

创业板风险提示

本次股票发行后拟在创业板市场上市，该市场具有较高的投资风险。创业板公司具有创新投入大、新旧产业融合成功与否存在不确定性、尚处于成长期、经营风险高、业绩不稳定、退市风险高等特点，投资者面临较大的市场风险。投资者应充分了解创业板市场的投资风险及本公司所披露的风险因素，审慎作出投资决定。

广东佳奇科技教育股份有限公司

Guangdong Jaki Technology and Education Co., Ltd.

（汕头市澄海区凤翔街道兴达工业区）

JAKI[®]

JIA QI[®]

首次公开发行股票并在创业板上市

招股说明书

（上会稿）

本公司的发行申请尚需经交易所和中国证监会履行相应程序。本招股说明书（上会稿）不具有据以发行股票的法律效力，仅供预先披露之用。投资者应当以正式公告的招股说明书作为投资决定的依据。

保荐人（主承销商）



万和证券股份有限公司
Vanho Securities Co., Ltd.

（海口市南沙路 49 号通信广场二楼）

发行人声明

中国证监会、交易所对本次发行所作的任何决定或意见，均不表明其对注册申请文件及所披露信息的真实性、准确性、完整性作出保证，也不表明其对发行人的盈利能力、投资价值或者对投资者的收益作出实质性判断或保证。任何与之相反的声明均属虚假不实陈述。

根据《证券法》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；投资者自主判断发行人的投资价值，自主作出投资决策，自行承担股票依法发行后因发行人经营与收益变化或者股票价格变动引致的投资风险。

发行人及全体董事、监事、高级管理人员承诺招股说明书及其他信息披露资料不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

发行人控股股东、实际控制人承诺本招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

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

发行人及全体董事、监事、高级管理人员、发行人控股股东、实际控制人以及保荐人、承销的证券公司承诺因发行人招股说明书及其他信息披露资料有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券发行和交易中遭受损失的，将依法赔偿投资者损失。

保荐人及证券服务机构承诺因其为发行人本次公开发行制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将依法赔偿投资者损失。

本次发行概览

发行股票类型	人民币普通股（A股）
发行股数	不超过 3,333 万股，且占发行后总股本的比例不低于 25%；公司股东不公开发售股份。
每股面值	人民币 1.00 元
每股发行价格	【】元/股
预计发行日期	【】年【】月【】日
拟上市的证券交易所和板块	深圳证券交易所创业板
发行后总股本	不超过 13,313 万股
保荐人（主承销商）	万和证券股份有限公司
招股说明书签署日期	【】年【】月【】日

重大事项提示

重大事项提示包括投资者需特别关注的重要事项。投资者作出投资决策前，应认真阅读招股说明书正文内容。

一、相关主体关于招股说明书信息披露的承诺

（一）发行人的承诺

1、如本公司招股说明书被相关监管机关认定存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，对判断本公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，本公司在相关监管机关作出上述认定时，将依法回购首次公开发行的全部新股。

回购价格按照本公司首次公开发行股票的价格确认。如上市后本公司股票有利润分配或送配股份等除权、除息事项，回购价格相应进行调整。

2、如本公司首次公开发行股票并上市的招股说明书被相关监管机关认定存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失，将依法赔偿投资者损失。

（二）控股股东的承诺

公司控股股东佳奇投资承诺：

1、如公司招股说明书被相关监管机关认定存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，对判断公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，佳奇投资在相关监管机关作出上述认定时，将依法回购首次公开发行的全部新股，且将回购已转让的原限售股份。

回购价格按照公司首次公开发行股票的价格确认。如上市后公司股票有利润分配或送配股份等除权、除息事项，回购价格相应进行调整。

2、如公司首次公开发行股票并上市的招股说明书被相关监管机关认定存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失，佳奇投资将依法赔偿投资者损失。

（三）实际控制人的承诺

公司实际控制人陈晓铨、黄汶华承诺：如公司首次公开发行股票并上市的招股说明书被相关监管机关认定存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失，本人将依法赔偿投资者损失。

（四）董事、监事、高级管理人员的承诺

公司董事、监事、高级管理人员承诺：如公司首次公开发行股票并上市的招股说明书被相关监管机关认定存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本人将依法赔偿投资者损失。

（五）中介机构的承诺

1、保荐机构的承诺

本次发行的保荐机构万和证券承诺：如万和证券为发行人申请首次公开发行股票并上市而制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将依照相关法律、法规规定承担民事赔偿责任，先行赔偿投资者损失。

2、发行人律师的承诺

发行人律师康达律师承诺：如本所为发行人首次公开发行股票并上市而制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，本所将依照相关法律、法规规定承担民事赔偿责任，赔偿投资者损失，但证明本所没有过错的除外。该等损失的赔偿金额以投资者因此而实际发生并能举证证实的损失为限，具体的赔偿标准、赔偿主体范围、赔偿金额等详细内容待上述情形实际发生时，以最终确定的赔偿方案为准。

3、发行人会计师的承诺

发行人审计机构大华会计师承诺：本所为广东佳奇科技教育股份有限公司首次公开发行制作、出具的报告有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将依法按照相关监管机构或司法机关认定的金额赔偿投资者损失，如能证明无过错的除外。

4、发行人评估机构的承诺

发行人评估机构中京民信承诺：若因本公司为发行人首次公开发行股票制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，本公司将依照相关法律、法规规定承担民事赔偿责任，赔偿投资者损失。

5、发行人验资机构的承诺

发行人验资机构大华会计师承诺：因本所为广东佳奇科技教育股份有限公司首次公开发行股票制作、出具的验资报告不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏的情形；若因本所为发行人首次公开发行股票制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，本所将依法赔偿投资者损失，但证明本所没有过错的除外。

二、股份流通限制及锁定承诺

（一）实际控制人的承诺

公司实际控制人陈晓镔、黄汶华承诺：

1、自公司股票上市之日起 36 个月内，不转让或者委托他人管理本人于公司本次公开发行股票前已直接或间接持有的公司股份，也不由公司回购该部分股份。

2、公司在证券交易所上市后 6 个月内如公司股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后 6 个月期末收盘价低于发行价，本人直接或间接持有的上述公司股票的锁定期自动延长 6 个月。

3、若上述锁定期间，公司股票有派息、送股、资本公积金转增股本等除权除息事项的，上述发行价将按照中国证券监督管理委员会、证券交易所的有关规定作相应调整。因公司进行权益分派等导致本人持有公司股份发生变化的，仍应遵守上述规定。

4、在担任公司董事、监事、高级管理人员期间，将向公司申报本人直接及间接持有的公司股份及变动情况，每年转让的股份不得超过本人所直接及间接持有本公司股份总数的 25%；离职后半年内，不转让本人直接及间接所持有的公司股份。本人在担任公司董事、监事、高级管理人员任期届满前离职的，在本人就

任时确定的任期内和任期届满后六个月内，本人将仍遵守前述规定。

（二）控股股东的承诺

公司控股股东佳奇投资承诺：

1、自佳奇科技股票上市之日起 36 个月内，不转让或者委托他人管理本公司于佳奇科技本次公开发行股票前已直接或间接持有的公司股份，也不由佳奇科技回购该部分股份。

2、佳奇科技在证券交易所上市后 6 个月内如佳奇科技股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后 6 个月期末收盘价低于发行价，本公司持有佳奇科技股票的锁定期限自动延长 6 个月。

3、若上述锁定期间，佳奇科技股票有派息、送股、资本公积金转增股本等除权除息事项的，上述发行价将按照中国证券监督管理委员会、证券交易所的有关规定作相应调整。因佳奇科技进行权益分派等导致本公司持有佳奇科技股份发生变化的，仍应遵守上述规定。

（三）其他持股 5%以上股东的承诺

持有公司 5%以上股份的股东平潭盈科、张伟生承诺：

1、自公司股票上市之日起 12 个月内，不转让或者委托他人管理本合伙企业/本人于公司本次公开发行股票前已直接或间接持有的公司股份，也不由公司回购该部分股份。

2、因公司进行权益分派等导致本合伙企业/本人持有公司股份发生变化的，仍应遵守上述规定。

（四）除陈晓铨、黄汶华外担任本公司董事、监事、高级管理人员的股东的承诺

公司担任董事及高管的股东陈立光、辛戈华承诺：

1、自公司股票上市之日起 12 个月内，不转让或者委托他人管理本人于公司本次公开发行股票前已直接或间接持有的公司股份，也不由公司回购该部分股份。

2、公司在证券交易所上市后 6 个月内如公司股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后 6 个月期末收盘价低于发行价，本人持有公司股票的锁定期限自动延长 6 个月。

3、若上述锁定期间，公司股票有派息、送股、资本公积金转增股本等除权除息事项的，上述发行价将按照中国证券监督管理委员会、证券交易所的有关规定作相应调整。因公司进行权益分派等导致本人持有公司股份发生变化的，仍应遵守上述规定。

4、在担任公司董事、监事、高级管理人员期间，将向公司申报本人直接及间接持有的公司股份及变动情况，每年转让的股份不得超过本人所直接及间接持有公司股份总数的 25%；离职后半年内，不转让本人直接及间接所持有的公司股份。本人在任期届满前离职的，在本人就任时确定的任期内和任期届满后 6 个月内，本人将仍遵守前述规定。

5、将遵守《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》、《深圳证券交易所上市公司股东及董事、监事、高级管理人员减持股份实施细则》等相关规定，并自愿接受证券监管部门、自律组织及社会公众的监督。如相关法律、法规、中国证券监督管理委员会、证券交易所对本人直接或间接持有的公司股份的转让、减持另有要求的，则本人将按相关要求执行。

（五）其他股东

公司其他股东根据《公司法》及相关监管要求，其在本次发行前持有的股份，自公司股票上市之日起 12 个月内不得转让。

三、本次发行前持股 5%以上股东的持股意向及减持意向承诺

（一）实际控制人的承诺

公司实际控制人陈晓铨、黄汶华承诺：

1、锁定期满后，本人拟减持股票的，将认真遵守中国证券监督管理委员会、证券交易所关于股东减持的相关规定，结合公司稳定股价、开展经营、资本运作的需要，审慎制定股票减持计划，在股票锁定期满后逐步减持。

2、本人减持公司股份应符合相关法律、法规、规章的规定，具体方式包括但不限于交易所集中竞价交易方式、大宗交易方式、协议转让方式等。

3、在锁定期满后两年内，如果拟减持股票，减持价格不低于本次发行并上市时公司股票的发行价格，减持前，公司股票有派息、送股、资本公积金转增股本等除权除息事项的，发行价格为除权除息相应调整后的价格。

4、如公司及相关方在采取稳定股价的措施阶段时，本人将不减持所持有的公司股份。

5、本人减持公司股份前，应于减持前3个交易日予以公告，并按照证券交易所的规则及时、准确地履行信息披露义务。特别地，通过证券交易所集中竞价交易减持股份，应当在首次卖出的15个交易日前向证券交易所报告并预先披露减持计划。本人不需承担披露义务的情况除外。

6、本人将遵守《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》、《深圳证券交易所上市公司股东及董事、监事、高级管理人员减持股份实施细则》等相关规定，并自愿接受证券监管部门、自律组织及社会公众的监督。如相关法律、法规、中国证券监督管理委员会和证券交易所对本人直接或间接持有的公司股份的转让、减持另有要求的，则将按相关要求执行。

（二）控股股东的承诺

公司控股股东佳奇投资承诺：

1、锁定期满后，本公司拟减持股票的，将认真遵守中国证券监督管理委员会、证券交易所关于股东减持的相关规定，结合公司稳定股价、开展经营、资本运作的需要，审慎制定股票减持计划，在股票锁定期满后逐步减持。

2、本公司减持公司股份应符合相关法律、法规、规章的规定，具体方式包括但不限于交易所集中竞价交易方式、大宗交易方式、协议转让方式等。

3、在锁定期满后两年内，如果拟减持股票，减持价格不低于本次发行并上市时公司股票的发行价格，减持前，公司股票有派息、送股、资本公积金转增股本等除权除息事项的，发行价格为除权除息相应调整后的价格。

4、如公司及相关方在采取稳定股价的措施阶段时，本公司将不减持所持有的公司股份。

5、本公司减持公司股份前，应于减持前3个交易日予以公告，并按照证券交易所的规则及时、准确地履行信息披露义务。特别地，通过证券交易所集中竞价交易减持股份，应当在首次卖出的15个交易日前向交易所报告并预先披露减持计划。本公司不需承担披露义务的情况除外。

6、本公司将遵守《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》《深圳证券交易所上市公司股东及董事、监事、高级管理人员减持股份实施细则》的相关规定，并自愿接受证券监管部门、自律组织及社会公众的监督。如相关法律、法规、中国证券监督管理委员会和证券交易所对本公司直接或间接持有的公司股份的转让、减持另有要求的，则将按相关要求执行。

（三）其他持股5%以上股东的承诺

持有公司5%以上股份的股东平潭盈科、张伟生承诺：

1、锁定期满后，本合伙企业/本人拟减持股票的，将认真遵守中国证券监督管理委员会、证券交易所关于股东减持的相关规定，结合公司稳定股价、开展经营、资本运作的需要，审慎制定股票减持计划，在股票锁定期满后逐步减持。

2、本合伙企业/本人减持公司股份应符合相关法律、法规、规章的规定，具体方式包括但不限于交易所集中竞价交易方式、大宗交易方式、协议转让方式等。

3、本合伙企业/本人减持公司股份前，应于减持前3个交易日予以公告，并按照证券交易所的规则及时、准确地履行信息披露义务。特别地，通过证券交易所集中竞价交易减持股份，应当在首次卖出的15个交易日前向证券交易所报告并预先披露减持计划，不需承担披露义务的情况除外。

4、本合伙企业/本人将遵守《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》《深圳证券交易所上市公司股东及董事、监事、高级管理人员减持股份实施细则》等相关规定，并自愿接受证券监管部门、自律组织及社会公众的监督。如相关法律、法规、中国证券监督管理委员会或证券交易所对本合伙企业/本人直接或间接持有的公司股份的转让、减持另有要求的，则本合伙企业/本人将按相

关要求执行。

四、稳定股价的预案及承诺

为稳定公司股价，保护中小股东和投资者利益，公司制定了《公司上市后三年内股价低于每股净资产时稳定股价预案》（以下简称“稳定股价预案”），公司、控股股东、董事（不包括独立董事）、高级管理人员就公司股价稳定预案作出了相关承诺：

（一）启动及终止稳定股价措施的条件

公司上市后三年内，如公司股票连续 20 个交易日的收盘价低于公司最近一期经审计的每股净资产（以下简称“启动条件”，若因除权除息等事项致使上述股票收盘价与公司最近一期经审计的每股净资产不具可比性的，上述股票收盘价应做相应调整，下同）情形时，则公司应启动稳定股价措施。

触发启动条件后，在实施稳定股价措施过程中，如公司股票连续 3 个交易日的收盘价超过公司最近一期经审计的每股净资产，将终止实施稳定股价措施。稳定股价预案第三项的稳定股价的具体措施实施期满后，如再次发生启动条件，则再次启动稳定股价措施。

（二）稳定股价的措施及顺序

股价稳定措施包括：1、公司回购股票；2、公司控股股东增持公司股票；3、董事（不含独立董事）、高级管理人员增持公司股票。其中，第一选择为公司回购股票，第二选择为控股股东增持公司股票，第三选择为董事（不含独立董事）、高级管理人员增持公司股票。

（三）稳定股价的具体措施

1、公司回购

（1）公司为稳定股价之目的回购股份，应符合《公司法》《上市公司回购社会公众股份管理办法（试行）》及《关于上市公司以集中竞价交易方式回购股份的补充规定》等相关法律、法规的规定，且不应导致公司股权分布不符合上市条件。

（2）公司股东大会对回购股份做出决议，须经出席会议的股东所持表决权的三分之二以上通过，公司控股股东、实际控制人承诺就该等回购事宜在股东大会中投赞成票。

（3）公司为稳定股价之目的进行股份回购的，除应符合相关法律法规之要求外，还应符合下列各项要求：

①公司用于回购股份的资金总额累计不超过公司首次公开发行股票所募集资金的总额；

②单次用于回购股份的资金不低于 1,000 万元；

③回购股份后，公司股权分布应当符合上市条件及相关法律法规要求；

④回购股份的价格不超过最近一期经审计的每股净资产。

2、公司控股股东增持

（1）若公司回购股份方案实施期限届满之日后的连续 10 个交易日的收盘价低于公司最近一期经审计的每股净资产，公司控股股东应在符合《上市公司收购管理办法》等法律法规的条件和要求的前提下，对公司股票进行增持。

（2）控股股东增持公司股份的价格不超过公司最近一期经审计的每股净资产，增持股份的方式为集中竞价交易方式、要约方式或证券监督管理部门认可的其他方式，并符合下列要求：

①单次用于增持股份的资金不超过 10,000 万元；

②增持股份后，公司股权分布应当符合上市条件及相关法律法规要求。

3、董事（不包括独立董事）、高级管理人员增持

（1）若公司控股股东增持股份方案实施期限届满之日后的连续 10 个交易日的收盘价低于公司最近一期经审计的每股净资产，在公司领取薪酬的公司董事（不包括独立董事）、高级管理人员应在符合《上市公司收购管理办法》及《上市公司董事、监事和高级管理人员所持本公司股份及其变动管理规则》等法律法规的条件和要求的前提下，对公司股票进行增持。

增持公司股份的价格不超过公司最近一期经审计的每股净资产，增持股份的方式为集中竞价交易方式、要约方式或证券监督管理部门认可的其他方式。

(2) 有义务增持的公司董事（不含独立董事）、高级管理人员承诺：

① 单次用于增持股份的资金金额不低于本人在担任董事或高级管理人员职务期间上一会计年度从公司处领取的税后薪酬及津贴的总额的 20%；

② 单一年度用于增持股份的资金金额应不超过本人在担任董事或高级管理人员职务期间上一会计年度从发行人处领取的税后薪酬及津贴的总额；超过上述标准的，本人在当年度将不再继续实施稳定股价措施。但如下一年度继续出现需启动稳定股价措施的情形时，本人将继续按照上述原则执行稳定股价预案。

③ 公司全体董事（不含独立董事）、高级管理人员对该等增持义务的履行承担连带责任。

(3) 公司在首次公开发行股票并上市后 3 年内聘任新的董事（不含独立董事）、高级管理人员前，将要求其签署承诺书，保证其履行公司首次公开发行并上市时董事（不含独立董事）、高级管理人员已做出的相应承诺。

4、在公司董事（不含独立董事）、高级管理人员增持完成后，如果公司股票价格再次出现连续 20 个交易日收盘价低于公司最近一期经审计的每股净资产，则公司应依照稳定股价预案的规定，依次开展公司回购、公司控股股东增持及董事（不含独立董事）、高级管理人员增持工作。

（四）稳定股价措施的启动程序

1、公司回购

(1) 公司董事会应在上述公司回购启动条件触发之日起的 15 个工作日内做出回购股份的决议；

(2) 公司董事会应当在做出回购股份决议后的 2 个工作日内公告董事会决议、回购股份预案，并发布召开股东大会的通知；

(3) 公司回购应在公司股东大会决议做出之日起次日开始启动回购，并应在履行相关法定手续后的 30 个工作日内实施完毕；

(4) 公司回购方案实施完毕后，应在 2 个交易日内公告公司股份变动报告；

(5) 回购股份的价格不超过公司最近一期经审计的每股净资产，回购股份的方式为集中竞价交易方式、要约方式或证券监督管理部门认可的其他方式。

2、公司控股股东及董事、高级管理人员增持

(1) 公司董事会应在上述公司控股股东及董事、高级管理人员增持启动条件触发之日起 2 个交易日内作出增持公告；

(2) 公司控股股东及董事、高级管理人员应在增持公告作出之日起次日开始启动增持，并应在履行相关法定手续后的 30 个交易日内实施完毕。

五、填补被摊薄即期回报的措施及承诺

(一) 发行人的措施及承诺

1、完善利润分配政策，强化投资者回报

本公司已按照《关于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知》《上市公司监管指引第 3 号——上市公司现金分红》的要求，制定了《公司章程(草案)》和《公司首次公开发行股票并上市后三年股东分红回报规划》，完善了发行上市后的利润分配政策，本公司利润分配政策和未来利润分配规划重视对投资者的合理、稳定投资回报，本公司将严格按照《公司章程（草案）》和《公司首次公开发行股票并上市后三年股东分红回报规划》的要求进行利润分配。本次发行完成后，本公司将广泛听取独立董事、外部监事（如有）、公众投资者（尤其是中小投资者）的意见和建议，不断完善本公司利润分配政策，强化对投资者的回报。

2、扩大业务规模，加大研发投入

本公司将在稳固现有市场和客户的基础上，未来进一步加强现有产品和业务的市场开拓和推广力度，不断扩大主营业务的经营规模，提高本公司盈利规模；同时，本公司将不断加大研发投入，加强人才队伍建设，提升产品竞争力和本公司盈利能力。

3、加快募投项目实施进度，加强募集资金管理

本次发行募集资金到账后，本公司将开设募集资金专项账户，并与开户银行、保荐机构签署募集资金三方监管协议，同时严格依据本公司相关制度进行募集资金使用的审批与管理，以保障本次发行募集资金安全和有效使用。同时，本公司将确保募投项目建设进度，加快推进募投项目的实施，争取募投项目早日投产并实现预期效益，保证募投项目的实施效果。

4、进一步完善中小投资者保护制度

本公司已制定《投资者关系管理制度》《信息披露管理制度》等一系列制度，以充分保护中小投资者的知情权和决策参与权，该等制度安排可为中小投资者获取本公司信息、选择管理者、参与重大决策等权利提供保障。本公司承诺将依据中国证券监督管理委员会、证券交易所等监管机构出台的该等方面的实施细则或要求，并参考同行业上市公司的通行惯例，进一步完善保护中小投资者的相关制度。

（二）控股股东的承诺

公司控股股东佳奇投资承诺：不越权干预公司经营管理活动，不侵占公司利益。

（三）实际控制人的承诺

公司实际控制人陈晓铨、黄汶华承诺：

- 1、不越权干预公司经营管理活动，不侵占公司利益；
- 2、本人承诺不会以无偿或者不公平条件通过公司（含子公司）向其他单位或者个人输送利益，亦不采取其他方式损害公司的任何利益；
- 3、作为公司的董事/高级管理人员，本人承诺将全力支持和遵守公司对董事、高级管理人员的职务消费行为制定的规范性措施；
- 4、本人承诺将不动用公司资产从事与本人职务无关的投资、消费活动，遵守公司规章制度关于董事、高级管理人员行为规范的要求；

5、本人承诺将全力支持公司董事会薪酬与考核委员会在制定或修订薪酬制度时，将相关薪酬安排与公司填补回报措施的执行情况挂钩，并在公司董事会或股东大会审议该薪酬制度议案时投赞成票（如有）；

6、本人承诺如公司未来实施员工股权激励，将全力支持公司将该等员工股权激励的行权条件与公司填补回报措施的执行情况挂钩，并在公司董事会或股东大会审议该股权激励议案时投赞成票（如有）；

7、如若上述承诺与中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所关于填补回报措施及其承诺的明确规定不符合或不够明确或不能满足相关规定的，本人承诺将根据中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所的相关规定及监管要求及时进行相应调整或补充承诺。

（四）董事、高级管理人员的承诺

公司董事、高级管理人员承诺：

1、本人承诺不会以无偿或者不公平条件通过公司（含子公司）向其他单位或者个人输送利益，亦不采取其他方式损害公司的任何利益。

2、作为公司的董事/高级管理人员，本人承诺将全力支持和遵守公司对董事、高级管理人员的职务消费行为制定的规范性措施。

3、本人承诺将不动用公司资产从事与本人职务无关的投资、消费活动，遵守公司规章制度关于董事、高级管理人员行为规范的要求。

4、本人承诺将全力支持公司董事会薪酬与考核委员会在制定或修订薪酬制度时，将相关薪酬安排与公司填补回报措施的执行情况挂钩，并在公司董事会或股东大会审议该薪酬制度议案时投赞成票（如有）。

5、本人承诺，如公司未来实施员工股权激励，将全力支持公司将该等员工股权激励的行权条件与公司填补回报措施的执行情况挂钩，并在公司董事会或股东大会审议该股权激励议案时投赞成票（如有）。

6、如若上述承诺与中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所关于填补回报措施及其承诺的明确规定不符合或不够明确或不能满足相关规定的，将根据中

国证券监督管理委员会、深圳证券交易所的相关规定及监管要求及时进行相应调整或补充承诺。

六、未履行承诺的约束措施

（一）发行人未履行承诺的约束措施

1、依法承担公众投资者因信赖相关承诺实施交易而遭受的直接损失，金额由本公司与投资者协商确定，或根据证券监督管理部门、司法机关认定的方式确定。

2、自本公司完全消除未履行相关承诺事项所产生的不利影响之日起 12 个月内，本公司将不得发行证券，包括但不限于股票、公司债券、可转换的公司债券及证券监督管理部门认可的其他品种等。

3、未完全消除未履行相关承诺事项所产生的不利影响之前，本公司不得以任何形式向本公司之董事、监事、高级管理人员增加薪资或津贴。此外，对导致本公司未履行或未完全履行承诺的事项经董事会或证券监督管理部门、司法机关确定需要股东承担个人责任的，可以根据其公开承诺停止发放红利。

4、因相关法律法规、政策变化、自然灾害及其他不可抗力等公司无法控制的客观原因导致承诺无法履行或无法完全履行的情形除外，但公司仍负有公开说明未履行承诺原因的义务。

（二）控股股东未履行承诺的约束措施

公司控股股东佳奇投资承诺：

1、公开说明未履行或未完全履行承诺的具体原因，并向公司股东和社会公众投资者道歉。

2、依法承担公司、公众投资者因信赖相关承诺实施交易而遭受的直接损失，金额由本公司与公司、投资者协商确定，或根据证券监督管理部门、司法机关认定的方式确定。

3、未完全消除未履行相关承诺事项所产生的不利影响之前，不得以任何方

式减持持有的发行人股份。

（三）实际控制人未履行承诺的约束措施

公司实际控制人陈晓铨、黄汶华承诺：

1、公开说明未履行或未完全履行承诺的具体原因，并向公司股东和社会公众投资者道歉。

2、依法承担公司、公众投资者因信赖相关承诺实施交易而遭受的直接损失，金额由本人与公司、投资者协商确定，或根据证券监督管理部门、司法机关认定的方式确定。

3、未完全消除未履行相关承诺事项所产生的不利影响之前，不得以任何方式减持持有的发行人股份。

4、未完全消除未履行相关承诺事项所产生的不利影响之前，不得以任何方式要求公司为本人增加薪资或津贴，亦不得以任何形式接受发行人增加支付的薪资或津贴。

（四）其他持股 5%以上股东未履行承诺的约束措施

持有公司 5%以上股份的股东平潭盈科、张伟生承诺：

1、公开说明未履行或未完全履行承诺的具体原因，并向公司股东和社会公众投资者道歉。

2、依法承担公司、公众投资者因信赖相关承诺实施交易而遭受的直接损失，金额由本合伙企业/本人与公司、投资者协商确定，或根据证券监督管理部门、司法机关认定的方式确定。

3、未完全消除未履行相关承诺事项所产生的不利影响之前，不得以任何方式减持持有的发行人股份。

（五）董事、监事、高级管理人员未履行承诺的约束措施

公司董事、监事、高级管理人员承诺：

1、公开说明未履行或未完全履行承诺的具体原因，并向公司股东和社会公

众投资者道歉。

2、依法承担公司、公众投资者因信赖相关承诺实施交易而遭受的直接损失，金额由本人与公司、投资者协商确定，或根据证券监督管理部门、司法机关认定的方式确定。

3、未完全消除未履行相关承诺事项所产生的不利影响之前，不得以任何方式减持持有的发行人股份（如有）。

4、未完全消除未履行相关承诺事项所产生的不利影响之前，不得以任何方式要求公司为本人增加薪资或津贴，亦不得以任何形式接受发行人增加支付的薪资或津贴。

七、本次发行前滚存利润的分配

根据公司 2020 年第三次临时股东大会的决议，为兼顾新老股东的利益，若公司首次公开发行股票并上市得以实施，首次公开发行股票前滚存的未分配利润在公司首次公开发行股票上市后由新老股东按持股比例共同享有。

八、公司发行上市后股利分配政策

（一）利润分配的形式和期间间隔

公司采用现金、股票或者现金与股票相结合的方式分配利润，并优先考虑采用现金方式分配利润。

公司原则上每年进行一次利润分配，在有条件的情况下，公司可以进行中期利润分配。

（二）利润分配的具体条件及相关内容

1、现金方式分配的具体条件

除特殊情况外，公司当年度实现盈利，在依法提取法定公积金、盈余公积金，在满足公司正常生产经营资金需求和无重大资金支出的情况下后进行利润分配，公司每年以现金方式分配的利润不低于当年实现的可供分配利润的 10%。

此外，在确保足额现金股利分配的前提下，公司可以另行增加股票股利分配和公积金转增。

特殊情况是指公司发生以下重大投资计划或重大资金支出：

（1）交易涉及的资产总额占公司最近一期经审计总资产的 50%以上，该交易涉及的资产总额同时存在账面值和评估值的，以较高者作为计算数据；

（2）交易标的（如股权）在最近一个会计年度相关的主营业务收入占公司最近一个会计年度经审计主营业务收入的 50%以上，且绝对金额超过 5,000 万元；

（3）交易标的（如股权）在最近一个会计年度相关的净利润占公司最近一个会计年度经审计净利润的 50%以上，且绝对金额超过 500 万元；

（4）交易的成交金额（含承担债务和费用）占公司最近一期经审计净资产的 50%以上，且绝对金额超过 5,000 万元；

（5）交易产生的利润占公司最近一个会计年度经审计净利润的 50%以上，且绝对金额超过 500 万元；

重大资金支出是指：单笔或连续十二个月累计金额占公司最近一期经审计的净资产的 30%以上的投资资金或营运资金的支出。

2、差异化的现金分红政策

在符合上述现金分红条件的情况下，公司董事会应当综合考虑所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，实施差异化的现金分红政策：

（1）公司发展阶段属成熟期且无重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 80%；

（2）公司发展阶段属成熟期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 40%；

（3）公司发展阶段属成长期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 20%。

公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，进行利润分配时，可以按照前项规定处理。

3、现金分红政策的调整和变更

公司应当严格执行公司章程确定的现金分红政策以及股东大会审议批准的现金分红具体方案。确有必要对公司章程确定的现金分红政策进行调整或者变更的，应当满足公司章程规定的条件，经过详细论证后，履行相应的决策程序，并经出席股东大会的股东所持表决权的 2/3 以上通过。

4、股票股利分配方式的具体条件

公司在经营情况良好，并且董事会认为公司股票价格与公司股本规模不匹配、发放股票股利有利于公司全体股东整体利益时，可以在满足上述现金分红的条件下，提出股票股利分配预案。

股票股利分配可以单独实施，也可以结合现金分红同时实施。采用股票股利进行利润分配的，应当具有公司成长性、每股净资产的摊薄等真实合理因素。

（三）利润分配方案的审议程序

1、公司的利润分配方案由公司董事会结合公司章程的规定、盈利情况、资金供给和需求情况、股东回报规划提出、拟定。董事会应当认真研究和论证公司现金分红的时机、条件和最低比例、调整的条件及其决策程序要求等事宜，经董事会审议通过后提交股东大会批准。独立董事、监事会应当对利润分配预案发表明确意见并公开披露。独立董事可以征集中小股东的意见，提出分红提案，并直接提交董事会审议。

2、股东大会对利润分配方案进行审议时，应当通过多种渠道主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流，充分听取中小股东的意见和诉求，并及时答复中小股东关心的问题。

3、公司因前述规定的特殊情况而不进行现金分红时，董事会应当就不进行现金分红的具体原因、公司留存收益的确切用途及预计投资收益等事项进行专项说明，经独立董事发表意见后提交股东大会审议，并在公司指定媒体上予以披露。

九、特别提醒投资者注意的“风险因素”

（一）市场潮流变动的风险

玩具行业潮流变化较快，玩具企业的业绩取决于能否通过开发新产品以及时识别、应对消费者品味和市场潮流的变动。公司于 2015 年在机器人玩具的基础上设计研发出了变形玩具，由于其新颖性、趣味性及形态多变的特点受到青少年儿童喜爱，成为潮流产品。

报告期内虽然公司依靠优秀的玩具创意设计能力，开发了包括“奇迪乐”系列婴幼儿玩具等新产品，并对原有传统优势产品如机器人玩具、变形玩具等进行不断升级和创新，但是如果公司现有产品在未来不再流行、或者公司在未来不能及时开发出足以吸引消费者的新产品，将对公司业绩造成不利影响。

（二）新冠肺炎疫情对公司造成不利影响的风险

由于受全球疫情影响，物流受阻，消费者减少出行，终端销售渠道的顾客减少，公司现有客户及潜在客户的经营可能受疫情波及导致无法履约或减少、取消业务合作，这将影响公司的正常经营和业务拓展，进而对公司经营业绩产生不利影响。

受疫情影响，2020 年 1-3 月发行人主营业务玩具产品销售同比减少 27.40%。本次新冠疫情传染范围广、持续时间长，使得包括我国在内的全球经济发生重大损失，并可能对国际贸易、产业链体系和消费者心理造成深远影响。发行人作为全球产业链中的一员，发行人的经营不可避免在一定程度受到疫情影响。虽然国内新冠疫情已得到有效控制并进入常态化防控阶段，但若全球疫情蔓延加剧或因控制不力导致全球经济衰退，则可能对发行人的经营业绩产生不利的影响。

（三）原材料价格波动风险

公司产品的主要原材料为塑料，塑料价格受原油价格的影响较大。公司从事玩具生产多年，与各主要供应商保持了长期稳定的合作关系，为应对原材料价格的波动对生产成本的不利影响，采取了优化生产组织、对大宗原材料进行集中采

购等措施。但若未来原材料价格出现大幅波动，则可能造成公司经营业绩出现相应波动。

（四）产品质量控制的风险

公司产品的主要使用者是儿童，产品质量至关重要。公司一直严格把控产品质量，建立了全面质量安全监控体系，并通过了中国质量认证中心（CQC）GB/T 19001-2016/ISO 9001：2015 质量管理体系认证，能及时针对国内外各项新规做出调整，保证公司产品质量的稳定。报告期内，公司未发生重大质量问题及任何因质量问题而引起的纠纷。但若未来发生重大产品质量问题，则会影响公司多年累积的良好声誉，将对公司业绩造成不利影响。

（五）客户集中度风险

报告期内，公司前五大客户的收入占公司当期营业收入的比重分别为 51.02%、62.86%、59.14% 和 61.27%，占比相对较高。未来如果公司不能巩固和提高综合竞争优势、持续拓展新客户、扩大业务规模，或者公司主要客户由于自身原因减少甚至停止与公司的业务合作，公司经营业绩都将受到重大不利影响。

（六）汇率变动风险

公司产品的外销占比较高，报告期各期外销收入占主营业务收入的比例分别为 54.01%、54.13%、61.65% 和 56.98%。公司的出口产品主要以美元结算，人民币兑美元的汇率波动对公司的影响主要表现在两个方面：一是外销结算所产生的汇兑损益对利润的影响，报告期内，人民币汇率波动造成的汇兑收益分别为 -258.46 万元、373.59 万元、129.94 万元和 129.71 万元；二是对出口产品价格竞争力的影响，人民币汇率如若大幅升值会削弱公司产品在国际市场的竞争力，从而影响公司的经营业绩。

（七）产品进口国的政策风险

公司产品外销占比较高，出口目的地包括印度、中东、欧洲、美洲、非洲等国家或地区。近年来，印度、欧盟、美国等地相继出台了一系列新的政策，提高了对在该国或地区销售的玩具的安全、环保要求。

虽然目前公司产品均能符合进口国或地区的标准，但如果未来进口国或地区的行业标准发生变化，而公司产品未能及时满足其标准要求，将会对公司的进出口业务带来一定的影响。

（八）全球环境的不确定性导致出口业务下滑的风险

2018 年以来，美国实施“美国优先”的政策，与我国不断产生贸易摩擦。尽管以美国为核心的发达国家对于玩具的进口尚未有特别的限制政策和贸易关税政策，但未来若中美贸易战及贸易摩擦加剧，美国仍可能对中国玩具出口采取特别的限制政策和贸易关税政策，从而对公司的玩具出口产生一定的影响。

作为全球玩具消费主要区域之一，欧洲近年经济增长乏力，甚至部分国家出现衰退，未来若欧洲国家经济持续低迷仍然可能对公司出口产生一定的影响。

（九）印度加征关税导致发行人出口收入下降的风险

印度为了扶持本国玩具制造业，2020 年 2 月 1 日起，印度对进口中国的玩具加征关税，从原来的 20% 提升到 60%。印度提高关税将提高中国玩具产品在印度终端的销售价格，关税成本最终由消费者承担。由于关税的提高，印度市场的中国玩具销售额下降，进而影响公司在印度的销售额。

公司 2020 年 1-6 月对印度的出口收入共计 109.93 万元，同比降低 98.12%。具体情况如下：

区域	2020 年 1-6 月		2019 年 1-6 月
	收入（万元）	变动率	收入（万元）
印度	109.93	-98.12%	5,846.97

注：2020 年 1-6 月数据已经审阅。

公司 2020 年 4-6 月对印度的出口收入为 0.00 万元，7-8 月对印度出口收入为 100.37 万元。若印度对中国制造玩具产品的关税政策继续保持不变，公司对印度的出口收入存在相应下滑的风险。

2017-2019 年度，公司出口印度的营业收入及公司的销售净利率如下：

项目	营业收入（万元）	销售净利率
2019 年度	9,296.35	15.68%

项目	营业收入（万元）	销售净利率
2018 年度	7,088.56	15.21%
2017 年度	5,805.81	11.98%
平均数	7,396.91	14.29%

公司 2020 年 1-8 月出口印度收入 210.30 万元（未经审计或审阅），若假定 2020 年度公司全年出口印度收入仅为 210.30 万元，公司同比 2019 年出口印度收入 9,296.35 万元将减少 9,086.05 万元，按照公司 2017-2019 年度平均销售净利率测算，对应净利润将减少 1,298.40 万元。

印度加征关税对公司收入存在一定影响，公司正积极深耕已有销售市场或开发新的销售区域等措施来尽可能降低印度加征关税对公司经营的影响，对公司持续经营能力不构成重大影响。

（十）经销商变动风险

2020 年第一季度较 2019 年度全年减少经销商数量为 166 家，减少经销商对应的上年收入金额占上年经销收入的比例为 11.03%。销售金额在 50 万元及以上的经销商减少 12 家，其对应的上年收入占上年经销收入的比例为 8.19%。报告期内，销售金额在 50 万元及以上的经销商比较稳定，销售金额在 50 万元及以下的经销商较为分散，数量较多，波动相对较大，并且由于各经销商销售渠道、细分市场侧重有所不同，各经销商根据下游客户的需求进行采购，会出现某一年度未与发行人发生交易的情况，使得报告期内，公司经销商存在一定变动，对公司经营业绩产生一定的不利影响。

十、保荐机构对公司是否具备持续经营能力的核查结论意见

自 2018 年中美贸易摩擦以来，一方面美国暂未对玩具进口实施特别的限制政策和贸易关税政策；另一方面发行人 2017-2019 年度出口至美国玩具收入占比分别为 0.28%、2.85%和 3.39%，占比较低。此外，由于玩具生产属于劳动力密集型产业，以美国为代表的发达国家基本已将玩具生产转移到发展中国家，对进口玩具依赖较大。目前，中国仍为世界主要的玩具出口国，因而，中美贸易摩擦不会对发行人的持续经营能力产生重大不利影响。

从2020年2月1日开始，印度政府宣布提高电子产品、玩具和家具等商品的进口关税，其中玩具从20%提至60%，意在通过遏制中国玩具进口以扶持该国产业发展。受关税以及疫情影响，发行人2020年1-6月对印度的出口收入大幅下降，从短期来看，上述事项对发行人经营业绩造成了一定不利影响，但受益于之前的市场拓展和布局，2020年1-6月发行人在尼日利亚、波兰、以色列等国家或区域销售收入同比增幅较大，一定程度上弥补了出口印度收入下降的缺口。此外，发行人正积极采取深耕已有销售市场和开发新的销售区域等措施，尽可能降低印度加征关税对发行人经营的影响。研究机构NPD的数据显示，2019年全球玩具市场规模大约为910亿美元，从长期来看全球玩具市场需求较大。根据中商产业研究院数据，预计到2025年，中国0-3岁婴幼儿玩具市场规模将达到383亿元；另一方面中国作为世界玩具制造中心，制造全球约70%的玩具。中国具有成熟的玩具产业链，研发能力较强，产品推陈出新较快，虽然印度有着大量廉价的劳动力，也正试图发展玩具产业，但与中国历经数十年发展积累的制造业基础相比，仍存在明显不足。综上所述，印度加征关税不会对发行人的持续经营能力产生重大不利影响。

2020年1月，“新冠疫情”爆发，发行人亦受到了一定程度的影响。2020年2月中旬发行人逐步复工组织生产、交付订单；发行人的供应商和国内客户也在2月中旬至3月中旬陆续复工。随着疫情在国内逐步得到控制，国内订单逐渐恢复。境外客户方面，疫情先后在欧洲、美国、印度等地爆发，海外订单出现一定程度的下降。进入二季度，发行人抓住“出口转内销，促进双循环”的机会，进一步加大开拓境内客户的力度，在维护既有客户的基础上，加大新客户和新市场的开发力度。同时，发行人加强销售人员与客户的交流并积极参加玩具专业展会，通过线上和线下多种方式让客户更多了解发行人的产品及实力，国内市场开拓取得了积极的成效。2020年1-6月，发行人内销收入8,745.70万元，较上年同期增长37.27%。

截至招股说明书签署之日，随着全球各国的复工复产，发行人的境内外订单逐步转暖。另一方面，“危中有机”，受疫情、贸易摩擦等因素影响，订单将进一步向优势企业集中，有助于发行人的市场开拓。因此，疫情不会对发行人的持续经营能力产生重大不利影响。

经核查，发行人的经营模式、产品结构未发生重大变化；**尽管存在疫情及贸易摩擦的影响，但未对发行人的持续经营能力产生重大不利影响**；发行人在用的商标、专利等重要资产或者技术的取得和使用不存在重大不利变化的风险；发行人最近一年的营业收入或净利润对关联方或者有重大不确定性的客户不存在重大依赖；发行人不存在最近一年的净利润主要来自合并财务报表范围以外的投资收益的情形。

保荐机构认为，报告期内发行人经营状况及财务状况良好，根据发行人所处行业未来发展趋势以及发行人实际经营状况判断，发行人具有良好的发展前景及持续经营能力。

十一、财务报告审计截止日后的主要财务信息及经营状况

（一）2020年1-6月的主要财务信息及经营状况

大华会计师对公司2020年6月30日的合并及母公司资产负债表，2020年1-6月的合并及母公司利润表，2020年1-6月的合并及母公司现金流量表以及财务报表附注进行了审阅，并出具了《审阅报告》（大华核字[2020]007769号）。

根据会计师出具的审阅报告，主要财务信息如下：

单位：万元

项目	2020年1-6月	2019年1-6月	变动比例
营业收入	18,405.48	18,043.15	2.01%
主营业务收入	15,002.05	16,855.19	-10.99%
归属于母公司股东的净利润	2,587.05	2,264.35	14.25%
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	2,300.89	2,240.44	2.70%

2020年1-6月，公司营业收入为18,405.48万元，同比增长2.01%，其中主营业务收入15,002.05万元，同比下降10.99%，主要系受新冠疫情及国际贸易形势影响，公司玩具销售业务有所下滑，第二季度国内疫情逐步得到控制，上下游企业有序复工复产，公司主营业务收入上半年整体降幅相对于第一季度的降幅32.00%收窄；2020年1-6月，其他业务收入3,403.43万元，同比增加186.49%，主要系公司原材料及防疫物资销售。

2020年1-6月，公司归属于母公司股东的净利润为2,587.05万元，较上年同期增加322.69万元，同比增长14.25%，主要系归属于非经常性损益并计入其他收益的政府补助增加310.51万元；扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润为2,300.89万元，同比增长2.70%。

截至本招股说明书签署日，公司主要经营状况良好。具体情况请参见本招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“四、财务报告审计截止日后主要财务信息及经营状况”。

（二）2020年1-9月经营情况预计

单位：万元

项目	2020年1-9月预测数	2019年1-9月	变动比例
营业收入	30,000~33,000	37,325.10	-19.63%~-11.59%
归属于母公司所有者的净利润	5,000~5,300	6,017.68	-16.91%~-11.93%
扣除非经常性损益归属于母公司净利润	4,500~4,800	5,854.64	-23.14%~-18.01%

前述业绩情况系公司预计数据，未经会计师审计或审阅，不构成公司的盈利预测或业绩承诺。

目 录

发行人声明	2
本次发行概览	3
重大事项提示	4
一、相关主体关于招股说明书信息披露的承诺	4
二、股份流通限制及锁定承诺	6
三、本次发行前持股 5%以上股东的持股意向及减持意向承诺	8
四、稳定股价的预案及承诺	11
五、填补被摊薄即期回报的措施及承诺	14
六、未履行承诺的约束措施	17
七、本次发行前滚存利润的分配	19
八、公司发行上市后股利分配政策	19
九、特别提醒投资者注意的“风险因素”	22
十、保荐机构对公司是否具备持续经营能力的核查结论意见	25
十一、财务报告审计截止日后的主要财务信息及经营状况	27
目 录	29
第一节 释 义	34
第二节 概 览	39
一、公司简介	39
二、本次发行基本情况	39
三、主要财务数据及财务指标	40
四、发行人主营业务经营情况	41
五、发行人自身的创新、创造、创意特征，科技创新、模式创新、业态创新和 新旧产业融合情况	42
六、发行人选择的具体上市标准	43
七、发行人公司治理特殊安排	44
八、募集资金用途	44
第三节 本次发行概况	45
一、本次发行的基本情况	45

二、本次发行有关机构的情况	45
三、发行人与有关中介机构的股权关系和其他权益关系	47
四、与本次发行上市有关的重要日期	47
第四节 风险因素	48
一、创新与技术风险	48
二、经营风险	48
三、内控风险	51
四、财务风险	52
五、政策风险	52
六、募集资金投资项目风险	53
七、发行失败风险	54
第五节 发行人基本情况	55
一、基本情况	55
二、公司设立情况	55
三、发行人重大资产重组情况	63
四、发行人在其他证券市场的上市及挂牌情况	63
五、发行人股权结构及组织结构	71
六、发行人控股子公司、参股公司及分公司情况	72
七、公司控股股东、实际控制人及其他持有发行人 5%以上股份的主要股东	75
八、发行人股本情况	79
九、发行人正在执行的股权激励及其他制度安排和执行情况	83
十、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的简要情况	83
十一、发行人与董事、监事、高级管理人员及核心技术人员所签订的协议、所作承诺及履行情况	88
十二、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员近两年内变动情况	88
十三、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的对外投资情况	89
十四、董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属直接或间接持有公司股份的情况	90
十五、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的薪酬情况	91

十六、发行人员工及其社会保障情况	92
第六节 业务与技术	104
一、主营业务、主要产品及服务的基本情况	104
二、发行人所处行业基本情况	140
三、本公司的竞争地位	172
四、发行人产品的销售情况和主要客户	177
五、发行人采购情况和主要供应商	198
六、公司的主要固定资产和无形资产情况	214
七、特许经营权的情况	255
八、本公司技术与研究开发情况	255
九、质量控制情况	262
十、公司境外经营情况	268
第七节 公司治理与独立性	269
一、公司法人治理制度运行情况	269
二、发行人特别表决权股份或类似安排	272
三、发行人协议控制架构	272
四、公司内部控制自我评估及注册会计师的鉴证意见	272
五、发行人报告期内的违法违规情况	273
六、控股股东、实际控制人及其控制的其他企业占用公司资金及公司为其提供担保的情况	273
七、独立性情况	273
八、同业竞争情况	275
九、关联方与关联关系	277
十、关联交易情况	280
第八节 财务会计信息与管理层分析	285
一、财务报表	285
二、注册会计师的审计意见	293
三、影响发行人业绩的主要因素和指标	294
四、财务报告审计截止日后主要财务信息及经营状况	295

五、财务报表的编制基础、合并财务报表的范围及变化情况	300
六、报告期内的主要会计政策和会计估计	301
七、主要税项及享受的税收优惠	341
八、分部信息	344
九、非经常性损益	345
十、发行人报告期内的主要财务指标	347
十一、盈利预测	349
十二、日后事项、或有事项及其他重要事项	349
十三、盈利能力分析	350
十四、财务状况分析	440
十五、现金流量分析	481
十六、财务报表项目比较数据变动幅度情况说明	486
十七、资本性支出分析	492
第九节 募集资金运用和未来发展规划	493
一、募集资金运用概况	493
二、募集资金投资项目履行的备案和审批情况	495
三、本次募集资金投资项目的具体情况	495
四、公司发展规划	507
第十节 投资者保护	511
一、投资者关系的主要安排	511
二、股利分配政策	511
三、股东投票机制的建立情况	517
四、特别表决权股份、协议控制架构或类似特殊安排	518
第十一节 其他重要事项	519
一、信息披露	519
二、重大合同	519
三、发行人对外担保情况	526
四、重大诉讼或仲裁事项	526
五、发行人控股股东、实际控制人不存在刑事犯罪、重大违法行为	526

第十二节 声明	528
一、发行人全体董事、监事、高级管理人员声明	528
二、发行人控股股东、实际控制人声明	529
三、保荐人（主承销商）声明	530
四、发行人律师声明	533
五、审计机构声明	534
六、评估机构声明	535
七、验资机构声明	536
第十三节 附件	537
一、备查文件	537
二、查阅时间	537
三、查阅地点	537

第一节 释 义

在本招股说明书中，除上下文另有所指，下列简称具有如下含义：

一、基本术语		
本招股说明书	指	广东佳奇科技教育股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书
发行人、公司、本公司、股份公司、佳奇科技	指	广东佳奇科技教育股份有限公司
本次发行	指	发行人本次公开发行不超过 3,333 万股（含 3,333 万股）新股的行为
佳奇有限、公司前身	指	发行人前身广东佳奇塑胶有限公司、汕头市澄海区佳奇塑胶有限公司、澄海市佳奇塑胶有限公司
深圳佳奇、佳奇机器人	指	深圳市佳奇机器人科技有限公司，公司全资子公司
佳奇娱乐	指	深圳市佳奇娱乐传媒有限公司，公司全资子公司
佳奇深圳分公司	指	广东佳奇科技教育股份有限公司深圳分公司
佳奇广州分公司	指	广东佳奇科技教育股份有限公司广州分公司
佳奇南港分公司	指	广东佳奇科技教育股份有限公司南港分公司
佳学信息	指	广东佳学信息科技有限公司
佳奇投资	指	广东佳奇投资有限公司
辉源机械	指	广东辉源机械股份有限公司
平潭盈科	指	平潭盈科盛鑫创业投资合伙企业（有限合伙）
滨海投资	指	深圳市滨海十一号投资合伙企业（有限合伙）
瀚华投资	指	北京瀚华露笑投资合伙企业（有限合伙）
和辉投资	指	共青城和辉投资管理合伙企业（有限合伙）
创合投资	指	杭州创合精选创业投资合伙企业（有限合伙）
君正投资	指	嘉兴君正股权投资基金合伙企业（有限合伙）
安洪精选	指	上海安洪投资管理有限公司—安洪精选证券投资基金
奥飞娱乐	指	奥飞娱乐股份有限公司（002292.SZ）
高乐股份	指	广东高乐股份有限公司（002348.SZ）
实丰文化	指	实丰文化发展股份有限公司（002862.SZ）
星辉娱乐	指	星辉互动娱乐股份有限公司（300043.SZ）
邦宝益智	指	广东邦宝益智玩具股份有限公司（603398.SH）
奇士达	指	奇士达控股有限公司（06918.HK）

伟易达	指	伟易达集团有限公司（00303-HK）
国家质检总局	指	中华人民共和国国家质量监督检验检疫总局
国家认监委	指	国家认证认可监督管理委员会
标委会	指	国家标准化管理委员会
A股、股票	指	人民币普通股
深交所、交易所	指	深圳证券交易所
股转系统	指	全国中小企业股份转让系统
股转公司	指	全国中小企业股份转让系统有限责任公司
国务院	指	中华人民共和国国务院
财政部	指	中华人民共和国财政部
中国证监会、证监会	指	中国证券监督管理委员会
广发证券	指	广发证券股份有限公司
山西证券	指	山西证券股份有限公司
万和证券、保荐人、 保荐机构、主承销商	指	万和证券股份有限公司
康达律师、发行人律 师	指	北京市康达律师事务所
大华会计师、发行人 会计师	指	大华会计师事务所（特殊普通合伙）
中京民信、发行人评 估机构	指	中京民信（北京）资产评估有限公司
大信会计师	指	大信会计师事务所（特殊普通合伙）
美佳集团	指	美佳集团包括 IDEAL HOLDINGS (HK) LIMITED、UNI-REGENT HOLDINGS LIMITED, IDEAL HOLDINGS (HK) LIMITED 中文名为美佳集团（香港）有限公司，UNI-REGENT HOLDINGS LIMITED 为裕俊集团有限公司
公司法	指	《中华人民共和国公司法》
证券法	指	《中华人民共和国证券法》
公司章程	指	发行人现行的《广东佳奇科技教育股份有限公司章程》
《公司章程（草案）》	指	上市后生效的《广东佳奇科技教育股份有限公司章程（草案）》
元、万元、亿元	指	人民币元、人民币万元、人民币亿元
最近三年	指	2017年度、2018年度、2019年度
报告期、三年及一期	指	2017年度、2018年度、2019年度、2020年1-3月
报告期各期末	指	2017年末、2018年末、2019年末、2020年3月末
二、专业术语		
变形玩具	指	在多种玩具形象间自由变换的玩具产品，如车、机器人、恐龙、飞机等形象的变换

模具	指	工业生产上用以注塑、吹塑、挤出、压铸或锻压成型、冶炼、冲压等方法得到所需产品的各种模子和工具。模具是用来制作成型物品的工具，主要通过所成型材料物理状态的改变来实现物品外形的加工
IP	指	Intellectual Property，“知识（财产）所有权”或者“智慧（财产）所有权”，也称为智力成果权。IP 授权则指的是版权方（IP 所有者）或者其代理商将 IP 授权给商家使用。商家可以根据授权方的指引在一定的范围内使用该 IP
喷印	指	玩具生产工艺流程中的喷漆及移印等生产工艺流程
胶件	指	胶件指在一定温度和压力等条件下通过注塑机和模具的作用塑制成一定形状的塑料制品，通过这些特定形状的制品可以组装塑胶玩具，是塑胶玩具的基础单元
CNC	指	计算机数字控制机床，是 Computer numerical control 的简称，计算机数字控制机床是一种装有程序控制系统的自动化机床。该控制系统能够逻辑地处理具有控制编码或其他符号指令规定的程序，并将其译码，从而使机床动作并加工零件
CAE 技术	指	计算机辅助工程，是 Computer Aided Engineering 的缩写，指在工程设计中，用计算机辅助求解分析复杂工程和产品的结构力学性能，或优化结构性能等
IQC	指	来料质量控制，是 Incoming Quality Control 的缩写，控制公司所有的外购物料和外协加工物料的质量，保证不满足公司相关技术标准的产品不进入公司库房和生产线，确保生产使用产品都是合格品
ABS	指	ABS 塑料是丙烯腈(A)、丁二烯(B)、苯乙烯(S)三种单体的三元共聚物，三种单体相对含量可任意变化，制成各种树脂。ABS 兼有三种组元的共同性能，A 使其耐化学腐蚀、耐热，并有一定的表面硬度，B 使其具有高弹性和韧性，S 使其具有热塑性塑料的加工成型特性并改善电性能
PP	指	聚丙烯，Polypropylene 的缩写，俗称：百折胶。聚丙烯是聚 α -烯烃的代表，由丙烯聚合而制得的一种热塑性树脂
PS	指	PS（聚苯乙烯系塑料）是指大分子链中包括苯乙烯基的一类塑料，包括苯乙烯及其共聚物，具体品种包括普通聚苯乙烯（GPPS）、高抗冲聚苯乙烯（HIPS）、可发性聚苯乙烯（EPS）和茂金属聚苯乙烯（SPS）等。聚苯乙烯是由苯乙烯单体经自由基加聚反应合成的聚合物。
PMC	指	Production material control 的缩写，指对生产计划与生产进度的控制，以及对物料的计划、跟踪、收发、存储、使用等各方面的监督与管理及呆滞料的预防处理工作。
CCC 或 3C 认证	指	中国强制性产品认证制度（英文 China Compulsory Certification，英文缩写“CCC”）。国家质检总局对内销和进口的童车类、电子玩具类、塑胶玩具类、弹射玩具类、娃娃和金属玩具等 6 大玩具产品实施强制性安全认证制度

ISO 8124	指	由国际标准化委员会（International Organization for Standardization）制定的国际性通用的玩具标准，包括 ISO 8124-1《玩具安全第一部分—物理和机械性能》、ISO 8124-2《玩具安全第二部分—燃烧性能》、ISO 8124-3《玩具安全第三部分—特定元素的迁移》
EN71	指	欧盟市场玩具类产品的规范标准，对进入欧洲市场的玩具产品进行技术规范，从而减少或避免玩具对儿童的伤害
RoHS	指	RoHS 是由欧盟立法制定的一项强制性标准，它的全称是《关于限制在电子电气设备中使用某些有害成分的指令》（Restriction of Hazardous Substances）。主要用于规范包括电动玩具在内的电子电气产品的材料及工艺标准，使之更加有利于人体健康及环境保护。该标准的目的在于消除电器电子产品中的铅、汞、镉、六价铬、多溴联苯和多溴二苯醚共 6 项物质，并重点规定了镉的含量不能超过 0.01%
REACH	指	《关于化学品注册、评估、授权和限制制度》，是欧盟对进入其市场的所有化学品进行预防性管理的法规，涉及所有玩具，主要内容为将欧盟市场上约 3 万种化工产品和其下游的纺织、轻工、制药等 500 多万种制成品，全部纳入注册、评估、许可 3 个管理监控系统；2008 年 6 月 1 日起至 2008 年 12 月 1 日进行预注册，未完成预注册或者注册等程序，2009 年 1 月 1 日起包含化学物质的产品将分阶段禁止进入欧盟市场
WEEE	指	《废弃电子电气设备指令》，该项指令要求生产商（包括进口商和经销商）负责对进入欧盟市场的废弃电气电子产品进行回收、处理，对新投放欧盟市场电气电子产品必须加贴回收标志
R&TTE	指	《无线电及通讯终端指令》，是欧盟对进入其市场的无线遥控产品（包括遥控玩具）、通讯产品，必须符合 R&TTE 指令的要求
FCC 认证	指	美国联邦通信委员会认证（Federal Communications Commission），无线电应用产品、通讯产品等进入美国市场都要求符合 FCC 认证
ASTM	指	美国材料与试验协会（American Society for Testing and Materials）的英文缩写，是美国的非盈利性的标准学术团体之一，主要任务是制定材料、产品、系统和服务等领域的特性和性能标准，试验方法和程序标准，促进有关知识的发展和推广。其制定的 ASTM F963 标准是美国玩具检测标准，对出口美国市场的玩具产品做出了具体技术要求和测试方法
CPSIA	指	美国消费品安全改进法案（The US Consumer Product Safety Improvement Act of 2008，英文缩写“CPSIA”，又习惯简称“H.R.4040”），是自 1972 年消费品安全委员会（CPSC）成立以来严厉的消费者保护法案。法案除了对儿童产品中铅含量的要求更为严格外，还对玩具和儿童护理用品中的有害物质邻苯二甲酸盐的含量做出新的规定
HR4040	指	美国消费品安全改进法案，旨在加强进口消费品的安全，除了对儿童产品中铅含量的要求更为严格外，还对玩具和儿童护理用品中的有害物质邻苯二甲酸盐的含量做出新的规定

ICTI 认证	指	由国际玩具工业理事会（International Council of Toy Industries, 英文缩写为“ICTI”）组织的对玩具企业社会责任进行认证，保证玩具在安全 and 人性化的环境下生产
CQC	指	中国质量认证中心，China Quality Certification Centre 的简称
NPD 集团	指	美国咨询公司，为多种行业提供销售和零售信息的咨询机构，其信息涉及汽车、美容、商业技术、消费技术、娱乐、时尚、食品及饮料、餐饮服务、家庭用品、办公用品、软件、体育、玩具等多个行业
Euromonitor	指	欧睿信息咨询有限公司，世界著名零售业咨询机构，在出版市场报告、商业参考资料和网上数据库方面拥有超过 40 年的经验，致力于为全球客户提供国际市场有关行业、国家和消费者的各类商业信息

本招股说明书中部分合计数与各加数直接相加之和在尾数上可能存在差异，这些差异是由四舍五入造成。

第二节 概 览

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

一、公司简介

（一）发行人概况

发行人名称	广东佳奇科技教育股份有限公司	成立日期	2002年12月25日
注册资本	9,980万元	法定代表人	陈晓铨
注册地址	汕头市澄海区凤翔街道兴达工业区	主要生产经营范围	汕头市澄海区凤翔街道兴达工业区
控股股东	广东佳奇投资有限公司	实际控制人	陈晓铨、黄汶华
行业分类	文教、工美、体育和娱乐用品制造业（C24）	在其他交易场所（申请）挂牌或上市的情况	公司于2015年11月6日至2018年6月18日在股转系统挂牌并公开转让，证券简称为“佳奇科技”、证券代码为“834061”

（二）本次发行的有关中介机构

保荐人	万和证券股份有限公司	主承销商	万和证券股份有限公司
发行人律师	北京市康达律师事务所	其他承销机构	无
审计机构	大华会计师事务所（特殊普通合伙）	评估机构	中京民信（北京）资产评估有限公司

二、本次发行基本情况

（一）本次发行的基本情况

股票种类	人民币普通股（A股）		
每股面值	1.00元		
发行股数	不超过3,333万股	占发行后总股本比例	不低于25%
其中：发行新股数量	3,333万股	占发行后总股本比例	不低于25%
股东公开发售数量	-	占发行后总股本比例	-
发行后总股本	不超过13,313万股		
每股发行价格	【】元		

发行市盈率	【】倍（按扣除非经常性损益前后净利润的孰低额和发行后总股本全面摊薄计算）		
发行前每股净资产	【】元	发行前每股收益	【】元
发行后每股净资产	【】元	发行后每股收益	【】元
发行市净率	【】倍（以发行后总股本全面摊薄净资产计算）		
发行方式	采用网下向询价对象询价配售与网上资金申购定价发行相结合的方式或证券监管部门批准的其他方式		
发行对象	符合资格的询价对象和在中国证券登记结算有限责任公司开立账户并可买卖创业板上市公司股票的境内自然人、法人和其他机构投资者（国家法律、法规禁止购买者除外）		
承销方式	余额包销		
拟公开发售股份股东名称	不适用		
发行费用的分摊原则	不适用		
募集资金总额	【】万元		
募集资金净额	【】万元		
募集资金投资项目	玩具生产基地建设项目		
	动漫影视制作项目		
	补充营运资金项目		
发行费用概算	【】元		

（二）本次发行上市的重要日期

刊登发行公告日期	【】年【】月【】日
开始询价推介日期	【】年【】月【】日
刊登定价公告日期	【】年【】月【】日
申购日期和缴款日期	【】年【】月【】日
股票上市日期	【】年【】月【】日

三、主要财务数据及财务指标

项目	2020年 3月31日	2019年 12月31日	2018年 12月31日	2017年 12月31日
资产总额（万元）	70,763.82	58,848.48	48,015.82	26,341.33
归属于母公司所有者 权益（万元）	47,412.35	46,466.60	38,987.18	18,737.20
资产负债率（母公司）	34.63%	23.33%	18.69%	28.49%

项目	2020年 1-3月	2019年度	2018年度	2017年度
营业收入（万元）	7,064.15	47,692.96	39,809.94	30,510.11
净利润（万元）	945.76	7,479.42	6,055.33	3,653.84
归属于母公司所有者的净利润（万元）	945.76	7,479.42	6,055.33	3,653.84
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润（万元）	698.47	7,166.85	5,947.09	3,426.59
基本每股收益（元/股）	0.09	0.75	0.65	0.46
稀释每股收益（元/股）	0.09	0.75	0.65	0.46
加权平均净资产收益率	2.01%	17.51%	19.21%	21.61%
经营活动产生的现金流量净额（万元）	-4,715.87	6,995.94	2,016.53	3,883.07
现金分红（万元）	-	-	-	-
研发投入占营业收入的比例	4.82%	3.65%	4.16%	4.02%

四、发行人主营业务经营情况

公司是国内具有一定知名度的智能科教玩具企业，主营业务为各种智能科教玩具的研发、生产和销售，主要产品包括变形玩具、机器人玩具、婴幼儿玩具、恐龙玩具等几大系列。

公司目前销售模式主要包括境外经销、境内经销和境内直销三种模式。公司产品主要出口地包括印度、中东、欧洲、美洲、非洲等国家或地区。公司国内市场部经过多年沉淀积累，与一大批境内客户形成了稳定的合作关系和业务联系，公司的境内销售覆盖内地各个区域与渠道，形成完善的销售网络。公司采购部负责执行采购任务，公司的生产主要由 PMC 部和生产部组织进行，其中 PMC 部负责制定生产计划向生产部下达生产任务单；生产部负责分解生产任务单、执行生产任务，并对生产过程进行管控。公司主要是“以销定产”的方式安排生产。PMC 部根据订单的交货日期先后排序，每月向生产部下达生产任务单，并根据实际情况进行调整；生产部根据生产计划组织物料员领料、分解任务单并组织生产。公司生产模式分为自主生产及委外加工两种模式。关于主要经营模式的具体情况，参见招股说明书“第六节 业务与技术”之“一、主营业务、主要产品及服务的基本情况”之“（四）主要经营模式”。

经过多年的积累，凭借独特的创意设计理念及良好的产品质量，已在市场上树立了良好的品牌形象，获得了较高的客户认可度。公司多次获得各种荣誉及奖项，2017年，公司被汕头市科学技术局认定为“汕头市智能化自动控制益智玩具工程技术研究中心”，公司的“机器人玩具”、“智能遥控机器人系列”和“遥控变形汽车人系列”产品先后被认定为广东省名牌产品、广东省高新技术产品。2018年被广东省科学技术厅认定为“广东省智能化自动控制益智玩具工程技术研究中心”，2019年被广东省工业和信息化厅认定为“省级工业设计中心”以及“广东省省级企业技术中心”。公司的“多关节弹射对碰合体变形机器人系列”和“益智合金手动变形机器人系列”产品被认定为广东省高新技术产品。

五、发行人自身的创新、创造、创意特征，科技创新、模式创新、业态创新和新旧产业融合情况

1、产品创新——结合科技提升产品竞争力

玩具种类较多，市场空间较大。创新产品类别，是推动公司发展的动力之一。发行人在手动变形玩具基础上，经过不断研发测试，推出一键遥控变形产品。该系列产品高度仿真，一个产品具备两种形态。区别于较为复杂的手动变形玩具，操作一个按键即可实现变形，动作炫酷，能较为直观的吸引消费者，且性价比较高。公司后续结合科技创新推出了中英文声控变形系列、感应变形系列、弹射变形系列、变形搏击系列等产品，变形系列的产品种类逐步丰富，为公司增加新的利润增长点。

2、功能创意——将科技创新融入产品

玩具功能是消费者选择购买的重要原因之一。发行人自成立以来对玩具功能创意高度重视，结合最新的技术，将创意与科技融合，并运用于产品的功能中。

发行人在原本遥控机器人的基础上，通过自主研发，开发出多款更具创意的智能机器人产品。仿生技术与IP形象植入，使产品形象丰富且生动有趣；语音声控让产品具备智能对话的功能，增强互动性；逻辑编程应用所带来的功能更能开发儿童大脑；AI科技、AR识别、3D影像让智能教学功能更为全面；触摸大屏与手势感应带来新的操控功能体验，提升玩具的娱乐性与益智性，全方位启发

儿童智力，寓教于乐。

同时，发行人深入研究不同月龄阶段婴幼儿健康发育规律和知识需求，分析现有市场产品功能的不足，针对性开发“奇迪乐”系列婴幼儿产品。自主设计的呆萌动物形象令儿童对外观萌生好感；可食用级别环保材质确保宝宝安全；OID 隐形码技术让产品可识读卡片，增强趣味性；AR 增强现实技术使教育内容更为生动；wifi 与蓝牙技术拓展产品教学内容，丰富的功能带动婴童视、听、说、动，从动作到心智，全方位启迪；儿童在趣味中成长，趣味中学习，使儿童身心全面发展。

3、创造 IP——与动漫产业融合

IP 有利于延长玩具的生命力，提升竞争力。发行人积极创造并培养自主 IP，重视 IP 对玩具产品的推动作用，采用“动漫+玩具”的模式，给玩具产品赋予更多丰富的文化内涵，提高产品的附加值。发行人自主打造的首部动漫作品《机变英盟》在主要电视台与视频网站播放，通过动漫影视作品推广及衍生品变形玩具上市销售，对公司发展起到了较好的促进作用。同时，通过动漫影视片的制作，使得公司产品 IP 化，积累 IP 资源。《机变英盟》制作和播出的成功是公司对“动漫+玩具”模式的持续探索，也是公司践行“玩具与文化创新融合”发展战略的实施路线的体现。玩具产业与动漫文化创意产业的融合，是玩具产业转型升级的选择之一，有利于实现产业价值链的升级，促进企业竞争力和盈利能力的提高。

综上，公司将产品研发与科技创新以及动漫产业相结合，通过产品创新、功能创意、IP 创造不断丰富玩具产品线并延长玩具生命力，实现了较好的发展，未来，公司将进一步尝试模式创新与业态创新，持续为公司发展注入动力。

六、发行人选择的具体上市标准

公司选择的上市标准为：最近两年净利润均为正，且累计净利润不低于人民币 5,000.00 万元。

公司 2018 年、2019 年扣除非经常性损益前后孰低的净利润分别为 5,947.09 万元、7,166.85 万元，最近两年净利润均为正，公司最近两个年度累计净利润为 13,113.94 万元，满足上述上市条件标准。

七、发行人公司治理特殊安排

发行人不存在特别表决权股份或类似安排协议控制架构等公司治理特殊安排。

八、募集资金用途

经本公司第二届董事会第十二次会议、2020年第二次临时股东大会审议通过，本公司拟向社会公开发行不超过3,333万股（含3,333万股）的人民币普通股（A股）。本次募集资金全部运用于本公司主营业务相关项目，符合国家产业政策及本公司的发展战略。具体投资项目安排和有关部门备案情况见下表：

序号	项目名称	总投资额 (万元)	募集资金使用 (万元)	建设期	备案情况	环评情况
1	玩具生产基地建设项目	27,743.31	27,500.00	24个月	2019-440515-2 4-03-005324	澄环建 【2019】B08
2	动漫影视制作项目	9,500.00	9,500.00	36个月	不适用	不适用
3	补充营运资金项目	2,000.00	2,000.00	不适用	不适用	不适用
合计		39,243.31	39,000.00			

在本次公开发行股票募集资金到位前，本公司将根据项目进度的实际情况，暂以自有资金或银行贷款先行投入，待本次公开发行股票募集资金到位后，再予以置换。如本次公开发行新股的实际募集资金净额少于募集资金投资项目计划使用量，本公司将以自筹方式解决资金缺口。

第三节 本次发行概况

一、本次发行的基本情况

股票种类	人民币普通股（A股）
每股面值	人民币 1.00 元
发行股数、占发行后总股本的比例	本次公开发行新股数量不超过 3,333 万股，且占发行后总股本的比例不低于 25%；公司股东不公开发售股份。
每股发行价	【】元
发行前每股净资产	【】元（按截至【】年【】月【】日经审计的归属于母公司股东的净资产除以本次发行前的总股本计算）
发行后每股净资产	【】元（按截至【】年【】月【】日经审计的归属于母公司股东的净资产与本次发行募集资金净额之和除以本次发行后总股本计算）
发行市净率	【】倍（按每股发行价格除以发行后每股净资产确定）
发行方式	采用网下向询价对象询价配售与网上资金申购定价发行相结合的方式或证券监管部门批准的其他方式
发行对象	符合资格的询价对象和在中国证券登记结算有限责任公司开立账户并可买卖创业板上市公司股票的境内自然人、法人和其他机构投资者（国家法律、法规禁止购买者除外）
承销方式	余额包销
发行费用概算	承销及保荐费用【】万元，审计、验资费用【】万元，律师费用【】万元，信息披露及其他发行费用【】万元

二、本次发行有关机构的情况

（一）	发行人：	广东佳奇科技教育股份有限公司
	住所：	汕头市澄海区凤翔街道兴达工业区
	法定代表人：	陈晓铨
	联系人：	陈欣敏
	电话：	0754-8551 9802
	传真：	0754-8551 2203
（二）	保荐人（主承销商）：	万和证券股份有限公司
	住所：	海口市南沙路 49 号通信广场二楼
	法定代表人：	冯周让
	保荐代表人：	何巍、郭勇
	项目协办人：	李蕊
	项目经办人：	郑璟、卢军、冯卫平

	电话:	0755-8283 0333
	传真:	0755-2584 2783
(三)	发行人律师:	北京市康达律师事务所
	地址:	北京市朝阳区新东路首开幸福广场 C 座五层
	负责人:	乔佳平
	电话:	010-5086 7666
	传真:	010-6552 7227
	签字律师:	燕学善、蔡斌、张向晖
(四)	发行人会计师:	大华会计师事务所（特殊普通合伙）
	地址:	北京市海淀区西四环中路 16 号院 7 号楼 1101
	负责人:	梁春
	电话:	010-5835 0011
	传真:	010-5835 0006
	经办会计师:	袁瑞彩、魏均玲
(五)	资产评估机构:	中京民信（北京）资产评估有限公司
	地址:	北京市海淀区知春路 6 号锦秋国际大厦 A 座 702-703
	负责人:	周国章
	电话:	010-8233 0610
	传真:	010-8296 1376
	经办评估人员:	王建春、赵士威
(六)	验资机构:	大华会计师事务所（特殊普通合伙）
	地址:	北京市海淀区西四环中路 16 号院 7 号楼 1101
	法定代表人:	梁春
	电话:	010-5835 0011
	传真:	010-5835 0006
	经办会计师:	袁瑞彩、魏均玲
(七)	股票登记机构:	中国证券登记结算有限公司深圳分公司
	地址:	深圳市福田区深南大道 2012 号深圳证券交易所广场 22-28 楼
	电话:	0755-2189 9999
	传真:	0755-2189 9000
(八)	拟上市的证券交易所:	深圳证券交易所
	地址:	深圳市福田区深南大道 2012 号
	电话:	0755-8866 8888

	传真:	0755-8208 3104
(九)	保荐机构（主承销商）收款银行:	中国建设银行深圳市黄贝岭支行
	户名:	万和证券股份有限公司
	收款账号:	4420 1504 2000 5250 1058

三、发行人与有关中介机构的股权关系和其他权益关系

截至招股说明书签署日，发行人与本次发行有关的保荐人、承销机构、证券服务机构及其负责人、高级管理人员、经办人员之间不存在直接或间接的股权关系或其他权益关系。

四、与本次发行上市有关的重要日期

刊登发行公告日期	【】年【】月【】日
开始询价推介日期	【】年【】月【】日
刊登定价公告日期	【】年【】月【】日
申购日期和缴款日期	【】年【】月【】日
股票上市日期	【】年【】月【】日

第四节 风险因素

投资者在评价公司本次发行的股票价值时，除应认真阅读本招股说明书提供的其他资料外，还应特别考虑下述各项风险因素。

一、创新与技术风险

（一）市场潮流变动的风险

玩具行业潮流变化较快，玩具企业的业绩取决于能否通过开发新产品以及时识别、应对消费者品味和市场潮流的变动。公司于 2015 年在机器人玩具的基础上设计研发出了变形玩具，由于其新颖性、趣味性及形态多变的特点受到青少年儿童喜爱，成为潮流产品。

报告期内虽然公司依靠优秀的玩具创意设计能力，开发了包括“奇迪乐”系列婴幼儿玩具等新产品，并对原有传统优势产品如机器人玩具、变形玩具等进行不断升级和创新，但是如果公司现有产品在未来不再流行、或者公司在未来不能及时开发出足以吸引消费者的新产品，将对公司业绩造成不利影响。

（二）知识产权保护风险

由于玩具行业具有产品形象相似度较高的特点，且国内知识产权保护机制尚不够健全、公司知识产权保护能力有限，公司设计、开发的玩具存在被其他公司模仿从而削弱竞争优势的风险；同时公司生产的部分玩具产品与市场上销售的部分玩具所反映的某些主题及创意相近，公司在设计、生产、销售等环节采取了必要的措施避免侵犯他人的知识产权。未来如果出现知识产权遭到第三方侵害、第三方对公司知识产权提出纠纷或诉讼等情形，将对公司的生产经营和技术创新造成不利影响。

二、经营风险

（一）行业竞争风险

目前我国玩具行业集中度不高，企业数量众多，竞争激烈，单个企业的市场占有率较低，具有自主品牌并具有较大市场影响力的企业较少。

近年来，国内外对玩具安全和环保标准的提高增加了玩具产品的生产及检测成本，同时国内劳动力成本也存在上涨压力，成本上升对利润空间微薄的小型加工制造企业造成了严重的冲击；同时众多技术含量较低且无品牌影响力的中小型企业为应对激烈的市场竞争被迫采取低价策略，这些都对玩具行业的良性发展产生不利影响，因而国内同行的低价竞争策略可能会影响本公司产品的销售，对本公司的经营业绩带来负面影响。

（二）全球环境的不确定性导致出口业务下滑的风险

2018 年以来，美国实施“美国优先”的政策，与我国不断产生贸易摩擦。尽管以美国为核心的发达国家对于玩具的进口尚未有特别的限制政策和贸易关税政策，但未来若中美贸易战及贸易摩擦加剧，美国仍可能对中国玩具出口采取特别的限制政策和贸易关税政策，从而对公司的玩具出口产生一定的影响。

作为全球玩具消费主要区域之一，欧洲近年经济增长乏力，甚至部分国家出现衰退，未来若欧洲国家经济持续低迷仍然可能对公司出口产生一定的影响。

（三）印度加征关税导致发行人出口收入下降的风险

印度为了扶持本国玩具制造业，2020 年 2 月 1 日起，印度对进口中国的玩具加征关税，从原来的 20% 提升到 60%。印度提高关税将提高中国玩具产品在印度终端的销售价格，关税成本最终由消费者承担。由于关税的提高，印度市场的中国玩具销售额下降，进而影响公司在印度的销售额。

公司 2020 年 1-6 月对印度的出口收入共计 109.93 万元，同比降低 98.12%。具体情况如下：

区域	2020 年 1-6 月		2019 年 1-6 月
	收入（万元）	变动率	收入（万元）
印度	109.93	-98.12%	5,846.97

注：2020 年 1-6 月数据已经审阅。

公司 2020 年 4-6 月对印度的出口收入为 0.00 万元，7-8 月对印度出口收入为 100.37 万元。若印度对中国制造玩具产品的关税政策继续保持不变，公司对印度的出口收入存在相应下滑的风险。

2017-2019 年度，公司出口印度的营业收入及公司的销售净利率如下：

项目	营业收入（万元）	销售净利率
2019 年度	9,296.35	15.68%
2018 年度	7,088.56	15.21%
2017 年度	5,805.81	11.98%
平均数	7,396.91	14.29%

公司 2020 年 1-8 月出口印度收入 210.30 万元（未经审计或审阅），若假定 2020 年度公司全年出口印度收入仅为 210.30 万元，公司同比 2019 年出口印度收入 9,296.35 万元将减少 9,086.05 万元，按照公司 2017-2019 年度平均销售净利率测算，对应净利润将减少 1,298.40 万元。

印度加征关税对公司收入存在一定影响，公司正积极深耕已有销售市场或开发新的销售区域等措施来尽可能降低印度加征关税对公司经营的影响，对公司持续经营能力不构成重大影响。

（四）新冠肺炎疫情对公司造成不利影响的风险

由于受全球疫情影响，物流受阻，消费者减少出行，终端销售渠道的顾客减少，公司现有客户及潜在客户的经营可能受疫情波及导致无法履约或减少、取消业务合作，这将影响公司的正常经营和业务拓展，进而对公司经营业绩产生不利影响。

受疫情影响，2020 年 1-3 月发行人主营业务玩具产品销售同比减少 27.40%。本次新冠疫情传染范围广、持续时间长，使得包括我国在内的全球经济发生重大损失，并可能对国际贸易、产业链体系和消费者心理造成深远影响。发行人作为全球产业链中的一员，发行人的经营不可避免在一定程度受到疫情影响。虽然国内新冠疫情已得到有效控制并进入常态化防控阶段，但若全球疫情蔓延加剧或因控制不力导致全球经济衰退，则可能对发行人的经营业绩产生不利的影响。

（五）原材料价格波动风险

公司产品的主要原材料为塑料，塑料价格受原油价格的影响较大。公司从事

玩具生产多年，与各主要供应商保持了长期稳定的合作关系，为应对原材料价格的波动对生产成本的不利影响，采取了优化生产组织、对大宗原材料进行集中采购等措施。但若未来原材料价格出现大幅波动，则可能造成公司经营业绩出现相应波动。

（六）人力成本上升风险

随着我国人口老龄化的加速，以及劳动力供求的结构性矛盾，不少地方的制造业企业都出现了“招工难”的现象，这种供给矛盾推动了生产工人工资水平的持续上升；同时，各地政府最低工资标准不断上调，社保缴费基数随之不同程度提高，人力成本加剧上升。随着公司业务的发展，如果人力成本持续上升，将给公司经营业绩带来不利影响。

（七）经销商变动风险

2020年第一季度较2019年度全年减少经销商数量为166家，减少经销商对应的上年收入金额占上年经销收入的比例为11.03%。销售金额在50万元及以上的经销商减少12家，其对应的上年收入占上年经销收入的比例为8.19%。报告期内，销售金额在50万元及以上的经销商比较稳定，销售金额在50万元及以下的经销商较为分散，数量较多，波动相对较大，并且由于各经销商销售渠道、细分市场侧重有所不同，各经销商根据下游客户的需求进行采购，会出现某一年度未与发行人发生交易的情况，使得报告期内，公司经销商存在一定变动，对公司经营业绩产生一定的不利影响。

三、内控风险

（一）产品质量控制的风险

公司产品的主要使用者是儿童，产品质量至关重要。公司一直严格把控产品质量，建立了全面质量安全监控体系，并通过了中国质量认证中心（CQC）GB/T19001-2016/ISO9001:2015质量管理体系认证，能及时针对国内外各项新规做出调整，保证公司产品质量的稳定。报告期内，公司未发生重大质量问题及任何因质量问题而引起的纠纷。但若未来发生重大产品质量问题，则会影响公司多年累积的良好声誉，将对公司业绩造成不利影响。

（二）规模扩大带来的管理风险

公司近几年一直保持了较快的发展速度。报告期各期末，公司总资产分别为 26,341.33 万元、48,015.82 万元、58,848.48 万元和 70,763.82 万元，各期营业收入分别为 30,510.11 万元、39,809.94 万元、47,692.96 万元和 7,064.15 万元。目前，公司已具备较为完善的法人治理结构、科学的决策机制和规范的管理模式。但是，本次发行后，公司的资产规模、经营规模将进一步扩大，对公司的管理水平提出了更高的要求。如果公司无法在人才、管理等诸多方面迅速适应扩张的需要，公司的市场竞争力将受到削弱。

四、财务风险

（一）客户集中度风险

报告期内，公司前五大客户的收入占公司当期营业收入的比重分别为 51.02%、62.86%、59.14% 和 61.27%，占比相对较高。未来如果公司不能巩固和提高综合竞争优势、持续拓展新客户、扩大业务规模，或者公司主要客户由于自身原因减少甚至停止与公司的业务合作，公司经营业绩都将受到重大不利影响。

（二）汇率变动风险

公司产品的外销占比较高，报告期各期外销收入占主营业务收入的比例分别为 54.01%、54.13%、61.65% 和 56.98%。公司的出口产品主要以美元结算，人民币兑美元的汇率波动对公司的影响主要表现在两个方面：一是外销结算所产生的汇兑损益对利润的影响，报告期内，人民币汇率波动造成的汇兑收益分别为 -258.46 万元、373.59 万元、129.94 万元和 129.71 万元；二是对出口产品价格竞争力的影响，人民币汇率如若大幅升值会削弱公司产品在国际市场的竞争力，从而影响公司的经营业绩。

五、政策风险

（一）产品进口国的政策风险

公司产品外销占比较高，出口目的地包括印度、中东、欧洲、美洲、非洲等国家或地区。近年来，印度、欧盟、美国等地相继出台了一系列新的政策，提高

了对在该国或地区销售的玩具的安全、环保要求。虽然目前公司产品均能符合进口国或地区的标准，但如果未来进口国或地区的行业标准发生变化，而公司产品未能及时满足其标准要求，将会对公司的出口业务带来一定的影响。

（二）税收风险

2018 年公司被认定为高新技术企业，按 15% 的税率计缴企业所得税，企业所得税优惠期为 2018 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日。公司产品销售以出口为主，出口货物享受增值税“免、抵、退”优惠政策，报告期内公司的出口退税额分别为 1,157.61 万元、1,145.86 万元、1,555.87 万元和 347.55 万元。如果公司后续不能通过高新技术企业复审，或者国家税收优惠政策发生变化，将对公司的净利润产生一定的影响。

六、募集资金投资项目风险

（一）募集资金投资项目产能消化的风险

公司本次募集资金投资项目“玩具生产基地建设项目”，旨在扩大公司玩具生产能力，提高生产规模、技术水平和自动化程度，解决公司生产瓶颈，降低生产成本，提升公司在玩具行业的市场占有率，进一步巩固市场地位。“玩具生产基地建设项目”实施后，公司的产能将得到大幅提升，虽然公司募集资金投资项目已经过慎重、充分的可行性研究论证，具有良好的技术积累和市场基础，但公司募集资金投资项目的可行性分析是基于当前市场环境、现有技术基础以及对市场和技术发展趋势的判断等因素作出的。在公司募集资金投资项目实施完成后，如果市场需求、技术方向等发生不利变化，可能导致新增产能无法充分消化，将对公司的经营业绩产生不利影响。

（二）募投项目未能达到预期效果风险

公司根据行业发展趋势、行业市场情况以及目前公司相关产品的价格、成本、费用情况，对募集资金投资项目进行了合理的测算。

但是公司对募集资金投资项目的经济效益为预测性信息，经济效益是否能够如期实现具有一定的不确定性。如果行业政策、经济环境、市场竞争状况等因素

发生不利变化，公司存在无法实现募集资金投资项目预期经济效益的风险。

七、发行失败风险

根据《证券发行与承销管理办法》，公开发行股票数量在 4 亿股（含）以下的，有效报价投资者的数量不少于 10 家，剔除最高报价部分后有效报价投资者数量不足的，应当中止发行；首次公开发行股票网下投资者申购数量低于网下初始发行量的，发行人和主承销商不得将网下发行部分向网上回拨，应当中止发行。

因此，发行人在首次公开发行过程中可能出现有效报价不足或网下投资者申购数量低于网下初始发行量的情形，从而导致发行认购不足的风险。

第五节 发行人基本情况

一、基本情况

中文名称:	广东佳奇科技教育股份有限公司
英文名称:	Guangdong Jaki Technology and Education Co., Ltd.
注册资本:	人民币 9,980 万元
法定代表人:	陈晓铨
成立日期:	2002 年 12 月 25 日
股份公司成立日期:	2015 年 5 月 4 日
住 所:	汕头市澄海区凤翔街道兴达工业区
邮政编码:	515800
电 话:	0754-8551 9802
传 真:	0754-8551 2203
互联网址:	http://www.jiaqi789.com
电子信箱:	chenxinmin@jiaqi789.com
负责信息披露和投资者关系部门:	证券事务部
负责信息披露和投资者关系部门负责人:	陈欣敏
负责信息披露和投资者关系部门电话:	0754-8551 9802

二、公司设立情况

（一）有限公司设立情况

2002 年 12 月 3 日,澄海市工商行政管理局核发了(澄司)名称预核字【2002】第 287 号《企业名称预先核准通知书》,同意陈晓铨、陈夕铨(陈晓铨之胞弟)两名自然人股东出资 80 万元设立澄海市佳奇塑胶有限公司(公司前身,公司成立时的名称为“澄海市佳奇塑胶有限公司”,于 2003 年 8 月 28 日变更为“汕头市澄海区佳奇塑胶有限公司”,于 2008 年 7 月 7 日变更为“广东佳奇塑胶有限公司”。

2002 年 12 月 13 日,广东康元会计师事务所有限公司汕头分所出具了《验资报告》(粤康元验字[2002]第 30346 号),确认截至 2002 年 12 月 13 日,佳奇

有限已收到全体股东缴纳的注册资本合计人民币 80 万元，其中陈晓镔出资 40 万元，陈夕镔出资 40 万元，各股东均以货币出资。

2002 年 12 月 25 日，佳奇有限取得了澄海市工商行政管理局核准的《企业法人营业执照》（注册号 440583000004105）。

佳奇有限设立时各股东的出资方式、出资金额和出资比例如下：

序号	股东名称	认缴出资额（万元）	实缴出资额（万元）	出资方式	股权比例（%）
1	陈晓镔	40.00	40.00	货币	50.00
2	陈夕镔	40.00	40.00	货币	50.00
	合计	80.00	80.00		100.00

（二）股份公司设立情况

本公司是依据《公司法》由佳奇有限整体变更设立的股份有限公司。

2015 年 4 月 11 日，佳奇有限召开股东会并通过决议，同意佳奇有限整体变更为股份有限公司，公司名称为“广东佳奇科技教育股份有限公司”。根据大信会计师 2015 年 4 月 10 日出具的《审计报告》（大信审字[2015]第 5-00219 号），经审计，截至 2015 年 3 月 31 日佳奇有限净资产为 77,214,671.19 元；根据中京民信 2015 年 4 月 11 日出具的《广东佳奇塑胶有限公司改制设立股份有限公司项目广东佳奇塑胶有限公司股东全部权益价值资产评估报告》（京信评报字[2015]第 137 号），以 2015 年 3 月 31 日为评估基准日，佳奇有限经评估后的净资产为 97,946,636.28 元。

经股东会决议，同意以佳奇有限经审计的截至 2015 年 3 月 31 日的佳奇有限净资产人民币 77,214,671.19 元折股成 4,000 万股股份（每股面值 1 元），其余 37,214,671.19 元计入资本公积，佳奇有限变更前原有股东作为股份公司发起人，以各自在佳奇有限中所占有的权益比例认购股份公司的股份；同意佳奇有限依法变更为股份公司后，佳奇有限一切权利、义务全部转由股份公司继承。

2015 年 4 月 26 日，公司召开创立大会，同意将佳奇有限整体变更为广东佳奇科技教育股份有限公司。2015 年 4 月 26 日，大信会计师出具的《验资报告》（大信验字[2015]第 5-00013 号）确认，截至 2015 年 4 月 26 日，公司实收股本

为 4,000 万元。

2015 年 5 月 4 日，公司取得了汕头市工商行政管理局核发的整体变更为股份有限公司后的《营业执照》，工商注册号为 440583000004105。

（三）报告期内的股本和股东变化情况

1、2018 年 3 月，佳奇科技向投资者定向增发

2017 年 11 月 6 日，公司召开 2017 年第六次临时股东大会审议通过《广东佳奇科技教育股份有限公司 2017 年第一次股票发行方案》《关于修改〈公司章程〉的议案》等议案。根据股票发行方案，同意本次新发行的股份数量为不超过 1,580 万股（含 1,580 万股），发行价格为每股 6.80 元，预计募集资金总额不超过人民币 1.0744 亿元（含 1.0744 亿元）。本次发行价格综合考虑了宏观经济环境、公司所处行业、公司目前发展状况及成长性、每股净资产、市盈率等多方面因素，并与意向投资者沟通后最终确定。

2017 年 11 月 7 日，公司与深圳市滨海十一号投资合伙企业（有限合伙）、北京瀚华露笑投资合伙企业（有限合伙）分别签订了股票认购合同；2017 年 12 月 1 日公司与共青城和辉投资管理合伙企业（有限合伙）签订了股票认购合同；2018 年 1 月 12 日公司与平潭盈科盛鑫创业投资合伙企业（有限合伙）签订了股票认购合同。本次定向增发的具体认购情况如下：

序号	认购人	认购数量 (万股)	认购价格 (元/股)	认购金额 (万元)
1	滨海投资	460.00	6.80	3,128.00
2	瀚华投资	300.00	6.80	2,040.00
3	和辉投资	85.00	6.80	578.00
4	平潭盈科	735.00	6.80	4,998.00
合计		1,580.00		10,744.00

2020 年 4 月 1 日，大华会计师出具《验资报告》（大华验字[2020]000129 号）对本次增资进行了验证，公司变更后的注册资本为 9,500.00 万元。

2018年2月9日，公司取得了股转公司《关于广东佳奇科技教育股份有限公司股票发行股份登记的函》（股转系统函【2018】662号），确认公司本次股票发行1,580.00万股，其中限售0股，不予限售1,580.00万股。

2018年3月16日，根据中国证券登记结算有限责任公司北京分公司出具的股份登记确认书，公司已于2018年3月15日完成新增股份登记，登记的股份总量为1,580.00万股。

2018年3月25日，公司本次增资完成了工商变更登记手续。本次变更后，佳奇科技股东情况如下：

序号	股东名称	持股数量(万股)	持股比例 (%)
1	佳奇投资	6,264.90	65.95
2	平潭盈科	735.00	7.74
3	张伟生	576.00	6.06
4	滨海投资	460.00	4.84
5	瀚华投资	300.00	3.16
6	黄汶华	210.00	2.21
7	陈立光	79.20	0.83
8	和辉投资	85.00	0.89
9	其他股东	789.90	8.31
合计		9,500.00	100.00

2、2018年6月，佳奇科技终止在股转系统挂牌

2018年5月18日，公司召开2018年第三次临时股东大会，审议通过了《关于拟申请公司股票在全国中小企业股份转让系统终止挂牌的议案》。

2018年6月14日，股转公司出具《关于同意广东佳奇科技教育股份有限公司股票终止在全国中小企业股份转让系统挂牌的函》（股转系统函【2018】2066号），公司股票自2018年6月19日起在全国中小企业股份转让系统终止挂牌。

2018年6月19日，公司股票正式在股转系统终止挂牌。截至2018年6月19日，佳奇科技股东情况如下：

序号	股东名称	持股数量（万股）	持股比例（%）
1	佳奇投资	6,264.90	65.9463
2	平潭盈科	735.00	7.7368
3	张伟生	576.00	6.0632
4	滨海投资	460.00	4.8421
5	瀚华投资	300.00	3.1579
6	黄汶华	210.00	2.2105
7	广发证券	198.42	2.0886
8	邱乐驹	128.86	1.3564
9	钟璇叶	86.60	0.9116
10	和辉投资	85.00	0.8947
11	陈立光	79.20	0.8337
12	颜舒	66.00	0.6947
13	陈丽莹	61.00	0.6421
14	魏廷亮	55.00	0.5789
15	杨双宏	50.00	0.5263
16	陈丽如	44.46	0.4680
17	林媛	36.00	0.3789
18	李品全	18.00	0.1895
19	陈沛玲	17.82	0.1876
20	蓝强	9.68	0.1019
21	辛戈华	6.60	0.0695
22	安洪投资	4.90	0.0516
23	陈钊铨	2.50	0.0263
24	陆青	1.10	0.0116
25	钱祥丰	1.00	0.0105
26	君正投资	0.50	0.0053
27	王少龙	0.40	0.0042
28	肖鲈生	0.36	0.0038
29	王秀梅	0.20	0.0021
30	陈俊涛	0.10	0.0011
31	陈敬鸿	0.10	0.0011
32	蔡俊链	0.10	0.0011
33	陈汉明	0.10	0.0011

序号	股东名称	持股数量（万股）	持股比例（%）
34	邹超	0.10	0.0011
合计		9,500.00	100.00

2019年1月16日，中国证券登记结算有限责任公司北京分公司出具了《关于终止为广东佳奇科技教育股份有限公司提供股份登记服务的确认书》，确认自2019年1月15日起终止提供股份登记服务。

3、2018年12月，佳奇科技增资

2018年11月5日，公司召开2018年第五次临时股东大会审议通过《广东佳奇科技教育股份有限公司2018年第一次股票发行方案》《关于修改〈公司章程〉的议案》等议案，同意杭州创合精选创业投资合伙企业（有限合伙）以3,552.00万元认购该次新增的480万股，价格为每股7.40元，其中480万元计入发行人注册资本，溢价部分计入资本公积。本次增资定价综合考虑了宏观经济环境、公司所处行业、公司发展状况及成长性、历次增资的情况、项目投入及盈利前景等因素，并与意向投资者沟通后最终确定。

2018年12月26日，公司与创合投资签订了《增资协议》。本次的具体认购情况如下：

序号	认购人	认购数量（万股）	认购价格（元/股）	认购金额（万元）
1	创合投资	480.00	7.40	3,552.00
合计		480.00	-	3,552.00

2020年4月1日，大华会计师出具《验资报告》（大华验字[2020]000130号）对本次增资进行了验证，公司变更后的注册资本为9,980.00万元。

2018年12月28日，公司本次增发完成了工商变更登记手续。本次增资后，佳奇科技股东情况如下：

序号	股东名称	持股数量（万股）	持股比例（%）
1	佳奇投资	6,264.90	62.7745
2	平潭盈科	735.00	7.3647
3	张伟生	576.00	5.7715

序号	股东名称	持股数量（万股）	持股比例（%）
4	创合投资	480.00	4.8096
5	滨海投资	460.00	4.6092
6	瀚华投资	300.00	3.0060
7	黄汶华	210.00	2.1042
8	广发证券	198.42	1.9882
9	邱乐驹	128.86	1.2912
10	钟璇叶	86.60	0.8677
11	和辉投资	85.00	0.8517
12	陈立光	79.20	0.7936
13	颜舒	66.00	0.6613
14	陈丽莹	61.00	0.6112
15	魏廷亮	55.00	0.5511
16	杨双宏	50.00	0.5010
17	陈丽如	44.46	0.4455
18	林媛	36.00	0.3607
19	李品全	18.00	0.1804
20	陈沛玲	17.82	0.1786
21	蓝强	9.68	0.0970
22	辛戈华	6.60	0.0661
23	安洪投资	4.90	0.0491
24	陈钊铨	2.50	0.0251
25	陆青	1.10	0.0110
26	钱祥丰	1.00	0.0100
27	君正投资	0.50	0.0050
28	王少龙	0.40	0.0040
29	肖鲩生	0.36	0.0036
30	王秀梅	0.20	0.0020
31	陈俊涛	0.10	0.0010
32	陈敬鸿	0.10	0.0010
33	蔡俊链	0.10	0.0010
34	陈汉明	0.10	0.0010
35	邹超	0.10	0.0010
	合计	9,980.00	100.00

4、2019年7月，佳奇科技股权转让

2019年7月8日，邹超与邱乐驹签订股权转让合同，邹超以每股7.4元的价格向邱乐驹转让其所持佳奇科技1,000股股份，合计转让金额7,400.00元。2019年7月12日，佳奇投资与陈姿签订股权转让合同，佳奇投资以每股7.8元的价格向陈姿转让其所持佳奇科技300万股股份，合计转让金额2,340.00万元。佳奇科技就前述转让变更了置备于公司的股东名册。前述股权转让变更后，佳奇科技股权结构如下：

序号	股东	持股数量（万股）	持股比例（%）
1	佳奇投资	5,964.90	59.7685
2	盈科盛鑫	735.00	7.3647
3	张伟生	576.00	5.7715
4	创合投资	480.00	4.8096
5	滨海投资	460.00	4.6092
6	瀚华露笑	300.00	3.0060
7	陈姿	300.00	3.0060
8	黄汶华	210.00	2.1042
9	广发证券	198.42	1.9882
10	邱乐驹	128.96	1.2922
11	共青城和辉	85.00	0.8517
12	钟璇叶	86.60	0.8677
13	陈立光	79.20	0.7936
14	颜舒	66.00	0.6613
15	陈丽莹	61.00	0.6112
16	魏廷亮	55.00	0.5511
17	杨双宏	50.00	0.5010
18	陈丽如	44.46	0.4455
19	林媛	36.00	0.3607
20	李品全	18.00	0.1804
21	陈沛玲	17.82	0.1786
22	蓝强	9.68	0.0970
23	辛戈华	6.60	0.0661
24	安洪基金	4.90	0.0491

序号	股东	持股数量（万股）	持股比例（%）
25	陈钊铨	2.50	0.0251
26	陆青	1.10	0.0110
27	钱祥丰	1.00	0.0100
28	嘉兴君正	0.50	0.0050
29	王少龙	0.40	0.0040
30	肖鲈生	0.36	0.0036
31	王秀梅	0.20	0.0020
32	陈俊涛	0.10	0.0010
33	陈敬鸿	0.10	0.0010
34	蔡俊铤	0.10	0.0010
35	陈汉明	0.10	0.0010
	合计	9,980	100.00

三、发行人重大资产重组情况

公司自设立以来未发生重大资产重组。

四、发行人在其他证券市场的上市及挂牌情况

（一）发行人在股转系统挂牌情况

公司于2015年5月15日召开第一届董事会第二次会议，于2015年5月30日召开2015年第一次临时股东大会，审议通过了《关于申请公司股票在全国中小企业股份转让系统挂牌并公开转让的议案》等相关议案。主办券商为广发证券股份有限公司，审计机构为大信会计师事务所（特殊普通合伙），律师机构为广东中信协诚律师事务所。

公司于2015年10月19日取得股转公司出具的《关于同意广东佳奇科技教育股份有限公司股票在全国中小企业股份转让系统挂牌的函》（股转系统函[2015]6862号），公司于2015年11月6日正式在股转系统挂牌并公开转让，证券简称“佳奇科技”，证券代码“834061”。

2018年5月18日，公司召开2018年第三次临时股东大会，审议通过了《关于拟申请公司股票在全国中小企业股份转让系统终止挂牌的议案》。公司于2018

年6月14日取得股转公司出具的《关于同意广东佳奇科技教育股份有限公司股票终止在全国中小企业股份转让系统挂牌的函》（股转系统函[2018]2066号），于2018年6月19日起终止在股转系统挂牌。挂牌期间，公司不存在受到处罚或退市的情况。

（二）招股说明书与挂牌期间公司信息披露的差异情况

本次申报的报告期为2017年、2018年、2019年及2020年1-3月，与公司在股转系统披露期间的重合期间为2017年，上述重合期间内信息披露主要差异情况如下：

1、财务信息部分

（1）合并资产负债表

单位：元

2017年12月31日				
项目	股转系统	本次申报	差异数	差异说明
递延所得税资产	1,521,089.58	2,423,939.37	902,849.79	（1）子公司根据企业所得税汇算清缴结果调增可弥补亏损应计提的递延所得税资产18.34万元； （2）因计提未发放工资调增递延所得税资产63.03万元； （3）因预提尚未支付费用调增递延所得税资产8.92万元
非流动资产合计	54,410,012.53	55,312,862.32	902,849.79	递延所得税资产调增所致
资产总计	262,510,487.53	263,413,337.32	902,849.79	递延所得税资产调增影响
短期借款	48,400,000.00	44,073,942.91	-4,326,057.09	（1）将原列入短期借款的一年以上的长期借款调整至长期借款列示200.00万元； （2）将短期借款中一年以内到期的长期借款调整至一年内到期的非流动负债列示240.00万元；

2017年12月31日				
项目	股转系统	本次申报	差异数	差异说明
				(3) 未到期应付利息列报根据财会【2019】6号追溯调增短期借款7.39万元
应付账款	10,575,881.43	9,717,753.11	-858,128.32	应付账款中非因购买商品、接受劳务应支付的款项重分类至其他应付款披露
应付职工薪酬	67,178.68	2,588,378.87	2,521,200.19	调整2017年12月份未计提职工薪酬的影响
其他应付款	82,244.85	1,214,868.43	1,132,623.58	(1) 原跨期计入2018年度的费用35.67万元调整至2017年度；(2) 应付账款中非因购买商品、接受劳务应支付的款项重分类至其他应付款披露85.81万元；(3) 未到期应付利息列报根据财会【2019】6号调减8.22万元
一年内到期的非流动负债	0	2,408,301.94	2,408,301.94	(1) 短期借款中一年以内到期的长期借款调整至一年内到期的非流动负债列示240.00万元；(2) 未到期应付利息列报根据财会【2019】6号调增0.83万元
流动负债合计	73,163,366.33	74,041,306.63	877,940.30	以上五项综合影响
长期借款	0	2,000,000.00	2,000,000.00	短期借款中一年以上到期的银行借款调整至长期借款列示
非流动负债合计	0	2,000,000.00	2,000,000.00	长期借款调整的影响
负债合计	73,163,366.33	76,041,306.63	2,877,940.30	以上六项调整事项的综合影响
资本公积	4,667,304.92	27,540,736.75	22,873,431.83	(1) 因追溯调整公司整体变更为股份公司时留存的盈余公积165.56万元和未分配利润2,118.52

2017年12月31日				
项目	股转系统	本次申报	差异数	差异说明
				万元，调增资本公积2,284.07万元；（2）因追溯调整出售子公司佳学信息资本公积差错，调增资本公积3.27万元
盈余公积	10,349,500.47	8,786,184.75	-1,563,315.72	（1）因公司整体变更为股份公司，追溯调减盈余公积165.56万元；（2）调增根据当期净利润应补计提法定盈余公积9.23万元
未分配利润	95,130,315.81	71,845,109.19	-23,285,206.62	（1）因公司整体变更为股份公司，追溯调减留存的未分配利润2,118.52万元；（2）调减年初未分配利润事项183.97万元；（3）因利润表项目本期调减13.54万元；（4）根据调整后的净利润计提盈余公积-9.23万元；（5）因追溯调整出售子公司佳学信息资本公积差错，调减未分配利润3.27万元
归属于母公司股东权益合计	189,347,121.20	187,372,030.69	-1,975,090.51	综合影响
股东权益合计	189,347,121.20	187,372,030.69	-1,975,090.51	综合影响
负债和股东权益总计	262,510,487.53	263,413,337.32	902,849.79	综合影响

(2) 合并利润表

单位：元

2017年度				
项目	股转系统	本次申报	差异数	差异说明
营业收入	305,880,952.82	305,101,085.86	-779,866.96	公司对外投资影视产品《猪猪侠4》的收入调整至投资收益列示，导致调减营业收入779,866.96元

2017 年度				
项目	股转系统	本次申报	差异数	差异说明
营业成本	222,007,153.61	217,678,970.80	-4,328,182.81	(1) 公司对外投资影视产品的支出调整至投资收益列示, 导致调减营业成本 141.51 万元; (2) 因职工薪酬跨期的影响, 调减营业成本 21.33 万元; (3) 因存货采购相关的运费重分类为成本列示, 导致营业成本调增 101.24 万元; (4) 根据《上市公司执行企业会计准则监管问题解答》(2011 年第 1 期, 总第 5 期) 将影视作品成本调至销售费用列示, 导致调减主营业务成本 371.22 万元
税金及附加	2,734,370.77	2,733,919.97	-450.80	税费差错调整
销售费用	8,544,931.07	11,541,463.91	2,996,532.84	(1) 因职工薪酬跨期的影响, 调增销售费用 16.34 万元; (2) 因费用支出跨期的影响, 调增销售费用 13.33 万元; (3) 因存货采购相关的运费重分类至主营业务成本列示, 导致调增销售费用 101.24 万元; (4) 因影视作品成本由主营业务成本调整至销售费用, 导致销售费用调增 371.22 万元
管理费用	11,587,757.11	12,040,577.78	452,820.67	(1) 因职工薪酬跨期的影响, 调增管理费用 28.41 万元; (2) 因费用支出跨期的影响, 调增管理费用 11.17 万元; (3) 因研发费用重分类调增管理费用 5.66 万元; (4) 因税费差错调增管理费用 0.05 万元

2017 年度				
项目	股转系统	本次申报	差异数	差异说明
研发费用	12,100,917.07	12,263,565.01	162,647.94	(1) 因职工薪酬跨期的影响, 调增研发费用 24.50 万元; (2) 因费用支出跨期的影响, 调减研发费用 2.57 万元; (3) 因费用重分类, 调减研发费用 5.66 万元
其他收益	1,439,000.00	1,688,615.00	249,615.00	与日常经营活动有关的政府补助重分类为其他收益列示
投资收益	0.00	-635,227.38	-635,227.38	公司对外投资影视产品的收入、成本调整, 综合导致投资收益减少 635,227.38 元
营业利润	44,825,966.95	44,377,119.77	-448,847.18	综合影响
营业外收入	2,282,678.65	2,033,063.65	-249,615.00	与日常经营活动有关的政府补助重分类为其他收益列示
利润总额	47,019,649.72	46,321,187.54	-698,462.18	综合影响
所得税费用	10,345,834.66	9,782,786.46	-563,048.20	(1) 根据子公司企业所得税汇算清缴调整可弥补亏损应计提的递延所得税 -18.34 万元; (2) 调整计提未发放工资的递延所得税影响 -31.11 万元; (3) 调整预提尚未支付费用的递延所得税影响 -6.86 万元
净利润	36,673,815.06	36,538,401.08	-135,413.98	综合影响
持续经营净利润	36,673,815.06	36,538,401.08	-135,413.98	综合影响
归属于母公司所有者的净利润	36,673,815.06	36,538,401.08	-135,413.98	综合影响
综合收益总额	36,673,815.06	36,538,401.08	-135,413.98	综合影响
归属于母公司所有者的综合收益总额	36,673,815.06	36,538,401.08	-135,413.98	综合影响

注：母公司财务报表项目差异金额与合并财务报表项目差异金额基本一致

2、非财务信息部分

发行人在全国中小企业股份转让系统挂牌的时间为2015年11月6日至2018年6月18日，在此期间内，发行人除公开披露公开转让说明书外，还按照相关规定披露了定期公告和临时公告。本次申报文件的信息披露差异与发行人在股转系统挂牌期间信息披露差异具体情况如下：

项目	股转系统披露	本次申报文件披露	差异说明
风险因素	业务经营风险、行业风险、财务风险、管理风险	市场风险、经营管理风险、政策风险、财务风险、募集资金投资项目风险	更加系统、充分地披露公司的风险因素
核心技术人员	2017年年报未认定核心人员	核心技术人员为陈晓铨、陈立光	本次申报系根据创业板相关规则及指引的要求，明确了核心技术人员认定依据和标准
主要产品	线下玩具业务主要分为机械玩具、早教玩具、遥控玩具、智能机器人玩具等几大系列；线上教育业务主要为《佳学》在线教育平台	变形玩具、机器人玩具、婴幼儿玩具、恐龙玩具等几大系列	根据公司业务发展情况对产品分类进行了更新
关联方情况及关联交易	按照《公司法》《企业会计准则》的要求，列示关联方及关联关系	按照《公司法》《企业会计准则》及证监会和创业板相关规定，列示关联方及关联关系	报告期内根据创业板相关规定，进一步全面更新和披露关联方情况
竞争优势	完善的销售网络优势、产品与质量优势、产业集群优势、“互联网+”的先发优势	研发设计优势、覆盖全球的营销网络优势、制造与质量管理优势、产业集群地优势	更新了公司竞争优势的披露
实际控制人	陈晓铨	陈晓铨、黄汶华夫妇	根据《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》认定陈晓铨、黄汶华夫妇为公司共同实际控制人
股权代持	2015年3月，陈夕铨向黄汶华转让其持有的佳奇有限110万元出资额，黄汶华已支付相关款项	该次股权转让为解除陈夕铨代陈晓铨持有的佳奇科技110万元出资额，还原至陈晓铨配偶黄汶华名下	佳奇科技、股东、中介机构对于《全国中小企业股份转让系统公开转让说明书格式指引（试行）》的披露要求存在理解偏差，因此未披露股权代持

项目	股转系统披露	本次申报文件披露	差异说明
			事宜。该股权代持事宜已由双方履行相关程序予以解除，不存在纠纷或潜在纠纷

（三）发行人挂牌期间的合法合规性情况

公司挂牌过程、挂牌期间及摘牌程序的合法合规性情况如下：

1、公司挂牌过程合法合规情况

公司股票在全国中小企业股份转让系统挂牌并公开转让已获得公司董事会、股东大会的批准与授权。经股转公司同意，公司股票在股转系统挂牌并公开转让，公司挂牌过程合法合规。

2、公司挂牌期间合法合规情况

（1）信息披露合法合规

公司在挂牌期间按照相关法律、法规规定披露相关定期报告及临时报告。公司挂牌期间未出现因信息披露等问题而由主办券商发布风险揭示公告的情形，不存在因信息披露违规而受到监管部门处罚管的情形。

（2）股份交易合法合规

经核查股转系统公司网站以及互联网公开信息平台，公司挂牌期间未出现因股份交易违规受到监管部门处罚的情形。

（3）董事会、股东大会决策等方面合法合规

公司在股转系统挂牌过程中及挂牌期间，董事会、股东大会的召开程序、会议表决和决议内容合法、有效，未出现因董事会、股东大会决策违法、违规被公司股东请求法院撤销或受到监管部门处罚的情形。

3、公司股票的摘牌程序合法合规情况

公司系主动申请在股转系统终止挂牌。公司董事会、股东大会依法审议通过了公司股票在股转系统终止挂牌事项。经股转公司同意，公司股票在股转系统摘

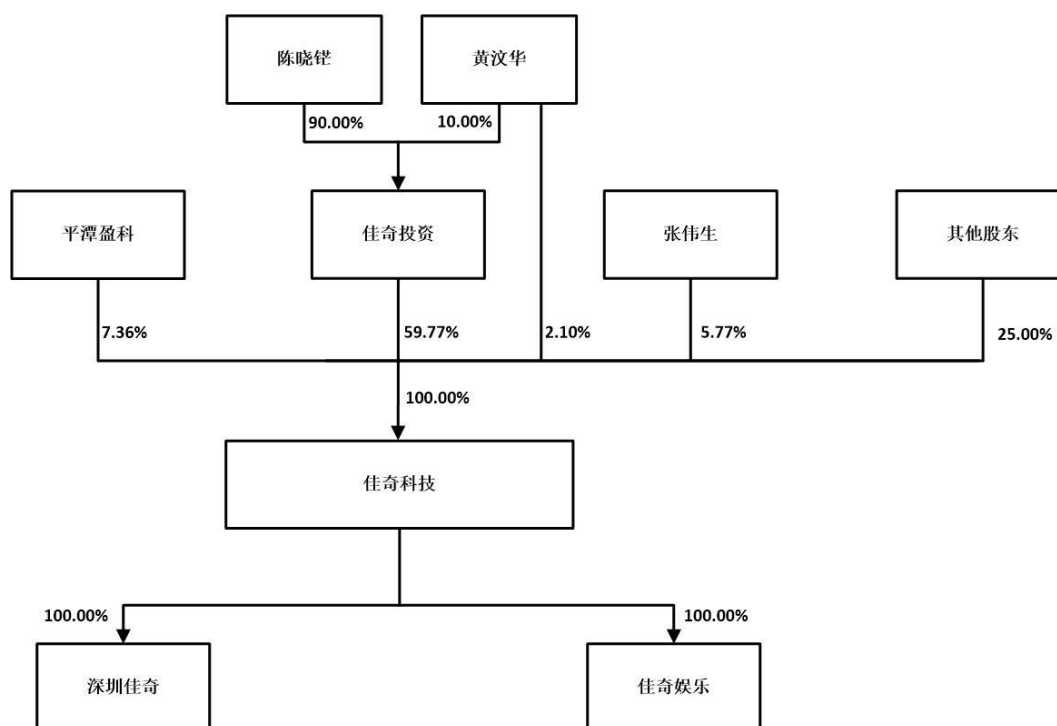
牌并终止转让，公司摘牌过程合法合规。公司摘牌事项按照《全国中小企业股份转让系统业务规则（试行）》的规定，履行了相关审议程序和信息披露义务，不存在因违规操作受到监管部门处罚的情形。

综上，发行人在股转系统挂牌过程合法合规，挂牌期间的信息披露、股份交易、董事会和股东大会决策等方面合法合规，发行人相关摘牌程序合法合规，不存在因违规事项受到监管部门处罚的情形。

五、发行人股权结构及组织结构

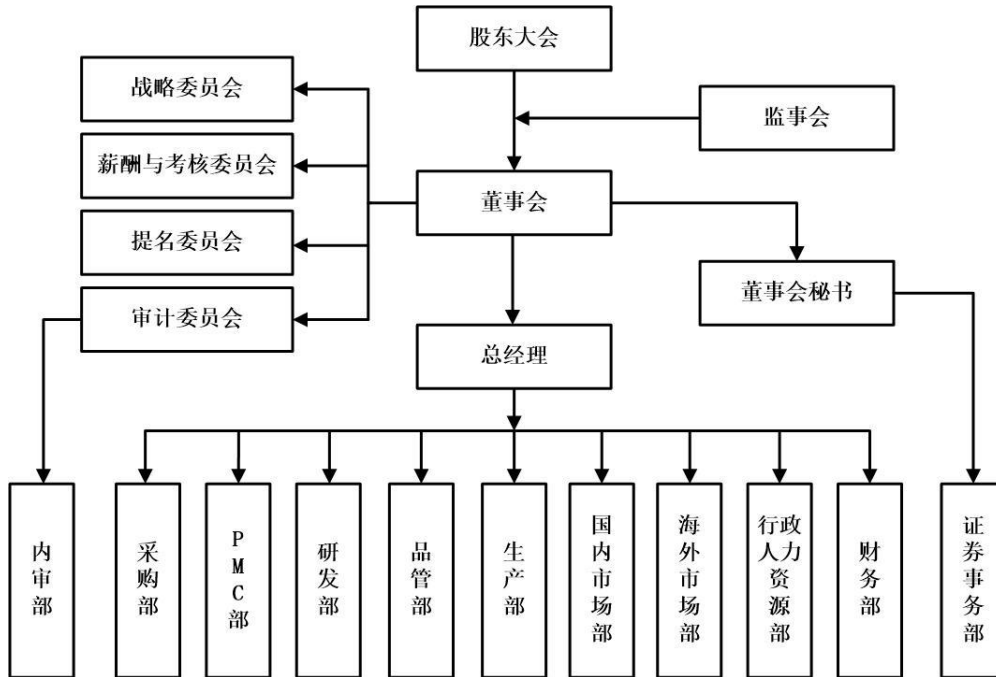
（一）发行人股权结构

截至本招股说明书签署日，本公司的股权结构图如下：



（二）发行人组织结构

截至本招股说明书签署日，本公司的组织结构图如下：



六、发行人控股子公司、参股公司及分公司情况

（一）控股子公司情况

截至本招股说明书签署日，本公司拥有深圳佳奇、佳奇娱乐 2 家控股子公司，其基本情况如下：

1、深圳市佳奇机器人科技有限公司

成立时间	2015-12-03	注册资本	1,000.00 万元	实收资本	1,000.00 万元
法定代表人	陈晓铨	注册地及主要生产经营地	深圳市福田区福保街道福保社区市花路南侧长富金茂大厦 1 号楼 2903		
股东构成及控制情况	佳奇科技持股 100%	经营范围	机器人、智能学习用品、玩具、塑胶制品、电子产品、母婴幼儿用品、模型、数码产品、计算机软件的生产及其应用的技术开发、批发、进出口及相关配套业务；在网上从事商贸活动（不含限制项目）；国内贸易、经营进出口业务。		
与发行人主营业务的关系	佳奇机器人主要为发行人提供新玩具的研发设计服务				
2019 年末/2019 年度	总资产	1,542.19 万元			

主要财务数据 (业经发行人会计师审计)	净资产	1,461.10 万元
	净利润	617.27 万元
2020 年 3 月 31 日/2020 年 1-3 月 主要财务数据 (业经发行人会计师审计)	总资产	1,549.23 万元
	净资产	1,465.61 万元
	净利润	4.51 万元

2、深圳市佳奇娱乐传媒有限公司

成立时间	2016-05-03	注册资本	1,000.00 万元	实收资本	1,000.00 万元
法定代表人	陈晓铨	注册地及主要生产经营地	深圳市福田区福保街道市花路长富金茂大厦 2903		
股东构成及控制情况	佳奇科技持股 100%	经营范围	影视项目投资（具体项目另行申报）；动漫及衍生品的设计与销售；从事广告业务（法律法规、国务院规定需另行办理广告经营审批的，需取得许可后方可经营）；国内贸易（不含专营、专控、专卖商品）。（以上涉及国家规定需要审批的，依法取得相关审批文件后方可经营）广播电视节目制作；电影和影视节目制作；电影和影视节目发行；国内外动画片制作与发行。		
与发行人主营业务的关系	佳奇娱乐主要进行影视制作及 IP 打造，授权发行人使用其 IP 进行玩具产品的研发、生产和销售				
2019 年末/2019 年度 主要财务数据 (业经发行人会计师审计)	总资产	1,525.55 万元			
	净资产	1,479.92 万元			
	净利润	279.02 万元			
2020 年 3 月 31 日/2020 年 1-3 月 主要财务数据 (业经发行人会计师审计)	总资产	1,544.58 万元			
	净资产	1,510.16 万元			
	净利润	30.24 万元			

（二）参股公司基本情况

截至本招股说明书签署日，发行人不存在参股公司。

（三）分公司基本情况

截至本招股说明书签署日，本公司拥有 3 家分公司，其基本情况如下：

1、佳奇深圳分公司

公司名称：广东佳奇科技教育股份有限公司深圳分公司

统一社会信用代码：91440300358799136G

成立日期：2015年11月25日

负责人：陈晓铨

营业场所：深圳市福田区福保街道市花路长富金茂大厦 2902-2903

经营范围：教育软件、机器人开发及技术服务；网络教育服务；智能学习用品的研发；软件设计；动漫产品的创作、研发、设计、制作；销售：玩具、电子产品；销售：电子配件、塑胶原料、废塑料、五金交电、化工原料；货物进出口、技术进出口。制造、加工、销售：玩具、电子产品。

2、佳奇广州分公司

公司名称：广东佳奇科技教育股份有限公司广州分公司

统一社会信用代码：91440101MA5AM0P71X

成立日期：2017年11月24日

负责人：余锦纯

营业场所：广州市天河区黄埔大道西 76 号 3605 房、3606 房（仅限办公用途）（不可做厂房使用）

经营范围：玩具制造；玩具批发；玩具零售；玩具设计服务。

3、佳奇南港分公司

公司名称：广东佳奇科技教育股份有限公司汕头市澄海区南港分公司

统一社会信用代码：91440500MA52MFRU6B

成立日期：2018年12月12日

负责人：杨泰鸣

营业场所：汕头市澄海区岭海工业园区岭海路东侧童乐乐玩具有限公司厂房

经营范围：制造、加工、销售：玩具、电子产品。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

七、公司控股股东、实际控制人及其他持有发行人 5%以上股份的主要股东

（一）控股股东的基本情况

截至本招股说明书签署之日，佳奇投资持有本公司 59.77%的股权，为公司的控股股东。佳奇投资的基本情况如下：

成立时间	2014年4月17日	注册资本	10,000万元	实收资本	6,900万元
法定代表人	陈晓镔	注册地和主要生产经营地		汕头市澄海区凤翔街道金鸿公路东侧恒源冷链物流园第一幢 A15 商铺	
股东构成及控制情况	陈晓镔持股 90% 黄汶华持股 10%		经营范围	对工业、商业、农业、娱乐业、房地产业、建筑业、旅游业、酒店业、餐饮业、金融业、制造业、广告业、文化教育业的投资；投资咨询。	
与发行人主营业务的关系			不存在同业竞争及上下游关系		
2019 年末/2019 年度 主要财务数据 (单体报表, 业经审计) (审计机构: 大华会计师)			总资产	9,464.32 万元	
			净资产	8,354.24 万元	
			净利润	1,458.08 万元	
2020 年 3 月 31 日/2020 年 1-3 月 主要财务数据 (单体报表, 未经审计)			总资产	9,444.22 万元	
			净资产	8,286.14 万元	
			净利润	-68.16 万元	

（二）实际控制人的基本情况

佳奇投资持有发行人股份 59,649,000 股，持股比例为 59.77%，陈晓镔、黄汶华夫妇合计持有佳奇投资 100%的股权，通过佳奇投资间接控制发行人 59.77%的股份；陈晓镔配偶黄汶华持有发行人股份 2,100,000 股，占公司股份总数的 2.10%，陈晓镔、黄汶华夫妇合计持有或控制发行人 61.87%的股份表决权，为公司的实际控制人。陈晓镔、黄汶华夫妇的基本情况如下：

陈晓镔，男，汉族，1975 年 6 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号为 440521197506*****，居住地：广东省深圳市福田区益田路****。

黄汶华，女，汉族，1980 年 9 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号为 440583198009*****，居住地：广东省汕头市澄海区凤翔街道****。

（三）其他持有发行人 5%以上股份的股东

截至 2020 年 3 月 31 日，除佳奇投资以外，其他持有本公司 5%以上股份的股东如下：

序号	股东名称	持股数量(万股)	持股比例 (%)
1	平潭盈科	735.00	7.36
2	张伟生	576.00	5.77

1、平潭盈科

（1）基本信息

企业名称	平潭盈科盛鑫创业投资合伙企业（有限合伙）
成立时间	2016 年 08 月 17 日
执行事务合伙人	盈科创新资产管理有限公司
认缴出资	100,000 万元
注册地和主要经营场所	平潭综合实验区金井湾片区商务营运中心
经营范围	创业投资业务；代理其他创业投资企业等机构或个人的创业投资业务；创业投资咨询业务；为创业企业提供创业管理服务业务；参与设立创业投资企业与创业投资管理顾问机构。
与发行人主营业务的关系	不存在同业竞争及上下游关系
基金编号	ST5435
备案日期	2017 年 06 月 29 日
基金管理人登记编号	P1001263

（2）合伙人及出资情况

截至 2020 年 3 月 31 日，平潭盈科盛鑫创业投资合伙企业（有限合伙）的合伙人及出资情况如下：

序号	合伙人名称	合伙人性质	认缴出资额 (万元)	认缴出资比 例 (%)
1	盈科创新资产管理有限公司	普通合伙人	2,000.00	2.00
2	平潭盈科盛美创业投资合伙企业（有限合伙）	有限合伙人	60,000.00	60.00
3	平潭华晟创业投资合伙企业（有限合伙）	有限合伙人	11,390.00	11.39
4	平潭值得创业投资合伙企业（有限合伙）	有限合伙人	9,030.00	9.03

