

厦门蒙发利科技（集团）股份有限公司

（厦门市思明区东浦路 22 号 2 楼）



首次公开发行股票 招股说明书

（上会稿）

保荐人（主承销商）



浙商证券有限责任公司
ZHESHANG SECURITIES CO., LTD.

（杭州市杭大路 1 号）

发行概况

发行股票类型：	人民币普通股
发行股数：	3,000 万股
每股面值：	人民币 1.00 元
每股发行价格：	
预计发行日期：	
拟申请上市证券交易所：	深圳证券交易所
发行后总股本：	12,000 万股
本次发行前股东所持股份的流通限制、股东对所持股份自愿锁定的承诺：	1、本公司实际控制人邹剑寒、李五令承诺：自厦门蒙发利科技（集团）股份有限公司股票上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理本人在公司本次公开发行股票前已直接和间接持有的公司股份，也不由公司收购该部分股份。 2、张泉、黄文伟、蔡坤平、魏罡、曾建宝、刘才庆、屠根林、赵军定、高兰洲、陈海洲、方敏、庄文胜等 12 名自然人股东承诺：自厦门蒙发利科技（集团）股份有限公司股票上市之日起十二个月内，本人不转让或者委托他人管理本人在本次发行前已直接和间接持有的公司股份，也不由公司收购该部分股份。 3、本公司作为股东的董事、监事、高级管理人员邹剑寒、李五令、张泉、曾建宝、魏罡、高兰洲、刘才庆同时承诺：在作为公司董事/监事/高级管理人员期间，本人将向公司申报所直接或间接持有的公司的股份及其变动情况，上述锁定期满后，在本人任职期间内，每年转让的股份不超过本人所直接或间接持有的公司股份总数的百分之二十五。本人离职后半年内，不转让本人所直接或间接持有的公司股份。在申报离任六个月后的十二个月内通过证券交易所挂牌交易出售公司股票数量占本人所持有公司股票总数的比例不超过 50%。
保荐人（主承销商）：	浙商证券有限责任公司
招股说明书签署日期：	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及其摘要不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。

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

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

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

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

重大事项提示

一、本公司股东持股承诺

本公司控股股东邹剑寒、李五令承诺：自厦门蒙发利科技（集团）股份有限公司股票上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理其已直接和间接持有的本公司股份，也不由本公司收购该部分股份。

本公司其他自然人股东张泉、黄文伟、蔡坤平、魏罡、曾建宝、刘才庆、屠根林、赵军定、高兰洲、陈海洲、方敏、庄文胜 12 名自然人股东承诺：自厦门蒙发利科技（集团）股份有限公司股票上市之日起十二个月内，本人不转让或者委托他人管理本人在本次发行前已直接和间接持有的公司股份，也不由公司收购该部分股份。

担任本公司董事、监事、高级管理人员的股东邹剑寒、李五令、张泉、曾建宝、魏罡、高兰洲、刘才庆同时承诺：在作为公司董事/监事/高级管理人员期间，本人将向公司申报所直接或间接持有的公司的股份及其变动情况，上述锁定期满后，在本人任职期间内，每年转让的股份不超过本人所直接或间接持有的公司股份总数的百分之二十五。本人离职后半年内，不转让本人所直接或间接持有的公司股份。在申报离任六个月后的十二个月内通过证券交易所挂牌交易出售公司股票数量占本人所持有公司股票总数的比例不超过 50%。

二、滚存利润的分配安排

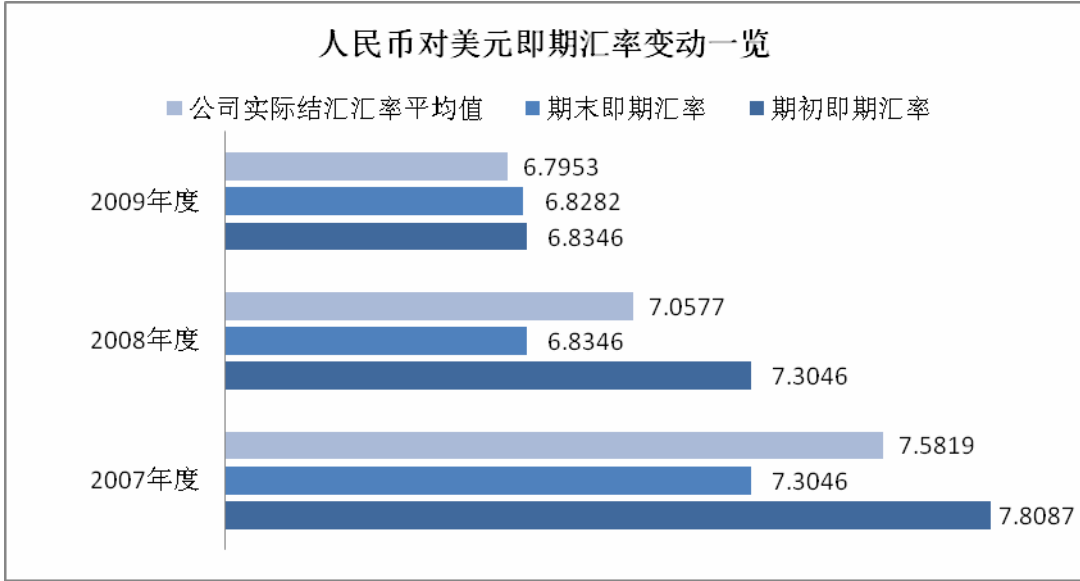
根据发行人于 2009 年 11 月 3 日召开的 2009 年第四次临时股东大会决议，公司在首次公开发行股票前的滚存未分配利润余额由发行后的新老股东按发行后的股权比例享有。

三、风险因素

（一）人民币汇率频繁波动导致的经营风险

发行人外销业务的结算货币基本上是美元。自 2005 年 7 月 21 日国家实施人

人民币有管理的浮动汇率改革以来，人民币相对美元开始逐渐升值，截至 2009 年 12 月 31 日，累计升值幅度已达到 17.50%。



数据来源：中国银行网站

2007 年度、2008 年度和 2009 年度，发行人结汇金额分别为 12,631.17 万美元、15,929.55 万美元和 16,319.00 万美元，逐年稳步增加。由于发行人业已初步建成汇率风险防范体系，报告期内的经营业绩经受住了人民币汇率快速升值的冲击。

发行人一贯采用谨慎策略拓展海外业务，并针对汇率风险建立了三道防线。

第一，在产品研发设计阶段谨慎考虑人民币升值因素。发行人出口产品的美元价格通常相当于其终端零售价的 25%~35%。发行人凭借 PRMS 经营模式的优势，能够根据明确的产品终端零售价格目标（美元计价）展开产品研发设计，相应地能够通过谨慎假设人民币升值幅度，为新产品选择制造成本适宜的材质及工艺方案。

第二，在产品定价谈判时充分考虑人民币升值因素。发行人通常在完成销售样品后与客户洽商价格，谈判中主要会结合订单交期，充分考虑相同期限的人民币远期汇率变动趋势，参考包括往来银行、路透社等渠道的远期汇率信息。如果预期人民币远期汇率升值幅度将明显高于研发设计阶段的假设值，发行人能够在定价谈判中要求客户相应调整产品的销售价格。

第三，资金管理部门根据外币收款计划及时锁定远期结汇汇率。根据发行人海外市场部定期汇总客户意向订单及目标汇率后编制的销售回款预算，发行人资

金管理部门相应制订了分解到月的结汇预算，并主要采用人民币远期结汇交易、NDF 等外汇衍生金融工具锁定实际收到外汇货款时的结汇汇率。

2009 年 10 月 16 日，发行人董事会批准了《厦门蒙发利科技(集团)股份有限公司金融衍生交易品业务内部控制制度》，以进一步规范远期外汇交易的流程、增强风险防范。

2007 年、2008 年和 2009 年，包括汇兑损失在内，发行人外销业务毛利率分别为 18.41%、18.51%和 19.79%，体现了发行人较强的汇率风险防范能力。

但是，如果未来人民币对美元汇率的浮动方向、幅度与发行人预测的远期汇率变动不一致，则可能对公司业绩造成重大影响。

（二）单一客户份额较高的风险

HOMEDICS 是个人保健、健康和舒缓产品领域的全球品牌商，在按摩器具领域经营 HoMedics、ObusForme（2008 年末收购）、The Sharper Image（2008 年末获授权使用）等市场领先品牌。该集团分销渠道覆盖北美、西欧、大洋洲及南非等区域市场 60 多个国家/地区的 5 万多个零售终端，市场份额领先。（HOMEDICS 公司的详细情况请参见本招股说明书第十节之“二、（一）、5、发行人对 HOMEDICS 的销售情况”）

2007 年度、2008 年度和 2009 年度，发行人向 HOMEDICS 的销售额占同期主营业务收入比重分别为 47.97%、49.41%和 45.32%，比例略有下降但销售额持续增长。

自 2004 年末开始合作以来，由于双方通过 PRMS 模式实现了共赢，HOMEDICS 快速成为发行人最大的单一客户。历年详细合作情况如下：

发行人向 HOMEDICS 销售		2009 年	2008 年	2007 年	2006 年	2005 年
销售金额（万美元）		8,348.80	8,214.32	6,906.00	5,194.59	1,816.82
零售价格	9.99~49.99 美元	46.41%	41.66%	53.11%	75.57%	76.71%
	99.99~149.99 美元	29.17%	33.43%	39.40%	22.35%	18.52%
	199.99~399.99 美元	24.42%	24.53%	5.95%	-	-

自 2005 年开始，发行人充分发挥研发优势，针对消费者潜在需求，与 HOMEDICS 共同策划了一系列畅销产品，形成了零售价位覆盖 9.99 美元~399.99 美元区间的全系列按摩小电器产品组合。

HOMEDICS 凭借产品组合丰富的优势，终端销售规模持续增强，已逐渐成为北美、大洋洲市场多数终端零售店内的主要按摩器具产品品牌，并正在快速进入欧盟市场分销渠道。同时，发行人产品策划能力进一步增强，在全部 10 个关键零售价位均实现了向 HOMEDICS 年供货量超过 100 万美元，其占 HOMEDICS 按摩器具产品的采购份额则从 2005 年的 40% 左右增加至 2009 年的 90% 以上。

2008 年～2009 年，HOMEDICS 与发行人强强联合，重点拓展欧洲市场，共同克服了全球金融危机的冲击。

单位：万美元

项目	2009 年度		2008 年		2007 年 金额
	金额	同比增长	金额	同比增长	
北美地区	5,519.15	-5.57%	5,844.64	-7.92%	6,347.35
欧洲地区	2,336.16	22.51%	1,906.95	485.05%	325.94
其他地区	493.49	6.65%	462.73	98.85%	232.71
对 HOMEDICS 销售合计	8,348.80	1.64%	8,214.32	18.94%	6,906.00

截止 2010 年 6 月 24 日，发行人已接到 HOMEDICS 发出的 2010 年订单 3,987.80 万美元，其中北美市场订单为 1,833.16 万美元，较上年同期下降 5.41%；欧洲市场订单为 1,812.90 万美元，较上年同期增长 40.04%，整体增长趋势明显。

发行人律师认为：“发行人在 HOMEDICS 供应商中具有较高地位，在按摩器具类产品方面，发行人与 HOMEDICS 相互依赖，不存在发行人单方面依赖 HOMEDICS 的情况。”

保荐机构认为：“发行人与 HOMEDICS 通过长期的 PRMS 合作，业已形成了互相依赖的紧密合作关系，不存在单方依赖性。同时，单一客户份额较高不会对发行人持续发展形成实质性障碍。”

随着全球经济逐渐开始复苏，消费者信心逐渐恢复，发行人与 HOMEDICS 的合作空间仍将继续保持稳步增长。同时，发行人亦着力于拓展其他年度订单规模超过 500 万美元的大客户群体并取得了良好进展，预计 HOMEDICS 占发行人业务总额的比例将保持下降趋势。但是，单一客户份额过高仍可能给本公司经营带来一定风险，如果发行人与 HOMEDICS 的合作关系不能持续，或者 HOMEDICS 经营发生重大变化，将对发行人经营及业绩造成重大影响。

（三）子公司所得税优惠被追缴的风险

本公司全资子公司深圳凯得克设立于 2005 年，2006 年～2009 年度分别依照

0%、7.5%、12.5%、10%的优惠税率计缴企业所得税，虽然不符合国家有关税收优惠的规定，但是均系依据地方政府相关文件享受优惠政策。根据《关于深圳特区企业税收政策若干问题的规定》（深府[1988]232号）、《深圳市人民政府关于宝安、龙岗两个市辖区有关税收政策问题的通知》（深府[1993]1号文），该公司作为注册地及经营地均在深圳市宝安区的生产性企业，获得了深圳市宝安区国家税务局沙井分局深国税宝沙减免[2005]0056号《深圳市国家税务局减、免税批准通知书》，自2005年度起享受“两免三减半”的所得税优惠政策，并在2005年~2007年度享受了15%的深圳经济特区优惠所得税税率政策。如果国家税务主管机关认为深圳凯得克已经享受的所得税优惠不成立，将可能存在以前年度享受的企业所得税优惠被追缴的风险。

2007年度、2008年度和2009年度，该子公司已享受但不符合国家税收规定的所得税优惠分别为593万元、146万元和129.21万元。

对于可能被追缴的企业所得税优惠，本公司的实际控制人邹剑寒先生、李五令先生承诺，若此后深圳凯得克被国家有关税务主管部门要求补缴因享受上述有关优惠政策而免缴及少缴的企业所得税，则邹剑寒先生和李五令先生无条件全额承担深圳凯得克应补缴的所得税款及因此所产生的所有相关费用。

（四）“出口退税”政策变化的风险

为避免进口国征税造成出口商品双重税赋，征收间接税的国家通常将已征收的国内税部分或全部退还给出口企业，这是国际惯例，也符合WTO规则。中国自1985年4月1日起实行对出口产品退税政策。但是，自2003年以来，国家开始实施出口退税机制的改革，迄今已9次调整出口退税率政策，部分商品的出口退税率调整频率较高。

公司所属按摩器具行业一直是国家鼓励出口类行业，且中国是全球按摩器具产品的主要生产地，拥有超过1万件与“按摩”相关产品的专利权，与进口国产生贸易摩擦的可能性较小，未来出口退税政策的调整对中国按摩器具制造业的全球竞争力的影响有限；同时，公司业已与主要客户达成共同承担出口退税政策变化的成本影响的协议，并能够在新产品研发阶段充分考虑出口退税率可能降低的不利影响。

报告期内，公司各年度出口退税额占利润总额的比例一直保持在较高水平，

主要是因为公司外销收入占主营业务收入比例超过 95%且按摩器具产品（海关货物编码 90191010）一直享受 17%的最高档次出口退税率。虽然发行人在报告期内未受到“出口退税”政策变化的不利影响，但是如果未来国家大幅调低按摩器具产品的出口退税率，预计将对发行人的出口业务及经营业绩产生较大不利影响。

（五）重大诉讼导致的或有风险

发行人根据自主拥有的实用新型专利（专利号：200720006893.6）生产一款单电机行走加热揉捏背靠产品（型号为 SBM200H）。2007 年 9 月 6 日，东莞东城威仪塑胶电子制品厂（以下简称“东莞威仪”）以前述产品落入其拥有的专利号为 ZL02250262.9 的实用新型专利的权利保护范围为由，向厦门市中级人民法院提起专利侵权诉讼，诉请发行人及其子公司漳州蒙发利停止侵权行为并赔偿经济损失 50 万元，后于 2007 年 11 月 16 日申请追加至 357.73022 万元。发行人委托厦门南强之路专利事务所向厦门市中级人民法院提交的《对比报告》认为，该涉讼产品与东莞威仪的专利产品的结构存在显著差别。

发行人、漳州蒙发利分别于 2007 年 10 月 8 日、2009 年 2 月 17 日向国家知识产权局专利复审委员会申请东莞威仪拥有的专利号为 ZL02250262.9 的实用新型专利无效。国家知识产权局专利复审委员会于 2009 年 9 月 16 日出具了《无效宣告请求审查决定书》（第 13893 号），宣告东莞威仪持有的专利号为 ZL02250262.9 的“一种按摩器结构”实用新型无效。2010 年 4 月 15 日，北京市第一中级人民法院出具了《行政判决书》（（2010）一中知行初字第 352 号），判决“维持被告国家知识产权局专利复审委员会作出的第 13893 号无效宣告请求审查决定。”根据《中华人民共和国专利法》，如对上述决定不服的，东莞威仪可以向北京市高级人民法院上诉。

根据国家知识产权局专利复审委员会出具的《无效宣告请求受理通知书》2007 年 11 月 8 日，厦门市中级人民法院出具（2007）厦民初字第 298 号《民事裁定书》，裁定中止诉讼。截止本招股说明书签署之日，本专利侵权诉讼案仍然处在诉讼中止阶段。

2010 年 2 月 5 日，厦门南强之路专利事务所出具《分析报告》，认为：“国家知识产权局专利复审委员会所作出的有关 ZL02250262.9 实用新型专利权无效

宣告请求审查决定，所依据的理由充分，证据确凿，适用的法律法规准确”。

此外，经查询国家知识产权局的专利法律状态信息，专利号为 ZL02250262.9 的实用新型专利权业已于 2009 年 4 月 24 日转移给东莞威德电子科技有限公司。

发行人的控股股东、实际控制人邹剑寒先生、李五令先生承诺，若发行人或漳州蒙发利于上述诉讼中败诉而被判决或裁定赔偿原告损失及/或承担诉讼费用，则将无条件全额承担该等费用。

发行人律师认为：“涉讼专利权的权利人已经变更，且该专利权被国家知识产权局专利复审委员会宣告无效，东莞威仪即使对国家知识产权局专利复审委员会提起行政诉讼，依据厦门南强之路专利事务所对上述实用新型专利所作的实质分析及发行人实际控制人邹剑寒、李五令所作的承诺，该诉讼案件对发行人持续经营不构成重大影响，对本次发行上市也不构成实质性障碍。”

保荐机构认为：“鉴于涉讼专利权已被有权认定机构宣告无效，并且发行人的控股股东、实际控制人已经承诺无条件全额承担败诉损失与费用，该诉讼不会对发行人的持续经营造成重大不利影响，对本次发行上市没有实质性障碍。”

目 录

释 义	14
一、普通术语	14
二、专门术语	15
第一节 概 览	17
一、发行人简介	17
二、发行人控股股东及实际控制人情况	19
三、发行人主要财务数据	19
四、本次发行概况	21
五、募集资金运用	21
第二节 本次发行概况	22
一、本次发行的基本情况	22
二、本次发行的有关机构	22
三、本次发行上市的有关重要日期	24
第三节 风险因素	25
一、市场风险	25
二、所得税优惠被追缴及税收政策变化的风险	28
三、经营风险	29
四、短期偿债能力风险	32
五、实际控制人控制的风险	32
六、重大诉讼导致的或有风险	33
七、募集资金投资项目的风险	33
第四节 发行人基本情况	36
一、发行人基本资料	36
二、发行人改制设立情况	36
三、发行人股本形成、变化情况及重大资产重组情况	40
四、发行人历次验资情况	56
五、发行人的股东情况	56
六、发行人的组织结构情况	61
七、发行人公司股本情况	68
八、内部职工股情况	69
九、员工及其社会保障情况	69
十、股东的重要承诺	70
第五节 业务与技术	72
一、发行人的主营业务、主要产品及其变化情况	72
二、发行人所处行业的基本情况	74
三、发行人在行业中的竞争地位	88
四、发行人主营业务	92
五、发行人主要固定资产和无形资产	104
六、发行人技术创新及研发情况	112
七、发行人特许经营权情况	115
八、发行人境外经营情况	115
九、发行人产品的质量控制情况	115
十、发行人“科技”冠名依据	116
第六节 同业竞争和关联交易	117
一、同业竞争情况	117
二、关联方和关联关系	118

三、关联交易情况及其对发行人财务状况和经营成果的影响	119
四、《公司章程》关于关联交易决策程序和权力的规定	126
五、公司减少关联交易的措施	128
六、独立董事对关联交易的意见	128
第七节 董事、监事、高级管理人员与核心技术人员	129
一、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员简介	129
二、董事、监事、高级管理人员和核心技术人员及其近亲属持有公司股份情况	132
三、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员在发行前对外投资情况	133
四、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员报酬情况	134
五、公司董事、监事和高级管理人员及核心技术人员兼职情况	135
六、公司董事、监事和高级管理人员变动情况和原因	136
七、公司与董事、监事、高级管理人员及核心技术人员签定的协议	136
八、其他说明	136
第八节 公司治理	138
一、公司股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度的情况	138
二、发行人报告期内违法违规行情况	139
三、发行人报告期内不存在资金占用、对外担保情况	139
四、发行人内部控制制度	139
第九节 财务会计信息	141
一、审计意见类型及会计报表编制基础	141
二、合并报表范围及变化情况	141
三、近三年会计报表	142
四、报告期内采用的主要会计政策和会计估计	149
五、分部信息	160
六、非经常性损益	161
七、最近一期末主要资产	162
八、最近一期末主要债项	163
九、所有者权益变动情况	165
十、现金流量情况	165
十一、财务报表附注中的期后事项、或有事项、承诺事项及其他重要事项	166
十二、重要财务指标	170
十三、历次资产评估情况	172
十四、历次验资情况	172
第十节 管理层讨论与分析	173
一、财务状况分析	173
二、盈利能力分析	189
三、资本性支出分析	218
四、重大或有事项、承诺事项、期后事项及其他重要事项对发行人的影响	219
五、公司财务状况和盈利能力的未来趋势分析	219
第十一节 业务发展目标	222
一、公司发展战略	222
二、公司当年和未来两年的发展计划	222
三、发行人拟定上述计划所依据的假设条件	224
四、发行人实施上述计划面临的主要困难	224
五、发展计划与现有业务的关系	224
六、募集资金运用与发展计划的关系	225
第十二节 募集资金运用	226
一、募集资金规模及计划用途	226
二、募集资金投资项目的市场前景	226

三、募集资金投资项目简介	234
四、募集资金投向对公司财务状况的影响	242
第十三节 股利分配政策	244
一、公司最近三年股利分配政策	244
二、公司最近三年实际利润分配情况	244
三、发行后的股利分配政策	245
四、滚存利润的分配安排	245
第十四节 其他重要事项	246
一、信息披露部门、人员安排	246
二、发行人重要合同	246
三、发行人对外担保情况	249
四、发行人及其子公司的诉讼或仲裁	249
五、发行人关联方的诉讼或仲裁	249
六、刑事起诉	251
第十五节 发行人及各中介机构声明	252
一、董事、监事及高级管理人员声明	252
二、保荐机构（主承销商）声明	253
三、发行人律师声明	254
四、审计机构声明	255
五、验资机构声明	256
六、评估机构声明	258
七、评估机构声明	259
第十六节 附录和备查文件	260
一、备查文件目录	260
二、查阅时间、地点	260

释 义

在本招股说明书中，除非另有说明，下列词语具有如下意义：

一、普通术语

发行人/公司/本公司/股份公司	指	厦门蒙发利科技（集团）股份有限公司
有限公司/蒙发利有限/蒙发利集团	指	股份公司前身，1996 年 8 月成立时原名厦门蒙发利垫制品有限公司，2003 年 4 月更名为厦门蒙发利科技有限公司，2006 年 11 月更名为厦门蒙发利科技（集团）有限公司
本次发行	指	本公司本次向社会公众公开发行 3,000 万股面值为 1.00 元的境内上市人民币普通股股票
公司章程	指	现行《厦门蒙发利科技（集团）股份有限公司章程》
董事会	指	厦门蒙发利科技（集团）股份有限公司董事会
监事会	指	厦门蒙发利科技（集团）股份有限公司监事会
漳州蒙发利	指	漳州蒙发利实业有限公司，发行人持股 100%，位于福建漳州
蒙发利电子	指	厦门蒙发利电子有限公司，发行人持股 100%，位于厦门
深圳凯得克	指	深圳市凯得克科技有限公司，发行人全资子公司，位于深圳
厦门康先	指	厦门康先电子科技有限公司，发行人全资子公司，位于厦门
厦门康城	指	厦门康城健康家居产品有限公司，发行人全资子公司，位于厦门
漳州康城	指	漳州康城家居用品有限公司，发行人全资子公司，位于福建漳州
蒙发利香港	指	蒙发利（香港）有限公司，发行人全资子公司，位于中国香港
康城美国	指	COZZIA USA, LLC；蒙发利香港全资子公司，位于美国
康先香港	指	康先实业（香港）有限公司，曾为发行人第一大股东，公司主要股东邹剑寒、李五令分别持有 50%股权，位于中国香港
中国证监会	指	中国证券监督管理委员会
保荐人（主承销商）	指	浙商证券有限责任公司，发行人本次发行的保荐人（主承销商）
发行人会计师、立信所	指	立信会计师事务所有限公司，发行人本次发行的审计机构
发行人律师	指	上海市瑛明律师事务所，发行人本次发行的专项法律顾问
社会公众股	指	厦门蒙发利科技（集团）股份有限公司本次向社会公众公开发行的人民币普通股
元	指	人民币元（非经特别注明，招股说明书内金额单位均为人民币元）

二、专门术语

按摩器具	指	以机电技术的发展和应用为基础,通过机械和电子的融合设计,模拟人手进行揉、捶、敲、拍打、指压、推拿、震动、热疗等按摩动作与方法,作用于人体各部位,以达到缓解疲劳、活动筋骨、促进血液循环等功效的器具
按摩小电器	指	按摩功能专注于特定部位、能实现 1~2 个特定按摩运作,携带或移动方便的按摩器具。依照生产工艺可划分为电子器械、塑胶器械、坐垫等类别,代表产品包括按摩头盔、按摩颈枕、按摩背靠、按摩腰带、脚部按摩器、按摩垫、手持式按摩器等
按摩居室电器	指	能够针对人体颈肩背腰等主要部位,依照设定程序,实现全套按摩动作的按摩器具。通常重量较大,适宜固定放,代表产品包括按摩椅、按摩沙发、办公按摩椅、休闲按摩椅、音乐椅等
WHO、世卫组织	指	世界卫生组织,是联合国下属机构,负责协调全球卫生事务,制定规范和标准,向各国提供技术支持,监测和评估卫生趋势
医保商会、商会	指	中国医药保健品进出口商会,成立于 1989 年 5 月,是商务部下属的六大进出口商会之一,负责对会员企业的外经贸经营活动进行协调指导,提供咨询服务。2007 年 12 月,商会专门下设了按摩器具分会
亚健康	指	人体处于健康和疾病之间的一种状态,表现为一定时间内的活力降低、功能和适应能力减退的症状,但不符合现代医学有关疾病的临床或亚临床诊断标准(源自中华中医学会发布的《亚健康中医临床指南》)
治未病	指	源自《黄帝内经》,采取中医预防或治疗手段,未病先防、已病防变、已变防渐。“中医治未病及亚健康干预研究”课题是“十一五”国家科技支撑计划项目;2008 年 1 月,国家中医药管理局开始在全国实施“治未病健康工程”
HOMEDICS	指	HOMEDICS-USA,INC.,全球最大的个人保健、健康和舒缓产品品牌商,主要市场包括北美、欧洲、大洋洲,销售通路主要包括 WalMart、Target、Tesco、Costco、SI 等
HOT	指	HELEN of TROY LIMITED, 美国第2大个人护理产品品牌商,销售通路主要包括WalMart、Target、Tesco、Costco等
OGAWA	指	HEALTHY WORLD LIFESTYLE SDN.BHD, 东南亚前 3 的按摩器具品牌商,自 2005 年开始在中国大陆地区建立销售渠道
OTO	指	OTO BODY CARE PTE LTD, 东南亚前 3 的按摩器具品牌商,自 2005 年开始在中国大陆地区建立销售渠道
CASADA	指	指 CASADA GMBH, 德国最大的按摩器具品牌商之一,销售通路主要覆盖俄罗斯及东欧地区
BELKIN	指	Belkin International,Inc.,全球著名的时尚电脑配件品牌商,产品在全球销售
PRMS	指	POSITION, R&D, Manufacture and Service, 制造商协助品牌商策划产品创意,完成结构、外观及工艺研发,并结合营销方案组织生产交货及实施售后服务,同时在产品寿命周期内提供

		持续改进研发服务。制造商拥有产品的全部知识产权及全部订单，是主动创造市场的经营模式
ODM	指	Original Design Manufacture，制造商依据客户的产品策划方案，完成结构、外观、工艺设计，依照其订单组织生产。制造商通常拥有产品的主要知识产权，但经营方式属于被动模式
OEM	指	Original Equipment Manufacture，制造商按照客户的授权，根据既定产品功能、工艺方案组织生产，并交由客户销售。制造商通常不拥有产品知识产权，经营方式完全被动
远期结汇	指	出口商与银行签订协议，在未来特定期限，按照协议签署日约定的外汇币种、金额、汇率，向银行办理结汇的业务。远期结汇是出口商防止本币升值风险的重要金融工具
NDF	指	Non-deliverable Forwards，无本金交割远期外汇交易。与远期结汇必须履约交割外汇相比，NDF能够及时平仓止损，是出口商管理汇率风险的重要金融工具
短期出口信用保险	指	由中国出口信用保险公司承保的保障信用期限在一年以内的出口收汇，承保风险包括商业风险、政治风险，适用于出口企业从事以信用证（L/C）、付款交单（D/P）、承兑交单（D/A）、赊销（OA）等结算方式自中国出口或转口的贸易

本招股说明书中若出现总计数与所加总数值总和尾数不符，均为四舍五入所致。

第一节 概 览

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

一、发行人简介

发行人系于 2007 年 12 月 14 日由“厦门蒙发利科技（集团）有限公司”整体变更为“厦门蒙发利科技（集团）股份有限公司”，注册资本、实收资本均为人民币 9,000 万元。发行人自前身有限公司于 1996 年 8 月 1 日创立以来，一直专注于按摩器具产品研发、生产及销售，是本行业全球最大的专业生产制造服务商。

新兴的朝阳行业：按摩器具产品传承中医传统文化，能够帮助中老年人群和亚健康人群实现自助式日常保健，潜在消费人群巨大。按摩器具行业系新兴产业，除日本外，北美、欧洲及大洋洲等经济发达地区和按摩保健观念较为普及的东亚地区的消费市场尚处在成长阶段。随着按摩保健方法及其效果在全球日渐获得广泛的社会认可，按摩器具产品将逐渐成为人们健康投资的重要选择之一，潜在市场容量巨大。

作为新兴的健康消费品行业，消费者潜在需求尚需由被信赖的健康品牌商通过性价比优势明显的创新产品逐渐实现。除少数日本厂商外，按摩器具行业已经在全球范围形成了“制造商负责产品研发、生产，品牌商负责渠道拓展”的合理产业分工。凭借中国作为电子电器产品世界工厂的供应链优势，包括发行人在内的中国按摩器具制造商已经成为全球按摩器具品牌商的主要供应商。根据中国海关统计数据，2009 年我国按摩器具产品出口的目的国（地区）已达 172 个；按美元计的出口金额，2001 年～2009 年年均复合增长率为 19.39%。

研发创新优势：发行人拥有同行业最大的研发团队，具备同行业领先的可靠性强化试验技术、加速寿命试验技术和高应力筛选技术等测试平台，具备较强的快速研发能力；能够在产品设计阶段根据终端零售价格定位，有效控制材料成本占比，并能够与生产营运过程有机结合。公司业已通过持续研发创新，在本行业率先形成涵盖 9.99 美元～3999 美元区间的全部关键零售价位、全部产品种类的丰富产品系列。

发行人目前拥有专利权 107 项、专利申请权 34 项，是本行业唯一国家标准《家用和类似用途电器的安全 按摩器具的特殊要求》由 GB4706.10-2003 修订为 GB4706.10-2008 的主要起草单位，并且已被全国家用电器标准化技术委员会确定为《家用和类似用途保健按摩椅》、《按摩垫》、《家用和类似用途电器噪声限值电动按摩器的特殊要求》等 3 项国家标准的主要起草单位。2007 年度、2008 年度和 2009 年度，发行人的新产品贡献收入占同期主营业务收入的比重分别为 54.44%、56.18%和 58.17%。研发创新优势是发行人持续盈利能力的根本保证。

经营模式优势：发行人主要以 PRMS（市场定位 Position，产品研发 R&D，生产制造 Manufacture，一站式服务 Service）模式为具有品牌及渠道优势的健康产品品牌商服务。发行人能够根据不同客户的品牌定位和渠道特点建议一揽子产品组合，能够通过与客户共同进行产品决策、营销策划，保障客户营销目标的达成与提升；同时，发行人能够在提供一站式服务过程中主动创造订单，能够在研发阶段有效控制材料成本占比，双方实现共赢。

发行人已经与 HOMEDICS、OGAWA、MEDISANA 等一批北美、欧洲、大洋洲及东亚地区的领导品牌商达成长期合作协议，并为每个客户成立了包括市场、技术骨干人员在内的经营服务小组，快速响应 PRMS 客户在产品、交期及市场反馈等方面的全部需求，促进了双方业务发展。2007 年、2008 年和 2009 年，发行人对 PRMS 客户的销售金额逐年上升，占同期按摩器具产品销售收入比重分别为 75.10%、78.72%和 76.50%。PRMS 模式业已成为发行人持续稳定发展的主要推动力。

领先的行业地位：根据中国海关统计数据，2007 年度、2008 年度和 2009 年度，发行人的按摩器具出口金额占全行业出口总额的比重分别为 13.53%、13.72%和 16.56%，连续多年位居第一。

根据中国医药保健品进出口商会出具的证明，发行人为“中国最大的按摩器具产品（海关编码为 90191010）制造商，其中按摩小电器年产量位居全球第一，按摩居室电器产销量位居全球前五”。此外，发行人为中国医药保健品进出口商会按摩器具分会的理事长单位。

良好的发展前景：发行人以消费者的日常保健需求为基础，秉承“不懈锐意进取，拓宽按摩产品领域；致力产品创新，提高人们生活品质”的经营理念，致

力于发展成为“全球按摩器具行业技术领先、规模领先、服务领先的综合实力领先企业”。

发行人能够为品牌商提供涵盖 9.99 美元~3999 美元区间的全部关键零售价位的丰富产品组合，并且 9.99 美元~399.99 美元区间、999 美元~2999 美元区间的产品已经在北美、欧洲、大洋洲及东亚地区累积了一大批消费者和渠道资源。随着本次募集资金投资项目的实施，发行人能够进一步在 399.99 美元~999 美元区间、2999 美元~3999 美元区间形成同行业规模领先、品质领先的生产优势，有利于做强做大 PRMS 客户群体，有利于发行人持续快速发展。

此外，面对中国庞大的中老年人群和亚健康人群，面对城市化、消费升级等有利市场因素，发行人业已明确国内市场的战略发展目标为“行业领导品牌商”。发行人以全资子公司厦门康城作为国内品牌经营平台，专门从事国内市场的品牌及渠道建设，预计未来国内市场将成为发行人重要的业务增长来源。

二、发行人控股股东及实际控制人情况

自蒙发利有限成立以来，邹剑寒先生、李五令先生一直是公司并列第一大股东。本次发行前，邹剑寒先生、李五令先生分别持有发行人 3,656.70 万股股份，合计占本次发行前总股本的 81.26%。发行人实际控制人为担任本公司董事长、总经理的邹剑寒先生和担任本公司副董事长、副总经理的李五令先生。

关于发行人控股股东、实际控制人的具体情况请详见本招股说明书第四节之“五、（二）发行人的实际控制人、控股股东情况”。

三、发行人主要财务数据

根据立信会计师事务所有限公司出具的信会师报字（2010）第 20352 号《审计报告》，公司最近三年的主要财务数据如下：

（一）合并资产负债表主要数据

单位：元

项 目	2009-12-31	2008-12-31	2007-12-31
流动资产	672,893,044.79	449,649,229.38	408,029,397.15
非流动资产	201,897,230.75	190,085,883.76	158,437,718.47
资产总额	874,790,275.54	639,735,113.14	566,467,115.62

流动负债	489,080,700.25	422,241,293.56	341,893,497.95
非流动负债	85,000,000.00	-	38,857,074.64
负债总额	574,080,700.25	422,241,293.56	380,750,572.59
归属于母公司所有者的股东权益	300,709,575.29	217,493,819.58	168,858,401.47
少数股东权益	-	-	16,858,141.56
股东权益	300,709,575.29	217,493,819.58	185,716,543.03

（二）合并利润表主要数据

单位：元

项 目	2009 年度	2008 年度	2007 年度
营业收入	1,302,691,778.72	1,188,472,151.26	1,087,665,982.27
营业利润	104,886,720.24	54,061,502.05	116,705,718.81
利润总额	108,258,736.65	55,041,690.05	120,208,135.42
净利润	93,970,114.13	48,256,208.02	108,102,623.36
归属于母公司所有者的净利润	93,970,114.13	46,024,315.74	88,175,358.56
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润	82,784,738.86	75,491,357.13	68,616,336.78

（三）合并现金流量表主要数据

单位：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	147,800,819.93	78,682,262.25	126,173,992.84
投资活动产生的现金流量净额	-20,599,850.17	-66,692,374.94	-51,753,747.02
筹资活动产生的现金流量净额	-2,084,884.44	27,459,730.71	4,257,403.07
现金及现金等价物净增加额	119,475,138.60	61,103,759.59	76,662,079.69

（四）主要财务指标

项 目	2009-12-31	2008-12-31	2007-12-31
资产负债率（按母公司口径）	63.31%	70.32%	57.33%
每股净资产（元/股）	3.34	2.42	1.88
项 目	2009 年度	2008 年度	2007 年度
基本每股收益（元/股）	1.04	0.51	0.98
扣除非经常性损益后的基本每股收益（元/股）	0.92	0.84	0.76
净资产收益率（加权平均）	35.53%	25.99%	57.65%
扣除非经常性损益后的净资产收益率（加权平均）	31.30%	42.63%	44.86%

四、本次发行概况

股票种类:	人民币普通股（A股）
每股面值:	人民币 1.00 元
发行数量:	3,000 万股
占发行后总股本的比例:	25%
发行方式:	采用网下向询价对象配售发行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:	（1）符合资格的询价对象；（2）在深圳证券交易所开设 A 股股票账户的自然人、法人（国家法律、法规禁止购买者除外）
承销方式:	余额包销

五、募集资金运用

若本次发行获得成功，扣除发行费用后，募集资金将按轻重缓急顺序依次投资于以下项目：

单位：万元

项目名称	项目报批总投资	拟投入募集资金	备案（核准）情况
厦门蒙发利电子有限公司年产 10 万台按摩椅新建项目	23,826.19	23,826.19	获得厦门市发展改革委“厦发改产业[2009]48 号”批复核准
漳州康城家居用品有限公司按摩居室电器生产基地新建项目	19,933.44	19,933.44	获得龙海市发展计划局“闽发改备[2009]E03018”备案表
合 计	43,759.63	43,759.63	

若本次实际募集资金小于上述项目拟投入募集资金需求，缺口部分由本公司通过自筹方式解决；若实际募集资金大于上述项目拟投入募集资金需求，则资金余额部分用于补充本公司流动资金。

第二节 本次发行概况

一、本次发行的基本情况

股票种类:	人民币普通股 (A 股)
每股面值:	人民币 1.00 元
发行数量:	3,000 万股
占发行后总股本的比例:	25%
每股发行价:	【 】
发行市盈率:	【 】倍 (按发行后总股本计算)
	【 】倍 (按发行前总股本计算)
发行市净率:	【 】倍 (按发行后总股本计算)
	【 】倍 (按发行前总股本计算)
每股净资产:	【 】元 (发行前每股净资产)
	【 】元 (发行后每股净资产)
发行方式:	采用网下向询价对象配售发行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:	(1) 符合资格的询价对象; (2) 在深圳证券交易所开设 A 股股票账户的自然人、法人 (国家法律、法规禁止购买者除外)
承销方式:	余额包销
预计募集资金总额:	【 】万元
预计募集资金净额:	【 】万元
发行费用概算:	
承销费用:	
保荐费用:	
审计费用:	
律师费用:	

二、本次发行的有关机构

发 行 人:	厦门蒙发利科技 (集团) 股份有限公司
住 所:	厦门市思明区东浦路 22 号 2 楼
联系地址:	思明区龙山南路 18 号东西楼二、三层
法定代表人:	邹剑寒
联系电话:	0592-5569658
传 真:	0592-5532788
联 系 人:	张斌

保荐人（主承销商）：	浙商证券有限责任公司
住 所：	浙江省杭州市杭大路一号
法定代表人：	吴承根
联系电话：	0571-87902960
传 真：	0571-87901974
保荐代表人：	刘凌雷、吴斌
项目协办人：	赵亮
其他参与人员：	王保军、刘丹、郭峰、王虹
律师事务所：	上海市瑛明律师事务所
负 责 人：	陈明夏
住 所：	上海市浦东南路 528 号证券大厦北塔 1901 室
联系电话：	021—68815499
传 真：	021—68817393
经办律师：	陈志军、傅扬远
会计师事务所：	立信会计师事务所有限公司
法定代表人：	朱建弟
住 所：	上海市南京东路 61 号 4 楼
联系电话：	021—63391166
传 真：	021—63392390
经办注册会计师：	戴定毅、张琦
股份登记机构：	中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司
联系地址：	深圳市深南中路 1093 号中信大厦 18 楼
联系电话：	0755-25938000
传 真：	0755-25988122
上市交易所：	深圳证券交易所
联系地址：	深圳市深南东路 5045 号
联系电话：	0755-82083333
传 真：	0755-82083190
收款银行：	
联系地址：	
负 责 人：	
联 系 人：	
联系电话：	
传 真：	

截至本招股说明书出具日，本公司与本次发行有关的中介机构及其负责人、高级管理人员及经办人员之间不存在直接或间接的股权关系或其他权益关系。

三、本次发行上市的有关重要日期

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

第三节 风险因素

投资者在评价发行人本次发行的股票时，除本招股说明书提供的其他资料外，应特别认真地考虑下述各项风险因素。下述风险根据重要性原则或可能影响投资决策的程度大小排序，但该排序并不表示风险因素会依次发生。

一、市场风险

（一）宏观经济环境变化的风险

2008年9月份以来，由美国次贷危机引发的全球金融危机逐步波及到实体经济，全球经济活动和贸易出现了自二次大战以来最严重的下滑。包括中国在内的各国政府已经采取了广泛的公共干预政策挽救金融市场和实体经济，国际货币基金组织2009年10月期《世界经济展望》指出，“全球衰退正在结束”。国际货币基金组织预计2009年、2010年的全球经济增长分别为-1%、3%；其中，先进经济体分别为-3.5%、1.25%；包括中国在内的新兴经济体中分别为1.75%、5%；同时，一些迹象表明，零售业销售正逐步稳定，消费者信心正在恢复；此外，若干先进经济体的中期失业率预计仍将保持在高水平。

受全球金融危机影响，中国按摩器具行业的出口增速从2001年~2007年年均复合增长27.42%大幅下降至2008年的8.90%；2009年出口金额较上年下降11.44%，其中上半年同比下降27%，第3季度同比下降5.73%，第4季度同比上升9.99%，呈现明显的先抑后扬趋势。根据中国医药保健品进出口商会预测，随着全球经济复苏，我国按摩器具行业的出口金额（按美元计算）年均增长率仍可恢复到15%~20%的较高水平。

发行人作为国内按摩器具产品的龙头企业，2008年度、2009年度的按摩器具产品出口金额（按美元计算）分别较上年同期增长13.2%、8.21%，优于行业同期水平，较好地克服了全球金融危机的冲击。但是，如果经济衰退结束趋势出现反复，或者消费者信心恢复缓慢，将对公司的出口业务造成较大的不利影响。

（二）单一客户份额较高的风险

HOMEDICS 是个人保健、健康和舒缓产品领域的全球品牌商，在按摩器具领域经营 HoMedics、ObusForme（2008年末收购）、The Sharper Image（2008年末获授权使用）等市场领先品牌。该集团分销渠道覆盖北美、西欧、大洋洲及南

非等区域市场 60 多个国家/地区的 5 万多个零售终端,市场份额领先。(HOMEDICS 公司的详细情况请参见本招股说明书第十节之“二、(一)、5、发行人对 HOMEDICS 的销售情况”)

2007 年度、2008 年度和 2009 年度,发行人向 HOMEDICS 的销售额占同期主营业务收入比重分别为 47.97%、49.41%和 45.32%,比例略有下降但销售额持续增长。

自 2004 年末开始合作以来,由于双方通过 PRMS 模式实现了共赢,HOMEDICS 快速成为发行人最大的单一客户。历年详细合作情况如下:

发行人向 HOMEDICS 销售		2009 年	2008 年	2007 年	2006 年	2005 年
销售金额 (万美元)		8,348.80	8,214.32	6,906.00	5,194.59	1,816.82
零售价格	9.99~49.99 美元	46.41%	41.66%	53.11%	75.57%	76.71%
	99.99~149.99 美元	29.17%	33.43%	39.40%	22.35%	18.52%
	199.99~399.99 美元	24.42%	24.53%	5.95%	-	-

自 2005 年开始,发行人充分发挥研发优势,针对消费者潜在需求,与 HOMEDICS 共同策划了一系列畅销产品,形成了零售价位覆盖 9.99 美元~399.99 美元区间的全系列按摩小电器产品组合。

HOMEDICS 凭借产品组合丰富的优势,终端销售规模持续增强,已逐渐成为北美、大洋洲市场多数终端零售店内的主要按摩器具产品品牌,并正在快速进入欧盟市场分销渠道。同时,发行人产品策划能力进一步增强,在全部 10 个关键零售价位均实现了向 HOMEDICS 年供货量超过 100 万美元,其占 HOMEDICS 按摩器具产品的采购份额则从 2005 年的 40%左右增加至 2009 年的 90%以上。

2008 年~2009 年,HOMEDICS 与发行人强强联合,重点拓展欧洲市场,共同克服了全球金融危机的冲击。

单位: 万美元

项目	2009 年度		2008 年		2007 年 金额
	金额	同比增长	金额	同比增长	
北美地区	5,519.15	-5.57%	5,844.64	-7.92%	6,347.35
欧洲地区	2,336.16	22.51%	1,906.95	485.05%	325.94
其他地区	493.49	6.65%	462.73	98.85%	232.71
对 HOMEDICS 销售合计	8,348.80	1.64%	8,214.32	18.94%	6,906.00

截止 2010 年 6 月 24 日,发行人已接到 HOMEDICS 发出的 2010 年订单

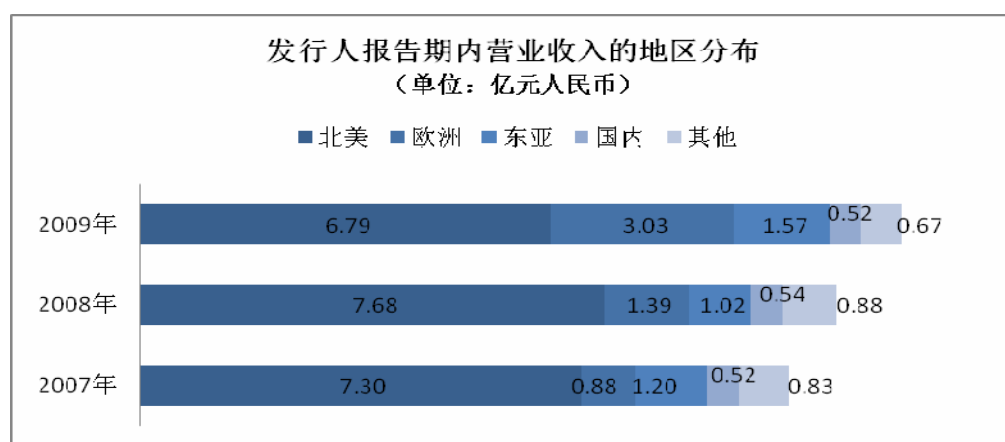
3,987.80 万美元，其中北美市场订单为 1,833.16 万美元，较上年同期下降 5.41%；欧洲市场订单为 1,812.90 万美元，较上年同期增长 40.04%，整体增长趋势明显。

发行人律师认为：“发行人在 HOMEDICS 供应商中具有较高地位，在按摩器具类产品方面，发行人与 HOMEDICS 相互依赖，不存在发行人单方面依赖 HOMEDICS 的情况。”

保荐机构认为：“发行人与 HOMEDICS 通过长期的 PRMS 合作，业已形成了互相依赖的紧密合作关系，不存在单方依赖性。同时，单一客户份额较高不会对发行人持续发展形成实质性障碍。”

随着全球经济逐渐开始复苏，消费者信心逐渐恢复，发行人与 HOMEDICS 的合作空间仍将继续保持稳步增长。同时，发行人亦着力于拓展其他年度订单规模超过 500 万美元的大客户群体并取得了良好进展，预计 HOMEDICS 占发行人业务总额的比例将保持下降趋势。但是，单一客户份额过高仍可能给本公司经营带来一定风险，如果发行人与 HOMEDICS 的合作关系不能持续，或者 HOMEDICS 经营发生重大变化，将对发行人经营及业绩造成重大影响。

（三）销售市场集中的风险



北美市场是全球购买力最大的消费市场，也是发行人最重要的目标市场。

2007 年～2009 年中国按摩器具行业对北美市场出口的分季度情况如下：

单位：万美元

季度		1 季度	2 季度	3 季度	4 季度	全年
2007 年	金额	2,786.12	3,918.35	9,466.24	8,569.15	24,739.87
	增长率					
2008 年	金额	3,414.88	4,261.34	8,370.20	5,739.42	21,785.84
	增长率	22.57%	8.75%	-11.58%	-33.02%	-11.94%
2009 年	金额	2,021.67	2,658.30	7,046.19	6,343.44	18,069.60
	增长率	-40.80%	-37.62%	-15.82%	10.52%	-17.06%

数据来源：中国海关统计数据

自 2008 年 9 月以来，受经济不景气影响，北美市场的品牌商、渠道商在按摩器具产品的采购、库存方面均采取了较为保守的经营策略，相应对中国按摩器具出口造成了较大不利影响。2009 年下半年，受益于经济复苏，中国按摩器具行业对北美出口出现有止跌回升趋势。

2007 年度、2008 年度和 2009 年度，发行人来自北美的收入分别占同期全部营业收入的 68.07%、66.74%和 53.98%。发行人与 HOMEDICS、HOT 等北美地区知名健康品牌的合作关系持续稳固，同时利用季节性闲置的缝纫、针车产能与全球知名的时尚电子配件商 BELKIN 等北美知名企业合作拓展包袋业务，促进了北美市场业务的持续稳步发展，经受住了 2008 年 9 月以来全球金融危机的冲击。预计随着全球经济衰退结束，发行人在北美市场仍然面临良好的发展机遇。

鉴于东亚地区对按摩养生保健理念的社会认同度较高，发行人正在扩大按摩居室电器产品的业务规模，并将凭借定位大众消费的优质产品加大国内市场、东亚地区的业务拓展。随着东亚、欧洲及国内市场的业务规模逐渐增长，预计销售市场集中的情形将逐渐减缓。但是，如果未来北美市场出现重大波动，预计将对发行人整体经营业绩带来不利影响。

二、所得税优惠被追缴及税收政策变化的风险

（一）子公司所得税优惠被追缴的风险

本公司全资子公司深圳凯得克设立于 2005 年，2006 年～2009 年度分别依照 0%、7.5%、12.5%、10% 的优惠税率计缴企业所得税，虽然不符合国家有关税收优惠的规定，但是均系依据地方政府相关文件享受优惠政策。根据《关于深圳特区企业税收政策若干问题的规定》（深府[1988]232 号）、《深圳市人民政府关于宝安、龙岗两个市辖区有关税收政策问题的通知》（深府[1993]1 号文），该公司作为注册地及经营地均在深圳市宝安区的生产性企业，获得了深圳市宝安区国家税务局沙井分局深国税宝沙减免[2005]0056 号《深圳市国家税务局减、免税批准通知书》，自 2005 年度起享受“两免三减半”的所得税优惠政策，并在 2005 年～2007 年度享受了 15% 的深圳经济特区优惠所得税税率政策。如果国家税务主管机关认为深圳凯得克已经享受的所得税优惠不成立，将可能存在以前年度享受的企业所得税优惠被追缴的风险。

2007 年度、2008 年度和 2009 年度，该子公司已享受但不符合国家税收规定

的所得税优惠分别为 593 万元、146 万元和 129.21 万元。

对于可能被追缴的企业所得税优惠，本公司的实际控制人邹剑寒先生、李五令先生承诺，若此后深圳凯得克被国家有关税务主管部门要求补缴因享受上述有关优惠政策而免缴及少缴的企业所得税，则邹剑寒先生和李五令先生无条件全额承担深圳凯得克应补缴的所得税款及因此所产生的所有相关费用。

（二）“出口退税”政策变化的风险

为避免进口国征税造成出口商品双重税赋，征收间接税的国家通常将已征收的国内税部分或全部退还给出口企业，这是国际惯例，也符合 WTO 规则。中国自 1985 年 4 月 1 日起实行对出口产品退税政策。但是，自 2003 年以来，国家开始实施出口退税机制的改革，迄今已 9 次调整出口退税率政策，部分商品的出口退税率调整频率较高。

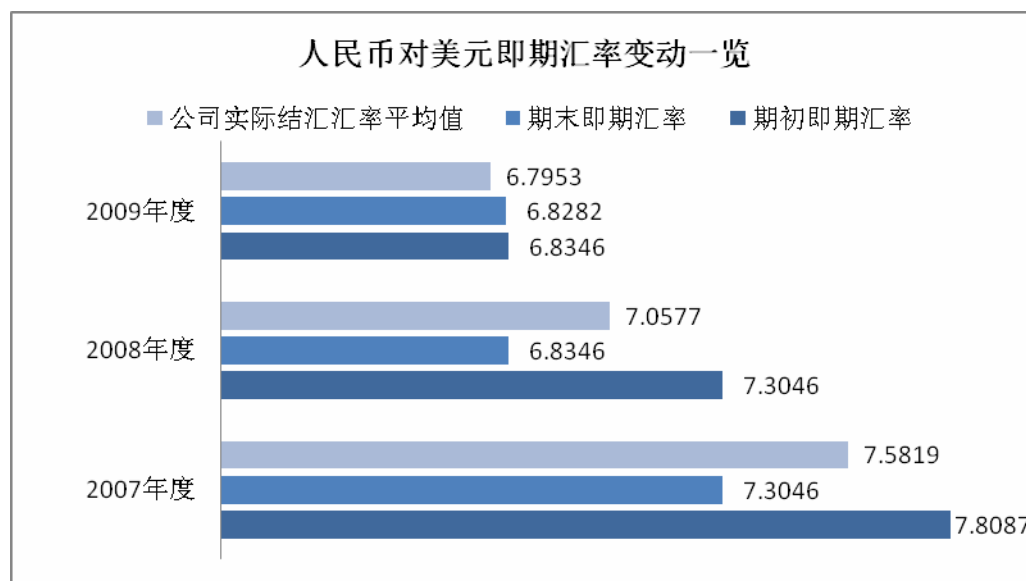
公司所属按摩器具行业一直是国家鼓励出口类行业，且中国是全球按摩器具产品的主要生产地，拥有超过 1 万件与“按摩”相关产品的专利权，与进口国产生贸易摩擦的可能性较小，未来出口退税政策的调整对中国按摩器具制造业的全球竞争力的影响有限；同时，公司业已与主要客户达成共同承担出口退税政策变化的成本影响的协议，并能够在新产品研发阶段充分考虑出口退税率可能降低的不利影响。

报告期内，公司各年度出口退税额占利润总额的比例一直保持在较高水平，主要是因为公司外销收入占主营业务收入比例超过 95% 且按摩器具产品（海关货物编码 90191010）一直享受 17% 的最高档次出口退税率。虽然发行人在报告期内未受到“出口退税”政策变化的不利影响，但是如果未来国家大幅调低按摩器具产品的出口退税率，预计将对发行人的出口业务及经营业绩产生较大不利影响。

三、经营风险

（一）人民币汇率频繁波动导致的经营风险

发行人外销业务的结算货币基本上是美元。自 2005 年 7 月 21 日国家实施人民币有管理的浮动汇率改革以来，人民币相对美元开始逐渐升值，截至 2009 年 12 月 31 日，累计升值幅度已达到 17.50%。



数据来源：中国银行网站

2007 年度、2008 年度和 2009 年度，发行人结汇金额分别为 12,631.17 万美元、15,929.55 万美元和 16,319.00 万美元，逐年稳步增加。由于发行人业已初步建成汇率风险防范体系，报告期内的经营业绩经受住了人民币汇率快速升值的冲击。

发行人一贯采用谨慎策略拓展海外业务，并针对汇率风险建立了三道防线。

第一，在产品研发设计阶段谨慎考虑人民币升值因素。发行人出口产品的美元价格通常相当于其终端零售价的 25%~35%。发行人凭借 PRMS 经营模式的优势，能够根据明确的产品终端零售价格目标（美元计价）展开产品研发设计，相应地能够通过谨慎假设人民币升值幅度，为新产品选择制造成本适宜的材质及工艺方案。

第二，在产品定价谈判时充分考虑人民币升值因素。发行人通常在完成销售样品后与客户洽商价格，谈判中主要会结合订单交期，充分考虑相同期限的人民币远期汇率变动趋势，参考包括往来银行、路透社等渠道的远期汇率信息。如果预期人民币远期汇率升值幅度将明显高于研发设计阶段的假设值，发行人能够在定价谈判中要求客户相应调整产品的销售价格。

第三，资金管理部门根据外币收款计划及时锁定远期结汇汇率。根据发行人海外市场部定期汇总客户意向订单及目标汇率后编制的销售回款预算，发行人资金管理部门相应制订了分解到月的结汇预算，并主要采用人民币远期结汇交易、NDF 等外汇衍生金融工具锁定实际收到外汇货款时的结汇汇率。

2009年10月16日，发行人董事会批准了《厦门蒙发利科技(集团)股份有限公司金融衍生交易品业务内部控制制度》，以进一步规范远期外汇交易的流程、增强风险防范。

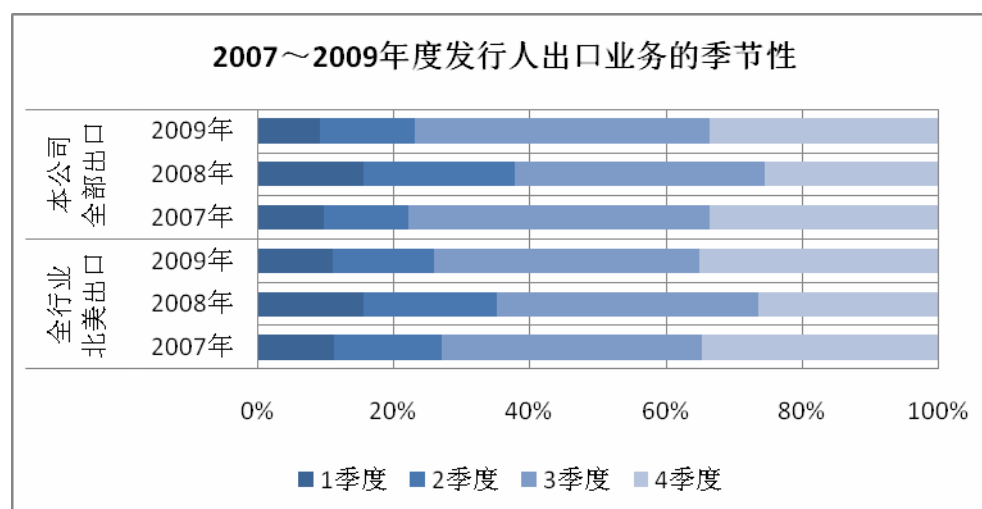
2007年、2008年和2009年，包括汇兑损失在内，发行人外销业务毛利率分别为18.41%、18.51%和19.79%，体现了发行人较强的汇率风险防范能力。

但是，如果未来人民币对美元汇率的浮动方向、幅度与发行人预测的远期汇率变动不一致，则可能对公司业绩造成重大影响。

（二）新产品研发适销性的风险

公司主要采用 PRMS 模式为客户提供更加契合于其市场定位和营销计划的产品研发与制造服务。新产品研发是满足市场需求及品牌核心价值、控制制造成本的关键环节。报告期内，公司通过市场调查、买手反馈、售后反馈等多种方式完善研发决策程序，并采用多个新产品研发计划同时推进、研发人员绩效与市场表现挂钩等措施，各年度的创新产品均取得了良好的业绩。2007年度、2008年度和2009年度，公司新产品的销售收入占当期主营业务收入的比重分别为54.44%、56.18%和58.17%。虽然公司目前的新产品研发较为成功，但是未来仍然可能出现新产品适销性不佳，导致客户后续订单难以落实，进而对公司经营及业绩造成负面影响的风险。

（三）公司经营的季节波动风险



2007年度、2008年度和2009年度，发行人来自北美的收入分别占同期全部营业收入的68.07%、66.74%和53.98%。发行人目前出口北美市场的产品以按摩小电器产品为主，该类产品在该地区的销售旺季主要集中在感恩节、圣诞节期间，

相应导致发行人出口业务的季节性波动较为明显。

鉴于按摩居室电器产品的季节性波动相对较小，发行人正在扩大按摩居室电器产品的业务规模，并加强东亚、欧洲及国内市场的业务拓展，预计季节性影响将逐渐减缓。但是，发行人仍然可能因为季节性波动过大受到负面影响。

四、短期偿债能力风险

2007年末、2008年末和2009年末，公司流动比率分别为1.19、1.06和1.38，速动比率分别为0.82、0.76和1.06。截至2009年12月31日，公司应付票据、应付账款余额合计为44,738.01万元，金额较大。公司存在一定的短期偿债压力。

本公司主要服务于海外品牌商及渠道商，客户资信良好，报告期内应收账款3个月内收款率均超过88%且未发生过坏账，为偿付到期债务提供了及时可靠的资金保障。相对同类型其他公司，公司短期偿债能力保持在较高水平。

同时，随着业务快速健康发展，盈利能力持续增强，公司信用水平进一步提高。报告期内供应商给予公司信用期间平均为120天左右，截至2009年12月31日应付账款余额为34,718.51万元。此外，公司银行信用记录良好，银行借款融资渠道畅通。

2007年度、2008年度和2009年度，公司息税折旧摊销前利润分别为14,067.33万元、8,195.25万元和13,242.92万元；利息保障倍数分别为18.93倍、6.19倍和18.34倍。虽然公司目前偿债能力较强，但如果进一步快速扩大业务规模并加大流动负债规模，可能存在流动性紧张带来的短期偿债风险。

五、实际控制人控制的风险

本次发行前，邹剑寒先生、李五令先生合计持有本公司发行前81.26%的股份，为本公司实际控制人。本次股票发行成功后，邹剑寒先生、李五令先生合计持有本公司股权比例降为60.945%，仍为本公司的实际控制人。虽然本公司通过采取制订实施“三会”议事规则、建立独立董事制度、成立董事会战略委员会、提名委员会、审计委员会、薪酬与考核委员会等一系列措施，完善公司法人治理结构，但是实际控制人仍然可能利用其控制力在本公司的发展战略、生产经营、利润分配决策等方面施加重大影响，做出对其有利，但损害本公司和中小股东利益的行为。

六、重大诉讼导致的或有风险

发行人根据自主拥有的实用新型专利（专利号：200720006893.6）生产一款单电机行走加热揉捏背靠产品（型号为 SBM200H）。2007 年 9 月 6 日，东莞东城威仪塑胶电子制品厂（以下简称“东莞威仪”）以前述产品落入其拥有的专利号为 ZL02250262.9 的实用新型专利的权利保护范围为由，向厦门市中级人民法院提起专利侵权诉讼，诉请发行人及其子公司漳州蒙发利停止侵权行为并赔偿经济损失 50 万元，后于 2007 年 11 月 16 日申请追加至 357.73022 万元。发行人委托厦门南强之路专利事务所向厦门市中级人民法院提交的《对比报告》认为，该涉讼产品与东莞威仪的专利产品的结构存在显著差别。

发行人、漳州蒙发利分别于 2007 年 10 月 8 日、2009 年 2 月 17 日向国家知识产权局专利复审委员会申请东莞威仪拥有的专利号为 ZL02250262.9 的实用新型专利无效。国家知识产权局专利复审委员会于 2009 年 9 月 16 日出具了《无效宣告请求审查决定书》（第 13893 号），宣告东莞威仪持有的专利号为 ZL02250262.9 的“一种按摩器结构”实用新型无效。2010 年 4 月 15 日，北京市第一中级人民法院出具了《行政判决书》（（2010）一中知行初字第 352 号），判决“维持被告国家知识产权局专利复审委员会作出的第 13893 号无效宣告请求审查决定。”根据《中华人民共和国专利法》，如对上述决定不服的，东莞威仪可以向北京市高级人民法院上诉。

根据国家知识产权局专利复审委员会出具的《无效宣告请求受理通知书》2007 年 11 月 8 日，厦门市中级人民法院出具（2007）厦民初字第 298 号《民事裁定书》，裁定中止诉讼。截止本招股说明书签署之日，本专利侵权诉讼案仍然处在诉讼中止阶段。

2010 年 2 月 5 日，厦门南强之路专利事务所出具《分析报告》，认为：“国家知识产权局专利复审委员会所作出的有关 ZL02250262.9 实用新型专利权无效宣告请求审查决定，所依据的理由充分，证据确凿，适用的法律法规准确”。

此外，经查询国家知识产权局的专利法律状态信息，专利号为 ZL02250262.9 的实用新型专利权业已于 2009 年 4 月 24 日转移给东莞威德电子科技有限公司。

发行人的控股股东、实际控制人邹剑寒先生、李五令先生承诺，若发行人或漳州蒙发利于上述诉讼中败诉而被判决或裁定赔偿原告损失及/或承担诉讼费

用，则将无条件全额承担该等费用。

发行人律师认为：“涉讼专利权的权利人已经变更，且该专利权被国家知识产权局专利复审委员会宣告无效，东莞威仪即使对国家知识产权局专利复审委员会提起行政诉讼，依据厦门南强之路专利事务所对上述实用新型专利所作的实质分析及发行人实际控制人邹剑寒、李五令所作的承诺，该诉讼案件对发行人持续经营不构成重大影响，对本次发行上市也不构成实质性障碍。”

保荐机构认为：“鉴于涉讼专利权已被有权认定机构宣告无效，并且发行人的控股股东、实际控制人已经承诺无条件全额承担败诉损失与费用，该诉讼不会对发行人的持续经营造成重大不利影响，对本次发行上市没有实质性障碍。”

七、募集资金投资项目的风险

（一）募集资金投资项目的市场营销风险

发行人按摩居室电器业务自 2002 年开始发展以来，目前产销量已进入全球前 5 名。随着本次募集资金拟投资项目的实施，发行人按摩居室电器的产能将进入全球前 3 名，规模优势、成本优势将进一步增强。

公司已对募集资金拟投资项目中的按摩椅、按摩沙发、休闲按摩椅、办公按摩椅等按摩家居电器产品的市场前景进行了充分的调研和论证。受益于全球老龄化与亚健康趋势及按摩养生保健理念的持续普及，能够满足日常自助式保健需要、舒适度高的按摩居室电器存在着巨大的潜在消费需求。

发行人已基于潜在消费人群的特点，进行了深入细致的市场分析、渠道规划及拓展工作，并以 PRMS 客户群为核心，进一步增强其渠道竞争力，并充分发挥其渠道拓展能力，形成拟新增产品产能消化的有力保障。

