 500 万元、深圳市大鹏海关退回保证金 363 万、中小企业担保中心退回担保押金 337 万元、张进京归还意向合作电声项目暂借款 250 万元，另外 2010 年租赁收入较 2009 年增加 88.21 万元。

（二）公司最近三年投资活动现金流量分析

2009 年公司投资活动产生的现金流量净额为-6,611.55 万元，主要为：购建固定资产支付的现金 4,960.86 万元，主要为 2008 年已完工工程尾款；投资短期理财产品支付的现金 1,700.00 万元。

2010 年公司投资活动产生的现金流量净额为 79.65 万元，主要包括理财产品收回现金 1,700.00 万元和购建固定资产支出 1,833.34 万元。

2011 年公司投资活动产生的现金流量净额为 2,929.25 万元，主要包括收回宝港奋达投资 1,398.30 万元；处置三围奋达科技工业园房产等收到 2,551.90 万元；购建固定资产等支付 1,259.54 万元。

（三）公司最近三年筹资活动现金流量分析

2009 年公司筹资活动产生的现金流量净额为-403.64 万元，主要为：银行借款 1,697.50 万元；归还借款 1,647.60 万元；支付利息 453.54 万元。

2010 年公司筹资活动产生的现金流量净额为-6,466.69 万元，主要为：吸收少数股东投资 196 万元；银行借款 1,256.98 万元；归还借款 3,040.00 万元；支付股利 4,500.00 万元；支付利息 379.67 万元。

2011 年公司筹资活动产生的现金流量净额为-3,132.18 万元，主要为：股利分配 3,600.00 万元；偿还借款 2,336.00 万元；取得借款 3,407.31 万元；支付利息 346.39 万元。

六、财务状况和盈利能力的未来趋势分析

（一）公司主要优势和困难

1、主要优势

本公司拥有诸多竞争优势：差异化的经营模式和领先的市场地位、稳定而不断拓展的优质客户群体、较强的技术和研发能力、持续的新产品催化能力、过硬的产品品质和完善的质量管理体系、业内领先的快速反应和订单交付能力。具体见本招股说明书“第六节、五、公司竞争优势及劣势”。

2、主要困难

公司目前处于快速发展阶段，随着业务拓展和新客户增加，公司现有产能难以满足快速增长的订单需求。现阶段，公司通过自有资金和间接融资等手段难以满足投资项目所需，本次公开发行股票对公司发展具有重要意义。

（二）未来影响公司财务状况与盈利能力的因素

1、未来影响财务状况和盈利能力的因素

（1）行业发展前景的影响

第一，小家电行业持续增长的市场空间

根据行业协会数据，全球多媒体音箱、直（卷）发器、电吹风市场将持续增长，良好的市场潜力将为公司持续稳定的盈利提供保证。

第二，发展中地区市场前景广阔

随着发展中地区消费者经济实力提高，消费观念趋向个性、时尚，多媒体音箱和美发小家电在发展中地区具有更广阔的市场前景。

第三，技术革新对行业的影响

多媒体音箱和美发小家电产品适应高品质、快节奏的现代生活，产品和技术更新较快，公司只有不断致力于新技术新产品的研发，紧跟国际先进技术，才能持续保持并提升原有的市场地位。

（2）募集资金影响

本次公开发行募集资金到位后，将进一步扩大公司的资产规模，提高公司的综合竞争力和抗风险能力。募集资金投资项目投产后，将有效解决公司产能不足的瓶颈，提高公司自主研发实力，提升产品的技术含量和质量，公司盈利水平将得到大幅提升。

（3）自主品牌的影响

品牌营销和渠道建设是产业链中具有高附加值的环节，随着公司自主品牌影响力的不断增强，公司盈利水平和持续盈利能力将提升。

（4）发行上市的影响

公开发行上市将有助于提升公司整体形象及自主品牌“F&D 奋达”的影响力，进一步提升客户对公司的认可度；有助于改善公司法人治理结构，提高公司管理水平及整体竞争力。

2、未来财务状况和盈利能力分析

本次募集资金到位后，将提升公司财务稳健性和抗风险能力。长期来看，公司仍将保持流动资产和固定资产比例较均衡的格局，同时合理规划和安排借款规模，保持合理的资产负债率水平。随着公司市场份额的提高，自主品牌影响力扩大，产品线的不断丰富，公司的盈利能力将进一步增强。

七、公司未来分红回报规划分析

（一）公司未来分红回报规划

1、公司未来分红回报规划的主要内容

（1）回报规划制定目的：进一步明确本次发行后对公司股东的分红回报，

细化《公司章程（草案）》中关于股利分配政策的条款，增加股利分配决策透明度和可操作性，建立起对投资者持续、稳定、科学的回报机制，以保证股利分配政策的连续性和稳定性。

（2）回报规划制定考虑因素：公司着眼于长远和可持续发展，综合考虑了企业实际情况、发展目标、股东要求和意愿、外部融资环境等因素，实现公司可持续发展与对投资者持续、稳定、科学分红回报的有机统一。

（3）回报规划制定基本原则：①公司采取现金、股票或者现金与股票相结合的方式分配股利；②公司坚持以现金分红为主，每年现金分红不低于当期实现的可供分配利润的 20%；③若公司营业收入和净利润增长快速，且董事会认为公司股票价格与公司股本规模不匹配时，可以在满足上述现金股利分配之余，提出并实施股票股利分配预案。

（4）回报规划方案实施：公司董事会结合具体经营数据，充分考虑公司目前盈利规模、现金流量状况、发展所处阶段及当期资金需求，具体制订公司年度或中期分红方案。

（5）回报规划制定周期：公司至少每三年重新审阅一次《公司未来分红回报规划》，并根据公司即时生效的股利分配政策对回报规划做出相应修改，确定该时段的公司分红回报计划。

（6）2011-2013 年度公司分红具体计划：①2011-2013 年度，公司在足额预留法定公积金、盈余公积金以后，每年以现金方式向股东分配股利不低于当年实现的可供分配利润的 25%；②在确保足额现金股利分配的前提下，公司可以另行增加股票股利分配或公积金转增股本；③公司在每个会计年度结束后，由公司董事会提出股利分配预案，并提交股东大会进行表决通过。

2、公司未来分红回报规划履行的决策程序

2011 年 11 月 20 日，公司召开了第一届董事会第八次会议和第一届监事会第四次会议，分别审议通过了《深圳市奋达科技股份有限公司未来分红回报规划（2011-2013）》，公司独立董事发表独立意见认为公司未来分红回报规划有利于保护投资者合法权益和建立起对投资者持续、稳定、科学的回报机制，符合有

关法律法规、规范性文件的规定。

2011 年 12 月 6 日，公司召开了 2011 年第一次临时股东大会，审议通过了《深圳市奋达科技股份有限公司未来分红回报规划（2011-2013）》。

（二）公司未来分红回报规划的合理性分析

公司股东对公司的投入是出自对公司未来发展的信任，股东获取的投资回报主要来源于股票价格上涨和股利分配。但是，股票价格涨跌受宏观经济形势、行业发展状况、公司基本面情况、投资者情绪等多种因素影响，从而股东难以取得股票价格上涨的确定性投资回报，因此，建立持续、稳定、科学的股利分配机制，尤其是现金分红机制，有助于股东对公司股票持有正确的心态，培育正确的投资理念，稳定股票价格。

在公司未来分红回报规划（2011-2013）中，公司明确了每年以现金方式进行股利分配的比例不低于当年实现的可供分配利润的 25%，该等安排符合公司的经营现状和发展规划，兼顾了公司长远发展和股东的合理回报要求。

1、公司良好的盈利能力和现金变现能力可以保证足够的现金分红能力。

公司业务以外销为主，主要选择国际知名品牌商、零售商为合作对象，为其提供 ODM 产品。公司领先的市场地位、稳定而不断拓展的优质客户群体、较强的技术和研发能力、持续的新产品催化能力等竞争优势保证了公司良好的盈利能力；同时，公司主要客户群体信誉度良好，保证了公司良好的现金变现能力。2008、2009、2010 年，公司的净利率分别为 13.27%、16.23%、13.20%，经营性现金流量净额与净利润比分别为 1.14、1.28、1.25，公司良好的盈利能力和现金变现能力可以保证足够的现金分红能力。

2、公司财务状况良好，通过生产经营积累或外部融资能获取足量的发展资金。

公司本身资产负债率合理，银行授信额度较高，生产经营较为稳健，通过生产经营积累、信贷支持以及本次募集资金可以获得足量的发展资金；同时，在可以预见的将来，除募集资金投资项目外，公司不会出现需要其他超额资金的情形，

因此，公司现金分红不会影响公司发展规划。

3、公司主要子公司奋达电器制定了强制分红条款，确保公司具备足够的现金分红能力。

公司主要子公司奋达电器在其《公司章程》中增加了强制分红条款：“公司每年以现金方式分配的利润不低于公司当年实现的可供分配利润的 50%”。公司子公司的分红政策将确保公司具备足够的现金分红能力。

公司上市后，将通过募集资金进一步提升产能、增强研发能力，从而进一步增强公司盈利能力，与股东共享公司成长收益。

（三）公司未分配利润的主要使用用途

根据公司经营现状和发展规划，公司未分配利润将主要用于以下方面：

1、用于补充公司流动资金：目前，公司主营多媒体音箱和美发小家电业务持续保持快速增长，随着公司业务规模不断扩大，流动资金的需求亦不断增加，公司未分配利润将用于补充公司流动资金，保证生产经营正常运转。

2、用于加强公司自主品牌建设投入：报告期内，公司多媒体音箱业务自主品牌销售收入呈现快速增长，销售收入分别为 6,991.80 万元、10,768.05 万元和 14,918.65 万元，2011 年公司多媒体音箱自主品牌产品占多媒体音箱业务收入比重达 34.17%。公司将利用未分配利润进一步加大自主品牌建设投入，包括品牌推广、渠道建设、人员培训等，提升自主品牌产品比重，增强“奋达 F&D”品牌的市场影响力。

3、用于加强公司研发经费投入：公司将密切跟踪音频产品和美发小家电产品的技术和市场发展趋势，利用未分配利润进一步加强公司研发经费投入，包括人才和技术引进、自主知识产权研发、新产品开发、技术人员培训等，增强公司研发实力，优化公司产品结构，提升公司产品市场竞争力。

第十二节 业务发展目标

一、公司发展计划

（一）经营理念

公司将秉承“求真务实、持之以恒”的企业精神，坚持“为顾客提供绿色、优质、高性价比的产品和服务，让全人类享受更美好生活”的企业使命，以“尊重、诚信、创新”的服务理念，努力将公司发展成为“行业的标杆、企业的楷模、人才的圣地、社会的奋达”。

（二）整体发展战略

公司将专注于小家电行业细分市场领域，以现有多媒体音箱和美发小家电业务为基础，横向延伸产品线，建立电声产品和个人护理小家电两大运营平台，打造以“舒适生活、愉悦心声”为追求的一体化产品解决方案平台，形成极具行业特色与竞争力的产品发展战略。

公司将全力贯彻“以消费者和客户为核心、营销与研发先行”的经营策略，坚持自主知识产权开发。公司立足于全球市场，根据市场发展程度的差异性，目前采取在发达地区以ODM为主和在发展中地区以OBM为主相结合的经营模式，实现公司产品全球范围覆盖，并力争在5年内成为具有国际核心竞争力的全球领先的小家电企业之一。

（三）整体经营目标

随着公司综合竞争实力的逐渐增强，在未来2-3年内，公司将继续保持较快的发展速度。在产品方面，公司将以现有多媒体音箱和美发小家电业务为基础向深度、广度发展。多媒体音箱将重点发展iPhone、iPad系列音箱、无线音箱、H系列节能音箱、平板电视SoundBar等升级产品，并进一步延伸电声产品线，增加微型扬声器、无线耳机、降噪耳机等其他电声系列产品；美发小家电将定位于全球中高端产品市场，做精做强直发器、卷发器，加大对电吹风和电推剪的投入力度，并适时启动助听器等其他个人护理小家电项目，进一步优化公司个人护理小

