



哈尔斯

浙江哈尔斯真空器皿股份有限公司

ZheJiang Haers Vacuum Containers Co.,Ltd.

(注册地址: 永康经济开发区哈尔斯路1号)

首次公开发行股票招股说明书 (申报稿)

保荐人(主承销商):  华林证券有限责任公司

(注册地址: 深圳市福田区民田路178号华融大厦5、6楼)

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

发行概况

发行股票类型：人民币普通股（A 股）	每股面值：人民币 1.00 元
发行股数：1,300 万股	每股发行价格：人民币【】元
发行后总股本：5,100 万股	预计发行日期：【】年【】月【】日
拟上市证券交易所：深圳证券交易所	
本次发行前股东所持股份的流通限制及自愿锁定股份的承诺	本公司控股股东（实际控制人）吕强先生及其亲属吕振福先生、欧阳波先生、吕丽珍女士和吕丽妃女士承诺：自公司股票上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理其直接或间接持有的公司股份，也不由公司回购其持有的股份。 公司其他股东阮伟兴、张洵等 16 名自然人承诺：自公司股票上市之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理其直接或间接持有的公司股份，也不由公司回购其持有的股份。 除上述承诺外，持有本公司股份的董事、监事、高级管理人员吕强、张洵、吕振福、欧阳波、吕丽妃、应维湖、吕丽珍、凌永华还承诺：在前述限售期满后，在其任职期间每年转让公司股份的比例不超过其所持公司股份总数的 25%；离职后半年内，不转让其持有的公司股份；在其离职 6 个月后的 12 个月内，通过证券交易所挂牌交易出售的公司股份数量不超过其持有公司股份总数的 50%。
保荐人（主承销商）	华林证券有限责任公司
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者保证。任何与之相反的声明均属虚假不实陈述。

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

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

重大事项提示

一、本次发行前公司总股本 3,800 万股，本次拟发行 1,300 万股流通股，发行后总股本为 5,100 万股，均为流通股。

本公司控股股东（实际控制人）吕强先生及其亲属吕振福先生、欧阳波先生、吕丽珍女士和吕丽妃女士承诺：自公司股票上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理其直接或间接持有的公司股份，也不由公司回购其持有的股份。

公司其他股东阮伟兴、张洵等 16 名自然人承诺：自公司股票上市之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理其直接或间接持有的公司股份，也不由公司回购其持有的股份。

除上述承诺外，持有本公司股份的董事、监事、高级管理人员吕强、张洵、吕振福、欧阳波、吕丽妃、应维湖、吕丽珍、凌永华还承诺：在前述限售期满后，在其任职期间每年转让公司股份的比例不超过其所持公司股份总数的 25%；离职后半年内，不转让其持有的公司股份；在其离职 6 个月后的 12 个月内，通过证券交易所挂牌交易出售的公司股份数量不超过其持有公司股份总数的 50%。

二、截至 2010 年 6 月 30 日，公司滚存未分配利润为 50,114,980.59 元，根据公司 2010 年第一次临时股东大会决议，该滚存未分配利润及至本次公开发行股票前所产生的可供股东分配的利润，由发行后的新老股东按照持股比例共同享有。

三、本公司特别提醒投资者注意“第四节 风险因素”中的下列风险：

（一）主要原材料价格波动风险

公司的主要产品为不锈钢真空保温器皿，其主要原材料为不锈钢。报告期内，公司生产成本中不锈钢原材料成本（包括不锈钢卷板和钢件）所占比重在 50～60%之间，故不锈钢价格变动是导致公司产品成本变动的主要因素之一。

2006 年以来国际不锈钢价格波动幅度较大。根据英国商品研究所每周发布的国际不锈钢价格指数（CRU 指数），2007 年 7 月国际不锈钢价格达到历史高点，CRU 指数当月平均值达到 251.6。此后不锈钢价格开始下滑，至 2009 年 6 月 CRU

