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

深圳市方直科技股份有限公司

（注册地址：深圳市南山区科技中二路深圳软件园 12＃楼 302）

KINGSUN
方直 金太阳

首次公开发行股票并在创业板上市

招股说明书

（申报稿）

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作为投资决定的依据。

保荐人（主承销商）

中国平安
保险·银行·投资
平安证券有限责任公司

（注册地址：广东省深圳市福田区金田路大中华国际交易广场 8 层）

深圳市方直科技股份有限公司

首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书

发行股票类型： 人民币普通股（A 股）

发行股数： 1,100 万股

每股面值： 人民币 1.00 元

每股发行价格： 【 】元/股

预计发行日期： 【 】年【 】月【 】日

拟上市交易所： 深圳证券交易所

发行后总股本： 4,400 万股

本次发行前股东所持股份的流通限制及股东对所持股份自愿锁定的承诺：

承诺Ⅰ、本公司股东黄元忠、黄晓峰、陈克让、张文凯、孙晓玲、杨颖、吴文峰、深圳市戈尔登投资有限公司承诺：自本公司股票在证券交易所上市交易之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理其本次发行前已直接或间接持有的本公司股份，也不由本公司收购其直接或间接持有的股份。

承诺Ⅱ、本公司监事张振华、布献伟、杨正华通过深圳市戈尔登投资有限公司间接持有本公司股份，张振华、布献伟、杨正华承诺：上述承诺Ⅰ锁定期届满后，在本人任职期间，每年转让通过深圳市戈尔登投资有限公司间接持有的发行人股份不超过本人间接持有的发行人股份总数的 25%，离职后半年内不转让间接持有的发行人股份。

承诺Ⅲ、担任本公司董事、高级管理人员的股东黄元忠、黄晓峰、陈克让、张文凯、孙晓玲、杨颖承诺：上述承诺Ⅰ锁定期届满后，在本人任职期间，每年转让的发行人股份不超过本人直接或间接持有的发行人股份总数的百分之二十五；在离职后半年内，不转让直接或间接持有的发行人股份。

承诺期限届满后，上述股份可以上市流通和转让。

保荐人（主承销商）： 平安证券有限责任公司

签署日期： 2010 年【 】月【 】日

发行人声明

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

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

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

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

重大事项提示

下述重大事项提示并不能涵盖公司全部的风险及其他重要事项，请投资者认真阅读招股说明书“风险因素”一章的全部内容。

本公司提醒广大投资者注意以下重大事项：

1、本次发行前本公司总股本为 3,300 万股，本次拟发行 1,100 万股人民币普通股，发行后总股本为 4,400 万股，上述股份全部为流通股。本次发行前股东对所持股份锁定的承诺：

承诺Ⅰ、本公司股东黄元忠、黄晓峰、陈克让、张文凯、孙晓玲、杨颖、吴文峰、深圳市戈尔登投资有限公司承诺：自本公司股票在证券交易所上市交易之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理其本次发行前已直接或间接持有的本公司股份，也不由本公司收购其直接或间接持有的股份。

承诺Ⅱ、本公司监事张振华、布献伟、杨正华通过深圳市戈尔登投资有限公司间接持有本公司股份，张振华、布献伟、杨正华承诺：上述承诺Ⅰ锁定期届满后，在本人任职期间，每年转让通过深圳市戈尔登投资有限公司间接持有的发行人股份不超过本人间接持有的发行人股份总数的 25%，离职后半年内不转让间接持有的发行人股份。

承诺Ⅲ、担任本公司董事、高级管理人员的股东黄元忠、黄晓峰、陈克让、张文凯、孙晓玲、杨颖承诺：上述承诺Ⅰ锁定期届满后，在本人任职期间，每年转让的发行人股份不超过本人直接或间接持有的发行人股份总数的百分之二十五；在离职后半年内，不转让直接或间接持有的发行人股份。

承诺期限届满后，上述股份可以上市流通和转让。

2、经本公司 2009 年第二次临时股东大会决议：若本公司本次公开发行股票（A 股）并在创业板上市方案经中国证监会核准并得以实施，首次公开发行股票前滚存的未分配利润在公司首次公开发行股票并在创业板上市后由新老股东共同享有。截至 2009 年 12 月 31 日，本公司未分配利润为 1,627.55 万元。

3、本公司从2007年1月1日起执行财政部2006年2月15日颁布的《企业会计准则》，本招股说明书申报财务报表以公司持续经营为基础，按照《企业会计准则》

规定编制；根据实际发生的交易和事项及本公司会计政策，对涉及《企业会计准则第38号——首次执行企业会计准则》第五条至第十九条经济事项进行了追溯调整。

4、本公司特别提醒投资者关注“风险因素”中下列风险：

市场竞争风险

本公司集研发、销售、服务于一体，企业的发展很大程度上取决于产品和服务能否跟上教育市场需求的变化和技术更新换代的步伐。尽管本公司产品在技术及功能上均具有较大的优势，但产品并非独有，市场存在同样类似的产品。由于教育服务行业具有广阔的发展前景和巨大的市场容量，将吸引新的厂商进入该行业，企业的市场竞争力将很大程度决定市场份额。如果本公司不能持续把握、满足用户需求，不能根据教材的变动情况和用户的反馈意见及时进行产品的更新、升级，创造性的满足用户需求，则存在因竞争优势减弱而导致经营业绩不能达到预期的风险。

盗版风险

同步教育软件产品的研究开发需要大量深刻理解教学需求并熟练掌握多媒体及网络开发技术的综合性人才的投入，产品附加值较高，内容复制简单，容易被盗版，因盗版所带来的危害会在一定程度上影响本公司的经营情况。

中小学教材一般六年进行一次大的调整，但每年一般会做一定的小调整和修正。本公司每个学期根据课程改革方向及市场反馈的信息，与出版社合作对软件产品定期更新、升级，大大降低了盗版的风险；同时，公司与光盘制作厂商签订合同时制定相应的保密条款，并对产品采取严格的加密措施，使产品的使用具有一定的排他性，减少了软件翻录和复制的可能。

教育消费市场具有一定的特殊性，消费者通过持续消费并形成使用习惯。公司同步教育软件产品定价相对较低，为保证教学质量和学习效率，教师、学生、家长偏向购买正版软件以获得更多增值服务。但如果本公司知识产权受到侵犯，软件产品被大量盗版或非法复制，仍会给本公司造成不利影响。

与上游出版社等稳定合作关系的风险

同步教育服务行业的上游是原著作权人，主要包括出版社、各地教育系统和

教材编写组。同步教育服务行业的特点之一在于服务提供商需获得教材或出版社著作权的使用权，使其产品或服务与指定教材保持一致。因此，同步教育服务提供商需与上游著作权人建立稳定的合作关系。

本公司与全国主流的出版社及拥有自有著作权的沿海各省市教研室或教科所已建立了长期稳定的合作关系，同行业中拥有的版权资源多，并形成具有一定排他性的核心资源优势。出版社通过与本公司合作开发或授权委托的方式进行教材教参配套软件的开发和推广，有利于其教材的推广使用，并减轻出版社在教材推广过程中培训教师等费用及负担。本公司与上游出版社在合作开发的过程中，通过发挥各自的优势资源建立起互利互惠、合作共赢的良好、稳定的合作关系。但未来如不能维护和加强这种已经建立的良好、稳定的合作关系，将会给公司带来一定的经营风险。

学科相对单一的风险

受公司规模和资金实力的限制，本公司选择“专而精”的发展战略，学科相对单一，主要针对中小学英语教学需求提供同步教育服务。非英语学科目前完成小学语文 2 个版本、信息技术 1 个版本的开发，已与语文出版社、河北教育出版社展开合作，并签订和教师参考书一起征订发行的合同，未来将成为公司业绩的重要增长点。本公司开发的英语同步教育软件使教学效果明显提升，被越来越多的教师和学生所接受。但由于公司营业收入主要来自英语学科，盈利来源较为单一。目前，公司正积极加大语文、数学、社会与科学等学科同步教育软件研究开发投入，以增加新的盈利增长点，从而提高公司抵抗单一学科市场需求波动风险的能力。

市场区域相对集中的风险

本公司早期的产品市场主要在广东地区。从 2006 年开始，随着本公司品牌效应的扩大及开发版本的增多，本公司市场区域不断拓展，现已扩展至广州、深圳、上海、北京、南京等重点一线城市，并由一线城市向二、三线城市快速拓展。报告期内，在上述五大重点城市的合计销售额占公司销售总额的比例在 80%以上，市场区域相对集中并存在一定风险。

公司目前销售收入集中于重点一线城市，主要原因为受到公司规模的制约以及资金实力的限制，公司采取先难后易、先重点一线城市，然后向中西部省

会城市、二线城市、最后向三线城市及农村地区逐步拓展的市场策略。二、三线城市的市场已迅速拓展，教师和学生的使用习惯正逐步形成，尽管绝对销售额尚小，但已处于快速增长中。公司目前所开发 25 个版本同步教育软件的相应教材均为全国主流教材，公司产品在行业内形成良好的品牌和知名度。未来，随着营销网络的搭建和销售渠道的拓展，公司市场区域将不断扩大，市场区域相对集中的风险将逐步化解。

新增开发支出摊销及固定资产折旧风险

仅以中小学英语同步教育软件升级及版本扩充项目、中小学多学科（不含英语）同步教育软件项目、营销网络扩建项目、研发中心建设项目测算，项目建成后将新增开发支出 3,412 万元，每年新增开发支出摊销 568.75 万元；新增固定资产 2,726 万元，每年新增折旧 475 万元；上述项目投产后，预计可实现年均销售收入 7,794 万元，年均净利润 2,710 万元，该净利润已考虑扣除新增摊销、折旧，但如果公司上述项目未能达到预期目标，新增开发支出摊销、固定资产折旧将给公司经营带来较大压力。公司其他与主营业务相关的营运资金项目投入使用后，对于增强公司资金实力和核心竞争力，实现公司发展目标提供重要的保障。

目　　录

发行人声明 2

重大事项提示 3

目　　录 7

第一节　释　义 11

第二节　概　览 14

一、公司概况 14

二、控股股东及实际控制人 15

三、发行人的核心竞争优势 16

四、主要财务数据及财务指标 18

五、本次发行情况 20

六、募集资金的运用 20

第三节 本次发行概况 21

一、发行人基本情况 21

二、本次发行基本情况 21

三、本次发行有关当事人 22

四、发行人与本次发行有关的当事人之间的关系 24

五、本次发行上市的重要日期 24

第四节 风险因素 25

一、市场风险 25

二、经营风险 26

三、技术风险 27

四、募投项目风险 28

五、财务风险 29

第五节　发行人基本情况 32

一、历史沿革及改制重组情况 32

二、发行人独立经营情况 35

三、发行人组织结构 36

四、持有发行人 5%以上股份的主要股东及实际控制人 43

五、发行人股本的情况 47
六、发行人员工及其社会保障情况 52
七、主要股东及董事、监事、高级管理人员做出的重要承诺 55

第六节 业务和技术 56

一、主营业务及主要产品 56
二、行业基本情况 57
三、发行人所面临的主要竞争情况 69
四、公司主营业务具体情况 77
五、自主创新与成长性 111
六、公司技术水平及研发情况 119
七、主要固定资产和无形资产 130
八、特许经营权 133
九、质量控制情况 133

第七节 同业竞争与关联交易 136

一、关联方及关联关系 136
二、同业竞争 137
三、关联交易 138
四、发行人近三年关联交易制度的执行情况及独立董事意见 142

第八节 董事、监事、高级管理人员与其他核心人员 143

一、公司董事简介 143
二、公司监事简介 145
三、公司高级管理人员简介 145
四、公司其他核心人员简介 146
五、董事、监事的提名及聘选情况 146
六、董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属持有公司股份的情况 .. 147
七、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的对外投资情况 148
八、公司与董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的薪酬情况 149
九、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员兼职情况 150
十、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员相互之间关系 151
十一、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员相关承诺及协议 151
十二、董事、监事、高级管理人员任职资格合规情况 152
十三、董事、监事、高级管理人员变动情况 152

第九节　公司治理 153
一、发行人股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书、董事会专门委员会制度的建立健全及运行情况 153
二、发行人最近三年无违法违规情况 156
三、发行人最近三年资金占用和对外担保的情况 156
四、发行人内部控制制度 156
五、发行人对外投资、担保事项的制度安排及执行情况 158
六、发行人对投资者权益保护的情况 158
七、公司进一步完善治理结构的计划 159
第十节　财务会计信息 160
一、财务会计信息 160
二、财务状况分析 181
三、盈利能力分析 200
四、现金流量分析 221
五、重大资本性支出 223
六、财务状况和盈利能力未来趋势分析 223
七、股利分配政策 225
第十一节　募集资金运用 227
一、本次募集资金运用计划 227
二、董事会及股东大会对本次募集资金运用的意见 227
三、本次募集资金投资项目与本公司现有业务的关系 228
四、募投项目市场前景分析 229
五、本次募投项目概述及投资概算 232
六、本次募集资金投向对公司财务状况和经营状况的影响 262
第十二节 未来发展与规划 265
一、本公司发展战略和经营目标 265
二、公司当年和未来三年的经营目标和规划 266
三、拟定上述发展计划所依据的假设条件 269
四、实现上述计划将面临的主要困难及挑战 269
五、上述计划与现有业务的关系 269
六、本次募集资金运用对实现上述计划的作用 270
第十三节　其他重要事项 271

一、信息披露制度及投资者服务计划 271
二、重大合同 271
三、对外担保情况 273
四、诉讼和仲裁情况 273
第十四节　有关声明 274
全体董事、监事、高级管理人员声明 274
保荐机构（主承销商）声明 275
发行人律师声明 276
会计师事务所声明 277
资产评估构声明 278
验资机构声明 279
第十五节　附件 280
一、备查文件 280
二、文件查阅时间 280
三、文件查阅地址 280

第一节 释 义

本招股说明书中，除非另有说明，下列词汇具有如下含义：

发行人、本公司、公司、方直科技	指	深圳市方直科技股份有限公司
本次发行	指	方直科技本次拟公开发行人民币普通股（A 股）1,100 万股的行为
《公司法》	指	《中华人民共和国公司法》
《证券法》	指	《中华人民共和国证券法》
保荐人、保荐机构、主承销商	指	平安证券有限责任公司
发行人律师	指	广东华商律师事务所
会计师事务所	指	广东大华德律会计师事务所、立信大华会计师事务所有限公司。2009 年 10 月北京立信会计师事务所有限公司吸收合并广东大华德律会计师事务所，北京立信会计师事务所有限公司于 2009 年 11 月更名为立信大华会计师事务所有限公司。
方直有限	指	深圳市方直科技有限公司，系本公司前身（亦包括本公司曾使用的名称深圳方直电子科技有限公司、深圳市方直电子科技有限公司、深圳市方直信息科技有限公司）
戈尔登	指	深圳市戈尔登投资有限公司，系公司的发起人股东之一
连邦信息	指	深圳市连邦信息技术有限公司（原名为深圳市连邦软件有限公司，2009 年 8 月改为现名），系公司全资子公司
珠海兰迪	指	珠海兰迪光盘制作有限公司，系公司光盘委托生产厂商之一

同步教育	指	教学内容、教学进度与学校课堂教学保持一致的教育方式
课改	指	课程改革
学易通	指	深圳市学易通软件技术有限公司
智乐园	指	深圳市智乐园科技发展有限公司
北京洪恩	指	北京洪恩教育集团
蒲公英	指	北京蒲公英教育软件公司
一百易	指	北京一百易科技有限责任公司
东田文化	指	广东东田文化企业有限公司
迈达威	指	广东迈达威科技发展有限公司
金仕达	指	上海金仕达多媒体有限公司
一纲多本	指	一个教学纲要，多个教材版本
教材配套发行软件	指	与学生用书配套发行的软件
教参配套发行软件	指	教师教学参考用书配套教学软件
教参	指	教师参考用书
人教社	指	人民教育出版社
外研社	指	外语教学与研究出版社
上教社	指	上海教育出版社
新课标	指	国家教育部颁布的《新课程标准》
码洋	指	出版发行行业的一种计价单位，全部图书定价的总额或图书单价
B/S	指	浏览器/服务器（Browser/Server），是一种软件系统体系结构
C/S	指	客户机/服务器（Client/Server），是一种软件系统体系结构

Web Service	指	部署在服务器上的应用程序，它向外界暴露能通过 Web 调用的 API（应用程序编程接口）
SOAP	指	简单对象访问协议（Simple Object Access Protocol）
组件	指	软件系统中具有相对独立功能、有明确接口定义、可组装、可重复使用的软件实体模块
UI 组件	指	软件系统中可重复利用的用户界面组件
XML	指	可扩展标记语言（Extensible Markup Language），由 W3C（一个国际组织）定义的一种计算机语言，专用于数据的表示和存储
Java	指	美国 SUN 公司的面向 Internet 应用的新一代编程语言
.net	指	微软（Microsoft）公司推出的最新的面向网络的应用开发平台，包括支持多种语言、多种 Windows 操作系统的应用开发环境、应用运行环境、应用部署和管理等一系列技术和工具集合
公司章程	指	深圳市方直科技股份有限公司章程
股东大会	指	深圳市方直科技股份有限公司股东大会
董事会	指	深圳市方直科技股份有限公司董事会
监事会	指	深圳市方直科技股份有限公司监事会
报告期、近三年	指	2007 年、2008 年、2009 年
元	指	人民币元

注：本招股说明书除特别说明外所有数值保留 2 位小数，若出现总数与各分项数值之和尾数不符的情况，均为四舍五入原因造成。

第二节 概 览

发行人声明：本概览仅对招股说明书全文做扼要提示，投资者做出投资决策前，应认真阅读本招股说明书全文。

一、公司概况

本公司主要从事中小学同步教育软件的研发、设计、销售及持续服务。

公司基于在教育服务行业的深厚积淀、凭借较强的研发设计能力以及对教育教学需求的深刻理解，以中小学教师及学生的教学需求为导向，以提升中小学教育质量为驱动，以信息技术的普及和运用为依托，将先进的教学理念、科学的教学方法和信息技术有机结合，为广大中小学教师与学生提供反馈交互式的同步教育软件及服务。公司主导产品包括为学生提供的教材配套软件、网络在线教育服务以及为教师提供的教师用书配套软件、教学资源类产品。

本公司具有较强的自主创新能力。公司凭借较强的研发设计能力，融合教育、软件、出版、动漫等多个领域的专业知识，快速、准确把握客户需求，将中小学生及教师的切实需求迅速转化成具体的产品设计方案，根据反馈信息及时、有效、创造性地满足师生的教学需求。本公司与全国主流出版社建立了长期稳定的合作关系，拥有的版权资源多，能在第一时间掌握教材最新变动情况，针对反馈信息定期补充完善配套软件的内容，使公司产品在市场上保持强有力的竞争力。公司目前已开发 25 个版本同步教育软件，其中小学英语 14 个版本、初中英语 7 个版本、高中英语 1 个版本、小学语文 2 个版本、信息技术 1 个版本，该系列版本均系全国主流版本，与全国中小学主流教科书同步配套，开发的英语版本多，覆盖区域广。

公司在同步教育软件行业居于领先地位，其中在广州、深圳、北京、上海、南京等重点城市为同类产品第一品牌，占有较高的市场份额。2007 年至 2009 年，公司营业收入从 2,663.53 万元增长到 6,025.43 万元，年复合增长率 50.41%，净利润从 994.09 万元增长到 2,404.71 万元，年复合增长率 55.53%。用户数量从 2007 年的 64.72 万人增长到 2009 年的 278.25 万人，累计增长 3.3 倍；公司业绩及用户数量都呈现出快速增长的趋势。

本公司中小学英语同步教育软件已实现在广州、深圳等地区与小学、初中课本配套发行；在深圳、广州、上海、江苏和河北等地与英语教师参考用书配套发售，产品市场占有率及品牌知名度不断提升。

本公司是国家级高新技术企业、双软认证企业、深圳市南山区领军企业、深圳市重点文化企业、深圳市科学技术重点技术服务单位。公司自主研发的同步教育软件产品于 2007 年、2008 年、2009 年连续荣获第十一届、第十二届、第十三届中国国际软件博览会金奖，获得了中国软件行业协会“2008 年度优秀软件产品”、中国软件行业协会“2006 年度优秀软件产品”、“深圳市 2005 年度优秀软件产品”、“深圳市 2006 年度优秀软件产品”、“2006 年度深圳市百优软件产品”、“2007 年度深圳市优秀软件产品”、“深圳市自主创新产品认定证书”等殊荣。

本公司在未来 3～5 年将以中小学同步教育软件产品及服务为基础，对已有的同步英语教学产品进行内容升级和功能完善，加大对英语学科其他教材版本同步产品的开发，拓展中小学多学科同步产品；不断开拓新区域和新渠道，并提升客户服务质量；同时在服务现有客户的基础上，利用互联网技术开发个性化网络平台，提供适合于个人学习提升计划和个性化学习的内容，把握客户需求和客户情况，实现教师、学生和家长的有效互动，提高客户群体对公司产品和服务的需求粘性，并提供增值服务，强化公司在中小学同步教育行业的竞争优势和市场领导地位。

二、控股股东及实际控制人

本公司于 2009 年 6 月由方直有限整体变更设立。本次发行前公司总股本 3,300 万股，黄元忠先生直接持有公司股份 996.533 万股，占发行前股本的 30.20%，为公司的控股股东及实际控制人。

黄元忠先生为中国国籍，无境外永久居留权，身份证号为 42011119641117****，现住所为广东省深圳市福田区，系本公司主要创始人之一，现任公司董事长兼总经理。黄元忠先生自方直有限设立以来，长期担任执行董事、总经理等职务，全面负责公司的运营管理和研发工作，为深圳市科技专家委员会成员，深圳市南山区科技专家。

三、发行人的核心竞争优势

（一）产品品质及品牌优势

同步教育软件产品以中小学教师及学生为用户，以满足教学需求和提升中小学教育质量为目的，产品品质及品牌为消费者决定是否购买的决定性因素，也是同行业企业竞争中的核心要素。

公司基于在教育服务行业十多年的深厚积淀、凭借较强的研发设计能力以及对教育发展动态和教学需求的深刻理解，开发设计出能有效满足师生需求的高品质产品；公司建立了有效的信息采集手段和产品升级评估方法，根据反馈信息及时、有效进行产品升级，创造性地、持续的满足师生的教学需求。公司产品被越来越多的老师和学生所接受并长期使用。

公司在同步教育软件行业已居于领先地位，其中在广州、深圳、北京、上海、南京等重点城市已成为同类产品第一品牌，占有较高的市场份额。本公司在行业中已形成良好的品牌和美誉度。

（二）人才及技术优势

本公司所处的行业对复合型人才的需求尤为突出。公司配备 52 人组成的经验丰富的研发设计团队，其中主要技术和业务骨干具有十几年的教育市场服务经验，拥有在教育、软件、出版和动漫行业的复合知识背景，且 1/3 以上的项目策划人员具有教师背景。公司以自有研发、设计团队为基础，通过与出版社及教育系统的合作，吸收原著作权人、外部教育专家、优秀教师的知识和经验，从而真正把握老师的教学需求和学生的学习需求，并将中小学生及教师的切实需求迅速转化成具体的产品设计方案。

本公司经过十几年的技术积累，形成了丰富的多媒体资源库、课件资源库、开发工具资源库以及系统管理平台，为本公司产品的持续更新、升级和创新提供了较强的自主技术开发平台，并为公司低成本、高效率开发新产品提供了有力的保障。公司已建立起能激励学生学习兴趣和自主学习能力的一套完整的研发设计体系，充分发挥信息技术优势，合理利用并积极开发课程资源，增强教学中的互动性，为学生和教师提供贴近教学需求的丰富的课程资源。公司建立了有效的信息采集手段以及产品升级评估方法，确保产品贴近用户需求。

同时，公司在服务现有客户的基础上，利用互联网技术开发个性化教育网络

服务市场，提供适合于个人的学习提升计划和个性化学习模块软件，牢牢把握客户需求和客户情况，实现教师、学生和家长的有效互动，提高客户群体对公司产品和服务的需求粘性，并提供个性化的增值服务。自主完成了统一用户管理系统、用户安全认证、全网客户管理平台、教育商城、收费系统、在线同步课堂、教学资源网和单词记忆网、分站式门户等一系列项目的开发。

（三）上游资源优势

本公司与全国主流出版社建立了长期稳定的合作关系，能在第一时间掌握教材最新变动情况，针对反馈信息定期补充完善配套软件的内容，使公司产品在市场上保持强有力的竞争。

目前合作的单位有各大出版社及拥有自有版权的沿海各省市教研室或教科所，拥有的版权资源多。本公司与全国著名的出版社建立长期合作关系，参与出版社在全国教材的培训推广服务工作，通过深层次的合作，实现核心资源共享，奠定了与出版社长期合作的基础。

（四）多版本优势

国家教育部在 2002 年实施“一纲多本”的教材管理政策，需开发各种版本的教材来适应不同区域的教学需要。教育部审定的新课标小学英语教材共计 34 套，初中英语教材 10 套，不同版本体系的教材分布于全国各地使用。但大多集中在人教社、外研社、上教社等知名出版社。“一纲多本”政策的实施对同步教育服务提供商的研发设计能力、产品创新能力和开发成本控制提出了较高要求。

公司目前已开发 25 个版本同步教育软件，其中小学英语 14 个版本、初中英语 7 个版本、高中英语 1 个版本、小学语文 2 个版本、信息技术 1 个版本，该系列版本均系全国主流版本，与全国中小学主流教科书同步配套，开发的英语版本多，覆盖区域广。公司产品与不同版本的最新中小学教科书配套，大大强化了产品的实用性和针对性，特别是在地方教材版本更换时更加凸显了公司的竞争优势。同时，公司在管理教育软件资源的基础上建立了多媒体素材网络数据库和开发网络管理平台，为公司开发更多的版本提供了强有力的保障。

四、主要财务数据及财务指标

（一）合并资产负债表主要数据

单位：万元

科目名称	2009年12月31日	2008年12月31日	2007年12月31日
总资产	5,904.58	3,814.16	2,380.55
流动资产	5,385.07	3,605.16	2,319.73
负债总额	625.95	1,172.24	1,086.52
流动负债	625.95	1,172.24	1,086.52
股东权益	5,278.63	2,641.92	1,294.03

（二）合并利润表主要数据

单位：万元

科目名称	2009年度	2008年度	2007年度
营业收入	6,025.43	4,247.04	2,663.53
营业利润	2,261.47	1,160.02	908.69
利润总额	2,613.96	1,378.81	994.59
净利润	2,404.71	1,362.89	994.09
归属母公司股东净利润	2,404.71	1,362.89	994.09
扣除非经常性损益后归属母公司股东净利润	2,128.71	1,332.47	990.51

（三）合并现金流量表数据

单位：万元

项目	2009年度	2008年度	2007年度
经营活动产生的现金流量净额	2,254.05	734.92	843.28
投资活动产生的现金流量净额	374.30	-605.01	-97.14
筹资活动产生的现金流量净额	232.00	-336.48	293.70
现金及现金等价物净增加额	2,860.35	-206.57	1,039.84

（四）主要财务指标

财务指标	2009 年 12 月 31 日	2008 年 12 月 31 日	2007 年 12 月 31 日
流动比率	8.60	3.08	2.14
速动比率	7.74	1.99	1.65
资产负债率（母公司）	9.07%	12.83%	35.21%
归属于公司股东的每股净资产	1.60	3.28	1.61
无形资产（扣除土地使用权、水面养殖权和采矿权等后）占净资产的比例	1.86%	-	-
财务指标	**2009 年度**	**2008 年度**	**2007 年度**
应收账款周转率（次）	11.36	8.32	7.22
存货周转率（次）	2.75	1.97	2.07
息税折旧摊销前利润（万元）	2,676.13	1,425.58	1,009.27
归属于公司股东的净利润（万元）	2,404.71	1,362.89	994.09
归属于公司股东扣除非经常性损益后的净利润（万元）	2,128.71	1,332.47	990.51
利息保障倍数（倍）	-	65.20	-
每股经营活动产生现金流量净额（元/股）	0.68	0.91	1.05
每股净现金流量（元/股）	0.87	-0.26	1.29
全面摊薄净资产收益率(归属于普通股股东的净利润)	45.56%	51.59%	76.82%
全面摊薄净资产收益率(扣除非经常损益性后归属于普通股股东的净利润)	40.33%	50.44%	76.54%
基本每股收益(归属于普通股股东的净利润)	0.81	1.69	1.23
基本每股收益(扣除非经常损益性后归属于普通股股东的净利润)	0.72	1.65	1.23

五、本次发行情况

股票种类： 人民币普通股（A 股）；

股票面值： 人民币 1.00 元；

发行股数： 1,100 万股，占发行后总股本的比例 25%；

发行价格： 通过向询价对象初步询价确定；

发行方式： 网下向询价对象配售与网上向社会公众投资者定价发行相结合；

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、募集资金的运用

2009 年 8 月 20 日，经公司 2009 年第二次临时股东大会审议通过，由董事会负责实施。本次募集资金将按照轻重缓急顺序投入以下项目：

单位：万元

项目名称	投资总额	项目备案情况
中小学英语同步教育软件升级及版本扩充项目	5,798	深南发改备案[2009]0009 号
中小学多学科（不含英语）同步教育软件项目	2,779	深南发改备案[2009]0010 号
营销网络扩建项目	2,700	深南发改备案[2009] 0012 号
研发中心建设项目	1,090	深南发改备案[2009] 0011 号
其他与主营业务相关的营运资金项目		

各募集资金投资项目的详细情况参见本招股说明书第十一节“募集资金运用”部分。上述项目资金的使用，按照轻重缓急的顺序安排。若本次实际募集资金小于上述项目投资资金需求，缺口部分由本公司自筹方式解决。

第三节 本次发行概况

一、发行人基本情况

公司名称：	深圳市方直科技股份有限公司
英文名称：	SHENZHEN KINGSUN SCIENCE & TECHNOLOGY CO.,LTD
注册资本：	3,300万元
法定代表人：	黄元忠
设立日期：	2009年6月24日
公司住所：	深圳市南山区科技中二路深圳软件园12＃楼302
邮政编码：	518057
电　　话：	0755-86336966
传　　真：	0755-86336977
互联网址：	http://www.kingsunsoft.com
电子信箱：	kingsunsoft@kingsunsoft.com
信息披露部门：	董事会办公室
信息披露联系人：	孙晓玲女士
信息披露电话：	0755-86336966

二、本次发行基本情况

股票种类：	人民币普通股（A 股）
股票面值：	人民币 1.00 元
发行股数：	1,100 万股，占发行后总股本比例 25%
发行价格：	通过询价确定发行价格
发行市盈率：	【　】倍（每股收益按照 2009 年经审核的扣除非经常性损益前后孰低的净利润除以本次发行后的总股本【　】万股计算） 【　】倍（每股收益按照 2009 年经审核的扣除非经常性

	损益前后孰低的净利润除以本次发行前的总股本 3,300 万股计算）
发行前每股净资产：	【　】元/股（按经审计的 2009 年 12 月 31 日净资产除以本次发行前的总股本【　　】万股计算）
发行后每股净资产：	【　】元/股（在经审计后的 2009 年 12 月 31 日净资产的基础上考虑本次发行募集资金净额的影响）
发行市净率：	【　】倍（按询价后确定的每股发行价格除以发行后每股净资产确定）
发行方式：	采用网下向询价对象配售与网上向社会公众投资者定价发行相结合的方式
发行对象：	符合资格的询价对象和在深圳证券交易所开户的境内自然人、法人等投资者（国家法律、法规禁止购买者除外）
承销方式：	由主承销商组织承销团对本次公开发行的社会公众股采用余额包销方式承销
募集资金总额：	【　　】万元
募集资金净额：	【　　】万元
发行费用概算：	总额【　　】万元，其中： 承销费【　　】万元 保荐费【　　】万元 审计费【　　】万元 律师费【　　】万元 登记托管费及上市初费【　　】万元 信息披露费及路演推介等费用【　　】万元

三、本次发行有关当事人

1、发行人：	深圳市方直科技股份有限公司
法定代表人：	黄元忠
住所：	深圳市南山区科技中二路深圳软件园 12＃楼 302
电话：	0755-86336966

传真：	0755-86336977
联系人：	孙晓玲、李枫
2、保荐人（主承销商）：	平安证券有限责任公司
法定代表人：	杨宇翔
注册地址：	广东省深圳市福田区金田路大中华国际交易广场 8 层
电话：	4008866338
传真：	0755－82434614
保荐代表人：	郑周、朱文瑾
项目协办人：	张华辉
项目组成员：	吴永平、张华辉、甘露、薛晓
3、发行人律师：	广东华商律师事务所
负责人：	高树
住所：	深圳市福田区深南大道 4001 号时代金融中心 14 楼
电话：	0755-83025555
传真：	0755-83025068
经办律师：	何贤波、周燕
4、会计师事务所：	立信大华会计师事务所有限公司
法定代表人：	梁春
住所：	北京市东城区东长安街 10 号长安大厦 3 层
电话：	010-58350011
传真：	010-58350006
经办注册会计师：	邬建辉、刘耀辉
4、资产评估机构：	深圳市中衡信资产评估有限公司
法定代表人：	关幼荣
住所：	深圳市福田区上步中路 1001 号科技大厦 2 楼东
电话：	0755-83671415
传真：	0755-83671271
经办注册评估师：	关幼荣、钱莉蓉
5、收款银行：	招商银行股份有限公司深圳科苑支行

户名：	深圳市方直科技股份有限公司
帐号：	755904054810701
6、申请上市证券交易所：	深圳证券交易所
住所：	深圳市深南东路 5045 号
联系电话：	0755-82083333
传真：	0755-82083164
7、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
地址：	广东省深圳市深南中路 1093 号中信大厦 18 楼
电话：	0755－25938000
传真：	0755－25988122

四、发行人与本次发行有关的当事人之间的关系

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

五、本次发行上市的重要日期

刊登发行公告的日期：	【 】年【 】月【 】日
询价推介时间：	【 】年【 】月【 】日
刊登定价公告日期：	【 】年【 】月【 】日
申购日期和缴款日期：	【 】年【 】月【 】日
预计股票上市日期：	【 】年【 】月【 】日

第四节 风险因素

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

一、市场风险

（一）市场竞争风险

本公司集研发、销售、服务于一体，企业的发展很大程度上取决于产品和服务能否跟上教育市场需求的变化和技术更新换代的步伐。尽管本公司产品在技术及功能上均具有较大的优势，但产品并非独有，市场存在同样类似的产品。由于教育服务行业具有广阔的发展前景和巨大的市场容量，将吸引新的厂商进入该行业，企业的市场竞争力将很大程度决定市场份额。如果本公司不能持续把握、满足用户需求，不能根据教材的变动情况和用户的反馈意见及时进行产品的更新、升级，创造性的满足用户需求，则存在因竞争优势减弱而导致经营业绩不能达到预期的风险。

（二）盗版风险

同步教育软件产品的研究开发需要大量深刻理解教学需求并熟练掌握多媒体及网络开发技术的综合性人才的投入，产品附加值较高，内容复制简单，容易被盗版，因盗版所带来的危害会在一定程度上影响本公司的经营情况。

中小学教材一般六年进行一次大的调整，但每年一般会做一定的小调整和修正。本公司根据课改方向及市场反馈的信息，与上游出版社合作对教材和配套软件产品定期更新、升级，大大降低了盗版的风险；同时，公司与光盘制作厂商签订合同时制定相应的保密条款，并对产品采取严格的加密措施，使产品的使用具有一定的排他性，减少了软件翻录和复制的可能。

教育消费市场具有一定的特殊性，消费者通过持续消费并形成使用习惯。公司同步教育软件产品定价相对较低，为保证教学质量和学习效率，教师、学生、

家长偏向购买正版软件，并能享受更多的增值服务。但如果本公司知识产权受到侵犯，软件产品被大量盗版或非法复制，仍会给本公司造成不利影响。

二、经营风险

（一）学科相对单一的风险

受公司规模和资金实力的限制，本公司选择“专而精”的发展战略，学科相对单一，主要针对中小学英语教学需求提供同步教育服务。非英语学科目前完成小学语文 2 个版本、信息技术 1 个版本的开发，已与语文出版社、河北教育出版社展开合作，并签订和教师参考书一起征订发行的合同，未来将成为公司业绩的重要增长点。本公司开发的英语同步教育软件使教学效果明显提升，被越来越多的教师和学生所接受。但由于公司营业收入主要来自英语学科，盈利来源较为单一。目前，公司正积极加大语文、数学、社会与科学等学科同步教育软件研究开发投入，以增加新的盈利增长点，从而提高公司抵抗单一学科市场需求波动风险的能力。

（二）市场区域相对集中的风险

本公司早期的产品市场主要在广东地区。从 2006 年开始，随着本公司品牌效应的扩大及开发版本的增多，本公司市场区域不断拓展，现已扩展至广州、深圳、上海、北京、南京等重点一线城市，并由一线城市向二、三线城市快速拓展。报告期内，在上述五大重点城市的合计销售额占公司销售总额的比例在80%以上，市场区域相对集中并存在一定风险。

公司目前销售收入集中于重点一线城市，主要原因为受到公司规模的制约以及资金实力的限制，公司采取先难后易、先重点一线城市，然后向中西部省会城市、二线城市、最后向三线城市及农村地区逐步拓展的市场策略。二、三线城市的市场已迅速拓展，教师和学生的使用习惯正逐步形成，尽管绝对销售额尚小，但已处于快速增长中。公司目前所开发 25 个版本同步教育软件的相应教材均为全国主流教材，公司产品在行业内形成良好的品牌和知名度。未来，随着营销网络的搭建和销售渠道的拓展，公司市场区域将不断扩大，市场区域相对集中的风险将逐步化解。

（三）版本变化风险

由于出版社之间存在一定的竞争关系，并不排除部分当地教育部门更换本公司已有市场教材版本的可能。本公司基于全国主流教材，开发的版本较多，但并未涵盖全国在用的全部教材版本，存在一定的版本变化风险。

本公司目前正积极开发新版本，进一步加强公司的版本优势，并实现有效地避免地方教育部门更换教材版本给本公司带来的经营风险。

（四）与上游出版社等稳定合作关系的风险

同步教育服务行业的上游是原著作权人，主要包括出版社、各地教育系统和教材编写组。同步教育服务行业的特点之一在于服务提供商需获得教材或出版社著作权的使用权，使其产品或服务与指定教材保持一致。因此，同步教育服务提供商需与上游著作权人建立稳定的合作关系。

本公司与全国主流的出版社及拥有自有著作权的沿海各省市教研室或教科所已建立了长期稳定的合作关系，拥有的版权资源多，并形成具有一定排他性的核心资源优势。出版社通过与本公司合作开发或授权委托的方式进行教材教参配套软件的开发和推广，有利于其教材的推广使用，并减轻出版社在教材推广过程中培训教师等费用及负担。本公司与上游出版社在合作开发的过程中，通过发挥各自的优势资源建立起互利互惠、合作共赢的良好、稳定的合作关系。但未来如不能维护和加强这种已经建立的良好、稳定的合作关系，将会给公司带来一定的经营风险。

三、技术风险

（一）研发风险

本公司拥有众多专有技术及多项计算机软件著作权，并已将核心技术转化为软件等教育服务类产品进行大规模生产。在未来的研发设计中，为持续满足客户需求，本公司需要开发新的地方版本并对原有版本及时更新、升级；把握多媒体及网络服务开发平台的特点及发展趋势，使公司开发的同步教育服务类产品具有更强的针对性和实用性；在技术开发过程中实施有效管理、把握开发周期、降低开发成本等。

若本公司对软件技术、市场需求以及课改方向的发展趋势不能正确判断，对行业关键技术的发展动态不能及时掌控，对教育教学当中的新理念以及广大教师和学生的教学需求不能正确把握，将导致公司的市场竞争能力的下降，本公司存在一定的技术风险。

（二）技术更新及产品替代风险

建立以网络教育为基础的资源库，开发智能型教育软件和个性化网络教学是未来教育服务的发展方向，网络服务也是未来差异化服务的主要手段。本公司目前所提供的教育服务主要是以软件形式为载体，随着网络技术的发展本公司存在一定的技术替代风险。

自 2008 年起本公司开始运用公司的网络平台进行销售，目前，网络在线销售模式正在培育中。本公司正在实施将现有产品移植到网络，并已研发相关新技术，使网络的交互性得到充分体现。

（三）技术人才流失和匮乏风险

教育软件产品的开发需要掌握软件开发技术的同时深入理解教学理念，目前，该方面的复合型人才并不多。尽管公司凭借多年教育软件行业的软件开发经验已经培养出一批符合公司现有业务架构需要的复合型人才，但随着行业竞争的日趋激烈，公司的不断发展和投资规模的扩大，本公司可能面临技术人才流失和匮乏的风险。

四、募投项目风险

（一）市场培育风险

募集资金投资项目实施后，公司的产品种类将进一步丰富，同时增加中小学英语学科其他版本以及中小学其他学科的同步教育软件产品。本公司已对中小学同步教育软件市场的前景进行了充分的调研和论证，市场前景广阔。同时，鉴于公司新增产品的目标客户群与当前已有产品的客户群相同，新产品可利用本公司现有客户及销售渠道进行推广和销售。但在未来进行市场培育的过程中仍会面临一定的不确定因素，由于项目计划实施进度与实际进度之间可能存在时差，产品市场可能会发生变化，从而导致本次募集项目存在投产后达不到预期效益的风

险。

（二）产品多学科拓展风险

自 2007 年起，公司开始进行小学语文、小学社会、小学科学三门课程配套软件产品的开发，已累计投入自有资金 93.81 万元，在人力资源、开发技术、资源素材、项目管理等方面都已积累较多的开发及管理经验。目前公司已成功开发小学语文 2 个版本、信息技术 1 个版本。其中冀教版小学语文教师教学用书的配套产品已上市销售。已累计获得小学语文、小学社会和小学科学订单 504.99 万元。公司在中小学英语同步教育领域积累的经验和资源、在多学科领域积累的开发及管理经验以及冀教版小学语文教师配套产品的成功推出，已为产品多学科拓展打下良好的基础。

募投项目之一“中小学多学科同步教育软件项目”在原有公司客户的基础上，利用中小学英语同步教育软件开发平台和市场平台对中小学语文、数学、科学与社会等学科的同步教育软件产品进行开发。多学科产品的实施，将为公司增加新的盈利增长点并提高公司抵御单一学科产品市场波动风险的能力。但在设计理念、客户需求等方面，中小学其他学科同步教育软件产品与英语学科产品存在一定的差异，因此在公司产品种类向多学科拓展的过程中将存在一定的风险。

（三）项目组织实施风险

为保证募集资金投资项目的顺利实施，本公司将实行以总经理牵头的项目经理负责制，有效控制项目质量、项目实施进度和项目资金的合理使用，从严监控项目成本，并做好人才引进、员工培训、市场推广等前期工作，以确保项目顺利实施。但本次募集资金投资项目的实施将涉及到资金筹措、人才培训等多个环节，需要协调的工作较多，任何环节出现问题都将会给项目的顺利实施带来风险。

五、财务风险

（一）税率变动风险

1、增值税

根据国务院《关于印发鼓励软件企业和集成电路产业发展若干政策的通知》（国发[2000]18 号）和财政部、国家税务总局、海关总署《关于鼓励软件产业

和集成电路产业发展有关税收问题的通知》（财税[2000]25 号）文有关精神，2006 年 12 月 31 日以前，本公司销售收入按 17%的法定税率计缴增值税。根据财政部、国家税务总局《关于宣传文化增值税和营业税优惠政策的通知》（财税[2006]153 号）、《财政部、国家税务总局关于部分货物适用增值税低税率和简易办法征收增值税政策的通知》（财税[2009]9 号）的相关规定，自 2007 年 1 月 1 日起本公司销售自行研发的软件产品（电子出版物）按 13%的税率计缴增值税，销售其他产品仍按 17%的税率计缴增值税。

同时，根据国发[2000]18 号和财税[2000]25 号两个文件，本公司自行开发研制软件产品（电子出版物）销售收入缴纳增值税，对实际税负超过 3%的部分实行即征即退政策，该政策于 2010 年到期。报告期公司增值税返还金额及占公司净利润的比例如下：

单位：万元

项目	2009 年度	2008 年度	2007 年度
增值税返还	289.26	160.35	82.58
净利润	2,404.71	1,362.89	994.09
增值税返还占净利润的比例	12.03%	11.77%	8.31%

政府主管部门正在着手制定《软件与集成电路发展条例》，已多次征求意见，该条例将与《鼓励软件产业和集成电路产业发展若干政策》（国发【2000】18 号）有关政策形成衔接，预计国家对软件产业的扶持政策会持续下去。但如相应的后续税收优惠政策不能如期出台，公司销售收入将按 13%计缴增值税，税负将大幅提高。

2、企业所得税

根据《财政部 国家税务总局 海关总署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），以及深圳市南山区地方税务局于 2007 年 7 月 23 日出具的深地税南函（2007）237 号《关于深圳市方直科技有限公司减免企业所得税问题的复函》，同意本公司自获利年度起，第一至第二年度免征企业所得税，第三至第五年度减半征收企业所得税。本公司 2007 年度为弥补完亏损后的第一个获利年度，2007 年度～2008 年度免征企业所得税，2009

年度、2010 年度和 2011 年度减半征收企业所得税。公司已于 2009 年 6 月份认定为国家级高新技术企业，资格有效期为三年，2009 年至 2011 年公司可依法减按 15%的税率计缴企业所得税，因公司现享受的软件企业所得税优惠政策尚未到期，2010 年、2011 年公司将分别按 11%、12%的税率计缴企业所得税。公司享受的企业所得税优惠政策到期后，如公司未取得其他企业所得税优惠政策，公司缴纳的企业所得税将大幅上升。

（二）本次发行导致净资产收益率下降风险

2009 年，本公司全面摊薄净资产收益率为 45.56%，本次发行成功后，将导致公司净资产大幅增长，虽然本次募集资金投资项目均经过科学论证，预期效益良好，但本次募集资金投资的新项目从建设到投产需要一段时间，因此，本公司存在因净资产增长较大而导致净资产收益率下降的风险。

（三）新增开发支出摊销及固定资产折旧风险

仅以中小学英语同步教育软件升级及版本扩充项目、中小学多学科（不含英语）同步教育软件项目、营销网络扩建项目、研发中心建设项目测算，项目建成后将新增开发支出 3,412 万元，每年新增开发支出摊销 568.75 万元；新增固定资产 2,726 万元，每年新增折旧 475 万元；上述项目投产后，预计可实现年均销售收入 7,794 万元，年均净利润 2,710 万元，该净利润已考虑扣除新增摊销、折旧，但如果公司上述项目未能达到预期目标，新增开发支出摊销、固定资产折旧将给公司经营带来较大压力。公司其他与主营业务相关的营运资金项目投入使用后，对于增强公司资金实力和核心竞争力，实现公司发展目标提供重要的保障。

第五节　发行人基本情况

一、历史沿革及改制重组情况

（一）公司设立情况

经方直有限全体股东一致同意，2009 年 6 月 24 日方直有限整体变更为股份有限公司。方直有限以截至 2009 年 5 月 31 日经审计的账面净资产 34,786,717.53 元中的 33,000,000 元按 1:1 的比例折股为 3,300 万股，其余的 1,786,717.53 元计入资本公积。各股东以其所持方直有限股权比例对应的净资产作为出资，认购相应比例的股份，以整体变更方式设立方直科技。2009 年 6 月 19 日，广东大华德律会计师事务所出具编号为“华德验字[2009]55 号”的验资报告对设立股份公司出资情况进行了验证。公司办理了工商登记变更手续并取得注册号为“440301103180183”的《企业法人营业执照》。

（二）发起人

本公司发起人为 1 名法人和 7 名自然人，其具体出资及持股情况如下：

序号	发起人姓名	证件号码	持股数（万股）	持股比例
1	黄元忠	42011119641117****	996.5330	30.20%
2	黄晓峰	11010819680615****	882.7355	26.75%
3	陈克让	42010619651212****	882.7355	26.75%
4	深圳市戈尔登投资有限公司	440301103970233	212.6722	6.44%
5	孙晓玲	51022219720711****	113.4144	3.44%
6	杨颖	51021519640322****	106.0803	3.21%
7	张文凯	43020219680121****	89.8294	2.72%
8	吴文峰	36010219710302****	15.9997	0.49%
	合　计		3,300	100%

本公司自整体变更设立至今，上述发起人持股数量均未发生变化。

（三）发行人改制前后主要发起人拥有的主要资产和实际从事的主要业务

本公司改制设立前后，控股股东、实际控制人黄元忠先生仅持有本公司股权并参与公司生产经营管理，除此之外，黄元忠先生不存在其他经营性资产和对外投资情形。

本公司改制设立前后，主要发起人黄晓峰先生、陈克让先生以及戈尔登均仅持有本公司股权，不存在其他经营性资产和对外投资情形。

（四）发行人改制设立前后业务及资产演变情况

本公司由方直有限整体变更设立，承继了原方直有限的全部业务，延续原有生产经营体系并发展至今。原方直有限生产经营相关的资产、负债及人员全部进入本公司，改制设立时未发生资产、负债、人员重组事项。

（五）发行人成立前后的业务流程及业务体系

本公司系由方直有限整体变更设立，承继了方直有限的全部业务与生产经营体系，因此改制前后业务流程未发生变化，公司具有独立完整的业务体系。具体业务流程详见本招股书第六节之“四、公司主营业务具体情况”。

（六）发行人成立以来，在生产经营方面与主要发起人的关联关系及演变情况

公司成立以来，在生产经营方面与主要发起人黄元忠、黄晓峰、陈克让、戈尔登未发生关联交易。

（七）发起人出资资产的产权变更手续办理情况

本公司由方直有限整体变更设立，方直有限拥有独立的资产，变更设立后，本公司完整承继了方直有限原有的全部资产，除商标的变更手续正在办理中，其他相关资产及资格证书已全部办理完毕变更登记手续。

（八）方直科技设立后的股权变化情况

截至本招股说明书出具之日，方直科技自整体改制设立后，其股权结构未发生任何变动。

（九）多次更名及变更经营范围的原因

发行人从成立至 1997 年期间，主要从事计算机电子排版系统软件的开发和销售。自 1998 年开始，公司主营业务转为中小学同步教育软件的研发、设计、销售及持续服务，公司具体发展阶段如下表所示：

时间段	主要业务	发展阶段
1993 年～1997 年	计算机电子排版系统软件的开发和销售	积累与出版系统的合作关系，开始同步教育服务市场调研
1998 年～2002 年	同步教育软件的研发、设计、销售和持续服务	摸索期
2003 年～2005 年		创业及初步成长期
2006 年至今		快速成长期

自 1998 年至今，公司营业范围进行四次变更登记，但均属于在同步教育软件范围内对原有营业范围的扩展或规范化表述，公司主营业务均未发生变化。其变更过程和原因如下：

时间	公司名称	经营范围	变更原因
1993.2.19	深圳方直电子科技有限公司	计算机软、硬件，视频图象通讯系统软件及相关配件和技术服务	公司成立
1996.3.15	深圳市方直电子科技有限公司	计算机软、硬件及其网络系统工程，视频图象通讯系统软件的开发、销售及其技术服务	深圳市工商局要求内资企业名称统一调整为“深圳市**公司”；与此同时，公司扩大经营范围。
1999.10.11	深圳市方直信息科技有限公司		公司增资引入新股东菲莫斯实业，新股东要求变更公司名称。
2005.8.4	深圳市方直科技有限公司		2005 年 7 月，金汛新世纪等股东退出，新控股股东要求变更公司名称。
2006.5.23		计算机软、硬件及其网络系统工程，视频图象通讯系统软件的开发、销售及其技术服务，图书报刊零售（凭新出发深零字第 A0394 号出版物经营许可证经营）	公司业务进一步扩大，增加图书报刊零售业务。
2007.5.8		计算机软、硬件及其网络系统工程，视频图象通讯系统软件的开发、销售及其技术服务，图书报刊零售（凭新出发深零字第 A0394 号出版物经营许可证经营）。电子产品的开发、销售（不含二、三类医疗器械等需许可项目）；计算机软件、视频图像通讯系统软件的研发生产（凭深南环批[2007]50701 号经营）	发行人作为深圳市高新技术企业，适用相关税收优惠政策，根据税务要求对经营范围进行了细微调整，增加生产内容。
2008.2.18		计算机软、硬件及其网络系统工	发行人根据业务发展规划，拟开

		程，视频图象通讯系统软件的开发、销售及其技术服务，图书报刊零售（凭新出发深零字第A0394号出版物经营许可证经营）。电子产品的开发、销售（不含二、三类医疗器械等需许可项目）；计算机软件、视频图像通讯系统软件的研发生产（凭深南环批[2007]50701号经营），经营进出口业务（法律、行政法规、国务院决定禁止的项目除外，限制的项目须取得许可后方可经营）。	展针对海外市场的中文教育软件和引进国外先进教育软件产品的研发和生产，经营范围中增加进出口业务。
2008.8.26		计算机软、硬件及其网络系统工程，视频图象通讯系统软件的开发、销售及其技术服务，图书报刊零售（凭新出发深零字第A0394号出版物经营许可证经营）。电子产品的开发、销售（不含二、三类医疗器械等需许可项目）；经营进出口业务（法律、行政法规、国务院决定禁止的项目除外，限制的项目须取得许可后方可经营）	公司将经营范围的表述规范化，经营范围未发生变动。
2009.6.24	深圳市方直科技股份有限公司		有限公司整体变更为股份公司

二、发行人独立经营情况

本公司产权明晰、权责明确、运作规范，在业务、资产、人员、机构和财务等方面均遵循了上市公司规范运作的要求，具备了必要的独立性。本公司业务体系完整，具有面向市场独立经营的能力。

（一）业务独立情况

方直科技主要从事中小学同步教育软件的研发、设计、销售和持续服务。方直科技在主营业务经营环节上，形成了独立完整的研发、生产、销售、管理体系和直接面向市场独立开展业务的能力，建立了与业务体系配套的管理制度和相应的职能机构，在业务上完全独立于股东和其他关联方，与控股股东、实际控制人之间不存在同业竞争关系。

（二）资产完整情况

方直科技系整体变更设立，各股东出资全部及时到位，业经广东大华德律会计师事务所“华德验字[2009]55 号”验资报告审验缴足。公司独立拥有经营运作必要的资产，且产权清晰。

（三）人员独立情况

方直科技建立了健全的法人治理结构，董事、监事及高级管理人员严格按照《公司法》、《公司章程》的相关规定选举产生，不存在股东指派或干预高管人员任免的情形，高级管理人员、财务人员和销售人员均未在股东单位担任执行职务和领取报酬，也未在关联公司兼职。公司人事及工资管理与股东单位完全严格分离；公司建立了员工聘用、考评、晋升等完整的劳动用工制度，股份公司与所有员工签订了《劳动合同》，股份公司的劳动、人事及工资管理完全独立。

（四）机构独立情况

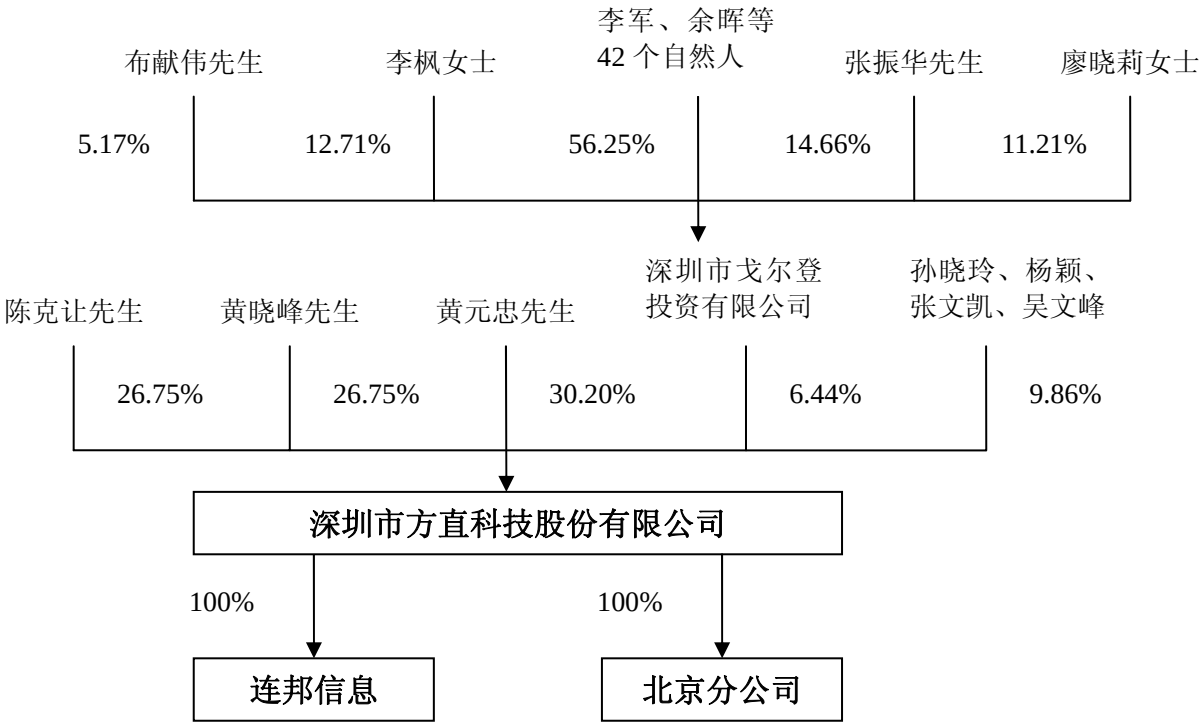
方直科技的生产经营和办公机构与股东单位完全分开，不存在混合经营、合署办公的情形，不存在股东单位和其他关联单位或个人干预股份公司机构设置的情形。公司建立了健全的法人治理结构，设立了股东大会、董事会、监事会，聘任了总经理，并设置了相关职能部门，不存在与股东或关联企业机构重叠的情况。

（五）财务独立情况

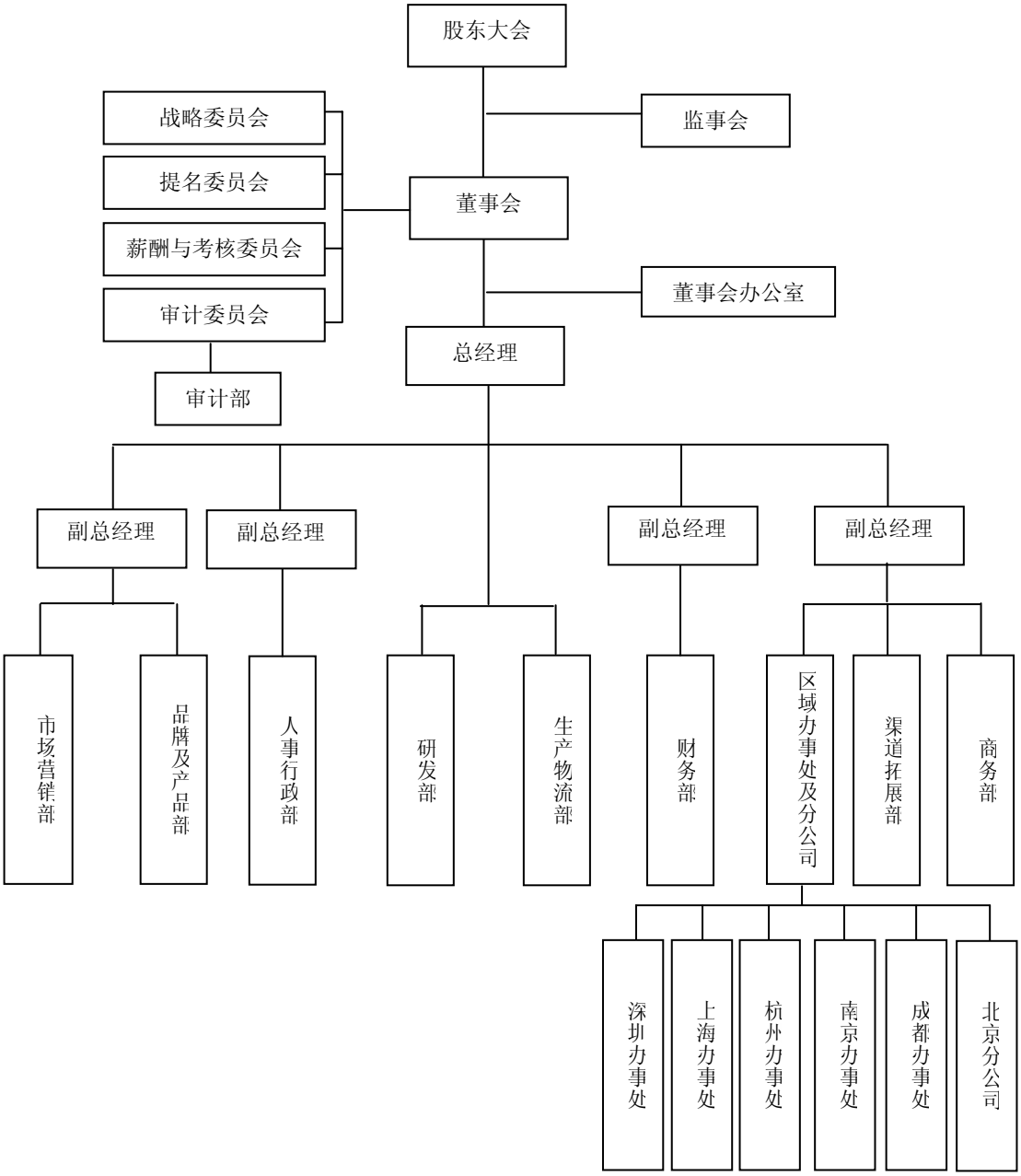
公司成立以来，设立了独立的财务部门，并按照业务要求配备相关的财务人员。公司按其规定制定了规范的财务会计制度，并据此进行公司的财务收支和经营核算。公司拥有独立的银行账号并独立纳税，公司与股东及其关联企业保持了财务独立，能独立进行财务决策。

三、发行人组织结构

（一）发行人外部股权结构图


布献伟先生
李枫女士
李军、余晖等
42 个自然人
张振华先生
廖晓莉女士
5.17%
12.71%
56.25%
14.66%
11.21%
深圳市戈尔登
投资有限公司
陈克让先生
黄晓峰先生
黄元忠先生
孙晓玲、杨颖、
张文凯、吴文峰
26.75%
26.75%
30.20%
6.44%
9.86%
深圳市方直科技股份有限公司
100%
100%
连邦信息
北京分公司

（二）发行人内部组织结构



（三）公司主要职能部门介绍

1、市场营销部

负责市场推广、组织市场信息的收集与分析，对市场的现状及发展趋势进行评估和预测，为公司营销决策、产品决策提供信息支持等方面的工作。

2、品牌及产品部

负责公司的品牌建设、推广、宣传及维持等工作；对公司的产品进行分类、管理、市场预测和售前演示；同时，负责公司产品及技术的售前、售中、售后服务，及时解决和处理客户投诉。

3、人事行政部

负责制定并组织实施公司的人力资源战略规划；负责制定薪酬及绩效管理标准并负责人员招聘、培训、晋升等管理工作；负责制定公司各种规章管理制度并贯彻执行。

4、研发部

负责公司产品的研发及网络平台的建设，跟踪、研究产品、技术的最新发展趋势，并及时制定并实施相应的研发计划；组织开展教学研究与交流；进行教学资源库、素材库的开发。

5、生产物流部

负责产品的包装、供应、采购、配送等工作。制定生产采购计划，编制仓储、采购、物流的工作规范及作业流程，并监督实施；负责制定、完善安全防范措施及产品的接货、验收、存储等工作。

6、财务部

负责公司资金管理、预决算、税务管理、资产管理等工作；负责公司的账务核算，制定资金结算规章制度及业务流程，保证资金的安全与完整；编制年度资金使用计划，并监督执行；负责公司税务核算及汇算清缴等工作。

7、区域办事处

根据公司年度销售计划，组织实施区域内年度销售计划；协助市场部在区域内进行市场推广、收集市场需求信息及客户反馈意见，并及时向总部反映；负责区域内经销商、代理商的维护等工作。

8、渠道拓展部

负责公司销售渠道的拓展、开发及建设、维护。制定渠道销售政策、建立渠道销售团队；根据公司的发展战略目标，制定渠道体系的建设规划及年度任务并组织实施；负责与各地电教社、出版社、教育局等相关部门建立良好的合作关系。

9、商务部

负责制定公司的商务政策及业务流程，并组织实施；对公司经营业绩进行统计分析、预测，向公司管理层提供决策及管理依据和建议；负责公司各项业务合同的签订、变更、执行、终止等工作。

10、审计部

负责对公司内部机构、控股子公司及内部控制制度的完整性、合理性及有效性进行检查和评估；负责对公司具有重大影响的会计资料、其他有关经济资料以及所反映的财务收支及有关的经济活动的合法性、合规性、真实性和完整性进行审计，并及时向审计委员会报告审计过程中发现的问题。

（四）控股子公司

截至本招股说明书签署日，本公司仅有一家控股子公司，持股比例为 100%，不存在其他参股公司。

1、连邦信息的基本情况

深圳市连邦信息技术有限公司成立于 1996 年 4 月 12 日，注册地址为深圳市福田区上步工业区 306 栋西侧首层。目前连邦信息法定代表人为陈克让，实际控制人为黄元忠。公司早期主要从事销售通用软件，包括操作系统、办公软件、数据库、数据安全软件的销售。2006 年，公司转向为客户提供高附加值的邮件软件系统及安全整体解决方案，向客户提供系统安全咨询、系统安全评估、邮件安全解决方案、自定义开发、部署、调优、售后服务等全方位的服务。