家电系列产品的品种结构。在ODM市场，公司将进一步加大市场开发力度，不断扩大核心客户群；在OBM市场，公司将进一步加快在目标市场的营销网络建设进度，加大自主品牌的比重。

公司将结合上市等多种手段把公司做大做强，立足于全球市场，坚持ODM和OBM相结合的经营模式，保证公司主营业务收入和净利润的持续增长，实现公司价值最大化，股东利益最大化。

二、实现目标的具体业务计划

（一）产品线发展规划

1、升级现有产品线

（1）多媒体音箱

随着数字音频和信息技术的发展，多媒体音箱技术呈现出新的特点，小型扬声器和超小型扬声器设计技术、音箱节能技术、无线音频技术、支持新式音源设备的扩展技术等将成为未来多媒体音箱技术的发展趋势。公司将结合在上述领域已有的技术积累，进一步加大 iPhone、iPad 系列音箱、H 系列节能音箱等产品的比重，并推出高性价比的无线音箱和平板电视 SoundBar 以满足用户的多样化需求。

（2）美发小家电

公司将以市场需求为导向，顺应美发小家电产品的节能、安全、时尚的发展趋势，进一步丰富现有产品线，陆续推出节能型直发器、卷发器，自动直发器，多功能卷发器，远红外陶瓷发热电吹风，环保电推剪等新产品，并增加公司美发小家电产品在家用消费市场的比重。在产品结构上，公司将秉承“循序渐进、逐个突破”的产品开发战略，进一步做精做强直发器、卷发器产品，并以此为基础，加大电吹风和电推剪系列产品开发力度，力争公司在美发小家电市场领域取得多方位的领先地位。

2、拓展产品线规划

（1）微型扬声器、无线耳机和降噪耳机

公司以扬声器的研发、生产和销售起家，积累了丰富的扬声器开发设计经验。公司在多媒体音箱领域多年的电声技术、客户资源、人才等方面的积累为公司成功进入微型扬声器、无线耳机和降噪耳机领域提供了强大的支撑。目前，公司微型扬声器已实现小批量生产，无线耳机、降噪耳机项目也进入产品研发预研阶段，未来公司电声产品将由单一多媒体音箱系列扩充为多媒体音箱、微型扬声器、无线耳机和降噪耳机三大系列。

（2）助听器

为充分发挥公司在电声领域和个人护理小家电领域的优势，实现在交叉市场领域的新产品开发突破，公司将依托在电声产品领域的技术基础和个人护理小家电领域的客户资源基础，适时启动助听器项目的开发，进一步扩充公司个人护理小家电的产品线。

（二）研发平台建设及研发规划

在研发平台建设方面，公司将利用本次募集资金，以现有技术中心为内核，扩大建设具有国内先进水平的电声产品和个人护理小家电两大研发平台，构建以技术创新为中心的研发体系。公司将持续增加对应用技术研究、生产工艺改善及新产品开发等领域的研发投入，确保产品“生产一代、试制一代、研发一代、储备一代”，为公司的长期稳定发展提供持久动力。在开发自主知识产权的新产品同时，积极推动产品标准化工作，更好地实现大规模工业化生产，持续降低产品成本，不断提升公司产品的市场竞争力。

在新产品研发规划方面，公司将围绕客户需求和产品细分市场特点，进一步提升产品开发速度；根据行业技术发展趋势，重点投入高附加值的多媒体音箱和美发小家电升级产品的研发，并拓展现有产品线，构建电声产品和个人护理小家电两大产品平台，保证公司可持续发展能力。

（三）市场开发计划

国际 ODM 市场是公司的传统领地，公司将在巩固现有优质客户的基础上，进一步扩大公司核心客户群。公司将用业界最严格的要求来实施项目管理与跟踪服务，不断扩大市场份额，进一步强化公司在 ODM 市场的优势和领先地位。

扩大 OBM 产品的市场份额是本公司未来市场开发的重点。公司将聚焦于全球发展中地区自主品牌市场，尤其是人口规模超过一亿的重点市场，如中国、印度、孟加拉国、印度尼西亚、巴基斯坦、巴西等，进一步加大经销商的开发力度，快速建立起覆盖全球发展中地区的经销商渠道体系，提高“F&D 奋达”品牌影响力。对于重点区域市场，公司将通过派驻市场专员或设立海外办事处等多种形式，将销售支持体系前移至市场第一线，深耕细作重点市场。随着国内美发小家电市场的快速发展，公司将美发小家电产品纳入自主品牌营销体系，按照“先易后难”的市场拓展策略，从国内市场着手，逐步建立起公司完整的 ODM 与 OBM 相结合的产品经销体系。

（四）人力资源开发计划

企业的竞争归根结底是人才的竞争。公司将以任职资格体系为基础，建立完善的人才评价体系和基于员工能力的薪酬体系，形成有效的人才招聘、培养、评价、选拔、激励机制，造就汇聚优秀人才和培育优秀人才的土壤，实现人才的优胜劣汰与群体人才持续成长，锻造训练有素的专业团队，为公司发展提供强有力的智力支持。

（五）再融资计划

本次股票发行募集资金到位后，本公司将按计划投入募集资金投资项目，争取取得预期的经济效益。

本公司日后的发展资金，除通过自身经营积累以外，也可采取银行贷款、发行新股、发行债券等方式筹集。但本公司对再融资将采取谨慎的态度，对于发展所需要的资金，将根据实际财务状况，综合分析比较资本成本与资本结构，根据银行利率水平的变化趋势和自身资金需求的特点，选择有利于实现股东利益最大化的融资方式来筹集资金。同时，公司将重视股东现金回报，形成融资与分红的良性循环。

（六）收购兼并及对外扩充计划

本公司将充分考虑自身在资金、技术和管理上的优势和不足，本着对股东有利、对公司发展有利的基本原则，在条件成熟时，寻求与公司主业发展相关的企

业或技术成果进行对外投资或兼并收购，以实现本公司的快速扩张，加快产业整合的步伐，巩固和提高本公司在行业中的领先地位。

三、拟定上述计划所依据的假设条件

上述发展计划是以本公司现有的业务发展、市场地位和经营优势为基础制定，主要依据以下假设条件：

1、公司本次发行能够如期完成，募集资金能按时到位；

2、我国国民经济和社会各项事业持续稳定发展，国际与地区的经济和社会不会发生对公司运营产生重大不利影响的变化；

3、与公司业务有关的现行法律、法规、条例和政策无重大变化；

4、公司所处行业与市场环境不会发生重大恶化；

5、公司所拥有的主要竞争优势继续发挥应有作用；

6、无其它人力不可抗拒及不可预见因素造成的重大不利影响。

四、实施上述计划将面临的主要困难

1、实施公司的发展战略和各项具体发展计划，需要雄厚的资金支持，资金因素成为主要的约束条件；

2、公司成为公众公司，将在战略规划、营销策略、资源配置、组织设计等方面对公司的管理提出挑战；

3、公司未来几年将处于快速发展阶段，对各类高层次人才的需求将更为迫切，尤其是技术研发人才和国际市场营销人才。要保持企业持续的创新与竞争能力，人才是关键。公司在今后的发展中面临如何培养、引进人才等方面的挑战。

五、发展计划与现有业务的关系

公司发展规划是在现有主营业务基础上的延伸和深化，拟投资项目和具体的业务发展规划是在现有业务基础上的产能扩大和技术提升，充分利用了现有业务的技术条件、业务模式、人员储备、管理经验和客户基础，属于一脉相承的关系。

第十三节 募集资金运用

一、募集资金投资计划

（一）募集资金投资项目概况

2012 年 2 月 10 日公司召开 2012 年第一次临时股东大会，全体股东一致同意本次股票发行募集资金将依轻重缓急用于以下项目：

1、年新增 380 万套多媒体音箱扩建项目

2、年新增 420 万套美发小家电扩建项目

3、奋达技术中心扩建项目

本次募集资金投资项目共需资金 26,460 万元，项目投资额及审批情况如下：

项目名称	投资额（万元）	建设期（月）	备案号
年新增380万套多媒体音箱扩建项目	10,660	18	深发改备案[2010]0302号和深发改函[2012]109号
年新增420万套美发小家电扩建项目	12,400	18	深发改备案[2010]0286号和深发改函[2012]110号
奋达技术中心扩建项目	3,400	18	深发改备案[2010]0301号和深发改函[2012]111号
合 计	**26,460**	-	-

若本次实际募集资金小于上述项目投资资金需求，缺口部分由本公司自筹方式解决；若实际募集资金大于上述项目投资资金需求，超出部分则用于补充公司流动资金；若本次募集资金到位时间与资金需求的时间要求不一致，公司可根据实际情况以自主资金或银行贷款先行投入，待募集资金到位后予以置换。

（二）募集资金投资项目可行性研究及审批情况

本公司募集资金投资项目已聘请广东省电子机械工业设计研究院（工程咨询资格证书：工咨甲 12320070047）编制了项目可行性研究报告，经充分论证本次募集资金投资项目可行。本公司第一届董事会第九次会议及 2012 年第一次临时

股东大会审议通过了本次募集资金投资方案。

二、募集资金投资项目实施的必要性

（一）解决产能不足瓶颈

报告期内，公司主要产品产能、产量、销量、产销率、产能利用率情况如下：

期间	项目	多媒体音箱	美发小家电
2011 年度	产能（万套）	450	400
	产量（万套）	539.77	512.16
	销量（万套）	531.81	492.22
	产能利用率	119.95%	128.04%
	产销率	98.53%	96.11%
2010 年度	产能（万套）	450	400
	产量（万套）	460.55	398.76
	销量（万套）	447.52	392.00
	产能利用率	102.34%	99.69%
	产销率	97.17%	98.30%
2009 年度	产能（万套）	400	400
	产量（万套）	337.66	288.22
	销量（万套）	317.03	277.05
	产能利用率	84.42%	72.06%
	产销率	93.89%	96.12%

目前，公司业务以 ODM 为主，主要选择国际知名品牌商、零售商为合作对象，通过为其提供产品开发和制造服务，间接将产品销往美国、西欧等海外发达地区市场。因受 2008 年末全球金融危机影响，美国、西欧等国家和地区的经济均出现不同程度负增长，消费者纷纷缩减了在提高生活品质和舒适度方面的投入，从而导致公司 2009 年主营产品产销量有所下滑，产能利用率较低。伴随全球经济的复苏，以及公司核心客户基础和新客户拓展力度不断增强，2010 年以来，公司主营产品产销两旺，产能不足瓶颈逐渐显现。2011 年，公司多媒体音箱和美发小家电产能利用率分别达到 119.95%、128.04%。

公司聚焦于全球市场，并形成了清晰的市场定位，坚持“ODM+OBM”相

结合的经营模式，以实现产品全球范围的覆盖。在 ODM 市场领域，公司不断增加ODM核心客户数量，强化与行业内一流品牌运营商的深层次的业务合作关系。报告期内，公司新增了 HoMedics 、Salon UK、Trust、The Source、Speedlink 等国际知名客户，公司年均销售额 500 万元以上的核心 ODM 客户已由报告期初的 8 家增加至 16 家；此外，罗技、Tescom、Monster 等国际知名品牌商已完成对本公司资源、管理、研发体系、质量及生产能力的初步评估，进一步评估和供货合作协议正在洽谈中。在 OBM 市场领域，公司多媒体音箱业务销售额也保持高速增长，已由 2009 年度的 6,991.80 万元增加至 2011 年度的 14,918.65 万元，年复合增长率达 47.06%，“F&D 奋达”品牌多媒体音箱已在国内及印度、乌克兰等海外发展中地区形成较强的知名度。随着公司与核心ODM客户合作的不断深化，以及核心 ODM 客户体系和自主品牌经销体系的不断壮大，公司产能不足瓶颈已成为影响公司快速发展的重要障碍之一。

