



深圳市齐心文具股份有限公司

(注册地址：深圳市福田区福虹路世贸广场 A 幢 17 楼 05-06 号)

首次公开发行股票 招股意向书

保荐人（主承销商）



(注册地址：深圳市红岭中路 1012 号国信证券大厦 16-26 层)

发行概况

发行股票类型：人民币普通股	每股面值：1.00 元
发行股数：3,120 万股	每股发行价格： 元
发行后总股本：12,453.3333 万股	预计发行日期：2009 年 月 日
拟上市证券交易所：深圳证券交易所	
本次发行前 股东所持股 份的流通限 制及自愿锁 定股份的承 诺：	<p>公司控股股东深圳市齐心控股有限公司和自然人股东陈钦武、陈钦徽承诺：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本次发行前已持有的发行人股份，也不由发行人收购该部分股份。</p> <p>公司股东太誉投资有限公司、深圳市创新资本投资有限公司、深圳市深港产学研创业投资有限公司、深圳市乔治投资发展有限公司承诺：自公司股票上市之日起十二个月内不转让或委托他人管理本次发行前已持有的发行人股份，也不由发行人收购该部分股份。</p> <p>除此之外，直接和间接持有公司股份的董事、高级管理人员陈钦鹏、陈钦奇、陈钦发、陈钦武还承诺：除前述锁定期外，在其任职期间每年转让直接或间接持有的发行人股份不超过其所持有发行人股份总数的百分之二十五；离职后半年内，不转让其直接或间接持有的发行人股份。</p>
保荐人（主承销商）	国信证券股份有限公司
招股意向书签署日期	2009 年 8 月 26 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意向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意向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。

投资者若对本招股意向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。

本招股意向书的所有内容，均构成招股意向书不可撤销的组成部分，与招股意向书具有同等法律效力。

重大事项提示

一、本次发行前公司总股本 9,333.3333 万股，本次拟发行 3,120 万股流通股，发行后总股本为 12,453.3333 万股。

公司控股股东深圳市齐心控股有限公司和自然人股东陈钦武、陈钦徽承诺：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本次发行前已持有的发行人股份，也不由发行人收购该部分股份。

公司股东太誉投资有限公司、深圳市创新资本投资有限公司、深圳市深港产学研创业投资有限公司、深圳市乔治投资发展有限公司承诺：自公司股票上市之日起十二个月内不转让或委托他人管理本次发行前已持有的发行人股份，也不由发行人收购该部分股份。

除此之外，直接和间接持有公司股份的董事、高级管理人员陈钦鹏、陈钦奇、陈钦发、陈钦武还承诺：除前述锁定期外，在其任职期间每年转让直接或间接持有的发行人股份不超过其所持有发行人股份总数的百分之二十五；离职后半年内，不转让其直接或间接持有的发行人股份。

二、经公司2008年度股东大会决议：同意本次发行前滚存的未分配利润在公司股票公开发行后由公司发行后新老股东按持股比例共享。截至2009年6月30日，公司母公司报表的未分配利润余额为10,771.97万元。

三、本公司特别提醒投资者注意“风险因素”中的下列风险：

（一）存在被追缴企业所得税优惠的风险

本公司为深圳经济特区内的企业，2009年的企业所得税率为20%。根据深府[1988]232号《深圳市人民政府关于深圳特区企业税收政策若干问题的规定》“对从事工业、农业、交通运输等生产性行业的特区企业，经营期在10年以上的，从开始获利的年度起，第1年和第2年免征所得税，第3年至第5年减半征收所得税”之规定，并经深圳市宝安区国家税务局观澜税务分局深国税宝观减免[2007]0199号《深圳市国家税务局减、免税批准通知书》批准，本公司观澜文具厂自获利年度起，第1年至第2年的经营所得免征所得税，第3年至第5年减半征

收所得税。2007年免征企业所得税674.03万元，占同期净利润的12.03%；2008年免征企业所得税456.62万元，占同期净利润的7.46%；2009年1—6月减免征企业所得税97.09万元，占同期净利润的2.70%。由于深圳市适用的地方税收政策没有相关法律、国务院或国家税务总局颁发的相关税收规范性文件作为依据，因此，本公司将观澜文具厂2007年、2008年、2009年1—6月享受的企业所得税减免列为非经常性损益。根据现行政策规定，本公司观澜文具厂未来三年（即2009年至2011年）享受企业所得税减半征收优惠仍将被列为非经常性损益，并且本公司观澜文具厂享受的企业所得税减免优惠存在被追缴的风险。

为此，深圳市齐心控股有限公司作为本公司的控股股东，承诺“若税务主管部门对深圳市齐心文具股份有限公司观澜文具厂上市前享受的企业所得税减免税款进行追缴，则由深圳市齐心控股有限公司全额承担应补交的税款及/或因此所产生的所有相关费用”。

（二）未来所得税优惠税率发生变化的风险

2009年度，本公司总部适用20%的所得税税率；观澜文具厂为减半期，适用10%的所得税税率；齐心商用设备为减半期，适用10%的所得税税率。本次发行后，本公司经营地域不会发生影响享受所得税优惠政策的变化，但根据2008年1月1日起执行的《中华人民共和国企业所得税法》、《国务院关于实施企业所得税过渡优惠政策的通知》和《财政部、国家税务总局关于贯彻落实国务院关于实施企业所得税过渡优惠政策有关问题的通知》的相关规定，享受低税率优惠政策的企业在新税法施行后5年内逐步过渡到法定税率，新所得税法实施和税收优惠政策的变更，对本公司未来几年的所得税税率产生一定影响，未来几年税率变化如下：

纳税主体	现行税率	未来税率变化		
		2010年	2011年	2012年
公司总部	20%	22%	24%	25%
观澜文具厂	10%	11%	12%	25%
各地销售分公司	25%	25%	25%	25%
汕头齐心	25%	25%	25%	25%
齐心商用设备	10%	11%	12%	25%

目 录

第一节 概 览	12
一、发行人概况.....	12
二、发行人控股股东与实际控制人.....	13
三、发行人的主要财务数据.....	13
四、本次发行情况.....	15
五、募集资金主要用途.....	15
第二节 本次发行概况	17
一、本次发行的基本情况.....	17
二、本次发行有关当事人.....	17
三、与本次发行上市有关的重要日期.....	19
第三节 风险因素	20
一、市场风险.....	20
二、原材料价格大幅度波动的风险.....	20
三、税收政策风险.....	21
四、技术风险.....	23
五、管理风险.....	24
六、募集资金投资项目风险.....	24
七、人民币升值的风险.....	25
第四节 发行人基本情况	26
一、发行人基本情况.....	26
二、发行人的历史沿革及改制重组情况.....	27
三、发行人独立经营情况.....	32
四、发行人的股本形成及重大资产重组情况.....	34
五、发行人历次验资、评估情况.....	44
六、发行人的内部组织结构.....	45
七、发行人子公司及分公司情况.....	48
八、发行人股东及实际控制人基本情况.....	54
九、发行人股本情况.....	61
十、发行人员工及其社会保障情况.....	63
十一、持有发行人5%以上股份的股东及作为股东的董事、监事及高管人员的重要承诺.....	64
第五节 业务与技术	65
一、发行人主营业务及其变化情况.....	65
二、发行人所处行业基本情况.....	66
三、发行人的业务环境.....	90
四、发行人的竞争地位.....	92
五、发行人的主营业务.....	97
六、发行人境外经营情况.....	125

七、与发行人主要业务相关的固定资产和无形资产	127
八、发行人的生产技术、研发情况及技术创新机制	133
九、发行人产品质量控制情况	138
第六节 同业竞争与关联交易	143
一、同业竞争	143
二、关联方与关联关系	144
三、关联交易	146
四、公司减少关联交易的措施	153
五、发行人近三年一期关联交易的执行情况及公司独立董事意见	154
六、规范关联交易的制度安排	154
第七节 董事、监事、高级管理人员及核心技术人员	156
一、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员简介	156
二、董事会及监事会成员的提名与选聘情况	159
三、董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属持有本公司股份情况	160
四、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的对外投资情况	161
五、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的薪酬情况	162
六、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员兼职情况	163
七、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员相互之间存在的亲属关系	164
八、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员作出的重要承诺及与本公司签订的协议及其履行情况	164
九、董事、监事、高级管理人员任职资格合规情况	165
十、董事、监事、高级管理人员近三年一期变动情况	165
第八节 公司治理结构	166
一、公司法人治理制度建立健全情况	166
二、公司三会、独立董事和董事会秘书制度的建立健全及规范运作情况	167
三、公司近三年一期违法违规行为的情况	175
四、公司近三年一期资金占用和对外担保的情况	175
五、管理层对内部控制制度的自我评价及中介机构意见	175
第九节 财务会计信息	178
一、近三年一期经审计的财务报表	178
二、财务报表编制的基础、合并报表范围及变化情况	188
三、主要会计政策和会计估计、会计差错更正	190
四、最近一年一期的收购兼并情况	201
五、非经常性损益明细表	201
六、主要资产情况	202
七、主要负债情况	204
八、所有者权益变动情况	205
九、现金流量情况	206
十、财务报表附注中的重要事项	207
十一、近三年一期主要财务指标	207
十二、发行人盈利预测情况	210

十三、发行人资产评估、验资情况	210
第十节 管理层讨论与分析	211
一、报告期财务状况分析	211
二、盈利能力分析	222
三、资本性支出分析及其他重大事项	246
四、现金流量分析	247
五、执行新企业会计准则的影响	250
六、对公司财务状况和盈利能力的未来趋势分析	252
第十一节 业务发展目标	258
一、公司中长期发展目标及战略	258
二、发行人发行当年及未来两年的发展计划	259
三、发行人拟定上述计划所依据的假设条件	264
四、发行人实施上述计划将面临的主要困难	265
五、发行人确保实现上述计划拟采用的方式、方法或途径	265
六、上述业务发展计划与现有业务的联系	265
第十二节 募集资金运用	267
一、募集资金运用计划	267
二、项目实施主体、选址及各项保障措施	268
三、文件管理用品生产线建设项目	272
四、碎纸机生产线建设项目	278
五、装订机生产线建设项目	284
六、营销网络建设项目	289
七、募集资金投资项目新增产能消化具体举措	295
八、募集资金运用对财务状况及经营成果的影响	299
第十三节 股利分配政策	301
一、公司最近三年一期的股利分配政策	301
二、公司最近三年一期的股利分配情况	301
三、本次发行前留存未分配利润的分配政策	302
四、发行后的股利分配政策	302
第十四节 其他重要事项	303
一、信息披露制度及投资者服务计划	303
二、重要合同	303
三、重大诉讼及仲裁事项	312
第十五节 董事、监事、高级管理人员及有关中介机构声明	313
一、发行人全体董事、监事、高级管理人员声明	313
二、保荐人（主承销商）声明	314
三、发行人律师声明	315
四、审计机构声明	316
五、验资机构声明	317

第十六节 备查文件	318
一、备查文件内容.....	318
二、备查文件查阅时间、地点.....	318

释 义

在本招股意向书中，除非另有说明，下列词汇具有如下含义：

一、普通术语

齐心文具、本公司、 公司、发行人	指	深圳市齐心文具股份有限公司
公司章程	指	深圳市齐心文具股份有限公司章程
股东大会	指	深圳市齐心文具股份有限公司股东大会
董事会	指	深圳市齐心文具股份有限公司董事会
监事会	指	深圳市齐心文具股份有限公司监事会
汕头齐心	指	汕头市齐心文具制品有限公司
齐心商用设备	指	齐心商用设备（深圳）有限公司
观澜文具厂	指	深圳市齐心文具股份有限公司观澜文具厂
齐心亚洲	指	齐心（亚洲）有限公司
惠州齐心	指	惠州市齐心文具制造有限公司
齐心控股	指	深圳市齐心控股有限公司
上海齐心	指	上海齐心文具有限公司
协力文具	指	深圳市协力文具实业有限公司
香港新荣	指	香港新荣文具（国际）实业有限公司
齐心实业	指	汕头市齐心实业有限公司
太誉投资	指	太誉投资有限公司
深港产学研	指	深圳市深港产学研创业投资有限公司
乔治投资	指	深圳市乔治投资发展有限公司
创新资本投资	指	深圳市创新资本投资有限公司
中国证监会	指	中国证券监督管理委员会
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
深交所	指	深圳证券交易所

本次发行	指	发行人本次发行不超过 3,120 万股 A 股的行为
A 股	指	每股面值 1.00 元人民币之普通股
元	指	人民币元
近三年一期、报告期	指	2006—2008 年及 2009 年 1—6 月
保荐人（主承销商）	指	国信证券股份有限公司
深圳市鹏城会计师事 务所	指	深圳市鹏城会计师事务所有限公司
发行人律师	指	国浩律师集团（深圳）事务所

二、专业术语

OA	指	Office Automation，意为“办公室自动化或自动化办公”。
KA 卖场		KA 即 KeyAccount，中文意为“重要客户”。对于企业来说，KA 卖场就是营业面积、客流量和发展潜力等三方面的大终端，包括国际著名零售商如沃尔玛、家乐福、麦德龙，以及区域性零售商如北京华联、深圳万佳等，都是企业的 KA 卖场。
B-EFS	指	Business Efficiency Filing System，中文意为“商务高效文件管理系统”。
PP	指	Polypropylene，为“聚丙烯塑料”。
BOPP 薄膜	指	一种非常重要的软包装材料，无色、无嗅、无味、无毒，并具有高拉伸强度、冲击强度、刚性、强韧性和良好的透明性，应用十分广泛。
PVC	指	Polyvinyl chloride，为“聚氯乙烯塑料”。
PLA	指	聚乳酸，一种合成类生物降解塑料。
OEM	指	Original Equipment Manufacturer，意为“原始设备制造商”，是指一家公司根据另一家公司的要求来生产一个产品。
ODM	指	Original Design Manufacturer，意为“原始设计制造商”，是指一家公司根据另一家公司的规格来设计和生产一个产品。
CE 认证	指	法文 Communauté Européenne 的缩写，意为“符合欧洲（标准）”。CE 标志的使用：可以由制造商进行自我声明——产品符合 CE 标准；也可由第三方认证机构进行测试后发证。CE 标志是产品进入欧洲市场的强制性产品安全认证标志。
TUV 认证	指	Technischer Überwachungs Verein，是德语“技术

		监督协会”的缩写，是一个认证标志。产品通过该认证后，即说明该产品已满足欧盟相应的安全技术要求。
GS 认证	指	德语“Geprüfte Sicherheit”（安全性已认证），也有“Germany Safety”（德国安全）的意思。GS 认证以德国产品安全法（SGS）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，是欧洲市场公认的德国安全认证标志。
CQC 认证	指	中国质量认证。
LVD 认证	指	低电压指令测试认证。
EMC 认证	指	电磁兼容测试认证。
UL 认证	指	美国的产品安全认证。
5S	指	整理（Seiri）、整顿（Seiton）、清扫（Seiso）、清洁（Setketsu）、素养（Shitsuke）五个项目，因日语的罗马拼音均以“S”开头而简称 5S 管理。5S 管理起源于日本，通过规范现场、现物，营造一目了然的工作环境，培养员工良好的工作习惯，其最终目的是提升人的品质，养成良好的工作习惯。
CIS	指	CIS 是英文 Corporate Identity System 的缩写。意思是“企业识别系统”。即将企业形象作为一个整体进行建设和发展，一个好的“企业识别系统”是协助企业长期开拓市场的利器。
可比产品	指	本公司报告期内均有销售额的、同一规格（型号、款式）产品，即报告期内均没有改变的相同产品，不包括出口销售的定制产品。
不可比产品	指	本公司报告期内除可比产品以外的其他产品。
集成供应商	指	文具行业借鉴耐克、阿迪达斯等体育用品供应商的成功经验而发展出来的一种新经营模式，指拥有品牌优势或营销网络优势的供货商为提高供应链整体效率，强化自身在产业链高端的竞争地位，将附加值较低的生产制造环节予以外包，集中精力进行品牌经营、研发设计和营销网络的建设，并为消费者提供一站式服务的经营模式。
大办公	指	文具行业一种新兴经营理念，指传统文具企业为适应经济发展和社会变革的需要，将企业经营理念从“满足人们对于传统的文化交流工具（文具）的需要”升华为“满足人们在现代办公、学习条件下的一切文化活动需要”。“大办公”含义还包括“跨越文化用品、文化办公设备的全产品线系列，满足客户一站式采购、多样化产品和服务需求”的经营理念。

第一节 概 览

声明：本概览仅对招股意向书全文做扼要提示，投资者作出投资决策前，应认真阅读招股意向书全文。

一、发行人概况

（一）发行人基本情况

公司名称：深圳市齐心文具股份有限公司

英文名称： SHENZHEN COMIX STATIONERY CO., LTD.

注册资本：人民币 9,333.3333 万元

法定代表人：陈钦鹏

成立日期：2000 年 1 月 12 日

公司住所：深圳市福田区福虹路世贸广场 A 幢 17 楼 05-06 号

（二）发行人设立情况

2000 年 1 月 12 日，深圳市宝城新荣文具实业有限公司、潮阳市齐心实业有限公司、潮阳市新协力文具实业有限公司、上海齐心文具有限公司、沈阳齐心文具有限公司作为发起人申请设立了深圳市齐心文具股份有限公司，注册资本为 1,400 万元。深圳市工商局颁发了注册号为 4403011039252 的《企业法人营业执照》。

（三）发行人概述

本公司是一家办公文具专业制造商和供应商，主营产品包括文件管理用品、OA办公设备、桌面文具和办公耗材等1,000余种，是中国最大的办公文具（文件夹）制造商，在业内具有较高的品牌知名度。“COMIX 齐心”品牌连续七年被评为“中国十大文具品牌”，2007年被中国百货商业协会和中国国际名牌

协会评选为“中国最畅销文具品牌”和“中国文件夹第一品牌”；2008年“齐心”商标被认定为“中国驰名商标”；2009年本公司承担的全国文具标准化技术委员会收纳文具分技术委员会被国家标准化管理委员会批准筹建。本公司还荣获“中国文具五十年卓越贡献奖”，公司董事长陈钦鹏先生自2006年起连续被评为“中国文具领袖人物”。

二、发行人控股股东与实际控制人

本公司的控股股东为深圳市齐心控股有限公司，在本次发行前持有公司65.93%的股份。齐心控股成立于2007年4月9日，法定代表人为陈钦鹏，注册资本为人民币1,000万元，经营范围为投资兴办实业，主营业务为投资本公司。

陈钦鹏先生持有齐心控股51%的股份，是本公司的实际控制人，在本次发行前通过齐心控股间接持有本公司33.62%的股份。关于陈钦鹏先生的基本情况，参见本招股意向书第七节“董事、监事、高级管理人员及核心技术人员”。

三、发行人的主要财务数据

根据经深圳市鹏城会计师事务所审计的财务报表，本公司主要财务数据如下：

（一）合并资产负债表主要数据

单位：万元

项 目	2009-6-30	2008-12-31	2007-12-31	2006-12-31
流动资产	39,385.28	34,980.95	32,315.11	16,855.66
资产总计	53,496.87	48,397.11	42,063.98	23,227.07
流动负债	20,884.15	18,423.07	15,394.28	9,161.50
负债合计	20,977.00	18,540.82	15,465.65	9,161.50
归属于母公司股东权益	31,727.90	29,253.44	24,291.75	12,024.56
股东权益合计	32,519.87	29,856.28	26,598.33	14,065.58
负债及股东权益总计	53,496.87	48,397.11	42,063.98	23,227.07

（二）合并利润表主要数据

单位：万元

项 目	2009年1-6月	2008年	2007年	2006年
营业收入	32,287.09	63,498.72	51,116.48	35,493.62

营业利润	4,019.06	6,704.64	5,728.14	3,747.00
利润总额	4,100.45	6,913.74	5,707.35	3,767.16
归属于母公司股东的净利润	3,408.52	5,883.65	5,338.67	2,696.18

(三) 合并现金流量表主要数据

单位：万元

项目	2009年 1-6月	2008年	2007年	2006年
经营活动产生的现金流量净额	7,282.49	6,474.97	5,492.32	-2,963.54
投资活动产生的现金流量净额	-1,263.72	-2,321.79	-8,877.15	-777.74
筹资活动产生的现金流量净额	-3,103.51	-54.96	10,266.57	2,630.36
现金及现金等价物净增加(减少)额	2,900.69	3,974.35	6,852.22	-1,169.77

(四) 主要财务指标

项目	2009-6-30/ 2009年1-6月	2008-12-31/ 2008年度	2007-12-31/ /2007年度	2006-12-31/ 2006年度
流动比率	1.89	1.9	2.1	1.84
速动比率	1.27	1.24	1.49	1.03
母公司资产负债率	38.55%	35.02%	34.46%	38.34%
应收账款周转率(次/年)	4.32	8.73	7.88	8.9
存货周转率(次/年)	1.92	4.46	4.68	4.71
息税折旧摊销前利润(万元)	5,050.04	8,832.59	6,673.13	4,496.99
利息保障倍数	17.64	11.54	19.84	18.77
每股经营活动产生的现金流量(元)	0.78	0.69	0.59	-0.37
每股净现金流量(元)	0.31	0.43	0.73	-0.15
全面摊薄净资产收益率 (以归属于公司普通股股东的净利润计算)	10.74%	20.11%	21.98%	22.42%
加权平均净资产收益率 (以归属于公司普通股股东的净利润计算)	11.01%	21.60%	29.40%	26.94%
基本每股收益(元,以归属于公司普通股股东的净利润计算)	0.37	0.63	0.62	0.37
稀释每股收益(元,以归属于公司普通股股东的净利润计算)	0.37	0.63	0.62	0.37
无形资产(土地使用权除外)占净资产的比例	1.11%	1.27%	0.72%	0.39%

四、本次发行情况

（一）本次发行概况

股票种类	人民币普通股（A股）
每股面值	1.00元
发行股数	3,120万股，占发行后总股本的25.05%
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
发行前每股净资产	3.20元（按照2008年12月31日经审计的净资产除以本次发行前总股本计算）
发行方式	采用向参与网下配售的询价对象配售与网上资金申购定价发行相结合的方式
发行对象	符合资格的询价对象和在深圳证券交易所开户的境内自然人、法人等投资者（国家法律、法规禁止购买者除外）
承销方式	主承销商余额包销
预计募集资金	亿元（扣除发行费用后）

（二）本次发行前后的股本结构

公司本次拟发行人民币普通股3,120万股，发行前后的股本结构如下：

	发行前		发行后	
	股数（万股）	股份比例（%）	股数（万股）	股份比例（%）
有限售条件的股份	9,333.3333	100.00	9,333.3333	74.95
本次发行的股份	-	-	3,120.0000	25.05
合计	9,333.3333	100.00	12,453.3333	100.00

五、募集资金主要用途

本次募集资金拟投资以下四个项目：

项目	募集资金投入总额（万元）
文件管理用品生产线建设项目	9,955
碎纸机生产线建设项目	9,735
装订机生产线建设项目	5,027
营销网络建设项目	5,000

合计	29,717
----	--------

文件管理用品生产线建设项目、碎纸机生产线建设项目、装订机生产线建设项目拟由本公司全资子公司惠州市齐心文具制造有限公司实施，营销网络建设项目由本公司组织实施。

本次发行实际募集资金不能满足上述全部项目投资需要，资金缺口通过公司自筹解决；若募集资金满足上述项目投资后尚有剩余，则剩余资金补充公司流动资金。

第二节 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	1.00 元	
3、发行股数	3,120 万股，占发行后总股本的 25.05%	
4、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	
5、市盈率	倍（每股收益按照 2008 年 12 月 31 日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总股本计算）	
6、发行前每股净资产	3.20 元（按照 2008 年 12 月 31 日经审计的净资产除以本次发行前总股本计算）	
7、发行后每股净资产	元（按照 2008 年 12 月 31 日经审计的净资产加上本次发行筹资净额之和除以本次发行后总股本计算）	
8、市净率	倍（按照发行价格除以发行后每股净资产计算）	
9、发行方式	采用向参与网下配售的询价对象配售与网上资金申购定价发行相结合的方式	
10、发行对象	符合资格的询价对象和在深圳证券交易所开户的境内自然人、法人等投资者（国家法律、法规禁止购买者除外）	
11、预计募集资金总额	亿元	
12、预计募集资金净额	亿元	
13、承销方式	主承销商余额包销	
14、发行费用概算	承销保荐费用	1,500 万元
	律师费用	80 万元
	审计费用	126 万元

二、本次发行有关当事人

（一）发行人：深圳市齐心文具股份有限公司

法定代表人：陈钦鹏

地址：深圳市福田区福虹路世贸广场 A 幢 17 楼 05-06 号

电话：0755-83679273

传真：0755-83002300

联系人：沈焰雷

(二) 保荐人（主承销商）：国信证券股份有限公司

法定代表人：何如

住所：深圳市红岭中路 1012 号国信证券大厦 16—26 层

电话：0755—82130833

传真：0755—82130620

保荐代表人：任兆成、胡华勇

项目协办人：吴军华

项目组成员：廖家东、曾军灵、魏其芳、颜利燕、花少军

(三) 律师事务所：国浩律师集团（深圳）事务所

法定代表人：张敬前

地址：深圳市深南大道 6008 号特区报业大厦 24D.E

电话：0755—83515666

传真：0755—83515090

经办律师：马卓檀、许成富

(四) 会计师事务所：深圳市鹏城会计师事务所有限公司

法定代表人：饶永

地址：深圳市福田区滨河路与彩田路交汇处联合广场 A 栋塔楼 A701-A712

电话：0755-82207928

传真：0755-82237549

经办注册会计师：张克理、张翎

(五) 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：深圳市深南路 1093 号中信大厦 18 楼

电话：0755-25938000

传真：0755-25988122

(六) 保荐人（主承销商）收款银行：中国工商银行股份有限公司深圳市深港支行

户名：国信证券股份有限公司

账号：4000029119200021817

(七) 申请上市证券交易所：深圳证券交易所

法定代表人：宋丽萍

住所：深圳市深南东路 5045 号

电话：0755-82083333

传真：0755-82083164

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。

三、与本次发行上市有关的重要日期

- 1、询价推介时间：2009 年 月 日~2009 年 月 日
- 2、定价公告刊登日期：2009 年 月 日
- 3、申购日期和缴款日期：2009 年 月 日
- 4、股票上市日期：2009 年 月 日

第三节 风险因素

投资者在评价本公司此次发售的股票时，除本招股意向书提供的其他各项资料外，应特别考虑下述各项风险因素。下述风险因素是根据重要性原则和可能影响投资者决策的程度大小排序，但并不表示风险因素依次发生。

一、市场风险

（一）国际金融危机引发的风险

2008年，美国次贷危机引发国际金融危机，并逐渐向实体经济蔓延，全球经济开始陷于衰退。虽然文具、办公用品作为人们办公、文化生活的必需品，刚性需求尤在，但受国际金融危机影响，全球经济不景气，消费需求下降，融资困难，部分与国内企业有良好合作关系的国外企业支付能力下降，拖欠货款、逃避债务的信用风险正在不断加大。如果国际金融危机继续恶化，全球经济不能迅速恢复增长，将对本公司的生产经营环境、出口形势产生不利的影响。

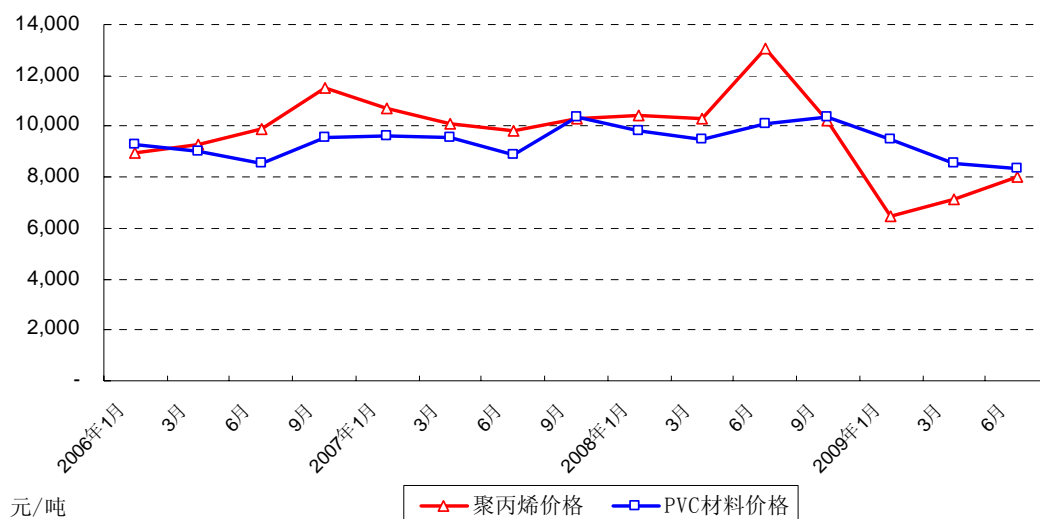
（二）国际市场开拓的风险

目前，本公司销售的产品约有41.92%出口，产品销往北美、欧洲、中东、东南亚等100多个国家和地区。目前，本公司与国外多家品牌文具制造商、经销商和零售商建立了长期稳定的合作关系，包括连锁零售商Wal-Mart（沃尔玛）和BIG LOTS（美国），品牌文具制造商ACCO、Meadwestvaco，文具专业零售商Staples（史泰博）和Office Detop（欧迪办公）等。虽然欧盟、美国、日本等发达国家对文具产品不设配额限制，实行自由进出口政策，但随着国际竞争的加剧，贸易摩擦在所难免。如果进口国出台相关限制进口政策或者提高进口关税，将对本公司的产品出口产生不利影响。

二、原材料价格大幅度波动的风险

本公司需要的主要原材料包括 PP 塑料粒子（聚丙烯）、PVC、BOPP 薄膜等

化工类原材料。化工行业受原油价格波动影响较大，2008年初之前，聚丙烯的价格一直维持在10,000元/吨左右平稳运行了约一年多时间，但从2008年4月起，聚丙烯的价格开始迅猛上涨，至2008年7月达到12,136元/吨。受全球金融危机和国际原油价格大幅度下跌影响，聚丙烯的采购价格从2008年9月开始迅速下跌，至2008年12月跌至6,460元/吨，2009年聚丙烯采购价格相对稳定，维持在7,500元/吨左右波动。具体如下图所示：



虽然本公司利用规模优势与国内大型PP生产商建立较为稳定的长期合作关系，以保证货源的相对稳定，但公司的原材料库存量一般根据未来一两个月的生产需要而定，因此，原材料价格大幅度波动将对本公司的原材料管理、成本控制会产生不利影响。

三、税收政策风险

(一) 未来所得税优惠税率发生变化的风险

2009年度，本公司总部适用20%的所得税税率；观澜文具厂为减半期，适用10%的所得税税率；齐心商用设备为减半期，适用10%的所得税税率。本次发行后，本公司经营地域不会发生影响享受所得税优惠政策的变化，但根据2008年1月1日起执行的《中华人民共和国企业所得税法》、《国务院关于实施企业所得税过渡优惠政策的通知》和《财政部、国家税务总局关于贯彻落实国务院关于实施企业所得税过渡优惠政策有关问题的通知》的相关规定，享受低税率优惠政策

的企业在新税法施行后5年内逐步过渡到法定税率，新所得税法实施和税收优惠政策的变化，对本公司未来几年的所得税税率产生一定影响，未来几年税率变化如下：

纳税主体	现行税率	未来税率变化		
		2010年	2011年	2012年
公司总部	20%	22%	24%	25%
观澜文具厂	10%	11%	12%	25%
各地销售分公司	25%	25%	25%	25%
汕头齐心	25%	25%	25%	25%
齐心商用设备	10%	11%	12%	25%

（二）存在被追缴企业所得税优惠的风险

本公司为深圳经济特区内的企业，2009年的企业所得税率为20%。根据深府[1988]232号《深圳市人民政府关于深圳特区企业税收政策若干问题的规定》“对从事工业、农业、交通运输等生产性行业的特区企业，经营期在10年以上的，从开始获利的年度起，第1年和第2年免征所得税，第3年至第5年减半征收所得税”之规定，并经深圳市宝安区国家税务局观澜税务分局深国税宝观减免[2007]0199号《深圳市国家税务局减、免税批准通知书》批准，本公司观澜文具厂自获利年度起，第1年至第2年的经营所得免征所得税，第3年至第5年减半征收所得税。2007年免征企业所得税674.03万元，占同期净利润的12.03%；2008年免征企业所得税456.62万元，占同期净利润的7.46%；2009年1—6月减免企业所得税97.09万元，占同期净利润的2.70%。由于深圳市适用的地方税收政策没有相关法律、国务院或国家税务总局颁发的相关税收规范性文件作为依据，因此，本公司将观澜文具厂2007年、2008年、2009年1—6月享受的企业所得税减免列为非经常性损益。根据现行政策规定，本公司观澜文具厂未来三年（即2009年至2011年）享受企业所得税减半征收优惠仍将被列为非经常性损益，并且本公司观澜文具厂享受的企业所得税减免优惠存在被追缴的风险。

为此，深圳市齐心控股有限公司作为本公司的控股股东，承诺“若税务主管部门对深圳市齐心文具股份有限公司观澜文具厂上市前享受的企业所得税减免税款进行追缴，则由深圳市齐心控股有限公司全额承担应补交的税款及/或因此所产生的所有相关费用”。

（三）出口退税率发生变化的风险

截至 2009 年 6 月 30 日，本公司的出口销售收入占营业收入的 41.92%，出口产品享受国家规定的“免抵退”税收政策，但国家自 2004 年以来先后多次下调部分出口产品的出口退税率。财政部、国家税务总局于 2008 年 10 月 21 日联合发布通知，决定从 2008 年 11 月 1 日起上调部分产品的出口退税率，其中包括本公司出口的部分产品，2009 年又有 2 次调整。报告期内，本公司出口销售的产品出口退税率变化如下表：

产品大类	退税率（适用期间）					
	2006-1-1 至 2006-12-14	2006-12-15 至 2007-6-30	2007-7-1 至 2008-10-31	2008-11-1 至 2009-3-31	2009-4-1 至 2009-5-31	2009-6-1 至今
文件管理用品	13%	11%	5%	9%	11%	13%
桌面文具	13%	13%	5%	9%	11%	13%
办公设备	13%	13%	13%	13%	13%、14%	13%、15%

出口退税率下降对本公司会产生不利影响：即出口退税率下降 1%，不予以免抵退税率就上升 1%，公司出口产品的销售成本相应增加。在出口产品价格不变的情况下将减少出口销售毛利。经测算，出口退税率每下降 1%，文件管理用品、办公设备、桌面文具外销销售成本分别增加 0.74%、0.69%、0.84%。以 2008 年本公司外销产品占比为权重推算，如果全部产品出口退税率下降 1%，则公司出口外销毛利率下降为 0.73%左右。

四、技术风险

（一）产品替代风险

文具的替代产品主要是办公自动化产品 and 无纸化办公软件，随着信息技术的发展，互联网应用越来越广泛，越来越多的企业在逐步建立自己的信息管理系统。一部分办公工作通过网络和信息系统来完成，一部分信息存储工作通过虚拟空间和网络来实现，这一方面将减少对办公用纸、笔、文件管理用品等传统文具的需求，另一方面将增加对电脑周边文化产品（如光盘盒、光盘笔、碎光盘机、电脑考勤钟、智能工卡等产品）和办公设备的需求。如果本公司不能在产品外观功能

设计创新、款式花样翻新、品质升级换代、新产品开发研制及未来市场需求产品等方面增加投入，公司传统产品将可能面临被逐步替代的风险。

（二）技术革新风险

文具是文化和时尚因素的载体，文具产业正在与创意设计业、动漫游戏业、高端工艺美术相融合，成为创意文化产业的一个重要分支。文具的技术特点主要体现在产品设计创意、制造技术以及工艺水平等方面。近年来文化市场消费热点不断增加，市场对各类文具材料的环保要求，以及文具产品的外观、款式和功能的要求不断提高，需要在产品设计方面具有对流行趋势的把握能力，文具的生产加工制造技术也正朝着数字化和自动化方向发展。如果本公司不能持续进行新产品的开发、新工艺的改造和技术的革新，将会面临一定程度上的技术落后的风险。

五、管理风险

本公司依照业务流程，构建以公司总部为依托，供产销相互衔接、专业化分工的经营管理模式，控股3家生产性子公司和1家境外子公司，以及遍布全国范围内的19家销售分公司和1家分厂。虽然本公司自2000年起聘请外部职业经理人，2007年引进国际投资基金，不断完善公司治理和提升管理水平，并在过去几年的实践中形成了一整套财务决策程序与规则，制定了一系列内部管理制度以及委派董事、经理和财务人员等措施对子公司严密监督和控制，强化了母子公司之间的经营联系，但随着公司的经营规模不断扩大，对公司及各子公司的经营管理提出了更高的要求。如果本公司内部控制机制及约束机制不能及时得到有效完善，将会对公司的经营管理造成一定的影响。

六、募集资金投资项目风险

本次募集资金拟投向文件管理用品项目、碎纸机项目、装订机项目以及营销网络建设项目。这些投资项目是根据公司现有业务良好的发展态势和经过充分市场调查的基础上提出的，并且公司在技术工艺、市场开拓、人员安排等方面经过精心准备，这些项目若能得到顺利实施将会对公司提高技术工艺、提升产品档次、

调整产品结构、拓展营销渠道以及增加品牌价值均产生较大的作用，可以进一步提高公司核心竞争力和盈利能力。但是这些在项目的实施过程中，存在项目的建设周期被延长、项目投产后市场情况变化达不到预期效果等不确定因素，从而影响本次募集资金投资项目预期收益的实现。

七、人民币升值的风险

目前，本公司的国外销售收入约占营业收入的41.92%。自2005年7月21日国家调整人民币汇率形成机制，实行以市场供求为基础、参考一篮子货币进行调节、有管理的浮动汇率制度以来，人民币不断升值。由于本公司外销产品的应收账款信用收款期限一般在30天—90天，在信用收款期限内，人民币汇率持续升值给公司造成一定的汇兑损失。2006年、2007年、2008年、2009年1—6月，本公司的汇兑损失净额分别为58.85万元、210.07万元、184.74万元、31.31万元。

第四节 发行人基本情况

一、发行人基本情况

- 1、中文名称：深圳市齐心文具股份有限公司
英文名称：SHENZHEN COMIX STATIONERY CO., LTD.
- 2、注册资本：人民币 9,333.3333 万元
- 3、法定代表人：陈钦鹏
- 4、设立日期：2000 年 1 月 12 日
- 5、公司住所：广东省深圳市福田区福虹路世贸广场 A 幢 17 楼 05-06 号
- 6、邮政编码：518033
- 7、联系电话：0755-83690688
- 8、传真号码：0755-83002300
- 9、互联网地址：<http://www.comix.com.cn>
- 10、电子信箱：stock@comix.com.cn

本公司主要从事文具及办公用品、办公设备的研发、生产和销售，是一家办公文具专业制造商和供应商，主营产品包括文件管理用品、OA 办公设备、桌面文具和办公耗材等 1,000 余种，是中国最大的办公文具（文件夹）制造商，在业内具有较高的品牌知名度。“COMIX 齐心”品牌连续七年被评为“中国十大文具品牌”，2007 年被中国百货商业协会和中国国际名牌协会评选为“中国最畅销文具品牌”和“中国文件夹第一品牌”，2008 年，“齐心”商标被认定为“中国驰名商标”。

本公司建立了高效、快捷的分销网络，在全国拥有 19 家销售分公司、30 多家办事处，在汕头、广州和宁波设有三大配送中心，全国 40 多个分销配送仓，营销网络遍布全国，配送高效顺畅。本公司与国内最大的办公用品直销商 Office Depot（欧迪办公）和全球最大的办公用品零售商 Staples（史泰博）建立了良好的供货关系，与国际大型超市家乐福、沃尔玛、麦德龙、乐购等均有多年的合作基础，与国内新兴的大型现代卖场 Office Box（合作办公）等开展业务合作，

产品已经出口到美国、英国、德国、日本、韩国、土耳其等 100 多个国家，成为深受当地消费者信赖的品牌。

二、发行人的历史沿革及改制重组情况

（一）发行人设立方式

1999 年 12 月 7 日，深圳市宝城新荣文具实业有限公司、潮阳市齐心实业有限公司、潮阳市新协力文具实业有限公司、上海齐心文具有限公司、沈阳齐心文具有限公司作为发起人签订《发起人协议》，于 2000 年 1 月 12 日发起设立深圳市齐心文具股份有限公司，出资方式为货币资金出资，注册资本为 1,400 万元。1999 年 12 月 30 日，深圳敬业会计师事务所出具了敬会验字[1999]196 号《验资报告》，验证发行人发起设立时的注册资本已由各发起人足额缴纳，各发起人股东的出资金额及出资比例如下：

发起人名称	出资金额（万元）	出资比例
潮阳市齐心实业有限公司	434	31%
潮阳市新协力文具实业有限公司	336	24%
上海齐心文具有限公司	238	17%
沈阳齐心文具有限公司	238	17%
深圳市宝城新荣文具实业有限公司	154	11%
合计	1,400	100%

齐心文具设立之初系依据当时执行的《深圳经济特区股份有限公司条例》和深圳市人民政府令第 39 号《深圳市经济特区股份有限公司设立条件和程序规定》，直接向深圳市工商行政管理局办理了注册登记手续。2005 年 3 月 28 日，深圳市人民政府以深府股〔2005〕7 号文《关于对深圳市齐心文具股份有限公司设立的确认函》的形式，对公司的设立予以确认，认为公司的设立符合《公司法》规定的股份有限公司设立的条件和要求。

（二）发行人改制设立前，主要发起人拥有的主要资产和实际从事的主要业务

本公司组建成立时共有五名发起人，分别是深圳市宝城新荣文具实业有限公司、潮阳市齐心实业有限公司、潮阳市新协力文具实业有限公司、上海齐心文具

有限公司和沈阳齐心文具有限公司，各发起人拥有的主要资产和实际从事的主要业务如下：

1、潮阳市齐心实业有限公司

该公司成立于 1996 年 6 月 11 日，注册资本 368 万元，股东两名，其中陈进贤先生出资 318 万元，占比 86.41%；陈钦发先生出资 50 万元，占比 13.59%；法定代表人为陈进贤。该公司经营范围主要是加工文具用品、纸箱；销售百货、塑料原料、五金交电等。主要资产为潮阳市铜孟镇练江工业城土地使用权 5 亩，并已建成六层工业厂房一栋，面积为 7,500 平方米。

1996 年 6 月，该公司以潮阳市铜孟镇练江工业城的 1 栋六层厂房 7,500 平方米及水电设施的使用权折合 550 万港元作为出资，与香港新荣文具（国际）实业有限公司以合作经营形式出资组建潮阳市齐心文具制品有限公司，生产经营各式文具制品，合作企业投资总额及注册资本均为 1,380 万港元，该公司占 40% 的权益。

2、潮阳市新协力文具实业有限公司

该公司成立于 1999 年 7 月 15 日，注册资本 68 万元，股东两名，其中陈进贤先生出资 38 万元，占比 56%，陈钦鹏先生出资 30 万元，占比 44%；法定代表人为陈进贤。该公司的主要业务为批发、零售、代购、代销纸制品、塑料制品、五金制品、日用百货等，主要资产为流动资产。

3、上海齐心文具有限公司


该公司成立于 1996 年 12 月 31 日，注册资本 50 万元，股东两名，其中潮阳市齐心实业有限公司出资 30 万元，占比 60%；陈钦奇先生出资 20 万元，占比 40%；法定代表人为郭卫华。该公司的主要业务为批发、零售、代购、代销文具用品、办公器材用品、工艺美术品等，主要资产为流动资产。

4、沈阳齐心文具有限公司


该公司成立于 1999 年 6 月 1 日，注册资本 50 万元，股东分别为潮阳市齐心实业有限公司出资 40 万元，占比 80%；陈钦奇出资 10 万元，占比 20%；法定代表人为陈钦奇。该公司的主要业务为批发、零售现代办公用品、学生文具、

计算机及外辅设备、五金交电等，主要资产为流动资产。

5、深圳市宝城新荣文具实业有限公司

该公司成立于 1993 年 6 月 23 日，注册资本 338 万元，股东三名，其中陈钦鹏先生出资 196 万元，占比 58%，陈钦奇先生出资 103 万元，占比 30%，郭少璇女士出资 39 万元，占比 12%；法定代表人为陈钦鹏。该公司主要从事的业务为文具、办公用品销售，并申请注册了“ 齐心”商标，委托生产厂家加工文件夹，主要资产为流动资产。

（三）发行人成立时拥有的主要资产和实际从事的主要业务

本公司成立之初，主要从事文具及办公用品的的购销业务，拥有的资产主要是存货、货币资金等流动资产。本公司成立后，无偿继受了深圳市宝城新荣文具实业有限公司注册的“ 齐心”商标，陆续在全国各地开设分公司。

本公司发起设立公司时，相关发起人未直接将相关业务和资产投入股份公司的主要原因：

1、设立本公司的主要目的是将“齐心”商标与商号统一，提升品牌形象。陈钦鹏家族较早从事文具及办公用品经销，并于 1995 年就由深圳市宝城新荣文具实业有限公司在 40 多个国家和地区申请注册了“齐心”商标。但深圳市宝城新荣文具实业有限公司的商号与“齐心”商标没有关联，不利于“齐心”商标的形象推广，在此情况下，陈钦鹏家族决定设立商标、商号为一体的新公司，以提升“齐心”商标的品牌形象和市场竞争力。

2、除潮阳市齐心实业有限公司拥有潮阳市齐心文具制品有限公司（中外合作企业）40%的利润分配权和其他一些资产外，其他发起人均一般为经贸公司，主要资产为存货、现金等流动资产，因此，这五个发起人当初拥有的资产均不适合作为出资投入本公司。

3、在当时的市场环境下，公司的经营模式仍处于“经销+制造商”阶段，本公司成立后的主要业务侧重于文具经销和品牌推广，潮阳工厂专门从事文具制造，双方分工明确，从时机上看，还没有考虑产业整合的战略布局。

（四）发行人成立之后，主要发起人拥有的主要资产和实际从事的主要业务

2003年前后，文具经销行业的竞争形势日益激烈，品牌营销逐渐为市场接受。为进一步巩固发行人的市场地位和提升品牌形象，陈钦鹏家族选择了更加适应市场竞争的“品牌制造商”模式，并开始对产、供、销系统进行全面整合。

本公司成立时，潮阳市齐心实业有限公司除持有本公司31%的股份、持有潮阳市齐心文具制品有限公司（中外合作企业）40%的权益、持有沈阳齐心文具有限公司80%的出资之外，还引进国外先进生产线和各种设备，从事文具用品、纸笔加工业务。2003年11月18日，该公司将其所持本公司31%的股份全部转让给陈钦鹏，不再持有本公司的股份。2003年9月、2004年12月，该公司以潮阳市铜盂镇练江工业城的四层厂房1栋及厂房内的机器设备等实物资产向汕头市齐心文具制品有限公司分别增资10,131,750元、21,318,440元，增资后合计持有汕头市齐心文具制品有限公司（原潮阳市齐心文具制品有限公司）75%股权。2004年该公司变更为汕头市齐心实业有限公司，不再从事文具用品、纸笔加工业务。2004年12月将其持有汕头市齐心文具制品有限公司75%股权全部转让给本公司。2007年11月1日，齐心实业在《汕头日报》上刊载了关于注销登记的《声明》。2008年6月5日，汕头市潮阳区工商行政管理局出具了阳核注通内字[2008]第0800080325号《核准注销登记通知书》，核准了齐心实业的注销登记。

本公司成立时，潮阳市新协力文具实业有限公司持有本公司24%的股份。2003年11月18日，该公司将其持有本公司4%的股份转让给陈钦鹏、另外20%的股份转让给陈钦奇，转让后不再持有本公司的股份。2007年10月27日，潮阳市新协力文具实业有限公司在《汕头日报》上刊载了关于注销登记的《声明》。2008年5月30日，汕头市潮阳区工商行政管理局出具了阳核注通内字[2008]第0800073244号《核准注销登记通知书》，核准了潮阳市新协力文具实业有限公司的注销登记。

本公司成立时，上海齐心文具有限公司持有本公司17%的股份。2003年11月18日，该公司将其持有本公司17%的股份全部转让给陈钦发，转让后不再持有本公司的股份。在2005年以前，该公司主要负责本公司产品在上海及周边市

场的销售业务，2005年1月4日，本公司在上海成立了上海分公司负责上海及周边市场的营销业务。2008年2月26日，上海齐心文具有限公司现有两名股东汕头市齐心实业有限公司和陈钦奇分别将其所持该公司的全部股权对外转让，2008年3月13日，上海齐心文具有限公司更名为上海新通文具有限公司，法定代表人为陈美兰，股东变更为陈美兰和杨军，已办理完毕工商变更登记手续，与本公司不存在关联关系。

截至2007年12月31日，上海齐心的总资产81.00万元，净资产67.30万元，2007年度实现主营业务收入223.27万元，净利润-2.45万元。（以上数据未经审计）

本公司成立时，沈阳齐心文具有限公司持有本公司17%的股份。2003年11月18日，该公司将其持有本公司的全部股份分别转让给陈钦发8%、郭少璇9%，转让后不再持有本公司的股份。2008年1月23日，沈阳齐心文具有限公司在《辽宁日报》上刊登了《清算公告》，正在办理注销手续，未实际从事经营。

本公司成立时，深圳市宝城新荣文具实业有限公司持有本公司11%的股份。本公司成立后，相继将其申请注册的“COMIX 齐心”商标无偿转让给本公司，2002年起很少有经营业务发生。2003年11月18日，该公司将其持有的本公司全部股份分别转让给郭少璇1%、蔡晓玲10%，转让后不再持有本公司的股份。2005年1月28日，深圳市宝城新荣文具实业有限公司在深圳市工商行政管理局办理完毕全部公司注销登记手续。

（五）业务流程

本公司的主要业务流程见第五节“业务与技术”的有关内容。

（六）发行人成立后在生产经营方面与主要发起人的关联关系及演变情况

本公司系由深圳市宝城新荣文具实业有限公司、上海齐心文具有限公司、潮阳市齐心实业有限公司等五个法人发起设立的股份有限公司。本公司成立后，深圳市宝城新荣文具实业有限公司将其持有的“COMIX 齐心”商标全部无偿转让给本公司；潮阳市齐心实业有限公司将其持有汕头市齐心文具制品有限公司75%股权全部转让给本公司；上海齐心文具有限公司在2005年以前曾作为本公

公司产品在上海市场的经销商，负责公司产品在上海市场的推广，2005年以后，随着本公司在上海成立分公司，逐渐减少了对上海齐心文具有限公司的关联交易，2008年2月，上海齐心文具有限公司的股权已经转让给第三方，与本公司不再存在关联关系。除此之外，其他发起人在生产经营方面与本公司无关联关系。

（七）发起人出资资产的产权变更

本公司在设立时，各发起人均以货币出资，不存在发起人出资资产的产权变更问题。

三、发行人独立经营情况

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》的要求严格规范运作，在业务、机构、人员、资产、财务等方面与现有股东完全分开，具有独立面对市场经营的能力。

（一）业务独立

本公司具有独立产、供、销业务体系，公司主要股东目前均未从事与本公司相关的行业。公司具有完全独立的业务运作系统，主营业务收入和业务利润也不存在依赖于股东及其他关联方的关联交易，同时也不存在受制于公司股东及其他关联方的情况。

本公司在2007年9月之前，为报关及结算外汇方便，在出口销售形式上经由香港新荣销售给终端客户，香港新荣在整个销售环节中只起到了桥梁作用，但并不影响本公司销售体系的完整性以及业务的独立性。本公司独立掌握所有实际客户资源，直接与实际客户洽谈销售合同，本公司和实际客户确认具体出口订单（包括品种、规格型号、数量、价格、交货期、结算方式），并根据终端客户的订单要求，进行研发、生产并在中国大陆境内港口直接发货至终端客户。终端客户根据本公司的指令向香港新荣在银行开设的专用账户支付款项或付款赎单，香港新荣在收到货款后及时回款给本公司，本公司在整个出口销售过程中拥有控制权，香港新荣在本公司的出口销售业务中仅承担对海外客户的销售收款、国际结算作用，并不具有实际销售功能。因此，本公司在香港设立全资子公司齐心亚洲

作为出口销售的窗口公司后，所有境外客户的订单均顺利地转移到齐心亚洲，不存在客户资源流失的情况，也没有对本公司出口销售业务带来不利影响。

保荐人核查后认为：“发行人具有完整的业务体系和直接面向市场独立经营的能力，其资产完整，人员、财务、机构、业务独立；2006年至2007年9月，发行人在销售形式上经由香港新荣销售给终端客户，香港新荣在整个销售环节中只起到了桥梁作用，不影响发行人销售体系的完整以及业务的独立性。发行人独立掌握所有实际客户资源，直接与实际客户洽谈销售条款，发行人在整个出口销售过程中拥有控制权，因此，关联交易不影响发行人的独立性”。

（二）资产独立完整

公司拥有完整的工艺流程、完整的生产经营性资产、相关生产技术和配套设施、独立完整的供货和销售系统等。对与生产经营相关的厂房、土地、设备等资产均合法拥有所有权或使用权，与公司生产经营相关的商标由公司独立、合法拥有。公司与股东之间的资产产权界定清晰，生产经营场所独立，不存在依靠股东的生产经营场所而进行生产经营的情况。目前公司没有以资产或信用为各股东的债务提供担保，公司对所有资产拥有完全的控制支配权。

（三）人员独立

公司拥有自己独立的人事管理部门，独立负责员工劳动、人事和工资管理，与公司股东、实际控制人的相关管理体系完全分离；公司依照国家及本地区的企业劳动、人事和工资管理规定，制定了一整套完整独立的劳动、人事及工资管理制度。公司总经理、副总经理、财务负责人和董事会秘书都没有在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中担任除董事、监事以外的其他职务，没有在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业领薪。公司的财务人员没有在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中兼职。

（四）机构独立

根据《公司章程》，公司设有股东大会、董事会、监事会以及公司各级管理部门等机构，各机构独立于股东运作，依法行使各自职权。公司建立了较为高效

完善的组织结构，拥有完整的采购、生产和销售系统及配套服务部门，各部门已构成了一个有机整体。不存在与股东单位“两块牌子，一套人马”、混合经营、合署办公的情况。

（五）财务独立

公司设立后，已按照《企业会计准则》的要求建立了一套独立、完整、规范的财务会计核算体系和财务管理制度，并实施严格的财务监督管理。公司设立了独立的财务部门，配备了专职财务人员；公司在银行单独开立账户，拥有独立的银行账号；公司作为独立的纳税人，依法独立纳税；公司独立作出财务决策，独立对外签订合同，不受股东或其他单位干预或控制；公司未为股东提供担保，公司对所有的资产拥有完全的控制支配权，不存在资产、资金被股东占用或其他损害公司利益的情况。

综上所述，公司目前已建立了独立完整的供应、生产和销售系统，在业务、资产、人员、机构、财务等方面均与股东完全分开，实现了独立运作，具有独立完整的业务及面向市场自主开发经营的能力。

四、发行人的股本形成及重大资产重组情况

（一）发行人的股本形成过程

1、公司设立

1999年12月7日，深圳市宝城新荣文具实业有限公司、潮阳市齐心实业有限公司、潮阳市新协力文具实业有限公司、上海齐心文具有限公司、沈阳齐心文具有限公司作为发起人签订了《发起人协议》，全体发起人一致决定以货币资金为出资方式发起设立深圳市齐心文具股份有限公司，于1999年12月23日共同制定并签署了《深圳市齐心文具股份有限公司章程》，于2000年1月12日在深圳市工商行政管理局办理完毕公司设立登记手续，注册资本为1,400万元。

深圳敬业会计师事务所出具了敬会验字[1999]196号《验资报告》，验证截至1999年12月29日止，齐心文具（筹）已收到其股东投入的资本1,400万元。各发起人股东的持股数量及持股比例如下：

股东名称	持股股份（万股）	持股比例
潮阳市齐心实业有限公司	434	31%
潮阳市新协力文具实业有限公司	336	24%
上海齐心文具有限公司	238	17%
沈阳齐心文具有限公司	238	17%
深圳市宝城新荣文具实业有限公司	154	11%
合计	1,400	100%

上述五名法人股东均为陈钦鹏家族注册成立的公司，深圳市宝城新荣文具实业有限公司成立于 1993 年 6 月 23 日，注册资本为 338 万元，股东分别为陈钦鹏出资 196 万元（占注册资本的 58%）、陈钦奇出资 103 万元（占注册资本的 30%）、郭少璇出资 39 万元（占注册资本的 12%）；潮阳市齐心实业有限公司成立于 1996 年 6 月 11 日，注册资本为 368 万元，股东分别为陈进贤出资 318 万元（占注册资本的 86%）、陈钦发出资 50 万元（占注册资本的 14%）；潮阳市新协力文具实业有限公司成立于 1999 年 7 月 15 日，注册资本为 68 万元，股东分别为陈进贤出资 38 万元（占注册资本的 56%）、陈钦鹏出资 30 万元（占注册资本的 44%）；上海齐心文具有限公司成立于 1996 年 12 月 31 日，注册资本为 50 万元，股东分别为潮阳市齐心实业有限公司出资 30 万元（占注册资本的 60%）、陈钦奇出资 20 万元（占注册资本的 40%）。沈阳齐心文具有限公司成立于 1999 年 6 月 1 日，注册资本为 50 万元，股东分别为潮阳市齐心实业有限公司出资 40 万元（占注册资本的 80%）、陈钦奇出资 10 万元（占注册资本的 20%）。

齐心文具设立之初系依据当时执行的《深圳经济特区股份有限公司条例》和深圳市人民政府令第 39 号《深圳市经济特区股份有限公司设立条件和程序规定》，直接向深圳市工商行政管理局办理了注册登记手续。2005 年 3 月 28 日，深圳市人民政府以深府股〔2005〕7 号文《关于对深圳市齐心文具股份有限公司设立的确认函》的形式，对公司的设立予以确认，认为公司的设立符合《公司法》规定的股份有限公司设立的条件和要求。

2、2003 年股份转让

2003 年 11 月 18 日，经公司股东大会决议通过，股东潮阳市齐心实业有限公司将其所持本公司 31% 的股份以 434 万元转让给陈钦鹏；股东潮阳市新协力文具实业有限公司将其所持本公司 4% 的股份以 56 万元转让给陈钦鹏、20% 的

股份以 280 万元转让给陈钦奇；股东上海齐心文具有限公司将其所持本公司 17% 的股份以 238 万元转让给陈钦发；股东沈阳齐心文具有限公司将其所持本公司 8% 的股份以 112 万元转让给陈钦发、9% 的股份以 126 万元转让给郭少璇；股东深圳市宝城新荣文具实业有限公司将其所持本公司 1% 的股份以 14 万元转让给郭少璇、10% 的股份以 140 万元转让给蔡晓玲。同日，转让各方签订了《股权转让协议书》，并经深圳市福田区公证处（2003）深福证字第 3872 号《公证书》公证。股份转让情况如下表：

2000 年 1 月 12 日			2003 年 12 月 8 日			
原股东名称	持股股份 (万股)	持股 比例	股份转让	新股东 名称	持股股份 (万股)	持股 比例
潮阳市齐心实业有限公司	434	31%	转让 31%	陈钦鹏	490	35%
潮阳市新协力文具实业有限公司	336	24%	转让 4%			
上海齐心文具有限公司	238	17%	转让 20%	陈钦奇	280	20%
沈阳齐心文具有限公司	238	17%	转让 17%	陈钦发	350	25%
深圳市宝城新荣文具实业有限公司	154	11%	转让 8%			
			转让 9%	郭少璇	140	10%
			转让 1%			
			转让 10%	蔡晓玲	140	10%
合计	1,400	100%		合计	1,400	100%

2003 年 12 月 8 日，公司在深圳市工商局办理了工商变更登记。上述自然人股东之间存在关联关系，为陈氏家族成员，陈钦鹏、陈钦奇、陈钦发为三兄弟，分别排行“老大”、“老二”、“老三”，郭少璇为陈钦鹏的妻子，蔡晓玲为陈钦发的妻子。

3、2004 年股份转让

2004 年 10 月 20 日，经公司临时股东大会决议通过，股东郭少璇将其所持本公司 4% 的股份（56 万股股份）以 56 万元转让给陈钦奇、6%（合计 84 万股股份）以 84 万元转让给陈钦徽；股东蔡晓玲将其所持本公司 10% 的股份（合计 140 万股股份）以 140 万元转让给陈钦武。2004 年 10 月 25 日，转让各方签订了《股权转让协议》，并经深圳福田区公证处（2004）深福证字第 4150 号《公证书》公证。股份转让情况如下表：

2003年12月8日			2004年11月1日			
原股东名称	持股股份 (万股)	持股 比例	股份转让	新股东名 称	持股股份 (万股)	持股 比例
陈钦鹏	490	35%	无	陈钦鹏	490	35%
陈钦发	350	25%	无	陈钦发	350	25%
陈钦奇	280	20%	无	陈钦奇	336	24%
郭少璇	140	10%	转让 4%			
			转让 6%	陈钦徽	84	6%
蔡晓玲	140	10%	转让 10%	陈钦武	140	10%
合计	1,400	100%		合计	1,400	100%

2004年11月1日，公司在深圳市工商局办理了工商变更登记。上述自然人股东之间存在关联关系，陈钦鹏、陈钦奇、陈钦发、陈钦武、陈钦徽为五兄弟，分别排行“老大”、“老二”、“老三”、“老四”、“老五”。

4、2004年增资扩股

2004年11月25日，经公司股东大会决议并经深圳市人民政府深府股[2004]44号《关于深圳市齐心文具股份有限公司增资扩股方案的批复》批准，公司以每股1.00元的价格向老股东增发4,600万股，其中向陈钦鹏增发1,490万股、向陈钦奇增发1,344万股、向陈钦发增发1,030万股、向陈钦武增发460万股、向陈钦徽增发276万股。增资扩股后，公司的注册资本变更为6,000万元，增资扩股情况如下表：

2004年11月1日			2004年12月15日			
股东名称	持股股份 (万股)	持股 比例	增加注册资本	股东 名称	持股股份 (万股)	持股 比例
陈钦鹏	490	35%	增加注册资本 1,490 万元	陈钦鹏	1,980	33%
陈钦奇	336	24%	增加注册资本 1,344 万元	陈钦奇	1,680	28%
陈钦发	350	25%	增加注册资本 1,030 万元	陈钦发	1,380	23%
陈钦武	140	10%	增加注册资本 460 万元	陈钦武	600	10%
陈钦徽	84	6%	增加注册资本 276 万元	陈钦徽	360	6%
合计	1,400	100%	增加注册资本 4,600 万元	合计	6,000	100%

上述增资扩股均由老股东以货币出资，出资情况业经深圳鹏城会计师事务所深鹏所验字[2004]260号《验资报告》验资。2004年12月15日，公司在深圳市工商局办理了工商变更登记。

5、2006年增资扩股

2006年4月10日，经公司股东大会决议，公司以每股1元的价格向老股

东增发 2,000 万股，其中向陈钦鹏增发 660 万股、向陈钦奇增发 560 万股、向陈钦发增发 460 万股、向陈钦武增发 200 万股、向陈钦徽增发 120 万股。增资扩股后，公司的注册资本变更为 8,000 万元，各股东的持股比例不变。增资扩股情况如下表：

2004 年 12 月 15 日			2006 年 4 月 25 日			
股东名称	持股股份 (万股)	持股 比例	增加注册资本	股东 名称	持股股份 (万股)	持股 比例
陈钦鹏	1,980	33%	增加注册资本 660 万元	陈钦鹏	2,640	33%
陈钦奇	1,680	28%	增加注册资本 560 万元	陈钦奇	2,240	28%
陈钦发	1,380	23%	增加注册资本 460 万元	陈钦发	1,840	23%
陈钦武	600	10%	增加注册资本 200 万元	陈钦武	800	10%
陈钦徽	360	6%	增加注册资本 120 万元	陈钦徽	480	6%
合计	6,000	100%	增加注册资本 2,000 万元	合计	8,000	100%

上述增资扩股均由老股东以货币出资，出资情况经深圳业信会计师事务所业信验字 [2006]142 号《验资报告》验资。2006 年 4 月 25 日，公司在深圳市工商局办理了工商变更登记。

本公司 2004 年、2006 年增资扩股时的增资款系陈钦鹏家族历年经营文具产业的积累所得和自筹资金，增资的资金来源合法、有效。陈钦鹏、陈钦奇、陈钦发、陈钦武、陈钦徽分别书面承诺：“用于认缴齐心文具 2004 年 12 月 15 日及 2006 年 4 月 25 日新增注册资本的资金系其家族历年经营积累所得和自筹资金，经家庭分配后作为增资款，增资的资金来源合法、有效。”

保荐人核查后认为：“发行人 2004 年、2006 年增资时，各股东的出资来源于其家族历年经营积累所得和自筹资金，资金来源合法。”

发行人律师核查后认为：“陈钦鹏、陈钦奇、陈钦发、陈钦武、陈钦徽 2004 年 12 月 15 日、2006 年 4 月 25 日认缴发行人新增注册资本的资金，系其家族历年经营积累所得和自筹资金，来源合法。”

6、2007 年第一次股份转让

为了提高第一大股东的控股比例，陈钦鹏兄弟决定将陈钦鹏、陈钦奇、陈钦发所持全部股份整合到一个投资公司持有。2007 年 4 月 9 日，股东陈钦鹏、陈钦奇和陈钦发共同出资设立深圳市齐心控股有限公司，深圳市齐心控股有限公

司注册资本 1,000 万元，陈钦鹏、陈钦奇和陈钦发的出资比例分别为 51%、29% 和 20%，经营范围为投资兴办实业。

2007 年 4 月 12 日，陈钦鹏、陈钦奇、陈钦发与深圳市齐心控股有限公司签订《股份转让协议书》，将其所持有本公司的股份按每股 1 元的价格全部转让给深圳市齐心控股有限公司。本次股权转让过程如下表：

2006 年 4 月 25 日			2007 年 4 月 13 日			
股东名称	持股股份 (万股)	持股 比例	股份转让	股东名称	持股股份 (万股)	持股 比例
陈钦鹏	2,640	33%	转让 33%	深圳市齐心控股有 限公司	6,720	84%
陈钦奇	2,240	28%	转让 28%			
陈钦发	1,840	23%	转让 23%			
陈钦武	800	10%	无	陈钦武	800	10%
陈钦徽	480	6%	无	陈钦徽	480	6%
合计	8,000	100%		合计	8,000	100%

本次股份转让系陈钦鹏、陈钦奇、陈钦发将其直接持有本公司股份转变为间接持股，不改变公司的实际控制人地位。2007年4月13日，公司在深圳市工商局办理了工商变更登记。

保荐人经核查后认为：“发行人董事陈钦鹏、陈钦奇、陈钦发将其直接持有发行人的股份全部转让给深圳市齐心控股有限公司，虽然不符合《公司法》第 142 条第二款关于公司董事、监事、高级管理人员在任职期间每年转让的股份不得超过其所持有本公司股份总数的百分之二十五的规定，但发行人董事陈钦鹏、陈钦奇、陈钦发本次转让股份只是从直接持股转变为间接持股，并且陈钦鹏、陈钦奇、陈钦发均承诺其间接持有发行人的股份自股票上市交易之日起三年内不转让，在前述禁售期满后，每年转让间接持有的发行人的股份不超过间接持有发行人股份总数的百分之二十五，离职后半年内，不转让其间接持有的发行人股份。因此，陈钦鹏、陈钦奇、陈钦发将其直接持有发行人的股份转变为间接持股不会改变发行人的股权结构稳定，不会构成本次发行上市的实质性障碍”。

7、2007 年第二次股份转让

为了完善公司治理，公司决定以大股东转让部分股份的形式引入外部投资者。2007 年 4 月 18 日，深圳市齐心控股有限公司将其所持有股份中的 466.6667

万股（占总股本的 5.83%）以 2,450 万元的价格转让给深圳市深港产学研创业投资有限公司 100 万股（占总股本的 1.25%）以 525 万元的价格转让给深圳市乔治投资发展有限公司，转让情况如下表：

2007 年 4 月 13 日			2007 年 4 月 19 日			
股东名称	持股股份 (万股)	持股 比例	股份转让	股东名称	持股股份 (万股)	持股比 例
深圳市齐心 控股有限公 司	6,720	84%		深圳市齐心控有 限公司	6,153.33	76.92%
			转让 5.83%	深圳市深港产 学研创业投资 有限公司	466.67	5.83%
			转让 1.25%	深圳市乔治投 资发展有限公 司	100.00	1.25%
陈钦武	800	10%	无	陈钦武	800.00	10%
陈钦徽	480	6%	无	陈钦徽	480.00	6%
合计	8,000	100%		合计	8,000.00	100%

2007 年 4 月 19 日，公司在深圳市工商局办理了工商变更登记。

8、2007 年增资扩股

为了进一步完善公司治理和引进国外先进的管理经验，公司决定以定向增发的形式引入国际、国内投资者。经公司临时股东大会决议和中华人民共和国商务部商资批[2007]904 号《商务部关于同意外资参股深圳市齐心文具股份有限公司的批复》批准，公司于 2007 年 6 月向太誉投资有限公司定向增发 1,238.0952 万股（增资总额以太誉投资有限公司总投资 6,500 万元按 2007 年 4 月 20 日中国人民银行公布的美元与人民币中间价为基准汇率，折合美元 844.70 万元）、向深圳市创新资本投资有限公司定向增发 95.2381 万股（增发价格为每股 5.20 元）。本次增资扩股后，公司的总股本变更为 9,333.3333 万股，股份结构如下：

股东名称	持股股份（万股）	持股比例
深圳市齐心控股有限公司	6,153.3333	65.93%
太誉投资有限公司	1,238.0952	13.27%
陈钦武	800.0000	8.57%
陈钦徽	480.0000	5.14%
深圳市深港产学研创业投资有限公司	466.6667	5.00%
深圳市乔治投资发展有限公司	100.0000	1.07%
深圳市创新资本投资有限公司	95.2381	1.02%
合 计	9,333.3333	100.00%

上述增资扩股均由股东以货币出资，出资情况业经深圳市鹏城会计师事务所有限公司深鹏所验字[2007]56号《验资报告》验资。增资扩股后，外资持有公司13.27%的股份，外资持股比例低于25%，公司已取得中华人民共和国商务部商外资资审A[2007]0127号《中华人民共和国台港澳侨资企业批准证书》。本公司于2007年6月25日在深圳市工商局办理了工商变更登记。

（二） 发行人重大资产重组情况

2004年11月21日，本公司董事会作出决议，提请股东大会审议以3,750万元的价格受让齐心实业持有的汕头齐心3,750万元出资（占汕头齐心注册资本的75%）。2004年12月23日，本公司召开股东大会，审议通过了《关于受让汕头市齐心文具制品有限公司股权的议案》，一致同意以3,750万元受让齐心实业持有的汕头齐心75%的股权，同意与外资股东香港新荣签订合资合同和公司章程。2004年12月29日，齐心实业与本公司签订《股权转让协议书》，约定齐心实业将其持有的汕头齐心75%的股权作价3,750万元转让给本公司，本公司也于2004年12月31日前向齐心实业预付了全部股权转让款。

2005年1月21日，经汕头市潮阳区外经贸局汕潮阳外经贸资字[2005]02号《关于“汕头市齐心文具制品有限公司”合资中方股权转让的批复》批准，齐心实业将其持有的汕头齐心75%的股权以3,750万元转让给本公司，从批准之日由受让方深圳市齐心文具股份有限公司承担权利，并按此比例承担一切经济风险、责任。批准发行人与香港新荣2004年12月25日签订的合同、章程修订本，批准新成立的董事会成员名单。2005年1月25日，广东省人民政府向汕头齐心核发了商外资粤潮阳合作证字[1996]0037号《中华人民共和国台港澳侨投资企业批准证书》，记载了深圳市齐心文具股份有限公司出资3,750万元。

由于负责股权转让事宜的工作人员疏忽，汕头齐心在拿到汕头市潮阳区外经贸局的批准文件后，未及时办理股权转让后的工商变更登记，直到汕头齐心办理2005年度工商年检手续时，才发现该次股权转让未办理工商变更手续，因此，于2006年4月7日重新向汕头市潮阳区外经贸局申请并获准同意其于2005年1月21日签发的《关于“汕头市齐心文具制品有限公司”合资中方股权转让的

批复》（汕潮阳外经贸资字〔2005〕02号）的有效期延长至2006年4月30日。2006年4月11日，汕头齐心办理完毕该次股权转让的工商变更登记手续。

齐心文具增资扩股暨收购汕头齐心75%股权过程



保荐人核查后认为：“发行人在收购汕头齐心75%的股权过程中，2004年12月23日发行人召开的临时股东大会审议通过了收购事项，2004年12月29日发行人与股权转让方签订了《股权转让协议书》，2005年1月21日当地外经贸局批准了汕头齐心的股权转让事宜和合资合同、章程，以及新的董事会成员名单，汕头齐心于2005年1月25日取得《中华人民共和国台港澳侨投资企业批准证书》，发行人于2004年12月31日前向股权转让方全额预付了收购股款。虽然汕头齐心没有及时向汕头市工商行政管理局办理股权变更的工商登记，但不影响发行人对汕头齐心的控制和权益，不会构成发行人本次发行上市的实质性障

碍。”

发行人律师核查后认为：“发行人分别与汕头市齐心实业有限公司、香港新荣文具（国际）实业有限公司签订的《股权转让协议书》、《合资经营汕头市齐心文具制品有限公司合同书》系当事人真实、充分的意思表示，不违反法律、行政法规的规定；汕头市潮阳区对外贸易经济合作局于 2005 年 1 月 21 日以《关于“汕头市齐心文具制品有限公司”合资中方股权转让的批复》（汕潮阳外经贸资字〔2005〕02 号）批准该次股权转让、批准双方 2004 年 12 月 25 日签订的合同及章程、批准新成立的董事会成员名单；汕头市齐心文具制品有限公司于 2005 年 1 月 25 日取得《中华人民共和国台港澳侨投资企业批准证书》，发行人已于 2004 年 12 月 10 日向汕头市齐心实业有限公司支付了全部股权转让款，发行人通过委派董事等形式行使了法律、行政法规、规范性文件规定的股东权利。根据对外贸易经济合作部、国家工商行政管理局 1997 年 5 月 28 日《外商投资企业投资者股权变更的若干规定》（〔1997〕外经贸法发第 267 号）第 20 条“股权转让协议和修改企业原合同、章程协议自核发变更外商投资企业批准证书之日起生效。协议生效后，企业投资者按照修改后的企业合同、章程规定享有有关权利并承担有关义务”之规定，发行人自合并日起将汕头市齐心文具制品有限公司纳入合并范围编制合并会计报表，不违反《企业会计准则第 20 号—企业合并》的相关规定；汕头市齐心文具制品有限公司延迟向汕头市工商行政管理局办理公司变更登记不影响该次股权转让的效力，不影响发行人对汕头市齐心文具制品有限公司的控制和权益，不会构成发行人本次发行上市的实质性障碍。”

2008 年 6 月 11 日，本公司全资境外子公司齐心亚洲召开董事会会议，审议通过了以 1,940 万元(或等值外币)受让香港新荣其所持有的汕头齐心 25%股权的决议，作价依据以汕头齐心 2007 年 12 月 31 日经审计的净资产 77,610,523.57 元、按香港新荣占出资比例 25%确定的收购价格为 1,940 万元（或等值外币）。2008 年 6 月 12 日，齐心亚洲与香港新荣签订《股权转让协议书》，约定依据截至 2007 年 12 月 31 日香港新荣占有的汕头齐心经审计的净资产值(1,940 万元)确定本次股权转让的价格，香港新荣以 1,940 万元（或等值外币）向齐心亚洲转

让其所持有的汕头齐心 25%股权。

2008年6月20日，汕头市潮阳区外经贸局出具了汕潮阳外经贸字（2008）19号《关于“汕头市齐心文具制品有限公司”股权转让的批复》，批准同意香港新荣将持有的汕头齐心 25%股权以 1,940 万元（等值外汇）转让给齐心亚洲。2008年6月23日，汕头市人民政府向汕头齐心颁发了汕头齐心股权变更后的《中华人民共和国台港澳投资企业批准证书》。

2008年7月1日，汕头齐心向汕头市工商行政管理局办理了变更登记，并领取新的企业法人营业执照。汕头齐心的股东及股本结构如下表所列示：

股东名称	出资数额（万元）	占注册资本的比例
齐心文具	3,750	75%
齐心亚洲	1,250	25%
合计	5,000	100%

五、发行人历次验资、评估情况

（一）发行人历次验资情况

公司成立以来，共进行了四次验资，具体情况如下：

1、公司设立时验资

1999年12月30日，深圳敬业会计师事务所出具了敬会验字[1999]196号《验资报告》，验证截至1999年12月29日止，深圳市齐心文具股份有限公司（筹）已收到其股东投入的资本1,400万元。

2、2004年增资扩股验资

2004年12月10日，深圳鹏城会计师事务所出具了深鹏所验字[2004]260号《验资报告》，验证截至2004年12月10日止，公司已收到陈钦鹏、陈钦奇、陈钦发、陈钦武、陈钦徽五人缴纳的新增注册资本合计4,600万元，其中以货币出资4,600万元。公司增资后的注册资本为6,000万元。

3、2006年增资扩股验资

2006年4月17日，深圳业信会计师事务所出具了业信验字[2006]142号《验资报告》，验证截至2006年4月17日止，公司已收到陈钦鹏、陈钦奇、陈钦发、陈钦武、陈钦徽五人缴纳的新增注册资本合计2,000万元，其中以货币出

资 2,000 万元。公司增资后的注册资本为 8,000 万元。

4、2007 年增资扩股验资

2007 年 6 月 21 日，深圳鹏城会计师事务所出具了深鹏所验字[2007]56 号《验资报告》，验证截至 2007 年 6 月 20 日止，公司已收到新股东太誉投资有限公司和深圳市创新资本投资有限公司缴纳的投资款折合人民币合计 69,313,841.20 元，全部是以货币出资，其中增加注册资本 13,333,333 元，增加资本公积 55,980,508.20 元。公司增资后的注册资本为 9,333.3333 万元。

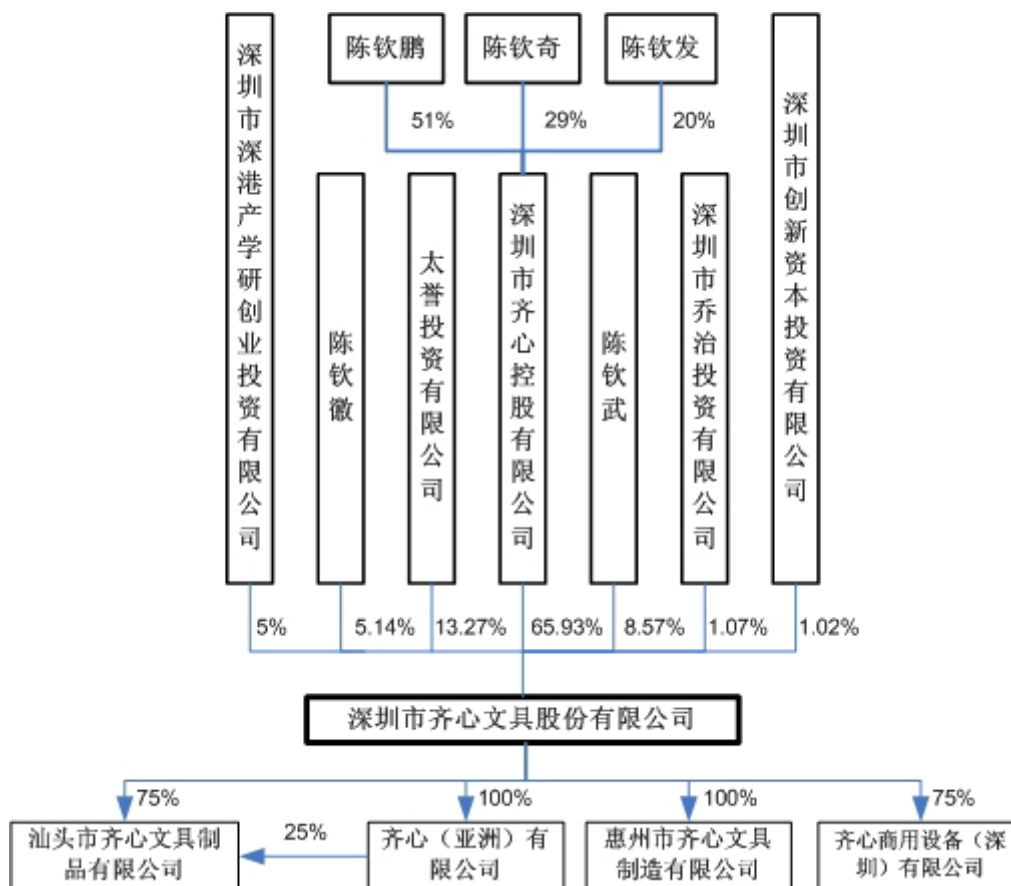
(二) 发行人历次资产评估情况

发行人成立以来，没有进行过资产评估。

六、发行人的内部组织结构

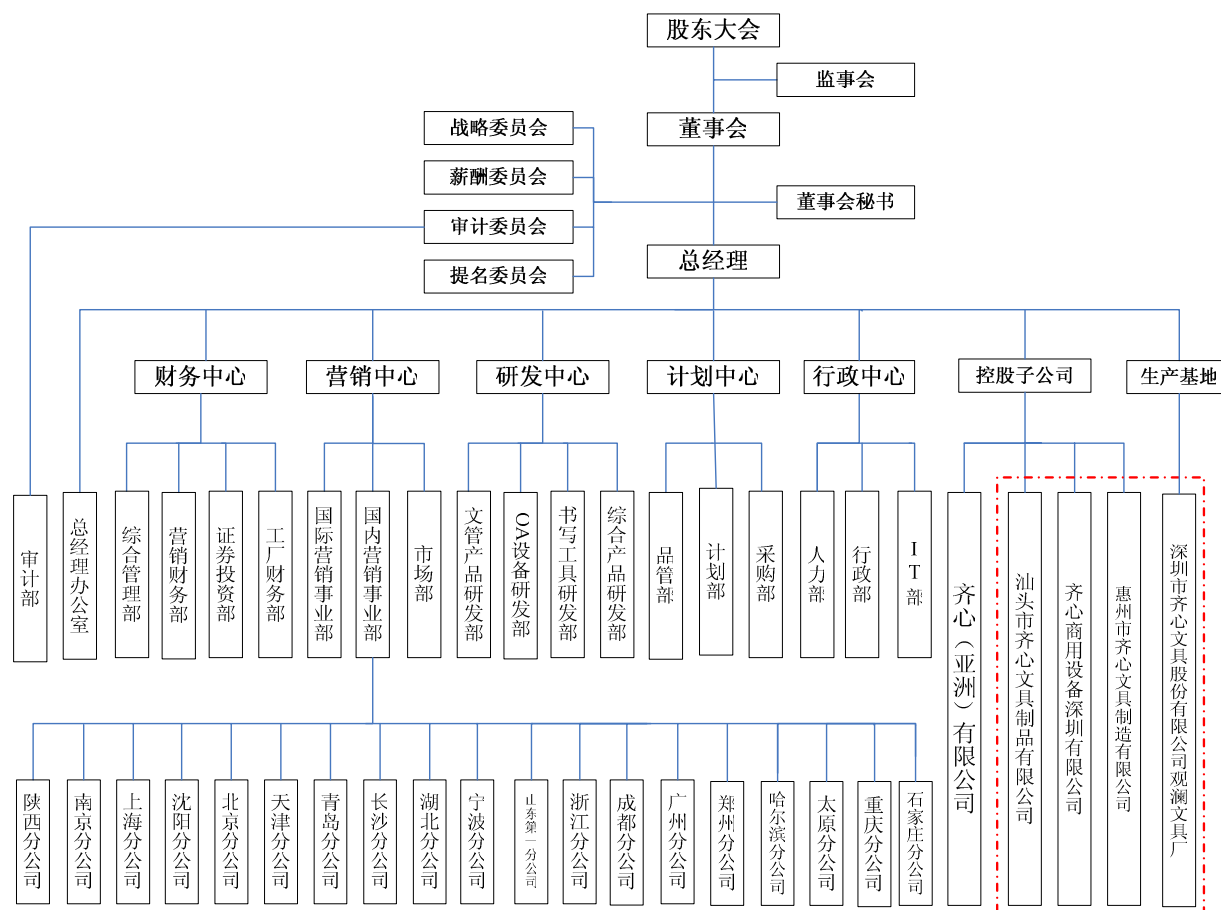
(一) 股权结构图

本公司与主要股东及下属子公司的股权关系情况如下：



（二）内部组织架构图

本公司内部组织按照生产经营的需要进行设置，具体情况如下：



（三）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，履行《公司章程》赋予的职权，负责公司重大的生产经营决策和确定公司整体发展战略并监督战略的实施；公司董事会九名董事中有三名独立董事，更有利于健全公司的法人治理结构，使董事会的决策更科学、民主，从而有效地维护中小股东的利益。