指数当月平均值跌至 111.5，2009 年下半年开始逐渐回升，至 2010 年 6 月末，指数当月平均值已回升至 174.0。

受此影响，报告期内公司原材料不锈钢卷板的平均采购价格如下：

项目	2010 年 1-6 月	2009 年度	2008 年度	2007 年度
不锈钢卷板采购均价（元/KG）	19.16	17.52	24.26	29.58
增长比例（%）	9.36	-27.78	-17.99	-

尽管公司通过加强存货管理、合理安排原材料采购量等措施，减少了原材料价格波动对公司生产经营的影响。但若未来原材料价格发生大幅度波动，将导致公司生产成本发生较大变动，从而影响公司的经营业绩。

（二）产品市场开拓风险

随着社会经济和文化水平的不断提高，消费者对不锈钢真空保温器皿的外观形象和内在品质的要求越来越高，产品更新速度越来越快；同时，随着公司高端产品销售比重的逐渐增加，对公司的品牌和营销、产品研发能力等方面提出了更高要求，若公司在产品研发设计、制造和营销等方面投入或成效不足，导致产品不能充分适应消费者的需求，将对公司经营业绩的增长带来不利影响。

目 录

第一节 释 义.....	10
第二节 概 览.....	13
一、发行人基本情况.....	13
二、控股股东、实际控制人简介.....	16
三、主要财务数据及财务指标.....	17
四、本次发行情况及发行前后股本结构.....	18
五、募集资金用途.....	19
第三节 本次发行概况.....	20
一、本次发行的基本情况.....	20
二、本次发行有关当事人.....	21
三、与本次发行上市有关的重要日期.....	22
第四节 风险因素.....	24
一、经营风险.....	24
二、宏观经济变化风险.....	25
三、市场风险.....	28
四、管理风险.....	28
五、募集资金投资项目风险.....	29
六、企业所得税优惠政策变化风险.....	30
七、净资产收益率下降的风险.....	30
第五节 发行人基本情况.....	31
一、发行人基本情况.....	31
二、发行人历史沿革及改制重组情况.....	31
三、发行人独立运营情况.....	34

四、发行人股本形成及变化和重大资产重组情况.....	35
五、股东出资、股本变化的验资情况.....	40
六、发行人组织结构.....	40
七、发行人控股子公司、参股子公司情况.....	42
八、发行人股东的基本情况.....	44
九、发行人股本情况.....	46
十、发行人员工及其社会保障情况.....	47
十一、主要股东及作为股东的董事、监事、高级管理人员作出的重要承诺及其履行情况.....	49
第六节 业务和技术.....	51
一、公司的主营业务及设立以来的变化情况.....	51
二、公司所处行业的基本情况.....	52
三、公司在行业中的竞争地位.....	72
四、发行人主营业务具体情况.....	83
五、与业务相关的主要固定资产及无形资产.....	97
六、特许经营、境外经营的情况.....	104
七、发行人主要技术的基本情况.....	105
八、主要产品和服务的质量控制情况.....	110
第七节 同业竞争和关联交易.....	111
一、同业竞争.....	111
二、关联方及关联交易.....	112
第八节 董事、监事、高级管理人员与核心技术人员.....	124
一、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员简介.....	124
二、董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属持有本公司股份的情况.....	128

三、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的其他对外投资情况.....	129
四、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员最近一年从公司及关联企业 领取收入情况.....	130
五、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员在其他单位的兼职情况..	130
六、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员之间的亲属关系.....	131
七、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员与公司签署的协议、作出的 重要承诺，以及有关协议和承诺的履行情况.....	131
八、董事、监事、高级管理人员的任职资格.....	132
九、董事、监事、高级管理人员近三年变动情况及原因.....	132
第九节 公司治理.....	134
一、发行人股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度的建立 健全及运行情况.....	134
二、发行人近三年违法违规情况.....	138
三、发行人报告期内与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业间资金往 来和担保情况.....	139
四、发行人内部控制情况.....	139
第十节 财务会计信息.....	141
一、审计意见类型及财务报表编制基础.....	141
二、合并财务报表范围及变化情况.....	141
三、发行人最近三年及一期财务报表.....	142
四、主要会计政策和会计估计.....	150
五、税项.....	157
六、分部信息.....	158
七、非经常性损益明细表.....	159
八、发行人最近一期末主要资产情况.....	162
九、发行人最近一期末的主要债项.....	163