（二）扩大市场份额

随着个人电脑和互联网的普及率日益提高，以及笔记本、上网本、平板电脑、智能手机等新型音源设备的不断推出和发展，多媒体音箱的应用领域日益广泛，市场容量不断扩大。根据中国电子音响工业协会统计数据，2010 年全球发达地区多媒体音箱销量达 6,836.00 万套，销售额达 110.06 亿元，全球发展中地区销量达 5,503.35 万套，销售额达 82.00 亿元，预计未来三年将分别保持约 10%、12%的增长。

美、潮流、时尚是人类亘古不变的追求，随着信息全球化传播速度的不断加快，以及人们生活水平的显著提高，直发器、卷发器、中高端电吹风等欧美发达国家居民广泛用于个人日常发型护理的美发小家电产品也将逐步在全球其他市场普及。根据中国家用电器协会统计数据，2010 年全球发达地区直（卷）发器销量达 12,015.59 万套，销售额达 132.17 亿元，全球发展中地区销量达 4,200 万套，销售额达 46.88 亿元，预计未来三年将分别保持约 9%、13.3%的增长；2010 年全球发达地区电吹风销量达 14,660.48 万套，销售额达 161.27 亿元，全球发展中地区销量达 8,750 万套，销售额达 105.38 亿元，预计未来三年将分别保持约 6%、16.3%的增长。

本公司长期专注于多媒体音箱和美发小家电产品的研发、生产和销售，经过多年的发展，目前已成为国内领先的多媒体音箱和美发小家电企业之一，主要产品年销量达 1,000 多万套，在客户资源、技术研发、产品品质、生产工艺、企业声誉等方面均具备行业的领先优势，但是，公司主营产品全球市场占有率仍较低，与国际一流品牌厂商还存在较大差距。在产品市场空间日益扩大的前提下，公司必须且有能力依靠自身竞争优势通过扩大产能来进一步提高市场份额，巩固和加强本公司在行业内的领先地位。

（三）优化产品结构

随着数字音频和信息技术的发展，多媒体音箱技术呈现出新的特点，小型扬声器和超小型扬声器设计技术、音箱节能技术、2.4G 无线音频技术、支持新式音源设备的扩展技术等将成为未来多媒体音箱发展的技术趋势。随着募集资金投资项目的实施，公司将结合在上述领域已有的技术积累，通过扩大产能规模进一步加大 iPhone/iPad 系列音箱、H 系列节能音箱等产品的比重，并推出高性价比的无线音箱和平板电视 SoundBar 以满足用户的多样化需求。

目前，公司美发小家电具体包括直发器、卷发器、电吹风、电推剪四大类产品，其中直发器占比达 83%以上，在产品结构上公司秉承“循序渐进、逐个突破”的产品开发战略。随着募集资金投资项目的实施，公司将通过扩大产能规模进一步做强做精直发器业务，增加公司直发器产品在家用消费市场的比重；同时，利用公司现有客户资源和技术优势，快速做大卷发器和电吹风业务，实现直发器、卷发器、电吹风等各类产品的均衡发展，进一步优化公司产品结构。

（四）扩大规模，进一步取得规模优势和成本优势

多媒体音箱和美发小家电是需求旺盛的大众消费品，基于原材料价格、人工成本、能源价格持续攀升的状况，公司需要扩大产能，通过规模化生产进一步降低单位生产成本；此外，公司募投项目建设将采用更为先进的精细化生产管理模式，有助于公司专业制造水平、生产效率以及产品品质的提升，并有利于产品单位生产成本的降低。募投项目的建设将能够一定程度地消化成本提高对利润的不利影响，保持并提升公司的市场竞争力。

（五）提升技术开发水平，增强持续创新能力

公司产品属于小家电行业，消费需求多样，产品更新速度快，各种新型技术应用层出不穷，公司需通过持续的研发投入和新产品开发保持行业的领先地位。目前，公司已建立了涵盖电子、电声、电气、结构、软件、测试、样机等研发项目组的企业技术中心，并形成包含产品ID概念设计、电路设计、软件设计、结构设计和平面设计等较为全面稳定的核心研发团队，具备了较强的技术优势，每年开发新产品多达90余款。

但是，随着两个生产性募投项目的实施，公司多媒体音箱和美发小家电的年产能均增加至800余万套，产能增幅达94.12%，现有技术中心平台已难以满足公司未来战略发展的需求。通过实施奋达技术中心扩建募投项目，公司将进一步扩充现有多媒体音箱和美发小家电技术平台，加大在无线音频技术、苹果系列音箱技术、环保节能技术、新材料应用等技术的研发投入，缩短新产品开发周期，提高快速响应客户需求的能力，增加高附加值产品比重。此外，公司将依托新的技术中心打造以“舒适生活、愉悦心声”为追求的一体化产品解决方案平台，围绕现有主营产品客户供应链需求，横向延伸产品线，增加微型扬声器、降噪耳机、无线耳机、助听器等新项目的研发，增加公司未来技术储备，进一步延伸产品线，增强公司的持续创新能力。

三、募集资金投资项目实施的可行性

（一）募投项目是主营业务的扩大再生产项目，具备良好的实施基础

本次募集资金运用将全部围绕主营业务进行，两个生产性募投项目均为现有公司主营业务产品的扩大再生产项目，在技术开发、生产工艺、人力资源、客户及市场资源等方面均有良好的实施基础。

（二）新增产能消化的可行性

1、募投项目达产前后产能变化情况

序号	项目名称	现有产能（万套）	新增产能（万套）	达产后产能（万套）	产能增幅
1	多媒体音箱项目	450	380	830	84.44%
2	美发小家电项目	400	420	820	105.00%
合计		850	800	1,650	94.12%

2、产能扩张幅度与市场容量空间相匹配，新增产能消化压力小

（1）多媒体音箱项目

多媒体音箱作为人们日常生活休闲欣赏音乐或其他音频的大众消费品，随着多媒体技术和音源设备的不断发展，以及人们生活、消费水平的持续提高，多媒体音箱的市场需求将保持较快的增长态势。

根据中国电子音响工业协会预测，2011-2013 年全球发达地区市场多媒体音箱销量将达 7,696.79 万套、8,359.11 万套、9,060.05 万套，销售额达 123.92 亿元、134.58 亿元、145.87 亿元，年增长比例约为 10%；2011-2013 年全球发展中地区市场多媒体音箱销量将达 6,246.67 万套、6,978.70 万套、7,811.55 万套，销售额达 93.08 亿元、103.98 亿元、116.39 亿元，年增长比例约为 12%。

随着笔记本、上网本、平板电脑、平板电视、智能手机等新式音源设备的流行，尤其是美国苹果公司推出的 iPod/iPhone/iPad 等时尚高端音源设备的全球盛行，为多媒体音箱创造了一个巨大的新增市场。根据 2010 年 10 月美国苹果公司发布的 iPhone 手机销售数据，iPhone 手机全球累计销售量已突破 7,300 万套，并以每季度超过 1,000 万套的销量递增，预计到 2014 年 iPhone 手机累计销售量将突破 1.8 亿台。2010 年 4 月 3 日，美国苹果公司率先在美国本土推出 iPad 平板电脑并迅速在全球流行。根据市场研究公司 iSuppli 的预测，随着 iPad 部件供应情况的改善，未来 iPad 销量将快速增长，预计 2011 年销量将达 4,370 万套，2012 年将达 6,330 万套。根据中国电子音响工业协会预测，预计到 2014 年 iPhone 系列音箱累计销量将达 3,240 万套，新增市场空间 97.20 亿元；到 2012 年 iPad 系列音箱累计销量将达 2,174.40 万套，新增市场空间 65.23 亿元。

2011年，公司多媒体音箱产量、销量分别达539.77万套和531.81万套。2015年，公司多媒体音箱扩建项目全部达产后，公司多媒体音箱总产能将扩充到830

万套。经测算，2012-2015年，公司多媒体音箱业务仅需保持11.77%的年复合增长率即可消化全部新增产能。报告期内，公司多媒体音箱业务持续保持快速增长，销量和销售额年复合增长率分别达29.52%、31.00%，远高于募投项目新增产能消化需要的增长速度。

假设2014-2015年全球多媒体音箱市场仍保持10%的增长速度，则2015年全球多媒体音箱市场预计销量将达20,414万套。公司多媒体音箱扩建项目2015年完全达产后公司总产能为830万套，预计市场占有率仅为4.07%，仅比募投项目实施前提高约0.26%。随着募投项目的实施，公司产品的技术优势、规模优势和成本优势将进一步凸显；考虑到iPhone/iPad等新型时尚音源设备盛行带来的巨大的多媒体音箱新增市场，以及公司在iPhone/iPad系列音箱领域显著的竞争优势，公司新增产能规模适当，产能消化压力小。

（2）美发小家电项目

随着人们生活水平的不断提高，人们对美和个性化的追求得以实现，美发小家电作为发型护理造型的必备工具已在家庭日常生活中和各专业美发店广泛使用。

根据中国家用电器协会预测，2011-2013 年全球发达地区直（卷）发器的销量将达 12,988.85 万套、14,037.05 万套、15,161.42 万套，销售额将达 142.88 亿元、154.41 亿元、166.78 亿元，年增长比例约为 9%；全球发展中地区直（卷）发器的销量将达 4,842.60 万套、5,617.42 万套、6,561.14 万套，销售额将达 53.21 亿元、60.29 亿元、68.19 亿元，年增长比例约为 13.3%。

根据中国家用电器协会预测，2011-2013 年全球发达地区电吹风的销量将达 15,554.77 万套、16,498.94 万套、17,490.53 万套，销售额将达 171.10 亿元、181.49 亿元、192.40 亿元，年增长比例约为 6%；随着电吹风进入普通家庭，全球发展中地区电吹风市场规模将表现出良好的增长态势，2011-2013 年全球发展中地区电吹风的销量将达 9,625 万套、10,597.13 万套、11,720.42 万套，销售额将达 122.77 亿元、142.78 亿元、165.77 亿元，年增长比例约为 16.3%。

2011年，公司美发小家电产量、销量分别达512.16万套和492.22万套。2015

年，公司美发小家电扩建项目全部达产后，公司美发小家电总产能将扩充到820万套。经测算，2012-2015年，公司美发小家电业务仅需保持13.61%的年复合增长率即可消化全部新增产能。报告期内，公司美发小家电业务持续保持快速增长，销量和销售额年复合增长率分别达33.29%、29.84%，远高于募投项目新增产能消化需要的增长速度。

报告期内，公司美发小家电业务以直发器系列产品为主，占美发小家电业务收入比重达 83%以上。本次美发小家电扩建项目将分别新增直发器产能 240 万套，卷发器产能 140 万套，电吹风产能 40 万套。

2011 年，公司直发器、卷发器、电吹风的销量分别为 394.46 万套、80.30 万套、16.91 万套，报告期内销量年复合增长率分别为 21.67%、300.04%、613.01%，均保持快速增长势头，产能消化压力小。募投项目实施后，公司美发小家电业务品种结构将进一步优化，为客户提供系列化美发小家电产品的服务能力将大大增强。目前，公司美发小家电产品主要定位于专业美发沙龙市场，本次募投项目将增加中高端家用市场产品比重，形成更为合理的产品市场格局。