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。各重要部门的主要职能是：

部门	职能
总经办	制定和实施公司总体战略与年度经营计划；建立和健全公司的管理体系与组织结构；主持公司的日常经营管理工作，实现公司经营管理目标和发展目标。
财务中心	负责公司财务战略的制定、财务管理及内部控制工作，筹集公司运营所需资金，完成企业财务计划。
审计部	负责对公司所辖范围子公司、分公司进行管理审计（包括内控制度的完善、评价及提供适当的管理诊断）；对公司各部门制度执行情况进行测评；根据公司发展和企业管理的需要，定期组织有关部门修订、完善、改进公司管理制度。
市场部	负责公司品牌管理、市场推广及产品开发管理，对公司整体营销战略及各产品线营销策略的策划和各项方针、政策、计划的拟定，并积极组织开展和有效完成。
国际营销事业部	根据公司海外市场产品经营目标，有计划地组织各种资源，制定有效的营销规划，通过有效的组织和管理全力完成营销规划及销售目标。
国内营销事业部	根据公司国内总体经营目标，有计划地组织各种资源，制定有效的营销规划，通过有效的组织和管理全力完成营销规划及销售目标。
研发中心	负责公司品牌与产品上市宣传策略的执行规划（包括对广告、公关、规划企业形象的宣传要素的运用），新产品的研发、工程设计、产品标准的输出，以及市场品牌建设所需的相关广告宣传的设计等。研发中心下设文管产品研发部、OA 设备研发部、书写工具研发部、综合产品研发部，进行专业化产品开发。
品管部	负责制定公司产品相关的品质标准及制度，协助供应商品质的管理、评审、稽核、保证公司产品的出货品质；协助工程、采购部门做好开发阶段的品质审核。
计划部	负责公司年度生产计划的制定与实施；国内、外非常规订单的生产计划安排，子公司产能、生产计划的协调。
采购部	负责公司自制产品的原材料采购和 OEM 外协产品采购，最大限度地降低采购成本，满足企业对相关物料或资源的需求，促进公司经营目标的实现和长远发展。
IT 部	负责规划、指导、协调公司的 IT 资源管理与信息系统架构建设，最大限度地开发应用 IT 资源，满足企业对 IT 应用的需求，促进公司经营目标的实现和长远发展。
人力资源部	规划、指导、协调公司的人力资源管理与组织建设，最大限度地开发人力资源，满足企业对人力资源的需求，促进公司经营目标的实现和长远发展。
行政部	负责总部及分公司固定资产、低值易耗品管理；政府、事业型单位外联工作以及日常行政管理。

七、发行人子公司及分公司情况

公司目前有 4 家子公司和 19 家分公司和 1 家分厂，具体情况如下：

（一）汕头市齐心文具制品有限公司

汕头市齐心文具制品有限公司的前身系 1996 年 7 月 2 日成立的潮阳市齐心文具制品有限公司。

1、1996 年 7 月潮阳市齐心文具制品有限公司成立

1996 年 6 月 28 日，经潮阳市对外经济工作委员会潮外经资字（1996）080 号《关于合作经营“潮阳市齐心文具制品有限公司”合同书、章程的批复》批准，潮阳市齐心实业有限公司以厂房 7,500 平方米及水电设施的使用权折值 550 万港元作为出资、香港新荣引进设备 630 万港元和流动资金 200 万港元，以合作经营形式出资组建潮阳市齐心文具制品有限公司，合作经营期限为 12 年，合作企业投资总额及注册资本均为 1,380 万港元，由投资者于 1998 年 7 月 1 日前缴足，合作企业的地址为潮阳市铜孟镇练江工业城，生产经营各式高级文具制品，企业的利润分配比例为中方占 40%，外方占 60%，并按此比例分担亏损及承担债务和风险。

1996 年 7 月 2 日，潮阳市齐心文具制品有限公司注册成立，股东分三期缴纳出资，并分别由潮阳市会计师事务所进行验资。

2、2003 年 9 月增加投资及注册资本至 2,680 万港元，并更名为“汕头市齐心文具制品有限公司”

2003 年 9 月 8 日，经潮阳市对外贸易经济合作局潮外经贸字（2003）47 号《关于变更“潮阳市齐心文具制品有限公司”企业名称及增资扩产的批复》，公司名称变更为“汕头市齐心文具制品有限公司”、投资总额及注册资本均增加至 2,680 万港元，其中潮阳市齐心实业有限公司增加投资 950 万港元、香港新荣增加投资 350 万港元。

2003 年 10 月 22 日，潮阳市鑫誉会计师事务所出具了潮鑫师三资验字[2003]167 号《验资报告》，验证截止 2003 年 9 月 30 日，汕头齐心文具制品有

限公司已收到其股东投入的第四期新增资本 1,300 万港元,折人民币 13,864,500 元,其中潮阳市齐心实业有限公司以实物出资 950 万港元,香港新荣以货币出资 350 万港元。连同前三期实收资本 1,380 万港元,四期共计收到投入资本 2,680 万港元,折人民币 28,681,560 元,其中潮阳市齐心实业有限公司共计投入资本 1,500 万港元,香港新荣共计投入资本 1,180 万港元。

3、2004 年 12 月变更为合资经营企业及增资至 5,000 万元

2004 年 12 月 17 日,经汕头市潮阳区外经贸局汕潮阳外经贸资字[2004]72 号《关于合作经营“汕头市齐心文具制品有限公司”变更为合资经营及增资扩产的批复》,批准同意齐心实业与香港新荣签订的合资公司合同及章程,公司投资总额为 8,000 万元,注册资本为 5,000 万元,其中齐心实业认缴 3,750 万元,占注册资本的 75%,香港新荣认缴 1,250 万元(等值外汇),占注册资本的 25%。

2005 年 1 月 18 日,广东康元会计师事务所有限公司出具了粤康元验字(2005)第 30026 号《验资报告》,验证截止 2005 年 1 月 18 日已收到新增注册资本合计 21,318,440 元,其中汕头齐心以土地使用权出资 2,676,800 元、实物出资 19,485,950 元,实缴注册资本 21,462,900 元,超过注册资本部分 699,850 元作资本公积处理;香港新荣在增资前的累计出资额超出变更后应缴纳的注册资本部分 144,460 元作资本公积处理。

4、2005 年 1 月汕头齐心文具制品有限公司变更为齐心文具的控股子公司

2004 年 12 月 29 日,齐心实业与本公司签订《股权转让协议书》,约定齐心实业将其持有的汕头齐心 75%的股权作价 3,750 万元转让给本公司。2005 年 1 月 25 日,经汕头市潮阳区外经贸局汕潮阳外经贸资字[2005]02 号《关于“汕头市齐心文具制品有限公司”合资中方股权转让的批复》批准,齐心实业将其持有的汕头齐心 75%的股权以 3,750 万元转让给本公司。

5、2008 年 7 月汕头齐心文具制品有限公司的外资股东变更

2008 年 6 月 12 日,香港新荣与齐心亚洲签署了《关于汕头市齐心文具制品有限公司股权转让协议书》,约定香港新荣以人民币 1,940 万元(或等值外币)向齐心亚洲转让其所持有的汕头齐心 25%股权,作价依据是以汕头齐心截止

2007年12月31日经审计的净资产值、按香港新荣占有的汕头齐心25%的出资比例确定本次股权转让的价格。同日，汕头齐心根据上述股权转让协议相应修改公司章程。2008年6月20日，汕头市潮阳区外经贸局出具了汕潮阳外经贸字（2008）19号《关于“汕头市齐心文具制品有限公司”股权转让的批复》，批准同意香港新荣将持有的汕头齐心25%股权以1,940万元（等值外汇）转让给齐心亚洲，批准了董事会成员变更名单。2008年6月23日，汕头市人民政府向汕头齐心颁发了股权变更后的《中华人民共和国台港澳投资企业批准证书》。

2008年7月1日，汕头齐心向汕头市工商行政管理局办理了变更登记，并领取新的企业法人营业执照。截止本招股意向书签署日，汕头齐心的股东及股本结构如下表所示：

股东名称	出资数额（万元）	占注册资本的比例
深圳市齐心文具股份有限公司	3,750	75%
齐心（亚洲）有限公司	1,250	25%
合计	5,000	100%

汕头齐心是本公司的文件夹生产基地之一。在2007年前，自制文件管理用品全部由汕头齐心生产，随着公司文件管理用品销售规模逐年增长，虽然公司近几年加强了汕头齐心设备改造和生产工艺优化创新，提高生产效率，但汕头齐心产能规模仍不能满足公司销售增长的需求。2007年初，本公司在深圳观澜增设文件管理用品生产线，成立观澜文具厂，作为公司文件管理用品的研发及生产管理总部，将汕头齐心生产的文件管理产品的采购、后段生产和销售集中转移到观澜文具厂，优化原材料及配件供应链管理，加强产品研发、设计和生产管理能力。

2007年下半年，本公司根据总部集中管理、专业分工的经营管理变革需要，调整了观澜文具厂与汕头齐心之间的业务关系：观澜文具厂负责文件管理用品的研发设计，在总部规定的全球市场营销政策和价格体系下，并接受客户订单，并根据订单情况安排采购计划和生产计划，对汕头齐心下达委托加工订单。即观澜文具厂与汕头齐心之间的业务关系为委托加工与受托加工的关系。这种业务关系的转变有利于汕头齐心作为加工制造基地，专注于文件管理用品的前端专业制造管理，也有利于观澜文具厂加强公司专业采购管理和提高对外采购议价能力，降低采购成本，有利于加强文件管理用品生产计划管理和生产组织管理，提高生产

供应能力。

因此，汕头齐心在 2007 年度逐步将内、外销业务以及研发、采购业务转至观澜文具厂，从 2007 年下半年起，只负责接受观澜文具厂委托加工及部分少量外销产品销售业务，不再对外接受客户订单。汕头齐心接受观澜文具厂的委托加工业务，参考市场公允加工报价，按成本加成方式计价与结算。

截至 2008 年 12 月 31 日，汕头齐心的总资产为 9,846.84 万元，净资产为 7,859.80 万元，2008 年实现主营业务收入 4,155.13 万元，净利润 98.75 万元（以上数据经深圳市鹏城会计师事务所审计）。

截至 2009 年 6 月 30 日，汕头齐心的总资产为 10,017.02 万元，净资产为 7,962.96 万元，2009 年 1—6 月实现主营业务收入 1,545.36 万元，净利润 103.16 万元（以上数据经深圳市鹏城会计师事务所审计）。

（二）齐心商用设备（深圳）有限公司

齐心商用设备（深圳）有限公司成立于 2006 年 6 月 26 日，注册资本和实收资本均为 500 万元，其中本公司出资 375 万元，出资比例 75%，香港茂发国际有限公司出资 125 万元，出资比例 25%，企业类型为合资经营（港资）。公司注册地及主要生产经营所在地为深圳市宝安区观澜街道库坑社区陂老村新源华工贸工业园，法定代表人为陈钦徽，主营业务为生产销售办公设备类产品，主要产品有碎纸机、装订机、过塑机、考勤机等。

截至 2008 年 12 月 31 日，齐心商用设备的总资产为 5,085.84 万元，净资产为 2,404.66 万元，2008 年度实现主营业务收入 9,142.58 万元，主营业务毛利 1,871.79 万元，净利润 939.43 万元（以上数据经深圳市鹏城会计师事务所审计）。

截至 2009 年 6 月 30 日，齐心商用设备的总资产为 6,309.10 万元，净资产为 3,161.17 万元，2009 年度 1—6 月月实现主营业务收入 6,992.38 万元，主营业务毛利 1,359.44 万元，净利润 756.51 万元（以上数据经深圳市鹏城会计师事务所审计）。

（三）齐心（亚洲）有限公司

齐心（亚洲）有限公司是经国家外汇管理局深圳分局深外管[2007]107号文、深圳市贸易工业局深贸工经字[2007]132号文批准设立的境外子公司，于2007年6月27日成立，注册地址为香港上环苏杭街49—51号建安商业大厦7楼，注册资本为78万港元，主营业务为文具及办公用品、办公设备的购销，主要负责本公司产品在境外的销售。2008年6月11日，公司董事会决议同意向齐心亚洲增资2,000万元人民币的等值港币。2008年8月，先后经国家外汇管理局深圳分局、深圳市贸易工业局核准，同意公司向齐心亚洲增资300万美元，齐心亚洲的投资总额从10万美元增加到310万美元。2008年9月26日，本公司向齐心亚洲支付增资款300万美元，折合人民币2,049.60万元。2009年2月27日，本公司向齐心亚洲缴付新增股本2,326.20万股，齐心亚洲的股本增至2,404.20万港元。

截至2008年12月31日，齐心亚洲的总资产4,920.70万元，净资产2,085.13万元，2008年实现主营业务收入19,638.46万元，主营业务成本19,638.83万元，净利润-9.32万元（以上数据经深圳市鹏城会计师事务所审计）。

截至2009年6月30日，齐心亚洲的总资产为6,175.01万元，净资产为2,416.43万元，2009年1—6月实现主营业务收入8,888.98万元，主营业务成本8,406.79万元，净利润331.95万元（以上数据经深圳市鹏城会计师事务所审计）。

（四）惠州市齐心文具制造有限公司

惠州市齐心文具制造有限公司成立于2007年11月15日，注册资本和实收资本均为138万元，为本公司的全资子公司，公司注册地为博罗县罗阳镇鸿达制造城，法定代表人为陈钦鹏。2008年2月15日，该公司与惠州市博罗县国土资源局签订了博地交（确）字[2008]第15号《博罗县土地使用权挂牌出让成交确认书》，购得位于罗阳镇三徐村委会、梅花村委会地段，面积为75,316平方米的工业用地的土地使用权，2008年2月20日，该公司已取得博罗县国土资

源局颁发的博府国用（2008）第 010149 号土地使用权证。上述工业用地将作为本次募集资金投资项目的建设用地。

目前，该公司尚无业务发生，2008 年支付购地款及土地平整费用合计 2,180.69 万元。该公司将作为本次募集资金三个投资项目的实施主体。

（五）分公司

截止本招股意向书签署日，本公司共有 19 家分公司和 1 家分厂，具体情况如下：

序号	名称	成立日期	负责人	注册地址	经营范围
1	陕西分公司	2007-6-26	朱巍	西安市金花北路 169 号 22202 室	文具及办公用品、办公设备的 批发、零售
2	南京分公司	2001-11-30	杨军	南京市下关区郭家 山 23 号	批发、零售文具及办公用品、 办公设备
3	上海分公司	2004-12-31	郭卫华	上海市秣陵路 50 号 308-18 室	文具、办公用品、办公设备的 批发
4	沈阳分公司	2003-12-5	孙韶强	沈阳市大东区天后 宫路 119 号东祥大 厦 501 室	办公用品批发、零售
5	北京分公司	2003-10-10	孙韶强	北京市朝阳区十八 里店乡吕家营村东 里 8 号-1	销售总公司生产的文具、办公 用品、办公设备，批发文具、 办公用品、办公设备
6	青岛分公司	2005-8-1	刘长春	青岛市南区莘县路 9 号二层-1	批发零售：文具、办公用品、 办公设备
7	湖北分公司	2007-9-18	唐钰林	武汉市江岸区鄱阳 街 47 号	文具及办公用品、办公设备的 研发、生产和销售
8	宁波分公司	2004-7-26	祁海洋	宁波市江北区庄桥 志英五金厂内	文化及办公用品的批发、零售
9	浙江分公司	2007-4-12	吴新	杭州市江干区杭海 路 724 号	批发、零售：办公用品，办公 设备
10	成都分公司	2001-12-21	蒋艳天	成都市金牛区马家 花园路 2 号通锦大 厦 1113-1115 室	文具及办公用品购销、销售计 算机及硬件
11	广州分公司	2002-1-24	陈少玲	广州市荔湾区黄沙后 道 25-27 号谊园文具 玩具精品批发中心 B 馆第 6203 号	销售：文教用品

12	山东第一分公司	2007-11-29	宋鹏	深南山市中区剪子巷 53 号一楼	销售总公司生产的文具及办公用品、办公设备
13	长沙分公司	2007-10-22	柏桦	长沙市雨花区中环路都城康欣园 3 栋 903 室	销售本公司生产的文具及办公用品、办公设备
14	天津分公司	2007-8-28	孙韶强	天津市河东区新开路巨福园 B 座 509 室	销售本公司生产的产品
15	重庆分公司	2008-1-16	陈钦武	重庆市渝中区新华路 4 号附 1 号 9-16 号	文具及办公用品、办公设备的研发、生产和销售, 文具及办公用品、办公设备的批发、零售及进出口业务
16	太原分公司	2008-1-23	孙韶强	太原市小店区平阳路 14 号赛格商务楼十一层 11M 室	文具、办公用品、办公设备的销售
17	郑州分公司	2008-2-19	杨军	郑州市管城区货栈街 117 号	批发、零售: 文具及办公用品、办公设备
18	石家庄分公司	2008-3-4	张立军	石家庄市桥东区正东路 33 号东方文化商品市场	销售总公司生产的办公用品、办公设备及文具; 从事文具及办公用品、办公设备的批发
19	哈尔滨分公司	2008-4-1	祁海洋	哈尔滨市南岗区花园街 304 号恒运大厦 B 座 2403 室	一般经营项目: 销售总公司生产的办公文具及其设备等办公用品
20	观澜文具厂	2005-1-11	陈钦奇	深圳市宝安区观澜街道库坑社区陂老村新源华工贸工业园 B 栋	办公文具, 办公设备、电子用品、电子仪器、电器的生产、销售(不含专营、专控、专卖商品及限制项目)

八、发行人股东及实际控制人基本情况

(一) 发行人股东的基本情况

1、深圳市齐心控股有限公司

齐心控股成立于 2007 年 4 月 9 日, 法定代表人为陈钦鹏, 注册资本和实收资本均为 1,000 万元, 主营业务为投资兴办实业。目前该公司持有本公司 65.93% 的股份, 无其他对外投资。该公司的股东及出资情况如下:

序号	股东姓名	出资额 (万元)	出资比例
1	陈钦鹏	510	51%
2	陈钦奇	290	29%
3	陈钦发	200	20%
	合计	1,000	100%

陈钦鹏持有齐心控股 51%的股权，是该公司的控股股东，也是本公司的实际控制人。股东陈钦鹏、陈钦奇、陈钦发之间为兄弟关系，存在关联关系。

截至 2008 年 12 月 31 日，齐心控股的总资产为 6,425.57 万元（其中长期股权投资 6,153.33 万元），净资产合计 3,099.00 万元，2008 年度营业利润 600.39 万元（其中投资收益 615.33 万元），净利润 600.39 万元（以上数据经深圳业信会计师事务所审计）。

截至 2009 年 6 月 30 日，齐心控股的总资产为 6,436.15 万元（其中长期股权投资 6,153.33 万元），净资产合计 3,705.35 万元，2009 年度 1—6 月营业利润 606.35 万元（其中投资收益 615.33 万元），净利润 606.35 万元（以上数据未经审计）。

2、太誉投资有限公司

太誉投资有限公司成立于 2007 年 1 月 19 日，注册地址为香港中环金融街 8 号国际金融中心二期 58 楼 5805 室。股东为 Orchid Asia III, L.P（兰馨亚洲三期有限合伙基金）和 Orchid Asia Co-Investment Limited（兰馨亚洲联合投资有限公司），各股东的认购股份分别为港币 97 股、港币 3 股，总股本港币 100 股。

太誉投资有限公司是 Orchid Asia III, L.P（兰馨亚洲三期有限合伙基金）为投资本公司而专门在香港设立的公司，投资基金管理人为 Orchid Asia Group Management Limited（兰馨亚洲投资管理集团）。兰馨亚洲基金由一些全球知名的机构投资者和家族共同设立，目前已经成立了四期基金，在一期和二期基金，兰馨亚洲基金曾分别投资特灵空调中国公司、联合利华百仕福在中国的子公司以及拉法基石膏亚洲公司等以及携程旅游网、易趣网、智联招聘网等网络公司。兰馨亚洲基金三期的规模为 18,000 万美元，资金主要来自欧洲、亚洲、美国、中东等地的机构投资者和家族基金，主要投资于中国具有高进入门槛并有增长潜力的消费产品及服务行业。兰馨亚洲第四期基金已募集 4.20 亿美元，资金主要来自美国、欧洲、中东的大学基金、家族基金、大型金融机构和一些母基金。

根据兰馨亚洲三期有限合伙基金协议约定，该基金的投资项目选择、重大投资决策均根据基金管理人委托普通合伙人兰馨亚洲投资管理集团决定，其他有

限合伙人均为基金投资者，并不实际参与投资决策。兰馨亚洲投资管理集团的唯一董事总经理和实际控制人为李基培（Li Gabriel）先生。因此，太誉投资有限公司的最终实际控制人为李基培（Li Gabriel）先生。

李基培（Li Gabriel），男，出生于1968年3月16日，香港永久性居民身份证号 P406646（8），现任兰馨亚洲投资管理集团董事总经理以及几十家被投资公司的董事、非执行董事，曾在麦肯锡香港和洛杉矶公司担任管理咨询顾问，后在旧金山 Robertson Stephens 公司、凯雷集团担任董事总经理等职务。李基培与本公司实际控制人及其关联人之间不存在关联关系。

3、深圳市深港产学研创业投资有限公司

深圳市深港产学研创业投资有限公司成立于1996年9月4日，法定代表人为厉伟，注册资本和实收资本均为15,000万元。主营业务为创业投资。该公司的股东及出资情况如下：

序号	股东姓名	出资额（万元）	出资比例
1	崔京涛	9,300	62.00%
2	喻琴	3,400	22.67%
3	深港产学研基地产业发展中心	1,500	10.00%
4	刘晖	800	5.33%
合计		15,000	100.00%

崔京涛持有深港产学研62%股权，是该公司的实际控制人。崔京涛，女，中国国籍，无永久境外居留权，身份证号码110101670804104，住所为广东省深圳市松岭路动力机械公司11栋301。

崔京涛、喻琴、深港产学研基地产业发展中心、刘晖之间不存在关联关系，与本公司实际控制人及其关联人之间不存在关联关系。

截至2008年12月31日，该公司的总资产为41,185.31万元，净资产为26,609.09万元，2008年度利润总额为2,036.18万元，实现净利润1,906.63万元（以上数据经深圳和城会计师事务所审计）。

截至2009年6月30日，该公司的总资产为44,280.56万元，净资产为26,589.34万元，2009年1—6月利润总额为-19.75万元，实现净利润-19.75万元（以上数据未经审计）。

4、自然人股东

本公司自然人股东共2名，其基本情况如下：

序号	股东姓名	所持股份 (万股)	持股比例	国籍	身份证号码	住所
1	陈钦武	800	8.57%	中国	440582197911304837	广东省深圳市宝安区宝城前进一路211号3栋5A
2	陈钦徽	480	5.14%	中国	440306198301150313	广东省深圳市宝安区宝城前进一路211号3栋5A

5、深圳市乔治投资发展有限公司

乔治投资成立于2006年9月8日，法定代表人为李瑜，注册资本及实收资本均为1,000万元。主营业务为投资兴办实业。该公司的股东及出资情况如下：

序号	股东姓名	出资额（万元）	出资比例
1	李瑜	500	50%
2	曹大志	500	50%
合计		1,000	100%

李瑜和曹大志各持有乔治投资50%股权，并列为该公司第一大股东。李瑜是乔治投资的总经理、法定代表人，同时为该公司的唯一董事，是该公司的实际控制人。

李瑜，女，汉族，住所为广东省深圳市福田区梅林华茂苑17栋101，居民身份证号码为420104196305212028；曹大志，男，汉族，住所为贵州省息烽县西洋单改楼1号楼2楼2号，居民身份证号码为430103197809124056。李瑜、曹大志之间不存在关联关系，与本公司实际控制人及其关联人之间不存在关联关系。

6、深圳市创新资本投资有限公司

创新资本投资成立于2001年5月10日，法定代表人为靳海涛，注册资本及实收资本为50,000万元。主营业务为创业投资。该公司的股东出资情况如下：

序号	股东姓名	出资额（万元）	出资比例
1	深圳市创新投资集团有限公司	49,850	99.7%
2	深圳市创新投资担保有限公司	150	0.3%

合计	50,000	100.0%
----	--------	--------

深圳市创新投资集团有限公司是创新资本投资的控股股东，深圳市创新投资集团有限公司设立于1999年8月25日，住所为深圳市福田区深南大道4009号投资大厦11层B区，法定代表人为靳海涛，注册资本160,000万元，第一大股东为深圳市人民政府国有资产监督管理委员会，持股比例为36.32%，是该公司的控股股东。因此，创新资本投资的实际控制人为深圳市人民政府国有资产监督管理委员会，与本公司实际控制人及其关联人之间不存在关联关系。

（二）发行人实际控制人

目前，发行人的控股股东为齐心控股。陈钦鹏持有齐心控股 51%的股权，具有绝对控股权，是发行人的实际控制人。发行人自设立以来实际控制人不曾发生变化。

2003年12月8日，陈钦鹏通过股份受让方式持有发行人490万股，占股份总数的35%，成为公司第一大股东；2004年12月15日，齐心文具增资扩股至6,000万股后，陈钦鹏持有发行人1,980万股，占股份总数的33%，仍然是公司第一大股东；2006年4月25日，齐心文具增资扩股至8,000万股后，陈钦鹏持有发行人2,640万股，占股份总数的33%，仍然保持相对控股股东的地位。在前述股权变动过程中，陈钦鹏在齐心文具一直保持第一大股东的位置，且直接持有齐心文具的股份比例均不低于33%，达到相对控股水平；另外，陈钦鹏自发行人成立起就一直担任发行人的董事长兼总经理，负责公司经营发展重大事宜的决策，提名聘任董事、高级管理人员等，在事实上行使对公司的控制权。

2007年初，为了在引进外部投资者后保持第一大股东的控制权，陈钦鹏、陈钦奇、陈钦发决定将其直接持有的全部股份整合到一个投资公司持有。2007年4月9日，陈钦鹏、陈钦奇和陈钦发共同出资设立深圳市齐心控股有限公司（注册资本1,000万元），陈钦鹏、陈钦奇和陈钦发的出资比例分别为51%、29%和20%，陈钦鹏具有绝对控股权；2007年4月13日，陈钦鹏、陈钦奇、陈钦发将其直接持有发行人的股份转让给深圳市齐心控股有限公司，由直接持股变为间接持股。陈钦鹏通过绝对控股深圳市齐心控股有限公司间接控制齐心文具，实际

控制人的地位不变。

实际控制人陈钦鹏的基本情况如下：

陈钦鹏，男，中国国籍，无境外居留权，1972年出生，大专学历，1993年至1999年任深圳市宝城新荣文具实业有限公司董事长，2000年至今担任公司董事长兼总经理、深圳市第四届政协委员，兼任深圳市中小企业协会常务理事、深圳市青年企业家联合会常务理事、中国文教体育用品协会副理事长及深圳市总商会理事，2006年起连续被中国百货商业协会和中国国际名牌协会评选为“中国文具领袖人物”。

（三） 发行人控股股东及实际控制人控制的其他企业情况

发行人控股股东齐心控股除投资本公司外，无其他投资情况。

发行人实际控制人除控制齐心控股外，还投资控股香港新荣文具（国际）实业有限公司。香港新荣成立于1996年2月15日，注册资本为港币888,000元，等额分成普通股888,000股，实际控制人陈钦鹏持有74%的股份，注册地为香港上环苏杭街49-51号建安商业大厦7楼。香港新荣的股东及持股比例如下：

序号	股东名称	持股数（股）	持股比例
1	陈钦鹏	657,120	74%
2	陈钦奇	177,600	20%
3	胡泽彬	17,760	2%
4	郭少璇	8,880	1%
5	陈志伟	8,880	1%
6	陈苏勇	8,880	1%
7	陈运珠	8,880	1%
	合计	888,000	100%

在2007年以前，香港新荣曾是发行人境外销售的重要窗口公司，主要职能就是充分利用香港商业发达的贸易环境、集中境外客户资源和外资银行资源、办理银行结算手续、代收客户贷款、协助报关等。因此，发行人向境外客户销售产品大部分都通过香港新荣来完成，导致关联交易频繁，且金额较大。为彻底解决关联交易，发行人于2007年6月27日在香港设立全资子公司——齐心亚洲，逐步把香港新荣在境外销售过程中的职能全部转移到齐心亚洲，截至2007年11

月，已全部完成了相关境外销售客户的转换。

经香港独立核数师审核的香港新荣2005—2007年简要财务状况如下表：

单位：港元

项目\日期	2007-12-31	2006-12-31	2005-12-31
总资产	13,253,808.03	29,527,850.35	23,574,586.13
股东权益合计	752,485.00	791,905.00	829,005.00
项目\期间	2007 年度	2006 年度	2005 年度
主营业务收入	122,972,511.84	135,891,423.93	99,354,058.36
主营业务成本	122,972,511.84	135,891,423.93	99,354,058.36
净利润	-39,420.00	-37,100.00	-34,650.00

香港新荣在本公司的出口销售业务中实际上仅承担货款回收、国际结算的作用，并不具有实际销售功能；本公司独立掌握海外客户资源，直接与海外终端客户洽谈销售条款，决定产品价格；本公司出口销售的货物直接装船到达海外客户（终端客户）目的港，不停经香港新荣。因此，香港新荣的主营业务收入与主营业务成本相抵。

本公司未选择直接收购香港新荣以解决同业竞争的主要原因：境内公司收购境外公司股权或资产比直接在境外投资新设公司程序更为复杂、耗时较长。根据《关于内地企业赴香港、澳门特别行政区投资开办企业核准事项的规定》，本公司在香港投资开办具有当地法人资格的贸易公司需要深圳市外汇主管部门办理外汇资金来源审查和深圳市贸工局办理在香港成立子公司的行政审批等手续即可。但根据《国家外汇管理局关于进一步深化境外投资外汇管理改革有关问题的通知》的规定，对于收购境外资产或股权的项目，除需按照国家外汇管理局的有关规定办理境外投资外汇资金来源审查外，还须向所在地外汇主管部门提交拟收购资产或股权的说明文件、收购协议、中介机构对拟收购标的的评估报告等证明材料。因此，收购香港新荣的股权要比直接在香港设立新公司复杂，耗时较长。

为尽快、彻底解决关联交易和同业竞争，发行人采取直接设立齐心亚洲的方式来承接香港新荣的业务。截至 2007 年 11 月，齐心亚洲已全部完成了相关境外销售客户的转换，将香港新荣在境外销售过程中的窗口公司职能全部转移到齐心亚洲。此后，香港新荣没有对外经营业务，并已于 2009 年 7 月 10 日履行完

注销手续。

（四）股票质押及其他争议情况

截止本招股意向书签署日，本公司股东持有发行人的股份不存在质押或其他有争议的情况。

九、发行人股本情况

（一）本次发行前后的股本情况

本公司本次发行前的总股本为9,333.3333万股，本次拟发行3,120万股，占发行后总股本的比例为25.05%。

类别	股东名称	发行前股本结构		发行后股本结构	
		持股数 (万股)	持股比例	持股数 (万股)	持股比例
有限售条件的股份	深圳市齐心控股有限公司	6,153.33	65.93%	6,153.33	49.41%
	太誉投资有限公司	1,238.10	13.27%	1,238.10	9.94%
	陈钦武	800.00	8.57%	800.00	6.43%
	陈钦徽	480.00	5.14%	480.00	3.86%
	深圳市深港产学研创业投资有限公司	466.67	5.00%	466.67	3.75%
	深圳市乔治投资发展有限公司	100.00	1.07%	100.00	0.80%
	深圳市创新资本投资有限公司	95.23	1.02%	95.23	0.76%
	有限售条件的股份小计	9,333.33	100%	9,333.33	74.95%
本次发行的股份		0	0	3,120.00	25.05%
总计		9,333.33	100%	12,453.33	100%

（二）自然人股东及其任职情况

本次发行前，本公司共有自然人股东2名，其持股情况及在本公司任职情况如下：

序号	自然人股东名称	持股数 (万股)	持股比例	在发行人单位任职
1	陈钦武	800	8.57%	董事、重庆分公司负责人、齐心商用设备董事
2	陈钦徽	480	5.14%	齐心商用设备董事长、汕头齐心董事

（三）外资股东名称及持股数量

根据中华人民共和国商务部 2007 年 5 月 25 日《商务部关于同意外商参股深圳市齐心文具股份有限公司的批复》（商资批（2007）904 号）批复，本公司的外资股东名称及持股数量如下表：

外资股东名称	注册地	持股数（万股）	持股比例
太誉投资有限公司	香港	1,238.10	13.27%

（四）战略投资者持股及其简况

本公司本次发行前的股东中无战略投资者。

（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

齐心控股的股东陈钦鹏、陈钦奇、陈钦发与本公司股东陈钦武、陈钦徽为五兄弟，存在亲属关系。

序号	股东名称	持股数（万股）	持股比例	关联关系
1	深圳市齐心控股有限公司	6,153.33	65.93%	陈钦鹏、陈钦奇、陈钦发三兄弟控制的公司
2	陈钦武	800	8.57%	陈钦鹏之弟
3	陈钦徽	480	5.14%	陈钦鹏之弟

除此之外，其他股东之间不存在关联关系。

（六）本次发行前股东所持股份的流通限制和自愿锁定股份的承诺

公司控股股东深圳市齐心控股有限公司和自然人股东陈钦武、陈钦徽承诺：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本次发行前已持有的发行人股份，也不由发行人收购该部分股份。

公司股东太誉投资有限公司、深圳市创新资本投资有限公司、深圳市深港产学研创业投资有限公司、深圳市乔治投资发展有限公司承诺：自公司股票上市之日起十二个月内不转让或委托他人管理本次发行前已持有的发行人股份，也不由发行人收购该部分股份。

除此之外，直接和间接持有公司股份的董事、高级管理人员陈钦鹏、陈钦奇、陈钦发、陈钦武还承诺：除前述锁定期外，在其任职期间每年转让直接或间接持

有的发行人股份不超过其所持有发行人股份总数的百分之二十五；离职后半年内，不转让其直接或间接持有的发行人股份。

十、发行人员工及其社会保障情况

（一）员工结构情况

随着公司生产规模的不断扩大，公司的在册员工不断增加。截至 2009 年 6 月 30 日，本公司及控股子公司在册员工共计 2,267 人。员工的主要构成如下：

1、员工专业结构

截至 2009 年 6 月 30 日，本公司及控股子公司的员工专业结构如下：

人员类型	人数（人）	占员工总数的比例
生产人员	1,355	59.77%
管理人员	221	9.75%
技术人员	134	5.91%
销售人员	404	17.82%
财务人员	105	4.63%
其他人员	48	2.12%
合计	2,267	100.00%

2、员工受教育程度

截至 2009 年 6 月 30 日，本公司及控股子公司的员工受教育程度如下：

学历	人数（人）	占员工总数的比例
硕士	3	0.13%
本科	158	6.97%
大专	343	15.13%
中专及以下	1,763	77.77%
合计	2,267	100.00%

3、员工年龄分布

截至 2009 年 6 月 30 日，本公司及控股子公司的员工年龄分布如下：

年龄区间	人数（人）	占员工总数的比例
30 岁以下	1,678	74.02%
31—40 岁	440	19.41%
41—50 岁	122	5.38%
51 岁以上	27	1.19%
合计	2,267	100.00%

（二）员工社会保障情况

本公司根据《中华人民共和国劳动法》及国家有关规定，实行全体员工劳动合同制，员工按照与公司签订的劳动合同享受相应的权利和承担相应的义务。本公司及下属控股子公司均按照国家有关规定执行社会保障制度，为员工办理了养老保险、医疗保险、工伤保险、失业保险、住房公积金等社会保障。根据深圳市社会保险基金管理局于2009年2月9日打印的单位正常缴费明细表显示，截至2009年1月，本公司为员工办理了养老保险、住房公积金、医疗保险、工伤保险、失业保险、生育保险，单位和个人缴费正常。汕头市社会保障基金管理局潮阳分局于2009年1月12日出具证明，认为汕头齐心已参加社会养老、工伤、失业、生育保险，并按期缴费。

公司员工的工资、福利和劳动保护均按照国家和地方政府的有关规定执行。

十一、持有发行人5%以上股份的股东及作为股东的董事、监事及高管人员的重要承诺

1、股东深圳市齐心控股有限公司、太誉投资有限公司、深圳市深港产学研创业投资有限公司、深圳市乔治投资发展有限公司、深圳市创新资本投资有限公司、陈钦武、陈钦徽及间接持股的董事、高级管理人员陈钦鹏、陈钦奇、陈钦发作出了关于股份流通限制和自愿锁定的承诺。

2、控股股东齐心控股及其股东陈钦鹏、陈钦奇、陈钦发于2007年2月以书面形式向本公司出具了避免同业竞争的《承诺函》，详情见本招股意向书第六节“同业竞争与关联交易 一、（三）控股股东和实际控制人作出的避免同业竞争的承诺”。

3、关于公司享受企业所得税税收优惠政策，发行人控股股东齐心控股做出《承诺函》，承诺“若税务主管部门对深圳市齐心文具股份有限公司观澜文具厂上市前享受的企业所得税减免税款进行追缴，则由深圳市齐心控股有限公司全额承担应补交的税款及/或因此所产生的所有相关费用”。

第五节 业务与技术

一、发行人主营业务及其变化情况

本公司主营文具、办公用品和办公设备的研发、生产和销售，主营产品包括文件管理用品、OA办公设备、桌面文具等1,000余种，是中国最大的办公文具（文件夹）制造商，“齐心”商标被国家工商行政管理总局商标局认定为“中国驰名商标”，“COMIX 齐心”是广东省著名商标和中国文件夹行业领导品牌，自2001年以来连续七年被评为“中国十大文具品牌”，2007年被中国百货商业协会和中国国际名牌协会评选为“中国最畅销文具品牌”和“中国文件夹第一品牌”。本公司生产的文具产品被评为广东省名牌产品、并获得国家免检产品认证。

本公司自成立以来，主营业务没有发生重大变化。早在1993年，本公司实际控制人陈钦鹏及其家族成员就已经进入中国刚刚萌芽的文具和办公用品市场，从经营文具和办公用品贸易起步，随着业务规模扩大开始投资建设工厂，并在国内和40多个国家先后注册了“COMIX 齐心”商标。2000年1月12日，本公司在深圳经济特区注册成立，主要经营办公文具购销业务，整合“COMIX 齐心”品牌，提升“COMIX 齐心”品牌形象。2005年1月，本公司以受让股权的形式控股了汕头齐心文具制品有限公司，汕头齐心文具制品有限公司是公司的文件夹生产基地，生产厂房面积达3万平方米，也是国内最大的文件管理用品生产基地。本公司2005年又在深圳市宝安区观澜镇设立了深圳市齐心文具股份有限公司观澜厂，作为文件管理用品的总部，负责后端深加工、材料采购和产品研发等。2006年6月，本公司在深圳市宝安区观澜镇组建了齐心商用设备（深圳）有限公司，作为公司的OA办公机器设备生产基地。经过几年的快速发展，本公司已经成为一家集研发、生产、销售为一体的主营产品包括文件管理用品、OA办公设备、桌面文具等办公文具的品牌制造商和供应商，首创了齐心“大办公”集成供应商模式。

附表：本公司的经营业务发展轨迹

时段	经营模式	品牌成长历程	重要事件
1993年 — 1995年	纯经销商	注册“齐心”商标	1993年6月，陈钦鹏家族成立了深圳市宝城新荣文具实业有限公司
			1995年，在40多个国家注册“齐心”商标
1996年 — 1999年	经销+制造商	自产“齐心”品牌文件夹	1996年7月，陈钦鹏家族在广东潮阳投资建设文件夹工厂
			1998年，通过ISO9001国际质量体系认证
			1999年，通过了ISO14001环保认证
2000年 — 2005年	品牌制造商	品牌整合，提升品牌形象，2001年至今，齐心品牌连续被评为“中国十大文具品牌”	2000年1月，在深圳注册成立本公司，商号与品牌融为一体，提升品牌知名度
			2005年1月，收购汕头潮阳文件夹工厂
			2005年，在深圳成立工厂
			文件夹出口到日本和欧洲等国家
2006年 — 至今	品牌制造商+集成供应商	品牌产品多元化，从文件管理用品扩展至桌面文具、办公设备等领域，走“大办公”经营路线	自有品牌和OEM并举，扩充公司产品线
			销售渠道扁平化
			2006年6月，成立齐心商用设备，生产“齐心”牌OA办公设备
			齐心品牌被评选为“中国最畅销文具品牌”和“中国文件夹第一品牌”
			2008年，“齐心”商标被评为“中国驰名商标”
2009年，获准筹建全国文具标准化技术委员会收纳文具分技术委员会			

二、发行人所处行业基本情况

（一）行业管理体制及主要政策法规

根据国家统计局最新修订的《国民经济行业分类》国家标准（GB/T4754—2002），本公司经营的文件管理用品和桌面文具两大类产品隶属于文化用品制造业（行业代码：C241）；碎纸机、装订机、过塑机、考勤机等产品隶属于文化、办公用机械制造业（行业代码：C415）。

中国文教体育用品协会是全国文化用品行业企业组成的全国性行业组织，隶属于中国轻工业联合会；中国文化办公设备制造行业协会是全国文化办公用机械制造业企业组成的全国行业性组织，隶属于中国机械工业联合会。两家行业协会

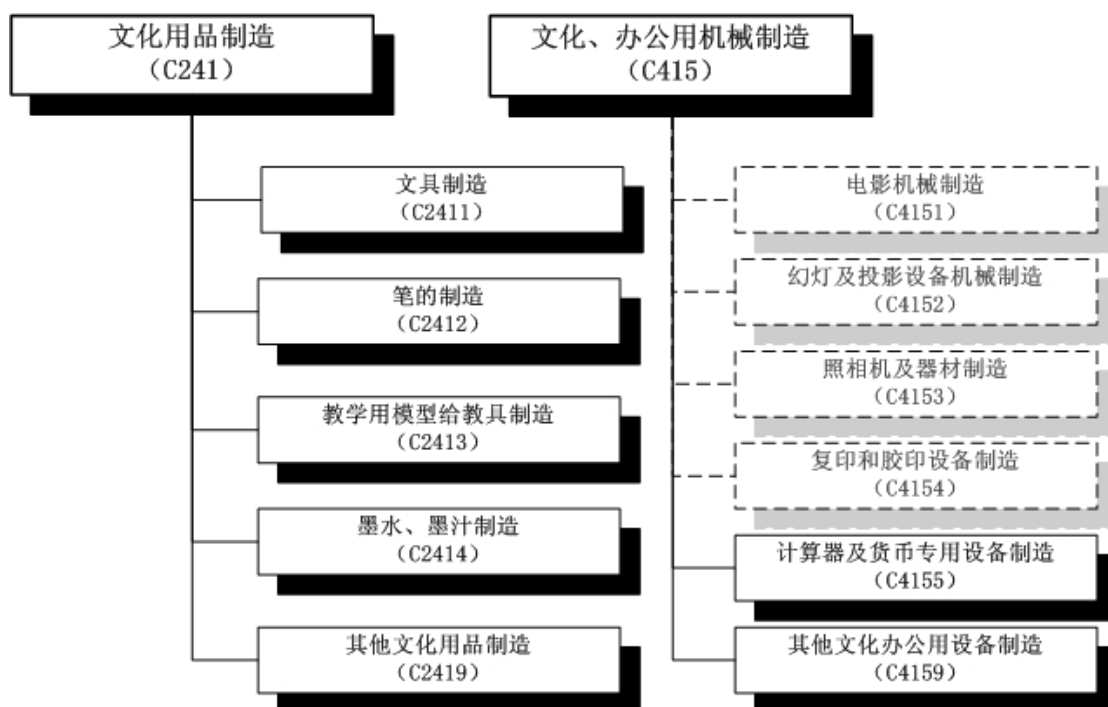
均是国家一级行业协会，分别承担了文化用品制造业（C241）和文化、办公用机械制造业（C415）的行业协调、产业引导、综合服务并实行专业化行业管理的功能。本公司是两家协会的企业会员单位，并且是中国文教体育用品协会的理事单位。

全国文体用品标准化中心组织与国际标准化组织（ISO）共同负责对文具行业的生产标准进行规范，其中，文件夹的行业标准由本公司牵头制定。

（二）行业发展概况

1、文具分类

文具是指人类文化生活中使用的各种工具。文化生活是指人类的教育、学习、办公等文化交流活动。随着社会经济的发展和科技的进步，人类的文化生活日益丰富，文具的概念在不断演绎更新，文具所包含的范围不断扩大。按照最新的《国民经济行业分类》国家标准（GB/T4754—2002）的行业分类和文具的最新定义，广义的文具行业包括以下两大类：



摘自《国民经济行业分类》国家标准（GB/T4754—2002）

上图中，第C241类别中所称的“文化用品”是传统的文具概念，是具有悠久历史的日用消费品，在古代，中国文人墨客雅称文具中最有代表性的“笔墨纸

砚”为“文房四宝”，是上流社会文化交流的重要工具；在现代生活中，文具依然不可或缺，而且所包含内容日益广泛，直接服务于人们学习、办公及家居生活，对于提高全民族素质起着十分重要的作用，是文教体育用品行业的重要分支。

上图中，第C415类别中所称的“文化、办公设备”是现代的文具概念，是伴随着人类科学技术飞速发展、物质和精神生活日益丰富、社会生活和文化交流方式发生深刻变化的产物，是文具的高级形态。“文化、办公设备”所包括的范围很广，但由于电影机械、幻灯及投影设备机械、照相机及器材、复印和胶印设备因不在本公司营业范围之列，故不在本招股意向书详细说明。本公司生产的碎纸机、装订机、过塑机、考勤机系列属于第C4159类“其他文化办公用设备制造”，本公司经营的点钞机属于第C4155类“计算器及货币专用设备制造”。

附图中虚线区域表示本公司不生产或销售的产品类别，实线区域表示本公司有实际产品生产或销售的产品类别。为方便理解，本着重要性和相关性原则，本招股意向书中，除非另有说明，在阐述行业市场特点和市场容量时，“文具”是指“文化用品”，即第C241类别所有的子类别；“办公设备”仅指C4155和C4159子类别，不包括其他子类别。

2、本公司经营产品的分类

本公司是一家文具专业制造商和文化办公设备的集成供应商，主要围绕“大办公”集成供应的目标进行全系列产品开发，目前本公司主要产品都是围绕“文件管理”这一核心功能而逐步开发。本公司生产的文件管理用品、桌面文具、碎纸机、装订机等办公设备，均是根据文件的“产生→整理→装订→保管→保存→废弃→销毁”全过程而开发的产品，本公司按照核心业务不断扩充产品线。同时，本公司按照产品功能，将经营的主要产品分为文件管理用品、桌面文具、办公设备三大类。

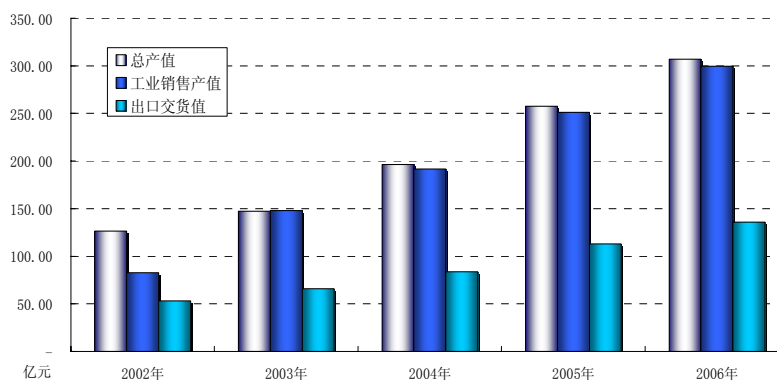
附表：本公司经营产品分类表

行业大类	产品类别	产品举例
文化用品 (C241)	文件管理用品	文件夹、档案盒、文件整理夹、板夹、报告夹、资料管理册、文件套/文件袋、索引纸/替芯、名片册、风琴包/事务包、相册/CD包、证件卡
	桌面文具	订书机、打孔机、三针一钉、削笔机、剪刀、美工刀、票夹、固体胶/胶水、修正用品、自动号码机、仪尺、印台、文件柜、文件盘、资料架、笔筒、胶带座/封箱器、封箱胶带、小文具胶带、双面胶带、泡棉胶带、白板、白板架、报刊架、杂志架、圆珠笔、中性笔、记号笔、荧光笔、白板笔、油漆笔、替芯、护卡膜、装订透片、考勤机色带、考勤卡纸、装订胶圈、软抄本、皮面本、PP面抄本、易事贴、传真纸、复印纸、复写纸、证书
文化办公用机械制造 (C415)	办公设备	碎纸机、装订机、过塑机、微电脑考勤机、指纹考勤机、射频考勤机、点钞机

3、文具市场概述

国内文具行业的形成时间大概在20世纪80年代末至90年代初，是计划经济向市场经济转型过程中从百货业分化出来的。经过近二十年的发展，文具行业已经成为我国轻工产业发展迅速、较为完善的一个行业，是名符其实的“小产品、大市场”。我国文具的市场容量目前已经突破1,000亿元，近几年的年均增长率一直保持在20%左右。随着国内经济的发展，集团购买力的提高，文具行业将进一步加速发展。目前，国外大型文具品牌经销商、零售商纷纷抢滩中国市场，正是看中了国内文具消费市场的广阔前景。

附图：2002年—2006年我国规模以上文具企业的部分经济指标



数据来源：根据中国轻工业年鉴（2003—2007年）不完全统计数据分析整理，2006年，我国文具行业规模以上724家文具企业的工业总产值为306.99亿元。

4、我国文具市场的特点

随着国内文具市场的不断发展壮大，文具行业在发展过程中表现出如下几个鲜明的特点：

（1）市场潜力巨大，消费者购买力持续增强

目前，我国文具市场的年销售额在1,000亿元以上，且每年以20%以上的幅度高速增长，一个由小商品拉动的文具大采购市场正在快速形成。随着中国经济的持续高速发展，特别是服务业的迅速发展，人们越来越注重工作效率，办公室“5S管理”和企业形象管理观念逐渐普及，企事业单位和家庭、个人对文件的美观、整洁、保密性要求越来越高，人们普遍追求舒适、快乐的办公环境，文具消费观念不断更新，居民收入增加使文具消费量持续增加，我国文具行业面临消费需求迅速升级的历史机遇，文具市场需求在宏观经济的推动下出现爆发式增长，市场规模迅速扩大，行业前景光明。

（2）文具用品多元化、多层次消费结构已经形成，且向高档化发展

办公人员和学生是文具用品的两大消费主力，其中企事业单位是办公文具的主要采购单位。随着中国经济的蓬勃发展，沿海经济发达省份企事业文化用品消费观念不断升级，文具消费不断向高档化发展。长江三角洲、珠江三角洲和北京三个地区每年的消费量占全国办公用品总消费量的50%以上。中部省份、东北地区企事业单位对中低档文具的需求也逐渐增强。全国范围内的多层次办公文具消费结构正在形成。随着对企业形象的重视程度的不断提高，越来越多的大型企业集团和行政事业单位倾向于直接向文具生产商定制办公文具，形成一个有着巨大需求潜力的集团采购与消费市场。

我国在校学生和各类培训生约3亿人，随着家庭收入水平增加和学生可支配收入的增加，学生文具市场也快速增长，呈现出外观时尚化、功能多样化、结构层次化、档次多元化的特点。

（3）文具行业已成为创意文化产业的重要组成部分

文具因其特有的文化内涵，与时尚因素紧密相关，学生最喜欢的卡通图片、

动漫、游戏、影视、音乐、流行色彩等时尚元素，均能在各种新式文具上得到充分体现。最近的市场调查显示，有超过六成的受访者表示喜欢选择个性、时尚的文具，可见追求外观时尚已经成为文具消费的一个方向，尤其是学生和年轻的女性，设计精良的文具最受欢迎，新颖亮丽的产品迎合了他们的需求。消费者喜欢时尚设计文具的最大理由是它富于人情味的设计风格。在超越了实用性特点的同时，文具成为供人们欣赏的艺术品和礼品。不少文具典雅、精致的风格使它们成为传情达意的重要媒介，同时也为日益发展壮大的文具市场增添了一道新的亮丽风景线。文具是天然的文化 and 时尚因素载体，文具产业正在与创意设计业、动漫游戏业、高端工艺美术业等实现融合，成为创意文化产业的一个重要分支，具有广阔的发展空间。

（4）电脑网络技术的发展，使文具的内涵和外延发生了革命性的变化

随着电子技术和网络的飞速发展，文化用品所包括的范围也逐步扩展，从传统的笔、墨、纸、订书机等文具类，向现代化、数字化等电子类产品发展。电脑和互联网的普及，大大刺激了对电脑周边文化产品（如光盘盒、光盘笔、碎光盘机、电脑考勤钟、智能工卡等产品）和OA办公设备的需求，如碎纸机、装订机、考勤机、点钞机，以及将打印、传真、复印、扫描功能一体化的OA办公设备深受市场欢迎。

（5）全国文具企业分布不均衡，行业集中度很低

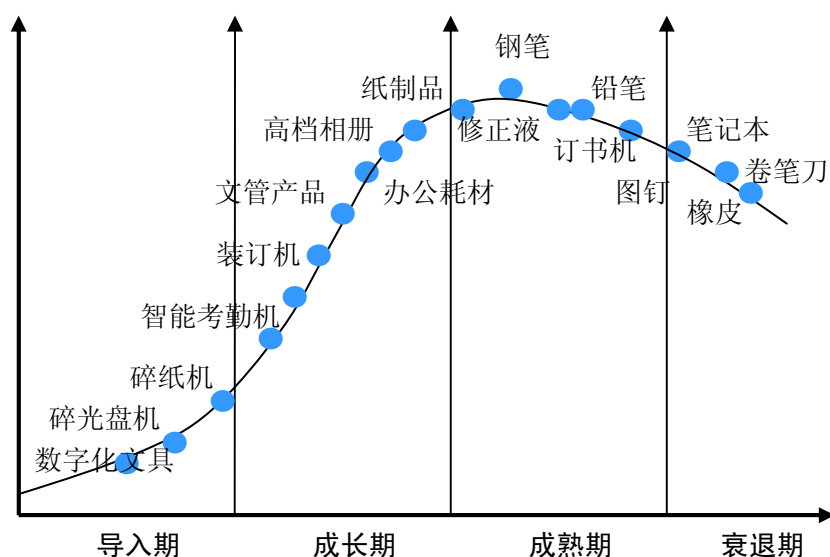
我国文具生产企业分布很不均衡，呈现这样一个特点：沿海多，内地少；南方多，北方少。在全国近8,000多家的文具生产企业中，大多数企业集中在沿海一带，其中70%的企业分布在广东（潮汕）、福建（福州）、浙江（宁波）、上海和江苏五个沿海的省市。另外，我国文具行业集中度不高，行业竞争自由充分。

5、文具所处的生命周期

电脑与互联网技术的发展，不仅扩大了文具产品的内涵，延长了文具产品的生命周期，使文具产品逐渐实现升级换代，而且使文具产品线不断扩充，创造了技术含量更高的文具产品需求，使文具的种类日趋丰富化、多样化、智能化。电脑和互联网的普及，刺激了对文具产品的需求与创新，改变了消费者结构与习惯，

对文具行业具有革命性的影响。

附图：文具类产品生命周期示意图



随着中国中产阶层和学生群体的不断扩大，办公一族的“轻松办公、快乐生活”观念和学生一族的“寓学于乐、追赶潮流”的观念成为主流。文具产品与人们的工作学习息息相关，传统文具产品因被赋予时尚元素而成为畅销产品（例如一个简单的卷笔刀因为外观设计成卡通机械式玩具而成为孩子们的至爱）；普通办公设备因新增复合功能而备受欢迎（例如一台可以碎订书钉、光盘的碎纸机让追求高效率的办公室文员异常兴奋）。因而，外观设计、功能升级、款式创新、色彩搭配等均可延续文具产品的生命周期，传统的文具产业在信息时代表现出勃勃生机。

（三）文具行业市场容量

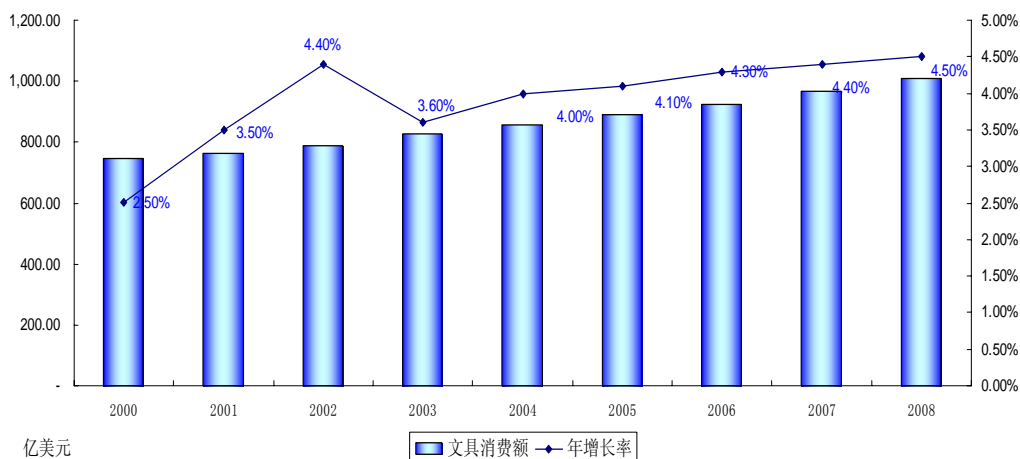
文具直接服务于人们的学习、办公与家庭生活，与人们日常生活息息相关，是人们文化生活中不可或缺的消费品，虽然多数文具的单位价值较小，但需求量非常大，具有“小商品、大市场”的特性。随着科技信息化的不断发展，人们对各类办公文具的需求也不断增加，文具产品的外延不断扩大，产品功能款式创新层出不穷，文具行业具有广阔的发展空间。

1、国际市场容量

根据Datamonitor咨询公司的全球文具产业发展报告（Stationery: Global

Industry Guide, 2003)，2002年全球文具产业的消费额已经达到800亿美元，并且仍将保持年均增长率在4%以上的稳定增长态势。

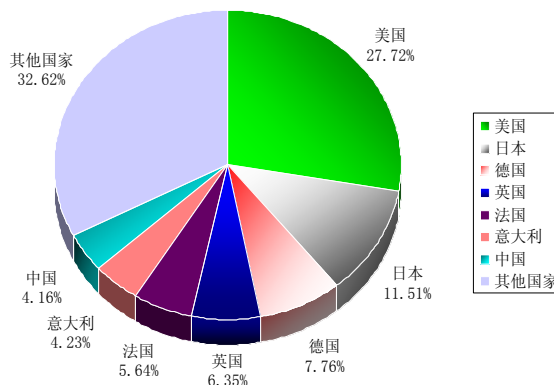
附图：全球文具市场发展概况



数据来源：Stationery: Global Industry Guide,2003

文具产品消费市场主要集中在欧洲、亚太及美国三大区域，占到全球文具市场的91.7%，其他地区仅占8.3%。Intellinb咨询公司发布的《2007年全球文具市场洞察力研究报告》显示：2007年，在全球文具市场上，美国占27.72%，欧洲占23.98%，日本占11.51%，中国占4.16%，其他国家合计占32.62%；美国、日本、德国、英国、法国、意大利、中国都是世界主要的文具消费国家；亚太地区（除日本外）合计占全球份额的11.1%，其中，中国、印度、澳大利亚近年来文具消费的增长较快。

附图：2007年全球文具市场容量份额示意图



数据来源：根据《2007年全球文具市场洞察力研究报告》分析整理

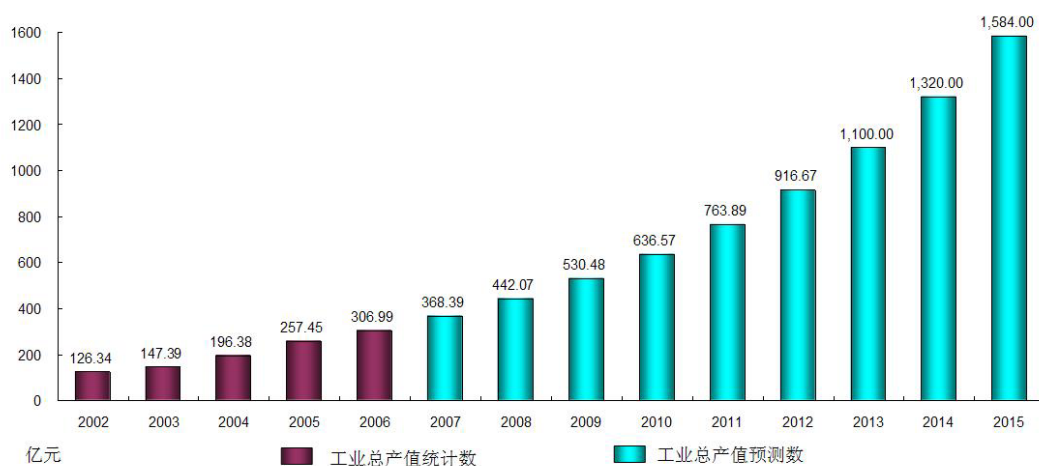
2、国内市场容量

中国作为世界人口最多的国家，近年来随着国内经济的快速发展，国内市场对文具产品的需求一直保持较为旺盛的需求态势。自改革开放以来，随着国民经济的持续发展和人民生活消费水平的不断提高，各类企业基数的不断扩大和经济实力不断增强，以及国家在文化、教育方面投资的持续投入，中国人现代化办公用品和学生文具产品的需求量亦不断增加，营造出潜力巨大的文化用品市场。

目前，我国人口突破了13亿并以每年新增800万人口的速度增长，城镇人均可支配收入和农村人均纯收入也在大幅增长，2006年我国城镇居民人均可支配收入为11,759元。居民购买力的增加以及人口的增长，都将对文具消费需求产生强大的拉动作用。《文化蓝皮书——2006年：中国文化产业发 展报告》数据显示：2003年全国城镇居民家庭文化消费总额达到2,201.78亿元；其中文化娱乐用品支出总额为1,385.19亿元，文化娱乐服务支出总额为816.59亿元。

我国文化用品市场空间潜力巨大，是未来最具发展潜力的行业之一。根据中国投资咨询网的《2007—2008年中国文具市场分析及投资咨询报告》和Intellinb咨询公司的《2007年全球文具市场洞察力研究报告》的分析，2006年，全国近8,000多家文具生产企业的文具及办公用品销售总额已超过1,000亿元。按照Intellinb咨询公司的预测，文具行业预计在未来十年内将继续保持不低于20%的年复合增长率。

附图：2002年—2015年我国规模以上文具企业工业总产值统计及预测示意图



数据来源：根据中国轻工业年鉴（2003—2007年）不完全统计数据分析整理，2006年，

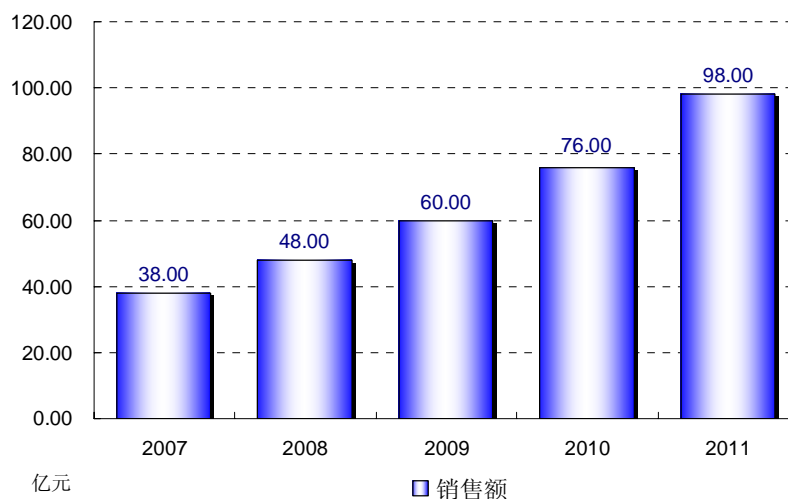
我国文具行业规模以上724家文具企业的工业总产值为306.99亿元。

3、文具细分市场

(1) 文件管理用品

文件管理用品的主要消费群体为企事业单位的办公人员。根据国家工商行政总局和劳动和社会就业保障部统计数据，2007年6月底，全国城镇就业人员约为28,310万人，企业办公人员约占城镇就业人员的20%左右，约5,600万人；我国财政供养人员（主要为公务人员和事业单位工作人员）占总人口比例约为1:26，约5,000万人（摘自《中国居民评价政府及政府公共服务报告》），即我国目前约有1.06亿人的办公工作者，这些人员主要为公务人员和企事业单位工作人员。根据市场调查研究显示，我国企事业单位办公工作者平均每年需要使用大约15—20个文件夹/袋/盒（用于文件的保管、存储、交流），每年花费在文件管理用品的金额平均在50元—60元/人左右，现阶段我国文件管理用品容量约为50亿元—60亿元。

附图：2007年—2011年我国文件管理用品市场容量预测



数据来源：《环球文仪报》

《环球文仪报》分析认为，我国文件管理用品市场将保持27%左右的年增长率，到2011年，我国文件管理用品的市场规模将达到98亿元。

(2) 桌面文具

办公人员和学生是桌面文具用品的两大消费主力。我国办公人员（包括企事

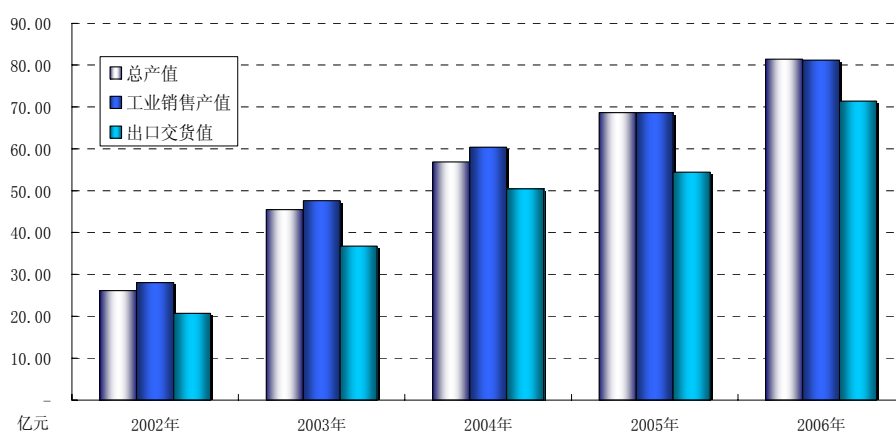
业单位办公人员和公务人员) 总数接近1.06亿; 截至2007年底, 我国目前各类在校学生总数2.58亿人, 各类培训人员0.68亿人, 合计3.26亿人, 办公人员和学生两大消费主力总数约4.32亿, 这是桌面文具庞大的消费群体, 按人均年消费桌面文具50元计算, 即全国桌面文具市场就达到216亿元。随着我国国民人均GDP的提高, 人均文具消费能力、档次和水平也将相应提高, 桌面文具市场空间巨大。

(3) 办公设备

国内办公设备制造行业的形成时间大概在 20 世纪 90 年代中后期, 伴随着经济的蓬勃发展, 企事业单位对于传真机、打印机、复印机、扫描仪等高档办公设备需求日增, 这类办公设备主要是从欧美日进口, 境外企业具有垄断优势。中国文具企业则主要从技术门槛相对较低的碎纸机、装订机、过塑机入手, 利用比较成本优势, 成功实现此类办公设备的国际产业大转移, 我国目前已是世界主要的碎纸机、装订机、考勤机、点钞机等产品生产大国。

2002—2006 年, 中国办公设备制造业 (注: 本招股意向书中专指 C4155、C4159 两个子类别) 发展迅速, 年复合增长率超过 30%, 2006 年整个行业总产值规模已达 81.15 亿元, 在整个文化办公设备制造业 (C415 大类别) 中占比约为 6.25%。按照此发展趋势, 2015 年, 预计办公设备行业工业总产值将达到 600 亿元。

附图: 2002年—2006年我国办公设备市场部分经济指标



数据来源: 中国轻工业年鉴

根据美国信息产业调查数据显示，美国市场每年碎纸机的需求量约 3,000 万台，全球碎纸机市场总容量已经超过 30 亿美元。从全球碎纸机发展趋势可以看到，随着电子商务的发展进入到各企事业单位的办公室、家庭或个人用户，以及随着人们办公生活水平的提高以及对个人信息安全保密处理的需求，全球碎纸机市场将呈现出稳定增长，年均增长速度将超过 20%。

办公设备类产品还包括装订机、过塑机、微电脑考勤机和指纹考勤机等机器设备。目前，全球市场上，碎纸机、装订机、过塑机总市场容量超过 60 亿美元；指纹考勤机属生物识别技术，全球生物识别技术的市场容量超过 40 亿美元。（资料来源：《中国文具行业分析报告》、《美国生物识别技术行业报告》）

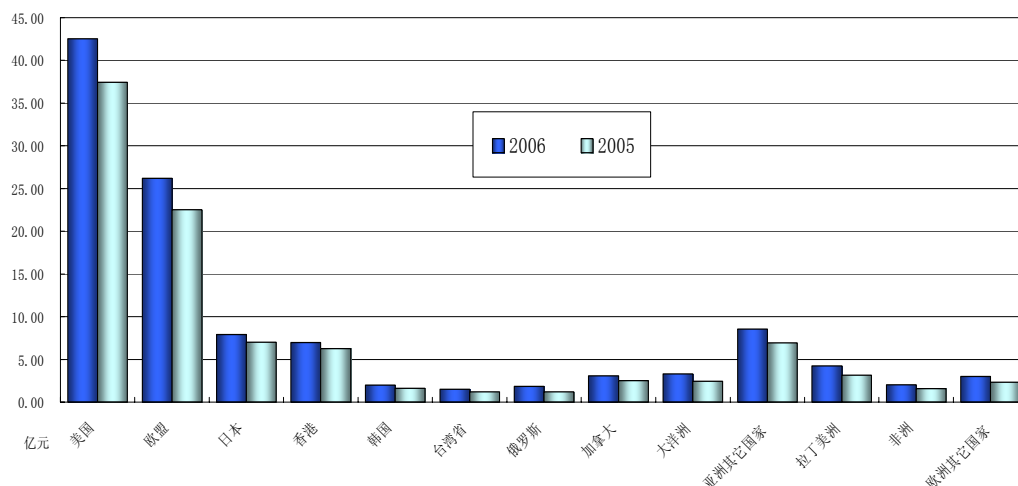
4、全球制造产业转移给中国企业创造无限商机

文具行业属于劳动密集型产业，在国际分工和全球产业转移的背景下，文具制造业向中国等新兴市场国家转移的步伐不断加快。中国已经成为全球最主要零售商以及经销商的 OEM 和 ODM 基地，中国出口到成熟市场的文具产品成为推动零售商自有品牌销售增长和赢利情况改进的主要力量。

中国由于廉价的劳动力成本因素，导致产品的价格要远远低于欧美的同类产品的价格。中国生产文具由于价格便宜，产品质量和性能比较可靠，在成熟的欧美国家中深受欢迎，同时又能为欧美文具零售商和经销商带来超额利润。在巨额利润的引导下，很多跨国文具零售商和经销商都将在华采购列为改善其盈利状况的一个关键举措，给中国文具制造企业带来商机。

另外，亚非拉国家文具市场尚不成熟，缺乏具有统治力的本土文具品牌，物美价廉的中国文具往往能得到采购商的青睐。中东、非洲、拉美国家直接采购中国的文具品牌产品的比重也逐年增加。

附图：2005年—2006年中国文具出口地区图



数据来源：《环球文仪报》

(四) 文具行业的经营模式

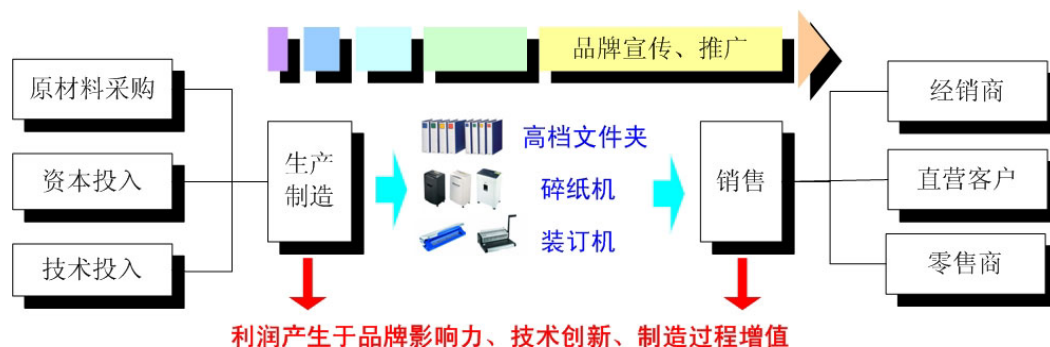
从欧美日发达国家的实践经验来看，文具行业价值链表现为三个明显的环节，对应三种不同的业态，并主要采取四种不同的经营模式，如下图所示：

附图：文具行业价值链示意图



1、制造商模式

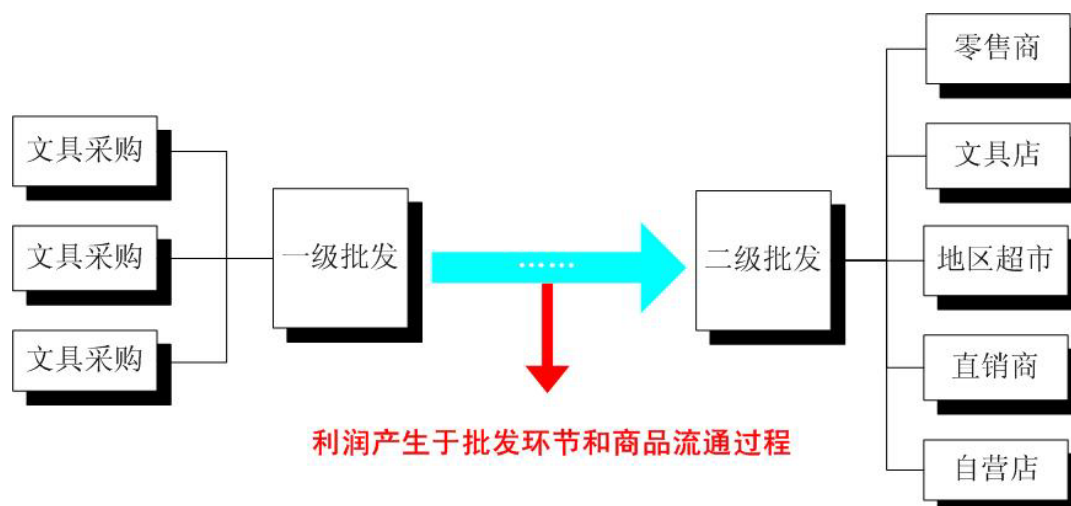
文具制造企业大多采取制造商模式，以赚取制造业中的增值利润为目标，具体模式如下：



欧美文具制造跨国企业中，高端品牌制造商基本垄断高档文具的生产制造，采取此类经营模式的厂商包括美国Avery、Fellows、美国ACCO、德国Durable等。

2、经销商模式

文具经销企业大多采取经销商模式，以赚取批发和部分流通环节利润为目标，具体模式如下：

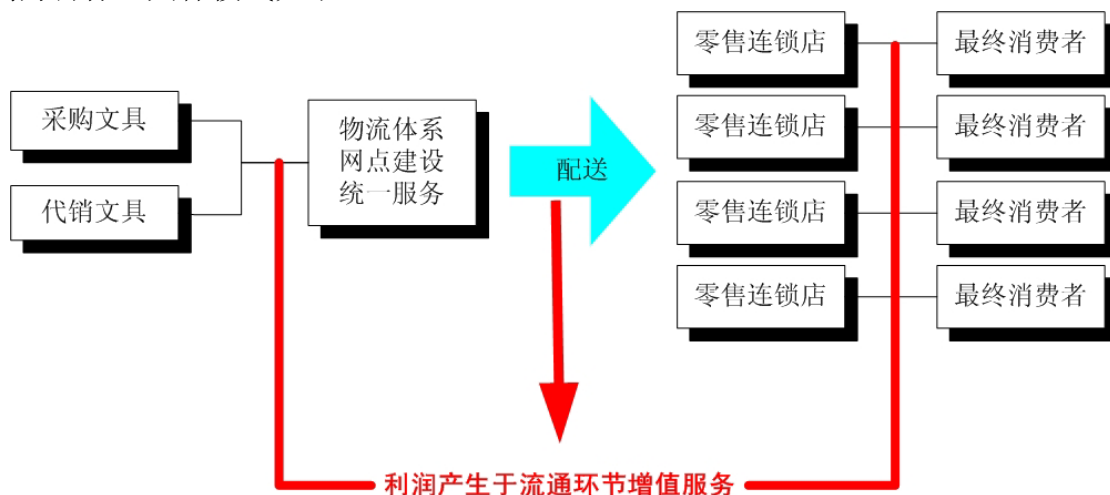


在欧美日成熟市场，随着文具分销渠道的扁平化发展趋势和市场竞争格局的变化，纯粹的经销商面对上游制造商和下游连锁零售商的不断侵入和激烈竞争，议价能力日渐降低，特别是批发商渠道逐渐萎缩，部分经销商逐渐向连锁零售商模式转变。

现阶段，经销商模式仍然是我国文具批发企业较多采用的一种经营模式。现代文具经销商采取的经营模式也日趋多样化，一部分经销商开始多种经营，逐渐涉足文具生产领域或OEM贴牌生产，或者下设直营文具店，兼营批发与零售业务，一部分经销商逐渐向目录经销商、网络经销商（从事电子商务）转化。

3、连锁零售商模式

大型文具零售企业大多采取连锁经营模式，以赚取全流通环节增值服务中的利润为目标，具体模式如下：

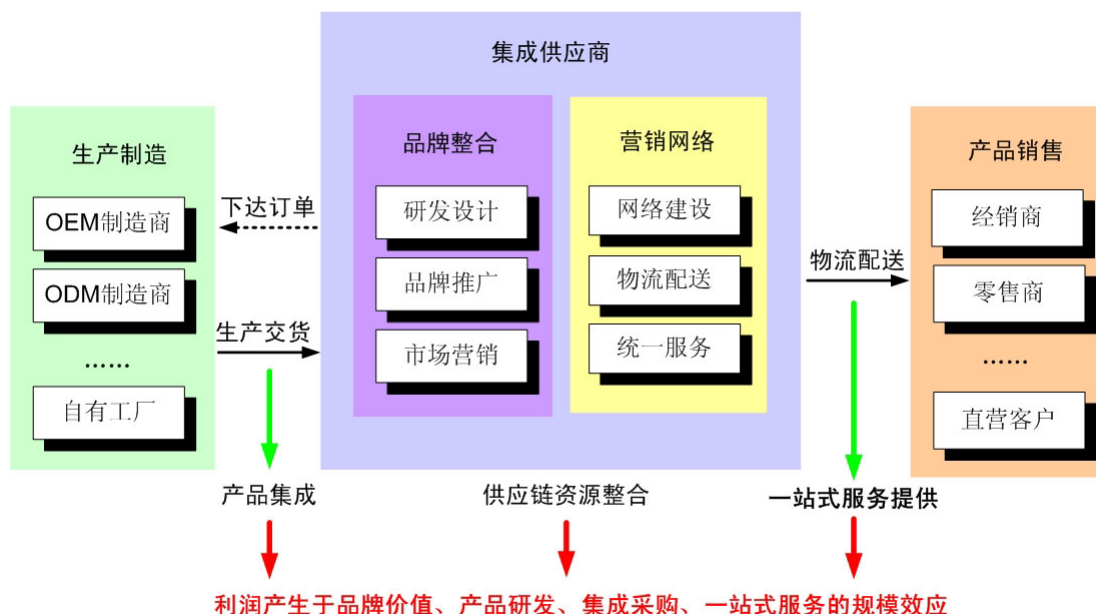


欧美文具连锁零售商分为专业渠道和非专业渠道，专业渠道的连锁零售商专营文具、办公设备类产品，最有代表性的是美国的Staples、Office Max、Office Depot；而非专业的连锁零售商则经营范围广泛，文具和办公设备仅是其经营的部分产品之一，最有代表性的是美国Wal-Mart、法国Carrefour，德国Metro等。

我国采用连锁经营模式的文具企业包括零售连锁专业店、大卖场、综合超市等，连锁经营模式在文具零售领域已成为一种趋势。

4、集成供应商模式

随着产业链竞争的加剧，品牌文具制造商和大型文具连锁零售商不断进行兼并收购，相互融合和渗透，以争夺产业链的高端，并以赚取品牌附加值、流通环节增值服务中的最大化利润为目标，通过大量的海外OEM/ODM订单生产和高效物流营销网络的扩建，逐步转型为集成供应商，具体模式如下：



