



焦点科技股份有限公司

Focus Technology Co., Ltd.

住所：南京高新开发区星火路软件大厦 A 座 12F

首次公开发行股票

招 股 说 明 书

（申报稿）

保荐人（主承销商）： 国信证券股份有限公司

住 所：深圳市红岭中路 1012 号国信证券大厦 16-26 层

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

发 行 概 况

发行股票类型：人民币普通股（A 股）
发行股数：2,938 万股
每股面值：人民币 1.00 元
每股发行价格：【 】元
预计发行日期：2009 年【 】月【 】日
拟上市证券交易所：深圳证券交易所
发行后总股本：11,750 万股

本次发行前股东所持股份的流通限制和自愿锁定股份的承诺：

公司控股股东沈锦华及除姚瑞波之外的其余 35 名股东承诺自公司股票上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理其持有的发行人股份，也不由发行人回购其持有的股份。

根据《公司法》第一百四十二条之规定，公司股东姚瑞波承诺自公司股票上市之日起一年内，不转让或者委托他人管理其持有的发行人股份，也不由发行人回购其持有的股份。

担任公司董事、监事、高级管理人员的沈锦华、姚瑞波、许剑峰、丁光宇、谢永忠、李丽洁、王静宁承诺在其任职期间每年转让的股份不得超过其所持有本公司股份总数的百分之二十五，在离职后半年内不转让其所持有的本公司股份。

保荐人（主承销商）：国信证券股份有限公司

签署日期：2009 年 7 月 24 日

发行人声明

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

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

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

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

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

重大事项提示

1、2008年12月26日召开的公司2008年第二次临时股东大会通过决议，如本次向社会公开发行股票在2009年度内顺利完成，则截至2008年底本公司未分配的滚存利润及2009年1月1日以后产生的利润将由新老股东共享。

2、报告期内发行人主营业务快速增长，为实现对暂时闲置资金的保值增值，作为货币资金管理方式的尝试，2007年度公司经履行合法授权程序，使用自有资金在一级市场申购新股，中签后即通过二级市场抛售，实现投资收益11,058,228.77元，占2007年度利润总额75,514,400.92元的14.64%。随着公司业务扩张计划及固定资产投资计划的有序展开，使用自有资金申购新股行为已于2007年12月停止。截至2007年12月31日，本公司无交易性金融资产余额。报告期内公司从未进行二级市场股票投资，未来亦无证券投资计划。

3、本公司自主开发、运营的中国制造网电子商务平台（Made-in-China.com）可供注册会员发布信息之用。尽管发布的信息需通过若干审查程序，但仍不能完全避免注册会员可能发布虚假或侵犯第三方权益的信息。若有组织或个人发现并认为注册会员在中国制造网电子商务平台（Made-in-China.com）上发布的信息侵犯其相关权益，这将使本公司可能面临承担法律责任或信誉损失的风险，进而影响本公司的经营业绩。

4、本公司是本土领先的综合型第三方B2B电子商务平台运营商，专注服务于全球贸易领域。报告期内本公司营业收入主要来自以中小企业为主的中国供应商在中国制造网英文版（<http://www.made-in-china.com>）获得注册收费会员服务、增值服务及认证供应商（Audited Suppliers）服务所支付的费用。本公司经营业绩的增长依赖于中小企业对外出口贸易总额的持续稳定增长。本公司存在依赖中小企业对外出口贸易持续稳定增长的风险。

5、报告期内本公司在经营规模及市场占有率上与行业龙头企业相比仍有一定差距。根据iResearch发布的2008年中国B2B行业年度数据，按第三方B2B电子商务平台营业收入市场份额计算，阿里巴巴的市场占有率超过50%，本公司名列第三。

6、本公司成功的关键在于为用户提供优质、稳定的综合型第三方B2B电子商务平台服务，这取决于本公司网络系统、电脑硬件、软件的效率和持续运作能力。众所

周知，本行业客观存在着导致服务中断、数据损失的风险因素，如本公司服务器所在地发生地震、军事冲突或其他难以预料且防范的问题，或本公司的电脑硬件、软件受到电脑病毒、黑客的恶意破坏或攻击等，或网络通讯的中断和系统的损毁等，这些风险的发生均可能影响用户在中国制造网电子商务平台（Made-in-China.com）上发布及搜索相关信息。

7、互联网行业技术突飞猛进、日新月异，服务及产品不断推陈出新，客户需求不断转变。本公司作为本土领先的综合型第三方 B2B 电子商务平台运营商，面临着互联网技术更新过程中存在的技术应用风险。能否及时掌握新技术并结合客户需求的变化，推出满足市场需求的产品及服务，改善本公司服务质量及可靠度，将决定本公司未来的成败。一旦本公司的技术更新滞后于竞争对手，服务质量不能满足客户需求，公司的经营业绩将受到影响。

8、目前本公司运营的中国制造网电子商务平台（Made-in-China.com）的注册收费会员绝大多数为中小企业。未来本公司经营业绩的增长与中小企业在国民经济中的发展前景直接相关，本公司存在依赖中小企业在国民经济中占比及其创造的经济总量持续稳定增长的风险。

9、参加各种类型的商品展览会及发布杂志等平面广告是中小企业开展国际营销、产品推广的传统渠道。商品展览会具有面对面直接交流、展示效果较好、沟通效率较高等优势；杂志等平面广告具有视觉冲击效果好、阅读节奏舒缓、保存期长等优势，构成与第三方 B2B 电子商务平台的竞争。

目 录

第一节 释 义	10
第二节 概 览	13
一、公司简介	13
二、公司控股股东简介	15
三、公司主要财务数据及主要财务指标	15
四、本次发行情况	16
五、募集资金用途	18
第三节 本次发行概况	19
一、本次发行的基本情况	19
二、本次发行有关当事人	19
三、预计时间表	21
第四节 风险因素	22
一、行业风险	22
二、市场竞争风险	24
三、经营风险	26
四、依赖高素质专业人才的风险	31
五、税收政策风险	32
六、管理风险	32
七、财务风险	33
八、募集资金投资项目风险	34
九、股价波动风险	34
第五节 发行人基本情况	35
一、公司基本资料	35
二、公司改制重组情况	35
三、公司设立以来的股本形成、股本变化和重大资产重组情况	38
四、股东出资、股本变化的验资情况及发起人投入资产的计量属性	39
五、本公司的组织结构	47
六、发起人、持有 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况	50
七、本公司股本情况	57
八、员工及社会保障、住房制度、医疗制度等情况	60
九、主要股东以及作为股东的董事、监事、高级管理人员作出的重要承诺及其履行情况	61
第六节 业务与技术	63
一、发行人的主营业务、主要服务情况	63
二、发行人所处行业基本情况	63
三、发行人在行业内的竞争地位	76
四、本公司的主要业务情况	80
五、公司对注册会员信息发布的具体管理流程及不实信息可能会给公司带来的法律责任分析	94

六、同行业公司与发行人在经营模式、业务规模等方面的比较及细分市场差异、未来发展方向及增长空间分析	99
七、与公司业务有关的主要固定资产和无形资产	104
八、公司拥有的特许经营权情况	111
九、发行人主要服务技术所处发展阶段	112
十、公司研究与开发情况	112
十一、正在进行的项目研发情况	112
十二、技术创新	114
十三、产品和服务的质量控制情况	114
十四、发行人冠名“科技”的依据	115
第七节 同业竞争与关联交易	116
一、同业竞争	116
二、关联方、关联关系及关联交易	117
第八节 董事、监事、高级管理人员与核心技术人员	121
一、公司董事、监事、高级管理人员与核心技术人员简介	121
二、发行人董事、监事、高级管理人员及核心技术人员持股及对外投资情况	124
三、公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员薪酬及兼职情况	125
四、董事、监事、高级管理人员任职资格等其他有关情况	126
五、公司最近三年又一期董事、监事及其他高级管理人员的变化情况	127
第九节 公司治理	129
一、公司治理结构	129
二、股东大会制度的建立健全及运行情况	129
三、董事会制度的建立健全及运行情况	130
四、独立董事制度的建立健全及运行情况	131
五、监事会制度的建立健全及运行情况	131
六、董事会秘书的职责	132
七、本公司审计、提名、薪酬与考核、战略委员会设置情况	132
八、公司资金占用、对外担保及违法违规的情况	132
九、公司管理层对内部控制制度的自我评估意见及注册会计师评价意见	133
第十节 财务会计信息	134
一、公司财务报表	134
二、审计意见	138
三、会计报表的编制基础及合并财务报表编制情况	138
四、公司主要会计政策和会计估计	139
五、经注册会计师核验的非经常性损益明细表	149
六、最近一期末主要固定资产及对外投资情况	149
七、最近一期末无形资产情况	150
八、最近一期末主要债项	151
九、所有者权益变动情况	152
十、报告期内的现金流量情况	154

十一、期后事项、或有事项及其他重要事项	155
十二、发行人主要财务指标	157
十三、历次验资情况	158
第十一节 管理层讨论与分析	159
一、财务状况分析	159
二、盈利能力分析	170
三、重大资本性支出分析	188
四、现金流量分析	188
五、公司财务状况和盈利能力的未来趋势分析	189
六、其他事项说明	190
第十二节 业务发展目标	191
一、公司发展总体目标	191
二、主要经营理念	191
三、公司当年及未来两年的发展计划	191
四、具体业务计划	192
五、上述业务发展计划与现有业务的关系	193
六、本次募集资金运用对实现上述业务目标的作用	193
七、拟定上述计划所依据的假设条件	193
八、实施上述计划所面临的主要困难	194
第十三节 募集资金运用	195
一、募集资金使用计划	195
二、本次募集资金投资项目与现有业务的关系	196
三、本次募集资金投资项目之间的关系	197
四、募集资金项目投资前景及可行性分析	199
五、本次募集资金运用对公司的影响	219
六、发行人所处互联网行业财务特性及本次募集资金的必要性、大规模投资的合理性	221
第十四节 股利分配政策	226
一、股利分配政策及股利分配情况	226
二、本次发行完成前滚存利润的分配政策	227
第十五节 其他重要事项	228
一、信息披露制度相关情况	228
二、重大合同	228
三、发行人对外担保的有关情况	232
四、对发行人可能产生较大影响的诉讼或仲裁事项	232
五、发行人的控股股东、董事、监事、高级管理人员和核心技术人员存在的重大诉讼或仲裁事项	236
六、董事、监事及高级管理人员和核心技术人员涉及刑事诉讼的情况	236

第十六节 董事、监事、高级管理人员及有关中介机构声明.....	237
一、发行人全体董事、监事、高级管理人员的声明	237
二、保荐人（主承销商）声明	238
三、发行人律师声明	239
四、承担审计业务的会计师事务所声明	240
五、承担验资业务机构声明	241
第十七节 备查文件	242
一、备查文件目录	242
二、备查文件查阅时间	242
三、备查文件查阅地点	242

第一节 释 义

本招股说明书中，除非文意另有所指，否则下列简称具有如下特定意义：

本公司、公司、发行人、

股份公司、焦点科技：指焦点科技股份有限公司

南京焦点：指南京焦点科技开发有限公司，本公司 2007 年 9 月 20 日整体变更前之有限责任公司

红杉创投：指江苏红杉创业投资有限公司，本公司设立时发起人之一

信泉创投：指江苏信泉创业投资管理有限公司，本公司设立时发起人之一

股票、A 股、新股：指本公司本次发行的人民币普通股股票

本次发行：指本公司向社会公开发行 2,938 万股人民币普通股行为

保荐人（主承销商）：指国信证券股份有限公司

发行人律师：指北京市竞天公诚律师事务所

注册会计师：指上海众华沪银会计师事务所有限公司

公司章程指 2007 年第一次临时股东大会通过的《焦点科技股份有限公司章程（修正案）》

实际控制人、控股股东：指沈锦华先生

《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》

证监会：指中国证券监督管理委员会

国家发改委：指国家发展和改革委员会

国务院信息办：指国务院信息化工作办公室

商务部：指中华人民共和国商务部

元：指人民币元

电子商务：指利用互联网络进行各种商贸活动

中国制造网电子商务平台（Made-in-China.com）：指中国制造网英文版（<http://www.made-in-china.com>）和中国制造网中文版（包括简体版 <http://cn.made-in-china.com> 及繁体版 <http://big5.made-in-china.com>）

ARPU 值：指 Average Revenue Per User（平均每一注册收费会员收入贡献），计算方式为年度营业收入除以注册收费会员数量，是衡量运营商运营水平、盈利能力、发展前景的重要指标之一

IP:	指国际互联网协议（Internet Protocol）的英文缩写，是通过网络间信息地址定位具体计算机的方式之一
访问者:	指访问网站的人，通常以从不同的计算机 IP 浏览本网站的个数来计算访问网站的人数
商情:	指买卖及合作的信息
询盘:	指交易的一方欲购买某种商品，向对方发出的对该种商品各项交易条件（如品质、规格、价格、装运等）的询问
注册会员:	指经过若干审查程序，在中国制造网电子商务平台（Made-in-China.com）注册的会员，包括注册收费会员和注册免费会员两类
约当金牌会员数（英文版）:	指根据不同的收费标准，将英文版银牌会员、铜牌会员分别折合为相当于英文版金牌会员的数量。2008 年英文版金牌会员收费标准为 21,600 元/年，银牌会员收费标准为 10,800 元/年，铜牌会员收费标准为 4,800 元/年，则当年 1 位金牌会员、银牌会员、铜牌会员的约当金牌会员数（英文版）分别为 1 位、0.5 位、0.22 位
用户:	指所有访问、使用中国制造网电子商务平台（Made-in-China.com）的个人或组织，包括注册会员和非注册会员
瑞士通用公证行（SGS）:	创建于 1878 年，是全球检验、鉴定、测试和认证服务的领导者和创新者。目前瑞士通用公证行（SGS）在全球拥有 1,000 多个分支机构和实验室，55,000 多名员工
通标公司:	指瑞士通用公证行（SGS）之控股子公司通标标准技术服务有限公司
防火墙:	指设置于计算机和它所连接网络之间的软件或硬件，能对流经它的网络通信进行扫描，过滤部分恶意攻击
域名:	是互联网络上对应于计算机 IP 地址的文本地址，也是连接在互联网络上计算机的正式名字
iResearch:	指艾瑞咨询集团，是一家为网络行业及传统行业客户提供数据产品服务和研究咨询服务的专业机构

中小企业:	指 iResearch 采用“复合定义标准”，参考原国家经贸委、原国家计委、财政部、国家统计局制定的《中小企业标准暂行规定》中企业职工人数、销售额等指标制定的企业划分标准所定义的企业类型，包含一定规模以上的个体及私营企业
黑客:	指恶意试图破解或破坏某个程序、系统及网络安全的人
目录搜索:	在中国制造网电子商务平台（Made-in-China.com）目录体系中，逐级点击分类目录，查找需要的产品或商情等信息的方式
关键词搜索:	在中国制造网电子商务平台（Made-in-China.com）搜索栏中，输入关键词查找需要的产品或商情等信息的方式
网络实名:	指一种互联网服务，用户在浏览器地址栏输入一个名称（如产品名、商标名等）将其直接引导到对应网站或网页
通用网址:	指中国互联网络信息中心提供的一种网络名称访问技术，通过建立与网站地址的对应关系，实现浏览器的便捷访问
谷歌:	指 Google（ http://www.google.com ）搜索引擎服务公司
百度:	指 Baidu（ http://www.baidu.com ）中文搜索引擎服务公司
纳斯达克:	指 National Association of Securities Dealers Automated Quotations（全美证券商协会自动报价系统）
SaaS:	指 Software-as-a-Service（软件即服务），通过互联网使用所定购的软件服务，SaaS 模式免去了企业一次性购买、构建和维护基础设施和应用程序的投资
IDC:	指 Internet Data Center（互联网数据中心），它通过与骨干网高速连接，借助丰富的网络资源向网站企业提供大规模、高质量、安全可靠的专业化服务器托管、空间租用等业务
ICANN:	指 The Internet Corporation for Assigned Names and Numbers（互联网名称与数字地址分配机构），成立于 1998 年 10 月，负责全球互联网协议地址空间分配、协议标识符指派、国际顶级域名管理、根服务器系统管理等
WIPO 仲裁与调解中心:	指 The World Intellectual Property Organization（世界知识产权组织）仲裁与调解中心，是互联网名称与数字地址分配机构（ICANN）认定的国际顶级域名争议解决机构之一

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

本公司前身为南京焦点科技开发有限公司，成立于 1996 年 1 月 9 日。经 2007 年 9 月 2 日南京焦点科技开发有限公司股东会决议批准，由南京焦点科技开发有限公司原股东作为发起人，以经上海众华沪银会计师事务所有限公司审计的截至 2007 年 8 月 31 日净资产 88,125,183.42 元为基数，折合注册资本 8,812 万元人民币，南京焦点科技开发有限公司整体变更为股份有限公司。2007 年 9 月 20 日，本公司在南京市工商行政管理局办理了变更登记，取得了注册号为 3201912300476 的企业法人营业执照。2008 年 1 月 2 日，本公司企业法人营业执照注册号变更为 320191000008734。

焦点科技是本土领先的综合型第三方 B2B 电子商务平台运营商，专注服务于全球贸易领域，在帮助中国中小企业应用互联网络开展国际营销、产品推广方面拥有超过十年的成功经验。本公司自主开发、运营的中国制造网电子商务平台（Made-in-China.com）由中国制造网英文版（<http://www.made-in-china.com>）和中国制造网中文版（包括简体版 <http://cn.made-in-china.com> 及繁体版 <http://big5.made-in-china.com>）组成，主要为中国供应商和全球采购商提供信息发布与搜索等服务，已成为全球采购商采购中国制造产品的最重要网络渠道之一。

中国供应商和全球采购商采用“网上洽商，网下交易”模式，即除交易信息的发布和搜索、初步沟通在中国制造网电子商务平台（Made-in-China.com）完成外，其余如签订商务合同、物流配送、资金支付等交易环节均在网下自行完成。经注册取得会员资格后，中国供应商可在中国制造网电子商务平台（Made-in-China.com）向全球采购商发布企业资料、产品信息和商情信息，全球采购商可以通过目录搜索或关键词搜索方式迅速查找到感兴趣的产品并联系相应的中国供应商。截至 2009 年 6 月 30 日，中国制造网电子商务平台（Made-in-China.com）拥有注册会员 3,616,993 位，其中注册收费会员 9,211 位；注册会员在中国制造网电子商务平台（Made-in-China.com）发布的有效产品信息及商情超过 1,210 万条；2009 年 1-6 月有来自超过 220 个国家和

地区的用户访问了中国制造网电子商务平台（Made-in-China.com），访问者超过 12,700 万人次。

报告期内本公司营业收入主要来自以中小企业为主的中国供应商在中国制造网英文版（<http://www.made-in-china.com>）获得注册收费会员服务、增值服务及认证供应商（Audited Suppliers）服务所支付的费用，2006 年、2007 年、2008 年、2009 年 1-6 月上述收入占公司营业收入的比例分别为 91.20%、97.75%、98.59%、99.31%。由于报告期内中国中小企业对外出口贸易额增长较快，对第三方 B2B 电子商务平台服务的需求迅速扩大，本公司亦相应提高了技术服务水平及销售力度，2006 年 12 月 31 日、2007 年 12 月 31 日、2008 年 12 月 31 日、2009 年 6 月 30 日中国制造网电子商务平台（Made-in-China.com）的注册会员数量分别为 1,251,197 位、2,056,107 位、3,040,829 位、3,616,993 位；注册收费会员数量分别为 5,211 位、8,521 位、9,410 位、9,211 位；约当金牌会员数（英文版）分别为 2,697 位、6,149 位、8,413 位、8,541 位。2006 年度、2007 年度、2008 年度、2009 年 1-6 月营业收入分别为 4,362.64 万元、12,592.29 万元、17,166.35 万元、9,890.71 万元；净利润分别为 1,085.28 万元、6,416.78 万元、7,524.84 万元、3,406.04 万元；ARPU 值（平均每一注册收费会员收入贡献）分别为 8,372 元、14,778 元、18,243 元、10,738 元（半年值）。上述各项指标均呈同比稳定、较快的增长趋势。

根据 iResearch 发布的 2008 年中国 B2B 行业年度数据，按第三方 B2B 电子商务平台营业收入市场份额计算，阿里巴巴的市场占有率超过 50%，本公司名列第三。根据全球网站访问量权威统计网站 <http://www.alexa.com> 的统计：截至 2009 年 7 月 22 日，中国制造网电子商务平台（Made-in-China.com）在中国商业及经济（Business and Economy）最受欢迎的（Most Popular）网站中排名第二位。

2009 年 7 月，本公司获得中国服务贸易协会和中国信息协会联合颁发的“2008-2009 年度中国最佳客户服务奖”；2009 年 5 月，本公司获南京市人民政府颁发的“2008 年度南京市科学技术进步一等奖”；2008 年 12 月 31 日，国家发改委、工业和信息化部、商务部、国家税务总局联合认定本公司为 2008 年度国家规划布局内重点软件企业；2008 年 9 月 24 日，江苏省科学技术厅、江苏省财政厅、江苏省国家税务局、江苏省地方税务局联合认定本公司为高新技术企业；2008 年 4 月，江苏省科学技术厅认定中国制造网 B2B 第三方电子商务平台为高新技术产品；2007 年 12 月 20 日，《互联网周刊》授予中

国制造网电子商务平台（Made-in-China.com）“2007 年中国商业网站排行榜（B2B）第 1 名”荣誉；2006 年，中国对外贸易杂志社授予本公司“中国对外贸易最有影响力企业”荣誉；2003 年至 2006 年，《互联网周刊》连续四年授予中国制造网电子商务平台（Made-in-China.com）“中国商业网站 100 强”荣誉。

二、公司控股股东简介

沈锦华先生为本公司的控股股东。沈锦华先生出生于 1967 年 2 月，中国国籍，身份证号码为 310104196702280416，住所为南京市鼓楼区古平岗 37 号 2 幢 402 室。沈锦华先生是本公司创始人，本次发行前持有本公司 78.9115% 的股份。

沈锦华先生 1987 年毕业于上海交通大学，获得工学学士学位；1990 年毕业于东南大学，获得工学硕士学位。沈锦华先生 1996 年 1 月 9 日创办南京焦点，致力于互联网技术的开发与应用研究，执着探求运用互联网技术改善中小企业经营环境、提高中小企业盈利能力、推动中小企业稳定成长的最佳途径。1998 年 2 月 28 日南京焦点注册国际顶级域名“Made-in-China.com”，同年 3 月推出中国制造网英文版（<http://www.made-in-china.com>），开始向以中小企业为主体的中国供应商提供第三方 B2B 电子商务平台服务。

三、公司主要财务数据及主要财务指标

根据上海众华沪银会计师事务所有限公司出具的沪众会字（2009）第 3549 审计报告，本公司报告期内主要财务数据及主要财务指标如下：

（一）合并资产负债表主要财务数据

单位：元

项 目	2009 年 6 月 30 日	2008 年 12 月 31 日	2007 年 12 月 31 日	2006 年 12 月 31 日
资产总额	331,646,263.51	281,313,034.28	196,526,300.25	52,766,948.18
负债总额	101,663,611.81	85,390,149.73	75,852,732.93	34,261,149.02
股东权益	229,982,651.70	195,922,884.55	120,673,567.32	18,505,799.16

（二）合并利润表主要财务数据

单位：元

项 目	2009 年 1-6 月	2008 年度	2007 年度	2006 年度
营业收入	98,907,118.77	171,663,456.70	125,922,899.67	43,626,375.53
营业利润	40,101,088.95	82,590,600.96	75,502,059.57	12,744,906.66
利润总额	40,103,612.78	83,626,487.10	75,514,400.92	12,767,987.35
净利润	34,060,391.25	75,248,435.34	64,167,768.16	10,852,789.25

(三) 合并现金流量表主要财务数据

单位：元

项 目	2009 年 1-6 月	2008 年度	2007 年度	2006 年度
经营活动产生的现金流量净额	58,261,469.18	94,528,180.22	95,890,588.78	27,869,294.45
投资活动产生的现金流量净额	-7,054,193.45	-28,368,390.53	-29,671,664.75	-2,754,707.67
筹资活动产生的现金流量净额	0.00	881.89	38,000,000.00	0.00
汇率变动对现金的影响额	-1,363.99	-81,726.85	-33,985.54	-17,132.49
现金及现金等价物净增加额	51,205,911.74	66,078,944.73	104,184,938.49	25,097,454.29
期末现金及现金等价物余额	253,780,616.53	202,574,704.79	136,495,760.06	32,310,821.57

(四) 公司主要财务指标

财务指标	2009 年 1-6 月	2008 年度	2007 年度	2006 年度
流动比率	2.69	2.64	2.38	1.43
速动比率	2.69	2.64	2.38	1.43
资产负债率（母公司）（%）	30.65	30.35	38.60	64.93
应收账款周转率（次）	-	-	-	-
存货周转率（次）	-	-	-	-
息税折旧摊销前利润（万元）	4,618.70	9,008.41	7,587.26	1,317.50
利息保障倍数	-	-	-	-
每股经营活动的现金流量（元）	0.66	1.07	1.09	2.79
每股净现金流量（元）	0.58	0.75	1.18	2.51
基本每股收益（元）*	0.39/0.39	0.85/0.84	1.01/0.86	0.59/0.59
稀释每股收益（元）*	0.39/0.39	0.85/0.84	1.01/0.86	0.59/0.59
净资产收益率（%，全面摊薄）*	14.81/14.81	38.41/37.93	53.17/45.38	58.65/58.54
净资产收益率（%，加权平均）*	15.99/15.99	47.54/46.95	100.23/85.53	82.98/82.83
无形资产占净资产的比例（%）	8.44	11.95	3.42	0.00

注：1、带*号数据栏中前一个数为以归属于公司普通股股东的净利润计算所得，后一个数为以扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润计算所得。

2、报告期各期末公司应收账款均为 0，存货极少或为 0，应收账款周转率值为无穷大，存货周转率或为无穷大或较大无可比意义。

3、公司报告期内财务费用均为负值，利息保障倍数无可比意义。

4、除特别说明外，均以合并财务报表数据计算。

四、本次发行情况

(一) 发行股票类型：人民币普通股（A 股）

(二) 每股面值：1.00 元

(三) 发行数量：2,938 万股，占发行后总股本的比例为 25.0043%

(四) 发行方式：网下向询价对象配售与网上向社会投资者定价发行相结合方式

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

(六) 拟上市地点：深圳证券交易所

(七) 发行前后公司股本结构

按照本次发行人民币普通股 2,938 万股计算，发行前后公司股本结构如下：

项目	股东名称	发行前股本结构		发行后股本结构		锁定限制及期限
		股数（股）	比例（%）	股数（股）	比例（%）	
有 限 公 司 的 股 份	沈锦华	69,537,397	78.9115	69,537,397	59.1808	上市之日起锁定 36 个月
	红杉创投	8,812,000	10.0000	8,812,000	7.4996	上市之日起锁定 36 个月
	姚瑞波	4,071,144	4.6200	4,071,144	3.4648	上市之日起锁定 12 个月
	许剑峰	2,035,573	2.3100	2,035,573	1.7324	上市之日起锁定 36 个月
	谢永忠	1,791,304	2.0328	1,791,304	1.5245	上市之日起锁定 36 个月
	信泉创投	704,960	0.8000	704,960	0.6000	上市之日起锁定 36 个月
	丁光宇	244,269	0.2772	244,269	0.2079	上市之日起锁定 36 个月
	刘九兰	122,135	0.1386	122,135	0.1039	上市之日起锁定 36 个月
	李丽洁	122,135	0.1386	122,135	0.1039	上市之日起锁定 36 个月
	王静宁	89,566	0.1017	89,566	0.0762	上市之日起锁定 36 个月
	成俊杰	52,925	0.0601	52,925	0.0450	上市之日起锁定 36 个月
	谢志超	40,712	0.0462	40,712	0.0346	上市之日起锁定 36 个月
	刘彩霞	36,641	0.0416	36,641	0.0312	上市之日起锁定 36 个月
	王宏	32,570	0.0370	32,570	0.0277	上市之日起锁定 36 个月
	刘海燕	29,313	0.0333	29,313	0.0249	上市之日起锁定 36 个月
	高红蕾	28,499	0.0324	28,499	0.0243	上市之日起锁定 36 个月
	邹苇	28,499	0.0324	28,499	0.0243	上市之日起锁定 36 个月
	何雪松	28,499	0.0324	28,499	0.0243	上市之日起锁定 36 个月
	郑磊	28,499	0.0324	28,499	0.0243	上市之日起锁定 36 个月
	翁强	28,499	0.0324	28,499	0.0243	上市之日起锁定 36 个月
	张慧	24,427	0.0277	24,427	0.0208	上市之日起锁定 36 个月
	胡成钢	24,427	0.0277	24,427	0.0208	上市之日起锁定 36 个月
	肖微	24,427	0.0277	24,427	0.0208	上市之日起锁定 36 个月
	刘金星	21,985	0.0250	21,985	0.0187	上市之日起锁定 36 个月
	端小堃	21,170	0.0240	21,170	0.0180	上市之日起锁定 36 个月
	许晓巍	21,170	0.0240	21,170	0.0180	上市之日起锁定 36 个月
	毛钱妹	20,356	0.0231	20,356	0.0173	上市之日起锁定 36 个月
	夏宇	17,914	0.0203	17,914	0.0152	上市之日起锁定 36 个月
	吴茜	16,285	0.0185	16,285	0.0139	上市之日起锁定 36 个月
	冯娟	16,285	0.0185	16,285	0.0139	上市之日起锁定 36 个月
	钱衬画	8,143	0.0093	8,143	0.0069	上市之日起锁定 36 个月
	陆鹰	8,143	0.0093	8,143	0.0069	上市之日起锁定 36 个月
	周丹	8,143	0.0093	8,143	0.0069	上市之日起锁定 36 个月
	任睿	8,143	0.0093	8,143	0.0069	上市之日起锁定 36 个月
	叶婷	6,514	0.0074	6,514	0.0055	上市之日起锁定 36 个月
	章湛	4,072	0.0046	4,072	0.0035	上市之日起锁定 36 个月
	董玮	3,257	0.0037	3,257	0.0028	上市之日起锁定 36 个月
本次发行的股份		—	—	29,380,000	25.0043	—
合 计		88,120,000	100	117,500,000	100	—

注：截至本招股说明书签署日，上述所有自然人股东均为本公司在册员工。

五、募集资金用途

根据 2008 年 12 月 26 日召开的公司 2008 年第二次临时股东大会通过的决议，结合本公司长远发展战略，本次发行募集资金将用于以下四个项目：

- （一）投资 7,817.9 万元用于建设“中国制造网电子商务平台升级”项目；
- （二）投资 9,218.4 万元用于建设“中国制造网销售渠道”项目；
- （三）投资 6,322.9 万元用于建设“中国制造网客户服务支持中心”项目；
- （四）投资 7,877.8 万元用于建设“焦点科技研究中心”项目。

以上项目共需资金 31,237.0 万元。如果实际募集资金不足以完成上述投资，不足部分公司将自筹解决；如果实际募集资金数量超过上述资金需要，剩余募集资金将用于补充公司流动资金。关于本次募集资金投向具体内容详见本招股说明书“第十三节 募集资金运用”。

第三节 本次发行概况

一、本次发行的基本情况

发行股票类型：人民币普通股（A股）

每股面值：1.00 元

发行股数：2,938 万股，占发行后总股本的比例为 25.0043%

每股发行价格：【 】元

发行市盈率：【 】倍（每股收益按照 2008 年度经审计的扣除非经常性损益前后孰低的净利润除以本次发行后总股本计算）

发行前后每股净资产：发行前每股净资产为 2.61 元（根据 2009 年 6 月 30 日经审计的净资产和本次发行前总股份全面摊薄计算），发行后每股净资产为【 】元

发行市净率：【 】倍（按发行价格除以发行后每股净资产计算）

发行方式：采用网下向询价对象配售与网上向社会投资者定价发行相结合的方式

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

承销方式：主承销商余额包销

预计募集资金总额：【 】万元

预计募集资金净额：【 】万元

发行费用概算：

承销费用：【 】万元

保荐费用：【 】万元

审计费用：【 】万元

律师费用：【 】万元

发行手续费用：【 】万元

拟上市地点：深圳证券交易所

二、本次发行有关当事人

发行人：焦点科技股份有限公司

住 所：南京高新开发区星火路软件大厦 A 座 12F

邮 编： 210061
法定代表人： 沈锦华
联 系 人： 丁光宇 迟梦洁
电 话： 025-86991866
传 真： 025-58694317

保荐人**(主承销商):**

国信证券股份有限公司
住 所： 深圳市罗湖区红岭中路 1012 号国信证券大厦
办 公 地 点： 北京市西城区金融大街 27 号投资广场 A 座 20 层
邮 编： 100140
法定代表人： 何如
保荐代表人： 林郁松 魏宏林
项目主办人： 张耀坤
项 目 人 员： 刘飒博 杨涛
电 话： 010-66211978
传 真： 010-66211974

发行人律师:

北京市竞天公诚律师事务所
住 所： 北京市朝阳区朝阳门外大街 20 号联合大厦 15 层
邮 编： 100020
负 责 人： 张绪生
签 字 律 师： 赵洋 郎元鹏
电 话： 010-65882200
传 真： 010-65882211

审计机构:

上海众华沪银会计师事务所有限公司
住 所： 上海市延安东路 550 号海洋大厦 12 楼
邮 编： 200001
法定代表人： 林东模
签字会计师： 刘万椿 戎凯宇
电 话： 021-63525500
传 真： 021-63525566

股票登记机构： 中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司
住 所： 深圳市深南中路 1093 号中信大厦 18 楼
邮 编： 518010
电 话： 0755-25938000
传 真： 0755-25988122

上市证券交易所： 深圳证券交易所
住 所： 深圳市深南东路 5045 号
邮 编： 518010
电 话： 0755-82083333
传 真： 0755-82083164

收款银行： 中国工商银行股份有限公司深圳市分行深港支行
户 名： 国信证券股份有限公司
银 行 账 号： 4000029119200021817

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

三、预计时间表

(一) 询价推介时间： 2009 年【 】月【 】日至 2009 年【 】月【 】日

(二) 定价公告刊登日期： 2009 年【 】月【 】日

(三) 申购日期和缴款日期

申购日期为 2009 年【 】月【 】日、缴款日期为 2009 年【 】月【 】日

(四) 股票上市日期： 发行完成后尽快安排上市

第四节 风险因素

投资本公司的股票会涉及一系列风险，投资者在评价本公司本次发行的股票时，除本招股说明书提供的其他各项资料外，应特别认真地考虑下述各项风险因素。下述风险是根据重要性原则或可能影响投资者决策的程度大小排序，但该排序并不表示风险因素会依次发生。

一、行业风险

（一）注册会员在本公司运营的第三方 B2B 电子商务平台发布虚假或侵犯第三方权益的信息对本公司可能造成的风险

本公司自主开发、运营的中国制造网电子商务平台（Made-in-China.com）可供注册会员发布信息之用。尽管发布的信息需通过若干审查程序，但仍不能完全避免注册会员可能发布虚假或侵犯第三方权益的信息。若有组织或个人发现并认为注册会员在中国制造网电子商务平台（Made-in-China.com）上发布的信息侵犯其相关权益，这将使本公司可能面临承担法律责任及信誉损失的风险，进而影响本公司的经营业绩。

本公司在对上述风险进行了认真分析的基础上制定相应对策如下：

根据 2005 年 5 月 30 日生效的《互联网著作权行政保护办法》和 2006 年 7 月 1 日生效的《信息网络传播权保护条例》之相关规定，提供信息存储空间服务的网络服务提供者在不知道也没有合理的理由应当知道的情况下，无须对他人提交的虚假或侵权的信息承担赔偿责任。本公司运营的中国制造网电子商务平台（Made-in-China.com）上注册会员的公司信息、产品信息、商情信息等完全是由注册会员自行提供，正式发布前本公司仅履行必要的审查程序，在不知道也没有合理的理由应当知道的情况下，无须对他人提交的侵权的信息承担赔偿责任。

本公司曾先后三次因他人对注册会员在本公司运营的中国制造网电子商务平台（Made-in-China.com）上发布的信息真实性提出异议而成为被告（诉讼详细情况见本招股说明书“第十五节 其他重要事项”）。其中两起诉讼经具管辖权的人民法院审理后均判决本公司无须承担任何法律责任，也无须为此支付任何费用；另外一起诉讼以原告主动撤诉而终结，本公司无须承担任何法律责任，也无须为此支付任何费用。

尽管相关法律规定本公司在不知道也没有合理的理由应当知道的情况下，无须对

他人提交的虚假信息或侵权的信息承担赔偿责任，但为更好地控制和尽量避免此类信息可能给本公司正常运营带来的风险，本公司仍采取了以下措施：

1、注册会员在中国制造网电子商务平台（Made-in-China.com）提交注册资料之前，必须同意本公司公告的《用户协议》中的信息发布条款。《用户协议》明确说明所有的注册会员对其发布信息的准确性、完整性、即时性、合法性独立承担所有责任；明确要求注册会员必须遵守相关法律，禁止发布任何侵犯第三方著作权、专利、商标、商业秘密或其他专有权利或隐私权的信息；明确约定在使用中国制造网电子商务平台（Made-in-China.com）服务过程中，因违反法律或本协议而产生或引起的任何索赔、要求、诉讼、损失和损害，用户必须就此对本公司及本公司员工等进行补偿。

2、注册收费会员与本公司签署服务合同时必须提供有效的工商营业执照复印件或个人身份证明文件及拟发布的各类产品的商标、专利、著作权等证书或授权经营的有效证明文件。如其不能及时提交，则本公司有权推迟服务的起始日或终止服务合同且不承担违约责任。同时，本公司在服务合同中明确约定注册收费会员对其在中国制造网电子商务平台（Made-in-China.com）上的各类行为、发布的任何形式信息的合法性承担责任。

3、本公司设有专门人员应对可能存在的纠纷或侵权投诉，并专门制定了详尽的客户投诉处理规范，如在投诉方提供相关有效证明的情况下，立即停止发布涉嫌侵权的图片或文字，并在第一时间将投诉内容转发给被投诉方，积极进行调解，在调解不成时建议投诉方向仲裁机构或司法机关寻求帮助。

4、本公司于 2006 年 9 月 28 日与瑞士通用公证行（SGS）之控股子公司通标公司签署合作协议，在注册收费会员缴纳了相应费用后，由通标公司对其真实性、生产能力、贸易能力、产品研发能力、品质管理体系、产品认证体系、发展计划、主要证书、生产实景等实行现场审核并出具专业“认证报告（Audit Report）”，以更加全面、细致地反映注册收费会员的实际状况；2007 年 12 月 20 日公司与通标公司签订了《合作框架协议（2007）》，根据该框架协议于同日签订了《认证供应商（Audited Suppliers）项目合作协议》及《认证报告（Audit Report）项目合作协议》，并将双方的合作范围扩展到企业审核以外，计划推出“认证产品（Tested Products）”服务。

尽管如此，本公司仍不能确保不会发生上述风险而使本公司声誉受损。若本公司

声誉出现严重受损情况，将可能对经营业绩及盈利增长产生不利影响。

（二）互联网系统应用风险

本公司成功的关键在于为用户提供优质、稳定的综合型第三方 B2B 电子商务平台服务，这取决于本公司网络系统、电脑硬件、软件的效率和持续运作能力。众所周知，本行业客观存在着导致服务中断、数据损失的风险因素，如本公司服务器所在地发生地震、军事冲突或其他难以预料且防范的问题，或本公司的电脑硬件、软件受到电脑病毒、黑客的恶意破坏或攻击等，或网络通讯的中断和系统的损毁等，这些风险的发生均可能影响注册会员在中国制造网电子商务平台（Made-in-China.com）上发布及搜索相关信息。

针对互联网系统应用风险，本公司已采取了如下应对措施：在主要经营场所同时使用中国电信、中国移动、中国联通等三家电信运营商提供的专用通讯光纤设备传输信息，以实现互为备份，设备合理冗余；在境内的中国电信 IDC 机房、中国移动 IDC 机房及境外的美国商业 IDC 机房同时设置服务器，以实现境内外多点同步镜像和负载自动均衡，确保信息安全及服务的连续性、可靠性；采用更为安全、稳定的操作系统；采用高级别的防火墙控制等。

（三）互联网技术更新风险

互联网行业技术突飞猛进、日新月异，服务及产品不断推陈出新，客户需求不断转变。本公司作为本土领先的综合型第三方 B2B 电子商务平台运营商，面临着互联网技术更新过程中存在的技术应用风险。能否及时掌握新技术并结合客户需求的变化，推出满足市场需求的产品及服务，改善本公司服务质量及可靠度，将决定本公司未来的成败。一旦本公司的技术更新滞后于竞争对手，服务质量不能满足客户需求，公司的经营业绩将受到影响。

二、市场竞争风险

（一）与中小企业国际营销的传统渠道竞争的风险

参加各种类型的商品展览会及发布杂志等平面广告是中小企业开展国际营销、产品推广的传统渠道。国外展会以德国汉诺威工业展览会、美国芝加哥国际家庭用品博览会为代表，国内展会以中国进出口商品交易会（广交会）、中国华东进出口商品交

易会为代表。商品展览会具有面对面直接交流、展示效果较好、沟通效率较高等优势；杂志等平面广告具有视觉冲击效果好、阅读节奏舒缓、保存期长等优势，构成与第三方 B2B 电子商务平台的竞争。

本公司对上述风险进行的认真分析如下：

本公司认为第三方 B2B 电子商务平台与传统的商品展览会及杂志等平面广告各有优势和局限，是相互补充、相互促进、相互协调的关系，中小企业可以根据自身的不同发展阶段及所属行业特性来综合考虑不同渠道推广费用的投入比例。作为新兴国际营销推广渠道，本公司预计未来 5 年内第三方 B2B 电子商务平台推广投入在中小企业国际营销预算中的比例仍将呈上升态势。

本公司运营的中国制造网电子商务平台（Made-in-China.com）具有超越国界限制、全天候 24 小时发布、海量信息、受众明确、图文并茂、及时互动、费用合理等特有优势，是“永不落幕的商品展览会”。国内展会以中国华东进出口商品交易会为例，2008 年每个标准展位的摊位价格为 16,000 元，会期为 5 日，共设置展位 5,346 个，参展企业 3,590 家；国外展会以德国汉诺威工业博览会为例，2008 年每个标准展位的摊位价格为 38,000 元，会期为 5 日，参展企业 5,175 家。考虑到参加商品展览会需要较高的成本（除摊位费外，还需布展费、样品制作费、样品运输费、人员差旅费等）、仅能获得较少的参展名额（相对有参展需要的中小企业数量而言）及较短的参展时间等因素，对于经营规模相对较小、国际营销费用不足的中小企业，使用第三方 B2B 电子商务平台开展产品推广是其优先选择。（数据来源：中国华东进出口商品交易会、汉诺威展览会（中国）有限公司、河北省人民政府、河北省商务厅官方网站）

对于经营规模适中、国际营销费用相对充足的中小企业，商品展览会、平面广告和第三方 B2B 电子商务平台作为不同营销渠道以其各自的特点更多地表现为较强的互补性。如商品展览会每个展区的展位布置都体现出该行业的竞争等级格局，核心展位由行业中的强势企业所垄断，中小企业为确保在展会期间能有机会和全球采购商充分交流，除了靠尽可能引人注目的展台布置、参会人员主动联系外，更有效的方式是通过第三方 B2B 电子商务平台开展前期的有效宣传，确保进入全球采购商参展前的计划拜访名单之列。在商品展览会结束后，依靠第三方 B2B 电子商务平台全天 24 小时随时随地向全球采购商及时发布最新的企业资料、产品信息、商情信息，从而获得持续的商业机会。

（二）与其他综合型及垂直型第三方 B2B 电子商务平台的竞争风险

综合型第三方 B2B 电子商务平台的特点是向各种类型行业的供应商和采购商提供服务，本公司运营的中国制造网电子商务平台（Made-in-China.com）是典型的综合型第三方 B2B 电子商务平台。报告期内，本公司在经营规模及市场占有率上与行业龙头企业相比仍有一定差距。根据 iResearch 发布的 2008 年中国 B2B 行业年度数据，按第三方 B2B 电子商务平台营业收入市场份额计算，阿里巴巴的市场占有率超过 50%，本公司名列第三。在本公司尽力完善服务质量水平、提高服务推广力度的同时，面临来自其他综合型第三方 B2B 电子商务平台的直接竞争。

垂直型第三方 B2B 电子商务平台的特点是仅向某一特定行业（如 IT、化工、钢铁等）的供应商和采购商提供服务，典型的垂直型第三方 B2B 电子商务平台为中国化工网中文版（<http://www.chemnet.com.cn>）。该类电子商务平台具有两个特点：一是整个平台完全立足或侧重于某个特定行业；二是在所侧重的行业内提供较为丰富的资讯和相关服务。在垂直型第三方 B2B 电子商务平台所侧重的行业领域，可能会吸引部分注册收费会员转而购买其服务，从而影响本公司经营业绩。

本公司认为，正如企业通过电视媒体发布广告推广产品时，通常会根据产品自身特性、潜在客户分布区域、不同推广周期等因素制定恰当的组合播出方案，在中央电视台、地方电视台、卫星电视台等同时滚动播出，以获得最好的推广效果。由于不同第三方 B2B 电子商务平台提供的全球采购商来源、产品推广重点各不相同，甚至具有某种意义上的互补性，同时中国供应商为尽可能获取更多的商业机会、实现利益最大化，在选择第三方 B2B 电子商务平台购买国际营销、产品推广服务时亦会采用组合策略，即在考虑综合性价比的基础上接受一家电子商务平台服务的同时并不拒绝另一家的服务，表现出较强的“非排他性”，位居行业领先地位的中国制造网电子商务平台（Made-in-China.com）具有较明显的竞争优势。

三、经营风险

（一）依赖中小企业在国民经济中占比及其创造的经济总量持续稳定增长的风险

目前本公司运营的中国制造网电子商务平台（Made-in-China.com）的注册收费会员绝大多数为中小企业。报告期内中国中小企业数量的迅速增加直接推动本公司经营业绩的较快增长，未来本公司经营业绩的增长与中小企业在国民经济中的发展前景直

接相关。根据国家工商总局《2009 年一季度全国市场主体发展报告》，截至 2009 年 3 月底，全国实有私营企业 664.27 万户，比上年底增长 1.04%；全国实有个体工商户 2,948 万户，比上年底增长 1.05%。综合考虑以下各方面因素，本公司预计未来 5 年内中国中小企业的数量及创造的经济总量将继续保持上升态势。

1、政策环境逐步改善

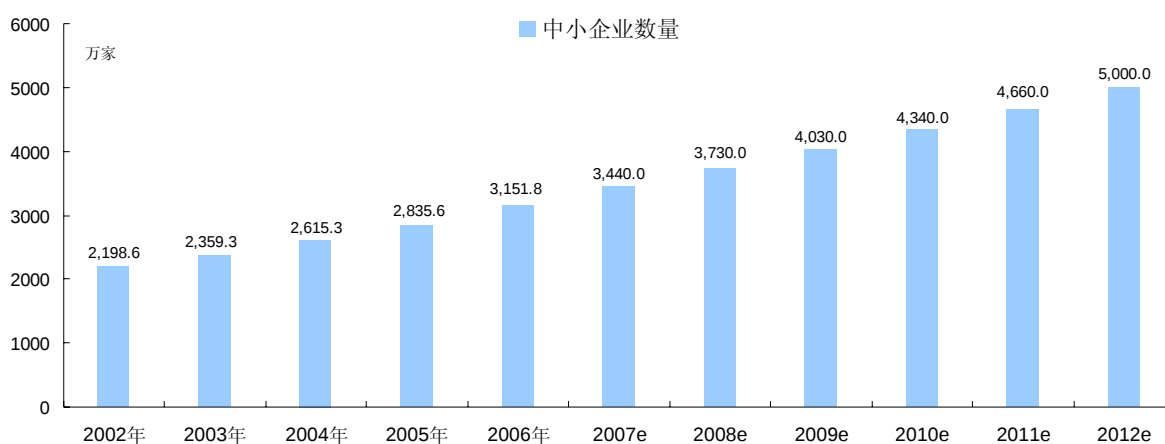
随着 2003 年 1 月 1 日《中华人民共和国中小企业促进法》的正式实施，特别是国务院国发[2005]3 号文件《国务院关于鼓励、支持和引导个体私营等非公有制经济发展的若干意见》的颁布和实施，政府对中小企业所从事的行业指导力度得到加强，相关配套基础设施逐渐完善，市场准入门槛开始降低，政策环境得到逐步改善。

2、中国成为全球制造业中心

20 世纪 90 年代以来，全球制造业向中国转移，珠江三角洲、长江三角洲已经成为世界工业制成品的生产加工基地，以制造业为主的中小企业迎来了重大发展机遇。

3、农村人口城镇化提供了劳动力保障

根据《2008 年度人力资源和社会保障事业发展统计公报》，2008 年末中国就业人口达到 77,480 万人，同比增加 490 万人，就业人口的快速增长以及中国城镇化进程的加快，将会有越来越多的农村及农业就业人口向城镇及工业转移，这为中小企业的快速增长提供了有力的劳动力保障。



数据来源：iResearch 发布的《2007 年中国中小企业 B2B 电子商务研究报告》

（二）依赖中小企业对外出口贸易持续稳定增长的风险

本公司是本土领先的综合型第三方 B2B 电子商务平台运营商，专注服务于全球贸

易领域。报告期内本公司营业收入主要来自以中小企业为主的中国供应商在中国制造网英文版（<http://www.made-in-china.com>）获得注册收费会员服务、增值服务及认证供应商（Audited Suppliers）服务所支付的费用。本公司经营业绩的增长依赖于中小企业对外出口贸易总额的持续稳定增长。

考虑到中小企业在国民经济中的重要地位，国家采取了一系列措施鼓励中小企业开展进出口贸易。商务部发布了《关于调整进出口经营资格标准和核准程序的通知》，降低了对中小企业取得进出口权的要求；《中华人民共和国对外贸易法》将进出口经营资格由审批制调整为备案制，同时首次允许个人从事进出口业务；除了全面放开对外贸易经营权外，国务院还出台了《国务院关于鼓励、支持和引导个体私营等非公有制经济发展的若干意见》，明确“支持非公有制企业开拓国际市场”。根据商务部发布的统计资料，报告期内在国际产业转移、国际市场需求旺盛和中国出口商品竞争力不断增强的宏观背景下，尽管存在贸易摩擦、出口退税税率降低或取消、人民币汇率升值、劳动力成本上升、技术壁垒、环保壁垒等不利因素，中国对外出口贸易总额依然从2002年的3,255.69亿美元增至2008年的14,285.5亿美元，年复合增长率27.95%；以中小企业为主的其他性质企业（包括集体企业和民营企业）对外出口贸易总额由2002年的327.70亿美元增至2008年的3,807.0亿美元，年复合增长率50.49%。

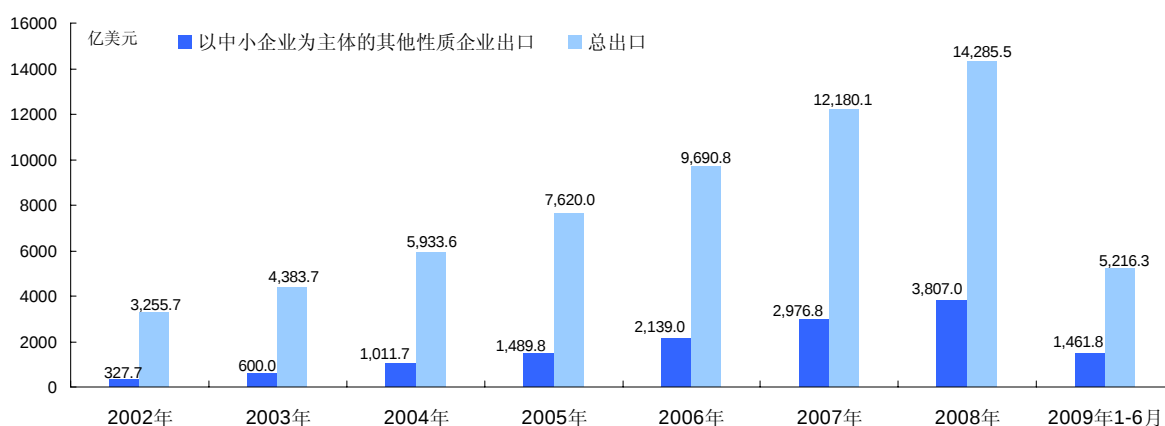
2008年下半年以来受国际金融危机因素的负面影响，中国对外出口贸易出现增长速度放缓甚至下降的局面，据海关总署公布的统计数据，2008年中国对外出口贸易总额14,285.5亿美元，仅比上年增长17.29%。2009年1-6月中国对外出口贸易总额5,216.3亿美元，与去年同期同比下降21.8%（海关总署网站数据）。为应对国际金融危机，中国政府采取了前所未有的宏观调控措施，如连续多次下调贷款利率、推出总额4万亿元的政府投资项目以拉动内需。同时自2008年6月以来，中国政府最高决策部门领导密集到外向型中小型企业开展实地走访调研，并采取了包括调整人民币升值幅度、连续多次提高出口产品退税税率、设立中小企业出口专项扶持基金等实际措施以支持中小企业扩大对外出口贸易。

本公司注意到，在2009年1-6月中国对外出口贸易面临严峻形势的同时，亦有二项积极因素值得关注：一是以中小企业为主的民营企业出口下降相对平缓。据商务部统计，2009年第一季度以中小企业为主的民营企业出口总额673.4亿美元，仅下降9.8%，低于总体出口降幅9.9个百分点，且降幅逐月缩窄。以中小企业为主的民

营企业在国际金融危机的严峻形势下再次体现出顽强的生命力与竞争力。二是新兴出口省份如四川、贵州 2009 年一季度继续保持快速增长态势，增速分别高达 29.9%、22.9%。

针对 2008 年下半年以来中小企业对外出口贸易遇到的暂时困难，本公司根据市场竞争的实际情况，亦及时采取了如下措施，与中小企业共渡难关：①采取多项有效措施持续加大对注册收费会员的服务力度，通过苦练内功改善运营品质，提高注册收费会员的推广效果；②实施更为积极的销售政策，如适当提高销售折扣、赠送增值服务等足够灵活的促销手段，扩大销售规模；③在新兴出口省份如四川设立分公司，积极发挥电子商务优势支持当地中小企业出口；④利用政府加大扶持力度推动中小企业出口的机遇，采取各种形式与政府积极合作，如 2008 年 9 月 28 日本公司与江苏省外经贸厅合作推出“领航计划”，吸引中小企业利用第三方电子商务平台扩大对外出口；⑤开发新的增值产品，为用户提供更多有价值的服务（如“领动”平台），培育公司新的盈利增长点；⑥采取严格措施控制运营成本，提升公司总体竞争力。

本公司相信：一方面，外部经营环境恶化导致的中小企业对外出口贸易暂时性困难，将在中国政府及有关部门的大力支持和企业自我发展的双重努力下得到有效缓解，未来中国对外出口贸易额仍将保持稳定增长；另一方面，从既往市场经验看，对外出口贸易环境越恶劣，中国供应商越需要加大国际营销、产品推广的投资力度，以开拓新兴市场、寻找新的全球采购商，对第三方 B2B 电子商务平台运营商来说也是发展良机。



数据来源：中华人民共和国商务部及海关总署官方网站

（三）依赖中小企业使用第三方 B2B 电子商务平台的风险

本公司经营业绩的增长依赖于中小企业对第三方 B2B 电子商务平台的重视及投

入程度，倘若中小企业对第三方 B2B 电子商务平台服务不满，导致信心不足、投入下降，将直接影响本公司业绩的增长。

报告期内出于成本、效率、人力资源限制等因素的考虑，和参加商品展览会、发布杂志广告等传统方式相比，依靠第三方 B2B 电子商务平台开展国际营销和产品推广已成为中小企业推动产品出口的最重要渠道。根据 iResearch 发布的《2007 年中国中小企业 B2B 电子商务研究报告》，2006 年付费使用电子商务平台进行对外出口贸易的中小企业数量为 3.5 万家，预计 2012 年该数量将上升至 15.7 万家；2006 年中小企业用于对外贸易网络营销的预算额平均为 5 万元，预计 2012 年该数据将上升至 9 万元；2006 年中小企业投放在第三方 B2B 电子商务平台上的网络营销费用占总推广费用的 6.0%，预计 2012 年该数据将上升至 11.7%。本公司确信，随着信息化进程的推进，中小企业在开展国际营销时将进一步加大对第三方 B2B 电子商务平台的投入力度。

（四）与瑞士通用公证行（SGS）之控股公司通标标准技术服务有限公司合作提供认证供应商（Audited Suppliers）服务的风险

为更好的降低第三方 B2B 电子商务中的信用风险，向注册收费会员提供优质服务并提升其在国际市场上的竞争力，2006 年 9 月 28 日，本公司与通标公司签订了为期两年的合作协议，共同向中小企业提供认证供应商（Audited Suppliers）服务，其中通标公司执行实地审核工作，并于 2007 年 1 月 9 日正式向市场推出。2007 年度本公司向中小企业提供认证供应商（Audited Suppliers）服务获得的收入占营业收入的比例为 5.79%，2008 年度为 6.41%，2009 年 1-6 月为 8.36%。鉴于全球采购商对认证供应商（Audited Suppliers）服务的良好反应和高度认同，本公司预计未来该项服务收入占营业收入的比重呈上升态势。

考虑到目前国际市场对中国制造产品的质量存在一定质疑，进而可能影响中小企业对外出口贸易（如 2007 年美国消费者安全委员会、欧盟非食品委员会多次因环保标准、安全标准未达标等因素而要求召回部分中国制造产品），为更好地向本公司客户提供优质服务，进一步提高中小企业出口竞争力，本公司与通标公司同意扩大合作内容，计划推出“认证产品（Tested Products）”服务。2007 年 12 月 20 日，公司与通标公司签订了《合作框架协议（2007）》，并根据该框架协议于同日签订了《认证供应商（Audited Suppliers）项目合作协议》及《认证报告（Audit Report）项目合作协议》（协议具体内容见本招股说明书“第十五节 其他重要事项”）。该合作框架协议合作

期限为 2 年，自 2007 年 12 月 20 日生效；合作期限届满前 6 个月，如双方任何一方均未向对方发出到期后不再续约的书面通知，则合作期限自动延长 2 年，依此类推。截至本招股说明书签署日，本公司未收到通标公司不续约的书面通知。

若上述合作协议到期而本公司未能与通标公司续约，且没有和能够提供同等认证服务的其他公司合作，将可能会影响本公司的认证供应商（Audited Suppliers）服务及后续开展的相应服务，进而影响本公司的经营业绩。

（五）盈利模式风险

报告期内本公司营业收入主要来自以中小企业为主的中国供应商在中国制造网英文版（<http://www.made-in-china.com>）获得注册收费会员服务、增值服务及认证供应商（Audited Suppliers）服务所支付的费用。2006 年、2007 年、2008 年、2009 年 1-6 月注册收费会员收入分别占营业收入的 64.08%、60.28%、59.29%、59.25%；增值服务收入分别占营业收入的 27.46%、32.45%、34.02%、32.16%；认证供应商（Audited Suppliers）服务为本公司 2007 年 1 月推出的新业务，2007 年度其收入占营业收入的比例为 5.79%，2008 为 6.41%，2009 年 1-6 月为 8.36%。在此盈利模式下，本公司净利润增长取决于现有注册收费会员的续约、新注册收费会员的增加以及增值服务与认证供应商（Audited Suppliers）服务的持续增长。

倘若本公司不能把握第三方 B2B 电子商务平台行业的市场动态和发展趋势，不能及时创新以满足客户日趋多样化、个性化的需求，不能提供较竞争对手更具竞争力的服务质量和价格，不能及时开发更具吸引力的服务及产品，则可能会削弱本公司维持现有注册收费会员、吸引新注册收费会员及持续提供增值服务与认证供应商（Audited Suppliers）服务的能力。

（六）知识产权及商业秘密泄露风险

本公司采取了包括与员工签订保密协议以保障本公司的知识产权及商业秘密在内的措施，但仍不能确保本公司专有技术等知识产权及其他商业秘密不会被泄露。若本公司未能有效保障知识产权及商业秘密，则本公司的竞争优势可能会受到损害，并影响本公司的经营业绩。

四、依赖高素质专业人才的风险

作为第三方 B2B 电子商务平台运营商，公司的快速成长很大程度上取决于能否准

确判断技术发展趋势及迅速应对市场变化，公司对高水平的电子商务人才、互联网技术运用与开发人才、营销人才、管理人才等有较大需求。随着市场竞争的加剧，国内相关行业对上述人才的需求也日趋增加。本公司虽已做出妥善安排，建立并完善了对高素质专业人才的有效激励机制，但仍不能排除其流失的风险。如果公司的高素质专业人才流失严重，可能会削弱公司目前的竞争优势。

五、税收政策风险

本公司是在国家级高新技术产业开发区注册的高新技术企业，根据相关税收优惠政策规定，本公司 2006 年-2007 年享受企业所得税率 15% 的优惠政策。2008 年 12 月 31 日，本公司被国家发改委、工业和信息化部、商务部、国家税务总局联合认定为 2008 年度国家规划布局内重点软件企业，根据相关税收优惠政策规定，本公司 2008 年减按 10% 的税率征收企业所得税。国家规划布局内重点软件企业实行逐年认定制度，有效期一年。2008 年 9 月 24 日，江苏省科学技术厅、江苏省财政厅、江苏省国家税务局、江苏省地方税务局联合认定本公司为高新技术企业，有效期三年，本公司可以在有效期内享受 15% 的所得税优惠税率政策。

若本公司在上述有效期过期后不能继续被认定为国家规划布局内重点软件企业或高新技术企业，将不能享受相应的所得税优惠税率，公司经营业绩将因此受到不利影响。

六、管理风险

（一）管理构架调整滞后于公司发展的风险

报告期内本公司业务发展速度较快，公司部门组织结构变化和员工数量增加也较快，2006 年 12 月 31 日、2007 年 12 月 31 日、2008 年 12 月 31 日、2009 年 6 月 30 日本公司员工数量分别为 325 人、480 人、787 人、933 人，这要求公司根据需要适时调整管理构架和管理体制。如果公司管理层不能适时构架适合公司实际情况的管理体制、或未能很好把握调整时机、或相应职位管理人员的选任失误，都可能阻碍公司业务的正常推进或错失发展机遇。

（二）实际控制人控制风险

本次股票发行前，公司控股股东沈锦华先生持有公司 78.9115% 的股份，对公司

具有绝对控制权。本次股票发行后，公司控股股东沈锦华先生将持有公司 59.1808% 的股份，对公司仍具有绝对控制权。虽然公司自设立以来未发生过控股股东利用其控股地位侵害其他股东利益的行为，而且公司已经并将继续在制度安排方面加强防范控股股东操控公司现象的发生，但仍不能排除在本次发行后，控股股东通过行使表决权对公司的重大经营、人事决策等进行控制，从而侵害其他股东利益的可能性。

（三）管理层管理能力不能适应公司发展的风险

公司主要管理层从创立至今已经带领公司取得良好的经营业绩，同时公司以人为本的企业文化理念及富有成效的激励机制具有较高的凝聚力，主要管理层在本公司的服务时间均在七年以上。但公司目前正处于快速成长期，业务规模和人员都在高速增长，管理的深度与广度都将增加，对管理层的管理能力提出了更大的挑战。如果管理层管理能力不能很好地适应公司的业务发展，可能给公司的发展带来不利影响。

七、财务风险

（一）净资产收益率被摊薄的风险

公司 2008 年度全面摊薄净资产收益率为 38.41%；2009 年 6 月 30 日公司的净资产为 22,998.27 万元，本次发行完成后，公司的净资产将达到 54,235.27 万元（假设募集资金净额为拟投资项目金额），全面摊薄净资产收益率将被摊薄至约 13.87%。另一方面，募集资金从投入到项目产生效益需要一定的时间，因此尽管短期内公司净利润仍将维持快速、稳定增长的态势，但仍可能难以与净资产保持同步增长，公司存在净资产收益率下降风险。

（二）现金管理风险

鉴于本公司的收费模式及行业特点，公司资产构成中现金及现金等价物所占比重较大，截至 2009 年 6 月 30 日，公司现金及现金等价物 25,378.06 万元，占资产总额的比例为 76.52%。从国内外已上市互联网企业上市前的财务结构看，较高水平的现金储备是行业普遍特征。较高水平的现金储备对本公司有效抵御国际金融危机影响尤为必要，有利于本公司防范流动性风险及偿债风险，有利于确保本公司技术创新及新产品研发的资金投入，有利于本公司把握市场机会，适时并购相关企业或收购其技术和业务。但另一方面，这也给公司的现金管理带来一定困难，公司可能面临货币资金利用率较低、短期投资风险增加的现金管理风险。

八、募集资金投资项目风险

虽然公司拟使用募集资金投资的项目都是以公司现有的业务、产品与技术为基础进行的相关横向、纵向扩展，并基于对现有用户进行资源价值深度挖掘而展开的，同时进行了充分的技术论证和市场调研，在技术、市场等方面不存在不可克服的障碍。但在投资过程中，公司面临着技术进步、管理水平变化、产业政策变化、市场环境变化等诸多不确定因素，这些都会直接影响项目的投资成本、回收期、预计效益的实现，公司不能排除实施募集资金投资项目过程中遇到风险的可能性。

九、股价波动风险

股票价格的变化除受本公司经营状况等因素的影响外，还会受宏观经济形势、经济政策、股票市场供求状况及突发事件等因素的影响，因此即使在本公司经营状况稳定的情况下，本公司的股票价格仍可能出现较大幅度的波动，有可能给投资者造成损失，存在一定的股价波动风险。

第五节 发行人基本情况

一、公司基本资料

公 司 名 称： 焦点科技股份有限公司
英 文 名 称： Focus Technology Co., Ltd.
名 称 缩 写： 焦点科技
注 册 资 本： 8,812 万元
法 定 代 表 人： 沈锦华
有限公司成立日期： 1996 年 1 月 9 日
股份公司变更日期： 2007 年 9 月 20 日
住 所： 南京高新开发区星火路软件大厦 A 座 12F
邮 政 编 码： 210061
电 话： 025-66677777
传 真： 025-66670000
互联网地址： <http://www.made-in-china.com>
电 子 邮 箱： zqb@made-in-china.com

二、公司改制重组情况

（一）公司设立方式

本公司前身为南京焦点科技开发有限公司，成立于 1996 年 1 月 9 日。经 2007 年 9 月 2 日南京焦点科技开发有限公司股东会决议批准，由南京焦点科技开发有限公司原有股东作为发起人，以经上海众华沪银会计师事务所有限公司审计的截至 2007 年 8 月 31 日净资产 88,125,183.42 元为基数，折合注册资本 8,812 万元人民币，南京焦点科技开发有限公司整体变更为股份有限公司。2007 年 9 月 19 日，上海众华沪银会计师事务所有限公司对上述注册资本的真实性和合法性进行了审验，并出具了沪众会字[2007]第 2423 号《验资报告》。2007 年 9 月 20 日，公司在南京市工商行政管理局办理了变更登记，取得了注册号为 3201912300476 的企业法人营业执照。2008 年 1 月 2 日，本公司企业法人营业执照注册号变更为 320191000008734。