序号	合伙人名称	合伙人性质	认缴出资额 (万元)	认缴出资比例 (%)
5	赖满英	有限合伙人	3,000.00	3.00
6	平潭盈科强子创业投资合伙企业（有限合伙）	有限合伙人	2,360.00	2.36
7	徐跃平	有限合伙人	1,200.00	1.20
8	拉萨贤驰投资管理有限公司	有限合伙人	800.00	0.80
9	拉萨宁和恒通投资管理有限公司	有限合伙人	800.00	0.80
10	拉萨天意投资管理有限公司	有限合伙人	800.00	0.80
11	吴利平	有限合伙人	370.00	0.37
12	胡建君	有限合伙人	350.00	0.35
13	陈燕萍	有限合伙人	350.00	0.35
14	王超	有限合伙人	300.00	0.30
15	刘微微	有限合伙人	300.00	0.30
16	颜捷妤	有限合伙人	300.00	0.30
17	邢德懿	有限合伙人	300.00	0.30
18	王顺	有限合伙人	300.00	0.30
19	黄少文	有限合伙人	300.00	0.30
20	章华娣	有限合伙人	300.00	0.30
21	沈敏敏	有限合伙人	300.00	0.30
22	宋奇健	有限合伙人	300.00	0.30
23	王晨星	有限合伙人	300.00	0.30
24	黄小琴	有限合伙人	300.00	0.30
25	董道师	有限合伙人	300.00	0.30
26	刘俊利	有限合伙人	300.00	0.30
27	张朝水	有限合伙人	300.00	0.30
28	赵群	有限合伙人	300.00	0.30
29	季文来	有限合伙人	300.00	0.30
30	上海洁元保洁服务有限公司	有限合伙人	300.00	0.30
31	裘林	有限合伙人	220.00	0.22
32	郁建新	有限合伙人	200.00	0.20
33	张智杰	有限合伙人	200.00	0.20
34	陆祖英	有限合伙人	200.00	0.20
35	殷琨	有限合伙人	120.00	0.12
36	王辉	有限合伙人	110.00	0.11

序号	合伙人名称	合伙人性质	认缴出资额 (万元)	认缴出资比例 (%)
37	雷家瑛	有限合伙人	100.00	0.10
38	邬立志	有限合伙人	100.00	0.10
39	葛甦	有限合伙人	100.00	0.10
40	申世明	有限合伙人	100.00	0.10
41	陈茜	有限合伙人	100.00	0.10
42	欧阳振华	有限合伙人	100.00	0.10
43	杨凤霞	有限合伙人	100.00	0.10
44	谭文伟	有限合伙人	100.00	0.10
45	李金文	有限合伙人	100.00	0.10
46	宋晶	有限合伙人	100.00	0.10
47	伍伟龙	有限合伙人	100.00	0.10
48	刘珍	有限合伙人	100.00	0.10
49	王忠信	有限合伙人	100.00	0.10
50	庄建华	有限合伙人	100.00	0.10
合计			100,000.00	100.00

2、张伟生

截至 2020 年 3 月 31 日，张伟生持有本公司 5.77% 的股权。张伟生的基本情况如下：

张伟生，男，汉族，1969 年 9 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号为 440524196909*****，居住地：广东省汕头市潮阳区谷饶镇****。

（四）控股股东及实际控制人控制的其他企业

截至本招股说明书签署日，除本公司外，公司控股股东控制的其他企业情况如下：

1、抚州市甜甜好农业发展有限公司

统一社会信用代码：91361030MA390AQ11W

成立日期：2019 年 11 月 14 日

注册资本：1,000.00 万元

注册地址及主要生产经营地：江西省抚州市广昌县盱江镇莲乡大道 21 号学府锦苑 21 号楼北 10 号店铺

主要股东：佳奇投资持股 100.00%

经营范围：蔬菜、水果、苗木销售、种植；水产品（牛蛙养殖除外）、家禽家畜销售、养殖；农产品初级加工、储藏、销售；农业信息咨询；农业技术指导服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

2、瑞金市好甜农业发展有限公司

统一社会信用代码：91360781MA38YBYL39

成立日期：2019 年 10 月 31 日

注册资本：1,000.00 万元

注册地址及主要生产经营地：江西省瑞金市叶坪乡田坞村营头嘴

主要股东：佳奇投资持股 100.00%

经营范围：水果、蔬菜、苗木种植及销售；水产品销售；农副产品分拣、包装、初加工、储藏、保鲜、销售；农业技术指导服务；农业信息咨询服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

截至本招股说明书签署日，除佳奇投资及其控制的企业、本公司外，公司实际控制人未控制其他企业。

（五）控股股东和实际控制人直接或间接持有发行人股份的质押、争议情况

截至本招股说明书签署日，本公司控股股东佳奇投资和实际控制人陈晓铨、黄汶华夫妇所直接或间接持有本公司的股份不存在质押或其他有争议的情况。

八、发行人股本情况

（一）本次发行前后的股本变化情况

本次发行前发行人总股本为 9,980 万股，本次公开发行股票不超过 3,333 万股。假定本次公开发行新股 3,333 万股，则本次发行前后，本公司股本情况如下：

序号	股东名称/姓名	本次发行前		本次发行后	
		股份数 (万股)	比例 (%)	股份数 (万股)	比例 (%)
1	佳奇投资	5,964.90	59.77	5,964.90	44.81
2	平潭盈科	735.00	7.36	735.00	5.52
3	张伟生	576.00	5.77	576.00	4.33
4	创合投资	480.00	4.81	480.00	3.61
5	滨海投资	460.00	4.61	460.00	3.46
6	瀚华投资	300.00	3.01	300.00	2.25
7	陈姿	300.00	3.01	300.00	2.25
8	黄汶华	210.00	2.10	210.00	1.58
9	广发证券	198.42	1.99	198.42	1.49
10	邱乐驹	128.96	1.29	128.96	0.97
11	其他股东	626.72	6.28	626.72	4.71
12	社会公众股	-	-	3,333.00	25.04
合计		9,980.00	100.00	13,313.00	100.00

（二）本次发行前公司前十名股东

本次发行前，发行人前十名股东持股情况如下表：

序号	股东名称/姓名	股份数量（万股）	持股比例（%）
1	佳奇投资	5,964.90	59.77
2	平潭盈科	735.00	7.36
3	张伟生	576.00	5.77
4	创合投资	480.00	4.81
5	滨海投资	460.00	4.61
6	瀚华投资	300.00	3.01
7	陈姿	300.00	3.01
8	黄汶华	210.00	2.10
9	广发证券	198.42	1.99
10	邱乐驹	128.96	1.29
合计		9,353.28	93.72

（三）本次发行前公司前十名自然人股东及其在公司的任职情况

本次发行前，本公司前十名自然人股东及其在公司担任的职务如下：

序号	股东姓名	股份数量（万股）	持股比例（%）	在本公司任职情况
1	张伟生	576.00	5.77	未任职
2	陈姿	300.00	3.01	未任职
3	黄汶华	210.00	2.10	董事
4	邱乐驹	128.96	1.29	未任职
5	钟璇叶	86.60	0.87	未任职
6	陈立光	79.20	0.79	董事、总经理
7	颜舒	66.00	0.66	未任职
8	陈丽莹	61.00	0.61	未任职
9	魏廷亮	55.00	0.55	未任职
10	杨双宏	50.00	0.50	未任职
合计		1,612.76	16.16	

（四）发行人国有股份及外资股份情况

发行人全部股东所持公司股份均不涉及国有股份或外资股份情况。

（五）最近一年发行人新增股东情况

截至本招股说明书签署日，发行人最近一年新增股东 1 名，该新增股东的持股数量、取得股份时间、价格和定价依据如下表所示：

序号	股东名称	取得方式	取得股份数量（万股）	取得股份价格（元/股）	取得股份时间	定价依据
1	陈姿	受让	300	7.8	2019年7月12日	协商确定

新增股东基本情况如下：

陈姿，女，汉族，1983年3月出生，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号为440583198303*****，居住地：广东省汕头市龙湖区珠池街道*****。

经核查，保荐机构认为此次股权转让系双方真实意思表示，定价公允，不存在争议或潜在纠纷，新股东与发行人其他股东、董事、监事、高级管理人员、本次发行中介机构及其负责人、高级管理人员、经办人员不存在亲属关系、关联关系、委托持股、信托持股或其他利益输送安排。新股东陈姿系具有完全民事行为能力能力和完全民事行为能力中国公民，在中国境内有住所，具有作为公司股东的主体资格与行为能力。

（六）本次发行前各股东间的关联关系及关联股东的持股比例

本次发行前，控股股东佳奇投资持有发行人 59.77%的股权，陈晓镔、黄汶华夫妇持有佳奇投资 100%的股权，为公司实际控制人，同时黄汶华直接持有发行人 2.10%的股权。

除上述关联关系外，本公司股东之间不存在其他关联关系。

（七）发行人股东公开发售股份的情况

本次发行，发行人股东不存在公开发售股份的情况。

（八）“三类股东”的情况

截至本招股说明书签署日，发行人股东中仅有 1 名“三类股东”，即上海安洪投资管理有限公司—安洪精选证券投资基金，合计持股 4.9 万股，占比 0.05%。该股东依法设立并有效存续，已于 2016 年 1 月 21 日进行了基金备案，备案编号为 SE4007，管理人为上海安洪投资管理有限公司（登记编号：P1002433）。

该契约型私募证券投资基金投资人为 3 名自然人，均为合格投资者，具体名单如下：

序号	持有人姓名	身份证号	持有份额数（元）	持有比例（%）
1	易丽娟	430524198211*****	1,000,000.00	3.2258
2	田显东	422101196910*****	10,000,000.00	32.2581
3	李洪波	510102197011*****	20,000,000.00	64.5161
合计			31,000,000.00	100.00

根据上海安洪投资管理有限公司出具的《声明及承诺函》，安洪精选不存在违反《关于规范金融机构资产管理业务的指导意见》（银发【2018】106 号）杠杆、分级、嵌套规定的情况，不存在过渡期安排，不会对发行人持续经营产生影响。

上海安洪精选投资管理有限公司已对安洪基金存续期作出合理安排，确保符合中国证监会股票锁定期和减持规则的要求。

发行人控股股东、实际控制人，董事、监事、高级管理人员及其近亲属，本

次发行的中介机构及其负责人、高级管理人员、经办人未直接或间接在该“三类股东”中持有权益。

九、发行人正在执行的股权激励及其他制度安排和执行情况

截至本招股说明书签署日，本公司不存在正在执行的对其董事、监事、高级管理人员、其他核心人员、员工实行的股权激励（如员工持股计划、限制性股票、股票期权）及其他制度安排。

十、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的简要情况

（一）董事会成员

本公司董事会共由 7 名董事组成，其中包括 3 名独立董事。公司董事由股东大会选举产生，任期 3 年，任期届满可连选连任。本届董事会任期至 2021 年 4 月届满。

公司现任 7 名董事的基本情况如下表所示：

姓名	职务	本届董事任期	提名人
陈晓铨	董事长	2018 年 4 月 25 日-2021 年 4 月 24 日	佳奇投资
黄汶华	董事	2018 年 4 月 25 日-2021 年 4 月 24 日	佳奇投资
陈立光	董事、总经理	2018 年 4 月 25 日-2021 年 4 月 24 日	董事会
陈晓珊	董事、副总经理	2018 年 4 月 25 日-2021 年 4 月 24 日	董事会
陈名芹	独立董事	2018 年 4 月 25 日-2021 年 4 月 24 日	董事会
熊海博	独立董事	2018 年 4 月 25 日-2021 年 4 月 24 日	董事会
王斌	独立董事	2018 年 4 月 25 日-2021 年 4 月 24 日	董事会

本公司现任董事的简历如下：

陈晓铨：男，1975 年 6 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历，北京大学 EMBA。广东省玩具协会副会长、深圳市青年企业家联合会第七届理事会副会长、汕头市澄海区玩具协会副会长、汕头市澄海区第九届政协委员。2005 年 5 月至 2015 年 4 月担任佳奇有限执行董事兼总经理，2009 年 4 月至 2019 年 5 月担任汕头市澄海区兴信小额贷款股份有限公司董事，2014 年 4 月至今担任广东佳奇投资有限公司执行董事兼总经理，2015 年 8 月至今担任广东辉

源机械股份有限公司董事，2015年4月至今担任公司董事长。

黄汶华：女，1980年9月出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。2011年9月至2016年11月担任汕头市新溪第一中学教师，2015年3月至2015年4月担任佳奇有限监事，2015年3月至今担任广东佳奇投资有限公司监事，2017年9月-2018年6月担任深圳育才集团太子湾学校教师，2018年9月至今担任深圳市南山区海岸小学教师，2015年4月至今担任公司董事。

陈立光：男，1974年4月出生，中国国籍，无境外永久居留权，北京大学EMBA。2002年12月至2015年4月担任佳奇有限副总经理，2015年4月至今担任公司董事、总经理。

陈晓珊：女，1979年8月出生，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历。2002年12月至2015年4月先后担任佳奇有限出纳专员、副总经理，2015年4月至2016年2月担任公司董事会秘书，2015年4月至今担任公司董事、副总经理。

陈名芹：男，1982年3月出生，中国国籍，无境外永久居留权，会计学博士。2005年7月至2012年8月担任汕头大学商学院办公室副主任、院长行政助理，2017年1月至今担任汕头大学商学院会计学助理教授，2017年6月至今任广东天际电器股份有限公司独立董事，2018年8月至今任广东邦宝益智玩具股份有限公司独立董事，2018年8月至2020年3月任广东东研网络科技股份有限公司独立董事，2017年10月至今担任公司独立董事。

熊海博：男，1975年12月出生，中国国籍，无境外永久居留权，硕士学历。1997年9月至2001年3月担任汕头市广播电视大学法学教师，1999年9月至2001年3月担任广东广成律师事务所兼职律师，2001年4月至2006年3月担任广东金粤律师事务所专职律师，2006年3月至2018年11月担任广东粤威律师事务所专职律师、合伙人，2018年12月至今担任广东公天律师事务所主任、合伙人，2007年12月至今担任汕头仲裁委员会仲裁员，2017年10月至今担任公司独立董事。

王斌：男，1972年5月出生，中国国籍，无境外永久居留权，北京大学EMBA。

粤港澳大湾区文创产业发展论坛发起人兼组委会秘书长、粤港澳大湾区文创产业联盟执行主席、中国 IP 产业年会组委会秘书长、香港动漫画协会副会长。2004 年 12 月至 2011 年 11 月担任汕头市前域文化传播有限公司执行董事、总经理，2011 年 12 月至今担任深圳前域动漫文化有限公司监事，2016 年 5 月至今担任上海萌域文化传媒有限公司执行董事、经理，2017 年 11 月至今担任深圳前域文化科技有限公司执行董事、经理，2017 年 10 月至今担任前域文化展览（深圳）有限公司执行董事、经理，2017 年 12 月至 2019 年 5 月担任优检亿达展览（深圳）有限公司执行董事，2018 年 4 月至今担任影域文化产业（深圳）有限公司监事，2018 年 4 月至今担任漫影互娱教育科技（深圳）有限公司监事，2019 年 5 月至今担任杭州鹏裕文化传媒有限公司监事，2017 年 10 月至今担任公司独立董事。

（二）监事会成员

本公司监事会由三名监事组成，其中 1 名为职工代表监事，由公司职工通过民主方式选举产生；2 名为股东代表监事，由股东大会选举产生。监事每届任期 3 年，任期届满可连选连任。本届监事会任期至 2021 年 4 月届满。

本公司现任监事基本情况如下表所示：

姓名	职务	本届监事任期	提名人
姚晓虹	监事会主席、行政人力资源部经理	2018 年 4 月 25 日-2021 年 4 月 24 日	佳奇投资
潘树洽	监事、行政人力资源部副经理	2018 年 4 月 25 日-2021 年 4 月 24 日	佳奇投资
陈梓波	监事、采购部部门主管	2018 年 4 月 25 日-2021 年 4 月 24 日	职工代表大会

本公司现任监事的简历如下：

姚晓虹：女，1983 年 2 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。2006 年 6 月至 2015 年 4 月先后担任佳奇有限行政专员、行政人力资源部经理，2015 年 4 月至今担任公司监事会主席、行政人力资源部经理。

潘树洽：男，1984 年 10 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。2010 年 6 月至 2015 年 4 月先后担任佳奇有限行政专员、行政人力资源部副经理，2015 年 4 月至今担任公司监事、行政人力资源部副经理。

陈梓波：男，1987 年 11 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历。

2009年10月至2015年4月先后担任佳奇有限工程师、品管部主管，2015年4月至2018年2月担任公司品管部主管，2018年3月至今担任公司采购部部门主管，2015年4月至今担任公司监事。

（三）高级管理人员

本公司现任高级管理人员的简历如下：

陈立光：公司总经理，简历请参见本节之“十、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的简要情况”之“（一）董事会成员”。

陈晓珊：公司副总经理，简历请参见本节之“十、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的简要情况”之“（一）董事会成员”。

杨泰鸣：男，1974年3月出生，中国国籍，无境外永久居留权，高中学历。2004年11月至2015年4月先后担任佳奇有限工程师、副总经理，2015年4月至今担任公司副总经理。

辛戈华：女，1977年4月出生，中国国籍，无境外永久居留权，硕士学历，注册会计师。1995年7月至2009年7月担任中国银行汕头分行龙湖支行授信客户经理，2009年8月至2017年2月担任汕头市立真会计师事务所审计项目经理，2017年3月加入公司，2017年10月至今担任公司财务总监。

陈欣敏：女，1992年3月出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历，2014年通过国家司法考试。2015年7月至2016年1月担任公司法务专员，2016年2月至今担任公司董事会秘书，2018年12月至今担任公司副总经理。

（四）核心技术人员

本公司目前有2名核心技术人员，其简要情况如下：

1、陈晓铨，简历情况参见本节“十、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的简要情况”之“（一）董事会成员”。

2、陈立光，简历情况参见本节“十、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的简要情况”之“（一）董事会成员”。

（五）董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的兼职情况

截至 2020 年 3 月 31 日，本公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的兼职情况如下表所示：

姓名	在本公司任职	兼职单位	兼职职务	兼职单位与本公司的关系
陈晓铨	董事长	广东佳奇投资有限公司	执行董事、总经理	控股股东
		广东辉源机械股份有限公司	董事	无
黄汶华	董事	广东佳奇投资有限公司	监事	控股股东
		深圳市南山区海岸小学	教师	无
陈名芹	独立董事	汕头大学商学院	助理教授	无
		广东天际电器股份有限公司	独立董事	无
		广东邦宝益智玩具股份有限公司	独立董事	无
熊海博	独立董事	广东公天律师事务所	主任、合伙人	无
		汕头仲裁委员会	仲裁员	无
王斌	独立董事	深圳前域动漫文化有限公司	监事	无
		深圳前域文化科技有限公司	执行董事、经理	无
		上海萌域文化传媒有限公司	执行董事、经理	无
		前域文化展览（深圳）有限公司	执行董事、经理	无
		杭州鹏裕文化传媒有限公司	监事	无
		影域文化产业（深圳）有限公司	监事	无

除上述兼职情况外，公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员不存在其他兼职情况。

（六）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

截至本招股说明书签署日，除本公司董事陈晓铨与董事黄汶华为夫妻关系、董事陈晓铨与董事陈晓珊为堂兄妹关系外，其他董事、监事、高级管理人员及核心技术人员之间不存在亲属关系。

十一、发行人与董事、监事、高级管理人员及核心技术人员所签订的协议、所作承诺及履行情况

（一）协议签署情况

截至 2020 年 3 月 31 日，本公司内部董事、监事、高级管理人员及核心技术人员均与本公司签订了《劳动合同书》《知识产权、保密及竞业限制协议》。截至本招股说明书签署日，上述合同、协议等均处于正常履行状态。

（二）所作承诺及履行情况

公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员作出的重要承诺参见本招股说明书“重大事项提示”以及“第七节 公司治理与独立性”之“八、同业竞争情况”和“十、关联交易情况”的相关内容。截至本招股说明书签署日，相关承诺均履行正常，不存在违约情形。

十二、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员近两年内变动情况

（一）董事变动情况

2018 年 1 月 1 日至 2018 年 4 月 25 日，公司第一届董事会成员为陈晓铨、黄汶华、陈立光、陈晓珊、陈名芹、熊海博、王斌共 7 人。

2018 年 4 月 25 日，公司召开 2018 年第二次临时股东大会，会议选举第二届董事会成员，公司全体董事连任。

近两年，公司董事未发生变化。

（二）监事变动情况

2018 年 1 月 1 日至 2018 年 4 月 25 日，公司监事会成员为姚晓虹、潘树洽以及陈梓波。

2018 年 4 月 25 日，公司召开 2018 年第二次临时股东大会会议选举姚晓虹、潘树洽为股东代表监事，与经职工代表大会选举的职工代表监事陈梓波共同组成第二届监事会。同日，第二届监事会第一次会议选举姚晓虹为监事会主席。

截至本招股说明书签署日，公司监事会成员共 3 人，分别为姚晓虹、潘树洽、陈梓波。

近两年，公司监事未发生变化。

（三）高级管理人员变动情况

2018 年 1 月 1 日至 2018 年 4 月 25 日，公司高级管理人员为陈立光、陈晓珊、杨泰鸣、辛戈华、陈欣敏。

2018 年 4 月 25 日，公司召开第二届董事会第一次会议，决议聘任陈立光为总经理，陈晓珊和杨泰鸣为副总经理，陈欣敏为董事会秘书，辛戈华为财务总监。

2018 年 12 月 12 日，公司召开第二届董事会第五次会议，决定聘任陈欣敏为公司副总经理。

截至本招股说明书签署日，公司高级管理人员共 5 人，分别为陈立光、陈晓珊、杨泰鸣、辛戈华、陈欣敏。

近两年，公司高级管理人员未发生重大变化。

（四）核心技术人员的变动情况

近两年，公司核心技术人员为陈晓铨和陈立光，公司核心技术人员以及其他研发人员稳定，且研发人员逐年增加，有利于公司研发设计工作的开展及提升。

十三、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的对外投资情况

截至 2020 年 3 月 31 日，公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的对外投资情况如下：

姓名	职务	对外投资的企业名称	出资额(万元)	持股比例 (%)
陈晓铨	董事长	广东佳奇投资有限公司	9,000	90.00
		深圳市创东方慈爱投资企业（有限合伙）	1,000	21.93
		深圳市华拓至远投资企业（有限合伙）	200	3.96
黄汶华	董事	广东佳奇投资有限公司	1,000	10.00
王斌	独立董事	深圳前域动漫文化有限公司	550	55.00

姓名	职务	对外投资的企业名称	出资额(万元)	持股比例 (%)
		深圳前域文化科技有限公司	450	90.00
		上海萌域文化传媒有限公司	500	50.00
		漫影互娱教育科技（深圳）有限公司	230	46.00
		影域文化产业（深圳）有限公司	205	41.00
		前域文化展览（深圳）有限公司	90	90.00
		杭州鹏裕文化传媒有限公司	20	10.00
		汕头市玩品汇文化传播有限公司	5	10.00

截至2020年3月31日，公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员的上述对外投资与本公司不存在利益冲突。

十四、董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属直接或间接持有公司股份的情况

截至本招股说明书签署日，本公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属直接或间接持有公司股份的情况如下：

姓名	职务	直接持有或间接控制公司股份数(万股)
陈晓铨	董事长	6,174.90
黄汶华	董事	6,174.90
陈立光	董事、总经理	79.20
陈晓珊	董事、副总经理	-
陈名芹	独立董事	-
熊海博	独立董事	-
王斌	独立董事	-
辛戈华	财务总监	6.60
杨泰鸣	副总经理	-
陈欣敏	副总经理、董事会秘书	-
姚晓虹	监事会主席	-
潘树洽	监事	-
陈梓波	职工代表监事	-

注：上表中陈晓铨、黄汶华的间接持股数量是以其在佳奇投资中的出资比例乘以佳奇投资的直接持股数量计算得出。

截至本招股说明书签署日，上述股份均不存在被设定质押或冻结的情况。

十五、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员薪酬情况

（一）薪酬组成、确定依据和所履行的程序情况

公司建立了完善的薪酬管理体系和科学有效的激励和约束机制，达到了激发员工工作积极性，提升工作效率，促进公司长期健康发展的目的。公司董事（除独立董事外）、监事、高级管理人员及核心技术人员薪酬是由工资和奖金组成，独立董事薪酬为津贴。

2018年12月28日，公司第六次临时股东大会决议审议通过《董事、监事和高级管理人员薪酬管理制度》，对公司董事、监事和高级管理人员的薪酬标准及其构成、支付等作出了相关规定。

（二）报告期董事、监事、高级管理人员及核心技术人员薪酬总额占各期发行人利润总额的比重

单位：万元

项目	2020年1-3月	2019年度	2018年度	2017年度
董事、监事、高级管理人员及核心技术人员薪酬	47.09	224.84	209.14	144.70
利润总额	1,062.72	8,553.96	6,861.43	4,632.12
占比	4.43%	2.63%	3.05%	3.12%

（三）最近一年从公司领取薪酬的情况

2019年度，公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员在公司领取的薪酬情况如下：

姓名	在本公司的职务	2019年从本公司领取薪酬情况（万元）	是否从关联方领取薪酬
陈晓锐	董事长、核心技术人员	39.10	否
黄汶华	董事	-	否
陈立光	董事、总经理、核心技术人员	37.62	否
陈晓珊	董事、副总经理	14.47	否
陈名芹	独立董事	6.00	否
熊海博	独立董事	6.00	否

姓名	在本公司的职务	2019年从本公司领取薪酬情况（万元）	是否从关联方领取薪酬
王斌	独立董事	6.00	否
姚晓虹	监事会主席、行政人力资源部经理	12.19	否
潘树洽	监事、行政人力资源部副经理	8.56	否
陈梓波	监事、采购部部门主管	8.88	否
杨泰鸣	副总经理	34.50	否
辛戈华	财务总监	36.64	否
陈欣敏	董事会秘书、副总经理	14.87	否

除上述薪酬以外，公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员未享受其他待遇。对于公司的董事、监事、高级管理人员及核心技术人员，公司按照国家和地方的有关规定，依法为其办理养老、医疗等社会保险和住房公积金，不存在其他待遇和退休金计划。

十六、发行人员工及其社会保障情况

（一）员工基本情况

1、员工人数及变化情况

报告期各期末，本公司在职员工总数分别为 441 人、528 人、491 人和 340 人。

2、员工构成情况

报告期公司员工的专业结构、受教育程度、年龄分布情况如下：

（1）员工专业结构

单位：人；%

专业结构	2020年3月31日		2019年12月31日		2018年12月31日		2017年12月31日	
	人数	占比	人数	占比	人数	占比	人数	占比
管理人员	74	21.76	112	22.81	114	21.59	70	15.87
销售人员	41	12.06	42	8.55	48	9.09	32	7.26
研发人员	69	20.29	66	13.44	69	13.07	68	15.42
生产人员	156	45.88	271	55.19	297	56.25	271	61.45
合计	340	100.00	491	100.00	528	100.00	441	100.00

员工总数变动主要系管理人员和生产人员的变动，其它各部门人员略有波动但较为稳定。2018 年末，管理人员人数上升主要系仓管人员和行政部保安等岗位人员增加；2020 年 3 月 31 日，管理人员、生产人员人数下降主要系受春节假期人员流动性较大及新冠疫情复工复产受阻等影响，车间生产及仓管等岗位人员减少。随着国内新冠疫情受到控制，公司稳步复工复产，截至 2020 年 6 月 30 日公司在职员工总数为 391 人。

（2）员工受教育程度

单位：人；%

受教育程度	2020 年 3 月 31 日		2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日		2017 年 12 月 31 日	
	人数	占比	人数	占比	人数	占比	人数	占比
本科及以上学历	49	14.41	44	8.96	56	10.61	26	5.90
大专学历	63	18.53	68	13.85	77	14.58	64	14.51
高中及以下学历	228	67.06	379	77.19	395	74.81	351	79.59
合计	340	100.00	491	100.00	528	100.00	441	100.00

（3）员工年龄分布

单位：人；%

年龄分布	2020 年 3 月 31 日		2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日		2017 年 12 月 31 日	
	人数	占比	人数	占比	人数	占比	人数	占比
30 岁及以下	127	37.35	180	36.66	232	43.95	193	43.76
31-40 岁	130	38.24	156	31.77	158	29.92	123	27.89
41-50 岁	58	17.06	118	24.03	108	20.45	97	22.00
51 岁及以上	25	7.35	37	7.54	30	5.68	28	6.35
合计	340	100.00	491	100.00	528	100.00	441	100.00

（二）发行人执行社会保障、住房公积金缴纳情况

1、办理社保及公积金的情况

公司实行劳动合同制，与公司员工按照《中华人民共和国劳动合同法》的有关规定签署了劳动合同，为员工提供必要的社会保障措施。根据国家及地方的有关规定，公司为员工办理了基本养老保险、工伤保险、医疗保险、失业保险、生育保险和住房公积金等。

2、发行人为员工办理社会保险、住房公积金的具体人数以及缴费比例的情况

（1）缴纳人数

截至 2020 年 3 月 31 日，发行人为员工办理社会保险、住房公积金的具体人数情况如下：

单位：人

公司名称	公司人数	社保缴纳人数（不含医保）	社保未缴纳人数（不含医保）	医保缴纳人数	医保未缴纳人数	公积金缴纳人数	公积金未缴纳人数
佳奇科技	324	259	65	248	76	245	79
深圳佳奇	10	10	0	10	0	10	0
佳奇娱乐	6	6	0	6	0	6	0
合计	340	275	65	264	76	261	79

截至 2019 年 12 月 31 日，发行人为员工办理社会保险、住房公积金的具体人数情况如下：

单位：人

公司名称	公司人数	社保缴纳人数（不含医保）	社保未缴纳人数（不含医保）	医保缴纳人数	医保未缴纳人数	公积金缴纳人数	公积金未缴纳人数
佳奇科技	474	424	50	361	113	412	62
深圳佳奇	11	11	0	11	0	11	0
佳奇娱乐	6	6	0	6	0	6	0
合计	491	441	50	378	113	429	62

截至 2018 年 12 月 31 日，发行人为员工办理社会保险、住房公积金的具体人数情况如下：

单位：人

公司名称	公司人数	社保缴纳人数（不含医保）	社保未缴纳人数（不含医保）	医保缴纳人数	医保未缴纳人数	公积金缴纳人数	公积金未缴纳人数
佳奇科技	505	496	9	440	65	495	10
深圳佳奇	14	13	1	13	1	13	1

公司名称	公司人数	社保缴纳人数（不含医保）	社保未缴纳人数（不含医保）	医保缴纳人数	医保未缴纳人数	公积金缴纳人数	公积金未缴纳人数
佳奇娱乐	9	9	0	9	0	9	0
合计	528	518	10	462	66	517	11

截至 2017 年 12 月 31 日，发行人为员工办理社会保险、住房公积金的具体人数情况如下：

单位：人

公司名称	公司人数	社保缴纳人数（不含医保）	社保未缴纳人数（不含医保）	医保缴纳人数	医保未缴纳人数	公积金缴纳人数	公积金未缴纳人数
佳奇科技	404	349	55	354	50	342	62
深圳佳奇	21	20	1	20	1	20	1
佳奇娱乐	16	15	1	15	1	14	2
合计	441	384	57	389	52	376	65

（2）缴纳费率

地区（注 1）	养老保险		失业保险		工伤保险	生育保险	医疗保险		公积金	
	单位	个人	单位	个人	单位	单位	单位	个人	单位	个人
汕头	14%	8%	0.32%	0.20%	0.12%	1.00%	6.00%	2.00%	5.00%	5.00%
深圳	13%/14%（注 2）	8%	0.70%	0.30%	0.07%	0.45%	5.20%	2.00%	5.00%	5.00%
广州	14%	8%	0.48%	0.20%	0.10%	0.85%	5.50%	2.00%	5.00%	5.00%

注 1：汕头地区的公司包括佳奇科技，深圳地区的公司包括深圳佳奇、佳奇娱乐、佳奇深圳分公司，广州地区的公司包括佳奇广州分公司。

注 2：深圳佳奇、佳奇娱乐、佳奇深圳分公司所在地为深圳，根据深圳当地的政策，深圳户籍员工养老保险缴纳比例为 14%，非深圳户籍缴纳比例为 13%。

（3）部分员工未缴纳社保及住房公积金的具体原因

报告期内，公司及子公司存在部分员工未缴纳社保，主要原因如下：①员工到了退休年龄，不再缴纳社保；②员工系新入职，社保手续当时尚在办理之中；③员工在原公司未办理停保；④员工已购买新农保、新农合等其他形式的养老和医疗保险，自愿放弃公司为其缴纳社保。

2020 年 3 月 31 日，深圳佳奇、佳奇娱乐员工均缴纳社保。由于新冠疫情影

响和公司生产人员流动性较大，佳奇科技部分员工未缴纳社保，具体原因人数如下：达到退休年龄不再缴纳 6 人、新员工入职正在办理手续 55 人、原单位尚未停保 4 人、已购买新农保新农合自愿放弃医保 11 人。

报告期内，公司及子公司存在部分员工未缴纳住房公积金，主要原因如下：①员工到了退休年龄，不再缴纳住房公积金；②员工系新入职，公积金手续当时尚在办理之中；③员工在原公司已经有开过公积金账户尚未将账户转移；④员工为本地户籍人员，在本地有自有住房，无缴纳意愿，自愿放弃公司为其缴存住房公积金。

2020 年 3 月 31 日，深圳佳奇、佳奇娱乐员工均缴纳住房公积金。由于新冠疫情影响和公司生产人员流动性较大，佳奇科技部分员工未缴纳住房公积金，具体原因人数如下：达到退休年龄不再缴纳 6 人、新员工入职正在办理手续 55 人、原单位尚未停缴 4 人、本地户籍已有住房自愿放弃住房公积金 14 人。

3、社会保障和住房公积金管理部门出具合规证明情况

佳奇科技所在地的汕头市澄海区人力资源和社会保障局出具书面证明，确认佳奇科技报告期内未因违反社会保险相关法律法规及其他劳动保障法律法规而受到行政处罚。

深圳佳奇所在地的深圳市社会保险基金管理局出具书面证明，确认深圳佳奇报告期内无因违反社会保险法律、法规或者规章而被该局行政处罚的记录。

佳奇娱乐所在地的深圳市社会保险基金管理局出具书面证明，确认佳奇娱乐报告期内无因违反社会保险法律、法规或者规章而被该局行政处罚的记录。

佳奇科技所在地的汕头市住房公积金管理中心出具书面证明，确认佳奇科技报告期内有为职工缴存住房公积金，尚未受到该中心的处罚。

深圳佳奇所在地的深圳市住房公积金管理中心出具书面证明，确认深圳佳奇报告期内没有因违法违规而被该中心处罚的情况。

佳奇娱乐所在地的深圳市住房公积金管理中心出具书面证明，确认佳奇娱乐报告期内没有因违法违规而被该中心处罚的情况。

4、实际控制人关于补缴社会保险、住房公积金的承诺情况

发行人实际控制人陈晓镔、黄汶华夫妇已出具《关于规范社保及公积金缴纳的声明与承诺》：如公司或子公司因报告期内社会保险及住房公积金有关事项而遭受任何处罚、损失或员工索赔，或应有权部门要求需公司及其子公司为员工补缴社会保险及住房公积金，其愿在公司或子公司不支付任何对价的情况下承担该等责任，保证公司或子公司不会因此遭受损失。

5、应缴未缴社保及住房公积金的具体金额以及对发行人各期净利润的影响

单位：万元

项目	2020年1-3月	2019年度	2018年度	2017年度
应缴未缴社保金额	4.24	97.87	94.47	297.63
应缴未缴住房公积金金额	1.43	17.56	14.71	44.06
应缴未缴社保及住房公积金总额	5.68	115.43	109.18	341.69
当期净利润金额	945.76	7,479.42	6,055.33	3,653.84
应缴未缴金额净利润占比	0.60%	1.54%	1.80%	9.35%

报告期内，应缴未缴社保及住房公积金对各期净利润的影响金额分别为341.69万元、109.18万元、115.43万元和5.68万元，应缴未缴金额净利润占比逐年降低，2020年1-3月占比0.60%，对公司经营业绩影响较小。

报告期期初发行人对社保及住房公积金管理不规范，且大部分生产员工自身无缴纳意愿，导致2017年社保及住房公积金缴纳比例较低，但自2017年下半年开始，发行人逐步规范，向员工宣传社保、住房公积金的积极意义并为符合条件的员工缴纳了社保及住房公积金。

6、社保、住房公积金缴纳合法合规情况

根据《中华人民共和国社会保险法》《住房公积金管理条例》的相关规定，报告期内，发行人未为部分员工缴纳社会保险、住房公积金，存在被主管部门要求补缴的风险。经测算，发行人应缴未缴社保及住房公积金金额较小，不会对发行人经营业绩构成重大影响，且发行人实际控制人陈晓镔、黄汶华夫妇已出具声明承诺，保证发行人不会因此遭受损失。社会保障和住房公积金管理部门已出具书面证明，确认发行人报告期内未因违反社会保险及住房公积金管理相关法律法规

规而受到行政处罚。综上，发行人部分员工未缴纳社保、住房公积金不构成重大违法违规，对本次发行不构成实质性障碍。

（三）员工薪酬情况

1、员工薪酬政策

为适应公司经营发展需要、更好的吸引和激励公司员工、调动员工的积极性，发行人制订了《员工薪酬管理制度》《董事、监事和高级管理人员薪酬管理制度》和《董事会薪酬与考核委员会工作细则》。根据上述制度，发行人的薪酬管理采用两种不同的薪酬模式：岗位薪酬模式和计时工资薪酬模式，其中岗位薪酬模式适用于行政管理人员，计时工资薪酬模式适用于生产工人。公司实行定期薪酬调整制度，包括整体调整和个别调整。整体调整根据宏观因素的变化和公司效益进行调整；个别调整根据员工个人绩效状况、任职能力和岗位变动等进行调整。

2、上市前后高管薪酬安排

上市前，公司的高管的薪酬水平以年度经营计划为导向，主要根据其任职岗位、目标责任及绩效考核情况评定，对内体现公平的原则，对外适度匹配市场薪酬水平。公司未对上市后管理人员薪酬作特别安排，仍将继续执行公司现有的薪酬管理制度，并由薪酬与考核委员会负责其薪酬的制定与考核。

3、薪酬委员会对工资奖金的规定

发行人设立董事会薪酬与考核委员会，主要负责制定、审核公司董事及高级管理人员的薪酬方案和考核标准。薪酬与考核委员会直接对公司董事会负责，其职责系：（1）根据董事及高级管理人员的分工职责、重要性以及其他相关企业相关岗位的薪酬水平制定薪酬标准；（2）根据公司实际情况，拟定董事及高级管理人员绩效考核方案；（3）负责检查公司薪酬制度执行情况；（4）依据有关法律、法规或规范性文件的规定，制订公司董事、监事和高级管理人员的股权激励计划；（5）负责对公司股权激励计划的实施情况进行管理；（6）负责审查公司股权激励计划授予人员的资格、条件，并审查行权条件；（7）公司董事会授权的其他事宜。

4、各等级、各岗位员工的薪酬水平及增长情况，并与行业水平、当地平均水平的比较情况

（1）各等级、各岗位员工的薪酬水平及增长情况

报告期内，公司各等级员工平均薪酬水平及增长情况如下表所示：

单位：万元

员工级别	2020年1-3月	2019年度		2018年度		2017年度
	平均薪酬	平均薪酬	增长率	平均薪酬	增长率	平均薪酬
董监高人员	3.92	18.74	7.51%	17.43	8.40%	16.08
中层管理人员	3.45	17.23	32.87%	12.97	25.94%	10.30
普通员工	1.73	7.00	18.28%	5.92	29.07%	4.59

注：1、董监高人员为董事（不含未从公司领薪的外部董事）、监事、高级管理人员；2、中层管理人员为公司部门经理、主管；3、普通员工指除董监高人员和中层管理员工之外的其他员工；4、平均薪酬=各期薪酬总额÷各月平均人数。

报告期内，公司各岗位员工平均薪酬水平及增长情况如下表所示：

单位：万元

员工岗位	2020年1-3月	2019年度		2018年度		2017年度
	平均薪酬	平均薪酬	增长率	平均薪酬	增长率	平均薪酬
管理人员	2.70	12.23	21.70%	10.05	-8.24%	10.95
销售人员	1.90	9.66	31.70%	7.34	27.33%	5.76
研发人员	1.97	9.95	7.79%	9.23	38.67%	6.66
生产人员	1.58	5.87	17.86%	4.98	29.53%	3.84
全体人员	1.98	7.90	20.47%	6.56	33.04%	4.93

2017-2019年度，公司各岗位、各等级员工的平均薪酬水平总体呈现不同程度的增长，与公司业务规模和利润水平变动趋势保持一致。

管理人员平均薪酬2018年度较2017年度下降8.24%，主要因为2018年薪酬水平较低的岗位人员数量增加，拉低了整体管理人员平均薪酬。

销售人员、研发人员平均薪酬逐年增长且幅度较大，主要因为2018年度起公司加大销售、研发投入，提高了销售、研发人员的薪酬水平。

生产人员平均薪酬 2018 年度较 2017 年度上升 29.53%，主要原因包括生产人员时薪工资标准随着当地社会平均工资增长而增加，另外，2017 年公司生产人员社保、住房公积金缴纳比例较低，降低了 2017 年生产人员薪酬水平。

(2) 与行业水平的比较情况

单位：万元

类别	可比公司	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
管理人员 平均薪酬	奥飞娱乐	-	28.40	18.62	20.77
	高乐股份	-	24.92	20.61	23.17
	邦宝益智	-	7.22	9.30	9.35
	实丰文化	-	11.67	15.18	8.54
	发行人	2.70	12.23	10.05	10.95
销售人员 平均薪酬	奥飞娱乐	-	55.98	51.64	43.98
	高乐股份	-	12.11	12.21	5.26
	邦宝益智	-	13.04	6.14	5.94
	实丰文化	-	9.05	7.76	8.80
	发行人	1.90	9.66	7.34	5.76
研发人员 平均薪酬	奥飞娱乐	-	12.37	17.06	12.74
	高乐股份	-	9.51	8.48	3.95
	邦宝益智	-	9.90	9.22	8.42
	实丰文化	-	9.24	7.48	4.94
	发行人	1.97	9.95	9.23	6.66
生产人员 平均薪酬	奥飞娱乐	-	8.55	6.46	7.65
	高乐股份	-	6.97	6.79	6.65
	邦宝益智	-	5.55	5.80	4.69
	实丰文化	-	5.60	5.17	5.69
	发行人	1.58	5.87	4.98	3.84

注：同行业可比公司数据来源于上市公司年报，同行业可比公司管理、销售、研发人员平均薪酬=销售、研发、管理费用中的职工薪酬/管理、销售、研发年初和年末平均人数。同行业可比公司生产人员平均薪酬=(应付职工薪酬中短期薪酬增加额-管理、销售、研发费用中的职工薪酬)/生产人员年初和年末平均人数。2020 年 1-3 月，同行业可比公司未披露相关数据。

2017-2019 年度，公司各类人员平均薪酬处于同行业可比上市公司平均薪酬的区间范围内，与行业水平相近。整体而言，公司平均薪酬水平与行业水平不存在重大差异，具有合理性。

（3）与当地平均薪酬水平的比较情况

单位：万元

项目	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
董监高人员	3.92	18.74	17.43	16.08
中层管理人员	3.45	17.23	12.97	10.30
普通员工	1.73	7.00	5.92	4.59
汕头当地平均薪酬	-	6.48	6.25	5.68
广东省私营单位制造业员工平均薪酬	-	5.89	5.54	5.02

注：汕头当地平均薪酬为广东省人力资源和社会保障厅、广东省统计局等公布的汕头市全口径从业人员月平均工资*12；广东省私营单位制造业员工平均薪酬为广东省统计局数据；2020 年 1-3 月当地平均薪酬相关统计数据未公布。

2017-2019 年度，公司董监高人员和中层管理人员平均薪酬水平高于汕头当地平均薪酬水平。2017 年度、2018 年度公司普通员工平均薪酬低于汕头当地平均薪酬，主要系：①公司普通员工中生产员工占比较大，该部分员工平均薪酬较低，流动性大。②汕头当地平均薪酬统计口径为全口径从业人员，公司属于私营单位制造业，私营单位制造业平均薪酬一般低于全口径统计水平。③对比广东省私营单位制造业员工平均薪酬，公司 2017 年低于全省薪酬水平，2018 年高于全省薪酬水平。

由于报告期期初，公司生产人员社保、住房公积金缴纳人数比例较低，从 2017 年下半年开始，缴纳人数比例上升，导致 2017 年度公司生产人员平均薪酬整体较低。报告期内各期末，公司普通员工人数分别为 441 人、486 人、454 人和 302 人，生产人员分别为 271 人、297 人、271 人和 156 人。随着生产人员薪酬水平提高，同时生产人员占普通员工比例下降，2019 年度普通员工薪酬水平高于当地平均薪酬。

单位：万元

项目	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
管理人员	2.70	12.23	10.05	10.95

项目	2020年1-3月	2019年度	2018年度	2017年度
销售人员	1.90	9.66	7.34	5.76
研发人员	1.97	9.95	9.23	6.66
生产人员	1.58	5.87	4.98	3.84
全体人员	1.98	7.90	6.56	4.93
汕头当地平均薪酬	-	6.48	6.25	5.68

2017-2019年度，公司管理人员、销售人员和研发人员平均薪酬水平高于汕头当地平均薪酬水平，公司生产人员平均薪酬低于汕头当地平均薪酬水平，主要是因为生产人员岗位专业技术要求相对较低，流动性相对较高。

报告期内，公司独立承担业务成本、费用，不存在其他主体为发行人代垫成本费用的情形。

5、现金支付工资的情形

报告期内，公司存在现金支付工资的情形。由于公司生产员工人数多、流动性较大，且存在部分生产员工未及时办理工资卡的情形，为了及时发放工资，公司以现金形式向其发放工资。除生产人员外，公司其他员工均以银行转账的形式发放工资。报告期内，公司现金支付工资具体情况如下：

单位：万元

项目	2020年1-3月	2019年度	2018年度	2017年度
现金支付工资的金额	40.81	295.04	458.82	1,507.70
工资发放总金额	736.16	4,031.87	3,660.95	2,739.17
现金支付工资占工资发放总金额的比例	5.54%	7.32%	12.53%	55.04%

报告期内，发行人现金支付工资的金额分别为 1,507.70 万元、458.82 万元、295.04 万元和 40.81 万元，占工资发放总金额的比例分别为 55.04%、12.53%、7.32% 和 5.54%，占比逐年降低。2017 年，公司生产工人现金支付工资占比较高，经公司规范，2018 年后现金支付工资占比大幅下降，2020 年 1-3 月，现金支付工资占比为 5.54%。公司通过不断加强工资发放的内部管理，现金支付工资占比逐年下降，公司制定了严格的管理制度，现金内控制度更为完善。

（四）劳务派遣用工的情况

报告期内，为了更有效保障公司的生产经营和用工需求，除与公司直接签订劳动合同的员工外，在具有临时性、辅助性或者替代性的岗位使用劳务派遣人员作为公司生产人员的补充，具体情况如下：

1、劳务派遣用工岗位、人员比例

报告期内各期间，发行人劳务派遣用工平均占比分别为 1.22%、4.92%、6.43% 和 1.02%，具体情况如下：

单位：人

项目	2020年1-3月	2019年度	2018年度	2017年度
劳务派遣用工数	3	35	30	7
发行人员工数量	291	509	580	567
用工总数	294	544	610	574
劳务派遣用工占比	1.02%	6.43%	4.92%	1.22%

注：上表人员数量为月平均人数。

2、报告期内，劳务派遣员工的薪酬水平

单位：万元

项目	2020年1-3月	2019年度	2018年度	2017年度
发行人生产人员薪酬水平	1.58	5.87	4.98	3.84
行业薪酬水平	-	6.67	6.06	6.17
汕头当地企业薪酬水平	-	6.48	6.25	5.68
劳务派遣员工薪酬水平	1.53	4.94	4.69	4.93

注：行业薪酬水平为同行业可比公司奥飞娱乐、高乐股份、邦宝益智和实丰文化生产人员当期平均薪酬。2020年1-3月无相关可比数据。

发行人劳务派遣员工岗位采取计时工资，报告期内，发行人劳务派遣员工薪酬水平保持平稳，由于劳务派遣主要是辅助性岗位，其薪酬水平低于可比公司及当地企业平均薪酬水平，但与发行人生产人员薪酬水平接近，薪酬水平公允合理。

第六节 业务与技术

一、主营业务、主要产品及服务的基本情况

（一）公司主营业务

公司是一家以“启迪教育，培养未来”为使命，研发、制造及销售机器人系列、变形系列、婴童童系列等玩具产品的智能科教玩具企业。自 2002 年成立至今，公司始终重视科学技术应用，通过分析市场需求，不断进行产品的创新开发，逐步实现玩具产品“智能化”、“IP 化”和“教育化”。公司的主营业务发展分为以下几个阶段：

1、立足机器人玩具，品牌技术沉淀（2002 年-2009 年）

公司于 2002 年在中国玩具之乡——澄海创立。公司成立之初，结合远程红外技术及声控感应技术，研发生产推出第一代机器人玩具，并陆续推出恐龙系列、遥控飞机系列等产品，依托澄海地区的玩具产业链优势，逐步在国际玩具市场中树立起“佳奇”机器人玩具品牌形象，积累了一定的客户资源，为公司玩具智能化奠定扎实基础。公司“佳奇”商标于 2008 年、2009 年先后被评为广东省著名商标、广东省重点培育和发展的出口品牌，公司也被评为广东动漫（玩具）创意产业集群核心成员单位。



• 罗本艾特机器人
仿生人体，具备67个动作指令



• 吐弹机器人
灵活移动，酷炫吐弹

2、智能产品 IP 化，品牌国内认知度提高（2010 年-2017 年）

公司发挥自己的技术优势，获得著名 IP 形象授权，如“天线宝宝”“虹猫蓝兔七侠传”“铠甲勇士”“猪猪侠”等，推出授权产品，并围绕自有产品推出自主 IP《机变英盟》，在各大电视频道与视频网站播出。公司在第四代机器人玩具的基础上，研发推出多款《机变英盟》系列智能变形机器人产品，IP 形象酷炫生动，蕴含故事内容，产品功能丰富，不仅能进行智能对话、完成小玩家的编程动作，还具有简单互动的智能教学功能。智能产品 IP 化带来新的利润空间，公司规模迅速增长，“佳奇”品牌国内认知度大幅度提高。

2016 年，公司成为广东省动漫协会第一届理事会成员单位，2017 年，公司被汕头市科学技术局认定为“汕头市智能化自动控制益智玩具工程技术研究中心”，公司的“机器人玩具”“智能遥控机器人系列”和“遥控变形汽车人系列”产品先后被认定为广东省名牌产品、广东省高新技术产品。



3、科教玩具互联，产品覆盖全年龄段（2018 年起）

为填补公司幼龄段产品的空白，公司在多年积累的基础上，深入研究不同月龄阶段婴幼儿健康发育规律和知识需求，设立子品牌“奇迪乐”，先后研发储备了近百款婴幼儿产品。“奇迪乐”产品结合语音识别、蓝牙、OID 隐形微电子芯片、重力传感器、LED 点阵显示等技术，基于不同月龄段婴幼儿的生活场景，有针对性的植入该场景包含的知识，营造智能交互的学习环境，通过刺激婴幼儿视觉、听觉等，促进大脑发育，激发婴幼儿的想象力和创造力，寓教于乐，实现

玩具产品教育化。“奇迪乐”玩具的成功上线使得公司产品覆盖 0-12 岁儿童全年龄段，产品线丰富，适销渠道多样化，品牌价值进一步提升。“奇迪智立方”和“奇乐探索大客机”在 2019 年分别获得广东省玩具协会颁发的“年度 STEAM 教育产品奖”和“年度优秀产品奖”。

公司于 2018 年被广东省科学技术厅认定为“广东省智能化自动控制益智玩具工程技术研究中心”，于 2019 年被认定为广东省省级企业技术中心、广东省工业设计中心。公司的“多关节弹射对碰合体变形机器人系列”和“益智合金手动变形机器人系列”产品被认定为广东省高新技术产品。



• 奇迪乐智立方



• 奇乐探索号客机



• 智学时钟恐龙

（二）主要产品及服务

公司的主要产品包括变形玩具、机器人玩具、婴幼儿玩具、恐龙玩具等几大系列。

1、变形玩具

公司变形玩具产品主要指的是可切换形态的玩具，分为电动变形和手动变形产品，其中电动变形产品包括一键遥控变形、声控变形、手势感应变形和变形搏击等，手动变形产品包括合金变形、弹射变形、多合体变形等。

公司变形玩具代表产品及主要功能列示如下：

产品系列	产品名称	产品形态及功能
电动变形产品	一键遥控变形	 <p>产品功能说明：除具备遥控汽车的功能外，只需按下变形键，产品即可配合变形音效，由汽车形态变形成机器人形态，或由机器人形态变形成汽车形态。</p>
	声控变形	 <p>产品功能说明：外形为自主 IP《机变英盟》里的动画形象，在一键遥控变形的基础上，遥控器内置语音识别芯片，接收到使用者的语音命令后（中英文均可识别），即可让变形车执行变形、前进、后退、左转、右转、跳舞、飘移等动作；同时具备科普教学功能，包括故事、英语、歌曲等内容。</p>

产品系列	产品名称	产品形态及功能
	手势感应变形	 <p>产品功能说明：外形为自主 IP《机变英盟》里的动画形象，在一键遥控变形的基础上，升级手势感应变形模式，内置双红外感应传统器，只需通过手势感应即可实现玩具在汽车和机器人两种形态间的变换。</p>
	变形搏击	 <p>产品功能说明：外形为自主 IP《机变英盟》里的动画形象，在一键遥控变形基础上，增加自由搏击玩法，具备伤害感知、生命值统计功能，对抗落败后，将自动变回汽车形态。</p>



产品系列	产品名称	产品形态及功能
手动变形产品	合金变形	 <p data-bbox="430 1321 1356 1400">产品功能说明：外形为自主 IP《机变英盟》里的动画形象，采用合金材质打造，仿真机械手感，仅需五步操作即可实现变形。</p>

产品系列	产品名称	产品形态及功能
	弹射变形	 <p>产品功能说明：拥有 4 种变形形态，分别是汽车形态、机器人形态、飞船形态和机甲形态，利用磁吸原理，可实现多种弹射及组合变形。</p>
	多合体变形	 <p>产品功能说明：包括汽车、拖车、特警车、直升飞机、船等交通工具，每一款可以单独变形成为机器人或交通工具，也可以数款合体变形；根据不同难度级别设定，最多超过 100 个变形步骤。</p>

2、机器人玩具

公司的机器人玩具产品主要为多功能机器人外形产品，包括益智教育机器人和智能服务机器人，益智教育机器人包括乐比斯、罗本艾特等智能编程机器人产品；智能服务机器人包括 K8 早教机器人、K5WIFI 学习机等产品。

公司机器人玩具代表产品及主要功能列示如下：

产品名称	产品形态及功能
乐比斯智能编程机器人	 <p>产品功能说明：1、仿生技术：可以模仿人类走路、拿东西、摆腰、跳舞、招手等共计 67 个动作指令；2、玩具联网化：内置无线网络接收芯片，可联接无线网络，利用网络资源进行学习、娱乐、语音聊天等；3、蓝牙无线通讯技术：可用手机对机器人进行操控；4、微信互动：手机绑定机器人后，家长可用手机给机器人发语音，小朋友可以在机器端接收和发送语音，实现无线对话；5、插卡式遥控器：遥控器使用可插卡设计，配置 15 张不同功能的卡片，插卡后可以实现播放卡片内容、执行卡片动作等功能，也可以直接使用卡片来进行编程，内容+动作共 2000 多种编程组合方式。</p>
迷你罗本艾特	 <p>产品功能说明：造型小巧，可移动旋转，内置音乐、数学问答与科普常识。</p>

产品名称	产品形态及功能
K8 早教机器人	 <p>产品功能说明：1、无线联网：内置无线网络接收芯片，可联接无线网络，利用云端资源进行学习、娱乐、通话等；2、触摸大屏：7寸触摸大屏，抗蓝光设计，可直接在屏幕上操作、观看；3、AR 识别：配套 3 本 AR 绘本，100 张 AR 识物卡，利用增强现实技术提高学习积极性与乐趣性；4、AI 语音：智能 AI 语音识别系统，可以回答小朋友提出的问题；5、智能分类：包含视觉、习惯、学习、儿歌、故事、国学、语言七大智能分类、52 个内容模块、10000+云端内容；6、手机互联：手机下载 APP 绑定机器人，通过手机实现远程操作、点播、留言、通话、监控、拍照等功能，让父母和小朋友随时随地进行互动；7、在线 K 歌：配套 2 个麦克风，家长能和孩子一起合唱互动，可实时在线点歌。</p>

3、婴幼儿玩具

公司的婴幼儿玩具为子品牌“奇迪乐”系列产品。主要为 0-6 岁宝宝打造的早教玩具。

婴幼儿玩具代表产品及主要功能列示如下：


产品名称	产品形态及功能
奇乐探索号客机	 <p>产品功能说明：1、翻盖设计：飞机舱可以打开，内设积木插槽，可以和配套的积木拼搭；2、4 种学习模式：内置广播模式、音乐模式、常识模式、故事模式 4 种模式，可以播放 30 个语音内容；3、积木玩法：配套 6 块人物积木，积木上印有不同的人物和物品，可以拼装到飞机舱内扮演乘客；4、推行发声：只要推动飞机，就能让飞机发出起飞音效。</p>

产品名称	产品形态及功能
奇迪智立方	 <p>产品功能说明：1、4种学习模式：通过拨动模式滑片，可以切换字母、认知、拼读、乐曲4种学习模式；2、10块智能积木：智能积木双面印有不同的物品图案，共20种不同的物品，插入积木槽能智能识别并播放该图案的中文、英文、音效、作用共80种内容；3、6大游戏面板：拥有音乐、学习、数字、积木、齿轮、收纳6大游戏面板；4、拼装积木：顶面积木槽设计，配套23块积木。</p>
奇迪学习洗漱台	 <p>产品功能说明：1、感应出水：采用红外传感技术配合抽水泵原理，宝宝将小手靠近水龙头，即可以感应真实出水，并播放音乐，水箱内设有水循环装置，可以循环使用；2、智能识别：洗漱台可智能识别6种生活用品，并播放该用品的情景语音和仿真音效；3、场景模拟：内含10种生活场景、10个好习惯语句、7首儿歌、20个趣味音效。</p>

产品名称	产品形态及功能
乐学智能机器人	<div style="text-align: center;">  </div> <p>产品功能说明：1、LED 显示面板：面板上可以显示超过 100 个不同的图案，并且能根据当前的场景显示表情、物品、数字、音符等信息；2、智能卡片：3 张智能双面卡片，插入遥控器即可激活新的主题面板，包含基础操作、数字、音乐、智能游戏、音乐编程、常识问答、故事 7 种主题；3、声控感应：内置声音传感器，能接收外界的声音并随机做出不同的反应；4、手势感应：内置红外传感器，可以感应到手的位置做出左转、右转、后退 3 种动作；5、智能避障：内置红外传感器，机器人可以识别到前方的障碍物并改变方向；6、动作编程：9 种编程命令，培养宝宝的创意和编程兴趣；7、音乐编程：可以记录不同的音符和节奏，让宝宝发挥音乐创意；8、互动问答：内含 7 类问题，210 道题目，根据难度分为初、中、高三种级别。</p>
奇乐萌故事随身听	<div style="text-align: center;">  </div> <p>产品功能说明：可无线连接奇乐萌公众号上的早教内容，支持微信语音对话，支持蓝牙音响功能。</p>

产品名称	产品形态及功能
奇迪迷你车	 <p>产品功能说明：拥有警车、消防车、救护车、泥土车、搅拌车、校车、冰淇淋车、货车、挖土车、吊臂车共 10 款车型，每款玩具车，都加入了音效、小知识、儿歌等内容，配备充电座和积木，可自由搭建场景。</p>
萌宠音乐节奏棒	 <p>产品功能说明：采用奇迪乐专有的动物造型，牙胶、摇铃二合一，牙胶帮助宝宝缓解出牙期的不适，摇一摇可切换音乐，锻炼手部肌肉。</p>

产品名称	产品形态及功能
智玩积木叠叠乐	 <p>产品功能说明：抓、握、套、叠、转等动作充分锻炼手部灵活性；堆叠促动按键，发出音乐和早教内容；积木每面内容都不一样，帮助宝宝认知颜色、字母、数字和形状。</p>
宝宝萌宠	 <p>产品功能说明：内置语音识别芯片，可识别语音命令，呆萌小巧，方便携带，可模仿动物叫声。</p>

产品名称	产品形态及功能
奇迪戏水玩具	 <p>产品功能说明：每一款玩具都有四个萌宠造型，通过挤压，实现喷水，锻炼精细动作，让宝宝享受洗澡时光。</p>

4、恐龙玩具

公司的恐龙玩具主要包括各种智能恐龙、电动恐龙等系列产品。

恐龙玩具代表产品及主要功能列示如下：

产品名称	产品形态及功能
智能对话恐龙	 <p>产品功能说明：1、仿生技术：主要活动关节由5个电机组成，头、脖子、双脚、尾巴均可实现独立控制，可模拟多种恐龙叫声；2、触摸传感技术：内置3个触摸传感器，触摸时会有6种不同的情绪反应；3、语音传感器：可识别语音指令，做出相应回答和动作；4、内置恐龙知识和故事。</p>

产品名称	产品形态及功能
电动恐龙	 <p data-bbox="335 1064 1252 1108">产品功能说明：恐龙造型，可滑行走动，眼睛可发出灯光，模拟恐龙叫声。</p>

除上述系列产品外，公司还有少量的服务收入，主要来自子公司佳奇娱乐以变形机器人为核心题材的《机变英盟》系列动漫版权费。公司《机变英盟》动画部分宣传海报如下：



《机变英盟》第一部



《机变英盟》第二部

（三）主营业务收入构成

报告期内公司主营业务中各主要产品及服务的构成情况及占主营业务收入的比重如下：

单位：万元；%

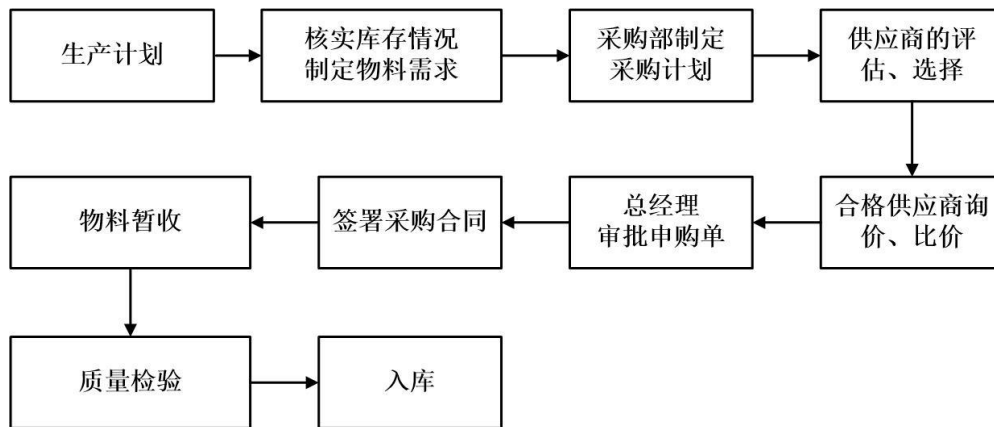
项目	2020年1-3月		2019年度		2018年度		2017年度		
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比	
玩具产品	变形玩具	2,078.67	31.46	18,414.86	43.26	21,213.77	53.34	10,552.57	34.64
	机器人玩具	582.82	8.82	5,937.58	13.95	9,601.18	24.14	12,009.68	39.43
	婴幼儿玩具	3,269.45	49.49	11,318.41	26.59	-	-	-	-
	恐龙玩具	252.74	3.83	2,850.31	6.70	4,705.55	11.83	4,091.79	13.43
	其他玩具	422.39	6.39	4,043.51	9.50	4,237.41	10.66	3,798.63	12.47
玩具产品小计	6,606.07	100.00	42,564.67	100.00	39,757.90	99.97	30,452.67	99.97	
服务收入	0.24	0.00	0.65	0.00	10.39	0.03	8.81	0.03	
合计	6,606.31	100.00	42,565.32	100.00	39,768.29	100.00	30,461.47	100.00	

（四）主要经营模式

1、采购模式

公司所需原材料主要包括塑料、电子配件、五金件和包装材料等。公司采购部负责执行采购任务，面向市场独立采购，建立了较为完善的供应链管理体系和严格的质量监管体系，以确保所有物料符合国际环保标准。公司制定了《供应商管理制度》，并建立了一系列采购控制制度。

公司所需材料由 PMC 部根据排产计划和物料库存情况，制定物料需求计划；采购部根据当期原材料价格情况，制定采购计划，提出物料采购指令，并根据合格供应商名单分别进行询价、比价，按程序确定物料采购价格并报总经理审批后进行采购。公司的采购流程如下图所示：



2、生产模式

公司的生产主要由 PMC 部和生产部组织进行，其中 PMC 部负责制定生产计划向生产部下达生产任务单；生产部负责分解生产任务单、执行生产任务，并对生产过程中的产品质量、安全、环保进行管控。

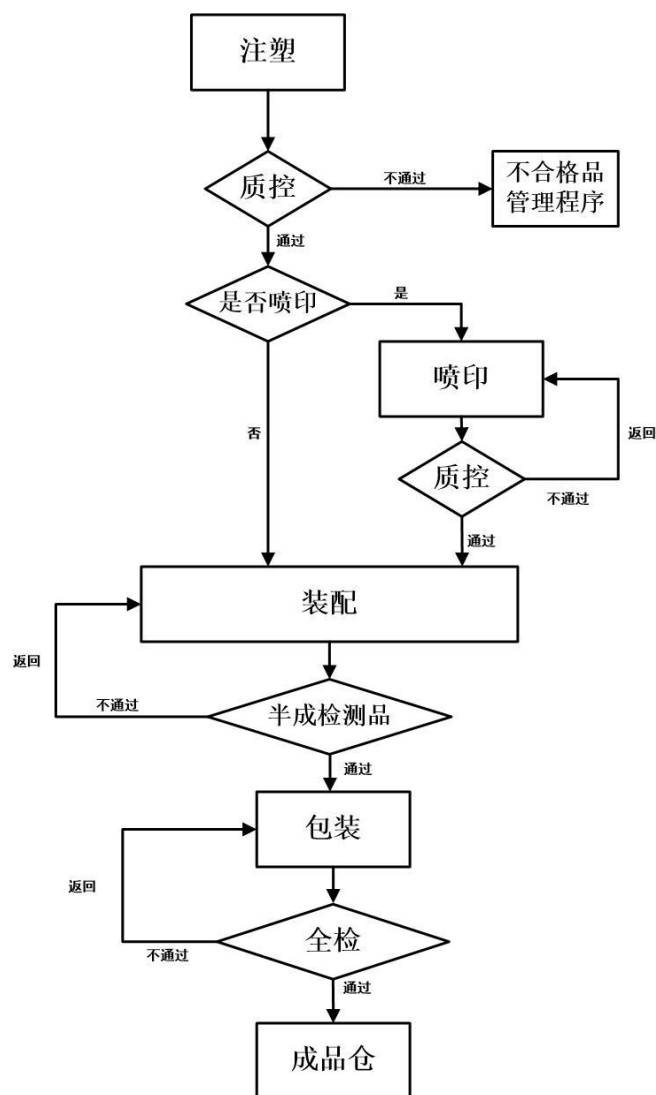
公司主要是“以销定产”的方式安排生产。PMC 部根据订单的交货日期先后排序，每月向生产部下达生产任务单，并根据实际情况进行调整；生产部根据生产计划组织物料员领料、分解任务单并组织生产。在实际生产过程中，公司会关注总体销售的波动性或其他突发性因素，对每月生产计划进行细微调整。

公司生产模式分为自主生产及委外加工两种模式。

（1）自主生产

公司自主生产的产品依次经过注塑、喷印（若需要）、装配、包装四个生产环节。注塑过程将塑料加色粉搅拌后烘干处理，选择相应的模具通过注塑机注塑成型；注塑成型的胶件需根据设计图确认是否需要喷印，如需，则进入下一步的喷印工序；喷印完成后或无需喷印的胶件经检测合格后进入装配工序；装配工序是将注塑、喷印（如需）后的胶件与各种外购五金件、电子件等进行组装，组装完成检验合格后，进入包装工序；包装工序是将组装好的半成品按照不同的包装标准包装、装箱入库。为了确保公司产品质量，在整个生产过程中公司都设置了质量控制节点，对生产过程中的产品质量进行控制。

公司自主生产主要流程图如下：



（2）委外加工

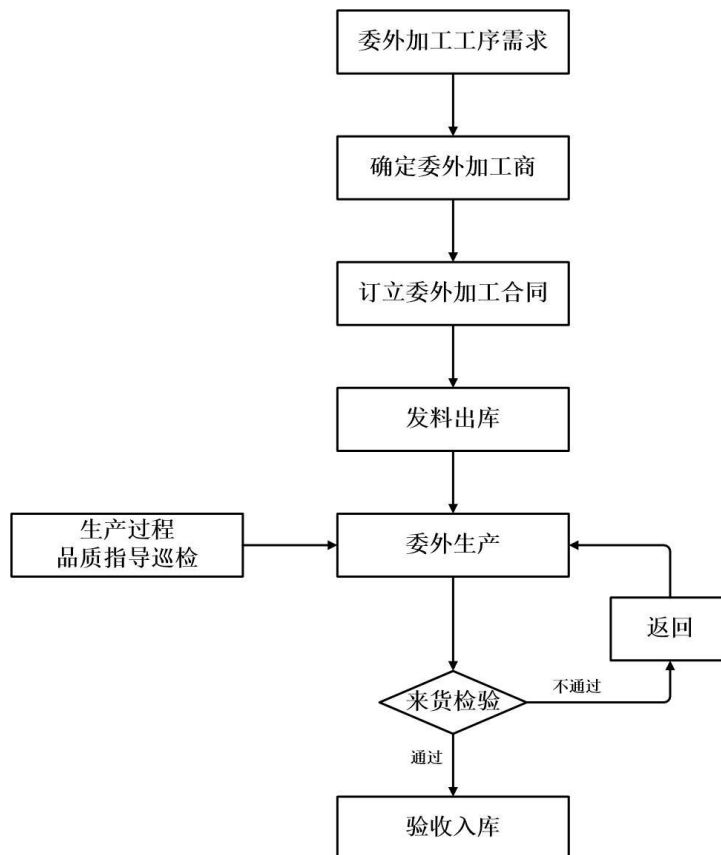
公司委外加工主要为产品注塑、喷印、装配等工序的委外加工。受托方严格按照公司提供的生产质量要求进行生产加工，由公司支付加工费。报告期内，公司委外加工金额占主营业务成本的比例如下：

单位：万元

项目	2020年1-3月	2019年度	2018年度	2017年度
委外加工费金额	629.58	4,615.23	3,470.82	1,731.55
主营业务成本	4,681.22	29,130.12	27,635.04	21,767.90
占主营业务成本的比例	13.45%	15.84%	12.56%	7.95%

公司严格把控委托加工产品质量，对委外加工厂商设置了严格的筛选程序，并纳入供应商管理体系。确定加工厂商后，公司先小批量发送需加工的材料并提供作业指导书试产，试产合格后再进入批量生产，公司外派产线巡检员对加工厂商进行生产过程的质量监督。委外加工产品制作完成后，在入库前需进行抽样质检，质检合格后方可入库。

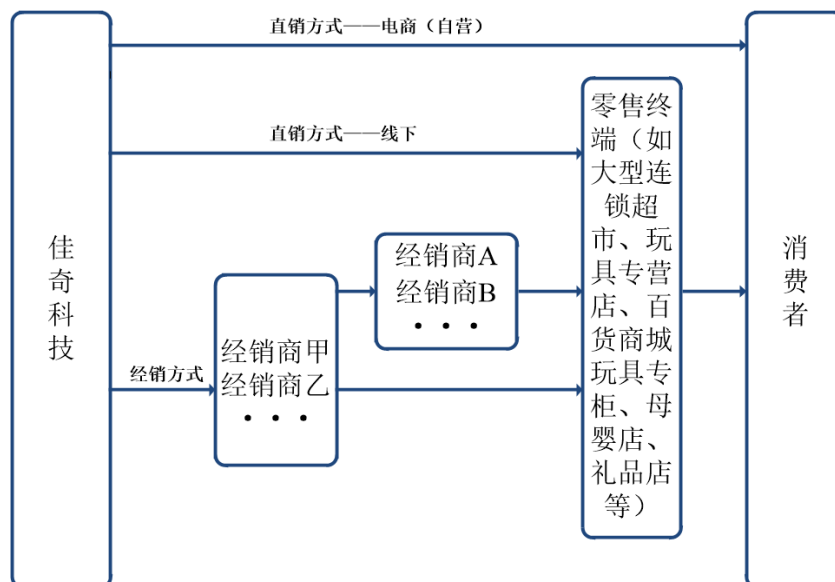
公司委外加工主要流程如下：



3、销售模式

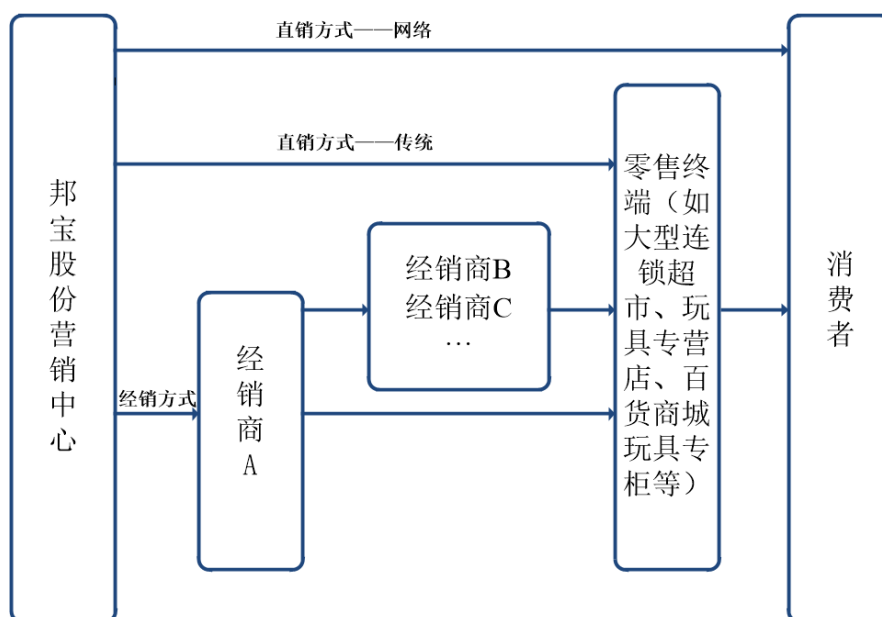
报告期内，公司根据销售对象是否为最终消费者以及终端零售商，区分经销客户和直销客户。

公司的销售模式情况具体如下图所示：



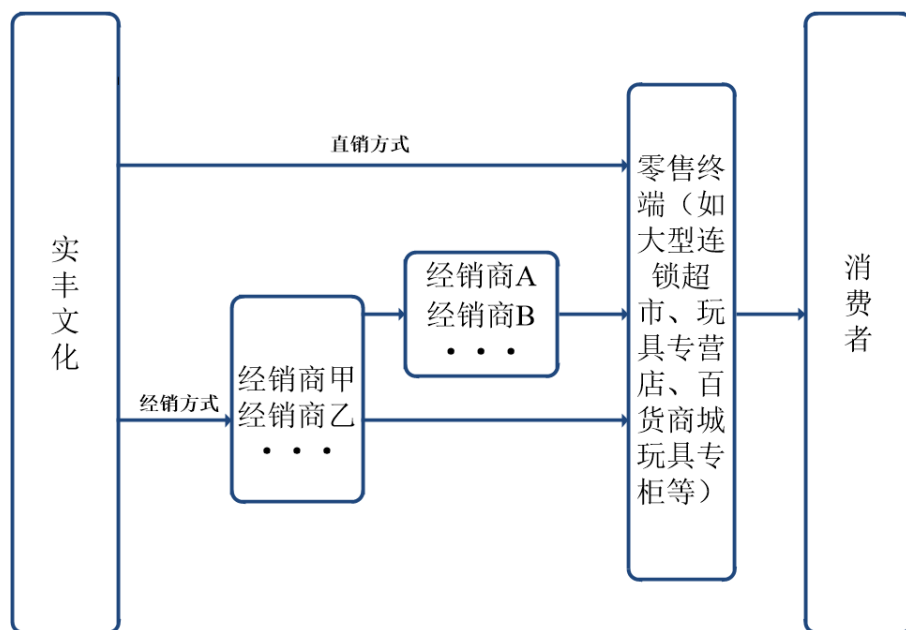
同行业可比公司销售模式如下：

(1) 邦宝益智



注：上述内容来源于上市公司公告。

(2) 实丰文化



注：上述内容来源于实丰文化招股说明书。

报告期内，公司主营业务收入按照境外经销、境内经销和境内直销统计如下：

单位：万元

类别	2020年1-3月		2019年度		2018年度		2017年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
境外经销	3,764.24	56.98%	26,240.38	61.65%	21,527.81	54.13%	16,453.03	54.01%
境内经销	2,636.92	39.92%	15,429.28	36.25%	17,956.85	45.15%	13,938.80	45.76%
境内直销	205.16	3.11%	895.67	2.10%	283.63	0.71%	69.64	0.23%
合计	6,606.31	100.00%	42,565.32	100.00%	39,768.29	100.00%	30,461.47	100.00%

(1) 境外经销模式

公司产品主要出口地包括印度、中东、欧洲、美洲、非洲等国家或地区，经过多年积累形成了一批稳定的境外客户群。

公司海外市场部在日常工作中积极与原有客户进行沟通，了解客户需求并向客户推介公司产品，双方商定具体货物品类、价格及货期等交易要素；产品发货前根据约定需要客户派人或委托第三方到公司验货的（如有），验收合格后公司安排发货。

同时，公司通过多种方式开拓新客户，如积极参加境内外较有影响力的玩具展会，包括但不限于香港玩具展（HONG KONG TOYS & GAMES FAIR）、中国进出口商品交易会（广交会）、纽伦堡玩具展（SPIELWARENMESSE）、纽约玩具展（NEW YORK TOY FAIR）、俄罗斯玩具展（MIR DETSTVA）等，通过展会提高公司产品知名度；或依托澄海当地的产业链优势，通过当地较有实力的对外贸易公司，向其客户推广公司产品。境外客户通过展会等渠道了解公司产品后或直接与公司销售人员进行沟通，或委托其长期合作的贸易商进行联系。客户派人或委托第三方到公司验厂（如需），最终经双方协商确定销售订单。公司取得订单后制定生产计划并组织生产，根据订单量和销售协议约定发货计划。公司将货物委托运输公司发货到客户指定的港口，并办理通关手续。

（2）境内经销模式

公司国内市场部经过多年沉淀积累，与一大批境内客户形成了稳定的合作关系和业务联系，公司的境内销售覆盖内地各个区域与渠道，形成完善的销售网络。

公司的境内销售人员分为总部销售人员与驻地销售人员。总部销售人员按照其所负责的销售渠道维护与开发客户，如批发渠道、电商渠道、礼品渠道等；在日常工作中积极与经销商沟通，介绍公司产品性能、推广公司产品。公司在全国主要销售片区下设驻地销售人员，根据其负责的区域精准维护与开发客户；及时跟进所负责驻地区域的经销商货期货款；配合客户的活动以及市场推广；对经销商的人员进行培训；了解该区域公司产品未覆盖渠道，开拓新客户。

同时，公司积极参加广州国际玩具及教育产品展览会、CBME 孕婴童展、中国国际玩具及教育设备展览会等展会推广展示公司产品，开拓新客户，或依托澄海当地的产业链优势，通过当地较有实力的境内贸易公司，将产品推向全国各地。

客户了解公司产品后与公司销售人员联系，协商确定订单，经销商与公司销售人员确定供货产品及货期，生产部根据生产任务单组织生产。

（3）境内直销模式

直销模式主要是通过国内商超卖场、玩具专卖店、母婴店等终端进行销售以及通过互联网电商平台进行的直接销售。

报告期内发行人经销商情况、经销模式如下：

（1）经销商和发行人是否存在实质和潜在关联关系

发行人与主要经销商之间不存在实质和潜在关联关系。

（2）发行人同行业可比上市公司采用经销商模式的情况

根据同行业可比上市公司招股说明书及年度报告，报告期内，发行人同行业可比上市公司采用经销模式的情况说明如下：

公司名称	销售模式
奥飞娱乐	出厂覆盖、多层级的国内销售渠道体系，主要包括 KA 渠道、流通渠道、电商渠道等，流通渠道主要由经销商负责经营
实丰文化	对于国际市场而言，公司产品主要通过各经销商或境外商超、玩具专业连锁店等终端销售渠道销往国外
邦宝益智	公司目前益智玩具产品的销售模式主要分为经销模式和直营模式，邦宝益智公司 2019 年度营业收入 53,713.91 万元，其中益智玩具销售收入 51,760.74 万元，占营业收入比重 96.36%，主要通过经销模式实现
高乐股份	采取直销与经销相结合的方式进行销售

（3）发行人通过经销商模式实现的销售比例和毛利是否显著大于同行业可比上市公司

发行人主营业务收入按销售模式统计如下：

单位：万元；%

项目	2020 年 1-3 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
境外经销	3,764.24	56.98	26,240.38	61.65	21,527.81	54.13	16,453.03	54.01
境内经销	2,636.92	39.92	15,429.28	36.25	17,956.85	45.15	13,938.80	45.76
境内直销	205.16	3.11	895.67	2.10	283.63	0.71	69.64	0.23
合计	6,606.31	100.00	42,565.32	100.00	39,768.29	100.00	30,461.47	100.00

由于无法从同行业上市公司公布的年度报告中获取关于经销比例的数据，因此，选取其招股说明书和相关公告中披露的数据进行对比。

①实丰文化经销占比情况如下：

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
国外经销占比	65.06%	67.77%	64.02%
国内经销占比	10.39%	8.00%	8.37%
合计	75.45%	75.77%	72.39%

注：相关内容来源于实丰文化招股说明书。

②邦宝益智的益智玩具直销模式和经销模式的基本情况如下：

项目	2015 年 1-6 月	2014 年度	2013 年度	2012 年度
直销	4.29%	2.47%	2.51%	2.89%
经销	95.71%	97.53%	97.49%	97.11%

注：相关内容来源于邦宝益智招股说明书。

2018 年度，邦宝益智主营业务收入按销售模式分类如下：

项目	收入（万元）	占比
经销	32,913.51	85.73%
直销	5,479.24	14.27%
合计	38,392.75	100.00%

注：上述内容来源于上市公司的公告。

③奥飞娱乐玩具渠道收入情况如下：

单位：万元；%

项目	2017 年 1-9 月		2016 年		2015 年		2014 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
网上直营	6,953.15	4.84	9,504.21	4.92	6,223.79	3.85	3,949.33	2.50
第三方商场	13,221.47	9.21	14,669.59	7.59	8,724.06	5.40	1,442.84	0.91
经销商	123,339.10	85.94	169,058.48	87.49	146,654.59	90.75	152,544.76	96.59
合计	143,513.72	100.00	193,232.28	100.00	161,601.23	100.00	157,936.93	100.00

注：上述内容来源于奥飞娱乐 2018 年公开发行公司债券（第一期）募集说明书，由于未能获取高乐股份关于经销占比的相关数据，故此处未列式。

根据上表，公司经销商实现的销售比例大于实丰文化，经销比例与邦宝益智、奥飞娱乐较为接近，总体来看，公司采用经销的方式，与同行业可比公司不存在显著差异，但由于具体开展业务存在一定差异，公司经销模式实现的销售比例与

同行业公司相比有所不同。由于同行业可比上市公司的年度报告中未披露经销和直销模式下的毛利率，无法获取关于毛利率的数据，此处未能进行对比分析。

（4）经销商的终端销售及期末存货情况

报告期内，发行人经销模式下均为买断式销售，根据走访情况、获取的主要经销商对外销售明细、主要经销商自公司采购商品的库存函证情况及主要经销商的境外客户的资信报告等，报告期内，公司主要经销商当年采购基本实现了销售，期末存货金额较小，不存在压货的情况。

（5）报告期内经销商是否存在较多新增与退出情况

报告期内经销商的增减变动情况、相应经销收入的增减变动情况如下：

①持续往来经销商

项目	2020年1-3月	2019年	2018年	2017年
持续往来经销商数量（家）	32	32	32	32
持续往来经销商收入金额（万元）	4,680.94	27,646.29	29,067.79	18,781.15
平均单家销售金额（万元/家）	146.28	863.95	908.37	586.91
占当期经销收入比例（%）	73.13	66.35	73.62	61.80

注：经销商数量以与公司发生交易的公司主体数量计算，未合并同一控制下的企业，下同。持续往来经销商系2017年度至2020年1-3月均与公司保持合作关系的经销商。

②新增、减少经销商

2020年1-3月相比2019年度

选样标准	新增经销商数量（家）	新增经销商本期收入金额（万元）	平均单家销售金额（万元）	占本期经销收入比重	减少经销商数量（家）	减少经销商上年收入金额（万元）	平均单家销售金额（万元/家）	占上年经销收入比例
全部	5	66.93	13.39	1.05%	166	4,596.40	27.69	11.03%
销售金额在50万元及以上	1	54.82	54.82	0.86%	12	3,414.82	284.57	8.19%

续：

2019年度相比2018年度

选样标准	新增经销商数量 (家)	新增经销商本期收入金额 (万元)	平均单家销售金额 (万元)	占本年经销收入比重	减少经销商数量 (家)	减少经销商上年收入金额 (万元)	平均单家销售金额 (万元/家)	占上年经销收入比例
全部	109	3,350.54	30.74	8.04%	123	2,076.08	16.88	5.26%
销售金额在 50 万元及以上	9	2,622.90	291.43	6.29%	11	1,275.91	115.99	3.23%

续：

2018 年度相比 2017 年度

选样标准	新增经销商数量 (家)	新增经销商本期收入金额 (万元)	平均单家销售金额 (万元)	占本年经销收入比重	减少经销商数量 (家)	减少经销商上年收入金额 (万元)	平均单家销售金额 (万元/家)	占上年经销收入比例
全部	166	5,004.75	30.14	12.68%	132	5,478.05	41.50	18.02%
销售金额在 50 万元及以上	11	3,930.26	357.30	9.95%	34	3,887.45	114.34	12.79%

总体来看，公司销售金额在 50 万元及以上的经销商比较稳定，销售金额在 50 万元及以下的经销商较为分散，数量较多，波动相对较大。2020 年 1-3 月，由于仅为季度数据，缺乏可比性。

公司 2018 年度和 2019 年度经销商数量增加，主要原因如下：

公司自 2016 年推出自制 IP《机变英盟》动漫，并于 2016 年-2017 年在各大视频网站、各大电视台进行播放，截至 2018 年公司累计推出近 100 款机变英盟 IP 相关产品，丰富了公司的变形玩具系列的产品品类，给予客户较大的选择空间，动漫的播出提高了公司产品的知名度，获得较好的市场反应，新的经销商增加。

2018 年度，公司在多年积累的基础上，深入研究不同月龄阶段婴幼儿健康发育规律和知识需求，设立子品牌“奇迪乐”，先后研发储备了近百款婴幼儿产品。2019 年度“奇迪乐”玩具的成功上线使得公司产品覆盖 0-12 岁儿童全年龄段，产品线丰富，适销渠道多样化，品牌价值进一步提升，填补了公司幼龄段产品的空白。

2017 年底公司成立了广州分公司，定位于市场开拓，扩充销售人员团队，在北京、广州、深圳等一线城市及长沙、长春、郑州等省会城市及其周边设置区

域销售管理人员，负责深入挖掘各个区域市场，开发了较多新的经销商。

公司 2018 年度和 2019 年度经销商数量减少，主要原因如下：

公司玩具产品系列多样，公司除了对原有优势的大童产品，如变形系列、机器人系列、恐龙系列进行不断升级和创新外，还推出了一系列新产品。而各经销商由于其销售渠道、细分市场侧重有所不同，因此，各经销商根据下游客户的需求进行采购，会出现某一年度未与发行人发生交易的情况。

（6）经销商是否存在大量个人等非法人实体

报告期内公司的经销商均为法人实体，不存在个人客户的情况。

（7）经销商回款是否存在大量现金和第三方回款

报告期内，公司经销商客户不存在现金回款的情况，公司部分经销商存在第三方回款，报告期内，第三方回款金额分别为 732.77 万元、119.72 万元、339.12 万元和 2.59 万元，占营业收入的比例分别为 2.40%、0.30%、0.71%和 0.04%，占比较小，不存在大量第三方回款的情况。

（8）发行人通过经销商模式实现的销售毛利率和其他销售模式实现的毛利率的差异是否较大

2017 年度至 2020 年 1-3 月，经销模式下，公司玩具产品实现的毛利率分别为 28.51%、30.48%、31.26%和 28.84%。直销模式，公司玩具产品实现的毛利率分别为 34.14%、32.26%、45.88%和 38.48%。

报告期内，公司直销模式的销售毛利率高于经销模式的毛利率，一是经销模式下客户较为稳定，采购量大，而直销模式下客户波动较大，采购量波动也较大所致；二是直销模式下离终端越近、价格相对越高所致，符合商业合作的惯例，综上，通过经销商模式实现的销售毛利率和其他销售模式实现的毛利率存在一定差异。

（9）给予经销商的信用政策是否显著宽松于其他销售方式

公司对客户授予信用期和信用额度，主要是根据对客户的信用评级确定。由于部分客户交易频率低，交易金额小，故公司未对其进行评级，在考虑客户的

资质、历史合作情况、业务规模等因素后，对具备较好资质、合作关系相对稳定、业务规模较大的主要客户进行评级，并根据信用评级对其授予信用期和信用额度。2017年度至2019年度，评级的客户所对应的销售金额占主营业务收入的比例分别为84.53%、91.59%和91.01%。

公司从客户品质特性、信用回款、经营能力三个维度进行信用等级评价，将客户按评价分为“AA”、“A”、“B”、“C”、“D”5个级别。客户信用评价标准：1）品质特性评价占40%，包括客户整体印象、负责人品德及企业管理素质、业务关系持续期、业务关系强度、合作诚意、公司人数、同行评估及不良记录；2）信用回款评价占40%，包括按期回款率（应收天数、应收金额）；3）经营能力评价占20%，包括分销能力、行业地位及资金支付能力。

报告期内，客户的信用级别分布情况如下：

年度	2020年度			2019年度			2018年度			2017年度		
信用等级	AA	A	B	AA	A	B	AA	A	B	AA	A	B
客户数量	15	14	2	14	14	2	14	18	1	7	23	1

报告期内，主要经销商的信用级别如下：

客户名称	2020年度	2019年度	2018年度	2017年度
UNI-REGENT HOLDINGS LIMITED	AA	AA	AA	AA
IDEAL HOLDINGS (HK) LIMITED	AA	AA	AA	AA
汕头市迪华贸易有限公司	AA	AA	AA	AA
汕头市皮恩希玩具有限公司	AA	AA	AA	-
林宝香港有限公司	AA	AA	AA	AA
森铭贸易有限公司	AA	AA	AA	AA
汕头市澄海区华达玩具进出口贸易有限公司	AA	AA	AA	AA
汕头市赢盛进出口贸易有限公司	A	A	AA	A
汕头市北舟进出口贸易有限公司	A	A	AA	A
广东健健智能科技有限公司	AA	AA	AA	A
汕头市澄海区冠华进出口贸易有限公司	AA	AA	AA	AA
汕头市艺丰贸易发展有限公司	AA	AA	AA	A

客户名称	2020年 度	2019年 度	2018年 度	2017年 度
Mountalking International Trading Company Limited	AA	A	A	-
汕头市长煌贸易有限公司	A	A	-	-
广东世纪信华文化发展有限公司	B	B	A	-
汕头市怡盛贸易有限公司	AA	AA	-	-
汕头市澄海区艳阳春贸易有限公司	A	A	A	A
SHANTOU HEZONG TOYS CO., LIMITED	AA	AA	A	-
SHANTOU MINGBO TOYS CO. LIMITED	A	A	B	-

报告期内，公司对主要经销商的信用评级变动的主要原因如下：

①按期回款率的变动

在发行人对经销商的信用评分中，按期回款率的权重占比最高，根据经销商回款情况，发行人在下一年度信用评级时对其按期回款率进行评分。

②对经销商的销售能力的评估

在发行人对经销商的信用评分中，发行人同时会考虑经销商在市场开拓、销售网络、区域覆盖等方面的能力。从具体指标来看，发行人会根据上一年度经销商自发行人月平均采购的金额对其销售能力进行评分。

③对业务关系持续期方面的评估

在对经销商进行信用评分过程中，发行人还会根据其业务关系持续期进行评分。

综上，公司对主要经销商信用评级的变动系公司根据客户信用评价标准中规定的标准及其权重进行综合评估的结果，从各评价标准的权重占比来看，经销商按期回款率的变动、对经销商的销售能力及对业务关系持续期等方面评估的变动是导致对经销商信用评级变动的主要原因。

客户信用等级：根据客户的信用调查及业务往来情况，填制《客户（大客户）信用等级评价表》，根据得分情况赋予客户相应信用等级。

在信用政策标准稳定的前提下，报告期内公司会根据业务往来情况重新认定客户的信用等级，公司未利用放宽信用政策来维持业务，报告期内，公司给予经

销商的信用政策未显著宽松于其他销售方式。

（10）境外经销商毛利率与境内经销商毛利率差异比较

项目	2020年1-3月	2019年度	2018年度	2017年度
境内经销主营业务收入毛利率	30.08%	31.86%	31.04%	29.49%
境外经销主营业务收入毛利率	27.97%	30.90%	30.02%	27.68%
境内外经销主营业务收入毛利率差额	2.11%	0.96%	1.02%	1.81%

公司经销模式下境内外毛利率略有差异，主要系内外销客户具体采购的各规格型号产品的占比不同所致。

（11）发行人产品销售对经销商的依赖性及对经销商的议价能力分析

2017年度，公司经销模式下玩具产品的销售均价为22.78元/件，直销模式下玩具产品的销售均价为62.05元/件；2018年度，公司经销模式下玩具产品的销售均价为28.36元/件，直销模式下玩具产品的销售均价为69.02元/件；2019年度，公司经销模式下玩具产品的销售均价为23.82元/件，直销模式下玩具产品的销售均价为67.91元/件；2020年1-3月，公司经销模式下玩具产品的销售均价为21.78元/件，直销模式下玩具产品的销售均价为41.60元/件。

报告期内，发行人对单一经销商不存在依赖性、发行人对经销商的议价能力主要受发行人自身产品的市场认可度的影响，分析如下：

①经销模式下销售均价低于直销符合商业合作惯例，具有合理性

报告期内各期，一般公司直销模式下的销售均价高于经销模式，主要系在经销模式下，经销商采购量一般较大且以买断式经销的方式合作，经销商发挥其地域优势、客源优势更好地拓展公司产品的市场宽度与深度，提高品牌知名度，加之考虑到经销商的运输成本、渠道成本（如终端零售店和商超的进场费用、活动费用）、售后维护成本，以及在境外销售的情况下，经销商可能还需负担目的地国家的检测费用等，因此，公司需要给经销商留有一定利润空间。在直销模式下客户较为分散，客户类型多样且单个客户的采购规模较小，直销模式下离终端越近、销售价格相对越高。

因此经销模式下产品出厂价格通常低于直销模式下出厂价格，符合商业合作

惯例，具有合理性。

②同行业可比公司经销占比较高

从国内玩具行业来看，由于玩具产品品类多，渠道多样化，单一玩具企业往往难以满足终端客户的多样化需求，因而国内玩具制造企业主要采用经销商销售模式，由经销商向各玩具制造企业进行综合采购，逐级批发至分销商或零售终端。

根据同行业可比公司的招股说明书和相关公告，实丰文化2014-2016年度经销占比分别为72.39%、75.77%和75.45%；邦宝益智2012年度至2015年1-6月经销占比分别为97.11%、97.49%、97.53%和95.71%，邦宝益智2018年度经销占比为85.73%；奥飞娱乐2014年度至2017年1-9月经销占比分别为96.59%、90.75%、87.49%和85.49%。同行业可比公司经销占比较高。

③发行人对单个经销商不构成重大依赖

发行人的经销商主要为贸易商，其主要根据下游客户的需求进行采购，下游客户也可以通过其他经销商采购发行人的产品，2017-2019年度，发行人经销商数量均在200家以上，覆盖了国内外主要渠道，发行人不存在向单个客户销售比例超过销售总额的50%或严重依赖少数客户的情况。发行人对单个经销商不构成重大依赖。

④发行人深耕智能科教玩具领域，具有一定的技术储备及人才优势，注重新产品研发和开拓新渠道。

发行人深耕智能科教玩具领域，具有一定的技术储备及人才优势。近年来，公司不仅对原有优势的大童产品，如变形系列、机器人系列、恐龙系列进行不断升级和创新，还不断研发新的产品系列，在2018年设计研发出了适合婴幼儿的“奇迪乐”系列玩具，丰富了公司的产品类别，实现全年龄段覆盖。

发行人持续不断完善销售体系，拓宽销售渠道，于2017年底成立了广州分公司，定位于市场开拓，扩充销售人员团队，在北京、广州、深圳等一线城市及长沙、长春、郑州等省会城市及其周边设置区域销售管理人员，负责深入挖掘各个区域市场，增强了国内销售团队的体系建设，此外，发行人还通过积极参加境内外各种行业展会，在巩固原有市场的基础上，开拓新市场。

⑤经销商需要有竞争力的产品来提升其销售业绩

通常，经销商主要是根据下游客户需求进行采购，客户选择购买发行人的产品主要是看重发行人产品的创意性、可玩性、教育性以及性价比等因素。经销商在一定程度上也需要发行人有竞争力的产品来提升其销售业绩。

综上，发行人所在行业以经销模式为主，但发行人对单个经销商不存在销售依赖。发行人对经销商的议价能力主要受发行人自身产品的市场认可度的影响。

（12）经销商选取标准、日常管理、定价机制、物流、退换货机制、销售存货信息系统具体情况、相关内部控制制度及执行情况

①经销商选取标准

公司建立了《客户管理制度》，对客户包括经销商的开发选取及日常维护进行规范管理。选取经销商时，根据公司的业务发展目标、区域战略部署的需要，对经销商商业信誉、财务状况、市场开拓能力、销售网络、区域覆盖能力、其对公司理念的认可度及合作意愿进行综合评估、甄选后开展业务合作。**此外，公司还会通过国家税务局网站查询经销商的纳税信用信息。**

②日常管理

日常管理包括：客户档案管理、信用管理、订单管理和对账结算管理。定期进行客户回访，了解产品的销售情况、市场反应和合作意向。

③定价机制（包括营销、运输费用承担和补贴等）

产品定价：国内市场销售，在考虑预期毛利率水平、品牌定位、客户实力（市场开拓能力、销售网络、区域覆盖能力）、产品推新、渠道差异和交付方式等因素下综合确定产品价格；国外市场销售，还要考虑汇率波动等因素制定价格。

营销：公司通过多种方式开拓新客户，如积极参加境内外较有影响力的玩具展会，包括但不限于香港玩具展（HONG KONG TOYS & GAMES FAIR）、中国进出口商品交易会（广交会）、纽伦堡玩具展（SPIELWARENMESSE）、纽约玩具展（NEW YORK TOY FAIR）、俄罗斯玩具展（MIR DETSTVA）等，通过展会提高公司产品知名度；或依托澄海当地的产业链优势，通过当地较有实力的对外

贸易公司，向其客户推广公司产品。

运输费用承担：公司与产品销售相关的运输费用承担主要依据合同约定进行。内销模式下，公司同时存在客户自提与公司承运两种交付方式，在客户自提方式下公司不承担运费。外销模式下，主要采用FOB条件交易，由公司委托第三方运输公司将集装箱通过汽运方式运送至港口，货物从仓库运至港口的运费由公司承担，海运费由客户承担，运至指定目的地。

补贴：报告期内，公司不存在对经销商的补贴。

④物流（是否直接发货给终端客户）

在经销模式下，销售的产品按照合同约定的物流方式运输，同时存在客户自提与公司承运两种交付方式。其中，境内经销模式下，同时存在客户自提、发货至经销商的情形，不存在直接发货至终端客户的情形。境内运输方式主要通过第三方物流公司进行运输。在境外经销模式下，主要采用FOB条件交易，由公司委托第三方运输公司将集装箱通过汽运方式运送至港口，货物从仓库运至港口的运费由公司承担，海运费由客户承担，运至指定目的地（包括直接发货至终端零售商和发货至经销商的下游客户）。

⑤退换货机制

若产品出现质量问题，公司无条件退换货，并承担退换货的运输费用。

⑥销售存货信息系统情况

公司在日常经营管理过程中，采用ERP系统辅助进行存货管理活动，公司与销售业务和存货管理相关的内部控制运行有效。

公司与经销商之间为买断式销售，因此未专门针对经销渠道建立销售存货系统，但公司会通过回访等形式了解经销商的对外销售情况。

发行人在经销商选取标准、日常管理、定价机制（包括营销、运输费用承担和补贴等）、物流（是否直接发货给终端客户）、退换货机制、销售存货信息系统等方面的内部控制制度健全并得到有效执行。

（13）是否存在多级经销商的情况

报告期内，发行人与经销商之间均为买断式销售，并未采取多级经销的销售管理模式。通过对主要经销商的实地访谈，部分经销商在采购发行人产品后存在向其他经销商销售的情形。

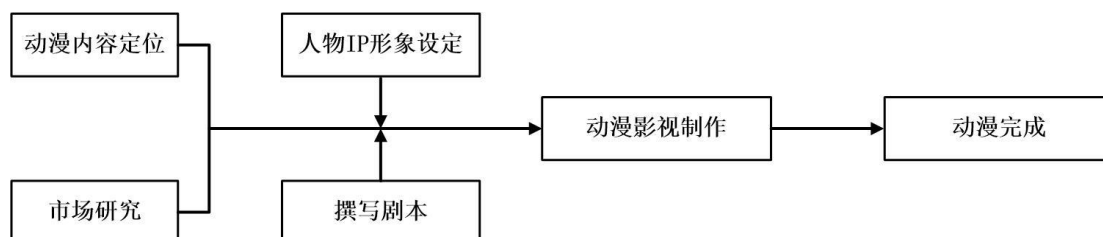
4、动漫影视片的具体经营模式

玩具产业与动漫文化创意产业的融合，是玩具产业转型升级的选择之一，有利于实现产业价值链的升级，促进企业竞争力和盈利能力的提高。2016年以来，公司自主打造的首部动漫作品《机变英盟》在主要电视台与视频网站播放，通过动漫影视作品推广及衍生品变形玩具上市销售，对公司境内销售收入的增长起到了较好的促进作用。同时，通过动漫影视片的制作，使得公司产品 IP 化，积累 IP 资源。

佳奇娱乐负责动漫影视片创意策划和制作，挑选专业的编剧和动漫制作公司。公司确定玩具设计的形象并设定动漫影片的主题思想和目标受众，把玩具产品概念与编剧的专业优势结合起来，共同编写故事剧情，而影片制作、编剧分集、制作过程和后期制作均由动漫制作公司负责完成，公司对制片质量、技术标准、进度进行监督。影片制作完成后，公司进行质量审查。影片制作成功后交付给公司，公司负责影片的播放和衍生玩具产品的销售，公司拥有动漫作品及其衍生品的完整著作权。

佳奇娱乐打造的以变形机器人为核心题材的《机变英盟》系列在金鹰卡通、卡酷少儿、嘉佳卡通、江苏优漫、上海炫动、浙江少儿、甘肃少儿、深圳少儿、大连少儿等电视媒体均有播出，并在爱奇艺、腾讯视频、优酷、乐视、哔哩哔哩、搜狐、芒果 TV 等网络平台播放。

公司制作动漫影视片流程如下：

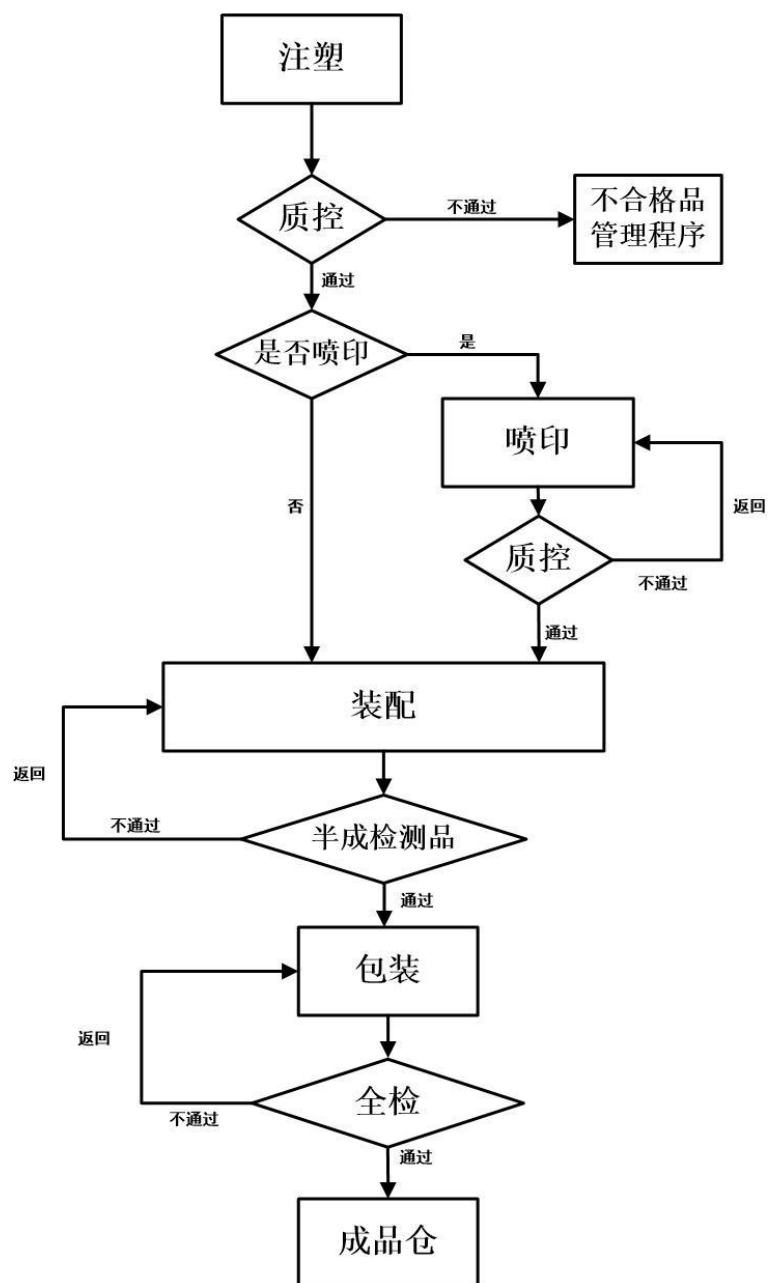


（五）公司主营业务的发展历程

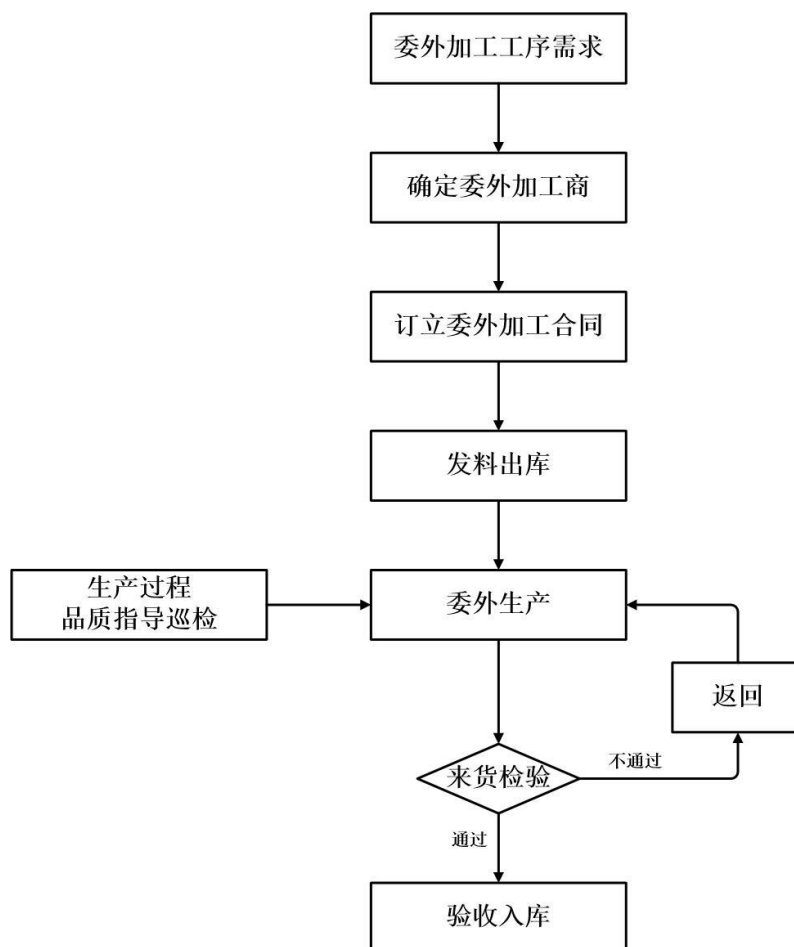
自设立以来，公司一直从事玩具的研发、生产及销售。

（六）发行人主要产品的生产流程

公司自主生产主要流程图如下：



公司委外加工主要流程如下：



（七）发行人生产经营的环保情况

公司主营业务为各类智能科教玩具的研发、生产与销售，所属行业不属于高危险、重污染行业。公司自设立以来，严格遵守国家有关环境保护的法律法规，制定了严格的环境保护管理制度，并取得了汕头市澄海区环境保护局颁发的《排污许可证》。公司对生产过程中产生的废气、噪音等采取了有效的治理和预防措施，保证污染物的排放符合国家和地方的要求，各项指标符合标准，不存在因环境保护问题而受到处罚的情形。

公司主营业务为各类智能科教玩具的研发、生产与销售，所属行业不属于高危险、重污染行业。公司的生产工序主要包括注塑、喷漆、组装等。公司在生产过程中产生的主要污染物有：废水、废气、噪音及固体废弃物等。具体情况如下：

1、废水

发行人生产过程产生的废水主要来自生产废水、生活污水。生产废水主要是冷却塔生产冷却用水、有机废气进行水帘净化和水喷淋过程用水产生的。生活污水主要是员工工作、生活过程产生的。

2、废气

发行人生产过程产生的废气主要来源于注塑车间产生的工艺废气（主要污染物为总 VOCs）；喷漆、移印、丝印过程产生的挥发性有机化合物（主要成分为苯、甲苯、二甲苯、总 VOCs、颗粒物）；粉尘（粉碎工序产生的塑料粉尘、模具制作过程产生的金属粉尘）；食堂产生的油烟废气。

3、噪音

发行人的噪声主要来自注塑机、模具生产设备、喷漆枪、移印机、丝印机等生产机械设备及通风排气设备运行过程产生的噪声。

4、固体废弃物

发行人生产过程产生的固体废弃物主要来自危险废物（喷漆、移印、丝印过程中废漆渣、油漆罐、水帘柜、喷淋塔所沉淀的成块废油粒子等废物料（液）、废抹布、油墨罐、天拿水罐、开油水罐、过滤棉、模具加工产生的废抹布和废矿物油等）；一般工业固废（质检过程产生的废次品、包装过程及货物装运过程中产生包装废料、模具制造过程中产生金属碎屑和金属边角料）；生活垃圾（主要来自发行人工作人员）。

报告期内，公司费用性环保支出金额分别为 9.97 万元、33.56 万元、56.72 万元和 5.42 万元，占主营业务成本比重情况如下：

单位：万元

项目	2020年1-3月	2019年度	2018年度	2017年度
环保相关费用成本支出	5.42	56.72	33.56	9.97
环保相关费用成本占主营业务成本比重	0.12%	0.19%	0.12%	0.05%

二、发行人所处行业基本情况

根据中国证监会 2012 年修订的《上市公司行业分类指引》，公司业务属于制

制造业下的“文教、工美、体育和娱乐用品制造业”（分类代码：C24）。根据《国民经济行业分类标准》（GB/T 4754-2017），公司属于制造业中的文教、工美、体育和娱乐用品制造业中的玩具制造业（分类代码：C2450）。

（一）行业主管部门、监管体制、主要法律法规

1、行业主管部门及监管体制

（1）行业主管部门

①中国轻工业联合会

中国轻工业联合会（China National Light Industry Council）成立于2001年2月，是我国工业管理体制改革后由轻工业全国性、地区性的协会、学会，具有重要影响的企事业单位、科研院所和大中专院校等自愿组成的具有服务和一定管理职能的全国性、综合性的行业组织。中国轻工业联合会的主要职能包括：开展行业调查研究，向政府提出有关经济政策和立法方面的意见或建议；组织开展行业统计，收集、分析、研究和发布行业信息，依法开展统计调查，建立电子商务信息网络；参与制订行业规划，对行业投资开发、重大技术改造、技术引进等项目进行前期论证与初审；加强行业自律、规范行业行为、培育专业市场、维护公平竞争；为知识产权保护、反倾销、反补贴、反不正当竞争、打击走私等提供咨询服务；参与制订、修订国家标准和行业标准，组织贯彻实施并进行监督；反映行业情况和企业要求，维护行业和企业的合法权益；组织开展人才、技术和职业技能培训等。

②中国玩具和婴童用品协会

玩具行业的自律性组织为中国玩具和婴童用品协会，其前身中国玩具协会成立于1986年，2011年6月24日起更名为中国玩具和婴童用品协会。中国玩具和婴童用品协会是中国唯一的全国玩具和婴童用品行业社团组织，隶属于中国轻工业联合会。

中国玩具和婴童用品协会的主要职责包括：接受政府主管部门的委托，参与制定并协助实施行业发展规划，为政府制定行业相关的政策和法规提出建议；宣传贯彻政府部门的政策法规，及时向政府及相关机构反映行业的问题和要求，提

出解决行业共性问题的建议，维护行业 and 企业的合法权益；引导企业认识玩具产品安全和安全生产的重要性，参与制定、宣贯和实施行业有关标准，配合有关部门对本行业的产品质量实行监督，发布行业产品质量信息，推动新产品的应用；提高行业的自律性，维护行业利益；代表行业利益，与国内外媒体和其他相关机构保持良好的信息交流和相互合作关系；向父母、幼教工作者等社会群体宣传玩具的益智作用和玩具的产品安全意识，倡导消费者购买安全、健康、优质的玩具，为转变玩具消费观念、理念提供宣教平台等。

（2）行业监管体制

玩具行业实施标准化管理和认证管理，由全国玩具标准化技术委员会和国家认证认可监督管理委员会直接管理。

全国玩具标准化技术委员会是经国家标准化管理委员会确认的全国玩具行业标准化方面的唯一技术性机构，负责玩具国家标准、行业标准的归口（解释）管理工作；并在国家有关政策指导下，向国家标准化管理委员会和中国轻工业联合会提出玩具标准化的工作方针、政策和技术措施等建议，组织行业内相关国家标准、行业标准的制定、修订及复审工作。

国家标准化管理委员会是国务院授权的履行行政管理职能，统一管理全国标准化工作的主管机构。

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

国家质量监督检验检疫总局主管全国质量、计量、出入境商品检验、认证认可、标准化等工作，对国家认证认可监督管理委员会和国家标准化管理委员会实施管理。

2、行业主要法律法规及产业政策

（1）行业主要法律法规

公司所处行业的主要法律法规体系如下：

序号	法律法规名称	发布单位	实施时间
1	《中华人民共和国认证认可条例》	国务院	2003.11.01 ， 2016.02.06 修正
2	《电玩具的安全》	中国轻工业联合会	2006.10.01
3	《实施强制性产品认证的玩具产品目录规定》（2005 年第 198 号公告）	国家质检总局、国家认监委	2007.06.01
4	《消费品使用说明第 5 部分：玩具》	国家质检总局、国家标委会	2007.06.01
5	《儿童玩具召回管理规定》	国家质检总局	2007.08.27
6	《国家玩具安全技术规范》	国家质检总局	2004.10.01 ， 2016.01.01 修正
7	《儿童玩具召回信息与风险评估管理办法》	国家质检总局	2008.01.31
8	《中华人民共和国产品质量法》	全国人大常委会	1993.09.01 ， 2018.12.29 修正
9	《玩具及儿童用品中特定邻苯二甲酸酯增塑剂的测定》	国家质检总局、国家标委会	2016.01.01
10	《强制性产品认证管理规定》	国家质检总局	2009.09.01
11	《进出口玩具检验监督管理办法》	国家质检总局	2009.09.15 ， 2018.11.23 修正
12	《玩具用涂料中有害物质限量》	国家质检总局、国家标委会	2010.10.01
13	《电玩具类产品强制性认证实施规则》	国家认监委	2010.12.01
14	《认监委关于发布玩具、童车类产品强制性产品认证实施规则的公告（2020 修订）》	国家认监委	2020.07.01
15	《产品质量监督抽查管理暂行办法》	国家市场监督管理总局	2020.01.01
16	《玩具安全化学及类似活动的实验玩具》	国家质检总局、国家标委会	2011.09.15
17	《监督抽查不合格儿童玩具召回管理办法（试行）》	国家质检总局	2013.05.02
18	《中华人民共和国进出口商品检验法》	全国人大常委会	1989.08.01 ， 2018.12.29 修正
19	《中华人民共和国标准化法》	全国人民代表大会	1989.04.01, 2018.01.01 修正
20	《质检总局、国家标准委关于实施玩具安全系列国家标准有关事项的公告》	国家质检总局、国家标委会	2016.01.01
21	《中华人民共和国安全生产法》	全国人大常委会	2002.11.01 ， 2014.12.01 修正
22	《中华人民共和国专利法》	全国人大常委会	1985.04.01 ， 2019.10.01 修正

（2）行业主要产业政策

① 《国务院关于当前发展学前教育的若干意见》

2010年11月，国务院印发了《国务院关于当前发展学前教育的若干意见》，提出：“遵循幼儿身心发展规律，面向全体幼儿，关注个体差异，坚持以游戏为基本活动，保教结合，寓教于乐，促进幼儿健康成长。加强对幼儿园玩教具、幼儿图书的配备与指导，为儿童创设丰富多彩的教育环境，防止和纠正幼儿园教育小学化倾向”。

②《中国儿童发展纲要（2011-2020年）》

2011年，国务院印发了《中国儿童发展纲要（2011-2020年）》，从儿童健康、教育、福利、社会环境、法律保护等领域促进儿童发展，其中明确提出：“加强婴幼儿用品、玩具生产销售和游乐设施运营的监管。健全儿童玩具、儿童用品等的缺陷产品召回制度”。

③《文化部关于推进文化企业境内上市有关工作的通知》

2011年4月11日，文化部发布《文化部关于推进文化企业境内上市有关工作的通知》，鼓励利用资本市场进一步拓宽文化产业投融资渠道。

④《文化部关于“十三五”时期文化发展改革规划》

2017年2月，文化部颁布了《文化部关于“十三五”时期文化发展改革规划》，提出“加快发展动漫、游戏、创意设计、网络文化等新型文化业态，支持原创动漫创作生产和宣传推广，培育民族动漫创意和品牌。推进文化创意和设计服务与实体经济深度融合，催生新技术、新工艺、新产品，满足新需求。推进文化产业与制造、建筑、设计、信息、旅游、农业、体育、健康等相关产业融合发展，增加文化含量和产业附加值，把文化资源转化为产业优势和市场优势等”，表明我国对动漫文化产业结合实体经济的支持态度。

⑤《汕头市国民经济和社会发展第十三个五年规划纲要》

2016年4月，汕头市人民政府印发《汕头市国民经济和社会发展第十三个五年规划纲要》，纲要指出在现代服务业发展方向，依托工艺玩具、创意设计等产业基础，大力发展动漫游戏、影视传媒、数字出版、工艺美术、创意设计等产业，重点建设澄海国际玩具文化创意设计园等创意园区，支持1860文化创意园发展，培育一批有影响力的本土龙头企业，争创国家级、省级文化产业示范基地。

以品牌原创和保护为重点，创建“汕头设计”品牌，提升文化创意产业的竞争力，形成集工业设计、生产销售、衍生产品开发等为一体的文化创意产业集群。

⑥《中共中央关于全面深化改革若干重大问题的决定》

2013年11月，中国共产党第十八届中央委员会第三次全体会议通过《中共中央关于全面深化改革若干重大问题的决定》，启动实施一方是独生子女的夫妇可生育两个孩子的政策，该政策的实施将刺激中国出生人口的增加，缓解老龄化带来的社会问题，从根本上带动儿童玩具、服装、食品等产品的需求。

⑦《关于推进文化创意和设计服务与相关产业融合发展的若干意见》

2014年3月，国务院发布《关于推进文化创意和设计服务与相关产业融合发展的若干意见》，提出“切实提高我国文化创意和设计服务整体质量水平和核心竞争力，大力推进与相关产业融合发展，更好地为经济结构调整、产业转型升级服务，为扩大国内需求、满足人民群众日益增长的物质文化需要服务”以及“推动动漫游戏等产业优化升级，打造民族品牌”。

⑧《全国人民代表大会常务委员会关于修改〈中华人民共和国人口与计划生育法〉的决定》

2015年12月，十二届全国人民代表大会常务委员会第十八次会议审议通过《全国人民代表大会常务委员会关于修改〈中华人民共和国人口与计划生育法〉的决定》，该法律明确“国家提倡一对夫妻生育两个子女”，全面实施一对夫妇可生育两个孩子政策。

⑨《中国玩具和婴童用品协会“十三五”行业发展规划（2016年-2020年）》

2017年3月31日，中国玩具和婴童用品协会第七届理事会第三次会议上审议通过了《中国玩具和婴童用品协会“十三五”行业发展规划（2016年-2020年）》。

《规划》提出了“十三五”期间的行业发展目标：玩具和婴童用品产值年均增长将达到8%-10%；生产一致性达到90%以上；主流渠道销售产品行业市场摸底抽查合格率稳定在90%左右；中高端产品消费比例同比增长20%以上；主流渠道民族品牌市场份额占比同比增长20%以上；出口总额每年实现5%-10%增长。

⑩《儿童玩具益智等级评价技术规范》

2019年5月，中国质量认证中心发布了《儿童玩具益智等级评价技术规范》，将益智玩具定义为能帮助特定年龄段内的儿童，在玩耍中增益智慧，健康成长的玩具。分为8类，即感官感知型、身体协调型、逻辑推理型、社会认知型、学习教育型、艺术想象型、体育运动型和音乐启蒙型。该规范填补了玩具行业标准空白，有助于规范国内益智玩具市场，引导企业设计和帮助消费者识别更加有益于儿童身心健康的玩具。

（二）玩具的定义

由于玩具的使用者主要是儿童，因此人们平时提及的玩具一般是指儿童玩具。关于儿童玩具的定义，各个国家和地区有着不同的解释。由于儿童玩具对儿童的身心发展乃至安全有着举足轻重的影响，部分国家和地区更是把玩具的定义写进了与玩具相关的法案当中，以达到规范行业和保障儿童的目的。

2008年美国消费品安全改进法案（CPSIA）对儿童玩具的定义是“为12岁及以下儿童设计，供儿童玩耍时使用的消费品”。欧盟玩具安全指令2009/48/EC中对儿童玩具的定义则是“设计为或者预定为用于14岁以下儿童游戏中使用的产品，无论是否是专用玩耍”。

根据我国2014年修订的《国家玩具安全技术规范》（GB6675-2014）规定，玩具即“设计或预定供14岁以下儿童玩耍时使用的玩具，也适用于不是专门设计供玩耍、但具有玩耍功能的供14岁以下儿童使用的产品”。

随着科学技术以及文化产业的不断发展，玩具已不仅仅具备益智、娱乐功能，更是陪伴儿童健康快乐成长的必需品。

（三）行业发展概况

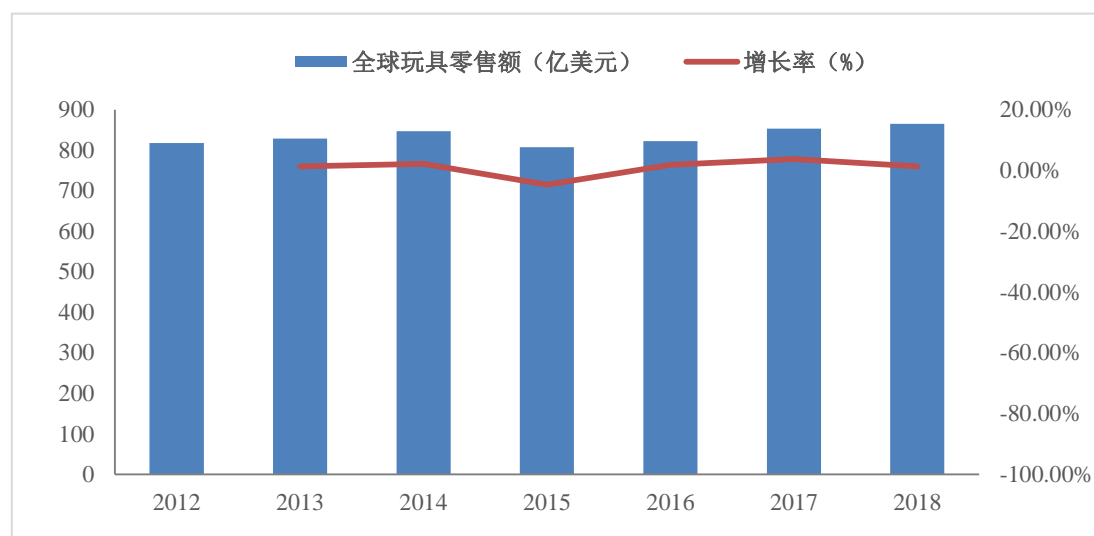
1、全球玩具行业发展概况

（1）需求情况

随着人们生活水平的提高，发展中国家的玩具市场也逐渐成长，未来增长空间巨大。根据咨询公司Euromonitor的数据，2009年至2015年间，由于金融危

机的影响，西欧、北美玩具市场增长乏力，全球玩具市场的增长主要依靠儿童人数庞大，经济持续发展的亚太地区支撑；2016年-2017年受益于北美、西欧地区玩具市场的复苏与亚太地区玩具市场的持续发展，全球玩具销售额连续较快增长；2018年全球玩具市场零售额达到865.44亿美元左右，同比增长1.38%左右；2009年至2018年期间，玩具行业复合增长率为2.18%，保持了较为稳定的增长。

2012年-2018年，全球玩具行业零售额及其增长率情况如下：



数据来源：Euromonitor

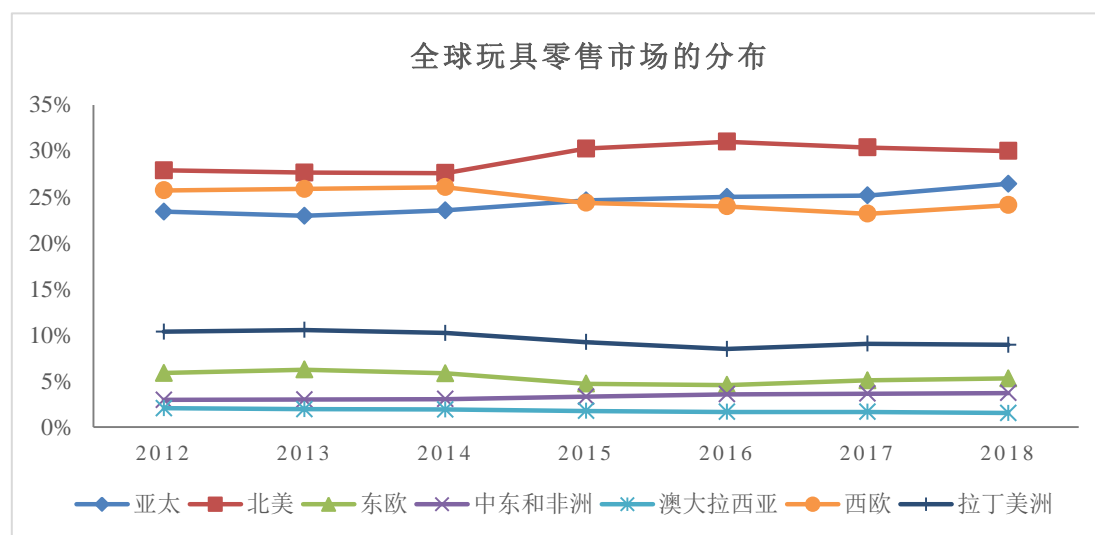
全球玩具零售市场主要由北美、西欧、亚太这三个地区主导。2009年以来，北美和西欧的市场比重持续减少，亚太和拉美的市场比重持续增加。从2018年全球各大洲玩具销售数据来看，北美、亚太、西欧分别为259.63亿美元、228.68亿美元和208.75亿美元，其销售总额占全球玩具零售总额的80%以上。虽然市场比重在减少，但北美和西欧仍然是全球玩具成熟市场的代表，一直占据全球玩具市场的较大比重。2018年全球各大洲玩具销售数据如下：