（三）公司为实施募集资金项目在生产工艺、人力资源及管理、产品营销等方面的准备

1、生产和技术方面的准备情况

两个生产性募投项目均是公司现有成熟的主营业务项目，均已成功实现规模化生产。本次募集资金投资项目采用成熟的生产技术和工艺流程，可确保项目的顺利实施。

2、人力资源方面的准备情况

根据募集资金投资项目规划，年新增 380 万套多媒体音箱扩建项目全面达产后，劳动定员 700 人；年新增 420 万套美发小家电扩建项目全面达产后，劳动定员 850 人；奋达技术中心扩建项目完工后，劳动定员 180 人。目前公司正在制定与项目建设进度配套的人员招聘及培训计划，并将随着项目开工建设分阶段逐步实施。

3、市场营销方面的准备情况

（1）提升对现有优质客户的销售规模

目前，公司业务以 ODM 为主，主要选择国际知名品牌商、零售商为合作对象，着力构造稳定、双赢的合作模式。截至报告期末，公司业已构建了以 Farouk Systems、Altec Lansing、Sally Beauty、Cyber Acoustics、Bio Ionic、HOT、Imation、Sven、Corioliss、昆盈、IGP LLC、Aircom Asia Ltd.、Salon UK、Trust、The Source、Speedlink 等核心客户为基础的客户体系，该等核心客户奠定了公司持续发展的重要基础，是公司核心竞争力的重要组成部分。公司将进一步深化与核心客户的合作关系，加强产品 ID 创意、市场趋势预测、新技术应用等方面的信息沟通，充分利用公司现有的技术优势、品质优势、生产优势，扩充与现有优质客户合作产品项目的广度和深度，提升对现有优质客户的销售规模。

（2）加大新客户的开发力度

经过多年的海外 ODM 业务拓展和积累，公司已在业内树立了良好的口碑和市场形象，并与众多国际知名品牌商、零售商建立了良好的合作关系。公司将加强新客户开发的力度，借助公司良好的声誉和领先的综合竞争优势，巩固和扩大公司的核心客户群。

2010 年以来，公司持续的新客户开发策略取得了重大进展，新增了 HoMedics 、Salon UK、Trust、The Source、Speedlink 等国际知名客户；此外，罗技、Tescom、Monster 等国际知名品牌商已完成对本公司资源、管理、研发体系、质量及生产能力的初步评估，进一步评估和供货合作协议正在洽谈中，公司的核心客户体系得到了巩固和增强，同时也为未来募投项目产能消化提供了坚实的保障。

（3）进一步巩固和拓展自主品牌的营销网络

在多媒体音箱产品方面，公司目前已在印度、乌克兰、孟加拉国等海外发展中国家拥有 12 家经销商，并在国内建立了 42 家经销商。公司将坚持目前的经销制营销模式，在境内择优挑选符合条件的经销商，增加经销商的数量，并积极协同各地经销商，对市场精耕细作，进一步提升境内多媒体音箱营销渠道的覆盖率

和渗透率；对境外市场而言，公司将聚焦于全球发展中地区市场，尤其是人口规模超过一亿人的重点市场，进一步加快海外经销商的开发力度，快速建立起覆盖全球发展中地区的经销商体系，提高“F&D 奋达”品牌海外影响力。对于重点区域市场，公司将通过派驻市场专员或设立海外办事处等多种形式，将销售支持体系前移市场第一线，深耕细作重点市场。

随着直发器、卷发器等时尚类美发小家电产品市场在发展中国家逐步形成，公司美发小家电业务将复制多媒体音箱“ODM+OBM”相结合的业务模式，按照“先易后难”的市场拓展策略，从国内市场着手，逐步建立起公司完整的 ODM 与 OBM 相结合的产品经销体系。

（四）募投项目技术中心扩建项目配套的人才和技术储备情况

1、人才储备情况

根据募集资金投资项目规划，技术中心扩建项目预计定员 180 人，其中利用现有技术人员 65 人，面向社会和高等院校招聘 115 人。根据技术中心扩建项目建设进度，公司人力资源部门已制定了详细的技术人员招聘计划。通过“2011 年应届毕业生‘优才计划’”,公司从华中科技大学、武汉理工大学等高校招收了 28 名储备技术人员，涵盖功能材料、自动化、电子信息工程、工业设计、软件工程、通信工程、应用物理等专业；此外，公司还通过社会招聘引进了 22 名高级软件工程师、高级电子工程师、平面设计师、ID 设计师、结构工程师等技术人员。公司将采取分步骤、分层次、分结构的技术人才储备计划，密切配合技术中心扩建项目的进度，预计 2013 年完成技术中心人才储备计划。

2、技术储备情况

公司技术中心扩建项目基于两个生产性募投扩建项目的技术创新需求，以行业最新技术和消费潮流为导向，通过新技术、新产品的导入来优化现有产品的结构，提升产品档次。目前，公司技术项目储备情况如下：

项目名称	项目简介	项目进展
H 系列音响系统	采用公司专利技术，突破了市面上的 USB 供电音响总功率小于 3W 的限制，以 5V/500mA 的 USB 电脑供电实现 10W×2 的大功率震撼听感效果。	批量生产
E 系列音响系统	采用单个长条型音箱设计解决了目前音箱左、右单独结构设计的缺陷，简洁大方；同时采用高效率开关电源配电脑的一体化 Soundbar 系统，具有 SRS 环绕影院效果。	批量生产
苹果系列音箱	专配苹果 iPad/iPhone/iPod 产品，已有多款产品成功通过 TDMA、OTA 测试。	批量生产
蓝牙、2.4G 无线音箱	通过蓝牙、2.4G 无线模块的应用，使音箱产品与音源间实现无线音频传输。	批量生产
平板电视 Soundbar 产品	通过 2.4G 无线模块的应用，使音箱主机与低音炮之间的音频实现无线传输；功放部分采用电子变压器替代传统的变压器，电能使用效率提升至 93%左右，同时还具有自动电压调节功能，电压工作范围可达 88V-264V，从而使产品能满足不同地区市场要求；采用 HDMI 解码技术，仅用一根 HDMI 线实现液晶电视、音响、DVD 的互连。	批量生产
iFree 模块	iFree 是公司自主设计开发的协议/技术规范，基于 WiFi，将 iFree 技术应用到音箱产品上，可通过无线连接，整合各种音/视频终端产品，实现家庭网络的多媒体无线互联。	样机阶段
触摸屏风筒	风筒上配备触摸屏，实现多功能和方便操作。	批量生产
远红外陶瓷发热电吹风	远红外厚膜陶瓷发热，节能、低噪音，对人体具有保健功能。	小批量生产
节能型直（卷）发器	产品采用智能电源控制技术，能够智能切换工作模式。	样机验证
自动直发器	采用微型马达驱动和软性滚轮来牵引毛发，减轻使用者在直发时的劳动强度。	样机验证
变形王卷发器	将原卷发器发热管分解成三部分以上，在结构上实现可以将分解的发热部件两端做上下运动，调节后的发热部件可以形成多个尺寸的外形直径及多种造型。	样机验证
三板多功能卷发器	打破传统结构，设计出一种中间是两个以上发热管，上下配与发热管匹配的波浪板的三板结构产品，实现可做成两	样机验证

	个以上圆卷、S 形大小卷、深波浪卷等多种造型功能。	
快速预热卷发器	采用体积小，大功率陶瓷发热芯，实现行业内最快升温速度（10 秒内达到 140 度）预热卷发器	样机验证
充电卷发器	产品有充电功能，便于携带。	样机验证
波浪自动烫发器	利用齿轮咬合结构及给齿轮加热，实现齿轮与齿轮咬合旋转滚烫出规则、连续性的齿轮波浪。	规划阶段

四、本次募集资金运用对发行人的影响

（一）本次募投项目新增固定资产的合理性

公司募集资金大部分资金用于募投项目的厂房建设及购买生产、研发设备，固定资产总额将比目前水平增加 92.92%，产能增幅为 94.12%，固定资产增加幅度与公司产能扩充比例基本匹配。

（二）本次募集资金运用对发行人财务状况和经营成果的影响

1、对总资产、净资产的影响

本次募集资金到位后，公司的资产总额和所有者权益将大幅提高，短期内公司资产负债率水平将大幅下降，提高了公司债务融资的能力，增强了公司防范和抵御财务风险的能力。

2、对净资产收益率及盈利能力的影响

本次募集资金到位后，短期内由于净资产的迅速扩张，本公司的净资产收益率将被摊薄，每股收益将出现一定程度的下降。但从中长期来看，募集资金投资项目均具有良好的盈利前景，随着项目的投产比例提高，营业收入和利润水平将大幅增长，净资产收益率和盈利水平也会有较大提高。

3、固定资产折旧对公司未来经营成果的影响

公司两个生产性扩大产能募投项目的固定资产投资额较大，预计将累计投入 18,543 万元，占投资总额的 80.41%，根据公司固定资产折旧政策测算，投产后

年折旧额为 1,298.70 万元。根据可行性研究报告，募投项目自投产第一年起就实现盈利，因此新增折旧不会拖累公司整体盈利。根据公司 2011 年 24.10%的综合毛利率水平，公司销售增长 5,388.80 万即可消化 1,298.70 万元折旧额。因此，两个扩建项目新增折旧额对公司未来经营成果影响较小。

奋达技术中心扩建项目完成后，新增年折旧额为 232.23 万元，可由收入正常增长消化，对公司业绩影响小。

五、募集资金投资项目简介

（一）年新增 380 万套多媒体音箱扩建项目

1、项目概况

本项目将在公司现有的多媒体音箱生产规模的基础上，通过新建厂房、引进新设备扩大多媒体音箱的制造能力。项目建成后，公司的多媒体音箱年产能将由目前的 450 万套扩大至 830 万套。

2、投资概算情况

本项目投资总额为 10,660 万元，其中建筑工程投资 4,633 万元、设备购置及安装费用 3,163 万元、土地使用权及其他费用投资 1,264 万元、铺底流动资金投资 1,600 万元，全部以募集资金投入。总投资情况如下表所示：

序号	项目名称	估算投资（万元）	占投资比例
1	建筑工程费	4,633	43.46%
2	设备购置及安装费	3,163	29.67%
3	土地使用费	465	4.36%
4	工程建设其他费用	799	7.50%
建设投资合计		9,060	84.99%
5	铺底流动资金	1,600	15.01%
项目总投资合计		10,660	100%

其中：

（1）建筑工程费用主要用于新建厂房 14,000 平方米，库房 7,000 平方米，办公楼 2,700 平方米，宿舍及食堂 7,300 平方米，建筑面积总计 31,000 平方米。

（2）设备购置及安装费用主要用于购置国内外先进的生产和检测设备等500套，以及公用工程和服务性工程设备的购置及安装。

（3）工程建设其它费用主要包括建设单位管理费、勘察费、设计费，招标费、工程监理费、基本预备费等各项费用。

3．投资项目的工艺流程、技术方案和设备选型原则

（1）工艺流程

多媒体音箱的工艺流程见本招股说明书“第六节、六、（三）主要产品工艺流程”。

（2）技术方案

多媒体音箱主要工艺分为插件、扬声器制造、木箱制造、注塑和组装五大部分，公司在10多年的多媒体音箱生产过程中已经形成了成熟的制造技术与工艺体系，本项目主要在此基础上进行节能、低碳、品质、技术等方面的优化与提升，具体参见本招股说明书“第六节、九、发行人的技术水平与研发情况”。

（3）设备选型原则

根据生产规模及产品加工工艺的需要，并结合公司已有的设备状况，对设备进行合理的配置。设备选型以高效率、低能耗、性能先进、稳定可靠、性价比高为原则，大部分设备在国内采购，少量关键设备采用国外进口。