（二）公司发起人

公司由南京焦点科技开发有限公司以整体变更方式设立，原有限责任公司的股东即为公司的发起人，整体变更后本公司发起人及股本结构如下：

序号	股东名称	持股数量 (股)	持股比例 (%)	序号	股东名称	持股数量 (股)	持股比例 (%)
1	沈锦华	69,537,397	78.9115	20	翁强	28,499	0.0324
2	红杉创投	8,812,000	10.0000	21	张慧	24,427	0.0277
3	姚瑞波	4,071,144	4.6200	22	胡成钢	24,427	0.0277
4	许剑峰	2,035,573	2.3100	23	肖微	24,427	0.0277
5	谢永忠	1,791,304	2.0328	24	刘金星	21,985	0.0250
6	信泉创投	704,960	0.8000	25	端小堃	21,170	0.0240
7	丁光宇	244,269	0.2772	26	许晓巍	21,170	0.0240
8	刘九兰	122,135	0.1386	27	毛钱妹	20,356	0.0231
9	李丽洁	122,135	0.1386	28	夏宇	17,914	0.0203
10	王静宁	89,566	0.1017	29	吴茜	16,285	0.0185
11	成俊杰	52,925	0.0601	30	冯娟	16,285	0.0185
12	谢志超	40,712	0.0462	31	钱衬画	8,143	0.0093
13	刘彩霞	36,641	0.0416	32	陆鹰	8,143	0.0093
14	王宏	32,570	0.0370	33	周丹	8,143	0.0093
15	刘海燕	29,313	0.0333	34	任睿	8,143	0.0093
16	高红蕾	28,499	0.0324	35	叶婷	6,514	0.0074
17	邹苇	28,499	0.0324	36	章湛	4,072	0.0046
18	何雪松	28,499	0.0324	37	董玮	3,257	0.0037
19	郑磊	28,499	0.0324		合计	88,120,000	100

注：截至 2007 年 9 月 20 日股份公司变更日，上述所有自然人股东均为公司在册员工。

（三）本公司设立前后发起人所拥有的主要资产和业务情况

由于本公司是以有限责任公司整体变更的方式设立，因此本公司变更设立前后，发起人拥有的主要资产及实际从事的主要业务并未因本公司的设立而变化。

（四）本公司设立时的主要资产和主要业务情况

本公司设立时拥有的主要资产为业务经营过程中积累形成，主要有房屋、电子设备、软件、运输工具以及办公设备等，全部为公司设立时承继的南京焦点的整体资产。上海众华沪银会计师事务所有限公司出具的沪众会字（2007）第 2421 号专项审计报告审计结果显示，截至 2007 年 8 月 31 日，南京焦点的资产总额为 142,706,861.96 元。

本公司设立时取得的企业法人营业执照载明的主要经营范围为：互联网络技术开发及应用；计算机软硬件开发及相关产品销售；自营和代理各类商品和技术的进出口（国家限定公司经营或禁止进出口的商品和技术除外）；设计、制作、发布网络广告；第二类增值电信业务中的信息服务业务（以上经营范围凡涉及行政许可的，经批准后方可经营）。

（五）整体变更前后原企业与发行人的业务流程关系

公司系原有限责任公司整体变更设立，整体变更前后公司业务流程没有发生变化。

（六）公司成立以来在生产经营方面与主要发起人的关联关系及演变情况

公司主要发起人除拥有公司的权益或在公司任职外，与公司在生产经营方面没有其他关联关系。

（七）发起人出资资产的产权变更

发行人系南京焦点整体变更设立，南京焦点全部资产负债由发行人承继，固定资产等产权变更手续在发行人成立后已相继完成。

（八）发行人“五分开”及独立运作情况

本公司以有限责任公司整体变更的方式设立，截至本次发行前，本公司的股东有 37 名，其中自然人 35 名，法人 2 名，自然人沈锦华先生为本公司控股股东，截至本次发行前，沈锦华先生共计持有本公司 78.9115% 的股份。本公司成立以来，严格按照《公司法》和《公司章程》规范运作，逐步建立健全了公司法人治理结构，在业务、资产、人员、财务、机构等方面做到与控股股东分开，具有独立完整的生产经营系统及面向市场自主经营的能力。本公司在业务、资产、人员、财务和机构等方面的独立运行情况如下：

1、业务独立情况

焦点科技是本土领先的综合型第三方 B2B 电子商务平台运营商，专注服务于全球贸易领域，具有独立完整的业务体系和直接面向市场经营的能力，独立于公司控股股东和其他股东。

根据本次发行前持有本公司 5%以上股份的股东出具的《放弃竞争和避免利益冲突的承诺函》，持有本公司 5%以上股份的股东及其控制的企业将不直接或间接从事与本公司相同或相似的业务。

2、资产独立情况

本公司以整体变更的方式设立，在本公司设立时，各发起人投入本公司的资产已经上海众华沪银会计师事务所有限公司出具的沪众会字[2007]第 2423 号《验资报告》验证。本公司资产独立于控股股东和其他发起人，不存在其资产、资金被控股股东占用而损害公司利益的情况。

3、人员独立情况

本公司董事长、总经理、副总经理、财务负责人、董事会秘书在本公司领取薪酬，没有在控股股东处领薪。本公司的董事、监事、高级管理人员未在与公司业务相同或近似的其他企业担任法规禁止担任的职务。本公司董事、监事及高级管理人员的任免，严格按照《公司法》、《公司章程》的有关规定独立执行。

4、财务独立情况

本公司设有独立的财务部门，并有专职财务人员。公司拥有独立的银行账号，不存在与其控股股东或任何其他单位共用银行账户的情况，并且依法独立进行纳税申报和履行纳税义务。本公司独立对外签订合同。

5、机构独立情况

根据生产经营的需要，本公司设置了相应的办公机构和生产经营机构。公司与控股股东及其他股东在机构设置、人员及办公场所等方面完全分开，不存在混合经营、合署办公的情形。本公司机构的设置、运作、变更和撤销均独立进行，依法设立了股东大会、董事会、监事会等组织机构，具备完善的法人治理结构。

三、公司设立以来的股本形成、股本变化和重大资产重组情况

（一）股本形成

2007 年 9 月 20 日，南京焦点整体变更为股份有限公司，南京焦点截至 2007 年 8 月 31 日经审计的净资产 88,125,183.42 元折合为股本 8,812 万股，每股面值为

1 元，其余部分计入资本公积。

本公司设立时的股本结构如下：

序号	股东名称	持股数量 (股)	持股比例 (%)	序号	股东名称	持股数量 (股)	持股比例 (%)
1	沈锦华	69,537,397	78.9115	20	翁强	28,499	0.0324
2	红杉创投	8,812,000	10.0000	21	张慧	24,427	0.0277
3	姚瑞波	4,071,144	4.6200	22	胡成钢	24,427	0.0277
4	许剑峰	2,035,573	2.3100	23	肖微	24,427	0.0277
5	谢永忠	1,791,304	2.0328	24	刘金星	21,985	0.0250
6	信泉创投	704,960	0.8000	25	端小堃	21,170	0.0240
7	丁光宇	244,269	0.2772	26	许晓巍	21,170	0.0240
8	刘九兰	122,135	0.1386	27	毛钱妹	20,356	0.0231
9	李丽洁	122,135	0.1386	28	夏宇	17,914	0.0203
10	王静宁	89,566	0.1017	29	吴茜	16,285	0.0185
11	成俊杰	52,925	0.0601	30	冯娟	16,285	0.0185
12	谢志超	40,712	0.0462	31	钱衬画	8,143	0.0093
13	刘彩霞	36,641	0.0416	32	陆鹰	8,143	0.0093
14	王宏	32,570	0.0370	33	周丹	8,143	0.0093
15	刘海燕	29,313	0.0333	34	任睿	8,143	0.0093
16	高红蕾	28,499	0.0324	35	叶婷	6,514	0.0074
17	邹苇	28,499	0.0324	36	章湛	4,072	0.0046
18	何雪松	28,499	0.0324	37	董玮	3,257	0.0037
19	郑磊	28,499	0.0324		合计	88,120,000	100

注：截至 2007 年 9 月 20 日股份公司变更日，上述所有自然人股东均为公司在册员工。

截至本招股说明书签署日，公司股本结构未发生变化。

（二）重大资产重组情况

本公司自设立之日起至本招股说明书签署日，没有进行重大资产重组。

四、股东出资、股本变化的验资情况及发起人投入资产的计量属性

（一）本公司前身南京焦点成立

本公司前身南京焦点成立于 1996 年 1 月 9 日，是由沈锦华、刘洁、陈家祯 3 名自然人共同出资设立的有限责任公司。南京焦点设立时注册资本 50 万元人民币，其中沈锦华以现金出资 5 万元人民币、实物出资 20 万元人民币，共计 25 万元人民币，占出资额比例 50%；刘洁以实物出资 15 万元人民币，占出资额比例 30%；陈家祯以实物出资 10 万元人民币，占出资额比例 20%。南京市审计师事务所对南京焦

点（筹）截至 1996 年 1 月 8 日的实收资本及相关资产和负债的真实性和合法性进行了审验，并于 1996 年 1 月 8 日出具了宁审验 6 号《验资报告》，确认注册资本 50 万元人民币已缴足。1996 年 1 月 9 日，南京焦点领取了南京市工商行政管理局颁发的注册号为 P25000246-3 的企业法人营业执照，法定代表人沈锦华先生，住所为南京市玄武区四牌楼 2 号（东南大学）专家楼 205 室。南京焦点设立时的出资结构如下：

股东名称	出资额（万元）	出资比例
沈锦华	25	50%
刘 洁	15	30%
陈家桢	10	20%
合 计	50	100%

经保荐人核查，南京市审计师事务所出具的宁审验 6 号《验资报告》显示，沈锦华、刘洁及陈家桢出资中的实物部分未经评估作价。

2007 年 9 月 19 日，沈锦华作出承诺，按照《公司法》的规定承担因出资实物（包括沈锦华、刘洁和陈家桢的实物出资）未经评估所可能造成的法律后果。

2007 年 9 月 20 日，发行人及发行人股东作出承诺，确认其知悉上述情况，认为上述情况未对发行人以及发行人股东造成任何损害；承诺在任何情况下，不会就上述原因提出任何赔偿请求。

2007 年 12 月 28 日，根据在宁审验 6 号《验资报告》上签字并时任南京市审计师事务所法定代表人蔡良林的确认和说明，依据当时工商行政管理部门的验资程序规定，以新购实物出资，可以凭发票点验确认，无需另行资产评估；且《验资报告》已经南京市工商行政管理局认可。

2008 年 1 月 23 日，南京市工商行政管理局确认，1996 年发行人设立时，对于设立有限责任公司以实物出资的，工商行政管理部门在审核申请人设立登记申请时，对于股东出资的审核只审核验资报告，审核材料中不包括出资实物的评估报告；发行人 1996 年 1 月 9 日设立时需提交的股东出资证明为验资报告，符合登记要求。

经保荐人核查，公司前身南京焦点设立时，沈锦华用于出资的实物为 IBM THINKPAD 755CD 型号笔记本电脑 8 台，作价 200,000 元，依据为实物购置原价；刘洁用于出资的实物为 IBM THINKPAD 755CD 型号笔记本电脑 6 台，作价 150,000 元，依据为实物购置原价；陈家桢用于出资的实物为 IBM THINKPAD 755CD 型号笔记本电脑 4 台，作价 100,000 元，依据为实物购置原价。

保荐人经核查认为，南京焦点成立时实物出资未经评估的瑕疵不会对发行人本次发行上市构成重大影响。

发行人律师认为，南京焦点注册成立时沈锦华、刘洁、陈家桢实物出资应经评估而未经评估作价，不符合法律法规的有关规定。但是，如《法律意见书》第七条所述，前述实物出资已经《验资报告》确认，南京焦点发起人亦据此在南京市工商行政管理局取得了公司设立登记，南京市工商行政管理局又于 2008 年 1 月 23 日再次对此予以了确认，且沈锦华承诺承担该事项所可能造成的法律后果，发行人及发行人股东确认该实物出资未经评估没有对其造成任何损害，并放弃任何可能的赔偿请求。发行人律师认为，南京焦点成立时实物出资未经评估的法律瑕疵不会对发行人本次发行上市构成重大影响。

（二）2000 年南京焦点出资转让、股东变更及增加注册资本

2000 年 1 月 6 日，南京焦点股东会通过决议，一致同意股东陈家桢将其持有的南京焦点 20% 的出资额计 10 万元转让给沈锦华；股东刘洁将其持有的南京焦点 30% 的出资额转让给沈锦华及姚瑞波，沈锦华受让其中的 60% 计 9 万元，姚瑞波受让其中的 40% 计 6 万元，上述转让价格的作价依据为南京焦点出资额的相应比例；同意上海天韦投资管理有限公司（以下简称“上海天韦”）作为新股东以现金方式投资南京焦点 680 万元人民币，沈锦华以现金方式增资 236 万元人民币，姚瑞波以现金方式增资 34 万元人民币，上述增资的作价依据为南京焦点出资额的相应比例。

江苏鼎信会计师事务所接受委托，对南京焦点截至 2000 年 2 月 29 日实收资本的变更情况的真实性和合法性进行了审验，并出具苏鼎验（2000）3-171 号《验资报告》。报告确认，截至 2000 年 2 月 29 日南京焦点已收到股东增加投入的资本 950 万元人民币，全部为货币资金。本次增资后南京焦点注册资本为 1,000 万元人民币。

2000 年 4 月 29 日，南京焦点在南京市工商行政管理局完成本次增资的工商变更登记，换领了营业执照，注册号为 3201082000730。本次出资转让、股东变更及增加注册资本完成后，南京焦点的出资结构如下：

股东名称	出资额（万元）	出资比例
上海天韦	680	68%
沈锦华	280	28%
姚瑞波	40	4%
合 计	1,000	100%

经保荐人及发行人律师实地走访、核查并依据刘洁、陈家桢于 2008 年 7 月 28 日分别出具的《确认函》，上述出资转让真实有效，系刘洁、陈家桢的真实意思表示，刘洁、陈家桢均对上述出资转让无任何异议，不存在纠纷或潜在纠纷。

（三）2001 年南京焦点出资转让

2001 年 4 月 2 日，南京焦点股东会通过决议，一致同意公司股东上海天韦将其持有的南京焦点 32%的出资额转让给沈锦华，将其持有的南京焦点 1%的出资额转让给姚瑞波。

2001 年 4 月 9 日，上海天韦投资管理有限公司与沈锦华、姚瑞波分别签订了《出资转让协议书》，约定上海天韦将其持有的南京焦点 32%的出资额以 320 万元的价格转让给沈锦华，将其持有的南京焦点 1%的出资额以 10 万元的价格转让给姚瑞波，上述转让价格的作价依据为南京焦点出资额的相应比例。本次转让已于 2001 年 4 月 19 日在南京市工商行政管理局完成变更登记，南京焦点换领了企业法人营业执照，注册号为 P3201082000730。本次出资转让完成后，南京焦点的出资结构如下：

股东名称	出资额（万元）	出资比例
沈锦华	600	60%
上海天韦	350	35%
姚瑞波	50	5%
合 计	1,000	100%

（四）2003 年南京焦点出资转让

2003 年 7 月 24 日，南京焦点股东会通过决议，同意公司股东上海天韦将其持有的南京焦点全部出资额（占南京焦点 35%的比例）转让给重庆捷创科技发展有限公司（以下简称“重庆捷创”）。

2003 年 8 月 5 日，上海天韦与重庆捷创签订《股权转让协议书》，约定上海天韦将其持有的南京焦点 35%的出资额以 350 万元的价格转让给重庆捷创，上述转让价格的作价依据为南京焦点出资额的相应比例。南京焦点于 2003 年 9 月 2 日在南京市工商行政管理局完成本次转让的变更登记，换领了企业法人营业执照，注册号为 3201912300476。本次出资转让完成后，上海天韦不再持有南京焦点的出资，南京焦点出资结构如下：

股东名称	出资额（万元）	出资比例
沈锦华	600	60%
重庆捷创	350	35%
姚瑞波	50	5%
合 计	1,000	100%

经保荐人及发行人律师实地走访、核查并依据上海天韦 2008 年 7 月 28 日出具的《确认函》，上海天韦确认与焦点科技有关的历次股权转让均真实有效，是上海天韦真实意思表示；已依照上海天韦公司章程的规定履行了必要的批准和授权程序，取得了全体股东的一致同意，并协助焦点科技完成了工商变更登记；上海天韦对与焦点科技有关的历次股权转让没有任何异议，不存在纠纷或潜在纠纷。

（五）2005 年南京焦点出资转让

1、2005 年 12 月 22 日，南京焦点股东会通过决议，一致同意重庆捷创将其持有的南京焦点 35%出资额转让给南大科技园股份有限公司（以下简称“南大科技园”）。2005 年 12 月 22 日，重庆捷创与南大科技园签订《股权转让协议》，约定重庆捷创将其持有的南京焦点 35%出资额全部转让给南大科技园，转让价款 1,000 万元，以抵偿重庆捷创所欠南大科技园的款项，上述转让价格的作价依据为经转让双方协商一致。

南京焦点于 2005 年 12 月 27 日在南京市工商行政管理局完成本次出资转让的变更登记，换领了企业法人营业执照，注册号为 3201912300476。本次出资转让完成后，重庆捷创不再持有南京焦点的出资，南京焦点出资结构如下：

股东名称	出资额（万元）	出资比例
沈锦华	600	60%
南大科技园	350	35%
姚瑞波	50	5%
合 计	1,000	100%

2、2005 年 12 月 27 日，南京焦点股东会通过决议，一致同意南大科技园将其持有的南京焦点 35%出资额转让给沈锦华。2005 年 12 月 27 日，沈锦华与南大科技园签订《股权转让协议》，南大科技园将其持有的南京焦点 35%出资额全部转让给沈锦华，转让价款为 615 万元，上述转让价格的作价依据为经转让双方协商一致。

南京焦点于 2005 年 12 月 27 日在南京市工商行政管理局完成本次出资转让的

变更登记，换领了企业法人营业执照，注册号为 3201912300476。本次出资转让完成后，南大科技园不再持有焦点科技的股权，南京焦点出资结构如下：

股东名称	出资额（万元）	出资比例
沈锦华	950	95%
姚瑞波	50	5%
合 计	1,000	100%

经保荐人及发行人律师实地走访、核查并依据重庆捷创 2008 年 7 月 14 日出具的《确认函》，重庆捷创涉及的历次关于南京焦点的股权转让更多有效，均经过其有效批准；重庆捷创对其涉及的历次关于南京焦点的股权转让更多或受让无任何异议，不存在纠纷或潜在纠纷。

经保荐人及发行人律师实地走访、核查并依据南大科技园 2008 年 7 月 28 日出具的《确认函》，南大科技园将南京焦点 35%出资额转让给沈锦华的股权转让更多协议为双方真实意思表示；南大科技园已经按照该公司章程的规定，对该股权转让履行了必要的批准程序，并协助完成了变更登记手续；南大科技园对上述股权受让和转让更多没有任何异议，不存在纠纷或潜在纠纷。

经发行人律师核查：

第一，根据发行人 2005 年 12 月 27 日作出的“焦点科技开发有限公司股东会决议”，发行人股东同意南大科技园将其持有的股权全部转让予沈锦华。

第二，南大科技园为兑现其股权涉及的两次股权转让均已在南京市工商局高新技术开发分局取得了《公司变更核准通知书》，完成了两次股东变更的工商登记变更手续。

第三，根据本所律师及发行人的保荐人对南大科技园高级管理人员的访谈，南大科技园对本次股权转让至今没有异议。

发行人律师认为，南大科技园和沈锦华就前述股权转让行为不存在纠纷或潜在纠纷。

（六）2007 年南京焦点股权转让及增资

1、2007 年南京焦点股权转让

2007 年 8 月 23 日，经南京焦点股东会决议通过，股东沈锦华先生分别与下述

自然人及法人机构签署《股权转让协议》，将其持有的南京焦点 2.5%的股权以 25 万元价格转让给许剑峰，2.2%的股权以 22 万元价格转让给谢永忠，0.3%的股权以 3 万元价格转让给丁光宇，0.15%的股权以 1.5 万元价格转让给刘九兰，0.15%的股权以 1.5 万元价格转让给李丽洁，0.11%的股权以 1.1 万元价格转让给王静宁，0.065%的股权以 6,500 元价格转让给成俊杰，0.05%的股权以 5,000 元价格转让给谢志超，0.045%的股权以 4,500 元价格转让给刘彩霞，0.04%的股权以 4,000 元价格转让给王宏，0.036%的股权以 3,600 元价格转让给刘海燕，0.035%的股权以 3,500 元价格转让给高红蕾，0.035%的股权以 3,500 元价格转让给邹苇，0.035%的股权以 3,500 元价格转让给何雪松，0.035%的股权以 3,500 元价格转让给郑磊，0.035%的股权以 3,500 元价格转让给翁强，0.026%的股权以 2,600 元价格转让给端小堃，0.027%的股权以 2,700 元价格转让给刘金星，0.030%的股权以 3,000 元价格转让给张慧，0.030%的股权以 3,000 元价格转让给胡成钢，0.030%的股权以 3,000 元价格转让给肖微，0.026%的股权以 2,600 元价格转让给许晓巍，0.025%的股权以 2,500 元价格转让给毛钱妹，0.022%的股权以 2,200 元价格转让给夏宇，0.02%的股权以 2,000 元价格转让给吴茜，0.02%的股权以 2,000 元价格转让给冯娟，0.01%的股权以 1,000 元价格转让给钱衬画，0.01%的股权以 1,000 元价格转让给陆鹰，0.01%的股权以 1,000 元价格转让给周丹，0.01%的股权以 1,000 元价格转让给任睿，0.008%的股权以 800 元价格转让给叶婷，0.005%的股权以 500 元价格转让给章湛，0.004%的股权以 400 元价格转让给董玮，上述转让价格的作价依据均为南京焦点出资额的相应比例；3.4632%的股份以 1,600 万元价格转让给江苏红杉创业投资有限公司，该转让价格的作价依据为经转让双方协商一致。

截至签署《股权转让协议》之日，上述自然人均为本公司在册员工。

2007 年 8 月 24 日，南京焦点在南京市工商行政管理局完成本次股权转让变更登记，换领了企业法人营业执照，注册号为 3201912300476。

2、2007 年南京焦点增资

2007 年 8 月 24 日，南京焦点股东会通过决议，同意吸收江苏信泉创业投资管理有限公司为新股东，江苏信泉创业投资管理有限公司认缴出资 8.658 万元人民币（实际缴付 400 万元）；同意江苏红杉创业投资有限公司增资 73.593 万元人民币（实

际缴付 3,400 万元)，公司注册资本从 1,000 万元人民币增加至 1,082.251 万元人民币。上述增资的作价依据为经各方协商一致。2007 年 8 月 24 日，公司股东与信泉创投和红杉创投分别签署了《投资合同》。

上海众华沪银会计师事务所接受委托，审验了南京焦点截至 2007 年 8 月 27 日新增注册资本及实收资本情况，并于 2007 年 8 月 27 日出具了沪众会字[2007]第 2568 号《验资报告》。报告确认，截至 2007 年 8 月 27 日，南京焦点已收到新增注册资本（实收资本）82.251 万元人民币。本次增资后，南京焦点的注册资本变更为 1,082.251 万元人民币。2007 年 8 月 29 日，南京焦点完成本次增资的工商变更登记，领取了企业法人营业执照，注册号为 3201912300476。本次股权转让并增资后南京焦点股权结构如下：

序号	股东名称	出资额 (元)	出资比例 (%)	序号	股东名称	出资额 (元)	出资比例 (%)
1	沈锦华	8,540,280	78.9115	20	翁强	3,500	0.0324
2	红杉创投	1,082,250	10.0000	21	张慧	3,000	0.0277
3	姚瑞波	500,000	4.6200	22	胡成钢	3,000	0.0277
4	许剑峰	250,000	2.3100	23	肖微	3,000	0.0277
5	谢永忠	220,000	2.0328	24	刘金星	2,700	0.0250
6	信泉创投	86,580	0.8000	25	端小堃	2,600	0.0240
7	丁光宇	30,000	0.2772	26	许晓巍	2,600	0.0240
8	刘九兰	15,000	0.1386	27	毛钱妹	2,500	0.0231
9	李丽洁	15,000	0.1386	28	夏宇	2,200	0.0203
10	王静宁	11,000	0.1017	29	吴茜	2,000	0.0185
11	成俊杰	6,500	0.0601	30	冯娟	2,000	0.0185
12	谢志超	5,000	0.0462	31	钱衬画	1,000	0.0093
13	刘彩霞	4,500	0.0416	32	陆鹰	1,000	0.0093
14	王宏	4,000	0.0370	33	周丹	1,000	0.0093
15	刘海燕	3,600	0.0333	34	任睿	1,000	0.0093
16	高红蕾	3,500	0.0324	35	叶婷	800	0.0074
17	邹苇	3,500	0.0324	36	章湛	500	0.0046
18	何雪松	3,500	0.0324	37	董玮	400	0.0037
19	郑磊	3,500	0.0324		合计	10,822,510	100

注：截至 2007 年 8 月 23 日《股权转让协议》签署日，上述所有自然人股东均为公司在册员工。

（七）南京焦点依法变更为股份公司

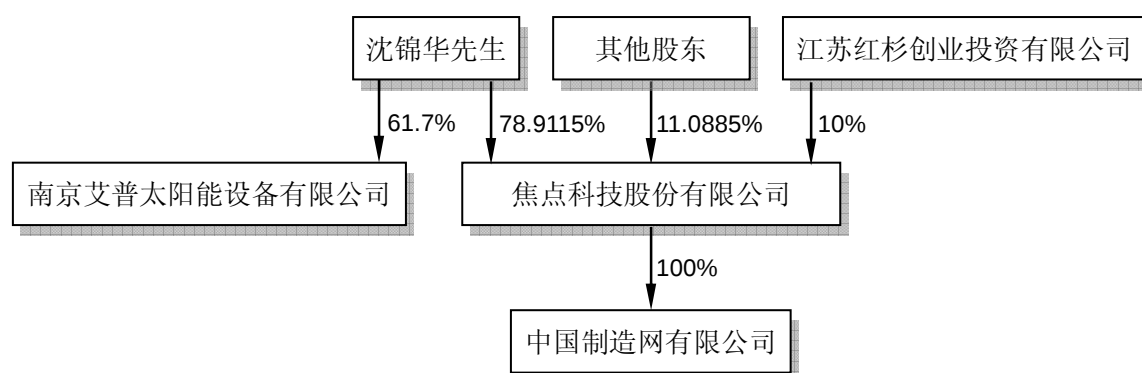
经 2007 年 9 月 2 日南京焦点股东会决议批准，由南京焦点原有股东作为发起人，以经上海众华沪银会计师事务所有限公司审计的截至 2007 年 8 月 31 日净资产 88,125,183.42 元为基数，折合注册资本 8,812 万元人民币，南京焦点科技开发有限公司整体变更为股份有限公司。2007 年 9 月 19 日，上海众华沪银会计师事务所有限公司对上述注册资本出具了沪众会字[2007]第 2423 号《验资报告》。2007 年 9 月 20 日，公司在南京市工商行政管理局办理了变更登记，取得了注册号为 3201912300476 的企业法人营业执照。本次变更完成后，焦点科技的股权结构如下：

序号	股东名称	持股数量 (股)	持股比例 (%)	序号	股东名称	持股数量 (股)	持股比例 (%)
1	沈锦华	69,537,397	78.9115	20	翁强	28,499	0.0324
2	红杉创投	8,812,000	10.0000	21	张慧	24,427	0.0277
3	姚瑞波	4,071,144	4.6200	22	胡成钢	24,427	0.0277
4	许剑峰	2,035,573	2.3100	23	肖微	24,427	0.0277
5	谢永忠	1,791,304	2.0328	24	刘金星	21,985	0.0250
6	信泉创投	704,960	0.8000	25	端小堃	21,170	0.0240
7	丁光宇	244,269	0.2772	26	许晓巍	21,170	0.0240
8	刘九兰	122,135	0.1386	27	毛钱妹	20,356	0.0231
9	李丽洁	122,135	0.1386	28	夏宇	17,914	0.0203
10	王静宁	89,566	0.1017	29	吴茜	16,285	0.0185
11	成俊杰	52,925	0.0601	30	冯娟	16,285	0.0185
12	谢志超	40,712	0.0462	31	钱衬画	8,143	0.0093
13	刘彩霞	36,641	0.0416	32	陆鹰	8,143	0.0093
14	王宏	32,570	0.0370	33	周丹	8,143	0.0093
15	刘海燕	29,313	0.0333	34	任睿	8,143	0.0093
16	高红蕾	28,499	0.0324	35	叶婷	6,514	0.0074
17	邹苇	28,499	0.0324	36	章湛	4,072	0.0046
18	何雪松	28,499	0.0324	37	董玮	3,257	0.0037
19	郑磊	28,499	0.0324		合计	88,120,000	100

注：截至 2007 年 9 月 20 日股份公司变更日，上述所有自然人股东均为公司在册员工。

五、本公司的组织结构

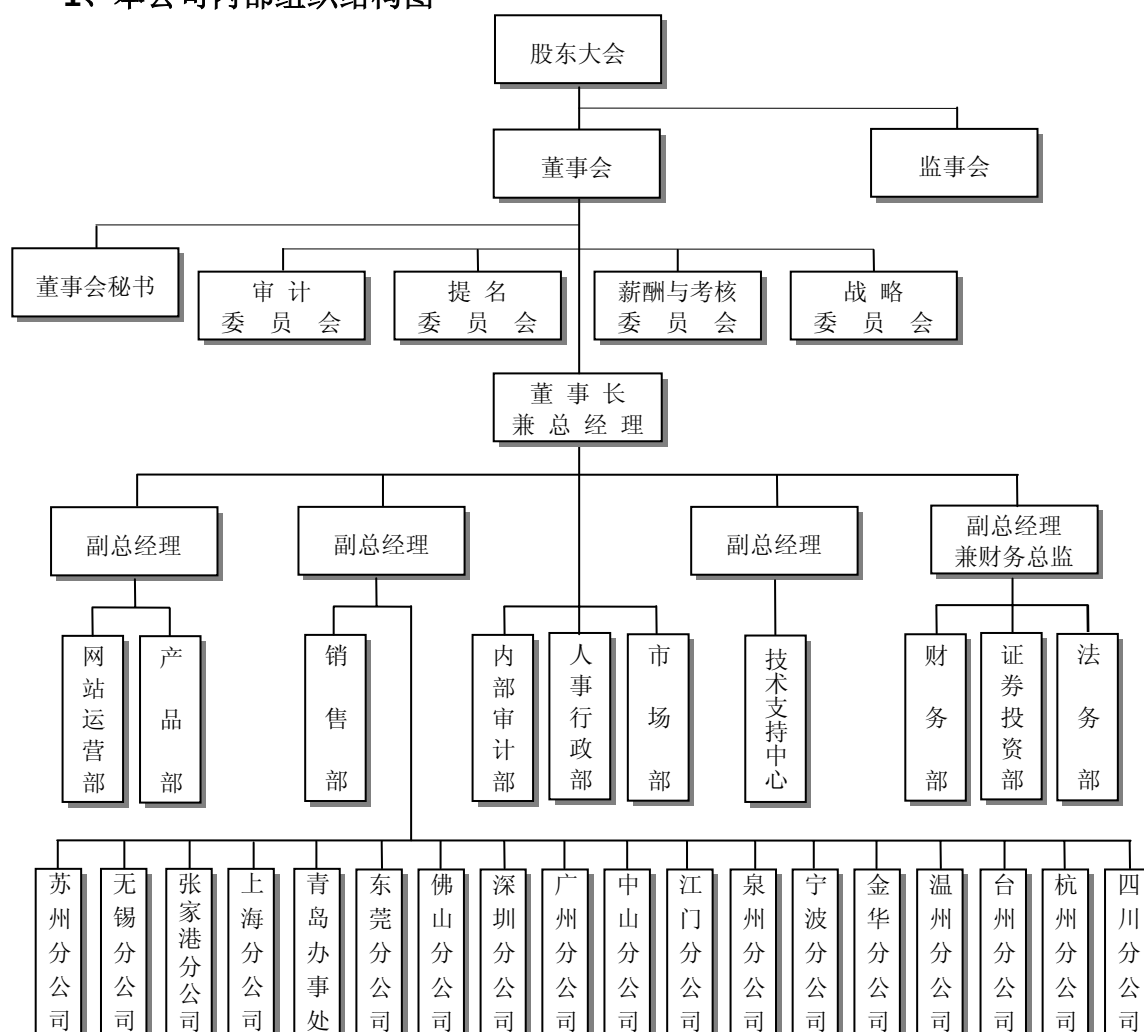
（一）公司外部组织结构



注：其他股东的持股比例：姚瑞波持有 4.6200% 股权，许剑峰持有 2.3100% 股权，谢永忠持有 2.0328% 股权，信泉创投持有 0.800% 股权，丁光宇持有 0.2772% 股权，刘九兰持有 0.1386% 股权，李丽洁持有 0.1386% 股权，王静宁持有 0.1017% 股权，成俊杰持有 0.0601% 股权，谢志超持有 0.0462% 股权，刘彩霞持有 0.0416% 股权，王宏持有 0.0370% 股权，刘海燕持有 0.0333% 股权，高红蕾持有 0.0324% 股权，邹苇持有 0.0324% 股权，何雪松持有 0.0324% 股权，郑磊持有 0.0324% 股权，翁强持有 0.0324% 股权，张慧持有 0.0277% 股权，胡成钢持有 0.0277% 股权，肖微持有 0.0277% 股权，刘金星持有 0.0250% 股权，端小堃持有 0.0240% 股权，许晓巍持有 0.0240% 股权，毛钱妹持有 0.0231% 股权，夏宇持有 0.0203% 股权，吴茜持有 0.0185% 股权，冯娟持有 0.0185% 股权，钱衬画持有 0.0093% 股权，陆鹰持有 0.0093% 股权，周丹持有 0.0093% 股权，任睿持有 0.0093% 股权，叶婷持有 0.0074% 股权，章湛持有 0.0046% 股权，董玮持有 0.0037% 股权。

（二）本公司内部组织结构

1、本公司内部组织结构图



2、本公司内部组织机构设置及运行情况

公司严格按照《公司法》的规定，设立了股东大会、董事会、监事会、总经理及有关生产经营机构，具有健全的法人治理结构。公司根据《公司法》及《公司章程》的规定和要求召开股东大会、董事会和监事会，股东大会、董事会和监事会按照《公司法》及《公司章程》的要求履行各自的权利和义务。本公司实行董事会领导下的总经理负责制，总经理负责本公司的日常经营管理。

根据生产经营需要，截至本招股说明书签署日，本公司设立了网站运营部、产品部、销售部、内部审计部、人事行政部、市场部、技术支持中心、财务部、证券投资部、法务部等业务部门以及苏州等地分公司或办事处，均有明确的职责分工，具体职责如下：

（1）网站运营部：下辖信息部、客户服务部、买家服务部、订单部等四个二级部门。高效处理网站用户每日提交的大量商业信息并提供相应服务支持；为全球采购商提供专项服务支持；为注册收费会员提供售后服务，提高客户满意度，维护网站及公司良好形象；配合公司销售部门开展相关工作；为公司内部其他相关部门提供相关支持；根据客户反馈提升网站服务质量；对销售合同的签订和履行进行审核、监督、执行和统一管理；

（2）产品部：对市场和客户需求进行研究，拟定产品规划方案；根据公司的发展战略，策划各种新产品及服务；在产品开发期间，督促和协助技术支持中心完成开发任务；根据产品的生命周期，在产品发展的各个阶段对产品进行质量管理和持续改良；

（3）销售部：销售部下辖电话销售部、业务拓展中心、渠道发展部等三个二级部门。销售部根据整体营销战略及规划，统一管理和协调下辖部门，以电话沟通和登门拜访的方式，搜寻、开发潜在客户，实施营销计划；

（4）苏州等地的分公司或办事处：负责地区的销售及相关业务；

（5）内部审计部：由总经理直接领导，并接受董事会审计委员会及监事会的指导与监督，对公司财务收支和经济活动进行系统的内部审计监督；

（6）人事行政部：负责员工招聘、培训与考核等人力资源管理工作；实施公司

行政决策；提供公司日常运营支持；策划公司各类活动；

（7）市场部：制定并实施公司年度市场计划；收集并分析公司所处行业的竞争情报；维护公共关系，持续提升公司品牌价值；

（8）技术支持中心：从事网站的基础技术研究和开发；根据新产品规划方案，开发、维护、升级软件产品；负责业务系统开发、维护；为公司运营和管理层决策提供数据支持；保证公司网络、计算机设备的正常运转；确保公司信息安全；

（9）财务部：根据国家财务政策、会计制度，负责会计核算、会计档案保管等工作；组织实施财务计划，编制财务报表；保证公司资金运作稳健、有序；建立健全公司内部会计控制制度；监测和监督公司的资金运用，提高资金使用效益；

（10）证券投资部：负责公司证券事务、信息披露、投资者关系管理等；

（11）法务部：以降低公司运营风险为目标，负责公司各部门运作的法律规范咨询、事前风险建议及法律信息支持；为维护公司利益，展开事前保护措施；处理公司纠纷、诉讼等相关事宜。

六、发起人、持有 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况

（一）发起人

截至本招股说明书签署日，本公司 37 名发起人中除红杉创投、信泉创投两家法人机构外，其余 35 名自然人均在本公司任职。

1、沈锦华，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号码 310104196702280416，住所为南京市鼓楼区古平岗 37 号 2 幢 402 室；

2、江苏红杉创业投资有限公司，境内法人，注册成立于 2007 年 8 月 8 日，注册资本 6,000 万元，陈红霞、赵瑜分别出资 3,300 万元、2,700 万元，注册地址为南京高新区软件创业中心 1 号楼二层 A 座，法定代表人为陈红霞，经营范围：创业投资、创业投资咨询及为创业企业提供创业管理（以上经营范围凡涉及行政许可的，经批准后方可经营）；

3、姚瑞波，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号码 320102196806302818，住所为南京市白下区明湖山庄 17 幢 403 室；

4、许剑峰，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号码 620102197202084616，住所为南京市鼓楼区月光广场 3 号 1507 室；

5、谢永忠，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号码 110108196812072333，住所为南京市建邺区汉中门大街 3 号 1 幢 710 室；

6、江苏信泉创业投资管理有限公司，境内法人，注册成立于 2006 年 12 月 30 日，注册资本 1,000 万元，其中沈捷尔认缴出资人民币 3,330,000 元，赵忠东认缴出资人民币 2,520,000 元，瞿中伟认缴出资人民币 1,575,000 元，胡世芳认缴出资人民币 1,575,000 元，华石认缴出资人民币 1,000,000 元；实收资本 500 万元；注册地址为苏州工业园区旺墩路 158 号置业商务广场九楼；法定代表为人沈捷尔；经营范围：受托管理创业投资企业，创业投资咨询，为创业企业提供创业管理服务；对信息传输、计算机服务和软件业、制造业、交通运输业、生物医药行业进行投资；

7、丁光宇，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号码 430104197202072532，住所为南京市玄武区东箭道 15 号三单元 405 室；

8、刘九兰，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号码 320113195808304029，住所为南京市建邺区金陵世家 9 幢 404 室；

9、李丽洁，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号码 321085197702258227，住所为南京市鼓楼区汉中路 282 号；

10、王静宁，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号码 320102197407241223，住所为南京市玄武区大石桥 2 号 2 幢 603 室；

11、成俊杰，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号码 320106197611022015，住所为南京市玄武区红山路 151 号 6 幢 506 室；

12、谢志超，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号码 231003197604091615，住所为南京市建邺区叶家套村叶家套三队；

13、刘彩霞，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号码 321085197708235421，住所为南京市鼓楼区汉口路 22 号；

14、王宏，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号码 220323197504270068，

住所为南京市鼓楼区福安园 8 号 301 室；

15、刘海燕，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号码 320683198005305028，住所为江苏省南通市刘桥镇燕港村十二组 03 号；

16、高红蕾，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号码 321082197612141528，住所为南京市白下区大砂珠巷 4 幢 601 室；

17、邹苇，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号码 320105197706270023，住所为南京市白下区三茅宫 4 号 2 幢 206 室；

18、何雪松，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号码 320623197801158777，住所为江苏省扬州市渡江南路 41 号；

19、郑磊，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号码 14233119810421002X，住所为南京市鼓楼区广州路 213-1 号；

20、翁强，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号码 320101197805141037，住所为南京市玄武区四牌楼 2 号；

21、张慧，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号码 130121198002151025，住所为河北省井陉县天长镇东关村东关大街 46 号天长供销宿舍；

22、胡成钢，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号码 320122198108202451，住所为南京市白下区三条巷 6-1 号；

23、肖微，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号码 360424198210100044，住所为江西省修水县义宁镇卫前街百汇街北四巷 21 号；

24、刘金星，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号码 230223197811172712，住所为黑龙江省依安县解放乡万发村 4 屯；

25、端小堃，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号码 320124197812163239，住所为江苏省溧水县永阳镇大东门街 12 号 304 室；

26、许晓巍，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号码 321102198108200021，住所为山西省太原市小店区坞城南路 696 号；

27、毛钱妹，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号码 320124197711192225，住所为南京市鼓楼区西康路 3 号 11 幢 503 室；

28、夏宇，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号码 320103198107061512，住所为南京市白下区二条巷 29 号 305 室；

29、吴茜，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号码 320105197503210020，住所为南京市鼓楼区金贸花园 12 幢三单元 401 室；

30、冯娟，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号码 32011419820305002X，住所为南京市秦淮区公正村 1 幢 202 室；

31、钱衬画，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号码 430381197810011024，住所为南京市雨花台区翠竹园 29 幢 706 室；

32、陆鹰，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号码 320113197504135210，住所为南京市玄武区锁金六村 19 幢 406 室；

33、周丹，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号码 320103197912270531，住所为南京市白下区刘公巷 5 号 201 室；

34、任睿，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号码 320111197901310817，住所为南京市鼓楼区宏业村 8 号 504 室；

35、叶婷，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号码 320830197904110025，住所为南京市鼓楼区广州路 213-1 号；

36、章湛，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号码 320106198107052834，住所为南京市鼓楼区水佐岗 13 号 501 室；

37、董玮，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号码 320902198210262029，住所为江苏省盐城市剧场路 11-3 号。

（二）持有 5%以上股份的股东基本情况

本公司持有 5%以上股份的股东为沈锦华先生和江苏红杉创业投资有限公司。

1、沈锦华先生

沈锦华先生出生于 1967 年 2 月，中国国籍，身份证号码为 310104196702280416，住所为南京市鼓楼区古平岗 37 号 2 幢 402 室，无境外永久居留权。沈锦华先生是本公司创始人，本次发行前持有 78.9115% 的股份。

沈锦华先生 1987 年毕业于上海交通大学，获得工学学士学位；1990 年毕业于东南大学，获得工学硕士学位。沈锦华先生 1996 年 1 月 9 日创办南京焦点，致力于互联网技术的开发与应用研究，执着探求运用互联网技术改善中小企业经营环境、提高中小企业盈利能力、推动中小企业稳定成长的最佳途径。1998 年 2 月 28 日南京焦点注册国际顶级域名“Made-in-China.com”，同年 3 月正式推出中国制造网英文版（<http://www.made-in-china.com>），开始向以中小企业为主体的中国供应商提供第三方 B2B 电子商务平台服务。

2、江苏红杉创业投资有限公司

江苏红杉创业投资有限公司，境内法人，注册成立于 2007 年 8 月 8 日，注册资本 6,000 万元，陈红霞、赵瑜分别出资 3,300 万元、2,700 万元，注册地址为南京高新区软件创业中心 1 号楼二层 A 座，法定代表人为陈红霞，经营范围：创业投资、创业投资咨询及为创业企业提供创业管理（以上经营范围凡涉及行政许可的，经批准后方可经营）。截至 2008 年 12 月 31 日，红杉创投资产总额 8,045 万元、净资产 5,982 万元，2008 年净利润 1.79 万元（以上数据未经审计）。本次发行前持有本公司 10% 的股份。

（三）实际控制人

本公司实际控制人为沈锦华先生，基本情况见本小节“（二）持有 5% 以上股份的股东基本情况”。

（四）控股股东控制的其他企业

本公司控股股东沈锦华先生除控制本公司外，还控制南京艾普太阳能设备有限公司；报告期内，亦曾控制中国制造网有限公司（Made-in-China.com LIMITED）。

1、南京艾普太阳能设备有限公司基本情况

南京艾普太阳能设备有限公司（以下简称“艾普太阳能”），境内法人，注册成

立于 2003 年 3 月 17 日，注册资本 18.99 万美元，其中沈锦华出资 11.7168 万美元，注册地址为南京市高新技术产业开发区 8 幢东四层 402 室，法定代表人为 Michael Edward Humphreys，经营范围为太阳能、风能等再生能源技术设备研究、开发、生产、安装及销售（以上经营范围凡涉及行政许可的，经批准后方可经营）。截至 2008 年 12 月 31 日，艾普太阳能资产总额 23,399,945.50 元、净资产 20,333,645.87 元，2008 年净利润 8,020,793.20 元（以上数据未经审计）。

报告期内，本公司与南京艾普太阳能设备有限公司关联交易情况见本招股说明书第七节“同业竞争与关联交易”。

2、中国制造网有限公司（Made-in-China.com LIMITED）基本情况

中国制造网有限公司（Made-in-China.com LIMITED），2006 年 1 月 27 日注册成立于香港特别行政区，注册资本 1,000 元港币，注册时股东为沈锦华先生，注册地址为 MNJ3166 RM 1007,10/F., HO KING CTR., NO. 2-16 FA YUEN ST., MONGKOK, HONG KONG。截至本招股说明书签署日，该公司未从事任何经营活动。沈锦华先生在香港特别行政区注册该公司的主要原因是注册保留“中国制造网”和“Made-in-China.com”的中英文名称，以免被恶意注册，防止他人损害本公司利益。

经保荐人核查，为注册保留“中国制造网”和“Made-in-China.com”的中英文名称，以有效保护公司利益，防止他人恶意注册给公司带来的不利影响，焦点科技拟在香港特别行政区注册中国制造网有限公司（Made-in-China.com LIMITED）。由于根据《境外投资外汇管理办法》等法规规定，在中国境内登记注册的公司需事先向国家外汇管理部门、商务管理部门等多个监管部门提交申请，经审批获得《内地企业赴港澳投资批准证书》后方可实施境外投资。为尽快注册成立中国制造网有限公司（Made-in-China.com LIMITED），以免被他人抢先注册，2006 年 1 月 27 日，公司实际控制人沈锦华先生在香港特别行政区设立中国制造网有限公司（Made-in-China.com LIMITED），注册资本 1,000 元港币，沈锦华先生担任该公司董事，注册地址为 MNJ3166 RM 1007,10/F., HO KING CTR., NO. 2-16 FA YUEN ST., MONGKOK, HONG KONG。

经保荐人核查该公司历年的税务申报情况，截至招股说明书签署日，该公司自设立以来未从事任何经营活动。同时沈锦华先生承诺（1）未经发行人许可，其在香港设立的中国制造网有限公司（Made-in-China.com LIMITED）不得开展任何业务；（2）沈锦华应当无条件按照发行人的指示和要求，将中国制造网有限公司

（Made-in-China.com LIMITED）以港币一元的价格售予发行人。

经核查，保荐人认为，中国制造网有限公司（Made-in-China.com LIMITED）与发行人不存在同业竞争及潜在同业竞争的情况。

根据沈锦华和发行人的确认及发行人律师的适当核查，由沈锦华而非发行人在香港注册成立中国制造网有限公司（Made-in-China.com LIMITED）的具体原因如下：

第一，及时防止他人抢注“中国制造网”和“Made-in-China.com”为公司名称。1998年发行人注册了域名“Made-in-China.com”，并于同年投入用于公司运营的中国制造网电子商务平台（Made-in-China.com）。为进一步有效保护发行人利益，防止可能给发行人带来的影响，发行人为注册保留“中国制造网”和“Made-in-China.com”的中英文名称，拟在香港特别行政区注册中国制造网有限公司（Made-in-China.com LIMITED）。

第二，发行人了解到，根据商务部、国务院港澳办 2004 年 8 月 31 日发布的“商合发[2004]452 号”《关于内地企业赴香港、澳门特别行政区投资开办企业核准事项的规定》和国家发展和改革委员会 2004 年 10 月 9 日发布的《境外投资项目核准暂行管理办法》等法规规定，公司法人在香港注册成立子公司需向国家外汇管理部门、商务管理部门等多个监管部门提交申请，经审批获得《内地企业赴港澳投资批准证书》后方可实施境外投资，而境内自然人可更快完成中国制造网有限公司（Made-in-China.com LIMITED）的香港注册，可尽快实现前述防止他人抢注的目的。

第三，发行人实际控制人沈锦华以其非来源于境内的自有外汇在境外注册成立中国制造网有限公司（Made-in-China.com LIMITED）。发行人当时的其他股东及管理层没有异议。

根据沈锦华的确认，在香港注册成立的中国制造网有限公司（Made-in-China.com LIMITED）自成立至今在香港均做税务零申报，从未开展任何业务。沈锦华承诺：（1）未经发行人许可，其在香港设立的中国制造网有限公司（Made-in-China.com LIMITED）不得开展任何业务；（2）沈锦华应当无条件按照发行人的指示和要求，将中国制造网有限公司（Made-in-China.com LIMITED）以港币一元的价格售予发行人。

发行人律师认为，中国制造网有限公司（Made-in-China.com LIMITED）同发行人不曾亦不会构成同业竞争或潜在同业竞争。

2008年8月25日，焦点科技控股股东沈锦华先生与公司签订股权转让协议，将其持有的中国制造网有限公司（Made-in-China.com LIMITED）100%的股权以1港元的价格转让给公司，并承诺全力协助公司向有关部门办理股权转让手续。

2008年9月27日，国家外汇管理局江苏省分局批复同意本公司通过在中国香港收购中国制造网有限公司（Made-in-China.com LIMITED）的外汇资金来源审查；2008年10月20日，江苏省对外贸易经济合作厅批复同意本公司收购中国制造网有限公司（Made-in-China.com LIMITED）；2008年10月22日，本公司获得商务部颁发的《中国境内企业境外投资批准证书》（[2008]商合境外投资证字第002117号），商务部同意公司在中国香港投资设立境外企业——中国制造网有限公司（Made-in-China.com LIMITED）。截至本招股说明书签署日，相关的工商变更手续已办理完毕。

除控股南京艾普太阳能设备有限公司外，沈锦华本人及其直系亲属没有其他对外投资。

（五）截至本次发行前，本公司控股股东直接持有发行人的股份不存在质押或其他有争议的情况。

七、本公司股本情况

（一）本次发行前后公司股本情况

按照本次发行人民币普通股2,938万股计算，发行前后公司股本结构如下：

项目	股东名称	发行前股本结构		发行后股本结构		锁定限制及期限
		股数（股）	比例（%）	股数（股）	比例（%）	
有 限 公 司	沈锦华	69,537,397	78.9115	69,537,397	59.1808	上市之日起锁定36个月
	红杉创投	8,812,000	10.0000	8,812,000	7.4996	上市之日起锁定36个月
	姚瑞波	4,071,144	4.6200	4,071,144	3.4648	上市之日起锁定12个月
	许剑峰	2,035,573	2.3100	2,035,573	1.7324	上市之日起锁定36个月
	谢永忠	1,791,304	2.0328	1,791,304	1.5245	上市之日起锁定36个月
	信泉创投	704,960	0.8000	704,960	0.6000	上市之日起锁定36个月
	丁光宇	244,269	0.2772	244,269	0.2079	上市之日起锁定36个月
	刘九兰	122,135	0.1386	122,135	0.1039	上市之日起锁定36个月
	李丽洁	122,135	0.1386	122,135	0.1039	上市之日起锁定36个月
	王静宁	89,566	0.1017	89,566	0.0762	上市之日起锁定36个月
	成俊杰	52,925	0.0601	52,925	0.0450	上市之日起锁定36个月
	谢志超	40,712	0.0462	40,712	0.0346	上市之日起锁定36个月

条 件 的 股 份	刘彩霞	36,641	0.0416	36,641	0.0312	上市之日起锁定 36 个月
	王宏	32,570	0.0370	32,570	0.0277	上市之日起锁定 36 个月
	刘海燕	29,313	0.0333	29,313	0.0249	上市之日起锁定 36 个月
	高红蕾	28,499	0.0324	28,499	0.0243	上市之日起锁定 36 个月
	邹苇	28,499	0.0324	28,499	0.0243	上市之日起锁定 36 个月
	何雪松	28,499	0.0324	28,499	0.0243	上市之日起锁定 36 个月
	郑磊	28,499	0.0324	28,499	0.0243	上市之日起锁定 36 个月
	翁强	28,499	0.0324	28,499	0.0243	上市之日起锁定 36 个月
	张慧	24,427	0.0277	24,427	0.0208	上市之日起锁定 36 个月
	胡成钢	24,427	0.0277	24,427	0.0208	上市之日起锁定 36 个月
	肖微	24,427	0.0277	24,427	0.0208	上市之日起锁定 36 个月
	刘金星	21,985	0.0250	21,985	0.0187	上市之日起锁定 36 个月
	端小堃	21,170	0.0240	21,170	0.0180	上市之日起锁定 36 个月
	许晓巍	21,170	0.0240	21,170	0.0180	上市之日起锁定 36 个月
	毛钱妹	20,356	0.0231	20,356	0.0173	上市之日起锁定 36 个月
	夏宇	17,914	0.0203	17,914	0.0152	上市之日起锁定 36 个月
	吴茜	16,285	0.0185	16,285	0.0139	上市之日起锁定 36 个月
	冯娟	16,285	0.0185	16,285	0.0139	上市之日起锁定 36 个月
	钱衬画	8,143	0.0093	8,143	0.0069	上市之日起锁定 36 个月
	陆鹰	8,143	0.0093	8,143	0.0069	上市之日起锁定 36 个月
	周丹	8,143	0.0093	8,143	0.0069	上市之日起锁定 36 个月
	任睿	8,143	0.0093	8,143	0.0069	上市之日起锁定 36 个月
	叶婷	6,514	0.0074	6,514	0.0055	上市之日起锁定 36 个月
	章湛	4,072	0.0046	4,072	0.0035	上市之日起锁定 36 个月
	董玮	3,257	0.0037	3,257	0.0028	上市之日起锁定 36 个月
本次发行的股份		—	—	29,380,000	25.0043	—
合 计		88,120,000	100	117,500,000	100	—

注：截至本招股说明书签署日，上述所有自然人股东均为本公司在册员工。

（二）前十名股东及持股情况

本次发行前，发行人前十名股东及持股情况如下：

序号	股东名称	持股数量（股）	持股比例（%）
1	沈锦华	69,537,397	78.9115
2	江苏红杉创业投资有限公司	8,812,000	10.0000
3	姚瑞波	4,071,144	4.6200
4	许剑峰	2,035,573	2.3100
5	谢永忠	1,791,304	2.0328
6	江苏信泉创业投资管理有限公司	704,960	0.8000
7	丁光宇	244,269	0.2772

8	刘九兰	122,135	0.1386
9	李丽洁	122,135	0.1386
10	王静宁	89,566	0.1017

（三）前十名自然人股东及其在发行人处担任的职务

本次发行前，发行人前十名自然人股东及其在发行人处任职情况如下：

序号	股东名称	持股数量（股）	持股比例（%）	在发行人处担任的职务
1	沈锦华	69,537,397	78.9115	董事长兼总经理
2	姚瑞波	4,071,144	4.6200	董事、副总经理
3	许剑峰	2,035,573	2.3100	董事、副总经理
4	谢永忠	1,791,304	2.0328	监事会主席、技术支持中心总工程师
5	丁光宇	244,269	0.2772	财务总监、董事会秘书、副总经理
6	刘九兰	122,135	0.1386	内部审计部经理
7	李丽洁	122,135	0.1386	监事、网站运营部总经理
8	王静宁	89,566	0.1017	监事、人事行政部经理
9	成俊杰	52,925	0.0601	技术支持中心部门经理
10	谢志超	40,712	0.0462	技术支持中心部门经理

（四）股东中的战略投资者持股及其简况

本公司发行前股东中无战略投资者。

（五）本次发行前各股东间的关联关系及关联股东的各自持股比例

本次发行前，本公司股东间不存在关联关系。

（六）本次发行前股东所持股份的流通限制和自愿锁定股份的承诺

公司控股股东沈锦华及除姚瑞波之外的其余 35 名股东承诺：自公司股票上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理其持有的发行人股份，也不由发行人回购其持有的股份。

根据《公司法》第一百四十二条之规定，公司股东姚瑞波承诺自公司股票上市之日起一年内，不转让或者委托他人管理其持有的发行人股份，也不由发行人回购其持有的股份。

担任公司董事、监事、高级管理人员的沈锦华、姚瑞波、许剑峰、丁光宇、谢永忠、李丽洁、王静宁承诺在其任职期间每年转让的股份不得超过其所持有本公司股份总数的百分之二十五，在离职后半年内不转让其所持有的本公司股份。

八、员工及社会保障、住房制度、医疗制度等情况

（一）员工情况

报告期内本公司业务发展速度较快，员工数量的增加也较快，2006年12月31日、2007年12月31日、2008年12月31日、2009年6月30日本公司在册员工总数分别为325人、480人、787人、933人。截至2009年6月30日，公司员工按专业结构、受教育程度及年龄分布如下：

1、员工专业结构

专 业	员工人数（人）	占员工总数的比例
技术人员	131	14.04%
客服人员	167	17.90%
业务人员	595	63.77%
财务人员	6	0.64%
管理人员	34	3.65%
合 计	933	100%

2、员工受教育程度

学 历	员工人数（人）	占员工总数的比例
本科及以上学历	552	59.16%
专科	328	35.16%
中专（或高中）	48	5.14%
中专以下	5	0.54%
合 计	933	100%

3、员工年龄分布

年 龄	员工人数（人）	占员工总数的比例
30岁以下	835	89.50%
31-40岁	88	9.43%
41-50岁	8	0.86%
51岁以上	2	0.21%
合 计	933	100%

（二）社会保障制度、住房制度、医疗制度等情况

本公司实行全员劳动合同制，员工按照与公司签订的劳动合同享受权利和承担义务。公司已按南京市的有关规定为员工缴纳养老保险基金、失业保险基金、基本

医疗保险基金、工伤保险基金、大病医疗救助基金、生育保险基金、住房公积金等，员工应缴纳部分由公司从员工每月工资中直接代扣代缴，不存在任何欠缴情况。

（三）劳动与社会保障部门出具的相关证明

根据南京市社会保险费征缴管理中心于 2009 年 6 月 15 日出具的《证明》，本公司严格遵照国家的有关法律、法规、行政规章的规定为职工交纳社会保险（养老、医疗、失业、工伤、生育），无欠费情况。

九、主要股东以及作为股东的董事、监事、高级管理人员作出的重要承诺及其履行情况

（一）避免同业竞争的承诺

为避免同业竞争损害公司及其他股东的利益，公司实际控制人及控股股东沈锦华先生、持有 5%以上股份的股东红杉创投及除独立董事外的全体董事、监事、高级管理人员、核心技术人员均于 2007 年 12 月 1 日出具了《放弃竞争和避免利益冲突的承诺函》。

沈锦华先生承诺：“1、沈锦华及其控制的公司（股份公司除外，下同）将不以任何方式直接或间接地进行或参与进行与股份公司相竞争的任何业务活动。2、沈锦华承诺将不直接或间接拥有与股份公司存在同业竞争关系的任何经济实体、经济组织的权益，或以其他方式控制该经济实体、经济组织。3、沈锦华在其经营业务中 will 不利用其对股份公司控股地位转移利润或从事其他行为损害股份公司及其他股东的利益。4、如果在今后经营活动中，沈锦华及其控制的公司与股份公司发生无法避免的关联交易，则此种关联交易的条件必须按正常的商业条件进行，沈锦华不得要求或接受股份公司给予任何优于在一项市场公平交易中的第三者给予的条件。5、沈锦华将充分尊重股份公司的独立法人地位，保证股份公司独立经营、自主决策。在股份公司召开股东大会和董事会期间，将按法定程序切实保障中小股东的利益。6、如果沈锦华违反上述声明、保证与承诺，沈锦华同意给予股份公司赔偿。7、本声明、保证与承诺将持续有效，直至沈锦华在股份公司不处于控股地位为止。8、本声明、保证与承诺可视为沈锦华对股份公司及其每一名股东，分别作出的声明、保证与承诺。”

红杉创投承诺：“1、红杉创投及其控制的公司将不以任何方式直接或间接地进行或参与进行与股份公司相竞争的任何业务活动。2、红杉创投承诺将不直接或间接拥有与股份公司存在同业竞争关系的任何经济实体、经济组织的权益，或以其他方式控制该经济实体、经济组织。3、红杉创投在其经营业务中将不利用其对股份公司持股相对优势地位转移利润或从事其他行为损害股份公司及其他股东的利益。4、如果在今后经营活动中，红杉创投及其控制的公司与股份公司发生无法避免的关联交易，则此种关联交易的条件必须按正常的商业条件进行，红杉创投不得要求或接受股份公司给予任何优于在一项市场公平交易中的第三者给予的条件。5、红杉创投将充分尊重股份公司的独立法人地位，保证股份公司独立经营、自主决策。在股份公司召开股东大会和董事会期间，将按法定程序切实保障中小股东的利益。6、如果红杉创投违反上述声明、保证与承诺，红杉创投同意给予股份公司赔偿。7、本声明、保证与承诺将持续有效，直至红杉创投在股份公司持有的股份低于 5%为止。8、本声明、保证与承诺可视为红杉创投对股份公司及其每一名股东，分别作出的声明、保证与承诺。”

公司除独立董事外的其他董事、监事、高级管理人员及核心技术人员避免同业竞争承诺的主要内容同公司控股股东的承诺。

截至本招股说明书签署日，上述承诺均得到严格履行。

（二）本次发行前所持股份的流通限制和自愿锁定股份的承诺

为了避免损害公司及其他股东的合法利益，保证公司存续的稳定性、延续性，公司股东及本次发行前持有股份的相关董事、监事、高级管理人员已分别做出股份锁定承诺。具体内容详见本节“七、本公司股本情况”之“（六）本次发行前股东所持股份的流通限制和自愿锁定股份的承诺”。

第六节 业务与技术

一、发行人的主营业务、主要服务情况

焦点科技的经营范围：互联网络技术开发及应用；计算机软硬件开发及相关产品销售；自营和代理各类商品和技术的进出口（国家限定公司经营或禁止进出口的商品和技术除外）；设计、制作、发布网络广告；第二类增值电信业务中的信息服务业务（以上经营范围凡涉及行政许可的，经批准后方可经营）。

焦点科技是本土领先的综合型第三方 B2B 电子商务平台运营商，专注服务于全球贸易领域，在帮助中国中小企业应用互联网络开展国际营销、产品推广方面拥有超过十年的成功经验。本公司自主开发、运营的中国制造网电子商务平台（Made-in-China.com）由中国制造网英文版（<http://www.made-in-china.com>）和中国制造网中文版（包括简体版 <http://cn.made-in-china.com> 和繁体版 <http://big5.made-in-china.com>）组成，主要为中国供应商和全球采购商提供信息发布与搜索等服务，已成为全球采购商采购中国制造产品的最重要网络渠道之一。

本公司自设立以来主营业务及主要服务没有发生重大变化。

二、发行人所处行业基本情况

（一）行业主管部门、行业监管体制及行业主要法律、法规和政策

1、行业主管部门

本公司所处行业为信息产业，主管部门是工业和信息化部、各地信息产业厅及通信管理局。针对信息产业，工业和信息化部主要负责研究制定推进国民经济和社会信息化发展规划，指导各地区、各行业的国民经济信息化工作，组织协调和推进全国软件产业的发展，研究制定有关信息资源的发展政策与措施等；各地信息产业厅负责本地信息产业发展的具体管理工作；各地通信管理局对基础电信业务及增值电信业务实施政府监督管理职能。该行业除涉及国家安全和国计民生的关键项目外，基本按市场规律运作。

2、行业监管体制

根据 2000 年 9 月 25 日颁布实施的《互联网信息服务管理办法》之规定，国务

院信息产业主管部门和省、自治区、直辖市电信管理机构，依法对互联网信息服务实施监督管理。新闻、出版、教育、卫生、药品监督管理、工商行政管理和公安、国家安全等有关主管部门，在各自职责范围内依法对互联网信息内容实施监督管理。

3、行业主要法律、法规和政策

目前涉及第三方 B2B 电子商务平台的主要法律、法规政策如下：

（1）2000 年 9 月 25 日国务院发布的《中华人民共和国电信条例》和《互联网信息服务管理办法》，是电子商务行业的基础性行政法规，从事第三方 B2B 电子商务平台运营的企业需根据上述两规定取得《增值电信业务经营许可证》，方可从事经营。

（2）2005 年 1 月 8 日，国务院办公厅发布《国务院办公厅关于加快电子商务发展的若干意见》，强调扶持服务中小企业的第三方电子商务平台建设，解决中小企业在投资、人才等方面存在的问题，促进中小企业应用电子商务提高商务效率，降低交易成本，推进中小企业信息化。

（3）2005 年 4 月 1 日施行的《中华人民共和国电子签名法》，确认电子签名具有与手写签名同等的法律效力，同时确认电子文件与书面文件具有同等效力，从而使现行的民商事法律同样适用于电子文件，这是我国首部全国性电子商务相关法律。

（4）2007 年 6 月 1 日，国家发展和改革委员会与国务院信息化工作办公室从独立产业规划发展角度出发，首次联合发布《电子商务发展“十一五”规划》，强调以大力发展第三方电子商务服务为切入点，培育龙头企业，发展新型服务，扩大服务领域，促进服务贸易，形成国民经济新的增长点，带动就业增长；鼓励中小企业积极运用第三方电子商务平台，开展在线销售、采购等生产经营活动，降低中小企业在投资、技术等方面的风险，提高生产经营和流通效率。

（二）电子商务行业的基本情况

1、电子商务的定义

电子商务的定义可以被划分为广义和狭义两种。广义电子商务定义为使用各种电子工具包括电报、电话、广播、电视、传真、计算机、互联网等从事各类商务活动。狭义电子商务定义为利用互联网（Internet）进行各种商贸活动。

本招股说明书中除非特别指出，所称电子商务均为狭义电子商务。

2、电子商务的起源及发展

早在 20 世纪 60 年代，电子数据交换（Electronic Data Interchange，简称 EDI 或无纸贸易）作为企业间电子商务应用的雏形已经出现。20 世纪 80 年代发达国家的许多银行、航空公司、连锁店及制造业单位均已采用 EDI 设备开展商务活动。

EDI 的出现有助于实现流程最优化管理并提高客户服务质量和响应速度，但早期 EDI 存在如下局限性：建立在大量功能单一的专用软硬件设施的基础上，使用价格昂贵，阻止了中小企业参与电子交易的可能；商务活动往往是单向的，商业伙伴关系的沟通渠道狭窄，沟通效率相对较低。基于以上原因 EDI 的应用一直被限制在大型企业，用户基数狭小，难以得到有效普及和全面推广。

随着互联网的高速发展，由于其信息资源海量存储、更新频率高、成本低廉等特点，20 世纪 90 年代以来基于 Internet 基础上的电子商务得到迅速普及和广泛运用。