地区	金额 (亿美元)	占全球玩具零售总额比重
North America (北美)	259.63	30.00%
Asia Pacific (亚太)	228.68	26.42%
Western Europe (西欧)	208.75	24.12%
Latin America (拉美)	77.39	8.94%
Eastern Europe (东欧)	45.78	5.29%
Middle East and Africa (中东和非洲)	31.99	3.70%

地区	金额（亿美元）	占全球玩具零售总额比重
Australasia（澳大拉西亚）	13.22	1.53%

数据来源：Euromonitor

注：Australasia，中文直译为“澳大拉西亚”，一个地理名词。一般指澳大利亚、新西兰及附近南太平洋诸岛，有时也泛指大洋洲和太平洋岛屿。



从不同国家玩具消费情况来看，Euromonitor 数据显示，2018 年全球前五大玩具消费国为美国、中国、日本、英国和德国，上述五个国家 2012 年至 2018 年零售额增长情况如下：

单位：亿美元

排名	国家	2018 年	2012 年	2018 年占全球零售额比例	2012 年至 2018 年间复合增长率
1	美国	243.63	209.04	28.15%	2.59%
2	中国	119.46	79.37	13.80%	7.05%
3	日本	52.86	69.56	6.11%	-4.47%
4	英国	41.73	46.83	4.82%	-1.90%
5	德国	41.03	37.46	4.74%	1.53%

数据来源：Euromonitor

美国是全球最大的玩具消费国，其 2018 年的零售额为 243.63 亿美元，占全球玩具零售额的 28.15%；2018 年中国玩具市场的零售额为 119.46 亿美元，占全球玩具零售额的 13.80%，为亚洲最大的玩具消费国；2018 年英国玩具市场的零售额为 41.73 亿美元，占全球玩具零售额的 4.82%，为欧洲最大的玩具消费国。由于一个国家的玩具消费规模主要受该国的年龄结构、人口出生率和家庭消费能力影响，因此全球市场各玩具消费大国排名近年来基本稳定，但不同国家间增速

有所差别。总体而言，发展中国家增速较快，发达国家增速放缓。根据 Euromonitor 统计的 80 个国家和地区的消費数据，2012 年到 2017 年消費增速最快的 10 个国家情况如下：

单位：亿美元

排名	国家	2017 年	2012 年	2017 年占全球零售额比例	2012 年至 2017 年间复合增长率
1	沙特阿拉伯	3.65	1.73	0.43%	16.05%
2	乌兹别克斯坦	1.99	1.26	0.23%	9.54%
3	泰国	3.54	2.34	0.42%	8.64%
4	越南	4.40	3.06	0.52%	7.50%
5	危地马拉	0.84	0.59	0.10%	7.31%
6	阿拉伯联合酋长国	4.04	2.86	0.47%	7.15%
7	阿塞拜疆	1.28	0.92	0.15%	6.77%
8	中国	110.12	79.37	12.93%	6.77%
9	哈萨克斯坦	2.85	2.10	0.33%	6.33%
10	韩国	13.66	10.13	1.60%	6.18%

数据来源：Euromonitor

其中沙特阿拉伯 2012 年至 2017 年间复合增长率高达 16.05%，中国复合增长率排名第 8 位，是在高增长率国家当中首个突破百亿销售额的国家。消费额高速发展的国家集中在亚洲和中东地区，人口出生率以及消费水平的提升是主要原因。

（2）供给情况

目前全球的前五大玩具企业均出自发达国家，发达国家的玩具企业有着强大的创新能力和研发实力、稳定的销售渠道，在全球玩具市场占据了较大的市场份额。随着全球制造业转移，因劳动力价格、原材料成本等优势，全球玩具生产制造中心由欧美国家逐渐转移到发展中国家。经过多年的发展，中国、印度、越南、巴西等发展中国家逐渐成为主要的玩具出口国。据中国玩具和婴童用品协会统计，作为全球玩具第一生产大国以及出口国，从 2011 年-2018 年，中国制造的玩具占据了全球玩具总消费的 70% 以上，我国在世界玩具市场上占有举足轻重的地位。根据海关统计显示，2019 年我国玩具实现出口额为 313.42 亿美元，同比增长 21.99%，远高于同期全国外贸的出口增速。相较于 2018 年的表现，2019 年玩具

行业的出口情况有了较大的改善。2013年至2019年我国玩具出口情况如下：



数据来源：中国海关、wind 资讯

按国别/地区统计，我国玩具出口前五大国家或地区分别是美国、“一带一路”沿线国家、欧盟、东南亚和金砖国家。美国一直是我国玩具出口的最大市场，2018年，传统玩具对美国出口额为72.44亿美元，同比增长4.44%，占我国传统玩具对外出口总额的28.88%。“一带一路”战略是我国重要的国策，“一带一路”沿线国家现已快速发展成为我国玩具出口的第二大市场。欧盟国家是我国玩具出口的第三大市场。此外，东南亚、金砖国家、中国香港、日本、韩国均是我国玩具出口重要的国家和地区。

2018年，我国传统玩具出口前十的国家（地区）依次是：美国、英国、中国香港、日本、德国、印度、荷兰、俄罗斯、墨西哥、哈萨克斯坦。上述十个国家（地区）的出口额占出口总额的58.76%，其中印度和墨西哥出口额均有大幅增长，增速分别为78.45%和35.32%。海关总署的数据显示，2019年美国以外市场玩具出口增速更为明显，主要原因是国内企业积极开拓美国以外市场以应对中美贸易战市场前景不明朗的情况。

2、全球玩具发展趋势

（1）全球玩具市场需求稳中有升

玩具消费与一个国家的经济发展水平、儿童人数、国民受教育程度有较大关系。作为玩具产业起步较早的地区，北美和西欧的玩具市场已步入成熟，近年玩

具零售额增速有所放缓但销售情况仍然保持稳定，主要原因是：①玩具消费在居民可支配收入中比例不大；②各国家庭普遍重视儿童的教育和消费需求，玩具消费意识强，儿童人均玩具消费高，因而所受负面影响相对较小。根据成熟市场的上述特征，未来一段时间内欧洲、美国、日本等发达国家和地区的玩具消费市场还将保持相对稳定的态势。

东欧、拉美、亚洲、中东和非洲为代表的新兴市场增长迅速。随着新兴市场国家经济实力逐步增强，玩具消费观念也从成熟的欧美地区逐步延伸至新兴市场。新兴市场庞大的儿童数量、较低的人均儿童玩具消费和良好的经济发展前景使新兴玩具市场拥有较高的成长性，该市场也将成为全球玩具业未来重要的增长点。根据 Euromonitor 预测，未来三年全球零售额将继续快速增长，2021 年预计销售规模将突破 1,000 亿美元，市场规模将持续扩大。

（2）玩具行业安全标准不断提高

随着人们生活水平的提高及环保观念的强化，促使玩具消费者从自身健康和考虑出发对玩具的质量提出更高的要求。玩具进口国为保障本国消费者的健康和保护本国玩具产业，亦制定了越来越严格的安全与环保标准。

玩具进口国相关安全与环保标准参见本节之“二、发行人所处行业基本情况”之“（十）产品进口国主要政策、贸易摩擦对产品出口的影响”之“1、产品进口国有关政策对产品出口的影响”之“（1）产品进口国主要政策”。

（3）高科技玩具发展迅速

随着智能时代的到来，玩具产品结构开始倾向电子化，美国玩具协会主席艾欧曾在纽约国际玩具展开幕式上指出传统玩具和电子技术相结合是玩具产业发展的必然趋势。同时，LED 技术、现实增强技术（AR）、人脸识别技术、通信等科学技术日渐成熟，这些技术与玩具产品跨界融合，将碰撞产生出不同的智能玩具。与传统玩具相比，智能玩具给儿童带来的新颖性、娱乐性和教育性功能更为突出，未来将超越传统玩具产品，成为全球玩具行业的发展方向。

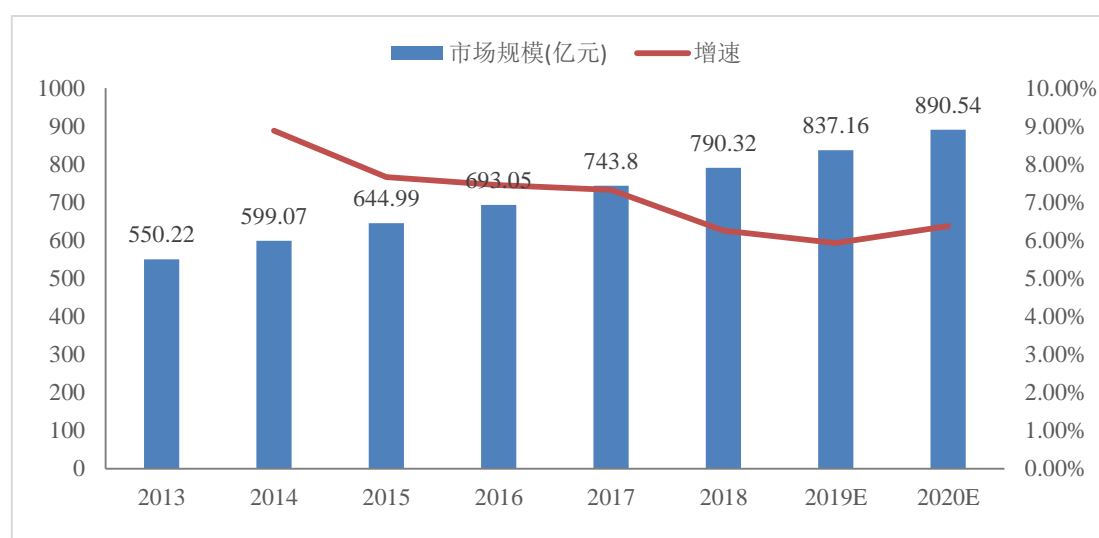
（4）与文化产业联动加强

影视、动漫、国潮等文化产业的繁荣为传统玩具的研发设计提供了更多的素

材、拓宽了思路。设计中加入文化元素能提高玩具的商品价值、提升消费者对品牌产品的忠诚度与辨识度；影视、动漫作品的热播能促进其授权玩具及衍生品的销售，塑造良好的品牌形象，提升品牌知名度和美誉度。经典玩具产品一般都具备人物性、故事性等文化元素。市场上热销的高达战士、迪斯尼系列玩具、超级飞侠的原型都来源于相关的影视、动漫作品。

3、国内玩具行业发展概况

我国是全球最主要的玩具生产国和消费国。据 Euromonitor 统计，2018 年中国玩具市场销售额达 790.32 亿元，增长率 6.25%，高于全球的平均增速，且儿童平均玩具消费额低于欧美发达国家，发展空间仍然较大。根据 Euromonitor 调研显示，2019 年我国玩具零售规模约 837 亿元，同比增加 5.93%；预计 2020 年将进一步保持 6% 以上的增速，零售规模可达 890.54 亿元人民币，持续领跑全球市场。2013 年-2020 年中国玩具市场零售额及其增长率情况如下：



资料来源：Euromonitor、广州广证恒生证券研究所有限公司

在市场容量不断扩大的同时，近年来中国玩具市场的主要发展特点有如下几点：

（1）国内玩具企业数量众多，行业集中度低

我国是一个玩具生产大国，玩具生产企业数量众多，是全球玩具生产的主要集中地，也是世界第一大玩具出口国。但相比于发达国家的玩具企业，我国玩具行业市场集中度低，品牌的知名度也不高，企业规模小，历史短，反映了我国的

玩具行业市场存在很好的整合机会。

我国玩具制造工艺成熟，出口量大，但总体呈现产业大而不强。据前瞻产业研究院数据显示，2017年中国规模以上的玩具企业有1,616家，绝大部分都是出口企业。随着国内人力成本的增加，没有核心竞争力、盈利水平较差的公司将面临较大的经营压力，OEM厂生存空间正在被逐渐的压缩。国内几家规模较大的玩具公司虽然在玩具品牌、IP设计方面有所突破，但其市场占有率仍然很低。

（2）我国玩具产业集群效益明显

我国玩具企业具有显著的区域分布特征，主要集中在广东、浙江、江苏、上海等沿海地区，这些省市也是我国玩具产业发展比较成熟的地区。2018年广东省传统玩具出口额为137.11亿美元，同比增长5.12%，占全国玩具出口54.66%。按出口额统计，排名前五位的省市依次是：广东、浙江、江苏、上海、江西。在产品类型中，广东省的玩具企业以生产电动和塑料玩具为主；浙江省的玩具企业以生产木制玩具为主；江苏省的玩具企业以生产毛绒玩具、动物玩偶为主。广东是我国最大的玩具生产和出口基地，而汕头市作为广东玩具生产企业最为集中、科技创新能力和产品科技含量最高的地区之一，已形成了较成熟和完整的产业生态，产业集群效应明显。

（3）国内企业玩具销售以经销方式为主

国内玩具制造企业的销售渠道主要分为经销模式和直销模式，其中直销模式渠道主要分为自建销售渠道、专业零售店、大卖场、潮品店和电商平台等。由于玩具产品品类多，渠道多样化，单一玩具企业难以满足终端客户的多样化需求，因而国内玩具生产企业大多数采用经销商销售模式，通过经销商逐级批发至分销商或零售终端；少部分玩具制造企业将其产品直接销售到玩具零售店、商超等终端。

国内电商的高速发展，已改变消费者的购物习惯，目前众多消费者具备网购习惯，通过电商渠道拓展市场已成为国内玩具企业的重要选择。另外，随着小程序、短视频以及直播与电商的结合，这些新兴渠道成为玩具销售的新途径。

4、国内玩具行业发展趋势

（1）行业集中度逐渐提升

根据国外玩具行业发展规律，玩具行业发展越成熟，行业集中度越高，越容易孕育出知名品牌。目前我国玩具行业集中度不高，企业数量众多但规模较小，单个企业的市场占有率较低。但以下因素将促使我国玩具行业集中度提升：第一，随着国内外玩具安全和环保标准的不断提高，对原材料和生产工艺的要求越来越高，不符合要求的玩具生产企业将面临整改甚至淘汰的处境；第二，劳动力成本的上升和检测费用的增加将淘汰部分利润空间较小的企业；第三，随着国内消费者品牌意识日益成熟，在品牌和渠道上具有优势的优秀企业将受益，市场份额不断提高。

随着品牌玩具企业的不断发展和扩张，中国玩具行业将走上内涵式增长的道路。前瞻产业研究院数据显示，2010年中国规模以上的玩具企业有1,905家，2017年底这一数字为1,616家，减少了15.17%，规模以上企业数目的减少的同时市场规模增长，行业集中度有所提升。

（2）国内市场是玩具企业的开拓重点

我国国民经济近几年保持了较高的发展速度，2018年GDP总量为90.03万亿元，同比增长6.6%。虽然经济增速有所放缓，但依然保持了较快增长。另一方面，城镇居民人均可支配收入呈上升趋势，2018年城镇居民人均可支配收入39,251元，比2017年增长7.8%，扣除价格因素实际增长5.6%。全国居民人均教育、文化和娱乐支出从2013年的1,397.70元增长至2018年的2,226.00元，年复合增长率为9.75%。全国居民收入水平的不断提高，加上国家经济转型和消费升级政策的支持，家庭的玩具消费支出将随之增长，带来庞大的市场需求，内销成为我国玩具行业增长的重要动力。

近年来，国内玩具企业主动加大国内营销渠道建设，把握内销市场机遇。报告期内，佳奇科技不断加强国内市场开发力度，国内市场已逐渐成为公司未来重点开拓的领域。

（3）国内企业重视建设自主品牌

拥有自主品牌的玩具企业有更高的定价权，由品牌带来的附加值也更高。随着国内玩具企业对研发创新、自主品牌建设、销售渠道建设等方面的日益重视，少数拥有自主创新能力的国内品牌企业（如伟易达、奥飞娱乐、邦宝益智等）能紧跟市场变化研发设计各类创新产品，提高产品定价能力，并保持良好的客户关系和销售渠道的多样性，在竞争中日益凸显优势。

（4）玩具智能化趋势加深

随着科技创新不断突破玩具界限，特别是随着智能时代到来，电子游戏的兴起对传统玩具行业带来了冲击，智能玩具应运而生，成为新产品的研发方向。智能玩具受消费者青睐，据 Euromonitor 统计，我国电子类玩具占比不断攀升，由 2007 年的 17.90% 上升至 2018 年的 25.30%。且我国传统玩具中，电子类玩具零售额增长率一直高于非电子类玩具，2018 年电子类玩具增长率为 9.11%，非电子类的为 5.32%。

（5）国内玩具企业 IP 培育、衍生品开发起步阶段

从国外成熟玩具行业的发展经验来看，玩具与动漫结合是玩具行业发展到一定阶段后的一种创新盈利模式。该模式通过玩具与动漫结合，以动漫故事内容和形象提高产品附加值，并通过动漫形象的传播极大地带动玩具销售，动漫衍生品玩具已成为 IP 价值链中最重要的价值体现之一。该模式下制造的动漫玩具在美国、日本等发达国家已经拥有较大的市场规模，例如美国迪士尼系列以及小猪佩奇系列等，是这些国家最主要玩具产品类别之一。

近年来，随着国内玩具行业的发展，玩具与动漫结合已逐步成为行业发展趋势。目前我国动漫企业绝大部分处于 IP 培育期，动漫作品爆款较少，还未产生在国际上有影响力的知名动漫品牌，导致动漫形象的授权价值并未充分体现，目前我国衍生品授权和开发业务等正处于整合发展阶段。我国有着深厚的文化底蕴，有着较好的动漫产业基础，我国动漫产业有着广阔的发展前景，将衍生出庞大的动漫玩具市场。随着国内动漫产业的持续升温，中国动漫玩具市场已呈现出爆发式增长趋势。结合公司“产品 IP 化”的发展方向，佳奇科技本次募集资金投资项目“动漫影视制作项目”拟投资制作《机变英盟》系列续篇以及科教相关动漫，以保证对现有 IP 的深度挖掘和进一步开发，为公司的强势 IP 战略打好基础，为

公司后续变形玩具系列形象的深耕和拓展做好服务。

（四）行业竞争情况

1、行业竞争格局

（1）全球玩具行业市场竞争格局

美国、欧洲、日本等发达国家玩具行业经过多年发展，部分具备较强的研发设计能力和稳定的市场渠道的企业，已经逐步发展成为规模大、品牌知名度高、具备全球影响力品牌企业。全球前五大品牌企业全部来自于这些国家，分别是美国的美泰和孩之宝、日本的多美和万代以及丹麦的乐高。这些玩具巨头凭借长期以来形成的研发能力、创新设计能力及稳定的销售渠道，引领着行业发展的潮流与趋势，并主导着全球玩具的高端市场。这五家企业在世界玩具市场占有较大市场规模，比例在 1/4 左右。

诸如中国、印度、越南、巴西等新兴市场国家，由于经济发展速度较快，人口出生率较高，近年来玩具市场消费规模逐年扩大。在生产制造方面，由于成本相对发达国家较低，新兴国家已成为世界玩具制造基地。但由于起步较晚且未形成拥有世界级核心竞争力的 IP，这些国家或地区仍以 OEM 或者 ODM 的运营模式为主，产品附加值较低，企业的利润水平相对较低。

（2）国内玩具行业市场竞争格局

国内玩具行业市场竞争的企业主要有两类：

第一类是注重研发设计能力以及自身品牌建设的企业，这类企业拥有专业的研发设计团队、稳定的销售渠道，具备较强的竞争力，其在国内的影响力日益提升，产品的品牌知名度不断提高，如伟易达、奥飞娱乐、邦宝益智等。这类企业重视 IP 对玩具产品的推动作用，逐步推出文化创意类玩具产品，采用“动漫+玩具”的模式，给玩具产品赋予更多丰富的文化内涵，提高产品的附加值，促进行业持续健康发展。

第二类是主要以 OEM 代工为主的玩具企业，这类企业数量大、规模很小、缺乏研发设计能力和知识产权，也不注重自身品牌建设，只能生产低端产品，利

润水平较低，发展速度缓慢。

2、行业内主要企业

（1）国外主要企业简介

①美国美泰

美泰玩具公司（Mattel）是全球最大的玩具公司之一，成立于 1945 年，在儿童产品的设计、生产、销售方面处于领导地位。公司主要通过人物故事和形象的塑造与传播提升产品附加值，主要品牌包括芭比娃娃、哈利波特、风火轮、费雪等，产品销往全球 150 多个国家和地区。2019 年美泰公司在全球的总营业收入约为 45.05 亿美元。

②美国孩之宝

孩之宝（Hasbro）是美国著名的玩具公司，成立于 1923 年，主要以动漫故事内容和形象提高产品附加值，赋予玩具新的文化内涵。公司产品主要以动漫玩具为主，目前公司旗下有变形金刚、蜘蛛侠、特种部队、星球大战等多个知名品牌。2019 年孩之宝公司营业收入约为 47.20 亿美元。

③日本万代

万代（Bandai）是日本最大的玩具制造商，成立于 1955 年。万代玩具多年来致力于策划、宣传和推广万代品牌的玩具产品，万代品牌在动画、漫画、玩具领域有极大的优势并拥有大量肖像权，旗下众多人气角色与品牌。万代公司玩具产品主要包括机动战士高达、恐龙战队、钢铁战士、奥特曼等动漫形象衍生的玩具。2018 年万代公司销售收入约为 7,323.47 亿日元。

④丹麦乐高

丹麦乐高（LEGO）是全球最大的积木玩具制造商。公司成立于 1932 年，拥有强大的研发团队，其产品旨在让儿童在玩的过程中开发智力。公司产品销往全球 130 多个国家，产品系列包括女孩系列、创意拼砌系列、星球大战系列、英雄工厂系列、玩具总动员等系列。2019 年乐高公司销售收入约为 385 亿丹麦克朗。

（2）国内主要企业简介

①伟易达

伟易达集团成立于 1976 年，在 13 个国家及地区设有办事处，于中国香港、中国大陆、德国、美国、加拿大及中国台湾设有产品研究及开发中心。旗下拥有电子学习产品、电讯产品及承包生产服务，经过多年稳健发展，现已成为全球知名婴幼儿及学前电子学习产品企业、全球知名无线电话生产商、全球知名承包生产服务供应商之一。2020 财年伟易达销售收入为 21.66 亿美元。

②奥飞娱乐

奥飞娱乐股份有限公司创立于 1993 年，2009 年 9 月在深圳证券交易所上市（股票代码为：002292）。奥飞娱乐产品主要以动漫玩具为主，四驱车、悠悠球、陀螺等动漫玩具产品成为青少年朋友追逐的时尚和潮流，产品销往国内、欧美及东南亚市场。2019 年奥飞娱乐营业收入 27.27 亿元。

③邦宝益智

广东邦宝益智玩具股份有限公司成立于 2003 年，2015 年 12 月在上海证券交易所上市（股票代码为：603398）。邦宝益智是专业从事益智教玩具、婴幼儿玩具的研发、设计、生产、销售、服务的企业，产品主要销往欧美、东南亚、中东、南美以及国内各大中城市。邦宝益智主要产品为积木教育玩具产品，2019 年实现营业收入 5.37 亿元。

④实丰文化

实丰文化发展股份有限公司成立于 1992 年，2017 年 4 月在深圳证券交易所上市（股票代码：002862）。实丰文化主要产品包括电动遥控玩具、婴幼儿玩具、车模玩具、动漫游戏衍生品玩具和其他玩具等五大类，产品主要销往欧洲、北美、拉美、中东、东南亚以及国内各大城市。2019 年实丰文化营业收入 3.88 亿元。

（五）进入本行业的主要壁垒

1、研发设计壁垒

随着玩具行业的发展和人们消费观念的升级，仅满足基本需求的传统玩具已

不能满足市场的需求。人们越来越重视玩具对儿童成长的作用，玩具的智能性、互动性、教育性等个性化需求不断出现。因此，玩具企业要不断的满足消费者的需求而推陈出新，这要求玩具企业具备较强的研发设计实力，开发出满足消费者需求的产品。另一方面，消费市场瞬息万变，流行文化更迭不已，玩具产品流行周期较短，流行元素更新速度较快，玩具企业既要顺应时尚，又要善于引导流行趋势。而对新进入行业的企业，在新产品研发、设计能力、市场趋势的把握等方面均存在一定的壁垒。

2、销售渠道壁垒

完善的销售网络和稳定优质的客户群体是玩具企业重要的竞争要素。企业要建设庞大的、完善的销售网络，前期需要投入大量人力物力，且需要经过长时间的不断完善，才能形成具有强大销售能力的销售网络。稳定优质的客户群体，更需要长期的投入和时间的沉淀，企业只有通过与经销商、下游的终端客户等建立起长期的合作关系，才能在产品质量、价格、交货期、后期服务及账期方面取得对方的信任，形成长期稳定的合作关系。

企业需要在销售网络建设和优质客户资源培养的过程中选择符合企业发展战略的销售渠道布局，通过战略布局进一步强化自身在销售渠道方面的竞争优势，保障公司销售渠道的通畅。

近年来，随着科技的日益进步，人民生活水平的日益提高，电子商务、母婴店、潮流商品店、便利店等各类终端均开始销售玩具，玩具销售渠道日趋多样化。企业需在不断巩固传统销售渠道的基础上进一步挖掘新的销售渠道，逐步实现企业自身销售渠道的多样化，应对竞争日益激烈的市场。

特别是在销售渠道多样化以及新零售的影响下，完善的销售网络和优质的客户资源，都很难在短时间内形成。经过长时间的培养，公司才能在国内和全球形成稳定的优质客户群体，这对新进入者而言是一个漫长的过程；另一方面，销售渠道逐步稳定后，企业品牌逐步将与渠道绑定，后期的维护费用相对较低，先进入的企业具有明显的先发优势。

3、安全与环保标准壁垒

玩具主要面向的群体是儿童，为了保障儿童的健康与安全，各国在玩具产品安全标准上均有严格的要求。

国际上欧美发达国家和地区越来越注重产品的安全和环保要求，出台了一系列的安全与环保标准，如美国实行玩具产品安全认证计划，出台了《美国材料与测试协会玩具标准（ASTMF963）》《2008 消费品安全改进法案》等标准和法案，欧盟的“RoHS 指令”“WEEE 指令”“REACH 法规”，并接连发布指令 EU 2017/738、EU 2017/774 和 EU 2017/898，对玩具安全指令（2009/48/EC）的部分化学物要求进行了修订等。

近年来，印度、巴西、阿根廷、俄罗斯等国家也不断制定各种标准，提高对玩具产品安全与环保方面的要求。

我国对玩具的质量和实行强制性认证，并针对玩具不断出台新法律法规，如《国家玩具安全技术规范（修订）》《玩具及儿童用品中特定邻苯二甲酸酯增塑剂的测定》《强制性产品认证管理规定》等。

全球各国都对玩具产品有着严格的要求，因此，企业只有经过在行业内长期的经营与积累，不断提升研发能力和生产工艺，才能在产品质量方面达到各国的认证标准。新进入者一方面很难短时期内达到各种标准，同时，要达到标准将产生额外的成本，产品的竞争优势将大大下降。

4、品牌壁垒

玩具产品的主要使用者是儿童。玩具不仅影响儿童的成长，而且关系着儿童的安全与健康。因此，消费者在为儿童选择玩具产品时比较慎重，他们倾向于选择经过用户的认同和市场竞争考验后逐渐形成的知名品牌。

目前，玩具市场属于充分竞争市场。消费者通常认为，品牌知名度高的企业，一般规模大、品质好、安全有保障。在选择玩具产品时，品牌信誉是他们决策的关键因素之一。因此，良好的品牌形象将是获取稳定销售渠道的重要保障和获取市场份额的重要因素。企业塑造、维护品牌形象需要企业在产品质量、技术研发、管理服务等方面的长期积累。因此，形成知名的玩具品牌需要长期、大量的投入，

这是新进入者短期内难以逾越的障碍。

（六）行业利润水平的变动趋势及变动原因

我国玩具行业整体利润率较低，但是不同企业的利润水平呈现出显著的差别，行业竞争朝两极分化。缺乏研发设计创新能力和自主品牌的大多数小型企业主要以 OEM 模式进行生产销售，出口量虽然不断增长，但利润水平低。由于没有自主知识产权和销售渠道，加之劳动力成本越来越高，仅赚取微薄的加工收入，生存空间逐步缩小。而部分起步较早的企业经过多年的发展，已经具备了较强的产品研发设计能力和自主创新能力，并在行业内树立了自身的品牌优势；同时与动漫游戏、教育内容等结合，使产品 IP 化和教育化。其产品附加值高，利润空间较大，企业的利润率也相对较高，代表企业有伟易达、奥飞娱乐、邦宝益智等。

（七）影响行业发展的有利和不利因素

1、有利因素

（1）行业市场前景广阔

国际市场方面，欧美等发达的玩具消费大国对玩具产品的需求基本稳定。同时，以印度、越南、拉丁美洲、东欧为代表的发展中国家和地区经济增长，消费能力的升级将带动全球玩具市场的需求，为中国玩具业的发展壮大提供了更加广阔的市场空间。

国内市场方面，首先，我国经济发展水平不断提高，人们的可支配收入增加，消费能力显著增强，这将有效地促进玩具行业的市场需求增长；其次，与发达国家相比，目前中国家庭平均玩具消费支出水平偏低，根据 Euromonitor 统计，2018 年我国家庭平均玩具消费支出为 268.5 元，这一水平不仅与欧美发达国家 1000-2000 元的消费水平对比悬殊，即便与巴西、俄罗斯等国也存在一定差距，我国玩具需求市场仍存在较大发展空间。再次，随着国家放开二胎政策，这将会使中国再出现新的一波婴儿潮，儿童的数量将稳步增加。另外，平均受教育程度的提升以及更加现代化的消费观念促使人们更加关注婴幼儿的启蒙教育，在选购玩具产品时也将更多的兼顾益智和娱乐等多种需求，这将使得智能科教玩具的消费空间进一步扩大。

（2）行业规范及国家产业政策促进行业长期良性发展

国家主要通过出台法律法规及设立行业技术标准两方面规范行业。近年来，国家针对玩具不断出台新法律法规，完善行业规范体系建设，包括《儿童玩具召回管理规定》《强制性产品认证管理规定》《进出口玩具检验监督管理办法》在内的一系列玩具法律法规不断出台。同时，随着玩具行业的不断进步，行业技术标准逐步完善，如《GB6675-2014 国家玩具安全技术规范》《GB/T22753-2008 玩具表面涂层技术条件》《GB24613-2009 玩具用涂料中有害物质限量》都逐步颁布并实施。这些法律法规及行业标准的建立，为行业长期健康发展奠定良好的基础。

2010年11月，国务院印发了《国务院关于当前发展学前教育的若干意见》，提出：加强对幼儿园玩教具、幼儿图书的配备与指导，为儿童创设丰富多彩的教育环境；2011年，国务院印发了《中国儿童发展纲要（2011-2020年）》，其中明确提出：加强婴幼儿用品、玩具生产和销售和游乐设施营运的监管，健全儿童玩具、儿童用品等的缺陷产品召回制度。2015年12月，十二届全国人民代表大会常务委员第十八次会议审议通过《全国人民代表大会常务委员关于修改〈中华人民共和国人口与计划生育法〉的决定》，该法律明确“国家提倡一对夫妻生育两个子女”，该政策的实施将刺激中国出生人口的增加，缓解老龄化带来的社会问题，从根本上带动儿童玩具、服装、食品等产品的需求大量增长。2017年2月，文化部颁布了《文化部关于“十三五”时期文化发展改革规划》，提出：推进文化产业与制造、建筑、设计、信息、旅游、农业、体育、健康等相关产业融合发展，增加文化含量和产业附加值，把文化资源转化为产业优势和市场优势。这些产业政策的实施对玩具行业的发展具有积极深远的影响，能有效促进玩具行业的长期良性发展。

（3）动漫产业的迅速发展有效带动玩具行业发展

玩具产品通过动漫的植入被赋予了文化内涵、故事内涵，提高了消费者的认可度和购买欲望。国内动漫玩具销售收入逐年增长让越来越多的中国玩具企业开始注重玩具产品动漫IP化，加强动漫玩具产品的开发以提高经济效益。目前，动漫玩具在美国、日本等动漫文化产业发达的国家已经占有较大的市场份额，是这些国家最主要的玩具产品类别之一。动漫产业在我国也得到了快速的发展，艾

瑞咨询发布的《2018年中国动漫行业研究报告》显示，动漫产业总产值突破1500亿，在线内容市场规模近150亿。动漫产业快速发展，以及玩具行业与文化行业的进一步融合，动漫玩具在我国将有着良好的发展前景。

（4）技术进步推动玩具产业的升级

我国玩具行业受到生产设备升级和自动化技术应用的影响，使产品的生产工艺得到了更好的安全性保障。模具制造设备的数控化、智能化使玩具产品研发效率提高。自动化生产使人工成本得到有效控制，产品质量更加稳定。

近年来随着互联网的普及，云端升级、蓝牙模块、芯片技术更多的运用到了玩具生产领域，进一步提高了玩具的智能化水平。互联网海量的内容以及硬件的应用使得玩具在智能性、互动性、益智性等方面具有更好的效果，智能科教玩具已成为新一代消费者的消费方向。智能科教玩具在整体产业结构中所占比重的不断提高，有利于玩具产业向高水平、健康的方向发展，提升我国玩具品牌的国际化水平。

（5）产业集群形成完整的产业链

中国的玩具制造业主要集中在广东、江苏、浙江等地区。其中，广东省作为我国玩具制造出口规模最大的省份，玩具产业区域形成了完整的上下游产业链，配套的模具设计与制造、塑料、电子、包材、五金等上游材料供应链、专业的玩具展厅、国内外经销商以及为玩具企业提供服务的物流企业，都聚集在玩具企业集中的区域。产业集群能降低企业的运营成本，提升产品的竞争力；同时，产业集群区域定期举行各种形式的玩具展会，吸引大量的经销商，为玩具企业的市场渠道开拓创造有利的条件。公司所在地广东省汕头市澄海区是世界级玩具产业集聚地，良好的政策环境和成熟的供应链体系助力当地玩具企业的发展，先后培育了多家玩具上市公司。

2、不利因素

（1）全球产品安全质量要求的提升

我国玩具主要以出口为主，随着全球环境保护及安全意识的不断提升，近年来包括美国、欧盟、日本、俄罗斯、巴西、印度等国均先后升级了玩具的相关安

全标准或者指令，不断升级的指令和适用标准，使我国玩具产业面临一定的贸易壁垒。

（2）原材料价格波动、劳动力成本上升

玩具产品成本中材料、人工成本占比较高。塑胶玩具的主要原材料是 ABS、PS、PP 等塑料，塑料价格受原油价格影响较大。玩具生产企业如果不能对原材料价格趋势进行合理预判并调整库存，将不能有效控制原材料采购成本，对玩具的正常生产产生不利影响。

近年来，物价水平、生活成本的不断攀升以及人口增长放缓等多方面因素导致我国劳动力成本不断上升。玩具产业是劳动密集型产业，劳动力成本的上升会直接导致玩具生产成本上升，压缩企业的利润空间，从而对玩具生产企业产生不利影响。

（3）电子游戏、网络游戏的冲击

随着经济发展和科技水平的提高以及移动终端设备的普及，每年有大量的电子游戏、网络游戏和移动端游戏推向市场，这种娱乐体验较强的游戏深受市场欢迎，对传统玩具市场造成一定冲击。另一方面，玩具与电子游戏都具有天然娱乐属性，越来越多电子游戏中的形象和道具，被开发出具有故事内涵的玩具产品，并引领玩具市场潮流，这为行业出现新兴业务形态和加快产业升级提供了一定的机遇。

（八）行业技术水平及技术特点、行业特有的经营模式及行业的周期性、区域性和季节性特征

1、行业技术水平及技术特点

我国玩具行业经过多年的发展，国内优秀的玩具企业在产品设计创新、模具加工、生产工艺和流程方面已达到先进水平。

在产品设计方面，国内优秀企业通过不断的学习国外先进经验和对优秀设计人才的培养，部分品牌企业的设计水平不断提高，市场上已经形成了一批能够引领国内市场潮流的产品，这些产品设计新颖，并与国内主流文化元素融合。

在模具设计加工方面，模具的设计与加工水平对塑胶和合金类玩具影响较大，我国模具设计与加工技术经过多年的发展，技术已非常成熟，数字化、智能化、柔性化已在模具加工过程中得到了广泛的应用，大大提高了我国模具的设计和制造水平。

在生产工艺和流程方面，近年来，我国玩具生产机械化、自动化程度显著提高，各种数控机床、全自动注塑机、机械手等应用于整个玩具的生产流程，使玩具企业的生产效率更高，产品质量更加稳定，生产成本不断降低。

2、行业经营模式

我国玩具行业主要有三种经营模式：OEM、ODM 和 OBM。其中，OEM 和 ODM 是目前国内玩具企业最普遍的经营模式。

（1）OEM

OEM，英文 Original Equipment Manufacturer 的缩写，即代工生产，品牌生产者不直接生产产品，而是利用自己掌握的关键的核心技术负责设计和开发新产品，控制销售渠道，具体的加工任务通过合同订购的方式委托同类产品的其他厂家生产，然后将所订产品低价买断，并直接贴上自己的品牌商标。承接加工任务的制造商被称为 OEM 厂商。

（2）ODM

ODM，英文 Original Design Manufacturer 的缩写，是指制造方根据市场的需求及采购方的要求，研发设计和生产产品，制造方拥有一定设计能力和技术水平，基于授权合同生产产品，并贴客户的品牌。

（3）OBM

OBM，英文 Original Brand Manufacturer 的缩写，即自主品牌经营模式，是指企业自主开发品牌，拥有自主知识产权。企业自主进行设计研发、采购、生产，并以自主品牌进行市场开拓与销售。目前国内少数优势玩具企业采用该经营模式，该模式根据市场需求自主开发新产品，以自主品牌进行销售，能对品牌所产生的经济利益进行自主支配和决策，获取品牌带来的高附加值，能获得高于

市场的利润率。此外，自主品牌的建设可以培养顾客对品牌和企业的忠诚度，间接地为企业创造价值。发行人经营模式属于 OBM 模式。

三种经营模式比较如下表所示：

经营模式	品牌	定价权	附加值	实现难度
OEM	无	无	低	易
ODM	无	低	中低	易
OBM	有	高	高	难

3、行业的周期性、区域性和季节性特征

（1）周期性

玩具行业没有明显的周期性。玩具属于快消品，其生产和销售受居民收入水平和消费支出结构的影响较大，经济周期对玩具行业有一定的影响，但玩具行业的变化不与经济周期呈现高度相关性。伴随着人民生活水平的逐步提高，玩具的消费需求逐渐增加，即使经济不景气导致家庭的收入水平有所下降，家长们也会倾向于压缩自身的消费支出，维持儿童的消费，因为玩具消费占家庭消费的比重较小，因而玩具行业依然维持一个增长的发展态势。

（2）区域性

玩具行业具有较强的区域性。在玩具生产方面，从全球来看，世界知名玩具厂商主要分布在欧、美及日本等发达国家，这些企业规模大，品牌知名度高，具有全球影响力；玩具产品的生产主要集中在劳动成本较低的发展中国家和地区，如中国、印度、越南等。从国内来看，我国玩具生产企业主要集中在华南、华东地区，包括广东、江苏、浙江、福建和上海等省市。

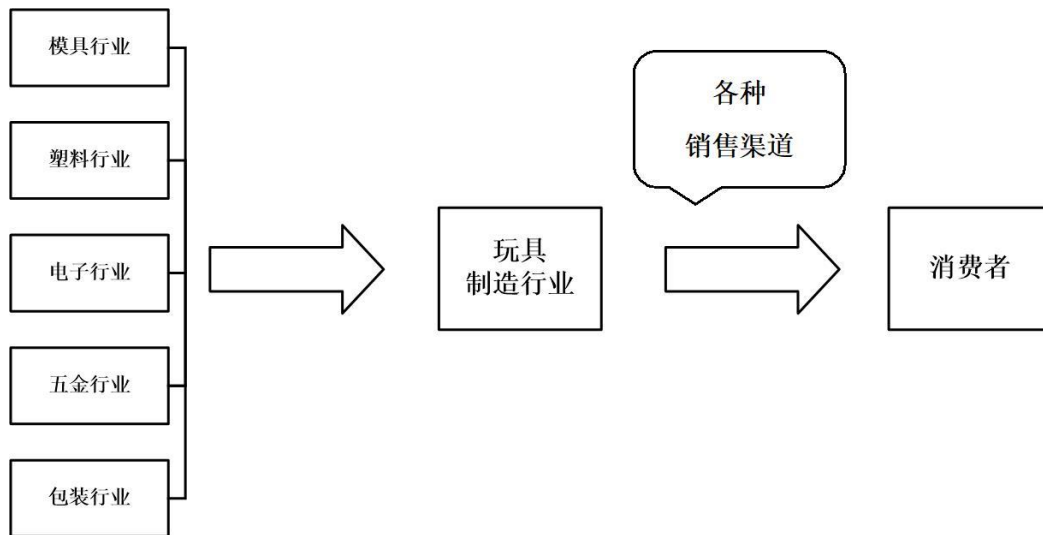
在玩具市场需求方面，从全球来看，美国、欧洲和日本等经济发达的地区玩具产品需求较大，是全球主要的玩具消费市场；近年来，随着亚太、非洲、拉美地区经济的发展，玩具消费水平快速提高，新兴玩具市场的成长速度远高于传统市场。从国内来看，东部沿海及一线城市、省会城市购买力较高，是我国主要的玩具消费市场。

（3）季节性

玩具销售受节假日的影响较大，通常节假日前后是销售旺季。在国内，主要的节假日如劳动节、儿童节、暑假、国庆节、寒假、春节等通常是玩具的销售旺季，而在北美和欧洲市场，暑假、寒假、复活节、圣诞节、元旦等通常是玩具的销售旺季，而下半年的节假日往往较多，因而玩具行业通常下半年销售收入高于上半年。但是随着全球经济的发展和人均消费水平的提高，玩具的消费更加日常化，玩具消费的季节性正在减弱。

（九）发行人所处行业与上下游行业之间的影响

玩具行业的产业链结构如下图所示：



1、上游行业与本行业的关联性及影响

（1）模具行业

模具是生产塑料玩具的重要工具，模具的质量和性能直接影响到产品的质量、寿命和生产成本等方面，所以对模具的精密度要求高。胶件通过模具注塑而成，是玩具的基础部件，胶件形状各异、数量多。使用较好的模具能使基础胶件加工尺寸精准、合格品率提高，基础胶件之间的契合度更高、组合更牢固。

（2）塑料行业

塑料是玩具行业主要原材料之一。从塑料的供给方面来看，随着我国塑料行业的不断发展与成熟，塑料的产量也不断上升，因此塑料的供给不存在瓶颈。从塑料的价格方面来看，塑料行业受原油价格波动影响较大，原材料的波动直接影

响了玩具的生产成本，进而影响生产企业利润空间。

（3）电子行业

电子技术不断地应用到玩具行业，使玩具更加智能化，促成了“电子智能玩具时代”的到来。具有高附加值的智能玩具在现在以及将来都将主导玩具市场，因此电子行业对玩具行业的促进作用越来越大。近几年电子产业在我国飞速发展，集成电路板获得广泛应用，国内电子芯片技术逐渐成熟。我国电子产业链较为完整，玩具产品相应的电子配件在国内均可采购，国内市场完全能够满足玩具企业的需求。随着科学技术的进步，电子产业促进了玩具产业的变革。

（4）五金行业

发行人部分产品包含五金组件，主要包括铁环、铁片、螺丝、铁轴、铜片、锌合金等通用小五金组件。小五金件在我国供应量充足，行业竞争充分，价格较为稳定，能完全满足玩具行业需求。

（5）包装行业

玩具生产完成后进入包装工序，然后投入市场销售。随着消费升级，人们对消费品的要求不仅是产品品质、品牌、价格等因素，精美的包装越来越得到消费者关注。包装产业在我国经过多年的发展，在包装设计及包装生产等方面已非常成熟，包装产品生产企业众多，能有效的满足本行业需求。

2、下游行业与本行业的关联性及影响

公司产品属于最终消费品，行业下游是终端消费者。全球各地区的经济发展水平、可支配收入水平、人们消费习惯、人口增长速度等因素决定了行业下游的消费需求。经济发达的欧美、日本等地区经济发展水平高，玩具消费需求旺盛；中国、拉美、印度等新兴经济体近年来经济增长迅速，这些国家人口基数大、儿童数量多，随着新兴经济体国家人民生活水平的提高，消费能力增强，玩具市场前景广阔。

（十）产品进口国主要政策、贸易摩擦对产品出口的影响

1、产品进口国有关政策对产品出口的影响

（1）产品进口国主要政策

目前各国都执行不同的安全标准，但均在 2018 年多次修订安全准则，呈现管控加紧趋势。以欧盟为例，2018 年来欧盟标准化委员会对其采用的安全标准进行了多次修订，相关要求愈发严格。

①欧盟

欧盟对玩具产品的要求非常严格，2016 年 1 月 15 日，欧盟在其官方公报上正式公布 REACH 法规协调标准 EN1811:2011+A1:2015，对有关镍释放含量标准做出新的规定。2016 年 2 月 17 日欧盟官方发布新法规（EU）2016/217，修订了 REACH 法规中关于镉的相关限制条款，规定镉含量超过 0.01% 的油漆不得使用或投放欧盟市场。2016 年 12 月 13 日，欧盟官方公报正式发布法规(EU)2016/2235，将双酚 A（BPA）加入 REACH 法规附件 XVII 的第 66 项。该条款规定自 2020 年 1 月 2 日之后投放市场的热敏纸中的双酚 A 限量不得超过 0.02%。2017 年 4 月 27 日，欧盟发布 EU 2017/738 号指令，修订玩具安全指令 2009/48/EC 中重金属铅迁移量的限值，指令于 2018 年 10 月 28 日生效。2017 年 5 月 4 日，欧盟发布 EU 2017/774 号指令，修订玩具安全指令 2009/48/EC。修订内容包括：增加附录 II 附件 C 中苯酚（Phenol，CAS 号：108-95-2）的限量要求，要求聚合物材料中苯酚含量不得超过 5ml/L（迁移限量），防腐剂中苯酚含量不得超过 105ml/L（总限量）。指令于 2017 年 5 月 24 日生效。2017 年 5 月 24 日，欧盟发布 EU 2017/898 号指令，修订玩具安全指令 2009/48/EC 双酚 A 的迁移要求。修订内容包括：针对 3 岁以下儿童玩耍的玩具或者意图放入嘴巴的玩具，双酚 A 迁移量从 0.1mg/L 调整为 0.04mg/L，指令于 2017 年 6 月 3 日生效。2018 年 3 月，欧盟委员会向 WTO 提交了通报草案 G/TBT/N/EU/564，拟修订 REACH 法规限制篇第 51 条邻苯二甲酸酯的管控要求，较之前条款主要新增了 DIBP 的管控要求。2018 年 4 月，欧盟标准化委员会发布了 EN71-8:2018《玩具安全第八部分-家用活动类玩具安全要求》。2018 年 12 月，欧盟修订 EN71-1 玩具安全标准，合并三个项目。2019 年 4 月，欧洲标准化委员会发布了玩具安全标准 EN-71 第三部分：特定元

素的迁移的 2019 版。

②美国

2009 年 8 月 13 日美国消费品安全委员会（CPSC）发布通告，自 2009 年 8 月 14 日起《美国消费品安全改进法案》中针对儿童产品的新标准将正式实施。这些生效的新标准有：含铅量、含铅油漆和其他表层涂料、邻苯二甲酸盐含量，以及产品质量安全第三方认证，由自愿执行改为强制执行。2012 年 6 月 12 日，美国 ASTM 颁布的新修订版本玩具安全标准 F963-11 强制执行，该新版标准修订主要涉及新增重金属限制要求、挤压玩具、具有球星末端的特定玩具、乘骑玩具和玩具座椅的稳定性等条款。2016 年 10 月 19 日美国 ASTM 发布《消费者安全规范-玩具安全》最新版本 F963-16，并于 2017 年年中成为强制要求，该新版标准修订主要涉及弹射类玩具动能要求、新增对含可充电电池和电池组的玩具的测试要求等条款。2017 年 8 月 24 日起，美国 ASTM F963-17 标准取代 ASTM F963-16，成为强制性的玩具安全标准。和 2016 版相比，ASTM F963-17 更新部分主要有以下内容：当弹射物的动能大于 0.08 J，弹射物的单位面积的动能 KED 依照 8.14.6 的测试方法要求不能大于 2500J/m²。2017 年 10 月 27 日，美国消费品安全委员会发布一则最终规则修订玩具和儿童护理产品邻苯要求。自 2018 年 4 月 25 日起，儿童玩具和儿童护理产品如含有含量超过 1000ppm(0.1%) 的 8 项邻苯任意一项，将不得在美国市场销售。2018 年 7 月，美国消费品安全委员会就《玩具适用年龄判定指南》草案向公众征求意见。

③其他国家和地区

俄罗斯《少年儿童用产品安全技术规程》已于 2012 年 1 月 1 日正式生效，该规程对玩具、儿童推车等儿童产品制定了详细的安全技术要求，进口玩具和儿童产品应符合化学、生物、机械、防火、防电、防热安全要求以及防爆安全和防辐射。

2014 年 7 月 9 日，巴西国家计量、标准化和工业质量理事会发布关于玩具技术法规 Ordinance No 310 的 G/TBT/N/BRA/597 号 TBT(技术贸易壁垒)通报。涉及产品包括玩具及其零部件，骑乘玩具（如三轮车、滑板车、儿童自行车、玩偶车等），HS 号（海关商品编码）：9501。该法规规定了巴西市场上玩具产品必

须符合的强制性要求。

2016年2月1日，日本玩具协会发布新的玩具安全标准 ST2016，相较于旧版标准 ST2012，新标准作出了更为严格的要求，其中对物理机械性能部分作出修订，阻燃性能部分也更新至与 ISO 8124-2:2014 相同。2018年6月13日，日本玩具协会修订第2版玩具安全标准 ST2016 物理和机械性能第1部分内容。修订内容主要增加新的标识要求，包括修订“小球”的定义、添加了显示位置、字母大小和颜色等，以保护儿童，使其免受窒息事故造成的伤害。

2017年9月1日，印度商务和工业部对外贸易总局发布 26/2015-2020 号通告，修订玩具进口政策。通告要求进口玩具必须随附由生产商提供的、证明进口玩具的抽检样品已经印度国家实验室检测与检定认可委员会（NABL）认可的独立实验室检验并符合印度标准局（BIS）发布的玩具标准的证书。该证书仅对合格证书中注明的生产期限内的玩具负责。

（2）政策对我国玩具出口影响

①有利影响

欧美市场及新兴市场不断提高玩具安全标准，虽然对我国玩具企业出口带来较大的挑战，但从长期来看，这些标准能促进我国玩具行业技术的发展与进步，也能大大减少我国玩具产品在国外的纠纷案件。同时，标准的提高为市场整合带来机遇，标准提高相应提升了行业出口门槛，国内部分代加工企业，由于规模较小、技术力量薄弱，将逐步被市场淘汰，而具有质量优势和成本控制优势的规模化生产企业将进一步提高市场占有率，有利于实现行业良性发展。

②不利影响

玩具标准的提高使行业内的企业对生产设备的精密度、原材料采购的标准提出更高的要求；此外，各国的玩具安全标准执行有所不同，出口型玩具企业需要经过多次检测才能对应各国标准，花费更多的质量检测费、认证费等。这些将加大企业的成本与费用支出，削弱我国产品出口的性价比优势。

2、贸易摩擦对出口产品的影响

2018 年以来，美国实施“美国优先”的政策，在世界范围内与多个经济体形成贸易争端，与我国也不断产生贸易摩擦。但由于以美国为核心的发达国家基本已经将玩具生产转移到发展中国家，对进口玩具依赖较大，所以对于玩具的进口没有特别的限制政策和贸易关税政策。

另外，印度玩具市场发展迅速，但严重依赖进口，根据印度官方数据，该国每年进口的玩具中有 75% 来自中国。印度为了扶持本国玩具制造业，2020 年 2 月 1 日起，印度对进口中国的玩具加征关税，从原来的 20% 提升到 60%，提高了中国玩具进入印度的门槛，这将对中国玩具出口印度产生一定影响。

三、本公司的竞争地位

（一）公司的行业地位

发行人主要从事智能科教玩具的研发、生产及销售业务，是业内较早从事智能科教玩具企业之一，经过多年的积累，凭借独特的创意设计理念及良好的产品质量，已在市场上树立了良好的品牌形象，获得了较高的客户认可度。

公司多次获得各种荣誉及奖项，2018 年被广东省科学技术厅认定为“广东省智能化自动控制益智玩具工程技术研究中心”，2019 年被广东省工业和信息化厅认定为“省级工业设计中心”以及“广东省省级企业技术中心”。

公司子公司佳奇娱乐打造的以变形机器人为核心题材的《机变英盟》系列在金鹰卡通、卡酷少儿、嘉佳卡通、江苏优漫、上海炫动、浙江少儿、甘肃少儿、深圳少儿、大连少儿等各大传统电视媒体均有播出，并在爱奇艺、腾讯视频、优酷、乐视、哔哩哔哩、搜狐、芒果 TV 等各大网络平台播放，为公司变形玩具系列产品境内的推广和销售做出了较大贡献。《机变英盟》制作和播出的成功是公司“动漫+玩具”模式的持续探索，也是公司践行“玩具与文化创新融合”发展战略的实施路线的体现。

（二）发行人的市场占有率及未来变化趋势

2017-2019 年，我国玩具行业相关上市公司营业收入占行业比重及发行人营

业收入占行业比重如下表所示：

单位：万元

名称	2019年玩具相关收入	占行业比重	2018年玩具相关收入	占行业比重	2017年玩具相关收入	占行业比重
奥飞娱乐	126,234.15	-	137,751.69	0.55%	195,512.54	0.83%
星辉娱乐	44,961.76	-	56,239.49	0.22%	67,646.51	0.29%
高乐股份	50,774.84	-	46,001.99	0.18%	59,796.39	0.25%
邦宝益智	51,760.74	-	38,058.52	0.15%	32,533.93	0.14%
实丰文化	38,690.36	-	38,966.39	0.16%	42,362.34	0.18%
本公司	42,564.67	-	39,757.90	0.16%	30,452.67	0.13%

数据来源：1、各上市公司年报、发行人财务报告，上市公司营业收入采用玩具板块相关收入；2、玩具行业主营业务收入来自《2017年1-12月玩具行业运行情况》《2018年传统玩具进出口数据与分析》《2018年中国玩具行业市场现状与发展趋势，全球玩具行业安全政策管控趋严》。2017年数据为规模以上玩具制造企业的主营业务收入，众多小微玩具制造企业的收入没有统计，因此实际市场占有率应更低。

国内玩具企业较国外企业总体规模较小，行业集中度较低。2017年、2018年，发行人的市场占有率基本保持稳定。未来公司将继续立足于玩具产业，依托本次募投项目，进一步提升公司的产能及市场影响力，并持续不断投入设计及研发力量，通过加强玩具与技术、玩具与文化的创新融合，丰富玩具的文化内涵，不断提高公司产品的附加值，扩大产品市场占有率，巩固和提升行业地位。

（三）本公司的竞争优势

公司主要产品包括机器人玩具、恐龙玩具、变形玩具、婴幼儿玩具等几大系列，其中，公司自主推出的《机变英盟》系列动漫使公司变形玩具产品IP化，变形玩具已经成为了公司报告期内的核心竞争力产品，婴幼儿玩具“奇迪乐”系列推出后，受到市场欢迎，销售额在2019年大幅增长。此外，公司产品的竞争优势主要还体现在研发设计方面，公司凭借在智能科教玩具领域多年的沉淀和积累，形成一系列常青类产品。

1、研发设计优势

公司自成立以来对玩具的研发高度重视，在澄海与深圳两地分设研发中心，培养了一批玩具研发人才。公司的设计人员除具备美工科、儿童心理学、色彩设计学背景以及丰富的产品研发经验外，不断的挖掘总结，分析幼儿的身心发展规

律，结合儿童心理学、儿童生理发展关键期的知识，在产品中植入符合儿童心理发展的教育内容，区别于普通玩具厂家将海量学习内容生硬嵌入产品，公司强调对内容分月龄段的精准植入，辅以现有科学技术，形成了较好的玩具创意设计能力，并将创意转化为丰富的功能，开发出了一系列受市场欢迎的产品，真正做到寓教于乐。近年来，公司除了对原有优势的大童产品，如变形系列、机器人系列、恐龙系列进行不断升级和创新外，于 2018 年设计研发出了适合婴幼儿的“奇迪乐”系列玩具，实现全年龄段覆盖，持续带动公司玩具业务销售收入的大幅增长。

随着技术进步以及社会发展水平的不断提高，终端消费者对玩具的智能性、教育性和创意性等提出了更高的要求，玩具产品的研发设计，特别是创意设计已成为玩具生产厂商最核心的竞争力。

截至 2020 年 3 月 31 日，公司以及子公司已取得实用新型专利 24 项及外观设计专利 172 项，著作权 202 项，被认定为“广东省智能化自动控制益智玩具工程技术研究中心”“广东动漫（玩具）创意产业集群核心成员”“汕头市智能化自动控制益智玩具工程技术研究中心”“澄海玩具行业产品科技创新企业”“省级工业设计中心”“广东省省级企业技术中心”等。公司“智能遥控机器人系列”“遥控变形汽车人系列”“多关节弹射对碰合体变形机器人系列”“益智合金手动变形机器人系列”产品被认定为广东省高新技术产品。

2、覆盖全球的营销网络优势

公司通过多年的市场积累形成了完善的市场销售网络，与众多海内外经销商建立了良好的销售关系。国际方面，公司产品销往印度、中东、欧洲、美洲、东南亚、非洲等超过 70 个国家和地区，并通过经销商进驻哈姆雷斯、LULU 超市、Centre Point、Mytoys、Kiddy Zone 等终端；在国内方面，与东北、华北、华中、华东、华南及西南地区等超过 19 个省、60 个城市、260 个左右经销商建立了合作关系，产品进驻商超、百货、玩具专卖店、母婴店以及潮品店等终端。此外，公司多次参加中国进出口商品交易会（广交会）、香港玩具展（HONG KONG TOYS & GAMES FAIR）、纽伦堡玩具展（SPIELWARENMESSE）、纽约玩具展（NEW YORK TOY FAIR）、俄罗斯玩具展（MIR DETSTVA）等多个国内外知名

的行业展会，巩固原有市场的基础上，开拓新市场。

近年来，公司持续不断完善销售体系，拓宽销售渠道。为适应蓬勃发展的国内玩具消费市场，公司针对变形玩具系列制作了《机变英盟》第一季、第二季2部动漫，对变形机器人系列玩具进行了IP化，并增强了国内销售团队的体系建设，产品已进驻沃尔玛、华润万家、乐购、大润发、易初莲花、家乐福、物美、天虹、北京华联、永辉超市、欧尚超市、苏宁红孩子、孩子王、玩具反斗城、爱婴岛、诺米等终端。此外，随着手机等移动智能终端的迅速发展，消费者的消费习惯有了极大的改变。公司为了适应消费者新的购物习惯，逐步增加了电商平台等新兴渠道的投入，在京东、天猫等电商平台设立了直营店铺。

3、制造与质量管理优势

公司通过了中国质量认证中心（CQC）GB/T19001-2016/ISO9001：2015质量管理体系认证。同时，公司主要内销产品通过国家强制性3C认证，外销产品通过欧盟的RoHS认证和EN71、EN62115、EN60825-1、R&TTE\EMC、REACH、PAHs等认证，美国的ASTM-F963、FCC、CPSC、CPSIA(HR4040)等检测认证。

随着玩具产品的创新水平日益提高，单一系列的生产往往涉及上百套模具，物料涉及上百个品种，这对于规模生产企业的生产组织提出了更高的要求。具体而言：

（1）单一玩具由很多零部件组装而成并且对零部件之间的协配性要求非常高，要求生产企业在模具设计、模具制造、胶件注塑等每一个生产环节都具有较高的生产质量控制能力。

（2）单一玩具的生产往往涉及上百个物料品种，如何在控制成本的情况下组织各个部件的生产或者采购，如何安排生产计划以及对工人进行不同的工序分工，进而实现在特定的生产设备和生产时间条件下完成生产任务，这对企业的生产组织方面提出了较高的要求。

经过近20年的行业积累，发行人已积累了丰富的玩具生产管理经验及人才，并通过软件系统等方式提高了生产管理的科学性，实现了降本增效，不断提升公司在行业内的竞争力。公司拥有先进的加工设备及高素质的生产队伍，拥有先进

的模具设计中心，高效的注塑、装配等生产车间。公司积极引入先进自动化设备，不断研究工艺技术革新，先进设备的使用保证了产品品质，提高了生产效率。

4、产业集群地优势

我国玩具制造企业众多，产业集群现象明显。目前，国内玩具制造企业主要集中在广东、江苏、浙江、福建、上海等经济发达的沿海地区。公司地处广东省汕头市澄海区，汕头市澄海区被评为“中国玩具礼品之都”、“中国玩具礼品城”、“国家级玩具礼品出口基地”，是我国著名的玩具生产集群地，拥有完善的产业配套体系和便捷的物流体系，能够极大地降低玩具产品原材料、零部件的采购成本和产品物流成本，具有全球不可复制的玩具供应链生态，为公司在激烈的玩具市场竞争环境中保持较强的竞争力打下了坚实的基础。

同时，作为我国主要的玩具产业集群地之一，多年来汕头市通过产业政策、财政和信贷支持等多种方式给予玩具行业企业较大的产业扶持力度，为公司发展创造了良好的政策环境。

（四）本公司的竞争劣势

1、公司产能负荷高，自动化程度低

近年来，随着公司境内外销售渠道建设的逐步完善，品牌影响力的增强，自主打造的动漫在各大卫视和网络平台的播放，公司玩具产品销量迅速增长。然而，公司日益增长的销售规模使得公司现有的生产能力面临较大的压力。为保持产品市场竞争力，近年来公司通过设备更新、部分工序委外加工等手段满足公司快速发展的要求。但是，受制于生产场地和自动化程度低，公司的生产规模仍难以满足公司持续增长的销售规模。因此，随着产业竞争程度越发激烈，公司目前在产能方面存在的劣势日益凸显，公司需要在现有产能产量基础上继续扩张，并提升自动化水平。

2、经营规模相对偏小

国内玩具品牌企业与国外品牌企业相比，整体经营规模存在较大的差距，公司也不例外。特别是在当前国外知名玩具企业加速进入中国的形势下，为抢占市场机遇，迅速巩固并提升公司的市场竞争力和市场地位，实现企业的战略发展目

标，急需通过品牌推广、产品创新和渠道扩大等措施来满足公司的快速发展需要。

3、公司资金实力有限

公司作为国内具有一定规模的玩具企业，多年来不断成长，但相对于国内外规模较大的企业而言，公司资金实力仍旧较弱，融资渠道较为单一。资金实力一方面限制了公司在新产品开发、新技术应用领域等方面的发展，同时也限制了公司产能规模的进一步扩张。随着近年来的快速发展，公司需要不断加大对生产设备和检测设备的投资、加强公司自主 IP 的打造、完善营销网络及新产品的设计研究开发，上述举措都需要大量的资金支持，依靠目前单一的融资渠道和企业自有资金积累难以满足公司快速发展的需求。

四、发行人产品的销售情况和主要客户

（一）主要产品的产能、产量、销量

公司生产的玩具主要由各类塑胶、电子配件、五金、包材等构成，其中塑胶件通过注塑工艺采用注塑成型方式生产，其他配件如五金、电子配件通过外购方式取得。因此，公司玩具产品的产能主要由生产前工序的注塑成型能力以及后工序的装配能力决定。由于玩具产品的非标特性，品种丰富的玩具产品使得难以将装配力量化，因此针对公司生产产能，以生产流程中的前工序产能进行分析。产能单位以注塑机的产能单位“吨”列示，而玩具产品的销售以“件”、“套”为单位，为了方便计算产能利用率和产销率，产量单位分别用“吨”和“件”或“套”为单位列示。其中，产能利用率=产量（吨）/产能（吨），玩具产销率=销量（件、套）/产量（件、套）。

报告期内，公司注塑机的产能、产量情况如下表：

项目	2020年1-3月	2019年度	2018年度	2017年度
注塑机数量（台）	54	54	54	32
产能（吨）	1,148.07	5,740.37	4,465.42	3,992.34
产量（吨）	2,194.48	13,070.74	10,927.94	8,312.15
产量（剔除委外）（吨）	521.93	5,490.48	4,326.18	4,620.61
产能利用率（剔除委外）	45.46%	95.65%	96.88%	115.74%

报告期内，公司的产量、销量情况如下表：

产品类别	项目	2020年1-3月	2019年度	2018年度	2017年度
变形玩具	产量（万件/套）	63.17	556.46	579.41	356.00
	销量（万件/套）	68.53	566.90	548.63	331.14
	产销率	108.49%	101.88%	94.69%	93.02%
机器人玩具	产量（万件/套）	21.69	172.72	257.87	502.11
	销量（万件/套）	20.90	169.31	259.05	521.41
	产销率	96.36%	98.03%	100.46%	103.84%
婴幼儿玩具	产量（万件/套）	123.03	564.31	-	-
	销量（万件/套）	150.22	503.46	-	-
	产销率	122.10%	89.22%	-	-
恐龙玩具	产量（万件/套）	12.70	100.37	150.37	131.63
	销量（万件/套）	9.38	100.27	152.10	132.90
	产销率	73.86%	99.90%	101.15%	100.96%
其他玩具	产量（万件/套）	47.24	423.81	436.44	347.80
	销量（万件/套）	49.76	422.83	436.57	349.69
	产销率	105.33%	99.77%	100.03%	100.54%

（二）报告期内主营业务产品销量和平均单价情况

报告期内各期间，公司各类别产品的销售数量和平均单价情况如下：

单位：万件（套）；元

类别	2020年1-3月		2019年		2018年		2017年	
	数量	平均售价	数量	平均售价	数量	平均售价	数量	平均售价
变形玩具	68.53	30.33	566.90	32.48	548.63	38.67	331.14	31.87
机器人玩具	20.90	27.89	169.31	35.07	259.05	37.06	521.41	23.03
婴幼儿玩具	150.22	21.77	503.46	22.48	-	-	-	-
恐龙玩具	9.38	26.96	100.27	28.43	152.10	30.94	132.90	30.79
其他玩具	49.76	8.49	422.83	9.56	436.57	9.71	349.69	10.86

（三）报告期内前十大客户的情况

1、报告期内向前十大客户的销售情况

2020年1-3月向前十大客户的销售情况：

客户	销售产品	金额 (万元)	毛利率 (%)	占发行人当期营业收入 的比重 (%)
美佳集团	变形玩具	507.44	29.52	7.18
	机器人玩具	142.85	26.29	2.02
	恐龙玩具	76.42	28.44	1.08
	其他玩具	143.33	14.80	2.03
	婴幼儿玩具	986.59	29.21	13.97
	合计	1,856.64	27.92	26.28
MOUNTAINKING INTERNATIONAL TRADING CO., LIMITED/汕头市长 煌贸易有限公司	变形玩具	156.00	28.50	2.21
	机器人玩具	22.45	25.51	0.32
	恐龙玩具	22.84	29.42	0.32
	其他玩具	107.46	14.24	1.52
	婴幼儿玩具	490.83	28.27	6.95
	合计	799.58	26.38	11.32
汕头市迪华贸易有 限公司/汕头市皮恩 希玩具有限公司	变形玩具	326.43	33.56	4.62
	机器人玩具	63.36	31.55	0.90
	恐龙玩具	9.32	22.13	0.13
	其他玩具	0.32	13.72	0.00
	婴幼儿玩具	324.16	30.52	4.59
	合计	723.60	31.86	10.24
林宝香港有限公司	变形玩具	153.86	29.01	2.18
	机器人玩具	41.05	20.00	0.58
	恐龙玩具	4.39	25.79	0.06
	其他玩具	44.64	12.76	0.63
	婴幼儿玩具	352.24	28.29	4.99
	合计	596.17	26.73	8.44
汕头市怡盛贸易有 限公司	变形玩具	212.72	33.45	3.01
	机器人玩具	21.82	25.73	0.31
	恐龙玩具	13.12	28.35	0.19
	婴幼儿玩具	104.34	29.89	1.48
	合计	351.99	31.72	4.98
汕头市澄海区华达 玩具进出口贸易有 限公司	变形玩具	236.41	33.51	3.35
	机器人玩具	19.92	25.96	0.28
	恐龙玩具	5.12	11.93	0.07
	婴幼儿玩具	60.87	30.38	0.86

客户	销售产品	金额 (万元)	毛利率 (%)	占发行人当期营业收入 的比重 (%)
	合计	322.32	32.11	4.56
SHANTOU HEZONG TOYS CO., LIMITED	变形玩具	56.45	28.46	0.80
	机器人玩具	33.72	28.41	0.48
	恐龙玩具	16.80	30.36	0.24
	其他玩具	0.52	10.48	0.01
	婴幼儿玩具	145.27	29.95	2.06
	合计	252.76	29.40	3.58
SHANTOU MINGBO TOYS CO. LIMITED	变形玩具	68.49	31.74	0.97
	机器人玩具	57.52	21.69	0.81
	恐龙玩具	10.88	30.83	0.15
	其他玩具	11.58	13.82	0.16
	婴幼儿玩具	97.01	30.52	1.37
	合计	245.49	28.02	3.48
汕头市澄海区冠华 进出口贸易有限公 司	变形玩具	57.21	31.57	0.81
	其他玩具	73.67	15.91	1.04
	婴幼儿玩具	94.77	29.77	1.34
	合计	225.65	25.70	3.19
汕头市赢盛进出口 贸易有限公司	变形玩具	55.57	33.27	0.79
	机器人玩具	43.07	33.85	0.61
	恐龙玩具	19.80	31.82	0.28
	婴幼儿玩具	15.25	31.80	0.22
	合计	133.69	33.08	1.89

注：受同一实际控制人控制的销售客户合并计算。

2019 年度向前十大客户的销售情况：

客户	销售产品	金额 (万元)	毛利率 (%)	占发行人当期营业收入 的比重 (%)
美佳集团	变形玩具	4,774.77	32.79	10.01
	机器人玩具	1,520.15	32.31	3.19
	恐龙玩具	653.13	31.32	1.37
	其他玩具	599.44	23.13	1.26
	婴幼儿玩具	2,719.65	32.03	5.70
	合计	10,267.15	31.86	21.53
MOUNTAINKING	变形玩具	2,317.03	31.08	4.86

客户	销售产品	金额 (万元)	毛利率 (%)	占发行人当期营业收入 的比重 (%)
INTERNATIONAL TRADING CO., LIMITED/汕头市长 煌贸易有限公司	机器人玩具	769.84	29.04	1.61
	恐龙玩具	339.98	30.25	0.71
	其他玩具	1,023.44	19.08	2.15
	婴幼儿玩具	2,563.23	31.70	5.37
	合计	7,013.53	29.29	14.71
林宝香港有限公司	变形玩具	2,167.28	32.37	4.54
	机器人玩具	1,001.55	31.44	2.10
	恐龙玩具	579.99	32.40	1.22
	其他玩具	604.91	21.57	1.27
	婴幼儿玩具	963.87	30.84	2.02
	合计	5,317.60	30.69	11.15
汕头市迪华贸易有 限公司/汕头市皮恩 希玩具有限公司	变形玩具	1,786.53	33.95	3.75
	机器人玩具	353.65	30.32	0.74
	恐龙玩具	237.57	30.96	0.50
	其他玩具	138.99	10.91	0.29
	婴幼儿玩具	980.66	32.57	2.06
	合计	3,497.40	32.08	7.33
广东健健智能科技 有限公司	变形玩具	860.11	35.85	1.80
	机器人玩具	693.36	28.92	1.45
	恐龙玩具	132.30	33.16	0.28
	其他玩具	450.91	30.68	0.95
	婴幼儿玩具	28.56	32.79	0.06
	合计	2,165.22	32.35	4.54
汕头市澄海区华达 玩具进出口贸易有 限公司	变形玩具	895.11	34.38	1.88
	机器人玩具	323.82	33.01	0.68
	恐龙玩具	135.18	33.27	0.28
	其他玩具	117.32	12.53	0.25
	婴幼儿玩具	460.71	32.87	0.97
	合计	1,932.14	32.39	4.05
森铭贸易有限公司	变形玩具	615.74	31.42	1.29
	机器人玩具	233.00	30.25	0.49
	恐龙玩具	175.92	32.16	0.37
	其他玩具	114.41	20.83	0.24

客户	销售产品	金额 (万元)	毛利率 (%)	占发行人当期营业收入 的比重 (%)
	婴幼儿玩具	305.00	31.85	0.64
	合计	1,444.06	30.57	3.03
汕头市怡盛贸易有限公司	变形玩具	533.59	32.41	1.12
	机器人玩具	88.05	28.16	0.18
	恐龙玩具	87.95	31.18	0.18
	其他玩具	69.04	8.74	0.14
	婴幼儿玩具	321.58	33.67	0.67
	合计	1,100.21	30.86	2.31
汕头市澄海区艳阳春贸易有限公司	变形玩具	386.29	32.04	0.81
	机器人玩具	65.56	31.07	0.14
	恐龙玩具	22.53	27.67	0.05
	其他玩具	37.10	11.61	0.08
	婴幼儿玩具	460.90	33.07	0.97
	合计	972.37	31.58	2.04
SHANTOU HEZONG TOYS CO.,LIMITED	变形玩具	351.76	32.22	0.74
	机器人玩具	93.01	29.73	0.20
	恐龙玩具	75.48	34.14	0.16
	其他玩具	42.55	20.03	0.09
	婴幼儿玩具	307.63	34.91	0.65
	合计	870.42	32.47	1.83

注：受同一实际控制人控制的销售客户合并计算。

2018 年度向前十大客户的销售情况：

客户	销售产品	金额 (万元)	毛利率 (%)	占发行人当期营业收入 的比重 (%)
美佳集团	变形玩具	7,325.61	32.77	18.40
	机器人玩具	3,348.83	30.37	8.41
	恐龙玩具	1,179.84	29.77	2.96
	其他玩具	576.32	17.67	1.45
	合计	12,430.60	31.14	31.22
林宝香港有限公司	变形玩具	1,578.83	31.72	3.97
	机器人玩具	1,076.93	28.44	2.71
	恐龙玩具	750.34	30.33	1.88
	其他玩具	1,198.44	19.32	3.01

客户	销售产品	金额 (万元)	毛利率 (%)	占发行人当期营业收入 的比重 (%)
	合计	4,604.54	27.50	11.57
汕头市迪华贸易有限公司/汕头市皮恩希玩具有限公司	变形玩具	2,526.89	31.05	6.35
	机器人玩具	581.53	30.26	1.46
	恐龙玩具	151.08	32.11	0.38
	其他玩具	201.79	17.62	0.51
	合计	3,461.29	30.18	8.69
汕头市澄海区华达玩具进出口贸易有限公司	变形玩具	1,783.59	33.12	4.48
	机器人玩具	548.97	31.84	1.38
	恐龙玩具	270.80	29.63	0.68
	其他玩具	103.50	15.20	0.26
	合计	2,706.85	31.83	6.80
汕头市艺丰贸易发展有限公司	变形玩具	767.31	31.66	1.93
	机器人玩具	475.81	30.85	1.20
	恐龙玩具	405.64	29.49	1.02
	其他玩具	172.54	18.58	0.43
	合计	1,821.30	29.73	4.57
MOUNTAINKING INTERNATIONAL TRADING CO., LIMITED/汕头市长煌贸易有限公司	变形玩具	973.15	33.35	2.44
	机器人玩具	315.93	29.23	0.79
	恐龙玩具	154.74	32.35	0.39
	其他玩具	103.45	17.29	0.26
	合计	1,547.26	31.33	3.89
汕头市赢盛进出口贸易有限公司	变形玩具	362.66	32.86	0.91
	机器人玩具	487.24	30.09	1.22
	恐龙玩具	204.74	31.41	0.51
	其他玩具	248.96	16.56	0.63
	合计	1,303.60	28.48	3.27
广东世纪信华文化发展有限公司	变形玩具	231.85	36.90	0.58
	机器人玩具	261.45	32.68	0.66
	恐龙玩具	87.20	32.16	0.22
	其他玩具	684.29	39.68	1.72
	合计	1,264.79	37.20	3.18
汕头市澄海区冠华进出口贸易有限公司	变形玩具	342.94	33.74	0.86
	机器人玩具	383.83	30.35	0.96

客户	销售产品	金额 (万元)	毛利率 (%)	占发行人当期营业收入 的比重 (%)
	恐龙玩具	30.07	24.43	0.08
	其他玩具	184.46	16.35	0.46
	合计	941.31	28.65	2.36
汕头市北舟进出口 贸易有限公司	变形玩具	305.31	31.42	0.77
	机器人玩具	252.87	29.06	0.64
	恐龙玩具	229.92	31.88	0.58
	其他玩具	106.13	17.00	0.27
	合计	894.23	29.16	2.25

注：受同一实际控制人控制的销售客户合并计算。

2017 年度向前十大客户的销售情况：

客户	销售产品	金额 (万元)	毛利率 (%)	占发行人当期营业收入 的比重 (%)
美佳集团	变形玩具	1,070.08	35.55	3.51
	机器人玩具	1,901.21	25.18	6.23
	恐龙玩具	597.17	27.99	1.96
	其他玩具	1,006.37	27.02	3.30
	合计	4,574.83	28.38	14.99
汕头市迪华贸易有 限公司/汕头市皮恩 希玩具有限公司	变形玩具	2,291.41	31.61	7.51
	机器人玩具	537.81	32.07	1.76
	恐龙玩具	618.00	32.59	2.03
	其他玩具	42.00	44.20	0.14
	合计	3,489.22	32.00	11.44
林宝香港有限公司	变形玩具	465.31	36.91	1.53
	机器人玩具	2,031.94	24.81	6.66
	恐龙玩具	287.98	43.80	0.94
	其他玩具	143.73	4.85	0.47
	合计	2,928.96	27.62	9.60
森铭贸易有限公司	变形玩具	418.72	33.53	1.37
	机器人玩具	1,583.59	26.38	5.19
	恐龙玩具	328.41	33.58	1.08
	其他玩具	159.34	17.22	0.52
	合计	2,490.06	27.95	8.16
汕头市澄海区华达	变形玩具	1,234.62	29.14	4.05

客户	销售产品	金额 (万元)	毛利率 (%)	占发行人当期营业收入 的比重 (%)
玩具进出口贸易有限公司	机器人玩具	633.97	18.75	2.08
	恐龙玩具	168.60	1.71	0.55
	其他玩具	45.36	14.24	0.15
	合计	2,082.55	23.43	6.83
汕头市赢盛进出口贸易有限公司	变形玩具	375.12	32.99	1.23
	机器人玩具	637.73	33.43	2.09
	恐龙玩具	93.86	33.35	0.31
	其他玩具	93.13	27.49	0.31
	合计	1,199.84	32.83	3.93
汕头市北舟进出口贸易有限公司	变形玩具	488.00	33.27	1.60
	机器人玩具	335.60	31.53	1.10
	恐龙玩具	88.05	18.45	0.29
	其他玩具	178.76	17.27	0.59
	合计	1,090.41	28.92	3.57
广东健健智能科技有限公司	变形玩具	312.70	33.77	1.02
	机器人玩具	493.12	29.33	1.62
	其他玩具	19.65	33.29	0.06
	合计	825.47	31.10	2.71
汕头市澄海区冠华进出口贸易有限公司	变形玩具	252.83	29.10	0.83
	机器人玩具	412.56	29.77	1.35
	恐龙玩具	15.00	7.96	0.05
	其他玩具	16.80	30.25	0.06
	合计	697.20	29.07	2.29
汕头市艺丰贸易发展有限公司	变形玩具	151.57	32.61	0.50
	机器人玩具	281.06	32.48	0.92
	恐龙玩具	99.73	5.00	0.33
	其他玩具	72.23	14.77	0.24
	合计	604.59	25.86	1.98

注：受同一实际控制人控制的销售客户合并计算。

2018 年度,公司对美佳集团销售金额为 12,430.60 万元,销售数量为 339.65 万件,2019 年度,公司对美佳集团销售金额为 10,267.15 万元,销售数量为

391.39 万件，2019 年度相对 2018 年度，销售数量虽有所增加，但销售金额下降。

公司在 2018 年设计研发出了适合婴幼儿的“奇迪乐”系列玩具，2019 年度，美佳集团采购的婴幼儿玩具系列产品增加，占其采购总额的比例为 26.49%，但婴幼儿玩具的销售均价较低。2019 年度相对于 2018 年度，美佳集团采购的变形玩具、机器人玩具和恐龙玩具产品有所下降。

2020 年 1-6 月，受到印度加征关税和新冠疫情的影响，公司对美佳集团的销售金额同比下降 17.61%。

综上，2019 年度相对 2018 年度，虽然美佳集团采购的婴幼儿玩具系列产品增加，但婴幼儿玩具的销售均价较低，加之受到变形玩具、机器人玩具和恐龙玩具产品采购下降的影响，导致 2019 年度发行人向美佳集团的销售金额相对于 2018 年度有所下降。2020 年 1-6 月，受到印度加征关税和新冠疫情的影响，公司对美佳集团的销售金额同比下降 17.61%。

2019 年度和 2020 年 1-6 月，公司对美佳集团销售金额较同期有所下降，对公司存在一定不利影响，但公司通过深耕已有销售市场和开发新的销售区域，加大境内客户的开拓力度，对现有产品进行不断改进与创新，保持与现有客户持续稳定的合作关系，降低印度加征关税和对单一客户销售金额变动的影响。综上，公司对美佳集团销售金额较同期有所下降，但对公司的持续经营能力不构成重大影响。

报告期内，公司产品细分不同系列，各系列中不同型号产品价格、毛利率存在一定差异。公司对前十大客户的销售主要是根据市场情况，综合考虑区域、客户、产品、汇率、税费及销售模式等因素后制定合理价格。前十大客户与发行人无关联关系，交易价格公允。

报告期内，公司主要经销商不存在专门销售公司产品情况，经销商除销售公司的产品外，亦销售其他公司的产品。

2、报告期内前十大客户的基本情况

（1）美佳集团：包括 UNI-REGENT HOLDINGS LIMITED、IDEAL HOLDINGS (HK) LIMITED

①UNI-REGENT HOLDINGS LIMITED

客户名称	UNI-REGENT HOLDINGS LIMITED	
注册时间	1998年10月23日	
注册资本	港币10,000元	
股东结构	股东名称	持股比例
	谢惠俊	100%
主营业务	玩具、工艺品贸易	
所属行业	玩具贸易	
经营规模	2017年度至2020年1-3月，美佳集团自发行人采购金额占其采购总额的比例分别为8%、20%、15%和14%。	
客户开发方式、合作背景、合作期限	2015年经同行介绍开始合作	
是否存在关联关系	否	

②IDEAL HOLDINGS (HK) LIMITED

客户名称	IDEAL HOLDINGS (HK) LIMITED	
注册时间	2004年1月16日	
注册资本	港币200元	
股东结构	股东名称	持股比例
	谢惠俊	77.50%
	DALJINDERSINGHBRAR	10.00%
	林燕平	4.00%
	蔡颖	2.50%
	熊立新	2.00%
	杨春龙	2.00%
	林冬乔	2.00%
主营业务	玩具、工艺品贸易	
所属行业	玩具贸易	
经营规模	2017年度至2020年1-3月，美佳集团自发行人采购金额占其采购总额的比例分别为8%、20%、15%和14%。	
客户开发方式、合作背景、合作期限	经同行介绍自2017年开始合作	
是否存在关联关系	否	

(2) 林宝香港有限公司

客户名称	林宝香港有限公司
注册时间	2013年7月24日

注册资本	港币 10,000 元	
股东结构	股东名称	持股比例
	林曼琴	100%
主营业务	玩具贸易	
所属行业	玩具贸易	
经营规模	2017 年度至 2020 年 1-3 月，林宝香港有限公司自发行人采购金额占其采购总额的比例分别为 23%、30%、40% 和 15%。	
客户开发方式、合作背景、合作期限	2013 年底通过香港玩具展建立联系，2015 年开始合作	
是否存在关联关系	否	

(3) 汕头市澄海区华达玩具进出口贸易有限公司

客户名称	汕头市澄海区华达玩具进出口贸易有限公司	
注册时间	2006 年 7 月 26 日	
注册资本（实缴）	人民币 100 万元	
股东结构	股东名称	持股比例
	蔡锐彬	50%
	林佩霞	50%
主营业务	货物进出口	
所属行业	玩具贸易	
经营规模	2017 年度至 2020 年 1-3 月，汕头市澄海区华达玩具进出口贸易有限公司自发行人采购金额占其采购总额的比例分别为 8%、10%、9% 和 10%。	
客户开发方式、合作背景、合作期限	通过参加展会建立联系关系，2015 年起开始合作	
是否存在关联关系	否	

(4) 汕头市迪华贸易有限公司/汕头市皮恩希玩具有限公司：均系受同一实际控制人控制的企业

① 汕头市迪华贸易有限公司

客户名称	汕头市迪华贸易有限公司	
注册时间	2001 年 3 月 6 日	
注册资本（实缴）	人民币 300 万元	
股东结构	股东名称	持股比例
	陈勃	75%
	王尹	25%
主营业务	玩具、服装、纺织品、塑料制品等销售贸易	
所属行业	玩具贸易	

经营规模	2017 年度至 2020 年 1-3 月，汕头市迪华贸易有限公司自发行人采购金额占其采购总额的比例分别为 16%、17%、12% 和 15%。
客户开发方式、合作背景、合作期限	因其客户需求主动向公司寻求合作，2016 年开始合作
是否存在关联关系	否

②汕头市皮恩希玩具有限公司

客户名称	汕头市皮恩希玩具有限公司	
注册时间	2009 年 11 月 10 日	
注册资本（实缴）	人民币 300 万元	
股东结构	股东名称	持股比例
	陈勃	50%
	王尹	50%
主营业务	玩具、服装、纺织品、塑料制品等销售贸易	
所属行业	玩具贸易	
经营规模	2017 年度至 2020 年度 1-3 月，汕头市皮恩希玩具有限公司自发行人采购金额占其采购总额的比例分别为 19%、12%、20% 和 22%。 2010 年成为美国 BEN10 在中国的指定授权销售商，是家乐福、沃尔玛、欧尚、反斗城等国际零售商的全球指定供应商。（注）	
客户开发方式、合作背景、合作期限	因其客户需求主动向公司寻求合作，2017 年建立合作关系	
是否存在关联关系	否	

注：上述信息来自来源于汕头市皮恩希玩具有限公司官网 <http://www.pnctoys.com/index.aspx>

(5) MOUNTAIN KING INTERNATIONAL TRADING CO., LIMITED 和汕头市长煌贸易有限公司均系受同一实际控制人控制的企业。

① MOUNTAIN KING INTERNATIONAL TRADING CO., LIMITED

客户名称	MOUNTAIN KING INTERNATIONAL TRADING CO., LIMITED	
注册时间	2014 年 6 月 19 日	
注册资本	港币 10,000 元	
股东结构	股东名称	持股比例
	陆铭彬	50%
	陈薇	50%
主营业务	玩具贸易	
所属行业	玩具贸易	
经营规模	2018 年度至 2020 年 1-3 月，MOUNTAIN KING INTERNATIONAL TRADING CO., LIMITED 和汕头市长煌贸易有限公司自发行人采购金额占其采购总额的比例分别为 3%、10% 和 8%。	
客户开发方式、合作背景、合作期限	经同行业介绍，2018 年开始合作	

是否存在关联关系	否
----------	---

②汕头市长煌贸易有限公司

客户名称	汕头市长煌贸易有限公司	
注册时间	2014年10月23日	
注册资本（注）	人民币1,000万元	
股东结构	股东名称	持股比例
	陆铭彬	50%
	陈薇	50%
主营业务	玩具贸易	
所属行业	玩具贸易	
经营规模	2018年度至2020年1-3月，MOUNTAINKING INTERNATIONAL TRADING CO., LIMITED 和汕头市长煌贸易有限公司自发行人采购金额占其采购总额的比例分别为3%、10%和8%。	
客户开发方式、合作背景、合作期限	经同行业介绍，2017年开始合作	
是否存在关联关系	否	

注：工商信息仅显示认缴，未查询到其实缴信息。

(6) 汕头市澄海区冠华进出口贸易有限公司

客户名称	汕头市澄海区冠华进出口贸易有限公司	
注册时间	1999年3月4日	
注册资本（实缴）	人民币100万元	
股东结构	股东名称	持股比例
	许丽粧	50%
	潘自强	12.50%
	吴林涛	12.50%
	唐彦辉	12.50%
	刘梓明	12.50%
主营业务	环保产品、机械产品、智能机器人等销售贸易	
所属行业	玩具贸易	
经营规模	2017年度至2020年1-3月，汕头市澄海区冠华进出口贸易有限公司自发行人采购金额占其采购总额的比例分别为4%、5%、1%和5%。	
客户开发方式、合作背景、合作期限	通过行业了解，2008年开始合作	
是否存在关联关系	否	

(7) 汕头市赢盛进出口贸易有限公司

客户名称	汕头市赢盛进出口贸易有限公司	
注册时间	2013年6月17日	
注册资本（实缴）	人民币300万元	
股东结构	股东名称	持股比例
	林顺清	100%
主营业务	玩具、塑料制品、工艺品等销售贸易	
所属行业	玩具贸易	
经营规模	2017年度至2020年1-3月，汕头市赢盛进出口贸易有限公司自发行人采购金额占其采购总额的比例分别为20%、20%、10%和13.7%。	
客户开发方式、合作背景、合作期限	经同行业介绍，2013年起开始建立合作关系	
是否存在关联关系	否	

(8) SHANTOU HEZONG TOYS CO., LIMITED

客户名称	SHANTOU HEZONG TOYS CO., LIMITED	
注册时间	2015年7月23日	
注册资本	港币500,000元	
股东结构	股东名称	持股比例
	李楚泽	55%
	黄加纯	45%
主营业务	玩具贸易	
所属行业	玩具贸易	
经营规模	2017年度至2020年1-3月，SHANTOU HEZONG TOYS CO., LIMITED自发行人采购金额占其采购总额的比例分别为10%、8%、11%和7%。	
客户开发方式、合作背景、合作期限	经同行业介绍，2017年建立合作关系	
是否存在关联关系	否	

(9) 广东健健智能科技有限公司

客户名称	广东健健智能科技有限公司	
注册时间	2015年9月21日	
注册资本（实缴）	人民币1,000万元	
股东结构	股东名称	持股比例
	黄初健	60%
	吴清幼	40%
主营业务	玩具、日用百货、家用电器、塑料制品等销售贸易	
所属行业	玩具贸易	

经营规模	2017 年度至 2020 年 1-3 月，广东健健智能科技有限公司自发行人采购金额占其采购总额的比例分别为 12%、9%、30% 和 20%。
客户开发方式、合作背景、合作期限	经同行业介绍，2016 年开始合作
是否存在关联关系	否

(10) 森铭贸易有限公司

客户名称	森铭贸易有限公司	
注册时间	2014 年 4 月 3 日	
注册资本	港币 10,000 元	
股东结构	股东名称	持股比例
	曾树雄	100%
主营业务	玩具贸易	
所属行业	玩具贸易	
经营规模	2017-2019 年度，森铭贸易有限公司自发行人采购金额占其采购总额的比例分别为 20%、3%、12%。	
客户开发方式、合作背景、合作期限	通过参加展会取得联系，2015 年开始合作	
是否存在关联关系	否	

(11) 汕头市北舟进出口贸易有限公司

客户名称	汕头市北舟进出口贸易有限公司	
注册时间	2015 年 8 月 4 日	
注册资本（实缴）	人民币 300 万元	
股东结构	股东名称	持股比例
	陈沐	100%
主营业务	玩具、塑料制品、工艺品等销售贸易	
所属行业	玩具贸易	
经营规模	2017 年度至 2020 年 1-3 月，汕头市北舟进出口贸易有限公司自发行人采购金额占其采购总额的比例分别为 10%、12%、3% 和 10%。	
客户开发方式、合作背景、合作期限	2015 年通过同行业介绍建立合作关系	
是否存在关联关系	否	

(12) 汕头市怡盛贸易有限公司

客户名称	汕头市怡盛贸易有限公司	
注册时间	2005 年 2 月 4 日	
注册资本（实缴）	人民币 187 万元	
股东结构	股东名称	持股比例

客户名称	汕头市怡盛贸易有限公司	
	陈超群	50%
	林晓峰	50%
主营业务	玩具、塑料制品、工艺品等销售贸易	
所属行业	玩具贸易	
经营规模	2017 年度、2019 年度和 2020 年 1-3 月，汕头市怡盛贸易有限公司自发行人采购金额占其采购总额的比例分别为 1%、9% 和 12%。	
客户开发方式、合作背景、合作期限	通过参加展会了解，2008 年开始建立合作关系	
是否存在关联关系	否	

(13) 汕头市艺丰贸易发展有限公司

客户名称	汕头市艺丰贸易发展有限公司	
注册时间	2014 年 4 月 14 日	
注册资本（注）	人民币 1,000 万元	
股东结构	股东名称	持股比例
	实丰文化发展股份有限公司	100%
主营业务	玩具、模型、婴童用品等销售贸易	
所属行业	玩具贸易	
经营规模	根据实丰文化的年度报告，2019 年度营业收入 6,635.73 万元	
客户开发方式、合作背景、合作期限	通过展会、行业信息了解，2015 年开始合作	
是否存在关联关系	否	

注：工商信息仅显示认缴，未查询到其实缴信息。

(14) SHANTOU MINGBO TOYS CO.LIMITED

客户名称	SHANTOU MINGBO TOYS CO.LIMITED	
注册时间	2016 年 12 月 16 日	
注册资本	港币 10,000 元	
股东结构	股东名称	持股比例
	林秀玲	100%
主营业务	玩具贸易	
所属行业	玩具贸易	
经营规模	2018 年度至 2020 年 1-3 月，SHANTOU MINGBO TOYS CO.LIMITED 自发行人采购金额占其采购总额的比例分别为 8%、4% 和 6%。	
客户开发方式、合作背景、合作期限	2018 年经同行业介绍建立合作关系	
是否存在关联关系	否	

(15) 广东世纪信华文化发展有限公司

客户名称	广东世纪信华文化发展有限公司	
注册时间	2017年8月30日	
注册资本（实缴）	人民币1,000万元	
股东结构	股东名称	持股比例
	卢晓芸	51%
	陈嘉华	49%
主营业务	玩具、模型等销售贸易	
所属行业	玩具贸易	
经营规模	2018-2019年度，广东世纪信华文化发展有限公司自发行人采购金额占其采购总额的比例分别为10%和3%。	
客户开发方式、合作背景、合作期限	2018年经同行业介绍开始合作	
是否存在关联关系	否	

(16) 汕头市澄海区艳阳春贸易有限公司

客户名称	汕头市澄海区艳阳春贸易有限公司	
注册时间	2003年5月7日	
注册资本（实缴）	人民币500万元	
股东结构	股东名称	持股比例
	黄春满	40%
	黄红彩	30%
	纪辉琳	30%
主营业务	玩具、工艺品等销售贸易	
所属行业	玩具贸易	
经营规模	2017年度至2020年1-3月，汕头市澄海区艳阳春贸易有限公司自发行人采购金额占其采购总额的比例分别为5.6%、3.2%、7.8%和3.5%。	
客户开发方式、合作背景、合作期限	通过展会了解，2017年开始合作	
是否存在关联关系	否	

报告期内，发行人未与主要客户签署长期合作协议，但公司与主要客户签订了年度框架协议。

部分经销商注册资本较小不影响其经销规模，具体原因如下：

（1）境外公司的注册资本一般没有具体要求，与其自身的经营规模不存在直接匹配关系。发行人的主要经销商主要从事玩具贸易相关业务，部分经销商的注册资本较小符合贸易公司的行业特性。

（2）发行人的主要经销商成立时间较早，从事玩具贸易相关业务多年，经过多年的积累，具备了一定的资金实力，其经销规模与其注册资本的关联度较小。

（3）经销商的实力集中体现在其拓展销售渠道的能力和为其下游客户提供服务的能力。公司在与经销商建立合作关系时，除考虑经销商商业信誉、市场开拓能力、销售网络、区域覆盖能力外，通常还会考虑其实际控制人的资金状况等，以确定其在与发行人正常业务往来过程中有足够的资金支持。

（4）发行人的经销商主要应下游客户的需求进行采购，通常不会出现积压库存的情况，货物与资金周转较快，其经销规模与其注册资本的关联度较小。

综上，发行人的部分主要经销商注册资本较小符合行业惯例，不会影响经销商的经销规模。发行人主要经销商从事玩具贸易多年，积累了较为丰富的玩具销售经验，形成了各自较为成熟的销售网络，在玩具经销领域具有一定的行业地位。

报告期内，本公司不存在向单个客户销售比例超过销售总额的 50% 或严重依赖于少数客户的情况；本公司董事、监事、高级管理人员和其他核心人员以及主要关联方或持有本公司 5% 以上股份的股东未在上述主要销售客户中占有权益。

（四）报告期内新增客户情况

报告期内，2020年1-3月较2019年度新增客户数量为9家，2019年度较2018年度新增客户数量为133家，2018年度较2017年度新增客户数量为204家。

1、报告期内对新增主要客户的销售情况

2020年1-3月较2019年度对新增主要客户的销售情况如下：

客户名称	销售金额 (万元)	销售数量 (万件/套)	销售均价 (元/件)	毛利率	占当期营业 收入的比重	销售产品名称	信用 期限	期末欠款 (万元)	期后回款 (万元)
ESSENLUE Co.,Ltd.	54.82	1.03	53.26	43.07%	0.78%	婴幼儿玩具	-	-	-
T.PLANET SHOPS, S.L.	10.82	0.54	20.14	26.94%	0.15%	变形玩具、恐龙玩具、婴幼儿玩具	-	-	-

ESSENLUE Co.,Ltd.系公司2020年1-3月新增客户，公司对其销售毛利率较高的主要原因系该客户对交货速度的要求较高，故售价相对较高所致。

2019年度较2018年度对新增主要客户的销售情况如下：

客户名称	销售金额 (万元)	销售数量 (万件/套)	销售均价 (元/件)	毛利率	占当期营业 收入的比重	销售产品名称	信用 期限	期末欠款 (万元)	期后回款 (万元)
汕头市怡盛贸易有限公司	1,100.21	46.05	23.89	30.86%	2.31%	变形玩具、机器人玩具、恐龙玩具、其他玩具、婴幼儿玩具	对账后 60天	125.84	125.84
汕头市雨田贸易有限公司	519.13	14.97	34.67	32.69%	1.09%	变形玩具、机器人玩具、恐龙玩具、其他玩具、婴幼儿玩具	对账后 90天	114.59	114.59
孩子王儿童用品股份有限公司采购中心	410.32	2.97	138.31	60.34%	0.86%	变形玩具、婴幼儿玩具	-	19.78	19.78

客户名称	销售金额 (万元)	销售数量 (万件/套)	销售均价 (元/件)	毛利率	占当期营业 收入的比重	销售产品名称	信用 期限	期末欠款 (万元)	期后回款 (万元)
汕头市贝盈贸易有限公司	232.49	8.81	26.39	28.95%	0.49%	变形玩具、机器人玩具、其他玩具、 婴幼儿玩具	对账后 90天	77.49	77.49
CICABOOM S.R.L	179.16	15.00	11.94	28.95%	0.38%	变形玩具	-	-	-

孩子王儿童用品股份有限公司采购中心系公司2019年度新增客户，公司对其销售的毛利率较高的主要原因系该客户为公司的直销客户，直销模式下离终端较近、价格相对较高所致。

2018年度较2017年度对新增主要客户的销售情况如下：

客户名称	销售金额 (万元)	销售数量 (万件/套)	销售均价 (元/件)	毛利率	占当期营业 收入的比重	销售产品名称	信用 期限	期末欠款 (万元)	期后回款 (万元)
MOUNTAINKING INTERNATIONAL TRADING CO., LIMITED	1,545.06	48.78	31.68	31.32%	3.88%	变形玩具、机器人玩具、恐龙玩 具、其他玩具	对账后 90天	843.85	843.85
广东世纪信华文化发展有 限公司	1,264.79	108.53	11.65	37.20%	3.18%	变形玩具、机器人玩具、恐龙玩 具、其他玩具	对账后 90天	42.17	42.17
WORLD TRADING23,INC	260.26	19.69	13.22	29.81%	0.65%	变形玩具、机器人玩具、恐龙玩 具、其他玩具	-	-	-
SHANTOU MING BOTOYS CO.LIMITED	233.47	5.18	45.07	34.93%	0.59%	变形玩具、机器人玩具、恐龙玩 具	对账后 60天	39.30	39.30
郑州从越商贸有限公司	125.55	1.80	69.66	31.12%	0.32%	变形玩具、机器人玩具	-	-	-

广东世纪信华文化发展有限公司系公司2018年度新增客户，公司对其销售的毛利率较高的主要原因系公司向其销售的产品主要为陀螺玩具产品，该产品系公司为其定制化生产，定制化产品的售价相对较高所致。

2、报告期内新增主要客户的基本情况

2020年1-3月新增主要客户的基本情况如下：

客户名称	销售模式	客户类型	所属行业	客户开发方式
ESSENLUE Co.,Ltd.	外销	经销商	玩具贸易	展会
T.PLANET SHOPS, S.L.	外销	经销商	玩具贸易	展会

2019年度较2018年度新增主要客户的基本情况如下：

客户名称	销售模式	客户类型	所属行业	客户开发方式
汕头市怡盛贸易有限公司	内销	经销商	玩具贸易	展会
汕头市雨田贸易有限公司	内销	经销商	玩具贸易	客户主动寻求合作
孩子王儿童用品股份有限公司采购中心	内销	直销客户	母婴童行业	营销
汕头市贝盈贸易有限公司	内销	经销商	玩具贸易	客户主动寻求合作
CICABOOM S.R.L	外销	经销商	玩具贸易	展会

2018年度较2017年度新增主要客户的基本情况如下：

客户名称	销售模式	客户类型	所属行业	客户开发方式
MOUNTAINKING INTERNATIONAL TRADING CO., LIMITED	外销	经销商	玩具贸易	同行业介绍
广东世纪信华文化发展有限公司	内销	经销商	玩具贸易	同行业介绍
WORLD TRADING 23,INC	外销	经销商	玩具贸易	同行业介绍
SHANTOU MINGBO TOYS CO. LIMITED	外销	经销商	玩具贸易	同行业介绍
郑州从越商贸有限公司	内销	经销商	玩具贸易	营销

五、发行人采购情况和主要供应商

（一）主要原材料及其供应情况

公司产品所需要的主要材料为塑料、电子配件、五金配件以及包装材料。公司主要原材料均为境内采购，采购区域主要集中在公司周边区域。公司所在地汕头市澄海区，是目前国内最大的玩具生产和出口集中地，汇集的玩具原材料供应商和配件加工商众多，为区内的玩具生产企业提供了稳定、充裕、便捷的货源。公司从事玩具生产多年，与各主要供应商保持了长期稳定的合作关系，原材料和能源供应、保障情况良好。

报告期内，公司主要原材料采购为塑料、电子配件及包装材料。报告期各期采购主要原材料种类、平均价格、数量、金额及占比情况如下：

单位：吨/万元；吨；万元；%

项目	2020年1-3月				2019年度			
	平均价格	数量	金额	占比	平均价格	数量	金额	占比
塑料	0.83	3,954.19	3,270.50	66.85	0.97	20,041.33	19,442.58	67.25
电子配件	-	-	788.98	16.13	-	-	4,342.48	15.02
包装材料	-	-	717.51	14.67	-	-	4,201.12	14.53
五金配件	-	-	59.14	1.21	-	-	618.82	2.14
其他	-	-	55.99	1.14	-	-	304.82	1.06
合计			4,892.11	100.00			28,909.82	100.00

续：

项目	2018年度				2017年度			
	平均价格	数量	金额	占比	平均价格	数量	金额	占比
塑料	1.12	10,758.52	12,066.81	51.94	1.04	10,130.02	10,580.10	57.38
电子配件	-	-	6,179.17	26.60	-	-	4,770.72	25.87
包装材料	-	-	3,781.24	16.28	-	-	2,183.93	11.84
五金配件	-	-	755.17	3.25	-	-	291.36	1.58
其他	-	-	450.31	1.94	-	-	611.90	3.32
合计			23,232.70	100.00			18,438.01	100.00

电子配件、包装材料、五金配件及其他的规格较多且计量单位不一致，其中电子配件、包装材料占比相对较高，其主要规格的平均采购单价、采购金额及占比情况如下：

1、电子配件

期间	物料名称	规格	单位	采购单价	采购金额（万元）	占当期电子配件采购总额的比例（%）
2020年 1-3月	电路板	Y1-A	片	1.10	108.28	13.72
		Y2-A	片	2.09	109.67	13.90
		Y3-B	片	3.50	46.20	5.86
	电机	J5	个	0.55	41.05	5.20
		Y1-A	个	1.35	42.10	5.34
		Y2-A	个	2.20	53.78	6.82

期间	物料名称	规格	单位	采购单价	采购金额（万元）	占当期电子配件采购总额的比例（%）
	电池	Y3-A	个	3.50	38.45	4.87
		Y5-A	个	5.20	59.84	7.58
	合计				499.37	63.29
2019 年度	电路板	Y1-A	片	1.13	533.73	12.29
		Y2-A	片	2.09	614.64	14.15
		Y3-B	片	3.50	445.90	10.27
	电机	J5	个	0.54	156.37	3.60
		Y1-A	个	1.35	183.42	4.22
		Y2-A	个	2.20	363.46	8.37
		Y3-B	个	3.83	245.95	5.66
	电池	Y3-A	个	3.46	141.99	3.27
		Y5-A	个	5.21	164.03	3.78
	合计				2,849.49	65.61
2018 年度	电路板	Y1-A	片	1.11	538.14	8.71
		Y2-A	片	2.17	762.57	12.34
		Y3-B	片	3.52	409.68	6.63
	电机	J5	个	0.53	208.16	3.37
		Y1-A	个	1.35	307.57	4.98
		Y2-A	个	2.20	748.52	12.11
		Y3-B	个	3.86	524.44	8.49
	电池	Y3-A	个	3.54	454.87	7.36
		Y5-A	个	5.18	443.52	7.18
	合计				4,397.47	71.17
2017 年度	电路板	Y1-A	片	1.10	499.43	10.47
		Y2-A	片	2.64	507.24	10.63
	电机	J5	个	0.46	341.85	7.17
		Y2-A	个	2.05	551.13	11.55
		Y3-B	个	3.78	344.06	7.21
	电池	Y3-A	个	3.61	1,084.43	22.73
		J6	个	0.58	106.21	2.23
合计				3,434.35	71.99	

2、包装材料

期间	物料名称	规格	单位	采购单价	采购金额（万元）	占当期包装材料采购总额的比例（%）
2020年 1-3月	纸箱	S1-A	个	13.00	89.88	12.53
		Y8-B	个	8.60	93.89	13.09
	彩盒	J8	个	0.80	28.54	3.98
		Y2-B	个	2.80	66.26	9.24
	吸塑	J5	个	0.47	33.31	4.64
		Y1-A	个	1.20	23.49	3.27
	合计				335.37	46.75
2019年度	纸箱	S1-A	个	13.04	383.10	9.12
		Y8-B	个	8.62	265.97	6.33
	彩盒	J8	个	0.80	391.28	9.31
		Y2-B	个	2.80	301.30	7.17
	吸塑	J5	个	0.47	253.39	6.03
		Y1-A	个	1.20	219.74	5.23
	合计				1,814.78	43.19
2018年度	纸箱	S1-A	个	11.25	310.98	8.22
		Y8-B	个	8.63	410.23	10.85
	彩盒	J8	个	0.80	268.09	7.09
		Y2-B	个	2.80	812.04	21.48
	吸塑	J5	个	0.47	184.80	4.89
		Y1-A	个	1.20	390.63	10.33
	合计				2,376.77	62.86
2017年度	纸箱	Y8-B	个	8.66	242.16	11.09
		Y6-B	个	6.73	379.52	17.38
	彩盒	J8	个	0.65	326.33	14.94
		Y1-B	个	1.59	341.78	15.65
	吸塑	J5	个	0.47	314.42	14.40
		Y2-A	个	2.56	278.47	12.75
	合计				1,882.68	86.21

发行人产品型号较多，对应不同规格的电子配件、包装材料，且电子配件、包装材料通常需要定制，无直接可供参考比对的市场价格。对于相同规格的配件材料，发行人向不同供应商采购单价差异较小，其采购价格具有公允性。

（二）能源采购情况

公司日常生产经营需耗用电。报告期内，公司的电力采购情况如下：

单位：万元、元/千瓦时

项目	2020年1-3月		2019年度		2018年度		2017年度	
	金额	单价	金额	单价	金额	单价	金额	单价
电	44.33	0.67	272.21	0.60	236.69	0.59	241.22	0.58

（三）报告期内主要供应商的采购情况

1、报告期内前五名供应商情况

本公司报告期内前五名供应商情况如下表所示：

年度	供应商名称	采购金额 (万元)	占采购总额 的比例
2020年 1-3月	汕头市实得贸易有限公司	1,480.34	24.94%
	汕头市鑫海商贸有限公司	1,201.22	20.24%
	江西省瑞金市辉源电子科技有限公司	362.68	6.11%
	汕头市信勤电机科技有限公司	302.47	5.10%
	瑞金市易宝塑胶科技有限公司	295.72	4.98%
	向前五名供应商采购金额合计	3,642.43	61.36%
2019年	汕头市实得贸易有限公司/汕头市信强贸易有限公司	8,811.96	26.07%
	汕头市鑫海商贸有限公司	3,966.85	11.74%
	汕头市恒丰行塑胶有限公司	2,162.84	6.40%
	中国石化化工销售有限公司汕头经营部	2,078.96	6.15%
	星辉化学股份有限公司	2,034.00	6.02%
	向前五名供应商采购金额合计	19,054.62	56.38%
2018年	汕头市实得贸易有限公司/汕头市信强贸易有限公司	7,421.68	27.64%
	汕头市鑫海商贸有限公司	2,694.59	10.04%
	星辉化学股份有限公司	1,766.47	6.58%
	汕头市澄海区宙思印务有限公司	877.98	3.27%
	江西省灿辉新能源科技有限公司/汕头市澄海区灿辉塑胶玩具有限公司	868.78	3.24%
	向前五名供应商采购金额合计	13,629.51	50.76%
2017年	汕头市实得贸易有限公司/汕头市信强贸易有限公司	3,535.67	17.02%

年度	供应商名称	采购金额 (万元)	占采购总额 的比例
	星辉化学股份有限公司/星辉互动娱乐股份有限公司	3,417.24	16.45%
	汕头市鑫海商贸有限公司	2,647.77	12.74%
	广州市塑料工业集团有限公司	867.49	4.17%
	瑞金市易宝塑胶科技有限公司	717.46	3.45%
	向前五名供应商采购金额合计	11,185.64	53.83%

注：受同一实际控制人控制的供应商合并计算。

报告期内，公司不存在向单个供应商采购比例超过采购总额 50% 的情况；不存在严重依赖少数供应商的情况；公司向供应商采购价格公允。公司向前五大供应商采购占比较高主要是因为塑料原料的供应商较为集中所致；公司董事、监事、高级管理人员和其他核心人员，主要关联方或持有本公司 5% 以上股份的股东未在上述主要供应商中占有权益。

上述供应商中，汕头市鑫海商贸有限公司控股股东、实际控制人蓝强截至 2020 年 3 月 31 日持有公司股份 9.68 万股，持股比例 0.097%，系公司个人股东。

由于塑料生产企业规模较大，一般通过贸易商对外销售产品，因此发行人采购 ABS 树脂、聚丙烯、聚苯乙烯等塑料原材料时主要通过贸易公司进行采购。报告期各期，发行人向贸易公司采购的内容、金额及占比、终端供应商情况如下：

期间	供应商名称	主要采购内容	采购金额 (万元)	占采购 总额的比例	终端供应商
2020 年 1-3 月	汕头市实得贸易有限公司	ABS 树脂	1,480.34	24.94%	镇江奇美化工有限公司
	汕头市鑫海商贸有限公司	聚丙烯	1,201.22	20.24%	福建中景石化有限公司、DOW CHEMICAL PACIFIC PTE LTD
2019 年	汕头市实得贸易有限公司/汕头市信强贸易有限公司	ABS 树脂	8,811.96	26.07%	镇江奇美化工有限公司
	汕头市鑫海商贸有限公司	聚丙烯	3,966.85	11.74%	福建中景石化有限公司、DOW CHEMICAL PACIFIC PTE LTD
	汕头市恒丰行塑胶有限公司	ABS 树脂	2,162.84	6.40%	中国石油、奇美
2018 年	汕头市实得贸易有限公司/汕头市信强贸易有限公司	ABS 树脂	7,421.68	27.64%	镇江奇美化工有限公司
	汕头市鑫海商贸有限公司	聚丙烯	2,694.59	10.04%	福建中景石化有限公司、DOW CHEMICAL PACIFIC PTE LTD
2017 年	汕头市实得贸易有限公司/汕头市信强贸易有限公司	ABS 树脂	3,535.67	17.36%	镇江奇美化工有限公司

期间	供应商名称	主要采购内容	采购金额 (万元)	占采购 总额的 比例	终端供应商
	汕头市鑫海商贸有限公司	聚苯乙烯、聚乙烯、聚丙烯等	2,647.77	13.00%	福建中景石化有限公司、DOW CHEMICAL PACIFIC PTE LTD

2、委外加工情况

(1) 各道工序自产数量、委外加工数量

报告期各期，各类产品各道工序自产数量、委外加工数量及各自占比情况如下：

单位：万套；%

项目			2020年1-3月		2019年度		2018年度		2017年度	
			数量	占比	数量	占比	数量	占比	数量	占比
变形玩具	注塑	自产	4.20	3.26	523.75	51.43	404.94	49.59	283.98	62.80
		委外加工	124.80	96.74	494.71	48.57	411.61	50.41	168.19	37.20
	喷漆	自产	0.60	0.98	43.09	9.50	-	-	-	-
		委外加工	60.74	99.02	410.68	90.50	224.11	100.00	97.34	100.00
	组装	自产	4.60	6.35	123.80	21.91	192.34	32.78	203.89	55.99
		委外加工	67.80	93.65	441.29	78.09	394.49	67.22	160.29	44.01
机器人玩具	注塑	自产	3.76	12.14	59.56	22.06	206.88	51.07	347.98	61.52
		委外加工	27.20	87.86	210.47	77.94	198.18	48.93	217.62	38.48
	喷漆	自产	0.36	3.99	1.19	1.15	-	-	-	-
		委外加工	8.66	96.01	102.20	98.85	143.37	100.00	116.37	100.00
	组装	自产	0.60	2.73	18.66	10.74	95.23	37.11	426.21	84.69
		委外加工	21.34	97.27	155.18	89.26	161.40	62.89	77.05	15.31
婴幼儿玩具	注塑	自产	103.00	40.99	673.72	68.61	0.60	100.00	-	-
		委外加工	148.30	59.01	308.22	31.39	-	-	-	-
	喷漆	自产	44.78	42.52	209.78	52.92	-	-	-	-
		委外加工	60.52	57.48	186.62	47.08	0.30	100.00	-	-
	组装	自产	62.30	48.35	404.12	69.29	0.30	100.00	-	-
		委外加工	66.56	51.65	179.11	30.71	-	-	-	-
恐龙玩具	注塑	自产	8.36	19.49	85.28	41.69	181.72	60.46	160.66	72.53
		委外加工	34.54	80.51	119.27	58.31	118.86	39.54	60.85	27.47
	喷漆	自产	0.16	0.75	1.45	1.41	-	-	-	-
		委外加工	21.29	99.25	100.83	98.59	150.29	100.00	88.53	100.00

项目		2020年1-3月		2019年度		2018年度		2017年度	
		数量	占比	数量	占比	数量	占比	数量	占比
组装	自产	0.58	3.55	16.55	16.18	94.54	62.91	111.31	84.46
	委外加工	15.78	96.45	85.73	83.82	55.75	37.09	20.48	15.54

注：一般一个玩具产品包含多个注塑胶件，上表披露的注塑数量为注塑胶件的数量。

公司会根据自有产能情况及不同系列或同一系列下不同型号玩具的生命周期来决定各工序自产或委外的比例，一般对于新推出的玩具公司会优先选择自产，随着玩具销量增加及相关玩具生产工艺及生产标准的成熟，公司会逐渐增加成熟产品的委外加工比例。因而，报告期内，公司各类型玩具不同工序的委外加工比例整体呈上升趋势。

（2）委外加工单位成本与自产单位成本对比

由于同一产品系列包括多种型号，为剔除不同型号产量占比因素对成本对比的影响，故以同一型号同一工序的成本进行比较分析。

2020年1-3月，各类玩具不同型号各道工序的委外加工单位成本与自产单位成本对比情况如下：

单位：元/套

产品类型	加工工序	产品型号	委外加工单位成本	自产单位成本	
变形玩具	注塑	合体变形(JQ6121-1)	0.4039	0.6861	
		合体变形(JQ6121-3)	0.4039	0.6861	
		手动变形(JQ6130-1)	0.8105	1.3890	
		手动变形(JQ6130-2)	0.7519	1.2886	
		手动变形(JQ6130-3)	0.7519	1.2886	
	喷漆	合体变形(JQ6121-1)	0.3941	0.6694	
		合体变形(JQ6121-2)	0.4138	0.7029	
		合体变形(JQ6121-3)	0.4335	0.7363	
	组装	合体变形(JQ6121-1)	1.9405	3.3135	
		合体变形(JQ6121-2)	1.7445	2.9788	
		合体变形(JQ6121-3)	2.0875	3.5646	
		手动变形(JQ6129-2)	0.9313	1.6233	
		手动变形(JQ6129-3)	0.9217	1.6066	
	机器人玩具	注塑	机器人(TT938A)	0.4116	0.7029

产品类型	加工工序	产品型号	委外加工单位成本	自产单位成本
	组装	机器人(TT938A)	3.0576	5.2213
婴幼儿玩具	注塑	婴幼儿(KD3101-4)	0.4499	0.8604
		婴幼儿(KD3102-3)	0.6919	1.1882
		婴幼儿(KD3102-9)	0.4775	0.8200
		婴幼儿(KD3103-2)	1.0848	1.8743
		婴幼儿(KD3110-2)	0.4868	0.9353
	喷漆	婴幼儿(KD3102-1)	0.1773	0.3012
		婴幼儿(KD3102-10)	0.1478	0.2510
		婴幼儿(KD3102-2)	0.1773	0.3012
		婴幼儿(KD5101-1D)	0.1182	0.3215
		婴幼儿(KD5101-4D)	0.1182	0.2975
组装	婴幼儿(KD3205)	1.2740	2.4317	
	婴幼儿(KD3303)	1.3132	2.2425	
恐龙玩具	注塑	恐龙(TT339)	0.5143	0.9914
		恐龙(TT379)	0.5263	1.0101
		恐龙(TT369)	0.3510	0.6734
		恐龙(TT329)	0.3716	0.7108

注：2020年1-3月，发行人同一型号产品同时委外和自产的情形较少，因而可比数据较少。

2019年，各类玩具不同型号各道工序的委外加工单位成本与自产单位成本对比情况如下：

单位：元/套

产品类型	加工工序	产品型号	委外加工单位成本	自产单位成本
变形玩具	注塑	手动变形(JQ6101)	0.7760	0.9972
		合体变形(JQ6121-5)	0.5350	0.6670
		遥控变形(JQ6601)	1.1406	1.3878
		遥控变形(JQ6608)	1.4120	1.7453
		遥控变形(JQ6609)	1.4144	1.8178
	喷漆	手动变形(JQ6118-2)	3.0911	3.7609
		手动变形(JQ6129-3)	0.5185	0.6949
		手动变形(JQ6129-6)	0.5187	0.6941
		手动变形(JQ6129-1)	0.5872	0.7867
		合体变形(JQ6122-4)	0.8285	0.9989
组装	手动变形(JQ6101)	1.1093	1.4335	

产品类型	加工工序	产品型号	委外加工单位成本	自产单位成本
		合体变形(JQ6121-6)	2.1941	2.7161
		手动变形(JQ6130-1)	1.2398	1.6342
		手动变形(JQ6129-1)	0.9146	1.2069
		手动变形(JQ6118-3)	3.0292	3.8481
机器人玩具	注塑	机器人(TT336)	0.7276	0.9016
		机器人(TT353A)	0.7476	0.9654
		机器人(TT711A)	1.1393	1.4105
		机器人(TT715B)	1.1027	1.3138
	喷漆	机器人(TT313)	4.4466	5.9446
		机器人(TT711B)	1.3652	1.6648
		机器人(TT323)	5.7891	8.1855
		机器人(TT353A)	1.7751	2.4297
	组装	机器人(TT2016A)	4.2421	5.4765
		机器人(TT336)	4.4825	5.8918
		机器人(TT714C)	4.2166	5.4114
		机器人(TT938A)	3.0366	4.0187
机器人(TT938B)		2.8873	3.7995	
婴幼儿玩具	注塑	婴幼儿(KD3102-1)	0.4422	0.5655
		婴幼儿(KD3102-10)	0.4916	0.6287
		婴幼儿(KD3102-2)	0.4716	0.6029
		婴幼儿(KD3102-7)	0.6962	0.8862
		婴幼儿(KD3102-3)	0.6962	0.8828
	喷漆	婴幼儿(KD3201-2)	0.6324	0.7941
		婴幼儿(KD3201-3)	0.6519	0.8267
		婴幼儿(KD3301)	0.6534	0.8591
		婴幼儿(KD3801)	1.2276	1.6942
		婴幼儿(KD3106-4)	0.6064	0.7514
	组装	婴幼儿(KD3102-2)	0.8232	1.0657
		婴幼儿(KD3102-3)	0.9167	1.1588
		婴幼儿(KD3103-1)	1.4700	1.8430
		婴幼儿(KD3103-5)	1.5826	1.9663
		婴幼儿(KD3201-2)	2.0678	2.6658
恐龙玩具	注塑	恐龙(TT329)	0.5263	0.6777

产品类型	加工工序	产品型号	委外加工单位成本	自产单位成本
		恐龙(TT339)	0.5562	0.7141
		恐龙(TT351A)	0.4009	0.5269
		恐龙(TT342)	0.5165	0.6584
		恐龙(TT346A)	0.5561	0.7124
	喷漆	恐龙(TT351A)	0.6931	0.8560
		恐龙(TT320)	3.6195	4.8234
		恐龙(TT339)	0.4697	0.5787
	组装	恐龙(TT339)	1.3592	1.8658
		恐龙(TT340A)	1.1138	1.4824
		恐龙(TT341)	0.6429	0.8227
		恐龙(TT329)	1.2661	1.7751
		恐龙(TT320)	19.7178	25.9983

2018年，各类玩具不同型号各道工序的委外加工单位成本与自产单位成本对比情况如下：

单位：元/套

产品类型	加工工序	产品型号	委外加工单位成本	自产单位成本
变形玩具	注塑	手动变形(JQ6101)	0.7841	0.9776
		手动变形(JQ6105)	0.7165	0.8822
		遥控变形(JQ6601)	1.1263	1.3436
		手动变形(JQ66101)	0.5679	0.7082
		遥控变形(TT656)	1.0319	1.3675
	组装	手动变形(JQ6101)	1.1122	1.4057
		手动变形(JQ6102)	1.3150	1.6943
		合体变形(JQ6122-2)	3.9938	4.9943
		遥控变形(JQ6604)	11.0611	12.8599
		遥控变形(JQ6605)	7.4026	8.9469
机器人玩具	注塑	机器人(TT353A)	0.7379	0.8944
		机器人(TT385)	1.1479	1.3044
		机器人(TT714B)	0.9321	1.1647
		机器人(TT716)	1.0435	1.1227
		机器人(TT936)	0.7375	0.8168
	组装	机器人(TT2010A)	3.7192	4.3053

产品类型	加工工序	产品型号	委外加工单位成本	自产单位成本
		机器人(TT331)	16.6262	18.0272
		机器人(TT336)	4.2451	5.2564
		机器人(TT338A)	3.8121	4.8385
		机器人(TT535B)	9.6676	11.1609
恐龙玩具	注塑	恐龙(TT329)	0.5275	0.6954
		恐龙(TT339)	0.5562	0.6808
		恐龙(TT342)	0.5737	0.6836
		恐龙(TT351A)	0.3992	0.5157
		恐龙(TT367)	1.2801	1.5597
	组装	恐龙(TT339)	1.3434	1.6604
		恐龙(TT342)	1.2590	1.4663
		恐龙(TT345)	6.6656	7.7868
		恐龙(TT348)	2.4241	3.1350
		恐龙(TT352)	3.7452	4.7697

2017年，各类玩具不同型号各道工序的委外加工单位成本与自产单位成本对比情况如下：

单位：元/套

产品类型	加工工序	产品型号	委外加工单位成本	自产单位成本
变形玩具	注塑	遥控变形(TT615A)	0.8406	0.7845
		手动变形(TT657A-S)	0.3814	0.4026
		手动变形(JQ6101)	0.7920	0.9403
		手动变形(JQ6105)	0.7135	0.8369
		手动变形(JQ6102)	0.8614	1.0353
	组装	遥控变形(JQ6605)	7.3856	7.7499
		手动变形(JQ66102)	1.0209	0.9401
		遥控变形(JQ6602)	7.5381	8.5303
		遥控变形(TT651A)	4.9819	4.8715
		变形车(TT657A-S)	0.5017	0.5095
机器人玩具	注塑	机器人(TT715B-S)	0.4862	0.5085
		机器人(TT715C-S)	0.6544	0.6755
		机器人(TT713C-S)	0.2100	0.2060
		机器人(TT385)	1.1803	1.3278

产品类型	加工工序	产品型号	委外加工单位成本	自产单位成本
	组装	机器人（TT907）	5.3875	5.4681
		机器人（TT535B）	9.7862	8.9739
		机器人（TT336A）	4.1488	4.4991
		机器人（KJ51031）	8.2053	8.3817
		机器人（TT353A）	11.7486	11.1361
恐龙玩具	注塑	恐龙（TT339）	0.7663	0.7734
		恐龙（TT339）	0.5918	0.5391
		恐龙（TT350）	0.6028	0.6521
		恐龙（TT342）	0.6325	0.6636
		恐龙（TT320）	3.2995	3.5981
	组装	恐龙（TT320S）	23.5876	20.6789
		恐龙（TT339）	1.3847	1.3412
		恐龙（TT352）	3.8330	4.1390
		恐龙（TT342）	1.1484	1.1329
		恐龙（TT350）	1.0193	1.0038