十、股东权益情况.....	165
十一、报告期内现金流量情况及不涉及现金收支的重大投资和筹资活动..	168
十二、报告期内会计报表附注中的期后事项、或有事项及其他重要事项..	169
十三、主要财务指标.....	170
十四、资产评估情况.....	173
十五、历次验资情况.....	175
第十一节 管理层讨论与分析.....	176
一、报告期财务状况分析.....	176
二、盈利能力分析.....	188
三、现金流量分析.....	210
四、资本性支出分析.....	212
五、财务状况、盈利能力的未来趋势分析.....	212
第十二节 业务发展目标.....	214
一、公司发展战略和整体经营目标.....	214
二、公司发行当年和未来两年的具体发展计划.....	217
三、拟定上述计划所依据的假设条件.....	220
四、公司实施上述计划可能面临的主要困难.....	220
五、公司确保实现上述发展计划拟采用的方式、方法和途径.....	221
六、上述业务发展计划与现有业务的关系.....	221
第十三节 募集资金运用.....	222
一、募集资金运用概况.....	222
二、项目背景.....	222
三、募集资金投资项目产品市场前景分析.....	224
四、募集资金投资项目具体情况.....	225
五、募集资金运用对公司财务状况及经营成果的影响.....	233

六、新增固定资产投资与产能变动的匹配关系.....	234
七、新增固定资产折旧对公司经营业绩的影响分析.....	234
第十四节 股利分配政策.....	236
一、股利分配政策及最近三年股利分配情况.....	236
二、滚存利润分配政策.....	237
第十五节 其他重要事项.....	238
一、信息披露及投资者关系的负责部门和人员.....	238
二、重要合同.....	238
三、对外担保.....	241
四、诉讼或仲裁.....	242
第十六节 董事、监事、高级管理人员及有关中介机构的声明.....	243
第十七节 备查文件.....	250

第一节 释 义

本招股说明书中，除非文义另有所指，下列词语具有下述含义：

简称	特定含义
发行人、公司、本公司、股份公司、哈尔斯股份	浙江哈尔斯真空器皿股份有限公司
控股股东（实际控制人）	吕强先生，本次发行前持有公司股份 2,508 万股，占公司总股本的 66%
发起人	吕强、阮伟兴、吕振福、欧阳波、吕丽珍、吕丽妃等二十一名自然人
《公司章程》	《浙江哈尔斯真空器皿股份有限公司章程》
股东大会	浙江哈尔斯真空器皿股份有限公司股东大会
董事会	浙江哈尔斯真空器皿股份有限公司董事会
监事会	浙江哈尔斯真空器皿股份有限公司监事会
哈尔斯工贸	浙江哈尔斯工贸有限公司，本公司前身
哈尔斯电器	浙江哈尔斯电器有限公司，本公司控股股东吕强持股 90% 的公司
上海浙鑫	上海浙鑫贸易有限公司，本公司原控股子公司，2008 年 3 月注销
天天环保	永康市天天环保洁具有限公司，2003 年 12 月 11 日更名为浙江基尔特工贸有限公司，2008 年 5 月注销
基尔特工贸	浙江基尔特工贸有限公司，2008 年 5 月注销
韩国浦项	POSCO CO.,LTD
张家港浦项	张家港浦项不锈钢有限公司，韩国浦项在中国的控股子公司
赛纳普工贸	永康市赛纳普工贸有限公司
博宇实业	浙江博宇实业有限公司
中国证监会	中华人民共和国证券监督管理委员会
国家发改委	中华人民共和国国家发展和改革委员会