公司设立时注册资本人民币 30 万元，由方直有限、刘浪共同出资设立，其中，刘浪出资人民币 15 万元，方直有限出资人民币 15 万元。设立出资经深圳市一飞会计师事务所“深飞验字（1996）第 0065 号”验资报告验证。设立时的股权结构如下所示：

序号	股东名称	出资额（万元）	占股权比例
1	方直有限	15	50%
2	刘浪	15	50%
	合计	30	100%

1996 年 5 月 10 日，经股东会决议，公司增加注册资本 10 万元，其中新股东深圳市科田计算机系统有限公司出资 10 万元。本次增资经深圳市民孚会计师事务所“深民会所验字[1996]C125 号”验资报告验证。增资后的股权结构如下表所示：

序号	股东名称	出资额（万元）	占股权比例
1	方直有限	15	37.5%

2	刘浪	15	37.5%
3	深圳市科田计算机系统有限公司	10	25%
	合计	40	100%

2006 年 3 月 29 日，经股东会决议，刘乙丁（曾用名：刘浪）将持有连邦信息 37.5%的股权以人民币 15 万元的价格转让给方直有限，双方签订了《股权转让协议》，该协议经“深高交所见（2006）字第 688 号”《股权转让见证书》见证。本次股权转让变更后的股权结构如下表所示：

序号	股东名称	出资额（万元）	占股权比例
1	方直有限	30	75%
2	深圳市科田计算机系统有限公司	10	25%
	合计	40	100%

2007 年 4 月 30 日，经股东会决议，深圳市科田计算机系统有限公司清算组将持有连邦信息 25%的股权以 10 万元的价格转让给缪洪。双方签订了《股权转让协议》，该协议经“深高交所见（2007）字第 2276”《股权转让见证书》见证。

2007 年 6 月 6 日，经股东会决议，缪洪将持有连邦信息 25%的股权以人民币 10 万元的价格转让给方直有限，双方签订了《股权转让协议》，该协议经“深高交所见（2007）字第 3225 号” 《股权转让见证书》见证，连邦信息成为方直有限的全资子公司。

2007 年 7 月 3 日，经股东会决议，连邦信息注册资本增加至 200 万元，该次增资经深圳嘉达信会计师事务所“深嘉达信验字[2007]109 号”验资报告验证。

截至 2009 年 12 月 31 日，连邦信息共有员工 15 人。公司已按国家有关法律法规的规定，为全体员工足额缴纳养老保险、工伤保险、失业保险、医疗保险。

2、连邦信息资产总额、营业收入和利润总额占发行人重组前一个会计年度数据的百分比

单位：万元

项目	连邦信息	方直科技	连邦信息相关项目占方直科技的比例
2005 年 12 月 31 日总资产	307.33	627.40	48.98%
2005 年营业收入	944.10	297.65	317.18%
2005 年利润总额	-4.63	2.19	-211.42%

2005 年末连邦信息总资产相当与方直科技的 48.98%，2005 年度营业收入和利润总额分别为方直科技的 317.18%、-211.42%。方直科技在增持连邦信息股权前，连邦信息主要从事通用正版软件（如操作系统、杀毒软件等）的代理销售及服务，资产规模较小，且处于亏损状态。连邦信息 2005 年营业收入较大，且超过方直科技的 100%，主要由于其业务为代理销售通用软件，当时无软件二次开发业务。连邦信息并入方直科技后，对公司净资产规模及盈利能力影响较小；尽管其营业收入在 2005 年超过方直科技营业收入的 100%，但收购完成已超过三个完整会计年度，符合《证券期货法律适用意见【2008】第 3 号》的要求；本次收购对发行人最近两年内主营业务和董事、高级管理人员均无重大影响。

3、收购对发行人目前和将来业务模式及经营业绩的影响，连邦信息业务与发行人业务的关系

（1）收购连邦信息对发行人目前和将来业务模式及经营业绩的影响

在收购前，连邦信息主要从事正版软件的代理销售及服务，资产规模较小，且处于亏损状态。被收购后，连邦信息利用母公司的开发平台和技术人员，将经营重点转向邮件系统二次开发和相关邮件信息安全的 IT 服务。因其主要从事邮件系统二次开发业务，其收入规模相对较大，但其总资产、净资产及净利润规模都较小，对发行人资产及收益影响都较小。

近三年，连邦信息主要财务指标情况如下：

单位：万元

项目	2009-12-31	2008-12-31	2007-12-31
连邦信息总资产	427.93	1,128.26	684.61
占合并总资产比例	7.25%	29.58%	28.76%
连邦信息净资产	316.08	210.45	200.57
占合并净资产比例	5.99%	7.97%	15.50%
项目	**2009 年度**	**2008 年度**	**2007 年度**
连邦信息营业收入	1748.91	1,421.89	695.87
占合并营业收入比例	29.03%	33.48%	26.13%
连邦信息净利润	105.63	9.88	52.57
占合并净利润比例	4.39%	0.72%	5.29%

（2）连邦信息业务与发行人业务的关系

连邦信息的主要软件产品与金太阳教育软件业务为源于相同的开发技术、经同一开发平台、开发工具和研发团队完成的产品；两者在技术和研发上密切相关并形成研发上的上下游关系，在渠道上相互共享。

金太阳教育软件业务产品为公司完全自主研发；连邦信息主要软件产品的二次开发是公司将金太阳教育软件业务领域积累的开发技术、开发平台和人才在二次开发领域的延伸运用，目前主要运用于邮件软件系统及其解决方案为基础平台的二次开发，连邦信息软件产品为母公司产品和技术的增值扩充。

4、刘乙丁、缪洪的基本情况

刘乙丁（曾用名刘浪），性别男，1965 年出生，中国国籍，大学本科学历，原名刘浪，于 1996 年更名为刘乙丁。现无对外投资单位。1986 年至今，先后任职重庆市经济信息中心科员、花旗银行深圳分行工程师、深圳市连邦软件有限公司经理、杭州海康威视数字技术股份有限公司南宁分公司经理。

缪洪，性别男，1964 年出生，中国国籍，硕士研究生学历，现持有深圳市迪飞亚科技有限公司 40%股份。1988 至今，先后任职中国长城计算机（深圳）发展公司工程师、深圳市科田计算机系统有限公司董事长兼总经理、深圳市迪飞亚科技有限公司担任董事长兼总经理。

刘乙丁、缪洪与发行人及主要股东、董事、监事、高级管理人员不存在关联关系。

（五）分公司

深圳市方直科技股份有限公司北京分公司由原北京办事处于 2009 年 9 月 1 日变更设立，分公司负责人为李军，营业场所：北京市丰台区西四环南路 55 号，经营范围：计算机软硬件及其网络系统工程；视频图像通讯系统软件的开发、销售及其技术服务；电子产品的开发、销售。

四、持有发行人 5%以上股份的主要股东及实际控制人

（一）持有发行人 5%以上股份的主要股东

截至本招股说明书签署日，持有本公司 5%以上股份的主要股东包括黄元忠先生、陈克让先生、黄晓峰先生和深圳市戈尔登投资有限公司。

黄元忠 先生

中国国籍，无境外永久居留权，身份证号为 42011119641117****，现住所为广东省深圳市福田区。黄先生系本公司主要创始人之一，历任方直有限执行董事、总经理，目前持有本公司 996.5330 万股，占股权比例 30.20%，现任本公司董事长兼总经理，系本公司之控股股东、实际控制人。

详细个人简历参见本招股说明书第八节“董事、监事、高级管理人员与其他核心人员”之“董事会成员”部分。

陈克让 先生

中国国籍，无境外永久居留权，身份证号为 42010619651212****，现住所为广东省深圳市福田区。陈先生系本公司主要创始人之一，历任方直有限副总经理，目前持有本公司 882.7355 万股，占股权比例 26.75%，现任本公司董事兼副总经理。

黄晓峰 先生

中国国籍，无境外永久居留权，身份证号为 11010819680615****，现住所为北京市海淀区。黄先生系本公司主要创始人之一，历任方直有限副总经理，目前持有本公司 882.7355 万股，占股权比例 26.75%，现任本公司董事兼副总经理。

深圳市戈尔登投资有限公司

成立于 2009 年 4 月，注册地为深圳，注册资本 232 万元，设立时股东为 47 位自然人，系公司监事、其他核心人员及骨干员工，共计持有 100%的股权。2009 年 9 月，员工秦伟将持有戈尔登 0.65%的股权以人民币 1.5 万元的价格转让给李枫，该次转让经深圳国际高新技术产权交易所以“深高交所见（2009）字第 08704 号”《股权转让见证书》见证，戈尔登目前有 46 位自然人股东，具体情况如下表：

序号	姓名	出资额(万元)	持股比例（%）	本人及近亲属对外投资情况
1	张振华	34	14.66%	—
2	李枫	29.5	12.71%	—
3	廖晓莉	26	11.21%	—
4	布献伟	12	5.17%	—

序号	姓名	出资额(万元)	持股比例（%）	本人及近亲属对外投资情况
5	李　军	10	4.31%	—
6	余　晖	8	3.44%	—
7	杨正华	7	3.02%	—
8	胡文魁	7	3.01%	—
9	秦　军	7	3.01%	—
10	武文静	6	2.59%	—
11	周国良	6	2.59%	—
12	刘秀芳	6	2.59%	—
13	楼琳娜	6	2.59%	—
14	刘　辉	6	2.59%	—
15	唐婷娜	4	1.72%	—
16	姚　林	4	1.72%	—
17	全　丽	3.5	1.51%	—
18	罗广英	3	1.29%	—
19	何　亮	3	1.29%	—
20	庄　喆	3	1.29%	—
21	雷林斌	3	1.29%	—
22	蒙　海	2.5	1.08%	—
23	王亚军	2	0.86%	—
24	刘　曙	2	0.86%	—
25	何　源	2	0.86%	—
26	刘　珺	2	0.86%	—
27	杨开勇	2	0.86%	—
28	谭维维	2	0.86%	—

序号	姓名	出资额(万元)	持股比例（%）	本人及近亲属对外投资情况
29	李　斌	1.5	0.65%	—
30	李　平	1.5	0.65%	—
31	柴剑峰	1.5	0.65%	—
32	黄净宇	1.5	0.65%	—
33	杨知嘉	1.5	0.65%	—
34	罗　浩	1.5	0.65%	—
35	艾倩兰	1.5	0.65%	—
36	周　婷	1.5	0.65%	—
37	黄明涛	1.5	0.65%	—
38	张敬忠	1.5	0.65%	—
39	马志良	1.5	0.65%	—
40	肖　红	1	0.43%	—
41	邱　闯	1	0.43%	—
42	梁美香	1	0.43%	—
43	钟声慧	1	0.43%	—
44	宾　勇	1	0.43%	—
45	张　鹏	1	0.43%	—
46	陈蔓梅	1	0.43%	—
	合计	232	100%	—

戈尔登的主要业务为对本公司的投资，截至 2009 年 12 月 31 日，戈尔登总资产 232.04 万元，净资产 231.34 万元。2009 年净利润-0.66 万元。以上数据未经审计。

（二）实际控制人及其控制的其他企业

公司实际控制人为黄元忠先生，其除持股方直科技外，不存在其他经营性资

产及对外投资的情形。

（三）控股股东和实际控制人直接或间接持有发行人的股份是否存在质押或其他有争议的情况

截至本招股说明书签署之日，本公司控股股东和实际控制人黄元忠先生持有的本公司股份不存在质押、冻结或其他有争议的情况。

（四）为保持控制权稳定而采取的措施

在报告期内发行人的控制权稳定，黄元忠一直为公司实际控制人。但公司股权相对较为分散，公司及股东已采取以下措施以加强控制权的稳定性：

1、股份锁定的承诺

控股股东及实际控制人黄元忠及其他两位主要股东黄晓峰、陈克让承诺：自本公司股票在证券交易所上市交易之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理其本次发行前已持有的本公司股份，也不由本公司收购其持有的股份，承诺期限届满后，上述股份可以上市流通和转让。

2、不一致行动及不增持股份的承诺

黄晓峰、陈克让承诺：二人为各自独立的自然人股东，相互之间不存在关联关系，在作为发行人股东期间，不签署任何一致行动协议或类似安排，不相互转让股份，公司上市后不通过二级市场增持股份以成为第一大股东，不会做出有损发行人实际控制权及经营稳定、整体利益的行为。

五、发行人股本的情况

（一）发行人本次发行前后股本情况

本次发行前总股本 3,300 万股，本次拟发行 1,100 万股，发行后总股本为 4,400 万股，本次拟发行的社会公众股占发行后总股本的 25%。

（二）前十名股东

单位：万股

序	股东姓名	发行前	发行后

号		所持股份	持股比例	所持股份	持股比例
1	黄元忠 先生	996.5330	30.20%	996.5330	22.65%
2	黄晓峰 先生	882.7355	26.75%	882.7355	20.06%
3	陈克让 先生	882.7355	26.75%	882.7355	20.06%
4	戈尔登	212.6722	6.44%	212.6722	4.83%
5	孙晓玲 女士	113.4144	3.44%	113.4144	2.58%
6	杨颖 女士	106.0803	3.21%	106.0803	2.41%
7	张文凯 先生	89.8294	2.72%	89.8294	2.04%
8	吴文峰 先生	15.9997	0.49%	15.9997	0.36%
9	社会公众股东	—	—	1100.0000	25%
	合　计	3,300	100%	4,400	100%

（三）前十名自然人股东持股及在发行人任职情况

截至本招股说明书签署日，本公司共有股东 8 名，其中自然人股东 7 名，法人股东 1 名。本公司自然人股东持股及在本公司任职情况如下表所示。

序号	股东姓名	持股数（万股）	持股比例	任职情况
1	黄元忠 先生	996.5330	30.20%	董事长兼总经理
2	黄晓峰 先生	882.7355	26.75%	董事兼副总经理
3	陈克让 先生	882.7355	26.75%	董事兼副总经理
4	孙晓玲 女士	113.4144	3.44%	副总经理、财务总监兼董事会秘书
5	杨颖 女士	106.0803	3.21%	副总经理
6	张文凯 先生	89.8294	2.72%	副总经理
7	吴文峰 先生	15.9997	0.49%	无任职
	合　计	3087.3278	93.56%	--

（四）国有股份、外资股份及战略投资者情况

目前公司股份中无国有股份、外资股份，无战略投资者。

（五）最近一年发行人新增股东情况

1、新增法人股东

2009 年 5 月 25 日，经方直有限股东会决议，同意深圳市戈尔登投资有限公司以货币资金232万元对方直有限增资，其中55.53万元为注册资本，其余176.47万元为资本公积。

此次增资后，戈尔登作为新增股东，持有公司 6.44%的股权。戈尔登无实际控制人，主要股东系公司监事及骨干员工，其主要股东持股情况如下：张振华先生，持有戈尔登 14.66%的股权，为第一大股东；李枫女士持有戈尔登 12.71%的股权；廖晓莉女士持有戈尔登 11.21%的股权；布献伟先生持有戈尔登 5.17%的股权。

截至本招股说明书签署日，戈尔登持有本公司股票数量未发生变化。

（1）本次增资的定价依据及资金来源

戈尔登增资价格以方直有限每元注册资本对应净资产为基础确定。方直有限截至 2008 年 12 月 31 日经审计的净资产为 2,641.92 万元，注册资本 806.12 万元，每元注册资本对应的净资产为 3.28 元；戈尔登投资 232 万元，持有注册资本 55.53 万元，每元注册资本作价 4.18 元，相比溢价 27%。

戈尔登出资全部来源于其注册资本金。戈尔登股东由 46 名自然人组成，均为方直有限的监事、核心技术人员及骨干员工，在方直科技的平均工作年限为 4.49 年，平均出资额为 5.04 万，员工出资均来源于其工资报酬所得。所有股东均同股同价，不存在同次增资或股权转让价格不一致的情形；股东全部为公司员工，员工持股比例参考其在公司工作年限、职位、对公司贡献等因素确定，不存在委托持股和信托持股情形，亦不存在利益输送的情形。

（2）本次增资对本公司财务结构、公司战略、未来发展的影响

本次共增资 232 万元，占注册资本比例为 6.44%，增资额占增资后净资产的比例亦较小；本次增资对公司财务结构影响较小。

公司发展离不开一支稳定、优秀的人才队伍；人才及技术也正是公司的核心竞争优势之一。本次股权激励涵盖公司核心管理、技术人员及骨干员工，将对保持公司经营管理层和核心技术人员的稳定性、增加员工的归属感和提高员工的积

极性、增强公司的凝聚力产生巨大的促进作用，并对实现公司发展战略和发展目标产生深远而重要的影响。

（3）股权激励的目的和基本方案

公司的业务性质决定了员工是公司的最大财富，并在公司的成长、发展和壮大的过程中发挥着关键性的作用。实施股权激励，一方面是让员工分享公司发展成果；同时，也是为了公司的长远发展。

股权激励方案的核心内容为确定激励对象、激励方式及股份数量、股权作价。激励对象：激励对象涵盖了公司董事、监事、其他核心人员及骨干员工。激励方式及股份数量：本次激励以间接持股为主，即通过设立员工持股公司持有股份，对于少数高级管理人员实施直接持股。激励股份的数量根据以下原则确定：①在公司工作的职务、岗位、工作年限及其对公司的认同度、历史贡献大小；②工作能力及其未来的发展前景；③员工的实际出资能力。股权作价：在方直有限 2008 年 12 月 31 日净资产基础上溢价 27%确定，每元注册资本作价 4.18 元。

2、新增自然人股东

2009 年 5 月 25 日，经方直有限股东会决议，同意黄元忠和黄晓峰分别将其 1.7%和 1.2%的股权转让给张文凯，转让价格分别为 57.9936 万元和 40.0046 万元；黄晓峰和陈克让分别将其 2.972%和 0.7%的股权转让给孙晓玲，分别将其 0.259%的股权转让给吴文峰，转让给孙晓玲的价格分别为 96.9966 万元和 24.0034 万元，转让给吴文峰的价格分别为 18 万元；陈克让将其 3.472%的股权转让给杨颖，转让价格为 113 万元。

截至本招股说明书签署日，上述 4 个新增股东持有本公司股票数量均未发生变化。

（1）新增4名自然人股东最近5年的简历

张文凯： 1968 年生，中国国籍，无永久境外居留权，身份证号 43020219680121****，专科学历。曾任株洲汽车制造厂技术员。1993 年加入本公司；2005 年 1 月-2006 年 1 月任公司市场部经理；2006 年 2 月至今任公司市场总监、副总经理。

孙晓玲： 1972 年生，中国国籍，无永久境外居留权，身份证号码为

51022219720711****，本科学历，会计师。曾任西南铝业集团有限公司财务处会计，深圳融信会计师事务所项目经理，深圳菲莫斯实业有限公司审计部经理。1999年加入本公司；2005年1月-2006年1月任公司财务部经理；2006年2月-2009年6月任公司财务总监兼财务部经理；2009年6月至今任公司财务总监、副总经理、董事会秘书。

杨颖：1964年生，中国国籍，无永久境外居留权，身份证号码为51021519640322****，专科学历。曾任重庆建安公司经济员，中国长城计算机集团深圳昆仑公司会计。 1996年加入本公司；2005年1月-2006年1月任公司行政人事经理；2006年2月至今任公司行政人事总监、副总经理。

吴文峰：1971年生，中国国籍，无永久境外居留权，身份证号36010219710302****，本科学历。1993年1月—2000年6月，中国建设银行东莞分行任职员；2000年6月至今，深圳市商业银行（2007年变更为平安银行）任客户经理。

（2）新增4名自然人股东受让股份的资金来源及其合法性

张文凯、孙晓玲、杨颖和吴文峰四自然人股东受让股权的价格分别为98.00万元、121.00万元、113.00万元和36.00万元。四自然人股东在深圳工作10年以上，出资均来源于其工资报酬、业务提成、投资收益等所积累的自有资金；不存在由发行人或其股东提供借款或代缴出资等财务支持的情形，亦不存在委托持股、信托持股等情形；资金来源合法合规。

（3）新增股东之间及其与发行人、发行人控股股东及实际控制人、发行人董事、监事、高级管理人员、本次发行的中介机构及其签字人员之间的关系

四自然人股东中，张文凯、孙晓玲、杨颖为公司高级管理人员，在公司任职10年以上；除此之外，与发行人控股股东及实际控制人、发行人董事、监事、高级管理人员、本次发行的中介机构及其签字人员之间不存在其他关联关系。

自然人股东吴文峰长期在银行工作，具有良好的社会关系及丰富的中小企业融资管理经验。吴文峰与黄晓峰、陈克让早在1997年通过业务合作认识，后持续为公司的资金管理、引进管理顾问等提供咨询，对公司发展提供较大帮助，并与公司股东黄晓峰、陈克让之间建立良好的关系。除此之外，吴文峰与发行人、发行人控股股东及实际控制人、发行人董事、监事、高级管理人员、本次发行的中

介机构及其签字人员之间不存在其他关联关系。

（六）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

截至本招股说明书签署日，本公司股东之间不存在关联关系。

（七）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

承诺Ⅰ、本公司股东黄元忠、黄晓峰、陈克让、张文凯、孙晓玲、杨颖、吴文峰、深圳市戈尔登投资有限公司承诺：自本公司股票在证券交易所上市交易之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理其本次发行前已直接或间接持有的本公司股份，也不由本公司收购其直接或间接持有的股份。

承诺Ⅱ、本公司监事张振华、布献伟、杨正华通过深圳市戈尔登投资有限公司间接持有本公司股份，张振华、布献伟、杨正华承诺：上述承诺Ⅰ锁定期届满后，在本人任职期间，每年转让通过深圳市戈尔登投资有限公司间接持有的发行人股份不超过本人间接持有的发行人股份总数的25%，离职后半年内不转让间接持有的发行人股份。

承诺Ⅲ、担任本公司董事、高级管理人员的股东黄元忠、黄晓峰、陈克让、张文凯、孙晓玲、杨颖承诺：上述承诺Ⅰ锁定期届满后，在本人任职期间，每年转让的发行人股份不超过本人直接或间接持有的发行人股份总数的百分之二十五；在离职后半年内，不转让直接或间接持有的发行人股份。

承诺期限届满后，上述股份可以上市流通和转让。

（八）内部职工股情况

发行人未发行过内部职工股。

（九）工会持股、职工持股会持股、信托持股、委托持股等情况

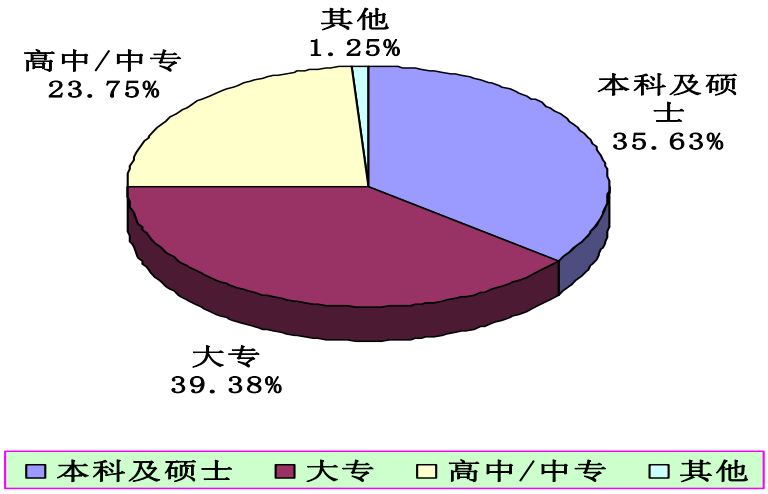
发行人不曾存在工会持股、职工持股会持股、信托持股、委托持股或股东数量超过200人的情况。

六、发行人员工及其社会保障情况

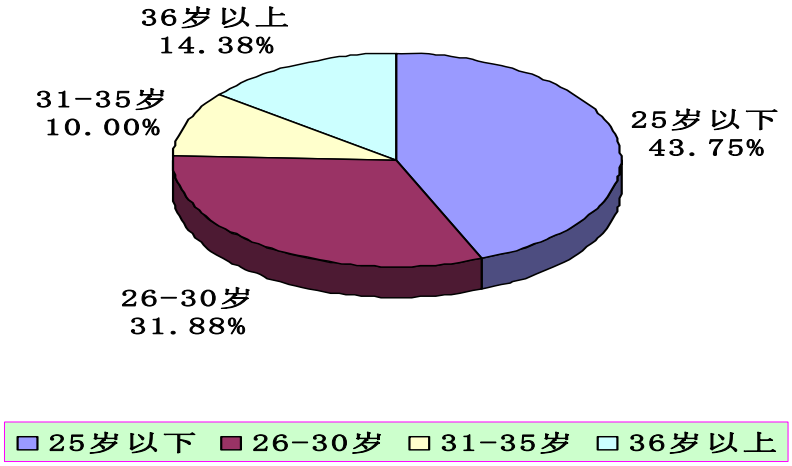
（一）员工情况

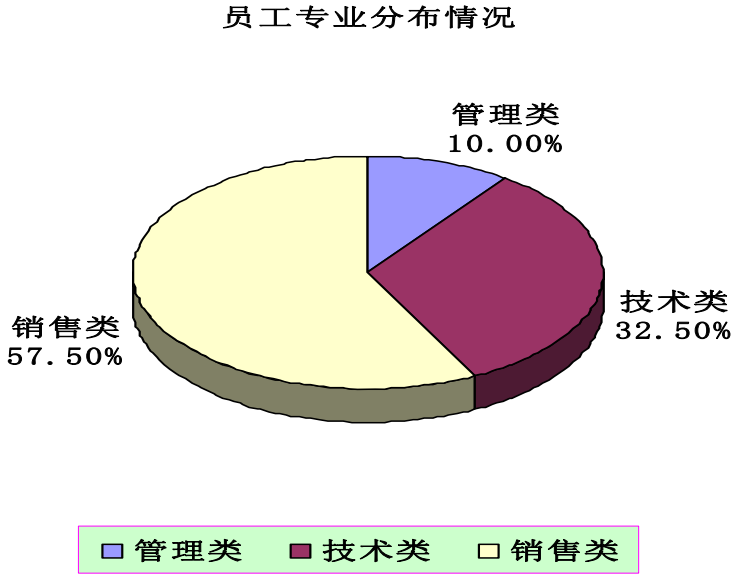
根据发展的需要，公司制定了人力资源发展规划，近三年吸收接纳了一批技术研发人员和应届毕业大学生。截至 2009 年 12 月 31 日，本公司员工总数 160 人，年龄结构、受教育结构及专业结构如下。

受教育情况



年龄分别情况





（二）人力资源制度建设情况

本公司制定了一整套的人力资源管理制度，对员工招聘程序、职务薪资、职业培训、绩效考核、内部调动等进行了详细规定。本公司实行全员劳动合同制。按照《劳动法》和深圳市政府有关规定，所有员工加入社会保障体系，由本公司统一缴纳社会养老、工伤、失业、医疗保险。

（三）公司执行社会保险情况

1、发行人及其子公司的员工及其社保缴纳情况

报告期内，发行人及其子公司与所有员工均签订有劳动合同，并按照相关法律、法规及地方性规定的要求按时缴纳社会保险；发行人及其子公司尚未办理住房公积金的开户及缴存手续，但每月均向员工发放了住房补贴。截至 2009 年 12 月 31 日，发行人拥有员工 145 名，报告期内其社保缴纳情况如下：

年份	应缴金额（元）	实缴金额（元）	是否存在欠缴情形
2006年	158,301.67	158,301.67	否
2007年	284,820.10	284,820.10	否
2008年	410,137.67	410,137.67	否
2009年	459,281.60	459,281.60	否

截至 2009 年 12 月 31 日，发行人子公司连邦信息拥有员工 15 名，报告期内其社保缴纳情况如下：

年 份	应缴金额（元）	实缴金额（元）	是否存在欠缴情形
2006年	65,005.88	65,005.88	否
2007年	54,080.99	54,080.99	否
2008年	53,049.63	53,049.63	否
2009年	74,511.77	74,511.77	否

2、相关部门出具的无违规证明及股东承诺情况

根据深圳市人力资源和社会保障局出具的证明，发行人及其子公司在 2006 年 1 月至 2009 年 12 月期间不存在因违反劳动法律法规而受到劳动保障部门处罚的情形。

由于深圳市尚未依照国务院《住房公积金管理条例》及《关于住房公积金管理若干具体问题的指导意见》（建金管[2005]5 号）制订有关住房公积金管理的具体实施办法，公司未为职工缴纳住房公积金，但在给职工发放工资的同时发放住房补贴，且发放补贴的标准不低于应缴纳住房公积金的标准。

针对上述情况， 发行人主要股东黄元忠先生、黄晓峰先生、陈克让先生出具《承诺函》，承诺：如应有权部门要求，发行人需为员工补缴住房公积金、或因未为员工缴纳住房公积金而受到任何处罚或需支付其他费用的，其将在无需发行人支付任何对价的情况下及时、无条件、全额承担应缴纳的税款及/或由此产生的所有相关费用。

七、主要股东及董事、监事、高级管理人员做出的重要承诺

（一）关于股份锁定的承诺

本公司持股 5%以上的主要股东以及作为股东的董事、监事、高级管理人员已就其所持股份的流通限制做出自愿锁定股份的承诺，详细情况参见本节“五、（七）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”部分。

（二）主要股东关于避免同业竞争的承诺

本公司控股股东、实际控制人黄元忠先生及持有 5%以上股份的主要股东陈克让先生、黄晓峰先生、深圳市戈尔登投资有限公司分别出具了《避免同业竞争承诺函》，详细情况参见本招股说明书第七节“同业竞争与关联交易”部分。

第六节　业务和技术

一、主营业务及主要产品

（一）主营业务

本公司主要从事中小学同步教育软件的研发、设计、销售及持续服务。公司基于在教育服务行业的深厚积淀、凭借较强的研发设计能力以及对教育教学需求的深刻理解，以中小学教师及学生的教学需求为导向，以提升中小学教育质量为驱动，以信息技术的普及和运用为依托，将先进的教学理念、科学的教学方法和信息技术有机结合，为广大中小学教师与学生提供反馈交互式的同步教育软件及服务。公司产品销售规模及市场占有率居于国内同行业前列且逐年提升。

公司从成立至 1997 年期间，主要从事计算机电子排版系统软件的开发和销售。自 1998 年开始，公司主营业务转为中小学同步教育软件的研发、设计、销售及持续服务，至今主营业务未发生变化。

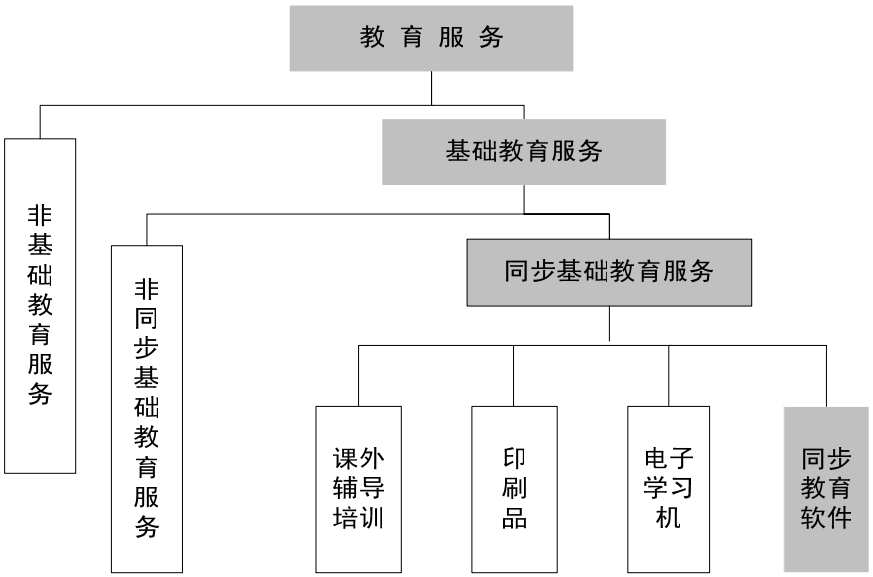
（二）主要产品

产品分类		产品介绍	主要产品
学生类产品	学生教材配套软件	教材配套类产品与国内十多个版本的最新中小学教材同步配套。该类产品主要服务于学生自学并培养学生的学习兴趣和学习能力。	本公司已实现与人教版、外研版、北师大版、冀教版、江苏译林版、牛津上海版、广东版、广州版、深圳版等多个教材版本的中小学教材同步配套。
	网络在线教育	网络在线教育是本公司正全力打造的集企业宣传、电子商务、在线教育为一体的教育门户网站。旨在为学生提供在线学习、练习、测试、评价、交流等增值服务。	包括《金太阳分站式销售系统（教育商城）》、《金太阳同步课堂》、《金太阳教育资源》等应用系统，以及《方直统一用户管理系统》、《方直收费系统》等基础支撑系统。
教师类产品	教师用书配套软件	本公司为部分教师用书提供配套软件，以提高教学质量和效率，减轻教师备课负担。	包括广东版、广州版、深圳版、沈阳版、上海版、PEP 版、江苏版、河北版教参配套发行软件 8 个版本。
	教学资源类产品	教学资源类产品为学校和教师提供系统、专业的教学资源和教学工具。产品从一线教师的实际需求出发，为广大教师的课堂教学提供丰富的素材库。	教学资源类产品主要有《金太阳英语教学资源软件》、《金太阳小学英语课件网络版》、《金太阳课件制作软件》等。

二、行业基本情况

根据教育过程的阶段性特点，大学及更高阶段具有专业倾向的各类教育称为专业教育，大学之前侧重基础知识的中小学教育称为基础教育。基础教育包括九年义务教育和普通高中教育。

同步基础教育服务是以现行的中小学教材为中心和基准，以中小学教师教学及学生学习需求为导向，为教育过程提供学习、管理、评价、工具等产品和服务的总称，包括课外辅导培训、印刷品（书籍、报刊、杂志等）、电子学习机、同步教育软件四大类。



本公司属于同步基础教育服务行业中的同步教育软件细分行业。同步教育软件行业以信息技术的普及和运用为依托，为教师和学生提供反馈交互式的教育服务类产品。

（一）行业管理概况

1、行业主管部门和监管体制

目前本公司同步教育服务类产品大多以软件为载体，软件企业认证业务主管部门是工业和信息化部。

工业和信息化部对全国软件产业实行行业管理和监督，组织协调并管理全国软件企业认定工作。工业和信息化部负责全国软件产品的管理，其主要职责包括

制定并发布软件产品测试标准和规范；对各省、自治区、直辖市登记的国产软件产品备案；指导并监督、检查全国各地的软件产品管理工作；授权软件产品检测机构，按照我国软件产品的测试标准及规范，进行符合性检测；制定全国统一的软件产品登记号码体系、制作软件产品登记证书；发布软件产品登记通告。

工业和信息化部会同国家发改委、科技部、国家税务总局等有关部门制定软件企业认证标准。软件企业的认证和年审由经上级信息产业主管部门授权的地（市）级以上的软件行业协会或相关协会具体负责，先由行业协会初选，报经同级信息产业主管部门审核，并会签同级税务部门批准后正式公布。

软件著作权登记的业务主管部门是国家版权局中国版权保护中心和中国软件登记中心。由国家版权局授权中国软件登记中心承担计算机软件权登记工作。

2、行业相关政策

中小学同步教育软件行业为教育现代化和信息技术快速发展过程中逐步演变发展起来的一个细分行业，该细分行业一般以软件为载体，涉及教育、软件、出版、动漫等多个领域，因而行业相关政策也涉及多个领域。

（1）教育行业相关政策

早在 1995 年《中共中央国务院关于加速科学技术进步的决定》首次提出了“科教兴国战略”。科教兴国战略把科技与教育结合在一起，作为振兴国家的根本战略，把我国的教育事业与我国的现代化更紧密地联系起来。近年来，为了推进中国教育业信息化发展，国家相继出台一系列政策和法规，为信息化教育服务行业营造了较好的外部经济环境。

序号	法律法规或政策名称	发布形式/文件编号	文件内容/政策导向
1	《中共中央国务院关于深化教育改革全面推进素质教育的决定》	中发[1999]9 号	从 2001 年开始用 5-10 年的时间,在中小学（包括中等职业技术学校）普及信息技教育，在中小学实施“校校通”工程，推进教师教育信息化建设。
2	《教育部关于在中小学普及信息技术教育的通知》	教基[2000]33 号	在中小学开设信息技术必修课的阶段目标是：2001 年底前，全国普通高级中学和大中城市的初级中学都要开设信息技术必修课。

3	《教育部关于积极推进小学开设英语课程的指导意见》	教基[2001]2 号	指出要积极推进小学开设英语课程。2001 年秋季始，全国城市和县城小学逐步开设英语课程；2002 年秋季，乡镇所在地小学逐步开设英语课程。小学开设英语课程的起始年级一般为三年级。教师条件较好的城市或地区，在课堂教学中，应积极利用英语音像媒体鼓励研制开发高质量的英语教学软件，英语师资条件暂不具备的地区，要积极利用英语电视节目、录像带、光盘和录音带等资源，在教师的指导和组织下开展教学活动。
4	《2006—2020 年国家信息化发展战略》	国务院办公厅	在全国中小学普及信息技术教育，建立完善的信息技术基础课程体系，优化课程设置，丰富教学内容，提高师资水平，改善教学效果。推广新型教学模式，实现信息技术与教学过程的有机结合，全面推进素质教育。

（2）软件行业相关政策

国务院办公厅《2006—2020 年国家信息化发展战略》提出，我国信息化发展的战略重点是推进社会信息化和加快教育科研信息化步伐。2009 年初，《电子信息产业振兴规划》从财政、税收优惠与减免、扩大投资、改善软硬件环境等多角度制订了十项政策措施，这些优惠措施将对软件企业带来实质利好。

国家及相关部门对软件相关行业制定了税收优惠政策，根据国务院《关于印发鼓励软件企业和集成电路产业发展苦干政策的通知》（国发[2000]18 号）和财政部、国家税务总局、海关总署《关于鼓励软件产业和集成电路产业发展有关税收问题的通知》（财税[2000]25 号）文有关精神，2010 年底以前，自行开发研制软件产品销售收入按 13%的法定税率计缴增值税，对实际税负超过 3%的部分实行即征即退政策。

（3）出版行业相关政策

根据《国家“十一五”时期文化发展规划纲要》，国家共制定了四十八项与文化产业发展相关的政策和指导方针，文中指出：支持出版物发行企业开展跨地区、跨行业、跨所有制经营，重点发展连锁经营、现代物流和网络书店等现代出版物流通系统，形成若干大型发行集团，建设全国统一、开放、竞争、有序的出版物市场。根据新闻出版总署关于进一步推动新闻出版产业发展的指导意见（新出政发〔2010〕1 号），提出“重点支持语言文字技术、声音技术、图形图像技

术、内容采集与处理技术、知识组织管理技术、协同编辑管理技术等新闻出版产业支撑技术的发展和应用。”。

（4）动漫产业相关政策

2006 年国务院办公厅转发了《财政部等部门关于推动我国动漫产业发展的若干意见》（国办发[2006]32 号），体现出国家对动漫产业的高度重视。《国家“十一五”时期文化发展规划纲要》再次提出，着力发展数字内容和动漫产业，大幅度提高国产动漫产品的数量和质量。2009 年，财政部、国家税务总局联合下发了《财政部、国家税务总局关于扶持动漫产业发展有关税收政策问题的通知》（财税[2009]65 号），国家扶持动漫产业发展的相关税收政策得到了进一步明确。

由于中小学同步教育软件大多以原创动漫形象为蓝本，与教材课程配套，增加了学生学习的兴趣和主动性。动漫产业的振兴有利于同步教育软件业的发展。

（二）行业概况

1、行业市场容量

根据国家教育部统计，2008 年全国共有小学 30.09 万所，在校生 10,331.51 万人，小学教职工 613.29 万人；初中学校 5.79 万所，在校生 5,584.97 万人，初中专任教师 347.55 万人，加上高中在校学生 2,476.28 万人，中小学人数共计约 18,392.76 万人，如此庞大的中小学生人数催生了庞大的市场需求。同步教育软件行业属于朝阳行业，市场远未达到饱和状态，且同步教育软件的需求会随着产品品质的提升不断增长，潜在的市场容量极为庞大。

根据汉鼎咨询提供的《2006 年-2012 年中国中小学同步教育服务细分市场研究及重点企业竞争力深度调研报告》，在综合分析家庭教育支出现状、同步教育软件需求的普遍性特性以及未来消费发展趋势等基础上，测算潜在学生的人均消费水平，并以此计算出潜在的市场容量，预计同步教育软件单一学科潜在的市场容量达 183.93 亿元。

根据汉鼎咨询统计，2008 年全国中小学同步教育服务市场容量高达 420 亿元，包括同步教育软件、课外辅导培训市场、电子学习机。该市场容量还不包含教辅材料（印刷品），中国教辅材料每年大约有 500 亿元的市场规模。随着教育产业市场需求的逐步释放，中小学同步教育服务市场容量将呈现快速增长趋势，

每年市场规模增长率将达到 20%以上，预计 2012 年全国中小学同步教育服务市场容量将高达 990 亿元。

我国中小学同步教育服务市场的快速发展是在我国教育产业市场快速发展的大环境下出现的。随着我国教育消费观念的进一步加强，预计 2009-2012 年我国中小学同步教育服务市场规模仍将维持高速增长。

图：中小学同步教育服务市场规模（不包含教辅材料）

资料来源：《2006 年-2012 年中国中小学同步教育服务细分市场研究及重点企业竞争力深度调研报告》

2、行业特征

（1）市场远未达到饱和状态

我国中小学生人数众多，潜在市场需求巨大，由于同步教育软件行业属于朝阳行业，市场远远未达到饱和状态。目前同步教育软件的销售主要集中在经济较为发达、教学配套设施较为完善的一线城市，市场普及率较低。近年来，我国教育事业发展迅速并逐步产业化，但与之相匹配的同步教育软件市场目前还不能满足教育产业发展的需求，市场供需缺口较大。东部发达地区和沿海城市同步教育软件市场发展相对成熟，但在中西部地区由于各种硬件条件的限制，同步教育软件还未大规模渗入，存在较多的市场空白区域有待开发。

（2）市场培育期相对较长

从事教育软件行业首先需要与出版社、教育机构建立长期稳定的合作关系，

教育软件产品提供商与出版社共同推广教材和配套软件，并在教材推广过程中培训教师，由一线教师对同步配套软件产品进行检测和评估。只有切实提高教学质量和教学效率的配套软件才会得到教师的认同并将产品运用到课堂教学中，而教师的消费偏好往往会直接影响到学生的消费需求，通过需求传导实现客户群体的稳定增长。消费的传导需要时间积累，因此，该行业市场培育期相对较长。

（3）品牌忠诚度较高

同步教育软件行业的客户群体是中小学教师和学生，该市场的消费存在一定的特殊性。由于配套教育软件与教材完全同步，产品及服务一旦得到教师、家长和学生的认同则不会轻易改变，并较容易实现跨年级顺延或跨学科拓展。鉴于该行业品牌忠诚度较高，同步教育软件提供商在已有稳定的客户群体的基础上通过“回头购买”可实现每年每学期的稳定增长。

（4）行业集中度较低

同步教育软件是与不同版本的中小学教材完全配套的，辅助学生学习和教师教学的软件。该行业起步较晚，随着国家教育部“校校通”工程的大力实施和电脑等硬件设施的逐步普及，同步教育软件行业开始进入快速发展时期。目前，该行业企业较多，但规模普遍偏小，大多数企业的市场主要集中在局部区域，行业集中度较低。

（三）进入本行业的市场壁垒

1、产品开发及品质壁垒

教育行业“十年树木，百年树人”，中小学同步教育服务需要通过过硬的产品品质才可能为教师及学生所接受。企业需要在教育服务领域中具有深厚的文化积淀和对教育教学理念的深刻理解，以中小学教师及学生的教学需求为导向，以提升中小学教育质量为目的，在软件技术、动漫技术、教育理念和市场营销等方面做到很好的无缝连接，使教育软件的思想性、科学性和艺术性充分结合，才能开发出为教师和学生所接受的产品。同时，产品的持续销售及品牌度提升，亦需要紧跟教学需求对产品不断升级和完善。行业领先企业凭借较强的资源整合能力、丰富的素材资源以及标准化的开发流程，可大大降低开发成本。市场新进入者很难在短期内把握教学需求并开发出合适的产品，且其开发成本也将远高于已

经处于领先地位的企业。

2、产品品牌及消费习惯壁垒

从事教育行业，品牌是企业的生存之本。同步教育新产品开发完成后需要较长时间的市场培育，让教师、学生和家长形成对产品的消费习惯。由于同步教育软件与教材完全同步，一旦被教师、学生、家长接受后产品的销售具有很强的延续性。教师和学生采用某一品牌产品后，会随着年级的升高持续使用，形成一定的消费依赖。在行业中已有品牌已经赢得客户的认可和信赖的情况下，新进入者很难在短时间内改变老师和学生的消费偏好。

3、著作权合作壁垒

由于出版社对地方教材的选择具有一定的影响力，同步配套软件的提供商需与国内主流教研系统、出版机构建立稳固的合作关系，并以合作开发或授权的方式开发适宜于同步课堂教学的软件产品。发行商与地方出版社之合作大多属于排他性合作，包括著作权的使用、提前提供版权资源、共同组织师资资源研讨合作等。与出版社合作方式的排他性对市场新进入者形成较高的市场壁垒。没有行业开发经验优势和产品质量优势的公司开发出来的产品，如果得不到广大师生的认可，反而会影响著作权人的声誉乃至经济效益，因此难以获得著作权人的授权。

4、渠道壁垒

行业代理是教育软件产品的一种传统销售渠道，代理商为实现持续销售，对所代理的品牌具有较强的依赖性，往往会集中代理具有一定市场影响力的产品。另外，教育系统征订是近年发展起来的一种新的销售渠道，该渠道对产品品质、市场认知度提出了更高的要求，征订销售需通过政府教育行政主管部门、物价部门等政府机构审核后才能与教材配套销售，该种销售渠道进入门槛较高并且具有较强的排他性，行业新进入者难以通过教育系统征订实现销售。

5、人才壁垒

同步教育软件产品的开发除了需要具有一定教育背景的内部专业人员外，还需要大量外部专家及一线教师的参与和支持。由于同步教育软件是在中小学教材的基础上进行的产品设计和开发，内容设计与各版本教材内容完全配套，产品提供商必须准确把握教材原著作权人的教材编写理念，并与一线教师和专家充分交

流和沟通，才能保证产品的实用性和针对性。此外，因同步教育软件行业同时涉及多个领域，产品的开发需要大量深刻理解教学需求并熟练掌握多媒体及网络开发技术的综合性人才。市场上同时掌握软件技术和教育理论的人才并不多，综合性人才资源也构成进入本行业的一大壁垒。

（四）行业利润水平的变动趋势及变动原因

同步教育软件行业的毛利率基本维持在 70%左右，处于较高水平。近年来，随着人工、场租、原材料成本的增加，软件开发工具价格提升以及加密技术投入成本加大，行业利润水平略显下降。

中小学同步教育软件行业利润水平主要受以下几个因素的影响：软件产品及服务能否持续满足市场需求；因市场竞争而引致的价格波动风险；其他同步教育服务类产品的替代性以及行业盗版情况。同步教育软件行业目前仍处于起步并快速发展阶段，因市场需求巨大且行业竞争并不十分激烈，在未来三至五年，该行业利润水平将基本保持平稳，一般不会出现价格大幅下滑的情况。

（五）影响行业发展的有利和不利因素

1、 有利因素

（1）政策支持

2000 年前后，国家相继出台了一系列推进素质教育和推广教育信息化的政策措施，从政策层面加大了对中小学素质教育、信息化教育的重视程度。素质教育从中小学教育阶段抓起，信息化教育内容涉及现代远程教育、中小学信息技术教育、中小学“校校通”工程、西部大学校园计算机网络建设工程、教师教育信息化建设等各个方面，为同步教育软件提供了充分的硬件平台和应用环境，拓展了同步教育软件的使用范围。

（2）市场容量巨大

根据国家统计局统计数据，2008 年全国初中生人数为 5,574.2 万人，小学人数为 10,331.5 万人，市场基数巨大。自教育部提出从 2001 年起用 5 至 10 年左右时间在全国中小学基本普及信息技术教育的目标以来，仅 2008 年中国教育信息化的投入规模就达 411.2 亿元，中小学教育行业软件产品投资额达到 30 多

亿元。2008 年中小学同步教育服务市场规模为 418.98 亿元，较 2007 年增长 24.89%，预计到 2012 年将达到 990.70 亿元的市场规模（数据来源：汉鼎咨询）。同步教育服务行业存在于一个庞大的潜在市场中，市场前景广阔。

（3）消费需求强劲

中国历来重视教育，近几年大多数家庭教育费用增长率都在20－30%，教育已经成为众多中青年夫妇家庭第一消费。中小学基础教育越来越受到家长的重视，各类教育产品的需求表现强劲。

从学生角度分析，随着素质教育的推进，更注重学习手段的科学性、趣味性和多样性，对同步教育软件的需求呈强势上升趋势；从教师角度分析，教育信息化技术的发展要求教师将信息技术（主要以教育软件为载体）应用到教学当中，以提升课堂教学的效率与质量，对于教师实现多媒体教学起到辅助作用的教育服务类产品需求强劲；从家长角度分析，教育部要求小学三年级以上（部分一线城市或经济发达地区要求一年级以上）开设英语课程，学生家长需要高品质的教学软件解决学生回家后补习功课及家庭辅导的负担。

（4）个人电脑和互联网的普及

现代化信息技术对现行教育体制和教学模式带来了巨大的影响。信息化技术的发展弥补了传统教学的不足，甚至改变着传统教学模式。

根据汉鼎咨询数据，我国在基础设施建设方面中小学项目 CEBsat 已建点 264,587 个，教育资源建设方面开发了各级各类教育教学资源库，信息化教育教学方面基础教育学校中开设信息技术课程的有 66.8%，课堂教学中采用信息技术的比例达到了 27%。随着我国信息化程度的不断提高，个人电脑和互联网在更大范围内的快速普及，给教育软件行业带来了更大的发展空间。

2、不利因素

软件产品是典型的知识密集型产品，产品的研究开发需要大量高级专业人才和大量资金的投入，产品附加值高，但产品内容复制简单，容易被盗版。目前我国在软件行业知识产权保护方面的意识还有待进一步加强。

（六）行业技术水平

1、行业技术应用发展现状

优质的教育软件是优秀的教学设计理念与计算机运用技术相结合的产物。因此，教育软件研发的重点主要集中在教育理念、教学方式与教学流程的应用，并以软件为最终表现形式。同时，由于教育软件行业涉及教育、软件、出版、动漫多个领域，在产品开发方面对跨平台开发及技术整合能力要求相对较高。

2、行业技术应用发展趋势

（1） 标准和平台技术

标准和平台技术是推动行业快速、规范发展的必由之路。制定和遵循软件标准是软件产品能够实现构件化、模块化的关键；而软件平台化又为各种应用提供简便易用、安全可靠且价格低廉的开发或运行环境。

（2）技术主导转向服务主导

SaaS（软件即服务）的思想变革，将深入影响教育软件产业的设计、制作与销售。与软件相关的服务在软件产业中所占比重越来越大的。随着技术的升级及行业水平的提升，规模化提供服务已是必然的趋势。

（3）网络及移动技术

随着网络技术迅猛发展和网络应用的日益普及，将来的教育软件会进一步发展到网络教学上。互联网与教学相结合，形成多层次、多形式、多功能的教学方式，网络教学更能体现教育软件的智能化、个性化特点，且具备更为强大的资源配置优势。借助于无线互联技术和使用无线终端（如 PDA、手机等），将教学组织模式、教学内容、教务管理、教学服务等各个方面实现全面移动化，实现随时随地的学习。

（4）新的开发技术

除了现有成熟的开发技术外，新的开发技术也将不断出现。如富互联网应用（Rich Internet Applications，RIA）技术，微软 WCF 和 WPF 技术等都有可能影响和改变教育软件技术的开发模式。

（七）行业的周期性、区域性、季节性

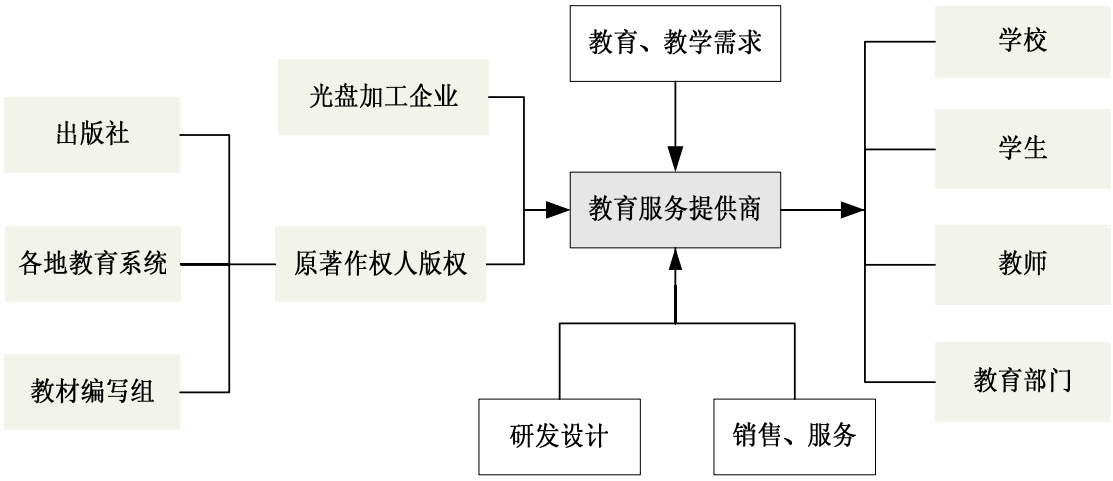
教育软件行业不存在周期性，由于同步教育软件产品定价较低，市场的区域性特征并不明显。

受春季、秋季两学期的影响，方直金太阳教育软件销售具有较强的季节性，即每年的 2～4 月份与 8～10 月份销售额较大，其中 9 月份是新学年的开始，部分客户在新学年开始时购买该学年第一学期、第二学期的全部产品，教育系统征订销售也有相当部分在秋季征订全学年产品，故公司下半年销售额及净利润明显比上半年高，且主要集中在第 3 季度。第三季度营业收入约占全年营业收入的 40%，净利润达到全年利润的 50%以上；第一季度受下学期开学时集中购买的影响，业绩仅次于第三季度；第二季度没有新学期开学的有利因素，但尚处于学年的中间时段，有相对平稳的销售额；第四季度因接近学年期末，为全年的销售淡季。

销售淡季一般是提供持续服务、完善产品研发设计的阶段，教育软件提供商可充分利用该时期与一线优秀教师充分接触并有效沟通，第一时间把握教学发展的最新动向和新的教育理念，并针对用户的反馈信息定期补充完善配套软件的内容，不断实施产品和服务的更新、升级。

（八）行业产业链分析

同步教育软件提供商根据教育教学需求提供各种教育软件及服务。其上游是原著作权人（包括出版社、各地教育系统、教材编写组等）和光盘加工企业，而产业链的下游则是学校、学生、教师和教育部门。



1、上游行业与本行业的关联性分析

同步教育软件行业的上游是教材著作权人以及光盘加工企业。同步教育软件的开发需要取得相关教材的著作权，通过合作开发提供增值服务；产品开发完成

后，委托光盘厂商制作光盘。

同步教育软件行业最大的特点之一在于提供商需获得著作权的合法使用权，使其产品或服务与法定教材保持一致。由于教材或出版社的著作权是具有一定垄断性的资源，因此，同步教育软件提供商与上游建立长期稳定的合作关系较为重要。

国家教育部在 2002 年实施“一纲多本”的教材管理政策，开发各种版本的教材来适应各个区域的教学需要，同步教育软件提供商可同时和多个地方的教研系统、出版社合作开发。教材版本的多样化、区域化加大了出版社之间的竞争，教育行业要求出版社提供更完善的配套产品和服务，从而加强了同步教育软件提供商对上游的选择空间和议价能力。

2、下游行业与本行业的关联性分析

随着国家对基础教育投入的加大，目前我国计算机基础硬件设施已经形成规模。但是，由于各地区、各学校建设的特殊性和差异性，目前的同步教育软件服务还远未能满足教育教学的需求。

我国同步教育软件市场容量巨大，对于能够满足新课改的要求、体现先进的教学思想和教学理念、并贴近用户需求的同步教育软件的需求越来越强烈。

（九）行业发展趋势

1、硬件设施日趋完善、潜在需求逐步释放

同步教育软件与国家基础教育改革政策和新课标规划紧密相关，随着以网络技术和多媒体技术为核心的信息技术的发展，以及电脑的普及和使用，中国中小学校的教育信息化建设由硬件阶段逐步进入软件阶段。

近年来，政府对教育体系结构的进一步调整，对基础教育的信息化教学重视程度进一步加大。随着硬件设施的完善，潜在需求逐步释放，同步教育软件的市场规模将进一步扩大。

2、对品质要求越来越高

目前，市场上教育服务类产品众多，但大部分为非同步的辅导类产品，能深刻理解教育教学理念、随时根据教学发展趋势和教改动向及时把握、满足用户

需求的同步辅助学习类产品较少。同步教育软件行业是在突破传统竞争格局的基础上所开拓的新的市场领域，该行业目前处于起步并快速发展阶段，产品品质和服务的差异化将直接影响到企业在该细分行业的市场份额。以消费者（教师和学生）的需求为导向，打造精品同步教育软件，形成特色鲜明的自有教育服务品牌将成为该细分行业发展的趋势。

3、个性化需求凸显

根据消费者的不同需求，实施个性化的教育服务既可以打造行业品牌，同时也是教育服务机构形象识别系统的核心部分。服务的个性化也将成为教育软件设计与发展的主流。这要求教育软件能根据使用者的学习进度与现有技能水平进行判断与分析，提供最有利于教学效果的学习方案，从而实现个性化学习。

三、发行人所面临的主要竞争情况

（一）行业竞争格局

1、同步教育服务行业竞争情况

同步教育服务的提供方式主要包括同步教育软件、电子学习机、课外辅导培训以及印刷品。上述四类同步教育服务各自特点如下表所示：

同步教育服务类型	价 格	教学互动性	更新频率	使用对象	消费特点	可重复性
同步教育软件	低	高	快	教师、学生	持续性消费	高
电子学习机	高	低	慢	学生	一次性消费	高
课外辅导培训	高	高	快	学生	持续性消费	低
印刷品	低	低	快	教师、学生	持续性消费	高

课外辅导培训和印刷品作为传统的教育辅导形式虽然占有一定的市场份额，但与科技含量较高的同步教育软件和电子学习机在产品特质上存在较大的差异，并不形成正面竞争。随着《新课程标准》的出台以及国家对教育信息化产业投入力度的不断加大，同步教育服务已过渡到以科技含量较高的软硬件为载体的服务形式，将现代化信息技术逐步整合到中小学课程设置中。

电子学习机是将教育软件嵌入电子产品中，由于电子学习机互动性相对较

差，对提高同步课堂教学效果并不明显。同时，受制于开发平台这一技术瓶颈，电子学习机带给学习者的依然是单向的学习模式，无法实现人机之间双向互动的学习，也无法改善教师课堂教学中利用多媒体手段授课的效果。随着电脑和互联网技术普及，电子学习机未来发展空间有限。2008 年数码学习机销售量约 604.5 万台，增长率比 2007 年下降 4%左右（数据来源：IDC（互联网数据中心））。

与其他同步教育服务相比，同步教育软件具有优良的性价比，将引导同步教育服务的发展趋势，市场空间非常广阔。

2、同步教育软件行业市场竞争格局

同步教育软件行业目前处于起步并迅速发展阶段，行业集中度较低。汉鼎咨询对本公司在广州、深圳、北京、上海、南京五大城市的市场份额进行了详细的市场调研，以各家企业通过零售终端的销售额作为测算依据，调研结果显示本公司在上述五大城市的市场占有率位居同行业第一。本公司产品在广东地区已实现与当地初中、小学教材配套发行，如果综合教育系统征订等其他销售渠道，本公司的在重点城市的竞争优势更为明显。

目前，国内从事同步教育软件及服务的公司主要有方直科技、一百易、洪恩、智乐园、东田文化、金仕达、蒲公英、迈达威和学易通，该 9 家企业同步教育软件产品 2008 年的总体销售规模大约为 1.3 亿元，比 2007 年增长近 30%（数据来源：汉鼎咨询）。同步教育服务类公司主要集中在珠三角、长三角和北京地区，区域性较强。上述 9 家公司均系业内知名企业，各个企业的业务情况以及各自在 9 家企业总体销售规模中的占比如下表所示：

序号	企业名称	市场份额	业务情况	主要销售渠道
1	方直科技	23.22%	方直科技专注于中小学同步教育软件的研发、设计、销售及持续服务，公司主导产品包括为学生提供的教材配套软件、网络在线教育服务以及为教师提供的教师用书配套软件、教学资源类产品。在广州、深圳、北京、上海、南京等地已占据绝对的市场份额。	代理、直销、教育系统征订
2	一百易	16.49%	一百易产品主要包括多媒体教材库(大中小学教材教辅、考试英语、行业英语和英语课外读物等）以及网络英语学习平台。	代理、直销

3	北京洪恩	13.12%	北京洪恩每年新上市的产品数量达 100 种，类别涉及电脑教育、学生教育、外语教育、儿童教育、成人教育、电子类产品等近十类。其开发的“洪恩•朗读者”产品涉及学前英语教育、少儿英语教育、成人英语教育等多个系列。	代理、直销
4	智乐园	12.90%	智乐园专注于小学语文、数学、英语、品德与生活等学科的教育软件的开发，包括和教材同步的产品以及非同步的课外教育产品。此外，公司还有专门的习题库、教师课件资源库产品。	代理、直销
5	东田文化	12.33%	东田文化主要有四大系列教育软件：中小学同步教材教学软件，包括语文、数学、英语等学科；外语教学系列，包括实用英语、日语等；格林系列，主要是针对小学的童话系列教育软件；百科系列。	代理、教育系统征订
6	金仕达	8.01%	金仕达开发的“大头洋葱”同步教育软件包括小学语文、数学、英语学科。该公司教学软件以多媒体软件、网站等形式表现。	代理、直销
7	蒲公英	6.33%	蒲公英致力于英语学习软件的开发，《蒲公英》、《轻轻松松背单词》、《随意啃英语》已成为国内知名的英语学习软件品牌。目前这些品牌下衍生出和中学英语教材同步的系列学习软件，如最新人教版的初高中英语同步习题软件。	代理、直销
8	迈达威	4.12%	迈达威主要产品系列：教学资源库系列、教育信息管理系列、题库与考试系列、远程教育系列、教学实验配备目录等软件产品及其支持工具。其中教学资源库系列产品包括和教材配套的中小学同步教育软件，涵盖了语文、数学、英语、物理、化学、生物等大部分学科。	代理、直销
9	学易通	3.48%	主要研发小学英语教学需求的教育软件，其自主研发的《KOKO 爱英语》系列教育软件具有一定的市场影响力。	代理、直销

资料来源：《2006 年-2012 年中国中小学同步教育服务细分市场研究及重点企业竞争力深度调研报告》

（二）本公司竞争优势和劣势

1、竞争优势

（1）产品品质及品牌优势

同步教育软件产品以中小学教师及学生为用户，以满足教学需求和提升中小学教育质量为目的，产品品质及品牌为消费者决定是否购买的决定性因素，也是同行业企业竞争中的核心要素。

公司基于在教育服务行业十多年的深厚积淀、凭借较强的研发设计能力以及

对教育发展动态和教学需求的深刻理解，开发设计出能有效满足师生需求的高品质产品；公司建立了有效的信息采集手段和产品升级评估方法，根据反馈信息及时、有效进行产品升级，创造性地、持续的满足师生的教学需求。公司产品被越来越多的老师和学生所接受并长期使用。

公司在同步教育软件行业已居于领先地位，其中在广州、深圳、北京、上海、南京等重点城市已成为同类产品第一品牌，占有较高的市场份额。本公司在行业中已形成良好的品牌和美誉度。

（2）人才及技术优势

本公司所处的行业对复合型人才的需求尤为突出。公司配备 52 人组成的经验丰富的研发设计团队，其中主要技术和业务骨干具有十几年的教育市场服务经验，拥有在教育、软件、出版和动漫行业的复合知识背景，且 1/3 以上的项目策划人员具有教师背景。公司以自有研发、设计团队为基础，通过与出版社及教育系统的合作，吸收原著作权人、外部教育专家、优秀教师的知识和经验，从而真正把握老师的教学需求和学生的学习需求，并将中小学生及教师的切实需求迅速转化成具体的产品设计方案。

本公司经过十几年的技术积累，形成了丰富的多媒体资源库、课件资源库、开发工具资源库以及系统管理平台，为本公司产品的持续更新、升级和创新提供了强大的自主技术开发平台，并为公司低成本、高效率开发新产品提供了有力的保障。公司已建立起能激励学生学习兴趣和自主学习能力的一套完整的研发设计体系，充分发挥信息技术优势，合理利用并积极开发课程资源，增强教学中的互动性，为学生和教师提供贴近教学需求的丰富的课程资源。公司建立了有效的信息采集手段以及产品升级评估方法，确保产品贴近用户需求。

同时，公司在服务现有客户的基础上，利用互联网技术开发个性化教育网络服务市场，提供适合于个人的学习提升计划和个性化学习模块软件，牢牢把握客户需求和客户情况，实现教师、学生和家长的有效互动，提高客户群体对公司产品和服务的需求粘性，并提供个性化的增值服务。