集成供应商以日本Kokuyo为典型代表，Staples、Office Max、Office Depot等大型连锁零售商正在逐步采取集成供应商经营模式，集成供应商经营模式所产生的销售收入占这类企业销售收入的比重越来越大。

品牌影响力、全产品线集成、一站式服务提供以及上下游协同效应是集成供应商获取最大化利润的核心竞争力所在，OEM/ODM订单生产成为潮流，现阶段，随着国际分工的进一步深入，发展中国家，特别是中国已经成为文具和办公设备市场的OEM/ODM制造基地，但OEM/ODM制造商所分享的制造利润较低。

（五）文具行业全球竞争格局

经济全球化浪潮、国际分工垂直化趋势和国际产业转移规律对全球文具行业的竞争格局产生巨大影响，文具行业的竞争在纵向和横向两个维度不断深化，文具行业竞争格局发生了深刻的变化。

1、零售商和制造商的竞争

发达国家的办公文具市场的竞争首先体现在文具制造商和零售商（经销商）之间的竞争。文具制造商与零售商（经销商）是同一产业链上的上下游企业，双方为争夺销售定价权、品牌建设权、市场份额而展开产业链上的博弈。文具制造商基本上是实力雄厚的跨国公司，而经销商则多是零售巨头或专业连锁店，拥有众多的零售网点和分销渠道，双方都具有很强的竞争实力。双方竞争的策略是：

制造企业在生产规模不断缩小的同时，将主要精力投入在提升产品档次、产品创新以及品牌建设方面，因而在欧美高端市场上占据主流；而大型零售商（经销商）则将产品的采购逐步转向发展中国家，并不断提升自有品牌的市场份额，特别是在中低档产品市场上。

成熟市场上，文具产业链上的制造商和零售商（经销商）竞相采取了纵向多元化、横向多元化策略，零售商不断进行海外OEM/ODM贴牌生产，制造商则广泛自建专业分销网络，彼此之间兼并收购逐步淡化二者的界线，兼有生产制造和零售网络的集成供应商通过掌控品牌和分销渠道来掌握文具产业链的核心竞争力，而外包OEM生产则成为趋势和潮流。

2、跨国文具制造商之间的高端品牌竞争

欧美等一些老牌的跨国文具制造企业，在长期的市场竞争中，逐步将主要精力转向高端市场，从提升产品档次、产品创新与研发、品牌建设方面提高自身竞争能力，除保留拥有核心竞争力的高端产品生产外，主要通过OEM形式将生产环节逐步外包给低成本的新兴市场国家。

附表：发达国家重要文具生产企业一览表

序号	制造商（生产商）名称	国别
1	ACCO	美国
2	Esselte	瑞典
3	MeadWestvaco	美国
4	Kokuyo	日本
5	Smead	美国
6	Durable	德国
7	Avery Dennison	美国
8	Peach	德国
9	Fellows	美国
10	KingJim	日本

跨国文具制造商为了强化自身与强势渠道的平等对话权利，开始运用其自身优秀的产品研发、管理、品控能力、品牌号召力，与发展中国家的制造商合作。比如跨国文具制造商一方面通过在中国设厂实现低成本战略；另一方面也通过OEM贴牌方式采购中国文具。从这个意义上来说，未来中国不仅仅是全球的最主要的制造中心，还是国际品牌争夺的主要市场。

3、零售商（经销商）之间的细分市场竞争

在成熟的欧美文具产品市场，办公文具市场、学生文具市场和个人消费市场异常分明，大多数零售商（经销商）都有非常明确的目标消费群，这种细分市场定位也为制造商（供应商）发展细分市场并选择专业化经营创造了良好的条件，因而，欧美文具市场，无论是零售商，还是制造商，专业化经营已经形成趋势；相比较而言，在发展中国家的竞争性市场，细分市场界限相对模糊，仅个别竞争性市场开始出现了一些局部分化。

在成熟的欧美市场，零售商（经销商）之间主要在品牌影响力、市场份额上展开激烈竞争。在利益和竞争的推动下，零售商和经销商通过从中国等低成本国家进口文具，然后是用自己的经销商品牌销售，获取高额利润，同时获得与本国文具制造商（包括集成供应商）的讨价还价能力。

附表：发达国家重要文具零售商（经销商）一览表

序号	零售商（经销商）名称	国别
1	Wal-Mart Stores Inc.	美国
2	Staples Inc	美国
3	Carrefour S.A.	法国
4	Office Depot	美国
5	Office Max	美国
6	Daiso Sangyo Inc.	日本
7	Metro AG	德国
8	Target	美国
9	Groupe Auchan S.A	法国
10	Askul	日本

Carrefour、Metro、Auchan、Tesco、Woolworth、Asda、El Corte Ingles等欧洲主要的连锁零售商（经销商）都从中国采购文具类产品，并将其作为其自有品牌产品，在当地市场上销售。

4、中国文具制造业在全球市场的地位

中国办公文具企业在全世界文具产业转移中，依靠成本优势和产品质量获得了更多的发展机会。由于欧美文具经销商对供货商产品设计、质量控制、生产周期都提出了很高的要求，中国办公文具制造商凭借成熟的生产工艺、较低的人力成本和完善的产业配套成为国际办公文具市场最有竞争力的供货商之一。此外中国

稳定的政治环境、良好的基础设施、完善的产业链以及丰富的人力资源吸引国外文具品牌商将本土的生产向中国转移。

以美国市场为例，美国是从中国进口文具最多的国家，中国产的空白本册、装订夹、商用本册和表格、桌面用品、画材、书写工具6类产品排第一位，文件用品、邮递用品、存储用品、学生用品、胶带和胶水以及纸品6类产品的进口居第二位，中国已经成为美国最有影响力的文具出口国。

附表：中国文具在美国市场的地位

文具产品类别	第 1 位	第 2 位	第 3 位	第 4 位	第 5 位
空白本册	中国	巴西	香港	加拿大	印度
装订夹	中国	墨西哥	加拿大	台湾	香港
商用本册和表格	中国	巴西	加拿大	印度	印度尼西亚
桌面用品	中国	墨西哥	加拿大	台湾	香港
画材	中国	台湾	墨西哥	德国	日本
书写工具	中国	日本	墨西哥	台湾	德国
文件用品	墨西哥	中国	加拿大	台湾	香港
邮递用品	加拿大	中国	墨西哥	台湾	巴西
存储用品	加拿大	中国	墨西哥	台湾	德国
学生用品	加拿大	中国	墨西哥	德国	台湾
胶带和胶水	加拿大	中国	德国	台湾	日本
纸品	加拿大	中国	芬兰	德国	墨西哥

数据来源：《2007年全球文具市场洞察力研究报告》

（六）进入文具行业的主要障碍

1、品牌培育周期较长

欧美文具市场的发展与竞争格局表明：高端文具市场表现为技术含量高，品牌影响力大。尤其是一些特殊产品（比如打印头）的进入门槛很高，他们对资金、技术、人才的需求相当高，而现有的市场则由几家大型企业垄断着，核心技术被跨国公司垄断。同时，高端市场上品牌的建设是十几年（甚至上百年）经营积累的结果，是产品质量和信誉在消费者心目中多年沉淀的结果，这种无形的品牌核心竞争力树立了极高的行业进入门槛。

2、多渠道建设和物流管理难度高

从欧美成熟市场零售企业通过控制分销网络最终控制整个文具产业链的经验分析，在中国市场上建设覆盖范围广泛、高效率物流系统、信息化管理系统的零售分销网络需要大量的资本密集投入，人才要求严格，系统管理要求规范，因此其进入壁垒相对较高。

目前，我国众多中小文具企业主要在中低端文具市场竞争。中低端文具市场进入壁垒较低，缺乏有效的行业监管和市场准入限制措施，竞争较为激烈；而高端市场基本上被国际品牌占据，同时以“齐心文具”、“上海晨光”、“青岛白雪”为代表的民族品牌也开始在中高端文具市场占有一定的市场份额。

（七）影响我国文具行业发展的有利和不利因素

1、有利因素

（1）文具行业发展符合国家产业政策

文具产业外延非常广泛，既涉及文教体育用品业，也涉及文化办公设备制造业，国家对轻工产业、文化产业的产业扶植政策和相关优惠措施将有利于文具产业的健康发展。根据《中华人民共和国国民经济和社会发展第十一个五年规划纲要》，我国政府在“十一五”期间将大力支持提升轻工业水平，着力打造自主品牌，提高质量，增加品种，满足多样化需求，扩大高端市场份额，巩固和提高轻工业竞争力，鼓励塑料制品和文教体育行业开发新产品，提高技术含量和质量。

（2）国际文具产业转移规律带来的积极效应

随着全球经济一体化进程的深入，国际分工的日益精细化以及世界范围内产业转移规律的客观作用，发达国家文具行业竞争日益激烈，全球文具生产大规模向中国转移，中国已经成为全球最主要零售商以及经销商的OEM和ODM基地，世界文具产业转移的客观规律给中国文具行业的发展带来了巨大的积极效应。

（3）中国作为世界制造业大国的比较成本优势

中国已经成为世界工厂，拥有丰富的劳动力资源和人力成本优势，轻工业制造水平享誉世界。文具产品制造技术难度适中，我国企业能够提供性价比高的产品组合，满足发达国家多层次的市场需求，因而，文具全球中心朝中国移动。

中国文具制造业的强大不仅因为以上因素，还由于在劳动力、资源、国民素质、规模化程度上的一些优势。在相当多的情况下，例如在某个生产环节，我国的密集劳动要比机械化效率还要高，成本还要低。这种特征对于一个目前还是劳动密集型的产业来说，对那些因人力成本过高、期望于机械化来降低成本的国际公司来说是非常大的压力。

（4）中国成为世界发展最快的文具消费市场，市场潜力巨大

中国市场潜力巨大，文具消费增长速度居世界首位，根据Intellinb的预测报告，未来十年，中国文具消费市场将超于美国，居世界第一位。潜力巨大的本土消费市场，将极大有利于培育本土的文具制造跨国企业。

随着中国经济的持续高速发展，特别是服务业的迅速发展，人们越来越注重工作效率，办公室“5S管理”和企业形象管理观念逐渐普及，企事业单位和家庭、个人对文件的美观、整洁、保密性要求越来越高，人们普遍追求舒适、快乐的办公环境，我国文具行业面临消费需求迅速升级的历史机遇，文件管理产品、办公设备类产品（特别是碎纸机、装订机等产品）的需求在宏观经济的推动下出现爆发式增长，国内市场急剧扩大。

2、不利因素

（1）技术替代威胁

办公信息的电子化是对实体文具产品的威胁，随着信息时代的发展，全面电子化的办公工具会逐步出现，一部分传统文具如笔记本、纸张、橡皮、铅笔等将逐步进入衰退期或退出市场。

（2）通货膨胀和人民币升值

世界范围内的原油、矿产品、造纸原料价格上涨，以及人民币升值，给我国文具制造企业的盈利能力造成了巨大压力。

（八）文具产业链上下游关联性分析

1、上游行业对文具行业的影响

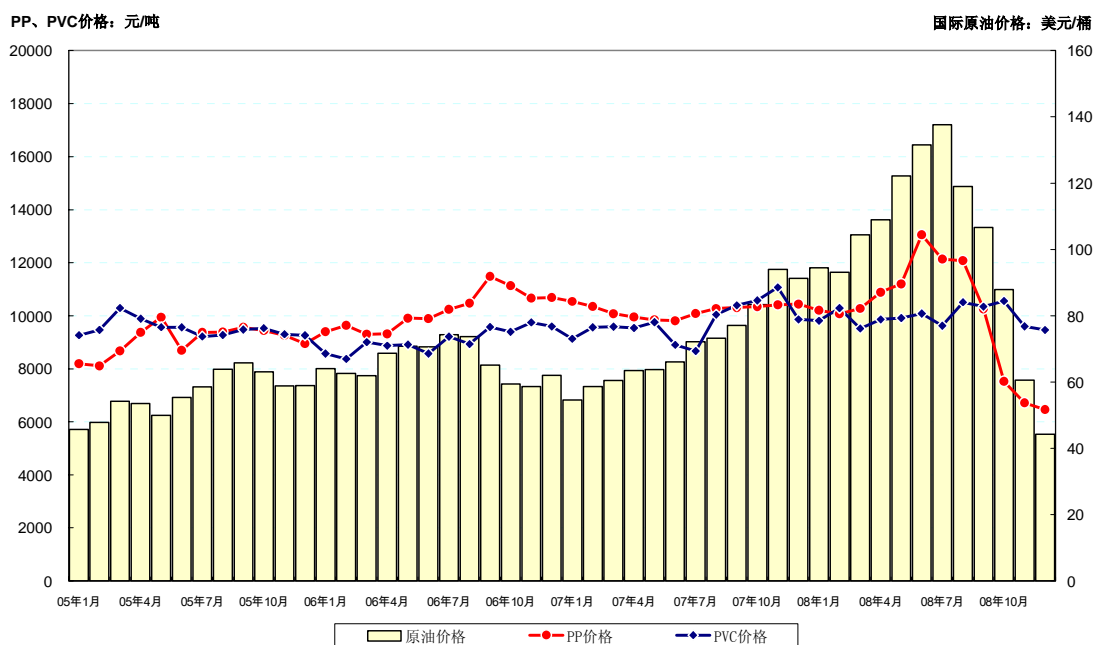
（1）石油化工行业

文具行业需要的原材料包括PP塑胶粒子、油墨、碳粉、印油、荧光材料、

染料、颜料等化工类原材料，因此，文具的上游行业包括化工行业。化工行业又受国际原油价格上涨的影响，原油价格上涨传导至化工行业，再传导至文具制造业虽然会有一定的时滞，但生产塑料文件夹、画笔、彩笔、荧光笔、记号笔、墨水、颜料、画材的文具企业将受到一定的影响。

塑料文具企业所需要的主要原材料为PP（聚丙烯）塑胶粒子是从原油中提炼而成。由于我国原油价格形成机制、国家宏观调控、供求关系等诸多原因，PP塑胶粒子的价格并不完全随国际原油价格波动。自2005年1月至2008年7月，国际原油价格从45.68美元/桶上涨到137.62美元/桶，上涨幅度超过200%，但国内PP价格从8,193元/吨上涨到12,136元/吨，仅上涨48%，这表明，原油价格上涨对塑料文具企业的影响并不是同步上扬。

附图：2005年—2008年PP、PVC价格与国际油价走势图



数据来源：卓创资讯网 www.chem99.com

(2) 塑料制造行业

塑料文具需要的原材料主要包括PP（聚丙烯）塑胶粒子、塑胶配件类（塑胶手把、塑胶锁扣、塑胶文具孔夹等）。

塑料制造企业受原油价格波动影响较大，原油价格上涨会导致塑料制品价格上涨，但由于塑料制造行业竞争激烈，中小厂商林立，原材料价格上涨压力传导

至文具生产制造行业有一定的时滞差异，规模较大的塑料文具企业信誉高，议价能力较强，能向下游企业转移部分成本上涨压力，因此，一部分小文具厂在成本上涨的压力下利润空间受到挤压，将被逐步淘汰。

（3）造纸、印刷及包装材料制造行业

纸制品文具需要的主要原材料包括纸张、纸制品包装材料类（背条纸、广告纸、条形码、标签等）。造纸、印刷、包装材料行业同样面临造纸成本上升压力，造纸成本的上涨将对纸制品文具制造业造成不利影响。但由于印刷、包装材料行业竞争激烈，纸制品文具企业与上游行业在纸品原材料成本上博弈，优胜劣汰的规律依然适用，一部分规模较小的纸制品文具厂将被逐步淘汰。

（4）钢铁、金属行业

金属文具需要的主要原材料为五金配件类（五金文具夹、铁铆钉、五金夹头等）。世界范围内的铁矿石、有色金属矿产品大幅涨价，导致我国钢铁、冶金行业成本上升，金属原材料价格上涨给金属文具制造企业传递成本上涨压力，对金属文具生产厂家造成不利影响。

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

2、下游行业对文具行业的影响

（1）大型零售连锁行业

大型零售连锁店包括国际巨头如Wal-Mart、Carrefour，国内连锁零售店如百佳、万佳、新一佳、岁宝、天虹、茂业百货等，这些零售店的特点是采购规模大、分销能力强，同时对品牌、质量有一定的要求，比较倾向与管理规范、质量有保障、有一定的品牌影响力的中国文具制造企业合作，对文具制造优势企业有积极影响。大型零售连锁行业在中国发展迅速，从中国一线城市正延伸至二、三

线城市，分销网络的扩大会带动文具的销售，对整个文具行业也有积极的影响。

（2）专业文具分销商行业

专业的文具分销商如上海OA365、广州合作办公、东莞文一、江苏佩佩、北京亚商在线、广州雅苑等。专业文具分销商的分销能力还不强大，但潜力巨大，连锁的文具专卖店正在蓬勃扩张，并针对消费细分市场出现分化和专业分工，这种分销模式逐步受到消费者的欢迎。

文具专业分销商与文具制造企业是竞争合作的关系，双方相互依存，又相互竞争。为扩大市场份额和快速扩张，专业分销商倾向和品牌文具制造商强强联手，实现共赢，如广州合作办公和齐心文具结成战略合作伙伴关系，共同开拓全国文具市场。

（3）文具批发商和个体零售商

传统的文具批发商和个体零售商曾经是文具分销的主要渠道，目前市场份额正逐步萎缩。文具制造企业对文具批发商和个体零售商的依存度逐步下降，批发商的议价能力弱，传统渠道基本上为文具制造企业所主导。

总体而言，相对与下游企业，文具制造企业目前仍然占主导地位。但从欧美成熟市场的经验看，文具下游企业随着国内文具市场的成熟度逐步提高和分销能力的增强，话语权将越来越大，下游企业与文具行业在分销渠道建设、品牌建设的主导权上将与文具制造企业展开激烈竞争。

（九）主要文具进口国的相关进口政策分析

1、进口国有关进口政策

（1）欧盟

欧盟所有成员国对文具产品不设配额限制，实行自由进出口政策。

欧盟国家实行严格的《产品责任法》。我国文具生产企业需注意遵守欧盟的产品责任法和欧盟环保标准，禁止在文具产品中使用含偶氮染料和铅。

（2）美国

美国对文具产品不设配额限制，实行自由进出口政策。

美国的《产品责任法》遵循严格责任原则。我国对美文具出口企业须高度重

视文具产品的潜在设计缺陷和安全隐患，以免引起不必要的巨额损失。另外，美国禁止含偶氮染料和铅成份的文具产品进口。

（3）亚太地区，以日本为代表

日本的进出口贸易采取自由开放的原则。与日本通商，只须依循国际贸易惯常的程序，文具产品进出口不受限制，但需遵守日本的《产品责任法》。

（4）中东非洲

中东国家对文具产品进出口采取自由贸易政策。非洲国家进口政策相对较为轻松，绝大部分国家对于文具产品没有特别设限。

中国文具企业的出口必须严格遵守进口国法律规定和政策要求，特别需要关注进口国产品责任法方面的严格要求，并努力加强环保意识。

2、贸易摩擦对文具产品出口的影响

中国是世界文具行业的主要制造中心之一，随着国际竞争的加剧，贸易摩擦在所难免。文具行业的案例是美国对中国等国的纸制品文具（学生用画线本）征收反倾销税，涉及国内30多个企业，对中国学生用本册产品向美国市场出口产生了一定影响。

除美国外，其他国家尚未出现针对中国文具产品的反倾销案例。

三、发行人的业务环境

（一）有利因素

1、产业政策优势

根据《深圳市国民经济和社会发展“十一五”规划纲要》，深圳市确立了加快发展文化产业并实施“文化立市”战略，将进一步做强做大文化产业，2008年1月4日，深圳市有关部门通过了《深圳市文化产业发展规划纲要》（2007—2020年）提出到2020年，深圳文化产业增加值占本地GDP的11%左右，成为深圳举足轻重的支柱产业；培育一批在全国处于龙头地位并具有较强的国际竞争力的文化产业集团、骨干企业和战略投资者，形成一批优势文化行业和文化品牌。

本公司所从事行业属于文化用品制造业，不仅符合国家的产业政策，同时属

于深圳市政府大力鼓励发展的文化产业，将充分享受深圳市政府的各项优惠政策与扶植措施。同时，本公司被深圳市政府认定为高新技术企业，符合深圳市政府鼓励发展高新技术的产业扶植政策。本公司还被授予广东省名牌商标，是广东省政府和深圳市政府着力培育的文化品牌。

2、地理区位优势

本公司地处深圳经济特区，毗邻香港、广州、珠海，香港是全球最大的会展中心城市之一，广州、深圳均是亚洲前列的会展中心城市，商业活跃程度高，广州和深圳每年举办各类国际展会近300多次。包括具有全球影响力的“广交会”、“高交会”、“文博会”等交易会、博览会。本公司能充分利用地理区位和商业发达的优势，为公司的长期发展创造更多商机。

3、产业集群优势

珠三角地区是中国最重要的出口加工业区域，区域内密集了塑料制造业（广东省塑料制造占全国三分之一，广州、佛山、中山、东莞形成珠三角塑料物流圈和完整的产业链）、纸制品制造（如东莞玖龙纸业）、印刷业（深圳被称为中国“印刷之都”）、包装材料产业、金属加工行业、轻化工行业、新材料行业、高科技行业等，这些行业要么是文具行业的上游行业，要么是关联行业（如信息产业、高科技产业等），产业集群效应明显。

与此相应，潮汕地区、珠三角地区共拥有约2,000家大小文具制造企业，文具总产值约占全国的1/3，其中文具出口约占全国文具出口的1/2。作为亚洲新的文具采购中心，每天有数百名境外专业客商从香港过境来深圳采购文具。

4、创新设计优势

2003年，深圳市提出了“文化立市”的发展战略，未来深圳的名片将是“设计之都”。与之相配合的是，深圳市贸工局设立了深圳市工业设计促进中心，系统地研究、指导深圳未来工业设计的发展，为本土企业，特别是中小企业提供工业设计及技术支持平台。这个中心的成立，对于培养设计人才，引进先进设计理念起到了积极的促进作用。据不完全统计，目前深圳拥有平面设计公司400多家，远远高于全国任何一个城市。

本公司产品定位于中高档文具市场，外观设计和功能创新是文具市场的生命力所在，深圳雄厚的设计功底将极大提高本公司的产品创新能力。

（二）不利因素

1、成本上升的压力

从2004年开始，钢铁、塑料、电镀材料等原材料价格一路走高，文具生产所需的塑料、铁皮、带钢也出现提价现象，导致文具企业原材料成本不断上升。本公司主要原材料PP塑胶类产品的价格也随着石油价格的涨跌而大幅度波动。

自2006年开始，全国物价指数不断上涨，珠三角地区出现房价普涨、劳工短缺现象，这些因素导致珠三角地区薪酬吸引力下降，本公司人力成本面临上升压力。

2、人民币升值的压力

目前，本公司的国外销售收入约占营业收入的 41.92%。自 2005 年 7 月 21 日国家调整人民币汇率形成机制，实行以市场供求为基础、参考一篮子货币进行调节、有管理的浮动汇率制度以来，人民币不断升值。由于本公司外销产品的应收账款信用收款期限一般在 30 天—90 天，在信用收款期限内，人民币汇率持续升值给公司造成一定的汇兑损失。

四、发行人的竞争地位

（一）行业竞争情况

目前，我国从事文化用品制造业的企业已经达到近 8,000 家，近 3 万个的文具专卖店，办公文具的从业人数接近 300 万人，经营品种约 3 万多个。中国生产的文具产品数量繁多，产量在全球名列前茅的就有文件夹、票夹、订书机、削笔机、铅笔、圆珠笔、打孔机、文具、美工刀等。就地区而言，已经基本形成了以汕头为代表的广东地区和以宁波为代表的长江三角洲两大产业圈，汕头拥有如齐心、树德、金得利等知名文具品牌，主要以文件管理系列为主，产品包括文件夹、资料册、文件柜等；宁波有得力、广博等知名品牌企业，产品涵盖了书写工具、纸品本册、五金桌面文具等。总体而言，我国文具行业集中度不高。

如果把文具行业的发展分为初级阶段、竞争阶段、成熟阶段的话，目前文具行业已进入了后竞争阶段。所谓后竞争阶段也就是逐步进入品牌化竞争阶段，即文具行业的竞争方式由单一的价格竞争转向服务、管理、购物环境等多方位的品牌化竞争。面对品种繁多的文具用品，消费者可选择的余地也越来越大。文具消费市场从过去的简单消费转变成当前的全方位消费。企业、个人对文化用品的需求也越来越成熟，从过去单纯从价格、质量入手到现在的品牌化需求，文具市场正经历着一场新的变革。

（二）主要竞争对手

1、跨国文具制造企业

目前，跨国文具制造企业主要占据美国、欧洲和日本等成熟市场的高端领域，尚未进入中国等发展中国家市场销售，因此暂时与本公司不存在竞争关系，双方目前的关系是合作大于竞争，主要的合作形式是中国公司为跨国公司OEM/ODM贴牌生产。

附表：全球主要文具生产企业

名称	国家	主打产品	细分行业地位
ACCO	美国	文件管理用品、办公设备	全球最大文件管理用品、装订机生产企业
Avery	美国	文件管理用品、桌面文具	美国最大文件管理用品制造商之一
Kukoyo	日本	文件管理用品、桌面文具	日本最大文件管理用品生产企业之一
Esselte	瑞典	文件管理用品、桌面文具	全球最大文件管理用品制造商之一
Herlitz PBS AG	德国	桌面文具、笔类	德国最大的桌面文具制造商之一
Meadwestvaco	美国	桌面文具	全球最大桌面文具制造商之一
AmericanGreetings	美国	纸制品文具、卡片	是美国第二大卡片制造和零售商
Fellows	美国	办公设备、碎纸机	世界最大的碎纸机生产商
Martin Yale	德国	办公设备、碎纸机	世界知名的办公设备生产商之一
Peach	德国	办公设备、装订机	世界装订机主要生产商之一
Hallmark	美国	纸制品文具	美国最大的卡片、纸制品文具生产商
Sanford	美国	笔类	全球第一大制笔企业
BIC	法国	笔类、书写工具、修改用品	BIC 是全球第二大制笔企业
Mitsubishi	日本	笔类	日本最大制笔企业
Schwan-Stabilo	德国	书写工具、记号笔	全球知名的笔类品牌制造商

本公司报告期内先后为上述跨国公司ACCO、MeadWestvaco、Avery以及Fellows等进行OEM/ODM贴牌生产。

2、国内文具品牌生产企业

国内文具行业经过多年的市场竞争，已经涌现出一批优秀的民族文具品牌，例如“**COMIX** 齐心”品牌文件夹、“广博”牌纸品本册、“得力”牌削笔机等，这些品牌都在不断的壮大，成为文具行业中的优秀民族品牌，在中高端文具市场上占有一定的统治地位，并相互竞争。

附表：中国主要文具品牌企业

十大文具品牌企业	品牌	主打产品	细分行业地位
深圳齐心文具股份有限公司	齐心牌	文件管理用品、办公设备、桌面文具	办公用品集成供应商，文件管理用品行业领导者（第一名）
广东乐美文具有限公司	真彩牌	笔类和油画棒	学生类书写工具市场占有率排名前列
上海中韩晨光文具制造有限公司	晨光牌	笔类和油画棒	学生类书写工具市场占有率排名前列
宁波得力集团有限公司	得力牌	削笔机、订书机、文件夹、桌面小文具	削笔机市场占有率第一名
浙江三木集团有限公司	三木牌	碎纸机、卷笔刀	碎纸机起步早，技术成熟
宁波广博股份有限公司	广博	本册、纸制品文具	高档本册、相册、纸制品
广州益而高贸易有限公司	益而高	订书机、打孔机、文件夹	以桌面文具为主
福建恒达集团有限公司	AP	主营挂历、笔记本、公文包、相册	彩色印刷拥有优势
广东华隆文具有限公司	金得利	文件夹	是国内文件夹的主要生产厂家之一
潮阳市树德文具实业有限公司	树德	文件夹	是国内文件夹的主要生产厂家之一

目前，我国中高档文具生产企业的竞争状况具有如下特点：

（1）排名前十名的企业生产的产品各有侧重点，在某一特定文具细分市场上拥有较高份额，缺乏在多个产品线上具有综合优势的强势企业；

（2）排名前十位的企业以出口加工型企业居多，多以OEM贴牌方式为境外企业加工并实现出口销售；

（3）企业总体规模不大，前十名年销售收入在1亿元—10亿元之间，差距很大，市场集中度低。

（三）本公司在行业中的竞争地位

本公司是中国最大的文件管理用品（文件夹）生产商和品牌商，是一家集研发、生产、销售为一体的主营产品包括文件管理用品、OA办公设备、桌面文具等1,000多种产品的综合办公用品供应商，在业内具有较高的品牌知名度。公司“**COMIX® 齐心**”品牌连续七年被评为“中国十大文具品牌”，2007年被中国百货商业协会和中国国际名牌协会评选为“中国最畅销文具品牌”和“中国文件夹第一品牌”，2008年“齐心”商标被国家工商行政管理总局商标局认定为“中国驰名商标”。

经中国文教体育用品协会统计，本公司的文件管理用品（文件夹）市场占有率在2006年、2007年、2008年分别为11%、12%、13.1%，市场占有率居国内同行前列，其中，2008年中高档文件夹市场占有率达30%，居行业第一名。

（四）本公司的竞争优势

1、品牌优势

公司自创立之日起，就一直坚持品牌理念，致力成为中国乃至全球文具用品最有价值的品牌，第一个引入了品牌CIS理念，聘请国际优秀的设计师设计出具有国际化的品牌商标，“**COMIX® 齐心**”商标还获得美国商标设计大奖。通过十几年的积累，公司已经建立起广泛的消费群基础，并且在消费者端和渠道端都建立起很高的品牌认知度、美誉度和忠诚度。“齐心”商标是“中国驰名商标”，“**COMIX® 齐心**”一直是行业评选的“中国十大文具品牌”、“中国最畅销文具品牌”。2005年，公司文件夹率先在行业内获得“国家免检产品”认证。目前，公司通过与国际一流的广告公司开展合作，全力打造全球办公用品的卓越品牌，致力于成为“世界级的办公用品集成供应商”。

2、研发、设计优势

公司建立了完善的产品研发体系，设立了文件管理用品、OA设备、书写工具、综合产品研发部门。通过健全的调研体系进行规范科学的市场调查，公司不断推出满足消费者需求的新产品。公司一直非常重视知识产权和产品创新，目前

拥有各种专利达50多个。公司的新产品一直是行业关注的焦点，也是国内竞争对手模仿的重要标杆。在设计方面，公司不仅拥有自己的设计团队，同时与日本和韩国等专业设计公司（如日本GEO设计公司）等合作；与日本电通广告公司合作，强化产品的推广设计。众多国际著名品牌制造商如ACCO均向本公司下达ODM订单，本公司对国际著名品牌运营商的OEM生产已经转型为ODM生产，在全球市场同步推出公司自主创新的产品。公司非常注重新材料和新工艺的运用，例如，PP贴布技术、流延制板技术、碎纸机超静音技术、智能节能技术都是从人性化、环保、时尚等方面考虑，为消费者提供更好的使用体验。

3、生产组织管理与质量控制优势

公司在文件管理用品、办公设备类产品的生产组织管理方面有着丰富的经验，长期与跨国品牌文具制造商的合作生产和跨国公司的严格的OEM/ODM供货商资格认证程序审查，促使公司不断提高生产组织管理水平和质量控制水平，经过多年经验的积累，公司在生产组织管理方面日臻成熟。同时，公司坚决贯彻执行“质量至上，精益求精，持续改进，满足客户”的质量方针，严格按照ISO9001的体系运作，生产的产品严格执行国家标准、行业标准，没有国家或行业标准的，严格按照本公司制定的企业标准来执行，同时亦可按照客户的特殊质量要求组织生产，公司多年来对产品质量的高度重视，使得品牌优势得以巩固。

4、营销网络优势

公司借鉴发达国家文具品牌企业的成功经验，非常重视分销渠道建设。公司在全国拥有19家分公司，30多家办事处，拥有汕头、广州和宁波三大配送中心，同时在全国设立40多个分销配送仓，渠道高效快捷，配送高效顺畅。公司的销售渠道覆盖各种业态，公司在传统文具批发市场和专业文具店一直保持很高的市场覆盖，同时，公司不断抓住新型渠道的发展趋势，与国内最大的直销商Office Depot（欧迪办公）和Staples（史泰博）建立起良好的合作关系，公司还与国内大型现代卖场Carrefour（家乐福）、Wal-Mart（沃尔玛）、Metro（麦德龙）以及Tesco（乐购）等均有多年的良好合作基础，大卖场不但是销量贡献者也是品牌展示的良好窗口。

5、集成供应优势

本公司是一家提供文件管理用品、办公设备、桌面文具等全系列产品的文具和办公设备集成供应商。目前中国办公用品市场正在快速的整合过程中，客户对于采购的高效性十分注重。近几年来，公司以文件夹产品的优秀品质建立起良好品牌效应，快速扩充产品线系列，并秉承公司一贯的优质品质形象，在行业内受到客户的普遍欢迎和大力支持。通过全面的产品系列供应，公司既能满足客户的需求，同时又能充分利用渠道分销平台，有效降低企业运营成本，从而使产品的性价比更高，形成良性循环的产品供应价值链。在国际市场上，通过国内建立起来的产品平台，国际客户也逐渐引进更多非公司自产的产品，这些产品同样具有非常高的性价比。同时，统一采购有效提升了客户的采购效率，满足渠道成员和用户的一站式采购需求。

6、信息化管理优势

本公司为全面落实渠道扁平化管理和无缝营销管理，大力投入资金，进行IT网络升级和信息系统建设，公司目前已拥有的IT系统包括ERP应用软件、客户关系管理IT系统，目前正在大力开发物流供应链管理系统。公司已将IT信息平台延伸到各个地区分公司，公司销售系统得到高效协同统一运作，物流、资金流、信息流顺畅，确保工作效率稳步提高，客户需求得到快速响应。

五、发行人的主营业务

（一）主要产品

本公司的经营范围包括：文具及办公用品、办公设备的研发、生产和销售（生产场所及营业执照另行申办）；文具及办公用品、办公设备的批发、零售及进出口业务（不含专营、专控、专卖商品）。

本公司主要从事文具及办公用品、办公设备的研发、生产和销售，主要产品类别包括文件管理用品、办公设备、桌面文具等的研发、生产和销售。

1、产品分类

根据产品特性和功能，本公司的产品可细分为以下几大类，详见下表。

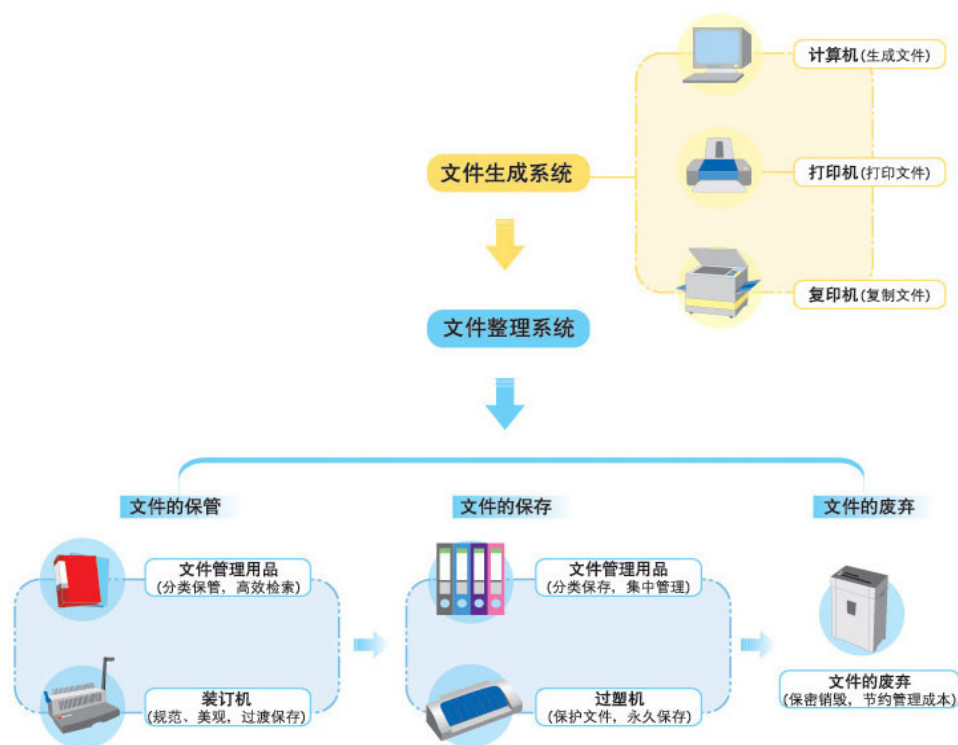
附表：本公司主要产品分类明细

行业大类	产品类别	产品举例
文化用品 (C241)	文件管理用品	文件管理夹系列、档案盒系列、文件整理夹、板夹系列、报告夹系列、资料管理册系列、文件套/文件袋系列、索引纸/替芯系列、名片册系列、风琴包/事务包系列、相册/CD包、证件卡系列
	桌面文具	订书机系列、打孔机系列、三针一钉系列、削笔机系列、剪刀系列、美工刀系列、票夹系列、固体胶/胶水系列、修正用品系列、自动号码机系列、仪尺系列、印台系列、文件柜系列、文件盘资料架系列、笔筒系列、胶带座/封箱器系列、封箱胶带、小文具胶带、双面胶带、泡棉胶带、白板、白板架、报刊架、杂志架、护卡膜、装订透片、考勤机色带、考勤卡纸、装订胶圈、圆珠笔系列、中性笔系列、记号笔系列系列、荧光笔系列、白板笔系列、软抄本系列、皮面本系列、PP面抄本系列、易事贴系列、传真纸系列、复印纸系列、复写纸系列、证书系列
文化、办公用机械制造 (C415)	办公设备类产品	碎纸机系列、装订机系列、过塑机系列、微电脑考勤机系列、指纹考勤机系列、射频考勤机系列、点钞机系列

2、产品功能

本公司的经营理念是：让办公人员轻松工作、快乐办公、节约时间、提升效率，真正体验“轻松办公之道”。本公司以“文件管理”功能为出发点，围绕“大办公”集成供应商目标进行全系列产品开发。

附图：文件管理系统示意图



“文件管理”功能看似简单，事实上，文件从产生到销毁，是一个功能需求丰富多样、产品形式和种类要求众多的过程，从上图可以观察文件从生产到销毁的详细过程。

附表：文件管理功能需求与产品形式对照表

功能需求	产品形式
文件生成工具	笔、笔筒、笔袋、打印（字）机、复印机、扫描仪、相机等
文件形成介质	色带、硒鼓、墨合、墨水、碳粉、打印纸、相片纸、复印纸等
文件少量保存	拉链袋、打孔机、名片夹、长尾夹、资料册、风琴包、钉书机等
文件大量保存	装订机、档案盒、文件柜等
文件永久保存	过塑机、相册、相框等
文件大量永久保存	电脑、光盘、数码伴侣、移动硬盘、电子相框等
文件销毁废弃	碎纸机、剪刀、碎纸、垃圾桶、废纸篓等

从上表可以看出，围绕“文件管理”功能，演化出来的产品种类品种繁多。细小的如一个简单的订书机、大到复杂的电脑存储系统，所覆盖的产品线跨越文化用品、办公设备制造、信息科技等多个行业。因消费水平和人们工作习惯呈现层次性和差异性，传统产品和高科技产品和谐共存，各有广泛的目标客户群体，

替代效应并不明显。

3、产品用途

(1) 文件管理用品

文件管理用品包括文件管理夹、文件整理夹、档案盒、报告夹、资料管理册、文件套/文件袋、名片册、相册、风琴包及事务包、CD包、板夹等系列产品。

附表：文件管理用品功能一览表

序号	类别	用途
1	文件管理夹	用于分类保存文件、资料、合同等
2	文件整理夹	用于临时保管文件、资料等
3	档案盒	用于长久保存文件、资料、档案等
4	资料管理册	用于保管文件资料、说明书、企划书等
5	报告夹	用于临时保存报告、文件、合同
6	文件袋/文件套	用于临时保管文件、资料、合同
7	风琴包及事务包	用于临时保管资料、报告、文本等

根据材质的不同，上述文件管理用品可以分为PP类文件夹、纸制品文件夹和PVC类文件夹。本公司生产的文管产品种类多达上千种，不同的夹具满足消费者不同的使用需求，科学美观的背条、分类索引纸设计，让使用者更有效地分类保管文件，高效检索查询，真正体验“轻松办公之道”。

本公司生产各式各样的塑料、纸板文件夹，色彩艳丽，简朴而时尚。有圆环锁纸文件夹、旋转锁纸文件夹、三折带写字板的文件夹，文件夹书脊处有显孔，便于文件检索，另外文件夹背面带有机装置，可以锁定纸张。

本公司在文件管理用品上率先引入B-EFS理念，B-EFS（商务高效文件管理系统）是一个可令文件管理轻松高效，易分类、易查找、易检索、易保管，在产品上还可以改善沉闷的工作环境，给人带来赏心悦目的“色彩文件夹”，B-EFS的导入程序按照“准备→调查→整理→形成→维护”这五个环节进行，其应用范围包括：公共文件处理、个人办公管理、家庭办公信息管理、办公设备资料管理等等，B-EFS最大的目的是提高办公效率，本公司因一直倡导B-EFS理念而被称为“文件管理专家”。

(2) 办公设备类产品

办公设备或称OA办公商务机器用品，主要包括碎纸机系列、装订机系列、

过塑机系列、考勤机系列、点钞机系列等。

附表：办公设备用途一览表

序号	类别	用途
1	碎纸机系列	用于办公室对文件保密废弃的处理需求
2	装订机系列	用于办公室对文件印后装订的整理需求
3	过塑机系列	用于单位个人或集体对图文有效保护的需求
4	考勤机系列	用于单位人事考勤管理的需求
5	点钞机系列	用于企事业单位财务或商贸流通营业网点对货币的智能鉴伪、全自动点钞及计数的需求

（3）桌面文具用品

桌面文具用品包括订书机系列、打孔机系列、剪刀系列、美工刀系列、票夹系列、文件盘资料架系列、笔筒系列、笔记簿系列、易事贴系列，削笔机系列、以及胶水系列、仪尺系列、印台系列等。

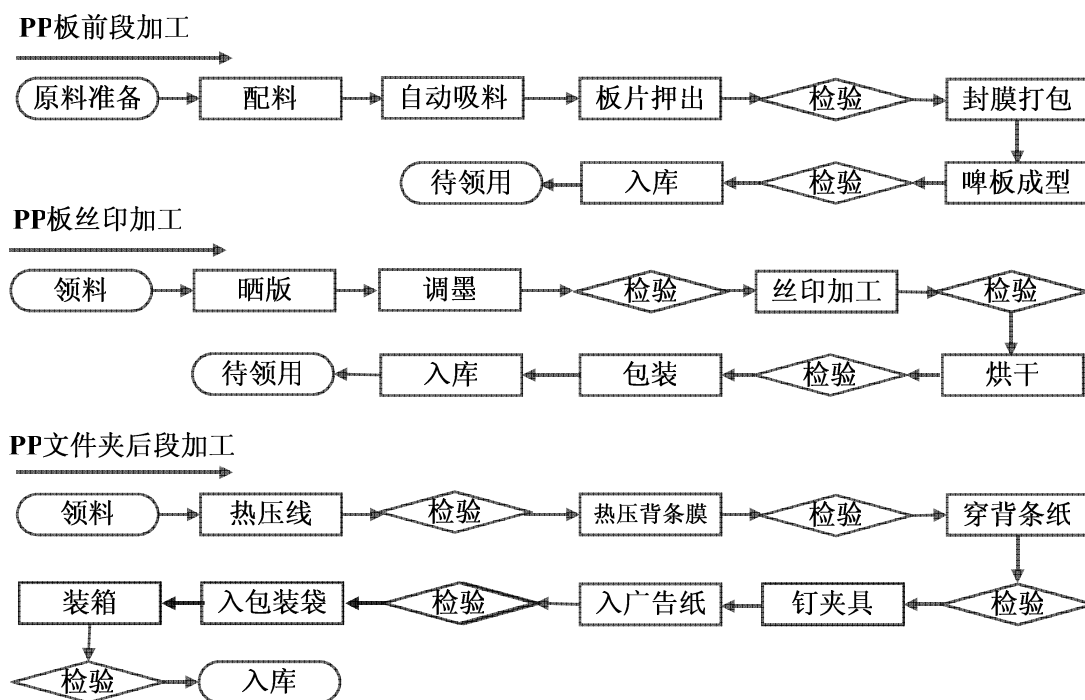
附表：桌面文具用途一览表

序号	类别	用途
1	订书机系列	用于办公室装订文件的处理需求
2	打孔机系列	用于办公室大量装订文件时打孔的处理需求
3	剪刀系列	用于办公室裁减文件的处理需求
4	美工刀系列	用于办公室裁减文件的处理需求
5	票夹系列	用于财务部门处理票据文件需求
6	文件盘资料架系列	用于办公室存放文件的处理需求
7	笔筒系列	用于办公室存放笔具的处理需求
8	笔记簿系列	用于书写文件的处理需求
9	易事贴系列	用于临时文字提醒的需求
10	削笔机系列	用于快速高效削笔的需求

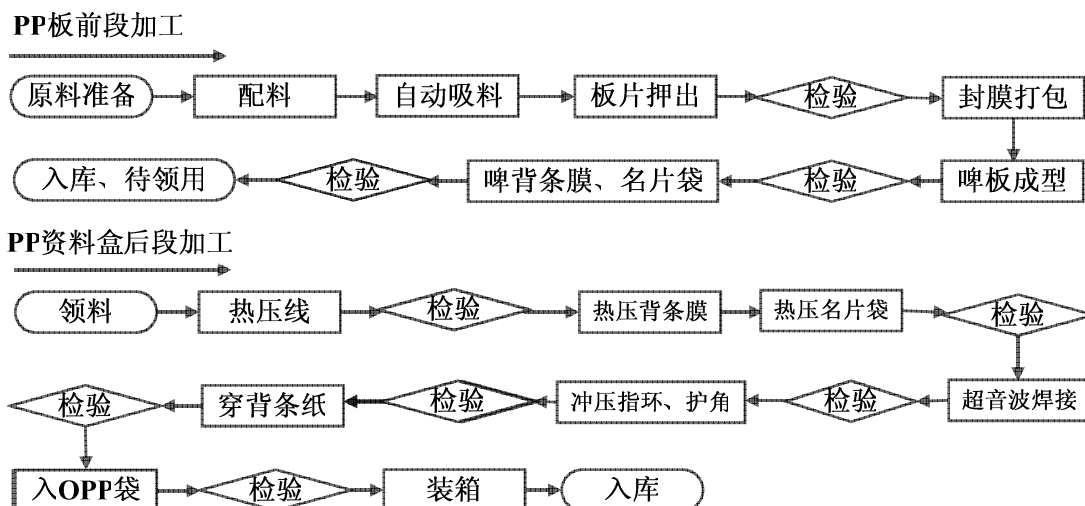
(二) 主要产品的生产工艺流程

1、文件管理用品的生产工艺流程

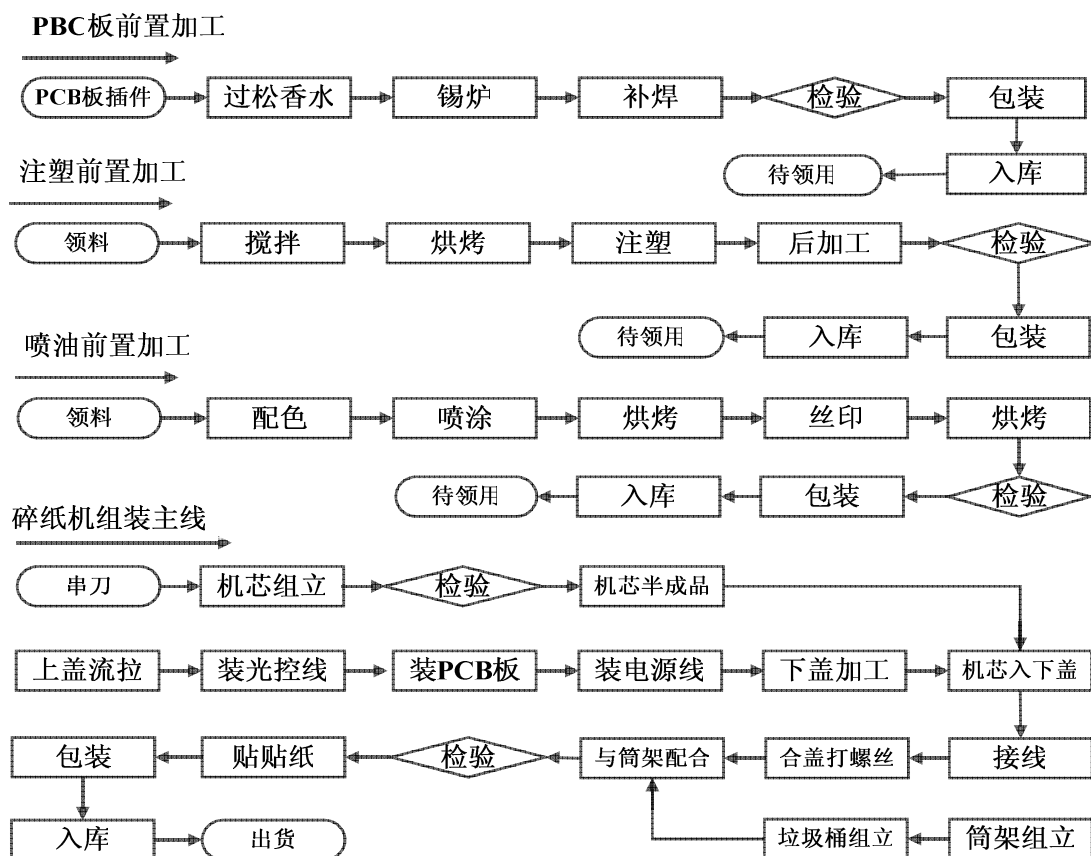
附图：PP文件夹生产工艺流程



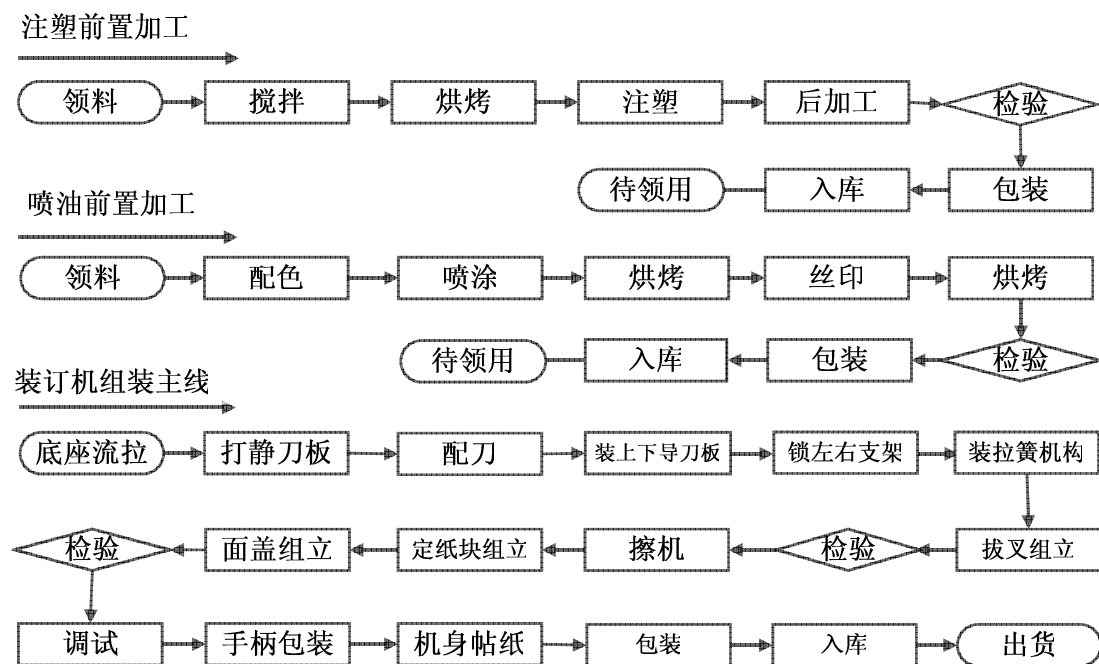
附图：PP资料盒生产工艺流程



2、碎纸机的生产工艺流程图



3、装订机的生产工艺流程图



（三）经营、盈利模式

公司以利润最大化为经营目标，按照企业发展阶段的不同，根据不同市场的市场成熟度、竞争格局、公司市场目标、盈利空间，结合公司产品线的分类和生产情况、采取不同的经营策略，并选择对企业长期发展最有利的经营模式与盈利模式。现阶段，公司采取“制造商+集成供应商”相结合的混合经营模式。

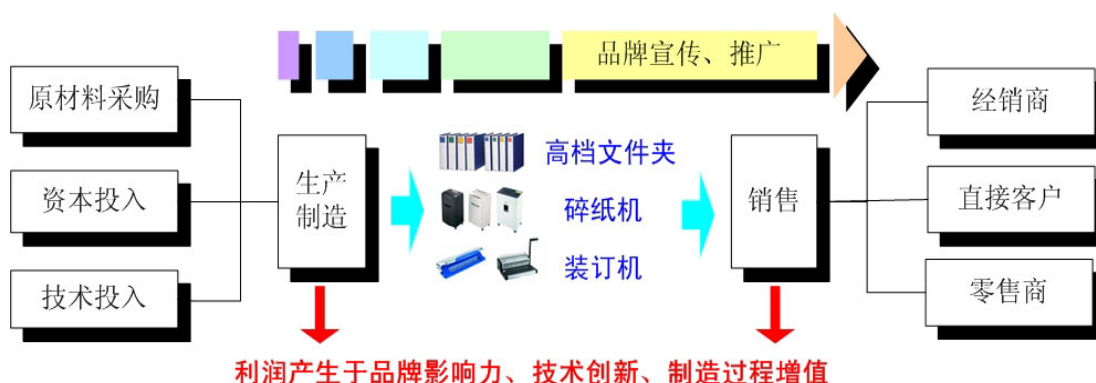
附表：针对不同市场特点与产品组合的经营模式选择

市场特点分析 经营模式选择		国际市场		中国市场
		发达市场	发展中国家市场	
市场特点	竞争格局	竞争激烈，中高档市场被强势制造商和连锁零售商垄断	潜力巨大，发展迅速，市场尚处在早期，自由竞争格局	潜力巨大，发展迅速，消费市场逐步升级，迈入品牌竞争阶段
	市场成熟度	成熟度高，品牌制造商、连锁零售巨头、集成供应商发展迅速，进入门槛较高。	成熟度低，高档品牌制造商不多、缺乏集成供应商，连锁零售企业尚不成规模	成熟度中等，高档品牌制造商不多、集成供应商处于萌芽，连锁零售企业正在快速发展
	公司目标	扩大市场进入国家，提高企业业界声誉，逐步扩大自有品牌影响	提高品牌知名度，扩大市场份额	
	公司策略	通过与跨国企业合作，努力提高 OEM/ODM 份额，扩大公司影响	实现高档产品自制，提高市场占有率；中低档产品通过集成供应商方式，外包给外协企业生产	
主要经营模式	文件管理产品	(OEM/ODM) 制造商	品牌制造商	
	桌面文具	(OEM/ODM) 制造商	集成供应商	
	办公设备	(OEM/ODM) 制造商	品牌制造商+集成供应商	

1、品牌制造商模式

针对文件管理产品和办公设备类产品，定位于中高档产品，此类产品利润率较高，因此，公司选择在中国市场和发展中国家市场，主要采取品牌制造商模式，最大限度建立品牌影响力，利用品牌效应，赚取高中档市场的超额利润。

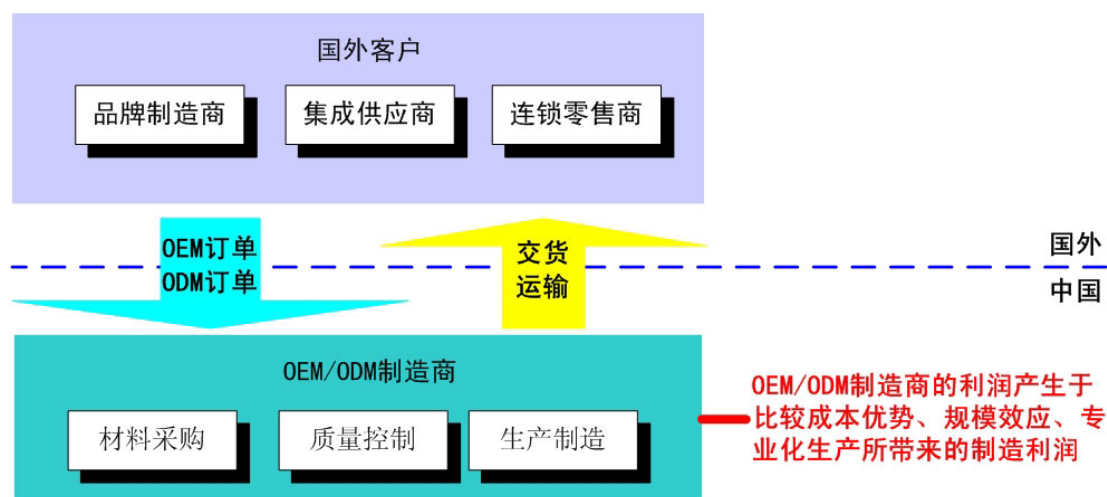
附图：品牌制造商经营与盈利模式



2、（OEM/ODM）制造商模式

公司对文件管理产品和办公设备类产品的欧美日发达市场非常重视，公司出口产品定位于中高档，现阶段，主要通过OEM/ODM订单生产和严格质量管理体系来强化公司的高品质企业 and 专业制造商形象。鉴于发达国家市场的进入门槛较高，且高档品牌为跨国公司所垄断，因此，公司在发达市场主要采取OEM/ODM制造商的经营模式，通过与跨国企业合作，努力提高OEM/ODM订单生产所占份额，扩大公司影响，充分发挥我国的比较成本优势，提高产能利用率，达到规模效应，进而增强企业的竞争力和盈利能力。

附图：OEM/ODM制造商经营与盈利模式

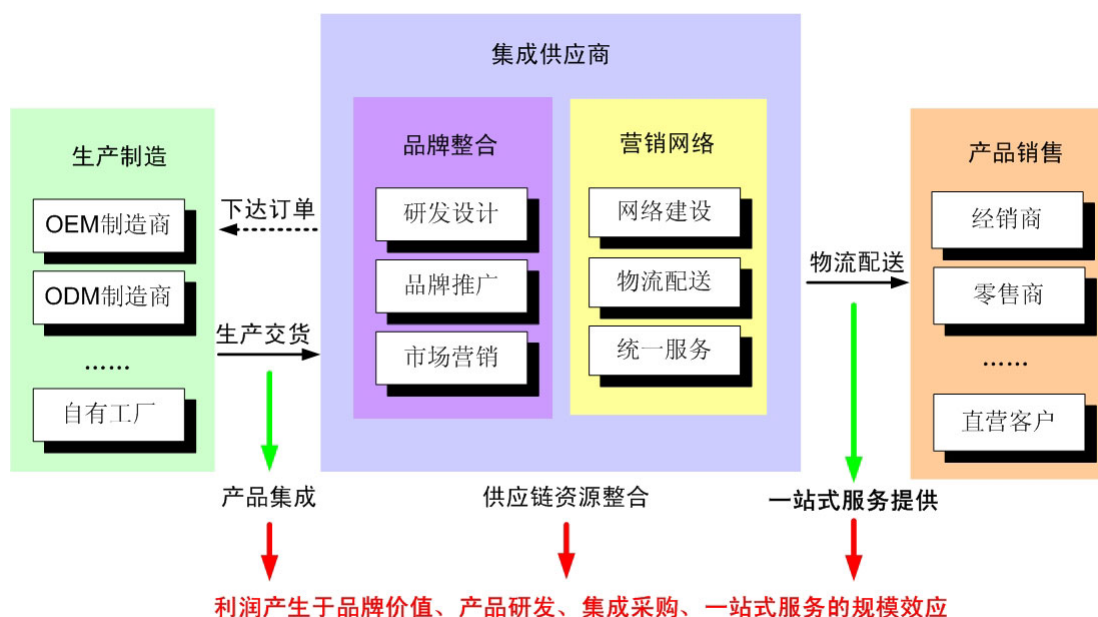


3、集成供应商模式

针对桌面文具、中低档文件管理产品和部分办公设备类产品（如考勤机、点钞机等），此类产品纯粹的生产制造利润率不高，竞争激烈，国内生产厂家众多，

缺乏具有统治力的品牌，公司虽不涉足此类产品的直接生产制造，但期望通过产品线的延伸，完善“全产品线”文具专业制造商和打造集成供应商形象，并充分利用本公司在质量管理、中高档产品开发方面的丰富经验，因此，公司选择在中国市场和发展中国家市场，主要采取集成供应商模式，利用齐心品牌与网络优势，最大限度发挥多产品线的统一品牌效应，通过扁平化的分销渠道和无缝营销网络，提高渠道分销效率和利润空间，充实自身的产品线，寻找新的利润增长点。

附图：集成供应商经营与盈利模式



集成供应商模式提高了供应链的整体效率，有效地实现了制造商、供应商与用户的“三方多赢”的格局，各方均能从该模式中受益：

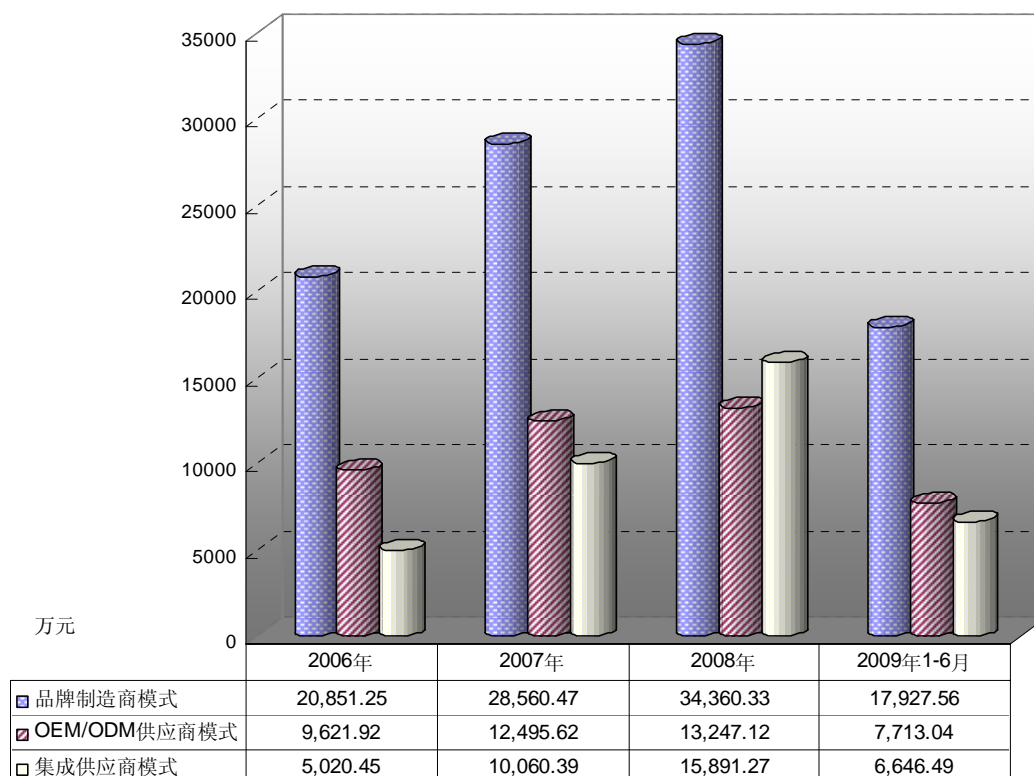
(1) 对于用户（最终消费者）而言，集成供应商的“一站式服务”有以下几个好处：①能有效节约购买成本；②能提高采购的便利性；③售后服务能有效提高顾客的满意度。

(2) 对于集成供应商本身而言，其价值在于：①有效节约采购成本；②发挥了规模效应；③增加了谈判筹码，提高了自身议价能力；④最大限度发挥品牌效应，最大限度利用现有制造资源。

(3) 集成供应商模式对于普通制造商（OEM制造商）而言，能有效提高其供应链的效率，增强其产品的分销能力，扩大销售。

4、三种经营模式的结构变化

本公司报告期内采取三种经营模式所产生的营业收入如下图所示：



本公司报告期内采取三种经营模式的结构变化如下表所示：

经营模式	占营业收入的比重			
	2009年 1-6月	2008年	2007年	2006年
品牌制造商模式	55.53%	54.11%	55.87%	58.75%
OEM/ODM 制造商模式	23.89%	20.86%	24.45%	27.11%
集成供应商模式	20.59%	25.03%	19.68%	14.14%
合计	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

本公司报告期内公司经营模式对应毛利率变化如下表所示：

经营模式	毛利率			
	2009年 1-6月	2008年	2007年	2006年
品牌制造商模式	30.42%	29.08%	27.49%	22.70%
OEM/ODM 制造商模式	19.19%	17.82%	15.40%	12.41%
集成供应商模式	19.71%	19.51%	18.88%	16.61%
总体平均	25.53%	24.33%	22.84%	19.05%

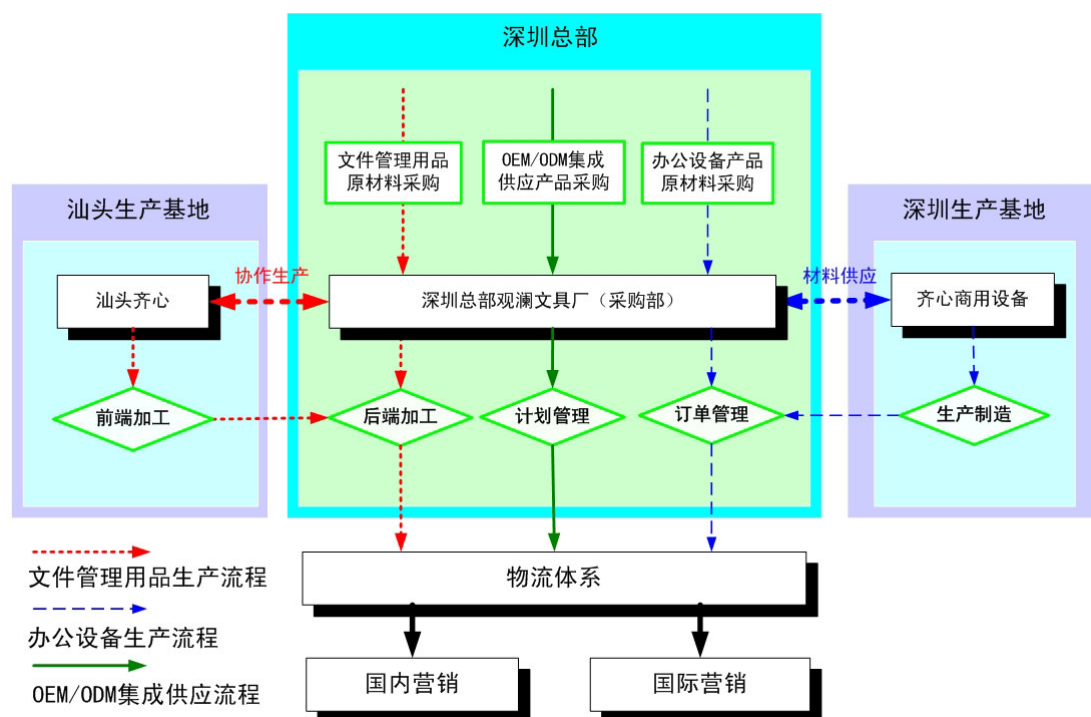
如上述图表所示，目前公司采用品牌制造商模式盈利能力最强，而采用集成供应商模式所占份额和盈利水平逐年提高，是公司未来的发展方向；OEM/ODM

制造商模式则是公司拓展国际市场的有效手段。

（四）采购、生产模式

本公司对采购与生产实行专业化分工模式：公司总部观澜文具厂（采购部）负责采购文件管理类产品、办公设备产品的原材料并组织生产，同时负责OEM和ODM外协生产的产品集成供应以及标准件、通用件的采购。汕头齐心根据观澜文具厂的生产指令进行文件管理类产品的后端加工；齐心商用设备负责办公设备类产品的生产制造。

附图：本公司采购与生产模式示意图



汕头齐心是本公司的文件管理用品生产基地。2007年下半年，本公司根据总部集中管理、专业分工的经营管理变革需要，调整了观澜文具厂与汕头齐心之间的业务关系：观澜文具厂研发设计并接受客户订单，在总部规定的全球市场营销政策和价格体系下，并根据订单情况安排采购计划和生产计划，对汕头齐心下达委托加工订单。即观澜文具厂与汕头齐心之间的业务关系为委托加工与受托加工的关系。

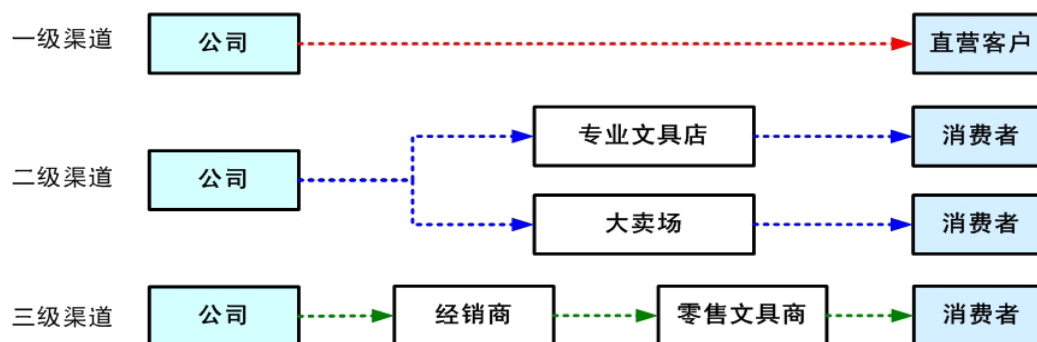
齐心商用设备是本公司的办公设备产品生产基地。办公设备产品的通用原材料采购、产品销售渠道和物流配送服务由观澜文具厂集中管理；齐心商用设备主要负责办公设备的生产制造以及部分特殊材料、配件的采购。

（五）销售模式

1、国内销售模式

本公司的国内销售全部为直接销售。同时，根据国内不同市场的发展阶段和市场成熟度，采取多级分销渠道，通过多级分销渠道强化公司的分销能力。

附图：公司三级分销渠道



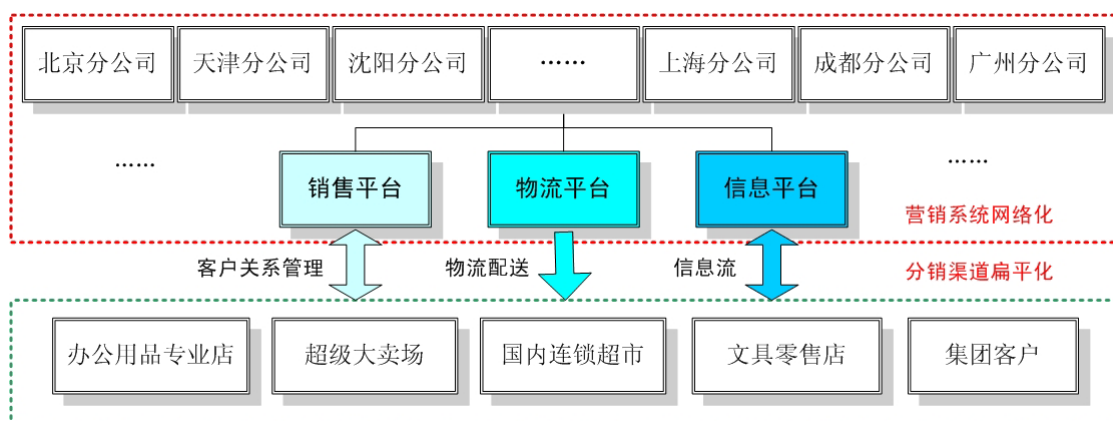
公司销售渠道分为经销商（三级渠道）、专业文具店、大卖场（二级渠道）、直营客户（一级渠道），目前以经销商渠道为最主要的分销渠道。

为不断改进公司的营销管理模式，扬长避短，提升公司的盈利能力，自2006年以来，公司对现有的销售渠道进行强化管理，主要为渠道扁平化管理和无缝营销管理两种管理方式：

（1）渠道扁平化管理

随着文具行业竞争的加剧，为强化对渠道的控制能力，公司逐步实施营销渠道扁平化举措，通过整合各地方分公司，将客户关系管理系统、物流仓储配送系统、信息管理系统延伸至全国19家分公司，并在各个分公司建立子平台，加强与各类客户，特别是最终消费者的直接沟通，增强对市场文具消费趋势的理解掌握，捕捉消费者潜在的心理需求，并及时反馈给公司研发设计部门，牢牢控制文具产业链高端，最大限度获取产业链上的利润份额，目前，扁平化营销渠道初具规模。

附图：公司渠道扁平化举措



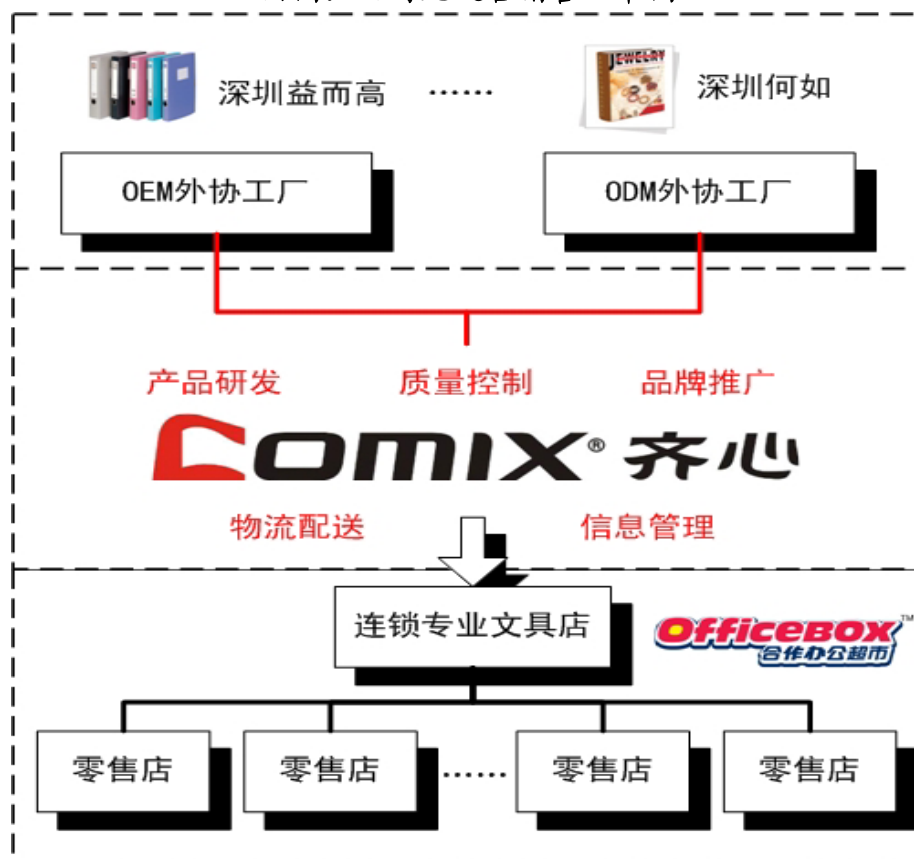
(2) 无缝营销管理

无缝营销管理是本公司实现**COMIX** 齐心“大办公”集成供应商模式的营销管理措施之一，即本公司通过和生产环节中的上游或下游合作伙伴建立合作联盟，使双方各自将自身的主要资源集中于价值链中的优势环节，聚合彼此不同价值链上的核心能力，从而进行互补生产合作创造更大的价值。通过无缝营销管理，本公司在文具产业价值链环节上与经销商、加工厂深度协作，从而保证本公司能够最大限度地满足客户的多样化需求，提供集成供应商的综合服务。

本公司对上游OEM/ODM外协生产企业和下游连锁分销企业实施强强联合便是这种合作的典型形式。例如，自2006年起，本公司与上游文具外协制造企业

(OEM/ODM) 伙伴深圳益而高文具有限公司、何如文化用品(深圳)有限公司等企业积极合作，并与合作办公超市(专业文具店)等下游销售网点结成战略联盟，提高产业价值链各环节的合作效率。

附图：公司无缝营销管理举例



在实施“无缝营销管理”过程中，本公司与伙伴企业之间通过利益调整，协调节点企业的库存、物料采购、生产、营销和货运计划，使企业之间产品和信息的流动以尽量少的时间、尽量小的费用得以实现，企业之间的交易“缝隙”缩到最小化，实现整体业务体系的快速重组，即实现“无缝营销”。

实施无缝营销管理后，本公司根据自身的生产能力和技术优势，集中公司有限资源生产中高档文具管理用品和办公设备，将还没有工业化量产的产品，依托公司强大的研发能力、品质管控体系、物流订单处理、信息化管理的核心优势和齐心品牌影响力，采取与上游具有良好工业优势、专业品类制造的外协加工厂商进行战略合作，各取所长，共同服务于下游客户，以便最大限度地满足下游客户的多样化需求，实现齐心“大办公”集成供应商的综合服务。

报告期内，本公司委托供应链上游加工厂商OEM的产品增长情况如下表：

产品大类	2009年1-6月		2008年		2007年		2006年	
	销售额 (万元)	比重	销售额 (万元)	同比增长率	销售额 (万元)	同比增长率	销售额 (万元)	同比增长率
文件管理用品	1,250.14		2,301.40	82.80%	1,258.94	108.70%	603.22	149.14%
办公设备	1,316.16		3,430.62	43.85%	2,384.79	175.86%	864.48	243.30%
桌面文具	4,080.18		10,159.25	60.12%	6,344.85	81.12%	3,503.16	88.40%
小计	6,646.49		15,891.27	59.09%	9,988.58	100.94%	4,970.85	111.23%

通过与上游合作厂商的战略联盟，本公司快速扩充了产品线，三大产品线的产品品类迅速增加，其中桌面文具产品类和销售额增长最为明显，例如书写工具产品自2007年9月上市，到2008年底，已经实现了1,300万元的销售额。

在销售渠道协作方面，由于办公用品行业的产品具有多样性的显著特征，涉及到的品类十分多、单品繁杂，专业连锁店或零售商为降低采购成本和提高采购效率，迫切希望能够实现“一站式集成采购”，因此，本公司与专业连锁店等销售网点结成战略联盟，强化双方在流通、信息、价格和服务方面的优势，提高合作的效率。2006年、2007年、2008年，本公司对专业连锁店的销售金额分别为1,923.24万元、4,021.76万元、6,677.33万元，同比增长率分别为85.41%、109.11%、66.03%。2006至2008年专业文具连锁店的销售增长是本公司所有客户中增长最快的一类客户，这也证明本公司在无缝营销管理方面取得了良好的经营业绩。

(3) 国内销售三级渠道的销售额占比

本公司报告期内采取三级渠道在内销收入中各自所占比重如下表所示：

客户类型	2009年1-6月		2008年		2007年		2006年	
	销售额 (万元)	比重	销售额 (万元)	比重	销售额 (万元)	比重	销售额 (万元)	比重
三级渠道	10,750.33	57.33%	23,003.42	59.19%	18,619.90	64.50%	14,410.19	74.07%
二级渠道	5,384.56	28.71%	10,676.62	27.47%	6,898.01	23.90%	3,493.64	17.96%
一级渠道	2,616.99	13.96%	5,186.62	13.34%	3,347.81	11.60%	1,552.09	7.98%
合计	18,751.88	100.00%	38,866.66	100.00%	28,865.72	100.00%	19,455.93	100.00%

从上表可以看出，随着渠道扁平化管理和无缝营销管理模式的推进，本公司采取一级、二级渠道分销在国内销售中所占比重越来越大，采取三级渠道分销所占比重逐年下降，渠道扁平化和无缝营销管理效果逐步显现。

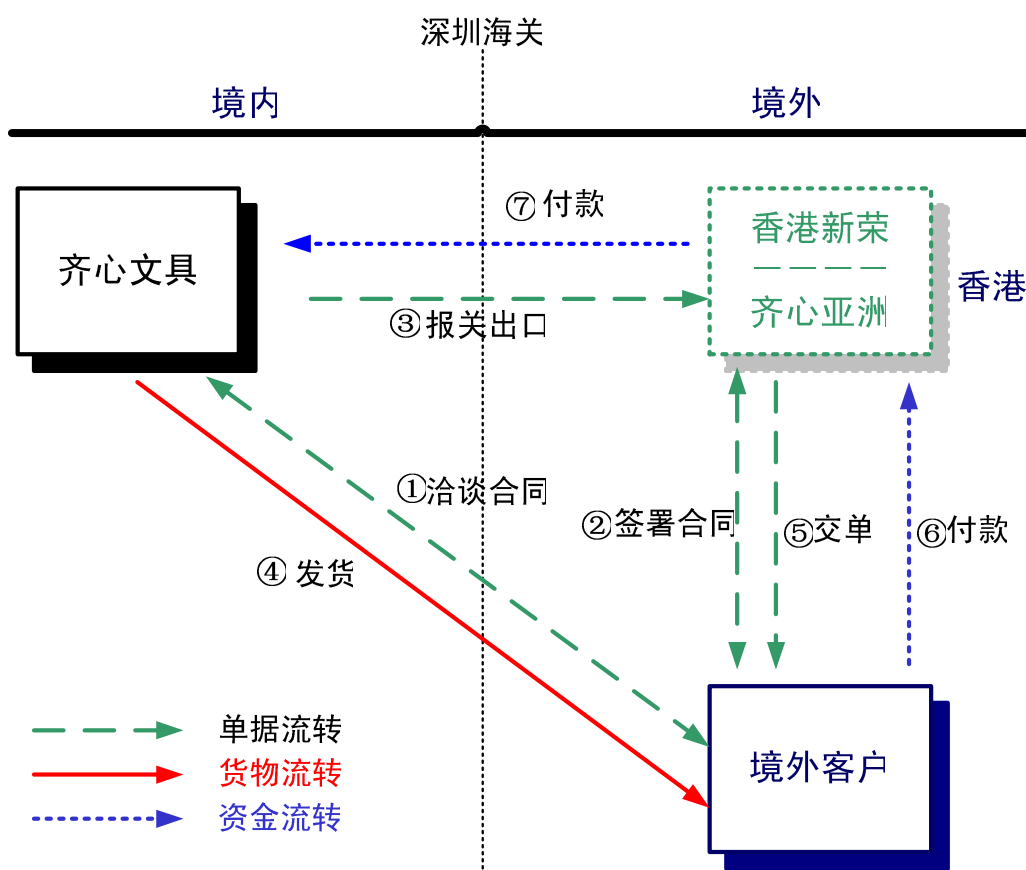
2、国际销售模式

本公司出口销售模式为自营出口模式，即本公司国际部直接与国外客户进行洽谈、签约，并安排汕头齐心、观澜文具厂、齐心商用设备根据订单进行生产，并完成出口发货、收款等过程。