财政部	中华人民共和国财政部
国家税务总局	中华人民共和国国家税务总局
科技部	中华人民共和国科学技术部
工业和信息化部	中华人民共和国工业和信息化部
信息产业部	中华人民共和国信息产业部，2008 年并入中华人民共和国工业和信息化部
商务部	中华人民共和国商务部
《公司法》	《中华人民共和国公司法》
《证券法》	《中华人民共和国证券法》
本次发行	本公司本次公开发行 1,300 万股 A 股的行为
A 股	每股面值 1 元人民币的普通股
元、万元、亿元	人民币元、万元、亿元
报告期、最近三年及一期	2007 年度、2008 年度、2009 年度及 2010 年 1-6 月
保荐人、主承销商、华林证券	华林证券有限责任公司
审计机构、天健会计师事务所	天健会计师事务所有限公司，前身为浙江天健会计师事务所有限公司
发行人律师、国浩律师	国浩律师集团（杭州）事务所
保荐协议	本公司与华林证券有限责任公司签订的本次发行保荐协议
主承销协议	本公司与华林证券有限责任公司签订的本次发行主承销协议
南龙集团	南龙集团有限公司
雄泰集团	雄泰集团有限公司
上海思乐得	上海思乐得不锈钢制品有限公司
广东思宝	广东思宝不锈钢制品有限公司
膳魔师	日本膳魔师集团旗下品牌
虎牌	日本虎牌热水瓶株式会社旗下品牌
象印	日本象印暖瓶株式会社旗下品牌

家乐福	法国家乐福集团公司在中国设立的商场
沃尔玛	沃尔玛中国，美国沃尔玛公司在中国设立的商场
乐购	英国零售商 TESCO 在中国设立的商场
易初莲花	易初莲花购物中心，泰国正大集团下属的商品零售企业
世纪联华	联华超市股份有限公司下属的零售连锁超市品牌之一
华润万家	华润（集团）有限公司旗下的零售连锁企业
ODM	Original Design Manufacture，原始设计商的缩写。是指一家厂商根据另一家厂商的规格和要求，设计和生产产品的经营方式
OEM	Original Equipment Manufacture，贴牌生产的缩写，是指品牌生产者不直接生产产品，自行负责产品设计和开发并控制销售渠道，将加工任务通过委托其他厂家生产的经营方式
马德里协定	商标国际注册马德里协定。根据该协定规定，商标权利人直接向其本国或地区商标局递交一份国际注册申请书便能够使其商标在马德里联盟多个国家获得保护

本招股说明书中部分合计数与各数之和的尾数差异系四舍五入所致。

第二节 概 览

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

一、发行人基本情况

（一）发行人概况

中文名称：浙江哈尔斯真空器皿股份有限公司

英文名称：ZheJiang Haers Vacuum Containers Co.,Ltd.

公司住所：永康经济开发区哈尔斯路 1 号

法定代表人：吕强

注册资本：3,800 万元

成立日期：2008 年 8 月 29 日

经营范围：不锈钢真空器皿、五金电器、不锈钢制品、塑料制品、五金产品、机械设备（除发动机）的制造、加工、销售；经营本企业自产产品及技术的出口业务；经营本企业生产、科研所需的原辅材料、仪器仪表、机械设备、零配件及技术的进口业务。（以上内容凡涉及许可证或专项审批的凭相关有效证件经营）

（二）设立情况

公司前身为浙江哈尔斯工贸有限公司。2008 年 8 月 12 日经股东会审议通过，哈尔斯工贸整体变更为股份有限公司，以截至 2008 年 4 月 30 日经审计并扣除个人所得税后的净资产 65,212,682.94 元按 1:0.5827 的比例折为 38,000,000 股，其余 27,212,682.94 元计入资本公积。2008 年 8 月 29 日，本公司在金华市工商行政管理局完成工商变更登记手续，领取了注册号为 330700000001102 的企业法人营业执照，注册资本为 3,800 万元。