（3）上游资源优势

本公司与全国主流出版社建立了长期稳定的合作关系，拥有的版权资源多，

能在第一时间掌握教材最新变动情况，针对反馈信息定期补充完善配套软件的内容，使公司产品在市场上保持强有力的竞争力。

截至 2009 年底，公司与国内主要的出版社、教研室等建立良好合作关系。相关合同的主要内容、合作方式及研究成果分配方案如下：

序号	出版社	合同内容	合作方式/分配方案	已合作年限
1	教育部基础教育课程教材发展中心、人民教育出版社、人民教育电子音像出版社	委托开发《方直金太阳教育软件 V2.0》,包括小学语文、小学科学、小学社会	委托开发，收取开发费	10 年
		合作开发出版发行“小学英语”、“初中英语”（人教版）	开发出版发行合作模式，由公司向出版社根据码洋比例支付教材著作权使用费	
2	中国教育协会外语专业委员会	“第四届全国小学英语教学观摩课案例集”电子出版物的发行进行合作	授权合作模式 由公司支付固定著作权使用费	9 年
3	广州市教育局教学研究室	《小学英语》《小学口语》（广州版）教材著作权授权	授权合作模式 由公司支付固定著作权使用费	8 年
4	万方数据出版社	《新标准小学英语二年级上册电脑/VCD 两用版》的出版进行合作	仅限出版合作，支付终审终校费；	8 年
5	深圳市教育科学研究院	《小学英语》（深圳）教材著作权授权	授权合作模式 由公司支付固定著作权使用费	7 年
6	广东省语言音像出版社	广州学生教材配套软件出版	仅限出版合作，支付终审终校费；	6 年
7	广东省教育厅研究室、广东人民出版社	开发与粤人民版《开心学英语》的英语教参配套发行的教学软件	开发出版发行合作模式，与出版社按码洋分成	4 年
8	上海世纪出版股份有限公司外语教育图书分公司	《牛津英语》（上海版）教材著作权授权	授权合作模式，教参产品出版社按码洋分成；学生产品按固定教材著作权使用费支付	4 年
9	江苏电子音像出版社	合作《牛津高中英语教学配套软件》	出版发行合作模式 与出版社按码洋分成）	3 年
10	译林出版社	《牛津英语》（译林版）教材著作权授权。	授权合作模式，由公司每年支付固定教材著作权使用费	3 年
11	华中科技大学电子音像出版社	FUN ENGLISH 合作出版	仅限出版合作，支付终审终校费	3 年
12	外语教学与研究出版社	《英语》（新标准）教材著作权授权	授权合作模式，由公司每年支付固定教材著作权使用费	2 年

13	北京师范大学出版社	《小学英语》（北师大版））教材著作权授权	授权合作模式，由公司每年支付固定教材著作权使用费	2 年
14	河北教育音像出版社	合作开发与冀教版初中英语教材配套教育软件：	授权合作模式 教参产品出版社按码洋分成；学生产品按固定教材著作权使用费支付	2 年
15	河北天鹿电子出版社（河北教育出版社下属单位）	合作开发与冀教版小学语文教材配套教育软件	出版发行合作模式 与出版社按码洋分成	2 年
16	湖南少年儿童出版社	《小学英语》（湘少版社）教材著作权授权	出版发行合作模式 与出版社按码洋分成	1 年
17	语文出版社	《小学语文教学参考电脑版》教材著作权授权	出版发行合作模式 与出版社按码洋分成	1 年

注：以上与部分出版社的合同主要内容、合作方式、成果分配等内容为多份协议的综合约定。

此外，发行人与三联书店、中国大百科全书出版社及教育科学电子出版社等单位存在出版合作，合作的内容是广州小学英语配套软件的出版。广州教研室委托中国大百科全书出版社出版小学一二年级的学生用书及配套产品，委托三联书店出版广州小学英语三到六年级的学生用书及配套产品。2008 年广州教研室将广州小学英语三到六年级的学生用书及配套产品出版单位由三联书店变更为教育科学电子出版社。

由于教育部对教材管理实施“一纲多本”的政策，不同出版社之间的教材发行也面临激烈的竞争。同步教育软件资源等教学资源的完备性和品质，直接影响到地方对所使用教材的认可程度及教材的选用。基于同步教育软件与教材的高度相关性和严格的品质要求，出版社一般与同步教育软件服务提供商建立合作关系后，基本不会轻易更换。

公司在同步教育软件行业居于领先地位，其中在广州、深圳、北京、上海、南京等重点城市为同类产品第一品牌，占有较高的市场份额。公司开发的同步教育软件，在给合作出版社带来版权费等直接收益的同时，更对其教材的市场推广产生重要的促进作用。公司与出版社已建立了互利互惠、合作共赢、长期稳定的合作关系，合作期满后基本上都可以继续签订协议。

为巩固和加强与出版社的合作关系，并应对可能出现的到期后不能续期的风险，公司主要采取以下措施：

①加大产品研发和品牌建设投入，深入了解教学一线需求，持续优化公司项

目管理机制，提升和扩大公司产品及服务在行业中的领先优势，不断升级产品，以强化产品优势，提升双方竞争力。

②丰富公司产品及服务体系，在完善教材同步教育软件的同时，与出版社从产品开发合作进一步拓展至训练、评价、测试、人机对话等辅助教材方面，将教材配套资源立体化，为教师教学和学生学习带来更大的便利，强化与出版社的互利合作。

③持续完善公司的营销网络，扩大产品覆盖区域及服务能力。公司将在一线城市取得领先优势的基础上，向二、三线城市迅速拓展，扩大产品服务区域，积极的参与出版社的教材推广及教材分析培训活动及后续服务。

（4）多版本优势

国家教育部在 2002 年实施“一纲多本”的教材管理政策，开发各种版本的教材来适应各个区域的教学需要。教育部审定的新课标小学英语教材共计 34 套，初中英语教材 10 套，不同版本体系的教材分布于全国各地使用。但用书量大多集中在人教社、外研社、上教社等知名出版社，其市场占有率较高。“一纲多本”政策的实施对同步教育服务供应商的研发设计能力和产品创新能力提出了较高要求。

公司目前已开发 25 个版本同步教育软件，其中小学英语 14 个版本、初中英语 7 个版本、高中英语 1 个版本、小学语文 2 个版本、信息技术 1 个版本，该系列版本均系全国主流版本，与全国中小学主流教科书同步配套，开发的英语版本多，覆盖区域广。公司产品与不同版本的最新中小学教科书配套，大大强化了产品的实用性和针对性，特别是在地方教材版本更换时更加凸显了公司的竞争优势。同时，公司在管理教育软件资源的基础上建立了多媒体素材网络数据库和开发网络管理平台，为公司开发更多的版本提供了强有力的保障。

2、竞争劣势

本公司竞争劣势主要表现在资金筹措方面。受资金实力的约束，公司目前实施的是“专而精”的发展战略，产品学科较为单一，主要针对中小学英语教育需求提供同步教育服务，销售也主要集中在国内几大重点一线城市。随着公司在产品做精做细的基础上不断做强做大，经营规模的进一步扩大，对资金的需求量越

来越多，本公司的资金筹集能力已成为公司发展的瓶颈。

（三）本公司保持市场领先地位所采取的主要措施

1、开创市场“蓝海”，拉动市场需求

同步教育软件服务行业是在突破传统竞争的基础上所开拓的新的市场领域，该行业在整合教育、软件、出版、动漫多个领域优势资源的基础上提供教学增值服务，目前处于起步并快速发展阶段。本公司在广州、深圳、北京、上海、南京等重点城市已建立了良好的品牌形象并具有较高的市场占有率，公司在维持现有市场领先优势的基础上，把开创新的销售区域作为战略重点。为此，公司组织了以总经理领导，研发部、销售部、市场部参与的新市场开发团队，通过与现有的主流出版社、教研系统所建立的良好的合作关系，充分把握各地中小学教材的新特点、新趋势，对潜在用户的市场需求进行调研分析，积极开发地方版本系列以满足新的“蓝海”消费市场。与此同时，公司还根据收集现有消费市场的反馈信息，针对现有客户对教育软件产品的需求情况及变动趋势，率先开发新区域的试用版本，在市场渠道构建成形时，以最快的速度将产品推向市场，满足各地中小学生及教师的需求。在此过程中，本公司与教学服务的需求者实现最大的双赢，开创本公司产品的市场“蓝海”。

2、丰富技术资源，增强竞争优势

为保持公司在市场上的竞争优势，本公司对产品不断升级、更新，在紧随市场需求的前提下把降低产品成本置于重要的位置。本公司在建立丰富的教育软件资源库和开发工具库的基础上，不断强化互动技术、增加先进教学方案、大量储备音频动画素材资源，为公司对原有产品的升级和新产品的开发提供了强大的技术保障。公司对多媒体和网络的设计及开发进行了标准化流程设置，并在 2009 年全面实施 CMMI 的管理，通过这种标准化的设置很好的实现质量控制，使公司产品在激烈的市场竞争中具有了更强的市场竞争力，保证了公司产品在市场的优势地位。

3、加大研发投入，实现产品升级

本公司将研发费用列入专项预算，使研发有足够的资金支持并按时到位，近三年研发投入占营业收入的比重均在 10%以上。本公司目前产品较为单一，主要

以中小学英语教学辅导服务为主，公司将加大产品的研发投入，调整并优化产品结构，实现多学科、多版本教育服务产品的开发和销售，不断扩大公司规模并填充更多的市场空白区域。同时，公司定期收集、分析市场各类反馈信息，实现现有英语类教育软件产品的优化、升级，维护现有客户的稳定性和持续消费性，通过网络增值服务，加大用户对公司产品的粘性和依赖性。

4、注重征订销售渠道，提高产品知名度

国家大力发展信息技术教育，提倡教学与信息技术工具的有效整合，不断加大对信息技术教育的投入。2007 年～2009 年，公司教材配套销售数量分别为 57 万套、70 万套、182 万套；教参配套销售数量分别为 33 万套、34 万套、62 万套。2009 年公司实现为深圳中小学英语教材、广州初中英语教材、以及广东版小学英语教材 2009 年秋季配套发行。由于通过教育系统征订销售覆盖面广，对本公司起到了很好的品牌推广和市场宣传作用。

四、公司主营业务具体情况

本公司主要从事中小学同步教育软件的研发、设计、销售及持续服务。公司主导产品包括为学生提供的教材配套软件、网络在线教育服务以及为教师提供的教师用书配套软件、教学资源类产品。

（一）公司业务模式

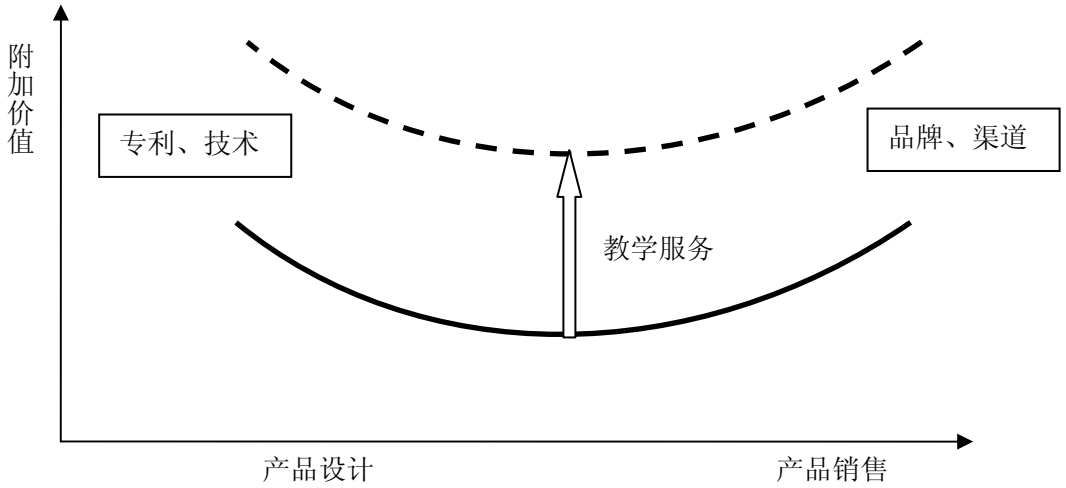
本公司专注于同步教育软件的研发、设计、销售和持续服务，因生产环节较为简单，主要通过委托生产方式完成。公司以服务教育为中心，集研发、设计、销售于一体的业务模式保证了产品设计与市场需求的紧密联系。

本公司业务模式结构：

本公司业务模式以服务教学为中心，基于老师和学生的实际需求进行产品研发设计，与出版社共同进行使用培训推广并实现产品销售。为更好地体现课堂互动、提高教学效率，在每个学期开学前公司派专员对教研系统老师及部分一线教师进行产品使用培训，最大限度的发挥产品的功能优势，在提高学生学习兴趣的同时，加强学生对课堂知识点的理解和记忆，强化学习效果。公司业务模式最大的特点在于以教学服务为中心，使产品研发设计与教学需求同步，通过“研发设计+销售及服务”实现公司利润最大化。本公司产品及服务流程中各个环节的附加值对公司产品盈利能力的贡献情况如下：

图示：“微笑曲线”

教学服务：教学需求服务、教学培训服务、产品升级服务、网络扩展支持



本公司以满足教育需求为核心的业务模式中，产品的研发设计与销售及服务环节附加值较高，形成“微笑曲线”。公司通过教学需求服务、教学培训服务、产品升级服务、网络扩展支持四大特色服务使产品服务更贴近市场需求，“微笑曲线”向上移动，进一步增强了公司的盈利能力。

1、产品的研发设计

产品的研发设计系本公司业务发展之关键环节，亦是本公司开创市场“蓝海”，抢占市场先机，得到广大教师、学生、家长认同的优势所在。

（1）本公司产品开发模式及流程

为保证产品在教育理念上的先进性、实用性和针对性，本公司在产品开发流程上，始终保持与教育界以及出版社相关专家的有效沟通。

新项目启动初期，本公司邀请相关教材的编辑人员、教研员和一线优秀教师，对教材的特点进行分析与讲解，使公司内部开发人员深入了解教材的编写思路，明确教材各个内容模块的设计原理以及需要达到的目标要求。在教材分析的基础上，策划人员按软件制作的要求，编写制作脚本。

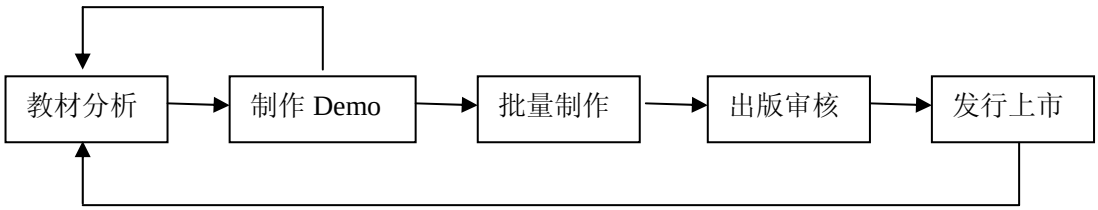
软件产品批量制作前期，本公司制作 Demo（演示版），提交给专家及其他相关人员并提出改进建议，确保同步教育软件产品符合设计初衷。Demo 正式确定

后，按标准流程进行批量制作。

内部制作及检测后，出版社编辑人员对产品的内容进行审核、校对，保证产品内容的实用性和科学性。审核完成后，按电子出版物出版流程出版发行。

产品发行上市以后，公司销售及市场人员收集各地用户意见，并根据反馈意见进行修改及升级。

基本流程如下：



（2）本公司产品开发理念

本公司产品设计人员对于中小学教育教学需求的理解程度决定了公司产品能否符合教育服务市场的需求。本公司产品的开发理念是基于建构主义学习理论指导教育软件的研究开发，强调学习是一种能动建构的过程，倡导在教师的指导下，以学习者为主体的学习，主张学生应不断地进行探索式学习，从而构建自己的知识体系。

公司与中小学校保持密切的联系和交流，特邀资深教育专家指导，吸取大批一线优秀教师先进的教学经验和方法，使产品设计与教学理念保持同步。

（3）本公司产品开发特点

①产品开发源于教材，高于教材

本公司产品开发是基于原著作权基础上的二次开发，本公司同步教育软件及服务并非现有教材内容的翻版或复制，公司充分把握优秀教师教学经验和教学方法，提炼其精华，制定可以普遍推广的设计方案，产品渗透教材并对知识点进行有效的补充和延展，按照教学要求设计丰富的互动功能和表现方式。旨在提升教师整体教学水平并完善学生的知识结构，提高教学效率和质量。

②产品开发涉及多个领域，综合性较强

本公司涉足教育服务行业十余年，基于对教学需求的深刻理解，整合了公司在多个领域的优势资源，实现跨行业开发。本公司及时对教材分析研究，与教材编写者、骨干教师建立了长期稳定的合作关系，由教材编写者、专家、教师共同

策划形成产品脚本，充分利用公司技术优势及开发平台进一步设计、开发，整个开发流程完全以市场需求为导向。

③产品开发升级快，服务性强

本公司产品开发设计周期的长短一定程度上构成本公司对客户需求的反应速度。本公司基于强大的素材资源和标准化的开发流程，新版本的设计、开发、投放市场一般不超过六个月。本公司对现有产品持续更新、升级并提供增值服务使公司具备快速响应市场的能力。

3．生产方式

软件的实物生产过程非常简单，实质意义上的软件产品的生产应为软件的研发过程。本公司光盘的生产目前采用委托生产的方式进行。

本公司以委托生产的方式实现生产环节，但产品的组装及所有知识产权全部由本公司掌握，并采用严格的加密措施，大大降低了产品盗用的风险。

（1）报告期内公司委托生产基本情况

单位：万元

年度	序号	委托生产厂商	金额	占比
2009年度	1	珠海兰迪光盘制作有限公司	408.80	73.11%
	2	广东新飞仕激光科技有限公司	65.28	11.67%
	3	湛江华丽金音影碟有限公司	43.41	7.76%
	4	深圳市致诚威光盘制作有限公司	31.65	5.66%
	5	河北纪元光电有限公司	10.00	1.79%
		小 计	559.14	100%
2008年度	1	珠海兰迪光盘制作有限公司	245.88	75.54%
	2	广东新飞仕激光科技有限公司	51.67	15.87%
	3	深圳市致诚威光盘制作有限公司	23.13	7.11%
	4	北京中新联光盘有限公司	4.82	1.48%
		小 计	325.50	100%
2007年度	1	珠海兰迪光盘制作有限公司	140.73	58.81%
	2	广东新飞仕激光科技有限公司	53.58	22.39%
	3	深圳市致诚威光盘制作有限公司	44.99	18.80%
		小 计	239.30	100%

（2）主要委托厂商及加工情况

在我国，对光盘的复制和刻录有严格的限制条件。根据国家新闻出版总署《电子出版物出版管理规定》，光盘的生产必须出示国家认可的有出版权的出版社开具的《电子出版物复制委托书》。公司严格按照规定标准与流程筛选的委托生产合作厂商，除市场化委托生产业务合作关系外，与公司及公司股东、董事、监事及高级管理人员不存在关联关系。

市场上国家认可的光盘生产厂商较多，本公司对委托加工厂商有严格的筛选标准，要求企业设备性能可靠、有完善的质量控制体系；能优先满足公司产品的生产；能接受公司的品质管理系统，允许本公司设计及技术人员参与、监督相关生产环节；要求具备一定的规模和承担风险能力。

4．产品销售模式

（1）销售模式概况

公司销售模式主要有代理销售、直销模式、教育系统征订销售。本公司积极拓展其他销售渠道，自 2008 年起开始运用公司的网络平台进行体验式营销，完善高效、人性化的售后服务。目前，网络在线销售模式正在培育中。

①代理销售

本公司销售渠道之一为代理销售，分行业代理和终端代理。公司根据代理商的销售业绩按商务规范对其定期评级，将行业代理划分为一般代理商、银牌代理商和金牌代理商，并给予不同的激励。终端代理销售主要是通过各地新华书店和外文书店销售。

代理商主要针对教育部门、学校、学生进行销售。本公司对代理商的人员进行培训及产品销售指导，参与当地的相关教育会议和教育活动，并对教育部门的相关人员进行产品演示和教学应用指导。本公司对代理商的销售价格和销售区域进行严格的监督和管理，并为代理商提供一定的服务支持。

②直销模式

直销模式是本公司与一线教师直接沟通的重要渠道，近年来本公司逐步加大建立办事处展开直接销售。本公司按华东、华北、华南、西南四个大区进行市场管理，以现有的北京分公司、杭州办事处、上海办事处、深圳事业部，成都办事

处为区域核心，向周边省份和城市进行市场的拓展和维护。每个分公司及办事处都配备了专业的营销人员、技术人员、物流人员。本公司产品广泛应用于各地教研体系所组织的教师竞赛，大大提高产品品牌知名度。

③教育系统征订销售

本公司与国内主流教育、出版机构建立了长期稳固的合作关系，成功地与广东、上海、江苏和河北等地的教师参考用书配套销售。在各地教研机构的协助下，本公司产品推向当地有影响力的学校进行试用、评估，使广大老师和学生对本公司同步教育软件产品及服务深入了解，在教学实践过程中得到广泛应用。目前本公司已实现为广州、深圳、江苏、上海、广东等部分城市教材的配套销售。

（2）产品组合及定价策略

本公司针对各区域经济发展水平的差异性和教育资源分布不均衡的状况，制定了差异化产品组合策略，在不同的区域提供不同功能及价位的产品组合。

序号	经济发达程度/教育资源情况	销售策略
1	经济发达的一线城市	提供高附加值的产品，丰富产品种类并增强内置功能，实现与现行教材的配套销售。
2	中等经济水平城市	提供完整的产品系列，以满足客户需求。
3	经济欠发达地区	提供基本功能版本的教育辅导类产品，满足同步教育的基本需求。
4	电脑普及率较低的地区	补充提供了互动式自习版供 VCD/DVD 用户选择。

目前，国内部分经济较为发达的一线城市，地方政府已逐步实施为中小学教材提供配套软件产品。本公司通过与主流出版社合作开发的形式参与地方教材辅导软件的配套工作，在广州和深圳取得了明显的效果，目前合计已有超过 150 万套配套软件提供给当地学生作为标准教辅材料。

（二）主要客户情况

1．用户分布情况

主营业务收入情况——区域分布

单位：万元

销售区域	2009 年度		2008 年度		2007 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例

华南区	2,940.20	48.85%	3,014.50	71.19%	2,088.18	79.82%
华东区	1,844.80	30.65%	592.41	13.99%	274.19	10.48%
华北区	1,035.68	17.21%	544.56	12.86%	246.47	9.42%
其他地区	198.15	3.29%	82.97	1.96%	7.16	0.27%
合　计	6,018.83	100%	4,234.44	100%	2,615.99	100%

近三年，本公司在华南地区的销售额分别为 2,088.18 万元、3,014.50 万元、2,940.20 万元，分别占本公司主营业务销售收入的 79.82%、71.19%、48.85%，华南地区已成为本公司收入的主要来源区域。但随着公司销售渠道的建设以及市场的不断开拓，收入来源集中度已呈逐年下降趋势，大大降低了本公司收入来源区域化、局部化的风险。华东地区是本公司近年来重点开拓的区域，报告期内销售占比分别是 10.48%、13.99%、30.65%，呈逐年上升趋势。

主营业务收入情况——城市分布

单位：万元

销售区域	2009 年度		2008 年度		2007 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
广州	1,239.88	20.60%	801.52	18.93%	465.59	17.80%
深圳	1,366.06	22.70%	1,677.75	39.62%	1,516.08	57.95%
北京	962.26	15.99%	439.88	10.39%	231.47	8.85%
上海	1,092.27	18.15%	279.84	6.61%	52.03	1.99%
南京	332.04	5.52%	287.84	6.80%	175.62	6.71%
其他	1,026.32	17.04%	747.6	17.66%	175.2	6.70%
合　计	6,018.83	100%	4,234.44	100%	2,615.99	100%

本公司销售主要集中在广州、深圳、北京、上海、南京五大重点城市，报告期内，上述城市的销售额占公司主营业务收入的比例均在 80%以上。本公司目前所开发的版本适用区域较广，但由于公司规模偏小并且受到资金实力的约束，有较多的市场空白区域尚未开拓。

销售情况——销售渠道分布

单位：万元

销售渠道	2009 年度		2008 年度		2007 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
代理商收入	1,556.36	25.86%	1,400.48	33.07%	658.44	25.17%
直销收入	2,527.72	42.00%	2,212.32	52.25%	1,384.62	52.93%
教育系统征订收入	1,922.77	31.94%	617.57	14.58%	572.94	21.90%
网上销售收入	11.98	0.20%	4.08	0.10%	-	-
合 计	6,018.83	100%	4,234.44	100%	2,615.99	100%

注：上述直销收入中包括子公司连邦信息收入以及技术服务收入；代理商收入中包括终端代理收入。

从渠道来划分，本公司收入来源主要有代理商销售、直销渠道、教育系统征订以及网上销售。其中，代理商销售和直销渠道属于公司传统销售模式，近三年其销售收入金额总额分别为 2,043.06 万元、3,612.80 万元、4,084.08 万元。

自 2006 年起，本公司通过教育系统征订实现与教材教参配套销售，2007 年至 2009 年，本公司通过教育系统征订销售收入占公司销售收入的比例分别为 21.90%、14.58%、31.94%。由于国家发展和改革委员会、新闻出版总署对教材配套销售软件制定了最高限价，销售价位较低，但通过教育系统征订的数量相当大，市场覆盖面极广，该部分收入占销售收入总额的比例较高。征订销售具有较高的市场覆盖率，大大增强了本公司产品的市场认知程度，并与其他渠道相互补充、相互促进，共同扩大产品销售领域。

此外，本公司自 2008 年起将部分多媒体产品移植到网络上并提供功能更为强大的增值服务，已开始实现收入。

2．公司应对收入来源区域化、局部化的风险和新市场开拓措施

（1）城乡师生、重点一线城市与二、三线城市需求差异分析

同步教育软件与不同版本的中小学教材完全配套，辅助学生学习和教师教学，具有普遍适用性。但不同地区经济发展水平存在差异且教育资源分布不均衡，城乡师生、重点一线城市与二、三线城市对教育软件的需求情况也存在一定的差异，其需求差异主要表现在以下几个方面：

区 域	硬件设施	购买力	消费习惯	需求特点
一线城市	完善	强	已形成使用习惯	挑剔
二线城市	完善	强	初步形成使用习惯	较为挑剔
三线城市	一般	一般	逐渐认可	较为急迫
农村及经济欠发达地区	较差	偏弱	—	急迫

①硬件设施

电脑等硬件设备在重点一线城市和二线城市的普及程度较高，逐渐成为中小学生必备的学习工具；在三线城市只有部分家庭为学生配备电脑；而农村及经济欠发达地区电脑普及程度相对较差。我国出台了一系列政策推进教育业的信息化发展，包括电脑下乡政策等，同时电脑的价格急剧下滑，电脑普及已成为必然趋势。

②购买力

根据北京师范大学教育学院教育调查与数据中心“全国义务教育阶段家庭教育支出调查”课题组调查结果显示，家庭教育支出占家庭总支出的比例在城市为28%,在县乡村地区为 23%，其中，购置电脑费用是城市家庭和县乡村家庭教育支出的第一大消费。虽然农村及经济欠发达地区购买力相对较弱，但由于同步教育软件价位较低，并且公司根据区域经济发展不均衡的特点制定了差异化产品组合及定价策略，完全能满足县乡村家庭的消费承受能力。

③消费习惯

目前，重点一线城市对同步教育软件产品已形成使用习惯，除通过教育系统征订销售与教材配套发行的部分外，家长和学生在学期开学之初往往会主动购买功能更为完善的高级版本；二线城市已初步形成使用习惯；随着电脑的逐步普及，三线城市对产品也逐步认可；农村及经济欠发达地区因对同步教育软件接触较少，尚未形成消费习惯。

④需求特点

在重点一线城市和二线城市由于教育水平较高，教师的个性化需求较为明显，因此对同步教育软件更为挑剔，对产品品质、功能设置、操作难易程度提出了更高的要求；公司在认真分析和提炼优秀教师普遍性需求后开发出来的教育软件具有很好的认可度和推广价值。三线城市、农村及经济欠发达地区由于师资力

量配备相对落后，急需与教材同步配套的教育软件产品提高师资水平、改善教学效果，因此对教育软件的功能设置要求相对较低，但需求更为急迫。公司利用三线、二线城市学习一线城市的学术交流特点，在占领高端市场后，向其他区域的拓展就会较为顺利。

（2）应对收入来源区域化、局部化风险的措施

公司目前销售收入集中于重点一线城市，主要原因为受到公司规模的制约以及资金实力的限制，公司采取先重点一线城市，然后向中西部省会城市、二线城市、最后向三线城市及农村地区逐步拓展的市场策略。

公司开发的同步教育软件是在提炼精华了优秀教师的普遍教学经验后开发出来的产品，具有普遍实用性，在产品适用性及需求方面并没有明显的区域壁垒。报告期内，发行人在深度挖掘现有重点城市市场需求的同时不断向二三线城市及农村地区延伸和拓展，以降低收入来源区域化、局部化的风险。具体措施如下：

①产品差异化定价

总体而言，教育支出已列为我国家庭支出的首位，但不同家庭的经济承受能力存在差异。发行人根据地区经济发达程度和教育资源配置情况对目标市场进行细分：在经济发达的一线城市提供高附加值的产品；在中等经济水平城市提供完整的产品系列；在经济欠发达地区提供基本功能版本的教育辅导类产品。不同的产品系列针对不同的消费群体，并制定相应的普遍可接受的价格。

②产品形式多样化，适用于不同的硬件承载主体

考虑到电脑在农村及经济欠发达地区普及率较低，发行人的产品形式除电脑版外还开发了电脑/VCD 两用版。目前，发行人开发的小学英语同步教育软件同时提供两种版本供用户选择，鉴于初中英语同步教育软件文字表述较多，通过VCD 版本学习相对繁琐，因此仅针对性地开发了部分初中英语教材的 VCD 版。

（3）报告期公司市场区域拓展情况

报告期内，公司市场区域表现出由一线城市向二、三线城市快速拓展的趋势，具体拓展情况如下：

年 度	市场区域			备 注
	一线城市	二线城市	三线城市	
2006 年	北京、广州、深圳、南京	杭州、东莞、顺德、南海	无	人教 PEP 版:广东东莞、顺德、南海、浙江大部分区域使用人教版;江苏大部分地

				区使用江苏版。
2007 年	北京、上海、广州、深圳、南京	增加天津、宁波、温州、汕头、中山、惠州、苏州、无锡	无	上海版的使用区域:主要在上海及浙江地区部分学校使用；天津是人教新版主要使用区域，宁波、温州、汕头是人教 PEP 重点使用区域，苏州无锡是江苏版使用区域。
2008 年	北京、上海、广州、深圳、南京	增加珠海、青岛、济南、沈阳、大连、长春、绍兴	江门，韶关	公司新开发了外研版，使用区域主要集中在山东、广西、辽宁、四川，新开发广东版，主要适用区域中山、江门、珠海，08 年上海版进入沈阳地区使用。 公司新开发了北师大版，主要在北京,河南,广东部分地区使用
2009 年	北京、上海、广州、深圳、南京	增加南宁、柳州、桂林、长沙、株洲、石家庄、唐山、成都、重庆、郑州、福建	增加淄博、潍坊、肇庆	公司新开发湘少版，适用于湖南地区；新开发河北版，适用于河北地区。

注：一线城市指北京、上海、广州、深圳、南京五地；二线城市指省会城市及沿海经济发达区域(包括长三角、珠三角及环渤海)；三线城市指上述地区之外的其他区域（不含农村地区）。

农村地区由于师资力量相对较差、教学资源紧缺，对同步教育软件的需求更为迫切。发行人每年将教学产品赠送农村或边远地区，支持欠发达地区基础教育事业的发展，2008 年公司向重庆市巫山县提供赠送产品，2009 年公司向西藏自治区林芝地区墨脱县提供赠送产品。发行人向该等区域赠送同步教育软件具有公益性质，但随着农村中小学现代远程教育工程的推进，农村中小学信息化基础设施将逐步完善，发行人在农村地区仍面临广阔的市场空间。

报告期内，公司市场区域已由一线城市向二、三线城市快速拓展，新拓展的城市及潜在用户数量远远超过一线城市。尽管二、三线城市绝对销售额尚小，但公司产品对提高教学质量、教学效率的作用及产品品质已得到教师的广泛认同并被运用于课堂教学中，教师和学生的使用习惯正逐步形成，在二、三线城市的销售收入已处于快速增长阶段。

3、前五大客户的销售情况和主要客户的变化趋势分析

报告期内，本公司前五名销售客户销售金额及占营业收入的比例情况如下：

单位：万元

年度	序号	客户名称	销售金额	占营业收入比例
2009年度	1	广东教育书店有限公司	467.54	7.76%
	2	上海世纪出版股份有限公司外语教育图书分公司	429.58	7.13%
	3	环亚盈锋信息系统（上海）有限公司	254.70	4.23%
	4	北京环亚时代信息技术有限公司	241.68	4.01%
	5	广东新华发行集团股份有限公司	195.80	3.25%
		小 计	1,589.30	26.38%
2008年度	1	北京奈特高科科技有限公司	165.00	3.89%
	2	广东新华发行集团股份有限公司	140.48	3.31%
	3	深圳联友科技有限公司	140.20	3.30%
	4	江苏省新华书店集团有限公司	136.95	3.22%
	5	广州市鸿睿信息科技有限公司	131.57	3.10%
		小 计	714.20	16.82%
2007年度	1	深圳市有方印务发行有限公司	381.80	14.33%
	2	华为技术有限公司	288.89	10.85%
	3	广东新华发行集团股份有限公司	142.91	5.36%
	4	广州购书中心有限公司	82.46	3.10%
	5	江苏新华音像公司	79.57	2.99%
		小 计	975.63	36.63%

本公司近三年没有单个客户的销售比例超过销售总额的50%，不存在依赖于少数客户的情形。

本公司不存在董事、监事、高级管理人员和其他核心人员，主要关联方或持有本公司5%以上股份的股东在前五名销售客户占有权益的情况。

（三）原材料供应情况

1、主要原材料

本公司从事软件的开发及销售，日常消耗的原材料主要包括软件产品光盘（含加工费）、包装材料等。

本公司根据产品价格是否合理、服务是否优良选择最适当的供应商，由于主要原材料的市场竞争比较充分，本公司不存在对供应商过度依赖的情形。

2、前五大供应商的采购情况

报告期内，本公司对前五名光盘提供商的采购情况详见本节之“四、公司主

营业务具体情况”之“（一）公司业务模式”之“3．生产方式”。

本公司近三年没有向单个供应商的采购比例超过采购总额的50%，不存在依赖于少数供应商的情形。

本公司不存在董事、监事、高级管理人员和其他核心人员，主要关联方或持有本公司5%以上股份的股东在前五名供应商占有权益的情况。

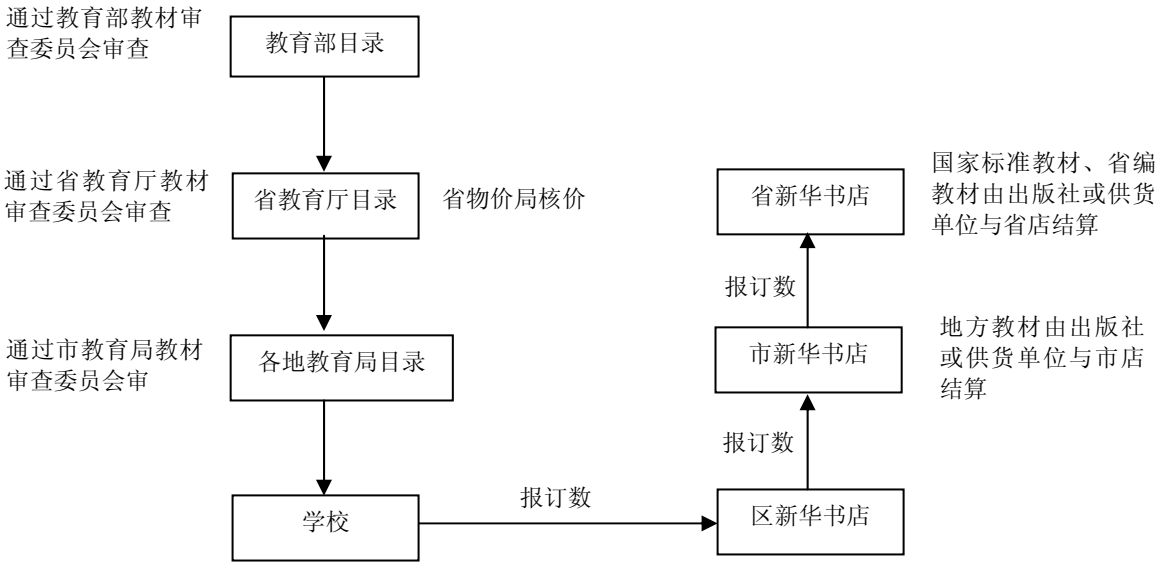
（四）教育系统征订对公司经营情况的影响

教育系统征订销售指出版社基于新课标的要求组织编写教材，并结合教材特点和本地教学需求定制教育软件，教材和配套教育软件通过政府教育行政主管部门、物价部门等政府机构审核后进入教育部全国中小学生用书目录，由新华书店教材发行部门将同步教育软件与教材配套销售。

1、教育系统征订的业务流程及销售模式

在教材征订过程中，国有大型出版社在教育部备案后根据教育部制定的国家课程标准组织编写教材，教材编写完成后送教育部审查，经教育部教材审查委员会审查通过后，在教育部全国中小学生用书目录中体现。各省教育厅根据国家教材目录及地方教材情况确定本省教材使用目录（各省根据自身的教材使用情况，可以要求出版社进行不超过 30%的内容修订）。

国家教材审定征订发行流程图如下：



在教育系统征订中，发行人所开发的同步教育软件作为教材辅助材料配套发

售，必须通过以下步骤才能达到征订要求。

①取得著作权人授权或与著作权人联合开发；

②同步教育软件提供商资质审核；

③同步教育软件产品开发完成后，取得合法的出版版号；

④同步教育软件产品通过当地的教育机构组织的审查委员会审查；

⑤当地(省)物价部门核价；

⑥进入当地（省或市）的图书发行目录；

⑦根据具体情况与出版社或本省的教材总发机构结算（根据国家的法定法规要求，一般省级总发机构为省新华书店，市级自编教材可以由市新华书店发行）。

2、报告期内教育系统征订销售情况

业务种类	2009 年度		2008 年度		2007 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
教育软件产品销售收入	4,059.83	100%	2,477.99	100%	1,578.67	100%
教材、教参配套发行收入	1,922.77	47.36%	617.57	24.92%	572.94	36.29%
其中：教材配套发行（小学、初中）	1,004.16	24.73%	175.27	7.07%	142.91	9.05%
教参配套发行（小学、初中）	918.61	22.63%	442.30	17.85%	430.03	27.24%

本公司从 2006 年开始实现大批量同步教育软件与教材配套销售，公司在每年秋季为广州信息技术教材配套发行软件，配套发行数量较为稳定。2009 年开始为深圳市中小学英语教材、广州初中英语教材、广东小学英语教材配套发行软件，教材配套发行数量迅速上升。2007 年～2009 年教材、教参配套发行销售情况如下表所示：

项 目	2007年	2008年	2009年
教材配套发行销售数量	57万套	70 万套	182万套
教参配套发行销售数量	33万套	34 万套	62万套

在教育软件行业品牌效应尤为明显，教师的消费偏好往往会直接影响到学生的消费需求，教育系统征订销售对本公司具有较大的品牌放大效应，通过需求传导实现公司客户群体的稳定增长。目前，人民教育出版社、上海教育出版社等知

名出版社都采用本公司开发的产品作为教师参考书的配套教学软件。本公司在深圳、广州、上海、江苏和河北等地已与英语教师参考用书配套发售，2009年教参配套发行数量达62万套。通过从教师到学生的需求传导，以点及面的渗透式营销为公司巩固行业地位，扩大市场份额打下了良好基础。

3、教育系统征订的过程及进入壁垒

教育软件产品一般是在原著作权的基础上进行的二次开发，著作权的获取具有一定的排他性，省教育厅首先就教育软件产品对著作权的合法使用进行审慎核查，在教材送审的同时将与教材配套的学生活动手册、教师用书、课本录音和教育软件等教辅材料一并送省教育厅专家组或国家教育部课表组审查，一旦通过审查，同步教育软件等教辅材料随同教材进入教育系统的征订目录。

目前，业内通过教育系统征订渠道进行销售的企业很少，该渠道需要教育软件提供商具有较强的产品持续开发能力。与教材配套进入教育系统征订目录的教育软件必须经过严格的资质审查，具有较高的进入门槛。首先，对产品品质提出了更高的要求，与教师配套发售的同步教育软件其产品品质需得到业界的广泛认可；其次，同步教育软件的开发需取得原著作权人的授权；再次，教育软件提供商需要与出版社、教育系统建立长期稳定的合作关系，将教材和教辅材料共同推广市场。

4、教育系统征订销售对发行人的影响

（1）进一步提升公司的品牌影响力

由于公司历年来在产品宣传方面投入较少，通过教育系统征订使公司产品在广大教师和学生中的知名度和影响力进一步提升。该种销售渠道具有较高的进入壁垒，特别是对教育软件产品的质量会进行审慎核查，公司产品与教材教参配套销售大大提高产品的品牌影响力，从而获得广大教师、学生、家长的认同。

（2）获取更高的市场占有率

2009 年公司为深圳、广州及广东省其他地区中小学春季、秋季英语教材配套发行软件，仅深圳地区英语教材配套发行数量已达到 125 万套，在深圳市已占据 70%以上的市场份额；2009 年秋季在除深圳、广州以外的其他广东省地区配套发行《广东版小学英语》58 万套。教材配套发行的产品价位较低，由于容量限制功能相对简单，基本是公司教材配套类产品的专用版，但通过与教材配套发行

使公司产品的市场覆盖率大大提高，并对竞争对手形成较大的冲击。

（3）保证公司业绩的稳定增长

中小学教材变动周期至少在六年以上，本公司与合作出版社将公司开发的教育软件产品与教材一并提交教育部审查，一旦通过审查可建立长达六年的合作关系。教育系统征订使教师和学生形成使用习惯并增强对本公司产品的粘性，从而实现持续销售，保证了公司经营业绩的稳定增长。

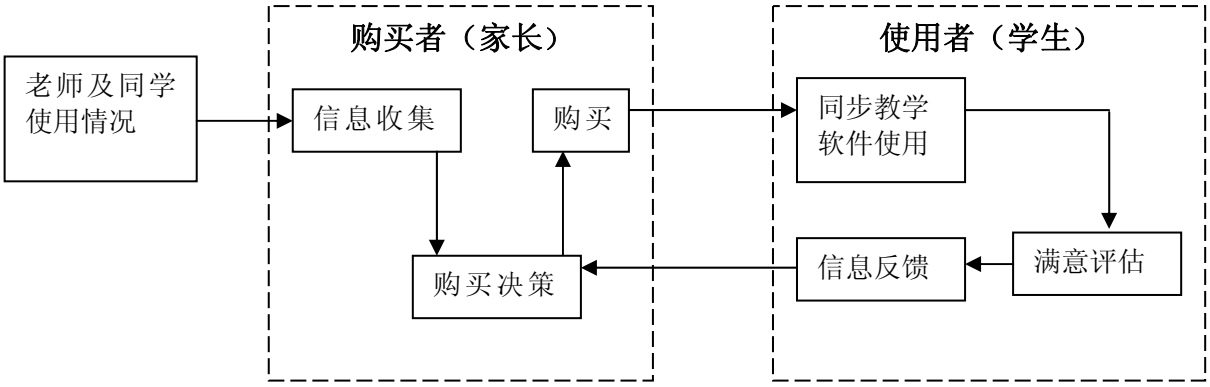
（五）发行人业务个性化特征分析

1、需求特征

大多数产品的购买决策者同时也是消费者，掌握消费者的需求即掌握了购买决策者的需求。但教育服务行业的需求存在一定的特殊性。

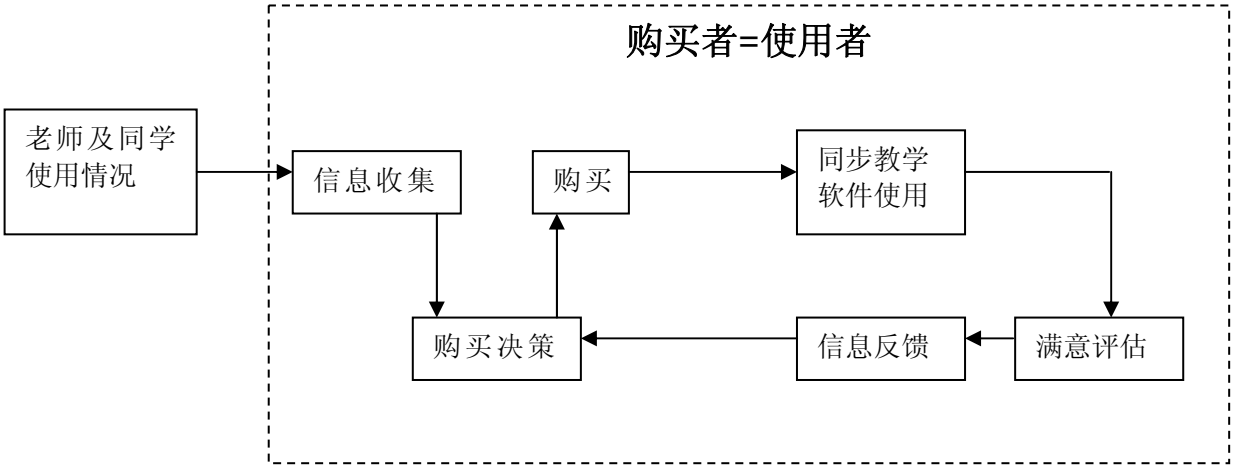
中小学同步教育服务类产品的实际使用者是中小学生，鉴于低年级学生对产品的认知程度及自身需求的判断存在一定的局限性，往往由家长根据所收集的市场信息及产品口碑效应选择购买，即“购买消费分离模式”。

图：低年级学生“购买消费分离模式”



高年级学生根据自己对教育软件需求的判断或受老师、同学的影响，往往能依照个人的消费偏好选择相应的教辅类产品或要求家长代为购买，即“购买消费一体化模式”。

图：高年级学生“购买消费一体化模式”



2、客户特征：专家化客户

本公司的产品服务对象是教师和学生，消费群体具有明显的专家化特征，因此对产品品质也提出了更高的要求。

本公司培训教师使用教育软件、设计教育软件，提升课堂教学效果。目前，在沿海发达地区教师在授课过程中已普遍使用课件，其他地区也在逐步推行和实施信息技术与课堂教学的整合。本公司提供与教材、教参完全配套的图片，语音，人物角色背景等素材资料库，方便了教师备课、制作个性化课件，改善了教师课堂利用多媒体手段授课的效果。本公司针对在校教师开发出专门的教学资源包，对于教师实现多媒体教学起到了极大的辅助作用。

本公司和教材编写者、教育机构、教研一线的专家和教师建立了定期的交流制度，提高公司产品开发水平。公司与中国教育协会外语专业委员会等教育协会合作，交流推广新课程理念，为广大教师提供教学课件支持。这些活动为公司产品赢得了教育机构和广大教师的支持。

3、营销特征：征订营销

征订营销是本行业特有的一种销售模式。经省教育厅专家组或国家教育部课标组审核通过后，与教材版本同步配套的教育软件一同进入征订目录，供教师和学生使用。教育软件作为一种科技含量较高的教辅材料进入征订目录已成为未来的发展趋势。

本公司和多家出版社建立了良好的合作关系，公司为出版社提供与教材配套

的教学软件大大增强了出版社争取地方目录的竞争力，同时，公司为出版社提供培训服务有利于出版社教材的市场推广。教材推广时出版社需要对教材使用者进行培训，出版社通过与本公司合作开发或授权委托的方式进行教材教参配套软件的开发和推广，减轻出版社在新教材推广过程中培训教师的负担，在丰富教学手段的同时增强老师对教学理念、教学重难点的把握和理解，为一线教师提供整体解决方案。

本公司协同教材出版社，为中小学教材的教育系统征订项目提供配套教辅产品，为提高本公司产品的市场覆盖率起到了巨大作用。

4、服务特征：公益性

本公司归属于教育服务行业，该行业具有较强的公益性。本公司以国家及教育部相关政策为导向，在全国优质教育资源不均衡的情况下，综合提炼优秀教师的教学经验和教学方法，开发出优质的教学软件，让更多的教师提高教学水平，使广大中小学生得到良好的教育，在优化课程设置、丰富教学内容、提高师资水平、改善教学效果等方面起到了积极配合作用。同时，本公司对加速教育手段和管理手段的现代化，提高师资队伍的素质，以及全面提高教育质量和教学效率具有十分重要的意义。

本公司立足教育行业并提供高科技服务，2007 年起本公司为教育部开发“农村中小学现代远程教育工程教育资源开发项目”，将在一定程度上缓解我国教学资源分布不均衡的问题。此外，本公司每年将教学产品赠送边远地区，支持欠发达地区基础教育事业的发展，2008 年公司向重庆巫山县提供产品，2009 年公司又向西藏自治区林芝地区墨脱县提供产品。在目前国内各个地区教育师资力量等教学资源不平衡的情况下，本公司为广大中小学生提供了丰富的教育资源辅助支持。

（六）一线优秀老师发挥的作用及其来源

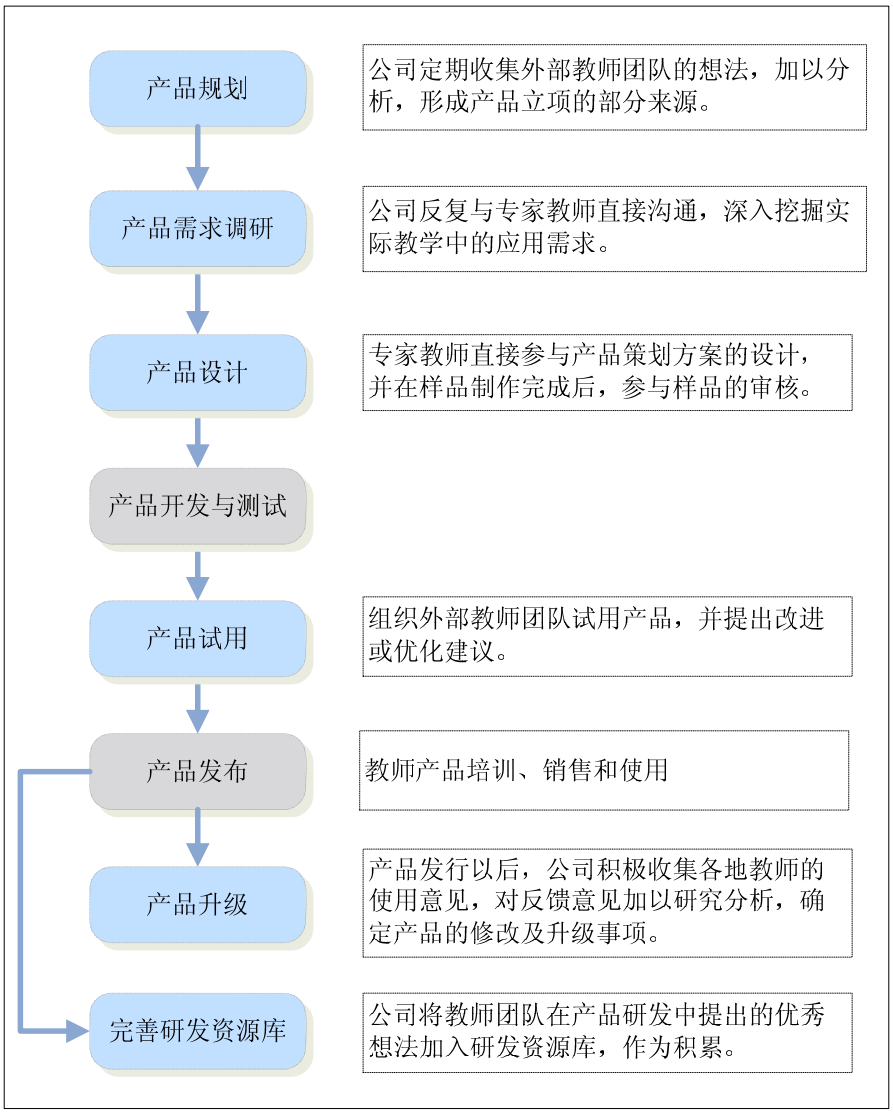
1、在不同环节利用优秀老师资源的具体方式及老师发挥的作用

公司产品是在对教育教学需求深刻理解基础上，以中小学教师及学生的教学需求为导向，以提升中小学教育质量为驱动，以信息技术的普及和运用为依托，将先进的教学理念、科学的教学方法和信息技术有机结合，为广大中小学教师与学生提供反馈交互式的同步教育软件及服务。

教师是公司产品研发设计的重于参与者，也是关键的使用者，优秀教师在不同环节都起到重要作用，具体表现如下：

（1）产品开发环节

优秀教师为产品的研发设计提供教育理念、教育需求和优化建议等。为保证产品在教育理念上的先进性、实用性和针对性，本公司在产品开发流程上，始终保持与专家老师的有效沟通，教师在开发环节的具体作用方式如下图所示：



为了保证产品能适应教育教学不断发展的需要，公司定期收集外部教师团队的想法，获取各类教师需求，并在不断总结和有效分析中形成产品构思，让优秀教师的想法形成了产品立项的部分来源。

产品立项后，公司对产品的各种具体问题反复与教师通过多次面谈、邮件、会议等多种形式直接沟通，对实际教学中的应用需求进行深入挖掘和分析，确定

产品的设计方向，为产品的研发提出科学、有实用价值的指导思想。

软件产品开发前期，为了能更好的应用于教学实际，专家教师亲自参与样品的制作，真正做到以教学及学生为中心，抓住教学及学生的学习需要，设计最合理的教育、学习和练习内容，将最优秀的教学经验通过信息技术传递给全国各地师生。样品制作完成，在得到专家教师的正式鉴定确认后，公司按标准开发流程进行产品开发工作。在产品发布之前，教师将参与产品的试用，针对产品在教与学中的应用为产品提出改进或优化建议，充分保证产品的质量。

（2）产品销售环节

产品发行上市以后，公司将参加每学期开学前有出版社或教研机构组织的各地教师培训会，培训老师使用产品；教师在课堂上的使用无形中为学生作了示范演示，对产品和品牌的推广起到了良好的促进作用。

（3）产品使用环节

公司产品的使用对象包括教师和学生。教师在使用公司产品进行教学的过程中，会不断提供反馈信息。公司根据教师的反馈意见，对产品进行持续升级，形成产品研发、教师使用、信息反馈、产品升级的良性互动。良好的产品，在教师中形成良好的口碑，进一步提升产品的美誉度和知名度。

2、发行人优秀老师的来源

公司使用的教师资源分内部教师资源和外部教师资源。

内部教师资源方面，公司 1/3 以上的项目策划人员具有教师背景；他们曾从事一线教学工作，富有教学经验、熟悉教学理论、深刻理解教学需求并熟练掌握计算机教学技能、软件设计等知识；善于和一线教师和专家沟通，将教师和专家的思想和教学方法进行总结归纳，并设计出适合于计算机实现的表现方法。

外部教师资源主要为原著作权人、教研室研究员及专业委员会推荐的教师等一线优秀的教师和职员。具体来源情况如下：

（1）原著作权人或其推荐的教师

公司在与原著作权单位（教研室、出版社等）合作时，一般约定产品的审定需要原著作权单位参与。著作权单位会指派教材作者（编写组）和一线教师参与项目的策划和设计，并在每学期结束时召开产品使用情况会议，收集教学建议，由公司拟定升级计划，不断对产品进行升级。

（2）与教科院（教研室）合作

各省市教育系统都设有教科院或教研室,该机构主要职能是：根据国家新课程标准,将新的教学理念、教学要求、教学方式、逐级传达到学校教师，负责培训教师，发挥教学研究、指导、管理和服务等作用。提高教学质量和培训老师是教研室的主要职责之一，在教研室工作的教研员最熟悉本地区的优秀教师及专家。部分教科院（教研室）本身也是原著作权人，公司通过与教科院（教研室）和教师进修学校建立产学研合作关系，能有效的得到其各学科专家和一线优秀师资的支持。

（3）与专业委员会合作

公司与国内权威的教学研究机构如中国教育学会外语教学专业委员会等建立了良好的合作关系，定期合作协办全国中小学教师优质课技能比赛，每年还定期邀请教育专业委员会的专家到公司通过专题讲座、定期指导和产品点评，帮助公司开发人员掌握教学改革动态、新课程标准的变化、教学理念、教学的难重点把握和实现理念等。

（4）其他合作方式

公司经常邀请各地英语教材及配套资料编写的专家老师，通过组织各种形式的教研教学交流活动、共同开发教学资源、协助参与专家老师教学课题研究等方式，和专家老师团队形成紧密融洽的互动合作。

（七）其他学科的进入壁垒、市场竞争情况、客户需求、市场容量、产品研发准备及市场开拓措施，以及公司应对产品多学科拓展风险的措施

1、其他学科进入壁垒

（1）品牌壁垒

家长或学生购买教材辅助资料时受教师和周围同学的影响较大，往往根据所获得的市场信息和产品的口碑效应选择购买，因此，同步教育软件的消费更强调产品的品牌度和市场认知度。包括英语、语文、数学等学科在内的同步教育软件在开发完成并投放市场后需要较长的市场培育期，通过一线教师及广大学生的使用和检验后方能逐步建立起产品的市场形象。

（2）版权合作壁垒

同步教育软件的开发需要获得教材原著作权人的授权，发行商与拥有教材版权的地方出版社或教育系统的合作大多具有排他性质，因此版权合作已成为进入其他学科产品拓展的市场壁垒。出版社一般根据发行商的开发经验、产品品质和以往合作情况决定是否与发行商继续其他学科的合作开发。

（3）开发资源壁垒

同步教育软件的开发需要大量的素材资源和工具库，素材资源和工具库在不同学科中具有通用性，如果在已建立的标准化开发流程的基础上开发其他学科产品，规模效应和边际效应逐步释放，具有明显的成本优势。但对于行业新进入者而言，需要大量的前期研发投入及长时间的开发资源积累，在激烈的市场竞争中处于劣势地位。

（4）营销渠道壁垒

同步教育软件一般通过区域代理或零售终端网点销售，教师和学生是产品的最终使用者。在其他学科拓展方面一般先与出版社合作开发教师参考用书类产品，根据教师使用后的反馈信息对产品进行修改调整、升级完善后引导学生使用。如果在相关学科的市场开拓方面已将营销网络深入到广大师生，则其他学科产品销售渠道的建设将更为顺畅。行业新进入者面临营销网络的搭建、对教师学生消费习惯的引导等诸多障碍。

2、市场竞争情况

市场上开发语文、数学等学科教育软件的公司数量较多、规模普遍偏小，基本集中在本地或本省进行销售。其他学科教育软件提供商主要有：深圳智乐园、珠海海岸线、山东时代智囊、上海金仕达、深圳金科成、东田文化，上述企业开发版本学科和主要销售区域如下表所示：

公司名称	开发版本学科	主要销售区域
深圳智乐园	人教版语文、北师大数学	广东、浙江
珠海海岸线	人教版语文、数学	广东
山东时代智囊	人教版语文、数学	山东
上海金仕达	上海版语文、数学	上海
深圳金科成	江苏版语文	江苏
东田文化	人教版语文、数学（VCD）	全国

发行人其他学科竞争对手中深圳智乐园、珠海海岸线、山东时代智囊、上海

金仕达、深圳金科成规模较小、开发版本较少、且销售区域较为集中，与本公司不构成直接竞争。东田文化销售规模相对较大，其产品主要为以教师授课录像为内容的 DVD/VCD，与本公司不构成直接竞争。

因语言及文化差异，英语学科教育软件的开发难度大于其他学科产品。发行人在英语学科做精做强的基础上再开发其他学科产品。目前，发行人已开始与语文出版社、河北教育出版社展开合作，并签订和教师参考书一起征订发行的合同，产品在 2009 年 12 月和 2010 年供货。发行人凭借在英语同步教育软件开发方面的品牌优势和品质优势，利用现有的销售网络、丰富的素材资源和标准化开发流程，在开拓其他学科市场方面更具有竞争优势。

3、客户需求及市场容量

随着家庭电脑的普及，多媒体教育软件因其具有的综合声像图文及良好的交互性特点，被越来越多的家庭所接受并广泛使用。传统的教学工具已不能满足教师和学生的需求，同步教育软件成为教辅工具已成为必然趋势。其他学科同步教育软件与中小学教材配套使用、相辅相成，具有较强的针对性和普遍实用性；产品价位较低，基本能满足普通家庭的消费能力；软件集“声音，图像，动画，影视，文字”于一体，形成互动功能，方便教师课堂教学和学生自主学习，充分调动学生学习的积极性并提升学习效率，因此，其他学科教育软件需求具有较强的普遍性，潜在市场容量较大。

4、产品研发准备情况

就产品开发难易度而言，英语学科要求听、说、读、写、做、唱、玩、演、视等功能，其他学科产品的功能要求相对较低。发行人基于在英语学科产品的成功开发经验，向其他学科拓展更具技术优势和资源优势。发行人在其他学科产品拓展方面的研发准备如下：

①密切跟进和深入分析其他学科的教育特点及教学理念

在中小学英语同步教育软件的开发过程中，发行人与各地出版社、教研室已建立起长期稳定的合作关系。公司与外部教育专家共同进行课题研究，包括教学改革方向、课改要求、新课标的变化、有效的教学方法、公司产品设计理念、产品设计内容等，由外部教育专家对公司产品进行评价并提出反馈意见，从而将一线优秀教师的教学理念融入到产品中。鉴于英语、语文、数学、社会等学科的教学理念相近，公司在提供课件制作服务、组织教师参于产品设计、参加教师培训

会议等活动中，广泛吸纳一线教研人员对其他学科的教学理念，有效识别其他学科的教育特点并将其应用到多学科产品的开发中。

②建立标准开发流程并积累大量通用素材资源，降低其他学科的开发成本

发行人已掌握了多种软件开发技术，建立起流程化的教育软件开发平台。根据各个阶段的开发特点，建立了相应的制作标准和规范要求，如产品策划标准、美术各模块制作标准、开发工具的代码规范、网络开发规范、产品检测标准等。与此同时，鉴于同步教育软件项目周期短、数量多，发行人设计了矩阵并行开发流程，大大提高了开发制作效率。经过多年的积累，公司已建立起丰富的素材资源库，包括 2.1 万分钟 Flash 动画、1500 个角色造型和场景、5 万张图片及软件界面素材、2 万分钟视频数据、26 万个音频资料。该类制作素材在其他学科项目的开发过程中，具有重复使用性，发行人在开发其他学科产品方面更具先发优势和技术优势。

5、市场开拓措施

①稳定现有用户群体，实现用户对其他学科产品的持续消费

发行人在中小学同步教育软件行业悉心经营十余年，在中小学英语学科市场已占据主导地位。截至目前，公司所开发的中小学英语教育软件已拥有 278.25 万的用户群体，产品被广大教师和学生普遍接受，形成使用习惯并持续购买。由于其他学科产品的客户群体与公司现有用户高度重合，公司在与各地教研部门沟通和交流的过程中密切关注其他学科的教学需求，针对现有用户开发语文、数学等其他学科产品，实现对现有用户需求的深度挖掘和市场的纵深发展。

②充分利用现有营销网络，实现渠道共享

发行人涉足教育软件行业至今，致力于销售渠道的建设和完善，从最初的直销模式发展到代理销售，凭借公司的品质优势和品牌优势创新性地与大型出版社合作开发产品，通过教育系统征订迅速提高公司产品的市场覆盖率和品牌知名度，在前期积累的基础上启动产品的网络化移植。由于英语学科产品与其他学科在产品的研发设计及市场营销方面具有较强的协同效应，发行人在开拓其他学科市场时可复制现有的销售模式，通过渠道共享实现其他学科的低成本拓展。

③稳定与主流出版社的战略合作关系

人教社、北师大出版社以及各地教育出版社均属于综合性出版社，出版英语、语文、数学等多学科教材，发行人在开发和推广英语产品的过程中，与上述主流

出版社已建立起长期稳定的合作关系，在开发其他学科产品时可通过教育部门组织专家和老师参与项目前期策划和产品定位，进一步深化与主流出版社的合作关系，逐步实现为中小学义务教育其他学科提供各项配套教育软件服务。

④在现有客户的基础上提供增值服务

公司所开发的中小学英语教育软件已拥有两百多万的用户群体，产品被广大教师和学生普遍接受，形成使用习惯并持续购买。公司正积极开发为现有客户提供不同技能的专项训练软件产品，公司还在网络技术服务上加大投入，为不同层次需求、不同知识点需求和不同技能训练需求的师生提供个性化服务，进一步提升客户的价值。

6、发行人应对产品多学科拓展风险的措施

①利用英语学科现有的品牌优势和品质优势

发行人从事中小学同步教育软件行业始终坚持专业、领先的创新精神，在英语学科产品开发方面通过精耕细作已居于行业领先地位，在广州、深圳、北京、上海、南京等重点城市成为同类产品第一品牌。公司利用英语学科现有的品牌优势和品质优势开拓其他学科产品更能获得消费者的认可和信赖。

②加大与行业专家、协会、优秀教师及一线教师的联系，充分把握市场需求

在多学科拓展过程中公司将进一步深化与行业专家、协会、优秀教师及一线教师互惠互利的合作关系，在提供课件制作服务、组织教师参于产品设计、参加教师培训会议等活动中建立有效的信息采集手段，充分把握其他学科的教学需求和教学特点，使其他学科产品的开发更具针对性和适用性。