为了整合本公司国内各生产型子公司及分公司（包括汕头齐心、观澜文具厂、齐心商用设备等）的出口业务，充分利用香港商业发达的贸易环境、集中境外客户资源和外资银行资源、办理银行结算、客户货款催收等手续，本公司向境外客户销售产品大部分通过设在香港的窗口公司——香港新荣来完成。

为了减少和规范关联交易，本公司于2007年6月27日在香港设立全资窗口公司——齐心亚洲，并把原属于香港新荣的境外销售职能全部过渡到齐心亚洲，截止到2007年11月，齐心亚洲已全部完成了相关境外销售的转换工作，较为彻底地解决了上述关联交易。

附图：齐心亚洲（香港新荣）代理出口业务流程示意图



公司委托齐心亚洲（香港新荣）代理出口业务中的具体工作流程为：

①洽谈合同：本公司直接与境外客户洽谈，约定销售产品的品种、规格型号、

数量、价格、交货期、结算方式等，并约定本公司以窗口公司的名义与境外客户签订销售合同（或以形式发票Proforma Invoice代替销售合同）。

②签订合同：本公司以窗口公司名义按照已商定的条款与境外客户签订销售合同（或以形式发票Proforma Invoice代替销售合同）。

③报关出口：本公司向海关提供货物发送境外客户的货运单据副本、装箱单以及提供给窗口公司的形式发票等全套报关单据办理出口报关手续（海关报关单上出口方为本公司，海关报关单上的运抵国、指运港和最终目的国为海外实际买方所在地）。

④发货：本公司直接向境外客户装船发货。

⑤交单：齐心文具根据合同中规定的支付条款，将货运单据、形式发票、装箱单等单据以窗口公司的名义准备好以供其银行向境外客户托收或办理信用证议付交单。

⑥付款：境外客户根据合同中约定的支付条件向窗口公司在银行中开立的账户支付款项或付款赎单。

⑦付款：窗口公司将收到的境外客户货款转付给本公司。

（六）发行人生产、采购、销售各项数据列表

1、设计生产能力、实际产量和销量

单位：万个/台

产品系列	期间	产能	产量	销量	产能利用率	产销率
文件管理用品	2008年	11,200.00	11,235.00	13,599.00	100.31%	121.04%
	2007年	10,000.00	10,118.00	12,161.00	101.18%	120.19%
	2006年	10,000.00	9,680.00	9,946.00	96.80%	102.75%
碎纸机	2008年	17.80	18.00	17.64	101.12%	98.00%
	2007年	16.00	15.80	15.21	98.75%	96.27%
	2006年	10.00	10.10	10.71	101.00%	106.04%
装订机	2008年	31.50	31.75	32.55	100.79%	102.52%
	2007年	29.49	28.10	28.78	95.29%	102.42%
	2006年	10.00	6.94	4.49	69.40%	64.70%

文件管理用品的产销率超过100%的主要原因是公司采用集成供应商模式，销售的部分产品系通过外协工厂生产（即OEM），因而销量大于自产量（或产能）。

碎纸机、装订机是本公司的新产品，产销量增长迅速。

2、原材料供应与集成采购

附表：报告期内本公司原材料采购前五名列表

单位：万元

年度	供应商名称	采购金额	占材料成本比例	主要采购材料
2009年1-6月	中国石油化工股份有限公司广州销售分公司	1,315.28	7.95%	聚丙烯
	汕头海信发展有限公司	1,102.56	6.66%	聚丙烯
	广州市同川化工贸易有限公司	1,032.86	6.24%	聚丙烯
	中海壳牌石油化工有限公司	907.08	5.48%	聚丙烯
	汕头海湾物资有限公司	837.61	5.06%	聚丙烯
	合计	5,195.39	31.39%	
2008年	中国石油天然气股份有限公司华南销售分公司	5,767.97	18.14%	聚丙烯
	中国石油化工股份有限公司广州销售分公司	5,420.98	17.05%	聚丙烯
	广州市同川化工贸易有限公司	2,412.16	7.58%	聚丙烯
	汕头冠华薄膜工业有限公司	1,905.26	5.99%	BOPP 薄膜
	中海壳牌石油化工有限公司	964.83	3.03%	聚丙烯
	合计	16,471.20	51.79%	
2007年	广州市同川化工贸易有限公司	4,740.02	16.73%	聚丙烯
	中国石油天然气股份有限公司华南销售分公司	3,555.69	12.55%	聚丙烯
	汕头冠华薄膜工业有限公司	1,956.12	6.90%	BOPP 薄膜
	中海壳牌石油化工有限公司	1,711.77	6.04%	聚丙烯
	中国石油化工股份有限公司广州销售分公司	1,468.59	5.18%	聚丙烯
	合计	13,432.19	47.40%	
2006年	广州市同川化工贸易有限公司	3,342.20	15.07%	聚丙烯
	中海壳牌石油化工有限公司	2,742.67	12.36%	聚丙烯
	中国石油化工股份有限公司广州销售分公司	1,713.19	7.72%	聚丙烯
	中国石油天然气股份有限公司华南销售分公司	1,181.29	5.33%	聚丙烯
	汕头冠华薄膜工业有限公司	931.16	4.20%	BOPP 薄膜
	合计	9,910.51	44.68%	

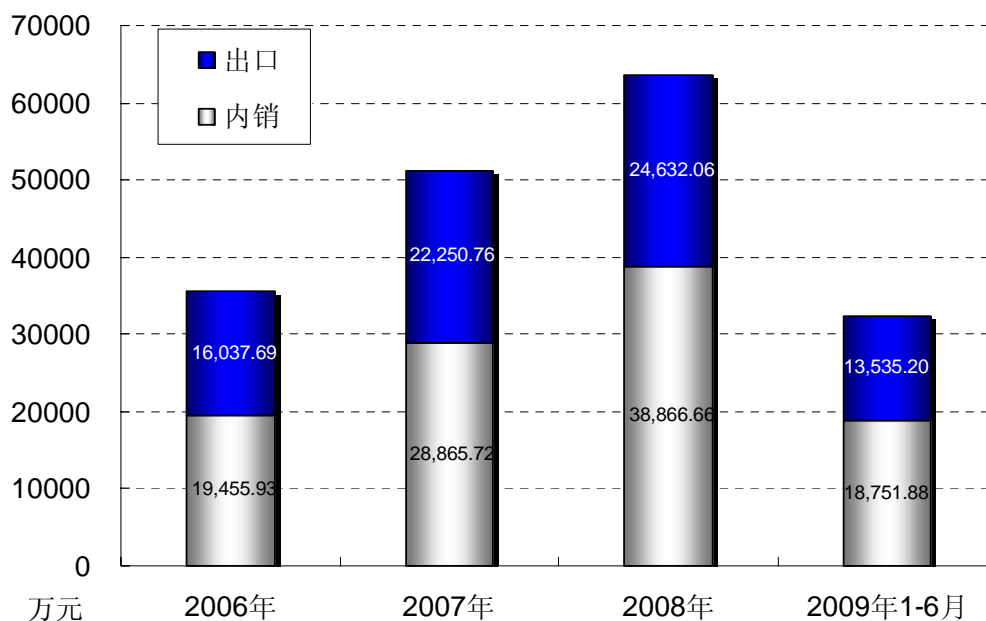
本公司与主要的供货商之间不存在关联关系，本公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员及主要关联方或持有本公司5%以上的股东均未在上述供应商中拥有权益。

3、销售情况

2006年—2008年，本公司连续三年销售收入保持33.75%的复合增长率，其中，国内销售收入保持41.34%的复合增长率，出口销售收入保持23.93%的复合

增长率。2006年—2008年出口收入占总收入比重依次为：45.18%、43.52%、38.79%。

附图：报告期内本公司销售收入增长示意图

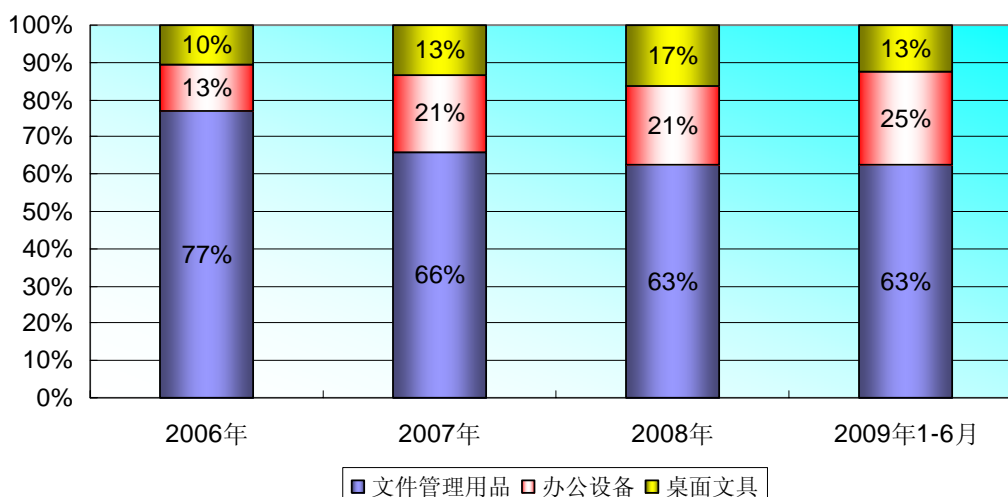


附表：报告期内本公司销售产品结构比较表

单位：万元

产品类别	2009年1-6月	2008年	2007年	2006年
文件管理用品	20,230.02	39,832.04	33,706.25	27,329.61
办公设备	7,976.89	13,152.39	10,560.23	4,446.30
其中：碎纸机	4,295.51	5,113.47	4,275.86	2,546.53
装订机	2,037.54	3,650.95	3,073.97	597.03
桌面文具	4,080.18	10,502.74	6,830.34	3,687.12
其他	-	11.55	19.66	30.6
合计	32,287.09	63,498.72	51,116.48	35,493.62

附图：报告期内本公司主要产品结构变动示意图



2006年—2008年，本公司产品结构中，办公设备产品所占比例逐步增大，从2006年的13%，提高到2008年的21%，并保持71.99%的年复合增长率，其中，碎纸机保持41.70%的年复合增长率，装订机保持147.29%的年复合增长率。2009年1—6月，办公设备所占比例提高到25%。

2008年，办公设备产品所占比重与2007年持平，主要原因是装订机、碎纸机的产能已经接近饱和，因而其销售额增长速度受到一定程度限制。在惠州齐心装订机、碎纸机生产线投产后，办公设备产品占销售额的比重有望进一步扩大。

(1) 国内销售情况

公司目前在国内市场销售按区域分布如下表所示：

附表：国内销售区域分布表

单位：万元

区域	国内销售收入			
	2009年1-6月	2008年	2007年	2006年
华东	4,937.51	11,038.12	7,720.24	4,879.25
上海	2,804.53	5,745.08	4,627.16	3,460.60
华南	2,292.75	4,607.36	3,644.11	1,905.74
华北	2,141.20	4,158.72	3,039.38	2,047.03
深圳	1,814.79	3,039.90	2,241.16	1,208.02
西南	1,283.17	3,083.41	2,078.11	1,838.13
华中	1,101.42	2,466.38	1,845.38	1,293.25
山东	944.85	1,686.76	1,399.75	954.94
东北	763.45	1,618.73	1,222.76	1,160.08
西北	668.20	1,422.20	1,047.68	708.88
合计	18,751.88	38,866.66	28,865.72	19,455.93

报告期内，本公司国内销售的产品全部为“齐心”自有品牌。

(2) 出口销售情况

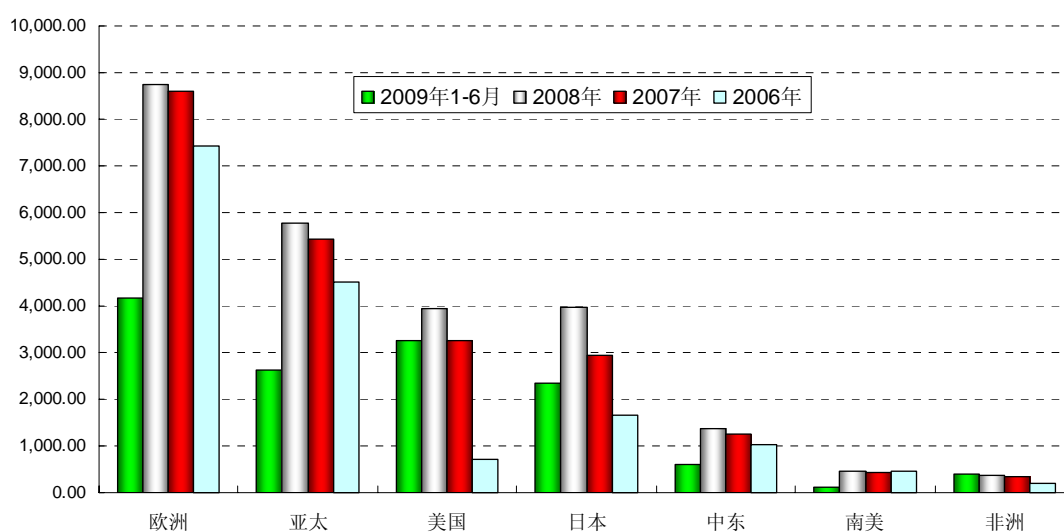
公司最先于1995年开始在全球40多个国家进行“COMIX 齐心”商标注册，目前拥有70多家国际代理商和经销商，产品出口日本、韩国、马来西亚、新加坡、沙特、阿联酋、伊朗、土耳其、英国、埃及、德国、法国、比利时、意大利、美国、澳大利亚、加拿大、巴西、墨西哥等100多个国家和地区。近三年，本公司产品出口销售区域分布情况如下：

附表：报告期内本公司全球市场地区分布表

单位：万元

区域	国外销售收入			
	2009年1-6月	2008年	2007年	2006年
欧洲	4,179.87	8,749.31	8,601.28	7,438.80
亚太	2,633.81	5,771.29	5,435.99	4,521.45
美国	3,263.68	3,936.20	3,255.71	720.76
日本	2,339.19	3,965.76	2,934.67	1,670.93
中东	605.70	1,369.54	1,257.06	1,030.43
南美	109.72	455.69	418.46	442.87
非洲	403.24	384.26	347.6	212.45
合计	13,535.20	24,632.06	22,250.76	16,037.69

附图：报告期内本公司全球市场地区分布图



全球市场上，欧洲、亚太、美国、日本所占份额较大，尤其是欧美日市场增幅较大，其他区域则保持稳定增长趋势。

2008年度、2009年1—6月，本公司出口销售收入结构中，为国际品牌OEM占比分别为53.78%、56.99%，自有品牌占比分别为46.22%、43.01%。

(3) 公司销售客户前五名

附表： 报告期内本公司销售客户前五名

单位：万元

年度	客户名称	国家	销售收入	销售占比
2009年 1-6月	MEADWESTVACO ORPORATION	美国	1,458.22	4.52%
	无印良品	日本	1,330.37	4.12%
	Argos HOME RETAIL GROUP (HONG KONG) LIMITED	英国	1,268.81	3.93%
	DAMARU KOGYO LTD(CAIZN)	日本	786.12	2.43%
	Hira company LTD.	英国	725.94	2.25%
	合计		5,569.46	17.25%
2008年	ACCO	美国	2,516.58	3.96%
	SNOPAKE	英国	1,870.81	2.95%
	无印良品	日本	1,848.61	2.91%
	SAERON	韩国	1,624.27	2.56%
	DAMARU KOGYO LTD(CAIZN)	日本	1,468.33	2.31%
	合计		9,328.60	14.69%
2007年	香港新荣	香港	11,977.89	23.43%
	SAERON	韩国	1,186.87	2.32%
	SNOPAKE	英国	1,157.65	2.26%
	DATO	日本	690.79	1.35%
	史泰博商贸有限公司	中国	462.15	0.90%
	合计		15,475.35	30.26%
2006年	香港新荣	香港	13,900.53	39.16%
	上海日欧贸易有限公司	中国	742.39	2.09%
	FUJIMARU	日本	640.95	1.81%
	上海齐心文具有限公司	中国	597.25	1.68%
	北京齐心易达文化用品有限公司	中国	403.43	1.14%
	合计		16,284.55	45.88%

上述客户中，香港新荣、上海齐心文具有限公司为本公司关联方，除此两家公司以外，本公司与其他客户之间不存在关联关系，本公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员及主要关联方或持有本公司5%以上的股东均未在上述客户中拥有权益。

2006年—2007年两年中，本公司通过香港新荣（2007年9月起转为齐心亚

洲出口)向境外出口的前五名客户情况详见附表。

附表：2006年—2007年香港新荣销售客户前五名

单位：万元

年度	境外客户名称	国家	销售收入	占外销的比例
2007年	ACCO	美国	2,540.03	11.42%
	SNOPAKE	英国	1,051.51	4.73%
	ACCO	英国	865.8	3.89%
	SAERON	韩国	865.75	3.89%
	PEACH	德国	765.41	3.44%
	合计		6,088.50	27.37%
2006年	SNOPAKE	英国	2,008.02	12.52%
	ACCO	英国	1,897.47	11.83%
	SAERON	韩国	1,334.93	8.32%
	SMISTAR	俄罗斯	937.01	5.84%
	DAMARU KOGYO LTD(CAIZN)	日本	642.73	4.01%
	合计		6,820.16	42.52%

附表：2007年、2008年、2009年1—6月齐心亚洲销售客户前五名

单位：万元

年度	客户名称	国家	销售收入	占外销的比例
2009年1-6月	MEADWSTVACO CORPORATION	美国	1,458.22	4.52%
	无印良品	日本	1,330.37	4.12%
	DAMARU KOGYO LTD(CAIZN)	日本	786.12	2.43%
	ACCO BRANDS CORPORATION	美国	706.38	2.19%
	BIG LOTS INC.	美国	448.32	1.39%
	合计		4,729.41	14.65%
2008年	ACCO BRANDS CORPORATION	美国	2,516.58	3.96%
	SNOPAKE	英国	1,870.81	2.95%
	无印良品	日本	1,848.61	2.91%
	SAERON	韩国	1,624.27	2.56%
	DAIMARU KOGYO LTD(CAIZN)	日本	1,468.33	2.31%
	合计		9,328.60	14.69%
2007年	SAERON	韩国	1,186.87	2.32%
	DATO	日本	690.79	1.35%
	OPTEX	德国	391.24	0.77%
	SNOPAKE	英国	369.63	0.72%
	DAIMARU KOGYO LTD(CAIZN)	日本	291.74	0.57%
	合计		2,930.28	5.73%

深圳市鹏城会计师事务所出具的深鹏所股专字[2009]399号《内部控制鉴证报告》附件二：关于发行人与香港新荣关联交易的审核说明详细列示了2006年至2009年6月通过香港新荣或齐心亚洲出口销售及销售回款的明细表。

本公司与香港新荣（齐心亚洲）的国际客户之间不存在关联关系，本公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员及主要关联方或持有本公司5%以上的股东均未在上述国际客户中拥有权益。

（七）发行人主要的原材料采购价格变动趋势及能源供应情况

1、公司主要原材料价格变动趋势

附表：报告期内公司采购原材料价格变化

单位：元

主要原材料	单位	2009年1-6月		2008年		2007年		2006年
		平均单价	涨幅	平均单价	涨幅	平均单价	涨幅	平均单价
PP 聚丙烯	元/公斤	7.35	-31.85%	10.78	5.69%	10.2	-0.29%	10.23
PVC 胶布	元/公斤	8.22	-17.84%	10.01	6.49%	9.4	3.41%	9.09
BOPP 薄膜	元/公斤	10.46	-22.72%	13.54	7.12%	12.64	2.93%	12.28
聚乙烯	元/公斤	8.31	-22.81%	10.76	1.61%	10.59	-0.47%	10.64
五金夹具	元/个	0.73	0.00%	0.73	15.68%	0.63	0.00%	0.63

作为一家办公文具产品生产及销售型企业，PP（聚丙烯）及PVC等塑料原材料是公司产品生产的主要原材料。为确保产品品质，公司坚持使用优质原材料。目前PP原料主要从国内大型石化企业采购。由于PP及PVC等塑料原材料受石油价格的影响较大，公司在原材料采购方面承受着一定风险。（PP价格波动对公司的影响详见本节第二部分“发行人所处行业基本情况”中的“文具产业链上下游关联性分析”）2006年，PP和PVC价格上涨幅度较大，2007年，PP价格和PVC材料价格有所回落，2008年，PP价格和PVC价格受油价影响呈大幅度波动趋势。为此，本公司从提价、订单管理等多方面消化PP、PVC等原材料价格上涨的不利影响；同时，试用新型材料，降低传统PP及PVC材料对成本影响；提高公司的集团规模采购，与供应商签订稳定价格和长期供货合同。2009年1—6月，PP价格和PVC价格有较大的回落。

2、公司能源及燃料供应情况

公司生产基地位于汕头、深圳等地，经济较为发达，工业用燃料、电力供应均能得到充分保障，公司产品在生产过程中燃料消耗非常有限，能源供应对公司影响轻微。

（八）发行人主要产品价格变动趋势

报告期内，公司三大类产品共有1,000多个品种，数千个款式，品种升级与更新换代较快，款式也不断推陈出新，因此，为真实反映公司主要产品的价格变动趋势，公司选取在报告期内均有实际销售的可比产品，并采用的方法是“一篮子价格分析法”计算得出。（或称为简单算术平均法，如：文件管理用品在报告期内共计386种可比款式，将386种款式的单价汇总相加，并进行算术平均而得出，公式为 $\bar{p} = \frac{1}{386} \sum_{i=1}^{386} p_i$ 。）

采用这种方法的目的剔除可比产品在不同会计期间因销售量的不同所带来的影响，更直观反映一篮子可比产品的平均销售单价及平均单位成本的变动趋势，报告期内，公司主要可比产品的价格变化如下表所示：

产品大类		2009年1-6月		2008年		2007年		2006年
品种	款式	平均单价 (元)	涨幅	平均单价 (元)	涨幅	平均单价 (元)	涨幅	平均单价 (元)
文件管理用品	386	5.89	-15.01%	6.93	6.57%	6.51	9.67%	5.93
办公设备	45	281.41	-0.25%	282.11	5.19%	268.20	10.86%	241.93
桌面文具	278	8.59	-5.00%	9.04	1.91%	8.87	4.62%	8.48

上表以简单算术平均法计算的可比产品平均单价剔除了各类可比产品在不同会计期间销量因素的影响，侧重反映的经济含义是各类可比产品平均单价的变动趋势。以加权平均法计算的平均单价考虑了同类产品中销售结构和销量因素的影响，侧重反映的经济含义是发行人在各大类产品线上的经营效率和经营效果。两种计算方法反映的经济含义不同，计算结果也不一致。比如下表列示的是可比文件管理用品和全部文件管理用品的加权平均单价、加权平均单位成本、销售量、销售额（总收入）及成本额（总成本）：

项目/年度		2009年1-6月	2008年	2007年	2006年
可比文件管理用品	加权平均单价(元)	2.63	2.72	2.73	2.85
	加权平均单位成本(元)	1.82	1.91	1.94	2.18
	销售量(万个)	3,204.96	6,346.31	5,615.21	4,750.31
	销售额(万元)	8,439.41	17,234.67	15,320.88	13,538.33
	成本额(万元)	5,817.45	12,114.33	10,910.36	10,371.98
全部文件管理用品	加权平均单价(元)	2.69	2.93	2.77	2.75
	加权平均单位成本(元)	1.95	2.19	2.13	2.21
	销售量(万个)	7,517.44	13,598.77	12,161.31	9,946.16
	销售额(万元)	20,230.02	39,832.04	33,706.25	27,329.61
	成本额(万元)	14,659.04	29,733.79	25,850.46	22,022.35

通过上表可以看出,可比文件管理用品的加权平均单价与全部文件管理用品的加权平均单价相差不大,可比文件管理用品的销售量、销售额均占全部文件管理用品的40%以上。因此,可比产品的价格变化具有代表性。

公司外销产品的定价分为自有品牌产品与OEM贴牌产品,对于外销自有品牌产品,公司针对不同国家或地区的市场消费特点,按产品名录分别制定了具体的年度价格区间。对于外销OEM贴牌产品,公司根据OEM产品加工复杂程度、产品成本费用及合理目标利润,采用成本加成法,即按预计生产制造成本加上一定的利润率,与客户按订单确定离岸人民币销售价格,再根据人民币预期升值幅度和收汇时间确定结算币别和外币报价。

(九) 安全预防及环境保护措施

1、安全预防措施

(1) 安全教育:职工上岗前要进行三级安全教育,使职工熟悉本厂、车间及岗位的设备及所要接触物料的特性,学会防护自救和救护他人等基本知识。

(2) 配备必要的劳动保护用品及防护设施:配备必要的适合本岗位所需的劳动保护用品,如工作服、鞋帽、手套等。

(3) 重视设备选型、选材和布置,尽量减少噪声和震动。

(4) 配备完善的消防设施,对易燃物品设置防范措施,并实施有效的控制,以防止火灾事故的发生。

2、环境保护措施

公司采用新型生产工艺，以科技含量高的全息技术为主，符合绿色环保生产要求，在生产建设及运行过程中产生的主要污染物为生活废水、噪声及固体废弃物，根据国家、广东省有关环保规定，这些污染物的排放执行相应标准。

(1) 废水排放执行广东省《水污染物排放限值》(DB44/26—2001)〈第二时段〉中一级标准；

(2) 废气高空排放执行广东省《大气污染物排放限值》(DB44/27—2001)〈第二时段〉中二级标准；

(3) 噪声执行国家《工业企业厂界噪声标准》(GB123480—90) III类标准；

(4) 固体废弃物管理遵照《中华人民共和国固体废物污染环境防治法》及《深圳经济特区实施〈中华人民共和国固体废物污染环境防治法〉规定》的有关规定。

本公司在生产过程中，PP边料通过粉碎，再造粒，循环使用，不会造成固体垃圾，不会对环境带来污染。纸板的边角料通过分级，可进行回收卖给当地回收站后再造纸循环使用。公司生产过程中没有掺加有危害的回收废料，不会产生对人体健康造成危害的挥发性气体。

除遵守国家环境法律法规外，本公司作为ACCO、MeadWestvaco、Fellows等跨国公司的供货商，还定期或不定期地接受这些公司按照国际标准进行的验厂，本公司的环境保护工作均获得审核认可。本公司已通过ISO14001环境管理体系认证，通过周密科学的环境保护制度进一步提高公司环保管理水平。

深圳市环境保护局于2008年2月2日出具了深环法证字[2008]第045号《关于深圳市齐心文具股份有限公司环保守法的证明》，于2009年1月14日出具了深环法证字[2009]第014号《关于深圳市齐心文具股份有限公司环保守法的证明》，证明本公司近三年未发生环境污染事故和环境违法行为，现阶段生产过程未对环境造成污染，已达到国家和地方规定的环保要求。

深圳市宝安区环境保护局于2008年1月24日出具了深宝环法证字[2008]第6号《关于深圳市齐心文具股份有限公司观澜文具厂环保守法的证明》，于2009年1月21日出具了《关于深圳市齐心文具股份有限公司观澜文具厂环保守法的证

明》，证明本公司观澜文具厂报告期内在环境保护方面遵守了国家和地方法规的规定，没有违法和受环境行政处罚的情况。

汕头市环境保护局分别于2008年1月29日、2009年1月14日出具《证明》，证明汕头市齐心文具制品有限公司近三年来在生产经营活动中遵守环保法律法规，没有受过环保行政处罚的记录。

深圳市宝安区环境保护局于2008年1月24日出具《关于齐心商用设备（深圳）有限公司环保守法的证明》，于2009年1月21日出具《关于齐心商用设备（深圳）有限公司环保守法的证明》，证明齐心商用设备（深圳）有限公司近三年来在环境保护方面遵守了国家和地方法规的规定，没有违法和受环境行政处罚的情况。

六、发行人境外经营情况

（一）本公司在全球的销售国别分布



（二）本公司全球主要市场经营情况概述

本公司与全球100多个国家和地区的文具品牌制造商、连锁零售商、经销商开展多种形式的合作，主要的国际客户与合作方式如下：

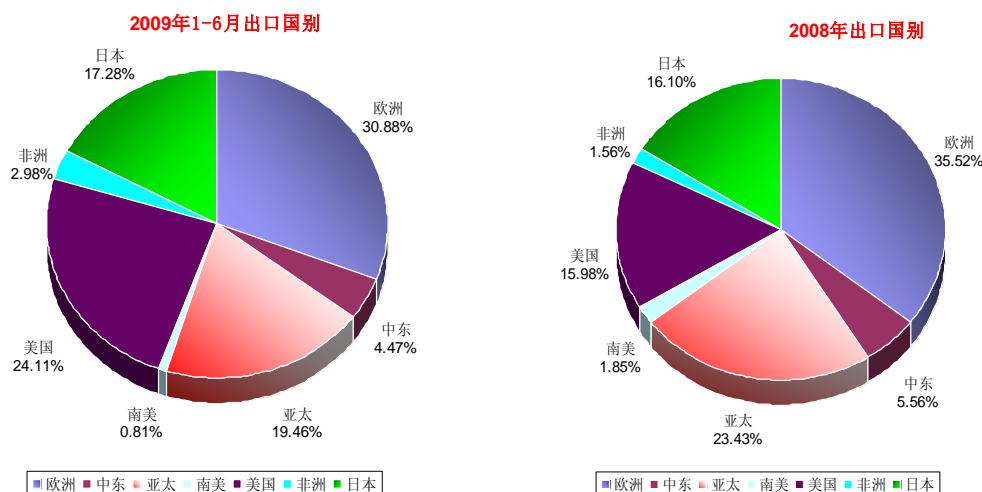
附图：公司主要合作国际客户一览表

客户简称	国别	客户简介	双方合作方式
ACCO	英国 美国 澳大利亚	全球最大文件管理用品、装订机生产商	OEM/ODM 贴牌生产

MEADWESTVACO	美国	全球最大桌面文具制造商之一	OEM/ODM 贴牌生产
AVERY	美国 澳大利亚	美国最大文件管理用品制造商之一	OEM/ODM 贴牌生产
STAPLES	美国 日本	世界 500 强企业之一，全球主要的办公用品集成供应商及文具零售连锁企业	OEM/ODM 贴牌生产
OFFICE DEPOT	美国 日本	世界 500 强企业之一，全球主要的办公用品集成供应商及文具零售连锁企业	OEM/ODM 贴牌生产
OFFICE MAX	美国 日本	世界 500 强企业之一，全球主要的办公用品集成供应商及文具零售连锁企业	OEM/ODM 贴牌生产
BIG LOTS	美国	美国大型零售卖场之一，全美拥有 1,400 多家分店	OEM/ODM 贴牌生产
SNOPAKE	英国	英国最大的文件管理用品集成供应商	OEM/ODM 贴牌生产
TARFIFOLD	法国	法国著名的展示用品商之一	OEM/ODM 贴牌生产
OFFICE POINT	德国	德国大型连锁超市之一	OEM/ODM 贴牌生产
LYRO	德国	德国著名文具品牌制造商之一	OEM/ODM 贴牌生产
SMISTAR	俄罗斯	俄罗斯著名文具经销商之一	进口商/齐心品牌经销商
ESSELTE	瑞典 澳大利亚	欧洲著名的文具品牌制造商之一，在全球多个国家设有分支机构	OEM/ODM 贴牌生产
OFFICE 1	澳大利亚 土耳其	简称 Office 1，建立于 1989 年，总部在美国，在全球 30 多个国家有加盟连锁店	OEM/ODM 贴牌生产
BAYINDIR	土耳其	土耳其知名文具经销商之一	进口商/齐心品牌经销商
ALKIM	土耳其	土耳其大型书店之一	进口商/齐心品牌经销商
FLMA	土耳其	土耳其大型书店之一	进口商/齐心品牌经销商
KOKUYO	日本	日本最大的文具和办公用品品牌制造商	OEM/ODM 贴牌生产
TOKYO CORP	日本	日本大型零售连锁店之一	OEM/ODM 贴牌生产
CANDO	日本	日本大型零售连锁店之一	OEM/ODM 贴牌生产
CAINZ	日本	日本大型购物中心之一	OEM/ODM 贴牌生产
KOHNAN	日本	日本大型购物中心之一	OEM/ODM 贴牌生产
KEIYO	日本	日本大型购物中心之一	OEM/ODM 贴牌生产
OTSUKA	日本	日本大型文具网上电子商务经销商之一	进口商/齐心品牌经销商
DAYMON	日本	日本大型零售连锁商 Jusco 的采购商	OEM/ODM 贴牌生产
HOSHAN	阿联酋	当地最大的文具进口分销商	进口商/齐心品牌经销商

POLIBRAS	巴西	巴西最主要的文管品牌之一和最大的 PP 文件夹销售商	进口商/齐心品牌经销商
CHIES	巴西	巴西高端文具品牌分销商之一	进口商/齐心品牌经销商
RIO BRANCO	巴西	巴西专业销售印刷墨盒的公司	进口商/齐心品牌经销商
ACRIMET	巴西	专业的注塑类产品制造商，国际办公设备知名品牌 Fellows 的代理	进口商/齐心品牌经销商
SERANDI	阿根廷	阿根廷最大的 PP 文件夹进口和分销商	进口商/齐心品牌经销商
FABER CASTEL	秘鲁	秘鲁著名的笔类分销商之一	进口商/齐心品牌经销商

2008年、2009年1—6月，本公司国际市场销售额国别分布图分别如下所示：



七、与发行人主要业务相关的固定资产和无形资产

(一) 主要固定资产

截至2009年6月30日，本公司固定资产情况如下：

单位：万元

项 目	账面原值	累计折旧	净值	成新率
房屋建筑物	3,681.87	470.17	3,211.70	87.23%
机器设备	7,444.54	1,959.45	5,485.09	73.68%
电子设备	614.90	327.97	286.92	46.66%
运输设备	817.25	269.94	547.32	66.97%
其他	2,241.37	730.62	1,510.76	67.40%
合 计	14,799.93	3,758.14	11,041.79	74.61%

注：成新率 = 扣除折旧后账面净值 / 固定资产账面原值 × 100%

（二）主要生产设备

截至 2009 年 6 月 30 日，本公司主要生产设备如下：

主要设备	数量 (台套)	账面原值 (万元)	成新率	技术先进程度
制板机	18	2,669.09	82.64%	先进
分切机	21	855.26	86.97%	先进
吹袋机	14	534.83	68.80%	一般
全自动电脑吹膜机	7	502.94	68.64%	一般
封切机	12	360.70	76.46%	一般
注塑机	20	304.16	83.65%	先进
内页机	21	116.15	47.87%	一般
高周波机	42	83.06	78.18%	一般
鸡眼机	9	50.60	87.76%	先进
全自动护角机	1	29.00	85.75%	先进

（三）土地使用权及房产

本公司及下属子公司拥有的土地使用权情况如下：

序号	编号	土地使用者	坐落地	使用权面积(平方米)	使用权类型	土地用途	终止日期
1	潮阳区国用(2004)字第 05241400056 号	汕头 齐心	铜孟镇老溪西居委会岐头洋	1,999.94	出让	厂房	2054-12-19
2	潮阳区国用(2004)字第 05241400057 号	汕头 齐心	同上	2,000.00	出让	厂房	2054-12-19
3	潮阳区国用(2004)字第 05241400058 号	汕头 齐心	同上	1,216.00	出让	厂房	2054-12-19
4	潮阳区国用(2004)字第 05241400059 号	汕头 齐心	同上	1,216.00	出让	厂房	2054-12-19
5	潮阳区国用(2004)字第 05241400060 号	汕头 齐心	同上	2,000.00	出让	厂房	2054-12-19
6	潮阳区国用(2004)字第 05241400061 号	汕头 齐心	同上	2,000.00	出让	厂房	2054-12-19
7	潮阳区国用(2004)字第 05241400062 号	汕头 齐心	同上	1,216.00	出让	厂房	2054-12-19
8	博府国用(2008)第 010149 号	惠州 齐心	罗阳镇三徐村、梅花村地段	75,316.00	出让	工业	2058-2-18



注：坐落地“铜孟镇老溪西居委会岐头洋”即为现今的“潮阳区铜孟镇练江工业城齐心路”。

本公司及下属子公司拥有的建筑物情况如下：

序号	编号	权属人	坐落地	建筑面积 (平方米)	房屋用途	终止日期
1	粤房地证字第 C2157519号	汕头齐心	潮阳区铜孟镇练江工业城齐心路（之一）	2,725.77	生产用房	2054-12-19
2	粤房地证字第 C2157520号	汕头齐心	潮阳区铜孟镇练江工业城齐心路（之七）	2,067.20	生产用房	2054-12-19
3	粤房地证字第 C2157521号	汕头齐心	潮阳区铜孟镇练江工业城齐心路（之十）	686.94	生产用房	2054-12-19
4	粤房地证字第 C2157522号	汕头齐心	潮阳区铜孟镇练江工业城齐心路（之三）	811.26	生产用房	2054-12-19
5	粤房地证字第 C2157523号	汕头齐心	潮阳区铜孟镇练江工业城齐心路（之五）	2,287.60	生产用房	2054-12-19
6	粤房地证字第 C2157524号	汕头齐心	潮阳区铜孟镇练江工业城齐心路（之六）	337.50	生产用房	2054-12-19
7	粤房地证字第 C2157525号	汕头齐心	潮阳区铜孟镇练江工业城齐心路（之九）	417.48	生产用房	2054-12-19
8	粤房地证字第 C2157526号	汕头齐心	潮阳区铜孟镇练江工业城齐心路（之八）	6,443.40	生产用房	2054-12-19
9	粤房地证字第 C2157527号	汕头齐心	潮阳区铜孟镇练江工业城齐心路（之十三）	191.54	生产用房	2054-12-19
10	粤房地证字第 C2157528号	汕头齐心	潮阳区铜孟镇练江工业城齐心路（之十二）	1,286.00	生产用房	2054-12-19
11	粤房地证字第 C2157838号	汕头齐心	潮阳区铜孟镇练江工业城齐心路（之四）	4,684.32	生产用房	2054-12-19
12	粤房地证字第 C2157715号	汕头齐心	潮阳区铜孟镇练江工业城齐心路（之十一）	3,749.57	生产用房	2054-12-19
13	粤房地证字第 C2157531号	汕头齐心	潮阳区铜孟镇练江工业城齐心路（之十四）	171.66	生产用房	2054-12-19

（二）主要无形资产

1、商标

本公司现持有“ 齐心”等图文注册商标，并已经核定在文件夹、文具、办公用品、计算机外围设备、公文包、印刷品、眼镜、小型电器、办公设备、笔记本电脑等上千种商品使用，领取了国家工商行政管理总局商标局核发的68个《注册商标证》，并在美国、日本、澳大利亚、加拿大、欧盟27国、马德里体系74国以及土耳其、沙特等国家注册了“”商标，核定使用类别为16、7、8、9、20等类商品。

2、专利技术

序号	专利号	专利名称	专利类型	申请日	授权公告日
1	00306798.X	活页夹(1)	外观	2000-5-10	2000-10-21
2	00306776.9	活页夹(2)	外观	2000-5-10	2000-10-21
3	00239864.8	带卡扣的文件夹	实用新型	2000-10-26	2001-9-19
4	01357477.9	全摊开拉链袋	外观	2001-11-21	2002-6-5
5	01357479.5	五金单开管夹	外观	2001-11-21	2002-6-5
6	01275100.6	竖拉式风琴包	实用新型	2001-11-27	2002-9-18
7	01275338.6	组合式证件卡	实用新型	2001-11-28	2002-11-6
8	02351287.3	包装盒(2.13)	外观	2002-11-6	2003-7-30
9	02351290.3	卡包装盒	外观	2002-11-6	2004-1-21
10	02375520.2	文件夹背脊标签 (AL151A/P)	外观	2002-11-28	2003-7-30
11	02375521.0	文件夹背脊标签 (A602)	外观	2002-11-28	2003-7-30
12	02291152.9	一种手提式公文包	实用新型	2002-12-13	2004-4-28
13	03308263.4	活页名片封面	外观	2003-4-21	2003-12-24
14	03267956.4	具空气清新功能的 碎纸机	实用新型	2003-7-22	2004-9-8
15	200330115818.0	空气清新碎纸机	外观	2003-10-24	2004-7-21
16	200530004969.8	包装盒	外观	2005-2-8	2006-4-19
17	200530015065.5	转笔刀	外观	2005-5-13	2006-6-14
18	200530019094.9	削笔机(蘑菇房子)	外观	2005-6-23	2006-4-19
19	200530019096.8	削笔机(动物)	外观	2005-6-23	2006-4-19
20	200530019097.2	削笔机(警车)	外观	2005-6-23	2006-5-3
21	200530019095.3	削笔机(商务型)	外观	2005-6-23	2006-7-5
22	200530122039.2	削笔机(蜜蜂)	外观	2005-9-8	2006-7-5
23	200530122040.5	削笔机(QQ蛋)	外观	2005-9-8	2006-7-5
24	200530122038.8	削笔机(公主车)	外观	2005-9-8	2006-8-30
25	200530122041.x	削笔机(酷猪)	外观	2005-9-8	2006-10-11
26	200530074283.6	碎纸机(A)	外观	2005-10-24	2006-8-30
27	200520066533.6	分离式垂直传动碎 纸机机构	实用新型	2005-10-26	2006-10-25
28	200520066534.0	竖直式并轨传动碎 纸机机构	实用新型	2005-10-26	2006-10-25
29	200520066532.1	同轴线单列式传动 碎纸机机构	实用新型	2005-10-26	2006-10-25
30	200520066531.7	双轴并列式传动碎 纸机机构	实用新型	2005-10-26	2006-11-8
31	1275650	碎纸机(日本)	外观	2005-11-25	2006-5-19

32	1275651	碎纸机（日本）	外观	2005-11-25	2006-5-19
33	200530158830.9	碎纸机（A）	外观	2005-12-27	2006-11-8
34	200530158831.3	碎纸机（B）	外观	2005-12-27	2006-11-8
35	000465885-0001	碎纸机（欧洲）	外观	2006-1-19	2006-3-7
36	000465885-0002	碎纸机（欧洲）	外观	2006-1-19	2006-3-7
37	000465885-0003	碎纸机（欧洲）	外观	2006-1-19	2006-3-7
38	200620054552.1	办公用兼容式粉碎 机面盖导入口	实用新型	2006-1-24	2007-5-30
39	200620054551.7	办公用兼容式粉碎 机刀轮组	实用新型	2006-1-24	2007-5-30
40	200630009139.9	考勤机（一）	外观	2006-4-10	2007-2-7
41	200630009140.1	考勤机（二）	外观	2006-4-10	2007-6-27
42	202006006013.8	分离式垂直传动碎 纸机机构（德国）	实用新型	2006-4-11	2007-4-5
43	202006006010.3	竖直式并轨传动碎 纸机构（德国）	实用新型	2006-4-11	2007-4-5
44	202006006014.6	同轴线单列式传动 碎纸机构（德国）	实用新型	2006-4-11	2007-4-5
45	202006006011.1	双轴并列式传动碎 纸机构（德国）	实用新型	2006-4-11	2007-4-5
46	200630014577.4	削笔机	外观	2006-4-27	2007-1-31
47	200630016538.8	碎纸机	外观	2006-5-9	2007-5-16
48	200630123057.7	订书机（二）	外观	2006-7-10	2007-4-25
49	200630123055.8	订书机（迷你一）	外观	2006-7-10	2007-6-27
50	200630123054.3	订书机（一）	外观	2006-7-10	2007-10-17
51	200630018843.0	打卡钟（MT-7200）	外观	2006-9-15	2007-7-25
52	200630138012.7	碎纸机（S215）	外观	2006-10-10	2007-8-22
53	1302468	碎纸机（日本）	外观	2006-10-19	2007-4-27
54	1302469	碎纸机（日本）	外观	2006-10-19	2007-4-27
55	1302470	碎纸机（日本）	外观	2006-10-19	2007-4-27
56	1302471	碎纸机（日本）	外观	2006-10-19	2007-4-27
57	200630154498.3	打卡钟 MT-9000	外观	2006-11-13	2007-10-10
58	200630123056.2	迷你订书机（二）	外观	2006-7-10	2007-4-25
59	200620015271.5	公文包	实用新型	2006-10-17	2007-12-12
60	200730133470.6	碎纸机（s330）	外观	2007-5-8	2008-4-9
61	200720121123.6	三折式文件夹	实用新型	2007-6-28	2008-5-14
62	200720121421.5	碎纸机	实用新型	2007-7-6	2008-6-25
63	200720121423.4	具有减震机构的碎 纸机	实用新型	2007-7-6	2008-8-27
64	200720121422.x	碎纸机的消震减音 结构	实用新型	2007-7-6	2008-8-27

65	200730171943.1	包装盒 A (复印纸)	外观设计	2007-8-7	2008-8-20
66	200730171942.7	包装盒 B (复印纸)	外观设计	2007-8-7	2008-8-20
67	200730171944.6	包装盒 C (复印纸)	外观设计	2007-8-7	2008-7-23
68	200720122205.2	摊开式的档案盒	实用新型	2007-8-10	2008-7-23
69	200730172301.3	考勤机 (IT400)	外观设计	2007-8-17	2008-11-5
70	200720122506.5	过塑机加热器温控电路	实用新型	2007-8-27	2009-1-14
71	200730172822.9	碎纸机 (S350)	外观设计	2007-8-28	2008-8-27
72	200730173648.X	过塑机 (F9060)	外观设计	2007-9-11	2008-8-27
73	200720171879.1	自动断电碎纸机	实用新型	2007-9-19	2008-10-29
74	200720172131.3	碎纸机的垃圾桶结构	实用新型	2007-9-26	2008-8-27
75	200730174753.5	档案盒 (铂睿)	外观设计	2007-10-25	2008-12-24
76	200730174752.0	票据风琴包 (铂睿)	外观设计	2007-10-25	2008-12-24
77	200720172727.3	碎纸机刀片	实用新型	2007-10-26	2008-9-24
78	200720172724.X	碎纸机刀片	实用新型	2007-10-26	2008-9-24
79	200720170614.x	活页文件夹	实用新型	2007-11-7	2008-8-27
80	200720170884.0	碎纸机感应断电电路	实用新型	2007-11-19	2008-9-17
81	200720170883.6	具有入口安全保护机构的碎纸机	实用新型	2007-11-19	2008-10-29
82	200720171180.5	快速加热胶辊组件	实用新型	2007-11-30	2008-10-29
83	200820092126.6	板夹	外观设计	2008-2-3	2009-1-14
84	200730172200.6	考勤机 (IT300)	外观设计	2007-8-17	2009-2-11
85	200720172218.0	碎纸机的三联齿轮	实用新型	2007-9-28	2009-4-1
86	200720170415.9	安全感应碎纸机	实用新型	2007-10-29	2009-3-11
87	200820004237.7	装订机	实用新型	2008-2-2	2009-1-7
88	200820092127.0	一种文件夹	实用新型	2008-2-3	2009-5-27
89	200830103074.3	点钞机 (X5)	外观设计	2008-3-18	2009-5-13
90	200820095618.0	一种碎纸机分页进纸装置	实用新型	2008-7-14	2009-5-6
91	200820146899.8	一种碎纸机进纸装置	实用新型	2008-8-27	2009-7-1
92	200820146900.7	双入口结构碎纸机	实用新型	2008-8-27	2009-7-1
93	200820147001.9	多功能碎纸机	实用新型	2008-8-27	2009-7-1
94	200720122506.5	过塑机加热器温控电路	实用新型	2007-8-27	2009-1-14

八、发行人的生产技术、研发情况及技术创新机制

（一）主要产品生产技术所处的阶段

本公司的主要产品包括：文件管理用品、桌面文具、办公设备三大类，其中，主要类别产品技术成熟，处于大批量生产阶段。

（二）公司核心技术与关键生产工艺

从公司成立开始，便十分注重核心技术的发展，目前拥有的核心技术如下：

产品	核心技术名称	具体说明
文件管理用品	PVC 三折式文件夹真空生产技术	1、本技术通过抽取PVC面料与纸板间空气方式，使其间处于真空状态，以促使产品材料夹层间紧密贴附。 2、成功解决了现有普通PVC三折式文件夹一直存在的成品平整度不好、有折皱等问题，并不再使用胶水，实现在生产过程中的“无胶生产”，即提升了产品品质，又杜绝了生产过程中化学材料（胶水）的使用。
	PP贴布技术	1、本技术通过PP片材静电处理，使其容易与布料粘贴牢固，上过胶机用专用配方胶水过胶，将布料平铺在PP片过胶面上，拉直抚平，将粘合好布料的PP片平叠，进行压平、吹干。 2、PP与布料的结合使得文件夹和文件包的使用手感更好、外观花式更丰富，也解决了布料容易起皱，平整度差的现状，使它们合二为一，达到浑然一体的效果。
	流延制板技术	1、公司较早采取单辊轮流延制板工艺，克服并改进了生产过程中的制板温差控制、厚度误差控制、平整度控制、色彩分布控制、添加剂用量控制等的技术难题。 2、生产工艺在行业内领先，压制的板片板面平整、无杂质、色素分布均匀、色彩纯正、具有超强的柔韧度、防静电。 3、在压制过程中添加了很多优良辅料，提高透明度与光泽度，易于文件的抽取等。
	PP面料替代PVC面料包纸板过胶技术	1、本技术主要是利用环保材料PP替代不环保的PVC材料： ①公司通过不断的研究实验配制出PP与纸板粘合专用胶水，解决了普遍存在的PP与纸板不易粘合、粘合牢固度、平整度不够等诸多问题； ②现有业界生产文件夹面料用的都是PVC材质，PVC由于其化学性能决定其不易回收、焚烧有刺激性气味及黑烟产生，公司针对这些通过对PP配方不断的开发改进，正逐步运用PP替代PVC面料。 2、运用本技术生产的PP面纸板文件夹，其PP面料手感更舒适，降低了部分使用者对产品过敏的症状，PP是无毒的材料，它替代具有一定毒性的PVC材料，使得产品更环保。另外由于PP的密度比PVC小，使得整个产品更加轻盈，使用者感觉更轻松。

	PP三折式文件夹生产技术	<p>1、通过对三折式文件夹生产设备改进、研究新型PP面料配方，生产出非PVC面料的三折式文件夹；</p> <p>2、使用本技术生产出的PP三折式文件夹能够达到PVC三折式文件夹使用的功能和手感，更大程度上使用了PP这一环保材料，减少使用PVC材料。</p>
碎纸机	静音技术	<p>1、利用当前使用较广的减震材料弹簧和橡胶，将它们应用到机器当中，从而使机器的噪声大大的减低。</p> <p>2、通过巧妙的结构和合理的搭配，实现噪声大大下降。</p> <p>3、设计出轻量化的机芯，减轻马达负载，从而降低噪声(53分贝以下)，使得办公更轻松,不会受到碎纸环境的影响。</p>
	手触安全入口技术	<p>1、在碎纸机入纸口内部的塑胶材料上喷有一层导电材质，当人体接触或是接近到导电材质所对应的机器表面时，人体与该导电材质会形成一个接触电容，当电路检测到该电容达到一定的容量时，机器停止碎纸，或是切断机器的供电电源，从而达到一个安全的目的。</p> <p>2、以上触摸感知电路和传统的触摸电路相比，不用人体与金属器件直接接触，就可以达到相应的目的，该触摸感应电路还可以通过程序自动适应不同地理环境，并可以人工设定人体感应的灵敏度。从而满足在不同环境不同使用条件下的要求。从而对不同年龄的使用者起到了最大的保护作用，即手触到碎纸机入口就停电工作，使用安全可靠。</p>
	5分钟节能技术	<p>1、在碎纸机电源入口处设定一电子开关，当人们打开电源时，该电子开关启动，接通整机电源，当人们对碎纸机使用完以后，碎纸机自动进入断电程序，在超过设定的时间内(如5分钟)没有使用时，整个机器断电，从而达到节能环保的效果，在节能方面得到突破的成效，并在行业里起到领先的技术地位。</p> <p>2、同时因为切断了电源，安全性也大大提高，避免电线老化、短路等安全性问题。</p>
	连续24小时碎纸功能技术	<p>通过以下三点,实现机器工作时的热平衡，从而实现24小时连续工作：</p> <p>1、在机芯上使用轴承，此可大大的降低摩擦，减低损耗；</p> <p>2、利用空气动力学，使用了优质风扇装在合理的位置排风；</p> <p>3、使用高效率马达,大大减少热量的产生。</p>
过塑机	一分钟预热技术	<p>1、通常过塑机一般具有预热速度慢（3-5分钟）、效率低、能耗高等问题，通过在元件选择、温度控制、结构优化等方面的技术革新，达到一分钟预热效果。</p> <p>2、过塑机一分钟预热系统的实现，可以让用户更方便更快捷的使用过塑机，也提高了工作效率。</p>
装订机	办公一体化多功能的装订技术	<p>利用一种双驱动打孔设备来实现多组刀片同时工作及多功能组合，使用效率高，便于批量装订或打孔，可实现一台机进行多种规格孔径的装订功能，且结构简单，大大减少工作时传动的零部件所需要的空间，省空间、省成本、结构装配性好、使用方便。</p>
削笔机	自动进退笔技术	<p>通过技术改进，使切削铅笔时不用卡入和取出铅笔便能实现自动进笔和切削完成后自动退笔功能，使用起来更便捷。</p>

(三) 正在研发的项目

公司目前正在研发的主要工艺如下：

(1) 可降解的塑料、非石化塑料在文具用品上的运用研究：经过与材料生产厂家的共同合作研究，不断改进材料的配方，使其能够在一定条件下降解，不会造成环境污染，更完美的诠释公司产品。有部分环保产品已经销往日本、欧洲等国家和地区，得到广泛的认可。

(2) 生产节能型产品的研究：为减轻环境负担，在文件管理用品的设计中公司正在研究发泡产品、再生塑料产品，以减少原材料的使用。

(3) 可分别废弃的文件夹夹具的研究：为了使消费者在废弃产品时能自行拆分金属和塑胶件，公司一直在研究和设计可拆分的夹具，为做好废弃产品的材料分类奠定基础。

(4) 运用环保纸制作文件夹的研究：大部分的纸张用木材原料，为了更好的保护森林，减轻环境负担，公司一直在寻找不同的材料替代原有的纸张材料，现在已经在测试石头纸和回收纸板等环保纸，用于文件夹的生产。

(5) 提高碎纸机安全性、节能性方面的研究：一、公司正在进行串激马达电路降速控制的研究，使碎纸机马达空转和负荷时的转速都在 5,000 转左右，以达到节约能源和降低噪音的目的；二、公司正在进行红外感应安全装置的研究，通过在碎纸机入口处设一电路装置以达到当人体任何部分碰到入口时机器自动停机的效果，提高碎纸机使用的安全性；三、公司正在进行密封式电路控制的研究，通过开发一标准性电路盒，把电路板装入标准性电路盒内，使电路与马达热源及纸尘完全隔开，以提高电路控制的稳定性。

开发环保产品一直是公司所重视的社会责任之一，在产品的生产和设计中节约能源，减少不必要的材料浪费，使用安全的材料，使用可降解的材料，保证使用者安全和舒适是公司一直以来追求的目标。

公司主要的在研产品及其进展情况如下：

在研产品名称		项目进展情况
文件管理用品	降解非石油基塑料产品	通过注塑配方测试，基本完成片材配方测试，进入产品测试阶段
	降解石油基塑料产品	进入产品测试、国际市场推广阶段

	可拆卸夹具的新型文件夹产品	进入改造批量生产平台及市场推广阶段
	可由消费者自行拆分夹具的产品	完成测试，进入产品设计应用及市场推广阶段
	石头纸文件夹产品	完成了第一轮测试，进入测试调整、配套工具改进期

（四）研发机构、研发人员及研发费用

1、研发机构

公司研发机构由市场部和研发中心两大部门组成，其他相关部门全力配合上述部门的研究开发任务。

市场部在研发中的主要任务是：负责组织开展市场调研活动，对新品进行信息收集和分析，对新产品开发提出市场定位和市场分析，对上市之后的产品进行追踪调查，收集反馈意见。

研发中心主要职责是：负责年度新品开发以及老产品改进工作，新老产品的打样跟进和评审测试，以及负责与公司合作的国内外专业设计公司进行项目的设计管理工作，同时负责研发技术情报的收集、整理和分析。研发中心分产品线下设四个部门：文管产品研发部、OA设备研发部、书写工具研发部、综合产品研发部，分别负责对应产品的研发工作。

公司除了内设的机构开展研发工作外，还与一些国际、国内的专业设计公司和4A广告公司合作，如：GEO设计公司、电通广告公司、唐都广告公司等，共同开发、推广新产品。另外，公司还与美院学生合作，支持并借鉴大学生的设计作品。通过这些合作提高了公司研发人员的研发设计管理能力，并使得公司产品紧扣流行趋势和未来人群的生活方式，更具时代活力，以不断推出适合市场消费者需求的产品。

2、研发人员

本公司现有研发人员 98 名，组成了专业功底深厚、经验丰富、专业互补、新老组合的研发团队。大部分研发人员毕业于国内专业院校平面设计专业、产品设计专业、机械工程专业以及模具设计专业等，其中有工作 18 年的老模具工程师，也有从事本行工作和在公司工作 8 年以上的工程师和设计师，有从事设计工

作 8 至 10 年的设计师，也有刚毕业一两年的年轻设计师，新老组合的配合，丰富经验和新思维的相互碰撞，使得公司的研究开发团队充满活力和自信。

3、研发费用投入

为了保证公司能够不断进行产品与技术创新，保持产品和服务的技术领先水平，公司每年投入一定资金用于研究开发，2008 年公司研发投入已经占到主营业务收入的 1.51%。研发费用占营业收入比例如下表：

项目	2009 年 1-6 月	2008 年	2007 年	2006 年
研发费用（万元）	425.19	959.53	659.35	414.23
营业收入（万元）	32,287.09	63,498.72	51,116.48	35,493.62
占营业收入的比例	1.32%	1.51%	1.29%	1.17%

（五）技术创新机制

为了充分调动每个研发人员的积极性、主动性和创新性，不断提升公司的创新能力，公司采取的主要措施如下：

1、技术创新人才的积累和培育

自公司成立以来，便十分注重自身的研发能力的发展和培养，分别在材料、工艺、外形设计、色彩等方面不断投入研究力量，每年从专门的设计院校招收毕业生，用以老带新、部门内部培训、工厂实习、外部培训等多种方式培养和储备研发人员。并派遣部分研究开发人员到国内外市场进行研究和考察，把握设计的时尚脉搏。通过专业和系统的产品设计开发，使公司的产品更贴近消费者需求，外形时尚更简约，功能更人性化，以便得到消费者的广泛认可。

2、竞争和激励机制

在新项目开发时，部分重要项目采用比稿方式进行方案挑选，有时由内部研发人员与设计公司、供应商三方比稿。在收到立项说明书后，设计师方案设计完毕将举行方案评审会，在会上由设计师自行介绍自己的方案和理念，最终由评审小组以票选方式选出方案进行深入设计。赛稿的方式加强了研发人员的竞争意识和成就感，同时也提高了设计师的设计水平。

针对核心技术人员，公司采用了签订长期培训计划、特殊奖励以及签订长期劳动关系等多种方式，而不是单一的物质奖励，是结合核心技术人员自身不断提

高的方式以保留核心技术人员。年度加薪、升级、项目奖励以及明星员工的评比，也使得技术人员更有向心力，有效的避免了关键技术人才的流失。

专利奖励制度的颁布，使取得专利的产品的的设计小组实施了一定物质奖励，并且与 1 年销量挂钩，这一制度从物质和精神上鼓励了有创新思维的同事，也使得新产品有了持续关注度。

3、加强与企业及学校的合作

公司与国际、国内的专业设计公司和 4A 广告公司合作，如：GEO 设计公司、电通广告公司、唐都广告公司等，共同开发、推广新产品。另外，公司还与美院学生合作，支持并借鉴大学生的设计作品。通过这些合作提高了公司研发人员的研究开发设计管理能力，并使得公司产品紧扣流行趋势和未来人群的生活方式，更具时代活力，以不断推出适合市场消费者需求的产品。

公司通过采取以上的措施，使公司的产品技术创新保持在行业的领先水平。比如文件夹类产品中，不断推出经典产品，如 NF 系列的资料册已经成为国内资料册设计的形象产品；IRIS 焰彩系列产品得到国际大公司的长年亲睐。在办公设备类产品中，自行开发和生产了国内划时代外型的碎纸机系列，得到市场的强烈反响。

九、发行人产品质量控制情况

（一）质量控制标准

公司坚决贯彻执行“质量至上，精益求精，持续改进，满足客户”的质量方针，严格按照 ISO9001 的体系运作，生产的产品严格执行国家标准、行业标准，没有国家或行业标准的，严格按照本公司制定的企业标准来执行，同时亦可按照客户的特殊质量要求组织生产。本公司现有主要产品符合的质量标准如下：

序号	产品名称	质量标准
1	文件夹	行业标准 QB/T2771—2006（本公司负责起草）
2	碎纸机	企业标准 Q/QX34、UL/TUV 认证、CQC 认证
3	装订机	行业标准 JB/T10452—2004
4	过塑机	企业标准 Q/QX23、UL/TUV 认证

5	点钞机	国家标准 GB16999—1997
6	笔类产品(中性笔,圆珠笔、荧光笔、记号笔)	行业标准 QB/T2625—2003、QB/T2776—2006、QB/T2778—2006、QB/T2777—2006
7	订书机	行业标准 QB/T1300—2007
8	订书针、回形针	行业标准 QB/T1151—2005、QB/T1149—2005
9	手动削笔机	行业标准 QB/T2773—2006
10	复印纸	行业标准 QB/T2342—2006
11	办公用胶水	行业标准 QB/T1961—1994
12	BOPP 封箱胶带	行业标准 QB/T2422—98
13	传真纸	企业标准 Q/QX—01
14	电子考勤机	企业标准 Q/QX31
15	指纹考勤机	企业标准 QB/QX33
16	剪刀、美工刀、长尾夹	企业标准 Q/QX15、Q/QX14、Q/QX21
17	固体胶、打孔机、自动号码机	企业标准 Q/QX16、Q/QX18、Q/QX20

公司作为国内第一大文件夹生产厂家,配合中华人民共和国国家发展和改革委员会,负责起草制作了中国文件夹行业标准(执行标准号 QB/T2771—2006),于2006年8月19日发布,并在2006年12月1日开始在全国范围内正式实施;除此之外,公司还正在参与起草碎纸机及美工刀的行业标准制定工作。2009年,公司承担的全国文具标准化技术委员会收纳文具分技术委员会被国家标准化管理委员会批准筹建。

(二) 质量认证

公司通过的管理体系认证如下:

时间	认证人	认证类别	证书号
1998年	汕头齐心	ISO9001 国际质量体系论证	HK98/14550
1999年	汕头齐心	ISO14001 国际环境体系认证	GB05/66921
2006年	齐心商用设备	ISO9001 国际质量体系论证	44100062477

公司主要产品通过的质量认证如下:

时间	产品名称	注册国家	认证类别	证书号
2005年10月	碎纸机 F1662	欧洲	TUV/CE/GS/LVD 认证	N8N051056992008/TUPS0507082/Z1A051056992005/TUPS0507081
2006年12月	碎纸机 S210、S211	欧洲	CE/GS/EMC	N8061256992010/

			认证	Z1A061256992009/ TUPS061000231
2007年3月	碎纸机 G1815	美洲	UL 认证	07CA10583
2007年3月	碎纸机 S110、 S310、S410、S510 等系列产品	中国	CQC 认证	CQC07001019332 CQC07001019270 CQC07001019271 CQC07001019302
2005年9月	过胶机 F9050	欧洲	CE/EMC/GS 认证	N8N050956992003/ TUPS0507076/ Z1A050856992001
2006年9月	过胶机 PL615	欧洲	CE/EMC/GS 认证	N8060956924005/ TUPS0607164/ Z1A060956924004
2006年12月	过胶机 F9050	美洲	UL 认证	06CA55261

公司获取的产品质量证书如下：

时间	证书名称	颁发机构	编号
2005年12月	国家产品质量免检证书	中国国家质量监督检验检疫总局	440760025 (2005年)
2007年6月	广东省采用国际标准产品认可证书(文件夹产品)	广东省质量技术监督局	4222
2007年6月	采用国际标准产品标志证书(文件夹产品)	国家标准化管理委员会 广东省质量技术监督局	(2007) 4400 C4614

(三) 质量控制措施

公司一向重视品质管理，在公司总部及汕头和深圳的两个生产基地分别设立品管部，专门负责品管的员工共计 76 人，其中总部品管部负责外购产品的来货品质管控，两个生产基地的品管部负责生产产品的品质管理。公司采取的主要质量控制措施如下：

1、全过程的流程控制

为保证产品质量，公司按照制定的流程进行严格的质量管理。从来料开始，按 AQL(II)1.0 的抽样标准，采用正常/加严/减量的方法有重点的进行抽样检查；在生产中，各生产工序都配有专职基层质检人员，随时进行监督和抽检，从影响到品质的因素“人、机、料、法、环”等方面进行有效的管理；在实际操作中，坚持“上道工序为下道工序负责，下道工序为上道工序把关”的原则，通过员工

的自检和互检更好的做好对品质的控制，最后在成品出货前进行最终的全面检查，做到不合格产品不出厂。同时公司坚持每天坚持做首件确认，在日常工作中采用“边工作、边发现、边检讨、边完善”的方式，根据现有制定的检验方法，结合工作中出现的异常，做到“发生一例分析整改一例”，确保异常不会重复发生。

2、内部及外部的双重质量检验

独立于生产部门的质量保证部门品管部分别设立了来料控制、品质控制、成品质量控制等专业的职能小组，确保各程序及生产环节的质量能得到有效的控制和管理，严格现场动态管理，推行定置管理和5S管理与目视管理，建立了严格的原材料进厂筛选制度，以保证生产运行稳定和效率提高，整个品质管理过程都严格把关和质量评审，视品质如生命，真正做到“每一件出厂产品都是良品”。

公司还定期的对产品进行抽检，并送广东省汕头市质量计量监督检验所粤东产品质量检验中心等检验，以保证产品质量的稳定性。同时作为跨国公司的供应商，工厂还定期和不定期的接受这些公司按照国际标准进行验厂，更有效的促进了品质的提高，更快地与国际接轨。

3、质量考核制度

公司对实际生产过程中的产品实行品质动态监控，并在周、月、季度召开的质量总结和品质会议上，针对不同生产车间、不同生产班组、与产品质量关系密切的研发中心、市场部、品质部等部门都实行质量考核制度，根据各车间生产产品的材料损耗（质量事件）、产品质量（包括返工、紧急放行、客户投诉、退货、索赔等）、安全生产、生产效率等进行综合考评，材料损耗和质量事故得到有效控制，公司成本也得到降低，取得了明显的经济效益。

公司也对供应商根据供货准时率、送货检验拒收率、特采批数、返工次数、服务反馈时间等指标进行月、季度、年度综合考核，将考核成绩与供应商考核奖罚挂钩，每年年终会对优秀供应商给予奖励，并提高采购量，对于考评达不到要求的供应商将会停止采购，并经常性的对供应商进行辅导，提高了供应商的合作主动性与质量意识，加强了供应商的品控能力，保证了公司原材料供货质量。

4、其他制度上的控制

为了调动全体员工的品质意识，公司还实施了《品质奖惩制度》及《不良品管理制度》，这两个制度极大的调动了员工的主观能动性和质量意识，做到“品质管理，人人参与”，公司的成本也得到有效的控制，取得了明显的经济效益。

公司还建立了客户管理档案，当有投诉时，及时召开品质会议，分析原因、做出改善对策，要求在3天内快速回应客户，并派专人跟进改善后的成效，以保证客户对公司的长久信任度。

公司也邀请知名的品质管理专家对现场的生产工艺控制、产品质量保证、质量控制、质量改进过程进行了咨询和指导，并派出骨干人员，到国内一些先进的培训机构进行培训，这些投入为生产高质量的产品打下了坚实的基础，不断提升的品质管理理念使齐心文具的品质管理水平日益提高，产品品质得到改善和显著提升。

（四）产品质量纠纷

由于公司较完善的质量管理体系及对每一个过程均严格按技术标准实施，各种产品与服务均符合国家和行业颁布的有关产品技术质量标准，未出现因违反有关产品及服务质量和技术监督方面的法律、法规而被处罚的情况，也未出现过重大质量纠纷。公司产品质量稳定可靠，依法经营，守法履约，报告期内不存在因产品的质量而引起的重大诉讼、仲裁或行政处罚。截止本招股意向书签署之日，公司未发生因产品质量问题而导致的重大纠纷。

第六节 同业竞争与关联交易

一、同业竞争

(一) 本公司目前不存在同业竞争情况

1、公司与控股股东和实际控制人不存在同业竞争

本公司控股股东齐心控股的经营范围是投资兴办实业，目前的主营业务为投资本公司，未从事与本公司相同或相近的业务，故齐心控股与本公司不存在同业竞争。

本公司的实际控制人为自然人陈钦鹏先生，陈钦鹏先生在本公司担任董事长和总经理，没有自营或者为他人经营与本公司同类的业务，故陈钦鹏先生与本公司不存在同业竞争。

2、本公司与控股股东和实际控制人控制的企业不存在同业竞争

齐心控股目前除投资本公司外，没有投资其他公司。

实际控制人陈钦鹏除投资控股齐心控股外，还持有香港新荣 74%的股份，是香港新荣的第一大股东。

香港新荣曾是本公司境外销售的重要窗口公司，主要职能就是充分利用香港商业发达的贸易环境、集中境外客户资源和外资银行资源、办理银行结算手续、代收客户贷款、协助报关等。因此，2007 年以前，本公司向境外客户销售产品大部分都通过香港新荣来完成，导致关联交易频繁，且金额较大。为了彻底解决关联交易，本公司于 2007 年 6 月 27 日在香港设立全资子公司——齐心亚洲，逐步把香港新荣在境外销售过程中的职能全部转移到齐心亚洲，截至 2007 年 11 月，齐心亚洲已全部取代香港新荣的作用，本公司的出口销售全部经由齐心亚洲执行，香港新荣在本公司出口业务中不再有任何牵连。

2008 年 7 月 1 日，香港新荣将其所持汕头齐心 25%的股权转让给本公司全资子公司齐心亚洲，不再与文具相关业务有关联，彻底消除了潜在同业竞争的发生。香港新荣已于 2009 年 7 月 10 日履行完注销手续。

（二）拟投资项目的同业竞争情况

本次募集资金投资的四个项目均围绕本公司现有主营业务开展，而本公司控股股东、实际控制人及其控制的其他企业均不从事与本公司拟投资项目相同或相近的业务。因此，本公司拟投资项目与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业不存在潜在的同业竞争关系。

（三）控股股东和实际控制人作出的避免同业竞争的承诺

齐心控股作为本公司的控股股东，与陈钦鹏先生、陈钦奇先生、陈钦发先生分别签署了《避免同业竞争的承诺函》，承诺如下：

1、自本承诺函出具之日起，本承诺人将继续不直接从事、参与或进行与贵公司现有业务相竞争的生产经营活动，本承诺人也不会通过投资其他公司间接从事、参与或进行与贵公司现有业务相竞争的生产经营活动，并愿意对违反上述承诺而给贵公司造成的经济损失承担赔偿责任；

2、自本承诺函签署之日起，如贵公司进一步拓展其产品和业务范围，本承诺人及本承诺人控股的企业将不与贵公司拓展后的产品或业务相竞争；可能与贵公司拓展后的产品或业务发生竞争的，本承诺人及本承诺人控股的企业就该等构成同业竞争之业务的受托管理（或承包经营、租赁经营）或收购，贵公司在同等条件下享有优先权；

3、本公司及本公司的控股子公司如拟出售与贵公司生产、经营相关的任何资产、业务或技术，贵公司均有优先购买的权利，本公司保证在相关资产、业务出售和技术转让时给予贵公司的条件不逊于本公司向任何独立第三方提供的条件；

4、在本承诺人与贵公司存在关联关系期间，本承诺书为有效之承诺。

二、关联方与关联关系

1、控股股东和实际控制人

序号	关联方名称	关联关系
1	深圳市齐心控股有限公司	公司控股股东，持有本公司 65.93%的股份

2	陈钦鹏	公司实际控制人、董事长、总经理，持有齐心控股 51% 的股权
---	-----	--------------------------------

2、其他持有发行人 5%以上股份的股东

序号	关联方名称	关联关系
1	太誉投资有限公司	公司股东，持股比例 13.27%
2	陈钦武	公司股东、董事，持股比例 8.57%，与实际控制人有亲属关系
3	陈钦徽	公司股东，持股比例 5.14%，与实际控制人有亲属关系
4	深圳市深港产学研创业投资有限公司	公司股东，持股比例 5%

3、发行人的控股、参股公司

序号	关联方名称	注册资本	关联关系
1	汕头市齐心文具制品有限公司	5,000 万元人民币	发行人控股子公司，持股比例 75%，通过齐心亚洲间接持有 25% 的股权
2	齐心商用设备（深圳）有限公司	500 万元人民币	发行人控股子公司，持股比例 75%
3	齐心（亚洲）有限公司	2,404.20 万元港币	发行人控股子公司，持股比例 100%
4	惠州市齐心文具制造有限公司	138 万元人民币	发行人控股子公司，持股比例 100%

4、控股股东和实际控制人控制的企业

控股股东齐心控股除投资本公司外，没有投资其他企业。

实际控制人陈钦鹏先生除投资控股齐心控股外，还投资控股香港新荣文具（国际）实业有限公司，情况如下：

关联方名称	注册资本	关联关系
香港新荣文具（国际）实业有限公司	888,000 元港币	实际控制人控制的企业，陈钦鹏持有 74% 的股份

截至 2008 年 7 月 1 日，香港新荣已将所持有的汕头齐心 25% 的股权转让给本公司全资子公司齐心亚洲，已没有投资其他企业；香港新荣已于 2009 年 7 月 10 日履行完注销手续。

5、发行人的关键管理人员及与其关系密切的家庭成员

根据《企业会计准则第 36 号——关联方披露》，关键管理人员，是指有权力并负责计划、指挥和控制企业活动的人员，包括本公司董事、高级管理人员及

核心技术人员；与其关系密切的家庭人员，是指在处理与企业的交易时可能影响该个人或受该个人影响的家庭成员。报告期内，发行人的该类关联方如下：

关联方名称	在本公司任职	亲属关系	关联关系
陈钦鹏	董事长、总经理	为兄弟关系	公司关键管理人员
陈钦奇	董事、副总经理		
陈钦发	董事		
陈钦武	董事		
陈进贤	无	董事长陈钦鹏的父亲	与关键管理人员关系密切的家庭成员
郭少璇	无	董事长陈钦鹏的配偶	
陈少玲	广州分公司负责人	董事长陈钦鹏的大姐	
陈少芬	无	董事长陈钦鹏的二姐	
陈少娟	无	董事长陈钦鹏的三姐	
陈钦徽	无	董事长陈钦鹏的五弟	

6、本公司高管人员及与其关系密切的家庭成员曾经控制的公司

关联方名称	注册资本	关联关系	备注
香港煜棋高科技投资（国际）有限公司	1 万元港币	陈钦奇夫妻投资的公司	无对外业务发生
深圳市协力文具实业有限公司	100 万元人民币	陈少娟夫妻投资的公司	已转让
上海齐心文具有限公司	50 万元人民币	陈钦奇夫妻投资的公司	已转让
汕头市齐心实业有限公司	368 万元人民币	陈进贤、陈钦奇投资的公司	已注销

三、关联交易

（一）经常性关联交易

1、销售商品

单位：万元

项目	2009 年 1-6 月	2008 年	2007 年	2006 年
向香港新荣销售产品的金额	-	-	11,977.89	13,900.53
向上海齐心销售产品的金额	-	-	218.80	597.25
向协力文具销售产品的金额	-	-	224.20	165.65
向关联方销售产品小计	-	-	12,420.89	14,663.44
营业收入	32,287.09	63,498.72	51,116.48	35,493.62
关联交易占营业收入的比重	-	-	24.30%	41.31%

上述关联交易价格均为市场价格，关联交易金额占发行人营业收入的比例较高的原因是本公司境外销售大部分通过香港新荣进行，2007年6月，本公司在香

港设立全资子公司——齐心亚洲，并逐步把境外销售的职能全部过渡到子公司，因此，2007年，本公司的关联交易金额和占比均将大幅度降低，2008年已不再发生该类关联交易。

(1) 本公司向香港新荣销售货物构成的关联交易

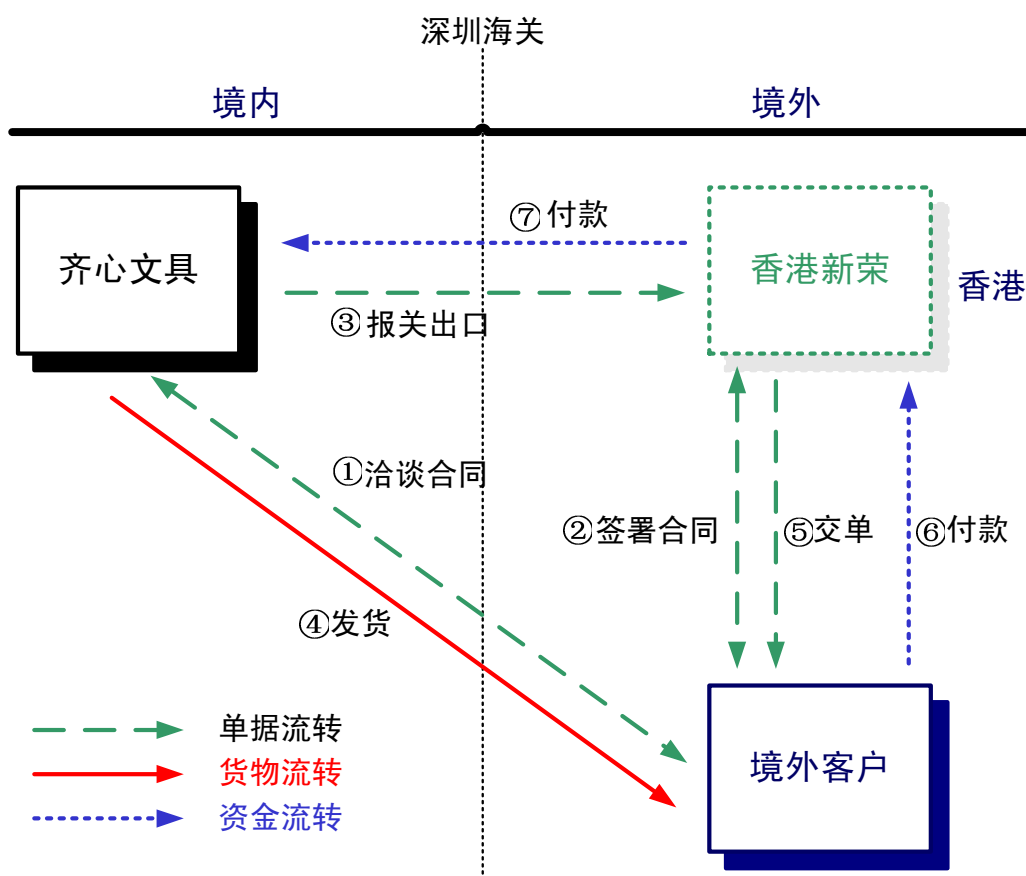
2006—2007年度，本公司通过香港新荣出口销售引发的关联交易占比不断下降，并且在2007年9月底之前彻底解决了，具体如下：

项目	2009年1-6月	2008年	2007年	2006年
关联交易金额(万元)	-	-	11,977.89	13,900.53
占当期销货比重	-	-	23.43%	39.16%

在公司原有架构中，香港新荣是公司境外销售的窗口公司，其职能是充分利用香港发达的贸易环境，承担本公司对海外客户的销售收款作用。本公司国际部与海外客户直接联络、洽谈，双方就销售产品的品种、规格型号、数量、价格、交货期、结算方式等达成共识后，本公司以窗口公司（香港新荣）的名义与海外客户签订销售合同（或以形式发票Proforma Invoice代替销售合同）。香港新荣收到T/T客户的预付定金（一般为订单金额的30%）或L/C客户的不可撤销信用证后立即通知并转回本公司，本公司才根据海外客户的订单组织下属工厂按订单生产。产品生产完工、检验合格后，本公司组织发货、装箱、报关（报关单上出口方为齐心文具，海关报关单上的运抵国、指运港和最终目的国为海外实际买方），货物直接装运到海外客户（终端客户）指定的国际港口，然后开具出口专用发票，本公司在收到海关结关单或中国电子口岸结关信息后确认出口销售收入。

本公司以香港新荣名义向境外客户托收或办理信用证议付交单→海外客户根据销售合同（或形式发票Proforma Invoice）规定或本公司的指令向香港新荣在银行开设的专用账户支付款项或付款赎单→香港新荣将客户回款汇回齐心文具。具体流程图如下：

附图：香港新荣代理出口业务流程示意图



(标注①、②、③、④、⑤、⑥、⑦参见《招股意向书》第五节 业务与技术)

从上图可以看出，本公司独立掌握海外客户资源，直接与海外终端客户洽谈销售条款，具有出口产品的决定权和定价权，不受制于香港新荣。本公司出口销售的货物流转过程为“公司→出口港→国际班轮→目的港→海外客户（终端客户）”，也就是说，本公司出口销售的货物直接装船到达海外客户（终端客户）目的港，不停经香港新荣。

本公司与香港新荣关联销售的价格为本公司与海外最终客户商谈的销售价格，也等于香港新荣与海外最终客户签订的销售合同价格（或销售订单价格），香港新荣仅承担对海外客户的销售收款、贷款融资等作用，不承担实际销售功能。

保荐人核查后认为：“发行人独立掌握境外实际客户资源，直接与实际客户洽谈销售条款，仅以香港新荣的名义对境外客户签订销售合同（或销售订单）以及由香港新荣负责货款回收、国际结算、贷款融资等，因此，发行人具有价格决定权。根据发行人与香港新荣关联交易凭证、单据等资料的抽样结果显示，发行

人向香港新荣销售的产品价格与香港新荣收到海外最终客户的订单价格相一致，即发行人与香港新荣关联销售的定价原则为海外最终客户的订单价格。”