为扩大国外客户，公司业已采取的具体措施包括：

（1）利用公司丰富的产品线优势、研发创新优势，与在全球金融危机冲击中市场压力较大的潜在目标客户深入接触，共商改善产品卖点、恢复渠道网络销售力的应对策略，并成功与多家大型目标客户开始产品策划及研发项目。

（2）配合现有核心客户群进一步完善产品组合，持续扩大合作规模。目前公司欧美客户的产品组合仍以按摩小电器为主，东亚客户则以按摩居室电器为主。随着按摩沙发、办公按摩椅、休闲按摩椅等新产品推出，公司业已形成 9.99

美元～3999 美元的完整产品线，未来将加大欧美市场按摩居室电器产品的组合，同时加大东亚市场按摩小电器业务。

（3）充分利用公司研发能力、生产能力，拓展具有渠道优势的电子产品领先品牌客户。继与 BELKIN 成功合作以后，公司业已与全球知名电脑外设品牌商 Logitech（罗技）合作，并拟于 2010 年推出新产品上市。

为扩大国内客户，公司业已采取的具体措施包括：

（1）结合公司产品优势与国内市场的消费特点，制订了详细的产品组合方案，并拟于 2010 年推出多个卖点突出、性价比好的产品系列在国内渠道上市。

（2）业已制订中期品牌策略，力争“康城”、“OGAWA”品牌在 3 年内均能成为国内按摩器具市场的领先品牌。

（3）积极拓展国内渠道网络，包括建设 10 个“康城”品牌旗舰店，“康城”、“OGAWA”分别达成 100 个以上零售终端，实现网络初步覆盖经济较为发达的主要地级以上城市。此外，公司亦将积极与各种业态的大型连锁渠道商合作铺设销售专柜网络。

随着本次募集资金拟投资项目的实施，公司按摩居室电器产品品质、经营效率、盈利能力将进一步提升。但是如果未来渠道拓展不能按照计划推进，将可能导致募集资金拟投资项目投产后达不到预期效益的风险。

（二）净资产收益率下降的风险

本次募集资金到位后，本公司净资产将大幅度增加，但由于募集资金投资项目效益的产生需要经历项目建设、竣工验收、投产等过程，并且项目预期产生的效益存在一定的不确定性，因而公司存在发行当年净资产收益率较大幅度下降的风险，但随着项目投产和销售，公司未来净资产收益率将稳步上升。

第四节 发行人基本情况

一、发行人基本资料

- 1、公司名称：厦门蒙发利科技（集团）股份有限公司
- 2、英文名称：XIAMEN COMFORT SCIENCE&TECHNOLOGY GROUP CO., LTD.
- 3、法定代表人：邹剑寒
- 4、注册资本：9,000 万元
- 5、成立日期：1996 年 8 月 1 日(2007 年 12 月 14 日整体变更为股份公司)
- 6、注册地址：厦门市思明区东浦路 22 号 2 楼
- 7、经营地址：厦门市思明区龙山南路 18 号东西楼二、三层
- 8、邮政编码：361009
- 9、联系电话：0592-5569658
- 10、传 真：0592-5532788
- 11、互联网网址：<http://www.easepal.com.cn>
- 12、电子信箱：stock@easepal.com.cn

二、发行人改制设立情况

（一）股份公司设立方式

公司系经厦门蒙发利科技（集团）有限公司股东会决议批准，由“厦门蒙发利科技（集团）有限公司”整体变更为“厦门蒙发利科技（集团）股份有限公司”。2007 年 12 月 14 日，股份公司在厦门市工商行政管理局登记注册成立，注册号为 350200200010911，注册资本、股本均为人民币 9,000 万元。

（二）发起人

股份公司的发起人为邹剑寒、李五令、张泉、黄文伟、魏罡、曾建宝、刘才庆、蔡坤平、赵军定、高兰洲、陈海洲、方敏、屠根林、庄文胜 14 位自然人。

各发起人持股数量和持股比例如下：

序号	发起人名称	持股数量（万股）	持股比例(%)
1	邹剑寒	3,656.70	40.63
2	李五令	3,656.70	40.63
3	张 泉	900.00	10.00
4	黄文伟	172.80	1.92
5	魏 罡	110.70	1.23
6	曾建宝	90.00	1.00
7	刘才庆	90.00	1.00
8	蔡坤平	54.90	0.61
9	赵军定	54.90	0.61
10	高兰洲	48.60	0.54
11	陈海洲	48.60	0.54
12	方 敏	48.60	0.54
13	屠根林	45.00	0.50
14	庄文胜	22.50	0.25
	合计	9,000	100

自股份公司改制设立以来，上述发起人持股数量均未发生任何变化。

（三）发行人改制设立前后，主要发起人拥有的资产和业务

发行人主要发起人为邹剑寒、李五令，其在发行人改制设立前后拥有的主要资产情况如下：

1、主要发起人在发行人改制设立前的主要资产和业务

本公司变更设立股份公司之前，主要发起人拥有的主要资产为原有限公司股权。此外，邹剑寒、李五令分别持有康先实业（香港）有限公司、厦门宏石投资管理有限公司、厦门威斯特科技有限公司各 50% 股权，该 3 家公司主要拥有的资产和业务详见本节之五之（二）“发行人的实际控制人、控股股东情况”。

2、主要发起人在发行人改制设立后的主要资产和业务

股份公司成立后，主要发起人拥有的主要资产和实际从事的主要业务没有发生变化。

（四）发行人成立时拥有的主要资产和实际从事的主要业务

公司整体变更设立股份有限公司时，邹剑寒、李五令等十四位发起人股东将

原有限公司的全部资产和负债投入到股份公司，未进行资产剥离和评估调账。公司在设立时具有完整的研发、采购、生产、销售的资产和业务体系，所从事的主要业务未发生变化，保持了资产、业务的连续性和完整性。

1、主要资产

公司设立时，邹剑寒、李五令等十四位股东将原有限公司的全部资产与负债投入股份公司，经福建立信闽都会计师事务所有限公司厦门分公司（2007）审字第 NS-2282 号《审计报告》，上述净资产为 9,293.59 万元。公司股东投入主要资产为货币资金、应收账款、存货、房产、机器设备、土地使用权等。

2、主要业务

自 1996 年有限公司成立以来，本公司始终专注于按摩器具产品的设计、研发、生产和销售。在整体变更设立股份有限公司时，公司股东将与按摩器具经营相关的全部资产均投入到股份公司，从而保持了公司业务的连续性和完整性。

（五）改制设立前后发行人的业务流程及其变化情况

由于本公司是整体变更设立，股份公司成立前后，业务流程没有发生变化。可详见本招股说明书第五节之四之“（一）发行人主要产品的工艺流程图”之说明。

（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

发行人设立时，邹剑寒、李五令作为主要发起人与其他十二位发起人股东共同将有限公司的全部资产与负债投入股份公司。为进一步规范股份公司治理结构，邹剑寒、李五令通过康先香港间接在发行人子公司中持有的少数股权均已全部转让给发行人全资子公司蒙发利香港；并且，邹剑寒持有的 54 项专利权及 14 项专利申请权均已无偿转让给发行人。此外，发行人的部分外销业务之前系由康先香港代理收款，2007 年 9 月以后逐步转由蒙发利香港办理，2008 年开始已全部规范。前述关联交易请详见本招股说明书第六节之“三、关联交易情况及其对发行人财务状况和经营成果的影响”。

（七）产权变更手续办理情况

发行人系由厦门蒙发利科技（集团）有限公司整体变更设立，承继了厦门蒙发利科技（集团）有限公司所有的资产、负债及权益，并办理了商标、专利、房

产、土地使用权等主要资产的产权过户手续。

（八）发行人的独立运营情况

发行人成立以来，注意规范与公司股东之间的关系，建立健全各项管理制度。目前，公司在业务、资产、人员、财务、机构方面均独立于公司各股东，具有独立完整的业务和供应、生产、销售系统，以及面向市场自主经营的能力，完全独立运作、自主经营，独立承担责任和风险。

1、业务独立

发行人主要从事按摩器具的研发、生产和销售，且拥有独立的经营决策权和实施权，自行承担采购、开发、生产、加工、销售等重要职能，业务独立于各股东、实际控制人及其控制的其他企业，与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业间不存在同业竞争或者显失公平的关联交易。

2、资产独立

发行人由有限公司整体变更设立，变更前未进行任何业务和资产的剥离；变更后，发行人依法承继有限公司各项资产权利，并已办理了相关资产的权属变更，取得了相关资产权属证书或证明文件。发行人没有以自身资产、权益或信誉为各股东、实际控制人及其控制的其他企业提供过担保，对所有资产拥有完全的控制支配权，不存在资产、资金被各股东、实际控制人及其控制的其他企业违规占用而损害公司利益的情况。

3、人员独立

发行人董事、监事及高级管理人员严格按照《公司法》、《公司章程》的有关规定选举或任命产生，不存在股东超越公司股东大会和董事会做出人事任免决定的情况。公司的人事及工资管理与股东单位完全分离，公司总经理、副总经理、财务负责人和董事会秘书等高级管理人员未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中担任除董事、监事以外的其他职务，未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业领薪；公司财务人员未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中兼职。同时，公司建立并独立执行劳动、人事及工资管理制度。

4、机构独立

发行人根据《公司法》、《上市公司章程指引》等有关法律、法规和规范性文件的相关规定，按照法定程序制订了《公司章程》，建立了以股东大会为最高

权力机构、董事会为决策机构、监事会为监督机构、经理为执行机构的法人治理结构；同时，公司根据自身的生产经营需要设置了较为完善的组织机构，拥有完整的采购、生产、销售系统和配套部门；公司与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业间不存在机构混同的情形。自公司设立以来，未发生股东、实际控制人及其控制的其他企业干预发行人正常生产经营活动的情况。

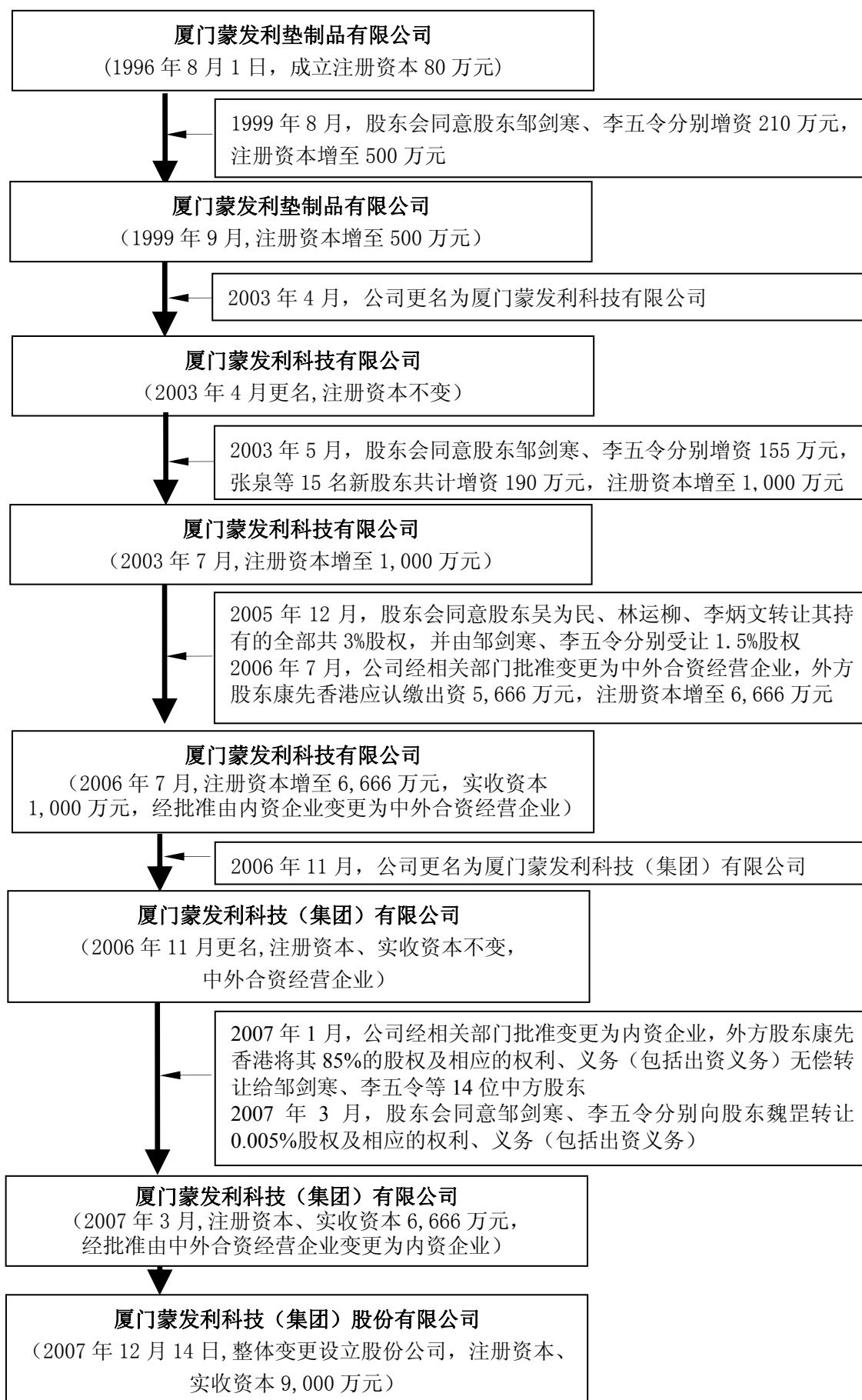
5、财务独立

发行人设立了独立的财务部门，配备了独立的财务人员，开设了独立的银行账号，建立了独立的会计核算体系，制定了内部财务管理制度等内控制度，独立进行财务决策并依法独立进行纳税申报和履行纳税义务。发行人根据企业发展规划，自主决定投资计划和资金安排，不存在货币资金或其他资产被股东或其他关联方占用的情况，也不存在为各股东、实际控制人及其控制的其他企业提供担保的情况。

三、发行人股本形成、变化情况及重大资产重组情况

（一）发行人股权形成及历次变化情况

自股份公司设立以来，发行人股权未发生任何变动。发行人前身厦门蒙发利垫制品有限公司成立于 1996 年 8 月 1 日，其历次股权变动情况如下图所示：



公司股本形成及历次变更的详细情况如下：

1、公司前身厦门蒙发利垫制品有限公司的设立

1996 年 8 月 1 日，自然人邹剑寒、李五令共同出资设立了厦门蒙发利垫制品有限公司，注册资本为 80 万元。1996 年 5 月 27 日，厦门大学会计师事务所出具了厦大所验（96）JT 字第 6027 号《验资报告》，确认 80 万元注册资本已由股东邹剑寒先生、李五令先生缴足，其中，投入原材料汽车座垫、毛巾布和斜纹绷带等 40 万元整，另为现金 40 万元整。厦门市工商行政管理局向有限公司核发了注册号为 26006003-4 厦 G002129 号的企业法人营业执照，法定代表人为邹剑寒。

厦门蒙发利垫制品有限公司设立时的股权结构如下表所示：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例(%)
1	邹剑寒	40	50
2	李五令	40	50
	合 计	80	100

根据当时有效的《公司法》及相关法规，对作为出资的非货币财产应当评估作价，但是由于公司经办人员经验不足，在准备有限责任公司设立申请材料时仅参照了当时有效的《公司登记管理条例》第十七条（该条未列举评估报告作为申请材料），相应导致该次实物出资未能依照相关法规由评估机构评估作价并出具评估报告。

根据增值税发票等原始凭证，用作出资的原材料的原价（包含增值税）约为 53 万元，扣除增值税后约为 45.76 万元，由邹剑寒、李五令双方约定作价 40 万元。

实物资产的具体内容及购买价格如下：

单位：元

序号	材料名称	单位	数量	单价	不含税金额	含税总额
1	座垫彩卡	个	21,000.00	2.14	44,878.63	52,508.00
2	加标沙发袋	只	2,600.00	2.44	6,333.33	7,410.00
3	加标沙发袋	只	1,420.00	3.29	4,672.65	5,467.00
4	微型直流电机	台	5,840.00	4.10	23,958.97	28,032.00
5	微型直流电机	台	2,000.00	2.69	5,384.62	6,300.00
6	粘扣带 25mm	米	2,000.00	1.20	2,393.16	2,800.00
7	TPR820 直流源	台	1.00	692.31	692.31	810.00
8	60/3 线	只	80.00	4.70	376.07	440.00

9	65/3 线	只	30.00	8.55	256.41	300.00
10	氯丁胶		1.00	690.60	690.60	808.00
11	线、氯丁胶			2,413.16	2,413.16	2,823.40
12	高温导线镀银	米	25.50	17.09	435.90	510.00
13	高温导线镀铜	米	50.00	12.82	641.03	750.00
14	胶带纸	筒	90.00	20.51	1,846.15	2,160.00
15	外文标	只	11,000.00	0.07	799.15	935.00
16	松紧带	米	57,320.00	0.21	12,249.28	14,331.66
17	松紧带	米	3,900.00	0.19	749.97	877.47
18	绷带	米	139,100.00	0.20	27,347.06	31,996.06
19	绷带	米	1,500.00	0.18	265.35	310.46
20	绷带	米	2,480.00	0.26	635.87	743.97
21	毛巾布	公斤	1,263.60	28.21	35,640.00	41,698.80
22	网眼布	公斤	592.80	26.07	15,453.33	18,080.40
23	网眼布	公斤	207.40	26.07	5,406.58	6,325.70
24	毛巾布	公斤	924.10	28.21	26,064.36	30,495.30
25	纸箱	箱	4,124.00	4.10	16,918.97	19,795.20
26	复合加工布料	米	9,423.10	2.95	27,786.06	32,509.69
27	复合加工布料	米	6,059.30	2.78	16,831.39	19,692.73
28	汽车座垫	张	7,820.00	10.28	80,405.64	94,074.60
29	汽车座垫	张	3,316.00	28.97	96,064.94	112,395.98
	合计				457,590.94	535,381.42

作为出资的原材料系为邹剑寒、李五令对于厦门蒙发利垫制品公司（下称“垫制品公司”）的承包经营所得。

垫制品公司由厦门蒙发贸易公司（内蒙古自治区轻工业品、工艺品、机械进出口公司下属企业）于 1994 年 4 月 21 日设立，注册资金为 50 万元。根据邹剑寒、李五令的说明，垫制品公司当时系由邹剑寒、李五令承包经营，且厦门蒙发贸易公司没有实际投入过资产、资金，经过两年多经营，双方于 1996 年解除承包关系，并由邹剑寒、李五令获得上述实物资产，垫制品公司亦于 1996 年 8 月 1 日注销。

由于内蒙古自治区轻工业品、工艺品、机械进出口公司系国有企业，蒙发利集团于 2007 年整体变更为股份公司前曾向内蒙古自治区人民政府国有资产监督管理委员会申请确认产权关系。2007 年 11 月 8 日，内蒙古自治区人民政府国有资产监督管理委员会出具《关于厦门蒙发利科技（集团）有限公司产权状况的复函》（内国资产权字[2007]201 号），该函确认垫制品公司于 1994 年由内蒙古自治区外经贸（集团）有限责任公司所属内蒙古自治区轻工工艺机械进出口公司下属

企业厦门蒙发贸易公司设立，但实际出资人是邹剑寒、李五令，厦门蒙发贸易公司没有利用国有资金投入该公司，未派人参与经营管理，是挂靠关系。1996年该公司与厦门蒙发贸易公司解除了“挂靠”关系。

发行人律师认为：“邹剑寒、李五令用作出资的上述实物资产属于邹剑寒、李五令所有并经内蒙古自治区人民政府国有资产监督管理委员会确认。”

保荐机构认为：“邹剑寒、李五令用作有限公司出资的上述实物资产的来源合法并经内蒙古自治区人民政府国有资产监督管理委员会确认。”

1996 年有限公司成立时，其实物出资来自股东邹剑寒、李五令承担所承包经营企业债权债务后取得的原材料，该等实物的价值虽未经评估，存在程序性瑕疵，但全体股东共同认可其价值，且其实际价值高于双方约定的出资额，其后投入有限公司生产经营并已生产成产品出售，股东出资业已真实足额到位。

有限公司系经公司登记机关批准后成立，并已通过历年工商年检，不影响发行人的有效存续。同时，该部分未评估资产占发行人现有净资产的比例极低，且有限公司整体变更为股份公司即发行人时，系按照经审计后的账面净资产值折股，不存在注册资本不实的问题。

发行人律师认为：“1996 年蒙发利有限公司成立时，其实物出资来自股东邹剑寒、李五令承担所承包经营企业债权债务后取得的原材料，该等实物的价值未经评估，不符合当时有效的《公司法》的相关规定，但双方确认其价值，且其实际价值高于双方约定的出资额，其后投入蒙发利有限公司生产经营，发行人已通过历年工商年检，且该部分资产占发行人现有净资产的比例极低，蒙发利集团 2007 年 12 月整体变更为股份公司时系以经审计的账面净资产折股，故蒙发利有限公司设立时，其股东出资真实足额到位，上述实物出资未经评估的事实并不影响发行人的有效设立及存续且不会对本次发行上市构成实质性障碍。”

保荐机构认为：“虽然有限公司设立时的实物出资未经评估，存在程序性瑕疵，但是该等实物资产的实际价值高于约定的出资额并获得全体股东共同认可其价值；同时，该部份未评估资产占发行人现有净资产的比例极低，且有限公司整体变更为股份公司即发行人时，系按照经审计后的账面净资产值折股，因此有限公司设立时，其股东出资真实足额到位，上述实物出资未经评估的事实并不影响发行人的设立及存续的有效性，且不会对本次发行上市构成实质性障碍。”

2、有限公司 1999 年 9 月第一次增资（由 80 万元增至 500 万元）

1999 年 8 月 20 日，厦门蒙发利垫制品有限公司股东会决议，一致同意注册资本由 80 万元增加至 500 万元，增资前后各方股权比例不变。厦门大同会计师事务所出具了厦大同会验字（1999）第 NB060 号《验资报告》，确认 420 万元新增资本已按约定缴足，其中，股东邹剑寒先生以现金 133 万元、对公司的债权 54.17 万元以及历年未分配利润 22.83 万元，共计 210 万元出资；股东李五令先生以现金 138.92 万元、对公司的债权 48.25 万元以及历年未分配利润 22.83 万元，共计 210 万元出资。1999 年 9 月 24 日，厦门市工商行政管理局向有限公司核发了新的营业执照，注册号为 3502041000036 号。法定代表人、执行董事仍为邹剑寒先生，经理仍为李五令先生。

第一次增资完成后，有限公司的股权结构变更为：

序号	股东名称	出资额（万元）	股权比例（%）
1	邹剑寒	250	50
2	李五令	250	50
	合 计	500	100

2009 年 9 月 30 日，具有证券业务资格的上海银信汇业资产评估有限公司出具沪银信汇业评字（2009）第 A146 号《部分资产评估报告》，对 1999 年 9 月增资时有限公司与股东邹剑寒和李五令的往来款进行评估。在评估基准日 1999 年 7 月 30 日的评估结果为：“委估厦门蒙发利科技（集团）股份有限公司前身厦门蒙发利垫制品有限公司截至评估基准日的与股东邹剑寒和李五令的往来款账面值系其他应付款共计 3,198,566.66 元（其中应付邹剑寒 1,657,000.00 元；应付李五令 1,541,566.66 元。），大写为人民币叁百壹拾玖万捌仟伍佰陆拾陆圆陆角陆份，无增减之变化。”

发行人律师经核查后认为：“该等债权系股东为其所投资企业发展经营需要而形成的事实债权，有往来资金凭证为证，真实有效，且经具有证券业务资格的上海银信汇业资产评估有限公司出具的沪银信汇业评字（2009）第 A146 号《部分资产评估报告书》验证，1999 年，邹剑寒、李五令以部分累计债权作为对蒙发利有限公司的部分出资，已经过验资机构审验确认，不违反当时有效的法律、行政法规且不影响发行人的有效存续，对本次发行上市亦不构成实质性障碍。”

保荐机构经核查后认为：“该等债务系股东邹剑寒、李五令先生为其所投资

企业发展经营需要而形成的真实债权债务，凭证真实，已获具有证券业务资格的上海银信汇业资产评估有限公司出具的《部分资产评估报告书》验证，已获验资机构审验确认，该次以部分债权作为出资合法有效，不违反当时有效的法律、行政法规且不影响发行人的有效存续，对本次发行上市亦不构成实质性障碍。”

3、有限公司 2003 年 4 月第一次变更公司名称

2003 年 4 月 8 日，厦门蒙发利垫制品有限公司股东会决议，一致同意将公司名称变更为厦门蒙发利科技有限公司。2003 年 4 月 30 日厦门市工商行政管理局核发了新的营业执照。

4、有限公司 2003 年 7 月第二次增资（由 500 万元增至 1,000 万元）

2003 年 5 月 20 日，厦门蒙发利科技有限公司股东会决议，一致同意注册资本由 500 万元增加至 1,000 万元，并新增张泉等 15 名自然人股东。

2003 年 6 月 5 日，福州闽都有限责任会计师事务所厦门分所出具了福州闽都所（厦门）验字（2003）第 NY2070 号验资报告，验证增加资本情况。其中，股东邹剑寒先生、李五令先生分别以现金 155 万元出资，股东张泉等 15 名自然人股东共计以现金 190 万元出资。

2003 年 7 月 2 日，厦门市工商行政管理局向有限公司核发了新的营业执照。邹剑寒先生担任董事长、总经理。

第二次增资完成后，有限公司的股权结构变更为：

序号	股东名称	出资额（万元）	股权比例
1	邹剑寒	405	40.50%
2	李五令	405	40.50%
3	张泉	75	7.50%
4	吴为民	20	2.00%
5	黄文伟	12.5	1.25%
6	蔡坤平	12.5	1.25%
7	魏罡	10	1.00%
8	曾建宝	10	1.00%
9	刘才庆	10	1.00%
10	屠根林	5	0.50%
11	赵军定	5	0.50%
12	林运柳	5	0.50%
13	李炳文	5	0.50%
14	高兰洲	5	0.50%

15	陈海洋	5	0.50%
16	方敏	5	0.50%
17	庄文胜	5	0.50%
	合 计	1,000	100%

为鼓励核心骨干员工与公司共同发展，有限公司于 2003 年 5 月 20 日召开股东会，决议将公司注册资本从 500 万元增加至 1000 万元，并引入 15 名公司核心骨干员工作为股东，其中包括吴为民、林运柳、李炳文等 3 名股东。

吴为民、林运柳、李炳文在公司的具体任职情况如下：

吴为民，中国国籍，身份证号码为 320103196511××××××，籍贯江苏，博士学位，机电一体化专业。2000 年至 2004 年期间，曾任厦门蒙发利垫制品有限公司管理部经理。

林运柳，中国国籍，身份证号码为 360105197210××××××，籍贯江西省，大专学历。2000 年至 2005 年期间，曾任厦门蒙发利电子有限公司总经理。

李炳文，中国国籍，身份证号码为 350221196805××××××，籍贯福建厦门，大专学历。2002 年至 2005 年期间，曾任厦门蒙发利电子有限公司生产厂长。

发行人律师认为：“发行人的现有股东、董事、监事及高级管理人员与吴为民、林运柳、李炳文不存在关联关系；发行人股权不存在委托持股或信托持股的情形。”

保荐机构认为：“发行人全体股东及公司董事、监事、高级管理人员均与吴为民、林运柳、李炳文三人之间不存在任何关联关系；发行人全体股东其所持股权均不存在委托持股或信托持股的情形。”

5、有限公司 2005 年 12 月第一次股权转让

2005 年 12 月 5 日，厦门蒙发利科技有限公司股东会决议，一致同意股东吴为民、林运柳、李炳文分别向股东邹剑寒、李五令转让其持有的全部股权。同日，吴为民、林运柳、李炳文分别与邹剑寒、李五令签署《股权转让协议》，均按出资额原价转让。

该次股权转让已经取得厦门市工商局《准予设立（变更、注销）登记通知书》。

第一次股权转让完成后，有限公司的股权结构变更为：

序号	股东名称	出资额（万元）	股权比例
1	邹剑寒	420	42.00%
2	李五令	420	42.00%
3	张泉	75	7.50%
4	黄文伟	12.5	1.25%

5	蔡坤平	12.5	1.25%
6	魏罡	10	1.00%
7	曾建宝	10	1.00%
8	刘才庆	10	1.00%
9	屠根林	5	0.50%
10	赵军定	5	0.50%
11	高兰洲	5	0.50%
12	陈海洋	5	0.50%
13	方敏	5	0.50%
14	庄文胜	5	0.50%
	合 计	1,000	100%

6、有限公司第三次增资与第二、三次股权转让（企业性质由“内资企业”变成“中外合资经营企业”，再变回“内资企业”）

（1）第三次增资（注册资本由 1,000 万元增至 6,666 万元，实收资本仍为 1,000 万元，企业性质由“内资企业”变成“中外合资经营企业”）

2005 年 11 月 8 日，厦门蒙发利科技有限公司股东会决议，同意注册资本由 1,000 万元增至 6,666 万元，增资部分全部由外方康先香港认购；增资后康先香港持有本公司 85%的股权，并成为第一大股东。同日，邹剑寒、李五令等 14 位股东与康先香港签署了合资合同，拟将公司变更为中外合资经营企业。

2005 年 12 月 30 日，该增资暨变更为中外合资经营企业事项获经厦门市外商投资局《关于同意厦门蒙发利科技有限公司变更为中外合资企业的批复》（厦外资审[2005]861 号）文件批准同意，并领取了商外资厦外资字[2005]0372 号《中华人民共和国外商投资企业批准证书》。

2006 年 7 月 6 日，厦门市外商投资局批准同意并在厦外资审[2005]861 号批复上签署“同意延期至 2006 年 7 月 31 日”，确认该次增资暨变更事项继续有效。2006 年 7 月 14 日，厦门市工商行政管理局向有限公司核发了新的营业执照，注册资本增加至 6,666 万元，实收资本 1,000 万元，企业类型变更为“中外合资经营”，并成立了董事会作为其最高权力机构。

鉴于康先香港的股权分别由邹剑寒、李五令持有 50%（详见本节之五之（二）之 3“控股股东、实际控制人控制的其他企业”），本次增资后，有限公司的实际控制人仍为邹剑寒、李五令，未发生变化。

（2）有限公司 2006 年 11 月第二次变更公司名称

2006年8月23日，厦门蒙发利科技有限公司董事会决议，一致同意将公司名称变更为厦门蒙发利科技（集团）有限公司。

2006年9月28日，该更名事项经厦门市思明区招商局厦思招商审备[2006]24号文件备案确认。2006年10月12日换领了厦门市人民政府核发的《中华人民共和国外商投资企业批准证书》。2006年11月15日，厦门市工商行政管理局向有限公司核发了新的营业执照。

（3）有限公司 2007 年 1 月第二次股权转让（企业性质由“中外合资经营企业”变回“内资企业”）

自 2006 年 7 月领取新的营业执照后，发行人立即申请《外商投资企业外汇登记证》以备康先香港实际出资。但国家外汇管理局厦门分局认为康先香港投资蒙发利科技的行为按照《国家外汇管理局关于境内居民通过境外特殊目的公司融资及返程投资外汇管理有关问题的通知》（汇发[2005]75 号）应被界定为返程投资，而康先香港的投资人邹剑寒、李五令未能按照《国家外汇管理局关于境内居民通过境外特殊目的公司融资及返程投资外汇管理有关问题的通知》（汇发[2005]75 号）要求，在 2006 年 3 月 31 日前补办出《境内居民个人境外投资外汇登记表》，故国家外汇管理局厦门分局未准予蒙发利科技办理《外商投资企业外汇登记证》。导致康先香港应认缴的 5,666 万元增资款项实际无法一直未能到资，不利于公司持续健康发展。2006 年 12 月 25 日，经原合资合同各签约方协商一致，并经有限公司董事会决议，一致同意外方股东康先香港向邹剑寒、李五令等 14 位中方股东转让其持有的全部 85%股权及相应的权利、义务（包括出资义务），并将公司类型变更为“内资企业”。

2006 年 12 月 25 日，康先香港分别与邹剑寒、李五令等 14 位中方股东签署了《股权转让协议》，无偿转让其全部 85%股权及相应的出资义务，受让方将按公司章程完成相应的出资义务。其中，邹剑寒、李五令分别受让 2,288.7291 万元，张泉受让 591.60 万元，黄文伟受让 115.4872 万元，魏罡受让 71.3252 万元，曾建宝、刘才庆分别受让 56.66 万元，赵军定受让 35.6626 万元，高兰洲、陈海洋、方敏分别受让 30.9964 万元，屠根林受让 28.33 万元，蔡坤平受让 28.1626 万元，庄文胜受让 11.665 万元。

2007 年 1 月 4 日，该股权转让暨变更为内资企业事项获经厦门市外商投资局《关于同意厦门蒙发利科技（集团）有限公司股权转让的批复》（厦外资审[2007]001 号）文件批准同意。2007 年 1 月 23 日，厦门市工商行政管理局签发了厦工商受理第 2007—004 号《内外资企业互转通知单》。

（4）有限公司第三次股权转让

2007 年 3 月 8 日，经有限公司董事会决议、股东会决议，一致同意股东邹剑寒、李五令分别向股东魏罡转让 0.005%的股权。同日，邹剑寒、李五令分别与魏罡签署了《股权转让协议》，分别向其无偿转让 0.005%的股权及相应的出资义务，受让方将按公司章程完成相应的出资义务。

2007 年 3 月 8 日，厦门华峰联合会计师事务所出具了厦华峰会所（2007）验字第 124 号《验资报告》，验证增加资本情况。根据该验资报告，邹剑寒、李五令等 14 位股东均以未分配利润出资，共计增加出资 5,666 万元。公司已经依照税法相应计提并缴纳了个人所得税 1,416.50 万元。

2007 年 3 月 26 日，厦门市外商投资局在厦外资审[2007]001 号批复上签署“同意延期至 2007 年 3 月 31 日”，确认前述股权转让暨变更为内资企业事项继续有效。2007 年 3 月 29 日，厦门市工商行政管理局向有限公司核发了新的营业执照，注册资本、实收资本均为 6,666 万元，公司类型由“有限责任公司（台港澳与境内合资）”变更为“有限责任公司”。公司董事长、总经理仍为邹剑寒先生。

有限公司第三次增资与第二、三次股权转让完成后，股权结构变更为：

序号	股东名称	出资额（万元）	股权比例
1	邹剑寒	2,708.3958	40.63%
2	李五令	2,708.3958	40.63%
3	张泉	666.6000	10.00%
4	黄文伟	127.9872	1.92%
5	魏罡	81.9918	1.23%
6	曾建宝	66.6600	1.00%
7	刘才庆	66.6600	1.00%
8	蔡坤平	40.6626	0.61%
9	赵军定	40.6626	0.61%
10	高兰洲	35.9964	0.54%
11	陈海洲【注 1】	35.9964	0.54%
12	方敏	35.9964	0.54%
13	屠根林	33.3300	0.50%
14	庄文胜	16.6650	0.25%
	合 计	6,666	100%

【注 1】根据厦门市公安局湖里区湖里派出所出具的户籍证明，股东陈海洋更名为陈海洲。

由于康先香港分别由邹剑寒、李五令先生持有 50%的股权，因此在 2006 年 7 月至 2007 年 1 月期间，本公司实际控制人仍为邹剑寒、李五令先生，未发生

过改变。

在 2006 年 7 月至 2007 年 1 月期间，由于第一大股东康先香港对有限公司没有实际出资，其他股东均已履行了全部出资义务，根据《〈中外合资经营企业合营各方出资的若干规定〉的补充规定》“对中外合资经营企业控股(包括相对控股)的投资者，在其实际缴付的投资额未达到其认缴的全部出资额前，不能取得企业决策权，不得将其在企业中的权益、资产以合并报表的方式纳入该投资者的财务报表”的规定，康先香港将其持有的有限公司 85%股权及相应的权利、义务（包括出资义务）全部无偿转让给邹剑寒、李五令等 14 位中方股东是合理的，并不违反中国相关法律、行政法规及行政规章的规定。

此外，在 2006 年 7 月至 2007 年 1 月期间，有限公司作为中外合资经营企业，未申请且未实际享受过外商投资企业的任何优惠政策。

发行人律师认为：“本次内外资企业性质的变更履行了相应的审批程序，对发行人的持续经营不构成重大影响，发行人的实际控制人亦未发生变更，故对本次发行上市不构成实质性障碍。”

保荐机构认为：本次内外资企业性质的变更履行了相应的审批程序，发行人的实际控制人未发生变更，未申请且未实际享受过外商投资企业的任何优惠政策，对发行人的持续经营不构成重大影响，对发行人本次公开发行 A 股并上市不构成法律障碍。

7、有限公司依法整体变更设立为股份公司

2007 年 11 月 7 日，厦门蒙发利科技（集团）有限公司股东会决议整体变更设立为股份有限公司，根据福建立信闽都会计师事务所有限公司厦门分公司出具的福建立信闽都厦门所(2007)审字第 NS-2282 号《审计报告》，截至 2007 年 9 月 30 日的净资产 92,935,921.02 元，按 1：1 的比例折成 9000 万股，每股面值 1 元，未计入股本部分的 2,935,921.02 元计入资本公积。同日，邹剑寒、李五令等 14 位股东签署了《关于将厦门蒙发利科技（集团）有限公司整体变更为厦门蒙发利科技（集团）股份有限公司的发起人协议》。

2007 年 11 月 8 日，福建立信闽都会计师事务所有限公司厦门分公司出具了福建立信闽都厦门所（2007）审字第 GY5006 号《验资报告》，验证各股东出资真实、足额到位。

2007 年 11 月 23 日，股份公司创立大会暨第一次股东大会审议通过了设立

股份有限公司的议案，并选举了第一届董事会、监事会，同日，公司召开了第一届第一次董事会和监事会。

2007 年 12 月 14 日，股份公司领取了厦门市工商行政管理局核发的注册号为 350200200010911 的《企业法人营业执照》，公司名称由“厦门蒙发利科技（集团）有限公司”变更为“厦门蒙发利科技（集团）股份有限公司”。

股份公司设立后的股权结构如下：

序号	发起人名称	持股数量（万股）	股权比例
1	邹剑寒	3,656.70	40.63%
2	李五令	3,656.70	40.63%
3	张泉	900.00	10.00%
4	黄文伟	172.80	1.92%
5	魏罡	110.70	1.23%
6	曾建宝	90.00	1.00%
7	刘才庆	90.00	1.00%
8	蔡坤平	54.90	0.61%
9	赵军定	54.90	0.61%
10	高兰洲	48.60	0.54%
11	陈海洲	48.60	0.54%
12	方敏	48.60	0.54%
13	屠根林	45.00	0.50%
14	庄文胜	22.50	0.25%
	合 计	9,000	100%

自股份公司设立以来，截至本招股说明书签署之日，股份公司未发生股权变动。

（二）重大资产重组情况

1、股份公司设立之前，为消除同业竞争与关联交易进行的收购

为消除同业竞争，有限公司于 2007 年 5 月向实际控制人邹剑寒、李五令收购了厦门康先 100%的股权。此外，在 2007 年 5 月～9 月之间，有限公司向实际控制人及其控制的其他公司收购了漳州蒙发利、蒙发利电子、深圳凯得克、上海康先等控股子公司的少数股权。该等子公司股权收购完成后，深圳凯得克、上海康先成为发行人的全资子公司；漳州蒙发利、蒙发利电子除 25%股权由外方股东康先香港持有外，其余 75%全部由发行人持有。详情如下：

(1) 2007 年 5 月收购厦门康先 100%的股权

2000 年 6 月 26 日，邹剑寒、李五令、陈志雄及中国汽车工业进出口浙江公司（后更名为浙江中汽进出口有限公司，下称“浙江中汽”）分别以现金 80 万元、80 万元、80 万元、60 万元出资设立了厦门康先实业有限公司，后于 2000 年 10 月 26 日更名为厦门康先进出口有限公司。该公司自设立后一直主营出口，因规模偏小而持续亏损。2003 年 3 月 25 日，浙江中汽将其所持全部 60 万元股权平均转让给邹剑寒、李五令；2003 年 7 月 10 日，陈志雄将其所持全部 80 万元股权平均转让给邹剑寒、李五令；该等股权转让完成后，邹剑寒、李五令分别持有厦门康先 50%的股权。此后，厦门康先主要代理本公司部份商品的出口销售；2006 年 1 月起，为满足客户快速增大的订单需求，该公司开始直接从事生产，并将其部分产品通过本公司销售，详见本招股说明书第六节之三之（二）之 4“关联方采购”。因此，发行人与厦门康先之间存在同业竞争与关联交易，亟需规范。

为消除同业竞争并规范关联交易，经有限公司股东会、厦门康先股东会批准，有限公司于 2007 年 5 月 13 日分别与邹剑寒、李五令签订《股权转让协议》，又于 2007 年 5 月 14 日分别签订《股权转让补充协议》，按照厦门康先截至 2007 年 4 月 30 日经审计的账面净资产值收购厦门康先的 100%股权。根据厦门方华会计师事务所有限公司出具的厦门方华审（2007）3129 号《审计报告》，本次收购总对价为 11,940,134.30 元。本次收购后，厦门康先成为发行人的全资子公司，并于 2007 年 5 月 24 日更名为厦门康先电子科技有限公司。

本次收购后，本公司实际控制人与按摩器具产品相关的全部资产及业务均已纳入有限公司，彻底解决了同业竞争问题。

(2) 2007 年 6 月～9 月收购控股子公司的少数股权

①2007 年 6 月收购深圳市凯得克 10%股权

经有限公司股东会、深圳凯得克股东会批准，有限公司与蒙发利汽贸于 2007 年 6 月 18 日签订《股权转让协议》，并于 2007 年 6 月 19 日签订《股权转让补充协议》，按照深圳凯得克截至 2007 年 5 月 31 日的净资产作价收购蒙发利汽贸持有的深圳凯得克 10%股权。根据厦门方华会计师事务所有限公司出具的厦门方华审（2007）3133 号《审计报告》，本次收购对价为 4,713,564.15 元。2007 年 6 月 26 日，本次股权转让完成工商变更备案手续。本次收购后，深圳凯得克成为发

行人的全资子公司。

②2007 年 7 月收购上海康先 15%股权

经有限公司股东会、上海康先股东会批准，有限公司与李五令于2007年6月4日签订《股权转让协议》，并于2007年6月5日签订《补充协议》，按照上海康先截至2007年5月31日的净资产作价收购李五令持有的上海康先15%的股权。2007年7月3日，本次股权转让完成工商变更备案手续。本次收购后，上海康先成为发行人的全资子公司。

为节约采购及生产成本，发行人已于2008年将上海康先的少量产能整合到厦门地区。上海康先已经依法注销，并于2009年10月14日取得《准予注销登记通知书》。

③2007 年 8 月收购蒙发利电子 10%股权

经有限公司股东会、蒙发利电子董事会批准，有限公司与康先香港于2007年7月30日签订《股权转让协议》，并于2007年8月2日签订《股权转让补充协议》，按照蒙发利电子截至2007年6月30日的净资产作价收购康先香港持有的蒙发利电子10%股权。根据厦门方华会计师事务所有限公司出具的厦门方华审(2007)3112《审计报告》，本次收购对价为4,155,133.92元。2007年8月15日，该股权转让事项获经厦门市思明区投资事务局厦思投资审[2007]15号文件批准同意。蒙发利电子于2007年8月21日换领了厦门市人民政府核发的《中华人民共和国外商投资企业批准证书》，并于2007年8月27日完成了工商变更备案手续。本次收购后，发行人持有蒙发利电子75%的股权，康先香港持有25%的股权。

④2007 年 9 月收购漳州蒙发利 35%股权

经有限公司股东会、漳州蒙发利董事会批准，有限公司与康先香港于2007年8月5日签订《股权转让协议》，按照康先香港对漳州蒙发利的原始出资额（美元数）作价87.5万美元收购康先香港持有的漳州蒙发利35%股权。2007年8月28日，该股权转让事项获经漳州龙池开发区管理委员会龙池管[2007]经字46号文件批准同意。漳州蒙发利于2007年9月17日换领了福建省人民政府核发的《中华人民共和国台港澳侨投资企业批准证书》，并于2007年9月28日完成了工商变更备案手续。本次收购后，发行人持有漳州蒙发利75%的股权，康先香港持有漳州蒙发利25%的股权。

前述控股子公司的少数股权收购完成后，发行人的公司治理结构进一步规范，盈利能力进一步增强。

2、股份公司设立之后，为规范公司治理结构收购控股子公司的少数股权

自股份公司设立以来，控股子公司漳州蒙发利、蒙发利电子各 25%的股权系由康先香港持有，且公司实际控制人兼高管邹剑寒、李五令分别持有康先香港各 50%的股权，可能存在潜在利益冲突的风险。为进一步规范公司治理结构，发行人全资子公司蒙发利香港于 2008 年 3 月收购了康先香港持有的漳州蒙发利、蒙发利电子全部少数股权。详情如下：

（1）2008 年 3 月收购康先香港持有的漳州蒙发利 25%股权

经本公司股东大会、漳州蒙发利董事会批准，2008 年 3 月 18 日，蒙发利香港与康先香港签订《股权转让合同》，按照漳州蒙发利截至 2007 年 12 月 31 日的净资产作价收购康先香港持有的漳州蒙发利 25%股权。根据福建立信闽都会计师事务所有限公司厦门分公司出具的福建立信闽都厦门所（2008）审字第 WS-4030 号《审计报告》，本次收购对价为 12,789,754.91 元。2008 年 3 月 24 日，该股权转让事项获经漳州龙池开发区管理委员会龙池管[2008]经字 25 号文件批准同意；漳州蒙发利于 2008 年 3 月 25 日换领了福建省人民政府核发的《中华人民共和国台港澳侨投资企业批准证书》，并于 2008 年 3 月 31 日完成了工商变更备案手续。本次收购后，发行人直接、间接合计持有漳州蒙发利 100%股权。

（2）2008 年 3 月收购康先香港持有的蒙发利电子 25%股权

经本公司股东大会、蒙发利电子董事会批准，2008 年 3 月 7 日，蒙发利香港与康先香港签订《股权转让合同》，按照蒙发利电子截至 2007 年 12 月 31 日的净资产作价收购康先香港持有的蒙发利电子 25%股权。根据福建立信闽都会计师事务所有限公司厦门分公司出具的福建立信闽都厦门所（2008）审字第 WS-4031 号《审计报告》，本次收购对价为 3,784,914.08 元。2008 年 3 月 24 日，该股权转让事项获经厦门市思明区投资事务局厦思投资审[2008]36 号文件批准同意；蒙发利电子于 2008 年 3 月 25 日换领了厦门市人民政府核发的《中华人民共和国外商投资企业批准证书》，并于 2008 年 3 月 26 日完成了工商变更备案手续。本次收购后，发行人直接、间接合计持有蒙发利电子 100%股权。

前述股权转让完成后，康先香港不再持有漳州蒙发利、蒙发利电子的股权，

潜在利益冲突的风险被完全消除，发行人的公司治理结构进一步规范，盈利能力进一步夯实。

四、发行人历次验资情况

1、1996年8月1日，邹剑寒、李五令共同出资设立了公司前身厦门蒙发利垫制品有限公司，注册资本为80万元。厦门大学会计师事务所接受委托，对上述出资情况进行了验证，并出具了厦大所验（96）JT字第6027号《验资报告》。

2、1999年8月20日，邹剑寒、李五令分别以现金、对公司的应收款以及公司未分配利润转增等方式按原出资比例共同向公司前身厦门蒙发利垫制品有限公司增资420万元。厦门大同会计师事务所接受委托，对此次增资行为进行了验证，并出具厦大同会验字（1999）第NB060号《验资报告》。

3、2003年5月20日，邹剑寒、李五令、张泉等15人以现金向公司前身厦门蒙发利科技有限公司增资500万元。福州闽都有限责任会计师事务所厦门分所接受委托，对此次增资行为进行了验证，并出具了福州闽都所（厦门）验字（2003）第NY2070号《验资报告》。

4、2007年3月8日，公司前身厦门蒙发利科技（集团）有限公司以公司税后未分配利润增加认缴注册资本人民币5,666万元。厦门华峰联合会计师事务所接受委托，对本次增加认缴注册资本的情况进行了验证，并出具了厦华峰会所（2007）验字第124号《验资报告》。

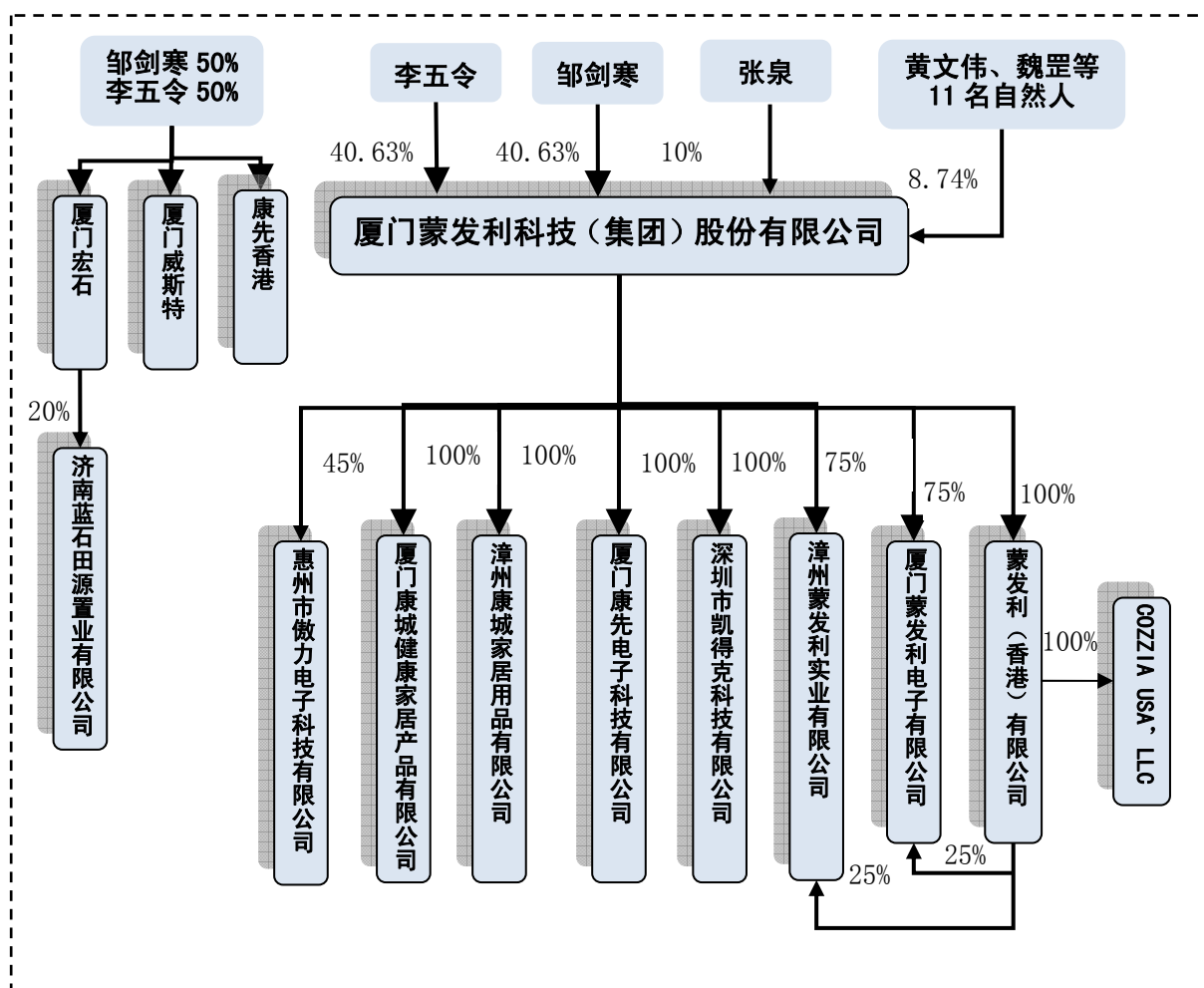
2010年3月8日，具有证券期货相关业务资格的立信会计师事务所有限公司出具了信会师报字（2010）第21144号《关于厦门蒙发利科技（集团）股份有限公司注册资本、实收股本的复核报告》，对该次验资结果进行了确认。

5、2007年11月7日，公司整体变更为股份有限公司，以2007年9月30日的净资产按1:1的比例折股，注册资本增至9,000万元，福建立信闽都会计师事务所有限公司厦门分公司接受公司（筹）委托，审验了截至2007年9月30日的注册资本实收情况，并出具了福建立信闽都厦门所（2007）审字第GY5006号《验资报告》。

五、发行人的股东情况

（一）发行人的股权结构图

发行人股东及发行人对外投资形成的子公司、参股公司的具体情况如下：



(二) 发行人的实际控制人、控股股东情况

1、发行人的控股股东

自本公司前身有限公司成立以来，邹剑寒先生、李五令先生一直是发行人并列第一大股东。目前，邹剑寒先生、李五令先生分别持有发行人 3,656.70 万股股份，分别占本次发行前总股本的 40.63%。

2、发行人的实际控制人

邹剑寒先生，身份证号码为 310104196906****，中国国籍，无境外永久居留权，住所为厦门市思明区。邹剑寒先生自 1996 年发行人前身有限公司设立以来一直担任发行人法定代表人，现任发行人董事长兼总经理。

李五令先生，身份证号码为 350204195603****，中国国籍，无境外永久居留权，住所为厦门市思明区。李五令先生自 1996 年公司前身有限公司设立以来一直担任发行人董事、高级管理人员，现任发行人副董事长、副总经理。

邹剑寒、李五令业已签署《确认暨承诺函》及相关补充协议，确保在不违反国家法律法规的情形下，一致行动人协议长期有效。

发行人律师认为：“邹剑寒、李五令为发行人共同的控制人是真实、合理的，且自 1996 年 8 月以来长期保持稳定、有效存在，符合《证券期货法律适用意见[2007]第 1 号》第三点的要求。”

保荐机构认为：“邹剑寒、李五令为发行人共同的控制人是真实、合理的，并自 1996 年 8 月以来长期保持稳定，完全符合《证券期货法律适用意见【2007】第 1 号》第三点的要求。”

3、控股股东、实际控制人控制的其他企业

(1) 康先实业（香港）有限公司

康先香港于 2000 年 12 月 20 日在香港成立，注册资本为 100 万元港币，董事为邹剑寒、李五令，注册地为 ROOM A 5/F ALPHA HOUSE 27-33 NATHAN ROAD TSIM SHA TSUI KL。康先香港由邹剑寒、李五令两位境内自然人共同出资设立，出资比例分别为 50%。

① 康先香港设立的原因

发行人自 1996 年创立以来，一直从事按摩器具产品的生产及出口业务。为进一步改善公司形象，有利于与海外客户接触、沟通，邹剑寒、李五令于 2000 年 12 月 20 日在香港设立康先香港，注册证书编号为 741976，注册资本为 100 万元港币。未由发行人直接设立康先香港的主要原因是当时国内企业法人境外投资的审批难度较大，但《境外投资外汇管理办法》（1989 年 3 月 6 日实施）第二条所称的境外投资并不包括自然人在境外设立各类企业。

② 康先香港实际从事的业务

自康先香港成立以来，由于发行人自身业务发展良好，邹剑寒、李五令一直未通过该公司从事具体生产经营业务。

自从与主要客户 HOMEDICS 于 2004 年末开始合作以来，由于业务规模快速发展，发行人外汇结算工作量快速增加，为规避付款差错，发行人委托康先香港统一向 Homedics 收取货款，再转交发行人及相关子公司。康先香港为发行人提供此项收款服务，并未收取服务费用。

2007 年 9 月，发行人全资子公司蒙发利香港成立后，逐步取代康先香港，

代理发行人收取外销业务货款。

自 2008 年开始，康先香港不再代理发行人收取任何货款，未从事任何具体生产经营业务。

③ 康先香港资产和经营情况、股权投资情况

康先香港主要是在 2003 年～2008 年期间，先后持有发行人及子公司漳州蒙发利、蒙发利电子的外方股权。

2003 年 9 月，康先香港与发行人前身有限公司共同投资成立了漳州蒙发利，康先香港持股比例为 60%。2007 年 9 月，康先香港向发行人前身有限公司转让了漳州蒙发利 35% 的股权；2008 年 3 月，康先香港向蒙发利香港转让了漳州蒙发利 25% 的股权。

2002 年 2 月，发行人前身有限公司、旅日华侨张泉共同投资设立了蒙发利电子。2005 年 11 月，康先香港受让了外方张泉持有的蒙发利电子全部 35% 的股权。2007 年 8 月，康先香港向发行人前身有限公司转让了蒙发利电子 10% 的股权；2008 年 3 月，康先香港向蒙发利香港转让了蒙发利电子 25% 的股权。

在 2006 年 7 月至 2007 年 1 月期间，康先香港曾经持有发行人前身有限公司 85% 的股权。

自 2008 年 3 月以后，康先香港不持有任何股权。

发行人律师认为：“除邹剑寒、李五令未按照 75 号文的规定及时补办境外投资的有关手续，并进而导致康先香港无法及时向蒙发利科技缴付增资款外，康先香港作为外资股东投资发行人、漳州蒙发利、蒙发利电子的行为符合国家外资、外汇管理的相关规定。鉴于康先香港股东邹剑寒、李五令已于 2007 年 7 月获得国家外汇管理局厦门市分局补发的《境内居民个人境外投资外汇登记表》，并且康先香港所持发行人的全部股权已于 2007 年 1 月依法转让完毕，故康先香港未能及时缴付增资款的情形不会对发行人本次发行构成实质性障碍。”

保荐机构认为：“除邹剑寒、李五令未按照 75 号文的规定及时补办境外投资的有关手续，并进而导致康先香港无法及时向蒙发利科技缴付增资款外，康先香港作为外资股东投资发行人、漳州蒙发利、蒙发利电子的行为符合国家有关外资、外汇管理的相关规定。鉴于康先香港股东邹剑寒、李五令已于 2007 年 7 月获得国家外汇管理局厦门市分局补发的《境内居民个人境外投资外汇登记表》，并且

康先香港所持发行人的全部股权已于 2007 年 1 月依法转让完毕，故康先香港未能及时缴付增资款的情形不会对发行人本次发行构成实质性障碍。”

截至 2009 年 12 月 31 日，康先香港总资产为 2,243.64 万元、净资产为 2,230.18 万元，2009 年度实现净利润 4.80 万元。（以上数据未经审计）

鉴于康先香港不持有任何股权，未从事具体生产经营业务，康先香港董事会已于 2010 年 3 月 10 日做出决议，决定按照香港法律规定的程序注销康先香港。

（2）厦门威斯特科技有限公司

厦门威斯特科技有限公司（以下简称“厦门威斯特”）于 2006 年 10 月 10 日成立，注册资本为 50 万元，邹剑寒、李五令分别持有 50%的股权，法定代表人为林爱兰，注册地为思明区鹭江道 88 号钻石海岸 B 座 4 层 504 单元之二。该公司自成立以来，一直未从事具体生产经营业务。

厦门威斯特截至 2009 年 12 月 31 日总资产为 50.43 万元、净资产为 50.43 万元，2009 年度实现净利润 0.14 万元。（以上数据未经审计）

（3）厦门宏石投资管理有限公司

厦门宏石投资管理有限公司（以下简称“厦门宏石”）于 2001 年 8 月 2 日成立，原名厦门蒙发利汽车贸易有限公司（2008 年 4 月 25 日更为现名），注册资本为 500 万元，邹剑寒、李五令分别持有 50%的股权，法定代表人为林爱兰，注册地为思明区鹭江道 88 号钻石海岸 B 座 4 层 504 单元之一。目前，厦门宏石除持有参股公司济南蓝石田源置业有限公司（以下简称“济南蓝石”）20%股权外，未从事具体生产经营业务。

厦门宏石截至 2009 年 12 月 31 日总资产为 5,087.43 万元、净资产为 839.33 万元，2009 年度实现净利润 866.48 万元。（以上数据未经审计）

（三）其他持股 5%以上的股东、发起人股东情况

1、其他持股 5%以上的股东情况

张泉先生，身份证号码为 110102196510****，中国国籍，有日本国永久居留权，住所为北京市西城区。张泉先生持有本公司 900 万股股份，占本次发行前总股本的 10%，现任发行人董事、副总经理。

2、其他发起人股东情况

姓名	身份证号码	国籍	境外永久居留权	住所	是否公司员工
黄文伟	350203196905*****	中国	无	厦门市思明区	辞职
魏 罡	342422197506*****	中国	无	厦门市思明区	是
曾建宝	130302196704*****	中国	无	厦门市思明区	是
刘才庆	420923196701*****	中国	无	厦门市海沧区	是
赵军定	530102196707*****	中国	无	厦门市湖里区	是
蔡坤平	350500196802*****	中国	无	厦门市思明区	是
高兰洲	330106197408*****	中国	无	厦门市湖里区	是
陈海洲	352626197402*****	中国	无	厦门市湖里区	是
方 敏	350402197310*****	中国	无	厦门市湖里区	是
屠根林	310101194503*****	中国	无	上海市浦东新区	是
庄文胜	350628196804*****	中国	无	厦门市湖里区	是

（四）发行前各股东间的关联关系和关联股东持股比例

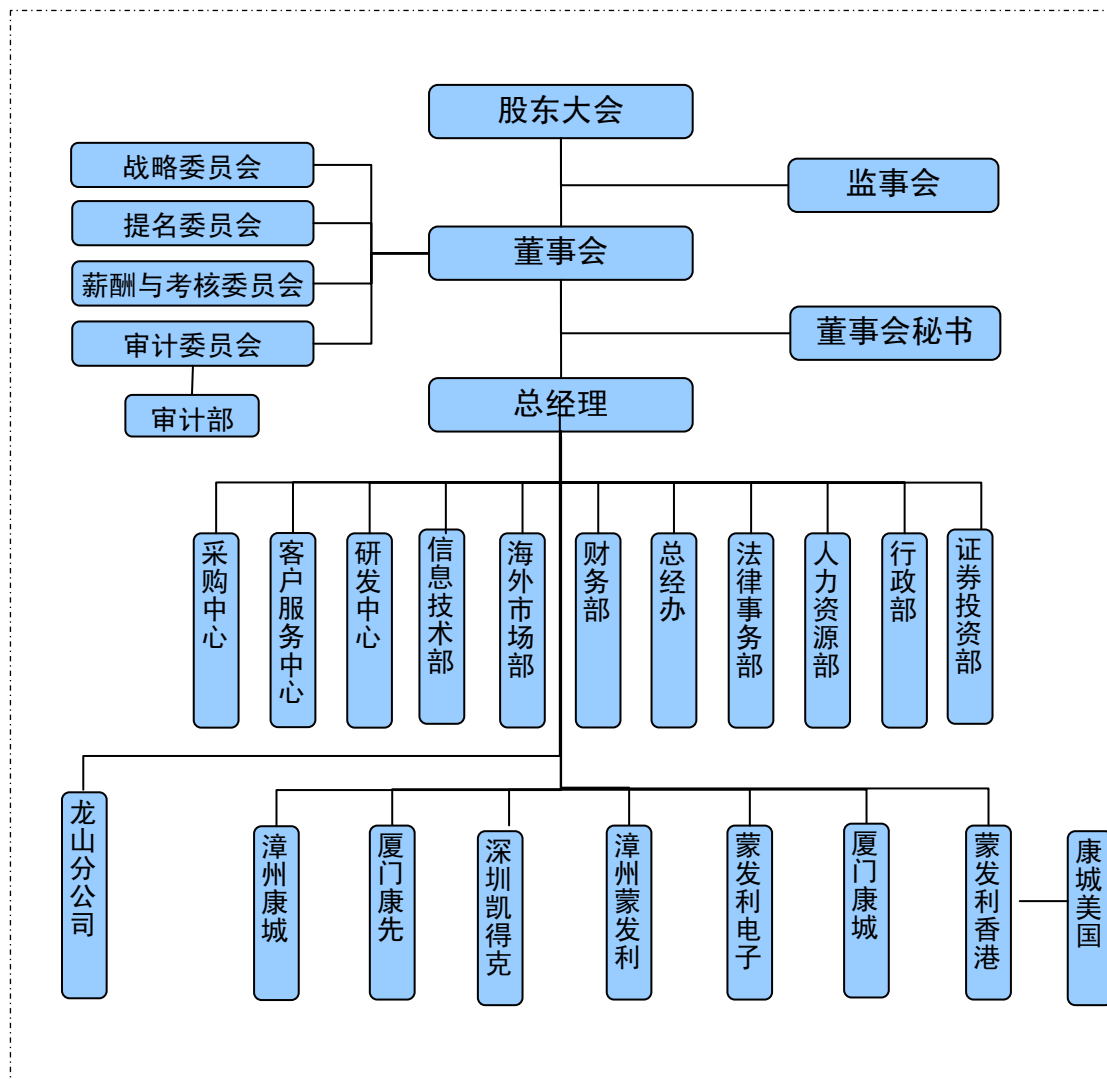
股份公司的 14 位股东均为自然人，相互之间不存在任何关联关系。

（五）控股股东和实际控制人的股份质押或其他有争议的情况

截至本招股说明书签署日，控股股东和实际控制人邹剑寒先生、李五令先生持有的发行人股份不存在质押或其他有争议的情况。

六、发行人的组织结构情况

（一）发行人的内部组织机构



(二) 发行人内设主要职能部门情况

1、发行人的权力机构

发行人的最高权力机构是股东大会。发行人董事会包括九名董事，其中独立董事三名，并设立了战略委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会、审计委员会。董事会根据《公司章程》赋予的职权，负责公司重大的生产经营决策和确定公司整体发展战略并监督战略的实施，并向股东大会负责。总经理负责日常经营与管理，并对董事会负责。发行人监事会包括三名监事，其中一名公司职工代表。监事会根据《公司章程》的授权履行监督职责，完善公司法人治理结构。

2、发行人的主要职能部门

总经办：负责与政府机关、行业协会的联系工作；负责公关宣传、品牌与企业文化建设；承担集团各部门的绩效考核工作；企业内刊的编辑与发行。

海外市场部：负责制定和实施海外市场营销策略和计划；负责市场信息收集、市场推广；负责商务合同谈判，签订合同；负责货物出口的具体操作；负责海外客户关系管理工作；参与公司经营管理决策，负责达成公司海外市场销售目标。

研发中心：负责研发、设计与技术创新的管理工作；负责新材料、新工艺、新技术的开发、创新；负责产品各项技术指标、标准的制定和试验检测；负责产品标准化技术平台的制定与管理；负责专利与非专利技术的管理工作。

采购中心：负责供应商管理和采购资源整合，制定采购计划；负责原材料日常采购供应；参与产品开发过程中新材料的选型，负责新供应商的开发及认定；负责制定大宗材料的战略采购计划，达成公司材料成本控制目标。

客户服务中心：负责维修及配件供应等售后服务；负责组织编写产品维修服务手册、建立售后服务规范及向客户提交各类产品手册；负责统计、分析客户服务相关信息，制订客服计划；参与研发中心的产品评审。

信息技术部：负责公司信息化建设的整体规划及实施；负责保障公司管理信息系统及网络的安全正常运作。

财务部：负责制定并执行财务管理制度；负责编制公司经营预算，进行效益分析；负责资金筹措与运用，监督资金回笼计划的实施；负责监督资产及资金运用、管理成本与费用支出；负责处理会计业务，编制财务报表。