③与已有合作基础的出版社共同拓展其他学科产品

发行人与全国主流出版社建立了长期稳定的合作关系，与人民教育出版社合作 10 年之久，与中国教育协会外语专业委员会等单位的合作时间也在 5 年以上，公司与已有合作基础的出版社共同拓展其他学科产品，不断深化与出版社合作关系的同时大大加大了其他产品的推广力度。

④完善学科知识和跨领域知识的人才培训机制

在多学科拓展的过程中公司将进一步引进和培养具有语文、数学等其他学科专业背景的人才，做好人才引进、员工培训、市场推广等前期工作，以确保其他学科项目的顺利实施和推广。同时完善跨领域知识的培训机制，强化公司现有的人才优势。

（八）与新华书店的合作关系

发行人与新华书店之间为上下游关系，各地新华书店为公司产品的发行或终端销售机构。发行人与新华书店合作主要有以下两种模式：①与新华书店教材发行部合作，该种合作模式适用于教育系统征订销售；②与新华书店音像部合作，该种合作属终端代理模式，绝大部分书店属于此合作模式。部分书店两种方式都有。目前，公司与全国 41 家各地新华书店建立业务合作关系。以上除广东教育书店有限公司、深圳市新华书店(书城电子)为教育系统征订销售外，其他单位均为终端代理模式。随着公司品牌的提升和客户的不断增长，与公司建立终端代理销售合作关系的新华书店大幅增加。

在教育系统征订销售中，新华书店仅为经营教材发行的总发机构，其作用在于教材配送和款项结算。由于发行人产品经教育部教材审查委员会、省教材审查委员会审查并列入各省的教育厅教材使用目录后，除地方教材版本更换外，教材发行机构的调整不会影响公司的征订销售。

在终端代理模式中，新华书店属于公司的零售终端，公司处于主动地位，与各地经销书店合作的风险较小。公司每年对各地新华书店销售情况进行考核，并确定下一年的合作情况。与新华书店的合作协议一般以公司制定的标准格式签订，一年一签。原有合作新华书店的合同到期后，一般都能续期，且新的合作新华书店不断增加。公司与各地经销书店合作的风险较小。

能否巩固原有合作书店并增加新的合作书店，关键在于进一步提升公司产品竞争力、公司综合竞争实力以及在产业链中的话语权。具体而言，有以下措施：

（1）加强与出版社的合作，共同推广教材及教学辅助产品，完善教师培训服务，使产品在广大教师及学生的反复试用和评估的过程中，形成对公司产品的使用习惯和消费依赖。

（2）加强与行业专家、教研部门、优秀教师及一线教师的沟通和交流，把握行业最新教育理念，使产品充分满足教学需求。

（3）根据市场反馈信息及用户使用情况对现有产品不断升级、更新，创造性地满足用户需求，巩固产品在行业中的领先地位。

（九）目前发行人产品被盗版的情况

在广州、深圳、上海、北京、南京等一线城市，由于法律体系比较完善，盗

版打击力度较大等，基本未发生产品被盗版的情形。盗版情形主要发生在公司销售网络还没有覆盖到的二、三线城市，如浙江金华、山东临沂、广东江门等；盗版的主要方式为复制或刻录。因教材定期调整、教育消费注重品质、公司每学期及时升级产品、每学期的销售周期短等有利因素，公司产品盗版情况总体不是很严重。

为有效防范和制止盗版行为，公司主要采用以下应对措施:

1、密切跟进中小学教师和学生的实际需求，通过对前期销售情况的持续跟踪，针对市场反馈信息对产品不断更新、升级，抑制盗版产品的发展。

2、紧密和著作权单位的合作，及时修订产品内容。各著作权单位从保护自身利益出发，每学期会根据教学需要不断更新和调整教材内容。公司和著作权单位有法定的合作关系，教材的修改会及时通知到公司，保证每学期的产品都能与新教材同步。

3、为防止竞争对手盗用公司软件产品，保护公司的合法权利，公司积极申请软件著作权。目前，发行人已取得软件著作权共 17 项。

4、对产品采取断轨加密的加密措施，加大复制、转录和盗版的难度。与光盘复录单位、经销书店或行业代理签订保密协议，确保在光盘生产、销售环节中不被泄密；同时和员工签订技术保密协议，确保在开发过程中不泄密。

5、利用网络技术，为正版用户提供免费和增值服务，提升正版软件的使用率和客户的依赖度。

（十）发行人子公司连邦信息业务情况

1、连邦信息的软件产品与金太阳教育软件业务之间的关系

子公司连邦信息的主要软件产品与金太阳教育软件业务为源于相同的开发技术、经同一开发平台、开发工具和研发团队完成的产品；两者在技术和研发上密切相关并形成研发上的上下游关系，在渠道上相互共享。

金太阳教育软件业务产品为公司完全自主研发;连邦信息主要软件产品的二次开发是公司将金太阳教育软件业务领域积累的开发技术、开发平台和人才在二次开发领域的延伸运用，目前主要运用于邮件软件系统及其解决方案为基础平台的二次开发，连邦信息软件产品为母公司产品和技术的增值扩充。

（1）收购连邦信息的背景

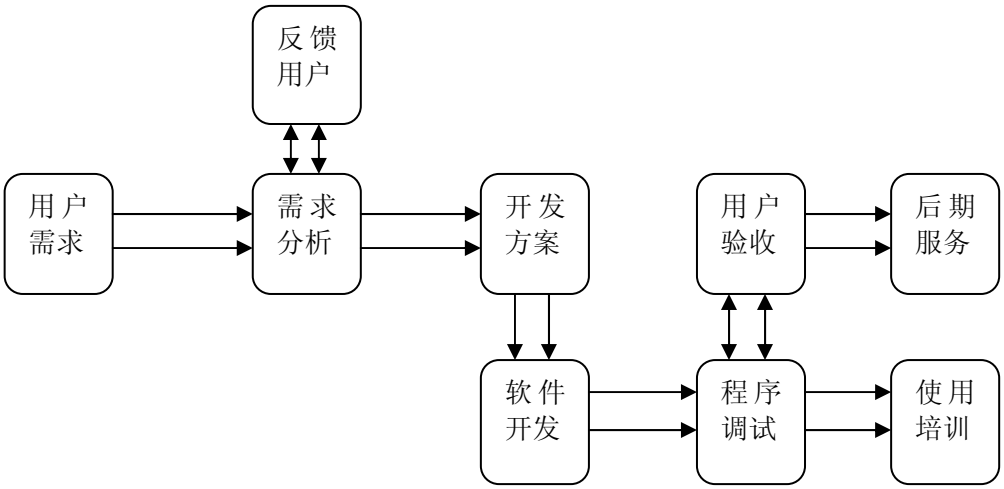
连邦信息成立于 1996 年 4 月，早期主要从事销售通用软件，包括操作系统、办公软件、数据库、数据安全软件的销售，为连邦软件销售组织最早的合作伙伴之一。连邦组织即北京连邦软件股份有限公司。连邦信息为连邦组织的加盟成员之一。根据双方签署的授权加盟协议，连邦组织授权连邦信息使用“连邦软件专卖店”的商号在深圳开设 1 家专卖店；连邦信息每年向连邦组织交纳 9,600 元的加盟费用。连邦信息与连邦组织各自独立承担民事责任，相互之间无产权及归属关系。2006 年后，连邦信息业务转型，已停止与该组织的合作。

随着竞争的加剧，通用产品销售完全市场化，毛利率很低，连邦信息股东决定退出。2006 年，方直科技受让连邦信息股权并控股该公司，同时，将连邦信息按照与同步教育软件业务一体化发展的战略进行业务转型，转化为同步教育软件技术运用于邮件软件系统二次开发的平台。

（2）源于相同的开发技术、开发平台和开发人员

连邦信息目前的业务是以邮件软件系统二次开发为主导，针对客户需求制定邮件安全解决方案。其解决方案的制定和二次开发的实现依托同步教育软件业务积累的开发功能模块、开发平台、开发技术、开发工具和开发人员。

连邦信息的研发流程为：



2006 年，公司引进美国 MIMOSA 和 Mirpoint 的邮件软件系统，由于这两家公司的产品进入中国，需要本土化，同时还需要对用户管理，安全认证、邮件地址迁移、用户界面设计、多服务器集中管理平台、单点登陆、组织机构与邮件地址簿协同等功能进行二次开发。

邮件系统的上述二次开发，与网络教育开发的功能模块十分吻合。公司在研发个性化网络教育系统平台的过程中，积累了丰富的网络架构优化方案，客户邮件管理方案；形成 Net Framework 开发平台以及.NET、Web service、XML、Ajax、WPF 等开发工具； 成功开发了 FZUUMS（方直统一用户管理系统）、FZUSA（用户安全认证）、ANUMP（全网客户管理平台）、ESDS（教育软件设计系统）、ESTS（教育软件测试系统）、FZPayPal（方直收费系统）等子系统模块。这些技术构成网络教育开发的关键技术，也是邮件系统二次开发的主要技术基础。

方直科技网络研发部运用 Net Framework 开发平台以及.NET、Web service、XML、Ajax、WPF 等开发工具，在上述成熟的子系统模块基础上，进行延伸开发，为连邦信息邮件系统解决方案的用户开发《多服务器集中管理平台》、《OA 系统单点登陆与安全认证》、《组织机构与邮件地址簿协同》等满足用户的系统管理和业务特点的个性化功能模块。连邦信息负责对外销售和售后服务，其本身没有专门的研发团队和研发平台，而是与同步教育软件业务共享母公司的研发团队和研发平台。

邮件系统二次开发的技术和资源对同步教育的网络教育平台及客户管理平台亦有反向促进作用。网络教育平台和客户管理平台的研发涉及大量数据库软件、网络中间件软件及数据安全软件的应用，利用连邦信息和原厂合作的优势资源，对此提供大量的性能优化和技术支持，对同步教育软件网络平台开发和建设、软件标准化开发流程的设置以及核心技术的提升起到积极的作用。

（3）形成研发方面的上下游关系

传统制造业的上下游关系主要表现为以原材料为上游、以产品用户为下游。但软件行业光盘等原材料所占比例极小，且对产品无实质影响；其核心为产品的研发过程，其关键要素为研发人员、研发工具和研发平台。软件产品的相关性也主要体现为是否基于相同的研发平台、研发工具和研发人员；其上下游关系亦主要体现为是否存在技术上的承继和延伸。

连邦信息主要软件产品是公司将在金太阳教育软件业务领域积累的技术的延伸开发，基于相同的开发平台和研发团队；金太阳教育软件业务为原创性的自主开发，连邦信息主要软件产品为应用性的二次开发，技术和研发上密切相关，且形成上下游关系。

（4）销售渠道上存在共享

发行人的销售模式有代理销售、直销模式、教育系统征订销售和网络在线销售。发行人在涉足教育服务业务之初，主要依托连邦信息的销售渠道进行销售，建立了最初的销售体系。发行人利用连邦信息平台，逐步发展有技术服务能力和市场开拓能力的代理商，完善自有的业务销售网络。发行人亦根据客户需要销售连邦信息的部分产品，二者在销售渠道上存在共享。此外，发行人利用连邦信息作独立平台的优势，了解国内外软件技术发展动向和部分产品需求动态、提供各厂家的销售政策动向和竞争产品的相关信息。

基于以上分析， 连邦信息的主要软件产品与金太阳教育软件业务为源于相同开发技术、并经同一开发平台、同一研发团队完成的产品；两者在研发上密切相关并形成上下游关系，在渠道上相互共享，都属于公司的主营业务，且同属于一种业务。

2、报告期内各类产品的销售数量和单价数据

公司主营业务收入由方直金太阳教育软件、其他软件产品和技术开发服务组成。报告期内，各类产品的销售数量、单价及销售金额情况如下：

单位：盒（套）、元/盒（套）、万元

项目		2009 年度			2008 年度			2007 年度		
		数量	单价	金额	数量	单价	金额	数量	单价	金额
方直金太阳教育软件	征订渠道	2,436,949	7.89	1,922.77	1,040,000	5.94	617.57	901,600	6.35	572.94
	其他渠道	465,100	45.95	2,137.06	417,100	44.60	1,860.41	214,700	46.84	1,005.74
	小计			4,059.83			2,477.99			1,578.67
其他产品	邮件系统	105	128,453.12	1,348.76	87	64,197.47	558.52	14	254,792.43	356.71
	通用产品	1,364	3,189.62	435.06	8,367	1,062.62	889.10	2,3575	252.07	594.26
	小计			1,783.82			1,447.62			950.97
技术开发服务				175.17			308.84			86.35

合计			6,018.82			4,234.44			2,615.99

报告期公司主营业务收入保持快速增长，方直金太阳教育软件和其他软件产品均处于增长趋势。教育软件不同销售渠道的销售价格比较平稳，销售额的增长主要源于销售数量的大幅增加。其他软件产品因产品差异化较为明显，销售价格不具有可比性，变动趋势主要表现为邮件软件系统及其安全解决方案销售数量和金额大幅增长，通用软件的销售金额和销售数量均下降，总体保持平稳增长趋势。

3、连邦信息业务的概况

（1）连邦信息主要客户

连邦信息主要客户包括环亚盈锋信息系统（上海）有限公司、北京环亚时代信息技术有限公司、美加狮科技发展（深圳）有限公司、上海意悦信息技术有限公司、深圳市联友科技有限公司、深圳市邮政局、大亚湾核电站、安信证券股份有限公司、香江集团、北京时代峰澜科技有限责任公司等。

近三年，连邦信息前五大客户销售情况如下：

年度	序号	主要客户名称	销售金额	主要产品
2009 年	1	环亚盈锋信息系统（上海）有限公司	254.70	邮件系统
	2	北京环亚时代信息技术有限公司	241.68	邮件系统
	3	美加狮科技发展（深圳）有限公司	136.00	通用软件
	4	上海意悦计算机技术有限公司	93.91	邮件系统
	5	中国电信股份有限公司贵州信息港分公司	73.85	邮件系统
	小计	——	800.14	
2008 年	1	深圳联友科技有限公司	140.21	通用软件
	2	深圳世纪人通讯设备有限公司	123.06	通用软件
	3	北京环亚时代信息技术有限公司	36.32	邮件系统
	4	东芝泰格信息系统(深圳)有限公司	40.52	通用软件
	5	泓凯电子科技（东莞）有限公司	35.06	通用软件
	小计	——	375.17	
2007 年	1	深圳市方直科技股份有限公司	55.32	通用软件
	2	深国投商用置业有限公司	32.24	通用软件
	3	深圳联友科技有限公司	31.98	通用软件
	4	深圳市华力特电气股份有限公司	27.79	通用软件

	5	深圳市盛凯信息科技有限公司	21.26	通用软件
	小计	——	168.59	

（2）连邦信息产品

连邦信息主要产品包括通用软件和邮件系统两大类，其中，通用软件包括系统软件、数据库、中间件、应用软件，邮件系统即邮件安全解决方案，具体内容如下：

序号	类别	产品名称	具体内容
1	邮件软件	邮件软件及其安全解决方案	邮件软件系统构建解决方案系列 邮件归档解决方案 文件归档解决方案
2	通用软件	系统软件	windows、linux、win sever、 PB、Borland 等
3		数据库软件	SQL、Oracle、DB2、SYBASE 等
4		中间件软件	Weblogic、Websphier、Spreads 等
5		应用软件	Office、Adobe、Symantec、WinRAR、Trend、CorelDraw、Altumn、Pro/E 等

（3）毛利率情况

年 度	邮件系统	通用产品	综合毛利率
2009 年	20.59%	8.95%	17.75%
2008 年	40.81%	5.20%	18.94%
2007 年	65.38%	15.89%	34.46%

邮件系统二次开发工作相对较大、实施相对复杂，附加值高，毛利率较高。各邮件系统因所需邮件服务器、实现的功能、客户端应用软件及二次开发工作量不同，其成本、销售价格差异很大，不具有可比性。2007 年度毛利率高，主要是对部分核心客户提供了高端大型邮件安全系统，该项目实施复杂、二次开发工作量大，且相关的研发费用直接计入了期间费用。2008 年、2009 年毛利率下降，主要原因为客户对产品二次开发的要求相比较低，且公司取得总代理资格后，加大了对渠道合作伙伴的销售量，让利于合作伙伴。

通用软件是解决方案中的一部分，市场价格十分透明，毛利率很低，一般在2%至 9%之间。2007 年通用软件毛利率较高，是因为当年对几家大型客户如深国投商用置业、华力特电气、思维动力、启悦电子等销售额大,单笔业务毛利率都在 30%以上。现因通用软件毛利率较低，公司已逐渐减少了该业务。

（4）生产和研发模式

连邦信息通用软件主要是代理销售，不涉及产品的生产环节。邮件安全解决方案的研发主要是根据客户个性化需求进行邮件安全解决方案的二次开发。

连邦信息邮件软件及其安全系统的二次开发均为定制开发，首先为用户的系统环境选择.NET 或 JAVA.，根据用户提出的需求信息反复论证以确保系统的安全和运行环境的稳定，在充分论证的基础上制定满足客户个性化需求的开发方案，产品开发完成后需经反复调试和检测后方提供给用户端，为用户提供服务培训，并提供后续售后服务，保证系统的稳定。

（5）业务模式

连邦信息成立之初主要以代理销售为主，从事通用软件的销售及服务。该种业务模式附加值不高、利润率较低，行业竞争较为激烈。自 2006 年开始，公司的业务模式逐步转向为客户提供专业的邮件软件系统及其解决方案及服务。以邮件软件系统及其安全解决方案为切入口，为客户提供个性化的增值服务。连邦信息作为中国区销售和服务的总代理，引入了 MIRAPOINT、MIMOSA 等专业的邮件软件系统及安全的解决方案。连邦信息为客户提供高附加值的邮件软件系统及安全的整体解决方案，向客户提供咨询、系统安全评估、邮件安全解决方案、自定义开发、部署、调优、售后服务等全方位的服务。连邦信息目前的业务定位是邮件软件系统的构建并提供邮件安全解决方案，将连邦信息打造为信息安全解决方案供应商及服务商。

（6）核心技术

连邦信息的邮件软件系统及安全解决方案的竞争力在于系统的稳定性、高负载能力以及公司针对客户个性化需求的二次开发能力。二次开发的内容包括与企业现有的 OA 系统的集成、单点登录、集成邮件业务规则、邮件等级管理等内容，可以满足客户对分布式系统的集中管理、邮件外发代理、用户的安全认证、组织机构与邮件地址簿协同、电子账单发送及通知以及客户的其他要求。

发行人投入资源研究网络开发技术，建设网络教育平台。已自主完成了统一用户管理系统、用户安全认证、全网客户管理平台、教育商城、收费系统、在线同步课堂、教学资源网和单词记忆网、分站式门户等一系列项目的开发。发行人为将这些成熟的功能模块进一步增值推广，实施了对连邦信息的股权收购，连邦信息得以共享发行人 Net Framework 开发平台以及.NET、Web service、XML、

Ajax、WPF 等开发工具，特别是可以共享发行人成熟的统一用户管理系统、用户安全认证及全网客户管理平台等系统模块及核心开发技术，由发行人网络研发部完成针对邮件系统及安全解决方案的用户的个性化功能需求。目前已完成了《多服务器集中管理平台》、《邮件安全网关外发代理》、《企业组织机构与邮件地址簿协同》、《OA 系统的单点登陆与安全认证》、《POP 数据迁移工具》等产品的二次开发，并形成连邦信息的核心竞争力。

（7）主要竞争对手

邮件软件系统及安全解决方案的竞争对手主要有 IBM、Microsoft、Ironport、SYMANTEC。连邦信息在企业规模和综合实力方面与上述大型跨国公司存在较大差异，但连邦信息自涉足邮件安全解决方案以来始终坚持专业、创新的开发理念，注重为用户提供增值服务及持续服务，突出嵌入式一体化系统的稳定性、高负载能力，为客户提供稳定、安全、高效的解决方案。连邦信息已为华为、安信证券股份有限公司、长沙银行、广州电视台、中科智投资担保公司提供邮件软件系统的二次开发服务，产品得到了客户的高度认可，在国内市场已积聚了大量的核心客户资源。

连邦信息通用软件产品仅为代理销售，在全国范围内代理商较多，市场集中度偏低。连邦信息软件产品在与发行人同步教育软件共同开拓市场的过程中，实现销售渠道共享，重点开拓广州、深圳、北京、上海、南京等城市，不断提高对客户的服务能力，连邦信息通用软件在该等重点城市的市场占有率相对较高。

五、自主创新与成长性

（一）创新性

1、较强的自主研发能力

本公司具有较强的自主研发能力，本公司已向国家版权局登记的计算机软件著作权共计 17 项，公司之所以能不断创新来自于强大的开发平台。2005 年以前本公司处于创业及初步成长期，该阶段主要是对教育理念及教学需求的不断摸索和检验，通过在技术、创意等方面的长期积累和沉淀，形成了多媒体资源库、课件资源库、开发工具资源库以及系统管理平台，为本公司产品的持续更新、升级和创新提供了强大的自主技术开发平台。2006 年以后受政策利好因素的影响以

及硬件设施的普及，本公司充分利用经过多年积累形成的教育软件资源库和系统管理平台，推出的中小学同步教育软件得到广大教师、家长、学生的认同，市场占有率不断提高。

2、高品质产品引导教学方式创新

本公司基于多年来在教育服务行业的深厚积淀以及对现代教育教学理念的深刻理解，充分利用现代化信息技术改变传统教学方式，“科技创新，服务教育”，通过打造精品同步教育软件，不断提高教学效率以及学生的自主学习性。本公司同步教育软件通过大量精心设计的情景教学、点读机和复读机模拟、人机对话、教学互动、卡通动漫和趣味游戏等，着重在语言技能、语言知识、文化意识、情感态度和学习策略五个方面培养学生的综合素质，充分调动学生学习的积极性；同时，本公司产品的广泛应用也改变着中小学教师的授课习惯，产品辅助老师进行多媒体教学，为广大教师提供了包括动漫、音频、教学案例在内的强大的素材资源库，大大减轻了教师的备课压力，使教学形式生动有趣，在中小学英语教育领域得到广泛应用。内容丰富、功能强大的同步精品教育软件的广泛应用对传统的白板书写的教学方式形成较大的冲击，在一定程度上改变了传统的教学模式。

3、跨领域创新

本公司基于在深刻理解国家教育改革动向和广大师生教学需求的基础上，准确把握市场变动的节奏，通过对教育、软件、出版和动漫行业优势资源的整合，为提升教育质量和教学效率开创了新的领域。由于涉及多个领域，对公司的综合竞争力以及资源整合能力要求较高。本公司整合了英语专家的智慧，多媒体技术、动漫设计效果以及先进的教学思想和理念，提供真正意义上的教学软件及同步教学服务。通过市场调研以及与全国主流出版机构的长期合作，针对反馈信息定期补充完善配套软件的内容，实现产品不断升级，跨领域创新的综合优势使公司产品在市场上保持强有力的竞争力。

（二）成长性

1、公司过往成长性分析

（1）本公司发展阶段分析

本公司自成立以来发展阶段如下表所示：

时间段	主要业务	发展阶段
1993 年～1997 年	计算机电子排版系统软件的开发和销售	同步教育服务市场调研并开始与出版系统建立合作关系
1998 年～2002 年	同步教育软件的研发、设计、销售和持续服务	摸索期
2003 年～2005 年		创业及初步成长期
2006 年至今		快速成长期

在教育服务行业，一个成功的企业需要在技术、品牌等方面的长期积累和沉淀。本公司成立时间较早，1998 年开始涉足教育软件行业，2005 年以前处于创业期及初步成长期主要在于以下几个方面：

①硬件设备未普及，教育软件产品无法有效实施和应用

自 20 世纪 80 年代末，教育部先后启动和开展了一系列教育信息化建设工程，包括国家教育管理信息系统建设、中国教育和科研计算机网（CERNET）、全国中小学信息技术教育和“校校通”工程、西部大学校园计算机网络建设工程、农村中小学现代远程教育工程。

国家对计算机等基础硬件设施的投放到 2005 年左右才正式完成，受硬件条件的限制，本公司在此之前所开发的教育软件产品无法有效的实施和应用。2001 年国家出台了相关政策，要求在全国县级以上小学开设信息技术教育课和英语课程，学校及家庭的电脑普及率不断提高，而对软件的旺盛需求也在该时期才得以体现。

②为实现产品和市场的高度结合需要长时间的技术积累

本公司于 1998 年涉足中小学同步教育服务行业，并专业从事教育软件产品的开发、设计，试图通过信息技术手段提高教育质量和教学效率，由于产品和市场的高度结合需要长时间的技术积累，所开发的产品未能有效推广和广泛应用。2002 年新课程标准的提出为本公司带来新的发展机遇，新课程标准注重改善学生的学习方式，利用信息技术全面推进素质教育。本公司基于多年来对教育需求的深刻理解以及在教育服务行业的深厚积淀，产品迅速获得了深圳、广州等地教育机构的认可，并经广大教师及学生的反复试用和评估，在广州、深圳等地迅速形成良好的品牌和美誉度。

③创业之初投入大、版本少、开发成本较高

本公司创业之初开发版本较少，1999 年～2002 年本公司仅开发了人教社老版小学英语、北京老版小学英语两个版本，在此阶段本公司不断积累和储备多媒体工具和通用素材，并对教育教学理念和一线教师的需求进行深入理解和研究；2003 年、2004 年本公司针对广州、深圳、江苏市场进行开拓，鉴于创业之初投入较大、开发版本有限，成本较高，本公司在 2004 年及之前都处于亏损状态。随着国家硬件设施的完善以及对教育软件需求的凸显，本公司自 2005 年起才开始盈利。本公司通过对前期销售情况的持续跟踪，针对市场反馈意见不断对产品更新、升级，并继续新版本的开发，本公司对中小学同步英语教育软件的开发模式已基本成熟并逐步模式化，能够将先进的教学理念和教学思想融入到产品中，真正把握、满足了用户需求，同时，随着版本的不断扩充，本公司协同开发多种版本产品使公司总体开发成本和销售成本大大降低。

④本公司规模扩大受制于资金实力的约束

本公司创业之初，受公司资金实力的限制，公司在研发规模的扩大和产品结构的优化方面存在一定的制约，只能从单一产品入手，逐步拓展重点高端市场。教育服务市场发展空间较大，公司由于资金筹措问题而不能及时扩大开发规模和建立覆盖更广区域的销售网络，限制了公司核心优势的发挥和战略规划的有效实施。

（2）报告期内财务情况

公司产品使得教学效果明显提升，被越来越多的老师和学生所接受，并形成使用习惯，在教与学的过程中对产品产生长期的依赖性和粘性。特别是在 2006 年后，本公司产品知名度和品牌效应逐渐扩大，公司进入快速成长期。

报告期内，本公司保持了较好的成长性，近三年本公司营业收入及净利润保持高速增长，总资产和净资产亦同步增加。具体情况见下表：

单位：万元

项目	2009年度		2008年度		2007年度
	金额	增长率	金额	增长率	金额
营业收入	6,025.43	41.87%	4,247.04	59.45%	2,663.53
净利润	2,404.71	76.44%	1,362.89	37.10%	994.09

总资产	5,904.58	54.81%	3,814.16	60.22%	2,380.55
净资产	5,278.63	99.80%	2,641.92	104.16%	1,294.03

2008 年、2009 年，公司营业收入分别增长 59.45%、41.87%，净利润分别增长 37.10%、76.44%。根据市场发展情况，公司未来将保持较快发展，以多学科产品为基础，稳固已占领的市场区域，开拓部分西部省会和东部二级城市市场，实现销售收入和净利润的持续稳定增长。

（3）公司业务拓展情况分析

国家教育部在 2002 年实施“一纲多本”的教材管理政策为本公司提供了较好的发展契机。“一纲多本”需要开发各种版本的教材来适应各个区域的教学需要，而本公司的发展战略完全符合国家教育部的课程改革发展方向，符合信息技术要与其他学科整合的精神。本公司产品完全按照教育部新课程标准的要求，与国内十多个版本的最新中小学英语教科书同步配套，在相关教材改革的政策出台后迅速响应市场需求，及时推出与各个地方版本配套的同步教育软件产品，产品迅速覆盖到广东、北京、上海、南京等区域，实现了本公司在报告期内高速成长。

本公司拥有良好的客户基础，广东是本公司最早开拓的市场区域，在广东市场持续占有绝对的市场份额。2007 年～2009 年本公司开拓的市场区域以及用户数量如下表所示：

市场区域	2007年	2008年	2009年
	珠三角	珠三角、北京、天津、南京、上海等地区	珠三角、长三角、北京、天津、河北、山东、辽宁等地区
用户数量（全国范围）	64.72万人	92.77 万人	278.25 万人
广州、深圳、东莞用户数量	43.24万人	60.40 万人	156.69 万人

2007 年、2008 年、2009 年本公司产品用户数量分别为 64.72 万人、92.77 万人、278.25 万人，分别较上年（或上年同期）增长 43.34%、199.94%。本公司 2007 年客户群主要集中珠三角地区，近年来通过渗透性、持续性销售策略，市场覆盖范围逐步加大。报告期内，广州、深圳、东莞三地的客户占全国客户总量的比例分别为 66.81%、65.11%、56.31%，呈下降趋势。

（4）行业地位与主要荣誉

本公司秉承“专业、创新”的精神理念，在主要销售地区，已经拥有了较高的声誉和市场影响力。在深圳、广州、江苏、上海等地，本公司产品作为标准配套教材或教参一同提供给当地师生使用，进一步凸显了公司的竞争优势。本公司在深圳、广州、北京、上海、南京拥有了良好的客户基础和知名度，已占据绝对的市场份额。

本公司是国家级高新技术企业、双软认证企业、深圳市南山区领军企业、深圳市重点文化企业、深圳市科学技术重点技术服务单位。公司自主研发的同步教育软件产品于 2007、2008、2009 连续三年荣获第十一届、第十二届、第十三届中国国际软件博览会金奖，获得了中国软件行业协会“2008 年度优秀软件产品”、中国软件行业协会“2006 年度优秀软件产品”、“深圳市 2005 年度优秀软件产品”、“深圳市 2006 年度优秀软件产品”、“2006 年度深圳市百优软件产品”、“2007 年度深圳市优秀软件产品”、“深圳市自主创新产品认定证书”等殊荣。

2、本公司未来持续成长性分析

同步教育软件行业的市场培育期相对较长，本公司在该行业悉心经营十余年，已拥有稳定的客户群，在重点一线城市教师和学生已对公司产品形成一定的持续消费习惯，随着行业潜在需求的不断释放，本公司将进入快速成长阶段。

（1）行业成长性

①政策支持

教育部提出学科与信息技术相整合，我国教育信息化发展战略要求在全国中小学普及信息技术教育，建立完善的信息技术基础课程体系。目前，在深圳、广州、上海等地已实现普遍使用课件教学。为优化课程设置，丰富教学内容，提高师资水平，改善教学效果，政府部门鼓励教育软件的发展。

②市场容量巨大、市场需求强劲

根据国家教育部统计，2008 年，在校中小学人数共计约 18,392.76 万人，在校教师 1,108.39 万人，如此庞大的中小学生及教师人数催生了庞大的同步教育服务市场，2008 年全国中小学同步教育服务市场容量高达 420 亿元。同步教育软件行业属于朝阳行业，市场普及率较低，随着教育产业市场的需求逐步释放，中小学同步教育服务市场容量将呈现快速增长，每年市场规模增长率将达到 20%

以上。到 2012 年全国中小学同步教育服务市场容量高达 990 亿元。目前，本公司已拥有 270 万人以上相对稳定的用户群，且主要集中在广州、深圳、北京、上海、南京、杭州、天津、温州、宁波、苏州等一线城市。从整个市场来看，公司未来的市场区域及潜在用户发展空间巨大。

③教师的教学习惯与学生的学习习惯的改变

同步教育软件是一种重要的教学资源优化整合媒体形式，这种媒体不仅是教学内容的载体，更是教学过程和教学思想的载体。由于同步教育软件的推广能大大提高教学效率和教学效果，改变教师的教学习惯与学生的学习习惯，消费者已逐步形成对同步教育软件产品消费的依赖和使用粘性。

（2）本公司五大成长点

本公司持续稳定增长的基础是学生、老师和家长对产品和服务的认可，并保持长期的需求。发本公司在发展过程中十分重视贴近教学需求，不断实施产品和服务的更新、升级，以确保现有客户的持续消费；同时，不断推出新版本、开拓新区域，并利用网络实现个性化管理和个性化教育，以拓展新的客户和需求。

①产品持续升级、稳定现有客户并挖掘潜在客户的有效需求

本公司在英语同步教育软件方面，紧随同步教学的服务方向，开发出与多种主要教材配套的产品，已覆盖全国大部分地区的学生需求，远远领先于其他竞争对手。尽管公司用户不断增长，但相比庞大的潜在客户群，比例仍然较小。同步教育软件行业目前处于较高的非饱和市场状态。

本公司将不断加强产品的研发力度，对现有产品持续更新、升级；通过实施升级、增值开发，增加同步训练、评价、同步课堂测试等功能模块，使公司同步教育软件的功能更丰富、交互性更强，以提高客户对公司产品的粘性，从而稳定现有客户需求，并挖掘潜在客户的有效需求。

②市场区域拓展

本公司与全国著名的主流出版社已形成稳定的合作关系，该类出版社教材版本已覆盖大部分区域。公司在资金和资源有限的情况下，采取重点突破的市场策略，先拓展一线核心城市，后向二、三线城市和农村地区拓展，从而占领市场制高点。公司现已由一线城市向二、三线城市快速拓展。二、三线城市销售已全面

启动并快速增长，但销售额尚小，本公司目前收入主要来源于深圳、广州、上海、北京和南京等一线大城市。随着公司规模及资金实力的增强，凭借在重点城市积累的市场经验及品牌知名度，本公司将加大产品推向其他市场区域的力度。从地域因素分析，公司未来发展的市场空间很大。随着募投项目的实施、各地分公司及办事处的建立将为本公司搭建起全国性营销网络平台，产品将迅速推广到其他区域，填补目前的市场空白区。

③多学科拓展

本公司目前学科相对单一，以提供中小学英语教育软件及服务为主，非英语学科目前完成小学语文 2 个版本、信息技术 1 个版本的开发。鉴于其他学科的市场容量巨大，公司拟加大语文、数学、社会与科学等学科同步教育软件研究开发投入，借助现有的客户群体和营销渠道进行低成本市场推广，满足市场需求。同时，学科的丰富可以有效抵御学科相对单一的风险，并与公司现有英语同步教育软件形成规模优势，提升公司盈利能力，实现可持续发展。

④征订销售渠道带来的持续销售

本公司与全国著名的出版社、教育部门建立了长期稳定的合作关系，在深圳、广州、上海、江苏和河北等地与英语教师参考用书配套发售。报告期内，本公司产品已得到广大教师和学生认可，品牌效应不断放大，销售收入和净利润均实现了较快增长。目前，本公司正在为教育部开发“农村中小学现代远程教育工程教育资源开发项目”，随着国家信息化教育战略的实施，各省教育部门将在未来 3-5 年内逐步加大教育软件采购的力度，为本公司业务增长提供了广阔的发展空间。

⑤提供网络服务、增强客户粘度

本公司多年的专业化服务使得用户数量较大，并且持续稳定增加，为公司提供了稳定的现金流，也为公司发展新的增值服务提供了坚实的基础。本公司将在现有的品牌效应的基础上发展网络上线服务，进一步将业务拓展到网络教育领域，利用网络技术实现个性化管理服务，提供适合于个人学习提升计划和个性化学习模块的软件，把握客户需求和客户情况，实现教师、学生和家长的有效互动。同时，公司建立了老师对学生及学生自我学习的检测、评价、分析系统，进一步凸显个性化特征。由于公司已建立各种资源库和系管理平台，可以实现从多媒体

产品到网络教育服务的低成本转换。

六、公司技术水平及研发情况

（一）核心技术来源、比较优势及技术创新成果

1、核心技术来源

公司核心技术都由公司自主开发，不存在潜在的知识产权纠纷。

2、核心技术特点及其比较优势

公司的核心技术在于实现教育需求的产品化和专业的软件开发及管理技术。

（1）教育需求产品化能力

在实现教育需求的产品化方面，公司建立了强大的研发团队，通过内部团队与外部优秀教育专家及团队的互动，获取最新的教育理念和学科特点；双方通过对教育理念和学科特点的提炼、整合、标准化后，融入产品开发中；在与出版社、教研室等长期的合作中，公司已经与出版社、各地教研机构保持密切联系，拥有稳定的专家顾问团队，有能力组织大型教育项目的探究活动和持续性的教学研究。公司在将教育需求产品化方面已形成明显的竞争优势。

（2）专业的软件开发及管理技术

在专业的软件开发及管理技术方面，公司亦具有明显的比较优势，主要由以下几个方面构成：

①丰富的开发资源库和素材库

公司在多年的产品、技术研发过程中积累了大量可重复使用的组件、代码，并形成公共代码库。公共代码库有专门的配置库，由专人负责登记、分类和发布。公共代码库中包含大量基本数据结构：如动态数组、列表、堆栈、矩阵、散列表、查找表，分类工具包则包括字符串处理、文件操作、内存管理、网络通讯、多媒体处理、UI 组件等。

公司在开发过程中，还积累了大量的开发素材。目前公司拥有 2.1 万分钟 Flash 动画、1500 个角色造型和场景、5 万张图片及软件界面素材、2 万分钟视频数据、26 万个音频资料。大量的素材通过规范的管理，具有明显的可重用性，能有效提高生产效率。

②多媒体开发平台

在多年的产品研发中，公司全面地建立了基于 Flash 及 Director 两个多媒体变成技术的交互平台。利用 Director 技术，使图像、音视频及动画控制技术、Xtra 插件技术、内存管理、与 Flash 通信交互技术、MIAW 技术、Shockwave、Image Lingo、NetLingo；在 Flash 平台方面，利用 Flash 与 JavaScript 通信技术、组件技术、Exchange 技术、XML 模块化配置技术、与 SQL 数据库连接使用技术等多种技术，实现了开发工具和开发平台的无缝连接。公司还利用软件 UI 设计技术、二维动画制作技术、图形图像处理技术、各种影视后期处理技术等，很好的解决了用户互动问题。公司利用以上技术，形成公司的多媒体软件技术开发平台。

③网络开发平台

从 2007 年起，公司开始投入资源研究网络开发技术，建设网络综合平台。网络平台的建设为公司主营业务服务，开拓新的销售通路，为公司各类产品的用户提供各项增值服务，提高用户忠诚度，并培育创造性的新的业务增长点。

公司现已自主完成了统一用户管理系统、教育商城、收费系统、在线同步课堂、教学资源网和单词记忆网、分站式门户等一系列项目的开发。所有系统架构于 Net Framework 3.0 框架之上，利用.NET 网络开发技术、Web service、XML、Ajax、WPF、SQL 数据库等技术开发了以用户为中心的 Web2.0 网站，逐步建立以教师、学生和家长三方需求的综合性应用网站。

利用.NET 系统开发技术，再结合多媒体现有的教学软件，成功开发出英语评价系统。该系统是 C/S 架构，学生利用该系统既可以脱离网络单独学习，也可以实现网络互联功能实现学生与教师之间的沟通，减轻老师修改作业的负担。系统能记录并分析学习过程，教师查看学习分析结果，可以有效地掌握学生的学习效果，然后再采取有针对性的教学活动，有效提高教学效率，为传统教育软件开辟了新的发展方向。

④开发管理技术

开发部门实行矩阵式项目管理方式。职能部门与项目组共同实现项目的矩阵管理，部门主管承担部门人力资源建设、制度建设、开发技术标准和规范的建立和维护、新产品、新技术的研究与攻关等职责。项目经理根据项目特点及要求，组织开发人员依照项目管理制度进行项目开发。部门主管对项目过程进行监督，项目经理对项目开发组织过程和开发结果负责。整个开发工作管理职责划分明确，管理人员各司其责，有效提高项目开发效率。

随着公司实施 CMMI 管理标准的引入和深化，开发部门建立了完整的开发过程体系管理制度，清晰明确地定义了开发的各个关键过程及输入输出接口，明确了各过程的参于角色及职责。软件质量保证（SQA）制度的实施，进一步提升了项目过程的监督与管控能力。

⑤完善的开发标准及规范

公司一贯重视对开发规范和标准的建立。公司从 2004 年起，引入了 VSS 配置管理工具，对开发活动中的各类管理文档及技术文档进行配置管理，相比教育软件企业同行早，有更成熟的管理模式。

在长期的开发过程中，不断实践，从项目的调研立项、需求开发与管理、产品策划与设计、产品开发阶段、产品测试阶段及产品生产与上市管理等，都形成了一系列的管理规范及操作、制作标准。

这些长期积累形成的技术要求及标准，已经成为公司规范管理的重要基础。随着开发技术的更新和深入，这些标准及规范还将不断地更新和完善。

3、研发方面取得的技术创新成果

（1）软件产品

公司近三年研发完成的软件产品如下：

序号	项 目	发证机关或申请进度
1	方直金太阳英语教学资源软件V1.0	中华人民共和国国家版权局
2	方直金太阳教育软件V2.0	中华人民共和国国家版权局
3	方直金太阳 PEP 英语同步辅导软件 V3.0	中华人民共和国国家版权局
4	方直金太阳牛津英语(上海版)同步辅导软件 V3.0	中华人民共和国国家版权局
5	方直金太阳牛津小学英语（FUN WITH ENGLISH)同步辅导软件 V3.0	中华人民共和国国家版权局
6	方直金太阳快乐背单词软件 V1.0	中华人民共和国国家版权局
7	方直金太阳新标准英语同步辅导软件 V2.0	中华人民共和国国家版权局
8	方直金太阳开心学英语同步辅导软件 V3.0	中华人民共和国国家版权局
9	方直金太阳初中英语新目标同步辅导软件 V1.0	中华人民共和国国家版权局
10	方直金太阳牛津初中英语(FUN WITH ENGLISH)同步辅导软件 V3.0	中华人民共和国国家版权局
11	方直多媒体软件 V3.0	中华人民共和国国家版权局
12	方直金太阳广州版小学英语同步辅导软件 V3.0	中华人民共和国国家版权局

13	方直金太阳广州版初中英语同步辅导软件 V1.0	中华人民共和国国家版权局
14	方直金太阳深圳版小学英语同步辅导软件 V3.0	中华人民共和国国家版权局
15	方直金太阳北师大版小学英语同步辅导软件 V1.0	中华人民共和国国家版权局
16	方直金太阳冀教版小学英语同步辅导软件 V1.0	中华人民共和国国家版权局
17	方直金太阳新起点小学英语同步辅导软件 V3.0	中华人民共和国国家版权局
18	方直金太阳广州英语同步辅导软件 V1.0	著作权申请中
19	方直金太阳深圳英语配套软件 V1.0	著作权申请中

（2）本公司技术创新所获荣誉

本公司是国家高新技术企业，报告期内所获荣誉情况如下：

序号	名　　称	授予单位	授予时间
1	高新技术企业认定	深圳市科技和信息局	2006 年
2	深圳市 2005 年度优秀软件产品	深圳软件行业协会	2006 年
3	2006 年度优秀软件产品方直多媒体软件 V3.0	中国软件行业协会	2006 年
4	2006 年度深圳市百优软件产品优秀软件产品	深圳软件行业协会	2006 年
5	方直多媒体软件 V3.0 获第十一届中国国际软件博览会金奖	中国国际软件博览会组委会	2007 年
6	方直金太阳教育软件 V2.0 获科技成果登记证书	深圳市科技和信息局	2007 年
7	2007 年度深圳市优秀软件产品	深圳软件行业协会	2008 年
8	2008 年度优秀软件产品	中国软件行业协会	2008 年
9	方直金太阳教育软件 V2.0 获第十二届中国国际软件博览会金奖	中国国际软件博览会组委会	2008 年
10	深圳市自主创新产品认定证书	深圳市科技和信息局	2009 年
11	方直金太阳中小学英语教材配套软件 V3.0 获第十三届中国国际软件博览会金奖	中国际软件博览会组委会	2009 年
12	民营领军企业	深圳市南山区人民政府	2009 年
13	深圳市重点文化企业	深圳市文体旅游局	2009 年
14	国家高新技术企业	科技部、财政部、国家税务总局	2009 年

15	方直金太阳中小学英语教材配套软件V3.0 荣获深圳市 2009 年度优秀软件产品称号	深圳市软件行业协会	2010 年

（二）本公司采取的技术保护措施

本公司自主研发的软件产品是保证公司核心竞争力的重要组成部分，也是公司在行业内保持领先地位，将在教育行业的深厚积淀转化为现实生产力的基础。为保障公司的技术优势，防止核心技术外泄给公司造成不利后果，公司结合多年经验，制定了一系列行之有效的技术保密措施：

1、积极申请国家对软件著作权的保护

为了从法律的角度保护本公司在研发与实践过程中取得的独有技术，同时为防止竞争对手模仿、盗用本公司软件产品，本公司积极申请软件著作权，从法律的角度加以保护。截至本招股说明书签署日，本公司已取得软件著作权共 17 项，此外，本公司正积极对各学科的课程软件申请著作权登记，在线学习的课程主要通过课件加密技术的形式进行保护。

2、建立完善的技术资料及信息管理制度

本公司建立了完善的技术资料及信息管理制度，使全体员工树立对公司核心技术加以保密的意识。

在产品开发过程中，建立文档管理，设置访问权限，妥善保管立项、里程碑开发文档、项目管理、变更、评审、实现、测试等各阶段的软件版本及终极软件版本等技术文档资料。并对开发前期的参数定义、模块定义、变量定义、各模块之间的相互关系的文档，源程序和目标代码，图表、框图进行分级保护，对过程性文档使用多种备份。本公司对每个项目限定知情人员范围，将项目分解成若干子项目，严格分工，员工只能接触其必须完成任务的相关项目，总体方案由主要决策人员控制和把握。

3、与公司技术人员签订《技术保密协议》

本公司与掌握、接触商业秘密的关键人员如工程技术人员和管理人员签订保密协议和竞业禁止协议。明确上述人员的保密义务和泄密责任；对调离或退休的知悉该秘密的人员，提醒履行保密义务及泄密的法律责任。

4、持股安排

本公司高级管理人员、其他核心人员、关键管理人员和技术骨干持有本公司

股份。通过持股安排，上述人员的个人利益与公司利益得到统一。这不仅能够鼓励其增强技术保密意识，自觉遵守公司的各项技术保密规定，防止技术泄密对公司利益的损害，同时能够进一步激发其技术创新的热情，从而不断提高公司整体的技术水平，实现公司的可持续发展。

（三）本公司技术创新机制

为使公司的多媒体及网络技术不断创新、开发流程体系不断完善，实现公司的可持续发展，本公司针对技术创新采取的主要措施如下：

1、将研发费用列入专项预算

本公司将研发费用列入专项预算，使研发有足够的资金支持并按时到位，近三年研发投入占营业收入的比重均在 10%以上。

2、鼓励科技创新，服务教学

本公司建立了专门的制度，定期让开发人员参加全国的教师培训和竞赛，促使新的教学理念快速转化为技术成果，并对取得一定研究成果的研究开发人员给予专项奖励，使研究开发人员不断得到鼓励。

3、技术人员培养制度

公司制定了详细的员工上升通道设计和职业规划等培养制度，积极支持员工的继续教育和自我深造。组织员工每年至少参加两次行业内技术研讨会及与其他相关公司的技术交流活动，侧重前瞻技术、行业动态、技术战略等方面知识的培养和提升。

4、产品设计以市场为导向

研究开发的产品及课题研究内容紧密与市场相结合。本公司时刻跟踪同步教育服务行业的最新发展趋势，洞悉市场和客户需求的变化，并根据客户反馈的信息、潜在的市场需求及消费动态，不断对产品进行技术升级，同时注重开发新产品。

5、积极与相关大专院校合作

公司在针对现有产品和技术的创新基础上，还积极与相关大专院校合作。目前，公司已与深圳、珠海等地的职业技术学院建立了合作关系，为深圳、珠海等地的职业技术学院学生提供实习基地，同时为本公司未来的技术人才储备资源。

（四）本公司技术储备情况

本公司通过研发的各种组件构建起各种核心的平台，积累了大量的教育模块组件，可以根据用户的需求在组件基础上进行二次开发创造性地满足教师教学需要，组件通过参数的配置，节省开发的时间，大大缩短开发周期。经过长时间大量技术和业务的积累，本公司将核心技术全面整合，形成了全新的教育资源平台理念和一系列的软件开发技术：

1、本公司在教育软件资源开发方面，达到业内先进水平。成熟掌握了界面设计、专业的音视频编辑、系统设计开发、多媒体网络等各种多媒体开发技术。具备对各种媒体资源进行快速专业处理的能力。本公司对开发平台及资源系统深入研究，进行自主扩展，如：利用 Exchange 技术，结合制作要求，开发了一系列自动化工具，大大加快了系统开发进度。充分利用与网络的结合，自主研发录音控件，实现各种录音功能。

2、利用网络技术及数据库优势，对学生进行个性与整体的评价。采用 C/S 架构、Web Service 技术、SOAP 协议，集成老师能对个别学生进行个性化的评价机制，实现对学生各种正确率、成长曲线、综合统计分析等功能，有利于各级教育机构对学生全面的了解。本公司在掌握学生相关信息的同时强化了用户的忠诚度。其中，FZSycClass 系统为学生提供在线学习、练习、口语训练，在线笔记、交流、错题记录、学习记录曲线等功能；FZRes 系统为教师提供优质教学资源、各地教师资源共享、在线交流等功能；FZSSite 系统提供分站式在线销售服务。

3、在网络开发方面，本公司应用.NET 技术，以大型数据库和多媒体文件系统作为核心基础，采用 B/S 架构，建立基于 WEB2.0 的网络教育，实现用户随时、随地的学习，为本公司进一步开发基于互联网的大型教育平台进行技术储备。其中，FZPayPal 是一个支付系统，属基础支撑系统，提供包括在线支付、线下汇款等功能；FZUUMS 是一个用户管理系统，属基础支撑系统，提供所有系统用户管理，统一登录等功能。

4、组件配置技术是发行缩短开发周期的优势所在。接口化开发需要为每个接口配置一个实现类，个性化支持、功能菜单自定义也需要一个功能强大的配置管理模块，提供灵活多样的配置方式。本公司使用 XML 格式的文档进行模块配置，不仅能选择不同的功能模块，还能通过模块参数控制模块的表现行为。

5、本公司在多年的产品、技术研发过程中积累了大量可重复使用的组件、代

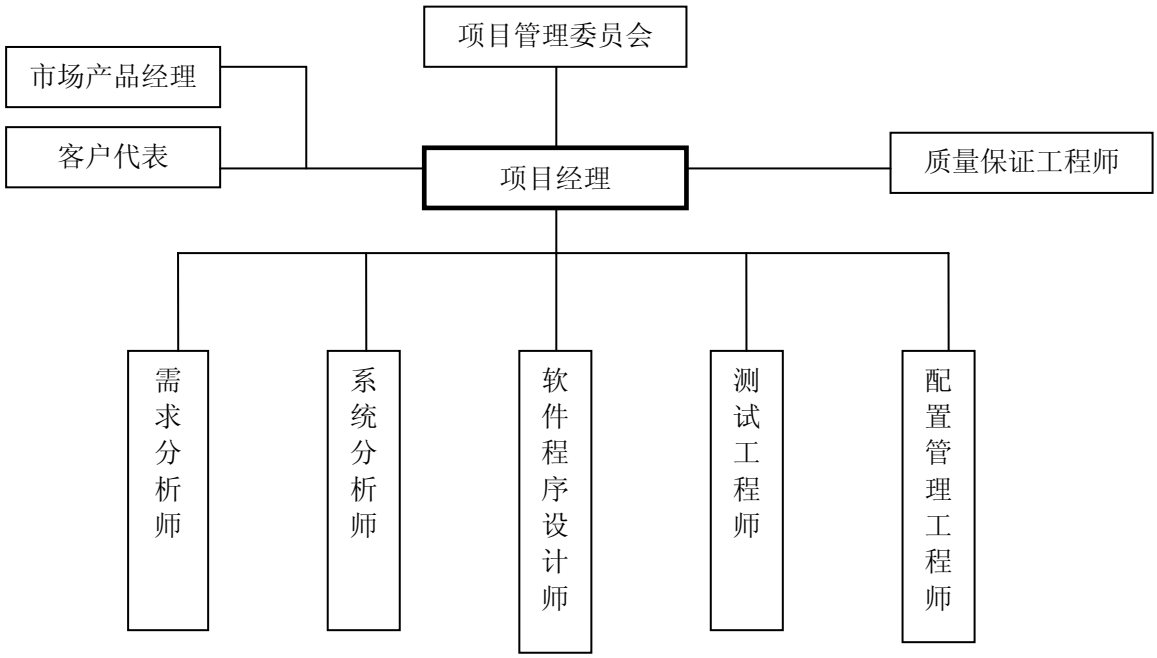
码，并形成公共代码库。公共代码库有专门的配置库，由专人负责登记、分类和发布。公共代码库中包含大量基本数据结构：如动态数组、列表、堆栈、矩阵、散列表、查找表，分类工具包则包括字符串处理、文件操作、内存管理、网络通讯、多媒体处理、UI 组件等。

6、本公司积累了大量的媒体素材资源：目前公司拥有 2.1 万分钟 Flash 动画、1500 个角色造型和场景、5 万张图片及软件界面素材、2 万分钟视频数据、26 万个音频资料。同时，本公司专门针对产品设计与制作中的一些工序，开发自动化工具，快速生成制作中间件，甚至部分完整功能模块。

（五）公司研究开发情况

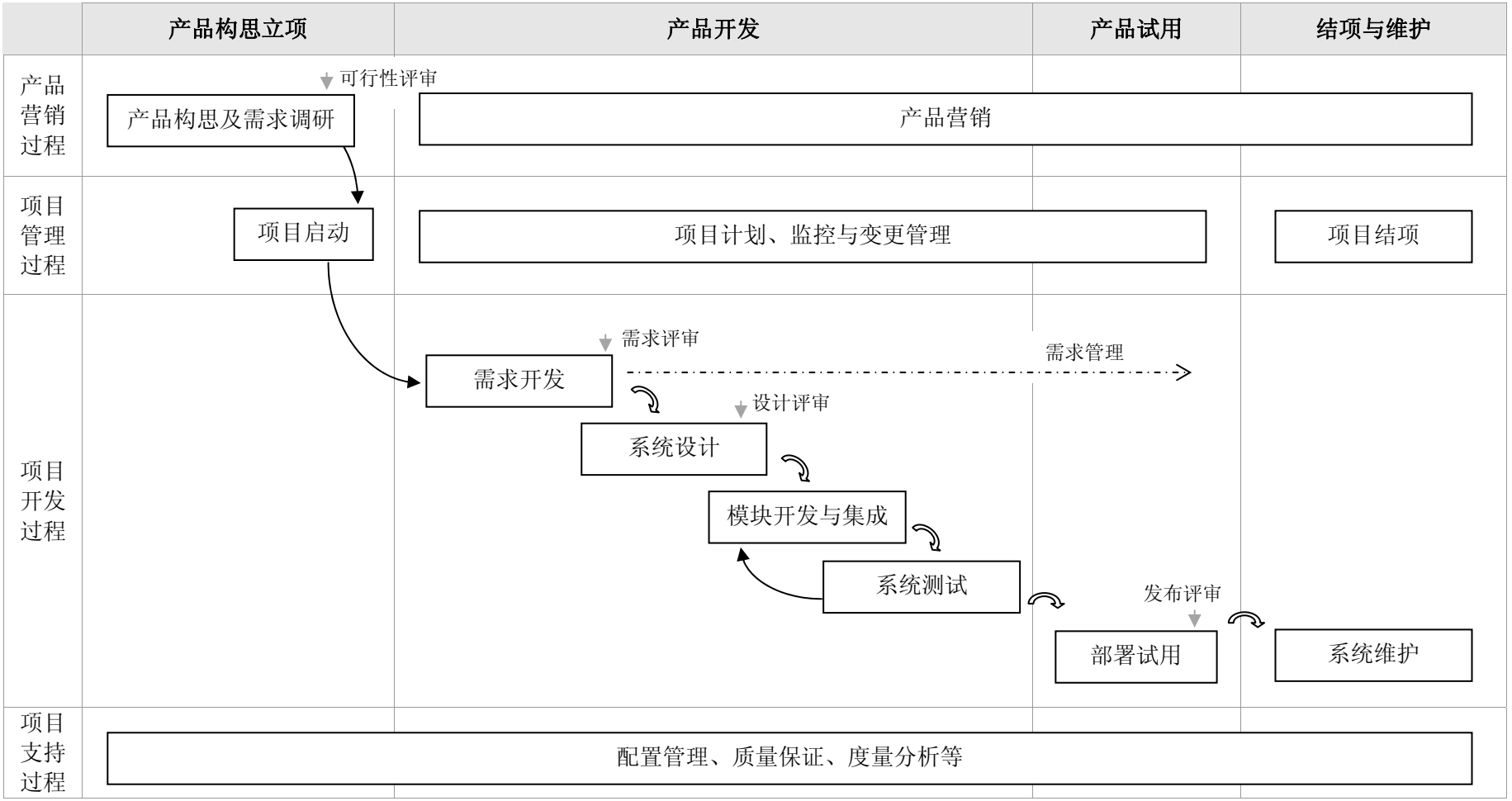
1、研究机构的设置

本公司项目开发设计体制组织模型遵循国际项目管理标准和业界主流的研发管理理念，组建跨部门、跨专业的项目团队，在项目组内包含了需求分析师、系统分析师、软件程序设计师、测试工程师、配置管理工程师等。本公司研发设计体制如下图所示：



2、项目开发流程

本公司的中小学教材配套类产品，开发周期较短，采用瀑布开发模型可保证整个资源产品的开发质量，资源开发中的问题可提前发现并解决；其他类型的软件采用迭代模型，迭代模式可以有效的降低开发风险、加快开发进度。产品具体开发流程如下：


产品构思立项
产品开发
产品试用
结项与维护
产品营销过程
项目管理过程
项目开发过程
项目支持过程
可行性评审
产品构思及需求调研
产品营销
项目启动
项目计划、监控与变更管理
项目结项
需求评审
需求开发
需求管理
设计评审
系统设计
模块开发与集成
系统测试
发布评审
部署试用
系统维护
配置管理、质量保证、度量分析等

3、本公司技术工艺特点

本公司经过多年的积累掌握了大量的同步教育软件开发技术，形成了自己的开发特点，在国内达到了先进的水平。

（1）跨平台开发及整合能力

本公司凭借在开发技术领域的经验积累以及标准化的开发流程，拥有跨平台开发及技术整合能力，已成功开发了一系列的同步教育软件产品。

Director 平台和 Flash 平台是目前多媒体开发的主流平台，本公司在 Director 平台和 Flash 平台开发方面积累了丰富的开发经验，掌握了所有关键技术，利用专业技术，对图形、图像、动画、声音、视频等多种素材进行技术处理，并利用 Flash 的 AS 2.0 脚本或者 Director 的 Lingo 编程语言，对素材进行整合，实现交互设计。本公司掌握了以.NET 为开发平台的网络开发技术，利用数据库对象模型 ADO.NET（ActiveX Data Control）提供的接口实现对数据库的操作。此外，在视频产品的制作上，公司采用 Edius Storm 作为后期处理的主要工具。

（2）通过多媒体技术与网络技术的整合，实现个性化的服务

教育软件的发展趋势就是网络化。RIA（富互联网应用系统）技术将成为发展主流。Flash 能提供丰富的用户界面，可通过 Internet 显示和操作远程存储数据，将成为该技术的主流开发平台。网络化技术的运用赋予了教育软件更为强大的功能。为贴近用户需求并提供个性化的同步教育服务，根据使用者的学习进度与现有技能水平情况进行分析、判断，提供有利于提高教学效果的学习方案，从而实现个性化学习。个性化定制将成为教育软件设计与发展的主流。

（3）先进教学理念的模块化实现

在同步教育软件的开发技术上，教育理念在软件中的体现是一个重要的技术难点。本公司在多年的研究制作中，与众多的教育专家进行了广泛交流，建立了一系列标准形式的模块做法和规范，可随时根据需求调用。

为保证产品的开发最大限度地切合中小学教育的实际要求，本公司的项目策划人员有 1/3 以上有教师背景。在此基础上，本公司定期与教材编纂专家，教育学者和教学一线的老师交流，所策划开发产品的演示版（DEMO）并会同各方论证

分析。在产品的开发过程中，拥有完善的开发控制流程。主要通过需求分析、项目立项、设计、开发、测试等阶段，确保产品质量。其中，测试内容包括内容测试、功能测试、环境测试等。

（4）学习评价系统

本公司以教育部颁布的《新课程标准》为基础，通过生动有趣的交互设计，引导学生快速掌握教学内容。为了检验学习效果，本公司引入学习评价系统，帮助用户对学习效果进行评价，从而实现更有实用性和针对性的课程辅导和补习，该项目也是本公司同步教育服务中开发研究的方向。

（5）网络化接口

同步教育服务的发展趋势是网络化，在目前的项目开发中，本公司已着手开始该方面的技术研究，并在现行的产品中进行了初步的规划，在程序结构设计上进行了相关的扩展，并预留部分程序接口，作为未来产品的网络化移植和改造的技术储备。

（6）专业的开发平台、框架和评测系统

本公司多年来致力于教育软件的研究与开发，成熟掌握了各种多媒体及网络开发技术，形成了本公司特有的教育资源开发框架 (Education Resource Develop Framework,ERDF)，通过流程化设置及结构化模式，大大提高了开发效率。

本公司所建立的教育软件设计系统（Education Software Design System,ESDS)、教育软件测试系统（Education Software Test System,ESTS)，保证了教育软件设计的高效和质量。此外，本公司将所有开发完成的教育资源添加到自主开发的教育资源公共平台（Education Resource Public Platform,ERPP)，便于各个项目随时调用、修改，资源的重复利用进一步体现了本公司的成本优势。在系统的开发管理上，本公司使用配置管理工具，确保所有开发中的数据、产品包装、上市的宣传材料统一管理，已形成产品数据管理(PDM)体系。

4、研究人员的配备

本公司拥有一支规模大、实力雄厚的技术团队，跟踪同步教育服务行业的最

新发展趋势，洞悉市场和客户需求的变化；积极创新，不断将先进的信息技术应用到软件产品的研发设计中，为本公司的市场策略提供强有力的技术支持，适时抢占市场先机；并根据教材的最新动向和中小学教师和学生的需求随时提供解决方案。本公司现有核心技术人员 4 人、研究开发人员 52 人，分别占公司总人数的 2.50%、32.50%。本公司核心技术人员专业资质、重要科研成果及获得奖项详见本招股说明书之“第八节 董事、监事、高级管理人员与核心技术人员”之“四、公司其他核心人员简介”。近两年本公司核心技术人员未发生变动。

5、报告期内公司研发投入占主营业务收入的比例

本公司长期以来重视新产品和新技术的开发与创新工作，将新产品研发作为本公司保持核心竞争力的重要保证，加大技术开发与研究的投入力度，从而确保了技术研发和成果的推广应用工作顺利进行。本公司近三年的研发投入情况如下：

年 度	研发投入(万元)	营业收入(万元)	研发投入比例
2007 年度	317.04	2,663.53	11.90%
2008 年度	538.42	4,247.04	12.68%
2009 年度	691.21	6,025.43	11.47%

七、主要固定资产和无形资产

截至 2009 年 12 月 31 日，本公司所有和使用的资产不存在纠纷。

（一）主要固定资产

根据立信大华会计师事务所有限公司的审计报告，截至 2009 年 12 月 31 日，本公司固定资产情况如下：

单位：万元

资产类别	原值	累计折旧	账面净值	成新率
电子设备	118.58	74.93	43.65	36.81%
运输工具	82.63	6.29	76.34	92.39%
其他设备	18.60	5.01	13.59	73.06%

合　计	219.81	86.24	133.57	60.77%

（二）经营性房产的取得和使用情况

截至本招股说明书签署日，本公司及其控股子公司在深圳、北京、上海等地租赁了 7 处房产，作为办公用房。

序号	出租方	承租方	租赁面积（平方米）	坐落地点	租赁期间	权属证明
1	深圳市高新区开发建设公司	方直科技	784.40	深圳市高新区科技中二路深圳软件园 12#楼 302	2008.04.22-2013.04.21	深地合字（2005）0108 号
2	北京市丰台区体育服务公司	方直科技（北京分公司）	430	北京市丰台区丰台体育场	2009.10.1-2010.9.30	-
3	马春梅	方直科技（成都办）	65.91	成都市青羊区西大街 1 号	2010.2.13-2011.2.12	权 1196161
4	许娟	方直科技（江苏办）	39.95	南京市玄武区钟丽花园 09 幢 5 单元 710 室	2010.3.2-2011.3.1	宁房权证玄转字第 315889 号
5	颜培华	方直科技（上海办）	68.46	上海市长宁区虹桥路 1017 弄 2#楼 506	2009.1.13-2010.7.13	沪房地长字（1998）第 09607 号
6	黄文弟	方直科技（上海办）	131.74	上海市长宁区虹桥路 977 号 3#9D	2008.8.15-2011.8.14	沪房地市字（2000）第 001727 号
7	张小秧	方直科技（杭州办）	127.97	杭州市文二路兰庭国际 4 幢 2 单元 302 室	2009.12.11-2010.12.10	杭房权证西移字第 09743994 号