注塑工序基本由机器完成，需要的人工较少，注塑工序单位成本的波动不大。组装工序基本依靠手工完成，产品工艺的复杂程度越高，标准工时越长，单位人工及制造费用越高。由上表可知，2017年发行人的自产单位成本与委外加工单位成本的差异较小，2017年发行人的部分产品自产单位成本略低于委外加工单位成本，主要原因是2017年度的产能满负荷导致各工序分摊的单位人工成本较低。2018年至2019年度，各工序自产单位成本高于委外加工单位成本，主要原因有：公司地处沿海地区，劳动力资源紧张，为减少生产人员的流动性，在社会保险、生活福利等方面给生产人员提供较高的标准；委外加工商的生产配套、人员架构相对简单，固定费用及间接费用相对较小，公司生产相关的配套及人员架构较为完善，如设置专门的品管部对采购、生产等环节进行全过程质检，产品分摊的间接费用相对较高。2020年第一季度，各工序的自产单位成本较高的主要原因是受新冠肺炎疫情的影响，公司复工复产率较低，产品分摊的固定成本较高，加之招工困难，人工成本上升，导致自产产品分摊的人工成本及固定费用较高。

（3）委外加工单价成本的公允性

发行人所属行业的外协加工技术和产业配套较为成熟，市场竞争充分，定价

公允。发行人按照公司制度的相关规定选取委外加工方，发行人委外加工的定价通常采用询价的方式，委外加工方参照市场价格和行业惯例的基础上综合加工工艺的难易程度、加工成本以及合理的利润水平后向公司报价。公司综合考虑委外加工方的报价、工艺水平、质量、交货速度等因素，经审批后，按照市场化的原则确定委外加工方。

由于各公司的产品不同，委外加工服务无公开的市场价格可以查询，同时，委外加工方会根据加工件的生产要求采取相应的工艺、指标参数等，相应的报价也会有所差异，不同产品的加工单位成本不具有可比性。

选取报告期各期外协加工金额较大的产品，对同一型号产品不同委外加工方的单位加工成本进行比较。

2019年各工序各委外加工方的单位加工成本对比情况列举如下：

产品/工序	委外加工方名称	单位加工成本 (元/套)
机器人(TT715C-S)/注塑	江西省瑞金市辉源电子科技有限公司	0.6500
	饶平县乐智玩具有限公司	0.6504
	瑞金市易宝塑胶科技有限公司	0.6536
	汕头市澄海区力昌五金塑胶制品厂	0.6567
	汕头市澄海区群隆塑胶制品有限公司	0.6570
	汕头市澄海区叁泰塑胶五金工艺厂	0.6533
	汕头市正朗玩具有限公司	0.6566
婴幼儿(KD3103-8)/注塑	潮州市潮安区金铄塑胶有限公司	1.3396
	江西省瑞金市辉源电子科技有限公司	1.3187
	汕头市澄海区群隆塑胶制品有限公司	1.3328
	汕头市正朗玩具有限公司	1.3328
手动变形(JQ6111-2)/组装	江西省瑞金市辉源电子科技有限公司	2.3232
	瑞金市易宝塑胶科技有限公司	2.3274
	汕头市智辉兴业电子科技有限公司	2.3717
手动变形(JQ6113)/喷漆	瑞金市易宝塑胶科技有限公司	9.8701
	汕头市澄海区扬峰包装材料有限公司	9.8634
	汕头市富润塑胶有限公司	9.7971

产品/工序	委外加工方名称	单位加工成本 (元/套)
	汕头市仕宇玩具实业有限公司	9.9191
遥控变形(TT8804)/组装	江西省瑞金市辉源电子科技有限公司	10.5408
	瑞金市易宝塑胶科技有限公司	10.5598
	汕头市智辉兴业电子科技有限公司	10.7605
遥控变形(JQ6609)/组装	江西省瑞金市辉源电子科技有限公司	12.8833
	瑞金市易宝塑胶科技有限公司	12.9103
	汕头市智辉兴业电子科技有限公司	13.1517

2018年各工序各委外加工方的单位加工成本对比情况列举如下：

产品/工序	委外加工方名称	单位加工成本 (元/套)
机器人(TT715B-S)/注塑	潮州市潮安区金铄塑胶有限公司	0.5124
	广东信宇科技股份有限公司	0.5109
	饶平县乐智玩具有限公司	0.5046
	瑞金市易宝塑胶科技有限公司	0.5087
	汕头市正朗玩具有限公司	0.5106
	汕头市澄海区灿辉塑胶玩具有限公司	0.5037
手动变形(JQ6102)/注塑	潮州市潮安区金铄塑胶有限公司	0.8569
	广东明裕塑胶实业有限公司	0.8520
	江西省瑞金市辉源电子科技有限公司	0.8476
	饶平县乐智玩具有限公司	0.8456
	瑞金市易宝塑胶科技有限公司	0.8455
	汕头市华一玩具实业有限公司	0.8557
	汕头市正朗玩具有限公司	0.8697
机器人(TT936)/喷漆	汕头市富润塑胶有限公司	1.6232
	汕头市仕宇玩具实业有限公司	1.6363
恐龙(TT342)/喷漆	汕头市澄海区扬峰包装材料有限公司	0.9604
	汕头市海鹰科技有限公司	0.9498
	汕头市富润塑胶有限公司	0.9565
	汕头市仕宇玩具实业有限公司	0.9652
遥控变形(JQ6602)/组装	广东基泰玩具实业有限公司	7.7042
	江西省瑞金市辉源电子科技有限公司	7.4285
	瑞金市易宝塑胶科技有限公司	7.4527

产品/工序	委外加工方名称	单位加工成本 (元/套)
	汕头市智辉兴业电子科技有限公司	7.5988
遥控变形(TT8804)/组装	江西省瑞金市辉源电子科技有限公司	10.5208
	瑞金市易宝塑胶科技有限公司	10.5668
	汕头市智辉兴业电子科技有限公司	10.7789

2017年各工序各委外加工方的单位加工成本对比情况列举如下：

产品/工序	委外加工方名称	单位加工成本 (元/套)
机器人(TT715B-S)/注塑	广东明裕塑胶实业有限公司	0.4981
	江西省瑞金市辉源电子科技有限公司	0.5082
	瑞金市易宝塑胶科技有限公司	0.5351
	汕头市澄海区广益金光玩具厂	0.5138
	汕头市澄海区合成塑料玩具厂	0.4917
	汕头市澄海区骏隆塑胶制品有限公司	0.4438
	汕头市澄海区仕宇工艺玩具厂	0.4963
塑料其他(TT659A-S)/注塑	广东明裕塑胶实业有限公司	0.3142
	江西省瑞金市辉源电子科技有限公司	0.3040
	饶平县乐智玩具有限公司	0.3096
	瑞金市易宝塑胶科技有限公司	0.2987
	汕头市澄海区广益金光玩具厂	0.3162
	汕头市澄海区骏隆塑胶制品有限公司	0.2731
	汕头市澄海区仕宇工艺玩具厂	0.3129
机器人(TT936)/喷漆	汕头市澄海区仕宇工艺玩具厂	1.3977
	汕头市富润塑胶有限公司	1.5356
手动变形(JQ6101)/喷漆	汕头市澄海区仕宇工艺玩具厂	1.6750
	汕头市华一玩具实业有限公司	1.7041
	江西省瑞金市辉源电子科技有限公司	1.6408
遥控变形(JQ6605)/组装	江西省瑞金市辉源电子科技有限公司	7.6900
	汕头市智辉兴业电子科技有限公司	7.6996
	瑞金市易宝塑胶科技有限公司	7.1106
	广东基泰玩具实业有限公司	7.2300
遥控变形(JQ6601)/组装	广东基泰玩具实业有限公司	7.6700
	江西省瑞金市辉源电子科技有限公司	7.6700

产品/工序	委外加工方名称	单位加工成本 (元/套)
	瑞金市易宝塑胶科技有限公司	7.4289
	汕头市智辉兴业电子科技有限公司	7.7100
恐龙（TT345）/组装	瑞金市易宝塑胶科技有限公司	6.8700
	汕头市澄海区树泰塑胶玩具有限公司	6.8900
	广东基泰玩具实业有限公司	6.8500

2020 年第一季度，发行人对主要产品各工序不存在同时委托不同委外加工方进行加工的情形，因而无法对同一产品各工序不同委外加工方的单位加工成本进行比较。

综上，报告期各期，对同一型号产品同一工序，不同委外加工方的单位加工成本差异较小，定价公允。

3、成品采购情况

报告期内，发行人玩具成品采购情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
玩具成品采购金额	414.00	272.23	134.32	416.15

对于部分销量不大、工序简单或成熟产品，为了及时响应客户的阶段性需求，综合考虑人员、生产场地等因素，公司进行成品采购。

六、公司的主要固定资产和无形资产情况

（一）主要固定资产情况

截至 2020 年 3 月 31 日，公司拥有固定资产账面原值为 6,766.56 万元，账面价值为 3,672.10 万元，占总资产的 5.19%。公司各项固定资产均处于完好状态，使用正常，具体情况如下：

单位：万元

项目	原值	累计折旧	减值准备	账面价值	成新率
房屋建筑物	862.60	408.94	-	453.66	52.59%
机器设备	1,431.92	555.13	-	876.79	61.23%
模具	4,013.40	1,846.50	-	2,166.91	53.99%
运输工具	227.46	144.91	-	82.56	36.29%

项目	原值	累计折旧	减值准备	账面价值	成新率
办公及其他设备	231.18	138.98	-	92.19	39.88%
合计	6,766.56	3,094.46	-	3,672.10	54.27%

1、主要生产设备

截至 2020 年 3 月 31 日，主要生产设备具体情况如下：

项目	数量（台/套）	原值（元）	净值（元）	成新率
注塑机	54	7,250,977.90	4,000,074.62	55.17%
精雕高速机	1	737,600.00	644,170.56	87.33%
雕铣机	3	646,551.72	554,418.00	85.75%
精密数控电火花成形机床	1	586,207.06	511,954.10	87.33%
立式综合加工机	1	543,103.46	461,411.63	84.96%
起重機	10	449,590.82	219,031.30	48.72%
海克斯康 686 三坐标测量机	1	287,068.97	248,434.26	86.54%
磨床	3	274,827.62	202,387.51	73.64%
机械手	11	274,786.32	110,694.71	40.28%
移印机	13	241,724.15	172,832.75	71.50%
金属钻孔机	1	128,205.07	12,500.10	9.75%
美特火花机	1	126,495.72	6,324.79	5.00%
水濂柜	11	106,257.00	53,238.75	50.10%
自动绑板机	5	101,588.32	68,194.93	67.13%
流水线	7	110,286.00	51,485.44	46.68%
粉碎机	6	58,965.52	45,894.84	77.83%
超声波塑料焊接机	3	27,256.64	22,941.04	84.17%

2、自有房产情况

截至 2020 年 3 月 31 日，发行人自有房产情况如下：

房屋产权证号	房屋座落	用途	面积(m ²)	权利性质	权利类型	是否抵押	土地使用期限
粤房地权证澄字第 2000208583 号	汕头市澄海区头份兴达工业区广东佳奇科技教育股份有限公司	工业	宗地面积： 4,391.12	出让	国有建设用地使用权	是	2049.5.21
			房屋建筑面积： 11,145.85 总层数：6 层	自建房	房屋所有权	是	

注：发行人位于兴达工业区的厂房其办公楼与生产车间之间的部分连接建筑未取得房产

权属证书，连接建筑占地面积较小。该部分建筑的主要功能为连廊、仓储，非公司主要生产经营场所。

3、租赁房屋

截至招股说明书签署日，发行人租赁房屋情况如下：

序号	出租方	承租人	房屋位置	租赁面积 (m ²)	租赁期限	用途	租金
1	汕头市童乐乐玩具有限公司	佳奇科技	汕头市澄海区岭海工业园区岭海路东侧	31,118.00	2018.05.15-2023.05.14	生产、办公	前3年月租金为6元/m ² ，第4、5年月租金为7元/m ²
2	陈晓铨	深圳佳奇	深圳市福田区福保街道市花路长富金茂大厦2903	166.91	2020.01.01-2020.12.31	办公	月租金150元/m ²
3	陈晓铨	佳奇娱乐	深圳市福田区福保街道市花路长富金茂大厦2903	180.00	2020.01.01-2020.12.31	办公	月租金150元/m ²
4	陈晓铨	佳奇深圳分公司	深圳市福田区福保街道市花路长富金茂大厦2902	116.94	2020.01.01-2020.12.31	办公	月租金150元/m ²
5	白梅生	佳奇广州分公司	广州市天河区黄埔大道西76号3605、3606房	272.97	2018.08.23-2021.08.31	办公	前2年月租金为39,581.00元/m ² ，第3年月租金为41,956.00元/m ²
6	汕头市龙盛货仓有限公司	佳奇科技	汕头市金平区护堤路210号之二	4,000.00	2019.12.01-2020.11.30	仓库	月租金8元/m ²
7	深圳市天奎实业有限公司	佳奇深圳分公司	深圳市龙华新区大浪办事处和平西路龙胜商业大厦	180.00	2020.01.01-2020.10.12	办公	月租金为13,800元/m ²

发行人租赁房屋的价格参照同区域房屋的租赁价格，具有公允性。

经核查，发行人向汕头市龙盛货仓有限公司租赁的厂房及佳奇深圳分公司向深圳市天奎实业有限公司租赁的房屋未办理权属证书，发行人使用前述厂房未能按照《土地管理法》等法律法规的规定办理必要的审批手续和租赁备案手续。经

查阅《土地管理法》和《城市房地产管理法》等相关法律法规，均未规定承租未取得产权证房屋的行为属于重大违法行为或需承担行政法律责任。发行人自汕头市龙盛货仓有限公司租赁的厂房仅作为塑料原材料仓库使用，非主要生产经营场所，塑料原材料全部为袋装，该类型仓库供应充足，发行人可租赁替代场地，若因未取得权属证书而须搬迁，搬迁难度及成本较低，不会对发行人的生产经营造成重大影响；佳奇深圳分公司向深圳市天奎实业有限公司租赁的房屋仅作为办公室使用，非主要生产经营场所，若因未取得权属证书而须搬迁，该类型办公场所供应充足，发行人能租赁替代场地，且仅涉及办公设备搬迁，搬迁难度及成本较低，不会对发行人的生产经营造成重大影响，另发行人实际控制人已作出如下承诺，若因佳奇科技租赁汕头市龙盛货仓有限公司仓库及深圳市天奎实业有限公司房屋事宜须产生搬迁费用，或佳奇科技遭受其他损失的，发行人实际控制人将补偿上述损失，保证不会损害公司及其他股东的利益。综上，保荐机构认为，发行人上述租赁瑕疵情形不构成发行人本次发行上市的实质性障碍。

（二）无形资产情况

1、土地使用权

截至2020年3月31日，公司拥有的土地使用权具体情况如下：

序号	权利人	使用权证号	位置	土地使用权面积 (m ²)	用途	取得方式	原值 (万元)	摊销月数	已摊销月数	剩余摊销月数	确定依据	使用权类型	终止日期	是否抵押	与生产经营之间的关系
1	佳奇科技	粤(2016)澄海区不动产权第0000143号	澄海区凤翔街道海围片风雅西路东南侧	10,527.90	工业	出让	1,011.39	600	44	556	法定权利	国有建设用地使用权	2066.4.5	是	厂房使用
2	佳奇科技	粤(2017)澄海区不动产权第0001604号	汕头市澄海区凤翔街道海围片风雅西路东南侧	14,750.10	工业	出让	1,428.37	600	42	558	法定权利	国有建设用地使用权	2066.6.23	是	
3	佳奇科技	粤房地权证澄字第2000208583号	汕头市澄海区头份兴达工业区广东佳奇科技教育股份有限公司	4,391.12	工业	出让	197.60	600	188	412	法定权利	国有建设用地使用权	2049.5.21	是	

2、专利权

截至2020年3月31日，佳奇科技已取得专利182项，其中外观设计164项、实用新型专利18项，佳奇科技专利均为原始取得，专利所有权均在有效使用期限内，该等专利均处于正常使用状态，具体如下表所示：

序号	专利权人	专利名称	专利号	申请日期	有效期
实用新型专利					
1	佳奇科技	一种可变形玩具车	2014205947164	2014.10.14	10年
2	佳奇科技	一种变形机器人玩具车	2015203040087	2015.05.12	10年
3	佳奇科技	一种变形机器人玩具车	2015204754169	2015.06.30	10年
4	佳奇科技	一种变身机器人玩具车	2015204754192	2015.06.30	10年
5	佳奇科技	子弹头式变形机器人玩具车	2016204163430	2016.05.09	10年
6	佳奇科技	一种变形工程玩具车	2016207557627	2016.07.15	10年
7	佳奇科技	一种变形玩具机器人	2017200788659	2017.01.19	10年
8	佳奇科技	一种拳击格斗变形机器人玩具车	2017210370451	2017.08.17	10年
9	佳奇科技	一种半自动组合变形机器人玩具飞机	2018203846985	2018.03.20	10年
10	佳奇科技	一种半自动组合变形机器人玩具车	2018203846966	2018.03.20	10年
11	佳奇科技	一种变形的塑料折叠胶框	2018215588170	2018.09.27	10年
12	佳奇科技	一种以拼插结构组合而成的智立方玩具	2018216744072	2018.10.16	10年
13	佳奇科技	一种彩虹套圈叠叠猴玩具	2018217686017	2018.10.30	10年
14	佳奇科技	一种奇乐启智乐园玩具	2018217685813	2018.10.30	10年
15	佳奇科技	一种以层叠联动结构组合而成的积木叠叠乐玩具	2018217760636	2018.10.31	10年
16	佳奇科技	一种换脸机器人玩具	2018219525306	2018.11.26	10年
17	佳奇科技	一种声控摇摆玩具	2019201032991	2019.01.22	10年
18	佳奇科技	一种字母学习霸王龙玩具	2019201636510	2019.01.30	10年
外观设计					
19	佳奇科技	遥控器	2014303545792	2014.09.23	10年
20	佳奇科技	遥控变形机器人（663）	2015301187716	2015.04.28	10年
21	佳奇科技	遥控变形机器人（TT667）	2015301384184	2015.05.12	10年
22	佳奇科技	变型玩具车（TT673）	2016301050050	2016.04.01	10年

序号	专利权人	专利名称	专利号	申请日期	有效期
23	佳奇科技	骑士变型车（TT675）	2016302854868	2016.06.28	10年
24	佳奇科技	变型工程车（营救战神 TT677）	201630367227X	2016.08.04	10年
25	佳奇科技	变型工程车（城市游侠 TT676）	2016303673338	2016.08.04	10年
26	佳奇科技	地火战神变型玩具（TT678）	2016304389894	2016.08.29	10年
27	佳奇科技	混天战神变型玩具（TT679）	2016304390069	2016.08.29	10年
28	佳奇科技	变型玩具（三角龙 TT881）	201630520024X	2016.10.31	10年
29	佳奇科技	变型玩具（霸王龙 TT882）	2016305200061	2016.10.31	10年
30	佳奇科技	玩具机器人（TT353）	2017300022683	2017.01.04	10年
31	佳奇科技	变形机器人（JQ6110 罗莎长老）	2017302046894	2017.05.26	10年
32	佳奇科技	变形机器人（JQ6106 夜驰风）	2017302047064	2017.05.26	10年
33	佳奇科技	变形机器人（JQ6101 咤风云）	2017302047524	2017.05.26	10年
34	佳奇科技	变形机器人（JQ6107 白灭）	2017302052679	2017.05.26	10年
35	佳奇科技	变形机器人（JQ6103 灵瑶）	2017302052823	2017.05.26	10年
36	佳奇科技	变形机器人（JQ6108 傲天穹）	2017302058247	2017.05.26	10年
37	佳奇科技	变形机器人（JQ6102 夜旋风）	2017302058641	2017.05.26	10年
38	佳奇科技	遥控变形机器人（JQ6612 奔驰）	201730237198X	2017.06.12	10年
39	佳奇科技	手动变形机器人（JQ6104 战千里）	2017302378851	2017.06.12	10年
40	佳奇科技	遥控变形机器人（JQ6611 兰博）	201730237705X	2017.06.12	10年
41	佳奇科技	手动变形机器人（JQ6109 御盾首）	2017302378813	2017.06.12	10年
42	佳奇科技	手动变形机器人（JQ6105 威飞龙）	2017302375730	2017.06.12	10年
43	佳奇科技	变形对打机器人玩具（TT8801）	2017303571428	2017.08.07	10年
44	佳奇科技	变形玩具车（TT8801）	2017304928131	2017.10.16	10年
45	佳奇科技	变形机器人（TT8803）	2017304914406	2017.10.16	10年
46	佳奇科技	变形机器人（TT8804）	2017304917033	2017.10.16	10年

序号	专利权人	专利名称	专利号	申请日期	有效期
47	佳奇科技	变形机器人（TT8802）	2017304928409	2017.10.16	10年
48	佳奇科技	变型机器人（JQ6115）	2017305728151	2017.11.20	10年
49	佳奇科技	变型机器人（JQ6111）	201730573107X	2017.11.20	10年
50	佳奇科技	变型机器人（JQ6113）	2017305731099	2017.11.20	10年
51	佳奇科技	变型机器人（JQ6116）	2017305731262	2017.11.20	10年
52	佳奇科技	变型机器人（JQ6114）	2017305728058	2017.11.20	10年
53	佳奇科技	变型机器人（JQ6112）	2017305734275	2017.11.20	10年
54	佳奇科技	变型玩具（jQ1705）	201730573428X	2017.11.20	10年
55	佳奇科技	变形机器人（碰碰车战赫）	2018300781772	2018.03.01	10年
56	佳奇科技	变形机器人（碰碰车夜旋风）	2018300783763	2018.03.01	10年
57	佳奇科技	变形机器人（碰碰车叱风云）	2018300781787	2018.03.01	10年
58	佳奇科技	玩具剑	2018300781791	2018.03.01	10年
59	佳奇科技	变形玩具合体飞机（1号）	2018300781804	2018.03.01	10年
60	佳奇科技	玩具飞机（合体-飞机1号）	2018300796814	2018.03.02	10年
61	佳奇科技	玩具碰碰车（夜旋风-B）	2018300798167	2018.03.02	10年
62	佳奇科技	玩具碰碰车（夜旋风-A）	2018300797855	2018.03.02	10年
63	佳奇科技	玩具碰碰车（战赫-A）	2018300811655	2018.03.05	10年
64	佳奇科技	玩具碰碰车（战赫-B）	2018300811763	2018.03.05	10年
65	佳奇科技	玩具碰碰车（叱风云-A）	2018300863698	2018.03.08	10年
66	佳奇科技	玩具碰碰车（叱风云-B）	201830086460X	2018.03.08	10年
67	佳奇科技	玩具消防车	2018300901702	2018.03.12	10年
68	佳奇科技	玩具电单车	2018300904062	2018.03.12	10年
69	佳奇科技	合体变形机器人玩具	2018300901666	2018.03.12	10年
70	佳奇科技	变形机器人玩具（TDC）	2018300901685	2018.03.12	10年

序号	专利权人	专利名称	专利号	申请日期	有效期
71	佳奇科技	变形机器人玩具（XHC）	2018300903638	2018.03.12	10年
72	佳奇科技	玩具救护车	2018300904077	2018.03.12	10年
73	佳奇科技	摇铃玩具狗	2018300967593	2018.03.15	10年
74	佳奇科技	摇铃玩具猴	2018300990621	2018.03.16	10年
75	佳奇科技	摇铃玩具企鹅	2018301012791	2018.03.19	10年
76	佳奇科技	玩具碰碰车（白灭B）	201830147470X	2018.03.30	10年
77	佳奇科技	玩具碰碰车（灵遥B）	2018301474470	2018.03.30	10年
78	佳奇科技	玩具碰碰车（白灭A）	2018301474697	2018.03.30	10年
79	佳奇科技	玩具碰碰车（莱特A）	2018301474911	2018.03.30	10年
80	佳奇科技	玩具碰碰车（莱特B）	2018301474926	2018.03.30	10年
81	佳奇科技	玩具碰碰车（灵遥A）	2018301474466	2018.03.30	10年
82	佳奇科技	变形玩具碰碰车（白灭）	2018301474146	2018.03.30	10年
83	佳奇科技	变形玩具（碰碰车灵遥）	2018301474131	2018.03.30	10年
84	佳奇科技	变形玩具碰碰车（莱特）	2018301474150	2018.03.30	10年
85	佳奇科技	玩具车（TT8804）	2018301598149	2018.04.18	10年
86	佳奇科技	玩具车（TT8803）	201830159900X	2018.04.18	10年
87	佳奇科技	玩具车（TT8802）	2018301598986	2018.04.18	10年
88	佳奇科技	玩具（叠叠乐）	2018301824347	2018.04.27	10年
89	佳奇科技	变形机器人玩具车（GFC）	2018300903623	2018.03.12	10年
90	佳奇科技	玩具（学习小屋）	2018301828278	2018.04.27	10年
91	佳奇科技	吉娃娃玩具	2018302975503	2018.06.12	10年
92	佳奇科技	小猎犬玩具	2018303004785	2018.06.13	10年
93	佳奇科技	企鹅玩具	2018303440159	2018.06.29	10年
94	佳奇科技	小机器人	2018303445345	2018.06.29	10年

序号	专利权人	专利名称	专利号	申请日期	有效期
95	佳奇科技	大机器人	2018303449204	2018.06.29	10年
96	佳奇科技	恐龙玩具	2018303449295	2018.06.29	10年
97	佳奇科技	香肠狗玩具	201830344020X	2018.06.29	10年
98	佳奇科技	智立方玩具	2018304233512	2018.08.02	10年
99	佳奇科技	迷你玩具车（KD3102-1 警车）	2018304997329	2018.09.06	10年
100	佳奇科技	玩具飞机（KD3301 奇乐探索号客机）	2018305054134	2018.09.10	10年
101	佳奇科技	迷你玩具车（KD3102-4 货车）	2018305086366	2018.09.11	10年
102	佳奇科技	迷你玩具车（KD3102-2 救护车）	2018305086629	2018.09.11	10年
103	佳奇科技	迷你玩具车(KD3102-10 校车)	2018305086794	2018.09.11	10年
104	佳奇科技	迷你玩具车（KD3102-5 泥头车）	2018305086807	2018.09.11	10年
105	佳奇科技	迷你玩具车（KD3102-8 吊臂车）	2018305086987	2018.09.11	10年
106	佳奇科技	迷你玩具车（KD3102-7 挖土车）	2018305087138	2018.09.11	10年
107	佳奇科技	迷你玩具车（KD3102-3 消防车）	2018305087496	2018.09.11	10年
108	佳奇科技	迷你玩具车（KD3102-6 搅拌车）	2018305088179	2018.09.11	10年
109	佳奇科技	迷你玩具车（KD3102-9 雪糕车）	2018305088200	2018.09.11	10年
110	佳奇科技	四轴飞行器（S500）	2018305120761	2018.09.12	10年
111	佳奇科技	叠叠乐（KD3203 猴子）	2018304997051	2018.09.06	10年
112	佳奇科技	手动变形机器人- （JQ3129-1 神光）	2018305024887	2018.09.07	10年
113	佳奇科技	手动变形机器人- （JQ3129-2 夜旋风）	2018305025663	2018.09.07	10年
114	佳奇科技	手动变形机器人- （JQ6129-3 夜旋风）	201830502450X	2018.09.07	10年
115	佳奇科技	手动变形玩具-霸王龙	2018305441936	2018.09.27	10年
116	佳奇科技	拉线猪玩具	2018305441993	2018.09.27	10年
117	佳奇科技	智立方	201830560035X	2018.10.08	10年
118	佳奇科技	手动变形玩具-三角龙	2018305821719	2018.10.18	10年

序号	专利权人	专利名称	专利号	申请日期	有效期
119	佳奇科技	手动变形玩具-翼龙	2018305821441	2018.10.18	10年
120	佳奇科技	玩具（宝宝学习遥控器 KD3206）	2018306090941	2018.10.30	10年
121	佳奇科技	玩具（奇乐启智号巴士）	2018306740598	2018.11.26	10年
122	佳奇科技	玩具狗	2018306697051	2018.11.23	10年
123	佳奇科技	玩具猫	2018306697028	2018.11.23	10年
124	佳奇科技	玩具牛	2018306694443	2018.11.23	10年
125	佳奇科技	玩具兔	2018306694424	2018.11.23	10年
126	佳奇科技	玩具羊	2018306694208	2018.11.23	10年
127	佳奇科技	玩具猪	2018306694373	2018.11.23	10年
128	佳奇科技	玩具手机	2018306694157	2018.11.23	10年
129	佳奇科技	戏水潜艇玩具（大象）	2018307322170	2018.12.17	10年
130	佳奇科技	戏水潜艇玩具（猴子）	2018307322166	2018.12.17	10年
131	佳奇科技	戏水潜艇玩具（企鹅）	2018307327954	2018.12.18	10年
132	佳奇科技	戏水潜艇玩具（小狗）	201830732794X	2018.12.18	10年
133	佳奇科技	戏水玩具（大象）	2018307327935	2018.12.18	10年
134	佳奇科技	戏水玩具（猴子）	2018307321892	2018.12.17	10年
135	佳奇科技	戏水玩具（企鹅）	2018307321888	2018.12.17	10年
136	佳奇科技	戏水玩具（小狗）	2018307321977	2018.12.17	10年
137	佳奇科技	戏水玩具（捏捏乐大象）	2018307321799	2018.12.17	10年
138	佳奇科技	戏水玩具（捏捏乐猴子）	2018307322217	2018.12.17	10年
139	佳奇科技	戏水玩具（捏捏乐企鹅）	2018307322202	2018.12.17	10年
140	佳奇科技	戏水玩具（捏捏乐小狗）	2018307328073	2018.12.18	10年
141	佳奇科技	玩具（魔法点触琴）	2018307418050	2018.12.20	10年
142	佳奇科技	玩具（魔法点触拍拍鼓）	2018307418243	2018.12.20	10年

序号	专利权人	专利名称	专利号	申请日期	有效期
143	佳奇科技	摇铃不倒翁（大象）	2019300044569	2019.01.04	10年
144	佳奇科技	摇铃不倒翁（猴子）	2019300044408	2019.01.04	10年
145	佳奇科技	摇铃不倒翁（企鹅）	2019300044427	2019.01.04	10年
146	佳奇科技	摇铃不倒翁（小狗）	2019300044291	2019.01.04	10年
147	佳奇科技	软胶球玩具车（大象）	2019300361501	2019.01.23	10年
148	佳奇科技	软胶球玩具车（猴子）	2019300361997	2019.01.23	10年
149	佳奇科技	软胶球玩具车（企鹅）	2019300361499	2019.01.23	10年
150	佳奇科技	软胶球玩具车（小狗）	2019300361963	2019.01.23	10年
151	佳奇科技	软胶球玩具车（猪）	2019300348244	2019.01.23	10年
152	佳奇科技	玩具智学时钟（恐龙）	2019300834350	2019.03.01	10年
153	佳奇科技	玩具（点触智能学习台）	2019301741565	2019.04.16	10年
154	佳奇科技	玩具（乐比斯智能编程机器人）	2019302055159	2019.04.29	10年
155	佳奇科技	玩具（乐比斯智能编程机器人遥控器）	2019302051590	2019.04.29	10年
156	佳奇科技	玩具（洗漱台）	2019302790361	2019.05.31	10年
157	佳奇科技	智能玩具相机（K11 奇乐萌汽车）	2019302303623	2019.05.13	10年
158	佳奇科技	智能玩具相机（K11 奇乐萌小熊）	2019302303619	2019.05.13	10年
159	佳奇科技	玩具（奇乐前进号海盗船）	2019303108581	2019.06.17	10年
160	佳奇科技	玩具（奇迪学习农场）	2019303683047	2019.07.11	10年
161	佳奇科技	玩具牙胶摇铃（白云）	2019303973548	2019.07.24	10年
162	佳奇科技	玩具牙胶摇铃（猴子）	2019303973529	2019.07.24	10年
163	佳奇科技	玩具牙胶摇铃（猫头鹰）	2019303967937	2019.07.24	10年
164	佳奇科技	玩具牙胶摇铃（蜜蜂）	2019303967903	2019.07.24	10年
165	佳奇科技	玩具牙胶摇铃（苹果）	2019303973232	2019.07.24	10年
166	佳奇科技	玩具牙胶摇铃（树）	2019303967848	2019.07.24	10年

序号	专利权人	专利名称	专利号	申请日期	有效期
167	佳奇科技	玩具牙胶摇铃（兔子）	2019303973228	2019.07.24	10年
168	佳奇科技	玩具牙胶摇铃（乌龟）	2019303967829	2019.07.24	10年
169	佳奇科技	玩具牙胶摇铃（香蕉）	2019303973213	2019.07.24	10年
170	佳奇科技	玩具牙胶摇铃（小狗）	2019303967797	2019.07.24	10年
171	佳奇科技	玩具牙胶摇铃（小鱼）	2019303967706	2019.07.24	10年
172	佳奇科技	玩具（机械战士）	2019305815144	2019.10.24	10年
173	佳奇科技	玩具积木人仔（猴子）	2019305944658	2019.10.30	10年
174	佳奇科技	玩具积木人仔（大象）	2019305944592	2019.10.30	10年
175	佳奇科技	玩具积木人仔（企鹅）	2019305950790	2019.10.30	10年
176	佳奇科技	玩具积木人仔（小狗）	2019305950786	2019.10.30	10年
177	佳奇科技	玩具（安抚毛巾布偶-小树懒）	2019306238784	2019.11.13	10年
178	佳奇科技	玩具（安抚毛巾布偶-猴）	2019306236581	2019.11.13	10年
179	佳奇科技	玩具（安抚毛巾布偶-副栉龙）	201930623891X	2019.11.13	10年
180	佳奇科技	玩具（安抚毛巾布偶-树熊）	2019306238799	2019.11.13	10年
181	佳奇科技	玩具（奇乐泡泡杯）	2019307232215	2019.12.24	10年
182	佳奇科技	玩具（奇乐泡泡冰淇淋）	201930723215X	2019.12.24	10年

截至2020年3月31日，佳奇机器人已取得专利14项，其中外观设计8项、实用新型专利6项，该等专利均处于正常使用状态，深圳佳奇专利均为原始取得，专利所有权均在有效使用期限内，具体如下表所示：

序号	专利权人	专利名称	专利号	申请日期	有效期
实用新型					
1	深圳佳奇	一种可快速更换滤芯的空气净化器	2017200704901	2017.01.19	10年
2	深圳佳奇	一种新型空气净化器	2017200774321	2017.01.19	10年
3	深圳佳奇	一种儿童益智早教机	2017211774876	2017.09.12	10年
4	深圳佳奇	一种显示器俯仰角度可调的早教机	2017215844134	2017.11.23	10年

序号	专利权人	专利名称	专利号	申请日期	有效期
5	深圳佳奇	一种快速转向及定位结构	2018221389437	2018.12.19	10年
6	深圳佳奇	一种机器人低噪及运动灵活的安全驱动装置	2018221376850	2018.12.19	10年
外观设计					
7	深圳佳奇	空气净化器（机器人）	2017300207406	2017.01.19	10年
8	深圳佳奇	四轴无人机（S160）	2017303445919	2017.07.31	10年
9	深圳佳奇	四轴无人机（S101）	2017303436375	2017.07.31	10年
10	深圳佳奇	四轴无人机（S102）	2017303436303	2017.07.31	10年
11	深圳佳奇	儿童 K 歌宝（M3-C）	201730346910X	2017.08.01	10年
12	深圳佳奇	早教机	2017304036990	2017.08.29	10年
13	深圳佳奇	故事机（K5--V2）	2017304148021	2017.09.04	10年
14	深圳佳奇	玩具（K6 小鸡）	2018305989781	2018.12.19	10年

3、注册商标

截至 2020 年 3 月 31 日，公司及子公司拥有 193 项注册商标。除注册号为 5053892（序号 2）、5053896（序号 3）、5053898（序号 4）、5053899（序号 5）的商标为受让取得外，其他商标均为原始取得，具体如下：

（1）境内商标

公司及子公司在中国境内共取得了 151 项注册商标，具体如下：

序号	权利人	注册号	商标名称	商标图像	类别	有效期
1	佳奇科技	3651463	JIA QI		28	2005.12.21-2025.12.20
2	佳奇科技	5053892	雷霸龙		28	2009.06.14-2029.06.13
3	佳奇科技	5053896	Robosaur		28	2009.06.14-2029.06.13
4	佳奇科技	5053898	Roboactor		28	2009.06.14-2029.06.13
5	佳奇科技	5053899	Roboraptor		28	2009.06.14-2029.06.13



序号	权利人	注册号	商标名称	商标图像	类别	有效期
6	佳奇科技	4984570	JIA QI		28	2009.06.21-2029.06.20
7	佳奇科技	5065901	雷奇达 /REINCUS		28	2009.06.21-2029.06.20
8	佳奇科技	6636288	g-style		28	2010.07.21-2020.07.20
9	佳奇科技	6690665	炫彩恐龙		28	2010.07.28-2020.07.27
10	佳奇科技	6690664	dazzles dinosaur		28	2010.08.07-2020.08.06
11	佳奇科技	6561399	佳奇玩具 /JIAQI TOYS		28	2010.08.28-2020.08.27
12	佳奇科技	6690666	动能 X		28	2010.11.28-2020.11.27
13	佳奇科技	7240187	JIA QI		35	2010.12.21-2020.12.20
14	佳奇科技	7240184	JIA QI		39	2011.01.07-2021.01.06
15	佳奇科技	6561398	佳奇恐龙 /DINOSAUR		28	2011.06.21-2021.06.20
16	佳奇科技	11272892	小奇才		28	2013.12.28-2023.12.27
17	佳奇科技	18336224	路霸先锋		28	2018.02.21-2028.02.20
18	佳奇科技	17357567	JAKI		41	2016.09.07-2026.09.06
19	佳奇科技	17357568	JAKI		35	2016.09.07-2026.09.06

序号	权利人	注册号	商标名称	商标图像	类别	有效期
20	佳奇科技	17357569	JAKI		28	2016.09.07-2026.09.06
21	佳奇科技	17357570	JAKI		9	2016.09.07-2026.09.06
22	佳奇科技	17357571	JAKI		7	2016.09.07-2026.09.06
23	佳奇科技	18336225	皇峰战神		28	2016.12.21-2026.12.20
24	佳奇科技	18390906	JAKI		41	2016.12.28-2026.12.27
25	佳奇科技	18390908	JAKI		28	2016.12.28-2026.12.27
26	佳奇科技	18390909	JAKI		9	2016.12.28-2026.12.27
27	佳奇科技	18390910	JAKI		7	2016.12.28-2026.12.27
28	佳奇科技	18600107	JAKI TECHNOLOGY & EDUCATION		28	2017.01.21-2027.01.20
29	佳奇科技	18600108	JAKI TECHNOLOGY & EDUCATION		7	2017.01.21-2027.01.20
30	佳奇科技	18652414	赤焰擎天		28	2017.01.28-2027.01.27
31	佳奇科技	18336226	幻影勇者		28	2017.02.21-2027.02.20

序号	权利人	注册号	商标名称	商标图像	类别	有效期
32	佳奇科技	20739921	罗本艾特		28	2017.09.14-2027.09.13
33	佳奇科技	18390907	JAKI		35	2017.10.28-2027.10.27
34	佳奇科技	18336222	越野战神		28	2018.02.21-2028.02.20
35	佳奇科技	18336223	漂移战神		28	2018.02.21-2028.02.20
36	佳奇科技	24578848	JAKI		11	2018.07.07-2028.07.06
37	佳奇科技	31068746	救援特工队		28	2019.04.14-2029.04.13
38	佳奇科技	31089254	救援特工队		35	2019.04.14-2029.04.13
39	佳奇科技	31080579	救援特工队		38	2019.04.14-2029.04.13
40	佳奇科技	37247833	图形		38	2019.11.21-2029.11.20
41	佳奇科技	37249863	图形		35	2019.11.21-2029.11.20
42	佳奇科技	37266805	图形		28	2019.11.21-2029.11.20
43	佳奇科技	37247807	图形		35	2019.11.21-2029.11.20





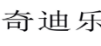
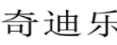
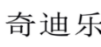
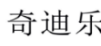
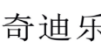

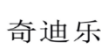
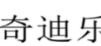

序号	权利人	注册号	商标名称	商标图像	类别	有效期
44	佳奇科技	37257567	图形		28	2019.11.21-2029.11.20
45	佳奇科技	37257628	图形		38	2019.11.21-2029.11.20
46	佳奇科技	37236866	图形		28	2019.11.21-2029.11.20
47	佳奇科技	37243342	图形		38	2019.11.21-2029.11.20
48	佳奇科技	37257604	图形		35	2019.11.21-2029.11.20
49	佳奇娱乐	21728485	机变英盟		9	2017.12.14-2027.12.13
50	佳奇娱乐	21728657	图形		9	2017.12.14-2027.12.13
51	佳奇娱乐	21728600	图形		9	2017.12.14-2027.12.13
52	佳奇娱乐	21728620	图形		28	2017.12.14-2027.12.13
53	佳奇娱乐	21728877	机变英盟		28	2017.12.14-2027.12.13
54	佳奇娱乐	21729204	叱风云		28	2017.12.14-2027.12.13

序号	权利人	注册号	商标名称	商标图像	类别	有效期
55	佳奇娱乐	21729372	夜旋风		28	2017.12.14-2027.12.13
56	佳奇娱乐	21729441	叱风云		35	2017.12.14-2027.12.13
57	佳奇娱乐	21729508	夜旋风		35	2017.12.14-2027.12.13
58	佳奇娱乐	21729513	图形		35	2017.12.14-2027.12.13
59	佳奇娱乐	21729525	图形		35	2017.12.14-2027.12.13
60	佳奇娱乐	21729612	机变英盟		35	2017.12.14-2027.12.13
61	佳奇娱乐	21729660	机变英盟		38	2017.12.14-2027.12.13
62	佳奇娱乐	21729803	图形		38	2017.12.14-2027.12.13
63	佳奇娱乐	21729824	图形		38	2017.12.14-2027.12.13
64	佳奇娱乐	21729828	霸达通		38	2017.12.14-2027.12.13
65	佳奇娱乐	21729856	叱风云		38	2017.12.14-2027.12.13
66	佳奇娱乐	21729882	夜旋风		38	2017.12.14-2027.12.13
67	佳奇娱乐	21729884	机变英盟		41	2017.12.14-2027.12.13

序号	权利人	注册号	商标名称	商标图像	类别	有效期
68	佳奇娱乐	21730047	图形		41	2017.12.14-2027.12.13
69	佳奇娱乐	21730125	图形		41	2017.12.14-2027.12.13
70	佳奇娱乐	21728935	霸达通		28	2017.12.15-2027.12.13
71	佳奇娱乐	21729495	霸达通		35	2017.12.16-2027.12.13
72	佳奇娱乐	22063455	笑藏刀		28	2018.01.14-2028.01.13
73	佳奇娱乐	22063795	车大炮		28	2018.01.14-2028.01.13
74	佳奇娱乐	22063924	车大炮		35	2018.01.14-2028.01.13
75	佳奇娱乐	22063993	笑藏刀		35	2018.01.14-2028.01.13
76	佳奇娱乐	22063951	笑藏刀		38	2018.01.14-2028.01.13
77	佳奇娱乐	22102083	伏火将		28	2018.01.21-2028.01.20
78	佳奇娱乐	22102247	猎罐		28	2018.01.21-2028.01.20
79	佳奇娱乐	22102321	律道者		28	2018.01.21-2028.01.20
80	佳奇娱乐	22102334	律道者		35	2018.01.21-2028.01.20

序号	权利人	注册号	商标名称	商标图像	类别	有效期
81	佳奇娱乐	22102487	伏火将	伏火将	35	2018.01.21-2028.01.20
82	佳奇娱乐	22102545	猎罐	猎罐	35	2018.01.21-2028.01.20
83	佳奇娱乐	22102455	猎罐	猎罐	38	2018.01.21-2028.01.20
84	佳奇娱乐	22102602	伏火将	伏火将	38	2018.01.21-2028.01.20
85	佳奇娱乐	22102738	律道者	律道者	38	2018.01.21-2028.01.20
86	佳奇娱乐	22122305	神光叱风云	神光叱风云	28	2018.01.21-2028.01.20
87	佳奇娱乐	22122382	双锵龙	双锵龙	28	2018.01.21-2028.01.20
88	佳奇娱乐	22122424	双锵龙	双锵龙	35	2018.01.21-2028.01.20
89	佳奇娱乐	22122434	神光叱风云	神光叱风云	35	2018.01.21-2028.01.20
90	佳奇娱乐	22122432	双锵龙	双锵龙	35	2018.01.21-2028.01.20
91	佳奇娱乐	22122474	双锵龙	双锵龙	38	2018.01.21-2028.01.20
92	佳奇娱乐	22122418	神光叱风云	神光叱风云	38	2018.01.21-2028.01.20
93	佳奇娱乐	22785299	夜驰风	夜驰风	28	2018.02.21-2028.02.20
94	佳奇娱乐	22785423	灵遥	灵遥	28	2018.02.21-2028.02.20

序号	权利人	注册号	商标名称	商标图像	类别	有效期
95	佳奇娱乐	22786195	战千里	战千里	28	2018.02.21-2028.02.20
96	佳奇娱乐	22786316	战赫	战赫	28	2018.02.21-2028.02.20
97	佳奇娱乐	22786385	战千里	战千里	35	2018.02.21-2028.02.20
98	佳奇娱乐	22786421	战赫	战赫	35	2018.02.21-2028.02.20
99	佳奇娱乐	22786436	夜驰风	夜驰风	35	2018.02.21-2028.02.20
100	佳奇娱乐	22786456	灵遥	灵遥	35	2018.02.21-2028.02.20
101	佳奇娱乐	22786520	夜驰风	夜驰风	38	2018.02.21-2028.02.20
102	佳奇娱乐	22786559	灵遥	灵遥	38	2018.02.21-2028.02.20
103	佳奇娱乐	22786592	战赫	战赫	38	2018.02.21-2028.02.20
104	佳奇娱乐	22786776	战千里	战千里	38	2018.02.21-2028.02.20
105	佳奇娱乐	23992693	御盾首	御盾首	35	2018.04.21-2028.04.20
106	佳奇娱乐	23993332	碧尔法	碧尔法	38	2018.04.21-2028.04.20
107	佳奇娱乐	23992616	碧尔法	碧尔法	28	2018.04.28-2028.04.27
108	佳奇娱乐	23992663	碧尔法	碧尔法	35	2018.04.28-2028.04.27
109	佳奇娱乐	23992692	御盾首	御盾首	28	2018.04.28-2028.04.27
110	佳奇娱乐	23993048	御盾首	御盾首	38	2018.04.28-2028.04.27
111	佳奇娱乐	23993105	白灭	白灭	35	2018.04.28-2028.04.27

序号	权利人	注册号	商标名称	商标图像	类别	有效期
112	佳奇娱乐	23992701	白灭		28	2018.05.07-2028.05.06
113	佳奇娱乐	23993379	白灭		38	2018.05.07-2028.05.06
114	佳奇娱乐	22063782	无歼道		28	2018.09.07-2028.09.06
115	佳奇娱乐	27056001	机变英盟		42	2018.10.07-2028.10.06
116	佳奇娱乐	28582072	奇迪乐		35	2018.12.14-2028.12.13
117	佳奇娱乐	28724615	奇迪乐		20	2018.12.14-2028.12.13
118	佳奇娱乐	28729649	奇迪乐		15	2018.12.14-2028.12.13
119	佳奇娱乐	28730556	奇迪乐		12	2018.12.14-2028.12.13
120	佳奇娱乐	28736192	奇迪乐		16	2018.12.14-2028.12.13
121	佳奇娱乐	28735831	奇迪乐		5	2018.12.14-2028.12.13
122	佳奇娱乐	28595268	奇迪乐		38	2018.12.21-2028.12.20
123	佳奇娱乐	28721071	奇迪乐		9	2018.12.21-2028.12.20
124	佳奇娱乐	28601727	变形搏击		28	2018.12.28-2028.12.27

序号	权利人	注册号	商标名称	商标图像	类别	有效期
125	佳奇娱乐	29382407	奇迪乐		12	2019.01.21-2029.01.20
126	佳奇娱乐	29392989	奇迪乐		15	2019.01.21-2029.01.20
127	佳奇娱乐	29387918	奇迪乐		16	2019.01.21-2029.01.20
128	佳奇娱乐	29387929	奇迪乐		20	2019.01.21-2029.01.20
129	佳奇娱乐	29385854	奇迪乐		38	2019.01.21-2029.01.20
130	佳奇娱乐	29393333	奇迪乐		35	2019.03.07-2029.03.06
131	佳奇娱乐	31321908	光盟图标		28	2019.03.07-2029.03.06
132	佳奇娱乐	31297875	光盟图标		35	2019.03.07-2029.03.06
133	佳奇娱乐	31304743	光盟图标		38	2019.03.07-2029.03.06
134	佳奇娱乐	31297855	影盟图标		28	2019.03.07-2029.03.06
135	佳奇娱乐	31300162	影盟图标		35	2019.03.07-2029.03.06

序号	权利人	注册号	商标名称	商标图像	类别	有效期
136	佳奇娱乐	31323585	影盟图标		38	2019.03.07-2029.03.06
137	佳奇娱乐	31316588	悍世图标		28	2019.03.07-2029.03.06
138	佳奇娱乐	31316610	悍世图标		35	2019.03.07-2029.03.06
139	佳奇娱乐	31304749	悍世图标		38	2019.03.07-2029.03.06
140	佳奇娱乐	29390485	奇迪乐		5	2019.03.28-2029.03.27
141	佳奇娱乐	28584202	奇迪乐	奇迪乐	28	2019.12.14-2029.12.13
142	佳奇娱乐	29390550	奇迪乐		28	2020.01.28-2030.01.27
143	佳奇娱乐	29394752	奇迪乐		9	2020.02.07-2030.02.06
144	深圳佳奇	23275162	SEFS		28	2018.03.14-2028.03.13
145	深圳佳奇	23275307	爱梨	爱梨	28	2018.03.14-2028.03.13
146	深圳佳奇	23275384	爱梨	爱梨	35	2018.03.21-2028.03.20
147	深圳佳奇	23275440	SEFS		35	2018.03.21-2028.03.20
148	深圳佳奇	23275517	爱梨	爱梨	38	2018.03.14-2028.03.13

序号	权利人	注册号	商标名称	商标图像	类别	有效期
149	深圳佳奇	23275547	SEFS		38	2018.03.14-2028.03.13
150	深圳佳奇	24961696	佳佳智能机器人		28	2018.06.28-2028.06.27
151	深圳佳奇	33796530	奇乐萌		9	2018.06.28-2028.06.27

（2）境外商标

公司及子公司在中国境外共取得了 42 项注册商标，均为原始取得，具体如下：

序号	权利人	地区	注册号	商标名称	商标图像	类别	有效期
1	佳奇科技	香港	301198459	JIA QI		28	2008.09.10-2028.09.09
2	佳奇科技	香港	304769993	奇迪乐		28	2018.12.14-2028.12.13
3	佳奇科技	韩国	40-1527382	奇迪乐		28	2019.10.07-2029.10.06
4	佳奇科技	墨西哥	2047416	奇迪乐		28	2019.10.18-2029.06.24
5	深圳佳奇	香港	304379464	JAKI		28	2017.12.22-2027.12.21
6	深圳佳奇	香港	304379455	JAKI		35	2017.12.22-2027.12.21
7	深圳佳奇	香港	304379437	机变英盟		28	2017.12.22-2027.12.21
8	深圳佳奇	香港	304379428	机变英盟		35	2017.12.22-2027.12.21
9	深圳佳奇	香港	304379446	机变英盟		38	2017.12.22-2027.12.21

序号	权利人	地区	注册号	商标名称	商标图像	类别	有效期
10	深圳佳奇	美国	5328673	Geekmb		9	2017.11.07-2027.11.06
11	深圳佳奇	美国	5328677	Geekmb		28	2017.11.07-2027.11.06
12	深圳佳奇	美国	5327624	Matlir		9	2017.11.07-2027.11.06
13	深圳佳奇	美国	5328581	Matlir		28	2017.11.07-2027.11.06
14	深圳佳奇	美国	5327619	SHAREHB		9	2017.11.07-2027.11.06
15	深圳佳奇	美国	5328577	SHAREHB		28	2017.11.07-2027.11.06
16	深圳佳奇	美国	5410743	Geekmb		11	2018.02.27-2028.02.26
17	深圳佳奇	美国	5410741	Matlir		11	2018.02.27-2028.02.26
18	深圳佳奇	美国	5410679	SHAREHB		11	2018.02.27-2028.02.26
19	深圳佳奇	美国	5534798	JAKI		28	2018.08.07-2028.08.06
20	深圳佳奇	美国	5694610	JAKI		35	2019.03.12-2029.03.11
21	深圳佳奇	美国	5700639	机变英盟		28	2019.03.19-2029.03.18

序号	权利人	地区	注册号	商标名称	商标图像	类别	有效期
22	深圳佳奇	美国	5694615	机变英盟		38	2019.03.12-2029.03.11
23	深圳佳奇	韩国	40-1400611	机变英盟		38	2018.09.27-2028.09.26
24	深圳佳奇	韩国	40-1400609	机变英盟		28	2018.09.27-2028.09.26
25	深圳佳奇	韩国	40-1400610	机变英盟		35	2018.09.27-2028.09.26
26	深圳佳奇	韩国	40-1422114	JAKI		28	2018.11.30-2028.11.29
27	深圳佳奇	欧盟	017639527	JAKI		35	2018.05.18-2028.05.17
28	深圳佳奇	欧盟	017643727	机变英盟		28	2018.05.18-2028.05.17
29	深圳佳奇	欧盟	017643751	机变英盟		35	2018.05.18-2028.05.17
30	深圳佳奇	欧盟	017643776	机变英盟		38	2018.05.18-2028.05.17
31	深圳佳奇	日本	6074436	JAKI		28	2018.08.24-2028.08.23
32	深圳佳奇	日本	6074437	JAKI		35	2018.08.24-2028.08.23
33	深圳佳奇	日本	6074438	机变英盟		28	2018.08.24-2028.08.23
34	深圳佳奇	日本	6074276	机变英盟		35	2018.08.24-2028.08.23
35	深圳佳奇	日本	6078645	机变英盟		38	2018.09.07-2028.09.06
36	深圳佳奇	印度	3690042	JAKI		28	2017.11.29-2027.11.28
37	深圳佳奇	印度	3690054	JAKI		35	2017.11.29-2027.11.28

序号	权利人	地区	注册号	商标名称	商标图像	类别	有效期
38	深圳佳奇	印度	3690055	机变英盟		28	2017.11.29-2027.11.28
39	深圳佳奇	印度	3690058	机变英盟		35	2017.11.29-2027.11.28
40	深圳佳奇	印度	3690059	机变英盟		38	2017.11.29-2027.11.28
41	深圳佳奇	俄罗斯	687378	JAKI		28	2018.12.11-2028.01.16
42	深圳佳奇	欧盟	17639444	JAKI		28	2019.01.29-2029.01.28

4、著作权

截至 2020 年 3 月 31 日，佳奇科技拥有 108 项著作权，该等著作权均处于正常使用状态，佳奇科技著作权均为原始取得，著作权均在有效使用期限内，具体情况如下：

序号	著作权人	作品名称	作品类别	登记号	创作日期/首次发表日期	登记日期
1	佳奇科技	变形玩具（TT651）	美术作品	国作登字-2015-F-00232528	2014.04.15	2015.10.16
2	佳奇科技	变形玩具（TT652）	美术作品	国作登字-2015-F-00248407	2014.04.15	2015.11.13
3	佳奇科技	变形玩具（TT661）	美术作品	国作登字-2015-F-00232526	2014.04.15	2015.10.16
4	佳奇科技	变形玩具（TT662）	美术作品	国作登字-2015-F-00236139	2014.04.15	2015.11.12
5	佳奇科技	变形玩具（TT663）	美术作品	国作登字-2015-F-00232465	2014.04.15	2015.10.16
6	佳奇科技	变形玩具（TT664）	美术作品	国作登字-2015-F-00248408	2014.04.15	2015.11.13
7	佳奇科技	变形玩具（TT665）	美术作品	国作登字-2015-F-00248409	2014.04.15	2015.11.13
8	佳奇科技	变形玩具（TT667）	美术作品	国作登字-2015-F-00232530	2014.04.15	2015.10.16
9	佳奇科技	变形玩具（TT669）	美术作品	国作登字-2015-F-00232529	2014.04.15	2015.10.16
10	佳奇科技	玩具（佳奇机器人-TT881）	美术作品	国作登字-2015-F-00237261	2014.06.01	2015.11.05
11	佳奇科技	遥控变形机器人使用说明书	其他	国作登字-2015-L-00230835	2014.04.15	2015.11.04

序号	著作权人	作品名称	作品类别	登记号	创作日期/ 首次发表日期	登记日期
12	佳奇科技	遥控一键变形 汽车 变机器人	美术作品	国作登字 -2015-F-00244187	2014.04.15	2015.12.29
13	佳奇科技	变形玩具 (TT661-TT667)	电影和类 似摄制电 影方法创 作的作品	国作登字 -2016-I-00244515	2014.04.15	2016.01.13
14	佳奇科技	变形玩具 (TT663)	电影和类 似摄制电 影方法创 作的作品	国作登字 -2016-I-00244514	2014.04.15	2016.01.13
15	佳奇科技	变形玩具 (TT665)	电影和类 似摄制电 影方法创 作的作品	国作登字 -2016-I-00244516	2014.04.15	2016.01.13
16	佳奇科技	变形玩具 (TT671)	美术作品	国作登字 -2016-F-00245183	2014.11.12	2016.01.04
17	佳奇科技	玩具变形遥控器	美术作品	国作登字 -2016-F-00260346	2014.04.15	2016.03.08
18	佳奇科技	玩具 (变形机器人 TT670)	美术作品	国作登字 -2016-F-00260348	2014.04.23	2016.03.08
19	佳奇科技	玩具 (变形机器人 TT672)	美术作品	国作登字 -2016-F-00260347	2014.04.15	2016.03.08
20	佳奇科技	玩具变形机器人 (TT675)	美术作品	国作登字 -2016-F-00309830	2015.08.16	2016.10.13
21	佳奇科技	玩具变形机器人 (TT673)	美术作品	国作登字 -2016-F-00309831	2015.07.16	2016.10.13
22	佳奇科技	城市游侠变形机器 人 (TT676)	美术作品	国作登字 -2017-F-00344895	2014.12.15	2017.01.03
23	佳奇科技	营救战神变形机器 人 (TT677)	美术作品	国作登字 -2017-F-00344893	2014.12.15	2017.01.03
24	佳奇科技	地火战神变形机器 人 (TT678)	美术作品	国作登字 -2017-F-00344894	2014.12.15	2017.01.03
25	佳奇科技	混天战神变形机器 人 (TT679)	美术作品	国作登字 -2016-F-00342001	2014.09.01	2016.12.20
26	佳奇科技	玩具霸王龙 (TT882)	美术作品	国作登字 -2017-F-00369846	2015.01.01	2017.03.14
27	佳奇科技	玩具三角龙 (TT881)	美术作品	国作登字 -2017-F-00369845	2015.01.01	2017.03.14
28	佳奇科技	TT353 机器人	美术作品	国作登字 -2017-F-00465826	2017.01.09	2017.08.14
29	佳奇科技	玩具变形车 (TT8801)	美术作品	国作登字 -2018-F-00516357	2015.10.13	2018.04.02
30	佳奇科技	玩具变形车 (TT8802)	美术作品	国作登字 -2018-F-00516356	2015.10.13	2018.04.02
31	佳奇科技	玩具变形车 (TT8803)	美术作品	国作登字 -2018-F-00516354	2015.10.13	2018.04.02

序号	著作权人	作品名称	作品类别	登记号	创作日期/ 首次发表 日期	登记日期
32	佳奇科技	玩具变形车 (TT8804)	美术作品	国作登字 -2018-F-00516360	2015.10.13	2018.04.02
33	佳奇科技	玩具变形机器人 (TT8801)	美术作品	国作登字 -2018-F-00516358	2015.10.13	2018.04.02
34	佳奇科技	玩具变形机器人 (TT8802)	美术作品	国作登字 -2018-F-00516355	2015.10.13	2018.04.02
35	佳奇科技	玩具变形机器人 (TT8803)	美术作品	国作登字 -2018-F-00516361	2015.10.13	2018.04.02
36	佳奇科技	玩具变形机器人 (TT8804)	美术作品	国作登字 -2018-F-00516359	2015.10.13	2018.04.02
37	佳奇科技	机器人变形 (JQ1705)	美术作品	国作登字 -2018-F-00552392	2015.11.17	2018.05.21
38	佳奇科技	机器人变形 (JQ6111)	美术作品	国作登字 -2018-F-00552393	2015.11.17	2018.05.21
39	佳奇科技	机器人变形 (JQ6112)	美术作品	国作登字 -2018-F-00552394	2015.11.17	2018.05.21
40	佳奇科技	机器人变形 (JQ6113)	美术作品	国作登字 -2018-F-00552395	2015.11.17	2018.05.21
41	佳奇科技	机器人变形 (JQ6114)	美术作品	国作登字 -2018-F-00552409	2015.11.17	2018.05.21
42	佳奇科技	机器人变形 (JQ6115)	美术作品	国作登字 -2018-F-00552408	2015.11.17	2018.05.21
43	佳奇科技	机器人变形 (JQ6116)	美术作品	国作登字 -2018-F-00552391	2015.11.17	2018.05.21
44	佳奇科技	摇铃狗玩具	美术作品	国作登字 -2018-F-00521470	2017.04.18	2018.06.07
45	佳奇科技	摇铃象玩具	美术作品	国作登字 -2018-F-00521471	2017.04.18	2018.06.07
46	佳奇科技	摇铃猴玩具	美术作品	国作登字 -2018-F-00521472	2017.04.18	2018.06.07
47	佳奇科技	摇铃企鹅玩具	美术作品	国作登字 -2018-F-00521473	2017.04.18	2018.06.07
48	佳奇科技	雷霆特警组	F 美术	粤作登字 -2018-F-00016012	2018.05.07	2018.07.12
49	佳奇科技	救援特工队	F 美术	粤作登字 -2018-F-00016059	2018.05.07	2018.07.12
50	佳奇科技	碰碰车系列玩具剑	美术作品	国作登字 -2018-F-00589448	2017.02.28	2018.08.02
51	佳奇科技	合体飞机玩具 1 号 (飞机)	美术作品	国作登字 -2018-F-00589447	2017.03.16	2018.08.02
52	佳奇科技	合体飞机玩具 2 号 (变形)	美术作品	国作登字 -2018-F-00589412	2017.03.16	2018.08.02
53	佳奇科技	变形玩具碰碰车(夜 旋风 A)	美术作品	国作登字 -2018-F-00589398	2017.03.01	2018.08.02
54	佳奇科技	变形玩具碰碰车(夜 旋风 B)	美术作品	国作登字 -2018-F-00589410	2017.03.01	2018.08.02

序号	著作权人	作品名称	作品类别	登记号	创作日期/ 首次发表 日期	登记日期
55	佳奇科技	变形玩具碰碰车(夜旋风)	美术作品	国作登字 -2018-F-00589411	2017.03.01	2018.08.02
56	佳奇科技	变形玩具碰碰车(战赫A)	美术作品	国作登字 -2018-F-00589407	2017.02.15	2018.08.02
57	佳奇科技	变形玩具碰碰车(战赫B)	美术作品	国作登字 -2018-F-00589397	2017.02.15	2018.08.02
58	佳奇科技	变形玩具碰碰车(战赫)	美术作品	国作登字 -2018-F-00589408	2017.02.15	2018.08.02
59	佳奇科技	玩具碰碰车(叱风云A)	美术作品	国作登字 -2018-F-00589449	2017.02.15	2018.08.02
60	佳奇科技	变形玩具碰碰车(叱风云B)	美术作品	国作登字 -2018-F-00589403	2017.02.15	2018.08.02
61	佳奇科技	变形玩具碰碰车(叱风云)	美术作品	国作登字 -2018-F-00589404	2017.02.15	2018.08.02
62	佳奇科技	玩具消防车	美术作品	国作登字 -2018-F-00589405	2017.03.15	2018.08.02
63	佳奇科技	变形消防车玩具	美术作品	国作登字 -2018-F-00589409	2017.03.15	2018.08.02
64	佳奇科技	玩具电单车	美术作品	国作登字 -2018-F-00589400	2017.03.28	2018.08.02
65	佳奇科技	变形电单车玩具	美术作品	国作登字 -2018-F-00589406	2017.03.28	2018.08.02
66	佳奇科技	玩具救护车	美术作品	国作登字 -2018-F-00589402	2017.03.02	2018.08.02
67	佳奇科技	变形救护车玩具	美术作品	国作登字 -2018-F-00589399	2017.03.02	2018.08.02
68	佳奇科技	合体变形玩具车	美术作品	国作登字 -2018-F-00589401	2017.04.13	2018.08.02
69	佳奇科技	玩具碰碰车(莱特A)	美术作品	国作登字 -2018-F-00601102	2017.03.22	2018.08.17
70	佳奇科技	玩具碰碰车(莱特B)	美术作品	国作登字 -2018-F-00601101	2017.03.22	2018.08.17
71	佳奇科技	变形玩具碰碰车(莱特)	美术作品	国作登字 -2018-F-00601103	2017.03.22	2018.08.17
72	佳奇科技	玩具碰碰车(灵遥A)	美术作品	国作登字 -2018-F-00601108	2017.03.22	2018.08.17
73	佳奇科技	玩具碰碰车(灵遥B)	美术作品	国作登字 -2018-F-00601107	2017.03.22	2018.08.17
74	佳奇科技	变形玩具碰碰车(灵遥)	美术作品	国作登字 -2018-F-00601109	2017.03.22	2018.08.17
75	佳奇科技	玩具碰碰车(白灭A)	美术作品	国作登字 -2018-F-00601105	2017.03.19	2018.08.17
76	佳奇科技	玩具碰碰车(白灭B)	美术作品	国作登字 -2018-F-00601104	2017.03.19	2018.08.17
77	佳奇科技	变形玩具碰碰车(白灭)	美术作品	国作登字 -2018-F-00601106	2017.03.19	2018.08.17

序号	著作权人	作品名称	作品类别	登记号	创作日期/ 首次发表 日期	登记日期
78	佳奇科技	音乐屋	美术作品	国作登字 -2018-F-00622487	2017.05.21	2018.09.20
79	佳奇科技	叠叠乐	美术作品	国作登字 -2018-F-00628758	2017.06.05	2018.09.29
80	佳奇科技	小机器人	美术作品	国作登字 -2019-F-00723902	2018.06.15	2019.02.15
81	佳奇科技	大机器人	美术作品	国作登字 -2019-F-00723901	2018.06.15	2019.02.15
82	佳奇科技	恐龙玩具	美术作品	国作登字 -2019-F-00723898	2018.06.15	2019.02.15
83	佳奇科技	企鹅玩具	美术作品	国作登字 -2019-F-00723897	2018.06.15	2019.02.15
84	佳奇科技	香肠狗	美术作品	国作登字 -2019-F-00723896	2018.06.15	2019.02.15
85	佳奇科技	迷你玩具车 (KD3102-1 警车)	美术作品	国作登字 -2019-F-00723895	2018.09.02	2019.02.15
86	佳奇科技	迷你玩具车 (KD3102-3 消防车)	美术作品	国作登字 -2019-F-00723893	2018.09.01	2019.02.15
87	佳奇科技	迷你玩具车 (KD3102-5 泥头车)	美术作品	国作登字 -2019-F-00723891	2018.09.01	2019.02.15
88	佳奇科技	迷你玩具车 (KD3102-4 货车)	美术作品	国作登字 -2019-F-00723899	2018.09.01	2019.02.15
89	佳奇科技	迷你玩具车 (KD3102-2 救护车)	美术作品	国作登字 -2019-F-00723894	2018.09.01	2019.02.15
90	佳奇科技	迷你玩具车 (KD3102-6 搅拌车)	美术作品	国作登字 -2019-F-00723890	2018.09.01	2019.02.15
91	佳奇科技	迷你玩具车 (KD3102-7 挖土车)	美术作品	国作登字 -2019-F-00723889	2018.09.01	2019.02.15
92	佳奇科技	迷你玩具车 (KD3102-8 吊臂车)	美术作品	国作登字 -2019-F-00723888	2018.09.01	2019.02.15
93	佳奇科技	迷你玩具车 (KD3102-9 雪糕车)	美术作品	国作登字 -2019-F-00723886	2018.09.01	2019.02.15
94	佳奇科技	迷你玩具车 (KD3102-10 校车)	美术作品	国作登字 -2019-F-00723885	2018.09.01	2019.02.15
95	佳奇科技	探索号客机玩具 (KD3301)	美术作品	国作登字 -2019-F-00723900	2018.09.01	2019.02.15
96	佳奇科技	智立方	美术作品	国作登字 -2019-F-00723903	2018.09.01	2019.02.15
97	佳奇科技	宝宝学习遥控器 (KD3206)	美术作品	国作登字 -2019-F-00723904	2018.10.13	2019.02.15
98	佳奇科技	KD3510 牙胶摇铃套 装	F 美术	粤作登字 -2019-F-00015980	2019.07.10	2019.08.21
99	佳奇科技	早教故事机控制平 台软件	软件	2014SR099280	2014.06.10	2014.07.17
100	佳奇科技	电动机器人控制软 件	软件	2014SR099283	2014.06.20	2014.07.17

序号	著作权人	作品名称	作品类别	登记号	创作日期/首次发表日期	登记日期
101	佳奇科技	佳奇智能聊天机器人 Android 平台【简称：聊天机器人】V1.0	软件	2016SR195629	2016.02.10	2016.07.27
102	佳奇科技	Android 版变形战甲软件【简称：变形战甲】V1.0	软件	2016SR195625	2016.03.20	2016.07.27
103	佳奇科技	IOS 版变形战甲软件【简称：变形战甲】V1.0	软件	2016SR195621	2016.03.20	2016.07.27
104	佳奇科技	儿童玩具益智学习娱乐音乐软件 V1.0	软件	2019SR0378073	2018.10.16	2019.4.23
105	佳奇科技	一种智能学习机器人控制系统 V1.0	软件	2019SR0900406	2019.03.12	2019.08.29
106	佳奇科技	Kidian Theme Song（奇迪乐主题曲）	音乐作品	国作登字-2019-B-00729409	2018.12.01	2019.02.27
107	佳奇科技	医用非接触式红外额温计	美术作品	国作登字-2020-F-00994320	2020.03.03	2020.03.23
108	佳奇科技	KD3209 安抚毛巾布偶	F 美术	粤作登字-2019-F-00024756	2019.09.15	2019.11.06

截至 2020 年 3 月 31 日，佳奇娱乐拥有 84 项著作权，该等著作权均处于正常使用状态，佳奇娱乐著作权均为原始取得，著作权均在有效使用期限内，具体情况如下：

序号	著作权人	作品名称	作品类别	登记号	创作日期/首次发表日期	登记日期
1	佳奇娱乐	MG117	F 美术	粤作登字-2016-F-00017820	2016.09.29	2016.12.13
2	佳奇娱乐	叱风云（车形态）	F 美术	粤作登字-2016-F-00017822	2016.09.29	2016.12.13
3	佳奇娱乐	叱风云（机器人形态）	F 美术	粤作登字-2016-F-00018932	2016.09.29	2016.12.20
4	佳奇娱乐	笑藏刀（车形态）	F 美术	粤作登字-2016-F-00018950	2016.09.29	2016.12.20
5	佳奇娱乐	笑藏刀（机器人形态）	F 美术	粤作登字-2016-F-00018945	2016.09.29	2016.12.20
6	佳奇娱乐	夜旋风（车形态）	F 美术	粤作登字-2016-F-00018959	2016.09.29	2016.12.20
7	佳奇娱乐	夜旋风（机器人形态）	F 美术	粤作登字-2016-F-00018956	2016.09.29	2016.12.20
8	佳奇娱乐	无歼道（车形态）	F 美术	粤作登字-2016-F-00018982	2016.09.29	2016.12.20
9	佳奇娱乐	无歼道（机器人形态）	F 美术	粤作登字-2016-F-00018966	2016.09.29	2016.12.20

序号	著作权人	作品名称	作品类别	登记号	创作日期/首次发表日期	登记日期
10	佳奇娱乐	霸达通（车状态）	F 美术	粤作登字 -2016-F-00018965	2016.09.29	2016.12.20
11	佳奇娱乐	霸达通（机器人状态）	F 美术	粤作登字 -2017-F-00005759	2016.09.29	2017.03.16
12	佳奇娱乐	车大炮（车状态）	F 美术	粤作登字 -2017-F-00005778	2016.12.19	2017.03.16
13	佳奇娱乐	车大炮（机器人状态）	F 美术	粤作登字 -2017-F-00005781	2016.09.29	2017.03.16
14	佳奇娱乐	霸达通	F 美术	粤作登字 -2016-F-00019321	2016.11.18	2016.12.21
15	佳奇娱乐	叱风云	F 美术	粤作登字 -2016-F-00019328	2016.11.21	2016.12.21
16	佳奇娱乐	夜旋风	F 美术	粤作登字 -2016-F-00019991	2016.11.23	2016.12.27
17	佳奇娱乐	笑藏刀	F 美术	粤作登字 -2017-F-00000043	2016.11.02	2017.01.03
18	佳奇娱乐	车大炮	F 美术	粤作登字 -2017-F-00000047	2016.11.02	2017.01.03
19	佳奇娱乐	无歼道	F 美术	粤作登字 -2017-F-00000046	2016.11.02	2017.01.03
20	佳奇娱乐	伏火将	F 美术	粤作登字 -2017-F-00000057	2016.12.01	2017.01.03
21	佳奇娱乐	猎罐	F 美术	粤作登字 -2017-F-00000053	2016.12.01	2017.01.03
22	佳奇娱乐	律道者	F 美术	粤作登字 -2017-F-00000062	2016.12.01	2017.01.03
23	佳奇娱乐	神光叱风云	F 美术	粤作登字 -2017-F-00000056	2016.12.01	2017.01.03
24	佳奇娱乐	双镞龙	F 美术	粤作登字 -2017-F-00000051	2016.12.01	2017.01.03
25	佳奇娱乐	伏火将（车形态）	F 美术	粤作登字 -2017-F-00002601	2016.12.19	2017.02.15
26	佳奇娱乐	伏火将（机器人形态）	F 美术	粤作登字 -2017-F-00002607	2016.12.19	2017.02.15
27	佳奇娱乐	神光叱风云（车形态）	F 美术	粤作登字 -2017-F-00002603	2016.12.19	2017.02.15
28	佳奇娱乐	神光叱风云（机器人形态）	F 美术	粤作登字 -2017-F-00002606	2016.12.19	2017.02.15
29	佳奇娱乐	猎罐（车形态）	F 美术	粤作登字 -2017-F-00002881	2016.12.19	2017.02.16
30	佳奇娱乐	猎罐（机器人形态）	F 美术	粤作登字 -2017-F-00002882	2016.12.19	2017.02.16
31	佳奇娱乐	律道者（车形态）	F 美术	粤作登字 -2017-F-00002870	2016.12.19	2017.02.16
32	佳奇娱乐	律道者（机器人形态）	F 美术	粤作登字 -2017-F-00002849	2016.12.19	2017.02.16
33	佳奇娱乐	双镞龙（车形态）	F 美术	粤作登字 -2017-F-00002605	2016.12.19	2017.02.15

序号	著作权人	作品名称	作品类别	登记号	创作日期/首次发表日期	登记日期
34	佳奇娱乐	双锵龙（机器人形态）	F 美术	粤作登字 -2017-F-00002864	2016.12.19	2017.02.16
35	佳奇娱乐	灵遥	F 美术	粤作登字 -2017-F-00005776	2017.01.12	2017.03.16
36	佳奇娱乐	夜驰风	F 美术	粤作登字 -2017-F-00005785	2017.01.12	2017.03.16
37	佳奇娱乐	战赫	F 美术	粤作登字 -2017-F-00005777	2017.01.12	2017.03.16
38	佳奇娱乐	战千里	F 美术	粤作登字 -2017-F-00005774	2017.01.12	2017.03.16
39	佳奇娱乐	灵遥（飞机形态）	F 美术	粤作登字 -2017-F-00009472	2017.03.06	2017.05.08
40	佳奇娱乐	灵遥（机器人形态）	F 美术	粤作登字 -2017-F-00009461	2017.03.06	2017.05.08
41	佳奇娱乐	战赫（车形态）	F 美术	粤作登字 -2017-F-00009426	2017.03.06	2017.05.08
42	佳奇娱乐	战赫（机器人形态）	F 美术	粤作登字 -2017-F-00009460	2017.03.06	2017.05.08
43	佳奇娱乐	战千里（车形态）	F 美术	粤作登字 -2017-F-00009779	2017.03.06	2017.05.16
44	佳奇娱乐	战千里（机器人形态）	F 美术	粤作登字 -2017-F-00009780	2017.03.06	2017.05.16
45	佳奇娱乐	碧尔法	F 美术	粤作登字 -2017-F-00009471	2017.03.06	2017.05.08
46	佳奇娱乐	傲天穹	F 美术	粤作登字 -2017-F-00009446	2017.03.06	2017.05.08
47	佳奇娱乐	白灭	F 美术	粤作登字 -2017-F-00009470	2017.03.06	2017.05.08
48	佳奇娱乐	御盾首	F 美术	粤作登字 -2017-F-00009453	2017.03.06	2017.05.08
49	佳奇娱乐	夜驰风（车形态）	F 美术	粤作登字 -2017-F-00008163	2017.03.02	2017.04.24
50	佳奇娱乐	夜驰风（机器人形态）	F 美术	粤作登字 -2017-F-00008125	2017.03.02	2017.04.24
51	佳奇娱乐	白灭（车形态）	F 美术	粤作登字 -2017-F-00008165	2017.03.02	2017.04.24
52	佳奇娱乐	白灭（机器人形态）	F 美术	粤作登字 -2017-F-00008155	2017.03.02	2017.04.24
53	佳奇娱乐	碧尔法（车形态）	F 美术	粤作登字 -2017-F-00009787	2017.03.13	2017.05.16
54	佳奇娱乐	碧尔法（机器人形态）	F 美术	粤作登字 -2017-F-00009774	2017.03.13	2017.05.16
55	佳奇娱乐	御盾首（车形态）	F 美术	粤作登字 -2017-F-00009786	2017.03.13	2017.05.16
56	佳奇娱乐	御盾首（机器人形态）	F 美术	粤作登字 -2017-F-00009783	2017.03.13	2017.05.16
57	佳奇娱乐	傲天穹（车形态）	F 美术	粤作登字 -2017-F-00010447	2017.03.13	2017.05.22

序号	著作权人	作品名称	作品类别	登记号	创作日期/首次发表日期	登记日期
58	佳奇娱乐	傲天穹（机器人形态）	F 美术	粤作登字 -2017-F-00010446	2017.03.13	2017.05.22
59	佳奇娱乐	歌曲-真正英雄	B 音乐	粤作登字 -2017-B-00000141	2016.10.30	2017.05.23
60	佳奇娱乐	《机变英盟（上）》（1-20）	A 文字	粤作登字 -2017-A-00002349	2016.10.30	2017.05.23
61	佳奇娱乐	《机变英盟（下）》（21-40）	A 文字	粤作登字 -2017-A-00002350	2017.04.13	2017.05.23
62	佳奇娱乐	机变英盟	F 美术	粤作登字 -2017-F-00017195	2016.10.31	2017.07.21
63	佳奇娱乐	心灵之火-《机变英盟》主题曲	B 音乐	粤作登字 -2017-B-00000174	2017.06.09	2017.07.25
64	佳奇娱乐	《机变英盟》1-20集（动画）	I 类似摄制电影方法创作作品	粤作登字 -2017-I-00000531	2016.10.30	2017.08.09
65	佳奇娱乐	影盟	F 美术	粤作登字 -2017-F-00020981	2017.05.15	2017.08.16
66	佳奇娱乐	光盟	F 美术	粤作登字 -2017-F-00020987	2017.05.15	2017.08.16
67	佳奇娱乐	《机变英盟》21-40集（动画）	I 类似摄制电影方法创作作品	粤作登字 -2017-I-00000545	2017.05.30	2017.09.11
68	佳奇娱乐	变形搏击	F 美术	粤作登字 -2018-F-00002688	2018.01.01	2018.02.22
69	佳奇娱乐	LEAGUE OF AUTOBOT HEROES	F 美术	粤作登字 -2018-F-00006072	2018.01.10	2018.04.12
70	佳奇娱乐	捍世号图标	F 美术	粤作登字 -2018-F-00016372	2018.05.15	2018.07.16
71	佳奇娱乐	影盟图标	F 美术	粤作登字 -2018-F-00016373	2018.05.15	2018.07.16
72	佳奇娱乐	光盟图标	F 美术	粤作登字 -2018-F-00016377	2018.05.15	2018.07.16
73	佳奇娱乐	乱风波（车形态）	F 美术	粤作登字 -2018-F-00019375	2018.06.30	2018.08.07
74	佳奇娱乐	乱风波（机器人形态）	F 美术	粤作登字 -2018-F-00019377	2018.06.30	2018.08.07
75	佳奇娱乐	雷机智（车形态）	F 美术	粤作登字 -2018-F-00019347	2018.06.30	2018.08.07
76	佳奇娱乐	雷机智（机器人形态）	F 美术	粤作登字 -2018-F-00019362	2018.06.30	2018.08.07
77	佳奇娱乐	复剑平（车形态）	F 美术	粤作登字 -2018-F-00027679	2018.09.04	2018.11.05

序号	著作权人	作品名称	作品类别	登记号	创作日期/首次发表日期	登记日期
78	佳奇娱乐	复剑平（机器人形态）	F 美术	粤作登字-2018-F-00027680	2018.09.04	2018.11.05
79	佳奇娱乐	策旋空（飞机形态）	F 美术	粤作登字-2018-F-00027677	2018.09.03	2018.11.05
80	佳奇娱乐	策旋空（机器人形态）	F 美术	粤作登字-2018-F-00027678	2018.09.03	2018.11.05
81	佳奇娱乐	Ele 小象	美术作品	国作登字-2019-F00798546	2018.07.25	2019.06.06
82	佳奇娱乐	MonMon 小猴	美术作品	国作登字-2019-F00798547	2018.07.25	2019.06.06
83	佳奇娱乐	PenPen 小企鹅	美术作品	国作登字-2019-F00798549	2018.07.25	2019.06.06
84	佳奇娱乐	Pup 小狗	美术作品	国作登字-2019-F00798548	2018.07.25	2019.06.06

截至 2020 年 3 月 31 日，深圳佳奇拥有 10 项著作权，该等著作权均处于正常使用状态，深圳佳奇著作权均为原始取得，具体情况如下：

序号	著作权人	作品名称	作品类别	登记号	开发完成日期	登记日期
1	深圳佳奇	K6 小鸡	美术作品	粤作登字-2018-F-00030529	2018.10.14	2018.11.26
2	深圳佳奇	佳奇机器人单片机控制系统【简称：控制系统】V1.0	计算机软件	2017SR021536	2016.12.20	2017.01.22
3	深圳佳奇	佳奇机器人控制和语音软件【简称：控制和语音】V1.0	计算机软件	2017SR022415	2016.12.20	2017.01.22
4	深圳佳奇	佳佳机器人空气净化器控制系统【简称：空气净化器控制系统】V1.0	计算机软件	2018SR111645	2017.01.20	2018.02.13
5	深圳佳奇	佳佳机器人空气净化器软件（IOS 版）【简称：空气净化器软件】V1.0	计算机软件	2018SR112663	2017.01.20	2018.02.13
6	深圳佳奇	佳佳机器人空气净化器软件（安卓版）【简称：空气净化器软件】V1.0	计算机软件	2018SR111638	2017.01.20	2018.02.13

序号	著作权人	作品名称	作品类别	登记号	开发完成日期	登记日期
7	深圳佳奇	佳奇k8故事机内容精选软件【简称：佳奇精选】V1.0.1	计算机软件	2018SR180559	2017.01.24	2018.03.19
8	深圳佳奇	卡片机器人控制系统 V1.0	计算机软件	2018SR1084857	2018.11.23	2018.12.27
9	深圳佳奇	故事机微信和语音控制软件 V1.0	计算机软件	2018SR1083170	2018.10.20	2018.12.27
10	深圳佳奇	智能学习机控制系统 V1.0	计算机软件	2018SR1084849	2018.10.25	2018.12.27

5、主要资质和许可证书

截至 2020 年 3 月 31 日，公司及子公司已获得的资质和许可如下：

序号	持有人	资质/证书名称	证书编号	颁发/生效时间	有效期限
1	佳奇科技	对外贸易经营者备案登记表	02501382	2019.01.30	长期
2	深圳佳奇	对外贸易经营者备案登记表	03696907	2019.05.31	长期
3	佳奇娱乐	广播电视节目制作经营许可证	（粤）字第01859号	2019.04.16	2021.04.30
4	佳奇科技	排污许可证	4405152017000106	2017.08.30	2020.08.29 （注）
5	佳奇南港分公司	排污许可证	4405152019000001	2019.01.08	2022.01.07
6	佳奇科技	高新技术企业证书	GR201844000318	2018.11.28	2021.11.27
7	深圳佳奇	高新技术企业证书	GR201944200899	2019.12.09	2022.12.08
8	佳奇科技	质量管理体系认证证书	00119Q30814R4M/4400	2019.01.27	2022.02.07
9	佳奇科技	海关报关单位注册登记证书	4405962107	2015.05.27	长期
10	深圳佳奇	海关报关单位注册登记证书	4403160PFM	2018.08.03	长期
11	佳奇科技	知识产权管理体系认证证书	165IP191332R0M	2019.03.29	2022.03.28
12	佳奇科技	第一类医疗器械备案凭证	粤汕械备20200023号	2020.04.20	-
13	佳奇科技	第一类医疗器械备案凭证	粤汕械备20200072号	2020.05.09	-
14	佳奇科技	第一类医疗器械生产备案凭证	粤汕食药监械生产备20200006号	2020.05.11	-
15	佳奇科技	医疗器械注册证	粤械注准20202070397	2020.04.17	2021.04.16

序号	持有人	资质/证书名称	证书编号	颁发/生效时间	有效期限
16	佳奇科技	医疗器械生产许可证	粤食药监械生产许 20203607号	2020.04.24	2025.04.23

注1：佳奇科技已于2020年4月22日登记并取得了《固定污染源排污登记回执》（登记编号：91440500746256635H001Z），有效期为2020年4月22日至2025年4月21日；

注2：佳奇科技取得的编号为“粤汕械备20200023号”的第一类医疗器械备案凭证，该凭证首次取得时间为2020年2月24日，备案的医疗器械产品为医用隔离眼罩。2020年4月3日佳奇科技对该备案凭证进行了生产地址、型号规格的变更，2020年4月20日佳奇科技对该备案凭证进行了型号规格的变更。

注3：佳奇科技取得的编号为“粤汕食药监械生产备20200006号”的第一类医疗器械生产备案凭证，该凭证首次取得时间为2020年2月25日，备案的生产产品为医用隔离眼罩，2020年5月11日佳奇科技对该备案凭证进行了更新，备案的生产产品增加了医用隔离面罩。

①发行人生产及销售防护镜、防护面罩、红外线额温计等防疫物资的时间及具体情况

2020年年初，新冠疫情爆发，国内防疫物资出现紧缺的情况，发行人积极响应政府号召，进入广东疫情防控重点保障物资生产企业（第二批）名单，利用现有注塑、组装生产能力，生产防护镜、防护面罩、红外线额温计等防疫物资。

发行人2020年上半年生产及销售防护镜、防护面罩、红外线额温计等防疫物资的时间及具体情况如下：

类别	销售金额（万元）	销售数量（万件）	实际生产、销售起始时间
防护镜 （隔离眼罩）	226.79	26.39	2020年3月2日起
红外线额温计	206.44	1.56	2020年5月8日起
防护面罩 （隔离面罩）	1.91	0.24	2020年5月16日起
试剂盒外壳	7.96	50.00	2020年5月21日起

②发行人经营范围的变更时间、医用设备生产资质的取得时间

发行人经营范围的变更时间、医用设备生产资质的取得时间等情况如下：

A. 2020年2月24日，经汕头市市监局核准，发行人经营范围新增“医疗器械生产，医疗器械经营；消毒用品生产、销售；药品包材生产、销售”。

B. 发行人就其生产医疗器械产品取得的资质或备案文件

a. 发行人取得的资质或备案文件具体如下：

序号	注册人/备案人	证书名称及主要内容	证书号/编号	生产产品列表/范围	发证单位	首次许可/备案日期
1	佳奇科技	第一类医疗器械生产备案凭证	粤汕食药监械生产备20200006号	医用隔离眼罩	汕头市市场监督管理局	2020.02.25
2	佳奇科技	医疗器械生产许可证（第二类）	粤食药监械生产许20203607号	红外线额温计（疫情应急产品）	广东省药品监督管理局	2020.04.24
3	佳奇科技	第一类医疗器械生产备案凭证	粤汕食药监械生产备20200006号	医用隔离面罩	汕头市市场监督管理局	2020.05.11

b. 发行人生产的医疗器械产品取得的注册或备案文件具体如下：

序号	产品名称	证书名称及主要内容	证书号/编号	发证单位	首次登载/备案日期
1	医用隔离眼罩	第一类医疗器械备案凭证	粤汕械备20200023号	汕头市市场监督管理局	2020.02.24
2	红外线额温计（疫情应急产品）	中华人民共和国医疗器械注册证（第二类）	粤械注准20202070397	广东省药品监督管理局	2020.04.17
3	医用隔离面罩	第一类医疗器械备案凭证	粤汕械备20200072号	汕头市市场监督管理局	2020.05.09

③ 发行人不存在超越经营范围经营或超越资质、许可核准期限生产、销售的情形

发行人生产、销售医疗器械产品（医用隔离眼罩、红外线额温计、医用隔离面罩）的时间均在其办理完毕经营范围变更及取得相关许可、注册或备案之后，发行人生产的其他防疫物资为试剂盒外壳，仅用于试剂包装，根据《医疗器械监督管理条例》、《体外诊断试剂注册管理办法》等规定，无须取得相应生产或产品资质、许可。据此，发行人不存在超越经营范围经营或超越资质、许可核准期限生产的情形。

④ 2020年1-6月，发行人不存在受到市场监督管理部门、药品监督管理部门处罚的情形

经查询国家信用信息公示系统、中国市场监管行政处罚文书网（<http://cfws.samr.gov.cn/>）、信用中国（<http://www.creditchina.gov.cn/>）、广东省药品监督管理局（<http://mpa.gd.gov.cn>）等网站，2020年1-6月，发

行人不存在受到市场监督管理部门、药品监督管理部门处罚的情形。

6、授权许可情况

截至 2020 年 3 月 31 日，发行人无许可他人使用的资产。

截至 2020 年 3 月 31 日，公司正在履行的许可合同如下表：

合同	许可方	被许可方	授权内容	授权期限
《商标许可协议》	FCA Italy S.p.A	公司	使用 Abarth 12 Spider 商标、图形，制造、推广、销售授权产品（Abarth 124 Spider and Abarth 124 Rally R/C 变形机器人模型）	2017.07.01-2020.06.30
《授权开发协议》	三只松鼠股份有限公司	公司	三只松鼠之松鼠小镇动画片中所刻画的所有卡通角色的名称、角色、标记、设计、肖像和视觉表现。在潮玩及幼教玩具品类中国大陆地区非独家授权。	2019.11.01-2022.10.30

7、授权使用费

报告期内，发行人获得授权情况如下：

序号	项目	授权期间	金额（万元）
1	猪猪侠	2016/1/1-2017/5/31（注）	75.47
2	逗逗迪迪	2016/5/27-2017/11/27	75.47
3	菲亚特品牌费	2017/7/1-2020/6/30	31.30

注：猪猪侠原授权期限截至 2017 年 5 月 31 日，后经公司向授权方广东咏声动漫股份有限公司申请，其同意延长猪猪侠相关授权产品清库期限至 2019 年 6 月 30 日。

公司对授权使用费在合同约定授权期间内按直线法摊销，截至 2017 年 12 月 31 日猪猪侠和逗逗迪迪的授权使用费均已摊销完毕，2017 年猪猪侠和逗逗迪迪的摊销金额分别为 22.20 万元和 43.69 万元。菲亚特品牌费尚未摊销完毕，报告期内其摊销情况如下：

单位：万元

项目	2020.3.31	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
一、原值	31.30	31.30	31.30	31.30
二、累计摊销	28.69	26.08	15.65	5.22
三、净值	2.61	5.22	15.65	26.08

报告期内，公司授权相关产品的销售情况如下：

单位：万元

项目	所属产品系列	2019 年度	2018 年度	2017 年度
猪猪侠 相关授权产品	变形玩具	-	44.32	-
	其他玩具	31.12	177.86	7.45
	合计	31.12	222.18	7.45
	占当期主营业务收入的比例	0.07%	0.56%	0.02%

注：逗逗迪迪和菲亚特授权产品未生产销售。

七、特许经营权的情况

截至 2020 年 3 月 31 日，本公司无特许经营权。

八、本公司技术与研究开发情况

（一）公司主要产品生产技术情况

通过多年的努力，本公司在玩具的研发设计、生产制造、质量控制等主要技术领域达到行业先进水平。研发部为公司研发设计的组织和承担部门，下设创意设计组、结构设计组、模型制作组、平面设计组，各工作组拥有突出的专业技术能力，形成了全面综合的研发体系。公司现阶段主要产品生产技术均已处于规模化生产阶段，生产技术成熟稳定。

1、创意设计

优秀的创意内容设计能力是玩具公司保持行业领先地位的核心和灵魂，是客户选择玩具产品重要标准之一。公司自成立以来对玩具创意设计高度重视，设立了创意设计部，培养了一批玩具创意设计人才，设计人员具备美工科、儿童心理学、色彩设计学背景以及丰富的产品造型设计经验。深刻理解幼儿的身心发展规律，结合儿童心理学、儿童生理发展关键期的知识，形成了优秀、出众的玩具创意设计能力，设计出能够帮助孩子在每个关键期更好成长的玩具。产品潮流性、创意性、教育性、娱乐性兼备，受到广大青少年的喜爱。

公司研发部组织创意设计组紧跟市场趋势，综合分析市场销售数据和市场终端、经销与批发商等一线市场信息，积极组织研发人员参加国内、国外各种大型展会与现场考察，辅以从互联网、玩具专业杂志、相关影视文化作品中获取的有效信息，研发基于市场需求，把握世界玩具潮流的脉搏、把握未来的玩具发展方向，推出需求量大且盈利能力强的产品，提高产品附加值，提升中国玩具产业的

核心竞争力。

公司通过动漫《机变英盟》将变形玩具系列产品 IP 化，快速把握了市场潮流，取得了一定的销售业绩。随着我国“全面二胎”政策落地，公司紧跟我国政策导向和市场需求，推出了婴幼儿系列产品，目前销售逐步升温，成为公司新的盈利增长点。

报告期内，发行人玩具产品的外形、设计等相关知识产权主要为自主研发，主要产品均已注册或登记了知识产权相关权利证书；少量产品为授权或合作产品，报告期内，发行人相关授权产品的销售收入分别为 7.45 万元、222.18 万元、31.12 万元和 0 万元，分别占当期主营业务收入的比例为 0.02%、0.56%、0.07%和 0.00%，金额及占比较小，且发行人均按照许可协议向相关授权方或合作方支付了使用费用，发行人生产的产品不存在涉及抄袭他人外形、设计等侵害他人知识产权的情形。

2、功能设计

玩具的功能是消费者选择购买的重要原因之一。公司自成立之初就专注于智能化产品研发，紧跟最新的电子技术，将仿生技术、无线遥控技术、红外技术、声音传感技术、语音识别技术等相关领域成熟的通用技术运用于产品的功能中，公司利用成熟通用技术的部分产品及其效果列示如下：

技术	效果	运用相关技术的产品
仿生技术	产品外观更逼真，动作更生动	机器人产品、恐龙产品等
2.4G 无线遥控技术	一对一配对，一个遥控可通过对频操控不同产品，遥控距离更远，同类产品互不干扰	所有遥控产品、户外玩具
红外技术	用于遥控，还能实现跟踪、避障、手势、非接触式识别等感应游戏	遥控产品、感应产品等
声音传感技术	远程声音感应，通过声音控制产品功能，增强趣味与互动性	声控产品
语音识别技术	可以与儿童对话，互动更智能，提高儿童语言能力	语音互动产品
碳膜技术	触屏操控，触发面板一体化设计，面板可切换，功能更丰富	智能机器人、智能学习机
蓝牙无线通讯技术	方便与手机等智能产品搭配，玩法更丰富	智能产品
wifi 技术	连接互联网海量云端内容	智能产品
AR 增强现实技术	呈现精彩、立体的 4D 动画	智能学习机、绘本故事机

技术	效果	运用相关技术的产品
OID 隐形码技术	快速点读、识别卡片等	智能学习机、点读笔
陀螺仪技术	能精确提供方位、水平、位置、速度、角度等信号	遥控飞机、精度、反应要求较高的感应玩具等
图传技术	高清图像远程回传、图像实时播放	遥控飞机
GPS 定位技术	准确定位、一键返航	遥控飞机、wifi 产品
气压计传感技术	精准、实时定位高度	遥控飞机

仿生技术、无线遥控技术、红外技术、声音传感技术、语音识别技术等应用于玩具产品的技术为成熟的通用技术，行业内存在成熟的配件供应链，发行人按照产品开发方案向供应商采购已集成相应技术的电子配件，包括功能芯片和电路板。发行人向电子配件供应商采购电子配件的成本已包含获得相应技术的成本。根据发行人与电子配件供应商签订的采购协议等，发行人不存在需要向技术提供方支付授权费、收入分成等情形，不存在涉及抄袭他人技术等侵害他人知识产权的情形。

发行人相关玩具的发声语言的录制方式分为通用型和定制型。

通用型语音，内容较为成熟，通常由配件供应商提供，无需另行定制。发行人玩具所需大部分语音内容由配件供应商直接集成至相关电子配件中，发行人直接采购相关电子配件，其成本已包含在电子配件的采购成本中。

定制型语音为人工配音录制，发行人委托第三方完成，采用一次性付费买断的结算方式。发行人需定制型配音的产品较少，每款产品的定制内容短，部分仅为一两句话，因此相关费用不高。报告期内，发行人定制型配音服务的供应商名称、采购金额情况具体如下：

单位：万元

供应商名称	2020年1-3月	2019年度	2018年度	2017年度
黄冈印象文化传媒有限公司	-	0.46	0.72	-
合肥凝响传媒有限公司	-	0.11	-	-
赵震峰	-	3.26	-	-
合计	-	3.82	0.72	-

注 1：报告期内，定制型语音主要为婴幼儿系列产品配制，婴幼儿系列产品于 2018 年开始研发，故 2017 年度无相关费用；

注 2：赵震峰从事配音工作七年，行业经验丰富，曾为同行业多家公司提供配音服务，

如广东汇乐玩具实业有限公司、广东双鹰玩具实业有限公司等。

此外，发行人出口玩具的外观包装盒、说明书等相关的翻译由发行人销售人员自行完成。

3、结构设计

公司研发部设有结构设计组，设计人员具备材料力学、工程物理学、结构力学以及丰富的结构设计经验，结合创意设计组的创意运用 3D 设计技术等工具将创意设计产品化、功能化、模块化。设计人员完成设计后会不断论证设计方案，将产品结构中冗余的部分减少，降低公司成本，增加公司毛利润。

4、模具设计制造技术

公司拥有约 2,000 平方米业内先进的专业玩具模具制造车间，引入国际先进电脑加工技术，高精密的数控加工设备，拥有一批专业模具制造人员。经过多年的自主研发积累，公司构建了完善的品质保障体系，使模具设计、制造、检测等一系列制程得到合理监控，确保品质稳定。公司玩具模具设计制造技术处于国内同行业领先水平。

（1）精密模具设计技术

模具设计水平不仅影响模具开发的成功率，而且在很大程度上决定了模具开发和产品生产的周期与成本。公司在模具设计方面，一直推行 3D 设计技术，利用 CAE 技术对模具进行可实现性分析，高度逼真的模拟效果提高了立项阶段做出正确判断的能力；同时，公司应用设计标准化管理、设计图纸数据库管理等措施，提高模具开发成功率，同时缩短了开发周期。

（2）精密模具制造技术

精密模具制造方面，公司拥有高速精密加工 CNC、EDM（电火花加工）、精雕机等制造设备以及配套的三次元检测设备，综合模具制造精度可达 $\pm 0.005\text{mm}$ ，远超过目前同行业一般水平的 $\pm 0.01\text{mm}$ ，首次试模产品尺寸合格率达到 95%以上。

5、玩具生产制造技术

玩具生产制造方面，公司拥有节能环保注塑机、智能机械手等先进的制造设

备。

公司在热流道注塑成型、高透光率透明制品成型等方面已经拥有丰富的经验及标准的生产工艺。在齿轮制品成型及外观变形控制方面，拥有 0.25 模数齿轮高精度要求的制品成型技术；塑料制品尺寸精度可控制到 $\pm 0.01\text{mm}$ ；在对成型制品的残余应力控制、IM 值控制等高要求制品生产方面，使用气辅成型技术；在解决厚壁制品的冷却与变形、特殊制品设计、特殊材料的尺寸精度控制及高外观要求上能提供有效技术解决方案。

公司在注塑工艺中搭配自动化控制系统，采用机械手伺服驱动技术、机械手自动加工成套技术。自动化控制系统的采用不但节约了人力资源，降低了产品次品率，也降低了产品的综合成本。

报告期内，发行人不存在知识产权相关的诉讼、仲裁等纠纷。

（二）研发支出情况

公司一向重视对新产品和新工艺的研发投入，不断加大技术开发与研究的投入力度，将新产品开发作为公司核心竞争力的重要保证。报告期内，发行人研发投入占当期营业收入的比例如下：

单位：万元

项目	2020年1-3月	2019年度	2018年度	2017年度
研发投入	340.44	1,742.64	1,657.96	1,226.36
其中：直接投入	128.16	803.21	745.74	570.60
职工薪酬	112.34	656.88	618.65	372.88
设计费用	61.21	135.46	170.02	158.14
折旧摊销	23.82	89.72	81.31	104.90
其他	14.91	57.38	42.23	19.84
当期营业收入	7,064.15	47,692.96	39,809.94	30,510.11
研发投入占营业收入的比例	4.82%	3.65%	4.16%	4.02%

（三）核心技术人员及研发人员情况

截至 2020 年 3 月 31 日，公司共有研发人员 69 名，占公司员工总数的 20.29%。公司核心技术人员的简历，请参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“十、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的简要情况”。

（四）正在研发的主要项目

公司目前正在研发的主要项目如下：

产品系列	项目名称	进展情况	拟达到的目标
奇迪乐	婴儿健身架	进行中	1) 婴童玩具品牌奇迪乐将投放更多资源在“教育”，寓教于乐。 2) 将目标用户年龄段调得更低，让婴儿从刚出生便使用得上奇迪乐的产品。 3) 婴儿健身架是一个让婴儿躺着及伏在垫上时，五官及全身肌肉都得以锻炼。 4) 配上投影仪，将有趣内容投射出来，令玩乐过程更添趣味。
奇迪乐	钓鱼玩具	进行中	1) 将可收纳式主题场景融入传统钓鱼玩具，在长青的游戏上注入创新元素。 2) 小孩享受钓鱼乐趣之余，更可透过角色扮演将趣味升级，除了训练手眼协调，更可藉以锻炼说话技巧及逻辑思维。
奇迪乐	奶瓶手抓球	进行中	1) 将锻炼小手指力量的手抓球融入到奶瓶当中。婴儿在漫长的喂奶时段也可以练练小手指。 2) 这设计创新之处是将两种功能融在一起。
奇迪乐	风车摇铃	进行中	1) 利用物理原理，挥动小风车时，七彩扇页会随风转动，同时触发手柄铃铛。 2) 设计回归基本，在不用电子配件支持下，令宝宝视觉及听觉得到发展。
奇迪乐	方向盘	进行中	方向盘在婴童玩具领域为长青类别，宝宝大都享受驾驶乐趣，奇迪乐将会注入现代汽车元素，令方向盘更有科技感。
奇迪乐	婴儿垂吊玩具（单件装）	进行中	1) 针对更低龄儿童而设计的基础玩具。幼儿初生，眼睛发育未完善，透过垂吊于床上的玩具，吸引宝宝注意力，让他们眼球运动、学会聚焦。 2) 深度研究幼儿发展理论，产品以最简约、最合适的形态协助小朋友。 3) 较高阶版本更附有电子声光，吸引小朋友作出互动，进一步锻炼听觉、触觉及小肌肉发展。
奇迪乐	婴儿垂吊玩具（连支架套装）	进行中	1) 融合以上的垂吊玩具，奇迪乐将开发可扩充式支架，将玩具悬挂在宝宝眼前。 2) 除了照顾宝宝，更考虑到家长的使用需要。支架将可以摆放手机，家长可以随时录下宝宝的一举一动。同时也可以播放轻柔音乐让宝宝入睡，减轻家长繁琐工作。
奇迪乐	泡泡雪糕杯	进行中	1) 泡泡玩具为长青产品。泡泡雪糕杯以最可口吸引的形态吸引小孩，将最原始的喷泡泡乐趣换个饶有潮流玩味的主题。 2) 计划透过社交媒体将趣味扩大。
奇迪乐	电动泡泡咖啡杯	进行中	1) 电动喷泡泡玩具，本产品仿真咖啡杯造型。 2) 计划透过社交媒体将趣味扩大。
奇迪乐	积木套装-汽车小队	进行中	1) 拼上积木配件，小孩可以自己设计出可爱独特的汽车小队。一盒可包括3个不同造型，让DIY

产品系列	项目名称	进展情况	拟达到的目标
			<p>乐趣加倍。</p> <p>2) 积木核心为一个发声的电机模块，按下开关，汽车便随着音乐自由走动。</p> <p>3) 未来将适应不同价格，电子功能将加入不同配置，如智能识别积木、发光、颜色传感器等科技，让积木更智能化。</p>
“智能机器人”系列	乐比斯智能编程机器人	进行中	<p>1) 利用公司在智能玩具领域的技术领先优势，继续推出新的智能产品，进一步扩大公司在智能玩具领域的盈利能力；</p> <p>2) 产品配合手机，借助蓝牙、wifi、APP等方式开发出更多新科技、玩法创新的智能产品，满足玩家对新科技体验的不断追求。</p>
	声控编程智能恐龙	进行中	
	奇乐点点乐星人	进行中	
“三只松鼠”系列	萌宠音乐节奏棒-三只松鼠	进行中	<p>1) 联合知名食品电商企业“三只松鼠”，成功开发出融入“三只松鼠”IP形象的佳奇婴童产品，扩大佳奇品牌的知名度和影响力；</p> <p>2) 依托“三只松鼠”的IP元素，推出多个全新的玩具形象，为消费者带来新鲜感的同时提供更多的选择；</p> <p>3) 深入挖掘食品电商企业“三只松鼠”IP带来的强势动力，进一步丰富产品的线上销售渠道，提高产品销量。</p>
	发条戏水小队-三只松鼠	进行中	
	奇乐戏水小舰艇-三只松鼠	进行中	
	奇乐探索号客机-三只松鼠	进行中	
	智能学习收银机-三只松鼠	进行中	
	迷你小车-三只松鼠	进行中	
彩虹套圈叠叠乐-三只松鼠	进行中		
“手表体感变形”系列	手表体感变形坦克	进行中	<p>1) 在原有遥控变形车的基础上，加入手表遥控，突破以往单纯以手柄按键操作的方式，不仅玩法上更新奇，还能加强代入感，感受互动的新体验；</p> <p>2) 加入手表体感玩法，需要玩家不断变换手的位置和手势让玩具实现移动、变向、变形和炫技等，让玩家在游戏过程中锻炼玩家肢体的灵活性与平衡性；</p> <p>3) 扩展年轻一代的消费群体，增加销量。体感玩具更能打动年轻的家长，家长更希望孩子在玩玩具的同时身体得到锻炼。而且手表式遥控器更具便携性，更适合在户外游戏。</p>
	手表体感变形环保车	进行中	
	手表体感变形消防车	进行中	
	手表体感变形搅拌车	进行中	
“潮玩”系列	声光幸运轮盘	进行中	<p>1) 推出“潮玩系列”，精准把握时下流行趋势，将消费者定位为年轻人和都市白领，使用场景更多为办公室、家庭、门店营销等；</p> <p>2) 声光幸运轮盘通过一种新型有趣的玩法为玩家提供选择，会受到年轻一代的青睐；</p> <p>3) 借助“抖音”、“快手”等新媒体的传播优势，精准定位时尚一代的消费群体，制造一波互联网销售热潮。</p>

（五）创新机制

1、持续不断的研发投入

公司一直注重研发投入力度，2017年至2019年，研发投入持续增长，分别为1,226.36万元、1,657.96万元和1,742.64万元。公司将继续加大研发投入费用，持续改善研发条件，为企业保持持续创新能力奠定良好的基础。

2、打造公司创新思维、创意文化

玩具产品的研发设计，特别是创意设计已成为玩具生产厂商核心竞争力。公司坚持以市场为导向，紧跟市场趋势，综合分析市场销售数据和市场终端、经销与批发商等一线市场信息，积极组织研发人员参加国内、国外各种大型展会与现场考察，辅以从互联网、玩具专业杂志、相关影视文化作品中获取的有效信息，进而确定新产品的研发方向。

公司内部创造了促进技术创新的环境，提倡全员创新，以研发部为核心，公司主要负责人牵头，销售部门将收集到的客户信息、对市场的判断反馈给生产与研发部门，生产部门汇总生产中的问题及建议反馈给研发部门，打造自上而下、自下而上的双向创新体系。

3、创新激励制度保障

公司建立了系统的科研人员考核体系，综合考核评价其研究成果、人才培养建设、经济效益等方面。对科研人员的激励重点结合技术创新过程中取得的科研成果、知识产权，以及对公司创新建设的贡献。激励形式主要包括薪酬提升、奖金奖励、对个人和团队授予表彰鼓励、职位晋升等。

九、质量控制情况

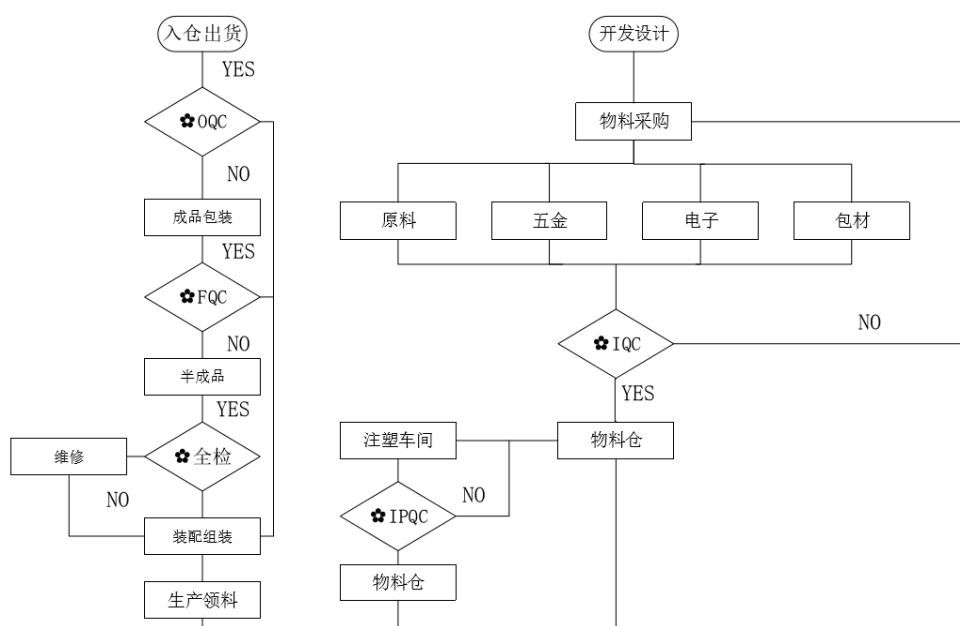
（一）质量控制标准

公司自成立以来，严格按照国家法律法规的要求规范内部管理，逐渐形成了一套完善的内部管理体系，建立了符合国内外标准的质量控制体系，从产品设计、原材料采购、生产、包装、销售等各个方面严格执行质量管理体系。公司通过了中国质量认证中心（CQC）GB/T19001-2016/ISO9001:2015质量管理体系认证。认证范围：电动玩具、塑胶玩具的设计开发和生产，质量管理体系证书编号：

00119Q30814R4M/4400。同时，公司主要内销产品通过国家强制性 3C 认证，外销产品通过欧盟的 RoHS 认证和 EN71、EN62115、EN60825-1、R&TTE\EMC、REACH、PAHs 等认证，美国的 ASTM-F963、FCC、CPSC、CPSIA(HR4040)等检测认证。

（二）质量控制措施

公司已按照 GB/T19001-2016/ISO9001:2015 要求建立了质量管理体系，从以下各环节对公司产品质量实施管理控制：



注：IQC 为来料质量控制，IPQC 为过程质量控制，FQC 为终检，OQC 为出货检验
 公司从以下几个方面进行质量控制：

1、建立质量控制机构

公司下设品管部，由总经理直属管理，负责质量管理体系、计量管理体系、产品强制性认证、工厂质量保证能力体系、产品安规制度等的实施、运作、审核、改进、沟通、协调等工作，确保各类体系的有效运营。品管部同时负责产品的品质检验（包括原材料及包装材料来料检验、产品各生产过程的质量检验与控制、成品检验与控制）、功能检验（检查与确认备料、半成品生产、成品生产前后的功能）、产品工艺的优化与指导、安全测试等。

2、建立供应商及来料品质控制程序

公司依照质量管理体系要求，对关键原材料供应商的产品质量、生产能力、交付能力、人员资格以及持续改进能力、产品安全数据等方面进行实地考察、评估、选择、分类和再评估；同时对其所提供的原材料，严格按照国家抽样检测标准 GB/T 2828《逐批检查计数抽样程序及抽样表（适用于连续的检查）》及 AQL（质量允收水平）进行检查。此外，对涉及原材料安全要求方面，公司除要求供应商提供相应证书、检测报告、安全数据表及声明、技术文件外，还对其抽样自主或委托第三方检测中心检测。通过上述程序确定供应商所提供原材料符合要求后，公司才做收货处理。

3、建立产品研发及试产控制程序

在产品研发与设计阶段，公司除针对产品特点进行研发之外，还对产品用料、外观质量、产品安全及相关法律、法规、标准等进行研究，并在不同研发阶段进行评审与验证。产品研发完成后，再对产品的造型、加工、装配、包装等各工序进行试制与确认，避免产品存在缺陷。

4、建立产品生产过程质量控制

公司严格按照质量体系手册、程序文件及相关作业指导、检测规则与产品认证实施规则要求进行生产过程控制。产品每一道生产工序均严格要求首件检验与确认，得到相关工程与质量管理人员确认后方可量产；各工序加工过程中，根据工序加工特点，形成定时巡检制度，对涉及产品质量的各种因素如人员、物料、机器设备、加工工艺与方法、加工环境、产品检测和设备检测等进行监督和控制；各工序产品加工完成后、入库或转序加工之前，均需严格按照公司产品检测要求进行抽样检验，确保产品符合要求方可入库或转序。

5、建立产品质量改进控制程序

公司建立了质量改进制度，对产品生产过程中存在的质量异常情况进行纠正、改进与预防。

6、建立质量体系审核与评审程序

公司至少每半年实施一次质量管理体系内部审核和管理评审工作，确保体系

的适用性、充分性及有效性。

（三）产品质量纠纷处理

公司建立了较为完善的质量管理体系，认真贯彻落实质量控制制度，严格监控各类质量事故，高度关注客户满意度，不断提升产品竞争力，提升公司品牌价值。

公司在销售部门配备专职人员负责产品质量跟踪监察，主动收集客户质量反馈信息、质监部门和工商部门质量抽检信息，对产品质量问题有详细记录、评价、调查和处理，并及时采取措施控制可能存在的风险。报告期内，公司未发生过产品质量纠纷。

（四）发行人的原材料、成品符合主要销售区域/国家对各年龄段儿童玩具的原材料、成品的安全、环保等级要求或认证标准的具体情况

1、发行人销售的玩具产品取得认证证书情况及主要认证标准的内容

报告期内，发行人在境内销售的玩具产品执行国家及行业标准，主要产品通过国家强制性 3C 认证，发行人主要外销产品自行申请并取得了欧盟的 ROHS 认证、EN71、EN-62115、R&TTE 认证，美国的 ASTM-F963、FCG 认证，印度取得 BIS 关于 IS9873、IS15644 认证，沙特阿拉伯、也门、阿曼、科威特、阿联酋、卡塔尔及巴林等国取得 GCC 等检测认证，其他外销国家由发行人协助客户取得相关国家的安全及环保认证。

其中，中国、欧盟及美国认证标准的具体内容列举如下：

序号	地区	各年龄段儿童玩具的原材料、成品的安全、环保等级要求或认证标准的具体内容
1	中国	中国玩具国家标准主要为 GB6675，包括了 GB6675.1 基本规范、GB6675.2 机械与物理性能、GB6675.3 易燃性能、GB6675.4 特定元素的迁移，共四部分主要内容。标准适用年龄为 0-14 岁儿童的玩具。其中针对不同年龄段存在特别规定，举例如下： 物理性能：供 18 个月以下儿童使用的玩具不应是小球或含有可拆卸小球，需进行防吞咽测试，防止发生窒息风险。另外需满足绞链间隙、危险突起、推/拉玩具连接绳子/绳栓或把手长短、学前玩偶长度、某些特定玩具的形状要求及尺寸、产品的光滑、电池盒的牢固、产品声压等标准。 供 36 个月以下儿童使用的玩具不能含有小零件。供 96 个

序号	地区	各年龄段儿童玩具的原材料、成品的安全、环保等级要求或认证标准的具体内容
		<p>月以下儿童使用的玩具上的可触及金属或玻璃边缘不应是危险锐利边缘。</p> <p>化学性能：可放入口的玩具材料和部件中塑化材料的6种增塑剂（DBP\BBP\DEHP\DNOP\DINP\DIDP）含量要求小于或等于1%，14岁以下造型黏土玩具中可迁移元素的最大限量不能超过：镉：50mg/kg、汞：25mg/kg、硒：500mg/kg。</p>
2	欧盟	<p>欧盟玩具标准主要为EN-71，其中包括了EN 71-1机械与物理性能、EN 71-2可燃性、EN 71-3特定元素的迁移共三部分主要内容。标准适用年龄为0-14岁儿童的玩具。其中针对不同年龄段存在特别规定，举例如下：</p> <p>物理性能：供36个月以下儿童使用的玩具不能含有小零件，防止发生吞咽等事故。供36个月以上可触及边缘不能含有不合理的潜在伤害风险。供儿童可进入的玩具在进行燃烧测试时火焰蔓延速度不应超过30mm/s。</p> <p>化学性能：玩具材料中的软性造型材料，包括造型黏土和石膏中的元素迁移结果不得超过以下迁移限量：镉：1.3mg/kg，汞：7.5mg/kg，硒：37.5mg/kg，3岁以下儿童玩具或其他可入嘴玩具玩具中聚合物材料甲醛迁移量限值：1.5mg/L。</p>
3	美国	<p>美国主要安全标准为ASTM F963美国消费者安全规范：玩具安全，其中，对机械与物理性能（材质、小物体、塑料薄膜、折叠机构和铰链、绳索、滥用测试、影响测试、组件拆卸扭矩测试、拆卸部件的拉力试验、压缩试验等）易燃性能（可燃性等）、特定元素的迁移（有害物质含量、毒理学、重元素等）作出规定，标准适用年龄为0-14岁儿童的玩具。其中针对不同年龄段存在特别规定，举例如下：</p> <p>物理性能：供48个月以下儿童使用的玩具不能含有可触及的、危险的功能性锐利边缘。供96个月以下儿童使用的玩具在滥用测试前后不可有可触及的尖点。96个月以下儿童使用的玩具在滥用测试前后不得有刺伤危害的突出物。</p> <p>化学性能：奶嘴、摇铃和咬圈DEHP不能有目的的含有邻苯二甲酸二辛酯。玩具或玩具部件中使用的涂层或类涂层材料以及玩具中可接触的基材（除橡皮泥外），可溶性迁移元素的最高限值应小于：镉：75mg/kg、汞：60mg/kg、硒：500mg/kg。</p>

上述标准已包含发行人主要销售国家及区域对0-14岁儿童玩具产品的指标要求，标准包括通用指标和特殊指标。其中大部分为0-14岁儿童玩具产品的通用指标，部分特殊指标对特定年龄段的玩具另作要求，如上表已列举的中国要求供18个月以下儿童使用的玩具不应是小球或含有可拆卸小球，需进行防吞咽测试，防止发生窒息风险。若未作特殊要求，则满足其通用指标即可。发行人不同年龄段的产品均满足相关标准要求。

由于欧盟及美国相关标准关于玩具产品的安全及环保要求普遍高于其他销售国家及区域，发行人的产品已取得欧盟、美国相关产品认证，通常即可满足其他销售国家及区域的标准，包括针对年龄段的特殊要求。

2、发行人在原材料选取、产品设计、研发及制造过程中，均严格执行安全、环保等相关标准的要求及产品质量控制制度

发行人全年龄段产品均使用符合安全及环保标准的原材料及辅料，该等原材料及辅料包括：油漆类、喷油件、色粉、硬胶、软胶、五金、电子件、包材等，如公司所使用的玩具材料和部件均不含增塑剂，婴幼儿玩具（0-3岁）软胶玩具使用TPE等环保无毒的食品级原材料。

发行人在产品设计、研发环节中，注重产品安全性设计，包括在绞链间隙、危险突起、绳栓或把手长短、学前玩偶长度、某些特定玩具的形状要求及尺寸、产品的光滑、电池盒的牢固、产品声压等方面均严格遵循相关标准。发行人针对婴幼儿玩具（0-3岁）产品的安全性设计包括避免锐利边缘及突起物、不含小零件等。

发行人在产品生产过程中，严格执行产品质量控制制度，对原材料、辅料、成品等进行安全、环保检测或测试。安全检测包括但不限于防吞咽实验、材质、锐利尖点、锐利边缘、小物体、塑料薄膜厚度、折叠机构和铰链、绳索、声响测试、跌落测试、压力测试、拉力测试、扭力测试、易燃性能（可燃性等）等检测项目。环保检测包括但不限于对总铅Pb、总镉Cd、总镍Ni、甲醛、苯酚（Phenol）、迁移元素（铝Al、锑Sb、砷As、钡Ba、硼B、镉Cd、铅Pb、锰Mn等）等元素含量进行检测。

发行人销售的产品均在通过相应原材料、辅料、成品等安全、环保检测或测试后才出厂销售。

3、根据汕头市市场监督管理局出具的证明，未发现发行人自2017年1月1日至2020年4月30日止存在因违反市场监督管理相关法律法规而被作出行政处罚的记录。根据汕头市澄海区市场监督管理局出具的证明，发行人自2017年1月1日到2020年5月14日期间，没有因违反市场监管系统相关法律法规而被行政处罚的记录。报告期内，发行人生产的玩具不存在因小零件误吞咽危险、

有害物质含量超标等安全或环保原因被中国国家市场监督管理总局及其他销售区域或国家监管机构要求召回的情形。

综上，发行人产品符合主要销售区域/国家对各年龄段儿童玩具的原材料、成品的安全、环保等级要求或认证标准。

十、公司境外经营情况

截至本招股说明书签署日，本公司尚未在境外直接设立或投资生产销售等经营机构。

第七节 公司治理与独立性

一、公司法人治理制度运行情况

公司自成立以来，股东大会、董事会、监事会、独立董事和董事会秘书能够依法规范运作、履行职责，公司重大生产经营决策、投资决策及重要财务决策能够严格按照《公司章程》的相关规定履行决策程序。截至本招股说明书签署日，上述机构及人员未出现违法违规现象。

（一）股东大会制度的建立健全及运行情况

公司按照《公司法》等法律法规制定了《公司章程》和《股东大会议事规则》，对股东大会的相关事项进行了详细的规定。

自股份公司成立至本招股说明书签署日，历次股东大会运作规范。股东大会就公司董事、监事的选举、《公司章程》及其他主要管理制度的制定和修改、首次公开发行股票并上市和募集资金投向等事项进行了审议，历次股东大会的召集、提案、出席、议事、表决、决议及会议记录均符合《公司法》《公司章程》和《股东大会议事规则》的相关规定。

（二）董事会制度的建立健全及运行情况

公司依据《公司法》等法律、法规及《公司章程》的有关规定，制定了《董事会议事规则》，对董事会的职权、召开方式、表决方式等做出了明确的规定。

自股份公司成立至本招股说明书签署日，历次董事会运作规范。董事会会议严格按照《公司章程》和《董事会议事规则》规定的职权范围对公司各项事务进行了讨论决策，并形成有效决议。历次会议通知、召开、表决方式符合《公司法》和《公司章程》的规定，会议记录完整规范。董事会依法履行了《公司法》《公司章程》赋予的权利和义务，董事会制度运行良好。

（三）监事会制度的建立健全及运行情况

公司依据《公司法》等法律、法规及《公司章程》的有关规定，制定了《监事会议事规则》，对监事会的职权、召开方式、表决方式等做出了明确的规定。

自股份公司成立至本招股说明书签署日，历次监事会运作规范。历次监事会

会议严格按照《公司章程》规定的职权范围对公司重大事项进行了审议监督，并形成有效决议。历次会议通知、召开、表决方式均符合《公司法》和《公司章程》的规定，会议记录完整规范。监事会依法履行了《公司法》《公司章程》赋予的权利和义务。

（四）独立董事制度的建立健全及运行情况

公司根据《关于在上市公司建立独立董事制度的指导意见》等相关规定，制定了《独立董事工作细则》，对独立董事任职资格、选聘、任期、享有职权、发表独立意见等作了详细的规定。《独立董事工作细则》进一步完善了公司的法人治理结构，为保护中小股东利益，科学决策等方面提供了制度保障。

自选举独立董事以来，公司独立董事均出席了董事会并依据《独立董事工作细则》对相关审议事项发表了独立意见，进一步完善了公司的法人治理结构，对保护中小股东利益，科学决策等发挥了积极作用。

（五）董事会秘书制度的建立健全及运行情况

公司设董事会秘书 1 名，负责股东大会和董事会会议的筹备、文件保管以及公司股权管理、信息披露等事宜。根据《公司法》《证券法》等相关法律法规、规范性文件及《公司章程》的有关规定，公司制定了《董事会秘书工作制度》，规定了董事会秘书的主要任务及聘任条件、职权范围、法律责任等。

自公司建立董事会秘书制度以来，公司董事会秘书严格按照《公司章程》和《董事会秘书工作制度》的有关规定履行职责，为公司治理结构的完善和股东大会、董事会正常行使职权发挥了重要作用。

（六）董事会专门委员会的建立健全及运行情况

2017 年 10 月 12 日，公司召开第一届董事会第二十一次会议，审议成立审计委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会、战略委员会，并制定了《董事会审计委员会工作细则》《董事会战略委员会工作细则》《董事会提名委员会工作细则》和《董事会薪酬与考核委员会工作细则》。