证券投资部：筹备股东大会和董事会会议，并负责会议的记录工作，保管会议文件和记录；依法负责公司有关信息披露事宜；办理公司与董事、证券交易所、各中介机构和投资人之间的有关事宜；参与组织资本市场融资事宜。

法律事务部：负责公司法律事务管理，为公司各职能部门（含附属公司）提供法律咨询服务；负责合同审核、专利申请工作；参与公司重大经营活动的决策过程，监控内外部经营环境的变化，保护公司的合法权益不受损害。

人力资源部：负责制订公司人力资源规划；负责制订公司人力资源管理制度及实施；负责股份公司人员招聘、薪资福利及员工绩效考核；负责指导并监督子公司的人力资源管理工作。

行政部：负责公司固定资产、办公事务、安全保障、总务后勤等管理和服务工作；负责集团行政管理工作。

审计部：负责公司内部审计工作；对公司内控制度、财务管理制度的建立和执行情况进行审计、监督；协调外部审计机构的工作；对董事会负责并报告工作，

接受监事会的监督。

（三）发行人控股子公司基本情况

1、漳州蒙发利实业有限公司

漳州蒙发利成立于 2003 年 9 月 26 日，注册资本、实收资本均为 250 万美元；发行人及全资子公司蒙发利香港分别持有其 75%、25%的股权。法定代表人邹剑寒，注册地址和主要生产经营地均为福建省漳州市龙池开发区，主营业务为按摩小电器产品的研发、生产、销售。

漳州蒙发利最近一年的主要财务数据如下：

单位：元

项 目	2009 年 12 月 31 日
总资产	390,316,950.86
净资产	146,112,780.30
	2009 年度
营业收入	681,323,820.51
净利润	49,955,167.70

【注】以上数据已经立信会计师事务所有限公司审计。

漳州蒙发利自建成投产以来，盈利状况良好并持续增长，现已成为同行业最大的按摩小电器制造基地。自成立以来，其产品一直由本公司负责销售。

2、厦门蒙发利电子有限公司

蒙发利电子成立于 2000 年 2 月 23 日，注册资本、实收资本均为 300 万元；发行人及全资子公司蒙发利香港分别持有其 75%、25%的股权。法定代表人邹剑寒，注册地址为厦门市思明区东浦路 22 号，主要生产经营地为厦门市同安工业集中区思明园 62—63、65—66 号，主营业务为按摩居室电器产品的研发、生产。

蒙发利电子最近一年的主要财务数据如下：

单位：元

项 目	2009 年 12 月 31 日
总资产	80,905,460.33
净资产	29,033,645.24
	2009 年度
营业收入	146,977,730.07
净利润	3,264,857.70

【注】以上数据已经立信会计师事务所有限公司审计。

蒙发利电子自建成投产以来，盈利状况良好并持续增长，现已成为同行业最

大的按摩居室电器制造基地之一，专门从事按摩椅产品的制造，其产品全部通过本公司销售。

3、深圳市凯得克科技有限公司

深圳凯得克成立于 2005 年 1 月 17 日，注册资本、实收资本均为 300 万元；系发行人的全资子公司。法定代表人邹剑寒，注册地址、主要生产经营地均为深圳市宝安区沙井街道新二村工业区南美路第三栋，主营业务为按摩小电器产品的研发、生产、销售。

深圳凯得克最近一年的主要财务数据如下：

单位：元

项 目	2009 年 12 月 31 日
总资产	88,747,294.58
净资产	32,179,801.98
	2009 年度
营业收入	212,267,140.82
净利润	9,922,763.89

【注】以上数据已经立信会计师事务所有限公司审计。

深圳凯得克自建成投产以来，盈利状况良好并持续增长。该子公司依托珠三角地区的电子科技优势，专门从事塑胶电子类按摩小电器的制造，并自行出口。

4、厦门康先电子科技有限公司

厦门康先成立于 2000 年 6 月 26 日，注册资本、实收资本均为 300 万元；系发行人的全资子公司。法定代表人邹剑寒，注册地址为同安区西福路 72 号（二期 1#厂房），主营按摩居室电器产品的研发、生产。

厦门康先最近一年的主要财务数据如下：

单位：元

项 目	2009 年 12 月 31 日
总资产	45,324,749.29
净资产	9,093,917.82
	2009 年度
营业收入	120,838,856.78
净利润	-3,707,614.97

【注】以上数据已经立信会计师事务所有限公司审计。

厦门康先在报告期内一直从事按摩居室电器产品的制造，2008 年以前主要以音乐椅产品为主，2009 年开始主要从事按摩沙发、办公按摩椅、休闲按摩椅

等新产品的制造，其产品全部通过本公司销售。

5、厦门康城健康家居用品有限公司

厦门康城成立于 2000 年 1 月 13 日，注册资本、实收资本均为 500 万元；系发行人的全资子公司。法定代表人李五令，注册地址为思明区东浦路 22 号 3 楼，主要经营地为思明区龙山南路 18 号东西楼四层及东楼一层，主营业务为按摩器具品牌产品的国内销售。

厦门康城最近一年的主要财务数据如下：

单位：元

项 目	2009 年 12 月 31 日
总资产	9,985,140.01
净资产	-3,422,198.48
	2009 年度
营业收入	19,546,309.55
净利润	-5,766,715.68

【注】以上数据已经立信会计师事务所有限公司审计。

厦门康城在报告期内一直从事按摩器具产品的国内销售。由于 2008 年新推出自主品牌“康城”，前期广告及渠道建设支出较大，形成一定的亏损。随着持续的品牌推广及渠道建设，未来国内销售将成为发行人重要的业务增长来源。

6、漳州康城家居用品有限公司

漳州康城成立于 2008 年 4 月 28 日，注册资本、实收资本均为 200 万元；系发行人的全资子公司。法定代表人邹剑寒，注册地址、主要生产经营地均为龙海市角美工业综合开发区凤山工业园。漳州康城拟建设成为同行业领先的按摩居室电器生产基地，目前仍在项目筹备阶段，尚未正式营运。

漳州康城最近一年的主要财务数据如下：

单位：元

项 目	2009 年 12 月 31 日
总资产	13,697,545.00
净资产	2,000,000.00
	2009 年度
营业收入	—
净利润	—

【注】以上数据已经立信会计师事务所有限公司审计。

7、蒙发利（香港）有限公司

蒙发利香港成立于 2007 年 9 月 12 日，注册资本 10 万港币，系发行人的全资子公司。法定代表人为邹剑寒，注册地址为 FLAT B 6/F TEDA BUILDING 87

WING LOK STREET SHEUNG WAN HK。该公司业已获得《中国企业境外投资批准证书》，并履行了必要的外汇审批手续。

蒙发利香港主要定位于本公司的海外贸易服务平台，进一步增强对境外主要客户的支持服务；同时，该公司持有发行人控股子公司漳州蒙发利、蒙发利电子各 25%的股权，持有康城美国的 100%股权，此外无其他对外投资。

蒙发利香港最近一年的主要财务数据如下：

单位：元

项 目	2009 年 12 月 31 日
总资产	27,000,282.14
净资产	17,018,809.14
	2009 年度
营业收入	-
净利润	-13,083.16

【注】以上数据已经立信会计师事务所有限公司审计。

8、康城美国

康城美国成立于 2009 年 8 月 28 日，注册资本 2 万美元，系发行人全资子公司蒙发利香港的全资子公司。注册地址为 3280 Pointe Parkway, Suite 2400 Norcross, Georgia。该公司业已履行境外中资企业境外投资备案程序。

康城美国主要为按摩居室电器产品的北美客户提供销售支持服务，以进一步增大发行人按摩居室电器产品在北美的市场份额。

截至本招股说明书签署日，康城美国仍在筹备阶段，暂未实际营运。

（四）发行人参股公司基本情况

1、联营企业—惠州市傲力电子科技有限公司

该公司成立于 2007 年 8 月 30 日，注册资本为 1,000 万元，实收资本为 300 万元；其中，敏华家具制造（深圳）有限公司认缴出资 500 万元，实缴 150 万元；本公司认缴出资 450 万元，实缴 150 万元；陆吉生认缴出资 50 万元，未实缴。该公司法定代表人为雷祖成，注册地址和主要经营地均为惠州大亚湾西区工业园（敏华家具公司二号厂房），经营范围为生产、销售：五金结构类产品、机电产品、聚氨酯泡棉制品（不含电镀）。

鉴于联营各方产生分歧，该公司自 2008 年初已停止正常生产经营，于 2010 年 5 月 10 日在惠州日报刊登《清算公告》，目前正在办理清算注销事宜。由于清算可回收金额存在较大的不确定性，基于谨慎性原则，发行人已按账面余额全额

计提了长期投资减值准备。

七、发行人股本情况

（一）本次拟发行的股份及发行前后股本结构

发行人本次拟发行 3,000 万股 A 股，发行前后公司的股本结构如下：

股票类别	本次发行前		本次发行后	
	数量（万股）	比例（%）	数量（万股）	比例（%）
有限售条件的股份	9,000.00	100.00	9,000.00	75.00
境内自然人持股	9,000.00	100.00	9,000.00	75.00
无限售条件的股份			3,000.00	25.00
A 股			3,000.00	25.00
股份总数	9,000.00	100.00	12,000.00	100.00

（二）前十名自然人股东持股情况

截至本招股说明书签署日，前十名自然人股东持股情况如下：

序号	股东名称	持股量（万股）	持股比例（%）	在发行人任职
1	邹剑寒	3,656.70	40.63	董事长、总经理
2	李五令	3,656.70	40.63	副董事长、副总经理
3	张泉	900.00	10.00	董事、副总经理
4	黄文伟	172.80	1.92	
5	魏罡	110.70	1.23	董事、海外市场部经理
6	曾建宝	90.00	1.00	董事、厦门康先总经理
7	刘才庆	90.00	1.00	监事、厦门康城副总经理
8	蔡坤平	54.90	0.61	厦门康城副总经理
9	赵军定	54.90	0.61	深圳凯得克副总经理
10	高兰洲【注】	48.60	0.54	监事、海外市场部副经理
	合 计		98.17	

【注】股东高兰洲、陈海洲、方敏持股数量相同。目前，陈海洲担任蒙发利电子总经理助理；方敏担任漳州康城副总经理。

（三）关于股份性质、战略投资者和股东间的关联关系

本次发行前的股份中无国有股份或外资股份。

本次发行前的股东中无战略投资者。

本次发行前的 14 位股东均为自然人，相互之间不存在任何关联关系。

（四）发行前股东自愿锁定股份的承诺

本次发行前发行人股东所持股份流通限制和自愿锁定股份的承诺：

(1) 发行人控股股东实际控制人邹剑寒、李五令承诺：自厦门蒙发利科技（集团）股份有限公司股票上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理其已直接和间接持有的本公司股份，也不由本公司回购该部分股份。

(2) 发行人的其他股东张泉、黄文伟、蔡坤平、魏罡、曾建宝、刘才庆、屠根林、赵军定、高兰洲、陈海洲、方敏、庄文胜 12 名自然人股东承诺：自厦门蒙发利科技（集团）股份有限公司股票上市之日起十二个月内，本人不转让或者委托他人管理本人在本次发行前已直接和间接持有的公司股份，也不由公司收购该部分股份。

(3) 发行人股东中的董事、监事、高级管理人员邹剑寒、李五令、张泉、曾建宝、魏罡、高兰洲、刘才庆同时承诺：在作为公司董事/监事/高级管理人员期间，本人将向公司申报所直接或间接持有的公司的股份及其变动情况，上述锁定期满后，在本人任职期间内，每年转让的股份不超过本人所直接或间接持有的公司股份总数的百分之二十五。本人离职后半年内，不转让本人所直接或间接持有的公司股份。在申报离任六个月后的十二个月内通过证券交易所挂牌交易出售公司股票数量占本人所持有公司股票总数的比例不超过 50%。

八、内部职工股情况

本公司无内部职工股。

九、员工及其社会保障情况

（一）人员基本情况

截至 2009 年 12 月 31 日，本公司在册职工总人数为 3860 人。具体情况如下：

分类	细分类别	人数	比例
专业结构	管理人员	850	22.02%
	技术人员	400	10.36%
	销售人员	95	2.46%
	财务人员	62	1.61%
	生产人员	2453	63.55%
	合计	3860	100%
受教育程度	硕博士	8	0.21%
	本科	300	7.77%

	大专	580	15.03%
	高中及以下	2972	76.99%
	合计	3860	100%
年龄结构	30 岁以下	2730	70.72%
	30-39 岁	910	23.58%
	40-49 岁	200	5.18%
	50 岁以上	20	0.52%
	合计	3860	100%

（二）员工社会保障情况

发行人按照国家 and 地方有关法律法规与全体员工签订了《劳动合同》，享受权利并承担义务。发行人已按照国家法律法规及当地的有关规定，为员工办理了法定的社会保险。

发行人还按照《住房公积金管理条例》等有关规定，建立了住房公积金制度，开立了住房公积金账户，并依法缴纳住房公积金。

发行人已建立了较为完善的人事社会保障制度，在员工社会保障方面符合国家及实际经营地的相关法律法规的规定。发行人各实际经营地的劳动保障部门均向发行人出具了符合国家相关政策规定用工及执行社会保障制度的证明文件。

十、股东的重要承诺

（一）持股超过 5%的主要股东，作为股东的董事、监事、高级管理人员关于持股锁定期的承诺

持有本公司股份超过5%的主要股东包括邹剑寒、李五令、张泉，作为股东的董事、监事、高级管理人员包括邹剑寒、李五令、张泉等均已作出关于持有公司股票在上市后进行锁定的相关承诺，具体详见本招股说明书本节之七之“（四）发行前股东自愿锁定股份的承诺”。

（二）其他承诺

除前述有关股份锁定的承诺外，控股股东、实际控制人邹剑寒、李五令还做出了如下承诺：

1、关于避免同业竞争的承诺

该承诺具体内容参见本招股说明书第六节“同业竞争和关联交易”。

2、公司控股股东邹剑寒、李五令关于若公司所得税优惠被追缴承担补交税款责任的承诺。

该承诺具体内容参见本招股说明书第三节“风险因素”之二之“（一）子公司所得税优惠被追缴的风险”之说明。

3、公司控股股东邹剑寒、李五令关于东莞威仪专利侵权之诉如果败诉承担赔偿责任与相关损失、诉讼费用的承诺。

该承诺具体内容参见本招股说明书第三节“风险因素”之“六、重大诉讼导致的或有风险”。

第五节 业务与技术

一、发行人的主营业务、主要产品及其变化情况

（一）发行人的主营业务及其变化情况

发行人自成立以来，主营业务从未发生过变化，一直专注于按摩器具产品的研发设计、生产制造和销售。通过与北美、欧洲、大洋洲及东亚地区的领先健康产品品牌商的长期合作，发行人业已发展成为本行业全球最大的专业生产制造服务商。

根据中国医药保健品进出口商会出具的证明，发行人“是中国最大的按摩器具产品（海关编码为90191010）制造商，其中按摩小电器年产销量位居全球第一，按摩居室电器产销量位居全球前五”。根据中国海关统计数据，2007年度、2008年度和2009年度，发行人按摩器具的出口金额分别占全国出口总额的比重为13.53%、13.72%和16.56%，持续位居同行业第一名。

（二）发行人主要产品及其用途

按摩器具产品主要适用于中老年人群和都市亚健康人群，能够缓解疲劳、活动筋骨、促进血液循环，实现自助式日常养生保健的需要。按摩器具产品按照功能特性可分为按摩小电器、按摩居室电器两大类。

作为全球最大的专业生产制造服务商，发行人能够为品牌商/渠道商提供丰富的产品组合，终端零售价格区间涵盖9.99美元～3999美元，品种上千，能够满足不同类型消费者的需要。

1、按摩小电器产品

按摩小电器产品能够针对人体特定部位，实现1～2个特定按摩动作，携带或移动方便。

发行人自成立以来，一直经营按摩小电器产品，目前产销量位居全球第一。发行人产品终端零售价格涵盖9.99美元～399.99美元区间，并分别针对人体头部、颈部、肩部、背部、腰部、腿部、脚部等特定部位的按摩需要形成了多个系列产品，品种丰富，潜在目标消费人群广泛，能够充分满足品牌商/渠道商的产品组合需要。

发行人较有代表性的按摩小电器产品如下：

终端零售价格（9.99 美元～99.99 美元）			
迷你按摩器	按摩颈枕	按摩腰靠	手持按摩器
			
终端零售价格（129.99 美元～399.99 美元）			
足部按摩器	按摩床垫	按摩背靠	按摩头盔
			

2、按摩居室电器产品

按摩居室电器产品能够针对人体颈肩背腰等主要部位，依照设定程序，实现全套按摩动作，通常重量较大，适宜固定放置。

发行人自2002年开始经营按摩居室电器产品，目前产销量位居全球前五。发行人按摩椅产品系列已从初期定位999美元，发展成为涵盖699.99美元～3999美元区间，且以1999美元～2999美元为主，产品供不应求的良好发展格局。

为填补按摩椅与按摩小电器之间的零售价格空档，充分满足不同类型消费者的需求，发行人继成功推出音乐椅产品后，又相继推出了按摩沙发、办公按摩椅、休闲按摩椅等产品，率先在行业内形成了按摩居室电器产品69.99美元～3999美元的完整系列，能够更好地满足品牌商/渠道商的产品组合需要。

产品类别	终端零售价格 (台，位)	功能特色	发行人产品 上市时间
按摩椅	999 美元～3999 美元	养生保健与按摩专家	2002 年
按摩沙发	199.99 美元～899 美元	软体沙发+按摩功能	2008 年
办公按摩椅	99.99 美元～599.99 美元	办公椅+按摩功能	2009 年
休闲按摩椅	99.99 美元～399.99 美元	娱乐休闲+按摩功能	2009 年
音乐椅	69.99 美元～149.99 美元	游戏+按摩功能	2005 年

发行人较有代表性的按摩居室电器产品如下：

终端零售价格（99.99 美元～3999.99 美元）		
按摩椅	按摩沙发	
		
养生保健与按摩专家 699.99 美元～3999 美元	软体沙发+按摩功能 199.99 美元～999 美元	
休闲按摩椅	按摩办公椅	音乐椅
		
娱乐休闲+按摩功能 99.99 美元～399.99 美元	办公椅+按摩功能 99.99 美元～599.99 美元	游戏+按摩功能 69.99 美元～149.99 美元

二、发行人所处行业的基本情况

（一）行业管理体制与相关产业政策

1、行业主管部门与行业监管体制

发行人所处的按摩器具行业，根据中国证监会颁布的《上市公司分类与代码》，隶属于电力家用器具制造业（C7625）；根据《国民经济行业分类（GB/T 4754-2002）》，隶属于家用电力器具制造业中的家用美容、保健电器具制造业。

按摩器具行业属于市场化程度较高的行业，各企业面向国内外市场自主经营，政府职能部门进行产业宏观调控，行业协会进行自律规范。由于本行业产品主要以出口为主，其行业引导和服务职能主要由中国医药保健品进出口商会承担。商会专门下设了按摩器具分会，其主要职责包括全行业生产经营活动数据的统计、分析，行业重大问题的调查研究及政策建议，企业与政府的沟通协调等。

同时，本行业的产品国家标准由全国家用电器标准化技术委员会负责制订，其主管部门为中国轻工业联合会。

2、行业主要法律法规及政策

按摩器具产品禀承中医“治未病”的健康理念，能够改善人体健康状态。本行业传承中医传统文化，满足人类投资健康的需要，受益于多方面的政策支持：

（1）《卫生事业发展“十一五”规划纲要》、《全民健康生活方式行动总体方案（2007～2015年）》、《全民健康科技行动方案》及国务院《全民健身条例》，鼓励国民“追求健康，学习健康，管理健康，把投资健康作为最大回报”；

（2）《国家中长期科学和技术发展规划纲要（2006～2020年）》将“中医‘治未病’及亚健康中医干预研究”列为“十一五”国家科技支撑计划重点项目；

（3）《中医药国际科技合作规划纲要（2006～2020年）》，鼓励按摩保健方法走向世界；

（4）《中华人民共和国国民经济和社会发展第十一个五年规划纲要》鼓励包括家用电器在内的轻工行业开发新产品，提高技术含量和质量。为应对国际金融危机的影响，国务院制订了《轻工业调整和振兴规划》，规划期为2009-2011年。

（二）行业竞争格局与发展趋势

1、行业基本情况

（1）按摩保健方法正在全球范围获得广泛的社会认可

按摩补益，是中国传统的养生保健方法。在二千多年前，已形成按摩专著《黄帝歧伯·按摩十卷》。除中医外，阿拉伯医学、印度医学也存在类似的手法治疗。

世界卫生组织在《迎接21世纪的挑战》报告中指出：“21世纪的医学，不应继续以疾病为主要研究对象，而应以人类健康作为医学研究的主要方向”。与西医学的对抗疗法相比较，中医学“治未病”理念及方法更符合人们持续改进身体健康状态的需求。

《世界卫生组织2002～2005传统医学战略》致力于“促进将传统医学/补充和替代医学纳入国家卫生保健系统”。截至2006年，已有51个国家制定了发展传统医学的国家政策。在欧美发达国家，针灸及按摩治疗正逐渐获得诸多医疗保险公司的认可，越来越多人们开始尝试按摩方法并逐渐认可其保健作用。

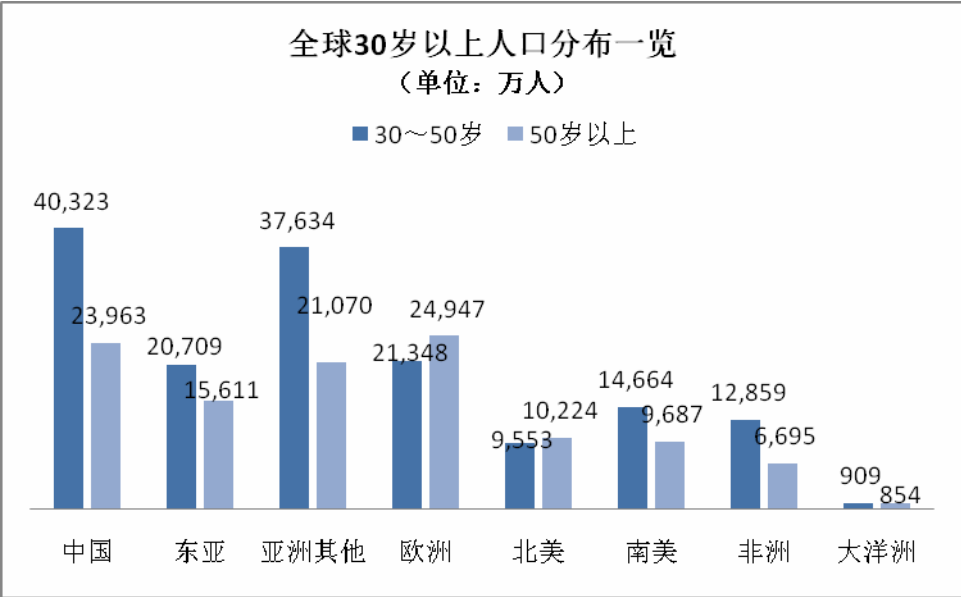
截至2005年，我国已与世界70个国家（地区）签订了含有中医学合作内容的政府协议。《国家中长期科学和技术发展规划纲要（2006～2020年）》、《中医

药国际科技合作规划纲要 (2006～2020年)》等多项国家政策致力于推动包括按摩在内的传统中医文化的“继承，创新，现代化，国际化”，使“中医独特的医疗保健康复模式及其价值逐渐被国际社会所理解和接受”。

(2) 行业供求变动趋势及其原因

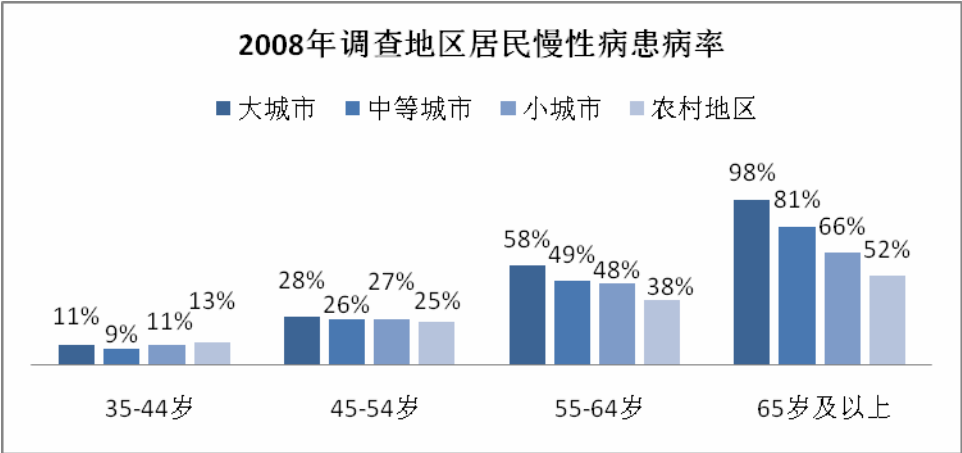
①按摩器具的潜在消费人群巨大

按摩器具产品的目标消费群主要是 50 岁以上的中老年人群、30 岁～50 岁的亚健康人群。



数据来源：联合国人口年鉴（2007）

由于卫生事业的发展，人类平均预期寿命在 1950 年～2000 年间延长了 20 年，达到了 66 岁；预计到 2050 年将再延长 10 年。这一良好趋势将推动全球人口结构快速老龄化。联合国预测，60 岁以上人口将从 2000 年的 6 亿增加到 2050 年的近 20 亿，占全球人口比例将从 1998 年的 10%增加到 2025 年的 15%，并在 2050 年增加到 21%。（数据来源：联合国《第二次老龄问题世界大会的报告》）



数据来源：2008 年中国国家卫生服务调查

世卫组织早于 1984 年提出，“健康不仅仅是没有疾病和虚弱，而且是身体、心理和社会适应处于完全的完满状态”。根据世卫组织调查，符合前述标准的健康人群只占 5%，被客观医学检查确认患病的不足 20%，其余 75%以上的人群都处在亚健康状态。中医学倡导“未病养生、防病于先；欲病救萌、防微杜渐；已病早治、防其传变；瘥后调摄、防其复发”，相对于西医学对抗疗法，在亚健康状态的干预方面具有很大优势。2006 年 12 月，中华中医药学会发布了《亚健康中医临床指南》，明确可以采用针灸、推拿按摩等干预措施调谐身体健康状态。

按摩器具产品主要定位于代替人工按摩，实现自助式日常保健。随着按摩保健方法在全球日渐获得广泛的社会认可，按摩器具产品将逐渐成为全球中老年人群、亚健康人群实施日常保健的重要工具，潜在消费人群巨大。

②按摩器具的潜在市场容量巨大

按摩器具行业起始于上世纪六十年代的日本，早期以功能单一的按摩椅简单产品为主，市场发展较为缓慢。随着厂商持续推出性价比更高的按摩器具产品，消费人群日渐广泛。除日本以外，北美、欧洲、东亚及大洋洲地区的按摩器具消费市场均主要在最近 10 年开始兴起，尚处在成长阶段，市场潜力尚有待品牌商、生产商共同努力挖掘。

国家	期望 寿命 (岁)	人均 健康支出 (美元/年)	30 岁以上 人口数量 (万人)	2008 年中国 出口按摩器 具 (万美元)	人均按摩器具消费金额估算 (美元/年)	
					金额	占健康支出比例
马来西亚	72	255	1,118	2,439	8.73	3.42%
澳大利亚	82	3,316	1,257	2,360	7.51	0.23%
加拿大	81	3,912	2,062	2,434	4.72	0.12%
美国	78	6,714	17,717	19,373	4.37	0.07%

德国	80	3,669	5,640	5,670	4.02	0.11%
英国	79	3,361	3,813	3,650	3.83	0.11%
韩国	79	1,187	2,920	2,770	3.79	0.32%
意大利	81	2,845	4,108	3,208	3.12	0.11%
法国	81	4,056	3,836	2,573	2.68	0.07%
俄罗斯	66	369	8,674	2,826	1.30	0.35%

数据来源：联合国人口年鉴（2007）、中国海关出口数据。

【注】发行人出口产品单价通常占终端零售价格的 25~35%。鉴于全球按摩器具产品除日本外，主要系在中国生产，因此发行人保守假设产品终端零售价格：出口单价=4：1，并据以估算了各国目前的人均消费金额。

根据日本矢野经济研究所调查数据，2006 年日本按摩器具市场总规模为 1,388 亿日元，若按 30 岁以上人口平均，相当于 17.47 美元/人/年。参考日本经验，全球按摩器具市场规模仍有较大增长空间。

日本按摩器具消费特征分析				
产品类别	高价按摩椅	低价按摩椅	手持、足底按摩器	快捷按摩器
零售价格	30 万日元左右	15 万日元以下		
25~29 岁	—	—	主要目标	主要目标
30~39 岁	少数人目标	一般目标	主要目标	一般目标
40~49 岁	一般目标	主要目标	一般目标	一般目标
50 岁以上	主要目标	少数目标		

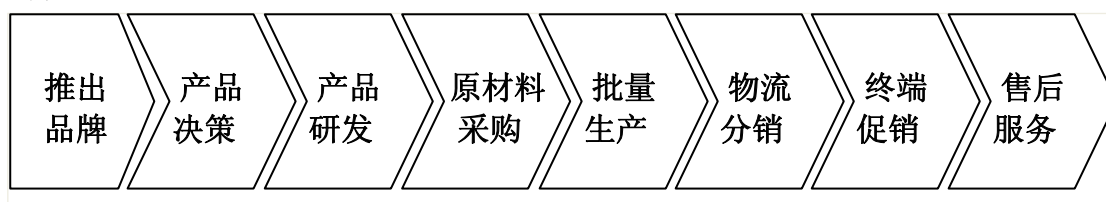
数据来源：日本矢野经济研究所报告（2006 年）

随着按摩保健方法的保健效果逐渐得到认可，按摩器具产品将逐渐成为家庭健康投资的重要选择之一，与人均年健康支出金额相比较，作为未来按摩器具的潜在市场容量巨大。

2、行业竞争格局和市场化程度

（1）按摩器具产业全球供应链

按摩器具是新兴的健康消费品行业，消费者潜在需求尚需由被信赖的健康品牌商通过性价比优势明显的创新产品逐渐实现。按摩器具产业已经形成了清晰的价值链。



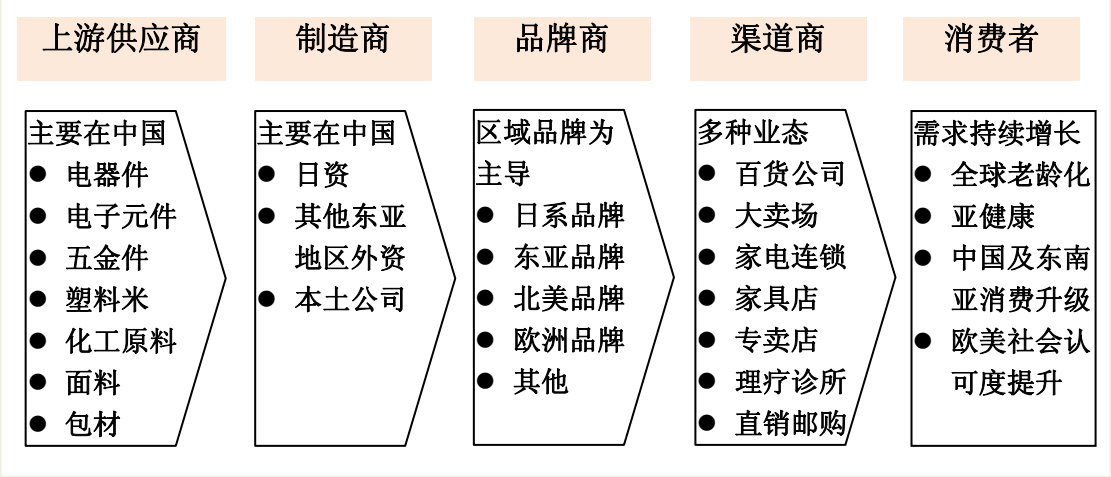
随着中国东部沿海地区逐渐发展成为全球电子电器产品的制造中心，发达高

效的原材料供应体系，相对低廉的劳动力成本和不断提升的劳动力素质，吸引着日本、台湾地区按摩器具制造商纷纷将制造基地向中国转移；同时也促进了中国本土制造商的迅速发展。

目前，除日本仍然保留部份高端按摩椅产品的制造工厂外，中国业已成为全球按摩器具产品的制造中心。根据中国海关统计数据，2009 年度我国按摩器具产品出口金额已达到 9.27 亿美元，出口的目的国（地区）已达 172 个。

按摩器具产品的消费市场主要是北美、欧洲、大洋洲及东亚地区，并且北美、日本、东南亚等区域市场的领先品牌商已获得了主要的市场份额，欧洲及中国市场仍然较为分散。

除少数日本厂商外，按摩器具行业已经在全球范围形成了“制造商负责产品研发、生产，品牌商负责渠道拓展”的合理产业分工，进入了良性循环发展阶段。



(2) 中国按摩器具制造业的竞争格局

由于技术积累深厚，松下、发美利、大东等日资制造商一直是本行业的领先企业。近 20 年来，凭借对中医传统按摩养生和保健方法的深刻理解，包括发行人、豪中豪、荣泰在内的本土企业逐渐成为按摩器具制造领域的主力军。

中国按摩器具制造厂商主要集中分布在广东、福建、上海、浙江、江苏、山东等省市，绝大多数已经参与到国际竞争当中，形成了比较充分的市场竞争格局。

2009 年我国经营按摩器具企业出口额分布状况

2009 年度	>1000 万美元	>100 万美元	其他
企业数	12 家	134 家	1391 家
出口金额占比	41.69%	42.75%	15.56%

数据来源：中国医药保健品进出口商会

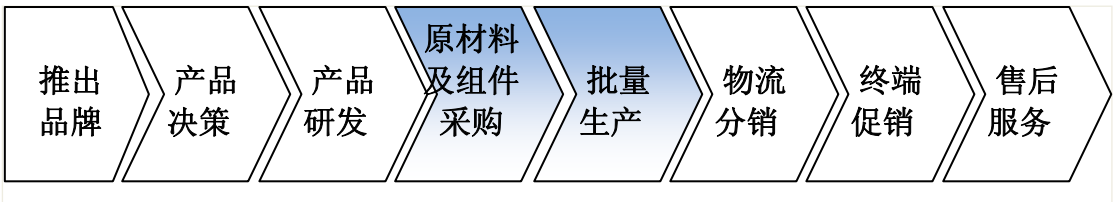
2009 年度全国经营按摩器具出口超过千万美元的企业仅 12 家，在专业制造

企业中包括中国本土制造商 7 家、日资制造商 3 家，出口金额合计占比分别为 23.85%、13.66%。本土优势企业与日资企业已经形成共同引领行业发展的竞争格局。

除东亚地区外，欧美国家的按摩器具制造商极少。根据公司了解，仅德国的 HUKLA、西班牙的 KEYTON、意大利的 CIAR 三家制造商年产值超过千万美元，具有一定竞争力。

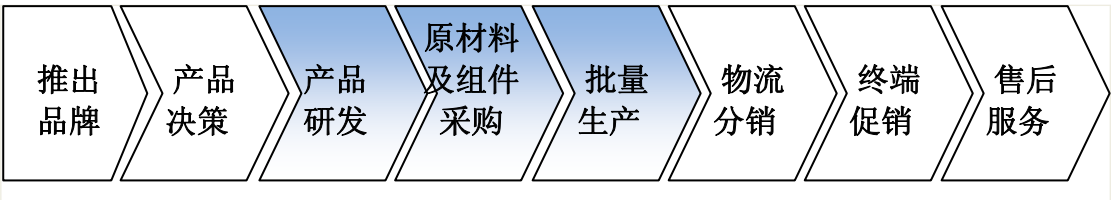
(3) 中国按摩器具制造商的经营模式

OEM（Original Equipment Manufacturer）模式：单一制造服务



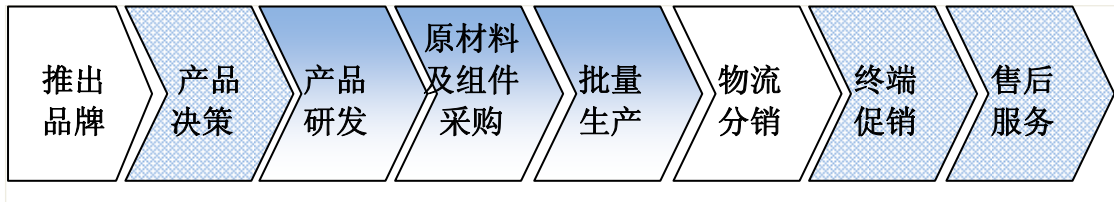
该种模式主要依靠制造成本优势，制造商的议价能力弱，盈利空间小，经营重心围绕客户及订单，适合国内缺乏研发能力、资金实力有限的中小型制造商。

ODM（Original Design Manufacturer）模式：研发+制造



该种模式需要制造商依照购买方提供的产品需求进行产品设计，并以合理的价格批量供货。该模式的客户关系较为稳固，经营重心围绕客户及具体产品，能够通过持续研发及规模效应改善盈利水平，但订单规模受限于客户的产品决策、市场拓展能力。目前，国内大中型制造商主要采用该种模式经营。有时，购买方也负责提供外观设计，但功能设计及功能实现全部由 ODM 制造商负责。

PRMS（Position\R&D\Manufacture\Service）模式：整体解决方案



该种模式目前在业内主要由发行人采用。发行人通过对市场及消费者的深入

调研，针对消费者对产品性价比的预期，建立了零售价格区间涵盖 9.99 美元～3999 美元的全系列产品线，并能够提供丰富的产品组合。首先，发行人能够协助品牌商清晰市场定位（**Position**），明确零售价格区间并形成产品组合；其次，发行人的研发工作（**R&D**）严格围绕零售价位、产品推广计划开展，并相应控制生产成本；再次，发行人的原材料、组件库存及生产计划（**Manufacture**）严格围绕品牌商的终端促销计划，确保交期与品质；最后，发行人能够协助品牌商规划及实施产品售后服务（**Service**）。简言之，专业制造商通过提供整体解决方案，能够协助新进入按摩器具行业的品牌商将主要资源集中于品牌、分销渠道等其擅长的方面，快速形成市场领先优势。专业制造商则受益于订单规模的扩大，实现了共赢。

（4）国内市场的竞争格局

按摩器具产品传承了中医传统养生方法，能够帮助中老年人群、亚健康人群实施日常保健。目前已有超过 200 家制造商/品牌商开始拓展国内市场，产品主要集中在按摩椅、足部按摩器、按摩垫及按摩棒等，市场竞争格局仍然较为分散。

产品类型	零售价格（元）	典型渠道	典型品牌/厂商
按摩椅	8,000～50,000	百货公司、专卖店、直销	OSIM、OGAWA、荣泰、IREST、怡禾康、康泰、康城
足部按摩器	100～1,000	超市、直销	泰昌、皇威、美妙
按摩垫、按摩棒	100～1,000	超市	嘉威、明捷、兄弟

2009 年度，按出厂价折算的国内市场规模接近 30 亿元，其中国内业务规模达到 5000 万元及以上的厂商已超过 10 家，部份厂商按出厂价折算规模已超过 1.5 亿元。（数据来源：发行人市场部门调查估算）

由于中国庞大的中老年人群和亚健康人群，在城市化、老龄化、消费升级等有利因素推动下，按摩器具产品将逐渐成为家庭健康投资的重要选择之一，国内市场潜在容量巨大，正处于快速成长阶段。包括发行人在内的综合实力较强的行业领先厂商将凭借研发优势、品质优势快速完善分销渠道、强化品牌优势，并受益于全行业的持续快速发展。

（5）国外市场的竞争格局

除日本市场起始于上世纪六十年代以外，北美、欧洲、东亚及大洋洲地区的按摩器具消费市场均主要在最近 10 年开始兴起，尚处在成长阶段。北美、欧洲、

东亚均是中国按摩器具产品的主要出口目的地，2007 年~2009 年，向该等地区出口金额分别占中国按摩器具产品同期出口总金额的 89.63%、87.93%、87.41%。

作为与身体直接接触使用的电器产品，消费者潜在需求主要由被广泛信赖的健康品牌商进行市场开发。中国制造商较少采用自主品牌产品直接出口。

①北美市场

北美市场销售的按摩器具产品主要来源于中国，少量来源于日本。其中，按摩小电器市场份额较为集中，销售渠道主要由 HOMEDICS、CONAIR、HOT 等 3 大品牌商覆盖；按摩居室电器目前主要是松下、富士、发美利等日系品牌及 Interactive、Izayboy 等区域品牌，零售价位普遍较高，亟待大力发展。

附表：北美市场按摩小电器主要品牌商

品牌商	按摩器具品牌	典型产品	零售价格 (美元)
HOMEDICS	HoMedics The Sharper Image The ObusForme	全系列产品	9.99~399.99 美元
HOT	Dr.Scholl	按摩垫、足部按摩器、手持按摩器、颈部按摩器	9.99~99.99 美元
CONAIR	CONAIR		9.99~49.99 美元

2007 年~2009 年，发行人向 HOMEDICS 北美地区供货金额占同期中国对北美地区按摩器具出口总额的比例分别为 25.66%、26.83%、29.98%，主要因为 HOMEDICS 于 2008 年末收购了 ObusForme，并获得了 The Sharper Image 品牌在个人健康、舒缓领域的使用权利，进一步巩固了其在北美市场领先地位。

②欧洲市场

欧洲市场销售的按摩器具产品主要来源于中国，欧洲本地仅 3 家制造商年产值超过千万美元。2009 年度，中国按摩器具产品出口欧洲的总金额为 3.12 亿美元，其中德国、英国、法国、意大利、西班牙、荷兰等西欧 6 国占比为 66.64%。

目前欧洲各国均有多家按摩器具品牌商，市场份额较为分散。欧洲市场按摩小电器业务规模较大有 HOMEDICS、IMEDICS、HOT、MEDISANA、TOPCOM、CASADA、BEURER 等品牌商。

报告期内，HOMEDICS 受益于与发行人共同完善的全系列按摩小电器产品组合，在欧洲市场份额快速增长。2007~2009 年，发行人向 HOMEDICS 欧洲地区供货金额分别为 325.94 万美元、1,906.95 万美元、2,336.16 万美元，占同期中

国对欧洲地区按摩器具出口总额的比例分别为 1.14%、5.04%、7.49%。截止 2010 年 6 月 24 日,发行人已接到 HOMEDICS 发出的 2010 年欧洲市场订单为 1,812.90 万美元,较上年同期增长 40.04%,继续保持快速增长趋势。

根据全球市场研究公司之一的 GFK 集团对英国、意大利市场的研究报告, HOMEDICS 按摩小电器业务在英国市场份额自 2007 年 1 月的 45.7%持续增长至 2009 年 12 月的 90.5%;自 2006 年开始成立办事处以来,2008 年度、2009 年度在意大利市场份额分别为 64.3%、70.3%。随着 HOMEDICS 在欧盟市场的分销渠道逐渐完善,预计与发行人在按摩器具领域仍有进一步的业务合作空间。

③东亚市场

东亚地区对按摩保健文化的认同度较高,按摩器具市场主要受产品创新、消费升级因素推动。目前除日本仍保留部份高端产品的制造或组装外,东亚地区按摩器具厂商的制造基地主要集中在中国。

除中国大陆地区、日本以外的其他东亚市场均有多家按摩器具品牌商,发展潜力较大。发行人的客户 OGAWA、OTO 在东南亚地区已形成一定的市场优势。

日本市场长期以日系生产商的自主品牌占主导。但随着研发能力、产品品质逐渐提升,未来包括发行人在内的中国本土制造商与日系品牌商之间存在较大的合作空间。

2006 年日本按摩器具市场出货量统计表			
			单位:万台
公司	按摩椅	足底按摩器	手持按摩器
松下电器	13.00	25.30	30.00
富士医疗器	11.96		
大东企业	10.92	7.15	4.20
发美利企业	7.80		
三洋电机	4.16	9.35	
其他企业	4.16	13.20	25.80
总出货量	52.00	55.00	60.00

数据来源:日本矢野经济研究所报告(2006 年)

3、进入本行业的主要障碍

按摩器具是在中医传统按摩养生和保健方法基础上发展起来的自助式电子保健产品,在综合技术、规模经济、及时交货及售后服务能力等方面存在较高的进入障碍。

(1) 综合技术壁垒

按摩器具是借助机电技术对手按摩技法的仿真，涉及人体工程学、机械电子及医学等诸多学科；同时，作为消费类电子产品，还需及时吸收消化应用时尚电子产品的技术标准。此外，按摩居室电器较按摩小电器的技术门槛更高。

(2) 规模经济壁垒

按摩器具产品的创新速度快，规模效应对制造商的成本有着重大影响。市场份额领先的制造商能够保持研发、原材料采购及制造过程中的成本优势，并可凭借积极的经营策略获得更大的市场份额。

(3) 及时交货及售后服务能力壁垒

与其他消费类电子产品类似，错过促销期的产品很可能成为滞销品，品牌商必须与具备良好及时交货能力与信用的制造商紧密合作。同时，作为与身体直接接触使用的电器产品，良好的售后服务能力是产品进入发达国家渠道商的前提。

4、行业利润水平变动趋势及其原因

国内按摩器具制造商主要采用贴牌方式出口，定价通常在终端渠道零售价的30%左右，行业整体增长速度较快，利润水平相对稳定。自2005年7月以来，随着人民币持续升值以及部份原材料价格出现了大幅波动，并且在2008年受到全球金融危机的冲击，订单及价格的不确定性大幅增加，除少数市场预测能力较强、规模较大的行业龙头企业的利润水平受影响较小以外，大多数中小企业的利润水平均受到了较大的不利影响。预计随着全球经济衰退结束，本行业利润水平将随着品牌商\渠道商信心恢复，消费者需求被进一步挖掘，逐渐恢复到历史较好水平。

(三) 影响行业发展的有利和不利因素

1、影响本行业有利的因素

(1) 老龄化趋势、亚健康现象促进了中医“治未病”理念的普及

世卫组织提出，21世纪的医学“应以人类健康作为医学研究的主要方向”。《中医药国际科技合作规划纲要(2006~2020年)》致力于使“中医独特的医疗保健康复模式及其价值逐渐被国际社会所理解和接受”。中医针灸及按摩治疗的过程平和、

副作用极少，相对于西医学对抗疗法，在日常保健方面具有很大优势，更能满足中老年人群、亚健康人群对健康生活品质的需求。在欧美发达国家，针灸及按摩治疗正逐渐获得诸多医疗保险公司的认可，越来越多人们开始尝试按摩方法并逐渐认可其保健作用。

（2）按摩方法是中医学的精华，中国具有独特的创新优势

从按摩方法的历史起源和发展演变脉络来看，其理论、方法和手段都是中华民族原创性智慧的结晶。“继承，创新，现代化，国际化”，普及和推广中医传统，是我国按摩器具产业不容推卸的责任和义务。根据中国国家知识产权局检索结果，截至 2010 年 5 月 31 日，已经生效的“按摩”相关产品专利共计 11,209 件，其中发明专利 1,122 件，实用新型专利 6,696 件，外观设计专利 3,391 件。中国按摩器具产业拥有独特的创新优势，在全球产业链的地位将获得不断提升与巩固。

（3）中国已成为全球按摩器具制造中心

凭借中国东部沿海地区的供应链优势，包括发行人在内的中国按摩器具制造商业已成为全球按摩器具品牌商的主要供应商。中国业已成为全球按摩器具产业链中的制造中心。结合独特的创新优势，中国按摩器具产业未来将逐渐发展成为全球研发与制造中心。

2、影响本行业发展的不利因素

（1）行业技术标准发展相对缓慢

虽然我国已经成为全球按摩器具产业的制造中心，但过去较长时期内只有一项国家标准《家用和类似用途电器的安全 按摩器具的特殊要求》（发行人是 2008 年修订本标准的主要起草单位），不利于行业建立较高的强制性品质标准，不利于优胜劣汰，不利于龙头企业做大做强。

（2）技术和管理人才相对短缺

按摩器具是新兴的消费电子产品，不断更新的新技术亟需专门的技术人才跟踪消化、创新。同时，中国制造商服务于全球按摩器具品牌商，亟需熟悉品牌管理、营销渠道运作的复合型管理人才。

（四）行业技术水平及技术特点、行业特性

1、行业技术水平及技术特点

(1) 产品功能设计体现多学科的综合应用

按摩器具对手按摩技法的仿真效果一直是本行业技术发展的主要方向。目前业已在多数产品上实现了振动、捶打及揉捏手法；高端产品已实现对身体轮廓的三维扫描，红外加热改善人体舒适度和放松度。未来，功能设计还将结合现代医学根据人体出汗情况建立疲劳程度模型并设计相应的智能按摩程序，将结合先进的传感技术实现穴位精确检测并在按摩程序中引入传统中医的针灸方法。

(2) 产品工业设计重视舒适性、个性化

按摩器具产品属于消费类电子产品，优秀的工业设计是产品价值的重要组成部分。产品的舒适度始终是消费者关注重点。此外，外形设计、颜色配比、材质选用均需充分考虑消费者的品味、价值观、使用环境等个性化需求。

(3) 快速研发能力是产业价值链的核心环节

与其他消费类电子产品类似，良好的产品概念不能在促销前及时推向市场很可能会成为滞销品。研发环节的流程合理、执行力强是形成快速研发能力的关键。此外，研发阶段是控制产品制造成本的最有利时机。因此，快速研发能力是制造服务商提升其在产业链中价值及地位的关键。

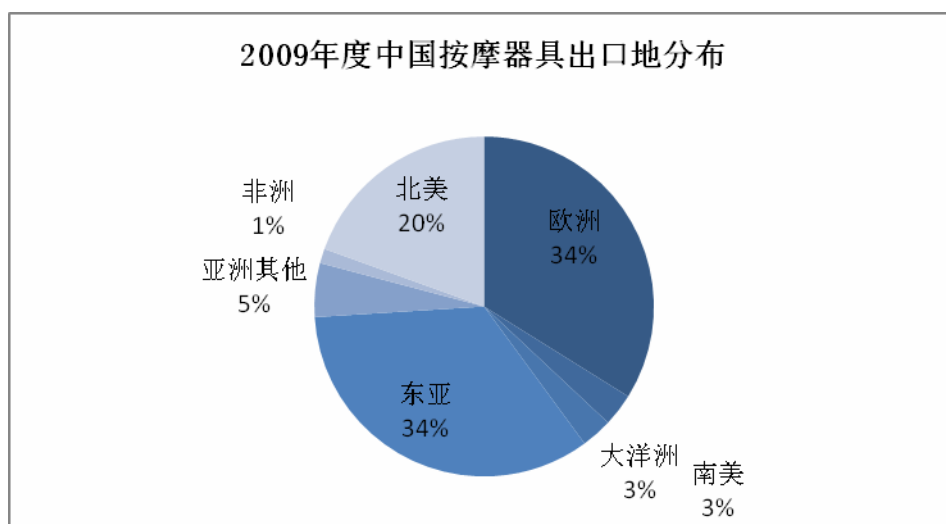
2、行业的周期性、区域性或季节性

(1) 周期性

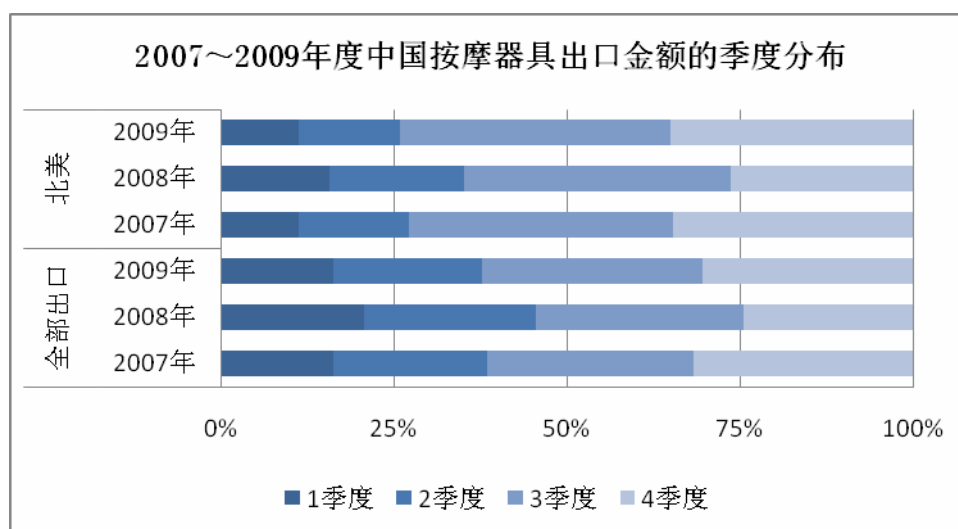
按摩器具属于改善人们健康生活品质的消费类电子产品，需求不存在周期性特征。

(2) 区域性

中国按摩器具产品主要以出口为主。根据中国海关统计数据，2009年度出口目的国（地区）已达172个，其中欧洲、东亚及北美地区分别占34%、34%、20%，不存在区域性特征。



(3) 季节性



数据来源：中国海关统计数据

报告期内，按摩器具行业全部出口的季节性因素并不显著，但对北美地区的出口存在较为显著的季节性特征。在北美，本行业产品主要集中在感恩节、圣诞节旺销，为适应这种需求，中国制造商通常在每年7月~11月集中生产并交货。发行人目前主要市场在北美地区，相应受季节性影响较为明显；未来随着在国内、东亚及欧洲等地区的业务持续拓展，预计季节性影响将逐渐减缓。

(五) 发行人所处行业与上下游行业之间的关联性

1、发行人所处行业的上下游行业

按摩器具行业的上游为电子、电机、塑料、五金、纺织、包装印刷等行业；下游为各区域市场的健康品牌商，并由其通过渠道商，将产品销售给以中老年人

群、亚健康人群为主体的最终消费者。

2、上下游行业发展状况对本公司发展前景的影响

按摩器具行业的上游行业均是高度市场化竞争的行业，与其他地区相比，发行人生产基地所处的闽南、深圳地区拥有数量多、规模大、品质良好的完整配套商体系，原材料采购优势较为显著。发行人业已建立规范、高效的供应商管理体系，并能够通过较大的采购规模获得进一步的成本优势。

由于按摩器具市场尚在成长阶段，品牌商、渠道商、最终消费者均容易受到外部经济环境因素的冲击。受全球金融危机冲击，2009年本行业对北美、欧洲、大洋洲及东亚地区的出口均出现了不同程度的下滑。发行人已形成零售价格覆盖9.99美元~3999美元的全系列产品，能够提供充分的产品支持，以协助品牌商提升产品性价比，刺激终端消费者的需求。发行人与其核心客户受到本次全球金融危机的冲击均相对较小，市场地位均有所加强。预计随着全球经济衰退结束，渠道商及最终消费者信心逐渐恢复，发行人业务可望重新恢复快速增长势头。

（六）主要进口国（地区）的市场情况

报告期内，发行人外销业务收入占比约为95%，2009年度出口目的国（地区）主要集中在北美、欧洲、东南亚、大洋洲地区。

按摩器具产品出口到美国通过FCC、cETL/ETL安全认证，出口到欧盟必须获得CE认证并符合ROHS指令，出口澳大利亚必须符合CTICK安全标准，出口到东南亚各国必须符合当地的安全标准。除前述要求外，北美、欧洲、东南亚、大洋洲地区对原产自中国的按摩器具产品均没有特别的限制性贸易政策；并且美国、欧盟给予了中国按摩器具出口企业最惠国待遇。

全球按摩器具产业的产能主要集中在我国东部沿海地区，除日本仍然保留了部份高端按摩椅产品的制造工厂外，仅德国的HUKLA、西班牙的KEYTON、意大利的CIAR三家制造商年产值超过千万美元。因此，在发行人产品的主要进口国（地区），较有竞争力的同类产品均主要来自松下、发美利、大东、豪中豪、荣泰、怡和、威德等制造商，与当地制造商发生贸易摩擦的可能性很小。

三、发行人在行业中的竞争地位

（一）发行人的市场占有率与变化情况

报告期内，中国按摩器具产品出口金额前 10 名的情况如下【按（海关税号代码：90191010）统计】：

排名	企业名称	2009 年度	
		金额(万美元)	出口市场份额
1	厦门蒙发利科技（集团）股份有限公司	15,357.88	16.56%
2	大东傲胜保健器(苏州)有限公司	7,458.84	8.04%
3	发美利健康器械(上海)有限公司	3,269.78	3.53%
4	上海松下电工有限公司	2,120.30	2.29%
5	积美实业(深圳)有限公司	1,939.88	2.09%
6	浙江豪中豪健康产品有限公司	1,754.35	1.89%
7	上海荣泰健身科技发展有限公司	1,682.00	1.81%
8	浙江省永康百舸进出口贸易有限公	1,526.03	1.65%
9	安徽久工科技实业有限责任公司	1,424.07	1.54%
10	苏州市凯丽保姆电器有限公司	1,161.32	1.25%
排名	企业名称	2008 年度	
		金额(万美元)	出口市场份额
1	厦门蒙发利科技（集团）股份有限公司	14,365.18	13.72%
2	大东傲胜保健器(苏州)有限公司	7,612.38	7.27%
3	发美利健康器械(上海)有限公司	4,657.48	4.45%
4	温州圣利保健器材有限公司	2,794.84	2.67%
5	上海松下电工有限公司	1,690.57	1.61%
6	温州大西洋进出口有限公司	1,346.65	1.29%
7	东莞威德电子科技有限公司	1,252.38	1.20%
8	上海荣泰健身科技发展有限公司	999.70	0.95%
9	福建怡和电子有限公司	919.70	0.88%
10	宁波生命力电器有限公司	903.82	0.86%
序号	企业名称	2007 年度	
		金额(万美元)	出口市场份额
1	厦门蒙发利科技（集团）股份有限公司	13,010.79	13.53%
2	大东傲胜保健器(苏州)有限公司	9,100.46	9.46%
3	发美利健康器械(上海)有限公司	4,516.47	4.70%
4	温州圣利保健器材有限公司	2,593.45	2.70%
5	上海荣泰健身科技发展有限公司	2,408.27	2.50%
6	上海松下电工有限公司	2,018.36	2.10%
7	东莞威德电子科技有限公司	1,242.73	1.29%
8	温州大西洋进出口有限公司	931.43	0.97%
9	山东康泰实业有限公司	843.48	0.88%
10	福建怡和电子有限公司	647.74	0.67%

【注 1】数据来源：中国海关统计数据；

【注2】出口市场份额＝发行人按摩器具出口美元金额/中国按摩器具出口美元金额。

根据中国医药保健品进出口商会出具的证明，发行人“是中国最大的按摩器具产品（海关编码为 90191010）制造商，其中按摩小电器年产销量位居全球第一，按摩居室电器产销量位居全球前五”。随着本次募集资金拟投资项目的实施，发行人按摩居室电器的产销量将会进入全球前 3 名。

（二）发行人的主要竞争对手

1、大东傲胜保健器(苏州)有限公司

该公司设立于 2000 年，股东分别为日本大东电机工业株式会社、新加坡傲胜集团。股东大东电机是全球大型按摩器具生产商、品牌商之一，自 1957 年开始生产和销售按摩器具，目前占日本按摩椅市场份额 20%左右。股东傲胜集团是全球大型按摩器具品牌商之一，2003 年开始第 1 家门店，2008 年度营业额为 4.56 亿新加坡元。该公司生产的产品以按摩椅为主，也有按摩小电器，两位股东均是其主要客户，2008 年出口 7,612.71 万美元，占中国按摩器具出口市场份额为 7.27%，2009 年出口 7,458.84 万美元，占 8.04%。

2、发美利健康器械(上海)有限公司

该公司设立于 1998 年，股东为日本发美利株式会社。股东发美利专业生产按摩椅，目前占日本按摩椅市场份额 15%左右。该公司主要为股东生产按摩椅产品，2008 年出口 5.96 万台，出口 4,657.18 万美元，占中国按摩器具出口市场份额为 4.45%。2009 年出口 3,269.78 万美元，占 3.53%。

3、温州圣利保健器材有限公司

该公司创建于 1990 年，内资企业。该公司在本土按摩器具制造商中排名前列，产品以按摩椅、按摩床为主。2008 年出口 2,794.84 万美元，占中国按摩器具出口市场份额为 2.67%，2009 年出口 490.11 万美元，占 0.53%。同时，“豪中豪”、“iRest”品牌产品在国内市场位居前列。

4、上海荣泰健身科技发展有限公司

该公司创建于 1997 年，内资企业。该公司在本土按摩器具制造商中排名前列，产品以按摩椅、按摩垫、按摩小电器为主。2008 年出口 999.7 万美元，占中国按摩器具出口市场份额为 0.95%，2009 年出口 1682 万美元，占 1.81%。同时，“荣泰”品牌产品在国内市场位居前列，已有区域经销商 200 多个，售后服务网点

100 多个。

【注】以上数据分别来源于各公司网站、日本矢野经济研究所（2006）、《2008年中国按摩器具出口分析报告》（中国医保商会）。

（三）发行人的竞争优势与劣势

1、发行人的竞争优势

（1）产品组合优势---全系列产品能够使客户品牌价值最大化

发行人能够为客户提供上千个品种、零售价格区间涵盖 9.99 美元~3999 美元的全系列按摩器具产品，能够根据品牌特点协助客户建立最丰富的产品组合，并能够在主要盈利产品、促销产品的选择方面提供专业化建议。

（2）经营模式优势---整体解决方案能够与客户共同创造订单

发行人凭借独有的 PRMS 模式，能够为具有品牌及渠道优势的健康品牌商提供整体解决方案，能够协助新进入按摩器具行业的品牌商将主要资源集中于品牌、分销渠道等其擅长的方面，快速形成市场领先优势。通过 PRMS 模式合作，发行人致力于协助客户实现领先的市场份额，并达到年度采购按摩器具产品 500 万美元的共赢目标。

（3）技术研发优势---快速研发、有效控制制造成本

发行人拥有同行业最大的研发团队，报告期内累计申请了 120 项专利。发行人拥有“可靠性强化试验技术”“加速寿命试验技术”和“高应力筛选技术”等同行领先的产品测试技术平台，能够大大缩短新产品的寿命测试时间，实现快速研发。此外，发行人业已建立科学规范的研发流程，能够围绕产品零售价格，在产品的设计阶段充分考虑原材料、工艺因素，有效控制制造成本。

（4）生产制造优势---产能领先、有效控制制造成本

发行人目前已在漳州和深圳建立了全球最大的按摩小电器制造基地，并在厦门建立了国内领先的按摩居室电器制造基地。随着募集资金投资项目的实施，公司按摩居室电器的产能将进入全球前 3 名。凭借领先的产能规模，发行人能够在采购、生产等环节形成显著的制造成本优势。

2、发行人的竞争劣势

（1）资本规模劣势

与松下、发美利、大东等日系先进厂商相比，发行人高品质的按摩椅产品已获得了品牌商及消费者认可。但受资本实力限制，缺乏高精度模具、椅架等按摩居室电器关键组件的生产设备，备货周期较长、品质不能充分满足生产需要，亟需加大先进制造能力的投入，以增强公司核心竞争能力。

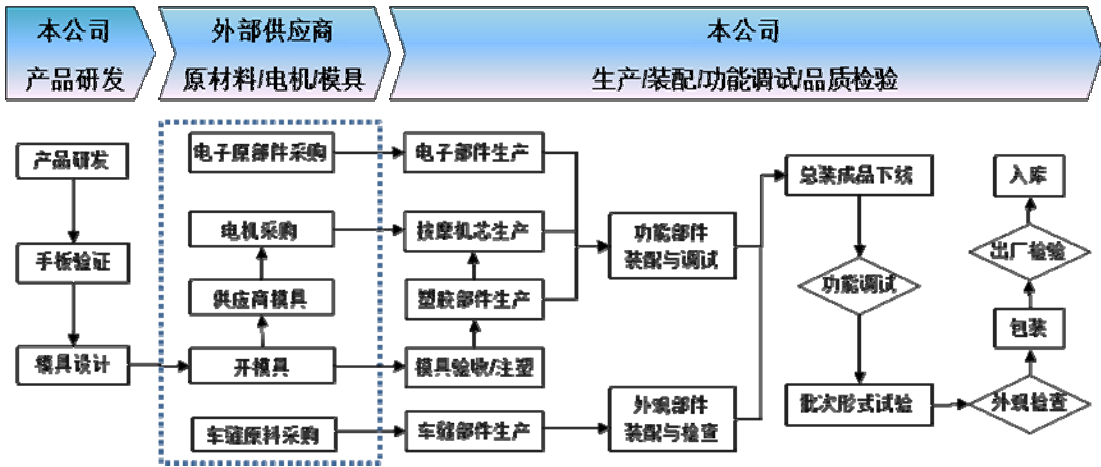
(2) 人才储备劣势

按摩器具是新兴的朝阳行业，市场潜在容量巨大。随着发行人 PRMS 客户群体不断扩大，发行人技术、市场及管理人才队伍均需要相应扩大，现有人才储备队伍可能出现短缺，亟需引入技术专才以及熟悉品牌管理、营销渠道运作的复合型管理人才。

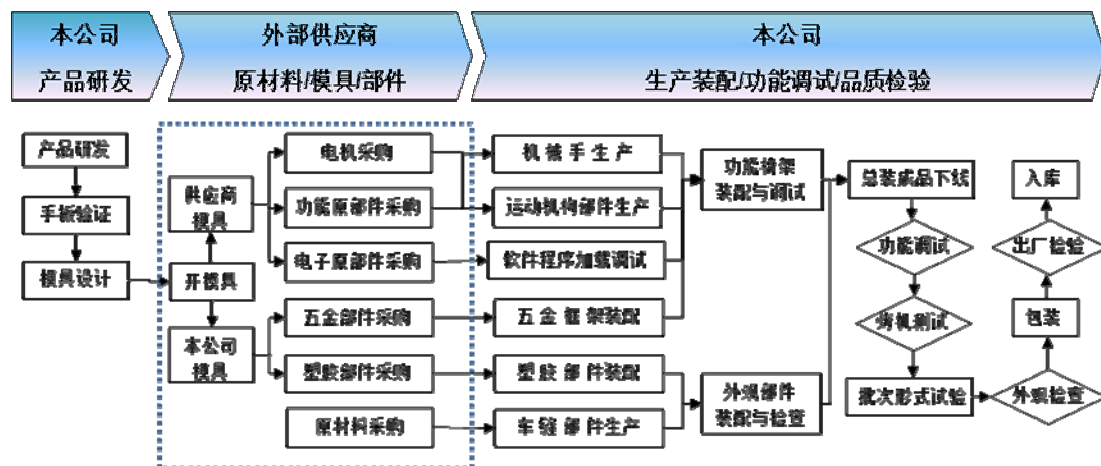
四、发行人主营业务

(一) 发行人主要产品的工艺流程图

1、按摩小电器的工艺流程图



2、按摩居室电器的工艺流程图



（二）发行人主要经营模式

1、采购模式

公司采取母公司采购中心统筹安排、各子公司采购部门具体负责品质追踪、物料调达的统分结合管理模式。同时，公司ERP系统能够及时根据客户的订单及交期要求，自动分析并生成订单需求，保障采购计划有序、及时实施。