3、电子商务的分类

根据参与商务活动的主体不同，电子商务主要可以分为以下三种类型：

（1）B2B，指 Business to Business，即企业与企业之间通过互联网完成包括交易信息的发布及搜索、初步沟通、签订商务合同、物流配送、资金支付等某个交易环节或所有交易环节的商务活动。由于在物流配送、网上资金支付等方面仍存在一定欠缺，目前国内 B2B 电子商务平台的应用领域仍然集中在交易信息的发布与搜索环节。国内目前典型 B2B 电子商务平台有中国制造网电子商务平台（Made-in-China.com）和阿里巴巴等。

（2）B2C，指 Business to Consumer，即企业通过互联网为消费者提供一个新型的购物环境。B2C 模式是我国最早出现的电子商务模式，国内目前典型 B2C 交易平台有当当网（<http://www.dangdang.com>）和卓越网（<http://www.joyo.com>）等。

（3）C2C，指 Consumer to Consumer，即消费者之间的互联网在线商务交易，卖方可以主动提供商品上网销售，而买方可以自行选择商品进行购买。国内目前典型 C2C 交易平台有易趣网（<http://www.eachnet.com>）和淘宝网（<http://www.taobao.com>）等。

（三）第三方 B2B 电子商务平台的基本情况

大型企业在实施 B2B 电子商务时，由于资本实力雄厚、自身技术力量较强，通常

倾向于自建并运营电子商务平台，如美国三大汽车厂商合作运营 B2B 网上采购商务平台，该平台面向所有汽车零配件供应商，通过 B2B 电子商务能将其采购价格在充分竞争的程度上降到最低，提高采购效率。对于大量中小企业而言，由于自建电子商务平台实施成本较高，同时自身人力资源有限，因此借助第三方 B2B 电子商务平台来逐步实现电子商务功能相对更为现实。

1、第三方 B2B 电子商务平台的分类

（1）按服务的行业覆盖范围划分

综合型第三方 B2B 电子商务平台，指为全行业提供服务的电子商务平台，其特点是行业类别全面，受单一行业波动影响较低。本公司运营的中国制造网电子商务平台（Made-in-China.com）属于综合型第三方 B2B 电子商务平台。

垂直型第三方 B2B 电子商务平台，指专注于为特定行业提供服务的电子商务平台，其优点是能够较深入把握特定行业需求；缺点是扩展空间相对有限，易受相关行业景气度的直接影响。

（2）按服务的贸易类型划分

外贸型第三方 B2B 电子商务平台，指为中国供应商与全球采购商提供服务的电子商务平台。相对于内贸型第三方 B2B 电子商务平台，外贸型第三方 B2B 电子商务平台需要涉及语言、文化、法律法规、关税、汇率等各方面的地域差异，商务活动流程更复杂，专业性更强。本公司运营的中国制造网电子商务平台（Made-in-China.com）属于外贸型第三方 B2B 电子商务平台。

内贸型第三方 B2B 电子商务平台，指为中国供应商与中国采购商提供服务的电子商务平台，交易的主体都在中国境内。

现阶段我国中小企业应用第三方 B2B 电子商务平台完成的贸易主要集中在对外出口贸易领域，这一方面和我国在劳动力成本和原材料成本上具有很强的比较优势密不可分，另一方面中小企业可以借助电子商务平台有效克服对外出口贸易中的地域和文化限制，降低营销成本，最大限度提高自己在目标客户群中的推广效果。

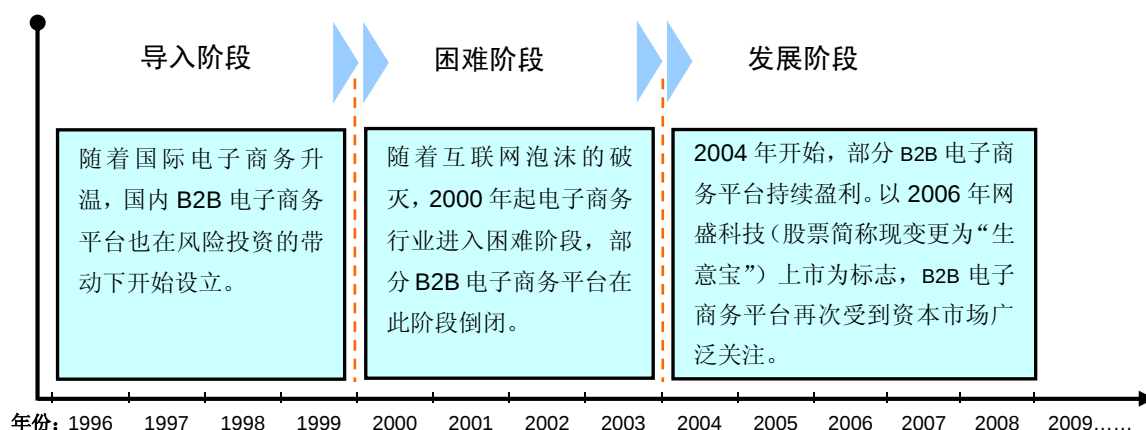
（3）按服务的对象划分

面向企业服务型第三方 B2B 电子商务平台，指为中小企业提供涉及采购、推广、

销售、决策等环节服务的电子商务平台，盈利模式以向企业收取会员服务费用为主。本公司运营的中国制造网电子商务平台（Made-in-China.com）属于面向企业服务型第三方 B2B 电子商务平台。

面向交易服务型第三方 B2B 电子商务平台，指为交易、结算等服务的电子商务平台，盈利模式以从交易额中收取一定比例的费用为主。

2、第三方 B2B 电子商务平台在中国的发展历程



中国第三方 B2B 电子商务平台发展经历了以下几个历程：

导入阶段（1996 年-1999 年）：受亚马逊（<http://www.amazon.com>，1995 年）等国外电子商务网站成功的影响，包括中国制造网英文版（<http://www.made-in-china.com>，1998 年）、阿里巴巴英文版（<http://www.alibaba.com>，1999 年）、美商网（<http://www.meetchina.com>，1999 年）在内的一批国内第三方 B2B 电子商务平台先后成立，其中阿里巴巴、美商网吸引了来自美国、日本等巨额国际风险资本投资。该阶段第三方 B2B 电子商务平台普遍采取提供若干免费服务项目和发布大量形象广告等方式来聚集人气，提高网站浏览量和知名度，进而吸引、发展注册会员。

困难阶段（2000 年-2003 年）：2000 年以纳斯达克综合指数暴跌为标志，互联网经济泡沫破裂。纳斯达克综合指数 2000 年 3 月 10 日曾创下收盘历史最高点 5,048.62 点，但到 2000 年底却收在 2,400 点附近，下跌幅度超过 50%。受国际大环境影响，国内大部分第三方 B2B 电子商务平台消失，少部分坚持下来的也在缺乏盈利前景的困境下收缩规模、缓步发展，力图寻找适合自身特点的盈利模式。

发展阶段（2004 年至今）：从 2004 年起部分第三方 B2B 电子商务平台开始获得

稳定盈利。随着 2006 年网盛科技（股票简称现变更为“生意宝”）在深圳证券交易所挂牌上市、2007 年阿里巴巴在香港联合交易所挂牌上市，国内第三方 B2B 电子商务平台进入一个崭新的发展阶段。第三方 B2B 电子商务平台已成为继门户网站（如新浪网 <http://www.sina.com>）、移动增值（如空中网 <http://www.kong.com>）、搜索引擎（如百度 <http://www.baidu.com>）、网络游戏（如盛大 <http://www.sdo.com>）之后资本市场最新的互联网行业投资热点。

3、第三方 B2B 电子商务平台盈利模式基本情况介绍

目前中国第三方 B2B 电子商务平台的盈利模式主要有如下三种：

（1）以供求信息发布服务为主的盈利模式。该类电子商务平台通过为注册免费会员提供服务来提高知名度，增加用户对网站的认知度和体验，进而吸收注册收费会员；通过为注册收费会员发布企业资料、产品展示、商情信息及提供增值服务获得盈利。代表性的平台有中国制造网英文版（<http://www.made-in-china.com>）、中国化工网中文版（<http://www.chemnet.com.cn>）等。

（2）以提供行业资讯服务为主的盈利模式。该类电子商务平台积聚有一批精通行业、善于做市场分析调查的专家，通过有偿提供高质量的市场分析报告，帮助企业正确决策获得盈利。代表性的平台有我的钢铁网（<http://www.mysteel.com>）等。

（3）以提供在线交易服务为主的盈利模式。该类电子商务平台较好地解决了买卖双方诚信审核、支付安全等问题，通过收取交易双方的佣金获得盈利。代表性的平台有敦煌网（<http://www.dhgate.com>）等。

总体而言，在网上信用、网上支付、物流等条件未完全成熟的背景下，中国第三方 B2B 电子商务平台的主要盈利模式将依然是上述第一种，即以供求信息发布服务为主，“网上洽商，网下交易”的格局在一定时期内不会发生改变。

（四）进入第三方 B2B 电子商务平台行业的主要壁垒

经过十余年的竞争和发展，目前国内第三方 B2B 电子商务平台行业呈现寡头垄断的竞争格局，行业新进入者面临较高的壁垒，主要表现在规模经济、网络效应、品牌、技术、替代性、阻止进入行为、市场行政许可准入等方面。未来相当长时期内竞争仍然主要在现有市场参与者之间展开，处于行业领先地位的中国制造网电子商务平台

（Made-in-China.com）仍将维持目前高净资产收益率、高成长率的有利局面。

1、规模经济壁垒

第三方 B2B 电子商务平台注册会员数量及访问量需要到达一定规模积累，才能获得持续盈利。本公司自 1996 年 1 月 9 日设立以来即致力于互联网技术的开发与应用研究，执着探求运用互联网技术改善中小企业经营环境、提高中小企业盈利能力、推动中小企业稳定成长的最佳途径。凭借对用户需求深刻的理解和极大的韧劲与耐心，十年间积累了数量众多且稳定而活跃的注册会员。截至 2009 年 6 月 30 日，中国制造网电子商务平台（Made-in-China.com）拥有注册会员 3,616,993 位，其中注册收费会员 9,211 位。行业新进入者需要投入大量的开发和运营费用，同时在相当一段时期内由于无法累积足够的注册会员数量及访问量，必须长期面对运营压力和经营亏损。

2、网络效应壁垒

网络效应是指一个网络平台中注册会员数量上升所带来的网络价值相应上升。成功的第三方 B2B 电子商务平台必须拥有足够的注册会员数量，其价值才能得到充分体现。中国制造网电子商务平台（Made-in-China.com）经过十年的成长与积累，在数以百万的注册会员基础上，逐渐形成了良好的网络效应：平台上的信息由注册会员自行发布并及时更新；平台将这些信息有机地整合在一起，为注册会员提供各项服务；注册会员在平台上按照既定的规则进行各种活动，获取商业机会的同时将使用过程中产生的各种需求和建议反馈给平台；平台通过客户支持服务对注册会员的需求和建议进行收集，提供给相关业务部门或开发新的产品、或改进服务方式。上述发布、整合、获取、反馈、收集、再开发是 24 小时持续进行、循环往复的不间断过程，使平台具备了良性循环发展机制和自我成长能力。新的行业进入者在未有效建立网络效应之前，将会遇到困难的发展时期，进而可能被迫逐渐从市场退出。

3、品牌壁垒

与其他国内第三方 B2B 电子商务平台领先企业的发展历程相类似，伴随着互联网成长，本公司拥有超过十年的发展历史及运营经验，渡过了互联网发展的低潮期并顺利步入目前的快速发展期。本公司深谙互联网的技术与应用发展并深刻理解用户需求，在不断壮大的用户中拥有较高的知名度和信任度，具有较强的品牌号召力。由于互联网行业用户规模庞大、地域分散、语言差异等特征，行业新进入者难以短时间内

在用户群体中树立品牌形象、建立用户信心和认知，把客户从现有第三方 B2B 电子商务平台争取过去存在很大难度。

4、技术壁垒

基于互联网与信息技术的第三方 B2B 电子商务平台的建设和运营需要多项专门技术，涉及网络通讯、软件工程、系统集成、信息构架、信息安全多专业交叉学科，技术和产品更新较快。企业要实现持续稳定的发展，需要长期技术积累。行业新进入者所构建的平台通常难以有效支撑用户和访问量增长，亦不能支持规范的管理与运营，尤其是不能吸引到足够多的客户从而实现营业收入。另外尽管互联网与信息技术行业较多采用的是通用型技术，但对行业新进入者而言遇到的更大障碍是，无法以合适的技术、合理地表达商业逻辑并进而精确满足不同用户的最终需求。

5、替代性壁垒

在第三方 B2B 电子商务平台行业，通常消费者的忠诚和偏好是时间函数，存在着明显的累积效应。市场中先入企业进入行业的时间越长，消费者对其就越忠诚，偏好也越稳定。第三方 B2B 电子商务平台为注册会员提供基于互联网的软件服务，并提供网下客户支持服务，注册会员在发展业务过程中逐渐会对这些服务和软件的流程熟悉从而获得较高的工作效率，出于方便性和使用习惯的考虑，不会轻易更换运营商，对行业新进入者形成一定壁垒。

6、阻止进入行为壁垒

阻止进入行为是指市场上先入企业为了巩固自己在市场上的地位，采取各种对策以阻止和威慑新企业的进入，在第三方 B2B 电子商务平台行业天然存在客观的阻止进入行为壁垒。在其他传统行业，行业新进入者的最重要竞争手段之一是强大资本支持下的价格战，以获取市场份额。但在第三方 B2B 电子商务平台行业的普遍规律是领先企业均对注册会员提供免费服务，例如中国制造网电子商务平台（Made-in-China.com）存在数以百万计的注册免费会员，该注册免费会员虽不需要付出任何费用仍可以享受一定的服务，客观上形成了针对行业新进入者的阻止进入行为壁垒。

7、市场行政许可准入障碍

第三方 B2B 电子商务平台行业属于增值电信业务，《中华人民共和国电信条例》

规定，申请经营增值电信业务应当向国务院信息产业主管部门或者省、自治区、直辖市电信管理机构提出申请，经批准并获得相关经营许可证后方可经营。

（五）影响第三方 B2B 电子商务平台发展的有利因素和不利因素

1、有利因素

（1）宏观政策环境有利于第三方 B2B 电子商务平台良性发展

2005 年 1 月 8 日，我国第一个专门指导电子商务发展的政策性文件《国务院办公厅关于加快电子商务发展的若干意见》颁布，明确了我国发展电子商务的指导思想和原则；2007 年 6 月 1 日，国家发展和改革委员会与国务院信息化工作办公室联合发布《电子商务发展“十一五”规划》，强调以大力发展第三方电子商务服务为切入点，培育龙头企业，发展新型服务，扩大服务领域，促进服务贸易，形成国民经济新的增长点，带动就业增长；鼓励中小企业积极运用第三方 B2B 电子商务平台，开展在线销售、采购等生产经营活动提高生产经营和流通效率。

（2）中小企业在国民经济中的地位和作用逐步得到加强

中小企业是中国经济中最富创造力的群体。截至 2007 年 6 月底，我国中小企业数已达到 4200 多万户，占全国企业总数的 99.8%，经工商部门注册的中小企业数量达到 460 万户，个体经营户达到 3800 多万户。中小企业创造的最终产品和服务价值相当于国内生产总值的 60%左右，上缴税收约为国家税收总额的 53%，生产的商品占社会销售额的 58.9%，商品进出口额占 68%左右。在 40 个工业行业中，中小企业在 27 个行业中的比例已经超过 50%，在部分行业已经超过 70%，成为推动行业发展的主体。中小企业在国民经济的发展以及经济结构调整、工业化和城镇化进程的加快中发挥着越来越重要的作用（数据来源：原国家发改委中小企业司《中小企业简报 2008 第 1 期》）。根据国家工商总局《2009 年一季度全国市场主体发展报告》，截至 2009 年 3 月底，全国实有私营企业 664.27 万户，比上年底增长 1.04%；全国实有个体工商户 2,948 万户，比上年底增长 1.05%。

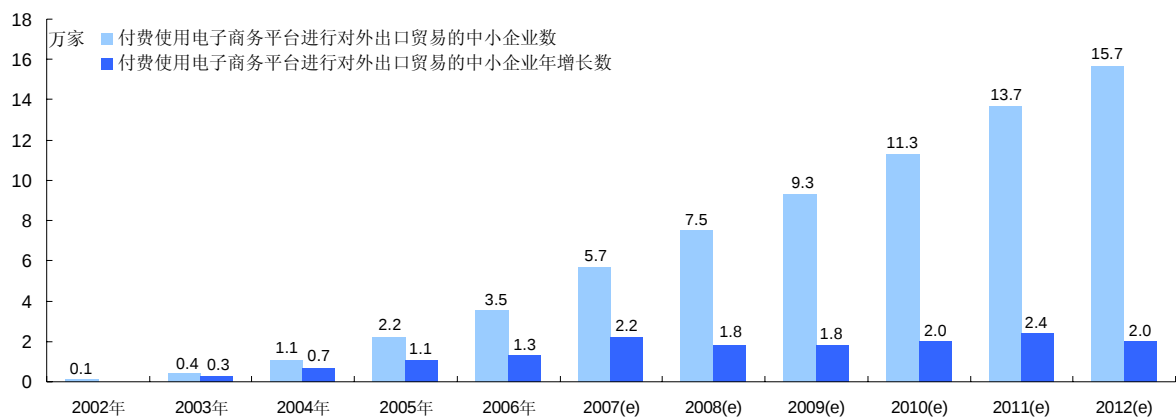
（3）中小企业对外出口贸易额将仍稳定增长

自 1998 年 10 月 1 日原国家外经贸部发布《关于赋予私营生产企业和科研院所自营进出口权的暂行规定》，以中小企业为主体的民营企业首次开始获得自营进出口

权；2004年7月1日《中华人民共和国对外贸易法》正式实施后，外贸进出口经营权从审批制转为登记备案制，以中小企业为主体的民营企业从事外贸出口的经营权障碍完全消除。在这些政策的推动下，2004年至2008年以中小企业为主的民营企业对外出口贸易额增长迅速。即使在2009年1-6月中国对外出口贸易面临严峻形势下，以中小企业为主的民营企业出口下降也相对平缓，据商务部统计一季度以中小企业为主的民营企业出口673.4亿美元，仅下降9.8%，低于总体出口降幅9.9个百分点，且降幅逐月缩窄。在国内市场逐渐融入国际市场的今天，中小企业采用多种渠道“走出去”，增加产品出口、扩大海外投资、更多地开展国际贸易、更好地参与国际经济分工是大势所趋，也是中小企业自身发展的必然要求。本公司相信，随着国际国内经济的复苏，中小企业对外贸易额将仍会稳定增长。

（4）中小企业电子商务意识日渐成熟，第三方B2B电子商务平台将成为中小企业国际营销的主要渠道

IT采购的增长、网络应用的普及以及周围企业的示范带动都加快了中国中小企业对第三方B2B电子商务平台的应用，在江苏、浙江、广东等沿海发达地区，第三方B2B电子商务平台已经成为中小企业开拓国际市场不可缺少的业务工具。根据iResearch发布的《2007年中国中小企业B2B电子商务研究报告》，2006年付费使用电子商务平台进行对外出口贸易的中小企业数量为3.5万家，预计2012年该数量将上升至15.7万家。本公司预计随着中小企业电子商务意识日渐成熟，第三方B2B电子商务平台将成为中小企业国际营销的主要渠道，投放的网络营销费用亦将逐渐上升，中小企业的第三方B2B电子商务平台需求将逐步得到充分释放。



数据来源：iResearch 发布的《2007年中国中小企业B2B电子商务研究报告》

2、不利因素

（1）信用缺失是阻碍第三方 B2B 电子商务平台发展的主要因素

互联网的飞速发展在给人类社会生活带来巨大变化的同时，其所特有的虚拟性、无边界性也带来了一些新问题。第三方 B2B 电子商务平台上的虚假信息甚至是恶意欺诈信息对平台本身的发展带来较大的负面影响，建立与加强用户对网上交易安全的信心，仍需要进一步的信用制度建设、交易环境规范、技术保障和法制健全等多方面配合。

（2）网上支付、物流等配套条件仍未成熟

由于第三方 B2B 电子商务交易涉及金额较大，活跃于 B2C、C2C 电子商务领域的第三方支付公司尚难以在第三方 B2B 电子商务交易中发挥作用，因此支付环节通常由交易双方在网下进行。物流业在我国发展很快，但总体发展水平仍难以满足第三方 B2B 电子商务的市场需求。与消费品市场的小宗物流不同，第三方 B2B 电子商务的大宗物流涉及仓储、交货、验货等多个环节，其所需要的更全面而可靠的物流服务还有待完善。

（3）电子商务人才培养与中小企业实际需求存在断层

中小企业在电子商务应用方面仍存在较大人才缺口。虽然每年有大量电子商务专业毕业生走出校园，但企业电子商务人才需求往往是有一定行业背景和营销经验的复合型人才，人才不足是影响中小企业电子商务应用的一个重要因素。

（六）发行人所处行业的上下游行业发展状况及其对本行业发展前景的影响

焦点科技所属行业上游为互联网行业，下游为以广大中小企业为主的对外出口贸易行业。

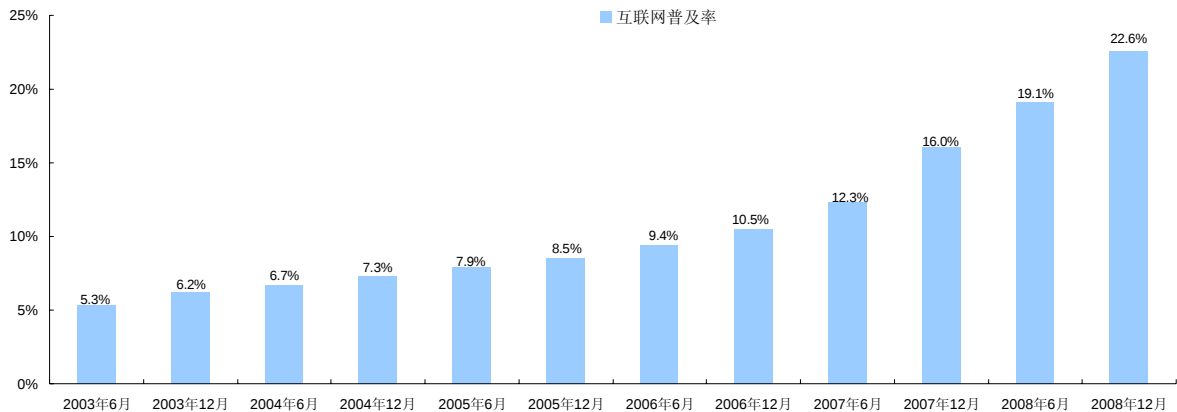
1、本行业与上游行业的关系

本行业与互联网行业发展具有高度关联性，主要体现在互联网普及率提高和网站数量增加将促进本行业进一步发展。

（1）互联网普及率不断提高

根据中国互联网络信息中心 2009 年 1 月发布的《中国互联网络发展状况统计报告》的统计数据，截至 2008 年 12 月，中国的互联网普及率已经达到 22.6%，超过

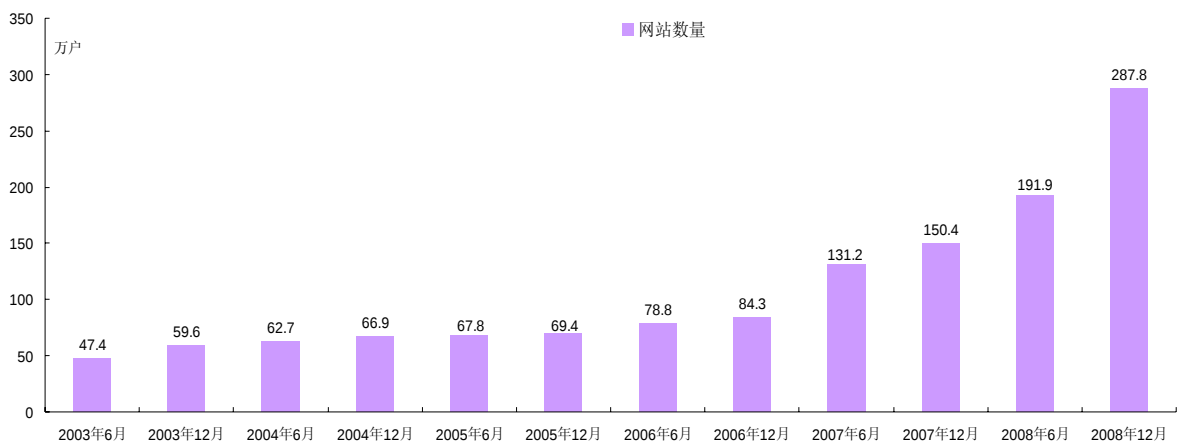
了全球平均水平 21.9%，较 2007 年同期 16.0%提高了 6.6 个百分点。互联网在中国的应用正逐步普及，越来越多的人接触到互联网，并从互联网获益。



数据来源：根据中国互联网络信息中心发布的历次《中国互联网络发展状况统计报告》数据整理

（2）网站数量不断增加

网站数量与网络内容丰富程度存在相关性，网站数量越多，网民可以接触的信息越丰富。根据中国互联网络信息中心 2009 年 1 月发布的《中国互联网络发展状况统计报告》的统计数据，截至 2008 年 12 月，中国网站数量已经达到 287.8 万个，比 2007 年同期增加了 137.4 万个，增长率达到 91.4%。



数据来源：根据中国互联网络信息中心发布的历次《中国互联网络发展状况统计报告》数据整理

2、本行业与下游行业的关系

本公司确信，尽管存在国际金融危机等外部不利因素影响，中长期看中国对外出口贸易仍将维持稳定增长，中小企业对第三方 B2B 电子商务平台的需求将持续扩张，为本公司经营业绩持续增长带来良好的发展机遇。

(1) 未来中国对外出口贸易仍将维持稳定增长

受国际金融危机影响，2009 年世界经济形势较为严峻复杂。尽管发达国家和许多发展中国家推出了稳定金融秩序、刺激经济增长的措施，但全球市场信心的恢复、体制和结构问题的解决需要一个过程，世界经济增长放缓不可避免地拖累国际贸易增长，对中国出口贸易的影响可能进一步加深。

但本公司认为，在下列有利条件和积极因素的支持下，未来中国对外贸易仍将维持稳定增长：一是经过多年积累，中国已经形成了一批有全球竞争力的产业和企业，综合配套能力和劳动力比较优势仍较明显；二是国际市场需求减弱首先影响高档奢侈品的需求，而中国中小企业出口的产品主要属于中低档日用消费品，质量、价格、性能等方面优势明显，在消费者收入预期不稳的情况下，对中国出口产品的需求可能还会增加；三是随着出口市场多元化战略的深入实施，包括对俄罗斯、巴西、印度等发展中新兴市场的出口持续较快增长，还有潜力进一步开拓市场；四是 2008 年下半年来以来的出口鼓励政策效果开始显现，2008 年 8 月 1 日、2008 年 11 月 1 日和 2008 年 12 月 1 日连续提高了部分商品出口退税率，2008 年 12 月政策调整涉及的商品整体出口同比增长 4.8%，占出口总值的比重由 2008 年前 11 个月的 45.8% 上升至 2008 年 12 月的 49.0%；2009 年以来截至本招股说明书签署日，政府又 4 次提高了部分商品的出口退税率。

(2) 未来中国中小企业电子商务需求将持续扩大

现阶段对中小企业出口贸易而言机遇与挑战并存，一方面中国供应商制造的产品质量已获得了全球采购商的普遍认可；另一方面受贸易摩擦增加与人民币汇率升值等负面因素影响，中小企业面临的竞争压力越来越大。中小企业需要从原来主要依靠价格取胜的市场策略转变成为积累更强竞争能力的策略。在新的竞争环境中，注重使用 B2B 电子商务平台开展国际营销和产品推广的中国供应商将拥有更大的发展空间。考虑以下两大因素，中小企业对第三方 B2B 电子商务平台的需求将持续扩大：

① 制造业拉动：我国是制造业大国，制造业的发展带动了以制造业为主的中小企业产业集群的发展，应用第三方 B2B 电子商务平台可以有效降低中小企业采购费用和销售费用。

② 电子商务服务业潜力释放：随着中国第三方 B2B 电子商务的成熟和发展，围绕第三方 B2B 电子商务的服务业的发展潜力将逐步释放，诸如物流、中小企业 IT 外

包服务、商业咨询服务等行业将为第三方 B2B 电子商务提供全方位支持，而电子商务服务业的不断成熟也会促使更多的中小企业使用第三方 B2B 电子商务平台。

三、发行人在行业内的竞争地位

（一）发行人市场占有率情况

根据 iResearch 发布的 2008 年中国 B2B 行业年度数据，按第三方 B2B 电子商务平台营业收入市场份额计算，阿里巴巴的市场占有率超过 50%，本公司名列第三。截至本招股说明书签署日，中国第三方 B2B 电子商务平台中，按营业收入市场份额排名前五位的运营商中除本公司外的其余四家都已公开发行股票并上市，其中有两家选择在香港公开上市，一家选择在纳斯达克公开上市，一家选择在国内公开上市。

（二）本公司的竞争优势和劣势

1、竞争优势

（1）先发优势

本公司是国内最早从事第三方 B2B 电子商务平台运营服务的公司之一。在中国互联网发展的初期，本公司就敏锐地判断出互联网可以让企业以最低的成本、最快的速度获取和发布信息，并坚信在不久的将来互联网的发展将极大地改变企业的思维方式和行为模式。1998 年 3 月本公司推出中国制造网电子商务平台（Made-in-China.com），为中国中小企业开展国际营销、产品推广提供服务。经过十年不断的坚持开拓，公司拥有了一大批具有较高忠诚度的注册会员，积累了宝贵的大量客户资源。

（2）技术优势

本公司自 1998 年开始构建电子商务平台，在长期的实践中积累了 WEB 开发及应用方面的多项专门技术，如基于 J2EE 的第三方 B2B 电子商务网站架构体系设计技术、基于 WEB 的信息构架技术、Flash 及视频优化技术、网络推广和搜索引擎优化（SEO）技术、基于多因素模糊评判机理的信息排序技术、全球网络负载均衡技术、多点数据同步复制与备份技术、动态 WEB 流量分配技术、数据及页面缓存技术、网络监控与入侵监测技术等。

（3）品牌优势

本公司确信，客户对不同电子商务平台品牌的选择和信赖需要长时间的体验积累和验证。本公司十年如一日地坚持“依托中国制造网电子商务平台（Made-in-China.com），在提供国际营销和产品推广服务的过程中为中小企业创造价值”这一发展思路，高度重视客户体验和口碑，根据客户需求不断适时推出新产品、新功能、新服务，在中国供应商和全球采购商层面拥有良好的品牌优势。

公司运营的中国制造网电子商务平台独有的“Made-in-China.com”域名直观形象，在对外出口贸易领域具有先天的知名度和影响力。同时，本公司在品牌形象宣传方面采用了切合实际而有针对性的方式，例如本公司每年参加以中国进出口商品交易会（广交会）为代表的近 40 个国内外各种类型商品展览会，直接向中国供应商和全球采购商进行面对面的业务推介，确保在合理投入情况下获得最满意的宣传效果。

（4）客户优势

作为国内最早创办的第三方 B2B 电子商务平台之一，中国制造网电子商务平台（Made-in-China.com）现已成为业内专业数据丰富、客户数量众多、访问量较高的平台，并逐步确立了本土领先的行业地位。截至 2009 年 6 月 30 日，中国制造网电子商务平台（Made-in-China.com）拥有注册会员 3,616,993 位，其中注册收费会员 9,211 位；注册会员在中国制造网电子商务平台（Made-in-China.com）发布的有效产品信息及商情 1,210 万条；2009 年 1-6 月有来自超过 220 个国家和地区的用户访问了中国制造网电子商务平台（Made-in-China.com），访问者超过 12,700 万人次。

（5）人才优势

本公司已建立起一支经验丰富、结构合理、和谐稳定的管理团队，主要管理人员在本公司的服务时间均在七年以上。他们或具有多年第三方 B2B 电子商务平台运营经验，或具有多年市场营销经验，或具有多年互联网技术研究开发经验，对第三方 B2B 电子商务平台的技术及业务发展历程、未来趋势具有深刻理解。本公司的产品开发、市场销售业务骨干均经公司严格的内部培训，大多具有多年从业经验，既精通信息技术又深刻理解中小企业国际营销、产品推广需求。稳定、勤勉的管理团队和敬业、专业的员工队伍是本公司的核心竞争优势之一。

2、本公司竞争劣势

（1）品牌号召力尚有待提高

尽管公司在全球采购商、中国供应商层面拥有较好的知名度和美誉度，但由于公司既往谨慎、低调、务实的经营策略使得公司集中全部精力于发展主营业务，对公司自身宣传方面未投入过多经费，与同行业外资控股的第三方 B2B 电子商务平台相比，在品牌号召力方面尚有待提高。本公司确信通过本次公开发行股票并上市，可以更好地树立公司的良好形象，大幅度提升公司品牌号召力，有利于公司拓展新业务领域，进一步增强盈利能力。

（2）融资渠道较为单一

公司所处行业的特点是新技术发展速度快、商业模式和市场发展方向难以精确预测，公司未来的发展离不开现有产品的升级换代、新产品的研发、行业横向并购，为了及时把握市场机会，公司必须储备大量的现金，以便在新的投资机会出现时迅速进入并抢占市场先机。

公司的民营企业性质、所处的发展阶段及行业特性决定了公司资产构成中固定资产比例较低，公司通过固定资产抵押等途径获得银行贷款比较困难，出现资金需求时，选择债务融资的难度较大。目前，递延收益成为公司日常经营主要的融资方式，但递延收益是公司经营性负债，其主要用途指向公司的日常经营活动，不能成为公司进行投资活动所需资金的主要来源。公司目前的资本性支出主要来源于近几年公司的利润积累，这使公司的发展受到一定制约。

（三）主要竞争对手的简要情况

和本公司的发展历程相似，本公司主要竞争对手于 20 世纪 90 年代中后期的导入阶段（1996 年-1999 年）开始尝试提供电子商务平台服务，依靠坚持和耐心度过了困难阶段（2000 年-2003 年），最终找到了适合各自特点的商业模式从而进入发展阶段（2004 年至今）。在中小企业对外出口贸易总额持续增长、电子商务需求快速扩大的背景下，本公司坚信与主要竞争对手既是相互挑战、相互激励的竞争关系，更是相互学习、相互促进的共赢关系，可以共同分享快速增长的第三方 B2B 电子商务平台市场。

本公司认为，正如企业通过电视媒体发布广告推广产品时，通常会根据产品自身特性、潜在客户分布区域、不同推广周期等因素制定恰当的组合播出方案，在中央电

视台、地方电视台、卫星电视台等同时滚动播出，以获得最好的推广效果。由于不同第三方 B2B 电子商务平台提供的全球采购商来源、产品推广重点各不相同，甚至具有某种意义上的互补性，同时中国供应商为尽可能获取更多的商业机会、实现利益最大化，在选择第三方 B2B 电子商务平台购买国际营销、产品推广服务时亦会采用组合策略，即在考虑综合性价比的基础上接受一家电子商务平台服务的同时并不拒绝另一家的服务，表现出较强的“非排他性”，位居行业领先地位的中国制造网电子商务平台（Made-in-China.com）具有较明显的竞争优势。

1、阿里巴巴网络有限公司

1999 年 6 月，阿里巴巴集团（Alibaba.com Corporation）在开曼群岛注册成立；1999 年 7 月，阿里巴巴中国控股有限公司在香港注册成立；1999 年 9 月，阿里巴巴（中国）网络技术有限公司在杭州成立，为其第三方 B2B 电子商务平台（Alibaba.com）运营提供软件和技术服务；2006 年 9 月，阿里巴巴网络有限公司在开曼群岛注册成立。1999 年 10 月，阿里巴巴集团引入了高盛、富达投资（Fidelity Capital）和新加坡政府科技发展基金、Invest AB 等投入的 500 万美元风险投资基金；2000 年 1 月，日本互联网投资公司软银（SOFTBANK CORP.）向阿里巴巴集团投资 2,000 万美元；2002 年 2 月，阿里巴巴集团吸收日本亚洲投资公司（Japan Asia Investment Co., Ltd.）投资 500 万美元；2004 年 2 月，软银、富达投资、寰汇投资（Granite Global Ventures）、TDF 等风险投资公司向阿里巴巴集团投资 8,200 万美元；2005 年 8 月，雅虎（Yahoo! Inc.）、软银、阿里巴巴集团签署协议，雅虎以 7,000 万美元购买阿里巴巴集团发行的普通股，软银以 1.8 亿美元现金购买阿里巴巴集团发行的可转债；2007 年 11 月 6 日阿里巴巴网络有限公司在香港联交所挂牌上市。（数据来源：《互联网周刊》2007 年第 12 期）

截至 2008 年 12 月 31 日，阿里巴巴网络有限公司拥有雇员人数为 7,992 人。阿里巴巴网络有限公司面向国际贸易市场的产品为 Gold Supplier（金牌供应商）及国际诚信通会员，截至 2008 年 12 月 31 日，Gold Supplier（金牌供应商）有 43,028 位，国际诚信通会员有 16,136 位；2008 年来自 Gold Supplier（金牌供应商）和国际诚信通会员的营业收入为 188,396.6 万元；该公司 2008 年净利润为 120,518.6 万元。（数据来源：阿里巴巴网络有限公司 2008 年年报）

2、环球资源（Global Sources Ltd.）

环球资源是一家多渠道第三方 B2B 媒体公司，主要业务包括发行贸易杂志、维护

在线网络市场、举办现场商品展览会等。1971 年环球资源于香港成立，同年其第一份贸易杂志《亚洲资源（Asian Sources）》创刊，以广告的形式将香港供应商信息提供给欧美采购商，到 20 世纪 80 年代末环球资源的杂志发行已经发展成为 10 多种定期出版的贸易杂志组成的杂志群；1995 年环球资源创立了其电子商务网站——环球资源网（<http://www.globalsources.com>）；2000 年环球资源在美国纳斯达克市场上市，股票简称 GSOL；2003 年环球资源在上海推出环球资源系列采购交易会，并于此后扩展到香港、台湾等地。

截至 2008 年 12 月 31 日，环球资源员工人数超过 2,800 人；环球资源在全球设有 69 个办事处。2008 年度营业收入 20,689 万美元，其中在线服务（Online Services）收入为 9,448 万美元；该公司 2008 年净利润为 2,643 万美元。（数据来源：环球资源 2008 年年报）

四、本公司的主要业务情况

（一）本公司提供的主要服务基本情况介绍

本公司提供的主要服务是基于中国制造网电子商务平台（Made-in-China.com），为中国供应商与全球采购商之间的贸易活动提供交易信息的发布、管理、搜索、在线初步沟通与洽谈等服务。

中国供应商通过成为注册会员可以在中国制造网电子商务平台（Made-in-China.com）第一时间发布企业、产品、商情等各类商业信息，及时推出最新产品，降低推广费用，有效地进行全球范围的产品推广与品牌宣传。既扩大了利用传统媒体难以覆盖的市场区域，又能直接获得新的客户资源，实现全球市场宣传与商业机会发现。同时，中国供应商还可以获得中国制造网电子商务平台（Made-in-China.com）提供的注册收费会员服务及名列前茅（TopRank）、产品展台（Spotlight Exhibits）、横幅推广（BannerPro）等增值服务以及认证供应商（Audited Suppliers）服务，以增加更多的商业机会。

全球采购商通过中国制造网电子商务平台（Made-in-China.com）进行查询与搜索，可以快速定位目标中国产品和中国供应商。对需要采购的目标产品，通过搜索比对以及查询第三方认证报告，可以快速、准确、方便地了解 and 比较不同中国供应商及其产品的基本状况，发现满足需要的产品。通过订制个性化的产品速递（Product Alert）服

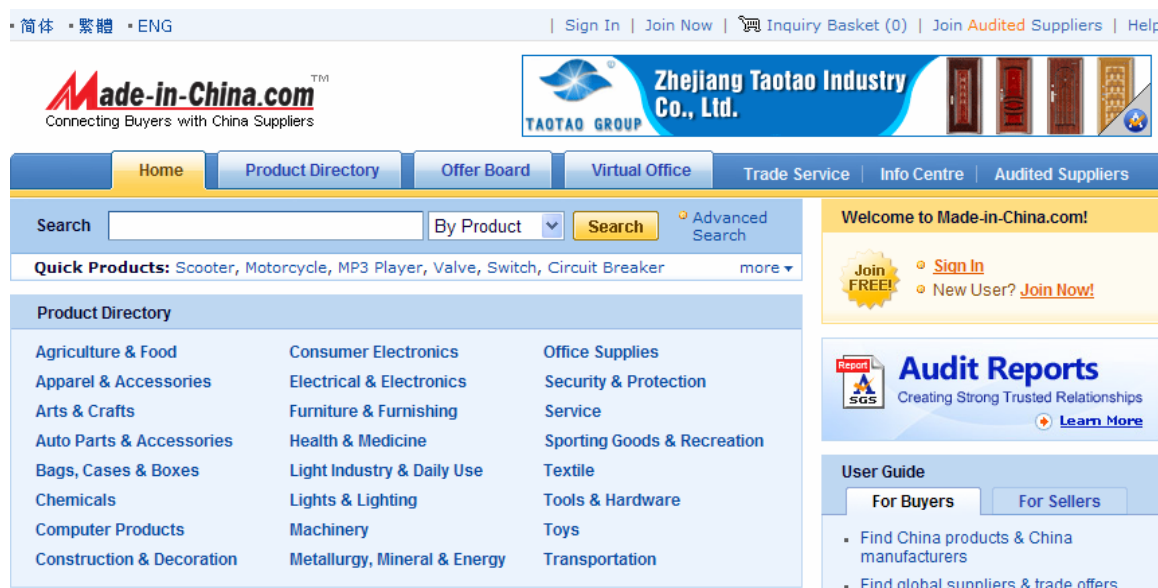
务，可以第一时间获得其感兴趣的中国供应商最新发布的产品信息。全球采购商成为注册会员后，可以更便捷地管理自己的商业信息。与传统采购方式相比，节省了大量采购费用，加快了采购进程，有助于第一时间把握商机。

本公司积极平衡中国供应商与全球采购商、注册免费会员与注册收费会员之间的服务与利益，以维持中国制造网电子商务平台（Made-in-China.com）的持续稳定发展，并实现本公司营业收入及盈利的持续增长。

（二）公司运营的第三方 B2B 电子商务平台情况介绍

1、中国制造网英文版（<http://www.made-in-china.com>）

2009 年 7 月 22 日中国制造网英文版（<http://www.made-in-china.com>）首页部分截图如下：



中国供应商可以在中国制造网英文版（<http://www.made-in-china.com>）按产品分类发布相关信息。为方便全球采购商查询，本公司将所有产品信息分为农产品及食品、服装饰件、工艺品、汽摩及配件、箱包和礼盒、化工、计算机产品、建筑和装饰材料、消费电子、电气电子、家具摆设、医药卫生、轻工日用品、照明、机械、冶金矿产和能源、办公文教、安全和防护、服务、运动健身和休闲娱乐、纺织、五金工具、玩具、交通运输 24 种类别。按 2008 年度在中国制造网英文版（<http://www.made-in-china.com>）获得注册收费会员服务的中国供应商数量排名，类别前五位依次是机械、建筑和装饰材料、电气电子、轻工日用品、汽摩及配件。

同时中国供应商还可以在中国制造网英文版（<http://www.made-in-china.com>）获得

包括名列前茅（TopRank）、产品展台（Spotlight Exhibits）、横幅推广（BannerPro）等增值服务及认证供应商（Audited Suppliers）服务。

截至 2009 年 6 月 30 日，中国制造网英文版（<http://www.made-in-china.com>）拥有注册会员 1,741,033 位，其中注册收费会员 8,541 位，中国供应商在中国制造网英文版（<http://www.made-in-china.com>）已发布的有效产品信息及商情超过 640 万条；2009 年 1-6 月全球采购商通过中国制造网英文版（<http://www.made-in-china.com>）向中国供应商发送的询盘数量超过 370 万个，访问者超过 5,900 万人次。

2、中国制造网中文版（包括简体版 <http://cn.made-in-china.com> 和繁体版 <http://big5.made-in-china.com>）

2009 年 7 月 22 日中国制造网中文版（包括简体版 <http://cn.made-in-china.com> 和繁体版 <http://big5.made-in-china.com>）首页部分截图如下：

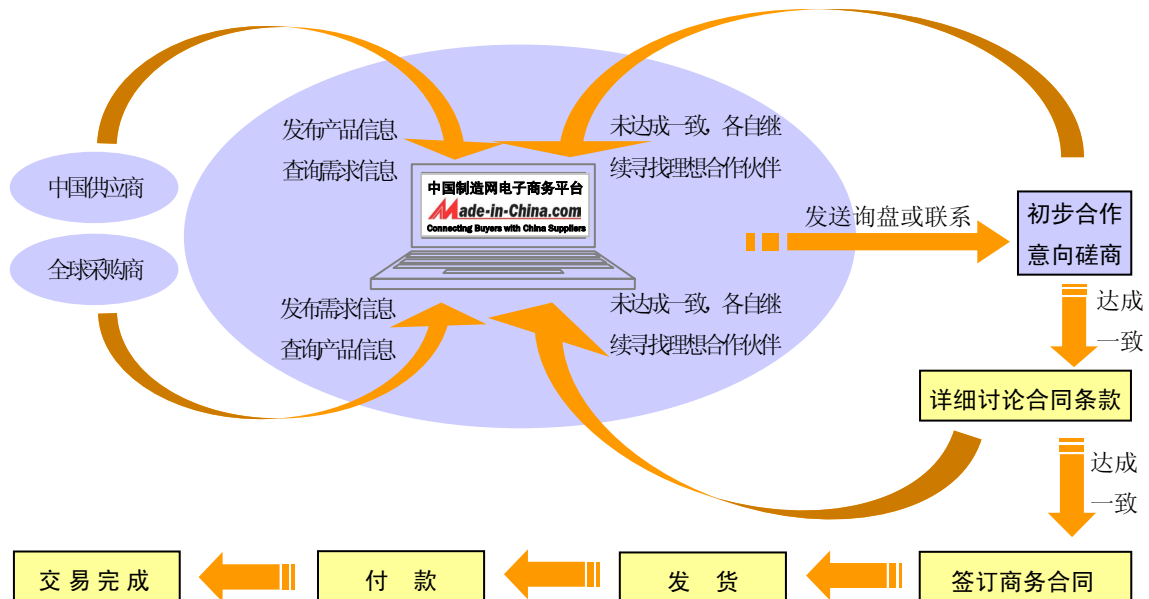


本公司在中国制造网中文版（包括简体版 <http://cn.made-in-china.com> 和繁体版 <http://big5.made-in-china.com>）向中国供应商及使用中文的全球采购商提供的服务与中国制造网英文版（<http://www.made-in-china.com>）相类似。

截至 2009 年 6 月 30 日，中国制造网中文版拥有注册会员 1,875,960 位，其中注册收费会员 670 位；中国供应商在中国制造网中文版已发布的有效产品信息及商情超过 570 万条；2009 年 1-6 月中国制造网中文版（<http://cn.made-in-china.com>）的访问者超过 6,800 万人次。

（三）中国供应商与全球采购商在中国制造网电子商务平台（Made-in-China.com）的交易模式

中国供应商与全球采购商在中国制造网电子商务平台（Made-in-China.com）的交易模式为“网上洽谈，网下交易”，即除交易信息的发布、搜索、初步沟通在中国制造网电子商务平台（Made-in-China.com）完成外（下图中蓝色对应部分），其余如签订合同、物流配送、资金支付等交易行为均在线下自行完成（下图中黄色对应部分）。



（四）发行人的盈利模式

出于经营策略与市场推广的考虑，报告期内本公司营业收入主要来自以中小企业为主的中国供应商在中国制造网英文版（<http://www.made-in-china.com>）获得注册收费会员服务、增值服务及认证供应商（Audited Suppliers）服务所支付的费用，2006 年、2007 年、2008 年、2009 年 1-6 月上述收入占公司营业收入的比例分别为 91.20%、97.75%、98.59%、99.31%。

由于报告期内中国中小企业对外出口贸易额迅速增长，对第三方 B2B 电子商务平台服务的需求迅速扩大，本公司亦相应提高了技术服务水平及销售力度，2006 年度、2007 年度、2008 年度、2009 年 1-6 月营业收入分别为 4,362.64 万元、12,592.29 万

元、17,166.35 万元、9,890.71 万元；净利润分别为 1,085.28 万元、6,416.78 万元、7,524.84 万元、3,406.04 万元；ARPU 值（平均每一注册收费会员收入贡献）分别为 8,372 元、14,778 元、18,243 元、10,738 元（半年值），均呈同比快速、稳定上升趋势。

（五）发行人提供的主要服务具体情况介绍

中国制造网电子商务平台（Made-in-China.com）为用户提供注册免费会员服务、注册收费会员服务、增值服务及认证供应商（Audited Suppliers）服务。注册免费会员服务为中国制造网电子商务平台（Made-in-China.com）创造网络规模效应；注册收费会员服务为公司创造收入和利润；增值服务及认证供应商（Audited Suppliers）服务给注册收费会员更多网络推广选择，并增强其对中国制造网电子商务平台（Made-in-China.com）的信心。本小节主要介绍中国制造网英文版（<http://www.made-in-china.com>）提供的主要服务具体情况。

1、注册免费会员服务

用户在中国制造网英文版（<http://www.made-in-china.com>）填写注册信息，在同意《用户协议》的情况下，经审核通过均可成为注册免费会员。对全球采购商而言，成为注册免费会员可以更便捷地管理自己的商业信息；对中国供应商而言，注册免费会员可以发布不超过十条的信息、查看联系信息、设置免费会员网上展示厅等。详细服务情况，参见中国制造网英文版（<http://www.made-in-china.com>）注册会员相关服务一览表。

注册免费会员虽未直接为本公司带来营业收入，但注册免费会员是信息提供者，广大注册免费会员的积极参与并提供内容可以形成网络效应，提升中国制造网电子商务平台（Made-in-China.com）的内在价值；同时，注册免费会员基数较大，当其在网络推广方面的需求增加时，会迅速转化为注册收费会员，直接为公司实现收入和利润。

2006 年 12 月 31 日、2007 年 12 月 31 日、2008 年 12 月 31 日、2009 年 6 月 30 日中国制造网英文版（<http://www.made-in-china.com>）的注册免费会员数量分别为 655,810 位、1,011,695 位、1,420,897 位、1,732,492 位，分别较上年同期增长 68.03%、54.27%、40.45%、47.79%。发行人预计随着中国中小企业数量、经济实力、海外推广需求的进一步扩大及发行人市场开拓力度的加大，注册免费会员数量仍将呈稳定上升态势。

2、注册收费会员服务

中国制造网英文版（<http://www.made-in-china.com>）的用户缴纳一定的年费并经审核通过后，均可成为注册收费会员。截至本招股说明书签署日，金牌注册收费会员（简称“金牌会员”）服务每年的费用为 21,600 元，银牌注册收费会员（简称“银牌会员”）服务每年的费用为 10,800 元，铜牌注册收费会员（简称“铜牌会员”）服务每年的费用为 4,800 元。综合考虑公司运作成本、市场推广费用、客户支付能力和支付意愿等因素，自 2006 年 6 月 1 日起发行人已停止出售铜牌会员服务，自 2008 年 1 月 1 日起已停止出售银牌会员服务。

2006 年 12 月 31 日、2007 年 12 月 31 日、2008 年 12 月 31 日、2009 年 6 月 30 日公司约当金牌会员数（英文版）分别为 2,697 位、6,149 位、8,413 位、8,541 位，分别较上年同期增长 199.00%、127.99%、36.82%、15.17%。注册收费会员可享有相应服务主要如下：

（1）可管理更多数量的商业信息

相比注册免费会员，注册收费会员可以发布数量更多的产品信息、商情，设置更具优势的主打产品，可以联系更多数量的全球采购商。因此注册收费会员可以更全面地展示企业自身的综合实力，有更高的几率得到全球采购商的关注，获得的商业机会也更多。

（2）功能更强大的在线办公与网上展示厅系统

注册收费会员的在线办公系统（Virtual Office）集成了询盘管理、通讯录、黑名单控制、会员资料管理等多种功能，比注册免费会员拥有更多的应用功能，从而使注册收费会员的商务活动更灵活、更高效。

注册收费会员的网上展示厅具有信息齐全、管理便捷、功能强大等特点，包含一个小型企业网站所应具有的大部分功能，如发布公司新闻、产品分类管理、在线联系表单等，还有产品排序、资质展示等针对性的专业服务，可以为注册收费会员节省虚拟主机租用开支。

（3）专业客服支持

注册收费会员可以享受客服专员、客服中心提供的各类支持服务，包括：优质信息发布指导、新功能介绍、商机推荐、国际贸易指导与培训、行业资讯交流、推广分

析与总结等。注册收费会员发布的公司资料、产品信息将优先得到专业审核人员的快速审核服务，保证商业活动的及时高效。

中国制造网英文版（<http://www.made-in-china.com>）注册会员相关服务一览表

服 务 内 容		注册收费会员			注册免费会员
		金牌会员	银牌会员	铜牌会员	
尊贵标识					无
可发布产品总数（条）		100	50	30	10
可发布商情总数（条/天）		30	20	10	10
可发联系信（封/天）		50	30	20	10
快速审核		1 个工作日	1-3 个工作日	1-3 个工作日	无
主打产品（个）		7	4	2	无
邮件下载功能		提供	提供	提供	无
附属（分组）联系人		20	10	6	无
发送附件功能		提供	提供	提供	无
通讯录/黑名单		提供	提供	提供	无
客户服务		客服专员	客服中心	客服中心	无
展 示 厅	不同类型展示风格(种)	79	59	39	1
	展示厅展台（个）	4	3	无	无
	产品列表	图片+文字	图片+文字	图片+文字	文字
	产品顺序即时调整	提供	提供	提供	无
	荣誉证书即时发布	提供	提供	无	无
	公司场景图片即时发布	提供	提供	提供	无
	公告栏/新闻即时发布	提供	提供	提供	无
	自定义栏目	7	5	4	无

3、增值服务

为更好地让优秀中国供应商的产品从纷繁的同类产品中脱颖而出，在向中国供应商提供注册收费会员服务的基础上，中国制造网英文版（<http://www.made-in-china.com>）还提供以下增值服务：

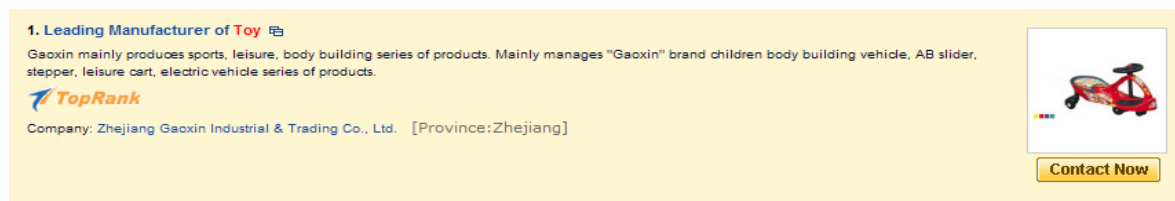
（1）名列前茅（TopRank）服务

中国制造网英文版（<http://www.made-in-china.com>）提供搜索结果优先排名服务-名列前茅（TopRank）服务，有关键词优先排名和产品目录优先排名两类：

①关键词优先排名，注册收费会员根据产品宣传需要，选定相关的关键词，当全球采购商使用这些关键词进行产品搜索时，注册收费会员所要宣传的内容（公司、产

品信息）将出现在搜索结果前 10 位（前 10 位顺序随机排列，第 1 位被买断除外），并带有标识 。

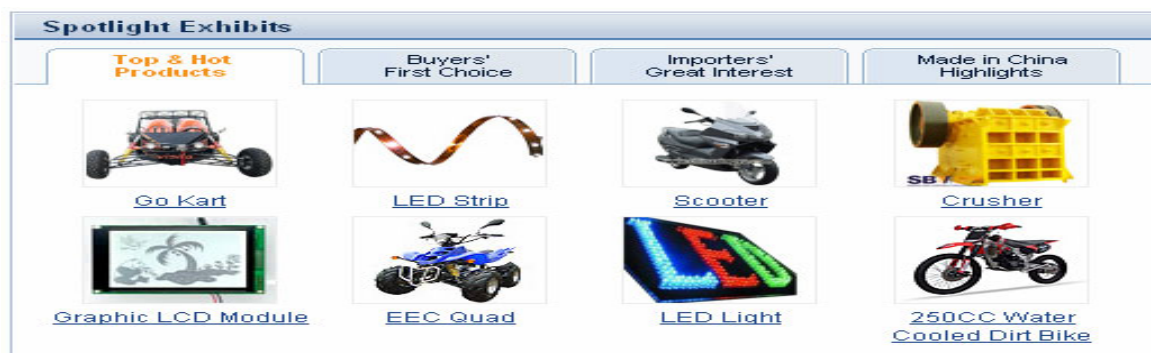
②目录优先排名，中国制造网英文版（<http://www.made-in-china.com>）的产品目录分为 24 个主目录、1000 多个二级、三级子目录。注册收费会员购买目录排名后，可以始终位于对应的产品子目录前 10 位（前 10 位顺序随机排列，第 1 位被买断除外），并带有标识 。



截至本招股说明书签署日，名列前茅（TopRank）服务平均价格为 16,000 元/年。

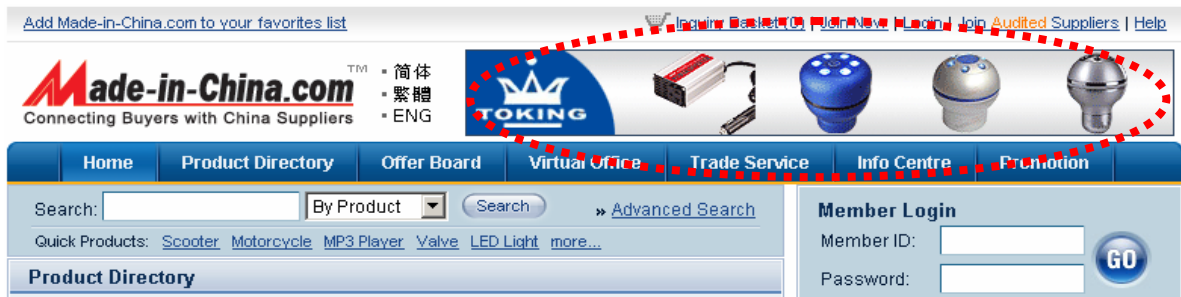
（2）产品展台（Spotlight Exhibits）服务

中国制造网英文版（<http://www.made-in-china.com>）在首页和各类产品主目录首页的突出位置均设有产品展台，以静态图片和文字方式为企业提供宣传。截至本招股说明书签署日，首页产品展台（Spotlight Exhibits）服务的最高价格为 30,000 元/月。



（3）横幅推广（BannerPro）服务

横幅位于浏览器页面的右上角，以图文并茂的方式把中国供应商的产品信息和品牌形象传递给全球采购商，同时链接到相关网页上，以达到推广产品的效果。横幅推广（BannerPro）服务又分首页、产品目录、关键词、频道、随机播放等多种方式，截至本招股说明书签署日，首页横幅推广（BannerPro）服务的价格为 16,000 元/天。



4、认证供应商（Audited Suppliers）服务

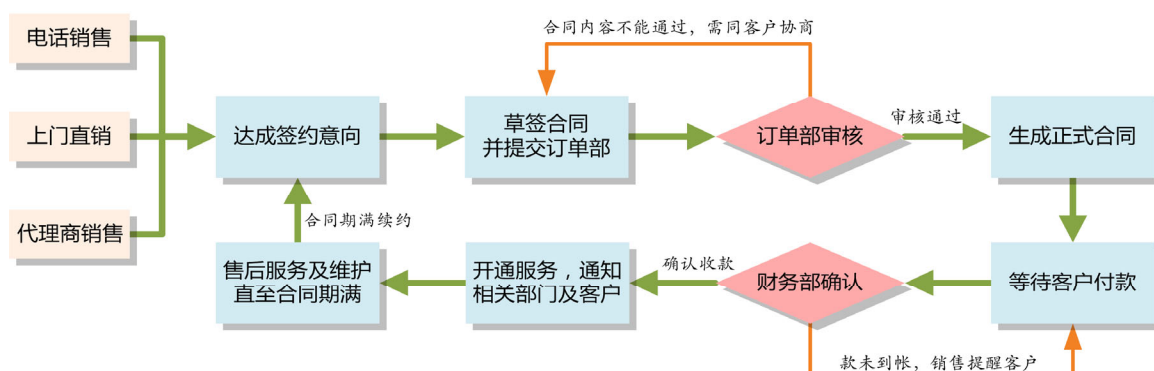
为有效降低第三方 B2B 电子商务交易信用风险，展示优秀中国供应商的实力，确保其在竞争中获得更多商机，同时也为了提高全球采购商寻找中国供应商的效率，节省考察中国供应商的时间与费用，发行人与瑞士通用公证行（SGS）之控股子公司通标公司合作推出对注册收费会员的认证服务——认证供应商（Audited Suppliers）服务。

通标公司作为独立第三方对中国供应商进行实地审核认证，审核内容主要包括企业真实性、生产能力、产品研发能力、品质管理体系、发展计划、主要证书、实际生产场景等。审核通过后由通标公司出具有唯一序列号的“认证报告”（Audit Report），报告上传至购买该项服务的注册收费会员在中国制造网英文版（<http://www.made-in-china.com>）的网上展示厅，可供全球采购商付费下载查看。同时该注册收费会员的网上展示厅内将出现标识  AUDITED SUPPLIER，全球采购商用关键词或目录方式搜索到认证供应商（Audited Suppliers）的相应产品时也会带有此标志。

截至本招股说明书签署日，认证供应商（Audited Suppliers）服务的价格为每年 9,500 元。该服务自 2007 年 1 月 9 日推出以来，获得中国供应商和全球采购商的广泛欢迎，2007 年度本公司出售认证供应商（Audited Suppliers）服务实现营业收入为 729.24 万元、2008 年为 1,100.86 万元、2009 年 1-6 月为 826.53 万元。



（六）主要业务流程图



如上述主要业务流程图所示，根据报告期内一贯的销售政策，本公司与客户签订服务合同后，需待确认收到客户合同全款后再提供相关服务，以确保无应收款项风险。

（七）本公司的销售模式

1、本公司的销售客户来源

（1）注册免费会员：对中国制造网电子商务平台（Made-in-China.com）有一定认知程度并获得了一定收益，希望增强网络推广效果，获得更大收益而升级为注册收费会员；

（2）未注册免费会员的用户：通过中国制造网电子商务平台（Made-in-China.com）的网络推广效应，访问后进而成为注册收费会员；

（3）未使用过中国制造网电子商务平台（Made-in-China.com）的中小企业：通过中国制造网电子商务平台（Made-in-China.com）的市场活动、其他注册会员的宣传等因素，直接成为注册收费会员。

本公司销售人员会适时对中国制造网电子商务平台（Made-in-China.com）的注册免费会员及其他潜在客户进行电话或登门拜访，了解其对第三方 B2B 电子商务平台的使用情况，并根据其具体情况提出改进建议或销售服务计划。报告期内注册收费会员中有 70% 左右系经注册免费会员升级而来，另有 30% 左右在付费前未注册使用过中国制造网电子商务平台（Made-in-China.com），系经与销售人员洽商后直接购买服务。

在服务期内本公司销售人员将协同客服专员就电子商务平台的推广策略、使用技巧等与注册收费会员保持密切交流，确保其使用效果，从而与客户保持良好的长期合作关系。报告期内注册收费会员的续约率保持在同行业领先水平，较高的续约率一方面可以确保随着经营周期的延长，公司注册收费会员数量稳步上升；另一方面可以有

效降低公司的销售费用支出，确保公司的销售资源投入到更多新客户承揽工作中。

2、本公司的具体销售模式

本公司目前通过电话销售、上门直销、代理商销售三种方式销售本公司的服务，分别由销售部下辖的二级部门电话直销部、业务拓展中心、渠道发展部具体执行。截至 2009 年 6 月 30 日，本公司在南京本部的电话销售部拥有 107 人的销售人员；负责上门直销的业务拓展中心下辖苏州、无锡、张家港、上海、东莞、佛山、深圳、广州、中山、江门、泉州、宁波、金华、温州、台州、杭州、四川 17 家分公司和青岛 1 家办事处，业务拓展中心人员 447 人；渠道发展部负责管理 7 家代理商。



注：上图（未包括西沙、南沙诸岛）所标城市位置与实际地图可能略有差异，请以实际地图为准。

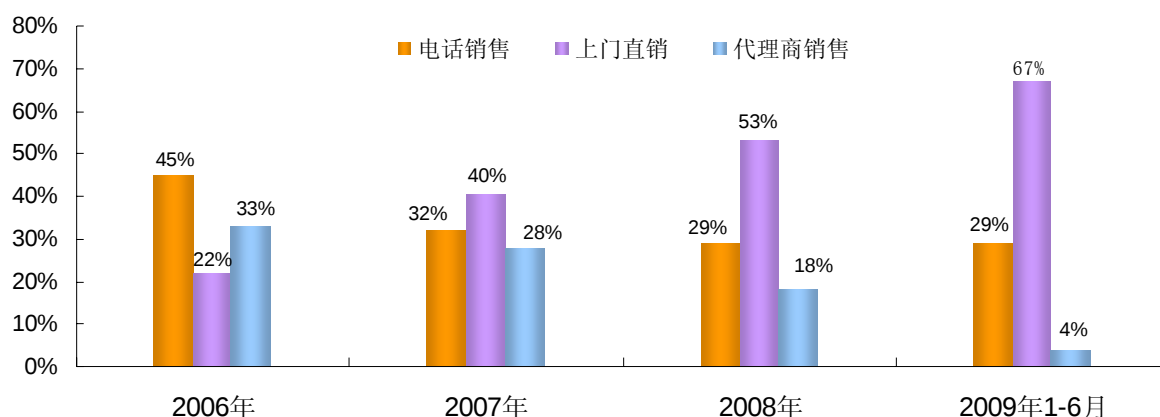
本公司电话销售人员平均一年拨出近 500,000 通电话与现有及潜在客户洽商，上门直销业务人员平均一年内与超过 250,000 家现有及潜在客户直接沟通。代理商销售是互联网信息服务业经常采用的销售手段，如谷歌等知名互联网信息企业也采用代理商销售制度。根据本公司主要竞争对手公布的招股说明书，其亦在上海、重庆及五个省份聘用分销商，以促进服务的销售。

本公司鼓励销售人员根据具体客户的实际需要为其规划恰当的包括注册收费会

员服务、增值服务、认证供应商（Audited Suppliers）服务在内的多项服务类别，以实现客户利益的最大化。同时本公司根据实际销售情况、市场竞争情况，适时不定期推出各类促销活动，例如给予特定客户适当金额的销售折扣，这些促销活动有效地稳定了公司客户、扩大了销售收入。

3、本公司未来销售策略

本公司在业务发展初期主要依靠电话销售及代理商销售，随着业务规模的扩大自2005年起设立业务拓展中心开展上门直销业务，并迅速取得了良好的销售业绩。本公司相信通过业务拓展中心销售人员与客户的面对面直接接触，可以有效地加快销售速度、提高单笔合同成交金额。2006年、2007年、2008年、2009年1-6月本公司取得的注册收费会员服务、增值服务、认证供应商服务收入中，来自电话销售的分别占45%、32%、29%、29%，上门直销分别占22%、40%、53%、67%，代理商分别占33%、28%、18%、4%。