公司发起设立时，各发起人的持股情况如下：

序号	发起人股东名称	持股数量（股）	持股比例（%）
1	吕 强	25,080,000	66.00
2	阮伟兴	3,800,000	10.00
3	吕振福	1,710,000	4.50
4	欧阳波	1,710,000	4.50
5	吕丽珍	1,710,000	4.50
6	吕丽妃	1,710,000	4.50
7	张 洵	380,000	1.00
8	翁文武	380,000	1.00
9	凌永华	257,640	0.68
10	程小燕	190,000	0.50
11	陈 涛	190,000	0.50
12	吕拥升	125,400	0.33
13	李春晖	125,400	0.33
14	潘 永	125,400	0.33
15	朱仁标	125,400	0.33
16	应维湖	63,460	0.17
17	高 超	63,460	0.17
18	吕 挺	63,460	0.17
19	廉卫东	63,460	0.17
20	朱晓阳	63,460	0.17
21	施佩安	63,460	0.17
	合 计	38,000,000	100.00

自股份公司设立至今，公司股本结构未发生变化。

（三）业务概述

本公司主要从事不锈钢真空保温器皿的研发设计、生产与销售，主要产品包括保温杯、保温瓶（壶）、汽车杯等日用不锈钢保温器皿。公司产品现有 20 多个系列，200 多个品种，广泛应用于家居、办公、宾馆、户外、餐饮、礼品等多种领域，满足办公人员、学生、儿童、旅游者、司驾等多种消费群体的需求。

公司是国内品牌影响力最强的专业不锈钢真空保温器皿供应商，与同行业公司相比具有生产规模大、产品质量优良、营销网络覆盖面广的优势。2008 年、2009 年连续两年公司产品市场占有率排名国内同行业第二位，品牌影响力居国内同行业第一位。2009 年公司被浙江省科学技术厅、浙江省财政厅、浙江省国家税务局和浙江省地方税务局等部门联合认定为“高新技术企业”。公司是中国日用杂品工业协会副理事长单位，是 QB/T2933-2008《双层口杯》产品标准起草单位，是《浙江省不锈钢真空保温容器监督检验规则》修订工作的参与单位，被

中国轻工联合会、中国日用杂品工业协会评为 2009 年度中国轻工业日用杂品行业十强企业。近年来，“哈尔斯”连续被评为“浙江名牌产品”、“浙江省著名商标”、“中国不锈钢真空保温杯（壶）十大知名品牌”、“浙江出口名牌”和“行业标志性品牌”（数据来源：《产业经济研究》2010 年第 1 期、中国市场调查研究中心；《轻工标准与质量》2010 年第 3 期、中国日用杂品工业协会）。

2003 年，本公司率先做出“内外并重，国内国际市场一体化发展”的发展战略，在保持 OEM、ODM 业务稳定发展的同时，大力建设自主品牌和国内营销网络。截至目前公司拥有 81 家经销商，超过 3,000 个销售终端，并在全国各主要城市的大型连锁卖场建立了 626 个形象专柜。得益于长期致力于营销网络和品牌形象建设，公司自有品牌业务获得了快速发展，其销售收入从 2007 年的 5,629.19 万元提高至 2009 年的 12,092.22 万元，2010 年 1-6 月公司自有品牌业务继续保持良好增长势头，实现销售收入 5,630.88 万元，较去年同期增长 43.06%，自有品牌业务的快速发展大大提高了公司的综合实力和抵御风险的能力；在国际市场上，良好的产品质量和较强的研发设计能力使公司在国际市场的综合竞争力不断提升，公司与国外大型品牌运营商建立了稳定的合作关系，ODM 模式下实现的销售收入占外销收入的比例提升至 80%以上。

2010 年，公司产品通过上海世博会特许经营授权审批联席会议综合评审，成为上海世博会特许产品生产商。公司生产的上海世博会部分系列产品如下图：





公司将坚持“诚信共赢，共谋发展”的经营理念，努力打造具有国际竞争力的不锈钢真空保温器皿的行业优秀民族品牌，加快由集研发、生产、销售为一体的“生产制造商”向以创新研发为先导、以品牌运营为核心、以自主技术为依托、以关键制造为基础的“品牌运营商”转变，积极倡导健康、时尚、环保的消费潮流，引导居民饮水生活方式的积极转变，为生态环境的保护和国民体质的提高发挥积极作用。