①木箱加工车间主要生产装备包括：多头横V机、直V机、多功能钻孔机、贴皮机、刨花机、真空吸塑机、包边机及流水线等设备。

②注塑车间主要生产装备包括：注塑机、中央冷水机、混料机等设备。

③扬声器车间主要生产装备有：打胶机、充磁机、端子机、自动极性测试仪、音频扫频信号发生器、Fo测试仪、CLIO测试系统及流水线等各种设备。

④插件车间主要设备有：SMT自动贴片机、AI自动插件机、波峰焊机及流水线等设备。

⑤总装车间主要设备有：流水线、听音房等相关测试设备。

⑥测试设备有：Klippel扬声器分析系统、B&K音频分析仪、LMS测试系统、AP测试系统消声室等设备。

4．产品的质量标准

本项目产品质量管理标准将参照国际通行标准、国家标准和行业标准执行，本公司多媒体音箱产品具体执行的质量标准参见本招股说明书“第六节、六、（七）主要产品的质量管理情况”。

5．主要原材料、辅助材料及能源的供应情况

本项目产品所需原材料和外购件主要包括塑胶原料、中纤板、线材、扬声器材料、PCB 板、变压器、电子元器件等，上述材料均由长期合作的供方提供，质量稳定、可靠，再加上珠三角地区电子产业链比较发达、配套齐全，所以供应渠道有保障。

本项目主要原材料、辅料年用量及供应来源如下：

序号	材料名称	单位	年需求量	供应来源
一	主要材料			
1	扬声器材料（盆架、纸盆等）	万套	380	国内采购
2	塑胶原料	万套	380	国内采购
3	中密度板材	万套	380	国内采购
4	线材（电源线、信号线等）	万套	380	国内采购
5	PCBA板	万套	380	自制
6	变压器	万套	380	国内采购
7	电子料（电容、二极管、IC等）	万套	380	国内采购
8	五金件	万套	380	国内采购
9	网布	万套	380	国内采购
10	胶皮	万套	380	国内采购
二	辅料			
1	无铅锡条、锡线	吨	15	国内采购
2	抹机水	吨	8	国内采购
3	胶水	吨	20	国内采购

项目所需能源主要是电和自来水，电由深圳市农电总公司供应，自来水由深圳市宝安自来水有限公司供应，具体情况如下：

序号	名　称	单　位	年耗量	供应来源
1	电	万 kw.h	520	深圳市农电总公司

2	自来水	万 m^3	3.4	深圳市宝安自来水有限公司
3	压缩空气	万 m^3	200	自产

6．项目的选址情况

本项目选址于石岩奋达科技园内。目前公司总部及主要生产经营场所均位于石岩奋达科技园，石岩奋达科技园一期建设工程已于 2008 年 4 月完工并投入使用，募投项目为石岩奋达科技园二期建设工程。

7．环保影响及措施

本项目属清洁生产型电子加工制造业，产品生产过程对环境影响较小。公司多媒体音箱产品生产所需的电子元器件、塑胶原料、中纤板、五金件等原材料均外购，生产过程的污染源主要系注塑机、木工机械及空压机、空调风机等设备产生的噪声，木箱加工粉尘，焊烟，胶水挥发气体，生产中产生的边角料、废件及纸皮、纸箱等废弃物等，总体污染很小，本项目已经制定了切实有效的治理措施。

本项目业经深圳市人居与环境委员会审查批准，并出具了深环批[2011]100067 号《深圳市人居与环境委员会建设项目环境影响审查批复》。

8．项目的组织方式和实施计划

本项目由奋达科技直接实施，预计募集资金到位后开始进入土建阶段，建设期为 1.5 年，包括厂房建设、设备采购安装调试，直到验收交付使用全过程。项目第二年投产并达到设计产能的 30%，第三年达到设计产能的 80%，第四年达产。

9．项目经济效益分析

本项目计算期 12 年，其中建设期 1.5 年、第四年达产、满负荷生产期 8 年。项目设计年产能 380 万套。项目达产后每年可实现年新增营业收入 32,300 万元、利润总额 3,883.5 万元、净利润 3,301.0 万元、税前财务内部收益率 30.5%、税后财务内部收益率 26.0%、税前投资回收期（含建设期）5.0 年、税后投资回收期（含建设期）5.5 年、盈亏平衡点 60.1%。项目具有较好的经济效益。

本项目的敏感性分析如下：

序号	不确定因素	变化率（%）	税前财务内部收益率	敏感度系数
1	产品产量	10.0%	37.9%	2.43
		5.0%	34.2%	2.45
		-5.0%	26.7%	2.48
		-10.0%	22.9%	2.50
2	销售价格	10.0%	54.7%	7.97
		5.0%	42.8%	8.11
		-5.0%	17.4%	8.61
		-10.0%	2.9%	9.06
3	原材料成本	10.0%	13.6%	-5.53
		5.0%	22.3%	-5.39
		-5.0%	38.4%	-5.20
		-10.0%	45.9%	-5.05
4	建设投资	10.0%	28.0%	-0.79
		5.0%	29.2%	-0.82
		-5.0%	31.8%	-0.88
		-10.0%	33.2%	-0.91

如上表所示，产品产量、销售价格、原材料成本、建设投资金额等因素变化时，对项目的税前财务内部收益率均将产生影响。销售价格、原材料成本、产品产量三项因素的敏感度较高，其中最敏感的因素为销售价格，当销售价格降低5%时，税前财务内部收益率为17.4%。

（二）年新增 420 万套美发小家电扩建项目

1、项目概况

本项目将在公司现有的美发小家电生产规模的基础上，通过新建厂房、引进新设备扩大美发小家电的生产能力。项目建成后，公司的美发小家电年产能将由目前的 400 万套增加至 820 万套，其中直发器新增产能 240 万套，卷发器新增产能 140 万套，电吹风新增产能 40 万套。

2、投资概算情况

本项目投资总额为 12,400 万元，其中建筑工程投资 5,112 万元、设备购置及

安装费用 4,014 万元、土地使用权及其他费用投资 1,474 万元、铺底流动资金投资 1,800 万元，全部以募集资金投入。总投资情况如下表所示：

序号	项目名称	估算投资（万元）	占投资比例
1	建筑工程费	5,112	41.23%
2	设备购置及安装费	4,014	32.37%
3	土地使用费	510	4.11%
4	工程建设其他费用	964	7.77%
建设投资合计		10,600	85.48%
5	铺底流动资金	1,800	14.52%
项目总投资合计		12,400	100%

其中：

（1）建筑工程费用主要用于新建厂房及库房 22,400 平方米，办公楼 3,200 平方米，宿舍及食堂 8,400 平方米，建筑面积总计 34,000 平方米。

（2）设备购置及安装费用主要用于购置国内外先进的生产和检测设备等 700 套，以及公用工程和服务性工程设备的购置及安装。

（3）工程建设其它费用主要包括建设单位管理费、勘察费、设计费，招标费、工程监理费、基本预备费等各项费用。

3、投资项目的工艺流程、技术方案和设备选型原则

（1）工艺流程

美发小家电的工艺流程见本招股说明书“第六节、六、（三）主要产品工艺流程”。

（2）技术方案

根据本项目美发小家电产品结构与生产工艺要求，拟组建注塑车间、电子车间、装配车间。

①注塑车间

注塑车间主要任务是注塑成型美发小家电壳体，成型后的壳体经外协喷印后送往装配车间。

②电子车间

SMT 生产线是将 PCB 板上需要贴片的元器件贴焊到 PCB 表面规定位置上，配备有编程、自动上板、点胶、贴片、回流焊、自动下板工序所需设备。

③装配车间

装配车间主要用于组装直发器、卷发器和电吹风产品。车间配有组装、测试、包装一条龙的生产流水线。

（3）设备选型原则

为了保证项目建设整体工艺方案的实现，达到国内一流的专业化生产规模的目标，设备的选型原则如下：①能满足产品质量要求，确保产品质量稳定，一致性好；②在设定的工作制度和工艺方案下，能达到预定的生产效率；③设备的操作、维修方便，配件互换性好并能及时提供；④在价格相近的情况下，优先选用技术先进，质量稳定，并经过同类产品批量生产验证过的设备。

4、产品的质量标准

本项目产品质量管理标准将参照国际通行标准、国家标准和行业标准执行，本公司美发小家电产品具体执行的质量标准参见本招股说明书“第六节、六、（七）主要产品的质量管理情况”。

5、主要原材料、辅助材料及能源的供应情况

本项目产品所需原材料和外购件主要包括塑胶原料、PCB 板、电子元器件、铝板、发热体、马达等，上述材料均由长期合作的供方提供，因多数供方为长期战略合作伙伴，质量稳定、可靠，再加上珠三角地区电子产业链比较发达、配套齐全，所以供应渠道有保障。

年新增产能 240 万套直发器产品主要原材料、辅料年用量及供应来源如下：

序号	材料名称	单位	年需求量	供应来源
一	主要原材料			
1	塑胶原料	万套	240	市场采购

2	PCBA 板	万套	240	自制
3	PTC	万件	240	市场采购
4	NTC	万件	240	市场采购
5	铝板	万套	240	市场采购
6	电极片、电线等	万套	240	市场采购
7	标准件、五金件等	吨	5.6	市场采购
8	胶纸等	万套	240	市场采购
二	辅料			
1	锡膏	公斤	173	市场采购
2	包装辅材	万套	240	市场采购

年新增产能 140 万套卷发器产品主要原材料、辅料年用量及供应来源如下：

序号	材料名称	单位	年需求量	供应来源
一	主要原材料			
1	塑胶原料	万套	140	市场采购
2	PCBA 板	万套	140	自制
3	电源线	万套	140	市场采购
4	铝筒	万件	140	市场采购
5	夹子	万件	140	市场采购
6	PTC	万件	140	市场采购
7	标准件、五金件等	吨	2	市场采购
8	塑胶件、胶纸等	万套	140	市场采购
二	辅料			
1	锡膏	公斤	98	市场采购
2	包装辅材	万套	140	市场采购

年新增产能 40 万套电吹风产品主要原材料、辅料年用量及供应来源如下：

序号	材料名称	单位	年需求量	供应来源
一	主要原材料			
1	塑胶原料	万套	40	市场采购
2	马达	万台	40	市场采购
3	电源线	万套	40	市场采购
4	发热架	万套	40	市场采购

5	电源开关	万套	40	市场采购
6	PCBA 板	万套	40	自制
7	标准件、五金件等	吨	0.6	市场采购
8	塑胶件	万套	40	自制
二	辅料			
1	锡膏	公斤	29	市场采购
2	包装辅材	万套	40	市场采购

项目所需能源主要是电和自来水，电由深圳市农电总公司供应，自来水由深圳市宝安自来水有限公司供应，具体情况如下：

序号	名　称	单　位	年耗量	供应来源
1	电	万 kw.h	260	深圳市农电总公司
2	自来水	万 m^3	4.6	深圳市宝安自来水有限公司
3	压缩空气	万 m^3	25	自产

6、项目的选址情况

本项目选址于石岩奋达科技园内。目前公司总部及主要生产经营场所均位于石岩奋达科技园，石岩奋达科技园一期建设工程已于 2008 年 4 月完工并投入使用，募投项目为石岩奋达科技园二期建设工程。

7、环保影响及措施

本项目属清洁生产型电子加工制造业，产品生产过程对环境影响较小。公司美发小家电产品生产所需的 PCB 板电子元器件、塑胶原料、发热体、马达等原材料均外购，生产过程的污染源主要系注塑机、空压机、空调风机等设备产生的噪声，回流焊、波峰焊等产生少量废气，生产中产生的边角料、废件及纸皮、纸箱等废弃物等，总体污染很小，本项目已经制定了切实有效的治理措施。