从上图可以看出，报告期内上门直销所贡献的营业收入份额持续增长，从2006年的22%上升至2009年1-6月的67%，而电话销售及代理商销售所贡献的营业收入份额则持续下降。未来本公司将继续加大上门直销业务的力度，在中小企业数量众多、对外出口贸易活跃的环渤海、长江三角洲、珠江三角洲等地区合理规划布局，进一步扩大业务拓展中心人员规模；考虑到电话销售所特有的销售费用较低、销售方式灵活等特点，对经济相对不发达、但存在第三方B2B电子商务平台服务需求的地区继续采用电话销售覆盖；考虑代理商销售存在客户边际收入贡献较低、激励机制难以有效传递等特点，仅对经济相对不发达地区或难以开展上门直销地区的代理商采取合理措施扶持，进一步扩大销售规模、提高市场占有率。

本公司深知销售人员综合素质的高低直接影响本公司销售业绩，因此未来将继续采取入门集训、年度轮训、专项培训等制度化的培训方式与鼓励销售人员自学方式相结合，不断提高销售队伍在互联网信息、国际商务、英语、法律等方面的业务能力，以进一步实现对客户的最佳服务。

（八）主要产品和服务的生产能力

就注册会员服务而言，服务器、带宽、网络设备等是公司对外提供服务的主要硬件基础，报告期内本公司根据注册会员数量和访问量的增加，适时增加服务器、带宽及网络设备的投入，确保公司运营的第三方 B2B 电子商务平台稳定运行以及服务的正常提供。尽管中国制造网电子商务平台（Made-in-China.com）的注册会员数量从 2006 年 12 月 31 日的 1,251,197 位增加至 2009 年 6 月 30 日的 3,616,993 位，公司注册会员服务的提供能力仍完全满足市场的需求。

就增值服务而言，除部分热门行业外，名列前茅（TopRank）服务有充分的目录和关键词资源可供注册收费会员选择；公司已采取了多项解决方案，如动态分层展示等技术手段、“先到先得”等队列预订机制等，以满足日益增长的产品展台（Spotlight Exhibits）服务需求；公司将加大面向知名品牌企业的销售，积极利用中国制造网电子商务平台（Made-in-China.com）上的横幅推广（BannerPro）资源，帮助知名品牌企业进一步提升品牌形象，增加销售规模。

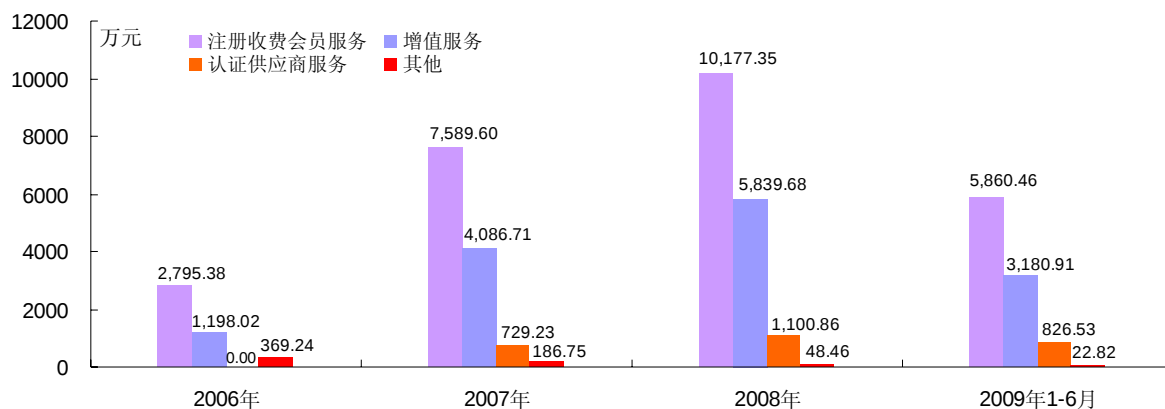
就认证供应商（Audited Suppliers）服务而言，自 2007 年 1 月 9 日正式推出以来，受到注册收费会员的广泛欢迎。由于订单数量增长迅速，本公司已与瑞士通用公证行（SGS）之控股子公司通标公司协商确定进一步增加认证人员，扩大服务提供能力，以满足市场需求。

（九）主要业务构成

1、报告期营业收入构成按业务类别划分如下：

单位：万元

项 目	2009 年 6 月 30 日		2008 年度		2007 年度		2006 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
注册收费会员服务	5,860.46	59.25%	10,177.35	59.29%	7,589.60	60.28%	2,795.38	64.08%
增值服务	3,180.91	32.16%	5,839.68	34.02%	4,086.71	32.45%	1,198.02	27.46%
认证供应商服务	826.53	8.36%	1,100.86	6.41%	729.23	5.79%	0.00	0.00%
其他	22.82	0.23%	48.46	0.28%	186.75	1.48%	369.24	8.46%
合 计	9,890.71	100%	17,166.35	100%	12,592.29	100%	4,362.64	100%



2、报告期注册收费会员服务、增值服务、认证供应商服务收入构成按地域划分如下:

单位: 万元

2009 年 1-6 月			2008 年度			2007 年度			2006 年度		
地区	金额	比例	地区	金额	比例	地区	金额	比例	地区	金额	比例
广东	3,229.76	32.73%	广东	5,957.02	34.80%	浙江	4,678.13	37.71%	浙江	1,906.85	47.75%
浙江	3,103.45	31.45%	浙江	4,731.38	27.64%	广东	3,678.24	29.65%	广东	947.23	23.72%
江苏	1,546.30	15.67%	江苏	2,208.21	12.90%	江苏	1,267.85	10.22%	江苏	291.52	7.30%
山东	563.46	5.71%	上海	1,063.02	6.21%	上海	745.57	6.01%	上海	211.65	5.30%
上海	436.16	4.42%	山东	1,020.23	5.96%	山东	648.81	5.23%	福建	198.47	4.97%
其他	988.76	10.02%	其他	2,138.03	12.49%	其他	1,386.94	11.18%	其他	437.68	10.96%

(十) 主要客户及供应商情况

1、公司五大供应商情况

单位: 万元

时间	金额	占采购金额比例 (%)
2009 年 1-6 月	599.01	40.14
2008 年	423.77	27.37
2007 年	210.06	30.95
2006 年	93.71	48.24

五大供应商不存在单个供应商的采购比例超过 50%的情况,前五大供应商主要为公司提供广告宣传服务、宽带网络服务等。本公司五大供应商中无本公司关联方。本公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员,主要关联方或持有发行人 5%以上股份的股东未在五大供应商中占有任何权益。

2、公司五大销售客户情况

单位：万元

时间	金额	占营业收入比例（%）
2009 年 1-6 月	180.57	1.83
2008 年	245.31	1.43
2007 年	156.36	1.24
2006 年	118.07	2.71

五大销售客户不存在单个客户的销售比例超过 50%的情况。本公司五大客户中无本公司关联方。本公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员，主要关联方或持有发行人 5%以上股份的股东未在五大客户中占有任何权益。

（十一）符合国家关于安全生产和环境保护的要求

根据南京市环境保护局 2009 年 1 月 19 日出具的证明，最近三年公司未因违反环境保护方面的法律、法规而受到行政处罚。南京市环境保护局对公司拟投资项目出具了同意实施的意见。

五、公司对注册会员信息发布的具體管理流程及不实信息可能会给公司带来的法律责任分析

（一）公司对注册会员信息发布的具體管理流程

本公司运营的中国制造网电子商务平台（Made-in-China.com）拥有完善的信息发布管理流程，对《互联网信息服务管理办法》、《计算机信息网络国际联网安全保护管理办法》等法律法规禁止的违规信息可以准确甄别、及时删除，公司自设立以来不存在因为注册会员发布违规信息而受到行业监管部门处罚的情形。

用户在中国制造网电子商务平台（Made-in-China.com）填写注册信息，在同意《用户协议》的情况下，经审核通过成为注册会员后，即可提交信息。

1、信息发布管理系统初审

注册会员提交或更新的信息首先送信息发布管理系统进行初审，该管理系统一方面依据《互联网信息服务管理办法》、《计算机信息网络国际联网安全保护管理办法》等法律法规对禁止性词汇自动提示标记；另一方面对短时间内（如当天及 1 周以内）重复注册、发布大量信息的 IP 地址进行记录，以防止恶意信息发布行为。

2、人工复核

经信息发布管理系统初审并标记后的信息进入人工复审流程。本公司网站运营部拥有过百人的专职信息审核人员，所有人员均经过全面岗前培训。审核人员对所有拟发布信息实施审核的同时对经信息发布管理系统标记过的信息实施重点审核，确保不存在《互联网信息服务管理办法》、《计算机信息网络国际联网安全保护管理办法》等法律法规禁止的违规信息。

鉴于网上发布的信息具有多样性、复杂性等特点，为加强本公司信息审核人员对违规信息的甄别能力、提高业务水平，本公司一方面定期组织审核人员参加上级主管部门开办的信息安全相关培训，积极了解当前重点、热点问题；另一方面以多种方式（电子邮件、现场会议、电话会议等）开展培训，加强审核人员的信息安全意识，拓宽其相关知识面；对于具有代表性的个案问题，采用例会形式讨论，传达到每一位审核人员。

3、信息安全小组抽检

公司设有信息安全小组，由公司相关管理人员和资深业务人员组成，负责对人工复核后的拟发布信息进行抽检。信息安全管理小组同时负责对非法、不实、失真、不健康等信息的举报，如发现有害信息，立即向当地公安机关举报。

4、正式发布

经信息发布管理系统初审、人工复核、信息安全小组抽检等三级审核通过后的信息进入正式发布流程。

5、持续监控

注册收费会员信息发布后，本公司通过客服人员对其售后维护，以电话、邮件、现场回访等工作方式进行持续监控。

6、积极应对可能的纠纷或侵权投诉

本公司网站运营部设有专门人员应对可能存在的纠纷或侵权投诉，并专门制定了详尽的客户投诉处理规范，如在投诉方提供相关有效证明的情况下，立即停止发布涉嫌侵权的图片或文字，并在第一时间将投诉内容转发给被投诉方，积极进行调解。

尽管本公司采取了以上措施提高注册会员在中国制造网电子商务平台（Made-in-China.com）发布信息的真实性，但并不保证信息的真实性。在注册会员提交注册资料时必须同意《用户协议》，该《用户协议》规定：

“所有的用户对其发布信息的准确性、完整性、即时性、合法性都独立承担所有责任，中国制造网会尽可能检查用户提交的信息，但并不能完全保证信息的准确性和合法性，同时也不承担由此引致的任何法律责任……中国制造网对用户在中国制造网上公布的信息中查找到的内容不负责任，对信息的即时性、安全性和正确性也不作保证。对通过中国制造网获取的任何信息，用户需自己甄别，判断其真伪；对因下载或引用中国制造网的数据、信息而造成的用户计算机系统损坏或数据丢失，中国制造网不负责任。”

《用户协议》的这一约定是本公司和用户之间真实的意思表示，不违反法律的强制性规定，不违反国家、集体和第三人利益，因而合法有效。

（三）相关法规规定在满足特定条件下公司无需对著作权侵权信息承担法律责任

目前国家关于网站对互联网信息真实性审核尚无具体、明确的法律法规进行规定，《信息网络传播权保护条例》（2006年7月1日起实施）及《互联网著作权行政保护办法》（2005年5月30日起实施）中有关规范互联网信息中著作权侵权责任的认定具有较强的指导借鉴意义。

根据国家版权局、信息产业部联合发布的《互联网著作权行政保护办法》（2005年5月30日起实施）之相关规定：

“第十二条 没有证据表明互联网信息服务提供者明知侵权事实存在的，或者互联网信息服务提供者接到著作权人通知后，采取措施移除相关内容的，不承担行政法律责任。”

根据国务院发布的《信息网络传播权保护条例》（2006年7月1日起实施）之相关规定：

“第二十条 网络服务提供者根据服务对象的指令提供网络自动接入服务，或者对服务对象提供的作品、表演、录音录像制品提供自动传输服务，并具备下列条件的，不承担赔偿责任：

（1）未选择并且未改变所传输的作品、表演、录音录像制品；

（2）向指定的服务对象提供该作品、表演、录音录像制品，并防止指定的服务对象以外的其他人获得。”

“第二十二条 网络服务提供者服务对象提供信息存储空间，供服务对象通过信息网络向公众提供作品、表演、录音录像制品，并具备下列条件的，不承担赔偿责任：

（1）明确标示该信息存储空间是为服务对象所提供，并公开网络服务提供者的名称、联系人、网络地址；

（2）未改变服务对象所提供的作品、表演、录音录像制品；

（3）不知道也没有合理的理由应当知道服务对象提供的作品、表演、录音录像制品侵权；

（4）未从服务对象提供作品、表演、录音录像制品中直接获得经济利益；

（5）在接到权利人的通知书后，根据本条例规定删除权利人认为侵权的作品、表演、录音录像制品。

第二十三条 网络服务提供者服务对象提供搜索或者链接服务，在接到权利人的通知书后，根据本条例规定断开与侵权的作品、表演、录音录像制品的链接的，不承担赔偿责任。但是，明知或者应知所链接的作品、表演、录音录像制品侵权的，应当承担共同侵权责任。”

发行人注意到，上海市第一中级人民法院在2006年审理丹麦AKTIESELSKABETAF 21.NOVEMBER2001公司诉易趣网络信息服务（上海）有限公司商标侵权案、2004年审理江苏堂皇家纺有限公司诉易趣网络信息服务（上海）有限公司侵犯专利权案过程中，均体现了与上述法规相同的责任认定精神，对相关公司的诉讼要求不予支持。

为有效避免可能存在的法律责任风险，发行人在网站日常运营过程中严格参照上述法规的有关规定执行信息发布管理流程。尽管如此，本公司仍不能确保避免因疏忽等因素而导致注册会员在本公司运营的第三方B2B电子商务平台发布虚假或侵犯第三方权益的信息从而给本公司可能带来的法律责任。

经保荐人核查，报告期内，公司不存在因注册会员发布不实信息而受到起诉从而遭受经济损失的情形，亦未因注册会员发布不实信息而承担过任何法律责任。

发行人律师认为，注册会员在中国制造网电子商务平台上发布的不实信息引起人身伤亡、财产损失和其他损害的，发行人可能面对受侵害一方的索赔或诉讼；发行人存在故意或者过失的，发行人需对此承担法律责任；但发行人在信息发布管理流程中已采取了前述预防措施，以尽量避免或减少发生过错的可能性。

六、同行业公司与发行人在经营模式、业务规模等方面的比较及细分市场差异、未来发展方向及增长空间分析

在以下同行业公司与发行人的相关比较中，同行业公司选取在香港联交所公开上市的阿里巴巴及在深圳证券交易所公开上市的浙江网盛生意宝股份有限公司（简称“生意宝”，原浙江网盛科技股份有限公司）。

（一）同行业公司与发行人在经营模式方面的比较

同行业公司与发行人在经营模式方面的比较表¹

项目	阿里巴巴	焦点科技	生意宝
平台种类	综合型电子商务平台 ²	综合型第三方 B2B 电子商务平台	垂直型电子商务平台 ²
销售模式	直销、电话销售、分销商	电话销售、上门直销、代理商销售	走访、电话销售等 ³
盈利模式	会籍计划、增值服务、网上广告	注册收费会员服务、增值服务、认证供应商服务	网络基础服务、网络信息推广服务、广告发布服务、化工贸易服务、展会服务等 ⁴
收费会员数量	432,031 位（其中 Gold Supplier 金牌供应商会员 43,028 位、国际诚信通会员 16,136 位、中国诚信通会员 372,867 位）	9,410 位（其中金牌会员 8,336 位、银牌会员 1,074 位）	11,331 位（其中化工网会员 8,939 位、纺织网会员 2,392 位） ⁵
会员价格	Gold Supplier（金牌供应商）会员每年 50,000 元（Gold Supplier——出口通版（入门级产品）为每年 19,800 元）、国际诚信通会员每年 589 美元、中国诚信通会员每年 2,800 元	金牌会员 21,600 元/年，银牌会员 10,800 元/年，铜牌会员 4,800 元/年	-

注：1、表中数据来源于各公司招股文件、年报、公告，截至 2008 年 12 月 31 日。

2、依据 iResearch 发布的《2007 年中国中小企业 B2B 电子商务研究报告》。

3、依据网盛科技招股说明书。

4、依据生意宝 2008 年年报。

5、仅包括化工网和纺织网数据，根据网盛科技招股说明书公布的 2005 年年末数、网盛科技 2006 年年报公布的 2006 年增加数、生意宝 2007 年年报公布的 2007 年净增数、生意宝 2008 年年报公布的 2008 年新增加数总计计算。

(二) 同行业公司与发行人在业务规模方面的比较

同行业公司与发行人在业务规模方面的比较表¹

员工人数比较	截至 2008 年 12 月 31 日:焦点科技员工为 787 名,其中业务人员为 478 名;生意宝员工为 669 名,其中市场营销人员为 386 名;阿里巴巴员工为 7,992 名,其中销售人员超过 4,300 名(Gold Supplier 金牌供应商直销人员超过 3,000 名,中国诚信通电话销售专员超过 1,300 名)。	员工人数(单位:名) <table><tr><th>公司</th><th>员工人数(名)</th></tr><tr><td>焦点科技</td><td>787</td></tr><tr><td>生意宝</td><td>669</td></tr><tr><td>阿里巴巴</td><td>7,992</td></tr></table>	公司	员工人数(名)	焦点科技	787	生意宝	669	阿里巴巴	7,992				
公司	员工人数(名)													
焦点科技	787													
生意宝	669													
阿里巴巴	7,992													
资产规模比较	截至 2008 年 12 月 31 日:焦点科技资产总额为 28,131 万元,股东权益为 19,592 万元;生意宝资产总额为 43,193 万元,股东权益为 36,656 万元;阿里巴巴资产总额为 789,293 万元,股东权益为 496,841 万元。	(单位:万元) <table><tr><th>公司</th><th>资产总额</th><th>股东权益</th></tr><tr><td>焦点科技</td><td>28,131</td><td>19,592</td></tr><tr><td>生意宝</td><td>43,193</td><td>36,656</td></tr><tr><td>阿里巴巴</td><td>789,293</td><td>496,841</td></tr></table>	公司	资产总额	股东权益	焦点科技	28,131	19,592	生意宝	43,193	36,656	阿里巴巴	789,293	496,841
公司	资产总额	股东权益												
焦点科技	28,131	19,592												
生意宝	43,193	36,656												
阿里巴巴	789,293	496,841												
盈利能力比较	2008 年度:焦点科技营业收入为 17,166 万元,净利润为 7,525 万元;生意宝营业收入为 10,559 万元,净利润为 3,123 万元;阿里巴巴营业收入为 300,119 万元,净利润为 120,519 万元。	(单位:万元) <table><tr><th>公司</th><th>营业收入</th><th>净利润</th></tr><tr><td>焦点科技</td><td>17,166</td><td>7,525</td></tr><tr><td>生意宝</td><td>10,559</td><td>3,123</td></tr><tr><td>阿里巴巴</td><td>300,119</td><td>120,519</td></tr></table>	公司	营业收入	净利润	焦点科技	17,166	7,525	生意宝	10,559	3,123	阿里巴巴	300,119	120,519
公司	营业收入	净利润												
焦点科技	17,166	7,525												
生意宝	10,559	3,123												
阿里巴巴	300,119	120,519												
增长速度比较	2008 年度:焦点科技营业收入较上一年度增长 36.32%,净利润增长 17.27%;生意宝营业收入较上一年增长 34.95%,净利润增长-25.93%;阿里巴巴营业收入较上一年增长 38.77%,净利润增长 24.53%。	(单位:%) <table><tr><th>公司</th><th>营业收入增长速度</th><th>净利润增长速度</th></tr><tr><td>焦点科技</td><td>36.32</td><td>17.27</td></tr><tr><td>生意宝</td><td>34.95</td><td>-25.93</td></tr><tr><td>阿里巴巴</td><td>38.77</td><td>24.53</td></tr></table>	公司	营业收入增长速度	净利润增长速度	焦点科技	36.32	17.27	生意宝	34.95	-25.93	阿里巴巴	38.77	24.53
公司	营业收入增长速度	净利润增长速度												
焦点科技	36.32	17.27												
生意宝	34.95	-25.93												
阿里巴巴	38.77	24.53												
盈利效率比较	2008 年度:焦点科技全面摊薄净资产收益率为 38.41%,生意宝为 8.52%,阿里巴巴为 24.26%;焦点科技 ARPU 值为 1.82 万元,生意宝 ARPU 值为 0.93 万元 ² ,阿里巴巴 Gold Supplier 会员的 ARPU 值为 4.28 万元 ³ 。	(单位:收益率为%, ARPU值为万元) <table><tr><th>公司</th><th>全面摊薄净资产收益率</th><th>ARPU值</th></tr><tr><td>焦点科技</td><td>38.41</td><td>1.82</td></tr><tr><td>生意宝</td><td>8.52</td><td>0.93</td></tr><tr><td>阿里巴巴</td><td>24.26</td><td>4.28</td></tr></table>	公司	全面摊薄净资产收益率	ARPU值	焦点科技	38.41	1.82	生意宝	8.52	0.93	阿里巴巴	24.26	4.28
公司	全面摊薄净资产收益率	ARPU值												
焦点科技	38.41	1.82												
生意宝	8.52	0.93												
阿里巴巴	24.26	4.28												

注:1、表中数据来源于各公司年报,截至 2008 年 12 月 31 日;股东权益指归属于母公司所有者权益,净利润指归属于母公司所有者的净利润。

2、生意宝 ARPU 值,以 2008 年营业收入除以截至 2008 年 12 月 31 日化工网和纺织网会员数之和计算。

3、阿里巴巴 Gold Supplier 会员的 ARPU 值,以其 2008 年国际交易市场(www.alibaba.com)中 Gold Supplier 收入除以其截至 2008 年 12 月 31 日 Golden Supplier 会员数计算。

（三）同行业公司与发行人竞争策略的差异分析

焦点科技与阿里巴巴均属于综合型第三方 B2B 电子商务平台运营商，但是焦点科技在经营中采用了不同的竞争策略，并取得了较好的经营成果。

1、差异化价格竞争策略

（1）注册收费会员服务相对低价策略

2008 年度阿里巴巴国际交易市场（www.alibaba.com）中 Gold Supplier 会员的 ARPU 值为 4.28 万元，焦点科技的注册收费会员服务及增值服务尽管历经多次提价，2008 年度的 ARPU 值仅为 1.82 万元。发行人相信相对较低的服务价格可以带来以下几方面的优势：

①目前国内中小企业信息化水平普遍不高，电子商务应用比例尚低，首次尝试使用第三方 B2B 电子商务平台开展国际营销和产品推广的中小企业在国内占比较大的比重，相对较低的服务价格对其有较大的吸引力；②相对较低的服务价格对于中国制造网电子商务平台（Made-in-China.com）的服务而言，具有较高的性价比，有助于在会员中形成较好的声誉；③未来随着焦点科技品牌号召力逐步提高、提供服务进一步完善，服务价格提升空间较大，确保发行人未来经营业绩的稳步提升。

2008 年 11 月 3 日阿里巴巴推出服务价格为 1.98 万元/年的入门级产品 Gold Supplier——出口通版，提供基本的企业商铺服务，售价较以往 Gold Supplier（金牌供应商）的 5 万元/年出现大幅度下降（以上内容摘自阿里巴巴 2008 年 11 月 3 日于香港联合交易所有限公司公开披露之信息）。本公司根据市场竞争的实际情况，考虑中小企业出口目前面临的暂时性困难，亦及时采取了更为积极的销售政策，如适当提高销售折扣、赠送增值服务等足够灵活的促销手段，取得了较为良好的市场销售业绩。

秉承一贯的“循序渐进”、“稳中求胜”之竞争策略，从本公司注册收费会员的根本利益角度出发，本公司目前提供的注册收费会员服务、增值服务及认证供应商（Audited Suppliers）服务价格在未来均不会出现突然性大幅度下降之情形。本公司相信，尽管从短期来看，服务价格的突然性大幅度下降可能会较快增加注册收费会员数量，但是从长远出发，服务价格的突然性大幅度下降可能带来如下消极影响：一方面可能引起原有注册收费会员的不满情绪，降低其满意度进而降低续约率；另一方面在全球采购商数量未能相应同步增加的情况下，注册收费会员数量的突然上升将会降低

每位注册收费会员获得的有效询盘数量，降低中小企业的网络推广效果，进而从根本上损害注册收费会员的利益。

（2）认证供应商服务（Audited Suppliers）相对高价策略

如何提高网上诚信、降低交易风险是长期以来困扰中小企业开展电子商务的主要问题。阿里巴巴的解决方案之一是推出“诚信通”服务，旨在确认注册供应商的商业名称、营业地址是否属实，以及联络人员是否为该注册供应商的授权雇员或代表，中国诚信通的价格为 2,800 元/年。发行人的解决方案之一是与瑞士通用公证行（SGS）之控股子公司通标公司推出的“认证供应商（Audited Suppliers）”服务，注册收费会员在缴纳了相应费用后，由通标公司对其真实性、生产能力、贸易能力、产品研发能力、品质管理体系、产品认证体系、发展计划、主要证书、生产实景等实行现场审核并出具专业“认证报告（Audit Report）”，以更加全面、细致地反映注册收费会员的实际状况，价格为 9,500 元/年。该服务自 2007 年 1 月 9 日推出以来，获得中国供应商和全球采购商的广泛欢迎。

2、专注于不同细分市场策略

阿里巴巴网站的目标是建立全球最大最活跃的网上贸易市场，“让天下没有难做的生意”；焦点科技的经营理念和目标为“弘扬中国制造，服务中小企业，促进全球贸易”。现阶段焦点科技以互联网为依托，以信息技术为工具，专注于对外经济贸易领域，提高中小企业在国际市场上的竞争力，2008 年度来自中国制造网英文版（<http://www.made-in-china.com>）的收入占营业收入的 98.59%。采用专注于对外经济贸易领域的竞争策略更有针对性，可以集中优势力量提高自身的产品与服务质量，获得满意的经营业绩。

2008 年度阿里巴巴与焦点科技营业收入结构对比表

项目	阿里巴巴 				焦点科技 			
	国际交易市场		国内交易市场		中国制造网英文版		中国制造网中文版	
	金额或数量	比例	金额或数量	比例	金额或数量	比例	金额或数量	比例
收入（万元）	190,714	63.55%	109,406	36.45%	16,924	98.59%	194	1.13%
注册会员（位）	7,914,630	20.79%	30,160,750	79.21%	1,429,749	47.02%	1,611,080	52.98%
注册收费会员（位）	59,164	13.69%	372,867	86.31%	8,852	94.07%	558	5.93%

（四）发行人未来业务发展方向分析

本公司未来业务发展方向是以信息技术为核心，以互连网络为依托，继续做强做

大第三方 B2B 电子商务平台业务，为中国中小企业对外出口贸易提供最优质的服务。同时本公司将有计划地开展中小企业客户关系管理、人力资源管理、信息化建设等相关业务，帮助提高中小企业的信息技术水平和管理水平，为中小企业的信息化转型提供专业、实用的整体解决方案，以降低其运营成本、增强其市场竞争力。

中国供应商与全球采购商在中国制造网电子商务平台（Made-in-China.com）的交易模式为“网上洽谈，网下交易”，这一模式在电子商务发展的初级阶段有效解决了企业售前商业机会发现的难点，有利于克服目前国际贸易中存在的因语言、地域、文化、法律等方面差异而造成的障碍，是一项易于为中小企业接受的电子商务解决方案。在未来几年内，当中小企业建立了对电子商务服务的广泛认知和信任的时候，发行人计划逐步向企业的业务全流程渗透，具体而言发行人将采用如下拓展措施以实现经营目标：

（1）加快渠道建设速度，提高市场份额：截至 2009 年 6 月 30 日发行人在国内已建立 18 个分支机构，未来将扩展到更多的城市，以进一步加大市场营销力度，增加营业收入，提高市场份额；

（2）开发新的服务产品：2007 年发行人推出的认证供应商服务（Audited Suppliers）获得中国供应商和全球采购商的广泛欢迎。未来发行人计划持续推出为中小企业服务的多项相关产品；为全球采购商提供解决网上诚信等影响和制约电子商务发展的创新产品和服务；

（3）丰富增值服务内容：发行人将为注册收费会员提供丰富的网上服务和线下服务；发行人计划将逐步向中小企业开展国际贸易的纵深方向发展；通过募集资金的实施进一步增强中国制造网电子商务平台的服务能力，增加面向中小企业的电子商务服务，如行业的分析报告、商业智能工具等，从而吸引更多用户的加入；

（4）适时发展中国制造网中文版收费业务：2008 年度阿里巴巴国内交易市场（中文版）收费会员占总收费会员数量的 86.31%，贡献了年营业收入的 36.45%，而中国制造网中文版注册收费会员贡献的营业收入占年营业收入不足 1.5%。发行人计划在未来合适的时机丰富并完善中国制造网中文版服务，采取适当的策略促进中国制造网中文版注册收费会员服务的销售，以进一步提升公司自身的盈利能力；

（5）发展新的细分市场：近几年来电子商务市场发展迅速，焦点科技的注册收

费会员数及营业收入呈快速稳定增长的态势，但中国 B2B 电子商务的发展仍处于初级阶段，B2B 电子商务的发展远未形成定势。根据发行人在行业的地位以及发展的战略方向，发行人将时刻关注电子商务的发展，不断发掘中小企业需求，在目标客户、盈利模式、营销模式、B2B 产品与服务内容等方面不断创新，在细分市场上建立和形成自己的优势。

（五）发行人未来增长空间分析

根据国家发改委发布的《电子商务发展“十一五”规划》，到 2010 年全国网上采购与销售额占采购和销售总额的比重将分别超过 25%和 10%，中小企业电子商务应用普及水平大幅提高，经常性应用电子商务的中小企业将达到中小企业总数的 30%。根据 iResearch 发布的《2007 年中国中小企业 B2B 电子商务研究报告》，2006 年中小企业用于对外贸易的网络营销费用为 5 万元，预计 2012 年中小企业用于对外贸易的网络营销费用将上升至 9 万元；同时 2006 年付费使用电子商务平台进行对外出口贸易的中小企业数量为 3.5 万家，预计 2012 年该数量将上升至 15.7 万家。

本公司自 1996 年 1 月 9 日设立以来即致力于互联网技术的开发与应用研究，执着探求运用互联网技术改善中小企业经营环境、提高中小企业盈利能力、推动中小企业稳定成长的最佳途径。考虑本公司目前营业收入及净利润增长速度居同行业领先水平，本公司相信在国家宏观行业政策的大力支持下，凭借本公司多年经营积累的先发优势、技术优势、品牌优势、客户优势、人才优势等核心竞争力优势，市场占有率将得到逐步提高。

七、与公司业务有关的主要固定资产和无形资产

（一）主要固定资产

本公司目前拥有与业务经营有关的固定资产主要有房屋及建筑物、运输工具、办公设备、电子设备（包括系统服务器、交换机、电脑及其他电子设备等）。

截至 2009 年 6 月 30 日，公司固定资产情况如下：

单位：元

固定资产分类	原值	累计折旧	减值准备	账面净值	成新率
房屋及建筑物	35,313,283.93	3,413,124.60	0.00	31,900,159.33	90.33%
运输工具	3,141,043.30	1,038,193.73	0.00	2,102,849.57	66.95%

办公设备	524,635.52	317,188.78	0.00	207,446.74	39.54%
电子设备	7,339,913.63	2,932,424.73	0.00	4,407,488.90	60.05%
合 计	46,318,876.38	7,700,931.84	0.00	38,617,944.54	83.37%

(二) 房屋所有权及主要经营性房产取得和占有情况

1、公司拥有的房产及土地使用权

(1) 公司在南京市拥有取得产权证的 10 处房产：

位置	房产证号	建筑面积 (m ²)	土地使用证号	土地使用面积 (m ²)	土地使用权终止日期
玄武区中央路 32 号 13 层 D、E、F、G 座	宁房权证玄变字第 282102 号	485.8	宁玄国用 (2007) 第 11799 号	46.3	2043 年 1 月 31 日
玄武区中央路 32 号 负 2 层 B2、B3 车位	宁房权证玄变字第 282249 号	89.26	宁玄国用 (2007) 第 11800 号	8.6	2043 年 1 月 31 日
浦口区高新花苑 17 幢 2 单元 601	宁房权证浦转字第 02037338 号	164.19	宁浦国用 (2008) 第 07372p 号	24.4	2073 年 5 月 21 日
浦口区高新花苑 23 幢 1 单元 602	宁房权证浦转字第 02037337 号	164.19	宁浦国用 (2008) 第 07374p 号	24.6	2073 年 5 月 21 日
浦口区高新花苑 23 幢 2 单元 601	宁房权证浦转字第 02037258 号	164.19	宁浦国用 (2008) 第 07376p 号	24.6	2073 年 5 月 21 日
浦口区高新花苑 25 幢 1 单元 602	宁房权证浦转字第 02037336 号	164.19	宁浦国用 (2008) 第 07373p 号	24.4	2071 年 5 月 21 日
浦口区高新花苑 25 幢 2 单元 601	宁房权证浦转字第 02037339 号	164.19	宁浦国用 (2008) 第 07375p 号	24.4	2073 年 5 月 21 日
浦口区高新花苑 31 幢 1 单元 602	宁房权证浦转字第 02037335 号	165.91	宁浦国用 (2008) 第 07378p 号	24.7	2071 年 5 月 21 日
浦口区高新花苑 31 幢 3 单元 601	宁房权证浦转字第 02037333 号	165.91	宁浦国用 (2008) 第 07377p 号	24.7	2071 年 5 月 21 日
浦口区高新花苑 31 幢 3 单元 602	宁房权证浦转字第 02037334 号	163.48	宁浦国用 (2008) 第 07379p 号	24.3	2071 年 5 月 21 日

注：2009 年公司与南京鼎业投资置业集团有限公司签订商品房预售合同，购买位于南京市浦口区高新开发区创新路裕民家园的房产 5 处，建筑面积共 428.44m²；截至本招股说明书签署日，公司尚未取得该等房产的产权证。

(2) 公司在成都市拥有 5 处房产：

位置	房产证号	建筑面积 (m ²)
武侯区航空路 1 号 2 栋 13 楼 1 号	成房权证监证字第 1901433 号	295.03
武侯区航空路 1 号 2 栋 13 楼 2 号	成房权证监证字第 1901425 号	367.27
武侯区航空路 1 号 2 栋 13 楼 3 号	成房权证监证字第 1901422 号	307.67
武侯区航空路 1 号 2 栋 13 楼 4 号	成房权证监证字第 1901419 号	225.33
武侯区航空路 1 号 2 栋 13 楼 5 号	成房权证监证字第 1901417 号	610.45

注：此 5 处房产的土地使用证正在取得中。

(3) 公司在重庆拥有位于江北区观音桥步行街 9 号 9-8 房产 1 处，建筑面积为

370.07 m²，土地使用权面积为 39.35 m²。对于此处房产公司持有重庆市国土资源和房屋管理局颁发的编号为 103 房地证 2007 字 25579 号的《重庆市房地产权证》，房地籍号为 JB3-47-11，土地使用权终止日期为 2044 年 4 月 24 日。

(4) 公司拥有位于浦口区高新开发区的土地 1 宗，南京市人民政府于 2008 年 2 月 22 日颁发了国有土地使用证，编号为宁浦国用（2008）第 01442p 号，土地使用权面积 16,668.1 m²，使用权类型为出让，用途为工业用地，土地使用的终止日期为 2056 年 12 月 29 日。

2、公司租赁的房产

截至 2009 年 6 月 30 日，公司在南京、苏州、无锡等地租赁的办公用房产如下：

(1) 公司与南京高新技术经济开发总公司（以下简称“南京高新”）签订了编号为 200709040013 的房地产租赁合同，约定南京高新向公司出租南京高新技术产业开发区星火路软件大厦 A 座 8-12 层，其中：8-9 层租赁面积为 2,734.7m²，10-12 层租赁面积为 4,202.1m²。双方约定在租赁期内（3 年）南京高新对公司免收租金。南京市浦口区房产管理局于 2007 年 12 月 24 日出具《确认函》，确认该租赁合同合法有效。

(2) 公司与苏州市观璟房地产开发有限责任公司（以下简称“苏州观璟”）签订了写字楼租赁合同，约定苏州观璟向公司出租苏州市平江区干将东路 363 号丽景苑 01 幢 703 室，建筑面积为 107.78m²，每月租金 7,113 元。苏州市房产管理局于 2008 年 9 月 7 日对该处向公司出租的房产颁发了《房屋租赁证明》。

(3) 公司与无锡市保利置业有限公司（以下简称“无锡保利”）签订了续租合同，约定无锡保利向公司出租无锡市保利广场 8 号第 20 层 2003 室，建筑面积 144.44 m²，月租金 9,920.52 元。该租赁合同已于 2009 年 5 月 25 日在无锡市崇安区房产管理局备案。

(4) 公司与张家港华芳金陵国际酒店有限公司（以下简称“华芳金陵”）签订了办公用房租赁合同，约定华芳金陵向公司出租张家港市长安路东侧城北路西华芳金陵国际酒店第 5 层 501 室，使用面积 78m²，租金每年 90,000 元，管理费每年 6,084 元。张家港市房产交易产权登记中心于 2009 年 4 月 29 日对该处向公司出租的房产颁发了《房屋租赁证》。

(5) 公司与黄显权、赵小燕签订了房地产租赁合同, 约定黄显权、赵小燕向公司出租上海市徐汇区零陵路 899 号 21M 室, 建筑面积 217.78 m², 每月租金 31,795.88 元。上海市房地产登记处于 2009 年 6 月 18 日对该处向公司出租的房产颁发了租赁备案文件。

(6) 公司与青岛远洋酒店物业管理有限公司(以下简称“远洋酒店”)签订了房屋租赁合同, 约定远洋酒店向公司出租青岛市香港中路 61 号阳光大厦 22 层 E、F、G 单元, 建筑面积为 454.28m², 租赁期 1 年零 1 个月, 租金 371,314 元。青岛市房地产交易中心房屋租赁中心于 2009 年 6 月 29 日对该处向公司出租的房产颁发了《房屋租赁证》。

(7) 公司与肖志宏签订了房地产租赁合同, 约定肖志宏向公司出租东莞市体育路 2 号鸿禧中心 A 座 912 单元, 租赁面积为 198.07m², 月租金 8,318.94 元。东莞市房屋租赁管理所于 2009 年 3 月 25 日对该处向公司出租的房产颁发了《房屋租赁证》。

(8) 公司与佛山市锦标房地产代理有限公司(以下简称“锦标地产”)及佛山市百花物业管理有限公司(以下简称“百花物业”)签订了编号为 08025 的房地产租赁及服务合同, 约定锦标地产向公司出租其代理的佛山市禅城区祖庙路 33 号百花广场 43 楼 9 号、10 号两个单元, 百花物业提供配套的物业服务, 租赁面积为 200m²(包括公摊面积), 每月租金 5,800 元, 每月物业服务费 3,000 元。该租赁合同已于 2009 年 5 月 6 日在佛山市禅城区建设局备案。

(9) 公司与深圳市康锐民实业有限公司(以下简称“康锐民实业”)签订了房地产租赁合同, 约定康锐民实业向公司出租深圳市福田区深南大道南泰然九路西喜年中心 A 座 1503 室、1504 室、1505 室、1506 室、1507 室、1508 室(部分), 建筑面积为 355.40m², 月租金 43,813.70 元。该租赁合同已于 2008 年 8 月 20 日在深圳市福田区房屋租赁管理局备案。

(10) 公司与广东粤电置业投资有限公司(以下简称“粤电置业”)签订了《广州市房屋租赁合同》, 约定粤电置业向公司出租广州市天河区天河东路 2、4、6 号粤电广场北塔自然楼层 21 层(自编楼层 25 层)01、02、06、07 室, 建筑面积 475.6m², 每月租金 41,852.80 元。该租赁合同已于 2008 年 8 月 19 日在广州市国土资源和房屋管理局天河区分局备案。

(11) 公司与中山市成德置业有限公司(简称“中山成德”)签订了房屋租赁合同

同，约定中山成德向公司出租中山市石岐区安栏路 2 号 13A，建筑面积 117.48 m²，每月租金 5,839.32 元。该租赁合同已于 2008 年 8 月 20 日在中山市房屋租赁管理所备案。

(12) 公司与李浩水、潘东霞、李宇烽签订了房地产租赁合同，约定李浩水、潘东霞、李宇烽向公司出租江门市港口一路 13 号中远大厦远景阁 8 楼 B 室，建筑面积 100 m²，每月租金 3,011.22 元。江门市房产管理局于 2009 年 2 月 20 日对该处向公司出租的房产颁发了《房屋租赁备案登记证》。

(13) 公司与中国银行股份有限公司泉州分行（简称“中行泉州分行”）签订了房屋租赁合同，约定中行泉州分行向公司出租位于泉州市丰泽区丰泽街南侧中银大厦 13 层，面积 136.25m²，月租金 8,175 元。该租赁合同已于 2009 年 3 月 11 日在泉州市房地产管理局备案。

(14) 公司与李可为签订了房地产租赁合同，约定李可为向公司出租宁波市海曙区镇明路 36 号 8-1，建筑面积 165.02 m²，每天每平米租金 2.18 元。宁波市房产管理局于 2009 年 4 月 7 日对该处向公司出租的房产颁发了《房屋租赁登记证》；公司与夏国秀签订了房地产租赁合同，约定夏国秀向公司出租宁波市海曙区镇明路 36 号 8-2，建筑面积 122.85m²，每天每平米租金 2.18 元。宁波市房产管理局于 2009 年 4 月 2 日对该处向公司出租的房产颁发了《房屋租赁登记证》；公司与邵宝华签订了房地产租赁合同，约定邵宝华向公司出租宁波市海曙区镇明路 36 号 8-5，建筑面积 132m²，每天每平米租金 2.06 元。宁波市房产管理局于 2009 年 4 月 13 日对该处向公司出租的房产颁发了《房屋租赁登记证》。

(15) 公司与金华市新闻发展总公司签订房屋租赁合同，约定金华市新闻发展总公司向公司出租金华市时代置业汇金国际商务中心 A 座 20 层 07-08 间，建筑面积 295 m²，年租金 88,000 元。金华市房地产交易市场管理所于 2008 年 8 月 28 日对该处向公司出租的房产颁发了《房屋租赁备案证》。

(16) 公司与中通置业集团有限公司（以下简称“中通置业”）签订了房屋租赁合同，约定中通置业向公司出租温州市新城大道中通大厦 10D、10E 室，建筑面积 392.81 m²，年租金 386,525 元。温州市房产管理局城东房管所于 2008 年 12 月 18 日对该处向公司出租的房产颁发了《房屋租赁登记证》。

(17) 公司与台州耀达国际酒店有限公司（以下简称“台州耀达”）签订房屋租

赁合同,约定台州耀达向公司出租台州耀达商务大厦四层第 13 轴至 15 轴及 C 轴至 E 轴,建筑加公摊面积 312 m²,年租金 116,064 元。台州市房地产管理处于 2008 年 9 月 10 日对该处向公司出租的房产颁发了《房屋租赁许可证》。

(18) 公司与吴强签订了房地产租赁合同,约定吴强向公司出租杭州市下城区环城北路 63 号 1404、1405、1406 室,建筑面积 491.97m²,年租金 590,000 元。杭州市下城区房产管理所于 2008 年 10 月 7 日对该处向公司出租的房产颁发了《房屋租赁备案证》。

(三) 商标

1、注册商标

(1) 国内

注册商标	注册商标证号	类别	有效期
	3801900	35	2008 年 8 月 21 日-2018 年 8 月 20 日
	4305451	35	2008 年 4 月 7 日-2018 年 4 月 6 日
	4305452	35	2008 年 4 月 7 日-2018 年 4 月 6 日
	3907364	42	2006 年 8 月 14 日-2016 年 8 月 13 日
	3827100	35	2006 年 3 月 21 日-2016 年 3 月 20 日
	3827101	35	2006 年 3 月 21 日-2016 年 3 月 20 日
	3907363	9	2006 年 2 月 14 日-2016 年 2 月 13 日
吉奥	3055795	9	2004 年 1 月 28 日-2014 年 1 月 27 日
GEOKEY	3055796	9	2003 年 4 月 28 日-2013 年 4 月 27 日

(2) 国外

注册商标	注册国家	注册号	类别	注册日期
Made-in-China.com	美国	3438392	38	2008 年 5 月 27 日
 中国制造网	美国	3438274	35、38	2008 年 5 月 27 日
 中国制造网	加拿大	TMA711458	未列明	2008 年 4 月 9 日
Abiz	美国	3309866	35	2007 年 8 月 9 日
Made-in-China.com	美国	3263821	35	2007 年 7 月 10 日
ABIZ	欧盟	005159868	未列明	2007 年 4 月 27 日
ABIZ	新西兰	750186	35、38	2007 年 1 月 4 日
	美国	2962217	9、11	2005 年 6 月 14 日
	加拿大	TMA624497	未列明	2004 年 11 月 3 日
	新西兰	701311	11	2004 年 3 月 18 日

2、国内正在申请的商标

申请注册商标	申请号	类别	申请日期	申请进展
	7004901	35	2008年10月17日	已受理
	7004900	42	2008年10月17日	已受理
	7004903	35	2008年10月17日	已受理
	7004902	42	2008年10月17日	已受理
领 动	6814969	9	2008年7月1日	已受理
领 动	6814970	35	2008年7月1日	已受理
领 动	6814951	38	2008年7月1日	已受理
领 动	6814952	42	2008年7月1日	已受理
	6145635	35	2007年7月4日	已受理
	5584705	35	2006年9月4日	已受理
	5584704	38	2006年9月4日	已受理
	5582504	42	2006年9月4日	已受理
	5253450	38	2006年3月31日	已受理
ABIZ	5253452	9	2006年3月31日	已受理
ABIZ	5253458	35	2006年3月31日	已受理
ABIZ	5253455	38	2006年3月31日	已受理
ABIZ	5253454	42	2006年3月31日	已受理
Abiz.com	5253451	9	2006年3月31日	已受理
Abiz.com	5253457	35	2006年3月31日	已受理
Abiz.com	5253456	38	2006年3月31日	已受理
Abiz.com	5253453	42	2006年3月31日	已受理
Made-in-China.com	4774860	35	2005年7月13日	已受理
中国 制造 网	4774861	35	2005年7月13日	已受理

（四）著作权

1、软件著作权

软件名称	登记字号	发证日期	发证机关
焦点“爱聘才”招聘系统平台软件 V1.0	软著登字第 107518 号	2008年9月23日	国家版权局
焦点“领动”企业信息在线管理系统 V1.0	软著登字第 107517 号	2008年9月23日	国家版权局
北骥协作网络办公 2005 系统 V1.5	软著登字第 093925 号	2008年4月9日	国家版权局
吉奥考勤管理系统 V1.1	软著登字第 086253 号	2007年12月18日	国家版权局
吉奥指形机联机管理程序 V3.1	软著登字第 086251 号	2007年12月18日	国家版权局
免费传真之星软件 V3.0	软著登字第 086252 号	2007年12月18日	国家版权局

2、其他著作权

作品	登记字号	登记时间	登记单位
Audited Supplier 标识美术作品	10N-2007-F-7030	2007年7月23日	江苏省版权局
Made-in-China.com 美术作品（网站页面）	10N-2007-F-7008	2007年4月10日	江苏省版权局
中国制造网 Made-in-China.com 文字作品	10N-2007-A-7004	2007年2月9日	江苏省版权局

（五）软件产品

软件产品名称	证书编号	发证日期
焦点“爱聘才”招聘系统平台软件 V1.0	苏DGY-2008-0260	2008年10月29日
焦点“领动”企业信息在线管理系统 V1.0	苏DGY-2008-0261	2008年10月29日
中国制造网中国供应商电子商务服务软件V3.0	苏DGY-2006-1327（变更）	2006年12月28日
免费传真之星软件V3.0	苏DGY-2001-1136（变更）	2006年7月28日

（六）正在申请的专利

发明名称	申请号	申请日期
一种在不同系统间自动认证识别用户身份并登陆的方法	200810155035.7	2008年10月24日
一种数据压缩存储并检索的方法及系统	200910025815.4	2009年3月10日

（七）公司已注册拥有的主要域名

互联网名称与数字地址分配机构（ICANN）负责国际顶级域名如“.com”的管理，具体注册工作由经ICANN授权的域名注册机构办理。域名注册的原则是“先申请，先批准”，有效期由注册协议具体约定，有效期最长为10年。域名有效期满后，原拥有者在规定期限内续费后可继续拥有域名。截至本招股说明书签署日，公司已注册拥有的主要域名相关情况如下：

域名	注册机构	注册日期	到期日
made-in-china.com	ENOM, INC.	1998年2月28日	2013年2月28日
made-in-china.org	ENOM, INC.	1998年2月28日	2010年2月28日
made-in-china.info	ENOM, INC.	2001年9月14日	2010年9月14日
made-in-china.biz	ENOM, INC.	2001年11月7日	2009年11月6日
made-in-china.net	ENOM, INC.	2001年11月28日	2009年11月28日

八、公司拥有的特许经营权情况**（一）增值电信业务**

公司持有江苏省通信管理局 2007 年 11 月 15 日颁发的《中华人民共和国增值电信业务经营许可证》，编号为苏 ICP 证 000005（公司最早于 2001 年 1 月 17 日取得了江苏省邮电管理局核发的《电信与信息服务业务经营许可证》，编号为苏 ICP 证 000005），有效期至 2011 年 6 月 2 日，许可公司经营的增值电信业务种类为第二类增值电信业务中的信息服务业务（不含固定网电话声讯服务、移动网和固定网信息服务），服务项目为因特网信息服务（不含新闻、出版、教育、医疗保健、药品、医疗器械和电子公告服务等内容）。

（二）互联网药品信息资格证书

公司持有江苏省食品药品监督管理局于 2007 年 11 月 29 日颁发的《中华人民共和国互联网药品信息服务资格证书》(编号(苏)-经营性-2007-0006),有效期至 2012 年 11 月 28 日。

（三）电子公告服务资格

2008 年 4 月 22 日,江苏省通信管理局下发了《关于同意焦点科技股份有限公司开办电子公告服务的批复》(苏通[2008]102 号),同意公司在中国制造网电子商务平台(Made-in-China.com)上开办经营性电子公告服务项目。

（四）进出口经营资格

公司于 2007 年 10 月 15 日获得对外贸易经营者备案登记(公司最早于 2002 年 3 月 18 日取得《中华人民共和国进出口企业资格证书》),备案登记表编号 00176918,进出口企业代码 3201250002463,组织机构代码为 250002463。

九、发行人主要服务技术所处发展阶段

公司主要服务技术处于成熟阶段,已向用户提供使用。

十、公司研究与开发情况

本公司设有技术支持中心,截至 2009 年 6 月 30 日该中心拥有专业技术研发人员 131 人,专门从事公司网络软件相关项目的研究与开发。公司产品的研发以市场发展与客户需求为导向,以严格的质量控制为平衡杠杆,遵循需求分析、软件开发、质量监控、功能测试的研发模式,保证公司的技术产品符合市场需求。公司 2006 年度至 2009 年 1-6 月研究开发费用的发生额及占营业收入的比例如下:

单位:元

项 目	2009 年 1-6 月	2008 年度	2007 年度	2006 年度
研究开发费用	7,353,844.57	14,196,527.81	10,028,736.61	5,632,643.21
占营业收入比例	7.44%	8.27%	7.96%	12.91%

十一、正在进行的项目研发情况

除不断提高、完善现有产品的各项技术、功能外,针对市场需求,目前公司正在研发的项目如下:

（一）IM（即时通讯系统）项目

IM（即时通讯系统）项目，为中国制造网电子商务平台（Made-in-China.com）用户提供即时通讯服务。该项目基于通用IM的特性，定位于商务应用工具，与现有业务密切融合。截至本招股说明书签署日，该项目已经进入集成测试和用户测试阶段，预计2009年10月底上线试运行。

（二）运营支持系统升级项目

本公司目前的运营支持系统由销售、订单、发布、编辑、客服、财务等子系统组成，为了适应和满足公司发展的需要，通过调研和分析，对现有业务流程进行改造并采用更为合理的技术框架来逐步升级运营支持系统。截至本招股说明书签署日，该项目技术框架和销售子系统开发已完成并投入运行，其它系统正在开发过程中。全部功能预计2009年12月升级完成并运行。

（三）会员商务社区项目

为了提高中国制造网电子商务平台（Made-in-China.com）注册会员的忠诚度，为注册会员提供更多有价值的信息，提高中小企业通过互联网开展商务的能力，并进而提高中国制造网电子商务平台（Made-in-China.com）的价值，公司开发会员商务社区，以促进注册会员相互交流；同时，客户服务人员通过该社区与注册会员进行交流并给予指导与帮助；该社区还支持与本公司合作并提供服务的第三方与注册会员进行交流的功能。截至本招股说明书签署日，本项目已面向注册会员进入试运行阶段，预计2009年9月正式上线运行。

（四）商务智能平台项目

本项目建立一个数据挖掘平台，通过大量收集中国制造网电子商务平台（Made-in-China.com）用户访问数据、注册收费会员相关信息、运营数据等，构建数据仓库，并建立多个预测、聚类、估计、描述等数据模型，为客户提供数据服务，为公司了解市场与客户，并更好地为注册收费会员提供优质支持与服务，为公司管理层提供决策依据。截至本招股说明书签署日，已完成平台的技术架构体系设计，预计2009年12月上线试运行。

（五）搜索词推荐项目

本项目以用户在中国制造网电子商务平台（Made-in-China.com）搜索关键词相关数据、产品和目录的关键词数据为基础，建立关键词与关键词、关键词与产品、关键词与目录的相关关系模型，为用户在中国制造网电子商务平台（Made-in-China.com）上使用产品搜索、产品关键词定义、产品推广等服务提供指导。本项目拟于 2009 年 9 月完成与中国制造网电子商务平台（Made-in-China.com）集成并上线运行。

十二、技术创新

本公司科研的组织管理严格按公司内部有关研究开发的管理制度执行，采用以下具体措施保障技术开发与技术创新的水平：

- （一）建立基础技术研发小组，对各项技术与产品所需的公共模块进行统一开发；
- （二）在公司内设立创新基金，对具有潜力的创新思想和技术予以鼓励嘉奖；
- （三）加强同业界先进企业之间的技术交流和联系。

本公司将继续坚持“以人为本”的企业文化建设，把提高员工素质和引进高层次人才作为企业发展的重要战略，建立并完善科技人才和高级管理人才的引进和激励机制，以良好的工作环境与发展机遇吸引并留住人才，建立起能够适应企业现代化管理和公司未来发展需要的高水平员工队伍，以保证公司的长远发展。

十三、产品和服务的质量控制情况

依托中国制造网电子商务平台（Made-in-China.com）运营十年以上的成功经验，公司内部已经制定了一整套以提升客户价值、满足客户需求，保证客户满意为导向的质量控制体系。各部门均针对本部门的职责范围制定了相关的质量控制制度，使得质量控制覆盖到市场拓展、产品设计、技术研发、信息处理、客户服务、基础设施等各个业务环节。

作为公司技术核心部门的技术支持中心，严格按照公司安全保密的规则，使工作网和开发网物理分离，并配置防火墙，由专人负责网络间的数据传递和审核，保证了公司核心机密局限在一定的区域，提高了公司信息安全级别；定期进行数据的备份和检查，及时更新相关设备，为公司网络的安全性和稳定性提供基础保障。

公司产品开发主要遵从“市场潜在需求分析、产品立项、产品设计与开发、产品测试、产品验收、提交用户使用、用户反馈、持续改进”的流程。其中产品测试是常规质量控制手段，产品验收是产品交付前最重要的总体质量确认和检查，是从用户角度进行的确认和检查，而后期用户反馈和改进的步骤是一个持续渐进的过程。

客户服务部门一方面严格按照业务流程向用户提供个性化信息服务，另一方面负责对客户的主动回访并接受客户的服务请求、投诉及建议。通过对用户反馈意见的整理和分析，及时做出服务内容的调整，不断提升服务质量和层次。公司自设立至今未与用户发生过严重服务质量纠纷，在市场竞争中取得了良好的口碑和客户满意度。在今后的经营中公司将继续在质量控制方面加大投入，不断引入和应用更加先进的质量控制方法，持续为客户提供高质量的产品和服务。

2008 年，公司通过 ISO9001:2000 管理体系认证。

十四、发行人冠名“科技”的依据

本公司主要从事第三方 B2B 电子商务平台运营服务，属于信息产业。2009 年 5 月，本公司获南京市人民政府颁发的“2008 年度南京市科学技术进步一等奖”；2008 年 12 月 31 日，国家发改委、工业和信息化部、商务部、国家税务总局联合认定本公司为 2008 年度国家规划布局内重点软件企业；2008 年 9 月 24 日，江苏省科学技术厅、江苏省财政厅、江苏省国家税务局、江苏省地方税务局联合认定本公司为高新技术企业，因此公司冠以“科技”名称。

第七节 同业竞争与关联交易

一、同业竞争

（一）本公司与控股股东及其控制的企业不存在同业竞争

本公司主要从事互联网络技术开发及应用、计算机软硬件开发及相关产品销售；自营和代理各类商品和技术的进出口（国家限定公司经营或禁止进出口的商品和技术除外）；设计、制作、发布网络广告；第二类增值电信业务中的信息服务业务（以上经营范围凡涉及行政许可的，经批准后方可经营）。

截至本招股说明书签署日，本公司控股股东沈锦华先生除控股本公司外，还控股南京艾普太阳能设备有限公司。南京艾普太阳能设备有限公司的主营业务为太阳能、风能等再生能源技术设备研究、开发、生产、安装及销售。

报告期内，本公司控股股东沈锦华先生曾控股中国制造网有限公司（Made-in-China.com LIMITED）。中国制造网有限公司（Made-in-China.com LIMITED）于2006年1月27日注册成立于香港特别行政区，注册资本1,000元港币，截至本招股说明书签署日，未从事任何经营活动，与焦点科技亦无任何往来。沈锦华先生在香港特别行政区注册该公司的主要原因是注册保留“中国制造网”和“Made-in-China.com”的中英文名称，以免被恶意注册，防止他人损害本公司利益。

2008年8月25日，焦点科技控股股东沈锦华先生与公司签订股权转让协议，将其持有的中国制造网有限公司（Made-in-China.com LIMITED）100%的股权以1港元的价格转让给公司，并承诺全力协助公司向有关部门办理股权转让手续。

2008年9月27日，国家外汇管理局江苏分局批复公司通过在中国香港收购中国制造网有限公司（Made-in-China.com LIMITED）的外汇资金来源审查；2008年10月20日，江苏省对外贸易经济合作厅批复同意公司收购中国制造网有限公司（Made-in-China.com LIMITED）；2008年10月22日，公司获得商务部颁发的《中国境内企业境外投资批准证书》（[2008]商合境外投资证字第002117号），商务部同意公司在中国香港投资设立境外企业——中国制造网有限公司（Made-in-China.com LIMITED）。截至本招股说明书签署日，相关的工商变更手续已经办理完毕。

截至本招股说明书签署日，本公司与控股股东及其控制的企业不存在同业竞争。

（二）控股股东避免同业竞争的措施

2007年12月1日本公司控股股东沈锦华先生向本公司出具了关于避免同业竞争的承诺函。沈锦华先生作出的主要承诺内容如下：

1、沈锦华及其控制的公司（股份公司除外，下同）将不以任何方式直接或间接地进行或参与进行与股份公司相竞争的任何业务活动。

2、沈锦华承诺将不直接或间接拥有与股份公司存在同业竞争关系的任何经济实体、经济组织的权益，或以其他方式控制该经济实体、经济组织。

3、沈锦华在其经营业务中将不利用其对股份公司控股地位转移利润或从事其他行为损害股份公司及其他股东的利益。

4、如果在今后经营活动中，沈锦华及其控制的公司与股份公司发生无法避免的关联交易，则此种关联交易的条件必须按正常的商业条件进行，沈锦华不得要求或接受股份公司给予任何优于在一项市场公平交易中的第三者给予的条件。

5、沈锦华将充分尊重股份公司的独立法人地位，保证股份公司独立经营、自主决策。在股份公司召开股东大会和董事会期间，将按法定程序切实保障中小股东的利益。

6、如果沈锦华违反上述声明、保证与承诺，沈锦华同意给予股份公司赔偿。

7、本声明、保证与承诺将持续有效，直至沈锦华在股份公司不处于控股地位为止。

8、本声明、保证与承诺可视为沈锦华对股份公司及其每一名股东，分别作出的声明、保证与承诺。

二、关联方、关联关系及关联交易

（一）关联方及关联关系

根据《公司法》、《企业会计准则》的相关规定披露要求，截至本招股说明书签署日，本公司主要关联方及关联关系如下：

1、存在控制关系的关联方

关联方	与本公司关系
沈锦华先生	实际控制人、本公司董事长兼总经理
中国制造网有限公司（Made-in-China.com LIMITED）	子公司

2、不存在控制关系但发生关联交易的关联方

关联方	关联关系
南京艾普太阳能设备有限公司	本公司控股股东沈锦华先生持股 61.71%的公司
姚瑞波先生	董事、副总经理，2006 年度持有本公司 5%的股东、2007 年末持有本公司 4.62%的股东
许剑峰先生	董事、副总经理，2007 年末持有本公司 2.31%的股东
黄良发先生	董事、副总经理

（1）南京艾普太阳能设备有限公司

南京艾普太阳能设备有限公司的基本情况请参阅本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“六、发起人、持有 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况”的相关内容。

（2）姚瑞波先生

姚瑞波先生的基本情况请参阅本招股说明书“第八节 董事、监事、高级管理人员与核心技术人员”的相关内容。

（3）许剑峰先生

许剑峰先生的基本情况请参阅本招股说明书“第八节 董事、监事、高级管理人员与核心技术人员”的相关内容。

（4）黄良发先生

黄良发先生的基本情况请参阅本招股说明书“第八节 董事、监事、高级管理人员与核心技术人员”的相关内容。

（二）关联交易

公司报告期内与上述关联方发生的关联交易情况如下：

1、经常性关联交易

单位：元

关联方名称	交易类型	2009年1-6月	2008年度	2007年度	2006年度
艾普太阳能	公司向其采购商品	0.00	0.00	523,450.00	1,400,744.72

2、偶发性关联交易

单位：元

关联方名称	交易类型	2009年1-6月	2008年度	2007年度	2006年度
艾普太阳能	公司借出融通资金	0.00	0.00	3,700,000.00	2,000,000.00
艾普太阳能	归还公司融通资金	0.00	0.00	3,700,000.00	2,000,000.00
沈锦华先生	公司收购其所控制的海外公司	1.00（港元）	0.00	0.00	0.00
姚瑞波先生	归还公司购房借款	0.00	0.00	0.00	400,000.00
许剑峰先生	公司借出购房借款	0.00	0.00	0.00	850,000.00
许剑峰先生	归还公司购房借款	0.00	0.00	850,000.00	0.00
黄良发先生	公司借出购房借款	0.00	0.00	0.00	500,000.00
黄良发先生	归还公司购房借款	0.00	0.00	500,000.00	0.00

3、对财务状况和经营成果的影响

报告期内公司与关联方发生的经常性关联交易，主要系公司因支付境外服务费用（如服务器托管费、谷歌服务费等）及参加境外展会等活动，需要支付外汇，因此通过从南京艾普太阳能设备有限公司购入热水器后再出售方式获得开展公司主营业务所必需的外汇资金，由此增加公司 2006 年、2007 年增加公司净利润 588,256.61 元、209,387.16 元，分别占公司当期净利润的 5.42%、0.33%。此种关联交易行为于 2007 年 6 月停止。

（三）本公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员在关联方任职的情况

截至本次发行前，除沈锦华先生兼任南京艾普太阳能设备有限公司董事、姚瑞波先生兼任南京艾普太阳能设备有限公司董事、陈红霞女士兼任江苏红杉创业投资有限公司法定代表人之外，本公司其他董事、监事、高级管理人员及核心技术人员没有在关联方任职。

（四）报告期内关联交易的决策程序及独立董事意见

独立董事对公司 2006 年、2007 年、2008 年、2009 年 1-6 月的关联交易发表意见如下：“经审查，我们认为，上述关联交易协议的签订遵循了市场原则，所确定的条款是公允的、合理的，不存在损害公司及其他股东利益的情况。公司及其关联方之

间近三年又一期的关联交易均已按照公司当时的有效章程及决策程序履行了相关审批程序。”

（五）《公司章程》、《独立董事工作制度》中对规范、减少关联交易的制度安排

1、《公司章程》中对关联交易决策权力、决策程序、关联股东和利益冲突董事在关联交易表决中的回避制度做出了明确的规定。《公司章程》中关联交易公允决策程序内容摘录如下：

“股东大会审议有关关联交易事项时，关联股东不应当参与投票表决，其所代表的有表决权的股份数不计入有效表决总数。

关联股东的回避和表决程序为：

（一）公司董事会秘书或关联股东或其他股东根据相关规定提出关联股东回避申请并进行回避；

（二）关联股东不得参与审议有关关联交易事项；

（三）股东大会对有关关联交易事项进行表决时，在扣除关联股东所代表的有表决权的股份数后，由出席股东大会的非关联股东按公司章程第七十三条规定表决。

董事会有权决定除本章程第三十九条规定的需股东大会审议批准的范围之外的交易行为，包括但不限于：对外投资、收购出售资产、资产抵押、对外担保事项、委托理财、关联交易等。公司应当建立严格的审查和决策程序；重大投资项目应当组织有关专家、专业人员进行评审，并报股东大会批准。”

2、《独立董事工作制度》中对关联交易公允决策程序内容摘录如下：

“重大关联交易（指公司拟与关联人达成的总额高于人民币 300 万元或高于公司最近经审计净资产值 5%的关联交易）应由独立董事认可后，提交董事会讨论；独立董事作出判断，可以聘请中介机构出具独立财务顾问报告，作为其判断的依据。”

第八节 董事、监事、高级管理人员与核心技术人员

一、公司董事、监事、高级管理人员与核心技术人员简介

（一）公司董事情况

1、沈锦华先生，中国公民，无境外居留权，男，出生于 1967 年 2 月，工学硕士，历任南化集团化工机械厂技术员、南京方正新技术有限公司经营部副主任。沈锦华先生为焦点科技的创始人，现任本公司董事长兼总经理。任期自 2007 年 9 月至 2010 年 9 月。

2、姚瑞波先生，中国公民，无境外居留权，男，出生于 1968 年 6 月，工学博士，曾任东南大学讲师。2000 年加入南京焦点，历任开发部程序开发员、开发部经理、技术支持中心总经理，现任本公司董事、副总经理。任期自 2007 年 9 月至 2010 年 9 月。

3、许剑峰先生，中国公民，无境外居留权，男，出生于 1972 年 2 月，本科学历，曾任职于江苏省工业设备安装公司。2000 年加入南京焦点，历任销售部销售员、销售主管、销售部总经理，现任本公司董事、副总经理。任期自 2007 年 9 月至 2010 年 9 月。

4、黄良发先生，中华人民共和国香港特别行政区居民，男，出生于 1973 年 12 月，香港理工大学电子计算学士，曾任香港爱高电业有限公司程序开发员。1999 年加入南京焦点，历任信息部主管、网站运营部总经理兼产品部经理，现任本公司董事、副总经理。任期自 2007 年 9 月至 2010 年 9 月。

5、陈红霞女士，中国公民，无境外居留权，女，出生于 1970 年 12 月，本科学历，历任上海浦东生产力促进中心业务经理、福建兴业银行上海分行静安支行业务经理。现任红杉创投法定代表人、本公司董事，任期自 2007 年 12 月至 2010 年 9 月。