二、控股股东、实际控制人简介

吕强先生持有本公司 2,508 万股股份，占公司总股本的 66%，因此吕强是本公司的控股股东、实际控制人。

吕强先生是本公司的主要创始人，于 1996 年创办本公司前身浙江哈尔斯工贸有限公司，并担任董事长（执行董事）至今。吕强先生历年来被评为金华市优秀企业家、永康市劳动模范，是永康市第八届政协委员、第九届政协常委，现为浙江民营企业研究会副会长、中国日用杂品工业协会副理事长。

三、主要财务数据及财务指标

天健会计师事务所已对本公司最近三年及一期的财务报告进行了审计并出具了标准无保留意见的审计报告（天健审[2010]3758号）。根据本公司经审计的财务报表，报告期内公司的主要财务数据如下：

（一）合并资产负债表主要数据

单位：万元

项目	2010-6-30	2009-12-31	2008-12-31	2007-12-31
资产合计	26,590.23	23,368.01	19,273.39	21,101.21
负债合计	14,599.97	12,271.81	11,187.20	13,398.82
股东权益合计	11,990.26	11,096.21	8,086.19	7,702.39
归属于母公司股东权益合计	11,990.26	11,096.21	8,086.19	7,569.35

（二）合并利润表主要数据

单位：万元

项 目	2010 年 1-6 月	2009 年度	2008 年度	2007 年度
营业收入	16,032.84	27,874.21	30,377.30	24,248.06
营业利润	2,027.55	3,260.79	2,626.87	2,101.46
利润总额	2,374.08	3,503.27	2,721.99	2,107.58
净利润	2,034.05	3,010.02	2,077.08	1,454.50
归属母公司股东的净利润	2,034.05	3,010.02	2,076.84	1,440.99

（三）合并现金流量表主要数据

单位：万元

项 目	2010 年 1-6 月	2009 年度	2008 年度	2007 年度
经营活动产生的现金流量净额	-750.35	3,692.86	5,187.07	2,811.16
投资活动产生的现金流量净额	-808.49	-2,989.93	-1,308.57	-2,869.35
筹资活动产生的现金流量净额	1,728.25	-166.04	-3,040.87	1,531.72
现金及现金等价物净增加额	150.64	370.14	718.03	1,450.75

（四）主要财务指标

主要财务指标	2010-6-30	2009-12-31	2008-12-31	2007-12-31
流动比率（倍）	1.86	2.16	1.26	1.00
速动比率（倍）	1.10	1.38	0.82	0.49
资产负债率（母公司）（%）	54.91	52.52	58.04	62.12
归属于公司股东的每股净资产（元）	3.16	2.92	2.13	2.03
无形资产（土地使用权除外）占净资产的比例（%）	-	-	-	-

主要财务指标	2010 年 1-6 月	2009 年度	2008 年度	2007 年度
应收账款周转率（次/年）	8.51	8.56	11.12	12.70
存货周转率（次/年）	3.57	3.95	4.28	3.09
息税折旧摊销前利润（万元）	2,970.51	4,611.73	3,846.74	3,058.74
利息保障倍数（倍）	11.27	8.85	6.23	5.19
每股经营活动产生的现金流量净额（元）	-0.20	0.97	1.37	0.74
每股净现金流量（元）	0.04	0.10	0.19	0.38

注：股本均按 3,800 万股计算。

（五）净资产收益率和每股收益

期间	报告期利润	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
2010 年 1-6 月	归属于公司普通股股东的净利润	18.22	0.54	0.54
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	15.46	0.45	0.45
2009 年	归属于公司普通股股东的净利润	31.38	0.79	0.79
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	29.36	0.74	0.74
2008 年	归属于公司普通股股东的净利润	28.77	0.55	0.55
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	27.30	0.52	0.52
2007 年	归属于公司普通股股东的净利润	20.49	0.38	0.38
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	16.03	0.30	0.30

四、本次发行情况及发行前后股本结构

（一）本次发行概况

股票种类	人民币普通股（A 股）
每股面值	1.00 元
发行股数	1,300 万股，占发行后总股本的 25.49%
发行价格	通过向询价对象初步询价确定发行价格区间，并根据初步询价结果和市场情况确定发行价格