1、审计委员会的人员构成及运行情况

董事会审计委员会是由董事会设立的专门工作机构，主要负责内、外部审计

的沟通和评价，财务信息及其披露的审阅，重大决策事项监督和检查工作。

公司审计委员会由陈名芹、陈晓镔、王斌三名董事组成，其中陈名芹、王斌为独立董事，陈名芹为会计专业人士并担任主任委员。

审计委员会的主要职责为：（1）提议聘请或更换外部审计机构；（2）监督公司的内部审计制度及其实施；（3）负责内部审计与外部审计之间的沟通；（4）审核公司的财务信息；（5）审查公司内控制度；（6）公司董事会授予的其他职权。

公司审计委员会自设立以来，严格按照《公司章程》和《董事会审计委员会工作细则》的有关规定开展工作，勤勉尽责地履行职责。

2、战略委员会的人员构成及运行情况

董事会战略委员会是由董事会设立的专门工作机构，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向公司董事会提出建议、方案。

公司战略委员会由陈晓镔、陈立光、王斌三名董事组成，其中王斌为独立董事，陈晓镔担任主任委员。

战略委员会的主要职责为：（1）对公司长期发展战略规划进行研究并提出建议；（2）对《公司章程》规定须经董事会批准的重大投融资方案进行研究并提出建议；（3）对《公司章程》规定须经董事会批准的重大资本、资产经营项目进行研究并提出建议；（4）对其他影响公司发展的重大事项进行研究并提出建议；（5）对上述事宜的实施过程进行监督和检查；（6）公司董事会授予的其他职权。

公司战略委员会自设立以来，严格按照《公司章程》和《董事会战略委员会工作细则》的有关规定开展工作，勤勉尽责地履行职责。

3、提名委员会的人员构成及运行情况

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高级管理人员的人选、选择标准和程序向董事会提出建议。

公司提名委员会由熊海博、陈晓镔、陈名芹三名董事组成，其中熊海博、陈名芹为独立董事，熊海博担任主任委员。

提名委员会的主要职责为：（1）根据公司经营情况、资产规模和股权结构对董事会的规模和构成向董事会提出合理建议；（2）研究公司董事、高级管理人员

的选择标准和程序，并向董事会提出建议；（3）广泛搜寻、提供合格的董事和高级管理人员的人选；（4）对董事、经理候选人和其他高级管理人员进行审查、核查并提出建议；（5）公司董事会授予的其他职权。

公司提名委员会自设立以来，严格按照《公司章程》和《董事会提名委员会工作细则》的有关规定开展工作，勤勉尽责地履行职责。

4、薪酬与考核委员会的人员构成及运行情况

董事会薪酬与考核委员会是董事会设立的专门工作机构，主要负责制定、审核公司董事及高级管理人员的薪酬方案和考核标准。委员会直接对公司董事会负责。

公司薪酬与考核委员会由王斌、陈名芹、陈晓铨三名董事组成，其中王斌、陈名芹为独立董事，王斌担任主任委员。

薪酬与考核委员会的主要职责为：（1）根据董事及高级管理人员岗位的主要范围、职责、重要性制定薪酬计划或方案；（2）薪酬计划或方案主要包括但不限于绩效评价标准、程序及主要评价体系，奖励和处罚的主要方案和制度等；（3）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；（4）负责对公司薪酬制度执行情况进行监督；（5）公司董事会授予的其他职权。

公司薪酬与考核委员会自设立以来，严格按照《公司章程》和《董事会薪酬与考核委员会工作细则》的有关规定开展工作，勤勉尽责地履行职责。

二、发行人特别表决权股份或类似安排

截至本招股说明书签署日，发行人不存在特别表决权股份或类似安排的情况。

三、发行人协议控制架构

截至本招股说明书签署日，发行人不存在协议控制架构的情况。

四、公司内部控制自我评估及注册会计师的鉴证意见

（一）公司管理层对内部控制完整性、合理性及有效性的自我评估意见

本公司根据《公司法》《证券法》《会计法》《企业会计准则》《企业内部控制基本规范》及其他法律法规、规章建立的现有内部控制基本能够适应公司管理的

要求，能够对编制真实、完整、公允的财务报表提供合理的保证，能够对公司各项业务活动的健康运行及国家有关法律法规和单位内部规章制度的贯彻执行提供保证。

本公司董事会认为，公司已按照企业内部控制规范体系和相关规定的要求在所有重大方面保持了有效的财务报告内部控制。

（二）注册会计师对公司内部控制的鉴证意见

大华会计师对公司的内部控制进行了审核，并出具了《广东佳奇科技教育股份有限公司内部控制鉴证报告》（大华核字[2020]005381号），该报告对于公司内部控制的结论性评价意见为：“佳奇科技按照《企业内部控制基本规范》和相关规定于2020年3月31日在所有重大方面保持了与财务报表相关的有效的内部控制”。

五、发行人报告期内的违法违规情况

报告期内，公司按照《公司章程》及相关法律法规的规定开展经营活动，不存在因违法违规行为而受到重大行政处罚或刑事处罚的情况。

六、控股股东、实际控制人及其控制的其他企业占用公司资金及公司为其提供担保的情况

报告期内，公司不存在资金被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业占用的情况，也不存在为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业提供担保的情况。

七、独立性情况

（一）发行人独立运营情况

公司成立以来，按照《公司法》和《公司章程》规范运作，逐步建立健全公司法人治理结构，业务、资产、人员、机构、财务等方面均独立运营，具有完整的业务体系和面向市场自主经营的能力。

1、资产独立

公司拥有独立于发起人股东的生产经营场所，拥有独立完整的采购、生产和

销售所需的固定资产和配套设施。

截至 2020 年 3 月 31 日，公司对业务经营相关的主要资产拥有完全的控制和支配权，不存在资金、资产被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业占用而损害公司利益的情况，也不存在公司为股东和其他个人违规提供担保的情形。

2、人员独立

公司董事、监事及高级管理人员严格按照《公司法》和《公司章程》的有关规定产生；公司高级管理人员均未在控股股东、实际控制人及其所控制的其他企业中担任除董事以外的其他职务，也未在控股股东、实际控制人及其所控制的其他企业领薪；公司与员工签订了劳动合同，并建立了独立完整的劳动、人事和工资管理等制度。

3、机构独立

公司依照《公司法》和《公司章程》等法律法规的规定，设置了股东大会、董事会、监事会等决策及监督机构，建立了符合自身经营特点、独立完整的组织结构，建立了完整、独立的法人治理结构，各机构依照《公司章程》和各项规章制度行使职权。公司生产经营场所与股东及其他关联方完全分开，不存在混合经营、合署办公的情况。

4、财务独立

公司设有独立的财务会计部门，配备了专职财务人员，制定了独立、完整、规范的财务核算体系及财务管理制度，独立进行财务核算及决策，财务人员无兼职情况。公司开立了独立的银行账号，独立纳税。

5、业务独立

公司的业务完全独立于控股股东、实际控制人和实际控制人控制的其他企业，与其不存在同业竞争及显失公平的关联交易。此外，公司控股股东及实际控制人已向公司出具承诺函，承诺避免与公司发生同业竞争，同时规范与公司发生的关联交易。

6、其他情况

公司主营业务、控制权、管理团队稳定，最近二年内主营业务和董事、高级

管理人员均没有发生重大不利变化；控股股东和受控股股东、实际控制人支配的股东所持发行人的股份权属清晰，最近二年实际控制人没有发生变更，不存在导致控制权可能变更的重大权属纠纷。

公司不存在主要资产、核心技术、商标的重大权属纠纷，重大偿债风险，重大担保、诉讼、仲裁等或有事项，经营环境已经或将要发生的重大变化等对持续经营有重大影响的事项。

（二）保荐机构对公司独立性的核查意见

保荐机构查阅了发行人的工商登记资料、股东大会/董事会/监事会等会议资料、财务资料、业务档案等书面材料，访谈了公司的管理层及相关员工，经核查，保荐机构认为：发行人已达到发行监管对独立性的要求，发行人上述关于公司独立运营内容的描述真实、准确、完整。

八、同业竞争情况

（一）发行人与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业之间不存在同业竞争情况

公司是国内具有一定知名度的玩具生产企业，主营业务为各种智能科教玩具的研发、生产和销售。

截至本招股说明书签署日，除发行人外，公司控股股东和实际控制人未投资其他从事与公司相同或相似业务的企业，也未从事其他与公司业务相同或相似的生产经营活动。因此，公司与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业之间不存在同业竞争。

（二）发行人主要股东及实际控制人为避免同业竞争而出具的承诺

为避免同业竞争，维护公司的利益和保证公司的长期稳定发展，公司控股股东佳奇投资以及实际控制人陈晓铿、黄汶华夫妇出具了《避免同业竞争的声明和承诺函》。

1、公司控股股东佳奇投资关于避免同业竞争的承诺

公司控股股东佳奇投资就避免同业竞争承诺如下：

1、截至本声明及承诺出具之日，本公司不存在以任何形式直接或间接从事与佳奇科技及其子公司构成或可能构成同业竞争的任何业务或活动。

2、本公司在作为佳奇科技的股东期间，本公司直接或间接控制的其他企业或单位将不在任何地方以任何方式经营与佳奇科技及其子公司现时业务及拟经营业务相同或相似的业务或项目，不会以任何方式投资与佳奇科技及其子公司经营业务构成或可能构成竞争的业务或项目，不向与佳奇科技及其子公司构成或可能构成同业竞争的任何其他公司、企业或其他经济组织、个人提供任何资金、业务、技术、管理、商业机密等方面的帮助，从而避免与佳奇科技及其子公司产生直接或间接的同业竞争。

3、如因国家政策调整等不可抗力原因导致本公司或本公司控制的其他企业（如有）将来从事的业务与佳奇科技之间的同业竞争可能构成或不可避免时，则本公司将在公司提出异议后及时转让或终止上述业务或促使本公司控制的其他企业及时转让或终止上述业务；如公司进一步要求，公司可享有上述业务在同等条件下的优先受让权。

4、如果本公司违反上述承诺并造成佳奇科技经济损失的，本公司将对佳奇科技因此受到的全部损失承担连带赔偿责任。

2、公司实际控制人陈晓镔、黄汶华夫妇关于避免同业竞争的承诺

公司实际控制人陈晓镔、黄汶华夫妇就避免同业竞争承诺如下：

1、截至本声明及承诺出具之日，本人及与本人关系密切的家庭成员不存在以任何形式直接或间接从事与佳奇科技及其子公司构成或可能构成同业竞争的任何业务或活动；本人及与本人关系密切的家庭成员未在与佳奇科技及其子公司存在同业竞争的其他公司、企业或其他经济组织中担任董事、高级管理人员或核心技术人员。

2、本人在作为佳奇科技的实际控制人期间，本人及与本人关系密切的家庭成员直接或间接控制的其他企业或单位将不在任何地方以任何方式经营与佳奇科技及其子公司现时业务及拟经营业务相同或相似的业务或项目，不会以任何方式投资与佳奇科技及其子公司经营业务构成或可能构成竞争的业务或项目，不向与佳奇科技及其子公司构成或可能构成同业竞争的任何其他公司、企业或其他经

济组织、个人提供任何资金、业务、技术、管理、商业机密等方面的帮助，从而避免与佳奇科技及其子公司产生直接或间接的同业竞争。

3、如因国家政策调整等不可抗力原因导致本人或本人控制的其他企业（如有）将来从事的业务与佳奇科技之间的同业竞争可能构成或不可避免时，则本人将在公司提出异议后及时转让或终止上述业务或促使本人控制的其他企业及时转让或终止上述业务；如公司进一步要求，公司可享有上述业务在同等条件下的优先受让权。

4、如果本人违反上述承诺并造成佳奇科技经济损失的，本人将对佳奇科技因此受到的全部损失承担连带赔偿责任。

九、关联方与关联关系

按照《公司法》《企业会计准则第 36 号—关联方披露》及中国证监会有关规定等法律法规，本公司目前的关联方及其关联关系如下：

（一）控股股东、实际控制人

公司控股股东为佳奇投资，实际控制人为陈晓镔、黄汶华夫妇。

（二）控股股东、实际控制人控股或参股的其他公司

截至 2020 年 3 月 31 日，公司控股股东、实际控制人控股或参股的其他企业情况如下：

关联方名称	与公司关联关系
广东辉源机械股份有限公司	控股股东佳奇投资持有 20% 股权，且公司实际控制人之一陈晓镔担任其董事
深圳市创东方慈爱投资企业（有限合伙）	陈晓镔持有 21.9298% 份额
深圳市华拓至远投资企业（有限合伙）	陈晓镔持有 3.9604% 份额
抚州市甜甜好农业发展有限公司	控股股东佳奇投资持有 100% 股权
瑞金市好甜农业发展有限公司	控股股东佳奇投资持有 100% 股权

（三）发行人控股子公司及参股子公司

截至 2020 年 3 月 31 日，公司全资子公司有 2 家，分别为深圳佳奇和佳奇娱乐。报告期内，发行人无参股公司。

（四）其他关联自然人

公司的其他关联自然人主要包括：

（1）公司董事、监事、高级管理人员，具体情况参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“十、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的简要情况”；

（2）持有公司 5%以上股份的自然人股东张伟生；

（3）公司实际控制人、持有本公司 5%以上股份的自然人股东、董事、监事、高级管理人员关系密切的家庭成员。

（五）其他关联法人

公司的其他关联法人主要包括：

（1）持有公司 5%以上股份的法人股东平潭盈科，具体情况参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“七、公司控股股东、实际控制人及其他持有发行人 5%以上股份的主要股东”；

（2）持有本公司 5%以上股份的自然人股东、董事、监事、高级管理人员及与其关系密切的家庭成员直接或间接控制的，或者担任董事、高级管理人员的其他企业；

（3）报告期曾为公司关联方的关联法人。

报告期内，公司其他关联法人情况如下：

关联方名称	与本公司关系
汕头市澄海区兴信小额贷款股份有限公司	公司董事、副总经理陈晓珊配偶辛汉藩持股 10% 并担任监事，公司实际控制人之一陈晓镔曾持有 10% 股权并且任其董事。2019 年 5 月 29 日，陈晓镔将其持有的汕头市澄海区兴信小额贷款股份有限公司 10% 股权对外转让并不再担任董事
广东伟兴发织造有限公司	公司股东张伟生持股 70.29% 并任执行董事、经理的企业
深圳嘉投网络科技有限公司	公司股东张伟生持股 96% 的企业
深圳市前海嘉得天晟石油化工投资有限公司	公司股东张伟生持股 70% 的企业
汕头市衣合联盟织造有限公司	公司股东张伟生持股 38.25% 并任执行董事、经理的企业

关联方名称	与本公司关系
深圳嘉得天晟资产管理有限公司	公司股东张伟生持股 29.25% 并任董事的企业
广东衣合联盟集团股份有限公司	公司股东张伟生任副董事长的企业
汕头市潮阳区滋兴发展有限公司	公司股东张伟生的胞弟张伟明持股 50% 并任执行董事、经理的企业
汕头市娜姿雅针织刺绣实业有限公司	公司股东张伟生的胞弟张伟洲持股 60% 并任执行董事、经理的企业
汕头市潮阳区洲兴泰织造有限公司	公司股东张伟生的胞弟张伟洲持股 90% 并任执行董事、经理的企业
深圳前域文化科技有限公司	公司独立董事王斌持股 90% 并任执行董事、经理的企业
深圳前域动漫文化有限公司	公司独立董事王斌持股 55% 的企业
上海萌域文化传媒有限公司	公司独立董事王斌持股 50% 并任执行董事、经理的企业
前域文化展览（深圳）有限公司	前身深圳优榜产学研文化科技有限公司，公司独立董事王斌持有其 90% 股权并任执行董事、经理的企业
影域文化产业（深圳）有限公司	前身深圳影域文化投资有限公司，公司独立董事王斌持股 41% 的企业
漫影互娱教育科技（深圳）有限公司	公司独立董事王斌持股 46% 的企业
深圳尚伽文化创意有限公司	公司独立董事王斌配偶许海莹持股 55% 并任执行董事、经理的企业
深圳海博文化传媒有限公司	公司独立董事王斌配偶许海莹持股 38% 的企业
深圳优检检测服务有限公司	公司独立董事王斌配偶许海莹持股 57% 的企业
广东天际电器股份有限公司	公司独立董事陈名芹任独立董事的企业
广东邦宝益智玩具股份有限公司	公司独立董事陈名芹任独立董事的企业
海南世纪翔飞知识产权顾问有限公司	公司独立董事熊海博胞妹熊新梅持股 80% 的企业
广东佳学信息科技有限公司	佳学信息曾为公司持股 75% 股权的控股子公司，公司已于 2016 年 4 月对外转让了所持佳学信息全部股权，自 2016 年 5 月开始佳学信息不再作为公司合并报表范围内子公司核算
饶平县金泽物流有限公司	公司实际控制人陈晓铨曾持有其 50% 股权，2018 年 7 月 4 日注销
深圳市完美通信技术有限公司	公司实际控制人陈晓铨曾持有其 50% 股权，2018 年 2 月 8 日注销
汕头市奇泽贸易有限公司	原汕头市新佳奇贸易进出口有限公司，公司董事、副总经理陈晓珊女士配偶辛汉藩持股 70% 的企业，并于 2019 年 4 月 23 日注销
美泽国际发展有限公司	公司董事、副总经理陈晓珊女士的姐姐、实际控制人陈晓铨堂妹陈晓玲实际控制的企业，已于 2019 年 1 月对外转让
汕头市益源玩具有限公司	公司董事、总经理陈立光曾持有其 70% 股权并任执行董事、经理，2018 年 1 月 15 日注销
大连嘉得天晟商品经营有限公司	公司持股 5% 以上股东张伟生曾持有其 51% 股权并任执行董事、经理，2017 年 12 月 11 日注销

关联方名称	与本公司关系
深圳南洋木质素科技有限公司	公司持股 5% 以上股东张伟生曾任董事长、经理，2018 年 7 月 4 日注销
深圳南洋林木业再生资源有限公司	公司持股 5% 以上股东张伟生曾任其董事，2018 年 7 月 16 日注销
优检亿达展览（深圳）有限公司	公司独立董事王斌报告期内曾任执行董事的企业
广州前域展览服务有限公司	公司独立董事王斌曾持股 60% 并任执行董事、经理，2019 年 7 月 25 日注销
深圳市泛渔乐展览合伙企业（有限合伙）	公司独立董事王斌配偶许海莹持有份额 65% 的企业，2019 年 1 月 14 日注销
揭阳市盛港商务有限公司	公司独立董事王斌配偶许海莹持股 45.5% 的企业，2018 年 3 月 15 日注销
广东松炆再生资源股份有限公司	报告期内董事会秘书、副总经理陈欣敏配偶王维楷曾担任监事
广东东研网络科技股份有限公司	公司独立董事陈名芹曾任独立董事的企业

（六）报告期关联方的变化情况

报告期内，公司的关联方主要变化为：1、控股股东佳奇投资新增了两家全资子公司抚州市甜甜好农业发展有限公司和瑞金市好甜农业发展有限公司；2、关联方广东佳学信息科技有限公司、饶平县金泽物流有限公司、深圳市完美通信技术有限公司、汕头市奇泽贸易有限公司、汕头市益源玩具有限公司、大连嘉得天晟商品经营有限公司、深圳南洋木质素科技有限公司、深圳南洋林木业再生资源有限公司、广州前域展览服务有限公司、深圳市泛渔乐展览合伙企业（有限合伙）、揭阳市盛港商务有限公司的注销等。报告期内，除汕头市奇泽贸易有限公司为发行人提供关联担保外，发行人与上述曾经的关联方均未发生关联交易，不存在关联交易非关联化的情形。

十、关联交易情况

（一）经常性关联交易

1、租赁房产情况

佳奇深圳分公司、深圳佳奇、佳奇娱乐因生产经营需要，向公司实际控制人陈晓铨租用其拥有的房产作为办公场所，租金参照同期同地段市场租金水平确定。报告期内，因上述租赁事项，公司向实际控制人陈晓铨支付的租金分别为 82.09 万元、91.24 万元、93.78 万元和 20.87 万元。

2、支付高级管理人员薪酬

参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“十五、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的薪酬情况”。

（二）偶发性关联交易

1、关联方为本公司担保

报告期内，公司发生的偶发性关联交易为关联方为公司提供担保，具体情况如下表所示：

担保方	担保金额 (万元)	担保起始日	担保到期日	担保是否 已经履行 完毕
陈晓铨	334.36	2016-1-19	2021-1-18	是
陈立光	102.01	2016-1-19	2021-1-18	是
陈晓铨、黄汶华	2,000.00	2016-1-19	2019-1-18	是
佳奇投资	2,000.00	2016-1-19	2021-1-18	是
陈晓铨、黄汶华	1,300.00	2017-7-18	2020-7-12	是
汕头市奇泽贸易有限公司	5,000.00	2013-11-21	2019-11-20	是
陈晓铨、黄汶华	5,000.00	2013-11-21	2019-11-20	是
佳奇投资	5,000.00	2016-5-10	2019-11-20	是
陈晓铨、黄汶华、佳奇投资	10,000.00	2018-9-1	2025-10-30	否
陈晓铨、黄汶华	500.00	2018-12-20	2021-12-19	是
黄汶华	200.00	2016-1-20	2019-1-19	是
佳奇投资	2,000.00	2016-4-29	2026-12-31	是
陈晓铨、黄汶华	2,000.00	2016-4-29	2026-12-31	否
陈晓铨	457.65	2018-11-19	2028-12-31	否
陈晓铨	423.57	2018-11-19	2028-12-31	否
陈立光	120.72	2018-11-19	2028-12-31	否
陈晓铨、黄汶华	3,000.00	2018-1-1	2028-12-31	否
陈晓铨、黄汶华	2,500.00	2019-1-24	2020-1-24	是
陈晓铨	5,000.00	2019-10-30	2024-10-30	否
陈晓铨、黄汶华、佳奇投资	4,400.00	2020-2-20	2024-8-20	否

报告期内，因公司业务发展的需要，公司控股股东、实际控制人等关联方为公

司银行借款提供担保，不存在损害公司利益的情况。

2、其他关联交易

2017年公司关联方深圳前域动漫文化有限公司为本公司提供广告设计服务，交易金额为0.25万元，金额较小。

（三）关联交易对公司财务状况和经营成果的影响

报告期内，公司发生的经常性关联交易金额较小，而发生的偶发性关联交易，主要系公司控股股东、实际控制人等为公司银行借款提供担保，上述关联交易未对公司的财务状况和经营成果造成重大不利影响。

（四）关联交易决策程序

报告期内，发行人关联交易的决策遵循了《公司章程》《股东大会议事规则》《董事会议事规则》和《关联交易管理制度》相关规定；董事会和股东大会审议关联交易事项时，关联董事和关联股东均回避表决。

2020年3月15日，公司召开2020年第二次临时股东大会审议通过了《关于确认公司报告期内关联交易的议案》；2020年6月10日，公司召开2020年第三次临时股东大会审议通过了《关于确认公司2020年第一季度关联交易的议案》；公司独立董事就报告期内的关联交易事宜发表了独立意见；公司报告期内发生的关联交易履行的审议程序合法。

（五）规范和减少关联交易的措施

公司采取了以下措施规范和减少关联交易：

1、严格按照《公司法》和《公司章程》的要求，建立了独立完整的生产经营系统，人员、财务、资产与股东严格分开；

2、完善独立董事制度，强化对关联交易事项的监督；

3、按照“公开、公平、公正”和市场化交易原则合理定价，并实行严格的合同管理；

4、公司制定了《关联交易管理制度》，就关联方的认定、关联交易的认定、关联交易的定价、决策应遵循的原则以及关联交易信息披露等内容进行了具体规

定，以保证公司关联交易的公允性，确保公司的关联交易行为不损害公司和全体股东的利益；

5、公司将尽量避免关联交易的发生，对于无法避免的关联交易，将严格按照上述原则履行必要程序，确保关联交易公平。

（六）控股股东和实际控制人关于规范关联交易的承诺

1、公司控股股东佳奇投资承诺如下：

（1）本公司承诺将严格遵守所适用的法律、法规、规范性文件及中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所的有关规定，充分尊重佳奇科技（含控股子公司，下同）的独立法人地位，善意、诚信的行使权利并履行相应义务，保证不干涉佳奇科技在资产、业务、财务、人员、机构等方面的独立性，保证不会利用关联关系促使佳奇科技股东大会、董事会、监事会、管理层等机构或人员作出任何可能损害佳奇科技及其股东合法权益的决定或行为；

（2）本公司及本公司所控制的其他企业将尽可能避免与佳奇科技之间进行关联交易；

（3）对于不可避免的关联交易，本公司及本公司所控制的其他企业将严格遵守《公司法》、中国证券监督管理委员会的有关规定以及佳奇科技《公司章程》、《关联交易管理制度》及《信息披露管理制度》的有关规定，保证关联交易将按照公平合理的商业条件进行，不损害佳奇科技的利益；

（4）本公司将采取合法有效的措施促使本公司所控制的其他企业按照与本公司同样的标准遵守以上承诺事项。如违反上述承诺导致佳奇科技遭受经济损失的，本公司将赔偿佳奇科技遭受的全部经济损失。

2、公司实际控制人陈晓镔、黄汶华夫妇承诺如下：

（1）本人承诺将严格遵守所适用的法律、法规、规范性文件及中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所的有关规定，充分尊重佳奇科技（含控股子公司，下同）的独立法人地位，善意、诚信的行使权利并履行相应义务，保证不干涉佳奇科技在资产、业务、财务、人员、机构等方面的独立性，保证不会利用关联关系促使佳奇科技股东大会、董事会、监事会、管理层等机构或人员作出任何可能

损害佳奇科技及其股东合法权益的决定或行为；

（2）本人及本人所控制的其他企业将尽可能避免与佳奇科技之间进行关联交易；

（3）对于不可避免的关联交易，本人及本人所控制的其他企业将严格遵守《公司法》、中国证券监督管理委员会的有关规定以及佳奇科技《公司章程》、《关联交易管理制度》及《信息披露管理制度》的有关规定，保证关联交易将按照公平合理的商业条件进行，不损害佳奇科技的利益；

（4）本人将采取合法有效的措施促使本人所控制的其他企业按照与本人同样的标准遵守以上承诺事项。如违反上述承诺导致佳奇科技遭受经济损失的，本人将赔偿佳奇科技遭受的全部经济损失。

第八节 财务会计信息与管理层分析

一、财务报表

本节的财务会计数据及有关分析反映了公司最近三年及一期经审计的财务状况、经营成果和现金流量情况。以下引用的财务会计数据，非经特别说明，均引自公司经审计的财务报表，投资者应阅读财务报告及审计报告全文。

公司经审计的最近三年及一期的财务报表如下：

（一）合并财务报表

1、合并资产负债表

单位：元

资产	2020.3.31	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
流动资产：				
货币资金	205,254,065.43	249,648,177.46	242,583,288.68	97,764,079.82
交易性金融资产	79,790,000.00	30,000,000.00	-	-
应收账款	137,445,292.95	98,949,185.56	75,504,867.51	44,620,246.80
预付款项	70,054,441.06	14,705,117.39	10,518,379.96	3,825,060.47
其他应收款	5,357,900.10	2,939,238.93	333,407.29	442,311.20
存货	110,435,825.40	98,012,633.29	73,982,314.75	58,123,454.65
其他流动资产	18,900,978.71	17,013,186.05	9,724,770.12	3,325,322.06
流动资产合计	627,238,503.65	511,267,538.68	412,647,028.31	208,100,475.00
非流动资产：				
固定资产	36,721,038.75	36,508,728.40	36,278,110.49	26,085,355.61
在建工程	14,494,040.98	14,291,315.60	2,579,064.75	1,038,938.65
无形资产	24,035,742.44	24,193,694.66	24,825,503.54	25,457,312.42
长期待摊费用	2,259,343.36	1,130,281.46	952,067.29	-
递延所得税资产	1,147,214.83	810,240.52	2,781,481.12	2,423,939.37
其他非流动资产	1,742,297.27	282,965.33	94,957.27	307,316.27
非流动资产合计	80,399,677.63	77,217,225.97	67,511,184.46	55,312,862.32
资产总计	707,638,181.28	588,484,764.65	480,158,212.77	263,413,337.32
流动负债：				
短期借款	55,912,143.04	42,061,817.64	48,082,481.69	44,073,942.91

资产	2020.3.31	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
交易性金融负债	-	-	-	-
应付票据	94,500,000.00	44,500,000.00	2,600,000.00	-
应付账款	9,438,169.85	12,028,344.45	15,732,022.74	9,717,753.11
预收款项	-	2,914,591.28	2,840,054.68	3,697,111.66
合同负债	2,396,525.46	-	-	-
应付职工薪酬	2,312,262.24	3,895,916.85	3,999,006.03	2,588,378.87
应交税费	7,889,974.42	7,228,626.74	6,895,631.32	10,340,949.71
其他应付款	1,188,055.13	874,285.58	4,125,926.01	1,214,868.43
一年内到期的非流动负债	25,802,311.84	3,343,206.04	1,811,324.50	2,408,301.94
其他流动负债	-	-	-	-
流动负债合计	199,439,441.98	116,846,788.58	86,086,446.97	74,041,306.63
非流动负债：				
长期借款	34,075,200.00	6,972,000.00	4,200,000.00	2,000,000.00
应付债券	-	-	-	-
长期应付款	-	-	-	-
预计负债	-	-	-	-
递延所得税负债	-	-	-	-
其他非流动负债	-	-	-	-
非流动负债合计	34,075,200.00	6,972,000.00	4,200,000.00	2,000,000.00
负债合计	233,514,641.98	123,818,788.58	90,286,446.97	76,041,306.63
所有者权益：				
股本	99,800,000.00	99,800,000.00	99,800,000.00	79,200,000.00
资本公积	148,887,151.84	148,887,151.84	148,887,151.84	27,540,736.75
其他综合收益	-	-	-	-
专项储备	-	-	-	-
盈余公积	21,064,301.38	21,064,301.38	14,481,165.08	8,786,184.75
未分配利润	204,372,086.08	194,914,522.85	126,703,448.88	71,845,109.19
归属于母公司股东权益合计	474,123,539.30	464,665,976.07	389,871,765.80	187,372,030.69
少数股东权益	-	-	-	-
股东权益合计	474,123,539.30	464,665,976.07	389,871,765.80	187,372,030.69
负债和股东权益合计	707,638,181.28	588,484,764.65	480,158,212.77	263,413,337.32

2、合并利润表

单位：元

项目	2020年1-3月	2019年度	2018年度	2017年度
一、营业收入	70,641,539.55	476,929,587.05	398,099,378.17	305,101,085.86
减：营业成本	51,137,667.40	339,527,953.46	276,350,424.82	217,678,970.80
税金及附加	322,812.51	2,852,264.82	3,324,455.56	2,733,919.97
销售费用	2,351,149.86	16,422,569.24	18,977,118.96	11,541,463.91
管理费用	3,863,870.88	18,366,979.91	16,898,211.58	12,040,577.78
研发费用	3,404,396.71	17,426,438.54	16,579,632.17	12,263,565.01
财务费用	-403,077.58	-865,492.91	-3,076,715.63	5,436,370.97
其中：利息费用	1,010,873.65	2,979,843.29	2,164,217.13	2,807,458.44
利息收入	422,742.08	2,890,833.93	1,582,307.58	61,260.17
加：其他收益	2,979,769.33	3,744,888.74	803,912.97	1,688,615.00
投资收益	-	-	-	-635,227.38
信用减值损失	-2,194,132.55	-1,326,904.14	-	-
资产减值损失	-52,362.95	-	-1,698,234.13	-82,485.27
二、营业利润	10,697,993.60	85,616,858.59	68,151,929.55	44,377,119.77
加：营业外收入	22.68	168,605.06	786,153.24	2,033,063.65
减：营业外支出	70,771.15	245,913.27	323,748.29	88,995.88
三、利润总额	10,627,245.13	85,539,550.38	68,614,334.50	46,321,187.54
减：所得税费用	1,169,681.90	10,745,340.11	8,061,014.48	9,782,786.46
四、净利润	9,457,563.23	74,794,210.27	60,553,320.02	36,538,401.08
（一）按经营持续性分类：				
1. 持续经营净利润（净亏损以“-”号填列）	9,457,563.23	74,794,210.27	60,553,320.02	36,538,401.08
2. 终止经营净利润（净亏损以“-”号填列）	-	-	-	-
（二）按所有权归属分类：				
归属于母公司所有者的净利润	9,457,563.23	74,794,210.27	60,553,320.02	36,538,401.08
少数股东损益	-	-	-	-
五、其他综合收益的税后净额				
归属母公司所有者的其他综合收益的税后净额	-	-	-	-
（一）以后不能重分类进损益的其他综合收益	-	-	-	-
（二）以后将重分类进损益的其他综合收益	-	-	-	-

项目	2020年1-3月	2019年度	2018年度	2017年度
归属于少数股东的其他综合收益的税后净额	-	-	-	-
六、综合收益总额	9,457,563.23	74,794,210.27	60,553,320.02	36,538,401.08
归属于母公司所有者的综合收益总额	9,457,563.23	74,794,210.27	60,553,320.02	36,538,401.08
归属于少数股东的综合收益总额	-	-	-	-
七、每股收益：				
（一）基本每股收益（元/股）	0.09	0.75	0.65	0.46
（二）稀释每股收益（元/股）	0.09	0.75	0.65	0.46

3、合并现金流量表

单位：元

项目	2020年1-3月	2019年度	2018年度	2017年度
一、经营活动产生的现金流量：				
销售商品、提供劳务收到现金	33,519,944.48	485,401,482.64	398,426,547.17	319,648,850.77
收到的税费返还	3,475,469.44	15,558,699.23	11,563,475.08	11,576,134.60
收到其他与经营活动有关现金	3,518,901.04	6,839,265.70	3,206,567.26	3,760,300.35
经营活动现金流入小计	40,514,314.96	507,799,447.57	413,196,589.51	334,985,285.72
购买商品、接受劳务支付现金	73,542,344.01	355,687,016.34	309,174,273.05	237,387,552.86
支付给职工及为职工支付现金	7,112,488.23	39,767,674.39	36,109,651.72	26,958,972.24
支付的各项税费	1,418,928.61	12,987,476.82	15,677,963.21	8,040,827.24
支付其他与经营活动有关现金	5,599,258.73	29,397,898.88	32,069,375.92	23,767,193.85
经营活动现金流出小计	87,673,019.58	437,840,066.42	393,031,263.90	296,154,546.19
经营活动产生的现金流量净额	-47,158,704.62	69,959,381.15	20,165,325.61	38,830,739.53
二、投资活动产生的现金流量：				
收回投资收到的现金	-	-	826,658.98	-
取得投资收益收到的现金	-	-	-	-
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	35,934.00	-	34,117.20	115,166.17
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	-	-	-	1,000,000.00
收到其他与投资活动有关现金	-	-	-	1,723,832.50
投资活动现金流入小计	35,934.00	-	860,776.18	2,838,998.67
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	4,366,224.44	27,363,621.64	20,742,731.43	12,976,289.90
投资支付的现金	-	-	-	-

项目	2020年1-3月	2019年度	2018年度	2017年度
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	-	-	-
支付其他与投资活动有关现金	-	-	-	-
投资活动现金流出小计	4,366,224.44	27,363,621.64	20,742,731.43	12,976,289.90
投资活动产生的现金流量净额	-4,330,290.44	-27,363,621.64	-19,881,955.25	-10,137,291.23
三、筹资活动产生的现金流量：				
吸收投资收到的现金	-	-	141,885,600.00	-
其中：子公司吸收少数股东投资收到的现金	-	-	-	-
取得借款收到的现金	62,000,000.00	48,350,000.00	54,000,000.00	59,000,000.00
收到其他与筹资活动有关现金	-	-	-	-
筹资活动现金流入小计	62,000,000.00	48,350,000.00	195,885,600.00	59,000,000.00
偿还债务支付的现金	2,647,600.00	50,054,000.00	48,400,000.00	70,400,000.00
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	950,642.45	2,992,625.80	2,152,655.79	2,827,823.72
其中：子公司支付给少数股东的股利、利润	-	-	-	-
支付其他与筹资活动有关现金	51,349,200.00	32,649,000.00	4,100,000.00	-
筹资活动现金流出小计	54,947,442.45	85,695,625.80	54,652,655.79	73,227,823.72
筹资活动产生的现金流量净额	7,052,557.55	-37,345,625.80	141,232,944.21	-14,227,823.72
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	29,325.48	-807,994.93	-797,105.71	-434,806.68
五、现金及现金等价物净增加额	-44,407,112.03	4,442,138.78	140,719,208.86	14,030,817.90
加：期初现金及现金等价物余额	242,925,427.46	238,483,288.68	97,764,079.82	83,733,261.92
六、期末现金及现金等价物余额	198,518,315.43	242,925,427.46	238,483,288.68	97,764,079.82

（二）母公司财务报表

1、母公司资产负债表

单位：元

项目	2020年 3月31日	2019年 12月31日	2018年 12月31日	2017年 12月31日
流动资产：				
货币资金	194,331,083.19	241,500,337.12	188,622,652.74	70,848,353.31
交易性金融资产	79,790,000.00	30,000,000.00	-	-
应收账款	136,947,592.13	98,097,884.86	75,379,911.40	42,860,381.20
预付款项	70,014,741.06	14,563,417.39	10,390,983.73	3,707,119.47
其他应收款	5,351,584.78	2,932,395.80	40,302,616.23	20,172,309.78

项目	2020年 3月31日	2019年 12月31日	2018年 12月31日	2017年 12月31日
流动资产：				
存货	105,624,020.75	93,558,155.22	69,575,281.53	52,898,797.43
其他流动资产	18,846,625.30	16,999,512.27	9,559,650.19	2,827,850.64
流动资产合计	610,905,647.21	497,651,702.66	393,831,095.82	193,314,811.83
非流动资产：				
长期股权投资	20,000,000.00	20,000,000.00	20,000,000.00	20,000,000.00
投资性房地产	-	-	-	-
固定资产	35,811,120.66	35,518,892.03	35,412,585.77	25,150,012.16
在建工程	14,494,040.98	14,291,315.60	2,579,064.75	1,038,938.65
无形资产	24,035,742.44	24,193,694.66	24,825,503.54	25,457,312.42
商誉	-	-	-	-
长期待摊费用	2,259,343.36	1,130,281.46	952,067.29	-
递延所得税资产	1,140,430.98	803,452.50	1,278,702.65	1,220,190.74
其他非流动资产	1,677,340.00	218,008.06	30,000.00	242,359.00
非流动资产合计	99,418,018.42	96,155,644.31	85,077,924.00	73,108,812.97
资产总计	710,323,665.63	593,807,346.97	478,909,019.82	266,423,624.80
流动负债：				
短期借款	55,912,143.04	42,061,817.64	48,082,481.69	44,073,942.91
应付票据	94,500,000.00	44,500,000.00	2,600,000.00	-
应付账款	10,462,099.85	11,782,274.45	15,236,786.74	9,634,253.11
预收款项	-	2,550,942.34	2,840,054.68	3,697,111.66
合同负债	2,027,199.89	-	-	-
应付职工薪酬	2,191,292.41	3,517,176.85	3,623,781.67	2,321,659.46
应交税费	7,799,452.24	6,949,853.70	6,836,503.18	10,340,949.71
其他应付款	13,188,055.13	16,874,285.58	4,253,660.02	1,419,197.00
一年内到期的非流动 负债	25,802,311.84	3,343,206.04	1,811,324.50	2,408,301.94
其他流动负债	-	-	-	-
流动负债合计	211,882,554.40	131,579,556.60	85,284,592.48	73,895,415.79
非流动负债：				
长期借款	34,075,200.00	6,972,000.00	4,200,000.00	2,000,000.00
长期应付款	-	-	-	-
递延收益	-	-	-	-

项目	2020年 3月31日	2019年 12月31日	2018年 12月31日	2017年 12月31日
流动资产：				
递延所得税负债	-	-	-	-
非流动负债合计	34,075,200.00	6,972,000.00	4,200,000.00	2,000,000.00
负债合计	245,957,754.40	138,551,556.60	89,484,592.48	75,895,415.79
股东权益：				
股本	99,800,000.00	99,800,000.00	99,800,000.00	79,200,000.00
资本公积	147,693,781.36	147,693,781.36	147,693,781.36	26,347,366.27
其他综合收益	-	-	-	-
专项储备	-	-	-	-
盈余公积	21,064,301.38	21,064,301.38	14,481,165.08	8,786,184.75
未分配利润	195,807,828.49	186,697,707.63	127,449,480.90	76,194,657.99
所有者权益合计	464,365,911.23	455,255,790.37	389,424,427.34	190,528,209.01
负债和股东权益合计	710,323,665.63	593,807,346.97	478,909,019.82	266,423,624.80

2、母公司利润表

单位：元

项目	2020年1-3月	2019年度	2018年度	2017年度
一、营业收入	70,952,040.04	469,641,430.16	396,910,367.63	301,346,104.85
减：营业成本	51,450,616.34	338,639,925.83	275,583,125.01	214,234,428.55
税金及附加	315,385.33	2,804,601.07	3,296,292.83	2,724,968.32
销售费用	2,838,413.99	20,185,122.34	22,394,039.19	11,476,457.12
管理费用	3,365,174.75	16,059,058.13	14,450,041.16	10,188,133.99
研发费用	3,720,962.03	18,657,148.68	17,841,388.81	10,684,873.33
财务费用	-344,403.12	685,473.22	-2,615,685.68	5,356,512.43
其中：利息费用	1,010,873.65	2,979,843.29	2,164,217.13	2,807,458.44
利息收入	350,126.99	2,062,061.96	1,079,187.60	53,614.95
加：其他收益	2,974,051.11	3,575,489.33	697,882.00	888,615.00
投资收益	-	-	-	-
信用减值损失	-2,194,160.34	-1,290,462.21	-	-
资产减值损失	-52,362.95	-	-1,796,345.70	-18,716.48
二、营业利润	10,333,418.54	74,895,128.01	64,862,702.61	47,550,629.63
加：营业外收入	22.68	168,493.06	770,833.24	2,033,063.61
减：营业外支出	70,771.15	241,441.26	323,688.29	86,725.21

项目	2020年1-3月	2019年度	2018年度	2017年度
三、利润总额	10,262,670.07	74,822,179.81	65,309,847.56	49,496,968.03
减：所得税费用	1,152,549.21	8,990,816.78	8,360,044.32	10,690,618.79
四、净利润	9,110,120.86	65,831,363.03	56,949,803.24	38,806,349.24
1、持续经营净利润（净亏损以“-”号填列）	9,110,120.86	65,831,363.03	56,949,803.24	38,806,349.24
2、终止经营净利润（净亏损以“-”号填列）	-	-	-	-
五、其他综合收益税后净额	-	-	-	-
以后不能重分类进损益的其他综合收益	-	-	-	-
以后将重分类进损益的其他综合收益	-	-	-	-
六、综合收益总额	9,110,120.86	65,831,363.03	56,949,803.24	38,806,349.24

3、母公司现金流量表

单位：元

项目	2020年1-3月	2019年度	2018年度	2017年度
销售商品、提供劳务收到的现金	35,135,302.78	483,120,842.00	396,212,550.23	316,333,079.50
收到的税费返还	3,475,469.44	10,079,174.05	11,174,630.83	11,071,084.17
收到的其他与经营活动有关的现金	3,440,012.13	5,828,903.66	2,547,902.84	2,952,655.09
经营活动现金流入小计	42,050,784.35	499,028,919.71	409,935,083.90	330,356,818.76
购买商品、接受劳务支付的现金	73,990,985.41	355,113,520.54	310,301,572.83	228,872,547.43
支付给职工以及为职工支付的现金	6,363,239.92	36,480,513.85	32,410,420.59	24,513,189.84
支付的各项税费	1,149,709.65	12,661,656.07	15,542,242.45	8,019,504.28
支付其他与经营活动有关的现金	6,480,695.89	35,306,011.61	37,846,716.10	22,177,709.26
经营活动现金流出小计	87,984,630.87	439,561,702.07	396,100,951.97	283,582,950.81
经营活动产生的现金流量净额	-45,933,846.52	59,467,217.64	13,834,131.93	46,773,867.95
取得投资收益收到的现金	-	-	-	-
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	35,934.00	-	34,117.20	115,166.17
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	-	-	-	1,000,000.00
收到其他与投资活动有关的现金	-	-	-	1,723,832.50

项目	2020年1-3月	2019年度	2018年度	2017年度
投资活动现金流入小计	35,934.00	-	34,117.20	2,838,998.67
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	4,366,224.44	26,936,933.57	20,593,091.26	11,978,659.30
投资支付的现金	-	-	-	13,626,950.00
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	-	-	-
支付其他与投资活动有关的现金	-	-	-	-
投资活动现金流出小计	4,366,224.44	26,936,933.57	20,593,091.26	25,605,609.30
投资活动产生的现金流量净额	-4,330,290.44	-26,936,933.57	-20,558,974.06	-22,766,610.63
吸收投资收到的现金	-	-	141,885,600.00	-
取得借款收到的现金	62,000,000.00	48,350,000.00	54,000,000.00	59,000,000.00
收到其他与筹资活动有关的现金	-	55,842,265.99	10,000,000.00	204,328.57
筹资活动现金流入小计	62,000,000.00	104,192,265.99	205,885,600.00	59,204,328.57
偿还债务支付的现金	2,647,600.00	50,054,000.00	48,400,000.00	70,400,000.00
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	950,642.45	2,992,625.80	2,152,655.79	2,827,823.72
支付的其他与筹资活动有关的现金	55,349,200.00	32,622,750.00	34,146,594.56	20,000,000.00
筹资活动现金流出小计	58,947,442.45	85,669,375.80	84,699,250.35	93,227,823.72
筹资活动产生的现金流量净额	3,052,557.55	18,522,890.19	121,186,349.65	-34,023,495.15
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	29,325.48	-798,239.88	-787,208.09	-434,814.67
五、现金及现金等价物净增加额	-47,182,253.93	50,254,934.38	113,674,299.43	-10,451,052.50
加：期初现金及现金等价物余额	234,777,587.12	184,522,652.74	70,848,353.31	81,299,405.81
六、期末现金及现金等价物余额	187,595,333.19	234,777,587.12	184,522,652.74	70,848,353.31

二、注册会计师的审计意见

大华会计师作为公司本次发行的审计机构，审计了公司2020年3月31日、2019年12月31日、2018年12月31日、2017年12月31日的合并及母公司资产负债表，2020年1月-3月、2019年度、2018年度、2017年度的合并及母公司利润表、合并及母公司现金流量表、合并及母公司股东权益变动表以及相关财务报表附注，并出具了标准无保留意见的《审计报告》（大华审字[2020]0010629号）。

大华会计师的审计意见为：佳奇科技后附的财务报表在所有重大方面按照企业会计准则的规定编制，公允反映了佳奇科技 2020 年 3 月 31 日、2019 年 12 月 31 日、2018 年 12 月 31 日、2017 年 12 月 31 日的合并及母公司财务状况以及 2020 年 1 月-3 月、2019 年度、2018 年度、2017 年度的合并及母公司经营成果和现金流量。

三、影响发行人业绩的主要因素和指标

（一）影响公司收入、成本、费用和利润的主要因素

1、影响收入的主要因素

报告期内，公司主要从事智能科教玩具的研发、生产及销售业务。公司凭借产品创新、质量控制等优势，树立了良好的市场形象，与众多国内外客户展开了业务合作。影响公司收入的主要因素是市场需求和公司获取订单的能力。

玩具生产企业相对较多，公司能否在激烈的行业竞争中保持竞争力，将对公司收入的稳定增长造成一定的影响。为此，公司注重不断提升在产品创新、质量控制等方面的竞争力，经营规模不断扩大。

2、影响成本的主要因素

报告期内，公司主营业务成本主要包括直接材料、直接人工、制造费用等，其中，直接材料占主营业务成本比例一般超过 70%，是影响成本的主要因素。

公司产品所需要的主要材料为：ABS 等塑料原料，电路板、微电机、集成电路、电池等电子配件，铁轴、线材等五金件，以及彩盒、纸箱等包装材料。公司主要原材料价格的波动，会直接影响公司经营业绩。

3、影响费用的主要因素

本公司期间费用主要包括销售费用、管理费用、研发费用以及财务费用，影响公司费用的主要因素是职工薪酬。报告期内，公司期间费用分别为 4,128.20 万元、4,937.82 万元、5,135.05 万元和 921.63 万元。2017 年至 2019 年，公司期间费用呈上升趋势，公司期间费用的变化与公司的业务特点及具体情况相匹配，预计未来期间费用的变动不会对公司经营产生重大不利影响。

4、影响利润的主要因素

报告期内，影响公司利润的主要因素为营业毛利和期间费用等，影响毛利的主要因素为营业收入规模和毛利率。具体参见本节“十三、盈利能力分析”。

未来公司将不断提升在产品创新、质量控制等方面的竞争力，提供符合客户需求的产品，保持公司的持续盈利水平。

（二）反映公司业绩变动的核心财务或非财务指标

公司主营业务收入增长率、毛利率、产品研发和设计能力以及获取订单的能力等核心指标对公司业绩具有重要意义。主营业务收入增长率具有较强的预示作用，可据以判断公司主营业务发展状况。毛利率水平不仅表明公司的盈利能力，同时表明公司的成本控制能力。产品研发和设计能力是获取客户订单的基石。公司获取销售订单能力具有一定的先行指标作用，体现公司的客户认可度等。

四、财务报告审计截止日后主要财务信息及经营状况

（一）审阅意见

公司财务报表的审计截止日为2020年3月31日。大华会计师对公司2020年6月30日的合并及母公司资产负债表，2020年1-6月的合并及母公司利润表、合并及母公司现金流量表和合并及母公司股东权益变动表以及财务报表附注进行了审阅，并出具了《审阅报告》（大华核字[2020]007769号）。大华会计师认为：“根据我们的审阅，我们没有注意到任何事项使我们相信财务报表没有按照企业会计准则的规定编制，未能在所有重大方面公允反映佳奇科技的财务状况、经营成果和现金流量。”

（二）发行人的专项声明

公司及董事、监事、高级管理人员已对公司2020年6月30日、2020年1-6月的未经审计的财务报表进行了认真审阅并出具专项声明，保证审计截止日后财务报表不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性及完整性承担相应的法律责任。

公司法定代表人、主管会计工作负责人及会计机构负责人已对公司2020年6月30日、2020年1-6月的未经审计的财务报表进行了认真审阅并出具专项声

明，保证该等财务报表的真实、准确、完整。

（三）审计截止日后主要财务信息和经营状况

由于从2020年2月1日开始，印度政府宣布提高电子产品、玩具和家具等商品的进口关税，其中玩具从20%提至60%，意在通过遏制中国玩具进口以扶持该国产业发展。由于关税的提高，印度市场的中国玩具销售额下降，进而影响公司在印度的销售额。受关税以及疫情影响，公司2020年1-6月对印度的出口收入共计109.93万元，同比降低98.12%。公司2020年4-6月对印度的出口收入为0.00万元，7-8月对印度出口收入为100.37万元。若印度对中国制造玩具产品的关税政策继续保持不变，不会影响公司持续经营能力，但将会对公司在印度地区的销售规模产生不利影响。除此之外，公司经营模式、主要原材料的采购规模及采购价格，主要产品的生产、销售规模及销售价格，主要客户及供应商的构成，产业政策、税收政策以及其他可能影响投资者判断的重大事项等方面不存在重大不利变化。

公司2020年6月30日、2020年1-6月经审阅的主要财务信息如下：

1、合并资产负债表主要数据

单位：万元

项目	2020年6月30日	2019年12月31日	变动比例
总资产	70,430.59	58,848.48	19.68%
总负债	21,376.95	12,381.88	72.65%
所有者权益合计	49,053.65	46,466.60	5.57%
归属于母公司股东权益合计	49,053.65	46,466.60	5.57%

截至2020年6月末，公司资产总额70,430.59万元，较上年末增长19.68%，主要系货币资金、交易性金融资产、应收账款和固定资产增加所致；负债总额21,376.95万元较上年末增加8,995.07万元，同比增长72.65%，主要系新增借款8,643.05万元，包括（1）年初新冠疫情爆发，公司响应政府号召，利用已有技术与产能投入防疫物资的研发与生产，并进入广东省疫情防控重点保障物资生产企业名单中，2020年3月，公司获取银行抗疫资金专项借款共计2,200.00万元，以支持公司防疫物资生产；（2）公司疫情期间复工困难，购建自动化设备，进行生产车间改造，以保障公司在人员缺乏的情况下亦能持续正常生产，

由此 2020 年 2 月新增中长期借款 4,400.00 万元；(3) 由于难以预测新冠疫情对国内外经济环境的后续影响，为保障经营顺利运转，增强抵御风险能力，公司新增流动借款 2,043.05 万元。受借款增加影响公司合并资产负债率由 2019 年末 21.04% 上升至 30.35%，仍处于较低水平；所有者权益合计 49,053.65 万元，较上年末增加 5.57%，系经营积累增加所致。

2、合并利润表主要数据

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年 1-6 月	变动比例
营业收入	18,405.48	18,043.15	2.01%
主营业务收入	15,002.05	16,855.19	-10.99%
营业利润	2,931.15	2,674.06	9.61%
利润总额	2,918.36	2,672.38	9.20%
净利润	2,587.05	2,264.35	14.25%
归属于母公司所有者的净利润	2,587.05	2,264.35	14.25%
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润	2,300.89	2,240.44	2.70%

2020 年 1-6 月，公司营业收入为 18,405.48 万元，同比增长 2.01%，其中主营业务收入 15,002.05 万元，同比下降 10.99%，主要系受新冠疫情及国际贸易形势影响，公司玩具销售业务有所下滑，第二季度国内疫情逐步得到控制，上下游企业有序复工复产，公司主营业务收入上半年整体降幅相对于第一季度的降幅 32.00% 收窄；2020 年 1-6 月，其他业务收入 3,403.43 万元，同比增加 186.49%，主要系公司原材料及防疫物资销售。

2020 年 1-6 月，公司实现营业利润 2,931.15 万元，同比增加 9.61%；非经常性损益 286.15 万元；净利润 2,587.05 万元，同比增加 14.25%，主要系归属于非经常性损益并计入其他收益的政府补助增加 310.51 万元；扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润 2,300.89 万元，同比增加 2.70%。

发行人 2020 年上半年内销产品收入情况如下：

项目	2020 年 1-6 月		2019 年 1-6 月
	销售金额（万元）	增长率	销售金额（万元）
变形玩具	3,639.27	6.25%	3,425.08
机器人玩具	1,014.58	8.19%	937.80

项目	2020年1-6月		2019年1-6月
	销售金额（万元）	增长率	销售金额（万元）
恐龙玩具	603.67	64.42%	367.16
其他玩具	352.39	-37.83%	566.81
婴幼儿玩具	3,135.79	191.86%	1,074.41
合计	8,745.70	37.27%	6,371.26

注：上述数据业经审阅。

由上表可知，2020年上半年发行人内销产品收入同比增长37.27%（经审阅），主要系婴幼儿玩具和恐龙玩具销售增长所致。具体分析如下：

（1）婴幼儿玩具

根据中商产业研究院数据，0-3岁婴幼儿数量的不断上升将为玩具市场带来广阔的发展前景。同时，越来越多“80后”、“90后”成为年轻一代父母，该群体对婴幼儿玩具的刚性需求不断增长，且消费观念时尚，更加追求孩子生活的品质。品牌、创意、个性化，都是其消费时考虑的重要因素，这将为我国乃至全球的0-3岁婴幼儿玩具行业带来新的市场机遇以及产品升级换代的动力。家庭消费升级带来的婴童市场机遇以及国家二胎政策的实施，使0-3岁婴幼儿玩具市场规模扩大。预计到2025年，中国0-3岁婴幼儿玩具市场规模将达到383亿元。

在广阔的市场前景下，发行人采取了以下措施：①根据市场需求，有效指导后续婴幼儿产品研发，使得产品能够更好满足消费者的需求，体现了公司产品的市场导向性；②部分婴幼儿玩具产品在2018年全年境内外各大专业展会展出，已获得一定的市场关注，体现营销策略的先导性；③不断丰富婴幼儿产品品类，给予客户更大的选择空间。2019年，公司的“奇迪乐”婴幼儿系列产品面向市场销售后，截至2020年6月30日，婴幼儿玩具有108个产品型号实现销售，产品型号数量同比增加111.76%。综上，婴幼儿玩具同比增长较大具有合理性。

（2）恐龙玩具

恐龙玩具属于科普类玩具，为玩具市场中的常青产品，市场需求较为稳定，受到经销商或下游客户青睐。2020年上半年发行人销售单价在30元以下的恐龙

玩具销售数量占比达 69.81%，主要系受疫情影响，经销商或下游客户会选择采购价格适中且易销的产品，因而发行人 2020 年上半年恐龙玩具销售收入同比增长较大。

3、合并现金流量表

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年 1-6 月	变动比例
经营活动产生的现金流量净额	1,968.04	-3,888.66	-150.61%
投资活动所产生的现金流量净额	-2,979.67	-2,345.77	27.02%
筹资活动产生的现金流量净额	4,543.71	-9,615.10	-147.26%
现金及现金等价物净增加额	3,511.45	-15,906.52	-122.08%
期末现金及现金等价物余额	27,803.99	7,941.81	250.10%

2020 年 1-6 月，公司经营活动产生的现金流量净额较 2019 年 1-6 月增加 5,856.70 万元，主要系销售商品提供劳务收到现金同比增加，购买商品接受劳务所支出的现金同比减少综合所致；公司投资活动产生的现金流量净额较 2019 年 1-6 月减少 633.90 万元，主要系 2020 年 1-6 月固定资产投资支出所致；公司筹资活动产生的现金流量净额较 2019 年 1-6 月增加 14,158.81 万元，主要系取得借款收到的现金增加和支付银行承兑汇票保证金相关现金减少综合所致。

4、非经常性损益明细表主要数据

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年 1-6 月	变动比例
非流动资产处置损益	-1.68	-	-
计入当期损益的政府补助（与企业业务密切相关，按照国家统一标准定额或定量享受的政府补助除外）	339.95	29.42	1,055.34%
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-1.63	-1.68	-2.76%
小计	336.63	27.74	1,113.35%
减：所得税影响额	50.48	3.82	1,219.80%
减：少数股东权益影响额	-	-	
归属于母公司所有者的非经常性损益	286.15	23.92	1,096.32%

2020 年 1-6 月，公司归属于母公司所有者的非经常性损益较上年同期增加，主要系收到的政府补助列入其他收益，属于日常活动相关的非经常性损益。

（四）2020年1-9月业绩预测

基于已实现的经营状况，结合市场供需情况以及公司自身的经营情况预测等，公司预计2020年1-9月数据情况如下：

单位：万元

项目	2020年1-9月预测数	2019年1-9月	变动比例
营业收入	30,000~33,000	37,325.10	-19.63%~-11.59%
归属于母公司所有者的净利润	5,000~5,300	6,017.68	-16.91%~-11.93%
扣除非经常性损益归属于母公司净利润	4,500~4,800	5,854.64	-23.14%~-18.01%

由于新冠疫情及国际贸易形势影响，公司结合现有和客户签订的年度框架合同以及公司实际经营情况，预计2020年1-9月营业收入为30,000.00万元至33,000.00万元，较上年同期减少19.63%至11.59%；预计归属于母公司股东的净利润为5,000.00万元至5,300.00万元，较上年同期减少16.91%至11.93%；预计扣非经常性损益后归属于母公司股东的净利润为4,500.00万元至4,800.00万元，较上年同期减少23.14%至18.01%。

前述业绩情况系公司预计数据，未经会计师审计或审阅，不构成公司的盈利预测或业绩承诺。

（五）2020年6月30日在手订单及同比变化情况

单位：万元

项目	2020年6月30日	2019年6月30日	变动
在手订单	12,829.90	15,435.54	-16.88%

受关税以及新冠疫情影响，公司2020年6月30日在手订单同比减少16.88%。

五、财务报表的编制基础、合并财务报表的范围及变化情况**（一）财务报表的编制基础**

公司以持续经营为基础，根据实际发生的交易和事项，按照财政部颁布的《企业会计准则—基本准则》和各项具体会计准则、企业会计准则应用指南、企业会计准则解释及其他相关规定，以及中国证券监督管理委员会《公开发行证券的公司信息披露编报规则第15号—财务报告的一般规定》的披露规定编制财务报表。

（二）企业合并范围及其变化情况

本公司合并财务报表的合并范围以控制为基础确定，所有子公司（包括本公司所控制的单独主体）均纳入合并财务报表。报告期内，公司合并报表范围未发生变化。

六、报告期内的主要会计政策和会计估计

（一）同一控制下和非同一控制下企业合并的会计处理方法

1、分步实现企业合并过程中的各项交易的条款、条件以及经济影响符合以下一种或多种情况，将多次交易事项作为一揽子交易进行会计处理

- （1）这些交易是同时或者在考虑了彼此影响的情况下订立的；
- （2）这些交易整体才能达成一项完整的商业结果；
- （3）一项交易的发生取决于其他至少一项交易的发生；
- （4）一项交易单独看是不经济的，但是和其他交易一并考虑时是经济的。

2、同一控制下的企业合并

本公司在企业合并中取得的资产和负债，按照合并日在被合并方资产、负债（包括最终控制方收购被合并方而形成的商誉）在最终控制方合并财务报表中的账面价值计量。在合并中取得的净资产账面价值与支付的合并对价账面价值（或发行股份面值总额）的差额，调整资本公积中的股本溢价，资本公积中的股本溢价不足冲减的，调整留存收益。

如果存在或有对价并需要确认预计负债或资产，该预计负债或资产金额与后续或有对价结算金额的差额，调整资本公积（资本溢价或股本溢价），资本公积不足的，调整留存收益。

对于通过多次交易最终实现企业合并的，属于一揽子交易的，将各项交易作为一项取得控制权的交易进行会计处理；不属于一揽子交易的，在取得控制权日，长期股权投资初始投资成本，与达到合并前的长期股权投资账面价值加上合并日进一步取得股份新支付对价的账面价值之和的差额，调整资本公积；资本公积不足冲减的，调整留存收益。对于合并日之前持有的股权投资，因采用权益法核算

或金融工具确认和计量准则核算而确认的其他综合收益，暂不进行会计处理，直至处置该项投资时采用与被投资单位直接处置相关资产或负债相同的基础进行会计处理；因采用权益法核算而确认的被投资单位净资产中除净损益、其他综合收益和利润分配以外的所有者权益其他变动，暂不进行会计处理，直至处置该项投资时转入当期损益。

3、非同一控制下的企业合并

购买日是指本公司实际取得对被购买方控制权的日期，即被购买方的净资产或生产经营决策的控制权转移给本公司的日期。同时满足下列条件时，本公司一般认为实现了控制权的转移：

- （1）企业合并合同或协议已获本公司内部权力机构通过。
- （2）企业合并事项需要经过国家有关主管部门审批的，已获得批准。
- （3）已办理了必要的财产权转移手续。
- （4）本公司已支付了合并价款的大部分，并且有能力、有计划支付剩余款项。
- （5）本公司实际上已经控制了被购买方的财务和经营政策，并享有相应的利益、承担相应的风险。

本公司在购买日对作为企业合并对价付出的资产、发生或承担的负债按照公允价值计量，公允价值与其账面价值的差额，计入当期损益。

本公司对合并成本大于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额，确认为商誉；合并成本小于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额，经复核后，计入当期损益。

通过多次交换交易分步实现的非同一控制下企业合并，属于一揽子交易的，将各项交易作为一项取得控制权的交易进行会计处理；不属于一揽子交易的，合并日之前持有的股权投资采用权益法核算的，以购买日之前所持被购买方的股权投资的账面价值与购买日新增投资成本之和，作为该项投资的初始投资成本；购买日之前持有的股权投资因采用权益法核算而确认的其他综合收益，在处置该项投资时采用与被投资单位直接处置相关资产或负债相同的基础进行会计处理。合

并日之前持有的股权投资采用金融工具确认和计量准则核算的，以该股权投资在合并日的公允价值加上新增投资成本之和，作为合并日的初始投资成本。原持有股权的公允价值与账面价值之间的差额以及原计入其他综合收益的累计公允价值变动应全部转入合并日当期的投资收益。

4、为合并发生的相关费用

为企业合并发生的审计、法律服务、评估咨询等中介费用以及其他直接相关费用，于发生时计入当期损益；为企业合并而发行权益性证券的交易费用，可直接归属于权益性交易的从权益中扣减。

（二）外币业务

外币业务交易在初始确认时，除：①外币兑换业务或涉及外币兑换的交易事项，按照实际采用的汇率折算为记账本位币金额；以及②本公司对外出口销售收入，按当月初的即期汇率（通常指中国人民银行公布的当日外汇牌价的中间价，下同）折算为记账本位币金额之外，按交易日的即期汇率折算为记账本位币金额。

资产负债表日，外币货币性项目按资产负债表日即期汇率折算，由此产生的汇兑差额，除属于与购建符合资本化条件的资产相关的外币专门借款产生的汇兑差额按照借款费用资本化的原则处理外，均计入当期损益。以历史成本计量的外币非货币性项目，仍采用交易发生日的即期汇率折算，不改变其记账本位币金额。

以公允价值计量的外币非货币性项目，采用公允价值确定日的即期汇率折算，由此产生的汇兑差额作为公允价值变动损益计入当期损益。如属于可供出售外币非货币性项目的，形成的汇兑差额计入其他综合收益。

（三）金融工具（自 2019 年 1 月 1 日起适用）

在本公司成为金融工具合同的一方时确认一项金融资产或金融负债。

实际利率法是指计算金融资产或金融负债的摊余成本以及将利息收入或利息费用分摊计入各会计期间的方法。

实际利率，是指将金融资产或金融负债在预计存续期的估计未来现金流量，折现为该金融资产账面余额或该金融负债摊余成本所使用的利率。在确定实际利率时，在考虑金融资产或金融负债所有合同条款（如提前还款、展期、看涨期权

或其他类似期权等）的基础上估计预期现金流量，但不考虑预期信用损失。

金融资产或金融负债的摊余成本是以该金融资产或金融负债的初始确认金额扣除已偿还的本金，加上或减去采用实际利率法将该初始确认金额与到期日金额之间的差额进行摊销形成的累计摊销额，再扣除累计计提的损失准备（仅适用于金融资产）。

1、金融资产分类和计量

本公司根据所管理金融资产的商业模式和金融资产的合同现金流量特征，将金融资产划分为以下三类：

- （1）以摊余成本计量的金融资产。
- （2）以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产。
- （3）以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。

金融资产在初始确认时以公允价值计量，但是因销售商品或提供服务等产生的应收账款或应收票据未包含重大融资成分或不考虑不超过一年的融资成分的，按照交易价格进行初始计量。

对于以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产，相关交易费用直接计入当期损益，其他类别的金融资产相关交易费用计入其初始确认金额。

金融资产的后续计量取决于其分类，当且仅当本公司改变管理金融资产的商业模式时，才对所有受影响的相关金融资产进行重分类。

（1）分类为以摊余成本计量的金融资产

金融资产的合同条款规定在特定日期产生的现金流量仅为对本金和以未偿付本金金额为基础的利息的支付，且管理该金融资产的商业模式是以收取合同现金流量为目标，则本公司将该金融资产分类为以摊余成本计量的金融资产。本公司分类为以摊余成本计量的金融资产包括货币资金、应收票据、应收账款、其他应收款等。

本公司对此类金融资产采用实际利率法确认利息收入，按摊余成本进行后续计量，其发生减值时或终止确认、修改产生的利得或损失，计入当期损益。除下列情况外，本公司根据金融资产账面余额乘以实际利率计算确定利息收入：

1) 对于购入或源生的已发生信用减值的金融资产，本公司自初始确认起，按照该金融资产的摊余成本和经信用调整的实际利率计算确定其利息收入。

2) 对于购入或源生的未发生信用减值、但在后续期间成为已发生信用减值的金融资产，本公司在后续期间，按照该金融资产的摊余成本和实际利率计算确定其利息收入。若该金融工具在后续期间因其信用风险有所改善而不再存在信用减值，本公司转按实际利率乘以该金融资产账面余额来计算确定利息收入。

(2) 分类为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产

金融资产的合同条款规定在特定日期产生的现金流量仅为对本金和以未偿付本金金额为基础的利息的支付，且管理该金融资产的业务模式既以收取合同现金流量为目标又以出售该金融资产为目标，则本公司将该金融资产分类为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产。

本公司对此类金融资产采用实际利率法确认利息收入。除利息收入、减值损失及汇兑差额确认为当期损益外，其余公允价值变动计入其他综合收益。当该金融资产终止确认时，之前计入其他综合收益的累计利得或损失从其他综合收益中转出，计入当期损益。

以公允价值计量且变动计入其他综合收益的应收票据及应收账款列报为应收款项融资，其他此类金融资产列报为其他债权投资，其中：自资产负债表日起一年内到期的其他债权投资列报为一年内到期的非流动资产，原到期日在一年以内的其他债权投资列报为其他流动资产。

(3) 指定为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产

在初始确认时，本公司可以单项金融资产为基础不可撤销地将非交易性权益工具投资指定为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产。

此类金融资产的公允价值变动计入其他综合收益，不需计提减值准备。该金融资产终止确认时，之前计入其他综合收益的累计利得或损失从其他综合收益中转出，计入留存收益。本公司持有该权益工具投资期间，在本公司收取股利的权利已经确立，与股利相关的经济利益很可能流入本公司，且股利的金额能够可靠计量时，确认股利收入并计入当期损益。本公司对此类金融资产在其他权益工具投资项目下列报。

权益工具投资满足下列条件之一的，属于以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产：取得该金融资产的目的主要是为了近期出售；初始确认时属于集中管理的可辨认金融资产工具组合的一部分，且有客观证据表明近期实际存在短期获利模式；属于衍生工具（符合财务担保合同定义的以及被指定为有效套期工具的衍生工具除外）。

（4）分类为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产

不符合分类为以摊余成本计量或以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产条件、亦不指定为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产均分类为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。

本公司对此类金融资产采用公允价值进行后续计量，将公允价值变动形成的利得或损失以及与此类金融资产相关的股利和利息收入计入当期损益。

本公司对此类金融资产根据其流动性在交易性金融资产、其他非流动金融资产项目列报。

（5）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

在初始确认时，本公司为了消除或显著减少会计错配，可以单项金融资产为基础不可撤销地将金融资产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。

混合合同包含一项或多项嵌入衍生工具，且其主合同不属于以上金融资产的，本公司可以将其整体指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融工具。但下列情况除外：

1) 嵌入衍生工具不会对混合合同的现金流量产生重大改变。

2) 在初次确定类似的混合合同是否需要分拆时，几乎不需分析就能明确其包含的嵌入衍生工具不应分拆。如嵌入贷款的提前还款权，允许持有人以接近摊余成本的金额提前偿还贷款，该提前还款权不需要分拆。

本公司对此类金融资产采用公允价值进行后续计量，将公允价值变动形成的利得或损失以及与此类金融资产相关的股利和利息收入计入当期损益。

本公司对此类金融资产根据其流动性在交易性金融资产、其他非流动金融资

产项目列报。

2、金融负债分类和计量

本公司根据所发行金融工具的合同条款及其所反映的经济实质而非仅以法律形式，结合金融负债和权益工具的定义，在初始确认时将该金融工具或其组成部分分类为金融负债或权益工具。金融负债在初始确认时分类为：以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债、其他金融负债、被指定为有效套期工具的衍生工具。

金融负债在初始确认时以公允价值计量。对于以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债，相关的交易费用直接计入当期损益；对于其他类别的金融负债，相关交易费用计入初始确认金额。

金融负债的后续计量取决于其分类：

（1）以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债

此类金融负债包括交易性金融负债（含属于金融负债的衍生工具）和初始确认时指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债。

满足下列条件之一的，属于交易性金融负债：承担相关金融负债的目的主要是为了在近期内出售或回购；属于集中管理的可辨认金融工具组合的一部分，且有客观证据表明企业近期采用短期获利方式模式；属于衍生工具，但是，被指定且为有效套期工具的衍生工具、符合财务担保合同的衍生工具除外。交易性金融负债（含属于金融负债的衍生工具），按照公允价值进行后续计量，除与套期会计有关外，所有公允价值变动均计入当期损益。

在初始确认时，为了提供更相关的会计信息，本公司将满足下列条件之一的金融负债不可撤销地指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债：

1) 能够消除或显著减少会计错配。

2) 根据正式书面文件载明的企业风险管理或投资策略，以公允价值为基础对金融负债组合或金融资产和金融负债组合进行管理和业绩评价，并在企业内部以此为基础向关键管理人员报告。

本公司对此类金融负债采用公允价值进行后续计量，除由本公司自身信用风

险变动引起的公允价值变动计入其他综合收益之外，其他公允价值变动计入当期损益。除非由本公司自身信用风险变动引起的公允价值变动计入其他综合收益会造成或扩大损益中的会计错配，本公司将所有公允价值变动（包括自身信用风险变动的影响金额）计入当期损益。

（2）其他金融负债

除下列各项外，公司将金融负债分类为以摊余成本计量的金融负债，对此类金融负债采用实际利率法，按照摊余成本进行后续计量，终止确认或摊销产生的利得或损失计入当期损益：

- 1) 以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债。
- 2) 金融资产转移不符合终止确认条件或继续涉入被转移金融资产所形成的金融负债。
- 3) 不属于本条前两类情形的财务担保合同，以及不属于本条第 1) 类情形的以低于市场利率贷款的贷款承诺。

财务担保合同是指当特定债务人到期不能按照最初或修改后的债务工具条款偿付债务时，要求发行方向蒙受损失的合同持有人赔付特定金额的合同。不属于指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债的财务担保合同，在初始确认后按照损失准备金额以及初始确认金额扣除担保期内的累计摊销额后的余额孰高进行计量。

3、金融资产和金融负债的终止确认

（1）金融资产满足下列条件之一的，终止确认金融资产，即从其账户和资产负债表内予以转销：

- 1) 收取该金融资产现金流量的合同权利终止。
- 2) 该金融资产已转移，且该转移满足金融资产终止确认的规定。

（2）金融负债终止确认条件

金融负债（或其一部分）的现时义务已经解除的，则终止确认该金融负债（或该部分金融负债）。

本公司与借出方之间签订协议，以承担新金融负债方式替换原金融负债，且新金融负债与原金融负债的合同条款实质上不同的，或对原金融负债（或其一部分）的合同条款做出实质性修改的，则终止确认原金融负债，同时确认一项新金融负债，账面价值与支付的对价（包括转出的非现金资产或承担的负债）之间的差额，计入当期损益。

本公司回购金融负债一部分的，按照继续确认部分和终止确认部分在回购日各自的公允价值占整体公允价值的比例，对该金融负债整体的账面价值进行分配。分配给终止确认部分的账面价值与支付的对价（包括转出的非现金资产或承担的负债）之间的差额，应当计入当期损益。

4、金融资产转移的确认依据和计量方法

本公司在发生金融资产转移时，评估其保留金融资产所有权上的风险和报酬的程度，并分别下列情形处理：

（1）转移了金融资产所有权上几乎所有风险和报酬的，则终止确认该金融资产，并将转移中产生或保留的权利和义务单独确认为资产或负债。

（2）保留了金融资产所有权上几乎所有风险和报酬的，则继续确认该金融资产。

（3）既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有风险和报酬的（即除本条（1）、（2）之外的其他情形），则根据其是否保留了对金融资产的控制，分别下列情形处理：

1）未保留对该金融资产控制的，则终止确认该金融资产，并将转移中产生或保留的权利和义务单独确认为资产或负债。

2）保留了对该金融资产控制的，则按照其继续涉入被转移金融资产的程度继续确认有关金融资产，并相应确认相关负债。继续涉入被转移金融资产的程度，是指本公司承担的被转移金融资产价值变动风险或报酬的程度。

在判断金融资产转移是否满足上述金融资产终止确认条件时，采用实质重于形式的原则。公司将金融资产转移区分为金融资产整体转移和部分转移。

（1）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) 被转移金融资产在终止确认日的账面价值。

2) 因转移金融资产而收到的对价，与原直接计入其他综合收益的公允价值变动累计额中对应终止确认部分的金额（涉及转移的金融资产为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产）之和。

(2) 金融资产部分转移且该被转移部分整体满足终止确认条件的，将转移前金融资产整体的账面价值，在终止确认部分和继续确认部分（在此种情形下，所保留的服务资产应当视同继续确认金融资产的一部分）之间，按照转移日各自的相对公允价值进行分摊，并将下列两项金额的差额计入当期损益：

1) 终止确认部分在终止确认日的账面价值。

2) 终止确认部分收到的对价，与原计入其他综合收益的公允价值变动累计额中对应终止确认部分的金额（涉及转移的金融资产为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产）之和。

金融资产转移不满足终止确认条件的，继续确认该金融资产，所收到的对价确认为一项金融负债。

5、金融资产和金融负债公允价值的确定方法

存在活跃市场的金融资产或金融负债，以活跃市场的报价确定其公允价值，除非该项金融资产存在针对资产本身的限售期。对于针对资产本身的限售的金融资产，按照活跃市场的报价扣除市场参与者因承担指定期间内无法在公开市场上出售该金融资产的风险而要求获得的补偿金额后确定。活跃市场的报价包括易于且可定期从交易所、交易商、经纪人、行业集团、定价机构或监管机构等获得相关资产或负债的报价，且能代表在公平交易基础上实际并经常发生的市场交易。

初始取得或衍生的金融资产或承担的金融负债，以市场交易价格作为确定其公允价值的基础。

不存在活跃市场的金融资产或金融负债，采用估值技术确定其公允价值。在估值时，本公司采用在当前情况下适用并且有足够可利用数据和其他信息支持的估值技术，选择与市场参与者在相关资产或负债的交易中所考虑的资产或负债特

征相一致的输入值，并尽可能优先使用相关可观察输入值。在相关可观察输入值无法取得或取得不切实可行的情况下，使用不可观察输入值。

6、金融工具减值

本公司以预期信用损失为基础，对分类为以摊余成本计量的金融资产、分类为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产以及财务担保合同，进行减值会计处理并确认损失准备。

预期信用损失，是指以发生违约的风险为权重的金融工具信用损失的加权平均值。信用损失，是指本公司按照原实际利率折现的、根据合同应收的所有合同现金流量与预期收取的所有现金流量之间的差额，即全部现金短缺的现值。其中，对于本公司购买或源生的已发生信用减值的金融资产，应按照该金融资产经信用调整的实际利率折现。

对由收入准则规范的交易形成的应收款项，本公司运用简化计量方法，按照相当于整个存续期内预期信用损失的金额计量损失准备。

对于购买或源生的已发生信用减值的金融资产，在资产负债表日仅将自初始确认后整个存续期内预期信用损失的累计变动确认为损失准备。在每个资产负债表日，将整个存续期内预期信用损失的变动金额作为减值损失或利得计入当期损益。即使该资产负债表日确定的整个存续期内预期信用损失小于初始确认时估计现金流量所反映的预期信用损失的金额，也将预期信用损失的有利变动确认为减值利得。

除上述采用简化计量方法和购买或源生的已发生信用减值以外的其他金融资产，本公司在每个资产负债表日评估相关金融工具的信用风险自初始确认后是否已显著增加，并按照下列情形分别计量其损失准备、确认预期信用损失及其变动：

（1）如果该金融工具的信用风险自初始确认后并未显著增加，处于第一阶段，则按照相当于该金融工具未来 12 个月内预期信用损失的金额计量其损失准备，并按照账面余额和实际利率计算利息收入。

（2）如果该金融工具的信用风险自初始确认后已显著增加但尚未发生信用减值的，处于第二阶段，则按照相当于该金融工具整个存续期内预期信用损失的

金额计量其损失准备，并按照账面余额和实际利率计算利息收入。

（3）如果该金融工具自初始确认后已经发生信用减值的，处于第三阶段，本公司按照相当于该金融工具整个存续期内预期信用损失的金额计量其损失准备，并按照摊余成本和实际利率计算利息收入。

金融工具信用损失准备的增加或转回金额，作为减值损失或利得计入当期损益。除分类为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产外，信用损失准备抵减金融资产的账面余额。对于分类为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产，本公司在其他综合收益中确认其信用损失准备，不减少该金融资产在资产负债表中列示的账面价值。

本公司在上一会计期间已经按照相当于金融工具整个存续期内预期信用损失的金额计量了损失准备，但在当期资产负债表日，该金融工具已不再属于自初始确认后信用风险显著增加的情形的，本公司在当期资产负债表日按照相当于未来 12 个月内预期信用损失的金额计量该金融工具的损失准备，由此形成的损失准备的转回金额作为减值利得计入当期损益。

（1）信用风险显著增加

本公司利用可获得的合理且有依据的前瞻性信息，通过比较金融工具在资产负债表日发生违约的风险与在初始确认日发生违约的风险，以确定金融工具的信用风险自初始确认后是否已显著增加。对于财务担保合同，本公司在应用金融工具减值规定时，将本公司成为做出不可撤销承诺的一方之日作为初始确认日。

本公司在评估信用风险是否显著增加时会考虑如下因素：

- 1) 债务人经营成果实际或预期是否发生显著变化；
- 2) 债务人所处的监管、经济或技术环境是否发生显著不利变化；
- 3) 作为债务抵押的担保物价值或第三方提供的担保或信用增级质量是否发生显著变化，这些变化预期将降低债务人按合同规定期限还款的经济动机或者影响违约概率；
- 4) 债务人预期表现和还款行为是否发生显著变化；
- 5) 本公司对金融工具信用管理方法是否发生变化等。

于资产负债表日，若本公司判断金融工具只具有较低的信用风险，则本公司假定该金融工具的信用风险自初始确认后并未显著增加。如果金融工具的违约风险较低，借款人在短期内履行其合同现金流量义务的能力很强，并且即使较长时期内经济形势和经营环境存在不利变化，但未必一定降低借款人履行其合同现金流量义务的能力，则该金融工具被视为具有较低的信用风险。

（2）已发生信用减值的金融资产

当对金融资产预期未来现金流量具有不利影响的一项或多项事件发生时，该金融资产成为已发生信用减值的金融资产。金融资产已发生信用减值的证据包括下列可观察信息：

- 1) 发行方或债务人发生重大财务困难；
- 2) 债务人违反合同，如偿付利息或本金违约或逾期等；
- 3) 债权人出于与债务人财务困难有关的经济或合同考虑，给予债务人在任何其他情况下都不会做出的让步；
- 4) 债务人很可能破产或进行其他财务重组；
- 5) 发行方或债务人财务困难导致该金融资产的活跃市场消失；
- 6) 以大幅折扣购买或源生一项金融资产，该折扣反映了发生信用损失的事实。

金融资产发生信用减值，有可能是多个事件的共同作用所致，未必是可单独识别的事件所致。

（3）预期信用损失的确定

本公司基于单项和组合评估金融工具的预期信用损失，在评估预期信用损失时，考虑有关过去事项、当前状况以及未来经济状况预测的合理且有依据的信息。

本公司以共同信用风险特征为依据，将金融工具分为不同组合。本公司采用的共同信用风险特征包括：金融工具类型、信用风险评级、账龄组合、合同结算周期、债务人所处行业等。相关金融工具的单项评估标准和组合信用风险特征参见相关金融工具的会计政策。

本公司按照下列方法确定相关金融工具的预期信用损失：

1) 对于金融资产，信用损失为本公司应收取的合同现金流量与预期收取的现金流量之间差额的现值。

2) 对于财务担保合同，信用损失为本公司就该合同持有人发生的信用损失向其做出赔付的预计付款额，减去本公司预期向该合同持有人、债务人或任何其他方收取的金额之间差额的现值。

3) 对于资产负债表日已发生信用减值但并非购买或源生已发生信用减值的金融资产，信用损失为该金融资产账面余额与按原实际利率折现的估计未来现金流量的现值之间的差额。

本公司计量金融工具预期信用损失的方法反映的因素包括：通过评价一系列可能的结果而确定的无偏概率加权平均金额；货币时间价值；在资产负债表日无须付出不必要的额外成本或努力即可获得有关过去事项、当前状况以及未来经济状况预测的合理且有依据的信息。

（4）减记金融资产

当本公司不再合理预期金融资产合同现金流量能够全部或部分收回的，直接减记该金融资产的账面余额。这种减记构成相关金融资产的终止确认。

7、金融资产及金融负债的抵销

金融资产和金融负债在资产负债表内分别列示，没有相互抵销。但是，同时满足下列条件的，以相互抵销后的净额在资产负债表内列示：

（1）本公司具有抵销已确认金额的法定权利，且该种法定权利是当前可执行的；

（2）本公司计划以净额结算，或同时变现该金融资产和清偿该金融负债。

（四）存货

1、存货的分类

存货是指本公司在日常活动中持有以备出售的产成品或商品、处在生产过程中的在产品、在生产过程或提供劳务过程中耗用的材料和物料等。主要包括原材

料、在产品、委托加工物资、库存商品、发出商品等。

2、存货的计价方法

存货在取得时，按成本进行初始计量，包括采购成本、加工成本和其他成本。存货发出时按月末一次加权平均法计价。

3、存货可变现净值的确定依据及存货跌价准备的计提方法

期末对存货进行全面清查后，按存货的成本与可变现净值孰低提取或调整存货跌价准备。产成品、库存商品和用于出售的材料等直接用于出售的商品存货，在正常生产经营过程中，以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值；需要经过加工的材料存货，在正常生产经营过程中，以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值；为执行销售合同或者劳务合同而持有的存货，其可变现净值以合同价格为基础计算，若持有存货的数量多于销售合同订购数量的，超出部分的存货的可变现净值以一般销售价格为基础计算。

期末按照单个存货项目计提存货跌价准备；但对于数量繁多、单价较低的存货，按照存货类别计提存货跌价准备；与在同一地区生产和销售的产品系列相关、具有相同或类似最终用途或目的，且难以与其他项目分开计量的存货，则合并计提存货跌价准备。

以前减记存货价值的影响因素已经消失的，减记的金额予以恢复，并在原已计提的存货跌价准备金额内转回，转回的金额计入当期损益。

4、存货的盘存制度

采用永续盘存制。

5、低值易耗品和包装物的摊销方法

- （1）低值易耗品采用一次转销法；
- （2）包装物采用一次转销法。

6、参照《电影企业会计核算办法》的有关规定，公司所拥有的动漫影视片（包括影片著作权、使用权等），在法定或合同约定的有效期内，均作为流动资产核算。

（1）公司委托拍摄的动漫影视作品的会计处理为：在委托摄制过程中将按合同约定预付给受托方的制片款项通过预付款项，按受托方和动漫影视作品名分明细核算，公司为动漫影视作品发生的直接费用按动漫影视作品名在“存货—在产品—动漫影视作品”中核算；当动漫影视作品完成摄制并达到预定可使用状态时，按与受托方结算的金额以及公司为该动漫影视作品发生的直接费用结转“存货—产成品—动漫影视作品”。

（2）“存货—产成品—动漫影视作品”成本在首次播放时起三年内按每一动漫影视作品当期所实现的销售收入占预计总收入的比例进行摊销，同时结转营业成本，摊销完毕时账面仅就每个动漫影视作品保留名义价值 1 元。动漫影视作品的预计总收入为动漫影视作品首次播放起 3 年内预计所能实现各类收入之和。

（3）公司在每年末根据各动漫影视作品当年收入实现情况来检查动漫影视作品是否有减值迹象，考虑是否需要计提减值准备，当需要计提减值准备时，将需要计提减值准备的动漫影视作品的尚未摊销完毕的成本根据测试结果的金额转入资产减值损失。

（五）应收款项（自 2019 年 1 月 1 日起适用）

本公司对应收账款的预期信用损失的确定方法及会计处理方法参见本节之“六、报告期内的主要会计政策和会计估计”之“（三）金融工具（自 2019 年 1 月 1 日起适用）”之“6、金融工具减值”。

本公司对单项金额重大且在初始确认后已经发生信用减值的应收账款单独确定其信用损失。

当在单项工具层面无法以合理成本评估预期信用损失的充分证据时，本公司参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的判断，依据信用风险特征将应收账款划分为若干组合，在组合基础上计算预期信用损失。确定组合的依据如下：

组合名称	计提方法	确定组合的依据
合并范围内会计主体组合	参考历史信用损失经验不计提坏账准备	纳入合并范围的关联方组合
账龄分析法组合	按账龄与整个存续期预期信用损失率对照表计提	包括除上述组合之外的应收款项，本公司根据以往的历史经验对应收款项计提比例作出最佳估计，参考应收款项的账龄进行信用风险组合分类

对于已发生信用减值的应收款项，在计量其预期信用损失时，基于账面余额与按该应收款项原实际利率折现的预计未来现金流量的现值之间的差额。

1、应收账款账龄与整个存续期预期信用损失率对照表：

账龄	预期信用损失率
1年以内	5%
1-2年（含2年）	10%
2-3年（含3年）	30%
3-4年（含4年）	50%
4-5年（含5年）	80%
5年以上	100%

2、应收账款整个存续期预期信用损失率编制依据如下：

发行人自2019年1月1日开始执行新金融工具准则，新金融工具准则以“预期信用损失”模型替代了原金融工具准则中的“已发生损失”模型。

发行人始终按照相当于整个存续期内预期信用损失的金额计量应收账款的减值准备，并以逾期天数与违约损失率对照表为基础计算其预期信用损失。对照表以此类应收账款预计存续期的历史违约损失率为基础，并根据前瞻性估计予以调整。具体过程如下：

第一步：确定组合的构成

根据过去的经验，发行人发现应收账款发生历史损失的规律在非合并范围内客户间不存在较大的差异，因此，发行人将客户分为合并范围内会计主体组合与账龄分析法组合。

组合名称	组合的客户共同风险特征	预期信用损失计提方法
合并范围内会计主体组合	纳入合并范围的关联方组合	参考历史信用损失经验不计提坏账准备

账龄分析法组合	包括除上述组合之外的应收款项，本公司根据以往的历史经验对应收款项计提比例作出最佳估计，参考应收款项的账龄进行信用风险组合分类	按账龄与整个存续期预期信用损失率对照表计提
---------	--	-----------------------

第二步：确定用于计算历史损失率的历史数据集合

资产负债表日，发行人选择截至资产负债表日为止的近 3 年期间应收账款数据用以计算最新的历史损失率。例如，对于截至 2019 年 12 月 31 日止的年度期间而言，发行人选择的是 2017 年至 2019 年这段期间。

第三步：计算应收账款迁徙率

迁徙率是指在一个时间段内没有收回而迁徙至下一个时间段的应收账款的比例。公司根据 3 年期间的历史逾期情况，计算应收账款迁徙率。

第四步：计算历史损失率，并结合当前状况以及对未来经济状况的预测调整得到违约损失率

历史损失率代表在每个时间段中最终不能收回的应收账款所占比例。公司根据历史期间应收账款迁徙率计算得到历史损失率。同时管理层在历史损失率的基础上，基于当前经济状况以及对未来经济状况的预测，基于谨慎性原则对计算出的历史损失率做出调整，得到违约损失率。调整后，发行人将违约损失率乘以应收账款余额来建立准备矩阵，计算期末应确认的损失准备。

（六）应收款项（适用于 2018 年 12 月 31 日之前）

1、单项金额重大并单项计提坏账准备的应收款项

单项金额重大并单项计提坏账准备的应收款项的确认标准：单项金额 100 万元以上（含）的应收款项。

单项金额重大的应收款项坏账准备的计提方法：单独进行减值测试，按预计未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备，计入当期损益。单独测试未发生减值的应收款项，将其归入相应组合计提坏账准备。

2、按信用风险特征组合计提坏账准备的应收账款

（1）信用风险特征组合的确定依据：

对于单项金额不重大的应收款项，与经单独测试后未减值的单项金额重大的

应收款项一起按信用风险特征划分为若干组合，根据以前年度与之具有类似信用风险特征的应收款项组合的实际损失率为基础，结合现时情况确定应计提的坏账准备。

确定组合的依据：

组合名称	计提方法	确定组合的依据
合并范围内会计主体组合	不计提坏账准备	纳入合并范围的关联方组合
账龄分析法组合	账龄分析法	包括除上述组合之外的应收款项，本公司根据以往的历史经验对应收款项计提比例作出最佳估计，参考应收款项的账龄进行信用风险组合分类

(2) 组合中，采用账龄分析法计提坏账准备的：

账龄	应收账款计提比例(%)	其他应收款计提比例(%)
1 年以内	5	5
1—2 年	10	10
2—3 年	30	30
3—4 年	50	50
4—5 年	80	80
5 年以上	100	100

3、单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的应收款项

单项计提坏账准备的理由为：存在客观证据表明本公司将无法按应收款项的原有条款收回款项。

坏账准备的计提方法为：根据应收款项的预计未来现金流量现值低于其账面价值的差额进行计提。

(七) 长期股权投资

1、初始投资成本的确定

(1) 企业合并形成的长期股权投资，具体会计政策参见本节“(一) 同一控制下和非同一控制下企业合并的会计处理方法”。

(2) 其他方式取得的长期股权投资

以支付现金方式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。

以发行权益性证券取得的长期股权投资，按照发行权益性证券的公允价值作为初始投资成本；发行或取得自身权益工具时发生的交易费用，可直接归属于权益性交易的从权益中扣减。

在非货币性资产交换具备商业实质和换入资产或换出资产的公允价值能够可靠计量的前提下，非货币性资产交换换入的长期股权投资以换出资产的公允价值为基础确定其初始投资成本，除非有确凿证据表明换入资产的公允价值更加可靠；不满足上述前提的非货币性资产交换，以换出资产的账面价值和应支付的相关税费作为换入长期股权投资的初始投资成本。

通过债务重组取得的长期股权投资，其初始投资成本按照公允价值为基础确定。

2、后续计量及损益确认

（1）成本法

本公司能够对被投资单位实施控制的长期股权投资采用成本法核算，并按照初始投资成本计价，追加或收回投资调整长期股权投资的成本。

除取得投资时实际支付的价款或对价中包含的已宣告但尚未发放的现金股利或利润外，本公司按照享有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。

（2）权益法

本公司对联营企业和合营企业的长期股权投资采用权益法核算；对于其中一部分通过风险投资机构、共同基金、信托公司或包括投连险基金在内的类似主体间接持有的联营企业的权益性投资，采用公允价值计量且其变动计入损益。

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

本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

益和其他综合收益的份额，分别确认投资收益和其他综合收益，同时调整长期股权投资的账面价值；并按照被投资单位宣告分派的利润或现金股利计算应享有的部分，相应减少长期股权投资的账面价值；对于被投资单位除净损益、其他综合收益和利润分配以外所有者权益的其他变动，调整长期股权投资的账面价值并计入所有者权益。

本公司在确认应享有被投资单位净损益的份额时，以取得投资时被投资单位各项可辨认资产等的公允价值为基础，对被投资单位的净利润进行调整后确认。本公司与联营企业、合营企业之间发生的未实现内部交易损益按照应享有的比例计算归属于本公司的部分予以抵销，在此基础上确认投资损益。

本公司确认应分担被投资单位发生的亏损时，按照以下顺序进行处理：首先，冲减长期股权投资的账面价值。其次，长期股权投资的账面价值不足以冲减的，以其他实质上构成对被投资单位净投资的长期权益账面价值为限继续确认投资损失，冲减长期应收项目等的账面价值。最后，经过上述处理，按照投资合同或协议约定企业仍承担额外义务的，按预计承担的义务确认预计负债，计入当期投资损失。

被投资单位以后期间实现盈利的，公司在扣除未确认的亏损分担额后，按与上述相反的顺序处理，减记已确认预计负债的账面余额、恢复其他实质上构成对被投资单位净投资的长期权益及长期股权投资的账面价值后，恢复确认投资收益。

3、长期股权投资核算方法的转换

（1）公允价值计量转权益法核算

本公司原持有的对被投资单位不具有控制、共同控制或重大影响的按金融工具确认和计量准则进行会计处理的权益性投资，因追加投资等原因能够对被投资单位施加重大影响或实施共同控制但不构成控制的，按照《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》确定的原持有的股权投资的公允价值加上新增投资成本之和，作为改按权益法核算的初始投资成本。

原持有的股权投资分类为可供出售金融资产的，其公允价值与账面价值之间的差额，以及原计入其他综合收益的累计公允价值变动转入改按权益法核算的当期损益。

按权益法核算的初始投资成本小于按照追加投资后全新的持股比例计算确定的应享有被投资单位在追加投资日可辨认净资产公允价值份额之间的差额，调整长期股权投资的账面价值，并计入当期营业外收入。

（2）公允价值计量或权益法核算转成本法核算

本公司原持有的对被投资单位不具有控制、共同控制或重大影响的按金融工具确认和计量准则进行会计处理的权益性投资，或原持有对联营企业、合营企业的长期股权投资，因追加投资等原因能够对非同一控制下的被投资单位实施控制的，在编制个别财务报表时，按照原持有的股权投资账面价值加上新增投资成本之和，作为改按成本法核算的初始投资成本。

购买日之前持有的股权投资因采用权益法核算而确认的其他综合收益，在处置该项投资时采用与被投资单位直接处置相关资产或负债相同的基础进行会计处理。

购买日之前持有的股权投资按照《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》的有关规定进行会计处理的，原计入其他综合收益的累计公允价值变动在改按成本法核算时转入当期损益。

（3）权益法核算转公允价值计量

本公司因处置部分股权投资等原因丧失了对被投资单位的共同控制或重大影响的，处置后的剩余股权改按《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》核算，其在丧失共同控制或重大影响之日的公允价值与账面价值之间的差额计入当期损益。

原股权投资因采用权益法核算而确认的其他综合收益，在终止采用权益法核算时采用与被投资单位直接处置相关资产或负债相同的基础进行会计处理。

（4）成本法转权益法

本公司因处置部分权益性投资等原因丧失了对被投资单位的控制的，在编制个别财务报表时，处置后的剩余股权能够对被投资单位实施共同控制或施加重大影响的，改按权益法核算，并对该剩余股权视同自取得时即采用权益法核算进行调整。

（5）成本法转公允价值计量

本公司因处置部分权益性投资等原因丧失了对被投资单位的控制的，在编制个别财务报表时，处置后的剩余股权不能对被投资单位实施共同控制或施加重大影响的，改按《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》的有关规定进行会计处理，其在丧失控制之日的公允价值与账面价值间的差额计入当期损益。

4、长期股权投资的处置

处置长期股权投资，其账面价值与实际取得价款之间的差额，应当计入当期损益。采用权益法核算的长期股权投资，在处置该项投资时，采用与被投资单位直接处置相关资产或负债相同的基础，按相应比例对原计入其他综合收益的部分进行会计处理。

处置对子公司股权投资的各项交易的条款、条件以及经济影响符合以下一种或多种情况，将多次交易事项作为一揽子交易进行会计处理：

- （1）这些交易是同时或者在考虑了彼此影响的情况下订立的；
- （2）这些交易整体才能达成一项完整的商业结果；
- （3）一项交易的发生取决于其他至少一项交易的发生；
- （4）一项交易单独看是不经济的，但是和其他交易一并考虑时是经济的。

因处置部分股权投资或其他原因丧失了对原有子公司控制权的，不属于一揽子交易的，区分个别财务报表和合并财务报表进行相关会计处理：

（1）在个别财务报表中，对于处置的股权，其账面价值与实际取得价款之间的差额计入当期损益。处置后的剩余股权能够对被投资单位实施共同控制或施加重大影响的，改按权益法核算，并对该剩余股权视同自取得时即采用权益法核算进行调整；处置后的剩余股权不能对被投资单位实施共同控制或施加重大影响的，改按《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》的有关规定进行会计处理，其在丧失控制之日的公允价值与账面价值间的差额计入当期损益。

（2）在合并财务报表中，对于在丧失对子公司控制权以前的各项交易，处置价款与处置长期股权投资相对应享有子公司自购买日或合并日开始持续计算的净资产份额之间的差额，调整资本公积（股本溢价），资本公积不足冲减的，

调整留存收益；在丧失对子公司控制权时，对于剩余股权，按照其在丧失控制权日的公允价值进行重新计量。处置股权取得的对价与剩余股权公允价值之和，减去按原持股比例计算应享有原有子公司自购买日开始持续计算的净资产的份额之间的差额，计入丧失控制权当期的投资收益，同时冲减商誉。与原有子公司股权投资相关的其他综合收益等，在丧失控制权时转为当期投资收益。

处置对子公司股权投资直至丧失控制权的各项交易属于一揽子交易的，将各项交易作为一项处置子公司股权投资并丧失控制权的交易进行会计处理，区分个别财务报表和合并财务报表进行相关会计处理：

（1）在个别财务报表中，在丧失控制权之前每一次处置价款与处置的股权对应的长期股权投资账面价值之间的差额，确认为其他综合收益，在丧失控制权时一并转入丧失控制权当期的损益。

（2）在合并财务报表中，在丧失控制权之前每一次处置价款与处置投资对应的享有该子公司净资产份额的差额，确认为其他综合收益，在丧失控制权时一并转入丧失控制权当期的损益。

5、共同控制、重大影响的判断标准

如果本公司按照相关约定与其他参与方集体控制某项安排，并且对该安排回报具有重大影响的活动决策，需要经过分享控制权的参与方一致同意时才存在，则视为本公司与其他参与方共同控制某项安排，该安排即属于合营安排。

合营安排通过单独主体达成的，根据相关约定判断本公司对该单独主体的净资产享有权利时，将该单独主体作为合营企业，采用权益法核算。若根据相关约定判断本公司并非对该单独主体的净资产享有权利时，该单独主体作为共同经营，本公司确认与共同经营利益份额相关的项目，并按照相关企业会计准则的规定进行会计处理。

重大影响，是指投资方对被投资单位的财务和经营政策有参与决策的权力，但并不能够控制或者与其他方一起共同控制这些政策的制定。本公司通过以下一种或多种情形，并综合考虑所有事实和情况后，判断对被投资单位具有重大影响。

（1）在被投资单位的董事会或类似权力机构中派有代表；（2）参与被投资单位财务和经营政策制定过程；（3）与被投资单位之间发生重要交易；（4）向被投资

单位派出管理人员；（5）向被投资单位提供关键技术资料。

（八）固定资产

1、固定资产确认条件

固定资产指为生产商品、提供劳务、出租或经营管理而持有，并且使用寿命超过一个会计年度的有形资产。固定资产在同时满足下列条件时予以确认：

- （1）与该固定资产有关的经济利益很可能流入企业；
- （2）该固定资产的成本能够可靠地计量。

2、固定资产初始计量

本公司固定资产按成本进行初始计量。其中：

（1）外购的固定资产的成本包括买价、进口关税等相关税费，以及为使固定资产达到预定可使用状态前所发生的可直接归属于该资产的其他支出。

（2）自行建造固定资产的成本，由建造该项资产达到预定可使用状态前所发生的必要支出构成。

（3）投资者投入的固定资产，按投资合同或协议约定的价值作为入账价值，但合同或协议约定价值不公允的按公允价值入账。

（4）购买固定资产的价款超过正常信用条件延期支付，实质上具有融资性质的，固定资产的成本以购买价款的现值为基础确定。实际支付的价款与购买价款的现值之间的差额，除应予资本化的以外，在信用期间内计入当期损益。

3、固定资产后续计量及处置

（1）固定资产折旧

固定资产折旧按其入账价值减去预计净残值后在预计使用寿命内计提。对计提了减值准备的固定资产，则在未来期间按扣除减值准备后的账面价值及依据尚可使用年限确定折旧额；已提足折旧仍继续使用的固定资产不计提折旧。

本公司根据固定资产的性质和使用情况，确定固定资产的使用寿命和预计净残值。并在年度终了，对固定资产的使用寿命、预计净残值和折旧方法进行复核，如与原先估计数存在差异的，进行相应的调整。

各类固定资产的折旧方法、折旧年限和年折旧率如下：

类别	折旧方法	折旧年限(年)	残值率(%)	年折旧率(%)
房屋及建筑物	直线法	5-20	5.00	4.75-19.00
机器设备	直线法	5-10	5.00	9.50-19.00
运输设备	直线法	3-5	5.00	19.00-31.67
模具	直线法	5	5.00	19.00
办公及其他设备	直线法	5	5.00	19.00

（2）固定资产的后续支出

与固定资产有关的后续支出，符合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。

（3）固定资产处置

当固定资产被处置、或者预期通过使用或处置不能产生经济利益时，终止确认该固定资产。固定资产出售、转让、报废或毁损的处置收入扣除其账面价值和相关税费后的金额计入当期损益。

（九）在建工程

1、在建工程的类别

本公司自行建造的在建工程按实际成本计价，实际成本由建造该项资产达到预定可使用状态前所发生的必要支出构成，包括工程用物资成本、人工成本、交纳的相关税费、应予资本化的借款费用以及应分摊的间接费用等。

2、在建工程结转为固定资产的标准和时点

在建工程项目按建造该项资产达到预定可使用状态前所发生的全部支出，作为固定资产的入账价值。所建造的在建工程已达到预定可使用状态，但尚未办理竣工决算的，自达到预定可使用状态之日起，根据工程预算、造价或者工程实际成本等，按估计的价值转入固定资产，并按本公司固定资产折旧政策计提固定资产的折旧，待办理竣工决算后，再按实际成本调整原来的暂估价值，但不调整原已计提的折旧额。

（十）借款费用

1、借款费用资本化的确认原则

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

符合资本化条件的资产，是指需要经过相当长时间的购建或者生产活动才能达到预定可使用或者可销售状态的固定资产、投资性房地产和存货等资产。

借款费用同时满足下列条件时开始资本化：

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

（2）借款费用已经发生；

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

2、借款费用资本化期间

资本化期间，指从借款费用开始资本化时点到停止资本化时点的期间，借款费用暂停资本化的期间不包括在内。

当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。

当购建或者生产符合资本化条件的资产中部分项目分别完工且可单独使用时，该部分资产借款费用停止资本化。

购建或者生产的资产各部分分别完工，但必须等到整体完工后才可使用或可对外销售的，在该资产整体完工时停止借款费用资本化。

3、暂停资本化期间

符合资本化条件的资产在购建或生产过程中发生的非正常中断、且中断时间连续超过3个月的，则借款费用暂停资本化；该项中断如是所购建或生产的符合资本化条件的资产达到预定可使用状态或者可销售状态必要的程序，则借款费用

继续资本化。在中断期间发生的借款费用确认为当期损益，直至资产的购建或者生产活动重新开始后借款费用继续资本化。

4、借款费用资本化金额的计算方法

专门借款的利息费用（扣除尚未动用的借款资金存入银行取得的利息收入或者进行暂时性投资取得的投资收益）及其辅助费用在所购建或者生产的符合资本化条件的资产达到预定可使用或者可销售状态前，予以资本化。

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。

借款存在折价或者溢价的，按照实际利率法确定每一会计期间应摊销的折价或者溢价金额，调整每期利息金额。

（十一）无形资产与开发支出

无形资产是指本公司拥有或者控制的没有实物形态的可辨认非货币性资产，包括土地使用权、品牌授权费。

1、无形资产的初始计量

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项资产达到预定用途所发生的其他支出。购买无形资产的价款超过正常信用条件延期支付，实质上具有融资性质的，无形资产的成本以购买价款的现值为基础确定。

债务重组取得债务人用以抵债的无形资产，以该无形资产的公允价值为基础确定其入账价值，并将重组债务的账面价值与该用以抵债的无形资产公允价值之间的差额，计入当期损益。

在非货币性资产交换具备商业实质且换入资产或换出资产的公允价值能够可靠计量的前提下，非货币性资产交换换入的无形资产以换出资产的公允价值为基础确定其入账价值，除非有确凿证据表明换入资产的公允价值更加可靠；不满足上述前提的非货币性资产交换，以换出资产的账面价值和应支付的相关税费作为换入无形资产的成本，不确认损益。

以同一控制下的企业吸收合并方式取得的无形资产按被合并方的账面价值

确定其入账价值；以非同一控制下的企业吸收合并方式取得的无形资产按公允价值确定其入账价值。

内部自行开发的无形资产，其成本包括：开发该无形资产时耗用的材料、劳务成本、注册费、在开发过程中使用的其他专利权和特许权的摊销以及满足资本化条件的利息费用，以及为使该无形资产达到预定用途前所发生的其他直接费用。

2、无形资产的后续计量

本公司在取得无形资产时分析判断其使用寿命，划分为使用寿命有限和使用寿命不确定的无形资产。

对于使用寿命有限的无形资产，在为企业带来经济利益的期限内按直线法摊销。使用寿命有限的无形资产预计寿命及依据如下：

项目	预计使用寿命	依据
土地使用权	50年	合同规定期限
授权使用费	3年	合同规定期限

每期末，对使用寿命有限的无形资产的使用寿命及摊销方法进行复核，如与原先估计数存在差异的，进行相应的调整。

经复核，本报告期内各期末无形资产的使用寿命及摊销方法与以前估计未有不同。

3、划分公司内部研究开发项目的研究阶段和开发阶段具体标准

研究阶段：为获取并理解新的科学或技术知识等而进行的独创性的有计划调查、研究活动的阶段。

开发阶段：在进行商业性生产或使用前，将研究成果或其他知识应用于某项计划或设计，以生产出新的或具有实质性改进的材料、装置、产品等活动的阶段。

内部研究开发项目研究阶段的支出，在发生时计入当期损益。

4、开发阶段支出符合资本化的具体标准

内部研究开发项目开发阶段的支出，同时满足下列条件时确认为无形资产：

- （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，包括能够证明运用该无形资产生产的产品存在市场或无形资产自身存在市场，无形资产将在内部使用的，能够证明其有用性；

(4) 有足够的技术、财务资源和其他资源支持，以完成该无形资产的开发，并有能力使用或出售该无形资产；

(5) 归属于该无形资产开发阶段的支出能够可靠地计量。

不满足上述条件的开发阶段的支出，于发生时计入当期损益。以前期间已计入损益的开发支出不在以后期间重新确认为资产。已资本化的开发阶段的支出在资产负债表上列示为开发支出，自该项目达到预定用途之日起转为无形资产。

（十二）长期资产减值

本公司在资产负债表日判断长期资产是否存在可能发生减值的迹象。如果长期资产存在减值迹象的，以单项资产为基础估计其可收回金额；难以对单项资产的可收回金额进行估计的，以该资产所属的资产组为基础确定资产组的可收回金额。

资产可收回金额的估计，根据其公允价值减去处置费用后的净额与资产预计未来现金流量的现值两者之间较高者确定。

可收回金额的计量结果表明，长期资产的可收回金额低于其账面价值的，将长期资产的账面价值减记至可收回金额，减记的金额确认为资产减值损失，计入当期损益，同时计提相应的资产减值准备。资产减值损失一经确认，在以后会计期间不得转回。

资产减值损失确认后，减值资产的折旧或者摊销费用在未来期间作相应调整，以使该资产在剩余使用寿命内，系统地分摊调整后的资产账面价值（扣除预计净残值）。

因企业合并所形成的商誉和使用寿命不确定的无形资产，无论是否存在减值迹象，每年都进行减值测试。

在对商誉进行减值测试时，将商誉的账面价值分摊至预期从企业合并的协同

效应中受益的资产组或资产组组合。在对包含商誉的相关资产组或者资产组组合进行减值测试时，如与商誉相关的资产组或者资产组组合存在减值迹象的，先对不包含商誉的资产组或者资产组组合进行减值测试，计算可收回金额，并与相关账面价值相比较，确认相应的减值损失。再对包含商誉的资产组或者资产组组合进行减值测试，比较这些相关资产组或者资产组组合的账面价值（包括所分摊的商誉的账面价值部分）与其可收回金额，如相关资产组或者资产组组合的可收回金额低于其账面价值的，确认商誉的减值损失。

（十三）长期待摊费用

1、摊销方法

长期待摊费用，是指本公司已经发生但应由本期和以后各期负担的分摊期限在 1 年以上的各项费用。长期待摊费用在受益期内按直线法分期摊销。

2、摊销年限

类别	摊销年限	备注
装修工程	3 年	-
宣传招牌	3 年	-
金融服务费	2.5 年	-

（十四）合同负债

本公司将已收或应收客户对价而应向客户转让商品的义务部分确认为合同负债。

（十五）职工薪酬

职工薪酬，是指本公司为获得职工提供的服务或解除劳动关系而给予的各种形式的报酬或补偿。职工薪酬包括短期薪酬、离职后福利、辞退福利和其他长期职工福利。

1、短期薪酬

短期薪酬是指本公司在职工提供相关服务的年度报告期间结束后十二个月内需要全部予以支付的职工薪酬，离职后福利和辞退福利除外。本公司在职工提供服务的会计期间，将应付的短期薪酬确认为负债，并根据职工提供服务的受益

对象计入相关资产成本和费用。

2、离职后福利

离职后福利是指本公司为获得职工提供的服务而在职工退休或与企业解除劳动关系后，提供的各种形式的报酬和福利，短期薪酬和辞退福利除外。

本公司的离职后福利计划全部为设定提存计划。

离职后福利设定提存计划主要为参加由各地劳动及社会保障机构组织实施的社会基本养老保险、失业保险等。在职工为本公司提供服务的会计期间，将根据设定提存计划计算的应缴存金额确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。

本公司按照国家规定的标准定期缴付上述款项后，不再有其他的支付义务。

3、辞退福利

辞退福利是指本公司在职工劳动合同到期之前解除与职工的劳动关系，或者为鼓励职工自愿接受裁减而给予职工的补偿，在本公司不能单方面撤回解除劳动关系计划或裁减建议时和确认与涉及支付辞退福利的重组相关的成本费用时两者孰早日，确认因解除与职工的劳动关系给予补偿而产生的负债，同时计入当期损益。

本公司向接受内部退休安排的职工提供内退福利。内退福利是指，向未达到国家规定的退休年龄、经本公司管理层批准自愿退出工作岗位的职工支付的工资及为其缴纳的社会保险费等。本公司自内部退休安排开始之日起至职工达到正常退休年龄止，向内退职工支付内部退养福利。对于内退福利，本公司比照辞退福利进行会计处理，在符合辞退福利相关确认条件时，将自职工停止提供服务日至正常退休日期间拟支付的内退职工工资和缴纳的社会保险费等，确认为负债，一次性计入当期损益。内退福利的精算假设变化及福利标准调整引起的差异于发生时计入当期损益。

（十六）收入（自 2020 年 1 月 1 日起适用）

1、收入确认的一般原则

本公司在履行了合同中的履约义务，即在客户取得相关商品或服务控制权时，按照分摊至该项履约义务的交易价格确认收入。

履约义务，是指合同中本公司向客户转让可明确区分商品或服务的承诺。

取得相关商品控制权，是指能够主导该商品的使用并从中获得几乎全部的经济利益。

本公司在合同开始日即对合同进行评估，识别该合同所包含的各单项履约义务，并确定各单项履约义务是在某一时段内履行，还是某一时点履行。满足下列条件之一的，属于在某一时段内履行的履约义务，本公司按照履约进度，在一段时间内确认收入：（1）客户在本公司履约的同时即取得并消耗本公司履约所带来的经济利益；（2）客户能够控制本公司履约过程中在建的商品；（3）本公司履约过程中所产出的商品具有不可替代用途，且本公司在整个合同期间内有权就累计至今已完成的履约部分收取款项。否则，本公司在客户取得相关商品或服务控制权的时点确认收入。

对于在某一时段内履行的履约义务，本公司根据商品和劳务的性质，采用产出法确定恰当的履约进度。产出法是根据已转移给客户的商品对于客户的价值确定履约进度（投入法是根据公司为履行履约义务的投入确定履约进度）。当履约进度不能合理确定时，公司已经发生的成本预计能够得到补偿的，按照已经发生的成本金额确认收入，直到履约进度能够合理确定为止。

2、公司收入确认的具体方法

业务类型	具体收入确认原则
玩具销售-内销	送货上门方式或客户自行到公司提货：客户在送货单上签收作为控制权转移时点。
	托运方式：直接交货给购货方或交付给购货方委托的承运人，以取得货物承运单或铁路运单时间作为控制权转移时点。
	专卖店渠道：货物实际发出后，依据约定对账、结算。公司在发货时对该部分通过“发出商品”科目核算，以取得客户对账单作为收入确认证据。
	B2C 电子商务销售：以客户收到货物并确认付款为收入的实现时间。
玩具销售-外销	离岸价（FOB）结算形式：发货后通过“发出商品”科目核算，待海关确认出口后（收到海关回单或者网上查询），根据出口报关单上的出口时间确认收入。
	其他结算形式：按合同要求货物到达提货点并取得客户验收相关单据确认。
影视产品销售收入	在电视剧完成摄制并经电影电视行政主管部门审查通过，电视剧拷贝、播映带、形象授权和其他载体转移给购货方，作为控制权转移的时间。

（十七）收入（适用于 2019 年 12 月 31 日之前）**1、销售商品收入确认时间的具体判断标准**

公司已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购买方；公司既没有保留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；收入的金额能够可靠地计量；相关的经济利益很可能流入企业；相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量时，确认商品销售收入实现。

公司收入实现的具体核算原则为：

业务类型	具体收入确认原则
玩具销售-内销	送货上门方式或客户自行到公司提货：客户在送货单上签收；销售收入金额已确定，并已收讫货款或预计可以收回货款；销售商品的成本能够可靠地计量。
	托运方式：直接交货给购货方或交付给购货方委托的承运人，以取得货物承运单或铁路运单时；销售收入金额已确定，并已收讫货款或预计可以收回货款；销售商品的成本能够可靠地计量。
	专卖店渠道：货物实际发出后，依据约定对账、结算。公司在发货时对该部分通过“发出商品”科目核算，以取得客户对账单作为收入确认证据。
	B2C 电子商务销售：以客户收到货物并确认付款为收入的确认时间。
玩具销售-外销	离岸价（FOB）结算形式：发货后通过“发出商品”科目核算，待海关确认出口后（收到海关回单或者网上查询），根据出口报关单上的出口时间确认收入。
	其他结算形式：按合同要求货物到达提货点并取得客户验收相关单据确认；销售收入金额已经确定，并已收讫货款或预计可以收回货款；销售商品的成本能够可靠地计量。
影视产品销售收入	在电视剧完成摄制并经电影电视行政主管部门审查通过，电视剧拷贝、播映带、形象授权和其他载体转移给购货方、相关经济利益很可能流入公司时确认。

合同或协议价款的收取采用递延方式，实质上具有融资性质的，按照应收的合同或协议价款的公允价值确定销售商品收入金额。

2、确认让渡资产使用权收入的依据

与交易相关的经济利益很可能流入企业，收入的金额能够可靠地计量时。分别下列情况确定让渡资产使用权收入金额：

（1）利息收入金额，按照他人使用本企业货币资金的时间和实际利率计算确定。

（2）使用费收入金额，按照有关合同或协议约定的收费时间和方法计算确定。

3、提供劳务收入的确认依据和方法

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。提供劳务交易的完工进度，依据已完工作的测量确定。

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。

按照已收或应收的合同或协议价款确定提供劳务收入总额，但已收或应收的合同或协议价款不公允的除外。资产负债表日按照提供劳务收入总额乘以完工进度扣除以前会计期间累计已确认提供劳务收入后的金额，确认当期提供劳务收入；同时，按照提供劳务估计总成本乘以完工进度扣除以前会计期间累计已确认劳务成本后的金额，结转当期劳务成本。

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，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。

本公司与其他企业签订的合同或协议包括销售商品和提供劳务时，销售商品部分和提供劳务部分能够区分且能够单独计量的，将销售商品的部分作为销售商品处理，将提供劳务的部分作为提供劳务处理。销售商品部分和提供劳务部分不能够区分，或虽能区分但不能够单独计量的，将销售商品部分和提供劳务部分全部作为销售商品处理。

（十八）政府补助

1、类型

政府补助，是本公司从政府无偿取得的货币性资产与非货币性资产，但不包

括政府作为企业所有者投入的资本。根据相关政府文件规定的补助对象，将政府补助划分为与资产相关的政府补助和与收益相关的政府补助。

与资产相关的政府补助，是指本公司取得的、用于购建或以其他方式形成长期资产的政府补助。与收益相关的政府补助，是指除与资产相关的政府补助之外的政府补助。

2、政府补助的确认

对期末有证据表明公司能够符合财政扶持政策规定的相关条件且预计能够收到财政扶持资金的，按应收金额确认政府补助。除此之外，政府补助均在实际收到时确认。

政府补助为货币性资产的，按照收到或应收的金额计量。政府补助为非货币性资产的，按照公允价值计量；公允价值不能够可靠取得的，按照名义金额（人民币 1 元）计量。按照名义金额计量的政府补助，直接计入当期损益。

3、会计处理方法

本公司根据经济业务的实质，确定某一类政府补助业务应当采用总额法还是净额法进行会计处理。通常情况下，本公司对于同类或类似政府补助业务只选用一种方法，且对该业务一贯地运用该方法。目前本公司的政府补助均采用总额法进行会计处理。

与资产相关的政府补助，确认为递延收益，按照所建造或购买的资产使用年限内按照合理、系统的方法分期计入损益；

与收益相关的政府补助，用于补偿企业以后期间的相关费用或损失的，确认为递延收益，在确认相关费用或损失的期间计入当期损益；用于补偿企业已发生的相关费用或损失的，取得时直接计入当期损益。

与企业日常活动相关的政府补助计入其他收益；与企业日常活动无关的政府补助计入营业外收支。

收到与政策性优惠贷款贴息相关的政府补助冲减相关借款费用；取得贷款银行提供的政策性优惠利率贷款的，以实际收到的借款金额作为借款的入账价值，按照借款本金和该政策性优惠利率计算相关借款费用。

已确认的政府补助需要返还时，初始确认时冲减相关资产账面价值的，调整资产账面价值；存在相关递延收益余额的，冲减相关递延收益账面余额，超出部分计入当期损益；不存在相关递延收益的，直接计入当期损益。

（十九）递延所得税资产/递延所得税负债

递延所得税资产和递延所得税负债根据资产和负债的计税基础与其账面价值的差额（暂时性差异）计算确认。于资产负债表日，递延所得税资产和递延所得税负债，按照预期收回该资产或清偿该负债期间的适用税率计量。

1、确认递延所得税资产的依据

本公司以很可能取得用来抵扣可抵扣暂时性差异、能够结转以后年度的可抵扣亏损和税款抵减的应纳税所得额为限，确认由可抵扣暂时性差异产生的递延所得税资产。但是，同时具有下列特征的交易中因资产或负债的初始确认所产生的递延所得税资产不予确认：（1）该交易不是企业合并；（2）交易发生时既不影响会计利润也不影响应纳税所得额或可抵扣亏损。

对于与联营企业投资相关的可抵扣暂时性差异，同时满足下列条件的，确认相应的递延所得税资产：暂时性差异在可预见的未来很可能转回，且未来很可能获得用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额。

2、确认递延所得税负债的依据

公司将当期与以前期间应交未交的应纳税暂时性差异确认为递延所得税负债。但不包括：

- （1）商誉的初始确认所形成的暂时性差异；
- （2）非企业合并形成的交易或事项，且该交易或事项发生时既不影响会计利润，也不影响应纳税所得额（或可抵扣亏损）所形成的暂时性差异；
- （3）对于与子公司、联营企业投资相关的应纳税暂时性差异，该暂时性差异转回的时间能够控制并且该暂时性差异在可预见的未来很可能不会转回。

（二十）租赁

如果租赁条款在实质上将与租赁资产所有权有关的全部风险和报酬转移给承租人，该租赁为融资租赁，其他租赁则为经营租赁。

1、经营租赁会计处理

（1）经营租入资产

公司租入资产所支付的租赁费，在不扣除免租期的整个租赁期内，按直线法进行分摊，计入当期费用。公司支付的与租赁交易相关的初始直接费用，计入当期费用。

资产出租方承担了应由公司承担的与租赁相关的费用时，公司将该部分费用从租金总额中扣除，按扣除后的租金费用在租赁期内分摊，计入当期费用。

（2）经营租出资产

公司出租资产所收取的租赁费，在不扣除免租期的整个租赁期内，按直线法进行分摊，确认为租赁收入。公司支付的与租赁交易相关的初始直接费用，计入当期费用；如金额较大的，则予以资本化，在整个租赁期间内按照与租赁收入确认相同的基础分期计入当期收益。

公司承担了应由承租方承担的与租赁相关的费用时，公司将该部分费用从租金收入总额中扣除，按扣除后的租金费用在租赁期内分配。

2、融资租赁会计处理

（1）融资租入资产：公司在承租开始日，将租赁资产公允价值与最低租赁付款额现值两者中较低者作为租入资产的入账价值，将最低租赁付款额作为长期应付款的入账价值，其差额作为未确认的融资费用。融资租入资产的认定依据、计价和折旧方法参见本节“六、报告期内的主要会计政策和会计估计”之“（八）固定资产”。

公司采用实际利率法对未确认的融资费用，在资产租赁期间内摊销，计入财务费用。

（2）融资租出资产：公司在租赁开始日，将应收融资租赁款，未担保余值之和与其现值的差额确认为未实现融资收益，在将来收到租金的各期间内确认为租赁收入，公司发生的与出租交易相关的初始直接费用，计入应收融资租赁款的初始计量中，并减少租赁期内确认的收益金额。

（二十一）财务报表列报项目变更说明

财政部于 2019 年 4 月 30 日发布了《关于修订印发 2019 年度一般企业财务报表格式的通知》（财会〔2019〕6 号），于 2019 年 9 月 19 日发布了《财政部关于修订印发合并财务报表格式（2019 版）的通知》（财会〔2019〕16 号），对一般企业财务报表格式进行了修订，拆分部分资产负债表项目和部分利润表项目等。本公司已经根据新的企业财务报表格式的要求编制财务报表，财务报表的列报项目因此发生变更的，已经按照《企业会计准则第 30 号——财务报表列报》等的相关规定，对可比期间的比较数据进行调整。

对可比期间的财务报表列报项目及金额的影响如下：

单位：元

列报项目	2018 年 12 月 31 日 列报变更前金额	影响金额	2018 年 12 月 31 日 列报变更后金额	备注
应收票据	-	-	-	
应收账款	-	75,504,867.51	75,504,867.51	科目拆分
应收票据及应收账款	75,504,867.51	-75,504,867.51	-	
应付票据	-	2,600,000.00	2,600,000.00	科目拆分
应付账款	-	15,732,022.74	15,732,022.74	
应付票据及应付账款	18,332,022.74	-18,332,022.74	-	
短期借款	48,000,000.00	82,481.69	48,082,481.69	注 1
应付利息	93,806.19	-93,806.19	-	
一年内到期非流动负债	1,800,000.00	11,324.50	1,811,324.50	

注 1：“应付利息”仅反映相关金融工具已到期应支付但于资产负债表日尚未支付的利息，基于实际利率法计提的金融工具的利息应包含在相应金融工具的账面余额中。

续：

单位：元

列报项目	2017 年 12 月 31 日 列报变更前金额	影响金额	2017 年 12 月 31 日 列报变更后金额	备注
应收票据	-	-	-	
应收账款	-	44,620,246.80	44,620,246.80	科目拆分
应收票据及应收账款	44,620,246.80	-44,620,246.80	-	
应付票据	-	-	-	科目拆分
应付账款	-	9,717,753.11	9,717,753.11	

列报项目	2017年12月31日 列报变更前金额	影响金额	2017年12月31日 列报变更后金额	备注
应付票据及应付账款	9,717,753.11	-9,717,753.11	-	
短期借款	44,000,000.00	73,942.91	44,073,942.91	注 1
应付利息	82,244.85	- 82,244.85	-	
一年内到期非流动负债	2,400,000.00	8,301.94	2,408,301.94	