6、刘丹萍女士，中国公民，无境外居留权，女，出生于 1957 年 8 月，现任首都经济贸易大学人文学院经济学教授及硕士生导师、本公司独立董事。主要研究方向为马克思主义经济理论、证券市场及国企改革，发表论文、出版著作、主编教材及主持参与省部级课题的研究成果共 150 万字并多次获奖。任期自 2007 年 12 月至 2010 年 9 月。

7、齐大庆先生，中华人民共和国香港特别行政区居民，男，出生于 1964 年 4 月，会计学博士。曾任职于香港中文大学（助理教授及终身教职副教授）、美国密执根州立大学 Eli Broad 管理研究院、美国东西方研究中心及新华社对外部特稿社。现任长江商学院会计学教授及副院长、本公司独立董事。任期自 2007 年 12 月至 2010 年 9 月。

8、钱志新先生，中国公民，无境外居留权，男，出生于 1945 年 7 月，经济学博士。历任无锡市自行车工业公司经理、无锡市经济委员会主任、盐城市政府副市长、江苏省政府副秘书长、江苏省计划与经济委员会主任、江苏省发展计划委员会主任、江苏省发展与改革委员会主任。现任南京大学教授、博士生导师、高级工程师、本公司独立董事。钱志新先生长期从事宏观经济管理和企业管理，从宏观与微观的结合上指导地区经济的改革和发展。任期自 2007 年 12 月至 2010 年 9 月。

9、曹辉宁先生，中国公民，美国永久居民，男，出生于 1966 年 8 月，金融学博士。历任加利福尼亚大学伯克利分校助理教授、北卡罗莱纳大学 Chapel Hill 分校助理教授、加利福尼亚大学圣地亚哥分校客座教授。现任长江商学院金融学教授及金融研究中心主任、Annals of Economics and Finance 的编委会成员、本公司独立董事。任期自 2007 年 12 月至 2010 年 9 月。

（二）公司监事情况

1、谢永忠先生，中国公民，无境外居留权，男，出生于 1968 年 12 月，本科学历，曾任职于攀钢设计院机械室，1999 年加入南京焦点，任公司技术部技术员，现任本公司监事会主席、技术支持中心总工程师。任期自 2007 年 9 月至 2010 年 9 月。

2、李丽洁女士，中国公民，无境外居留权，女，出生于 1977 年 2 月，本科学历，2000 年加入南京焦点，历任客户服务部客服专员、客户服务部主管、客户服务部经理，现任本公司监事、网站运营部总经理。任期自 2007 年 9 月至 2010 年 9 月。

3、王静宁女士，中国公民，无境外居留权，女，出生于 1974 年 7 月，本科学历，曾任南京市宁海中学教师，2002 年加入南京焦点，现任本公司监事、人事行政部经理。任期自 2007 年 9 月至 2010 年 9 月。

（三）公司高级管理人员情况

- 1、沈锦华先生，本公司总经理，简介详见本小节“（一）公司董事情况”。
- 2、姚瑞波先生，本公司副总经理，简介详见本小节“（一）公司董事情况”。
- 3、许剑峰先生，本公司副总经理，简介详见本小节“（一）公司董事情况”。
- 4、黄良发先生，本公司副总经理，简介详见本小节“（一）公司董事情况”。

5、丁光宇先生，中国公民，无境外居留权，男，出生于 1972 年 2 月，本科学历。历任交通银行南京分行科员、浦发银行南京分行科长、南大科技园股份有限公司部门经理、上海罗邦投资咨询有限公司副总经理。2007 年加入南京焦点，现任本公司财务总监、董事会秘书、副总经理。

（四）公司核心技术人员情况

- 1、姚瑞波先生，简介详见本小节“（一）公司董事情况”。
- 2、谢永忠先生，简介详见本小节“（二）公司监事情况”。

（五）发行人董事、监事、高级管理人员的提名和选聘情况

1、公司董事的选聘情况

2007 年 9 月 20 日，公司创立大会通过了《关于选举焦点科技股份有限公司第一届董事会董事的议案》，选举沈锦华先生、姚瑞波先生、许剑峰先生、黄良发先生、丁光宇先生组成焦点科技股份有限公司第一届董事会。2007 年 9 月 20 日，公司召开第一届董事会第一次会议，选举沈锦华先生为第一届董事会董事长。

2007 年 12 月 1 日，公司召开 2007 年第一次临时股东大会，同意丁光宇先生辞去公司董事，选举陈红霞女士为公司董事，选举刘丹萍女士、齐大庆先生、钱志新先生、曹辉宁先生为公司独立董事。

2、公司监事的选聘情况

2007 年 9 月 20 日，公司创立大会通过了《关于选举焦点科技股份有限公司第一届监事会股东监事的议案》，选举谢永忠先生、李丽洁女士为股东监事，与于 2007 年 9 月 19 日召开的焦点科技（筹）职工代表大会选举的职工监事王静宁女士组成焦点

科技股份有限公司第一届监事会。2007年9月20日，公司召开第一届监事会第一次会议，选举谢永忠先生为第一届监事会主席。

3、公司高级管理人员的选聘情况

2007年9月20日召开的焦点科技第一届董事会第一次会议通过决议，聘任沈锦华先生为公司总经理，聘任姚瑞波先生、许剑峰先生、黄良发先生、丁光宇先生为公司副总经理，聘任丁光宇先生为公司董事会秘书兼财务总监。

二、发行人董事、监事、高级管理人员及核心技术人员持股及对外投资情况

本公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员最近三年又一期末持股情况如下：

单位：股

姓名	2008年6月30日			2007年12月31日		2007年12月31日		2006年12月31日	
	持股数	比例	变动原因	比例	变动原因	比例	变动原因	比例	变动原因
沈锦华	69,537,397	78.9115%	-	78.9115%	-	78.9115%	转让、摊薄	95%	-
姚瑞波	4,071,144	4.6200%	-	4.6200%	-	4.6200%	摊薄	5%	-
许剑峰	2,035,573	2.3100%	-	2.3100%	-	2.3100%	受让	0%	-
黄良发	0	0%	-	0%	-	0%	-	0%	-
陈红霞	0	0%	-	0%	-	0%	-	0%	-
刘丹萍	0	0%	-	0%	-	0%	-	0%	-
齐大庆	0	0%	-	0%	-	0%	-	0%	-
钱志新	0	0%	-	0%	-	0%	-	0%	-
曹辉宁	0	0%	-	0%	-	0%	-	0%	-
丁光宇	244,269	0.2772%	-	0.2772%	-	0.2772%	受让	0%	-
谢永忠	1,791,304	2.0328%	-	2.0328%	-	2.0328%	受让	0%	-
李丽洁	122,135	0.1386%	-	0.1386%	-	0.1386%	受让	0%	-
王静宁	89,566	0.1017%	-	0.1017%	-	0.1017%	受让	0%	-

报告期内上述人员所持公司股份不存在质押或冻结情况。

截至招股说明书签署日，公司董事长沈锦华先生除控股本公司外，还投资 117,168 美元控股南京艾普太阳能设备有限公司。沈锦华先生控股的南京艾普太阳能设备有限公司承诺，将不进行与本公司有利益冲突的经营或活动。

报告期内，公司董事长沈锦华先生曾控制中国制造网有限公司（Made-in-China.com LIMITED）。2008年8月25日，焦点科技控股股东沈锦华先生与公司签订股权转让协

议，将其原持有的中国制造网有限公司（Made-in-China.com LIMITED）100%的股权以 1 港元的价格转让给公司，并承诺全力协助公司向有关部门办理股权转让手续。

2008 年 9 月 27 日，国家外汇管理局江苏分局批复公司通过在中国香港收购中国制造网有限公司（Made-in-China.com LIMITED）的外汇资金来源审查；2008 年 10 月 20 日，江苏省对外贸易经济合作厅批复同意公司收购中国制造网有限公司（Made-in-China.com LIMITED）；2008 年 10 月 22 日，公司获得商务部颁发的《中国境内企业境外投资批准证书》（[2008]商合境外投资证字第 002117 号），商务部同意公司在中国香港投资设立境外企业——中国制造网有限公司（Made-in-China.com LIMITED）。截至本招股说明书签署日，相关的工商变更手续已经办理完毕。

公司董事、副总经理姚瑞波先生投资 8,811 美元于南京艾普太阳能设备有限公司，该公司与本公司无利益冲突。

公司董事陈红霞女士投资 3,300 万元于江苏红杉创业投资有限公司，该公司与本公司无利益冲突。

除上述情况之外，本公司其他董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其直系亲属未以任何方式直接或间接持有发行人股份，也不存在其他对外投资情况。

三、公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员的薪酬及兼职情况

1、2008 年度公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员薪酬情况如下：

姓名	职务	任期	2008 年度 薪酬总额（元）	备注
沈锦华	董事长、总经理	2007 年 9 月-2010 年 9 月	268,971.77	在公司领薪
姚瑞波	董事、副总经理	2007 年 9 月-2010 年 9 月	231,257.27	在公司领薪
许剑峰	董事、副总经理	2007 年 9 月-2010 年 9 月	225,128.83	在公司领薪
黄良发	董事、副总经理	2007 年 9 月-2010 年 9 月	218,673.03	在公司领薪
陈红霞	董事	2007 年 12 月-2010 年 9 月	0.00	未在公司领薪
刘丹萍	独立董事	2007 年 12 月-2010 年 9 月	75,000.00	董事津贴
齐大庆	独立董事	2007 年 12 月-2010 年 9 月	75,000.00	董事津贴
钱志新	独立董事	2007 年 12 月-2010 年 9 月	75,000.00	董事津贴
曹辉宁	独立董事	2007 年 12 月-2010 年 9 月	75,000.00	董事津贴
丁光宇	财务总监、董事会秘书、 副总经理	2007 年 9 月-2010 年 9 月	181,990.79	在公司领薪

谢永忠	监事会主席、技术支持中心总工程师	2007年9月-2010年9月	209,057.81	在公司领薪
李丽洁	监事、网站运营部总经理	2007年9月-2010年9月	150,275.92	在公司领薪
王静宁	监事、人事行政部经理	2007年9月-2010年9月	127,580.27	在公司领薪

上述董事、监事、高级管理人员和核心技术人员除领取薪酬外未在发行人及其关联企业享受其他待遇和退休金计划等。

2、公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员兼职情况

截至本次发行前，除沈锦华先生兼任南京艾普太阳能设备有限公司董事、姚瑞波先生兼任南京艾普太阳能设备有限公司董事、陈红霞女士兼任红杉创投法定代表人之外，本公司其他董事、监事、高级管理人员及核心技术人员没有在关联方任职。公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员在其他非关联公司任职情况如下：

姓名	在本公司职务	在其他非关联公司任职
沈锦华	董事长、总经理	无
姚瑞波	董事、副总经理	无
许剑峰	董事、副总经理	无
黄良发	董事、副总经理	无
陈红霞	董事	无
刘丹萍	独立董事	宝胜股份（600973）独立董事、金智科技（002090）独立董事、中成股份（000151）独立董事、鱼跃医疗（002223）独立董事
齐大庆	独立董事	NASDAQ 上市搜狐（SOHU）及分众传媒（FMCN）公司独立董事、香港上市公司宏华集团（0196.HK）及中视金桥（0623.HK）独立董事、万科（000002）独立董事
钱志新	独立董事	丹化科技（600844）独立董事、华光股份（600475）独立董事
曹辉宁	独立董事	无
丁光宇	财务总监、董事会秘书、副总经理	无
谢永忠	监事会主席、技术支持中心总工程师	无
李丽洁	监事、网站运营部总经理	无
王静宁	监事、人事行政部经理	无

四、董事、监事、高级管理人员任职资格等其他有关情况

公司董事、监事及高级管理人员均符合《公司法》及国家有关法律法规规定的任

任职资格条件，且相互之间不存在亲属关系。

在公司任职并领薪的董事、监事、高级管理人员和核心技术人员均与公司签有《劳动合同》，除此之外，上述人员没有与公司签订其他合同或协议。

五、公司最近三年又一期董事、监事及其他高级管理人员的变化情况

1、董事变化情况

2005年12月27日，南京焦点股东会通过决议，选举沈锦华先生、姚瑞波先生、王静宁女士组成董事会。

2007年9月20日，公司创立大会通过《关于选举焦点科技股份有限公司第一届董事会董事的议案》，选举沈锦华先生、姚瑞波先生、许剑峰先生、黄良发先生、丁光宇先生组成焦点科技股份有限公司第一届董事会。

2007年9月20日，公司召开第一届董事会第一次会议，选举沈锦华先生为第一届董事会董事长。

2007年12月1日，公司召开2007年第一次临时股东大会，同意丁光宇先生辞去公司董事，选举陈红霞女士为公司董事，选举刘丹萍女士、齐大庆先生、钱志新先生、曹辉宁先生为公司独立董事。

2、监事变化情况

2003年8月12日，南京焦点股东会通过决议，选举刘九兰女士担任公司监事。

2007年9月20日，公司创立大会通过了《关于选举焦点科技股份有限公司第一届监事会股东监事的议案》，选举谢永忠先生、李丽洁女士为股东监事，与于2007年9月19日召开的焦点科技（筹）职工代表大会选举的职工监事王静宁女士组成焦点科技股份有限公司第一届监事会。

2007年9月20日，公司召开第一届监事会第一次会议，选举谢永忠先生为第一届监事会主席。

3、高级管理人员变化情况

2006年初，沈锦华先生、姚瑞波先生、许剑峰先生、黄良发先生即为南京焦点经合法程序任命的高级管理人员。2007年9月20日发行人召开第一届董事会第一次

会议，聘任沈锦华先生为总经理，聘任姚瑞波先生、许剑峰先生、黄良发先生、丁光宇先生为副总经理，聘任丁光宇先生为公司董事会秘书兼财务总监。

第九节 公司治理

一、公司治理结构

公司成立以来，根据《公司法》、《证券法》等相关法律法规的要求，已建立了比较科学和规范的法人治理结构，制定和完善了相关内部控制制度，公司股东大会、董事会、监事会、独立董事和董事会秘书制度逐步完善，依法规范运作，管理效率不断提高，保障了公司经营管理的有序进行。

本公司于 2007 年 9 月 20 日召开创立大会，审议通过了《焦点科技股份有限公司章程》，选举产生了公司第一届董事会、监事会成员。依据现行法律法规和深圳证券交易所对上市公司的要求，公司于 2007 年 12 月 1 日召开了 2007 年第一次临时股东大会，通过了《焦点科技股份有限公司章程（修正案）》，选举产生了公司独立董事，修订和完善了各项内部控制制度，从而初步建立了符合上市公司要求的公司治理结构。

本公司一贯重视对外部资源的利用，充分发挥业内专家学者和专业机构在公司发展规划、企业管理等方面的重要作用。本公司在法人治理结构的建立和内部控制制度的制定过程中听取了大量咨询机构、律师事务所、会计事务所等专业机构的意见。

本公司先后对股东大会、董事会、监事会的职权进行了规范，制定了《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》，并形成了《关联交易控制制度》、《募集资金管理制度》、《货币资金控制制度》、《销售与收款控制制度》、《采购与付款控制制度》、《对外投资控制制度》、《对子公司的控制制度》、《固定资产控制制度》、《筹资控制制度》、《对外担保控制制度》、《成本费用控制制度》、《新产品研发管理制度》、《预算控制制度》、《人力资源管理制度》、《会计系统控制制度》、《计算机信息系统控制制度》、《合同控制制度》、《内部审计控制制度》等内部控制制度。

二、股东大会制度的建立健全及运行情况

公司股东大会是公司的权力机构，决定公司经营方针和投资计划，审议批准公司的年度财务预算方案和决算方案。

公司于 2007 年 9 月 20 日召开的创立大会审议通过并经 2007 年第一次临时股东

大会修订了《股东大会议事规则》，对股东大会的召集、提案与通知、股东大会的召开、表决等做了详细规定。

公司严格按照《公司章程》、《股东大会议事规则》及其他相关法律法规的要求召集、召开股东大会，公司历次股东大会严格遵守表决事项和表决程序的有关规定，维护了公司和股东的合法权益。公司在经营过程中发生的少量关联交易也遵循了公开、公平、公正的原则，交易价格公平合理，不存在损害其他股东利益的情形。

三、董事会制度的建立健全及运行情况

公司董事会是股东大会的执行机构，决定公司的经营计划和投资方案，负责制定财务预算和决算方案。董事由股东大会选举或更换，任期三年。公司严格按照规定的董事选聘程序选举董事，并按照《公司章程》规定和中国证监会有关规定要求增补了独立董事。本公司董事会由 9 名董事组成，其中设董事长一名，独立董事 4 名。

公司于 2007 年 9 月 20 日召开的创立大会审议通过并经 2007 年第一次临时股东大会修订了《董事会议事规则》，对董事会的召开程序、审议程序、表决程序等作了规定。董事会每年至少召开两次定期会议，并根据实际情况召开临时会议。董事会作出决议，须经无关联关系董事过半数通过。董事会根据公司《公司章程》的规定，在其权限范围内对担保事项作出决议，必须经出席会议的三分之二以上董事的同意。

公司全体董事能够遵守有关法律、法规、《公司章程》和《董事会议事规则》的规定，对全体股东负责，勤勉尽责，独立履行其相应的权利、义务和责任。在股东大会授权范围内，运用公司资产做出投资决策，建立严格的审查和决策程序；组织有关专家、专业人士对公司重大投资项目进行评审，超出权限的报经股东大会批准；按照法律 and 公司章程赋予的职责，加强对公司经理层的聘任、激励、监督和约束，根据业绩考核办法和每年年初公司确立的总体发展战略及年度工作目标分别确定经理人员的管理职责和考核指标，年末由董事会进行综合考核。

董事会以不断提高公司管理水平和经营业绩为经营之本，在科研开发计划制定、业务发展战略确定及筛选募集资金投资项目等过程中，广泛征求包括本公司独立董事、同行业有关专家的意见。同时，还定期委派技术研发人员和市场营销人员参加以中国商品进出口交易会（广交会）为代表的近 40 个国内外商品展览会，以了解和掌握中小企业对第三方 B2B 电子商务平台服务的全方位需求。

四、独立董事制度的建立健全及运行情况

（一）独立董事制度的建立

为进一步完善法人治理结构，本公司于 2007 年 12 月 1 日召开的 2007 年第一次临时股东大会选举产生了 4 名独立董事，建立了独立董事制度。本公司现有独立董事 4 名，为刘丹萍女士、齐大庆先生、钱志新先生、曹辉宁先生，超过董事总数的三分之一，其中齐大庆先生为会计学博士。

（二）独立董事实际发挥作用的情况

在建立独立董事制度后，公司的法人治理结构更加完善，内部决策制度更为科学有效，有利于保护本公司及本公司中小股东的利益。同时，独立董事发挥了其在战略、管理、投资及财务等方面的专业特长，对公司的战略发展目标、内部控制制度、重大投资决策等进行了研究并提出建设性意见，促进了公司经营管理水平的提高。

独立董事就公司 2006 年、2007 年、2008 年、2009 年 1-6 月的关联交易事项发表了独立意见：“经审查，我们认为，上述关联交易协议的签订遵循了市场原则，所确定的条款是公允的、合理的，不存在损害公司及其他股东利益的情况。公司及其关联方之间近三年又一期的关联交易均已按照公司当时的有效章程及决策程序履行了相关审批程序。”

五、监事会制度的建立健全及运行情况

（一）监事会的构成

本公司监事会由三名监事组成，设监事会主席一名，监事由股东代表和公司职工代表担任，其中公司职工代表一名，占监事会成员的三分之一。

（二）监事会履行职责的情况

监事会是公司内部的专职监督机构，对股东大会负责。公司于 2007 年 9 月 20 日召开的创立大会审议了《监事会议事规则》，对监事会的召开程序、审议程序、表决程序等作了规定。监事会每年至少召开两次会议，并根据需要及时召开临时会议，监事会作出决议，必须经全体监事过半数通过。

监事会发挥对董事会和经理层的监督作用，能够充分了解公司经营情况，认真履

行职责，本着对全体股东负责的精神，有效地对公司董事和其他高级管理人员履行职责的合法合规性及公司财务实施监督和检查，以维护公司及股东的合法权利。公司监事会遵照《公司章程》的规定定期召开会议，并有真实完整的会议记录。

六、董事会秘书的职责

董事会秘书对公司和董事会负责，承担法律、行政法规以及公司章程对公司高级管理人员所要求的义务，也享有相应的工作职权，对公司治理有着重要作用，促进了公司的规范运作。

公司已设立董事会秘书，负责公司股东大会和董事会会议的筹备、会议文件保管、公司股东资料管理、办理信息披露等事宜。

七、本公司审计、提名、薪酬与考核、战略委员会设置情况

2007年12月1日召开的公司2007年第一次临时股东大会通过决议：同意在董事会下设审计委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会和战略委员会；通过《董事会审计委员会工作细则》、《董事会提名委员会细则》、《董事会薪酬与考核委员会工作细则》、《董事会战略委员会工作细则》；同意齐大庆先生、钱志新先生、姚瑞波先生任审计委员会委员，齐大庆先生任主任委员；同意刘丹萍女士、曹辉宁先生、黄良发先生任提名委员会委员，刘丹萍女士任主任委员；同意曹辉宁先生、刘丹萍女士、许剑峰先生任薪酬与考核委员会委员，曹辉宁先生任主任委员；同意钱志新先生、齐大庆先生、沈锦华先生任战略委员会委员，钱志新先生任主任委员。

八、公司资金占用、对外担保及违法违规的情况

截至本招股说明书签署日，不存在资金被控股股东及其控制的其他企业以借款、代偿债务、代垫款项或其他方式占用的情形。

本公司的《公司章程》中已明确对外担保的审批权限和审议程序，报告期内不存在为控股股东及其控制的其他企业进行违规担保的情形。

本公司近三年内不存在违法违规行为。

九、公司管理层对内部控制制度的自我评估意见及注册会计师评价意见

公司管理层对内部控制制度的自我评估意见：

“本公司董事会认为：本公司现行的内部控制制度较为完整、合理及有效，能够适应本公司经营管理的要求和本公司发展的需要，能够较好地保证本公司会计资料的真实性、合法性、完整性，能够确保本公司所属财产物资的安全、完整。本公司相关管理人员能够严格按照法律、法规和本公司章程规定的信息披露的内容和格式要求，真实、准确、完整、及时地报送及披露信息，能够公平、公开、公正地对待所有投资者。本公司内部控制制度自制定以来，各项制度得到了有效的实施和不断完善。随着国家法律法规的逐步深化和本公司不断发展的需要，本公司的内控制度还将进一步健全和完善，并将在实际中得以有效的执行和实施。”

上海众华沪银会计师事务所有限公司对本公司内部控制制度的完整性、合理性及有效性进行了审查和评价，并出具了沪众会字（2009）第 3631 号《内部控制鉴证报告》，其结论意见如下：

“我们认为，贵公司按照《企业内部控制基本规范》及相关规范于 2009 年 6 月 30 日在所有重大方面保持了有效的内部控制。”

第十节 财务会计信息

一、公司财务报表

(一) 合并资产负债表

单位：元

项 目	2009 年 6 月 30 日	2008 年 12 月 31 日	2007 年 12 月 31 日	2006 年 12 月 31 日
流动资产：				
货币资金	253,780,616.53	202,574,704.79	136,495,760.06	32,310,821.57
预付款项	3,614,925.78	6,901,662.71	35,951,591.20	1,601,919.90
其他应收款	2,940,497.91	2,447,020.14	2,028,278.23	14,265,872.42
存货	-	-	-	2,833.59
流动资产合计	260,336,040.22	211,923,387.64	174,475,629.49	48,181,447.48
非流动资产：				
固定资产	38,617,944.54	39,443,803.66	14,076,819.99	4,572,000.70
无形资产	19,407,223.67	23,411,156.75	4,129,283.61	-
开发支出	12,705,081.78	6,217,615.21	3,302,157.58	-
长期待摊费用	579,973.30	317,071.02	515,760.00	13,500.00
递延所得税资产	-	-	26,649.58	-
非流动资产合计	71,310,223.29	69,389,646.64	22,050,670.76	4,585,500.70
资产总计	331,646,263.51	281,313,034.28	196,526,300.25	52,766,948.18
流动负债：				
应付账款	984,207.21	11,101.00	204,355.00	1,510.00
预收款项	5,685,383.47	3,789,247.40	1,784,864.19	1,199,262.50
应付职工薪酬	4,651,270.71	4,416,880.37	1,239,772.09	2,308,026.88
应交税费	3,463,295.53	-2,092,540.25	5,191,529.87	-2,280,611.51
其他应付款	243,890.39	1,227,473.20	590,117.00	461,026.72
递延收益	81,584,585.14	72,987,008.65	64,234,271.14	31,959,434.43
流动负债合计	96,612,632.45	80,339,170.37	73,244,909.29	33,648,649.02
非流动负债：				
长期应付款	4,792,500.00	4,792,500.00	2,112,500.00	612,500.00
递延所得税负债	258,479.36	258,479.36	495,323.64	-
非流动负债合计	5,050,979.36	5,050,979.36	2,607,823.64	612,500.00
负债合计	101,663,611.81	85,390,149.73	75,852,732.93	34,261,149.02
股东权益：				
股本	88,120,000.00	88,120,000.00	88,120,000.00	10,000,000.00
资本公积	5,438.97	6,065.31	5,183.42	-
盈余公积	10,779,681.92	10,779,681.92	3,254,838.39	171,606.86
未分配利润	131,077,528.57	97,017,137.32	29,293,545.51	8,334,192.30
外币报表折算差额	2.24	-	-	-
归属于母公司所有者权益合计	229,982,651.70	195,922,884.55	120,673,567.32	18,505,799.16

股东权益合计	229,982,651.70	195,922,884.55	120,673,567.32	18,505,799.16
负债及股东权益总计	331,646,263.51	281,313,034.28	196,526,300.25	52,766,948.18

(二) 资产负债表

单位：元

项 目	2009 年 6 月 30 日	2008 年 12 月 31 日	2007 年 12 月 31 日	2006 年 12 月 31 日
流动资产：				
货币资金	253,775,915.12	202,573,822.90	136,495,760.06	32,310,821.57
预付款项	3,614,925.78	6,901,662.71	35,951,591.20	1,601,919.90
其他应收款	2,940,497.91	2,447,020.14	2,028,278.23	14,265,872.42
存货	-	-	-	2,833.59
流动资产合计	260,331,338.81	211,922,505.75	174,475,629.49	48,181,447.48
非流动资产：				
长期股权投资	9,438.16	-	-	-
固定资产	38,617,944.54	39,443,803.66	14,076,819.99	4,572,000.70
无形资产	19,407,223.67	23,411,156.75	4,129,283.61	-
开发支出	12,705,081.78	6,217,615.21	3,302,157.58	-
长期待摊费用	579,973.30	317,071.02	515,760.00	13,500.00
递延所得税资产	-	-	26,649.58	-
非流动资产合计	71,319,661.45	69,389,646.64	22,050,670.76	4,585,500.70
资产总计	331,651,000.26	281,312,152.39	196,526,300.25	52,766,948.18
流动负债：				
应付账款	984,207.21	11,101.00	204,355.00	1,510.00
预收款项	5,685,383.47	3,789,247.40	1,784,864.19	1,199,262.50
应付职工薪酬	4,651,270.71	4,416,880.37	1,239,772.09	2,308,026.88
应交税费	3,463,295.53	-2,092,540.25	5,191,529.87	-2,280,611.51
其他应付款	243,890.39	1,227,473.20	590,117.00	461,026.72
递延收益	81,584,585.14	72,987,008.65	64,234,271.14	31,959,434.43
流动负债合计	96,612,632.45	80,339,170.37	73,244,909.29	33,648,649.02
非流动负债：				
长期应付款	4,792,500.00	4,792,500.00	2,112,500.00	612,500.00
递延所得税负债	258,479.36	258,479.36	495,323.64	-
非流动负债合计	5,050,979.36	5,050,979.36	2,607,823.64	612,500.00
负债合计	101,663,611.81	85,390,149.73	75,852,732.93	34,261,149.02
股东权益：				
股本	88,120,000.00	88,120,000.00	88,120,000.00	10,000,000.00
资本公积	5,183.42	5,183.42	5,183.42	-
盈余公积	10,779,681.92	10,779,681.92	3,254,838.39	171,606.86
未分配利润	131,082,523.11	97,017,137.32	29,293,545.51	8,334,192.30
股东权益合计	229,987,388.45	195,922,002.66	120,673,567.32	18,505,799.16
负债及股东权益总计	331,651,000.26	281,312,152.39	196,526,300.25	52,766,948.18

(三) 合并利润表

单位：元

项 目	2009 年 1-6 月	2008 年度	2007 年度	2006 年度
一、营业收入	98,907,118.77	171,663,456.70	125,922,899.67	43,626,375.53
减：营业成本	15,497,791.40	26,102,010.36	16,678,410.11	10,622,075.19
营业税金及附加	3,495,357.90	5,995,872.34	4,355,084.54	1,389,492.20
销售费用	33,369,714.10	46,419,727.80	33,119,319.04	12,761,581.72
管理费用	8,110,751.93	13,899,029.53	7,998,546.38	6,143,137.30
财务费用	-1,667,585.51	-3,343,784.29	-672,291.20	-34,817.54
加：投资收益	-	-	11,058,228.77	-
二、营业利润	40,101,088.95	82,590,600.96	75,502,059.57	12,744,906.66
加：营业外收入	1,057,200.00	1,110,619.84	15,623.83	39,320.00
减：营业外支出	1,054,676.17	74,733.70	3,282.48	16,239.31
三、利润总额	40,103,612.78	83,626,487.10	75,514,400.92	12,767,987.35
减：所得税费用	6,043,221.53	8,378,051.76	11,346,632.76	1,915,198.10
四、净利润	34,060,391.25	75,248,435.34	64,167,768.16	10,852,789.25
五、每股收益				
基本每股收益	0.39	0.85	1.01	0.59
稀释每股收益	0.39	0.85	1.01	0.59

(四) 利润表

单位：元

项 目	2009 年 1-6 月	2008 年度	2007 年度	2006 年度
一、营业收入	98,907,118.77	171,663,456.70	125,922,899.67	43,626,375.53
减：营业成本	15,497,791.40	26,102,010.36	16,678,410.11	10,622,075.19
营业税金及附加	3,495,357.90	5,995,872.34	4,355,084.54	1,389,492.20
销售费用	33,369,714.10	46,419,727.80	33,119,319.04	12,761,581.72
管理费用	8,105,791.56	13,899,029.53	7,998,546.38	6,143,137.30
财务费用	-1,667,619.68	-3,343,784.29	-672,291.20	-34,817.54
加：投资收益	-	-	11,058,228.77	-
二、营业利润	40,106,083.49	82,590,600.96	75,502,059.57	12,744,906.66
加：营业外收入	1,057,200.00	1,110,619.84	15,623.83	39,320.00
减：营业外支出	1,054,676.17	74,733.70	3,282.48	16,239.31
三、利润总额	40,108,607.32	83,626,487.10	75,514,400.92	12,767,987.35
减：所得税费用	6,043,221.53	8,378,051.76	11,346,632.76	1,915,198.10
四、净利润	34,065,385.79	75,248,435.34	64,167,768.16	10,852,789.25
五、每股收益				
基本每股收益	0.39	0.85	1.01	0.59
稀释每股收益	0.39	0.85	1.01	0.59

(五) 合并现金流量表

单位：元

资 产	2009 年 1-6 月	2008 年度	2007 年度	2006 年度
一、经营活动产生现金流量:				
销售商品、提供劳务收到的现金	104,400,831.33	182,802,408.91	159,826,970.71	64,101,092.92
收到的税费返还	2,503,588.17	42,049.50	136,726.00	108,090.41
收到其他与经营活动有关的现金	7,735,664.34	7,549,973.69	21,074,216.23	3,503,367.77
经营活动现金流入小计	114,640,083.84	190,394,432.10	181,037,912.94	67,712,551.10
购买商品、接受劳务支付的现金	6,301,596.91	9,364,811.82	24,087,681.42	5,488,461.49
付给职工以及为职工支付的现金	31,167,163.43	40,805,422.83	31,015,151.48	12,696,131.94
支付的各项税费	5,949,059.58	22,407,570.86	4,878,708.82	5,968,033.20
支付的其他与经营活动有关的现金	12,960,794.74	23,288,446.37	25,165,782.44	15,690,630.02
经营活动现金流出小计	56,378,614.66	95,866,251.88	85,147,324.16	39,843,256.65
经营活动产生的现金流量净额	58,261,469.18	94,528,180.22	95,890,588.78	27,869,294.45
二、投资活动产生的现金流量:				
收回投资所收到的现金	-	-	12,997,865.00	-
取得投资收益所收到的现金	-	-	11,058,228.77	-
处置固定资产、无形资产和其他长期资产所收回的现金净额	4,180.00	27,800.00	1,500.00	8,820.00
投资活动现金流入小计	4,180.00	27,800.00	24,057,593.77	8,820.00
购建固定资产、无形资产和其他长期资产所支付的现金	7,058,373.45	28,396,190.53	40,731,393.52	2,763,527.67
投资所支付的现金	-	-	12,997,865.00	-
投资活动现金流出小计	7,058,373.45	28,396,190.53	53,729,258.52	2,763,527.67
投资活动产生的现金流量净额	-7,054,193.45	-28,368,390.53	-29,671,664.75	-2,754,707.67
三、筹资活动产生的现金流量:				
吸收投资所收到的现金	-	881.89	38,000,000.00	-
筹资活动现金流入小计	-	881.89	38,000,000.00	-
筹资活动产生的现金流量净额	-	881.89	38,000,000.00	-
四、汇率变动对现金的影响额	-1,363.99	-81,726.85	-33,985.54	-17,132.49
五、现金及现金等价物净增加额	51,205,911.74	66,078,944.73	104,184,938.49	25,097,454.29
加: 期初现金及现金等价物余额	202,574,704.79	136,495,760.06	32,310,821.57	7,213,367.28
六、期末现金及现金等价物余额	253,780,616.53	202,574,704.79	136,495,760.06	32,310,821.57

(六) 现金流量表

单位：元

资 产	2009 年 1-6 月	2008 年度	2007 年度	2006 年度
一、经营活动产生现金流量:				
销售商品、提供劳务收到的现金	104,400,831.33	182,802,408.91	159,826,970.71	64,101,092.92
收到的税费返还	2,503,588.17	42,049.50	136,726.00	108,090.41
收到其他与经营活动有关的现金	7,735,664.34	7,549,973.69	21,074,216.23	3,503,367.77
经营活动现金流入小计	114,640,083.84	190,394,432.10	181,037,912.94	67,712,551.10

购买商品、接受劳务支付的现金	6,301,596.91	9,364,811.82	24,087,681.42	5,488,461.49
支付给职工以及为职工支付的现金	31,167,163.43	40,805,422.83	31,015,151.48	12,696,131.94
支付的各项税费	5,949,059.58	22,407,570.86	4,878,708.82	5,968,033.20
支付的其他与经营活动有关的现金	12,955,800.20	23,288,446.37	25,165,782.44	15,690,630.02
经营活动现金流出小计	56,373,620.12	95,866,251.88	85,147,324.16	39,843,256.65
经营活动产生的现金流量净额	58,266,463.72	94,528,180.22	95,890,588.78	27,869,294.45
二、投资活动产生的现金流量:				
收回投资所收到的现金	-	-	12,997,865.00	-
取得投资收益所收到的现金	-	-	11,058,228.77	-
处置固定资产、无形资产和其他长期资产所收回的现金净额	4,180.00	27,800.00	1,500.00	8,820.00
投资活动现金流入小计	4,180.00	27,800.00	24,057,593.77	8,820.00
购建固定资产、无形资产和其他长期资产所支付的现金	7,058,373.45	28,396,190.53	40,731,393.52	2,763,527.67
投资所支付的现金	9,438.16	-	12,997,865.00	-
投资活动现金流出小计	7,067,811.61	28,396,190.53	53,729,258.52	2,763,527.67
投资活动产生的现金流量净额	-7,063,631.61	-28,368,390.53	-29,671,664.75	-2,754,707.67
三、筹资活动产生的现金流量:				
吸收投资所收到的现金	-	-	38,000,000.00	-
筹资活动现金流入小计	-	-	38,000,000.00	-
筹资活动产生的现金流量净额	-	-	38,000,000.00	-
四、汇率变动对现金的影响额	-739.89	-81,726.85	-33,985.54	-17,132.49
五、现金及现金等价物净增加额	51,202,092.22	66,078,062.84	104,184,938.49	25,097,454.29
加: 期初现金及现金等价物余额	202,573,822.90	136,495,760.06	32,310,821.57	7,213,367.28
六、期末现金及现金等价物余额	253,775,915.12	202,573,822.90	136,495,760.06	32,310,821.57

二、审计意见

本公司聘请的上海众华沪银会计师事务所有限公司对公司 2006 年至 2009 年 1-6 月的财务报告进行了审计，并出具了沪众会字（2009）第 3549 号标准无保留意见的审计报告。

三、会计报表的编制基础及合并财务报表编制情况

（一）会计报表的编制基础

本公司以持续经营为基础，根据实际发生的交易和事项，编制财务报表。

根据财政部《关于印发〈企业会计准则第 1 号——存货〉等 38 项具体准则的通

知》（财会[2006]3号）等规定，本公司自2007年1月1日起执行财政部2006年发布的《企业会计准则》。2009年1-6月、2008年及2007年财务报表已全面按照国家财政部于2006年2月颁布的《企业会计准则——基本准则》和《企业会计准则第1号——存货》等38项具体准则的要求编制。2006年财务报表以国家财政部于2000年12月颁布的《企业会计制度》和相关的企业会计准则为编制基础，并根据中国证监会颁布的证监发[2006]136号《关于做好与新会计准则相关财务会计信息披露工作的通知》及证监会计字[2007]10号《公开发行证券的公司信息披露规范问答第7号——新旧会计准则过渡期间比较财务会计信息的编制和披露》等文件的要求，按照国家财政部2006年2月颁布的《企业会计准则第38号——首次执行企业会计准则》中第五条至第十九条的相关规定编制而成。

此外，为了财务信息的可比性及其充分披露，按照证监会相关文件的要求，本公司还编制了假定自2006年1月1日起即全面执行新会计准则的2006年的备考信息。

（二）合并财务报表编制情况

本公司对所控制的全部子公司均纳入合并财务报表的合并范围。

截至2009年6月30日，本公司控制的子公司如下：

子公司名称	注册地	注册资本	业务内容	持股比例	表决权比例
中国制造网有限公司 (Made-in-China.com LIMITED)	中国香港	1,000 元港币	互联网应用	100%	100%

本公司2009年1-6月将该子公司按照同一控制下的企业合并纳入合并报表范围进行了合并，同时根据《企业合并准则》的有关要求追溯调整了期初比较报表。

四、公司主要会计政策和会计估计

（一）收入确认和计量的具体方法

本公司业务收入主要来自提供“B2B”业务的电子商务服务收入，包括中国制造网电子商务平台（Made-in-China.com）注册收费会员（分为金牌、银牌、铜牌三类收费会员）的会员费收入、注册收费会员增值服务收入和瑞士通用公证行（SGS）中国子公司通标公司提供的“认证供应商”服务收入。除上述收入外，报告期内本公司尚有为客户提供的网站建设服务收入和销售太阳能热水器的销售收入。

会员费收入为注册收费会员在中国制造网电子商务平台（Made-in-China.com）上发布企业信息、产品信息及商情信息等向本公司支付的服务费；增值服务为本公司向注册收费会员提供在中国制造网电子商务平台（Made-in-China.com）上的“名列前茅（TopRank）”服务、“产品展台（Spotlight Exhibits）”服务、“横幅推广（BannerPro）”服务等附加服务收取的服务费；“认证供应商（Audited Suppliers）”服务收入是基于 2007 年度本公司与 SGS 集团中国子公司通标公司签订的排他性合作协议，在中国制造网电子商务平台（Made-in-China.com）上推出的“认证供应商（Audited Suppliers）”的服务。该服务是一种非强制性审核认证服务，将由 SGS 集团的专家对本公司注册收费会员进行实地认证，除了进行基本面信息的确认之外，还将对该注册收费会员的生产能力、外贸能力、持续质量改进等多方面进行全面实地认证。本公司就该认证服务向注册收费会员收取认证服务费。

本公司的会员费、会员增值服务和“认证供应商（Audited Suppliers）”服务的各项收入需注册收费会员在中国制造网电子商务平台（Made-in-China.com）开通上述服务和进行实地认证前预先支付，会员费收入、增值服务收入于开始提供服务时将做递延，收益于各服务合约期限内按已提供服务之比例确认。“认证供应商（Audited Suppliers）”服务在 SGS 集团的专家对本公司注册收费会员进行实地认证、出具认证报告并在中国制造网电子商务平台（Made-in-China.com）发布后，确认“认证供应商（Audited Suppliers）”服务收入。

本公司将已预收服务费并开始提供服务未能确认收入部分记入“递延收益”科目，在报告期内，本公司的会员费和增值服务的合约期间均不超过 1 年（含 1 年）。即本公司报告期末的“递延收益”科目余额可在下一会计年度内全部结转为营业收入。

本公司提供的网站建设劳务在同时满足：（1）收入的金额能够可靠计量；（2）相关的经济利益很可能流入企业；（3）交易的完工进度能够可靠地确定；（4）交易中已发生的和将发生的成本能够可靠计量时，采用完工百分比法，即按照提供劳务交易的完工进度的方法确认收入的实现。一般而言，本公司网站建设服务收入完成周期较短，在劳务提供的当月即可确认收入。

本公司销售的太阳能热水器在同时满足：（1）已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方；（2）本公司既没有保留通常与所有权相联系的继续管理权，也没有

对已售出的商品实施有效控制；（3）收入的金额能够可靠地计量；（4）相关经济利益很可能流入企业；（5）相关的已发生的或将发生的成本能够可靠计量时，确认销售收入的实现。

本公司让渡资产使用权收入（包括利息收入和使用费收入等）在同时满足：（1）相关经济利益很可能流入企业；（2）收入的金额能够可靠地计量时，确认收入的实现。

（二）预收账款及递延收益

本公司预收账款及递延收益均指本公司对注册收费会员就尚未提供的有关服务预先收取的服务费，所有预先收取的服务费首次入账皆列为预收账款，该等金额于本公司开始提供服务时转至递延收益（已扣除预交的税金），一般而言，预先收取的服务费于该等金额转至递延收益后则不可退还。递延收益随本公司实际提供服务的进程转入营业收入。

（三）交易性金融资产及其核算

本公司对以公允价值计量且其变动计入当期损益的交易性金融资产取得时以公允价值（扣除已宣告但尚未发放的现金股利或已到付息期但尚未领取的债券利息）作为初始确认金额。取得时发生的相关交易费用直接计入当期损益。

交易性金融资产持有期间取得的利息或现金股利确认为投资收益，期末公允价值的变动计入当期损益。处置时，其公允价值与初始入账金额之间的差额确认为投资收益，同时调整公允价值变动损益。

交易性金融资产以活跃市场的报价确定其公允价值，活跃市场的报价包括易于定期从交易所、经纪商、行业协会、定价服务机构等获得的价格，且代表了在公平交易中实际发生的市场交易额的价格。

（四）应收款项及坏账准备

本公司应收款项包括应收账款和其他应收款。本公司对外销售商品或提供劳务形成的应收账款，按从购货方应收的合同或协议价款的公允价值作为初始确认金额。应收款项采用实际利率法，以摊余成本减去坏账准备后的净额列示。

对于单项金额重大的应收款项和单项金额不重大但按信用风险特征组合后该组

合的风险较大的应收款项，当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所有款项时，根据其预计未来现金流量现值低于其账面价值的差额，单独进行减值测试，计提坏账准备。

对于单项金额不重大和按信用风险特征组合后该组合的风险也不大的应收款项，根据账龄计提坏账准备，其计提坏账准备的比例如下：

账 龄	计提比例
1 年以内	0%
1-2 年	10%
2-3 年	50%
3 年以上	100%

本公司对坏账损失的确认标准为：当债务人破产或者死亡，以其破产财产或者遗产清偿后，仍然无法收回时；或当债务人逾期未履行其清偿责任，且具有明显特征表明无法收回时，在履行了规定的审批程序后，确认为坏账损失，冲销原提取的坏账准备；坏账准备不足冲销的差额，直接列入当期损益。

（五）存货及其核算

本公司取得存货时按照实际成本计价；发出时按加权平均法计价。债务重组取得债务人用以抵债的存货，以抵债存货的公允价值为基础确定其入账价值；非货币性交易换入的存货以换出资产的公允价值为基础确定其入账价值。低值易耗品和包装物在领用时采用一次摊销法核算。

本公司月末在对存货进行全面盘点的基础上，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。存货跌价准备按单个存货项目计提。可变现净值按正常生产经营过程中，以估计售价减去销售所必需的估计费用后的价值确定。

（六）子公司

子公司是指本公司能够对其实施控制，即有权决定其财务和经营政策，并能据以从其经营活动中获取利益的被投资单位。在确定能否对被投资单位实施控制时，被投资单位当期可转换公司债券、当期可执行认股权证等潜在表决权因素亦同时予以考虑。对子公司投资，在本公司个别财务报表中按照成本法确定的金额列示，在编制合并财务报表时按权益法调整后进行合并。

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

（七）固定资产计价和折旧方法

本公司的固定资产包括房屋及建筑物、运输设备、办公家具及电子设备等。购置或新建的固定资产按取得时的实际成本进行初始计量。与固定资产有关的后续支出，在相关的经济利益很可能流入本公司且其成本能够可靠的计量时，计入固定资产成本；对于被替换的部分，终止确认其账面价值；所有其他后续支出于发生时计入当期损益。

本公司固定资产折旧采用年限平均法并按其入账价值减去预计净残值（原价的5%）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。固定资产的预计使用寿命及年折旧率列示如下：

类 别	预计使用寿命（年）	年折旧率
房屋及建筑物	20	4.75%
运输设备	5	19%
办公家具	5	19%
电子设备	5	19%

本公司于每年年度终了，对固定资产的预计使用寿命、预计净残值和折旧方法进行复核并作适当调整。当固定资产的可收回金额低于其账面价值时，账面价值减记至可收回金额。符合持有待售条件的固定资产，以账面价值与公允价值减去处置费用孰低的金额列示。公允价值减去处置费用低于原账面价值的金额，确认为资产减值损失。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。

（八）无形资产的计价及摊销方法

本公司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，其可辨认性是指其能够从企业中分离或者划分出来，并能单独或者与相关合同、

资产或负债一起，用于出售、转移、授予许可、租赁或者交换；或其源自合同性权利或其他法定权利，无论这些权利是否可以从企业或其他权利和义务中转移或者分离。目前本公司的无形资产主要系土地使用权、外购的电脑软件、自主研发的著作权权和收购的销售网络。

本公司无形资产按照成本进行初始计量，在其预计使用期限内采用直线法摊销，计入各摊销期损益。其中：土地使用权按照土地取得时尚可使用期限 49 年进行摊销，外购软件按照 5 年进行摊销，自行研发的著作权权和收购的销售网络按照 3 年摊销。

本公司对使用寿命有限的无形资产的预计使用寿命及摊销方法于每年年度终了进行复核并做适当调整。当无形资产的可收回金额低于其账面价值时，账面价值减记至可收回金额。

（九）研究与开发支出

本公司将内部研究与开发项目的支出，区分为研究阶段支出与开发阶段支出。其中：研究阶段的支出及开发阶段不能同时满足下列条件的支出，于发生时直接计入当期损益；开发阶段的支出，在同时满足下列条件时，确认为无形资产，并在受益期限内按直线法摊销，计入各摊销期损益：（1）完成该无形资产以使其能够使用或出售在技术上具有可行性；（2）具有完成该无形资产并使用或出售的意图；（3）运用该无形资产生产的产品存在市场或无形资产自身存在市场；（4）有足够的技术、财务资源和其他资源支持，以完成该无形资产的开发，并有能力使用或出售该无形资产；（5）归属于该无形资产开发阶段的支出能够可靠地计量。

本公司对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。前期已计入损益的开发支出不在以后期间确认为资产。已资本化的开发阶段的支出在资产负债表上列示为开发支出，自该项目达到预定可使用状态之日起转为无形资产。

当开发支出的可收回金额低于其账面价值时，账面价值减记至可收回金额。

（十）资产减值准备

本公司在财务报表中单独列示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，至少每年进行减值测试。固定资产、无形资产、以成本模式计量的投资性房地产及长期股权投资等，于资产负债表日存在减值迹象的，进行减值测试。减值测试结果表明资产的可收回金额低于其账面价值的，按其差额计提减值准备并计入减

值损失。可收回金额为资产的公允价值减去处置费用后的净额与资产预计未来现金流量的现值两者之间的较高者。资产减值准备按单项资产为基础计算并确认，如果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确定资产组的可收回金额。资产组是能够独立产生现金流入的最小资产组合。

上述资产减值损失一经确认，如果在以后期间价值得以恢复，也不予转回。

（十一）政府补助

本公司获得的与收益相关的政府补助，如补助为货币性资产的，按照收到或应收的金额计量确认收入；如补助为非货币性资产的，按照公允价值计量确认收入，但用于补偿本公司以后期间的相关费用或损失的，则在收到时确认为递延收益。本公司获得的与资产相关的政府补助，在收到时亦确认为递延收益。递延收益在相关资产使用寿命内平均分配，计入各期损益。

（十二）原始财务报表与申报财务报表的重大差异原因、内容及调整依据

上海众华沪银会计师事务所有限公司对焦点科技2009年1-6月、2008年度、2007年度、2006年度原始财务报表与申报财务报表的差异比较表及差异说明进行了专项审核，并出具沪众会字（2009）第3632号专项审核报告，专项审核报告认为焦点科技编制的差异比较表及差异说明中申报财务报表对原始财务报表所作的调整符合企业会计准则的有关规定。

1、原始财务报表与申报财务报表两者之间存在差异的主要原因

（1）会计差错更正

本公司在2007年度以前在原始报表上对收入确认的方法采用开具发票即确认收入，而无论该服务是否已提供，在申报报表上根据权责发生制的原则对上述会计差错进行更正，调减2006年度净利润17,152,449.96元，调减应交税费4,342,566.69元，调减2006年期初未分配利润10,464,417.78元，调增递延收益31,959,434.43元。

（2）会计政策变更

本公司在原始报表上2006年度以前采用直接转销法核算坏账准备，在申报报表上更改为备抵法核算。对该变更追溯调减2006年期初未分配利润7,800.00元，调减其他应收款7,800.00元。

（3）会计准则变化

根据中国证监会发布的《公开发行证券的公司信息披露规范问答第7号——新旧会计准则过渡期间比较财务会计信息的编制和披露》的有关规定，按照证监发[2006]130号文规定的原则确定2007年1月1日的资产负债表期初数，并以此为基础，分析《企业会计准则第38号——首次执行企业会计准则》第五条至第十九条对可比期间利润表和可比期初资产负债表的影响，按照追溯调整的原则，将调整后的可比期间利润表和资产负债表作为可比期间的申报报表，由此形成了申报报表与原始报表的部分差异。这种差异因新旧会计准则对会计要素的明细项目在财务报表上列示的分类规定不同需作重分类调整。

2、原始财务报表与申报财务报表两者之间存在主要差异的内容及调整

- （1）2009年1-6月原始财务报表与申报财务报表一致，无任何差异。
- （2）2008年度原始财务报表与申报财务报表一致，无任何差异。
- （3）2007年度原始财务报表与申报财务报表一致，无任何差异。
- （4）2006年度原始财务报表与申报财务报表主要差异的内容及调整：

2006年度原始财务报表与申报财务报表差异对照表

单位：元

项目	2006年度报表			
	原始财务报表	申报财务报表	差异	说明
资产	52,863,681.45	52,766,948.18	-96,733.27	①
负债	6,186,061.23	34,261,149.02	28,075,087.79	②
股东权益	46,677,620.22	18,505,799.16	-28,171,821.06	③
营业收入	64,500,848.37	43,626,375.53	-20,874,472.84	④
成本费用	31,458,889.48	30,858,388.18	-600,501.30	⑤
净利润	28,085,665.06	10,852,789.25	-17,232,875.81	⑥

说明：

①申报报表中的资产数比原始报表的资产数减少了96,733.27元，主要原因系申报报表调整部分预付账款到管理费用和补提坏账准备7,800.00元。

②申报报表中的负债数比原始报表的负债数增加了28,075,087.79元，主要原因系前述申报报表更正原始报表中关于收入确认方面的差错并对收入进行追溯调整，将以前年度（包含2006年度）多确认的收入31,959,434.43元调整到递延收益科目，

同时调减多缴纳的税费 4,385,429.49 元。

③申报报表中的股东权益数比原始报表的股东权益数减少了 28,171,821.06 元，主要原因系受①、②项资产、负债调整的综合影响。

④申报报表中的营业收入数比原始报表的营业收入数减少了 20,874,472.84 元，主要原因系申报报表 2006 年度更正原始报表中关于收入确认方面的差错。

⑤申报报表中的成本费用数比原始报表的成本费用数减少了 600,501.30 元，主要原因系受上述第①项申报报表的调整增加费用 88,933.27 元外，在将收入调减的同时，相应调减主营业务税金及附加 695,119.95 元。

⑥申报报表中的净利润数比原始报表的净利润数减少了 17,232,875.81 元，主要原因除上述第④、⑤项申报报表的调整相应调减利润 20,273,971.54 元外，同时调减所得税 3,041,095.73 元所致。

（十三）营业成本、销售费用、管理费用的构成及划分标准，收入按照服务比例进行确认时营业成本与收入的配比合理性

1、营业成本、销售费用和管理费用的构成及划分标准

（1）营业成本的构成及划分标准

报告期内营业成本由工资及福利、网站运营费用、认证费用、热水器销售成本等构成。本公司按照部门对员工工资及福利进行划分，分别计入营业成本、销售费用和管理费用，列入营业成本的部门为网站运营部、产品部和技术支持中心，主要是与提供服务直接相关的技术部门及网站维护运营机构的人员工资及相关福利；网站运营费用系上述三部门维护网站正常运营发生的相关支出；认证费用是基于认证供应商服务收入发生的成本，公司委托通标公司对注册收费会员进行认证，并出具认证报告，支付给通标公司的费用确认为营业成本；热水器销售成本是库存商品成本。报告期内公司营业成本的明细构成如下：

单位：元

项 目	2009 年 1-6 月	2008 年度	2007 年度	2006 年度
工资及福利	4,495,865.43	11,112,266.74	7,632,617.13	5,632,643.21
网站运营费用	7,273,459.97	9,588,400.24	4,656,717.10	3,545,142.60
认证费用	3,728,466.00	5,401,343.38	3,858,010.00	0.00

热水器销售成本	0.00	0.00	531,065.88	1,444,289.38
合 计	15,497,791.40	26,102,010.36	16,678,410.11	10,622,075.19

注：为合并财务报表数据；本节引用的财务数据，除特别说明外，均为合并财务报表数据。

（2）销售费用的构成及划分标准

报告期内销售费用为本公司期间费用最大组成部分，主要为销售部和专设的销售分支机构、办事处的销售人员工资奖金、营销推广开支及其他关于市场推广活动的费用，包括办事处的租金开支、折旧开支、通讯开支及相关交通费等。报告期内销售费用的明细构成如下：

单位：元

项 目	2009 年 1-6 月	2008 年度	2007 年度	2006 年度
工资及福利	22,521,104.59	26,434,295.96	15,159,518.55	5,425,797.17
办公费	4,744,472.48	8,762,847.74	10,019,513.66	3,564,670.96
广告费	2,814,766.20	8,618,386.16	7,607,541.76	3,387,054.58
折旧费	144,451.62	241,506.52	118,811.90	61,341.82
收购销售网络摊销	2,766,666.60	1,844,444.40	-	-
其他	378,252.61	518,247.02	213,933.17	322,717.19
合 计	33,369,714.10	46,419,727.80	33,119,319.04	12,761,581.72

（3）管理费用的构成及划分标准

管理费用主要由财务部、人事行政部、法务部等管理部门费用及未能确定归口部门统一使用或受益的支出（如独立董事费用）等构成，包括企业行政管理部门为了组织和管理经营活动所发生的费用及行政人员的工资及福利等。报告期内管理费用的明细构成如下：

单位：元

项 目	2009 年 1-6 月	2008 年度	2007 年度	2006 年度
工资及福利	3,200,796.61	6,141,167.20	4,949,035.76	3,664,117.99
办公费	2,727,677.84	3,988,806.37	1,927,688.57	1,564,592.86
折旧费	1,289,240.99	1,897,266.83	287,898.53	201,629.63
低值易耗品	18,075.00	707,752.70	336,191.70	316,412.10
招待费	58,085.70	94,798.70	145,942.10	139,392.21
其他	816,875.79	1,069,237.73	351,789.72	256,992.51
合 计	8,110,751.93	13,899,029.53	7,998,546.38	6,143,137.30

2、收入按照服务比例进行确认时营业成本与收入的配比合理性

营业成本中的工资及福利和网站运营费用按当月已经支付和应支付的金额全部

计入营业成本科目，与按照服务期限（3个月至1年）平均结转到营业收入的注册收费会员费收入和增值服务费收入在会计期间上做到了相互配比。认证费用是基于“认证供应商”服务收入发生的成本，本公司委托通标公司对供应商进行认证需向通标公司支付认证服务费，在确认认证收入的同时，将支付给通标公司的费用确认为营业成本，使收入和成本做到配比。热水器销售成本是在确认热水器销售收入的同时，结转库存商品成本作为营业成本，使成本与收入做到配比。

五、经注册会计师核验的非经常性损益明细表

单位：元

项 目	2009年1-6月	2008年度	2007年度	2006年度
一、非经常性损益项目				
固定资产处置收益	0.00	8,119.84	623.83	3,920.00
政府补助	1,057,200.00	1,102,500.00	15,000.00	35,400.00
固定资产处置损失	-42,926.17	0.00	-3,282.48	-14,423.04
投资交易性金融资产收益	0.00	0.00	11,058,228.77	0.00
公益性捐赠	-1,000,000.00	-74,733.70	0.00	0.00
除上述各项之外的其他营业外收支净额	-11,750.00	0.00	0.00	-1,816.27
非经常性损益影响的所得税	-378.57	-103,588.61	-1,660,585.52	-3,462.10
合计	2,145.26	932,297.53	9,409,984.60	19,618.59
二、归属于普通股股东的净利润	34,060,391.25	75,248,435.34	64,167,768.16	10,852,789.25
三、扣除非经常性损益归属于普通股股东的净利润	34,058,245.99	74,316,137.81	54,757,783.56	10,833,170.66

六、最近一期末主要固定资产及对外投资情况

根据生产经营的实际情况，本公司固定资产主要包括房屋及建筑、运输工具、办公设备、电子设备等，固定资产原值按实际成本或确定的公允价值计价，固定资产折旧采用平均年限法计提。

截至2009年6月30日，本公司固定资产原值为4,631.89万元，固定资产账面净值合计为3,861.79万元。具体内容如下表：

单位：元

固定资产分类	2008年12月31日	本期增加	本期减少	2009年6月30日
一、原价合计	45,288,841.33	1,183,136.72	153,101.67	46,318,876.38
其中：房屋及建筑物	34,467,425.53	845,858.40	0.00	35,313,283.93

运输工具	3,141,043.30	0.00	0.00	3,141,043.30
办公设备	505,579.20	30,228.32	11,172.00	524,635.52
电子设备	7,174,793.30	307,050.00	141,929.67	7,339,913.63
二、累计折旧合计	5,845,037.67	1,961,889.67	105,995.50	7,700,931.84
其中：房屋及建筑物	2,423,912.86	989,211.74	0.00	3,413,124.60
运输工具	739,816.25	298,377.48	0.00	1,038,193.73
办公设备	295,447.93	24,217.31	2,476.46	317,188.78
电子设备	2,385,860.63	650,083.14	103,519.04	2,932,424.73
三、固定资产账面净值合计	39,443,803.66	-	-	38,617,944.54
其中：房屋及建筑物	32,043,512.67	-	-	31,900,159.33
运输工具	2,401,227.05	-	-	2,102,849.57
办公设备	210,131.27	-	-	207,446.74
电子设备	4,788,932.67	-	-	4,407,488.90

报告期各期末本公司的固定资产未发生可收回金额低于其账面价值的情况，故无需计提无形资产减值准备。

截至 2009 年 6 月 30 日，除控制中国制造网有限公司(Made-in-China.com LIMITED)外，本公司无任何对外投资。

七、最近一期末无形资产情况

单位：元

无形资产分类	2008 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2009 年 6 月 30 日
一、原价合计	26,913,565.91	0.00	0.00	26,913,565.91
其中：土地使用权	2,253,527.00	0.00	0.00	2,253,527.00
外购软件	1,936,028.00	0.00	0.00	1,936,028.00
软件著作权	6,124,010.91	0.00	0.00	6,124,010.91
收购销售网络	16,600,000.00	0.00	0.00	16,600,000.00
二、累计摊销合计	3,502,409.16	4,003,933.08	0.00	7,506,342.24
其中：土地使用权	49,746.22	22,995.18	0.00	72,741.40
外购软件	417,438.64	193,602.84	0.00	611,041.48
软件著作权	1,190,779.90	1,020,668.46	0.00	2,211,448.36
收购销售网络	1,844,444.40	2,766,666.60	0.00	4,611,111.00
三、无形资产账面价值合计	23,411,156.75	-	-	19,407,223.67
其中：土地使用权	2,203,780.78	-	-	2,180,785.60
外购软件	1,518,589.36	-	-	1,324,986.52
软件著作权	4,933,231.01	-	-	3,912,562.55
收购销售网络	14,755,555.60	-	-	11,988,889.00

上述土地使用权系指本公司购买的南京高新技术产业开发区用地编号为 1-13

的土地使用权，已取得南京市土地管理局颁发的土地使用权证（宁浦国用（2008）第01442P号），本公司按土地尚可使用期限49年进行摊销。

软件著作权是2008年自开发支出科目转入的“领动”项目和“招聘网站”项目，上述项目已于2008年6月完成，并于2008年9月取得国家版权局颁发的计算机软件著作权登记证书，编号分别为软著登字第107517号和软著登字第107518号，本公司分3年进行摊销。

经本公司董事会批准，本公司于2008年7月出资1,500万元收购浙江6家代理商的销售网络，2008年8月出资160万元收购浙江1家代理商的销售网络，上述销售网络也于2008年9月整体移交给本公司，根据江苏天仁资产评估事务所的评估，上述销售网络作为无形资产被评估，评估价值为2,287万元，本公司分3年进行摊销。

报告期各期末本公司的无形资产未发生可收回金额低于其账面价值的情况，故无需计提无形资产减值准备。

八、最近一期末主要债项

截至2009年6月30日，本公司负债总额为10,166.36万元，其中流动负债为9,661.26万元，非流动负债为505.10万元。

（一）银行借款情况

截至2009年6月30日，本公司无长、短期银行借款。

（二）对内部人员及关联方债务情况

截至2009年6月30日，本公司无对内部人员及关联方债务。

（三）承诺事项

2009年6月30日（T），本公司就租赁项目之不可撤销经营租赁所需于下列期间承担款项如下：

期间	经营租赁（万元）
T+1 年	213.67
T+2 年	57.60
合计	271.27

除存在上述承诺事项外，截至 2009 年 6 月 30 日，本公司无其他重大承诺事项。

九、所有者权益变动情况

（一）股本情况

1、2006 年股本变动情况

2006 年公司股本未发生变动。

2、2007 年股本变动情况

（1）2007 年股本变动概览

单位：元

投资方名称	2006 年 12 月 31 日	当期增加	当期减少	2007 年 12 月 31 日
沈锦华	9,500,000.00	60,997,117.00	959,720.00	69,537,397.00
姚瑞波	500,000.00	3,571,144.00	0.00	4,071,144.00
江苏红杉创业投资有限公司	0.00	8,812,000.00	0.00	8,812,000.00
江苏信泉创业投资管理有限公司	0.00	704,960.00	0.00	704,960.00
许剑峰等 33 位其他自然人	0.00	4,994,499.00	0.00	4,994,499.00
合计	10,000,000.00	79,079,720.00	959,720.00	88,120,000.00

（2）2007 年股本变动明细

发起股东 名称/姓名	初始出资额(元)	净资产折股 (股)	新股东增资(元)	股权转让	变更及增资后 股本(股)
沈锦华	9,500,000.00	60,997,117.00	0.00	-959,720.00	69,537,397.00
红杉创投	0.00	7,729,750.00	735,930.00	346,320.00	8,812,000.00
姚瑞波	500,000.00	3,571,144.00	0.00	0.00	4,071,144.00
许剑峰	0.00	1,785,573.00	0.00	250,000.00	2,035,573.00
谢永忠	0.00	1,571,304.00	0.00	220,000.00	1,791,304.00
信泉创投	0.00	618,380.00	86,580.00	0.00	704,960.00
丁光宇	0.00	214,269.00	0.00	30,000.00	244,269.00
刘九兰	0.00	107,135.00	0.00	15,000.00	122,135.00
李丽洁	0.00	107,135.00	0.00	15,000.00	122,135.00
王静宁	0.00	78,566.00	0.00	11,000.00	89,566.00
成俊杰	0.00	46,425.00	0.00	6,500.00	52,925.00
谢志超	0.00	35,712.00	0.00	5,000.00	40,712.00
刘彩霞	0.00	32,141.00	0.00	4,500.00	36,641.00
王宏	0.00	28,570.00	0.00	4,000.00	32,570.00
刘海燕	0.00	25,713.00	0.00	3,600.00	29,313.00
高红蕾	0.00	24,999.00	0.00	3,500.00	28,499.00
邹苇	0.00	24,999.00	0.00	3,500.00	28,499.00
何雪松	0.00	24,999.00	0.00	3,500.00	28,499.00
郑磊	0.00	24,999.00	0.00	3,500.00	28,499.00
翁强	0.00	24,999.00	0.00	3,500.00	28,499.00

端小堃	0.00	18,570.00	0.00	2,600.00	21,170.00
刘金星	0.00	19,285.00	0.00	2,700.00	21,985.00
张慧	0.00	21,427.00	0.00	3,000.00	24,427.00
胡成钢	0.00	21,427.00	0.00	3,000.00	24,427.00
肖微	0.00	21,427.00	0.00	3,000.00	24,427.00
许晓巍	0.00	18,570.00	0.00	2,600.00	21,170.00
毛钱妹	0.00	17,856.00	0.00	2,500.00	20,356.00
夏宇	0.00	15,714.00	0.00	2,200.00	17,914.00
吴茜	0.00	14,285.00	0.00	2,000.00	16,285.00
钱衬画	0.00	7,143.00	0.00	1,000.00	8,143.00
陆鹰	0.00	7,143.00	0.00	1,000.00	8,143.00
周丹	0.00	7,143.00	0.00	1,000.00	8,143.00
任睿	0.00	7,143.00	0.00	1,000.00	8,143.00
冯娟	0.00	14,285.00	0.00	2,000.00	16,285.00
叶婷	0.00	5,714.00	0.00	800.00	6,514.00
章湛	0.00	3,572.00	0.00	500.00	4,072.00
董玮	0.00	2,857.00	0.00	400.00	3,257.00
合计	10,000,000.00	77,297,490.00	822,510.00	0.00	88,120,000.00