会计师审核后认为：“由于齐心文具独立掌握海外客户资源，直接与海外终端客户洽谈销售条款，具有出口产品的决定权和定价权，齐心文具销售给香港新荣的价格就是齐心文具与海外最终客户协商确定的价格。我们根据齐心文具提供的香港新荣2006年度至2007年度财务报表，可以看出香港新荣公司对齐心文具的销售出口没有截留和输送利润，因此，我们认为齐心文具通过香港新荣的出口销售业务采用的是公允市价”。“香港新荣在齐心文具的出口销售业务中仅承担对海外客户的销售收款作用，并不具有实际销售功能，2006年度至2007年度代齐心文具收到的客户货款汇回及时，香港新荣与齐心文具的所有往来款项于2007年已全部结清。齐心文具编制的会计报表在所有重大方面公允反映了齐心文具2006年度至2007年度出口销售业务的经营成果和现金流量。”

关于通过香港新荣出口销售的必要性说明：①目前，从中国采购文具的国外客户往往是跨国零售商、国际品牌制造商和区域性经销商，这些国外客户通常是集中采购，采购的商品种类较多，包括文件管理用品、办公设备、桌面文具等系列产品。但本公司下属子公司实行专业化分工，公司的各类产品分属于公司总部、汕头齐心、观澜文具厂和齐心商用设备，如果要让国外客户分别与公司及下属子公司签约，非常不便利。为了方便国际客户集中采购，本公司在国际业务起步阶段，便以香港新荣的名义接受国外客户的采购订单，再由本公司或下属子公司组织货源，使国外客户的采购签约谈判效率大为提高。②通过香港新荣签约、在香港开立银行账户可以充分利用香港商业发达的贸易环境和外资银行资源，例如，汇丰银行、香港星展银行可以更加高效地为香港新荣办理信用证通知、议付、押汇、结汇等各种银行业务，本公司通过香港新荣办理银行结算、代收客户货款，也有利于本公司集中办理货款催收手续，进行客户账期管理和授信管理，有利于提高货款回收速度。

基于上述原因，本公司在2007年以前向境外客户销售产品大部分通过香港新荣来完成。本公司与香港新荣的交易价格为本公司与最终客户协商的交易价

格，香港新荣只是替本公司代为收款、代为结算，不赚取出口产品价差，香港新荣将从国际客户收取的合同价款后如数汇给本公司，不存在将利润转移给香港新荣的情况。为了减少关联交易，本公司于2007年6月在香港设立全资子公司——齐心亚洲负责本公司产品的境外销售事宜。齐心亚洲已于2007年9月起开始逐步承接了香港新荣在本公司外销业务中的全部职能，本公司出口业务不再通过香港新荣，较为彻底地解决了上述关联交易。截至2007年12月31日，香港新荣与本公司的所有款项均已结清。

(2) 本公司向上海齐心销售货物构成的关联交易

由于历史原因，上海齐心曾是本公司产品在上海市场的推广经销商，随着本公司规模的不断扩大和营销渠道的不断健全，本公司在2004年12月31日成立上海分公司，负责公司产品在上海市场的销售，逐渐减少对上海齐心的销售依赖。此后，本公司与上海齐心的交易金额则逐渐减少，2007年的交易金额占当期销货金额的比重已不到1%，交易价格统一为市场价格，2008年已不再发生，未对公司财务状况及经营成果产生重大影响。报告期内，本公司与上海齐心的关联交易情况如下表：

项目	2009年1-6月	2008年	2007年	2006年
关联交易金额(万元)	-	-	218.80	597.25
占当期销货比重	-	-	0.43%	1.68%

为了避免同业竞争，上海齐心的股东已于2008年2月26日将其所有股权转让给非关联第三方。2008年3月13日，上海齐心文具有限公司变更为上海新通文具有限公司，法定代表人为陈美兰，股东变更为陈美兰和杨军。陈美兰、杨军与上海齐心原股东、发行人现有股东之间不存在关联关系。

(3) 本公司向协力文具销售货物构成的关联交易

本公司向协力文具销售文具及办公设备等产品，属于正常的商业往来，占同期购货比重很小，销货价格系按照当期市场价格确定，未对公司财务状况及经营成果产生重大影响。报告期内，本公司与协力文具的关联交易情况如下表：

项目	2009年1-6月	2008年	2007年	2006年
关联交易金额(万元)	-	-	224.20	165.65
占当期销货比重	-	-	0.44%	0.47%

为了避免同业竞争，协力文具的股东已把所有股权转让给非关联第三方，并于2008年2月3日办理了工商变更登记，公司与协力文具已不构成关联关系。

2、租赁

本公司2008年以前向郭少璇租用其位于深圳市福田区福虹路世贸广场A座1705、1706室物业作为办公用途，2007年度租赁费为62,400.00元；2006年度租赁费为71,640.00元。

(二) 偶发性关联交易

1、接受担保

报告期末，合并报表范围内公司接受关联方提供的担保如下：

序号	借款单位	提供担保的关联方	担保金额	借款期限	状态
1	齐心文具	汕头齐心、陈钦鹏、陈钦奇、陈钦发、陈钦武、陈钦徽	授信额度 1,761.92 万元	不定期	授信额度尚在使用中
2	齐心亚洲	陈钦鹏、陈钦奇、陈钦发、陈钦武、陈钦徽	打包贷款额度 1,800 万港币及客户预付款限额（保理）2,944 万港币	不定期	授信额度尚在使用中
3	齐心文具	汕头齐心、齐心控股、陈钦奇、陈钦发、陈钦鹏	授信额度 3,000 万元	2008-7-18 至 2009-7-18	借款尚未归还，尚在履行中
4	齐心文具	齐心控股、汕头齐心、陈钦鹏	最高融资额 2,550 万人民币及 50 万美元	不定期	授信额度尚在使用中
5	齐心亚洲	齐心文具、陈钦鹏	310 万美元	2008-7-10 至 2009-7-1	借款尚未归还，尚在履行中
6	齐心文具	汕头齐心	5,800 万元	2008-10-20 至 2010-10-19	借款尚未归还，尚在履行中
7	齐心亚洲	陈钦鹏	160 万美元	不定期	该保理服务授信尚在使用中
8	齐心文具	陈钦鹏	1,650 万元	2008-7-10 至 2009-7-1	授信额度尚在使用中
9	齐心文具	齐心控股、陈钦鹏、陈钦奇、陈钦发、陈钦武、陈钦徽	授信额度 4,000 万元	2009-4-24 至 2010-4-24	授信额度尚在使用中
10	齐心文具	陈钦鹏、陈钦奇、陈钦发、陈钦武、陈钦徽	700 万元	2009-6-29 至 2010-6-28	借款尚未归还，尚在履行中

2、接受抵押

2008年2月27日，郭少璇、陈钦鹏、陈钦发、陈佩虹与中国工商银行深圳福园支行签订了40000280—2008年福园(抵)字0011号《最高额抵押合同》，合同约定郭少璇、陈钦鹏、陈钦发、陈佩虹以位于世界贸易广场A座17楼的房产以及京海花园塔楼的房产为本公司2008年2月27日至2010年2月26日间在人民币700万元最高贷款余额内之贷款提供抵押担保。报告期末，该抵押对应的借款已归还，抵押已解除。

2008年3月25日，惠州齐心与招商银行深圳翠竹分行签订编号为2008年蔡字第0008675002号的《最高额抵押合同》，被担保的主债权为本公司与招商银行深圳翠竹分行签订的编号为2008年蔡字第0008675002号《授信协议》中约定在2008年3月28日至2009年3月28日期间的3,000万元的授信额度。抵押物为位于罗阳镇三徐村梅花村地段的75,316平方米的土地，评估价值为22,330,968.00元。报告期末，该抵押对应的借款已归还，抵押已解除。

2009年3月10日，惠州齐心与招商银行股份有限公司深圳翠竹分行签订编号为2009年蔡字第0009675323号的《最高额抵押合同》，担保的主债权为本公司与招商银行股份有限公司深圳翠竹分行签订的编号为2009年蔡字第0009675323号《授信协议》中约定在2009年4月24日至2010年4月24日期间的4,000万元的授信额度。抵押物为惠州齐心拥有的位于罗阳镇三徐村梅花村地段的75,316平方米的土地，评估价值为20,549,970.00元。

3、股权转让

2008年6月12日，齐心亚洲与香港新荣签订《股权转让协议书》，约定香港新荣以人民币1,940万元（或等值外币）向齐心亚洲转让其所持有的汕头齐心25%股权，作价依据以汕头齐心2007年12月31日经审计的净资产77,610,523.57元、按香港新荣占出资比例25%确定的收购价格为人民币1,940万元（或等值外币）。截至2008年12月31日，齐心亚洲已把全部的股权收购款支付给香港新荣。

(三) 关联方应收应付账款余额

项目	关联方名称	2009-6-30		2008-12-31		2007-12-31		2006-12-31	
		金额 (万元)	占各项目 款项余额 比例	金额 (万元)	占各项目 款项余额 比例	金额 (万元)	占各项目 款项余额 比例	金额 (万元)	占各项目 款项余额 比例
应收账款	香港新荣	-	-	-	-	-	-	1,786.15	29.85%
	上海齐心	-	-	-	-	-	-	-	-
	协力文具	-	-	-	-	-	-	42.40	0.71%
其他应收款	香港新荣	-	-	-	-	-	-	7.07	1.81%
	协力文具	-	-	-	-	-	-	26.00	6.67%
	齐心实业	-	-	-	-	-	-	48.19	12.36%
应付账款	上海齐心	-	-	-	-	-	-	27.52	0.99%
其他应付款	陈少玲	-	-	-	-	-	-	4.02	0.97%
	陈钦奇	-	-	-	-	-	-	10.70	2.59%
预收账款	协力文具	-	-	-	-	14.29	0.52%	-	-

报告期内，公司对香港新荣、上海齐心、协力文具的应收款项主要为销售文具产品的货款，且均在信用期内。

本公司欠付陈少玲、陈钦奇的其他应付款属于临时性资金往来款，欠款原因系 2005 年汕头齐心生产规模迅速扩大，导致公司营运资金需求较大。在缺乏足够融资渠道的情况下，汕头齐心便向家族内亲戚朋友借款以解决短期资金周转需要。上述借款均无利息，绝大部分欠款于 2006 年底前还清，剩余少量欠款已于 2007 年底前全部清偿完毕。

(四) 关联交易对经营状况和财务状况的影响

本公司具有独立的采购、生产、销售系统，在销售环节发生的关联交易均为公司经营所必需，依照《公司章程》以及有关协议规定进行，且按市场价格公允定价，不存在损害公司及其他非关联股东利益的情况，对公司的财务状况和经营成果未产生重大影响。

四、公司减少关联交易的措施

本公司具有独立的产、供、销业务体系，将严格按关联交易决策制度规范关联交易行为。为减少关联交易，本公司于 2007 年 6 月在香港成立了全资子公司

——齐心亚洲，以替代香港新荣的窗口公司职能，较为彻底地解决了经常性关联交易。今后，本公司将进一步完善购销体系，严格控制关联交易行为的发生。

五、发行人近三年一期关联交易的执行情况及公司独立董事意见

报告期内，本公司发生的关联交易遵循了公正、公平、公开的原则，关联交易决策均履行了公司章程规定的程序。

本公司独立董事关于近三年一期重大关联交易事项的意见为：“公司与关联方之间发生的关联交易遵循了平等、自愿、等价、有偿的原则，有关协议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、规范关联交易的制度安排

为严格执行中国证监会有关规范关联交易行为的规定，保证公司与关联方之间订立的关联交易合同符合公平、公正、公开的原则，根据《公司法》、《证券法》、《企业会计准则——关联方关系及其交易的披露》等有关法律、法规，本公司在《公司章程》和2007年第四次临时股东大会制定的《关联交易决策制度》中对关联交易决策权利与程序作出了规定。

（一）发行人在《公司章程》中规定了关联交易的回避制度

《公司章程》第八十七条规定：股东大会审议有关关联交易事项时，关联股东不应当参与投票表决，其所代表的有表决权的股份数不计入有效表决总数；股东大会决议应当充分披露非关联股东的表决情况。

《公司章程》第一百二十六条规定：董事与董事会会议决议事项所涉及的企业有关联关系的，不得对该项决议行使表决权，也不得代理其他董事行使表决权。该董事会会议由过半数的无关联关系董事出席即可举行，董事会会议所作决议须经无关联关系董事过半数通过。出席董事会的无关联董事人数不足三（含3）人的，应将该事项提交股东大会审议。

（二）发行人在《关联交易决策制度》中规定了对关联交易的决策权限

第九条 关联交易的决策权限

1、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3,000万元以上，且占公司最近一期经审计净资产绝对值5%以上的关联交易，由公司董事会作出方案后提交股东大会审议，该关联交易在获得公司股东大会批准后方可实施；

2、单笔或累计标的在300万元—3,000万元之间或占公司最近审计净资产0.5%—5%之间的关联交易，必须提交董事会会议审议；

3、单笔或累计标的低于300万元或低于公司最近经审计净资产值0.5%的关联交易，由总经理办公会议决定并报董事会备案。

董事会秘书必须列席参加作出该等决定的有关会议。

第十条 总额高于300万元或高于公司最近经审计净资产值的0.5%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。

第十一条 单笔或累计标的超过3,000万元或超过公司最近经审计净资产值的5%的关联交易，公司董事会要对该交易是否对公司有利发表意见，同时聘请独立财务顾问就该关联交易对全体股东是否公平、合理发表意见并说明理由、主要假设及考虑因素，在下次定期报告中披露有关交易的详细资料。

第十二条 单笔或累计标的超过3,000万元或超过公司最近经审计净资产值5%的关联交易应经股东大会审议通过、关联双方签字盖章生效后方可执行，属于股东大会休会期间发生且须即时签约履行的，公司董事会可先签有关协议并执行，但仍须经股东大会审议并予以追认。

第七节 董事、监事、高级管理人员及核心技术人员

一、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员简介

(一) 董事会成员（共 9 人）

截至本招股意向书签署日，本公司共有董事 9 名，其中独立董事 3 名。公司董事由公司股东大会选择产生，任期 3 年，任期届满可连选连任。本届董事会至 2010 年 6 月 24 日期满。公司董事的基本情况及其简历如下：

姓名	职务	性别	年龄	简历
陈钦鹏	董事长 总经理	男	37	中国国籍，无永久境外居留权，E-MBA 在读。1993 年至 1999 年任深圳市宝城新荣文具实业有限公司董事长，1996 年至 2009 年 7 月担任香港新荣文具（国际）实业有限公司董事，2000 年至今担任本公司董事长兼总经理，现兼任深圳市齐心控股有限公司董事长、齐心（亚洲）有限公司董事、惠州市齐心文具制造有限公司执行董事、深圳市第四届政协委员、深圳市中小企业协会常务理事、深圳市青年企业家联合会常务理事、中国文教体育用品协会副理事长及深圳市总商会理事，2006 年起连续被中国百货商业协会和中国国际名牌协会评选为“中国文具领袖人物”。共主持研发并获得外观专利及实用新型专利 20 多项。
陈钦奇	董事 副总经理	男	36	中国国籍，无永久境外居留权，大专学历。曾任深圳市宝城新荣文具实业有限公司业务经理、本公司销售总监，现任本公司董事兼副总经理、齐心商用设备（深圳）有限公司副董事长兼总经理、深圳观澜文具厂厂长、深圳市齐心控股有限公司董事、香港煜棋高科技投资（国际）有限公司董事。共主持研发并获得关于碎纸机类的外观专利 10 多项。
陈钦发	董事	男	32	中国国籍，无永久境外居留权，大专学历。曾任汕头市齐心文具制品有限公司董事、副总经理、总经理。现任本公司董事、汕头市齐心文具制品有限公司副董事长兼总经理、深圳市齐心控股有限公司董事。
陈钦武	董事	男	30	中国国籍，无永久境外居留权，本科学历。曾任公司国际部业务主任、市场部销管科主管。现任公司董事、重庆分公司负责人、齐心商用设备（深圳）有限公司董事。
丛宁	董事	女	38	中国国籍，拥有香港居留权，硕士学历。1992—1998 年任职于山东电力科学研究院，参与山东电力信息中心

				的组建，各类专项电力科研基金的评审咨询管理，合资电力项目的立项审批协调，及大型电力项目的国际招投标。2001—2005年任职于毕马威企业财务(香港)有限公司，服务于跨国公司和私人股权投资公司在华大中国区的兼并收购，合资企业，及业务剥离交易，专责财务与商务的尽职调查。现任兰馨亚洲投资集团副总裁、投资总监、本公司董事。
郭德宏	董事	男	46	中国国籍，拥有香港居留权，研究生学历。曾任美国摩托罗拉公司高级业务开发经理、香港所罗门兄弟投资银行高级证券分析师、香港凯雷集团副总裁、德国联合银行资本投资公司董事及大中华区主管、兰馨亚洲投资集团董事总经理、贝尔斯登亚洲有限公司高级常务董事，现任本公司董事。
胡泽禹	独立董事	男	49	中国国籍，无永久境外居留权，经济师，大专学历。曾任深圳市招商局蛇口工业区港务公司采购科科长、运输部副经理、计划部经理、深圳市华德石油化工有限公司化工部经理，现任深圳市华德石油化工有限公司东莞营销部经理、本公司独立董事。
万健坚	独立董事	男	40	中国国籍，无永久境外居留权，硕士学位。曾任中华开发工业银行驻大陆办事处投资经理，现任深圳市富瑞凯投资咨询有限公司执行董事、本公司独立董事。
韩文君	独立董事	女	41	中国国籍，无永久境外居留权，硕士学位，注册会计师、注册税务师、高级理财规划师、会计师。曾任职于吉林大学、广东湛江三星汽车集团公司、深圳天华会计师事务所有限公司部门经理，现任深圳税博会会计师事务所(特殊普通合伙)合伙人、主任会计师、深圳市润华财务咨询有限公司法定代表人、本公司独立董事。

(二) 监事会成员 (共 3 人)

截至本招股意向书签署日，本公司共有监事 3 名，其中职工代表监事 1 名，股东代表监事 2 名。公司股东代表监事由公司股东大会选举产生，职工代表监事由职工代表大会民主选举产生。监事任期 3 年，任期届满可连选连任。本届监事会至 2010 年 6 月 24 日期满。公司监事的基本情况及简历如下：

姓名	职务	性别	年龄	简历
罗飞	监事会主席	男	43	中国国籍，无永久境外居留权，研究生学历。曾任中国宝安集团安信财务顾问公司副总经理、深圳市延安发展有限公司副总经理、深圳市北大纵横财务顾问有限公司总经理。现任深圳市深港产学研创业投资有限公司董事，

				深圳市松禾资产管理有限公司董事长兼总经理，深圳市延宁发展有限公司董事，本公司监事会主席。
杜力	监事	男	51	中国国籍，无永久境外居留权，理学博士，博士研究生学历。曾任大学助教、市场经理、中科院西安光学精密机械研究所研究室副主任、学术委员会委员、山东省省级高新技术企业总经理等职。现任深圳市创新投资集团有限公司投资委员会委员、高级投资经理、本公司监事。
纪永波	监事	男	33	中国国籍，无永久境外居留权，工商管理硕士。1998年8月—2000年5月就职于雅倩化妆品公司任城市经理、2000年7月—2001年4月先后担任伊莱克斯电器公司以及托普软件公司业务主管。2001年5月份加入本公司后，先后担任公司办事处主任、销管科主任、产品经理、市场部经理等职，现任本公司职工监事、市场部经理。

（三）公司高级管理人员

公司高级管理人员由公司董事会聘任，任期3年，任期届满可连聘连任。本届高级管理人员至2010年6月24日期满。公司高级管理人员的基本情况及其简历如下：

姓名	职务	性别	年龄	简历
陈钦鹏	总经理	男	37	参见本节“一、（一）董事会成员”
陈钦奇	副总经理	男	36	参见本节“一、（一）董事会成员”
于永凯	销售总监	男	48	中国国籍，无永久境外居留权，硕士学历。1983—1992年任吉林学院教师，1992—1999年任联合饼干（中国）有限公司销售经理，1999—2001年任卡夫（中国）食品公司区域销售经理，2002—2004年任喜之郎集团公司全国销售总监，2004年至今任本公司销售总监。
李丽	财务总监	女	43	中国国籍，无永久境外居留权，研究生学历，会计师。1985—1998年任江西铜业股份公司主办会计，2000年起历任本公司会计主管、财务主管、财务经理，现任本公司财务总监。
沈焰雷	董事会秘书	男	39	中国国籍，无永久境外居留权，本科学历。1991—2006年任职于深圳本鲁克斯实业股份有限公司，先后担任公司主管、总经理助理、董事会秘书兼总经理助理等多个职务，2006年加入本公司，现任公司董事会秘书。

(四) 核心技术人员

姓名	职务	性别	年龄	简历
陈钦鹏	总经理	男	37	请参见本节“一、(一) 董事会成员”
陈钦奇	副总经理	男	36	请参见本节“一、(一) 董事会成员”
陈夷	研发中心 经理	女	31	中国国籍，无永久境外居留权，大学本科学历。自2000年7月至今在本公司工作，2000—2003年任研发部产品设计师，2004—2005年任研发部平面主管，2005—2006年任研发中心副经理，2007年任研发中心经理。任职期间，参与设计了公司CD包系列的代言产品，推出了“IRIS”系列文件管理产品、“焰彩”系列文件管理产品、欢颜系列文件管理产品等的主题设计作品，得到了中外客户的广泛认同，并参与组织了20多项外观和实用新型专利的设计。
李德山	齐心商用 设备产品 开发部经 理	男	38	中国国籍，无永久境外居留权，大学本科学历。先后就职于多家台资企业，负责产品开发工作。1999—2004年在世联电子厂担任开发部经理，主要从事碎纸机设计生产。2004年10月加入齐心商用设备（深圳）有限公司，现任齐心商用设备产品开发部经理。任职期间，带领开发团队开发出多款竞争力强的产品，使碎纸机、过塑机、装订机和削笔机等均形成系列化，并带领团队在安全/环保和超静音方面取得了一系列的创新和超越，同时参与组织了多项有关于前述产品专利的设计。

二、董事会及监事会成员的提名与选聘情况

2007年4月20日，公司召开2007年第三次临时股东大会，选举产生了第三届董事会成员和由股东代表出任的监事会成员，公司职工代表大会于2007年4月19日作出决议，推选纪永波为职工代表监事。

2007年6月28日，经本公司第三届董事会第一次会议决议，经总经理陈钦鹏提名，聘任陈钦奇为副总经理、李丽为财务总监、沈焰雷为董事会秘书。

根据《公司章程》，本公司董事、监事的任期为三年，连选可以连任。以下为各董事、监事的提名和选聘情况：

序号	姓名	董事/监事	提名人	任期
1	陈钦鹏	董事	齐心控股	2007-6-25 至 2010-6-24
2	陈钦奇	董事	齐心控股	2007-6-25 至 2010-6-24

3	陈钦发	董事	齐心控股	2007-6-25 至 2010-6-24
4	陈钦武	董事	陈钦武	2007-6-25 至 2010-6-24
5	郭德宏	董事	太誉投资	2007-6-25 至 2010-6-24
6	从宁	董事	太誉投资	2007-12-2 至 2010-6-24
7	胡泽禹	独立董事	董事会	2007-6-25 至 2010-6-24
8	万健坚	独立董事	董事会	2007-6-25 至 2010-6-24
9	韩文君	独立董事	董事会	2007-12-2 至 2010-6-24
10	罗飞	监事会主席	深港产学研	2007-6-25 至 2010-6-24
11	杜力	监事	创新资本投资	2007-6-25 至 2010-6-24
12	纪永波	职工监事	职工代表大会	2007-6-25 至 2010-6-24

三、董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属持有本公司股份情况

(一) 直接持股情况

现任董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属近三年直接持有本公司的股份情况如下表：

股东名称	职务	2008-12-31 至今		2007-12-31		2006-12-31	
		持股数 (万股)	比例 (%)	持股数 (万股)	比例 (%)	持股数 (万股)	比例 (%)
陈钦鹏	董事长 总经理	-	-	-	-	2,640	33
陈钦奇	董事 副总经理	-	-	-	-	2,240	28
陈钦发	董事	-	-	-	-	1,840	23
陈钦武	董事	800	8.57	800	8.57	800	10
陈钦徽	齐心商用设备董事长、 汕头齐心董事	480	5.14	480	5.14	480	6

上述人员直接持股变化的原因如下：

1、2006年4月10日，经公司股东大会决议，公司以每股1元的价格向老股东增发2,000万股，其中向陈钦鹏增发660万股、向陈钦奇增发560万股、

向陈钦发增发 460 万股、向陈钦武增发 200 万股、向陈钦徽增发 120 万股。增资扩股后，公司的注册资本变更为 8,000 万元，各股东的持股比例不变。

2、2007 年 4 月 12 日，陈钦鹏、陈钦奇、陈钦发与深圳市齐心控股有限公司签订《股份转让协议书》，将其所持有本公司的全部股份转让给深圳市齐心控股有限公司，由直接持股转变为间接持股，不改变公司的实际控制人地位。

截止本招股意向书签署日，上述人员持股未发生变化。

（二）间接持股情况

截至 2008 年 12 月 31 日，现任董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属间接持有本公司股份情况如下表：

股东名称	职务	间接持股单位及高管持股比例	间接持股数 (万股)	间接持股比 例 (%)
陈钦鹏	董事长、总经理	深圳市齐心控股有限公司 (51%)	3,138.20	33.62
陈钦奇	董事、副总经理	深圳市齐心控股有限公司 (29%)	1,784.47	19.12
陈钦发	董事	深圳市齐心控股有限公司 (20%)	1,230.67	13.19

除上述情形外，本公司其他董事、监事、高级管理人员与核心技术人员及其家属，不存在直接或间接持有本公司股份的情况。

上述本公司董事、监事、高级管理人员与核心技术人员及其家属直接及间接持有本公司的股份，不存在质押或冻结情况，亦不存在其他有争议的情况。

四、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的对外投资情况

公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员对外投资情况如下：

姓名	本公司 任职	被投资企业情况			
		企业名称	注册资本	持股比例	与本公司的关系
陈钦鹏	董事长、 总经理	深圳市齐心控股有限公司	1,000 万元人民币	51%	控股股东
		香港煜棋高科技投资（国际）有限公司	1 万元港币	80%	公司高管直接控制的公司
		深圳市齐心控股有限公司	1,000 万元人民币	29%	控股股东

陈钦发	董事	深圳市齐心控股有限公司	1,000 万元人民币	20%	控股股东
韩文君	独立董事	深圳市润华财务咨询有限公司	20 万元人民币	10%	无关联关系
		深圳税博会计师事务所(特殊普通合伙)	30 万元人民币	33.33%	无关联关系
罗飞	监事会主席	深圳市延宁发展有限公司	6,800 万元人民币	12.50%	无关联关系
		深圳市松禾资产管理有限公司	100 万元人民币	30%	无关联关系

除此以外，本公司其他董事、监事、高级管理人员和核心技术人员不存在对外投资情况。

五、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的薪酬情况

2008 年度，在本公司领取薪酬的董事、监事、高级管理人员及核心技术人员薪酬情况如下：

序号	姓名	本公司职务	2008 年薪酬（万元）	领薪单位
1	陈钦鹏	董事长、总经理	36.00	本公司
2	陈钦奇	董事、副总经理	30.00	本公司
3	陈钦发	董事	30.00	汕头齐心
4	陈钦武	董事、重庆分公司负责人	6.80	本公司
5	纪永波	监事	7.80	本公司
6	李丽	财务总监	17.50	本公司
7	于永凯	销售总监	22.60	本公司
8	沈焰雷	董事会秘书	12.50	本公司
9	陈夷	研发中心经理	7.60	本公司
10	李德山	齐心商用设备产品开发部经理	7.80	齐心商用设备

本公司董事丛宁、郭德宏和监事罗飞、杜力均不在本公司领取薪酬，独立董事胡泽禹、万健坚、韩文君的独立董事津贴为税后 3 万元整，从 2008 年 1 月开始按年支付。

六、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员兼职情况

姓名	本公司任职	兼职单位	兼职单位职务	与本公司的关系
陈钦鹏	董事长 总经理	深圳市齐心控股有限公司	董事长	控股股东
		齐心（亚洲）有限公司	董事	全资子公司
		惠州市齐心文具制造有限公司	执行董事	全资子公司
		深圳市中小企业协会	常务理事	无关联关系
		深圳市青年企业家联合会	常务理事	无关联关系
		中国文教体育用品协会	副理事长	无关联关系
		深圳市总商会	理事	无关联关系
陈钦奇	董事 副总经理	深圳市齐心控股有限公司	董事	控股股东
		齐心商用设备（深圳）有限公司	副董事长兼总经理	控股子公司
		香港煜棋高科技投资（国际）有限公司	董事	高管直接控制的公司
陈钦发	董事	深圳市齐心控股有限公司	董事	控股股东
		汕头市齐心文具制品有限公司	董事兼总经理	控股子公司
陈钦武	董事	齐心商用设备（深圳）有限公司	董事	控股子公司
丛宁	董事	兰馨亚洲投资集团	副总裁、投资总监	股东的股东
韩文君	独立董事	深圳税博会计师事务所（特殊普通合伙）	合伙人、主任会计师	无关联关系
		深圳市润华财务咨询有限公司	法定代表人	无关联关系
胡泽禹	独立董事	深圳市华德石油化工有限公司	营销部经理	无关联关系

万健坚	独立董事	深圳市富瑞凯投资咨询有限公司	执行董事	无关联关系
罗飞	监事会主席	深圳市深港产学研创业投资有限公司	董事	股东
		深圳市松禾资产管理有限公司	董事长兼总经理	无关联关系
		深圳市延宁发展有限公司	董事	无关联关系
杜力	监事	深圳市创新投资集团有限公司	投资委员会委员、高级投资经理	无关联关系

除以上人员外，公司其他董事、监事、高级管理人员及核心技术人员没有在其他单位兼职。

七、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员相互之间存在的亲属关系

本公司除董事长兼总经理陈钦鹏、董事兼副总经理陈钦奇、董事陈钦发、董事陈钦武为四兄弟外，其他董事、监事、高级管理人员与核心技术人员之间均不存在配偶关系、三代以内直系或旁系亲属关系。

八、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员作出的重要承诺及与本公司签订的协议及其履行情况

（一）重要承诺

详见“第四节 发行人基本情况 十一、持有发行人5%以上股份的主要股东及作为股东的董事、监事及高管人员的重要承诺”。

（二）与本公司签订的协议或合同

公司根据国家有关规定，与高级管理人员和核心技术人员签订了《劳动合同书》，同时签订了《保密协议书》。

截止本招股意向书签署之日，上述合同等均履行正常，不存在违约情形。

九、董事、监事、高级管理人员任职资格合规情况

截止本招股意向书签署日，公司董事、监事、高级管理人员的任职资格均符合相关法律法规、规范性文件及《公司章程》的规定。

十、董事、监事、高级管理人员近三年一期变动情况

（一）董事变动情况

公司 2004 年股份转让后，第二届董事会成员为：陈钦鹏、陈钦奇、陈钦发、陈钦武、陈钦徽。2007 年，为了完善公司治理，公司引进机构投资者，2007 年 4 月 20 日召开的股东大会会议选举陈钦鹏、陈钦奇、陈钦发、陈钦武、陈钦徽、郭德宏、廖睦群、胡泽禹、万健坚为本公司第三届董事会董事，2007 年 6 月 28 日召开的三届一次董事会会议审议通过陈钦鹏担任公司董事长兼总经理。2007 年 12 月 2 日召开的股东大会会议审议同意陈钦徽和廖睦群因个人原因辞去公司董事职务，并选择丛宁女士为公司董事、韩文君女士为公司独立董事。

（二）监事变动情况

公司 2004 年股份转让后，第二届监事会成员为：陈进贤、郭少璇、郭卫华。2007 年，为了完善公司治理，公司引进机构投资者，2007 年 4 月 19 日召开的职工代表大会推选纪永波为第三届监事会职工监事，2007 年 4 月 20 日召开的股东大会会议选举罗飞、杜力为本公司第三届监事会监事。

（三）高级管理人员变动情况

公司近三年一期，高级管理人员未发生变化。公司自 2000 年设立以来，陈钦鹏一直担任本公司董事长兼总经理，营销负责人、财务负责人和核心技术人员未发生变化。2007 年 6 月 28 日召开的三届一次董事会会议审议通过陈钦奇担任本公司副总经理、李丽女士担任公司财务总监、沈焰雷先生担任本公司董事会秘书。

近三年一期，公司核心管理层、董事会成员较稳定，对公司日常管理不构成影响，也不影响公司的持续经营。

第八节 公司治理结构

一、公司法人治理制度建立健全情况

根据《公司法》、《证券法》等相关法律法规及规范性文件的要求，本公司已建立了由股东大会、董事会、监事会组成的治理结构，公司股东大会、董事会、监事会分别为公司的最高权力机构、主要决策机构和监督机构，三者与公司高级管理层共同构建了分工明确、相互配合、相互制衡的运行机制。

公司的股东大会由全体股东组成。公司董事会由九名董事组成，其中独立董事三名；董事会下设战略委员会、审计委员会、提名委员会及薪酬与考核委员会四个专门委员会。公司监事会由三名监事组成，其中职工代表监事一名，监事会设监事会主席一名。公司总经理、副总经理、财务总监、董事会秘书为公司高级管理人员，由董事会聘任或解聘。

近三年以来，公司股东大会、董事会、监事会按照《公司法》及《公司章程》的要求履行各自的权利和义务，公司重大生产经营决策、投资决策及重要财务决策严格按照《公司章程》规定的程序与规则进行，未出现违法违规现象，功能不断得到完善。

为更好地维护股东权益，确保股东、董事、监事职权的有效履行，规范股东大会、董事会及监事会的组织和行为，提高决策效率，根据《公司法》、《证券法》等法律法规的要求，公司于2007年度第四次临时股东大会审议通过了《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》、《独立董事工作制度》、《对外投资管理制度》、《对外担保制度》、《关联交易决策制度》，第三届董事会第三次会议审议通过了《总经理工作细则》、《董事会秘书工作细则》、《董事会战略委员会议事规则》、《董事会审计委员会议事规则》、《董事会提名委员会议事规则》、《董事会薪酬与考核委员会议事规则》。为进一步提高治理水平，公司于2007年度股东大会审议通过了符合股份有限公司发行并上市要求的《公司章程（草案）》。

二、公司三会、独立董事和董事会秘书制度的建立健全及规范运作情况

（一）股东大会

1、股东的权利与义务

公司依据证券登记机构提供的凭证建立股东名册，股东名册是证明股东持有公司股份的充分证据。股东按其所持有股份的种类享有权利，承担义务；持有同一种类股份的股东，享有同等权利，承担同种义务。

公司股东享有下列权利：（1）依照其所持有的股份份额获得股利和其他形式的利益分配；（2）依法请求、召集、主持、参加或者委派股东代理人参加股东大会，并行使相应的表决权；（3）对公司的经营进行监督，提出建议或者质询；（4）依照法律、行政法规及本章程的规定转让、赠与或质押其所持有的股份；（5）查阅公司章程、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。

公司股东承担下列义务：（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、股东大会的职责及议事规则

根据《公司章程》的规定，股东大会是公司的权力机构，依法行使下列职权：

- （1）决定公司的经营方针和投资计划；
- （2）选举和更换非由职工代表担任的董事、监事，决定有关董事、监事的

报酬事项；

- (3) 审议批准董事会的报告；
- (4) 审议批准监事会报告；
- (5) 审议批准公司的年度财务预算方案、决算方案；
- (6) 审议批准公司的利润分配方案和弥补亏损方案；
- (7) 对公司增加或者减少注册资本作出决议；
- (8) 对发行公司债券作出决议；
- (9) 对公司合并、分立、解散、清算或者变更公司形式作出决议；
- (10) 修改公司章程；
- (11) 对公司聘用、解聘会计师事务所作出决议；
- (12) 审议批准以下的担保事项；

①本公司及本公司控股子公司的对外担保总额,达到或超过最近一期经审计净资产的百分之五十（50%）以后提供的任何担保；

②公司的对外担保总额，达到或超过最近一期经审计总资产的百分之三十（30%）以后提供的任何担保；

③为资产负债率超过百分之七十（70%）的担保对象提供的担保；

④单笔担保额超过最近一期经审计净资产百分之十（10%）的担保；

⑤对股东、实际控制人及其关联方提供的担保。

(13) 审议公司在一年内购买、出售重大资产超过公司最近一期经审计总资产百分之三十（30%）的事项；

(14) 审议批准变更募集资金用途事项；

(15) 审议股权激励计划；

(16) 对高级管理人员的薪酬进行调整；

(17) 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。

股东大会分为年度股东大会和临时股东大会。年度股东大会每年召开一次，应当于上一会计年度结束后的六个月内举行。有下列情形之一的，公司在事实发

生之日起二个月以内召开临时股东大会：（1）董事人数不足《公司法》规定的法定最低人数；（2）公司未弥补的亏损达实收股本总额三分之一时；（3）单独或者合计持有公司百分之十（10%）以上股份的股东书面请求时；（4）董事会认为必要时；（5）监事会提议召开时；（6）法律、行政法规、部门规章或本章程规定的其他情形。

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）所持表决权的二分之一（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）所持表决权的三分之二（2/3）以上通过。

3、股东大会规范运行情况

本公司近三年来，股东大会一直严格依照有关法律、法规和公司章程的规定规范有效地运作。股东认真履行股东义务，依法行使股东权利。

（二）董事会

1、董事会的构成

《公司章程》规定：公司董事会由九名董事组成，其中独立董事三人，董事长一人。董事会下设战略委员会、审计委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会四个专门委员会。

2、董事会的职权及议事规则

根据《公司章程》的规定，董事会行使以下职权：（1）召集股东大会，并向股东大会报告工作；（2）执行股东大会的决议；（3）决定公司的经营计划和投资方案；（4）制订公司的年度财务预算方案、决算方案；（5）制订公司的利润分配方案和弥补亏损方案；（6）制订公司增加或者减少注册资本、发行债券或其他证券及上市方案；（7）拟订公司重大收购、收购本公司股票或者合并、分立、解散及变更公司形式的方案；（8）在股东大会授权范围内，决定公司对外投资、收购出售资产、资产抵押、对外担保事项、委托理财、关联交易等事项；（9）决定公司内部管理机构的设置；（10）聘任或者解聘公司总经理、董事会秘书；根据总经理的提名，聘任或者解聘公司副总经理、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；(11) 制订公司的基本管理制度；(12) 制订公司章程的修改方案；(13) 管理公司信息披露事项；(14) 向股东大会提请聘请或更换为公司审计的会计师事务所；(15) 听取公司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。

根据《公司章程》规定，董事会的议事规则包括：(1) 董事会每年至少召开两次会议，由董事长召集，于会议召开十日以前书面通知全体董事和监事；(2) 代表十分之一以上表决权的股东、三分之一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十日内，召集和主持董事会会议；(3) 董事会召开临时董事会会议可以采取信函和传真的方式在会议召开三日前通知全体董事；(4) 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；(5) 董事与董事会会议决议事项所涉及的企业有关联关系的，不得对该项决议行使表决权，也不得代理其他董事行使表决权。该董事会会议由过半数的无关联关系董事出席即可举行，董事会会议所作决议须经无关联关系董事过半数通过。出席董事会的无关联董事人数不足三人的，应将该事项提交股东大会审议；(6) 董事会决议采取书面记名投票方式表决。

3、董事会规范运行情况

公司近三年来，董事会一直严格依照有关法律、法规和公司章程的规定规范有效地运作。

4、董事会专门委员会的设置情况

2007年11月16日，公司第三届董事会第三次会议审议通过了《董事会战略委员会议事规则》、《董事会审计委员会议事规则》、《董事会提名委员会议事规则》、《董事会薪酬与考核委员会议事规则》。2008年1月14日公司第三届董事会第四次会议通过了关于设立董事会战略委员会、审计委员会、提名委员会及薪酬与考核委员会的议案，并选举了各专门委员会委员。

(1) 董事会战略委员会

公司董事会战略委员会由三名董事组成，分别为陈钦鹏先生、陈钦奇先生、

陈钦发先生，其中陈钦鹏先生为召集人。

公司董事会战略委员会向董事会负责并报告工作，主要负责对公司长期发展战略和重大投资决策进行研究并提出建议，主要职责为：对公司长期发展战略规划进行研究并提出建议；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；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；对其他影响公司发展的重大事项进行研究并提出建议；对前述事项的实施进行检查；董事会授权的其他事宜。

（2） 董事会审计委员会

公司董事会审计委员会由三名董事组成，分别为独立董事韩文君女士、独立董事胡泽禹先生、董事陈钦武先生，其中独立董事韩文君女士为召集人。

公司董事会审计委员会的主要职责为：提议聘请或更换外部审计机构；监督公司的内部审计制度及其实施；负责公司内部审计与外部审计之间的沟通；审核公司的财务信息及其披露；审查公司内部控制制度；董事会授权的其他事宜。

（3） 董事会提名委员会

公司董事会提名委员会由三名董事组成，分别为独立董事胡泽禹先生、独立董事万健坚先生、董事丛宁女士，其中胡泽禹先生为召集人。

公司董事会提名委员会是董事会设立的专门工作机构，主要负责对公司董事和总经理人员的人选、选择标准和程序进行选择并提出建议，同时对董事长提名的董事会秘书人选、总经理提名的其他高级管理人员等进行审查并提出建议，主要职责为：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；研究董事、总经理的选择标准和程序并提出建议；寻找合格的董事和总经理人选；对董事候选人和总经理人选进行资格审查并提出建议；对副总经理、董事会秘书、财务总监等高级管理人员以及证券事务代表、审计部经理等需要董事会决议的人选进行资格审查并提出建议；董事会授予的其他职权。

（4） 董事会薪酬与考核委员会

公司董事会薪酬与考核委员会由三名董事组成，分别为独立董事万健坚先生、独立董事韩文君女士、董事郭德宏先生，其中万健坚先生为召集人。

公司董事会薪酬与考核委员会是董事会下设的负责制订、管理与考核公司董事及高级管理人员薪酬制度的专门机构，向董事会报告工作并对董事会负责，主要职责为：制订公司董事及高级管理人员的薪酬计划或方案；审查公司董事及高级管理人员的履行职责情况并对其进行年度绩效考评；制订对董事及高级管理人员及公司认为应当激励的其他员工的公司股权激励计划；董事会授权委托的其他事宜。

（三）监事会

1、监事会的构成

公司监事会由3名监事组成，包括2名股东代表和1名职工代表。监事会中的职工代表由公司职工通过职工代表大会选举产生。监事会设主席1人，监事会主席由全体监事过半数选举产生。

2、监事会的职权及议事规则

根据《公司章程》，监事会行使以下职权：（1）应当对董事会编制的公司定期报告进行审核并提出书面审核意见；（2）检查公司财务；（3）对董事、高级管理人员执行公司职务的行为进行监督，对违反法律、行政法规、本章程或者股东大会决议的董事、高级管理人员提出罢免的建议；（4）当董事、高级管理人员的行为损害公司的利益时，要求董事、高级管理人员予以纠正；（5）提议召开临时股东大会，在董事会不履行《公司法》规定的召集和主持股东大会职责时召集和主持股东大会；（6）向股东大会提出提案；（7）依照《公司法》第一百五十二条的规定，对董事、高级管理人员提起诉讼；（8）发现公司经营情况异常，可以进行调查；必要时，可以聘请会计师事务所、律师事务所等专业机构协助其工作，费用由公司承担。

监事会每六个月至少召开一次会议。监事可以提议召开临时监事会会议。监事会决议应当经半数以上监事通过。监事会应当将所议事项的决定做成会议记录，出席会议的监事应当在会议记录上签名。

3、监事会运行情况

本公司监事会规范运行，各监事严格按照《公司法》、《公司章程》和《监事

会议事规则》的规定行使自己的职权。

（四）独立董事

1、独立董事设立情况

根据《公司法》、《关于在上市公司建立独立董事制度的指导意见》、《公司章程》等规定，2007年4月20日、2007年12月2日召开的股东大会审议通过胡泽禹、万健坚、韩文君为独立董事。至此公司独立董事达到三名，占董事会人数的三分之一，其中韩文君女士为会计专业人士。

2、独立董事的制度安排

为了充分发挥独立董事的作用，公司在《独立董事工作制度》中规定：独立董事除具有《公司法》和其他相关法律、法规赋予的董事职权外，还拥有以下特别职权：（1）公司与关联自然人发生的交易金额在 30 万元以上的关联交易，以及公司与关联法人发生的交易金额在 300 万元以上，或占公司最近经审计净资产值的 5%以上的关联交易，应由独立董事事前书面认可后，提交董事会讨论。独立董事作出判断并出具独立董事意见以前，可以聘请中介机构出具独立财务顾问报告，作为其判断的依据；（2）向董事会提议聘用或解聘会计师事务所；（3）向董事会提请召开临时股东大会；（4）提议召开董事会；（5）独立聘请外部审计机构和咨询机构；（6）可以在股东大会召开前公开向股东征集投票权。

独立董事除履行上述职责外，还应当对以下事项向董事会或股东大会发表独立意见：（1）提名、任免董事；（2）聘任或解聘高级管理人员；（3）公司董事、高级管理人员的薪酬；（4）公司董事会未作出现金利润分配预案；（5）本公司的股东、实际控制人及其关联企业对本公司现有或新发生的总额高于300 万元或高于本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；（6）独立董事认为可能损害社会公众股股东合法权益的事项；（7）《公司章程》规定的其他事项。独立董事应当就上述事项发表以下几类意见之一：同意；保留意见及其理由；反对意见及其理由；无法发表意见及其障碍。

3、独立董事实际发挥作用的情况

公司独立董事自聘任以来，严格按照《公司章程》、《独立董事工作细则》

的要求，勤勉尽责地履行职权，积极参与公司决策，努力维护中小股东的利益，为公司治理结构的完善和规范运作起到了积极作用。

（五）董事会秘书

公司设董事会秘书一名，对董事会负责。根据公司《董事会秘书工作细则》的规定，董事会秘书的主要职责为：（1）按照法定程序筹备股东大会和董事会会议，准备和提交有关会议文件和资料；（2）参加董事会会议，制作会议记录并签字；（3）协调公司与投资者之间的关系，接待投资者来访，回答投资者咨询，向投资者提供公司信息披露资料；（4）负责公司和相关当事人与深圳证券交易所及其他证券监管机构之间的沟通和联络；（5）负责处理公司信息披露事务，督促公司制定并执行信息披露管理制度和重大信息的内部报告制度，促使公司和相关当事人依法履行信息披露义务，并按照有关规定向深圳证券交易所办理定期报告和临时报告的披露工作；（6）负责与公司信息披露有关的保密工作，制定保密措施，促使董事、监事和其他高级管理人员以及相关知情人员在信息披露前保守秘密，并在内幕信息泄露时及时采取补救措施，同时向深圳证券交易所报告；（7）负责保管公司股东、董事、监事及高级管理人员名册，控股股东及董事、监事和高级管理人员持有本公司股票的资料，以及股东大会、董事会会议文件和会议记录等；（8）协助董事、监事和其他高级管理人员了解信息披露相关法律、行政法规、部门规章、《深圳证券交易所股票上市规则》、深圳证券交易所其他规定和公司章程，以及上市协议中关于其法律责任的内容；（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、《深圳证券交易所股票上市规则》、深圳证券交易所其他规定或者《公司章程》时，应当提醒与会董事，并提请列席会议的监事就此发表意见；如果董事会坚持作出上述决议，董事会秘书应将有关监事和其个人的意见记载于会议记录，同时向深圳证券交易所报告；（10）《公司法》和深圳证券交易所要求履行的其他职责。

本公司董事会秘书自聘任以来，严格按照《公司法》、《公司章程》和《董事会秘书工作细则》的规定，认真履行了各项职责。

三、公司近三年一期违法违规行为的情况

本公司已依法建立健全股东大会、董事会、监事会、独立董事和董事会秘书制度。截止本招股意向书签署之日，公司及现任董事、监事和高级管理人员严格按照公司章程及相关法律法规的规定开展经营，不存在违法违规行为，也不存在被相关主管机关处罚的情况。

四、公司近三年一期资金占用和对外担保的情况

公司近三年一期内不存在资金被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业占用的情况，也不存在为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业担保的情况。

五、管理层对内部控制制度的自我评价及中介机构意见

（一）公司管理层的自我评价

本公司充分认识到良好、完善的管理机制对实现经营管理目标的重要性，根据自身的实际情况，2000年即引进用友ERP管理系统，全面实施ERP管理和办公自动化系统多年，已在公司及其下属分公司、子公司全面实现了信息化、标准化、网络化、内部市场化和人性化的现代管理体系，建立了严密的内部控制制度，在保证公司业务活动的正常开展的同时，保证了资产的安全完整和财务信息的客观准确。公司在交易授权审批、职责划分、凭证与记录控制、资产接触与记录使用以及独立稽核方面，均建立了规范化工作程序。

本公司管理层认为：截至2009年6月30日，公司在所有重大方面已建立了健全、合理的内部控制制度，并已得到有效执行，从而保证了公司经营管理的正常进行，对经营风险可以起到有效的控制作用。这些内部控制制度虽已初步形成完善有效的体系，但随着管理的不断深化，将进一步给予补充和完善，使之始终适应公司发展的需要。

（二）保荐人对内控制度的评价

发行人按照上市公司治理和规范运作要求，建立健全了法人治理结构，修订

完善了各项内部控制制度，并在实践中严格执行。

1、在内控制度建设方面，发行人修订了《公司章程》，建立了“三会议事规则”和《独立董事工作制度》、《关联交易决策制度》、《对外投资管理制度》、《对外担保制度》、《内部审计工作制度》、《财务管理制度》以及董事会各专业委员会工作细则等一系列内控制度，建立起较为完整、行之有效的内控制度体系。

2、在内控制度执行方面，公司建立了有效的风险评估、控制机制，实现对生产经营环节的有效控制，公司建立了 ERP 应用软件、客户关系管理 IT 系统，确保信息在企业内部、企业与外部之间进行有效沟通。重大事项均提交董事会或股东大会决策，自 2007 年公司引入外部投资者后，公司加强了董事会的决策作用，与控股股东、实际控制人及其关联方不存在关联关系的董事占董事会成员比重超过 1/2，并聘请了 3 名独立董事，公司的重大关联交易事项均由独立董事认可后，再提交董事会或股东大会讨论，关联董事和关联股东回避表决。

3、在内控监督机制方面，公司已形成董事会审计委员会领导下的内部审计以及会计师事务所外部审计相结合的监督机制。在公司董事会审计委员会领导下，审计部具体负责内部控制的检查和监督工作，对公司各内控机构、分支机构、控股子公司的会计资料及其他有关经济资料，以及所反映的财务收支及有关的经济活动的合法性、合规性、真实性和完整性进行审计。外部审计机构对公司财务报表进行审计，对内部控制运行情况进行核实、评价。

经核查后，保荐人认为：发行人现有的内部控制制度符合我国有关法规和证券监管部门的要求，在所有重大方面保持了与企业业务及管理相关的有效的内部控制。发行人管理层关于内部控制的自我评价报告真实、客观地反映了其内部控制制度的建设及运行情况。

（三）注册会计师对内控制度的评价

深圳市鹏城会计师事务所接受本公司委托，对本公司的内部控制制度进行了审核，并于 2009 年 7 月 30 日出具了深鹏所股专字（2009）399 号《内部控制鉴证报告》，其鉴证意见为：“我们认为，齐心文具按照财政部《内部会计控制规范》的基本规范及相关具体规范的标准于 2009 年 6 月 30 日在所有重大方面保

持了与会计报表相关的有效的内部控制。”

鉴于齐心文具在上市申报期内存在大额关联交易事项，深圳市鹏城会计师事务所对这些关联交易进行了审核，包括对发行人与香港新荣关联销售合同、销售清单、海关报关单、出口装箱单、外汇核销单、出口专用发票等原始单据进行清查审核，并编制了《关于深圳市齐心文具股份有限公司与香港新荣文具（国际）实业有限公司关联交易的审核说明》，认为“香港新荣公司在齐心文具公司的出口销售业务中仅承担对海外客户的销售收款作用，并不具有实际销售功能，2006年度至2007年度代齐心文具公司收到的客户货款汇回及时，香港新荣公司与齐心文具公司的所有往来款项于2007年已全部结清。齐心文具公司编制的会计报表在所有重大方面公允反映了齐心文具公司2006年度至2007年度出口销售业务的经营成果和现金流量”。

第九节 财务会计信息

本公司 2006 年 1 月 1 日至 2009 年 6 月 30 日止期间财务报表已经深圳市鹏城会计师事务所有限公司审计，并出具了标准无保留意见。

本节的财务会计数据及有关分析引用的财务数据，非经特别说明，均引自经审计的合并财务报表（注：本节所引用的财务数据除非另有说明，单位均为人民币元）。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及财务报告全文。

一、近三年一期经审计的财务报表

（一）合并资产负债表

单位：元

项目	2009-6-30	2008-12-31	2007-12-31	2006-12-31
资产				
流动资产：				
货币资金	153,081,014.80	124,074,139.30	84,330,667.16	15,808,418.06
交易性金融资产	-	-	20,000,000.00	-
应收票据	-	-	2,984,328.72	806,190.78
应收补贴款	1,546,949.34	1,386,076.02	6,061,638.57	3,485,401.36
应收账款	76,289,058.07	73,222,565.66	72,320,822.62	57,445,885.99
其他应收款	3,705,134.11	2,985,074.00	1,267,980.06	3,678,145.30
预付账款	29,768,654.91	26,905,745.72	42,106,329.16	12,729,248.71
存货	129,461,999.43	121,235,927.27	94,079,335.37	74,603,346.04
流动资产合计	393,852,810.66	349,809,527.97	323,151,101.66	168,556,636.24
非流动资产：				
长期股权投资	-	-	-	-
固定资产	110,417,893.92	104,944,750.02	91,938,180.48	56,390,586.18
在建工程	127,475.73	110,000.00	-	6,301,582.25
无形资产	28,967,336.69	28,226,540.24	4,957,303.05	544,315.33
长期待摊费用	-	-	-	-
递延所得税资产	1,603,190.68	880,235.90	593,184.78	477,625.59
其他非流动资产	-	-	-	-
非流动资产合计	141,115,897.02	134,161,526.16	97,488,668.31	63,714,109.35
资产总计	534,968,707.68	483,971,054.13	420,639,769.97	232,270,745.59
负债及所有者权益				

流动负债：				
短期借款	71,733,560.78	90,294,381.56	77,056,901.19	41,349,920.01
应付票据	24,297,591.67	12,116,125.62	-	-
应付账款	86,010,097.03	53,811,609.18	45,120,980.79	28,371,711.14
应付利息	-	-	355,688.58	-
预收账款	17,602,248.45	22,844,699.83	26,974,889.76	7,228,878.17
应付职工薪酬	3,841,957.75	3,168,463.79	3,369,427.56	1,907,180.76
应付股利	-	-	-	-
应交税费	4,906,399.95	1,728,341.88	866,255.41	8,626,341.99
其他应付款	449,617.49	267,122.24	198,669.91	4,130,951.05
流动负债合计	208,841,473.12	184,230,744.10	153,942,813.20	91,614,983.12
非流动负债：				
长期借款	928,570.11	1,177,474.00	713,700.00	-
非流动负债合计	928,570.11	1,177,474.00	713,700.00	-
负债合计	209,770,043.23	185,408,218.10	154,656,513.20	91,614,983.12
股东权益：				
股本	93,333,333.00	93,333,333.00	93,333,333.00	80,000,000.00
资本公积	56,613,740.70	56,613,740.70	56,613,740.70	633,232.50
盈余公积	13,539,164.70	13,539,164.70	8,557,711.01	4,040,198.10
未分配利润	153,714,896.84	128,963,048.68	84,441,358.87	35,572,193.88
外币报表折算差额	77,842.27	85,132.46	-28,597.00	-
归属于母公司股东权益合计	317,278,977.51	292,534,419.54	242,917,546.58	120,245,624.48
少数股东权益	7,919,686.94	6,028,416.49	23,065,710.19	20,410,137.99
股东权益合计	325,198,664.45	298,562,836.03	265,983,256.77	140,655,762.47
负债及股东权益总计	534,968,707.68	483,971,054.13	420,639,769.97	232,270,745.59

(二) 合并利润表

单位：元

项目	2009年1-6月	2008年度	2007年度	2006年度
一、营业总收入	322,870,883.42	634,987,217.06	511,164,846.41	354,936,212.81
营业收入	322,870,883.42	634,987,217.06	511,164,846.41	354,936,212.81
二、营业总成本	282,686,682.85	567,954,856.30	453,883,456.22	317,466,241.18
其中：营业成本	240,430,585.28	480,471,025.32	394,402,657.79	287,316,124.28
营业税金及附加	430,126.32	349,906.49	266,666.98	201,984.32
销售费用	21,996,477.82	42,794,692.88	30,997,958.18	14,179,711.61
管理费用	16,404,531.43	34,165,697.66	21,689,481.55	11,125,188.92
财务费用	3,686,875.35	10,281,019.03	5,486,915.44	3,195,809.18
资产减值损失	-261,913.35	-107,485.08	1,039,776.28	1,447,422.87
加：投资收益	6,410.96	13,995.91	-	-
三、营业利润	40,190,611.53	67,046,356.67	57,281,390.19	37,469,971.63

加：营业外收入	836,860.19	2,418,648.28	474,665.35	221,544.27
减：营业外支出	22,950.59	327,592.53	682,510.74	19,952.00
其中：非流动资产 处置损失	130.00	3,769.46	372,580.85	-
四、利润总额	41,004,521.13	69,137,412.42	57,073,544.80	37,671,563.90
减：所得税费用	5,028,069.22	7,938,229.32	1,031,294.70	7,729,761.87
五、净利润	35,976,451.91	61,199,183.10	56,042,250.10	29,941,802.03
归属于母公司股东的 净利润	34,085,181.46	58,836,476.80	53,386,677.90	26,961,755.57
少数股东损益	1,891,270.45	2,362,706.30	2,655,572.20	2,980,046.46
六、每股收益				
（一）基本每股收 益	0.37	0.63	0.62	0.37
（二）稀释每股收 益	0.37	0.63	0.62	0.37
七、其他综合收益				
八、综合收益总额	35,976,451.91	61,199,183.10	56,042,250.10	29,941,802.03
归属于母公司 股东的综合收益总 额	34,085,181.46	58,836,476.80	53,386,677.90	26,961,755.57
归属于少数股 东的综合收益总额	1,891,270.45	2,362,706.30	2,655,572.20	2,980,046.46

（三）合并现金流量表

单位：元

项目	2009年1-6月	2008年度	2007年度	2006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	347,552,162.22	702,248,664.02	562,630,994.44	363,105,652.58
收到的税费返还	9,362,400.47	13,593,307.30	6,990,156.50	11,730,047.53
收到的其他与经营活动有关的现金	761,448.01	3,831,453.14	6,568,217.10	8,064,118.81
现金流入小计	357,676,010.70	719,673,424.46	576,189,368.04	382,899,818.92
购买商品、接受劳务支付的现金	229,330,990.99	561,151,031.35	440,994,839.19	355,908,195.44
支付给职工以及为职工支付的现金	22,870,569.07	43,524,439.29	31,510,713.11	25,691,778.41
支付的各项税费	14,105,624.49	17,530,969.47	20,929,980.25	3,471,309.28
支付的其他与经营活动有关的现金	18,543,902.45	32,717,320.38	27,830,629.83	27,463,977.71
现金流出小计	284,851,087.00	654,923,760.49	521,266,162.38	412,535,260.84

经营活动产生的现金流量净额	72,824,923.70	64,749,663.97	54,923,205.66	-29,635,441.92
二、投资活动产生的现金流量：				
收回投资所收到的现金	-	28,000,000.00	-	-
取得投资收益所收到的现金	6,410.96	13,995.91	-	-
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	-	-	752,242.65	-
收到的其他与投资活动有关的现金	-	6,607,252.40	-	-
现金流入小计	6,410.96	34,621,248.31	752,242.65	-
购建固定资产、无形资产和其他长期资产所支付的现金	12,643,594.64	30,439,159.92	69,523,749.76	7,777,369.24
投资所支付的现金		27,400,000.00	20,000,000.00	-
现金流出小计	12,643,594.64	57,839,159.92	89,523,749.76	7,777,369.24
投资活动产生的现金流量净额	-12,637,183.68	-23,217,911.61	-88,771,507.11	-7,777,369.24
三、筹资活动产生的现金流量：				
吸收投资所收到的现金	-	-	69,263,841.20	20,000,000.00
子公司吸收少数股东投资所收到的现金	-	-	-	1,250,000.00
取得借款所收到的现金	147,485,885.30	296,871,983.33	124,958,544.39	59,740,767.36
现金流入小计	147,485,885.30	296,871,983.33	194,222,385.59	80,990,767.36
偿还债务所支付的现金	166,409,405.21	279,838,234.59	88,537,863.21	52,290,847.35
分配股利、利润或偿付利息所支付的现金	12,077,890.58	17,455,711.92	3,018,798.78	2,396,320.83
支付的其他与筹资活动有关的现金	33,676.61	127,649.19	-	-
现金流出小计	178,520,972.40	297,421,595.70	91,556,661.99	54,687,168.18
筹资活动产生的现金流量净额	-31,035,087.10	-549,612.37	102,665,723.60	26,303,599.18
四、汇率变动对现金的影响额	-145,777.42	-1,238,667.85	-295,173.05	-588,536.10
五、现金及现金等价物净增加额	29,006,875.50	39,743,472.14	68,522,249.10	-11,697,748.08
加：期初现金及现金等价物余额	124,074,139.30	84,330,667.16	15,808,418.06	27,506,166.14
六、期末现金及现金等价物余额	153,081,014.80	124,074,139.30	84,330,667.16	15,808,418.06

(四) 合并股东权益变动表

2009年1-6月合并股东权益变动表

项目	2009年度 1-6月							少数股东权益	股东权益合计
	归属于母公司股东权益				外币报表折算差额	未分配利润	所有者权益		
	股本	资本公积	盈余公积	未分配利润					
一、上年年末余额	93,333,333.00	56,613,740.70	13,539,164.70	128,963,048.68	85,132.46	298,562,836.03	6,028,416.49	298,562,836.03	
加：会计政策变更	-	-	-	-	-	-	-	-	
前期差错更正	-	-	-	-	-	-	-	-	
二、本年初余额	93,333,333.00	56,613,740.70	13,539,164.70	128,963,048.68	85,132.46	298,562,836.03	6,028,416.49	298,562,836.03	
三、本年增减变动金额	-	-	-	24,751,848.16	-7,290.19	26,635,828.42	1,891,270.45	26,635,828.42	
(一)净利润	-	-	-	34,085,181.46	-	35,976,451.91	1,891,270.45	35,976,451.91	
(二)直接计入股东权益的利得和损失	-	-	-	-	-7,290.19	-7,290.19	-	-7,290.19	
1. 其他	-	-	-	-	-7,290.19	-7,290.19	-	-7,290.19	
上述(一)和(二)小计	-	-	-	34,085,181.46	-7,290.19	35,969,161.72	1,891,270.45	35,969,161.72	
(三)股东投入和减少资本	-	-	-	-	-	-	-	-	
1. 股东投入资本	-	-	-	-	-	-	-	-	
(四)利润分配	-	-	-	-9,333,333.30	-	-9,333,333.30	-	-9,333,333.30	
1. 提取盈余公积	-	-	-	-	-	-	-	-	
2. 对股东的分配	-	-	-	-9,333,333.30	-	-9,333,333.30	-	-9,333,333.30	
四、本期末余额	93,333,333.00	56,613,740.70	13,539,164.70	153,714,896.84	77,842.27	325,198,664.45	7,919,686.94	325,198,664.45	

2008 年度合并股东权益变动表

单位：元

项目	2008 年度							少数股东权益	股东权益合计
	归属于母公司股东权益								
	股本	资本公积	盈余公积	未分配利润	外币报表折算 差额				
一、上年年末余额	93,333,333.00	56,613,740.70	8,557,711.01	84,441,358.87	-28,597.00		23,065,710.19	265,983,256.77	
加：会计政策变更 前期差错更正	-	-	-	-	-		-	-	
二、本年初余额	93,333,333.00	56,613,740.70	8,557,711.01	84,441,358.87	-28,597.00		23,065,710.19	265,983,256.77	
三、本年增减变动金额	-	-	4,981,453.69	44,521,689.81	113,729.46		-17,037,293.70	32,579,579.26	
(一)净利润	-	-	-	58,836,476.80	-		2,362,703.60	61,199,183.10	
(二)直接计入股东权益的 利得和损失	-	-	-	-	113,729.46		-19,400,000.00	-19,286,270.54	
1. 其他	-	-	-	-	113,729.46		-19,400,000.00	-19,286,270.54	
上述(一)和(二)小计	-	-	-	58,836,476.80	113,729.46		-17037293.7	41,912,912.56	
(三)股东投入和减少资本	-	-	-	-	-		-	-	
1. 股东投入资本	-	-	-	-	-		-	-	
(四)利润分配	-	-	4,981,453.69	-14,314,786.99	-		-	-9,333,333.30	
1. 提取盈余公积	-	-	4,981,453.69	-4,981,453.69	-		-	-	
2. 对股东的分配	-	-	-	-9,333,333.30	-		-	-9,333,333.30	
四、本期末余额	93,333,333.00	56,613,740.70	13,539,164.70	128,963,048.68	85,132.46		6,028,416.49	298,562,836.03	

2007 年度合并股东权益变动表

单位：元

项目	2007 年度							少数股东权益	股东权益合计
	归属于母公司股东权益								
	股本	资本公积	盈余公积	未分配利润	外币报表折算差额				
一、上年年末余额	80,000,000.00	633,232.50	4,040,198.10	35,572,193.88	-	-	20,410,137.99	140,655,762.47	
加：会计政策变更 前期差错更正	-	-	-	-	-	-	-	-	
二、本年年初余额	80,000,000.00	633,232.50	4,040,198.10	35,572,193.88	-	-	20,410,137.99	140,655,762.47	
三、本年增减变动金额	13,333,333.00	55,980,508.20	4,517,512.91	48,869,164.99	-28,597.00	-	2,655,572.20	125,327,494.30	
(一)净利润	-	-	-	53,386,677.90	-	-	2,655,572.20	56,042,250.10	
(二)直接计入股东权益的 利得和损失	-	-	-	-	-28,597.00	-	-	-28,597.00	
1. 其他	-	-	-	-	-28,597.00	-	-	-28,597.00	
上述(一)和(二)小计	-	-	-	53,386,677.90	-28,597.00	-	2,655,572.20	56,013,653.10	
(三)股东投入和减少资本	13,333,333.00	55,980,508.20	-	-	-	-	-	69,313,841.20	
1. 股东投入资本	13,333,333.00	55,980,508.20	-	-	-	-	-	69,313,841.20	
(四)利润分配	-	-	4,517,512.91	-4,517,512.91	-	-	-	-	
1. 提取盈余公积	-	-	4,517,512.91	-4,517,512.91	-	-	-	-	
四、本年年末余额	93,333,333.00	56,613,740.70	8,557,711.01	84,441,358.87	-28,597.00	-28,597.00	23,065,710.19	265,983,256.77	

2006 年度合并股东权益变动表

单位：元

项目	2006 年度						少数股东权益	股东权益合计
	归属于母公司股东权益				未分配利润			
	股本	资本公积	盈余公积					
一、上年年末余额	60,000,000.00	633,232.50	1,327,693.77	11,322,942.64	16,180,091.53	89,463,960.44		
加：会计政策变更	-	-	-	-	-	-	-	
前期差错更正	-	-	-	-	-	-	-	
二、本年初余额	60,000,000.00	633,232.50	1,327,693.77	11,322,942.64	16,180,091.53	89,463,960.44		
三、本年增减变动金额	20,000,000.00	-	2,712,504.33	24,249,251.24	4,230,046.46	51,191,802.03		
(一)净利润	-	-	-	26,961,755.57	2,980,046.46	29,941,802.03		
(二)直接计入股东权益的利得和损失	-	-	-	-	-	-		
上述(一)和(二)小计	-	-	-	26,961,755.57	2,980,046.46	29,941,802.03		
(三)股东投入和减少资本	20,000,000.00	-	-	-	1,250,000.00	21,250,000.00		
股东投入资本	20,000,000.00	-	-	-	1,250,000.00	21,250,000.00		
(四)利润分配	-	-	2,712,504.33	-2,712,504.33	-	-		
提取盈余公积	-	-	2,712,504.33	-2,712,504.33	-	-		
四、本年年末余额	80,000,000.00	633,232.50	4,040,198.10	35,572,193.88	20,410,137.99	140,655,762.47		

(五) 母公司资产负债表

单位：元

项目	2009-6-30	2008-12-31	2007-12-31	2006-12-31
货币资金	137,335,239.35	108,517,025.99	70,390,110.15	8,016,793.21
交易性金融资产	-	-	20,000,000.00	-
应收票据	-	-	2,984,328.72	806,190.78
应收补贴款	1,420,425.29	1,290,416.67	6,061,638.57	2,452,106.43
应收账款	44,407,832.18	53,750,845.69	59,871,942.93	46,001,861.96
其他应收款	43,020,750.47	27,551,695.73	7,519,278.97	11,661,634.09
预付账款	25,774,278.39	25,480,592.72	30,041,594.80	8,073,384.17
存货	106,611,786.30	96,264,938.10	72,263,224.31	37,499,745.99
流动资产合计	358,570,311.98	312,855,514.90	269,132,118.45	114,511,716.63
非流动资产：				
长期股权投资	63,880,400.00	63,880,400.00	43,384,400.00	41,250,000.00
固定资产	14,112,730.04	14,633,843.51	14,847,363.80	7,394,922.22
在建工程	127,475.73	110,000.00	-	498,000.00
无形资产	2,148,709.20	2,258,787.05	1,571,282.77	544,315.33
递延所得税资产	1,505,839.19	860,415.53	536,271.34	350,711.08
非流动资产合计	81,775,154.16	81,743,446.09	60,339,317.91	50,037,948.63
资产总计	440,345,466.14	394,598,960.99	329,471,436.36	164,549,665.26
负债及股东权益				
流动负债：				
短期借款	47,000,000.00	75,973,407.10	52,085,105.27	14,149,920.01
应收票据	24,297,591.67	12,116,125.62	-	-
应付账款	65,388,835.72	30,359,512.33	36,188,642.13	36,492,224.48
应付利息	-	-	355,688.58	-
预收账款	27,000,287.62	17,819,249.33	22,461,869.68	7,036,898.88
应付职工薪酬	851,851.90	931,825.95	966,573.76	168,746.34
应交税费	4,938,045.84	912,910.73	158,734.47	3,131,391.01
其他应付款	296,117.49	60,585.16	1,310,681.31	2,115,313.72
流动负债合计	169,772,730.24	138,173,616.22	113,527,295.20	63,094,494.44
非流动负债：				
长期借款	-	-	-	-
非流动负债合计	-	-	-	-
负债合计	169,772,730.24	138,173,616.22	113,527,295.20	63,094,494.44
股东权益：				
股本	93,333,333.00	93,333,333.00	93,333,333.00	80,000,000.00
资本公积	55,980,508.20	55,980,508.20	55,980,508.20	-
盈余公积	13,539,164.70	13,539,164.70	8,557,711.01	4,040,198.10
未分配利润	107,719,730.00	93,572,338.87	58,072,588.95	17,414,972.72
股东权益合计	270,572,735.90	256,425,344.77	215,944,141.16	101,455,170.82
负债及股东权益总计	440,345,466.14	394,598,960.99	329,471,436.36	164,549,665.26

(六) 母公司利润表

单位：元

项目	2009年1-6月	2008年度	2007年度	2006年度
一、营业收入	267,769,908.46	574,860,424.13	451,792,433.12	228,539,145.74
减：营业成本	208,372,782.80	447,969,548.13	362,468,652.20	189,887,014.28
营业税金及附加	419,908.34	347,452.26	263,072.47	201,366.37
销售费用	19,916,822.21	40,482,108.67	27,675,406.09	8,711,640.01
管理费用	9,322,892.69	21,976,747.49	11,607,784.50	5,646,096.56
财务费用	2,800,750.27	8,162,570.65	2,877,396.99	988,956.54
资产减值损失	320,295.46	614,771.54	1,395,853.23	1,388,860.48
加：投资收益	6,410.96	13,995.91	-	-
二、营业利润	26,622,867.65	55,321,221.30	45,504,267.64	21,715,211.50
加：营业外收入	771,944.78	2,209,138.52	457,282.17	24,857.07
减：营业外支出	1,971.83	175,727.70	372,026.93	12,602.45
其中：非流动资产处置损失	-	3,769.46	345,015.28	-
三、利润总额	27,392,840.60	57,354,632.12	45,589,522.88	21,727,466.12
减：所得税费用	3,912,116.17	7,540,095.21	414,393.74	3,312,986.12
四、净利润	23,480,724.43	49,814,536.91	45,175,129.14	18,414,480.00
五、每股收益				
(一)基本每股收益	0.25	0.53	0.52	0.25
(二)稀释每股收益	0.25	0.53	0.52	0.25
六、其它综合收益	-	-	-	-
七、综合收益总额	23,480,724.43	49,814,536.91	45,175,129.14	18,414,480.00

(七) 母公司现金流量表

单位：元

项目	2009年1-6月	2008年度	2007年度	2006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	323,753,920.29	649,376,666.36	484,475,396.10	226,946,550.50
收到的税费返还	7,691,711.13	10,994,999.39	4,858,102.88	2,919,722.24
收到的其他与经营活动有关的现金	7,764,503.22	15,650,331.31	5,211,994.97	1,179,520.31
现金流入小计	339,210,134.64	676,021,997.06	494,545,493.95	231,045,793.05
购买商品、接受劳务支付的现金	232,952,597.84	576,529,403.15	432,685,366.54	235,798,869.05
支付给职工以及为职工支付的现金	10,625,874.35	18,993,620.94	11,305,579.90	8,674,677.37
支付的各项税费	10,824,024.46	11,990,045.78	10,664,294.32	3,038,536.61
支付的其他与经营活动有关的现金	13,960,016.58	42,964,954.90	35,639,250.93	10,427,774.86
现金流出小计	268,362,513.23	650,478,024.77	490,294,491.69	257,939,857.89

经营活动产生的现金流量净额	70,847,621.41	25,543,972.29	4,251,002.26	-26,894,064.84
二、投资活动产生的现金流量：				
收回投资所收到的现金	-	28,000,000.00	-	-
取得投资收益所收到的现金	6,410.96	13,995.91	-	-
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	-	-	676,392.65	-
收到的其他与投资活动有关的现金	-	6,607,252.40	-	-
现金流入小计	6,410.96	34,621,248.31	676,392.65	-
购建固定资产、无形资产和其他长期资产所支付的现金	1,333,887.26	4,990,080.31	26,199,565.69	1,507,426.78
投资所支付的现金	-	28,496,000.00	22,134,400.00	3,750,000.00
现金流出小计	1,333,887.26	33,486,080.31	48,333,965.69	5,257,426.78
投资活动产生的现金流量净额	-1,327,476.30	1,135,168.00	-47,657,573.04	-5,257,426.78
三、筹资活动产生的现金流量：				
吸收投资所收到的现金	-	-	69,263,841.20	20,000,000.00
取得借款所收到的现金	62,472,127.86	154,013,631.01	78,535,033.36	22,540,767.36
现金流入小计	62,472,127.86	154,013,631.01	147,798,874.56	42,540,767.36
偿还债务所支付的现金	91,445,534.96	127,083,233.46	40,599,848.10	14,290,847.35
分配股利、利润或偿付利息所支付的现金	11,692,333.27	15,339,273.55	1,154,415.99	672,011.92
支付的其他与筹资活动有关的现金	33,676.61	60,636.26	-	-
现金流出小计	103,171,544.84	142,483,143.27	41,754,264.09	14,962,859.27
筹资活动产生的现金流量净额	-40,699,416.98	11,530,487.74	106,044,610.47	27,577,908.09
四、汇率变动对现金的影响额	-2,514.77	-82,712.19	-264,722.75	-263,058.53
五、现金及现金等价物净增加额	28,818,213.36	38,126,915.84	62,373,316.94	-4,836,642.06
加：期初现金及现金等价物余额	108,517,025.99	70,390,110.15	8,016,793.21	12,853,435.27
六、期末现金及现金等价物余额	137,335,239.35	108,517,025.99	70,390,110.15	8,016,793.21

二、财务报表编制的基础、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《企业会计准则——基本准则》和其他各项会计准则的规定进行确认和计量，在此基础上编制财务报表。财务报表涉及的会计主体的确定方式为：母公司财务报表以法人主体为会计主体，母公司财务报表为汇总了公司本部及下属独立核算分公司财务报表的汇总财务报表；合并财务报表以包括母公司及控股子公司的合并主体为会计主体。

本公司从 2007 年 1 月 1 日起执行中国财政部于 2006 年 2 月 15 日颁布的修订后的中华人民共和国《企业会计准则——基本准则》和其他各项会计准则。根据中国证券监督管理委员会证监会计字[2007]10 号《公开发行证券的公司信息披露规范问答第 7 号——新旧会计准则过渡期间比较财务会计信息的编制和披露》，本公司分析了《企业会计准则第 38 号——首次执行企业会计准则》第五条至第十九条规定对本公司 2006 年度利润表和 2006 年 1 月 1 日期初资产负债表的影响，按照追溯调整的原则，编制了调整后的利润表和可比期初的资产负债表，并将调整后的利润表作为可比期间的利润表进行列报。

（二）合并报表范围及其变化

纳入合并财务报表范围的控股子公司情况如下：

子公司全称	设立日期	注册资本（万元）	持股比例	主营业务
汕头市齐心文具制品有限公司	1996-7-2	人民币 5,000	100%	生产销售各式文具制品
齐心商用设备（深圳）有限公司	2006-6-26	人民币 500	75%	生产销售办公设备类产品
齐心（亚洲）有限公司	2007-6-27	港币 2,404.20	100%	文具及办公用品、办公设备的购销
惠州市齐心文具制造有限公司	2007-11-15	人民币 138	100%	生产销售文具及办公用品、办公设备，货物进出口。目前尚无业务发生

合并范围变化情况：

- 1、齐心商用设备、齐心亚洲、惠州齐心均为本公司直接投资控股的子公司，于子公司成立之后即纳入合并范围。
- 2、汕头齐心于 2004 年 12 月 29 日成为本公司控股子公司（本公司拥有汕头齐心 75%的股权），于 2005 年 1 月 31 日纳入合并范围编制合并会计报表。
- 3、汕头齐心成为本公司直接、间接控股的全资子公司。2008 年 6 月 12 日，香港新荣与齐心亚洲签署股权转让协议书，约定香港新荣以人民币 1,940 万元（或等值外币）向齐心亚洲转让其所持有的汕头齐心 25%股权。2008 年 6 月 20 日，汕头市潮阳区外经贸局出具了汕潮阳外经贸字（2008）19 号《关于“汕头市齐心文具制品有限公司”股权转让的批复》，批准同意香港新荣将持有的汕头

齐心 25%股权以 1,940 万元（等值外汇）转让给齐心亚洲，批准了董事会成员变更名单。2008 年 6 月 23 日，汕头市人民政府向汕头齐心颁发了股权变更后的《中华人民共和国台港澳投资企业批准证书》。本公司于 2008 年 7 月 1 日起将汕头齐心作为全资子公司纳入合并范围编制合并会计报表。

本公司不存在未纳入合并报表范围的子公司。

三、主要会计政策和会计估计、会计差错更正

（一）收入确认和计量的具体方法

1、商品销售

销售商品收入同时满足下列条件的，予以确认：

- （1）企业已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方；
- （2）企业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。

2、提供劳务（不包括长期合同）

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。提供劳务交易的结果能够可靠估计，是指同时满足下列条件：

- （1）收入的金额能够可靠地计量；
- （2）相关的经济利益很可能流入企业；
- （3）交易的完工进度能够可靠地确定；
- （4）交易中已发生和将发生的成本能够可靠地计量。

在资产负债表日提供劳务交易结果不能够可靠估计的，分别下列情况处理：

- （1）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；
- （2）已经发生的劳务成本预计不能够得到补偿的，应当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

包括利息收入、使用费收入等。让渡资产使用权收入同时满足下列条件的，予以确认：

- (1) 相关的经济利益很可能流入企业；
- (2) 收入的金额能够可靠计量。

(二) 金融资产的核算方法

1、金融资产的分类

金融资产分为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产(包括交易性金融资产和指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产)、持有至到期投资、应收账款和可供出售金融资产四类。

2、金融资产的计量

(1) 初始确认金融资产按照公允价值计量。对于以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产，相关交易费用应当直接计入当期损益；对于其他类别的金融资产，相关交易费用应当计入初始确认金额。

(2) 本公司按照公允价值对金融资产进行后续计量，且不扣除将来处置该金融资产时可能发生的交易费用。但是，下列情况除外：

- ① 持有至到期投资和应收账款，采用实际利率法，按摊余成本计量；
- ② 在活跃市场中没有报价且其公允价值不能可靠计量的权益工具投资，以及与该权益工具挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生金融资产，按照成本计量。

3、金融资产公允价值的确定

(1) 存在活跃市场的金融资产，将活跃市场中的报价确定为公允价值；

(2) 金融资产不存在活跃市场的，采用估值技术确定公允价值。采用估值技术得出的结果，反映估值日在公平交易中可能采用的交易价格；

(3) 初始取得或源生的金融资产，以市场交易价格作为确定其公允价值的基础。

4、金融资产减值

在资产负债表日对以公允价值计量且其变动计入当期损益的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发生减值的，计提减值准备。金融资产发生减值的客观证据，包括下列各项：

- (1) 发行方或债务人发生严重财务困难；
- (2) 债务人违反了合同条款，如偿付利息或本金发生违约或逾期等；
- (3) 本公司出于经济或法律等方面因素的考虑，对发生困难的债务人做出让步；
- (4) 债务人很可能倒闭或进行其他财务重组；
- (5) 因发行方发生重大财务困难，该金融资产无法在活跃市场继续交易；
- (6) 无法辨认一组金融资产中的某项资产的现金流量是否已经减少，但根据公开的数据对其进行总体评价后发现，该组金融资产自初始确认以来的预计未来现金流量确已减少且可计量；
- (7) 债务人经营所处的技术、市场、经济和法律环境等发生重大不利变化，使本公司可能无法收回投资成本；
- (8) 权益工具投资的公允价值发生严重或非暂时性下跌；
- (9) 其他表明金融资产发生减值的客观证据。

5、金融资产减值损失的计量

(1) 持有至到期投资的减值损失的计量：按预计未来现金流现值低于期末账面价值的差额计提减值准备，计入当期损益。

(2) 应收账款减值损失的计量：单项金额重大的，单独进行减值测试，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额，确认减值损失，计提坏账准备，计入当期损益；单项金额不重大和经单独测试未减值的单项金额重大的应收账款，采用账龄分析法，按应收账款的账龄和规定的提取比例确认减值损失，计提坏账准备，计入当期损益，具体标准如下：