注 1：“应付利息”仅反映相关金融工具已到期应支付但于资产负债表日尚未支付的利息，基于实际利率法计提的金融工具的利息应包含在相应金融工具的账面余额中。

（二十二）重要会计政策、会计估计的变更

1、会计政策变更

会计政策变更的内容和原因	审批程序
自 2019 年 1 月 1 日起执行财政部 2017 年修订的新金融工具准则	第二届董事会第十次会议
自 2019 年 6 月 10 日起执行经修订的非货币性资产交换准则	第二届董事会第十次会议
自 2019 年 6 月 17 日起执行经修订的债务重组准则	第二届董事会第十次会议
自 2020 年 1 月 1 日起执行新收入会计准则	第二届董事会第十次会议

会计政策变更说明：

（1）本公司自 2019 年 1 月 1 日起执行财政部 2017 年修订的《企业会计准则第 22 号-金融工具确认和计量》《企业会计准则第 23 号-金融资产转移》和《企业会计准则第 24 号-套期会计》《企业会计准则第 37 号-金融工具列报》（以上四项统称<新金融工具准则>），变更后的会计政策参见本节之“六、报告期内的主要会计政策和会计估计”。

执行新金融工具准则未对本期期初财务报表项目产生影响。

（2）本公司自 2019 年 6 月 10 日起执行经修订的《企业会计准则第 7 号——非货币性资产交换》，自 2019 年 6 月 17 日起执行经修订的《企业会计准则第 12 号——债务重组》。该项会计政策变更采用未来适用法处理，并根据准则的规定对于 2019 年 1 月 1 日至准则实施日之间发生的非货币性资产交换和债务重组进行调整。

本公司首次执行该准则对本报告期内财务报表无重大影响。

（3）本公司自 2020 年 1 月 1 日执行 2017 年 7 月修订的《企业会计准则第

14号——收入》（以下简称“新收入准则”），公司按照新收入准则规定相应变更收入确认政策，变更后的会计政策参见本节之“六、报告期内的主要会计政策和会计估计”。根据新收入准则的衔接规定，首次执行该准则的累计影响数调整首次执行当期期初（2020年1月1日）留存收益及财务报表其他相关项目金额，对可比期间信息不予调整。

在执行新收入准则时，本公司仅对首次执行日尚未执行完成的合同的累计影响数进行调整；对于最早可比期间期初之前或2020年年初之前发生的合同变更未进行追溯调整，而是根据合同变更的最终安排，识别已履行的和尚未履行的履约义务、确定交易价格以及在已履行的和尚未履行的履约义务之间分摊交易价格。

执行新收入准则对本期期初资产负债表相关项目的影响列示如下：

项目	2019年 12月31日	累积影响金额			2020年 1月1日
		重分类	重新计量	小计	
预收款项	2,914,591.28	-2,914,591.28	-	-2,914,591.28	-
合同负债		2,914,591.28	-	2,914,591.28	2,914,591.28
负债合计	2,914,591.28	-	-	-	2,914,591.28

2、会计估计变更

本报告期主要会计估计未发生变更。

（二十三）执行新收入准则对报告期的影响

本公司执行新收入准则对申报期各期营业收入、归属于公司普通股股东的净利润、资产总额、归属于公司普通股股东的净资产数据无影响。

七、主要税项及享受的税收优惠

（一）主要的税种和税率

税种	计税依据	税率
增值税	境内货物销售	2018年5月1日之前为17% 2018年5月1日之后为16% 2019年4月1日之后为13%
	设计、授权等服务收入	6%
	简易计税方法	5%
城市维护建设税	出口免抵税额、实缴流转税额	7%

税种	计税依据	税率
教育附加费	出口免抵税额、实缴流转税额	3%
地方教育附加费	出口免抵税额、实缴流转税额	2%
企业所得税	应纳税所得额	25%、15%、20%
房产税	按照房产原值的70%为纳税基准	1.2%
土地使用税	按土地使用面积	3元/平方米、3.5元/平方米、4元/平方米、6元/平方米、6.5元/平方米

根据财政部、税务总局《关于调整增值税税率的通知》（财税〔2018〕32号）的规定，本公司自2018年5月1日起发生增值税应税销售行为或者进口货物，原适用17%和11%税率的，税率分别调整为16%、10%。根据财政部、税务总局、海关总署《关于深化增值税改革有关政策的公告》（财政部、税务总局、海关总署公告2019年第39号）的规定，本公司自2019年4月1日起发生增值税应税销售行为或者进口货物，原适用16%和10%税率的，税率分别调整为13%、9%。

不同纳税主体所得税税率说明：

纳税主体名称	所得税税率
广东佳奇科技教育股份有限公司	25%、15%
深圳市佳奇机器人科技有限公司	20%、15%
深圳市佳奇娱乐传媒有限公司	20%

（二）税收优惠政策

1、增值税

公司出口货物增值税执行“免、抵、退”税收政策。

公司出口产品“其他未列名玩具”：2017年1月至2018年10月适用15%的退税率，2018年11月至2019年6月适用16%的退税率，2019年7月至2020年3月适用13%的退税率。

公司出口产品“带动力装置的玩具及模型”、“其他带动力装置的玩具”：2017年1月至2018年7月适用17%的退税率，2018年8月至2019年6月适用16%的退税率，2019年7月至2020年3月适用13%的退税率。

公司出口产品“智力玩具”：2018年8月至2018年10月适用15%的退税率。

率，2018年11月至2019年6月适用16%的退税率，2019年7月至2020年3月适用13%的退税率。

2、企业所得税

（1）根据全国高新技术企业认定管理工作领导小组办公室于2018年11月28日下发的《关于公示广东省2018年第一批拟认定高新技术企业名单的通知》，广东佳奇科技教育股份有限公司被认定为2018年广东省第一批高新技术企业，并获发《高新技术企业证书》（证书编号：GR201844000318，有效期：三年）。公司自2018年1月1日至2020年12月31日享受高新技术企业所得税优惠政策，适用高新技术企业所得税15%优惠税率。

（2）根据全国高新技术企业认定管理工作领导小组办公室于2019年12月9日下发的《关于公示深圳市2019年第一批拟认定高新技术企业名单的通知》，深圳市佳奇机器人科技有限公司被认定为2019年深圳市第一批高新技术企业，并获发《高新技术企业证书》（证书编号：GR201944200899，有效期：三年）。公司自2019年1月1日至2021年12月31日享受高新技术企业所得税优惠政策，适用高新技术企业所得税15%优惠税率。

（3）根据财政部、税务总局于2017年6月6日下发的《财政部、税务总局关于扩大小型微利企业所得税优惠政策范围的通知》，自2017年1月1日至2019年12月31日，将小型微利企业的年应纳税所得额上限由30万元提高至50万元，对年应纳税所得额低于50万元（含50万元）的小型微利企业，其所得减按50%计入应纳税所得额，按20%的税率缴纳企业所得税。深圳佳奇、佳奇娱乐满足小型微利企业认定条件，2017、2018年度享受上述小型微利企业税收减免政策。

（4）根据财政部、税务总局于2019年1月17日下发的《财政部 税务总局关于实施小微企业普惠性税收减免政策的通知》（财税[2019]13号），对小型微利企业年应纳税所得额不超过100万元的部分，减按25%计入应纳税所得额，按20%的税率缴纳企业所得税；对年应纳税所得额超过100万元但不超过300万元的部分，减按50%计入应纳税所得额，按20%的税率缴纳企业所得税。上述小型微利企业是指从事国家非限制和禁止行业，且同时符合年度应纳税所得额不超过300万元、从业人数不超过300人、资产总额不超过5,000万元等三个条件的

企业。深圳佳奇、佳奇娱乐满足小型微利企业认定条件，2019 年度享受小型微利企业税收减免政策。

八、分部信息

本公司报告分部包括：（1）玩具业务；（2）影视业务。报告分部的财务信息如下：

（一）2020 年 1-3 月

单位：万元

项目	2020 年 3 月 31 日/2020 年 1-3 月			
	玩具业务	影视业务	抵销	合计
一.对外交易收入	7,063.91	0.24	-	7,064.15
二.分部间交易收入	91.36	60.00	151.36	-
三.利润总额（亏损）	1,030.78	31.94	-	1,062.72
四.净利润（亏损）	915.52	30.24	-	945.76
五.资产总额	72,581.60	1,544.58	3,362.36	70,763.82
六.负债总额	24,679.40	34.43	1,362.36	23,351.46

（二）2019 年度

单位：万元

项目	2019 年 12 月 31 日/2019 年度			
	玩具业务	影视业务	抵销	合计
一.对外交易收入	47,692.31	0.65	-	47,692.96
二.分部间交易收入	4,439.55	436.70	-4,876.25	-
三.利润总额（亏损）	8,213.41	340.55	-	8,553.96
四.净利润（亏损）	7,200.40	279.02	-	7,479.42
五.资产总额	60,922.93	1,525.55	-3,600.00	58,848.48
六.负债总额	13,936.25	45.63	-1,600.00	12,381.88

（三）2018 年度

单位：万元

项目	2018 年 12 月 31 日/2018 年度			
	玩具业务	影视业务	抵销	合计
一.对外交易收入	39,799.55	10.39	-	39,809.94
二.分部间交易收入	341.01	950.75	-1,291.76	-

项目	2018年12月31日/2018年度			
	玩具业务	影视业务	抵销	合计
三.利润总额（亏损）	6,571.60	289.83	-	6,861.43
四.净利润（亏损）	5,746.87	308.46	-	6,055.33
五.资产总额	52,793.76	1,237.83	-6,015.77	48,015.82
六.负债总额	13,007.49	36.93	-4,015.77	9,028.64

（四）2017年度

单位：万元

项目	2017年12月31日/2017年度			
	玩具业务	影视业务	抵销	合计
一.对外交易收入	30,501.30	8.81	-	30,510.11
二.分部间交易收入	36.95	404.91	-441.86	-
三.利润总额（亏损）	4,739.59	-107.47	-	4,632.12
四.净利润（亏损）	3,734.70	-80.86	-	3,653.84
五.资产总额	28,463.97	1,897.79	-4,020.43	26,341.33
六.负债总额	8,619.22	1,005.34	-2,020.43	7,604.13

九、非经常性损益

根据中国证监会《公开发行证券的公司信息披露解释性公告第1号—非经常性损益》（2008年修订）的有关规定，大华会计师对公司报告期内的非经常性损益进行了鉴证，并出具《非经常性损益鉴证报告》，报告期内公司非经常性损益发生额情况如下：

单位：万元

项目	2020年1-3月	2019年度	2018年度	2017年度
非流动资产处置损益，包括已计提资产减值准备的冲销部分	-5.08	-10.83	-29.69	0.97
越权审批，或无正式批准文件，或偶发性的税收返还、减免	-	-	-	-
计入当期损益的政府补助（与公司正常经营业务密切相关，符合国家政策规定、按照一定标准定额或定量持续享受的政府补助除外）	297.98	391.24	158.42	368.86
计入当期损益的对非金融企业收取的资金占用费	-	-	-	-
企业取得子公司、联营企业及合营企业的投资成本小于取得投资时应享有被合并单位可辨认净资产公允价值	-	-	-	-

项目	2020年1-3月	2019年度	2018年度	2017年度
值产生的收益				
非货币性资产交换损益	-	-	-	-
委托他人投资或管理资产的损益	-	-	-	-
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	-	-	-	-
与公司正常经营业务无关的或有事项产生的损益	-	-	-	-
除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外，持有交易性金融资产、交易性金融负债产生的公允价值变动损益，以及处置交易性金融资产、交易性金融负债和可供出售金融资产取得的投资收益	-	-	-	-
单独进行减值测试的应收款项减值准备转回	-	-	-	-
对外委托贷款取得的损益	-	-	-	-
采用公允价值模式进行后续计量的投资性房地产公允价值变动产生的损益	-	-	-	-
根据税收、会计等法律、法规的要求对当期损益进行一次性调整对当期损益的影响	-	-	-	-
受托经营取得的托管费收入	-	-	-	-
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-2.00	-13.65	-2.10	-6.57
其他符合非经常性损益定义的损益项目	-	-	-	-63.52
小计	290.90	366.76	126.63	299.75
减：所得税费用（所得税费用减少以“-”表示）	43.62	54.19	18.39	72.50
少数股东损益	-	-	-	-
归属于母公司股东的非经常性损益净额	247.28	312.57	108.24	227.25

由上表，报告期内，公司的非经常性损益主要为获得的政府补助 368.86 万元、158.42 万元、391.24 万元以及 297.98 万元。

十、发行人报告期内的重大财务指标

（一）基本财务指标

财务指标	2020.3.31	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
流动比率（倍）	3.15	4.38	4.79	2.81
速动比率（倍）	2.15	3.27	3.70	1.93
资产负债率（母公司）	34.63%	23.33%	18.69%	28.49%
归属于发行人股东的每股净资产（元/股）	4.75	4.66	3.91	2.37
无形资产（扣除土地使用权、水面养殖权和采矿权等后）占净资产的比例	0.01%	0.01%	0.04%	0.14%
财务指标	2020年1-3月	2019年度	2018年度	2017年度
应收账款周转率（次）	0.57	5.19	6.29	6.78
存货周转率（次）	0.49	3.95	4.18	4.38
息税折旧摊销前利润（万元）	1,460.88	9,901.56	8,012.11	5,697.26
归属于发行人股东的净利润（万元）	945.76	7,479.42	6,055.33	3,653.84
归属于发行人股东扣除非经常性损益后的净利润（万元）	698.47	7,166.85	5,947.09	3,426.59
利息保障倍数（倍）	11.51	29.71	32.70	17.50
每股经营活动产生的现金流量（元/股）	-0.47	0.70	0.20	0.49
每股净现金流量（元/股）	-0.44	0.04	1.41	0.18

注：相关财务指标计算公式：

流动比率=流动资产/流动负债

速动比率=(流动资产-存货-预付款项-其他流动资产)/流动负债

资产负债率(母公司)=负债总额(母公司)/资产总额(母公司)×100%

归属于发行人股东的每股净资产=归属于母公司股东权益合计/股本

无形资产(扣除土地使用权、水面养殖权和采矿权等后)占净资产的比例=(扣除土地使用权、水面养殖权和采矿权等后的无形资产账面价值)/所有者权益合计

应收账款周转率=营业收入/应收账款平均余额

存货周转率=营业成本/存货平均余额

息税折旧摊销前利润=净利润+所得税+利息+折旧+摊销

利息保障倍数=息税前利润/利息费用=(利润总额+利息费用)/利息费用

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

每股净现金流量=现金及现金等价物净增加额/期末股本

（二）净资产收益率和每股收益

根据中国证监会颁布的《公开发行证券的公司信息披露编报规则第9号—净资产收益率和每股收益的计算及披露》（2010年修订）的规定，计算得出本公司2017年度、2018年度、2019年度和2020年1-3月的净资产收益率和每股收益如下：

年度	财务指标	加权平均净资产收益率	每股收益（元/股）	
			基本	稀释
2020年 1-3月	归属于公司普通股股东的净利润	2.01%	0.09	0.09
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	1.49%	0.07	0.07
2019年度	归属于公司普通股股东的净利润	17.51%	0.75	0.75
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	16.77%	0.72	0.72
2018年度	归属于公司普通股股东的净利润	19.21%	0.65	0.65
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	18.87%	0.63	0.63
2017年度	归属于公司普通股股东的净利润	21.61%	0.46	0.46
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	20.26%	0.43	0.43

上述指标的计算公式及计算过程如下：

（1）加权平均净资产收益率

$$\text{加权平均净资产收益率} = \frac{P0}{(E0 + NP \div 2 + E_i \times M_i \div M0 - E_j \times M_j \div M0 \pm E_k \times M_k \div M0)}$$

其中：P0 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；M0 为报告期月份数；M_i 为新增净资产次月起至报告期期末的累计月数；M_j 为减少净资产次月起至报告期期末的累计月数；E_k 为因其他交易或事项引起的、归属于公司普通股股东的净资产增减变动；M_k 为发生其他净资产增减变动次月起至报告期期末的累计月数。

（2）基本每股收益

$$\text{基本每股收益} = \frac{P0}{S}, \quad S = S0 + S1 + S_i \times M_i \div M0 - S_j \times M_j \div M0 - S_k$$

其中：P0 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；S0 为期初股份总数；S1 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；M0 为报告期月份数；M_i 为增加股份次月起至报告期期末的累计月数；M_j 为减少股份次月起至报告期期末的累计月数。

（3）稀释每股收益

稀释每股收益 = $\frac{P1}{(S0 + S1 + S_i \times M_i \div M0 - S_j \times M_j \div M0 - S_k + \text{认股权证、股份期权、可转换债券等增加的普通股加权平均数})}$

其中，P1 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润，并考虑稀释性潜在普通股对其影响，按《企业会计准则》及有关规定进行调整。公司在计算稀释每股收益时，应考虑所有稀释性潜在普通股对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和加权平均股数的影响，按照

其稀释程度从大到小的顺序计入稀释每股收益，直至稀释每股收益达到最小值。

十一、盈利预测

本公司未编制盈利预测报告。

十二、日后事项、或有事项及其他重要事项

（一）日后事项

截至本招股说明书签署日，公司无需要披露的日后事项。

（二）或有事项

截至本招股说明书签署日，公司无需要披露的或有事项。

（三）其他重要事项

（1）2018年3月28日，公司与汕头市童乐乐玩具有限公司签订了厂区租赁合同，租赁地址为汕头市澄海区岭海工业园区岭海路东侧，租赁期限为2018年5月15日至2023年5月14日，租金为：第一年至第三年每月186,708.00元，第四年和第五年每月217,826.00元。

（2）2018年8月20日，佳奇广州分公司与白梅生签订了房屋租赁合同，租赁地址为广州市天河区黄埔大道西76号3605、3606房屋，租赁期限为2018年8月23日至2021年8月31日，其中2018年9月1日至2020年8月31日期间，每月租金为39,581.00元，2020年9月1日至2021年8月31日期间，每月租金为41,956.00元。

（3）2019年11月28日，公司与汕头市龙盛货仓有限公司签订了仓库租赁合同，租赁地址为汕头市金平区护堤路210号之二，租赁期限为2019年12月1日至2020年11月30日，租金为每月32,000.00元，建筑面积4000平方米。

（4）2020年1月1日，深圳市佳奇机器人科技有限公司、深圳市佳奇娱乐传媒有限公司、广东佳奇科技教育股份有限公司深圳分公司分别与陈晓铨签订了房屋租赁合同，租赁地址为深圳市福田区福保街道市花路长富金茂大厦2903和2902房屋，租赁期限为2020年1月1日至2020年12月31日，租金每月分别为25,036.50元、27,000.00元和17,541.80元。

十三、盈利能力分析

报告期内，公司的经营业绩及变动趋势如下表所示：

单位：万元；%

项目	2020年1-3月	2019年度		2018年度		2017年度
	金额	金额	变动率	金额	变动率	金额
营业收入	7,064.15	47,692.96	19.80	39,809.94	30.48	30,510.11
营业利润	1,069.80	8,561.69	25.63	6,815.19	53.57	4,437.71
利润总额	1,062.72	8,553.96	24.67	6,861.43	48.13	4,632.12
净利润	945.76	7,479.42	23.52	6,055.33	65.73	3,653.84

报告期内，公司的营业收入分别为 30,510.11 万元、39,809.94 万元、47,692.96 万元以及 7,064.15 万元，净利润分别为 3,653.84 万元、6,055.33 万元、7,479.42 万元以及 945.76 万元，2017 年至 2019 年公司营业收入及利润水平保持持续增长。

（一）报告期营业收入分析

1、总体营业收入分析

单位：万元；%

项目	2020年1-3月		2019年度		2018年度		2017年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
主营业务收入	6,606.31	93.52	42,565.32	89.25	39,768.29	99.90	30,461.47	99.84
其他业务收入	457.84	6.48	5,127.63	10.75	41.64	0.10	48.64	0.16
合计	7,064.15	100.00	47,692.96	100.00	39,809.94	100.00	30,510.11	100.00

报告期内，公司的主营业务收入占营业收入比重分别为 99.84%、99.90%、89.25% 以及 93.52%，主营业务突出。其他业务收入主要为原材料销售收入以及废料销售收入。

（1）国际贸易形势对外销业务的影响

公司产品外销出口目的地包括印度、中东、欧洲、美洲、非洲等国家或地区。

2018 年以来，美国实施“美国优先”的经济政策，在世界范围内与多个经济体形成贸易争端，与我国也不断产生贸易摩擦，但由于玩具生产属于劳动力密集型产业，因人工成本等因素，以美国为代表的发达国家基本已经将玩具生产转移到发展中国家，对进口玩具依赖较大，所以对玩具进口暂时没有特别的限制政策

和贸易关税政策。且公司产品外销出口目的地包括印度、中东、欧洲、美洲、非洲等国家或地区，美国市场占有份额较小，因此美国与我国产生的贸易摩擦对公司的产品出口市场虽带来一定影响，但影响不大。

另外，印度玩具市场发展迅速，但严重依赖进口，根据印度官方数据，该国每年进口的玩具中有 75% 来自中国。印度为了扶持本国玩具制造业，2020 年 2 月 1 日起，印度对进口中国的玩具加征关税，从原来的 20% 提升到 60%，提高了中国玩具进入印度的门槛，根据现有政策，中国玩具出口印度，将面临一定阻碍。但中国玩具产业经过 30 多年发展，已经是世界最大玩具生产和出口国，占有 70% 的市场份额，形成了成熟的玩具产业链，包括先进的生产技术、高素质的生产管理和技术工人等优势。因此，中国玩具产业的优势短期内不会改变。

（2）疫情对外销活动的影响

①公司复工复产情况

随着全国疫情逐步得到有效控制，公司上下游企业逐步实现全面复工复产。

截至本招股说明书签署之日，公司原材料采购渠道保持顺畅，供应量较为充足；公司生产经营有序进行；下游客户需求回暖，订单量回升，物流恢复正常，各项工作均有序推进。

②疫情对玩具销售的影响

根据中国玩具和婴童用品协会的数据，2020 年上半年我国传统玩具累计实现出口 105.9 亿美元，同比下降 11.7%；广东省传统玩具累计实现出口 46.1 亿美元，同比下降 17.3%。2020 年上半年各玩具、婴童用品企业出口业绩受到全球疫情的影响有所下降。

报告期，公司的境外主营业务收入分别为 16,453.03 万元、21,527.81 万元、26,240.38 万元和 3,764.24 万元，占主营业务收入的比例分别为 54.01%、54.13%、61.65% 和 56.98%。公司产品境外销售主要销至亚洲（指中国大陆以外的亚洲地区，包括中国香港、中国澳门、中国台湾）、欧洲、美洲和非洲等地，若全球新冠疫情得不到有效控制，上述地区面临复工复产受阻、物流运输受限等不确定性，进而直接对公司境外销售产生不利影响。

综上所述，国际贸易形势及新冠疫情综合作用，对公司销售收入产生了一定影响。

报告期，公司 2020 年第一季度外销收入同比下降，如下所示：

项目	销售数量（万件）		销售金额（万元）		数量同比 变动比例	销售金额 同比变动 比例
	2020 年 1-3 月	2019 年 1-3 月	2020 年 1-3 月	2019 年 1-3 月		
变形玩具	39.02	91.60	904.56	3,422.99	-57.40%	-73.57%
机器人玩具	13.36	30.63	294.89	960.07	-56.38%	-69.28%
恐龙玩具	4.33	17.94	126.04	552.17	-75.86%	-77.17%
其他玩具	38.38	83.20	308.58	733.44	-53.87%	-57.93%
婴幼儿玩具	106.68	13.78	2,130.16	320.37	674.17%	564.91%
合计	201.77	237.15	3,764.24	5,989.04	-14.92%	-37.15%

2020 年第一季度婴幼儿玩具销量同比变动 674.17%、销售金额同比变动 564.91%，主要原因如下：

2019 年，公司的“奇迪乐”婴幼儿系列产品面向市场销售，截至 2019 年 3 月 31 日，公司共有 22 个产品型号，其中有 12 个产品型号实现销售。2019 年度公司战略主推婴幼儿系列产品，获得良好的市场反应，提升了婴幼儿产品系列的市场关注度，此外，随着婴幼儿玩具新品不断推出，其产品品类更加多样，形象、功能更加丰富，给予客户更大的选择空间。截至 2020 年 3 月 31 日，公司累计推出产品近 100 款，其中，2020 年 1-3 月约有 80 个产品型号实现销售。综上，婴幼儿玩具系列面市后不断推新，产品品类更加丰富，是导致其销量和销售金额同比变动较大的主要原因。

国际贸易形势及新冠疫情对公司出口印度、美国销售收入的影响如下：

区域	2020 年 1-6 月		2019 年 1-6 月
	收入（万元）	变动率	收入（万元）
印度	109.93	-98.12%	5,846.97
美国	243.82	448.15%	44.48

注：上述 2020 年 1-6 月数据已经审阅。

从上表可知，公司出口印度销售额受关税政策影响较大；公司出口美国销售额受中美贸易摩擦的影响较小。

（3）印度加征关税对发行人的影响

印度政府目前正在力推“Make in India”政策，发展国内制造业。如为了加快与中国竞争，印度玩具生产企业积极从中国进口玩具生产设备、模具和产品配件进行生产，以求提高生产制造水平。从 2020 年 2 月 1 日开始，印度政府宣布提高电子产品、玩具和家具等商品的进口关税，其中玩具从 20% 提至 60%，意在通过遏制中国玩具进口以扶持该国产业发展。

据印度官方数据，该国每年进口的玩具中有 75% 来自中国。中国玩具对比印度自产玩具具有较大优势，一方面中国作为世界玩具制造中心，制造全球约 70% 的玩具。中国具有成熟的玩具产业链，研发能力较强，产品推陈出新较快，虽然印度有着大量廉价的劳动力，也正试图发展玩具产业，但与中国历经数十年发展积累的雄厚制造业基础相比，仍存在明显不足；另一方面据我国外交部最新数据，2018/2019 财年印度国内生产总值为 2.72 万亿美元，人均国内生产总值为 2,038 美元，大部分国民对产品的价格较为敏感，而大部分中国品牌的玩具设计新颖、质量优良、价格相宜，较好匹配了印度国民的消费力和消费需求。

印度政府提高关税，对印度经销商和消费者造成较大负面影响，购买中国制造的玩具，消费者需支付更高的价格。印度当地玩具进口商正联合起来与印度商贸部就降低玩具类进口关税进行商谈。另外，为了维护行业 and 企业的合法权益，广东省玩具协会已经就此次印度加征关税对行业造成的影响以及相关建议形成书面报告，上报国家商务部、广东省商务厅、广东省工信厅等有关部门，希望能获得政府的重视和支持。

根据现有政策，中国玩具出口印度，将面临一定阻碍。但中国玩具产业经过 30 多年发展，已经是世界最大玩具生产和出口国，占有 70% 的市场份额，形成了成熟的玩具产业链，包括先进的生产技术、高素质的生产管理和技术工人等优势。因此，中国玩具产业的优势短期内不会改变。

上述中印贸易形势对发行人具体影响表现如下：

国际贸易方式主要有 FOB/CIF/DDP 等，发行人的出口均采用 FOB 的形式，出口方不承担进口国的关税。此次印度提高关税将提高中国玩具产品在印度终端的销售价格，关税成本最终由消费者承担。由于关税的提高，印度市场的中国玩

具销售额下降，进而影响发行人在印度的销售额。受关税以及疫情影响，发行人2020年1-6月对印度的出口收入共计109.93万元，同比降低98.12%。

具体情况如下：

区域	2020年1-6月		2019年1-6月
	收入（万元）	变动率	收入（万元）
印度	109.93	-98.12%	5,846.97

注：2020年1-6月数据已经审阅。

公司2020年4-6月对印度的出口收入为0.00万元，7-8月对印度出口收入为100.37万元。若印度对中国制造玩具产品的关税政策继续保持不变，公司对印度的出口收入存在相应下滑的风险。

2017-2019年度，公司出口印度的营业收入及公司的销售净利率如下：

项目	营业收入（万元）	销售净利率
2019年度	9,296.35	15.68%
2018年度	7,088.56	15.21%
2017年度	5,805.81	11.98%
平均数	7,396.91	14.29%

公司2020年1-8月出口印度收入210.30万元（未经审计或审阅），若假定2020年度公司全年出口印度收入仅为210.30万元，公司同比2019年出口印度收入9,296.35万元将减少9,086.05万元，按照公司2017-2019年度平均销售净利率测算，对应净利润将减少1,298.40万元。

根据公司2020年1-6月及同期数据可知，公司净利润同比仅下降2%，虽然印度加征关税对公司收入存在一定影响，但受益于之前的市场拓展和布局，2020年1-6月公司在尼日利亚、波兰、以色列等区域或国家销售收入同比增幅较大，一定程度上弥补了出口印度收入下降的缺口。此外，公司正积极采取深耕已有销售市场和开发新的销售区域等措施，尽可能降低印度加征关税对公司经营的影响。

2、主营业务收入结构分析

（1）主营业务收入变动情况分析

单位：万元；%

项目	2020年1-3月		2019年度		2018年度		2017年度
	金额		金额	变动率	金额	变动率	金额
玩具产品收入	6,606.07		42,564.67	7.06	39,757.90	30.56	30,452.67
服务收入	0.24		0.65	-93.71	10.39	18.00	8.81
合计	6,606.31		42,565.32	7.03	39,768.29	30.55	30,461.47

报告期内，公司主营业务收入分别为 30,461.47 万元、39,768.29 万元、42,565.32 万元和 6,606.31 万元，其中 2018 年度较 2017 年度增长 30.55%，2019 年度较 2018 年度增长 7.03%，主要系各期产品销售结构差异所致，即 2017 年度公司对变形玩具进行了先期市场推广后，2018 年度变形玩具产品在境外市场实现了销售的大幅增长以及 2019 年婴幼儿产品的推出大幅度促进销售增长。虽主营业务收入增长率 2018 年较高，2019 年度出现一定程度回落，但主营业务收入绝对总额保持持续增长。

报告期内，公司的变形玩具产品以及新开发的婴幼儿玩具，受消费者的喜爱，同时，公司进一步完善产品销售渠道，通过多种途径提高公司产品的市场知名度，主营业务收入在报告期内实现了持续增长。

（2）主营业务收入按产品类别分析

单位：万元；%

项目	2020年1-3月		2019年度		2018年度		2017年度		
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比	
玩具产品	变形玩具	2,078.67	31.46	18,414.86	43.26	21,213.77	53.34	10,552.57	34.64
	机器人玩具	582.82	8.82	5,937.58	13.95	9,601.18	24.14	12,009.68	39.43
	婴幼儿玩具	3,269.45	49.49	11,318.41	26.59	-	-	-	-
	恐龙玩具	252.74	3.83	2,850.31	6.70	4,705.55	11.83	4,091.79	13.43
	其他玩具	422.39	6.39	4,043.51	9.50	4,237.41	10.66	3,798.63	12.47
玩具产品小计	6,606.07	100.00	42,564.67	100.00	39,757.90	99.97	30,452.67	99.97	
服务收入	0.24	0.00	0.65	0.00	10.39	0.03	8.81	0.03	
合计	6,606.31	100.00	42,565.32	100.00	39,768.29	100.00	30,461.47	100.00	

报告期内，公司玩具产品实现收入分别为 30,452.67 万元、39,757.90 万元、42,564.67 万元和 6,606.07 万元。其中变形玩具的销售收入分别为 10,552.57 万元、21,213.77 万元、18,414.86 万元和 2,078.67 万元，占主营业务收入的比例分别为 34.64%、53.34%、43.26%和 31.46%；机器人玩具的销售收入分别为 12,009.68 万元、9,601.18 万元、5,937.58 万元和 582.82 万元，占主营业务收入的比例分别为 39.43%、24.14%、13.95%和 8.82%；恐龙玩具的销售收入分别为 4,091.79 万元、4,705.55 万元、2,850.31 万元和 252.74 万元，占主营业务收入的比例分别为 13.43%、11.83%、6.70%和 3.83%；机器人玩具和恐龙玩具属于公司传统玩具产品，2019 年收入规模下降。2018 年公司开发的婴幼儿系列产品在 2019 年实现收入 11,318.41 万元，增长较快。

服务收入主要为公司动漫 IP 授权等产生的收入。报告期内实现服务收入分别为 8.81 万元、10.39 万元、0.65 万元和 0.24 万元，主要为公司《机变英盟》动漫产品的版权使用费收入，其具体经营模式为：①将动漫的版权授权给专业发行公司，约定一定的分成比例。发行公司与线上各大视频网站合作，如爱奇艺、腾讯等，根据在各大视频平台的有效点播量计算收益，发行公司与视频网站结算后，按照约定的分成比例，将版权使用费支付给公司；②将版权授权给内容运营商，约定一定的分成比例，在互联网电视、智能电视、机顶盒等终端设备播出，运营商与终端渠道商结算后，按照约定的分成比例，将版权使用费支付给公司。

①变形玩具

报告期内，公司变形玩具实现收入分别为 10,552.57 万元、21,213.77 万元、18,414.86 万元和 2,078.67 万元，其中 2018 年度较上年增长 101.03%，2019 年度较上年下降 13.19%。

变形玩具是在机器人系列玩具的基础上于 2015 年推出的产品，由于其新颖性、趣味性及形态多变的特点受到青少年儿童喜爱，后续公司不断改进与创新，至 2018 年底累计推出了近 100 款新品，使其成为近年来的畅销产品，从而推动了公司业绩在 2018 年快速增长。

在国内市场上，公司以变形玩具中的部分热门产品进行优化后的形象作为动漫主要角色，制作了《机变英盟》第一季、第二季动漫，并于 2016 年、2017 年

先后在多家电视台及网络视频播出，对变形玩具产品起到了良好的宣传作用。

报告期变形玩具按 IP 相关玩具及非 IP 玩具分类销售情况如下：

单位：万元；元/件

变形玩具	项目	2020年 1-3月	2019年	2018年	2017年	主要客户
IP 相关玩具	销售金额	1,139.00	11,396.61	12,992.60	5,318.03	美佳集团、汕头市皮恩希玩具有限公司/汕头市迪华贸易有限公司、林宝香港有限公司、MOUNTAINKING INTERNATIONAL TRADING CO., LIMITED /汕头市长煌贸易有限公司、汕头市澄海区华达玩具进出口贸易有限公司、森铭贸易有限公司
	销售占比	54.79%	61.89%	61.25%	50.40%	
	销售平均单价	21.91	25.41	33.93	39.92	
非 IP 玩具	销售金额	939.67	7,018.25	8,221.17	5,234.54	汕头市皮恩希玩具有限公司/汕头市迪华贸易有限公司、汕头市澄海区华达玩具进出口贸易有限公司、美佳集团、汕头市怡盛贸易有限公司、广东健健智能科技有限公司、森铭贸易有限公司、MOUNTAINKING INTERNATIONAL TRADING CO., LIMITED /汕头市长煌贸易有限公司
	销售占比	45.21%	38.11%	38.75%	49.60%	
	销售平均单价	56.77	59.29	49.62	26.45	

在境外市场上，公司变形玩具产品也深受消费者的喜爱，由于其结合了汽车、机器人、变形、智能等多个元素，在国外消费者中深受认可，借助境外经销商在全球市场丰富的经销渠道，2017年度进行了先期市场推广后，2018年度变形玩具产品在境外市场实现了销售的大幅增长。

2019年，公司变形玩具的销量增长，但销售收入较2018年降低，主要系本期产品销售结构发生变化，售价较低的变形玩具销量增加，而售价相对较高的变形玩具销售数量下降所致。

②机器人玩具和恐龙玩具

机器人玩具、恐龙玩具属于公司传统玩具产品，已上市多年，竞争较为激烈。2019年机器人玩具和恐龙玩具收入有一定下降。

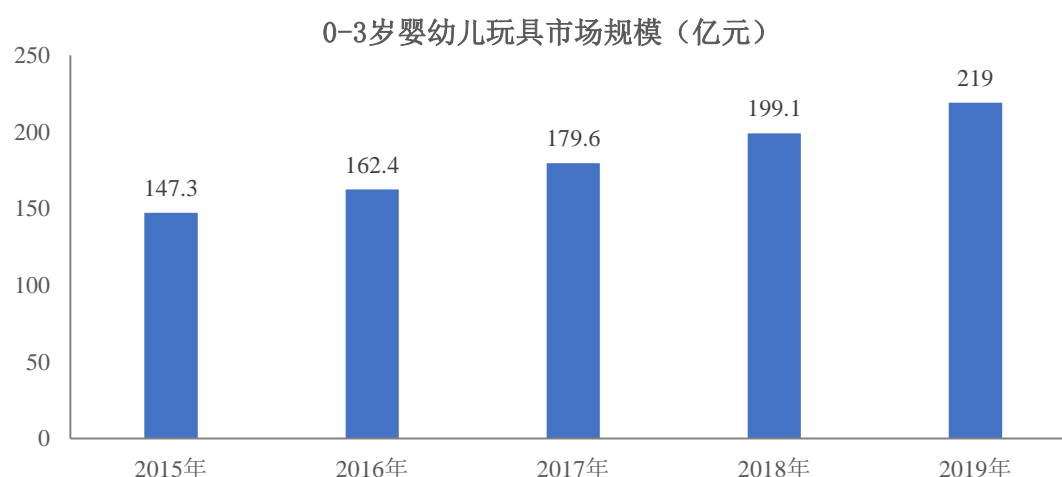
③婴幼儿玩具

2018年公司开发的婴幼儿系列产品在2019年实现收入11,318.41万元，增长较快，主要原因包括市场原因以及公司自身的原因。一方面，随着居民消费水平的提高，以及“二胎政策”的推出，对婴童用品的需求也随着增长。婴幼儿玩具受电子产品以及网络游戏的影响较小，具备不可替代性，生命力更强。另一方面，公司从事玩具行业近18年，凭借良好的创意设计理念及较好的产品质量，树立了良好的品牌形象，销售网络成熟，为公司婴幼儿系列玩具的市场拓展提供了支撑。“奇迪乐”婴幼儿玩具主要面向0-6岁的婴幼儿，分析不同年龄段婴幼儿成长需求，量身定制玩具，注入不同的教育内容，符合当代年轻父母的育儿理念。报告期内，公司“奇迪乐”系列婴幼儿玩具研发设计并面向市场近100款，款式多样，产品性价比高，得到消费者的认可。

A. 婴幼儿产品市场发展状况

根据中商产业研究院数据，2019年中国0-3岁婴幼儿人口为6,258万人，婴幼儿人口基数庞大，年人均玩具消费350元左右，低于欧美发达国家，增长潜力巨大。随着婴幼儿人数的增加以及消费升级，0-3岁婴幼儿人均玩具消费额将有所提高，从而促进0-3岁婴幼儿玩具在国内市场的销售。2019年，我国0-3岁婴幼儿玩具市场规模为219亿元，同比增长9.99%。

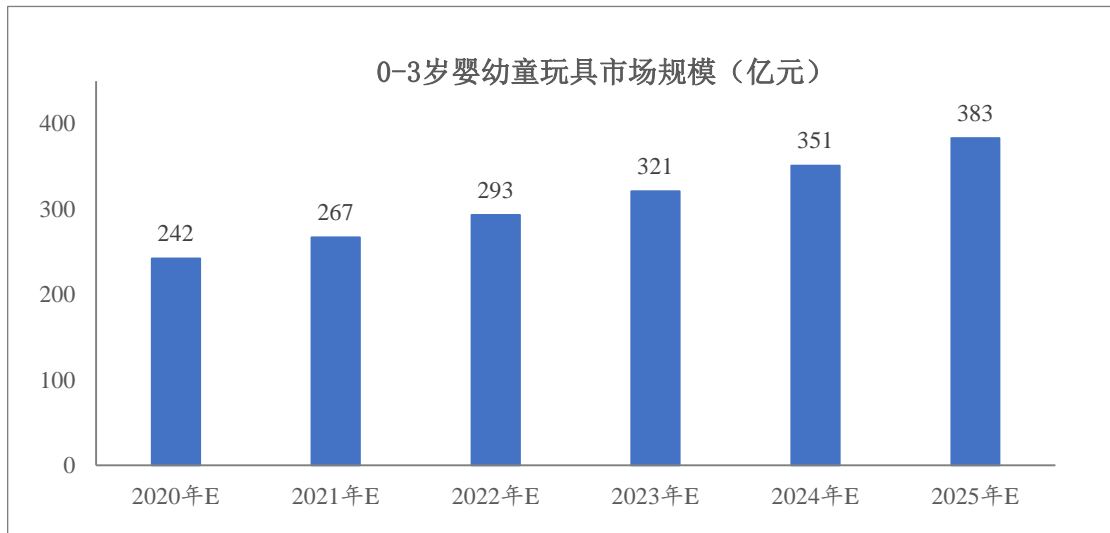
2015年-2019年0-3岁婴幼儿玩具市场规模如下：



注：数据来源于中商产业研究院

0-3岁婴幼儿数量的不断上升将为玩具市场带来广阔的发展前景。同时，越来越多“80后”、“90后”成为年轻一代父母，该群体对婴幼儿玩具的刚性需求不

断增长，且消费观念时尚，更加追求孩子生活的品质。品牌、创意、个性化，都是其消费时考虑的重要因素，这将为我国乃至全球的0-3岁婴幼儿玩具行业带来新的市场机遇以及产品升级换代的动力。玩具行业抓住家庭消费升级带来的婴童市场机遇以及国家二胎政策的实施，使0-3岁婴幼儿玩具市场规模扩大。预计到2025年，中国0-3岁婴幼儿玩具市场规模将达到383亿元。



注：数据来源于中商产业研究院

此外婴幼儿玩具受电子产品以及网络游戏的影响较小，市场生命力较强。

B. 发行人婴幼儿产品核心竞争力

公司婴幼儿产品的核心竞争力主要体现在如下四个方面：

a. 研发

①研发团队成员由行业内资深研发人员组成，以“学在玩乐中”为理念，分析挖掘不同年龄段婴幼儿成长需求，结合婴幼儿的生活场景，对产品分月龄段精准设置教育内容，为不同阶段的婴幼儿量身定制玩具。②不断创新，结合现有科学技术，如碳膜技术、OID 隐形码技术等，使产品功能更为丰富。③注重产品质量，坚守安全标准，以无毒无害材料制作，安全环保，确保儿童安全。④销售部通过前期市场调查收集客户意见为公司产品提供了研发方向，使公司产品能够充分考虑消费者的需求。

b. 销售

公司从事玩具行业近 18 年，通过多年的市场积累形成了完善的市场销售网

络，与众多海内外客户建立了良好的销售关系，成熟的销售网络为公司婴幼儿系列玩具的市场拓展提供了良好的支撑。

c.品牌



重视品牌的打造与沉淀。在婴幼儿系列的全部产品中，公司自主设计了猴子、企鹅、狗和大象四只主要动物 IP 形象，其性格各异，贯穿整个系列，产品外观亲和可爱，有利于增强消费者的购买欲望和对品牌的认知度。

d.品类

婴幼儿玩具产品系列形象丰富，品类多样，截至 2020 年 3 月 31 日，已推出近 100 款产品，给予客户较大的选择空间。

2019 年度和 2020 年 1-3 月，婴幼儿玩具产品前五大畅销型号销售情况如下：

2020 年度 1-3 月

规格	产品图片	销售区域	销售金额（万元）	占婴幼儿产品系列收入比	主要客户
奇迪智立方（KD3801）		中国	127.08	3.89%	美佳集团、林宝香港有限公司、汕头市皮恩希玩具有限公司、汕头市澄海区华达玩具进出口贸易有限公司、MOUNTAIN KING INTERNATIONAL TRADING CO.,LIMITED
		韩国	40.56	1.24%	
		印度	7.64	0.23%	
		沙特阿拉伯	7.11	0.22%	
		尼日利亚	4.95	0.15%	
		其他	9.64	0.29%	
小计			196.99	6.03%	
奇乐探索大客机（KD3301）		中国	69.36	2.12%	
		瑞典	13.32	0.41%	
		沙特阿拉伯	12.72	0.39%	
		印度	5.72	0.17%	
		美国	5.56	0.17%	
		其他	5.91	0.18%	
小计			112.59	3.44%	

规格	产品图片	销售区域	销售金额 (万元)	占婴童产品系列收入比	主要客户
智玩积木叠叠乐 (KD3202)		尼日利亚	22.13	0.68%	
		克罗地亚	20.83	0.64%	
		中国	19.30	0.59%	
		沙特阿拉伯	13.09	0.40%	
		以色列	7.82	0.24%	
		其他	13.26	0.41%	
小计			96.42	2.95%	
奇迪迷你车-挖土机 (KD3102-7)		中国	50.67	1.55%	
		尼日利亚	15.94	0.49%	
		马尔代夫	8.38	0.26%	
		沙特阿拉伯	3.97	0.12%	
		比利时	3.67	0.11%	
		其他	3.73	0.11%	
小计			86.35	2.64%	
彩虹套圈叠叠猴 (KD3203)		尼日利亚	33.07	1.01%	
		中国	32.07	0.98%	
		沙特阿拉伯	10.44	0.32%	
		以色列	5.21	0.16%	
		保加利亚	2.22	0.07%	
		其他	2.53	0.08%	
小计			85.54	2.62%	
合计			577.88	17.68%	

续:

2019 年度

规格	产品图片	销售区域	销售金额 (万元)	占婴童产品系列收入比	主要客户
智玩积木叠叠乐 (KD3202)		中国	121.85	1.08%	美佳集团、林宝香港有限公司、汕头市皮恩希玩具有限公司、MOUNTAIN KING INTERNATIONAL
		印度	119.79	1.06%	
		尼日利亚	46.82	0.41%	
		巴西	29.42	0.26%	
		阿联酋	19.40	0.17%	
		其他	102.87	0.91%	

规格	产品图片	销售区域	销售金额 (万元)	占婴童产品系 列收入比	主要客户
小计			440.14	3.89%	TRADING CO.,LIMITE D、森铭贸易 有限公司
奇乐探索大客机 (KD3301)		中国	243.42	2.15%	
		阿根廷	25.52	0.23%	
		美国	20.31	0.18%	
		印度	18.16	0.16%	
		巴西	15.13	0.13%	
		其他	60.89	0.54%	
小计			383.43	3.39%	
奇乐启智乐园(KD3602)		中国	224.33	1.98%	
		印度	68.46	0.60%	
		以色列	24.52	0.22%	
		尼日利亚	21.34	0.19%	
		黎巴嫩	8.78	0.08%	
		其他	27.83	0.25%	
小计			375.26	3.32%	
奇迪智立方(KD3801)		中国	219.81	1.94%	
		印度	32.54	0.29%	
		以色列	18.52	0.16%	
		巴西	16.02	0.14%	
		罗马尼亚	9.78	0.09%	
		其他	33.17	0.29%	
小计			329.83	2.91%	
奇乐互动小萌犬 (KD3201-1)		中国	134.25	1.19%	
		印度	47.66	0.42%	
		沙特阿拉伯	25.15	0.22%	
		美国	15.35	0.14%	
		巴西	14.14	0.12%	
		其他	87.31	0.77%	
小计			323.86	2.86%	
合计			1,852.51	16.37%	

注：销售区域取该规格型号的前五大销售区域，其他销售区域合并列示于“其他”。

C. 婴童产品终端客户的特征

最终消费者一般通过商超卖场（如华润万家、沃尔玛和 LULU 等）、玩具专卖店（如玩具反斗城、Hamleys 和格灵岛等）、母婴店（如啾呀母婴、爱婴室等）、潮品店（如诺米、酷乐潮玩等）、电商平台（如天猫、京东等）等购买公司产品，最终消费者主要分为以下几类：

a.父母：近年来，80-90 后的新生代家长对孩子的智力开发较为重视，注重通过玩具产品对孩子进行早期的智力开发。因此，集知识趣味、动手动脑、亲子互动于一体的益智教育玩具更加受到欢迎。此外，玩具的品牌、质量和安全性也是家长们在选购玩具时考虑的重要因素。

b.婴幼儿童：对于 0-3 岁的孩子，玩具的颜色、声音、外观通常更能吸引其注意力；对于 4-6 岁的孩子，除玩具的颜色、声音、外观外，他们通常还会更加喜爱可玩性高、功能丰富的玩具产品。

c.选购礼品的消费者：这类消费者往往更加注重产品的包装、形象、质量和品牌的知名度。

发行人婴幼儿童系列产品主要面向 0-6 岁儿童，主要由父母作出消费决定，使用者与购买者为不同人群。因此，在产品研发设计方面，发行人婴幼儿童系列产品在保证产品质量和安全性的前提下，注重产品的教育化与智能化，辅以产品的 IP 化，提升品牌影响力。产品能够较好的满足最终消费者的需求，因此推出后获得良好的市场反应。

综上所述，在良好的市场发展态势下，公司采取了：a.针对市场需求，精准指导后续婴幼儿童产品研发，使得产品能够更好满足消费者的需求，体现了公司产品市场导向性；b.部分婴幼儿童玩具产品在 2018 年全年境内外各大展会展出，已获得一定的市场关注，体现营销策略的先导性；c.婴幼儿童玩具产品系列品类多样，形象丰富，给予客户较大的选择空间；d.2019 年公司战略主推婴幼儿童系列产品，获得良好的市场反应。因而，公司婴幼儿童系列产品收入增长较快且推出不久即成为主力产品具备合理性。

（3）主营业务收入按地区类别分析

单位：万元；%

项目	2020年1-3月		2019年度		2018年度		2017年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
内销收入	2,842.08	43.02	16,324.95	38.35	18,240.48	45.87	14,008.44	45.99
外销收入	3,764.24	56.98	26,240.38	61.65	21,527.81	54.13	16,453.03	54.01
合计	6,606.31	100.00	42,565.32	100.00	39,768.29	100.00	30,461.47	100.00

各类细分产品按区域销售情况如下：

2020年1-3月

内/外销	产品系列	区域	销售金额 (万元)	数量 (件)	销售平均单 价(元/件)	毛利率	占主营业务 收入比	
外销	变形玩具	巴西	138.37	75,105	18.42	29.36%	2.09%	
		尼日利亚	132.39	59,173	22.37	31.48%	2.00%	
		沙特阿拉伯	129.68	53,258	24.35	28.65%	1.96%	
		以色列	98.16	37,496	26.18	31.34%	1.49%	
		比利时	70.88	35,218	20.13	26.30%	1.07%	
		瑞典	56.45	15,100	37.38	28.46%	0.85%	
		印度	52.24	13,900	37.58	29.71%	0.79%	
		波兰	48.45	23,502	20.62	26.11%	0.73%	
		伊朗	37.46	8,260	45.35	32.92%	0.57%	
		克罗地亚	37.44	18,000	20.80	28.87%	0.57%	
	其他外销区域	103.04	51,184.00	20.13	30.44%	1.56%		
	变形玩具 小计			904.56	390,196	23.18	29.58%	13.69%
	机器人玩具	尼日利亚	53.39	36,904	14.47	19.59%	0.81%	
		伊朗	45.87	19,825	23.14	24.20%	0.69%	
		沙特阿拉伯	35.89	23,629	15.19	19.41%	0.54%	
		瑞典	33.72	9,314	36.20	28.41%	0.51%	
		保加利亚	30.37	6,000	50.62	33.46%	0.46%	
		以色列	27.29	7,544	36.17	28.50%	0.41%	
		巴西	20.79	5,750	36.16	29.96%	0.31%	
		阿根廷	14.00	4,300	32.55	31.53%	0.21%	
加纳		11.65	13,036	8.94	11.82%	0.18%		
克罗地亚		4.56	1,002	45.55	33.71%	0.07%		
其他外销区域	17.35	6,264	27.70	29.73%	0.26%			
机器人玩具 小计			294.89	133,568	22.08	25.35%	4.46%	

内/外销	产品系列	区域	销售金额 (万元)	数量 (件)	销售平均单 价 (元/件)	毛利率	占主营业 务收入比	
	恐龙玩具	以色列	30.86	3,348	92.17	26.48%	0.47%	
		瑞典	16.80	6,390	26.29	30.36%	0.25%	
		尼日利亚	15.26	7,288	20.93	29.78%	0.23%	
		巴西	13.20	7,804	16.92	33.17%	0.20%	
		斯洛文尼亚	8.83	2,748	32.12	34.91%	0.13%	
		伊朗	7.92	4,566	17.35	28.82%	0.12%	
		克罗地亚	5.50	2,490	22.07	27.66%	0.08%	
		俄罗斯联邦	4.44	1,416	31.36	42.07%	0.07%	
		沙特阿拉伯	4.39	2,200	19.94	25.79%	0.07%	
		马尔代夫	4.32	1,052	41.03	25.29%	0.07%	
		其他外销区域	14.53	3,992	36.40	28.46%	0.22%	
	恐龙玩具 小计			126.04	43,294	29.11	29.60%	1.91%
	其他玩具	阿根廷	80.88	102,100	7.92	14.85%	1.22%	
		比利时	50.77	47,602	10.67	15.83%	0.77%	
		沙特阿拉伯	42.64	54,461	7.83	12.74%	0.65%	
		尼日利亚	32.63	35,380	9.22	14.88%	0.49%	
		巴西	25.48	47,700	5.34	11.72%	0.39%	
		波兰	21.73	26,740	8.13	12.63%	0.33%	
		加拿大	14.80	20,000	7.40	14.82%	0.22%	
		俄罗斯联邦	13.15	19,920	6.60	22.86%	0.20%	
		保加利亚	6.73	4,000	16.82	16.89%	0.10%	
		加纳	6.14	7,053	8.71	14.49%	0.09%	
		其他外销区域	13.63	18,888	7.22	13.03%	0.21%	
	其他玩具 小计			308.58	383,844	8.04	14.61%	4.67%
	婴幼儿玩具	沙特阿拉伯	326.46	162,551	20.08	28.69%	4.94%	
		阿根廷	303.77	188,656	16.10	27.17%	4.60%	
		尼日利亚	299.58	140,870	21.27	28.46%	4.53%	
		巴西	298.81	182,899	16.34	29.86%	4.52%	
		瑞典	145.27	68,944	21.07	29.95%	2.20%	
		波兰	120.93	51,066	23.68	28.59%	1.83%	
		以色列	93.31	36,467	25.59	29.77%	1.41%	
		比利时	81.20	46,236	17.56	28.61%	1.23%	
		加纳	74.40	33,259	22.37	30.00%	1.13%	

内/外销	产品系列	区域	销售金额 (万元)	数量 (件)	销售平均单 价 (元/件)	毛利率	占主营业 务收入比
		克罗地亚	68.76	39,439	17.43	30.93%	1.04%
		其他外销区域	317.67	116,403	27.29	33.00%	4.81%
	婴幼儿玩具 小计		2,130.16	1,066,790	19.97	29.49%	32.24%
外销 合计			3,764.24	2,017,692	18.66	27.97%	56.98%
内销	变形玩具	广东省	1,116.17	268,678	41.54	31.26%	16.90%
		北京市	6.03	1,110	54.34	33.05%	0.09%
		山东省	0.50	200	25.06	30.00%	0.01%
		其他省份	51.41	25,105	20.48	8.79%	0.78%
	变形玩具 小计		1,174.11	295,093	39.79	30.28%	17.77%
	机器人玩具	广东省	274.30	74,544	36.80	31.84%	4.15%
		北京市	9.80	596	164.35	29.76%	0.15%
		山东省	0.78	45	172.57	36.33%	0.01%
		其他内销区域	3.06	227	134.85	31.93%	0.05%
	机器人玩具 小计		287.93	75,412	38.18	31.78%	4.36%
	恐龙玩具	广东省	124.76	50,362	24.77	29.34%	1.89%
		北京市	0.81	40	203.54	25.81%	0.01%
		其他内销区域	1.13	55	406.60	26.43%	0.02%
	恐龙玩具 小计		126.70	50,457	25.11	29.29%	1.92%
	服务收入	广东省	0.24			100.00%	0.00%
	服务收入 小计		0.24			100.00%	0.00%
	其他玩具	广东省	113.80	113,788	10.00	15.20%	1.72%
	其他玩具 小计		113.80	113,788	10.00	15.20%	1.72%
	婴幼儿玩具	广东省	851.48	374,479	22.74	30.34%	12.89%
		山东省	26.78	4,277	62.61	32.79%	0.41%
北京市		1.06	337	31.49	30.13%	0.02%	
其他内销区域		259.98	56,276	46.20	39.60%	3.94%	
婴幼儿玩具 小计		1,139.29	435,369	26.17	32.51%	17.25%	
内销 合计			2,842.08	970,120	29.30	30.69%	43.02%
总计			6,606.31	2,987,812	22.11	29.14%	100.00%

续：

2019 年度

内/外销	产品系列	区域	销售金额 (万元)	数量 (件)	销售平均 单价 (元/件)	毛利率	占主营 业务收入比	
外销	变形玩具	印度	4,400.16	1,377,192	31.95	32.54%	10.34%	
		美国	850.15	134,569	63.18	34.69%	2.00%	
		巴西	821.94	488,003	16.84	30.77%	1.93%	
		沙特阿拉伯	517.81	192,732	26.87	30.17%	1.22%	
		阿根廷	476.24	338,322	14.08	29.66%	1.12%	
		尼日利亚	436.46	155,388	28.09	32.81%	1.03%	
		阿联酋	435.19	107,828	40.36	31.99%	1.02%	
		瑞典	328.63	84,246	39.01	32.27%	0.77%	
		以色列	257.96	71,259	36.20	32.28%	0.61%	
		波兰	241.96	67,117	36.05	32.07%	0.57%	
		其他外销区域	2,293.96	827,869	27.71	32.57%	5.39%	
	变形玩具 小计			11,060.46	3,844,525	28.77	32.31%	25.98%
	机器人玩具	印度	1,662.54	498,797	33.33	32.07%	3.91%	
		美国	234.81	47,664	49.26	34.21%	0.55%	
		俄罗斯联邦	222.37	98,149	22.66	31.57%	0.52%	
		阿联酋	203.45	51,229	39.71	32.57%	0.48%	
		巴西	191.91	117,638	16.31	24.67%	0.45%	
		阿根廷	180.93	110,820	16.33	23.63%	0.43%	
		以色列	129.84	32,068	40.49	30.83%	0.31%	
		克罗地亚	103.35	19,244	53.71	34.20%	0.24%	
		瑞典	86.68	23,205	37.35	29.84%	0.20%	
		沙特阿拉伯	75.28	30,675	24.54	29.82%	0.18%	
		其他外销区域	669.49	162,819	41.12	32.21%	1.57%	
	机器人玩具 小计			3,760.65	1,192,308	31.54	31.36%	8.84%
	恐龙玩具	印度	933.17	318,667	29.28	32.03%	2.19%	
		美国	151.03	53,341	28.31	31.57%	0.35%	
		阿联酋	114.76	24,649	46.56	29.28%	0.27%	
俄罗斯联邦		96.20	50,074	19.21	31.55%	0.23%		
巴西		77.91	29,432	26.47	31.85%	0.18%		

内/外销	产品系列	区域	销售金额 (万元)	数量 (件)	销售平均 单价 (元/件)	毛利率	占主营业 务收入比	
		尼日利亚	72.48	19,264	37.62	29.71%	0.17%	
		科威特	71.76	23,193	30.94	32.78%	0.17%	
		克罗地亚	50.39	16,613	30.33	32.94%	0.12%	
		德国	48.55	14,782	32.84	36.05%	0.11%	
		以色列	31.84	8,793	36.22	29.77%	0.07%	
		其他外销区域	272.64	82,933	32.87	32.18%	0.64%	
		恐龙玩具 小计		1,920.73	641,741	29.93	31.85%	4.51%
		其他玩具	印度	772.54	864,004	8.94	22.01%	1.81%
			阿根廷	539.54	684,338	7.88	15.82%	1.27%
			巴西	420.99	462,689	9.10	22.71%	0.99%
			沙特阿拉伯	177.78	211,895	8.39	19.04%	0.42%
			比利时	115.42	125,749	9.18	23.66%	0.27%
			俄罗斯联邦	92.70	131,010	7.08	21.61%	0.22%
			尼日利亚	61.72	78,706	7.84	21.66%	0.14%
			克罗地亚	58.02	59,693	9.72	27.45%	0.14%
			伊朗	50.54	51,940	9.73	12.56%	0.12%
			以色列	50.44	46,935	10.75	22.18%	0.12%
			其他外销区域	230.82	235,750	9.79	23.71%	0.54%
		其他玩具 小计		2,570.50	2,952,709	8.71	20.76%	6.04%
		婴幼儿玩具	印度	1,527.94	711,052	21.49	31.31%	3.59%
			巴西	940.87	529,810	17.76	31.43%	2.21%
			阿根廷	809.49	449,833	18.00	30.87%	1.90%
			尼日利亚	495.92	257,223	19.28	31.99%	1.17%
			沙特阿拉伯	344.16	170,919	20.14	31.62%	0.81%
			瑞典	299.69	107,356	27.92	34.96%	0.70%
			克罗地亚	264.52	122,225	21.64	33.97%	0.62%
			比利时	253.73	164,116	15.46	30.38%	0.60%
	阿联酋		224.78	96,307	23.34	32.00%	0.53%	
	以色列		208.49	67,669	30.81	31.32%	0.49%	
	其他外销区域	1,558.45	683,624	22.80	32.70%	3.66%		
	婴幼儿玩具 小计		6,928.04	3,360,134	20.62	31.90%	16.28%	
	外销 合计		26,240.38	11,991,417	21.88	30.90%	61.65%	

内/外销	产品系列	区域	销售金额 (万元)	数量 (件)	销售平均 单价 (元/件)	毛利率	占主营业 务收入比	
内销	变形玩具	广东省	5,793.01	1,492,492	38.81	33.56%	13.61%	
		北京市	113.16	22,049	51.32	35.46%	0.27%	
		山东省	98.61	21,984	44.86	35.20%	0.23%	
		其他内销区域	1,349.62	287,910	46.88	40.92%	3.17%	
	变形玩具 小计			7,354.40	1,824,435	40.31	34.96%	17.28%
	机器人玩具	广东省	2,061.92	488,938	42.17	30.32%	4.84%	
		北京市	38.28	4,317	88.67	32.36%	0.09%	
		山东省	18.31	1,591	115.06	33.77%	0.04%	
		其他内销区域	58.42	5,987	97.58	33.96%	0.14%	
	机器人玩具 小计			2,176.93	500,833	43.47	30.49%	5.11%
	恐龙玩具	广东省	831.64	338,396	24.58	31.74%	1.95%	
		北京市	19.92	4,110	48.47	32.59%	0.05%	
		山东省	9.59	1,160	82.70	27.58%	0.02%	
		其他内销区域	68.43	17,276	39.61	30.59%	0.16%	
	恐龙玩具 小计			929.58	360,942	25.75	31.63%	2.18%
	服务收入	广东省	0.65			100.00%	0.00%	
	服务收入 小计			0.65			100.00%	0.00%
	其他玩具	广东省	1,440.88	1,265,599	11.38	23.86%	3.39%	
		其他内销区域	32.13	9,972	32.22	31.24%	0.08%	
	其他玩具 小计			1,473.01	1,275,571	11.55	24.02%	3.46%
	婴幼儿玩具	广东省	3,342.34	1,421,505	23.51	32.72%	7.85%	
		北京市	161.48	33,888	47.65	30.29%	0.38%	
		山东省	120.04	34,713	34.58	31.58%	0.28%	
其他内销区域		766.52	184,333	41.58	34.33%	1.80%		
婴幼儿玩具 小计			4,390.37	1,674,439	26.22	32.88%	10.31%	
内销 合计			16,324.95	5,636,224	28.96	32.63%	38.35%	
总计			42,565.32	17,627,641	24.15	31.56%	100.00%	

续：

2018 年度

内/外销	产品系列	区域	销售金额 (万元)	数量 (件)	销售平均 单价 (元 /件)	毛利率	占主营业务 收入比	
外销	变形玩具	印度	3,472.59	936,172	37.09	32.35%	8.73%	
		比利时	682.74	251,293	27.17	30.45%	1.72%	
		危地马拉	572.53	132,857	43.09	32.65%	1.44%	
		尼日利亚	555.01	104,700	53.01	31.58%	1.40%	
		阿联酋	479.54	132,297	36.25	31.20%	1.21%	
		以色列	479.32	119,929	39.97	32.37%	1.21%	
		美国	450.01	82,460	54.57	34.44%	1.13%	
		葡萄牙	428.93	80,795	53.09	32.58%	1.08%	
		克罗地亚	383.09	95,791	39.99	32.52%	0.96%	
		海地	307.54	79,146	38.86	37.46%	0.77%	
		其他外销区域	3,300.95	821,397	40.19	32.69%	8.30%	
	变形玩具 小计			11,112.26	2,836,837	39.17	32.50%	27.94%
	机器人玩具	印度	1,559.47	595,549	26.19	27.74%	3.92%	
		波兰	391.17	72,820	53.72	34.16%	0.98%	
		尼日利亚	375.22	82,035	45.74	31.00%	0.94%	
		危地马拉	303.28	110,569	27.43	30.07%	0.76%	
		克罗地亚	291.38	64,707	45.03	30.39%	0.73%	
		美国	263.98	57,427	45.97	32.52%	0.66%	
		以色列	198.28	51,650	38.39	30.98%	0.50%	
		阿联酋	179.29	53,336	33.61	27.12%	0.45%	
		海地	137.40	22,915	59.96	34.74%	0.35%	
		印度尼西亚	136.27	24,008	56.76	29.20%	0.34%	
		其他外销区域	1,588.80	458,800	34.63	29.62%	4.00%	
	机器人玩具 小计			5,424.53	1,593,816	34.03	29.80%	13.64%
	恐龙玩具	印度	903.01	314,093	28.75	29.80%	2.27%	
		美国	275.07	131,191	20.97	30.68%	0.69%	
		以色列	142.06	33,691	42.17	28.08%	0.36%	
		克罗地亚	108.17	34,489	31.36	28.03%	0.27%	
		危地马拉	107.50	18,986	56.62	30.17%	0.27%	

内/外销	产品系列	区域	销售金额 (万元)	数量 (件)	销售平均 单价 (元 /件)	毛利率	占主营业务 收入比	
内/外销		波兰	107.34	23,630	45.43	33.60%	0.27%	
		阿联酋	88.19	33,159	26.60	29.38%	0.22%	
		英国	85.31	21,445	39.78	32.93%	0.21%	
		海地	84.29	19,270	43.74	33.61%	0.21%	
		俄罗斯联邦	66.29	27,629	23.99	31.84%	0.17%	
		其他外销区域	683.07	212,865	32.09	30.07%	1.72%	
	恐龙玩具 小计			2,650.30	870,448	30.45	30.22%	6.66%
	其他玩具	印度	1,153.49	1,098,524	10.50	18.22%	2.90%	
		沙特阿拉伯	150.37	192,874	7.80	16.69%	0.38%	
		美国	144.90	102,589	14.12	28.81%	0.36%	
		阿根廷	133.63	165,811	8.06	14.11%	0.34%	
		克罗地亚	88.35	95,549	9.25	14.23%	0.22%	
		阿联酋	56.60	52,850	10.71	18.58%	0.14%	
		危地马拉	55.78	47,798	11.67	20.17%	0.14%	
		以色列	44.35	40,510	10.95	16.92%	0.11%	
		尼日利亚	43.17	38,109	11.33	19.71%	0.11%	
		俄罗斯联邦	41.14	41,726	9.86	17.18%	0.10%	
		其他外销区域	428.93	387,227	11.08	18.50%	1.08%	
	其他玩具 小计			2,340.71	2,263,567	10.34	18.48%	5.89%
	外销 合计			21,527.81	7,564,668	28.46	30.02%	54.13%
内销	变形玩具	广东省	8,209.20	2,196,329	37.38	32.49%	20.64%	
		北京市	219.25	42,351	51.77	33.81%	0.55%	
		山东省	123.39	32,665	37.77	32.12%	0.31%	
		其他省份	1,549.67	378,143	40.98	31.50%	3.90%	
	变形玩具 小计			10,101.51	2,649,488	38.13	32.36%	25.40%
	机器人玩具	广东省	3,699.38	942,555	39.25	30.72%	9.30%	
		山东省	119.01	11,978	99.36	31.97%	0.30%	
		北京市	93.96	10,392	90.41	32.42%	0.24%	
		其他省份	264.30	31,716	83.33	30.32%	0.66%	
	机器人玩具 小计			4,176.64	996,641	41.91	30.77%	10.50%
	恐龙玩具	广东省	1,834.94	610,406	30.06	30.48%	4.61%	
北京市		74.97	15,807	47.43	29.26%	0.19%		

内/外销	产品系列	区域	销售金额 (万元)	数量 (件)	销售平均 单价 (元 /件)	毛利率	占主营业务 收入比
		山东省	18.94	6,576	28.81	30.39%	0.05%
		其他省份	126.39	17,762	71.16	32.35%	0.32%
	恐龙玩具 小计		2,055.24	650,551	31.59	30.55%	5.17%
	服务收入	广东省	10.39			100.00%	0.02%
	服务收入 小计		10.39			100.00%	0.03%
	其他玩具	广东省	1,893.24	2,099,597	9.02	25.26%	4.76%
		山东省	2.47	2,039	12.12	18.95%	0.01%
		其他内销区域	0.98	518	18.98	36.25%	0.00%
	其他玩具 小计		1,896.70	2,102,154	9.02	25.26%	4.77%
	内销 合计			18,240.48	6,398,834	28.51	31.09%
总计			39,768.29	13,963,502	28.48	30.51%	100.00%

续:

2017 年度

内/外销	产品系列	区域	销售金额 (万元)	数量 (件)	销售平均 单价 (元 /件)	毛利率	占主营业 务收入比
外销	变形玩具	印度	929.99	298,733	31.13	35.25%	3.05%
		中国香港	502.13	189,825	26.45	28.36%	1.65%
		科特迪瓦	206.28	68,486	30.12	31.79%	0.68%
		阿联酋	131.82	18,396	71.66	44.02%	0.43%
		新加坡	109.97	13,568	81.05	38.12%	0.36%
		以色列	108.47	15,266	71.06	42.24%	0.36%
		哥伦比亚	101.43	53,994	18.79	31.85%	0.33%
		沙特阿拉伯	99.51	13,481	73.82	42.16%	0.33%
		马来西亚	96.91	140,220	6.91	30.05%	0.32%
		巴西	83.55	12,896	64.78	40.36%	0.27%
		其他外销区域	1,155.42	345,988	33.39	34.54%	3.79%
	变形玩具 小计		3,525.49	1,170,853	30.11	34.54%	11.57%
	机器人玩具	印度	3,448.68	1,565,167	22.03	27.85%	11.32%
		韩国	698.93	411,342	16.99	18.12%	2.29%
		中国香港	647.64	369,656	17.52	26.33%	2.13%
哥伦比亚		544.16	244,870	22.22	30.07%	1.79%	

内/外销	产品系列	区域	销售金额 (万元)	数量 (件)	销售平均 单价 (元/件)	毛利率	占主营业 务收入比	
		新加坡	386.63	283,944	13.62	14.66%	1.27%	
		马来西亚	274.12	214,322	12.79	25.23%	0.90%	
		科特迪瓦	137.69	23,048	59.74	31.35%	0.45%	
		尼日利亚	114.11	27,319	41.77	37.82%	0.37%	
		智利	106.86	32,524	32.86	40.98%	0.35%	
		俄罗斯联邦	102.93	46,314	22.22	36.03%	0.34%	
		其他外销区域	1,263.84	536,273	23.57	26.86%	4.15%	
	机器人玩具 小计			7,725.59	3,754,779	20.58	26.58%	25.36%
	恐龙玩具	印度	661.54	215,446	30.71	36.47%	2.17%	
		新加坡	297.75	38,382	77.58	32.27%	0.98%	
		中国香港	272.18	57,747	47.13	31.42%	0.89%	
		韩国	216.52	26,504	81.70	34.56%	0.71%	
		马来西亚	215.51	126,952	16.98	31.90%	0.71%	
		芬兰	68.58	45,646	15.03	20.41%	0.23%	
		俄罗斯联邦	48.69	20,148	24.17	36.21%	0.16%	
		哥伦比亚	48.37	10,648	45.43	45.66%	0.16%	
		英国	45.40	17,950	25.29	18.84%	0.15%	
		巴西	43.25	2,191	197.41	36.46%	0.14%	
		其他外销区域	241.00	49,048	49.14	30.36%	0.79%	
	恐龙玩具 小计			2,158.80	610,662	35.35	33.24%	7.09%
	其他玩具	中国香港	813.97	743,770	10.94	21.54%	2.67%	
		印度	765.61	905,302	8.46	11.82%	2.51%	
		阿根廷	172.83	248,856	6.94	7.64%	0.57%	
		厄瓜多尔	154.80	106,242	14.57	34.39%	0.51%	
		科特迪瓦	145.94	187,610	7.78	13.13%	0.48%	
		马来西亚	92.91	267,904	3.47	31.89%	0.31%	
		土耳其	62.89	5,500	114.34	6.08%	0.21%	
韩国		61.22	48,828	12.54	13.87%	0.20%		
哥伦比亚		58.27	27,054	21.54	7.74%	0.19%		
伊斯坦布尔		46.40	6,680	69.46	5.15%	0.15%		
其他外销区域		668.31	374,631	17.84	24.53%	2.19%		
其他玩具 小计			3,043.15	2,922,377	10.41	18.54%	9.99%	

内/外销	产品系列	区域	销售金额 (万元)	数量 (件)	销售平均 单价 (元/件)	毛利率	占主营业务 收入比	
外销 合计			16,453.03	8,458,671	19.45	27.68%	54.01%	
内销	变形玩具	广东省	5,540.92	1,722,160	32.17	31.33%	18.19%	
		山东省	266.18	110,735	24.04	24.28%	0.87%	
		北京市	148.30	24,973	59.38	30.56%	0.49%	
		其他内销区域	1,071.68	282,633	37.92	30.11%	3.52%	
	变形玩具 小计			7,027.08	2,140,501	32.83	30.86%	23.07%
	机器人玩具	广东省	3,931.67	1,357,351	28.97	29.26%	12.91%	
		北京市	70.66	10,514	67.21	32.76%	0.23%	
		山东省	57.18	26,590	21.51	23.50%	0.19%	
		其他内销区域	224.58	64,900	34.60	35.57%	0.74%	
	机器人玩具 小计			4,284.08	1,459,355	29.36	29.57%	14.06%
	恐龙玩具	广东省	1,750.97	671,037	26.09	28.13%	5.75%	
		北京市	22.46	1,940	115.76	31.71%	0.07%	
		山东省	10.92	2,800	39.00	13.92%	0.04%	
		其他内销区域	148.64	42,573	34.91	12.76%	0.49%	
	恐龙玩具 小计			1,932.99	718,350	26.91	26.91%	6.35%
	服务收入	广东省	5.66	-		100.00%	0.02%	
		北京市	3.15	-		100.00%	0.01%	
	服务收入 小计			8.81	-		100.00%	0.03%
	其他玩具	广东省	737.89	562,002	13.13	22.89%	2.42%	
		山东省	8.15	4,493	18.13	41.37%	0.03%	
其他内销区域		9.44	8,009	11.79	38.64%	0.03%		
其他玩具 小计			755.48	574,504	13.15	23.29%	2.48%	
内销 合计			14,008.44	4,892,710	28.63	29.55%	45.99%	
总计			30,461.47	13,351,381	22.82	28.54%	100.00%	

注 1: 表格中产品系列中的“服务收入”主要是授权费收入;

注 2: 表格中“其他外销区域”是各系列前十大销售区域以外的区域;

注 3: 公司以经销为主, 主要的经销商集中在广东省, 其他内销区域合并列示。

报告期境内外销售主要客户、结算货币及结算方式

销售区域	主要客户	销售金额 (万元)	结算 货币	结算方式
2020 年 1-3 月				
境外	美佳集团	1,856.64	美元	电汇

销售区域	主要客户	销售金额 (万元)	结算 货币	结算方式
	MOUNTAINKING INTERNATIONAL TRADING CO., LIMITED	655.48	美元	电汇
	林宝香港有限公司	596.17	美元	电汇
	SHANTOU HEZONG TOYS CO.,LIMITED	252.76	美元	电汇
	SHANTOU MINGBO TOYS CO.LIMITED	245.49	美元	电汇
合计占当期境外销售比		95.81%		
境内	汕头市皮恩希玩具有限公司/汕头市迪华贸易有限公司	723.60	人民币	银行转账
	汕头市怡盛贸易有限公司	351.99	人民币	银行转账
	汕头市澄海区华达玩具进出口贸易有限公司	322.32	人民币	银行转账
	汕头市澄海区冠华进出口贸易有限公司	225.65	人民币	银行转账
	汕头市长煌贸易有限公司	144.09	人民币	银行转账
合计占当期境内销售比		62.20%		
2019 年度				
境外	美佳集团	10,267.15	美元	电汇
	MOUNTAINKING INTERNATIONAL TRADING CO., LIMITED	6,569.31	美元	电汇
	林宝香港有限公司	5,317.60	美元	电汇
	森铭贸易有限公司	1,444.06	美元	电汇
	SHANTOU HEZONG TOYS CO.,LIMITED	870.42	美元	电汇
合计占当期境外销售比		92.56%		
境内	汕头市皮恩希玩具有限公司/汕头市迪华贸易有限公司	3,497.40	人民币	银行转账
	广东健健智能科技有限公司	2,165.22	人民币	银行转账
	汕头市澄海区华达玩具进出口贸易有限公司	1,932.14	人民币	银行转账
	汕头市怡盛贸易有限公司	1,100.21	人民币	银行转账
	汕头市澄海区艳阳春贸易有限公司	972.37	人民币	银行转账
合计占当期境内销售比		59.22%		
2018 年度				
境外	美佳集团	12,430.60	美元	电汇
	林宝香港有限公司	4,604.54	美元	电汇
	MOUNTAINKING INTERNATIONAL TRADING CO., LIMITED	1,545.06	美元	电汇
	森铭贸易有限公司	462.45	美元	电汇
	WORLD TRADING 23,INC	260.26	美元	电汇
合计占当期境外销售比		89.67%		
境内	汕头市皮恩希玩具有限公司/汕头市迪华贸易有限公司	3,461.29	人民币	银行转账

销售区域	主要客户	销售金额 (万元)	结算 货币	结算方式
	汕头市澄海区华达玩具进出口贸易有限公司	2,706.85	人民币	银行转账
	汕头市艺丰贸易发展有限公司	1,821.30	人民币	银行转账
	汕头市赢盛进出口贸易有限公司	1,303.60	人民币	银行转账
	广东世纪信华文化发展有限公司	1,264.79	人民币	银行转账
合计占当期境内销售比		57.88%		
2017 年度				
境外	美佳集团	4,574.83	美元	电汇
	林宝香港有限公司	2,928.96	美元	电汇
	森铭贸易有限公司	2,490.06	美元	电汇
	JATINDER SPORTS	468.60	美元	电汇
	IE ENTERPRISEPTE LTD	395.78	美元	电汇
合计占当期境外销售比		66.00%		
境内	汕头市皮恩希玩具有限公司/汕头市迪华贸易有限公司	3,489.22	人民币	银行转账
	汕头市澄海区华达玩具进出口贸易有限公司	2,082.55	人民币	银行转账
	汕头市赢盛进出口贸易有限公司	1,199.84	人民币	银行转账
	汕头市北舟进出口贸易有限公司	1,090.41	人民币	银行转账
	广东健健智能科技有限公司	825.47	人民币	银行转账
合计占当期境内销售比		62.06%		

报告期公司外销前十大国家或区域情况如下：

2020 年 1-3 月

区域	购方企业名称	销售收入 (万元)	占外销 收入比 例	经销商下游客户名称	经销商下 游客户成 立日期
沙特阿 拉伯	林宝香港有限公司	524.67	13.94%	/	
	SMART FORTUNE CO.,LTD	14.39	0.38%	LANDMARK	1993/6/1
尼日利 亚	美佳集团（IDEAL HOLDINGS (HK) LIMITED）	533.25	14.17%	/	
巴西	美佳集团（UNI-REGENT HOLDINGS LIMITED）	276.01	7.33%	/	
	MOUNTAINKING INTERNATIONAL TRADING CO., LIMITED	220.65	5.86%	20 COMERCIAL DE UTILIDADES DOMESTICAS LTDA	2004/2/13
阿根廷	MOUNTAINKING INTERNATIONAL TRADING CO., LIMITED	434.83	11.55%	GO SHOP S.A	2004/3/8
以色列	美佳集团（UNI-REGENT HOLDINGS LIMITED）	202.38	5.38%	JAFRI TOYS B.V.	2004/11/1
	林宝香港有限公司	50.93	1.35%	ACE TOYS LTD.	2016/9/11

区域	购方企业名称	销售收入 (万元)	占外销 收入比 例	经销商下游客户名称	经销商下 游客户成 立日期
瑞典	SHANTOU HEZONG TOYS CO.,LIMITED	252.76	6.71%	ALRICO FORSALJNINGS AB	1988/4/6
比利时	美佳集团（UNI-REGENT HOLDINGS LIMITED）	202.85	5.39%	JAFRI TOYS B.V.	2004/11/1
波兰	美佳集团（UNI-REGENT HOLDINGS LIMITED）	195.20	5.19%	PEGAZ TOYS S.C. MIROSLAW SPOSÓB, CZESLAW PAWEŁ MURGRABIA	2015/7/20
				PRODAR SP Z O.O. S.K.A	2013/12/5
加纳	SHANTOU MINGBO TOYS CO.LIMITED	126.19	3.35%	JANET WIAFE	2014/5/22
伊朗	SHANTOU MINGBO TOYS CO.LIMITED	119.30	3.17%	/	
合计		3,153.40	83.77%		

续：

2019 年度

区域	购方企业名称	销售收入 (万元)	占外销 收入比	经销商下游客户名称	经销商下 游客户成 立日期
印度	美佳集团（UNI-REGENT HOLDINGS LIMITED）	5,518.84	21.03%	AA INDUSTRIES	2015
				GAN GANPATI ENTERPRISES	2010/10/5
				GUPTA TRADERS	2005
				ITALIO PLAZA	2001
				J.B.MANUFACTURING CO.	1972
				JAI GURU IMPEX	2011
				JATINDER SPORTS	2013
				KAPSSON TRADE LINK	2008
				KARMA INTERNATIONAL	2019
				KOMAL IMPEX	2011
				LITTLE TREASURE	2015
				N.M.TOYS	2012
				PURI TRADING CO.	1972
				SUNIL&COMPANY	1988/11/21
	SUPER KIDS				
林宝香港有限公司	2,986.21	11.38%	BUNTY TOYS	2005	
			D G TRADERS- DELHI	2017	
			GOYAL ENTERPRISES	2000	
			ITALIO PLAZA	2001	

区域	购方企业名称	销售收入 (万元)	占外销 收入比	经销商下游客户名称	经销商下游 客户成立日 期
				J.B.MANUFACTURING CO.	1972
				KAPSSON TRADE LINK	2008
				KARMA INTERNATIONAL	2019
				KOMAL IMPEX	2011
				LOTUS TRADING COMPANY	2012
				MAHADEV ENTERPRISES	2017/3/9
				MAHAVIR TRADING COMPANY	2010
				MTC TOYS PRIVATE LIMITED	1995/12/27
				N.M.TOYS	2012
				PARAS TRADING COMPANY	1995
	YUKTI TOYS	-			
	森铭贸易有限公司	747.15	2.85%	MTC TOYS PRIVATE LIMITED	1995/12/27
				PURI TRADING CO.	1972
SHIVANGI VYAPAR PRIVATE LIMITED	26.60	0.10%	/	-	
RELIANCE BIG ENTERTAINMENT PVT LTD.	17.55	0.07%	/	-	
巴西	MOUNTAINKING INTERNATIONAL TRADING CO., LIMITED	2,453.63	9.35%	20 COMERCIAL DE UTILIDADES DOMESTICAS LTDA	2004/2/13
阿根廷	MOUNTAINKING INTERNATIONAL TRADING CO., LIMITED	1,871.58	7.13%	GO SHOP S.A	2004/3/8
	林宝香港有限公司	134.83	0.51%	GO SHOP S.A	2004/3/8
美国	林宝香港有限公司	916.72	3.49%	BEST LINK	2007/2/12
				WORLD TRADING 23,INC	2004/3/5
	ODYSSEY MARKETING CORP	274.87	1.05%	ODYSSEY MARKETING CORP	1996/1/26
	SKY BILLIARDS DBA BEST CHOICE PRODUCTS	129.67	0.49%	BEST CHOICE PRODUCTS,INC.	2002/10/23
	BRICSTAR HOLDING LIMITED	84.08	0.32%	/	-
	FLYBAR INC.	22.10	0.08%	/	-
HOME4U INC	13.78	0.05%	/	-	
沙特阿 拉伯	林宝香港有限公司	552.93	2.11%	/	-
	MOUNTAINKING INTERNATIONAL TRADING CO., LIMITED	276.59	1.05%	/	-
	森铭贸易有限公司	225.78	0.86%	/	-
	FAISAL ALI MOHAMED BANAFI FOR TRADING	45.48	0.17%	/	-

区域	购方企业名称	销售收入 (万元)	占外销 收入比	经销商下游客户名称	经销商下游 客户成立日 期
	ANWAR ALI AHMED BAHTTAB TRADING	29.75	0.11%	/	-
	SMART FORTUNE CO.,LTD	13.12	0.05%	LANDMARK	1993/6/1
尼日利亚	美佳集团（IDEAL HOLDINGS (HK) LIMITED）	1,139.32	4.34%	/	-
阿联酋	MOUNTAINKING INTERNATIONAL TRADING CO., LIMITED	800.76	3.05%	GO SHOP S.A	2004/3/8
				NEW RED DOOR TRADING L.L.C	1989/5/9
				WADI AL AHLAM GENERAL TRADING (L.L.C.)	1999/4/4
	森铭贸易有限公司	97.12	0.37%	/	-
	林宝香港有限公司	56.70	0.22%	/	-
	DEVELOPING DREAMZ GENERAL TRADING LLC	39.12	0.15%	/	-
	SMART FORTUNE CO.,LTD	33.72	0.13%	POP TOYS(2002)MARKETING LTD	2002/12/4
瑞典	SHANTOU HEZONG TOYS CO.,LIMITED	775.49	2.96%	ALRICO FORSALJNINGS AB	1988/4/6
俄罗斯联邦	DJIN COMPANY LIMITED	255.96	0.98%	/	2017/12/22
	BOOKSTAR LTD.	178.11	0.68%	BOOKSTAR, LLC	2009/9/21
	林宝香港有限公司	126.71	0.48%	/	-
	LIMITED LIABILITY COMPANY	106.59	0.41%	JTF WHOLESALE LIMITED	2015/12/21
	森铭贸易有限公司	58.80	0.22%	/	-
以色列	美佳集团（UNI-REGENT HOLDINGS LIMITED）	437.11	1.67%	JAFRI TOYS B.V.	2004/11/1
	林宝香港有限公司	118.74	0.45%	ACE TOYS LTD.	2016/9/11
	森铭贸易有限公司	113.77	0.43%	ACE TOYS LTD.	2016/9/11
	美佳集团（IDEAL HOLDINGS (HK) LIMITED）	8.96	0.03%	/	-
合计		20,688.25	78.84%		

续：

2018 年度

区域	购方企业名称	销售收入 (万元)	占外销 收入比	经销商下游客户名称	经销商下 游客户成 立日期
印度	林宝香港有限公司	3,280.94	15.24%	D G TRADERS- DELHI	2017
				GOYAL ENTERPRISES	2000
				ITALIO PLAZA	2001

区域	购方企业名称	销售收入 (万元)	占外销 收入比	经销商下游客户名称	经销商下 游客户成 立日期
				J.B.MANUFACTURING CO.	1972
				KAPSSON TRADE LINK	2008
				KOMAL IMPEX	2011
				LOTUS TRADING COMPANY	2012
				MAHADEV ENTERPRISES	2017/3/9
				MAHAVIR TRADING COMPANY	2010
				MTC TOYS PRIVATE LIMITED	1995/12/27
				N.M.TOYS	2012
				PARAS TRADING COMPANY	1995
				YUKTI TOYS	
				BUNTY TOYS	2005
	美佳集团（UNI-REGENT HOLDINGS LIMITED）	3,132.35	14.55%	AA INDUSTRIES	2015
				GAN GANPATI ENTERPRISES	2010/10/5
				GUPTA TRADERS	2005
				ITALIO PLAZA	2001
				J.B.MANUFACTURING CO.	1972
				JAI GURU IMPEX	2011
				JATINDER SPORTS	2013
				KAPSSON TRADE LINK	2008
				KOMAL IMPEX	2011
				LITTLE TREASURE	2015
				N.M.TOYS	2012
				PURI TRADING CO.	1972
				SUNIL&COMPANY	1988/11/21
	SUPER KIDS				
	美佳集团（IDEAL HOLDINGS (HK) LIMITED）	242.88	1.13%	/	
	RELIANCE BIG ENTERTAINMENT PVT LTD.	116.97	0.54%	/	
	YSS GLOBAL TRADE PRIVATE LIMITED	109.04	0.51%	YSS GLOBAL TRADE PRIVATE LIMITED	2017/7/3
	森铭贸易有限公司	103.61	0.48%	MTC TOYS PRIVATE LIMITED	1995/12/27
PURI TRADING CO.				1972	

区域	购方企业名称	销售收入 (万元)	占外销 收入比	经销商下游客户名称	经销商下 游客户成 立日期
	ODYSSEY MARKETING CORP	82.58	0.38%	ODYSSEY MARKETING CORP	1996/1/26
	JMD IMPEX	20.19	0.09%	/	
美国	林宝香港有限公司	542.07	2.52%	BEST LINK	2007/2/12
				WORLD TRADING 23,INC	2004/3/5
	WORLD TRADING 23,INC	260.26	1.21%	WORLD TRADING 23,INC	2004/3/5
	ODYSSEY MARKETING CORP	99.83	0.46%	ODYSSEY MARKETING CORP	1996/1/26
	SKY BILLIARDS DBA BEST CHOICE PRODUCTS	66.88	0.31%	BEST CHOICE PRODUCTS,INC.	2002/10/23
	美佳集团（UNI-REGENT HOLDINGS LIMITED）	65.04	0.30%	/	
	HANDLOWY LLC	46.49	0.22%	/	
	BARAKAH TWO THOUSAND DRUG CORP	16.87	0.08%	/	
	HOME IT INC	14.63	0.07%	/	
	BACK TO THE FUTURE	12.05	0.06%	/	
	森铭贸易有限公司	9.81	0.05%	/	
危地马拉	美佳集团（UNI-REGENT HOLDINGS LIMITED）	1,039.09	4.83%	AVI SA	1994/9/19
尼日利亚	美佳集团（IDEAL HOLDINGS (HK) LIMITED）	842.35	3.91%	/	
	美佳集团（UNI-REGENT HOLDINGS LIMITED）	158.69	0.74%	/	
克罗地亚	美佳集团（UNI-REGENT HOLDINGS LIMITED）	713.79	3.32%	CANDER D.O.O.	1996/3/7
				DAVOR D.O.O.	2014/11/25
	美佳集团（IDEAL HOLDINGS (HK) LIMITED）	99.62	0.46%	/	
	林宝香港有限公司	57.58	0.27%	/	
以色列	美佳集团（UNI-REGENT HOLDINGS LIMITED）	642.05	2.98%	JAFRI TOYS B.V.	2004/11/1
	林宝香港有限公司	101.80	0.47%	ACE TOYS LTD.	2016/9/11
	森铭贸易有限公司	74.57	0.35%	ACE TOYS LTD.	2016/9/11
	SHANTOU MINGBO TOYS CO.LIMITED	28.56	0.13%	/	
	HOT STUFF TOYS	17.03	0.08%	/	
阿联酋	MOUNTAINKING INTERNATIONAL TRADING CO., LIMITED	591.84	2.75%	GO SHOP S.A	2004/3/8
				NEW RED DOOR TRADING L.L.C	1989/5/9
				WADI AL AHLAM GENERAL TRADING (L.L.C.)	1999/4/4
	SMART FORTUNE	142.40	0.66%	POP	2002/12/4

区域	购方企业名称	销售收入 (万元)	占外销 收入比	经销商下游客户名称	经销商下 游客户成 立日期
	CO.,LTD			TOYS(2002)MARKETING LTD	
	森铭贸易有限公司	69.39	0.32%	/	
比利时	美佳集团（UNI-REGENT HOLDINGS LIMITED）	789.36	3.67%	/	
波兰	美佳集团（UNI-REGENT HOLDINGS LIMITED）	489.91	2.28%	PEGAZ TOYS S.C	2015/7/20
	SHANTOU MINGBO TOYS CO.LIMITED	204.90	0.95%	JOINCO IMPORTACAO	2005/3/2
	林宝香港有限公司	53.76	0.25%	/	
	HOLLA POLAND	16.57	0.08%	/	
葡萄牙	美佳集团（IDEAL HOLDINGS (HK) LIMITED）	571.21	2.65%	SEMPREVIVA-IMPORTACAO E EXPORTACAO, S.A.	1985/1/1
合计		14,926.98	69.34%		

续：

2017 年度

区域	购方企业名称	销售收入 (万元)	占外销 收入比	经销商下游客户名称	经销商下 游客户成 立日期
印度	林宝香港有限公司	1,799.15	10.94%	BUNTY TOYS	2005
				D G TRADERS- DELHI	2017
				GOYAL ENTERPRISES	2000
				ITALIO PLAZA	2001
				J.B.MANUFACTURING CO.	1972
				KAPSSON TRADE LINK	2008
				KOMAL IMPEX	2011
				LOTUS TRADING COMPANY	2012
				MAHADEV ENTERPRISES	2017/3/9
				MAHAVIR TRADING COMPANY	2010
				MTC TOYS PRIVATE LIMITED	1995/12/27
				N.M.TOYS	2012
				PARAS TRADING COMPANY	1995
	YUKTI TOYS				
森铭贸易有限公司	1,251.03	7.60%	MTC TOYS PRIVATE LIMITED	1995/12/27	
			PURI TRADING CO.	1972	
美佳集团（IDEAL HOLDINGS (HK) LIMITED）	623.92	3.79%	/		

区域	购方企业名称	销售收入 (万元)	占外销 收入比	经销商下游客户名称	经销商下 游客户成 立日期
	JATINDER SPORTS	252.80	1.54%	/	
	美佳集团（UNI-REGENT HOLDINGS LIMITED）	217.42	1.32%	AA INDUSTRIES	2015
				GAN GANPATI ENTERPRISES	2010/10/5
				GUPTA TRADERS	2005
				ITALIO PLAZA	2001
				J.B.MANUFACTURING CO.	1972
				JAI GURU IMPEX	2011
				JATINDER SPORTS	2013
				KAPSSON TRADE LINK	2008
				KOMAL IMPEX	2011
				LITTLE TREASURE	2015
				N.M.TOYS	2012
				PURI TRADING CO.	1972
	SUNIL&COMPANY	1988/11/21			
	SUPER KIDS				
	GAN GANPATI ENTERPRISES	100.35	0.61%	/	
	SUNIL AND COMPANY	92.82	0.56%	SUNIL&COMPANY	1988/11/21
	ORIENT PLASTICS	86.17	0.52%	/	
	STAR TOYS	74.60	0.45%	/	
	SHRI BALAJI EXPORT	65.99	0.40%	/	
	JMD IMPEX	64.25	0.39%	/	
	JAI GURU IMPEX	63.65	0.39%	JAI GURU IMPEX	2011
	VIKASH TOY CENTRE PRIVATE LIMITED	59.07	0.36%	/	
BOPKIN INTERNATIONAL	54.76	0.33%	KAPSSON TRADE LINK	2008	
Reliance Big Entertainment Pvt Ltd.	54.48	0.33%	/		
KAY TEE INIDA IMPEX	50.83	0.31%	ITALIO PLAZA	2001	
KOMAL IMPEX (INDIA)	50.48	0.31%	KOMAL IMPEX	2011	
其他	844.06	5.13%			
中国香港	美佳集团（UNI-REGENT HOLDINGS LIMITED）	292.57	1.78%	/	
	美佳集团（IDEAL HOLDINGS (HK) LIMITED）	176.11	1.07%	/	
	JATINDER SPORTS	123.08	0.75%	/	

区域	购方企业名称	销售收入 (万元)	占外销 收入比	经销商下游客户名称	经销商下 游客户成 立日期
	森铭贸易有限公司	104.76	0.64%	/	
	K K ENTERPRISES	87.44	0.53%	/	
	GAN GANPATI ENTERPRISES	84.17	0.51%	/	
	KAKAR TRADING COMPANY	75.87	0.46%	/	
	M K ENTERPRISE	72.86	0.44%	/	
	ITALIO PLAZA	72.81	0.44%	/	
	PANCA MAJU JAYA PRIMA	72.60	0.44%	/	
	其他	1,073.65	6.53%	/	
韩国	美佳集团（UNI-REGENT HOLDINGS LIMITED）	380.88	2.31%	POP TOYS(2002)MARKETING LTD	2002/12/4
	林宝香港有限公司	360.47	2.19%	/	
	美佳集团（IDEAL HOLDINGS (HK) LIMITED）	184.09	1.12%	/	
	PANCA MAJU JAYA PRIMA	45.98	0.28%	/	
	森铭贸易有限公司	34.89	0.21%	KAPSSON TRADE LINK	2008
	Homin Motors (Replica)	28.77	0.17%	/	
新加坡	IE ENTERPRISE PTE LTD	377.34	2.29%	/	
	林宝香港有限公司	146.83	0.89%	/	
	美佳集团（IDEAL HOLDINGS (HK) LIMITED）	125.56	0.76%	/	
	森铭贸易有限公司	115.67	0.70%	/	
	美佳集团（UNI-REGENT HOLDINGS LIMITED）	64.60	0.39%	/	
哥伦比亚	森铭贸易有限公司	410.44	2.49%	PLASTICOS ASOCIADOS S A	1984/5/15
	林宝香港有限公司	107.75	0.65%	/	
	JATINDER SPORTS	60.52	0.37%	/	
	PLASTICOS ASOCIADOS S A	59.64	0.36%	/	
	JMD IMPEX	30.50	0.19%	/	
	SHRI BALAJI EXPORT	28.13	0.17%	/	
	SUPER HOME TECHNOLOGY LIMITED	26.72	0.16%	/	
	PANAMERICANA LIBRERIA Y PAPELERIA S	21.55	0.13%	RICA TRADE SRL	2008/1/16
	REDICOL S.A.S.	6.99	0.04%	/	
马来西亚	森铭贸易有限公司	428.28	2.60%	/	
	林宝香港有限公司	156.18	0.95%	/	
	KA SHUN TRADING HONGKONG LIMITED	95.00	0.58%	/	

区域	购方企业名称	销售收入 (万元)	占外销 收入比	经销商下游客户名称	经销商下 游客户成 立日期
科特迪瓦	美佳集团（UNI-REGENT HOLDINGS LIMITED）	342.68	2.08%	CYBER TOYS WORLD	2016/1/15
	PLASTICOS ASOCIADOS S A	127.79	0.78%	/	
	美佳集团（IDEAL HOLDINGS (HK) LIMITED）	50.08	0.30%	CYBER TOYS WORLD	2016/1/15
阿根廷	METALPACK SA	254.04	1.54%	METALPACK SA	2000/4/27
	林宝香港有限公司	113.87	0.69%	GO SHOP S.A	2004/3/8
	CRESKO S.A.	26.84	0.16%	/	
	森铭贸易有限公司	18.56	0.11%	/	
阿联酋	SMART FORTUNE CO.,LTD	206.06	1.25%	POP TOYS(2002)MARKETING LTD	2002/12/4
	NESTO HYPERMARKET LLC	16.16	0.10%	/	
	林宝香港有限公司	9.71	0.06%	/	
尼日利亚	美佳集团（IDEAL HOLDINGS (HK) LIMITED）	229.75	1.40%	/	
合计		12,734.04	77.40%		

注 1：美佳集团包括 IDEAL HOLDINGS (HK) LIMITED、UNI-REGENT HOLDINGS LIMITED，IDEAL HOLDINGS (HK) LIMITED 中文名为美佳集团（香港）有限公司，UNI-REGENT HOLDINGS LIMITED 为裕俊集团有限公司；

注 2：表中“/”为部分提单未列示其下游客户信息的情形；

注 3：经销商下游客户成立时间来源于通过中国出口信用保险公司获取的海外资信报告；

注 4：表中购方企业名称中的“其他”为经销额较小的经销商合并列示；

注 5：2017 年区域中出口至中国香港的产品最终出口至印度、以色列、斯里兰卡等国家。

由表可见，公司 2017-2019 年产品出口的国家排序结构基本比较稳定，2020 年 1-6 月，受到印度加征关税的影响，公司产品出口印度的收入下降较大，但受益于之前的市场拓展和布局，2020 年公司在尼日利亚、波兰、以色列等国家或区域销售收入的增幅较大，一定程度上弥补了出口印度收入下降的缺口。

公司 2020 年 1-6 月外销收入前十大国家或区域与 2019 年 1-6 月对比情况如下：

区域	2020 年度 1-6 月		2019 年度 1-6 月
	销售收入（万元）	变动比率	销售收入（万元）
尼日利亚	819.75	469.51%	143.94
沙特阿拉伯	627.53	-0.10%	628.16
巴西	577.61	-36.64%	911.67

区域	2020 年度 1-6 月		2019 年度 1-6 月
	销售收入（万元）	变动比率	销售收入（万元）
波兰	510.70	398.82%	102.38
以色列	506.81	128.72%	221.59
阿根廷	462.22	13.22%	408.26
瑞典	348.58	71.94%	202.73
阿联酋	315.23	22.74%	256.82
俄罗斯联邦	276.08	37.91%	200.19
比利时	266.76	-9.56%	294.97
合计	4,711.29	39.77%	3,370.71

从上表可知，公司对尼日利亚、波兰、以色列的出口收入同比增幅较大，主要系变形玩具和婴幼儿玩具销售收入同比增幅较大所致，其具体情况如下：

项目	变形玩具					
	2020 年 1-6 月	2019 年 1-6 月	变动率	2020 年 1-6 月	2019 年 1-6 月	变动率
	销售数量（万件）	销售数量（万件）		销售金额（万元）	销售金额（万元）	
尼日利亚	9.51	1.87	409.96%	205.14	104.23	96.82%
波兰	4.83	1.67	188.60%	183.11	48.12	280.55%
以色列	7.02	2.35	199.26%	185.53	82.07	126.06%

续：

项目	婴幼儿玩具					
	2020 年 1-6 月	2019 年 1-6 月	变动率	2020 年 1-6 月	2019 年 1-6 月	变动率
	销售数量（万件）	销售数量（万件）		销售金额（万元）	销售金额（万元）	
尼日利亚	20.87	0.45	4589.51%	471.96	6.64	7010.05%
波兰	12.09	-	-	272.75	-	-
以色列	7.30	0.97	653.98%	189.44	25.35	647.23%

玩具行业主要以经销模式为主，玩具企业产品能否出口至某一区域，与产品的竞争力、产品的适销情况、经销商客户资源和覆盖区域等息息相关，发行人对尼日利亚、波兰、以色列等国家的具体市场拓展和布局措施主要体现在以下两方面：

① 市场方面

调研目标市场的人口、经济状况、消费水平等情况，结合自身产品特征，

确定重点市场、潜力市场、关注市场等，指导后续市场拓展和布局。

②企业方面

A. 积极参加境内外较有影响力的玩具展会，包括但不限于香港玩具展（HONG KONG TOYS & GAMES FAIR）、中国进出口商品交易会（广交会）、纽伦堡玩具展（SPIELWARENMESSE）、纽约玩具展（NEW YORK TOY FAIR）、俄罗斯玩具展（MIR DETSTVA）等，通过展会了解不同国家或地区的文化、消费习惯，向经销商推广公司产品，提高公司产品知名度，开拓境外市场。

B. 根据前期调研结果，选择与在目标市场具有成熟销售网络和具备资源优势的经销商合作，开拓目标市场。

2020年1-6月发行人对尼日利亚、波兰、以色列的出口收入同比增幅较大，主要系变形玩具和婴童玩具销售收入同比增幅较大所致，合理性分析如下：

①发行人在上述市场耕耘多年，奠定了较好基础

发行人2017-2020年6月销售至尼日利亚、波兰和以色列的情况如下：

单位：万元

项目	2020年1-6月		2019年度		2018年度		2017年度
	销售金额	同比增长率	销售金额	增长率	销售金额	增长率	销售金额
尼日利亚	819.75	469.51%	1,139.32	13.81%	1,001.04	335.70%	229.75
波兰	510.70	398.82%	678.57	-21.46%	864.01	313.73%	208.83
以色列	506.81	128.72%	379.13	-50.45%	765.14	675.63%	98.65

2017年至2019年，发行人均有出口玩具产品至尼日利亚、波兰和以色列，虽各年收入金额有所波动，但发行人已在上述市场耕耘多年，为后续提升发行人在上述市场的销售额奠定了较好的基础。

②中国玩具产品出口上述市场持续增长，贸易往来环境良好

2017-2020年6月中国出口至尼日利亚、波兰和以色列玩具总体情况如下：

单位：万美元

项目	2020年1-6月		2019年度		2018年度		2017年度
	销售金额	同比增长率	销售金额	增长率	销售金额	增长率	销售金额
尼日利亚	865.70	-11.67%	2,668.54	5.79%	2,522.51	52.82%	1,650.65
波兰	15,576.29	-15.93%	55,564.92	45.83%	38,103.26	35.87%	28,044.26

项目	2020年1-6月		2019年度		2018年度		2017年度
	销售金额	同比增长率	销售金额	增长率	销售金额	增长率	销售金额
以色列	10,946.24	36.00%	18,811.12	5.02%	17,912.79	36.83%	13,091.08

注：上述数据统计来源于中国海关总署。

由上表可知，2017年-2019年度中国出口至上述区域玩具总额总体上保持持续增长，贸易往来环境良好。

发行人产品出口所申报的商品类别为“95030060 智力玩具”“95030083 带动力装置的其他玩具及模型”和“95030089 未列名玩具及模型”。

根据中国海关总署统计数据，2020年1-6月我国上述三类玩具出口至尼日利亚的金额为0.07亿美元，出口至波兰的金额为1.20亿美元，出口至以色列的金额为0.98亿美元，其中婴幼儿玩具、变形玩具所属“智力玩具”“带动力装置的其他玩具及模型”出口至上述区域的总额同比增加6.83%、25.68%和35.37%。

③尼日利亚、波兰和以色列有利的宏观因素

A. 尼日利亚

尼日利亚为非洲最大经济体，非洲第一人口大国，人口2亿多，2018年生育率为5.39，位居全球前十。2019年尼日利亚儿童（14岁及以下）人口总数为8.78千万，占全球儿童（14岁及以下）人口总数的比重为4.46%，玩具产品市场潜在需求较大。另外，尼日利亚对西非国家具有较强的辐射力，是我国主要的投资目的国。

B. 波兰

波兰的地理位置优越，地处东、西欧的交界，是“琥珀之路”和“丝绸之路”的交汇点，欧洲市场的最佳入口。与其他处于枢纽地位的国家一样，很多中国商品经波兰销售至欧盟及东欧其他国家。中国的“一带一路”计划使波兰成为一个地域中心，这是发行人销往波兰收入增长有利因素之一。另外，波兰是中东欧地区人口较多的国家之一，2019年度，其14岁以下的人口占其总人口的比重为15.19%，使其拥有较大规模的玩具消费者。近年来，我国玩具对波兰出口增长较快，2017年度至2019年度年均复合增长率达40.76%。

C. 以色列

以色列作为我国“一带一路”的成员，是“一带一路”沿线的重要交通枢纽。人们从非洲前往亚洲，从欧洲前往埃及、从中东前往美索不达米亚，都需要经过以色列。在“一带一路”倡议框架下，以色列同我国的贸易合作更加紧密，这是发行人玩具出口至以色列增长的一个有利因素。另外，以色列生育率较高，2018年达3.09，在发达国家中处于较高水平，因而对玩具需求近年来也不断增长。

综上所述，发行人上半年出口至尼日利亚、波兰、以色列收入增长主要系：一方面发行人已在上述市场耕耘多年，奠定了较好基础；另外一方面有利的宏观因素及贸易环境良好，因而发行人出口至上述国家的收入增长是合理的。

综合上述影响，加之公司2020年1-6月内销主营业务收入同比增加37.27%，公司在出口印度收入下降98.12%的情形下，主营业务收入2020年1-6月同比减少10.99%。

发行人2017-2019年对印度出口收入如下：

项目	2019年度		2018年度		2017年度
	销售金额（万元）	增长率	销售金额（万元）	增长率	销售金额（万元）
印度	9,296.35	31.15%	7,088.56	22.09%	5,805.81

发行人2017-2019年度对印度出口收入增长的原因主要包括外部市场因素、发行人自身因素和客户因素三个方面，具体分析如下：

①外部市场因素

印度的GDP近三年年均增长率为6.06%，另外2019年14岁及以下人口约为3.64亿，占世界人口的18.49%。根据中国海关总署统计数据，中国玩具出口至印度的金额由2017年度的4.41亿美元增长至2019年度的7.74亿美元，年均复合增长率32.48%，是全世界增长较快的玩具市场之一。2020年上半年受疫情及印度加征关税影响，中国玩具出口至印度金额同比减少53.01%，七月份玩具出口业务开始转暖，2020年1-7月中国玩具出口至印度金额降幅收窄至36.02%。

②发行人自身因素

发行人2017-2019年对印度出口玩具产品系列情况如下：

项目	2019 年度		2018 年度		2017 年度
	销售金额（万元）	增长率	销售金额（万元）	增长率	销售金额（万元）
变形玩具	4,400.16	26.71%	3,472.59	273.40%	929.99
机器人玩具	1,662.54	6.61%	1,559.47	-54.78%	3,448.68
恐龙玩具	933.17	3.34%	903.01	36.50%	661.54
其他玩具	772.54	-33.03%	1,153.49	50.66%	765.61
婴幼儿玩具	1,527.94	-			
总计	9,296.35	31.15%	7,088.56	22.09%	5,805.81

从上表可知，发行人出口印度收入 2018 年相比 2017 年增加 22.09%，主要系变形玩具销售收入同比增加 2,542.60 万元；2019 年相比 2018 年增加 31.15%，主要系婴幼儿玩具销售收入同比增加 1,527.94 万元。具体分析如下：

A. 变形玩具

2018 年发行人出口印度收入同比增长主要系变形玩具增长所致。

发行人变形玩具出口所属产品类别为“95030083 带动力装置的其他玩具及模型”。根据中国海关总署数据，2018 年度我国该类别产品出口至印度规模为 2.2 亿美元，同比增长 198.29%。发行人变形玩具 2018 年出口至印度销售额相比 2017 年的增长主要系变形玩具迭代升级，销售均价提高，导致销售额增长。

B. 婴幼儿玩具

2019 年发行人出口印度收入同比增长主要系婴幼儿玩具增长所致。在广阔的市场前景下，发行人通过调研消费者需求，有针对性地进行婴幼儿产品设计和研发，为后续产品取得市场认可奠定基础，同时，发行人在 2018 年积极参与境内外各大专业展会并先导性营销部分婴幼儿玩具产品，2019 年战略主推婴幼儿系列产品。此外，发行人不断丰富婴幼儿产品品类，为消费者提供更大的选择空间，来满足消费者多样化的需求。

③ 客户因素

发行人的主要经销商如美佳集团、林宝香港有限公司从事玩具贸易相关业务多年，经过多年的积累，形成了其各自较为完善的销售网络和销售渠道，部分经销商在印度拥有较为成熟的销售网络和专门的销售团队，能够较好的服务印度市场，一定程度上有助于发行人的玩具产品在印度市场的推广和销售。具

体如下：

A. 美佳集团

美佳集团深耕印度市场超过 15 年，其网上展厅在印度玩具经销商中知名度较高。印度区域负责人为印度人，在印度当地组建销售团队，熟知印度当地风俗习惯，收集当地客户需求，较好服务印度市场。

B. 林宝香港有限公司

林宝香港有限公司的经营团队在玩具行业经验超 20 年，依托香港自由贸易港特性及其地理优势，积累了较多来自世界各地的客户，其在印度市场的客户较为稳定，且渠道多样化。如印度当地的玩具批发商、印度国内最大的连锁超市 BIG BAZAAR 等。

综上所述，2017-2019 年度发行人在印度地区收入快速增长是合理的。

发行人产品出口地区主要为印度、中东与同行业可比公司出口地区存在差异的原因有：

①出口地区存在差异为占比差异，非地区差异。A.发行人除出口印度、中东之外，还出口至欧洲、美国等共计 40 多个国家和地区，与同行业可比公司出口国家有重合部分。如报告期内，发行人出口至欧洲国家的销售收入占主营业务收入比重分别为 4.46%、13.84%、11.64%和 14.18%。B.根据公开资料查询，同行业可比公司亦有出口至印度或中东，仅为占比不同。因为受中美贸易摩擦以及欧洲经济下滑的影响，同行业可比公司亦计划通过开拓中东、一带一路国家等新兴市场来提升其经营业绩。

②竞争策略不同导致销售区域存在差异。A.公司基于各区域市场的增长空间、人均消费水平以及自身优势等因素选择主要销售区域，如新兴市场消费基数虽较欧美市场小，但增长空间较大。B.公司根据主要目标市场的标准进行研发和生产，获取相关产品认证和生产体系认证。如公司未将美国作为主要销售区域，公司的产品满足美国玩具安全标准 ASTM，但生产体系未进行美国的 ICTI 和 FAMA 体系认证。故公司产品虽销往美国，但美国市场某些渠道需要有 ICTI 和 FAMA 体系认证才能进入，因此占比不高，适销市场与同行业可比公司有所差异。C.公司及同行业可比公司经过长期的经营积累，各公司的销售资源优势不同。

报告期内，公司境外销售收入分别为 16,453.03 万元、21,527.81 万元、26,240.38 万元和 3,764.24 万元，占主营业务收入比重分别为 54.01%、54.13%、61.65% 和 56.98%。2018 年度境外收入较 2017 年度增长 30.84%，主要系 2018 年度变形玩具在欧美市场收入实现大幅增长。2019 年度境外收入较 2018 年度增长 21.89%，主要系 2019 年新推出的婴幼儿系列产品的境外销售带动。

公司 2018 年和 2019 年外销收入增长率分别为 30.84% 和 21.89%，海关统计我国玩具出口额 2018 年和 2019 年增长率分别为 5.15% 和 21.99%，公司外销收入与海关统计的玩具产品出口收入均保持增长，但增长率存在差异的主要原因有：

（1）海关统计玩具产品的数据范围广、种类多，公司的产品品类较海关统计的种类少，两者增长率比较口径不同；（2）行业集中程度不高且各家公司在战略、管理、资源、产品品类等方面存在差异，导致单个公司增长率不同于行业整体增长率；（3）单一公司的增长受各公司新品研发及推出时间的影响，进而导致与行业增长率不完全一致。如公司对变形玩具不断改进与创新，至 2018 年底累计推出了近 100 款新品，借助前期已开拓的销售网络，2017 年度进行了先期市场推广后，2018 年度变形玩具产品在境外市场实现了销售的较大幅度增长，导致 2018 年发行人外销的增长率高于行业出口增长。

报告期内，公司境内销售收入分别为 14,008.44 万元、18,240.48 万元、16,324.95 万元和 2,842.08 万元，其中 2018 年度较 2017 年增长 30.21%，主要系变形玩具产品内销收入增长所带动；2019 年度较 2018 年下降 10.50%，主要系变形玩具、机器人玩具、恐龙玩具的内销收入均有所下降。

（4）主营业务收入按销售模式分析

报告期内，公司直销收入和经销收入具体情况如下：

单位：万元；%

类别	2020 年 1-3 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
境外经销	3,764.24	56.98	26,240.38	61.65	21,527.81	54.13	16,453.03	54.01
境内经销	2,636.92	39.92	15,429.28	36.25	17,956.85	45.15	13,938.80	45.76
小计	6,401.15	96.89	41,669.66	97.90	39,484.66	99.28	30,391.84	99.77
境内直销	205.16	3.11	895.67	2.10	283.63	0.71	69.64	0.23

类别	2020年1-3月		2019年度		2018年度		2017年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
合计	6,606.31	100.00	42,565.32	100.00	39,768.29	100.00	30,461.47	100.00

1) 报告期内，境内、境外前五大经销商的销售地域、不同地域销售金额及占比情况

境外前五大经销商的销售情况如下：

2020年1-3月

单位：万元

客户名称	销售地域	销售金额	占当期营业收入的比
美佳集团	尼日利亚	533.25	7.55%
	巴西	276.01	3.91%
	比利时	202.85	2.87%
	以色列	202.38	2.86%
	波兰	195.20	2.76%
	克罗地亚	116.26	1.65%
	印度	109.93	1.56%
	其他	220.77	3.13%
	合计	1,856.64	26.28%
MOUNTANKING INTERNATIONAL TRADING CO., LIMITED	阿根廷	434.83	6.16%
	巴西	220.65	3.12%
	合计	655.48	9.28%
林宝香港有限公司	沙特阿拉伯	524.67	7.43%
	以色列	50.93	0.72%
	美国	20.57	0.29%
	合计	596.17	8.44%
SHANTOU HEZONG TOYS CO., LIMITED	瑞典	252.76	3.58%
SHANTOU MINGBO TOYS CO. LIMITED	加纳	126.19	1.79%
	伊朗	119.30	1.69%
	合计	245.49	3.48%

2019年度

单位：万元

客户名称	销售地域	销售金额	占当期营业收入的比
美佳集团	印度	5,518.84	11.57%
	尼日利亚	1,139.32	2.39%
	比利时	634.61	1.33%
	克罗地亚	617.66	1.30%
	以色列	446.06	0.94%
	波兰	321.04	0.67%
	其他	1,589.62	3.33%
	合计	10,267.15	21.53%
MOUNTAIN KING INTERNATIONAL TRADING CO., LIMITED	巴西	2,453.63	5.14%
	阿根廷	1,871.58	3.92%
	阿联酋	800.76	1.68%
	科威特	304.49	0.64%
	沙特阿拉伯	276.59	0.58%
	英国	196.41	0.41%
	意大利	139.92	0.29%
	法国	138.09	0.29%
	荷兰	122.01	0.26%
	其他	265.82	0.56%
	合计	6,569.31	13.77%
林宝香港有限公司	印度	2,986.21	6.26%
	美国	916.72	1.92%
	沙特阿拉伯	552.93	1.16%
	加纳	179.54	0.38%
	阿根廷	134.83	0.28%
	俄罗斯联邦	126.71	0.27%
	以色列	118.74	0.25%
	其他	301.92	0.63%
	合计	5,317.60	11.15%
森铭贸易有限公司	印度	747.15	1.57%
	沙特阿拉伯	225.78	0.47%
	新西兰	115.84	0.24%

客户名称	销售地域	销售金额	占当期营业收入的比
	以色列	113.77	0.24%
	其他	241.53	0.51%
	合计	1,444.06	3.03%
SHANTOU HEZONG TOYS CO.,LIMITED	瑞典	775.49	1.63%
	德国	94.93	0.20%
	合计	870.42	1.83%

2018年度

单位：万元

客户名称	销售地域	销售金额	占当期营业收入的比
美佳集团	印度	3,375.23	8.48%
	危地马拉	1,039.09	2.61%
	尼日利亚	1,001.04	2.51%
	克罗地亚	813.41	2.04%
	比利时	789.36	1.98%
	以色列	642.05	1.61%
	其他	4,770.43	11.98%
	合计	12,430.60	31.22%
林宝香港有限公司	印度	3,280.94	8.24%
	美国	542.07	1.36%
	沙特阿拉伯	267.04	0.67%
	以色列	101.80	0.26%
	智利	99.81	0.25%
	其他	312.87	0.79%
	合计	4,604.54	11.57%
MOUNTANKING INTERNATIONAL TRADING CO., LIMITED	阿联酋	591.84	1.49%
	科威特	229.20	0.58%
	阿根廷	205.47	0.52%
	英国	160.16	0.40%
	阿曼	149.26	0.37%
	其他	209.14	0.53%
	合计	1,545.06	3.88%

客户名称	销售地域	销售金额	占当期营业收入的比
森铭贸易有限公司	伊朗	117.32	0.29%
	印度	103.61	0.26%
	以色列	74.57	0.19%
	马来西亚	69.64	0.17%
	阿联酋	69.39	0.17%
	其他	27.92	0.07%
	合计	462.45	1.16%
WORLD TRADING 23,INC	美国	260.26	0.65%

2017年度

单位：万元

客户名称	销售地域	销售金额	占当期营业收入的比
美佳集团	印度	841.34	2.76%
	韩国	564.97	1.85%
	中国香港	468.67	1.54%
	科特迪瓦	392.76	1.29%
	尼日利亚	229.75	0.75%
	厄瓜多尔	196.69	0.64%
	新加坡	190.16	0.62%
	巴西	160.69	0.53%
	危地马拉	121.12	0.40%
	乌拉圭	116.70	0.38%
	黎巴嫩	115.65	0.38%
	希腊	110.50	0.36%
	比利时	105.39	0.35%
	南非	104.90	0.34%
	其他	855.54	2.80%
	合计	4,574.83	14.99%
林宝香港有限公司	印度	1,799.15	5.90%
	韩国	360.47	1.18%
	马来西亚	156.18	0.51%
	新加坡	146.83	0.48%
	阿根廷	113.87	0.37%

客户名称	销售地域	销售金额	占当期营业收入的比
	以色列	112.43	0.37%
	哥伦比亚	107.75	0.35%
	其他	132.30	0.43%
	合计	2,928.96	9.60%
森铭贸易有限公司	印度	1,251.03	4.10%
	马来西亚	428.28	1.40%
	哥伦比亚	410.44	1.35%
	新加坡	115.67	0.38%
	中国香港	104.76	0.34%
	其他	179.88	0.59%
	合计	2,490.06	8.16%
JATINDER SPORTS	印度	252.80	0.83%
	中国香港	123.08	0.40%
	哥伦比亚	60.52	0.20%
	以色列	32.21	0.11%
	合计	468.60	1.54%
IE ENTERPRISE PTE LTD	新加坡	377.34	1.24%
	澳大利亚	18.44	0.06%
	合计	395.78	1.30%

报告期内，发行人境内前五大经销商采购发行人产品销售至全国或销往境外。发行人经销模式下的销售均为买断式销售，由于境内经销方式下销售产品的运输方式主要为客户自提和发货至经销商，发行人无法取得境内经销商销售区域的具体数据，故未进行披露。

2) 报告期各类细分玩具产品境内外经销及主要客户情况如下：

①经销情况如下

2020年1-3月

销售模式	地区	产品系列	销售金额 (万元)	数量 (万件)	销售平均单价 (元/件)	毛利率	占主营业务收入 收入比例
经销	境外	变形玩具	904.56	39.02	23.18	29.58%	13.69%
		机器人玩具	294.89	13.36	22.08	25.35%	4.46%
		恐龙玩具	126.04	4.33	29.11	29.60%	1.91%

销售模式	地区	产品系列	销售金额 (万元)	数量 (万件)	销售平均单 价 (元/件)	毛利率	占主营业务 收入比例	
		其他玩具	308.58	38.38	8.04	14.61%	4.67%	
		婴幼儿玩具	2,130.16	106.68	19.97	29.49%	32.24%	
	境外小计		3,764.24	201.77	18.66	27.97%	56.98%	
	境内	变形玩具	1,172.97	29.11	40.29	31.29%	17.76%	
		机器人玩具	286.79	7.53	38.06	31.81%	4.34%	
		恐龙玩具	126.67	5.05	25.10	29.29%	1.92%	
		其他玩具	113.80	11.38	10.00	15.20%	1.72%	
		婴幼儿玩具	936.45	39.01	24.01	29.93%	14.18%	
	境内小计		2,636.67	92.08	28.63	30.07%	39.91%	
	经销合计			6,401.15	293.85	21.78	28.84%	96.89%

续:

2019 年度

销售模式	地区	产品系列	销售金额 (万元)	数量 (万件)	销售平均单 价 (元/件)	毛利率	占主营业务 收入比例
经销	境外	变形玩具	11,060.46	384.45	28.77	32.31%	25.98%
		机器人玩具	3,760.65	119.23	31.54	31.36%	8.84%
		恐龙玩具	1,920.73	64.17	29.93	31.85%	4.51%
		其他玩具	2,570.50	295.27	8.71	20.76%	6.04%
		婴幼儿玩具	6,928.04	336.01	20.62	31.90%	16.28%
	境外小计		26,240.38	1,199.14	21.88	30.90%	61.65%
	境内	变形玩具	6,802.82	177.45	38.34	33.67%	15.98%
		机器人玩具	2,152.49	49.77	43.25	30.47%	5.06%
		恐龙玩具	922.84	35.92	25.69	31.61%	2.17%
		其他玩具	1,463.80	126.88	11.54	24.01%	3.44%
		婴幼儿玩具	4,087.33	160.42	25.48	32.43%	9.60%
境内小计		15,429.28	550.44	28.03	31.86%	36.25%	
经销合计			41,669.66	1,749.58	23.82	31.26%	97.90%

续:

2018 年度

销售模式	地区	产品系列	销售金额 (万元)	数量 (万件)	销售平均单 价 (元/件)	毛利率	占主营业务 收入比例
经销	境外	变形玩具	11,112.26	283.68	39.17	32.50%	27.94%

销售模式	地区	产品系列	销售金额 (万元)	数量 (万件)	销售平均单 价 (元/件)	毛利率	占主营业务 收入比例
		机器人玩具	5,424.53	159.38	34.03	29.80%	13.64%
		恐龙玩具	2,650.30	87.04	30.45	30.22%	6.66%
		其他玩具	2,340.71	226.36	10.34	18.48%	5.89%
	境外小计		21,527.81	756.47	28.46	30.02%	54.13%
	境内	变形玩具	9,855.56	261.26	37.72	32.36%	24.78%
		机器人玩具	4,151.23	99.45	41.74	30.77%	10.44%
		恐龙玩具	2,054.18	65.05	31.58	30.53%	5.17%
		其他玩具	1,895.88	210.17	9.02	25.25%	4.77%
	境内小计		17,956.85	635.92	28.24	31.04%	45.15%
	经销合计			39,484.66	1,392.39	28.36	30.48%

续：

2017 年度

销售模式	地区	产品系列	销售金额 (万元)	数量 (万件)	销售平均单 价 (元/件)	毛利率	占主营业务 收入比例
经销	境外	变形玩具	3,525.49	117.09	30.11	34.54%	11.57%
		机器人玩具	7,725.59	375.48	20.58	26.58%	25.36%
		恐龙玩具	2,158.80	61.07	35.35	33.24%	7.09%
		其他玩具	3,043.15	292.24	10.41	18.54%	9.99%
	境外小计		16,453.03	845.87	19.45	27.68%	54.01%
	境内	变形玩具	6,975.62	213.44	32.68	30.84%	22.90%
		机器人玩具	4,280.93	145.89	29.34	29.54%	14.05%
		恐龙玩具	1,927.25	71.53	26.94	26.92%	6.33%
		其他玩具	755.01	57.43	13.15	23.26%	2.48%
	境内小计		13,938.80	488.29	28.55	29.49%	45.76%
经销合计			30,391.84	1,334.16	22.78	28.51%	99.77%

从上表可知，报告期内，经销占比分别为 99.77%、99.28%、97.90%、96.89%。

②报告期境内外经销主要客户

2020 年 1-3 月

销售模式	区域	客户名称	销售金额 (万元)
经销	境外	美佳集团	1,856.64

销售模式	区域	客户名称	销售金额 (万元)	
		MOUNTAINKING INTERNATIONAL TRADING CO., LIMITED	655.48	
		林宝香港有限公司	596.17	
		SHANTOU HEZONG TOYS CO.,LIMITED	252.76	
		SHANTOU MINGBO TOYS CO.LIMITED	245.49	
	合计占当期经销境外销售比			95.81%
	境内	汕头市皮恩希玩具有限公司/汕头市迪华贸易有限公司		723.60
		汕头市怡盛贸易有限公司		351.99
		汕头市澄海区华达玩具进出口贸易有限公司		322.32
		汕头市澄海区冠华进出口贸易有限公司		225.65
		汕头市长煌贸易有限公司		144.09
	合计占当期经销境内销售比			67.04%