3、2008 年股本变动情况

2008 年公司股本未发生变动。

4、2009 年 1-6 月股本变动情况

2009 年 1-6 月公司股本未发生变动。

(二) 资本公积

2006 年 12 月 31 日公司资本公积金余额为零。

2007 年公司资本公积变动如下：

单位：元

项目	2006 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2007 年 12 月 31 日
资本（股本）溢价	0.00	37,177,490.00	37,172,306.58	5,183.42

2007 年 8 月 24 日，南京焦点股东会通过决议，同意吸收信泉创投为新股东，信泉创投认缴出资 8.658 万元人民币（实际缴付 400 万元，溢缴 391.342 万元），同意红杉创投增资 73.593 万元人民币（实际缴付 3,400 万元，溢缴 3,326.407 万元），以上资本溢价合计为 37,177,490 元。

2007 年 9 月 2 日，经南京焦点股东会决议批准，由南京焦点原有股东作为发起人，以经审计的截至 2007 年 8 月 31 日净资产 88,125,183.42 元为基数，折合注册资本 8,812 万元人民币，此次折股导致资本公积转出 37,172,306.58 元。

截至 2008 年 12 月 31 日，公司资本公积余额为 6,065.31 元，较 2007 年 12 月 31 日增加 881.89 元，该变动系按照同一控制下的企业合并中国制造网有限公司（Made-in-China.com LIMITED）的形成资本溢价。

截至 2009 年 6 月 30 日，公司资本公积余额为 5,438.97 元，较 2008 年 12 月 31 日减少 626.34 元，该变动系按照同一控制下的企业合并中国制造网有限公司（Made-in-China.com LIMITED）减少的资本溢价。

（三）盈余公积

单位：元

项目	2009 年 1-6 月	2008 年度	2007 年度	2006 年度
期初余额	10,779,681.92	3,254,838.39	171,606.86	171,606.86
本期提取	0.00	7,524,843.53	3,254,838.39	0.00
本期减少	0.00	0.00	171,606.86	0.00
期末余额	10,779,681.92	10,779,681.92	3,254,838.39	171,606.86

（四）未分配利润

单位：元

项 目	2009 年 1-6 月	2008 年度	2007 年度	2006 年度
期初未分配利润	97,017,137.32	29,293,545.51	8,334,192.30	-2,518,596.95
加：本年净利润转入	34,060,391.25	75,248,435.34	64,167,768.16	10,852,789.25
减：提取法定盈余公积	0.00	7,524,843.53	3,254,838.39	0.00
提取法定公益金	0.00	0.00	0.00	0.00
应付普通股股利	0.00	0.00	0.00	0.00
转作股本的普通股股利	0.00	0.00	39,953,576.56	0.00
期末未分配利润	131,077,528.57	97,017,137.32	29,293,545.51	8,334,192.30
其中：拟分配的现金红利	0.00	0.00	0.00	0.00

十、报告期内的现金流量情况

单位：元

项 目	2009 年 1-6 月	2008 年度	2007 年度	2006 年度
经营活动产生的现金流量净额	58,261,469.18	94,528,180.22	95,890,588.78	27,869,294.45
投资活动产生的现金流量净额	-7,054,193.45	-28,368,390.53	-29,671,664.75	-2,754,707.67
筹资活动产生的现金流量净额	0.00	881.89	38,000,000.00	0.00
汇率变动对现金的影响额	-1,363.99	-81,726.85	-33,985.54	-17,132.49
现金及现金等价物净增加额	51,205,911.74	66,078,944.73	104,184,938.49	25,097,454.29

报告期内发行人不存在不涉及现金收支的重大投资和筹资活动。

十一、期后事项、或有事项及其他重要事项

（一）资产负债表日后非调整事项

截至本公司财务报表签发日（2009年7月21日），本公司未发生影响财务报表阅读和理解的重大资产负债表日后事项中的非调整事项。

（二）或有事项

截至2009年6月30日，本公司未发生影响财务报表阅读和理解的重大或有事项。

（三）其他重要事项

2007年7月9日，本公司与南京高新技术经济开发总公司（以下简称“南京高新”）签订了编号为200709040013的房地产租赁合同，约定南京高新向本公司出租南京高新技术产业开发区星火路软件大厦A座8-12层，其中：8-9层的租赁面积为2,734.7m²，10-12层的租赁面积为4,202.1m²，租赁期从2007年8月1日起至2010年7月31日止。双方约定在整个租赁期内南京高新对本公司皆免收租金且不附加任何限制条件。

本公司2008年度被国家发改委等四部门认定为国家规划布局内重点软件企业，本公司正在申请2009年度的国家规划布局内重点软件企业，若2009年度仍能被认定为国家规划布局内重点软件企业，本公司可享受10%的企业所得税优惠税率，将增加本公司2009年1-6月净利润200.54万元。

除上述事项外，本公司在报告期内未发生重大的债务重组等其他影响财务报表阅读和理解的重要事项。

（四）假定全面执行新会计准则的备考信息

本公司2006年财务报表系按照原会计准则（即国家财政部2000年12月颁布的《企业会计制度》及相关的企业会计准则）、并根据新会计准则（即国家财政部2006年2月颁布的企业会计准则）中的《企业会计准则第38号——首次执行企业会计准则》第五条至第十九条的规定编制而成的，此第五条至第十九条规定了须对其所述及之经济业务按新会计准则进行追溯调整，对第五条至第十九条所述及之经济业务以外的事项则不作追溯调整。

若本公司从 2006 年 1 月 1 日开始全面执行财政部 2006 年 2 月颁布的《企业会计准则》，则本公司会计政策与本申报财务报表所执行的会计政策存在如下主要差异：

1、新会计准则研究与开发支出会计政策

本公司将内部研究与开发项目的支出，区分为研究阶段支出与开发阶段支出。其中：研究阶段的支出及开发阶段不能同时满足下列条件的支出，于发生时直接计入当期损益；开发阶段的支出，在同时满足下列条件时，确认为无形资产，并在受益期限内按直线法摊销，计入各摊销期损益：（1）完成该无形资产以使其能够使用或出售在技术上具有可行性；（2）具有完成该无形资产并使用或出售的意图；（3）运用该无形资产生产的产品存在市场或无形资产自身存在市场；（4）有足够的技术、财务资源和其他资源支持，以完成该无形资产的开发，并有能力使用或出售该无形资产；（5）归属于该无形资产开发阶段的支出能够可靠地计量。

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。前期已计入损益的开发支出不在以后期间确认为资产。已资本化的开发阶段的支出在资产负债表上列示为开发支出，自该项目达到预定可使用状态之日起转为无形资产。

当开发支出的可收回金额低于其账面价值时，账面价值减记至可收回金额。

2、旧会计准则研究与开发支出会计政策

研究与开发支出在发生时全部费用化，直接计入当期损益。

按照中国证监会《公开发行证券的公司信息披露规范问答第 7 号——新旧会计准则过渡期间比较财务会计信息的编制和披露》的要求，拟公开发行证券的公司还应假定自申报报表比较期初开始全面执行新会计准则，以申报报表可比期间最早期初资产负债表为起点，对已按新会计准则第 38 号第五条至第十九条之规定作追溯调整的申报报表，再按新会计准则第 1 号至 37 号的规定对申报报表所涉各会计期间进行模拟，编制比较期间的备考利润表。由于本公司 2006 年度研发支出不能恰当区分研究阶段和开发阶段的支出，故未对开发支出予以资本化，除此之外不存在涉及损益而需调整的其他经济事项，故本公司按有限追溯编制的 2006 年度的利润表与全面执行新会计准则编制的备考利润表没有差异。

十二、发行人主要财务指标

（一）本公司报告期内主要财务指标

序号	财务指标	2009年1-6月	2008年度	2007年度	2006年度
1	流动比率	2.69	2.64	2.38	1.43
2	速动比率	2.69	2.64	2.38	1.43
3	资产负债率（母公司）（%）	30.65	30.35	38.60	64.93
4	应收账款周转率（次）	-	-	-	-
5	存货周转率（次）	-	-	-	-
6	息税折旧摊销前利润（万元）	4,618.70	9,008.41	7,587.26	1,317.50
7	利息保障倍数	-	-	-	-
8	每股经营活动的现金流量（元）	0.66	1.07	1.09	2.79
9	每股净现金流量（元）	0.58	0.75	1.18	2.51
10	无形资产占净资产的比例（%）	8.44	11.95	3.42	0.00

注：1、上述指标的计算公式如下：

- ①流动比率=流动资产/流动负债
 - ②速动比率=速动资产/流动负债
 - ③资产负债率=总负债/资产总额
 - ④应收账款周转率=营业收入/应收账款平均余额
 - ⑤存货周转率=营业成本/存货平均余额
 - ⑥息税折旧摊销前利润=税前利润+利息+折旧支出+待摊费用摊销额+长期待摊费用摊销额+无形资产摊销
 - ⑦利息保障倍数=（税前利润+利息费用）/利息费用
 - ⑧每股经营活动现金流量=经营活动产生的现金流量净额/期末股本总额
 - ⑨每股净现金流量=现金流量净额/期末股本总额
 - ⑩无形资产占净资产比例=无形资产（土地使用权除外）/期末净资产。
- 2、报告期各期末公司应收账款余额均为0，应收账款周转率无穷大。
- 3、报告期各期末公司存货余额较少或为0，存货周转率无穷大或较大无可比意义。
- 4、公司报告期内财务费用均为负值，利息保障倍数无可比意义。

（二）公司报告期内净资产收益率及每股收益

本公司按《公开发行证券公司信息披露编报规则第9号—净资产收益率和每股收益的计算及披露》（2007年修订）计算的报告期内净资产收益率和每股收益如下表：

报告期利润	净资产收益率		每股收益（元）	
	全面摊薄	加权平均	基本每股收益	稀释每股收益
2009年1-6月				
归属于公司普通股股东的净利润	14.81%	15.99%	0.39	0.39
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	14.81%	15.99%	0.39	0.39
2008年度				
归属于公司普通股股东的净利润	38.41%	47.54%	0.85	0.85

扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	37.93%	46.95%	0.84	0.84
2007 年度				
归属于公司普通股股东的净利润	53.17%	100.23%	1.01	1.01
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	45.38%	85.53%	0.86	0.86
2006 年度				
归属于公司普通股股东的净利润	58.65%	82.98%	0.59	0.59
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	58.54%	82.83%	0.59	0.59

十三、历次验资情况

（一）南京市审计师事务所对南京焦点科技开发有限公司（筹）截至 1996 年 1 月 8 日的实收资本及相关资产和负债的真实性和合法性进行了审验，并于 1996 年 1 月 8 日出具了宁审验 6 号《验资报告》，确认注册资本 50 万元人民币已缴足。

（二）江苏鼎信会计师事务所接受委托，对公司截至 2000 年 2 月 29 日的实收资本的变更情况的真实性和合法性进行了审验，并出具了苏鼎验（2000）3-171 号《验资报告》。报告确认，截至 2000 年 2 月 29 日，公司已收到股东增加投入的资本 950 万元人民币，全部为货币资金。本次增资后，公司的注册资本为 1,000 万元人民币。

（三）2007 年 8 月 27 日，上海众华沪银会计师事务所接受委托，审验了南京焦点截至 2007 年 8 月 27 日新增注册资本及实收资本情况，并出具了沪众会字[2007]第 2568 号《验资报告》。报告确认，截至 2007 年 8 月 27 日，公司已收到新增注册资本（实收资本）82.251 万元人民币。本次增资后，公司的注册资本变更为 1,082.251 万元人民币。

（四）2007 年 9 月 19 日，上海众华沪银会计师事务所有限公司接受委托，审验了焦点科技股份有限公司（筹）截至 2007 年 9 月 19 日申请设立登记的股本实收情况，并出具了沪众会字[2007]第 2423 号《验资报告》。报告确认，截至 2007 年 9 月 19 日，各发起人以其持有的经过审计的南京焦点截至 2007 年 8 月 31 日净资产人民币 88,125,183.42 元（其中：实收资本人民币 10,822,510.00 元、资本公积人民币 37,177,490.00 元、盈余公积人民币 171,606.86 元、未分配利润人民币 39,953,576.56 元）作为出资投入焦点科技股份有限公司（筹），其中 88,120,000.00 元列作股本，5,183.42 元列作资本公积。

第十一节 管理层讨论与分析

一、财务状况分析

(一) 公司资产构成和减值准备提取情况分析

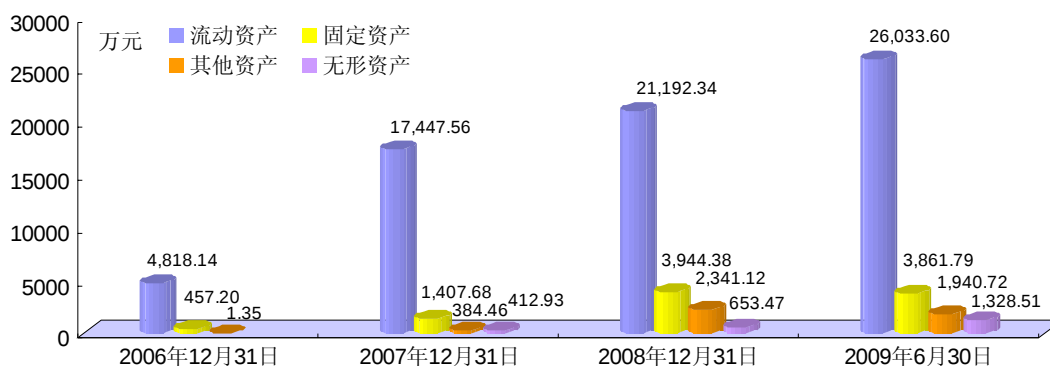
1、总资产的主要构成分析

报告期内公司各类资产金额及其占总资产的比例如下：

单位：万元

项目	2009年6月30日		2008年12月31日		2007年12月31日		2006年12月31日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
流动资产	26,033.60	78.50%	21,192.34	75.34%	17,447.56	88.78%	4,818.14	91.31%
固定资产	3,861.79	11.64%	3,944.38	14.02%	1,407.68	7.16%	457.20	8.66%
无形资产	1,940.72	5.85%	2,341.12	8.32%	412.93	2.10%	0.00	0.00%
其他资产	1,328.51	4.01%	653.47	2.32%	384.46	1.96%	1.35	0.03%
资产总计	33,164.63	100%	28,131.30	100%	19,652.63	100%	5,276.69	100%

注：为合并财务报表数据；本节引用的财务数据，除特别说明外，均为合并财务报表数据。



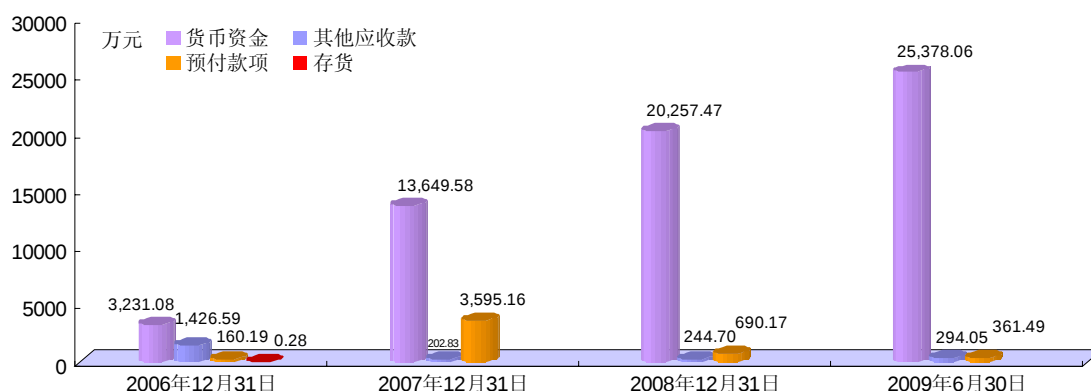
公司2006年12月31日、2007年12月31日、2008年12月31日、2009年6月30日的资产总额均呈快速上升态势，分别较上年同期增长145.95%、272.44%、43.14%、46.47%。报告期内总资产的主要构成为流动资产，2006年12月31日、2007年12月31日、2008年12月31日、2009年6月30日流动资产占资产总额的比例分别为91.31%、88.78%、75.34%、78.50%，结构相对保持稳定。

构成公司总资产重要组成部分的流动资产详细构成金额及比例如下：

单位：万元

项目	2009年6月30日		2008年12月31日		2007年12月31日		2006年12月31日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
货币资金	25,378.06	97.48%	20,257.47	95.59%	13,649.58	78.23%	3,231.08	67.06%
其他应收款	294.05	1.13%	244.70	1.15%	202.83	1.16%	1,426.59	29.61%

预付款项	361.49	1.39%	690.17	3.26%	3,595.16	20.61%	160.19	3.32%
存货	0.00	0.00%	0.00	0.00%	0.00	0.00%	0.28	0.01%
流动资产合计	26,033.60	100%	21,192.34	100%	17,447.56	100%	4,818.14	100%



报告期内资产总额不断上升的主要原因为：首先，公司流动资产余额的持续增长，2006年12月31日、2007年12月31日、2008年12月31日、2009年6月30日公司流动资产余额分别为4,818.14万元、17,447.56万元、21,192.34万元、26,033.60万元，分别较上年同期增长177.65%、262.12%、21.46%、46.98%；其次，公司为适应行业发展需要，增强客户信心，不断扩大网络设备、硬件设备的投资力度，在全国中小企业对外出口贸易活跃的地区建设营销渠道，由此导致2009年6月30日固定资产余额比2006年12月31日固定资产余额上升3,404.59万元。

2、对公司主要资产具体情况分析

(1) 货币资金分析

焦点科技是本土领先的综合型第三方B2B电子商务平台运营商，公司的资产结构较传统企业相比具有明显的特点，即公司资产主要由流动资产构成，且流动资产中货币资金比重较大。2006年12月31日、2007年12月31日、2008年12月31日、2009年6月30日公司货币资金余额分别为3,231.08万元、13,649.58万元、20,257.47万元、25,378.06万元，分别较上年同期增长347.93%、322.45%、48.41%、53.36%。

公司在报告期末货币资金余额较大的原因主要如下：

①互联网类公司均具有如下特点：经营初期在销售客户数量较少时，固定资产折旧、前期研发费用等相对固定成本对经营成果影响较大；在销售客户达到一定数量并度过盈亏平衡点后，由于营业收入的增长远快于变动成本的增长，因此经营成果出现快速增长趋势。下表为互联网类公司在首次公开发行股票并上市前后会计年度的净利

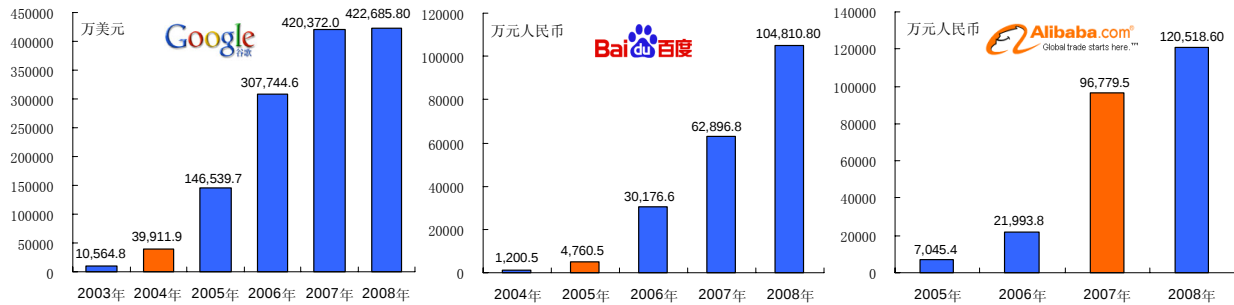
润数据比较:

单位: 万元

互联网类上市公司	2003 年度	2004 年度	2005 年度	2006 年度	2007 年度	2008 年度
谷歌	10,564.8	39,911.9	146,539.7	307,744.6	420,372.0	422,685.8
百度	-	1,200.5	4,760.5	30,176.6	62,896.8	104,810.8
阿里巴巴	-	-	7,045.4	21,993.8	96,779.5	120,518.6

注: 1、本表数据均来自相关公司年报或招股文件, 其中谷歌计价货币为美元, 其余为人民币;

2、字体加粗的金额在互联网类公司上市当年度的数据。



注: 橘黄色为互联网类公司上市当年的净利润数据。

②2006 年、2007 年、2008 年、2009 年 1-6 月本公司营业收入分别为 4,362.64 万元、12,592.29 万元、17,166.35 万元、9,890.71 万元, 呈同比持续快速上升态势。由于本公司销售政策规定, 收到客户支付的服务合同全款后再提供相关服务, 因此货币资金亦呈快速上升态势。

③2007 年 8 月江苏红杉创业投资有限公司及江苏信泉创业投资管理有限公司分别以现金 3,400 万元人民币及现金 400 万元人民币对公司增资。

④高现金比例也是互联网类公司的共有财务特征, 下表为在国内外不同证券交易所公开上市交易的 7 家互联网类公司首次公开发行股票前的资产结构有关数据:

单位: 万元

公 司	阿里巴巴	生意宝	百度	金融界	搜狐	网易	焦点科技
上市前财务指标							
现金	176,289	9,218	19,426	866	3,311	11,780	25,378
流动资产	199,474	10,228	21,392	900	3,412	13,422	26,033
现金/流动资产	88.38%	90.12%	90.81%	96.22%	97.04%	87.77%	97.48%
资产总额	236,239	14,855	28,430	962	3,811	14,373	33,165
流动资产/资产总额	84.44%	68.85%	75.24%	93.56%	89.53%	93.38%	78.50%
现金/资产总额	74.62%	62.05%	68.33%	90.02%	86.88%	81.96%	76.52%
简况							
上市年度	2007 年	2006 年	2005 年	2004 年	2000 年	2000 年	-
上市地点	香港联交所	深交所	NASDAQ	NASDAQ	NASDAQ	NASDAQ	-

注: 1、表中财务数据来源于相关公司招股文件中的合并会计报表, 其中生意宝数据截至 2006 年 6 月 30 日。

2、表中的金额除金融界和搜狐计价货币为美元外其余为人民币。

公司管理层认为, 报告期末较高水平的现金余额对本公司有效抵御国际金融危机影响尤为必要; 同时可以满足本公司及时把握市场业务机会的需要, 第三方 B2B 电子

商务平台行业技术进步较快，服务不断推陈出新，一定数量的货币资金储备可以确保本公司在新投资机会出现时抢占市场先机；另外，可以确保适时并购相关企业及其技术和业务，满足公司长期发展的需要。加之报告期内本公司固定资产较少而难以取得银行贷款，需要储备一定数量的货币资金以满足上述几方面的需要。

（2）应收账款分析

根据报告期内一贯的销售政策，本公司与客户签订服务合同后，需待确认收到客户支付的合同全款后再提供相关服务，因此本公司报告各期期末无应收账款余额。

（3）其他应收款分析

截至 2009 年 6 月 30 日，公司的其他应收款账面余额为 294.05 万元，其主要构成如下表所示：

单位名称	金额（元）	账龄	比例
上海众华沪银会计师事务所	1,228,109.70	其中：1 年以内 220,802.30 元， 1-2 年 1,007,307.40 元	41.77%
北京市竞天公诚律师事务所	533,974.92	1-2 年	18.16%
国信证券股份有限公司	294,718.72	其中：1 年以内 89,942.04 元， 1-2 年 204,776.68 元	10.02%
本公司广州分公司租赁押金	110,339.20	1-2 年	3.75%
本公司深圳分公司租赁押金	107,627.40	其中：1 年以内 20,000.00 元， 1-2 年 87,627.40 元	3.66%

（4）预付账款分析

单位：元

账龄	2009 年 6 月 30 日		2008 年 12 月 31 日	
	金额	占总额比例	金额	占总额比例
1 年以内	1,877,435.16	51.94%	1,435,706.09	20.80%
1-2 年	1,737,490.62	48.06%	5,465,956.62	79.20%
合计	3,614,925.78	100.00%	6,901,662.71	100.00%

本公司账龄超过一年的预付账款皆为预付通标公司上海分公司的认证费用。上述款项系为更好地控制 B2B 电子商务中的信用风险，向注册收费会员提供优质服务并提升其在国际市场上的竞争力，2007 年 12 月本公司与 SGS 集团的中国子公司通标公司签署了《合作框架协议（2007）》，共同向注册收费会员提供包括但不限于认证供应商（Audited Suppliers）、认证报告（Audit Report）、认证产品（Tested Products）等服务。根据该《合作框架协议（2007）》，2007 年本公司需向通标公司支付 1,200 万元作为

预付通标公司的认证服务费，待每个月末本公司与通标公司清算需支付的服务费后，通标公司可从本公司支付的预付款中直接扣除本公司需支付的费用，待预付款不足抵扣服务费用时，本公司需再支付一定金额的预付款。截止到 2008 年 12 月 31 日，上述预付账款余额尚有 546.60 万元；截止到 2009 年 6 月 30 日，上述预付账款余额尚有 173.75 万元。

截至 2009 年 6 月 30 日，公司预付账款余额比 2008 年 12 月 31 日减少 328.67 万元，减少 47.62%，减少原因主要系预付通标公司款项的减少。

截至 2009 年 6 月 30 日，公司预付账款中无预付持本公司 5%以上（含 5%）表决权股份的股东。

（5）存货分析

公司提供的第三方 B2B 电子商务平台服务无法存储，因此报告期内存货余额较少。2009 年 6 月 30 日、2007 年 12 月 31 日、2008 年 12 月 31 日公司存货余额为零，2006 年 12 月 31 日公司存货余额为 2,833.59 元，占当期流动资产总额的比例仅为 0.006%。

（6）固定资产分析

为适应行业发展需要，增强客户信心，公司不断扩大硬、软件的投资力度，同时在中小企业对外出口贸易活跃的地区陆续购置办公用房，建设营销渠道，由此导致 2009 年 6 月 30 日固定资产余额较 2006 年 12 月 31 日固定资产余额上升 3,404.59 万元。截至 2009 年 6 月 30 日，公司固定资产全部为公司正常经营所需之房屋及建筑物、运输设备和办公及电子设备等，状况良好，利用率水平较高。

单位：元

固定资产分类	2008 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2009 年 6 月 30 日
一、原价合计	45,288,841.33	1,183,136.72	153,101.67	46,318,876.38
其中：房屋及建筑物	34,467,425.53	845,858.40	0.00	35,313,283.93
运输工具	3,141,043.30	0.00	0.00	3,141,043.30
办公设备	505,579.20	30,228.32	11,172.00	524,635.52
电子设备	7,174,793.30	307,050.00	141,929.67	7,339,913.63
二、累计折旧合计	5,845,037.67	1,961,889.67	105,995.50	7,700,931.84
其中：房屋及建筑物	2,423,912.86	989,211.74	0.00	3,413,124.60
运输工具	739,816.25	298,377.48	0.00	1,038,193.73

办公设备	295,447.93	24,217.31	2,476.46	317,188.78
电子设备	2,385,860.63	650,083.14	103,519.04	2,932,424.73
三、固定资产账面净值合计	39,443,803.66	-	-	38,617,944.54
其中：房屋及建筑物	32,043,512.67	-	-	31,900,159.33
运输工具	2,401,227.05	-	-	2,102,849.57
办公设备	210,131.27	-	-	207,446.74
电子设备	4,788,932.67	-	-	4,407,488.90

(7) 无形资产分析

单位：元

无形资产分类	2008年12月31日	本期增加	本期减少	2009年6月30日
一、原价合计	26,913,565.91	0.00	0.00	26,913,565.91
其中：土地使用权	2,253,527.00	0.00	0.00	2,253,527.00
外购软件	1,936,028.00	0.00	0.00	1,936,028.00
软件著作权	6,124,010.91	0.00	0.00	6,124,010.91
收购销售网络	16,600,000.00	0.00	0.00	16,600,000.00
二、累计摊销合计	3,502,409.16	4,003,933.08	0.00	7,506,342.24
其中：土地使用权	49,746.22	22,995.18	0.00	72,741.40
外购软件	417,438.64	193,602.84	0.00	611,041.48
软件著作权	1,190,779.90	1,020,668.46	0.00	2,211,448.36
收购销售网络	1,844,444.40	2,766,666.60	0.00	4,611,111.00
三、无形资产账面价值合计	23,411,156.75	-	-	19,407,223.67
其中：土地使用权	2,203,780.78	-	-	2,180,785.60
外购软件	1,518,589.36	-	-	1,324,986.52
软件著作权	4,933,231.01	-	-	3,912,562.55
收购销售网络	14,755,555.60	-	-	11,988,889.00

土地使用权的购入满足了公司拟建设焦点科技股份有限公司科技大楼的用地需要；外购软件提高了中国制造网电子商务平台（Made-in-China.com）数据处理的速度及质量，同时有助于提高员工的工作效率；公司自主开发并取得软件著作权的多项软件将为公司增加新的盈利增长点；收购销售网络扩大并充实了公司的销售渠道。

(8) 开发支出

截至 2009 年 6 月 30 日，公司开发支出余额为 1,270.51 万元，由以下项目构成：

单位：元

项目	即时通信	搜索词推荐	会员社区	商务智能	业务支持	合计
金额	1,468,643.03	3,204,034.87	2,777,098.35	2,672,169.62	2,583,135.91	12,705,081.78

开发支出主要系本公司自行开发上述研发项目的相关开发人员的薪酬。

公司管理层认为，公司资产质量良好，营运资产能够满足现有生产经营规模的需求；由于公司行业特点，报告期内公司货币资金占流动资产比重较高，增强了公司抵御竞争风险的能力，有利于公司加大技术创新及新产品开发的力度，有利于本公司把握市场机会，适时并购相关企业及其技术和业务，同时公司将尽可能充分利用现有货币资金，进一步优化资产结构。

3、资产的减值准备提取情况

本公司对应收款项（包括应收账款和其他应收款）按各级账龄的余额和下列比例计提坏账准备：

账龄	计提比例
1 年以内	0%
1-2 年	10%
2-3 年	50%
3 年以上	100%

公司报告期各期末资产减值准备余额如下表所示：

单位：元

项 目	2009 年 6 月 30 日	2008 年 12 月 31 日	2007 年 12 月 31 日	2006 年 12 月 31 日
坏账准备	7,800.00	7,800.00	7,800.00	7,800.00
存货跌价准备	0.00	0.00	0.00	0.00
固定资产减值准备	0.00	0.00	0.00	0.00
无形资产减值准备	0.00	0.00	0.00	0.00
合 计	7,800.00	7,800.00	7,800.00	7,800.00

本公司报告期各期末无应收账款余额；截至 2009 年 6 月 30 日，公司预付账款及账龄在 1 年以内的其他应收款质量良好，因而针对这部分流动资产未计提坏账准备，账龄在 1-2 年的其他应收款为公司对上市中介的支付及租房押金，亦不存在计提减值准备的必要；截至 2009 年 6 月 30 日，公司存在账龄 3 年以上其他应收款余额 7,800.00 元，已全额计提坏账准备；报告期内公司存货数额较小且质量良好，不存在可变现净值低于成本情况，未计提减值准备；报告期各期末，公司固定资产未发生可收回金额低于其账面价值的情形，未计提减值准备；报告期各期末，公司无形资产未发生可收回金额低于其账面价值的状况，无需计提减值准备。

公司管理层认为，公司按照《企业会计准则》、《企业会计制度》的要求制定了符合自身经营特点的资产减值准备计提政策，各项减值准备的计提政策稳健、公允；公

司遵照各项资产减值准备计提政策计提资产减值准备，与公司的资产质量状况相符。

（二）公司负债构成及偿债能力分析

1、总负债的主要构成分析

报告期各期末公司的负债构成如下：

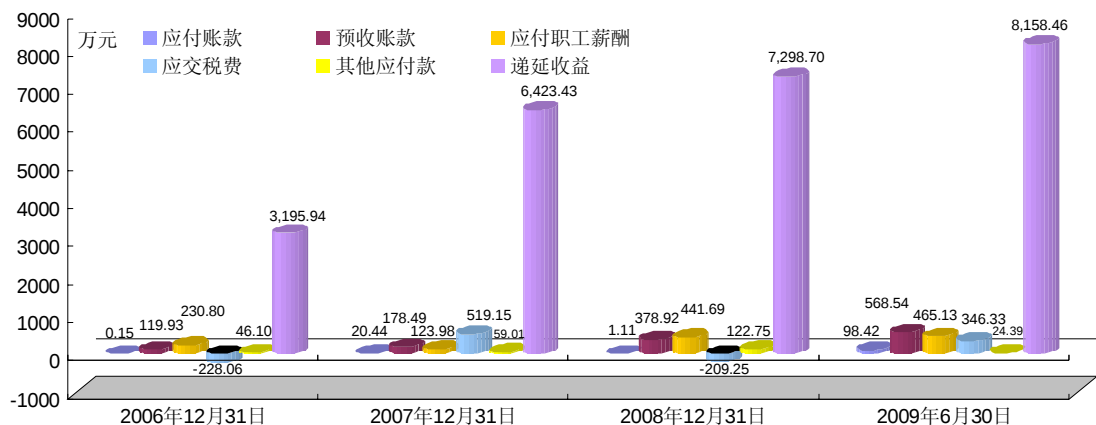
单位：万元

项目	2009年6月30日		2008年12月31日		2007年12月31日		2006年12月31日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
流动负债	9,661.26	95.03%	8,033.92	94.08%	7,324.49	96.56%	3,364.86	98.21%
非流动负债	505.10	4.97%	505.10	5.92%	260.78	3.44%	61.25	1.79%
合 计	10,166.36	100%	8,539.02	100%	7,585.27	100%	3,426.11	100%

其中，构成公司总负债重要组成部分的流动负债详细构成金额及比例如下：

单位：万元

项目	2009年6月30日		2008年12月31日		2007年12月31日		2006年12月31日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
应付账款	98.42	1.02%	1.11	0.01%	20.44	0.28%	0.15	0.01%
预收账款	568.54	5.89%	378.92	4.72%	178.49	2.44%	119.93	3.56%
应付职工薪酬	465.13	4.81%	441.69	5.50%	123.98	1.69%	230.80	6.86%
应交税费	346.33	3.58%	-209.25	-2.60%	519.15	7.09%	-228.06	-6.78%
其他应付款	24.39	0.25%	122.75	1.53%	59.01	0.81%	46.10	1.37%
递延收益	8,158.46	84.45%	7,298.70	90.84%	6,423.43	87.70%	3,195.94	94.98%
合 计	9,661.26	100%	8,033.92	100%	7,324.49	100%	3,364.86	100%



随着公司资产及业务规模的快速增长，公司的负债总额也大幅上升，2006年12月31日、2007年12月31日、2008年12月31日、2009年6月30日公司负债总额较上年同期分别增长148.25%、121.40%、12.57%、40.20%。流动负债是公司负债的主要构成部分，2006年12月31日、2007年12月31日、2008年12月31日、2009年6月30日流动负债占总负债的比例分别为98.21%、96.56%、94.08%、

95.03%。报告期内流动负债金额迅速增长的主要原因是递延收益的增加。截至 2009 年 6 月 30 日，公司非流动负债较少，占总负债的比例不足 5%，主要为南京高新技术产业开发区管理委员会财政局拨付本公司的挖潜改造资金。

2、对公司主要负债具体情况分析

（1）递延收益分析

截至 2009 年 6 月 30 日，公司递延收益科目余额为 8,158.46 万元，其中注册收费会员服务及增值服务产生的递延收益为 7,933.59 万元。根据报告期内一贯的销售政策，本公司与客户签订服务合同后，需待确认收到客户支付的合同全款后再提供相关服务，在公司尚未提供服务前，这些款项形成公司的预收账款。公司提供服务后，根据不同的业务合同规定的服务期限，预收账款转入当期收入或递延收益科目。公司目前与注册收费会员签署各项服务合同的服务期最长为一年，即本公司报告期末注册收费会员服务及增值服务产生的递延收益在 1 年内将全部结转为营业收入。同时按照公司的销售政策，注册收费会员收入及增值服务收入一旦转入递延收益科目则不予退回。

报告期内公司递延收益科目存在较大余额与公司确认收入的会计政策及公司客户的付款方式密切相关，是由于合同实际收款时点与服务提供时段存在时间性差异造成的。递延收益虽然在会计科目中属于债务，但并不形成公司未来现金支付的压力，也不产生利息费用，因此对公司经营不会造成任何负面影响。

公司管理层预计未来注册收费会员服务、增值服务等业务的经营方式不会发生重大变化，递延收益科目的发生额将会滚动持续存在，同时考虑到公司业务稳定发展趋势，该科目的余额还会持续增大。

（2）应付职工薪酬分析

单位：元

项目名称	2008 年 12 月 31 日	增加	减少	2009 年 6 月 30 日
1.工资，奖金，津贴和补贴	3,712,836.88	29,381,932.69	28,703,676.17	4,391,093.40
2.职工福利费	0.00	1,749,232.59	1,749,232.59	0.00
3.社会保险费	0.00	4,370,479.22	4,370,479.22	0.00
（1）医疗保险	0.00	1,134,849.00	1,134,849.00	0.00
（2）基本养老保险	0.00	2,917,888.45	2,917,888.45	0.00
（3）失业保险	0.00	167,268.51	167,268.51	0.00

(4) 工伤保险	0.00	55,351.89	55,351.89	0.00
(5) 生育保险	0.00	95,121.37	95,121.37	0.00
4.住房公积金	0.00	1,394,657.00	1,394,657.00	0.00
5.工会经费	146,419.68	0.00	146,419.68	0.00
6.非货币性福利	0.00	92,782.23	92,782.23	0.00
7.职工教育经费	557,623.81	0.00	297,446.50	260,177.31
合 计	4,416,880.37	36,989,083.73	36,754,693.39	4,651,270.71

截至 2009 年 6 月 30 日，应付职工薪酬余额主要为本公司计提的 2009 年 06 月员工工资。

(3) 应交税费分析

截至 2009 年 6 月 30 日，公司应交税费为 346.33 万元，明细如下：

单位：元

应交税费项目	2009 年 6 月 30 日
营业税	669,756.92
城建税	46,882.98
教育费附加	26,790.28
企业所得税	2,538,441.71
个人所得税	181,423.64
合计	3,463,295.53

(4) 其他应付款分析

截至 2009 年 6 月 30 日，公司其他应付款余额为 24.39 万元，主要为销售网络收购余款、代理商保证金。

公司管理层认为，公司负债规模总体处于合理水平，公司将继续适度优化负债结构；报告期内递延收益在流动负债中所占比重始终较高，是由于公司的销售政策及收入确认方式所决定，表明未来公司营业收入具有较强的可持续增长能力。

3、公司的偿债能力分析

(1) 本公司报告期内有关偿债能力指标

财务指标	2009 年 1-6 月	2008 年度	2007 年度	2006 年度
流动比率	2.69	2.64	2.38	1.43
速动比率	2.69	2.64	2.38	1.43
资产负债率（母公司）（%）	30.65	30.35	38.60	64.93
息税折旧摊销前利润（万元）	4,618.70	9,008.41	7,587.26	1,317.50

利息保障倍数	-	-	-	-
每股经营活动的现金流量（元）	0.66	1.07	1.09	2.79
每股净现金流量（元）	0.58	0.75	1.18	2.51

注：公司报告期内财务费用均为负值，利息保障倍数无可比意义。

（2）公司管理层分析

① 从指标上看公司具有较强的债务偿还能力

2006年12月31日、2007年12月31日、2008年12月31日、2009年6月30日公司的流动比率分别为1.43、2.38、2.64、2.69，由于公司存货数额较低或为零，公司速动比率与流动比率几乎相等。公司流动资产中货币资金占据较大比重，且流动负债中约90%部分为没有偿付压力的递延收益，因此公司的短期偿债能力很强；报告期内流动比率与速动比率指标均有所上升，公司的偿债能力在逐步提升；报告期公司的财务费用一直为负，表明公司有息存款多于有息负债，体现出公司有很强的偿债能力。已在境内上市的相关企业在首次公开发行前的相关偿债能力指标如下：

财务指标	金智科技	国脉科技	生意宝	石基信息	焦点科技
流动比率	1.54	1.79	2.3	2.28	2.64
速动比率	1.21	1.37	2.3	1.8	2.64
资产负债率（母公司）（%）	42.03	34.67	29.68	34.04	30.35
息税折旧摊销前利润（万元）	4,405.9	4,486.25	3,467.01	6,674.99	9,008.41
利息保障倍数	35.6	37.38	47.27	-	-
每股经营活动现金流量（元）	1.55	1.07	0.53	1.3	1.07

注：1、表中财务数据来源于相关公司招股文件中的合并会计报表，其中生意宝数据截至2005年12月31日。

2、石基信息及焦点科技的财务费用为负值，利息保障倍数无可比意义。

3、焦点科技数据截至2008年12月31日。

② 偿债能力其他偿债因素分析

截至本招股书签署日，公司银行资信状况良好，无任何不良信用记录，且公司没有或有负债、表外融资等影响偿债能力的事项。

公司管理层认为，公司的资产负债结构符合所处行业的特征，总体负债情况处于健康、合理的水平，自成立以来尚未发生不能清偿到期债务的情况，且具有良好的经营状况和盈利能力，具有较强的偿债能力。

（三）公司资产周转能力分析

报告期内公司应收账款周转率、存货周转率情况如下：

财务指标	2009 年 1-6 月	2008 年度	2007 年度	2006 年度
应收账款周转率（次）	-	-	-	-
存货周转率（次）	-	-	-	-
流动资产周转率（次）	0.42	0.89	1.13	1.33
总资产周转率（次）	0.32	0.72	1.01	1.18

注：1、报告期各期末公司应收账款余额均为 0，应收账款周转率无穷大。

2、报告期各期末公司存货余额较少或为 0，存货周转率无穷大或较大无可比意义。

根据报告期内一贯的销售政策，本公司与客户签订服务合同后，需待确认收到客户合同全款后再提供相关服务，因此本公司报告期各期期末无应收账款余额。

公司管理层认为，报告期内公司流动资产周转率、总资产周转率等指标都保持在较好的水平，这和公司的市场地位不断提高的趋势是一致的。随着公司竞争实力与市场地位的不断增强，公司的资产周转能力将能继续保持在较好水平。

二、盈利能力分析

（一）报告期内公司营业收入增长情况

1、报告期内注册收费会员数量及收费标准

由于报告期内中国中小企业对外出口贸易额迅速增长，对第三方 B2B 电子商务平台服务的需求迅速扩大，本公司亦相应提高了技术服务水平及销售力度，报告期内公司注册收费会员数量持续增长，2006 年 12 月 31 日至 2009 年 6 月 30 日公司注册收费会员数量的年复合增长率为 25.59%。

单位：位

项 目	2009 年 6 月 30 日		2008 年 12 月 31 日		2007 年 12 月 31 日		2006 年 12 月 31 日	
	数量	比例	数量	比例	数量	比例	数量	比例
金牌会员	9,004	97.75%	8,336	88.59%	4,145	48.64%	1,221	23.43%
银牌会员	207	2.25%	1,074	11.41%	4,376	51.36%	2,268	43.52%
铜牌会员	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%	1,722	33.05%
合 计	9,211	100%	9,410	100%	8,521	100%	5,211	100%

报告期初中国制造网英文版（<http://www.made-in-china.com>）注册收费会员中铜牌会员服务收费标准为 3,600 元/年，银牌会员服务收费标准为 9,000 元/年，金牌会员服务收费标准为 18,000 元/年。2006 年 3 月起铜牌会员服务收费标准上调为 4,800 元/年，银牌会员服务收费标准上调为 10,800 元/年、金牌会员服务收费标准上调为 21,600 元/年。2006 年 6 月 1 日起发行人停止出售铜牌会员服务，2008 年 1 月 1 日

起停止出售银牌会员服务。

2、收入增长原因

2006 年、2007 年、2008 年、2009 年 1-6 月公司营业收入分别为 4,362.64 万元、12,592.29 万元、17,166.35 万元、9,890.71 万元，分别较上年同期增长 103.37%、188.64%、36.32%、13.46%，总体呈较快的增长态势，增加的主要原因在于以下两方面因素的共同作用。

（1）报告期内约当金牌会员数（英文版）持续上升

随着本公司经营的中国制造网电子商务平台（Made-in-China.com）在业界的知名度的不断提高，报告期内约当金牌会员数（英文版）持续上升。2006 年 12 月 31 日、2007 年 12 月 31 日、2008 年 12 月 31 日、2009 年 6 月 30 日分别为 2,697 位、6,149 位、8,413 位、8,541 位。2006 年 12 月 31 日至 2009 年 6 月 30 日约当金牌会员数（英文版）的年复合增长率为 58.58%。

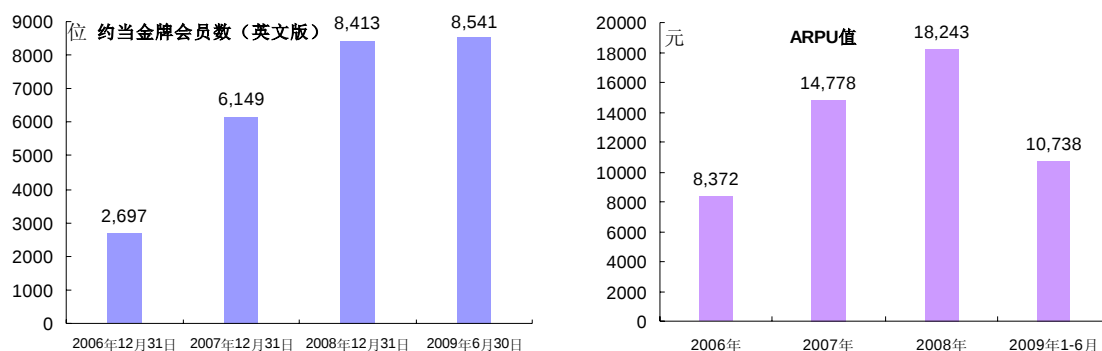
单位：位

项 目	2009 年 6 月 30 日		2008 年 12 月 31 日		2007 年 12 月 31 日		2006 年 12 月 31 日	
	数量	约当金牌会员数	数量	约当金牌会员数	数量	约当金牌会员数	数量	约当金牌会员数
英文版金牌会员	8,541	8,541	7,973	7,973	4,134	4,134	1,211	1,211
英文版银牌会员	0	0	879	440	4,029	2,015	2,216	1,108
英文版铜牌会员	0	0	0	0	0	0	1,703	378
合 计	8,541	8,541	8,852	8,413	8,163	6,149	5,130	2,697

（2）报告期内 ARPU 值（平均每一注册收费会员收入贡献）持续上升

2006 年度、2007 年度、2008 年度、2009 年 1-6 月 ARPU 值（平均每一注册收费会员收入贡献）分别为 8,372 元、14,778 元、18,243 元、10,738 元（半年值），同比持续上升的原因主要为：①综合考虑运作成本、市场推广费用、客户支付能力和支付意愿等因素，在与本公司主要竞争对手服务价格始终保持较高性价比优势的前提下，报告期内公司对注册收费会员服务收费标准进行了多次上调；②基于对本公司运营的中国制造网电子商务平台（Made-in-China.com）产品推广效果的逐步认可和充分信赖，报告期内中国制造网电子商务平台（Made-in-China.com）金牌会员占注册收费会员的比例稳步提高；③报告期内公司对增值服务的价格亦进行了相应上调，同时不断改进优化增值服务，注册收费会员购买了更多的增值服务；④公司不断推出符合市

场需求的新业务，如认证供应商（Audited Suppliers）服务自 2007 年 1 月 9 日推出以来，得到中小企业的广泛欢迎，2007 年度本公司出售认证供应商（Audited Suppliers）服务实现营业收入为 729.24 万元、2008 年为 1,100.86 万元、2009 年 1-6 月为 826.53 万元。



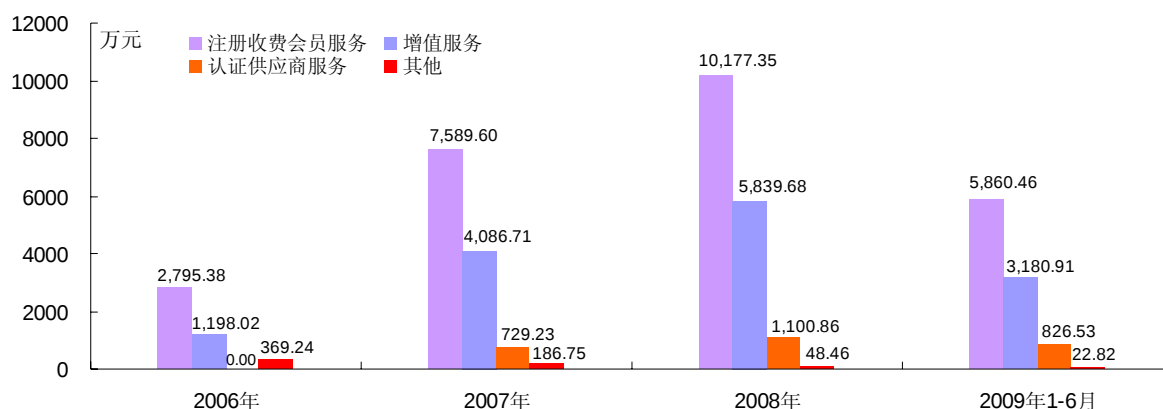
（二）报告期内公司营业收入结构分析

1、报告期内公司业务收入按业务类别分析

按业务类别划分，报告期内公司营业收入可以划分为四类：注册收费会员服务、增值服务、认证供应商（Audited Suppliers）服务及其他（包括企业网站建设和热水器销售等）。2006 年至 2008 年公司营业收入按业务类别划分如下：

单位：万元

项 目	2009 年 6 月 30 日		2008 年度		2007 年度		2006 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
注册收费会员服务	5,860.46	59.25%	10,177.35	59.29%	7,589.60	60.28%	2,795.38	64.08%
增值服务	3,180.91	32.16%	5,839.68	34.02%	4,086.71	32.45%	1,198.02	27.46%
认证供应商服务	826.53	8.36%	1,100.86	6.41%	729.23	5.79%	0.00	0.00%
其他	22.82	0.23%	48.46	0.28%	186.75	1.48%	369.24	8.46%
合 计	9,890.71	100%	17,166.35	100%	12,592.29	100%	4,362.64	100%



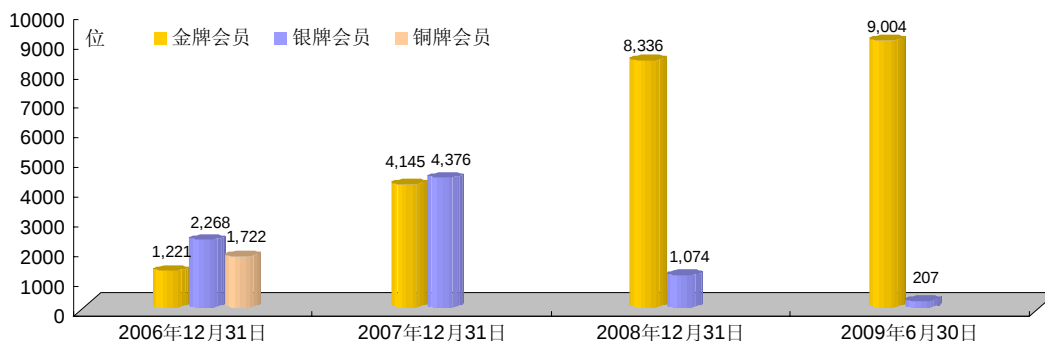
(1) 注册收费会员服务情况

注册收费会员服务收入构成公司收入的主要部分，2006 年度、2007 年度、2008 年、2009 年 1-6 月注册收费会员服务收入分别为 2,795.38 万元、7,589.60 万元、10,177.35 万元、5,860.46 万元，注册收费会员服务收入同比持续上升得益于以下两项因素的共同作用：

① 报告期内公司注册收费会员数量持续上升，同时金牌会员比例持续提高

单位：位

项 目	2009 年 6 月 30 日		2008 年 12 月 31 日		2007 年 12 月 31 日		2006 年 12 月 31 日	
	数量	比例	数量	比例	数量	比例	数量	比例
金牌会员	9,004	97.75%	8,336	88.59%	4,145	48.64%	1,221	23.43%
银牌会员	207	2.25%	1,074	11.41%	4,376	51.36%	2,268	43.52%
铜牌会员	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%	1,722	33.05%
合 计	9,211	100%	9,410	100%	8,521	100%	5,211	100%



报告期内公司注册收费会员数量持续增长，2006 年 12 月 31 日至 2009 年 6 月 30 日公司注册收费会员数量的年复合增长率为 25.59%。在确保注册收费会员国际营销和产品推广效果的前提下，本公司采取合理措施不断提高金牌会员在注册收费会员中的比例，报告期内金牌会员占注册收费会员的比例从 2006 年 12 月 31 日的 23.43% 提高至 2009 年 6 月 30 日的 97.75%。

② 报告期内注册收费会员服务价格稳步提升

综合考虑运作成本、市场推广费用、客户支付能力和支付意愿等因素，在与本公司主要竞争对手产品服务价格始终保持较高性价比优势的前提下，报告期内公司对注册收费会员服务收费标准进行了多次调整。如报告期初中国制造网英文版 (<http://www.made-in-china.com>) 注册收费会员中铜牌会员服务收费标准为 3,600 元/年，银牌会员服务收费标准为 9,000 元/年、金牌会员服务收费标准为 18,000 元/年；2006 年 3 月起铜牌会员服务收费标准调整为 4,800 元/年，银牌会员服务收费标准调

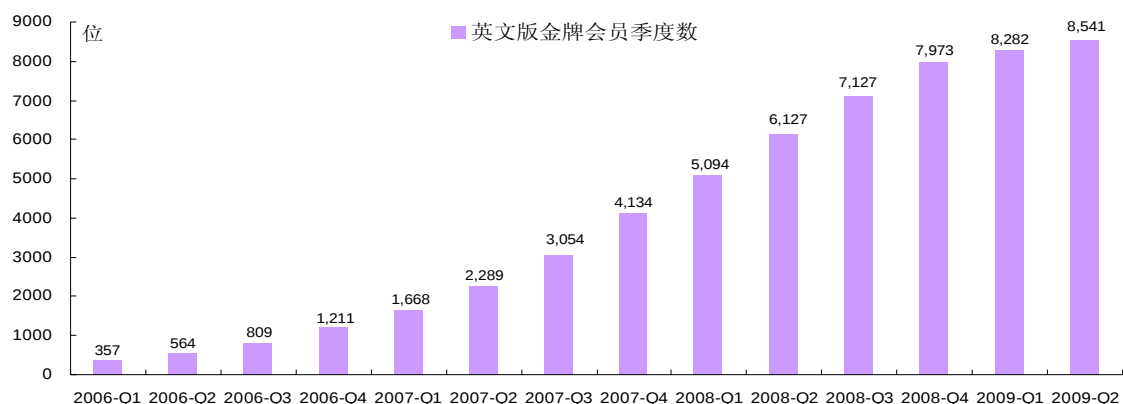
整为 10,800 元/年、金牌会员服务收费标准调整为 21,600 元/年；2006 年 6 月 1 日起进一步停止出售新的铜牌会员服务，2008 年 1 月 1 日起停止出售新的银牌会员服务。

由于本公司坚持“依托中国制造网电子商务平台（Made-in-China.com），在提供国际营销和产品推广服务的过程中为中小企业创造价值”这一发展思路，因此报告期内在本公司产品服务价格提升的同时，注册收费会员服务和增值服务的购买量亦保持了快速上升的态势。

2008 年度，公司营业收入 17,166.35 万元中金牌会员服务贡献占 87.44%，银牌会员服务贡献占 12.28%，其他贡献占 0.28%；2009 年 1-6 月，公司营业收入 9,890.71 万元中金牌会员服务贡献占 97.23%，银牌会员服务贡献占 2.54%，其他贡献占 0.23%（由于根据公司规定，客户购买注册收费会员服务后方可购买增值服务及认证供应商（Audited Suppliers）服务，为便于理解，上述分类已将 2008 年度增值服务收入和认证供应商（Audited Suppliers）服务收入分解到相应的金牌会员服务和银牌会员服务中）。

随着信息化进程的推进，本公司预计中小企业在开展国际营销时将进一步加大对第三方 B2B 电子商务平台的投入力度；同时利用第三方 B2B 电子商务平台开展国际营销、产品推广已成为中小企业最重要的销售渠道之一；另外本公司的服务与其他同行业公司提供的服务相比，具有性价比较高的特点，综合上述三方面因素，本公司确信 2008 年 1 月 1 日起停止银牌会员服务的出售、仅向市场提供金牌会员服务的销售策略将促进公司经营业绩继续稳定上升。

自 2008 年 1 月 1 日起停止出售新的银牌会员服务后，截至 2009 年 6 月 30 日，中国制造网英文版（<http://www.made-in-china.com>）金牌会员数量 8,541 位，与 2007 年 12 月 31 日相比新增 4,407 位。2006 年第一季度末至 2008 年第四季度末，中国制造网英文版（<http://www.made-in-china.com>）的金牌会员数量呈持续稳定增长态势。



2007 年焦点科技实现营业收入 12,592.29 万元,实现净利润 6,416.78 万元; 2008 年焦点科技实现营业收入 17,166.35 万元, 实现净利润 7,524.84 万元; 2009 年 1-6 月焦点科技实现营业收入 9,890.71 万元, 实现净利润 3,406.04 万元。自 2008 年 1 月 1 日起停止出售新的银牌会员服务后, 公司经营业绩依旧保持了持续稳定增长的态势。

(2) 增值服务情况

报告期增值服务收入的金额出现快速增长的主要原因是一方面公司不断加大销售力度, 推出改进优化的增值服务品种, 受到注册收费会员的广泛欢迎; 另一方面本着与上述注册收费会员服务价格相同的调整原则, 报告期内公司增值服务的价格亦进行了相应调整, 例如报告期初按目录优先排名的名列前茅(TopRank)服务价格为 9,200 元/年, 2007 年 11 月 1 日起该服务价格调整为 16,000 元/年。

(3) 认证供应商 (Audited Suppliers) 服务情况

认证供应商 (Audited Suppliers) 服务自 2007 年 1 月 9 日推出以来, 受到了中小企业的广泛欢迎, 2007 年度本公司出售认证供应商 (Audited Suppliers) 服务实现营业收入为 729.24 万元、2008 年为 1,100.86 万元、2009 年 1-6 月为 826.53 万元。预计未来年度随着公司销售力度的增大和中小企业的进一步认可, 认证供应商 (Audited Suppliers) 服务收入在公司营业收入贡献将进一步上升。

(4) 其他

报告期内客户对网络基础服务业务的需求依然存在, 因此本公司企业网站建设业务依然维持一定数量水平, 但随着第三方 B2B 电子商务平台服务收入的迅速增长, 网站建设收入在公司营业收入中的比例持续下降。

2006 年、2007 年初公司因支付境外服务费用 (如服务器托管费、谷歌服务费等) 及参加境外展会等活动, 需要支付外汇, 因此通过从南京艾普太阳能设备有限公司购入热水器再出售的方式获得开展公司主营业务所必需的外汇资金。自 2007 年起本公司支付的谷歌服务费用改为直接向其境内子公司以人民币支付, 因此本公司开展主营业务所需的外汇金额明显下降。2007 年 6 月起本公司停止了采购艾普太阳能热水器再出售的业务。截止本招股说明书签署日, 本公司已经与中国台湾地区代理商开展合作并且计划在中国香港地区发展代理商。在上述两地区开拓销售市场后, 公司预计将获得

稳定的外汇收入来源。

2、报告期内营业收入中网站结构分析

单位：万元

项目	2009年1-6月		2008年度		2007年度		2006年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
中国制造网英文版	9,822.81	99.31%	16,924.21	98.59%	12,308.88	97.75%	3,978.78	91.20%
中国制造网中文版	45.08	0.46%	193.67	1.13%	96.66	0.77%	14.62	0.34%
其他	22.81	0.23%	48.46	0.28%	186.75	1.48%	369.24	8.46%
合计	9,890.71	100%	17,166.35	100%	12,592.29	100%	4,362.64	100%

注：1、中国制造网英文版指 <http://www.made-in-china.com>。

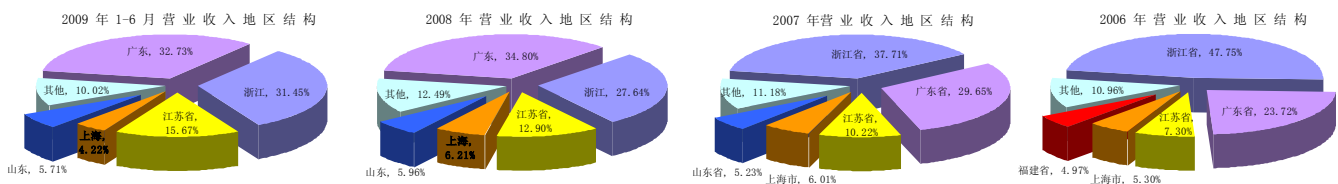
2、中国制造网中文版包括简体版 <http://cn.made-in-china.com> 和繁体版 <http://big5.made-in-china.com>。

考虑到中小企业的支付意愿及本公司的市场开发重点，报告期内本公司营业收入主要来自以中小企业为主的中国供应商在中国制造网英文版（<http://www.made-in-china.com>）获得注册收费会员服务、增值服务及认证供应商（Audited Suppliers）服务所支付的费用。根据本公司主要竞争对手公布的年报显示，2008年度其中文版的营业收入占其营业收入的36.45%。未来本公司在适当的时候亦会考虑以合适的方式进一步拓展中国制造网中文版的注册收费会员业务，以获得新的利润增长点。

3、报告期注册收费会员服务、增值服务、认证供应商服务收入合计按地区分析

单位：万元

2009年1-6月			2008年度			2007年度			2006年度		
地区	金额	比例	地区	金额	比例	地区	金额	比例	地区	金额	比例
广东	3,229.76	32.73%	广东	5,957.02	34.80%	浙江	4,678.13	37.71%	浙江	1,906.85	47.75%
浙江	3,103.45	31.45%	浙江	4,731.38	27.64%	广东	3,678.24	29.65%	广东	947.23	23.72%
江苏	1,546.30	15.67%	江苏	2,208.21	12.90%	江苏	1,267.85	10.22%	江苏	291.52	7.30%
山东	563.46	5.71%	上海	1,063.02	6.21%	上海	745.57	6.01%	上海	211.65	5.30%
上海	436.16	4.42%	山东	1,020.23	5.96%	山东	648.81	5.23%	福建	198.47	4.97%
其他	988.76	10.02%	其他	2,138.03	12.49%	其他	1,386.94	11.18%	其他	437.68	10.96%

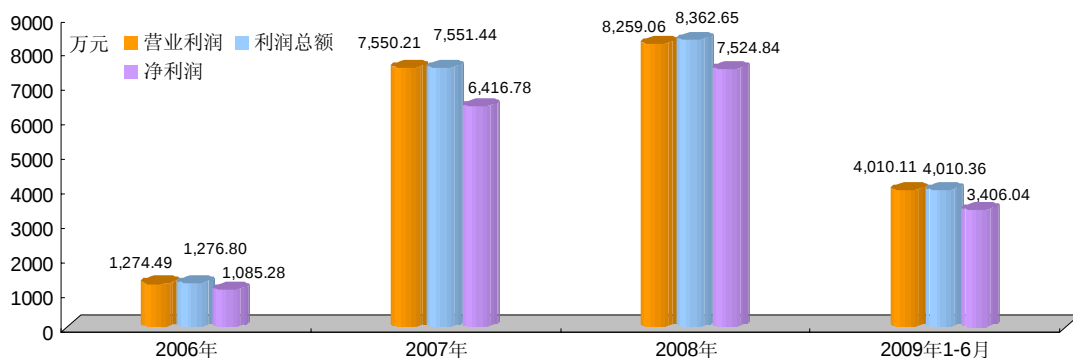


报告期内公司营业收入按地域划分主要集中在浙江、广东、江苏、上海等地区，这也与对外出口贸易活跃的中小企业分布地域相一致。

（三）公司利润的主要来源及可能影响发行人盈利能力连续性和稳定性的主要因素

1、报告期内公司利润主要来源分析

2006 年、2007 年、2008 年、2009 年 1-6 月公司分别实现净利润 1085.28 万元、6,416.78 万元、7,524.84 万元、3,406.04 万元，呈同比快速稳定增长态势。



报告期内公司主要利润来源于营业利润，公司报告期内营业利润、利润总额、净利润情况如下：

单位：万元

项 目	2009 年 1-6 月	2008 年度	2007 年度	2006 年度
营业利润	4,010.11	8,259.06	7,550.21	1,274.49
利润总额	4,010.36	8,362.65	7,551.44	1,276.80
净利润	3,406.04	7,524.84	6,416.78	1,085.28

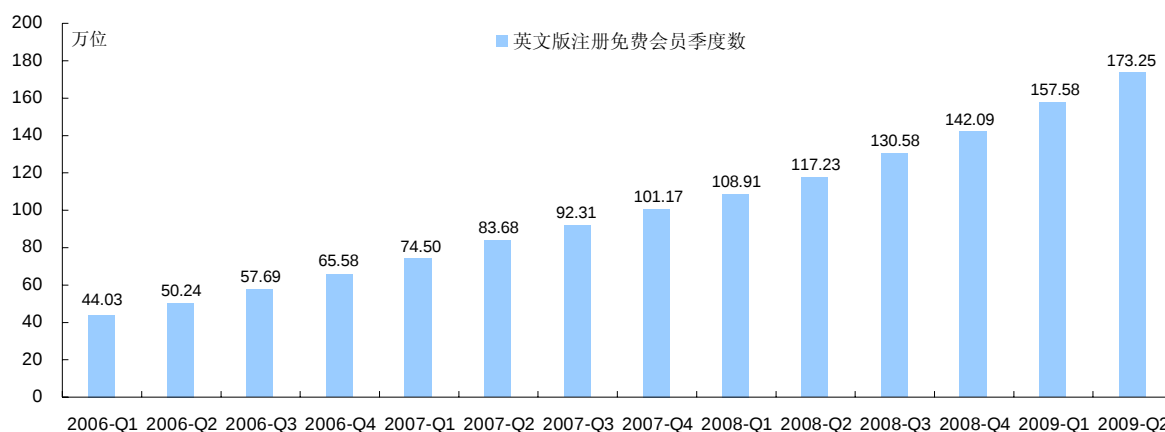
从上表可以看出，公司的净利润主要来自于营业利润。公司的营业利润主要来自于公司的营业收入，即以中小企业为主体的中国供应商在中国制造网英文版（<http://www.made-in-china.com>）获得注册收费会员服务、增值服务及认证供应商（Audited Suppliers）服务所支付的费用。

2、影响发行人盈利能力连续性和稳定性的主要因素

公司营业收入主要来自于注册收费会员服务、增值服务和认证供应商（Audited Suppliers）服务。2006 年、2007 年度、2008 年度、2009 年 1-6 月前五大销售客户占公司营业收入仅为 2.71%、1.24%、1.43%、1.83%，不存在对个别客户严重依赖的现象。影响公司未来盈利能力连续性和稳定性的主要因素是注册收费会员的数量能否稳定并保持增长、增值服务和认证供应商（Audited Suppliers）服务效果能否得到市场的接受和认可、公司对成本费用增长的控制能力等。

(1) 注册会员数量能否稳定并保持增长

报告期内中国制造网英文版 (<http://www.made-in-china.com>) 70%左右的注册收费会员由注册免费会员升级而来。因此注册免费会员数量稳定而快速的增长对公司盈利能力的保持非常重要。报告期内按季度统计的中国制造网英文版 (<http://www.made-in-china.com>) 注册免费会员数量呈稳步上升的趋势。