公司采购中心依据年度生产计划编制年度采购计划，采用招标方式选定供应商，约定供应规模与定价标准。针对价格可能存在较大季节性波动的大宗原料，采购中心将制订战略采购方案，以在价格较低时，支付10%左右的订金，锁定年度主要用量。

2、生产模式

公司依照订单计划组织生产，具体流程为：销售部门确认客户订单后，录入业务系统，自动生成生产任务单及原辅材料采购单；生产部门根据生产任务单优化排程，确定车间生产任务；各车间逐日根据生产任务领取各种原材料组织生产；产成品经质检合格后，贴上分类标签，办理入库手续。

为确保品质优良与及时交货，公司生产环节具有以下特点：

（1）柔性生产线的规模优势

公司按摩小电器生产线、按摩居室电器生产线均采用了柔性设计，能够分别满足不同客户、不同产品订单的生产要求。公司按摩小电器产能全球最大，按摩居室电器产能国内领先，能够同时满足多个客户的订单及交期需要。

（2）核心部件的标准化与提前生产

在产品的设计阶段，公司实现了大多数核心部件的标准化与通用性。在生产阶段，公司为标准化核心部件单独制订了提前生产计划和仓储计划，能够在确保品质的同时，较好地消除业务高峰时期的生产瓶颈、缩短订单生产及交货周期。

3、销售模式

发行人是本行业全球最大的专业生产制造服务商，能够为客户提供上千个品种、零售价格区间涵盖9.99美元~3999美元的全系列产品，主要以PRMS模式为具有品牌及渠道优势的健康品牌商服务。此外，部份销售采用ODM模式，并在国内市场直接从事小规模品牌产品销售。报告期内，本公司销售情况如下表：

单位：万元

销售模式	2009 年度	2008 年度	2007 年度
按摩器具产品收入	109,803.26	105,395.03	105,246.17
其中：PRMS 模式	83,998.29	82,967.53	79,038.81
ODM 模式	21,147.28	19,781.17	22,385.68
品牌销售	4,657.69	2,646.33	3,821.69
其他产品收入	16,039.95	9,717.88	1,993.64
主营业务收入	125,843.21	115,112.91	107,239.82

报告期内，PRMS 模式是发行人业务增长的主要推动力。

(1) PRMS 模式是发行人综合竞争实力的体现

作为新兴的健康消费品行业，并且按摩器具产品是与身体直接接触使用的电器产品，消费者潜在需求需要由被广泛信赖的健康品牌商进行市场开发。受资本实力等因素限制，包括发行人在内的中国制造商难以在短期内在欧美发达地区形成领先的健康品牌地位，亟需与定位清晰、渠道资源广泛、历史悠久的当地领先健康产品品牌商合作，以共同实现按摩器具行业整体规模的持续快速发展。

发行人自 1996 年成立以来，一直采用 ODM 模式为海外客户提供按摩器具产品的设计研发与制造服务，逐渐形成了国内领先的研发团队，熟悉海外市场品牌管理、营销渠道运作的经营团队。

2004 年末，发行人成为北美最大健康品牌商 HOMEDICS 的按摩器具产品供应商。为协助 HOMEDICS 充分发挥其品牌及渠道优势，发行人充分运用产品策划、研发及生产的综合优势，采用 PRMS 模式为 HOMEDICS 提供整体解决方案。

(2) PRMS 模式能够充分发挥制造商、品牌商的竞争优势，实现双赢

PRMS 模式的详细流程如下：

够充分覆盖潜在消费者，更有助于品牌商营销计划目标的达成。品牌商能够在市场地位增强的同时，集中主要资源加强品牌、渠道等核心竞争能力；发行人能够深入参与产品决策、营销策划，能够主动创造订单并有效控制成本，实现双赢。

（3）PRMS 模式已成为发行人业务增长的主要推动力

发行人自 2004 年争取到与 HOMEDICS 的合作机会后，针对零售价位 9.99 美元的按摩小电器产品缺乏新颖性的状况，采用 PRMS 模式与 HOMEDICS 共同策划，并于 2005 年 7 月推出 PM-30 系列产品。PM-30 系列产品上市当年，发行人供货规模达到 520 万美元，该系列产品累计供货规模超过 2000 万美元。

自 2004 年末合作以来，发行人对 HOMEDICS 的历年销售情况如下：

项目	2009 年	2008 年	2007 年	2006 年	2005 年
销售金额（万美元）	8,348.80	8,214.32	6,906.00	5,194.59	1,816.82
9.99～49.99 美元	46.41%	41.66%	53.11%	75.57%	76.71%
99.99～149.99 美元	29.17%	33.43%	39.40%	22.35%	18.52%
199.99～399.99 美元	24.42%	24.53%	5.95%	-	-

通过 PRMS 模式，双方实现了共赢，从初期以零售价 9.99 美元～49.99 美元的产品为主，逐渐扩展至 9.99 美元～399.99 美元区间，完全覆盖了按摩小电器产品的全部关键零售价位。发行人对 HOMEDICS 按摩器具产品的供应份额已从 2005 年的 40%左右增加至目前的 90%以上。

凭借全部关键零售价位、品种丰富的产品组合，HOMEDICS 已成为北美、大洋洲地区最大的按摩器具品牌商，渠道优势进一步巩固，并成为多数终端零售店内主要品牌按摩器具产品。HOMEDICS 已收购了“SHARPER IMAGE”、“OBUS”等中高档健康品牌，且正在拓展欧洲市场，双方合作空间继续拓宽。

继 HOMEDICS 之后，发行人相继与 LEADERLIGHT、HOT（北美）、OGAWA、OTO（东南亚），MEDISANA、BEURER、ALPHA（欧洲）等具有品牌及渠道优势的客户达成长期合作协议，并成立包括市场、技术骨干人员在内的专门经营服务小组，协助客户策划并实现营销计划目标，并致力于达成年度采购按摩器具产品 500 万美元的共赢目标。2007 年、2008 年、2009 年，发行人对 PRMS 客户的销售金额逐年上升，占同期按摩器具产品销售收入的比重分别为 75.10%、78.72%、76.50%，是发行人业务增长的主要推动力。

4、出口模式

报告期内，公司一直采用“客户集中，生产/报关/核销/退税分散”的出口模式。

(1) 公司海外市场部负责全部境外客户的接洽/商务谈判/订单处理，研发中心负责全部客户的产品研发。

(2) 依照产品类别不同，各子公司负责按照订单要求的交期及时生产。

(3) 闽南地区各子公司产品主要由发行人通过厦门海关报关出口，少量由漳州蒙发利通过漳州海关报关出口；深圳凯得克、注销前的深圳蒙发利产品均由深圳凯得克通过深圳海关报关出口；注销前的上海康先产品均通过上海海关报关出口。

(4) 各出口方均需及时收妥货款，并分别向当地外汇局办理出口收汇核销。

《出口收汇核销管理办法》第五条规定，“出口收汇核销实行属地管理原则，出口单位应当在其注册所在地外汇局备案登记、申领核销单和办理出口收汇核销手续。”

依照国家外汇管理相关规定，各出口方收到的外汇货款属于经常项目外汇收入，应按规定办理结汇或入账手续后，开户银行方可根据《出口收汇核销管理办法实施细则》的规定出具核销专用联。2007 年 8 月以前，国家对经常项目外汇账户统一实行限额管理，根据汇发〔2002〕87 号文第十四条规定“超出外汇局核定的经常项目外汇账户限额的外汇收入必须结汇”；自 2007 年 8 月 12 日起，根据汇发〔2007〕49 号文规定，“境内机构可根据经营需要自行保留其经常项目外汇收入。”

《出口收汇核销管理办法》第十九条规定“出口单位出口货物后，应当在不迟于预计收汇日期起 30 天内，持核销单、报关单、核销专用联及其它规定的核销凭证，到外汇局进行出口收汇核销报告。”

报告期内，发行人及各自营出口子公司均采用批次核销，需满足核销单（报关出口金额）与核销专用联（银行收汇金额）总量对应的原则。

(5) 各出口方办妥收汇核销后，凭外汇局盖章及并注明金额的核销单退税专用联向所在地税务部门办理出口退税事宜。

5、公司在境外从事售后服务的情况

发行人产品主要出口海外市场，业已建立规范的质量控制体系，在设计、生产阶段严格遵守了不同进口国的产品质量标准。

发行人主要客户是境外品牌商，产品主要通过品牌商分销到不同零售终端。发行人成立了客户服务中心负责售后支持。依照消费者对产品的使用方式不同、品牌商的售后支持能力不同，发行人目前对境外客户及消费者的售后支持采取了两种模式。

（1）售后服务完全由品牌商负责

发行人的按摩小电器产品体积较小，维修、退换方便，但是制造商从境外回收及维修不够经济。发行人在与客户谈判价格时，已充分考虑了公司产品质量因素、品牌商及零售终端的退换成本。除产品设计缺陷、材料品质导致的成批次质量问题由发行人负责以外，其他售后支持事宜均由客户负责。

（2）售后服务由品牌商提供，发行人提供技术支持

发行人的按摩椅、按摩沙发等按摩居室电器产品体积较大、结构较为复杂，亟需提供上门维修服务，部份精密部件亟需通过制造商返修。目前发行人按摩居室电器产品的客户均建立了能够提供上门维修服务的售后服务部门。发行人的售后部门为客户的售后服务部门提供技术支持，主要包括以下措施：

①参与产品研发决策，充分考虑进口国的电网、气候及消费者使用习惯，针对产品使用便利性、维修便利性提出评审意见。

②根据产品开发、试验情况，总结分析一般性故障的产生原因、排查及处理方法，编制产品维修手册，并为客户的维修人员提供专门培训。

③发行人的客户服务中心建立了完善的配件库，能够在产品停止销售后的三年内继续提供维修配件支持，并在亚洲地区实现了配件需求 7 天送达。

④发行人的售后服务工程师通过电话、网络提供 7×24 小时的技术支援，及时响应客户售后部门的技术难题。

⑤发行人的售后服务工程师每两个月拜访客户的售后服务部门一次，及时了解消费者在产品使用中的问题，有利于及时改进产品设计，在提升消费者使用便利同时降低品质成本。

为进一步降低客户的售后服务成本，增强公司产品在渠道上的竞争力，公司已完成了按摩椅产品的故障自动检查系统的研发，达到同行业领先水平。随着该软件在按摩居室电器产品上的广泛使用，预计客户的售后工作能够进一步简化，

同时有利于增强消费者满意度。

（三）发行人报告期内主要产品的生产销售情况

1、发行人主要产品的生产能力及历年产销量

发行人是本行业全球最大的生产制造服务商，报告期内的产能分布如下：

单位：万台/万件

产品类别		生产工厂	2009 年	2008 年	2007 年
按摩 居室 电器	按摩椅	蒙发利电子	5	5	5
	音乐椅	厦门康先	20	20	40
	其他		3	3	-
按摩 小 电器	电子器械	深圳凯得克	500	500	500
	塑胶器械	漳州蒙发利	250	250	200
	坐垫		400	400	400
其他产品		漳州蒙发利	400	200	50

【注】其他按摩居室电器产品包括按摩沙发、休闲按摩椅、办公按摩椅等；其他产品主要是漳州蒙发利使用季节性闲置的车缝能力生产的电脑包等产品。

发行人主要为北美、欧洲、大洋洲及东亚地区的品牌商提供专业的生产制造服务，并依照订单组织生产，报告期内的产量、销量情况如下：

单位：万台/万件

产品类别		2009 年度		2008 年度		2007 年度	
		产量	销量	产量	销量	产量	销量
按摩 居室 电器	按摩椅	5.25	5.15	4.86	4.85	4.11	4.09
	音乐椅	22.82	22.90	18.10	18.19	38.96	38.51
	其他	3.29	3.28	0.56	0.53	-	-
按摩 小 电器	电子器械	520.79	510.48	482.40	491.91	573.60	563.06
	塑胶器械	251.22	247.30	225.67	230.42	191.97	204.76
	坐垫	350.94	342.80	357.48	355.06	358.01	354.38
其他产品		368.14	363.39	149.11	148.59	50.97	50.63

2、发行人报告期内的销售收入

(1)按产品分类的销售收入

单位：万元

产品类别		2009 年度		2008 年度		2007 年度	
		金额	比例%	金额	比例%	金额	比例%
按摩居室电器	按摩椅	18,809.58	14.95	18,573.73	16.14	12,109.31	11.29
	音乐椅	7,500.61	5.96	6,124.54	5.32	9,661.59	9.01
	其他	4,657.69	3.70	1,112.17	0.97	—	
	小计	30,967.87	24.61	25,810.44	22.42	21,770.90	20.30
按摩小电器	电子器械	18,974.61	15.08	13,007.51	11.30	14,383.36	13.41
	塑胶器械	42,270.77	33.59	44,432.04	38.60	39,441.37	36.78
	坐垫	17,590.01	13.98	22,145.05	19.24	29,650.55	27.65
	小计	78,835.39	62.65	79,584.59	69.14	83,475.28	77.84
其他产品		16,039.94	12.74	9,717.88	8.44	1,993.64	1.86
合计		125,843.21	100	115,112.91	100	107,239.82	100

(2)按地区分类的销售收入

单位：万元

销售区域	2009 年度		2008 年度		2007 年度	
	金额	占比%	金额	占比%	金额	占比%
北美地区	67,936.38	53.98	76,829.00	66.74	72,999.45	68.07
欧洲地区	30,342.34	24.11	13,887.01	12.06	8,757.23	8.17
东亚地区	15,701.12	12.48	10,203.62	8.86	11,985.16	11.18
其他地区	6,704.39	5.33	8,838.34	7.68	8,261.72	7.70
外销小计	120,684.22	95.90	109,757.97	95.34	102,003.56	95.12
国内销售	5,158.98	4.10	5,354.94	4.66	5,236.26	4.88
合 计	125,843.21	100	115,112.91	100	107,239.82	100

3、公司主要产品报告期内的平均销售价格情况

单位：元/台（件）

产品类别		2009年度	2008年度	2007年度
按摩居室电器	按摩椅	3,653.69	3,826.01	2,960.57
	音乐椅	327.59	336.71	250.90
	其他	1,419.98	2,095.27	-
按摩小电器	电子器械	37.17	26.44	25.54
	塑胶器械	170.93	192.83	192.62
	坐垫	51.31	62.37	83.67
其他产品		44.14	65.40	39.38

4、公司报告期内的销售区域分布

单位：万元

销售区域	2009年度		2008年度		2007年度	
	金额	占比%	金额	占比%	金额	占比%
北美地区	67,936.38	53.98	76,829.00	66.74	72,999.45	68.07
欧洲地区	30,342.34	24.11	13,887.01	12.06	8,757.23	8.17
东亚地区	15,701.12	12.48	10,203.62	8.86	11,985.16	11.18
其他外销	6,704.39	5.33	8,838.34	7.68	8,261.71	7.70
外销小计	120,684.22	95.90	109,757.97	95.35	102,003.55	95.12
国内销售	5,158.98	4.10	5,354.94	4.65	5,236.26	4.88
合计	125,843.21	100.00	115,112.91	100.00	107,239.82	100.00

5、公司报告期内向前五名客户的销售情况：

单位：万元

序号	单位名称	销售金额	占比%
2009年度			
1	HOMEDICS, INC.(美国)	57,038.14	45.32
2	Belkin corporation (美国)	8,818.19	7.01
3	Healthy World Lifestyle Sdn. Bhd. (马来西亚)	7,457.01	5.93
4	Leader Light LTD (新加坡)	4,957.13	3.94
5	ACE BAYOU CORP (美国)	3,951.78	3.14
	小计	82,222.25	65.34
2008年度			
1	HOMEDICS, INC. (美国)	56,872.76	49.41
2	Belkin corporation(美国)	7,287.82	6.33
3	Healthy World Lifestyle Sdn. Bhd. (马来西亚)	6,056.83	5.26
4	Leader Light LTD (新加坡)	4,685.84	4.07
5	Helen of Troy Comercial Offshore de Macau Limitada (美国)	4,457.17	3.87
	小计	79,360.42	68.94
2007年度			
1	HOMEDICS,Inc(美国)	51,439.49	47.97
2	RAZOR USA LLC (美国)	10,346.67	9.65
3	Healthy World Lifestyle Sdn. Bhd. (马来西亚)	8,578.99	8.00
4	Helen of Troy Comercial Offshore de Macau Limitada (美国)	6,086.96	5.68
5	CASADA GMBH (德国)	4,864.33	4.54
	小计	81,316.43	75.83

2009 年度、2008 年度、2007 年度，公司向前 5 大客户的销售额分别占主营业务收入比例分别为 65.34%、68.94%、75.83%，其中公司采用 PRMS 模式服务的客户合计占比分别为 66.75%、62.61%、66.18%，是公司与客户直接面向终端市场、共同创造订单的结果。

本公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员及其关联方，持有公司

5%以上股份的股东未在最近三年及一期的前五名客户中占有任何权益。

（四）公司报告期内主要原材料及能源供应情况

1、报告期公司主营业务成本的构成

报告期内，公司各期主营业务成本的构成如下：

成本类别	2009 年度	2008 年度	2007 年度
材料成本	87.26%	86.40%	85.19%
制造费用	5.12%	5.63%	5.68%
人工成本	7.61%	7.97%	9.13%

2、公司报告期内主要产品的原材料采购情况：

公司主要产品使用的原材料种类较多，主要包括塑料米、化工原料、针车面料等大宗原材料及各类电器件、电子元件、五金件等零配件，报告期内原材料单位采购价格基本稳定。

报告期内，公司主要原材料采购情况如下：

原材料类别	单位	采购单价	采购数量 (万单位)	采购金额 (万元)	采购金额 占比
2009 年度					
电子元件	件	0.30	53,238.29	15,971.49	17.95%
电器件	件	4.04	4,857.32	19,633.30	22.06%
塑料米	Kg	9.81	1,962.00	19,247.20	21.63%
化工原料	Kg	13.99	496.23	6,939.78	7.80%
针车面料	米	1.55	8,011.14	12,417.26	13.95%
包装物	套	4.51	1,748.13	7,885.82	8.86%
五金件	件	0.12	56,612.62	6,906.74	7.76%
2008 年度					
电子元件	件	0.26	61,035.07	15,991.19	19.29%
电器件	件	4.23	4,545.65	19,209.93	23.17%
塑料米	Kg	11.16	1,225.21	13,675.77	16.50%
化工原料	Kg	15.47	753.03	11,651.69	14.05%
针车面料	米	1.78	5,604.29	9,970.04	12.03%
包装物	套	4.76	1,523.99	7,249.62	8.74%
五金件	件	0.14	37,890.45	5,153.10	6.22%
2007 年度					
电子元件	件	0.30	55,112.72	16,533.82	21.78%
电器件	件	4.36	3,655.93	15,939.85	21.00%
塑料米	Kg	11.03	1,178.92	13,003.52	17.13%
化工原料	Kg	15.44	677.66	10,463.05	13.78%
针车面料	米	1.65	5,466.17	9,019.18	11.88%
包装物	套	4.54	1,467.64	6,663.06	8.78%
五金件	件	0.13	33,013.10	4,291.70	5.65%

本公司生产消耗的主要能源为电力，报告期内公司耗用电情况如下表：

项目	单位	2009 年度	2008 年	2007 年
电	数量(万度)	1,206.16	1,109.68	885.76
	金额（万元）	995.61	901.22	749.34

3、公司向前五名供应商采购情况：

序号	供应商名称	采购金额（万元）	占百分比
2009年度			
1	深圳市摩多电机有限公司	6,141.29	6.90%
2	深圳市群辉达塑胶电子技术有限公司	2,564.71	2.88%
3	深圳市天章实业有限公司	2,097.61	2.36%
4	厦门龙达利工贸有限公司	2,054.16	2.31%
5	东莞市盈聚电子有限公司	1,899.44	2.13%
	小计	14,757.21	16.58%
2008年度			
1	深圳市摩多电机有限公司	6,810.42	7.68%
2	上虞市环球实业有限公司厦门分公司	2,326.69	2.62%
3	厦门龙达利工贸有限公司	2,109.59	2.38%
4	依特利电子（深圳）有限公司	1,852.50	2.09%
5	深圳东福昌电机有限公司	1,678.03	1.89%
	小计	14,777.23	16.66%
2007年度			
1	深圳市摩多电机有限公司	4,703.39	6.69%
2	深圳市群辉达塑胶电子技术有限公司	3,512.56	5.00%
3	深圳东福昌电机有限公司	2,563.29	3.65%
4	厦门声星电子有限公司	2,164.74	3.08%
5	依特利电子（深圳）有限公司	2,107.34	3.00%
	小计	15,051.32	21.42%

本公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员及其关联方、持有公司5%以上股份的股东未在最近三年的前五名供应商中占有任何权益。

（五）发行人的环境保护情况

2010年1月28日，厦门市环境保护局对本公司下发了《关于厦门蒙发利科技（集团）股份有限公司环保核查意见》的文件，认为近三年来公司在经营活动中，能够遵守国家及地方环境保护法律、法规的有关要求，未发生过环境污染事故，未因违反国家及地方有关环境保护法律法规而受到处罚。

五、发行人主要固定资产和无形资产

（一）主要固定资产情况

发行人固定资产包括房屋及建筑物、机器设备、运输设备、电子设备，目前均使用状况良好。截至2009年12月31日，公司固定资产净值为13,530.81万元，综合成新率为75.23%，具体情况如下：

单位：万元

项目	原值	累积折旧	净值	成新率(%)
房屋建筑物	10,703.07	1,561.29	9,141.78	85.41
机械设备	4,428.34	1,361.25	3,067.09	69.26
运输设备	1,292.32	774.87	517.45	40.04
电子设备	1,107.95	548.31	559.64	50.51
其他	454.37	209.52	244.85	53.89
合计	17,986.05	4,455.24	13,530.81	75.23

1、房屋建筑物

截至本招股说明书签署日，发行人自有、经营租赁厂房建筑物分别为88,579.23平方米、50,273平方米，使用中厂房合计为138,852.23平方米。

（1）发行人自有6宗厂房建筑物

用途	产权证号	建筑面积 (平米)	地址	是否 抵押
所有权人为股份公司				
厂房	厦国土房证第 00601507 号	14,327.88	同安区工业集中区思明园 62—63 号	否
厂房	厦国土房证第 00601508 号	14,328.65	同安区工业集中区思明园 65—66 号	否
办公综合楼	厦国土房证第 00649968 号	10290.42	思明区前埔路 168 号	是
所有权人为漳州蒙发利				
非住宅	龙房权证字第 20084279 号	14,414.69	龙海市角美龙池开发区	是
非住宅	龙房权证字第 20084280 号	34,922.30	龙海市角美龙池开发区	是
非住宅	龙房权证字第 20084281 号	295.29	龙海市角美龙池开发区	是

（2）发行人租赁8宗厂房建筑物

出租方	租赁面积（平方米）	租赁期限	出租物地址	用途
股份公司租赁				
厦门中阳汽车工业有限公司	10,857	2008.1.1-2010.12.31	厦门市思明区龙山南路 18 号	厂房
深圳凯得克租赁				
深圳市沙井新二股份合作公司	3,600	2010.01.01-2010.12.31	宝安区沙井街道新二社区新二村工业区南美路第三栋	厂房
	9,277	2009.6.1-2012.5.31	宝安区沙井街道新二村陂下工业区的工业厂房第 2 栋	厂房/办公楼/宿舍
深圳市沙井新桥芙蓉股份合作公司	1,953	2009.4.1-2012.3.31	深圳新桥芙蓉工业区 A 栋、B 栋	食堂、宿舍
深圳市沙井新桥芙蓉股份合作公司	4,000	2009.4.1-2012.3.31	深圳新桥赛乐康大道 1 号	厂房
厦门康城租赁				
东莞市中裕物业投资有限公司	1,930	2008.2.15-2014.3.14	东莞市厚街镇家具大道 49 号一、二、三楼	商用/办公
厦门康先租赁				
厦门市同昌顺印刷包装有限公司	15,881	2010.5.1-2011.1.31	厦门市同安西柯工业区西福路 72 号	厂房
蒙发利电子租赁				
厦门市同安区新民镇后宅村民委员会	2,775	2006.11.15-2010.11.14	新民镇前埔一期金边第一号、二号楼二至六层公寓	宿舍

2、主要生产设备情况

截至2009年12月31日，公司主要生产设备的明细情况如下：

单位：元

序号	资产名称	数量	原值本币	净值	成新率
1	中文电脑注塑机	42	8,148,333.33	5,013,965.26	61.53%
2	生产流水线	180	5,922,334.96	4,184,746.76	70.66%
3	全自动注塑机	19	3,777,158.07	2,249,791.66	59.56%
4	电脑针车	87	1,220,315.72	1,021,949.05	83.74%
5	热压机	48	1,423,697.38	753,609.73	52.93%
6	电脑花样机	16	1,152,217.10	924,293.09	80.22%
7	自动裁剪机	1	854,700.90	814,102.62	95.25%
8	发电机组	5	1,131,596.91	774,584.65	68.45%
9	机械手	33	839,650.00	679,395.56	80.91%
10	海绵连续发泡线	1	930,893.30	701,987.23	75.41%
11	超声波塑胶焊接机	22	799,715.28	719,859.33	90.01%

12	四柱式液压裁断机	10	558,325.56	476,548.55	85.35%
13	中央空调	1	480,000.00	346,155.44	72.12%
14	叉车	6	401,439.57	324,535.50	80.84%
15	海绵切割机	16	561,278.76	304,189.73	54.20%
16	输送机	69	1,279,888.73	886,525.42	69.27%
17	雕刻机	4	471,300.00	314,593.31	66.75%
18	螺杆机	11	455,252.82	321,488.74	70.62%
19	冲床	18	425,784.19	311,840.57	73.24%
20	空压机	25	430,314.62	304,411.06	70.74%
21	横式网带贴合机	3	343,500.00	230,756.28	67.18%
22	静音房	23	566,751.67	469,901.60	82.91%
	合计		32,174,448.87	22,129,231.14	68.78%

本公司机械设备的折旧年限为10年，主要设备的成新度较高，未来公司还将根据业务发展需要，及时引进新的生产设备。

3、固定资产抵押担保情况

截至本招股说明书签署日，本公司固定资产抵押担保情况：

2009年9月23日，漳州蒙发利与中国进出口银行签订编号为（2009）进出银（榕信抵）字第008号《房地产抵押合同》，约定由漳州蒙发利为发行人向该银行的4,500万元借款提供抵押担保。抵押物为编号为龙房权证字第20084280号、龙房权证字第20084281号、龙房权证字第20084279号房地产权以及编号为龙国用（2009角字）第GC0009号、龙国用（2009角字）第GC0010号、龙国用（2009角字）第GC0011号国有土地使用权。

2009年2月23日，本公司与中国进出口银行签订编号为(2009)进出银(榕信抵)字第001号《房地产抵押合同》。本公司以编号为厦国土房证第00649968号的房地产权，为向中国进出口银行4,000万、18个月期限的借款提供抵押担保。

除上述抵押担保外，本公司无其他抵押担保情况。

（二）主要无形资产情况

截至2009年12月31日，公司无形资产账面原值为6,057.76万元，摊余价值5,680.52万元。具体情况如下表：

单位：万元

项目	取得方式	原值	摊余价值	摊销期限
土地使用权	购买	5,843.12	5,616.79	不超过50年
软件	购买	214.64	63.73	5年
合计		6,057.76	5,680.52	

1、土地使用权

截至本招股说明书签署日，发行人共拥有10宗土地使用权，合计193,909.90平方米。详细情况如下：

序号	权利人	土地使用权证编号	类别	取得方式	面积 （平方米）	终止日期
1	发行人	厦国土房证第 00601507 号	工业	出让	7,443.48	2056.1.1
2	发行人	厦国土房证第 00601508 号	工业	出让	6,983.21	2056.1.1
3	发行人	厦国土房证第 00649968 号	商业	出让	4,763.14	2053.1.18
4	蒙发利电子	厦国土房证第 00010053 号	工业	出让	32,507.07	2057.6.29
5	漳州蒙发利	龙国用（2009 角字）第 GC0008 号	工业	出让	13,849.00	2054.11.29
6	漳州蒙发利	龙国用（2009 角字）第 GC0009 号	工业	出让	13,450.00	2054.11.29
7	漳州蒙发利	龙国用（2009 角字）第 GC0010 号	工业	出让	27,969.00	2054.11.29
8	漳州蒙发利	龙国用（2009 角字）第 GC0011 号	工业	出让	16,361.00	2054.11.29
9	漳州蒙发利	龙国用（2008 角字）第 GC0032 号	工业	出让	4,083.00	2054.6.28
10	漳州康城	龙国用（2008 角字）第 GC0088 号	工业	出让	66,501.00	2058.12.30
合计		193,909.90				—

2、商标

截至本招股说明书签署日，发行人共拥有国内注册商标47项，已获准被授权使用国内商标1项。详细情况如下：

(1) 公司国内注册商标情况：

序号	权利人	注册号	名称	有效期限	类别
1	股份公司	1543333	轻松伴侣图样及字样（图上字下）	2001.03.21~2011.03.20	10
2-3	股份公司	3336127 3336128	ergotec 图样及字样	2004.03.21~2014.03.20 2007.12.07~2017.12.06	10 20
4	股份公司	3771623	EASEPAL 图样及字样	2005.05.28~2015.05.27	10
5-7	股份公司	3807786 3738216 3767775	轻松伴侣图样及字样 （图左字右）	2005.09.21~2015.09.20 2005.12.07~2015.12.06 2005.12.14~2015.12.13	10 16 35
8-9	股份公司	3767774 3738217	企韵字样	2005.12.07~2015.12.06 2005.12.14~2015.12.13	16 35
10	股份公司	1693603	健 you 字样	2002.01.07~2012.01.06	10
11-12	股份公司	4378042	天尊艺术字样	2007.06.07~2017.06.06	20

		4378043		2008.01.14~2018.01.13	10
13-14	股份公司	4378040	智尊椅艺术字样	2007.07.14~2017.07.13	10
		4378041		2008.01.14~2018.01.13	20
15-19	股份公司	4258995	EPAL 亿柏图样及字样 (图左字右)	2007.02.14~2017.02.13	11
		4258998		2007.04.07~2017.04.06	10
		4258999		2007.11.21~2017.11.20	20
		4258997		2008.03.07~2018.03.06	35
		4258996		2008.10.07~2018.10.06	28
20	股份公司	4259000	EPAL 亿柏图样及字样 (图上字下)	2007.04.07~2017.04.06	10
21-22	股份公司	5732573	轻松伴侣字样	2009.09.14~2019.09.13	11
		5732574		2009.10.07~2019.10.06	20
23-27	股份公司	6339258	Rexaler 艺术字样	2010.02.28~2020.02.27	6
		6339370		2010.02.28~2020.02.27	20
		6339372		2010.02.28~2020.02.27	12
		6339373		2010.03.28~2020.03.27	11
		6339374		2010.02.14~2020.02.13	10
28-32	股份公司	6339361	瑞格诗字样	2010.02.28~2020.02.27	20
		6339363		2010.02.28~2020.02.27	12
		6339364		2010.03.28~2020.03.27	11
		6339365		2010.02.14~2020.02.13	10
		6339366		2010.02.28~2020.02.27	6
33-37	股份公司	6533671	COZZIA 字样	2010.03.28~2020.03.27	37
		6533675		2010.03.28~2020.03.27	20
		6533800		2010.04.07~2020.04.06	11
		6533801		2010.03.28~2020.03.27	10
		6533802		2010.03.28~2020.03.27	6
38-42	股份公司	6533780	康城一家字样	2010.04.07~2020.04.06	11
		6533781		2010.03.28~2020.03.27	10
		6533782		2010.03.28~2020.03.27	6
		6533797		2010.03.28~2020.03.27	20
		6533799		2010.03.28~2020.03.27	12
43-46	股份公司	6533790	爵派竖排字样	2010.04.07~2020.04.06	11
		6533791		2010.03.28~2020.03.27	10
		6533792		2010.03.28~2020.03.27	6
		6533807		2010.03.28~2020.03.27	37
47	股份公司	6533806	康城竖排字样	2010.03.28~2020.03.27	6

(2) 被授权使用国内商标

发行人的子公司厦门康城被奥佳华雅授权使用后者代理的健康生活世界有限公司注册号为第3416391号的“OGAWA”商标销售发行人生产的按摩器具产品。该商标授权使用的地点为中国大陆(不含港、澳、台、上海、杭州、北京、

大连、深圳及广州)，授权期限自2009年11月1日至2011年10月31日。

3、专利

截至本招股说明书签署日，发行人拥有的专利权如下：

专利类型	发明专利	实用新型专利	外观专利	合计
专利权	2	57	61	120

(1) 公司拥有的专利

序号	专利名称	专利登记号	申请日	有效期限
专利权人为股份公司的实用新型专利				
1	一种用于按摩椅的腿部伸缩装置	ZL200720007197.7	2007.5.25	10 年
2	一种具有揉捏、敲击及行走功能的按摩器机芯	ZL200720008837.6	2007.11.17	10 年
3	用于按摩椅的按摩枕头	ZL200720008052.9	2007.8.24	10 年
4	一种采用单电机同时实现揉捏、敲击和行走的按摩器机芯	ZL200720008947.2	2007.11.30	10 年
5	炭刷式行程接触开关	ZL200720008570.0	2007.10.26	10 年
6	一种具有指压和肩部按摩功能的按摩器机芯	ZL200720008951.9	2007.12.3	10 年
7	一种按摩与气垫调节多功能床垫	ZL200720009124.1	2007.12.14	10 年
8	一种具有行走和揉捏功能的按摩器机芯	ZL200820101249.1	2008.1.23	10 年
9	一种按摩头可升降的按摩机芯	ZL200720009355.2	2007.12.29	10 年
10	一种多功能按摩器机芯	ZL200720009159.5	2007.12.18	10 年
11	按摩抱枕被	ZL200820101430.2	2008.2.15	10 年
12	一种单电机同时实现揉捏、行走和敲击功能的按摩器机芯	ZL200820101523.5	2008.2.29	10 年
13	一种单电机同时实现揉捏和行走功能的按摩器机芯	ZL200820101524.x	2008.2.29	10 年
14	锤击揉捏按摩机芯	ZL01217976.0	2001.3.19	10 年
15	洗脚盆	ZL200320104514.9	2003.10.30	10 年
16	按摩椅机芯调节装置	ZL200320126058.8	2003.11.20	10 年
17	按摩椅机芯顶出装置	ZL200320126059.2	2003.11.20	10 年
18	丝杆螺母传动装置及其按摩装置	ZL200420001635.5	2004.1.19	10 年
19	背部按摩装置的机芯	ZL200420006271.X	2004.3.3	10 年
20	吹热风按摩鞋	ZL200420073347.0	2004.7.9	10 年
21	一种翻转装置	ZL200420067413.3	2004.6.18	10 年
22	按摩机芯前后摆动装置	ZL200420117308.6	2004.11.9	10 年
23	带机芯前后摆动机构的敲击与揉捏按摩装置	ZL200420117307.1	2004.11.9	10 年
24	一种行走揉捏按摩装置	ZL200520008251.0	2005.3.14	10 年

25	三脚按摩器	ZL200520145503.4	2005.11.30	10 年
26	一种带加热机构的揉捏按摩装置	ZL200520132244.1	2005.11.15	10 年
27	背部按摩器	ZL200520105401.X	2005.8.8	10 年
28	按摩机芯浮动装置	ZL200520136404.X	2005.11.11	10 年
29	三维按摩椅机芯	ZL200620061621.1	2006.7.14	10 年
30	一种按摩器的旋转伸缩机构	ZL200720006032.8	2007.1.9	10 年
31	一种用于背部上下行走的揉捏按摩器	ZL200720006893.6	2007.4.24	10 年
32	一种用于人体背部上下行走的双电机揉捏按摩装置	ZL200720006915.9	2007.4.25	10 年
33	带加热功能的肩部背部按摩器	ZL200720006894.0	2007.4.24	10 年
34	揉捏枕机芯	ZL200720006895.5	2007.4.24	10 年
35	一种按摩器机芯伸缩平推机构	ZL200620156509.6	2006.12.14	10 年
36	按摩头可以升降的按摩器机芯	ZL200820102611.7	2008.6.11	10 年
37	实现人体曲线行走运行的按摩器机芯	ZL200820102610.2	2008.6.11	10 年
38	一种用于按摩器的按摩头升降机构	ZL200820103030.5	2008.7.12	10 年
39	一种冷热风产生装置	ZL200820103265.4	2008.8.1	10 年
40	带有冷热风机芯的按摩装置	ZL200820103264.x	2008.8.1	10 年
41	一种正面及背面具有不同按摩方式的按摩器	ZL200820145250.4	2008.8.18	10 年
42	带加热功能的背部和腰部双机芯按摩器	ZL200820145251.9	2008.8.18	10 年
43	一种带离合轮系结构的按摩器机芯	ZL200820145252.3	2008.8.18	10 年
44	一种单电机带动背部腰部双机芯揉捏按摩器机芯	ZL200820145249.1	2008.8.18	10 年
45	一种双头电机驱动的按摩机芯	ZL200820145386.5	2008.8.29	10 年
46	一种带有卡扣连接结构的充电电池盒	ZL200820229057.9	2008.11.21	10 年
47	一种用于按摩器机芯的振动加热装置	ZL200820229170.7	2008.11.28	10 年
48	一种用于按摩器机芯的按摩头位置调节装置	ZL200820229171.1	2008.11.28	10 年
49	一种具有弹性按摩臂的按摩器机芯	ZL200820229172.6	2008.11.28	10 年
50	一种可同时按摩人体颈部肌肉及肩部肌肉的按摩器机芯	ZL200820229294.5	2008.12.8	10 年
51	一种按摩头位置调节装置	ZL200920136309.8	2009.1.9	10 年
52	一种按摩头可以倾斜按摩的按摩机芯	ZL200920136307.9	2009.1.9	10 年
专利权人为漳州蒙发利的实用新型专利				
53	一种按摩头高度可以变化的按摩器机芯	ZL200920136494.0	2009.1.22	10 年
54	一种可锁定按摩位置的行走式按摩机芯	ZL200920138536.4	2009.5.27	10 年
55	一种水力按摩器	ZL200920139011.2	2009.6.19	10 年
专利权人为厦门康先的实用新型专利				
56	一种带有收线装置的按摩椅	ZL200920137214.8	2009.3.20	10 年
57	一种用于按摩器机芯的手动行走锁紧装置	ZL200920137215.2	2009.3.20	10 年
专利权人为厦门康先的外观设计专利				
58	椅子扶手	ZL200930171452.6	2009.3.20	10 年
专利权为厦门康城的外观设计专利				
59	冷热吹风按摩垫 (EN-100)	ZL200930172552.0	2009.6.28	10 年
专利权人为股份公司的外观设计专利				

60	腿部按摩装置	ZL02345482.2	2002.9.28	10 年
61	手持式揉捏机	ZL033583560	2003.9.5	10 年
62	音乐熏香加湿器	ZL200430053929.8	2004.5.28	10 年
63	按摩椅	ZL200430081739.7	2004.8.31	10 年
64	脚腿按摩器	ZL200430081743.3	2004.8.31	10 年
65	按摩器（四爪）	ZL200430053928.3	2004.5.28	10 年
66	按摩器	ZL200430078335.2	2004.7.22	10 年
67	浴泡发生器	ZL200430053932.X	2004.5.28	10 年
68	手持按摩器	ZL200430103868.1	2004.10.20	10 年
69	按摩棒	ZL200430103866.2	2004.10.20	10 年
70	按摩器（背靠）	ZL200430103867.7	2004.10.20	10 年
71	按摩椅（EC-568/569）	ZL200430056252.3	2004.12.27	10 年
72	脚腿按摩器（EC-5600）	ZL200430056253.8	2004.12.27	10 年
73	按摩椅（ERC-902）	ZL200430056257.6	2004.12.27	10 年
74	按摩椅（ERC587）	ZL200430056256.1	2004.12.27	10 年
75	按摩椅（EC-576）	ZL200430056254.2	2004.12.27	10 年
76	按摩椅（EC-598）	ZL200430056258.0	2004.12.27	10 年
77	膝盖阅读灯（E-1712）	ZL200530012609.2	2005.4.12	10 年
78	膝盖阅读灯（E-1710）	ZL200530012607.3	2005.4.12	10 年
79	脚部按摩器	ZL200530134529.4	2005.10.18	10 年
80	小型按摩器（PM-35）	ZL200630147203.X	2006.9.21	10 年
81	手持按摩器（HM-5081）	ZL200630190547.9	2006.11.22	10 年
82	脚底按摩器（E-5520）	ZL200630190546.4	2006.11.22	10 年
83	脚底按摩器（E-5520A）	ZL200630190550.0	2006.11.22	10 年
84	手持按摩棒（HM-6051）	ZL200630315899.2	2006.12.26	10 年
85	按摩器（小型 PM-50）	ZL200730003781.0	2007.1.31	10 年
86	按摩器（PM-40-14）	ZL200730003783.X	2007.1.31	10 年
87	按摩器（PM-40-23）	ZL200730003782.5	2007.1.31	10 年
88	小型按摩器（PM-40-26）	ZL200730003892.1	2007.2.5	10 年
89	按摩座垫手控器（SBM-500H）	ZL200730146947.4	2007.5.1	10 年
90	按摩座垫（SBM—500H）	ZL200730146954.4	2007.5.1	10 年
91	SP-10H 揉捏枕头	ZL200730147274.4	2007.5.10	10 年
92	SBM—300H 按摩座垫	ZL200730146953.X	2007.5.1	10 年
93	SBM—300H 按摩座垫之手控器	ZL200730146956.3	2007.5.1	10 年
94	SBM—200H 按摩座垫之手控器	ZL200730146955.9	2007.5.1	10 年
95	五爪按摩器（PM-60）	ZL200730158016.6	2007.5.30	10 年
96	按摩椅（EC-585）	ZL200630009643.9	2006.3.23	10 年
97	按摩座垫（SBM—200H）	ZL200730147273.X	2007.5.10	10 年
98	按摩器（RC-PM）	ZL200730140310.4	2007.8.28	10 年

99	按摩椅（EC-570）	ZL200730158244.3	2007.7.17	10 年
100	按摩器 DK-7072	ZL200730140848.5	2007.10.23	10 年
101	音乐游戏椅（S5000）	ZL200730140847.0	2007.10.23	10 年
102	脚底按摩器（E-6041）	ZL200730150929.3	2007.6.30	10 年
103	迷你按摩器（PM-45）	ZL200730141662.1	2007.12.28	10 年
104	按摩器（E-8006）	ZL200830156250.x	2008.9.10	10 年
105	按摩器（E-8009）	ZL200830156251.4	2008.9.10	10 年
106	按摩椅（EC-619）	ZL200930171675.2	2009.4.13	10 年
107	按摩椅（OCQR-200）	ZL200930171676.7	2009.4.13	10 年
108	沙发（S063）	ZL200930172551.6	2009.6.28	10 年
109	沙发（S065）	ZL200930172550.1	2009.6.28	10 年
110	沙发（S017）	ZL200930172549.9	2009.6.28	10 年
111	沙发（S059）	ZL200930172548.4	2009.6.28	10 年
112	椅子扶手(OCQR-200)	ZL200930171677.1	2009.4.13	10 年
113	按摩椅(EC-380)	ZL200930171874.3	2009.4.28	10 年
114	沙发（S077）	ZL200930172553.5	2009.6.28	10 年
115	手持式迷你按摩器（9001）	ZL200930172855.2	2009.7.16	10 年
116	手持式迷你按摩器（8052）	ZL200930172856.7	2009.7.16	10 年
117	电池式足部按摩器（9022）	ZL200930172857.1	2009.7.16	10 年
118	手持式迷你按摩器（9007）	ZL200930172858.6	2009.7.16	10 年
专利权人为股份公司的发明专利				
119	按摩椅的腿部伸缩装置	ZL200710009024.3	2007.5.25	20 年
120	按摩椅夹揉装置	ZL200610036482.1	2006.7.14	20 年

4、软件著作权

发行人于 2010 年 1 月 4 日取得国家版权局登记号为 2010SR000027 的计算机软件著作权。登记的软件名称为 EC-380 按摩椅控制器程序系统，开发完成日期为 2009 年 4 月 10 日，首次发表日期为 2009 年 4 月 20 日，发行人原始取得该软件著作权有关的全部权利。

根据《计算机软件保护条例》（国务院令第 339 号）第十四条之规定，发行人上述软件著作权的保护期为 50 年，截止于首次发表后第 50 年的 12 月 31 日，即 2059 年 12 月 31 日。

六、发行人技术创新及研发情况

（一）发行人现有技术水平

发行人目前使用的核心技术均为自主开发，主要包括：

序号	技术名称	技术特点	领先程度	阶段
1	智能按摩技术	各种传感器获得当前工作状态的反馈,通过智能化闭环控制,实现人体各部位的智能保健按摩	国际先进	大批量
2	按摩与娱乐集成技术	按摩技术与时尚娱乐电子技术相结合,使个体实现按摩保健与娱乐休闲的双重放松	国际先进	大批量
3	高加速寿命试验	大幅缩短产品寿命测试时间,缩短研发周期	国际先进	大批量
4	高加速应力筛选	大幅增加产品疲劳使用寿命,提升产品品质	国际先进	大批量
5	无刷直流电机及控制技术	将无刷直流电机及控制技术应用在按摩居室电器,能够实现低噪音、长寿命及更高可靠性	国际先进	试生产
6	穴位精确定点按摩技术	自动检测分析人体背部曲线、主要穴位位置,结合中医理论使用相应按摩手法,提升保健效果	国际领先	试生产
7	个人电子保健中心	按摩技术与医疗电子技术相结合,根据检测结果,选择更具针对性的智能化按摩程序	国际领先	基础研究
8	开关磁阻电机及控制技术	将开关磁阻电机应用在按摩居室电器,能够简化控制部份的结构,提升产品可靠性	国际领先	基础研究
9	机械电气混合传动技术	综合机械结构的高效性、电气传动的简洁与小型化优势,形成更具优势的混合传动技术	国际先进	基础研究

(二) 发行人研究开发情况

1、研发中心情况

截至2009年12月31日,公司研发中心共有专职研究开发人员298名,其中包括硕博士8名,结构工程师182名。研发中心下设6个产品开发部、材料开发部、检测实验部及综合管理部。此外,公司将研发骨干人员与相关业务单元共同组建了若干个经营服务小组,专门服务于PRMS客户,承担从产品策划、研发到市场销售的全部经营责任,实现了研发与业务需求的紧密合作。

2、报告期内研发投入情况

公司自成立以来,一直注重新产品研发,能够配合客户及时推出更加贴近消费者需求的产品。2007年度、2008年度和2009年度,发行人分别推出新产品110种、86种和95种,新产品贡献收入占同期主营业务收入的比重分别为54.44%、56.18%和58.17%。

公司报告期内的研发费用投入情况如下表所示:

单位:万元

项 目	2009 年度	2008 年度	2007 年度
研发经费投入	4,888.45	4,731.14	4,482.17
主营业务收入	125,843.21	115,112.91	107,239.82
研发投入占同期 主营业务收入比例 (%)	3.88%	4.11%	4.18%

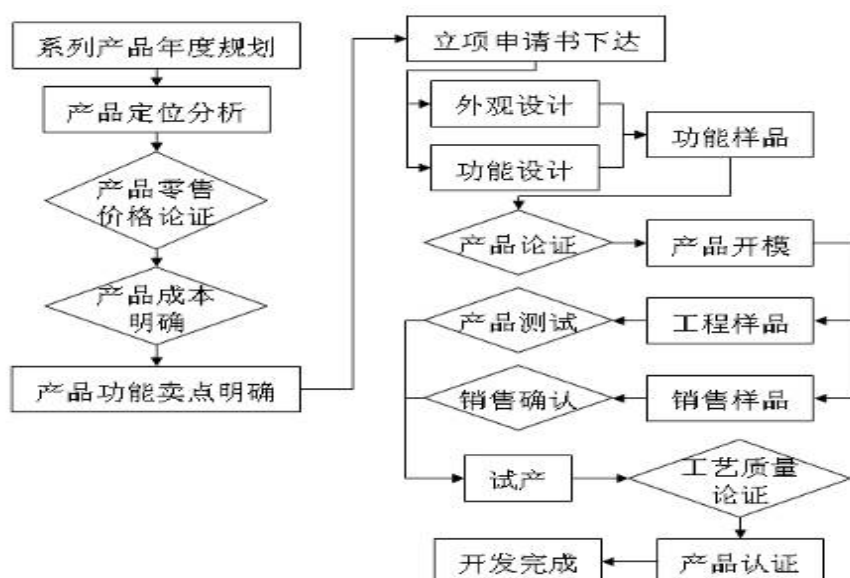
（三）发行人技术储备及创新机制

公司研发工作一直坚持“市场、创新、速度、质量”的原则。

1、基于IPD的“经营服务小组”研发机制

公司在集成产品开发（IPD， Integrated Product Development）思想指导下，根据行业特点，形成了“经营服务小组”的研发机制。公司将多名研发骨干人员与业务单元组合在一起，能够针对特定客户、特定产品或者特定区域市场，共同负责产品策划、研发到市场销售的重大决策，经营成果相应量化成研发人员的绩效考核。该机制增强了研发人员的主动性、快速响应，提升了产品适销性。

2、准确定位于终端市场需求的研究开发流程



3、并行异步的快速研发机制

公司将“产品策划-方案设计-详细设计-模具制作-样机制作-产品测试-量产上市”的串行工作模式，改进为“准备工作先行、部件先行评审、整机强化测试”的“并行异步”研发模式，能够将新产品开发周期缩短3个月左右。

4、持续的人才激励培养机制

经过多年自主开发实践的磨练，公司已培养出一批年轻、专业、敬业的研发骨干力量。公司每年都从高校招聘优秀毕业生进行人才储备；并外聘行业优秀设计人才，提升公司技术创新能力。

七、发行人特许经营权情况

截至本招股说明书签署日，发行人不拥有任何特许经营权。

八、发行人境外经营情况

报告期内，发行人超过 95%的产品出口，主要面向北美、欧洲及东亚市场。为进一步增强对境外客户的支持服务，发行人在香港设立了全资子公司蒙发利香港，蒙发利香港在美国设立了全资子公司康城美国。

蒙发利香港设立于 2007 年 9 月 12 日，投资总额 246.76 万美元，业已获得《中国企业境外投资批准证书》，并履行了必要的外汇审批手续。该公司主要是发行人的海外贸易服务平台，同时持有发行人控股子公司漳州蒙发利、蒙发利电子各 25%的股权，持有康城美国的 100%股权，此外无其他对外投资。

蒙发利香港截至 2009 年 12 月 31 日总资产为 2,700.03 万元、净资产为 1,701.88 万元，2009 年度实现净利润-1.31 万元。（以上数据已经立信会计师事务所有限公司审计）

康城美国设立于 2009 年 8 月 28 日，投资总额 2 万美元，业已履行境外中资企业境外投资备案程序。该公司主要为按摩居室电器产品的北美客户提供销售支持服务，以进一步增大发行人按摩居室电器产品在北美的市场份额。

九、发行人产品的质量控制情况

（一）质量控制标准

发行人产品主要出口海外市场，除严格遵守中国国家及行业相关标准外，本公司还依照北美、欧洲、东亚、大洋洲等主要进口国的相关质量标准制订了详细的产品标准。

同时，为满足进口国对电子电器产品的安全认证要求，公司所有产品均在设计研发阶段就准备认证工作，分别满足了 IC 认证、FCC 认证、北美的 cETL/ETL 认证、欧洲的 CE/(EMC、LVD)标志认证、德国的 GS/TUV 认证、英国的 BS 认证及欧盟的 RoHS 测试标准认证的产品质量要求。

发行人是本行业唯一国家标准《家用和类似用途电器的安全按摩器具的特殊要求》由 GB4706.10-2003 修订为 GB4706.10-2008 的主要起草单位，并且已被全

国家家用电器标准化技术委员会确定为《家用和类似用途保健按摩椅》、《按摩垫》、《家用和类似用途电器噪声限值电动按摩器的特殊要求》等 3 项国家标准的主要起草单位。

（二）质量控制措施

公司于 2002 年 8 月起通过 ISO9001 质量体系认证，2008 年再次通过认证，有效期截至 2011 年 5 月 28 日。

发行人业已建立规范的质量控制体系，形成了供应商质量控制、进料检验、制程品质控制、成品检验、功能测试等完整的品管流程。各业务单元均设立了品管部门；公司总经办负责组织月度品质分析会，并定期实施品质体系稽核。公司品质管理体系有机地融合于采购、生产过程，能够有效保障产品品质。

（三）产品质量纠纷

公司建立了严格的质量标准，实施了科学合理的质量管控流程，并为客户提供良好的售后服务支持。报告期内，公司不存在因产品质量而引起的重大诉讼、仲裁或行政处罚。

发行人的“蒙发利”字号于 2009 年 2 月获得福建省工商行政管理局认定为“福建省企业知名字号”。

十、发行人“科技”冠名依据

2004 年至 2008 年，公司连续五年被厦门市科技局认定为厦门市重点高新技术企业。

2008 年 6 月，公司研发中心获厦经投〔2008〕202 号文认定为厦门市“市级企业技术中心”；2009 年 6 月，公司研发中心按摩器具实验室获厦科联〔2009〕29 号文批准为厦门市“市级重点实验室”。

2009 年 3 月 27 日，厦门市科技局、厦门市财政局、厦门市国家税务局根据《高新技术企业认定管理办法》（国科发火〔2008〕172 号）和《高新技术企业认定管理工作指引》（国科发火〔2008〕362 号）有关规定，认定本公司为厦门市 2009 年度第一批高新技术企业（证书编号：GR200935100011），认定有效期 3 年。

第六节 同业竞争和关联交易

一、同业竞争情况

（一）本公司股东不存在同业竞争

截至本招股说明书签署日，发行人的实际控制人为邹剑寒、李五令，除本公司外，本公司的实际控制人还直接或间接控制的企业基本情况如下：

姓名	对外投资企业	出资额	持股比例	与本公司关系
邹剑寒	康先香港	50 万港币	50%	同一实际控制人
	厦门威斯特	25 万元	50%	同一实际控制人
	厦门宏石	250 万元	50%	同一实际控制人
李五令	康先香港	50 万港币	50%	同一实际控制人
	厦门威斯特	25 万元	50%	同一实际控制人
	厦门宏石	250 万元	50%	同一实际控制人

除上述公司外，厦门宏石持有济南蓝石20%的股权。

以上公司均没有从事与本公司相同或相近的业务，与本公司不存在同业竞争。因此发行人不存在与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业从事相同、相似业务的情况。

（二）控股股东及实际控制人关于避免同业竞争的承诺

发行人的实际控制人邹剑寒、李五令做出如下承诺：

- 1、将来不以任何方式从事，包括与他人合作直接或间接从事与发行人相同、相似或在任何方面构成竞争的业务；
- 2、不投资控股于业务与发行人相同、类似或在任何方面构成竞争的公司、企业或其他机构、组织；
- 3、不向其他业务与发行人相同、类似或在任何方面构成竞争的公司、企业或其他机构、组织或个人提供专有技术或提供销售渠道、客户信息等商业秘密；
- 4、如果未来拟从事的业务可能与发行人存在同业竞争，将本着发行人优先的原则与发行人协商解决。

（三）发行人律师关于发行人同业竞争的意见

经过详细核查，发行人律师认为：发行人控股股东已经承诺并采取有效措施避免同业竞争的发生。

二、关联方和关联关系

根据《公司法》及财政部于2006年2月15日颁布的《企业会计准则第36号——关联方披露》（财会[2006]3号）的规定，本公司目前存在的关联方、关联关系如下：

（一）公司股东

发起人名称	出资额（元）	持股比例
邹剑寒	36,567,000	40.63%
李五令	36,567,000	40.63%
张泉	9,000,000	10.00%
黄文伟	1,728,000	1.92%
魏罡	1,107,000	1.23%
曾建宝	900,000	1.00%
刘才庆	900,000	1.00%
蔡坤平	549,000	0.61%
屠根林	450,000	0.50%
赵军定	549,000	0.61%
高兰洲	486,000	0.54%
陈海洲	486,000	0.54%
方敏	486,000	0.54%
庄文胜	225,000	0.25%
合计	90,000,000	100%

（二）公司实际控制人

发行人实际控制人为邹剑寒、李五令，具体情况详见本招股说明书第四节发行人基本情况之“五、（二）发行人的实际控制人、控股股东情况”之说明。

（三）发行人实际控制人及其亲属、控股股东控制的其他企业

发行人实际控制人、控股股东除了本招股说明书披露的情况以外，没有参股或控股其他企业。具体情况详见本节之“一、同业竞争情况”之说明。

（四）本公司控股子公司

公司名称	注册资本	控股比例	表决权比例
漳州蒙发利实业有限公司	250 万美元	100%	100%
厦门蒙发利电子有限公司	300 万元	100%	100%
厦门康先电子科技有限公司	300 万元	100%	100%
深圳凯得克科技有限公司	300 万元	100%	100%
厦门康城健康家居产品有限公司	500 万元	100%	100%
漳州康城家居用品有限公司	200 万元	100%	100%
蒙发利（香港）有限公司	10 万港币	100%	100%
COZZIA USA,LLC			

本公司控股子公司的具体情况请参见本招股说明书第四节之六之“（三）发行人控股子公司基本情况”。

（五）本公司参股公司

惠州市傲力电子科技有限公司为本公司目前唯一一家参股公司，该公司具体情况请参见本招股说明书第四节之六之“（四）发行人参股公司基本情况”。

（六）公司的董事、监事、高级管理人员

本公司董事、监事、高级管理人员的基本情况详见本招股说明书“第七节 董事、监事、高级管理人员与核心技术人员”。

三、关联交易情况及其对发行人财务状况和经营成果的影响

（一）偶发性关联交易

1、股权收购

报告期内，公司为了减少与实际控制人之间同业竞争以及在生产经营过程中的关联交易，对实际控制人投资设立的公司股权，以及本公司与实际控制人合资设立企业中，实际控制人持有的股权，进行了收购。收购完成后，本公司对下属子公司均实现了直接或间接 100%的控股权，均系本公司的全资子公司。收购完成后，本公司与实际控制人之间不存在同业竞争。

（1）收购上海康先股权

具体情况请参见本招股说明书第四节之三之“（二）重大资产重组情况 1、

股份公司设立之前，为消除同业竞争与关联交易进行的收购”。

(2) 收购厦门康先股权

具体情况请参见本招股说明书第四节之三之“（二）重大资产重组情况 1、股份公司设立之前，为消除同业竞争与关联交易进行的收购”。

(3) 收购深圳凯得克股权

具体情况请参见本招股说明书第四节之三之“（二）重大资产重组情况 1、股份公司设立之前，为消除同业竞争与关联交易进行的收购”。

(4) 收购漳州蒙发利股权

具体情况请参见本招股说明书第四节之三之（二）重大资产重组情况1、股份公司设立之前，为消除同业竞争与关联交易进行的收购”和“（二）重大资产重组情况2、股份公司设立之后，为规范公司治理结构收购子公司少数股权”。

(5) 收购蒙发利电子股权

具体情况请参见本招股说明书第四节之三之“（二）重大资产重组情况2、股份公司设立之后，为规范公司治理结构收购子公司少数股权”。

2、股权转让

(1) 转让厦门威斯特股权

2007年5月15日，蒙发利集团分别与实际控制人邹剑寒、李五令签署股权转让协议，将公司所持有的厦门威斯特的30%的股权以原始出资额15万元转让给邹剑寒，将持有的厦门威斯特的50%的股权以原始出资额25万元转让给李五令。该股权转让事宜于2007年6月19日办理了工商变更登记手续。本次股权转让完成后，蒙发利集团不再持有厦门威斯特的股权。

因厦门威斯特自成立以来未实质性开展生产经营活动，所以本次股权收购，未损害蒙发利集团的利益。

(2) 转让济南蓝石股权

2007年12月7日，蒙发利集团与厦门宏石前身蒙发利汽贸签署《股权转让协议》，蒙发利集团将其持有的济南蓝石20%的股权以原始出资额转让给蒙发利汽贸，转让价格为400万元，其后办理了工商变更登记。本次股权转让完成后，公司不再持有该公司股权。

本次股权转让的原因在于，本公司为集中精力做好主业，故转让上述房地产

项目资产。鉴于济南蓝石尚未正式开始经营，故蒙发利集团按照初始投资额转让其持有的济南蓝石20%股份是公允的，未损害蒙发利集团的利益。

3、收购专利权

2008年1月8日，公司与其股东邹剑寒签订专利权及专利申请权的转让合同，邹剑寒向公司无偿转让54项专利权和14项专利申请权，截至本招股说明书签署之日，上述产权过户手续均已办妥。

4、接受保证担保

截至本招股说明书签署日，各关联方为发行人提供的正在履行的担保情况如下：

2008年4月28日，股东邹剑寒与中信银行股份有限公司厦门分行签订编号为（2008）厦银最保字第090号的《最高额保证合同》，为中信银行与发行人在一定期限内连续发生的多笔债权承担连带责任保证，被保证的主债权指自2008年4月28日至2009年4月28日期间因该行向发行人授信而发生的一系列债权，被保证的主债权最高额度为人民币4,000万元整，保证范围为债务本金及利息、罚息、复利、违约金、损害赔偿金和该行实现债权而发生的费用，保证期间为自债务人依具体业务合同约定的债务履行期限届满之日起两年。

5、关联方暂借款

2006年11月1日，发行人与原参股企业济南蓝石签订《借款合同》，无偿出借2,100万元给济南蓝石。为集中主营业务，发行人与厦门宏石前身蒙发利汽贸签订《合同转让协议》，约定发行人在上述《借款合同》项下所有权利、义务及其责任由蒙发利汽贸承继。蒙发利汽贸于2007年9月29日将上述2,100万元借款偿还蒙发利集团，即：发行人自2006年11月1日至2007年9月29日期间，无偿提供资金给参股公司济南田源。

发行人独立董事对发行人2007年-2009年之间发生的关联交易发表了独立意见，认为股份公司的关联交易遵循平等、自愿、等价、有偿的原则，关联交易的定价是以本公司利润最大化和保护中小股东权益为基本点，遵循市场规律，通过多方竞价、议价后，按照公开、公平、公正的原则确定的，不存在损害公司及其他股东利益的情形。

（1）蒙发利汽贸承担济南蓝石借款偿还及相应责任和义务的原因

2006年11月1日，发行人前身蒙发利科技与济南市槐荫区段店镇田家庄村民委员会、济南蓝石置业有限公司、赛网科技（北京）有限公司签订编号为20061101的《四方合作协议书》，济南蓝石原股东之一济南蓝石置业有限公司将其所持67%的股权中的20%转让给蒙发利科技、10%转让给赛网科技（北京）有限公司。另一股东济南市槐荫区段店镇田家庄村民委员会持股33%。同时《四方合作协议》约定各股东无偿出借资金给济南蓝石，其中，蒙发利科技出借2,100万元。

为推进参股公司的开发经营，2006年11月1日，蒙发利科技与原参股公司济南蓝石签署《借款合同》，无偿出借2,100万元给济南蓝石。

2007年5月，发行人拟进行股份制改造。为集中精力做好主业，发行人前身蒙发利集团（由蒙发利科技更名而来）转让济南蓝石股权。与蒙发利汽贸签订《股权转让协议》，将其所持济南蓝石20%股权转让给蒙发利汽贸，济南蓝石成为蒙发利汽贸的参股公司。

同时，为规范关联方资金占用，蒙发利集团与厦门宏石前身蒙发利汽贸签订《合同转让协议》，约定发行人在上述《借款合同》项下所有权利、义务及其责任由蒙发利汽贸承继。

蒙发利汽贸于2007年9月29日将上述2,100万元借款偿还蒙发利集团。

发行人独立董事对发行人2007年-2009年之间发生的关联交易发表了独立意见，认为股份公司的关联交易遵循平等、自愿、等价、有偿的原则，关联交易的定价是以本公司利润最大化和保护中小股东权益为基本点，遵循市场规律，通过多方竞价、议价后，按照公开、公平、公正的原则确定的，不存在损害公司及其他股东利益的情形。

发行人律师认为：“蒙发利汽贸代为偿还等额资金给蒙发利集团（由蒙发利科技更名而来）的经过，有真实有效的合同约定，有相关资金往来凭证予以证明，故蒙发利汽贸代偿借款真实可靠；蒙发利汽贸通过《合同转让协议》约定代偿借款，是其真实意思的表示，并已由债权人蒙发利集团履行通知义务，合法合规。”

保荐机构认为：“蒙发利集团将对济南蓝石的2,100万债权转让给蒙发利汽贸真实有效，满足合同法规定要件，合法合规。”

（2）报告期内，公司不存在与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业

的其他关联借款。

(3) 防范关联方占用资金的相关措施

公司已制定的《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》及《关联交易管理办法》中均明确规定了关联交易的决策程序、关联交易的信息披露等事项。公司将严格规范公司的治理结构,进一步明确并执行关联交易的决策程序、关联交易的信息披露等事项,防范关联方占用资金。

6、应付关联方股利款

项 目	期末金额(元)		
	2009年12月31日	2008年12月31日	2007年12月31日
应付股利:			
康先香港	—	—	15,895,114.39
合 计	—	—	15,895,114.39

(二) 经常性关联交易

1、支付关联人士(即本公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员)报酬

2009年度计提的各自自然人关联方人员的报酬总额为3,090,500元;2008年度计提的各自自然人关联方人员的报酬总额为2,817,100元;2007年度计提的各自自然人关联方人员的报酬总额为2,492,220元。

2、委托收款

2007年9月前,公司对Homedics公司出口的货款委托由实际控制人邹剑寒、李五令共同投资设立的康先香港代本公司统一向客户收取后,然后转交给本公司,康先香港为公司提供此项收款服务,不向本公司收取服务费用。

(1) 发行人采用集中模式向HOMEDICS收取货款的必要性

HOMEDICS是全球最大的个人保健、健康和舒缓产品品牌商,主要市场包括北美、欧洲、大洋洲,销售通路主要包括WalMart、Target、Tesco、Costco、SI等,覆盖超过5万个零售终端。

2007年度,发行人及子公司深圳凯得克均有向HOMEDICS出口且金额较大,并分别从HOMEDICS北美财务、亚太财务部门收取货款。发行人与客户之间的对账、结算工作量大,客观上容易出差错。

中国外汇管理制度严密,同一笔出口业务,其出口报关、收汇核销、办理出

口退税等环节均需采用同一份外汇核销单的不同联（各联上的编号相同）。发行人与子公司深圳凯得克分别在厦门海关、深圳海关报关出口，并分别在当地办理外汇核销、出口退税事宜。如果客户付款出现差错，则亟需全额退回并重新汇至正确的收款人，实际收款时间、出口退税时间均可能延后 1~2 个月左右。

发行人在境外集中收取 HOMEDICS 货款，然后分别汇入境内各收款单位，能够较好地避免因付款差错造成的收款延滞、退税不及时造成的损失。

（2）报告期内，发行人通过康先香港代理收取的全部货款均已全额汇回

发行人及子公司深圳凯得克、HOMEDICS、康先香港已就该项代理收款安排签署了书面协议。由于该款项在康先香港处停留时间不超过 7 天，发行人未向康先香港收取资金占用费；同时，康先香港为提供代收服务，也未向发行人收取服务费用。

相关业务的会计核算如下：

①报关出口。发行人或深圳凯得克（出口方）按报关金额确认销售确认收入，结转销售成本，并确认对 HOMEDICS 的应收账款。

②康先香港收款。康先香港收到 HOMEDICS 支付的货款后，根据出口方提供的明细确认应支付给发行人或深圳凯得克的金额，并在 7 天内完成汇款。因该款项在康先香港处的停留时间较短，发行人未将其重分类为“应收康先香港”。