本项目业经深圳市人居与环境委员会审查批准，并出具了深环批[2011]100068 号《深圳市人居与环境委员会建设项目环境影响审查批复》。

8、项目的组织方式和实施计划

本项目由公司全资子公司奋达电器实施，预计募集资金到位后开始进入土建阶段，建设期为 1.5 年，包括厂房建设、设备采购安装调试，直到验收交付使用

全过程。项目第二年投产并达到设计产能的 30%，第三年达到设计产能的 80%，第四年达产。

9、项目经济效益分析

本项目计算期 12 年，其中建设期 1.5 年、第四年达产、满负荷生产期 8 年。项目设计年产能 420 万套。项目达产后每年可实现年新增营业收入 32,532 万元、利润总额 6,572.1 万元、净利润 4,929.0 万元、税前财务内部收益率 39.8%、税后财务内部收益率 30.7%、税前投资回收期（含建设期）4.3 年、税后投资回收期（含建设期）4.9 年、盈亏平衡点 46.9%。项目具有较好的经济效益。

本项目的敏感性分析如下：

序号	不确定因素	变化率（%）	税前财务内部收益率	敏感度系数
1	产品产量	-5%	35.4%	2.21
		-10%	31.0%	2.23
		5%	44.2%	2.17
		10%	48.4%	2.16
2	销售价格	-5%	29.9%	4.98
		-10%	19.4%	5.13
		5%	49.4%	4.81
		10%	58.8%	4.75
3	原材料成本	5%	34.4%	-2.72
		10%	28.8%	-2.76
		-5%	45.2%	-2.67
		-10%	50.4%	-2.65
4	建设投资	5%	38.4%	-0.74
		10%	37.0%	-0.71
		-5%	41.4%	-0.79
		-10%	43.1%	-0.82

如上表所示，产品产量、销售价格、原材料成本、建设投资金额等因素变化时，对项目的税前财务内部收益率均将产生影响。销售价格、原材料成本、产品产量三项因素的敏感度较高，其中最敏感的因素为销售价格，当销售价格降低5%时，税前财务内部收益率为29.9%。

（三）奋达技术中心扩建项目

1、项目概况

本项目将在公司现有技术中心基础上，通过扩建研发办公大楼、引进一批先进的研发、生产、检测设备和专业技术人才，建立一个专注于消费类电子产品领域研发，集新产品开发、新技术新工艺研究并应用、产品验证为一体的专业技术中心。

2、投资概算情况

本项目投资总额为 3,400 万元，其中建筑工程投资 1,191 万元、设备购置及安装费用 1,492 万元、土地使用权及其他费用投资 537 万元、铺底流动资金投资 180 万元，全部以募集资金投入。总投资情况如下表所示：

序号	项目名称	估算投资（万元）	占投资比例
1	建筑工程费	1,191	35.03%
2	设备购置及安装费	1,492	43.88%
3	土地使用费	105	3.09%
4	工程建设其他费用	432	12.71%
建设投资合计		3,220	94.71%
5	铺底流动资金	180	5.29%
项目总投资合计		3,400	100%

其中：

（1）建筑工程费用主要用于新建研发办公大楼（含检测试验）3,400 平方米，仓库 800 平方米，宿舍及食堂 2,800 平方米，建筑面积总计 7,000 平方米。

（2）设备购置及安装费用主要用于购置一批先进的 TDMA 测试系统、CNC 三维打印机、B&K、Klippel、SMT、微型鼓低音膜 FO 测试机、AP 测试仪、电声测试仪、信号发生器、音频分析仪、雷击浪涌发生器等设备、仪器 156（台）套，以及公用工程和服务性工程设备的购置及安装。

（3）工程建设其它费用主要包括建设单位管理费、勘察费、设计费，招标费、工程监理费、基本预备费等各项费用。

3、项目建设目标

本项目主要建设目标是建立起集新产品开发、新技术新工艺研究并应用、产品验证为一体的专业技术中心，为公司可持续发展提供持久动力和技术保障，实现公司高科技战略目标。

①扩建和完善现有的消音室、可靠性实验室、环境实验室、电子电气实验室和电磁兼容实验室，新建功能试验室、机械/结构实验室，改善技术中心研发环境。

②建设一个以电声产品和个人护理小家电产品为主，专注于消费类电子产品领域研发的技术平台。

③引进一批世界先进的研发、生产、检测设备和设计软件，全面提高技术中心科研开发能力、技术创新能力，使技术中心的研发技术能力达到国内领先水平，以提高企业的综合竞争力和核心竞争力。

④每年开发出具有较大技术突破的电声新产品和个人护理小家电新产品各3-5 种；

⑤通过本期扩建力争成为省级技术中心。

4、技术中心的功能

①承担功能实验室、电磁兼容实验室、可靠性实验室、环境实验室、电子电气实验室、机械/结构实验室、消声室的日常管理工作，为基础研发、产品线研发的相关测试建立测试模型并提供技术指导。

②在技术平台/产品平台监督管理方面，通过一系列规章制度、管理流程、技术规划、产品规划，对基础技术研发、系列新产品研发和小批量试生产进行监督和管理；协调各产品线之间关系；为产品线提供适用的新技术预研、标准化的产品技术模块、应用软件模块和硬件模块。

③应用现代技术手段，开发具有自主知识产权、市场前景广阔、有竞争力的以多媒体音箱为代表的电声产品和以美发小家电为代表个人护理小家电新产品、新材料、新技术和新工艺。

④进行对外合作交流，积极与高等院校、研究院所等建立多种形式的合作协同关系，有效地组织和运用社会资源为企业技术创新服务。加强与国内同行企业的交流与合作，联合开展战略性研究开发，推动产业技术的升级换代。

⑤进行技术创新人才培训，建立有效的激励机制，吸引国内外的科技人才到企业技术中心工作，增强企业对科技人员的凝聚力，提高企业技术人员的整体素质；对基础研发人员、产品线研发人员、生产人员、销售人员、售后服务人员和经销商进行技术培训。

5、项目技术方案

（1）研发管理流程

①确定研发项目

根据公司的年度研发计划、产品市场信息，提出技术中心多媒体音箱和美发小家电新产品的研发计划，经技术中心经理审查后，报公司主管批准后实施。

②执行研发计划

技术中心研发部根据公司和技术中心所制定的研发计划，成立专门的研发项目组，指定项目负责人，分析产品可以实现的功能等各方面的情况，确定需要做设计的产品的要求，落实各项设计项目的责任和进度，经批准后进行技术设计产品结构设计、试制等。

③提出设计方案、进行评审

研发部相关小组提出设计研发方案，按计划要求进行设计，其中包括：

A、确定产品设计规格

项目进入开发实现阶段，首先用功能语言描述其需求，转为由具体技术体现产品设计需求规格，并进行总体方案设计。

B、设计产品硬件

在完成多媒体音箱或美发小家电的设计规格和总体设计之后，可进入设计

开发中的详细设计阶段，产品硬件设计是详细设计的主要内容之一，每个硬件的设计均需要相应的评审工作，还需要相应的技术开发和试验，以及相关的验证报告。

C、系统设计

根据硬件设计人员提供的原理图以及网络表，按照 PCB 设计流程开始进行新产品 PCB 布板设计工作。设计完成后由相关部门经理组织进行评审，根据评审结果确定设计可行后，进行新产品试制。

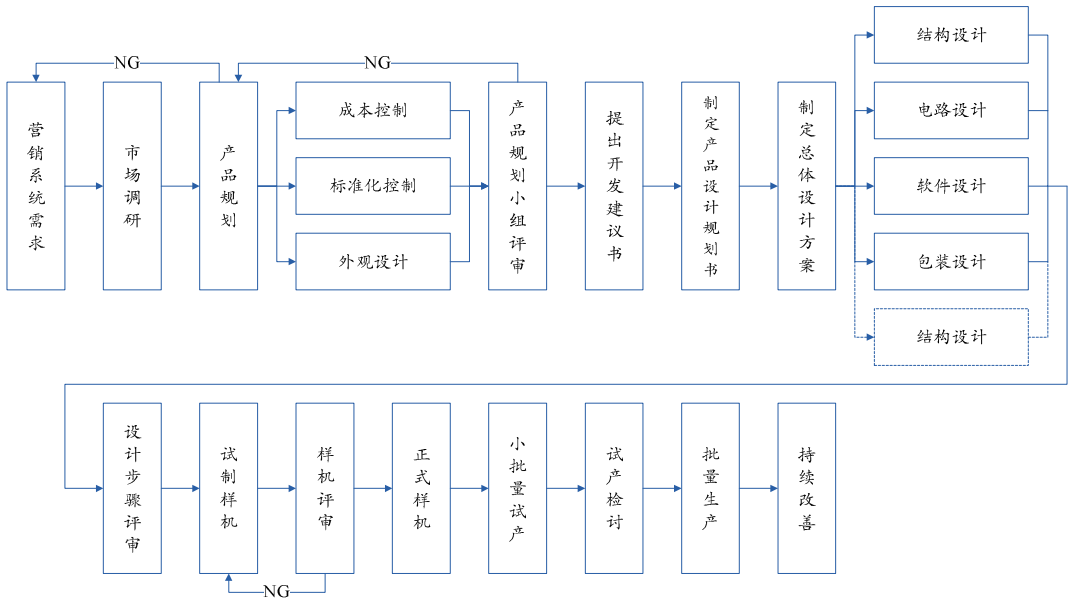
④系统测试

依据评审及评测结果确认后，进行新产品相关零部件试制。对试制过程中所产生的样机及相关部件必须进行全面的调试和系统性能测试。另外还需要进行产品加工工艺条件分析、成本分析等，由部门经理组织有关人员对已测试的产品进行全面的评审。

⑤新产品验证

调试和系统测试结束后，由研发部门主管组织评审小组进行中试评审。评审结束后，项目经理整理好评审记录，包括评审内容、产品主要性能、参数指标、存在问题及解决措施、评审意见等。根据评审意见必要时对设计进行修改。对于验证结果达不到要求的应进行原因分析并提出改进措施等，根据情况决定何时进行下一次验证。

公司研发管理流程图如下：



（2）主要设备方案

根据本项目的建设规模和项目产品研发计划，拟购置声学音频分析系统、电子设计软件等国内先进国际领先的试验/检测设备，可满足多媒体音箱或美发电器新产品研发、创新和试制生产的要求。

在试验/检测和试制生产等设备的选型方面，注重其先进性、适用性、安全性、高效性、环保性和可靠性，并特别注意各类设备、仪器之间的匹配性；相同品种或规格的设备宜集中在同一厂家购买，以减少其维护成本和设备管理成本。

6、主要原材料、辅助材料及能源的供应情况

本项目所在地深圳市有着比较完善的原材料供应及配套体系，本项目所需主要原材料用量数量较少，主要用于制作样机和测试，本地采购可保证供应。本项目部分电子元器件需要进口，由本地代理公司提供。

本项目消耗的能源主要有电能、自来水。电能用于研发装备、各种产品试验、测试室的测试设备及仪器和空调、照明；自来水用于大楼的清洁、公共卫生等。本项目所需能源及其供应情况如下：

序号	名　称	单　位	年耗量	供应来源
1	电	万 kW·h	30	深圳市农电总公司
2	自来水	m^3	7,000	深圳市宝安自来水有限公司

7、项目的选址情况

本项目选址于石岩奋达科技园内。目前公司总部及主要生产经营场所均位于石岩奋达科技园，石岩奋达科技园一期建设工程已于 2008 年 4 月完工并投入使用，募投项目为石岩奋达科技园二期建设工程。

8、环保影响及措施

本项目将专注于小家电产品领域的技术研发，主要从事电声产品和个人护理小家电新产品的的研发和试制生产。在研发和试制生产过程中，部分零部件加工、组装与测试、装配过程中会产生的少量废气、噪声、废材料及生活污水等污染物，公司制定了切实有效的环保治理措施。本项目业经深圳市人居与环境委员会审查批准，并出具了深环批[2011]100069 号《深圳市人居与环境委员会建设项目环境影响审查批复》。