注：第 2 项中出租方尚未取得房屋产权证。但根据北京市丰台区建设委员会于 2007 年 5 月 23 日出具的《房屋规划用途证明》，该项房屋的产权人为丰台区体育中心管理处；且其产权人丰台体育中心管理处已于 2010 年 1 月 12 日出具《证明》，证明“该房屋结构无拆改、无大变动、无安全隐患”，并同意出租方将上述房屋出租。房屋租赁合同已于 2010 年 1 月 14 日在北京市丰台区建设委员会办理登记备案。发行人所租赁的位于北京的房屋虽无房产证，但相关部门已出具证明文件，对其权属情况予以明确，其权属不存在争议；其产权人已出具证明，授权出租方出租该处房屋，故出租方已取得出租该处房屋的充分授权，该租赁房屋不存在纠纷或潜在纠纷。

（三）主要无形资产

1、商标

本公司已取得商标注册证的商标共有 1 项，具体情况如下：

序号	注册人	商标	核定使用商品	注册证号	有效期限
1	方直科技		第 9 类	第 1351175 号	2010.01.07－2020.01.06

2、软件著作权

本公司向国家版权局登记的计算机软件著作权共计 17 项，均系本公司自主研发原始取得。根据《计算机软件保护条例》，软件著作权保护期为 50 年，截止于软件首次发表后第 50 年的 12 月 31 日。

本公司拥有的计算机软件著作权列表如下：

序号	软件名称	登记号	编号	首次发表日
1	方直多媒体软件 V3.0	2006SR11463	软著登字第 059129 号	2005.12.01
2	方直金太阳 PEP 英语同步辅导软件 V3.0	2009SR04478	软著登字第 130657 号	2006.03.10
3	方直金太阳牛津小学英语（FUN WITH ENGLISH）同步辅导软件 V3.0	2009SR04442	软著登字第 130621 号	2006.10.05
4	方直金太阳教育软件 V2.0	2007SR16386	软著登字第 082381 号	2006.12.25
5	方直金太阳开心学英语同步辅导软件 V3.0	2009SR04439	软著登字第 130618 号	2007.03.15
6	方直金太阳牛津英语（上海版）同步辅导软件 V3.0	2009SR04438	软著登字第 130617 号	2007.03.20
7	方直金太阳快乐背单词软件 V1.0	2009SR04443	软著登字第 130622 号	2007.03.20
8	方直金太阳新标准英语同步辅导软件 V2.0	2009SR04440	软著登字第 130619 号	2008.10.10
9	方直金太阳英语教学资源软件 V1.0	2009SR04477	软著登字第 130656 号	2008.10.10
10	方直金太阳初中英语新目标同步辅导软件 V1.0	2009SR04437	软著登字第 130616 号	2008.10.18
11	方直金太阳牛津初中英语（FUN WITH ENGLISH）同步辅导软件 V3.0	2009SR04441	软著登字第 130620 号	2008.10.20
12	方直金太阳北师大版小学英语同步辅导软件 V1.0	2010SR000222	软著登字第 0188495 号	2010.01.04

13	方直金太阳广州版小学英语同步辅导软件 V3.0	2010SR000220	软著登字第 0188493 号	2010.01.04
14	方直金太阳新起点小学英语同步辅导软件 V3.0	2010SR000219	软著登字第 0188492 号	2010.01.04
15	方直金太阳版初中英语同步辅导软件 V1.0	2010SR000217	软著登字第 0188490 号	2010.01.04
16	方直金太阳冀教版小学英语同步辅导软件 V1.0	2010SR000197	软著登字第 0188470 号	2010.01.04
17	方直金太阳深圳版小学英语同步辅导软件 V3.0	2010SR000196	软著登字第 0188469 号	2010.01.04

八、特许经营权

截至本招股说明书签署日，本公司不存在特许经营权。

九、质量控制情况

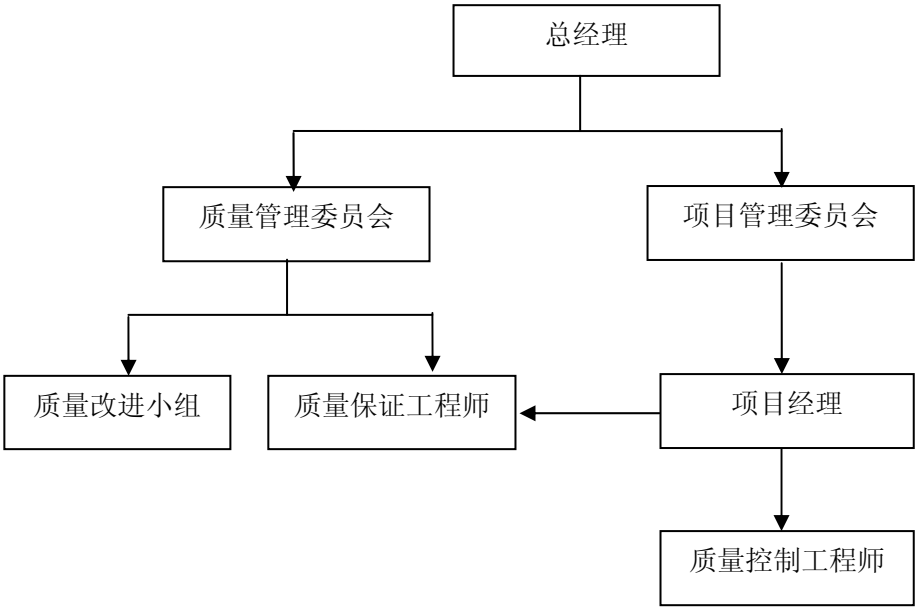
（一）质量管理机构设置

本公司结合 ISO9001:2000 质量管理体系与 CMMI 标准，设置以高层管理者、部分职能部门骨干成员为主体的质量管理委员会，包括质量改进小组、质量保证工程师。同时，本公司还在研发部门的相关职能部门中设置质量控制工程师职位。通过上述机构和职位的协同工作，建立严密、协调、高效的质量管理团队。从项目策划、需求开发、设计、编码、测试、部署、质量保证、过程跟踪等方面严格按照相关规范要求进行。

质量管理体系负责公司各种质量管理制度的制定与实施、质量管理活动的组织与推动，确保产品质量的稳定，并负责及时处理、解决各种质量问题，针对质量问题组织制定纠正、预防和改进措施，并加以跟踪和验证。

具体的操作流程：在每个项目正式启动后，根据项目的规模和具体情况，由质量管理委员会指定一个或多个质量保证工程师，由部门经理指定一个或多个质量控制工程师，负责该项目的质量管理工作。质量改进小组则跟踪和监控公司的所有项目及质量体系成员的反馈信息，不断提出改进方案并组织实施。

质量管理的组织机构设置如下图所示：



（二）质量控制方针

项目计划：为了能够对项目进行完整、合理的工作分解，准确的估算，编写和维护项目的开发计划，并就计划内容和项目的内、外部共同利益者达成一致，公司制定了《项目计划过程》。

项目监督和控制：为了能够依据开发计划了解和监控项目的实际开发情况，在项目性能或结果明显偏离开发计划时，项目能有时间制定、实施和管理有效的纠正或预防措施，使项目能按照初始制定的开发计划开发完毕，本公司制定了《项目跟踪和控制流程》、《项目启动流程》、《项目总结流程》。

需求管理：为了能够有效的管理项目的需求（包括技术需求和非技术需求），识别和管理需求与项目计划和产出物的不一致性，以控制好项目的范围，本公司制定了《需求管理》和《变更流程》。

配置管理：为了能够建立和维护在项目整个生命周期内基线配置项和其他产出物，管理基线配置项的变更，以维护基线配置项的完整性和一致性，本公司制定了《配置管理过程》和《变更流程》。

过程和产品质量保证：为了能够指导项目方便的使用公司建立开发过程体系进行项目的开发和管理，客观评价和报告项目遵循其定义的过程、标准和规范的情况并确保不符合项目得到及时纠正，使项目组成员和公司的相关领导能客观地了解项目定义的过程和相关的产出物是否有效执行，本公司制定了《质量保证流程》。

度量与分析：为了能够建立和维持对开发过程体系的定量了解，为进行定量管理的项目提供策划和评价项目开发情况需要的过程性能数据和模型，衡量公司的发展战略和商业目标的实现情况，本公司制定了《项目度量与分析过程》、《组织度量与分析流程》。

（三）质量保障体系

本公司引进 ISO9001 及 CMMI 质量体系规范，从产品研发、生产、销售、服务等方面制定严格的流程和标准进行控制，以保证开发产品的质量。具体情况如下：

在产品设计方面，本公司拥有一支过硬的技术和教育专家队伍，支持教育软件产品持续创新。本公司与用户群体中先进的代表成为鼎立合作伙伴，根据用户需求，产品不断升级更新，保障产品的实用性和实效性。

在产品的开发过程中，拥有完善的开发控制流程。主要通过需求分析、项目立项、设计、开发、测试等阶段，确保产品质量。其中，测试内容包括内容测试、功能测试、环境测试等。

生产、采购方面，本公司建立了完整的供应商、外协生产商合同评审程序，通过质量验收标准、交货期、价格等方面的评审，确保公司的原材料质量、成品生产制作质量满足客户的需求。

在销售、服务方面，本公司建立由总部、办事处、全国各地的经销商组成的高效的服务体系。通过收集客户的各项反馈意见及最新需求，及时进行跟踪服务，确保研发产品的适用性。另外，通过网络论坛、电话、上门等多种服务方式提供服务，确保用户正常使用公司产品。

在企业的内部管理方面，本公司投入大量成本，保证各种人才的及时供应，并定期进行绩效考核和员工培训，激发员工的工作积极性。

第七节　同业竞争与关联交易

一、关联方及关联关系

（一）持股 5%以上的股东

截至本招股说明书签署日，持有本公司 5%以上股份的主要股东包括黄元忠先生、陈克让先生、黄晓峰先生、戈尔登，上述自然人股东间不存在亲属关系。各位股东详细介绍参见本招股说明书第五节“发行人基本情况”之“持有发行人 5%以上股份的主要股东”部分。

（二）主要股东控股或参股的企业

截至本招股说明书签署日，本公司控股股东、实际控制人黄元忠先生除持有本公司股权外，未有其他对外投资情况。

本公司主要股东陈克让先生、黄晓峰先生及戈尔登除持有本公司股份外，无其他对外投资情况。

（三）本公司之控股子公司

本公司控股子公司为连邦信息，详细情况参见本招股说明书第五节“发行人基本情况”之“控股子公司”部分。

（四）本公司董事、监事、高级管理人员及其近亲属

本公司董事成员包括黄元忠先生、陈克让先生、黄晓峰先生、任立先生、贾国义先生、邹奇先生、李亮先生；监事成员包括张振华先生、布献伟先生、杨正华先生；高级管理人员包括黄元忠先生、陈克让先生、黄晓峰先生、孙晓玲女士、张文凯先生、杨颖女士。

以上各位董事、监事、高级管理人员详细介绍参见本招股说明书第八节“董事、监事、高级管理人员与其他核心人员”部分。

二、同业竞争

（一）同业竞争情况

本公司控股股东、实际控制人黄元忠先生以及其他主要股东黄晓峰先生、陈克让先生、戈尔登除对本公司投资外，无其他对外投资，本公司与控股股东、实际控制人及其他主要股东不存在同业竞争情形。

（二）主要股东关于避免同业竞争的承诺

为了避免未来可能发生的同业竞争，本公司控股股东黄元忠先生及持股5%以上的主要股东黄晓峰先生、陈克让先生、戈尔登已于2009年8月25日分别向本公司出具了《避免同业竞争的承诺函》。

黄元忠先生、黄晓峰先生、陈克让先生承诺：“在本承诺函签署之日，本人及本人控制的公司均未生产、开发任何与方直科技及其下属子公司生产的产品及构成竞争或可能构成竞争的产品，未直接或间接经营任何与方直科技及其下属子公司经营的业务构成竞争或可能构成竞争的业务，也未参与投资任何与方直科技及其下属子公司生产的产品或经营的业务构成竞争或可能构成竞争的其他企业。自本承诺函签署之日起，本人及本人控制的公司将不生产、开发任何与方直科技及其下属子公司生产的产品构成竞争或可能构成竞争的产品，不直接或间接经营任何与方直科技及其下属子公司经营的业务构成竞争或可能构成竞争的业务，也不参与投资任何与方直科技及其下属子公司生产的产品或经营的业务构成竞争或可能构成竞争的其他企业。自本承诺函签署之日起，如本人及本人控制的公司进一步拓展产品和业务范围，本人及本人控制的公司将不与方直科技及其下属子公司拓展后的产品或业务相竞争；若与方直科技及其下属子公司拓展后产品或业务产生竞争，则本人及本人控制的公司将以停止生产或经营相竞争的业务或产品的方式，或者将相竞争的业务纳入到方直科技经营的方式，或者将相竞争的业务转让给无关联关系的第三方的方式避免同业竞争。在本人及本人控制的公司与方直科技存在关联关系期间，本承诺函为有效之承诺。如上述承诺被证明是不真实或未被遵守，本人将向方直科技赔偿一切直接和间接损失，并承担相应的法律责任。”

戈尔登承诺：“在本承诺函签署之日，本公司及本公司控制的公司均未生产、

开发任何与方直科技及其下属子公司生产的产品及构成竞争或可能构成竞争的产品，未直接或间接经营任何与方直科技及其下属子公司经营的业务构成竞争或可能构成竞争的业务，也未参与投资任何与方直科技及其下属子公司生产的产品或经营的业务构成竞争或可能构成竞争的其他企业。自本承诺函签署之日起，本公司及本公司控制的公司将不生产、开发任何与方直科技及其下属子公司生产的产品构成竞争或可能构成竞争的产品，不直接或间接经营任何与方直科技及其下属子公司经营的业务构成竞争或可能构成竞争的业务，也不参与投资任何与方直科技及其下属子公司生产的产品或经营的业务构成竞争或可能构成竞争的其他企业。自本承诺函签署之日起，如本公司及本公司控制的公司进一步拓展产品和业务范围，本公司及本公司控制的公司将不与方直科技及其下属子公司拓展后的产品或业务相竞争；若与方直科技及其下属子公司拓展后产品或业务产生竞争，则本公司及本公司控制的公司将以停止生产或经营相竞争的业务或产品的方式，或者将相竞争的业务纳入到方直科技经营的方式，或者将相竞争的业务转让给无关联关系的第三方的方式避免同业竞争。在本公司及本公司控制的公司与方直科技存在关联关系期间，本承诺函为有效之承诺。如上述承诺被证明是不真实或未被遵守，本公司将向方直科技赔偿一切直接和间接损失，并承担相应的法律责任。”

（三）发行人律师和保荐人对本公司同业竞争有关意见

经核查，发行人律师认为：方直科技与控股股东、实际控制人、主要股东不存在同业竞争，发行人采取的避免同业竞争的措施是有效的。

经核查，保荐人认为：方直科技与实际控制人以及其他关联方不存在同业竞争，且对于可能出现的同业竞争已经采取了必要避免措施。

三、关联交易

（一）关联交易情况

本公司具有独立、完整的产供销体系，对控股股东及其他关联方不存在依赖关系。

1、经常性的关联交易

近三年本公司与各关联方不存在经常性关联交易。

2、偶发性的关联交易

与关联方之间的借款、还款

单位：万元

往来项目	关联方	经济内容	2009.12.31	2008.12.31	2007.12.31
其他应收款	黄晓峰	往来款	-	70.00	-
其他应收款	孙晓玲	往来款	-	135.00	-
小计			-	205.00	-
其他应付款	黄元忠	往来款	-	2.80	152.00
其他应付款	陈克让	往来款	-	-	30.00
其他应付款	黄晓峰	往来款	-	-	49.80
小计			-	2.80	231.80

报告期初，公司因业务发展需要分别向黄元忠、黄晓峰借款 123 万元、38.2 万元，2007 年分别向黄元忠、陈克让、黄晓峰新增借款 29 万元、30 万元、11.6 万元。随着公司现金流明显改善，2008 年公司分别归还黄元忠、陈克让、黄晓峰借款 149.2 万元、30 万元、49.8 万元，2009 年上半年归还黄元忠借款 2.8 万元。

2008 年 12 月，公司高级管理人员孙晓玲向公司借款 135 万元，黄晓峰向公司借款 70 万元。2009 年 4 月，孙晓玲、黄晓峰分别归还了对公司的全部借款。公司对员工个人的借款经全体股东审批同意，符合当时《公司章程》及《决策管理制度》的规定。

两人借款均系计划用于购买改善性住房。在两人借款后，公司酝酿启动股改工作，两人均放弃换房，以银行转帐方式归还全部暂借款项。孙晓玲于 2009 年 4 月 22 日通过银行转账一次性偿还借款 135 万元；黄晓峰于 2009 年 4 月 29 日通过银行转账一次性偿还借款 70 万元。

2009 年 5 月 25 日，孙晓玲从黄晓峰、陈克让两人处合计受让 3.44%的股权，共支付 121.00 万元股权转让款，其资金为自有资金，不存在以公司借款购买股权的情形。

报告期发行人存在对员工借款情形，主要为基于员工特殊情况给予的临时性

帮助。公司对孙晓玲、黄晓峰个人的借款经股东会审批同意，符合当时《公司章程》及《决策管理制度》的规定。公司基于合理的股权结构，建立了运作规范、有效制衡的法人治理结构和内部控制制度。特别是 2009 年股份制改造以来，公司内部控制制度进一步完善，并得到有效执行，公司未来的规范运作具备较强的机制保障。

为保障发行人及发行人其他股东的合法权益， 发行人控股股东黄元忠及其他主要股东陈克让、黄晓峰、孙晓玲、杨颖、张文凯分别出具《不占用公司资金承诺》，承诺：“截止本承诺函出具日，本人不存在占用方直科技资金的情形；自本承诺函出具日起，本人将严格遵守相关法律、法规及公司相关规定，不占用公司资金。”

（二）发行人关联交易决策程序

关联交易决策回避制度

本公司章程第七十六条规定：股东大会审议有关关联交易事项时，关联股东不应当参与投票表决，其所代表的有表决权的股份数不计入有效表决总数；股东大会决议的公告应当充分披露非关联股东的表决情况。关联股东的回避和表决程序为：（一）董事会在股东大会召开前，应对关联股东做出回避的决定。股东大会在审议有关联交易的事项时，主持人应向股东大会说明该交易为关联交易，所涉及的关联股东以及该关联股东应予回避等事项；关联股东投票表决人应将注明“关联股东回避表决”字样的表决票当即交付会议投票表决总监票人；然后其他股东就该事项进行表决。（二）有关关联关系的股东没有回避的，其他股东有权向会议主持人申请该有关联关系的股东回避并说明回避事由，会议主持人应当根据有关法律、法规和规范性文件决定是否回避。会议主持人不能确定该被申请回避的股东是否回避或有关股东对被申请回避的股东是否回避有异议时，由全体与会股东（包括股东代理人）所持表决权的二分之一以上表决决定该被申请回避的股东是否回避。（三）关联股东未获准参与表决而擅自参与表决，所投之票按弃权票处理。（四）关联股东明确表示回避的，关联交易事项形成决议须由非关联股东以具有表决权的股份数的二分之一以上通过；表决结果与股东大会通过的其他决议具有同样法律效力。

本公司章程第一百一十五条规定： 董事与董事会会议决议事项所涉及的企业有关联关系的，不得对该项决议行使表决权，也不得代理其他董事行使表决权。

该董事会会议由过半数的无关联关系董事出席即可举行，董事会会议所作决议须经无关联关系董事过半数通过。出席董事会的无关联董事人数不足3人的，应将该事项提交股东大会审议。

关联交易定价原则

本公司在《关联交易决策制度》第一章第五条规定： 关联交易的定价政策，根据国家有关关联交易定价的规定，主要有以下原则：(1)国家物价管理部门规定价；(2)若无国家规定价，则可比照市场价；(3)若无市场价，则为推定价（即合理成本费用加合理利润构成定价）；(4)双方协议价，即双方同意接受的价格；(5)双方不能议定价格的，则应由管理部门根据有关价格政策议定。

关联交易的决策程序

本公司在《关联交易决策制度》第二章第六条至第八条对关联交易的决策程序及决策权限作出明确规定。

关联交易的审批权限：（一）公司与关联人发生的交易（公司获赠现金资产和提供担保除外）金额在1000万元以上，且占公司最近一期经审计净资产绝对值5%以上的关联交易，应提交股东大会审议。（二）公司与关联人发生的交易金额在100万元以上、1000万元以下，或占公司最近一期经审计净资产绝对值0.5%以上、5%以下的关联交易，董事会有权审批。（三）公司与关联人发生的交易金额低于100万元，或低于公司最近一期经审计净资产绝对值0.5%的关联交易，可由公司董事长审批并报董事会备案。

日常关联交易审议：（一）对于以前经股东大会或者董事会审议通过且正在执行的日常关联交易协议，如果协议在执行过程中主要条款发生重大变化或者协议期满需要续签的，公司应当将新修订或者续签的日常关联交易协议，根据协议涉及的总交易金额提交股东大会或者董事会审议，协议没有具体总交易金额的，应当提交股东大会审议。（二）对于前项规定之外新发生的日常关联交易，公司应当与关联人订立书面协议并及时披露，根据协议涉及的总交易金额提交股东大会或者董事会审议，协议没有具体总交易金额的，应当提交股东大会审议。该协议经审议通过并披露后，根据其进行的日常关联交易按照前项规定办理。（三）公司每年新发生的各类日常关联交易数量较多，需要经常订立新的日常关联交易协议等，难以按照前项规定将每份协议提交股东大会或者董事会审议的，可以在

披露上一年度报告之前，按类别对本公司当年度将发生的日常关联交易总金额进行合理预计，根据预计结果提交股东大会或者董事会审议并披露；公司实际执行中超出预计总金额的，应当根据超出量重新提请股东大会或者董事会审议并披露。

公司为关联人提供担保的，不论数额大小，均应当在董事会审议通过后及时披露，并提交股东大会审议。公司为持股5%以下的股东提供担保的，参照前款规定执行，有关股东应当在股东大会上回避表决。

四、发行人近三年关联交易制度的执行情况及独立董事意见

公司近三年发生的关联交易均严格履行了公司章程规定的程序，独立董事对关联交易履行的审议程序合法性及交易价格的公允性发表了无保留意见。

独立董事认为：公司在报告期内与关联方发生的关联交易合法有效，体现了公平、公正、合理的原则，关联交易决策程序符合《公司章程》及其他决策制度的规定，关联交易作价公允，在交易中不存在损害股份公司和其他股东的合法利益的情形。

第八节　董事、监事、高级管理人员与其他核心人员

一、公司董事简介

公司董事会由七名董事组成，其中独立董事三名。全体董事均由公司股东大会选举产生，每届任期三年，除独立董事外其他董事任期届满可连选连任，独立董事连任不得超过两届。董事任期从 2009 年 6 月至 2012 年 6 月。各位董事均为中国国籍，均无境外永久居留权。

黄元忠 先生　　董事长，1964年生，硕士研究生，毕业于武汉华中科技大学计算机系，曾任中国长城计算机集团深圳昆仑公司经理。黄元忠先生是本公司创始人之一，自1993年深圳市方直科技有限公司设立以来，长期担任执行董事、总经理等职务，全面负责公司的运营管理和研发工作，系公司技术骨干。现任本公司董事长兼总经理。系深圳市科技专家委员会成员，深圳市南山区科技专家。

黄晓峰 先生　　董事，1968年生，本科学历，东北财经大学在读EMBA。曾任中国长城计算机集团深圳昆仑公司研发部经理，自本公司成立以来担任公司销售总监、副总经理，具有丰富的市场营销经验及销售团队管理经验。现任本公司董事、副总经理。

陈克让 先生　　董事，1965年生，本科学历，香港中文大学在读FMBA。曾任中国长城计算机集团深圳昆仑公司技术部经理，负责连邦信息的总体运营管理工作，担任连邦信息总经理。现任本公司董事、副总经理。

任　立　先生　　董事，1961年生，华中科技大学计算机科学专业硕士研究生。历任国家科委（武汉）管理学院计算机系软件培训开发工程师；深圳普达电子企业有限公司生产经理、市场经理、总经理助理；深圳神之光照明实业有限公司市场部经理、总经理

助理、总经理；美国爱美光（Amglo）公司亚太区执行董事；现任卓科特实业(深圳)有限公司总经理。2009年6月被聘为本公司外部董事。

邹奇 先生　　董事，1969年生，重庆大学管理学硕士，注册会计师。曾任四川江油长城特殊钢公司技术监督员、海南布瑞克期货有限公司投资顾问、深圳鹏城会计师事务所项目经理，现任长城伟业期货有限公司副总经理，主管财务、结算等部门，邹奇先生具有丰富的财务管理及项目投资经验。
2009 年 6 月被聘为本公司独立董事。

贾国义 先生　　董事，1962 年生，武汉大学经济管理学院硕士研究生，会计师职称。曾担任深圳市地方建筑材料公司财务部、融资部经理、总经理等职务；深圳市天健泰实业有限公司董事长；深圳市深荆实业有限公司董事长；深圳市机电设备有限公司副总经理；深圳市机电保税贸易有限公司董事长。现任深圳市园之园物业管理有限公司董事长、深圳市大昌汽车检测有限公司董事长、深圳市翔盈股份有限公司副总经理。贾国义先生从事企业管理十余年，具有丰富的企业运作及管理经验。
2009 年 6 月被聘为本公司独立董事。

李亮 先生　　董事，1966年生，武汉大学计算数学专业理学硕士，深圳职业技术学院副教授。曾供职于江汉石油学院（现长江大学），主要从事教学工作；2000年6月至今在深圳职业技术学院从事多媒体设计与游戏软件开发教学及管理工作。李亮先生曾参与《网页设计与制作》、《Flash 互动媒体设计》等教材的编写；担任教育部新世纪网络课程《微型计算机原理及应用》技术总负责人，恩多公司多媒体项目开发（校内项目）的总负责人。李亮先生主持的科研项目有：《深圳市游戏产业发展规划》（2008年）、《基于互联网的三维景观技术》（2008年）等。2009年6月被聘为本公司独立董事。

二、公司监事简介

本公司监事会由三名监事组成。公司监事的任期从 2009 年 6 月至 2012 年 6 月，任期届满可连选连任。各位监事均为中国国籍，均无境外永久居留权。

张振华　先生　　监事会主席，1964年生，本科学历。曾供职于贵州毕节地区计划局，历任科员、副科长、科长等职务；2000年5月-2006年12月，在深圳市连邦软件有限公司从事技术、销售等工作；2007年1月至今，在本公司从事采购、生产物流等工作。

布献伟　先生　　监事，1973年生，大专学历。曾任新疆哈密地质第六大队地调所担任助理工程师，1998年8月加入本公司，历任业务经理，区域经理，办事处负责人，销售部经理。

杨正华　先生　　职工代表监事，1973 年生，本科学历，高级工程师。曾在武汉启明星新技术有限公司从事多媒体开发，深圳市正普科技有限公司担任多媒体主管，2004 年加盟本公司，担任研发部经理，全面负责公司产品的开发工作。成功研发了大量的多媒体教育产品，如《全唐诗》、《全宋词》、《广州小学及初中信息技术》、《深圳初中信息技术》、《广州版小学英语》、《深圳版小学英语》、《Pep 版小学英语》等一系列教育软件。

三、公司高级管理人员简介

公司目前高级管理人员包括总经理一名、副总经理四名，财务总监兼董事会秘书、副总经理一名。公司高管人员的任期从 2009 年 6 月至 2012 年 6 月。各位高级管理人员均为中国国籍，高级管理人员均无境外永久居留权。

黄元忠 先生　　总经理，简历参见本节之“一、公司董事简介”。

黄晓峰 先生　　副总经理，简历参见本节之“一、公司董事简介”。

陈克让 先生　　副总经理，简历参见本节之“一、公司董事简介”。

孙晓玲 女士　　财务总监，董事会秘书，副总经理，1972年生，本科，会计师。曾任西南铝业集团有限公司财务处会计，深圳融信会计师事务所项目经理，深圳菲莫斯实业有限公司审计部经理。1999年加入本公司，担任财务经理、财务总监。

杨　颖 女士　　副总经理，1964 年生，专科。曾任重庆建安公司经济员，中国长城计算机集团深圳昆仑公司会计， 1996 年加入本公司，历任本公司会计、行政总监，现任本公司副总经理。

张文凯 先生　　副总经理，1968 年生，专科。曾任株洲汽车制造厂技术员。1993 年加入本公司，曾任本公司市场总监，现任本公司副总经理。

四、公司其他核心人员简介

何　亮 先生　　研发部程序主管，1982年生，本科。2005年大学毕业后加入本公司。具备多年教育软件开发经验，在产品易用性和人机交互方面有良好的的设计理念，积累了丰富的项目管理和实施经验。曾参与开发《广州市初中信息技术》、《人教社小学英语》、《深圳小学英语课件》、《广州小学英语》等多个地区不同版本的教育软件项目。

公司其他核心人员均为中国国籍，无境外永久居留权。

五、董事、监事的提名及聘选情况

公司现董事会成员由本公司全体股东共同提名，并经本公司创立大会暨第一次股东大会选举产生，董事任期从 2009 年 6 月至 2012 年 6 月。第一届董事会成员为：黄元忠先生、黄晓峰先生、陈克让先生、任立先生、邹奇先生（独立董事）、贾国义先生（独立董事）、李亮先生（独立董事）。

本公司现监事会成员为张振华先生、布献伟先生、杨正华先生。张振华先生、布献伟先生由本公司全体股东共同提名，并经本公司创立大会暨第一次股东大会选举产生，杨正华先生由本公司职工代表大会提名、选聘。

六、董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属持有公司股份的情况

1、董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属直接或间接持有本公司股份的情况

截至本招股说明书签署日，本公司董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属直接或间接持有本公司股份如下表所示。

姓 名	关系	持股方式	间接持股公司名称	持股比例
黄元忠	实际控制人、董事长、总经理	直接		持有本公司 30.20%股权
黄晓峰	董事、副总经理	直接		持有本公司 26.75%股权
陈克让	董事、副总经理	直接		持有本公司 26.75%股权
孙晓玲	财务总监、董事会秘书、副总经理	直接		持有本公司 3.44%股权
杨颖	副总经理	直接		持有本公司 3.21%股权
张文凯	副总经理	直接		持有本公司 2.72%股权
张振华	生产管理部经理、监事会主席	间接	戈尔登	持有戈尔登 14.66%股权
布献伟	销售部经理、监事	间接	戈尔登	持有戈尔登 5.17%股权
杨正华	研发部经理、监事	间接	戈尔登	持有戈尔登 3.02%股权
何亮	研发部程序主管	间接	戈尔登	持有戈尔登 1.29%股权

上述人员所持有的本公司股份不存在质押或冻结之情形。

本公司董事、监事、高级管理人员、其他核心人员的近亲属未直接或间接持有公司股份。

2、董事、监事、高级管理人员、其他核心人员近三年所持本公司股份的增减变动情况

董事、监事、高级管理人员、其他核心人员近三年所持本公司股份的增减变

动情况如下：

单位：万元

姓 名	2009 年 12 月 31 日		2008 年 12 月 31 日		2007 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
黄元忠	996.5330	30.20%	274.0808	34%	274.0808	34%
黄晓峰	882.7355	26.75%	266.0196	33%	266.0196	33%
陈克让	882.7355	26.75%	266.0196	33%	266.0196	33%
孙晓玲	113.4144	3.44%	—	—	—	—
杨颖	106.0803	3.21%	—	—	—	—
张文凯	89.8294	2.72%	—	—	—	—
张振华	—	—	—	—	—	—
布献伟	—	—	—	—	—	—
杨正华	—	—	—	—	—	—
何亮	—	—	—	—	—	—
合计	3,071.33	93.07%	806.12	100%	806.12	100%

本公司监事张振华、布献伟、杨正华及其他核心人员何亮不直接持有本公司股份，该四人通过戈尔登间接持有本公司股份，戈尔登于 2009 年 4 月成立，戈尔登持有本公司 6.44%股份。截至 2009 年 12 月 31 日，张振华、布献伟、杨正华、何亮分别持有戈尔登 14.66%、5.17%、3.02%、1.29%股权。

七、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的对外投资情况

截至本招股说明书签署日，本公司董事、监事、高级管理人员和其他核心人员对外投资情况如下：

姓 名	职 务	对外投资单位	股权比例
黄元忠	董事长、总经理	方直科技	30.20%

姓　名	职　务	对外投资单位	股权比例
黄晓峰	董事、副总经理	方直科技	26.75%
陈克让	董事、副总经理	方直科技	26.75%
任立	董事	—	—
邹奇	独立董事	—	—
贾国义	独立董事	深圳市翔盈股份有限公司	1.57%
李亮	独立董事	—	—
张振华	监事会主席	戈尔登	14.66%
布献伟	监事	戈尔登	5.17%
杨正华	监事	戈尔登	3.02%
孙晓玲	财务总监、董事会秘书、副总经理	方直科技	3.44%
杨颖	副总经理	方直科技	3.21%
张文凯	副总经理	方直科技	2.72%
何亮	研发部程序主管	戈尔登	1.29%

本公司董事、监事、高级管理人员和其他核心人员对外投资与本公司不存在利益冲突情形。

八、公司与董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的薪酬情况

与本公司签订《劳动合同》并在本公司领取工资的董事、监事、高管人员及其他核心人员共 10 人。本公司最近一年向董事、监事及高级管理人员、其他核心人员支付报酬的情况如下：

姓　名	职　务	年 薪（万元）	领薪单位
黄元忠	董事长、总经理	16.20	方直科技

姓　名	职　务	年 薪（万元）	领薪单位
黄晓峰	董事、副总经理	14.04	方直科技
陈克让	董事、副总经理	13.26	连邦信息
任立	董事	—	不在本公司领薪
邹奇	独立董事	—	不在本公司领薪
贾国义	独立董事	—	不在本公司领薪
李亮	独立董事	—	不在本公司领薪
孙晓玲	财务总监、董事会秘书、副总经理	11.70	方直科技
杨颖	副总经理	10.92	方直科技
张文凯	副总经理	11.70	方直科技
张振华	监事会主席	10.25	方直科技
布献伟	监事	10.50	方直科技
杨正华	监事、研发部经理	10.25	方直科技
何亮	研发部程序主管	8.16	方直科技

此外，上述人员还享有社会养老保险等待遇。除上述薪资、福利、津贴外，本公司董事、监事、高级管理人员和其他核心人员不领取其它薪酬。

九、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员兼职情况

截至 2009 年 12 月 31 日，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员在其他公司兼任执行职务的情况如下：

姓　名	职　务	兼职情况	兼职单位与本公司关系
黄元忠	董事长、总经理	无	无
黄晓峰	董事、副总经理	无	无
陈克让	董事、副总经理	连邦信息执行董事兼总经理	本公司之子公司
任立	董事	卓科特实业（深圳）有限	无

姓　名	职　务	兼职情况	兼职单位与本公司关系
		公司总经理	
邹奇	独立董事	长城伟业期货有限公司副总经理	无
贾国义	独立董事	深圳市翔盈股份有限公司副总经理	无
李亮	独立董事	深圳职业技术学院副教授	无
孙晓玲	财务总监、董事会秘书、副总经理	无	无
杨颖	副总经理	无	无
张文凯	副总经理	无	无
张振华	监事会主席	深圳市戈尔登投资有限公司总经理	本公司股东
布献伟	监事	无	无
杨正华	监事、研发部经理	无	无
何亮	研发部程序主管	无	无

十、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员相互之间关系

公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员之间不存在亲属关系。

十一、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员相关承诺及协议

本公司控股股东黄元忠先生及主要股东黄晓峰先生、陈克让先生、戈尔登分别出具了《避免同业竞争的承诺函》，详细情况参见本招股说明书第七节“同业竞争与关联交易”之“同业竞争”部分。

本公司与所有核心技术人员签订了《保密协议》，对涉及的保密事项、保密期限、保密范围、泄密责任等进行了明确的约定。

十二、董事、监事、高级管理人员任职资格合规情况

公司董事、监事和高级管理人员符合法律、行政法规和规章规定的任职资格。

十三、董事、监事、高级管理人员变动情况

近三年公司董事、监事和高级管理人员变动情况如下：

股份公司成立以前，由于公司规模较小，方直有限没有设立董事会和监事会，组织结构上由黄元忠担任执行董事并履行董事会职责，由陈克让担任执行监事并履行监事会职责。2007 年初，公司执行董事、总经理为黄元忠先生，副总经理为黄晓峰、杨颖、张文凯，财务负责人为孙晓玲女士（兼任副总经理），监事为陈克让。2007 年初至 2009 年 5 月，公司董事、监事、高级管理人员未发生变动。2009 年 6 月，公司召开创立大会暨第一次股东大会，增选了公司董事，重新选举了监事，并对高管重新聘任，具体变动情况如下：

2009 年 6 月 21 日，公司创立大会选举黄元忠先生、黄晓峰先生、陈克让先生、任立先生、邹奇先生、贾国义先生、李亮先生为董事，选举张振华先生、布献伟先生为股东代表监事。公司职工代表大会选举杨正华先生为职工代表监事。

2009 年 6 月 21 日，公司第一届董事会第一次会议通过决议，聘任黄元忠为总经理，聘任黄晓峰先生、陈克让先生、杨颖女士、张文凯先生副总经理，聘任孙晓玲女士担任公司财务总监、董事会秘书、副总经理。高管任期从 2009 年 6 月至 2012 年 6 月。以上高管人员均为在公司服务多年的骨干人员。

除上述变动以外，近三年公司董事、监事、高管无其他变动。

第九节　公司治理

本公司股东大会、董事会、监事会和高级管理层之间建立了相互协调和相互制衡机制，独立董事和董事会秘书能够有效增强董事会决策的公正性和科学性。本公司治理结构能够按照相关法律法规和《公司章程》规定有效运作。

一、发行人股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书、董事会专门委员会制度的建立健全及运行情况

（一）股东大会制度的建立健全及运行情况

股东大会是本公司最高权力机构。2009年6月21日，本公司创立大会暨第一次股东大会选举产生了本公司第一届董事会和第一届监事会，选举了三名独立董事，审议通过了《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》等议案。2009年7月30日，公司2009年第一次临时股东大会审议通过了《独立董事制度》，并按照《上市公司治理准则》要求建立了独立董事制度；上述制度的制定和实施使公司初步建立起了符合上市公司要求的公司治理结构。

截至本招股说明书签署日，本公司历次股东大会的召集、提案、出席、议事、表决、决议及会议记录规范，对本公司董事、监事的选举，财务预决算，利润分配，《公司章程》及其他主要管理制度的制定和修改，首次公开发行股票的决策和募集资金投向等重大事宜做出了有效决议。

（二）董事会制度的建立健全及运行情况

本公司董事会由七名董事组成，其中独立董事三名，设董事长一名、董事会秘书一名，董事会秘书是公司高级管理人员，对董事会负责。本公司依据《公司法》、《上市公司治理准则》等法律法规、规范性文件及《公司章程》的有关规定，制定了《董事会议事规则》，对董事会的召集、提案、出席、议事、表决、决议及会议记录等进行了规范。

截至本招股说明书签署日，本公司历次董事会严格按照《公司章程》规定的职权范围对公司各项事务进行了讨论决策。会议通知、召开、表决方式符合《公

司法》和《公司章程》的规定，会议记录完整规范，董事会依法履行了《公司法》、《公司章程》赋予的权利和义务。

（三）监事会制度的建立健全及运行情况

本公司监事会由三名监事组成，设监事会主席一名，其中职工代表监事一名。本公司股东大会审议通过了《监事会议事规则》，在《公司章程》的基础上对监事会的职权、议事规则等进行了细化。

截至本招股说明书签署日，本公司历次监事会严格按照《公司章程》规定的职权范围对公司重大事项进行了审议监督，会议通知方式、召开方式、表决方式符合相关规定，会议记录完整规范。

（四）独立董事制度的建立健全及运行情况

本公司董事会成员中设三名独立董事，制订了《独立董事制度》，对独立董事任职资格、选聘、任期、享有职权、发表独立意见等作了详细的规定。独立董事负有诚信与勤勉义务，独立履行职责，维护公司整体利益，尤其关注中小股东的合法权益。

独立董事制度进一步完善了公司的法人治理结构，为保护中小股东利益，科学决策等方面提供了制度保障。独立董事对本次募集资金投资项目、公司经营管理、发展战略的选择均发挥了积极作用。

（五）董事会秘书的职责

本公司董事会设董事会秘书一名，负责公司股东大会和董事会会议的筹备、文件保管以及本公司股权管理、信息披露等事宜。2009年6月21日第一届第一次董事会选举孙晓玲女士为董事会秘书，任期至2012年6月20日。董事会秘书在其任职期间忠实地履行了职责。

（六）董事会专门委员会

经第一届董事会第二次会议及2009年第一次临时股东大会审议通过，本公司设立了审计委员会、战略委员会、薪酬与考核委员会、提名委员会。

1、审计委员会

审计委员会由邹奇先生、陈克让先生、贾国义先生三名董事、独立董事组成，

其中独立董事邹奇先生为召集人。2009 年 7 月 30 日，公司临时股东大会审议通过了《审计委员会工作细则》，制定了审计委员会的议事规则，规定其主要职责为：提议聘请或更换外部审计机构；监督公司的内部审计制度及其实施；负责内部审计与外部审计之间的沟通；审核公司的财务信息及其披露；审查公司内控制度,对重大关联交易进行审计；公司董事会授予的其他事宜。

自审计委员会成立以来，相关人员均能按照法律、法规和规范性文件以及公司相关规定履行职责。审计委员会分别于 2009 年 10 月 10 日和 2009 年 12 月 12 日召开审计委员会工作会议，对《关于公司 2006 年度、2007 年度、2008 年度及 2009 年 1-9 月财务报告的议案》、《关于公司内部控制制度实施情况的议案》、《关于公司关联交易情况的议案》等议案进行审议，并通过了相应的决议。

2、战略委员会

战略委员会由黄元忠先生、李亮先生、黄晓峰先生三名董事、独立董事组成，其中董事长黄元忠先生为召集人。2009 年 7 月 30 日，公司临时股东大会审议通过了《战略委员会工作细则》，制定了战略委员会的议事规则，规定其主要职责为：对公司长期发展战略规划进行研究并提出建议；对须经董事会批准的重大投资融资方案进行研究并提出建议；对须经董事会批准的重大资本运作、资产经营项目进行研究并提出建议；对其他影响公司发展的重大事项进行研究并提出建议；对以上事项的实施进行检查；董事会授权的其他事宜。

3、薪酬与考核委员会

薪酬与考核委员会由邹奇先生、李亮先生、黄元忠先生三名董事、独立董事组成，其中独立董事邹奇先生为召集人。2009 年 7 月 30 日，公司临时股东大会审议通过了《薪酬与考核委员会工作细则》，制定了薪酬与考核委员会的议事规则，规定其主要职责为：根据董事及高级管理人员岗位的主要范围、职责、重要性以及其他相关企业、相关岗位的薪酬水平制定薪酬计划或方案；薪酬计划或方案包括但不限于绩效评价标准、程序及主要评价体系，奖励和惩罚的主要方案和制度等；审查公司董事及其他高级管理人员的履行职责情况并对其进行年度绩效考评；负责对公司薪酬制度执行情况进行监督；董事会授权的其他事宜。

4、提名委员会

提名委员会由贾国义先生、李亮先生、黄晓峰先生三名董事、独立董事组成，其中独立董事贾国义先生为召集人。2009 年 7 月 30 日，公司临时股东大会审议

通过了《提名委员会工作细则》，制定了提名委员会的议事规则，规定其主要职责为：根据公司经营活动、资产规模和股权结构对董事会的规模和构成向董事会提出建议；研究董事、高级管理人员的选择标准和程序，并向董事会提出建议；广泛搜寻合格的董事和高级管理人员的人选；对董事候选人和高级管理人员人选进行审查并提出建议；在董事会换届选举时，向本届董事会提出下一届董事会候选人的建议；公司董事会授权的其他事宜。

二、发行人最近三年无违法违规情况

截至本招股说明书签署日，本公司不存在违法违规行为，亦不存在未决或可以预见的诉讼和仲裁事项；本公司控股股东或实际控制人、控股子公司，公司董事、监事、高级管理人员和其他核心人员均不存在尚未了结的或可预见的作为一方当事人的重大诉讼、仲裁及行政处罚案件。

三、发行人最近三年资金占用和对外担保的情况

2008 年 12 月，公司高级管理人员孙晓玲向公司借款 135 万元，黄晓峰向公司借款 70 万元。2009 年 4 月，孙晓玲、黄晓峰分别归还了对公司的全部借款。公司对员工个人的借款经全体股东（关联股东予以回避）审批同意，符合当时《公司章程》及《决策管理制度》的规定。

本公司已在公司章程中明确对外担保的审批权限和审议程序，最近三年不存在为股东进行违规担保的情形。

四、发行人内部控制制度

（一）公司管理层对内部控制制度的自我评价

本公司制订了原材料采购、产品研发设计、产品销售、产品定价、财务管理、技术保密及人事管理等一系列管理制度，涵盖了公司经营的各个环节。

在原材料采购环节，本公司制定了《采购管理规定》等制度性文件，对采购计划、采购程序、采购订单、异常处理等方面做了详细规定，有效防范了采购风险。

在产品研发环节，本公司制定了《项目开发标准流程》、《质量手册-CMMI2》、《技术部文件汇编》、《网络部文件汇编》、《项目管理制度》、《研究开发经费管理办法》等文件，对项目的研发计划、预算、需求管理、度量与分析、考核以及开发的标准流程、质量标准等方面做出了详细规定，有效提高了对项目的监督和控制，保证开发质量，降低开发风险。

在产品生产环节，本公司制定了《仓库管理制度》、《公司发货制度》等制度性文件，对仓库内的在产品和产成品的流转、保管、出入库环节做了详细的规定，有效提高了存货管理的效率。

在产品销售环节，本公司有针对性地制定了《销售规范-发货、开票、收款》、《零售终端管理手册》、《市场部文件汇编》等管理制度，对发货、收款、财务监控等风险进行有效控制。

在内部会计控制制度方面，本公司制订了《财务管理制度》、《报销支付管理制度》、《财产管理制度》、《资金管理制度》、《全面预算管理制度》、《审计工作制度》，设置了彼此独立的财务部和审计部，规范会计确认、计量、记录和报告行为，保障公司资产安全和完整，保证会计信息质量，使会计报告系统能遵循《企业会计准则》的要求，及时提供能真实、客观、公允地反映公司财务状况、经营成果和现金流量的会计信息。

综上所述，本公司管理层确信：本公司现有内部控制已覆盖了公司运营的各层面和各环节，形成了规范的管理体系，能够预防和及时发现、纠正公司运营过程中可能出现的重要错误，保护公司资产的安全和完整，保证会计记录和会计信息的真实性、准确性和及时性，在完整性、合理性及有效性方面不存在重大缺陷。

（二）注册会计师关于发行人内部控制制度的评价

2010 年 1 月 25 日，立信大华会计师事务所有限公司为本公司出具“立信大华核字[2010]186 号”《深圳市方直科技股份有限公司内部控制鉴证报告》，其总体评价如下：“我们认为，方直科技按照财政部颁发的《内部会计控制规范-基本规范（试行）》规定的标准于 2009 年 12 月 31 日在所有重大方面保持了与财务报表相关的有效的内部控制。”

五、发行人对外投资、担保事项的制度安排及执行情况

为规范公司的对外投资和担保行为，使对外投资和担保行为规范化、制度化、科学化，规避和减少决策风险，维护公司和全体股东合法权益，公司在《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《关联交易决策制度》、《授权管理制度》等规章制度中，对公司对外投资和担保管理及决策权限进行了相关规定。

报告期内，公司严格遵守决策及审批程序等相关规定，相关信息披露准确、及时，未发生违规对外投资的情形，未发生违规对外担保情形。

六、发行人对投资者权益保护的情况

2009 年 8 月 5 日，公司召开第一届董事会第三次会议，审议通过了《投资者关系管理制度》的议案，进一步规范公司投资者关系工作，加强公司与投资者和潜在投资者之间的沟通，加深投资者对公司的了解和认同，促进公司和投资者之间长期、稳定的良好关系，提升公司的诚信度、核心竞争能力和持续发展能力，实现公司价值最大化和股东利益最大化。

1、投资者获取公司信息的保障

《公司章程（草案）》第三十二条规定，公司股东有权查阅本章程、股东名册、公司债券存根、股东大会会议记录、董事会会议决议、监事会会议决议、财务会计报告。第三十三条规定，股东提出查阅前条所述有关信息或者索取资料的，应当向公司提供证明其持有公司股份的种类以及持股数量的书面文件，公司经核实股东身份后按照股东的要求予以提供。

公司《信息披露制度》第六条规定，公司披露的信息应当便于理解，应当使用事实描述性语言，简明扼要、通俗易懂地说明事件真实情况，信息披露文件中不得含有宣传、广告、恭维或者诋毁等性质的词句；公司保证使用者能通过经济便捷的方式（如证券报纸、互联网）获得信息。第七条规定，公司董事会全体成员必须以诚信和勤勉责任保证信息披露内容真实、准确、完整,没有虚假、严重误导性陈述或重大遗漏。以上内容要作为重要提示在公告中陈述。

2、投资者享有资产收益的保护

《公司章程（草案）》第三十二条规定，公司股东享有依照其所持有的股份

份额获得股利和其他形式的利益分配。第一百五十四条规定，公司股东大会对利润分配方案作出决议后,公司董事会须在股东大会召开后 2 个月内完成股利(或股份)的派发事项。第一百五十五条规定，公司利润分配政策为：在满足公司正常生产经营所需资金的前提下，实行持续、稳定的利润分配制度。在公司当年实现盈利符合利润分配条件时，公司董事会应根据公司的具体经营情况和市场环境，制定利润分配预案报股东大会批准。原则上公司每年分配的利润不低于当年可分配利润的百分之二十，其中，现金分红所占比例不应低于百分之三十，并且连续任何三个会计年度内以现金方式累计分配的利润应不少于该三年实现的年均可分配利润的百分之三十。当公司年末资产负债率超过百分之七十或者当年经营活动产生的现金流量净额为负数时，公司可不进行现金分红。但公司最近三年以现金方式累计分配的利润应不少于最近三年实现的年均可分配利润的百分之三十。

3、投资者参与重大决策和选择管理者等权利的保障

《公司章程（草案)》第八十条规定，公司应在保证股东大会合法、有效的前提下,通过各种方式和途径,包括提供网络形式的投票平台等现代信息技术手段,为股东参加股东大会提供便利。

七、公司进一步完善治理结构的计划

为加强社会公众对本公司的监督作用，本公司制订了《信息披露制度》。本公司此次公开发行股票上市后，将按照《公司法》、《证券法》、证券交易所的信息披露规定等法律、法规、规则以及公司章程的规定，认真履行公司的信息披露义务，及时公告公司在涉及重要生产经营、重大投资、重要财务决策等方面的事项，包括公布中报、年报、临时公告等。

第十节　财务会计信息

以下财务数据均引自经具有证券期货从业资格的立信大华会计师事务所有限公司审计的财务报告。本公司提醒投资者关注本招股说明书所附财务报告和审计报告全文，以获取全部的财务资料。

一、财务会计信息

（一）注册会计师审计意见

本公司已聘请立信大华会计师事务所有限公司（2009 年 10 月北京立信会计师事务所有限公司吸收合并广东大华德律会计师事务所，北京立信会计师事务所有限公司于 2009 年 11 月更名为立信大华会计师事务所有限公司。）对近三年合并及母公司资产负债表、利润表、现金流量表进行了审计。立信大华会计师事务所有限公司出具编号为“立信大华审字[2010]399 号”的标准无保留意见《审计报告》。

立信大华会计师事务所有限公司认为：“方直科技财务报表已经按照企业会计准则的规定编制，在所有重大方面公允地反映了方直科技 2009 年 12 月 31 日、2008 年 12 月 31 日、2007 年 12 月 31 日的财务状况以及 2009 年度、2008 年度、2007 年度的经营成果和现金流量。”

（二）财务报表的编制基础和方法

本公司以持续经营为基础，根据实际发生的交易和事项，按照《企业会计准则——基本准则》和其他各项会计准则的规定（以下简称“新会计准则”）进行确认和计量，在此基础上编制 2007 年度、2008 年度、2009 年度财务报表。

根据《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》（证监会计字[2007]10 号）规定，本公司在编制和披露报告期比较财务报表时，假定在 2007 年 1 月 1 日执行新会计准则，确认 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》第五条至第十九条及企业会计准则解释第 1 号等后续补充规定对可比期间利润表和报告期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财务报表。

（三）合并财务报表范围及变化情况

近三年本公司合并财务报表合并范围如下表所示。

单位：万元

公司名称	注册资本	注册地址	投资额	权益比例	是否合并		
					2007 年	2008 年	2009 年
连邦信息	200	深圳市	200	100%	是	是	是

连邦信息系本公司于报告期内购买的子公司，购买日为 2006 年 3 月 31 日，形成非同一控制下的企业合并。

本公司原持有连邦信息 37.50%的股权，2006 年 2 月 27 日，经深圳国际高新技术产权交易所以“深高交所见（2006）字第 688 号”《股权转让见证书》见证，刘乙丁（原名为刘浪）将所持连邦信息 37.5%的股权以 15 万元的价格转给本公司，并于 2006 年 3 月 29 日完成股权变更的工商登记手续，变更后本公司持有连邦信息 75%的股权。

2007 年 5 月 30 日，经深圳国际高新技术产权交易所以“深高交所见（2007）字第 3225 号”《股权转让见证书》见证，缪洪将其持有连邦信息 25%的股权以 10 万元的价格转让给本公司，并于 2007 年 6 月 6 日完成股权变更的工商登记手续。变更后连邦信息变为本公司的全资子公司。

（四）近三年本公司财务报表

1、近三年合并资产负债表

单位：元

科　目	2009-12-31	2008-12-31	2007-12-31
流动资产：			
货币资金	38,144,695.95	9,541,234.25	11,606,903.87
交易性金融资产	-	5,136,006.00	584,080.00
应收账款	5,077,811.96	5,272,214.31	4,667,823.62
预付款项	733,749.35	845,395.57	757,279.56
其他应收款	4,498,596.10	2,527,009.94	325,972.57
存货	5,395,863.33	12,729,763.20	5,255,269.31
流动资产合计	53,850,716.69	36,051,623.27	23,197,328.93

非流动资产：			
固定资产	1,335,664.97	684,978.48	514,346.82
无形资产	983,261.36	-	-
开发支出	2,214,295.73	815,957.89	-
商誉	83,940.16	83,940.16	83,940.16
长期待摊费用	563,943.88	336,903.02	-
递延所得税资产	13,931.80	168,193.36	9,885.39
非流动资产合计	5,195,037.90	2,089,972.91	608,172.37
资产总计	59,045,754.59	38,141,596.18	23,805,501.30
负债：			
短期借款	-	-	3,000,000.00
应付账款	3,157,141.23	3,985,136.07	1,077,426.78
预收款项	223,186.90	5,670,062.84	1,460,647.00
应付职工薪酬	-	73,036.00	-
应交税费	88,186.30	945,208.67	597,947.21
其他应付款	2,790,940.66	1,048,940.32	4,729,149.03
负债合计	6,259,455.09	11,722,383.90	10,865,170.02
股东权益：			
股本	33,000,000.00	8,061,200.00	8,061,200.00
资本公积	1,840,680.36	-	-
盈余公积	1,670,088.67	2,744,745.22	718,420.21
未分配利润	16,275,530.47	15,613,267.06	4,160,711.07
归属于母公司股东权益合计	52,786,299.50	26,419,212.28	12,940,331.28
少数股东权益	-	-	-
股东权益合计	52,786,299.50	26,419,212.28	12,940,331.28
负债和股东权益总计	59,045,754.59	38,141,596.18	23,805,501.30

2、近三年合并利润表

单位：元

科　　目	2009 年度	2008 年度	2007 年度

一、营业收入	60,254,274.85	42,470,365.22	26,635,258.63
减：营业成本	24,902,076.78	17,758,568.20	10,404,618.43
营业税金及附加	198,052.28	161,951.56	107,869.97
销售费用	8,175,190.64	5,970,092.65	2,655,907.46
管理费用	6,614,153.13	6,311,216.83	4,426,943.86
财务费用	-74,528.87	161,438.56	58,470.22
资产减值损失	256,565.24	119,181.14	-102,283.87
加：公允价值变动收益	1,096,960.00	-1,028,569.00	-68,391.00
投资收益	1,334,969.87	640,832.99	71,581.48
二、营业利润	22,614,695.52	11,600,180.27	9,086,923.04
加：营业外收入	3,530,691.44	2,260,514.97	874,492.31
减：营业外支出	5,792.82	72,572.14	15,522.37
三、利润总额	26,139,594.14	13,788,123.10	9,945,892.98
减：所得税费用	2,092,506.92	159,242.10	4,946.14
四、净利润	24,047,087.22	13,628,881.00	9,940,946.84
同一控制下被合并方在合并前实现的净利润	-	-	-
归属于母公司股东的净利润	24,047,087.22	13,628,881.00	9,940,946.84
少数股东损益	-	-	-
五、每股收益：			
（一）基本每股收益	0.81	1.69	1.23
（二）稀释每股收益	0.81	1.69	1.23
六、其他综合收益	-	-	-
七、综合收益总额	24,047,087.22	13,628,881.00	9,940,946.84
（一）归属于母公司股东的综合收益总额	24,047,087.22	13,628,881.00	9,940,946.84
（二）归属于少数股东的综合收益总额	-	-	-

3、近三年合并现金流量表

单位：元

项　　目	2009 年度	2008 年度	2007 年度

一、经营活动产生的现金流量：			
销售商品、提供劳务收到的现金	62,157,631.63	52,483,698.04	30,166,553.34
收到的税费返还	2,892,575.09	1,603,518.71	825,790.14
收到其他与经营活动有关的现金	4,054,284.81	794,462.26	822,136.89
经营活动现金流入小计	69,104,491.53	54,881,679.01	31,814,480.37
购买商品、接受劳务支付的现金	20,934,930.54	28,557,464.00	15,096,448.90
支付给职工以及为职工支付的现金	6,386,047.78	5,687,772.41	3,796,902.09
支付的各项税费	8,072,891.28	3,061,544.66	1,456,747.51
支付其他与经营活动有关的现金	11,170,148.06	10,225,655.36	3,031,562.48
经营活动现金流出小计	46,564,017.66	47,532,436.43	23,381,660.98
经营活动产生的现金流量净额	22,540,473.87	7,349,242.58	8,432,819.39
二、投资活动产生的现金流量：			
收回投资所收到的现金	30,117,916.00	1,177,259.00	2,018,317.76
取得投资收益收到的现金	1,334,969.87	640,579.61	71,581.48
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	-	500.00	-
投资活动现金流入小计	31,452,885.87	1,818,338.61	2,089,899.24
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	3,824,948.04	1,226,642.69	376,289.21
投资支付的现金	23,884,950.00	6,641,834.00	2,535,053.54
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	-	150,000.00
投资活动现金流出小计	27,709,898.04	7,868,476.69	3,061,342.75
投资活动产生的现金流量净额	3,742,987.83	-6,050,138.08	-971,443.51
三、筹资活动产生的现金流量：			
吸收投资收到的现金	2,320,000.00	-	-
取得借款收到的现金	-	-	3,000,000.00

筹资活动现金流入小计	2,320,000.00	-	3,000,000.00
偿还债务支付的现金	-	3,000,000.00	-
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	-	364,774.12	-
支付其他与筹资活动有关的现金	-	-	63,000.00
筹资活动现金流出小计	-	3,364,774.12	63,000.00
筹资活动产生的现金流量净额	2,320,000.00	-3,364,774.12	2,937,000.00
四、汇率变动对现金的影响	-	-	-
五、现金及现金等价物净增加额	28,603,461.70	-2,065,669.62	10,398,375.88
加：年初现金及现金等价物余额	9,541,234.25	11,606,903.87	1,208,527.99
六、年末现金及现金等价物余额	38,144,695.95	9,541,234.25	11,606,903.87

4、近三年母公司资产负债表

单位：元

科　目	2009-12-31	2008-12-31	2007-12-31
流动资产：			
货币资金	37,027,043.65	8,570,248.55	10,254,486.05
交易性金融资产	-	5,136,006.00	584,080.00
应收账款	4,271,514.49	4,050,992.44	3,016,947.66
预付款项	464,872.02	644,424.00	176,290.00
其他应收款	4,425,713.95	3,797,476.26	272,005.79
存货	3,474,068.55	4,009,548.95	3,074,770.36
流动资产合计	49,663,212.66	26,208,696.20	17,378,579.86
非流动资产：			
长期股权投资	2,000,000.00	2,000,000.00	2,000,000.00
固定资产	1,246,799.54	567,642.41	456,860.52
无形资产	983,261.36	-	-
开发支出	2,214,295.73	815,957.89	-
长期待摊费用	563,943.88	336,903.02	-

递延所得税资产	11,031.07	138,022.60	-
非流动资产合计	7,019,331.58	3,858,525.92	2,456,860.52
资产总计	56,682,544.24	30,067,222.12	19,835,440.38
负债：			
短期借款	-	-	3,000,000.00
应付账款	2,118,613.41	1,920,704.26	326,438.70
预收款项	114,386.90	197,657.39	500,000.00
应付职工薪酬	-	-	-
应交税费	123,536.79	756,498.27	516,176.78
其他应付款	2,784,440.16	982,860.77	2,642,156.82
负债合计	5,140,977.26	3,857,720.69	6,984,772.30
股东权益：			
股本	33,000,000.00	8,061,200.00	8,061,200.00
资本公积	1,840,680.36	-	-
盈余公积	1,670,088.67	2,744,745.22	718,420.21
未分配利润	15,030,797.95	15,403,556.21	4,071,047.87
股东权益合计	51,541,566.98	26,209,501.43	12,850,668.08
负债和股东权益总计	56,682,544.24	30,067,222.12	19,835,440.38

5、近三年母公司利润表

单位：元

科　　目	2009 年度	2008 年度	2007 年度
一、营业收入	43,918,090.84	29,859,069.12	20,229,742.46
减：营业成本	11,369,284.18	7,568,832.89	5,830,724.96
营业税金及附加	157,460.16	149,961.36	102,256.73
销售费用	7,149,701.50	4,489,560.32	1,639,117.84
管理费用	6,173,634.20	5,859,927.07	4,204,462.31
财务费用	-93,111.82	166,974.11	55,125.07
资产减值损失	44,552.99	40,628.61	-158,536.88
加：公允价值变动收益	1,096,960.00	-1,028,569.00	-68,391.00
投资收益	1,305,868.00	640,579.61	71,581.48

二、营业利润	21,519,397.63	11,195,195.37	8,559,782.91
加：营业外收入	3,523,479.41	2,248,187.50	870,951.19
减：营业外支出	5,792.82	72,572.12	15,522.37
三、利润总额	25,037,084.22	13,370,810.75	9,415,211.73
减：所得税费用	2,025,018.67	-138,022.60	-
四、净利润	23,012,065.55	13,508,833.35	9,415,211.73
五、每股收益：			
（一）基本每股收益	0.77	1.68	1.17
（二）稀释每股收益	0.77	1.68	1.17
六、其他综合收益	-	-	-
七、综合收益总额	23,012,065.55	13,508,833.35	9,415,211.73

6、近三年母公司现金流量表

单位：元

项　　目	2009 年度	2008 年度	2007 年度
一、经营活动产生的现金流量：			
销售商品、提供劳务收到的现金	49,042,752.91	32,150,595.06	22,132,383.81
收到的税费返还	2,892,575.09	1,603,518.71	825,790.14
收到其他与经营活动有关的现金	8,968,388.10	875,324.67	1,778,595.77
经营活动现金流入小计	60,903,716.10	34,629,438.44	24,736,769.72
购买商品、接受劳务支付的现金	11,966,064.26	8,959,621.93	8,631,250.75
支付给职工以及为职工支付的现金	5,434,072.42	4,502,843.73	3,090,993.11
支付的各项税费	6,968,120.90	2,599,228.34	1,347,386.58
支付其他与经营活动有关的现金	14,148,849.38	10,927,694.54	2,490,655.82
经营活动现金流出小计	38,517,106.96	26,989,388.54	15,560,286.26
经营活动产生的现金流量净额	22,386,609.14	7,640,049.90	9,176,483.46
二、投资活动产生的现金流量：			
收回投资所收到的现金	30,032,966.00	1,177,259.00	2,018,317.76
取得投资收益收到的现金	1,305,868.00	640,579.61	71,581.48

处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	-	500.00	-
投资活动现金流入小计	31,338,834.00	1,818,338.61	2,089,899.24
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	3,788,648.04	1,136,017.89	327,642.21
投资支付的现金	23,800,000.00	6,641,834.00	4,135,053.54
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	-	150,000.00
投资活动现金流出小计	27,588,648.04	7,777,851.89	4,612,695.75
投资活动产生的现金流量净额	3,750,185.96	-5,959,513.28	-2,522,796.51
三、筹资活动产生的现金流量：			
吸收投资收到的现金	2,320,000.00	-	-
取得借款收到的现金	-	-	3,000,000.00
筹资活动现金流入小计	2,320,000.00	-	3,000,000.00
偿还债务支付的现金	-	3,000,000.00	-
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	-	364,774.12	-
支付其他与筹资活动有关的现金	-	-	63,000.00
筹资活动现金流出小计	-	3,364,774.12	63,000.00
筹资活动产生的现金流量净额	2,320,000.00	-3,364,774.12	2,937,000.00
四、汇率变动对现金的影响	-	-	-
五、现金及现金等价物净增加额	28,456,795.10	-1,684,237.50	9,590,686.95
加：年初现金及现金等价物余额	8,570,248.55	10,254,486.05	663,799.10
六、年末现金及现金等价物余额	37,027,043.65	8,570,248.55	10,254,486.05