报告期内公司注册收费会员数量持续增长, 2006年12月31日至2009年6月30日公司注册收费会员数量的年复合增长率为25.59%。未来本公司将通过进一步加大科研投入、加强营销力度, 及时把握电子商务行业的最新动态和发展趋势进行创新以满足客户日趋多样化、个性化的需求, 提供较竞争对手更具竞争力的多样化的产品及服务, 以维持现有注册收费会员并不断吸引新的注册收费会员。

(2) 增值服务及认证供应商 (Audited Suppliers) 服务效果能够得到市场的持续认可

公司运营的中国制造网电子商务平台 (Made-in-China.com) 已推出的增值服务及认证供应商 (Audited Suppliers) 服务得到市场的广泛欢迎和认可。

除注册收费会员服务外, 本公司提供名列前茅 (TopRank)、产品展台 (Spotlight Exhibits)、横幅推广 (BannerPro) 等增值服务。2006年度、2007年度、2008年度、2009年1-6月公司增值服务的收入分别为1,198.02万元、4,086.71万元、5,839.68万元、3,180.91万元, 占营业收入的比例分别为27.46%、32.45%、34.02%、32.16%。

2007年1月9日, 本公司向中小企业推出认证供应商 (Audited Suppliers) 服务, 获得中国供应商和全球采购商的广泛欢迎。2007年度、2008年度、2009年1-6月

公司认证供应商（Audited Suppliers）服务收入分别为 729.24 万元、1,100.86 万元、826.53 万元，占营业收入的比例分别为 5.79%、6.41%、8.36%。

公司未来将不断完善增值服务方案，计划推出认证产品（Tested Products）、摩天大楼（Sky Scraper）、领动项目等新增增值服务品种，在满足客户需求的基础上使本公司的增值服务业务得以持续增长。

（3）公司对成本费用增长的控制能力

公司的营业成本主要由员工薪酬、运营费用、认证费用等构成，其中员工薪酬占总成本的比例较大。作为一家知识密集型企业，公司必须用更具吸引力的薪酬体系来吸引人才、留住人才。同时随着公司业务的不不断扩大，公司员工人数上升较快，2006 年 12 月 31 日、2007 年 12 月 31 日、2008 年 12 月 31 日、2009 年 6 月 30 日本公司员工数量分别为 325 人、480 人、787 人、933 人，未来公司的人力资源费用支出可能出现较大幅度的上涨。但公司计划采取一系列的措施严格控制人力资源费用的上升，如改善内部工作流程，提高各部门工作效率；开发和运用更先进的软件工具，提高工作效率。

公司相信能够通过不断提升服务质量，研发创新产品及服务，强化业务拓展，完善市场营销体系等措施来稳定老客户、开发新客户，完善增值服务，提升客户价值，同时加强成本费用控制，最终实现公司盈利持续稳定增长。

（四）公司报告期内利润表项目逐项分析

公司报告期内主要经营成果如下：

单位：元

项 目	2009 年 1-6 月	2008 年度	2007 年度	2006 年度
一、营业收入	98,907,118.77	171,663,456.70	125,922,899.67	43,626,375.53
减：营业成本	15,497,791.40	26,102,010.36	16,678,410.11	10,622,075.19
营业税金及附加	3,495,357.90	5,995,872.34	4,355,084.54	1,389,492.20
销售费用	33,369,714.10	46,419,727.80	33,119,319.04	12,761,581.72
管理费用	8,110,751.93	13,899,029.53	7,998,546.38	6,143,137.30
财务费用	-1,667,585.51	-3,343,784.29	-672,291.20	-34,817.54
加：投资收益	0.00	0.00	11,058,228.77	0.00
二、营业利润	40,101,088.95	82,590,600.96	75,502,059.57	12,744,906.66
加：营业外收入	1,057,200.00	1,110,619.84	15,623.83	39,320.00
减：营业外支出	1,054,676.17	74,733.70	3,282.48	16,239.31

三、利润总额	40,103,612.78	83,626,487.10	75,514,400.92	12,767,987.35
减：所得税费用	6,043,221.53	8,378,051.76	11,346,632.76	1,915,198.10
四、净利润	34,060,391.25	75,248,435.34	64,167,768.16	10,852,789.25
五、每股收益				
基本每股收益	0.39	0.85	1.01	0.59
稀释每股收益	0.39	0.85	1.01	0.59

1、报告期内营业收入分析

报告期内，公司营业收入呈现良好增长态势，2006 年、2007 年、2008 年、2009 年 1-6 月公司营业收入分别为 4,362.64 万元、12,592.29 万元、17,166.35 万元、9,890.71 万元，分别较上年增长 103.37%、188.64%、36.32%、13.46%。营业收入增长的具体情况请参阅本节“二、盈利能力分析”之“（二）报告期内公司营业收入结构分析”的相关内容。

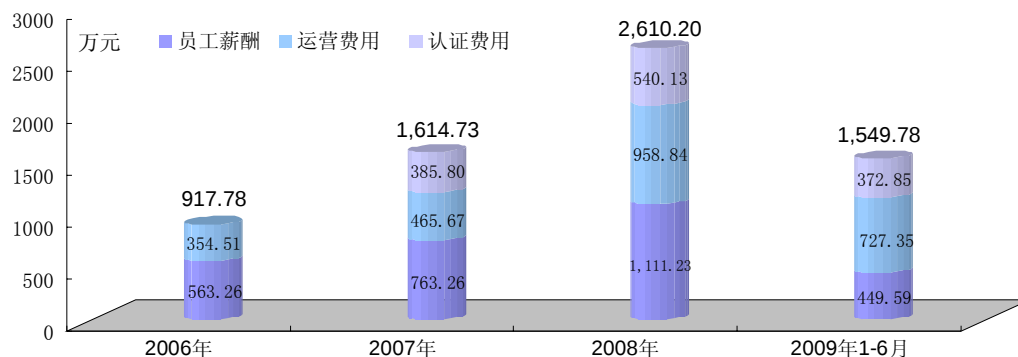
2、报告期内营业成本分析

（1）营业成本构成分析

公司注册收费会员服务、增值服务、认证供应商服务（Audited Suppliers）营业成本由员工薪酬、运营费用及认证费用构成，明细如下表所示：

单位：万元

项 目	2009 年 1-6 月		2008 年度		2007 年度		2006 年度	
	营业成本	比例	营业成本	比例	营业成本	比例	营业成本	比例
员工薪酬	449.59	29.01%	1,111.23	42.57%	763.26	47.27%	563.26	61.37%
运营费用	727.35	46.93%	958.84	36.74%	465.67	28.84%	354.51	38.63%
认证费用	372.85	24.06%	540.13	20.69%	385.80	23.89%	0	0.00%
合 计	1,549.78	100%	2,610.20	100%	1,614.73	100%	917.78	100%



注：以上数据仅包括注册收费会员服务、增值服务、认证供应商服务（Audited Suppliers）营业成本。

公司营业成本 2006 年、2007 年、2008 年、2009 年 1-6 月较上年同期分别增长

43.45%、57.02%、56.50%、37.54%，处于稳定的增长趋势中，其主要原因是公司在多方面都加大了投入力度，具体包括：（1）加强技术人员招聘和办公设施方面的配套投入，建立更具吸引力的薪酬体系以防止公司技术人员的流失；（2）加大技术创新投入，不断提升服务质量、开发服务品种以满足客户多样化的需求；（3）加大对公司产品及业务的宣传与推广投入，不断开拓新市场，积累并打造中国制造网的品牌效应；（4）与通标公司合作推出认证供应商（Audited Suppliers）服务，向通标公司支付认证费用。

（2）营业收入与营业成本增长分析比较

营业收入	2008 年较上年	2007 年较上年	营业成本	2008 年较上年	2007 年较上年
注册收费会员服务	+34.10%	+171.51%	注册收费会员服务	+64.66%	+24.34%
增值服务	+42.89%	+241.12%	增值服务	+75.47%	+56.22%
所有业务	+36.32%	+188.64%	所有业务	+56.50%	+57.02%

从上表可以看出，公司营业收入 2007 年比 2006 年增长了 188.64%，相应营业成本增长了 57.02%；公司营业收入 2008 年比 2007 年增长 36.32%，相应营业成本增长了 56.50%。

3、报告期内毛利率分析

（1）报告期内公司综合毛利率情况

单位：元

项 目	2009 年 1-6 月	2008 年度	2007 年度	2006 年度
营业收入	98,907,118.77	171,663,456.70	125,922,899.67	43,626,375.53
营业成本	15,497,791.40	26,102,010.36	16,678,410.11	10,622,075.19
综合毛利	83,409,327.37	145,561,446.34	109,244,489.56	33,004,300.34
综合毛利率	84.33%	84.79%	86.76%	75.65%

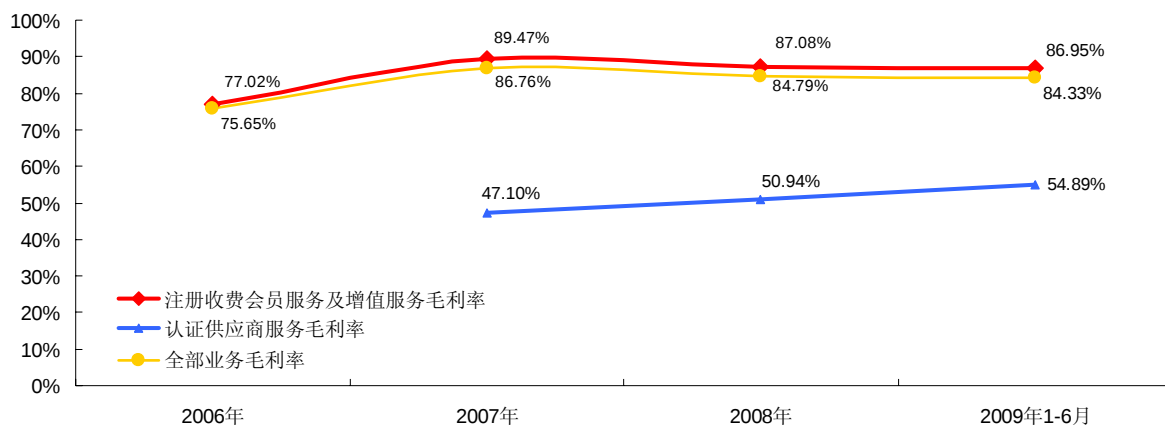
（2）公司具有综合毛利率较高的行业普遍特性

综合毛利率	2008 年度	2007 年度	2006 年度
金智科技	30.60%	31.30%	33.99%
国脉科技	49.93%	45.97%	42.86%
生意宝	90.20%	90.93%	90.59%
石基信息	63.24%	61.24%	58.52%
四家平均	58.49%	57.25%	56.49%

数据来源：根据同行业上市公司招股说明书及历年年报整理

公司按业务类别划分的毛利率情况如下：

项 目	2009 年 1-6 月	2008 年度	2007 年度	2006 年
注册收费会员服务及增值服务毛利率	86.95%	87.08%	89.47%	77.02%
认证供应商服务毛利率	54.89%	50.94%	47.10%	-
全部业务毛利率	84.33%	84.79%	86.76%	75.65%



管理层认为，报告期内随着注册收费会员、增值服务两项业务占公司营业收入的比例不断提高，公司的毛利率水平基本呈现先升后稳的趋势。公司的毛利率水平从2006年的75.65%提高至2009年1-6月的84.33%。

4、营业税金及附加的分析

单位：元

项目	2009 年 1-6 月	2008 年度	2007 年	2006 年
营业税	3,142,138.64	5,390,130.04	3,923,499.59	1,251,794.77
城市维护建设税	219,949.71	377,309.10	274,644.97	87,625.64
教育费附加	133,269.55	228,433.20	156,939.98	50,071.79
合 计	3,495,357.90	5,995,872.34	4,355,084.54	1,389,492.20

公司主营业务税金及附加为计提的营业税、城市维护建设税、教育费附加等，主营业务税金及附加随公司营业收入的增加而增加。

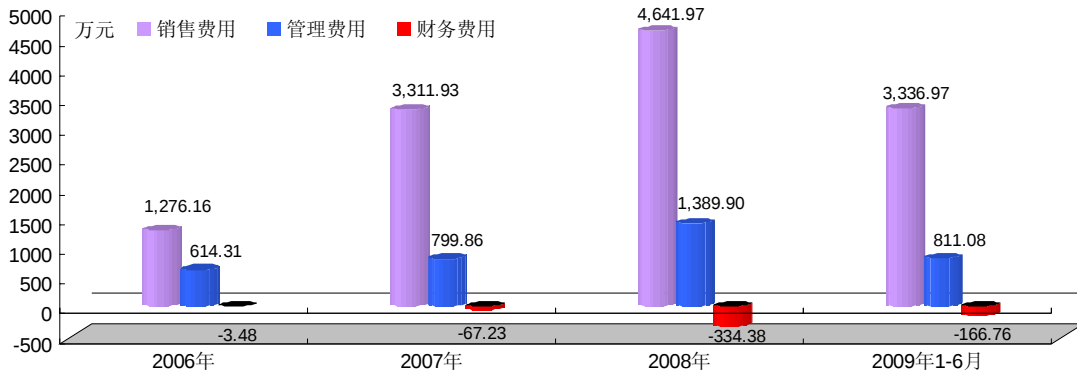
5、期间费用

发行人报告期内的期间费用分项目列示如下：

单位：万元

项 目	2009 年 1-6 月	2008 年度	2007 年度	2006 年度
销售费用	3,336.97	4,641.97	3,311.93	1,276.16
管理费用	811.08	1,389.90	799.85	614.31
财务费用	-166.76	-334.38	-67.23	-3.48
期间费用合计	3,981.29	5,697.50	4,044.56	1,886.99
营业收入	9,890.71	17,166.35	12,592.29	4,362.64

销售费用/营业收入	33.74%	27.04%	26.30%	29.25%
管理费用/营业收入	8.20%	8.10%	6.35%	14.08%
财务费用/营业收入	-1.69%	-1.95%	-0.53%	-0.08%
期间费用合计/营业收入	40.25%	33.19%	32.12%	43.25%



2006年、2007年、2008年、2009年1-6月公司销售费用占营业收入的比率分别为29.25%、26.30%、27.04%、33.74%，报告期基本保持稳定；公司管理费用占营业收入的比率在整体呈下降趋势；财务费用为负且绝对数值增加，主要原因为公司未有银行借款而又因货币资金增加导致利息收入增加。公司报告期内期间费用占营业收入的比率总体呈下降的趋势，表明近期公司期间费用控制情况良好。

(1) 销售费用

单位：元

项 目	2009年1-6月	2008年度	2007年度	2006年度
工资及福利	22,521,104.59	26,434,295.96	15,159,518.55	5,425,797.17
办公费	4,744,472.48	8,762,847.74	10,019,513.66	3,564,670.96
广告费	2,814,766.20	8,618,386.16	7,607,541.76	3,387,054.58
折旧费	144,451.62	241,506.52	118,811.90	61,341.82
收购销售网络摊销	2,766,666.60	1,844,444.40	-	-
其他	378,252.61	518,247.02	213,933.17	322,717.19
合 计	33,369,714.10	46,419,727.80	33,119,319.04	12,761,581.72

报告期内销售费用为本公司期间费用中最大组成部分，主要包括销售人员成本、营销及推广开支及其他关于销售及市场推广活动的费用（包括分公司、办事处的租金开支、折旧开支、通讯开支及相关交通费等）。报告期内随着公司经营规模扩大、营业收入增长、销售人员增加，公司销售费用总体呈现逐年上升的态势，2006年、2007年、2008年、2009年1-6月公司销售费用分别比上年同期增长819.29万元、2,035.77万元、1,330.04万元、1,372.26万元，增长比率分别为179.33%、159.52%、40.16%、69.85%。销售费用增长原因主要系随着本公司营业收入的逐年增加，相关销售人员

的薪酬及销售佣金也随之增长，2006 年、2007 年、2008 年、2009 年 1-6 月分别较上年同期增长 270.55%、179.40%、74.37%、102.98%。

(2) 管理费用

单位：元

项 目	2009 年 1-6 月	2008 年度	2007 年度	2006 年度
工资及福利	3,200,796.61	6,141,167.20	4,949,035.76	3,664,117.99
办公费	2,727,677.84	3,988,806.37	1,927,688.57	1,564,592.86
折旧费	1,289,240.99	1,897,266.83	287,898.53	201,629.63
低值易耗品	18,075.00	707,752.70	336,191.70	316,412.10
招待费	58,085.70	94,798.70	145,942.10	139,392.21
其他	816,875.79	1,069,237.73	351,789.72	256,992.51
合 计	8,110,751.93	13,899,029.53	7,998,546.38	6,143,137.30

2006 年、2007 年、2008 年公司管理费用分别较上年增长 256.51 万元、185.54 万元、590.05 万元，增长比率分别为 71.69%、30.20%、73.77%。公司管理费用增长幅度较大，主要是由于公司资产规模及业务规模的大幅度扩展使得公司的各项管理费用支出大幅增加。2009 年 1-6 月公司管理费用为 811.08 万元。

(3) 财务费用

单位：元

项目	2009 年 1-6 月	2008 年度	2007 年度	2006 年度
利息净支出（负数为收入）	-1,678,464.34	-3,441,192.46	-723,939.54	-59,738.33
加：汇兑净损失/（净收益）	739.89	81,726.85	33,985.54	17,132.49
金融机构手续费	10,138.94	15,681.32	17,662.80	7,788.30
合计	-1,667,585.51	-3,343,784.29	-672,291.20	-34,817.54

2006 年、2007 年、2008 年、2009 年 1-6 月公司财务费用分别较上年同期减少 3.38 万元、63.75 万元、267.15 万元、83.97 万元。随着业务收入的快速增长，本公司货币资金余额快速增加，银行存款利息收入大幅增加，又由于公司没有利息支出，所以财务费用大幅减少。

6、投资收益

报告期内公司投资收益明细如下：

单位：元

项目	2009 年 1-6 月	2008 年度	2007 年度	2006 年度
股票投资收益	0.00	0.00	11,058,228.77	0.00

为了实现对公司暂时闲置资金的保值增值，作为货币资金管理方式的有益尝试，

2007 年度公司经履行合法授权程序，使用自有资金在一级市场申购新股，中签后抛售产生投资收益。公司对此专门制定了严格的投资管理制度，对投资规模和投资范围、决策程序等做出了严格的规定，特别禁止投资高风险金融产品，以确保公司资金安全。报告期内公司从未进行二级市场股票投资。随着公司业务扩张计划及固定资产投资计划的有序展开，使用自有资金申购新股行为已于 2007 年 12 月停止。截至 2007 年 12 月 31 日，本公司无交易性金融资产余额。

7、报告期内非经常性损益分析

单位：元

项 目	2009 年 1-6 月	2008 年度	2007 年度	2006 年度
一、非经常性损益项目				
固定资产处置收益	0.00	8,119.84	623.83	3,920.00
政府补助	1,057,200.00	1,102,500.00	15,000.00	35,400.00
固定资产处置损失	-42,926.17	0.00	-3,282.48	-14,423.04
投资交易性金融资产收益	0.00	0.00	11,058,228.77	0.00
公益性捐赠	-1,000,000.00	-74,733.70	0.00	0.00
除上述各项之外的其他营业外收支净额	-11,750.00	0.00	0.00	-1,816.27
非经常性损益影响的所得税	-378.57	-103,588.61	-1,660,585.52	-3,462.10
合计	2,145.26	932,297.53	9,409,984.60	19,618.59
二、归属于普通股股东的净利润	34,060,391.25	75,248,435.34	64,167,768.16	10,852,789.25
三、扣除非经常性损益归属于普通股股东的净利润	34,058,245.99	74,316,137.81	54,757,783.56	10,833,170.66

2006 年度、2008 年度、2009 年 1-6 月非经常性损益占同期公司净利润的比例较低，非经常性损益对公司的总体经营成果无重大影响，2007 年度非经常性损益占公司同期净利润的 14.66%。2007 年，随着公司营业收入的不断上升，公司货币资金数量增长较快，为实现这部分暂时闲置资金的保值增值，公司使用自有资金在证券一级市场上申购新股中签后抛售，从而产生了 11,058,228.77 元投资收益。

8、营业外收入的分析

单位：元

项目	2009 年 1-6 月	2008 年度	2007 年度	2006 年度
补贴收入	1,057,200.00	1,102,500.00	15,000.00	35,400.00
固定资产清理收益	0.00	8,119.84	623.83	3,920.00
合计	1,057,200.00	1,110,619.84	15,623.83	39,320.00

报告期内公司营业外收入主要为政府各种补贴收入。

9、营业外支出的分析

单位：元

项目	2009年1-6月	2008年度	2007年度	2006年度
固定资产清理损失	42,926.17	0.00	3,282.48	14,423.04
公益性捐赠	1,000,000.00	74,733.70	0.00	0.00
其他	11,750.00	0.00	0.00	1,816.27
合计	1,054,676.17	74,733.70	3,282.48	16,239.31

公司报告期内营业外支出大多为固定资产清理损失和公益性捐赠，2009年1-6月发生的公益性捐赠系公司向中华慈善总会捐赠现金100万元人民币，用于为四川地震灾区灾民购买医疗器械和术后康复治疗。

10、所得税费用

(1) 报告期内依据国家税收法规的相关规定，本公司依法享受如下所得税优惠政策：

① 根据财政部、国家税务总局《关于企业所得税若干优惠政策的通知》（财税字〔1994〕1号）规定，本公司作为注册在南京高新技术产业开发区的高新技术企业，2007年度、2006年度享受15%的企业所得税率的税收优惠。

② 根据《关于鼓励软件产业和集成电路产业发展有关税收政策问题的通知》-财税[2000]25号文件规定：公司作为软件企业，实际发放的员工工资总额，2007年度、2006年度在计算企业所得税应纳税所得额时准予全额列支。

③ 本公司自2008年1月1日开始，执行2007年3月16日第十届全国人民代表大会第五次会议通过的《中华人民共和国企业所得税法》，由于本公司2008年12月31日被国家发改委等四部门联合认定为2008年度国家规划布局内重点软件企业，本公司2008年度的所得税税率减按10%征收。

④ 本公司2008年9月24日被江苏省科技厅等四部门重新认定为高新技术企业（证书编号：GR200832000024），2009年1-6月暂按15%的所得税率优惠税率计算所得税费用。

上述四项所得税优惠政策对报告期内公司经营业绩的影响数如下表所示：

单位：元

项目	2009年1-6月	2008年度	2007年度	2006年度
所得税优惠影响数	4,028,814.35	12,882,369.69	18,973,877.35	4,132,813.26
净利润	34,065,385.79	75,248,435.34	64,167,768.16	10,852,789.25
所得税优惠影响数/净利润	11.83%	17.12%	29.57%	38.08%

(2) 2008年1月1日《中华人民共和国企业所得税法》生效后，报告期内发行人原享有的所得税优惠政策面临如下变化：

① 对于15%所得税优惠税率政策，由于本公司2008年9月24日被江苏省科技厅等四部门重新认定为高新技术企业（证书编号：GR200832000024），有效期三年，因此未来三年内本公司均将享受15%所得税优惠税率政策；

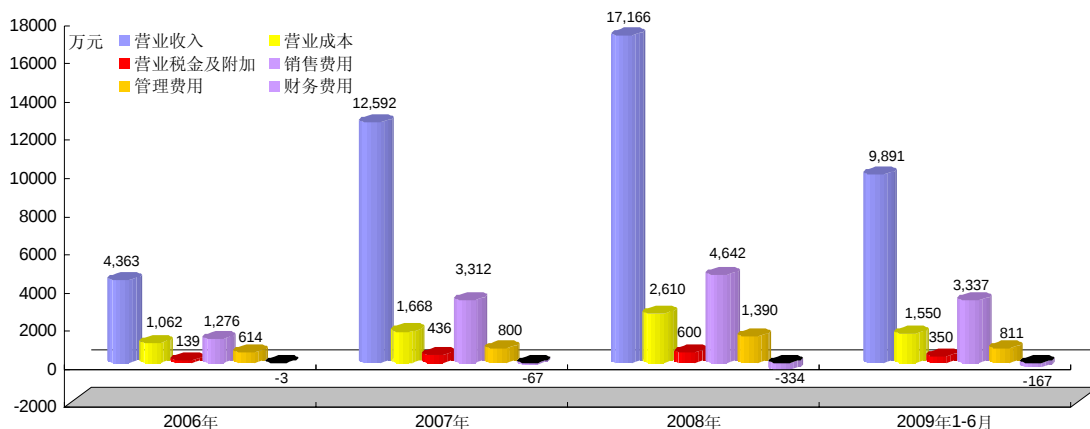
② 对于10%所得税优惠税率政策，根据《国家规划布局内重点软件企业认定管理办法》，国家规划布局内重点软件企业实行逐年认定制度；

③ 对于实际发放的员工工资总额在计算企业所得税应纳税所得额时准予全额列支的政策，由于《中华人民共和国企业所得税法实施条例》规定：企业发生的合理的工资薪金支出，准予扣除。因此，未来发行人将继续享受该政策。

(3) 本公司之子公司中国制造网有限公司（Made-in-China.com LIMITED）所得税根据香港法律规定按17.5%的税率征收。

11、净利润

互联网类公司均具有如下特点：经营初期在销售客户数量较少时，固定资产折旧、前期研发费用等相对固定成本对经营成果影响较大；在销售客户达到一定数量并度过盈亏平衡点后，由于营业收入的增长远快于变动成本的增长，因此经营成果出现快速增长趋势。



三、重大资本性支出分析

（一）报告期内公司重大资本性支出情况

报告期内公司重大资本性支出主要包括购买南京高新区土地使用权 225.35 万元、重庆拟建分公司用房产 212.93 万元、成都拟设西南营销中心（即四川分公司）用房产 2,510.54 万元。公司通过购置上述固定资产，一方面有效完善了公司的营销服务体系，提升了公司形象，改善了员工办公环境，有利于吸引优秀人才、稳定员工队伍；另一方面固定资产的添置将对公司今后的经营成果产生一定影响，主要是折旧、装修费用摊销等会有所增加。

（二）未来可预见的重大资本性支出计划

截至本招股说明书签署日，公司未来可预见的重大资本性支出计划主要是本次公开发行股票募集资金投资项目。本次募集资金项目对公司主营业务和经营成果的影响，请参阅本招股说明书第十三节“募集资金运用”部分。

四、现金流量分析

（一）报告期内现金流量情况

单位：元

项 目	2009 年 1-6 月	2008 年度	2007 年度	2006 年度
净利润	34,060,391.25	75,248,435.34	64,167,768.16	10,852,789.25
经营活动产生的现金流量净额	58,261,469.18	94,528,180.22	95,890,588.78	27,869,294.45
投资活动产生的现金流量净额	-7,054,193.45	-28,368,390.53	-29,671,664.75	-2,754,707.67
筹资活动产生的现金流量净额	0.00	881.89	38,000,000.00	0.00
汇率变动对现金的影响额	-1,363.99	-81,726.85	-33,985.54	-17,132.49
现金及现金等价物净增加额	51,205,911.74	66,078,944.73	104,184,938.49	25,097,454.29
期末现金及现金等价物余额	253,780,616.53	202,574,704.79	136,495,760.06	32,310,821.57

报告期内公司期末现金及现金等价物余额持续稳定上升，经营活动产生的现金流量净额均为正数并呈现稳定增长的态势。2006 年至 2008 年，公司经营活动产生的现金流量净额平均为 7,276.27 万元，是年净利润平均值 5,008.97 万元的 1.45 倍；2009 年 1-6 月公司经营活动产生的现金流量净额是当期净利润的 1.71 倍；报告期内公司盈利质量较高。

（二）经营性现金流量变动情况分析

公司报告期内经营活动产生的现金流量情况如下表所示：

单位：元

项 目	2009 年 1-6 月	2008 年度	2007 年度	2006 年度
销售商品、提供劳务收到的现金	104,400,831.33	182,802,408.91	159,826,970.71	64,101,092.92
收到的税费返还	2,503,588.17	42,049.50	136,726.00	108,090.41
收到其他与经营活动有关的现金	7,735,664.34	7,549,973.69	21,074,216.23	3,503,367.77
经营活动现金流入小计	114,640,083.84	190,394,432.10	181,037,912.94	67,712,551.10
购买商品、接受劳务支付的现金	6,301,596.91	9,364,811.82	24,087,681.42	5,488,461.49
支付给职工以及为职工支付的现金	31,167,163.43	40,805,422.83	31,015,151.48	12,696,131.94
支付的各项税费	5,949,059.58	22,407,570.86	4,878,708.82	5,968,033.20
支付的其他与经营活动有关的现金	12,960,794.74	23,288,446.37	25,165,782.44	15,690,630.02
经营活动现金流出小计	56,378,614.66	95,866,251.88	85,147,324.16	39,843,256.65
经营活动产生的现金流量净额	58,261,469.18	94,528,180.22	95,890,588.78	27,869,294.45

报告期内公司经营性现金流入量和流出量均保持一定的增长幅度，这与营业收入每年保持稳定增长的情况相对应。2006 年度、2007 年度、2008 年度、2009 年 1-6 月公司经营活动现金流入分别为 6,771.26 万元、18,103.79 万元、19,039.44 万元、11,464.01 万元，分别较上年同期增长 130.80%、167.36%、5.17%、36.42%。

公司未来几年的经营活动现金流量净额仍将保持增长。本次发行完成后，随着募集资金投资项目的实施，本公司的投资活动现金流出量将会有较大幅度的增加。由于募集资金能够充分满足投资需要，公司在未来两年内不会再有重大的筹资活动，筹资活动产生的现金流入量将会有一定程度的下降。综合本公司近年来业务发展情况和未来资金安排，本公司现金流量将在较长时间内保持较合理的结构。

五、公司财务状况和盈利能力的未来趋势分析

报告期内，公司抓住国内第三方 B2B 电子商务行业市场规模不断扩大的机遇，发挥自身优势，稳健经营，取得了良好的经营业绩。公司财务状况稳定，资产质量良好，保持了较强的盈利能力。本公司认为，在可预见的将来，公司仍将保持良好的财务状况和较强盈利能力。

（一）第三方 B2B 电子商务平台行业将保持高速发展

在多重有利因素的共同促进下，公司所处第三方 B2B 电子商务行业将继续保持高

速发展。上述因素具体包括：第一，未来中国进出口贸易额继续保持稳定增长；第二，中小企业在国民经济及进出口贸易中的地位日趋重要且电子商务意识日渐成熟；第三，中国互联网普及率及互联网服务将持续快速发展。

（二）公司将采取多种措施进一步提升公司核心竞争力

公司是国内最早开展第三方 B2B 电子商务平台运营业务的公司之一。根据 iResearch 发布的 2008 年中国 B2B 行业年度数据，按第三方 B2B 电子商务平台营业收入市场份额计算，阿里巴巴的市场占有率超过 50%，本公司名列第三。公司虽具有技术、品牌、客户及人才等优势，但同时也清醒地认识到所面对的竞争压力和困难因素，公司将坚持“依托中国制造网电子商务平台（Made-in-China.com），在提供国际营销和产品推广服务的过程中为中小企业创造价值”这一发展思路，继续扩大投资规模、加大技术创新力度、提升服务质量、优化增值服务、强化宣传推广，进一步提升公司的核心竞争力。

（三）公司将继续维持现有客户资源并大力开发新的客户资源

本公司为中小企业开展国际营销和产品推广提供服务以获取收入的盈利模式具有长久生命力。公司的盈利增长取决于公司对现有客户资源的维护及新客户资源的开拓。募集资金投资项目的实施将进一步完善本公司现有服务体系、提升服务质量、增加服务品种、提高服务效率，以维持现有客户并吸引新客户，保障公司盈利的持续增长。

六、其他事项说明

1、根据现行法律法规，公司重大会计政策及会计估计不需要变更，公司不会因为重大会计政策或会计估计的差异或变更而对公司利润产生重大影响。

2、公司目前不存在重大担保、诉讼、其他或有事项和重大期后事项。

第十二节 业务发展目标

一、公司发展总体目标

本公司发展的总体目标是以信息技术为核心，以互联网络为依托，继续做强做大第三方 B2B 电子商务平台业务，为中国中小企业对外出口贸易提供最优质的服务。同时，本公司将有计划地开展中小企业客户关系管理、人力资源管理、信息化建设等相关业务，提高中小企业的信息技术水平和管理水平，为中小企业的信息化转型提供专业、实用的整体解决方案，以降低其运营成本、增强其市场竞争力。

二、主要经营理念

弘扬中国制造，服务中小企业，促进全球贸易。

三、公司当年及未来两年的发展计划

（一）行业发展计划

本公司坚信：只有专注，才能专业。本公司将继续专注于第三方 B2B 电子商务平台业务，努力吸引更多全球采购商的关注，扩大注册收费会员数量。同时本公司将开展以 SaaS 的方式向中小企业提供客户关系管理、订单管理、网络协同工作等业务流程外包服务；开发面向中小企业的外贸行业招聘网站，提供人才测评、员工培训、员工管理等人力资源外包服务。

（二）外购资源计划

借鉴国际互联网企业的发展经验，公司将充分利用外购资源的方式，提高公司的研发创新能力。在本公司已经占据优势的第三方 B2B 电子商务平台领域，公司将在自主发展的基础上，通过收购兼并等方式，实施行业扩张，迅速扩大公司的整体规模、提高市场份额，进一步巩固公司在相关业务领域的优势地位。

（三）人力资源计划

坚持“以人为本”的企业文化建设，把提高员工素质和引进高层次人才作为企业发展的重要战略。建立并完善科技人才和高级管理人才的引进和激励机制，以良好的工作环境、富于竞争力的薪酬待遇及广阔的发展空间吸引并留住人才，建立起能够适

应企业现代化管理和公司未来发展需要的高水平员工队伍。

（四）国际化发展计划

面对经济全球化趋势及我国加入 WTO 后所面临的机遇和挑战，公司将加强与诸如瑞士通用公证行（SGS）、西班牙 CPE 咨询集团等国际商务机构的合作，保持与掌握高端软、硬件技术的国内外厂商的密切接触，跟踪网络技术和电子商务技术的最新发展趋势，吸引国外高级技术及管理人才的加盟，提升本公司的核心竞争能力。

四、具体业务计划

（一）产品开发与业务创新计划

1、产品升级与开发：公司将运用发行上市所筹集的资金购置先进的软硬件设备，创造一流的研发环境，引进一流的电子商务人才，加强与高等院校、科研院所及国内外知名软硬件厂商之间的技术交流与合作，积极利用外包、外购资源，实施现有产品的升级和新产品的开发。

2、服务创新：利用互联网技术和本公司现有服务规范和客户基础，公司将逐步加大互联网平台上的技术支持服务比率，以网络化服务实现公司技术服务业务的标准化管理、流程化、文档化。

（二）营销和服务体系建设计划

在全国各区域性中心城市建设区域性分公司或办事处，进一步完善销售与服务网络体系，提供更及时、更优质的客户服务。同时，这些区域性的分公司或办事处也将作为技术支持与客户服务中心、展示中心及市场信息搜集与反馈中心，与公司现有的技术支持与客户服务部一起，构筑起公司以中小企业经济发达地区为节点辐射全国的营销与服务网络。

（三）人力资源计划

随着公司业务发展，公司将有计划、有重点地引进和培养高素质的技术与管理人才，充实公司的研发、销售及客户服务队伍；适时引进职业经理人，积极稳妥地提升公司经营管理水平。

建立和完善科学的考评体系和激励机制，建立公平、公正、透明的员工奖惩、任

用机制，为优秀员工提供良好的发展空间，增强公司的整体凝聚力。为高级管理人员和核心技术人员提供有竞争力的薪酬，稳定公司核心团队。在符合国家有关法律法规的前提下，逐步建立高级管理人员、核心技术人员及骨干业务人员的股权激励机制。

（四）再融资计划

公司本次发行上市所筹集的资金，将完全能满足公司在今后一段时间内业务发展的投资需要。随着公司业务的进一步发展以及收购兼并的需要，公司将利用股权和债务融资的手段，募集所需资金，保证公司稳健、持续、快速的发展，公司目前尚无可预计的再融资计划。

五、上述业务发展规划与现有业务的关系

公司现有业务是上述业务发展规划的基础，公司的业务发展规划将充分利用公司现有的竞争优势，在纵向上挖掘公司现有业务的深度，并通过募集资金的有效使用增强企业未来发展后劲。公司坚持“继承中发展、递进式发展”的思路，专注于第三方 B2B 电子商务平台的建设，稳步谋求现有业务的持续扩张及相关业务领域的适当拓展。

六、本次募集资金运用对实现上述业务目标的作用

本次发行上市一方面能够为公司近期发展战略提供充足的资金，建立资本市场融资窗口，为公司的持续、快速发展提供可靠的资金保障，另一方面通过挂牌上市交易，可以大大提高公司的品牌号召力和知名度，有利于公司新客户的持续开拓；另外，通过公众股东的积极参与、证券监管机关的外部监管、新闻媒体的舆论监督等多重约束机制作用，公司的治理结构将进一步得到完善，有利于公司的长远发展。

七、拟定上述计划所依据的假设条件

（一）本次股票发行计划能够如期完成，募集资金能够顺利到位并投入使用。

（二）本公司所在行业及领域的市场处于正常发展状态下，不出现重大市场变化。

（三）本公司所处的宏观经济、政治、法律和社会环境处于正常发展的状态，没有对公司发展产生重大影响的不可抗力的现象发生。

（四）国家对高新技术企业、软件企业、第三方 B2B 电子商务平台的扶持政策不会有重大改变，并被很好地执行。

八、实施上述计划所面临的主要困难

（一）在较大规模资金运用及公司业务快速发展的背景下，公司在战略规划、组织设计、资源配置、运营管理特别是资金管理和内部控制方面将面临更大的挑战。

（二）本公司未来的发展需要大批熟悉中小企业外贸出口、互联网应用技术及电子商务专业的高级技术人才和经营管理人才，在人才的储备方面本公司尚存在着一定的差距。

（三）股票公开发行的募集资金到位前，长期资金相对短缺是公司目前发展的较大约束。

第十三节 募集资金运用

一、募集资金使用计划

公司本次拟公开发行 2,938 万股，根据 2008 年 12 月 26 日召开的公司 2008 年第二次临时股东大会决议，结合本公司长远发展战略，本次发行募集资金将用于以下四个项目：

（一）投资 7,817.9 万元用于建设“中国制造网电子商务平台升级”项目；

（二）投资 9,218.4 万元用于建设“中国制造网销售渠道”项目；

（三）投资 6,322.9 万元用于建设“中国制造网客户服务支持中心”项目；

（四）投资 7,877.8 万元用于建设“焦点科技研究中心”项目。

单位：万元

序号	投资内容	募投项目合计		平台升级 投资	销售渠道 投资	客服中心 投资	研究中心 投资
		金额	占比				
1	房屋建设	5,421.60	17.35%	948.1	0.0	2,198.9	2,274.6
2	房屋购置	3,892.00	12.46%	0.0	3,892.0	0.0	0.0
3	房屋建设、购置相关	2,001.30	6.41%	396.6	790.7	379.4	434.6
3.1	建设单位管理费	156.5	0.50%	49.7	28.0	36.4	42.4
3.2	勘察、设计费	321.4	1.03%	124.2	0.0	91.1	106.1
3.3	建设单位临时设施费	44.4	0.14%	7.4	2.2	17.3	17.5
3.4	工程监理费	257.1	0.82%	99.4	0.0	72.8	84.9
3.5	工程保险费	38.5	0.12%	14.9	0.0	10.9	12.7
3.6	招标、质监、安监	128.5	0.41%	49.7	0.0	36.4	42.4
3.7	建设期间房屋租赁费	483.0	1.55%	0.0	483.0	0.0	0.0
3.8	购置房屋装修	277.5	0.89%	0.0	277.5	0.0	0.0
3.9	有关规费	294.4	0.94%	51.3	0.0	114.5	128.6
4	硬件设备购置	9,952.5	31.86%	4,019.4	2,519.1	1,444.0	1,970.0
5	土地取得相关费用	227.6	0.73%	40.2	0.0	93.6	93.8
6	软件购置及开发	6,924.80	22.17%	1,801.5	1,103.8	1,619.6	2,399.9
7	办公家具	312.0	1.00%	24.0	140.0	84.0	64.0
8	培训	208.0	0.67%	12.0	90.0	42.0	64.0
9	预备费	2,297.20	7.35%	576.1	682.8	461.4	576.9
合 计		31,237.0	100%	7,817.9	9,218.4	6,322.9	7,877.8

注：“平台升级”是指“中国制造网电子商务平台升级”项目；

“销售渠道”是指“中国制造网销售渠道”项目；

“客服中心”是指“中国制造网客户服务支持中心”项目；

“研究中心”是指“焦点科技研究中心”项目。

以上项目共需资金 31,237.0 万元，如果实际募集资金不足以完成上述投资计划，不足部分公司将自筹解决；如果实际募集资金数量超过上述投资项目的资金需要，剩余募集资金将用于补充公司流动资金。

本次募集资金投资项目各年度运用计划和按轻重缓急程度排列顺序如下：

序号	项目名称	投资金额	投资进度计划（万元）		备案情况
		（万元）	第一年	第二年	
1	中国制造网电子商务平台升级	7,817.90	3,518.10	4,299.80	宁高管内备字[2007]023
2	中国制造网销售渠道	9,218.40	4,148.30	5,070.10	宁高管内备字[2007]027
3	中国制造网客户服务支持中心	6,322.90	2,845.30	3,477.60	宁高管内备字[2007]024
4	焦点科技研究中心	7,877.80	4,332.80	3545.00	宁高管内备字[2007]026
合 计		31,237.00	14,844.50	16,392.50	

公司制定的《募集资金使用管理办法》规定：公司将采取在银行设立专户存储募集资金的方式对募集资金实行集中存放，并与开户银行签订募集资金专用账户管理协议。公司不得将募集资金用于委托理财、质押或抵押贷款、委托贷款或其他变相改变募集资金用途的投资。募集资金投资的项目，应与公司招股说明书承诺的项目相一致，原则上不应变更。对确因市场发生变化，需要改变募集资金投向时，必须经公司董事会审议，并依照法定程序报股东大会审批。

二、本次募集资金投资项目与现有业务的关系

本公司本次发行募集资金拟投入的“中国制造网电子商务平台升级”、“中国制造网销售渠道”、“中国制造网客户服务支持中心”、“焦点科技研究中心”等四个项目均为本公司主要业务的延伸、拓展及加强。

“中国制造网电子商务平台升级”项目是对现有平台的升级改造，以提高平台的整体承载能力，提高运行的稳定性、可靠性和安全性，同时增强、优化和扩充现有业务，进而更好地为客户提供优质的服务。中国制造网电子商务平台（Made-in-China.com）建成于 1998 年 3 月，现已经过多次升级和改造，随着注册会员数与用户信息量的迅速增长，现有系统承载能力日趋紧张，软硬件体系急需调整和改造，以适应信息、注册会员和用户访问量快速增长的需要；同时需要利用最新的技术和商业理念改进现有业务，推出更多满足注册会员需求的有价值的产品与服务。

“中国制造网销售渠道”项目是公司现有销售模式的进一步发展和扩张。随着第

三方 B2B 电子商务信息化在中小企业中日益普及，电子商务市场已度过培育期进入快速发展期。利用公司在产品、服务和销售方面的先发优势和成功经验，迅速建立全国范围的销售网络是公司快速发展、占领市场、取得优势的良好契机，也是公司保持和巩固现有市场地位并迅速成长壮大的必经之路。销售渠道项目的建设对公司进一步巩固市场地位和提高市场占有率具有决定性的作用。

“中国制造网客户服务支持中心”项目是客户服务支持工作的进一步深化和延伸。公司一贯关注为注册会员提供优质的线上和线下客户服务和支持工作，积极收集客户的反馈意见并在后续工作中予以改进。焦点科技网站运营部下辖的客户服务部通过电话、电子邮件、客户见面会、培训会、定期回访等多种形式为注册会员提供帮助和支持。由于公司注册会员的快速增长，会员服务和增值服务不断更新和优化，现有客户服务设施、系统、质量保证体系以及人员配置的不合理性开始凸显，因此本公司拟通过该项目的实施，提升客户服务支持工作效率，提高用户满意度和信任度，提升客户续约率，增大新客户签约数量，强化公司在市场上的领先地位、提高市场占有率。

“焦点科技研究中心”项目是对公司技术体系与系统支持体系的加强与扩充。第三方 B2B 电子商务平台在很大程度上依赖于互联网技术的发展与推广，因此研究各种新技术以及这些技术在商业上的应用方式，不断创新，拓展新的业务以更好地为客户服务是中国制造网电子商务平台（Made-in-China.com）运营商持续发展和占领市场优势地位的驱动力。焦点科技研究中心的建设，将为技术研究和开发人员提供良好的研究、开发、测试环境，提供先进和充足的设备，通过研究开发过程的持续改进和不断创新为公司带来持续发展的驱动力，从而使公司保持领先的市场地位。

三、本次募集资金投资项目之间的关系

本次募集资金投资项目围绕着公司“弘扬中国制造、服务中小企业、促进全球贸易”的战略目标与经营理念而实施。

“中国制造网电子商务平台升级”是“中国制造网销售渠道”、“中国制造网客户服务支持中心”发展的基础。公司在中国制造网电子商务平台（Made-in-China.com）上为中小企业提供电子商务服务，没有这一平台，就没有产品和服务的销售，就不会有源源不断的客户，销售渠道和客户服务就成了“无源之水”；“中国制造网电子商务平台升级”是“焦点科技研究中心”建设所围绕的中心和目的，目前阶段公司的技

术发展主要是围绕中国制造网电子商务平台（Made-in-China.com）及其相关业务开展的，没有这一平台，研究中心就失去了方向和目标。

“中国制造网销售渠道”是其他项目最终目标的实现手段。“中国制造网电子商务平台升级”、“中国制造网客户服务支持中心”、“焦点科技研究中心”的最终的目的都是为中小企业提供电子商务服务，促进中小企业的信息化建设，提高其市场竞争力，这一目标的实现依赖于创造和发展客户，而这正是市场开拓和销售的最直接结果，因此销售渠道的建设是实现公司战略目标和经营理念的最直接手段。

“中国制造网客户服务支持中心”是其他项目的有力保障。焦点科技和中国制造网电子商务平台（Made-in-China.com）的持续发展离不开客户的支持和信任，建立客户对公司及电子商务平台的信任，客户服务与支持至关重要。因此“中国制造网客户服务支持中心”项目的实施，能够提高公司的信誉度、知名度和品牌形象，是市场开拓和销售实现的保障，也是技术研究与开发，电子商务平台运营等实现最终目标的有力保障。

“焦点科技研究中心”项目建设是“中国制造网电子商务平台升级”、“中国制造网销售渠道”、“中国制造网客户服务支持中心”项目建设与后续发展的持续驱动力。中国制造网电子商务平台（Made-in-China.com）的发展离不开技术的发展与实现，研究中心直接为平台的建设提供技术支持，同时研究中心作为公司技术的集散地还承担着销售渠道、客户服务支持系统及公司决策等方面的支持工作。

因此，“中国制造网电子商务平台升级”、“中国制造网销售渠道”、“中国制造网客户服务支持中心”、“焦点科技研究中心”等四个项目是相互依存，相互促进的共生关系：电子商务平台升级为客户提供了有价值的服务并为客户创造了经济效益；所有的业务与技术都通过销售渠道实现收入和利润；客户对公司的信赖通过客户支持服务得以维系；信息技术与电子商务相关技术的研究与开发为公司的运营和持续发展提供了驱动力。本次募集资金投资的四个项目紧密衔接、互为前提、缺一不可，共同构建了公司发展与成长的基础。

四、募集资金项目投资前景及可行性分析

（一）中国制造网电子商务平台升级

1、项目背景和必要性分析

中国制造网电子商务平台（Made-in-China.com）自 1998 年推出以来，经过十年的发展已成为本土领先的第三方 B2B 电子商务平台。随着注册会员数量不断上升、信息量迅速增长、访问量急剧增加、用户和行业日益成熟、国内第三方 B2B 电子商务平台的市场竞争日趋激烈，该服务平台面临如下挑战：承载更多用户及更大的访问流量；让用户获得更好的体验和快捷的访问速度；为客户提供更多优质有价值的增值服务；吸引和促进更多的中小企业使用等。中国制造网电子商务平台（Made-in-China.com）亟待升级改造，以提高系统的承载能力，优化现有系统，提高系统的稳定性和可靠性，增加更多业务和服务功能，以满足广大中小企业的需求和本公司战略发展的需要。

2、项目目标和内容

中国制造网电子商务平台（Made-in-China.com）升级改造和扩容主要目标和内容：

（1）升级网络节点：购置高可靠性的网络设备、服务器和高端存储阵列等，升级现有的四个网络节点，以提高系统的承载能力，提高整个系统的稳定性和可靠性，并实现自动负载均衡和就近访问；

（2）加强系统安全：通过多点复制及节点冗余实现关键数据的异地备份；中心节点上实现待机热备份，防止数据丢失；使用加密技术实现会话信息的安全传递；增强安全检查过滤机制；加强系统安全监控；

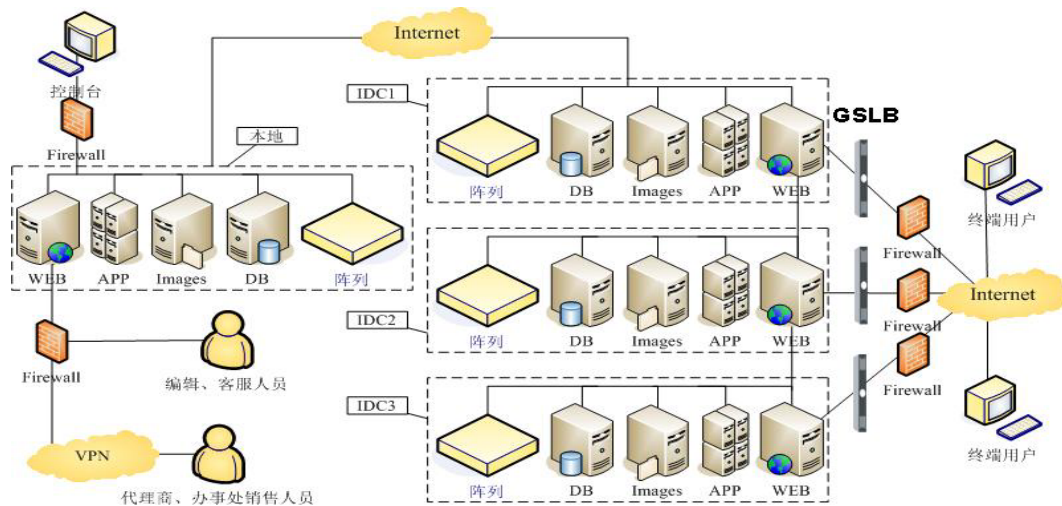
（3）优化现有系统：优化和改进目录体系结构，完善各频道功能；优化搜索及排名算法，提高搜索速度，提高搜索结果排序的合理性；提升系统的容量，提高访问速度；改善用户体验；

（4）增加新型业务功能：增加行业资讯和报告频道；开发会员评价系统；开通会员短信及即时通讯服务；增加图片搜索功能；增加文本推广服务；推出展会服务频道。

3、技术可行性分析

(1) 硬件系统体系方案

本项目采用可扩展的分布式多节点网络架构，每个节点由多台服务器群组成，各节点位于不同的 IDC 机房，拥有各自独立的互联网接入线路，各节点可以互为异地备份，同时通过全球负载均衡设备（GSLB）对来自用户的访问请求进行判断后分发至最近和响应最快的节点，使用户获得较快的响应速度。各节点采用吞吐量大、响应快捷、高可靠性、高稳定性的网络设备、服务器和网络存储阵列，保证关键业务数据不会损坏和丢失，确保整个系统的高可用性。系统部署方案见下图：



(2) 软件系统体系结构

本项目软件系统采用基于 B/S（Browser/Server，即浏览器与服务器）的三层体系结构：表现层、业务逻辑层、数据层。表现层为客户提供应用服务的用户界面；业务逻辑层位于表现层和数据层之间，实现业务逻辑；数据层用于访问和管理数据，并满足应用服务对数据的需求。

采用 J2EE（Java2 平台企业版，Java 2 Platform Enterprise Edition）标准中间件体系结构，简化和规范多层分布式应用系统的开发和部署，显著地提高系统的可移植性、安全性、可伸缩性、负载均衡和可重用性，保证组件在向不同类型的客户端移植过程中业务逻辑和后端系统保持不变；适用于多种操作系统、硬件平台、数据库等异构环境，保证系统的灵活性、可移植性和互操作性；保证将多个不同的信息系统进行无缝集成。

软件系统主要由 WEB 层展示、后台支撑系统、各支持子系统、系统接口、报表系统等组成，各子系统通过底层安全控制系统连接，并通过公用接口与数据库连接。

4、项目市场前景分析

本项目的实施能够有效提高中国制造网电子商务平台（Made-in-China.com）的稳定性、可靠性和安全性；提升系统吞吐能力，承载大量信息和更多用户访问，提升中国制造网电子商务平台（Made-in-China.com）的服务能力和质量。同时，通过对现有系统的改造，新增系统功能，扩充现有注册会员的服务内容，可以吸引更多注册收费会员和提高现有注册收费会员对平台的粘性，为公司带来直接的经济效益。

5、投资项目选址

公司拟在南京高新技术产业开发区软件园内建设焦点科技股份有限公司科技大楼，总用地面积 16,700m²，总建筑面积 24,300 m²，由 A、B 两栋 L 形楼有机组合而成，包括中国制造网电子商务平台升级、中国制造网客户服务支持中心、焦点科技研究中心等三个项目。中国制造网电子商务平台升级项目位于 A 楼内，建筑面积 4,300 m²。本公司已以出让方式取得实施该项目所需的宁浦国用（2008）第 01442p 号土地使用权证。

6、项目投资概算情况

（1）投资概算

本项目预计建设期为 2 年，第一年投资为 3,518.1 万元，第二年的投资为 4,299.8 万元，项目总投资规模为 7,817.9 万元，其中：投资金额较大的两部分为硬件设备购置 4,019.4 万元、软件购置与开发 1,801.5 万元（软件购置为 1,301.5 万元，软件开发 500 万元）。本项目具体投资内容如下表：

序号	投资内容	投资金额（万元）	比例
1	房屋建设（科技大楼）	948.1	12.14%
2	房屋建设相关	396.6	5.07%
3	硬件设备购置	4,019.4	51.41%
4	土地取得	40.2	0.51%
5	软件购置及开发	1,801.5	23.04%
6	办公家具	24.0	0.31%
7	培训	12.0	0.15%

8	预备费	576.1	7.37%
	合计	7,817.9	100%

(2) 硬件设备购置与软件购置

①硬件设备购置

序号	设备名称	规格型号	数量（台/套）	单价（万元）	总价（万元）
1	WEB 服务器	IBM X3655	10	15.0	150.0
2	APP 服务器	IBM X3655	10	15.0	150.0
3	搜索服务器	IBM X3755	5	30.0	150.0
4	图片服务器	IBM X3655	5	15.0	75.0
5	测试服务器	IBM X3550	8	11.0	88.0
6	DB 服务器	IBM X3755	5	30.0	150.0
7	DB 存储阵列	EMC DMX-4	5	315.0	1575.0
8	NAS 存储阵列	NetApp 3070C	5	220.0	1,100.0
9	全千兆交换机	Cisco 4503	5	8.0	40.0
10	服务器机柜及配电设备		8	3.0	24.0
11	全球负载均衡设备	Netscaler9010	8	32.0	256.0
12	网络核心交换机	Cisco 4507	2	15.0	30.0
13	网络接入交换机	Cisco 3750	14	3.0	42.0
14	UPS	APC 16K	1	10.0	10.0
15	办公电脑		170	0.8	136.0
16	办公笔记本电脑		8	1.8	14.4
17	打印机		4	0.8	3.2
18	扫描仪		4	0.1	0.4
19	传真机		4	0.1	0.4
20	投影仪		5	1.5	7.5
21	IP 电话机		125	0.1	12.5
22	复印机		2	2.5	5.0
	合计		413	-	4,019.4

②软件购置

序号	软件名称	数量（套）	单价（万元）	总价（万元）
1	办公软件（Microsoft EA）	178	0.5	89.0
2	Adobe 设计软件套装	10	3.0	30.0
3	SmartDraw2007	20	2.8	56.0
4	RationalRose	6	4.8	28.8
5	Quick Test Pro	6	1.2	7.2
6	PowerDesigner	6	4.2	25.2
7	JProfiler	6	0.7	4.2
8	工具软件	178	0.2	35.6

9	SecureCRT	10	0.12	1.2
10	SharePointPortalServer2003 客户访问许可证 (CAL)	178	0.07	12.3
11	Oracle 10g 企业版本	40	25.0	1,000.0
12	Resin Pro	30	0.4	12.0
	合计	668	-	1,301.5

7、项目收入及投资效益分析

焦点科技拟实施的中国制造网电子商务平台升级、中国制造网销售渠道、中国制造网客户服务支持中心等三个项目的建设将使中国制造网电子商务平台 (Made-in-China.com) 可以满足更多的对注册收费会员服务及相关增值服务的需求。计算期第 5 年, 预计上述三个项目支持的注册收费会员服务及相关增值服务带来的收入分别为: 注册收费会员服务 49,410.0 万元、认证供应商 (Audited Suppliers) 服务 7,695.0 万元、名列前茅 (TopRank) 服务 15,383.3 万元、产品展台 (Spotlight Exhibits) 服务 500.9 万元、横幅推广 (BannerPro) 服务 274.5 万元, 总计 73,263.6 万元。预计本项目对这一收入的贡献率为 30%, 即在计算期第 5 年本项目的营业收入为 21,979.1 万元, 实现净利润 3,876.0 万元。

根据预测, 该项目所得税后内部收益率为 36.2%, 所得税后净现值 (贴现率为 10%) 为 6,664.7 万元, 所得税后投资回收期为 4.3 年。

(二) 中国制造网销售渠道

1、项目背景和必要性分析

本公司现有电话销售、上门直销及代理商销售等三种销售模式, 在报告期内取得了较好的销售业绩。但是随着市场范围的扩大、客户数量快速增长、用户成熟度和个性化需求日益提高, 本公司认为建立全国性的销售网络及直接上门直销的方式在对客户的影响力、争取客户信任和认可度等方面有较大的优势, 因此需要加大上门直销在三种销售方式中的比例。另外公司已有分支机构在硬件条件上普遍存在面积偏小、配置不合理、缺乏统一配置等缺点, 不能满足公司在客户中建立和保持良好的企业形象及未来几年快速发展的需要。尤其是随着国家产业政策的大力扶持和电子商务市场的日渐成熟, 竞争对手通过在各地建立分支机构和大量增加上门直销队伍的手段, 获得了销售收入的快速增长。为保持公司在市场上的地位和市场份额, 必须尽快在全国范

围内开展销售渠道的建设，扩大上门直销队伍，加大市场推广和销售力度，进一步提高市场占有率。

2、项目目标和内容

本项目拟在全国 31 个外向型经济发达、出口企业分布相对集中的大中城市以增设或改造分支机构的方式，逐步建立健全一个基本覆盖全国经济发达地区的销售网络。具体目标：

（1）组建以焦点科技总部所在地——南京为管理中心、覆盖全国大部分地区的上门直销网络；

（2）建立统一标识、形象与工作规范的分支机构，提升企业形象；

（3）组建一支素质好、业务能力强和装备完善的销售队伍；

（4）通过规范化运作，建成与公司协调一致、高效运作的销售体系。

3、项目可行性分析

（1）设点城市市场需求

从总体经济水平、出口额等各项指标看，我国的对外贸易主要集中在沿海经济发达地区，主要包括华南、华东、华北三个地区。根据中国海关总署 2007 年 1 月-10 月的统计数据，华南、华东、华北分别占全国进出口总额的 29.2%、41.6%、22.4%。因此，在这些地区的重点外贸城市设置大区中心和办事处是必要的。另外，随着中国经济与世界经济的融合，中西部地区的对外贸易数量也在迅速增长，市场潜力很大，因此拟在中西部地区中心城市（如成都、重庆、武汉）设立分公司或办事处。

（2）人力资源储备

本公司一贯高度重视销售渠道的建设，并有计划地积累了大量的相关人力资源储备，包括：熟悉市场、具有渠道建设经验、能够快速布点的前期筹备和规划人员；具备组建销售队伍、带领销售团队快速开拓市场的销售管理人员；以及大量充满活力不断为公司创造销售业绩的关键销售人员。他们既熟悉第三方 B2B 电子商务平台的销售模式，又懂得外贸行业的相关知识。

（3）技术系统的可行性

本项目信息系统的搭建按照公司制定的统一标准和规范，为各地分公司、办事处配备统一办公设备，包括网络通讯系统、视频会议系统、数字化办公系统，提高各分支机构与公司职能部门的业务沟通效率，实现全国分支机构的统一管理，保证业务信息的一致性、及时性。报告期内公司技术开发部门根据公司制定的销售政策和业务处理规则，已开发出连接公司总部与各地办事处和代理商的业务处理系统，经过一段时间运营，业已成熟。分支机构与总部之间的语音通讯和 IP 网络接入方案经过实际运营不断改进，业已成熟定型，具有一定的稳定性，安全性。

（4）业务运作

本项目销售渠道由公司销售部下辖的业务拓展中心统一管理、协调，同时接受公司其他各职能部门的对口管理和支持。各分支机构根据业务拓展中心下达的销售目标和预算计划，制定年度工作计划，并分解落实到每个销售人员。

4、业务方案与技术内容

（1）销售渠道设置方案

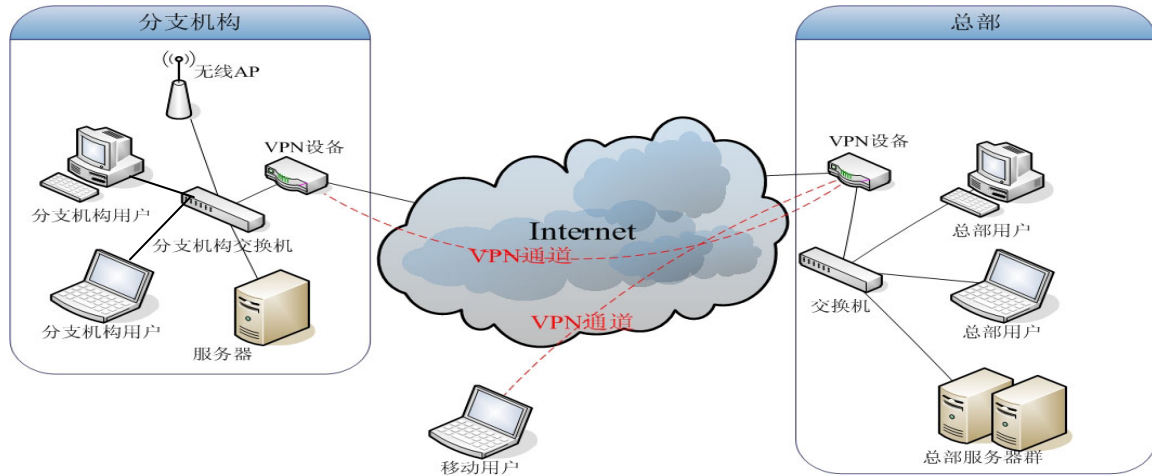
本项目分支机构的建设采用增设和改造两种方式。增设方式是针对目前还没有设立分支机构的城市新建分支机构，包括北京、大连、成都、西安等 21 个城市；改造方式是针对目前已设有分支机构的城市，对现有办公地点进行调整、对技术设备和办公设备进行升级更新等，包括上海、广州等 10 个城市。另外，在总部南京利用现有办公用房和设备条件，建立全国销售渠道的管理中心。

全国 设点片区	各个片区分公司和 办事处的所在城市	数量 合计
华南	广州、深圳、东莞、佛山、中山、惠州、珠海、南宁	8
华东	上海、苏州、无锡、常州、厦门、福州、泉州	7
华北	北京、天津、石家庄、青岛、烟台、济南、大连、沈阳、哈尔滨	9
中西部	成都、重庆、武汉、西安、郑州、南昌、长沙	7

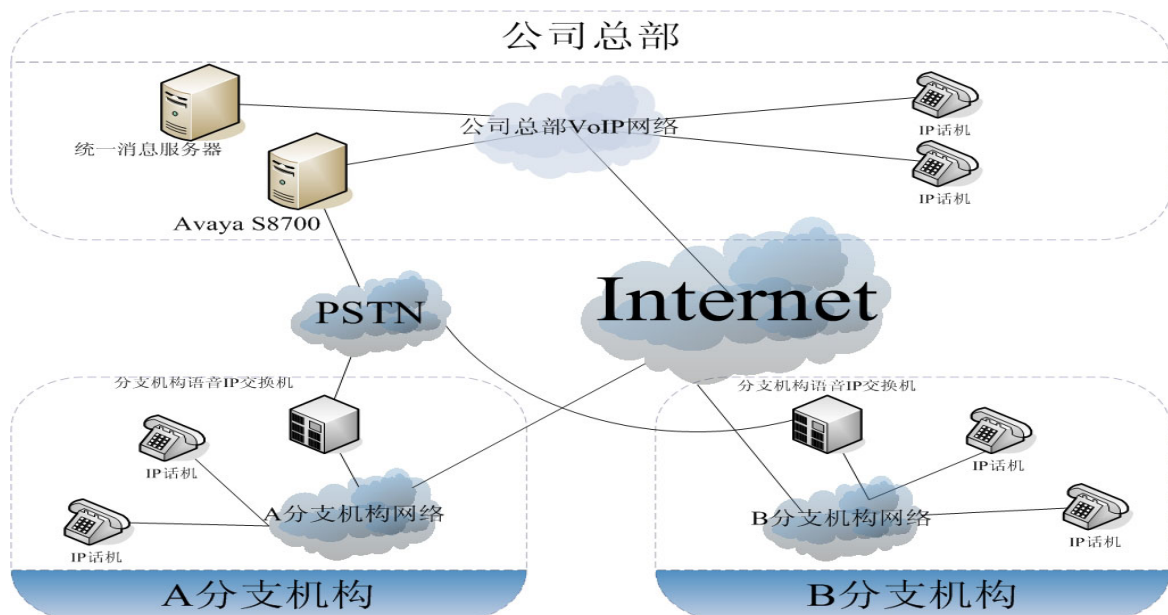
（2）技术方案

本系统的技术方案包括硬件部分和软件部分。各分支机构的硬件系统包括网络设备、服务器以及终端设备；各分公司及办事处通过 VPN（Virtual Private Network）接入

到公司总部网络，根据公司的统一授权管理，访问各业务系统。软件系统对销售渠道的业务提供支持，为销售人员和各驻地分支机构提供客户管理、业务统计、资源预订与协调、自动化办公等业务管理功能。



公司统一部署基于 VoIP 的语音通讯网络，各分支机构通过语音网关接入公司的语音网络，同时连接当地的电信通讯网络。



5、项目市场前景分析

“中国制造网销售渠道”项目以公司现有的注册用户规模和超过三年的销售渠道发展经验为基础，有利于改善公司销售模式，提升销售水平和销售人员的工作效率，扩张销售区域、扩大销售规模，具有稳定的收入和盈利预期。本项目建成后，高效率的销售模式、覆盖全国的销售区域将扩大注册收费会员服务和增值服务的销售规模，巩固和提高公司在第三方 B2B 电子商务市场中的占有率，提升公司的盈利能力，因此