① 应收账款。本公司对客户定期逐个进行信用考核评定，并根据评定结果，授予不同期限的结算信用期。应收账款根据信用期分账龄确定计提坏账准备比例如下：

账龄	比例
信用期内	3%
超信用期 0—3 个月	10%
超信用期 3—6 个月	30%
超信用期 6—12 个月	60%
超信用期 12 月以上	100%

② 其他应收款。其他应收款根据账龄计提坏账准备比例如下：

账龄	比例
1 年以内	5%
1—2 年	10%
2—3 年	30%
3 年以上	50%

(3) 可供出售的金融资产减值：若该项金融资产公允价值出现持续下降，且其下降属于非暂时性的，则可认定该项金融资产发生了减值。可供出售金融资产发生减值时，原直接计入所有者权益的因公允价值下降形成的累计损失，予以转出，计入当期损益。

(4) 在活跃市场中没有报价且其公允价值不能可靠计量的权益工具投资，或与该权益工具挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生金融资产发生减值时，应当将该权益工具投资或衍生金融资产的账面价值，与按照类似金融资产当时市场收益率对未来现金流量折现确定的现值之间的差额，确认为减值损失，计入当期损益。

6、金融资产减值损失的转回

(1) 对以摊余成本计量的金融资产确认减值损失后，如有客观证据表明该金融资产价值已恢复，且客观上与确认该损失后发生的事项有关，原确认的减值损失予以转回，计入当期损益。但是，该转回后的账面价值不应当超过假定不计提减值准备情况下该金融资产在转回日的摊余成本；

(2) 已确认减值损失的可供出售债务工具，在随后的会计期间公允价值已上升且客观上与原减值损失确认后发生的事项有关的，原确认的减值损失应当予以转回，计入当期损益；

(3) 可供出售权益工具投资发生的减值损失，不得通过损益转回；

(4) 在活跃市场中没有报价且其公允价值不能可靠计量的权益工具投资，

或与该权益工具挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生金融资产发生的减值损失，不得转回。

7、金融资产的转移

公司已将金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬转移给转入方时，终止确认该金融资产。

金融资产整体转移满足终止确认条件的，将下列两项金额的差额计入当期损益：

- (1) 所转移金融资产的账面价值；
- (2) 因转移而收到的对价，与原直接计入所有者权益的公允价值变动累计额（涉及转移的金融资产为可供出售金融资产的情形）之和。

（三）存货核算办法

1、存货的分类

本公司存货是指企业在日常活动中持有以备出售的产成品或商品、处在生产过程中的在产品、在生产过程中或提供劳务过程中耗用的材料和物料等，包括原材料（包括辅助材料）、在产品、半成品、产成品、发出商品等。

2、存货的计价

存货盘存制度采用永续盘存法。存货的取得按实际成本核算，发出采用加权平均法核算；低值易耗品在领用时采用一次性摊销法核算。

3、存货跌价准备的确认标准及计提方法

本公司于每年中期期末及年度终了在对存货进行全面盘点的基础上，对遭受损失，全部或部分陈旧过时或销售价格低于成本的存货，根据存货成本与可变现净值孰低计量，按单个存货项目对同类存货项目的可变现净值低于存货成本的差额计提存货跌价准备，并记入当期损益。若以前减记存货价值的影响因素已经消失的，减记的金额应当予以恢复，并在原已计提的存货跌价准备金额内转回，转回的金额计入当期损益。

（四）长期股权投资的核算方法

1、初始计量

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。

2、后续计量

(1) 本公司对下列长期股权投资采用成本法核算：

① 能够对被投资单位实施控制的长期股权投资。对子公司的长期股权投资，采用成本法核算，编制合并财务报表时按照权益法进行调整；

② 对被投资单位不具有共同控制或重大影响，并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。

采用成本法核算的长期股权投资按照初始投资成本计价。追加或收回投资时调整长期股权投资的成本。被投资单位宣告分派的现金股利或利润，确认为当期投资收益。确认的投资收益仅限于被投资单位接受投资后产生的累积净利润的分配额，所获得的利润或现金股利超过上述数额的部分作为初始投资成本的收回。

(2) 本公司对被投资单位具有共同控制或重大影响的长期股权投资，采用权益法核算。

公司取得长期股权投资后，按照应享有或应分担的被投资单位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。公司确认被投资单位发生的净亏损，以长期股权投资的账面价值以及其他实质上构成对被投资单位净投资的长期权益减记至零为限，公司负有承担额外损失义务的除外。被投资单位以后实现净利润的，投资企业在其收益分享额弥补未确认的亏损分担额后，恢复确认收益分享额。

3、长期股权投资减值准备

资产负债表日对长期股权投资逐项进行检查，判断长期股权投资是否存在可能发生减值的迹象。如果存在被投资单位经营状况恶化等减值迹象的，则估计其可收回金额。可收回金额的计量结果表明，长期股权投资的可收回金额低于其账面价值的，将长期股权投资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，同时计提相应的长期投资减值准备。长期投资减值

损失一经确认，在以后会计期间不再转回。

（五）固定资产计价及折旧方法

固定资产指为生产商品、提供劳务、出租或经营管理而持有的，使用寿命超过一个会计年度的有形资产。

固定资产以实际成本进行初始计量。当与该固定资产有关的经济利益很可能流入企业，且该固定资产的成本能够可靠地计量时，确认固定资产。

固定资产的折旧采用平均年限法计算，并按固定资产的类别、估计经济使用年限和预计残值（原值的 10%）确定其折旧率如下：

资产类别	预计使用年限	年折旧率
房屋及建筑物	40 年	2.25%
机器设备	5-12 年	7.5%-18%
运输设备	5-10 年	9%-18%
电子设备	5 年	18%
其他设备	5 年	18%

1、固定资产的后续支出

固定资产有关的后续支出，符合前述固定资产确认条件的，计入固定资产成本；不符合固定资产确认条件的，在发生时计入当期损益。

2、固定资产减值准备

资产负债表日判断固定资产是否存在可能发生减值的迹象。如果存在资产市价持续下跌，或技术陈旧、损坏、长期闲置等减值迹象的，则估计其可收回金额。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，同时计提相应的固定资产减值准备。固定资产减值损失一经确认，在以后会计期间不再转回。

（六）无形资产计价和摊销方法

1、无形资产初始计量

无形资产按照实际成本进行初始计量。

（1）外购无形资产的成本，包括购买价款、相关税费以及直接归属于使该

资产达到预定用途所发生的其他支出。

(2) 自行开发的无形资产，其成本包括自满足无形资产确认条件规定后至达到预定用途前发生的支出总额，但是对于以前期间已经费用化的支出不再调整。

公司将研究开发项目区分为研究阶段与开发阶段，研究阶段的支出应当于发生时计入当期损益；开发阶段的支出，同时满足下列条件的确认为无形资产：①完成该无形资产以使其能够使用或出售在技术上具有可行性；②具有完成该无形资产并使用或出售的意图；③无形资产产生经济利益的方式；④有足够的技术、财务资源和其他资源支持，以完成该无形资产的开发，并有能力使用或出售该无形资产；⑤归属于该无形资产开发阶段的支出能够可靠地计量。

(3) 投资者投入无形资产的成本，按照投资合同或协议约定的价值确定，但合同或协议约定价值不公允的除外。

2、无形资产摊销

本公司于无形资产取得时分析判断其使用寿命，对使用寿命有限的无形资产，在其使用寿命内按直线法进行摊销。本公司无形资产具体摊销年限如下：

类别	摊销年限
专利权	10年
商标	10年
软件	10年
土地使用权	50年

3、无形资产减值准备

资产负债表日检查各项无形资产，判断无形资产是否存在可能发生减值的迹象。如果存在（1）某项无形资产已被其他新技术等所替代，使其为企业创造经济利益的能力受到重大不利影响；（2）某项无形资产的市价在当期大幅下跌，在剩余摊销年限内预期不会恢复；（3）某项无形资产已超过法律保护期限，但仍然具有部分使用价值等减值迹象的，则估计其可收回金额。可收回金额的计量结果表明，无形资产的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，在以后会计期间不再转回。

（七）借款费用的核算方法

本公司对已发生的借款费用，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、借款费用资本化的确认条件

借款费用包括借款而发生的利息、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。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，应当予以资本化，计入相关资产成本。借款费用同时满足下列条件的，开始资本化：

（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或者可销售状态所必要的购建或者生产活动已经开始。

其他借款费用，应当在发生时根据其发生额确认为费用，计入当期损益。

2、资本化金额的确定

在资本化期间内，每一会计期间的利息（包括折价或溢价的摊销）资本化金额，应当按照下列规定确定：

（1）为购建或者生产符合资本化条件的资产而借入专门借款的，以专门借款当期实际发生的利息费用，减去将尚未动用的借款资金存入银行取得的利息收入或进行暂时性投资取得的投资收益后的金额确定；

（2）为购建或者生产符合资本化条件的资产而占用了一般借款的，根据累计资产支出超过专门借款部分的资产支出加权平均数乘以所占用一般借款的资本化率，计算确定一般借款应予资本化的利息金额。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

符合资本化条件的资产在购建或者生产过程中发生非正常中断、且中断时间连续超过 3 个月的，暂停借款费用的资本化。在中断期间发生的借款费用确认为

费用，计入当期损益，直至资产的购建或者生产活动重新开始。如果中断是所购建或者生产的符合资本化条件的资产达到预定可使用或者可销售状态必要的程序，借款费用的资本化继续进行。

4、停止资本化

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

（八）会计差错更正

1、前期差错的性质

2008年3月10日，国家税务总局下发《跨地区经营汇总纳税企业所得税征收管理暂行办法》（国税发〔2008〕28号），该办法的主要内容是：从2008年1月1日起，在中国境内跨地区设立不具有法人资格的分支机构的企业，为汇总纳税企业，应由企业总机构统一计算包括各分支机构在内的全部应纳税所得额、然后以各分支机构的经营收入、职工工资和资产总额三个因素及其规定权重计算各分支机构应分摊应纳税所得额的比例和应纳税额，各分支机构根据总机构计算分配的税额于各季度就地预缴。并在年度终了后，由总机构负责进行企业所得税的年度汇算清缴，统一计算企业的年度应纳所得税额，抵减总机构、分支机构当年已就地分期预缴的企业所得税款后，多退少补税款。

2008年是实行《跨地区经营汇总纳税企业所得税征收管理暂行办法》的第一年，税务机关的征管具体规定（所得税申报及应纳税所得额的计算依据规定）也历经了多次变更调整：

（1）2008年第1、2季度进行所得税申报预缴时，为暂按2006年总分支机构的资产总额、工资总额、收入总额三项指标按规定权重计算应纳税所得额分配比例。

（2）2008年第3、4季度进行所得税申报预缴时，根据《国家税务总局关于填报企业所得税月（季）度预缴纳税申报表有关问题的通知》（国税函〔2008〕635号）的规定，从2008年第三季度开始，本公司总部所属地方税务局对跨地

区汇总纳税总分机构就地预缴企业所得税计算方法做出了调整，系按 2007 年度总分支机构的资产总额、工资总额、收入总额三项指标按规定权重核定应纳税所得额分配比例。

(3)《2008 年度企业所得税汇算清缴政策及操作指南》于 2009 年 5 月才正式出台，2009 年 6 月 2 日于地方税务局网站公示，根据该文件规定，“因总分机构季度申报预缴企业所得税时，同一年度用以划分季度应纳税所得额计算的各分支机构就地预缴税款额的分配比例有 2 个，其中 1—2 季度分配比例依据上上年度（即 2006 年）收入、工资、资产三项因素计算而得，3—4 季度分配比例依据上年度（2007 年）收入、工资、资产三项因素计算而得。年度汇算清缴的分配比例采用这 2 个分配比例的平均数”。本公司根据税务机关按以上规定重新核定的总分支机构的所得税分配比例于 2009 年 6 月 23 日完成了 2008 年度企业所得税汇算清缴工作。

本公司 2008 年度财务报表于 2009 年 1 月 23 日经董事会批准报出，在具体的所得税汇算清缴政策未出台前，本公司系按照总分支机构 2008 年度的资产总额、工资总额、收入总额三项指标，进行了总分支机构之间应纳税所得额分配比例计算，并据此计算了 2008 年年度公司汇总应缴所得税额。

因此，由于本公司编制 2008 年度财务报表时计算企业所得税分配比例的取值基础与最终出台的税收政策规定存在差异，导致 2008 年度计提的母公司企业所得税较最后的汇算清缴金额少计 2,539,948.03 元。

2、前期财务报表中受影响的项目名称和更正金额

单位：元

项目名称	2008 年年末数	追溯调整影响数	更正后 2009 年年初数
应交税费	-811,606.15	2,539,948.03	1,728,341.88
未分配利润	131,249,001.91	-2,285,953.23	128,963,048.68
盈余公积	13,793,159.50	-253,994.80	13,539,164.70
所得税费用	5,398,281.29	2,539,948.03	7,938,229.32
净利润	63,739,131.13	-2,539,948.03	61,199,183.10
归属于母公司股东的净利润	61,376,424.83	-2,539,948.03	58,836,476.80

非经常性损益	7,305,687.16	-976,222.44	6,329,464.72
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	54,070,737.67	-1,563,725.59	52,507,012.08
基本每股收益	0.66	-0.03	0.63
稀释每股收益	0.66	-0.03	0.63

四、最近一年一期的收购兼并情况

最近一年一期，公司未发生收购兼并情况。

五、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，并经深圳市鹏城会计师事务所审核，报告期内公司非经常性损益的具体情况如下表：

单位：元

项目	2009年1-6月	2008年度	2007年度	2006年度
非流动资产处置损益	-130.00	-3,769.46	-372,580.85	-
越权审批或无正式批准文件的税收返还、减免	970,885.43	4,566,168.37	6,740,290.84	-
计入当期损益的政府补助	750,078.50	2,407,291.20	417,041.00	221,244.00
计入当期损益的对非金融企业收取的资金占用费	-	-	-	-
企业合并的合并成本小于合并时应享有被合并单位可辨认净资产公允价值产生的损益	-	-	-	-
非货币性资产交换损益	-	-	-	-
委托投资损益	-	-	-	-
因不可抗力因素，如遭受自然灾害而计提的各项资产减值准备	-	-	-	-
债务重组损益	-	-	-	-
企业重组费用，如安置职工的支出、整合费用等	-	-	-	-
交易价格显失公允的交易产生的超过公允价值部分的损益	-	-	-	-
同一控制下企业合并产生	-	-	-	-

的子公司期初至合并日的当期净损益				
与公司主营业务无关的预计负债产生的损益	-	-	-	-
除上述各项之外的其他营业外收支净额	63,961.10	-312,465.99	-252,305.54	-19,651.73
其他	-	-	-	-
非经常性损益合计	1,784,795.03	6,657,224.12	6,532,445.45	201,592.27
减：所得税	162,781.92	335,626.11	-66,460.44	53,038.24
少数股东损益	-	-7,866.71	-53,566.27	34,674.09
扣除所得税和少数股东当期损益后的非经常性损益	1,622,013.11	6,329,464.72	6,652,472.16	113,879.94
归属于母公司股东的净利润	34,085,181.46	58,836,476.80	53,386,677.90	26,961,755.57
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	32,463,168.35	52,507,012.08	46,734,205.74	26,847,875.63

2007年、2008年及2009年1—6月的非经常性损益合计数分别为653.24万元、665.72万元、178.48万元，分别占归属于母公司股东的净利润的12.23%、11.31%、5.24%，主要是因为观澜文具厂根据深国税定观减免[2007]0199号减免税批准通知，在2007年度、2008年度、2009年1—6月分别免交企业所得税674.03万元、456.62万元、97.09万元。另外，本公司于2008年收到改制上市项目资助款110万元、ERP信息系统政府补贴34万元，上海分公司收到搬迁补偿38.68万元，2009年外贸贷款贴息48.22万元、深圳知识产权优势企业政府补贴20万元等。除此以外，本公司报告期非经常性损益对当期经营成果的影响不大，对公司经营业绩无重大影响。

六、主要资产情况

（一）固定资产

截至2009年6月30日，本公司各类固定资产情况如下：

单位：元

资产类别	原值	累计折旧	账面净值	减值准备	净额
房屋建筑物	36,818,674.90	4,701,676.65	32,116,998.25	-	32,116,998.25
机器设备	74,445,400.39	19,594,485.63	54,850,914.76	-	54,850,914.76

电子设备	6,148,972.03	3,279,739.90	2,869,232.13	-	2,869,232.13
运输设备	8,172,529.67	2,699,362.13	5,473,167.54	-	5,473,167.54
其他	22,413,749.95	7,306,168.71	15,107,581.24	-	15,107,581.24
合计	147,999,326.94	37,581,433.02	110,417,893.92	-	110,417,893.92

注:其他包括模具、工具、测试仪器及办公设备等。

公司目前固定资产运行情况良好,使用效率较高,未计提资产减值准备。

(二) 对外投资

截至2009年6月30日,母公司长期股权投资明细如下:

单位:元

被投资单位	经营期限	股权比例	初始投资额	2008-12-31	本期增加	本期减少	2009-6-30
汕头市齐心文具制品有限公司	2016年	75%	37,500,000.00	37,500,000.00		-	37,500,000.00
齐心商用设备(深圳)有限公司	2026年	75%	3,750,000.00	3,750,000.00	-	-	3,750,000.00
齐心(亚洲)有限公司	2009年	100%	21,250,400.00	21,250,400.00	-	-	21,250,400.00
惠州市齐心文具制造有限公司	2037年	100%	1,380,000.00	1,380,000.00	-	-	1,380,000.00
合计			63,880,400.00	63,880,400.00	-	-	63,880,400.00

(三) 无形资产

单位:元

类别	2009-6-30	2008-12-31	2007-12-31	2006-12-31
原值:	30,491,334.95	29,246,888.21	5,308,815.94	649,966.44
其中: 商标	806,164.00	806,164.00	69,364.00	69,364.00
软件	1,635,708.74	1,576,000.00	1,546,000.00	454,000.00
专利	1,834,010.21	1,834,010.21	469,606.94	126,602.44
土地使用权	26,215,452.00	25,030,714.00	3,223,845.00	-
净值:	28,967,336.69	28,226,540.24	4,957,303.05	544,315.33
其中: 商标	689,554.05	769,518.86	48,554.92	55,491.28
软件	1,269,572.65	1,287,994.81	1,415,115.77	368,551.73
专利	1,651,515.80	1,743,216.31	446,756.50	120,272.32
土地使用权	25,356,694.19	24,425,810.26	3,046,875.86	-

2007年新增无形资产原值4,658,849.50元,主要系自创专利形成无形资产343,004.50元以及公司ERP系统建成后转入无形资产1,092,000.00元。另外,根据新会计准则规定,汕头齐心于2007年将土地使用权与固定资产分开核算,从

固定资产转入无形资产3,223,845.00元。

2008年新增无形资产23,938,072.27元，主要是新增土地使用权21,806,869.00元。2008年2月，本公司全资子公司惠州市齐心文具制造有限公司通过挂牌出让方式购买位于惠州罗阳镇、总面积为75,316平方米土地，用于建造生产基地。2008年2月20日，取得博罗县国土资源局颁发的博府国用（2008）第010149号土地使用权证。

2009年1-6新增无形资产124.44万元，主要为本公司控股子公司汕头齐心补交地价款118.47万元。

七、主要负债情况

（一）短期借款

单位：元

项目	2009-6-30	2008-12-31	2007-12-31	2006-12-31
担保借款	51,733,560.78	42,989,851.79	33,771,795.92	-
抵押借款	-	5,000,000.00	21,200,000.00	22,500,000.00
质押、担保借款	-	5,304,529.77	13,500,776.55	5,869,920.01
抵押、担保借款	20,000,000.00	37,000,000.00	5,600,000.00	12,980,000.00
质押借款		-	2,984,328.72	-
合计	71,733,560.78	90,294,381.56	77,056,901.19	41,349,920.01

短期借款期末余额中无逾期借款。

（二）应付账款

单位：元

账龄	2009-6-30		2008-12-31	
	金额	比例	金额	比例
3个月以内	79,647,846.34	92.60%	53,435,894.72	99.30%
3-6个月	3,515,764.43	4.09%	325,892.35	0.60%
6-12个月	2,807,304.16	3.26%	9,440.00	0.02%
12个月以上	39,182.10	0.05%	40,382.11	0.08%
合计	86,010,097.03	100.00%	53,811,609.18	100.00%

应付账款期末余额中无欠持有本公司5%（含5%）以上股份的股东单位款。

(三) 预收账款

单位：元

账龄	2009-6-30		2008-12-31	
	金额	比例	金额	比例
3 个月以内	16,998,852.41	96.57%	22,180,925.15	97.09%
3-6 个月	188,078.40	1.07%	440,793.30	1.93%
6-12 个月	415,317.64	2.36%	222,981.38	0.98%
合计	17,602,248.45	100.00%	22,844,699.83	100.00%

预收账款期末余额中无欠持有本公司5%(含5%)以上股份的股东单位款项。

八、所有者权益变动情况

公司近三年一期的所有者权益变动情况如下：

单位：元

项目	2009-6-30	2008-12-31	2007-12-31	2006-12-31
股本	93,333,333.00	93,333,333.00	93,333,333.00	80,000,000.00
资本公积	56,613,740.70	56,613,740.70	56,613,740.70	633,232.50
盈余公积	13,539,164.70	13,539,164.70	8,557,711.01	4,040,198.10
未分配利润	153,714,896.84	128,963,048.68	84,441,358.87	35,572,193.88
外币报表折算差额	77,842.27	85,132.46	-28,597.00	-
归属于母公司股东权益合计	317,278,977.51	292,534,419.54	242,917,546.58	120,245,624.48
少数股东权益	7,919,686.94	6,028,416.49	23,065,710.19	20,410,137.99
股东权益合计	325,198,664.45	298,562,836.03	265,983,256.77	140,655,762.47

(一) 股本

单位：元

股东名称	2007-12-31 至 2009-6-30		2006-12-31	
	金额	比例	金额	比例
陈钦鹏	-	-	26,400,000.00	33.00%
陈钦奇	-	-	22,400,000.00	28.00%
陈钦发	-	-	18,400,000.00	23.00%
陈钦武	8,000,000.00	8.57%	8,000,000.00	10.00%
陈钦徽	4,800,000.00	5.14%	4,800,000.00	6.00%
齐心控股	61,533,333.00	65.93%	-	-
深港产学研	4,666,667.00	5.00%	-	-
乔治投资	1,000,000.00	1.07%	-	-

太誉投资	12,380,952.00	13.27%	-	-
创新资本投资	952,381.00	1.02%	-	-
合计	93,333,333.00	100%	80,000,000.00	100%

(二) 资本公积

单位：元

项目	2009-6-30	2008-12-31	2007-12-31	2006-12-31
股本溢价	56,613,740.70	56,613,740.70	56,613,740.70	633,232.50
合计	56,613,740.70	56,613,740.70	56,613,740.70	633,232.50

2007年5月，本公司向外部投资者定向增发股本13,333,333.00股，共募集资金69,313,841.20元，其中增加股本13,333,333.00元，股本溢价55,980,508.20元计入资本公积。

(三) 盈余公积

单位：元

项目	2009-6-30	2008-12-31	2007-12-31	2006-12-31
法定盈余公积	13,539,164.70	13,539,164.70	8,557,711.01	4,040,198.10
合计	13,539,164.70	13,539,164.70	8,557,711.01	4,040,198.10

(四) 未分配利润

未分配利润增减变动明细列示如下：

单位：元

项目	2009年1-6月	2008年	2007年	2006年
期初余额	128,963,048.68	84,441,358.87	35,572,193.88	11,322,942.64
加：当期归属于母 公司股东的净利润	34,085,181.46	58,836,476.80	53,386,677.90	26,961,755.57
减：提取法定盈余 公积	-	4,981,453.69	4,517,512.91	2,712,504.33
减：支付普通股股利	9,333,333.30	9,333,333.30	-	-
期末余额	153,714,896.84	128,963,048.68	84,441,358.87	35,572,193.88

九、现金流量情况

单位：元

项目	2009年1-6月	2008年	2007年	2006年
经营活动产生的现金流量净额	72,824,923.70	64,749,663.97	54,923,205.66	-29,635,441.92
投资活动产生的现金流量净额	-12,637,183.68	-23,217,911.61	-88,771,507.11	-7,777,369.24
筹资活动产生的现金流量净额	-31,035,087.10	-549,612.37	102,665,723.60	26,303,599.18
汇率变动对现金的影响额	-145,777.42	-1,238,667.85	-295,173.05	-588,536.10
现金及现金等价物净增加额	29,006,875.50	39,743,472.14	68,522,249.10	-11,697,748.08

十、财务报表附注中的重要事项

（一）资产负债表日后事项

本公司不存在需披露的资产负债表日后事项。

（二）或有事项

截止至2009年6月30日，本公司无对生产经营活动有重大影响需特别披露的重大或有事项。

（三）其他重要事项

本公司于2008年2月18日召开2007年度股东大会，一致同意本公司向中国证券监督管理委员会申请首次公开发行境内上市人民币普通股（A股）股票并上市，申请首次公开发行的人民币普通股（A股）为3120万股，发行面值为人民币1.00元；一致同意若本公司本次公开发行股票（A股）并上市方案经中国证券监督管理委员会核准并得以实施，首次公开发行股票前滚存的未分配利润在本公司首次公开发行股票并上市后由新老股东共同享有。

本公司于2009年2月13日召开2008年度股东大会，同意公司向中国证券监督管理委员会申请首次公开发行境内上市人民币普通股（A股）股票并上市的决议有效期延长一年。

十一、近三年一期主要财务指标

（一）主要财务指标

主要财务指标	2009-6-30/ 2009年1-6月	2008-12-31/ 2008年度	2007-12-31/ 2007年度	2006-12-31/ 2006年度
流动比率	1.89	1.90	2.10	1.84
速动比率	1.27	1.24	1.49	1.03
母公司资产负债率	38.55%	35.02%	34.46%	38.34%
应收账款周转率（次/年）	4.32	8.73	7.88	8.90
存货周转率（次/年）	1.92	4.46	4.68	4.71
息税折旧摊销前利润（万元）	5,050.04	8,832.59	6,673.13	4,496.99
利息保障倍数	17.64	11.54	19.84	18.77
每股经营活动产生的现金流量（元）	0.78	0.69	0.59	-0.37
每股净现金流量（元）	0.31	0.43	0.73	-0.15
无形资产（土地使用权除外） 占净资产的比例	1.11%	1.27%	0.72%	0.39%

主要财务指标计算说明：

流动比率 = 流动资产 / 流动负债

速动比率 = (流动资产 - 存货) / 流动负债

资产负债率 = (负债总额 / 资产总额) × 100% (以母公司数据为基础)

应收账款周转率 = 产品销售收入 / 应收账款平均净额

存货周转率 = 产品销售成本 / 存货平均余额

息税折旧摊销前利润 = 合并利润总额 + 利息支出 + 计提折旧 + 摊销

利息保障倍数 = 息税折旧摊销前利润 / 利息支出

每股经营活动产生的现金流量 = 经营活动产生的现金流量净额 / 期末股本总额

每股净现金流量 = 现金流量净额 / 期末股本总额

无形资产（土地使用权除外）占净资产的比例 = 无形资产（土地使用权除外） / 净资产

上述指标除资产负债率以母公司财务报表的数据为基础计算外，其余指标均以合并财务报表的数据为基础计算。

（二）净资产收益率及每股收益

按照证监会《公开发行证券公司信息披露编报规则第9号——净资产收益率

和每股收益的计算及披露（2007年修订）》要求计算如下：

1、净资产收益率

项目	2009年1-6月		2008年		2007年		2006年	
	全面摊薄	加权平均	全面摊薄	加权平均	全面摊薄	加权平均	全面摊薄	加权平均
归属于公司普通股股东的净利润	10.74%	11.01%	20.11%	21.60%	21.98%	29.40%	22.42%	26.94%
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	10.23%	10.49%	17.95%	19.28%	19.24%	25.74%	22.33%	26.82%

2、每股收益

项目	2009年1-6月		2008年		2007年		2006年	
	基本每股收益 (元)	稀释每股收益 (元)	基本每股收益 (元)	稀释每股收益 (元)	基本每股收益 (元)	稀释每股收益 (元)	基本每股收益 (元)	稀释每股收益 (元)
归属于公司普通股股东的净利润	0.37	0.37	0.63	0.63	0.62	0.62	0.37	0.37
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	0.35	0.35	0.56	0.56	0.54	0.54	0.37	0.37

计算公式如下：

(1) 全面摊薄净资产收益率

$$\text{全面摊薄净资产收益率} = P \div E$$

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；E为归属于公司普通股股东的期末净资产。

(2) 加权平均净资产收益率

$$\text{加权平均净资产收益率} = P / (E_0 + NP \div 2 + E_i \times M_i \div M_0 - E_j \times M_j \div M_0 \pm E_k \times M_k \div M_0)$$

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；NP为归属于公司普通股股东的净利润；E₀为归属于公司普通股股东的期初净资产；E_i为报告期发行新股或债转股等新增的、

归属于公司普通股股东的净资产； E_j 为报告期回购或现金分红等减少的、归属于公司普通股股东的净资产； M_0 为报告期月份数； M_i 为新增净资产下一月份起至报告期期末的月份数； 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。

（3）基本每股收益

基本每股收益= $P \div S$

$$S = S_0 + S_1 + S_i \times M_i \div M_0 - S_j \times M_j \div M_0 - S_k$$

其中： P 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于普通股股东的净利润； S 为发行在外的普通股加权平均数； S_0 为期初股份总数； S_1 为报告期因公积金转增股本或股票股利分配等增加股份数； S_i 为报告期因发行新股或债转股等增加股份数； S_j 为报告期因回购等减少股份数； S_k 为报告期缩股数； M_0 为报告期月份数； M_i 为增加股份下一月份起至报告期期末的月份数； M_j 为减少股份下一月份起至报告期期末的月份数。

（4）稀释每股收益

稀释每股收益= $[P + (\text{已确认为费用的稀释性潜在普通股利息} - \text{转换费用}) \times (1 - \text{所得税率})] \div (S_0 + S_1 + S_i \times M_i \div M_0 - S_j \times M_j \div M_0 - S_k + \text{认股权证、股份期权、可转换债券等增加的普通股加权平均数})$

其中， P 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，已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。

十二、发行人盈利预测情况

发行人未作盈利预测报告。

十三、发行人资产评估、验资情况

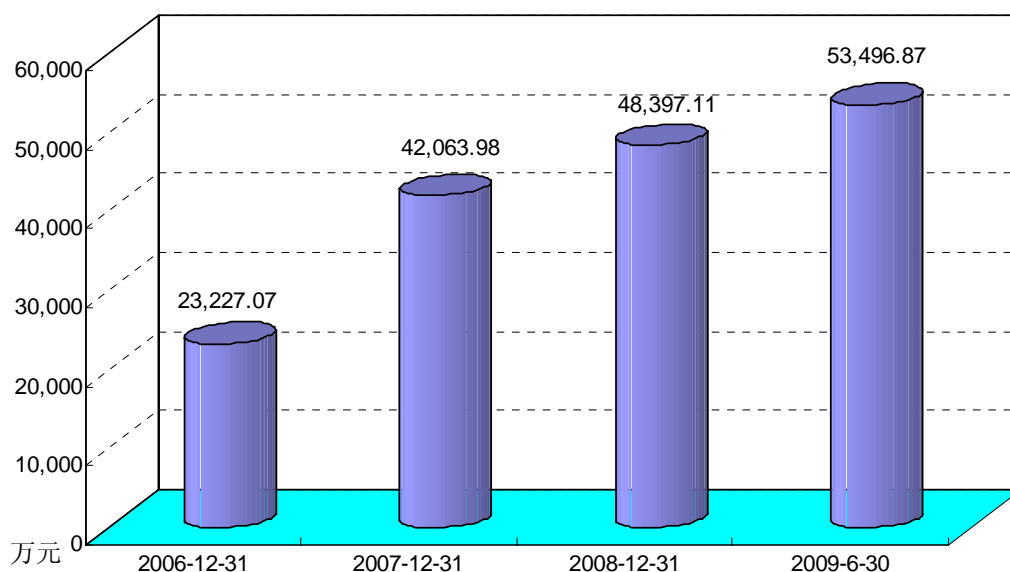
请参见“第四节 发行人基本情况 五、发行人历次验资、评估情况”。

第十节 管理层讨论与分析

一、报告期财务状况分析

(一) 资产结构分析

报告期内，本公司的资产规模呈现快速增长态势，2007年末总资产较年初增长81.10%，2008年末较年初增长15.06%，2009年6月30日较年初增长10.54%，具体如下图：



报告期内，本公司的资产结构如下表所示：

资产	2009-6-30	2008-12-31	2007-12-31	2006-12-31
流动资产合计	73.62%	72.28%	76.82%	72.57%
其中：货币资金	28.61%	25.64%	20.05%	6.81%
应收账款	14.26%	15.13%	17.19%	24.73%
预付账款	5.56%	5.56%	10.01%	5.48%
存货	24.20%	25.05%	22.37%	32.12%
非流动资产合计	26.38%	27.72%	23.18%	27.43%
其中：固定资产	20.64%	21.68%	21.86%	24.28%
资产总计	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

通过对公司的资产结构分析，可见公司的主要资产是流动资产，流动资产占总资产的比例超过70%，流动资产以货币资金、存货、应收账款和预付账款为主。本公司资产流动性高，2009年6月30日货币资金占总资产的比例为28.61%，应

收账款占总资产的比例较上年末下降0.87个百分点，存货占总资产的比例较上年末下降0.85个百分点，资产流动性良好；公司非流动资产主要是与生产经营密切相关的机器设备、房屋建筑物、电子设备和运输设备等固定资产，设备运行状况良好。

1、2009年6月30日货币资金余额较大

截止2009年6月30日，本公司的货币资金余额为15,308.10万元，占总资产的28.61%，较2008年末的12,407.41万元增加了2,900.69万元，货币资金增加的主要原因是：

(1) 为抵御金融危机的不利影响，公司非常重视现金管理，加强了对客户信用管理工作，加大对应收账款的催收力度，2009年1—6月销售货款回笼继续保持良好的态势，在公司销售收入增长的同时，应收账款占比有所下降。

(2) 在当前经济环境下，公司充分利用企业的良好资信和银行的支持，大力推广使用国内信用证及银行、商业承兑汇票业务，在保证供应商及时收到货款的同时，延长了公司应付账款周转天数，使公司现金兑付时间延后，期末货币资金增加。

报告期末，公司保持充足的货币资金主要是为了2009年扩大公司生产、销售规模之需，为采购原材料、新产品开发、OEM外协加工、惠州生产基地前期建设等提供资金支持。

2、应收账款的账龄绝大多数均在信用期内

截止2009年6月30日，本公司应收账款净额为7,628.91万元，较上年末增长4.19%。报告期内，公司应收账款净额与总资产、销售收入的比例如下：

项目	2009-6-30	2008-12-31	2007-12-31	2006-12-31
应收账款净额（万元）	7,628.91	7,322.26	7,232.08	5,744.59
占总资产的比例	14.26%	15.13%	17.19%	24.73%
占当年销售收入的比例	-	11.53%	14.15%	16.18%

2007年末、2008年末、2009年6月末，公司应收账款净额分别为7,232.08万元、7,322.26万元、7,628.91万元，应收账款增长率低于销售增长率，应收账款占总资产的比例也不断下降，主要原因是：

(1) 公司自 2006 年全面推行的销售渠道扁平化和多元化营销策略已见成效，营销环节中间商逐渐减少，终端客户数量不断增加，销售货款的回笼周期缩短；

2、2008 年、2009 年上半年公司加大应收账款催收力度，大幅提高现款销售比重，严格控制了信用销售的规模，有效降低了年末应收账款余额。本公司对销售客户定期逐个进行信用考核评定，并根据评定结果，授予不同期限的结算信用期。

应收账款根据信用期分账龄确定计提坏账准备比例如下：

账 龄	计提比例
信用期内	3%
超信用期 0-3 个月	10%
超信用期 3-6 个月	30%
超信用期 6-12 个月	60%
超信用期 12 个月以上	100%

本公司的应收账款绝大多数均在信用期内，采用账龄分析法计提坏账准备。

本公司2009年6月30日、2008年末的应收账款账龄分析如下表：

账 龄	2009 年 6 月 30 日			2008 年 12 月 31 日		
	金额 (万元)	比例	坏账准备 (万元)	金额 (万元)	比例	坏账准备 (万元)
信用期内	7,424.76	93.54%	209.19	7,006.65	91.48%	210.20
其中：信用期 0-30 天	2,302.19	29.00%	69.07	2,508.62	32.75%	84.57
信用期 30-60 天	987.97	12.45%	29.64	741.66	9.68%	13.24
信用期 60-90 天	4,000.32	50.40%	106.45	3,598.93	46.99%	107.67
信用期 90-120 天	134.28	1.69%	4.03	157.44	2.06%	4.72
超信用期 0-3 月	368.55	4.64%	36.85	449.60	5.87%	44.96
超信用期 3-6 月	101.17	1.27%	30.35	160.29	2.09%	48.09
超信用期 6-12 月	27.07	0.34%	16.24	22.41	0.29%	13.44
超信用期 12 月以上	17.03	0.21%	17.03	20.31	0.27%	20.31
合计	7,938.57	100.00%	309.67	7,659.26	100.00%	337.00

从应收账款的账龄来看，公司信用期内的应收账款达到全部应收账款总额的 93.54%，本公司非常重视对客户应收账款的管理和催收。

本公司根据公司经营规模、业务性质及客户结算状况等确定单项金额重大的应收账款标准为50万元。单项金额重大的应收账款期末不存在减值情形，按账

龄分析法计提坏账准备。

账龄	2009年6月30日			2008年12月31日		
	金额 (万元)	比例	坏账准备 (万元)	金额 (万元)	比例	坏账准备 (万元)
单项金额重大的 应收账款	3,450.52	43.47%	92.93	2,738.11	35.75%	82.14
单项金额不重大 但按信用风险特 征组合后该组合 的风险较大的应 收账款	17.03	0.21%	17.03	20.31	0.26%	20.31
其他单项金额不 重大的应收账款	4,471.01	56.32%	199.70	4,900.84	63.99%	234.55
合计	7,938.57	100.00%	309.67	7,659.26	100%	337.00

单项金额不重大但按信用风险特征组合后该组合的风险较大的应收账款是指期末余额在50万元以下，账龄为超信用期12个月以上的应收账款。

本公司不存在持股5%以上股东欠款。

3、预付账款

本公司的预付账款主要是原材料采购款和部分设备预付款。本公司2009年6月30日、2008年末的预付账款账龄如下表：

账龄	2009-6-30		2008-12-31		2007-12-31	
	金额(万元)	比例	金额(万元)	比例	金额(万元)	比例
3月以内	2,555.74	85.85%	2,575.17	99.74%	4,199.51	99.73%
3-6月	36.98	1.24%	-	0.00%	0.80	0.02%
6-12月	379.82	12.76%	103.65	3.85%	10.32	0.25%
12月以上	4.32	0.15%	11.76	0.44%	-	0.00%
合计	2,976.87	100.00%	2,690.57	100.00%	4,210.63	100.00%

2008年12月31日预付账款较2007年末下降了1,520.06万元，主要原因是2007年末预付购地款1,308.41万元及预付购设备款1,112.74万元，与这两项预付账款相关的资产购置手续已于2008年上半年完成，分别转入无形资产及固定资产。2008年下半年起，由于受金融危机影响，本公司采取了更为稳健的经营策略，减少或暂缓实施部分投资项目，从而导致预付账款大幅下降。

2009年6月底预付账款为2,976.87万元，较2008年底上升了286.29万元，增长幅度为10.64%，主要是随着销售规模的扩张引起的材料采购预付款及模具预

付款的增加。

4、存货

2009年6月30日，存货余额为12,946.20万元，较2008年底上升了822.61万元，上升幅度为6.79%。2008年12月31日，存货较年初增加2,715.66万元，升幅为28.87%。报告期，本公司存货规模不断增加与公司的销售规模快速扩张、营销渠道扁平化有较大的关系。

报告期内，存货与总资产、销售收入的比例如下：

项目	2009-6-30	2008-12-31	2007-12-31	2006-21-31
存货（万元）	12,946.20	12,123.59	9,407.93	7,460.33
占总资产的比例	24.20%	25.05%	22.37%	32.12%
占当年销售收入的比例	-	19.09%	18.40%	21.02%

本公司的存货主要为原材料和产成品，存货金额的大小与公司的生产规模扩张相适应。存货明细如下：

类别	2009-6-30		2008-12-31		2007-12-31		2006-12-31	
	金额 (万元)	占比	金额 (万元)	占比	金额 (万元)	占比	金额 (万元)	占比
原材料	3,030.38	23.41%	3,731.69	30.78%	2,071.52	22.02%	1,055.72	14.15%
半成品	186.94	1.44%	269.01	2.22%	449.66	4.78%	736.64	9.87%
在产品	258.50	2.00%	239.53	1.98%	185.85	1.98%	1,242.33	16.65%
产成品	8,987.08	69.42%	7,433.33	61.31%	6,681.06	71.02%	4,406.36	59.06%
发出商品	483.30	3.73%	450.02	3.71%	19.84	0.21%	19.27	0.26%
合计	12,946.20	100.00%	12,123.59	100.00%	9,407.93	100.00%	7,460.33	100.00%

报告期内，原材料库存快速增加的原因说明：

(1) 本公司的原材料采购量一般按照未来一两个月内的生产计划来决定，随着公司生产销售规模的扩大，公司需要相应增加原材料库存。本公司 2006 年、2007 年、2008 年分别实现主营业务收入 35,493.62 万元、51,116.48 万元、63,498.72 万元，销售规模快速增长导致库存原材料相应增加。

(2) 2008 年末的原材料较上年增加 80.14%，增幅较大的主要原因是，2008 年四季度受国际原油价格下跌和国际金融危机影响，PP（聚丙烯）塑料粒子在 2008 年底达到近几年历史低位，本公司在资金较为宽裕的情况下择机购入稍多的原材料。

报告期内，产成品持续快速增加的主要原因说明：

(1) 公司的销售规模快速扩张，导致公司的产成品周转备货量相应的增加。本公司的销售收入2006年度为35,493.62万元，2008年度为63,498.72万元，销售规模增加78.90%。本公司在2006年初仅有9家销售分公司，到2009年6月末，销售分公司增加至19家，销售网络遍及全国各大中城市。设立销售分公司需要库存一定的产成品，以便快速响应市场需求，提高货物配送速度；

(2) 营销渠道扁平化要求物流配送迅速，增加了区域性物流配送中心的备货。本公司自2005年起推行销售渠道扁平化，专业文具店、KA大卖场、直营客户开展直接配送服务，并增加二、三级市场分销客户的直接经销，改变原来二、三级城市由省会城市经销商配送速度慢，服务不到位的状况。一方面提高了客户服务效率和公司销售毛利率，加快了公司市场反应能力和渠道应收账款周转率，另一方面，区域性物流配送仓的设立，必然会拉动公司成品库存的上升。

5、固定资产

截止2009年6月30日，本公司的固定资产及累计折旧情况如下表：

	类别	2008-12-31	本期增加	本期减少	2009-6-30
固定资产原值 (万元)	房屋建筑物	3,681.87	-	-	3,681.87
	机器设备	6,590.97	853.57	-	7,444.54
	电子设备	591.61	23.28	-	614.90
	运输设备	741.55	75.70	-	817.25
	其他	2,034.19	207.78	0.59	2,241.37
	合计	13,640.19	1,160.34	0.59	14,799.93
累计折旧 (万元)	房屋建筑物	428.19	41.97	-	470.17
	机器设备	1,693.93	265.52	-	1,959.45
	电子设备	285.21	42.77	-	327.97
	运输设备	216.08	53.85	-	269.94
	其他	522.30	208.81	0.49	730.62
	合计	3,145.71	612.92	0.49	3,758.14
净值(万元)		10,494.48	/	/	
其中：已抵押机器设备(万元)		219.91	-	8.99	210.92
已抵押房屋建筑物		2,042.70	-	2,042.70	-
已抵押固定资产合计		2,262.61	-	2,051.69	210.92

2008年，本公司新增机器设备1,631.05万元系汕头齐心和齐心商用设备购置的PP板制造机、高速薄板专用制板机、注塑机等生产设备投入使用并转入固定资产；新增其他设备551.37万元系齐心商用设备购置小型生产用模具、工具、测试仪器以及公司管理部门用办公设备。

2009年1—6月，本公司新增机器设备853.57万元系汕头齐心高速制板机等设备支出；新增其他设备207.78万元系齐心商用设备购置小型生产用模具、工具、测试仪器以及公司管理部门用办公设备所致。

报告期末，本公司不存在固定资产账面价值低于可收回金额的情况，未计提固定资产减值准备。已抵押的机器设备和房屋建筑物系为控股子公司汕头齐心向银行申请贷款提供的担保物。

6、公司资产减值准备提取情况符合公司资产实际状况

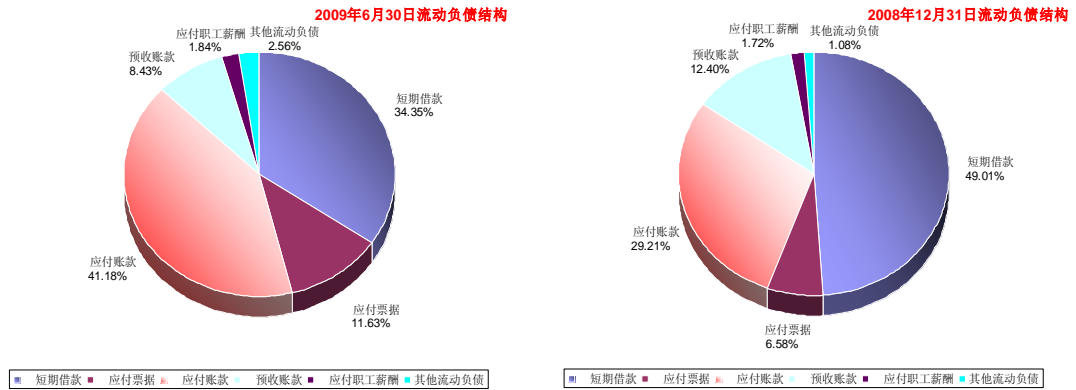
本公司制定了具体可行的资产减值准备计提政策，并按照资产减值准备政策的规定以及各项资产的实际情况，足额地计提了各项资产减值准备。

报告期内，本公司根据期末应收账款余额按账龄分析法计提坏账准备，本公司的存货、固定资产、在建工程、无形资产、短期投资、长期投资等都不存在资产减值情况，未计提减值准备。本公司的资产减值准备计提政策稳健，能够保障公司的资本保全和持续经营能力。

（二）负债结构分析

本公司在经营过程中主要依靠自我积累滚动发展的方式扩张，因此负债结构相对稳定，资产负债率一直比较低。2006年末—2009年6月末，本公司的母公司资产负债率分别为38.34%、34.46%、35.02%、38.55%。

截至2009年6月30日，本公司的负债总额为20,977.00万元，其中99.56%为流动负债，流动负债主要是银行短期借款、应付票据、应付账款、预收账款、应付职工薪酬等，2009年6月30日、2008年末，流动负债的具体构成如下图所示：



1、短期借款

截至2008年12月31日，本公司的短期借款总额为9,029.44万元，较年初增长17.18%，主要是公司销售规模扩大导致对流动资金需求增加而向银行借款。本公司在银行系统具有良好的信用记录，期末贷款余额中无逾期借款。

截至2009年6月30日，本公司短期借款总额为7,173.36万元，较2008年底的9,029.44万元下降了1,856.08万元，减少了20.56%。主要是流动资金贷款及应付账款融资的减少。流动资金贷款及应付账款融资的减少主要是由于公司大力推行国内信用证及承兑汇票结算方式，提高了应付账款周转天数，减少流动资金贷款及APF贷款。

2、应付账款

本公司的应付账款主要是应付原材料采购款和OEM供应商的货款。随着公司经营规模不断扩大，本公司的原材料采购量也大幅度增加，对上游供应商的影响力也相应扩大，特别是从2007年起公司加大集中采购比重，由此增加了应付账款的账期及信用额度，且公司加大了向供应商推广国内信用证结算方式的力度，从而延长了应付账款的周转时间，导致应付账款期末余额增加。

截至2009年6月30日，本公司的应付账款余额为8,601.01万元，较上年末增加59.84%，应付账款期末余额中欠款金额前5名合计1,525.11万元，占应付账款账面余额的17.73%，截至2009年6月30日前五名债权单位情况如下：

单位名称	期末欠款金额 (万元)	上年末欠款金额 (万元)	欠款时间	欠款内容
浙江维融电子有限公司	434.38	122.87	6个月以内	货款
常州奥立思特电子有限公司	308.77	102.29	6个月以内	货款

东莞市盈得五金制品有限公司	266.56	53.74	6个月以内	货款
东昌电机深圳有限公司	260.82	31.28	6个月以内	货款
上海汉宏纸业业有限公司	254.58	89.07	6个月以内	货款
合计	1,525.11	399.26		

报告期内，公司的应付账款期末余额中无持有本公司5%（含5%）以上股份的股东单位的欠款。

3、预收账款

截至2009年6月30日，本公司的预收账款余额为1,760.22万元，较上年末减少22.95%，主要是由于2008年末至2009年上半年期间，主要原材料的价格呈现下滑、波动趋势，客户下订单采购较为谨慎，多采用小批量、多批次的采购方式，从而导致期末预收账款下降。截至2009年6月30日前五名债权单位具体情况如下：

单位名称	期末欠款金额 (万元)	上年末欠款金额 (万元)	欠款时间	欠款内容
史泰博商贸有限公司	133.32	112.49	3个月内	货款
AVALE/SMISTAR	103.66	130.49	3个月内	货款
ACCO UK LIMITED	88.88	0.00	3个月内	货款
波兰 OPUS	46.31	0.00	3个月内	货款
ACCO DEUTSCHLAND	43.56	35.63	3个月内	货款
合计	415.72	278.62		

报告期内，公司的预收账款期末余额中无持有本公司5%（含5%）以上股份的股东单位的款项。

4、应付票据

截至2009年6月30日，本公司应付票据余额为2,429.76万元，较2008年末增长100.54%，主要是公司进一步推广使用银行承兑汇票与供应商结算，并凭借自身优良的信誉向部分供应商逐步推行使用商业承兑汇票结算所致。报告期内，公司的应付票据期末余额中无持有本公司5%（含5%）以上股份的股东单位的款项。

（三）偿债能力分析

1、本公司偿债能力分析

报告期内，公司的流动比率、速动比率、资产负债率、息税折旧摊销前利润

及利息保障倍数有关数据如下：

主要财务指标	2009-6-30/ 2009年1-6月	2008-12-31/ 2008年度	2007-12-31/ 2007年度	2006-12-31/ 2006年度
流动比率	1.89	1.90	2.10	1.84
速动比率	1.27	1.24	1.49	1.03
母公司资产负债率	38.55%	35.02%	34.46%	38.34%
息税折旧摊销前利润（万元）	5,050.04	8,832.59	6,673.13	4,496.99
利息保障倍数	17.64	11.54	19.84	18.77

报告期内，公司的流动比率与速动比率均处于正常水平。流动比率与速动比率稳中有升，说明公司的短期偿债能力较强。近三年一期，资产负债率一直保持较低水平，说明公司的长期偿债能力也较强。

2、偿债能力的同行业比较

主要财务指标		齐心文具	广博股份	安妮股份
流动比率	2008年末	1.90	1.41	3.39
	2007年末	2.10	2.23	1.69
	2006年末	1.84	2.09	1.35
速动比率	2008年末	1.24	1.12	2.64
	2007年末	1.49	1.74	1.21
	2006年末	1.03	1.67	0.75
母公司资产负债率 (%)	2008年末	35.02	25.20	21.28
	2007年末	34.46	14.89	47.43
	2006年末	38.34	28.66	52.48

数据来源：广博股份和安妮股份的数据摘自巨潮资讯网。

从上表可以看出，2008年末，公司的流动比率及速动比率指标强于广博股份，但弱于安妮股份，公司的母公司资产负债率指标高于广博股份和安妮股份。公司2008年末的流动比率接近2，速动比率大于1，偿债能力较强。

（四）资产周转能力分析

本公司资产流动性较好、资产周转能力较强，具体主要表现在以下几个方面：

主要财务指标	2009-6-30/ 2009年1-6月	2008-12-31/ 2008年度	2007-12-31/ 2007年度	2006-12-31/ 2006年度
应收账款周转率（次/年或期）	4.32	8.73	7.88	8.90

存货周转率（次/年或期）	1.92	4.46	4.68	4.71
流动资产周转率（次/年或期）	0.87	1.89	2.08	2.56
总资产周转率（次/年或期）	0.63	1.40	1.57	1.79

1、应收账款周转能力分析

报告期内，公司应收账款周转速度总体较快，应收账款周转率均在 8 次/年上下波动。本公司自 2006 年起全面推行销售渠道扁平化和多元化营销，减少营销中间环节，增加对终端客户的直接营销，逐渐缩短销售货款的回笼周期。本公司在客户信用评估及应收账款催收方面有着严格而有效的管理制度，报告期内，公司信用期内的应收账款占总应收的比重约为 90%。

2、存货周转能力分析

本公司的存货周转率自 2006 年以来有所下降，这主要是公司 2006 年推行销售渠道扁平化后，在中心城市设立分公司布点，对专业文具店、KA 大卖场、直营客户开展直接配送服务，并增加二、三级市场分销客户的直接经销，改变原来二、三级城市由省会城市经销商配送速度慢，服务不到位的情况。近两年来陆续设立浙江、湖北、陕西、天津、山东、长沙等十多家分公司。设立中心城市分公司和区域性物流配送中心需要库存较多的产成品，以便快速响应市场需求，提高货物配送速度，提高客户满意度。

3、资产运营效率分析

报告期内，本公司的应收账款周转速度和存货周转速度均较快，年度流动资产周转率接近 2 次/年，年度总资产周转率接近 1.5 次/年，说明公司资产的整体运营效率较高，随着公司规模的不不断扩大，资产的周转速度有下降的趋势。

4、资产周转能力的同行业比较分析

主要财务指标		齐心文具	广博股份	安妮股份
应收账款周转率 (次/年)	2008 年	8.73	7.14	9.14
	2007 年	7.88	7.82	7.99
	2006 年	8.90	8.20	6.96
存货周转率 (次/年)	2008 年	4.46	5.20	4.33
	2007 年	4.68	5.04	4.55
	2006 年	4.71	4.77	4.28
总资产周转率 (次/年)	2008 年	1.40	0.87	1.08
	2007 年	1.57	0.95	1.54

	2006年	1.79	0.95	1.44
--	-------	------	------	------

数据来源：广博股份和安妮股份数据摘自巨潮资讯网披露的2008年报。

从上表可以看出，公司的应收账款周转率略低于安妮股份，存货周转率略低于广博股份和安妮股份，但总资产周转率指标优于广博股份和安妮股份，资产整体周转能力强。

二、盈利能力分析

（一）营业收入结构分析

本公司自成立以来一直围绕文具和办公设备进行多元化产品开发，致力于做大做强文具和办公设备主业。报告期内，主营业务收入占营业收入的比例均为100%。

1、主营业务收入按产品分类

本公司的主营产品包括文件管理夹、档案盒、资料管理册、证件卡、名片册、风琴包/事务包、CD包、碎纸机、装订机、过塑机、考勤机、订书钉、打孔机、剪刀、美工刀/切纸刀、票夹、自动号码机、仪尺、印台、文件盘资料架、笔筒等1,000余种产品，具体可以分为文件管理用品、办公设备和桌面文具三大类。

报告期内，本公司销售收入按产品分类如下：

按产品分类	2009年1-6月		2008年度		2007年度		2006年度	
	金额 (万元)	占比	金额 (万元)	占比	金额 (万元)	占比	金额 (万元)	占比
文件管理用品	20,230.02	62.66%	39,832.04	62.73%	33,706.25	65.94%	27,329.61	77.00%
办公设备	7,976.89	24.71%	13,152.39	20.71%	10,560.23	20.66%	4,446.30	12.53%
桌面文具	4,080.18	12.64%	10,502.74	16.54%	6,830.34	13.36%	3,687.11	10.39%
其他	-	-	11.55	0.02%	19.66	0.04%	30.60	0.09%
合计	32,287.09	100.00%	63,498.72	100.00%	51,116.48	100.00%	35,493.62	100.00%

报告期内公司主营业务收入主要来源于文件管理用品，占比超过60%。本公司最初系以“文件夹”起步，逐步向其他文件管理用品、办公设备、桌面文具发展，因此，文件管理用品是本公司的核心和传统产品，公司拥有多项专利，产品在同行业处于领导地位。近年来，随着“齐心”品牌知名度的不断提升，本公司的产品线逐渐向碎纸机、装订机等办公设备和桌面文具延伸，产品不断丰富，

因此，文件管理用品在公司主营业务收入的比重呈逐年下降的趋势，但实现的销售收入仍保持 20%左右的年复合增长率。

2、主营业务收入按境内、外销售分类

本公司坚持国内、外市场并重的发展战略，不断加大“齐心”品牌的宣传和市场推广，同时不断推进营销渠道扁平化和多元化渠道建设，因此，境内销售占营业收入的比重一直超过50%，2006年—2008年呈不断上升趋势，2008年度内销比例上升至61.21%，比2006年提高了6.39个百分点。报告期内，本公司销售收入按境内、外销售分类如下表：

境内境外 销售	2009年1-6月		2008年度		2007年度		2006年度	
	金额 (万元)	占比	金额 (万元)	占比	金额 (万元)	占比	金额 (万元)	占比
境内销售	18,751.88	58.08%	38,866.66	61.21%	28,865.72	56.47%	19,455.93	54.82%
国外销售	13,535.20	41.92%	24,632.06	38.79%	22,250.76	43.53%	16,037.69	45.18%
合计	32,287.09	100.00%	63,498.72	100.00%	51,116.48	100.00%	35,493.62	100.00%

2008年与2007年比较，公司总体销售额增长24.22%。其中境内销售增长34.65%，国外销售额增长10.70%，销售额增长主要来源于内销。

2008年，公司境内销售继续保持强劲增长势头，其主要原因是：（1）公司自2006年全面推行的销售渠道扁平化和多元化已见成效，国内销售客户结构优化，产品上柜率明显提高，国内市场占有率不断提高。（2）公司在国内主要中心城市的物流中心不断完善，初步建立了覆盖全国的直接配送网络，为内销持续稳定增长打下良好的基础。（3）公司持续优化产品系列结构，不断开发和推出新产品，产品品质和性能进一步改善。2008年公司成功推出了单面型可碎A4+CD的个人碎纸机S131系列、大碎纸量（15张/20张）的中型、大型办公室碎纸机系列等创新产品，多款碎纸机获得了中国创新设计大奖—红棉至尊奖。

2008年公司外销增长速度虽逊于内销增长，但外销增长表现出富有潜力、可持续、高质量增长等特性，主要表现为外销客户结构进一步优化。2008年，公司在选择国际客户时更加注重客户资信管理和客户贡献，淘汰了市场开拓能力有限、信用状况相对较差或利润贡献略低的客户，开发毛利贡献高的国际性文具专业连锁店与大卖场客户，以提高公司品牌影响力和利润水平，例如美国BigLots

(大卖场) 和 MeadWestvaco (文具品牌商)、OfficeMax (500 强企业)、日本 Fuji Grace 和 Dato 均有较好的销售业绩, 2008 年公司新开发的日本客户 Muji (无印良品) 百货店是国际性大卖场, 订单量较大, 当年销售额一跃成为公司前 5 名客户。

2009 年 1-6 月, 公司总体销售额较 2008 年同期增长 8.34%, 其中外销销售同比增长 25.39%, 主要原因是全球金融危机后, 国外大客户非常重视合作伙伴的综合实力和履约保证, 逐渐将订单转移到实力雄厚的制造商手中, 因此, 2009 年上半年, 本公司的外销增长强劲。相应地, 受产能限制及内销产品价格下调影响, 2009 年 1-6 月内销同比增长缓慢。

3、主营业务收入按自制、委托加工分类

报告期内, 本公司销售的产品大多数是自制产品, 包括附加值较高的中高档文件管理用品、办公设备类的碎纸机、装订机、过塑机产品、削笔器等; 另外, 也有一部分产品为本公司研发设计, 委托其他生产厂家 OEM 加工, 主要包括单位价值小、品类繁多的桌面文具和办公设备类的考勤机、点钞机、射频机、投影仪等。

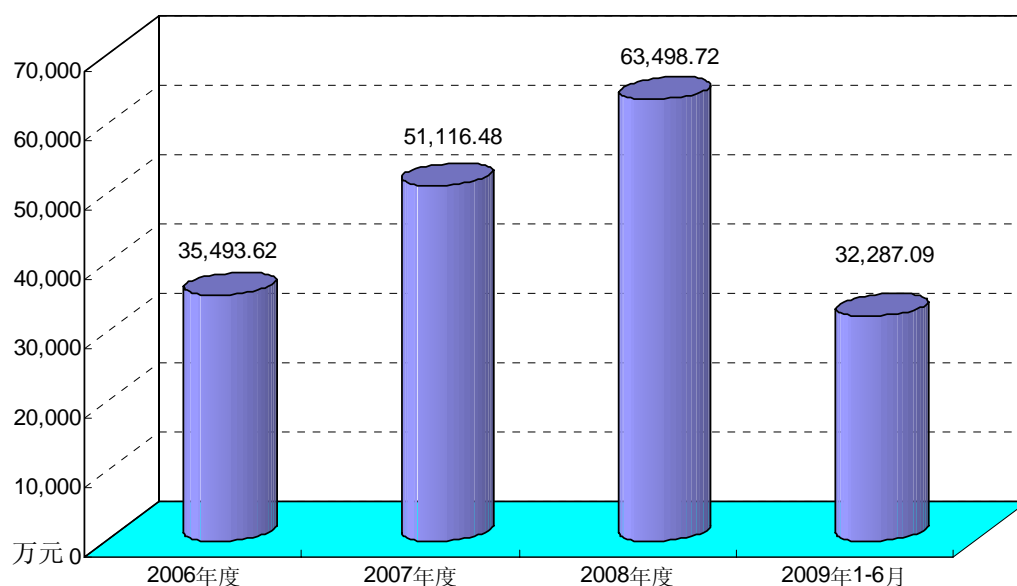
报告期内, 本公司销售收入按自制、委托加工分类如下表:

来源	产品大类	2009 年 1-6 月		2008 年		2007 年		2006 年	
		销售额 (万元)	占比	销售额 (万元)	占比	销售额 (万元)	占比	销售额 (万元)	占比
委托加工	文件管理用品	1,250.14	3.87%	2,301.40	3.62%	1,258.94	2.46%	603.22	1.70%
	办公设备	1,316.16	4.08%	3,430.62	5.40%	2,384.79	4.67%	864.48	2.44%
	桌面文具	4,080.18	12.64%	10,159.25	16.00%	6,344.85	12.41%	3,503.16	9.87%
	小计	6,646.49	20.59%	15,891.27	25.03%	9,988.58	19.54%	4,970.85	14.00%
自制	文件管理用品	18,979.88	58.78%	37,530.64	59.10%	32,447.32	63.48%	26,726.40	75.30%
	办公设备	6,660.72	20.63%	9,721.77	15.31%	8,175.44	15.99%	3,581.82	10.09%
	桌面文具	-	-	343.49	0.54%	485.48	0.95%	183.96	0.52%
	其他	-	-	11.55	0.02%	19.66	0.04%	30.60	0.09%
	小计	25,640.60	79.41%	47,607.45	74.97%	41,127.90	80.46%	30,522.77	86.00%
合计	文件管理用品	20,230.02	62.66%	39,832.04	62.73%	33,706.25	65.94%	27,329.61	77.00%
	办公设备	7,976.89	24.71%	13,152.39	20.71%	10,560.23	20.66%	4,446.30	12.53%
	桌面文具	4,080.18	12.64%	10,502.74	16.54%	6,830.34	13.36%	3,687.11	10.39%
	其他	-	-	11.55	0.02%	19.66	0.04%	30.60	0.09%
	小计	32,287.09	100.00%	63,498.72	100.00%	51,116.48	100.00%	35,493.62	100.00%

从上表可以看出，报告期内，本公司自制产品的销售额占有绝对高的比例，达70%以上，OEM外购的产品销售额呈逐年上升趋势，这与本公司逐步拓宽产品线的“大办公”经营策略有关。报告期内，本公司充分利用“齐心”品牌形象和营销渠道，采用委托加工（即OEM外购）的方式开发新产品，不断拓宽公司的产品线。

（二）主营业务收入增长趋势

2006年至2008年，本公司分别实现主营业务收入35,493.62万元、51,116.48万元、63,498.72万元，2007年较2006年增长44.02%，2008年较2007年增长24.22%，主营业务收入呈现稳步增长态势。



公司主营业务收入快速增长的最主要原因是“齐心”品牌价值和公司营销渠道扁平化的共同作用。经过多年的专业化经营，“齐心”商标被国家工商行政管理总局商标局认定为“中国驰名商标”，“COMIX 齐心”品牌在业内具有较高的品牌知名度，被评为“中国十大文具品牌”、“中国最畅销文具品牌”和“中国文件夹第一品牌”。

2006年起，本公司全面进行销售渠道扁平化和多元渠道营销，终端市场的销售额越来越大，这些渠道的销售额占比增加，不仅进一步扩大了齐心品牌产品终端陈列宣传效果，引导终端市场消费取向，而且减少了销售中间环节，提高了公

司产品的销售毛利率。

另外，本公司的快速发展还受益于中国经济的快速发展和人们对文具消费观念的升级。本公司的产品都是围绕“大办公”来进行多元化和高档化开发，在产品创新、外观设计等方面突出时尚、环保元素。与此相应，随着中国经济的蓬勃发展，人们对文具、办公设备的消费观念不断升级，文具消费不断向高档化发展。本公司推出的文具和办公设备设计精良、时尚环保、新颖亮丽，迎合了消费者的需求，深受市场追捧。

（三）主营业务收入增长来源分析

本公司的主营业务收入增长与公司的产能增加、产品提价及产品线拓宽密切相关。报告期内，文件管理用品的生产能力已饱和，销售收入的增加主要来自于产能挖潜及提价；办公设备的生产能力增加较快，特别是2007年齐心商用设备购置生产设备后，产能迅速提升，销售收入也相应快速增长；桌面文具基本上是委托加工，与产品线、产品品类的增减密切相关。

报告期内，本公司各类产品的销售增长情况如下：

按产品分类	2009年1-6月		2008年度		2007年度		2006年度
	金额 (万元)	同比 增长率	金额 (万元)	同比 增长率	金额 (万元)	同比 增长率	金额 (万元)
文件管理用品	20,230.02	2.99%	39,832.04	18.17%	33,706.25	23.33%	27,329.61
办公设备	7,976.89	43.52%	13,152.39	24.55%	10,560.23	137.51%	4,446.30
桌面文具	4,080.18	-11.29%	10,502.74	53.77%	6,830.34	85.25%	3,687.11
其他	-	-	11.55	-41.26%	19.66	-35.74%	30.6
合计	32,287.09	8.34%	63,498.72	24.22%	51,116.48	44.02%	35,493.62

（1）文件管理用品是本公司的核心和传统产品，近三年呈稳步增长态势。主要原因如下：①增加设备投入，如购置了PP板片厚板专用高速制板机、自动分段卡制造机、A4商业夹封切机、PP袋自动分切机等先进的生产设备，不仅扩大了生产规模，而且大大提高了生产效率、产品品质，减少了生产损耗，降低了生产成本。②生产工艺创新，如对PP板片、资料册内页产品纹路进行了创新，增加了产品质感与同类产品的差异化，PP贴布（PP板片与布的粘合）生产技术属于同行业工艺创新的新突破。③产品创新，本公司的文件管理用品2006年

推出欢颜系列、生如夏花系列、商务精英系列文件管理用品，使产品更具个性化和适合各种不同类型的消费群体；2007年推出咖啡系列、清朗系列个人公事包、PP拉链袋等系列文件管理用品；2008年推出铂睿系列、金属双色系列、PP发泡系列产品。

由于本公司在文件管理用品方面不断推陈出新，“齐心”牌文件夹用品在中、高档文件管理用品市场占据了约30%的市场份额。目前，文件管理用品的生产能力已饱和，销售收入的增加主要来自于产能挖潜及提价。

(2) 办公设备是公司大力培育的新品和盈利增长点，呈现出高速发展态势。办公设备销售额从2006年的4,446.30万元增长到2008年13,152.39万元，是办公设备销售业绩由量变到质变的过程，分析如下：①小规模培育：在2006年以前，本公司的办公设备属于工业化生产逐步投入期，市场运作处于小规模培育性经营阶段，市场反映很好。②扩大生产规模：2006年公司加大了资金投入，加强了设备类产品研发、销售渠道和销售队伍建设，保证了产品品质和售后服务，2006年实现销售收入4,446.30万元，较上年增长了近2.46倍，其中碎纸机增长了4倍，装订机内销增长了3.7倍，在国内同行业形成较大的影响力。③加大产品创新：2007年公司加大产品开发力度，开发了多个具有自主专利技术的系列新产品（比如第三代“节能、智能、安全环保”系列碎纸机、性价比极高的B2988系列装订机），2008年成功推出桌面碎纸机、大型办公碎纸机等新产品，提高了产品的附加值，在同行业内有较大的性价比优势，并在产品品类上不断延伸，推出指纹考勤机、点钞机等系列产品。

短短几年，本公司的办公设备经历了培育、成熟到扩张的快速发展阶段，发展势头良好，将是本公司未来重点投入和发展的产品线之一。2009年上半年，齐心商用设备继续投入了部分生产设备，扩大生产规模，改善工艺流程及部分瓶颈生产环节产出能力，提高了生产效率，2009年1至6月齐心商用设备产出有较大的提高。

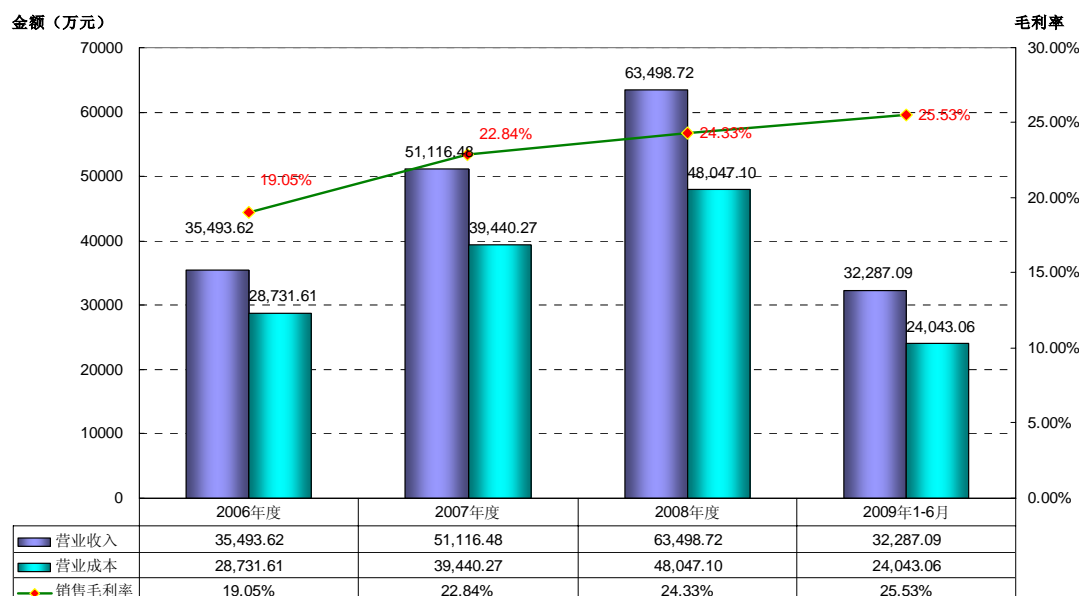
(3) 桌面文具是本公司充分利用现有制造商资源，研发、设计、委托上游生产厂家OEM的“齐心”品牌产品。随着“COMIX 齐心”品牌在文具市

场知名度的不断提高，本公司在现有生产能力有限的情况下，利用集成供应商的资源优势，委托其他制造商 OEM 加工“COMIX 齐心”桌面文具，以迅速扩大产品线，为客户提供全产品线的“一站式”供货服务。本公司在 2006 年对票夹、三针一钉、文件盘、美工刀、订书机等桌面文具进行整合，使“齐心”牌桌面文具与市场同类产品更具差异化和品质优势；2007 年公司在桌面文具方面推出了多款新产品，例如以独特的外观设计并获得国家专利的新型订书机，在行业内首家推出以健康材料制造的国产强粘力的胶棒系列产品，并在桌面文具方面不断拓宽产品线的宽度，2007 年新增了书写工具、白板系列、包装用品、复印纸系列等，2008 年新推出的书写工具、计算器、展示用品等，均有较好的销售业绩。2009 年 1—6 月，桌面文具的销售额同比略有下降，主要原因是本公司对桌面文具进行产品升级换代，淘汰了部分销售毛利低、市场竞争力弱的产品，而新产品尚未大规模上市。

（四）营业成本分析

2006 年至 2008 年，本公司的营业成本分别为 28,731.61 万元、39,440.27 万元、48,047.10 万元，2009 年 1—6 月，营业成本为 24,043.06 万元，主营业务成本增加的主要原因是生产经营规模扩大、产销量增长。

报告期内，主营业务成本增长与营业收入增长比较如下表：



1、主营业务成本构成

报告期内，本公司主营业务成本按自制、委托加工分类如下表：

来源	产品大类	2009年1-6月		2008年		2007年		2006年	
		成本额 (万元)	占比	成本额 (万元)	占比	成本额 (万元)	占比	成本额 (万元)	占比
委托加工	文件管理用品	979.79	4.08%	1,845.48	3.84%	1,010.63	2.56%	504.49	1.76%
	办公设备	1,064.50	4.43%	2,691.26	5.60%	1,913.84	4.85%	724.27	2.52%
	桌面文具	3,291.93	13.69%	8,254.69	17.18%	5,178.00	13.13%	2,908.07	10.12%
	小计	5,336.21	22.19%	12,791.43	26.62%	8,102.47	20.54%	4,136.83	14.40%
自制	文件管理用品	13,679.26	56.89%	27,888.31	58.04%	24,839.83	62.98%	21,517.86	74.89%
	办公设备	5,027.59	20.91%	7,093.38	14.76%	6,107.81	15.49%	2,908.18	10.12%
	桌面文具	-	-	263.98	0.55%	374.96	0.95%	148.35	0.52%
	其他	-	-	10.01	0.02%	15.21	0.04%	20.39	0.07%
	小计	18,706.85	77.81%	35,255.67	73.38%	31,337.80	79.46%	24,594.78	85.60%
合计	文件管理用品	14,659.04	60.97%	29,733.79	61.88%	25,850.46	65.54%	22,022.35	76.65%
	办公设备	6,092.09	25.34%	9,784.63	20.36%	8,021.64	20.34%	3,632.45	12.64%
	桌面文具	3,291.93	13.69%	8,518.67	17.73%	5,552.96	14.08%	3,056.42	10.64%
	其他	-	-	10.01	0.02%	15.21	0.04%	20.39	0.07%
	小计	24,043.06	100.00%	48,047.10	100.00%	39,440.27	100.00%	28,731.61	100.00%

2006年至2008年，委托加工的成本占比快速上升主要是本公司充分利用“齐心”的品牌形象和营销渠道，采用OEM/ODM外购的方式开发桌面文具等新产品，迅速拓宽产品线的“大办公”经营策略有关。

报告期内，文件管理用品是本公司的核心产品，在公司销售额中占有绝对高的比重，因此，也是本公司最主要的成本构成；办公设备的生产规模报告期内增长迅速，占全部成本的比例也上升较快；本公司销售的桌面文具绝大部分均是OEM/ODM外购的，本公司自产的桌面文具只有削笔器，2009年年初开始削笔器转由委托外协厂商生产。

2、委托加工的成本分析

报告期内，公司各类委托加工产品的采购额及销售成本率如下表：

产品大类	2009年1-6月		2008年		2007年		2006年	
	成本额 (万元)	销售 成本率	成本额 (万元)	销售 成本率	成本额 (万元)	销售 成本率	成本额 (万元)	销售 成本率
文件管理用品	979.79	78.37%	1,845.48	80.19%	1,010.63	80.28%	504.49	83.63%
办公设备	1,064.50	80.88%	2,691.26	78.45%	1,913.83	80.25%	724.27	83.78%

桌面文具	3,291.93	80.68%	8,254.69	81.25%	5,178.00	81.61%	2,908.07	83.01%
合计	5,336.21	80.29%	12,791.43	80.49%	8,102.47	81.12%	4,136.83	83.22%

报告期内，公司委托加工产品的销售成本率逐年下降，自 2006 年的 83.22% 下降为 2009 年 1—6 月的 80.29%，主要原因是公司充分利用“齐心”的品牌溢价能力和市场影响力，在产品定价上具有较强议价能力，在委托加工对象选择、加工成本控制、质量控制等方面拥有较强的市场主动权，能有效降低委托加工产品的销售成本率。

3、自制产品的成本分析

报告期内，公司各类自制产品的成本额及销售成本率如下表：

产品大类	2009 年 1-6 月		2008 年		2007 年		2006 年	
	成本额 (万元)	销售 成本率	成本额 (万元)	销售 成本率	成本额 (万元)	销售 成本率	成本额 (万元)	销售 成本率
文件管理用品	13,679.26	72.07%	27,888.31	74.31%	24,839.83	76.55%	21,517.86	80.51%
办公设备	5,027.59	75.48%	7,093.38	72.96%	6,107.81	74.71%	2,908.18	81.19%
桌面文具	-	-	263.98	76.85%	374.96	77.23%	148.35	80.65%
其他	-	-	10.01	86.69%	15.21	77.33%	20.39	66.63%
合计	18,706.85	72.96%	35,255.67	74.05%	31,337.80	76.20%	24,594.78	80.58%

报告期内，公司自制产品的销售成本率逐年下降，自 2006 年的 80.58% 下降为 2009 年 1—6 月的 72.96%，主要原因是公司在生产设备升级换代、技术研发、成本控制等方面不断深挖潜力，增收节支，有效降低了自制产品的生产成本。

(1) 自制产品成本构成

成本项目	2009 年 1-6 月		2008 年		2007 年		2006 年	
	成本额 (万元)	比例	成本额 (万元)	比例	成本额 (万元)	比例	成本额 (万元)	比例
材料成本	16,552.86	88.49%	31,803.15	90.21%	28,331.70	90.41%	22,182.97	90.19%
人工成本	941.88	5.03%	1,801.86	5.11%	1,562.02	4.98%	1,483.84	6.03%
制造费用	1,212.11	6.48%	1,650.67	4.68%	1,444.08	4.61%	927.97	3.77%
合计	18,706.85	100.00%	35,255.67	100.00%	31,337.80	100.00%	24,594.78	100.00%

报告期内，自制产品的材料成本占比基本稳定在 91% 上下（2009 年 1—6 月下降至 88.49% 系材料价格大幅下降所致），人工成本占比保持在 5% 上下，制造费用占比不断增加是公司原有生产线进行技术改造，购置了一批先进生产制造设备应用于文件管理用品生产线流水作业，提高了生产效率，但制造费用占比

略微上升。

(2) 自制文件管理用品的成本分析

① 成本构成

文件管理用品的制造工艺相对简单，对生产工人和机器设备的要求相对较低，产品的主要竞争力在于外观设计、功能创新、品牌知名度、材质手感以及营销网络等。

成本项目	2009年1-6月		2008年		2007年		2006年	
	成本额	比例	成本额	比例	成本额	比例	成本额	比例
材料成本	12,266.07	89.67%	25,520.59	91.51%	22,772.85	91.68%	19,576.95	90.98%
人工成本	682.45	4.99%	1,327.48	4.76%	1,167.42	4.70%	1,269.55	5.90%
制造费用	730.73	5.34%	1,040.23	3.73%	899.56	3.62%	671.36	3.12%
合计	13,679.26	100.00%	27,888.31	100.00%	24,839.83	100.00%	21,517.86	100.00%

报告期内，材料成本占文件管理用品总成本的 90%左右，是影响该类产品的最主要因素。

② 材料成本的构成

报告期内，本公司的主要原材料包括如下：

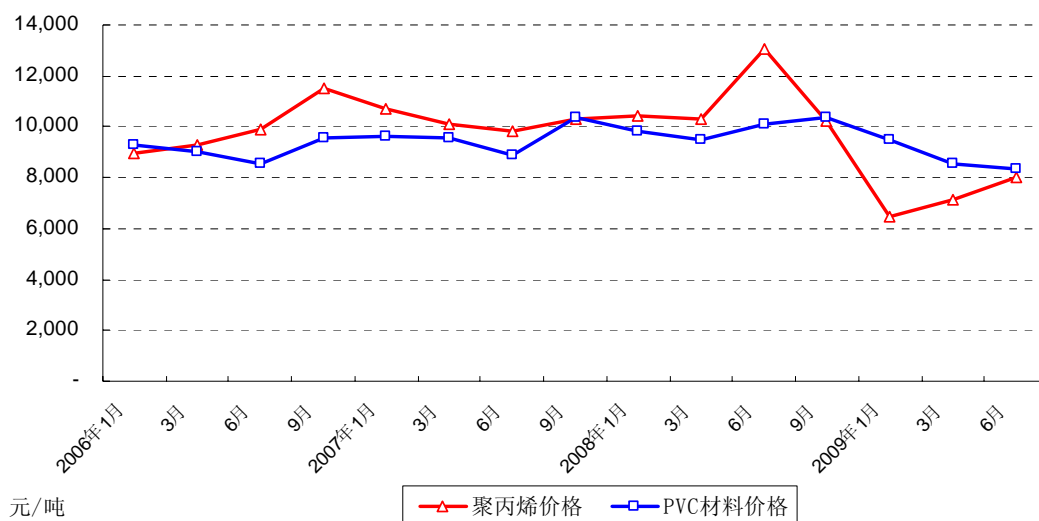
材料名称	2009年1-6月		2008年		2007年		2006年	
	成本额 (万元)	比例	成本额 (万元)	比例	成本额 (万元)	比例	成本额 (万元)	比例
聚丙烯	7,512.07	61.24%	14,997.06	58.76%	13,073.37	57.41%	11,278.28	57.61%
BOPP 薄膜	845.80	6.90%	1,853.15	7.26%	1,530.69	6.72%	1,125.67	5.75%
聚乙烯	383.00	3.12%	766.45	3.00%	898.40	3.91%	822.23	4.20%
PVC 胶布	554.11	4.52%	1,610.43	6.31%	1,555.70	6.83%	1,241.18	6.34%
五金夹具	739.35	6.03%	1,730.04	6.78%	1,562.53	6.86%	1,513.30	7.73%
其它材料	2,231.75	18.19%	4,563.46	17.88%	4,152.17	18.23%	3,596.29	18.37%
合计	12,266.07	100.00%	25,520.59	100.00%	22,772.85	100.00%	19,576.95	100.00%