（五）公司采用的主要会计政策和会计估计

1、收入确认方法

（1）销售商品收入确认

发行人严格遵循企业会计准则对收入确认的规定，销售商品对已将商品所有权上的主要风险或报酬转移给购货方，不再对该商品实施继续管理权和实际控制权，收入的金额能够可靠地计量；相关的经济利益很可能流入企业，且与销售该

商品有关的成本能够可靠地计量时，发行人确认商品销售收入的实现。下面按销售方式的不同分别予以说明。

①教育系统征订销售渠道收入确认

确认标准：签订合同 → 订单 → 发货 → 双方对账 → 确认收入

收入确认流程：根据客户订单确认生产数量，生产完工入库后，按订单规定的交货时间及送货地址由仓库根据商务开具的发货单明细配货发货；成品送至客户指定收货点后，由对方仓库于送货单上盖章签字确认；相关送货人员将客户盖章签字确认好的送货单交财务部门和销售部门各一联；由公司商务部据客户确认的送货单与客户核对产品品种、数量，根据合同单价制作对账结算单并传真至客户，由其盖章确认后回传至公司；每月根据客户回传确认的对账结算单确认收入。

②代理销售一般收入确认

书店系统代理确认标准：签订合同 → 订单 → 发货 → 双方对账 → 确认收入

其他代理确认标准：签订合同 → 订单 → 收款 → 发货 → 确认收入

收入确认流程：收到客户订单后，由商务核查公司授予该书店的信用额度。在信用额度内的订货，由商务开具发货单通知库房配送产品；本地客户由相关送货人员送至客户仓库，将客户盖章签字确认好的送货单交财务部门和销售部门各一联。异地客户由客户收货员盖章签字后传真给公司商务和财务留存；每月公司商务与书店系统代理进行对账确认。书店系统代理销售根据双方确认的对账结算单确认收入；其他代理销售根据购货方确认的发货单确认收入。

③邮件系统销售收入确认

确认标准：签订合同 → 预收货款 → 发货 → 安装、试运行 → 验收合格 → 确认收入

邮件系统销售分产品销售与解决方案实施。大部分需进行二次开发、设备安装、上线试运行及验收等程序；与货物相关的风险、所有权和责任，在验收合格后方转移到买方。公司在取得用户验收合格确认书时及根据合同约定确认销售收入。

（2）提供劳务收入（技术开发服务）收入确认

满足收入的金额能够可靠地计量、相关的经济利益很可能流入企业、交易的完工进度能够可靠地确定、交易中已发生和将发生的成本能够可靠地计量条件的技术开发服务收入，期（年）末，提供劳务交易的结果能够可靠估计的，采用完工百分比法确认提供劳务收入，提供劳务交易的完工进度，本公司选用已经提供的劳务占应提供劳务总量的比例确定提供劳务交易的完工程度。

公司与客户签订技术开发服务合同后，由公司开发部判断项目的进度，出具合同项目进度情况说明，并经客户确认后确认收入。近三年的开发项目周期较短，都在会计期间内完成开发，资产负债表日，不存在没有完成的项目。

（3）技术服务收入相关成本的核算情况

发行人提供技术开发服务，开发完成后经对方验收合格，将母盘（光盘）或电子文档直接交付给对方即可，不需压制大量光盘或进行包装，无材料费用和包装费用，技术开发的成本支出为人工、折旧等费用。

发行人提供技术开发服务的内容和金太阳教育软件密切相关，开发工具和开发人员与金太阳教育软件共享，难以进行单独的成本费用核算，根据谨慎原则，公司未单独核算其开发费用，并直接计入当期管理费用。技术服务收入相关成本的核算符合《企业会计准则》的相关规定。

2、应收款项坏账准备的确认标准和计提方法

年末如果有客观证据表明应收款项发生减值，则将其账面价值减记至可收回金额，减记的金额确认为资产减值损失，计入当期损益。可收回金额是通过对其的未来现金流量（不包括尚未发生的信用损失）按原实际利率折现确定，并考虑相关担保物的价值（扣除预计处置费用等）。

原实际利率是初始确认该应收款项时计算确定的实际利率。

短期应收款项的预计未来现金流量与其现值相差很小，在确定相关减值损失时，不对其预计未来现金流量进行折现。

对于年末单项金额重大的应收账款、其他应收款单独进行减值测试。单独测试未发生减值的，包括在具有类似信用风险特征的应收款项组合中再进行减值测试。

对于年末单项金额非重大的应收账款、其他应收款，单独进行减值测试，单

独测试未发生减值的，包括在具有类似信用风险特征的应收款项组合中再进行减值测试。

单项金额重大的具体标准：应收账款金额在 50 万元以上；其他应收款金额在 50 万元以上。

公司对期末应收款项按账龄分析法提取坏账准备。对合并范围内往来款项不计提坏账准备

应收款项的坏账准备提取比例如下：

账 龄	计提比率
1 年以内	1%
1-2 年	10%
2-3 年	30%
3 年以上	100%

本公司确认坏账的标准是：①因债务人撤销、破产或死亡，以其破产财产或遗产清偿后，仍不能收回、现金流量严重不足等；②因债务人逾期未履行偿债义务，且有明显特征表明无法收回的。对有确凿证据表明确实无法收回的应收款项，确认为坏账损失，冲销已提取的坏账准备。

3、存货核算方法

本公司存货主要包括原材料、库存商品、发出商品等。

各类存货的购入与入库按实际成本计价；发出仓库存货采用先进先出法，柜台存货采用移动加权平均法，低值易耗品在领用时一次摊销；存货采用永续盘存制。年末，存货按成本与可变现净值孰低计价，存货跌价准备按成本高于可变现净值分类计提。

期（年）末，存货按成本与可变现净值孰低计价。如果由于存货毁损、全部或部分陈旧过时或销售价格低于成本等原因，使存货成本高于可变现净值的，按可变现净值低于成本（按个别/分类）的差额计提存货跌价损失准备。可变现净值按正常经营过程中，以估计售价减去估计至完工成本及销售所必须的估计费用的价值确定。为执行销售合同或者劳务合同而持有的存货，其可变现净值以合同价格为基础计算。本公司持有存货的数量多于销售合同订购数量的，超出部分的

存货的可变现净值以一般销售价格为基础计算。

以前减记存货价值的影响因素已经消失的，在原已计提的存货跌价准备金额内转回，转回的金额计入当期损益。

4、固定资产及累计折旧

本公司将为生产商品、提供劳务、出租或经营管理而持有的，使用寿命超过一个会计年度的资产确认为固定资产。

固定资产按照成本进行初始计量。对弃置时预计将产生较大费用的固定资产，预计弃置费用，并将其现值记入固定资产成本。购买固定资产的价款超过正常信用条件延期支付，实质上具有融资性质的，固定资产的成本以购买价款的现值为基础确定。实际支付的价款与购买价款的现值之间的差额，除按照规定应予资本化的以外，应当在信用期间内计入当期损益。

固定资产折旧采用直线法计算，并按各类固定资产的原值和预计的使用寿命扣除预计净残值（原值的 5%）确定其折旧率，分类折旧率如下：

资产类别	使用年限	年折旧率
房屋建筑物	30	3.167%
电子设备	5	19%
办公设备	5	19%
运输工具	5	19%

期末，逐项检查预计的使用年限和净残值率，若与原先预计有差异，则做调整。由于市价持续下跌或技术落后、设备陈旧、损坏、长期闲置等原因，导致固定资产可收回金额低于账面价值的，按单项或资产组预计可收回金额，并按其与账面价值的差额提取减值准备。资产减值损失一经确认，在以后会计期间不转回。若固定资产处于处置状态，并且通过使用或处置不产生经济利益，则停止折旧和计提减值，同时调整预计净残值。

报告期内固定资产未发生应当计提减值准备情形，未计提固定资产减值准备。

5、无形资产与研究开发费用

无形资产按实际支付的金额或确定的价值入账。购买无形资产的价款超过正常信用条件延期支付，实质上具有融资性质的，无形资产的成本以购买价款的现

值为基础确定。实际支付的价款与购买价款的现值之间的差额，除按照规定应予资本化的以外，应当在信用期间内计入当期损益。

使用寿命有限的无形资产，以其成本扣除预计残值后的金额，在预计的使用年限内采用直线法进行摊销。

对于无形资产的使用寿命按照下述程序进行判断：

a．来源于合同性权利或其他法定权利的无形资产，其使用寿命不应超过合同性权利或其他法定权利的期限；

b．合同性权利或其他法定权利在到期时因续约等延续、且有证据表明企业续约不需要付出大额成本的，续约期应当计入使用寿命。合同或法律没有规定使用寿命的，本公司综合各方面因素判断，以确定无形资产能为企业带来经济利益的期限。

按上述程序仍无法合理确定无形资产为企业带来经济利益期限的，该项无形资产应作为使用寿命不确定的无形资产。使用寿命不确定的无形资产不进行摊销。

在进行商业性生产或使用前，将研究成果或其他知识应用于某项计划或设计，以生产出新的或具有实质性改进的材料、装置、产品等的支出为开发阶段支出。除满足下列条件的开发阶段支出确认为无形资产外，其余确认为费用：

a.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；

b.具有完成该无形资产并使用或出售的意图；

c.无形资产产生经济利益的方式，包括能够证明运用该无形资产生产的产品存在市场或无形资产自身存在市场，无形资产将在内部使用的，应当证明其有用性；

d.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；

e.归属于该无形资产开发阶段的支出能够可靠地计量。

研究阶段的支出在发生时计入当期费用。

期（年）末，逐项检查无形资产，对于已被其他新技术所代替，使其为企业创造经济利益受到更大不利影响的或因市值大幅度下跌，在剩余摊销期内不会恢复的无形资产，按单项预计可收回金额，并按其低于账面价值的差额计提减值准备。资产减值损失一经确认，在以后会计期间不转回。

（六）公司适用的各种税项及法定税率

税　项	计 税 基 础	法定税率
增值税	销售软件收入	13%、17%
营业税	技术开发收入	5%
城市维护建设税	应纳增值税及营业税额	1%
教育费附加	应纳增值税及营业税额	3%
企业所得税	应纳税所得额	15%、18%、20%

1、企业所得税法定税率

本公司及子公司连邦信息注册地在深圳市特区内，2007 年企业所得税税率为 15%，2008 年企业所得税为 18%，2009 年企业所得税为 20%。

2、企业税收优惠政策及批文

（1）增值税

根据财税[2006]153 号《关于宣传文化增值税和营业税优惠政策的通知》相关精神，自 2007 年 1 月 1 日起本公司销售自行研发的软件（电子出版物）按 13%的税率计缴增值税，销售其他产品仍按 17%法定税率计缴增值税。根据《财政部 国家税务总局关于部分货物适用增值税低税率和简易办法征收增值税政策的通知》财税[2009]9 号，音像制品、电子出版物等货物继续适用 13%的增值税税率。

根据国务院《关于印发鼓励软件企业和集成电路产业发展若干政策的通知》（国发[2000]18 号）和《财政部 国家税务总局 海关总署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）文有关精神，2010 年底以前，本公司自行开发研制软件产品（电子出版物）销售收入按法定税率计缴增值税，对实际税负超过 3%的部分实行即征即退政策。

（2）企业所得税

根据《财政部 国家税务总局 海关总署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），以及深圳市南山区地方税务局于 2007 年 7 月 23 日出具的深地税南函（2007）237 号《关于深圳市方直科技有限公司减免企业所得税问题的复函》，同意本公司自获利年度起，第一至第二年度免征企业所得税，第三至第五年度减半征收企业所得税。本公司 2007 年

度为弥补完亏损后的第一个获利年度，2007 年度～2008 年度免征企业所得税，2009 年度、2010 年度和 2011 年度减半征收企业所得税。

根据国务院国发【2007】39 号《关于实施企业所得税过渡优惠政策的通知》，自 2008 年 1 月 1 日起，原享受低税率优惠政策的企业，在新税法实施 5 年内逐步过渡到法定税率。其中：享受企业所得税 15%税率的企业，2008 年按 18%税率执行，2009 年按 20%税率执行，2010 年按 22%税率执行，2011 年按 24%税率执行，2012 年按 25%税率执行。本公司及子公司连邦信息是在深圳特区内注册成立的企业，2008 年以前，深圳特区内企业适用企业所得税率为 15%。本公司及子公司连邦信息均符合企业所得税过渡优惠政策。

结合以上两政策，方直科技实际执行的企业所得税税率为：2007 年、2008 年企业所得税免税，2009 年、2010 年、2011 年适用的企业所得税税率分别为 10%、11%、12%。

本公司的子公司连邦信息 2007 年、2008 年、2009 年企业所得税率分别为 15%、18%、20%。

（3）营业税

根据《财政部、国家税务总局关于贯彻落实<中共中央国务院关于加强技术创新，发展高科技，实现产业化的决定>有关税收问题的通知》（财税字[1999]273 号）文有关精神，本公司提供技术开发服务取得的收入，在经当地科技主管部门进行认定和主管税务机关审核同意后，免征营业税。报告期发行人营业税免征优惠具体情况如下：

年度	收入项目	收入金额（万元）	免税金额（万元）	税务备档号
2007 年	《凤凰互动课堂-牛津小学英语 1-6 年级上册教学配套软件》合同项下技术开发收入	54.42	2.72	深地税南减备告字[2008]第 8033 号
2008 年	《远税教育通讯管理平台》合同项下技术开发收入	165.00	8.25	深地税南减备告字[2008]第 8033 号
	《凤凰互动课堂-牛津小学英语 1-6 年级下册教学配套软件》合同项下技术开发收入	52.72	2.64	深地税南减备告字[2008]第 08479 号
	《凤凰互动课堂-牛津初中英语 1-3 年级上册教学配套软件》合同项下技术开发收入	41.99	2.10	深地税南减备告字[2009]第 09091 号
2009 年	《凤凰互动课堂-09 年春季牛津小学 1 年级至初中 3 年级教学配套软件》合同项下技术开发收入	77.22	3.86	深地税南减备告字[2009]第 09778 号

	《凤凰互动课堂-09 年秋季牛津小学英语、初中英语、高中英语教学配套软件》合同项下技术开发收入	91.60	4.58	深地税南减备告字[2009]第 091092 号
	合 计	482.96	24.15	-

（七）非经常性损益

2010年 1月 25日，立信大华会计师事务所有限公司为本公司出具编号为“立信大华核字[2010]189号”《关于深圳市方直科技股份有限公司2009年度、2008年度、2007年度非经常性损益的专项审核报告》，近三年非经常性损益明细如下表所示。

单位：万元

性质或内容	2009 年度	2008 年度	2007 年度
1.非流动资产处置损益			
(1)处置长期资产收入			
其中：固定资产清理收入	-	0.13	1.54
小计	-	0.13	1.54
(2)处置长期资产支出	-	-	-
其中：处理固定资产净损失	0.20	1.07	1.54
小计	0.20	1.07	1.54
非流动资产处置损益净额	-0.20	-0.95	-
2.越权审批或无正式批准文件的税收返还、减免	-	-	-
3.计入当期损益的政府补助，但与企业业务密切相关，按照国家统一标准定额或定量享受的政府补助除外	60.27	60.00	-
4.计入当期损益的对非金融企业收取的资金占用费	-	-	-
5.除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外，持有交易性金融资产、交易性金融负债产生的公允价值变动损益，以及处置交易性金融资产、交易性金融负债和可供出售金融资产取得的投资收益	243.19	-38.77	0.32
6.除上述各项之外的其他营业外收支净额			

(1)营业外收入：			
其他	3.54	5.57	3.33
小计	3.54	5.57	3.33
(2)减：营业外支出：			
罚款支出	-	0.02	0.02
捐赠支出	-	4.74	-
其他	0.38	1.42	-
小计	0.38	6.18	0.02
营业外收支净额	3.16	-0.61	3.32
7.中国证监会认定的符合定义规定的其他非经常性损益项目	-	-	-
扣除所得税、少数股东损益前非经常性损益合计	306.43	19.67	3.64
减：所得税影响	30.43	-10.75	0.05
减：少数股东损益影响金额	-	-	-
非经常性损益净影响额合计	276.00	30.42	3.58
归属于母公司股东的净利润	2,404.71	1,362.89	994.09
扣除非经常性损益后的归属于母公司股东的净利润	2,128.71	1,332.47	990.51

近三年，公司非经常性损益净影响额分别为：3.58万元、30.42万元、276万元，非经常性损益净影响额占归属于母公司股东的净利润的比例分别为0.36%、2.23%、11.48%。2007年至2008年，公司非经常性损益净影响额较低，2009年非经常性损益净影响额较大，主要是当期投资收益较大。2008年、2009年，扣除非经常性损益后的归属于母公司股东的净利润分别比上年增长34.52%、59.76%，公司经营业绩的增长不依赖于非经常性损益。

（八）近三年主要财务指标

1、主要财务指标

财务指标名称	2009年12月31日	2008年12月31日	2007年12月31日
流动比率	8.60	3.08	2.14

速动比率	7.74	1.99	1.65
资产负债率（母公司）	9.07%	12.83%	35.21%
归属于公司股东的每股净资产	1.60	3.28	1.61
无形资产（扣除土地使用权、水面养殖权和采矿权等后）占净资产的比例	1.86%	-	-
财务指标名称	**2009 年度**	**2008 年度**	**2007 年度**
应收账款周转率（次）	11.36	8.32	7.22
存货周转率（次）	2.75	1.97	2.07
息税折旧摊销前利润（万元）	2,676.13	1,425.58	1,009.27
归属于公司股东的净利润（万元）	2,404.71	1,362.89	994.09
归属于公司股东扣除非经常性损益后的净利润（万元）	2,128.71	1,332.47	990.51
利息保障倍数（倍）	-	65.20	-
每股经营活动产生现金流量净额（元/股）	0.68	0.91	1.05
每股净现金流量（元/股）	0.87	-0.26	1.29

注：2007 年、2008 年末股本总数按方直有限注册资本 806.12 万元计算，下同。

主要财务指标计算说明：

流动比率＝流动资产÷流动负债

速动比率＝(流动资产-存货)÷流动负债

资产负债率＝(负债总额÷资产总额)×100%（以母公司数据为基础）

应收账款周转率＝主营业务收入÷应收账款平均余额

存货周转率＝主营业务成本÷存货平均余额

息税折旧摊销前利润＝合并利润总额＋利息支出＋计提折旧＋摊销

利息保障倍数＝(合并利润总额+利息支出)÷利息支出

每股经营活动的现金流量＝经营活动产生的现金流量净额÷期末股本总数

每股净现金流量＝现金及现金等价物净增加额÷期末股本总数

归属于公司股东的每股净资产＝归属于母公司股东权益÷期末股本总数

无形资产（扣除土地使用权、水面养殖权和采矿权等后）占净资产的比例＝无形资产

（扣除土地使用权、水面养殖权和采矿权等后）÷净资产

2、净资产收益率及每股收益

近三年，本公司全面摊薄和加权平均计算的净资产收益率及每股收益如下表所示：

计算利润	年　度	净资产收益率		每股收益（元/股）	
		全面摊薄	加权平均	基本每股收益	稀释每股收益
归属于公司普通股股东的净利润	2009 年度	45.56%	60.13%	0.81	0.81
	2008 年度	51.59%	69.47%	1.69	1.69
	2007 年度	76.82%	123.95%	1.23	1.23
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	2009 年度	40.33%	53.23%	0.72	0.72
	2008 年度	50.44%	67.92%	1.65	1.65
	2007 年度	76.54%	123.51%	1.23	1.23

（九）资产评估情况

2009 年 6 月方直有限整体变更为股份有限公司，深圳市中衡信资产评估有限公司以 2009 年 5 月 31 日为评估基准日对方直有限（母公司报表）的全部资产及负债进行了评估。2009 年 6 月 18 日，深圳市中衡信资产评估有限公司出具深衡评[2009]045 号《资产评估报告书》。评估前方直有限的资产、负债和净资产分别为 3,911.55 万元、432.88 万元和 3,478.67 万元，评估后方直有限的资产、负债和净资产分别为 3,912.72 万元、432.88 万元和 3,479.84 万元，分别增值 1.17 万元、0 万元和 1.17 万元。评估方法为：对流动资产和负债的评估以核实无误的账面值作为评估值，对固定资产采用成本法进行评估，企业整体资产采用成本加和法评估。公司未对上述增值部分进行账务处理。

（十）历次验资情况

1、方直有限设立时，第一期出资的验资情况

经深圳市人民政府办公厅“深府办复(1992)1747 号”文件批准，方直有限于 1993 年 2 月由黄元忠、陈克让、张竑天共同出资设立，公司性质为民营企业，注册资本 30 万元，设立出资经深圳华通审计师事务所“深华审所字【1993】28

号”验资报告验证，其中黄元忠出资 10 万元、陈克让出资 10 万元、张竑天出资 10 万元。陈克让、张竑天以货币资金出资。黄元忠以汉字排版系统及排版设备（FZ-91A 系统、大屏幕印字机）出资，按发票列示的购置价作价。

2、1997 年方直有限增资至 395 万元的验资情况

1997 年 7 月，方直有限增加公司注册资本 365 万元，并引入新股东广州保税区开特科技发展有限公司、广州保税区立诚经济发展有限公司，公司注册资本变更为 395 万元。该次增资经深圳市粤安会计师事务所“深粤安所验字【1997】第丙 089 号”验资报告验证，其中黄元忠增资 55 万元、黄晓峰增资 55 万元、陈克让增资 55 万元、广州保税区开特科技发展有限公司增资 100 万元、广州保税区立诚经济发展有限公司增资 100 万元，增资方式均以货币资金增资。

3、1999 年增资至 806.12 万元的验资情况

1999 年 10 月，方直有限增加注册资本 411.12 万元，由新引入股东深圳市菲莫斯实业发展有限公司出资 411.12 万元，增资方式为货币资金增资。增资后的注册资本为 806.12 万元。该次增资经深圳永明会计师事务所“验资（1999）523 号”验资报告验证。

4、2009 年 5 月增资至 861.65 万元的验资情况

2009 年 5 月，方直有限召开股东会，决议增加注册资本 55.53 万元，新增注册资本由戈尔登以货币资金投入，增资后公司注册资本为 861.65 万元。该增资经深圳天鹏会计师事务所“深天鹏验资字（2009）第 011 号”验资报告验证。

5、2009 年 6 月改制设立股份公司的验资情况

经方直有限全体股东一致同意，2009 年 6 月 24 日方直有限整体变更为股份有限公司。方直有限以截至 2009 年 5 月 31 日经审计的账面净资产 34,786,717.53 元中的 33,000,000 元按 1:1 的比例折股为 3,300 万股，其余的 1,786,717.53 元计入资本公积。各股东以其所持方直有限股权比例对应的净资产作为出资，认购相应比例的股份，以整体变更方式设立方直科技。2009 年 6 月 19 日，广东大华德律会计师事务所出具编号为“华德验字[2009]55 号”验资报告对设立股份公司出资情况进行了验证。公司办理了工商登记变更手续并取得注册号为“440301103180183”的《企业法人营业执照》。

（十一）资产负债表日后事项、或有事项及其他重要事项

截至 2009 年 12 月 31 日，本公司不存在需要说明的资产负债表日后事项、或有事项及其他重要事项，公司无重大担保、诉讼情况。

二、财务状况分析

（一）资产状况分析

1、资产状况整体分析

2007 年、2008 年、2009 年末公司各类资产余额及占总资产的比例情况如下表：

单位：万元

项目	2009 年 12 月 31 日		2008 年 12 月 31 日		2007 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
流动资产：						
货币资金	3,814.47	64.60%	954.12	25.02%	1,160.69	48.76%
交易性金融资产	-	0.00%	513.60	13.47%	58.41	2.45%
应收账款	507.78	8.60%	527.22	13.82%	466.78	19.61%
预付款项	73.37	1.24%	84.54	2.22%	75.73	3.18%
其他应收款	449.86	7.62%	252.70	6.63%	32.60	1.37%
存货	539.59	9.14%	1,272.98	33.38%	525.53	22.08%
流动资产合计	5,385.07	91.20%	3,605.16	94.52%	2,319.73	97.45%
非流动资产：						
固定资产	133.57	2.26%	68.50	1.80%	51.43	2.16%
无形资产	98.33	1.67%	-	-	-	-
开发支出	221.43	3.75%	81.60	2.14%	-	-
商誉	8.39	0.14%	8.39	0.22%	8.39	0.35%
长期待摊费用	56.39	0.96%	33.69	0.88%	-	-
递延所得税资产	1.39	0.02%	16.82	0.44%	0.99	0.04%
非流动资产合计	519.50	8.80%	209.00	5.48%	60.82	2.55%
资产总计	5,904.58	100%	3,814.16	100%	2,380.55	100%

（1）资产规模

随着业务规模的扩大，报告期内公司资产总规模呈快速增长态势。本公司2009年末资产总额较2008年末增长2,090.42万元，增幅54.81%；2008年末资产总额较上年末增长1,433.61万元，增幅60.22%。

（2）资产结构

公司资产流动性很强，报告期内，流动资产占资产总额的比例均在91%以上。本公司流动资产占比很高的主要原因为：公司主要从事中小学同步教育软件的研发、设计、销售及持续服务，公司产品主要体现为智力成果，属轻资产型公司。鉴于公司的业务特点，公司将主要资源投放于研发设计、人力资源、市场开拓上。公司不持有土地、房产等不动产，无机器设备，主要固定资产为电子设备。

2、主要资产类科目分析

（1）货币资金

单位：万元

种　类	币种	2009年12月31日	2008年12月31日
现金	RMB	48.55	30.24
银行存款	RMB	3,765.92	920.88
其他货币资金	RMB	-	3.01
合计		3,814.47	954.12

①货币资金余额较高的原因

2006年、2007年、2008年、2009年末，公司货币资金余额分别为120.85万元、1,160.69 万元、954.12 万元、3,814.47 万元，占总资产的比例分别为12.03%、 48.76%、25.02%和64.60%。2007年、2008年、2009年末货币资金余额较高，占总资产比例较高，主要是由于公司业务对固定资产投资需求较少，公司销售回款情况良好，应收账款余额较小，收益质量高；另外，公司考虑到未来经营扩张所需资金较大，近几年对股东分配的利润较少，公司历年经营积累体现为货币资金。2009年末货币资金余额上升很快，主要是由于经营利润大幅增长，以及对交易性金融资产进行了清理所致。

②货币资金运用计划

公司积累了较多的货币资金，随着经营规模的扩大，公司计划购置部分办公用房，并逐步加大对空白市场区域的开拓力度，对现有产品进行升级、扩充，加大人力资源储备，现有货币资金储备为经营规模的稳健扩张奠定了资金基础。

（2）交易性金融资产

2009 年末公司无交易性金融资产，2007 年、2008 年末公司持有交易性金融资产分别为 58.41 万元、513.60 万元。

①交易性金融资产投资原因

公司因业务特点，固定资产、应收账款、存货等资产金额相对较低，历年经营利润主要体现为货币资金。最近三年末公司货币资金与交易性金融资产之和分别为1,219.10万元、1,467.72万元、3,814.47万元，占总资产比例分别为51.21%、38.48%、64.60%。公司业务发展需要大量资金投入，现有产品增值开发、研发新产品及开发新市场区域均需投入大量资金。公司因民营企业属性及轻固定资产的资产结构导致向银行融资较为困难。为此，公司主要依赖自有资金积累，秉持稳健的发展战略，稳步开发新产品及拓展新的市场区域，并保持相对充裕的现金流以避免资金紧张问题出现，从而出现部分暂时性闲置资金。公司为提高暂时闲置资金的使用效益，报告期利用暂时闲置资金申购新股及购买债券、二级市场股票。

②发行人报告期内交易性金融资产明细

年度	证券名称	金额（万元）
2009 年末		0.00
2008 年末	远望谷	37.36
	冠农股份	389.73
	烟台万华	50.00
	招商银行	12.16
	中国南车	4.74
	宏源证券	17.43
	立立电子	2.18
	小计	513.60
2007 年末	宏源证券	58.41

发行人2007年投资股票金额较小；2008年上半年股票交易额有所增加，累计买入股票2,264.60万元，大部分于当期出售，期末尚余远望谷等7只股票，收盘市值513.60万元。2009年9月发行人已清理所有股票投资，并注销了证券账户。

③相关投资收益情况

2007年、2008年、2009年，交易性金融资产投资实现投资收益分别为7.16万元、64.08万元、133.50万元。2007年、2008年、2009年公司用于交易性金融资产投资的资金额度分别为：100万元、500万元、500万元，公司报告期各年投资于交易性金融资产的资金均未超出该投资额度。公司在对交易性金融资产投资前，对营运资金和全面预算的资金需求进行了详细分析，交易性金融资产投资未对公司主营业务形成资金压力。

④交易性金融资产投资审批情况

公司将暂时闲置的资金用于短期交易性金融资产的投资经公司股东会决议一致通过，该项决策程序符合当时公司适用的《公司章程》的有关规定。公司报告期交易性金融资产的投资金额、投资范围未超出股东会决议约定的投资额度、范围。

⑤交易性金融资产投资清理情况

公司为了有效规避交易性金融资产波动的风险，确保资金安全，公司已对交易性金融资产进行了彻底清理，已将用于交易性金融资产投资的相关证券账户、资金账户办理了销户手续，2009年末公司已无交易性金融资产投资。

发行人出具承诺函，承诺：“为避免交易性金融资产价格波动对公司经营造成不利影响以及专注于公司的主营业务，公司未来将不再从事交易性金融资产投资。”

（3）应收账款

单位：万元

账　龄	2009年12月31日			2008年12月31日		
	金 额	比例	坏账准备	金额	比例	坏账准备
1年以内	510.35	99.45%	5.10	482.74	88.38%	4.83
1～2年	2.82	0.55%	0.28	24.43	4.47%	2.44

2～3 年	-		-	39.04	7.15%	11.71
合　计	513.17	100%	5.39	546.20	100%	18.98
前 5 名合计金额	247.27	48.18%	2.47	401.75	73.55%	4.02

公司应收账款主要是对新华书店的应收款。截至 2009 年末，公司无持有 5%以上股份股东及关联方应收账款。2007 年、2008 年、2009 年末，公司应收账款占期末总资产比重分别为 19.61%、13.82%、8.60%，应收账款余额及占总资产比例均较低，且比重呈下降趋势。

①应收账款波动分析

2007 年、2008 年、2009 年末，公司应收账款账面净额分别为 466.78 万元、527.22 万元、507.78 万元，随着公司业务的较快增长，应收账款也呈现增长趋势。公司 2009 年营业收入较 2007 年增长 126.22%，应收账款 2009 年末较 2007 年末增长 8.78%，应收账款增长速度显著低于营业收入的增长,公司销售回款良好。

②应收账款账龄分析

公司十分重视应收账款的管理，通过对业务员绩效考核不断强化应收账款风险控制。公司给予客户的信用期一般不超过 6 个月。截至 2009 年 12 月 31 日，账龄在一年以内的应收账款占 99.45%，公司应收账款发生坏账的风险小。

③应收账款主要客户分析

截至 2009 年 12 月 31 日，应收账款前五名客户如下表：

单位：万元

序号	单位名称	期末欠款金额	账龄	款项性质
1	上海世纪出版股份有限公司外语教育图书分公司	70.46	一年以内	销售款
2	深圳市新华书店有限责任公司	64.54	一年以内	销售款
3	深圳市宝安区新华书店	51.64	一年以内	销售款
4	深圳市书城电子出版物有限责任公司	31.73	一年以内	销售款
5	河北天鹿电子出版社	28.90	一年以内	销售款
合　计		247.27		

应收账款前五大客户均为公司长期合作客户，历年信用记录良好，均按时回款，无拖欠货款的情形。

④应收账款坏账损失分析

2008 年、2009 年末公司坏账准备余额分别为 18.98 万元、5.39 万元。2007 年、2008 年公司未发生坏账，2009 年发生 36 万元坏账损失。2009 年坏账损失主要是公司集中对账龄 3 年以上无法收回的应收账款进行了核销。报告期公司客户基本如约付款，应收账款坏账风险较小。公司管理层认为，公司制定的应收账款管理政策符合公司实际情况，且实施情况良好，公司应收账款不存在大幅坏账的的风险，公司计提的坏账准备是恰当的。

（4）预付款项

单位：万元

项 目	2009 年 12 月 31 日		2008 年 12 月 31 日	
	余额	比例	余额	比例
1 年以内	73.37	100%	64.44	76.23%
1 至 2 年	-	-	-	-
2 至 3 年	-	-	-	-
3 年以上	-	-	20.10	23.77%
合计	73.37	100%	84.54	100%

2007 年、2008 年、2009 年末，公司预付款项分别为 75.73 万元、84.54 万元、73.37 万元，预付账款主要系预付的采购款，近三年末余额波动不大。

（5）其他应收款

①其他应收款构成分析

公司 2009 年末其他应收款主要是预付上市前期费用、员工备用金、租房押金。

②其他应收款波动分析

2007 年、2008 年、2009 年末，公司其他应收款账面净额分别为 32.60 万元、252.70 万元、449.86 万元。2008 年其他应收款余额较大，主要是由于存在部分

员工借款。2009 年末其他应收款较 2008 年末增长 78.02%，主要系预付上市前期费用所致。

③其他应收款账龄分析

公司近两年末其他应收款账龄及计提的坏账准备如下表：

单位：万元

账　龄	2009 年 12 月 31 日			2008 年 12 月 31 日		
	金 额	比例	坏账准备	金额	比例	坏账准备
1 年以内	440.23	96.58%	4.40	253.66	99.31%	2.54
1～2 年	15.59	3.42%	1.56	1.75	0.69%	0.17
合　计	455.82	100%	5.96	255.41	100%	2.71
前 5 名合计金额	449.01	98.51%	5.45	248.33	97.23%	2.48

2009 年公司对其他应收款进行了清理，账龄在一年以内的其他应收款占 96.58%。

④其他应收款主要客户分析

截至2009年12月31日，其他应收款主要客户如下表：

单位：万元

序号	单位名称	期末欠款余额	账龄	款项性质
1	上市费用	414.10	1 年以内	上市费用
2	员工备用金	24.27	1 年以内	业务备用金
3	深圳高新区开发建设公司	8.20	1-2 年	租房押金
4	广州购书中心有限公司	1.32	1-2 年	押金
5	上海办租房押金	1.12	1-2 年	租房押金
合　计		449.01		

上述其他应收款主要为上市费用、员工业务备用金、租房押金。

⑤预付上市前期费用未列入管理费用的原因

截至 2009 年 12 月 31 日，发行人预付各中介机构上市前费用明细如下：

单位名称	金额（万元）	服务内容

平安证券有限责任公司	315	保荐费用
立信大华会计师事务所	63	审计费用
广东华商律师事务所	35	律师费用
深圳中衡信资产评估有限公司	1	评估费用
合计	414	-

根据中国证监会发行监管部 2001 年 2 月 12 日发布的《股票发行审核标准备忘录》（2001）第一号 第十三项关于发行费用的列支范围问题规定：发行费用是与本次发行有关的各项费用，包括申报会计师费用、律师费用、评估费用、承销费用、审核费以及上网发行费用等。发行人预付上市前费用属于上述规定范围，发行人在会计处理时先计入其他应收款，待发行成功后再冲销发行溢价。

⑥其他应收款坏账损失分析

2008 年、2009 年末，坏账准备余额分别为 2.71 万元、5.96 万元。公司其他应收款不存在长期挂账的项目。报告期内，其他应收款未发生坏账损失，公司采取稳健的财务政策，对其他应收款计提的坏账准备是合适的。

（6）存货

单位：万元

项 目	2009 年 12 月 31 日			2008 年 12 月 31 日		
	账面余额	跌价准备	账面价值	账面余额	跌价准备	账面价值
原材料	270.49	-	270.49	283.24	-	283.24
库存商品	269.09	-	269.09	989.74	-	989.74
合计	539.59	-	539.59	1,272.98	-	1,272.98

①存货结构分析

截至2009年末，存货期末余额为539.59万元，占总资产比例为9.14%，存货占总资产比重较低。公司存货由库存商品、原材料组成，库存商品为软件成品，原材料为光盘、包装材料等。公司存货周转良好，无残次冷背存货，期末不存在减值的情况。

②存货波动分析

2007年、2008年、2009年末，公司存货余额分别为525.53万元、1,272.98万元、539.59万元。2008年存货余额较高，比2007年末增长142.23%，主要是2008年第4季度实施的邮件系统项目合同金额较大，公司采购的邮件系统产品较上年增加652万元，此类项目在2008年年末尚在实施中，尚未验收。2009年末，公司存货余额较2008年末下降57.61%，主要是由于上年末邮件系统产品实施完毕且通过客户验收，实现了销售引起存货余额下降。

③存货减值分析

本公司制定了有效的存货管理制度，根据销售需求制定生产计划，有效控制库存规模。公司利用ERP物流管理系统，适时掌握订单、库存情况，本公司存货规模控制在较低水平，存货库龄较短，周转正常，无残次冷背存货，存货不存在减值情形，报告期不需计提存货跌价准备。

（7）固定资产

单位：万元

项 目	2008年12月31日	本期增加	本期减少	2009年12月31日
固定资产原值：				
电子设备	102.41	20.94	4.78	118.58
运输设备	11.78	70.85	-	82.63
其他设备	18.60	-	-	18.60
合 计	132.79	91.79	4.78	219.81
累计折旧：				
电子设备	59.15	20.22	4.44	74.93
运输设备	2.70	3.59	-	6.29
其他设备	2.43	2.58	-	5.01
合 计	64.29	26.39	4.44	86.24
固定资产净值	68.50			133.57

公司固定资产主要为电子设备、运输设备，目前无房产。公司固定资产处于

正常使用状态，取得方式均为自行购买。截至 2009 年 12 月 31 日，固定资产成新率为 60.77%。2007 年、2008 年、2009 年末，固定资产净值分别为 51.43 万元、68.50 万元、133.57 万元，占总资产比例分别为 2.16%、1.80%、2.26%，报告期内固定资产净值波动较小。报告期固定资产很少，占总资产的比例也很低，此种资产结构与公司教育服务的企业属性密切相关。

本公司固定资产均处于正常使用状态，无需提取减值准备的情形，报告期未计提固定资产减值准备。

（8）开发支出

①开发支出构成分析

单位：万元

项 目	2008年12月31日	本期增加	本期减少	2009年12月31日
同步课堂	61.04	40.68	101.72	-
农远项目	20.56	28.21	-	48.77
中小学教材同步辅导开发	-	160.51	-	160.51
分站式项目	-	12.15	-	12.15
合 计	81.60	241.55	101.72	221.43

开发支出由同步课堂、农远项目、中小学教材同步辅导开发、分站式项目组成。同步课堂是一个在线学习站点，它将国内现行各版本教材以多媒体形式在线再现，为学生提供在线课本、在线练习册和口语校正，并建立网络学习档案。农远项目是一个教育资源开发项目，主要运用网络信息化的手段和方式，开发适合我国农村地区教学需求的优质教育资源，有效解决我国广大农村地区教育资源匮乏、师资短缺等问题，是“农村中小学现代远程教育工程”的重要组成部分，内容为小学科学、小学社会、小学语文的探究性学习资源，最终表现形式为多媒体网页，最终用户主要为农村地区的教师和学生。中小学教材同步辅导开发是公司新开发各地方英语同步教育软件和开发其他学科同步教育软件的开发支出。分站式项目是一个在线销售本公司产品的商业性网站，网站为各地区提供一个独立的二级域名，每个地区的代理商都拥有独立的分站和域名，可独立推广和运营。

②研发费用资本化的具体政策

发行人的研发成果在进行商业性生产或使用前，将研究成果或其他知识应用

于某项计划或设计，以生产出新的或具有实质性改进的产品的支出归集为开发支出。开发支出在满足会计准则规定的五个条件时予以资本化，但对于未分开单独核算，无法合理区分的，则基于稳健性原则计入管理费用。具体政策为，对新版本、网络教育、新学科教育软件制作及原有产品的增值开发列入资本化项目，除此之外的其他研发费用（包括软件升级开发费用）当期费用化。

③开发支出变动分析

2007年末开发支出余额为0，2008年、2009年末开发支出余额分别为81.60万元、221.43万元。

公司研发部下设多媒体部和网络部，分别负责金太阳教育软件和网络产品的开发制作。2007 年、2008 年，金太阳教育软件与开发有关的工时、人员、项目费用等业务数据未按项目核算，故无法按项目核算研究支出、开发支出，公司对金太阳教育软件的新产品开发费用全部计入了当期管理费用。但 2008 年同步课堂、农远项目都由网络部负责，两项目实行单独财务核算，相关业务、财务数据记录齐全，两项目的开发支出予以资本化，金额为 81.60 万元。

2009年公司开始实施软件成熟度CMMI管理模式，并引进安财报销财务软件，健全了教育软件开发工时、人员、费用的专项记录，并全面建立教育软件开发专账，实现严格按项目核算。自2009年，公司对网络教育、新版本、新学科教育软件制作及原有产品的增值开发所产生的研发支出资本化，对原有产品的升级开发所产生的研发支出费用化。

2009年末开发支出较2008年末增加139.83万元，主要是对同步课堂、农远项目持续开发，以及新增加的分站式项目、中小学教材同步辅导开发项目发生的开发支出。其中，中小学教材同步辅导开发支出为160.51万元，由于深圳版初中英语和广州版初中英语教材改版公司累计投入开发支出45.53万元，另外，随着公司英语类产品版本的丰富以及多学科业务的拓展，新增冀教版小学语文、河北初中英语、江苏高中英语等13个新项目的开发，导致2009年末开发支出余额增加较大。

（9）递延所得税资产

单位：万元

项 目	2009年12月31日	2008年12月31日

坏账准备	1.39	3.76
无形资产	-	2.09
公允价值变动损益	-	10.97
合 计	1.39	16.82

①公司确认递延所得税资产和递延所得税负债的依据

确认递延所得税资产的依据：公司以很可能取得用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额为限，确认由可抵扣暂时性差异产生的递延所得税资产。

确认递延所得税负债的依据：公司将当期与以前期间应交未交的应纳税暂时性差异确认为递延所得税负债。但不包括商誉、非企业合并形成的交易且该交易发生时既不影响会计利润也不影响应纳税所得额所形成的暂时性差异。

②报告期内递延所得税资产的变动情况及原因

报告期内，递延所得税资产主要是计提坏账准备、公允价值变动损益等因素形成。2007 年末、2008 年末、2009 年末递延所得税资产分别为 0.99 万元、16.82 万元、1.39 万元。2008 年递延所得税资产较上年末增加 15.83 万元，主要原因系 2008 年发生的公允价值变动损益达 109.70 万元，造成 2008 年末递延所得税资产余额较大。2009 年末递延所得税资产较上年末减少 15.43 万元，主要原因系公司处置了交易性金融资产，对递延所得税资产进行转回。

3、公司管理层对于资产状况的评价

公司管理层认为：因公司主要从事中小学同步教育软件的研发、设计、销售及持续服务，公司资金主要投向于人力资源、产品研发、市场开拓，与公司现阶段发展状况相适应，期末应收账款、存货、固定资产占总资产比重较小，资产流动性强，各类资产质量良好，资产结构较为合理。公司执行了稳健的资产减值准备计提政策，资产减值准备计提符合资产实际状况，计提减值准备足额、合理。随着公司业务规模的快速发展，公司资产规模亦将保持快速增长。

（二）资产运营指标分析

公司的资产运营指标如下表：

指 标	2009 年度	2008 年度	2007 年度

应收账款周转率（次）	11.36	8.32	7.22
存货周转率（次）	2.75	1.97	2.07
总资产周转率	1.24	1.37	1.55

指标计算说明：

应收账款周转率=主营业务收入/应收账款平均余额

存货周转率=主营业务成本/存货平均余额

总资产周转率＝主营业务收入/平均总资产

1、应收账款周转率分析

近三年，本公司应收账款周转率分别为 7.22 次、8.32 次、11.36 次。报告期应收账款周转率呈上升趋势，尽管报告期销售收入出现大幅增长，但应收账款余额仅小幅增长，公司对应收账款管控良好。

2、存货周转率分析

近三年，本公司存货周转率分别为 2.07 次、1.97 次、2.75 次，2008 年稍有下降，主要是 2008 年末邮件系统未完工项目较多所储备的产品金额较大。2009 年存货周转率出现较快增长，主要原因为：随着市场拓展的不断深入，公司产品覆盖区域增加，促使公司销售收入保持了快速增长。另外，2009 年 4 月广东省教育厅下发《关于做好 2009 年秋季中小学教学用书征订供应工作的通知》(粤教办【2009】59 号)明确从 2009 年秋季起由政府免费采购的义务教育英语教科书配备多媒体光盘，公司在广东地区的教育系统征订销售大幅增长。在销售收入快速增长的同时，公司通过 ERP 系统科学合理的安排生产，使公司存货规模维持在较低水平，存货余额增长速度低于销售收入的增长，存货周转率出现较快上升。

3、总资产周转率

近三年，本公司总资产周转率分别为 1.55 次、1.37 次、1.24 次，报告期总资产周转率呈下降趋势，主要是随着资产规模的扩大总资产周转率有所下降，但总体保持较高水平，公司资产运营情况良好。

4、管理层评价

公司管理层认为：本公司对资产的管理能力较强，资产运营效率较高，为公

司长期稳定发展奠定了良好的基础。

（三）负债状况分析

报告期内公司负债的构成情况如下表：

单位：万元

项 目	2009 年 12 月 31 日		2008 年 12 月 31 日		2007 年 12 月 31 日	
	余额	比例	余额	比例	余额	比例
短期借款	-	-	-	-	300.00	27.61%
应付账款	315.71	50.44%	398.51	34.00%	107.74	9.92%
预收款项	22.32	3.57%	567.01	48.37%	146.06	13.44%
应付职工薪酬	-	-	7.30	0.62%	-	-
应交税费	8.82	1.41%	94.52	8.06%	59.79	5.50%
其他应付款	279.09	44.58%	104.89	8.95%	472.91	43.53%
流动负债合计	625.95	100%	1,172.24	100%	1,086.52	100%
负债合计	625.95	100%	1,172.24	100%	1,086.52	100%

报告期内，公司负债由流动负债构成，无长期负债。负债主要是对供应商采购款、预收的软件销售款等。

1、应付账款

公司应付账款主要为应付供应商货款。报告期内，公司应付账款余额分别为 107.74 万元、398.51 万元和 315.71 万元，占负债总额比例分别为 9.92%、34.00%和 50.44%。应付账款是公司负债的主要组成部分。

（1）应付账款主要客户分析

截至2009年12月31日，应付账款主要客户如下表：

单位：万元

序号	单位名称	期末欠款余额	账龄	款项性质
1	广东基信实业有限公司	117.62	1 年以内	光盘盒采购款
2	珠海兰迪光盘制作有限公司	88.17	1 年以内	光盘采购款
3	广州佳杰科技有限公司	6.94	1 年以内	软件采购款

4	广州中科希望有限公司	6.15	1 年以内	软件采购款
5	广州骏网信息科技有限公司	2.36	1 年以内	软件采购款
合 计		221.24		

公司应付账款前五名客户主要为采购光盘盒、光盘以及子公司连邦信息购进代理软件的赊购款，截至 2009 年 12 月 31 日，公司前五名客户应付账款期末余额占公司应付账款期末余额比例为 70.08%。2009 年末，公司无逾期应付账款。

（2）应付账款波动分析

报告期内，公司应付账款波动较大。公司 2008 年末应付账款余额较 2007 年末增长 290.77 万元，增幅 269.88%，主要是连邦信息外购的软件金额较大，另外，随着销售规模的快速增长，采购的光盘较多，造成应付账款余额上升；2009 年末应付账款余额较 2008 年末减少 82.80 万元，主要对珠海兰迪应付货款减少所致。

2、预收款项

公司预收款项主要是子公司连邦信息预收的销货款。2007 年、2008 年、2009 年末公司预收款项余额分别为 146.06 万元、567.01 万元和 22.32 万元，占负债总额比例分别为 13.44%、48.37%和 3.57%。

（1）预收款项主要客户分析

截至2009年12月31日，预收款项主要客户如下表：

单位：万元

序号	名 称	期末余额	账龄	款项性质
1	深圳市全海科技开发有限公司	10.00	1 年以内	软件销售款
2	刘军平	2.22	1 年以内	软件销售款
3	无锡华科信息工程有限公司	1.09	1 年以内	软件销售款
4	梁小华	1.03	1 年以内	软件销售款
5	北京普兰普系统技术有限公司	0.88	1 年以内	软件销售款
合 计		15.22		

公司预收款项前五名客户金额为 15.22 万元，截至 2009 年 12 月 31 日，公司前五名客户预收款项期末余额占公司预收款项期末余额比例为 68.19%。

（2）预收款项波动分析

报告期内，公司预收款项波动幅度较大。2008 年末预收款项余额较上年末增加 420.95 万元，主要是连邦信息 2008 年下半年新增的大型邮件系统销售项目较多预收款较大，因该类项目尚未实施完毕未确认销售收入；2009 年末预收款项余额较上年末下降 544.69 万元，主要系上年大型邮件系统项目在 2009 年上半年实施完成实现了销售。

3、应交税费分析

单位：万元

种 类	2009年12月31日	2008年12月31日
增值税	35.76	71.09
城建税	0.37	0.55
教育费附加	1.15	1.64
企业所得税	-29.00	16.55
堤围费	0.26	0.36
营业税	0.13	4.02
个人所得税	0.15	0.31
合 计	8.82	94.52

应交税费主要为增值税和企业所得税。公司增值税、企业所得税享受软件企业的优惠政策，具体优惠政策见本节财务会计信息之“公司适用的各种税项及法定税率”项下“企业税收优惠政策及批文”。

2007 年、2008 年、2009 年末，应交税费余额分别为 59.79 万元、94.52 万元、8.82 万元。近三年，公司缴纳的各项税费分别为 152.61 万元、307.82 万元、825.83 万元，随着营业收入的快速增长，缴纳的各项税费也出现了快速增长。

2008 年末应交税费余额上年末增加 34.73 万元，主要系营业收入保持快速增长，导致应交增值税增加。2009 年末应交税费余额比上年末减少 85.70 万元，主要是未交增值税减少以及预缴企业所得税大于应交企业所得税所致。

4、其他应付款

（1）其他应付款波动分析

报告期内，公司其他应付款主要是应付版权费及往来款。2007 年、2008 年、2009 年末公司其他应付款余额分别为 472.91 万元、104.89 万元、279.09 万元。2007 年其他应付款余额较高，主要是公司业务处于快速发展期，出现一定的资金缺口，公司股东黄元忠等人提供资金给公司使用。2008 年末公司其他应付款余额较上年末下降 368.02 万元，降幅为 77.82%，主要是由于 2008 年公司现金流充足，归还了对股东的借款。2009 年末公司其他应付款余额较上年末增加 174.2 万元，主要是收到深圳市文化产业办公室“金太阳教育在线”项目专款 100 万元以及应付广州市教育局版权费增加所致。

（2）其他应付款主要客户分析

截至2009年12月31日，其他应付款主要客户如下表：

单位：万元

序号	单位名称	金额	款项性质
1	广州市教育局教学研究室	134.83	版权费
2	深圳市文化产业办公室	100.00	“金太阳教育在线”项目专项拨款
3	上海世纪外教出版社	30.53	版权费
4	广东省教育厅研究室	2.92	版权费
5	河北教育音像出版社	2.68	版权费
合 计		270.96	

上述其他应付款主要为应付的版权费。

5、公司管理层对于负债状况的评价

本公司管理层认为：本公司秉持稳健的财务政策，资产负债率保持在较低的水平。截至 2009 年 12 月 31 日，母公司资产负债率为 9.07%，公司债务风险较低。

（四）偿债能力分析

报告期内公司偿债能力指标如下表：

指 标	2009 年 12 月 31 日	2008 年 12 月 31 日	2007 年 12 月 31 日
流动比率	8.60	3.08	2.14
速动比率	7.74	1.99	1.65
资产负债率（母公司）	9.07%	12.83%	35.21%
指 标	**2009 年度**	**2008 年度**	**2007 年度**
息税折旧摊销前利润（万元）	2,676.13	1,425.58	1,009.27
利息保障倍数	-	65.20	-

1、流动比率与速动比率分析

报告期公司流动比率和速动比率均大幅上升，主要系公司自 2007 年以来经营净利润大幅增加，引起公司货币资金大幅增加。因公司缺乏可抵押固定资产，对外债务融资较难，公司成立以来走的是内涵式的发展道路，公司历年经营利润积累体现为流动资产，但公司流动负债未保持同比例增长。

2、资产负债率分析

2007 年至 2009 年，公司资产负债率逐年降低，主要是由于公司受制于融资难的问题，公司经营业务扩大所需资金靠内部积累，所有者权益逐期增加，负债总额相对稳定，导致资产负债率逐期降低。

3、息税折旧摊销前利润与利息保障倍数

报告期，公司于 2007 年 12 月末借入 300 万银行贷款，2008 年 12 月归还了该笔贷款，该笔贷款由深圳市高新技术投资担保有限公司提供担保。报告期公司在银行未取得授信额度，除该笔贷款外，公司无其他银行借款。报告期公司利润总额保持了快速增长，息税折旧摊销前利润保持了快速增长。

4、管理层总结

公司负债主要是应付账款、预收款项、应交税费、其他应付款等日常经营负债，公司无表外融资及或有负债。公司主要融资渠道为股东投入、历年经营利润积累、日常经营负债。公司负债处于低水平，资产流动性高，偿债能力强。

（五）所有者权益分析

近三年公司所有者权益情况如下：

单位：万元

股东权益	2009年12月31日	2008年12月31日	2007年12月31日
股本（或实收资本）	3,300.00	806.12	806.12
资本公积	184.07	-	-
减：库存股	-	-	-
盈余公积	167.01	274.47	71.84
未分配利润	1,627.55	1,561.33	416.07
外币报表折算差额	-	-	-
归属于母公司股东权益	5,278.63	2,641.92	1,294.03
少数股东权益	-	-	-
股东权益合计	5,278.63	2,641.92	1,294.03

报告期，公司股东权益呈快速增长的趋势，主要原因是公司报告期销售增长迅速，公司盈利快速增长，公司为优先保障业务发展资金需要，对股东分配的股利较少，未分配利润增长较快。

1、股本（或实收资本）分析

2007年至2008年公司实收资本未发生变化。2009年股本增加2,493.88万元，主要是2009年4月戈尔登向公司增资，总计投入232万元，其中55.53万元为注册资本，176.47万元为资本公积；2009年6月，公司由有限责任公司整体变更为股份有限公司，以截至2009年5月31日经审计的账面净资产3,478.67万元按1：0.9486的比例折股为3,300万股，其余净资产转入资本公积。

2、资本公积分析

2007年至2008年公司无资本公积。2009年9月末资本公积增加184.07万元，主要是2009年6月公司整体变更为股份有限公司将净资产折股溢价转入资本公积，其中含会计差错调增5.40万元。会计差错调整原因为：本公司2006年

年初已持有连邦信息 37.50%的股权，2006 年 3 月收购连邦信息 37.50%股权，在该次股权收购后占连邦信息的股权达到 75%，形成非同一控制下的企业合并。公司以 2006 年 3 月 31 日为购买日，但在编制收购日合并报表时未将原按权益法核算的长期股权投资调整至最初的投资成本，此项会计差错按追溯调整法调增报告期初母公司留存收益 5.40 万元，相应调增公司整体变更改制时净资产折股余额转入资本公积部分 5.40 万元。

3、盈余公积分析

2008 年末盈余公积较 2007 年末增加 202.63 万元，是由于当年净利润增加较大所计提的盈余公积相应增加。2009 年末盈余公积减少 107.46 万元，主要是 2009 年计提盈余公积增加 261.41 万元，公司整体变更为股份有限公司转增股本减少盈余公积 368.87 万元。

4、未分配利润分析

近三年公司净利润保持快速增长。2008 年、2009 年未分配利润分别较上年增长 1,145.26 万元、66.23 万元。2009 年末未分配利润仅增加 66.23 万元，主要是 2009 年 6 月公司整体变更为股份有限公司以净资产折股减少未分配利润 2,077.08 万元，同时 2009 年实现净利润 2,404.71 计提盈余公积后增加未分配利润 2,143.30 万元。

三、盈利能力分析

（一）报告期经营成果变化趋势

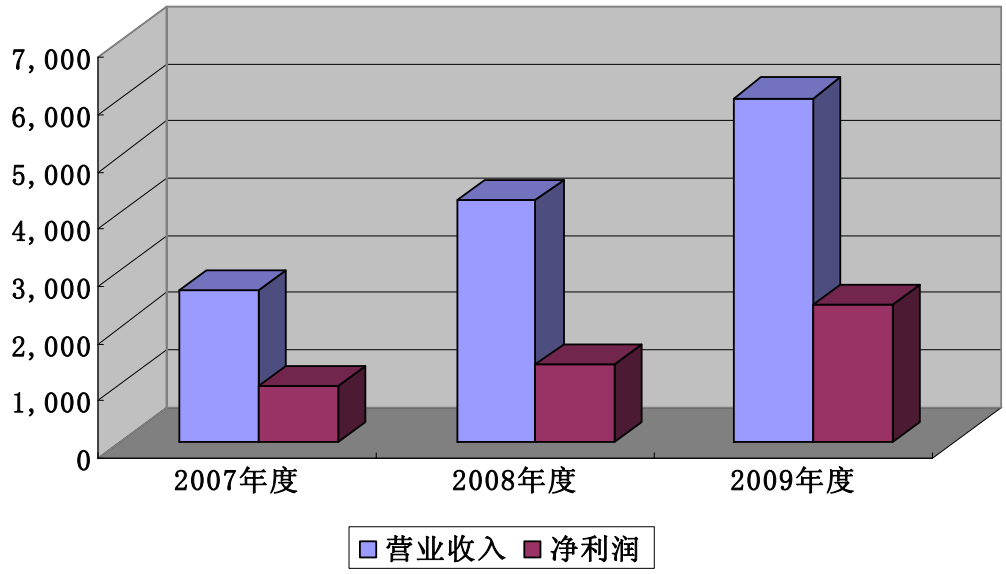
单位：万元

项 目	2009 年度		2008 年度		2007 年度
	金额	增长率	金额	增长率	金额
营业收入	6,025.43	41.87%	4,247.04	59.45%	2,663.53
主营业务收入	6,018.83	42.14%	4,234.44	61.87%	2,615.99
利润总额	2,613.96	89.58%	1,378.81	38.63%	994.59
净利润	2,404.71	76.44%	1,362.89	37.10%	994.09

报告期内，伴随着市场区域的持续扩大、产品系列的逐步丰富、电脑普及率的逐年上升，本公司营业收入保持较快增长，2008 年、2009 年营业收入增幅分别为 59.45%、41.87%。随着营业收入的快速增长，公司利润总额、净利润也保持了快速增长。

本公司近三年的营业收入、净利润变化情况如下图所示。

单位：万元



本节下文将从营业收入、毛利率、期间费用等几个方面分析报告期内公司盈利情况的变化。

（二）营业收入变化趋势及原因分析

本公司为国内中小学同步教育软件产品领先的提供商和服务商，公司基于对教育改革方向、中小学师生和家长需求的深刻理解，依托良好的开发理念和团队能力，向国内中小学师生提供适合于《新课程标准》的产品和服务。公司的教育软件产品在市场上深得广大师生的认可，在业内具有较高的知名度。近三年本公司主营业务突出且增长迅速，报告期主营业务收入占营业收入的比重分别为 98.22%、99.70%、99.89%。其他业务收入主要为向河南飞扬公司、人民教育电子音像出版社收取的信息技术教材编制的著作权使用费和高中信息技术教材软件开发费用。下面主要对主营业务收入进行分析。

1、主营业务收入快速增长的原因

报告期内，公司主营业务收入保持快速增长，主要原因为：

（1）硬件环境改善及政策利好推动中小学同步教育服务需求快速增长

伴随中国经济持续增长，家庭收入持续增加，家用电脑普及率快速提高。中国家庭每百户拥有的电脑数量，从2000年的9.70台增加到2006年的47.2台，2007年已达53.77台。与此同时，教育信息化工程在全国各地如火如荼的开展。据国家统计局统计，2006年、2007年、2008年中国教育信息化投入分别为304.8亿元、336.7亿元、369.6亿元，预计2009年将达到401.3亿元。全国超过50万所中小学校建设了计算机机房，开设了信息技术课，在国内大中城市，计算机、投影仪等多媒体辅助教学设备已普遍进入各中小学校课堂。硬件平台完善的同时，对教育软件的需求尤为突出。

教育部在 2000 年发出《关于在中小学普及信息技术教育的通知》（教基[2000]33 号）和《关于印发＜信息技术课程指导纲要（试行）的通知＞》（教基[2000]35 号），并于 2001 年发布《教育部关于积极推进小学开设英语课程的指导意见》。全国城市和县城以上的小学，普遍开设了英语课、电脑课，随着硬件设备的不断完善，应用教育软件来提高教师教学效率、增加学生学习兴趣以及方便家长辅导是老师、学生、家长的现实需要。公司的教育软件产品解决了教师备课难、做教学课件难、改作业难等问题，通过互动、配图、情景及丰富的素材组合，提高了学生的学习兴趣，并解决了家长辅导孩子学习的难题。公司产品切合了教师、学生、家长的需求，教师、学生、家长对同步教育服务的需求快速增长导致公司客户迅速增加，直接拉动公司销售收入的快速增长。

（2）产品线持续增加，产品市场覆盖率逐年上升

国家教育部在 2002 年实施“一纲多本”的教材管理政策。教育部审定的新课标小学英语教材共计 34 套，初中英语教材 10 套，不同版本体系的教材分布于全国各地使用，用书量大多集中在人教社、外研社、上教社等知名出版社。针对教材一纲多本的特点，需开发与各教材版本无缝对接的教育软件，以适应全国各个区域的教学需要。公司已开发的主要产品中小学英语同步教育软件均系全国主流版本，与全国大部分地区中小学英语教科书同步配套。报告期公司开发的各教材版本软件明显增多，教材同步教育软件从 2007 年初 11 种版本增加到 2009 年 25 个版本（其中小学英语 14 个版本、初中英语 7 个版本、高中英语 1 个版本、

小学语文 2 个版本、信息技术 1 个版本）。

公司开发的主流版本产品逐年增多，为公司业务的拓展提供了诸多便利条件。首先，多版本储备使公司在新区域拓展时更具有成本优势。公司现有版本可以覆盖到全国大部分区域，公司进入新市场区域时只需投入营销成本、管理成本等即可实现空白市场区域市场的填充。其次，多版本储备大大降低了地方教材更改的风险。当地方教育局更换教材时，只能在现有的通过教育部审查的教材目录中替换，而公司现有版本已涵盖了主流出版社的教材版本，可根据市场的最新动向，及时提供符合地方教材版本要求的同步教育软件产品，第一时间抢占市场。

因产品线的逐步丰富，为市场拓展提供了很大便利，公司市场广度逐渐加大，产品适用人群迅速增加，引起销售收入迅速增长。

（3）新市场区域开拓取得成功，成为业务迅速增长的有力支撑

由于资金限制，公司在发展上选择“专而精”的策略。公司秉持稳健的扩张战略，近年来通过渗透性、持续性销售策略，市场覆盖范围逐步加大，近三年市场区域从深圳、广州逐步拓展到华南、华东、华北等地区。随着市场推广的深入，客户人群由 2007 年 64.72 万人增长到 2009 年的 278.25 万人。近三年市场开拓情况如下表所示：

项 目	2007年	2008年	2009年
市场区域	珠三角	珠三角、北京、天津、南京、上海等地区	珠三角、长三角、北京、天津、河北、山东、辽宁等地区
用户数量	64.72万人	92.77 万人	278.25 万人

报告期，华南地区是公司销售额最大的区域，华南区域收入保持了快速增长，但随着公司销售网络的延伸，其他市场领域的销售额呈现出更高的增长速度，新市场区域的销售比重逐年上升，公司在新的市场区域初步取得成功，拉动业务收入快速增长。

（4）客户群体形成使用习惯，持续营销，品牌优势逐渐显现

公司通过多年的专业化服务，公司已拥有较大用户数量，且用户量持续稳定增加，在公司已开拓的广东、江苏、上海、杭州、北京等地区，公司已形成良好

的品牌和美誉度，拥有较高份额的市场占有率。

中小学同步教育软件有别于其他产品的重要特征在于可实现每学期、每年的持续销售。公司同步教育软件服务的客户群体是广大中小学学生、教师和家长，公司产品及服务得到了教师、学生和家长的认同，形成了使用习惯，伴随孩子的成长可实现从小学到中学的持续销售，在已有稳定的客户群体的基础上通过“回头购买”实现每学期、每年的持续营销，公司产品市场购买回头率在80%以上。

良好的客户基础及较高回头购买率促使公司经营业绩持续稳定增长。

2、主营业务收入业务结构分析

按照业务类型，公司主营业务收入的构成情况如下表：

单位：万元

项 目	2009 年度		2008 年度		2007 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
方直金太阳教育软件	4,059.84	67.45%	2,477.99	58.52%	1,578.67	60.35%
其他产品	1,783.82	29.64%	1,447.62	34.19%	950.97	36.35%
技术开发服务	175.17	2.91%	308.84	7.29%	86.35	3.30%
合计	6,018.83	100%	4,234.44	100%	2,615.99	100%

公司主营业务收入由方直金太阳教育软件和销售其他软件产品组成，报告期内，方直金太阳教育软件产品销售收入是主营业务收入的最主要来源，该产品近三年销售收入占主营业务收入的比重分别为60.35%、58.52%、67.45%。

（1）方直金太阳教育软件销售收入分析

报告期，方直金太阳教育软件销售收入持续快速增长，2008年、2009年分别比上年增长899.32万元、1,581.85万元，增幅分别为56.97%、63.84%，主要原因是，公司市场区域从珠三角扩大到长三角、北京、天津、河北、山东、辽宁等地区，客户人群由2007年64.72万人增长到2009年的278.25万人。客户群体的迅速上升拉动销售额快速上升。从2007年起，公司教育系统征订发行的销售额增长迅速，与教材、教参配套销售，公司产品用户数量进一步扩大。