发行前每股净资产	3.16 元（按照 2010 年 6 月 30 日经审计的净资产除以本次发行前总股本计算）
发行后每股净资产	【】 元
发行方式	采用向参与网下配售的询价对象配售与网上资金申购定价发行相结合的方式
发行对象	符合资格的询价对象和在深圳证券交易所开户的境内自然人、法人等投资者（国家法律、法规禁止购买者除外）
承销方式	主承销商余额包销
发行市盈率	【】 倍（按发行后总股本全面摊薄计算）

（二）本次发行前后的股本结构

公司本次拟发行人民币普通股 1,300 万股，发行前后的股本结构如下：

类别	发行前		发行后	
	持股数（万股）	持股比例（%）	持股数（万股）	持股比例（%）
有限售条件股份	3,800	100.00	3,800	74.51
本次发行的股份	-	-	1,300	25.49
合计	3,800	100.00	5,100	100.00

五、募集资金用途

本次发行募集资金将全部用于“年产 1,000 万只不锈钢真空保温器皿项目”。该项目总投资为 18,329 万元。若扣除发行费用后的募集资金净额不能满足该项目资金需求，公司将自筹资金解决；若有节余，将用于补充公司流动资金。

上述投资项目的完成，将有利于提高公司现有主导产品的市场份额，进一步巩固公司的行业地位，全面提升公司的核心竞争力和持续发展能力。

有关本次发行募集资金投资项目的详细情况请参见本招股说明书“第十三节 募集资金运用”。

第三节 本次发行概况

一、本次发行的基本情况

股票种类	人民币普通股（A 股）
每股面值	1.00 元
发行股数	1,300 万股，占发行后总股本的 25.49%
每股发行价格	通过向询价对象初步询价确定发行价格区间，并根据初步询价结果和市场情况确定发行价格
发行方式	采用向参与网下配售的询价对象配售与网上资金申购定价发行相结合的方式
发行对象	符合资格的询价对象和在深圳证券交易所开户的境内自然人、法人等投资者（国家法律、法规禁止购买者除外）
承销方式	主承销商余额包销
发行市盈率	【】倍（按发行后总股本全面摊薄计算）
发行前每股净资产	3.16 元（按 2010 年 6 月 30 日经审计的净资产除以本次发行前总股本计算）
发行后每股净资产	【】元
市净率	【】倍（按发行价格除以发行后每股净资产计算）
预计募集资金总额	总额约为【】万元，扣除发行费用后净额约为【】万元
发行费用	保荐、承销费用：【】万元 审计费用：【】万元 律师费用：【】万元 发行手续费：本次发行募集资金总额的 3.5‰