③出口方收款。出口方收到康先香港代收并汇回的款项后，根据明细逐笔核对，并贷记“应收账款—应收 HOMEDICS 公司”。

报告期内，康先香港委托收款和回款情况如下表：

单位：美元

	期初金额	本期康先香港收款	本期康先香港回款	期末余额
2007 年	725,841.04	65,979,311.25	66,705,152.29	-

由上表可知，2007 年康先香港代收的销售款金额为 65,979,311.25 美元，全部货款均已全额汇回。

（3）股份公司成立以后，发行人彻底规范了境外收款安排

2007 年 9 月，发行人全资子公司蒙发利香港成立后，逐步取代康先香港，代理发行人收取外销业务货款；自 2008 年开始，康先香港不再代理发行人收取任何货款。

发行人通过子公司蒙发利香港办理货款结算的具体过程如下：由于发行人对

主要客户 HOMEDICS 的出口笔数较大、金额较大，且分别由厦门、深圳海关报关出口，并需要从 HOMEDICS 北美财务、亚太财务部门收款货款。为防范收款差错导致外汇核销差错，发行人财务部统一负责管理客户 HOMEDICS 的应收账款对账、催款及境外收款事宜。

（1）发行人、深圳凯得克业已分别与 Homedics、蒙发利香港签订三方协议，约定由蒙发利香港统一收取 Homedics 应支付的货款。

（2）分别报关出口，集中管理应收账款发行人或深圳凯得克（出口方）分别在厦门/深圳海关报关出口，并将提货单传真给 Homedics；同时分别按报关金额确认销售确认收入，结转销售成本，并确认对 Homedics 的应收账款；发行人财务部的专门应收账款会计汇总发行人及深圳凯得克的出货金额，及时与 Homedics 对账，并负责催收。

（3）蒙发利香港在境外集中收取 HOMEDICS 货款

通常，往来账核对无误后，Homedics 北美财务中心或亚太财务中心会在见提货单后 30 天内，向蒙发利香港分别开立在汇丰银行厦门分行、东亚银行厦门分行的离岸银行账户付清货款。

（4）出口方收讫货款

蒙发利香港收到 Homedics 支付的货款后，由发行人财务部的专门应收账款会计核对出口明细后，分别按照不同出口方确认回款金额及明细表；由发行人财务部的资金会计办理汇款事宜。通过常在收到货款 3 个工作日内完成汇款。

（5）出口方收到蒙发利香港代收并汇回的款项后，根据出口明细逐笔核对正确无误后，办理外汇核销及出口退税手续。

蒙发利香港目前主要定位于发行人的海外贸易服务平台，预计未来发行人对蒙发利香港的定位不会发生重大变化。

为有效控制蒙发利香港境外代收货款的风险，发行人业已采取了以下措施：

（1）发行人财务部门直接管理蒙发利香港的离岸账户

为规范运作，防止风险，香港蒙发利已在汇丰银行厦门分行、东亚银行厦门分行开设离岸账户，并由发行人财务部门直接管理。

（2）发行人对蒙发利香港的离岸账户实行了出纳、记账岗位职责分离，互相监督的机制。月末总账会计核对银行对账单、银行存款日记账及银行存款明细账

准确一致。

3、应收关联方欠款

项 目	期末金额（元）		
	2009 年 12 月 31 日	2008 年 12 月 31 日	2007 年 12 月 31 日
其他应收款：			
惠州傲力(注)	271,208.60	271,208.60	-
合 计	271,208.60	271,208.60	-

注：惠州傲力正在办理清算注销事宜，由于清算可回收金额存在较大的不确定性，发行人已按账面余额 271,208.60 元全额计提了长期投资减值准备。

4、关联方收购

2007 年 4 月，发行人收购了厦门康先的 100%股权，厦门康先成为发行人的全资子公司，从而彻底解决了发行人与厦门康先之间的关联交易及潜在同业竞争问题。

（三）关联交易对公司财务状况的影响

报告期本公司与关联方发生的关联交易均为满足公司经营和发展需要，对公司财务状况和经营业绩均不构成不利影响。

四、《公司章程》关于关联交易决策程序和权力的规定

《公司章程》对关联交易事项规定了严格批准程序。对于不可避免的关联交易，公司将严格执行公司章程制定的关联交易决策程序、回避制度和信息披露制度，并进一步完善独立董事制度，加强独立董事对关联交易的监督，进一步健全公司治理结构，保证关联交易的公平、公正、公允，避免关联交易损害公司及股东利益。《公司章程》关于关联交易的具体规定如下：

第三十八条 公司的控股股东、实际控制人不得利用其关联关系损害公司利益。违反规定的，给公司造成损失的，应当承担赔偿责任。

公司控股股东及实际控制人对公司和其他股东负有诚信义务。控股股东应严格依法行使出资人的权利，控股股东不得利用利润分配、资产重组、对外投资、资金占用、借款担保等方式损害公司和其他股东的合法权益,不得利用其控制地位损害公司和其他股东的利益。

第七十六条 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，其表决事项按扣除关联股东所持表决权后的二分之一以上通过有效。

有关关联关系的股东可以自行申请回避，本公司其他股东及公司董事会可以申请有关关联关系的股东回避，上述申请应在股东大会召开前以书面形式提出，董事会有义务立即将申请通知有关股东。有关股东可以就上述申请提出异议，在表决前尚未提出异议的，被申请回避的股东应回避；对申请有异议的，可以要求监事会对申请做出决议。

第一百零四条 公司重大关联交易、聘用或解聘会计师事务所应由二分之一独立董事同意后，方可提交董事会讨论。独立董事向董事会提请召开临时股东大会、提议召开董事会和在股东大会召开前公开向股东征集投票权，应由二分之一以上独立董事同意。经全体独立董事同意，独立董事可聘请外部审计机构和咨询机构，对公司的具体事项进行审计和咨询，相关费用由公司承担。

第一百零九条 独立董事应当对以下事项向董事会或股东大会发表独立意见：

.....；
(四) 公司的股东、实际控制人及其关联企业对公司现有或发生的总额高于300万元且高于公司最近一期经审计的净资产绝对值5%的借款或其他资金往来，以及公司是否采取有效措施回收欠款；

独立董事应当对上述事项发表以下几类意见及其理由：同意；保留意见及其理由；反对意见及其理由；无法发表意见及其障碍。

独立董事应在年度股东大会上，对公司累计和当期对外担保情况，执行有关规定情况进行专项说明，并发表独立意见。

第一百一十六条 董事会应当确定.....关联交易的权限，建立严格的审查和决策程序：

董事会关于公司关联交易的审批权限为：单笔交易金额或在12个月内累计交易金额在人民币300万元至3000万元之间，或占公司最近一个会计年度经审计的净资产额的比例在0.5%至5%之间。但公司与其控股子公司的关联交易不在此限。

超过股东大会上述授权权限的，需报股东大会批准。

第一百二十七条 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。

第一百五十六条 监事不得利用其关联关系损害公司利益，若给公司造成损失的，应当承担赔偿责任。

五、公司减少关联交易的措施

报告期内，公司采取有力的措施如受让关联方股权等方式，规避和减少了与关联方的关联交易，使公司的经营和销售系统独立于关联方。

对于不可避免的关联交易，公司将严格执行公司章程制定的关联交易决策程序、回避制度和信息披露制度，并进一步完善独立董事制度，加强独立董事对关联交易的监督，进一步健全公司治理结构，保证关联交易的公平、公正、公允，避免关联交易损害公司及股东利益。

2007 年 11 月 23 日，本公司 2007 年第一次股东大会（暨创立大会）审议通过了《关联交易决策制度》，对减少和规范关联交易亦将起到积极作用。

六、独立董事对关联交易的意见

发行人独立董事对发行人2007年-2009年之间发生的关联交易发表了独立意见，认为股份公司的关联交易遵循平等、自愿、等价、有偿的原则，关联交易的定价是以本公司利润最大化和保护中小股东权益为基本点，遵循市场规律，通过多方竞价、议价后，按照公开、公平、公正的原则确定的，不存在损害公司及其他股东利益的情形。

第七节 董事、监事、高级管理人员与核心技术人员

一、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员简介

(一) 董事会成员

邹剑寒：中国国籍，无境外居留权，男，1969 年出生，本科。1996 年 8 月与李五令共同创办蒙发利有限公司。兼任的社会职务有厦门市外经贸协会副会长、厦门市总商会常务理事、厦门市政协委员、福建省政协委员、厦门市思明区人大代表，现任本公司董事长兼总经理。

李五令：中国国籍，无境外居留权，男，1956 年出生，高中。1996 年 8 月与邹剑寒先生共同创办蒙发利有限公司，历任蒙发利有限公司常务副总经理、蒙发利科技常务副总经理、蒙发利集团常务副总经理。现任本公司副董事长，常务副总经理。

张泉：中国国籍，具有日本国居留权，男，1965 年出生，本科。曾任北京市公安局十处科员、日本国船桥物产株式会社国际贸易部首席代表。加入本公司后，曾任有限公司副总经理。现任本公司董事、副总经理。

魏罡：中国国籍，无境外居留权，男，1975 年出生，专科。曾任有限公司海外市场部总经理。现任本公司董事、海外市场部经理。

曾建宝：中国国籍，无境外居留权，男，1967 年出生，本科。曾任福建三龙集团公司副总经理。加入本公司后，曾任有限公司总经理助理、深圳凯得克总经理。现任本公司董事、总经理助理。

张年庆：中国国籍，无境外居留权，男，1973 年出生，本科。曾任深圳凯得克副总经理。现任本公司董事、深圳凯得克总经理。

谢永添：中国国籍，无境外居留权，男，1963 年出生，经济学博士。曾任福建农林大学经济管理学院教师，厦门国家会计学院教师等职。现任厦门国家会计学院教务处副处长。2007 年 11 月 23 日起担任本公司独立董事。

马永义：中国国籍，无境外居留权，男，1965 年出生，管理学博士、副教授、中国注册会计师。曾任黑龙江财政专科学校会计教研室副主任、中植企业集团有限公司总会计师。现任北京国家会计学院远程教育中心主任。2007 年 11 月 23 日起担任本公司独立董事。

杨国豪：中国国籍，无境外居留权，男，1963 年出生，硕士、教授。曾任集美航海学院电气工程系副主任、集美大学党委组织部长、集美大学校长助理。现任集美大学党委常委、副校长。2007 年 11 月 23 日起担任本公司独立董事。

上述董事会成员的任期至 2010 年 11 月 22 日止。

（二）监事会成员

高兰洲：中国国籍，无境外居留权，男，1974 年出生，本科。曾任蒙发利电子副总经理，现任本公司监事、海外市场部副经理兼厦门康先副总经理。

顾乾坤：中国国籍，无境外居留权，男，1968 年出生，博士。加入本公司后，曾任有限公司研发中心经理。现任本公司监事、研发中心经理。

刘才庆：中国国籍，无境外居留权，男，1967 年出生，研究生学历。曾任厦门莹源集团公司财务部经理。加入本公司后，曾任深圳凯得克副总经理。现任本公司监事、厦门康城副总经理。

上述监事会成员的任期至 2010 年 11 月 22 日止。

（三）高级管理人员

邹剑寒：总经理，简历详见本招股说明书本节“一、（一）董事会成员”。

李五令：副总经理，简历详见本招股说明书本节“一、（一）董事会成员”。

张 泉：副总经理，简历详见本招股说明书本节“一、（一）董事会成员”。

崔洪海：中国国籍，无境外居留权，男，1968 年出生，研究生学历。曾任厦门市污水处理二厂书记、厦门市市政园林局处长。加入本公司后，曾任上海康先总经理、蒙发利有限总经理助理。2007 年 12 月至 2008 年 3 月任本公司董事会秘书，2008 年 3 月至今任本公司副总经理。

苏卫标：中国国籍，无境外居留权，男，1978 年出生，大专学历。曾任厦门电化厂财务科副科长，厦门德大食品有限公司财务经理。2007 年加入本公司，曾任财务管理经理、财务副总监，2010 年 1 月至今任本公司财务总监。

张斌：中国国籍，无境外居留权，男，1973 年出生，本科。曾任中国建设银行股份有限公司厦门分行业务科长、支行行长。2008 年 3 月至今任本公司董事会秘书。

上述高管人员的任期至 2010 年 11 月 22 日止。

（四）核心技术人员

邹剑寒：简历详见本招股说明书本节“一、（一）董事会成员”。邹剑寒先生自公司成立以来，一直主管公司的营销和研发工作，主持和参与了公司所有重大按摩器具产品技术的研发。

顾乾坤：简历详见本招股说明书本节“一、（二）监事会成员”。顾乾坤先生主要从事按摩椅产品的技术研发，主持和参与了“按摩椅夹揉装置”、“按摩器的旋转伸缩机构”等多项专利技术的研发，主持开发了 EC-380 系列、EC-585 系列、EC-587 系列等按摩椅产品。

张年庆：简历详见本招股说明书本节“一、（一）董事会成员”。张年庆先生主要从事按摩小电器产品的技术研发，主持和参与了 PM 系列迷你按摩器、SBM 系列塑胶器械及 FM 系列足底按摩器等产品的研发。

徐开德：中国国籍，无境外居留权，男，1970 年出生，大专。曾任东莞谢岗威力电器厂工程部工程师。现任深圳凯得克副总经理。徐开德先生主要从事按摩小电器产品的技术研发，主持和参与了 HG 系列按摩棒、BKP 系列按摩坐垫、BKL 按摩背靠等产品的研发。

（五）董事、监事选聘情况

2007 年 11 月 23 日，股份公司召开创立大会，选举产生了第一届董事会成员和由股东大会选举出任的第一届监事会成员。董事会成员为邹剑寒、李五令、张泉、黄文伟、曾建宝、魏罡、马永义、杨国豪、谢永添，其中马永义、杨国豪、谢永添为独立董事，由股东邹剑寒、李五令、张泉共同提名；其他董事均由发起人共同提名。由发起人共同提名，并由股东大会选举出任的监事会成员为高兰洲、刘才庆，与职工代表出任的监事顾乾坤共同组成股份公司第一届监事会。

2007 年 11 月 23 日，经股份公司第一届董事会第一次会议决议，选举邹剑寒为董事长，并兼任总经理；聘任李五令、张泉为副总经理，聘任陈章辉为财务总监；聘任崔洪海为董事会秘书。同日，经股份公司第一届监事会第一次会议决议，选举高兰洲为监事会主席。

根据《公司章程》，股份公司董事、监事的任期为三年，连选可以连任。

2008 年 3 月 26 日，经股份公司第一届董事会第三次会议审议通过，聘任崔洪海为副总经理，并同意崔洪海辞去董事会秘书，聘任张斌为董事会秘书。

2009 年 2 月 10 日，经股份公司 2009 年第一次临时股东大会审议通过，同

意黄文伟辞去董事职务，并选举张年庆担任董事。

2010年1月28日，经股份公司第一届董事会第十二次会议审议通过，同意陈章辉辞去财务总监，聘任苏卫标为财务总监。陈章辉由总经理决定聘任为总经理助理。

张年庆、崔洪海、张斌、苏卫标的任期均至2010年11月22日止。

二、董事、监事、高级管理人员和核心技术人员及其近亲属持有公司股份情况

（一）本次发行前直接/间接持有公司股份情况

最近三年，公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员持股情况如下：

股份公司设立以前（2006年1月～2007年12月）的股权比例				
股东姓名	2006.1.1～ 2006.7.14	2006.7.14～ 2007.1.23	2007.1.23～ 2007.3.29	2007.3.29～ 2007.12.14
邹剑寒	42.00%	48.80%	40.635%	40.63%
李五令	42.00%	48.80%	40.635%	40.63%
张 泉	7.50%	1.125%	10.00%	10.00%
黄文伟	1.25%	0.1875%	1.92%	1.92%
魏 罡	1.00%	0.15%	1.22%	1.23%
曾建宝	1.00%	0.15%	1.00%	1.00%
刘才庆	1.00%	0.15%	1.00%	1.00%
高兰洲	0.50%	0.075%	0.54%	0.54%
合计	96.25%	99.4375%	96.95%	96.95%

【注】2006年7月14日至2007年1月23日期间，康先香港持有本公司85%的股权。邹剑寒、李五令分别持有康先香港50%的股权，分别直接持有本公司6.30%股权。直接、间接持股合计后，邹剑寒、李五令分别持有本公司48.8%的股权。

股份公司设立以后（2007 年 12 月 14 日至今）的持股情况				
股东姓名	2007.12.14~2009.2.10		2009.2.10 至今	
	股份数	持股比例	股份数	持股比例
邹剑寒	36,567,000	40.63%	36,567,000	40.63%
李五令	36,567,000	40.63%	36,567,000	40.63%
张 泉	9,000,000	10.00%	9,000,000	10.00%
黄文伟	1,728,000	1.92%	—	
魏 罡	1,107,000	1.23%	1,107,000	1.23%
曾建宝	900,000	1.00%	900,000	1.00%
刘才庆	900,000	1.00%	900,000	1.00%
高兰洲	486,000	0.54%	486,000	0.54%
合计	87,255,000.00	96.95%	85,527,000.00	95.03%

【注】2009 年 2 月 10 日，经股东大会批准，黄文伟辞去董事职务，继任董事张年庆持股数量为 0。

除上述情况外，本次发行前无其他董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属以任何方式直接或间接持有本公司股份的情况。

（二）上述人员所持股份的质押或冻结情况

公司上述董事、监事、高级管理人员及其近亲属直接或间接持有的本公司的股份不存在质押或冻结以及其他争议或潜在纠纷的情况。

三、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员在发行前对外投资情况

（一）对外投资情况

序号	被投资公司	投资人
1	康先香港	邹剑寒持股 50%、李五令持股 50%
2	厦门宏石	邹剑寒持股 50%、李五令持股 50%
3	厦门威斯特	邹剑寒持股 50%、李五令持股 50%
4	济南蓝田	邹剑寒、李五令通过厦门宏石间接持有 20%的股权

（二）对外投资与本公司无利益冲突的声明

公司董事、监事、高级管理人员与核心技术人员签署了《对外投资及无利

益冲突声明》，承诺：“本人除已披露的对外投资外，无其他对外投资情况。本人现有的对外投资，不存在与厦门蒙发利科技（集团）股份有限公司利益发生冲突的情况。”

四、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员报酬情况

2009 年度本公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员在本公司领取薪酬情况如下：

姓名	职务	2009年度薪酬（万元）	备注
邹剑寒	董事、董事长、总经理	36.05	在本公司领薪
李五令	董事、副董事长、常务副总经理	31.25	
张泉	董事、副总经理	16.35	
魏罡	董事、海外市场部经理	34.92	
曾建宝	董事、总经理助理	23.96	
黄文伟	（注 1）董事、漳州蒙发利总经理	19.85	
张年庆	董事、深圳凯得克总经理	20.78	前三个月在深圳凯得克领薪、之后在本公司领薪
马永义	独立董事	5.00	在本公司领取独立董事津贴，年津贴 5 万元（税前）
杨国豪	独立董事	5.00	
谢永添	独立董事	5.00	
高兰洲	监事、海外市场部副经理、厦门康先副 总经理	19.64	在本公司领薪
顾乾坤	监事、研发中心经理	22.79	
刘才庆	监事、厦门康城副总经理	11.96	
崔洪海	副总经理	19.92	
陈章辉	（注 2）财务总监	20.20	
张斌	董事会秘书	16.97	
徐开德	深圳凯得克副总经理	14.41	在深圳凯得克领薪

【注 1】2009 年 2 月 10 日，经股东大会批准，黄文伟辞去董事职务，并选举张年庆担任董事。

【注 2】2010 年 1 月 28 日，经第一届董事会第十二次会议批准，陈章辉辞去财务总监职务，聘任苏卫标为财务总监。

本公司独立董事除领取独立董事津贴外，不享有本公司其他福利待遇。在本公司领取薪酬的非独立董事、职工监事、高级管理人员及核心技术人员，除领取上述薪酬外，享受本公司福利制度所统一规定的员工福利。

五、公司董事、监事和高级管理人员及核心技术人员 兼职情况

姓名	兼职单位	兼职职务	兼职单位与本公司关系
邹剑寒	蒙发利香港	董事、总经理	本公司全资子公司
	蒙发利电子	董事	本公司全资子公司
	漳州蒙发利	董事	本公司全资子公司
	深圳凯得克	董事	本公司全资子公司
	厦门康先	董事	本公司全资子公司
	漳州康城	执行董事、总经理	本公司全资子公司
	惠州傲力	董事	本公司参股公司
	济南蓝石	董事	实际控制人参股公司
李五令	蒙发利电子	董事	本公司全资子公司
	漳州蒙发利	董事	本公司全资子公司
	深圳凯得克	监事	本公司全资子公司
	厦门康城	董事	本公司全资子公司
	厦门康先	监事	本公司全资子公司
	济南蓝石	监事	实际控制人参股公司
曾建宝	漳州蒙发利	董事	本公司全资子公司
	蒙发利电子	董事	本公司全资子公司
	惠州傲力	董事、副总经理	本公司参股公司
张 泉	蒙发利电子	董事	本公司全资子公司
	漳州蒙发利	董事	本公司全资子公司
	济南蓝石	副董事长	实际控制人参股公司
张年庆	深圳凯得克	总经理	本公司全资子公司
刘才庆	漳州蒙发利	董事	本公司全资子公司
	厦门康城	副总经理	本公司全资子公司

公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员均声明，除本招股说明书已经披露的任职外，没有其他兼职情形。

六、公司董事、监事和高级管理人员变动情况和原因

报告期内，公司董事、监事和高级管理人员未发生重大变化。详细名单及变动情况如下：

职务	变动时间	人员名单
公司改制以前（2006 年 1 月至 2007 年 12 月）		
董事	2006.2 以前	邹剑寒、李五令、张泉、曾建宝、黄文伟、刘才庆、蔡坤平
	2006.2—2007.12	邹剑寒、李五令、张泉、曾建宝、黄文伟
监事	2007.3 以前	魏罡、高兰洲、屠根林
	2007.3—2007.12	魏罡、高兰洲、曾炎
高级管理人员	2007.12 以前	邹剑寒、李五令、张泉
公司改制以后（2007 年 12 月以后）		
第一届董事会	2007.12—2009.1	邹剑寒、李五令、张泉、曾建宝、黄文伟、魏罡、马永义、杨国豪、谢永添（后三位为独立董事）
	2009.1 至今	邹剑寒、李五令、张泉、曾建宝、张年庆、魏罡、马永义、杨国豪、谢永添（后三位为独立董事）
第一届监事会	2007.12 至今	顾乾坤、高兰洲、刘才庆
高级管理人员	2007.12—2008.3	邹剑寒、李五令、张泉、崔洪海（董事会秘书）、陈章辉（财务总监）
	2008.3—2010.1	邹剑寒、李五令、张泉、崔洪海、张斌（董事会秘书）、陈章辉（财务总监）
	2010.1 至今	邹剑寒、李五令、张泉、崔洪海、张斌（董事会秘书）、苏卫标（财务总监）

七、公司与董事、监事、高级管理人员及核心技术人员签定的协议

在公司及其子公司领薪的董事（除独立董事外）、监事、高级管理人员及核心技术人员均与公司签订了《劳动合同》和《保密协议》。

八、其他说明

（一）董事、监事、高级管理人员的任职资格

本公司董事、监事、高级管理人员均符合法律法规的要求，具备担任相应职务的资格。

（二）董事、监事、高级管理人员和核心技术人员之间的亲属关系

上述公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员之间不存在亲属关系。

（三）董事、监事、高级管理人员和核心技术人员作出的承诺

除本招股说明书第四节之七之“（四）发行前股东自愿锁定股份的承诺”披露的内容之外，公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员未作出其他重要承诺。

第八节 公司治理

一、公司股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度的情况

2007年11月23日，本公司在首次股东大会（暨创立大会）上审议并表决通过了根据《公司法》、中国证监会颁布的《上市公司章程指引》等法律法规制定的《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》、《独立董事制度》、《公司关联交易决策制度》等有关公司治理的规范制度。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。

本公司自成立以来，根据有关法律法规以及公司章程，建立了符合《公司法》及其他法律法规要求的规范化的公司治理结构。本公司的股东大会、董事会和监事会均能按照公司章程和各自的议事规则独立有效运行。

（一）股东大会履行职责情况

本公司设立以来，公司按照相关规定召开股东大会，会议通知方式、召开方式、表决方式符合《公司法》、《公司章程》的规定，会议记录完整规范，股东大会依法忠实履行了《公司法》、《公司章程》所赋予的权利和义务。

（二）董事会履行职责情况

本公司设立以来，公司按照相关规定召开董事会议，会议通知方式、召开方式、表决方式符合《公司法》、《公司章程》的规定，会议记录完整规范，董事会依法忠实履行了《公司法》、《公司章程》所赋予的权利和义务。

（三）监事会履行职责情况

本公司设立以来，公司按照相关规定召开监事会，会议通知方式、召开方式、表决方式符合《公司法》、《公司章程》的规定，会议记录完整规范，监事会依法忠实履行了《公司法》、《公司章程》赋予的职责。

（四）独立董事履行职责情况

根据《公司章程》规定，本公司董事会成员中设三名独立董事，制订了《独立董事工作制度》，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，维护本公

司整体利益，尤其关注中小股东的合法权益。

公司独立董事依据《公司章程》、《独立董事工作制度》等工作要求，履行独立董事的职责。

（五）董事会秘书制度

公司设董事会秘书1名。董事会秘书为公司的高级管理人员，对董事会负责。董事会秘书在公司成立以后的历次股东大会、董事会召开过程中均忠实履行了《董事会秘书制度》赋予的职责。

（六）专门委员会设置情况

经公司 2007 年度第一届董事会第一次会议审议通过的《关于董事会下设专门委员会的议案》，董事会设立四个专门委员会，具体情况如下：

- 1、战略委员会：由邹剑寒、李五令、杨国豪组成，其中邹剑寒为召集人；
- 2、提名委员会：由杨国豪、谢永添、李五令组成，其中杨国豪为召集人；
- 3、薪酬与考核委员会：由谢永添、杨国豪、魏罡组成，其中谢永添为召集人；
- 4、审计委员会：由谢永添、马永义、曾建宝组成，其中马永义为召集人。

二、发行人报告期内违法违规行为情况

发行人已依法建立健全股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度，自成立至今，发行人及其董事、监事和高级管理人员严格按照公司章程及相关法律法规的规定开展经营，不存在违法违规行为，也不存在被相关主管机关处罚的情况。

三、发行人报告期内不存在资金占用、对外担保情况

报告期内，本公司控股股东、实际控制人及其所控制的企业不存在占用本公司资金或资产的情况，本公司也不存在违规对外担保的情形。

四、发行人内部控制制度

（一）公司董事会对内部控制制度的自我评估意见

公司董事会对内部控制制度合理性、完整性及有效性进行了评估，认为：“本

公司根据前述评估的结果，认为本公司内部控制的设计是完整和合理的，执行是有效的，能够合理地保证内部控制目标的达成”。

（二）会计师对公司内部控制制度的意见

立信会计师事务所有限公司接受本公司委托，审核了公司内部控制的有效性，并出具了信会师报字（2010）第 20353 号《内部控制审核报告》，报告认为：“按照评价说明设定的标准贵公司于 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”。

第九节 财务会计信息

以下财务数据，非经特别说明，均引自立信会计师事务所有限公司出具的信会师报字（2010）第 20352 号《审计报告》。投资者欲对公司的财务状况、经营成果和会计政策进行详细的了解，应当认真阅读本招股说明书备查文件“财务报表及审计报告”。

一、审计意见类型及会计报表编制基础

（一）注册会计师审计意见

本公司委托立信所审计了公司近三年的母公司及合并资产负债表、利润表、现金流量表及股东权益变动表。立信所经审计出具了信会师报字（2010）第 20352 号标准无保留意见的《审计报告》。

立信所认为，本公司财务报表已经按照企业会计准则的规定编制，在所有重大方面公允反映了公司 2007 年 12 月 31 日、2008 年 12 月 31 日和 2009 年 12 月 31 日的财务状况以及 2007 年度、2008 年度和 2009 年度的经营成果和现金流量。

（二）会计报表编制基础

公司以持续经营为基础，根据实际发生的交易和事项，按照《企业会计准则—基本准则》和其他各项会计准则及其他相关规定进行确认和计量，在此基础上编制财务报表。

二、合并报表范围及变化情况

本公司将拥有实际控制权的子公司均纳入合并财务报表范围，具体如下：

子公司名称	成立 年月	注册资本	公司 持股	表决权 比例	合并会计 报表期间
厦门康城	2000.1	500 万元	100%	100%	2000.1～至今
蒙发利电子	2000.2	300 万元	75%[注 1]	100%	2000.2～至今
漳州蒙发利	2003.9	250 万美元	75%[注 1]	100%	2003.9～至今
深圳凯得克	2005.1	300 万元	100%	100%	2005.1～至今
上海康先[注 2]	2004.10	500 万元	100%	100%	2005.9～2009.9
厦门康先[注 3]	2000.6	300 万元	100%	100%	2007.9～至今
蒙发利香港[注 4]	2007.9	10 万港币	100%	100%	2007.9～至今

漳州康城	2008.4	200 万元	100%	100%	2008.4~至今
深圳蒙发利[注 5]	2008.7	300 万元	100%	100%	2008.7~至今
康城美国[注 4]	2009.8	2 万美元	[注 1]	100%	2009.8~至今

【注 1】由于全资子公司蒙发利香港分别持有蒙发利电子、漳州蒙发利、康城美国 25%、25%、100%股权，因此公司对该 3 家公司最终表决权比例为 100%。

【注 2】上海康先已经履行了公司注销的相关法定程序，于 2009 年 10 月 15 日取得《工商注销登记》。鉴于该公司已于 2009 年 9 月末完成税务注销登记，故公司仅合并了上海康先 2009 年 1 至 9 月的损益，未合并其 2009 年末的资产负债表。2009 年 10 月上海康先完成工商注销。

【注 3】经公司股东会批准，公司以厦门康先截至 2007 年 4 月 30 日止的净资产为作价依据，受让了邹剑寒、李五令持有的厦门康先 100%股权。截至 2007 年 9 月 30 日，本公司已支付全部股权转让价款。本次收购后，厦门康先成为发行人的全资子公司。鉴于实际控制人相同，公司自 2007 年 9 月 30 日起将厦门康先纳入合并范围，并根据《企业会计准则第 20 号—企业合并》及相关规定追溯调整了合并财务报表相关项目。

【注 4】除蒙发利香港、康城美国外，合并范围内的子公司所采用的会计政策与母公司保持一致。在编制合并财务报表时，公司对蒙发利香港、康城美国的会计政策和会计期间进行调整，以确保其采用的会计政策和适用的会计期间与公司保持一致。

【注 5】深圳蒙发利成立于 2008 年 7 月 10 日，注册资本、实收资本均为 300 万元。为进一步集中经营资源，2009 年 12 月 18 日，经发行人第一届董事会第十一次会议批准，经深圳蒙发利董事会、股东大会决议同意，深圳蒙发利开始履行公司注销的相关法定程序，并于 2010 年 6 月 11 日取得深圳市市场监督管理局核发的《企业注销通知书》，完成工商注销。

三、近三年会计报表

（一）合并资产负债表

单位：元

资 产	2009/12/31	2008/12/31	2007/12/31
流动资产：			
货币资金	294,318,643.38	176,620,162.06	112,479,764.03
交易性金融资产	-	-	20,351,748.00
应收账款	130,933,961.15	80,348,204.03	81,938,565.91
预付款项	55,866,001.51	44,336,402.35	26,942,908.05
其他应收款	39,282,158.27	18,698,581.19	38,791,162.77
存货	152,492,280.48	129,645,879.75	127,525,248.39
流动资产合计	672,893,044.79	449,649,229.38	408,029,397.15
非流动资产：			
长期股权投资	-	-	1,550,400.68
固定资产	135,308,138.39	126,379,008.20	123,527,050.16
在建工程	3,742,870.10	9,718,452.36	8,617,804.16
无形资产	56,805,247.87	45,228,927.54	18,544,039.81
长期待摊费用	3,909,385.65	5,560,102.14	5,936,630.16
递延所得税资产	2,131,588.74	3,199,393.52	261,793.50
非流动资产合计	201,897,230.75	190,085,883.76	158,437,718.47
资产总计	874,790,275.54	639,735,113.14	566,467,115.62
负债和股东权益	2009/12/31	2008/12/31	2007/12/31
流动负债：			
短期借款	-	87,000,000.00	20,000,000.00
交易性金融负债	6,205,800.00	15,781,050.00	1,665.50
应付票据	100,194,977.79	23,558,614.08	7,853,693.71
应付账款	347,185,133.27	265,000,511.20	280,354,667.73
预收款项	11,691,560.28	2,990,575.36	4,806,251.96
应付职工薪酬	12,120,861.41	8,477,466.08	13,115,025.51
应交税费	-32,764,257.80	-10,082,356.02	-3,516,956.54
应付利息	144,875.00	-	-
应付股利		-	15,895,114.39
其他应付款	4,301,750.30	4,515,432.86	3,384,035.69
一年内到期的非流动负债	40,000,000.00	25,000,000.00	-
流动负债合计	489,080,700.25	422,241,293.56	341,893,497.95
长期借款	85,000,000.00	-	35,000,000.00
专项应付款	-	-	193,760.00
递延所得税负债	-	-	3,663,314.64
非流动负债合计	85,000,000.00	-	38,857,074.64
负债合计	574,080,700.25	422,241,293.56	380,750,572.59
负债和股东权益	2009/12/31	2008/12/31	2007/12/31
股东权益：			
股本	90,000,000.00	90,000,000.00	90,000,000.00
资本公积	13,912,371.60	13,912,371.60	11,397,006.76
盈余公积	6,496,623.12	2,757,654.86	2,757,654.86
未分配利润	190,159,201.46	110,728,055.59	64,703,739.85

外币报表折算差额	141,379.11	95,737.53	-
归属于母公司股东权益合计	300,709,575.29	217,493,819.58	168,858,401.47
少数股东权益		-	16,858,141.56
股东权益合计	300,709,575.29	217,493,819.58	185,716,543.03
负债和股东权益总计	874,790,275.54	639,735,113.14	566,467,115.62

(二) 合并利润表

单位：元

项 目	2009 年度	2008 年度	2007 年度
一、营业收入	1,302,691,778.72	1,188,472,151.26	1,087,665,982.27
减：营业成本	1,044,167,192.98	984,913,385.45	881,940,346.65
营业税金及附加	4,022,194.90	1,457,340.52	1,145,374.74
销售费用	58,228,834.25	36,223,248.19	29,786,014.71
管理费用	83,757,179.32	77,249,360.26	67,383,799.26
财务费用	12,623,888.14	-4,020,481.20	10,671,579.80
资产减值损失	4,653,370.27	2,456,663.49	433,631.48
加：公允价值变动收益	9,575,250.00	-36,131,132.50	20,350,082.50
投资收益	72,351.38	-	50,400.68
二、营业利润	104,886,720.24	54,061,502.05	116,705,718.81
加：营业外收入	5,001,484.87	3,226,914.05	5,506,767.41
减：营业外支出	1,629,468.46	2,246,726.05	2,004,350.80
三、利润总额	108,258,736.65	55,041,690.05	120,208,135.42
减：所得税费用	14,288,622.52	6,785,482.03	12,105,512.06
四、净利润	93,970,114.13	48,256,208.02	108,102,623.36
其中被合并方合并前净利润			3,285,184.78
归属于母公司所有者的净利润	93,970,114.13	46,024,315.74	88,175,358.56
少数股东损益		2,231,892.28	19,927,264.80
五、每股收益：			
（一）基本每股收益	1.04	0.51	0.98
（二）稀释每股收益	1.04	0.51	0.98
六、其他综合收益	45,641.58	95,737.53	
七、综合收益总额	94,015,755.71	48,351,945.55	108,102,623.36
归属于母公司所有者的综合收益总额	94,015,755.71	46,120,053.27	91,460,543.34
归属于少数股东的综合收益总额		2,231,892.28	16,642,080.02

(三) 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	1,270,756,420.22	1,181,553,852.01	1,080,025,602.62
收到的税费返还	125,618,951.13	192,315,659.75	141,289,782.36
收到其他与经营活动有关的现金	13,054,261.28	7,729,306.81	31,392,161.96
经营活动现金流入小计	1,409,429,632.63	1,381,598,818.57	1,252,707,546.94
购买商品、接受劳务支付的现金	934,941,276.58	1,001,096,492.97	902,240,342.04
支付给职工以及为职工支付的现金	180,434,075.80	165,229,638.06	144,112,506.28
支付的各项税费	59,397,191.37	68,623,387.08	46,230,318.98
支付其他与经营活动有关的现金	86,856,268.95	67,967,038.21	33,950,386.80
经营活动现金流出小计	1,261,628,812.70	1,302,916,556.32	1,126,533,554.10
经营活动产生的现金流量净额	147,800,819.93	78,682,262.25	126,173,992.84
二、投资活动产生的现金流量：			
收回投资收到的现金	-	-	4,400,000.00
取得投资收益收到的现金	-	-	-
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	4,712,805.96	5,695,060.85	2,737,412.00
收到其他与投资活动有关的现金	-	-	-
投资活动现金流入小计	4,712,805.96	5,695,060.85	7,137,412.00
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	25,308,422.24	55,812,766.79	31,796,727.27
投资支付的现金	-	16,574,669.00	3,908,965.89
支付其他与投资活动有关的现金	4,233.89	-	23,185,465.86
投资活动现金流出小计	25,312,656.13	72,387,435.79	58,891,159.02
投资活动产生的现金流量净额	-20,599,850.17	-66,692,374.94	-51,753,747.02
三、筹资活动产生的现金流量：			
吸收投资收到的现金	-	-	-
取得借款收到的现金	384,607,717.25	152,000,000.00	235,000,000.00
收到其他与筹资活动有关的现金	1,776,657.28	-	3,548,119.90
筹资活动现金流入小计	386,384,374.53	152,000,000.00	238,548,119.90
偿还债务支付的现金	371,570,649.26	95,000,000.00	214,000,000.00
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	16,898,609.71	26,503,630.85	20,290,716.83
支付其他与筹资活动有关的现金	-	3,036,638.44	-
筹资活动现金流出小计	388,469,258.97	124,540,269.29	234,290,716.83
筹资活动产生的现金流量净额	-2,084,884.44	27,459,730.71	4,257,403.07
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	-5,640,946.72	21,654,141.57	-2,015,569.20
五、现金及现金等价物净增加额	119,475,138.60	61,103,759.59	76,662,079.69
加：期初现金及现金等价物余额	172,798,154.28	111,694,394.69	35,032,315.00
六、期末现金及现金等价物余额	292,273,292.88	172,798,154.28	111,694,394.69

(四) 母公司资产负债表

单位：元

资 产	2009/12/31	2008/12/31	2007/12/31
流动资产：			
货币资金	61,962,332.91	129,875,563.46	39,707,570.27
交易性金融资产		-	20,351,748.00
应收账款	90,779,342.79	59,879,626.04	74,474,128.69
预付款项	30,487,522.54	9,511,755.04	7,108,174.21
其他应收款	55,609,386.03	38,496,805.78	57,798,346.23
存货	7,578,613.05	7,033,563.57	456,404.23
流动资产合计	246,417,197.32	244,797,313.89	199,896,371.63
非流动资产：			
长期股权投资	47,182,597.57	50,286,009.45	29,498,425.14
固定资产	47,061,941.53	32,904,901.06	33,098,775.33
在建工程	212,984.00	9,099,636.66	8,249,407.02
无形资产	28,395,212.07	29,296,370.71	2,617,257.20
长期待摊费用	390,278.53	-	121,500.00
递延所得税资产	1,520,133.07	2,806,150.66	57,312.12
非流动资产合计	124,763,146.77	124,393,068.54	73,642,676.81
资产总计	371,180,344.09	369,190,382.43	273,539,048.44
负债和股东权益	2009/12/31	2008/12/31	2007/12/31
流动负债：			
短期借款		87,000,000.00	20,000,000.00
交易性金融负债	6,205,800.00	15,781,050.00	-
应付票据	100,194,977.79	23,558,614.08	7,853,693.71
应付账款	27,050,788.46	112,326,060.05	82,628,239.72
预收款项	6,146,936.95	2,332,466.45	3,394,198.54
应付职工薪酬	670,314.18	220,215.00	1,337,262.37
应交税费	-31,588,013.75	-13,279,607.18	-4,160,299.67
应付利息	144,875.00	-	-
其他应付款	1,179,624.61	6,666,225.75	6,912,147.39
一年内到期的非流动负债	40,000,000.00	25,000,000.00	-
流动负债合计	150,005,303.24	259,605,024.15	117,965,242.06
非流动负债：			
长期借款	85,000,000.00	-	35,000,000.00
专项应付款		-	193,760.00
递延所得税负债	-	-	3,663,314.64
非流动负债合计	85,000,000.00	-	38,857,074.64
负债合计	235,005,303.24	259,605,024.15	156,822,316.70
所有者权益：			
实收资本	90,000,000.00	90,000,000.00	90,000,000.00

资本公积	2,935,921.02	2,935,921.02	2,935,921.02
盈余公积	6,496,623.12	2,757,654.86	2,757,654.86
未分配利润	36,742,496.71	13,891,782.40	21,023,155.86
所有者权益合计	136,175,040.85	109,585,358.28	116,716,731.74
负债和所有者权益总计	371,180,344.09	369,190,382.43	273,539,048.44

（五）母公司利润表

单位：元

项 目	2009 年度	2008 年度	2007 年度
一、营业收入	1,045,837,252.24	922,239,979.19	858,419,164.47
减：营业成本	924,541,066.61	840,274,323.92	776,558,048.63
营业税金及附加	2,947,765.68	747,219.55	371,357.51
销售费用	37,000,240.64	23,617,980.55	23,872,333.01
管理费用	31,368,947.66	37,121,877.29	37,431,643.75
财务费用	12,561,370.49	-5,995,255.93	10,085,684.48
资产减值损失	6,014,317.68	1,459,797.73	17,171.74
加：公允价值变动收益	9,575,250.00	-36,132,798.00	20,351,748.00
投资收益	-	-	85,530,297.48
二、营业利润	40,978,793.48	-11,118,761.92	115,964,970.83
加：营业外收入	2,605,592.29	1,510,719.66	3,520,315.65
减：营业外支出	169,754.80	602,506.31	1,214,150.41
三、利润总额	43,414,630.97	-10,210,548.57	118,271,136.07
减：所得税费用	6,024,948.40	-3,079,175.11	6,238,549.91
四、净利润	37,389,682.57	-7,131,373.46	112,032,586.16
五、每股收益			
（一）基本每股收益	0.42	-0.08	1.24
（二）稀释每股收益	0.42	-0.08	1.24
六、其他综合收益			
七、综合收益总额	37,389,682.57	-7,131,373.46	112,032,586.16

（六）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	1,025,128,074.46	937,254,411.24	817,281,845.33
收到的税费返还	113,825,530.09	157,952,400.55	122,227,831.19
收到其他与经营活动有关的现金	12,778,024.42	39,564,556.04	30,702,363.76
经营活动现金流入小计	1,151,731,628.97	1,134,771,367.83	970,212,040.28
购买商品、接受劳务支付的现金	1,111,618,782.99	941,325,885.22	965,124,603.70
支付给职工以及为职工支付的现金	24,429,055.11	21,755,018.14	32,189,919.64
支付的各项税费	11,363,947.45	26,128,108.90	6,327,133.53
支付其他与经营活动有关的现金	56,970,286.83	70,375,826.86	36,407,220.30
经营活动现金流出小计	1,204,382,072.38	1,059,584,839.12	1,040,048,877.17
经营活动产生的现金流量净额	-52,650,443.41	75,186,528.71	-69,836,836.89
二、投资活动产生的现金流量：			
收回投资收到的现金	-	-	4,400,000.00
取得投资收益收到的现金	-	-	85,479,896.80
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	159,908.04	577,560.25	2,088,925.48
收到其他与投资活动有关的现金	-	-	23,185,465.86
投资活动现金流入小计	159,908.04	577,560.25	115,154,288.14
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	6,146,700.34	31,508,439.52	5,238,376.21
投资支付的现金	-	22,337,984.99	3,908,965.89
支付其他与投资活动有关的现金	-	-	23,185,465.86
投资活动现金流出小计	6,146,700.34	53,846,424.51	32,332,807.96
投资活动产生的现金流量净额	-5,986,792.30	-53,268,864.26	82,821,480.18
三、筹资活动产生的现金流量：			
取得借款收到的现金	384,607,717.25	152,000,000.00	235,000,000.00
收到其他与筹资活动有关的现金	1,776,657.28	-	3,548,119.90
筹资活动现金流入小计	386,384,374.53	152,000,000.00	238,548,119.90
偿还债务支付的现金	371,570,649.26	95,000,000.00	214,000,000.00
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	16,672,133.27	10,608,516.46	17,649,768.34
支付其他与筹资活动有关的现金	-	3,036,638.44	-
筹资活动现金流出小计	388,242,782.53	108,645,154.90	231,649,768.34
筹资活动产生的现金流量净额	-1,858,408.00	43,354,845.10	6,898,351.56
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	-5,640,929.56	21,858,845.20	-1,987,309.47
五、现金及现金等价物净增加额	-66,136,573.27	87,131,354.75	17,895,685.38
加：期初现金及现金等价物余额	126,053,555.68	38,922,200.93	21,026,515.55
六、期末现金及现金等价物余额	59,916,982.41	126,053,555.68	38,922,200.93

四、报告期内采用的主要会计政策和会计估计

（一）收入确认和计量的具体方法

1、销售商品

公司已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购买方；公司既没有保留与所有权相联系的继续管理权，也没有对已售出的商品实施有效控制；收入的金额能够可靠地计量；相关的经济利益很可能流入企业；相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量时，确认商品销售收入实现。

公司及子公司深圳凯得克、漳州蒙发利、厦门康先均具有进出口经营权，出口销售采用离岸价结算，货物经商检、报关后确认收入。

公司国内销售在客户收货并取得相关签认凭证，开具发票后确认收入。

公司在报告期内一贯执行上述收入确认程序，保持了会计上的一贯性原则。

2、提供劳务

在资产负债表日提供劳务交易的结果能够可靠估计的，采用完工百分比法确认提供劳务收入。按照已收或应收的合同或协议价款确定提供劳务收入总额，但已收或应收的合同或协议价款不公允的除外。

在资产负债表日提供劳务交易结果不能够可靠估计的，按已经发生并预计能够补偿的劳务成本金额确认收入，并将已经发生的成本计入当期损益。

3、让渡资产使用权

与交易相关的经济利益很可能流入企业，收入的金额能够可靠地计量时，按资金使用时间和约定的利率确认利息收入，按协议中约定的时间和计算方法确认使用费收入。

（二）金融资产和金融负债的计量

1、金融工具的分类

管理层按照取得持有金融资产和承担金融负债的目的，将其划分为：以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产或金融负债，包括交易性金融资产或金融负债、应收款项和其他金融负债等。

2、金融工具的确认依据和计量方法

（1）以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产（金融负债）

取得时以公允价值（扣除已宣告但尚未发放的现金股利或已到付息期但尚未领取的债券利息）作为初始确认金额，相关的交易费用计入当期损益。

持有期间将取得的利息或现金股利确认为投资收益，期末将公允价值变动计入当期损益。

处置时，其公允价值与初始入账金额之间的差额确认为投资收益，同时调整公允价值变动损益。

（2）应收款项

公司对外销售商品或提供劳务形成的应收债权，以及公司持有的其他企业的不包括在活跃市场上有报价的债务工具的债权，包括应收票据、应收账款、预付账款、其他应收款等，以向购货方应收的合同或协议价款作为初始确认金额；具有融资性质的，按其现值进行初始确认。

收回或处置时，将取得的价款与该应收款项账面价值之间的差额计入当期损益。

（3）其他金融负债

按其公允价值和相关交易费用之和作为初始确认金额。采用摊余成本进行后续计量。

3、金融资产转移的确认依据和计量方法

公司发生金融资产转移时，如已将金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬转移给转入方，则终止确认该金融资产；如保留了金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，则不终止确认该金融资产。

在判断金融资产转移是否满足上述金融资产终止确认条件时，采用实质重于形式的原则。公司将金融资产转移区分为金融资产整体转移和部分转移。金融资产整体转移满足终止确认条件的，将下列两项金额的差额计入当期损益：

（1）所转移金融资产的账面价值；

（2）因转移而收到的对价。

金融资产部分转移满足终止确认条件的，将所转移金融资产整体的账面价值，在终止确认部分和未终止确认部分之间，按照各自的相对公允价值进行分摊，并将下列两项金额的差额计入当期损益：

（1）终止确认部分的账面价值；

（2）终止确认部分的对价。

金融资产转移不满足终止确认条件的，继续确认该金融资产，所收到的对价确认为一项金融负债。

4、金融负债终止确认条件

金融负债的现时义务全部或部分已经解除的，则终止确认该金融负债或其一部分；本公司若与债权人签定协议，以承担新金融负债方式替换现存金融负债，且新金融负债与现存金融负债的合同条款实质上不同的，则终止确认现存金融负债，并同时确认新金融负债。

对现存金融负债全部或部分合同条款作出实质性修改的，则终止确认现存金融负债或其一部分，同时将修改条款后的金融负债确认为一项新金融负债。

金融负债全部或部分终止确认时，终止确认的金融负债账面价值与支付对价（包括转出的非现金资产或承担的新金融负债）之间的差额，计入当期损益。

本公司若回购部分金融负债的，在回购日按照继续确认部分与终止确认部分的相对公允价值，将该金融负债整体的账面价值进行分配。分配给终止确认部分的账面价值与支付的对价（包括转出的非现金资产或承担的新金融负债）之间的差额，计入当期损益。

5、金融资产和金融负债公允价值的确定方法

本公司采用公允价值计量的金融资产和金融负债全部直接参考期末活跃市场中的报价。

6、应收款项坏账准备的计提方法

（1）单项金额重大的应收款项坏账准备的确认标准、计提方法：

单项金额重大的应收款项坏账准备的确认标准：

①应收款项余额前五名；

②余额超过人民币 1000 万元的应收款项；

单项金额重大的应收款项坏账准备的计提方法：

单独进行减值测试，按预计未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备，计入当期损益。

（2）单项金额不重大但按信用风险特征组合后该组合的风险较大的应收款项坏账准备的确定依据、计提方法：

信用风险特征组合的确定依据：属于特定对象的应收款项（如债务人所在地区处于政治、经济动荡地区；有明确证据表明难以收回等）。

根据信用风险特征组合确定的计提方法：

应收账款余额百分比法，计提的比例为 100%；其他应收款余额百分比法，计提比例为 100%。

（3）账龄分析法

①应收账款

账 龄	提取比例
3 个月以内	0%
3-6 个月	5%
7-12 个月	20%
1-2 年	50%
2 年以上	100%

②其他应收款

账 龄	提取比例
1 年以内	5%
1-2 年	20%
2-3 年	40%
3 年以上	100%

计提坏账准备的说明：公司对于关联方欠款单独进行减值测试。

（三）存货核算方法

1、存货的分类

存货分类为：原材料、库存商品、在产品、委托加工物资、低值易耗品等。

2、存货的计价

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

3、存货跌价准备的计提方法

公司于期末对存货进行全面清查后，按单个存货项目的成本与可变现净值孰低提取或调整存货跌价准备。但对于数量繁多、单价较低的存货，按照存货类别计提存货跌价准备；对于在同一地区生产和销售的产品系列相关、具有相同或类似最终用途或目的，且难以与其他项目分开计量的存货，则合并计提存货跌价准备。可变现净值按正常经营过程中，估计售价减去估计至完工及销售所必须的估计成本费用而确定。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，若持有存货的数量多于销售合同订购数量的，超出部分的存货的可变现净值以一般销售价格为基础计算。

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

（四）长期股权投资核算方法

1、长期股权投资的计价

（1）企业合并形成的长期股权投资，按照下列规定确定其初始投资成本：

①同一控制下的企业合并：

公司以支付现金、转让非现金资产或承担债务方式以及以发行权益性证券作为合并对价的，在合并日按照取得被合并方所有者权益账面价值的份额作为长期股权投资的初始投资成本。长期股权投资初始投资成本与支付的现金、转让的非现金资产或承担债务账面价值以及所发行股份面值总额之间的差额，调整资本公积；资本公积不足冲减的，调整留存收益。

②非同一控制下的企业合并：

公司在购买日为取得对被购买方的控制权而付出的资产、发生或承担的负债以及发行的权益性证券的公允价值作为合并成本。采用吸收合并时，合并成本大于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额，确认为商誉；采用控股合并时，合并成本大于在合并中取得的各项可辨认资产、负债公允价值份额的，不调整长期股权投资初始成本，在编制合并财务报表时将其差额确认为合并资产负债表中的商誉；合并成本小于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额，计入当期损益。为进行控股合并发生的各项直接相关费用计入企业合并成本。

（2）除企业合并形成的长期股权投资以外，其他方式取得的长期股权投资，按照下列规定确定其初始投资成本：

①以支付现金方式取得的长期股权投资，按照实际支付的购买价款作为初始投资成本。

②以发行权益性证券取得的长期股权投资，按照发行权益性证券的公允价值作为初始投资成本。

③投资者投入的长期股权投资，按照投资合同或协议约定的价值（扣除已

宣告但尚未发放的现金股利或利润)作为初始投资成本,但合同或协议约定价值不公允的除外。

④在非货币性资产交换具备商业实质和换入资产或换出资产的公允价值能够可靠计量的前提下,非货币性资产交换换入的长期股权投资以换出资产的公允价值为基础确定其初始投资成本,除非有确凿证据表明换入资产的公允价值更加可靠;不满足上述前提的非货币性资产交换,以换出资产的账面价值和应支付的相关税费作为换入长期股权投资的初始投资成本。

⑤通过债务重组取得的长期股权投资,其初始投资成本按照公允价值为基础确定。

2、后续计量及收益确认

公司对子公司的长期股权投资,采用成本法核算,编制合并财务报表时按照权益法进行调整。

公司对被投资单位不具有共同控制或重大影响,并且在活跃市场中没有报价、公允价值不能可靠计量的长期股权投资,采用成本法核算;对被投资单位具有共同控制或重大影响的长期股权投资,采用权益法核算。

采用成本法核算的,公司确认投资收益,仅限于被投资单位接受投资后产生的累积净利润的分配额,所获得的利润或现金股利超过上述数额的部分作为初始投资成本的收回。

采用权益法核算的,以取得被投资单位股权后发生的净损益为基础,在各会计期末按应分享或应分担的被投资单位实现的净利润或发生的净亏损的份额,确认投资收益,并调整长期股权投资的账面价值。对于被投资单位除净损益以外所有者权益的其他变动,在持股比例不变情况下,调整长期股权投资的账面价值,同时增加或减少资本公积(其他资本公积)。

(五) 固定资产的计价和折旧核算方法

1、固定资产确认条件

固定资产指为生产商品、提供劳务、出租或经营管理而持有,并且使用年限超过一年的有形资产。公司将房屋及建筑物、机器设备、运输设备、电子设备以及其他与生产经营有关的设备确认为固定资产。

2、固定资产的初始计量

固定资产按照实际成本作为初始计量。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。债务重组取得固定资产公允价值与债务账面价值之间的差额，计入当期损益。融资租入的固定资产，按租赁开始日租赁资产公允价值与最低租赁付款额现值两者中较低者作为入账价值。

3、固定资产折旧计提方法

固定资产折旧采用年限平均法分类计提，根据固定资产类别、预计使用年限和预计净残值率确定折旧率。各类固定资产折旧年限和年折旧率如下：

固定资产类别	预计使用年限	净残值率	年折旧率
房屋及建筑物	20	5%	4.75%
机器设备	10	5%	9.5%
运输设备	5	5%	19%
电子设备	5	5%	19%
其他设备	5	5%	19%

（六）在建工程核算方法

1、在建工程类别

在建工程以立项项目分类核算。

2、在建工程结转为固定资产的标准和时点

在建工程项目按建造该项资产达到预定可使用状态前所发生的全部支出，作为固定资产的入账价值。所建造的固定资产在建工程已达到预定可使用状态，但尚未办理竣工决算的，自达到预定可使用状态之日起，根据工程预算、造价或者工程实际成本等，按估计的价值转入固定资产，并按公司固定资产折旧政策计提固定资产的折旧，待办理竣工决算后，再按实际成本调整原来的暂估价值，但不调整原已计提的折旧额。

（七）无形资产核算方法

1、无形资产的计价

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。债务重组取得无形资产的公允价值与债务账面价值之间的差额，计入当期损益。以同一控制下的企业吸收合并方式取得的无形资产按被合并方的账面价值确定其入账价值；以非同一控制下的企业吸收合并方式取得的无形资产按公允价值确定其入账价值。

2、无形资产使用寿命及摊销

使用寿命有限的无形资产，在为企业带来经济利益的期限内按直线法摊销；无法预见无形资产为企业带来经济利益期限的，视为使用寿命不确定的无形资产，不予摊销。公司无形资产摊销原则如下：

类别	摊销年限或剩余使用年限
土地使用权	按 50 年或剩余使用年限孰短原则摊销
软件	5 年

公司在期末对使用寿命有限的无形资产的使用寿命及摊销方法进行复核。

3、研究开发费用支出项目研究阶段支出与开发阶段支出的划分标准：

内部研究开发项目开发阶段的支出，同时满足下列条件的，才能确认为无形资产，其余均确认为费用：

（1）完成该无形资产以使其能够使用或出售在技术上具有可行性；

（2）具有完成该无形资产并使用或出售的意图；

（3）无形资产产生经济利益的方式，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；

（4）有足够的技术、财务资源和其他资源支持，以完成该无形资产的开发，并有能力使用或出售该无形资产；

（5）归属于该无形资产开发阶段的支出能够可靠地计量。

（八）除存货和金融资产外主要资产减值的确认方法

1、长期股权投资

成本法核算的、在活跃市场中没有报价、公允价值不能可靠计量的长期股权投资，其减值损失是根据其账面价值与按类似金融资产当时市场收益率对未来现金流量折现确定的现值之间的差额进行确定。

其他长期股权投资，如果可收回金额的计量结果表明，该长期股权投资的可

收回金额低于其账面价值的，将差额确认为减值损失。

长期股权投资减值损失一经确认，不再转回。

2、固定资产、在建工程、无形资产等长期非金融资产

对于固定资产、在建工程、无形资产等长期非金融资产，公司在每期末判断相关资产是否存在可能发生减值的迹象。

资产存在减值迹象的，估计其可收回金额。可收回金额根据资产的公允价值减去处置费用后的净额与资产预计未来现金流量的现值两者之间较高者确定。

可收回金额的计量结果表明，资产的可收回金额低于其账面价值的，将资产的账面价值减记至可收回金额，减记的金额确认为资产减值损失，计入当期损益，同时计提相应的资产减值准备。

资产减值损失确认后，减值资产的折旧或者摊销费用在未来期间作相应调整，以使该资产在剩余使用寿命内，系统地分摊调整后的资产账面价值（扣除预计净残值）。

固定资产、在建工程、无形资产等长期非金融资产资产减值损失一经确认，在以后会计期间不再转回。

有迹象表明一项资产可能发生减值的，企业以单项资产为基础估计其可收回金额。企业难以对单项资产的可收回金额进行估计的，以该资产所属的资产组为基础确定资产组的可收回金额。

（九）借款费用资本化的依据及方法

1、借款费用资本化的确认原则

借款费用应同时满足资产支出已经发生、借款费用已经发生以及为使资产达到预定可使用状态所必要的购建活动已经开始的条件才允许资本化。除此之外，借款费用确认为当期费用。

2、借款费用资本化金额的计算方法

专门借款的利息费用（扣除尚未动用的借款资金存入银行取得的利息收入或者进行暂时性投资取得的投资收益）及其辅助费用在所购建或者生产的符合资本化条件的资产达到预定可使用或者可销售状态前，予以资本化。

根据累计资产支出超过专门借款部分的资产支出加权平均数乘以所占用一般借款的资本化率，计算确定一般借款应予资本化的利息金额。资本化率根据一般借款加权平均利率计算确定。

借款存在折价或者溢价的，按照实际利率法确定每一会计期间应摊销的折价

或者溢价金额，调整每期利息金额。

（十）外币业务核算方法及外币财务报表的折算方法

1、外币业务核算方法

外币业务采用交易发生当月月初中国人民银行公布的外汇中间价作为折算汇率折合为人民币记账。外币货币性项目余额按资产负债表日即期汇率折合成人民币金额进行调整，以公允价值计量的外币非货币性项目按公允价值确定日的即期汇率折合成人民币金额进行调整。外币专门借款账户期末折算差额，可直接归属于符合资本化条件的资产的购建或者生产的，按规定予以资本化，计入相关资产成本；其余的外币账户折算差额均计入财务费用。不同货币兑换形成的折算差额，均计入财务费用。

2、外币财务报表的折算方法

资产负债表中的资产和负债项目，采用资产负债表日的即期汇率折算，所有者权益项目除“未分配利润”项目外，其他项目采用发生时的即期汇率折算。利润表中的收入和费用项目，采用交易发生日的即期汇率折算。按照上述折算产生的外币财务报表折算差额，在资产负债表中所有者权益项目下单独列示。

（十一）报告期内重要会计政策、会计估计变更和前期会计差错更正情况

1、会计政策变更及其影响

本报告期内公司无会计政策变更。

2、会计估计的变更及其影响

本报告期内公司无会计估计变更。

3、前期会计差错更正

2009 年公司对公司签订的远期结汇合约确认为交易性金融资产，并对以前年度签订的远期结汇合约进行了追溯调整，此事项对 2007 年和 2008 年的财务报表影响如下：

项 目	影响金额	
	2007 年	2008 年
对年初留存收益的影响	-	16,686,767.86
对归属于母公司所有者的净利润的影响	16,686,767.86	-30,100,660.36
对年末留存收益的影响	16,686,767.86	-13,413,892.50
其中：对盈余公积的影响	1,668,843.34	-628,251.90
对未分配利润的影响	15,017,924.52	-12,785,640.60

以上会计差错更正事项的说明详见立信会计师事务所有限公司出具的信会师报字（2010）第 20355 号《关于对厦门蒙发利科技（集团）股份有限公司原始财务报表与申报财务报表差异比较说明的专项审计报告》及其附件。

（十二）主要税项及享受的财政、税收优惠政策

1、增值税

公司、子公司漳州蒙发利、蒙发利电子、深圳凯得克、厦门康先、厦门康城、漳州康城应税产品销售收入均按 17% 的税率计算销项税，并按扣除当期允许抵扣的进项税额后的差额缴纳增值税。出口产品销售收入实行“免、抵、退”政策，按摩器具产品（海关编码为 90191010）的退税率为 17%，公司其他产品退税率分别为 17%、13%、11%、9% 和 5%。子公司蒙发利香港不征收增值税。

2、营业税

公司及其子公司按应税收入的 5% 计缴营业税。

3、企业所得税及税收优惠政策

报告期内，合并范围内各公司实际计缴企业所得税的税率情况如下：

公司名称	2009 年度	2008 年	2007 年
母公司	15%	18%	15%
厦门康先	20%	18%	15%
厦门康城	20%	18%	15%
蒙发利电子	20%	18%	10%
漳州蒙发利	12.5%	12.5%	0%
深圳凯得克	10%	12.5%	7.5%
漳州康城	25%	25%	-
蒙发利（香港）	16.5%	16.5%	17.5%

母公司、厦门康先、厦门康城注册地位于厦门经济特区，2007 年所得税率

按 15% 执行；根据《关于实施企业所得税过渡优惠政策的通知》（国发〔2007〕39 号）的规定，2008 年、2009 年所得税率分别为 18%、20%。由于母公司于 2009 年 3 月 27 日获认定为高新技术企业，2009 年～2011 年依法享受优惠所得税率为 15%。

蒙发利电子是中外合资企业，2007 年度获经厦门市外商投资局批准为外商投资产品出口企业，依法享受优惠所得税率 10%。根据国发〔2007〕39 号文的规定，2008 年、2009 年所得税率分别为 18%、20%。

漳州蒙发利是中外合资企业，经漳州龙池开发区国家税务局池国税发〔2006〕4 号文批准享受“两免三减半”的外资企业所得税优惠政策。2007 年的优惠所得税率为 0%，2008 年～2010 年的优惠所得税率为 12.5%。

深圳凯得克是注册于深圳宝安区的生产性企业，经深国税宝沙减免〔2005〕0056 号《减免税批准通知书》确认享受“两免三减半”的企业所得税优惠政策。2007 年～2009 年的优惠所得税率分别为 7.5%、12.5%、10%。

漳州康城在报告期内未享受过任何税收优惠政策。

发行入业已注销的子公司上海康先、深圳蒙发利在报告期内均未享受过任何税收优惠政策。

五、分部信息

（一）产品类别分部

单位：万元

类别	项目	2009 年度	2008 年度	2007 年度
按摩小电器	收入	78,835.39	79,584.59	83,475.28
	成本	63,562.02	65,532.37	67,397.22
	毛利	15,273.37	14,052.22	16,078.06
按摩居室电器	收入	30,967.87	25,810.44	21,770.90
	成本	24,110.10	20,979.14	17,675.86
	毛利	6,857.78	4,831.30	4,095.04
其他	收入	16,039.94	9,717.88	1,993.64
	成本	12,511.74	8,685.63	1,868.92
	毛利	3,528.21	1,032.25	124.72
合 计	收入	125,843.21	115,112.91	107,239.82
	成本	100,183.86	95,197.14	86,942.00
	毛利	25,659.35	19,915.77	20,297.82

（二）销售目的地分部

单位：万元

地区	项目	2009 年度	2008 年度	2007 年度
北美地区	收入	67,936.38	76,829.00	72,999.45
	成本	55,285.50	63,898.12	59,030.50
	毛利	12,650.88	12,930.88	13,968.95
欧洲地区	收入	30,342.34	13,887.01	8,757.23
	成本	23,598.11	11,592.67	7,180.92
	毛利	6,744.23	2,294.34	1,576.30
东亚地区	收入	15,701.12	10,203.62	11,985.16
	成本	12,041.53	8,259.17	9,774.84
	毛利	3,659.59	1,944.45	2,210.32
其他地区	收入	6,704.39	8,838.35	8,261.72
	成本	5,271.37	7,190.41	6,740.07
	毛利	1,433.01	1,647.94	1,521.65
外销小计	收入	120,684.22	109,757.97	102,003.55
	成本	96,196.51	90,940.36	82,726.32
	毛利	24,487.71	18,817.6	19,277.23
国内销售	收入	5,158.98	5,354.94	5,236.26
	成本	3,987.34	4,256.78	4,215.67
	毛利	1,171.64	1,098.15	1,020.59
合 计	收入	125,843.21	115,112.91	107,239.82
	成本	100,183.86	95,197.14	86,942.00
	毛利	25,659.35	19,915.77	20,297.82