从上表可以看出，本公司的原材料主要是聚丙烯、PVC、BOPP 薄膜和聚乙烯等化工原材料，占全部材料成本的 70%以上。

③ 原材料价格变动情况

包括聚丙烯、聚乙烯、PVC 材料、BOPP 薄膜等在内的化工类原材料都会受国际原油价格波动的影响，但原油价格波动传导至化工行业，再传导至文具制造业有一定的时滞。2006 年以来，聚丙烯、PVC 材料的价格一直维持震荡运行格局，

其中聚丙烯的价格波动更大。聚丙烯的采购价格在 2006 年 1 月从 8,950 元/吨开始震荡上行，到 2006 年 9 月达到当年高位 11,476 元/吨，震荡下行后在 10,000 元/吨左右平稳运行了约一年半时间；2008 年 5 月，聚丙烯的价格开始迅猛上涨，至 2008 年 7 月达到 12,136 元/吨。此后，受全球金融危机和国际原油价格大幅度下跌影响，聚丙烯的采购价格从 2008 年 9 月开始迅速下跌，至 2008 年 12 月跌至 6,460 元/吨，2009 年聚丙烯采购价格相对稳定，维持在 7,500 元/吨左右波动。具体如下图所示：



虽然受国际金融危机和国际原油价格下跌影响，聚丙烯的价格在 2008 年三、四季度不断走低，但文具厂商在全球经济面临衰退、未来价格趋势难以判断时，基本上采取谨慎观望态势——采购小批量、多批次、控制库存。本公司在市场对石油价格下跌预期减弱，在资金允许的情况下，于 2008 年 12 月适量增加了聚丙烯的库存，主要目的是为 2009 年 1、2 月份生产备货。

④ 主要原材料价格波动的敏感性分析

从报告期内文件管理用品的材料成本结构可以看出，聚丙烯、BOPP 薄膜、聚乙烯、PVC 材料四项主要化工原材料成本占全部原材料成本 75%左右，占文件管理用品全部成本 68%左右，是影响公司成本上涨与否的主要因素。假定产品销售价格不变的情况下，聚丙烯和四项主要化工原材料的价格变动对整体毛利额和毛利率的影响分别做敏感性分析如下：

材料类别	敏感系数	材料价格变动比例	毛利额变动比例	毛利率变动
聚丙烯	1.12	1%	-1.12%	-0.26%
		5%	-5.60%	-1.28%
		10%	-11.20%	-2.56%
四项主材料	1.46	1%	-1.46%	-0.33%
		5%	-7.30%	-1.67%
		10%	-14.61%	-3.34%

注：前四项化工主材料包括：聚丙烯、BOPP 薄膜、聚乙烯、PVC 胶布

从上表可以看出，聚丙烯采购成本上涨 1%，将影响毛利额下降 1.12%、毛利率下降 0.26%；四项主材料采购成本上涨 1%，将影响毛利额下降 1.46%，毛利率下降 0.33%。总之，主要材料价格变化对公司的成本控制具有较大的影响，敏感系数比较高，但本公司的产品已经在市场上形成了稳定的客户群和良好的品牌形象，具有较强的议价能力。

(3) 自制办公设备的成本分析

① 成本构成

成本项目	2009 年 1-6 月		2008 年		2007 年		2006 年	
	成本额 (万元)	比例	成本额 (万元)	比例	成本额 (万元)	比例	成本额 (万元)	比例
材料成本	4,286.79	85.27%	6,047.24	85.25%	5,212.40	85.34%	2,461.56	84.64%
人工成本	259.43	5.16%	456.79	6.44%	371.35	6.08%	203.67	7.00%
制造费用	481.38	9.57%	589.35	8.31%	524.06	8.58%	242.95	8.35%
合计	5,027.59	100.00%	7,093.38	100.00%	6,107.81	100.00%	2,908.18	100.00%

报告期内，材料成本占办公设备全部成本的 85%左右，主要是本公司采取自主设计产品外观和技术指标、外购多数机器部件的经营策略所致。2006 年以来，材料成本占比提高的原因是随着公司办公设备类产品生产销售规模扩大后，规模化生产经营导致人工成本、制造费用的占比相对下降。

② 材料成本构成

材料名称	2009 年 1-6 月		2008 年		2007 年		2006 年	
	成本额 (万元)	比例	成本额 (万元)	比例	成本额 (万元)	比例	成本额 (万元)	比例
马达	707.32	16.50%	639.80	10.58%	432.37	8.29%	377.69	15.34%
底座	223.77	5.22%	570.25	9.43%	434.46	8.34%	251.76	10.23%
五金类	569.71	13.29%	680.31	11.25%	543.15	10.42%	253.52	10.30%
刀片类	262.78	6.13%	512.20	8.47%	354.35	6.80%	130.85	5.32%

ABS 胶料	441.54	10.30%	465.03	7.69%	237.39	4.55%	86.8	3.53%
其他材料	2,081.66	48.56%	3,179.64	52.58%	3,210.69	61.60%	1,360.93	55.29%
合计	4,286.79	100.00%	6,047.24	100.00%	5,212.40	100.00%	2,461.56	100.00%

办公设备类产品需外购的材料种类繁多,也没有任何单一材料占绝对大的比例,这些材料或部件在市场上均有充足的货源。

4、各类产品的单位成本变动趋势

报告期内,公司各类可比产品的单位成本变动趋势如下:

产品大类		2009年1-6月		2008年		2007年		2006年
品种	种类	单位成本(元)	增长率	单位成本(元)	增长率	单位成本(元)	增长率	单位成本(元)
文件管理用品	386	3.83	-17.51%	4.64	4.27%	4.45	1.37%	4.39
办公设备	45	200.92	-0.24%	201.40	2.15%	197.16	2.56%	192.24
桌面文具	278	6.60	-5.67%	7.00	0.86%	6.94	4.36%	6.65

注:上表单位成本计算采用简单算术平均法,即可比产品的单位成本汇总相加,进行简单算术平均,与总成本/总销量计算的加权平均单位成本不同。

从上表可以看出,公司各类产品的单位成本变动与原材料价格波动呈正相关性,2006年至2008年呈小幅度上涨主要是由于材料成本在报告期内上涨。

(五) 主营业务毛利分析

1、主营业务毛利的构成

公司主营业务毛利主要来源于文件管理用品和办公设备,报告期内,文件管理用品和办公设备的毛利占公司毛利总额的比例均在90%左右。

报告期内,公司各种产品的毛利及占毛利总额的比重如下表:

产品类别	2009年1-6月		2008年		2007年		2006年	
	毛利(万元)	占比	毛利(万元)	占比	毛利(万元)	占比	毛利(万元)	占比
文件管理用品	5,570.98	67.58%	10,098.25	65.35%	7,855.79	67.28%	5,307.26	78.49%
办公设备	1,884.80	22.86%	3,367.76	21.80%	2,538.59	21.74%	813.84	12.04%
桌面文具	788.25	9.56%	1,984.07	12.84%	1,277.38	10.94%	630.69	9.33%
其他	-	-	1.54	0.01%	4.46	0.04%	10.21	0.15%
总计	8,244.03	100.00%	15,451.62	100.00%	11,676.22	100.00%	6,762.01	100.00%

报告期内,本公司的营业毛利主要来源于文件管理用品和办公设备。文件管

理用品是本公司的核心和传统产品，产品定位于中高档，在同行业处于领导地位，对公司的毛利贡献最大。2006 年以来，本公司不断拓展产品线，在巩固文件管理用品竞争优势的同时，大力培育和发展附加值较高的碎纸机、装订机等办公设备，使办公设备的毛利占公司毛利总额的比例迅速上升。

2、营业毛利及毛利率的变动趋势分析

2006 年、2007 年、2008 年、2009 年 1—6 月，本公司的综合毛利率分别为 19.05%、22.84%、24.33%、25.53%，综合毛利率不断提高，主要原因说明如下：

① 受益于公司营销渠道扁平化，增加对专业文具店、KA 卖场、直营客户的销售占比，提高销售额的同时提升渠道利润率。

② 随着公司品牌知名度和市场占有率的不断提高，公司的“议价”能力也不断提高，本公司在 2006 年 1 月和 10 月分别进行了两次价格调整，每次提价幅度为 2%，2007 年 3 月份再次对经销商提价 5%，2008 年 4 月 1 日又调整了国内销售价格，其中：文件管理用品售价平均上调幅度为 8.51%，自制办公设备产品售价平均上调 3.5%，部分金属类桌面文具的销售价格平均上调约 3%。随着 PP 粒(聚丙烯)等化工原料价格的下降，2009 年初下调了产品销售价格，其中文件管理用品和桌面文具产品平均售价分别下降约 15%、5%。

(1) 按产品类别、内外销的毛利率及其变化

报告期内，本公司按产品类别、内外销的销售毛利率及其变化情况如下表：

产品类别		2009 年 1-6 月		2008 年		2007 年		2006 年
		毛利率	较上年提高	毛利率	较上年提高	毛利率	较上年提高	毛利率
内销	文件管理用品	31.34%	1.80%	29.53%	0.87%	28.66%	5.31%	23.35%
	办公设备	28.44%	-0.10%	28.54%	0.23%	28.31%	6.74%	21.57%
	桌面文具	19.57%	0.50%	19.07%	-0.14%	19.21%	1.73%	17.48%
	其他	-	-	13.31%	-9.36%	22.67%	-10.70%	33.37%
	内销毛利率	28.39%	1.75%	26.64%	0.07%	26.57%	4.41%	22.16%
外销	文件管理用品	22.50%	1.68%	20.82%	2.99%	17.83%	2.51%	15.32%
	办公设备	20.16%	-0.61%	20.77%	1.61%	19.16%	3.91%	15.25%
	桌面文具	14.46%	-1.17%	15.64%	1.64%	14.00%	0.30%	13.70%
	外销毛利率	21.58%	0.89%	20.69%	2.68%	18.01%	2.74%	15.27%

合计	文件管理用品	27.54%	2.19%	25.35%	2.04%	23.31%	3.89%	19.42%
	办公设备	23.63%	-1.98%	25.61%	1.57%	24.04%	5.74%	18.30%
	桌面文具	19.32%	0.43%	18.89%	0.19%	18.70%	1.59%	17.11%
	其他	-	-	13.31%	-9.36%	22.67%	-10.70%	33.37%
	综合毛利率	25.53%	1.20%	24.33%	1.49%	22.84%	3.79%	19.05%

① 文件管理用品是公司拳头产品和核心利润来源。本公司生产的文件夹具有较高的品牌价值，在中高端文件管理用品市场占据 30% 的市场份额，是本公司毛利率最高的产品。

报告期内，文件管理用品的毛利率保持持续上升，不仅与公司在文件管理产品线上的投入与革新密切相关，也与本公司的经营策略有关。2006 年起，本公司全面推行渠道扁平化和多元化营销，终端市场的销售额越来越大，这些终端客户的销售毛利率较传统经销商高，并且本公司取得了市场定价权，在 2006 年、2007 年、2008 年根据原材料上涨情况多次提价。与此同时，公司不断开发新产品，在 2006 年、2007 年、2008 年分别推出 119、138、178 个新品项，增加高附加值产品的销售占比，提升产品销售额与毛利率，因此，2006 年、2007 年、2008 年文件管理产品取得销售增长同时，也实现了毛利率的大幅度提高。2009 年 1—6 月文件管理产品毛利率提升主要受益于原材料价格下跌。

② 办公设备类产品是公司培育的新品和盈利增长点。2007 年度的毛利率较上年提高了 5.74 个百分点，主要原因是公司生产规模扩大后，发挥了规模效益，单位产品固定成本降低了。另外，本公司加大产品创新，推出了深受市场欢迎的“节能、智能、安全环保”系列碎纸机和系列新型装订机，不断提高产品的附加价值，带动办公设备的毛利率迅速提高。2006 年办公设备毛利率较低的原因是本公司为迅速打开市场、赢得客户，扩大市场占用份额，实行相对低价营销策略。2007 年，本公司的办公设备类产品在市场上形成了一定的影响力和品牌效应，公司不仅迅速扩大了生产规模，而且加大新产品开发和更新投入，提高产品附加值，如 S 型系列碎纸机、B2988 装订机等，毛利率都有较大的提升。随着本次募集资金投资项目碎纸机、装订机的建成投产，办公设备类产品又将成为公司又一核心高附加值产品线。

③ 桌面文具属于本公司对外 OEM 销售的产品，是本公司实施“大办公”

策略的重要组成部分。桌面文具的毛利率相对稳定，主要是通过提高销售额来取得营业毛利的绝对增长。

(2) 按产品来源不同的毛利率分析

报告期内，本公司按生产组织形式分类的毛利率情况如下表：

产品来源	2009年1-6月		2008年		2007年		2006年	
	毛利额 (万元)	毛利率	毛利额 (万元)	毛利率	毛利额 (万元)	毛利率	毛利额 (万元)	毛利率
委托加工	1,310.27	19.71%	3,099.84	19.51%	1,886.11	18.88%	834.02	16.78%
自制	6,933.76	27.04%	12,351.78	25.95%	9,790.11	23.80%	5,927.99	19.42%
总计	8,244.03	25.53%	15,451.62	24.33%	11,676.22	22.84%	6,762.01	19.05%

报告期内，本公司按照“大办公”营销策略不断拓宽产品线，充分利用齐心品牌和公司研发、设计优势，委托生产商 OEM 生产文具产品，这些 OEM 产品均是本公司自主研发设计后，委托外协生产商按本公司的技术及质量要求生产的。委托加工产品的毛利率相对自制品较低，但可以迅速提高公司的销售总额和市场占有率。

本公司的自制产品的毛利率较高，这是由于公司不断扩大生产规模，加强机械自动化生产程度和工艺创新，规范公司管理，提高产品品质和生产效率，降低生产成本，并通过产品创新，增加高附加值产品的比重，如文件管理用品采用 PP 贴布生产技术、推出高附加值的 S 型系列超静音碎纸机和新型装订机等，这些创新大大提升了公司的产品档次，并属于国内自主专利产品，产品利润率较高。

(3) 不同销售渠道的毛利分析

报告期内，本公司境内、外各销售渠道的销售毛利情况如下：

销售渠道		2009年1-6月		2008年		2007年度		2006年度	
		营业毛利 (万元)	毛利率	营业毛利 (万元)	毛利率	营业毛利 (万元)	毛利率	营业毛利 (万元)	毛利率
内销	经销商	2,587.31	24.07%	5,257.37	22.85%	4,283.70	23.01%	2,927.82	20.32%
	专业文具店	1,063.70	31.12%	1,915.48	28.69%	1,147.86	28.54%	463.26	24.09%
	KA 大卖场	804.16	40.90%	1,567.89	39.20%	1,174.91	40.85%	520.69	33.16%
	直营	868.24	33.18%	1,614.08	31.12%	1,062.41	31.73%	400.62	25.81%
	内销小计	5,323.41	28.39%	10,354.81	26.64%	7,668.87	26.57%	4,312.39	22.16%
外销	自有品牌外销	1440.79	24.75%	2,735.80	24.03%	2,083.29	21.36%	1,255.33	19.57%
	O 文具品牌商	759.93	17.79%	1,311.37	16.58%	1,035.88	14.26%	609.83	12.31%

E M	大型零售商	680.53	20.87%	932.24	19.59%	657.58	16.86%	256.32	11.84%
	其他进口商	39.37	21.84%	117.39	20.28%	230.60	17.31%	328.15	13.12%
	小计	1479.83	19.19%	2,361.01	17.82%	1,924.06	15.40%	1,194.29	12.41%
外销小计		2,920.62	21.58%	5,096.81	20.69%	4,007.35	18.01%	2,449.62	15.27%

总体而言，本公司内销产品的毛利率较高，主要是内销产品基本上是自有品牌产品，特别是公司强化销售渠道扁平化后，迅速提高了销售毛利率；外销产品的毛利率相对较低，主要是外销产品中为国际文具品牌商或跨国零售商的 OEM 产品超过 50%，这些 OEM 客户的订单较大且稳定，但毛利率较低。

①内销渠道的毛利率分析

在境内市场销售方面，本公司强化了销售渠道扁平化和多元化建设，不仅使销售额迅速增长，更重要的是提高了渠道毛利水平。本公司的价格政策是从低到高依次是经销商、专业文具店、直营客户、卖场，因此销售渠道扁平化后，毛利率较高的渠道客户销售额占比逐年增加，相应提高整体毛利率水平。

内销渠道	2009年1-6月	2008年		2007年		2006年
	营业毛利 (万元)	营业毛利 (万元)	同比 增长率	营业毛利 (万元)	同比 增长率	营业毛利 (万元)
经销商	2,587.31	5,257.37	22.73%	4,283.70	46.31%	2,927.82
专业文具店	1,063.70	1,915.48	66.87%	1,147.86	147.78%	463.26
KA大卖场	804.16	1,567.89	33.45%	1,174.91	125.64%	520.69
直营	868.24	1,614.08	51.93%	1,062.41	165.19%	400.62
小计	5,323.41	10,354.81	35.02%	7,668.87	77.83%	4,312.39

从 2006 年到 2008 年毛利额增长情况可以看出，公司充分发挥企业品牌效应和多元渠道覆盖的作用，在扩大终端客户影响力的同时，更注重企业价值的实现，深挖渠道利润，如专业文具店的营业毛利从 2006 年 463.26 万元增长到 2008 年的 1,915.48 万元，KA 大卖场则从 2006 年的 520.69 万元增长到 2008 年 1,567.89 万元。本公司逐渐减少经销商销售占比，改变客户结构后，专业文具店、终端客户的毛利额占比优势显现出来。

②外销渠道的毛利率分析

本公司的外销按客户类型分为自有品牌经销商、国外品牌 OEM 两大类。本公司的“**COMIX** 齐心”品牌在国际市场经历了多年的推广，在业内有良好的口碑，自有品牌产品已经销往 70 多个国家和地区，但在欧美和日本等成熟市

场，本公司主要还是给国际品牌商、渠道商 OEM。

客户类型	2009年1-6月		2008年		2007年		2006年		
	毛利额(万元)	占比	毛利额(万元)	占比	毛利额(万元)	占比	毛利额(万元)	占比	
自有品牌经销商	1440.79	49.33%	2,735.80	53.68%	2,083.29	51.99%	1,255.33	51.25%	
OEM	文具品牌商	759.93	26.02%	1,311.37	25.73%	1,035.88	25.85%	609.83	24.89%
	大型零售商	680.53	23.30%	932.24	18.29%	657.58	16.41%	256.32	10.46%
	其他进口商	39.37	1.35%	117.39	2.30%	230.6	5.75%	328.15	13.40%
	OEM 小计	1479.83	50.67%	2,361.01	46.32%	1,924.06	48.01%	1,194.29	48.75%
外销合计	2,920.62	100.00%	5,096.81	100.00%	4,007.35	100.00%	2,449.62	100.00%	

在外销渠道中，作为自有品牌经销商的毛利率最高，销售的产品定位于中高档产品，主要通过在中国发展国家树立品牌形象和品牌效应，获取较高的利润率。近几年，本公司以自有品牌经销商进行出口销售的占比不断提高，2008年度外销渠道中自有品牌产品的销售收入占比达46%。

作为国际品牌的 OEM 制造商，本公司的 OEM 客户可分为文具品牌商、大型零售商和其他进口商三类，其中对文具品牌商的销售毛利目前占 OEM 的较大比例，这些文具品牌商来自欧美、日本等发达国家。本公司与这些国际文具品牌商建立良好的合作关系，互惠互利。

在 OEM 客户中，与大型零售商、KA 大卖场等渠道商合作不仅可以迅速开拓新的国际市场，形成比较稳定的销售额，而且外销毛利率也较高。2007年以来，本公司逐渐开发了价值比较高的国外 KA 大卖场、国际大型购物中心和目录直销商等优质客户。

在 OEM 客户中，其他进口商的毛利率是所有 OEM 中最高的一组，但由于客户性质决定该类客户的忠诚度不高，受价格影响因素很大，每次订单数量不大，下单时间不定，价格和利润都不太稳定，所占销售比重较低。

3、主营业务毛利率的同行业比较

本公司长期从事办公文具的研发、生产、销售，主要产品为文件管理用品、办公设备和桌面文具，是一家综合办公用品供应商。在同行业上市公司中，广博股份（002103）从事纸塑制品、包装纸箱、文化用品等纸制品文具生产、销售，以本册、相册为主打产品；安妮股份（002235）从事商务信息用纸的研发、生

产、销售，为品牌传真纸生产商，是本公司的长期供货商。

本公司与同行业上市公司主营业务毛利率比较表

公司简称	2008 年度	2007 年度	2006 年度
齐心文具	24.33%	22.84%	19.05%
广博股份	20.09%	22.29%	23.02%
安妮股份	20.27%	20.98%	18.16%

数据来源：广博股份和安妮股份的数据摘自巨潮资讯网披露的 2008 年报。

从上表可以看出，与同行业上市公司比较，2007 年、2008 年本公司的毛利率均高于同行业平均水平。随着本公司高附加值如高档文件管理用品、碎纸机、装订机等产品逐步投入市场，以及营销网络建设的完善，公司主营业务毛利率仍有进一步上升的空间。

相对同行业上市公司，本公司主营业务毛利率不断上升的主要原因是：

① 受益于公司营销渠道多元化和扁平化，增加对专业文具店、KA 卖场、直营客户的销售占比，提高销售额的同时提升渠道利润率；

② 受益于公司产品结构的不断完善，附加值高的中高档文件管理用品、办公设备在主营业务收入中占比越来越高；

③ 随着公司品牌知名度和市场占有率的不断提高，公司的“议价”能力也不断提高，2006 年以来先后进行了多次价格上调。

（六）期间费用分析

报告期内，公司的销售费用、管理费用、财务费用同比增长情况如下表：

项目	2009 年 1-6 月	2008 年		2007 年		2006 年
	金额 (万元)	金额 (万元)	同比 增长率	金额 (万元)	同比 增长率	金额 (万元)
销售费用	2,199.65	4,279.47	38.06%	3,099.80	118.61%	1,417.97
管理费用	1,640.45	3,416.57	57.52%	2,168.95	94.96%	1,112.52
财务费用	368.69	1,028.10	87.37%	548.69	71.69%	319.58
合计	4,208.79	8,724.14	49.97%	5,817.44	104.12%	2,850.07

报告期内，公司的销售费用、管理费用、财务费用占营业收入比重如下表：

项目	占营业收入比重			
	2009年1-6月	2008年	2007年	2006年
销售费用	6.81%	6.74%	6.06%	4.00%
管理费用	5.08%	5.38%	4.24%	3.13%
财务费用	1.14%	1.62%	1.07%	0.90%
合计	13.04%	13.74%	11.37%	8.03%

本公司的“三项费用（销售费用、管理费用、财务费用）”与营业收入基本上保持同步增长趋势。各项费用具体分析如下：

1、销售费用

从销售费用的结构来看，2007年度销售费用中的运输费、广告费、工资、差旅费及租赁费较2006年度上升较快，主要原因如下：（1）为扩大销售规模，本公司转变传统销售模式，不再完全依赖省级经销商配送，开始走销售渠道扁平化，销售模式变革在提高销售额与渠道利润的同时也增加了企业运输成本，同时，销售更多地直接与客户打交道，客户的服务要求越来越高，订单量由原来的省级经销商批发变成了量小次多，也增加了运输成本；（2）广告费用增加，近三年来，本公司更加注重产品推广和品牌宣传，除在传统的行业杂志、协会、目录、户外、促销推广等方面投入广告费外，还加大了与国内外知名传媒合作。比如2007年公司将部分广告宣传设计工作转由专业公司（北京电通广告公司）操作，为此支付了广告设计费130万元，并在广深高速公路投放广告牌费用63万元；（3）工资费用的增加主要是由于销售规模增加，增加招聘了一些企业营销骨干与一线员工，同时，公司不断完善薪酬制度、员工福利、教育培训环境等，以提高企业人才竞争力；（4）差旅费增加主要是由于公司加大了对直营、KA大卖场、专营店的营销投入，业务人员前期跟踪辅导，随时了解市场动向，导致差旅费上升较快；（5）租赁费的增加是公司推行销售渠道扁平化营销政策后，逐步在各地设立分支机构及分仓，租赁费用较2006年增长了28%。

总之，公司销售费用上升一部分是投资型的，如广告费、展览展销费，对公司品牌推广、企业价值会长期持续的增值，另一部分是随公司销售规模同步合理增长，如运输费用、差旅费用等。

2008年，公司继续加大和推进营销网络建设，推进渠道扁平化和市场多元

化发展战略。因此，公司在人力资源、薪酬福利及绩效奖励、分公司设立及物流配送、市场推广等方面继续加大投入，工资奖金及福利、租赁费、运输费等均有增长，销售费用占营业收入比重较 2007 年略有提高。

2009 年 1—6 月，公司销售费用随着业务规模的增长较上年同期有所增长，但占营业收入的比重与上年基本保持一致。

2、管理费用

从管理费用的结构来看，2007 年度管理费用中的职工福利费、工资、租赁费、折旧费及咨询服务费较 2006 年度有较大的增长，主要原因如下：（1）工资及福利费用大幅度增加 400 多万元的主要原因是管理人员与后勤人员增多，特别是公司产品线不断扩展后，为提高公司的研发设计能力，2007 年设计部招聘了较多的设计人员；（2）租赁费的增加主要是 2007 年度公司新租赁了世贸广场 A 幢 7 层的办公楼，由此增加租赁费用 101 万元。

2008 年，管理费用占营业收入比重较 2007 年上升 1.14 个百分点，主要由于公司增加研发投入、加大引进研发人才及管理人才、提高工资福利等的缘故。

总之，最近三年，公司管理费用大幅度增加原因有两个方面：一是人员薪酬增加，提升企业人力资源竞争实力，体现了企业“以人为本”的理念；二是发展公司硬件管理，改善办公条件；三是增加研发投入。

3、财务费用

2007 年度财务费用增加的主要原因是人民币持续升值。本公司在 2007 年度因人民币升值导致的直接汇兑损失为 210 万元，较 2006 年度增加 2.5 倍。人民币升值是国内出口企业都面临的汇率风险，本公司从 2006 年开始就针对人民币升值对经营业绩的影响进行了预测和防范。一方面在与客户定价与确认结算时，已将汇率风险考虑在内；另一方面对远期收汇做保理、打包和押汇等融资活动，此方式既可以加快公司资金流通，又能降低汇率风险。另外，对欧洲等地的客户，已开始采用欧元收汇的方式来规避此项损失。

2008 年，财务费用占营业收入比重较 2007 年末上升 0.54 个百分点，贷款利息支出增加成为主要原因，具体原因有以下几点：

(1) 随着公司规模扩大及销售增长，对流动资金需求也相应增大，公司目前主要融资渠道为银行流动资金贷款，自 2007 年下半年开始，贷款规模逐步扩大，加之近年来银行贷款利率多次上调，导致利息支出相应有较大增幅；

(2) 报告期内，公司在出口销售方面的发展迅速，而出口产品的主要以美元为结算货币。2008 年中以来，美元兑人民币汇率贬中有升，出现震荡格局，2008 年汇兑损失为 184.74 万元；

(3) 为了应对人民币升值压力、规避外汇风险及拓宽融资渠道、加速资金周转，公司开展了多种贸易融资方式，如押汇、保理、打包贷款等。2008 年，公司在成功规避部分外汇风险及加速了资金周转的同时，银行手续费支出达到 100.31 万元，较上年有较大提高。

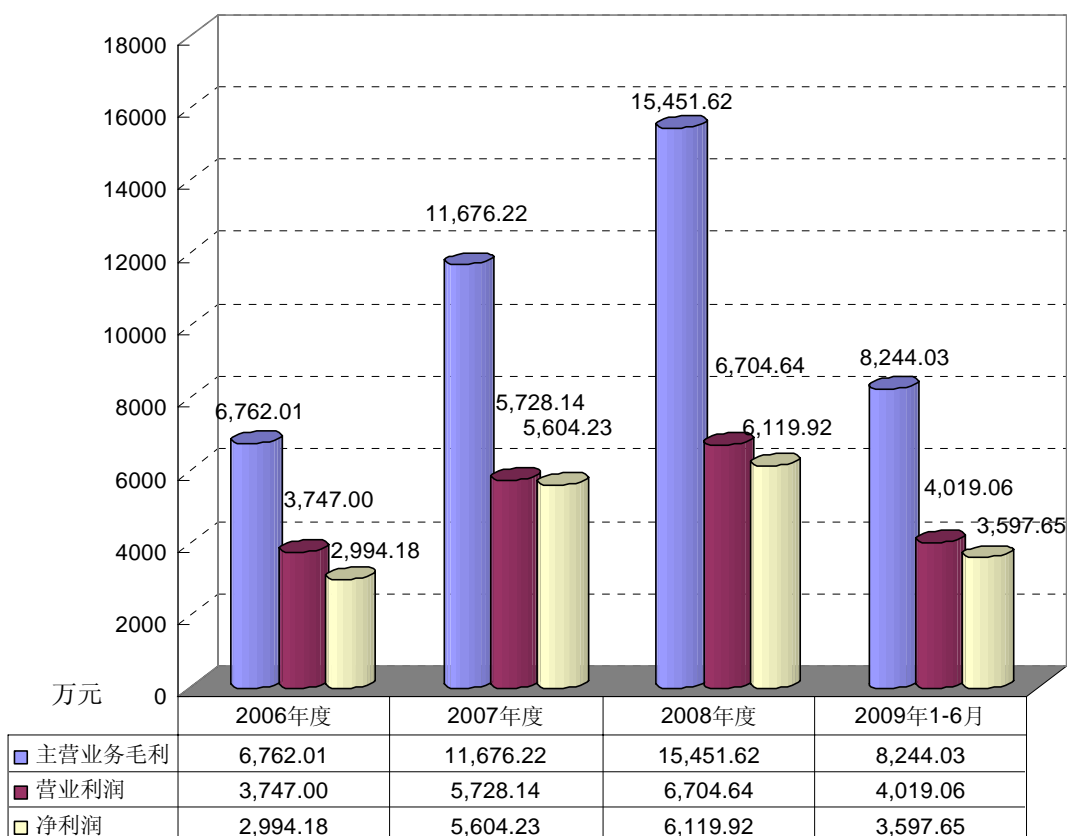
2009 年 1—6 月，财务费用较 2008 年度显著下降，主要有以下几方面原因：

(1) 2009 年多家银行调低了对本公司的贷款利率及手续费率；(2) 公司进一步推广使用国内信用证、银行承兑汇票等结算方式，减少了对流动资金贷款需求，整体利息成本减少；(3) 2009 年上半年汇率处于相对稳定期，公司也采取了多币种结算、充分利用贸易融资额度等多项措施，一定程度规避了外汇汇率波动风险，减少了汇兑损失。

(七) 经营成果分析

1、报告期盈利能力迅速增长

报告期内，公司主营业务毛利、营业利润和净利润持续快速增长，近三年公司主营业务毛利、营业利润和净利润变动趋势如下图：



2、盈利能力迅速增长的原因分析

(1) 主营业务收入持续快速增长

经过多年的专业化经营，“COMIX 齐心”品牌在业内已经形成较高的品牌知名度，被评为“中国十大文具品牌”、“中国最畅销文具品牌”、“中国文件夹第一品牌”和“中国驰名商标”，被中央国家机关政府采购中心、多个省级政府采购中心、企事业单位总部指定采购的办公用品品牌。与此相应，随着中国经济的蓬勃发展，人们对文具、办公用品的消费观念不断升级，文具消费不断向高档化发展。本公司推出的文具和办公用品设计精良、时尚环保、新颖亮丽，迎合了消费者的需求，深受市场追捧，主营业务收入近三年均保持 33.75% 的年复合增长率。

(2) 营销渠道逐渐扁平化，盈利能力稳步提高

2006年起，本公司全面进行销售渠道扁平化和多元渠道营销，增加对专业文具店、KA卖场、三级分销商、直营客户的销售占比，终端市场的销售额越来

越大。营销渠道扁平化在提高销售额的同时提升了渠道利润率。

（3）“议价”能力不断提高

本公司坚持自主品牌营销和营销渠道扁平化、多元化策略，牢固掌握客户资源，对消费者终端市场的控制能力不断增强，使公司的“议价”能力不断提高。2006年以来，公司根据原材料价格波动情况先后多次提价，并得到客户的接受。

“议价”能力提高是公司各方面综合竞争能力提升的外在表现，也是未来应对原材料、人工成本上涨等各种经营风险最直接有效的措施。

（4）产品线不断延伸和产品结构不断优化

本公司充分利用“齐心”的品牌形象和营销渠道，在产品类别上以文件管理用品为核心，不断向办公设备、桌面文具等相关产品延伸；在生产组织形式上，在自制产品生产能力有限的情况下，采用委托加工（即OEM外购）的方式开发新产品，不断拓宽公司的产品线，形成了齐心文具独特的“大办公”集成供应商模式。另外，本公司不断开发新产品，在2006年、2007年、2008年分别推出119、138、178个新品项，增加高附加值产品的销售占比，提升产品销售额与毛利率。

（八）非经常性损益情况

本公司根据国家税收政策的要求，将观澜文具厂依照深圳经济特区税收政策享受的生产型企业“两免三减半”所得税优惠（2007年、2008年度为免税期、2009年为减半期）列为“越权审批的税收减免”，计入非经常性损益（参见“第九节 财务会计信息 五、非经常性损益明细表”）。

报告期内公司扣除非经常性损益后的净利润金额如下表：

单位：万元

项目	2009年1-6月	2008年	2007年	2006年
非流动资产处置损益	-0.01	-0.38	-37.26	-
越权审批或无正式批准文件的税收返还、减免	97.09	456.62	674.03	-
计入当期损益的政府补助	75.01	240.73	41.70	22.12
除上述各项之外的其他营业外收支净额	6.40	-31.25	-25.23	-1.97
非经常性损益合计	178.48	665.72	653.24	20.16
减：所得税	16.28	33.56	-6.65	5.30

少数股东损益	-	-0.79	-5.36	3.47
扣除所得税和少数股东当期损益后的非经常性损益	162.20	632.95	665.25	11.39
归属于母公司股东的净利润	3,408.52	5,883.65	5,338.67	2,696.18
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	3,246.32	5,250.70	4,673.42	2,684.79
非经常性损益占净利润的比例	4.96%	10.88%	11.66%	0.67%

公司非经常性损益占当期净利润的比重不超过12%，对经营业绩无重大影响。

根据深府[1988]232号《关于深圳经济特区企业税收政策若干问题的通知》，深圳市宝安区国家税务局观澜税务分局于2007年12月25日以深国税宝观减免[2007]0199号减免税批准通知批准深圳市齐心文具股份有限公司观澜文具厂从开始获利年度起，第1年至第2年的经营所得免征所得税，第3年至第5年减半征收所得税。2007年为观澜文具厂第一个获利年度，2007年度及2008年度为其企业所得税免税期，2008年及2007年度，本公司享受的税收减免分别为456.62万元和674.03万元，2009年为观澜文具厂的第一个减半征收年度，2009年1-6月获减免的企业所得税为97.09万元，属于没有国家税收法规依据的地方性税收优惠，列为非经常性损益。

观澜文具厂享受的税收优惠政策与国家税收政策存在差异，没有相关法律、国务院或国家税务总局颁发的相关税收规范性文件作为依据，因此，本公司将观澜文具厂2007年、2008年、2009年1-6月享受的企业所得税减免列为非经常性损益。根据现行政策规定，本公司观澜文具厂未来三年（即2009年至2011年）享受企业所得税减半征收优惠仍将被列为非经常性损益，并且本公司观澜文具厂享受的企业所得税减免优惠存在被追缴的风险。为此，本公司控股股东深圳市齐心控股有限公司出具了《承诺函》，承诺若税务主管部门对本公司上市前享受的企业所得税减免税款进行追缴，则由深圳市齐心控股有限公司全额承担应补交的税款及/或因此所产生的所有相关费用。

三、资本性支出分析及其他重大事项

1、重大资本性支出情况

报告期内，本公司在资本性支出方面是第一年较少，2007年、2008年投入

较大，2007年的新增固定资产投入较2006年增加398.20%。报告期内，公司的重大资本性支出情况如下表：

单位：万元

资产项目	2006年	2007年	2008年	2009年1-6月	合计
电子设备	109.74	164.68	83.84	23.28	381.54
房屋建筑物	-	1,264.95	-	-	1,264.95
机器设备	633.44	1,626.71	1,631.05	853.57	4,744.77
运输设备	152.98	342.84	103.38	75.70	674.90
其他设备	44.89	1,289.10	551.37	207.78	2,093.14
土地使用权	-	-	2,180.69	118.47	2,299.16
合计	941.05	4,688.28	4,550.33	1,278.80	11,458.46

从上表中可以看出，报告期内，本公司在资本性支出方面的投入重点是机器设备和其他设备（包括办公设备、工具、测试仪器等），即投入重点是生产设备的技改和更新，以保证生产规模扩张及产品的创新。

2008年固定资产中新增机器设备1,631.05万元为汕头齐心和齐心商用设备购置机器设备并正式投入使用，无形资产中新增2,180.69万元为惠州齐心支付募集资金投资项目购地款及土地平整费用。

2、未来可预见的重大资本性支出计划及资金需要量

在未来两到三年，公司重大资本性支出主要为本次发行股票募集资金拟投资的四个项目，项目新增固定资产投资约3亿元。在募集资金到位后，公司将按拟定的投资计划分期进行投资，具体情况详见本招股意向书“第十二节 募集资金运用 一、募集资金运用计划”。

3、其他重大事项

报告期内，公司目前不存在重大担保、诉讼、其他或有事项和重大期后事项。

四、现金流量分析

报告期内，本公司现金流量简表如下：

单位：万元

项目	2009年1-6月	2008年	2007年度	2006年度
经营活动产生的现金流量净额	7,282.49	6,474.97	5,492.32	-2,963.54
投资活动产生的现金流量净额	-1,263.72	-2,321.79	-8,877.15	-777.74
筹资活动产生的现金流量净额	-3,103.51	-54.96	10,266.57	2,630.36

现金及现金等价物净增加额	2,900.69	3,974.35	6,852.22	-1,169.77
期末现金及现金等价物余额	15,308.10	12,407.41	8,433.07	1,580.84

（一）经营活动产生的现金流量分析

报告期内，从公司的经营活动产生的现金流量净额来看，2009年1—6月、2008年、2007年的经营活动产生的现金流量净额分别是7,282.49万元、6,474.97万元、5,492.32万元，经营活动产生的现金流量充足，但2006年度经营活动产生的现金流量净额出现负数，主要原因是：2006年是本公司全面开展销售渠道扁平化和多元化营销策略的第一年，在中心城市设立分公司布点，对专业文具店、KA卖场、直营客户开展直接配送服务，并增加二、三级城市分销客户的直接销售。

（1）由于新设分公司和物流配送仓的增加，导致2006年末存货较年初增加2,722.57万元。

（2）由于销售渠道扁平化后的客户结构发生较大变化，特别是国内大卖场、专业连锁店客户和欧美品牌文具制造商、跨国连锁店的销售量迅速增加，此类客户的信用级别较高，本公司一般给予60天—120天的信用付款期，导致2006年末应收账款较年初增加3,513.04万元。

（3）2006年末其它应付款较上年底减少1,529.12万元，对当年经营活动现金支出产生了一定影响。

（4）2006年末预付账款较上年底增加874.32万元，主要因为化工原料类的PP料供应商在2006年普遍要求中小企业采取“先付款后发货”的采购方式进行。

（二）投资活动产生的现金流量分析

报告期内，本公司投资活动产生的现金流量净额均为负数，主要是公司增加购置机器设备，不断扩张生产规模所致。

单位：万元

项目	2009年1-6月	2008年度	2007年度	2006年度
收回投资所收到的现金	-	2,800.00	-	-
取得投资收益所收到的现金	0.64	1.40	-	-

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	-	-	75.22	-
收到的其他与投资活动有关的现金	-	660.73		-
现金流入小计	0.64	3,462.12	75.22	-
购建固定资产、无形资产和其他长期资产所支付的现金	1,264.36	3,043.92	6,952.37	777.74
投资所支付的现金	-	2,740.00	2,000.00	-
现金流出小计	1,264.36	5,783.92	8,952.37	777.74
投资活动产生的现金流量净额	-1,263.72	-2,321.79	-8,877.15	-777.74

2007年度购建固定资产、无形资产所支付的现金**6,952.37**万元，主要为控股子公司汕头齐心新建员工宿舍和仓库并增加购置了PP板制造机、高速薄板专用制板机、注塑机等先进生产设备**1,626.71**万元以及齐心商用设备购置小型生产用模具、工具、测试仪器等**1,289.10**万元；2007年本公司还预付设备采购款**1,112.74**万元和预付购地款**1,308.41**万元。

2007年投资所支付的现金**2,000**万元，系本公司于2007年12月27日购买工银瑞信货币基金（基金代码**482002**）**2,000**万元，投资期限为7天，已于2008年1月2日赎回，取得投资收益**6,371.96**元，收益率为**0.03%**。

2008年收回投资所收到的现金**2,800**万元，系公司赎回2008年2月18日公司购买的工银南方现金增利货币基金**800**万元，列入收回投资所收到的现金**800**万元，以及2008年1月2日赎回工银瑞信货币基金**2,000**万元，列入收回投资所收到的现金**2,000**万元。收到的其他与投资活动有关的现金**660.73**万元，系多付购买惠州生产基地土地的款项退回；构建固定资产、无形资产所支付的现金**3,043.92**万元，系为惠州齐心支付购地款**1,533**万元，支付商用设备购模具款**679.26**万元，汕头齐心支付购设备款**258.15**万元，其余为总部及各分支机构购置电子设备、运输设备及无形资产所支付的现金**573.51**万元。投资所支付的现金**2,740**万元，系齐心亚洲支付收购汕头齐心**25%**股权的股权收购款**1,940**万元，及购买的工银南方现金增利货币基金**800**万元。

2009年1—6月投资所支付的现金为**1,264.36**万元，主要是汕头工厂购买高速制板机等设备支出**899.84**万元。

（三）筹资活动产生的现金流量分析

2006年筹资活动产生的现金流量净额为2,630.36万元，主要系2006年4月公司增资扩股募集资金2,000万元。

2007年筹资活动产生的现金流量净额为10,266.57万元，主要系2007年6月公司增资扩股募集资金6,926.38万元，同时公司为扩大生产规模增加了短期银行借款。

2008年筹资活动产生的现金流量净额为-54.96万元，主要是根据2007年度股东大会决议通过向全体股东分配现金股利933.33万元。

2009年1—6月筹资活动产生的现金流量净额为-3,103.51万元，主要是公司偿还债务支付的现金大于取得借款收到的现金以及分配现金股利933.33万元所致。

报告期内，本公司的生产经营规模迅速扩大，对资金的需求也相应地不断增加，除经营活动产生的现金流入外，公司还依靠股权融资和银行借款方式筹集生产资金。

五、执行新企业会计准则的影响

本公司根据中国证券监督管理委员会2007年2月15日证监会计字[2007]10号《公开发行证券的公司信息披露规范问答第7号——新旧会计准则过渡期间比较财务会计信息的编制和披露》的规定，分析了新会计准则对本公司财务报表的影响，并按照文件要求编制了2007年1月1日的新旧会计准则股东权益差异调节表、2006年度的备考合并利润表和2006年度合并净利润差异调节表。

（一）2007年1月1日新旧会计准则股东权益差异调节表

序号	项目名称	金额（元）
	2006年12月31日股东权益（原会计准则）	119,799,727.51
1	所得税*	445,896.97
2	其他（少数股东权益）	20,410,137.99
	2007年1月1日股东权益（新会计准则）	140,655,762.47

注：*2007年1月1日递延所得税资产 477,625.59 元中对少数股东权益的影响金额为 31,728.62 元。

(二) 2006年度假定全面执行新会计准则备考合并利润表

单位：元

项 目	2006 年度
一、营业总收入	354,936,212.81
营业收入	354,936,212.81
二、营业总成本	317,466,241.18
其中：营业成本	287,316,124.28
营业税金及附加	201,984.32
销售费用	14,179,711.61
管理费用	11,125,188.92
财务费用	3,195,809.18
资产减值损失	1,447,422.87
三、营业利润	37,469,971.63
加：营业外收入	221,544.27
减：营业外支出	19,952.00
四、利润总额	37,671,563.90
减：所得税费用	7,729,761.87
五、净利润	29,941,802.03
归属于母公司股东的净利润	26,961,755.57
少数股东损益	2,980,046.46
六、每股收益	
(一) 基本每股收益	0.37
(二) 稀释每股收益	0.37

(三) 2006 年度合并净利润差异调节表

单位：元

项 目	2006 年度
净利润（原会计准则）	26,686,653.82
追溯调整项目影响合计数	275,101.75
其中：所得税费用	298,569.02
少数股东损益	-23,467.27
净利润（新会计准则）	26,961,755.57
假定全面执行新会计准则的备考信息	-
其他项目影响合计数	-
备考净利润	26,961,755.57

根据 2007 年 11 月 16 日财政部公布的《企业会计准则解释第 1 号》及相关

文件的规定，本公司对 2007 年 1 月 1 日前已经持有的对子公司长期股权投资，视同对该子公司自最初即采用成本法核算进行了追溯调整，调整减少了母公司 2006 年度投资收益 8,869,737.59 元，减少母公司 2007 年 1 月 1 日长期股权投资及股东权益 19,885,228.13 元。

六、对公司财务状况和盈利能力的未来趋势分析

近几年和未来几年影响公司财务状况和盈利能力的因素主要有几个方面，各方面因素对公司未来财务状况和盈利能力的影响如下：

（一）本公司在行业地位、经营环境方面的主要优势

1、公司的发展目标是成为国际一流的文具品牌企业

本公司自创立之日起，就一直坚持品牌理念，以自主品牌赢得市场，不断完善营销渠道和产业链，成为中国最大的办公文具（文件夹）制造商，在业内具有较高的品牌知名度。“齐心”商标被国家工商行政管理总局商标局认定为“中国驰名商标”，“COMIX 齐心”品牌连续七年被评为“中国十大文具品牌”，2007 年被中国百货商业协会和中国国际名牌协会评选为“中国最畅销文具品牌”和“中国文件夹第一品牌”。

本公司建立了高效、快捷的分销网络，在全国拥有 19 家销售分公司、30 多家办事处，在汕头、广州和宁波设有三大配送中心，全国 40 多个分销配送仓，营销网络遍布全国，营销渠道不断扁平化，配送服务及时顺畅，正逐渐成为齐心独创的“大办公”品牌集成供应商。

2、国内文具市场需求量急剧增加为本公司提供了良好的发展空间

文具是人们工作、学习和生活中必备的日用必需品。中国宏观经济经过多年持续高速增长，企事业单位对办公效率的要求越来越高，办公文化用品的需求量猛增。比如随着社会服务业竞争的不断升级，中介服务机构和大型企业中对高档文件管理用品、装订机的需求不断增加；随着国民对个人信息资料保密意识的增强，市场对碎纸机、碎光盘机等办公设备的需求急剧增加，国内文具市场需求的

不断增加为本公司的快速发展提供了良好的发展机遇。

3、营销渠道扁平化有利于公司不断提高毛利率

自 2005 年起，本公司在国内市场逐步推行市场扁平化和多元化渠道扩张，强化终端市场的营销管理和品牌建设。在公司销售渠道扁平化的策略下，与公司直接合作的专业文具店、大卖场、直营客户和二、三级城市经销商迅速增多，终端市场的销售额越来越大，这些渠道的销售额占比增加，不仅可以扩大齐心品牌产品终端陈列宣传效果，引导终端市场消费取向，而且减少了销售中间环节，提高了公司产品的销售毛利率。

(二) 对公司财务状况、盈利能力有重大影响的因素分析

1、出口退税率调整对外销产品毛利率的影响

本公司 2006 年、2007 年、2008 年、2009 年 1—6 月出口销售收入占比分别为 45.18%、43.53%、38.79%、41.92%，国家关于出口退税率的调整对外销产品毛利率具有较大影响。本公司产品适用出口退税率变动情况如下表：

产品大类	退税率（适用期间）					
	2006-1-1 至 2006-12-14	2006-12-15 至 2007-6-30	2007-7-1 至 2008-10-31	2008-11-1 至 2009-3-31	2009-4-1 至 2009-5-31	2009-6-1 至今
文件管理用品	13%	11%	5%	9%	11%	13%
桌面文具	13%	13%	5%	9%	11%	13%
办公设备	13%	13%	13%	13%	13%、14%	13%、15%

出口退税率下降对本公司会产生不利影响：即出口退税率下降 1%，不予以免抵退税率就上升 1%，公司出口产品的销售成本相应增加。在出口产品价格不变的情况下将减少出口销售毛利。

经测算，出口退税率每下降 1%，文件管理用品、办公设备、桌面文具外销销售成本分别增加 0.74%、0.69%、0.84%。以 2008 年本公司外销产品占比为权重推算，如果全部产品出口退税率下降 1%，则公司出口外销毛利率下降为 0.73%左右。

本公司为避免出口退税率下降的政策风险采取了如下应对措施：

(1) 一旦出现影响成本的重大事项包括出口退税率调整，本公司将及时与

境外客户协商调整价格。本公司与重要的长期客户通常协商约定：如有影响成本的重大事项出现时（如主要材料市场价格涨幅超过 3%至 5%时，人民币汇率变动超过 1%时，出口退税率变动超过 1%时），双方可以协商调整价格。本公司在前两次出口退税率调整后，均及时与客户协商调整了销售价格，双方都取得合理的利润。

（2）不断完善办公文具的“全产品线”，为国外客户提供“一站式”采购服务，有效节约国外客户的采购成本和提高采购的便利性，提高供应链的整体效率，有效实现供应商与采购客户的“双赢”。

（3）加强长期订单管理，控制外销订单的平均交货期，出口报价单设立有效期限（2008 年报价单正常有效期为一个月），滚动更新、每月定期检查。由于本公司外销订单平均交货周期为约 40 天（从接到客户订单到出货），在出口退税率调整时，只有极少部分未出货订单毛利率受到出口退税率调整影响。

2、原材料价格波动将影响公司的成本

本公司的主要原材料包括 PP 塑胶粒子、PVC、BOPP 薄膜等化工类原材料。2008 年，受国际油价波动影响，PP 塑料粒子（聚丙烯）价格也随之在大幅度上涨后又快速下降回落，预计未来 PP 塑料粒子（聚丙烯）价格仍将随国际原油价格波动而起伏。本公司为应对原材料价格波动采取了如下应对措施：

（1）利用公司规模优势与国内大型 PP 生产商、供应商建立较为稳定的长期合作关系，以保证货源的相对稳定。

（2）本公司与重要的长期客户通常协商约定：如有影响成本的重大事项出现时（如主要材料市场价格涨幅超过 3%至 5%时，人民币汇率变动超过 1%时，出口退税率变动超过 1%时），双方可以协商调整价格。为应对原材料价格上涨，本公司在 2007 年 3 月对经销商提价 5%，2008 年 4 月 1 日又全面调整了内销价格 3%—8%。2008 年 8 月以后，原材料价格持续下降，为让利渠道和消费者，本公司在 2008 年 11—12 月对部分 PP 文管产品打折促销。随着市场的风云变化，本公司的营销、市场策略也将跟随市场作出相应的调整。

（3）加大研发创新力度，不断推出新产品及寻找替代材料。本公司成功推

出了 PP 贴布文件夹、采用环保 PP 面料替代 PVC 面料新产品和新技术，深受市场欢迎，产品售价显著高于同类产品。随着新产品的不断推出，公司产品在市场的知名度和美誉度不断提高，产品附加值和公司抗风险能力随之提高。目前，公司正在研究开发再生塑料产品等，以减少对 PP 类原材料的使用。

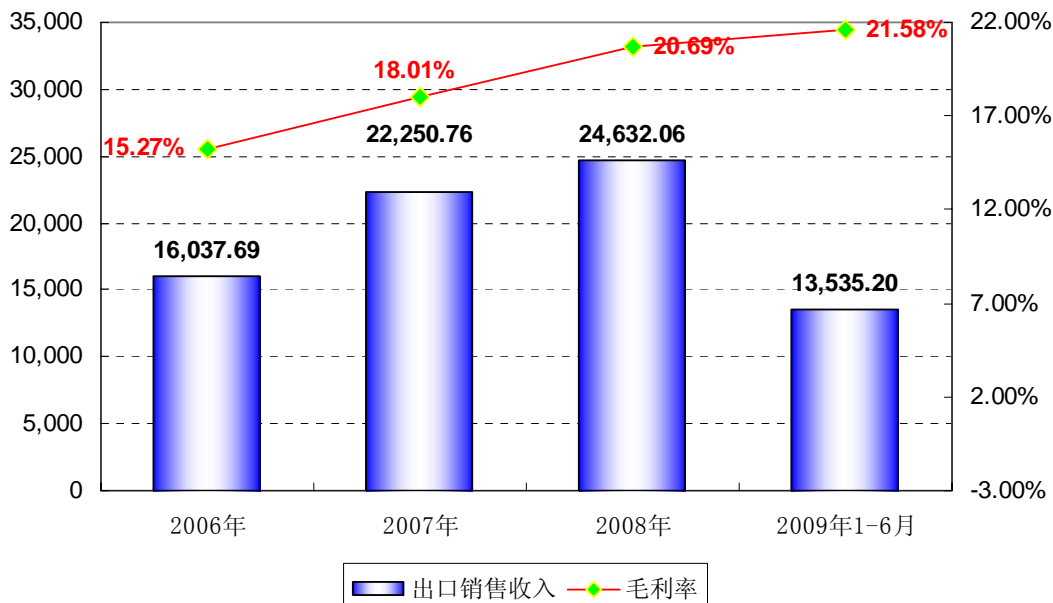
3、人民币升值对公司出口销售的影响

(1) 对出口销售收入的影响

人民币持续升值会削弱我国出口产品的竞争力，可能会导致外销订单的减少及销量下降，但本公司的产品系列化优势明显、交货能力和研发能力强、性价比高，与境外同档产品相比竞争优势明显，因此，报告期内，本公司实现了出口销售收入持续稳定增长，2006 年至 2008 年，本公司出口销售收入保持 23.93% 的复合增长率。

(2) 对出口销售利润的影响

本公司出口销售的产品分为自有品牌产品与 OEM 贴牌产品，其中 2008 年度自有品牌产品约占 46%。对于外销自有品牌产品，本公司根据不同国家或地区的市场消费特点，制定具体的价格区间；对于 OEM 贴牌产品，本公司根据 OEM 产品加工复杂程度、产品成本费用及合理目标利润，采用成本加成法定价。本公司出口销售的产品分布在欧洲、亚太、美国、日本、中东等 100 多个国家和地区，本公司的 OEM 贴牌产品客户分为国际文具品牌制造商、跨国连锁零售商、文具专业零售商三大类型客户，客户资源分散，本公司具有较强的产品、服务定价权。报告期内，本公司成功消除人民币升值对出口销售毛利率的不利影响，出口销售毛利率逐年上升，由 2006 年的 15.27% 提高到 2009 年 1—6 月的 21.58%。



为规避人民币汇率风险，本公司除了采取诸如材料应用创新、提升产品设计创新、优化产品系列结构、持续开发新产品、加速产品升级换代、优化外销客户结构、加强与国际优质客户合作、开拓国际新市场等各种手段来形成差异化优势和提高公司品牌影响力，提高公司在外销产品上的定价权外，本公司还将从以下几个方面来规避汇率风险。

(1) 根据外销订单交货期的不同，相应采用外汇当期汇率与三个月或半年远期汇率孰低原则确定折算汇率（人民币报价折算成美元报价时采用的汇率），确保公司目标毛利率在未来汇率变动时不受影响。例如：公司 2007 年 12 月份在收到客户采用美元计价和结算的订单时（当时汇率为 1 美元=7.3 元人民币），采用美元汇率 1:6.8 元测算毛利率，并据此确定订单美元销售价格。

(2) 采用贸易融资方式降低远期结汇损失。贸易融资主要产品有保理、押汇、打包贷款等。出口保理是指出口商将未到期的出口应收账款转让给银行，银行收费后提供包括买方信用担保、货款催收、销售账户管理等项服务和发票融资的综合性金融服务。本公司目前所采用的是无追索权的出口保理，即银行通过进口保理商为我公司申请保理的客核定买方信用担保额度，在此额度内转让的已核准应收账款（可以获得 90%信用担保）并在出货后将发票项下应收账款转让给银行获得发票金额 80%的货款融资。在人民币不断升值的情况下，出口保理、押汇、打包贷款等贸易融资品种与业务，能使公司外销业务提前结汇、有效的降

低本公司外销业务的远期结汇损失和国际赊销业务中应收账款回笼风险。

4、国际金融危机对公司经营环境的影响

2008年，美国次贷危机引发国际金融危机，并逐渐向实体经济蔓延，全球经济开始陷于衰退。虽然文具、办公用品作为人们办公、文化生活的必需品，刚性需求尤在，但受国际金融危机影响，全球经济不景气，出现了消费需求下降、融资困难、买家违约风险增加等现象。全球经济持续低迷和经营环境的不断恶化将对本公司的生产经营、产品销售和盈利能力产生不利影响。

本公司在2008年下半年面对原材料价格大幅波动、人工成本上涨，人民币汇率波动频繁、金融海啸来袭的复杂背景，沉着应战，化危为机，2008年实现销售收入63,498.72万元，较上年增长24.22%，其中境内销售增长34.65%，国外销售额增长10.70%，销售额增长主要来源于内销。

为应当国际金融危机，本公司将更加注重产品研发创新和加大品牌推广力度，更加关注客户细分管理和信用风险控制。在经营策略上，进一步强化国内终端市场建设，继续开拓二、三级市场，不断提高国内占有率和国内销量，内销占比从2007年的56.47%上升至2008年的61.21%；对境外销售采取关注客户的质量而不是扩张的速度，淘汰部分市场开拓能力有限、信用状况较差或利润贡献较低的境外小客户，加强与区域有影响力的国际大客户合作，开发毛利贡献高的国际性文具专业连锁店与大卖场客户，例如美国BigLots（大卖场）和MeadWestvaco（文具品牌商）、日本Fuji Grace和Dato等均有较好的销售业绩，特别是本公司于2008年新开发的国际性大卖场Muji（日本无印良品）百货店订单数量较大，2008年的销售额就一跃成为公司前5名客户。

全球金融危机不断恶化将对整个文具行业产生深刻影响，行业竞争加剧，一些没有自己品牌、研发能力和营销网络的小型文具加工企业将面临淘汰出局，行业洗牌在所难免。对本公司而言，当前的经营环境既是挑战也是机遇。虽然金融危机导致全球消费需求下降，但国际主流采购商、大型客户比过去更加注重合作伙伴的综合实力、交付能力和品牌信誉，目前已经出现一些国外客户主动将订单转移或集中到本公司的趋势，本公司的外销订单保持持续增长势头。

第十一节 业务发展目标

一、公司中长期发展目标及战略

（一）长期发展目标

本公司作为国内文件夹制造的龙头企业，根据自身能力和条件以及国内外文化用品行业的发展趋势，确定企业长期发展目标为：

1、成为一家受社会认可、推崇和尊敬的国际一流文具品牌企业，在全球办公用品价值链顶端拥有世界级品牌优势和可持续发展、可持续盈利能力的行业领导者之一；

2、成为一家能为客户提供满意的办公用品综合解决方案的世界级办公用品集成供应商，兼顾客户、员工、股东三方利益，关注环境保护与社会责任，实现企业社会价值最大化目标。

（二）中期发展目标

本公司为实现上述长期目标，确定未来三年的中期发展目标为：

1、保持公司在文件夹行业的市场领先地位，努力提升碎纸机、装订机、过塑机的市场占有率，成为中国最具影响力的办公用品集成供应商；

2、努力拓展自有品牌在国际市场的销量，成为全球重要的办公用品制造商；

3、“**COMIX** 齐心”品牌成为中国市场领先、世界范围具有重要影响的文具品牌；

4、建立世界范围内敏捷供应链和分销网络，具有全球高效配送能力；

5、建立以创新为导向的企业文化，为员工创造充分施展才华的舞台。

（三）企业发展战略

公司根据上述中长期发展目标，为实现“打造中国文具第一品牌、创中国文具世界品牌企业”这一愿景，提出公司未来发展的九大战略：

1、市场营销战略：抓住中国市场高速增长及全球文具行业格局调整的历史机遇，通过优化国内外营销体系，继续深化和巩固公司在国内市场的行业龙头地

位，并全面打入海外主要发达国家市场；

2、品牌拓展战略：加大品牌投入力度，继续加强并巩固品牌在国内市场的强势地位，逐步调整海外 OEM 业务比例，向自主品牌产品企业过渡，最终实现品牌输出，成为世界知名的文具企业；

3、产品开发战略：立足办公用品制造企业，积极发展大办公战略，并以文件夹、碎纸机、装订机、过塑机为主导的办公用品的核心业务，继续巩固公司的行业龙头地位；

4、人才开发战略：坚持以人为本，加大设计开发人才、文具专业人才、管理人才、市场营销人才的引入力度，并计划招募海外人士，完善人才结构和提高整体人员素质；

5、技术创新战略：继续运用新技术改造传统工艺，引入数字一体化、自动化等国际领先技术，对公司现有技术设备和生产工艺进行改造和升级，加强研发和工业设计投入，鼓励自主创新，强化自有知识产权保护；

6、信息技术战略：全面推进 ERP 系统应用，建立信息资源共享数据库，实现信息流、资金流、物流、人员流动高效运作和数据共享，建立客户关系管理、合同管理、信用管理、风险管理等综合 IT 信息系统，提高企业整体工作效率；

7、市场份额战略：在重点品类文件夹、碎纸机、装订机、过塑机为主导的核心业务，继续巩固和提升市场份额，在中国市场占有率达到 30%以上，在欧美、日本市场主要产品占有率达到 20%以上；

8、组织架构战略：公司将根据企业发展的不同时期，灵活调整组织架构，使组织架构保持弹性和高效，并与公司全球化经营不同阶段的具体目标互相适应，最大限度提高公司整体运营效率；

9、资本并购战略：公司在整合内部资源实现有机增长的同时，将根据竞争发展需要和市场客观情况，进行全球范围内互补性业务的并购，以巩固公司在全球范围内的竞争力，实现高速增长。

二、发行人发行当年及未来两年的发展计划

（一）主要业务经营目标

围绕上述企业目标和发展战略，公司以募集资金投资项目的顺利实施为有效手段，确定了发行当年及未来两年内的主要业务的经营目标：

1、经过三年发展，在国内市场上，公司文件管理产品市场份额继续保持第一；公司的碎纸机、装订机继续向中高档发展，成为具有广泛市场影响力的品牌办公设备产品；公司成为国内领先的以“**COMIX** 齐心”为统一品牌的桌面文具和办公设备集成供应商龙头企业。在国际市场上，公司成为国际上最主要的文件管理产品、办公设备产品OEM/ODM设备制造商之一；同时，公司自有品牌实现从区域品牌发展到国际品牌，特别是在欧美日发达国家具有一定的市场知名度和影响力。

2、进一步拓展国内、国际营销渠道，形成国内40家市级分公司营销网络，2,000家优质分销商和3万家零销终端，国外主要销售区域（北美、欧洲、日本、东南亚、中东、非洲、南美）设立海外办事处。此外，公司将积极、稳妥引进国外著名品牌授权作为中国市场独家合作伙伴，加强内销市场销量。

3、进行产品工艺的升级及改造，并加大自动化技术的应用范围，加快产品打样速度，降低生产成本，提升生产质量。

4、制定完善的公司激励与考核机制，重点引入管理人员、科研人员和市场营销人员。

5、设立企业品牌管理中心，加大品牌推广，逐步提高海外市场的自有品牌产品销售比例，争取三年内达到70%以上。

（二）产品开发计划

公司的产品开发计划围绕着高档化和多元化进行：一是完善文件夹产品系列，重点开发符合个人办公、SOHO办公、家庭办公及专业型的文件夹；二是完善碎纸机的产品系列，重点开发智能碎纸机、节能碎纸机、安全碎纸机、高保密碎纸机；三是完善装订机产品系列，重点开发智能装订机、电动装订机、多功能装订机和专业型装订机；四是完善过塑机产品系列，重点开发智能过塑机、DIY过塑机和专业型过塑机；五是开发高品质办公用品系列（桌面文具系列、个人办公系列）；六是围绕大型企业集团客户按需订制产品如产品手册、CI手册、年庆

礼品、促销礼品；七是完善其他办公设备的产品系列，重点开发考勤机、点钞机、计算器；八是完善文具系列，重点开发书写工具等消耗类文具，公司产品将更多的运用结构设计、功能创新以色彩管理等技术元素，体现更多的产品附加值。

（三）人力资源发展计划

1、本着“以人为本”的管理理念，公司十分重视管理和技术科研人才的培养和引进工作，努力为人才搭建发挥才干的平台，作到人尽其才。公司将在未来的三年内，陆续引进一批中高层管理人才和技术专家，培养一批技术和管理的骨干，使公司的人才结构更加完善和优化。

2、完善人力资源管理的激励与考核制度，坚持“能者上、平者让、庸者下”的原则，追求人力资源与企业整体单位的科学匹配。结合双向选择、公开招聘、公平竞争、量化考核、末位淘汰，不断完善企业内部的人才流动机制和动态的管理机制，促进人力资源素质、结构的优化。

3、坚持全员培训为基础、分层培训为重点，通过开展岗前培训、内部培训、选派人员外出培训等方式，加速提高人员的道德素质和业务素质，培养和造就适应公司发展需要的各类人才。

4、加强销售队伍的建设，完善激励措施，大力引入海内外市场营销人员，为公司营销网络的建设计划扩充更多新的力量。

（四）技术开发和创新计划

公司将根据实际情况逐步加大技术开发经费的投入，紧紧围绕新产品研发、进一步改善技术经济指标、提高产品质量、改善生产环境、降低成本提高效益等方面加大研究开发力度，大力采用新工艺、新技术、新材料、新设备，加快技术改造，不断提高企业的技术装备水平和生产工艺水平。

1、加大技术改造力度，提升公司技术装备水平。未来三年内，公司将集中人力、物力和财力，并充分利用本次股票发行的募集资金，加大技改投入，进行文件夹生产线的改造和碎纸机、装订机生产线的扩建，引进国外的数字化制造设备，快速提升公司整体工艺装备水平，推动企业工艺结构、产品结构的优化和整体装备水平的升级换代；同时公司还将投资引进自动化程度较高的生产流水线，

使设备的自动化水平进一步得到提升。

2、开展办公设备制造研究创新，尤其要在碎纸机、装订机、考勤机智能化技术研发和款式设计上要实现新的突破；同时，原有的产品在工艺上要进一步改进，以提高打样速度、降低成本，提升质量，新产品要加大研发力度，积极引入创新的设计理念。

（五）信息化建设计划

公司将全面加强信息化建设，不断提高公司信息化水平。继续抓好企业计算机管理网络的建设、提高应用水平，在产品开发、生产计划、物资采购、市场营销、产品质量控制、设备管理等主要环节和关键领域，积极应用企业资源计划（ERP），并以其作为平台，开发出更多有利于流程优化的管理系统，通过资源整合形成具有文具行业特色的信息管理系统。

（六）市场开发与营销网络建设计划

公司市场开发与营销网络建设计划分为国际、国内两个市场展开：

1、国内市场

（1）继续推进扁平化分销模式，在全国范围建设营销网络，覆盖全国所有省份，市级分公司达到40家以上；

（2）巩固在一类市场的行业龙头地位，积极开拓二类、三类市场，发展及培育四、五类市场，为公司未来高速增长奠定市场基础；

（3）在渠道客户方面的建设，继续巩固传统文具批发渠道、文具专卖店渠道的优势，积极拓展多元化的渠道，重点在现代零售渠道：大卖场、商超、综合超市、文具连锁专卖店、文具大卖场、目录直销商、电子商务渠道、电脑城、OA设备渠道、IT渠道、家电连锁渠道实现全面直营和覆盖，全面推进无缝营销管理模式的实施；

（4）加强地区分公司作为区域营销服务平台的功能，以客户服务满意度为导向，进一步完善运营模式，实现高效、准确、专业、及时的竞争优势。

2、海外市场

（1）在海外主要销售区域（北美、欧洲、日本、东南亚、南美、中东、非

洲)设立海外办事处,以进一步提高公司产品的国际市场占有率和自有品牌的价值;

(2)采用“农村包围城市”的策略,发展中国家全部以自有品牌开发,选择当地优秀经销商,配合办事处,强化当地渠道全面覆盖能力,在品牌推广、产品开发、信息沟通、物流配送等更贴近当地市场;在日本、欧美发达国家和市场继续巩固现有OEM大客户的基础上,重点拓展零售连锁的大客户,并有步骤选择性的以自有品牌进入目标市场。

(七)品牌推广及管理计划

1、建立品牌管理中心,完善市场调研、分析、设计、信息整理、广告监督、充分利用事件营销、促销策划、执行的职能;

2、与强势媒体和公关公司合作,体现以人为本的企业理念和企业公民责任,增加品牌的美誉度;

3、通过大众媒体如报纸、电视、网络、杂志、户外媒体广告等强势推动品牌在消费者心目中的认知度;

4、通过学习不同的促销手段如买齐心送礼品有价礼券、积分、节日优惠等有效促销方式,刺激消费者持续购买齐心品牌,建立品牌的忠诚度;

5、联合大品牌促销,如买联想笔记本电脑送齐心碎纸机等,借用大品牌的知名度提升齐心品牌的影响力;

6、进行写字楼巡回推广秀,与消费者零距离接触,体验齐心专业、高品质产品和品牌;

7、充分利用客户资源传播载体,如送货车身广告、员工衣服、购物袋、网站、目录、店面招牌、店内陈列专柜、店内灯箱等媒介,进行准客户的一对一强化传播;

8、建立齐心秘书俱乐部,定期分享高效秘书工作心得,通过该专业用户口碑宣传推广齐心品牌,以达到客户持续购买。

9、建立样品工程用户,推进办公解决方案的实施,提升齐心的专业形象,形成大型集团客户指名购买率;

10、强化终端品牌形象统一输出，以样品店为工程，充分展示齐心品牌形象、售后服务和销售体验，形成齐心品牌传播知名度的一个重要窗口。

11、通过设计各种新颖的广告宣传物料，陈列道具，海报目录，单张，吊旗，新品上市牌、地贴，协助分销商推广产品同时推动品牌的购买欲望。

12、建立阳光售后服务，800热线网上自助服务及24小时专人上门服务等完善专业及时的售后服务体系，使消费者买得放心用得舒心，从而达到品牌在消费者心中为第一指名购买产品目标。

13、在行业渠道推广方面继续保持有针对性的行业杂志、展会等形式推广品牌的专业形象，保持分销商对品牌及企业的理解的及时性和统一性。

（八）再融资计划

本公司将利用公开发行股票并上市的有利时机，走生产经营和资本经营相结合的发展道路，保持良好的经营业绩，为全体股东带来更好的回报，不断增强再融资能力。在未来三年内公司将根据自身实际情况和发展需要，利用资本市场等金融资源促进公司持续快速发展。

（九）国际化经营的规划

本公司是一家立足于中国、致力于全球化经营的企业，已经在香港设立了齐心亚洲，并在欧洲设立联络处，公司产品已经打入北美、欧洲、东南亚、中东、南美等100多个国家和地区。在未来三年里，公司将继续利用自身在产品创新、技术创新以及低成本的优势上，进一步与国际品牌商与零售商建立战略合作关系，全面打入国外主要的发达国家市场，并逐步提高自有品牌产品的销售比例，实现品牌的国际化，为推动中国文具企业的国际化作出积极的贡献。

三、发行人拟定上述计划所依据的假设条件

- 1、公司所遵循的国家现行的法律、法规、方针、政策无重大变化；
- 2、国家现行的利率、汇率、税收政策无重大变化；
- 3、公司所处行业处于正常发展状态，没有出现重大的不利的市场突变情形；
- 4、公司所在地区的社会经济环境没有重大不利变动；

- 5、公司生产经营能力不受能源、动力、原燃材料短缺等重大不利因素影响；
- 6、公司本次股票发行成功，募集资金及时到位；
- 7、无不可抗拒因素或不可预见因素对本公司造成重大不利影响。

四、发行人实施上述计划将面临的主要困难

公司虽然已先期运用部分数字化技术改造了部分生产工艺，但目前与国际一流的文具生产企业相比仍有一定的差距，其中设备因素是制约公司发展的一个重要因素。募集资金到位后，公司资本实力、业务规模的迅速扩张给公司在资金管理、生产管理、营销管理及财务控制管理等方面都提出了更高的要求。

五、发行人确保实现上述计划拟采用的方式、方法或途径

1、本次发行股票为公司实现上述业务目标提供了资金支持，公司将认真组织募集资金投资项目的实施，争取尽快投产，促进公司生产规模的扩大和设备技术水平提高，全面推进国内外营销网络建设计划，增强公司在文具行业的综合竞争力；

2、严格按照上市公司的要求规范运作，完善公司的法人治理结构，强化各项决策的科学性和透明度，促进公司的机制创新和管理升级；

3、加快对优秀人才特别是产品开发人员、高级管理人员和市场营销人员的引进，进一步提高公司的技术水平、管理水平和销售能力，确保公司业务发展目标实现；

4、逐步提高公司的知名度、品牌影响力和营销渗透力，积极拓展国内外市场，提高公司文件夹、碎纸机、装订机等产品的市场占有率。

六、上述业务发展规划与现有业务的联系

发行人主要从事以文件夹、碎纸机、装订机、过塑机为主的文化用品的生产和销售，在同行业中占有优势地位，产品有着良好的市场形象和稳定的销售渠道，具有一定实力的技术研发机构和管理队伍，生产技术不断提高，生产工艺不断改善，取得了良好的经济效益和社会效益，为公司的进一步发展创造了有利条件。

上述业务发展规划是以本公司现有业务为基础，以现有的技术、装备和销售

渠道为依托，实施产品档次的提升、产品线的延伸、技术工艺的升级以及营销渠道的拓展。上述业务若得以实现，将不仅能进一步扩大公司的规模，而且还将推进公司产品的结构优化、增加高附加值、提高公司品牌价值，全面提升公司的核心竞争能力。

第十二节 募集资金运用

随着全球经济一体化，世界文具产业的生产重心已逐步由发达国家向发展中国家转移，我国文具企业在国际竞争中，发挥了比较成本较低的优势，获得了新的发展壮大的良机，愈来愈多的中国文具企业走出国门走向世界，与发达国家的文具企业平等参与竞争，中国也正逐步由一个文具大国向文具强国迈进。

为抓住历史机遇，获得更大的发展，本公司拟通过上市募集资金，投资建设文件管理用品生产线项目、碎纸机生产线建设项目和装订机生产线建设项目以及营销网络建设项目，上述四个项目是公司现有主营业务的扩大再生产，用于扩大现有产能，为公司整体的战略发展以及本次募集资金投资项目更好的发挥效益而提供服务和支持的项目。

一、募集资金运用计划

（一）投资项目简表

2008年2月18日，公司2007年度股东大会审议通过了《关于公司首次公开发行境内上市人民币普通股（A股）股票募集资金投资项目可行性的议案》。

本次募集资金投资项目的审批情况如下：

单位：万元

序号	项目名称	项目总投资	建设资金	铺底流动资金	项目核准机关	项目核准文号
1	文件管理用品生产线项目	9,955	8,253	1,702	惠州市发展和改革委员会	惠市发改工[2008]229号
2	碎纸机生产线项目	9,735	8,330	1,405	惠州市发展和改革委员会	惠市发改工[2008]230号
3	装订机生产线项目	5,027	4,354	673	惠州市发展和改革委员会	惠市发改工[2008]231号
4	营销网络建设项目	5,000	4,388	612	深圳市发展和改革委员会	深发改[2008]680号
	合计	29,717	25,325	4,392	—	—

上述四个项目投资总额为2.97亿元，拟全部运用本次发行募集资金。若本次发行实际募集资金额与项目需要的投资总额之间仍存在资金缺口，将由公司自筹

或通过银行贷款予以解决；如有募集资金剩余，将用于补充公司日常生产经营所需的流动资金。

（二）募集资金投资项目的投入情况

截止本报告签署日，本公司已通过自筹资金方式为三个生产线建设项目购置土地。截至2008年12月31日，本公司全资子公司惠州齐心已经为本次发行募集资金投资项目先行投入购地款及土地平整费用合计2,180.69万元。

二、项目实施主体、选址及各项保障措施

（一）项目实施主体

本公司于2007年11月15日正式设立全资子公司惠州市齐心文具制造有限公司，该公司将作为本次募集资金前三个生产线建设项目的实施方。本公司在募集资金到位后，将通过向惠州齐心增资扩股的方式来实施上述项目。

营销网络项目将由本公司总部予以实施。

（二）项目选址

文件管理用品生产线项目、碎纸机生产线项目和装订机生产线项目拟选址位于惠州市博罗县罗阳镇，具体位置为广惠高速公路博罗县罗阳站出口正北面，鸿达（国际）工业制造城的B2地块，地理位置优越，规划完善，交通方便，配套设施齐全。厂区规划建筑总规模为90,380平方米，主要建筑物包括厂房、仓库、办公及生活用房。

2008年2月5日，惠州齐心与惠州市博罗县国土资源局签订了博地交（确）字[2008]第15号《博罗县土地使用权挂牌出让成交确认书》，购得位于罗阳镇三徐村委会、梅花村委会地段，面积为75,316平方米的工业用地的土地使用权；2008年2月20日，博罗县国土资源局向惠州齐心出具了博府国用（2008）第010149号土地使用权证。

（三）项目环境保护

项目生产过程采用安全环保处理设施，工业用水主要是设备冷却用水，工厂

区废水排放执行广东省《水污染物排放限值》（DB44/26—2001）（第二时段）中一级标准；废气高空排放执行广东省《大气污染物排放限值》（DB44/27—2001）（第二时段）中二级标准；噪声执行国家《工业企业厂界噪声标准》（GB123480—90）III类标准；

工厂固体废弃物管理遵照《中华人民共和国固体废弃物污染环境防治法》有关规定执行，生产下脚料无危害废料，PP边料通过粉碎、再造粒，循环使用，不会造成固体垃圾，纸板的边角料通过分级，可进行回收卖给当地回收站后再造纸循环使用；污水处理装置中的污泥由环卫部门定期清运。

文件管理用品生产线项目已经惠州市环境保护局于2008年3月28日出具的惠市环建[2008]J051号《关于惠州市齐心文具制造有限公司文件管理用品生产线项目环境影响报告表的批复》同意。

碎纸机生产线项目已经惠州市环境保护局于2008年3月28日出具的惠市环建[2008]J052号《关于惠州市齐心文具制造有限公司碎纸机生产线项目环境影响报告表的批复》同意。

装订机生产线项目已经惠州市环境保护局于2008年3月28日出具的惠市环建[2008]J053号《关于惠州市齐心文具制造有限公司装订机生产线项目环境影响报告表的批复》同意。

（四）项目保障措施

为切实保障本项目顺利实施，公司在技术、市场、人员方面进行了充分准备：

1、技术准备方面

（1）文件管理用品项目

公司针对国内外文件管理产品市场的需求特点，将文件管理用品项目定位于生产中高档的文件管理产品。公司多年来一直大力投入资金进行文件管理用品的研发，广泛采用新材料、新技术，并申请多项文件夹外观设计专利，为本项目进行技术和专利储备，从以下几个方面进行了充足的技术准备：品质高档化、设计个性化、功能多样化、材质环保化、色彩多样化，四个方面的技术准备情况见本节第三部分“文件管理用品生产线建设项目”。

（2）碎纸机项目

公司拟将已经申请发明及实用新型专利的“具有空气清新功能的碎纸机”、“分离式垂直传动碎纸机”、“同轴线单列式传动碎纸机”、“双轴并列式传动碎纸机”（专利号：200520066531.7）以及“24小时连续工作的智能型碎纸机”和“环保节能型碎纸机”投入碎纸机项目并实现批量生产，大规模推向海内外市场，满足消费者的最新需求。

（3）装订机项目

公司拟将已经申请发明及实用新型专利的“平拉环机构的胶圈装订机”、“电动二合一双驱结构的多功能装订机”、“电动二合一单驱结构的铁圈装订机”（专利号：200620157869.8）投入装订机项目并实现批量生产，大规模推向海内外市场，满足消费者的最新需求。

公司在碎纸机和装订机等办公设备产品的技术研发方面实行“销售一代、储备一代、开发一代”的研发策略，正在研发中准备申请专利的亦有很多。另外，在办公设备产品的工业设计方面，公司引领行业潮流，不断加大投入，全部碎纸机、装订机产品均为公司自行设计并拥有外观专利。

2、市场准备方面

面对快速增长的国内外文化用品和办公设备市场，公司在市场调研方面提前进行了部署和大量投入，根据消费者需求的不同特点，研制了一大批适销对路、富有时尚特点的“重磅产品”和“致胜武器”——例如深受年轻消费者喜爱的欢颜色系、焰彩色系、炫彩色系文件管理产品；拥有全球第一款带USB口的桌面型碎纸机、中国第一款带翻盖保护设计的碎纸机、中国第一款分离式机芯和IT机箱外观的碎纸机、中国第一款带提手孔位设计的装订机等等。这些产品都将投入本次募投项目中进行大批量生产。

公司在大量调研“商务办公消费市场”的基础上，还对“家庭消费市场”和“个人SOHO消费市场”进行了针对性的产品开发和营销准备。拥有13亿人口的中国市场是公司发展潜在消费者的根据地和坚实基础。“立足中国、拓展全球”是公司在全球营销战略布局中的经营思路。公司拟投入5,000万元的资金建立国

内外营销网络，将产品销往世界各地。

除了在产品研发设计和营销网络方面的市场准备外，公司还积极参与行业协会关于文件夹、碎纸机、装订机等产品行业标准的制定，引领行业向规范化、自主知识产权化、国际化方向发展。

3、人员准备方面

公司为三个项目做好了充分的人员准备，储备了一批文件管理和办公设备产品方面的研发、设计、营销方面的专业技术人才。公司拟从以下三个方面做好项目的人才准备：

(1) 在生产工人方面，珠三角地区拥有人数众多、经验丰富的制造工人群体，公司拟通过具有竞争力的薪酬福利制度和良好的企业文化将吸引更多更好的训练有素的制造工人，预计三个项目将招收1,000多名生产工人，在经过公司规范化的上岗培训后进入工作岗位。

(2) 在研发、生产管理方面，公司已经拥有一支经验丰富的文件管理用品和办公设备产品研发团队和一支训练有素的生产管理团队，而且，两个团队的规模会随着公司的扩张而不断加强，预计三个项目的研发及生产管理团队将超过250人。

(3) 在市场销售方面，公司拥有一支专业的营销队伍和一张初具规模的营销网络。随着公司“大办公”战略的实施及渠道扁平化策略的推进，这一队伍将不断壮大，营销网络也将不断升级。