（2）其他产品销售收入分析

其他产品销售主要是子公司连邦信息销售其他公司软件的销售收入，主要从事通用软件和邮件系统软件的销售。

2008 年、2009 年其他软件产品销售收入增长较快，主要是连邦信息从 2007 年转向做邮件系统软件，该类产品单位价值较高，一般每套价格在 10 万元以上。公司根据客户的定制需求对邮件系统产品进行了增值开发，随着市场拓展的不断深入，邮件系统软件销售收入出现较大增长，引起其他产品销售额较快增长。

（3）技术开发服务销售收入分析

报告期公司技术开发收入主要为远程教育通讯管理平台开发收入和凤凰互动课堂软件制作收入。2008 年金额较大，主要是对北京奈特公司的远程教育平台开发收入达 165 万元。

3、主营业务收入区域结构分析

单位：万元

区 域	2009 年度		2008 年度		2007 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
华南区	2,940.20	48.85%	3,014.50	71.19%	2,088.18	79.82%
华东区	1,844.80	30.65%	592.41	13.99%	274.19	10.48%
华北区	1,035.68	17.21%	544.56	12.86%	246.47	9.42%
其他地区	198.15	3.29%	82.97	1.96%	7.16	0.27%
合 计	6,018.83	100%	4,234.44	100%	2,615.99	100%

公司主要业务分布在华南、华东、华北区域，其中，华南区域收入远高于其他区域。报告期内，华南地区主营业务收入占主营业务收入总额比重分别为 79.82%、71.19%、48.85%，华南区域的销售比重逐期下降，主要是由于从2006 年起加大了对华东、华北等市场区域的拓展，公司销售网络从珠三角逐渐延伸到上海、南京、北京等地，华东、华北区域的销售比重上升较快。随着公司对市场开拓的持续大力投入，公司产品将逐渐覆盖到全国大中型城市，华南区域的销售比重将进一步下降。

主营业务收入城市结构分析

单位：万元

区 域	2009 年度		2008 年度		2007 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
广州	1,239.88	20.60%	801.52	18.93%	465.59	17.80%
深圳	1,366.06	22.70%	1,677.75	39.62%	1,516.08	57.95%
北京	962.26	15.99%	439.88	10.39%	231.47	8.85%
上海	1,092.27	18.15%	279.84	6.61%	52.03	1.99%
南京	332.04	5.52%	287.84	6.80%	175.62	6.71%
其他	1,026.32	17.04%	747.6	17.66%	175.2	6.70%
合 计	6,018.83	100%	4,234.44	100%	2,615.99	100%

由上表可以看出，公司目前的销售收入主要集中在深圳、广州、北京、上海、南京等五个一线城市，报告期公司在以上城市中的销售均保持迅速增长，但销售比重各有变化，总体来看深圳与广州的销售比重呈下降趋势，北京、上海的销售比重呈上升趋势。

4、主营业务收入季节性波动分析

受春季、秋季两学期的影响，方直金太阳教育软件销售具有较强的季节性，即每年的 2～4 月份与 8～10 月份销售较大，其中 9 月份是新学年的开始，部分客户在新学年开始时购买该学年第一学期、第二学期的全部产品，教育系统征订销售也有相当部分在秋季征订全学年产品，故公司下半年销售额及净利润明显比上半年高，且主要集中在第 3 季度。

2008 年、2009 年，公司各季度营业收入和净利润波动情况如下：

单位：万元

项 目		一季度		二季度		三季度		四季度	
		金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
2008 年	营业收入	950.19	22.37%	722.71	17.02%	1,829.04	43.07%	745.09	17.54%
	净利润	428.77	31.46%	145.5	10.68%	759.90	55.76%	28.72	2.11%
2009	营业	1768.6	29.35%	880.77	14.62%	2,355.67	39.10%	1,020.4	16.93%

年	收入								
	净利润	568.67	23.65%	309.8	12.88%	1,320.36	54.91%	205.89	8.56%

从2008年、2009年各季度的销售情况可以看出，第三季度受新学年开学的影响，业绩最好，营业收入约占全年营业收入的40%，净利润达到全年利润的50%以上；第一季度受下学期开学时集中购买的影响，业绩仅次于第三季度；第二季度没有新学期开学的有利因素，但尚处于学年的中间时段，有相对平稳的销售额；第四季度因接近学年期末，为全年的销售淡季。

（三）毛利率分析

1、综合毛利率变动分析

近三年，本公司主营业务综合毛利率分别为60.23%、58.06%、58.63%，2008年比2007年下降2.17个百分点，2009年比2008年增长0.57个百分点。影响公司主营业务综合毛利率的因素为产品销售结构变动及各产品毛利率变动两个方面，具体影响如下表所示：

项 目	2009年	2008年	2007年度
综合毛利率	58.63%	58.06%	60.23%
综合毛利率变化	0.57个百分点	-2.17个百分点	
其中：产品销售结构变动的影响	1.52个百分点	1.90个百分点	
各产品毛利率变动的影响	-0.95个百分点	-4.07个百分点	

2008年毛利率下降2.17个百分点，主要为其它产品毛利率下降所致；2009年毛利率增长0.57个百分点，主要原因为高毛利率产品方直金太阳教育软件占销售额比例上升8.93个百分点。

（1）产品销售结构变动的影响

项 目	2009年度		2008年度		2007年度
	销售结构	影响毛利率的百分点	销售结构	影响毛利率的百分点	销售结构
方直金太阳教育软件	67.45%	6.76	58.52%	-1.35	60.35%
其他产品	29.64%	-0.86	34.19%	-0.74	36.35%

技术开发服务	2.91%	-4.38	7.29%	3.99	3.30%
合 计	100%	1.52	100%	1.90	100%

（2）各产品毛利率变动的影响

项 目	2009 年度		2008 年度		2007 年度
	产品毛利率	影响毛利率的百分点	产品毛利率	影响毛利率的百分点	产品毛利率
方直金太阳教育软件	75.19%	-0.34	75.69%	1.24	73.58%
其他产品	16.86%	-0.62	18.94%	-5.31	34.46%
技术开发服务	100%	0.00	100%	0.00	100%
合 计		-0.95		-4.07	60.23%

2、金太阳教育软件产品毛利率变动分析

方直金太阳教育软件近三年的毛利率分别为 73.58%、75.69%、75.19%，毛利率较为稳定。方直金太阳教育软件不同销售渠道的销售价格和成本差异很大，但相同渠道销售价格及成本变动较小，产品综合销售价格及成本的可比性较差。方直金太阳教育软件毛利率变化主要受不同渠道销售比例变动、各渠道毛利率变动两因素的影响。

项 目	2009 年	2008 年	2007 年度
教育软件综合毛利率	75.19%	75.69%	73.58%
教育软件综合毛利率变化	-0.50 个百分点	2.11 个百分点	
其中：产品销售结构变动的影响	-4.41 个百分点	1.99 个百分点	
各产品毛利率变动的影响	3.91 个百分点	0.12 个百分点	

（1）不同渠道销售比例变动的影响

项 目	2009 年度		2008 年度		2007 年度
	渠道销售比例	影响毛利率的百分点	渠道销售比例	影响毛利率的百分点	渠道销售比例
1.代理（含书店）	38.34%	-14.55	56.52%	11.88	41.71%
2.直销收入	14.01%	-3.62	18.40%	-2.94	22.00%
3.教育系统征订	47.36%	13.63	24.92%	-6.94	36.29%

4.网上销售收入	0.29%	0.13	0.16%	0.00	0.00%
合 计	100.00%	-4.41	100.00%	1.99	100.00%

2008年代理渠道销售比例提高对毛利率增长影响较大；2009年代理及直销收入比例下降导致毛利率下降。

（2）各渠道毛利率变动的影响

项 目	2009年度		2008年度		2007年度
	渠道毛利率	影响毛利率的百分点	渠道毛利率	影响毛利率的百分点	渠道毛利率
1.代理（含书店）	85.64%	2.14	80.05%	-0.09	80.21%
2.直销收入	85.78%	0.46	82.46%	0.14	81.69%
3.教育系统征订	63.49%	1.30	60.74%	-0.07	61.04%
4.网上销售收入	91.42%	0.01	88.98%	0.14	
合 计		3.91		0.12	73.58%

报告期公司各销售渠道的毛利率均保持稳定并略有上升的趋势，其原因为各渠道销售单价均保持稳定并略有提高，且单位成本稳中有降。

①产品价格影响

单位：元/盒（套）

项 目	2009年	2008年	2007年度
1.代理（含书店）	40.73	40.09	40.42
2.直销收入	70.21	68.04	67.05
3.教育系统征订	7.89	5.94	6.35
其中：教师用盘	14.88	13.01	13.03
学生用盘	5.52	2.5	2.5
4.网上销售收入	59.80	51	
合 计	13.99	17.01	14.14

由上表数据可见，报告期内各渠道销售单价均保持稳定并略有提高。2008年教育系统征订单价下降，其原因为单价较低的学生用盘销售比例提高；2009年学生用盘单价增长120.80%，其原因为每套产品配置的光盘数量增加。

由于不同渠道所售产品在光盘配置数量、产品功能及内容上存在较大差异，

不同渠道单价差异较大。教育系统征订模式所售产品，其配置光盘的数量及功能相对较少，价格远低于其他产品。因各渠道单价差异较大，产品综合销售单价缺乏可比性。

②产品单位成本影响

单位：元/盒（套）

项　目	2009 年	2008 年	2007 年度
1.代理（含书店）	5.85	8.00	8.00
2.直销收入	9.98	11.94	12.28
3.教育系统征订	2.88	2.33	2.48
其中：教师用盘	3.80	4.13	4.24
学生用盘	2.57	1.46	1.46
4.网上销售收入	5.13	5.62	
合 计	3.47	4.13	3.74

报告期内各渠道所售产品单位成本基本处于下降趋势。2009 年教育系统征订的单位成本上升，其原因为学生用盘配置的光盘数量大幅增加，导致每套产品的单位成本增加，但成本增长幅度小于销售价格增长幅度。各渠道所售产品单位成本下降，主要由于光盘等材料价格下降所致。

公司产品成本由光碟、包装盒、用户使用说明书等材料成本与包装人工成本组成。白色 DVD 盒、黑色 DVD 盒、光盘三种原材料成本约占产品成本的 90%，其中光盘成本约占产品成本的 65%。总体来看，黑色 DVD 盒、光盘价格呈下降趋势。主要材料采购单价变动情况如下表：

单位：元/盒（张）

项　目	2009 年	2008 年	2007 年度
白色 DVD 盒	1.23	1.55	1.26
黑色 DVD 盒	0.95	1.07	1.03
光盘	0.81	0.83	0.90

整体来看，报告期内公司各渠道产品销售价格稳中有升，且由于原材料价格下降影响各渠道单位成本均处于下降趋势，各销售渠道的毛利率均保持稳定并略有上升的趋势。方直金太阳教育软件毛利率的变化主要受各渠道销售比例变动的

影响。

3、其他产品毛利率变动分析

其它产品近三年的毛利率分别为 34.46%、18.94%、16.86%，毛利率下降幅度较大。其它产品包括邮件系统和通用产品，毛利率变化受两类产品销售结构以及两类产品毛利率变动的影响。

项　目	2009 年	2008 年	2007 年度
其他产品毛利率	16.86%	18.94%	34.46%
其他产品毛利率变化	-2.08 个百分点	-15.52 个百分点	
其中：产品销售结构变动的影响	13.18 个百分点	0.53 个百分点	
各产品毛利率变动的影响	-15.26 个百分点	-16.05 个百分点	

影响其他产品毛利率变动的因素主要为邮件系统销售结构及其毛利率变化。通用产品毛利率较低，公司已逐渐减少了该业务。下面主要分析邮件系统毛利率变动的原因。

邮件软件系统及其解决方案相当于项目工程，因客户需求的差异，具有定制化的特征，除提供邮件系统产品一般功能外，还需根据客户个性化需求进行二次开发，并对系统进行持续跟踪服务。各邮件系统因所需邮件服务器、实现的功能、客户端应用软件及二次开发工作量不同，其成本、销售价格差异很大，综合单价不具有可比性。以软件用户端数量为例，从几百个到几十万个不等，差异极大。邮件系统毛利率下降，主要受以下因素影响：

①对渠道客户的销售增加，让利于合作伙伴

2007 年公司邮件系统产品全部面向终端用户，即完全自主销售和实施，保持较高的毛利率。2008 年起，为开拓重点城市客户、增加市场宽度，开始向渠道客户销售。2008 年、2009 年渠道客户销售比例分别为 42.35%、54.10%；其毛利率分别为 28.14%、19.88%；而同期终端客户毛利率为 50.11%、21.42%。

②新系统建设减少，系统升级增加

2007 年全部为新建邮件系统，毛利率较高。随着 Mirapoint 系统客户数量的增大，且受金融危机的影响，企业在 IT 系统的投入减小，新建项目数量减少，但对已有系统的升级数量持续增加。系统升级服务逐渐成为一个稳定的收入来

源。但系统升级的利润率较低，导致整体的利润率下滑。2008 年、2009 年，系统升级服务收入比例分别为 7.10%、52.77%；其毛利率分别为 18.78%、20.02%；而同期新系统毛利率为 42.49%、21.21%。

③金融危机影响，企业 IT 系统投入减少，型号及配置相同的产品销售价格下降

各邮件系统由硬件和软件构成。硬件产品有数十种型号，差异很大，报告期三年仅 RG500、M50、M500 三种型号相同；硬件所配置的软件根据客户端不同而不同，几乎没有完全相同的软件配置。邮件系统数量以硬件数量确定，综合单价不具有可比性。但总体而言，硬件型号相同，软件配置相当的产品，价格处于下降趋势。

邮件系统成本主要为外购硬件及软件的采购成本，采购价格总体呈下降趋势，但下降幅度小于价格的下降幅度。二次开发相关的研发费用未计入产品成本，不影响产品的单位成本，但影响产品的销售价格，亦对毛利率有较大影响。

4、技术开发服务毛利率分析

报告期公司技术开发服务收入主要为远程教育通讯管理平台开发收入和凤凰互动课堂软件制作收入。

公司软件产品成本主要核算直接材料成本和包装成本。主要原因是基于软件产品的特点，软件开发完成后，开发成果体现为以光盘为载体的 CD-ROM，可以多次销售，产品销售数量不确定，开发成本无法摊销到每次的销售当中去，无法核算每次销售对应的开发成本。研发过程中发生的人工、折旧等费用，视情况分别计入管理费用、开发支出（资本化）。公司提供技术开发服务的内容和金太阳教育软件密切相关，开发工具和开发人员与金太阳教育软件共享，难以进行单独的成本费用核算，根据谨慎原则，公司未单独核算其开发费用，并直接计入当期管理费用。

公司提供技术开发服务，开发完成后经对方验收合格，将母盘（光盘）或电子文档直接交付给对方即可，不需压制大量光盘，也不需要包装，故无材料费用和包装费用，技术开发过程中的人工、折旧等费用直接计入当期管理费用，技术开发服务收入根据合同确定，故公司技术开发服务毛利率为 100%。

（四）2009 年第三季度收入和利润快速增长，且毛利率上升的原因

1、公司 2009 年第三季度营业收入与净利润同比均出现快速增长，主要原因如下：

（1）金太阳教育软件高速增长，带动整体收入快速增长

公司营业收入主要由金太阳教育软件和其他软件产品组成。2009 年第 3 季度，金太阳教育软件同比增长 51.67%，带动收入整体增长。各产品同比增长情况如下：

项 目	2009 年第 3 季度		2008 年第 3 季度		销售额增长	
	金额	比重	金额	比重	金额	比率
金太阳教育软件	2,011.48	85.39%	1,326.25	72.51%	685.23	51.67%
其他产品	252.51	10.72%	498.54	27.26%	-246.03	-49.35%
技术开发服务	87.58	3.72%	4.25	0.23%	83.33	1,960.71%
其他收入	4.10	0.17%			4.10	
合 计	2,355.67	100%	1,829.04	100%	526.63	28.79%

2009 年第三季度营业收入同比增长 526.63 万元，其中金太阳教育软件增长 685.23 万元，其他产品减少 246.03 万元。金太阳教育软件出现快速增长，且占营业收入的比重也有较大提升。

（2）在各渠道销售同比增长情况下，教育系统征订快速增长

公司销售模式分为代理销售、直销、教育系统征订销售和网络在线销售。2009 年第 3 季度，由于市场区域的拓展、公司产品线的丰富、客户群体的不断扩大，各渠道销售额同比都实现较大幅度增长。教育系统征订则实现大幅度增长。

2009 年第 3 季度，公司对广东（不含深圳）、深圳两地实现教育系统征订，客户数量和销售额实现爆发式的增长。2009 年 4 月，广东省教育厅出台粤教办[2009]59 号《关于做好 2009 年秋季中小学教学用书征订供应工作的通知》，从 2009 年秋季起由政府免费采购的义务教育英语教科书将配置公司多媒体光盘。深圳市从 2009 年起对大部分小学、初中英语教材配置了公司的同步教育软件。在秋季征订时，各省的教材总发机构一般在 7 月初将征订数量告知公司，公司在 7 月份收到各地征订订单，在 7 月中下旬完成生产、交货，9 月份根据结算单确认销售收入，征订销售的收入确认集中在每年的第 3 季度。在其他渠道销售增长

情况下，征订销售的高速增长，带动 2009 年第 3 季度销售收入较去年同期大幅增长。

各销售渠道收入同比增长情况如下：

单位：万元

销售模式	2009 年第三季度	2008 年第三季度	增长额	增长率
教育征订收入	1,032.50	514.53	517.97	100.67%
代理收入	667.17	547.83	119.34	21.78%
直销收入	307.89	262.15	45.73	17.45%
网络收入	3.93	1.74	2.19	125.71%
合 计	2,011.48	1,326.25	685.23	51.67%

营业收入的增长带动净利润增长，且净利润增长速度大大高于营业收入的增速。主要因为公司为轻资产型业务模式，且属于软件行业，固定费用相对较低，变动成本亦较小，收入的边际贡献率高。

2、毛利率上升的原因

公司 2009 年上半年综合毛利率为 51.66%，2009 年 3 季度的综合毛利率为 71.33%，三季度毛利率比上半年增加 19.67 个百分点。综合毛利率波动主要是产品销售结构变动引起的。2009 年上半年及第三季度销售结构如下表：

项 目	2009 年上半年		2009 年第 3 季度	
	金额	比重	金额	比重
方直金太阳教育软件	1,482.97	55.97%	2,011.48	85.39%
其他产品	1,083.42	40.89%	252.51	10.72%
技术开发服务	82.97	3.14%	87.58	3.72%
其他收入			4.10	0.17%
合 计	2,649.36	100%	2,355.67	100%

2009 年 1－9 月份，方直金太阳教育软件的平均毛利率为 76.05%，其他产品的平均销售毛利率为 16.21%，两类产品毛利率相对稳定，但前者毛利率远高于后者。第 3 季度教育软件销售额比例达到 85.39%，远高于上半年的 55.97%，教育软件销售比例大幅提升导致第三季度综合毛利率上升。

（五）期间费用分析

单位：万元

项 目	2009 年度		2008 年度		2007 年度	
	金额	占营业收入比	金额	占营业收入比	金额	占营业收入比
销售费用	817.52	13.57%	597.01	14.06%	265.59	9.97%
管理费用	661.42	10.98%	631.12	14.86%	442.69	16.62%
财务费用	-7.45	-0.12%	16.14	0.38%	5.85	0.22%
期间费用合计	1,471.49	24.42%	1,244.27	29.30%	714.13	26.81%
营业收入	6,025.43	100%	4,247.04	100%	2,663.53	100%

报告期期间费用占营业收入的比例，2008 年较上年上升 2.49 个百分点，2009 年较上年下降 4.88 个百分点。期间费用总额随着业务量的增长保持平稳增长。2008 年期间费用比重小幅上升，主要是由于随着业务的快速增长，公司研发人员、销售人员、管理人员增加较多，工资标准有所增加，导致工资、差旅费、培训费、市场开拓费等费用增加。2009 年期间费用下降，主要在于教育系统征订销售收入达 1,922.77 万元，比上年增长 211.34%，其占营业收入的比重由 2008 年的 14.54%上升到 2009 年的 31.91%，教育系统征订销售的销售费用很少，造成期间费用率下降较大。

1、销售费用分析

报告期内公司销售费用明细如下表：

单位：万元

项 目	2009 年度	2008 年度	2007 年度
工资	396.92	216.02	113.46
社保费	15.57	12.11	8.79
福利费	14.34	7.43	1.09
差旅费	79.12	81.56	21.94
业务招待费	27.86	35.6	8.74
通讯费	17.64	15.8	7.71

项 目	2009 年度	2008 年度	2007 年度
办公费	19.69	20.33	7.1
折旧费	13.54	9.28	5.47
运输费用	37.43	36.65	16.19
房租、水电费	65.37	69.77	65.88
业务宣传费	119.40	53.78	5.87
其他	10.64	38.69	3.33
合 计	817.52	597.01	265.59
销售费用占营业收入的比例	13.57%	14.06%	9.97%

报告期公司销售费用中变动较大的费用主要为工资、业务宣传费等费用。主要变动原因为：工资逐年增加主要是随着业务规模的快速发展，公司新增加的销售人员较多，另外工资标准有所提高，引起工资费用增长较快。业务宣传费逐年增加，主要是为开拓新市场区域，公司加大了市场投入，引起业务宣传费上升。

公司营业费用占营业收入的比重报告期呈先上升后下降趋势。2008 年、2009 年销售费用同比增长 124.79%、36.94%，2008 年、2009 年营业收入增长率分别为 59.45%、41.87%。2008 年销售费用增长速度快于营业收入的增长，主要是由于公司加大了市场推广，销售区域逐渐从珠三角扩展到华东、华北等地，销售人员增加较多，销售人员工资、业务宣传费等增长较快。2009 年销售费用增长速度低于营业收入的增长，主要在于广东省教育厅出台政策，从 2009 年春季开始，广东省义务教育英语课程试行供应配套音频光盘，同步教育软件与教材配套供应发行，公司教育系统征订销售大幅增长，以较少的投入实现营业收入较快增长。

2、管理费用分析

报告期内公司管理费用明细如下表：

单位：万元

项 目	2009 年度	2008 年度	2007 年度
工资	88.50	75.68	63.59
社保费	6.13	5.93	5.23
福利费	12.92	22.78	3.3

项 目	2009 年度	2008 年度	2007 年度
研发支出	449.66	456.83	317.04
差旅费	3.54	5.82	2.96
业务招待费	8.37	6.48	3.65
折旧费	3.51	4.57	3.77
办公费	7.77	2.75	5.29
通讯费	4.00	5.01	4.32
房租、水电费	23.11	13.17	10.1
其他	53.91	32.09	23.44
合 计	661.42	631.12	442.69

公司管理费用主要是研发支出、工资。报告期研发支出金额较大，主要是报告期公司开发项目较多，研发人员人数逐年增加，公司对研发的投入较大。

发行人 2007 年～2009 年研发费用情况如下：

年 度	研发费用(万元)	营业收入(万元)	所占比例
2007 年度	317.04	2,663.53	11.90%
2008 年度	456.83	4,247.04	10.76%
2009 年度	449.66	6,025.43	7.46%

2007 年～2009 年，发行人研发费用占销售收入的比例呈下降趋势，但研发费用金额比较稳定。研发费用占营业收入比例下降，除营业收入快速增长的影响外，主要受以下因素影响：

（1）开发效率提高

发行人基于对教育理念和教学需求的不断摸索和检验，在产品创意、开发技术等方面已具有深厚的积累和积淀。近年来，发行人多媒体软件的开发逐步过渡到采用矩阵式并行开发流程，不断改进开发制作技术，更新软硬件开发工具，优化利用工具库和资源库素材资源，通过标准化、流程化管理提高产品开发效率、大幅降低了产品的开发成本。以在程序制作方面为例，发行人积累了各种标准模块的公用库、标准组件、标准处理函数等开发资源，在制作类似项目时，程序的合成速度可达到全新模块开发的 2-4 倍以上。

（2）部分研发投入资本化

公司按照新会计准则的要求，对于符合资本化条件的研发支出进行资本化处

理。2006 年～2009 年，发行人包含资本化部分的研发总投入分别为 234.59 万元、317.04 万元、538.42 万元、691.21 万元，占营业收入比例分别为 21.54%、11.90%、12.68%、11.47%； 近三年研发总投入分别较上年增长 35.15%、69.83%、28.38%。

3、财务费用分析

报告期内公司财务费用明细如下表：

单位：万元

项 目	2009 年度	2008 年度	2007 年度
利息支出	-	21.48	-
减:利息收入	9.22	6.18	1.67
其他	1.77	0.85	7.52
合 计	-7.45	16.14	5.85

报告期，公司财务费用较低。2007 年其他支出主要是支付的贷款担保费。2008 年利息支出是公司于 2007 年度 12 月向平安银行深圳分行贷款 300 万元所发生的借款利息。

（六）所得税费用分析

1、企业所得税政策

公司及子公司报告期实际所得税率如下表：

公司名称	2009 年度	2008 年度	2007 年度
方直科技	10%	0	0
连邦信息	20%	18%	15%

根据《财政部 国家税务总局 海关总署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》，以及深圳市南山区地方税务局于 2007 年 7 月 23 日出具的深地税南函（2007）237 号《关于深圳市方直科技有限公司减免企业所得税问题的复函》，同意本公司自获利年度起，第一至第二年度免征企业所得税，第三至第五年度减半征收企业所得税。本公司 2007 年度为弥补完亏损后的第一个获利年度，2007 年度、2008 年度免征企业所得税，2009 年度、2010 年度和 2011 年度企业所得税减半征收。

2008 年根据国税发【2007】39 号文国务院关于实施企业所得税过渡优惠政策的通知规定：自 2008 年 1 月 1 日起，原享受低税率优惠政策的企业，在新税法实施 5 年内逐步过渡到法定税率。其中：15%税率的企业，2008 年按照 18%税率执行，2009 年按照 20%税率执行，2010 年按照 22%税率执行，2011 年按照 24%税率执行。本公司及子公司连邦信息是在深圳特区内注册成立的企业，2008 年以前，深圳特区内企业适用企业所得税率为 15%。本公司及子公司连邦信息均符合企业所得税过渡优惠政策。

结合以上两政策，方直科技实际执行的企业所得税税率为： 2007～2008 年企业所得税免税，2009 年、2010 年、2011 年企业所得税税率分别为 10%、11%、12%。

本公司之子公司连邦信息 2007 年、2008 年、2009 年实际适用的企业所得税率分别为 15%、18%、20%。

2、所得税费用变化分析

单位：万元

项 目	2009 年度	2008 年度	2007 年度
当期所得税费用	193.82	31.76	1.32
递延所得税费用	15.43	-15.83	-0.82
所得税费用合计	209.25	15.92	0.49
所得税费用占利润总额的比例	8.01%	1.15%	0.05%

2007 年、2008 年公司所得税费用相对较低，所得税费用占利润总额的比例较低，主要是由于本公司（指母公司）从 2007 年起享受软件企业企业所得税两免三减半的优惠，2007 年、2008 年免征企业所得税，2009 年按 10%所得税税率计缴企业所得税，2009 年所得税费用上升较大。

（七）净资产收益率和总资产收益率分析

指标名称	2009 年度	2008 年度	2007 年度
加权平均净资产收益率(归属于普通股股东的净利润)	60.13%	69.47%	123.95%
总资产收益率	49.49%	44.00%	58.74%

2008 年、2009 年加权平均净资产收益率呈下降趋势，主要是公司净资产基数增长较快，导致加权平均净资产收益率下降。2008 年总资产收益率下降 14.74 个百分点，2009 年上升 5.49 个百分点，主要是由于 2008 年总资产规模增长较快，2009 年增速有所放缓。报告期加权平均净资产收益率、总资产收益率均维持在高水平。

（八）非经常性损益、投资收益及少数股东损益对净利润的影响

报告期内，公司非经常性损益、投资收益及少数股东损益情况如下表：

单位：万元

项　目	2009 年度	2008 年度	2007 年度
非经常性损益	276.00	30.42	3.58
投资收益	133.50	64.08	7.16
少数股东损益	-	-	-
净利润	2,404.71	1,362.89	994.09
归属于公司股东扣除非经常性损益后的净利润	2,128.71	1,332.47	990.51

近三年，公司非经常性损益净影响额分别为： 3.58 万元、30.42 万元、276 万元，非经常性损益净影响额占净利润的比例分别为 0.36%、2.23%、11.48%。2007 年、2008 年非经常性损益较低。2009 年非经常性损益较大，主要是清理交易性金融资产导致投资收益较大。2009 年扣除非经常性损益后的归属于公司普通股股东的净利润为 2,128.71 万元，比 2008 年增长 59.76%。公司经营业绩的增长不依赖于非经常性损益、投资收益，少数股东损益对净利润无重大影响。

（九）近三年缴纳的税费分析

近三年，公司缴纳的各项税费如下表所示：

单位：万元

税 种	2009 年	2008 年	2007 年
营业税	2.46	2.13	3.00
企业所得税	239.44	16.52	0.00
个人所得税	27.02	26.40	11.94

印花税	16.05	1.20	0.68
城市维护建设税	2.28	2.52	1.60
教育费附加	5.35	7.57	4.81
堤围费	0.60	0.38	0.00
增值税	532.63	251.10	130.57
合 计	825.83	307.82	152.61

公司近三年缴纳的税费主要为增值税、个人所得税、企业所得税。随着营业收入的快速增长，公司缴纳的增值税也保持了快速增长。公司对支付给员工的工资、补贴等按规定代扣代缴了个人所得税，伴随着公司业务的增长，员工人数及工资标准的增加，公司报告期代扣代缴的个人所得税保持了快速增长。2007 年未缴企业所得税，2008 年、2009 年分别缴纳 16.52 万元、239.44 万元，缴纳的企业所得税增长较快，主要原因是：报告期利润主要来源于销售方直金太阳教育软件，公司享受软件企业的企业所得税两免三减半政策，2007 年度、2008 年度免征企业所得税，2009 年度减半按 10%缴纳企业所得税；子公司连邦信息报告期法定税率分别按 15%、18%、20%计缴企业所得税，报告期连邦信息实现的利润相对较少。

（十）公司管理层对盈利状况的总结

公司管理层认为：公司基于对教育需求的深刻理解，公司在中小学同步教育软件行业的深厚沉淀是公司盈利能力快速增长的源泉。

报告期，公司产品系列逐渐丰富，公司销售网络稳步向全国扩散，公司客户对公司产品已形成良好的使用习惯，客户人群迅速增长，公司营业收入、净利润保持了快速增长，盈利能力明显增强。公司在全国尚有巨大市场空白区域待开发，现中小学同步教育软件和服务行业处于非饱和竞争状态，公司尚有巨大的目标客户待开发。未来，公司秉持稳健的扩张战略，公司将继续加大对产品开发和市场开拓的投入，随着公司产品线的进一步延伸，产品功能不断增强，销售网络逐渐完善，公司将快速驶向广阔的市场 “蓝海”。

四、现金流量分析

单位：万元

项 目	2009 年度	2008 年度	2007 年度
经营活动产生的现金流量净额	2,254.05	734.92	843.28
投资活动产生的现金流量净额	374.30	-605.01	-97.14
筹资活动产生的现金流量净额	232.00	-336.48	293.70
现金及现金等价物净增加额	2,860.35	-206.57	1,039.84
经营活动产生的现金流量净额占净利润的比例	93.73%	53.92%	84.83%

（一）经营活动现金流量分析

公司经营活动现金流量主要来自于销售中小学同步教育软件以及代理销售其他公司软件。近三年，本公司经营活动产生的现金流量净额分别为 843.28 万元、734.92 万元、2,254.05 万元。

2008 年经营活动现金流量净额有较小下降，且该年度经营活动现金流量净额低于当年实现的净利润，占当年净利润的 53.92%，比当年净利润少 627.97 万元，主要是 2008 年公司归还了对股东的借款 229 万元及员工向公司借款约 205 万元所致。

2009 年经营活动现金流量净额较高，主要是当期营业收入保持快速增长，同时公司有效的控制了应收账款余额的增长，销售回款情况较好。

（二）投资活动现金流量分析

近三年，投资活动产生的现金流量净额-97.14 万元、-605.01 万元、374.30 万元。2007 年投资活动现金流量净额为-97.14 万元，主要是当年股票投资净流出 51.67 万元、购进固定资产支付 37.63 万元。2008 年投资活动现金流量净额为-605.01 万元，主要是由于股票投资引起现金净流出 482.40 万元，购置固定资产及开发支出流出 122.66 万元。2009 年投资活动产生的现金流量净额 374.30 万元，主要是处置股票投资引起现金流入 756.79 万元，当期购置固定资产、支付开发支出流出 382.49 万元。

（三）筹资活动现金流量分析

近三年，公司筹资活动产生的现金流量净额分别为 293.70 万元、-336.48

万元、232.00 万元。2007 年筹资活动产生的现金流量净额为 293.70 万元，是公司向银行贷款流入资金 300 万元，同时向担保公司支付担保费流出资金 6.3 万元。2008 年筹资活动产生的现金流量净额为-336.48 万元，是公司归还银行贷款引起资金流出 300 万元，以及支付贷款利息 21.48 万元，向股东分配利润 15 万元。2009 年筹资活动产生的现金流量净额为 232.00 万元，是戈尔登向公司增资，向公司投入资金 232.00 万元。

（四）不涉及现金收支的重大投资和筹资活动及其影响

报告期，公司无不涉及现金收支的重大投资和筹资活动的事项。

五、重大资本性支出

（一）近三年重大资本性支出

近三年本公司用于购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金分别为 37.63 万元、122.66 万元、382.49 万元。2007 年资本支出主要用于购置电子设备等固定资产。2008 年资本支出主要是购置固定资产支出 41.07 万元、支付开发支出 81.60 万元。2009 年资本支出主要是购置固定资产支出 90.94 万元、支付开发支出 241.55 万元、支付主机托管费 50 万元。

（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，本公司可预见的资本性支出主要为本次募集资金投资项目相关投资支出。

六、财务状况和盈利能力未来趋势分析

（一）居民收入水平和教育、出版政策的影响

随着经济社会的发展，我国城乡居民收入增长较快，家庭电脑普及率逐年上升，电脑普及率的上升将导致公司潜在客户数量增加，广大中小学生对教育软件的需求将上升。

国家近两年内将推出各学科新课程标准，课程改革及变动将引起教材和教学方式的改变，一方面将加大公司开发支出，另一方面将进一步普及信息化教育，

加大教育软件的应用，给公司的发展带来更大的机遇。

我国加入 WTO 后，出版行业将逐步开放。我国出版行业的未来发展动向以及我国对国外出版产品的开放程度将对公司发展形成机遇与挑战。公司凭借本土优势，如出版行业对外开放，国外出版公司一般需将国外产品本土化，需寻求本土合作伙伴，将给公司提供较大的合作机会及发展空间。

（二）募集资金投资项目的影响

随着本次募集资金投资项目的实施，公司产品线将更加丰富，产品功能进一步完善，产品对客户需求的满足程度将有较大提升，公司的研发能力得以加强，随着公司的销售网络逐渐覆盖全国，未来几年，公司的销售收入、盈利能力将快速增长。募集资金到位后，本公司资产规模将有较大幅度增加，一定程度上提高公司的综合实力和抵御市场风险的能力，同时能够提高公司杠杆经营的能力，增强融资能力。但是，若募集资金投资项目未能实现预期效益，本公司将因新增固定资产投资、产品开发支出增加成本、费用，而影响净资产收益率等盈利指标。

（三）税率变动的影响

根据《鼓励软件产业和集成电路产业发展的若干政策》（国发【2000】18 号）、财政部、国家税务总局《关于宣传文化增值税和营业税优惠政策的通知》（财税[2006]153 号）、《财政部、国家税务总局关于部分货物适用增值税低税率和简易办法征收增值税政策的通知》（财税[2009]9 号）的规定，公司增值税享受软件企业的优惠政策，本公司自行开发研制软件产品销售收入按 13%（2007 年 1 月 1 日前为 17%）的法定税率计缴增值税，对实际税负超过 3%的部分实行即征即退政策，该政策于 2010 年到期。如该优惠政策 2010 年到期后，政府主管部门如无相应的后续税收优惠政策出台，公司销售收入将按 13%计缴增值税，税负将大幅提高，影响公司盈利状况。政府主管部门正在着手制定《软件与集成电路发展条例》，已多次征求意见，该条例将与《鼓励软件产业和集成电路产业发展若干政策》（国发【2000】18 号）有关政策形成衔接，预计国家对软件产业的扶持政策将保持延续性。

根据《财政部 国家税务总局 海关总署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），以及深圳市南山区地方税务

局于 2007 年 7 月 23 日出具的深地税南函（2007）237 号《关于深圳市方直科技有限公司减免企业所得税问题的复函》，同意本公司自获利年度起，第一至第二年度免征企业所得税，第三至第五年度减半征收企业所得税。本公司 2007 年度为弥补完亏损后的第一个获利年度，2007 年度～2008 年度免征企业所得税，2009 年度、2010 年度和 2011 年度企业所得税减半征收。公司已于 2009 年 6 月份认定为国家级高新技术企业，资格有效期为三年，2009 年至 2011 年公司可依法减按 15%的税率计缴企业所得税，因公司现享受的软件企业所得税优惠政策尚未到期，未来两年公司将分别按 11%、12%的税率计缴企业所得税。公司享受的企业所得税优惠政策到期后，如公司未取得其他企业所得税优惠政策，公司缴纳的企业所得税将大幅上升。

（四）网络发展和普及的影响

目前公司的产品以光盘为载体。网络本身是传播通道也是载体，随着网络的发展、普及，人们对教育产品的使用习惯、购买习惯以及个性化需求等消费习惯会发生变化。形势所迫，公司如不进入网络时代，公司将处于被动地位。未来几年，公司将加大网络教育的投入，通过网络增加公司影响力，携在中小学同步教育领域的先发优势，培养新的利润增长点。

（五）人才储备的影响

鉴于公司的业务特点，公司的发展对人才的要求很高，公司人才需深刻理解教育、软件、出版、动漫行业，对教育产品的推广需要对人才进行综合培训，人才培养时间较长，公司对管理、开发、营销人才需求量大，公司聘用了较多的专家和优秀的一线老师作为公司的战略发展顾问。近几年公司对人才的投入很高，储备了大批人才，为公司业务继续保持快速发展奠定了基础。

七、股利分配政策

（一）公司最近三年股利分配政策和实际分配情况

1、一般政策

《公司章程》对于股利分配政策做出了相关规定：

公司分配当年税后利润时，应当提取利润的10%列入公司法定公积金。公司法定公积金累计额为公司注册资本的50%以上的，可以不再提取。 公司的法定公积金不足以弥补以前年度亏损的，在依照前款规定提取法定公积金之前，应当先用当年利润弥补亏损。公司从税后利润中提取法定公积金后，经股东大会决议，还可以从税后利润中提取任意公积金。

公司弥补亏损和提取公积金后所余税后利润，按照股东持有的股份比例分配，但本章程规定不按持股比例分配的除外。

股东大会违反前款规定，在公司弥补亏损和提取法定公积金之前向股东分配利润的，股东必须将违反规定分配的利润退还公司。

公司持有的本公司股份不参与分配利润。

公司股东大会对利润分配方案作出决议后，公司董事会须在股东大会召开后2个月内完成股利(或股份)的派发事项。

公司可以采取现金或者股票方式分配股利。公司利润分配政策为：在满足公司正常生产经营所需资金的前提下，实行持续、稳定的利润分配制度，公司利润分配不得超过累计可分配利润的 70%。

2、公司近三年利润分配情况

2008 年 1 月，根据公司股东会决议，以现金方式分配 2007 年度利润 15 万元。报告期其他年份未分配利润。

（二）发行后的股利分配政策

本公司本次发行后的股利分配政策将与发行前保持一致，具体分配方案由董事会提出预案，经股东大会审议后决定。

（三）发行前滚存利润的分配安排

2009 年度第 2 次临时股东大会审议通过了本公司发行前滚存利润的分配安排：若本公司本次公开发行股票（A 股）并在创业板上市方案经中国证监会核准并得以实施，首次公开发行股票前滚存的未分配利润在公司首次公开发行股票并在创业板上市后由新老股东共同享有。截至 2009 年 12 月 31 日，本公司未分配利润为 1,627.55 万元。

第十一节　募集资金运用

一、本次募集资金运用计划

公司本次拟向社会公开发行股票 1,100 万股，占发行后总股本 25%，实际募集资金扣除发行费用后的净额为【　】万元，将全部用于公司主营业务相关的项目及主营业务发展所需的营运资金。

公司募集资金存放于董事会决定的募集资金专户集中管理，做到专款专用。开户银行为【　】，账号为【　】。

本次募集资金投向经公司股东大会审议通过，由董事会负责实施。募集资金将按照轻重缓急顺序投入以下项目：

单位：万元

项目名称	投资总额	项目备案情况
中小学英语同步教育软件升级及版本扩充项目	5,798	深南发改备案[2009]0009 号
中小学多学科（不含英语）同步教育软件项目	2,779	深南发改备案[2009]0010 号
营销网络扩建项目	2,700	深南发改备案[2009] 0012 号
研发中心建设项目	1,090	深南发改备案[2009] 0011 号
其他与主营业务相关的营运资金项目		

若本次实际募集资金小于上述项目投资资金需求，缺口部分由本公司自筹方式解决。

二、董事会及股东大会对本次募集资金运用的意见

公司全体董事已就本次募集资金投资项目进行了充分考虑和审慎调查，一致认为本次募集资金的运用符合公司的发展规划和长远利益，具有实施的可行性。上述募集资金投资项目已经公司第一届董事会第三次会议及 2009 年第二次临时股东大会审议通过。

三、本次募集资金投资项目与本公司现有业务的关系

本次募集资金投资项目全部属于或服务于公司主营业务。实施募投项目的主要目标是巩固和扩大当前的主营业务，进一步扩大公司在中小学同步教育软件及服务市场的份额，巩固行业领导地位。

此次募集资金拟投资的项目实施后，将丰富和拓展公司的产品种类，提高公司产品对区域市场的覆盖率；强化营销渠道建设，加速公司进入新区域的同步教育市场，增加新的盈利增长点；提高公司准确跟踪客户需求的能力，对产品进行升级换代，提升服务的品质，增加老客户的需求粘性，提高对潜在客户的吸引力，扩大公司在同步教育市场的份额；推动公司精准把握行业发展趋势，针对未来热点进行前导性研究，抓住未来发展的先机，符合公司的发展战略。

公司拟投资 5,798 万元建设中小学英语同步教育软件升级及版本扩充项目（以下简称“英语产品升级及扩充项目”），对已有软件产品进行升级，增加产品种类，提供增值服务，提升已有英语产品品质和区域适用性，同时利用公司在这一领域积累多年的经验和资源，对尚未开发的中小学其他英语教材版本的同步教育软件进行“一步到位”的全方位开发，丰富产品种类，提高英语产品的市场覆盖率，以较低的边际成本实现盈利能力的快速提升，巩固英语产品的市场地位。

公司拟投资 2,779 万元建设中小学多学科(不含英语)同步教育软件项目(以下简称“多学科产品开发项目”)。该项目依托中小学英语产品成功的开发运营模式，计划对中小学其他主要学科（语文、数学、科学、社会）的同步教育软件进行开发，开拓新学科市场，在中小学同步教育软件市场进行横向学科的延伸，增加新的盈利增长点，增强金太阳品牌在同步教育市场的综合竞争力。

公司拟投资 2,700 万元对公司的营销网络进行扩建。该项目旨在通过对营销网络进行扩建，确保公司能够准确实现对现有市场的深度挖掘和渗透以及对潜在的目标市场的快速占领，同时为客户提供更便捷、更全面的营销服务。该项目建成后，不仅能扩大公司营销网络的覆盖区域，为实现战略规划提供有力支持，更能通过营销服务提高公司营销的效率，增强客户满意度及忠诚度，并深度挖掘客户的潜在需求。

公司拟投资 1,090 万元建设研发中心。建立研发中心的目的在于对中小学同步教育软件的发展方向、最新的教育改革理念、不断变化的市场和客户需求以及

同步教育最新的实现技术手段进行密切跟踪和研究，保持公司的竞争优势；同时对相关技术进行开发，供公司储备或将研究的成果转化成产品，进一步增强公司的自主创新能力。研发中心建成后，公司计划对个性化学习、教学改革方向、市场调研和新技术四个热点课题展开研究。

其他与主营业务相关的营运资金项目是针对公司业务特点而实施，资金全部用于补充主营业务营运资金，此项目对于促进公司主营业务的快速发展将起到重要的推进作用。

四、募投项目市场前景分析

据国家统计局统计数据显示，2008 年全国小学人数为 10,331.5 万人，初中生人数为 5,584.97 万人，高中生人数为 2,476.28 万人，市场基数巨大，教育软件市场需求强劲，发展前景广阔。具体而言，其市场前景可以从以下四个方面体现：

（一）国家对教育、软件、动漫产业的大力支持

国家对教育产业、软件产业以及动漫产业的高度政策支持，为横跨教育、软件、出版、动漫四个行业的同步教育软件产业的发展提供了有利的宏观政策背景。有利政策主要表现在四个方面：

1、推进教育信息化

2000 年起，国家相继出台了一系列推进素质教育和推广教育信息化的政策措施，从政策层面加大了对中小学素质教育、信息化教育的重视程度。从 2002 年至 2006 年的五年间，国内投资于教育软件市场的资金总额增长了五倍，仅 2008 年中国教育信息化的投入规模就达 411.2 亿元，国家对教育信息化的大力支持为同步教育软件产业的发展提供了充足的硬件支持和技术支持，促进了同步教育软件的推广和使用。

2、大力发展软件业

2000 年起，国务院相继发布《鼓励软件产业和集成电路产业发展的若干政策》、《振兴软件产业行动纲要(2002～2005 年)》，信息产业部会同有关部门制定了《软件企业认定标准及管理办法》、《软件产品管理办法》、《国家软件产业基地

管理办法》、《软件业统计管理办法(试行)》等相关配套政策。《电子信息产业调整和振兴规划（2009-2011 年)》中明确要提升软件产业的自主发展能力，推进软件企业向服务化转型，从财政、税收优惠与减免、扩大投资、改善软硬件环境、支持国货等多角度制订了十项政策措施，为软件企业带来实质性利好。上述政策的颁布为软件产业发展创造了良好的政策环境，推动产业发展步入了加速发展的轨道。

3、重视知识产权保护

盗版是软件产业发展面临的主要问题，企业自主研发得到的软件著作权得不到充分的保护。2004～2008 年，《保护知识产权专项行动方案》和《国家知识产权战略纲要》等政策的制定，加大了对知识产权的保护力度，为软件企业的自主创新创造了良好的环境。

4、对动漫产业发展高度支持

为增强教学的趣味性，提升学生学习的主动性，中小学同步教育软件中通常都包含了大量的原创动漫形象，国家对动漫产业的政策支持也有利于同步教育软件产业的发展。《财政部等部门关于推动我国动漫产业发展的若干意见》,、《国家“十一五”时期文化发展规划纲要》等政策，都体现了国家对发展动漫产业、提高国产动漫产品的数量和质量的大力支持。2009 年《财政部、国家税务总局关于扶持动漫产业发展有关税收政策问题的通知》为动漫产业的发展进一步提供了税收优惠支持。

（二）家庭教育支出的增加及新课程改革的深化，催化了同步教育服务市场容量的不断扩大

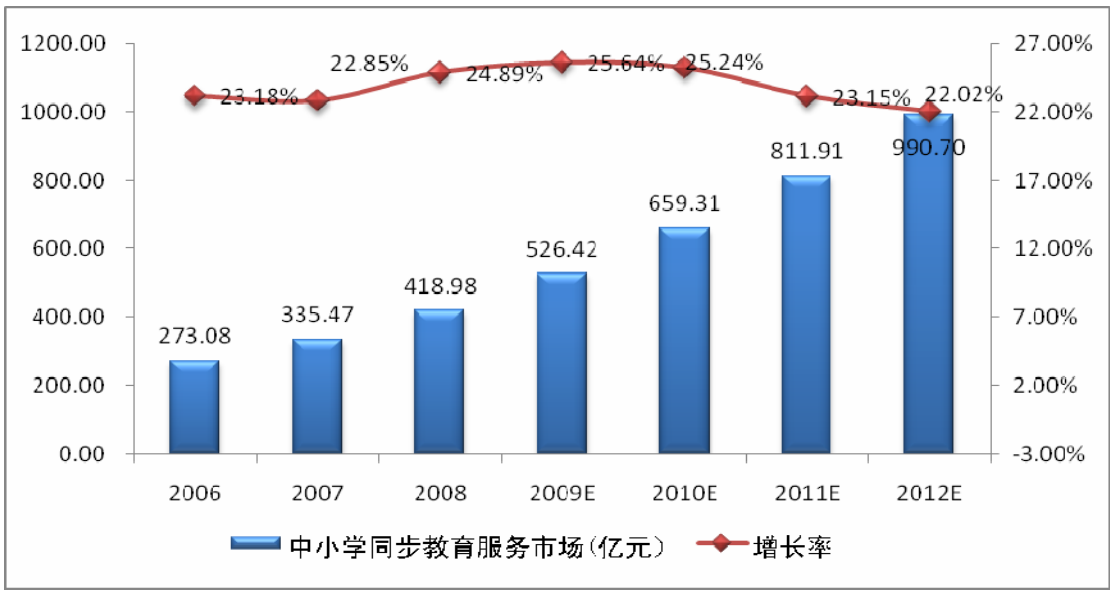
汉鼎咨询的统计资料显示，目前我国家庭教育经费主要用于家庭教育设备的添置和孩子课外教育的费用，近几年大多数家庭教育费用增长率都在 20%－30%，教育已经成为众多中青年夫妇家庭第一消费。家庭教育支出占家庭收入比重的逐年上升，促进近三年国内中小学同步教育服务市场呈现出快速增长态势。

在新课程改革实施之初，中小学同步教育服务提供商顺应家长不能让孩子输在起跑线上的心理，适时推出了与新课程标准教材配套的同步教育软件、课外辅导培训、电子学习机等服务，使同步教育服务市场需求快速释放，获得了巨大成

功。随着新课程改革的进一步深入，为适应新课程改革的变化，将会有更多的学生开始选择购买同步教育软件、电子学习机或接受课外辅导等同步教育服务。

基于我国中小学的庞大规模，预计中小学同步教育服务市场容量在未来三至五年仍将继续成长，2009 年至 2012 年同步教育服务市场的预计规模及增长率如下图所示：

图表 中小学同步教育服务市场规模（不包含教辅材料）



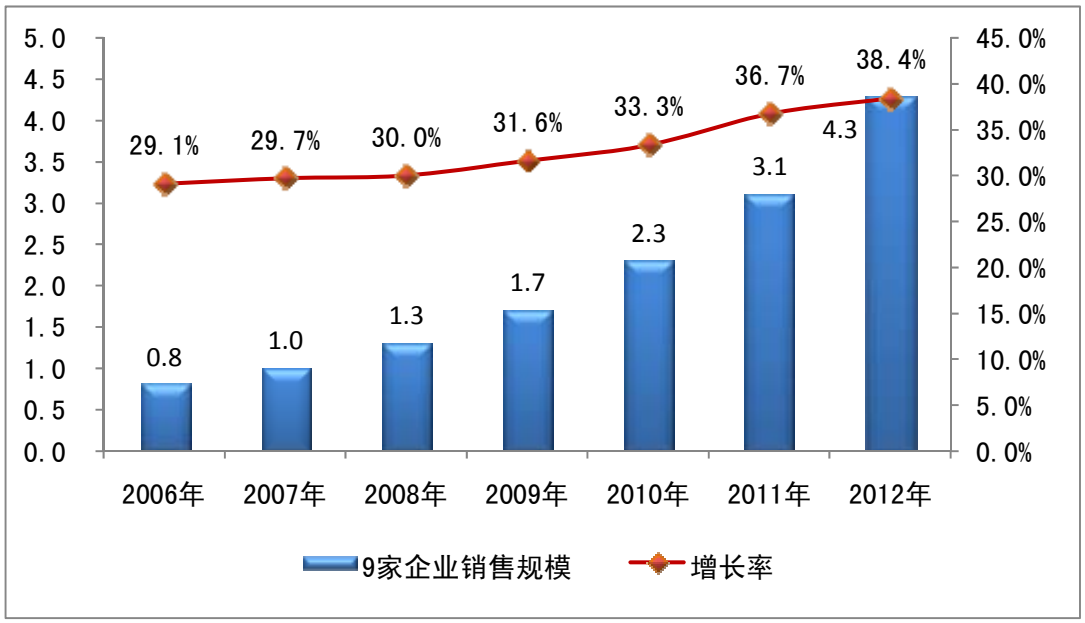
数据来源：汉鼎咨询

（三）中小学同步教育软件市场增长迅速

在中小学同步教育服务领域，相对于课外辅导培训和电子学习机而言，同步教育软件具有价格低、教学互动好、更新频率快、消费的持续性强等综合优势，是同步教育服务行业未来发展的趋势。随着计算机在家庭和学校中的普及，教育信息化程度的不断提高，近三年来同步教育软件行业市场容量大约以每年 30%以上的速度增长，增速明显高于课外辅导培训市场和电子学习机市场。

汉鼎咨询以国内 9 家重点同步教育软件企业作为研究样本，对该 9 家企业的生产和销售情况（不包含同步教育软件之外的业务部分）进行调研，调查结果显示该 9 家企业 2008 年的总体销售规模大约为 1.3 亿元，比 2007 年增长了大约 30%。汉鼎咨询预测，该 9 家企业平均将保持 30%以上的增长率，2012 年将达到 4.3 亿元。如下图所示：

图表 同步教育软件企业抽样调查市场规模



数据来源：汉鼎咨询

（四）中小学同步教育软件市场潜在规模庞大

根据国家教育部统计，2008 年全国共有小学 30.09 万所，在校生 10,331.51 万人，小学教职工 613.29 万人；初中学校 5.79 万所，在校生 5,584.97 万人，初中专任教师 347.55 万人，加上高中在校学生 2,476.28 万人，中小学人数共计约 18,392.76 万人，如此庞大的中小学生人数催生了庞大的市场需求。同步教育软件行业属于朝阳行业，市场远未达到饱和状态，且同步教育软件的需求会随着产品品质的提升不断增长，潜在的市场容量极为庞大。

根据汉鼎咨询提供的《2006 年-2012 年中国中小学同步教育服务细分市场研究及重点企业竞争力深度调研报告》，在综合分析家庭教育支出现状、同步教育软件需求的普遍性特性以及未来消费发展趋势等基础上，测算潜在学生的人均消费水平，并以此计算出潜在的市场容量，预计同步教育软件单一学科潜在的市场容量达 183.93 亿元。

五、本次募投项目概述及投资概算

本次公开发行后募集所得资金，主要用于建设英语产品升级及扩充项目、多学科产品开发项目、营销网络扩建项目、研发中心建设及其他与主营业务相关的营运资金项目五个项目。其中英语产品升级及扩充项目、多学科产品开发项目、

营销网络扩建项目、研发中心建设四个项目的具体投资构成如下表所示：

单位：万元

项 目	英语产品升级及扩充项目	多学科产品开发项目	营销网络扩建项目	研发中心建设项目	合计	
	投资金额	投资金额	投资金额	投资金额	金额	比例
1.建设投资	3,712	2,036	2,193	718	8,659	70.02%
1.1 软硬件工具购置费	586	246	118	462	1412	11.42%
1.2 专家咨询费用	95	50	110	100	355	2.87%
1.3 委托开发费用	498	361	-	-	859	6.95%
1.4 培训费用	60	50	-	-	110	0.89%
1.5 开发支出（人工）	2,226	1,186	80	-	3,492	28.24%
1.6 新技术产品及资料购买费用	-	-	-	108	108	0.87%
1.7 办公及相关配套设备	102	69	448	30	649	5.25%
1.8 购置办公用房产及装修费用	145	74	1,320	18	1,557	12.59%
1.9购置ERP系统	-	-	117	-	117	0.95%
2.铺底流动资金	2,086	743	507	372	3,708	29.98%
合 计	5,798	2,779	2,700	1,090	12,367	100%

注：1、软硬件工具购置费：用于购买相关的开发设备及软件。

2、专家咨询费：支付资深教育专家对产品的审查、修改建议等咨询费用及对教育专家进行的相关培训费用。

3、委托开发费用：为保证教育理念能够融合在产品设计中，项目开发过程中需要委托各地教师为软件内容编写稿件，并支付委托开发费用。另外，美术与程序制作中重复性较多的制作也将委托开发。

4、培训费用：主要用于对新老员工进行技能培训、管理人员的管理能力培训、各级人员的职业素养培训等费用支出。

5、开发支出（人工）：开发人员工资，不含通过铺底流动资金支付的人工开发费用部分。

6、办公及相关配套设备：办公桌椅、复印机、打印机等各种日常设备。

各个项目的投资金额及投资比例系在公司研发、市场和销售等部门提供的相关信息和历史数据的基础上运用科学的方法进行测算得出，符合公司未来发展的

实际需求。

（一）中小学英语同步教育软件升级及版本扩充项目

1、项目概述

本项目主要基于公司在中小学英语同步教育领域积累多年的优势，依托公司在英语同步教学软件开发的技术和经验积累，对已有软件产品进行升级，增加产品种类，提供增值服务，提升已有英语产品品质和区域适用性，同时利用公司在这一领域积累多年的经验和资源，对中小学英语教材其他版本的同步教育软件进行“一步到位”的全方位开发，丰富产品种类，提高英语产品的市场覆盖率，以较低的边际成本实现盈利能力的快速提升，巩固英语产品的市场地位。

项目投资预算总额为 5,798 万元，计划全部通过上市募集方式获得，其中建设投资 3,712 万元，含软硬件购置费 586 万元，办公及相关配套设备 102 万元，办公场地装修费用 145 万元；铺底流动资金 2,086 万元。本项目由两个子项目构成，即已有英语软件产品升级项目和新版本英语软件产品开发项目。

（1）已有英语软件产品的升级主要包括三方面的内容：第一，修订原有产品中的不足，增加和调整部分产品功能、增加相关的扩展知识等。由于原有同步教育软件产品经过一定时间销售后，随着教材等外部环境的变化，以及产品设计理念和制作技术的提高，需要进行整体的升级，才能延长产品生命周期。第二，将现有的软件产品转换制作同步课堂录像，扩大产品的适用区域，满足教学活动中的各种不同层次的需求；第三，在产品中增加开发同步训练及评价服务。此项目开发后，将大幅增加原有产品的价值，也能增强产品在各种不同区域的适应性，满足教学活动中的各种不同层次的需求，为教学、学习提供全方位服务。

（2）新版本英语软件产品开发项目主要是对公司目前尚未涉及的中小学英语其他教材版本进行研究，全面开发与其配套的同步教育软件，包括各种增值产品和服务的一次开发完成，实现产品版本的丰富，扩大产品可覆盖的区域，增强公司综合竞争力。

2、项目投资必要性分析

为了进一步提高英语产品的品质，公司需要对已有英语产品进行不断修订和增值开发，同时增加英语产品版本的数量，实现对潜在市场的快速覆盖。综合考虑软件产品的特性、中小学英语同步教育市场状况及前景、公司产品的盈利能力

等方面的因素，公司拟建设该项目的原因主要有以下三个方面：

（1）对已有产品升级有利于延长产品生命周期，提升服务品质，保持产品持续竞争力

同其他软件产品一样，教育软件产品也有自身的生命周期，其中软件维护与升级是软件生命周期中持续时间最长的阶段。教育软件开发完成并投入使用后，随着教材修订等外部环境的变化，软件可能无法继续适应用户的要求，需要对产品进行整体的升级和维护，延续其生命周期，否则软件产品将会逐步淡出市场。同时，随着产品设计理念的丰富和制作技术的提高，公司也必须对产品进行修订和增值开发，以充分满足客户需求，提升产品竞争力。

过去十一年中，公司的产品之所以能够在中小学英语同步教育市场占据领导地位，很大程度是由于公司产品的设计和开发始终以贴近用户需求为最首要目标，通过及时、广泛、持续地对用户反馈信息进行收集，不断对产品进行升级，使得公司产品逐步得到市场的认可，有效地提升了产品的竞争力。在未来，公司计划通过更为及时、科学、有效的方式，对中小学英语同步教育产品进行升级，扩充产品功能，提升产品品质，进一步扩大市场份额。

（2）英语同步教育市场前景广阔，增加英语产品种类，有利于扩大市场份额，增强公司抵御区域教材版本变化风险的能力

由于英语教育水准的高低与地方经济发展程度和对外开放程度关联性较高，经济发展及教育水准的差异化使得全国中小学英语教育所采用的教材版本种类繁多，出现“一个教学大纲，多个教材版本”的局面。此前受到资金规模的限制，公司已开发的版本主要分布在东部沿海地区及部分省会城市，对其他地区的英语同步教育产品的开发无暇顾及。截至 2009 年 12 月 31 日，公司已开发的小学英语教材版本只有 14 种版本，尚有 20 种版本没有进行开发，已开发的初中英语教材版本（不含 3 种地方教材版本）只有 4 种，尚有 6 种版本没有开发。由于没有与这些教材同步的产品，公司因而无法进入使用这些版本的教育市场。随着经济发展和教育信息化程度的不断提高，电脑、VCD 等家电也开始在内地学校和家庭中快速普及，内地家庭收入中投入于中小学生教育支出的比重逐年升高，中小学英语教育软件的市场需求将在这些地区显现并逐步释放。关于市场前景的详细分析参见本节“市场前景分析”部分。

利用公司现有多媒体教学资源及积累的经验，开发其他版本教材的同步教育

软件，一方面可以增加产品在全国范围内的覆盖面，扩大市场需求，提升和巩固公司在此方面的领先地位；另一方面，各个地区使用的教材版本可能会发生变化，多版本扩展有助于强化公司的多版本优势，提高抵抗区域教材版本变动风险的能力。

（3）有利于公司以较低的边际成本进一步提升英语产品的盈利能力

中小学英语同步软件是公司当前盈利能力最强的产品，亦是公司过去在设计、开发、管理、营销渠道各个环节投入最大、经验积累最为丰富的领域。基于公司在英语教育软件多年积累的开发、技术、资源、管理优势，公司可以仅用较低的成本迅速实现小学及中学英语教材同步产品版本的丰富，并对公司最为熟悉的中小学客户群体进行营销，实现对公司核心优势资源最大程度的复用，从而实现对市场中空白区域的快速占领，最终增强英语系列产品的盈利能力。

3、项目实施基础

经过在教育软件行业多年的沉淀，在技术上，公司掌握了多种多媒体开发平台技术，成功开发出了多个同步教育软件产品。本项目将以现有技术为基础，进一步从深度和广度上，提升产品数量与质量，为更多的学习者提供服务。本项目的开发将采用先进的技术手段，利用 Windows 服务程序、Socket、XML 等技术；采用最新的计算机开发平台，融合最新的多媒体、网络、人工智能和数据库，降低对系统的性能要求。多媒体软件的开发流程将全部采用矩阵式并行开发流程，将软件设计、脚本、策划、平面、手绘、动画、音效、程序、数据库、测试等开发工序科学组合，高效开发出高品质产品，充分发挥了计算机的交互式技术和多媒体技术。在管理上，公司标准化、流程化的管理，能够有利保障项目开发效率和质量得到了大幅提升，也为项目的顺利实施，提供了有利的实施保障。

此外，公司在产品设计上，拥有了丰富的经验和“外脑”，内部优秀的策划人员及一大批外部教育专家，能够有效实现教育理念与产品设计的融合。公司与外部教育专家共同进行课题研究，研究教学改革方向、课程改革要求、新课标的变化、新的实用的教学方法、公司产品设计理念、产品设计的内容，同时对公司产品进行审查和提出反馈意见。

4、项目实施进度安排

本项目建设期 2.5 年，募集资金到位后第 T1 年至第 T3 年上半年，完成全部

同步教育软件开发工作。募集资金到位后 3 个月内完成办公用房装修工程，装修期内员工利用原有办公场所办公。具体的项目实施进度如下表所示：

图表 项目实施进度表

项目	T1		T2		T3
	1-6 月	7-12 月	1-6 月	7-12 月	1-6 月
小学英语升级开发	PEP 版英语上册、广州版英语上册、江苏版英语上册、深圳版英语上册、上海版英语（本地）上册、新标准版英语(一年级起）上册、新标准版英语(三年级起）上册、北师大版英语(一年级起）上册	PEP 版英语下册、广州版英语下册、江苏版英语下册、深圳版英语下册、上海版英语（本地）下册、新标准版英语(一年级起）下册、新标准版英语(三年级起）下册、北师大版英语(一年级起）下册	上海版英语（外地）上册、冀教版英语上册、广东版英语上册、新版英语上册、新起点英语上册	上海版英语（外地）下册、冀教版英语下册、广东版英语下册、新版英语下册、新起点英语下册	教学资源包
初中英语升级开发	新目标英语上册、江苏版英语上册、广州版英语上册	新目标英语下册、江苏版英语下册、广州版英语下册	深圳版英语上册、上海版（外地）上册、河北版上册	深圳版英语下册、上海版（外地）下册、河北版下册	教学资源包
小学英语版本扩充			湖南版上册、北师大版(三年级起）上册、闽教版上册	湖南版下册、北师大版(三年级起）下册、闽教版下册	安徽版、上海外语教育出版社
初中英语版本扩充			上海版（本地）上册、北师大上册	上海版（本地）下册、北师大下册	湖南版、新标准版英语、上海外语教育出版社