9、项目的组织方式和实施计划

本项目由奋达科技负责项目的具体建设实施，预计募集资金到位后开始进入土建阶段，建设期为 1.5 年，包括厂房建设、设备采购安装调试，直到验收交付使用全过程。预计于第二年下半年可逐步投入使用并逐步发挥效益。

10、项目经济效益分析

本项目实施后，公司将建设一个专注于电声产品、个人护理小家电领域研发的高起点、高水平的技术平台。新的技术平台将大大增强公司的人才储备和技术储备，全面提高公司的科研开发能力，进一步加快新产品、新材料、新工艺的研发或改进速度，使公司在多媒体音箱和美发小家电产品市场竞争中保持技术上的领先优势，从而使本公司获得直接或间接的经济效益。

此外，公司将依托新的技术平台，进一步深化公司现有电声产品和个人护理小家电产品领域外延产品的研发，增加公司新产品技术储备，延伸公司产品线，为公司未来带来新的经济增长点和利润。

第十四节 股利分配政策

一、发行前股利分配的一般政策

根据本公司 2010 年 10 月 27 日第一次股东大会决议所通过的《深圳市奋达科技股份有限公司章程》，公司股利分配政策如下：

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。

股东大会违反前款规定，在公司弥补亏损和提取法定公积金之前向股东分配利润的，股东必须将违反规定分配的利润退还公司。

公司持有的本公司股份不参与分配利润。

公司的公积金用于弥补公司的亏损、扩大公司生产经营或者转为增加公司资本。但是，资本公积金将不用于弥补公司的亏损。

法定公积金转为资本时，所留存的该项公积金将不少于转增前公司注册资本的 25%。

公司可以采取现金或者股票的方式分配股利。

公司连续三年以现金方式累计分配的利润不少于该连续三年实现的年均可分配利润的百分之三十；在有条件的情况下，公司可以进行中期现金分红。

二、发行后的股利分配政策及决策程序、具体计划

（一）发行后的股利分配政策及决策程序

根据本公司2011年3月5日召开的2010年度股东大会决议审议并通过的《关于制定上市后适用的<公司章程（草案）>的议案》，公司本次发行后的股利分配一般政策与发行前基本保持一致。此外《公司章程（草案）》规定，公司的利润分配政策应保持连续性和稳定性，充分重视投资者的实际利益。公司每年以现金方式分配的利润不少于当年可分配利润的5%，连续三年以现金方式累计分配的利润不少于该连续三年实现的年均可分配利润的百分之三十；在有条件的情况下，公司可以进行中期现金分红。

公司董事会未做出现金利润分配预案，应当在定期报告中披露原因，独立董事应当对此发表独立意见。

公司发行后的股利分配计划将根据《公司章程》（草案）所载利润分配政策，由公司董事会制订股利分配预案，并提交股东大会审议通过。

根据本公司2011年12月6日召开的2011年第一次临时股东大会审议并通过的《关于修改上市后适用的<公司章程（草案）>股利分配条款的议案》，本次修改将《公司章程（草案）》中关于股利分配政策及决策程序调整为：

1、公司利润分配原则：公司实行持续、稳定的利润分配政策，公司利润分配应重视对投资者的合理投资回报并兼顾公司的可持续发展。

2、公司利润分配形式和比例：公司采取现金、股票或者现金与股票相结合的方式分配股利。

公司利润分配不得超过累计可分配利润的范围，单一年度以现金方式分配的利润不少于当年实现的可分配利润的20%。公司可以进行中期现金分红。

公司主要以现金方式分配股利，即：公司当年度实现盈利，在依法提取法定公积金后进行现金分红；若公司营业收入和净利润增长快速，且董事会认为公司股票价格与公司股本规模不匹配时，可以在满足上述现金股利分配之余，提出并实施股票股利分配预案。

3、公司利润分配预案的实施：公司董事会按照既定利润分配政策制定利润

分配预案并提交股东大会决议通过，公司董事会须在股东大会召开后两个月内完成股利的派发事项。公司董事会在利润分配预案中应当对留存的未分配利润使用计划进行说明，独立董事发表独立意见。

公司在上一会计年度实现盈利，但公司董事会在上一年度结束后未做出现金利润分配预案的，应当在定期报告中详细说明未分红的原因、未用于分红的资金留存公司的用途，独立董事还应当对此发表独立意见。

4、利润分配政策调整的决策机制与程序：公司根据生产经营情况、投资规划和长期发展等确需调整利润分配政策的，调整后的利润分配政策不得违反中国证监会和证券交易所的有关规定。

有关调整利润分配政策的议案由公司董事会审议后提交公司股东大会审议，该议案需经公司董事会过半数以上表决通过并经三分之二以上独立董事表决通过，独立董事应该对利润分配政策的修改发表独立意见。

股东大会在审议上述事项时，应由出席股东大会的股东（包括股东代理人）所持表决权的三分之二以上通过，且应当安排网络投票，网络投票需经参加网络投票的社会公众股股东（包括股东代理人）所持表决权过半数通过。

公司监事会应当对董事会调整后的利润分配政策进行审议，并且经半数以上监事表决通过，若公司有外部监事（不在公司担任职务的监事），则应经外部监事表决通过。

（二）公司未来分红回报具体计划

为进一步明确本次发行后对公司股东的分红回报，细化《公司章程（草案）》中关于股利分配政策的条款，增加股利分配决策透明度和可操作性，建立起对投资者持续、稳定、科学的回报机制，以保证股利分配政策的连续性和稳定性，本公司制定了《深圳市奋达科技股份有限公司未来分红回报规划（2011-2013）》，对未来三年的股利分配进行了计划。具体内容参见本招股说明书“第十一节、七、公司未来分红回报规划分析”。

三、最近三年公司实际股利分配情况

2010 年 8 月 17 日，经公司股东会决议通过，向股东分配现金红利 4500 万

元。

2011 年 3 月 5 日，经公司 2010 年度股东大会决议通过，公司决定以截至 2010 年 12 月 31 日公司总股本 11,250 万股为基数，向全体股东每 10 股派发现金股利 3.2 元（含税），共计分配现金股利 3,600 万元。

截至本招股说明书签署日，公司不存在其他股利分配事宜。

四、本次股票发行完成前未分配利润的分配政策

根据本公司 2012 年 2 月 10 日召开的 2012 年第一次临时股东大会决议，本次发行前的滚存利润由新老股东按发行后的股份比例共享。截至 2011 年 12 月 31 日，公司累计未分配利润为 133,003,330.88 元（母公司）。

第十五节 其他重要事项

一、信息披露制度及投资者服务计划

（一）公司的信息披露管理制度

根据《公司法》、《证券法》、中国证监会和深圳证券交易所的有关规定，公司已制订了《信息披露管理制度》，并计划在公司股票上市后实施，主要内容如下：

1、本制度所称信息披露是指，将对公司股票价格可能产生重大影响的信息，在规定时间内、在规定的媒体上、以规定的方式向社会公众公布，并送达证券监管部门；

2、信息披露的基本原则是：及时、公平、真实、准确、完整；

3、公司全体董事保证信息披露内容及时、公平、真实、准确、完整，没有虚假、严重误导性陈述或重大遗漏，并承担连带赔偿责任；

4、根据《证券法》、《公开发行证券公司信息披露的内容与格式准则》等相关法律法规，及时披露定期报告和临时报告；

5、公司信息披露指定刊载报纸为《中国证券报》和《证券时报》，保证应披露信息在其他公共媒体刊载时间不先于指定报纸，不以新闻发布或答记者问等形式代替信息披露；公司定期报告、章程、招股说明书、配股说明书、募集说明书除载于上述报纸之外，还应载于指定网站；

6、公司发现已披露的信息（包括公司发布的公告和媒体上转载的有关公司的信息）有错误、遗漏或误导时，应及时发布更正公告、补充公告或澄清公告；

7、公司董事长是信息披露工作的第一责任人，董事会秘书是信息披露工作的主要责任人，负责管理信息披露事务；

8、公司董事、监事、董事会秘书、其他高级管理人员及其他因工作关系接触到应披露信息的工作人员，负有保密义务；

9、公司董事会应采取必要的措施，在信息公开披露之前，将信息知情者控制在最小范围内；

10、当董事会得知，有关尚未披露的信息难以保密，或者已经泄露，或者公司股票价格已经明显发生异常波动时，公司应当立即将该信息予以披露。

（二）为投资者服务计划

1、及时、真实、准确地在指定报刊向投资者公布定期报告、临时报告及有关重大信息，并备置于规定场所供投资者查阅；

2、公布为投资者服务的电话和传真号码；

3、为投资者服务的电话做到有专人接听、记录和答复；

4、向投资者公布公司网站名称，接受投资者访问。公司将在网站上刊载公司和本行业的国内外信息，向广大投资者全面介绍公司基本面情况和公司及行业发展的最新动态，同时开辟专栏接受并解答投资者询问；

5、建立完善的资料保管制度，收集并妥善保管投资者有权获得的资料，保证投资者在符合有关法律、法规规定的前提下，能够及时获得需要的信息；

6、加强对相关人员的培训，保证服务工作的质量；

7、安排投资者亲自到公司参观、调研，让投资者了解公司的经营状况。

（三）负责信息披露和投资者关系的机构

1、负责机构：公司证券投资部

2、董事会秘书：谢玉平

3、咨询电话：0755-27353923

4、传　　真：0755-27486663

二、重要合同

本节重要合同指公司目前正在履行的交易金额超过 500 万元的合同，或者交易金额虽未超过 500 万元，但对公司的经营活动、未来发展或财务状况具有重要影响的合同。

截至报告期末，本公司正在履行和将要履行的重大合同有：

（一）借款合同及其担保合同

贷款单位	借款起始日	借款终止日	币种	截至 2011 末余额
中国工商银行宝安支行	2011-09-16	2012-02-14	美元	390,000.00
	2011-11-11	2012-03-15	美元	540,000.00
	2011-11-22	2012-04-13	美元	400,000.00
	2011-12-15	2012-05-10	美元	630,000.00
美元合计				1,960,000.00
中信银行宝安支行	2011-11-02	2012-08-02	人民币	10,000,000.00
兴业银行深圳南新支行	2011-06-21	2012-06-20	人民币	27,600,000.00
兴业银行深圳南新支行	2011-08-09	2012-06-20	人民币	20,000,000.00
人民币合计				57,600,000.00

1、公司与中国工商银行深圳宝安支行签订合同号“40000214-2011 年（出口发票融资）字 0002 号”的《出口发票融资业务总协议》，截至 2011 年 12 月 31 日，该协议下借款余额 196 万美元，借款性质为质押保证借款，相应质押担保如下：

按照“40000214-2011 年宝安（高质）字 003 号”最高额质押合同，公司以《质押清单》中价值 6,250 万元的应收账款为借款提供质押保证。

按照“工银深（宝安）人宝字 2011 年第（0034）号”最高额保证合同，肖奋为借款提供最高保证额度为人民币 5,000 万元的连带责任保证，保证范围为借款本金及利息等，保证期间自 2011 年 09 月 06 日至 2013 年 08 月 30 日。

2、公司与中信银行宝安支行签订合同编号“2011 深银宝综字第 002 号” 的综合授信合同，中信银行深圳宝安支行向公司提供 3,000 万元的综合授信额度，

授信期间自 2011 年 2 月 14 日至 2012 年 2 月 14 日止。奋达电器、肖奋为该合同提供了担保，相应担保情况如下：

按照“（2011）深银宝最保字第 001 号”最高额保证合同，本公司之子公司奋达电器为主合同提供最高保证额度为人民币 3,000 万元的连带责任保证，保证范围为主合同项下的债务本金、利息、罚息、复利、违约金、损害赔偿金、为实现债权的费用和其他所有应付的费用，保证期间为债务履行期限到期或届满之日起两年。