六、非经常性损益

报告期内，公司非经常性损益发生额情况如下：

单位：万元

项 目（收益+/损失-）	2009 年度	2008 年度	2007 年度
非流动资产处置损益	-0.25	-8.52	-22.43
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）	260.15	146.89	172.57
企业取得子公司、联营企业及合营企业的投资成本小于取得投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值产生的收益			328.52
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	957.53	-3,613.11	2,035.01
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	84.53	-40.35	200.1
其他符合非经常性损益定义的损益项目			
所得税影响数	-183.42	573.73	-413.84
少数股东损益的影响数（税后）		-5.34	-344.03
以上合计：			
归属于公司普通股股东的非经常性损益	1,118.54	-2,946.70	1,955.90
归属于公司普通股股东的净利润	9,397.01	4,602.43	8,817.54
扣除非经常性损益后 归属于公司普通股股东的净利润	8,278.47	7,549.14	6,861.63

七、最近一期末主要资产

（一）固定资产

截至 2009 年 12 月 31 日，公司固定资产的具体情况如下表：

单位：万元

固定资产类别	原 值	折旧年限	减值准备	净 值
房屋及建筑物	10,703.06	20	-	9,141.78
机器设备	4,428.34	10	-	3,067.10
运输设备	1,292.32	5	-	517.45
电子设备	1,107.95	5	-	559.64
其他	454.37	5	-	244.85
合 计	17,986.05	-	-	13,530.81

截至 2009 年 12 月 31 日，用于抵押的房屋建筑物原值为 6,134.81 万元，净值为 5,273.30 万元。

（二）在建工程

截至 2009 年 12 月 31 日，公司在建工程账面价值为 374.29 万元。其中，同安厂区工程和漳州厂区工程合计 352.99 万元。

截至 2009 年 12 月 31 日，公司在建工程不存在减值的情况。

（三）无形资产

截至 2009 年 12 月 31 日，公司无形资产具体情况如下：

单位：万元

项 目	摊销期限	取得方式	原始金额	期末摊余价值	剩余摊销年限
土地使用权	50 年	出让	5,843.11	5,616.79	43.33~48.17
计算机软件	5 年	购买	214.64	63.74	0.25~8.50
合 计	-	-	6,057.76	5,680.52	-

截至 2009 年 12 月 31 日，用于抵押的土地使用权原始金额为 3,308.46 万元，摊余价值为 3,150.46 万元。本公司期末无形资产不存在可收回金额低于账面价值的情况，未计提减值准备。

八、最近一期末主要债项

截至 2009 年 12 月 31 日，公司的负债情况合计为 57,408.07 万元，主要包括短期借款、应付票据、应付账款、预收账款、应付职工薪酬、应交税费和长期借款等，其中银行借款、应付票据和应付账款占全部负债比例为 99.70%。

（一）一年内到期的非流动负债

截至 2009 年 12 月 31 日，公司一年内到期的非流动负债为向中国进出口银行上海分行借入的抵押借款[注]4,000.00 万元。

注：抵押借款具体描述参见本节“十一、财务报表附注中的期后事项、或有事项、承诺事项及其他重要事项”之“（二）承诺事项”之“2、其他重大财务承诺事项”。

（二）长期借款

单位：万元

借款银行	借款条件	金额	借款期限
中国农业银行厦门莲前支行	信用借款	4,000.00	2009.9.25-2012.9.24
中国进出口银行上海分行	抵押借款[注]	4,500.00	2009.10.30-2011.10.22
合 计		8,500.00	

注：抵押借款具体描述参见本节“十一、财务报表附注中的期后事项、或有事项、承诺事项及其他重要事项”之“（二）承诺事项”之“2、其他重大财务承诺事项”。

（三）应付账款

单位：元

账 龄	2009 年 12 月 31 日
1 年以内	344,403,110.13
1-2 年	2,194,473.37
2-3 年	587,549.77
合 计	347,185,133.27

截至 2009 年 12 月 31 日，应付账款期末余额中无欠持本公司 5%以上（含 5%）表决权股份的股东款项。

（四）对内部人员和关联方的负债

截至 2009 年 12 月 31 日，公司对内部人员的负债主要为应付职工薪酬，具体情况如下：

单位：元

项 目	账面余额
工资、奖金、津贴和补贴	11,248,281.40
职工福利费	-
社会保险费	866,268.01
工会经费和职工教育经费	6,312.00
合 计	12,120,861.41

报告期内，公司无对内部人员提供的非货币性福利。截至 2009 年 12 月 31 日，应付职工薪酬余额中无属于拖欠性质的工资。

截至 2009 年 12 月 31 日，公司无对其他关联方的负债。

九、所有者权益变动情况

报告期内，公司所有者权益变动情况如下：

单位：万元

所有者权益	2009/12/31	2008/12/31	2007/12/31
股本	9,000.00	9,000.00	9,000.00
资本公积	1,391.24	1,391.24	1,139.70
盈余公积	649.66	275.77	275.77
未分配利润	19,015.92	11,072.81	6,470.37
外币报表折算差额	14.14	9.57	
归属于母公司股东权益合计	30,070.96	21,749.38	16,885.84
少数股东权益	0.00		1,685.81
股东权益合计	30,070.96	21,749.38	18,571.65

1、2007 年度资本公积变动

2007 年度股本溢价共计增加 1,092.61 万元，主要包括：①公司以 2007 年 9 月 30 日为基准日的净资产整体变更设立股份有限公司，公司 2007 年 9 月 30 日的净资产 92,935,921.02 元，其中 90,000,000 元折为股本，未计入股本部分的 2,935,921.02 元计入资本公积。②公司购买深圳凯得克、漳州蒙发利、蒙发利电子、上海康先等子公司的少数股东股权，支付的购买股权款与按照新取得的股权比例计算确定应享有子公司购买日净资产份额之间的差额共计 8,213,700.55 元，形成资本公积。③公司同一控制下合并厦门康先，支付的股权款与合并日厦门康先净资产的差额 2,712,362.60 元形成资本公积。

2、2008 年度资本公积变动

报告期内，2008 年度股本溢价增加 251.54 万元，为公司全资子公司蒙发利香港购买子公司漳州蒙发利、蒙发利电子的少数股东股权，支付的购买股权款与按照新取得的股权比例计算确定应享有子公司购买日净资产份额之间的差额合计 2,515,364.84 元形成资本公积。

十、现金流量情况

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	14,780.08	7,868.23	12,617.40
投资活动产生的现金流量净额	-2,059.99	-6,669.24	-5,175.37
筹资活动产生的现金流量净额	-208.49	2,745.97	425.74
汇率变动对现金的影响	-564.09	2,165.41	-201.56
现金及现金等价物净增加额	11,947.51	6,110.38	7,666.21

报告期内，公司不存在不涉及现金收支的重大投资和筹资活动。

十一、财务报表附注中的期后事项、或有事项、承诺事项及其他重要事项

（一）或有事项

1、2009 年 12 月 30 日，公司与中国建设银行股份有限公司厦门市分行签订《出具保函协议》，约定由后者出具业主工程款支付保函，对厦门蒙发利电子有限公司与福建大舟建筑工程有限公司签订的 MFL-电子（2009）第 105 号(建设工程施工合同)及 MFL-电子（2009）第 105 号-1(厦门蒙发利电子有限公司厂房及配套工程建设工程施工合同补充协议)承担不可撤销连带责任保证；并由公司承担全部责任。该保函金额为 3,911,522.88 元，保函敞口为 35,203,705.92 元，保证期间为 2009 年 12 月 30 日至 2010 年 12 月 30 日。

2、国家知识产权局专利复审委员会曾于 2009 年 4 月 1 日出具《无效宣告请求审查决定书》（第 13120 号），根据厦门康城东莞分公司提出的无效宣告请求，宣告敏华荣家具(深圳)有限公司持有的专利号为 ZL200730170517.6 的外观设计专利无效。

因敏华荣家具(深圳)有限公司对国家知识产权局专利复审委员会提起行政诉讼，北京市第一中级人民法院于 2009 年 12 月 17 日作出（2009）一中行初字第 1175 号行政判决书，撤销国家知识产权局专利复审委员会作出的第 13120 号无效宣告请求审查决定。厦门康城东莞分公司为该行政诉讼中的第三人。

2010 年 1 月 21 日，厦门康城东莞分公司向北京市高级人民法院提出上诉，请求撤销一审（2009）一中行初字第 1175 号行政判决书，被上诉人为国家知识产权局专利复审委员会，敏华荣家具(深圳)有限公司列原审原告。

3、截止 2009 年 12 月 31 日公司无未决诉讼或仲裁形成的或有负债。

4、截至 2009 年 12 月 31 日，公司无为关联方及其他单位提供债务担保形成的或有负债。

（二）承诺事项

1、已签订的正在或准备履行的大额发包合同及财务影响。

2009 年 12 月，厦门蒙发利电子有限公司与福建大舟建筑工程有限公司分别签订厦门蒙发利电子有限公司厂房及配套工程的《建设工程施工合同》及补充协议，工程总造价为 39,115,228.80 元。目前该工程已进入施工阶段。截止 2009 年 12 月 31 日蒙发利电子有限公司已累计支付 214.32 万元工程配套款项。

2、其他重大财务承诺事项

截止 2009 年 12 月 31 日，公司向中国进出口银行上海分行的贷款 8500 万元系以公司拥有及子公司拥有的房产与土地使用权作为抵押，具体情况如下：

单位：平方米、人民币元

房屋产权证号	建筑面积	土地面积	原值	截止 2009 年 12 月 31 日 账面价值
厦国土房证第 00649968 号	10,290.42	4,763.14	42,810,978.45	41,544,821.17
发行人拥有，座落于思明区前埔路 168 号				
龙房权证字第 20084280 号、第 20084281 号、第 20084279 号； 龙国用（2009 角字）第 GC0009 号、 第 GC0010 号、第 GC0011 号	49,632.28	57,780	51,621,767.87	42,692,793.69
子公司漳州蒙发利拥有，座落于漳州角美龙池开发区				

（三）资产负债表日后事项

截至本招股说明书签署之日，公司无需披露的资产负债表日后事项。

（四）其他重要事项说明

1、以公允价值计量的资产和负债

金额单位：折合人民币万元

项目	2009 年 1 月 1 日	本期公允价值变动 损益	累计公允 价值变动	本期计提 的减值	2009 年 12 月 31 日
交易性金融资产（远期 外汇合约）					
金融资产小计					
交易性金融负债(远期 外汇合约)	1,578.11	957.53			620.58
金融负债小计	1,578.11	957.53			620.58
项目	2008 年 1 月 1 日	本期公允价值变动 损益	累计公允 价值变动	本期计提 的减值	2008 年 12 月 31 日
交易性金融资产（远期 外汇合约）	2,035.17	-2,035.17			
金融资产小计	2,035.17	-2,035.17			
交易性金融负债(远期 外汇合约)	0.17	-1,577.94			1,578.11
金融负债小计	0.17	-1,577.94			1,578.11
项目	2007 年 1 月 1 日	本期公允价值变动 损益	累计公允 价值变动	本期计提 的减值	2007 年 12 月 31 日
交易性金融资产（远期 外汇合约）		2,035.17			2,035.17
金融资产小计		2,035.17			2,035.17
交易性金融负债(远期 外汇合约)		-0.17			0.17
金融负债小计		-0.17			0.17

2、企业合并

报告期内公司通过同一控制下合并取得子公司厦门康先电子科技有限公司。

（1）“同一控制下企业合并”的判断依据

参与合并的企业在合并前后均受同一方或相同的多方最终控制且该控制并非暂时性的，为同一控制下的企业合并。

（2）同一控制的实际控制人

厦门康先电子科技有限公司是通过同一控制下的企业合并取得的子公司，同一控制的实际控制人为一致行动股东邹剑寒和李五令。

（3）本报告期发生的同一控制下企业合并

厦门康先电子科技有限公司

①参与合并企业的基本情况：厦门康先电子科技有限公司于 2000 年 6 月 26 日成立，取得厦门市工商行政管理局颁发的注册号为 3502001006314 的《企业法

人营业执照》：住所厦门市思明区东浦路 22 号综合楼二楼（经营场所思明区龙山东路 18 号西楼一层）；法定代表人邹剑寒；注册资本人民币叁佰万元整；营业期限自 2000 年 6 月 26 日至 2020 年 6 月 25 日。

②合并日的确定依据：截止 2007 年 9 月 30 日，股权转让协议已经公司股东会通过，工商登记变更手续已经办理完毕，购买价款已经全部支付，公司实际上已经控制了厦门康先电子科技有限公司的财务和经营政策。

③合并对价

公司共计支付 11,940,134.30 元现金(其中 9,904,622.35 元为支付的已宣告发放但尚未实际支付的股利)，取得厦门康先电子科技有限公司的 100%股权。截止 2007 年 9 月 30 日被合并方的股东权益账面价值为 4,747,874.55 元，支付对价款与被合并方股东权益账面价值的差额 2,712,362.60 元调整资本公积（股本溢价）

④被合并方的资产、负债在会计前期资产负债表日及合并日的账面价值

根据《企业会计准则第 20 号—企业合并》的规定，公司已将厦门康先电子科技有限公司 2007 年度的期初数纳入合并会计报表。

厦门康先电子科技有限公司的资产、负债在 2006 年 12 月 31 日及 2007 年 9 月 30 日的账面价值如下表所示：

单位：人民币元

项 目	2007 年 9 月 30 日	2006 年 12 月 31 日
流动资产	56,114,221.87	33,389,276.46
固定资产	1,916,971.25	1,077,018.01
长期待摊费用	339,144.76	---
递延所得税资产	59,611.95	41,952.65
流动负债	53,682,075.28	23,140,935.01
股东权益	4,747,874.55	11,367,312.11

⑤被合并方自合并本期期初至合并日的收入、净利润、现金流量等情况：

购买子公司名称	合并日	期初至合并日收入、净利润、现金流量等情况		
		营业收入	净利润	现金流量
厦门康先电子科技有限公司	2007 年 9 月 30 日	51,900,776.21	3,285,184.78	1,868,503.05

十二、重要财务指标

（一）近三年主要财务指标

项 目	2009/ 12/31 2009 年度	2008/ 12/31 2008 年度	2007/ 12/31 2007 年度
流动比率	1.38	1.06	1.19
速动比率	1.06	0.76	0.82
资产负债率（母公司）	63.31%	70.32%	57.33%
应收账款周转率	11.73	14.09	13.45
存货周转率	7.10	7.40	8.01
息税折旧摊销前利润（万元）	13,242.92	8,195.25	14,067.33
利息保障倍数	18.34	6.19	18.93
每股经营活动的净现金流量（元）	1.64	0.87	1.40
每股净现金流量	1.33	0.68	0.85
无形资产（不含土地使用权）占净资产的比例（%）	0.21	0.47	0.50

注：上述财务指标的计算方法如下：

流动比率=流动资产/流动负债

速动比率=速动资产/流动负债

资产负债率=总负债/总资产（以母公司财务数据为计算依据）

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=利润总额+利息费用+折旧+摊销

利息保障倍数=（利润总额+利息费用）/利息费用

每股经营活动的净现金流量=经营活动产生的现金流量净额/期末股本总额

每股净现金流量=现金流量净额/期末股本总额

无形资产(不含土地使用权)占净资产的比例=无形资产(不含土地使用权)/公司股东权益

（二）净资产收益率和每股收益

根据中国证监会《公开发行证券的公司信息披露编报规则第9号—净资产收益率和每股收益的计算及披露》（2010年修订）的规定，公司近三年的净资产收益率和每股收益情况如下：

项目	年度	加权平均 净资产收益率	每股收益（元）	
			基本 每股收益	稀释 每股收益
归属于公司普通股股东的净利润	2009 年度	35.53%	1.04	1.04
	2008 年度	25.99%	0.51	0.51
	2007 年度	57.65%	0.98	0.98
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	31.30%	0.92	0.92
	2008 年度	42.63%	0.84	0.84
	2007 年度	44.86%	0.76	0.76

注：上述指标的计算公式如下：

(1)加权平均净资产收益率

加权平均净资产收益率

$$= P / (E_0 + NP \div 2 + E_i * M_i \div M_0 - E_j * M_j \div M_0 \pm E_k * M_k \div M_0)$$

其中：P 分别对应于归属于公司普通股股东的净利润、扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润；NP 为归属于公司普通股股东的净利润； E_0 为归属于公司普通股股东的期初净资产； E_i 为报告期发行新股或债转股等新增的、归属于公司普通股股东的净资产； E_j 为报告期回购或现金分红等减少的、归属于公司普通股股东的净资产； M_0 为报告期月份数； M_i 为新增净资产下一月份起至报告期期末的月份数； M_j 为减少净资产下一月份起至报告期期末的月份数； E_k 为因其他交易或事项引起的净资产增减变动； M_k 为发生其他净资产增减变动下一月份起至报告期期末的月份数。

(2)基本每股收益

基本每股收益= $P \div S$

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

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

(3)稀释每股收益

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

其中，P 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润。

本公司不存在稀释性潜在普通股。

十三、历次资产评估情况

1、2007 年 11 月 7 日，具有从事证券业务资产评估资格的福州联合资产评估有限责任公司接受蒙发利集团的委托对其截止 2007 年 9 月 30 日的净资产进行了评估并出具了(2007)榕联评字第 267 号《资产评估报告》。

2、2009 年 9 月 30 日，具有从事证券业务资产评估资格的上海银信汇业资产评估有限公司出具沪银信汇业评字（2009）第 A146 号《部分资产评估报告》，对 1999 年 9 月增资时有限公司与股东邹剑寒和李五令的往来款进行评估。

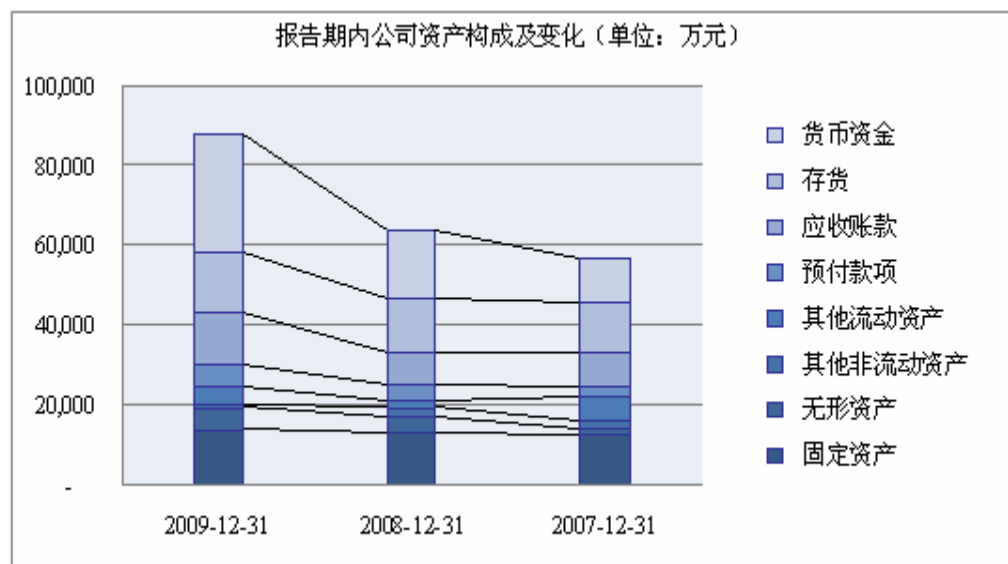
十四、历次验资情况

发行人历次股本变化的验资情况详见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“四、发行人历次验资情况”。

第十节 管理层讨论与分析

一、财务状况分析

(一) 资产结构分析



报告期内，公司资产构成情况如下：

单位：万元

资产	2009/12/31		2008/12/31		2007/12/31	
	金额	占比%	金额	占比%	金额	占比%
流动资产	67,289.30	76.92	44,964.92	70.29	40,802.94	72.03
非流动资产	20,189.72	23.08	19,008.59	29.71	15,843.77	27.97
资产总计	87,479.03	100	63,973.51	100	56,646.71	100
较上期增长	36.74%		12.93%		-	

报告期内，公司生产规模逐步增长，公司资产规模的增长匹配了业务经营的需要。其中，2008 年末较 2007 年末公司总资产的增长幅度为 12.93%；2009 年末较 2008 年末公司总资产增长 36.74%，涨幅较大的原因主要是公司经营状况及回款情况良好，流动资产总额增长较快，年末货币资金、应收账款合计数较上年末增加 16,828.42 万元。

1、货币资金

2009 年末，公司货币资金余额为 29,431.86 万元。

单位：万元

项 目	2009/12/31	2008/12/31	2007/12/31
货币资金	29,431.86	17,662.02	11,247.98
比上年度增加	66.64%	57.02%	-
占流动资产比例	43.74%	39.28%	27.57%

2008 年末货币资金余额较 2007 年末增加 6,414.04 万元，主要原因是公司为应对全球金融危机的冲击，充分储备材料采购资金，加大了现金储备。2008 年末银行贷款余额较上年末增加 5,700 万元。

2009 年末，货币资金余额较上年末增加 11,769.84 万元，主要原因是公司 2009 年第四季度较 2008 年第四季度主营业务收入增长 13,451.32 万元，相应增大了第四季度的现金回款规模。在业务规模扩大的同时，供应商信用规模相应增大，2009 年末应付票据、应付账款合计数较上年末增长 15,882.10 万元。

2、应收账款

2007 年末、2008 年末和 2009 年末，公司应收账款净额占同期流动资产的比例分别为 20.08%、17.87%和 19.46%，基本保持稳定。

(1) 应收账款主要来源于最近 3 个月的业务

公司是本行业全球最大的专业制造服务商，主要为全球经济较为发达地区的健康品牌商供应按摩器具产品。公司主要通过 PRMS 模式，与品牌商共同制订产品及市场决策，利用公司拥有覆盖零售区间 9.99 美元~3999 美元的本行业最齐全的产品系列，协助客户深入发掘最终消费者需求，成为所在区域市场的领导者，并逐渐成为公司年供货量达到 500 万美元规模的核心客户之一。

由于本公司主要目标客户群均为所在区域市场的主要健康品牌商，资信良好且与公司长期合作，公司通常给予客户 1 个月~3 个月的信用期。报告期内，各期末应收账款规模与最近 3 个月的主营业务收入比较如下：

单位：万元

项 目		2009/12/31	2008/12/31	2007/12/31
应收账款（余额）		13,331.67	8,116.92	8,223.12
3 个月内应收 账款	金额	11,828.23	7,239.24	7,863.50
	占比	88.72%	89.19%	95.63%
项 目		2009 年第 4 季	2008 年第 4 季	2007 年第 4 季
最近 3 个月主营业务收入		42,615.69	29,164.37	35,858.15
应收账款（余额）/ 最近 3 个月主营业务收入		31.28%	27.83%	22.93%

报告期内，各期末 3 个月内应收账款占最近 3 个月主营业务收入比例，均在 30%左右。公司 2009 年第四季度较 2008 年第四季度主营业务收入增长 13,451.32 万元，相应的，2009 年末应收账款余额较 2008 年末增长 5,214.75 万元。以上数据显示公司信用政策保持了一贯性，执行情况良好。

报告期内，各期末 3 个月内应收账款占全部应收账款的比例均在 90%左右，显示公司应收账款周转情况良好。

报告期内各年经营活动产生的现金流量净额与各年末营运资金需求情况如下：

单位：万元

项 目	2009 年末	2008 年末	2007 年末
应收账款	13,093.40	8,034.82	8,193.86
预付款项	5,586.60	4,433.64	2,694.29
存货	15,249.23	12,964.59	12,752.52
应付账款	34,718.51	26,500.05	28,035.47
应付票据	10,019.50	2,355.86	785.37
营运资金需求	-10,808.79	-3,422.86	-5,180.16
项 目	2009 年度	2008 年度	2007 年度
经营活动产生的现金流量净额	14,780.08	7,868.23	12,617.40

【注】营运资金需求=应收账款+预付款项+存货-应付账款-应付票据

由于公司业务特点，每年交货期集中在 8 月~10 月，回款主要集中在第 4 季度；相应地，公司每年 9 月末的营运资金需求相对较大，每年末的营运资金需求均为负数。因此，公司报告期内各年经营活动产生的现金流量净额均大于同期净利润，主营业务获取现金能力突出，盈利质量良好。

2009 年末，影响公司营运资金需求的主要科目余额均较上年末增加的主要原因是受到欧美地区圣诞节销售情况良好的影响，公司 2009 年第四季度主营业务收入较 2008 年第四季度增长 13,451.32 万元，相关应收应付科目余额相应增大。

公司及子公司深圳凯得克、漳州蒙发利、厦门康先均具有进出口经营权，出口销售采用离岸价结算，货物经商检、报关后确认收入。公司国内销售在客户收货并取得相关签认凭证，开具发票后确认收入。公司在报告期内一贯执行上述收入确认程序，保持了会计上的一贯性原则。

发行人会计师认为：“通过对审计底稿的重新复核，公司报告期内收入确认

的条件及方法统一、一贯，不存在重大异常。公司不存在 2009 年度提前确认收入的情况。”

保荐机构认为：“发行人在报告期内保持了收入确认政策的一贯性，2009 年末的应收账款余额、2009 年度经营活动产生的现金流量净额均符合其业务特点，未发现重大异常；经会计师重新复核审计底稿亦未发现重大异常。因此，发行人不存在 2009 年度提前确认收入的情况。”

(2) 应收账款质量良好，坏账准备计提充分

2009 年末，公司应收账款情况（如下表）

单位：万元

账龄	应收账款余额	占总额比例(%)	坏账准备	应收账款净额
3 个月内	11,828.23	88.72%	-	11,828.23
4-12 个月	1,174.26	8.81%	60.96	1,113.30
1 年以上	329.17	2.47%	177.31	151.86
合 计	13,331.67	100.00%	238.27	13,093.40

公司应收账款主要是给予 HOMEDICS、HOT、OGAWA 等本行业区域领导品牌商，双方长期合作，信用良好，实际发生坏账的可能性很小。

2009 年末，应收账款余额前五名客户情况（如下表）

单位：万元

客户名称	金额	账龄	占应收账款总额的比例
HOMEDICS,INC（美国）	3,560.85	三个月内	26.71%
Belkin corporation（美国）	1,797.50	三个月内	13.48%
Healthy World Lifestyle Sdn. Bhd（马来西亚）	1,679.59	三个月内	12.60%
MEDISANA（德国）	1,077.90	三个月内	8.09%
BERKLINE（美国）	336.21	三个月内	2.52%
合计	8,452.06		63.40%

上述客户的应收账款均由 2009 年第四季度的销售业务形成，账龄均在公司给予的信用期内。截止 2010 年 3 月 30 日，已累计收回 8,423.85 万元，显示应收账款无法收回的风险很小。

为进一步加大支持外贸出口的力度，国务院于 2009 年 5 月 27 日出台了“进一步稳定外需的政策措施”，鼓励企业采用出口信用保险。公司是厦门市首批“出口信保统保试点企业”之一，包括下属子公司在内的所有海外客户资信调查、跟踪评级均由中国出口信用保险公司厦门分公司负责，并由其承保本公司及下属子公司全部自营出口业务形成的应收账款的商业风险、政治风险。

报告期内，公司从未实际发生过坏账损失。2009 年末，3 个月内的应收账款

占全部应收账款 88.72%，1 年以上的应收账款余额为 329.17 万元，占比仅为 2.47%；同时，公司对全部应收账款计提坏账准备 238.27 万元，坏账准备计提充分。

3、存货

2007 年末、2008 年末和 2009 年末，公司存货账面余额占同期流动资产的比例分别为 31.68%、29.24%和 23.03%，呈逐步下降趋势。报告期内，存货的具体结构如下：

单位：万元

项 目	2009/12/31		2008/12/31		2007/12/31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
原材料	5,759.69	37.17%	5,937.15	45.15%	4,692.02	36.29%
在产品	2,593.46	16.74%	2,046.96	15.57%	1,979.41	15.31%
库存商品	6,724.85	43.39%	5,045.75	38.37%	6,017.57	46.55%
其他	419.14	2.70%	119.11	0.91%	239.08	1.85%
合 计	15,497.14	100%	13,148.97	100%	12,928.07	100%

公司主要通过PRMS模式为品牌商提供整体的按摩器具产品解决方案，在产品策划阶段就开始与品牌商共同实施市场调查、共同决策，在研发阶段主动根据目标零售价格合理选择原材料、生产工艺标准，能够较早地掌握产品销售渠道、上市计划等信息。同时，公司建立了规范的供应商认证及考核管理制度，并积累了一批长期合作的优质供应商。根据较为详细的市场需求预测，公司能够协调供应商及时储备产能及供应能力，并在价格适宜的时候向供应商支付10%左右的定金，锁定年度主要用量，实现战略采购与储备，有效控制原材料采购成本。

公司系根据客户下达的订单组织生产，生产周期 1 个月左右。报告期内，公司在产品、库存商品均与客户订单及交期要求保持一致。

4、预付账款

2007 年末、2008 年末和 2009 年末，公司预付账款分别占同期流动资产的比例分别为 6.60%、9.86%和 8.30%；1 年以内的预付账款占全部预付账款比例分别为 99.44%、99.67%和 99.01%。

公司预付账款主要包括预付关键材料供应商的货款、生产及办公用房建设的工程预付款，具体构成如下：

单位：万元

项目	2009/12/31	2008/12/31	2007/12/31
预付采购款	4,535.79	2,361.20	1,783.01
预付工程款	287.48	1,112.89	383.52
其他	763.33	959.55	527.76
预付账款小计	5,586.60	4,433.64	2,694.29

2009 年末，其他项目包括预付水电费、预付检验检疫费、预付防暑降温费等。

2009 年末预付账款余额中无预付公司关联方的款项。

5、其他应收款

2007 年末、2008 年末和 2009 年末，公司其他应收款净额分别占当期流动资产总额的 9.51%、4.16%和 5.84%。

单位：万元

项目	2009/12/31	2008/12/31	2007/12/31
应收出口退税	3,224.64	1,166.17	3,318.52
应收关联方	-	-	-
其他	703.58	703.69	560.59
其他应收款	3,928.22	1,869.86	3,879.12

公司主要通过厦门海关报关出口，是 B 类出口企业。2008 年末应收出口退税金额较上年末大幅下降的主要原因为：厦门国税局调整出口退税周期，出口退税时间由二个月缩短为一个月。

2009 年末其他应收款余额中无应收关联方的款项。

6、固定资产

2009 年末，公司固定资产原值为 17,986.05 万元，较 2007 年初增长 7,720.10 万元，增幅为 75.20 %，主要是建设生产基地新增的生产办公用房、机器设备等。

(1) 生产基地建设是 PRMS 模式带来的战略选择

与西医学的对抗疗法相比较，中医学“治未病”理念及方法更符合人们持续改进身体健康状态的需求。在全球范围，越来越多人开始尝试并逐渐认可按摩方法的保健作用。本行业提供的是传承中医传统保健养生理念的新兴健康产品，除日本市场以外，其他地区市场均在成长阶段，消费者需求尚需被深入发掘。

发行人自成立以来，一直坚持研发创新，长期采用 ODM 模式为品牌商客户提供研发设计、生产制造服务，积累了丰富的产品策划经验。2004 年末，发行

人开始以独特的 PRMS 模式与 HOMEDICS 等具有品牌、渠道优势的区域市场领先的健康品牌商合作，双方强强联合，市场优势地位进一步巩固，实现了共赢。

在采用 PRMS 模式之前，发行人主要采用租赁厂房方式经营，设备配置及生产流程优化受到较大的制约。采用 PRMS 模式以后，发行人与客户共同实施产品策划、决策，在研发阶段能够充分考虑目标零售价格、渠道销售力等因素合理规划生产模式。因此，为提高生产效率，进一步增强生产规模及成本优势，公司自建厂房、购置更高生产效率的生产设备已成为长期发展战略的需要。

报告期内，公司实施了以下重大固定资产投资项目：

单位：万元

项 目	合计	2009 年度	2008 年度	2007 年度
漳州生产基地	2,344.67	1,600.49	360.62	383.56
同安生产基地	4,198.80	189.32	25.00	3,984.48
总部基地	3,587.00	440.00	2,773.16	373.84
其他	-	-	-	-
小计	10,130.47	2,229.81	3,158.78	4,741.88

随着上述固定资产投资逐步完成，公司产能及生产效率得到显著的提升，核心竞争力进一步增强。

子公司漳州蒙发利的生产线由 35 条增加至 90 条，目前产品零售价格区间为 9.99 美元～399.99 美元，涵盖了按摩小电器产品的全部关键零售价位，有利于品牌商充分发掘渠道销售力。同时，子公司蒙发利电子年产能 5 万台按摩椅的生产线，经过持续技改提升，目前产品零售价格区间为 699.99 美元～3999 美元，且以 1999 美元～2999 美元区间产品为主，相对松下、三洋等日系同类产品 2999 美元～6999 美元的零售价格定位，具有显著的性价比优势，已形成产品供不应求的良好发展格局。

2007 年末、2008 年末和 2009 年末，公司非流动资产占归属于母公司股东权益的比例分别为 93.83%、87.40%、67.14%，公司资本性支出明显受制于自身有限的资本实力。随着公司与各区域市场领导品牌商的合作日渐丰富，渠道销售力不断提升，大型按摩居室电器产品占比逐渐提高，对高精度模具加工、复杂五金件加工、高等级检测等先进制造能力的需求快速提升，外部供应能力不足、交期延迟频繁已逐渐成为公司生产效率提升的重要瓶颈，亟需尽快开始建设拥有先进制造能力的按摩居室电器生产基地，以匹配品牌商渠道销售力快速提升的需要。

(2) 固定资产质量分析

报告期末，公司按财务折旧年限计算的固定资产成新度如下：

单位：万元

项 目	2009/12/31			2008/12/31		
	原值	占比	成新度	原值	占比	成新度
房屋建筑物	10,703.06	59.51%	85.41%	9,146.96	57.77%	88.05%
机器设备	4,428.34	24.62%	69.26%	4,103.06	25.91%	75.22%
运输设备	1,292.32	7.19%	40.04%	1,263.57	7.98%	54.89%
电子设备	1,107.95	6.16%	50.51%	970.64	6.13%	62.07%
其他设备	454.37	2.53%	53.89%	349.05	2.20%	57.80%
合 计	17,986.05	100%	75.23%	15,833.28	100%	79.82%

2009 年末，公司固定资产净值为 13,530.81 万元，成新度为 75.23%，成新度较高，不存在减值因素，固定资产质量良好。

7、主要资产减值准备计提情况

(1) 坏账准备

本公司坏账损失的核算采用备抵法，按应收款项期末余额的一定比例提取坏账准备，具体提取比例为：

账龄	3 个月以内	4~6 个月	7~12 个月	1~2 年	2 年以上
应收账款	0%	5%	20%	50%	100%
账龄	1 年以内		1~2 年	2~3 年	3 年以上
其他应收款	5%		20%	40%	100%

报告期内，公司坏账准备计提的具体情况如下：

单位：万元

项 目	2009/12/31	2008/12/31	2007/12/31
坏账准备	377.46	197.97	123.83
其中：应收账款	238.27	82.10	29.26
其他应收款	139.19	115.88	94.56

公司坏账准备计提政策稳健，并且全部应收款项在报告期内未发生过坏账损失。

(2) 存货跌价准备

报告期内，公司除原材料外，库存商品、在建品及其他存货均未发生减值情形。具体情况如下：

单位：万元

项 目	2009/12/31	2008/12/31	2007/12/31
存货跌价准备—原材料	247.91	184.39	175.55
占存货—原材料的比例	4.30%	3.11%	3.74%
占同期主营业务收入比例	0.20%	0.16%	0.16%

公司原材料出现减值情形的主要原因为：公司研发能力较强，报告期内的新产品贡献收入一直占同期主营业务收入的 50%左右。虽然公司在研发阶段注重选用通用材料并统一规格，但是仍然可能出现部份库存原材料不再适用于新产品生产需要的情形。各期末，公司均在全面盘点库存的基础上，针对呆滞原材料全额计提了存货跌价准备。报告期内，公司各期末存货跌价准备余额占同期主营业务收入比例最高仅为 0.20%，显示公司原材料采购质量良好。

（3）长期股权投资减值准备

报告期内，公司计提、核销长期投资减值准备如下：

①公司参股企业惠州傲力，由于联营各方产生分歧，自 2008 年初已停止正常生产经营，目前正在办理清算注销事宜。由于清算可回收金额存在较大的不确定性，基于谨慎性原则，公司已于 2008 年末按账面余额全额计提了长期股权投资减值准备 155.04 万元。（详见本招股说明书第四节之六之“（四）发行人参股公司基本情况”）

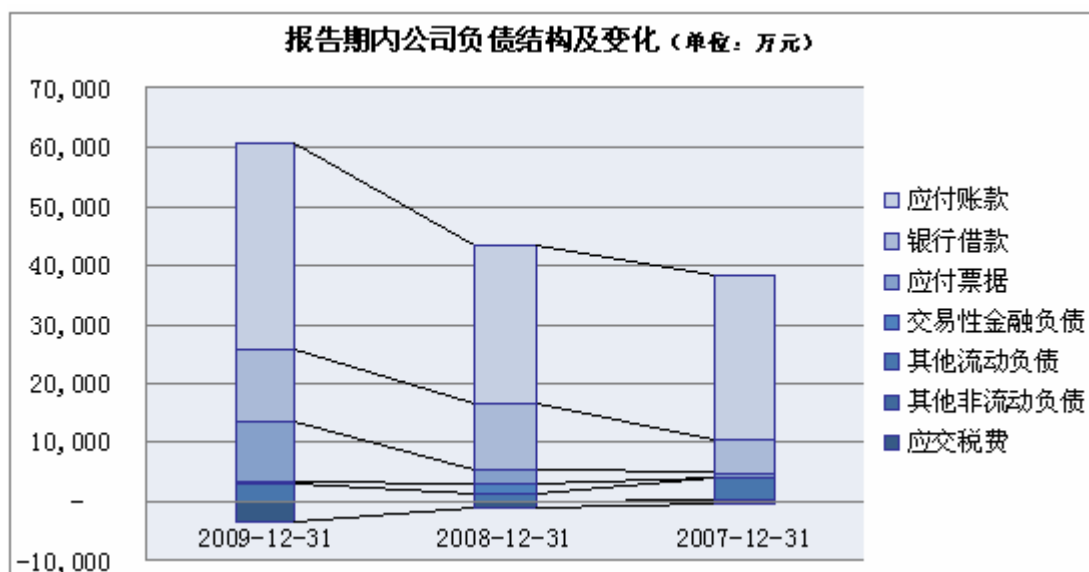
②公司的全资子公司上海康先，由于公司业务整合需要，已依法于 2009 年 10 月 14 日注销。鉴于上海康先 2009 年 9 月末已资不抵债，基于谨慎性原则，公司全额计提了长期投资减值准备 310.34 万元。2009 年 10 月上海康先注销工商登记，公司核销对其的长期股权投资及相应的长期股权投资减值准备。

除前述减值准备以外，公司其他资产均未发生引起减值的情形，均无需计提减值准备。

8、公司管理层对于资产状况的评价

综合以上分析，本公司管理层认为：公司资产整体质量优良，处于良好使用及良好周转状态，资产减值准备计提符合客观实际，减值准备计提足额、合理。

（二）负债结构分析



报告期内，公司负债结构如下：

单位：万元

项 目	2009/12/31		2008/12/31		2007/12/31	
	金额	占比%	金额	占比%	金额	占比%
短期借款（含一年内到期长期借款）	4,000.00	6.97	11,200.00	26.53	2,000.00	5.25
交易性金融负债	620.58	1.08	1,578.11	3.74	0.17	
应付票据	10,019.50	17.45	2,355.86	5.58	785.37	2.06
应付账款	34,718.51	60.48	26,500.05	62.76	28,035.47	73.63
应交税费	-3,276.43	-5.71	-1,008.24	-2.39	-351.70	-0.92
其他流动负债	2,825.90	4.92	1,598.35	3.79	3,720.04	9.77
流动负债小计	48,908.07	85.19	42,224.13	100	34,189.35	89.79
长期借款	8,500.00	14.81	-	-	3,500.00	9.19
其他非流动负债	-	-	-	-	385.71	1.01
非流动负债小计	8,500.00	14.81	-	-	3,885.71	10.21
负债合计	57,408.07	100	42,224.13	100	38,075.06	100

报告期内，公司负债主要为流动负债，并以应付账款、短期借款为主。2007年末、2008年末、2009年末，公司负债总额与同期归属于母公司股东权益的比例分别为 2.25、1.94、1.91，呈现逐渐降低趋势，显示公司财务政策相对稳健。此外，在中国进出口银行、中国农业银行等金融机构的支持下，公司于 2009 年内借入中长期贷款 12,500 万元，进一步改善了负债结构。

1、应付账款及应付票据分析

报告期内，公司应付账款、应付票据情况如下：

单位：万元

项目	2009/12/31		2008/12/31		2007/12/31	
	金额	增长	金额	增长	金额	增长
应付账款	34,718.51	31.01%	26,500.05	-5.48%	28,035.47	-
应付票据	10,019.50	325.30%	2,355.86	199.97%	785.37	-
合计	44,738.01	55.04%	28,855.91	0.12%	28,820.84	-

报告期内，公司应付账款、应付票据均主要为应付供应商的原材料采购款，其中应付票据主要是银行承兑汇票，少量为商业承兑汇票。2009 年末应付票据余额较 2008 年末增长 325.30%，主要原因是公司在生产规模快速增长的同时，较多的采用了票据结算方式；同时，供应商给予了公司更加优惠的信用政策。

公司建立了供应商评审制度，依据品质、实力标准以招标方式选择合格企业作为供应商，并与主要供应商建立了增值共赢的长期合作关系。供应商通常给予公司 3 个月~4 个月的信用期，有力地支持了公司的快速发展。

单位：万元

项目	2009/12/31	2008/12/31	2007/12/31
1、应付账款、应付票据合计	44,738.01	28,855.91	28,820.84
2、最近六个月主营业务收入	96,427.51	71,232.43	83,397.47
3、应付项目占比（=1÷2）	46.40%	40.51%	34.56%

考虑公司原材料成本占同期主营业务收入比重在 70%左右，报告期内公司对供应商的付款信用良好。

2、银行借款

报告期内，公司银行借款情况如下：

单位：万元

项目	2009/12/31	2008/12/31	2007/12/31
短期借款	-	8,700.00	2,000.00
一年内到期的非流动负债	4,000.00	2,500.00	-
长期借款	8,500.00	-	3,500.00
银行借款合计	12,500.00	11,200.00	5,500.00
银行借款占负债比例	21.77%	26.53%	14.45%

报告期内，公司银行借款均为抵押及信用借款，借款信用记录良好，无任何不良记录。2009 年末，公司银行借款多为长期借款，营运资金质量进一步增强。

报告期内，随着漳州蒙发利、蒙发利电子的专业生产基地逐步建成，公司的专业化生产服务能力持续增强。银行借款的持续增加，特别是长期借款的增加，有利于公司夯实营运资金，进一步做大做强业务规模。

3、交易性金融负债

公司外销业务的结算货币基本上是美元。自 2005 年 7 月 21 日国家实施人民币有管理的浮动汇率改革以来，截至 2009 年 12 月 31 日，人民币相对美元累计升值幅度已达到 17.50%。报告期内，公司主要通过与银行签署远期结汇合同，较好地防范了人民币升值风险的冲击（详见本招股说明书第三节之三之“（一）人民币汇率频繁波动导致的经营风险”）。

报告期内，由于持有的尚未交易的外汇远期合约的公允价值波动，对资产、负债及利润影响情况如下：

单位：万元

项目	累计数	2009/12/31	2008/12/31	2007/12/31
交易性金融资产	-	-	-	2,035.17
交易性金融负债	-	620.58	1,578.11	0.17
同期公允价值变动收益	-620.57	957.53	-3,613.11	2,035.01

报告期内，由交易性金融资产或负债变动形成的公允价值损益均已计入非经常性损益。（详见本招股说明书第九节之“六、非经常性损益”）

4、应交税费

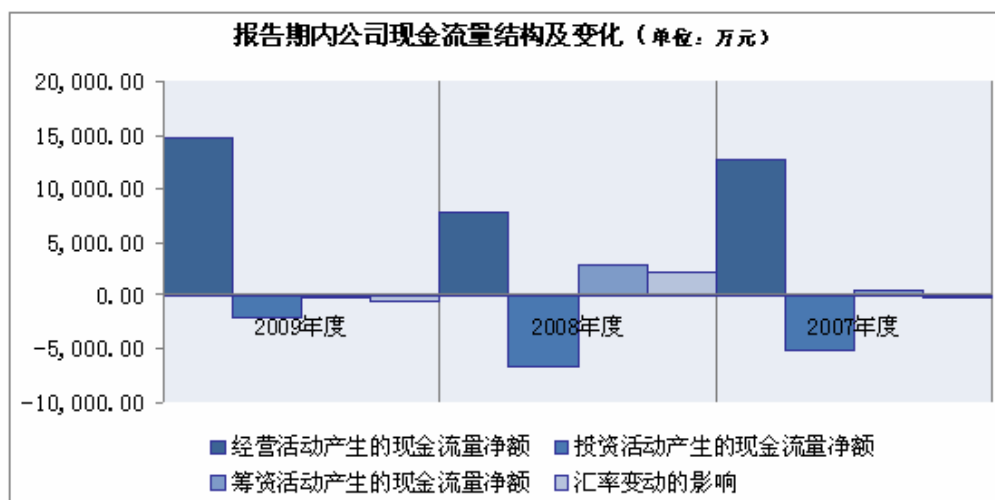
报告期内，应交税费的构成情况如下：

单位：万元

税种	2009/12/31	2008/12/31	2007/12/31
增值税	-3,659.80	-1,398.38	-2,739.51
企业所得税	339.93	362.79	470.81
营业税	-	-	6.10
其他税费	43.44	27.36	1,910.91
合计	-3,276.43	-1,008.24	-351.70

报告期内，公司各期末应交税费余额均为负数，主要原因为：依照国家规定，出口产品销售的增值税享受“免、抵、退”，其中按摩器具产品的退税率一直为 17%。公司业务以外销为主，出口规模一直较大，相对应的原材料采购规模也较大，导致待抵扣的增值税进项税额较大并为负数。2009 年末，公司应交增值税余额较上年末大幅增加，主要是 2009 年第四季度出口收入较上年第四季度增加 12,669.96 万元，相应原材料采购规模增大形成。

（三）现金流量分析



报告期内，公司现金流量构成如下：

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	14,780.08	7,868.23	12,617.40
投资活动产生的现金流量净额	-2,059.99	-6,669.24	-5,175.37
筹资活动产生的现金流量净额	-208.49	2,745.97	425.74
汇率变动的影响	-564.09	2,165.41	-201.56
现金及现金等价物净增加额	11,947.51	6,110.38	7,666.21

2007～2009 年度，公司同期经营活动产生的现金流量净额合计为 35,265.71 万元，归属于母公司所有者的净利润合计为 22,816.98 万元，并且各年度经营活动产生的现金流量净额均大于同期净利润，公司主营业务获取现金能力突出，盈利质量良好。

报告期内，公司投资活动现金流出规模较大，主要包括：（1）收购同一实际控制人持有的子公司少数股权 3,172.90 元、子公司股权 1,194.01 万元；（2）此外均为购买土地，建设厂房建筑物及购买设备等。该等支出均主要通过经营性现金流补足，筹资活动现金流入主要用于补充营运资金。

2007～2009 年度，公司现金及现金等价物净增加额合计为 25,724.10 万元，并且主要来源于经营活动产生的现金流量，显示公司经营良好，财务状况稳健。

（四）偿债能力分析

1、与偿债能力相关的主要财务指标

报告期内，与公司偿债能力相关的主要财务指标如下：

项 目	2009 年末	2008 年末	2007 年末
资产负债率(母公司)	63.31%	70.32%	57.33%
流动比率	1.38	1.06	1.19
速动比率	1.06	0.76	0.82
项 目	2009 年度	2008 年度	2007 年度
息税折旧摊销前利润（万元）	13,242.92	8,195.25	14,067.33
经营活动现金净流量（万元）	14,780.08	7,868.23	12,617.40
利息保障倍数	18.34	6.19	18.93

2、资产负债率分析

根据 2007 年 1 月 1 日起执行的《企业会计准则第 2 号—长期股权投资》第五条规定，投资企业对具有控制权的子公司的长期股权投资，应当采用成本法核算，编制合并财务报表时按照权益法进行调整。公司本次申报报表系严格依照该准则要求编制。

报告期内，公司一直坚持稳健的财务政策，应收款项回收及时，但资产负债率（母公司）水平相对较高，主要原因为：公司根据经营需要，设立了多家主要负责制造环节的子公司，母公司长期股权投资余额（按成本法核算）与公司依照持股比例应享有的子公司所有者权益之间存在较大差异。该项核算口径差异的具体影响如下：

单位：万元

项 目	2009 年末	2008 年末	2007 年末
长期股权投资分别按照权益法、成本法核算形成的差异	16,453.45	10,790.85	5,214.17
资产负债率(母公司)－成本法	63.31%	70.32%	57.33%
资产负债率(母公司)－权益法	43.87%	54.41%	48.15%

参照权益法测算的资产负债率（母公司）指标，公司财务杠杆水平适当，并且在报告期内坚持了财务政策的一贯性。

同时，公司管理层业已采取以下措施减少或降低偿债风险：

（1）公司一贯坚持稳健的业务策略。公司主要与全球经济较为发达地区的领先健康品牌商长期合作，客户群整体资信水平良好。

（2）公司一直坚持谨慎的信用政策，应收账款回款情况良好。同时，为防止全球金融危机对客户财务状况的不利冲击，公司（包括下属子公司）作为厦门市首批“出口信保统保试点企业”之一，2009 年～2010 年的全部外销业务形成的

应收账款的商业风险、政治风险均获中国出口信用保险公司厦门分公司承保，能够最大程度保障货款安全性。

(3) 公司的银行信用记录一直良好。2009 年末，公司拥有包括银行借款、银行承兑汇票在内共 68,100 万元授信额度，其中 44,753 万元尚未使用。

3、流动比率和速动比率分析

公司作为本行业龙头企业，主要为全球经济较为发达地区的领导品牌商提供专业的生产制造服务，并给予客户 1~3 个月信用期，对营运资金需求量较大。由于报告期内公司非流动资产占所有者权益的比重较高，公司营运资金的补充主要源于供应商给予的信用、银行借款。因此，流动比率及速动比率较低符合行业经营特点。

相近行业上市公司流动比率一览			
相近行业公司	2009/12/31	2008/12/31	2007/12/31
海鸥卫浴（2006/11 上市）	1.45	1.10	1.38
信隆实业（2007/01 上市）	1.44	1.28	1.51
歌尔声学（2008/05 上市）	1.29	1.76	0.85
实益达（2007/06 上市）	1.66	1.33	1.87
利欧股份（2007/04 上市）	1.98	1.94	1.90
平均	1.56	1.48	1.50
本公司	1.38	1.06	1.19
相近行业上市公司速动比率一览			
相近行业公司	2009/12/31	2008/12/31	2007/12/31
海鸥卫浴（2006/11 上市）	0.98	0.70	0.92
信隆实业（2007/01 上市）	1.15	1.00	1.21
歌尔声学（2008/05 上市）	1.00	1.38	0.62
实益达（2007/06 上市）	1.27	1.24	1.55
利欧股份（2007/04 上市）	1.22	1.20	1.32
平均	1.12	1.10	1.12
本公司	1.06	0.76	0.82

报告期内，本公司流动比率、速动比率与同样为海外客户提供生产制造服务的相近行业上市公司的平均流动比率、平均速动比率相比较略低；但与上述公司上市前的水平相当。

4、偿债能力分析

公司自成立以来，一直及时足额偿还到期银行借款的本金及利息，银行信用记录良好，获中国进出口银行评定为“A+”，获农行厦门市分行评定为“AAA 级资信企业”，获工行厦门市分行、建行厦门市分行评定为“AA 级资信企业”，银行借

款融资渠道畅通。2009 年末,公司拥有包括银行借款、银行承兑汇票在内共 68,100 万元授信额度,其中 44,753 万元尚未使用。

(1) 报告期内,公司经营状况良好,主营业务收入持续稳定增长,经营活动产生的现金流量净额均大于同期净利润,盈利质量良好。同时,在国家稳定外需的政策支持下,公司作为厦门市首批“出口信保统保试点企业”之一,全部出口业务形成的应收账款的商业风险、政治风险均由中国出口信用保险公司厦门分公司承保,为货款回收提供了最大程度的保障。公司经营活动现金流一直保持良好状态,为偿付到期债务提供了充足的资金保障。

(2) 2007 年度、2008 年度和 2009 年度,公司息税折旧摊销前利润分别为 14,067.33 万元、8,195.25 万元和 13,242.92 万元;利息保障倍数分别为 18.93、6.19 和 18.34,均保持了较高水平,不存在无法偿付银行借款利息的可能。

综合以上分析,本公司管理层认为:公司秉承稳健的财务政策,资产负债率、流动比率、速动比率均与现有的经营规模相适应,负债水平合理,资产流动性较高,盈利质量良好,具有较强的偿债能力。

(五) 资产周转能力分析

报告期内,公司与资产周转能力相关的主要财务指标如下:

财务指标	2009 年度	2008 年度	2007 年度
应收账款周转率(次)	11.73	14.09	13.45
存货周转率(次)	7.10	7.40	8.01
总资产周转率	1.66	1.91	2.19

1、应收账款周转能力分析

公司通常给予客户 1~3 个月的信用期,2007 年~2009 年的年度应收账款周转率相对正常信用期较高的主要原因为:每年 8 月~10 月为公司交货旺季,随着货款及时回收,年末、年初的应收账款远低于 8 月~10 月末的水平。

公司作为本行业龙头企业,主要采用 PRMS 模式,与北美、欧洲、大洋洲及东亚地区的领先健康品牌商共同进行产品决策、营销策划,并根据产品上市及促销计划及时组织生产。优良的客户群体、积极主动的经营策略是公司一直保持较好的应收账款周转水平的主要原因。

2、存货周转能力分析

公司存货主要由原材料、在产品、库存商品构成。公司系根据客户下达的订单组织生产，生产周期 1 个月左右，包括原材料库存在内，公司存货周转天数通常在 45 天左右。

报告期内，一直保持较好的存货周转水平的主要原因为：公司一直根据不同客户的品牌定位和渠道特点进行产品策划与研发设计，每年新产品贡献收入均占同期主营业务收入的 50% 左右，产品适销性良好，相应保持了极低的呆滞率。

3、资产运营效率分析

由于产品卖点突出、品牌商客户的渠道销售力较强，公司的流动资产周转水平一直较好；随着各主要生产基地的效率持续改善，公司非流动资产发挥了较高的使用效率。作为生产型企业，报告期内公司总资产周转率一直在 1.5 次以上，整体资产的运营效率良好。

二、盈利能力分析

报告期内，公司经营成果的变化情况如下：

单位：万元

项 目	2009 年度	2008 年度	2007 年度
营业收入	130,269.18	118,847.22	108,766.60
毛利	25,852.46	20,355.88	20,572.56
营业利润	10,488.67	5,406.15	11,670.57
归属于母公司所有者的净利润	9,397.01	4,602.43	8,817.54
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润	8,278.47	7,549.14	6,861.63

报告期内公司经营业绩保持了稳健增长，营业收入由 2007 年 108,766.60 万元增至 2009 年 130,269.18 万元。公司 2008 年度归属于母公司所有者的净利润较上年度有较大幅度下降，主要原因为：自 2005 年 7 月 21 日至 2009 年 12 月 31 日，人民币相对美元累计升值 17.50%。公司自 2007 年度开始根据经营预算与银行签署远期结汇合同，以防范人民币升值风险；根据谨慎性原则，公司在期末将该等远期结汇合同的公允价值变动确认为当期损益，并归入非经常性损益中。扣除非经常性损益后，归属于母公司所有者的净利润一直保持了增长趋势。

（一）营业收入构成及变动趋势分析

1、营业收入情况

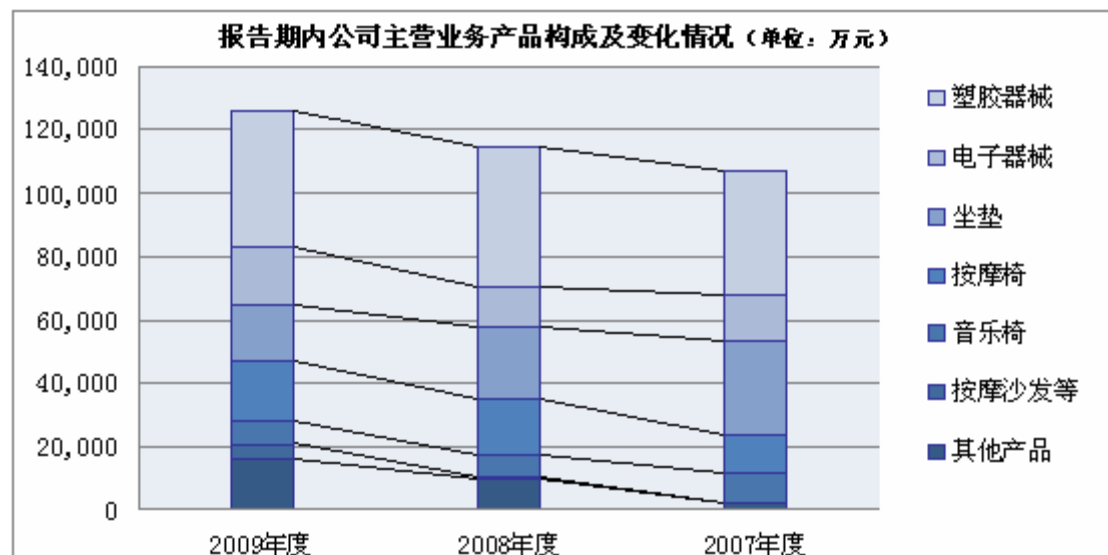
报告期内，公司营业收入构成情况如下：

单位：万元

项 目	2009 年度		2008 年度		2007 年度	
	金额	占比%	金额	占比%	金额	占比%
主营业务收入	125,843.21	96.60	115,112.91	96.86	107,239.82	98.60
其他业务收入	4,425.97	3.40	3,734.30	3.14	1,526.78	1.40
合 计	130,269.18	100	118,847.21	100	108,766.60	100

报告期内，公司主营业务收入占营业收入比例均在 96%以上。自 1996 年公司成立以来，公司一直专注于按摩器具业务。根据中国海关统计数据，2007 年度、2008 年度和 2009 年度，公司按摩器具出口金额（美元数）占全行业出口总额的比例分别为 13.53%、13.72%和 16.56%，一直位居同行业第一。

2、主营业务收入产品结构分析



报告期内，公司主营业务收入按产品分类如下：

单位：万元

产品名称		2009 年度		2008 年度		2007 年度	
		金额	比例%	金额	比例%	金额	比例%
合计		125,843.21	100	115,112.91	100	107,239.82	100
按摩小电器	塑胶器械	42,270.77	33.59	44,432.04	38.60	39,441.37	36.78
	电子器械	18,974.61	15.08	13,007.51	11.30	14,383.36	13.41
	坐垫	17,590.01	13.98	22,145.05	19.24	29,650.55	27.65
	小计	78,835.39	62.65	79,584.59	69.14	83,475.28	77.84
按摩居室电器	按摩椅	18,809.58	14.95	18,573.73	16.14	12,109.31	11.29
	音乐椅	7,500.61	5.96	6,124.54	5.32	9,661.59	9.01
	其他	4,657.69	3.70	1,112.17	0.97	-	-
	小计	30,967.87	24.61	25,810.44	22.42	21,770.90	20.30
其他产品		16,039.94	12.75	9,717.88	8.44	1,993.64	1.86

（1）按摩器具产品收入分析

公司自成立以来一直从事按摩器具产品的研发、制造，产品以外销为主，目前已经形成终端零售价位涵盖 9.99 美元~3999 美元区间，品种上千，能够协助为品牌商建立最具竞争力的产品组合，实现提升品牌商渠道销售力的共赢目标。

依照功能特性不同，公司产品可以分为按摩小电器、按摩居室电器两大类。

①按摩小电器

按摩小电器主要针对人体特定部位实现 1~2 个特定按摩动作，零售价位涵盖 9.99 美元~399.99 美元区间。报告期内，2008 年度受全球金融危机的冲击，公司按摩小电器收入较 2007 年度略有下降，但按美元统计的按摩小电器产品收入一直稳步增长，主要是因为：公司主要采用 PRMS 模式与具有品牌或渠道优势的品牌商合作，能够根据不同客户的品牌定位、渠道特点，持续研发符合消费者需求、性价比优势突出的中高端产品，成为本行业唯一能够提供覆盖全部关键零售价位的全系列按摩小电器制造商。此外，公司一直致力于按摩小电器产品结构的调整，中高端零售价位的产品占比逐年提高，坐垫类低附加值产品的比例则呈下降趋势。报告期内，坐垫产品的销售收入从 2007 年的 29,650.55 万元降低到 2008 年的 22,145.05 万元，2009 年更是降低到 17,590.01 万元，下降总额为 12,060.54 万元。在该战略的影响下按摩小电器 2009 年度收入较 2008 年度略有下降。

报告期内，公司按摩小电器产品的终端零售价位构成如下（按美元统计）：

单位：万美元

按摩小电器产品 终端零售价格区间	2009 年度		2008 年度		2007 年度	
	金额	占比%	金额	占比%	金额	占比%
9.99 美元~49.99 美元	5,661.06	48.94	5,394.84	47.84	6,617.50	60.11
59.99 美元~149.99 美元	3,369.79	29.13	3,617.79	32.08	3,774.36	34.28
169.99 美元~399.99 美元	2,536.59	21.93	2,263.65	20.07	617.95	5.61
收入合计（美元）	11,567.44	100	11,276.28	100	11,009.81	100
收入增长率%（美元）	2.58	-	2.42	-	-	-
收入增长率%（人民币）	-1.23	-	-4.66	-	-	-

【注】由于内销收入规模较小，按各年度平均汇率折为美元一起分析。

按照生产线配置情况，按摩小电器产品可细分为塑胶器械、电子器械、坐垫等三类。由于零售价位 129.99 美元~399.99 美元区间的产品均属于塑胶器械类型，2009 年度塑胶器械收入占按摩小电器收入的比例从 2007 年度的 47.25%增加

至 53.62%。

2007 年度、2008 年度和 2009 年度公司电子器械类产品收入占按摩小电器类产品收入的比例分别为 17.23%、16.34%和 24.07%，除 2008 年受金融危机影响外，该类产品收入增长稳定。

②按摩居室电器

自 1960 年代日本厂商开始生产按摩椅以来，一直将其作为核心产品，零售价格定位高端。公司于 2002 年开始生产按摩椅，并逐渐成为行业内主要制造商之一；以 2009 年推出新品“零重力按摩椅”为标志，公司高端产品品质已达到同行业先进水平，并形成了覆盖零售价位 699.99 美元～3999 美元区间的全系列按摩椅产品。

公司一直与品牌商共同进行深入的市场调研，以研发出合适的产品填补零售价位介于按摩小电器与按摩椅之间的市场缺口。2005 年，公司针对时尚年青人群推出了零售价在 149.99 美元以内的音乐椅产品并取得了成功。随着公司按摩沙发、办公按摩椅、休闲按摩椅产品完成研发，公司业已成为本行业产品类别最多、覆盖关键零售价位最广的按摩居室电器制造商。

报告期内，公司按摩居室电器产品的终端零售价位构成如下（按美元统计）：

单位：万美元

按摩居室电器产品 终端零售价格区间	2009 年度		2008 年度		2007 年度	
	金额	占比%	金额	占比%	金额	占比%
69.99 美元～399.99 美元	1,273.82	28.04	867.78	23.73	1,274.30	44.38
499.99 美元～999 美元	686.47	15.11	243.30	6.65	18.61	0.65
999 美元～1999 美元	1,255.50	27.64	2,175.50	59.49	1,562.97	54.43
2999 美元～3999 美元	1,326.87	29.21	370.48	10.13	15.55	0.54
收入合计（美元）	4,542.66	100	3,657.06	100	2,871.43	100
收入增长率%（美元）	24.22	-	27.36	-	-	-
收入增长率%（人民币）	19.60	-	18.55	-	-	-

【注】由于内销收入规模较小，按各年度平均汇率折为美元一起分析。

报告期内，公司按摩居室电器产品一直保持了较高成长速度，若按美元收入计算，2008 年度、2009 年度按摩居室电器产品收入分别比上年度增长了 27.36%、24.22%。

在按摩椅方面，2009 年零售价位 2999 美元～3999 美元的高端产品收入已占按摩居室产品收入的 29.21%，并且公司该类产品相对主要竞争对手日系厂商定

价 5999 美元~6999 美元的同类产品，在相当部份功能上具有突出优势，竞争力较强，未来将进一步成为公司重要的业务增长来源。

在零售价位 499.99 美元~999 美元区间的产品方面，随着公司按摩沙发、办公按摩椅、休闲按摩椅等创新产品相继上市，能够更好地丰富品牌商的产品组合，未来市场前景良好。

③按摩居室电器产品的客户类型分析

公司主要以 PRMS 模式为具有品牌及渠道优势的健康产品品牌商服务。与通常的 ODM 模式相比，公司能够与品牌商共同进行产品决策、营销策划，有利于品牌商更好地达成营销目标，双方实现共赢中。报告期内，PRMS 客户已经成为公司持续稳定发展的主要推动力。

除对 PRMS 客户、ODM 客户销售外，报告期内公司按摩器具产品亦有以自有品牌“轻松伴侣”、“康城”在国内市场进行小规模销售。

报告期内，公司对 ODM、PRMS 和自有品牌销售情况如下：

单位：万元

客户类型	2009 年度		2008 年度		2007 年度	
	金额	占比%	金额	占比%	金额	占比%
PRMS 客户	83,998.29	76.50	82,967.53	78.72	79,038.81	75.10
ODM 客户	21,147.28	19.26	19,781.17	18.77	22,385.68	21.27
自有品牌销售	4,657.69	4.24	2,646.33	2.51	3,821.69	3.63
按摩器具产品合计	109,803.26	100	105,395.03	100	105,246.17	100
收入增长率%（人民币）	4.18	-	0.14	-	-	-
收入增长率%（美元）	8.21	-	7.58	-	-	-

报告期内，PRMS 客户贡献收入占全部按摩器具产品收入比例一直在 75%以上，且仍逐渐提高。2008 年度、2009 年度 PRMS 客户贡献收入分别较上年度增长 4.97%、1.24%，是公司最主要的业务推动力。

报告期内，虽然 2008 年受到全球金融危机的冲击，在 PRMS 客户持续稳步增长的带动下，公司按摩器具产品收入较上年度微增 0.14%；若按美元计价，则 2008 年度按摩器具产品收入较上年度增长了 7.58%，增长趋势仍然明显。

此外，公司全资子公司厦门康城于 2008 年推出“康城”品牌并在国内发展经销商渠道，标志公司在国内市场品牌经营战略正式开始实施。2009 年 11 月，厦门康城获得公司 PRMS 客户品牌“奥佳华 OGAWA”在国内除六大城市之外的品牌使用权，国内销售渠道的发展速度将进一步加快。未来自有品牌经营将逐渐成为

公司重要的收入增长来源。

(2) 其他产品收入分析

公司每年 8~10 月是按摩小电器产品的交货旺季，漳州蒙发利作为本行业最大的按摩小电器制造基地，产能利用方面存在明显的季节性特点。2007 年及以前，漳州蒙发利主要在生产淡季利用富余车缝设备及人员生产少量的包袋产品。2007 年 3 月，公司成为全球知名电脑周边产品品牌商贝尔金（BELKIN）的电脑包袋产品供应商。通过充分发挥公司的工业设计优势，多款产品获得 BELKIN 认可，2008 年度、2009 年度，BELKIN 贡献收入分别为 7,287.82 万元、8,818.19 万元。电脑包袋产品正在逐渐成为公司重要的收入来源之一，并能够进一步提升公司资产使用效率。