续:

2019 年度

销售模式	区域	客户名称	销售金额 (万元)	
经销	境外	美佳集团	10,267.15	
		MOUNTAINKING INTERNATIONAL TRADING CO., LIMITED	6,569.31	
		林宝香港有限公司	5,137.60	
		森铭贸易有限公司	1,444.06	
		SHANTOU HEZONG TOYS CO.,LIMITED	870.42	
	合计占当期经销境外销售比			92.56%
	境内	汕头市皮恩希玩具有限公司/汕头市迪华贸易有限公司		3,497.40
		广东健健智能科技有限公司		2,165.22
		汕头市澄海区华达玩具进出口贸易有限公司		1,932.14
		汕头市怡盛贸易有限公司		1,100.21
		汕头市澄海区艳阳春贸易有限公司		972.37
合计占当期经销境内销售比			62.66%	

续:

2018 年度

销售模式	区域	客户名称	销售金额 (万元)
经销	境外	美佳集团	12,430.60

销售模式	区域	客户名称	销售金额 (万元)	
		林宝香港有限公司	4,604.54	
		MOUNTAINKING INTERNATIONAL TRADING CO., LIMITED	1,545.06	
		森铭贸易有限公司	462.45	
		WORLD TRADING 23,INC	260.26	
	合计占当期经销境外销售比			89.67%
	境内	汕头市皮恩希玩具有限公司/汕头市迪华贸易有限公司		3,461.29
		汕头市澄海区华达玩具进出口贸易有限公司		2,706.85
		汕头市艺丰贸易发展有限公司		1,821.30
		汕头市赢盛进出口贸易有限公司		1,303.60
		广东世纪信华文化发展有限公司		1,264.79
	合计占当期经销境内销售比			58.80%

续：

2017 年度

销售模式	区域	客户名称	销售金额 (万元)	
经销	境外	美佳集团	4,574.83	
		林宝香港有限公司	2,928.96	
		森铭贸易有限公司	2,490.06	
		JATINDER SPORTS	468.60	
		IE ENTERPRISE PTE LTD	395.78	
	合计占当期经销境外销售比			66.00%
	境内	汕头市皮恩希玩具有限公司/汕头市迪华贸易有限公司		3,489.22
		汕头市澄海区华达玩具进出口贸易有限公司		2,082.55
		汕头市赢盛进出口贸易有限公司		1,199.84
		汕头市北舟进出口贸易有限公司		1,090.41
		广东健健智能科技有限公司		825.47
	合计占当期经销境内销售比			62.33%

③直销情况

报告期，公司的直销收入占比较低、客户较为分散且各系列玩具采购数量不均衡，具体如下：

期间	地区	销售金额 (万元)	数量 (万件)	销售平均 单价 (元/ 件)	毛利率	占主 营业 务收 入比	主要客户
2020年 1-3月	境内	205.16	4.93	41.60	38.48%	3.11%	电商平台、长沙旭高百货有限公司、孩子王儿童用品股份有限公司采购中心
2019年	境内	895.67	13.18	67.95	45.92%	2.10%	孩子王儿童用品股份有限公司采购中心、可优比母婴用品有限公司、电商平台
2018年	境内	283.63	3.96	71.64	34.74%	0.71%	华润万家有限公司、电商平台、特易购乐购(中国)投资有限公司嘉善分公司
2017年	境内	69.64	0.98	71.03	42.47%	0.23%	个人客户、电商平台

公司主要采取经销的销售模式，报告期内，经销模式下实现的收入分别为30,391.84万元、39,484.66万元、41,669.66万元和6,401.15万元，占主营业务收入的比重分别为99.77%、99.28%、97.90%和96.89%。

报告期内，公司境内直销收入分别为69.64万元、283.63万元、895.67万元和205.16万元，金额较小但逐年增长。

(5) 主营业务相关订单情况

报告期内，公司主营业务玩具收入在手订单情况：

单位：万元

期间	期初在手订单	本期新增订单		本期执行订单		期末在手订单
	金额	金额	增幅	金额	执行比率	金额
2020年1-3月	2,924.54	7,384.23		6,977.08	67.68%	3,331.69
2019年	4,917.26	42,802.08	-2.48%	44,794.80	93.87%	2,924.54
2018年	3,763.94	43,889.17	23.51%	42,735.85	89.68%	4,917.26
2017年	1,061.15	35,535.39		32,832.60	89.72%	3,763.94

注：订单执行比率=本期执行订单金额/（本期新增订单金额+期初在手订单金额）

2017-2019年，订单执行比率分别为**89.72%**、**89.68%**、**93.87%**，订单得到了较好的执行，2020年1-3月因受疫情影响，订单执行率不高。

(6) 玩具产品报告期季度收入情况

单位：万元

期间	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
2020年1-3月	6,606.31	-	-	-

期间	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
2019年	9,508.41	7,474.57	14,905.07	10,677.27
占2019年收入比	22.34%	17.56%	35.02%	25.08%
2018年	6,709.75	9,835.36	13,869.04	9,354.14
占2018年收入比	16.87%	24.73%	34.87%	23.52%
2017年	5,935.29	7,449.00	7,929.37	9,147.81
占2017年收入比	19.48%	24.45%	26.03%	30.03%

从上表可知，本公司2017-2019年度下半年的收入占比全年收入的比例分别为56.06%、58.39%、60.10%，存在季节性波动。

（7）通过电商平台的销售情况

期间	玩具类型	销售数量 (件)	销售总额 (元)	平均单价 (元)	销售成本 (元)	平均单位 成本(元)	毛利率	占电商总 收入比	占主营业 务收入比
2020年 1-3月	变形玩具	1,852	151,736.94	81.93	68,877.94	37.19	54.61%	21.04%	0.23%
	机器人玩具	31	7,796.11	251.49	6,235.90	201.16	20.01%	1.08%	0.01%
	恐龙玩具	1	298.56	298.56	172.88	172.88	42.10%	0.04%	0.00%
	婴幼儿玩具	26,492	561,365.70	21.19	338,481.72	12.78	39.70%	77.84%	0.85%
	合计	28,376	721,197.31	25.42	413,768.44	14.58	42.63%	100.00%	1.09%
2019年	变形玩具	7,000	462,345.75	66.05	243,235.71	34.75	47.39%	64.42%	0.11%
	机器人玩具	142	42,549.07	299.64	33,510.52	235.99	21.24%	5.93%	0.01%
	恐龙玩具	61	15,981.14	261.99	9,826.51	161.09	38.51%	2.23%	0.00%
	其他玩具	81	1,520.60	18.77	798.62	9.86	47.48%	0.21%	0.00%
	婴幼儿玩具	5,831	195,257.73	33.49	130,539.31	22.39	33.15%	27.21%	0.05%
	合计	13,115	717,654.29	54.72	417,910.67	31.87	41.77%	100.00%	0.17%
2018年	变形玩具	11,456	576,034.10	50.28	473,314.01	41.32	17.83%	87.72%	0.14%
	机器人玩具	628	64,476.80	102.67	46,142.91	73.48	28.43%	9.82%	0.02%
	恐龙玩具	27	7,996.09	296.15	3,846.91	142.48	51.89%	1.22%	0.00%
	其他玩具	494	8,190.46	16.58	5,132.43	10.39	37.34%	1.25%	0.00%
	合计	12,605	656,697.45	52.10	528,436.26	41.92	19.53%	100.00%	0.17%
2017年	变形玩具	435	40,858.55	93.93	19,395.07	44.59	52.53%	51.42%	0.01%
	机器人玩具	420	31,572.63	75.17	10,771.07	25.65	65.88%	39.73%	0.01%
	恐龙玩具	9	2,456.33	272.93	1,133.01	125.89	53.87%	3.09%	0.00%
	其他玩具	192	4,571.66	23.81	1,489.19	7.76	67.43%	5.75%	0.00%

期间	玩具类型	销售数量 (件)	销售总额 (元)	平均单价 (元)	销售成本 (元)	平均单位 成本(元)	毛利率	占电商总 收入比	占主营 业务收入 比
	合计	1,056	79,459.17	75.25	32,788.34	31.05	58.74%	100.00%	0.03%

注：上述销售数据为公司通过电商平台自营店铺销售产品情况。

报告期内，电商销售平台销售占比很小，各类玩具销售占比、平均销售单价及毛利率变化原因主要系电商平台的消费者分散且兼具随机偶发的特点。

3、其他业务收入分析

报告期内，其他业务收入金额分别为 48.64 万元、41.64 万元、5,127.63 万元和 457.84 万元，主要为原材料销售收入、废塑料及边角料收入。对于原材料销售的定价，公司主要根据市场行情并结合客户付款方式、资信状况、信用期限等因素进行协商确定；对于废料销售定价，主要是废料回收商报价，并经双方协商最终确定。

具体如下：

单位：万元

期间	分类	明细	销售金额	占比	毛利率	主要客户
2020 年 1-3 月	原材料销售	ABS 树脂、聚丙烯	433.91	94.77%	4.21%	广昌县众邦玩具有限公司、东莞市锦盛塑胶贸易有限公司、广昌县隆运塑胶制品有限公司、广昌县雄烁科技有限公司、汕头市新宝塑胶制品有限公司
	废料销售	边角料	-	-	-	
	其他	防护镜	23.93	5.23%	29.32%	
	合计		457.84	100.00%	5.52%	
2019 年	原材料销售	ABS 树脂、聚丙烯、聚苯乙烯	5,084.62	99.16%	5.15%	广东灿城贸易有限公司、东莞市瑞伟隆进出口有限公司、深圳市程菱实业有限公司、广东信宇工艺玩具有限公司
	废料销售	边角料	42.96	0.84%	100.00%	废料回收商
	其他	积分服务	0.05	0.00%	100.00%	
	合计		5,127.63	100.00%	5.95%	
2018 年	原材料销售		-	-	-	
	废料销售	边角料	41.64	100.00%	100.00%	废料回收商

期间	分类	明细	销售金额	占比	毛利率	主要客户
	其他		-	-	-	
	合计		41.64	100.00%	100.00%	
2017年	原材料销售		-	-	-	
	废料销售	边角料	48.64	100.00%	100.00%	废料回收商
	其他		-	-	-	
	合计		48.64	100.00%	100.00%	

公司其他业务收入 2019 年较 2018 年大幅增加主要系原材料销售所致。2019 年，公司在综合判断不会影响存货期末库存水平前提下，利用闲置资金进行原材料销售赚取差价，寻求资金增值，在当时情形下具有合理性。

公司 2019 年玩具产品销售额同比 2018 年增加 7.03%，不存在因玩具产品滞销而销售原材料的业务基础；公司 2018 年末的在手订单 4,917.26 万元，2019 年新增订单 42,802.08 万元，订单稳步增长，故不存在因订单不足而需销售原材料的情形；公司生产经营模式以 OBM 为主，拥有自主品牌、独立设计研发能力及一定的市场定价权，未来产成品的售价足以涵盖其成本及合理费用；另外，从存货可变现净值来看，报告期内公司产成品的毛利率在 30% 左右，足以涵盖估计的销售费用率和税金及附加率，且人工与制造费用率相对稳定，故不存在因原材料存在减值风险而销售原材料的情形。

销售客户与发行人及其控股股东、实际控制人、主要股东、董监高及其近亲属不存在关联关系。

公司销售的原材料包括 ABS 树脂、聚丙烯、聚苯乙烯，属于通用塑料。报告期内销售的原材料库龄均在一年以内，所销售的原材料品质良好，不存在因产品质量问题而出现销售退回、合同纠纷等不良情形，不存在售前因保管不当等原因导致相关原材料品质降低需要计提存货减值的情形。购买客户为玩具生产企业和少量临时调货的塑料贸易商，与公司不存在关联关系且双方交易按照市场公允价格达成一致。

购买公司原材料的客户为玩具生产企业和少量临时调货的塑料贸易商，因其采购规模不满足塑料生产厂商、大型贸易商的起订要求或无规模采购价格上的优势或出于临时调货的需要，向发行人采购原材料，具有商业合理性。

报告期主要原材料销售情况如下：

项目	2020年1-3月			2019年度		
	含税金额 (万元)	数量(吨)	平均单价 (万元/吨)	含税金额 (万元)	数量(吨)	平均单价 (万元/吨)
ABS树脂	470.23	355.80	1.32	3,340.83	2,499.60	1.34
聚丙烯	20.09	21.60	0.93	1,370.88	1,413.10	0.97
聚苯乙烯	-	-	-	1,026.54	947.10	1.08
合计	490.32	377.40	1.30	5,738.25	4,859.80	1.18

报告期内，原材料塑料ABS树脂、聚丙烯、聚苯乙烯公开市场价格、公司采购价格以及销售价格对比如下：

单位：万元/吨

类别	期间	市场公开价格	公司采购价格	公司销售价格
ABS树脂	2019年度	1.28	1.28	1.34
	2020年第一季度	1.19	1.22	1.32
聚丙烯	2019年度	0.89	0.92	0.97
	2020年第一季度	0.76	0.76	0.93
聚苯乙烯	2019年度	1.00	1.05	1.08
	2020年第一季度	0.82	0.85	-

注：公开市场价格数据来源于 wind 资讯。

根据上述表格，公司销售给客户的原材料价格与公司从市场采购价格及该类原材料市场价格不存在较大差异。公司原材料销售毛利率较低，2019年、2020年1-3月分别为5.15%、4.21%，且该业务形成的毛利额占公司营业毛利总额的比例很低。综上所述，公司原材料销售定价公允。

4、可比上市公司收入分析

报告期公司及同行业可比公司玩具收入情况如下：

单位：万元

名称	2019年玩具 相关收入	收入增长率	2018年玩具 相关收入	收入增长率	2017年玩具 相关收入
奥飞娱乐	126,234.15	-8.36%	137,751.69	-29.54%	195,512.54
高乐股份	50,774.84	10.38%	46,001.99	-23.07%	59,796.39
邦宝益智	51,760.74	36.00%	38,058.52	16.98%	32,533.93
实丰文化	38,690.36	-0.71%	38,966.39	-8.02%	42,362.34

名称	2019年玩具 相关收入	收入增长率	2018年玩具 相关收入	收入增长率	2017年玩具 相关收入
本公司	42,564.67	7.06%	39,757.90	30.56%	30,452.67

注：同行业可比公司2020年第一季度报告披露了营业收入数据，但未披露玩具相关业务收入，故仅列示2017-2019年度玩具产品销售数据。

从上表可知，公司与玩具相关主营业务收入2018年度较2017年度增长30.56%，2019年度收入相比2018年度增长7.06%，主要系发行人的变形玩具2017年度进行了先期市场推广后，2018年度在境外市场实现了销售的大幅增长，导致2018年度主营业务收入增幅较大。2018年度公司开发的婴幼儿系列产品推动了公司2019年度整体的收入增长，但受其他各系列玩具的收入下降21.41%的影响，导致2019年度主营业务收入整体的增幅低于2018年度。

发行人玩具收入增长率变动趋势与同行业可比公司的玩具相关的收入增长率变动趋势存在差异的原因主要有：（1）行业市场规模较大，据Euromonitor统计，2018年中国玩具市场销售额达790.32亿元，单一公司的市场占有率不高，单一公司的增长率变动情况不能反映整个市场发展情况；（2）公司与同行业可比公司经营多元化程度不同，玩具业务产品类别亦存在差异；（3）同行业可比公司对玩具业务板块的聚焦程度和资本运作会对玩具业务的增长率产生影响，进而导致与发行人存在差异；（4）公司与各可比公司经营战略不同，导致聚焦的销售目标区域不同，而各目标区域的经济水平、增长潜力、人均消费水平不尽相同，因而公司与同行业各可比公司玩具销售增长率也会有所差异；（5）受新品研发及推出时间的影响，各公司的增长率存在差异。

（二）报告期营业成本分析

报告期内，发行人主营业务成本分别为21,767.90万元、27,635.04万元、29,130.12万元和4,681.22万元，公司主营业务收入与主营业务成本配比情况如下：

单位：万元；%

项目	2020年1-3月	2019年度		2018年度		2017年度
	金额	金额	变动率	金额	变动率	金额
主营业务收入	6,606.31	42,565.32	7.03	39,768.29	30.55	30,461.47
主营业务成本	4,681.22	29,130.12	5.41	27,635.04	26.95	21,767.90

1、主营业务成本按产品分类

报告期内，各产品的营业成本构成情况如下：

单位：万元；%

项目		2020年1-3月		2019年度		2018年度		2017年度	
		金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
玩具产品	变形玩具	1,455.53	31.09	12,270.37	42.12	14,332.83	51.86	7,166.52	32.92
	机器人玩具	416.56	8.90	4,094.50	14.06	6,699.74	24.24	8,688.97	39.92
	婴幼儿玩具	2,270.80	48.51	7,664.67	26.31	-	-	-	-
	恐龙玩具	178.32	3.81	1,944.58	6.68	3,276.73	11.86	2,853.95	13.11
	其他玩具	360.01	7.69	3,156.00	10.83	3,325.74	12.03	3,058.46	14.05
玩具产品成本小计		4,681.22	100.00	29,130.12	100.00	27,635.04	100.00	21,767.90	100.00
服务成本		-	-	-	-	-	-	-	-
合计		4,681.22	100.00	29,130.12	100.00	27,635.04	100.00	21,767.90	100.00

报告期内，公司主营业务成本主要为玩具产品成本，分别为 21,767.90 万元、27,635.04 万元、29,130.12 万元和 4,681.22 万元，占主营业务成本的比重均为 100.00%。

2、主营业务成本按构成如下

单位：万元；%

项目	2020年1-3月		2019年度		2018年度		2017年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
直接材料	3,516.86	75.13	21,635.26	74.27	21,736.80	78.66	17,475.88	80.28
直接人工 (含委外)	877.66	18.75	6,099.18	20.94	4,753.64	17.20	3,260.18	14.98
制造费用	286.69	6.12	1,395.68	4.79	1,144.60	4.14	1,031.84	4.74
合计	4,681.22	100.00	29,130.12	100.00	27,635.04	100.00	21,767.90	100.00

报告期内，公司成本归集的内容包括直接材料、直接人工、制造费用，归集和分配方法具体如下：

(1) 直接材料成本归集与分配

公司生产部根据生产任务单及具体产品 BOM 表生成的生产领料单向仓库部门领用材料。如果发生委外加工情形，由委外订单及具体产品 BOM 表生成委外加工生产投料单，委外加工商根据委外加工生产投料单进行领料。每月末，公司按成本中心分别归集直接材料成本，每款产品的直接材料领用数量均直接计入每

款产品材料耗用。公司按照产品生产工序，逐步计算并综合结转每个成本中心完工产品成本，采用月末一次加权平均法计算原材料、半成品单价，直接材料领用数量与当月加权平均单价的乘积归集计入每款产品当月“生产成本-直接材料”“委托加工物资”，会计分录为借记“生产成本-直接材料”、“委托加工物资”，贷记“原材料”“半成品”。月末，ERP系统对各成本中心已完工生产任务单中归集的材料成本自动结转至本步骤完工成本，借记“半成品”“库存商品”，贷记“生产成本-直接材料”“委托加工物资”。期末各成本中心未完工生产任务单中归集的材料成本则自动留存于在产品中。

（2）直接人工成本归集与分配

每月末，公司人力资源行政部按照生产部提供的考勤表归集直接人工成本发生额，借记“生产成本-直接人工”，贷记“应付职工薪酬”。按标准工时分配率分配各型号完工产品在各成本中心的直接人工成本，标准工时由研发部在产品设计时根据产品的工艺复杂度设置。如果发生委外加工情形，每月末根据委外确认单归集每款产品的加工费，借记“委托加工物资-加工费”，贷记“应付账款-委外加工商”。由于公司期末在产品规模较小，对在产品不分配直接人工成本。

（3）制造费用归集与分配

每月末，公司生产部归集间接材料（辅材）、间接人工、机物料消耗、水电费、租赁费、折旧摊销等当月制造费用发生额。借记“生产成本-制造费用”，贷记“应付账款”“其他应付款”“银行存款”等科目。公司按标准工时分配率分配各型号完工产品在各成本中心的制造费用，标准工时由研发部在产品设计时根据产品的工艺复杂度设置。由于公司期末在产品规模较小，对在产品不分配制造费用。

产成品成本结转方法如下：

公司目前采用金蝶ERP系统进行成本核算，依据产品代码对产品进行管理。在产品销售完成后，自动确认收入，月末按照每款产品的当月一次加权平均成本与销售数量乘积自动结转主营业务成本。

3、报告期内其他业务成本构成情况如下：

单位：万元；%

项目	2020年1-3月		2019年度		2018年度		2017年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
材料	415.63	96.09	4,822.67	100.00	-	-	-	-
其他	16.92	3.91	-	-	-	-	-	-
合计	432.55	100.00	4,822.67	100.00	-	-	-	-

（三）公司毛利及毛利率分析

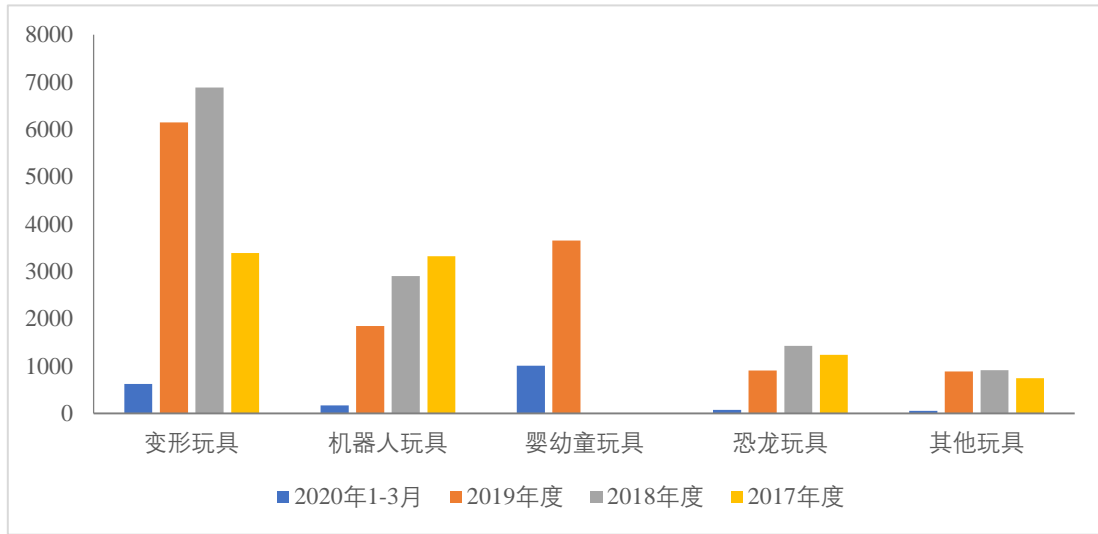
1、主营业务毛利构成情况分析

项目		2020年1-3月	2019年度	2018年度	2017年度
变形玩具	毛利额（万元）	623.14	6,144.48	6,880.94	3,386.05
	毛利贡献率	32.37%	45.73%	56.71%	38.95%
	毛利率	29.98%	33.37%	32.44%	32.09%
机器人玩具	毛利额（万元）	166.26	1,843.08	2,901.44	3,320.70
	毛利贡献率	8.64%	13.72%	23.91%	38.20%
	毛利率	28.53%	31.04%	30.22%	27.65%
婴幼儿玩具	毛利额（万元）	998.65	3,653.74	-	-
	毛利贡献率	51.88%	27.20%	-	-
	毛利率	30.54%	32.28%	-	-
恐龙玩具	毛利额（万元）	74.42	905.74	1,428.81	1,237.84
	毛利贡献率	3.87%	6.74%	11.78%	14.24%
	毛利率	29.45%	31.78%	30.36%	30.25%
其他玩具	毛利额（万元）	62.37	887.51	911.67	740.17
	毛利贡献率	3.24%	6.61%	7.51%	8.51%
	毛利率	14.77%	21.95%	21.51%	19.49%
服务业务	毛利额（万元）	0.24	0.65	10.39	8.81
	毛利贡献率	0.01%	0.00%	0.09%	0.10%
	毛利率	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
合计	毛利额（万元）	1,925.09	13,435.20	12,133.25	8,693.58
	毛利贡献率	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
	毛利率	29.14%	31.56%	30.51%	28.54%

注：毛利贡献度=单项业务毛利/毛利总额

报告期内，公司各类玩具产品的毛利额对比如下：

单位：万元



2、主营业务毛利率分析

(1) 主营业务综合毛利率

报告期内，公司主营业务毛利率分别为 28.54%、30.51%、31.56% 和 29.14%。

其中产品和业务类别毛利率如下表所示：

项目	2020年1-3月	2019年度	2018年度	2017年度
变形玩具	29.98%	33.37%	32.44%	32.09%
机器人玩具	28.53%	31.04%	30.22%	27.65%
婴幼儿玩具	30.54%	32.28%	-	-
恐龙玩具	29.45%	31.78%	30.36%	30.25%
其他玩具	14.77%	21.95%	21.51%	19.49%
服务业务	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
合计	29.14%	31.56%	30.51%	28.54%

公司主营业务综合毛利率的变动主要受产品毛利率变动和产品销售结构变化的影响。2017 年至 2019 公司综合毛利率略有上升，2020 年一季度，公司各类玩具毛利率下降主要原因是受疫情影响，2020 年一季度返工率不足，固定制造费用分摊造成成本上升，进而影响毛利率。

(2) 主要产品毛利率分析

①变形玩具

报告期内，变形玩具的毛利率分别为 32.09%、32.44%、33.37% 和 29.98%，

2017年至2019年，变形玩具毛利率稳中有升。

②机器人玩具

2018年机器人毛利率比2017年上升2.57%，主要原因是毛利较高的遥控机器人销售占比提高所致。

③婴幼儿玩具

2019年，新推出的婴幼儿系列产品毛利率为32.28%，与公司玩具产品的综合毛利率基本持平。

④恐龙玩具

报告期内，恐龙玩具毛利率分别为30.25%、30.36%、31.78%和29.45%，2019年恐龙玩具的毛利率上升主要系公司恐龙玩具产品结构调整以及原材料价格下降的影响所致。

⑤其他玩具

报告期内，其他玩具毛利率分别为19.49%、21.51%、21.95%和14.77%，2017年至2019年，公司销售的其他玩具增加了更多时尚型、功能性玩具，毛利率也有所提高。

（3）服务业务收入毛利率分析

公司投资动漫影视作品的主要目的是推广相关动漫玩具形象，促进其销售，实质上是一种广告营销手段。有关动漫影视作品的制作支出应比照广告费用支出处理，企业在确认服务费收入时，不存在对应主营业务成本的结转，故其毛利率为100%。

（4）内外销毛利率比较

报告期内，公司内外销毛利率对比情况如下：

项目	2020年1-3月	2019年度	2018年度	2017年度
内销	30.69%	32.63%	31.09%	29.55%
外销	27.97%	30.90%	30.02%	27.68%

报告期内，内外销产品系列结构差异导致公司内外销的总体毛利率略有差异。**具体分**

析如下：

①2020年1-3月主营业务各产品系列毛利率情况：

销售区域	产品系列	销售金额（万元）	销售收入占比	产品毛利率	毛利率贡献率
内销	变形玩具	1,174.11	41.31%	30.28%	12.51%
	机器人玩具	287.93	10.13%	31.78%	3.22%
	恐龙玩具	126.7	4.46%	29.29%	1.31%
	其他玩具	113.8	4.00%	15.20%	0.61%
	婴幼儿玩具	1,139.29	40.09%	32.51%	13.03%
内销 合计		2,841.83	100.00%	30.69%	30.69%
外销	变形玩具	904.56	24.03%	29.58%	7.11%
	机器人玩具	294.89	7.83%	25.35%	1.99%
	恐龙玩具	126.04	3.35%	29.60%	0.99%
	其他玩具	308.58	8.20%	14.61%	1.20%
	婴幼儿玩具	2,130.16	56.59%	29.49%	16.69%
外销 合计		3,764.24	100.00%	27.97%	27.97%

注：毛利率贡献率=销售收入占比*产品毛利率

由上表可知，2020年1-3月，内销整体毛利率高于外销整体毛利率，主要系变形玩具内销毛利率贡献率较外销毛利率贡献率高5.40%、机器人玩具内销毛利率贡献率较外销毛利率贡献率高1.23%、婴幼儿玩具内销毛利率贡献率较外销毛利率贡献率低3.66%综合作用所致。

②2019年度主营业务各产品系列毛利率情况：

销售区域	产品系列	销售金额（万元）	销售收入占比	产品毛利率	毛利率贡献率
内销	变形玩具	7,354.40	45.05%	34.96%	15.75%
	机器人玩具	2,176.93	13.34%	30.49%	4.07%
	恐龙玩具	929.58	5.69%	31.63%	1.80%
	其他玩具	1,473.01	9.02%	24.02%	2.17%
	婴幼儿玩具	4,390.37	26.89%	32.88%	8.84%
内销 合计		16,324.29	100.00%	32.63%	32.63%
外销	变形玩具	11,060.46	42.15%	32.31%	13.62%
	机器人玩具	3,760.65	14.33%	31.36%	4.49%
	恐龙玩具	1,920.73	7.32%	31.85%	2.33%
	其他玩具	2,570.50	9.80%	20.76%	2.03%

销售区域	产品系列	销售金额（万元）	销售收入占比	产品毛利率	毛利率贡献率
	婴幼儿玩具	6,928.04	26.40%	31.90%	8.42%
外销 合计		26,240.38	100.00%	30.90%	30.90%

注：毛利率贡献率=销售收入占比*产品毛利率

由上表可知，2019 年度，内销整体毛利率高于外销整体毛利率主要系销售占比较高的变形玩具的内销毛利率贡献率较外销毛利率贡献率高 2.13%。

③2018 年度主营业务各产品系列毛利率情况：

销售区域	产品系列	销售金额（万元）	销售收入占比	产品毛利率	毛利率贡献率
内销	变形玩具	10,101.51	55.41%	32.36%	17.93%
	机器人玩具	4,176.64	22.91%	30.77%	7.05%
	恐龙玩具	2,055.24	11.27%	30.55%	3.44%
	其他玩具	1,896.70	10.40%	25.26%	2.63%
内销 合计		18,230.09	100.00%	31.05%	31.05%
外销	变形玩具	11,112.26	51.62%	32.50%	16.78%
	机器人玩具	5,424.53	25.20%	29.80%	7.51%
	恐龙玩具	2,650.30	12.31%	30.22%	3.72%
	其他玩具	2,340.71	10.87%	18.48%	2.01%
外销 合计		21,527.81	100.00%	30.02%	30.02%

注 1：毛利率贡献率=销售收入占比*产品毛利率

注 2：表中内销合计毛利率与内销整体毛利率差异 0.04%，主要系服务业毛利率影响，此处分析未包含。

由上表可知，2018 年度，内销整体毛利率高于外销整体毛利率，主要系销售占比较高的变形玩具内销毛利率贡献率较外销毛利率贡献率高 1.15%。

④2017 年度主营业务各产品系列毛利率情况：

销售区域	产品系列	销售金额（万元）	销售收入占比	产品毛利率	毛利率贡献率
内销	变形玩具	7,027.08	50.19%	30.86%	15.49%
	机器人玩具	4,284.08	30.60%	29.57%	9.05%
	恐龙玩具	1,932.99	13.81%	26.91%	3.72%
	其他玩具	755.48	5.40%	23.29%	1.26%
内销 合计		13,999.63	100.00%	29.51%	29.51%
外销	变形玩具	3,525.49	21.43%	34.54%	7.40%

销售区域	产品系列	销售金额（万元）	销售收入占比	产品毛利率	毛利率贡献率
	机器人玩具	7,725.59	46.96%	26.58%	12.48%
	恐龙玩具	2,158.80	13.12%	33.24%	4.36%
	其他玩具	3,043.15	18.50%	18.54%	3.43%
外销 合计		16,453.03	100.00%	27.68%	27.68%

注 1：毛利率贡献率=销售收入占比*产品毛利率

注 2：表中内销合计毛利率与内销整体毛利率差异 0.04%，主要系服务业毛利率影响，此处分析未包含。

由上表可知，2017 年度，内销毛利率高于外销毛利率，主要系变形玩具内销毛利率贡献率较外销毛利率贡献率高 8.09%、以及其他系列内销毛利率贡献率较外销毛利率贡献率低 6.24%综合作用。

⑤同行业可比公司玩具产品内外销毛利率情况：

销售区域	公司名称	2019 年度	2018 年度	2017 年度
内销	奥飞娱乐	54.62%	40.21%	43.34%
	实丰文化	31.32%	28.44%	25.55%
	高乐股份	39.37%	36.52%	46.72%
	邦宝益智	32.98%	31.58%	34.43%
	行业平均	39.57%	34.19%	37.51%
外销	奥飞娱乐	37.07%	35.39%	41.25%
	实丰文化	18.82%	21.15%	25.12%
	高乐股份	14.89%	10.03%	21.62%
	邦宝益智	33.41%	33.19%	34.45%
	行业平均	26.05%	24.94%	30.61%

由上表可知，同行业可比公司 2017-2019 年度内销毛利率平均值整体上高于外销毛利率。

奥飞娱乐毛利率内外销差异较大的原因是其国产原创动漫 IP 在国内具有较高的知名度和影响力，由此给国内玩具带来的溢价能力较国外高，综合国外运输成本比国内高等因素，使得奥飞娱乐国内玩具毛利率水平相应比国外玩具高；实丰文化和高乐股份因其外销存在玩具贸易，而玩具贸易的毛利率较低，导致实丰文化和高乐股份内外销毛利率差异较大；发行人内外销毛利率差异幅度相比同行业可比公司不大主要系玩具品类差异、发行人不存在玩具贸易等原因所

致。

综上所述，发行人产品内销毛利率高于外销毛利率主要系销售结构的影响所致，且与同行业可比公司整体毛利率内外销差异趋势相符，具有合理性。

（5）经直销毛利率比较

销售区域	2020年1-3月	2019年	2018年	2017年
经销	28.84%	31.26%	30.48%	28.51%
直销	38.48%	45.92%	34.74%	42.47%

报告期，公司各期直销毛利率均高于经销毛利率，主要系在经销模式下，公司与经销商签订合作协议，采购量一般较大且以买断式经销的方式合作，经销商集中其地域优势、客源优势更好地提升公司产品市场覆盖率，推广品牌知名度，加之考虑到经销商的运输、售后维护成本等，公司需要给经销商留有一定利润空间，因此通常经销模式下产品出厂价格低于直销模式下出厂价格，从而使得经销模式的毛利率较低。

3、其他业务收入毛利率分析

项目	2020年1-3月		2019年		2018年		2017年
	毛利率	变动	毛利率	变动	毛利率	变动	毛利率
毛利率	4.21%	-0.94%	5.15%	-94.85%	100.00%	0.00%	100.00%

由上表可知，公司其他业务收入 2017 年、2018 年度的毛利率为 100%，主要系废料销售的毛利率；公司其他业务收入毛利率 2019 年较低主要系 2019 年公司原材料销售毛利率较低所致；公司其他业务收入毛利率 2020 年 1-3 月相比 2019 年下降 0.94%，变化不大。

4、可比上市公司毛利率比较

（1）同行业可比公司的选取标准及可比程度

公司主要产品为各种智能科教玩具。发行人选择奥飞娱乐（002292）、邦宝益智（603398）、高乐股份（002348）以及实丰文化（002862）作为可比上市公司。奥飞娱乐 2019 年玩具销售在营业收入中的占比为 46.29%；邦宝益智 2019 年益智玩具产品占营业收入的比例为 98.47%；高乐股份 2019 年玩具制造业在营业收入中的占比为 71.27%；实丰文化 2019 年玩具自产业务在营业收入中的占比

为 61.63%。从玩具相关收入占比来说，上述公司与发行人具有一定可比性。

（2）同行业可比上市公司与发行人毛利率的比较情况

报告期内，由于公司在产品结构、客户群体等方面与可比公司不完全一致，公司对应产品毛利率水平与可比公司存在一定差异。报告期内，公司和同行业上市公司的玩具业务毛利率比较情况如下表所示：

单位：%

股票代码	公司名称	2020年1-3月	2019年度	2018年度	2017年度
002292.SZ	奥飞娱乐	-	52.21	49.14	54.20
002348.SZ	高乐股份	-	22.30	20.82	25.74
603398.SH	邦宝益智	-	32.99	31.89	34.47
002862.SZ	实丰文化	-	27.95	27.77	27.18
	平均值	-	33.86	32.41	35.40
	本公司	29.14	31.56	30.51	28.54

注：上述毛利率数据主要摘自上市公司年度报告，选取其玩具相关业务毛利率数据。

从上表可知，公司的主营业务毛利率略低于同行业平均水平，这主要与各个公司之间的产品结构、市场渠道、消费群体等因素相关。

随着公司业务规模的不断扩大，公司的规模效应将更加明显，公司将继续加强研发，不断提高公司产品的附加值，提升公司产品的竞争力，持续提高公司的毛利率水平。

（四）期间费用

报告期内，发行人销售费用、管理费用、研发费用及财务费用分别占当期营业收入的比例如下表：

单位：万元；%

项目	2020年1-3月		2019年度		2018年度		2017年度	
	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例
销售费用	235.11	3.33	1,642.26	3.44	1,897.71	4.77	1,154.15	3.78
管理费用	386.39	5.47	1,836.70	3.85	1,689.82	4.24	1,204.06	3.95
研发费用	340.44	4.82	1,742.64	3.65	1,657.96	4.16	1,226.36	4.02
财务费用	-40.31	-0.57	-86.55	-0.18	-307.67	-0.77	543.64	1.78
合计	921.63	13.05	5,135.05	10.77	4,937.82	12.40	4,128.20	13.53

报告期内，随着公司营业收入增加，期间费用也呈逐年增长趋势。2017 年度、2018 年度、2019 年度公司的期间费用分别为 4,128.20 万元、4,937.82 万元和 5,135.05 万元，占营业收入的比例分别为 13.53%、12.40%和 10.77%，占比基本保持稳定。

同行业可比公司期间费用率：

单位：%

费用类别	同行业可比公司	同行业期间费用率		
		2019 年度	2018 年度	2017 年度
销售费用率	奥飞娱乐	17.69	22.68	18.68
	高乐股份	12.47	9.34	7.17
	邦宝益智	7.92	6.23	7.00
	实丰文化	6.24	7.30	7.78
	平均值	11.08	11.39	10.16
	发行人	3.86	4.77	3.79
管理费用率	奥飞娱乐	14.00	15.82	14.07
	高乐股份	10.25	8.79	10.01
	邦宝益智	5.81	10.38	5.70
	实丰文化	6.25	5.92	3.93
	平均值	9.08	10.23	8.43
	发行人	4.32	4.25	3.95
研发费用率	奥飞娱乐	7.09	10.69	8.35
	高乐股份	4.81	3.62	1.76
	邦宝益智	3.50	4.52	3.36
	实丰文化	3.15	2.85	3.36
	平均值	4.64	5.42	4.21
	发行人	4.09	4.17	4.03
财务费用率	奥飞娱乐	3.01	4.19	2.74
	高乐股份	1.91	1.02	2.01
	邦宝益智	0.45	-0.48	-0.25
	实丰文化	0.12	-1.95	1.55
	平均值	1.37	0.70	1.51
	发行人	-0.20	-0.77	1.78

注：同行业可比公司期间费用数据来源为各公司定期报告；销售费用率=销售费用/主营业务收入；财务费用率=财务费用/主营业务收入；研发费用率=研发费用/主营业务收入；管理费用率=管理费用/主营业务

收入。

1、销售费用

（1）报告期内公司销售费用主要构成情况

报告期内，公司销售费用主要构成情况如下表：

单位：万元

项目	2020年1-3月		2019年度		2018年度		2017年度	
	金额	占主营业务收入比重	金额	占主营业务收入比重	金额	占主营业务收入比重	金额	占主营业务收入比重
职工薪酬	77.70	1.18%	473.43	1.11%	337.46	0.85%	115.23	0.38%
运输费	76.80	1.16%	551.48	1.30%	470.34	1.18%	373.08	1.22%
市场开拓费	44.81	0.68%	303.90	0.71%	807.18	2.03%	502.60	1.65%
差旅费	11.24	0.17%	199.39	0.47%	174.13	0.44%	107.38	0.35%
折旧费	3.93	0.06%	14.92	0.04%	11.12	0.03%	5.22	0.02%
其他	20.64	0.31%	99.13	0.23%	97.49	0.25%	50.63	0.17%
合计	235.11	3.56%	1,642.26	3.86%	1,897.71	4.77%	1,154.15	3.79%

报告期各期间，公司的销售费用分别为 1,154.15 万元、1,897.71 万元、1,642.26 万元和 235.11 万元，主要为职工薪酬、运输费、市场开拓费和差旅费，这四项费用占销售费用的比例在 90%左右。

2017、2018年市场开拓费中包含了公司动漫影视作品的制作推广费用摊销，其中 2017 年摊销额为 371.22 万元，2018 年摊销额为 589.09 万元；截至 2018 年末推广费用已摊销完毕。剔除公司动漫影视作品的制作推广费用摊销，报告期内销售费用呈现增长趋势，与公司业务规模增长相匹配。

另外，2018 年度公司在生产经营规模扩大的同时加大了市场开拓力度，2017 年底发行人成立了广州分公司，定位于市场开拓。生产经营规模扩大以及市场营销力度的加大导致销售人员工资、运输费用、差旅费用均呈现一定幅度的上涨。

（2）动漫影视作品制作推广费用的摊销情况

玩具产业与动漫文化创意产业的融合，是玩具产业转型升级的选择之一。2016 年以来，发行人自主打造的首部动漫作品《机变英盟》在电视台与视频网站播放，动漫影视作品的推广推动了相应变形玩具衍生品的上市销售，对发行

人境内销售收入的增长起到了较好的促进作用。

动漫影视作品制作推广费主要包括发行人委托外部机构拍摄动漫影视产品的制作费用及用于各电视台播放的发行费用。首次播放时起，在动漫衍生品的预计受益期内（3年内），采用每一动漫影视作品当期实现的授权收入占预计总收入的比例进行摊销。报告期内发行人动漫影视作品制作推广费用摊销情况如下：

单位：万元

项目	2020年1-3月	2019年度	2018年度	2017年度
动漫影视作品制作费用	-	-	589.09	371.22

（3）与同行业上市公司同期比较

2017-2019年，同行业可比公司销售费用占主营业务收入的比例如下表：

单位：%

公司名称	同行业销售费用率		
	2019年度	2018年度	2017年度
奥飞娱乐	17.69	22.68	18.68
高乐股份	12.47	9.34	7.17
邦宝益智	7.92	6.23	7.00
实丰文化	6.24	7.30	7.78
平均值	11.08	11.39	10.16
发行人	3.86	4.77	3.79

注：同行业可比公司期间费用数据来源于各上市公司定期报告；销售费用率=销售费用/主营业务收入；

如上表所示，与同行业可比公司相比，发行人销售费用率低于同行业平均水平，主要原因如下：

①同行业上市公司逐步业务多元化，进入游戏、动漫影视等新的业务领域需要投入较多的广告宣传费用或展览费用，导致其销售费用增加。

2017-2019年度，同行业可比公司相关广告宣传费用或展览费用占主营业务收入比重情况如下：

公司名称	项目	2019年	2018年	2017年
奥飞娱乐	推广促销展示费	5.48%	6.27%	5.36%

公司名称	项目	2019年	2018年	2017年
	广告费	1.76%	2.45%	2.04%
	宣传费用	0.13%	1.01%	0.32%
	小计	7.37%	9.73%	7.72%
高乐股份	广告费	0.74%	0.51%	0.33%
	展览费	0.05%	0.03%	0.08%
	小计	0.79%	0.54%	0.41%
实丰文化	业务宣传费	1.43%	2.82%	1.24%
	授权费	0.52%	0.24%	0.16%
	小计	1.95%	3.06%	1.40%
邦宝益智	展览宣传费	0.53%	1.00%	2.44%
	小计	0.53%	1.00%	2.44%
平均值		2.66%	3.58%	2.99%
发行人	市场开拓费	0.71%	2.03%	1.65%
	小计	0.71%	2.03%	1.65%

如上表所示，除奥飞娱乐外，发行人市场开拓费占主营业务收入的比重与其他同行业可比公司费用率平均水平差异不大。奥飞娱乐主营业务以动漫玩具和动漫影视为主，拓展至内容创作、手机游戏、媒体经营、玩具营销和婴童业务等多个业务板块，多种业务的组合需要较多的销售资源，导致其推广促销展示费用率较高，从而拉高了平均水平。

②同行业可比公司业务多元化，对于新的业务领域，人员增加、人员层次的提高也带来薪酬水平的提升，使其销售费用金额随之增加。

2017-2019年，同行业可比公司职工薪酬占主营业务收入比重情况如下：

公司名称	2019年	2018年	2017年
奥飞娱乐	5.48%	6.84%	6.18%
高乐股份	3.07%	2.27%	0.34%
邦宝益智	2.05%	1.05%	0.89%
实丰文化	1.19%	1.16%	1.67%
平均值	2.95%	2.83%	2.27%
发行人	1.11%	0.85%	0.38%

相较同行业可比公司而言，发行人销售人员主要为玩具业务相关人员，业

务结构相对简单导致销售人力资源需求较低，故发行人职工薪酬占主营业务收入的比重低于同行业可比公司。

③销售渠道差异导致销售费用占比存在差异。

高乐股份主要客户包括华润万家、大润发、TOYS "R" US LTD、沃尔玛等大型商超或玩具零售商，通过商超、专卖店销售玩具占比相对较高，该类销售渠道超市费用、商场专柜装修费金额较高，2017-2019年，高乐股份销售费用中超市费用占主营业务收入比重分别为1.60%、2.15%和2.26%。

邦宝益智通过收购玩具运营商广东美奇林互动科技有限公司，拥有了成熟的国内销售渠道，与各大商超建立了业务联系，促进收入增长的同时运杂费也相应增长；商超渠道的拓展一方面需要自建销售队伍，增加员工工资、办公场所租赁费用等支出；另一方面，商超渠道普遍存在商场服务等，导致销售费用较高。相较而言，发行人境内直销占主营业务收入比重较小，与之对应的费用金额也较小。

综上所述，报告期内，发行人销售费用占主营业务收入比重低于同行业可比上市公司具有合理性。

(4) 与同行业上市公司申报上市期间比较

以同行业可比公司申报上市期间销售费用率进行比较，发行人与同行业可比公司平均水平差异较小，特别是与实丰文化和邦宝益智较为接近，具体如下：

单位：%

项目	公司名称	上市申报期间	同行业可比公司上市申报期间销售费用率		
			第三年度	第二年度	第一年度
销售费用率	奥飞娱乐	2006.1.1-2009.6.30	10.49	5.70	5.94
	高乐股份	2006.1.1-2009.6.30	1.99	1.93	0.87
	邦宝益智	2012.1.1-2015.6.30	3.73	3.69	3.64
	实丰文化	2014.1.1-2016.12.31	6.38	5.46	4.97
	平均值		5.65	4.19	3.85
	发行人	2017.1.1-2020.3.31	3.86	4.77	3.79

综上，报告期内发行人销售费用率低于同行业可比公司，主要系由于同行业可比公司上市后实行多元化发展战略，相关销售费用支出较多，与同行业可比公

司上市申报期间的销售费用率水平比较，发行人销售费用率与同行业可比公司不存在明显差异。

（5）运输费用

①客户自提和发行人承运两种交货方式的销售数量、平均单价、销售金额及占比、毛利率

客户自提交货方式下的销售数量、平均单价、销售金额及占比、毛利率情况如下：

期间	客户自提				
	销售数量 (万件)	平均单价 (元/件)	销售金额 (万元)	占主营业务收入 占比	毛利率
2020年1-3月	112.65	28.67	3,229.15	48.88%	29.90%
2019年度	561.95	33.16	18,632.49	43.77%	31.86%
2018年度	821.90	20.85	17,135.05	43.09%	30.32%
2017年度	558.67	22.60	12,625.81	41.45%	29.64%

注：发行人与客户在合同中约定的自提方式是指买方承担运费，客户自提方式下交货方式包括以下两种情况：A. 客户或其指定的物流公司到公司仓库提货；B. 公司以自有车辆运送至客户指定的汕头地区范围内的装货地点。

公司承运交货方式下的销售数量、平均单价、销售金额及占比、毛利率情况如下：

期间	公司承运				
	销售数量 (万件)	平均单价 (元/件)	销售金额 (万元)	占主营业务收入 占比	毛利率
2020年1-3月	186.14	18.14	3,377.16	51.12%	27.76%
2019年度	1,200.82	19.93	23,932.83	56.23%	30.66%
2018年度	574.45	39.40	22,633.25	56.91%	31.34%
2017年度	776.47	22.97	17,835.67	58.55%	28.41%

②客户自提方式的销售占比与同行业对比分析

报告期内，发行人销售交货方式主要有客户自提、发行人承运两种交货方式。其中客户自提方式的销售占比各期分别为41.45%、43.09%、43.77%和48.88%。

同行业可比公司年报、招股说明书等公开资料未披露客户自提方式的销售占比，但其销售交货方式与发行人相差不大，主要有客户自提、公司承运两种交货

方式。同行业可比公司外销主要采用 FOB 交货方式，公司只需承担从仓库至港口的运输费用，内销则包括客户自提和公司承运两种销售交货方式，故客户自提方式的销售占比只与内销收入占比有关。

报告期各期，发行人内销收入中客户自提和公司承运情况如下：

销售模式	运输方式	2020年1-3月		2019年度		2018年度		2017年度	
		数量占比	金额占比	数量占比	金额占比	数量占比	金额占比	数量占比	金额占比
境内经销	公司承运	7.99%	10.09%	9.82%	9.83%	10.16%	11.62%	22.71%	18.91%
	客户自提	82.49%	81.91%	87.84%	84.69%	89.23%	86.88%	77.09%	80.65%
境内直销	公司承运	1.51%	1.45%	0.32%	0.80%	0.23%	0.48%	0.04%	0.03%
	客户自提	8.01%	6.54%	2.02%	4.69%	0.39%	1.02%	0.16%	0.41%

发行人与客户在合同中约定的自提方式是指买方承担运费，客户自提方式下交货方式包括以下两种情况：A. 客户或其指定的物流公司到公司仓库提货；B. 公司以自有车辆运送至客户指定的汕头地区范围内的装货地点。内销中客户自提占比较高的主要原因如下：公司的经销商主要是根据下游客户的需求向各个玩具生产企业进行综合采购，因此，经销商在提货时，通常采取自提的方式以便汇总各个玩具厂家的产品并按照与下游客户的约定时间统一装车发货，达到节约成本的目的。

综上所述，发行人与同行业可比公司的交货方式不存在差异，但因同行业可比公司年报、招股说明书等公开资料未披露客户自提方式的销售占比，故此处未能对比自提交货方式的销售占比与同行业可比公司的差异。

③报告期内单位运费波动原因及合理性分析

剔除客户自提的影响，报告期内各期运输费用与销售数量的匹配关系如下：

项目	2020年1-3月	2019年度	2018年度	2017年度
销售费用-运输费（万元）	76.80	551.48	470.34	373.08
销售数量（万件）	298.78	1,762.76	1,396.35	1,335.14
客户自提数量（万件）	82.66	579.05	832.77	564.59
剔除自提部分后销售数量（万件）	216.12	1,183.71	563.58	770.55
单位运费（元/件）	0.3554	0.4659	0.8346	0.4842
单位运费增长率（%）	-23.72	-44.18	72.37	-

如上表所示，2018 年单位运费较 2017 年增长 72.37%，2019 年单位运费较 2018 年减少 44.18%，主要原因如下：

A.运输费用主要与产品的包装体积相关，并结合目的地距离、交通情况等确定运输价格，公司不同类别型号的产品体积差异较大，从而影响各期运费变动。各类产品的体积差异列举如下：



机器人系列-TT313型号



婴幼儿系列-KD3105型号



变形系列-JQ6608型号



恐龙系列-TT351型号

如上图所示，发行人销售产品中，机器人产品和变形机器人产品体积相对较大，2018 年度单位运费较高，主要系体积较大的变形玩具销量占比较高所致。报告期各期，各产品系列的销量情况如下表：

单位：万件/套；%

产品类别	2020 年 1-3 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	销量	占比	销量	占比	销量	占比	销量	占比
变形玩具	68.53	22.94%	566.9	32.16%	548.63	39.29%	331.14	24.80%

产品类别	2020年1-3月		2019年度		2018年度		2017年度	
	销量	占比	销量	占比	销量	占比	销量	占比
机器人玩具	20.90	6.99%	169.31	9.60%	259.05	18.55%	521.41	39.05%
婴幼儿玩具	150.22	50.28%	503.46	28.56%	-	-	-	-
恐龙玩具	9.38	3.14%	100.27	5.69%	152.10	10.89%	132.90	9.95%
其他玩具	49.76	16.65%	422.83	23.99%	436.57	31.27%	349.69	26.19%
合计	298.79	100.00%	1,762.77	100.00%	1,396.35	100.00%	1,335.14	100.00%

如上表所示，2018年变形玩具销量较2017年增长65.68%，导致2018年度单位运费较高。

2019年发行人单位运费较2018年减少44.18%，主要系由于：a. 2019年体积相对较小的婴幼儿玩具推出后受到市场欢迎，销量占比较大；b. 相较于2018年，2019年变形玩具整体销量占比由39.29%降至32.16%；c. 变形玩具又可进一步细分为电动变形玩具和非电动变形玩具，相较于2018年，2019年变形玩具中体积较大的电动变形玩具占比由26.18%降至19.63%，导致2019年单位运费相对较低。

B. 2018年单位运费高于其他年份的另一个影响因素是运输距离，不同地区的单位运输成本随着距离的增加而增加。报告期内，运输费按运输区域列示如下：

单位：万元

项目	2020年1-3月	2019年度	2018年度	2017年度
华南地区	55.06	338.43	212.59	237.88
其他地区	21.74	213.04	257.75	135.20
合计	76.80	551.48	470.34	373.08

报告期内，公司运输地区主要包括广东省、山东省、北京市和其他地区。公司地处华南地区广东省内，相同的产品销售到其他区域的运输距离更远，产生的单位运费相应较高。2018年发行人销往其他地区的销量增加，因运输距离增加导致2018年运费较2017年增加，2019年发行人销往华南地区的销量增加，因整体运输距离缩短导致2019年单位运费较2018年减少。

综上，受销售产品体积和运输距离的综合影响，2019年单位运费低于2018年，2018年单位运费高于2017年具有合理性。

④报告期内发行人内外销业务对应的运输费用与内外销收入的匹配性情况

及变动原因分析

报告期内，发行人内外销业务对应的运输费用与内外销收入的匹配性情况如下：

单位：万元

项目	2020年1-3月	2019年度	2018年度	2017年度
运输费用	76.80	551.48	470.34	373.08
其中：内销	39.01	248.46	253.03	174.46
外销	37.79	303.01	217.31	198.62
主营业务收入	6,606.31	42,565.32	39,768.29	30,461.47
其中：内销	2,842.08	16,324.95	18,240.48	14,008.44
外销	3,764.24	26,240.38	21,527.81	16,453.03
运输费用占主营业务收入比重	1.16%	1.30%	1.18%	1.22%
其中：内销	1.37%	1.52%	1.39%	1.25%
外销	1.00%	1.15%	1.01%	1.21%

如上表所示，就内销而言，发行人运输费占主营业务收入比重各期分别为1.25%、1.39%、1.52%和1.37%，基本较为平稳。

2018年内销运费占比较2017年增加的原因有：①内销销往华南以外其他地区的销量增加，因运输距离增加导致运费相应增加；②玩具产品销量增加，其中体积较大的变形玩具销量增幅较大，导致运费相应增加。

2019年内销运费占比较2018年增加的原因有：①内销运费同比降低1.8%，主要系体积较大的变形玩具内销数量减少82.51万件所致；②内销销售收入同比降低10.50%，主要系内销玩具产品整体平均售价降低所致。上述内销运费的降低幅度小于内销主营业务收入的下降幅度，从而导致运费占比同比上升。

就外销而言，发行人运输费用和主营业务收入逐年递增，运输费占主营业务收入比重各期分别为1.21%、1.01%、1.15%和1.00%，较为平稳。

2018年外销运费占比较2017年减少的原因有：①外销运费同比增加9.41%，主要系体积较大的变形玩具外销数量增加166.60万件所致；②外销销售收入同比增加33.64%，主要系外销变形玩具和机器人玩具整体平均售价上升所致。上述外销收入增加的幅度高于外销运费增加的幅度，从而导致运费占比同比下降。

2019 年外销运费占比较 2018 年增加的主要原因系外销运费增加幅度高于外销收入增加幅度，而其中运费增加的原因主要系从深圳、厦门港口出口的玩具收入高于从汕头港口出口的玩具收入，因运输距离增加导致运费相应增加。

综上所述，发行人报告期内外销业务对应的运输费用与内外销收入匹配一致且各期占比较为平稳。

2、管理费用

报告期内，公司管理费用主要构成情况如下表：

单位：万元

项目	2020 年 1-3 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占主营业务收入比重	金额	占主营业务收入比重	金额	占主营业务收入比重	金额	占主营业务收入比重
职工薪酬	194.12	2.94%	1,113.03	2.61%	1,035.15	2.60%	646.2	2.12%
中介服务费	28.54	0.43%	234.12	0.55%	200.29	0.50%	210.73	0.69%
折旧摊销	41.84	0.63%	169.55	0.40%	107.65	0.27%	21.49	0.07%
租赁费	34.49	0.52%	133.86	0.31%	140.06	0.35%	127.26	0.42%
业务招待费	16.85	0.26%	75.63	0.18%	72.28	0.18%	56.89	0.19%
办公费用	35.75	0.54%	70.22	0.16%	75.23	0.19%	69.96	0.23%
差旅费	1.02	0.02%	13.08	0.03%	7.62	0.02%	1.65	0.01%
其他	33.77	0.51%	27.2	0.06%	51.53	0.13%	69.88	0.23%
合计	386.39	5.85%	1,836.70	4.32%	1,689.82	4.25%	1,204.06	3.95%

报告期内，公司的管理费用逐年增长，分别为 1,204.06 万元、1,689.82 万元、1,836.70 万元和 386.39 万元，占主营业务收入的比例分别为 3.95%、4.25%、4.32% 和 5.85%。2018 年度管理费用较 2017 年度增长 485.76 万元，主要原因为随着公司生产经营规模扩大，职工薪酬及折旧摊销费用也相应增加。

（1）与同行业上市公司同期比较

2017-2019 年，同行业可比公司管理费用占主营业务收入的比例如下：

单位：%

公司名称	管理费用率		
	2019 年度	2018 年度	2017 年度
奥飞娱乐	14.00	15.82	14.07

公司名称	管理费用率		
	2019 年度	2018 年度	2017 年度
高乐股份	10.25	8.79	10.01
邦宝益智	5.81	10.38	5.70
实丰文化	6.25	5.92	3.93
平均值	9.08	10.23	8.43
发行人	4.32	4.25	3.95

注：同行业可比公司期间费用数据来源于各上市公司定期报告，2020 年第一季度各公司未披露主营业务收入数据；管理费用率=管理费用/主营业务收入。

如上表，发行人管理费用率低于同行业可比公司的平均管理费用率，主要原因如下：

①随着募投项目建设完成，同行业可比公司摊销折旧费用较高。

2017-2019 年，同行业可比公司折旧摊销费用占主营业务收入比重情况如下：

公司	2019 年度	2018 年度	2017 年度
奥飞娱乐	0.99%	1.42%	1.87%
高乐股份	2.38%	1.99%	2.23%
实丰文化	2.19%	1.48%	0.50%
邦宝益智	1.85%	2.17%	0.94%
平均值	1.85%	1.77%	1.39%
发行人	0.40%	0.27%	0.07%

如上表所示，2017-2019 年度，随着募投项目建设完成，同行业可比公司摊销折旧费用占主营业务收入的平均水平高于发行人。

②员工工资以及对员工的股权激励形成的股份支付金额较大。

2017-2019 年，同行业可比公司职工薪酬和股份支付合计占主营业务收入比重情况如下：

公司	2019 年度	2018 年度	2017 年度
奥飞娱乐	6.83%	6.57%	6.52%
高乐股份	5.21%	4.27%	4.59%
实丰文化	2.28%	2.65%	1.57%
邦宝益智	1.58%	3.89%	2.35%

公司	2019 年度	2018 年度	2017 年度
平均值	3.98%	4.35%	3.76%
发行人	2.61%	2.60%	2.12%

如上表所示，2017-2019 年，奥飞娱乐、高乐股份的职工薪酬和股份支付金额较大，拉高了整体平均水平，发行人职工薪酬费用与实丰文化、邦宝益智水平接近。

③同行业可比公司上市后进行资本运作，经营多元化

同行业可比公司的上市后部分资本运作情况如下：

公司名称	类别	日期	备注
奥飞娱乐	IPO	2009/9/1	发行 4,000 万股，募集资金净额 86,833.7 万元。
	发行股份及支付现金购买资产	2014/5/13	以发行股份及支付现金相结合的方式购买方寸科技 100% 股权和爱乐游 100% 股权，共支付交易对价 69,200.00 万元。方寸科技是国内知名的移动网络游戏开发商，爱乐游是国内知名的休闲游戏开发商。
	发行股份及支付现金购买资产	2016/2/19	以发行股份及支付现金相结合的方式购买四月星空 100% 股权，共支付 90,400.00 万元。借助四月星空旗下国内领先的原创动漫平台，上市公司能够丰富自身 IP 资源库，为上市公司泛娱乐产业化运营提供优质文化内容。
	非公开发行股票	2018/1/3	本次非公开发行股票的数量为 50,215,206 股，募集资金净额 67,884.58 万元，募集资金用于 IP 资源建设项目。
高乐股份	IPO	2010/1/21	发行 3,800 万股，募集资金净额 78,265.94 万元。
	设立子公司	2015/8/19	投资 5,100.00 万元与中云辉资本管理（深圳）有限公司合资设立深圳中云辉高乐并购一号投资基金企业（有限合伙），占比 94.12%。
	收购	2016/10/18	投资 9,000 万元，收购广东泛爱众网络科技有限公司 100% 股权，主要业务教育信息化服务。
	收购	2017/7/21	收购深圳市异度信息产业有限公司 45% 股权并向其增资，交易完成后高乐股份将持有深圳市异度信息产业有限公司 53.25% 股权，本次收购及增资总金额为 36,000 万元，异度信息主要业务为教育信息化服务。
邦宝益智	IPO	2015/12/2	发行 2,400 万股，募集资金净额 30,230.60 万元。
	收购	2018/8/29	现金方式收购广东美奇林互动科技有限公司 100% 股权，交易作价 4.4 亿元人民币，并于 2018 年 08 月 29 日完成其股权变更的工商变更登记手续。
实丰文化	IPO	2017/4/11	发行 2,000 万股，募集资金净额 20,198 万元。
	收购	2019/1/11	通过全国中小企业股份转让系统以盘后协议转让方式增持泉州众信超纤科技股份有限公司（839275）428.4 万股，股权占比 10%，交易对价 2,998.80 万元，众信科技主要业务超纤革产品的研发与销售。

如上表，2017-2019 年度，同行业可比公司上市后资本运作增加，相关中介咨询费用等的增加导致同行业可比公司管理费用率较高。

（2）与同行业上市公司申报上市期间比较

以同行业可比公司申报上市期间管理费用率进行比较，发行人与同行业可比公司平均水平差异不大，特别是与实丰文化和邦宝益智较为接近，具体如下：

单位：%

项目	公司名称	上市申报期间	同行业可比公司上市申报期间管理费用率		
			第三年度	第二年度	第一年度
管理费用率	奥飞娱乐	2006.1.1-2009.6.30	9.57	7.73	8.89
	高乐股份	2006.1.1-2009.6.30	-	-	-
	邦宝益智	2012.1.1-2015.6.30	3.14	3.28	3.29
	实丰文化	2014.1.1-2016.12.31	4.43	4.26	4.20
	平均值		5.71	5.09	5.46
	发行人	2017.1.1-2020.3.31	4.32	4.25	3.95

注：高乐股份申报期各期未披露管理费用明细，无法剔除研发费用金额，不适合进行比较。

综上，报告期内发行人管理费用率低于同行业可比公司，主要系由于同行业可比公司上市后实行多元化发展战略，资本运作费用和员工股份支付金额较多，与同行业可比公司上市申报期间的管理费用率水平比较，发行人管理费用率与同行业可比公司不存在明显差异。

3、研发费用

（1）报告期内公司研发费用主要构成情况

报告期内，公司研发费用主要构成情况如下表：

单位：万元

项目	2020年1-3月	2019年度	2018年度	2017年度
职工薪酬	112.34	656.88	618.65	372.88
直接投入	128.16	803.21	745.74	570.60
设计费用	61.21	135.46	170.02	158.14
折旧摊销	23.82	89.72	81.31	104.90
其他	14.91	57.38	42.23	19.84
合计	340.44	1,742.64	1,657.96	1,226.36

报告期内，公司研发费用分别为 1,226.36 万元、1,657.96 万元、1,742.64 万元和 340.44 万元，占营业收入的比例分别为 4.02%、4.16%、3.65%和 4.82%，主要为研发相关的直接投入以及职工薪酬支出。

（2）研发费用的明细内容、计算口径、核算方法、会计处理、及其所对应的研发项目、研发成果情况

①研发费用明细内容

发行人研发费用的范围包括研发及研发辅助人员的工资、社保、公积金，设备折旧与摊销，分摊的房租、水电费，研发活动耗用的材料、低值易耗品，以及发生的差旅费、咨询服务费、维修费、专利费用、其他（办公费用、福利费用等）等。

②计算口径

根据《企业会计准则》及税法的相关规定，将研发相关部门的费用纳入研发费用核算，具体包括：直接材料、直接人工、折旧及摊销费用、产品设计费和其他费用。

③核算方法

发行人按照部门及研发项目归集研发费用，研发项目立项时设置研发支出辅助账，分研发项目、费用类型（包括职工薪酬、材料、低值易耗品、办公费、折旧、专利费等）进行核算；涉及分配的（如水费、电费、房租及房屋折旧摊销等），按照确定比例在研发费用和生产经营费用间进行分配。

④会计处理

发行人投入的研发费用，根据各项费用设置二级科目，发生时借记“研发支出——各项费用”科目，贷记“原材料”、“银行存款”、“应付职工薪酬”等科目；期末，将研发支出归集的费用化支出金额转入研发费用，借记“研发费用”科目，贷记“研发支出——各项费用”。

报告期内，发行人的研发费用均为费用化支出，未将研发费用资本化。

⑤报告期内研发项目成果如下：

序号	项目名称	研发成果
----	------	------

序号	项目名称	研发成果
1	机器人主板控制系统开发及设计	基于大数据的智能机器人分析控制系统，包括数据采集模块、信号中转模块、控制器、动作执行模块、数据库、图像采集模块、分析处理模块、触碰感应模块和搜索更新模块。
2	基于光流定位的 APP 控制无人机 S400 开发	通过对前向作业环境光流检测出的无人机前向目标相对距离进行测算,并通过光流平衡避障法来对无人机进行姿态控制,提高无人机自主巡线过程中的安全性。
3	融合智能家居设备的智能服务型机器人	本实用新型具有操作简单、使用方便的优点,可实现空气滤芯的快速更换,从而降低用户的消费与维修成本,具有很强的实用性。
4	全双工语音交互系统的开发	数据采集模块用于实时的采集用户的人体感应信息和语音要素信息,并将其传输至信号中转模块,且人体感应信息包括头部移动数据、手部移动数据和脚部移动数据,且语音要素信息包括音高数据、音强数据、音长数据和音色数据。
5	安卓视频早教机器人移动 APP 端开发	提升早教机器人在现实生活中运用及数据的传送。
6	K6 智能故事机软件设计与开发	本创新对低龄儿童的早教效果明显,锻炼各方面能力。
7	k7 卡片学习机器人控制系统开发	本研发所述的一种机器人低噪及运动灵活的安全驱动装置,首先,能够使整个机器人在运行过程中更加的稳定,更加的平衡,运动时不易脱落,并且能够减少机器人运行过程中马达震动产生的噪音和齿轮啮合产生的噪音,最后,在达到离合效果的同时减小了装置的尺寸,而且驱动装置运动模式多,使用灵活,带来更好的使用前景。
8	k7 卡片学习机器人手势感应及 OID 点读系统开发	
9	K5Pro 早教学习机系统开发	本研发实现了儿童早教益智机与储钱罐的完美结合,同时增加了红外线测距健康护眼过滤刺眼蓝光,保护视网膜让用户在智能和健康的环境下使用。
10	奇迪乐产品设计服务项目	提升婴童产品性能。
11	儿童智能手表	本创新对低龄儿童的早教效果明显,锻炼各方面能力。
12	智能音箱	
13	智能点读笔	
14	智能学习机	本研发用手握住显示屏后壳并摆动,显示屏可进行三个挡位的俯仰摆动,不仅结构简单、操作方便,而且能满足小朋友的不同角度观看需求,具有广泛的适用性。
15	2019 奇迪乐产品设计服务项目	提升婴童产品性能。
16	2020 奇迪乐产品设计服务项目	提升婴童产品性能。
17	声光幸运轮盘开发	增强了本研发趣味性和可玩性,满足了消费者的玩耍需求。
18	应用于高端玩具机器人的语音交互技术和休眠唤醒功能	本项目研发出的高端玩具机器人,电机齿轮组与机括结构使机器人动作顺畅,具有较强的互动效果和可玩性;左右脚独立驱动,实现前进、后退、左右转向及左右转圈的功能,可操作性强。

序号	项目名称	研发成果
19	益智合金手动变形机器人	研发出益智合金手动变形机器人，增强玩具游戏的趣味性并且具有灵活变形的优点，使小朋友在游戏的同时提高动手能力，合金配件的使用使产品质量和产品档次得到了质的提升。
20	具有多关节多滑行模式的红外线智能遥控玩具机器人	研发出具有多关节多滑行模式的红外线智能遥控玩具机器人，此机器人运用多关节控制技术，使产品仿生真人，更具灵性。
21	用于弹射玩具枪的水基晶弹成型技术和高容量循环充电技术	研发出电动玩具枪，实现电动仿真连续发射，具备“互动+娱乐”两种目的，符合儿童的心理预期的产品形态，能进行更好的游戏互动。
22	拳击格斗遥控变形机器人系列	玩具车向机器人变形以及机器人向玩具车变形的过程，同时增加了机器人拳击格斗的竞技对抗动作过程，大大的增强了玩具的娱乐性和可玩性，满足了儿童的玩耍需求。
23	多关节弹射对碰合体变形机器人系列	本研发大大增强了玩具的娱乐性和可玩性，满足了儿童的玩耍需求，而且本实用新型主体设备造型美观，线条感充足，具有较强的市场竞争性。
24	基于提高趣味性的萌宠音乐节奏棒	研发出基于提高趣味性的玩具萌宠音乐节奏棒的玩具，本研发成果增强了玩具玩耍的趣味性，按压玩具音乐按键，实现了切换歌曲的功能，为宝宝感官发育提供适用的玩具，帮助感知系统发育与精细动作锻炼。
25	智玩积木声光音乐叠叠乐	增强了本研发趣味性和可玩性，让整个玩具实现一键按压的完美联动，满足了消费者的玩耍需求。
26	多模式多面体早教认知启智学习机	目的在于提供一种以拼插结构组合而成的智立方玩具，满足用户对儿童玩具要求，同时节约人力成本。
27	基于场景模拟积木拼装的奇乐探索号客机	研发出基于场景模拟教育认知的玩具飞机的研发，通过按压玩具各个按键，实现了音乐、故事和科普等功能，来增强了玩具的趣味性、可玩性和益智性，将此结构应用到产品设计中，本产品通过了 3C 认证，并已投入市场销售，产品获得了用户的一致认可，为公司带来了良好的经济效益
28	遥感互动触摸感应模式奇乐小萌宠	研发出基于遥感互动触摸感应模式奇乐小萌宠的研发，该产品可通过牵引萌宠，播放歌曲；或触摸头部，会让萌宠发出代表情绪反应的笑声或者萌宠的叫声；或拉它尾巴会触发“呜呜呜”的声音等功能，该研发成果增强了玩具玩耍的趣味性和可玩性，将此结构应用到产品设计中，和本产品通过了 3C 认证，并已投入市场销售，产品获得了用户的一致认可，为公司带来了良好的经济效益。
29	模拟生活场景启迪创意的奇迪迷你车	研发出模拟生活场景启迪创意的奇迪迷你车系列产品的研发，该产品可通过按压按键开关，播放播放有关警车出动的小知识和安全小知识；或将玩具车放置在停车座上触发叶片开关，播放儿歌和充电音效；或推动玩具车触发轮子叶片开关，模拟玩具车鸣笛和行驶出动执行任务发出的声音和 2 个短 MID 等功能，该研发成果增强了玩具玩耍的趣味性和可玩性，将此结构应用到产品设计中。
30	按键触发音效动作的玩具字母霸王龙	目的在于提供了一种字母学习霸王龙玩具，亲和力强，外形可爱迷人，通过按钮就可以传输相关英文知识。
31	培养儿童感知浮力及亲子互动的喷射戏水玩具	目的在于提供了儿童认识浮力及提升与父母互动的玩具，亲和力强，外形可爱迷人。

序号	项目名称	研发成果
32	按压转换容貌启智变脸机器人	目的在于提供一种换脸机器人玩具，操作简单，结构耐用，满足了孩子的动手能力，激发了孩子的想象力和探索欲。
33	按键控制程序电路系统与触发电子音乐电路系统的情景模拟巴士玩具研发	整体可快速拼接安装，结构简单，透明按键和字母按键可以在儿童玩耍的同时进行学习。
34	音乐控制系统驱动电路设计与红外感应启智的情景模拟洗漱台玩具研发	本研发的有益效果是：在玩玩具的过程中，通过让儿童识记设在台体台面上盥洗物品的存放位置，增加儿童对所取用物品及其所在位置的注意力，使儿童在日常玩玩具的过程中，逐渐养成定置管理的卫生习惯。
35	数据与情景分析触发机器人拟人化控制系统的智能机器人研发	本研发可将用户对该智能机器人喜好的不同触摸点与不同优先级的动作和音乐组合相联系，并依据数据化分析来不断的对其内容进行自适应更新，进而提高该智能机器人的智能化程度，以及与用户喜好的贴合程度。
36	早教奇乐前进号海盗船玩具	本研发的故事机通过与认知模块的组装，实现电导通，进而读取对应的已经存储在故事机上的相关音频文件，本创新对低龄儿童的早教效果明显，锻炼各方面能力。尤其是，认知模块与故事机的拼合方式，结构设计之精巧，不仅便于制造，而且拼合拆换均很简易，连接稳定，极具实用性和娱乐性。
37	智能编程智能恐龙项目	智能编程恐龙在智能化方面表现优越，通过集成编程的控制系统，可以与互联网联接，实现编程科教，可玩性和益智性表现优秀。
38	音乐控制系统奇迪学习农场	本研发的奇迪学习农场，可玩性较高，提手设计有二种使用玩法，地鼠可弹出，装置的智能化较高，蔬果的真实形状更加的真实。

4、财务费用

报告期内，公司财务费用主要构成情况如下表：

单位：万元

项目	2020年1-3月	2019年度	2018年度	2017年度
利息支出	101.09	297.98	216.42	280.75
减：利息收入	42.27	289.08	158.23	6.13
汇兑损益	-129.71	-129.94	-373.59	258.46
银行手续费及其他	30.59	34.48	7.72	10.56
合计	-40.31	-86.55	-307.67	543.64

报告期内，公司的财务费用分别为 543.64 万元、-307.67 万元、-86.55 万元和-40.31 万元，主要由银行借款利息支出和汇兑损益构成。由于公司产品出口占比较高，金额较大且主要以美元结算，受美元汇率波动的影响，报告期内公司各年财务费用中汇兑损益波动较大。2018 年、2019 年以及 2020 年 1-3 月受美元汇率回升影响，公司汇兑收益分别为 373.59 万元、129.94 万元和 129.71 万元。

（五）信用减值损失以及资产减值损失

报告期内，公司信用减值损失以及资产减值损失情况如下表：

单位：万元

项目	2020年1-3月	2019年度	2018年度	2017年度
信用减值损失	-219.41	-132.69	-	-
资产减值损失	-5.24	-	-169.82	-8.25
合计	-224.65	-132.69	-169.82	-8.25

报告期内，公司信用减值损失以及资产减值损失主要是根据应收账款和其他应收款期末余额以及公司的坏账政策计提的坏账损失。

（六）其他收益

报告期内，公司其他收益金额分别为 168.86 万元、80.39 万元、374.49 万元和 297.98 万元，全部为与公司日常经营活动相关的政府补助。相关政府补助具体情况如下：

单位：元

项目	2020年1-3月	2019年度	2018年度	2017年度
失业保险返还补贴	2,886,227.10	-	-	-
稳岗补贴	47,121.94	4,060.68	6,030.97	-
2019年度普惠科技金融专项资金	21,900.00	-	-	-
新认定市级企业技术中心	20,000.00	-	-	-
三代手续费	3,582.45	-	-	-
个税手续费返还	730.77	4,211.58	6,382.00	-
进项税加计抵减	207.07	-	-	-
2019年广东省省级促进经济发展专项资金补贴	-	1,638,400.00	-	-
省级促进经济发展专项资金	-	1,289,600.00	-	-
省工程技术研究中心认定市级补助资金	-	200,000.00	-	-
省工程技术研究中心认定区级扶持资金	-	200,000.00	-	-
2018年度区扶持企业开拓市场奖励资金	-	160,000.00	-	-
2018年高新技术企业培育资助	-	85,000.00	-	-
2018年企业研发资助	-	68,000.00	-	-
2018高新技术企业认定补贴	-	40,000.00	-	-

项目	2020年1-3月	2019年度	2018年度	2017年度
区专利补贴	-	18,075.00	-	-
2018年度外经贸发展专项资金	-	14,700.00	-	-
商务局补贴资金	-	8,000.00	-	-
可抵扣进项税额加计10%	-	7,241.48	-	-
福田区产业发展专项资金	-	4,000.00	-	-
外经贸运行样本企业资金补贴	-	3,600.00	-	-
2017年广东省企业研究开发补助	-	-	655,300.00	-
2018年深圳市福田区文化产业发展专项资金	-	-	100,000.00	-
2017年汕头市企业研究开发补助	-	-	36,200.00	-
深圳市科技研发项目资助	-	-	-	800,000.00
2016年广东省企业研究开发补助	-	-	-	639,000.00
澄海区进出口企业奖励	-	-	-	233,955.00
2016年澄海区专利申请资助	-	-	-	15,660.00
合计	2,979,769.33	3,744,888.74	803,912.97	1,688,615.00

（七）投资收益

报告期内，仅2017年度发生投资收益-63.52万元，为子公司佳奇娱乐投资动漫电影《猪猪侠4》产生的投资损失。

（八）营业外收支

报告期内，公司营业外收入和营业外支出情况如下表所示：

单位：万元

项目	2020年1-3月	2019年度	2018年度	2017年度
与日常活动无关的政府补助	-	16.75	78.03	200.00
固定资产报废所得	-	-	-	2.26
其他	0.00	0.11	0.58	1.04
营业外收入合计	0.00	16.86	78.62	203.31
非流动资产毁损报废损失	5.08	10.83	29.69	1.29
对外捐赠	2.00	10.00	1.20	7.00
其他	0.00	3.76	1.48	0.61
营业外支出合计	7.08	24.59	32.37	8.90

报告期内，公司的营业外收入主要为政府补助。公司的各项政府补助均根据

相关政策文件获得，合法合规。具体明细如下：

单位：万元

项目	2020年 1-3月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
2019年省级上市挂牌融资奖补	-	16.75	-	-
企业上市融资奖励	-	-	71.50	200.00
澄海区拓市场促外贸稳增长扶持奖励	-	-	5.00	-
2018年深圳市民营及中小企业发展专项资金	-	-	1.53	-
合计	-	16.75	78.03	200.00

（九）利润分析

单位：万元

项目	2020年1-3月	2019年度	2018年度	2017年度
一、营业收入	7,064.15	47,692.96	39,809.94	30,510.11
二、营业利润	1,069.80	8,561.69	6,815.19	4,437.71
加：营业外收入	0.00	16.86	78.62	203.31
减：营业外支出	7.08	24.59	32.37	8.90
三、利润总额	1,062.72	8,553.96	6,861.43	4,632.12
四、净利润	945.76	7,479.42	6,055.33	3,653.84
归属于母公司所有者的净利润	945.76	7,479.42	6,055.33	3,653.84

报告期内，公司的营业利润和净利润主要来源于公司的主营业务。随着公司不断创新开发新产品和大力拓展销售渠道，公司的经营规模不断扩大，营业收入和净利润逐年不断上升。

同行业可比上市公司营业利润率、净利润率情况：

期间	项目	营业利润率	净利润率
2020年1-3月	奥飞娱乐	35.63%	-7.99%
	高乐股份	16.95%	-14.58%
	邦宝益智	33.64%	8.66%
	实丰文化	13.51%	-10.74%
	平均数	24.93%	-6.16%
	本公司	27.61%	13.39%
2019年	奥飞娱乐	28.81%	15.68%
	高乐股份	28.37%	-50.44%

期间	项目	营业利润率	净利润率
	邦宝益智	33.73%	14.13%
	实丰文化	20.96%	2.13%
	平均数	27.97%	-4.62%
	本公司	28.81%	15.68%
2018年	奥飞娱乐	38.53%	-59.57%
	高乐股份	28.31%	3.70%
	邦宝益智	32.66%	10.82%
	实丰文化	23.09%	8.03%
	平均数	30.65%	-9.25%
	本公司	30.58%	15.21%
2017年	奥飞娱乐	42.54%	1.88%
	高乐股份	29.71%	9.43%
	邦宝益智	34.92%	18.74%
	实丰文化	26.83%	9.94%
	平均数	33.50%	10.00%
	本公司	28.65%	11.98%

从上表可知，公司的营业毛利率与行业可比公司略有差异，主要系其各公司经营业务存在差异所致；报告期，公司的净利润率比行业平均值高的原因系可比上市公司期间费用率较高。

（十）所得税费用

报告期内，公司所得税费用如下表所示：

单位：万元

项目	2020年1-3月	2019年度	2018年度	2017年度
当期所得税费用	150.67	877.41	841.86	1,126.56
递延所得税费用	-33.70	197.12	-35.75	-148.28
合计	116.97	1,074.53	806.10	978.28

报告期各期所得税费用金额分别为 978.28 万元、806.10 万元、1,074.53 万元和 116.97 万元，与公司的利润情况以及所适用的所得税率相匹配。

（十一）非经常性损益对经营成果的影响

报告期内，公司各年净利润及非经常性损益明细如下：

单位：万元

性质与内容	2020年1-3月	2019年度	2018年度	2017年度
1、非流动性资产处置损益（包括已计提资产减值准备的冲销部分）	-5.08	-10.83	-29.69	0.97
2、越权审批、或无正式批准文件、或偶发性的税收返还、减免	-	-	-	-
3、计入当期损益的政府补助（与公司正常经营业务密切相关，符合国家政策规定，按照一定标准定额或定量持续享受的政府补助除外）	297.98	391.24	158.42	368.86
4、计入当期损益的对非金融企业收取的资金占用费	-	-	-	-
5、除上述各项之外的其他营业外收入和支出：	-2.00	-13.65	-2.10	-6.57
6、其他符合非经常性损益定义的损益项目	-	-	-	-63.52
合计	290.90	366.76	126.63	299.75
减：所得税影响额	43.62	54.19	18.39	72.50
非经常性损益净额（影响净利润）	247.28	312.57	108.24	227.25
减：少数股东损益影响金额	-	-	-	-
归属于母公司普通股股东净利润的非经常性损益	247.28	312.57	108.24	227.25
扣除非经常性损益后的归属于母公司普通股股东净利润	698.47	7,166.85	5,947.09	3,426.59

报告期各期，扣除所得税影响后归属于母公司股东的非经常性损益分别为227.25万元、108.24万元、312.57万元和247.28万元，2017年至2019年公司非经常性损益对经营成果的影响较小。

十四、财务状况分析

（一）资产状况分析

1、资产结构分析

报告期各期末，发行人资产结构如下：

单位：万元；%

项目	2020.3.31		2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
流动资产	62,723.85	88.64	51,126.75	86.88	41,264.70	85.94	20,810.05	79.00
非流动资产	8,039.97	11.36	7,721.72	13.12	6,751.12	14.06	5,531.29	21.00
合计	70,763.82	100.00	58,848.48	100.00	48,015.82	100.00	26,341.33	100.00

报告期各期末，公司的资产总额分别为26,341.33万元、48,015.82万元、

58,848.48 万元和 70,763.82 万元，2018 年末比 2017 年末增长 82.28%，2019 年末比 2018 年末增长 22.56%，2020 年 3 月末相对于 2019 年增长 20.25%。报告期内公司业务规模扩大，销售收入增加，经营积累使得资产规模有所增长；同时，公司在 2018 年 3 月和 2018 年 12 月进行了增资扩股，新股东共计投入资金 14,296.00 万元，使得 2018 年末资产规模有了较大幅度的增长。

报告期各期末，公司的流动资产占资产总额的比例分别为 79.00%、85.94%、86.88% 和 88.64%，流动资产占比不断提高，公司资产的流动性较强。

2、流动资产质量分析

报告期各期末，公司流动资产结构如下：

单位：万元；%

项目	2020.3.31		2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
货币资金	20,525.41	32.72	24,964.82	48.83	24,258.33	58.79	9,776.41	46.98
交易性金融资产	7,979.00	12.72	3,000.00	5.87	-	-	-	-
应收账款	13,744.53	21.91	9,894.92	19.35	7,550.49	18.30	4,462.02	21.44
预付款项	7,005.44	11.17	1,470.51	2.88	1,051.84	2.55	382.51	1.84
其他应收款	535.79	0.85	293.92	0.57	33.34	0.08	44.23	0.21
存货	11,043.58	17.61	9,801.26	19.17	7,398.23	17.93	5,812.35	27.93
其他流动资产	1,890.10	3.01	1,701.32	3.33	972.48	2.36	332.53	1.60
合计	62,723.85	100.00	51,126.75	100.00	41,264.70	100.00	20,810.05	100.00

报告期各期末，公司流动资产主要包括货币资金、应收账款和存货，三者合计占流动资产比重分别为 96.35%、95.01%、87.35% 和 72.24%。

（1）货币资金

单位：万元；%

项目	2020.3.31		2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
库存现金	33.00	0.16	9.87	0.04	13.40	0.06	10.74	0.11
银行存款	19,790.69	96.42	24,258.89	97.18	23,819.59	98.19	9,746.37	99.69
其他货币资金	701.71	3.42	696.06	2.78	425.34	1.75	19.30	0.20
合计	20,525.41	100.00	24,964.82	100.00	24,258.33	100.00	9,776.41	100.00

报告期各期末，公司货币资金分别为 9,776.41 万元、24,258.33 万元、24,964.82 万元和 20,525.41 万元，占流动资产的比例分别为 46.98%、58.79%、48.83% 和 32.72%，主要为银行存款和其他货币资金。公司其他货币资金主要为银行承兑汇票保证金以及用于担保的定期存款或通知存款。

2018 年末相较 2017 年末公司货币资金同比增长 148.13%，主要是公司 2018 年度进行了两次增资扩股，新股东共计投入资金 14,296.00 万元所致。

（2）交易性金融资产

①交易性金融资产构成明细

报告期内，公司交易性金融资产情况如下：

单位：万元

项目	2020.3.31	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
银行结构性存款	7,979.00	3,000.00	-	-
合计	7,979.00	3,000.00	-	-

②财务核算方法

公司自 2019 年 1 月 1 日起执行财政部 2017 年修订的《企业会计准则第 22 号-金融工具确认和计量》，将结构性存款列报在资产负债表的“交易性金融资产”中。

根据签订的结构性存款协议约定，发行人持有的产品为保本浮动收益型产品，产品合同现金流量特征与基本借贷安排不一致，其在特定日期产生的合同现金流量不满足“仅为对本金和以未偿付本金金额为基础的利息的支付”的特征，另外发行人管理该理财产品的业务模式，不是以收取合同现金流量为目标，也不是既以收取合同现金流量又出售金融资产来实现其目标。依据《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》第十九条规定，结构性存款分类为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产，列报为“交易性金融资产”，符合《企业会计准则》的相关规定。

（3）应收账款

报告期各期末，公司应收账款金额分别为 4,462.02 万元、7,550.49 万元、9,894.92 万元和 13,744.53 万元，占流动资产的比例分别为 21.44%、18.30%、19.35%

和 21.91%。报告期各期末，公司应收账款情况如下：

①应收账款及坏账准备分析

单位：万元

项目	2020.3.31	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
账面余额	14,474.09	10,417.80	7,955.88	4,697.33
坏账准备	729.56	522.88	405.39	235.31
账面价值	13,744.53	9,894.92	7,550.49	4,462.02
坏账准备计提比例（%）	5.04	5.02	5.10	5.01

报告期各期末，公司应收账款账面余额分别为 4,697.33 万元、7,955.88 万元、10,417.80 万元和 14,474.09 万元，计提坏账准备金额 235.31 万元、405.39 万元、522.88 万元和 729.56 万元，计提比例分别为 5.01%、5.10%、5.02% 和 5.04%。

发行人与同行业可比公司应收账款占营业收入比例的比较情况

A.报告期内，同行业可比公司应收账款占营业收入比例如下：

公司名称	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
奥飞娱乐	91.77%	19.12%	17.15%	20.49%
高乐股份	367.75%	45.14%	45.74%	48.47%
邦宝益智	134.71%	21.15%	24.61%	3.67%
实丰文化	276.50%	28.55%	27.18%	20.14%
平均值	217.69%	28.49%	28.67%	23.19%
发行人	194.57%	20.75%	18.97%	14.62%

如上表所示，公司报告期各期应收账款占营业收入比重低于同行业可比公司平均水平，变动趋势与同行业可比公司平均水平基本相符。

B.发行人与同行业可比公司应收账款坏账准备计提的比较情况

同行业可比公司以风险特征为依据，按照客户类别等共同信用风险组合特征将应收账款分为不同组合分别计提坏账准备，除单项计提事项外，其他组合以账龄组合为计提依据，账龄组合计提标准如下：

可比公司	账龄	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
奥飞娱乐	1 年以内	/	5.00%	2.00%	2.00%
	1-2 年（含 2 年）		10.00%	10.00%	10.00%

可比公司	账龄	2020年1-3月	2019年度	2018年度	2017年度
	2-3年（含3年）		30.00%	30.00%	30.00%
	3-4年（含4年）		50.00%	50.00%	50.00%
	4-5年（含5年）		80.00%	80.00%	80.00%
	5年以上		100.00%	100.00%	100.00%
高乐股份	6个月以内	/	2.00%	2.00%	2.00%
	6-12个月（含12个月）		2.00%	5.00%	5.00%
	1-2年（含2年）		5.00%	10.00%	10.00%
	2-3年（含3年）		10.00%	30.00%	30.00%
	3-4年（含4年）		30.00%	100.00%	100.00%
	4-5年（含5年）		50.00%	100.00%	100.00%
	5年以上		100.00%	100.00%	100.00%
邦宝益智	1年以内	/	3.00%	3.00%	5.00%
	1-2年（含2年）		10.00%	10.00%	10.00%
	2-3年（含3年）		50.00%	50.00%	50.00%
	3-4年（含4年）		100.00%	100.00%	100.00%
	4-5年（含5年）		100.00%	100.00%	100.00%
	5年以上		100.00%	100.00%	100.00%
实丰文化	1年以内	/	7.95%	5.00%	5.00%
	1-2年（含2年）		18.53%	20.00%	20.00%
	2-3年（含3年）		70.68%	50.00%	50.00%
	3-4年（含4年）		100.00%	100.00%	100.00%
	4-5年（含5年）		100.00%	100.00%	100.00%
	5年以上		100.00%	100.00%	100.00%
平均值	6个月以内	/	4.49%	3.00%	3.50%
	6-12个月（含12个月）		4.49%	3.75%	4.25%
	1-2年（含2年）		10.88%	12.50%	12.50%
	2-3年（含3年）		40.17%	40.00%	40.00%
	3-4年（含4年）		70.00%	87.50%	87.50%
	4-5年（含5年）		82.50%	95.00%	95.00%
	5年以上		100.00%	100.00%	100.00%
本公司	6个月以内	5.00%	5.00%	5.00%	5.00%
	6-12个月（含12个月）	5.00%	5.00%	5.00%	5.00%
	1-2年（含2年）	10.00%	10.00%	10.00%	10.00%

可比公司	账龄	2020年1-3月	2019年度	2018年度	2017年度
	2-3年（含3年）	30.00%	30.00%	30.00%	30.00%
	3-4年（含4年）	50.00%	50.00%	50.00%	50.00%
	4-5年（含5年）	80.00%	80.00%	80.00%	80.00%
	5年以上	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

发行人各期末应收账款账龄主要在1年以内，对应的坏账准备计提比例与同行业可比公司平均值相比无明显差异。

发行人根据客户的品质特性、信用回款、经营能力建立信用管理体系，制定信用政策，对应收账款的管理较为严格，包括安排专人持续跟踪客户回款情况，识别是否发生逾期应收账款并进一步采取措施，通过行业交流、公开信息披露和其他途径及时了解客户经营情况，发现客户存在违约风险后考虑停止发货等。另外，逾期客户数量较少，且通常提前向发行人提出延期付款申请。虽然新冠疫情和贸易摩擦对发行人销售带来负面影响，但发行人应收账款无法收回的可能性也较低。

报告期内，各期末应收账款截至招股说明书签署之日回款比例分别为100.00%、99.82%、99.64%和83.43%，各期末逾期应收账款截至招股说明书签署之日回款比例分别为100.00%、95.68%、96.56%和99.22%，应收账款整体期后回款较好，报告期内未出现过实际损失。基于上述考虑，发行人未调整应收账款坏账准备计提比例，且发行人各期末应收账款账龄主要在1年以内，对应的坏账准备计提比例与同行业可比公司平均值相比无明显差异。整体上，发行人应收账款坏账准备计提金额充分。

②应收账款账龄结构分析

单位：万元；%

项目	2020.3.31		2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
1年以内	14,435.64	99.73	10,378.04	99.62	7,803.94	98.09	4,688.47	99.81
1年至2年	18.78	0.13	39.76	0.38	151.93	1.91	8.86	0.19
2年至3年	19.67	0.14	-	-	-	-	-	-
余额合计	14,474.09	100.00	10,417.80	100.00	7,955.88	100.00	4,697.33	100.00

报告期各期末，公司的应收账款账龄以1年以内为主，其中在1年以内的比

重分别为 99.81%、98.09%、99.62%和 99.73%，应收账款质量较好。

③应收账款占营业收入比例分析

报告期内，发行人各期末应收账款占营业收入比例情况如下表所示：

单位：万元

项目	2020.3.31 2020年1-3月	2019.12.31 (2019年度)	2018.12.31 (2018年度)	2017.12.31 (2017年度)
应收账款余额	14,474.09	10,417.80	7,955.88	4,697.33
应收账款账面价值	13,744.53	9,894.92	7,550.49	4,462.02
营业收入	7,064.15	47,692.96	39,809.94	30,510.11
应收账款占营业收入的比例	194.57	20.75%	18.97%	14.62%
应收账款占营业收入比重增加额（%）	/	1.78	4.35	/

2017年至2019年，发行人应收账款账面价值占当期营业收入的比例分别为14.62%、18.97%和20.75%，呈逐年上升趋势，但增幅较小，与发行人主要向经销商销售有关。2020年1-3月仅为季度数据且受新冠疫情影响，不具有可比性。

2018年末应收账款占营业收入比重增加额为4.35%，2018年末应收账款占营业收入比重与上年末相比略有上升。

发行人2017年度、2018年度销售金额在50万元及以上的经销商期末应收账款余额及占比、营业收入及占比如下：

单位：万元

项目	2018.12.31/2018年度	2017.12.31/2017年度
销售金额在50万元及以上的经销商期末应收账款余额	7,658.74	4,482.53
期末应收账款余额	7,955.88	4,697.33
应收账款占比（%）	96.27	95.43
销售金额在50万元及以上的经销商营业收入	37,699.54	27,997.72
营业收入	39,809.94	30,510.11
营业收入占比（%）	94.70	91.77

发行人2017年度、2018年度销售金额在50万元及以上的经销商期末应收账款余额占比分别为95.43%和96.27%，营业收入占比分别为91.77%和94.70%，期末应收账款余额和当期营业收入基本由销售金额在50万元及以上的经销商贡献，2018年度销售更加集中于销售金额在50万元及以上的经销商。由于销售金

额在 50 万元及以上的经销商享有的信用期通常优于其他客户，导致期末应收账款占比增加。

2017 年度、2018 年度销售金额在 50 万元及以上的经销商期末应收账款余额、营业收入、应收账款余额占营业收入的比重如下：

单位：万元

项目	2018.12.31/2018 年度	2017.12.31/2017 年度
销售金额在 50 万元及以上的经销商期末应收账款余额	7,658.74	4,482.53
销售金额在 50 万元及以上的经销商营业收入	37,699.54	27,997.72
销售金额在 50 万元及以上的经销商应收账款占营业收入比重（%）	20.32	16.01
销售金额在 50 万元及以上的经销商应收账款占营业收入比重增加额（%）	4.30	/
应收账款占营业收入比重增加额（%）	4.35	/

如上表所示，2018 年末销售金额在 50 万元及以上的经销商应收账款占营业收入比重较上年末增加 4.30%，与应收账款占营业收入比重增加额 4.35% 基本相当。

综上所述，发行人 2018 年末应收账款占营业收入比重较 2017 年末增加 4.35%，系 2018 年销售更加集中于销售金额在 50 万元及以上的经销商所致。

2019 年期末应收账款占营业收入比重增加额为 1.78%，2019 年末应收账款占比与上年末相比无明显变化。

④报告期内，各季度应收账款余额及占当期营业收入比重如下：

单位：万元

期间	项目	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
2020 年 1-3 月	应收账款余额	14,474.09	-	-	-
	当季营业收入	7,064.15	-	-	-
	应收账款余额占比	204.89%	-	-	-
2019 年度	应收账款余额	12,666.29	13,480.87	22,430.87	10,417.80
	当季营业收入	9,561.25	8,609.69	17,723.91	11,798.10
	应收账款余额占比	132.48%	156.58%	126.56%	88.30%
2018 年度	应收账款余额	7,382.87	11,959.76	19,799.53	7,955.88

期间	项目	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
	当季营业收入	6,709.75	9,848.38	13,884.86	9,366.95
	应收账款余额占比	110.03%	121.44%	142.60%	84.94%
2017 年度	应收账款余额	6,263.46	9,400.21	8,121.09	4,697.33
	当季营业收入	5,947.55	7,460.16	7,940.03	9,162.37
	应收账款余额占比	105.31%	126.01%	102.28%	51.27%

报告期内，各季度增量应收账款及占当期营业收入比重如下：

单位：万元

期间	项目	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
2020 年 1-3 月	增量应收账款	6,275.64	-	-	-
	当季营业收入	7,064.15	-	-	-
	增量应收账款占比	88.84%	-	-	-
2019 年度	增量应收账款	8,921.78	7,397.31	16,188.46	9,076.60
	当季营业收入	9,561.25	8,609.69	17,723.91	11,798.10
	增量应收账款占比	93.31%	85.92%	91.34%	76.93%
2018 年度	增量应收账款	5,524.27	8,315.66	11,889.69	6,351.89
	当季营业收入	6,709.75	9,848.38	13,884.86	9,366.95
	增量应收账款占比	82.33%	84.44%	85.63%	67.81%
2017 年度	增量应收账款	3,659.38	6,543.06	4,119.10	3,703.19
	当季营业收入	5,947.55	7,460.16	7,940.03	9,162.37
	增量应收账款占比	61.53%	87.71%	51.88%	40.42%

⑤应收账款主要客户情况

报告期各期末，应收账款前五大客户情况如下表所示：

单位：万元；%

单位名称	金额	占应收账款余额比例
2020.3.31		
美佳集团	4,508.75	31.15
MOUNTAINKING INTERNATIONAL TRADING CO., LIMITED	2,915.13	20.14
汕头市迪华贸易有限公司/汕头市皮恩希玩具有限公司	1,334.28	9.22
汕头市澄海区华达玩具进出口贸易有限公司	736.69	5.09
广东健健智能科技有限公司	671.47	4.64
合计	10,166.31	70.24

单位名称	金额	占应收账款余额比例
2019.12.31		
美佳集团	2,729.55	26.20
MOUNTANKING INTERNATIONAL TRADING CO., LIMITED	2,117.52	20.33
广东健健智能科技有限公司	851.54	8.17
汕头市迪华贸易有限公司/汕头市皮恩希玩具有限公司	699.23	6.71
汕头市澄海区华达玩具进出口贸易有限公司	671.89	6.45
合计	7,069.73	67.86
2018.12.31		
美佳集团	3,543.59	44.54
林宝香港有限公司	1,303.65	16.39
MOUNTANKING INTERNATIONAL TRADING CO., LIMITED	843.85	10.61
汕头市澄海区华达玩具进出口贸易有限公司	596.18	7.49
汕头市艺丰贸易发展有限公司	240.29	3.02
合计	6,527.55	82.05
2017.12.31		
美佳集团	1,560.54	33.22
汕头市迪华贸易有限公司/汕头市皮恩希玩具有限公司	525.87	11.20
汕头市北舟进出口贸易有限公司	478.06	10.18
林宝香港有限公司	317.76	6.76
汕头市澄海区华达玩具进出口贸易有限公司	262.95	5.60
合计	3,145.19	66.96

公司应收账款主要客户为与公司有多年合作关系的经销商，具有较强的支付能力和良好的商业信用，发生坏账损失的风险较小。

⑥逾期应收账款情况

报告期内各期逾期应收账款列示如下：

单位：万元

日期	账龄	应收账款余额	逾期应收账款金额	截至招股说明书签署之日回款金额	回款比例
2020.3.31	1年以内	14,435.64	3,233.08	3,076.42	95.15%
	1年-2年	18.78	18.78	2.67	14.23%
	2年-3年	19.67	19.67	19.67	100.00%

日期	账龄	应收账款余额	逾期应收账款金额	截至招股说明书 签署之日回款金额	回款比例
	合计	14,474.09	3,271.53	3,098.76	94.72%
2019.12.31	1年以内	10,378.04	616.47	487.01	79.00%
	1年-2年	39.76	39.76	25.51	64.17%
	合计	10,417.80	656.22	512.52	78.10%
2018.12.31	1年以内	7,803.94	177.93	163.68	91.99%
	1年-2年	151.93	151.93	151.93	100.00%
	合计	7,955.88	329.86	315.62	95.68%
2017.12.31	1年以内	4,688.47	727.46	727.46	100.00%
	1年-2年	8.86	8.86	8.86	100.00%
	合计	4,697.33	736.32	736.32	100.00%

注：逾期标准为超过信用期或信用额度。

报告期内，各期逾期应收账款变动情况：

单位：万元

项目	2020.3.31	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
逾期应收账款余额	3,271.53	656.22	329.86	736.32
当期应收账款余额	14,474.09	10,417.80	7,955.88	4,697.33
占比	22.60%	6.30%	4.15%	15.68%

公司 2017 年度、2018 年度、2019 年度各期末应收账款逾期金额比重较低，逾期应收款项期后基本能够收回。2020 年 3 月 31 日因受疫情影响，部分重要客户因其下游客户回款进度变缓导致资金暂时性短缺，延迟向本公司支付货款，截至招股说明书签署之日，发行人客户逾期款项基本收回。

⑦报告期各期末应收账款回款情况

截至本招股说明书签署之日，报告期各期末应收账款回款情况如下：

单位：万元

项目	2020.3.31	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
应收账款余额	14,474.09	10,417.80	7,955.88	4,697.33
期后回款金额	11,502.09	10,247.01	7,941.63	4,697.33
期后回款比例	79.47%	98.36%	99.82%	100.00%

其中，发行人向广东世纪信华文化发展有限公司（以下简称“世纪信华”）的销售情况如下：

期间	产品名称	数量 (万件)	销售金额 (万元)	税额 (万元)	价税合计 (万元)	含税销售 单价 (元/件)
2019 年度	陀螺	32.00	274.43	37.31	311.74	9.74
	合计	32.00	274.43	37.31	311.74	/
2018 年度	电动机器人	2.15	106.15	17.09	123.24	57.32
	电动恐龙	0.70	20.00	3.20	23.20	33.14
	互动机器人	0.50	26.00	4.16	30.16	60.32
	拉条	3.55	1.98	0.32	2.30	0.65
	陀螺	94.00	588.79	94.21	683.00	7.27
	玩具枪	1.38	93.51	14.96	108.47	78.60
	遥控变形机器人	2.95	231.85	37.15	269.00	91.19
	遥控机器人	2.20	129.30	21.05	150.35	68.34
	遥控恐龙	1.10	67.20	10.75	77.95	70.87
	合计	108.53	1,264.79	202.89	1,467.68	/

发行人对世纪信华各期末应收账款的逾期情况如下：

单位：万元

期间	2020年1-3月	2019年度	2018年度	2017年度
应收账款期末余额	141.11	141.11	42.17	-
逾期应收账款金额	141.11	141.11	-	-
应收账款逾期时长	9个月	6个月	-	-

由于发生交易时，世纪信华为上市公司子公司，且沟通后预计款项能收回，因此未单项计提坏账准备。世纪信华向发行人申请于2020年9月前付清所欠货款，截至本招股说明书签署之日，世纪信华逾期应收账款已全额收回。

⑧报告期内对主要经销商的信用政策变动情况

报告期内，部分经销客户的信用额度、信用期限变动情况如下：

单位：万元

项目	2019年度相对2018年度			2018年度相对2017年度		
	变动家数	销售金额 变动	销售金额 占主营业 务收入比 例的变动	变动家数	销售金额 变动	销售金额 占主营业 务收入比 例的变动
信用期增加， 信用额度增加	4	445.86	0.96%	10	2,305.45	3.30%

项目	2019年度相对2018年度			2018年度相对2017年度		
	变动家数	销售金额变动	销售金额占主营业务收入比例的变动	变动家数	销售金额变动	销售金额占主营业务收入比例的变动
信用期增加，信用额度减少	0	0	0	0	0	0
信用期增加，信用额度不变	0	0	0	3	-8.53	-0.74%
信用期减少，信用额度增加	0	0	0	0	0	0
信用期减少，信用额度减少	5	-2,304.71	-5.86%	3	-172.94	-0.90%
信用期减少，信用额度不变	0	0	0	-	-	-
信用期不变，信用额度增加	6	7,963.37	17.70%	4	628.71	-3.21%
信用期不变，信用额度减少	6	-4,542.55	-12.02%	1	-329.81	-1.13%

公司对客户授予信用期和信用额度，主要是根据对客户的信用评级确定，公司从客户品质特性、信用回款、经营能力三个维度进行信用等级评价，报告期内每年公司会根据业务往来情况重新认定客户的信用等级，在保持信用政策标准总体稳定的情况下，对给予客户的信用期和信用额度进行相应调整。根据上表，报告期内，发行人给予经销商的信用期限同时存在增加和减少的情形，信用额度也同时存在增加和减少的情形。

报告期内，公司不存在放宽信用政策刺激销售的情形。

（4）存货

单位：万元；%

项目	2020.3.31		2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
原材料	6,114.84	55.34	5,118.21	52.22	3,512.71	47.48	3,230.24	55.58
在产品	475.09	4.30	555.52	5.67	356.46	4.82	68.60	1.18
库存商品	2,395.62	21.68	2,245.61	22.91	2,024.07	27.36	1,658.44	28.53
发出商品	171.80	1.55	643.89	6.57	279.38	3.78	169.54	2.92
自制半成品	1,648.52	14.92	1,121.61	11.44	651.96	8.81	521.91	8.98
委托加工物资	242.94	2.20	116.43	1.19	573.65	7.75	163.62	2.81
合计	11,048.82	100.00	9,801.26	100.00	7,398.23	100.00	5,812.35	100.00

项目	2020.3.31		2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
减：存货跌价准备	5.24	-	-	-	-	-	-	-
存货账面价值	11,043.58	-	9,801.26	-	7,398.23	-	5,812.35	-

报告期各期末，公司存货账面价值分别为 5,812.35 万元、7,398.23 万元、9,801.26 万元和 11,043.58 万元，占流动资产的比重分别为 27.93%、17.93%、19.17% 和 17.61%。其中，原材料、库存商品占存货账面价值总额的比例一直保持在 70% 以上，是存货的主要组成部分。

①存货主要项目变动原因分析

A.原材料

报告期各期末，公司原材料金额分别为 3,230.24 万元、3,512.71 万元、5,118.21 万元和 6,114.84 万元，报告期内各期末，随着公司生产规模扩大，公司原材料金额逐年增加，满足正常生产经营的需要。

B.库存商品

报告期各期末，公司库存商品的金额分别为 1,658.44 万元、2,024.07 万元、2,245.61 万元和 2,395.62 万元，其中 2018 年末较 2017 年末增长 22.05%，2019 年末较 2018 年末增长 10.95%，与公司销售规模的增长相匹配。

②与同行业可比公司的存货结构对比情况

单位：万元；%

公司名称	存货类别	2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
		账面价值	占比	账面价值	占比	账面价值	占比
奥飞娱乐	原材料	9,856.04	10.90	10,489.48	12.42	14,568.04	14.85
	在产品	21,551.05	23.84	13,211.66	15.65	17,764.74	18.11
	库存商品	55,175.69	61.05	54,301.37	64.31	60,049.46	61.21
	发出商品	29.86	0.03	1,076.02	1.27	-	-
	委托加工物资	163.57	0.18	222.11	0.26	419.62	0.43
	周转材料	3,605.03	3.99	5,139.67	6.09	5,296.73	5.40
	合计	90,381.24	100.00	84,440.29	100.00	98,098.59	100.00

续：

公司名称	存货类别	2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
		账面价值	占比	账面价值	占比	账面价值	占比
高乐股份	原材料	1,151.93	7.81	1,926.00	16.90	1,688.18	18.27
	在产品	601.60	4.08	829.64	7.28	626.47	6.78
	库存商品	8,367.83	56.75	5,071.07	44.49	4,942.54	53.50
	发出商品	3,921.62	26.60	3,131.78	27.47	1,681.95	18.21
	委托加工物资	504.15	3.42	246.00	2.16	125.47	1.36
	周转材料	197.95	1.34	194.49	1.71	173.87	1.88
	合计	14,745.09	100.00	11,398.98	100.00	9,238.48	100.00

续：

公司名称	存货类别	2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
		账面价值	占比	账面价值	占比	账面价值	占比
邦宝益智	原材料	2,962.64	20.14	3,588.72	26.69	3,138.87	56.75
	在产品	483.03	3.28	547.64	4.07	454.86	8.22
	库存商品	8,735.89	59.39	5,077.49	37.76	939.36	16.98
	发出商品	741.81	5.04	1,775.57	13.21	100.80	1.82
	委托加工物资	-	-	698.87	5.20	-	-
	自制半成品	1,787.19	12.15	1,757.68	13.07	897.29	16.22
	合计	14,710.55	100.00	13,445.96	100.00	5,531.17	100.00

续：

公司名称	存货类别	2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
		账面价值	占比	账面价值	占比	账面价值	占比
实丰文化	原材料	1,994.10	38.43	2,160.84	38.89	1,384.07	32.56
	在产品	990.10	19.08	1,329.45	23.93	1,061.30	24.97
	库存商品	1,762.31	33.97	1,945.34	35.01	1,612.74	37.94
	发出商品	352.37	6.79	70.40	1.27	163.22	3.84
	委托加工物资	89.68	1.73	50.57	0.91	29.68	0.70
	合计	5,188.55	100.00	5,556.60	100.00	4,251.01	100.00

续：

公司名称	存货类别	2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
		账面价值	占比	账面价值	占比	账面价值	占比
奇士达	原材料	5,051.00	77.64	1,876.80	60.13	2,215.93	62.69
	在产品	69.70	1.07	69.10	2.21	129.94	3.68
	库存商品	955.00	14.68	1,049.10	33.61	1,162.26	32.88
	包装材料及消耗品	430.30	6.61	126.20	4.04	26.83	0.76
	合计	6,506.00	100.00	3,121.20	100.00	3,534.95	100.00

注：奇士达 2016 年在全国中小股份转让系统挂牌公开转让并于 2019 年终止挂牌，2020 年在香港联交所挂牌（06918.HK）。

数据来源：同行业可比上市公司年报。

发行人报告期各期末存货以原材料、库存商品为主，其中原材料的占比在 50%左右，库存商品的占比在 25%左右。奇士达报告期各期末的存货中原材料占比在 60%以上，库存商品的占比在 15%-35%左右。发行人各期末的存货结构与奇士达基本一致。由于主营业务结构及销售渠道的差异，导致发行人与奥飞娱乐、高乐股份、邦宝益智及实丰文化存在一定差异，具体分析如下：

奥飞娱乐及高乐股份报告期各期末存货以库存商品及发出商品为主，原材料占比相对较少，主要原因是奥飞娱乐、高乐股份的主营业务多样化，其中奥飞娱乐除玩具销售外，其主营业务还涉及内容创作及运营、婴童用品、游戏等；高乐股份以玩具及相关业务、互联网教育业务为主。奥飞娱乐、高乐股份主营业务的多元化导致发行人的存货构成与其存在差异。

实丰文化报告期各期末的存货以原材料和库存商品为主，其中原材料占比在 30%-40%之间，库存商品占比在 35%左右。发行人的存货构成与实丰文化略有差异，主要原因是实丰文化除玩具自产外还从事玩具贸易业务，导致实丰文化的库存商品占比较发行人略高。

邦宝益智 2017 年末的存货中原材料、库存商品的占比分别为 56.75%、16.98%，与发行人的存货构成基本一致。邦宝益智 2018-2019 年末的存货构成中，原材料占比呈下降趋势，库存商品占比呈上升趋势，主要原因为：邦宝益智于 2018 年度收购广东美奇林互动科技有限公司 100% 的股权，广东美奇林互动科技有限公司为玩具运营商，以直销为主，并兼顾经销，进一步完善了邦宝益智的销售渠道。随着国内销售渠道的拓展，一定程度上导致邦宝益智的存货构成中库存商品的占比呈上升趋势，进而导致其存货构成与发行人存在一定差异。

综上，主营业务结构及销售渠道的差异导致发行人的存货构成与同行业可比公司存在一定差异，具有合理性。

③报告期各期末存货构成明细、数量、金额及库龄情况

单位：万元

2020.3.31							
项目		数量	金额	占比 (%)	库龄		
					1年以内	1-2年	2-3年
原材料	塑料	6,379.48	5,643.60	51.08	5,643.60	-	-
	电子配件	-	68.29	0.62	67.81	0.48	-
	包装材料	-	313.26	2.84	313.26	-	-
	五金配件	-	19.34	0.17	19.34	-	-
	其他	-	70.35	0.64	66.07	4.28	-
在产品		19.17	475.09	4.30	163.63	304.69	6.77
库存商品		97.39	2,395.62	21.68	2,395.62	-	-
发出商品		3.92	171.80	1.55	171.80		
自制半成品		127.74	1,648.52	14.92	1,648.52		
委托加工物资		45.09	242.94	2.20	242.94		
合计			11,048.82	100.00	10,732.60	309.45	6.77

续：

2019.12.31							
项目		数量	金额	占比 (%)	库龄		
					1年以内	1-2年	2-3年
原材料	塑料	4,997.17	4,861.52	49.60	4,861.52	-	-
	电子配件	-	63.56	0.65	63.56	-	-
	包装材料	-	128.39	1.31	128.39	-	-
	五金配件	-	14.35	0.15	14.35	-	-
	其他	-	50.39	0.51	50.39	-	-
在产品		10.57	555.52	5.67	244.05	304.69	6.77
库存商品		92.68	2,245.61	22.91	2,245.61	-	-
发出商品		33.90	643.89	6.57	643.89	-	-
自制半成品		63.98	1,121.61	11.44	1,121.61	-	-
委托加工物资		36.08	116.43	1.19	116.43	-	-
合计			9,801.26	100.00	9,489.80	304.69	6.77

续：

2018.12.31							
项目	数量	金额	占比（%）	库龄			
				1年以内	1-2年	2-3年	
原材料	塑料	2,893.43	3,125.56	42.25	3,125.56	-	-
	电子配件	-	168.84	2.28	168.84	-	-
	包装材料	-	82.53	1.12	82.53	-	-
	五金配件	-	30.41	0.41	30.41	-	-
	其他	-	105.37	1.42	105.37	-	-
在产品	13.83	356.46	4.82	349.69	6.77	-	
库存商品	54.88	2,024.07	27.36	2,024.07	-	-	
发出商品	16.79	279.38	3.78	279.38	-	-	
自制半成品	26.15	651.96	8.81	651.96	-	-	
委托加工物资	75.41	573.65	7.75	573.65	-	-	
合计		7,398.23	100.00	7,391.46	6.77	-	

续：

2017.12.31							
项目	数量	金额	占比（%）	库龄			
				1年以内	1-2年	2-3年	
原材料	塑料	3,052.85	2,988.66	51.42	2,988.66	-	-
	电子配件	-	155.81	2.68	155.81	-	-
	包装材料	-	55.94	0.96	55.94	-	-
	五金配件	-	10.57	0.18	10.57	-	-
	其他	-	19.26	0.33	19.26	-	-
在产品	1.00	68.60	1.18	68.60	-	-	
库存商品	27.50	1,658.44	28.53	1,658.44	-	-	
发出商品	5.92	169.54	2.92	169.54	-	-	
自制半成品	19.41	521.91	8.98	521.91	-	-	
委托加工物资	125.18	163.62	2.81	163.62	-	-	
合计		5,812.35	100.00	5,812.35	-	-	

注：原材料中塑料的数量单位为吨，电子配件、包装材料、五金配件及其他的型号较多且数量单位不一致，数量参考价值较小故不列示；除原材料外其他存货的数量单位均为万件。

报告期内，公司各期末存货以原材料和库存商品为主。各类存货的库龄集中在1年以内，1年以上的存货是尚未完成的动漫产品。

④存货跌价准备分析

公司对存货期末计价按成本与可变现净值孰低计价，2017年至2019年各期末，公司的存货不存在账面价值低于可变现净值的情形，未计提存货跌价准备。2020年3月末，公司计提存货跌价准备5.24万元。

A.各类别存货可变现净值确定依据及跌价准备计提情况

a.原材料

发行人所持有原材料的目的是继续生产，以其所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值，若账面余额高于可变现净值则计提跌价准备。

从存货可变现净值来看，报告期内发行人产成品的毛利率在30%左右，足以涵盖估计的销售费用率和税金及附加率，且人工与制造费用率相对稳定。发行人生产经营模式以OBM为主，拥有自主品牌、独立设计研发能力及一定的市场定价权。按照发行人目前的盈利情况来看，以原材料生产出来的产成品的未来可变现净值高于账面价值。另外，对发行人2019年末、2020年3月末的存货实施存货监盘程序，经现场盘点核实不存在残次冷背、呆滞毁损的情形。因此，原材料不计提存货跌价准备。

从存货库龄来看，2017-2019年各期末原材料的库龄均为1年以内，不计提存货跌价准备。2020年3月末库龄超过1年的原材料金额为4.76万元，公司对该部分原材料全额计提存货跌价准备。

b.库存商品及发出商品

对于有订单对应的发出商品及库存商品，发行人以合同售价减去估计的销售费用及税金后的金额确定其可变现净值。对于无订单对应的库存商品，发行人以估计售价减去估计的销售费用及税金后的金额确定其可变现净值。当产成品成本低于可变现净值时，产成品不计提跌价准备；当产成品成本高于可变现净值时，产成品按可变现净值计量，差额计提存货跌价准备。

从存货可变现净值来看，除2020年3月末因个别库存商品的可变现净值低于其账面余额而计提存货跌价准备0.48万元外，报告期各期末库存商品及发出

商品的可变现净值高于其账面余额，不计提存货跌价准备。

从存货库龄来看，报告期各期末库存商品的库龄均在 1 年以内。

c.在产品、自制半成品及委托加工物资

发行人在产品、自制半成品及委托加工物资用于加工成产成品，以产成品的合同售价或估计售价减去其至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值。当产成品成本低于可变现净值时，产成品不计提跌价准备；当产成品成本高于可变现净值时，产成品按可变现净值计量，差额计提存货跌价准备。

从存货可变现净值来看，报告期各期末在产品、自制半成品及委托加工物资的可变现净值高于其账面余额。发行人生产经营模式以 OBM 为主，拥有自主品牌、独立设计研发能力及一定的市场定价权。按照发行人目前的盈利情况来看，以该部分半成品所生产出的产品的未来可变现净值高于账面余额。另外，对发行人 2019 年末、2020 年 3 月末的存货实施存货监盘程序，经现场盘点核实不存在残次冷背、呆滞毁损的情形。因此，在产品、自制半成品及委托加工物资不计提存货跌价准备。

从存货库龄来看，报告期各期末除在产品中动漫产品的库龄超过 1 年外，其他在产品、自制半成品及委托加工物资的库龄均在 1 年以内。由于动漫产品尚在开发过程中，未发生减值迹象，不计提跌价准备。

B.发行人与同行业可比公司存货构成及其跌价准备对比

单位：万元

公司名称	存货类别	2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
		账面余额	跌价准备	账面余额	跌价准备	账面余额	跌价准备
奥飞娱乐	原材料	12,307.48	2,451.44	14,150.79	3,661.32	14,568.04	-
	在产品	21,551.05	-	13,211.66	-	17,764.74	-
	库存商品	57,898.28	2,722.59	63,047.29	8,745.93	60,749.66	700.20
	周转材料	3,605.03	-	5,139.67	-	5,296.73	-
	委托加工物资	163.57	-	222.11	-	-	-
	发出商品	29.86	-	1,076.02	-	419.62	-
	合计	95,555.27	5,174.03	96,847.53	12,407.24	98,798.79	700.20

续：

公司名称	项目	2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
		账面余额	跌价准备	账面余额	跌价准备	账面余额	跌价准备
高乐股份	原材料	2,091.39	939.46	1,926.00	-	1,688.18	-
	库存商品	9,767.64	1,399.81	5,979.66	908.59	5,246.99	304.45
	发出商品	3,921.62	-	3,131.78	-	1,681.95	-
	委托加工物资	504.15	-	246.00	-	125.47	-
	在产品	601.60	-	829.64	-	626.47	-
	周转材料	197.95	-	194.49	-	173.87	-
	合计	17,084.35	2,339.26	12,307.57	908.59	9,542.93	304.45

续：

公司名称	存货类别	2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
		账面余额	跌价准备	账面余额	跌价准备	账面余额	跌价准备
邦宝益智	原材料	2,962.64	-	3,588.72	-	3,138.87	-
	在产品	483.03	-	547.64	-	454.86	-
	库存商品	8,743.71	7.82	5,091.60	14.11	939.36	-
	委托加工物资	-	-	698.87	-	-	-
	发出商品	741.81	-	1,775.57	-	100.80	-
	自制半成品	1,787.19	-	1,757.68	-	897.29	-
	合计	14,718.38	7.82	13,460.07	14.11	5,531.17	-

续：

公司名称	项目	2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
		账面余额	跌价准备	账面余额	跌价准备	账面余额	跌价准备
实丰文化	原材料	1,994.10	-	2,160.84	-	1,384.07	-
	在产品	990.10	-	1,329.45	-	1,061.30	-
	库存商品	1,778.04	15.73	2,018.85	73.51	1,612.74	-
	发出商品	352.37	-	70.40	-	163.22	-
	委托加工物资	89.68	-	50.57	-	29.68	-
	合计	5,204.28	15.73	5,630.11	73.51	4,251.01	-

续：

公司	存货类别	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
----	------	------------	------------	------------

名称		账面余额	跌价准备	账面余额	跌价准备	账面余额	跌价准备
奇士达	原材料	5,051.00	3.10	1,876.80	10.90	2,219.05	3.13
	在产品	69.70		69.10		129.94	-
	库存商品	958.10		1,060.00		1,164.33	2.08
	包装材料及消耗品	430.30		126.20		26.83	-
	合计	6,509.10	3.10	3,132.10	10.90	3,540.15	5.20

续：

公司名称	项目	2020.3.31		2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
		账面余额	跌价准备	账面余额	跌价准备	账面余额	跌价准备	账面余额	跌价准备
发行人	原材料	6,114.84	4.76	5,118.21	-	3,512.71	-	3,230.24	-
	在产品	475.09	-	555.52	-	356.46	-	68.60	-
	库存商品	2,395.62	0.48	2,245.61	-	2,024.07	-	1,658.44	-
	发出商品	171.80	-	643.89	-	279.38	-	169.54	-
	自制半成品	1,648.52	-	1,121.61	-	651.96	-	521.91	-
	委托加工物资	242.94	-	116.43	-	573.65	-	163.62	-
	合计	11,048.81	5.24	9,801.27	-	7,398.23	-	5,812.35	-

注：数据来源于同行业可比上市公司年报。其中奇士达 2020 年在香港联交所上市，年报未披露 2019 年末、2018 年末各存货类别的跌价准备，只列示存货跌价准备总额。

由上表可知，奥飞娱乐 2017-2019 年度计提存货跌价准备的存货项目为原材料及库存商品，主要原因是其主营业务多元化，除玩具业务外还涉及内容创作及运营、婴童用品、游戏等，其部分影视片产品销售不及预期，导致部分影视片及生产该影视系列产品的原材料、库存商品存在减值风险，计提大额减值准备。

邦宝益智 2017 年度未计提存货跌价准备，2018-2019 年末库存商品计提的存货跌价准备金额分别为 14.11 万元、7.82 万元，主要原因是：（1）2018 年度收购广东美奇林互动科技有限公司 100% 股权，广东美奇林互动科技有限公司 2018 年末账龄超过 1 年的库存商品因当年销售价格低于库存成本价而计提 12.50 万元，账龄超过 1 年的库存商品因当年无销售出库，以其期末余额的 10% 的比例计提 1.61 万元。（2）2019 年末的存货跌价准备金额为 7.82 万元，该余额系 2018 年末计提的存货跌价准备因 2019 年度转销或转回形成。

实丰文化 2017 年度未计提存货跌价准备，2018-2019 年末库存商品计提的存货跌价准备金额分别为 73.51 万元、15.73 万元，计提比例分别为 1.31%、0.30%。

奇士达 2017-2019 年各期末存货跌价准备的金额分别为 5.20 万元、10.90 万元和 3.10 万元，计提比例分别为 0.15%、0.35% 和 0.05%。

综上所述，同行业可比公司邦宝益智、实丰文化除库存商品计提了较小金额的存货跌价准备外，原材料、在产品等存货均未计提存货跌价准备。同行业可比公司奇士达亦只计提了较小金额的存货跌价准备。发行人 2017-2019 年各期末，1 年以上的存货为在产品中的动漫产品，动漫产品尚在开发阶段且未发生减值迹象，其他存货库龄均在 1 年以内且发行人主营业务的产品盈利能力较好，故不计提存货跌价准备。