按照“（2011）深银宝额保字第 002 号”最高额保证合同，肖奋为主合同提供最高保证额度为人民币 3,000 万元的连带责任保证，保证范围为主合同项下的债务本金、利息、罚息、复利、违约金、损害赔偿金、为实现债权的费用和其他所有应付的费用，保证期间为债务履行期限到期或届满之日起两年。

在主合同授信额度内，公司与中信银行宝安支行签订合同编号“2011 深银宝贷字第 019 号”的人民币流动资金贷款合同，借款金额为 1,000 万元，借款期限自 2011 年 11 月 2 日至 2012 年 8 月 2 日止，年利率为贷款基准利率上浮 15%，定期付息，到期还本。

3、公司与兴业银行深圳南新支行签订 “兴银深南新授信字（2011）第 0014 号”《基本额度授信合同》，兴业银行深圳南新支行向公司提供最高额为 6,000 万元的授信额度，授信期间自 2011 年 6 月 21 日至 2012 年 6 月 21 日止。奋达电器、肖奋为该合同提供了担保，相应担保情况如下：

按照“兴银深南新授信(保证）字（2011）第 0014 号”最高额保证合同，公司之子公司奋达电器为借款提供最高保证额度为人民币 6,000 万元的连带责任保证，保证范围为所有债权余额（含本金、利息、罚息、违约金等），保证期间为主合同项下的借款期限届满之日起两年。

按照“兴银深南新授信个(保证）字（2011）第 0014 号”最高额保证合同，肖奋为借款提供最高保证额度为人民币 6,000 万元的连带责任保证，保证范围为所有债权余额（含本金、利息、罚息、违约金等），保证期间为主合同项下的借款期限届满之日起两年。

在该授信合同授信额度内，公司与兴业银行深圳南新支行签订“兴银深南新（授信）流借字（2011）第 0012 号”的借款合同，借款金额为 3,000 万元，借款用途为流动周转，借款期限自 2011 年 6 月 21 日至 2012 年 6 月 20 日止，年利率为 6.941%，定期付息，到期还本。

在该授信合同授信额度内，公司与兴业银行深圳南新支行签订“人民币短期借款合同 2011 第 0014 号”的借款合同，借款金额为 2,000 万元，借款用途为流动周转，借款期限自 2011 年 8 月 9 日至 2012 年 6 月 21 日止，年利率为 7.216%，定期付息，到期还本。

（二）销售合同

1、奋达科技签订的重大销售合同

序号	客户名称	订单数量（套）	订单金额（万美元）
1	Fenda Audio（India）Pvt.Ltd.	87,580	215.25
2	Altec Lansing	179,532	155.68
3	Hifi Orient Thai Public Co., Ltd.	79,884	137.93
4	昆盈	85,682	59.91
5	Imation	20,910	49.56
6	Cyber Acoustics	33,316	40.67
7	The Source Bell Electronics Inc.	12,660	34.97

（1）Fenda Audio（India）Pvt.Ltd.

2010 年 12 月 1 日，公司与 Fenda Audio(India)Pvt.Ltd.签订《独家代理协议》，双方就代理区域、独家代理权、双方责任和义务、知识产权、合同有效期以及其他一些方面达成了框架性的约定，实际业务双方以订单形式完成。截至 2011 年 12 月 31 日，双方已签订但尚未完成的订单数量为 87,580 套，金额 215.25 万美元。

（2）Altec Lansing

截至 2011 年 12 月 31 日，公司与 Altec Lansing 已签订但尚未完成的重大订单数量为 179,532 套，金额为 155.68 万美元。

（3）Hifi Orient Thai Public Co., Ltd.

截至 2011 年 12 月 31 日，双方已签订但尚未完成的订单数量为 79,884 套，金额为 137.93 万美元。

（4）昆盈

2010 年 2 月 2 日，公司与昆盈签订《产品委托开发制造合约》，双方就技术配合、产品验收方式、维护服务责任、知识财产权、保密责任与竞业限制、合约生效及修改、合约违反、合约中止及解除等方面达成了框架性的约定，实际业务双方以订单形式完成。截至 2011 年 12 月 31 日，双方已签订但尚未完成的订单数量为 85,682 套，金额为 59.91 万美元。

（5）Imation

2009 年 10 月，公司与 Imation 签署了产品购买协议，双方就协议生效及续展、产品质量、产品订单及预测、价格制定、包装和标签、保密以及其他一些方面达成了框架性的约定，实际业务双方以订单形式完成。截至 2011 年 12 月 31 日，双方已签订但尚未完成的订单数量为 20,910 套，金额为 49.56 万美元。

（6）Cyber Acoustics

截至 2011 年 12 月 31 日，双方已签订但尚未完成的订单数量为 33,316 套，金额为 40.67 万美元。

（7）The Source Bell Electronics Inc

截至 2011 年 12 月 31 日，双方已签订但尚未完成的订单数量为 12,660 套，金额为 34.97 万美元。

2、奋达电器签订的重大销售合同

序号	客户名称	订单数量（套）	订单金额（万美元）
1	Farouk Systems	227,951	343.00
2	Sally Beauty	180,776	203.22
3	HOT	164,077	131.16
4	Corioliss	38,096	65.20
5	Aircom Asia Ltd.	33,266	39.67

（1）Farouk Systems

截至 2011 年 12 月 31 日，奋达电器与 Farouk Systems 已签订但尚未完成的订单数量为 227,951 套，金额为 343.00 万美元。

（2）Sally Beauty

2007 年 5 月，本公司全资子公司奋达电器与 Sally Beauty 签署《制造协议》，双方就订单下达、价格制定、产品运输、付款、质量保证、信息保密、知识产权、保险和赔偿等达成了框架性的约定，实际业务双方以订单形式完成。截至 2011 年 12 月 31 日，双方已签订但尚未完成的订单数量为 180,776 套，金额为 203.22 万美元。

（3）HOT

截至 2011 年 12 月 31 日，奋达电器与 HOT 已签订但尚未完成的订单数量为 164,077 套，金额为 131.16 万美元。

（4）Corioliss

2010 年 6 月 1 日，奋达电器与 Corioliss 签订了货物出口合同，双方对付款条件、货运单据、包装、合同履约、知识产权等进行了框架性的约定，实际业务双方以订单为准。截至 2011 年 12 月 31 日，奋达电器与 Corioliss 已签订但尚未完成的订单数量为 38,096 套，金额为 65.20 万美元。

（5）Aircom Asia Ltd.

2009 年 8 月，奋达电器与 Aircom 签订了货物出口合同，双方对付款条件、货运单据、包装、合同履约、知识产权等进行了框架性的约定，实际业务双方以订单为准。截至 2011 年 12 月 31 日，双方已签订但尚未完成的订单数量为 33,266 套，金额为 39.67 万美元。

三、对外担保事项

截至本招股说明书签署日，本公司与下属子公司均不存在对外担保事项。

四、重大诉讼或仲裁事项

截至本招股说明书签署日，本公司与下属子公司均不存在对财务状况、经营成果、声誉、业务活动、未来前景等可能产生较大影响的尚未了结或可预见的重大诉讼、仲裁及行政处罚事项。

五、公司股东、董事、监事、高级管理人员和核心技术人员刑事诉讼、仲裁、行政处罚情况

截至本招股说明书签署日，持有本公司股份的股东、公司控股子公司，本公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员均不存在尚未了结或可以预见的重大诉讼、仲裁及行政处罚事项。本公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员未受过刑事处罚。

六、关联方的重大诉讼或仲裁事项

截至本招股说明书签署日，本公司控股股东、控股子公司、公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员未涉及作为一方当事人的重大诉讼或仲裁事项。

第十六节 董事、监事、高级管理人员

及有关中介机构声明

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

董事：

肖 奋　　汪泽其　　肖 勇

肖文英　　吴亚德　　沈 勇

肖 逸

监事：

郭雪松　　苗玉庆　　黄汉龙

高级管理人员：

汪泽其　　肖 勇　　肖 晓

肖 武　　张玉树　　谢玉平

深圳市奋达科技股份有限公司

2012 年 3 月 7 日

二、保荐人（主承销商）声明

本公司已对招股说明书及其摘要进行了核查，确认不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

项目协办人：

严绍东

保荐代表人：

任文冠 秦 伟

公司法定代表人：

盛希泰

华泰联合证券有限责任公司

2012年3月7日

三、发行人律师声明

本所及经办律师已阅读招股说明书及其摘要，确认招股说明书及其摘要与本所出具的法律意见书和律师工作报告无矛盾之处。本所及经办律师对发行人在招股说明书及其摘要中引用的法律意见书和律师工作报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

经办律师：

任理峰　　谢　珊

律师事务所负责人：

张学兵

北京市中伦律师事务所

2012 年 3 月 7 日

四、会计师事务所声明

本所及签字注册会计师已阅读招股说明书及其摘要，确认招股说明书及其摘要与本所出具的审计报告、内部控制鉴证报告及经本所核验的非经常性损益明细表无矛盾之处。本所及签字注册会计师对发行人在招股说明书及其摘要中引用的审计报告、内部控制鉴证报告及经本所核验的非经常性损益明细表的内容无异议，确认招股说明书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。

签字注册会计师：

谢　军

王艳宾

会计师事务所负责人：

赵建中

中审国际会计师事务所有限公司

2012 年 3 月 7 日

五、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及其摘要，确认招股说明书及其摘要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及其摘要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。

签字注册资产评估师：

王文涛

熊钢

资产评估机构负责人：

黄西勤

深圳市天健国众联资产评估土地房地产估价有限公司

2012 年 3 月 7 日

五、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及其摘要，确认招股说明书及其摘要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及其摘要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。

签字注册资产评估师：

王文涛

欧福秋

资产评估机构负责人：

黄西勤

深圳市天健国众联资产评估土地房地产估价有限公司

2012 年 3 月 7 日

六、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及其摘要，确认招股说明书及其摘要与本机构出具的验资报告无矛盾之处。本机构及签字注册会计师对发行人在招股说明书及其摘要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。

签字注册会计师：

朱子武

王艳宾

会计师事务所负责人：

赵建中

中审国际会计师事务所有限公司

2012 年 3 月 7 日

七、复核机构声明

本机构及签字注册会计师已阅读招股说明书及其摘要，确认招股说明书及其摘要与本机构出具的验资复核报告无矛盾之处。本机构及签字注册会计师对发行人在招股说明书及其摘要中引用的验资复核报告的内容无异议，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。

签字注册会计师：

谢　军

王艳宾

验资机构负责人：

赵建中

中审国际会计师事务所有限公司

2012 年 3 月 7 日

第十七节 备查文件

一、备查文件

投资者可以查阅与本次公开发行有关的所有正式法律文书，该等文书也在深圳证券交易所指定网站 http：//www.cninfo.com.cn 上披露，具体如下：

1、发行保荐书及保荐工作报告

2、财务报表及审计报告

3、内部控制鉴证报告

4、经注册会计师核验的非经常性损益明细表

5、法律意见书及律师工作报告

6、公司章程（草案）

7、中国证监会核准本次发行的文件

8、其他与本次发行有关的重要文件

二、查阅地点、时间

（一）查阅时间

每周一至周五上午 9：00—11：00，下午 2：30—4：30

（二）查阅地点

发行人：深圳市奋达科技股份有限公司

联系地址：深圳市宝安区石岩洲石路奋达科技园

董事会秘书：谢玉平

电话：0755-27353923 传真：0755-27486663

保荐人（主承销商）：华泰联合证券有限责任公司

联系地址：深圳市深南大道 4011 号香港中旅大厦 17 楼

联系人：严绍东、秦力、章武、胡跃明

电话：0755-82492205 传真：0755-82493959