3、主营业务收入区域结构分析

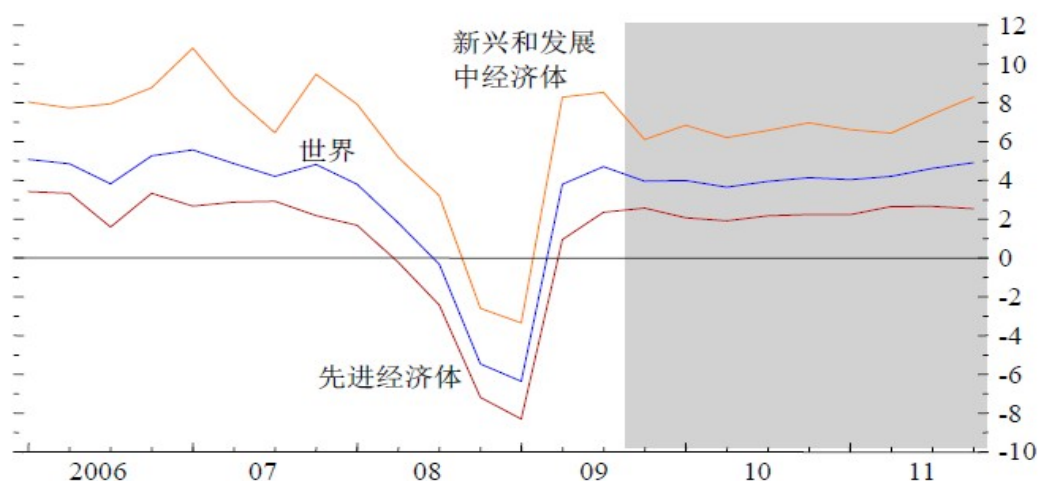
报告期内，公司主营业务收入的外销比例最低为 95.12%，具体分布如下：

单位：万元

销售区域	2009 年度		2008 年度		2007 年度	
	金额	占比%	金额	占比%	金额	占比%
北美地区	67,936.38	53.98	76,829.00	66.74	72,999.45	68.07
欧洲地区	30,342.34	24.11	13,887.01	12.06	8,757.23	8.17
东亚地区	15,701.12	12.48	10,203.62	8.86	11,985.16	11.18
其他地区	6,704.39	5.33	8,838.34	7.68	8,261.72	7.70
外销小计	120,684.22	95.90	109,757.97	95.34	102,003.56	95.12
国内销售	5,158.98	4.10	5,354.94	4.66	5,236.26	4.88
合 计	125,843.21	100	115,112.91	100	107,239.82	100

北美地区是全球最具消费力的市场，也是本公司最重要的市场。受全球金融危机的冲击，2009 年美国、加拿大的经济增长率分别为 -2.5%、-2.6%；2009 年美国零售额下降 2.5%。在包括中国在内的各国政府采取了广泛的公共干预政策努力下，国际货币基金组织 2010 年 1 月期《世界经济展望》指出，“继发生近代历史上最严重的全球衰退之后，经济增长已稳固下来，并在 2009 年下半年延伸到先进经济体。预计 2010 年的世界产出将增长 4%”，全球经济复苏迹象明显。

图 1. 实际 GDP 增长
(百分比, 季度同比, 年率)



图片来源：国际货币基金组织 2010 年 1 月期《世界经济展望》

国际货币基金组织预计 2010 年美国、加拿大的经济增长率分别为 2.7%、2.6%，2011 年的增长率分别为 2.4%、3.6%。受益于经济复苏，消费者信心将逐渐恢复，全美零售商联合会（NRF）于 2010 年 1 月预测，2010 年零售额（不包括汽车、加油站和餐馆的消费）将较上年增长 2.0~2.5%。

2007 年~2009 年中国按摩器具行业对北美市场出口的分季度情况如下：

单位：万美元

季度		1 季度	2 季度	3 季度	4 季度	全年
2007 年	金额	2,786.12	3,918.35	9,466.24	8,569.15	24,739.87
	增长率					
2008 年	金额	3,414.88	4,261.34	8,370.20	5,739.42	21,785.84
	增长率	22.57%	8.75%	-11.58%	-33.02%	-11.94%
2009 年	金额	2,021.67	2,658.30	7,046.19	6,343.44	18,069.60
	增长率	-40.80%	-37.62%	-15.82%	10.52%	-17.06%

数据来源：中国海关统计数据

自 2008 年 9 月以来，受经济不景气影响，北美市场的品牌商、渠道商在按摩器具产品的采购、库存方面均采取了较为保守的经营策略，相应对中国按摩器具出口造成了较大不利影响。2009 年下半年，受益于经济复苏，中国按摩器具行业对北美出口出现有止跌回升趋势。

公司通过与北美市场领先企业 HOMEDICS、LEADERLIGHT、HOT 合作，一直是北美市场最主要的按摩小电器产品供应商。2008 年下半年，面临全球金融危机冲击的不利环境，公司配合客户实施积极的营销措施，并通过与贝尔金合

作生产电脑附件产品，保障了业务持续发展。

2009 年，公司通过推出性价比更优的新产品，加大新客户拓展等措施，继续保持了市场的领先地位。在全行业对北美出口整体下降 17.06%的情况下，公司 2009 年对北美出口总额较 2008 年仅下降了 11.57%。

截止 2010 年 5 月 31 日，公司已接到北美市场 2010 年度订单 4,570.50 万美元，较上年订单金额增加了 166.63%。随着北美经济开始复苏，消费者信心逐渐增强，公司预计 2010 年北美市场业务将恢复增长趋势。

欧洲地区人口总数相当于北美地区的 2 倍，且居民消费能力普遍较强，但包括众多国家，市场渠道较为分散。公司 PRMS 客户 MEDISANA、BEURER、ALPHA、CASADA 等均在局部区域市场拥有领先的品牌或渠道优势；同时，HOMEDICS 自 2008 年开始加大了欧洲市场的拓展力度。2008 年度、2009 年度，公司在欧洲市场的销售收入分别较上年度增长了 58.58%、118.49%。预计未来欧洲市场仍将是公司最重要的业务增长来源之一。

东亚地区是按摩器具产品的发源地，对按摩保健理念的认同程度普遍最高，不包括中国大陆地区的人口规模亦与欧洲地区相当。通过与区域领先品牌商 OGAWA、OTO 合作，公司已经成为东南亚地区最主要的按摩器具产品供应商。2009 年度，该地区老客户的订单继续稳定增长，同时，新开发客户贡献的销售收入占到了销售总额的 25%左右，受益于以上因素公司在该地区的销售收入较上年度增长了 53.88%，增幅较大。随着东亚地区长期持续的经济的发展，中老年人群、亚健康人群的日常保健需求亦日益凸显，未来随着居民消费水平不断提升，在“消费升级”趋势推动下，东亚市场（包括中国大陆市场）将是公司最重要的业务增长来源之一。

4、主营业务收入季节性结构分析

报告期内，公司主营业务收入的季节性分布情况如下：

单位：万元

季度	2009 年度		2008 年度		2007 年度	
	金额	占比%	金额	占比%	金额	占比%
第一季度	11,698.71	9.30	18,360.86	15.95	10,435.16	9.73
第二季度	17,716.98	14.08	25,519.62	22.17	13,407.19	12.50
第三季度	53,811.82	42.76	42,068.06	36.55	47,539.32	44.33
第四季度	42,615.69	33.86	29,164.37	25.33	35,858.15	33.44
合 计	125,843.20	100	115,112.91	100	107,239.82	100

根据中国海关统计数据，按摩器具行业全部出口的季节性因素并不显著，但对北美地区的出口存在较为显著的季节性特征。报告期内，本公司主营业务收入以按摩小电器产品为主，且以北美市场为主的格局，为满足北美市场感恩节、圣诞节的旺销特点，每年公司按摩小电器产品交货旺季为 8 月~10 月，造成了本公司收入受季节性影响较大。未来，随着公司加大对按摩居室电器产品的投资力度，同时加强欧洲、东亚及国内市场的拓展，预计季节性影响将逐渐减缓，公司产能利用更加均衡，资产使用效率将进一步提高。

5、发行人对 HOMEDICS 的销售情况

（1）发行人单一最大客户 HOMEDICS 的详细资料

HOMEDICS 系由 Alon Kaufman（现任公司 CEO）、Ron Ferber（现任公司总裁）于 1987 年 4 月创立于美国密歇根州（MECHIGAN）。自成立以来，该公司一直是家族控制的非公众公司，资产规模、经营业绩一直未曾公开披露过。

自成立以来，HOMEDEDICS 一直主营个人保健、健康和舒缓产品，迄今已发展成为按摩器具（Massager）、舒缓（Sensory）、安睡（Sleep）、测重及血压计（Health & Diagnostics）及家居环境领域的全球领导企业。

HOMEDEDICS 及其控股/参股企业拥有 HoMedics、Taylor、Salter、ObusForme、PowerMat 等知名品牌，同时获得授权在指定产品领域使用 The Sharper Image、Black and Decker、Polaroid 等领先品牌。目前 HOMEDEDICS 拥有 250 个以上产品种类。

HOMEDICS 的产品主要来自于亚洲地区的供应商，并以中国为主。发行人目前是 HOMEDICS 按摩器具产品的主要供应商，供应份额已达到 90%。此外，在其他产品种类方面，得益于 HOMEDICS 广泛的渠道网络，查氏科技公司、优盛医学、安迅电子、元升集团、际诺斯、深圳万德仕、世达科技、正威集团、亿辉电子等大中型制造商均是 HOMEDICS 的主要供应商。

HOMEDICS 在北美、英国、澳大利亚及南非市场的市场份额一直领先。2006 年，HOMEDICS 开始在英国市场以外建设欧洲市场的分销渠道，并在 2008 年~2009 年获得了渠道网络的快速发展。在发行人供货的按摩器具领域，欧洲业务的高速成长较好地弥补了北美市场的不利影响。

目前 HOMEDICS 的渠道网络业已覆盖 60 多个国家/地区的 5 万个零售终端，

主要渠道合作伙伴详见下表：

区域	渠道类型	主要合作伙伴
北美市场	百货公司	Kohl's、Macy's、Belk、Jcpenny
	大卖场	Kmart、Walmart、Sears
	家电连锁	Bestbuy
	杂货店/专门店	BBB、CVS、WALGREEN、LNT
欧洲市场	百货公司	House of Fraser、Health Beauty、Bilka
	大卖场	Asda/Walmart、Coop、Tesco、Sainsbury's、Super GB、METRO、Giganten、Jysk
	家电连锁	Media Markt、Currys、Comet
	杂货店/专门店	Liddle、Boots、Argos、Magasin
	其他	TK Max、Imerco
澳洲/南非市场	百货公司	Myer、Chadstone Shopping Centre
	大卖场	ALDI、K-mart、Coles
	家电连锁	Harvey Norman、Tandy
	杂货店/专门店	Bing lee

【注】以上信息由发行人的业务部门根据出货情况、零售终端考察情况整理。

（2）发行人与 HOMEDICS 的合作情况

发行人自 2004 年争取到与 HOMEDICS 的合作机会后，最初产品为 BK-125 等简单的小电机按摩产品。发行人在保证产品质量稳定、交货及时的同时，针对零售价位 9.99 美元的按摩小电器产品缺乏新颖性的状况，采用 PRMS 模式与 HOMEDICS 共同策划，并于 2005 年 7 月推出 PM-30 系列产品。PM-30 系列产品上市当年，发行人供货规模达到 520 万美元，该系列产品累计供货规模超过 2000 万美元。通过多年 PRMS 模式合作，发行人与 HOMEDICS 的合作产品已逐渐扩展为覆盖 9.99 美元~399.99 美元区间的同行业最完整的按摩小电器产品系列，并在全部 10 个关键零售价位实现了年供货量超过 100 万美元。

自 2004 年末合作以来，发行人对 HOMEDICS 的历年销售情况如下：

项目	2009 年	2008 年	2007 年	2006 年	2005 年
销售金额（万美元）	8,348.80	8,214.32	6,906.00	5,194.59	1,816.82
9.99~49.99 美元	46.41%	41.66%	53.11%	75.57%	76.71%
99.99~149.99 美元	29.17%	33.43%	39.40%	22.35%	18.52%
199.99~399.99 美元	24.42%	24.53%	5.95%	-	-

随着发行人供货规模的持续增长，发行人占 HOMEDICS 按摩器具产品的采

购份额从 2005 年的 40%左右增加至 2009 年的 90%以上。

【注 1】由于不能获得 HOMEDICS 的财务信息并计算发行人的供应份额，前述份额信息系由发行人业务部门根据公司供货情况估算。

【注 2】根据截止 2010 年 2 月的 HOMEDICS 网站（www.homedics.com）列示的在售产品信息，28 个按摩器具（Massager）产品中 23 个系由发行人独家供应，7 个 SPA 美容（Spa & Beauty）产品中 5 个系由发行人独家供应，佐证了发行人是 HOMEDICS 的按摩器具类产品的主要供应商。

发行人会计师出具了专项说明，认为：“审计证据支持公司与 HOMEDICS 间销售业务的真实。公司收入确认有原始凭据的有效支持，符合企业会计准则要求。”

保荐机构认为：“发行人与 HOMEDICS 之间的销售业务是真实客观的”。

（3）金融危机后 HOMEDICS 的经营情况，及对公司销售的影响

由于 HOMEDICS 是家族控制的非公众公司，发行人不能获得其金融危机后的经营业绩信息。但是在原来除英国以外渠道网络几乎空白的欧洲市场，HOMEDICS 自 2006 年开始拓展渠道合作伙伴，逐渐形成了新业务增长点。在欧洲市场渠道网络快速成长的支持下，2008 年~2009 年 HOMEDICS 与发行人共同在欧洲市场实现了按摩器具业务的快速发展，较好地克服了全球金融危机对北美市场业务的冲击。

单位：万美元

项目	2009 年度		2008 年		2007 年 金额
	金额	同比增长	金额	同比增长	
北美地区	5,519.15	-5.57%	5,844.64	-7.92%	6,347.35
欧洲地区	2,336.16	22.51%	1,906.95	485.05%	325.94
其他地区	493.49	6.65%	462.73	98.85%	232.71
对 HOMEDICS 销售合计	8,348.80	1.64%	8,214.32	18.94%	6,906.00

截止 2010 年 6 月 24 日，发行人已接到 HOMEDICS 发出的 2010 年订单 3,987.80 万美元，其中北美市场订单为 1,833.16 万美元，较上年同期下降 5.41%；欧洲市场订单为 1,812.90 万美元，较上年同期增长 40.04%，整体增长趋势明显。

（4）报告期内公司与 HOMEDICS 所签合作协议的期限

2006年2月25日，发行人与HOMEDICS签订了《国际购销协议》，协议期限自2006年3月1日至2010年2月28日。

2010年1月18日，发行人与HOMEDICS重新签订了《国际购销协议》，协议期限自2010年1月21日至2014年1月20日，其他主要条款均未变化。

（5）发行人与HOMEDICS的合作关系

2007年度、2008年度和2009年度，发行人向HOMEDICS的销售额在持续增长的同时，占同期主营业务收入比重分别为47.97%、49.41%和45.32%，略有下降，主要原因是发行人亦正在着力拓展其他年度订单规模超过500万美元的大客户群体并取得了良好进展，预计HOMEDICS占发行人业务总额的比例将保持下降趋势。

发行人律师认为：“发行人在HOMEDICS供应商中具有较高地位，在按摩器具类产品方面，发行人与HOMEDICS相互依赖，不存在发行人单方面依赖HOMEDICS的情况。”

保荐机构认为：“发行人与HOMEDICS通过长期的PRMS合作，业已形成了互相依赖的紧密合作关系，不存在单方依赖性。同时，单一客户份额较高不会对发行人持续发展形成实质性障碍。”

（二）利润来源分析

1、毛利分析

报告期内，公司毛利结构如下：

单位：万元

项目	2009年度		2008年度		2007年度	
	金额	占比%	金额	占比%	金额	占比%
主营业务毛利	25,659.35	99.25%	19,915.77	97.84	20,297.82	98.66
其他业务毛利	193.11	0.75%	440.11	2.16	274.75	1.34
合计	25,852.46	100	20,355.88	100	20,572.56	100

报告期内，公司主营业务毛利占毛利总额的比例最低为97.84%，其他业务的利润贡献微小。

报告期内，公司主营业务毛利按产品分类如下：

单位：万元

产品名称		2009 年度		2008 年度		2007 年度	
		金额	比例%	金额	比例%	金额	比例%
合计		25,659.35	100	19,915.77	100	20,297.82	100
按摩小电器	塑胶器械	8,881.84	34.61	7,762.43	38.98	7,568.36	37.29
	电子器械	2,776.99	10.82	2,215.53	11.12	2,976.15	14.66
	坐垫	3,614.53	14.09	4,074.26	20.46	5,533.55	27.26
	小计	15,273.37	59.52	14,052.22	70.56	16,078.06	79.21
按摩居室电器	按摩椅	4,211.12	16.41	3,533.83	17.74	2,673.18	13.17
	音乐椅	1,656.56	6.46	1,121.67	5.63	1,421.86	7.00
	其他	990.09	3.86	175.80	0.88	-	-
	小计	6,857.78	26.73	4,831.30	24.26	4,095.04	20.17
其他产品		3,528.21	13.75	1,032.25	5.18	124.72	0.61

报告期内，按摩器具产品一直是公司的核心利润来源，2007 年度实现毛利 20,173.10 万元；2008 年度实现毛利 18,883.52 万元，较上年度下降 6.39%，主要原因有：

2007 年，公司作为本行业品种最多、覆盖关键零售价位范围最广的专业制造商，通过与品牌商客户共同优化产品组合，年度毛利达 20,297.82 万元。其中，零售价位较高的塑胶器械类按摩小电器产品是主要增长来源。

2008 年，为应对 10 月份突然加剧的全球金融危机的冲击，公司及时调整经营策略，在牺牲部份毛利，与 PRMS 核心客户共同加大渠道促销力度，确保业务规模的同时，收缩了对中小 ODM 客户的信用条件，采用先付款后提货等方式控制信用风险，导致了 2008 第 4 季度的主营业务收入较上年同期下降 6,693.78 万元，降幅为 18.67%，相应导致毛利额下降。其中，传统中低价位的电子器械、坐垫、音乐椅等产品的毛利出现负增长，按摩椅、塑胶器械等产品作为公司研发创新、市场拓展的重点产品类别，仍然保持了持续增长趋势。利用季节性闲置产能与贝尔金合作的辅助产品成为了公司新的利润增长点。

2009 年，公司在中国出口信用保险公司的“统保”政策支持下，重新恢复了对客户的信用政策；同时，随着全球经济衰退结束，消费者、渠道商及品牌商的信心逐渐恢复，各类产品出口逐渐恢复正常增长趋势。2009 年公司按摩器具产品实现毛利额为 22,131.15 万元，较上年度增长 17.20%，较 2007 年度增长 9.71%。

报告期内，公司主营业务各类产品的销售均价、单位成本如下：

单位：元/台（件）

产品类别		2009 年度		2008 年度		2007 年度	
		销售均价	平均成本	销售均价	平均成本	销售均价	平均成本
合计		84.16	67.00	92.12	76.18	88.23	71.53
较上期变动		-8.64%	-12.05%	4.41%	6.50%	65.52%	63.69%
按摩小 电器	塑胶器械	170.93	135.01	192.83	159.14	192.62	155.66
	电子器械	37.17	31.73	26.44	21.94	25.54	20.26
	坐垫	51.31	40.77	62.37	50.90	83.67	68.05
	小计	71.63	57.75	73.87	60.83	74.39	60.06
按摩居 室电器	按摩椅	3,653.69	2,835.70	3,826.01	3,098.07	2,960.57	2,307.01
	音乐椅	327.59	255.24	336.71	275.05	250.90	213.98
	其他	1,419.98	1,118.14	2,095.27	1,764.07	-	-
	小计	988.62	769.69	1,094.84	889.90	511.08	414.95
按摩器具小计		97.01	77.46	95.73	78.58	90.36	73.04
其他产品		44.14	34.43	65.40	58.45	39.38	36.92

报告期内，由于品种较多，公司各类产品的价格一直随具体产品结构不同而变动。整体而言，报告期内，公司全部产品销售均价呈稳健增长趋势，主要原因为：公司塑胶器械产品拓展零售价位129.99美元~399.99美元区间的产品策略，按摩椅产品拓展零售价位2999美元~3999美元的高端产品策略均取得了成功，丰富了产品组合，并增大了中高端产品的比例。

2007年度、2009年度，全部产品销售均价的变动均相对有利于平均成本的变动，相应增加了综合毛利率；2008年度，受全球金融危机冲击，全部产品销售均价的增长率小于平均成本的增长率，相应降低了综合毛利率。

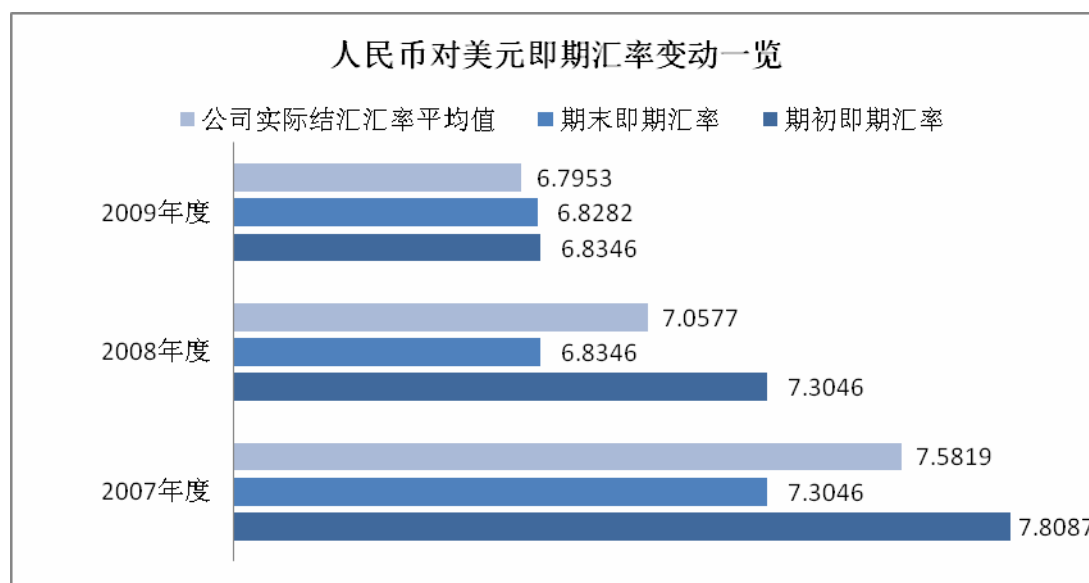
2、综合毛利率分析

报告期内，公司主营业务按产品分类的毛利率情况如下：

项 目		2009 年度	2008 年度	2007 年度
按摩 小电器	塑胶器械	21.01%	17.47%	19.19%
	电子器械	14.64%	17.03%	20.69%
	座垫	20.55%	18.40%	18.66%
	平均毛利率	19.37%	17.66%	19.26%
按摩居 室电器	按摩椅	22.39%	19.03%	22.08%
	音乐椅	22.09%	18.31%	14.72%
	其他	21.26%	15.81%	-
	平均毛利率	22.14%	18.72%	18.81%
按摩器具平均毛利率		20.16%	17.92%	19.17%
其他		22.00%	10.62%	6.26%
综合毛利率		20.39%	17.30%	18.93%
汇兑损失（万元）		606.39	-1,496.96	502.18

综合毛利率（含汇兑损失）	19.91%	18.60%	18.46%
--------------	--------	--------	--------

报告期内，公司综合毛利率 2008 年略有下降，出现波动的主要原因是人民币对美元的持续升值因素：



数据来源：中国银行网站

报告期内，公司主营业务收入的外销比例最低为 95.12%，并且结算货币基本上是美元。自 2005 年 7 月 21 日国家实施人民币有管理的浮动汇率改革以来，截至 2009 年 12 月 31 日，人民币相对美元累计升值幅度已达到 17.50%。

为应对汇率风险，公司一方面在产品研发阶段、定价谈判等环节已较为充分地考虑了人民币升值因素，通过工艺结构、材料方案调整保障了合理利润水平；另一方面，公司自 2007 年开始根据经营预算与银行签署远期结汇合同锁定结汇汇率，实际结汇汇率平均值相对即期汇率水平高，较好地减少了 2007 年度、2008 年度的汇兑损失。2008 年度公司汇兑损失为负数的原因为：受全球金融危机冲击，人民币升值趋势在 2008 年 9 月开始趋缓，公司大部份年度远期结汇合同在 9 月以后结汇，实际结汇汇率水平超过预期。鉴于公司已将汇率因素充分结合到产品研发、生产制造等关键经营环节中，因此包括汇兑损失的综合毛利率更能反映公司实际经营情况。2007 年度、2008 年度和 2009 年度，公司综合毛利率（含汇兑损失）分别为 18.46%、18.60%和 19.91%，一直保持稳中有升的趋势。

2008 年，虽然公司已为应对全球金融危机采取了较为谨慎的经营策略，考虑到 2008 年汇兑损失为负的因素相当于增加综合毛利率 1.3 个百分点，塑胶器械、按摩椅等公司关键产品的毛利率分别为 18.77%、20.33%，分别较 2007 年度下降 0.42 个、1.75 个百分点；但是，该两类产品通过销售收入增加，均保持了

毛利额的增长。此外，市场零售均价在 30 美元左右的电子器械产品，因为公司协同品牌商加大促销力度的原因，考虑汇兑损失因素后，2008 年毛利率较上年度下降 2.36 个百分点。

2009 年，公司根据外部环境采取了谨慎经营策略，通过研发创新，严格控制各类产品的材料占售价的比例，对材料占比达到 70%以上的产品由具体负责的经营服务小组调整设计直至停产下线；同时，公司新增了部份零售价位略低、功能升级的新产品，品牌商的渠道竞争力将进一步增强。2009 年，由于人民币对美元汇率、原材料价格等外部因素均相对稳定，公司除电子器械产品以外，所有类别产品的毛利率均已恢复到报告期内最高水平；电子器械产品单价较低，在毛利率降低的同时，销售收入仍较 2008 年增长了 5,967.10 万元，毛利额较 2008 年增长了 561.46 万元。

3、主营业务成本的分析

公司是专业的按摩器具产品制造服务商，报告期内成本控制情况良好，主要原因为：公司主要采用 PRMS 模式与北美、欧洲、大洋洲及东亚地区的领先健康产品品牌商公司合作，能够根据不同客户的品牌定位和渠道特点，与客户共同进行市场调研、产品决策，并在新产品的研发阶段有效控制产品制造成本。

在新产品决策后，根据产品特性及渠道成本的不同，公司通常能够按照产品目标零售价位的 25%~35%确定公司的销售价格；在研发阶段，公司能够根据目标售价，并谨慎考虑人民币升值、材料价格波动因素，为新产品选择成本适宜的材料及工艺方案。通常公司会将材料成本占销售价格的比例控制在 70%以内。

(1) 主营业务的成本结构分析

报告期内，公司主营业务成本结构如下：

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%
材料成本	87,045.75	69.17	81,656.20	70.94	73,809.32	68.83
制造费用	5,134.40	4.08	5,364.28	4.66	4,941.43	4.61
人工成本	7,627.10	6.06	7,587.57	6.59	7,940.96	7.40
生产成本小计	99,807.44	79.31	94,608.05	82.19	86,691.71	80.84
不可抵扣的进项 税转出成本	376.42	0.3	589.09	0.51	250.29	0.23
主营业务成本	100,183.86	79.61	95,197.14	82.70	86,942.00	81.07
主营业务收入	125,843.21	100	115,112.91	100	107,239.82	100
汇兑损失影响		0.48		1.30		-0.47

如前述分析，考虑汇兑损失影响在内，公司综合毛利率（含汇兑损失）在报告期内一直保持稳中有升的趋势，主要原因是公司通过持续的研发创新，材料成本控制状况持续改善。报告期内，材料成本基本维持稳定；制造费用和人工成本合计额呈下降趋势。

未来，公司将继续加强专业生产基地建设，改进资产使用效率与全员劳动生产率，继续保持同行业领先的成本优势。

（2）材料成本的明细结构分析

公司建立了规范的供应商认证及考核管理制度，并积累了一批长期合作的优质供应商。根据较为详细的市场需求预测，公司能够协调供应商及时储备产能及供应能力，并在价格适宜的时候向供应商支付 10%左右的定金，锁定年度主要用量，实现战略采购与储备。

报告期内，公司所有原材料均已建立了稳定的供应来源，材料成本明细如下：

单位：万元

材料名称	2009 年度		2008 年度		2007 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
电子元件	15,023.38	17.26%	16,225.09	19.87%	15,967.12	21.63%
电器件	18,467.82	21.22%	18,633.94	22.82%	16,028.43	21.72%
塑料米	18,104.64	20.80%	13,187.48	16.15%	12,294.09	16.66%
化工原料	9,855.35	11.32%	11,791.16	14.44%	9,567.14	12.96%
针车面料	11,680.14	13.42%	9,839.57	12.05%	8,640.13	11.71%
包装物	7,417.70	8.52%	7,087.76	8.68%	6,763.14	9.16%
五金件	6,496.73	7.46%	4,891.21	5.99%	4,549.27	6.16%
合计	87,045.75	100.00%	81,656.20	100%	73,809.32	100%
占同期主营业务收入比例		69.17%	70.94%		68.83%	

报告期内，由于公司一直坚持研发创新，基本实现了材料成本占同期主营业务收入 70%的经营目标。

4、利润敏感性分析

公司主要产品、主要材料的价格变动，对净利润的敏感性分析如下：

分析项目		2009 年度		2008 年度		2007 年度	
		+1%	-1%	+1%	-1%	+1%	-1%
主要产品 售价 变动	塑胶器械	3.90%	-3.90%	8.07%	-8.07%	3.28%	-3.28%
	电子器械	1.75%	-1.75%	2.36%	-2.36%	1.20%	-1.20%
	按摩椅	1.74%	-1.74%	3.37%	-3.37%	1.01%	-1.01%
主要材 料单 价 变动	电子元件	-1.39%	1.39%	-2.95%	2.95%	-1.33%	1.33%
	电器件	-1.71%	1.71%	-3.39%	3.39%	-1.33%	1.33%
	塑料米	-1.67%	1.67%	-2.40%	2.40%	-1.02%	1.02%
人民币对 美元汇率升值		-11.04%	11.26%	-19.74%	20.14%	-8.40%	8.57%

如上表所示，假设其他因素不变，以 2009 年为基础，公司塑胶器械产品售价每增加 1%，将导致公司净利润增加 3.90%；公司电子元件采购价格每增加 1%，将导致公司净利润减少 1.39%。

人民币对美元汇率继续升值的可能性仍然较大，虽然公司签署的远期结汇合同已经防范了一定的升值风险，如果对人民币升值的幅度估计保守仍存在导致净利润减少的风险。以 2009 年为基础，若人民币对美元汇率升值幅度增加 1 个百分点，将导致公司净利润减少 11.04%。

为抵消产品售价下降带来的利润下降风险，公司主要可以通过产品研发创新，丰富产品类别并增大产品组合中盈利能力突出、市场竞争力强的产品比例。

为抵消材料价格价格上涨带来的利润下降风险，公司主要可以通过在研发阶段严格控制材料成本占产品售价的最高上限；还可以通过加强供应链管理，采用战略采购等方式更好地减少材料价格波动影响。

为防范人民币对美元升值的汇率风险，公司主要借助远期结汇合同等金融工具，合理规避人民币短期内快速升值的风险；结合人民币中长期升值趋势，公司将主要依靠研发创新，逐渐增加产品的技术附加值，逐渐降低生产制造成本占产品售价的比重，实现研发投入与企业盈利的可持续良性循环。

（三）经营成果分析

1、期间费用分析

报告期内，公司期间费用构成和变动情况如下：

单位：万元

项 目	期间费用金额			期间费用占营业收入比例		
	2009 年度	2008 年度	2007 年度	2009 年度	2008 年度	2007 年度
销售费用	5,822.88	3,622.32	2,978.60	4.47%	3.05%	2.74%
管理费用	8,375.72	7,724.94	6,738.38	6.43%	6.50%	6.20%
财务费用	1,262.39	-402.05	1,067.16	0.97%	-0.34%	0.98%
合 计	15,460.99	10,945.21	10,784.14	11.87%	9.21%	9.91%

2007 年～2008 年，公司期间费用占同期营业收入的比例较为稳定。2009 年，公司期间费用占同期营业收入的比例较 2008 年增加 2.66%。

（1）销售费用分析

报告期内，公司销售费用占营业收入的比例逐期增加，2009 年分别较 2007 年、2008 年增长 1.73 个、1.42 个百分点。主要原因为：

2007 年，物流费用（包括报关、通关、国内短途运输及邮递费等项）及交通差旅费用合计占全部销售费用的 60%左右，符合公司以外销业务为主，且主要服务于大型 PRMS 客户的经营特点。

自 2008 年开始，公司推出“康城”品牌，以全资子公司厦门康城为平台，开始在国内市场进行品牌经营，相应导致公司 2008 年~2009 年，内销团队持续扩大，品牌及渠道建设费用快速增长。虽然自主品牌经营的前期投入较大，但是由于品牌商环节的毛利率较高，随着内销渠道逐渐积累，未来将成为公司重要的利润增长来源。

（2）管理费用分析

报告期内，公司管理费用基本保持稳定，其中研发费用占 55%左右，其次为工资福利费用。2009 年，管理费用占营业收入的比例比 2008 年下降了 0.07 个百分点，但研发费用从 2008 年的 4,731.14 万元上升到了 4,888.45 万元。预计未来管理费用仍将随研发费用增加而扩大，但占营业收入的比例将随着业务规模扩大而减小。

（3）财务费用分析

报告期内，公司财务费用波动较大，主要是汇兑损失的影响。2007 年，公司汇兑损失的形成原因主要是人民币对美元汇率的持续单向升值。2008 年公司汇兑损失为负数的原因为：受全球金融危机冲击，人民币升值趋势在 2008 年 9 月开始趋缓，公司大部分年度远期结汇合同在 9 月以后结汇，实际结汇汇率水平超过预期。报告期内，公司防范人民币升值风险的措施效果良好。

不包括汇兑损失因素，公司 2007 年、2008 年和 2009 年的财务费用分别为 564.97 万元、1,094.91 万元和 656.00 万元。

2、公允价值变动收益分析

报告期内，为避免人民币升值对以美元结算的外销收入的不利影响，公司按照预计收汇时间进度，与银行签署远期结汇合同，锁定了 70%左右的外汇收入的结汇汇率。每期期末，公司均根据最新的远期汇率报价，按合约逐一测算约定汇率与期末市场汇率的差异，将全部差异确认为交易性金融资产或负债，并计入当期损益；之后，在到期履约交割远期外汇合约的年度或期间，冲销已被确认的交易性金融资产或负债，同时计入当期的公允价值变动收益。基于谨慎性原则，公司已将公允价值变动收益归类为非经常性损益。

报告期内，公司确认的公允价值变动收益情况如下：

单位：万元

项目	2009 年度	2008 年度	2007 年度
期末未交割外汇远期合同（万美元）	5,500	8,600	10,971
本期末计提交易性金融资产（负债）	-620.58	-1,578.11	2,035.01
上期末交易性金融资产（负债）转入	1,578.11	-2,035.01	-
公允价值变动收益（万元）	957.53	-3,613.11	2,035.01

2007~2008 年，通过远期结汇合同方式，公司实际结汇的平均汇率一直优于结汇时的即期汇率，减少了汇兑损失，较好地避免了人民币对美元升值的风险。

由于全球金融危机冲击，人民币对美元汇率的持续快速升值趋势于 2008 年 9 月结束，变为小幅波动；2008 年末，市场对 2009 年度人民币升值幅度的预期大幅下降。由于市场预期变动，公司未交易远期外汇合约的公允价值在 2008 年末出现了 1,578.11 万元的损失，加上履行到期合约相应转回的 2,035.01 万元已于 2007 年被确认的收益，进而导致公司 2008 年出现较大金额的公允价值变动损失。

虽然目前人民币对美元汇率的波动区间较小，由于人民币升值预期仍然存在，公司将继续坚持稳健经营策略，一方面通过远期结汇合同，锁定下一年度的结汇汇率水平；另一方面在研发、制造等环节充分消化汇率升值预期，实现持续、稳定的盈利。

3、主要利润指标

报告期内，公司主要利润指标如下：

单位：万元

项 目	2009 年度	2008 年度	2007 年度
营业利润	10,488.67	5,406.15	11,670.57
利润总额	10,825.87	5,504.17	12,020.81
净利润	9,397.01	4,825.62	10,810.26
归属于母公司所有者的净利润	9,397.01	4,602.43	8,817.54
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润	8,278.47	7,549.14	6,861.63

（1）报告期内，公允价值变动收益是营业利润波动的主要原因

报告期内，为防范人民币对美元升值的汇率风险，公司与银行签署了远期结汇合约，确保了实际结汇汇率与合同谈判定价时的预期汇率基本一致，是公司持续盈利能力的重要保障。

另一方面，由于公司将远期结汇合约公允价值变动确认为交易性金融资产或负债，相应导致远期结汇合约签署年度、履约交割年度的利润水平发生相反变化，是造成报告期内营业利润波动的主要原因。

报告期内，不考虑公允价变动收益因素后，营业利润的变动情况如下：

单位：万元

项 目	2009 年度	2008 年度	2007 年度
营业利润—公允价值变动收益	9,531.15	9,019.26	9,635.56
较上年度增长率	5.68%	-6.40%	-
同期主营业务收入增长率	9.32%	7.34%	21.39%

2008 年度，公司营业利润（不包括公允价值变动收益）较 2007 年度减少 6.40%，而同期主营业务收入增长 7.34 个百分点，主要原因是由于银行借款增加、实施国内市场品牌及渠道建设两项主要原因导致公司 2008 年度期间费用率（不包括汇兑损失）较上年度增加 1.02 个百分点，相当于费用支出同比增大 1,103.39 万元。

2009 年，公司主营业务收入保持了持续增长趋势。2009 年，公司营业利润（不包括公允价值变动收益）较上年度增加 5.68%，期间费用率（不包括汇兑损失）较上年度增加 0.93%，公司盈利能力进一步增强。

（2）所得税费用

报告期所得税费用构成和变动情况列示如下：

单位：万元

项 目	2009 年度	2008 年度	2007 年度
当期所得税费用	1,322.08	1,338.64	832.23
递延所得税费用	106.78	-660.06	378.32
所得税费用合计	1,428.86	678.58	1,210.55
所得税费用合计/利润总额	13.20%	12.33%	10.07%

报告期内，本公司实际企业所得税税负率较低，并且逐期增长，主要原因为：

①报告期内，主要子公司享受新设企业的税收优惠政策，企业所得税税率逐年递增。深圳凯得克自 2005 年开始享受“两免三减半”的深圳市新设生产性工业企业所得税优惠政策（系根据地方法规享受，详见本招股说明书第三节之二之“（一）子公司所得税优惠被追缴的风险”）；漳州蒙发利自 2006 年开始享受“两免三减半”的外商投资企业所得税优惠政策。

②报告期内，本公司及位于在经济特区的子公司厦门康先、厦门康城享受经济特区 15%的企业所得税率，子公司蒙发利电子 2007 年依法享受中外合资企业 10%的优惠所得税率，并于 2008 年～2011 年期间享受过渡期企业所得税优惠政策。

③本公司研发创新能力较强。本公司已根据《高新技术企业认定管理办法》（国科发火〔2008〕172号）于2009年被认定为高新技术企业，2009年~2011年享受15%的高新技术企业所得税优惠政策。

报告期各期公司所得税优惠占当期利润总额的比例情况如下：

单位：万元

项目	2009 年度	2008 年度	2007 年度
利润总额	10,825.87	5,504.17	12,020.81
所得税税收优惠额	1,044.00	1,082.49	2,664.97
所得税税收优惠额/利润总额	9.64%	19.67%	22.17%
利润总额 (不包括公允价值变动收益)	9,868.35	9,117.28	9,985.81
所得税税收优惠额/利润总额 (不包括公允价值变动收益)	10.58%	11.87%	26.69%

【注1】所得税税收优惠额=应纳税所得额×法定税率—当期所得税费用

【注2】2007年度、2008年度、2009年度适用的法定税率分别为33%、25%、25%

报告期内，应纳税所得额与利润总额差异的主要原因是远期结汇合同形成的公允价值变动收益。按照不包括公允价值变动收益的口径测算，2008年、2009年所得税优惠额占当期利润总额的比例已经较2007年度大幅下降，公司经营成果对税收优惠不存在严重依赖。

附：2007~2011年，发行人及主要盈利来源的子公司企业所得税实际税率：

公司名称	2011 年度	2010 年度	2009 年度	2008 年	2007 年
母公司	15%	15%	15%	18%	15%
漳州蒙发利	15%	12.5%	12.5%	12.5%	0%
深圳凯得克	25%	25%	10%	12.5%	7.5%
蒙发利电子	24%	22%	20%	18%	10%
厦门康先	24%	22%	20%	18%	15%
厦门康城	24%	22%	20%	18%	15%

公司管理层分析：2009年，发行人及子公司漳州蒙发利均已被认定为“高新技术企业”，能够在2009~2011年期间享受15%的高新技术企业所得税优惠税率。根据目前业务规模测算，预计未来公司实际所得税税负增幅相对有限，不会对公司持续盈利能力造成重大不利影响。

（3）报告期各期出口退税额对利润总额的影响

为避免进口国征税造成出口商品双重税赋，征收间接税的国家通常将已征收的国内税部分或全部退还给出口企业，这是国际惯例，也符合WTO 规则。公司所属按摩器具行业为国家鼓励出口类行业，与进口国产生贸易摩擦的可能性较小。报告期内，按摩器具产品（海关货物编码90191010）出口一直享受17%的最高档次出口退税率。

报告期内，公司各年度出口退税额对利润总额影响情况如下：

单位：万元

项目（合并）	2009 年度	2008 年度	2007 年度
当期收到出口退税款	12,127.66	19,166.71	14,021.90
期末应收出口退税	3,224.64	1,166.17	3,318.52
当期实际发生出口退税	14,186.13	17,014.36	15,277.92
利润总额	10,825.87	5,504.17	12,020.81
当期实际发生出口退税/利润总额	131%	309%	127%
利润总额 （不包含公允价值变动收益）	9,868.35	9,117.28	9,985.81
当期实际发生出口退税/利润总额（不包含公允价值变动收益）	144%	187%	153%

【注 1】报告期内，由远期结汇合约所产生的交易性金融资产（负债）公允价值变动收益是利润总额波动的主要原因。

【注 2】为扶持企业应对金融危机，厦门国税部门在 2008 年末开始加快出口退税审核，相应导致发行人 2008 年度期末应收出口退税金额较小且当期实际申报退税金额增加。

报告期内，发行人当期实际发生出口退税额占当期利润总额（不包含公允价值变动收益）的比例一直保持在较高水平，主要是因为公司外销收入占主营业务收入比例超过95%且按摩器具产品一直享受17%的最高档次出口退税率。

鉴于出口退税政策对公司利润总额影响幅度较大，虽然公司在报告期内未受到“出口退税”政策变化的不利影响，但是为应对未来可能出现的国家大幅调低按摩器具产品的出口退税率，公司管理层业已采取的应对措施包括：

①2008年5~6月期间，发行人已分别与主要境外客户HOMEDICS、HOT、OGAWA、CASADA等签署了《成本承担协议》/《The Agreement for Export Tax Refund Rate Decreased》，约定“作为长期合作的战略伙伴，为应对2008年~2010年可能出现的按摩器具出口退税政策的变化，经双方商讨后确定，愿意按50%的比例共同承担此期间因退税政策变化所带来的产品出口价格的上升”。

②报告期内，发行人的新产品贡献收入占同期主营业务收入的比重一直超过50%。为防范出口退税率可能下降对公司盈利能力的持续影响，发行人将持续加

大研发投入，逐渐增加产品的技术附加值，逐渐降低生产制造成本占产品售价的比重，实现研发投入与企业盈利的可持续良性循环。

公司管理层认为：鉴于按摩器具行业一直是国家鼓励出口类行业，且中国是全球按摩器具产品的主要生产地，拥有超过1万件与“按摩”相关产品的专利权，与进口国产生贸易摩擦的可能性较小，未来出口退税政策的调整对中国按摩器具制造业的全球竞争力的影响有限；同时，公司业已与主要客户达成共同承担出口退税政策变化的成本影响的协议，并能够在新产品研发阶段充分考虑出口退税率可能降低的不利影响。因此，如果未来按摩器具产品的出口退税率被降低，公司能够通过前述应对措施继续保持并进一步增强同行业领先的竞争优势，公司业绩对出口退税政策不存在重大依赖。

（4）报告期各期汇兑损益占当期净利润的比例

① 报告期内，公司签订的远期结汇合约情况如下：

单位：万美元

项 目	2009 年度	2008 年度	2007 年度
全部结汇	16,319.00	15,929.55	12,631.17
其中：远期合约交割结汇	6,550.00	12,120.00	8,750.00
远期合约交割结汇/全部结汇	40.14%	76.09%	69.27%

2009年度以远期合约交割方式结汇占比相对较小的主要原因是为应对全球金融危机，2008年9月以后人民币对美元汇率的持续快速升值趋势转变为小幅波动，公司相应减少了远期外汇合约规模。

报告期内，公司结汇汇率情况如下：

单位：1美元兑换人民币

项 目	2009 年度	2008 年度	2007 年度
平均结汇汇率	6.7953	7.0577	7.5819
其中：远期合约交割平均结汇汇率	6.7499	7.0984	7.5846
非远期方式平均结汇汇率	6.8257	6.9281	7.5759
人民币对美元升值幅度	0.08%	6.43%	6.46%
远期合约交割平均汇率/交割时平均即期汇率-1	-0.94%	3.04%	1.14%

2007~2008年，在人民币对美元持续快速升值期间，公司较多地采用远期结汇合约交割方式结汇，实际结汇汇率显著优于收汇时的即期汇率，有效规避了汇率风险，并确保公司平均结汇汇率优于订单目标汇率。

受2008年9月以后人民币对美元汇率转变为小幅波动趋势的影响，公司业已签署并需在2009年度执行的远期外汇合约交割平均汇率略差于2009年的即期汇

率，但仍然确保了公司平均结汇汇率优于订单目标汇率6.75的水平。

② 报告期内，公司汇兑损益情况如下：

单位：万元

项 目	合计	2009 年度	2008 年度	2007 年度
汇兑收益（损失为负数）	388.39	-606.39	1,496.96	-502.18
其中：远期合约交割形成	2,869.20	-419.76	2,540.09	748.86
其他	-2,480.81	-186.64	-1,043.13	-1,251.04
净利润	25,032.89	9,397.01	4,825.62	10,810.26
汇兑收益/净利润	1.55%	-6.45%	31.02%	-4.65%

报告期内，公司汇兑损益形成的主要原因是远期合约交割，其他汇兑损益主要是应收账款形成。

远期合约交割形成汇兑损益=结汇金额×（交割汇率－交割日即期汇率）

应收账款形成汇兑损益=应收账款额×（确认日即期汇率－收款日即期汇率）

由于人民币对美元持续升值的影响，应收账款到期收回时一直存在汇兑损失；主要由于采用了远期结汇合同方式锁定结汇汇率，公司较好地避免了人民币对美元升值的风险。报告期内，公司三年合计的汇兑收益为 388.39 万元，仅相当于三年合计净利润的 1.55%。其中，2009 年汇兑损益为负数的主要原因是公司已签署并需在 2009 年度执行的远期外汇合约交割平均汇率略差于 2009 年的即期汇率。

③ 截止 2010 年 4 月末，公司持有未交割远期结汇合约情况

随着全球经济逐渐复苏，人民币升值压力持续增大，公司相应加大了远期外汇合约规模。2010 年初，公司持有未交割远期外汇合约为 5,500 万美元；2010 年 1~4 月，公司新增远期合约 19,354 万美元，远期合约交割 2,500 万美元。

截止 2010 年 4 月末，公司持有未交割远期外汇合约为 22,354 万美元，平均汇率为 6.7646；其中拟 2010 年度交割 18,054 万美元，平均汇率为 6.7820；拟 2011 年度交割 4,300 万美元，平均汇率为 6.6916。

鉴于公司 2010 年度已交割及拟交割远期外汇合约共计 20,554 万美元，略低于公司 2010 年度外汇收款计划，全部合约平均汇率为 6.7842，略高于公司 2010 年度订单目标汇率 6.75，因此公司 2010 年度能够较好地规避人民币对美元升值的风险。

公司持有未交割远期外汇合约的具体情况如下：

1) 厦门农行

厦门蒙发利科技（集团）股份有限公司-厦门农行					
序号	签约日期	交割日期(起)	交割日期(止)	合约金额 (万美元)	约定 结汇汇率
1	2010-2-10	2010-3-12	2010-5-12	200	6.8280
2	2008-8-14	2009-8-18	2010-5-17	100	6.5646
3	2010-3-31	2010-4-8	2010-5-17	300	6.8230
4	2010-2-8	2010-5-10	2010-6-10	100	6.8254
5	2008-8-14	2009-8-18	2010-6-15	100	6.5485
6	2010-4-1	2010-4-8	2010-6-18	500	6.8200
7	2010-3-31	2010-4-8	2010-6-21	300	6.8200
8	2008-8-14	2009-8-18	2010-7-15	100	6.5324
9	2010-3-22	2010-3-25	2010-7-26	200	6.8200
10	2010-4-2	2010-4-9	2010-8-9	300	6.8130
11	2008-8-14	2009-8-18	2010-8-16	100	6.5163
12	2010-4-1	2010-4-8	2010-8-16	300	6.8145
13	2010-3-22	2010-3-25	2010-8-24	200	6.8180
14	2010-4-2	2010-4-9	2010-9-9	200	6.8090
15	2008-8-14	2009-8-18	2010-9-15	100	6.5063
16	2010-3-22	2010-3-25	2010-9-27	1,000	6.8160
17	2010-4-9	2010-5-13	2010-10-13	300	6.7900
18	2008-8-14	2009-8-18	2010-10-15	100	6.4963
19	2008-8-14	2009-8-18	2010-11-15	100	6.4863
20	2010-3-22	2010-3-25	2010-11-24	1,000	6.8010
21	2008-8-14	2009-8-18	2010-12-15	100	6.4763
22	2010-4-9	2010-5-13	2011-1-13	300	6.7630
23	2010-4-9	2010-5-13	2011-1-13	300	6.7620
24	2008-8-14	2009-8-18	2011-1-17	50	6.4663
25	2010-4-9	2010-5-13	2011-2-14	300	6.7510
26	2008-8-14	2009-8-18	2011-2-15	50	6.4563
27	2010-4-9	2010-5-13	2011-3-14	600	6.7390
28	2008-8-14	2009-8-18	2011-3-15	100	6.4463
29	2010-4-9	2010-5-13	2011-4-13	600	6.7270
30	2008-8-14	2009-8-18	2011-4-15	100	6.4363
31	2008-8-14	2009-8-18	2011-5-16	100	6.4263
32	2008-8-14	2009-8-18	2011-6-15	100	6.4163
33	2008-8-14	2009-8-18	2011-7-15	100	6.4063
34	2008-8-14	2009-8-18	2011-8-15	100	6.3963

② 厦门建行

厦门蒙发利科技（集团）股份有限公司-厦门建行					
序号	签约日期	交割日期(起)	交割日期(止)	合约金额 (万美元)	约定 结汇汇率
1	2009-5-19	-	2010-5-19	200	6.8130
2	2009-6-2	2009-7-6	2010-6-2	200	6.7950
3	2010-4-9	2010-4-20	2010-6-17	300	6.8150
4	2010-4-9	2010-4-20	2010-7-13	300	6.8100
5	2010-4-1	2010-4-13	2010-7-20	400	6.8100
6	2010-2-8	2010-6-10	2010-8-10	600	6.8250
7	2009-10-19	2009-10-22	2010-9-17	500	6.7210
8	2009-10-13	2009-10-16	2010-10-13	300	6.7760
9	2009-10-15	2009-10-20	2010-10-15	200	6.7260
10	2009-10-16	2009-10-21	2010-10-18	200	6.7160
11	2009-10-19	2009-10-22	2010-10-19	500	6.7110
12	2010-3-22	2010-10-25	2010-11-24	1,000	6.8000
13	2009-11-11	2009-11-16	2010-11-10	300	6.7400
14	2009-11-16	2009-11-19	2010-11-16	600	6.7200
15	2010-4-9	2010-4-20	2010-12-13	700	6.7697
16	2010-4-9	2010-4-20	2011-1-13	300	6.7615
17	2010-4-9	2010-4-20	2011-2-11	300	6.7483
18	2010-4-9	2010-4-20	2011-3-11	300	6.7365
19	2010-4-9	2010-4-20	2011-4-13	300	6.7238

③ 厦门工行

厦门蒙发利科技（集团）股份有限公司-工行东区支行					
序号	签约日期	交割日期(起)	交割日期(止)	合约金额 (万美元)	约定 结汇汇率
1	2010-4-9	2010-4-14	2010-5-20	300	6.8174
2	2010-4-1	2010-6-1	2010-6-21	200	6.8220
3	2010-3-18	2010-6-1	2010-6-30	100	6.8230
4	2010-3-12	2010-6-17	2010-7-12	400	6.8205
5	2010-3-17	2010-7-1	2010-7-30	200	6.8202
6	2010-3-12	2010-7-12	2010-8-12	200	6.8187
7	2010-4-9	2010-7-1	2010-8-16	300	6.8066
8	2010-4-1	2010-8-2	2010-8-16	200	6.8164
9	2010-4-1	2010-8-2	2010-8-20	200	6.8160
10	2010-3-12	2010-8-12	2010-9-13	200	6.8130
11	2010-4-9	2010-8-2	2010-9-15	300	6.7982
12	2010-4-2	2010-10-8	2010-10-15	400	6.8050
13	2010-4-9	2010-10-8	2010-11-15	300	6.7800
14	2010-3-22	2010-12-1	2010-12-10	500	6.8000
15	2010-4-9	2010-11-1	2010-12-15	300	6.7725

④ 深圳建行

深圳凯得克科技有限公司-深圳建行					
序号	签约日期	交割日期(起)	交割日期(止)	合约金额 (万美元)	约定 结汇汇率
1	2010-4-2	2010-5-4	2010-5-28	107	6.8183
2	2010-4-2	2010-6-1	2010-6-30	221	6.8155
3	2010-4-2	2010-7-1	2010-7-30	228	6.8115
4	2010-4-2	2010-8-2	2010-8-31	263	6.8071
5	2010-4-2	2010-9-1	2010-9-30	273	6.8030
6	2010-4-2	2010-10-8	2010-10-29	362	6.7963
7	2010-4-9	2010-11-1	2010-11-30	280	6.7749
8	2010-4-9	2010-12-1	2010-12-31	220	6.7655
9	2010-4-9	2011-1-1	2011-1-28	100	6.7555
10	2010-4-9	2011-2-1	2011-2-25	50	6.7440
11	2010-4-9	2011-3-1	2011-3-31	50	6.7300
12	2010-4-9	2011-4-1	2011-4-29	100	6.7224

公司远期外汇交易的会计处理情况

① 签署交易合约时，在备查簿上登记合约内容，不作会计处理；

② 每季度末，以中国银行当日远期汇率报价作为参照市价，公司对持有尚未交割的远期外汇合约逐笔测算公允价值变动损益，并按汇总金额确认为相应的交易性金融资产（或交易性金融负债）。

如果核算日远期汇率较前次核算日（初次核算为签约日）下跌，则确认公允价值变动收益与交易性金融资产，分录为：

借：交易性金融资产

贷：公允价值变动损益

如果核算日远期汇率较前次核算日（初次核算为签约日）上升，则确认公允价值变动损失与交易性金融负债，分录为：

借：公允价值变动损益

贷：交易性金融负债

③ 远期外汇合约交割时，卖出美元、收回人民币。若实际结汇汇率高于即期汇率，则同时确认汇兑收益，反之确认汇兑损失。分录为：

借：银行存款-人民币（按结汇汇率收回人民币）

贷：银行存款-美元（按即期汇率折算）

贷：汇兑损益（若汇兑损失则为借记）

同时，根据《企业会计准则第22号——金融工具确认和计量》应用指南的相关规定，交割时应相应调整该远期外汇合约对应的公允价值变动损益。

原确认为交易性金融资产的，分录为：

借：公允价值变动损益

贷：交易性金融资产

原确认为交易性金融负债的，分录为：

借：交易性金融负债

贷：公允价值变动损益

发行人会计师认为：“公司远期结汇交易的相关会计处理符合《企业会计准则》要求。”

公司远期结汇交易的内部控制情况

公司一直坚持谨慎策略防范汇率风险，针对人民币汇率变动趋势，采用远期结汇交易工具确保实际结汇平均汇率不低于订单目标汇率。为进一步完善公司内部控制系统，2009年10月16日，公司董事会批准通过了《金融衍生交易品业务内部控制制度》，规定外汇交易行为以规避和防范汇率风险为目的，并不得将募集资金安排用于金融衍生品交易业务。该制度进一步明确了外汇远期交易业务的决策机制，厘清了公司相关部门的权责，有利于科学管理、及时响应、规范运作。

① 公司董事会负责审批年度外汇远期交易计划。

② 公司金融衍生交易领导小组负责制订、审批外汇远期交易的具体方案，并负责签批交易委托书。

③ 依照交易方案，公司财务部门安排专业人员积极跟踪各家往来银行的报价，择优选择拟成交银行并拟定交易委托书，并落实相关具体事宜。

④ 公司法务部门负责核查合约条款；审计部门定期稽核；财务部门及时核对对账通知单，并按季度核算公允价值变动情况、损益情况。

公司管理层认为：本公司业已建立较为完善的远期外汇交易业务内部控制机制，权责清晰，能够被有效执行，能够合理地满足业务经营需要。

通过对公司内部控制有效性的审核，**发行人会计师认为：**“公司现有内部控制制度的制定根据《公司法》、《证券法》、《上市公司治理准则》、《深圳证券交易所交易规则》、《深圳证券交易所上市公司内部控制指引》等法律、法规及《公司

章程》的规定，内部控制制度是充分完善的，其执行能有效的避免远期外汇交易业务的相关风险。”

（四）非经常性损益、投资收益及少数股东损益对公司经营成果的影响

报告期内公司不能合并报表的投资收益仅有一笔，为按照权益法确认的联营企业惠州傲力 2007 年度利润 5.04 万元。该企业已自 2008 年初停止正常生产经营，目前正在清算注销中。（详见本招股说明书第四节之六之“（四）发行人参股公司基本情况”）

单位：万元

项 目	2009 年度	2008 年度	2007 年度
非经常性损益	1,118.54	-2,946.70	1,955.90
不能合并报表的投资收益	-	-	5.04
少数股东损益	-	223.19	1,992.73

报告期内，公司的非经常性损益项目详见本招股说明书第九节之“六、非经常性损益”相关内容，主要是由公司期末持有的未到期远期外汇合约形成的，其他非经常性损益项目主要是政府财政补贴等，对公司盈利能力的连续性和稳定性影响较小。

2007 年，公司少数股东损益金额较大，均归属于同一实际控制人及其控制企业所有。截止 2008 年 3 月，公司已经收购了所有控股子公司的全部少数股权，均持有 100%权益，公司盈利能力进一步增强。

三、资本性支出分析

（一）报告期内重大资本性支出情况

报告期内，公司发生的重大资本性支出情如下：

1、报告期内，公司向实际控制人收购了厦门康先 100%股权，向实际控制人及其控制的其他公司收购了漳州蒙发利、蒙发利电子、深圳凯得克等控股子公司的全部少数股权，总计支出金额为 4,396.57 万元。（详见本招股书第四节之三之“（二）重大资产重组情况”）

2、报告期内，公司及其子公司蒙发利电子、漳州蒙发利自建办公楼和厂房总计支出金额为 10,130.47 万元。

3、报告期内，蒙发利电子已总计支出金额 1,123.25 万元购买了“年产 10 万

台按摩椅新建项目”建设所需土地 32,507.07 平方米。

4、2009 年 11 月，漳州康城已总计支出金额 1,290.30 万元购买了“漳州康城家居用品有限公司按摩居室电器生产基地新建项目”建设所需土地 66,501 平方米。

（二）未来可预见的重大资本性支出计划

未来两至三年，公司重大资本性支出主要为本次发行股票募集资金拟投资的两个项目。在募集资金到位后，公司将按拟定的投资计划进行投资，具体情况详见本招股说明书“第十二节 募集资金运用”。

四、重大或有事项、承诺事项、期后事项及其他重要事项对发行人的影响

报告期内公司重大或有事项、承诺事项、期后事项及其他重要事项详见本招股书第九节之“十一、财务报表附注中的期后事项、或有事项、承诺事项及其他重要事项”的相关内容。

五、公司财务状况和盈利能力的未来趋势分析

（一）专注于研发创新是公司盈利能力持续提升的根本保证

按摩器具产品传承中医传统文化，能够代替人手按摩帮助中老年人群和亚健康人群实现自助式日常保健，潜在消费人群巨大。目前除日本外，北美、欧洲及大洋洲等经济发达地区和按摩保健观念较为普及的东亚地区的按摩器具消费市场均仍处在成长阶段。在未来较长时期，通过持续研发创新，生产销售符合消费者潜在需求、性价比优势明显的创新产品仍将是本行业发展的重大机会。

公司拥有本行业最大的研发团队，一直专注于产品创新与升级完善。报告期内，公司的新产品贡献收入占同期主营业务收入的比重一直在 50%左右，综合技术优势较为明显。

公司已在本行业率先形成涵盖 9.99 美元～3999 美元区间的全部关键零售价位、全部产品种类的丰富产品系列，有利于品牌商巩固并提升渠道销售力，有利于公司做大订单规模。同时，公司通过与 PRMS 客户共同进行产品决策，能够根据终端零售价格定位，提前在研发阶段控制新产品的材料成本占比，有利于公

司长期保持毛利率等关键盈利指标的稳定与健康。

（二）做强做大 PRMS 客户群是公司持续发展的主要推动力

除少数日本厂商外，按摩器具行业已经在全球范围形成了“制造商负责产品研发、生产，品牌商负责渠道拓展”的合理产业分工。

公司主要通过 PRMS 模式为 HOMEDICS、OGAWA、MEDISANA 等一批北美、欧洲、大洋洲及东亚地区的健康产品领导品牌商服务。公司为每个 PRMS 客户成立了包括市场、技术骨干人员在内的经营服务小组，能够根据不同客户的品牌定位和渠道特点建议一揽子产品组合，能够通过与客户共同进行产品决策、营销策划，保障客户营销目标的达成与提升；同时，发行人能够在提供一站式服务过程中主动创造订单，双方实现共赢。报告期内，公司对 PRMS 客户的销售金额占同期按摩器具产品销售收入比重均在 75%以上。

未来，公司将继续凭借能够涵盖 9.99 美元～3999 美元区间的全部关键零售价位的全系列产品组合优势，增强与目前 PRMS 客户的合作范围，同时拓展在细分市场具有品牌或渠道优势的健康品牌商，协助客户做强做大，逐渐将全部 PRMS 客户发展成为年采购额 500 万美元以上的区域市场领导品牌，进而推动公司业务规模实现持续稳定发展。

（三）建设行业领先的专业化生产基地是公司的发展基础

在采用 PRMS 模式经营之前，公司难以合理预测订单结构，设备配置及生产流程优化受到较大的制约，专用设备较少，厂房主要采用租赁方式，产能调整较为灵活。自 2004 年末采用 PRMS 模式以后，通过与品牌商共同实施产品决策、营销策划，公司能够在为品牌商提供一站式服务过程中主动创造订单，并能够在研发阶段能够充分考虑目标零售价格、渠道销售力等因素合理规划生产模式，亟需建设专业化生产基地，合理规划产能及生产流程，实现规模生产效应。

报告期内，漳州蒙发利已发展成为同行业最大的按摩小电器生产基地，主要生产塑胶器械、坐垫类按摩小电器产品；蒙发利电子已发展成为同行业最大的按摩椅产品生产基地之一。相应地，塑胶器械、按摩椅两类产品也已成为报告期内公司营业收入与盈利的主要增长来源。

随着公司的 PRMS 客户群体日渐发展壮大，公司产品在北美、欧洲、大洋

洲及东亚地区的渠道覆盖逐渐广泛，市场需求持续增长与公司产能有限的矛盾日渐突出，特别是闽南地区高精度模具加工、复杂五金件加工、高等级检测等先进制造能力的外部供应能力短缺，导致生产与交货周期延长，限制了公司中高端按摩居室电器产品的产能提升。因此，为满足市场发展需要，实施本次募集资金投资项目，建设行业内规模领先、品质领先的专业化生产基地是公司持续发展的基础条件。

（四）防范汇率风险是公司稳健发展的重要保障

公司是本行业全球最大的专业生产制造服务商，产品以出口为主，销售价格通常相当于产品终端零售价格（外币）的 25~35%左右。报告期内，公司外销业务的结算货币基本上是美元，公司经营业绩受人民币汇率变动的影响较大。2007 年、2008 年和 2009 年，包括汇兑损失在内，公司外销业务毛利率分别为 18.41%、18.51%和 19.79%，体现了较强的汇率风险防范能力。

公司目前已针对汇率风险建立了产品研发、产品定价、远期结汇等三道防线，并于 2009 年 10 月获得董事会批准了《厦门蒙发利科技(集团)股份有限公司金融衍生交易品业务内部控制制度》，初步建成了汇率风险防范体系。

未来公司将坚持审慎决策，积极采用能够防范人民币快速升值风险的金融工具；同时，继续加强研发创新，通过谨慎假设产品寿命周期内的人民币升值幅度，根据稳健原则确定材料成本占预计售价的比例，相应保障公司的持续盈利能力。

第十一节 业务发展目标

一、公司发展战略

按摩器具传承中医“治未病”的健康理念，能够简单方便地帮助中老年人群和都市亚健康人群实现自助式日常保健。在“全球老龄化”、“中医独特的医疗保健康复模式及其价值逐渐被国际社会所理解和接受”等因素驱动下，公司所处行业面临广阔的发展前景。为此，公司制订的发展战略如下：

秉承“不懈锐意进取，拓宽按摩产品领域；致力产品创新，提高人们生活品质”的经营理念，专注于亚健康及中老年人群的自助式日常保健需求，持续研发创新按摩器具精品，建设行业领先的专业化生产基地，为健康产品品牌商提供一站式的服务，稳步提升公司在各区域市场、各系列产品领域的业务份额，力争成为“全球按摩器具行业技术领先、规模领先、服务领先的综合实力领先企业”。

二、公司当年和未来两年的发展计划

（一）整体目标

公司充分发挥自身的创新、规模、品质及服务等综合优势，在纵向上针对现有产品类别不断改进创新，在横向上结合消费者日常保健需求不断丰富产品类别，引领按摩器具行业进一步做大做强，力争 3 年内发展成为全球按摩器具行业的综合实力领先企业。

（二）当年和未来两年的具体计划

1、建设行业领先的专业化生产基地，进一步增强规模优势

公司在持续提升行业最大的专业化按摩小电器生产基地的运营效率同时，将积极建设行业内规模依靠、品质领先的按摩居室电器生产基地，突破产能瓶颈，充分发挥公司 PRMS 客户群的渠道优势，实现持续稳健发展目标。