本项目有良好的发展前景。

6、项目投资概算情况

(1) 投资概算

本项目预计建设期为 2 年，第一年投资为 4,148.3 万元，第二年投资为 5,070.1 万元，项目总投资规模为 9,218.4 万元，其中：金额较大的部分为房屋购置 3,892.0 万元、房屋购置相关费用 790.7 万元（包括购置房屋装修费 277.5 万元）、硬件设备购置 2,519.1 万元、软件购置 1,103.8 万元、预备费 682.8 万元。本项目具体投资内容如下表：

序号	投资内容	投资金额（万元）	比例
1	房屋购置（分公司及办事处使用）	3,892.0	42.22%
2	房屋购置相关费用	790.7	8.58%
3	硬件设备购置	2,519.1	27.33%
4	软件购置	1,103.8	11.97%
5	办公家具	140.0	1.52%
6	培训	90.0	0.97%
7	预备费	682.8	7.41%
	合计	9,218.4	100%

(2) 房屋购置、硬件设备购置、软件购置

①房屋购置

本项目拟在全国 16 个城市购置办公用房，合计面积 5,550 m²（另在 13 个城市租赁办公用房，合计面积 4,800 m²；在成都、重庆利用公司自有办公用房设立分公司或办事处）。房屋购置情况如下表：

序号	城市	面积（m ² ）	单价（元）	总价（万元）	位置
1	东莞	350	6,700	234.5	南城区体育路
2	佛山	350	6,700	234.5	禅城区祖庙路
3	中山	350	6,300	220.5	石岐区安栏路
4	苏州	350	8,300	290.5	苏州园区萃园路
5	无锡	350	8,000	280.0	兴源北路
6	常州	300	6,300	189.0	解放东路
7	厦门	350	7,600	266.0	湖滨北路
8	福州	350	7,200	252.0	晋安区五四路
9	天津	350	8,300	290.5	河西区乐园道

10	青岛	350	7,600	266.0	山东路
11	烟台	350	5,400	189.0	芝罘区四马路
12	济南	350	6,700	234.5	解放路
13	大连	350	8,000	280.0	中山区人民路
14	武汉	350	4,900	171.5	洪山区珞瑜路
15	长沙	350	8,300	290.5	五一西路
16	郑州	350	5,800	203.0	金水区农业路
	合计	5,550	-	3,892.0	

②硬件设备购置

序号	设备名称	规格型号	数量（台/套）	单价（万元/单位）	总价（万元）
1	文件服务器	IBM X3655	31	16.0	496.0
2	VPN 路由器		31	0.4	12.4
3	网络交换机	Cisco2950 24	31	0.6	18.6
4	企业级无线 AP		62	0.3	18.6
5	服务器机柜及配电设备		31	3.0	93.0
6	办公电脑		1,280	0.8	1,024.0
7	办公笔记本电脑		155	1.8	279.0
8	打印机		93	0.8	74.4
9	扫描仪		62	0.1	6.2
10	传真机		62	0.1	6.2
11	语音交换机		31	7.2	223.2
12	投影仪		31	1.5	46.5
13	IP 电话机		1,280	0.1	128.0
14	视频会议客户端		31	3.0	93.0
	合计		3,211	-	2,519.1

③软件购置

序号	软件名称	数量（套）	单价（万元）	总价（万元）
1	办公软件（Microsoft EA）	1,435	0.5	717.5
2	SharePointPortalServer2003 客户访问许可证（CAL）	1,435	0.07	99.3
3	工具软件	1,435	0.2	287.0
	合计	4,305	-	1,103.8

7、项目收入和投资效益分析

焦点科技拟实施的中国制造网电子商务平台升级、中国制造网销售渠道、中国制造网客户服务支持中心等三个项目的建设将使中国制造网电子商务平台（Made-in-China.com）可以满足更多的对注册收费会员服务及相关增值服务的需求。

计算期第 5 年，预计上述三个项目支持的注册收费会员服务及相关增值服务带来的收入分别为：注册收费会员服务 49,410.0 万元、认证供应商(Audited Suppliers)服务 7,695.0 万元、名列前茅(TopRank)服务 15,383.3 万元、产品展台(Spotlight Exhibits)服务 500.9 万元、横幅推广(BannerPro)服务 274.5 万元，总计 73,263.6 万元。预计本项目对这一收入的贡献率为 40%，即在计算期第 5 年本项目的营业收入为 29,305.4 万元，并实现净利润 8,033.0 万元。

根据预测，该项目所得税后内部收益率为 42.4%，所得税后净现值（贴现率为 10%）为 12,853.3 万元，所得税后投资回收期为 4.4 年。

（三）中国制造网客户服务支持中心

1、项目背景和必要性分析

根据本公司注册收费会员的反馈，相当数量的中小企业在有效应用电子商务平台开展网络推广方面需要得到及时充分的指导和支持；外贸业务人员在电子商务营销、外贸实务等方面需要一定的学习、交流与培训的机会。在互联网信息丰富、全球采购商活跃、竞争加剧的情况下，中小企业迫切希望获得第三方 B2B 电子商务平台的应用指导。

本公司一贯关注客户需求并努力提升客户满意度，在客户服务与支持上投入了大量的人力、资金，获得了良好的客户口碑和企业品牌形象。随着公司市场占有率不断提升、客户数量持续增长以及可预见的市场竞争加剧，公司现有的设备与人员规模以及客户服务模式将难以支撑和继续保持较高的服务水平和质量，因此公司的客户服务支持体系必须进一步扩展、服务设备和手段必须进一步改进、服务流程必须进一步优化，以覆盖更大的地理区域、提供更迅速的服务响应和更高水平的服务品质，从而满足客户在电子商务应用支持、业务咨询、行业发展趋势等方面的服务需求。

2、项目目标

建设客户服务支持中心，健全客户服务支持体系，总体规划管理公司的客户支持与服务业务。

（1）建设呼叫中心为注册收费会员提供优质服务；

（2）开发一套客户服务软件系统；

(3) 建设一支规范、高效的客户服务支持团队；

(4) 建立面向中小企业电子商务应用及企业管理为主要方向的培训体系。

3、项目的技术内容

本项目主要包括呼叫中心、客户服务软件系统以及培训体系。

(1) 呼叫中心。呼叫中心整体架构包括核心媒体服务器，IVR（Interactive Voice Response，交互式语音应答）服务器，CTI（Computer Telephony Integration）服务器，媒体网关以及运行其上的各种管理系统和软件等。CTI 服务器是整个呼叫中心的核​​心，将电话交换系统和计算机系统有机地结合起来，充分利用交换机话路交换功能和计算机系统数据处理功能，有效地控制交换机的呼叫处理；IVR 服务器为用户电话来访提供语音提示，引导用户选择服务内容和输入电话事务所需的数据，并接受用户在电话拨号键盘输入的信息，实现对计算机数据库等信息资料的交互式访问；核心媒体服务器提供服务中心功能，包括呼叫排队、动态的呼叫处理、公告、追踪和录音。

(2) 客户服务软件系统。建立客户信息管理以及通讯的工作平台，该平台一方面与呼叫中心有机集成，另一方面连接中国制造网电子商务平台（Made-in-China.com），由客户关系管理（CRM）系统、在线即时通讯软件等组成。

(3) 培训体系。公司现已开展的大量客户培训活动受到广泛欢迎和一致好评，结合以往的培训经验和管理经验，通过进一步拓展对外合作、引进师资力量、丰富培训内容，制作培训课件，建立客户培训的档案管理系统，完善客户培训的规范和过程，为客户提供更有价值的培训与指导。

4、项目市场前景分析

建立呼叫中心，采用先进的语音和 IP 网络平台，可以提升客户服务支持工作的效率，有效控制时间、人力和运营成本；训练有素的专业客户服务支持团队，可以为注册收费会员提供规范、优质的服务，提升公司的客户服务质量并提升公司形象；同时协助和指导覆盖全国 31 个分支机构的客户服务支持人员及销售人员进行规范化服务工作，确保客户获得满意的服务体验，促使其成为本公司长期忠实客户，提高续约率。

5、投资项目选址

公司拟在南京高新技术产业开发区软件园内建设焦点科技股份有限公司科技大楼，总用地面积 16,700m²，总建筑面积 24,300 m²，由 A、B 两栋 L 形楼有机组合而成，包括中国制造网电子商务平台升级、中国制造网客户服务支持中心、焦点科技研究中心等三个项目。中国制造网客户服务支持中心位于 A 楼内，建筑面积 10,000 m²。本公司已以出让方式取得实施该项目所需的宁浦国用（2008）第 01442p 号土地使用权证。

6、项目投资概算情况

（1）投资概算

本项目预计建设期为 2 年，第一年投资为 2,845.3 万元，第二年的投资为 3,477.6 万元，项目总投资规模为 6,322.9 万元，其中：金额较大的三部分为房屋建设（科技大楼）2,198.9 万元、硬件设备购置 1,444.0 万元、软件购置开发 1,619.6 万元。本项目具体投资内容如下表：

序号	投资内容	投资金额（万元）	比例
1	房屋建设（科技大楼）	2,198.9	34.78%
2	房屋建设相关费用	379.4	6.93%
3	硬件设备购置	1,444.0	22.84%
4	土地取得	93.6	1.48%
5	软件购置	1,619.6	25.61%
6	办公家具	84.0	0.40%
7	培训	42.0	0.66%
8	预备费	461.4	7.30%
	合计	6,322.9	100%

（2）硬件设备购置、软件购置

①硬件设备购置

序号	设备名称	规格型号	数量 (台/套)	单价 (万元/单位)	总价 (万元)
1	呼叫中心解决方案：				
1.1	核心媒体服务器	Avaya S8700	1	275.0	275.0
1.2	IVR 服务器	IBM X3650	1	16.0	16.0
1.3	CTI 服务器	IBM X3650	1	16.0	16.0

1.4	传真服务器	IBM X3650	1	16.0	16.0
1.5	媒体网关	Avaya G650	1	65.0	65.0
1.6	座席设备（耳麦等等）		350	0.2	70.0
2	NAS 存储阵列	NetApp 3070C	1	265.0	265.0
3	UPS	APC 16K	5	10.0	50.0
4	呼叫中心网络核心交换机	Cisco 4507	2	15.0	30.0
5	呼叫中心网络接入交换机	Cisco 3750	40	3.0	120.0
6	服务器机柜及配电设备		4	3.0	12.0
7	办公电脑		442	0.8	353.6
8	办公笔记本电脑		32	1.8	57.6
9	打印机		12	0.8	9.6
10	扫描仪		8	0.1	0.8
11	传真机		8	0.1	0.8
12	投影仪		22	1.5	33.0
13	IP 电话机		436	0.1	43.6
14	复印机		4	2.5	10.0
	合计		1,367	-	1,444.0

②软件购置

序号	软件名称	数量（套）	单价（万元）	总价（万元）
1	呼叫中心中间件软件	1	325.0	325.0
2	呼叫中心 IVR 核心软件	1	185.0	185.0
3	呼叫中心 CTI 核心软件	1	165.0	165.0
4	客户关系管理（CRM）系统	1	385.0	385.0
5	即时通讯（IM）软件	1	75.0	75.0
6	Adobe 设计软件套装	40	3.0	120.0
7	SharePointPortalServer2003 客户访问许可证（CAL）	474	0.07	32.8
8	办公软件（Microsoft EA）	474	0.5	237.0
9	工具软件	474	0.2	94.8
	合计	1,467	-	1,619.6

7、项目收入和投资效益分析

焦点科技拟实施的中国制造网电子商务平台升级、中国制造网销售渠道、中国制造网客户服务支持中心等三个项目的建设将使中国制造网电子商务平台（Made-in-China.com）可以满足更多的对注册收费会员服务及相关增值服务的需求。计算期第 5 年，预计上述三个项目支持的注册收费会员服务及相关增值服务带来的收入分别为：注册收费会员服务 49,410.0 万元、认证供应商（Audited Suppliers）服务 7,695.0

万元、名列前茅（TopRank）服务 15,383.3 万元、产品展台（Spotlight Exhibits）服务 500.9 万元、横幅推广（BannerPro）服务 274.5 万元，总计 73,263.6 万元。预计本项目对这一收入的贡献率为 30%，即在计算期第 5 年本项目的营业收入为 21,979.1 万元，并实现净利润 3,979.5 万元。

根据预测，该项目所得税后内部收益率为 34.9%，所得税后净现值（贴现率为 10%）为 6,147.7 万元，所得税后投资回收期为 4.7 年。

（四）焦点科技研究中心

1、项目背景和必要性分析

互联网行业技术突飞猛进，必须及时掌握新技术并结合客户需求的变化，进行持续创新，不断发掘互联网技术的商业应用，推出满足市场需求的产品及服务，才能在第三方 B2B 电子商务平台运营商的市场竞争中立于不败之地。建设焦点科技研究中心，对现有技术进行深度挖掘，提前储备互联网相关技术，为公司提供技术保障，不断的创新和改造现有电子商务平台，不断推出满足客户需要的有价值的产品与服务对于公司的持续发展是非常必要的。

2、项目目标

（1）总体目标

根据公司总体规划及业务发展需要，依托公司现有技术资源，研究第三方 B2B 电子商务平台的核心技术及相关技术的商业应用，不断创新，提升企业的核心竞争力，增加业务增长实力和发展潜力。

（2）工程建设目标

为焦点科技搭建储备技术研究、研发测试、培训和展示四大平台及数据中心。其中，储备技术研究包括电子商务平台的 WEB 及相关技术、商务智能技术、搜索技术等关键技术；研发测试平台可满足焦点科技业务运营所需软件系统的功能测试、性能测试及测试管理需要；培训和展示平台分别用于进行公司内、外部培训和展示公司的科研成果；数据中心构成整个公司的网络通讯枢纽。

3、项目可行性分析

(1) 技术基础

中国制造网电子商务平台（Made-in-China.com）在长期的发展过程中形成了独特的开发过程和模式，积累了WEB开发及应用方面的多种专门技术，如基于J2EE的B2B电子商务网站架构体系，基于WEB的信息构架技术，Flash技术，视频技术，搜索引擎的机理与实现，基于多因素模糊评判机理的信息排序，全球网络负载均衡，多点数据同步复制与备份，动态WEB流量分配，数据及页面缓存技术，图像压缩及传输，日志分析与数据处理，网络监控与入侵监测等。本公司积极开展各种新技术的研究，形成了成熟的基于互联网的电子商务体系构架，该构架具有可扩展性、可靠性、安全性、可用性等特性，建立了独特的技术优势。

(2) 人力资源基础

本公司是国内最早专业从事第三方B2B电子商务平台运营服务的高新技术企业之一，通过不断开展技术创新，积累了一大批掌握WEB开发、搜索技术、界面呈现等多种互联网开发与应用相关技术方面的核心技术人才。

4、项目的技术内容

(1) 储备技术研究平台

储备技术研究平台主要包括电子商务平台的WEB相关技术、商务智能技术、搜索技术、网络推广技术等关键技术研究及用户体验研究应用。

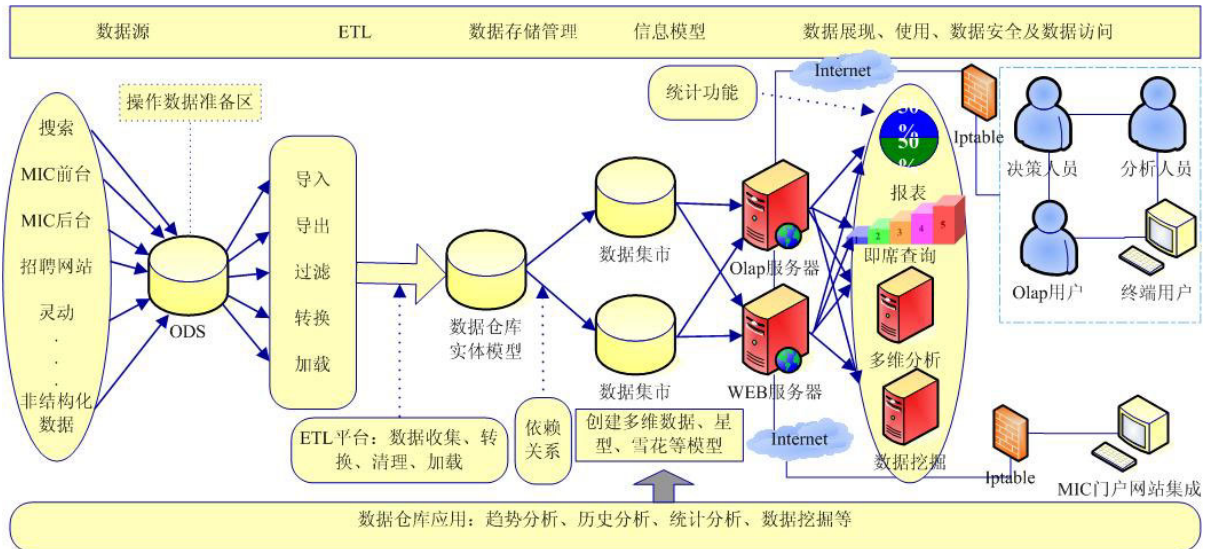
①WEB及相关技术研究

二十多年来WEB技术不断推陈出新，极大地改变了人们的生活和工作方式。研究中心将时刻关注WEB技术的发展与演变，在WEB及相关技术方向研究的目标是将RSS（聚合内容，Really Simple Syndication）、动态脚本、音视频技术等应用于中国制造网电子商务平台（Made-in-China.com），改进产品和服务，不断开发可以改善用户体验和满足客户需求的产品与服务。

②商务智能（BI, Business Intelligence）研究与开发

商务智能（BI）是指利用数据挖掘、数据分析及决策支持系统将数据库中分散、

独立存在的大量数据转化成决策层、销售人员、客服人员能够充分掌握利用的、有利于及时、快速、准确决策的信息，进而帮助企业管理人员在业务管理及发展战略上做出及时、正确的判断。商务智能管理系统的体系结构如下图所示：



研究中心将对商务智能系统进行研究开发，利用中国制造网电子商务平台（Made-in-China.com）多年运营积累的大量访问数据、客户信息、产品信息等，提取市场、行业、产品、商情、注册会员的统计数据与个性化数据，经过各种加工和转换，为注册收费会员提供报表、查询和分析功能，在业务管理、把握市场动态等方面提供及时可靠的参考信息，为企业决策提供科学依据，从而提升中小企业的市场竞争力和管理能力。商务智能系统所提供的各种报表、信息、查询工具将形成本公司为注册收费会员提供的新的增值服务，将进一步提高公司盈利能力。

③搜索技术研究

第三方 B2B 电子商务平台为注册会员提供大量的产品和商情信息，为了帮助用户在最短的时间内查找到所感兴趣的产品或商情信息，第三方 B2B 电子商务平台必须为用户提供一个功能强大的搜索引擎，对大量数据进行快速构建索引的同时必须能快速、准确地返回满足用户需要的查询结果。

现代搜索引擎技术涉及信息检索、分词、数据库、计算机网络、分布式处理、自然语言处理等许多领域的理论和技术，已成为一种综合性的技术。通过本项技术的研究，将为中国制造网电子商务平台（Made-in-China.com）提供先进的搜索技术，为用户提供更好的搜索体验，进一步提高公司技术方面的竞争力。

④用户体验研究

用户体验（User Experience），即以用户为中心，使产品的使用更具人性化，功能强大但操作简单，也更易识别。研究中心将深入开展可用性标准、易用性、用户心理分析、消费心理与消费决策过程、交易过程中的信息不对称等方面的研究，并进行大量的用户使用调查，对中国制造网电子商务平台（Made-in-China.com）所提供的服务提供改进意见，开展以用户为中心的设计，提高服务与产品被用户接受的程度，提高用户的信任度和忠诚度。

（2）研发测试平台

软件测试作为软件开发的重要过程，直接对软件产品的性能、安全及产品的开发周期产生至关重要的影响。为了提高公司软件开发的水平和软件产品质量，帮助软件开发人员掌握最先进的软件测试技术及实施方法，有必要建立研发测试平台，开展测试理论的研究与实践，培训测试人员，通过有效的测试提高软件产品质量。

（3）培训平台

本公司以互联网络为依托，以信息技术为核心发展第三方 B2B 电子商务平台，公司的所有业务和运营依赖于计算机网络及相关服务，公司的所有员工都必须掌握一定的信息技术和电子商务应用知识，并且随着互联网技术的不断更新进行持续的学习。因此，建立一个培训平台对公司所有员工进行与岗位职责相关的技术培训，提高员工信息技术和互联网应用能力，可以提高工作效率，增加企业发展的潜力。

（4）展示平台

研究中心将建立展示平台，以实物、仿真、实际运行等方式，通过录像、Flash 等多媒体技术展示公司在研产品、服务以及其他公司的对比产品。该平台具有如下功能：

①软件产品展示：现有业务与产品的模拟、仿真展示；相关业务产品及其他产品（如竞争对手产品）的模拟展示；企业信息化产品展示；

②研究中心的成果展示：网上推广产品展示；WEB 技术产品展示；搜索技术产品展示；用户行为分析结果展示；

③产品体验：研制的新产品在推广应用前进行体验；对研究的产品在投入规模开发前的原型进行体验等。

（5）数据中心

研究中心将建成设施齐全的数据中心，构成公司整个语音通讯、IP 网络枢纽，连接科技大楼与各分支机构，通过各种核心网络交换机等设备，连接公司各业务系统的软硬件系统，使整个公司的各种业务可以顺利开展，高效运转。中国制造网电子商务平台的中心节点服务器及存储设备亦部署在数据中心。

5、项目市场前景分析

通过本项目的实施，建成集储备技术研究、研发测试、培训和展示四大平台及数据中心等多功能一体的研究中心，增强中国制造网电子商务平台（Made-in-China.com）的产品研发能力、技术支撑能力、硬件配套能力；消除目前中国制造网电子商务平台（Made-in-China.com）在实现发展目标和实施发展战略过程中遇到的技术瓶颈；通过开展面向公司员工的信息技术培训，提高员工电子商务应用能力，提高员工的工作效率；良好的研究环境也将吸引国内外高科技技术和管理人才。

6、投资项目选址

公司拟在南京高新技术产业开发区软件园内建设焦点科技股份有限公司科技大楼，总用地面积 16,700m²，总建筑面积 24,300 m²，由 A、B 两栋 L 形楼有机组合而成，包括中国制造网电子商务平台升级、中国制造网客户服务支持中心、焦点科技研究中心等三个项目。焦点科技研究中心位于 B 楼内，建筑面积 10,000 m²。本公司已以出让方式取得实施该项目所需的宁浦国用（2008）第 01442p 号土地使用权证。

7、项目投资概算情况

（1）投资概算

本项目预计建设期为 2 年，第一年投资为 4,332.8 万元，第二年的投资为 3,545.0 万元，项目总投资规模为 7,877.8 万元，其中：金额较大的三部分为房屋建设 2,274.6 万元、硬件设备购置 1,970.0 万元、软件购置 2,399.9 万元。本项目具体投资内容如下表：

序号	投资内容	投资金额（万元）	比例
1	房屋建设（科技大楼）	2,274.6	28.87%
2	房屋建设相关费用	466.6	5.92%
3	硬件设备购置	1,970.0	25.01%
4	土地取得	93.8	1.19%
5	软件购置与开发	2,399.9	30.46%
6	培训	32.0	0.41%
7	办公家具	64.0	0.81%
8	预备费	576.9	7.32%
	合计	7,877.8	100%

（2）硬件设备购置、软件购置

①硬件设备购置

序号	设备名称	规格型号	数量（台/套）	单价（万元）	总价（万元）
1	WEB 服务器	IBM X3655	8	15.0	120.0
2	APP 服务器	IBM X3655	8	15.0	120.0
3	测试服务器	IBM X3550	5	11.0	55.0
4	DB 服务器	IBM X3755	2	30.0	60.0
5	DB 存储阵列	EMC DMX-4	1	315.0	315.0
6	全千兆交换机	Cisco 4507	2	15.0	30.0
7	UPS	APC 16K	5	10.0	50.0
8	研发网络核心交换机	Cisco 4507	2	15.0	30.0
9	研发网络接入交换机	Cisco 3750	45	3.0	135.0
10	服务器机柜及配电设备		4	3.0	12.0
11	办公电脑		664	0.8	531.2
12	办公笔记本电脑		32	1.8	57.6
13	打印机		20	0.8	16.0
14	扫描仪		10	0.1	1.0
15	传真机		10	0.1	1.0
16	投影仪		12	1.5	18.0
17	语音交换平台	Avaya S8700	1	275.0	275.0
18	语音交换统一消息服务器		1	50.0	50.0
19	IP 电话机		332	0.1	33.2
20	多媒体视频会议系统		1	50.0	50.0
21	多媒体视频会议室设备		1	10.0	10.0
	合计		1,166	-	1,970.0

②软件购置

序号	软件名称	数量（套）	单价（万元）	总价（万元）
1	测试管理工具：QC	6	40.0	240.0
2	功能测试工具：QTP	6	45.0	270.0
3	性能测试工具：LoadRunner	4	120.0	480.0
4	办公软件（Microsoft EA）	696	0.5	348.0
5	Adobe 设计软件套装	20	3.0	60.0
6	工具软件	696	0.2	139.2
7	SmartDraw2007	40	2.8	112.0
8	SecureCRT	20	0.12	2.4
9	RationalRose	30	4.8	144.0
10	Quick Test Pro	40	1.2	48.0
11	PowerDesigner	20	4.2	84.0
12	JProfiler	10	0.7	7.0
13	SharePointPortalServer2003 客户访问许可证（CAL）	696	0.07	48.2
14	SharePointPortalServer2003 服务器许可证（CAL）	2	4.0	8.0
15	Oracle 10g 企业版本	16	25.0	400.0
16	Resin Pro	16	0.4	6.4
17	MS ISA Server	2	1.35	2.7
	合计	2,320	-	2,399.9

8、项目投资效益分析

本项目不单独核算投资效益，建成后将为公司现有服务及其他三个募集资金投资项目提供全面技术支持。

五、本次募集资金运用对公司的影响

本次募集资金投资项目的设计和实施都是建立在对公司客户现有和潜在的服务需求进行深入调研的基础之上，并充分利用了公司现有的客户资源、信息资源、品牌资源和营销网络资源等优势。本次募集资金项目的成功实施，将进一步提高公司的市场竞争能力和盈利能力，有利于公司持续快速的发展。

1、本次募集资金投资项目的实施将有力地促进公司现有“注册收费会员+增值服务+认证供应商（Audited Suppliers）服务”商业模式的持续发展

本次募集资金投资项目中，电子商务平台升级是对中国制造网电子商务平台（Made-in-China.com）的现有服务在服务容量、服务内容及服务质量方面进行的全面提升。升级后的电子商务服务平台将增加客户对注册收费会员服务、增值服务、认证供应商（Audited Suppliers）服务的需求，使公司现有的“注册收费会员+增值服务+认证供应商（Audited Suppliers）服务”的商业模式保持持续快速发展。此外，销售渠道、客户服务支持中心及研究中心的建设，也将在整体上完善和提高公司的销售、服务、技术开发能力，从而更有效地推进公司业务的全面发展。

2、本次募集资金投资项目的实施将进一步提升公司的竞争优势、巩固并扩大公司的市场份额，确保本公司在第三方 B2B 电子商务领域的领先地位

本次募集资金增加了服务器、网络设备、通信设备、高端数据存储设备等固定资产，对中国制造网电子商务平台（Made-in-China.com）及公司业务系统进行全面的升级，以提高各运行系统的稳定性和可靠性，提升公司的服务水平、服务方式及服务质量；建设焦点科技研究中心，以保障公司为客户提供服务的技术支撑和能力，避免潜在的技术风险；建设销售渠道，在全国范围内设置分公司及办事处，加大上门直销的力度，扩大公司注册收费会员、增值服务与认证供应商（Audited Suppliers）服务使用的规模，进一步巩固并扩大公司在第三方 B2B 电子商务领域的市场份额。

3、新增固定资产投资的折旧对发行人未来经营成果的影响

根据募集资金使用计划，按照公司目前固定资产、无形资产的折旧、摊销等会计政策，募集资金投资项目投入第 1 年对公司净利润影响为 2,935.28 万元（所得税率按 15%计），投入第 2 年对公司净利润影响为 2,390.61 万元（所得税率按 15%计），在项目建成前，将会对公司的净利润、净资产收益率产生一定的影响。

本公司募集资金投资项目的基本原则是“项目投资、产品开发、产品销售同步进行”。2006 年、2007 年、2008 年公司新增营业收入 2,217.43 万元、8,229.65 万元、4,574.06 万元，新增利润 645.69 万元、5,331.50 万元、1,108.07 万元；同时，根据现有已签订的处于服务期的注册收费会员服务合同及增值服务合同计算，公司截至 2009 年 6 月 30 日的递延收益余额中有 7,933.59 万元将在 1 年内全部确认为收入。根据以上对经营情况的预测，综合考虑各种因素，在募集资金建设期公司有足够的能力消化新增的折旧和摊销。尽管如此，本次募集资金投资产生的折旧和摊销仍将对公

司净利润带来一定影响。

公司董事会认为，本次发行募集资金投资项目，符合国家有关产业政策，符合公司长远的发展战略，有利于保持公司在国内第三方 B2B 电子商务领域内的领先地位。项目的实施能够进一步提升公司的竞争力，提高技术与服务水平，增加经济效益，为公司的可持续发展奠定良好的基础，是可行的、必要的。

六、发行人所处互联网行业财务特性及本次募集资金的必要性、大规模投资的合理性

（一）发行人所处互联网行业固有财务特性

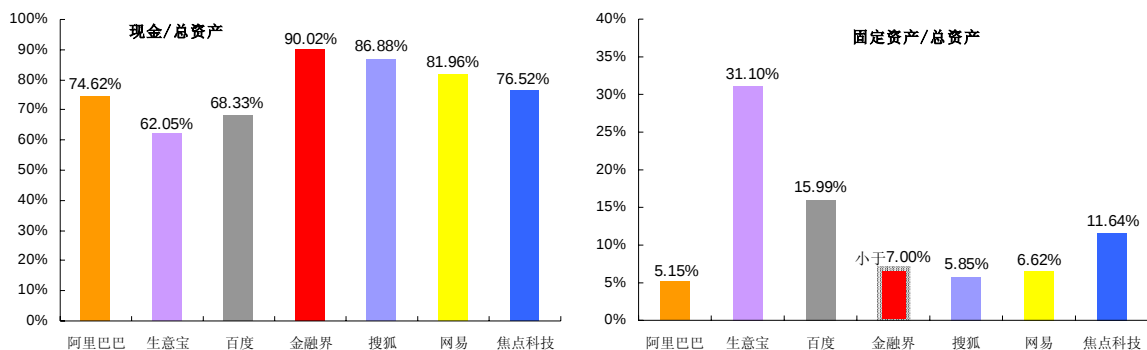
报告期内发行人货币资金余额较大、固定资产规模较小是互联网行业所固有的财务特征。根据与互联网行业境内外上市公司首次公开发行股票前相关财务数据的横向比较，报告期末发行人货币资金余额及固定资产数量均处于平均水平。

单位：万元

公 司	阿里巴巴	生意宝	百度	金融界	搜狐	网易	焦点科技
上市前财务指标							
现金	176,289	9,218	19,426	866	3,311	11,780	25,378
流动资产	199,474	10,228	21,392	900	3,412	13,422	26,033
现金/流动资产	88.38%	90.12%	90.81%	96.22%	97.04%	87.77%	97.48%
资产总额	236,239	14,855	28,430	962	3,811	14,373	33,165
流动资产/资产总额	84.44%	68.85%	75.24%	93.56%	89.53%	93.38%	78.50%
固定资产	12,158	4,620	4,546	-	223	951	3,861.79
固定资产/资产总额	5.15%	31.10%	15.99%	小于 7%	5.85%	6.62%	11.64%
现金/资产总额	74.62%	62.05%	68.33%	90.02%	86.88%	81.96%	76.52%
简 况							
上市年度	2007 年	2006 年	2005 年	2004 年	2000 年	2000 年	-
上市地点	香港联交所	深交所	NASDAQ	NASDAQ	NASDAQ	NASDAQ	-

注：1、表中财务数据来源于相关公司招股文件中的合并会计报表，其中生意宝数据截至 2006 年 6 月 30 日。

2、表中的金额除金融界和搜狐计价货币为美元外其余为人民币。



发行人认为，报告期末较高水平的现金余额对本公司有效抵御国际金融危机影响尤为必要；同时可以提高公司抵御市场竞争风险的能力，第三方 B2B 电子商务平台行业技术进步较快，服务不断推陈出新，为建立更为突出的竞争优势，公司须持有足够的货币资金以保障技术创新的投入及更有效的推广费用支出，从而逐步积累品牌效

应、为客户提供更多和更有价值的服务；另外互联网行业技术日新月异，商业模式和市场热点不断变化，一定规模的货币资金储备可以确保公司在新的投资机会出现时迅速进入，抢占市场先机，适时并购相关企业及其技术和业务，满足公司长期发展需要；报告期内由于公司行业财务特性而难以取得银行贷款，储备一定数量的货币资金以满足上述几方面的需求较为必要。

（二）本次募集资金的必要性、大规模投资的合理性

1、本次募集资金的必要性

（1）提高公司服务能力和研发创新能力的需要

本公司自主开发、运营的中国制造网电子商务平台（Made-in-China.com）自 1998 年建立以来，经过多年运营已发展成为国内最主要的第三方 B2B 电子商务平台之一。随着用户数量、信息处理量的迅猛增加、用户成熟度和个性化需求的日益提高以及 B2B 电子商务平台运营行业市场竞争的日趋激烈，要实现客户数量持续增加、现有客户的忠诚度稳步提高，就必须细致地划分目标市场，打造与客户之间畅通的沟通渠道，悉心地了解客户差异需求，积极地创新服务产品，持续地深化服务内容，从线上和线下两个层次、硬件和软件两个角度去强化市场定位、提升市场形象，深层次地开拓和挖掘市场资源，进而从根本上提高公司的盈利能力。对现有技术进行深度挖掘，提前储备互联网相关技术，为公司提供技术保障，不断的创新和改造现有电子商务平台，不断推出满足客户需要的有价值的产品与服务，对于公司未来可持续发展非常必要。

（2）进一步提高我国中小企业竞争力的需要

中小企业是当前我国国民经济发展中的重要力量和社会经济发展的主要引擎，也是我国出口贸易的重要支柱。由于中小企业在企业规模、资金能力、技术水平、人才储备等方面存在一定劣势，一直面临研发、生产、销售、宣传成本压力过高的困境，并且缺少在全球市场推广产品的有效渠道和与国外采购商进行充分交流沟通的畅通途径。同时，大批希望采购中国制造产品的全球采购商受地域、语言、文化等差异和对中国商业环境陌生的影响，苦于难以迅速、便捷地寻找到能够提供优质产品、过硬服务且信誉可靠的中国供应商。在经济全球化和中国加入 WTO 的大背景下，以上问题已经严重限制了我国中小企业产品海外市场的开拓，遏制了国内中小企业国际竞争力的提升，亟需在中国中小企业与全球采购商之间架起一座高效、便捷、且能够切实

促进双方贸易活动与交流合作的桥梁。

目前第三方 B2B 电子商务平台作为一种网络化的新型经济活动已经突破了国家和地区局限,广泛深入地渗透到生产、流通、消费等各个领域,改变着传统经营管理模式和生产组织形态,影响着世界范围内的产业结构调整 and 资源配置,加速着经济全球化进程。借助第三方 B2B 电子商务平台进行产品推广、从事商务活动具有成本低、效益高、范围广的优点,这与众多中小企业的运营特点和经营实力是相吻合的,这也是中小企业不断拓展国际市场、增加市场知名度的捷径,也是其参与全球竞争的有利工具和有效手段。

通过本次募集资金投资项目的实施,可以进一步提升中国制造网电子商务平台(Made-in-China.com)的综合服务品质,有助于促进商品、数据、供需信息等多种商业要素在全球市场的流动和传递,提高国内中小企业出口贸易的效率和成功率,帮助中小企业更好地利用国内国外两个市场、两种资源,强化国际竞争优势,不断提高国际竞争力,推动中小企业逐渐实现由小做大、由大做强,最终实现我国中小企业整体综合水平的跨越。

(3) 大力推进信息化与工业化融合的需要

信息化是我国加快实现工业化和现代化的必然选择。坚持以信息化带动工业化,以工业化促进信息化,打造一个科技含量高、经济效益好、资源消耗低、环境污染少、人力资源优势得到充分发挥的现代产业体系,是我国在当前和今后一个时期内完善经济结构、提升经济发展质量的迫切任务之一。

中国制造网电子商务平台(Made-in-China.com)涵盖了大量从事机械、轻工、建筑和装饰材料、电气电子、交通运输等产品生产的制造类工业企业。对它们来说,加快信息化与工业化融合,就是要以企业为主体,努力实现信息及网络技术在产品研发、生产、营销和管理等环节的应用,推进生产自动化、产品智能化、经营管理网络化和商务电子化,尤其是要围绕降低交易成本,积极发展电子商务,推动企业内外全程供应链的信息化。

本次募集资金投资项目的建设将加大中国制造网电子商务平台(Made-in-China.com)对电子商务基础性和关键性领域研究开发的力度,以信息技术应用为龙头,支持国内中小企业加快应用信息技术改造,提升中小企业竞争力水平,以信息化加快制造业的改造步伐。

2、大规模投资的合理性

本次焦点科技首次公开发行股票计划募集资金 31,237.0 万元，投资项目围绕着公司“弘扬中国制造、服务中小企业、促进全球贸易”的战略目标与经营理念而实施，大规模投资的合理性如下：

（1）拟投资项目与公司现有主营业务高度相关

本公司本次发行募集资金拟投入的“中国制造网电子商务平台升级”、“中国制造网销售渠道”、“中国制造网客户服务支持中心”、“焦点科技研究中心”等四个项目均为本公司现有主营业务的延伸、拓展和加强。“中国制造网电子商务平台升级”项目是对现有平台的升级改造，以提高平台的整体承载能力，提高平台运行的稳定性、可靠性和安全性，进而更好地为客户提供优质的服务；“中国制造网销售渠道”项目是利用公司在产品、服务和销售方面的先发优势和成功经验，迅速建立全国范围的销售网络，以巩固优势，确保公司未来继续快速发展；“中国制造网客户服务支持中心”项目是客户服务支持工作的进一步深化和延伸，有效提升客户服务支持工作效率，提高客户满意度和信任度，以提升客户续约率，增大新客户签约数量；“焦点科技研究中心”项目是为技术研究和开发人员提供良好的研究、开发、测试环境，提供先进和充足的设备，通过研究开发过程的持续改进和不断创新为公司带来持续发展驱动力。

（2）拟投资项目相互依存、相互促进，形成有机整体

“中国制造网电子商务平台升级”、“中国制造网销售渠道”、“中国制造网客户服务支持中心”、“焦点科技研究中心”等四个项目相互依存，相互促进：平台升级全面提升了服务的承载能力并为客户提供更多有价值的服务；所有的业务与技术都通过销售渠道实现收入和利润；客户服务支持中心是维系客户与中国制造网电子商务平台（Made-in-China.com）关系的纽带；信息技术与电子商务相关技术的研究与开发为公司的运营和持续发展提供了驱动力。本次募集资金投资的四个项目紧密衔接、互为前提、缺一不可，共同构建了公司发展与成长的基础。

（3）拟投资项目建设期内对公司经营成果影响较小、建成后回报率较为合理

根据募集资金使用计划，按照公司目前固定资产、无形资产的折旧、摊销等会计政策，投资项目投入第 1 年对公司净利润影响为 2,935.28 万元（所得税率按 15%计），

投入第 2 年对公司净利润影响为 2,390.61 万元(所得税率按 15%计); 2006 年、2007 年、2008 年公司新增营业收入 2,217.43 万元、8,229.65 万元、4,574.06 万元, 新增利润 645.69 万元、5,331.50 万元、1,108.07 万元; 同时, 根据现有已签订的处于服务期的注册收费会员服务合同及增值服务合同计算, 公司截至 2009 年 6 月 30 日的递延收益余额中有 7,933.59 万元将在 1 年内全部确认为收入。综合考虑以上各项因素, 拟投资项目建设期内对公司经营成果影响较小。

发行人在运营中国制造网电子商务平台(Made-in-China.com)十年历程中, 积累了大量技术、市场、管理等方面经验。在此基础上, 在保证实现功能需求的前提下, 公司综合考虑了追求合理经济成本、合理投入规模与公司的发展阶段相适应等重要约束条件, 对公司业务发展和市场潜力进行了仔细分析, 对拟投资项目的投入和产出进行了细致核算。根据江苏省工程咨询中心编制的项目可行性研究报告数据显示, 预计未来四个拟投资项目建成后, 各项目内部收益率均保持在 35%-43%, 投资回报率较为合理。

第十四节 股利分配政策

一、股利分配政策及股利分配情况

（一）股利分配的一般政策

本公司股票种类目前全部为普通股，股利分配遵循同股同权、同股同利，按照各股东持有的股份同时派付。本公司将采取现金股利、股票股利或现金股利与股票股利相结合的方式对公司的股利分配。每一年度的股利是否分配、采用何种形式，均由董事会提出方案，提交股东大会审议批准。

公司法定公积金累计额为公司注册资本的百分之五十以上的，可以不再提取。提取法定公积金后，是否提取任意公积金由股东大会决定。公司不得在弥补公司亏损和提取法定公积金之前向股东分配利润。股东大会决议将公积金转为股本时，按股东原有股份比例派送新股。但法定公积金转为股本时，所留存的该项公积金不得少于注册资本的百分之二十五。

公司股东大会对股利分配方案做出决议后，公司董事会须在股东大会召开 2 个月内完成股利的派发事项。

（二）股利分配顺序

本公司的《公司章程》规定，公司的税后利润按下列顺序分配：

- 1、弥补上一年度的亏损；
- 2、提取法定公积金百分之十；
- 3、提取任意公积金；
- 4、支付股东股利。

（三）公司发行上市后股利分配政策

2008 年 1 月 21 日召开的公司 2008 年第一次临时股东大会通过了上市后生效的《公司章程（草案）》，其中第一百五十五条规定：“公司可以采取现金或者股票方式分配股利。每年以现金方式分配的股利不少于当年实现净利润的 10%。”

（四）公司最近三年的股利分配情况

由于最近三年公司迅速发展，经营所实现的盈利均用于公司的滚动持续发展，最近三年未进行股利分配。

二、本次发行完成前滚存利润的分配政策

2008 年 12 月 26 日召开的公司 2008 年第二次临时股东大会通过决议，如本次向社会公开发行股票在 2009 年度内顺利完成，则截至 2008 年底本公司未分配的滚存利润及 2009 年 1 月 1 日以后产生的利润将由新老股东共享。

第十五节 其他重要事项

一、信息披露制度相关情况

发行人已按照中国证监会的有关规定，建立并完善了信息披露制度。该制度规定：董事会秘书及证券事务代表负责公司的日常信息披露事务，并负责公司投资者关系管理工作；发行人须严格按照法律、法规和《公司章程》规定的信息披露的内容和格式要求，真实、准确、完整、及时地报送及披露信息；发行人信息披露体现公开、公正、公平对待所有股东的原则。公司董事会秘书为丁光宇，证券事务代表为迟梦洁。

发行人为充分发挥投资者监督职能，设置了证券投资部接受投资者意见，对外咨询电话 025-86991866。

二、重大合同

截至本招股说明书签署日，本公司签订的重大合同包括：

（一）与代理商签订的较大金额销售代理合同

1、与宁波市科技园区海博科技有限公司签订的销售代理合同

2006 年 5 月 8 日，公司与宁波市科技园区海博科技有限公司（以下简称“宁波海博”）签订合同，双方约定：宁波海博作为中国制造网电子商务平台（Made-in-China.com）注册收费会员和各项增值服务的授权代理商，在浙江省宁波、金华、台州 3 个地区从事相关的市场推广和销售活动。合同的有效期限从 2006 年 5 月 8 日起至 2008 年 12 月 25 日止。

2、与浙江网天下科技开发有限公司签订的销售代理合同

2008 年 1 月 1 日，公司与浙江网天下科技开发有限公司（以下简称“浙江网天下”）签订合同，双方约定：浙江网天下作为中国制造网电子商务平台（Made-in-China.com）注册收费会员和各项增值服务的授权代理商，在温州市除瑞安地区外的其他区域（其中温州市区与乐清为独家）从事相关的市场推广和销售活动。合同的有效期限从 2008 年 1 月 1 日起至 2008 年 12 月 31 日止。

3、与宣彰股份有限公司签订的销售代理合同

2008年2月28日，公司与宣彰股份有限公司（以下简称“宣彰股份”）签订合同，双方约定：宣彰股份作为中国制造网电子商务平台（Made-in-China.com）注册收费会员和各项增值服务的授权代理商，在中国台湾全省地区从事相关的市场推广和销售活动。合同的有效期限从2008年2月28日起至2010年12月31日止。

（二）与代理商签订的较大金额收购代理商业务合同

1、与宁波市科技园区海博科技有限公司签订的《关于收购焦点科技股份有限公司代理商业务框架协议》

2008年7月4日，公司与宁波市科技园区海博科技有限公司（以下简称“宁波海博”）签订协议，本公司收购宁波海博所从事的与中国制造网电子商务平台（Made-in-China.com）有关的所有业务（包括但不限于其代理区域内相关市场推广、服务销售业务、潜在签约客户资源等），同时宁波海博需协助本公司聘用其原聘用的与售出业务相关的员工。本次收购价格以江苏天仁资产评估事务所有限公司评估值为依据，经双方协商作价495万元，交割日定为2008年8月31日。本公司原与宁波海博签订的销售代理合同相应终止。

2、与浙江网天下科技开发有限公司签订的《关于收购焦点科技股份有限公司代理商业务框架协议》

2008年7月4日，公司与浙江网天下科技开发有限公司（以下简称“浙江网天下”）签订合同，本公司收购浙江网天下所从事的与中国制造网电子商务平台（Made-in-China.com）有关的所有业务（包括但不限于在其代理区域内相关市场推广、服务销售业务、潜在签约客户资源等），同时浙江网天下需协助本公司聘用其原聘用的与售出业务相关的员工。本次收购价格以江苏天仁资产评估事务所有限公司评估值为依据，经双方协商作价370万元。交割日定为2008年8月31日。本公司原与浙江网天下签订的销售代理合同相应终止。

3、与金华市海天网络技术服务股份有限公司签订的《关于收购焦点科技股份有限公司代理商业务框架协议》

2008年7月4日，公司与金华市海天网络技术服务股份有限公司（以下简称“金华海天”）签订合同，本公司收购金华海天所从事的与中国制造网电子商务平台

(Made-in-China.com) 有关的所有业务(包括但不限于其代理区域内负责的中国制造网的市场推广、服务销售业务、潜在签约客户资源等), 同时金华海天需协助本公司聘用其原聘用的与售出业务相关的员工。本次收购价格以江苏天仁资产评估事务所有限公司评估值为依据, 经双方协商作价 300 万元。交割日定为 2008 年 8 月 31 日。本公司原与金华海天签订的销售代理合同相应终止。

(三) 与瑞士通用公证行 (SGS) 之控股子公司通标标准技术服务有限公司签订的合同

2007 年 12 月 20 日, 公司与通标标准技术服务有限公司(以下简称“通标公司”)签订了《合作框架协议(2007)》。双方约定: 通标公司针对公司推出的基于审核、认证、检验的服务项目, 包括但不限于认证供应商(Audited Suppliers)、认证报告(Audit Report)、认证产品(Tested Products), 配合公司为会员提供各项服务; 双方就各个服务项目具体内容达成一致意见后, 另行签订项目合作协议, 作为本合作框架协议的组成部分; 通标公司同意利用其外资投资方瑞士通用公证行(SGS)的业务网络向全球采购商推广这些项目; 公司在预先得到通标公司授权后可以使用瑞士通用公证行(SGS)的名称和标识; 通标公司根据其在认证、审核、检测等领域的经验, 与公司共同制定相关具体服务的操作流程, 并组织具有专业经验的审核、检验测试人员负责项目的执行; 合作框架协议签订 5 个工作日内, 公司向通标公司支付 1,200 万元, 作为本协议下各项服务的预付款; 在本协议的有效期内, 双方任何一方未经对方书面同意, 不得与任何第三方就相同服务内容建立合作关系; 本合作框架协议合作期限为 2 年, 自 2007 年 12 月 20 日生效; 合作期限届满前 6 个月, 如双方任何一方均未向对方发出到期后不再续约的书面通知, 则合作期限自动延长 2 年, 依此类推。

2007 年 12 月 20 日, 根据双方签订的合作框架协议, 公司与通标公司签订《认证供应商(Audited Suppliers)项目合作协议》。双方约定: 通标公司配合公司的认证供应商(Audited Suppliers)服务, 为注册收费会员提供企业审核服务; 通标公司进行企业审核的具体内容包括: 企业真实情况确认、企业生产能力、企业外贸能力、企业产品设计开发能力等; 公司按向被审核注册收费会员收取审核费用的一定比例向通标公司支付。本合作协议自 2007 年 12 月 20 日生效, 至《合作框架协议(2007)》失效时自动失效。

2007年12月20日,根据双方签订的合作框架协议,公司与通标公司签订《认证报告(Audit Report)项目合作协议》。双方约定:针对公司的认证报告(Audit Report)服务,通标公司提供经过其独立审核的审核报告;公司按向客户收取的认证报告(Audit Report)服务费的一定比例向通标公司支付。本合作协议自2007年12月20日生效,至《合作框架协议(2007)》失效时自动失效。

(四) 与南京高新技术经济开发总公司签订的房地产租赁合同

2007年7月9日,公司与南京高新技术经济开发总公司(以下简称“南京高新”)签订了编号为200709040013的房地产租赁合同,约定南京高新向公司出租南京高新技术产业开发区星火路软件大厦A座8-12层,其中:8-9层的租赁面积为2,734.7m²,10-12层的租赁面积为4,202.1m²,租赁期从2007年8月1日起至2010年7月31日止。双方约定在租赁期内南京高新对公司免收租金。

(五) 与中国航空集团建设开发有限公司签署的购房合同

2007年12月27日,公司与中国航空集团建设开发有限公司(以下简称“国航建发”)签订了《商品房买卖合同》,双方约定:公司购买国航建发开发的位于成都市武侯区桂溪乡长寿村五组国有土地使用证号为川国用(2006)第00637号及川国用(2006)第00638号土地上的国航大厦一期(暂定名,建设工程规划许可号为成规建筑[2005]308号,建筑工程施工许可号为X510100200509010301)的商品房(普通商品房,预售许可号为成房预售字第4682号);公司购买商品房所在土地用途为商用,使用年限自2004年11月2日起至2044年11月2日止,国航建发以出让的方式取得该土地;公司所购商品房位于国航大厦一期2幢13层1、2、3、4、5号房,测绘建筑面积为1,789.4m²(其中:套内建筑面积为1,472.08m²,公用部位与公用房屋分摊面积为317.32m²),单价13,250元/m²,总价为23,709,550元;公司以一次性付款的方式向国航建发支付房款;国航建发应于2008年6月30日之前向公司交付该商品房,否则应向公司按约定支付违约金;国航建发应该于2008年12月30日前取得该商品房所在楼栋的权属证明,否则公司有权退房并按约定获得违约金赔偿。

公司拟在该商品房设立西南区营销中心(即四川分公司),截至本招股说明书签署日,该房产已竣工并交付本公司使用。

（六）与客户签署的较大金额服务合同

1、2009年3月6日，公司与常州贝德莱特太阳能科技有限公司（以下简称“贝德莱特”）签订了合同编号为 MIC0821014 的《中国制造网服务合同》，双方约定：贝德莱特向公司购买金牌会员服务、名列前茅服务（TopRank）、产品展台服务（Spotlight Exhibits）；金牌会员服务及名列前茅服务（TopRank）的期限自 2009 年 5 月 30 日起至 2010 年 5 月 29 日止，产品展台服务（Spotlight Exhibits）的期限自 2009 年 5 月 4 日起至 2010 年 5 月 3 日止；合同金额为 475,600 元。

2、2009 年 4 月 15 日，公司与深圳市现代风家具制造有限公司（以下简称“现代风”）签订了合同编号为 MIC0824746 的《中国制造网服务合同》，双方约定：现代风向公司购买金牌会员服务、认证供应商服务（Audited Suppliers）及产品展台服务（Spotlight Exhibits）；金牌会员服务、认证供应商服务（Audited Suppliers）的期限自 2009 年 5 月 16 日起至 2010 年 5 月 15 日止，产品展台服务（Spotlight Exhibits）的期限自 2009 年 4 月 29 日起至 2010 年 5 月 15 日止；合同金额为 417,600 元。

三、发行人对外担保的有关情况

截至本招股说明书签署日，发行人不存在对外担保事项。

四、对发行人可能产生较大影响的诉讼或仲裁事项

（一）对发行人可能产生较大影响的诉讼事项

1、2007 年 2 月 1 日，江苏普罗斯电器有限公司（以下简称“普罗斯电器”）向常州市中级人民法院提起诉讼，诉上海昭关进出口有限公司（以下简称“昭关进出口”）及南京焦点侵犯其知识产权。普罗斯电器称，昭关进出口在中国制造网电子商务平台（Made-in-China.com）的宣传材料中套用了普罗斯电器的英文宣传资料，而普罗斯电器从未就该资料授权昭关进出口和南京焦点进行发布，也未与昭关进出口达成过代理销售协议。普罗斯电器请求法院判令：①昭关进出口和南京焦点公开向普罗斯电器道歉；②从中国制造网电子商务平台（Made-in-China.com）撤下普罗斯电器的相关介绍材料；③支付调查取证费、律师代理费 2,500 元；④昭关进出口和南京焦点承担诉讼费用。

南京焦点答辩认为：根据《信息网络传播权保护条例》和《互联网著作权行政保

护办法》规定及事实依据，南京焦点对服务对象昭关进出口通过中国制造网电子商务平台（Made-in-China.com）向公众提供的信息行为不应承担责任；中国制造网电子商务平台（Made-in-China.com）《用户协议》明确说明任何侵犯第三方专有权利的信息都是被严格禁止的。据此，南京焦点请求法院驳回普罗斯电器的诉讼请求。

2007年3月22日，江苏省常州市中级人民法院做出（2007）常民三初字第10号《民事裁定书》，裁定本案移送至江苏省南京市中级人民法院审理。2007年5月11日，江苏省南京市中级人民法院向发行人发出（2007）宁民三初字第00156号《应诉通知书》，通知发行人向其提交答辩状。2007年9月7日，普罗斯电器向江苏省南京市中级人民法院申请撤回起诉。2007年9月11日，江苏省南京市中级人民法院下达了（2007）宁民三初字第156号《民事裁定书》，准许普罗斯电器撤诉申请。

截至本招股说明书签署日，本案涉案各方均未再重新提起诉讼。本案对发行人的财务状况、经营成果、声誉、业务活动、未来前景均未构成任何影响。

2、2005年7月18日，浙江福森船舶有限公司（以下简称“福森船舶”）向浙江省舟山市中级人民法院提起诉讼，诉舟山万和船艇制造有限公司（以下简称“万和船艇”）虚假宣传、误导用户及不正当竞争，诉南京焦点商业性地刊载万和船艇的欺骗性信息。福森船舶称：万和船艇在中国制造网电子商务平台（Made-in-China.com）发布的其公司简介中声称其前身是岱山船厂和岱山玻璃钢船厂，并且建造过1500马力的中国707轮；但据查万和船艇成立于2005年，其前身并不是岱山船厂，而岱山船厂是福森船舶的前身且生产过1500马力的中国渔政707轮。福森船舶请求法院判令：①福森船舶和南京焦点在中国制造网电子商务平台（Made-in-China.com）更正相关信息并公开赔礼道歉；②赔偿损失人民币10万元整；③承担案件的全部诉讼费用。

南京焦点答辩认为：国内乃至全世界类似网站也都不对免费用户提交的信息主动进行实质性审核，亦无须承担责任；类似判例及《互联网著作权行政保护办法》规定说明，没有证据表明互联网信息服务提供者明知侵权事实存在的，或者互联网信息服务提供者被通知后移除相关内容的，服务提供者不承担法律责任；南京焦点无法对万和船艇宣传信息进行审核，未收到福森船舶发出的受到侵权的通知，接到法院传票后立即终止了万和船艇账号。据此，南京焦点请求法院驳回福森船舶的诉讼请求。

2005年12月12日，浙江省舟山市中级人民法院对此案审理终结并下达了（2005）

舟民二初字第 32 号的《民事判决书》，认为：万和船艇的行为对行业内的消费者产生误导，破坏平等的竞争秩序，构成不正当竞争；不支持万和船艇冒用福森船舶生产的产品进行虚假宣传的主张；难以认定万和船艇不正当行为对福森船舶造成损害的事实；未有证据证明南京焦点明知万和船艇发布的信息含有侵权或违法内容，《中国制造网用户协议》明确禁止会员发布侵权的信息，诉讼中南京焦点已主动将万和船艇简介信息终止，故南京焦点侵权事实不成立，不承担诉讼的连带责任。据此，舟山市中级人民法院判令：万和船艇向福森船舶赔偿经济损失 3,000 元；福森船舶和万和船艇平均承担诉讼费用；驳回福森船舶的其他诉讼请求。

截至本招股说明书签署日，本案涉案各方均未再上诉。本案对发行人的财务状况、经营成果、声誉、业务活动、未来前景均未构成任何影响。

3、2005 年 7 月 1 日，常熟新特化工有限公司（以下简称“新特化工”）向南京市玄武区人民法院提起诉讼，诉浙江增新化学有限公司（以下简称“增新化学”）在中国制造网电子商务平台（Made-in-China.com）刊登新特化工名称、电话、联系方式构成对其侵权，诉增新化学同南京焦点恶意串通制作不当网页使新特化工的客户流向增新化学而造成其重大经济损失。新特化工称，其在中国制造网电子商务平台（Made-in-China.com）发现有 Jiangsu Xinte Chemical Co., Ltd.的网页，打开网页后发现其新特化工基本情况的英文简介（包括产品、地址、邮编等），但网页上的联系人却不是新特化工的员工，并且该网页提供的访问链接是增新化学的英文主页，而增新化学是新特化工在国际市场的主要竞争对手。新特化工请求法院判令：①南京焦点与增新化学停止侵权并在中国制造网电子商务平台（Made-in-China.com）公开道歉；②赔偿损失人民币 1 元整；③承担案件的全部诉讼费用。

南京焦点答辩认为：中国制造网电子商务平台（Made-in-China.com）免费会员网上信息完全由会员自行决定、提供发布，《互联网著作权行政保护办法》、中国制造网电子商务平台（Made-in-China.com）《用户协议》、相关判例均支持南京焦点未侵犯新特化工权益的观点；南京焦点并不知晓中国制造网电子商务平台（Made-in-China.com）存在可能侵害新特化工的信息，新特化工未向南京焦点发出过可能被侵权通知，接到法院传票后南京焦点主动将相关信息从网站移除，这些都说明南京焦点对新特化工可能被侵权并不知情；没有证据证明增新化学与南京焦点恶意串通；新特化工英文名称 Changshu New-Tech Chemical Co., Ltd.与增新化学诉讼中的被侵害名称 Jiangsu Xinte

Chemical Co., Ltd.是完全独立的，新特化工对后者不拥有合法权利。据此，南京焦点认为不应该就本案承担法律责任。

2005年12月15日，南京市玄武区人民法院对此案审理终结并下达了（2005）玄民一初字第1276号的《民事判决书》，认为：互联网信息的开放特征决定了南京焦点不可能对每一位免费会员自行发布的信息进行全面审核；没有证据证明南京焦点明知 Jiangsu Xinte Chemical Co., Ltd.相关网页可能侵害新特化工的权益；新特化工在诉讼前未就权益可能遭侵害情况通知南京焦点，接到法院材料后南京焦点将相关信息移除，说明即使 Jiangsu Xinte Chemical Co., Ltd.相关网页侵犯了新特化工的合法权益，南京焦点也无需承担责任；没有足够证据证明增新化学是 Jiangsu Xinte Chemical Co., Ltd.相关网页的发布者，故认定增新化学为侵权者缺乏事实依据；新特化工诉讼中称的侵害名称 Jiangsu Xinte Chemical Co., Ltd.与新特化工的英文名称 Changshu New-Tech Chemical Co., Ltd.存在较大区别。据此，南京市玄武区人民法院驳回新特化工的诉讼请求，并判令由其负担诉讼费用。

截至本招股说明书签署日，本案涉案各方均未再上诉。本案对发行人的财务状况、经营成果、声誉、业务活动、未来前景均未构成任何影响。

4、2008年6月19日，上海天韦投资管理有限公司（以下简称“上海天韦”）向南京市鼓楼区人民法院起诉南大科技园及沈锦华。上海天韦称：2003年南大科技园总经理毛义同沈锦华称焦点科技经营不善、隐瞒真实净资产数据及市场前景致使上海天韦同意向重庆捷创转让其所持焦点科技35%的股权。上海天韦请求法院判令：①2007年12月南大科技园与沈锦华签订的焦点科技35%股权的转让协议无效；②确认沈锦华从南大科技园受让的焦点科技35%的股权为上海天韦所有；③南大科技园及沈锦华承担全部诉讼费用。

2008年6月24日，南京市鼓楼区人民法院下达了《案件受理通知书》，决定将在上海天韦交纳相应诉讼费用后对本诉讼立案受理。2008年7月2日，本公司及律师和保荐人对南京市鼓楼区人民法院进行现场走访和咨询确认，因上海天韦已经从南京市鼓楼区人民法院取回《民事起诉状》等所有书面文件且没有缴纳任何有关费用，该案未正式立案，沈锦华未因本案受到起诉。

经保荐人及发行人律师实地走访、核查，依据上海天韦2008年7月28日出具

的《确认函》，上海天韦确认与焦点科技有关的历次股权转让均真实有效，是上海天韦真实意思表示；已依照上海天韦公司章程的规定履行了必要的批准和授权程序，取得了全体股东的一致同意，并协助焦点科技完成了工商变更登记；上海天韦对与焦点科技有关的历次股权转让没有任何异议，不存在纠纷或潜在纠纷。

截至本招股说明书签署日，本案涉案各方未再起诉。本案对发行人的财务状况、经营成果、声誉、业务活动、未来前景均未构成任何影响。

（二）对发行人可能产生较大影响的仲裁事项

1998年2月28日，本公司在互联网名称与数字地址分配机构（简称ICANN）注册了域名“Made-in-China.com”，同年3月将其投入使用于公司运营的中国制造网电子商务平台（Made-in-China.com）。2005年6月1日 Hong Kong Huicong International Group Limited（以下简称“HK HC Inter Group”）与 Internet Media Consultants SA 签署《域名转让协议》，受让域名“madeinchina.com”。2006年1月26日本公司就域名“madeinchina.com”向世界知识产权组织（简称WIPO）仲裁与调解中心递送了投诉书，请求WIPO仲裁与调解中心裁决，令HK HC Inter Group将域名“madeinchina.com”移交给本公司或将其予以注销。2006年5月17日WIPO仲裁与调解中心行政专家组裁定，对本公司就域名“madeinchina.com”对HK HC Inter Group的投诉予以驳回。截至本招股说明书签署日，本公司未就上述事项提起新的仲裁申请。

除上述已披露的情况外，截至本招股说明书签署日，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其他诉讼或仲裁事项。

五、发行人的控股股东、董事、监事、高级管理人员和核心技术人员存在的重大诉讼或仲裁事项

截至本招股说明书签署日，发行人的控股股东、董事、监事、高级管理人员和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。

六、董事、监事及高级管理人员和核心技术人员涉及刑事诉讼的情况

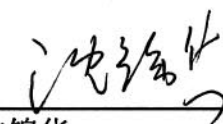
截至本招股说明书签署日，未发生发行人董事、监事、高级管理人员和核心技术人员涉及刑事诉讼的情况。

第十六节 董事、监事、高级管理人员及有关中介机构声明

一、发行人全体董事、监事、高级管理人员的声明

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

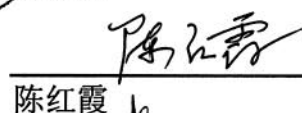
全体董事签字：


沈锦华


许剑峰

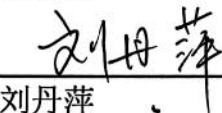

齐大庆

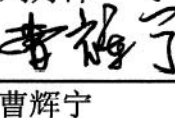

姚瑞波


陈红霞


钱志新


黄良发


刘丹萍


曹辉宁

全体监事签字：

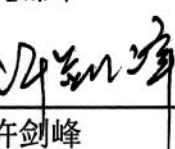

谢永忠


李丽洁

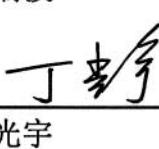

王静宁

全体高级管理人员签字：


沈锦华


许剑峰


姚瑞波


丁光宇


黄良发

焦点科技股份有限公司

2009年7月24日

二、保荐人（主承销商）声明

本公司已对招股说明书及其摘要进行了核查，确认不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

项目主办人： 张耀坤
张耀坤

保荐代表人： 林郁松
林郁松

魏宏林
魏宏林

法定代表人： 何如
何 如



三、发行人律师声明

本所及经办律师已阅读招股说明书及其摘要，确认招股说明书及其摘要与本所出具的法律意见书和律师工作报告无矛盾之处。本所及经办律师对发行人在招股说明书及其摘要中引用的法律意见书和律师工作报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

律师事务所负责人（签字）：

张绪生

经办律师（签字）：

赵洋

郎元鹏

北京市竞天公诚律师事务所

2009年7月24日

四、承担审计业务的会计师事务所声明

本所及签字注册会计师已阅读招股说明书及其摘要，确认招股说明书及其摘要与本所出具的审计报告、内部控制鉴证报告及经本所核验的非经常性损益明细表无矛盾之处。本所及签字注册会计师对发行人在招股说明书及其摘要中引用的审计报告、内部控制鉴证报告及经本所核验的非经常性损益明细表的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

会计师事务所负责人（签字）：



林东模

签字注册会计师（签字）：



刘万椿



戎凯宇


上海众华沪银会计师事务所有限公司

2009年7月24日

五、承担验资业务机构声明

本机构及签字注册会计师已阅读招股说明书及其摘要，确认招股说明书及其摘要与本机构出具的验资报告无矛盾之处。本机构及签字注册会计师对发行人在招股说明书及其摘要中引用的验资报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

会计师事务所负责人（签字）：



林东模

签字注册会计师（签字）：



刘万椿



戎凯宇



上海众华沪银会计师事务所有限公司

2009 年 7 月 24 日

第十七节 备查文件

一、备查文件目录

本次股票发行期间，投资者可查阅与本次发行有关的所有法律文件如下：

- （一）发行保荐书；
- （二）财务报表及审计报告；
- （三）内部控制鉴证报告；
- （四）经注册会计师核验的非经常性损益明细表；
- （五）法律意见书及律师工作报告；
- （六）《公司章程（草案）》；
- （七）中国证监会核准本次发行的文件；
- （八）其他与本次发行有关的重要文件。

上述文件同时刊载于巨潮资讯网站（<http://www.cninfo.com.cn>）。

二、备查文件查阅时间

查阅时间为本次发行期间每个工作日的上午 9:30-11:30，下午 2:00-5:00。

三、备查文件查阅地点

（一）发行人：焦点科技股份有限公司

地 址：南京高新开发区星火路软件大厦 A 座 12F

电 话：025-86991866

联系人：丁光宇 迟梦洁

（二）保荐人（主承销商）：国信证券股份有限公司

地 址：北京市西城区金融大街 27 号投资广场 A 座 20 层

电 话：010-66211978

联系人：林郁松 刘飒博 杨涛