C.与同行业可比公司申报上市期间存货库龄及其跌价准备对比

由于报告期内同行业可比公司未披露存货的库龄情况，根据其招股说明书披露的相关数据进行分析，具体如下：

单位：万元

公司名称	项目		2015.6.30		2014.12.31		2013.12.31		2012.12.31	
	存货类别	库龄	账面余额	跌价准备	账面余额	跌价准备	金额	跌价准备	账面余额	跌价准备
邦宝益智	原材料	1 年以内	2,400.51	-	2,227.06	-	2,602.89	-	2,872.12	-
		1 年以上	44.48	-	59.40	-	68.47	-	17.72	-
	库存商品	1 年以内	935.50	-	783.59	-	615.67	-	600.12	-
	发出商品	1 年以内	112.44	-	94.99	-	54.46	-	42.62	-
	半成品	1 年以内	758.47	-	720.30	-	721.33	-	676.84	-
		1 年以上	9.96	-	12.21	-	27.64	-	16.21	-
在产品	1 年以内	286.61	-	324.87	-	340.38	-	298.36	-	
合计			4,547.99	-	4,222.43	-	4,430.85	-	4,524.01	-

续：

公司名称	项目		2016.12.31		2015.12.31		2014.12.31	
	存货类别	库龄	账面余额	跌价准备	账面余额	跌价准备	账面余额	跌价准备
实丰文化	原材料	/	1,198.11	-	1,136.85	-	1,833.62	-
	在产品	/	1,049.07	-	737.33	-	975.98	-
	库存商品	1 个月以内	1,178.54	-	1,070.67	-	394.99	-
		1-6 个月内	91.36	-	182.03	-	219.82	-
		7-12 个月内	5.2	-	54.87	-	10.54	-

公司名称	项目		2016.12.31		2015.12.31		2014.12.31	
	存货类别	库龄	账面余额	跌价准备	账面余额	跌价准备	账面余额	跌价准备
		1年以上	-	-	-	-	-	-
	发出商品	/	435.76	-	943.77	-	326.51	-
	委托加工物资	/	29.10	-	-	-	60.50	-
合计			3,987.13	-	4,125.52	-	3,821.94	-

注：数据来源于同行业可比公司招股说明书，奥飞娱乐和高乐股份招股说明书中未披露存货库龄情况。

邦宝益智招股说明书披露的2012年末至2015年6月末的存货构成中，库龄在1年以上的存货为原材料及半成品，金额合计为33.94万元、96.12万元、71.61万元和54.45万元，该部分存货的库龄虽然在1年以上但并未计提存货跌价准备。

实丰文化招股说明书中披露的库存商品库龄均在1年以内，未披露其他存货的库龄情况。实丰文化申报上市期间未计提存货跌价准备。

综上，与同行业可比公司邦宝益智、实丰文化上市申报期间的存货跌价准备情况相比，发行人2017-2019年度存货跌价准备计提情况与其基本一致。与同行业可比公司报告期内的存货跌价准备情况相比，发行人2017-2019年各期末未计提存货跌价准备具有合理性。

⑤各期末存货构成的订单覆盖情况

单位：万元

项目	2020.3.31	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
库存商品（A）	2,395.62	2,245.61	2,024.07	1,658.44
发出商品（B）	171.80	643.89	279.38	169.54
合计（C=A+B）	2,567.42	2,889.50	2,303.45	1,827.97
期末在手订单（D）	3,447.25	2,972.57	4,985.27	3,786.28
期末在手订单预计成本（注）（E）	2,442.72	2,034.43	3,464.26	2,705.68
订单覆盖率（%）（F=E/C）	95.14	70.41	150.39	148.01

注：期末在手订单预计成本=期末在手订单*（1-本期毛利率）

由上表可知，报告期各期末库存商品及发出商品的订单覆盖率分别为148.01%、150.39%、70.41%、95.14%，各期末库存商品及发出商品与各期末在手订单基本匹配。

（5）预付账款

①报告期各期末预付账款的账龄情况

报告期各期末预付账款的账龄情况如下：

单位：万元；%

项目	2020.3.31		2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
1年以内	7,005.44	100.00	1,470.51	100.00	1,051.84	100.00	382.51	100.00
1-2年	-	-	-	-	-	-	-	-
合计	7,005.44	100.00	1,470.51	100.00	1,051.84	100.00	382.51	100.00

报告期各期末，预付账款的金额分别为 382.51 万元、1,051.84 万元、1,470.51 万元和 7,005.44 万元，主要为预付的材料款项。

②报告期各期末预付账款前五大供应商

报告期各期末，预付账款前五大情况如下表所示：

单位：万元；%

2020.3.31					
序号	供应商名称	金额	占比	账龄	采购内容
1	汕头市实得贸易有限公司	3,500.00	49.96	1年以内	材料
2	汕头市鑫海商贸有限公司	1,032.62	14.74	1年以内	材料
3	汕头市智辉兴业电子科技有限公司	478.26	6.83	1年以内	工序加工
4	江西省瑞金市辉源电子科技有限公司	446.28	6.37	1年以内	成品、工序加工
5	汕头市澄海区联鑫塑料片材厂	429.75	6.13	1年以内	材料
	合计	5,886.91	84.03		

续：

2019.12.31					
序号	供应商名称	金额	占比	账龄	采购内容
1	汕头市实得贸易有限公司	1,164.37	79.18	1年以内	材料
2	汕头市柏佳灯光音响工程有限公司	50.00	3.40	1年以内	费用
3	广东雅都包装印刷有限公司	40.00	2.72	1年以内	材料
4	汕头市万丰纸品实业有限公司	35.00	2.38	1年以内	材料
5	深圳市捷通语音电子有限公司	22.59	1.54	1年以内	材料
	合计	1,311.96	89.22		

续：

2018.12.31					
序号	供应商名称	金额	占比	账龄	采购内容
1	汕头市实得贸易有限公司	685.22	65.14	1年以内	材料
2	揭西县培庆电子实业有限公司	87.90	8.36	1年以内	材料
3	揭阳市成丰实业有限公司	64.58	6.14	1年以内	材料
4	汕头市澄海区扬峰包装材料有限公司	19.05	1.81	1年以内	工序加工
5	汕头市澄海区力昌五金塑胶制品厂	18.93	1.80	1年以内	工序加工
	合计	875.68	83.25		

续：

2017.12.31					
序号	供应商名称	金额	占比	账龄	采购内容
1	深圳市捷通语音电子有限公司	92.67	24.23	1年以内	材料
2	揭西县培庆电子实业有限公司	40.45	10.57	1年以内	材料
3	开化瑞昌电机有限公司	24.05	6.29	1年以内	材料
4	深圳市普芯特电子有限公司	21.13	5.52	1年以内	材料
5	汕头市潮南区隆丰电子配件厂（普通合伙）	20.00	5.23	1年以内	材料
	合计	198.30	51.84		

（6）其他应收款

单位：万元

项目	2020.3.31	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
应收利息		-	-	-
应收股利		-	-	-
其他应收款	535.79	293.92	33.34	44.23
合计	535.79	293.92	33.34	44.23

报告期各期末，公司其他应收款金额分别为 44.23 万元、33.34 万元、293.92 万元和 535.79 万元，占流动资产的比例分别为 0.21%、0.08%、0.57% 和 0.85%，占比较小。其他应收款主要系公司为员工垫付的社保公积金、押金、保证金及出口退税款。

（7）其他流动资产

报告期各期末，公司其他流动资产金额分别为 332.53 万元、972.48 万元、

1,701.32 万元和 1,890.10 万元，为公司增值税留抵税额/待认证进项税额。

3、非流动资产质量分析

单位：万元；%

项目	2020.3.31		2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
固定资产	3,672.10	45.67	3,650.87	47.28	3,627.81	53.74	2,608.54	47.16
在建工程	1,449.40	18.03	1,429.13	18.51	257.91	3.82	103.89	1.88
无形资产	2,403.57	29.90	2,419.37	31.33	2,482.55	36.77	2,545.73	46.02
长期待摊费用	225.93	2.81	113.03	1.46	95.21	1.41	-	-
递延所得税资产	114.72	1.43	81.02	1.05	278.15	4.12	242.39	4.38
其他非流动资产	174.23	2.17	28.30	0.37	9.50	0.14	30.73	0.56
非流动资产合计	8,039.97	100.00	7,721.72	100.00	6,751.12	100.00	5,531.29	100.00

报告期各期末的非流动资产主要为固定资产和无形资产，两者合计占非流动资产比重分别为 93.18%、90.51%、78.61% 和 75.57%，其他非流动资产占比较小。

2019 年 在建工程 金额增加较多主要为玩具生产基地项目前期投入。

（1）固定资产

单位：万元

项目	2020.3.31	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
一、原值				
房屋及建筑物	862.60	862.60	862.60	575.06
机器设备	1,431.92	1,431.53	1,411.35	542.74
运输设备	227.46	227.46	192.04	194.19
模具	4,013.40	3,840.66	3,210.28	3,190.98
办公设备及其它	231.18	225.26	217.06	128.41
合计	6,766.56	6,587.52	5,893.32	4,631.38
二、累计折旧				
房屋及建筑物	408.94	376.77	225.62	156.68
机器设备	555.13	515.77	364.64	272.93
运输设备	144.91	137.99	117.34	92.23
模具	1,846.50	1,775.55	1,459.05	1,425.57
办公设备及其它	138.98	130.56	98.86	75.44
合计	3,094.46	2,936.65	2,265.51	2,022.85

项目	2020.3.31	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
三、减值准备				
房屋及建筑物	-	-	-	-
机器设备	-	-	-	-
运输设备	-	-	-	-
模具	-	-	-	-
办公设备及其它	-	-	-	-
合计	-	-	-	-
四、净值				
房屋及建筑物	453.66	485.83	636.98	418.39
机器设备	876.79	915.77	1,046.71	269.81
运输设备	82.56	89.47	74.70	101.97
模具	2,166.91	2,065.11	1,751.22	1,765.41
办公设备及其它	92.19	94.70	118.20	52.97
合计	3,672.10	3,650.87	3,627.81	2,608.54

公司固定资产主要由模具、机器设备和房屋及建筑物构成。报告期各期末，公司固定资产净值分别为 2,608.54 万元、3,627.81 万元、3,650.87 万元和 3,672.10 万元。

2018 年末固定资产原值比 2017 年末增加 1,261.94 万元，本年新增的固定资产主要包括：购置机器设备 868.61 万元以及新增模具 644.67 万元，同时公司对不再继续使用的模具资产进行报废处置，该部分模具原值为 625.38 万元。

公司固定资产状况良好，没有闲置的固定资产，并对预计不再继续使用的模具等资产均及时进行了清理处置。报告期各期末，固定资产未发生减值情形，故未计提减值准备。

截至 2020 年 3 月 31 日，公司拥有的固定资产情况参见本招股说明书“第六节 业务与技术”之“六、公司的主要固定资产和无形资产情况”之“（一）主要固定资产情况”。

（2）无形资产

公司的无形资产主要为土地使用权。报告期各期末，无形资产金额分别为 2,545.73 万元、2,482.55 万元、2,419.37 万元和 2,403.57 万元，具体明细如下：

单位：万元

项目	2020.3.31	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
一、原值				
土地使用权	2,637.36	2,637.36	2,637.36	2,637.36
授权使用费	31.30	31.30	31.30	31.30
合计	2,668.67	2,668.67	2,668.67	2,668.67
二、累计摊销				
土地使用权	236.40	223.21	170.46	117.72
授权使用费	28.69	26.08	15.65	5.22
合计	265.09	249.30	186.11	122.93
三、减值准备				
土地使用权	-	-	-	-
授权使用费	-	-	-	-
合计	-	-	-	-
四、净值				
土地使用权	2,400.97	2,414.15	2,466.90	2,519.65
授权使用费	2.61	5.22	15.65	26.08
合计	2,403.57	2,419.37	2,482.55	2,545.73

截至2020年3月31日，公司拥有的主要无形资产情况参见本招股说明书“第六节 业务与技术”之“六、公司的主要固定资产和无形资产情况”之“（二）无形资产情况”。

（3）在建工程

报告期各期末，公司的在建工程余额分别为103.89万元、257.91万元、1,429.13万元和1,449.40万元，主要为展厅的装修工程、自制的正在开发尚未完工的模具以及玩具生产基地前期建设。

（4）长期待摊费用

报告期各期末，公司长期待摊费用金额分别为0万元、95.21万元、113.03万元和225.93万元，主要为公司租赁厂房的装修费用和金融服务费。

（5）递延所得税资产

报告期各期末，公司递延所得税资产金额分别为242.39万元、278.15万元、

81.02 万元和 114.72 万元，递延所得税资产主要由应收款项计提的坏账准备以及子公司可抵扣亏损所产生。

（6）其他非流动资产

报告期各期末公司其他非流动资产金额为 30.73 万元、9.50 万元、28.30 万元和 174.23 万元，其他非流动资产主要为预付的机器设备及模具采购款项。

（二）负债情况分析

报告期各期末，发行人负债构成情况如下表：

单位：万元；%

项目	2020.3.31		2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
短期借款	5,591.21	23.94	4,206.18	33.97	4,808.25	53.26	4,407.39	57.96
应付票据	9,450.00	40.47	4,450.00	35.94	260.00	2.88	-	-
应付账款	943.82	4.04	1,202.83	9.71	1,573.20	17.42	971.78	12.78
预收款项	-	0.00	291.46	2.35	284.01	3.15	369.71	4.86
合同负债	239.65	1.03	-	-	-	-	-	-
应付职工薪酬	231.23	0.99	389.59	3.15	399.90	4.43	258.84	3.40
应交税费	789.00	3.38	722.86	5.84	689.56	7.64	1,034.09	13.60
其他应付款	118.81	0.51	87.43	0.71	412.59	4.57	121.49	1.60
一年内到期的非流动负债	2,580.23	11.05	334.32	2.70	181.13	2.01	240.83	3.17
流动负债	19,943.94	85.41	11,684.68	94.37	8,608.64	95.35	7,404.13	97.37
长期借款	3,407.52	14.59	697.20	5.63	420.00	4.65	200.00	2.63
非流动负债	3,407.52	14.59	697.20	5.63	420.00	4.65	200.00	2.63
合计	23,351.46	100.00	12,381.88	100.00	9,028.64	100.00	7,604.13	100.00

报告期各期末，公司负债总额分别为 7,604.13 万元、9,028.64 万元、12,381.88 万元和 23,351.46 万元，主要为流动负债，占比分别为 97.37%、95.35%、94.37% 和 85.41%。公司负债主要由银行借款、应付票据、应付账款以及应交税费构成。

1、银行借款

报告期各期末，公司银行借款相关情况如下：

单位：万元

项目	2020.3.31	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
短期借款	5,591.21	4,206.18	4,808.25	4,407.39
一年内到期的非流动负债	2,580.23	334.32	181.13	240.83
长期借款	3,407.52	697.20	420.00	200.00
合计	11,578.97	5,237.70	5,409.38	4,848.22

(1) 短期借款

报告期各期末，公司短期借款余额分别为 4,407.39 万元、4,808.25 万元、4,206.18 万元和 5,591.21 万元，短期借款主要用于补充日常经营所需的流动资金。

截至 2020 年 3 月 31 日，公司短期借款明细情况如下：

单位：万元

贷款日期	贷款余额	还款日期	利率	贷款银行	担保
2019-11-28	785.00	2020-11-25	6.1770%	中国银行汕头龙湖支行	抵押+保证
2019-8-19	500.00	2020-8-18	4.8425%	中国工商银行汕头澄海支行	抵押+保证
2019-8-21	180.00	2020-8-20	4.8925%	中国工商银行汕头澄海支行	抵押+保证
2019-8-22	320.00	2020-8-21	4.8925%	中国工商银行汕头澄海支行	抵押+保证
2019-8-12	900.00	2020-8-11	4.8925%	中国工商银行汕头澄海支行	抵押+保证
2019-10-14	900.00	2020-10-13	5.495%	中国工商银行汕头澄海支行	抵押+保证
2019-10-31	600.00	2020-10-30	5.0025%	中国工商银行汕头澄海支行	抵押+保证
2020-3-27	400.00	2021-3-22	4.2000%	中国银行汕头龙湖支行	抵押+保证
2020-3-31	1,000.00	2021-3-30	4.2000%	中国工商银行汕头澄海支行	抵押+保证
合计	5,585.00	-	-	-	-

报告期内，公司不存在已到期尚未偿还的短期借款。

(2) 长期借款

报告期各期末，公司长期借款余额分别为 200 万元、420 万元、697.20 万元和 3,407.52 万元。公司长期借款相关情况如下：

单位：万元

项目	2020.3.31	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
抵押、质押、保证借款	-	1,029.60	600.00	-
质押、保证借款	-	-	-	440.00
抵押、保证借款	5,979.84	-	-	-
未到期应付利息	7.91	1.92	1.13	0.83
减：一年内到期的长期借款	2,580.23	334.32	181.13	240.83
合计	3,407.52	697.20	420.00	200.00

2018年11月，公司与中国银行汕头分行签订《流动资金借款合同》，向该行借款600万元，借款期限为36个月，自贷款提用之日起第二个月开始，每月归还贷款本金15万元，到期全部结清。该笔长期借款的偿还及分类情况如下：

单位：万元

年度	合同金额	本年偿还本金	尚未偿还本金	一年内到期的长期借款	长期借款科目余额
2018年度 /2018.12.31	600.00	-	600.00	180.00	420.00
2019年度 /2019.12.31	600.00	180.00	420.00	180.00	240.00
2020年1-3月 /2020.3.31	600.00	45.00	375.00	180.00	195.00

2019年9月，公司与中国银行汕头分行签订《流动资金借款合同》，向该行借款635万元，借款期限为36个月，自贷款提用之日起第二个月开始，每月归还贷款本金12.7万元，到期全部结清。该笔长期借款的偿还及分类情况如下：

单位：万元

年度	合同金额	本年偿还本金	尚未偿还本金	一年内到期的长期借款	长期借款科目余额
2019年度 /2019.12.31	635.00	25.40	609.60	152.40	457.20
2020年1-3月 /2020.3.31	635.00	38.10	571.50	152.40	419.10

2020年3月，公司与中国银行汕头分行签订《流动资金借款合同》，向该行借款800万元，借款期限为36个月，每季度归还本金60万元，到期全部结清。该笔长期借款的偿还及分类情况如下：

单位：万元

年度	合同金额	本年偿还本金	尚未偿还本金	一年内到期的长期借款	长期借款科目余额
2020年1-3月 /2020.3.31	800.00	-	800.00	240.00	560.00

2020年2月，公司与远东宏信融资租赁有限公司签订了《所有权转让协议》（协议编号：FEHPT20DE2Y2LE-P-01），发行人将原价值44,001,725.63元的设备租赁物件以44,000,000.00元的价格转让给远东宏信融资租赁有限公司。

同日，双方签订《售后回租赁合同》（合同编号：FEHPT20DE2Y2LE-L-01）、《服务协议》（协议编号：FEHTJ20DE2Y2LE-O-01），远东宏信融资租赁有限公司将上述租赁物件回租给发行人，回租租金44,000,000.00元，租赁期限为30个月。该笔长期借款的偿还及分类情况如下：

单位：万元

年度	合同金额	本年偿还本金	尚未偿还本金	一年内到期的长期借款	长期借款科目余额
2020年1-3月 /2020.3.31	4,400.00	166.66	4,233.34	1,999.92	2,233.42

（3）银行借款的承诺条款情况

发行人截至2020年3月31日尚未偿付的借款银行为工商银行汕头澄海支行以及中国银行汕头龙湖支行，同一银行借款协议中约定的承诺条款基本一致。

①工商银行汕头澄海支行：期末借款余额3,400.00万元，其中1,000.00万元借款融资限用于防控新型冠状病毒肺炎疫情生产相关原材料采购，专款专用，若疫情得到控制，须以防疫物资的销售回笼逐步归还贷款人应急融资。

借款人承诺条款
<p>1、合同约定的期限和用途提取和使用借款，所借款项不用以归还贷款本金和利息，不得以任何形式流入证券市场、期货市场、房地产市场以及相关法律法规禁止或限制的其他用途。</p> <p>2、按照本合同的约定清偿借款本金、利息和其他应付款项。</p> <p>3、接受并积极配合贷款人以账户分析、凭证检查、现场调查等方式对包括用途在内的借款资金使用情况的检查和监督，按照贷款人要求定期汇总报告借款资金使用情况。</p> <p>4、接受贷款人的信贷检查，按照贷款人要求及时提供真实、准确、完整的财务资料和反映借款人偿债能力的其他资料，包括所有开户银行、银行账号、存款余额等，积极协助并配合贷款人对其生产经营和财务情况的调查、了解和监督。</p> <p>5、进行合并、分立、减资、股权变动、股权质押、入伙、退伙、重大资产和债权转让、重大对外投资、实质性增加债务融资以及其他可能对贷款人权益造成不利影响的行动时，事先征得贷款人书面同意。</p> <p>6、发生下列情形之一，及时通知贷款人：</p> <p>（1）变更名称、公章、公司章程、住所、法定代表人或负责人、通讯地址等事项；</p> <p>（2）歇业、解散、清算、停业整顿、被吊销营业执照、被撤销或申请（被申请）破产；</p> <p>（3）涉及或可能涉及重大经济纠纷、诉讼、仲裁，或资产被查封、扣押或被强制执行，或被司法机关、税务、工商等有权机关依法立案查处或采取处罚措施；</p> <p>（4）股东、董事和现任高级管理人员或合伙人和出资人涉嫌重大案件或经济纠纷。</p> <p>7、及时、全面、准确地向贷款人披露关联方关系及关联交易。</p>

借款人承诺条款

- | |
|--|
| <p>8、对贷款人寄出或以其他方式送达的各类通知及时签收。</p> <p>9、不以降低偿债能力的方式处置自有资产；向第三方提供担保不损害贷款人的权益。</p> <p>10、承担贷款人为实现本合同项下债权而产生的费用，包括但不限于律师费、拍卖费等。</p> <p>11、借款人在本合同项下债务的清偿顺序优先于借款人对其股东、法定代表人或负责人、合伙人、主要出资人或关键管理人员的债务，并且与借款人其他债权人的同类债务至少处于平等地位。</p> <p>12、已经知悉并完全理解与本合同有关的中国工商银行网上银行等电子银行系统的各项交易规则；妥善保管客户证书和密码，凡使用借款人客户编号（卡号）、密码或客户证书进行的操作均视为借款人本人所为，由此产生的电子信息记录均作为证明和处理本合同项下借贷关系的凭证。</p> <p>13、如本合同项下借款系以信用方式发放，借款人承诺将完整、真实、准确地定期向贷款人报送对外担保情况。对外提供担保可能影响在本合同项下义务的履行的，须经贷款人书面同意。</p> <p>14、加强环境和社会风险管理，并就此接受贷款人的监督检查。如贷款人要求，应向贷款人提交环境和社会风险报告。</p> |
|--|

②中国银行汕头龙湖支行，期末贷款余额 2,931.50 万元。

借款人承诺条款

- | |
|--|
| <p>1、按照贷款人要求，定期或及时向贷款人报送其财务报表（包括但不限于年报、季报和月报表）及其他相关资料；借款人确保其持续满足下述财务指标要求：资产负债率不高于80%；</p> <p>2、如果借款人已经或将与本合同保证人就其保证义务签订反担保协议或类似协议，该协议将不会损害贷款人在本合同项下的任何权利；</p> <p>3、接受贷款人的信贷检查与监督，并给予足够的协助和配合：借款人自主支付的，应按照贷款人要求定期汇总报告贷款资金支付、使用情况，具体汇总报告时间为：每月1次；</p> <p>4、如借款人发生进行合并、分立、减资、股权转让、对外投资、实质性增加债务融资、重大资产和债权转让以及其他可能对借款人的偿债能力产生不利影响的事项时，须事先征得贷款人的书面同意；</p> <p> 若发生下列情形，借款人应及时通知贷款人：</p> <p> A.借款人或担保人公司章程、经营范围、注册资本、法定代表人变更；</p> <p> B.进行任何形式的联营、与外商合资、合作、承包经营、重组、改制、计划上市等经营方式的变更；</p> <p> C.涉入重大诉讼或仲裁案件，或财产或担保物被查封、扣押或监管，或在担保物上设置新的担保；</p> <p> D.歇业、解散、清算、停业整顿、被撤销、被吊销营业执照、（被）申请破产等；</p> <p> E.股东、董事和现任高级管理人员涉嫌重大案件或经济纠纷；</p> <p> F.借款人在其它合同项下发生违约事件；</p> <p> 出现经营困难和财务状况发生恶化等情形；</p> <p>5、借款人对贷款人债务的清偿顺序优先于借款人股东对其的借款，并且不亚于其他债权人的同类债务；并且，自本合同生效至本合同项下贷款本息及相关费用清偿完毕之前，借款人不得归还借款人股东对其的借款；</p> <p>6、自本合同生效至本合同项下贷款本息及相关费用清偿完毕之前，借款人不得以任何形式向股东分配股息、红利；</p> <p>7、借款人不以降低其偿债能力的方式处置自有资产。并承诺其对外担保的总额不高于其自身净资产的1倍，且对外担保的总额及单项担保的数额不超过其公司章程所规定的限额；</p> <p>8、除符合本合同约定的用途或经贷款人同意外，借款人不得向同名账户和关联方账户</p> |
|--|

借款人承诺条款

划转本合同项下贷款资金。对于借款人同名账户划转或关联方账户划转，借款人应提供相应的证明资料；

9、主合同项下贷款，借款人向贷款人提供的担保条件、贷款利率定价、偿债顺序等贷款条件，不低于现在或将来给予任何其它金融机构的条件；

10、贷款人有权根据借款人资金回笼情况提前收回贷款；

11、借款人承诺的其它事项：A.自首笔提款之日起半年内，若借款人在贷款人销售归行量最低于 5000 万元（剔除同名划转及关联交易），则须压缩借款人在贷款人贷款余额不超过 1000 万元。B.借款人须将不低于贷款人授信份额的销售收入回笼至贷款人开立的账户（含企业对公账户和个人账户），接受贷款人监管。

（4）一年内到期的非流动负债

报告期内各期末一年内到期的非流动负债构成情况如下：

单位：万元

项目	2020.3.31	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
未到期应付利息	7.91	1.92	1.13	0.83
一年内到期的长期借款	2,572.32	332.40	180.00	240.00
合计	2,580.23	334.32	181.13	240.83

2、应付票据及应付账款

（1）报告期各期末应付票据及应付账款的具体情况

报告期各期末应付票据及应付账款的具体情况如下：

单位：万元

项目	2020.3.31	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
应付票据	9,450.00	4,450.00	260.00	-
应付账款	943.82	1,202.83	1,573.20	971.78
合计	10,393.82	5,652.83	1,833.20	971.78

报告期各期末，公司应付票据及应付账款金额分别为 971.78 万元、1,833.20 万元、5,652.83 万元和 10,393.82 万元，占负债的比例分别为 12.78%、20.30%、45.65% 和 44.51%。

2018 年末公司应付账款较 2017 年末增长 601.43 万元，增幅比例为 61.89%，主要系 2018 年营业规模扩大，采购规模增长，导致应付款项相应增加。

2019 年末公司应付票据较 2018 年末增长 4,190.00 万元，主要原因是 2019 年采购塑料原料通过票据方式结算的金额增加所致。

2020年3月末应付票据较2019年末增长5,000.00万元，主要原因是2020年1-3月采购塑料原料通过票据方式结算的金额增加所致。

报告期各期末应付票据及应付账款余额中无应付持有本公司5%（含5%）以上表决权股份的股东单位及关联方款项。

（2）报告期各期末应付票据的类型、金额、占流动负债的比例

报告期各期末应付票据的类型、金额、占流动负债的比例如下：

单位：万元

项目	2020.3.31	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
银行承兑汇票	9,450.00	4,450.00	260.00	-
合计	9,450.00	4,450.00	260.00	-
应付票据占流动负债的比例（%）	47.38	38.08	3.02	-

报告期各期末应付票据均为银行承兑汇票。报告期各期末应付票据占流动负债比例增加的主要原因是公司采购规模扩大，同时增加以银行承兑汇票方式结算。

（3）报告期各期末应付账款的账龄结构及性质

①报告期各期末应付账款的账龄结构

报告期各期末应付账款的账龄结构如下：

单位：万元；%

账龄	2020.3.31		2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
1年以内	919.66	97.44	1,178.68	97.99	1,567.42	99.63	971.78	100.00
1-2年	24.16	2.56	24.16	2.01	5.78	0.37	-	-
合计	943.82	100.00	1,202.83	100.00	1,573.20	100.00	971.78	100.00

报告期内，公司各期末应付账款账龄以1年以内为主，无长期挂账的重要应付账款。

②报告期各期末应付账款的性质

报告期各期末应付账款的性质情况如下：

单位：万元

项目	2020.3.31	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
材料款	898.45	850.39	1,214.71	636.98
加工费	45.37	352.44	358.49	334.80
合计	943.82	1,202.83	1,573.20	971.78

报告期内，公司各期末应付账款主要为应付供应商的材料款及加工费。

(4) 报告期各期末应付票据和应付账款合计金额与报告期各期采购金额变动情况

单位：万元

项目	2020.3.31	2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31
	金额	金额	变动率	金额	变动率	金额
应付票据（A）	9,450.00	4,450.00	-	260.00	-	0.00
应付账款（B）	943.82	1,202.83	-	1,573.20	-	971.78
合计	10,393.82	5,652.83	-	1,833.20	-	971.78
应付票据对应的预付账款（注）（C）	4,980.63	1,164.37	-	2.23	-	0.00
应付票据（D=A-C）	4,469.37	3,285.63	-	257.77	-	0.00
应付款项合计（E=B+D）	5,413.19	4,488.46	145.14%	1,830.97	88.42%	971.78
采购总额	5,935.69	33,797.27	25.88%	26,849.27	29.22%	20,779.04

注：应付票据对应预付账款为公司采用银行承兑汇票的方式预付供应商采购款，预付账款和应付票据同时增加，计算应付票据和应付账款合计金额时应当剔除该预付金额。

由上表可知，报告期内公司业务规模不断扩大，采购额逐年增加，各期末应付票据和应付账款合计金额随之增加，应付款项增幅高于采购金额的增幅，主要原因系公司从2018年开始对主要供应商增加了银行承兑汇票的结算方式，采用银行转账结算的信用期一般为0-180天，采用银行承兑汇票结算的承兑期为6-12个月，因为承兑期的存在，导致2019年较2018年应付款项增幅高于采购金额的增幅。

3、预收账款和合同负债

报告期各期末，公司预收款项余额分别为369.71万元、284.01万元、291.46万元和0万元，主要为预收客户的货款。

2020年3月末，公司合同负债金额为239.65万元。

4、应付职工薪酬

报告期各期末，公司应付职工薪酬余额分别为 258.84 万元、399.90 万元、389.59 万元和 231.23 万元，基本保持稳定。

单位：万元

项目	2020.3.31	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
1、短期薪酬	231.23	389.59	399.90	258.84
工资、奖金、津贴和补贴	228.98	389.59	399.90	253.24
职工福利费	-	-	-	-
社会保险费	2.25	-	-	5.60
其中：医疗保险费	2.25	-	-	5.60
工伤保险费	-	-	-	-
生育保险费	-	-	-	-
住房公积金	-	-	-	-
工会经费和职工教育经费	-	-	-	-
2、离职后福利-设定提存计划	-	-	-	-
基本养老保险	-	-	-	-
失业保险费	-	-	-	-
3、辞退福利	-	-	-	-
合计	231.23	389.59	399.90	258.84

报告期内，公司各期工资总额分别为 2,795.00 万元、3,803.83 万元、4,021.66 万元和 575.40 万元。2020 年 1-3 月公司工资总额较低，主要系受春节假期及新冠疫情影响，公司在岗人员数量下降且一季度工资总额不包含年终奖。

5、应交税费

单位：万元

项目	2020.3.31	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
增值税	6.17	2.99	4.18	57.54
企业所得税	770.45	712.33	660.66	951.06
个人所得税	1.18	3.58	3.48	1.66
城市维护建设税	5.55	0.71	11.34	13.43
教育费附加	2.38	0.30	4.86	5.76
地方教育费附加	1.58	0.20	3.24	3.84
印花税	0.96	1.85	0.95	0.81

项目	2020.3.31	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
其他税费	0.73	0.90	0.86	-
合计	789.00	722.86	689.56	1,034.09

报告期各期末，公司应交税费余额分别为 1,034.09 万元、689.56 万元、722.86 万元和 789.00 万元。2018 年末较 2017 年末减少 344.53 万元，主要是因为公司适用的企业所得税率由 2017 年的 25% 降为 2018 年的 15%，导致公司应交企业所得税减少所致。

6、其他应付款

报告期各期末，其他应付款金额分别为 121.49 万元、412.59 万元、87.43 万元和 118.81 万元，主要为应付费用和应付长期资产款。具体情况如下：

单位：万元

款项性质	2020.3.31	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
应付费用	33.11	46.96	96.34	121.49
应付长期资产款	85.69	40.46	313.26	-
押金及保证金	-	-	3.00	-
合计	118.81	87.43	412.59	121.49

2018 年末应付长期资产款共 313.26 万元，其中应付建筑材料款 246.00 万元，已于 2019 年度支付。

（三）股东权益

报告期各期末，股东权益情况如下：

单位：万元

项目	2020.3.31	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
股本/实收资本	9,980.00	9,980.00	9,980.00	7,920.00
资本公积	14,888.72	14,888.72	14,888.72	2,754.07
盈余公积	2,106.43	2,106.43	1,448.12	878.62
未分配利润	20,437.21	19,491.45	12,670.34	7,184.51
归属于母公司股东权益合计	47,412.35	46,466.60	38,987.18	18,737.20
少数股东权益	-	-	-	-
股东权益合计	47,412.35	46,466.60	38,987.18	18,737.20

2018 年，公司股本（实收资本）及资本公积大幅增加，主要系公司进行了

增资扩股。

（四）偿债能力分析

报告期内公司偿债能力指标情况如下：

项目	2020.3.31	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
资产负债率（母公司）	34.63%	23.33%	18.69%	28.49%
流动比率（倍）	3.15	4.38	4.79	2.81
速动比率（倍）	2.15	3.27	3.70	1.93
项目	2020年1-3月	2019年度	2018年度	2017年度
利息保障倍数（倍）	11.51	29.71	32.70	17.50
息税折旧摊销前利润（万元）	1,460.88	9,901.56	8,012.11	5,697.26

1、资产负债率

报告期各期末，公司资产负债率（母公司）分别为 28.49%、18.69%、23.33% 和 34.63%，公司资产质量优良，盈利能力较强，偿债风险较低。

公司于 2018 年进行了两次增资，净资产大幅上涨，导致 2018 年末资产负债率（母公司）较 2017 年末大幅下降。

2、流动比率与速动比率分析

报告期各期末，公司流动比率分别为 2.81、4.79、4.38 和 3.15，速动比率分别为 1.93、3.70、3.27 和 2.15。

报告期内，公司的流动比率、速动比率与同行业上市公司之间的具体比较如下表所示：

公司名称	流动比率（倍）				速动比率（倍）			
	2020.3.31	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31	2020.3.31	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
奥飞娱乐	1.02	1.06	1.05	0.92	0.51	0.56	0.62	0.49
高乐股份	3.45	2.84	2.99	3.61	2.17	1.63	2.18	2.60
邦宝益智	1.84	1.78	1.02	4.80	0.89	0.97	0.52	4.09
实丰文化	4.06	4.93	10.47	8.84	2.98	3.79	8.06	5.77
平均值	2.59	2.65	3.88	4.54	1.64	1.74	2.85	3.24
本公司	3.15	4.38	4.79	2.81	2.15	3.27	3.70	1.93

数据来源：上市公司年度报告

从上表可知，2017 年末，公司的流动比率、速动比率在同行业上市公司中处于中等水平。

2018 年度公司进行了两次增资扩股，货币资金大幅增加，因此期末流动比率、速动比率大幅提高，且高于同行业上市公司平均水平。

3、息税折旧摊销前利润、利息保障倍数

报告期内，公司实现的息税折旧摊销前利润分别为 5,697.26 万元、8,012.11 万元、9,901.56 万元和 1,460.88 万元，利息保障倍数分别为 17.50、32.70、29.71 和 11.51，保持较高水平，远高于需要偿还的借款利息。报告期内公司未发生过贷款逾期及延迟付息的情况，并与多家银行建立了良好的信用合作关系。

4、偿债能力总体评价

整体而言，公司资产负债率较低，利息保障倍数始终保持较高水平，报告期内均按时偿还银行借款本金及利息，财务风险较小。此次发行完成募集资金到位后，公司的资产负债率及财务风险将进一步降低，为公司后续业务发展及债务融资留有足够的空间。

综合公司的偿债能力指标和银行借款等信息，公司管理层认为：公司秉持较为稳健的财务政策，负债规模稳定，资产负债率保持在合理水平，公司偿债能力较强。

（五）资产周转能力分析

1、公司资产周转能力分析

报告期内，公司资产周转能力指标如下：

项目	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
应收账款周转率（次）	0.57	5.19	6.29	6.78
存货周转率（次）	0.49	3.95	4.18	4.38

2017 年至 2019 年，公司应收账款周转率分别为 6.78、6.29 和 5.19，应收账款周转率整体维持在较高水平，主要系公司主要客户与公司合作多年，具有较强的支付能力和良好的商业信用，回款情况良好。

2017 年至 2019 年，公司存货周转率分别为 4.38、4.18 和 3.95，基本保持稳

定。

2、与同行业可比上市公司的比较分析

报告期内，公司与同行业可比上市公司的资产周转能力指标比较如下：

财务指标	公司名称	2020年1-3月	2019年度	2018年度	2017年度
应收账款周转率（次）	奥飞娱乐	0.69	3.91	3.81	4.93
	高乐股份	0.32	1.89	2.31	2.91
	邦宝益智	0.74	4.92	6.92	38.20
	实丰文化	0.37	3.31	3.85	5.00
	平均值	0.53	3.51	4.22	12.76
	本公司	0.57	5.19	6.29	6.78
存货周转率（次）	奥飞娱乐	0.34	1.51	1.78	1.91
	高乐股份	0.56	3.47	5.45	5.50
	邦宝益智	0.40	2.53	2.76	4.23
	实丰文化	0.73	5.66	6.19	7.76
	平均值	0.51	3.29	4.05	4.85
	本公司	0.49	3.95	4.18	4.38

注：数据来源于可比上市公司年度报告

由上表可知，2017年至2019年，除邦宝益智外，公司应收账款周转率高于同行业其他上市公司，且与同行业上市公司平均值指标变动趋势基本一致；2017年至2019年，公司存货周转率在同行业上市公司中处于中等水平，且与同行业上市公司平均值指标变动趋势基本一致。2020年一季度公司应收账款周转率和存货周转率与同行业上市公司的平均水平基本一致。

十五、现金流量分析

（一）现金流量分析

报告期内，发行人现金流量情况如下：

单位：万元

项目	2020年1-3月	2019年度	2018年度	2017年度
经营活动产生的现金流量净额	-4,715.87	6,995.94	2,016.53	3,883.07
投资活动产生的现金流量净额	-433.03	-2,736.36	-1,988.20	-1,013.73
筹资活动产生的现金流量净额	705.26	-3,734.56	14,123.29	-1,422.78

项目	2020年1-3月	2019年度	2018年度	2017年度
汇率变动对现金及现金等价物的影响	2.93	-80.80	-79.71	-43.48
现金及现金等价物净增加额	-4,440.71	444.21	14,071.92	1,403.08

整体来看，报告期内，公司现金及现金等价物净增加额分别为 1,403.08 万元、14,071.92 万元、444.21 万元和-4,440.71 万元。

2017 年至 2019 年，公司经营活动产生的现金流量净额均为正数，表明公司盈利质量较好；公司投资活动产生的现金流量净额均为负数，主要是由于扩大产能购置了生产及研发设备、支付了相关装修费用和支付玩具生产基地前期建设款项；2018 年度公司筹资活动产生的现金流量净额较大，主要是由于公司两次增资扩股所致。

（二）经营活动现金流量分析

单位：万元

项目	2020年1-3月	2019年度	2018年度	2017年度
销售商品、提供劳务收到的现金	3,351.99	48,540.15	39,842.65	31,964.89
收到的税费返还	347.55	1,555.87	1,156.35	1,157.61
收到其他与经营活动有关的现金	351.89	683.93	320.66	376.03
经营活动现金流入小计	4,051.43	50,779.94	41,319.66	33,498.53
购买商品、接受劳务支付的现金	7,354.23	35,568.70	30,917.43	23,738.76
支付给职工以及为职工支付的现金	711.25	3,976.77	3,610.97	2,695.90
支付的各项税费	141.89	1,298.75	1,567.80	804.08
支付其他与经营活动有关的现金	559.93	2,939.79	3,206.94	2,376.72
经营活动现金流出小计	8,767.30	43,784.01	39,303.13	29,615.45
经营活动产生的现金流量净额	-4,715.87	6,995.94	2,016.53	3,883.07

1、经营活动现金流入

公司经营活动现金流入主要为销售产品收到的现金。2017 年至 2019 年，公司销售商品、提供劳务收到的现金分别为 31,964.89 万元、39,842.65 万元和 48,540.15 万元，占同期营业收入的比例分别为 104.77%、100.08%和 101.78%，表明公司营业收入质量较高，营业收入具有良好的现金流支撑。

销售商品、提供劳务收到的现金占营业收入的比重如下：

单位：万元

项目	2020年1-3月	2019年度		2018年度		2017年度
	金额	金额	增长率	金额	增长率	金额
销售商品、提供劳务收到的现金	3,351.99	48,540.15	21.83%	39,842.65	24.65%	31,964.89
营业收入	7,064.15	47,692.96	19.80%	39,809.94	30.48%	30,510.11
销售商品、提供劳务收到的现金占营业收入的比重	47.45%	101.78%	-	100.08%	-	104.77%

2、经营活动现金流出

公司经营活动现金流出主要为购买商品、接受劳务支付的现金。报告期内，公司购买商品、接受劳务支付的现金分别为 23,738.76 万元、30,917.43 万元、35,568.70 万元和 7,354.23 万元，占同期营业成本的比例分别为 109.05%、111.88%、104.76% 和 143.81%，公司具有良好的支付能力。

3、经营活动净现金流与净利润的关系

报告期内，公司净利润和经营活动产生的现金流量净额的关系如下表所示：

单位：万元

项目	2020年1-3月	2019年度	2018年度	2017年度
1.将净利润调节为经营活动现金流量：				
净利润	945.76	7,479.42	6,055.33	3,653.84
加：信用减值损失	219.41	132.69	-	-
资产减值准备	5.24	-	169.82	8.25
固定资产折旧、油气资产折耗、生产性生物资产折旧	254.26	937.36	862.19	660.54
无形资产摊销	15.80	63.18	63.18	123.86
长期待摊费用摊销	27.01	49.07	8.89	-
处置固定资产、无形资产和其他长期资产的损失（收益以“－”号填列）	-	-	-	-
固定资产报废损失（收益以“－”号填列）	5.08	10.83	29.69	-0.97
公允价值变动损失（收益以“－”号填列）	-	-	-	-
财务费用（收益以“－”号填列）	112.57	381.41	296.13	324.23
投资损失（收益以“－”号填列）	-	-	-	63.52

项目	2020年1-3月	2019年度	2018年度	2017年度
列)				
递延所得税资产减少(增加以“—”号填列)	-33.70	197.12	-35.75	-148.28
递延所得税负债增加(减少以“—”号填列)	-	-	-	-
存货的减少(增加以“—”号填列)	-1,247.56	-2,403.03	-1,585.89	-1,687.77
经营性应收项目的减少(增加以“—”号填列)	-9,788.37	-3,882.04	-4,618.41	57.54
经营性应付项目的增加(减少以“—”号填列)	4,768.64	4,029.92	771.35	828.32
其他	-	-	-	-
经营活动产生的现金流量净额	-4,715.87	6,995.94	2,016.53	3,883.07
2.不涉及现金收支的重大投资和筹资活动:				
债务转为资本	-	-	-	-
一年内到期的可转换公司债券	-	-	-	-
融资租入固定资产	-	-	-	-
3.现金及现金等价物净变动情况:				
现金的期末余额	19,851.83	24,292.54	23,848.33	9,776.41
减: 现金的期初余额	24,292.54	23,848.33	9,776.41	8,373.33
加: 现金等价物的期末余额	-	-	-	-
减: 现金等价物的期初余额	-	-	-	-
现金及现金等价物净增加额	-4,440.71	444.21	14,071.92	1,403.08

经营活动产生的现金流量净额占净利润比重如下表:

单位: 万元

项目	2020年1-3月	2019年度		2018年度		2017年度
	金额	金额	增长率	金额	增长率	金额
经营活动产生的现金流量净额	-4,715.87	6,995.94	246.93%	2,016.53	-48.07%	3,883.07
净利润	945.76	7,479.42	23.52%	6,055.33	65.73%	3,653.84
经营活动产生的现金流量净额占净利润比重	-498.63%	93.54%	-	33.30%	-	106.27%

2017年度公司经营活动产生的现金流量净额与当期实现的净利润基本相当; 2018年度和2019年度经营活动现金流量净额低于当年实现的净利润, 主要是受公司应收账款和存货增加的影响。2020年1-3月公司经营活动产生的现金流量净额与当期实现的净利润差异较大, 主要是因为: 2020年一季度由于受到疫情影

响，客户回款较往年同期有所下降；另外，公司一季度预付原材料账款同比增加导致现金流出。

（三）投资活动现金流量分析

报告期内，公司投资活动产生的现金流量明细如下：

单位：万元

项目	2020年1-3月	2019年度	2018年度	2017年度
收回投资所收到的现金	-	-	82.67	-
取得投资收益收到的现金	-	-	-	-
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	3.59	-	3.41	11.52
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	-	-	-	100.00
收到其他与投资活动有关的现金	-	-	-	172.38
投资活动现金流入小计	3.59	-	86.08	283.90
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	436.62	2,736.36	2,074.27	1,297.63
投资支付的现金	-	-	-	-
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	-	-	-
支付其他与投资活动有关的现金	-	-	-	-
投资活动现金流出小计	436.62	2,736.36	2,074.27	1,297.63
投资活动产生的现金流量净额	-433.03	-2,736.36	-1,988.20	-1,013.73

由上表，报告期内公司购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金分别为 1,297.63 万元、2,074.27 万元、2,736.36 万元和 436.62 万元，主要为购买生产及研发设备、支付的相关装修费用和支付玩具生产基地前期建设款项等。

（四）筹资活动现金流量分析

报告期内，公司筹资活动产生的现金流量明细如下：

单位：万元

项目	2020年1-3月	2019年度	2018年度	2017年度
吸收投资收到的现金	-	-	14,188.56	-
其中：子公司吸收少数股东投资收到的现金	-	-	-	-

项目	2020年1-3月	2019年度	2018年度	2017年度
取得借款收到的现金	6,200.00	4,835.00	5,400.00	5,900.00
收到其他与筹资活动有关的现金	-	-	-	-
筹资活动现金流入小计	6,200.00	4,835.00	19,588.56	5,900.00
偿还债务支付的现金	264.76	5,005.40	4,840.00	7,040.00
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	95.06	299.26	215.27	282.78
其中：子公司支付给少数股东的股利、利润	-	-	-	-
支付其他与筹资活动有关的现金	5,134.92	3,264.90	410.00	-
筹资活动现金流出小计	5,494.74	8,569.56	5,465.27	7,322.78
筹资活动产生的现金流量净额	705.26	-3,734.56	14,123.29	-1,422.78

1、筹资活动现金流入

2018 年度公司吸收投资收到的现金 14,188.56 万元，为公司增资扩股收到的增资款。

报告期各期间，公司取得借款收到的现金分别为 5,900.00 万元、5,400.00 万元、4,835.00 万元和 6,200.00 万元，系公司收到的银行借款资金。

2、筹资活动现金流出

报告期各期间，公司偿还债务支付的现金分别为 7,040.00 万元、4,840.00 万元、5,005.40 万元和 264.76 万元，系公司当期偿还的银行借款。

2018 年度公司支付其他与筹资活动有关的现金 410.00 万元，主要为公司银行承兑汇票保证金 260 万元以及用于银行借款质押的定期存款 150 万元。

2019 年度公司支付其他与筹资活动有关的现金 3,264.90 万元，主要为公司银行承兑汇票保证金 3,209.65 万元以及用于银行借款质押的定期存款 50 万元。

十六、财务报表项目比较数据变动幅度情况说明

（一）报告期内，资产负债表项目比较数据变动幅度达 30% 以上的情况及原因如下：

项目	2020.3.31	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31	变动原因
货币资金	20,525.41	24,964.82	24,258.33	9,776.41	2018 年末货币资金增加，主要系 2018 年度公司进行了两次增资扩股，合计收到 14,188.56 万元投资款。
交易性金融资产	7,979.00	3,000.00	-	-	各期末交易性金融资产增加，系公司开具的部分银行承兑汇票以结构性存款担保，期末应付票据余额变动引起交易性金融资产余额变动。
应收账款	13,744.53	9,894.92	7,550.49	4,462.02	各期末应收账款余额变动主要系各期销售规模增大以及销售的季节性波动所致。2020 年一季度主要受疫情影响，回款周期变长。
预付账款	7,005.44	1,470.51	1,051.84	382.51	报告期内各期末余额变动，主要系公司采购塑料主要采取先款后货的结算方式，随着公司业务规模增大，公司采购量增加，期末预付材料款金额逐年增加。2018 年度期末余额增加，主要系预付汕头市实得贸易有限公司 685.22 万元；2019 年度期末余额增加，主要系预付汕头市实得贸易有限公司 1,164.37 万元；2020 年 3 月 31 日余额增加，主要系预付汕头市实得贸易有限公司 3,500 万元，预付汕头市鑫海商贸有限公司 1,032.62 万元。
其他应收款	535.79	293.92	33.34	44.23	2019 年度期末余额增加，主要系应收出口退税款增加；2020 年 3 月 31 日余额增加，主要系 2020 年公司向远东宏信融资租赁有限公司融资借款应收取的 400 万保证金。
存货	11,043.58	9,801.26	7,398.23	5,812.35	各期末存货余额持续增加，系公司生产规模逐渐扩大，2019 年增加了合理库存，用以满足经营需要。
其他流动资产	1,890.10	1,701.32	972.48	332.53	主要系采购交易额持续增加，各期末增值税留抵税额和待认证进项税额变化。
固定资产	3,672.10	3,650.87	3,627.81	2,608.54	2018 年末余额增加，主要系公司销售增长，2018 年度新增设备 868.61 万元，新增模具 644.67 万元，合计 1,513.28 万元。
在建工程	1,449.40	1,429.13	257.91	103.89	主要系公司募投项目基于于 2018 年开始投入，其中 2018 年度投入 238.83 万元，2019 年投入 1,155.66 万元。
长期待摊费用	225.93	113.03	95.21	-	2020 年 3 月 31 日余额增加，主要系 2020 年度公司新增非银行金融机构借款 4,400 万元，相应增加金融服务费 139.92 万元。
递延所得税资产	114.72	81.02	278.15	242.39	2019 年末递延所得税资产较 2018 年度减少，主要系：（1）发行人子公司深圳佳奇和佳奇娱乐 2018 年度存在未弥补亏损，2019 年度弥补完毕；（2）2017 年度、2018 年度存在预提费用和计提职工薪酬与汇算清缴申报存在差异，相应计提递延所得税资产。2020 年 3 月 31 日余额增加，主要系坏账损失形成可抵扣差异形成的递延所得税影响。
其他非流动资产	174.23	28.30	9.50	30.73	2020 年 3 月 31 日其他非流动资产余额增加，主要系预付长期资产款增加。
短期借款	5,591.21	4,206.18	4,808.25	4,407.39	2020 年 3 月 31 日余额增加，主要系 2020 年新增中国工商银行借款 1,000 万元，新增中国银行借款 400 万元。

项目	2020.3.31	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31	变动原因
应付票据	9,450.00	4,450.00	260.00	-	应付票据增加，主要系公司对材料采购逐步采用银行承兑汇票方式结算。
应付账款	943.82	1,202.83	1,573.20	971.78	2018年末余额增加，主要系随着公司经营规模扩大，采购增加；随着票据结算的运用，2019年末、2020年一季度末同比减少。
应付职工薪酬	231.23	389.59	399.90	258.84	2018年末余额增加，主要系公司经营规模扩大，员工人数增多，薪酬待遇提高；2020年3月31日余额减少，主要系2020年受疫情影响，返工率不足所致。
应交税费	789.00	722.86	689.56	1,034.09	2017年末余额较大，主要系公司2017年度未享受高新技术企业税收优惠政策，适用所得税税率为25%；2018年度起公司享受高新技术企业税收优惠政策，应交企业所得税减少。
其他应付款	118.81	87.43	412.59	121.49	2018年末应付长期资产款共313.26万元，其中246.00万元为应付建筑材料款，已于2019年度支付。
一年内到期的非流动负债	2,580.23	334.32	181.13	240.83	各期末余额变动，主要系一年内应偿还的长期借款重分类所致。
长期借款	3,407.52	697.20	420.00	200.00	各期末长期借款余额变动，主要系2018-2020年1-3月分别增加借款600万元、635万元和5200万元，分别偿还借款200万元、25.4万元和166.67万元，重分类至一年内到期非流动负债分别为180万元、332.4万元和3223.01万元。
资本公积	14,888.72	14,888.72	14,888.72	2,754.07	2018年度期末余额增加，主要系2018年度公司进行两次增资扩股，实收投资款14,194.64万元，超过股本的部分12,134.64万元计入资本公积。
盈余公积	2,106.43	2,106.43	1,448.12	878.62	各期末盈余公积增加，系各期按照母公司净利润10%计提所致。
未分配利润	20,437.21	19,491.45	12,670.34	7,184.51	各期末未分配利润增加，系各期净利润形成。

（二）报告期内，利润表项目比较数据变动幅度达30%以上的情况及原因如下：

项目	2020年1-3月	2019年度	2018年度	2017年度	变动原因
营业收入	7,064.15	47,692.96	39,809.94	30,510.11	2018比2017年增加30.56%，主要系：2017年度公司对变形玩具进行先期市场推广后，2018年度变形玩具产品在境外市场实现了销售的大幅增长
销售费用	235.11	1,642.26	1,897.71	1,154.15	2018年度销售费用较2017年度增加，主要系：（1）2018年度公司经营规模扩大，销售人员增多，职工薪酬增加；（2）2017年底公司成立佳奇广州分公司，定位于市场开拓，2018年度市场开拓费和差旅费增加。
管理费用	386.39	1,836.70	1,689.82	1,204.06	2018年度管理费用较2017年度增加，主要系管理人员增加，平均薪酬提升，薪酬总额增加，另外办公用房屋改造支出增加。

项目	2020年1-3月	2019年度	2018年度	2017年度	变动原因
研发费用	340.44	1,742.64	1,657.96	1,226.36	2018年度研发费用较2017年度增加，主要系2018年度公司研发力度加大，研发人员增多，与研发相关的直接投入与职工薪酬均增加。
财务费用	-40.31	-86.55	-307.67	543.64	2018比2017年增加30.56%，主要系：2017年度公司对变形玩具进行先期市场推广后，2018年度变形玩具产品在境外市场实现了销售的大幅增长。
其他收益	297.98	374.49	80.39	168.86	2017年度收到“深圳市科技研发项目资助”80万元、“2016年广东省企业研究开发补助”63.9万元；2018年度收到“2017年广东省企业研究开发补助”65.53万元；（3）2019年度收到“2019年广东省省级促进经济发展专项资金补贴”163.84万元、“省级促进经济发展专项资金”128.96万元；2020年一季度收到“失业保险返还补贴”288.62万元。
投资收益	-	-	-	-63.52	2017年度投资损失系投资电影《猪猪侠4》产生的亏损。
信用减值损失/资产减值损失	-224.65	-132.69	-169.82	-8.25	2018年度、2020年一季度信用减值损失/资产减值损失主要系应收账款期末余额及账龄结构变化相应计提坏账准备所致。
营业外收入	-	16.86	78.62	203.31	2017年度收到与日常活动无关的政府补助“企业上市融资奖励”200万元；2018年度收到与日常活动无关的政府补助“企业上市融资奖励”71.5万元。
营业外支出	7.08	24.59	32.37	8.90	2018年度营业外支出较多，主要系2018年度非流动资产毁损报废损失29.70万元。
所得税费用	116.97	1,074.53	806.10	978.28	2019年度较2018年度增加，主要系递延所得税费用增加。

（三）报告期内，现金流量表项目比较数据变动幅度达 30% 以上的情况及原因如下：

项目	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度	变动原因
收到的税费返还	347.55	1,555.87	1,156.35	1,157.61	收到的税费主要是收到的出口退税，2019 年度外销收入增加的同时，采购额增加形成可用于计算退税的留抵税额增加。
收到其他与经营活动有关的现金	351.89	683.93	320.66	376.03	2019 年度增加主要系：（1）2019 年度收到的政府补助金额同比增加 232.82 万元；（2）2019 年度票据保证金增加形成利息收入，同比增加 130.9 万元。
购买商品、接受劳务支付的现金	7,354.23	35,568.70	30,917.43	23,738.76	2018 年度增加主要是公司生产经营规模扩大，支付的材料采购款、委托加工费增加。
支付给职工以及为职工支付的现金	711.25	3,976.77	3,610.97	2,695.90	2018 年度增加主要是公司生产经营规模扩大以及社会平均工资增长，公司员工人数及平均年薪增加，公支付给职工以及为职工支付的现金增幅较大。
支付的各项税费	141.89	1,298.75	1,567.80	804.08	2018 年度增加，主要系随着公司经营规模的扩大，应缴纳所得税费用增加；同时由于 2017 年度因未享受高新技术企业税收优惠政策，适用所得税税率为 25%，2018 年度支付 2017 年度税款金额较大。
支付其他与经营活动有关的现金	559.93	2,939.79	3,206.94	2,376.72	2018 年度增加，主要系付现期间费用增加。
收回投资所收到的现金	-	-	82.67	-	2018 年度收回投资所收到的现金系收回投资电影《猪猪侠 4》投资款。
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	3.59	-	3.41	11.52	各期金额变动系各期处置长期资产事项所致。
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	-	-	-	100.00	2016 年度处置所持佳学信息（2016 年 5 月前发行人控股子公司）全部股权，收到的股权转让款。
收到其他与投资活动有关的现金	-	-	-	172.38	系 2017 年度收到 2016 年度的资金使用费。
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	436.62	2,736.36	2,074.27	1,297.63	2018 年度增加主要是 2018 年度支付机器设备款 868.61 万元产生的影响；2019 年度增加主要是支付在建工程——玩具生产基地平整工程款 1,520 万元。
吸收投资收到的现金	-	-	14,188.56	-	2018 年度吸收投资收到的现金主要是增资扩股收到投资款 14,188.56 万元。
偿还债务支付的现金	264.76	5,005.40	4,840.00	7,040.00	2017 年度偿还债务支付的现金较多，主要是偿还到期借款。

项目	2020年1-3月	2019年度	2018年度	2017年度	变动原因
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	95.06	299.26	215.27	282.78	2019年度分配股利、利润或偿付利息支付的现金较大，应支付银行借款利息较多。
支付其他与筹资活动有关的现金	5,134.92	3,264.90	410.00	-	2019年度支付其他与筹资活动有关的现金较多，系2019年度支付的银行承兑汇票保证金增加。
汇率变动对现金及现金等价物的影响	2.93	-80.80	-79.71	-43.48	2018年度较2017年度变动，系期末外币现金余额及汇率变化引起。

十七、资本性支出分析

（一）报告期内重大资本性支出

报告期内，发行人各期的资本性支出分别为 1,297.63 万元、2,074.27 万元、2,736.36 万元和 436.62 万元。报告期内公司资本性支出主要是玩具生产基地建设投资和生产的投资，主要目的是为公司经营规模的扩大和新产品研发提供保障和支持。

（二）未来可预见的重大资本性支出计划

本公司未来 2 至 3 年可预见的重大资本性支出主要为本次募集资金投资项目，具体内容请参见本招股说明书“第九节 募集资金运用和未来发展规划”。

第九节 募集资金运用和未来发展规划

一、募集资金运用概况

（一）本次募集资金投资项目

经本公司第二届董事会第十二次会议、2020 年第二次临时股东大会审议通过，本公司拟向社会公开发行不超过 3,333 万股（含 3,333 万股）的人民币普通股（A 股），本次发行股票募集资金扣除发行费用后的净额拟运用于下列项目：

序号	项目名称	总投资（万元）	拟使用募集资金投入金额（万元）	预计建设时间
1	玩具生产基地建设项目	27,743.31	27,500.00	24 个月
2	动漫影视制作项目	9,500.00	9,500.00	36 个月
3	补充营运资金项目	2,000.00	2,000.00	不适用
合计		39,243.31	39,000.00	

在本次公开发行股票募集资金到位前，本公司将根据项目进度的实际情况，暂以自有资金或银行贷款先行投入，待本次公开发行股票募集资金到位后，再予以置换。如本次公开发行新股的实际募集资金净额少于募集资金投资项目计划使用量，本公司将以自筹方式解决资金缺口。

公司募集资金投资项目符合国家产业政策、环境保护、土地管理以及其他法律、法规和规章的规定。

（二）募集资金专户存储制度安排

公司已审议通过《募集资金管理制度（草案）》，其中规定了募集资金专户存储制度安排，募集资金应当存放于董事会决定的专项账户集中管理；公司应当在募集资金到位后 1 个月内与保荐机构、存放募集资金的商业银行签订三方监管协议。

（三）董事会对募集资金投资项目可行性的分析意见

公司董事会对本次募集资金投资项目进行了可行性分析，认为：

生产经营方面，通过近年来的快速发展，公司的玩具产品已拥有较好的市场声誉，公司动漫影视作品广受欢迎，销售收入稳步增长，经营规模逐步扩大，成长速度较快。报告期内，公司实现的营业收入分别为 30,510.11 万元、39,809.94

万元、47,692.96 万元和 7,064.15 万元。随着公司业务量的不断增长及新客户、新市场的不断开拓，公司现有的资产和人员规模已经不能充分满足客户与市场需求，成为公司进一步发展的瓶颈。

本次募集资金投资项目主要是在发行人现有产品的基础上进行产能提升和优化升级，募投项目实施将有效突破公司现有产品生产能力的瓶颈，扩大现有经营规模，优化产品结构，提升公司的综合实力和经营水平，增强公司的核心竞争力。本次募集资金投资项目均围绕于主营业务开展，与公司现有的生产经营规模相适应。

财务状况方面，截至 2020 年 3 月 31 日，公司资产总额 70,763.82 万元，本次拟投入募集资金 39,000.00 万元，占 2020 年 3 月 31 日公司总资产的 55.11%。募集资金到位后将进一步扩大公司净资产规模，增强公司资本实力，提高公司抵御风险的能力。本次募投项目的实施，将会促进公司现有产品结构的优化升级，提高生产能力，扩大市场区域和经营规模，因此本次募投项目的实施将进一步改善公司的财务状况和盈利能力。公司本次募集资金金额与公司现有的财务状况相适应。

技术水平方面，通过多年的努力，公司储备了一批研发能力突出的专业人才及生产管理团队。截至 2020 年 3 月 31 日，公司共有研发人员 69 名，占员工总数的 20.29%。目前公司已经形成较强的技术储备，公司在玩具的研发设计、生产制造、质量控制等主要技术领域达到行业先进水平，公司的技术水平与本次募集资金投资项目相适应。

管理能力方面，公司拥有一支成熟、稳定的管理团队，具备从事玩具行业近 20 年从业经验，亲身经历了中国玩具行业的发展历程，具备良好的管理运营能力。公司已制定了较为全面的管理制度，建立了科学合理的内部管理机制，形成了完整的业务流程体系，在生产、采购、销售等环节均制定了相应的标准流程。本次发行后，公司将严格按照上市公司的要求规范运作，进一步完善法人治理结构和内部控制制度，充分发挥公司治理体系在重大决策、经营管理和监督方面的作用。公司的管理能力与本次募集资金投资项目相适应。

募集资金投资项目的实施是对公司现有业务的深化和延伸，是公司践行打造

强势 IP 战略，提升工艺自动化水平和市场开发能力，促进产品结构优化升级，持续提升公司技术水平、竞争优势、综合实力和经营业绩的重要举措。募集资金投资项目和公司现有经营规模、财务状况、技术水平和管理能力相适应，符合国家产业政策、环境保护、土地管理以及其他法律、法规和规章规定，投资估算及效益分析表明各项财务指标良好。

（四）募集资金投资项目对同业竞争和独立性的影响

截至本招股说明书签署日，除发行人外，公司控股股东和实际控制人未投资其他从事与公司相同或相似业务的企业，也未从事其他与公司业务相同或相似的生产经营活动。公司本次发行募集资金投资项目实施后，不会产生同业竞争情况。同时，公司本次募集资金投资项目符合公司主营业务的发展方向，并在公司现有的采购模式、生产模式和销售模式的基础上由公司自主实施，因此，本次发行募集资金投资项目实施后不会对公司的独立性构成影响。

二、募集资金投资项目履行的备案和审批情况

序号	项目名称	项目备案情况	项目环评情况
1	玩具生产基地建设项目	2019-440515-24-03-005324	澄环建【2019】B08
2	动漫影视制作项目	不适用	不适用
3	补充营运资金项目	不适用	不适用

三、本次募集资金投资项目的具体情况

（一）玩具生产基地建设项目

1、项目的背景及概况

中国是一个玩具生产大国和世界玩具出口大国。近年来，我国玩具市场零售额呈现逐步递增的趋势。2018年，全球玩具的销售额为865.44亿美元，NPD集团预计，到2022年，全球玩具零售额将达到990亿美元。随着我国居民收入的增加、新婴儿潮的到来、二胎政策的实行等多重积极因素的影响以及消费理念的改变，品牌、新品、高端、个性化、定制化和人性化都将是未来消费的关键词，将为我国乃至全球玩具行业带来新的市场机遇以及产品升级换代的动力，未来玩具市场发展潜力大。

2016 年以来，随着全球玩具市场的复苏、国内玩具市场的飞速发展、公司营销渠道的广度深度的提升以及公司自主动漫《机变英盟》在各大卫视以及网络平台播放，公司玩具销售利润规模逐步扩大，公司产能利用率较高，面临产能瓶颈。根据公司现有的生产能力及国内外市场供应分析，公司拟投资建设玩具生产基地建设项目，主要生产机器人玩具系列产品、恐龙玩具系列产品、变形玩具系列产品和婴幼儿玩具系列产品等。

2、募集资金投资项目实施的必要性

（1）缓解公司产能不足的矛盾，巩固与提高市场地位

近几年，在销售业绩不断增长的良好态势下，受制于场地、人员以及设备，公司在销售旺季已面临严重的产能不足，生产线已出现了高负荷运转的局面，报告期内虽然通过增加购置设备、新增厂房租赁、部分工序外协等方式进行了一定的缓解，但公司的产能及场地的瓶颈问题已经凸显，急需通过资本投入扩大产能，提升公司的生产能力及竞争力，维护公司的行业地位。本募投项目的实施，将有利于改善公司产能不足的状况，提高公司自动化生产水平，扩大公司的经营规模，提高生产效率，满足公司日益发展的业务需要。

（2）提升业务承接能力，巩固和增强公司的市场竞争力

随着居民可支配收入的不断增长，消费能力的增强，新婴儿潮的到来以及二胎政策的全面推广，家庭对玩具的消费比例将增加，我国玩具市场容量将会不断扩大。巨大的市场容量将会引入大量的市场竞争者，虽然公司在品牌、自主研发、质量方面具有一定的优势，但是国外知名企业较高的市场占有率和新竞争者的加入，都将影响公司持续性发展。业务承接能力的强弱是影响公司快速发展的重要因素。根据对公司现有状况分析，公司现有的场地、人员以及设备已不能满足公司业务的发展需要，公司迫切需要扩大自身的生产能力。同时，公司新增的婴幼儿玩具产品线符合新婴儿潮带来的市场需求，是公司丰富玩具产品消费者年龄段的重要举措。

募投项目实施后，公司的自动化生产能力和生产效率将得到大幅度的提升，业务承接能力进一步的增强。未来在玩具市场需求的拉动下，国内外玩具市场将持续增长。募投项目将扩充产能，解决产能瓶颈对发展的制约，有利于公司把握

市场机遇，进一步巩固和增强公司在国内外行业中的市场地位。

（3）满足公司产业转型升级的需要

随着消费意识的逐步提高，消费者对玩具质量要求不断提高的同时也越来越关注玩具产品的文化内涵。我国是玩具出口的第一大国，近年来，海外贸易壁垒的限制、人民币升值的压力以及不断上涨的生产材料成本、人工成本和检测成本，玩具出口企业正面临日益严峻的考验。欧盟、美国、日本等国家和地区最近几年相继出台新法规，提高玩具出口市场准入门槛。面对国内外产品质量安全标准要求的进一步规范化和严格化，加上玩具实体制造企业目前面临用工困难、生产材料成本上升等诸多困难，传统粗放型、劳动密集型的制造企业必须进行升级转型才能适应市场变化。

作为玩具企业转型升级的最重要的措施之一，改进产品生产方法和制造工艺，完善生产全过程质量控制体系能显著提高产品制造水平和效率，保证产品满足更严格的质量安全要求，同时实现更大的规模效应。玩具生产基地建设项目的实施将全面提升公司生产设备的性能，实现最大能效的自动化加工生产，降低对日益增长的人工成本的依赖。同时，项目采用更为先进的数据管理系统，对整个生产基地的物资人力进行合理调配和管理追踪，将有助于减少管理和沟通成本，提高生产效率。基于硬件设施的先进性，加上高素质技工的配备，玩具制造整个过程将变得连贯高效，产品的品质及成本结构也将得到最为优化的控制，使得产品在市场中的竞争力大幅度提升。因此该募投项目的建设和实施是响应市场需求、顺应行业发展，推动公司产业转型升级的需要。

3、募集资金投资项目实施的可行性

（1）政策可行性

近年来，我国颁布了一系列有助于我国玩具制造产业快速发展的政策文件，包括《国务院办公厅关于促进外贸稳定增长的若干意见》（国办发[2012]49号）、《国务院关于当前发展学前教育的若干意见》《全国人民代表大会常务委员会关于修改〈中华人民共和国人口与计划生育法〉的决定》等，在国家政策的推动下，我国玩具制造行业将进入一个良好的发展阶段，公司应当抓住机遇扩大生产规模、加强研发能力，为公司加速发展打下良好的基础。综上，项目建设具备政策可行

性。

（2）管理可行性

公司各个生产运作流程采用精益生产理念，通过最大限度的减少各种浪费，在质量、成本、生产效率和交货时间等方面达到良好的平衡。在品质控制、内部生产流程、供应链培育与管理、员工培训以及遵守劳动法规、环保等方面，公司均处于玩具制造行业的领先水平。

项目管理团队已做好了本项目前期准备工作，项目初期对于完成项目目标而进行相应的调研活动，并根据目标和调研分析进行了可行性分析和评估。公司经过多年的发展已具备一定的项目计划、组织、协调、执行及控制能力，对项目管理团队的建设、项目计划的执行、项目成本的控制、项目质量的管理以及项目进度的把控都具备丰富的经验，为项目的成功实施奠定了良好的基础。

（3）技术可行性

公司自成立以来对玩具创意设计高度重视，设立了创意设计组，培养了一批玩具创意设计人才，设计人员具备美工科、儿童心理学、色彩设计学背景以及丰富的产品造型设计经验，深刻理解幼儿的身心发展规律，结合儿童心理学、儿童生理发展关键期的知识，分龄分段设计产品，为儿童健康教育、快乐成长提供伙伴。

公司引领国内变形机器人玩具风潮的《机变英盟》动漫系列形象快速把握了市场潮流，形成的变形玩具系列获得了优异的销售成绩。随着我国“全面二胎”政策落地，公司婴幼儿玩具系列产品“奇迪乐”系列就是配合我国政策导向和市场需求推出的新产品，目前销售逐步升温，预计会成为公司未来的盈利增长点。

目前，公司技术骨干组成的梯次结构完整，具有较强的技术研发和自主创新能力。公司以优质的专利技术、高技术人才为基础，良好的产品质量和品牌形象为保障，为本项目的实施奠定了坚实的基础。

（4）营销能力可行性

公司拥有较大的销售渠道优势和丰富的市场拓展经验，对渠道和市场趋势具有较强的前瞻把握能力。公司拥有一支专业、稳定的营销团队，并构建了一个职

能完备、营运科学的营销中心，对整个市场营销网络实行动态化管理。此外，公司建立了一套有效的绩效指标和考核体系，加强了公司的营销管理效率，加大了营销管理人员市场拓展的动力。随着行业的发展，公司依靠强大的市场资源与拓展能力、优质的客户服务、先进的技术水平和可靠的产品质量，实现了业务的稳步增长。公司强大的渠道建设和市场拓展能力，能够为该项目后续市场推广提供强有力的支持。

4、项目建设规模

玩具生产基地建设项目占地面积约为 37.92 亩，总建筑面积约 75,000 平方米。

5、项目建设地址

该项目建设地址位于广东省汕头市澄海区凤翔街道风雅西路东南侧，公司已取得不动产权证书。本项目涉及的不动产权证书如下：

序号	权属证书号	权属人	用途	地址	面积(m ²)	取得方式	使用权终止期限
1	粤（2016）澄海区不动产权第 0000143 号	佳奇科技	工业用地	汕头市澄海区凤翔街道海围片风雅西路东南侧	10,527.90	出让	2066.04.05
2	粤（2017）澄海区不动产权第 0001604 号	佳奇科技	工业用地	汕头市澄海区凤翔街道海围片风雅西路东南侧	14,750.10	出让	2066.06.23

6、投资概算

本项目拟投入总资金为 27,743.31 万元，其中，建安工程费 12,750.00 万元，占比 45.96%，主要用于厂房、产品体验中心、仓库、行政办公楼、宿舍、食堂等的建设；设备及配套费用 9,180.00 万元，占比 33.09%，用于购置生产机器设备和模具；工程设计及其他费用 941.12 万元，占比 3.39%，主要用于临时设施、勘察设计、工程建设监理等方面；预备费 1,143.56 万元，占比 4.12%；铺底流动资金 3,728.63 万元，占比 13.44%。本项目拟投资费用主要明细如下：

序号	项目	合计（万元）	占总投资的比例
一	固定资产投资	24,014.68	86.56%
1	建安工程费	12,750.00	45.96%
2	设备及配套	9,180.00	33.09%
3	工程设计及其他费用	941.12	3.39%

序号	项目	合计（万元）	占总投资的比例
3.1	-临时设施费	127.50	0.46%
3.2	-勘察设计费	580.86	2.09%
3.3	-工程建设监理费	127.50	0.46%
3.4	-工程保险费	12.75	0.05%
3.5	-工程质量监督费	25.50	0.09%
3.6	-工程安全监督费	12.75	0.05%
3.7	-施工图审查费	20.87	0.08%
3.8	-竣工图编制费	33.39	0.12%
4	预备费	1,143.56	4.12%
二	铺底流动资金	3,728.63	13.44%
总投资		27,743.31	100.00%

7、经济效益测算

本项目经济效益指标的测算情况如下：

指标	数值
税前投资回收期（年）	5.67
税后投资回收期（年）	5.90
税前内部收益率	24.99%
税后内部收益率	22.99%
年均销售收入（万元）	31,732.80

8、项目的时间周期和时间进度

本项目建设期为 24 个月，具体情况如下：

工程阶段	工作内容	项目实施进度安排表											
		1—2	3—4	5—6	7—8	9—10	11—12	13—14	15—16	17—18	19—20	21—22	23—24
前期方案	项目方案设计	■											
施工建设	施工招标		■										
	工程建设			■									
	设备采购								■				
	设备安装调试											■	
运营前准备	竣工验收												■
	人员招聘、试运营											■	

9、项目实施主体及方式

本项目的实施主体为佳奇科技，项目的研发、测试、生产过程实施地点主要在汕头市澄海区。

（二）动漫影视制作项目

1、募集资金投资项目的背景

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

近年来，随着国内玩具行业的发展，已逐步形成了玩具与动漫结合的发展趋势。公司作为国内具有一定规模的玩具行业，逐步介入到玩具与动漫结合的新模式。报告期内，公司开始尝试将部分变形玩具的形象融入动漫角色，并自主打造了动漫影视作品《机变英盟》，随着《机变英盟》第一季、第二季2部动漫在国内各大电视及网络平台的播放，公司变形玩具在国内的销售实现了较大的增长，为公司有目标地运作动漫和相关衍生产品提供了一定的经验。

2、募集资金投资项目实施的必要性

（1）项目建设是进一步扩大公司品牌影响力的需要

知名度高、深受人们喜爱的动漫形象可以成为一种消费导向，深刻持久地影响人们的消费行为，同时这种影响不仅是影响一代人，更可以传承影响到下一代的消费选择。项目将通过与国内动漫行业的优势企业合作，拍摄制作动漫影视片，并通过持续的宣传推广，将逐步创造出深入人心的具有长期生命力的动漫形象品牌。

（2）项目建设是企业加快产业升级的需要

根据经济学中的“微笑曲线”理论：制造业的产业链有三个主要环节，即研发设计、加工制造和市场营销。在这三个环节中，两头的附加值较高，中间环节的附加值较低，形成了一条两头高、中间低的“微笑曲线”。项目的建设一方面

通过动漫影视片的拍摄、播出和宣传，树立自有动漫品牌形象，直接带动企业的研发设计活动，并通过市场销售网络的基础建设，向“微笑曲线”的两端发展，为已具备优势的“加工制造”环节增加价值。

（3）项目的实施有利于企业从劳动密集型向着文化创意价值型迅速升级

玩具产业与动漫文化创意产业的融合，是玩具产业转型升级的选择之一，实现了产业的价值链的升级，促进了企业竞争力和盈利能力的提高；而利用现有资源（包括动漫制作企业、衍生品生产企业）的优化配置，则是企业转型升级的一条捷径。项目的建设利用现有资源优化配置，实现与文化创意产业融合，加速企业从劳动密集型向着文化创意价值型升级，促进企业竞争力和盈利能力的提高。

3、募集资金投资项目实施的可行性

（1）国家积极的政策助力

项目实施符合国家鼓励发展动漫产业的要求。2012年6月，文化部产业司发布《“十二五”时期国家动漫产业发展规划》，提出：加强动漫产业与服装、玩具、食品、文具以及其他产业的合作，促进与动漫形象有关的衍生品的生产和经营，延伸动漫产业链；2017年2月，《文化部“十三五”时期文化发展改革规划》提出：支持原创动漫创作生产和宣传推广，培育民族动漫创意和品牌；2017年4月11日，《文化部关于推动数字文化产业创新发展的指导意见》指出着力发展动漫、游戏、网络文化、数字文化装备、数字艺术展示等数字文化产业重点领域，促进动漫与文学、游戏、影视、音乐等内容形式交叉融合，发展动漫品牌授权和形象营销，与相关产业融合发展，延伸动漫产业链和价值链。这些产业政策对于促进我国动漫产业发展有着积极作用，并将对“动漫+玩具”的产业融合产生积极的影响。

（2）公司成功的动漫项目运营经验是项目实施的保障

2016年公司自主打造的以变形机器人为核心题材的《机变英盟》获得了好评和青少年的喜爱，推动了以《机变英盟》动漫形象为主的变形玩具系列产品的销售，实现了良好的动漫玩具联动的产业与文化相融合的模式，积累了动漫影视推动玩具产品销售的经验，为本项目的实施奠定了坚实的基础。

4、项目建设规模

本次项目将投拍 2 部动漫影视片，以不断增强动漫形象的影响力，逐步创造出深入人心具有长期生命力的动漫形象品牌。公司本次募投项目拟投资拍摄制作动漫影视作品情况如下：

序号	片名	动漫影视片形式	时长（分钟）	集数（集）
1	《机变英盟 3》（暂定名）	2.5 至 3 维	24	52
2	《迪迪乐乐》（暂定名）	3 维	24	78

5、投资概算

本次项目投资内容包括制作 2 部动漫影视片、动漫影视片及玩具产品的宣传与推广、为已有及新开发的终端营销网络进行形象建设等，其中动漫影视片剧本编写、制作工作将由国内优秀的动漫企业或工作室负责。

（1）动漫影视片拍摄计划

本次项目拟投资拍摄 2 部动漫影视片，公司将主要参与影视片制作的前期工作，包括故事构思、剧本及动漫形象的设定等及后期播出及宣传工作，以配合动漫产品开发、设计、生产、推广和销售的需要。具体剧本编写、制作工作将由合作方负责。

（2）动漫影视片制作费用

本项目拟投资拍摄动漫影视作品费用预算表具体如下：

单位：万元

序号	项目	《机变英盟 3》	《迪迪乐乐》
1	剧本	35.00	68.00
2	导演和监制	400.00	900.00
3	绘制脚本	115.00	252.00
4	原画设计稿	110.00	243.00
5	3D 景	360.00	750.00
6	动画	770.00	1410.00
7	背景	55.00	105.00
8	主题曲/音乐	30.00	75.00
9	后期制作费	360.00	660.00

序号	项目	《机变英盟 3》	《迪迪乐乐》
10	制作人员费	920.00	1,740.00
11	其他	45.00	97.00
合计		3,200.00	6,300.00

（3）动漫衍生玩具开发

公司在进行动漫影视作品制作的同时，一方面将更多的玩具产品植入动漫影视作品中，另一方面通过充分挖掘角色的魅力，展现其独特的个性，制作并播放生动、形象的动漫影视作品以促进相关玩具产品的销售。

动漫衍生玩具的开发由公司研发设计部门主要负责，协同动漫影视片制作单位完成动漫形象和三维模型的确定，在动漫影视作品制作期间完成全部动漫衍生玩具开发工作。同时，动漫衍生玩具的生产则由公司生产部门负责完成，销售部门则负责在动漫影视作品正式宣传前完成相应销售渠道的上架销售工作。拟拍摄动漫影视作品对应拟开发动漫衍生玩具如下：

片名	拟开发产品	拟新增产品数量（款）	目标消费者
《机变英盟 3》	动漫衍生玩具	100	儿童
《迪迪乐乐》	动漫衍生玩具	100	儿童

6、项目投资回报预测

本募投项目不产生直接效益，未进行营利预测。

7、项目实施主体及方式

本项目的实施主体为公司全资子公司佳奇娱乐。项目的创作、拍摄、制片过程实施地点主要在深圳市福田区，项目实施以合作制作的方式进行。

（三）补充营运资金项目

公司拟使用 2,000.00 万元募集资金补充营运资金，用于公司的研发投入、现金周转等日常营运需求。本次补充营运资金将有效满足公司运营规模扩张带来的资金需求，增强公司的资金实力并提高公司的核心竞争力。

1、补充营运资金的必要性

（1）公司业务持续发展，营运资金需求迫切

公司经营规模持续扩大，2017-2019 年公司营业收入分别为 30,510.11 万元、39,809.94 万元、47,692.96 万元。随着公司生产经营规模的扩大，公司的应收账款、存货、预付账款等营运资金占用相应增加，营运资金需求也日趋提高。随着公司本次募集资金投资项目玩具生产基地建设项目建成投产，公司的生产经营规模将进一步扩大，对营运资金的需求将更加迫切。

（2）持续的产品开发对流动资金需求较大

玩具市场是一个高度竞争的行业，为确保产品的市场竞争力，公司需要不断开发内容适宜、外观新颖、使用安全的产品。公司历来重视研发投入，2017-2019 年，公司研发费用投入分别为 1,226.36 万元、1,657.96 万元、1,742.64 万元。公司研发投入较高，为产品教育性、娱乐性、新颖性、互动性、安全性的实现提供了充足的技术支持，持续的研发投入对营运资金的需求量较高。

（3）营销网络及队伍的打造需要流动资金的投入

公司在多年的市场开拓后形成了完善的市场销售网络，与众多海内外经销商建立了良好的销售关系。据 Euromonitor 统计，2018 年中国玩具市场销售额达 119.46 亿美元，增长率 8.55%，高于全球的平均增速，且儿童平均玩具消费额低于欧美发达国家，发展空间仍然较大。根据 Euromonitor 调研显示，2019 年我国玩具零售规模约 126.53 亿美元，同比增加 5.93%；预计 2020 年将进一步保持 6% 以上的增速，零售规模可达 134.61 亿美元，持续领跑全球市场。因此公司未来将进一步发力国内市场营销网络建设以及队伍的打造。同时，在国内玩具市场销售渠道呈现多样化趋势的背景下，为顺应市场变化，持续提升市场占有率，公司亦需要不断加大人员及资金投入，进一步完善营销渠道建设。

2、本次补充营运资金管理运营安排及其合理性

本次募集资金到位后，公司将根据实际经营状况和发展规划，合理投入募集资金，主要用于支付公司的原材料采购款、研发费用、营销网络建设及其他维持正常运营等方面用途。

公司将加强日常运营效率，强化内部成本和费用控制。补充流动资金后，公司将根据运营资金实际情况，合理减少流动资金银行贷款，降低财务成本，调整财务结构。

此外，公司将规范募集资金管理，保证募集资金合法合理使用，提高募集资金使用效率，并根据法律法规、规范性文件制定了《募集资金管理制度（草案）》，对募集资金的专户存储、使用、用途变更、管理和监督进行了明确的规定。

3、补充营运资金对公司财务及经营成果的影响

（1）对公司财务状况及经营成果的影响

本次补充营运资金到位后，公司的流动资产、总资产、净资产将有所增加，营运资金将得到一定改善。公司资产负债率将有一定程度的下降，有效降低公司财务风险。本次发行有助于增强公司资金实力，为后续发展提供有力保障。

本次发行完成后，公司净资产和总股本将有所增加，因此短期内可能会导致公司净资产收益率、每股收益等财务指标出现下降。但随着募投项目新增产能消化，公司盈利能力、经营业绩将逐步提高。

（2）对公司核心竞争力的影响

补充营运资金主要用于研发投入、营销网络打造、资金周转等日常营运需求，本次补充营运资金能够有效提升公司资金实力，为公司的持续发展带来持久的核心竞争力，是公司未来持续快速发展的有力保障。

四、公司发展规划

（一）整体发展战略

公司将坚持以“启迪教育，培养未来”为使命，把握中国玩具产业高速发展的机遇，专注于智能教育机器人、变形玩具及婴幼儿玩具为主要方向的智能科教玩具系列产品的设计开发、制造和市场营销。坚持以市场为导向、以技术创新为动力、以品牌发展为旗帜，整合公司内外部优质资源，加强玩具系列产品自主创新设计与动漫创意作品的有机结合，有针对性的植入教育内容，进一步在国内外建立和完善产品营销体系，通过产品的“智能化”、“IP化”和“教育化”，不断提高公司产品的市场影响力。强化公司主导产品在研发设计、营销网络、制造管理、产地集群和品质方面的领先优势，形成与品牌影响力相适应的产品研发、创意设计、先进制造体系，使公司逐步成为国内外同行业中最有影响力的企业之一。

（二）发行人当年和未来三年的发展规划

公司业务发展目标是用三年的时间把公司发展成集研发、生产、营销和动漫影视为一体的具有一定知名度的智能科教玩具企业，力争打造属于佳奇科技的优质产品与强势 IP。

公司持续研发深耕智能科教玩具领域，具有一定的技术储备及人才优势。公司将在目前业务基础上对原有产品进一步创新，持续投入研发智能机器人、婴幼儿等系列产品，结合公司丰富的产品经验，未来将研发推出更多兼具娱乐、教育、陪伴等多功能的智能科教产品。

公司将结合公司产品，继续深挖 IP 潜力，全方位输出 IP 价值，通过 IP 营销终端消费者，增强品牌影响力。同时，授权外部企业打造公司强势 IP 的其他周边衍生品，如文具、衣服等产品，实现 IP 价值最大化以及 IP 衍生品良好的产业互动。

公司将把握进入资本市场的历史性机遇，提高募集资金使用效率，扩大公司玩具生产能力，提高生产规模、技术水平和自动化程度，解决公司生产瓶颈，降低生产成本，提升公司在玩具行业的市场占有率，进一步巩固市场地位。配合我国“全面二胎”政策，增加婴幼儿玩具自主“奇迪乐”品牌玩具的投入，进一步扩大公司市场占有率，提高公司品牌知名度，打造一流的中国上市玩具品牌企业。

（三）拟定发展规划所依据的假设条件

公司拟定上述计划所依据的假设条件为：

- 1、公司所遵循的国家和地方现行的有关法律、法规和经济政策无重大改变；
- 2、国家宏观政治、经济、法律环境继续平稳发展；
- 3、本次公司股票发行上市能够成功，募集资金顺利到位；
- 4、募集资金投资项目能够顺利实施，并取得预期收益；
- 5、公司所处行业与市场环境没有发生重大不利变化；
- 6、公司无重大经营决策失误和足以严重影响公司正常运转的人事变动；
- 7、无其它不可抗力因素造成的重大影响。

（四）实施上述规划面临的主要困难

1、人才困难

公司生产经营、新建项目的实施和管理，研发设计引领潮流的玩具及动漫影视作品，国内外市场的深度挖掘及开拓，以及资本市场运作等均需要大量的人才支持，虽然公司已经储备了一定的高素质人才，但短时间内可能仍旧难以满足企业迅速发展的需要。

2、资金困难

目前，发行人正处于持续成长阶段，需要加大在人才引进、设备投入、设计研发、市场开发等方面的资金投入，以进一步增强核心竞争力。与同行业国内外大型玩具公司相比，发行人资金实力有限，资产规模相对较小，融资渠道较为单一，难以满足公司快速发展需要，不利于公司做大做强。因此，进行上市融资是公司打造良好的发展平台、取得快速发展的客观需求。

3、管理困难

随着未来发展规划的陆续实施，公司业务规模将逐渐扩大，对公司的战略规划、组织机构设置、企业文化建设、机制调整、资源配置、运营管理，特别是人才管理、内部控制等方面提出了更高的要求。公司整体经营管理能力若不能与未来业务快速发展的要求相适应，将会对计划实施的效果产生一定的影响。

（五）实现上述发展规划拟采用的方法或途径

公司将严格按照上市公司的要求规范运作，加强内部控制，强化各项决策的科学性；公司将凝聚行业最优秀的人才，并进一步提高公司的设计创作研发水平、运营水平和管理水平，推动公司未来三年发展目标及发展规划的实现；公司将认真组织募集资金投资项目的实施，争取尽快产生效益，推进公司主营业务的发展和核心竞争力的提高，同时积极拓展市场，提高“佳奇”品牌的知名度和市场占有率。

（六）发展计划与现有业务的关系

公司专注于机器人玩具、变形玩具、婴幼儿玩具、恐龙玩具等系列产品的开发设计、制造与营销，上述业务发展规划是在充分考虑现有业务的实际情况、公

司在全球玩具行业中积累的经验和智慧，在国内外市场上的品牌声誉和创新能力等诸多因素确定的。公司现有的组织结构、制度流程、人力资源、创新活力和品牌形象也为实现未来业务发展规划提供了相应基础保证。

公司现有业务发展和管理方式是公司经营发展规划的基础，是实现业务发展规划的前提；公司业务发展规划和管理创新则是对公司现有业务进一步发展的深化。公司将在保持现有优势的条件下，通过提升制造能力和扩大市场网络，提高产品创新能力和动漫创意水平，基于在国内外市场累积的智慧和经验，借鉴国内外玩具行业巨头的优秀经验，秉承公司在发展壮大过程中锐意进取精神，凭借品牌优势和优秀创意快速地占领市场，进而实现公司的经营目标。因此，公司发展规划与现有业务具有相当的一致性、延续性和提升性，其目标是将公司打造成为国内外最优秀、最具行业影响力的企业之一。

（七）持续公告规划实施和目标实现情况

公司本次发行上市后，将通过定期报告持续公告发展规划的实施和目标实现情况。

第十节 投资者保护

为切实提高公司的规范运作水平，保护投资者特别是中小投资者的合法权益，充分保障投资者依法享有获取公司信息、享有资产收益、参与重大决策等权利，公司制定了与投资者保护相关的制度和措施，充分维护投资者的相关利益。

一、投资者关系的主要安排

（一）建立健全内部信息披露制度和流程

发行人根据中国证监会及交易所的相关规定，制定完善了《信息披露管理制度（草案）》，明确规定证券事务部为信息披露的管理部门，董事会秘书为信息披露的具体执行人及与证券交易所的指定联络人，并明确规定了定期报告、临时报告等信息披露的具体流程以及在信息披露过程中公司及董事会等相关信息披露责任主体的职责，以及信息披露的内部审批程序。

（二）保障投资者参与重大决策和选择管理者的权利

公司股东可通过股东大会行使对公司的决策权利。公司股东有权依法请求、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。单独或者合计持有公司 10% 以上股份的股东有权向董事会请求召开临时股东大会。

董事、监事候选人名单以提案的方式提请股东大会表决。股东大会审议董事、监事选举的提案，应当对每一个董事、监事候选人逐个进行表决。公司选举二名及以上董事或监事时应当实行累积投票制度；累积投票制是指股东大会选举董事或者监事时，每一股份拥有与应选董事或者监事人数相同的表决权，股东拥有的表决权可以集中使用。董事会应当向股东公告候选董事、监事的简历和基本情况。

除累积投票制外，股东大会将对所有提案进行逐项表决，对同一事项有不同提案的，将按提案提出的时间顺序进行表决。除因不可抗力等特殊原因导致股东大会中止或不能作出决议外，股东大会将不会对提案进行搁置或不予表决。

二、股利分配政策

（一）报告期内的股利分配政策

公司股票全部为普通股，本着同股同权原则，按每一股东持有公司股份的比

例分配股利，具体由董事会按照法律、法规及公司章程的有关规定，提出分配方案。

公司现行的《公司章程》对于股利分配政策做出的相关规定如下：

公司分配当年税后利润时，应当提取利润的 10% 列入公司法定公积金。公司法定公积金累计额为公司注册资本的 50% 以上的，可以不再提取。

公司的法定公积金不足以弥补以前年度亏损的，在依照前款规定提取法定公积金之前，应当先用当年利润弥补亏损。

公司从税后利润中提取法定公积金后，经股东大会决议，还可以从税后利润中提取任意公积金。

公司弥补亏损和提取公积金后所余税后利润，按照股东持有的股份比例分配，但公司章程规定不按持股比例分配的除外。

股东大会违反前款规定，在公司弥补亏损和提取法定公积金之前向股东分配利润的，股东必须将违反规定分配的利润退还公司。

公司持有的本公司股份不参与分配利润。

公司的公积金用于弥补公司的亏损、扩大公司生产经营或者转为增加公司资本。但是，资本公积金将不用于弥补公司的亏损。

法定公积金转为资本时，所留存的该项公积金将不少于转增前公司注册资本的 25%。

公司股东大会对利润分配方案作出决议后，公司董事会须在股东大会召开后 2 个月内完成股利（或股份）的派发事项。

公司实施积极的利润分配制度，利润分配政策为：公司的利润分配采用现金或股票方式分配股利。公司实行持续、稳定的利润分配制度，利润分配应不得超过累计可分配利润的范围。

（二）发行人报告期内的股利分配情况

报告期内，公司未进行利润分配。

（三）滚存利润的分配安排

经公司 2020 年度第三次临时股东大会审议通过，为兼顾新老股东的利益，若公司首次公开发行股票并上市得以实施，首次公开发行股票前滚存的未分配利润在公司首次公开发行股票上市后由新老股东按持股比例共同享有。

（四）本次发行上市后的股利分配政策

根据 2020 年 6 月 10 日公司 2020 年度第三次临时股东大会审议通过的上市后适用的《公司章程（草案）》，公司发行上市后的股利分配政策主要内容如下：

1、利润分配的方式和期间间隔

公司采用现金、股票或者现金与股票相结合的方式分配利润，并优先考虑采用现金方式分配利润。公司原则上每年进行一次利润分配，在有条件的情况下，公司可以进行中期利润分配。

2、公司现金分红的具体条件

除特殊情况外，公司当年度实现盈利，在依法提取法定公积金、盈余公积金，在满足公司正常生产经营资金需求和无重大资金支出的情况下后进行利润分配，公司每年以现金方式分配的利润不低于当年实现的可供分配利润的 10%。在确保足额现金股利分配的前提下，公司可以另行增加股票股利分配和公积金转增。

特殊情况是指公司发生以下重大投资计划或重大资金支出：

重大投资计划是指：（1）交易涉及的资产总额占公司最近一期经审计总资产的 50%以上，该交易涉及的资产总额同时存在账面值和评估值的，以较高者作为计算数据；（2）交易标的（如股权）在最近一个会计年度相关的主营业务收入占公司最近一个会计年度经审计主营业务收入的 50%以上，且绝对金额超过 5,000 万元；（3）交易标的（如股权）在最近一个会计年度相关的净利润占公司最近一个会计年度经审计净利润的 50%以上，且绝对金额超过 500 万元；（4）交易的成交金额（含承担债务和费用）占公司最近一期经审计净资产的 50%以上，且绝对金额超过 5,000 万元；（5）交易产生的利润占公司最近一个会计年度经审计净利润的 50%以上，且绝对金额超过 500 万元；

重大资金支出是指：单笔或连续十二个月累计金额占公司最近一期经审计的

净资产的 30% 以上的投资资金或营运资金的支出。

3、现金分红的比例

在符合上述现金分红条件的情况下，公司董事会应当综合考虑所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，实施差异化的现金分红政策：

（1）公司发展阶段属成熟期且无重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 80%；

（2）公司发展阶段属成熟期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 40%；

（3）公司发展阶段属成长期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 20%。

公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，进行利润分配时，可以按照前项规定处理。

4、现金分红政策的调整和变更

公司应当严格执行公司章程确定的现金分红政策以及股东大会审议批准的现金分红具体方案。确有必要对公司章程确定的现金分红政策进行调整或者变更的，应当满足公司章程规定的条件，经过详细论证后，履行相应的决策程序，并经出席股东大会的股东所持表决权的 2/3 以上通过。

5、公司发放股票股利的具体条件

公司在经营情况良好，并且董事会认为公司股票价格与公司股本规模不匹配、发放股票股利有利于公司全体股东整体利益时，可以在满足上述现金分红的条件下，提出股票股利分配预案。

股票股利分配可以单独实施，也可以结合现金分红同时实施。采用股票股利进行利润分配的，应当具有公司成长性、每股净资产的摊薄等真实合理因素。

6、公司利润分配方案的审议程序

（1）公司的利润分配方案由公司董事会结合公司章程的规定、盈利情况、

资金供给和需求情况、股东回报规划提出、拟定。董事会应当认真研究和论证公司现金分红的时机、条件和最低比例、调整的条件及其决策程序要求等事宜，经董事会审议通过后提交股东大会批准。独立董事、监事会应当对利润分配预案发表明确意见并公开披露。独立董事可以征集中小股东的意见，提出分红提案，并直接提交董事会审议。

（2）股东大会对利润分配方案进行审议时，应当通过多种渠道主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流，充分听取中小股东的意见和诉求，并及时答复中小股东关心的问题。

（3）公司因前述规定的特殊情况而不进行现金分红时，董事会就不进行现金分红的具体原因、公司留存收益的确切用途及预计投资收益等事项进行专项说明，经独立董事发表意见后提交股东大会审议，并在公司指定媒体上予以披露。

（五）发行人股东分红回报计划

根据公司 2020 年第三次临时股东大会审议通过的《公司首次公开发行股票并上市后三年股东分红回报规划》，公司上市后三年的股东分红回报规划如下：

1、规划的制定原则

公司实行积极、持续、稳定的利润分配政策，重视对投资者的合理回报并兼顾公司当年的实际经营情况和可持续发展。公司制定或调整股东分红回报规划时应符合《公司章程》有关利润分配政策的相关条款。

2、规划制定的考虑因素

本规划在综合分析公司盈利能力、经营发展规划、股东回报、社会资金成本及外部融资环境等因素的基础上，充分考虑公司目前及未来盈利规模、现金流量状况、发展所处阶段、项目投资资金需求、银行信贷及债权融资环境等情况，平衡股东的合理投资回报和公司长远发展的基础上，建立对投资者持续、稳定、科学的回报规划与机制，从而对利润分配作出制度性安排，以保证利润分配政策的连续性和稳定性。

3、规划的制定周期

公司以每三年为一个周期，根据公司经营的实际情况及股东、独立董事和监

事的意见，按照《公司章程》确定的利润分配政策制定股东分红回报规划，并经董事会、股东大会审议通过后实施。

如在已制定的规划期间内，公司因外部经营环境、自身经营状况发生较大变化，需要调整规划的，公司董事会应结合实际情况对规划进行调整。新定的规划须经董事会、监事会、股东大会审议通过后执行。

4、上市后三年的股东回报规划

（1）利润分配的形式和期间间隔

公司采用现金、股票或者现金与股票相结合的方式分配利润，并优先考虑采用现金方式分配利润。公司原则上每年进行一次利润分配，在有条件的情况下，公司可以进行中期利润分配。

（2）公司现金分红的具体条件

除特殊情况外，公司当年度实现盈利，在依法提取法定公积金、盈余公积金，在满足公司正常生产经营资金需求和无重大资金支出的情况下后进行利润分配，公司每年以现金方式分配的利润不低于当年实现的可供分配利润的 10%。在确保足额现金股利分配的前提下，公司可以另行增加股票股利分配和公积金转增。

特殊情况是指公司发生以下重大投资计划或重大资金支出：

①交易涉及的资产总额占公司最近一期经审计总资产的 50% 以上，该交易涉及的资产总额同时存在账面值和评估值的，以较高者作为计算数据；

②交易标的（如股权）在最近一个会计年度相关的主营业务收入占公司最近一个会计年度经审计主营业务收入的 50% 以上，且绝对金额超过 5,000 万元；

③交易标的（如股权）在最近一个会计年度相关的净利润占公司最近一个会计年度经审计净利润的 50% 以上，且绝对金额超过 500 万元；

④交易的成交金额（含承担债务和费用）占公司最近一期经审计净资产的 50% 以上，且绝对金额超过 5,000 万元；

⑤交易产生的利润占公司最近一个会计年度经审计净利润的 50% 以上，且绝对金额超过 500 万元；

重大资金支出是指：单笔或连续十二个月累计金额占公司最近一期经审计的净资产的 30% 以上的投资资金或营运资金的支出。

（3）现金分红的比例

在符合上述现金分红条件的情况下，公司董事会应当综合考虑所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，实施差异化的现金分红政策：

①公司发展阶段属成熟期且无重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 80%；

②公司发展阶段属成熟期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 40%；

③公司发展阶段属成长期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 20%。

公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，进行利润分配时，可以按照前项规定处理。

（4）公司发放股票股利的具体条件

公司在经营情况良好，并且董事会认为公司股票价格与公司股本规模不匹配、发放股票股利有利于公司全体股东整体利益时，可以在满足上述现金分红的条件下，提出股票股利分配预案。

股票股利分配可以单独实施，也可以结合现金分红同时实施。采用股票股利进行利润分配的，应当考虑公司成长性、每股净资产的摊薄等真实合理因素。

三、股东投票机制的建立情况

公司建立了完善的累积投票制、中小投资者单独计票机制、网络投票制等股东投票机制，保障投资者尤其是中小投资者参与公司重大决策等事项的权利。

（一）累积投票制

股东大会选举二名以上董事或者监事时应当实行累积投票制度。累积投票制是指股东大会选举董事或者监事时，每一股份拥有与应选董事或者监事人数相同

的表决权，股东拥有的表决权可以集中使用。

（二）中小投资者单独计票机制

股东大会审议影响中小投资者利益的重大事项时，对中小投资者的表决应当单独计票，单独计票结果应当及时公开披露。

（三）网络投票制

公司在股东大会审议相关事项时，将根据相关法律法规的要求，通过网络投票等方式为中小股东参加会议提供便利。

公司股东大会应当设置会场，以现场会议及网络投票相结合的方式召开。股东通过上述方式参加股东大会的，视为出席。公司股东大会采用网络或其他方式的，应当在股东大会通知中明确载明网络或其他方式的表决时间以及表决程序。

在投票时间安排上，股东大会网络或其他方式投票的开始时间，不得早于现场股东大会召开前一日下午 3:00，并不得迟于现场股东大会召开当日上午 9:30，其结束时间不得早于现场股东大会结束当日下午 3:00。

（四）征集投票权

公司董事会、独立董事和符合相关规定条件的股东可以公开征集股东投票权。征集股东投票权应当向被征集人充分披露具体投票意向等信息。禁止以有偿或者变相有偿的方式征集股东投票权。公司不得对征集投票权提出最低持股比例限制。

四、特别表决权股份、协议控制架构或类似特殊安排

发行人不存在特别表决权股份、协议控制架构或类似特殊安排。

第十一节 其他重要事项

一、信息披露

公司证券事务部负责信息披露事务及投资者关系工作，该部门的负责人为董事会秘书陈欣敏，联系电话：0754-8551 9802，传真号码：0754-8551 2203，电子邮箱：chenxinmin@jiaqi789.com。

二、重大合同

公司本节披露的重大合同是指截至 2020 年 3 月 31 日已履行或正在履行且金额在 200 万元以上的合同，或虽未达到前述标准但对生产经营、未来发展或财务状况有重要影响的合同。

（一）业务合同

1、已履行的业务合同

截至 2020 年 3 月 31 日，发行人及其全资子公司已履行完毕的重大合同如下：

（1）报告期内已履行的重大销售合同

序号	客户名称	销售产品	合同金额	签署日期
1	汕头市澄海区华达玩具进出口贸易有限公司	变形车、变形机器人等	2,806,078.40	2017.06.01
2	汕头市迪华贸易有限公司	遥控恐龙、变形机器人等	3,144,960.00	2017.09.13
3	湖南金鹰卡通有限公司	遥控变形机器人等	2,735,000.00	2017.11.15
4	汕头市澄海区华达玩具进出口贸易有限公司	电动恐龙、遥控变形机器人等	2,629,548.00	2017.12.01
5	汕头市迪华贸易有限公司	变形机器人	2,117,700.00	2018.03.07
6	汕头市澄海区华达玩具进出口贸易有限公司	机器人玩具	3,277,417.60	2018.07.01
7	广东世纪信华文化发展有限公司	机器人玩具	2,952,084.00	2018.06.20
8	汕头市澄海区华达玩具进出口贸易有限公司	遥控变形机器人等	3,290,456.00	2018.08.01
9	汕头市澄海区华达玩具进出口贸易有限公司	弹射变形机器人等	2,334,036.00	2019.06.18
10	汕头市澄海区华达玩具进出口贸易有限公司	遥控变形机器人等	2,158,923.20	2019.07.05

序号	客户名称	销售产品	合同金额	签署日期
11	汕头市澄海区华达玩具进出口贸易有限公司	遥控变形机器人等	2,055,868.00	2019.08.12
12	广东健健智能科技有限公司	遥控机器人等	2,045,593.60	2019.10.10

（2）报告期内已履行的重大采购合同

金额：（元）

序号	客户名称	采购产品	合同金额	签署日期
1	星辉互动娱乐股份有限公司	ABS 树脂	4,380,000.00	2016.12.26
2	汕头市信强贸易有限公司	ABS 树脂	5,000,000.00	2017.02.20
3	汕头市实得贸易有限公司	塑料原料	6,144,500.00	2017.02.23
4	汕头市实得贸易有限公司	塑料原料	4,416,000.00	2017.03.20
5	汕头市实得贸易有限公司	塑料原料	5,330,000.00	2018.01.29
6	汕头市实得贸易有限公司	塑料原料	6,000,000.00	2018.09.03
7	汕头市实得贸易有限公司	塑料原料	4,797,313.00	2018.10.24
8	汕头市实得贸易有限公司	塑料原料	4,544,143.00	2018.11.26
9	汕头市鑫海商贸有限公司	聚丙烯	10,382,632.00	2018.12.11
10	汕头市鑫海商贸有限公司	聚丙烯	10,180,900.00	2019.02.15
11	汕头市鑫海商贸有限公司	聚丙烯	10,721,700.00	2019.02.22
12	汕头市鑫海商贸有限公司	聚丙烯	11,562,060.00	2019.02.28
13	汕头市实得贸易有限公司	塑料原料	10,000,000.00	2019.07.01

2、正在履行的业务合同

截至 2020 年 3 月 31 日，本公司正在履行或将要履行的重大合同如下：

（1）公司与重要客户签订年度框架合同

序号	客户名称	合同有效期
1	IDEAL HOLDINGS(HK) LIMITED UNI-REGENT HOLDINGS LIMITED	2020.01.01-2020.12.31
2	MOUNTAINKING INTERNATIONAL TRADING CO., LIMITED	2020.01.01-2020.12.31
3	广东健健智能科技有限公司	2020.01.01-2020.12.31
4	汕头市迪华贸易有限公司 汕头市皮恩希玩具有限公司	2020.01.01-2020.12.31
5	汕头市澄海区华达玩具进出口贸易有限公司	2020.01.01-2020.12.31

(2) 公司与重要供应商签订年度框架合同

序号	供应商名称	合同有效期
1	汕头市实得贸易有限公司	2020.01.01-2020.12.31
2	汕头市鑫海商贸有限公司	2020.01.01-2020.12.31
3	汕头市恒丰行塑胶有限公司	2020.01.01-2020.12.31
4	中国石化化工销售有限公司汕头经营部	2020.01.01-2020.12.31
5	汕头市信勤电机科技有限公司	2020.01.01-2020.12.31

3、授权合同

2019年10月28日，发行人与三只松鼠股份有限公司签订《授权开发合作协议附件》，该协议授权发行人使用三只松鼠之松鼠小镇动画片中卡通角色的名称、肖像等，双方合作开发幼教玩具等产品，授权合作期限自2019年11月01日至2022年10月30日。

(二) 银行业务合同**1、银行借款及担保合同**

(1) 2018年8月29日，公司与工商银行汕头澄海支行签署《网贷通循环借款合同》（0200300260-2018年（澄海）字00163号），贷款金额1,000万元，额度使用期限自合同生效之日起至2019年8月28日，贷款用途为购买原材料。上述借款合同由陈晓镔、黄汶华、佳奇投资在10,000万元最高额度内提供连带责任保证担保；由本公司位于汕头市澄海区头份兴达工业区厂区的不动产（粤房地权证澄字第2000208583号）提供2,719.90万元最高额抵押担保。

(2) 2018年8月20日，公司与工商银行汕头澄海支行签署《网贷通循环借款合同》（0200300260-2018年（澄海）字00142号），贷款金额900万元，额度使用期限自合同生效之日起至2019年8月13日，贷款用途为补充流动资金周转。上述借款合同由陈晓镔、黄汶华、佳奇投资在10,000万元最高额度内提供连带责任保证担保；由本公司位于汕头市澄海区头份兴达工业区厂区的不动产（粤房地权证澄字第2000208583号）提供2,719.90万元最高额抵押担保。

(3) 2018年11月20日，公司与工商银行汕头澄海支行签署《网贷通循环借款合同》（0200300260-2018年（澄海）字00238号），贷款金额900万元，额

度使用期限自合同生效之日起至 2019 年 11 月 19 日，贷款用途为补充流动资金周转。上述借款合同由陈晓镔、黄汶华、佳奇投资在 10,000 万元最高额度内提供连带责任保证担保；由本公司位于汕头市澄海区凤翔街道海围片风雅西路东南侧的国有土地使用权（粤【2017】澄海区不动产权第 0001604 号）提供 2,509 万元最高额抵押担保。

（4）2018 年 11 月 30 日，公司与中国银行汕头分行签署《流动资金借款合同》（GDK476450120180069-LHZH），贷款金额 600 万元，贷款期限自实际提款日起 36 个月，贷款用途为购买原材料。上述借款合同由陈晓镔、黄汶华提供连带责任保证担保；由陈晓镔以其持有的不动产提供 423.57 万元最高额抵押担保以及提供 457.65 万元最高额抵押担保；由陈立光以其持有的不动产提供 120.72 万元最高额抵押担保；由本公司持有的单位定期存款存单（存单号：0649178）提供 150 万元最高额质押担保。2020 年 3 月 23 日，公司与中国银行汕头分行签署《流动资金借款合同补充协议》（GDK476450120180069-LHZH（补）），担保方式变更为由陈晓镔以其持有的不动产提供 423.57 万元最高额抵押担保以及提供 457.65 万元最高额抵押担保；由陈立光以其持有的不动产提供 120.72 万元最高额抵押担保；由陈晓镔、黄汶华在 3,000 万元最高额度内提供连带责任保证担保。

（5）2019 年 9 月 19 日，公司与中国银行汕头分行签署《流动资金借款合同》（GDK476450120190051-LHZH），贷款金额 635 万元，贷款期限自实际提款日起 36 个月，贷款用途为用于支付货款。上述借款合同由陈晓镔、黄汶华在 2,000 万元最高额度内提供连带责任保证担保；由陈晓镔以其持有的不动产提供 423.57 万元最高额抵押担保以及提供 457.65 万元最高额抵押担保；由陈立光以其持有的不动产提供 120.72 万元最高额抵押担保；由本公司持有的单位定期存款开户证实书（NO：2813171）提供 150 万元最高额质押担保；由本公司持有的单位定期存款开户证实书（NO：2814077）提供 50 万元最高额质押担保。2020 年 3 月 23 日，公司与中国银行汕头分行签署《流动资金借款合同补充协议》（GDK476450120190051-LHZH（补）），担保方式变更为由陈晓镔以其持有的不动产提供 423.57 万元最高额抵押担保以及提供 457.65 万元最高额抵押担保；由陈立光以其持有的不动产提供 120.72 万元最高额抵押担保；由陈晓镔、黄汶华

在 3,000 万元最高额度内提供连带责任保证担保。

（6）2019 年 10 月 31 日，公司与中国工商银行汕头澄海支行签署《流动资金借款合同》（0200300260-2019 年（澄海）字 00157 号），贷款金额 600 万元，贷款期限自实际提款日起 12 个月，贷款用途为购原材料。上述借款合同由陈晓镔、黄汶华、佳奇投资在 10,000 万元最高额度内提供连带责任保证担保；由本公司位于汕头市澄海区凤翔街道海围片风雅西路东南侧的国有土地使用权（粤【2017】澄海区不动产权第 0001604 号）提供 2,509 万元最高额抵押担保。

（7）2019 年 11 月 25 日，公司与中国银行汕头分行签署《短期流动资金贷款额度合同》（GDE476450120190017-LHZH），贷款金额 800 万元，额度使用期限自 2019 年 11 月 26 日至 2020 年 9 月 30 日，贷款用途为用于补充流动资金或购买生产原材料。上述借款合同由陈晓镔、黄汶华在 2,000 万元最高额度内提供连带责任保证担保；由陈晓镔以其持有的不动产提供 423.57 万元最高额抵押担保以及提供 457.65 万元最高额抵押担保；由陈立光以其持有的不动产提供 120.72 万元最高额抵押担保；由本公司持有的单位定期存款开户证实书（NO: 2813171）提供 150 万元最高额质押担保；由本公司持有的单位定期存款开户证实书（NO: 2814077）提供 50 万元最高额质押担保。2020 年 3 月 23 日，公司与中国银行汕头分行签署《短期流动资金贷款额度合同补充协议》（GDE476450120190017-LHZH（补）），贷款金额由 800 万元变更为 1,200.00 万元，担保方式变更为由陈晓镔以其持有的不动产提供 423.57 万元最高额抵押担保以及提供 457.65 万元最高额抵押担保；由陈立光以其持有的不动产提供 120.72 万元最高额抵押担保；由陈晓镔、黄汶华在 3,000 万元最高额度内提供连带责任保证担保。

（8）2020 年 3 月 23 日，公司与中国银行股份有限公司汕头分行签署《流动资金借款合同》（GDK476450120200014-LHZH），贷款金额为 800 万元，贷款期限自实际提款日起算 36 个月，贷款用途为购买生产原材料。上述借款合同由陈晓镔以其持有的不动产提供 423.57 万元最高额抵押担保以及提供 457.65 万元最高额抵押担保；由陈立光以其持有的不动产提供 120.72 万元最高额抵押担保；由陈晓镔、黄汶华在 3,000 万元最高额度内提供连带责任保证担保。

（9）2020 年 3 月 31 日，公司与中国工商银行股份有限公司汕头澄海支行

签署《流动资金借款合同》（0200300260-2020年（澄海）字00054号），贷款金额为1,000.00万元，贷款期限自首次提款日起算12月，贷款用途为购原材料。上述借款合同由陈晓镔、黄汶华、佳奇投资在10,000.00万元最高额度内提供连带责任保证担保；由本公司位于汕头市澄海区凤翔街道海围片风雅西路东南侧的国有土地使用权（粤【2017】澄海区不动产权第0001604号）提供2,509万元最高额抵押担保；由本公司位于汕头市澄海区头份兴达工业区厂区的房地产（粤房地权证澄字第2000208583号）提供2,719.90万元最高额抵押担保。

2、其他银行合同

（1）2019年1月24日，公司与中国民生银行股份有限公司汕头分行分别签订《综合授信合同》（公授信字第17062019JQ001号）、《贸易融资主协议》（贸融资字第17062019JQ001号）、《银行承兑协议》（公承兑字第17062019JQ001号）。

《综合授信合同》约定公司在2019年1月24日至2020年1月24日期间可向中国民生银行股份有限公司汕头分行申请使用最高授信额度2,500万元。《贸易融资主协议》（贸融资字第17062019JQ001号）约定该行向公司提供信用证、进口押汇、出口押汇、银行保函贸易融资业务产品的申请权限。《银行承兑协议》（公承兑字第17062019JQ001号）约定该行向公司提供《综合授信合同》（公授信字第17062019JQ001号）授予的承兑业务额度的申请权限。2019年1月24日，公司与中国民生银行股份有限公司汕头分行签订《最高额抵押合同》（公高抵字第17062019JQ001号），公司提供粤（2016）澄海区不动产权第0000143号国有土地使用权为前述合同提供1,790.8万元最高额抵押担保。同日，陈晓镔、黄汶华与中国民生银行股份有限公司汕头分行签订《最高额担保合同》（个高保字第17062019JQ001号），陈晓镔、黄汶华提供2,500万元的最高额保证担保。

2019年7月1日，公司与中国民生银行股份有限公司汕头分行签订《最高额质押合同》（公高质字第17062019JQKJ006号），公司提供1,000万元存款为2019年7月1日至2020年6月28日内公司与该行签订的《银行承兑协议》提供1,000万元最高额质押担保。

（2）2019年10月30日，公司与东亚银行（中国）有限公司揭阳支行签订《银行承兑汇票授信协议》（2019年东亚（人贷）字第46号），约定东亚银行（中国）有限公司揭阳支行在2019年10月30日至2024年10月30日期间向公司提

供不超过 5,000 万元银行承兑汇票额度。公司与东亚银行（中国）有限公司揭阳支行签订《最高额质押合同》（2019 年东亚（质押）字第 27 号）和《应收账款质押合同》（2019 年东亚（账质）字第 8 号），公司向该行提供总额不超过 5,000 万元的应收账款质押。陈晓镔与东亚银行（中国）有限公司揭阳支行签订《最高额保证合同》（2019 年东亚（保证）字第 19 号），提供 5,000 万元的最高额保证担保。

（3）2019 年 7 月 3 日，公司与浙商银行股份有限公司广州分行签订《全额担保银行承兑汇票承兑协议》（（20810000）浙商银全承字（2019）第 02564 号）及《权利质押合同》（（581008）浙商银权质字（2019）第 00005 号），约定由该行开具承兑 1,000 万元承兑汇票并由公司提供 1,000 万元银行存款作为质押。

2019 年 8 月 30 日，公司与浙商银行股份有限公司广州分行签订《银行承兑汇票承兑协议》（（20810000）浙商银承字（2019）第 03477 号）及《权利质押合同》（（581008）浙商银权质字（2019）第 00010 号），约定由该行开具承兑 500 万元承兑汇票并由公司提供 500 万元银行存款作为质押。

2019 年 10 月，公司与浙商银行股份有限公司广州分行签订《银行承兑汇票承兑协议》（（20810000）浙商银承字（2019）第 04365 号）及《资产池质押担保合同》（（33100000）浙商资产池质字（2019）第 18957 号），约定由该行开具承兑 500 万元承兑汇票并由公司提供 500 万元银行存款作为质押。

（4）2020 年 1 月 9 日，公司与中国民生银行股份有限公司汕头分行签订《银行承兑协议》（公承兑字第 17062020JQKJ001 号）及《最高额质押合同》（公高质字第 17062020JQKJ001 号）约定由该行开具 1,600 万元承兑汇票并由公司提供 1,600 万元银行存款作为质押。

（5）2020 年 2 月 13 日，公司与中国民生银行股份有限公司汕头分行签订《银行承兑协议》（公承兑字第 17062020JQKJ002 号）及《最高额质押合同》（公高质字第 17062020JQKJ002 号）约定由该行开具 1,000 万元承兑汇票并由公司提供 1,000 万元银行存款作为质押。

（6）2020 年 3 月 4 日，公司与中国光大银行股份有限公司汕头分行签订《中国光大银行电子银行承兑汇票承兑协议》（ST 承字 78122020024）及《对公理财

产品质押合同》（ST 承质字 78122020024）约定由该行开具 1,200 万元承兑汇票并由公司提供 1,200 万元银行存款作为质押。

（三）其他重大合同

1、2020 年 3 月，发行人与万和证券股份有限公司签订了保荐协议以及承销协议，协议就发行人首次公开发行股票并上市的保荐和承销事宜作出了规定，该协议的签署符合《中华人民共和国证券法》以及相关法规和政策性文件的规定。

2、2020 年 2 月 20 日，发行人与远东宏信融资租赁有限公司签订了《所有权转让协议》（协议编号：FEHPT20DE2Y2LE-P-01），发行人将原价值 44,001,725.63 元的设备租赁物件以 44,000,000.00 元的价格转让给远东宏信融资租赁有限公司。

同日，双方签订《售后回租赁合同》（合同编号：FEHPT20DE2Y2LE-L-01）、《服务协议》（协议编号：FEHTJ20DE2Y2LE-O-01），远东宏信融资租赁有限公司将上述租赁物件回租给发行人，回租租金 44,000,000.00 元，租赁期限为 30 个月。

三、发行人对外担保情况

截至 2020 年 3 月 31 日，发行人不存在对外担保情况。

四、重大诉讼或仲裁事项

截至 2020 年 3 月 31 日，发行人不存在对财务状况、经营成果、声誉、业务活动、未来前景等可能产生较大影响的诉讼或仲裁事项。

截至 2020 年 3 月 31 日，发行人控股股东、实际控制人、控股子公司及公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员不存在作为一方当事人的重大诉讼或仲裁事项。

截至 2020 年 3 月 31 日，发行人董事、监事、高级管理人员和核心技术人员不存在涉及刑事诉讼的情况。

五、发行人控股股东、实际控制人不存在刑事犯罪、重大违法行为

截至 2020 年 3 月 31 日，控股股东、实际控制人不存在贪污、贿赂、侵占财产、挪用财产或者破坏社会主义市场经济秩序的刑事犯罪，不存在欺诈发行、重

大信息披露违法或者其他涉及国家安全、公共安全、生态安全、生产安全、公众健康安全等领域的重大违法行为。

第十二节 声明

一、发行人全体董事、监事、高级管理人员声明

本公司及全体董事、监事、高级管理人员承诺本招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。

董事签名：
 陈晓铿
 黄汶华
 陈立光
 陈晓珊
 陈名芹
 熊海博
 王斌

监事签名：
 姚晓虹
 潘树洽
 陈梓波

高级管理人员签名：
 陈立光
 陈晓珊
 杨泰鸣
 辛戈华
 陈欣敏

广东佳奇科技教育股份有限公司

2020年9月25日



二、发行人控股股东、实际控制人声明

本公司或本人承诺本招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。

控股股东：广东佳奇投资有限公司

法定代表人：



陈晓铨

实际控制人：

陈晓铨

黄汶华

广东佳奇科技教育股份有限公司

2020年9月25日



三、保荐人（主承销商）声明

本公司已对招股说明书进行了核查，确认招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

项目协办人签名： 李蕊
李蕊

保荐代表人签名： 何巍
何巍

郭勇
郭勇

总裁： 杨祺
杨祺

法定代表人（董事长）： 冯周让
冯周让



万和证券股份有限公司

2020年9月25日

保荐机构董事长声明

本人已认真阅读广东佳奇科技教育股份有限公司招股说明书的全部内容，确认招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对招股说明书真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

保荐机构董事长：



冯周让

万和证券股份有限公司

2020年9月25日



保荐机构总裁声明

本人已认真阅读广东佳奇科技教育股份有限公司招股说明书的全部内容，确认招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对招股说明书真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

保荐机构总裁：



杨 祺

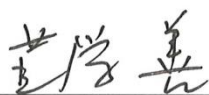
万和证券股份有限公司


2020年9月25日

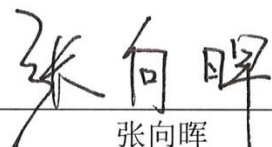


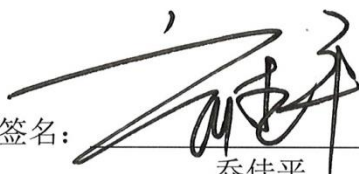
发行人律师声明

本所及经办律师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本所出具的法律意见书无矛盾之处。本所及经办律师对发行人在招股说明书中引用的法律意见书的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

经办律师签名：  _____
燕学善

 _____
蔡 斌

 _____
张向晖

律师事务所负责人签名：  _____
乔佳平





审计机构声明

大华特字[2020]003409 号

本所及签字注册会计师已阅读广东佳奇科技教育股份有限公司招股说明书，确认招股说明书与本所出具大华审字[2020]0010629 号审计报告、大华核字[2020]005381 号内部控制鉴证报告及大华核字[2020]005379 号非经常性损益鉴证报告等无矛盾之处。

本所及签字注册会计师对发行人在招股说明书中引用的审计报告、内部控制鉴证报告及非经常性损益鉴证报告等内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

会计师事务所负责人：

梁春

经办注册会计师：

袁瑞彩

魏均玲

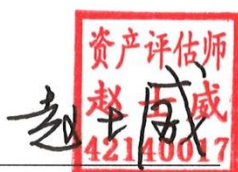
大华会计师事务所（特殊普通合伙）



评估机构声明

本机构及签字资产评估师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本机构出具的编号为京信评报字（2015）第 137 号资产评估报告无矛盾之处。本机构及签字资产评估师对发行人在招股说明书中引用的资产评估报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

签字资产评估师签名：



赵士威

资产评估机构负责人签名：

周国章

中京民信（北京）资产评估有限公司





大华会计师事务所

大华特字[2020]003410 号声明

验资机构声明

大华特字[2020]003410 号

本所及签字注册会计师已阅读广东佳奇科技教育股份有限公司首次公开发
行招股说明书，确认招股说明书与本所出具的验资报告（报告号为大华验字
[2020]000129 号、大华验字[2020]000130 号、大华验字[2020]000134 号、大华
验字[2020]000135 号）无矛盾之处。本所及签字注册会计师对发行人在招股说
明书中引用的验资报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚
假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

会计师事务所负责人：


梁春

签字注册会计师：


袁瑞彩
魏均玲

大华会计师事务所（特殊普通合伙）

2020年九月二十五日



第十三节 附件

一、备查文件

- （一）发行保荐书；
- （二）上市保荐书；
- （三）法律意见书；
- （四）财务报告及审计报告；
- （五）公司章程（草案）；
- （六）发行人及其他责任主体作出的与发行人本次发行上市相关的承诺事项；
- （七）内部控制鉴证报告；
- （八）经注册会计师鉴证的非经常性损益明细表；
- （九）中国证监会同意发行人本次公开发行注册的文件；
- （十）其他与本次发行有关的重要文件。

二、查阅时间

工作日：上午 9:00-11:30、下午 1:30-5:00

三、查阅地点

1、广东佳奇科技教育股份有限公司

地址：汕头市澄海区凤翔街道兴达工业区

电话：0754-8551 9802

传真：0754-8551 2203

联系人：陈欣敏

2、万和证券股份有限公司

地址：深圳市福田区深南大道 7028 号时代科技大厦西厅 14 楼

电话：0755-8283 0333

传真：0755-2584 2783

联系人：何巍