2、坚持研发创新，创造可持续的消费者需求

公司将坚持 PRMS 经营模式，充分利用客户的品牌或渠道优势，共同围绕消费者的日常保健需要，研发卖点鲜明、质优价优的自助式保健产品，发掘与提升市场潜力，并通过客户的销售规模上升带动公司订单增长。

（三）市场开发与业务网络建设计划

未来两年，公司将进一步加大市场开发、深化业务网络建设。区域市场方面，继续巩固北美、东南亚市场领先地位，拓展具有品牌及渠道优势的欧洲客户。渠道覆盖方面：继续强化百货公司、大卖场、连锁药店、专卖店等终端业态，积极配合客户介入家具、网络销售、电视购物等新业态。

基于国内市场的巨大市场潜力，子公司厦门康城将积极推广“康城”、“OGAWA”品牌，并在经济比较发达地区建立销售网络，力争三年内成为国内按摩器具市场的领先品牌。

（四）研究开发和技术创新计划

未来两年内，公司将继续加大对新产品、新技术的开发投入，并将重点发展智能检测、精密传感、无刷电机和医疗电子等技术，提升按摩智能化水平；同时加大新材料、新工艺的开发投入，进一步提升品质、降低成本。

相应地，公司将加强研发人才的引进和培养，引进先进制造及检测设备，进一步提升产品档次，提高创新效率，缩短创新时间。

（五）深化改革和组织结构调整的计划

为满足持续快速发展需要，公司将按照现代企业制度，不断完善法人治理结构，健全内部控制制度，最大限度地降低经营风险。

1、以加强董事会建设为重点，完善“战略委员会”、“提名委员会”、“审计委员会”、“薪酬与考核委员会”的职能作用，更好的发挥董事会在公司战略方向、重大决策、选择经理人员等方面的作用。

2、以强化集团化管理为中心，适时调整原有组织机构，加强内控部门的建设，以保证公司组织结构的合理性和有效性，以满足公司长远发展的内在需要。

3、以提升经营效率为目标，进一步完善市场营销服务小组、集中采购、5S推行委员会的运作效率，使企业资源得以最有效的运用。

4、为适应业务快速发展需要，加大人才储备与培训。一方面加大高端经营管理人才的引进力度，一方面加强公司储备干部的培训与锻炼。

5、深化人力资源改革，建立和完善关键岗位人员的激励约束机制，努力创造适宜人才发展的良好环境。

（六）融资计划

公司本次股票发行后，公司财务结构明显优化，资本实力和资产规模将得到进一步提升。在此基础上，公司将进一步巩固和扩展与银行的长期合作关系，同时根据公司业务发展的情况、投资项目的资金需求及证券市场状况，在确保股东利益的前提下，合理使用直接融资、间接融资手段，分阶段、低成本地筹集短期流动资金和长期资本，充分发挥财务杠杆和资本市场的融资功能，保持稳健的资产负债结构，支持公司持续、稳定、健康发展。

三、发行人拟定上述计划所依据的假设条件

- 1、本公司所处的宏观经济、政治和社会环境处于正常发展状态，没有出现对本公司发展有重大影响的不可抗力因素的发生；
- 2、本公司所处行业不出现重大的产业政策调整和其它重大不利情况；
- 3、公司高级管理人员、核心技术人员不发生重大流失；
- 4、资金来源可保证投资项目计划如期完成，并投入运行；
- 5、无其它不可抗拒或不可预见的因素对公司造成重大不利影响等。

四、发行人实施上述计划面临的主要困难

本次募集资金到位后，在业务规模快速扩展的背景下，公司在战略规划、组织设计、资源配置、运营管理特别是资金管理和内部控制等方面都将面临更大的挑战。同时，随着按摩器具市场快速拓展，如何巩固和提升公司核心竞争能力，如何趋利避短，保持领先的竞争优势将是公司持续健康发展的关键。另外，随着公司快速发展，迫切需要管理、营销、技术和设计人才，人才队伍的引进与培养将是公司发展的根本要务。

五、发展计划与现有业务的关系

本公司自成立以来一直专注于按摩器具产品的研发及制造业务，包括按摩小电器、按摩居室电器在内的产品系列齐全，并已初步形成了覆盖主要市场的客户网络。上述业务发展计划充分利用了现有业务的技术条件、人员储备、管理经验、客户基础和销售网络等资源，发挥了公司的生产技术、人才、成本、营销及管理优势，将进一步扩大本公司的市场份额，为公司进一步发展奠定了基础，从总体

上提高了公司的盈利能力。同时，本公司将在股东价值最大化前提下，切实推动上述业务发展计划的落实，实现规模与效益的协调发展。

六、募集资金运用与发展计划的关系

若本次公司股票发行成功，对于实现前述业务发展目标意义重大。主要体现在：

- 1、开辟了资本市场的直接融资渠道，为上述业务目标的顺利实现提供了可靠的资金来源，保证公司可以持续、快速、健康发展。
- 2、有利于巩固和提升公司的行业竞争优势，增强公司中长期发展后劲。
- 3、有利于提升公司的知名度和商业信誉，强化公司的品牌影响力。
- 4、有利于公司吸引行业内外优秀人才，增强公司的人力资源优势。
- 5、有利于推动公司完善法人治理结构、强化诚信经营和企业公民责任。
- 6、有利于推动公司产品和技术升级换代，又好又快地实现业务目标。

第十二节 募集资金运用

一、募集资金规模及计划用途

公司本次募集资金拟投资项目总投资额为人民币 43,759.63 万元，均是根据公司发展战略需要，在充分的市场研究基础上提出，能够通过生产规模扩大，更好地满足 PRMS 客户群的需要，进一步增强公司的核心竞争力。

公司本次募集资金拟投资于以下项目：

单位：万元

项目名称	项目报批总投资	拟投入募集资金	备案（核准）情况
厦门蒙发利电子有限公司年产 10 万台按摩椅新建项目	23,826.19	23,826.19	获得厦门市发展改革委“厦发改产业[2009]48 号”批复核准
漳州康城家居用品有限公司按摩居室电器生产基地新建项目	19,933.44	19,933.44	获得龙海市发展计划局“闽发改备[2009]E03018”备案表
合 计	43,759.63	43,759.63	

若本次实际募集资金小于上述项目资金需求额，缺口部分由本公司通过自筹方式解决；若实际募集资金大于上述项目资金需求额，则资金余额部分用于补充本公司流动资金。

本次募集资金拟投资项目均经公司第一届董事会第十次会议审议通过，并经 2009 年度第四次临时股东大会审议批准。

二、募集资金投资项目的前景分析

（一）实施募投项目的必要性

1、行业面临巨大的潜在需求

按摩器具产品的目标消费群主要是 50 岁以上的中老年人群、30 岁～50 岁的亚健康人群。

在全球人口老龄化趋势、都市人群亚健康趋势的推动下，投资健康、保持健康生活品质正日益成为一种社会共识。世卫组织在《迎接 21 世纪的挑战》报告

中指出：21 世纪的医学“应以人类健康作为医学研究的主要方向”。美国联邦卫生和社会服务部相继推出了“健康公民 2000”、“健康公民 2010”计划。欧盟委员会于 2007 年发布了“为健康共同努力——欧盟 2008 年至 2013 年战略方针”的白皮书。我国政府制订了《全民健康生活方式行动总体方案（2007～2015 年）》等政策，鼓励国民“追求健康，学习健康，管理健康，把投资健康作为最大回报”。

随着人类预期寿命的持续增加，慢性非传染性疾病日渐成为人类健康的头号对手。世卫组织认为不健康生活方式（如缺乏锻炼、不健康饮食等）是慢性病发生的主要原因。中医学倡导“未病养生、防病于先；欲病救萌、防微杜渐；已病早治、防其传变；瘥后调摄、防其复发”，相对于西医学对抗疗法，在中老年人群、亚健康人群的日常保健养生方面具有很大优势。国家中医药管理局自 2008 年 1 月开始在全国实施“治未病健康工程”，并于 2008 年 8 月出台了《“治未病”健康工程实施方案（2008—2010 年）》。

按摩器具传承中医传统文化，能够代理人工按摩，帮助中老年人群、亚健康人群实施自助式日常保健，能够满足消费者提升健康生活品质的持续性需求，具有巨大的市场潜力。根据联合国人口统计，2007 年全球 30 岁以上人口共计 27.11 亿，其中北美、欧洲、大洋洲等经济发达地区为 6.78 亿，包括中国、日本在内的东亚地区为 10.06 亿。根据本公司测算，按 30 岁以上人口数量平均，日本、马来西亚、美国、德国的人均年消费按摩器具产品金额分别为 17.47 美元、8.73 美元、4.37 美元、4.02 美元，分别占其年度健康支出的 0.63%、3.42%、0.07%、0.11%，未来增长潜力较大。（数据来源：联合国人口年鉴（2007）、中国海关出口数据、日本矢野经济研究所调查数据）

按摩器具行业初期以功能较为简单的按摩椅产品为主，消费人群有限，市场发展较为缓慢。随着厂商持续推出零售价格适宜、性价比更高的按摩器具产品，消费人群日渐广泛。目前除日本市场较为成熟以外，北美、欧洲、大洋洲及东亚其他地区的按摩器具消费市场均尚处在成长阶段，市场潜力有待品牌商、生产商共同努力挖掘。

2、公司按摩居室电器业务具备快速发展的可能性

（1）公司率先在行业内形成覆盖全部关键零售价格的全系列产品

随着 2009 年“零重力按摩椅”系列产品推出，本公司零售价位 2999 美元～

3999 美元的高端产品对应日系厂商定价 5999 美元~6999 美元的同类产品,在相当部份功能上具有突出优势,市场竞争力较强。同时,标志着公司高端产品品质已达到同行业先进水平,并形成了覆盖零售价位 699.99 美元~3999 美元区间的全系列按摩椅产品,具备了与日本主要按摩椅厂商在中高端消费者领域竞争的能力。

在目前市场占主导地位的按摩椅产品与按摩小电器产品之间,存在较为明显的价格空隙,不利于品牌商、渠道商充分发掘潜在消费者对按摩器具产品的需求。公司通过与品牌商共同深入的市场调研,于 2008 年发布了按摩沙发产品,于 2009 年发布了办公按摩椅、休闲按摩椅产品,覆盖了 99.99 美元~999 美元之间的关键零售价位,涵盖家居、办公等使用环境,能够较好地满足普通消费者的需求,并能够与按摩小电器产品的目标客户群实现有机融合。

随着本公司率先在行业内形成覆盖 9.99 美元~3999 美元之间全部关键零售价位的全系列产品的生产制造能力,能够为品牌商提供产品组合的一站式解决方案,提升品牌商的渠道竞争能力,进一步实现双方共赢。

(2) 公司的 PRMS 客户群具备较强的品牌、渠道优势

公司主要以 PRMS 模式为具有品牌及渠道优势的健康产品品牌商服务。报告期内,公司对 PRMS 客户的销售金额逐年上升,占同期按摩器具产品销售收入比重分别为自 2006 年度的 75.96%上升至 2009 年度的 76.50%,业已成为公司持续稳定发展的主要推动力。

公司业已形成包括 HOMEDICS、LEADERLIGHT、HOT(北美), OGAWA、OTO(东南亚), MEDISANA、BEURER、ALPHA(欧洲)等一批具有领先市场优势的 PRMS 客户群体,相应较为广泛地覆盖了客户所在区域市场的百货公司、大卖场、家电连锁、折扣店、家具店等各类渠道商。同时,随着本公司自 2006 年以来每年超过千万件按摩器具产品的销售,业已在渠道上累积了庞大数量的已消费人群,是未来性价比更高的创新按摩器具产品的潜在客户。

公司为每个 PRMS 客户成立了包括市场、技术骨干人员在内的经营服务小组,能够针对不同客户的品牌定位和渠道特点,与客户共同进行产品决策、营销策划,并能与客户共享不同市场之间的成功策划经验。此外,公司业已具备较为丰富的 PRMS 服务经验,能够帮助新的品牌商较快地熟悉按摩器具产品并形成

具有自身特色的产品组合，形成较强的渠道竞争力。

3、公司建设专业化的按摩居室电器生产基地的必要性

（1）缓解产能不足，满足公司未来发展需要

经过多年努力，公司业已建成蒙发利电子年产 5 万台按摩椅的生产能力，成为同行业最大的按摩椅产品生产基地之一。报告期内，受生产线产能限制，公司主要通过逐渐提升中高端按摩椅产品比重的方式，逐渐提升资产的使用效率，按摩椅的平均售价已由 2007 年度的 2,960.57 元/台稳步增加至 2009 年度的 3,653.69 元/台，价格增长幅度为 23.41%。2009 年度，公司零售价位 2999 美元~3999 美元的高端按摩椅产品形成收入占全部按摩居室电器产品的比例为 29.21%，并形成产品供不应求的良好发展格局，标志公司按摩椅产品结构调整已基本合理。为满足持续增长的市场需要，亟需进一步扩大按摩椅产能。

自 2008 年开始推出按摩沙发产品以来，公司按摩沙发、办公按摩椅、休闲按摩椅产品的策划方案、终端零售价格定位均已获得现有 PRMS 客户的认同，并吸引了一批新客户。为累积市场经验，公司目前已在厦门康先形成 3 万台左右的规模生产能力，但由于该产品定位于普通消费者，客户反映的潜在需求量较大，亟需建设专门的生产基地，尽快扩大生产规模。

（2）增强先进制造能力，提升产品品质，提升经营效率

由于闽南地区高精度模具加工、复杂五金件加工、高等级检测等先进制造能力的外部供应能力有限，交期较长，制约了公司快速研发、规模生产优势的充分发挥。通过引进具备先进制造能力的设备，公司能够在进一步提升产品品质的同时，发挥研发创新的优势，合理规划生产流程，缩短经营周期，提升经营效率。

因此，为满足日益增长的市场需要，大力发展按摩椅、按摩沙发、办公按摩椅、休闲按摩椅业务，实施本次募投项目，建设行业内规模领先、品质领先的专业化按摩居室电器生产基地，符合公司经营战略规划，是公司的必然选择。

（二）实现募投项目的可行性

1、蒙发利电子年产10万台按摩椅新建项目

（1）市场容量估算

根据中国医药保健品进出口商会按摩器具分会的数据，2008 年全球按摩椅销量约为 80 万台，并预计年增长速度将保持 20%左右。根据日本矢野经济研究

所调查数据，2006 年日本市场按摩椅销量为 53 万台，其中，松下、富士、大东、发美利等日系主要按摩椅厂商合计市场份额约为 84%。同时，该项调查估计日本家庭的按摩椅保有量超过 500 万台，家庭保有率超过了 20%。

目前，按摩椅产品的主要销售市场集中在东亚地区，特别是日本市场，主要原因有：

①长期以来，较高的定价策略是按摩椅产品普及较为缓慢的重要原因

日本按摩器具消费特征分析				
产品类别	高价按摩椅	低价按摩椅	手持、足底按摩器	快捷按摩器
零售价格	30 万日元左右	15 万日元以下		
25～29 岁	—	—	主要目标	主要目标
30～30 岁	少数人目标	一般目标	主要目标	一般目标
40～49 岁	一般目标	主要目标	一般目标	一般目标
50 岁以上	主要目标	少数目标		

数据来源：日本矢野经济研究所报告（2006 年）

由于主要定位于经常享受人手保健按摩的人群，日本市场的高价产品销量占全部销量的 80%以上。

此外，按摩椅使用时占用空间较大，不适用于住房面积较小的家庭，也是限制该产品在日本市场普及率进一步快速提升的重要原因之一。

2000 年以前，在除日本以外的其他东亚地区，主要是日系及台资厂商产品，消费人群较窄小，市场普及较慢。随着 2000 年以后，包括公司在内的厂商陆续推出性价比更高的按摩椅产品，在 OSIM、OGAWA、OTO 等领先品牌商的持续推动下，东南亚地区的按摩椅销量正在持续提升。

考虑东亚地区“消费升级”因素，以及 699.99 美元～3999 美元的性价比更高的按摩椅产品的逐渐引导，公司保守估算，未来 10 年，除日本以外，包括中国大陆在内的东亚地区的城市家庭按摩椅保有率可望达到 10%，相当于超过 1000 万台按摩椅产品的潜在购买需求。

②北美、欧洲及大洋洲等经济发达地区的消费需求主要受到健康观念限制

《世界卫生组织 2002～2005 传统医学战略》致力于“促进将传统医学/补充和替代医学纳入国家卫生保健系统”。截至 2005 年，我国已与世界 70 个国家（地区）签订了含有中医学合作内容的政府协议，致力于推动包括按摩在内的“中医独特的医疗保健康复模式及其价值逐渐被国际社会所理解和接受”。截至 2006

年，已有 51 个国家制定了发展传统医学的国家政策。在欧美发达国家，针灸及按摩治疗正逐渐获得诸多医疗保险公司的认可，越来越多人们开始尝试按摩方法并逐渐认可其保健作用。但是，相对于欧美发达地区的传统健康观念更强调主动式运动，按摩保健作为被动式运动方式对健康的积极作用尚在普及过程中。

虽然欧美发达经济地区人均年度健康支出均在 3000 美元以上，但市场仍以单价较低的按摩小电器产品为主，按摩椅销量相对较小。公司正在通过按摩小电器产品的逐渐创新升级，引导消费者接受单价更高，但性价比优势更加突出的产品。产品零售价位由 2006 年度的 9.99 美元~49.99 美元为主，逐渐发展为 2009 年 169.99 美元~399.99 美元占 1/4 的格局，消费者更高的购买意愿已被成功开发。

此外，通过研发功能操作简单、维修服务方便的创新型按摩椅产品，亦是满足欧美发达地区消费者需求，增强渠道销售力的重要因素。公司保守估算，未来 10 年，欧美经济发达地区的家庭按摩椅保有率可望达到 5%，相当于超过 1000 万台按摩椅产品的潜在购买需求。

(2) 公司产品的市场需求分析

报告期内，公司按摩椅产品的年产能可为 5 万台，实际产能利用率超过 95%。本次募投项目实施后，公司按摩椅产品的年产能将增加至 15 万台。公司已制订详细市场推广计划，主要包括：

①全系列产品组合，与 PRMS 客户群共同成长

公司业已形成零售价位覆盖 699.99 美元~3999 美元区间的全系列按摩椅产品线，与日系厂商的同类产品比较，具有较为显著的性价比优势，市场竞争力较强。公司预计，随着价格组合更加合理的按摩椅产品进入终端销售渠道，单个终端的平均销售能力可望较目前每月 6 台提升至每月 8 台，相当于目前 OGAWA、BROOKSTONE 等领先品牌商的专卖店销售水平。同时，根据 OGAWA、ALPHA 等 PRMS 客户的发展规划，预计未来 2~3 年，该等客户销售按摩椅的产品的终端数量可望从目前的 300 家左右增加至 800 家，相当于年增加按摩椅销售能力 5.5 万台。

②大力拓展新客户，拓宽公司的渠道覆盖面

公司一直致力于与具有品牌或渠道优势的客户进行长期合作，通过公司的 PRMS 模式与客户共同实行产品策划、营销策划，实现共赢。公司目前正在与 BERKLINE 等知名品牌商开始产品策划合作，预计未来 2~3 年，公司将新增 5~

8 家 PRMS 客户，相应将增加按摩椅销售终端 1200 家左右。此外，根据厦门康城的渠道发展计划，未来 2~3 年，公司将围绕“康城”、“OGAWA”品牌在国内市场发展 300 家左右的销售终端。公司按每个终端月销售按摩椅 4~6 台保守估计，相当于年增加按摩椅销售能力 7.2~10.8 万台。

随着本次募投项目的实施，公司前述市场拓展措施将较好地保障新增产能的顺利消化，进一步增强公司的盈利能力。

2、漳州康城按摩居室电器生产基地新建项目

(1) 市场容量估算

本项目拟生产的按摩沙发、办公按摩椅、休闲按摩椅等产品，主要市场定位是填补按摩椅产品与按摩小电器产品之间存在较为明显的价格空隙，覆盖了 99.99 美元~999 美元之间的关键零售价位，能够较好地满足普通消费者的需求，并能够与按摩小电器产品的目标客户群实现有机融合，市场前景良好。

本项目产品是对传统的电动沙发、办公椅、休闲椅的创新升级产品，性价比优势明显。

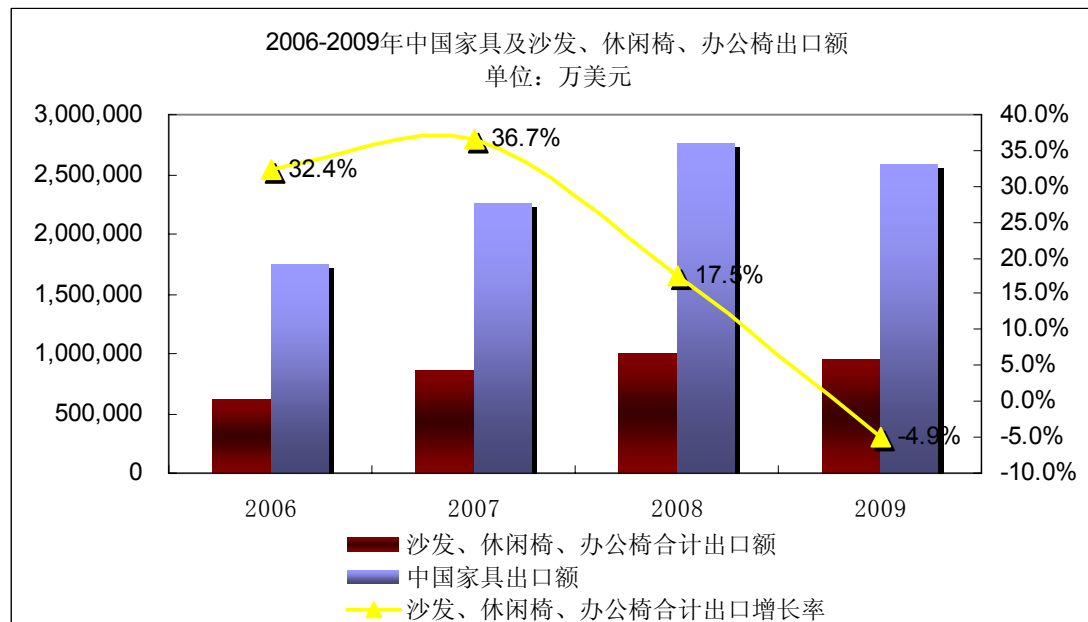
单位：美元

本项目产品		拟替代产品		价格差异
名称	关键零售价位	名称	关键零售价位	
按摩沙发	499.99~599.99	电动功能沙发	499.99~599.99	0
	799.99~899.99		无可比产品	—
办公按摩椅	99.99~129.99	办公椅	79.99~129.99	0~20
	199.99~299.99		149.99~199.99	50~100
休闲按摩椅	199.99~299.99	休闲椅	149.99~249.99	50

同时，考虑到公司按摩沙发、办公按摩椅、休闲按摩椅的零售价位分别覆盖了 199.99 美元~999 美元、99.99 美元~599.99 美元、99.99 美元~399.99 美元区间，相对传统产品的市场竞争力更强。

中国作为全球主要的家具出口国，2008 年出口沙发、休闲椅和办公椅产品合计为 99.9 亿美元。鉴于美国市场电动功能沙发已占到全美沙发市场的 20%以上，公司保守估计，随着市场逐渐熟悉本项目产品，预计未来 5 年，增加了按摩功能的产品可能占到全部沙发、休闲椅和办公椅产品的 10%左右，相当于年出口规模 10 亿美元。

此外，国内市场沙发、休闲椅和办公椅产品合计年需求已达到 1150 亿元人民币，如果未来 5 年增加了按摩功能的产品占到全部沙发、休闲椅和办公椅产品的 5%左右，相当于 57.50 亿元/年的巨大市场需求。



数据来源：中国家具协会、中国海关统计数据

(2) 公司产品的市场需求分析

报告期内，以按摩沙发产品为主，厦门康先业已形成 3 万台/年的按摩居室电器的生产能力。本次募投项目实施后，公司将新建每年 20 万张办公按摩椅、15 万张按摩沙发、10 万张休闲按摩椅的生产能力。公司已制订详细市场推广计划，主要包括：

①办公按摩椅产品

该类产品经过了详细的市场调研，初期主要零售价位为 99.99 美元~299.99 美元，与按摩小电器产品相当，市场竞争力较强。目前，公司已与 HOMEDICS 等 PRMS 客户达成了多款新产品的开发意向，并拟覆盖 Walmart、Bed Bath & Beyond、Target、Costco、Tesco、Metro 等欧美大型渠道商，渠道销售能力较强。根据正在沟通的产品策划方案，考虑新增客户因素，公司预计 2010 年末该类产品可望达到 10 万台/年的订单目标；2012 年末可望消化全部新增产能。

②休闲按摩椅产品

该款产品经过了详细的市场调研，初期主要零售价位为 199.99 美元~299.99 美元，与按摩小电器产品相当，相比传统休闲椅产品的性价比优势突出。公司已

与 Leaderlight、ALPHA 等 PRMS 客户达成多款新产品的开发意向，并与 ACE BAYOU、LAZ BOY 等北美领先品牌商达成了初步合作意向，预计潜在销售能力将达到 1000 万美元，足以满足达产年的产能消化需要。

③按摩沙发产品

公司按摩沙发产品的零售价位覆盖 199.99 美元~999 美元区间，是引导按摩小电器消费者逐渐向按摩椅产品消费的关键产品，同时与传统的电动功能沙发相比，具有显著的性价比优势。经过一年多的市场推广，公司业已在北美、欧洲及大洋洲地区建立了一批家具商客户群，该等客户总计拥有超过 1000 家门店，具备较强的渠道销售能力。根据正在沟通的产品策划方案，考虑新增客户因素，公司预计 2010 年末该类产品可望达到 2000 万美元/年的订单目标；2012 年末可望消化全部新增产能。

此外，根据厦门康城的渠道发展计划，未来 2~3 年，公司将围绕“康城”品牌在国内家具专业卖场发展 200 家左右的销售终端，有利于进一步保障按摩沙发产品的产能充分消化。

综上所述，随着漳州康城按摩居室电器生产基地的建设，公司现有市场拓展计划与目标客户资源能够较好地保障产能充分利用，实现公司持续稳健发展的战略目标。

三、募集资金投资项目简介

（一）年产 10 万台按摩椅新建项目

1、项目的实施方式

本项目拟由本公司子公司蒙发利电子实施。即募集资金到位后，公司将利用募集资金23,826.19万元对蒙发利电子进行增资。

2、项目的选址情况

本项目所需土地位于厦门市同安工业集中区思明工业园，系以出让方式取得，土地证号为厦国土房证第地 00010053 号，用地面积为 32,507.07 平方米，土地使用性质为工业用地。

3、项目的审批情况

本项目经厦门市发展改革委“厦发改产业[2009]48 号”批复同意核准立项。

4、项目的产能及营销措施

本项目建成后将达到每年 10 万台按摩椅的生产能力，其中零售价格定位 2999 美元的豪华按摩椅 2.5 万台，零售价格定位 2499 美元的全功能按摩椅 3.5 万台，零售价格定位 1999 美元的标准型按摩椅 1.5 万台，零售价格定位 999 美元的家居型按摩椅 2.5 万台。

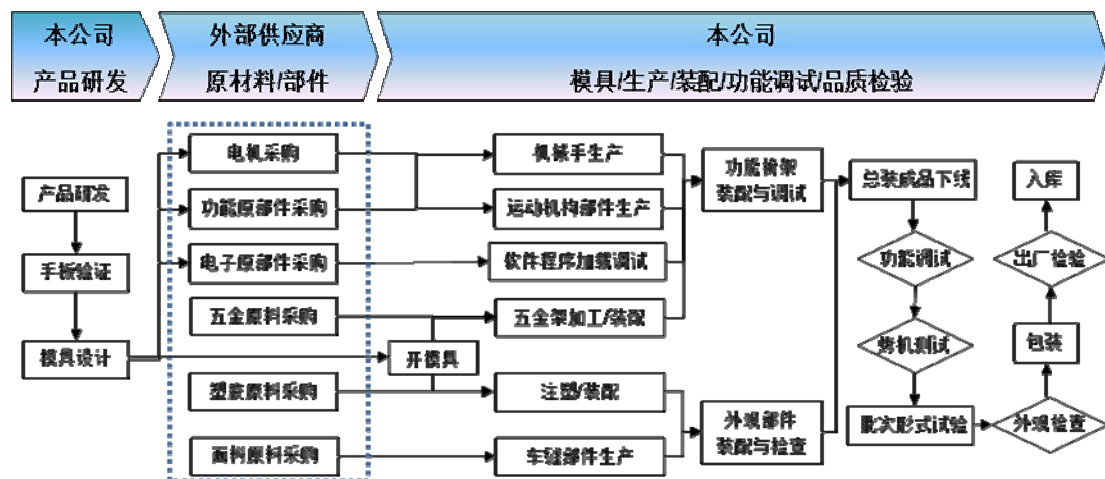
本项目生产的产品将主要通过公司的 PRMS 客户群及其覆盖的渠道商销售，同时公司将通过全资子公司厦门康城依托“康城”、“OGAWA”等品牌在国内市场建立的渠道体系进行销售，渠道保障较为充分。

5、项目的原材料供应

项目建成后，生产所需的主要原材料为电子元件、电器件、塑料米、化工原料、针车面料、五金件及包装物，均可通过公司现有原材料供应渠道解决。

6、项目的生产技术情况

本项目采用的技术均为公司已使用的成熟工艺技术，生产的具体流程如下：



公司过去受资本实力限制，在模具制造、五金件加工、注塑方面投资较少，主要依靠外部供应，但相关设计均由公司负责，并系在公司共同参与下实施生产。由于闽南地区目前拥有高精度模具加工、复杂五金件加工、高等级检测等先进制造能力的专业配套商较少，产能有限并且交货周期较长，不利于公司提升生产效率、缩短生产周期以满足客户的产品快速上市需要。因此，本项目配备了专门的模具车间、注塑车间与五金车间，产能受外部供应能力约束较小，并能够改善生产效率。

7、项目的环境保护

本项目不含喷漆等表面处理工序；项目产生的污水经净化后回用；项目废气经集气罩处理后达标排放；噪声、工业固废均依照国家规定予以规范。本项目各项环保措施均符合国家标准，不会产生环境污染。

本项目环境影响报告表已于 2009 年 9 月 25 日获厦门市环境保护局“厦环监[2009]表 141 号”审批同意。

8、项目的概算情况

(1) 项目投资概算

单位：万元

序号	工程或费用名称	建筑工程	设备购置	安装工程	其它费用	合 计
一	主要生产工程项目					
	模具制造车间	246.78	217.95	10.18		474.91
	精密五金制造车间	246.78	409.06	19.12		674.95
	柔性按摩椅制造车间		766.01	35.80		801.81
	电器件制造车间	1,861.54	451.54	21.10		2,334.18
	机芯部件精密加工车间	376.96	1,421.16	66.41		1,864.53
	裁缝车间		476.79	22.28		499.07
	小计	2,785.81	3,742.51	174.88	0.00	6,703.20
二	辅助生产工程项目					
	原料及成品仓库	2,478.77	129.33			2,608.10
	研发及办公大楼		1,662.85	75.57	356.90	2,095.31
	小计	2,478.77	1,792.17	75.57	356.90	4,703.41
三	公用及服务性工程项目	67.12	343.45	888.49	0.00	1,299.06
四	其他费用					
	建设管理费				296.55	296.55
	建设用地费				1,080.00	1,080.00
	勘察设计费				53.94	53.94
	其他	133.01	97.87	136.65	1,092.81	1,460.34
	其他费用小计	133.01	97.87	136.65	2,523.30	2,890.83
五	基本预备费 10%				1,559.65	1,559.65
六	项目流动资金					
	铺底流动资金				2,001.01	2,001.01
	小计				6,670.03	6,670.03
	合计	5,464.71	5,976.00	1,275.59	11,109.88	23,826.19

(2) 资金使用计划

本项目投资为 23,826.19 万元。其中，建设投资 17,156.16 万元、全部流动资金 6,670.03 万元。资金使用计划如下：

序号	投资内容	资金使用计划				
		第 1 年	第 2 年	第 3 年	第 4 年	合计
1	土建投资	8,183.86	602.96	0.00	0.00	8,786.82
2	设备及安装	5,491.46	2,485.29			7,976.75
3	软件		392.59			392.59
4	流动资金		3,916.92	2,391.26	361.85	6,670.03
	合计	13,675.32	7,397.76	2,391.26	361.85	23,826.19

9、主要设备投资估算表

单位：万元

序号	设备名称	数量（台）	金额
1	注塑机	44	1301.58
2	流水线	26	417.4
3	电脑工业缝纫机	300	384
4	冲床	33	298.75
5	机械手	20	196
6	电焊机	36	149.2
7	高速冲床	3	118.5
8	生产检测设备	15	90
9	压铸机	5	76.5
10	数控折弯机	5	71.5
11	静音房	15	60
12	磨床	3	52.5
13	自动绕线机	16	51.2
14	（数控）剪板机	5	48.44
15	数控车床	2	34.4
16	电脑裁床	2	33.6
17	空压机	4	28.48
18	铺布机	2	28
19	电火花机	4	27.2
20	钻床	4	22.4
21	粉碎机	5	14
22	磁滞式测功机	1	9.9
23	抽粒机	1	6.61
24	烘干机	10	6
合计			3526.16

10、项目的经济效益分析

（1）项目效益

本项目经济计算期为 12 年，包括项目建设期 1.25 年，项目建成投产后第一

年生产负荷为 70%；第二年及以后各年生产负荷为 100%。项目建成达产后，预计年平均销售收入 46,900.00 万元，可实现年平均利润总额 7,624.10 万元，净利润 5,718.07 万元。

(2) 评价指标

指标名称	指标值
投资回收期(年)	5.05
税后投资利润率 (%)	30.06
财务净现值 (万元)	14,368.03
项目财务内部收益率(%)	27.36

(3) 盈亏平衡分析

本项目正常生产年销售收入为 46,900.00 万元，固定成本 7,652.76 万元，可变成本 31,161.59 万元，销售税金及附加为 287.57 万元。生产盈亏平衡点(BEP) 计算为：

$$\text{BEP} = \text{固定成本} \div (\text{销售收入} - \text{可变成本} - \text{营业税金及附加}) \times 100\% = 49.61\%$$

即本项目生产负荷达到设计能力 49.61%，生产盈亏平衡点较低，项目经营风险较小。

11、项目的实施进展情况

截至 2009 年 12 月 31 日，公司已经以自有资金 1297.88 万元投入年产 10 万台按摩椅新建项目。

(二) 按摩居室电器生产基地新建项目

1、项目的实施形式

本项目拟由本公司子公司漳州康城实施。即募集资金到位后，公司将利用募集资金 19,933.44 万元对漳州康城进行增资。

2、项目的选址情况

本项目所需土地位于漳州市龙海市角美开发区凤山工业园，系以出让方式取得，土地证号为龙国用 2009 第 GC0088 号，用地面积为 66,501.00 平方米，土地使用性质为工业用地。

3、项目的审批情况

本项目经龙海市发展计划局“闽发改备[2009]E03018”备案表予以立项。

4、项目的产能及营销措施

本项目建成后将达到每年 20 万张办公按摩椅、15 万张按摩沙发、10 万张休闲按摩椅的生产能力，其中按摩沙发的零售价格定位为 199.99 美元~999 美元；办公按摩椅的零售价格定位为 99.99 美元~599.99 美元；休闲按摩椅的零售价格定位为 99.99 美元~399.99 美元。

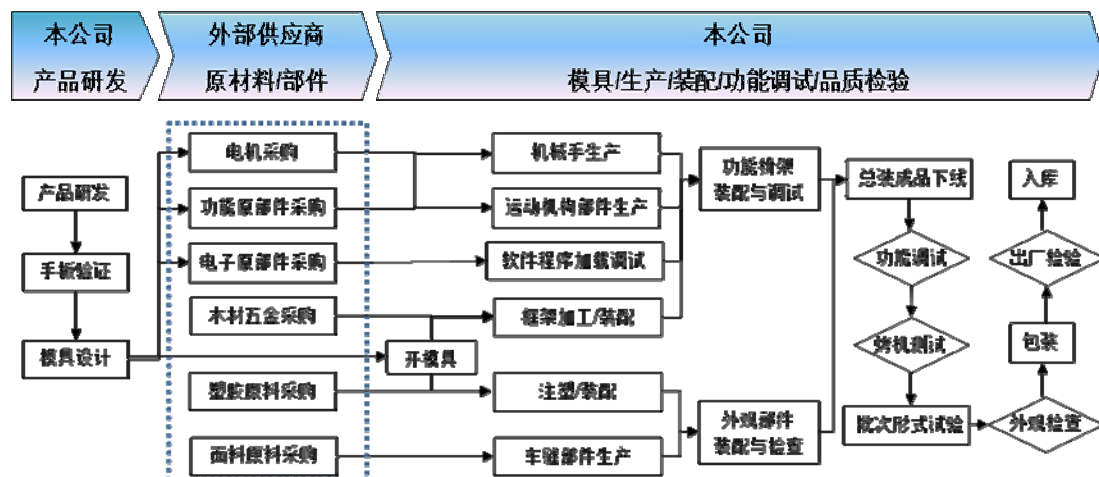
本项目生产的产品填补了公司目前的主要产品按摩小电器与按摩椅之间的零售价格空隙，能够进一步丰富品牌商及渠道商的产品组合。公司已通过深圳蒙发利、厦门康先的运营实践理解了消费者需求，熟悉了渠道特性，产品研发业已获得诸多 PRMS 客户的认同，未来将主要通过公司的 PRMS 客户群及其覆盖的渠道商销售。此外，随着厦门康城依托“康城”、“OGAWA”等品牌在国内市场建立的渠道体系日渐状大，亦将是本项目产品的有力渠道保障。

5、项目的原材料供应

项目建成后，生产所需的主要原材料为电子元件、电器件、塑料米、化工原料、针车面料、五金件、木材及包装物，均可通过公司现有原材料供应渠道解决。

6、项目的生产技术情况

本项目采用的主要生产工艺技术均为公司已掌握的成熟工艺技术，具体流程详见如下：



公司自2008年开始，已相继通过深圳蒙发利、厦门康先的较小规模运营，充分融合了按摩居室电器生产技术与沙发、办公椅及休闲椅的制造技术，形成了完整的生产工艺，产品保健功能、舒适度均较传统的沙发、办公椅及休闲椅产品有较大的提升。

7、项目的环境保护

本项目产生的工业污水经净化后循环使用；项目废气、噪声、工业固废均依照国家规定予以规范。本项目各项环保措施均符合国家标准，不会产生环境污染。

本项目环境影响报告表已于2009年11月5日获龙海市环境保护局审批同意。

8、项目投资概算及使用计划

(1) 项目投资概算

单位：万元

序号	工程或费用名称	建筑工程	设备购置	安装工程	其它费用	合 计
一	主要生产工程项目					
	木工车间	510.00	436.47	20.40		966.87
	裁缝车间	510.00	810.53	37.88		1,358.40
	扣皮车间	425.00	65.16	3.04		493.20
	组装（总成）车间	680.00	1,089.60	50.92		1,820.52
	五金车间	425.00	437.29	20.43		882.72
	按摩机芯车间	425.00	1,375.38	64.27		1,864.65
	小计	2,975.00	4,214.43	196.94	-	7,386.36
二	辅助生产工程项目					
	原料及成品仓库	1,530.00	101.16	-		1,631.16
	研发及办公大楼	482.55	1,203.70	5.62	254.90	1,946.77
	小计	2,012.55	1,304.86	5.62	254.90	3,577.93
三	公用及服务性工程项目	383.67	371.45	1,126.23	-	1,881.35
四	其他费用					
	建设管理费				324.89	324.89
	建设用地费				1,117.20	1,117.20
	勘察设计的费				437.70	437.70
	其他				1,134.34	1,134.34
	其他费用小计				3,014.14	3,014.14
五	基本预备费 10%				1,585.98	1,585.98
六	项目流动资金				2,487.68	2,487.68
	合计	5,371.22	5,890.73	1,328.79	7,342.70	19,933.44

(2) 资金使用计划

本项目投资为 19,933.44 万元。其中，建设投资 17,445.76 万元，铺底流动资金 2,487.68 万元。资金使用计划如下：

单位：万元

序号	投资内容	资金使用计划				
		第 1 年	第 2 年	第 3 年	第 4 年	合计
1	土建投资	8,410.19	813.69	0.00	0.00	9,223.88
2	设备及安装	5,444.53	2,496.96	0.00	0.00	7,941.49
3	软件	0.00	280.39	0.00	0.00	280.39
4	流动资金	0.00	2,487.68	0.00	0.00	2,487.68
	合计	13,854.72	6,078.72	0.00	0.00	19,933.44

9、主要设备投资估算表

单位：万元

序号	设备名称	数量	金额
1	注塑机	38	1258.94
2	流水线	30	707.65
3	电脑工业缝纫机	280	364.00
4	冲床	28	284.57
5	电脑全自动裁皮机	1	231.97
6	CNC 裁板	2	223.22
7	各式木工钻刨锯	48	184.92
8	机械手	20	175.00
9	生产检测设备	20	146.4
10	裁床	5	71.00
11	电焊机	20	50.00
12	锦隆铺布机	3	46.50
13	锁眼机	8	44.00
14	数控剪板机	3	29.46
15	数控折弯机	3	26.25
16	静音房	7	24.99
17	钉枪	200	16.40
18	抽粒机	2	12.14
19	粉碎机	4	10.00
20	手电钻	15	8.775
21	烘干机	8	4.32
	合计		3,920.51

10、项目的经济效益分析

(1) 项目效益

本项目经济计算期为 12 年，包括项目建设期 1.25 年，项目建成投产后第一年生产负荷为 70%；第二年及以后各年生产负荷为 100%。项目建成达产后，预

计年平均销售收入 46,000.00 万元，可实现年平均利润总额 7,214.93 万元，净利润 5,411.20 万元。

(2) 评价指标

指标名称	指标值
投资回收期(年)	5.51
税后投资利润率 (%)	26.25
财务净现值 (万元)	11,888.8
项目财务内部收益率 (%)	24.19

(3) 盈亏平衡分析

本项目正常生产年销售收入为 46,000.00 万元，固定成本 8,385.82 万元，可变成本 29,916 万元，销售税金及附加为 328.3 万元。生产盈亏平衡点(BEP)计算为：

$$\text{BEP} = \text{固定成本} \div (\text{销售收入} - \text{可变成本} - \text{营业税金及附加}) \times 100\% = 53.22\%$$

即本项目生产负荷达到设计能力的 53.22%，生产盈亏平衡点较低，项目经营风险较小。

11、项目的实施进展情况

截至 2009 年 12 月 31 日，公司已经以自有资金 1298.89 万元投入按摩居室电器生产基地新建项目。

四、募集资金投向对公司财务状况的影响

公司本次募集资金拟投资的按摩椅新建项目和按摩居室电器新建项目，均是公司做强做大 PRMS 客户群的发展战略需要。募投项目实施成功后，公司将形成行业内产能领先、品质领先的按摩居室电器专业化生产能力，与公司业已形成的行业领先的按摩小电器产能相配合，公司的综合竞争实力将进一步增强，有利于公司持续盈利能力的进一步增强。具体影响表现为以下几个方面：

(一) 对净资产和每股净资产的影响

募集资金到位后，公司净资产及每股净资产都将大幅提高，公司整体实力将显著增强。

(二) 对净资产收益率和盈利水平的影响

由于募集资金投资项目需要一定的建设期，短期内无法获得经济效益，净资产收益率因此会有一定程度的降低。随着两个项目陆续建成投产，公司销售收入和利润水平将有大幅提高，公司盈利能力不断增强。

（三）对资产负债率和资本结构的影响

募集资金到位后，公司的资产负债率水平将大幅降低，有利于提高公司的间接融资能力，降低财务风险；同时本次股票溢价发行将增加公司资本公积金，使公司资本结构更加稳健，公司的股本扩张能力进一步增强。

（四）项目固定资产投资的折旧、摊销费用对发行人经营业绩的影响

募集资金项目分别对各项目在达产年财务状况及经营成果的影响如下表：

单位：万元

项目名称	新增销售收入	息税折旧摊销前利润	净利润	新增折旧、摊销
厦门蒙发利电子有限公司年产10万台按摩椅扩建项目	46,900.00	8,844.43	5,718.07	1,220.34
漳州康城家居用品有限公司按摩居室电器生产基地新建项目	46,000.00	8,461.63	5,411.20	1,246.7
合 计	92,900.00	17,306.06	11,129.27	2,467.04

募集资金项目建成后，预计每年新增折旧、摊销费用共 2,467.04 万元，短期内会给本公司盈利带来压力。根据项目效益测算，项目投资前景良好，达产率为 100% 时实现利润总额为 11,129.27 万元，能够在消化了前述成本因素影响仍然为公司主要的利润增长来源，因而不会影响发行人的持续盈利能力。

第十三节 股利分配政策

一、公司最近三年股利分配政策

公司股票全部为普通股,本着同股同权原则,按每一股东持有公司股份的比例分配股利,具体由董事会按法律、法规及公司章程的有关规定,提出分配方案。

根据《公司章程》规定:

公司分配当年税后利润时,应当提取利润的百分之十列入公司法定公积金,公司法定公积金累计额为公司注册资本的百分之五十以上的,可以不再提取。

公司的法定公积金不足以弥补以前年度亏损的,在依照前款规定提取法定公积金之前,应当先用当年利润弥补亏损。

公司从税后利润中提取法定公积金后,经股东大会决议,还可以从税后利润中提取任意公积金。

公司弥补亏损和提取公积金后所余税后利润,按照股东持有的股份比例分配。

股东大会违反前款规定,在公司弥补亏损和提取法定公积金之前向股东分配利润的,股东必须将违反规定分配的利润退还公司。

公司持有的本公司股份不参与分配利润。

公司的公积金用于弥补公司的亏损、扩大公司生产经营或者转为增加公司资本。但是,资本公积金不得用于弥补公司的亏损。

法定公积金转为资本时,所留存的该项公积金将不少于转增前公司注册资本的 25%。

公司股东大会对利润分配方案作出决议后,公司董事会须在股东大会召开后 2 个月内完成股利(或股份)的派发事项。

公司采取现金或者股票方式分配利润。

二、公司最近三年实际利润分配情况

报告期内,发行人股利分配情况如下:

1、2007 年利润分配情况

(1)根据 2007 年 1 月 25 日的股东会决议,公司向股东分配现金股利,共计

10,938,015.84 元。

(2) 2007 年 3 月 8 日，经有限公司股东会决议，发行人实收资本由 1,000 万元变更为 6,666 万元，股东增加认缴 5,666 万元，以未分配利润 7,082.50 万元扣除个人所得税 1,416.50 万元后转增资本。前述个人所得税已于 2008 年 6 月全额缴清。

2、2008 年利润分配情况

根据 2009 年 3 月 1 日召开的 2009 年第二次临时股东大会决议，公司向股东分配现金股利，共计 10,800,000.00 元。

三、发行后的股利分配政策

公司本次发行后的股利分配一般政策与发行前将基本保持一致。新增现金分红条款，如下：

在公司盈利、现金流满足公司正常经营和长期发展的前提下，公司将实施积极的现金股利分配办法，重视对股东的投资回报，利润分配政策应保持连续性和稳定性。

公司在有关法规允许情况下根据盈利状况可进行中期现金分红。

公司以现金方式分配的利润原则上应不低于公司当年实现的可分配利润的百分之十，或最近三年以现金方式累计分配的利润不少于最近三年实现的年均可分配利润的百分之三十。

四、滚存利润的分配安排

经 2009 年 11 月 3 日召开的 2009 年第四次临时股东大会批准，若本公司股票上市发行成功，本次发行前滚存未分配利润余额由发行后新老股东按持股比例享有。

第十四节 其他重要事项

一、信息披露部门、人员安排

本公司负责信息披露和投资者关系的部门为证券投资部，主管负责人为董事会秘书：张斌；对外咨询电话：0592-5569658；传真：0592-5532788；互联网网址：www.easepal.com.cn；联系地址：厦门市思明区龙山南路 18 号；邮编：361009。

二、发行人重要合同

本公司目前正在执行的重要合同如下所示：

（一）采购合同

截至本招股说明书签署日，发行人即将履行和正在履行的重要采购合同有：

1、2010 年 1 月 15 日，发行人子公司漳州蒙发利与深圳市摩多电机有限公司签订编号为 MFL—集采（2010）第 025 号《采购合同》，向后者采购直流永磁电机。合同有效期为 2010 年 1 月 15 日至 2011 年 1 月 15 日，约定每一次采购以订单形式完成。预计年采购金额不低于 3,500 万元。

2、2009 年 12 月 12 日，发行人子公司深圳凯得克与深圳市群辉达塑胶电子技术签订编号为 MFL-凯得克（2010）第 007 号《采购合同》，向后者采购塑胶原料、塑胶制品、喷油丝印等产品。合同有效期为 2010 年 1 月 2 日至 2011 年 1 月 1 日，约定每一次采购以订单形式完成。货款结算方式为月结后 60 天。预计年采购金额不低于 3,500 万元。

3、2009 年 12 月 28 日，发行人的子公司深圳凯得克作为采购方与深圳市天章实业有限公司签订了编号为 MFL—凯得克（2010）第 198 号《采购合同》，向后者采购模具制造、注塑成型、喷油丝印。合同有效期为 2010 年 1 月 1 日至 2010 年 12 月 31 日，约定每一次采购以订单形式完成，货款结算方式为月结后 60 天。预计年采购金额不低于 3,000 万元。

4、2009 年 9 月 29 日，发行人的子公司漳州蒙发利与厦门龙达利工贸有限公司签订编号为 MFL—集采（2009）第 439 号《采购合同》，向后者采购注塑料等产品。合同有效期为 2009 年 10 月 1 日至 2010 年 9 月 30 日，约定每一次采购以订单形式完成。预计年采购金额不低于 2,100 万元。

5、2009年9月2日，发行人的子公司漳州蒙发利与深圳东福昌电机有限公司签订了编号为MFL—集采（2009）第364号《采购合同》，向后者采购直流电机。合同期限为2009年9月2日至2010年9月1日，约定每一次采购以订单形式完成。预计年采购金额不低于1,200万元。

（二）销售合同

1、2010年1月18日，发行人与美国公司HOMEDICS签订《国际购销协议》，向后者销售按摩器具产品，约定品名、规格、数量及单价、交易总值以每次确认的具体订单来执行，协议期限自2010年1月21日至2014年1月20日。

2、2010年1月20日，发行人与马来西亚公司HEALTHY WORLDDLIFESTYLE SDN BHD签订《国际购销协议》，向后者销售按摩器械产品，约定品名、规格、数量及单价、交易总值以每次确认的具体订单来执行，协议期限自2010年1月22日至2014年1月21日。

3、2010年1月22日，发行人与美国公司HELEN OF TROY签订《国际购销协议》，向后者销售按摩器械产品，约定品名、规格、数量及单价、交易总值以每次确认的具体订单来执行，协议期限自2010年1月27日至2014年1月26日。

4、2010年1月16日，发行人与新加坡公司OTO Bodycare Pte Ltd签订《国际购销协议》，向后者销售按摩器械产品，约定品名、规格、数量及单价、交易总值以每次确认的具体订单来执行。协议期限自2010年1月21日至2014年1月20日。

5、2010年1月20日，发行人与LEADER LIGHT中国代表处签订《国际购销协议》，向后者销售按摩器械产品，约定品名、规格、数量及单价、交易总值以每次确认的具体订单来执行，协议期限自2010年1月23日至2014年1月22日。

6、2010年1月15日，发行人与德国公司CASADA GmbH签订《国际购销协议》，向后者销售按摩器械产品，约定品名、规格、数量及单价、交易总值以每次确认的具体订单来执行，协议期限自2010年1月20日至2014年1月19日。

7、2008年2月25日，发行人与美国公司ACE BAYOU CORP签订《国际购销协议》，向后者销售按摩器械产品，约定品名、规格、数量及单价、交易总

值以每次确认的具体订单来执行，协议期限自 2008 年 3 月 1 日至 2012 年 2 月 28 日。

8、2007 年 3 月 15 日，发行人与美国公司 BELKIN INTERNATIONAL INC 签订《国际购销协议》，向后者销售电脑包产品，约定品名、规格、数量及单价、交易总值以每次确认的具体订单来执行，协议期限自 2007 年 4 月 1 日至 2011 年 3 月 31 日。

（三）借款合同

1、2009 年 9 月 25 日，公司与中国农业银行股份有限公司厦门莲前支行签订《借款合同》（合同编号：83101200900002020），借款金额为 4,000 万元，借款期限为 2009 年 9 月 25 日至 2012 年 9 月 24 日。

2、2009 年 9 月 23 日，公司与中国进出口银行签订《借款合同》（合同编号：（2009）进出银（榕信合）字第 031 号），借款金额为 4,500 万元，借款期限为 2009 年 10 月 31 日至 2011 年 10 月 30 日。

3、2009 年 2 月 23 日，公司与中国进出口银行签订《借款合同》（合同编号：（2009）进出银（榕信合）字第 001 号），借款金额为 4,000 万元，借款期限为 2009 年 3 月 18 日至 2010 年 9 月 10 日。

（四）出口信用保险项下融资业务合同

2010 年 5 月 7 日，发行人与中国农业银行股份有限公司厦门莲前支行签订《出口信用保险项下融资协议（押汇业务）》，约定可在该行办理押汇融资业务，凭申请人提交的出口信用保险项下融资申请书、商业发票及相关单据根据自身的资金情况、申请人的经营状况等因素按规定逐笔审核并确定是否办理押汇业务。融资期限：2010 年 5 月 7 日起至 2011 年 5 月 7 日止。

（五）抵押合同

1、2009 年 9 月 23 日，漳州蒙发利与中国进出口银行签订编号为（2009）进出银（榕信抵）字第 008 号《房地产抵押合同》，约定由漳州蒙发利为发行人向该银行的 4,500 万元借款提供抵押担保。抵押物为编号为龙房权证字第 20084280 号、龙房权证字第 20084281 号、龙房权证字第 20084279 号房地产权以及编号为龙国用（2009 角字）第 GC0009 号、龙国用（2009 角字）第 GC0010

号、龙国用（2009 角字）第 GC0011 号国有土地使用权。

2、2009 年 2 月 23 日，发行人与进出口银行签订了编号为（2009）进出银（榕信抵）字第 001 号《房地产抵押合同》，为发行人向该银行的 4,000 万元借款提供抵押担保。抵押物为编号为厦国土房证第 00649968 号的国有土地使用权及房屋所有权。

（六）结汇/售汇协议书

1、2009 年 7 月 4 日，发行人与中国建设银行股份有限公司厦门市分行签订编号为 XMFP2008000262-1 的《远期结汇/售汇总协议书》，约定由后者为发行人提供远期结汇/售汇业务，具体以发行人提交的申请书确定。

2、2009 年 7 月 4 日，发行人与中国建设银行股份有限公司厦门市分行签订编号为 XMSW2008000161-1 的《人民币与外币掉期交易总协议》，约定后者为发行人叙做掉期交易，具体由发行人逐笔填写《人民币与外币掉期交易申请书》申请确定。

3、2010 年 2 月 4 日，发行人与中国农业银行股份有限公司厦门市分行签订编号为 400FWJS0700010-0《远期/掉期结售汇总协议书》，由后者为发行人叙做远期/掉期结售汇业务，具体由每笔申请确定。

（七）建设工程施工合同

2009 年 12 月 15 日、12 月 24 日，发行人的子公司蒙发利电子与福建大舟建筑工程有限公司分别签订《建设工程施工合同》及补充协议，约定由后者承包建设蒙发利电子厂房及配套工程，合同工程款总计为 39,115,228.80 元。该合同并对专用、通用条款等作为附件进行了约定。

三、发行人对外担保情况

截至本招股说明书签署之日，本公司不存在对外担保情况。

四、发行人及其子公司的诉讼或仲裁

发行人根据自主拥有的实用新型专利（专利号：200720006893.6）生产一款单电机行走加热揉捏背靠产品（型号为 SBM200H）。2007 年 9 月 6 日，东莞东城威仪塑胶电子制品厂（以下简称“东莞威仪”）以前述产品落入其拥有的专利号

为 ZL02250262.9 的实用新型专利的权利保护范围为由，向厦门市中级人民法院提起专利侵权诉讼，诉请发行人及其子公司漳州蒙发利停止侵权行为并赔偿经济损失 50 万元，后于 2007 年 11 月 16 日申请追加至 357.73022 万元。发行人委托厦门南强之路专利事务所向厦门市中级人民法院提交的《对比报告》认为，该涉讼产品与东莞威仪的专利产品的结构存在显著差别。

发行人、漳州蒙发利分别于 2007 年 10 月 8 日、2009 年 2 月 17 日向国家知识产权局专利复审委员会申请东莞威仪拥有的专利号为 ZL02250262.9 的实用新型专利无效。国家知识产权局专利复审委员会于 2009 年 9 月 16 日出具了《无效宣告请求审查决定书》（第 13893 号），宣告东莞威仪持有的专利号为 ZL02250262.9 的“一种按摩器结构”实用新型无效。2010 年 4 月 15 日，北京市第一中级人民法院出具了《行政判决书》（（2010）一中知行初字第 352 号），判决“维持被告国家知识产权局专利复审委员会作出的第 13893 号无效宣告请求审查决定。”根据《中华人民共和国专利法》，如对上述决定不服的，东莞威仪可以向北京市高级人民法院上诉。

根据国家知识产权局专利复审委员会出具的《无效宣告请求受理通知书》2007 年 11 月 8 日，厦门市中级人民法院出具（2007）厦民初字第 298 号《民事裁定书》，裁定中止诉讼。截止本招股说明书签署之日，本专利侵权诉讼案仍然处在诉讼中止阶段。

2010 年 2 月 5 日，厦门南强之路专利事务所出具《分析报告》，认为：“国家知识产权局专利复审委员会所作出的有关 ZL02250262.9 实用新型专利权无效宣告请求审查决定，所依据的理由充分，证据确凿，适用的法律法规准确”。

此外，经查询国家知识产权局的专利法律状态信息，专利号为 ZL02250262.9 的实用新型专利权业已于 2009 年 4 月 24 日转移给东莞威德电子科技有限公司。

发行人的控股股东、实际控制人邹剑寒先生、李五令先生承诺，若发行人或漳州蒙发利于上述诉讼中败诉而被判决或裁定赔偿原告损失及/或承担诉讼费用，则将无条件全额承担该等费用。

发行人律师认为：“涉讼专利权的权利人已经变更，且该专利权被国家知识产权局专利复审委员会宣告无效，东莞威仪即使对国家知识产权局专利复审委员会提起行政诉讼，依据厦门南强之路专利事务所对上述实用新型专利所作的实质

分析及发行人实际控制人邹剑寒、李五令所作的承诺，该诉讼案件对发行人持续经营不构成重大影响，对本次发行上市也不构成实质性障碍。”

保荐机构认为：“鉴于涉讼专利权已被有权认定机构宣告无效，并且发行人的控股股东、实际控制人已经承诺无条件全额承担败诉损失与费用，该诉讼不会对发行人的持续经营造成重大不利影响，对本次发行上市没有实质性障碍。”

五、发行人关联方的诉讼或仲裁

截至本招股说明书签署日，发行人的控股股东及实际控制人、董事、监事、高级管理人员和核心技术人员没有作为一方当事人的任何重大诉讼或仲裁事项。

六、刑事起诉

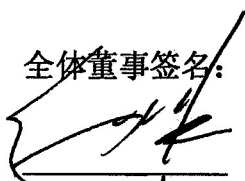
截至本招股说明书签署日，发行人的董事、监事、高级管理人员和核心技术人员未受到刑事诉讼的情况。

第十五节 发行人及各中介机构声明

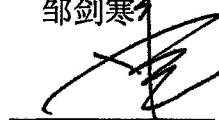
一、董事、监事及高级管理人员声明

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

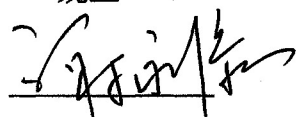
全体董事签名：



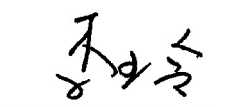
邹剑寒



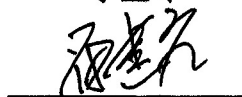
魏罡



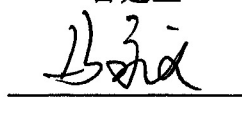
谢永添



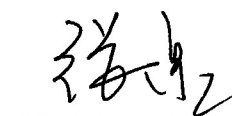
李五令



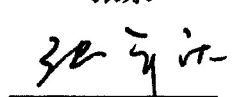
曾建宝



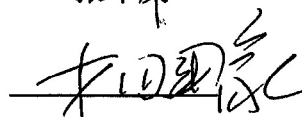
马永义



张泉

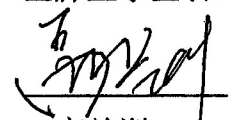


张年庆



杨国豪

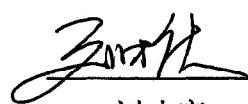
全体监事签名：



高兰洲

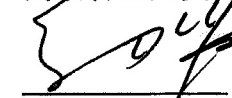


顾乾坤



刘才庆

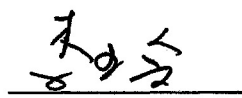
高级管理人员签名：



邹剑寒



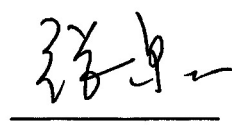
崔洪海



李五令



张斌



张泉



厦门蒙发利科技(集团)股份有限公司

2010年6月28日

二、保荐机构（主承销商）声明

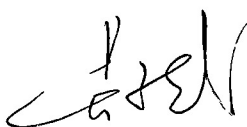
本保荐机构已对本招股说明书及其摘要进行了核查，确认不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

项目协办人签名：


赵亮

保荐代表人签名：


刘凌雷


吴斌

保荐机构法定代表人签名：

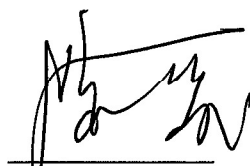

吴承根



三、发行人律师声明

本所及签字的律师已阅读招股说明书及其摘要，确认招股说明书及其摘要与本所出具的法律意见书和律师工作报告不存在矛盾。本所及签字的律师对发行人在招股说明书及其摘要中引用的法律意见书和律师工作报告的内容无异议，确认招股说明书不致因所引用内容出现虚假记载、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。

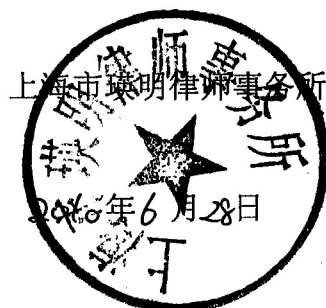
负责人签名：


陈明夏

经办律师签名：


陈志军


傅扬远



四、审计机构声明

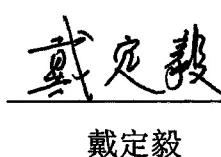
本所及签字注册会计师已阅读招股说明书及其摘要，确认招股说明书及其摘要与本所出具的报告不存在矛盾。本所及签字注册会计师对发行人在招股说明书及其摘要中引用的财务报告的内容无异议，确认招股说明书不致因所引用内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

会计师事务所负责人签名：


朱建弟



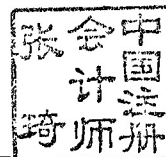
经办注册会计师签名：


戴定毅





张琦



五、验资机构声明

本机构及签字注册会计师已阅读招股说明书及其摘要，确认招股说明书及其摘要与本所出具的报告不存在矛盾。本所及签字注册会计师对发行人在招股说明书及其摘要中引用的财务报告的内容无异议，确认招股说明书不致因所引用内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

会计师事务所负责人签名：

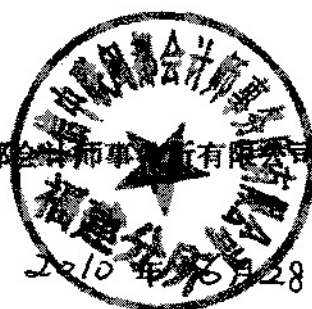

邱秋星

经办注册会计师签名：


林荣标


许其专

立信中联闽都会计师事务所有限公司福建分所



说 明

本所原名福建立信闽都会计师事务所有限公司厦门分公司，因总所名称变更，本所更名为立信中联闽都会计师事务所有限公司福建分所，并于2010年5月14日获得厦门市工商行政管理局重新核发的《营业执照》。因营业场所变更至福州市，本所于2010年6月2日获得福州市工商行政管理局重新核发的《营业执照》，名称不变。

因本所注册会计师林春金先生去世，本所特委派注册会计师许其专，审阅《厦门蒙发利科技（集团）股份有限公司首次公开发行股票招股说明书》及其摘要，并对其中引用“福建立信闽都厦门所[2007]审字第GY5006号验资报告”的内容与本所出具报告是否一致进行核对并出具声明。

特此说明！

立信中联闽都会计师事务所有限公司福建分所



2010年6月24日

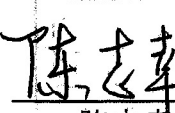
六、评估机构声明

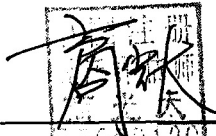
本机构及签字注册资产评估师已阅读招股说明书及其摘要，确认招股说明书及其摘要与本所出具的报告不存在矛盾。本所及签字注册资产评估师对发行人在招股说明书及其摘要中引用的资产评估报告的内容无异议，确认招股说明书不致因所引用内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

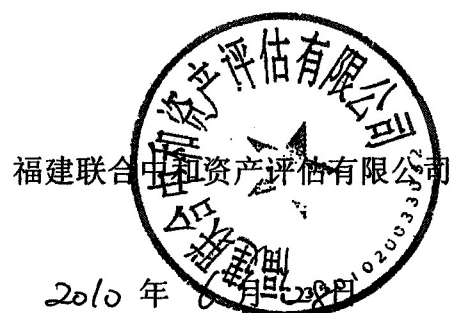
负责人签名：


商光太

经办注册资产评估师签名：


陈志幸


商光太



七、评估机构声明

本机构及签字注册资产评估师已阅读招股说明书及其摘要，确认招股说明书及其摘要与本所出具的报告不存在矛盾。本所及签字注册资产评估师对发行人在招股说明书及其摘要中引用的资产评估报告的内容无异议，确认招股说明书不致因所引用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。

负责人签名：


梅惠民

总评估师签名：



唐丽敏

经办注册资产评估师签名：


吴宇扬

吴宇扬


谢淑波

31000757

上海银信汇业资产评估有限公司

2010 年 6 月 28 日

第十六节 附录和备查文件

一、备查文件目录

- 1、发行保荐书及发行保荐工作报告
- 2、财务报表及审计报告
- 3、内部控制鉴证报告
- 4、经注册会计师核验的非经常性损益明细表
- 5、法律意见书及律师工作报告
- 6、公司章程（草案）
- 7、中国证监会核准本次发行的文件
- 8、本次发行申请文件中的其他文件

二、查阅时间、地点

查阅时间：工作日的上午 **8:30—11:30**，下午 **1:00—3:00**

查阅地点：公司及保荐人（主承销商）的法定住所

除以上查阅地点外，投资者可以登录证券交易所指定网站，查阅《招股说明书》