5、项目投资概算

（1）投资金额总量及其依据

本项目投资金额总量为 5,798 万元，计划通过上市募集方式获得，募集资金总量的推算依据为：首先预期项目投产为公司带来的新增销售额，之后确定获得新增销售收入所需新增投入的固定资产金额，以及进行项目流动资金需求总额的估算，则建设投资金额（含软硬件购置费、项目开发费，办公及相关配套设备、办公场地装修费用）和铺底流动资金额之和，即为本项目的投资金额总量。

图表 第 T1 至 T6 年本项目预期新增销售额

单位：万元

项 目	T1	T2	T3	T4	T5	T6
预计新增销售额	858	2,399	4,265	6,898	8,839	9,543

上述募集资金项目各年销售额是根据公司现有产品平均价格与预计新产品未来销售量计算得出；持续期为 6 年是基于教材一般六年进行一次大的调整而做的谨慎估计。

报告期公司产品销售价格稳定，平均结算价均在 45 元左右（销量预测和结算均价都未包含教育系统征订）。在募投项目中，各版本按平均单价 42 元作为预测的基本定价，比实际水平稍低，符合谨慎原则。此外，教育资源包按每套结算价 3000 元计，对于大型软件产品来说，此定价是比较便宜的。

募投项目各年销售量是在分析产品前景、市场需求、预计各年新增客户等基础上谨慎测算得出。

各项新产品收入假设的持续期为 6 年，则属非常谨慎估计。教育部对国家基础教育课程标准大的改动需要十年左右的时间。发行人开发的同步教育软件,主要特点是与学生课本同步配套,根据教育部课程改革精神编写并通过审查的教材一般生命周期为十年。实际上，即使教材更换，为保持教学的连贯性，也是从起始年级逐步更换，以小学为例，教材更换的方式为一年级开始更换，六年才能更换完毕；且教材更新后，公司对产品进行相应更新升级即可进入新的销售周期。

（2）投资金额比例

项目投资金额比例如下表所示：

图表 项目投资金额比例

项 目	投资金额（万元）	占募集资金总量比例（%）
1 建设投资	3,712	64.02%
1.1 软硬件工具购置费	586	10.11%
1.2 项目开发费用	2,879	49.66%
1.2.1 专家咨询费用	95	1.64%
1.2.2 委托开发费用	498	8.59%
1.2.3 培训费用	60	1.03%

1.2.4 开发支出（人工）	2,226	38.39%
1.3 办公及相关配套设备	102	1.76%
1.4 办公场地装修费用	145	2.50%
2 铺底流动资金	2,086	35.98%
合 计	5,798	100.00%

注：1、受项目所处细分行业特点的影响，建设投资中因不包含生产厂房和生产设备的投资，其在项目总投资中的占比低于传统制造业；同时，项目包含原有软件升级费用决定了项目前期流动资金需求额较高，因此铺底流动资金额也较高。

2、上表中开发支出（人工）未包括通过铺底流动资金支付的人工开发费用。

（3）项目主要投资明细

本项目的开发支出主要为开发人员工资，随着近年人工成本的不断增高，研发技术人员的薪酬也呈现出较大增幅，预计在未来 3～5 年，软件开发人员薪酬仍将进一步增长。根据公司行政与人力资源部提供的人力资源招聘计划及预计薪酬标准，按照开发人员年均收入 7.8 万（月平均收入 6,500 元/人）来计算，开发支出（人工）的具体明细表如下：

图表　开发支出明细表（万元）

项目	分类	T1		T2		T3		合计
		人数	支出	人数	支出	人数	支出	
已有软件产品的升级	小学英语	93	725.4	56	436.8	18	70.2	1,232.4
	初中英语	22	171.6	24	187.2	10	39	397.8
	小计	115	897	80	624	28	109.2	1,630.2
新版本软件产品开发	小学英语			31	241.8	52	202.8	444.6
	初中英语			20	156	51	198.9	354.9
	小计			51	397.8	103	401.7	799.5
合计		115	897.0	131	1,021.8	131	510.9	2,429.7

注：上表中的开发支出（人工）包含通过铺底流动资金支付的人工开发费用部分。

同步教育软件开发过程中需要配备电脑、服务器等硬件开发设备。同时在项

目开发过程中，有大量视频需要拍摄，因此，需要配备一定标准的录音摄影棚以及相关的影视设备，以便完成拍摄及后期处理工作。开发所需硬件设备的投入明细表如下：

图表　开发硬件设备购置投入明细

单位：元

序号	设备名称	型号	单价	数量	合计
一	开发人员电脑	常规	6,538	175	1,144,205
二	服务器、存储设备及其他设备	常规	30,179	21	633,760
三	录音棚及录音设备				425,268
1	录音棚装修	常规	250,050	1	250,050
2	其他录音设备	常规	10,307	17	175,218
四	影视前后期设备				714,435
1	摄像机	松下 AJ-D815MC	69,500	4	278,000
2	非线性编辑	大洋 ME500e	69,800	2	139,600
3	记录设备	常规	10,020	10	100,200
4	其他设备	常规	12,290	16	196,635
	总 计				2,917,668

多媒体同步教育软件在开发过程中，涉及面很广，需要处理的素材种类很多，因此需要购买相应的多媒体素材处理及合成工具软件，如图片编辑、动画设计、音视频编辑等各种软件以及相应的编程工具软件。

图表 开发工具软件购置投入明细

单位：元

序号	规格	单价	数量	合计
一	系统及办公软件	2,060	150	309,000
二	开发工具类软件	—	—	2,581,060
三	测试及服务器平台	7,940	6	47,640
	总　计			2,937,700

6、项目投资的合理性分析

该项目拟对公司现有产品中的 19 个小学及初中英语产品版本进行升级。不断对软件产品升级是公司产品具有竞争力的核心所在。升级主要包括三方面的内容：第一，修订原有产品中的不足，增加和调整部分产品功能，增加相关的扩展知识等；第二，将现有的软件产转换制作同步课堂录像，扩大产品的适用区域，满足教学活动中的各种不同层次的需求；第三，开发同步训练及评价服务。同时，该项目还将对公司尚未涉及的其中 10 个英语教材版本进行“一步到位”的全方位开发。

（1）开发支出的合理性

软件企业由于开发、生产的特殊性以及物理载体价格的低廉性，软件产品成本中比重最高的研发人员的人工成本。在本项目的募集资金投资结构中，人工开发支出（包含通过铺底流动资金支付的人工开发费用部分）所占投资总额的比例也是最高的。其中对现有的 19 个产品版本进行升级的人工开发支出为 1,630.2 万元，占该项目开发支出总额的 64.06%，对 10 个英语教材新版本软件产品开发的人工开发支出为 799.5 万元，占该项目开发支出总额的 35.94%。

对已有英语产品的升级所需要的开发支出（包含人工开发支出、通过铺底流动资金支付的人工开发费用）主要包括现有产品修订、同步课堂录像、同步训练及评价三部分。对每个版本进行升级所需投入的人工开发成本如下表所示：

单位：万元

子项目名称	版本名称	册数	单册开发费用（单位万）			版本费用合计
			现有产品修订	同步课堂录像	同步训练及评价	
已有小学英语产品升级	PEP 版、广州版、江苏版、深圳版等 13 个版本产品	136	2.7	2.2	3.7	1169.6
	小学英语教学资源包	12	—	—	—	62.8
	小计	148	—	—	—	1232.4
已有初中英语产品升级	新目标、江苏版、广州版等 5 个版本产品	38	3.6	2.2	3.7	361

	初中英语教学资源包	6	—	—	—	36.8
	小计	44	—	—	—	397.8
合 计						1,630.2

对英语新版本产品的开发将采取“一步到位”的全方位开发，其开发所需人工成本主要用于开发同步教育软件、同步课堂录像、同步训练及评价三个方面。每个版本每册开发费用如下表所示：

单位：万元

子项目名称	版本名称	册数	单册开发费用			版本费用合计
			同步教学软件开发	同步课堂录像	同步训练及评价	
小学英语版本扩充	湖南版、北师大版、闽教版、安徽版、上海外语教育出版社等 5 个版本	44	4.1	2.2	3.8	444.4
初中英语版本扩充	上海版（本地）、北师大版、湖南版、新标准版、上海外语教育出版社等 5 个版本	32	4.54	2.2	4.36	355.1
	合 计	76				799.5

（2）铺底流动资金的合理性分析

该项目铺底流动资金总额对占项目投资总金额 35.98%，与教育软件企业高流动资产、低固定资产的轻资产结构相匹配，主要为日常经营所需的货币资金、应收账款、预付账款、存货扣除应付账款后的金额。英语产品升级及版本扩充项目所需流动资金（包含人工开发费用和办公场地租赁费）的估算以公司近三年的日常经营所需的铺底流动资金为参照依据进行测算。具体所需的铺底流动资金明细表如下所示：

项 目	T1	T2	T3	T4	T5	T6	合计
1. 流动资产新增合计	602	959	1,080	1,504	1,109	402	5,656
其中：							
货币资金	358	520	549	756	557	202	2,942
应收账款	116	209	253	357	263	96	1,294

预付款项	19	33	40	57	42	15	206
存货	109	196	237	335	247	90	1,214
2. 流动负债新增合计	55	99	120	169	125	45	613
其中：应付账款	55	99	120	169	125	45	613
3. 新增流动资金需求	547	859	960	1,335	985	357	5,043
4.铺底流动资金额	547	859	680	0	0	0	2,086

注：1、T1、T2、T3 年流动资金需求除了正常营运资金需求外，还包括人工开发费用。
2、办公场地租赁费用含在每年正常营运资金需求里。

（3）与现有业务投入的匹配性

公司自 1998 年开始进行中小学同步教育软件产品的研发。1998 年～2008 年，公司在同步教育软件产品上的开发支出总额累计 1,549.83 万元，累计开发完成中小学同步教育软件产品 22 个，其中小学英语产品 13 个，初中英语产品 7 个，高中英语产品 1 个，信息技术产品 1 个。上述开发费用为自 1998 年逐年投入，且之前研发人员的工资较低。如以现在开发人员的工资水平计算，并考虑资金的时间成本，要实现该 22 个英语产品的开发，所需资金将远远超出 1,549.83 万元的水平。英语产品升级及版本扩充项目投资金额及投资比例是在充分考虑目前市场开发人员工资水平、软硬件市场价格及公司目前产品开发投入等情况后，经审慎测算得出。

7、项目可能存在的环保问题及采取措施

项目实施过程中需租赁办公用房，相关场地清理、室内精装修工程和机电安装工程，施工过程中将产生一定的噪音、扬尘、工程材料废料及废水等，公司将确保将其控制在国家环保规定或标准范围之内；其它相关可行性研究、施工图设计等工作不涉及产生噪音、排放废料、排放污水等环境影响问题。项目实施及投产过程中的硬件设备购置及安装调试、软件工具购置、研究开发工作、实施和运行维护等系列工作均不涉及产生排放废料、排放污水等环境影响问题。

8、项目的选址

项目实施地点为广东省深圳市南山区科技中二路深圳软件园，即以公司总部为项目实施基地，考虑到项目实施后，公司会增加办公人员，如总部现有办公场地无法容纳，公司将以租赁的方式在总部附近的科技园片新增办公面积。

9、经济效益分析

项目运营期内计划实现年均销售收入 5,467 万元，年均税后净利润 1976 万元，年均上缴各类税金 901 万元。主要技术经济指标具体如下：

图表　项目主要技术经济指标

经济指标	预期值	备　注
财务内部收益率（所得税后）	34.08%	
投资回收期（所得税后）	4.73	---
项目投资财务净现值（所得税后）	4,235	折现率=12%
资本金财务内部收益率	42.08%	
总投资收益率	27.51%	按项目运营期内年平均息税前利润与投资总额的比率进行计算
项目资本金净利润率	34.09%	按项目运营期内年均净利润与项目资本金的比率进行计算

（二）中小学多学科（不含英语）同步教育软件项目

1、项目概述

公司拟投资 2,779 万元建设中小学多学科（不含英语）同步教育软件项目，进行主营业务的横向学科拓展，对小学语文、数学、社会、科学和初中数学等主要学科进行同步教育软件产品及教学资源包的开发，丰富公司产品线，对英语产品的成功开发运营模式进行复制，增加新的盈利增长点，提高公司抵抗单一学科市场需求波动的风险。

本项目由六个子项目构成，即小学语文同步教育软件开发项目、小学数学同步教育软件开发项目、小学科学同步教育软件开发项目、小学社会同步教育软件开发项目、初中数学同步教育软件开发项目以及教学资源包项目。

项目建成后，多学科产品将产生良好经济效益，增加公司新盈利点，并能有效抵御单一学科产品销售下降带来的市场风险；同时与公司现有英语同步教育软件形成规模优势，降低单位产品分摊的研究、开发及运营成本，提升公司的整体盈利能力，可持续发展能力增强。

项目建设期预计为 2 年，项目达产后，每年可新增销售收入 2,327 万元，年新增净利润 743 万元。项目所得税后内部收益率为 30.01%，税后静态投资回收

期 4.88 年。

2、项目投资必要性分析

新课程标准强调每一门课程都要采用现代教育手段对相关教育资源进行开发与利用，中小学的其他主要学科也同样存在着强大的同步教育软件需求。《中国教育改革和发展纲要》明确指出中小学教育要由“应试教育”转向全面提高学生的综合素质。在实施素质教育和教育创新的过程中，教育教学手段的现代化，特别是教育软件的开发和运用，起着至关重要的积极作用。此前由于受到资金及规模的制约，公司主要对中小学英语同步教育软件产品进行开发并销售，在其他学科领域开发的产品比较少，无法实现对相关市场领域的覆盖。

本项目完成后，公司的产品将改变公司产品学科单一的现状，降低公司的经营风险，满足中小学教师和学生对多学科同步教育软件的潜在需求。公司将借助现有的营销网络、客户基础以及多年积累的产品开发经验，复制英语产品成功的开发运营模式，使多学科同步教育产品逐步成长为公司新的盈利增长点，提升金太阳品牌在同步教育市场的综合竞争力。具体而言，项目实施完成后，将对公司的以下两个方面产生有利影响：

（1）有利于增强公司的品牌影响力和自主创新能力

其他主要学科的同步教育软件推出后，公司将实现对中小学同步教育市场的全方位覆盖，为客户群体提供一揽子同步教育软件服务，减少师生的采购成本，同时有利于提高广大师生对公司产品的粘度，提升金太阳品牌的影响力，从而增强公司在中小学同步教育市场的核心竞争力。此外，公司拟在新开发的同步教育软件中引入评价体系，对学生的学习情况进行评价，并提出相应学习建议；同时根据公司积累多年的教育软件开发经验，在各学科领域教育专家的指导下，按教学要求特点，构建适合这些学科的各种常用模块，进一步提升公司的自主创新能力。

（2）增加新的盈利点，降低经营风险，有利于公司的可持续发展

公司目前营业收入主要来自中小学英语同步教育产品，盈利结构比较单一，公司经营受市场波动的影响较大。随着信息技术在教育领域的深入运用，语文、数学、社会与科学等主要学科市场也存在强劲的潜在需求。

基于公司在英语教育软件多年积累的开发、技术、资源、管理优势，公司在

多学科同步教育软件的设计、开发等方面可以用较低的成本实现多版本产品的扩充。同时，由于其他主要学科产品和英语学科产品的目标客户群具有一致性，公司可以充分利用现有的营销渠道，对其最为熟悉的中小学客户群体进行营销，实现对公司核心优势资源最大程度的复用，最终增强英语系列产品的盈利能力。

3、项目实施方案

本项目建设期 2 年，募集资金到位后第 T1 年至第 T2 年，完成小学语文、小学数学、小学科学、小学社会、初中数学等学科的同步教育软件和教学资源包开发。募集资金到位后 3 个月内完成办公用房装修工程，装修期内员工利用原有办公场所办公。具体项目实施进度安排如下：

图表 项目开发实施安排

产品学科	T1		T2	
	1-6 月	7-12 月	1-6 月	7-12 月
小学语文	人教版（上册）、苏教版（上册）、北师大版（上册）	人教版（下册）、苏教版（下册）、北师大版（下册）	—	—
小学数学	苏教版（上册）、人教版（上册）	苏教版（下册）、人教版（下册）	北师大版（上册）	北师大版（下册）
小学科学	—	—	人教版（上册）	人教版（下册）
小学社会	—	—	人教版（上册）	人教版（下册）
初中数学	—	—	人教版（上册）、北师大版（上册）	人教版（下册）、北师大版（下册）
教学资源包	—	—	小学语文（上册）、小学数学（上册）、小学科学（上册）、初中数学（上册）	小学语文（下册）、小学数学（下册）、小学科学（下册）、初中数学（下册）

4、项目实施基础

本项目的实施基础同“中小学英语同步教育软件升级及版本扩充项目”。基于公司在英语教育软件多年积累的开发、技术、资源、管理优势，公司在多学科同步教育软件的设计、开发等方面将不存在大的技术障碍和管理难度，可以用较

低的成本实现多版本产品的扩充。同时，由于其他主要学科产品和英语学科产品的目标客户群具有一致性，公司可以充分利用现有的营销渠道，对其最为熟悉的中小学客户群体进行营销，实现对公司核心优势资源最大程度的复用，从而实现对市场中空白区域的快速占领，最终增强英语系列产品的盈利能力。

5、项目实施可行性分析

（1）多学科产品的开发基础

基于公司在同步教育软件领域积累十一年的经验，公司在人力资源、开发技术、资源素材、项目管理、营销体系等各个方面都已经形成良好的基础。具体分析如下：

①研发设计基础

教育理念如何在软件中体现是教育软件开发的重点。公司与各地的出版社、教研室等机构长期积累的合作关系，建立了一系列标准形式的模块做法和规范，可以帮助公司有效识别其他学科的教育特点，并将其应用到多学科产品的开发中去。通过课件制作服务、组织教师参于产品设计、参加教师培训会议等多种活动形式，公司与外部教育专家共同进行课题研究，研究教学改革方向、课程改革要求、新的实用的教学方法、产品设计理念等，同时对公司产品进行审查和提出反馈意见，从而将第一线的教育思想融入到产品之中。目前国内语文、数学、科学和社会学科的出版社也是与公司合作过多年的出版社，同时公司在推广英语产品的过程中，和各地教育部门建立了良好的沟通，在启动新学科项目时能够通过教育部门组织专家和老师参加项目前期的策划和定位工作。

在开发技术和流程方面，公司掌握了多种软件开发技术，建立了高效的教育软件开发平台，大大提高了开发制作效率。同时，公司积累了大量的开发资源。目前公司拥有 2.1 万分钟 Flash 动画、1500 个角色造型和场景、5 万张图片及软件界面素材、2 万分钟视频数据、26 万个音频资料。这些制作素材在多学科项目的开发过程中都具有很高的重复使用性。

此外，根据公司开发其他学科产品的经验，其他学科产品开发的复杂程度和难度要低于英语产品。在产品功能方面，英语产品通常对听、说、读、写、做、唱、玩、演、视等功能的要求比其他学科要高，因此，多学科产品的开发成本和开发难度会相对低些。

②渠道共享

目前公司产品拥有约 278.25 万用户，方直金太阳品牌的良好形象已在中小学客户群体中牢固树立，同时公司已在东部沿海等经济发达地区及省会城市建立了完整、高效、健全的营销网络和渠道，与当地的教育部门建立了广泛的合作关系，并与主要出版社建立了牢固的战略伙伴关系。由于多学科产品的客户群体与公司已有客户群体具有很高的重合性，公司不需要搭建新的销售平台和网络，可以通过现有营销网络直接进行多学科产品的推广活动和销售。公司以往针对中小学客户群体高效的营销推广模式，为公司复制中小学英语产品的成功模式进行业务的横向学科拓展创造了有利条件，因此，公司进行多学科产品业务的拓展将不存在大的管理运营和市场营销障碍。

③人才储备

本公司拥有一支规模大、实力雄厚的技术团队，不断将先进的信息技术应用到软件产品的研发设计中，将为本公司的多学科产品的开发提供强有力的技术支持。本公司现有研究开发人员 52 人，占公司总人数的 32.50%，其中研发部中层管理人员在公司的平均服务年限在 6 年以上，技术骨干在公司的平均服务年限在 4 年以上，为公司进行多学科产品的开发提供了有力的保障。在公司目前的研发团队中，参与开发小学语文产品的人员共有 18 人，其中策划人员 8 人，开发人员 10 人，其中有 30%的人员具有一线教师经验，为公司开发出来的多学科产品能够准确贴近客户需求、拥有良好的品质提供了有力保障。

（2）多学科产品开发现状

2007 年公司在教育部“农村远程教育”招标项目中成功中标小学语文、小学科学和小学社会三个学科，与人民教育出版社合作开发三门学科的自主探究学习资源的建设。该项目公司已累计投入自有资金 48.77 万元进行开发，预计 2010 年完成，现已累计获得订单 357.20 万元。

此外，公司还与河北天鹿电子出版社签订合作开发协议，合作开发冀教版小学语文和小学数学教师教学用书配套教育软件，其中小学语文项目已累计投入自有资金 25.51 万元，该项目的小学语文一至六年级共 12 学期产品已开发完成并上市销售，已累计获得订单 42.37 万元。

公司已与国内语文教材覆盖面最广的语文出版社签订合作开发协议，合作开发与语文版小学语文（S 版）教科书配套的《语文教学参考》配套教育软件。该

产品预计 2010 年 4 月可以开发完成并上市销售。

小学多学科产品目前的开发支出及情况如下表所示：

单位：万元

产品名称	学 科	开发支出	累计订单金额
农村远程教育项目探究性学习资源	小学语文	21.87	357.20
	小学科学	13.21	
	小学社会	13.69	
冀教版小学语文教师用书	小学语文	25.51	42.37
冀教版小学数学教师用书	小学数学	1.99	—
语文社语文（S 版）教参配盘	小学语文	19.55	105.42
合 计		93.13	504.99

（3）多学科产品开发项目周期的合理性

根据公司对英语产品的开发经验，一个英语新版本产品从设计、开发、推广到投放市场一般不超过六个月。多学科产品由于在教学理念、开发特点、开发流程与英语产品还是存在一定的差异，从设计、开发、推广到投放市场一般需要六个月以上。但对于一个新的行业进入者而言，如果没有在同步教育软件开发领域积累开发资源、营销资源及多学科产品开发的前期研发投入和尝试，多学科产品的研发设计、推广、市场培育周期则至少需要 2～4 年，而要为广大教师及学生所接受，则需更长时间。

经过长时间大量技术和业务的积累，公司将核心技术全面整合，形成了全新的教育资源平台理念和一系列的软件开发技术组件，通过参数的配置，可以大大节省多学科产品的开发的时间，缩短开发周期。公司已经开始对小学语文、数学、社会、科学的同步教育产品的研究开发,部分产品已获得订单开始上市销售。

基于公司在英语产品方面积累多年的开发资源、营销资源及多学科产品开发的前期研发投入和尝试，公司预计募集资金投资项目之二“中小学多学科（不含英语）同步教育软件项目”中每个版本的开发周期在 6 个月左右，该开发周期经公司研发部门、市场部门、销售部门共同论证通过。经过 6 个月的开发后，多学科产品即可进入推广销售阶段。

6、项目投资概算

（1）投资金额总量及其依据

本项目投资金额总量为 2,779 万元，计划通过上市募集方式获得，募集资金总量的推算依据为：

首先预期项目投产为中小学多学科同步教育软件的新增销售额，之后确定获得新增销售收入所需新增投入的固定资产金额，以及进行项目流动资金需求总额的估算，则固定资产投资金额和铺底流动资金额（不超过项目流动资金需求总额的 30%）之和，即为本项目的投资金额总量。第 T1 至 T6 年中小学多学科同步教育软件项目新增销售额(预期值)如下表所示：

单位：万元

项 目	T1	T2	T3	T4	T5	T6
预计新增销售额	289	1,008	1,856	2,868	3,649	4,292

（2）投资金额比例

图表　项目投资金额比例

项 目	投资金额（万元）	占募集资金总量比例(%)
1 建设投资	2,035	73.25%
1.1 软硬件工具购置费	246	8.85%
1.2 项目开发费用	1,647	59.26%
1.2.1 专家咨询费用	50	1.80%
1.2.2 委托开发费用	361	12.99%
1.2.3 培训费用	50	1.80%
1.2.4 开发支出（人工）	1,186	42.67%
1.3 办公及相关配套设备	69	2.48%
1.4 办公场地装修费用	74	9.95%
2 铺底流动资金	511	18.39%
合 计	2,779	100%

（3）项目主要投资明细

开发支出主要为人工成本，具体明细如下表所示：

图表 开发支出明细

单位：万元

项目	T1		T2		合计
	人数	支出	人数	支出	
小学语文同步教育软件开发	48	374.4	8	62.4	436.8
小学数学同步教育软件开发	29	226.2	22	171.6	397.8
初中数学同步教育软件开发	—	—	19	148.2	148.2
小学科学同步教育软件开发	—	—	15	117	117
小学社会同步教育软件开发	—	—	11	85.8	85.8
合　计	77	600.6	75	585	1,186

软件开发过程中需要配备电脑、服务器等硬件开发设备，并且在项目开发过程中，有大量视频需要拍摄，因此，需要配备一定标准的录音摄影棚以及相关的影视设备，以便完成拍摄及后期处理工作。

图表 硬件设备购置明细

单位：元

序号	名 称	规 格	单 价	数 量	合 计
一	开发人员电脑	常规	6,870	106	728,205
二	服务器、存储设备及其他设备				454,330
1	交换机（核心）	思科 WS-C3560	15,030	5	75,150
2	不间断电源	山特 C10KS	29,800	4	119,200
3	开发服务器（3T 以上容量）	IBM System x3850	19,990	3	59,970
4	大容量备份存储中心（50T）	定制	200,010	1	200,010
总 计					1,182,535

多媒体同步教育软件在开发过程中，涉及面很广，需要处理的素材种类很多，因此需要购买相应的多媒体素材处理及合成工具软件，如图片编辑、动画设计、

音视频编辑等各种软件以及相应的编程工具软件。

图表　工具软件购置明细

单位：元

序号	规 格	合 计
1	系统及办公软件	201,880
2	开发工具类软件	1,054,170
3	测试及服务器平台类软件	28,100
	总 计	1,284,150

7、项目可能存在的环保问题及采取措施

本项目能存在的环保问题及采取措施同“中小学英语同步教育软件升级及版本扩充项目”。

8、项目的选址

项目实施地点为广东省深圳市南山区科技中二路深圳软件园，即以公司总部为项目实施基地，考虑到项目实施后，公司会增加办公人员，如总部现有办公场地无法容纳，公司将以租赁的方式在总部附近的科技园片新增办公面积。

9、经济效益分析

项目运营期内计划实现年均销售收入2,327万元，年均税后净利润743万元，项目主要技术经济指标如下：

图表　项目主要技术经济指标

技术经济指标	预期值	备 注
财务内部收益率（所得税后）	30.01%	
投资回收期（所得税后）	4.88	---
项目投资财务净现值（所得税后）	1,594	折现率=12%
资本金财务内部收益率	32.21%	
总投资收益率	21.75%	按项目运营期内年平均息税前利润与投资总额的比率进行计算
项目资本金净利润率	26.74%	按项目运营期内年均净利润与项目资本金的比率进行计算

（三）营销网络扩建项目

1、项目概述

本项目旨在通过对营销网络扩建，保证公司能够对已有市场和目标市场进行渗透和拓展，并为客户提供更便捷更全面的教育服务。

公司将以现有的珠三角、长三角和京津地区市场为依托，在华南、华东、华北、华中、东北、西南和西北地区建立分公司并下辖办事处，以各分公司为中心实现对周边市场的覆盖。在开拓新销售区域的同时，公司还将加大对已进入市场的深度挖掘，完善营销服务体系，提升公司区域市场的服务能力，加大对当地师生、代理商、终端渠道、当地出版社、教育研究部门和电教馆的服务，排除空间障碍，使营销网络的各个节点响应市场的速度更快、服务更贴近用户需求。公司将集中资源，确保现有优质区域的数量和份额提升，同时与电脑销售商、教学硬件设备提供商和教育网络工程方案商等形成策略联盟，保证洞察市场的敏锐度和发展方向的正确性，从而进一步提高市场占有率，保证公司在这些地区的强势营销地位。

为了方便潜在客户试用公司产品，吸引更多客户购买，同时收集用户对公司产品的反馈，公司拟建立网上产品体验中心，将公司现有教育软件移植到互联网络，让客户能够直观、真实、及时地体验公司产品，提高公司产品的知名度，同时在此基础上提供更多的增值服务。

为进一步完善售前售后服务、提高品牌影响力，公司拟建立客户服务中心。建立客户服务中心的目的在于在为用户做好售前--售中--售后服务。在提高公司服务的美誉度的同时，还能够通过科学、系统、有效的技术手段，持续、及时掌握一线市场的动态，把握市场变化趋势，收集用户的市场反馈信息，进而升级产品及服务，抓住未来发展先机。

本项目由三个子项目构成，分别为设立分公司和办事处、建立网上产品体验中心、建立客户服务中心。项目建设期预计为 2 年，预计投资预算总额为 2,700 万元。该项目建成后，不仅能完善公司的营销网络，实现对目标市场的快速覆盖，更能通过营销服务有效提高公司营销的有效性，增加客户满意度及忠诚度，并挖掘潜在客户的需求。

2、项目投资必要性分析

（1）营销网络扩建是企业实现利润增长的关键因素，也是提高企业市场竞争力的重要环节。随着教育软件市场需求逐渐旺盛，行业内的竞争也将愈演愈烈，对市场开拓力度成为能够成功的关键一环。此外，在盗版现象屡禁不止的情况下，完善的营销网络在打击盗版中的作用愈显重要。

（2）公司目前的营销网络主要分布在东部沿海地区及部分省会城市，随着中、西部地区的经济发展和信息化程度的不断提高，以及国家政策利好的促进下，电脑、VCD 等开始在内地学校和家庭中快速普及，这些地区的中小学生已经成为同步教育软件产品及服务的潜在用户，中小学英语教育软件的需求将呈现爆发式的增长。关于市场前景的详细分析参见本节“市场前景分析”部分。要保持公司在中小学同步教育市场的领导地位，就必须加强对这些地区营销网点的建设，加强对重点地区的销售和服务能力，扩大公司产品的销售覆盖面积。

（3）服务于客户、贴近客户需求是公司最近几年能够迅速发展的关键因素。公司产品之所以能够在过去的几年里迅速占领市场并处于行业领先地位，很大程度上是由于公司的产品设计和研发始终以贴近用户需求为导向，充分满足了学生在英语学习中的各项需求。因此，公司需要建立客户服务中心，帮助公司以最有效的方式、利用最少的资源提供超越客户期望的卓越服务。同时，辅以 CRM（客户关系管理系统），提高营销的有效性，从而达到提高客户满意度、保证客户的忠诚度、挖掘潜在客户的需求的目的。

3、项目实施进度安排

（1）项目实施进度安排

项目建设期为 2 年，募集资金到位后第 T1 年至第 T2 年完成所有项目工作。

图表 分公司和办事处设立子项目实施进度安排

项 目		T1		T2	
		1-6 月	7-12 月	1-6 月	7-12 月
分公司和办事处扩编	北京、上海、成都分公司扩编	实施期			
	天津、广州、济南、沈阳、南京、杭州办事处扩编	实施期			
分公司和办事处新建	西安、武汉分公司新建	实施期	实施期		

	郑州、石家庄、南宁、福州办事处新建		实施期	实施期	
	长沙、太原、呼和浩特、哈尔滨、南昌、合肥、兰州、长春办事处新建		实施期	实施期	实施期

图表 网上产品体验中心子项目实施进度安排

项 目	T1		T2	
	1-6 月	7-12 月	1-6 月	7-12 月
组建体验中心项目组	实施期			
体验中心策划	实施期	实施期		
体验中心设计开发		实施期	实施期	
体验中心测试			实施期	
体验中心上线				实施期

图表 客户服务中心子项目实施进度安排

项 目	T1		T2	
	1-6 月	7-12 月	1-6 月	7-12 月
筹建客服中心	实施期			
客服系统选型	实施期			
实施部署客服系统		实施期	实施期	
客服系统投入使用			实施期	实施期

4、项目投资概算

（1）投资金额总量及其依据

项目投资预算总额为 2,700 万元，计划通过上市募集方式获得。其中项目建设投资 2,193 万元，铺底流动资金 507 万元，分别由分公司及办事处设立、网上产品体验中心、客户服务中心三个子项目所需建设投资资金和铺底流动资金的加总得来，详见下表。

图表 项目投资金额总额构成 （单位：万元）

项 目	建设投资资金	铺底流动资金	合计

1.分公司及办事处设立	1,718	382	2,100
2.网上产品体验中心	252	65	317
3.客户服务中心	223	60	283
合　计	2,193	507	2,700

（2）投资金额比例

下面分别对三个子项目的投资金额比例与进度安排进行描述。

图表 分公司及办事处设立子项目投资金额比例

项 目	投资金额（万元）	占募集资金总量比例
1.建设投资资金	1,718	81.81%
1.1 房产购置	1,320	62.86%
1.2 办公设备购置	253	12.05%
1.3 运输车辆购置	145	6.9%
2.铺底流动资金	382	18.19%
合　计	2,100	100%

图表 网上产品体验中心子项目投资金额比例

项 目	投资金额（万元）	占募集资金总量比例
1.建设投资资金	252	79.5%
1.1 软件工具购置	57	17.8%
1.2 硬件设备购置	35	11.2%
1.3 专家咨询费	50	15.8%
1.4 办公设备购置	30	9.5%
1.5 开发支出	80	25.2%
2.铺底流动资金	65	20.5%
合　计	317	100%

图表 客户服务中心子项目投资金额比例

项 目	投资金额（万元）	占募集资金总量比例
1.建设投资	223	78.8%
1.1 客户服务系统购置	117	41.3%
1.2 硬件设备购置	26	9.2%
1.3 系统实施咨询费	60	21.2%
1.4 办公设备购置	20	7.1%
2.铺底流动资金	60	21.2%
合 计	283	100%

5、项目效益分析

本项目作为公司营销网络的一部分，不构成利润中心，因此无法单独进行单独的财务评价。本项目建成后，公司的营销网络将从现有的珠三角、长三角和京津地区扩大到华南、华东、华北、华中、东北、西南和西北地区，帮助公司实现对目标市场的快速占领和渗透。同时，该项目的实施将帮助公司加大对已进入市场的深度挖掘，完善营销服务体系，提升公司区域市场的服务能力，使营销网络的各个节点响应市场的速度更快、服务更贴近用户需求，进一步提高市场占有率，保证公司在这些地区的强势营销地位。

（四）研发中心建设项目

1、项目概述

公司拟投资 1,090 万元建立研发中心。建立研发中心的目的首先在于对教育软件的发展方向、最新的教育改革理念、不断变化的市场和客户需求以及最新的同步教育实现的技术手段进行密切跟踪和研究，保持公司的竞争优势；其次是对相关技术进行开发，供公司储备或将研究的成果转化成产品。

公司产品之所以能够在过去的几年里迅速占领市场并处于行业领先地位，很大程度上是由于公司的产品在中小学同步教育软件的研发方面积累的大量的经验，能够准确把握教育软件产品的发展方向，以贴近用户需求为导向，开发出了符合用户使用习惯的软件产品，并对产品进行不断升级和完善，充分满足了学生在英语学习中的各项需求。因此，在未来的发展中，公司必须紧跟教育的改革，对市场进行深入研究，对学生学习特性进行分析研究，为客户提供最佳的同步教

育服务。研发中心成立后，将主要对以下四个方向进行跟踪与研究：

（1）个性化网络教育研究

不同学生的思维方式不同，对同一知识点掌握程度不同、灵活应用水平亦不尽相同，因此，针对每一个学生个体的学习方式和学习习惯的不同，以网络作为媒介为学生提供有针对性的教育服务将是教育服务行业未来发展的方向。网络教育服务最大的优势在于方便、快捷，用户接受教育服务不必再受到时间、空间以及教育资源存在差异等限制，足不出户、随时随地即可接受优质的教育服务。网络教育不仅能够克服传统教育软件难以与用户形成互动关系的局限性，还能够通过对用户学习行为的跟踪、用户学习成果分析等手段进一步提供针对个体学习特征的个性化教育服务。对个性化网络教育进行研究，有助于公司及早进行相关产品及服务的研究和设计，抓住发展的先机，增加未来的盈利增长点。

（2）教学改革研究

公司将主要通过聘请英语、语文、数学等学科的教育专家，召开研讨会，研究教育改革方向，跟踪新课程标准的最新变化，将其中的教育理念准确贯彻到产品设计中，保证公司的产品能够最大程度地符合并贴近国家对中小学同步教育的要求。

（3）市场调研

公司将通过购买教育软件市场行业的调查报告、组织面向用户群体的市场调研活动等手段，及时掌握市场动态，为公司的整体发展规划提供支持。

（4）新技术研究

公司拟开展对 RIA、三维动画、J2EE、silverlight、3DMAX、.NET 框架、SQL Server 架构等技术的研究，为公司开发新的产品和服务提供技术基础支持。

2、项目投资必要性分析

研发是教育服务企业生存发展的根本。在过去十一年的经营中，公司的产品之所以能够得到市场的充分认可和青睐，是因为公司始终重视对自主创新能力的培养。公司目前已有的所有同步教育软件产品均系公司自主研发。要保证公司在行业中的竞争地位，并不断发展壮大，就必须不断地进行研发投入，尽早对行业未来热点进行前导性研究，为产品及服务的技术升级做充足的技术储备。只有对市场趋势、新技术发展、教改方向进行深入研究并及早着手相应的技术准备，公

司才能保证其在中小学同步教育市场领导者地位。

以个性化网络教育为例说明，目前的教育软件开发已经进入了第三代——智能与网络相结合。智能性体现在对问题的自动推理、解答和用户与计算机的交互性上。第三代教育软件强调以学习者为中心，根据学习者所提出的问题进行合理的解答与分析，以素质教育为目标，以培养学习者的学习能力、创造能力为重点，把“要我学”变成“我要学”。随着网络技术迅猛发展和网络应用的日益普及，未来的教育也会逐渐发展到网络教学上，互联网与教学相结合，形成多层次、多形式、多功能的教学方式，网络教学将更能体现教育软件的智能化、个性化的特点，并且在资源整合利用方面也会有很强的优势，逐渐将现有用户吸引到网络上来，逐步取代以光盘为载体的这一产品形态。如果公司不能及时对行业趋势进行把握，并着手进行相关技术和产品的研发，公司必将被市场淘汰。

3、项目实施方案

项目建设期 2 年，募集资金到位后第 T1 年至第 T2 年完成项目所有工作。

图表　项目实施进度表

项 目	T1		T2	
	1-6 月	7-12 月	1-6 月	7-12 月
租赁办公区	实施期			
办公设备购置	实施期			
成立教改研究组		实施期	实施期	
成立市场调研组		实施期	实施期	
成立个性化研究组		实施期	实施期	
成立新技术研究组		实施期	实施期	
开展各项研究			实施期	实施期

4、项目投资概算

（1）投资金额总量及其依据

项目投资预算总额为 1,090 万元，计划通过上市募集方式获得。其中项目建设投资 718 万元，铺底流动资金 372 万元。

（2）投资金额比例

图表 项目投资金额比例

单位：万元

项 目	投资金额（万元）	占募集资金总量比例
1.建设投资资金	718	65.89%
1.1 软硬件购置费用	462	42.37%
1.1.1 软件工具购置	397	36.41%
1.1.2 硬件设备购置	65	5.96%
1.2 专家咨询费	100	9.17%
1.3 新技术产品及资料购买	108	9.90%
1.4 办公设备购置	30	2.75%
1.5 办公场地装修费用	18	1.69%
2.铺底流动资金	372	34.11%
合 计	1,090	100%

（3）项目投资细则

图表 硬件设备购置明细

单位：元

设 备	单 价	数 量	合 计
1. 工作站			
1.1 P4 2.8 及以上主频	6,000	20	120,000
1.2 研发及测试用笔记本电脑	10,000	4	40,000
2.服务器			
2.1 开发及测试服务器 3.0 及以上主频	40,000	5	200,000
2.2 网站服务器 Intel Xeon E7420 以上	50,000	5	250,000
3.其他仪器设备	10,000	4	40,000
合 计			650,000

图表 软件设备购置明细

单位：元

设备	单价	数量	合计
1.办公软件	3,000	60	180,000
2.杀毒软件	2,880	25	72,000
3.开发工具类软件			521,500
4.服务器操作系统	40,000	13	520,000
5.数据库及中间件系统			800,000
6.测试工具			1,800,000
7.项目管理软件	12,000	6	72,000
合　计			3,965,500

6、项目可能存在的环保问题及采取措施

本项目可能存在的环保问题及采取措施同“中小学英语同步教育软件升级及版本扩充项目”。

7、项目的选址

项目实施地点为广东省深圳市南山区科技中二路深圳软件园，即以公司总部为项目实施基地，考虑到项目实施后，公司会增加办公人员，如总部现有办公场地无法容纳，公司将以租赁的方式在总部附近的科技园片新增办公面积。

8、**经济效益分析**

由于研发中心无法独立产生经济效益，不构成利润中心，因此无法对其经济效益做财务方面的评价。研发中心的建立后，公司将对教育软件的发展方向、最新的教育改革理念、不断变化的市场和客户需求以及最新的同步教育实现的技术手段进行密切跟踪和研究，保证公司的竞争优势，同时还将对相关技术进行开发，供公司储备或将研究的成果转化成产品，掌握未来发展先机。

（五）其他与主营业务相关的营运资金项目

1、项目实施的必要性

（1）较大规模的营运资金是公司业务发展的内在需求和重要条件

公司主要从事中小学同步教育软件的研发、设计、销售及持续服务，公司产品主要体现为智力成果，属轻资产型公司。公司不需要大规模的固定资产投资，

不持有土地、房产等不动产，无机器设备，主要固定资产为电子设备。公司的业务特点为将主要资源投放于研发设计、人力资源、市场开拓上。公司资产流动性很强，报告期内，流动资产占资产总额的比例均在91%以上。

因此，充足的营运资金是公司业务发展的内在需求和重要资源保障；公司的发展规模和发展速度，很大程度上取决于公司的营运资金规模。

（2）营运资金规模较小已成为制约公司快速发展的重要因素

公司在市场区域拓展、多版本、多学科、网络在线教育等方面都面临很大的市场空间和发展机遇。但受资金实力的约束，公司目前实施的是“专而精”的发展战略，产品学科较为单一，主要针对中小学英语教育需求提供同步教育服务，销售也主要集中在国内几大重点一线城市。尽管货币资金占公司资产比例较高，但运营资金的总体规模较小，在缺乏外部运营资金补充的情况下，公司只能依赖自身积累，本着稳健原则，逐步发展。随着公司在产品做精做细的基础上不断做强做大，经营规模的进一步扩大，对资金的需求量越来越多，营运资金不足已成为公司发展的瓶颈。

2、营运资金的管理安排

公司拥有充足的营运资金是业务发展的内在需求和重要条件，是公司主营业务快速增长保障。对于该项目的管理运营安排，公司将严格按照《募集资金管理办法》等相关规定及公司业务发展的需要使用该运营资金。

公司从募集资金专用帐户调用该营运资金时，将向开户银行提供由董事会做出的最近一期调用营运资金的半年计划，且作出该计划的董事会会议召开日至向开户银行提供该计划的期限不得超过半年。

公司在进行该项目营运资金使用时，资金支出必须严格按照公司资金管理制度履行资金使用的审批手续。

六、本次募集资金投向对公司财务状况和经营状况的影响

募集资金运用对公司整体财务和经营状况的影响主要体现在以下几个方面：

（一）优化产品结构，提升盈利能力

本公司产品目前主要为小学及初中英语教材的同步教育软件产品，募投项目

实施后，一方面公司小学及初中英语产品的版本将会增加，另一方面，除英语之外的中小学其他主要学科的同步教育软件产品也将构成公司产品结构的一部分。在未来，公司还有可能开发个性化网络教育服务等个性化的产品和服务。产品种类和版本都将得到丰富，英语产品在销售收入总额中所占比重将下降，多学科产品销售收入的比重上升。鉴于英语学科产品和其他主要学科产品的目标客户群具有一致性，公司在中小学同步教育软件产品领域也积累了多年的开发、技术、管理、运营经验，因此，多学科同步教育软件在设计、开发等方面与英语产品将不存在大的技术障碍和管理难度，在营销方面，多学科产品也完全可以通过公司原有的英语产品销售渠道以较低的成本快速进入市场。 因此，募投项目实施后，公司的产品结构发生的变化将不会对本公司产生重大的影响。

同时，募集资金投资项目中小学英语同步教育软件升级及版本扩充项目及中小学多学科（不含英语）同步教育软件项目具备优良的盈利性，中小学英语同步教育软件升级及版本扩充项目全部达产后，公司每年可新增销售收入 5,467 万元，年均新增净利润 1,976 万元。中小学多学科（不含英语）同步教育软件项目全部达产后，每年可新增销售收入 2,327 万元，年均税后净利润 743 万元。

（二）提高产品及服务品质，提升公司核心竞争力

募集资金投资项目成功实施后，公司的产品种类将会更加丰富，服务品质得到提高，主营业务规模进一步扩大，同时以客户为中心，对产品的内容及功能进行更新升级，提升服务品质，使公司核心竞争力得到增强，从而进一步巩固公司在中小学同步教育软件行业的领先地位。

（三）进一步增强研发能力

研发中心的建立后，公司将对教育软件的发展方向、最新的教育改革理念、不断变化的市场和客户需求以及最新的同步教育实现的技术手段进行密切跟踪和研究，从而保证公司的竞争优势，同时还将对相关技术进行开发，供公司储备或将研究的成果转化成产品，掌握未来发展先机。

（四）完善营销网络，提升营销服务能力

募集资金投资项目实施后，公司的营销网络将从现有的珠三角、长三角和京津地区扩大到华南、华东、华北、华中、东北、西南和西北地区，从而帮助公

司实现对目标市场的快速占领和渗透。募投项目的实施，还将帮助公司加大对已进入市场的深度挖掘，完善营销服务体系，提升公司区域市场的服务能力，使营销网络的各个节点响应市场的速度更快、服务更贴近用户需求，进一步提高市场占有率，保证公司在这些地区的强势营销地位。

（五） 净资产大幅增长，净资产收益率短期内将下降

本次发行后，公司净资产和每股净资产将大幅增长，而在募集资金到位初期，由于投资项目尚处于投入期，将使公司的净资产收益率在短期内有较大幅度的降低。但随着募集资金投资项目的逐步达产，公司的盈利能力持续提升，公司的净资产收益率将稳步提高。

（六）新增开发支出摊销及固定资产折旧的影响

仅以中小学英语同步教育软件升级及版本扩充项目、中小学多学科（不含英语）同步教育软件项目、营销网络扩建项目、研发中心建设项目测算，项目建成后将新增开发支出 3,412 万元，每年新增开发支出摊销 568.75 万元；新增固定资产 2,726 万元，每年新增折旧 475 万元；上述项目投产后，预计可实现年均销售收入 7,794 万元，年均净利润 2,710 万元，该净利润已考虑扣除新增摊销、折旧，但如果公司上述项目未能达到预期目标，新增开发支出摊销、固定资产折旧将给公司经营带来较大压力。公司其他与主营业务相关的营运资金项目投入使用后，对于增强公司资金实力和核心竞争力，实现公司发展目标提供重要的保障。

第十二节 未来发展与规划

一、本公司发展战略和经营目标

（一）公司的战略目标

本公司为国内领先的中小学同步教育软件产品及服务提供商，公司基于对客户需求的深刻理解以及多年来积累的先进教育理念和成熟开发设计经验，依托较强的市场响应速度和有效的营销网络，提供最符合中小学师生教学与学习习惯的同步教育产品及服务。

本公司未来将以中小学英语同步教育产品及服务为基础，对已有的英语产品进行内容升级和功能完善，加大对英语学科其他教材版本同步产品的开发，拓展在中小学其他主要学科同步产品市场的业务，强化公司在中小学同步教育行业的竞争优势和市场领导地位，同时密切关注个性化教育的动态及新技术的发展动向，适时切入个性化网络教育服务市场，利用先进的网络技术提高客户群体对公司产品和服务的需求粘性，并在此基础上提供个性化的增值服务，打造方直金太阳品牌在同步教育市场的影响力，使公司逐步成为中国最大的同步教育科技资源的提供商和服务供应商。公司未来发展的战略远景如下：

第四阶段 开创海外市场
开发面向国外市场的汉语学习为核心的教育软件和其他中国传统文化的教育学习软件和网络平台，传播中国文化

第三阶段 培育个性化网络化教育平台
开发面向网络的教育平台，提供个性化教育支持，增强客户对公司产品及服务的需求粘性。

第二阶段 开发新产品、拓展新区域
以中小学其他学科为目标，开发多学科产品，并继续开发初中及高中的英语产品，扩大金太阳品牌在同步教育市场的影响力。

第一阶段 巩固核心产品和服务
以小学和初中英语同步教育市场为核心，
增加对新教材版本的开发，巩固市场领导地位。

（二）公司的经营理念

涉足中小学同步教育市场的十一年中，公司凭借其先进的经营理念和教育服务理念，构建了一支强大、高效、团结、专业的团队，引领公司在同步教育市场占据了领导地位。公司的核心经营理念主要体现在：专业化、持续稳定、团队化作战和社会责任感四个方面。

专业化

公司战略目标始终围绕同步教育事业，致力于提升中小学师生的教育学习效率，利用公司在科技领先方面的优势服务同步教育，在该领域形成自己独特的产品和服务特点。

持续稳定

在公司的经营理念中，稳健经营、保证公司长期、持续、稳定、健康的发展，永远优于短视的、暂时的利润最大化行为，公司始终保持与代理商、出版社等各方合作伙伴的共赢战略关系，为公司的持续稳定健康发展提供了有力保障。

团队化作战

“离开谁都转，离开谁都遗憾”是公司团队文化的核心内容。公司始终坚持制度建设和团队建设两手抓，既强调团队在公司发展中的重要作用，将公司的战略分解到每个单元和个人，又通过完善的制度建设保障公司的战略决策能够得到有效执行。

社会责任感

十年数木，百年树人。由于客户群体的特殊性，中小学教育产业能够对其目标客户产生广泛、长远的影响。作为国内中小学同步教育产品及服务的领先提供商，公司始终保持着高度的社会责任感和使命感，致力于提升教育和学习效率，让中国普通家庭的学生也能得到优质的教育资源，提升教师整体教学水平。

二、公司当年和未来三年的经营目标和规划

（一）整体经营目标及主要业务的经营目标

公司专注于中小学同步软件产品和产品服务，始终坚持以科技领先和专业化服务为依托，全力打造金太阳品牌，以成为国内最大的中小学同步教育服务及产品服务提供商为最终目标。

公司以当前国家已完成学校硬件设备投资并开始着力发展教育软件为契机，跟踪教育改革的新动向，洞悉学校、教师、学生和家长需求的变化；积极创新，不断地将先进的技术、先进教学理念和教育方法应用到产品研发、生产之中，并根据市场和用户需求的变化随时提供个性化的服务方案和产品。

（二）具体业务发展计划

1、技术研发和产品拓展计划

公司在未来三年将继续致力于中小学同步教育，计划加大技术研发和教育改革研究的投入，建立高效的研发团队，快速开发适应市场需求的新教育产品和专业的教育服务方案。公司技术研发的重点是加强产品规划，提高产品通用性及可重复利用性；按照教学要求设计模块化程序和应用创新能力，进一步升级开发资源平台，降低设计开发成本。通过建立产品数据管理系统 PDM，提高产品开发通用性及可重复利用性，综合考虑《新课程标准》的发展动向和教育市场的需求趋势，逐渐形成公司内部的标准化模块化功能软件，将进一步降低公司产品的开发成本和开发周期，为客户提供有实用价值的教育软件产品及服务。同时公司还计划开发更多的新产品以适应不同区域的教育需求。公司计划引进中小学教育学科带头人员，建立有效的研发激励机制，打造高水平研发团队，为中小学师生提供其他学科的产品和服务，提升公司产品技术在行业中的领先优势和市场份额，保证公司的核心竞争力和持续发展能力。此外，随着网络技术的飞速发展和网络使用频率的持续提升，中小学客户群体将会逐渐增加在网上接受教育服务的时间和频率，教育软件的网络化是大势所趋。因此，公司计划在现有教育软件资源和客户资源的基础上，对利用网络技术和数据库技术开发个性化教育的网络展开前导性研究，为公司把握未来热点、抓住发展先机奠定坚实基础。

2、 营销渠道拓展计划

在未来三年，公司将继续保持国内发达地区市场的强势营销地位，以现有的

珠三角、长三角和京津地区市场为依托，积极开发华北、东北、西南和西北地区市场。营销策略可分解为东部地区的渗透策略和西部地区拓展省会城市策略，在华南、华东、华北、华中、东北、西南和西北地区建立分公司并下辖办事处的营销架构，提升公司的区域市场的服务能力，加大对当地客户、代理商、终端渠道、当地出版社、教育研究部门和电教馆的服务，消除空间障碍，让市场反应速度更快捷，服务更贴切。公司将集中资源，确保现有优质区域的数量和份额提升，同时与电脑商、教学硬件设备提供商和教育网络工程方案商等形成策略联盟，保证市场敏锐度和发展方向。

3、内部管理提升计划

建立完整的、适合公司现状的管理体系，是增强公司核心竞争力的重要途径，2006 年，公司聘请外籍管理咨询顾问对公司高层管理人员进行了为期一年的系统培训，制定了未来 3～5 年的战略规划并改进完善了主要管理流程及内部规章制度，为公司快速发展奠定了良好的基础。在未来，公司将进一步完善和提升内部管理水平，从机制、决策、组织、流程上保持公司的规范和高效运作。未来三年公司将进一步推进流程优化工作，保证公司流程的高效运行；完善公司的管理评审工作，提升公司管理水平；进一步健全公司的激励和考评制度，保证公司人员效率的优化；完善公司的内审制度，保证公司管理的自我提升；引进新的管理工具，提升管理效率；同时为降低公司管理上的风险和提升服务质量 ，公司还会加大内部管理的信息化建设，完善覆盖全国分公司和办事处 ERP（企业资源计划）和 CRM（客户关系管理）系统，建立 Call Center（电话服务中心）。此外，公司将继续对管理层实施管理专业教育，接触科学的管理思想和理念，提升管理水平。

4、人力资源发展计划

公司将继续健全人力资源管理体制，建立完善的培训、薪酬、绩效和激励机制，加大管理人员和员工培训的投入，建立员工上升通道并完善职业规划，形成公司内人才快速提升和良性竞争机制，在人员相对稳定的条件下保持人才的合理流动，确保公司各类人才能各尽其用。公司计划在未来三年内增加技术、管理和

市场人员，在人才引进和培养方面，继续坚持基础人才以自我培养为主的策略，通过与外部的教研体系、出版机构和优秀学校合作，保证公司在高速发展过程中的人才需求。

5、收购兼并计划

本公司将持续专注中小学同步教育服务市场，公司若发现合适的同行业收购目标，经详细论证后，将根据实际情况制定和实施收购兼并计划，提升公司产能、区域市场竞争力和市场占有率，实现快速稳健扩张。

三、拟定上述发展计划所依据的假设条件

1、公司此次股票发行能够顺利完成，募集资金及时到位；

2、本次募集资金计划投资的各项目能够按预定计划开工建设，并按预定计划顺利投产；

3、国家宏观政治、经济、法律、产业政策和社会环境等，没有发生不利于本公司经营活动的重大变化；

4、公司各主要产品的市场容量、行业技术水平、行业竞争状况没有发生不利于本公司经营活动的重大变化；

5、本公司现有管理层和公司实际控制人在未来三年内没有发生重大变化；

6、无其它人力不可抗拒因素造成的重大不利影响。

四、实现上述计划将面临的主要困难及挑战

1、在较大规模资金运用和公司较快扩张的背景下，公司在战略规划、组织设计、机制建立、资源配置、运营管理，特别是资金管理和内外管理控制等方面都将面临更大挑战。

2、在募集资金完全到位前，资金紧张是制约公司实现上述计划的主要障碍。

五、上述计划与现有业务的关系

未来三年的经营计划是根据公司发展战略要求全部围绕公司当前的

主营业务展开的。上述经营计划实施后，将进一步巩固和扩张公司当前的主营业务，扩大公司在中小学同步教育软件及服务这一细分市场的市场份额，巩固行业领导地位。在有效提升公司产品及服务品质的同时，增加老客户对产品的需求粘性，强化金太阳品牌的知名度，提高产品对潜在客户群体的吸引力，帮助公司准确把握同步教育服务行业的发展潮流，抓住未来发展的先机，进行产品和服务的升级换代，增加新的盈利增长点。

未来三年公司在产品研发和销售、人力资源扩充、内部管理、国内市场开辟等方面均会比目前有较大提高，尤其是募集资金的运用，会使现有业务规模与公司实力大大提升。在自主创新、增强盈利能力上，公司将密切跟踪同步教育服务行业的动态和新技术发展，提高产品的科技含量，增加产品附加值，保持公司产品在行业的领先地位，为公司的业务发展增强后劲。

六、本次募集资金运用对实现上述计划的作用

本次募集资金运用对于公司实现发展规划具有重要意义。虽然公司目前在国内同行业中处于优势地位，但与国外先进的教育服务提供商相比还具有一定的差距，产品结构还需要进一步完善。随着同步教育服务市场容量的逐步增加，以及国外潜在竞争对手进入中国市场，业内竞争格局必将发生较大变化，因此公司必须进一步加大产品研发投入的力度，完善产品和市场结构，增强自主创新能力，提升管理效率，为实现计划目标提供保证。

第十三节　其他重要事项

一、信息披露制度及投资者服务计划

（一）信息披露制度

本公司本次公开发行股票并上市后，将按照《公司法》、《证券法》、证券交易所的信息披露规则等法律法规以及公司章程的规定，制定信息披露管理相关制度并认真履行公司的信息披露义务，及时公告公司在涉及重要生产经营、重大投资、重要财务决策等方面的事项，包括公布中报、年报、临时公告等。

（二）信息披露部门及人员

本公司董事会负责公司信息披露和承担相应的责任；董事会秘书孙晓玲女士负责公司日常信息披露，加强与证券监管部门及证券交易所的联系，解答投资者的有关问题，总机电话：0755-86336966，直线电话：0755-86336962 传真：0755-86336977。

（三）投资者服务计划

- 对投资者提出的获取公司资料的要求，在符合法律法规和公司章程的前提下，公司将尽力给予满足；
- 对投资者对公司经营情况和其他情况的咨询，在符合法律法规和公司章程并且不涉及公司商业秘密的前提下，董事会秘书负责尽快给予答复；
- 对有意参观本公司的投资者，公司董事会秘书将负责统一安排和接待。

二、重大合同

截至本招股书签署日，本公司正在执行的重大合同如下：

（一）主要银行授信及借款合同

截至本招股说明书签署日，本公司无银行授信及执行中的借款合同。

（二）主要销售合同

1、2009年9月18日，发行人与语文出版社签订产品开发协议，由双方合作开发与语文版小学语文教科书配套的《语文教学参考》配套教育软件《小学语文教学参考电脑版》。由发行人按照语文出版社提供的小学语文教材以及相应的《小学语文教学参考》开发相应的产品，并由语文出版社于2010年春季开始与教师教学用书配套发行，每年结算两次，协议自签订之日起有效期为五年。

2、2009年6月26日，发行人与广东教育书店有限公司（以下简称“教育书店”）签订合作发行协议，双方合作在深圳市开发销售“金太阳系列英语教学软件”，合作期限为一年。由教育书店根据征订单向发行人订购产品，双方按照约定价格结算，半年结算一次。

3、2009年4月23日，方直有限与广州市教育局教学研究室（以下简称“广州教育局”）签订的教材配套软件合同，双方合作开发英语教材配套软件与相应教材捆绑发行，合作期限为三年。其中，产品的著作权属于方直有限，单价按物价局核定为准；方直有限按照价格的一定比例向广州教育局支付版权费，每学期结算一次。

4、2008年7月31日，方直有限与人民教育电子音像出版社（以下简称“买方”）签订《合同书》，由方直有限向买方制作销售《方直金太阳教育软件V2.0》，内容为“农村中小学现代远程教育工程”教学资源，包括小学语文、小学科学和小学社会等的主题探究性学习资源，用于买方向教育部农村中小学现代远程教育工程投标工作，合同总金额为357.204万元，合同有效期至2010年12月31日。

（三）著作权使用合同

1、2008年4月23日，方直有限与外语教学与研究出版社（以下简称“外研社”）签订著作权许可使用合同，由外研社许可方直有限使用其英语系列教材开发多媒体光盘产品，期限为六年，自2008年9月1日至2014年9月1日；许可方式为非独占许可，许可使用费第一年、第二年分别为30万元，第三年以后每年为35万元。

2、2009年8月28日，发行人与北京师范大学出版社（以下简称“北师大出版社”）签订著作权许可合同，由北师大出版社许可发行人使用其享有版权的小学英语教材开发“金太阳多媒体光盘”产品，期限为一年，自2009年7月1日至2010年6月30日；授权方式为非独家授权；许可使用费为15万元。

（四）委托加工承揽合同

2009 年 5 月 1 日，方直有限与珠海兰迪光盘制作有限公司（以下简称“珠海兰迪”）签订《加工承揽定作合同》（框架协议），委托珠海兰迪按照发行人的要求加工光盘产品，期限为自 2009 年 5 月 1 日至 2010 年 5 月 1 日，具体条件及数量根据发行人的订单、报价单确定，双方按月结算加工费用报酬。

三、对外担保情况

截至本招股说明书签署日，本公司不存在对外担保事项。

四、诉讼和仲裁情况

截至本招股说明书签署日，本公司不存在对财务状况、经营成果、声誉、业务活动、未来前景等可能产生较大影响的诉讼或仲裁事项；本公司控股股东、实际控制人、控股子公司，公司董事、监事、高级管理人员和其他核心人员不存在作为一方当事人的重大诉讼或仲裁事项。

公司控股股东、实际控制人最近三年内不存在重大违法行为。

公司董事、监事、高级管理人员和其他核心人员未有涉及刑事诉讼的情况。

第十四节　有关声明

全体董事、监事、高级管理人员声明

本公司全体董事、监事、高级管理人员承诺本招股说明书不存在虚假记载、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、监事、高级管理人员签名：

全体董事：

黄元忠　　黄晓峰　　陈克让

任立　　邹奇　　贾国义

李亮

全体监事：

张振华　　布献伟　　杨正华

全体高级管理人员：

黄元忠　　黄晓峰　　陈克让

孙晓玲　　杨　颖　　张文凯

深圳市方直科技股份有限公司

2010 年 3 月 19 日

保荐机构（主承销商）声明

本公司已对招股说明书进行了核查，确认不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

保荐代表人：

郑　周　　朱文瑾

项目协办人：

张华辉

法定代表人（授权代表）：

杨宇翔

平安证券有限责任公司

2018年 3月19日

发行人律师声明

本所及经办律师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本所出具的法律意见书和律师工作报告无矛盾之处。本所及经办律师对发行人在招股说明书中引用的法律意见书和律师工作报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

经办律师（签字）：

何贤波　　周　燕

律师事务所负责人（签字）：

高　树

广东华商律师事务所

2010年 2月 19日

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，确认招股说明书与本所出具的审计报告、内部控制鉴证报告及经本所核验的非经常性损益明细表无矛盾之处。本所及签字注册会计师对发行人在招股说明书中引用的审计报告、内部控制鉴证报告及经本所核验的非经常性损益明细表的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

签字注册会计师：

邬建辉　　刘耀辉

会计师事务所法定代表人：

梁　春

立信大华会计师事务所有限公司

2010年 5月 9日

资产评估机构声明

本机构及签字注册资产评估师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本机构出具的资产评估报告无矛盾之处。本机构及签字注册资产评估师对发行人在招股说明书中引用的资产评估报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

签字注册资产评估师：

钱莉蓉

关幼荣

资产评估机构负责人：

关幼荣

深圳市中衡信资产评估有限公司

2020年11月19日

验资机构声明

本机构及签字注册会计师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本机构出具的验资报告无矛盾之处。本机构及签字注册会计师对发行人在招股说明书中引用的验资报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

签字注册会计师：

邬建辉　　刘耀辉

会计师事务所法定代表人：

梁　春

立信大华会计师事务所有限公司

2010年3月9日

第十五节　附件

一、备查文件

投资者可以查阅与本次公开发行有关的所有正式法律文件，该等文件也在指定网站上进行披露，具体如下：

1、发行保荐书（附：发行人成长性专项意见）及发行保荐工作报告；

2、发行人关于公司设立以来股本演变情况的说明及其董事、监事、高级管理人员的确认意见；

3、发行人控股股东、实际控制人对招股说明书的确认意见；

4、财务报表及审计报告；

5、内部控制鉴证报告；

6、经注册会计师核验的非经常性损益明细表；

7、法律意见书及律师工作报告；

8、章程（草案）；

9、中国证监会核准本次发行的文件；

10、其他与本次发行有关的重要文件。

二、文件查阅时间

各工作日上午 9：00~11：30，下午 2：00~5：00。

三、文件查阅地址

1、发行人：深圳市方直科技股份有限公司

地　址：深圳市南山区科技中二路深圳软件园 12＃楼 302

电　话：0755-86336966

传　真：0755-86336977

联系人：孙晓玲女士 李枫女士

2、保荐人（主承销商）：平安证券有限责任公司

地　址：深圳市福田区金田路大中华国际交易广场 8 楼

电　话：4008866338

传　真：0755－82434614

联系人：吴永平先生、张华辉先生