(五) 项目实施进度安排

除营销网络项目外，文件管理用品生产线项目、碎纸机生产线项目和装订机生产线项目三个生产型项目均由惠州齐心组织实施，三个项目同时开始实施，项目建设期均为一年，具体进度安排如下图所示：

附图：三个生产型项目实施进度设计安排

阶段	序号	内容	第一年												第二年											
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
建设阶段	1	方案和施工图设计	■	■																						
	2	土建施工及二次装修			■	■	■	■	■	■	■	■														
	3	设备订购及安装						■	■	■	■	■														
	4	设备调试									■	■	■													
	5	人员培训									■	■	■													
	6	组织验收											■	■												
运营阶段	7	试生产												■	■	■	■	■	■							
	8	正式投产																		■	■	■	■	■		

本公司将按照募集资金实际到位情况，合理安排三个项目的实施进度。营销网络建设项目的实施进度详见本节第六部分“营销网络建设项目”。

三、文件管理用品生产线建设项目

(一) 市场前景及产能分析

1、市场前景及市场容量

文具行业作为人们日常文化生活中不可或缺的消费品行业，近年来随着人们物质文化水平的不断提高，获得了快速发展。目前国内的文具市场的需求总量已经突破1,000亿元，近年来更以20%以上的速度增长；国际文具市场目前的总量约900亿美元（根据Datamonitor公司数据计算），年均增长速度在4%以上。

由于国外发达国家的文具产业的生产重心已逐步向中国等发展中国家转移，近年来国内文具市场的竞争日益体现了“国内竞争国际化，国际竞争国内化”趋势。在国内市场上，由于中国文具市场的发展潜力，吸引了大量的外商投资，目前国内文具生产企业主要是由民营企业 and 三资企业构成；在国际市场上，国内文具企业大多纷纷扩大出口争取更多的市场机会。然而，国内文具企业发展的整体水平并不高，形成大量低端企业和少量高端企业并存的竞争格局。根据国家统计局数据统计，目前我国规模以上的文具企业有724家，而其中销售收入上亿元的仅有10多家，而在国际上，已有多家文具企业成为世界五百强，如Staples、Office

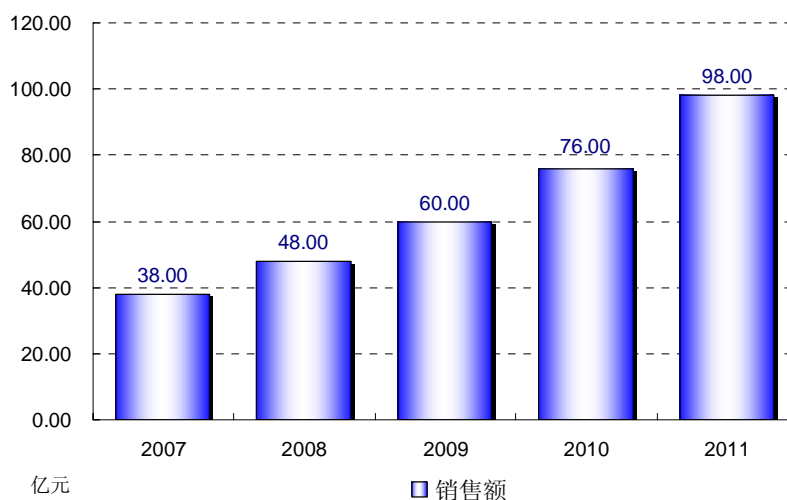
Depot和Office Max等，与国外企业相比，中国文具企业的差距还很大。因此“抓住机遇，迅速做大做强”已成为中国文具企业未来发展的历史使命。（有关本行业的国内、国外市场和竞争的具体情况，请参见“第五节 业务与技术”之“二、发行人所处行业基本情况”和“四、发行人的竞争地位”的相关内容。）

文件管理用品作为文具的一个重要组成类别，关系到人们日常学习和生活，市场需求大且持续购买力强，在近年来的发展中，产品呈现出新的市场需求趋势：一方面，体现在对高档化高品质的需求方面。这主要是因为伴随着经济的发展以及人们生活水平的提高，部分消费者已经不再仅仅满足于产品的核心功能，而更加看重产品的附加功能和价值。比如文件管理用品外观设计的时尚感、色彩多样化要求；对设计的多功能性要求；对文件管理用品的环保、制造精美度要求等等。另一方面，体现在个性化的要求方面。随着消费者需求越来越趋向多元化，文件管理用品的创新越来越重要，新材料、新工艺、新颜色、新设计等各种创新受到消费者更多的喜爱。

文件管理用品的主要消费群体为企事业单位的办公人员。根据国家工商行政总局、劳动和社会就业保障部的统计数据，2007年6月底，全国城镇就业人员约为28,310万人，企业办公人员约占城镇就业人员的20%左右，约5,600万人；我国财政供养人员（主要为公务人员和事业单位工作人员）占总人口比例约为1:26，约5,000万人（摘自《中国居民评价政府及政府公共服务报告》），即我国目前约有1.06亿人的办公工作者，这些人员主要为公务人员和企事业单位工作人员，随着经济发展水平的提高，这些消费者的人均文件管理用品消费量将逐年上升。

根据《环球文仪报》的不完全统计，2007年，国内市场对文件管理用品的需求容量约38亿元，其中中高档定位产品的容量约10亿元。根据《环球文仪报》的预测，未来4年，预计文件管理用品的年均增长率将超过27%，我国文件管理用品的市场需求预测如下：

附图：2007—2011年我国文件管理用品市场容量增长示意图



数据来源：《环球文仪报》

2、同业竞争情况

本公司是我国文件管理用品（表格中简称“文管产品”）的龙头制造企业。经中国文教体育用品协会评定，本公司的文件夹的设计开发能力处于行业领先水平，2006—2008年度文件夹的市场占有率约10%，其中中高档文件夹市场占有率约30%，居行业第一名。

附表：国内主要的文件管理用品生产企业一览表

品牌	生产企业	主要产品	市场定位
齐心	深圳市齐心文具股份有限公司	PP 文管产品，办公文具，办公设备	中高端市场占有绝对领先地位，部分市场主流产品有中档偏低产品介入，全国全渠道分销
金得利	广东华隆文具有限公司	PP 文管产品中薄板类，个性化 PP 文件夹、资料册	产品定位为中档，主要销售点在批发渠道，产品集中在二、三级市场
佳太子	广东佳太子文具实业有限公司	PP 文管产品	产品覆盖部分二、三级城市
瑞教	浙江瑞教文具实业有限公司	PP 文管产品	产品主要覆盖宁波,上海,广州,青岛等地
树德	汕头市树德文具实业有限公司	PP 文管产品	产品以外销为主

3、产能分析

近几年，本公司不断引入国外先进设备以扩充产能，使得公司的文件管理用

品产量由2006年的9,680万个提高到了2008年的11,235万个,并且产品质量也得到了大大提高,为公司整体销售能力奠定了良好的基础。近年来,随着销售订单的不断增大,公司文件管理用品生产设备等关键设备一直保持满负荷运转。

本项目建成达产后,公司的文件管理用品年生产能力可达18,180万个,产能增加73.04%,较大幅度地提高了公司的产能。

附表:文件管理用品项目达产后产能产量一览表

品种		2008年产能(万个)	募投计划		项目达产后总产能(万个)
			产量(万个)	增幅	
1	文件套及文件袋系列	4,450.00	3,000.00	67.42%	7,000.00
2	文件整理夹系列	1,700.00	1,200.00	70.59%	2,800.00
3	报告夹系列	1,200.00	400.00	33.33%	1,400.00
4	资料管理册系列	1,140.00	900.00	78.95%	1,900.00
5	文件管理夹系列	1,040.00	900.00	86.54%	1,800.00
6	档案盒系列	560.00	400.00	71.43%	900.00
7	风琴包事务包系列	350.00	280.00	80.00%	580.00
8	名片册系列	180.00	300.00	166.67%	470.00
9	文件管理其他产品	580.00	800.00	137.93%	1,330.00
小计		11,200.00	8,180.00	73.04%	18,180.00

本项目建成达产后,公司的产能将有较大幅度增长。本公司将充分利用现有营销网络和合作客户资源消化新增产能,新增产能消化具体举措详见本节“七、募集资金投资项目新增产能消化具体举措”。

(二) 项目投资具体安排

1、投资概算

本项目总投资为9,955.00万元,其中:建设资金8,253.00万元,铺底流动资金1,702.00万元。

2、产品的质量标准和技术水平

(1) 质量标准

本公司受中国文教体育用品协会委托,作为起草单位,起草了文件夹的工艺标准,已于2005年底通过了专家小组评审,该标准规定了文件夹的产品分类、要求、试验方法、检验规则和标志、包装、运输、贮存等多项内容,成为中国文教体育用品协会的文件夹行业标准,适用于各类文件夹产品。

本项目生产的文件管理产品，将严格遵守国家质量标准与行业质量标准。

（2）技术水平

本次项目将引进国外的数字化制造设备和自动化程度较高的生产流水线，有效提升整体工艺装备水平，推动企业工艺结构、产品结构的优化和整体装备水平的升级换代，使设备的自动化水平进一步得到提升，建成后将达到国内一流的生产技术水平。

公司通过本项目实现扩大在生产，主要针对国内外文件管理产品市场的新的需求特点，重点发展中高档次产品。产品的高档次主要体现在：品质高档化、设计个性化、功能多样化、材质环保化、色彩多样化等方面。

①在品质高档化方面，在产品厚度和原料选择上面都采用行业最高标准，品质要求精益求精，注重细节的配件和工艺，充分体现产品的高品质和高品味。

②在设计个性化方面，在原有的传统商务办公系列产品基础上，侧重强化时尚个人办公产品以及家庭生活用文件管理用品的设计开发。采用柯式印刷机使印刷的精度大大提升，能够更多的表现设计图案，更好的满足消费者对于不同设计风格的追求。消费者对于图案的创新也越来越接受，文件夹的图案设计从广告纸、背条逐渐延展到板片上，而且有越做越大的趋势，整个板片都是印刷图案的文件夹也比较常见。

③在产品功能多样化方面，充分考虑到不同企业不同的文件管理方法和系统的需求，比如夹具，多数企业要求比较简单的管理夹，目前使用较多的是快劳夹，但越来越多的用户希望有更多创新产品，夹具创新的方向更多地体现在更加人性化方面，例如本公司刚刚推出的创新型夹具的运用，轻轻一按就可打开夹具，非常方便消费者使用，而且对使用者更安全。从功能多元化方面还有不同孔的夹具、不同方式打开的夹具、有锁可以保证使用更安全的夹具等创新应用。

④在材质环保化方面，公司不断研发具有环保特性的材质应用，同时加大PP原料在不同产品上的应用。发泡PP的使用就是一种行业的创新，使产品的重量更轻，更易于回收。PP封面的文件管理夹也是公司创新技术产品，使用PP封面代替PVC，产品全面环保。纸制品文件夹也越来越受到消费者的喜爱，纸制文

件夹目前日韩企业用的较多，随着全球化进程推进，国内市场容量将越来越大。

⑤在颜色多样化方面，消费者的需求越来越广泛，几年前市场上文件夹主要还是蓝色和黑色为主，现在公司对各种色系的运用越来越丰富，以满足消费者的不同偏好和需求。本公司推出的轻便夹就有欧丽色系、明丽色系、欢颜色系、焰彩色系、炫彩色系等多种色系。

3、原材料供应

（1）原材料构成及来源

本项目所需原材料主要是聚丙烯（塑料PP粒子）、BOPP薄膜、PVC胶布、五金夹具等，上述化工原材料可在中海壳牌、中石化、中石油、汕头华达茂采购，货源充足，五金夹具可在东莞汇丰、厦门胜达隆等厂家采购。

（2）原材料供应情况

本项目所需要的主要原材料货源充足，本公司有长期稳定的供货渠道，并对供货商保持良好的商业信用，具有较强的议价能力。

（3）原材料来源与运输方式

本项目产品的大部分零部件和原材料为国内采购。市场供应充足，不存在紧缺情况。

本项目原材料的采购严格按照ISO9002标准要求操作。对物料的供应，始终本着择优选、价廉物美的原则，以便不断提高产品品质及降低成本。本项目原材料运输方式主要为公路运输。

4、能源供应情况

（1）能源供应

本项目生产过程不需要燃气、燃料，只需电力供应和生活用水供应。

（2）供应来源与运输方式

本项目生产、生活所需的水、电、道路等配套设施由惠州市博罗县罗阳镇统一规划的市政基础设施供给，能够满足本项目的需要。

5、项目竣工时间、达产情况

本项目建设期为1年，试投产半年后即可全面达产。项目达产后可年产中、高档文件夹8,180万个。

6、项目效益分析

经测算，项目达产后正常年份销售收入为20,981.60万元（不含增值税），税后利润2,762.82万元；所得税前财务内部收益率32.57%，财务净现值（折现率为15%）为5,611.99万元，所得税前投资回收期（含1年建设期）为4.25年；达产期为2年，达产年盈亏平衡点为46.19%，各项财务指标见下表：

附表：文件管理项目各项测算财务指标

指 标	说明	计算值	备注
项目财务内部收益率（所得税前）		32.57%	>基准收益率 15%
项目财务内部收益率（所得税后）		24.08%	>基准收益率 15%
资本金财务内部收益率（所得税后）		28.53%	
财务净现值（所得税前）	折现率 15%	5,611.99 万元	>0
财务净现值（所得税后）	折现率 15%	2,927.53 万元	>0
投资回收期（所得税前）	含建设期	4.25 年	
投资回收期（所得税后）	含建设期	5.03 年	
总投资收益率		42.97%	
项目资本金净收益率		39.99%	
盈亏平衡点（达产年）		46.19%	

可以看出，本项目投资内部收益率高于必要收益率，投资回收期较短，项目的盈利能力较强，资本可获得良好的收益。

四、碎纸机生产线建设项目

（一）市场前景及产能分析

1、市场前景和市场容量

碎纸机是采用机电一体化技术，通过办公自动化实现人们对废弃文件信息（包括纸质文件、银行卡、光盘、磁盘等信息存储介质）的保密处理的高科技产品。碎纸机按产品针对的消费群体不同可分为桌面型、个人型、商务办公型以及专业处理型，其主要性能技术参数包括保密效果、碎纸能力、碎纸速度、连续工作时间、纸屑桶容量、噪声、功率等。安全性、保密性、环保性及自动化是它的主要特点，碎纸机因与现代快节奏生活和信息时代特色密切相关，市场前景广阔。

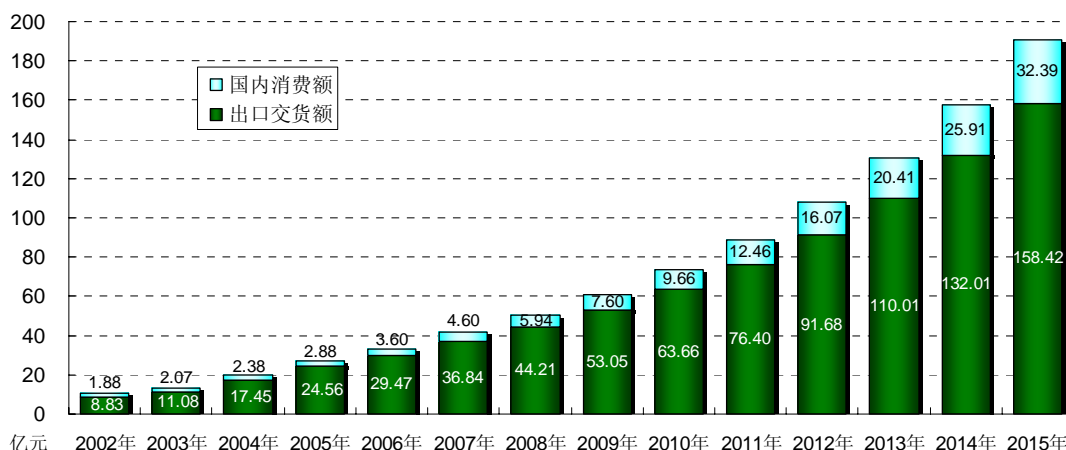
根据美国信息产业调查数据显示，2006年，美国碎纸机市场需求超过3,000

万台，全球碎纸机市场容量已经超过 30 亿美元。从全球碎纸机发展趋势可以看到，随着电子商务的发展进入到各企事业单位的办公室、家庭或个人用户，以及随着人们办公生活水平的提高以及对个人信息安全保密处理的需求，碎纸机被越来越多的政府机关、企事业单位以及个人 SOHO 消费群体的接受认可，全球碎纸机市场发展将呈现加速趋势，年均增长速度将超过 20%，而中国市场则处于快速发展期。

根据国家统计局 2005 年 12 月 6 日公布的《第一次全国经济普查主要数据公报（第一号）》数据，2004 年末，我国已有法人单位 516.9 万个，个体工商户 3,921.6 万个，这些机构和个体工商户构成碎纸机庞大的消费群体。一些规模较大的政府部门、企事业单位则出于信息保密和安全管理需要，逐步出现按部门、科室配备碎纸机的趋势。随着互联网的逐步普及，家庭型、个人 SOHO 型的碎纸机也将进入普通家庭。从远景分析，未来十年，我国碎纸机市场容量将超过美国。

根据国家统计局的统计数据，中国已成为碎纸机世界生产大国，目前国内生产的碎纸机 85%以上供出口，2006 年出口额超过 4 亿美元，年平均增长速度超过 35%。2007 年，国内碎纸机销量预计将超过 175 万台。未来碎纸机市场规模预测情况如下：

附图：2002—2015 年我国碎纸机市场规模统计及预测



(数据来源：根据轻工业年鉴数据分析整理)

2、市场竞争

我国生产的碎纸机主要出口国外，因此，多数中小规模制造商都是为国外大客户 OEM/ODM，自主品牌产品较少。目前，除 OEM/ODM 订单生产外，国内市场份额正在向主要的几大品牌集中，本公司在行业内的主要竞争对手为广州市阳光科密电子科技有限公司、上海三木实业有限公司等几家公司。与竞争对手相比，本公司的优势在于：综合的产品系列化优势、性价比优势、品牌优势及分销渠道网络优势，能在较快的时间内通过全国销售网络将全系列产品展示在零售终端卖场。

根据环咨HZRESEARCH研究报告，碎纸机的市场竞争情况如下：

附表：国内主要碎纸机生产厂商

序号	主要生产厂商	市场定位
1	广州市阳光科密电子科技有限公司	碎纸机市场份额排名第一，是本公司最主要的全产品系列竞争对手。
2	齐心文具股份有限公司	在研发设计、综合产品性价比、品牌推广以及文具分销渠道方面拥有比较竞争优势。
3	上海三木实业有限公司	本公司主要竞争对手之一，品类不多。
4	宁波得力文具有限公司	碎纸机处于起步期，规模较小。

3、本公司的产品特色

本公司碎纸机项目主要面向个人 SOHO 及商务办公市场。根据本公司对市场消费群体的细分，碎纸机可以分为：

(1) 桌面型：即个人桌面办公系列，帮助用户在个人办公桌面实现个人私密文件、信件、银行账单及图片等纸质或光盘信息存储物品的保密处理。

(2) 家庭型：即家庭办公系列，帮助用户在家庭及书房实现个人私密文件、信件、银行账单、家庭水电费等各类单据以及图片等纸质或光盘信息存储物品的保密处理。

(3) 个人 SOHO 型：即个人及 SOHO 一族办公系列，帮助用户在个人工作室或会计事物所、法律事物所以及小型 Office 实现个人文件、公司文件、各类财务报表、法律案宗以及相关图片等纸质或光盘信息存储物品的保密处理。

(4) 商务办公型：即企事业单位的 Office 办公系列，帮助用户在行政文控

中心或各职能部门实现公司各类绝密、机密或一般性保密文件的高效处理。

(5) 专业型：即大型粉碎处理中心系列，帮助专业用户在公司或工厂集中处理大型的、复杂的需长时间粉碎的所有废弃文件。

4、产能分析

近几年，本公司不断加大碎纸机的产、销量，碎纸机产量由2006年的10.10万台提高到2008年的18.00万台，产品性能不断提高，为公司进一步扩大生产规模奠定了良好的基础。本项目建成达产后，公司的碎纸机年生产能力将达到61.45万台，较现有产能增长255.34%。

附表：碎纸机项目达产后产能产量一览表

	品种	2008年产能 (万台)	募投计划		项目达产后总 产能(万台)
			产量(万台)	增幅	
1	桌面型碎纸机	0.50	3.10	620.00%	3.48
2	家庭型碎纸机	1.05	4.50	428.57%	5.43
3	个人 SOHO 型碎纸机	1.60	5.40	337.50%	6.78
4	商务办公型碎纸机	12.85	32.00	249.03%	43.51
5	专业型碎纸机	1.80	0.45	25.00%	2.25
	小计	17.80	45.45	255.34%	61.45

本项目建成达产后，公司的碎纸机产能将在现有产能基础上大幅度增长。本公司将充分利用现有营销网络和合作客户资源消化新增产能，新增产能消化具体举措详见本节“七、募集资金投资项目新增产能消化具体举措”。

(二) 项目投资具体安排

1、投资概算

本项目的投入总资金为9,735.00万元，其中：建设投资为8,330.00万元，铺底流动资金1,405.00万元，临时流动资金缺口自筹解决。

2、产品的质量标准和技术水平

(1) 质量标准

本公司碎纸机项目生产各类碎纸机，将严格遵守中国文化办公设备协会制定的行业质量标准和国家质量标准。本公司出口的碎纸机，将严格遵守国际质量标准 and 规范。

（2）技术水平

本项目拟采用机电一体化技术作为本项目的核心技术。采用机电一体化技术的碎纸机具有以下特点：

①安全性

其安全性表现在两个方面：一是在粉碎纸质文件或光盘等情报时所发挥的安全性；二是碎纸机本身具有的安全性，例如过热自动保护技术、安全触停技术、自动延时关机技术等；不仅能实现文件保密处理的安全效果，而且能实现在使用过程中对用户及机器的安全保护效果。

②保密性

通过对刀组件及刀片技术的处理，使之满足用户对个人私密信件、公司内部文件、图片及DVD光盘等不同程度的保密处理。信息情报按保密等级可分为“绝密级”、“机密级”、“保密级”、“一般内部级”和“公开传阅级”，其对应的碎纸机刀片处理效果分为“五级”、“四级”、“三级”、“二级”和“一级”。

③环保性

其环保性表现在两个方面：一方面使用材料的环保，例如采用可降解环保材料，避免环境污染；另一方面是用户在使用过程中会体验到宁静和谐的“静音”工作状态，即将机器振动所产生的噪声控制到最小，避免“噪声污染”。

④自动化

齐心碎纸机采用的碎纸机均为“光电感应”式自动进纸技术、过热自动保护技术和过载自动退纸技术，让用户在办公使用过程中更加高效快捷完成工作。

⑤智能化

齐心碎纸机采用的智能化技术包括“空气清新功能”、“24小时超长时间连续工作”、“人体接触安全停机功能”以及“自动延时关机功能”，让用户体验智能化带来的高效、方便和快捷。

3、原材料供应情况

（1）原材料构成及来源

本项目所需原材料主要是齿轮、刀轴、塑胶原料、马达、PCB组件、刀轴等。

主要原材料构成及来源详见下表。

附表：主要原材料构成及来源

序号	主要原材料	产地	主要供应商
1	齿轮	广州、深圳	广州有色院、大洋五金
2	刀轴	深圳	豫捷
3	塑胶原料	台湾	天卓、合胜发、宜展、金圣发
4	马达	深圳、浙江	奥立斯特、新力、昌荣、卓越
5	启动电容	东莞	众多电子生产厂家
6	PCB 组件	深圳	新美格、世超
7	红外线感应器	深圳	新美格、世超
8	触发电晶体	深圳	新美格、世超
9	电源线	深圳	奥盟、鸿运

(2) 原材料价格变动

本项目所需要的原材料货源充足，本公司有长期稳定的供货渠道，并对供货商保持良好的商业信用，具有较强的议价能力。

(3) 原材料来源与运输方式

本项目产品的大部分零部件和原材料为国内采购。市场供应充足，不存在紧缺情况。

本项目原材料的采购严格按照ISO9002标准要求操作。对物料的供应，始终本着择优选、价廉物美的原则，不断提高产品品质及降低成本。本项目原材料运输方式主要为公路运输。

4、动力供应

(1) 动力供应

本项目生产过程不需要燃气、燃料，只需电力供应和生活用水供应。

(2) 供应来源与运输方式

本项目生产、生活所需的水、电、道路等配套设施由罗阳镇统一规划的市政基础设施供给，能够满足本项目的需要。

5、项目竣工时间、达产情况

本项目建设期为1年，试投产半年后即可全面达产。项目达产后可年产各类碎纸机45.45万台。

6、效益分析

项目达产后正常年份销售收入为17,936万元（不含增值税），税后利润2,624.95万元；所得税前财务内部收益率33.60%，财务净现值（折现率为15%）为5,531.35万元，所得税前投资回收期（含1年建设期）为4.04年；达产期为1年，达产年盈亏平衡点为40.67%。各项财务指标见下表：

附表：碎纸机项目各项测算财务指标

指 标	说 明	计 算 值	备 注
项目财务内部收益率（所得税前）		33.60%	>基准收益率 15%
项目财务内部收益率（所得税后）		24.98%	>基准收益率 15%
资本金财务内部收益率（所得税后）		29.00%	
财务净现值（所得税前）	折现率 15%	5,531.35 万元	>0
财务净现值（所得税后）	折现率 15%	2,980.85 万元	>0
投资回收期（所得税前）	含建设期	4.04 年	
投资回收期（所得税后）	含建设期	4.82 年	
总投资收益率		40.98%	
项目资本金净收益率		38.47%	
盈亏平衡点（达产年）		40.67%	

可以看出，本项目投资内部收益率高于必要收益率，投资回收期较短，项目的盈利能力较强，资本可获得良好的收益。

五、装订机生产线建设项目

（一）市场前景及产能分析

1、市场前景及市场容量

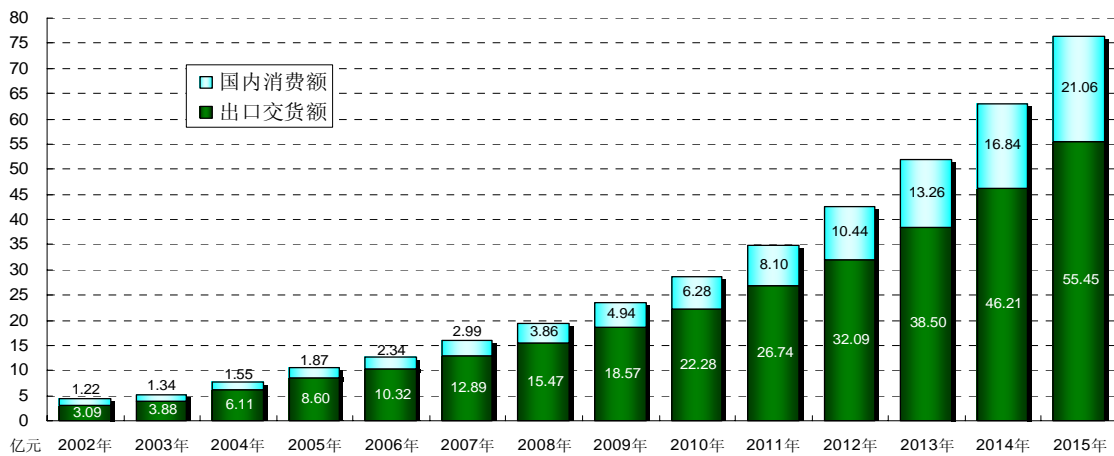
装订机是采用机械力学结构原理，通过办公自动化实现人们对各类办公文件的装订处理需求的印后设备产品。装订机按装订方式不同可分为胶圈装订机、铁圈装订机和热熔装订机，其主要性能技术参数包括打纸能力、装订能力、可抽刀数量、孔数、孔间距、调边距等。实用性、快捷性、美观性、高效性是它的主要特点。

随着办公文印系统对文件装订标准的规范化要求，以及各种法律案宗、测试报告、评审报告、招投标资料等装订需求的增加，我国装订机市场增长趋势更加

明显。目前，随着经济活动的繁荣，办公消费也出现升级趋势，越来越多的企事业单位和机构产生了多样化的文档装订整理需求，例如：政府机构办事人员的文档整理和装帧；企事业单位的财务部门的账务凭证处理；银行、保险、证券等金融机构的业务部门的文件整理；工业、建筑企业的标书制作；社会中介服务部门的推介材料制作；印刷出版企业、教育部门的文档制作整理等等，装订机正在逐步成为企事业单位各部门和办事人员必不可少的日常办公用品。随着企业对于企业形象管理、办公环境建设、文件管理效率、5S 管理等各项管理要求的进一步深入，以及办公人员对于舒适办公、快乐高效的工作环境的不懈追求，未来十年，我国装订机市场将持续处于高速增长阶段。

根据国家统计局资料和轻工业年鉴数据分析，2006 年，我国累计生产装订机约 1,250 万台，其中 81%以上供出口，创汇约 1.3 亿美元，国内销量 230 万台，年增幅超过 30%。根据 HZRESEARCH 咨询机构对我国主要的几家生产装订机企业的分析和对整个市场的调研，预计 2015 年我国装订机市场规模如下：

附图：2002—2015 年我国装订机市场规模统计及预测



(数据来源：根据轻工业年鉴数据分析整理)

根据华伦咨询对全球装订机市场的不完全统计信息，全球装订机市场容量已经超过 15 亿美元。全球装订机消费市场排在前三位的依次是美国、欧洲、日本。其中，美国为全球装订机最大消费市场，市场容量超过 6 亿美元；其次是欧洲市场，市场容量超过 4 亿美金；再次是日本，市场容量超过 2 亿美元。随着欧美、日本等发达国家在个人文化用品消费品领域需求的不断扩大，家庭型、个人 SOHO 型装订机将越来越多的走进家庭，全球装订机市场正在保持高速增长。

我国目前已是全球装订机的 OEM/ODM 生产制造中心，最近五年，我国装订机出口量持续保持 35%以上增幅，按此速度推算，未来十年，预计全球市场上销售的装订机 80%以上将由我国生产，国际市场空间巨大。

2、竞争状况

本公司在装订机行业内的主要竞争对手为广州市阳光科密电子科技有限公司和深圳千页百汇办公设备有限公司等。与竞争对手相比，本公司优势在于：综合的产品系列化优势、性价比优势、品牌优势及分销渠道网络优势，能在较快的时间内通过全国销售网络将全系列产品展示在零售终端卖场。

根据环咨HZRESEARCH研究报告，装订机的市场竞争情况如下：

附表：国内主要装订机生产厂商

序号	主要生产厂商	市场定位
1	广州市阳光科密电子科技有限公司	办公设备类产品系列综合占有率方面排名第一，装订机市场份额排名第一。
2	齐心文具股份有限公司	在品牌宣传及产品性价比、销售网络和品牌方面拥有比较优势。
3	深圳千页百汇办公设备有限公司	区域品牌，规模较小，以贴牌加工制造为主。
4	杭州富阳豪普机械制造有限公司	区域品牌，规模较小，产品大部分供出口。

3、本公司的产品特色

本公司装订机项目主要面向商务办公市场，根据本公司对消费者市场的细分，装订机可分为：

(1) 家庭型：即家庭办公系列，帮助用户在家庭办公或个人工作室实现个人简历、个人收集的资料（如表格、剪报、标本、图片等）以及贺卡、台历等文件及图片的分类装订。

(2) 商务办公型：即企事业单位的 Office 办公系列，帮助用户在办公室实现公司文件（包括招投标文件、会议报告文件、培训文件、测试及评审文件等）和相关图片资料的高效整理装订成册，既标准规范，又美观实用。

(3) 专业型：即快速图文处理中心系列，帮助用户在专业的图文处理中心实现专业级的大量文件快速装订需求，包括铁圈装订和电动、多功能装订系列。

4、项目的产能分析

本公司的装订机产量由2006年的6.94万台提高到了2008年的31.75万台，并且产品质量也得到了大大提高，为公司整体销售能力奠定了良好的基础。近年来，随着销售订单的不断增大，公司装订机生产设备等关键设备基本保持满负荷运转。本项目建成达产后，公司的装订机年生产能力可达92.19万台，较现有产能增加199.05%。

附表：装订机项目达产后产能产量一览表

品种	2008年产能（万台）	募投计划		项目达产后总产能（万台）
		产量（万台）	增幅	
1 家庭型装订机	4.35	9.50	218.39%	12.01
2 商务办公型装订机	22.50	50.00	222.22%	72.33
3 专业型装订机	4.65	3.20	68.82%	7.85
小计	31.50	62.70	199.05%	92.19

（二）项目投资具体安排

1、投资概算

本项目投入总资金为5,027.00万元，其中：建设投资为4,354.00万元，铺底流动资金673.00万元。临时流动资金缺口将通过银行贷款予以解决。

2、产品的质量标准和技术水平

（1）质量标准

本公司装订机项目生产各类装订机，将严格遵守中国文化办公设备协会制定的行业质量标准和国家质量标准。本公司出口的装订机，将严格遵守国际质量标准 and 规范。

（2）技术水平

本项目拟采用电动与机械力学“二合一”技术作为本项目的核心技术。采用电动与机械力学“二合一”技术的装订机具有以下特点：

①高效性

将传统装订的机械化产品与现代电动技术相结合，实现“二合一”的功能性突破，使用户在文件装订方面更加快速、高效的完成工作任务。

②美观性

将零散的文件整理成册，以及符合标书或报告规范化要求，让用户体验“图文标准一致”的美观效果。

③人性化

在设计时充分考虑人性化的因素，将独有的提手孔位、带胶圈测试功能的纸盒、带硅胶手柄和抽刀功能的全金属结构、二合一电动手一体化等技术特征充分融合，让用户感受到人性化的关怀与体贴。

3、原材料供应

（1）原材料构成及来源

本项目所需原材料主要是金属底座（铝）、压刀板、冷轧板、塑胶材料等。主要原材料构成及来源详见下表。

附表：主要原材料构成及来源

序号	主要原材料	产地	主要供应商
1	打孔刀	宝安	豫捷
2	塑胶材料	台湾	天卓、合胜发
3	金属底座（铝）	深圳	金宝田
4	左、右五金支架	深圳	富骏达、欣荣
5	压刀板、冷轧板	深圳	欣荣
6	手柄铝	深圳	金宝田

（2）原材料价格变动

本项目所需要的原材料货源充足，本公司有长期稳定的供货渠道，并对供货商保持良好的商业信用，具有较强的议价能力。

（3）原材料来源与运输方式

本项目产品的大部分零部件和原材料为国内采购。市场供应充足，不存在紧缺情况。

本项目原材料的采购严格按照ISO9002标准要求操作。对物料的供应，始终本着择优选、价廉物美的原则，以便不断提高产品品质及降低成本。本项目原材料运输方式主要为公路运输。

4、动力供应

（1）动力供应

本项目生产过程不需要燃气、燃料，只需电力供应和生活用水供应。

（2）供应来源与运输方式

本项目生产、生活所需的水、电、道路等配套设施由罗阳镇统一规划的市政基础设施供给，能够满足本项目的需要。

5、项目竣工时间、达产情况

本项目建设期为1年，试投产半年后即可全面达产。项目达产后可年产各类装订机62.70万台。

6、效益分析

经测算，项目达产后正常年份销售收入为7,502.50万元（不含增值税），税后利润1,424.00万元；所得税前财务内部收益率36.15%，财务净现值（折现率为15%）为3,183.60万元，所得税前投资回收期（含1年建设期）为3.82年。达产期为1年，达产年盈亏平衡点为57.31%，各项财务指标见下表：

附表：装订机项目各项财务指标

指 标	说 明	计 算 值	备 注
项目财务内部收益率（所得税前）		36.15%	>基准收益率 15%
项目财务内部收益率（所得税后）		26.92%	>基准收益率 15%
资本金财务内部收益率（所得税后）		31.09%	
财务净现值（得税前）	折现率 15%	3,183.60 万元	>0
财务净现值（得税后）	折现率 15%	1,799.99 万元	>0
投资回收期（得税前）	含建设期	3.82 年	
投资回收期（得税后）	含建设期	4.54 年	
总投资收益率		42.44%	
项目资本金净收益率		40.10%	
盈亏平衡点（达产年）		57.31%	

可以看出，本项目投资内部收益率高于必要收益率，投资回收期较短，项目的盈利能力较强，资本可获得良好的收益。

六、营销网络建设项目

（一）项目背景及必要性

1、项目背景

随着全球经济一体化及世界文具产业的转移，中国文具产业越来越体现“国际竞争国内化、国内竞争国际化”的趋势和特点。虽然公司作为文件夹行业龙头企业，已经在全国设立19家分公司，在香港设立齐心亚洲子公司，产品已打入海外100多个国家和地区，但公司的全球性的供应链管理体系尚未形成，而且公司的综合实力与国际一流的大型文具企业存在一定差距，国内文具市场的巨大消费潜力仍需要进一步挖掘，海外文具市场的消费需求与本公司产品的文化内涵仍存在一定的差别。

为完全实现扁平化营销渠道管理和无缝营销管理模式，本公司提出建设营销网络项目，主要目的是：打造集品牌传播与管理、产品创意设计、技术研发、供应链整合、市场信息反馈、客户响应与服务、电子商务ERP系统于一体的全球营销体系，缩短分销渠道，使本公司从一家中国领先的文具制造商发展成为一家世界知名的、有全球影响力的文具品牌制造商和办公设备集成供应商。除了大幅度提高销售规模、市场占有率、品牌影响力之外。最重要的是，第一时间把握北美、欧洲、中东、东南亚、澳洲等全球不同区域消费者对文具产品的个性化需求，并通过当地机构，及时提供各种服务与支持，提高客户满意度。同时，以提升公司产品在全球的竞争力为主线，建立适合不同区域的产品设计和分销管理的能力，并在当地进行商标注册、专利申请，加强知识产权管理，形成一个全球性的供应链管理体系和高效的分销体系。

2、项目建设的内容

该项目根据公司整体发展战略，结合国内外文具市场的竞争状况，将在本公司现有国内外营销体系的基础上，进一步拓展本公司国内外营销网络，包括营销机构的设立、代理商的招募和管理、产品推广规划、销售政策的制定。在整体营销管理的框架下，形成覆盖全国32个省、自治区、直辖市的国内营销体系和欧洲、北美、东南亚、中东、南美、香港等海外主要国家和地区的国际营销体系。为此，本公司将在品牌管理、产品研发、渠道整合、物流仓储、信息化建设等方面进行全方位建设，最终形成以矩阵式管理架构为基础，三大职能管理平台为支

持，两大事业部为业务发展重点的营销总部结构，遍布国内各大销售区域和海外市场的营销网络体系。其中：

营销总部，由公司高管人员组成，主要负责营销体系的综合管理和制定营销战略，同时负责与生产、研发等环节的协调。

三大职能管理平台分别是：销售管理平台、物流管理平台、信息系统平台。

(1) 销售管理平台：主要负责各大综合超市、大型文具超市的业务发展与管理；负责对各类批发商、经销商等各类渠道进行管理，并通过各区域子平台，负责公司客户关系管理、渠道管理、品牌战略实施跟踪、货款跟踪管理等工作，并搜集当地市场信息，向研发部门反馈市场需求的新品种、新式样、新图案和新包装等早期研发工作；(2) 物流管理平台：通过地区分公司，在全国建设的区域性物流配送中心，负责提供最优最快的配置，包括运输、仓储、理货、包装、物流信息处理等工作；(3) 信息系统平台：主要负责营销体系信息化管理系统，包括内部报告系统、营销情报系统、营销调研系统、营销物流信息系统。

两大事业部分别是：国内营销事业部、海外营销事业部。(1) 国内营销事业部：按省会城市设立40个市级销售分公司，根据需要在主要城市设立区域性物流配送中心、销售管理子平台；市级子公司直接面对各级渠道客户，对地市级批发销售网点采取批发和委托代理形式发展业务，最终在全国范围内形成100家齐心办公用品5S旗舰店和30,000家文具零售终端。(2) 海外营销事业部与齐心亚洲一起，海外营销事业部侧重管理职能，主要面向国内组织货源、安排生产；齐心亚洲侧重市场开拓、安排出口收汇，并由齐心亚洲在北美、欧洲、日本、亚洲、中东、南美和非洲等区域设立7家海外办事处，与国际著名文具厂商同其展开OEM/ODM业务，同时加大自有品牌的产品海外销售。

3、公司现有营销网络的优劣势分析

公司目前销售网络的优势：目前公司在国内建立了19家销售分公司，主要面向经销商、专业文具店、大卖场、连锁零售店、直营客户批发销售；在香港设立了齐心亚洲，产品主要采取OEM/ODM方式通过国外大型文具经销商贴牌的方式销售。目前营销模式的优点在于：营业费用较低，销售网络建设投入较小，对

销售管理能力的要求不高，有利于处于快速发展时期的公司迅速打开销售市场，提高市场占有率。这种模式也促进了公司业务规模的迅速扩大，最近三年来公司主营业务收入平均增长40%以上。

公司目前营销网络的不足之处：渠道层次不够扁平化，公司对销售渠道的控制能力还不够强；公司对市场需求信息的反应还不够快捷，对国外客户的直接服务能力较弱；在国外公司品牌对最终消费者直接影响力较弱；货物资金周转较慢（特别是国内）；对代理商和经销商的较多让利，同时还需负担促销费用等等。针对以上问题，公司拟在募集资金到位后，投入资金进行营销网络建设，包括：在品牌管理、产品研发、渠道整合、物流仓储、信息化建设等方面进行全方位的建设，对现有国内外销售网络进行调整，强化对渠道的控制，提升品牌的影响力，以提高销售收入和增加利润。

4、营销网络建设的必要性分析

（1）建设营销体系是公司保持竞争优势的需要

未来文具产品的竞争，在国内主要表现为渠道竞争，在国外主要表现为品牌竞争。基于以上两点，本公司建设该项目就是“以品牌为导向的营销体系”，加大品牌建设和渠道扁平化管理。本公司营销体系建设完成之后，可在全球范围内迅速销售本公司的文件管理用品、碎纸机、装订机、过塑机等高档文化产品。同时，为本公司开发其他新型办公用品，以及整合国内其他品牌的文具产品奠定基础。本次营销网络建设，是对公司品牌价值和市场地位的全面提升，对本公司的长期发展和市场竞争具有里程碑的战略意义。

（2）建设营销体系是提高企业盈利能力的需要

首先，建设营销体系将直接为公司带来利润贡献。通过完善营销体系，实现对目标客户的有效覆盖，增加渠道数量，使公司的销售收入和利润都将实现成倍的增长。其次，公司目前已掌握了产品设计能力和销售管理能力，必然要向利润更丰厚的价值链环节转移。公司希望通过建立营销网络，减少中间环节的利润空间，优化销售链，销售价格较高的终端品牌产品，从而加大公司盈利空间。第三，通过建立科学、高效的分销系统，将分销渠道、物流方式、仓储库存、信息管理

结合起来，可以大大降低物流运营成本。因此现代化、快速化的营销体系，可以使公司保持长期的健康和活力，提升公司整体的盈利能力。

（3）建设营销体系是提高公司市场敏锐度的需要

首先，敏捷供应链已成为未来文具市场竞争的关键因素。文具行业是一种快速消费品行业，具有流行性、多样性和个性化的趋势和特点。随着流行速度的加快，国外客户对产品的交货周期越来越短，国内客户也出现小批量、快交货的要求。因此，对市场信息的收集、分析和决策的速度将成为市场竞争的重要因素。其次，海外营销机构的设立，可以直接进行本土化的产品研发，大大缩短产品开发的周期、缩小与国外消费需求的文化内涵差异、增强产品的适销性。第三，通过投资建设营销网络系统，强化监控零售终端、缩短流通渠道，实现品牌形象与文化的无折扣传播、保证产品研发设计、生产加工、销售及服务的贯通。

（4）建设营销体系是公司成为国际知名品牌的需要

齐心品牌“**COMIX** 齐心”创立于1993年，公司一直把品牌作为企业的立身之本，通过多年不懈的努力，公司品牌赢得了行业的尊重和消费者的一致肯定。2001—2006年，公司连续被中国文教体育用品协会评为“中国十大文具品牌企业”；2004—2006年，“**COMIX** 齐心”被评为“中国最畅销文具品牌”；2005年，齐心产品荣获“国家免检产品”认证。目前，公司已在日本、韩国、马来西亚、新加坡、沙特、阿联酋、伊朗、土耳其、英国、德国、法国、比利时、意大利、美国、澳大利亚、加拿大、巴西、墨西哥等国家和地区注“**COMIX**”商标，坚持自有品牌的发展，“**COMIX**”已成为在国际市场具有一定知名度的中国文具用品品牌。然而，要想使公司品牌真正成为国际著名品牌，最主要的还是让全世界更多的消费者都知晓、购买公司的产品、认可公司的品牌价值。为此，公司必须不断拓展国内外营销渠道，加大市场营销力度，进行宣传推广，大力提高自有品牌产品的销售额，实现品牌输出。营销体系的建设，将极大地提高公司品牌的知名度、美誉度，使公司从中国知名企业到国际知名企业之路变得更短。

（二）项目投资具体安排

1、投资概算

本项目总投资5,000万元。按项目建设的内容，营销网络投入明细情况如下：

序号	项目	金额 (万元)	备注
1	固定资产	2,125.00	
1.1	设备	1,600.00	
1.1.1	办公设备	500.00	电脑及办公设备、网络视频会议系统
1.1.2	物流平台设备	850.00	货车、铲车、液压托盘车、托盘、货架等
1.1.3	信息平台设备	250.00	服务器、客户端 PC、路由器、交换机、复印机等
1.2	车辆	500.00	
1.3	其他费用	25.00	内销样品室装修费
2	无形资产	1,100.00	软件开发、系统维护、网站开发更新、网络广告等
3	开办费	535.00	
3.1	咨询调查	150.00	咨询策划费用
3.2	人员培训	120.00	
3.3	展览费	90.00	国际展会费用
3.4	招商费	50.00	
3.5	工资	125.00	筹备期人员工资费用
4	租赁费	628.00	包括国内、国外办公场所、样品室、仓库租赁费用
5	铺底流动资金	612.00	
	合计	5,000.00	

2、项目建设的策略和目标

本项目建设的策略包括营销渠道扁平化策略和无缝营销管理策略，目标有二个：一是直接扩大销售渠道、提升品牌价值，以增加销售；二是优化整合供应链，与上下游企业实现无缝营销管理，降低运营成本，同时更好的满足不同地区的用户需求，两者协同发展。

3、环保问题及措施

该项目大部分房屋、仓库采取租赁方式，属商业经营性质，除少量生活污水外，不对外排放废水、废气、废料等污染物，也没有噪声产生，所排出的少量生产、生活污水可排入销售机构各地污水处理系统进行处理。

4、项目选址情况

在国内，本项目将原19家销售分公司的基础上，在各省会城市和其他一线城市扩建21家左右的市级分公司，使销售分公司总数达到40个，覆盖全国主要城市；在国外，根据全球各地区业务开展的情况和各地区历史人文文化特点，选择最有利于业务拓展的七个中心城市，由齐心亚洲分设7个海外代表处，各代表处业务范围覆盖周边国家。另外，公司根据需要在国内和海外设立物流中心，租用或自建仓库，项目选址距离文具批发市场、超市、专卖店较近的区域，为客户提供最大的便利和优质的服务。

5、项目的组织方式

本项目的组织将以一个营销总部为核心，下设销售管理平台、物流管理平台、信息系统平台三大职能管理中心，并区分为国内营销事业部和海外营销事业部两大事业部，实行矩阵式管理。

6、项目实施进度安排及实际实施情况

整体营销体系建设计划2009下半年开始建设，于2011年底以前全部完成，并发挥实际功能，产生经济效益。销售量和市场份额会因滞后效应在2—3年后开始显现结果。本公司将按照募集资金实际到位情况，合理安排营销网络建设项目实施进度。

7、效益分析

营销网络建设，是公司的一项长期战略投入，公司看重的是营销网络所产生的持久长期效益，特别是对公司其他三个生产建设项目的协同促进效应，以及对公司整体竞争能力的提升价值。公司认为：营销网络的建设将能显著提升公司未来的经济效益。

七、募集资金投资项目新增产能消化具体举措

本公司拟募集资金投资的三个生产型项目达产后，产能均有大幅增长，本公司将通过合理分配内外销比重，充分利用现有营销网络，深入挖掘潜在市场，引导市场消费潮流，培育潜在消费者等多种举措消化新增产能。公司三个生产型项目新增产能内外销分配比例如下表所示：

项目	产能增幅	新增产能内销比	新增产能外销比
文件管理用品生产线建设项目	73.04%	50%	50%
碎纸机生产线建设项目	255.34%	60%	40%
装订机生产线建设项目	199.05%	30%	70%

(一) 国内市场举措

本公司通过遍布全国的经销商网络、专业文具连锁店（如欧迪办公、合作办公等）、大卖场（如沃尔玛、家乐福等大型超市）、KA直营客户（如中兴通讯、华为技术等）以及部分PC/IT大卖场（如电脑专卖店、家电卖场等）等渠道销售公司产品并消化新增产能，目前主要面向沿海经济发达地区和国内一线城市销售，并通过全国分销网络逐步向中部、西部省份渗透。

项目	影响新增产能消化的主要有利因素	主要目标客户（及满足的主要需求）	预计市场消费额年增长率
文件管理用品生产线建设项目	①消费升级趋势； ②企业形象统一管理理念深化； ③5S 管理理念不断深入； ④快乐办公、高效工作理念深入人心。	①政府机构； ②企事业单位； ③个体工商户。 （主要满足办公人员的文件管理需求）	20%以上
碎纸机生产线建设项目	①知识产权保护、信息安全、商业秘密保护观念日益受到重视； ②个人信息、个人隐私保护日益受到重视； ③互联网普及，个人 SOHO 办公方式发生变化； ④快乐办公、高效工作理念深入人心。	①银行、保险、证券等金融机构； ②财政、税务、海关、公安等政府部门企事业单位； ③邮政、煤气、电力、电信等公用机构和商业机构。 （主要满足文件的安全销毁需求）	35%以上
装订机生产线建设项目	①消费升级趋势； ②企业形象统一管理理念深化； ③5S 管理理念不断深入； ④快乐办公、高效工作理念深入人心。	①政府机构； ②银行、保险、证券等机构； ③工业、建筑企业； ④社会中介服务部门； ⑤印刷出版企业、教育部门。 （主要满足办事人员的文档整理、装帧、账务凭证处理、标书制作、推介材料制作等需求）	30%以上

现阶段我国文化用品市场出现消费升级趋势，信息安全管理、企业形象统一管理、5S管理理念越来越被我国企业重视，沿海经济发达省份的政府机构、企事业单位对文件管理（包括文件装订、整理、安全销毁）的要求也越来越高，市

场对高档文具（文件管理用品、碎纸机、装订机等）的需求量迅速增长，本公司投资的三个生产型项目将重点生产中高档文具产品用于满足市场需求。按照最近三年公司产品在国内市场的平均销售量增长速度推算，预计公司投放到国内市场的产品在达产年仍然供不应求，新增产能将被充分消化。

（二）国际市场举措

本公司主要通过向发达国家OEM/ODM客户订单生产并出口方式、以及通过本公司在发展中国家的品牌经销商以自有品牌出口的方式销售公司产品。

项目	国际主要 OEM/ODM 客户	自有品牌销售市场	预计出口额年增长率
文件管理用品生产线建设项目	①ACCO ②Avery ③MeadWestvaco	日本、中东、东欧、东南亚、非洲	20%以上
碎纸机生产线建设项目	①ACCO ②Fellows ③Kokuyo ④美国 3M ⑤奥林匹亚 ⑥OFFICE DEPOT ⑦OTSUKA ⑧OFFICEMAX ⑨STAPLES ⑩TCM	中东、东南亚、东欧、拉美、非洲	100%以上
装订机生产线建设项目	①ACCO ②PROFIOFFICE ③Peach ④FELLOWS ⑤PAVO ⑥OPUS	中东、东南亚、东欧、拉美、非洲	50%以上

1、OEM/ODM订单生产

公司OEM/ODM订单销售市场主要为欧洲、美国、日本等发达国家市场，重点客户包括ACCO、Fellows、Kokuyo、Avery、Peach、MeadWestvaco等著名品牌。这些国际品牌文具商在选择供应商时，均需要经过前期的资料搜集和评估、中期的内部和第三方验厂、后期的驻厂和质量控制等一系列专业评估，以确保选择的供应商能够成为其长期合作伙伴。因此，国际品牌文具商一旦与其选择的供应商确立合作关系后，双方的合作将是稳定而长久的。这些国际大客户一般不与

供应商签订长期、大额订货协议，订单的共同特点是批次多而每次数量不大。本公司与国际品牌文具商的合作方式通常是项目制，即合作的初期是以1-2个项目或产品系列来进行，双方合作默契后，后续的项目会一个接一个来商洽转移过来，逐渐增加订单数量和产品种类，成为本公司稳定的、持续增加的销售订单。比如：

①ACCO，是一个全球性的集团公司。本公司已经成为欧洲 ACCO、美国 ACCO、澳洲 ACCO、墨西哥 ACCO 等公司的 OEM/ODM 制造商，其中与欧洲 ACCO 和美国 ACCO 的销售额较大。以美国 ACCO 为例，从最初的 PVC 封面插项目开始合作，目前仅 PP 类产品就有多个项目在进展中，包括 PP 孔夹、柯式印刷、再生料等，合作的产品线非常广。本公司对整个 ACCO 集团的年销售总额超过 500 万美元。

②英国 SNOPAKE，是英国地区最大的品牌文具商。本公司从 2005 年开始成为该公司的 OEM/ODM 制造商，从按扣文件袋、孔夹类产品开始，至 2008 年已经延伸至资料册、吊挂夹、笔记本、风琴包等多个项目，月均订单量基本稳定在 25-30 万美元左右，年销售总额超过 350 万美元。

③本公司的商用机器产品 OEM 客户主要分布在美国、日本和欧洲市场，主要客户有 FELLOWES、ACCO、GBC、KOKUYO、TCM、3M、BESTBUY、OFFICE DEPOT 等国际品牌文具商和办公连锁电器、连锁零售商。本公司已经为美国 FELLOWES（全球最大的碎纸机品牌商）的 OEM 供应商，为其 OEM 碎纸机、装订机等产品；本公司已经成为 ACCO/GBC（全球最大的综合办公用品供应商）、OFFICE DEPOT（美国第三大办公超市）、TCM（德国的著名连锁超市）的 OEM/ODM 供应商，为其 OEM 碎纸机、装订机以及文件管理用品等。

④2008年以来，本公司在美国市场成功开发了如MEADWESTCO（美德维实伟克公司），BIG LOTS、OFFICE MAX、OFFICE DEPOT（欧迪办公）、WAL-MART等国际知名的文具商和综合连锁超市，并与全球最大的办公用品零售和商务企业STAPLE（史泰博）达成了2009年度合作项目的初步意向。在日本市场发展了无印良品、ASKUL等日本最知名和最大的大卖场和目录零售商。

由于国际市场容量巨大，按照最近三年这些客户给公司下达OEM/ODM订单

的增长速度推算,预计在达产年公司出口的产品总量尚不能满足这几家国际品牌的OEM/ODM订单需求。

2、公司自有品牌出口

为培育公司自有品牌的国际影响力,本公司将保证一定比例的产品以自有品牌方式出口日本和中东、东南亚、东欧、拉美、非洲等发展中国家。本公司品牌在日本市场建立了一定的知名度,部分文件管理用品、办公设备将以自有品牌通过日本各大商场、超市、文具连锁店分销;在发展中国家,本公司主要通过当地的品牌经销商分销,逐步扩大公司自有品牌的影响力。

八、募集资金运用对财务状况及经营成果的影响

本公司拟募集资金投资的三个项目建成后,公司的产品档次将得以进一步提高、产品结构将得以进一步优化、技术水平将得以进一步提升、市场营销能力将得以进一步加强,从而全面提高本公司的市场竞争能力,使本公司发展成为国际一流的文具的品牌企业。

(一) 对资产结构的影响和每股净资产的影响

本次募集资金到位后,公司流动比率和速动比率将大大提高,公司将用部分资金偿还募集资金投资项目先期实施所用的银行借款,公司短期内资产负债率将大幅下降,防范财务风险的能力将得到进一步的提高。随着投资项目的建设,大部分货币资金将按照进度转化为在建工程,并随着各项目的竣工投产,再逐步转化为房屋和设备等固定资产。

募集资金到位后,将使公司的货币资金和股东权益增加,公司的净资产额和每股净资产均较发行前有大幅增加。

(二) 固定资产折旧对公司未来经营成果的影响

公司本次募集资金拟投资的四个项目,主要用于建设厂房、购置生产设备,以公司现行固定资产折旧政策,各项目新增固定资产及年折旧费用如下表所示:

附表:募集资金投资项目达产后新增固定资产及年新增折旧一览表

序号	项目	新增固定资产（万元）	年新增折旧（万元）
1	文件管理用品生产线建设项目	8,253.00	561.85
2	碎纸机生产线建设项目	8,330.00	756.43
3	装订机生产线建设项目	4,354.00	428.18
4	营销网络建设项目	3,225.00	320.50
	合计	24,162.00	2,066.96

根据可行性研究报告，以上项目达产后预计可新增销售收入约4.64亿元，若以公司前三年主营业务平均毛利率22.28%来测算，可新增毛利润约10,337.92万元，完全可以消化因固定资产投资而导致的折旧费用增加，确保公司营业利润稳定增长。

（三）对公司净资产收益率和盈利能力的影响

募集资金到位后，公司的流动资产将大幅上升，净资产收益率在短期内将会有所摊薄。随着募集资金投向项目的顺利实施，公司的营业收入与利润水平将大幅增长，公司的盈利能力和净资产收益率将会得到大幅提高。

（四）对资本结构的影响

募集资金到位后，公司将引进较大比例的社会公众股股东，有利于优化公司的股权结构，实现投资主体多元化，进一步完善公司法人治理结构。

第十三节 股利分配政策

一、公司最近三年一期的股利分配政策

2006年、2007年、2008年根据修订后《中华人民共和国公司法》和《公司章程》的规定，公司实行如下的股利分配政策：

1、公司分配当年税后利润时，应当提取利润的百分之十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百分之五十以上的，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。

2、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。

3、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，但本章程规定不按持股比例分配的除外。

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百分之二十五（25%）。

公司股东大会对利润分配方案作出决议后，公司董事会须在股东大会召开后二个月内完成股利（或股份）的派发事项。

二、公司最近三年一期的股利分配情况

2007年度股东大会决议通过以2007年年末总股本93,333,333股为基数，以2007年累计未分配利润向全体股东每10股派送现金1.0元（含税），共计派送现金9,333,333.30元，占2007年度实现的归属于母公司股东的净利润的17.48%。本公司已于2008年实施完成了上述股利分配方案。

2008年度股东大会决议通过以2008年年末总股本93,333,333股为基数，向

全体股东每10股派送现金1.0元（含税），共计派送现金9,333,333.30元，占2008年度实现的归属于母公司股东的净利润的15.86%。本公司已于2009年6月前实施完成了上述股利分配方案。

三、本次发行前留存未分配利润的分配政策

经公司2008年度股东大会决议：同意本次发行前滚存的未分配利润在公司股票公开发行后由公司发行后新老股东按持股比例共享。截至2009年6月30日，公司母公司报表的未分配利润余额为10,771.97万元。

四、发行后的股利分配政策

根据《公司章程（草案）》的规定，公司利润分配政策为采取现金或者股票方式分配股利。

在满足公司正常生产经营对资金需求情况下，如无重大投资计划或重大现金支出等事项发生，公司应当采取现金方式分配股利，以现金方式分配的利润不少于当年实现的可分配利润的百分之十。

公司董事会可以根据公司的资金需求状况提议公司进行中期现金分配。

第十四节 其他重要事项

一、信息披露制度及投资者服务计划

董事会秘书办公室负责本公司的信息披露和投资者关系事宜，对外咨询电话为0755-83679273。

公司制定了《董事会秘书工作细则》，规定董事会秘书的主要职责是负责公司和相关当事人与交易所及其他证券监管机构之间的沟通和联络，负责处理公司信息披露事务，协调公司与投资者之间的关系等，以及《公司法》和交易所要求履行的其他职责。

公司制定了《信息披露制度》，对需要披露的信息、信息披露的具体要求、信息披露的程序、信息披露管理等内容进行了详细的规定。

公司还制定了《投资者关系管理制度》，通过充分的信息披露，加强与投资者的沟通，增加信息披露透明度，改善公司治理。

二、重要合同

截止本招股意向书签署日，发行人及发行人合并报表范围内的公司已签署、正在履行或将要履行的重大合同如下：

（一）购销合同

1、OEM外协采购合同

（1）2006年3月9日，发行人与东莞市勤美办公设备制造有限公司签订委托加工合同，发行人委托东莞市勤美办公设备制造有限公司加工生产考勤机系列产品，合同期限为5年（自2006年1月1日至2011年12月31日），产品价格以双方签字盖章确认的价格一览表为准。

（2）2007年9月11日，发行人与深圳市益而高文具有限公司签订委托加工合同，发行人委托深圳市益而高文具有限公司加工生产2寸、3寸快劳夹及PVC档案盒系列产品，合同期限为3年（自2007年7月26日至2010年7月25日），产

品价格以双方签字盖章确认的价格一览表为准。


(3) 2007年6月12日，发行人与深圳市中控生物识别技术有限公司签订委托加工合同，发行人委托深圳市中控生物识别技术有限公司加工生产指纹考勤机系列产品，合同期限为3年（自2007年5月28日至2010年5月28日），产品价格以双方签字盖章确认的价格一览表为准。

(4) 2008年8月11日，观澜文具厂与山东晨鸣纸业集团股份有限公司销售分公司签订委托加工合同，观澜文具厂委托山东晨鸣纸业集团股份有限公司销售分公司加工生产复印纸系列产品，合同期限为1年（自2008年8月11日至2009年8月10日），产品价格以双方签字盖章确认的价格一览表为准。

(5) 2008年8月25日，观澜文具厂与宁波振达文具有限公司签订委托加工合同，观澜文具厂委托宁波振达文具有限公司加工生产黑色长尾夹系列产品，合同期限为1年（自2008年8月25日至2009年8月25日），产品价格以双方签字盖章确认的价格一览表为准。

2、销售类合同

(1) 2007年2月8日，发行人与锦江麦德龙现购自运有限公司签订《METRO 供货系统框架供货协议》，规定了关于本公司（作为供应商）向采购商实施商品供应的主要原则和程序。该协议约定：只有当采购商书面接受供应商报价，方可签订销售和采购协议，否则，只有在采购商下订单后，销售和采购协议才生效；商品按销售和采购协议中具体规定的数量、质量、方式和时间或规定的期限内交付至目的地；价格和具体付款条款，包括付款期限，均在双方定期签订或拟签订的交易条款协议中规定；该协议于签订日开始生效，任何一方可通过在届满日期前6个月发送书面通知而终止该协议，于相关日历年年底生效。

(2) 2008年5月20日，发行人与37家在大陆设立并被正式许可使用“carrefour ”商标开设超市的零售商业公司签订《商品合同》，发行人作为供应商，家乐福零售商业公司作为采购商。该商品合同约定：该商品合同项下商品的实际购买和供货，应以各商业公司分别向供应商发出的书面采购订单为准，供应商应完全根据采购订单上和该商品合同中标明的商品规格、标准净价、

质量、包装、数量、交货时间、交付地点以及其他要求向各商业公司的各商店供应商品；该合同追溯自2008年1月1日起生效，并至2008年12月31日止，在供应商与各商业公司之间保持有效和约束力，原始期限届满后，除非任何一方提前一个月书面通知另一方终止该商品合同或双方签订新的商品合同，否则，视同双方默认该商品合同无限期续订而有效并对双方均具有约束力。

(3) 2008年6月，发行人与沃尔玛（中国）投资有限公司签订《供应商协议》，发行人作为供应商，沃尔玛（中国）投资有限公司作为采购商。该协议约定：订单以传真方式或在线电子方式发送；付款方式为货到后第60天；商品送至配送中心；该合同期限为协议签署日后一年，且如果双方均未在期限终止前30日前书面通知另一方其不愿续展该协议，则该协议在每次期限届满之时自动展期一年。

(4) 2009年4月，发行人与欧迪办公网络技术有限公司签订《商品合同》，发行人作为供应商，欧迪办公网络技术有限公司作为采购商，该商品合同约定：供应商在收到采购商的采购单后，应按采购单要求的包装、数量将货物送到指定的收货地点，送货时间除采购单中特殊指定外，应在3天内送达，如采购单中有特殊指定以特殊指定为准；采购价为合约代理商价格，包括运输费；付款期日应为“月结”并且收到“付款凭据”审核无误后30日；合同有效期自2009年1月1日至2009年12月31日。

(5) 2009年3月1日，发行人沈阳分公司与天津华润万家生活超市有限公司签订《购销合同》，天津华润万家生活超市有限公司作为甲方，发行人沈阳分公司作为乙方，该合同约定：覆盖商品类别为办公用品、文具；乙方应当按《采购订单》的要求及时送货至指定地点，运输费用由乙方承担；甲方在收货时即对商品进行初步验收；付款方式为月结30天；合同有效期自2009年2月1日至2009年12月31日。

(6) 2009年2月6日，发行人与深圳市嘉嘉城文具有限公司签订《经销合同书》，发行人授权深圳市嘉嘉城文具有限公司在深圳区域内拥有对“齐心”品牌产品的经销权，发行人供应给经销商的产品结算价格按照《齐心产品年度价格表》

中约定的条款执行。该合同有效期自2009年1月1日至2009年12月31日止。

(7) 2009年2月11日，发行人与武汉市新利文化用品有限公司签订《经销合同书》，发行人授权武汉市新利文化用品有限公司在武汉区域内拥有对“齐心”品牌产品的经销权，发行人供应给经销商的产品结算价格按照《齐心产品年度价格表》中约定的条款执行。该合同有效期自2009年2月10日至2009年12月31日止。

(8) 2009年2月9日，发行人与沈阳华冠伟业办公设备有限公司签订《经销合同书》，发行人授权沈阳华冠伟业办公设备有限公司在沈阳区域内拥有对“齐心”品牌产品的经销权，发行人供应给经销商的产品结算价格按照《齐心产品年度价格表》中约定的条款执行。该合同有效期自2009年1月1日至2009年12月31日止。

(9) 2009年7月29日，齐心亚洲与MUJI GLOBAL SOURCING PRIVATE LIMITED（无印良品）签订了编号为PHO-20090166的订单（PROFORMA INVOICE），MUJI GLOBAL SOURCING PRIVATE LIMITED从齐心亚洲订购文件管理用品，总价格为933,017.20美元。

(10) 2009年7月30日，齐心亚洲与香港志达国际有限公司签订了编号为PI09070076的订单（PROFORMA INVOICE），香港志达国际有限公司从齐心亚洲订购文件管理用品，总价格为人民币2,193,360.60元。

(11) 2009年7月7日、2009年7月28日，齐心亚洲与俄罗斯的SMISTAR分别签订了编号为INT09/070001、INT09/070002的订单（PROFORMA INVOICE），SMISTAR从齐心亚洲订购文件管理用品，总价格共计404,197.44美元。

（二）授信额度合同、借款合同

1、2007年11月12日，本公司与星展银行（中国）有限公司深圳分行签订编号为P/S2252/00406/07的《授信函》，约定的信贷额度如下：

(1) 应付账款融资——人民币1,700万元（属非承诺性的额度）：以供应商发票正本或副本作依据提供的信托提货收据，每张发票的最长融资期限为120日。

(2) 机器设备贷款——人民币61.92万元（属非承诺性的额度）：贷款用途为购买机器设备，贷款期限为3年，自放款之日起计算。

2、2007年10月12日，汕头齐心与星展银行（中国）有限公司深圳分行签订编号为P/S2252/00407/07的《授信函》，约定的信贷额度如下：

（1）机器设备贷款1——人民币340.20万元（属非承诺性的额度）：贷款用途为购买机器设备。

（2）机器设备贷款2——人民币190.32万元（属非承诺性的额度）：贷款用途为购买机器设备。

3、2008年8月14日，本公司与招商银行深圳翠竹支行签订2008年蔡字第1008670036号《借款合同》，合同约定由招商银行深圳翠竹支行按照编号为2008年蔡字第0008675002号《授信协议》提供给本公司人民币2,000万元整的流动资金贷款，贷款期限一年，即自2008年8月14日至2009年8月14日止，贷款利率以定价日适用的中国人民银行公布的1年金融机构人民币贷款基准利率为基准利率，以6个月为浮动周期进行浮动。

4、2008年7月18日，本公司与中国光大银行深圳园岭支行签订ZH38990807003号《综合授信协议》，合同约定由中国光大银行深圳园岭支行提供给本公司人民币3,000万元整的授信额度，授信期间为12个月，即从2008年7月18日至2009年7月18日止，并由汕头齐心、齐心控股、陈钦奇、陈钦发、陈钦鹏提供连带责任保证。

5、2008年7月8日，本公司与花旗银行（中国）有限公司深圳分行签订编号为FA751065080708的《非承诺性短期循环融资协议》，约定如下事项：

（1）最高融资额及融资币种：人民币的最高融资额不超过人民币2,550万元、美元的最高融资额不超过美元50万元；

（2）融资方式和限额：贴现业务不超过人民币2,550万元、应付账款融资不超过人民币2,550万元、结算前风险不超过美元50万元；

（3）各种融资方式的最长期限：贴现业务为4个月、应付账款融资为4个月、结算前风险为12个月；

（4）担保：100万元人民币的定期存款质押担保以及由齐心控股、汕头齐心、陈钦鹏提供的担保。

同日，本公司与花旗银行（中国）有限公司深圳分行还签订编号为MDA751065080708的《衍生交易主协议》，约定了双方可能达成的包括外汇交易、货币远期、货币掉期、利率上限、上下限和下限等的场外衍生产品交易的有关事项。

6、2008年7月10日，齐心亚洲与汇丰银行（中国）有限公司深圳分行签订编号为080701的《授信函》，约定由汇丰银行（中国）有限公司深圳分行提供给齐心亚洲最高不超过等值于280万美元的美元/港币打包贷款，授信的期限不超过2009年7月1日，美元/港币打包贷款将分别按照新加坡银行同业拆借利率（“SIOBOR”）另加1.5%和香港银行同业拆借利率（“HIBOR”）另加1.5%计息，并由齐心文具及陈钦鹏提供金额为310万美元内的担保。

7、2008年11月12日，齐心亚洲与汇丰银行（中国）有限公司深圳分行签订编号为SZH-GEN-005（280207）的《保理服务授信函》，约定由汇丰银行（中国）有限公司深圳分行提供给齐心亚洲保理服务授信，使用资金总限额为160万美元，服务费率为发票总金额的0.55%，贴现费年利率为2月新加坡银行同业拆借利率（“SIOBOR”）上浮2%，由与被保理顾客未来形成的所有应收账款作担保，同时由陈钦鹏出具了金额为176万美元的个人担保。

8、2008年11月13日，齐心亚洲与星展银行（中国）有限公司深圳分行签订编号为P/S2252/00361/08的《授信函》，约定的信贷额度如下：

（1）打包放款及议付有不符点之跟单信用证（有追索权）额度为港元1,800万元或与其等值的美元；

（2）保理服务：客户预付款限额为港元2,944万元或与其等值的美元，额度性质为予披露及无追索权，预付款百分率为80%，最长融资期限从发票之日起计最长可达90日。

9、2008年7月10日，本公司与汇丰银行（中国）有限公司深圳分行签订编号为S/N：080701的《授信函》，约定由汇丰银行（中国）有限公司深圳分行提供给本公司最高不超过人民币1,500万元的人民币发票融资，授信的期限不超过2009年7月1日，利率按照中国人民银行公布的同期人民币基准利率上浮5%，并

由本公司提供人民币300万元的存款质押及由陈钦鹏提供金额为人民币1,650万元个人担保。

10、2009年3月10日，本公司与招商银行股份有限公司深圳翠竹支行签订2009年蔡字第0009675323号《授信协议》，合同约定由招商银行股份有限公司深圳翠竹支行提供给本公司人民币4,000万元整的综合循环额度，授信期间为一年，即从2009年4月24日至2010年4月24日，本授信协议项下本公司所欠的一切债务由齐心控股、陈钦鹏、陈钦奇、陈钦发、陈钦武、陈钦徽作为连带责任保证人、由惠州齐心以其所有或依法有权处分的土地财产作抵押。双方原签有编号为2008年蔡字第0008675002号《授信协议》，自本协议生效之日起，原授信协议项下叙做的具体业务尚有未清偿余额的，自动纳入本协议项下，直接占用本协议项下授信额度。

11、2009年5月，本公司与招商银行股份有限公司深圳翠竹支行签订2009年蔡字第1009675522号《借款合同》，合同约定由招商银行股份有限公司深圳翠竹支行按照编号为2009年蔡字第0009675323号《授信协议》提供给本公司人民币2,000万元整的流动资金贷款，贷款期限一年，即自2009年5月14日至2010年5月14日止，合同利率为浮动利率。

12、2009年6月29日，本公司与中国工商银行股份有限公司深圳福园支行签订40000280-2009年（福园）字0175号《流动资金借款合同》，合同约定由中国工商银行股份有限公司深圳福园支行提供给本公司700万元人民币的流动资金贷款，借款期限为12个月，自2009年6月29日起至2010年6月28日，借款年利率为4.779%。

（三）担保合同

1、2007年11月12日，汕头齐心与星展银行（中国）有限公司深圳分行签订《保证合同》，为本公司与星展银行（中国）有限公司深圳分行签订的编号为P/S2252/00406/07《授信函》约定的在人民币1,761.92万元的贷款融资额度内的所有债务提供连带责任保证担保。

2、2008年7月18日，汕头齐心与中国光大银行深圳园岭支行签署

GB38990807003-1号《最高额保证合同》，为本公司与中国光大银行深圳园岭支行签订的编号为ZH38990807003号《综合授信协议》项下产生的全部债务提供最高额连带责任保证担保，所担保的主债权最高本金余额为对应的授信协议约定的3000万元人民币。

3、2008年10月20日，汕头齐心与中国工商银行深圳福园支行签订40000280-2008年福园（保）字0008号《最高额保证合同》，为本公司与中国工商银行深圳福园支行自2008年10月20日至2010年10月19日期间在人民币5,800万元最高贷款余额内签订的所有借款合同以及其他融资文件项下的所有债务提供连带责任保证担保。

4、2008年7月8日，汕头齐心签署了《保证函》，承诺为本公司与花旗银行（中国）有限公司深圳分行签订编号为FA751065080708的《非承诺性短期循环融资协议》及编号为MDA751065080708的《衍生交易主协议》项下所有债务提供无条件的不可撤销的连带责任担保。

（四）抵押合同

1、2007年10月12日，汕头齐心与星展银行（中国）有限公司深圳分行签订编号为P/S2252/00407/07-MTG001的《机器设备抵押合同》，担保的主债权为双方签订的编号为P/S2252/00407/07的《授信函》中约定的机器设备贷款不超过人民币340.20万元的非承诺性额度，所担保的主债权金额不超过抵押物价值。抵押物为汕头齐心拥有的高速薄板专用制板机1台和PP日本规格厚板专用高速制板机1台，总评估价值为425.25万元。

2、2007年10月12日，汕头齐心与星展银行（中国）有限公司深圳分行签订编号为P/S2252/00407/07-MTG002的《机器设备抵押合同》，担保的主债权为双方签订的编号为P/S2252/00407/07的《授信函》中约定的机器设备贷款不超过人民币190.32万元的非承诺性额度，所担保的主债权金额不超过抵押物价值。抵押物为汕头齐心拥有的档案夹封切机1台、A4商业夹封切机1台、双线高速资料袋封切机2台和分段卡制造机2台，总评估价值为237.90万元。

3、2009年3月10日，惠州齐心与招商银行股份有限公司深圳翠竹分行签订

编号为2009年蔡字第0009675323号的《最高额抵押合同》，担保的主债权为本公司与招商银行股份有限公司深圳翠竹分行签订的编号为2009年蔡字第0009675323号《授信协议》中约定在2009年4月24日至2010年4月24日期间的4,000万元的授信额度。抵押物为惠州齐心拥有的位于罗阳镇三徐村梅花村地段的75,316平方米的土地，评估价值为20,549,970.00元。

（五）租赁合同

1、2007年4月17日，本公司观澜文具厂与深圳市新源华工贸发展有限公司签订《深圳市房地产租赁合同书》，合同约定深圳市新源华工贸发展有限公司将位于深圳市宝安区观澜街道办库坑社区陂佬村新源华工贸工业园 B 栋房地产出租给本公司观澜文具厂做工业用途使用。租赁房地产建筑面积共计 10,316 平方米，月租金总额为 108,318 元。租赁期限自 2007 年 4 月 17 日起至 2011 年 6 月 30 日止。该合同已在深圳市宝安区房屋租赁管理办公室办理了备案手续。

2、2007年4月17日，齐心商用设备（深圳）有限公司与深圳市新源华工贸发展有限公司签订《深圳市房地产租赁合同书》，合同约定深圳市新源华工贸发展有限公司将位于深圳市宝安区观澜街道办库坑社区陂佬村新源华工贸工业园 A、C、D 栋房地产出租给本公司观澜文具厂做工业用途使用。租赁房地产建筑面积共计 14,604 平方米，月租金总额为 153,342 元。租赁期限自 2007 年 4 月 17 日起至 2011 年 6 月 30 日止。该合同已在深圳市宝安区房屋租赁管理办公室办理了备案手续。

3、2008年2月15日，本公司与深圳市同洲电子股份有限公司签订了《房地产租赁合同书》，合同约定深圳市同洲电子股份有限公司将位于深圳市南山区高新科技园 W2-A7 的房产出租给本公司作为办公场地使用，租赁房地产建筑面积为 1,885.01 平方米，月租金总额为 113,100.60 元，租赁期限自 2008 年 2 月 15 日至 2013 年 1 月 14 日止。

（六）承销协议、保荐协议

发行人与国信证券签订《关于深圳市齐心文具股份有限公司首次发行境内上

市人民币普通股（A股）的承销协议》、《关于深圳市齐心文具股份有限公司首次发行境内上市人民币普通股（A股）的保荐协议》，发行人委托国信证券作为本次公开发行股票的保荐人和主承销商，全面负责发行人的股票发行保荐工作及股票发行的组织、销售、策划、承销团组建等工作。

三、重大诉讼及仲裁事项

截止本招股意向书签署之日，本公司无任何对财务状况、经营成果、声誉、业务活动、未来前景等可能产生重大影响的诉讼或仲裁事项。

截止本招股意向书签署之日，本公司控股股东及控股子公司、本公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员，均没有作为一方当事人的重大诉讼或仲裁事项。

截止本招股意向书签署之日，本公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员未曾有受到刑事诉讼的情况。

第十五节 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意向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。

全体董事签名：

陈钦鹏

陈钦奇

胡泽禹

陈钦发

丛宁

万健坚

陈钦武

郭德宏

韩文君

全体监事及其他高级管理人员签名：

罗飞

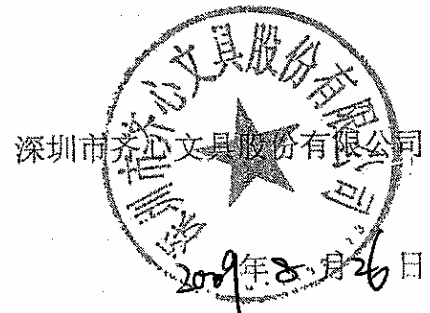
杜力

纪永波

李丽

沈焰雷

于永凯



二、保荐人（主承销商）声明

本公司已对招股意向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。

项目协办人签字： 吴军华
吴军华

保荐代表人签字： 任兆成 胡华勇
任兆成 胡华勇

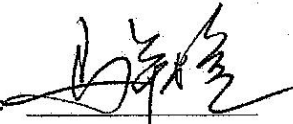
法定代表人签字： 何如
何如



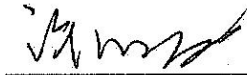
三、发行人律师声明

本所及经办律师已阅读招股意向书及其摘要，确认招股意向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意向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，确认招股意向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。

经办律师签字：

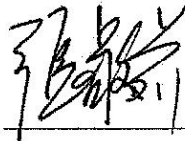


马卓檀

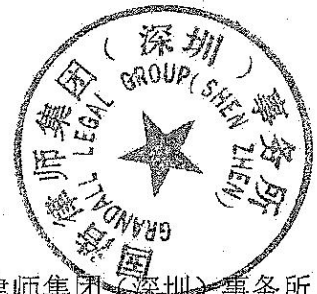


许成富

律师事务所负责人签字：



张敬前



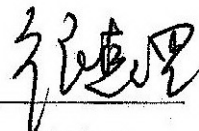
国浩律师集团(深圳)事务所

2009年8月26日


四、审计机构声明

本机构及签字注册会计师已阅读招股意向书及其摘要，确认招股意向书及其摘要与本机构出具的审计报告、内部控制鉴证报告及经本机构核验的非经常性损益明细表无矛盾之处。本机构及签字注册会计师对发行人在招股意向书及其摘要中引用的审计报告、内部控制鉴证报告及经本机构核验的非经常性损益明细表的内容无异议，确认招股意向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。

经办注册会计师签字：



张克理



张翎

会计师事务所负责人签字：



饶永

深圳市鹏城会计师事务所有限公司



五、验资机构声明

本机构及签字注册会计师已阅读招股意向书及其摘要，确认招股意向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意向书及其摘要中引用的验资报告的内容无异议，确认招股意向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。

经办注册会计师签字：

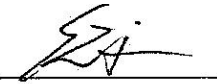


张克理



张翎

会计师事务所负责人签字：



饶永

深圳市鹏城会计师事务所有限公司



第十六节 备查文件

一、备查文件内容

- (一) 发行保荐书；
- (二) 财务报表及审计报告；
- (三) 内部控制审核报告；
- (四) 经注册会计师核验的非经常性损益明细表；
- (五) 法律意见书及律师工作报告；
- (六) 公司章程（草案）；
- (七) 中国证监会核准本次发行的文件；

上述文件已刊载在深交所的巨潮互联网站（<http://www.cninfo.com.cn>）

二、备查文件查阅时间、地点

（一）查阅时间

工作日：上午 9:30—11:30，下午 2:00—5:00。

（二）查阅地点

1、 发行人：深圳市齐心文具股份有限公司

办公地址：深圳市福田区福虹路世贸广场 A 幢 17 楼 05-06 号

联系人：沈焰雷、赵文宁

电 话：0755-83679273

传 真：0755-83690788

2、 保荐人：国信证券股份有限公司

办公地址：深圳市红岭中路 1012 号国信证券大厦 20 楼

联系人：曾军灵、魏其芳、颜利燕

电话：0755-82130833

传真：0755-82130620