二、本次发行有关当事人

（一）发行人：浙江哈尔斯真空器皿股份有限公司

法定代表人：吕强

地址：浙江省永康市经济开发区哈尔斯路1号

电话：0579-88025830

传真：0579-88025586

联系人：凌永华

（二）保荐人（主承销商）：华林证券有限责任公司

法定代表人：段文清

地址：深圳市福田区民田路178号华融大厦5、6楼

电话：0755-82707719

传真：0755-82707983

保荐代表人：葛文兵、杨彦君

项目协办人：陈彬

项目组成员：李艳梅、石亮、ZHOU LEI、方磊、程思思

（三）律师事务所：国浩律师集团（杭州）事务所

法定代表人：吕秉虹

地址：浙江省杭州市杨公堤15号国浩律师楼（空勤杭州疗养院内）

电话：0571-85775888

传真：0571-85775643

经办律师：颜华荣、汪志芳

（四）会计师事务所：天健会计师事务所有限公司

法定代表人：胡少先

地址：浙江省杭州市西溪路128号金鼎广场西楼6~10楼

电话：0571-88216888

传真：0571-88216999

经办注册会计师： 王国海、詹洁秀

（五）资产评估机构：浙江勤信资产评估有限公司

法定代表人：俞华开

地址：浙江省杭州市教工路 18 号世贸丽晶城 A 座欧美中心 C 区 1105 室

电话：0571-88216941

传真：0571-88216860

经办注册评估师：洪军华、王传军

（六）股票登记机构：中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司

地址：深圳市深南中路 1093 号中信大厦 18 楼

电话：0755-25938000

传真：0755-25988122

（七）保荐人（主承销商）收款银行：

开户行名称：中国工商银行股份有限公司深圳深圳湾支行

账户名称：华林证券有限责任公司

账号：4000027719200338907

（八）申请上市证券交易所：深圳证券交易所

法定代表人：宋丽萍

地址：深圳市深南东路 5045 号

电话：0755-82083333

传真：0755-82083164

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

三、与本次发行上市有关的重要日期

询价推介日期 2010 年【】月【】日

定价公告刊登日期	2010 年【】月【】日
网下申购及缴款日期	2010 年【】月【】日
网上申购及缴款日期	2010 年【】月【】日
预计股票上市日期	2010 年【】月【】日

第四节 风险因素

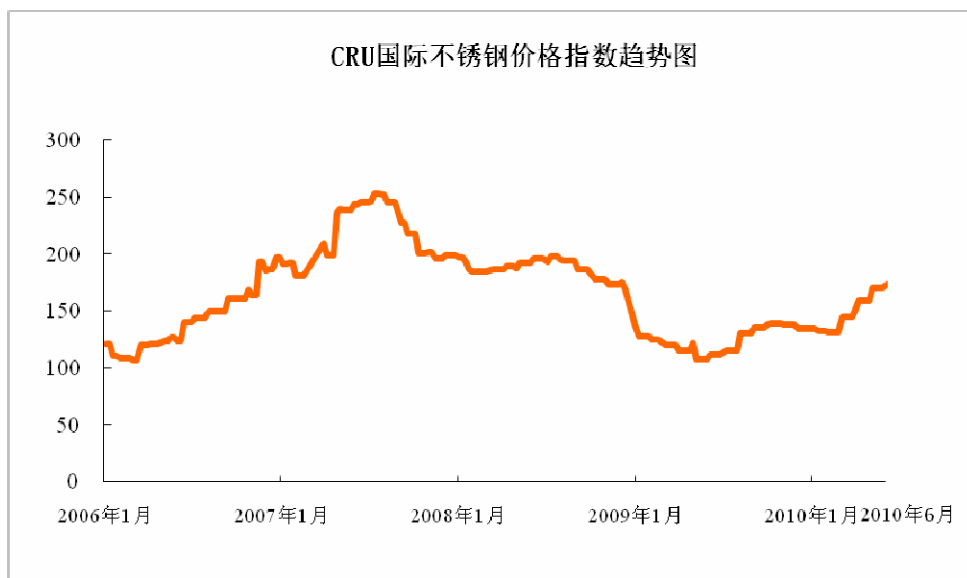
投资者在评价本次发行的股票时，应特别认真地考虑下述各项风险因素。下述风险因素是根据重要性原则或可能影响投资决策的程度大小排序，但该排序并不表示风险因素会依次发生。

一、经营风险

（一）主要原材料价格波动风险

公司的主要产品为不锈钢真空保温器皿，其主要原材料为不锈钢。报告期内，公司生产成本中不锈钢原材料成本（包括不锈钢卷板和钢件）所占比重在 50～60%之间，故不锈钢价格变动是导致公司产品成本变动的主要因素之一。

2006 年以来国际不锈钢价格波动幅度较大。根据英国商品研究所每周发布的国际不锈钢价格指数(CRU 指数),2007 年 7 月国际不锈钢价格达到历史高点,CRU 指数当月平均值达到 251.6。此后不锈钢价格开始下滑,至 2009 年 6 月 CRU 指数当月平均值跌至 111.5,2009 年下半年开始逐渐回升,至 2010 年 6 月末,指数当月平均值已回升至 174.0。



注：CRU 国际不锈钢价格指数由英国商品研究所发布，以 1994 年 4 月的加权平均价格为基准确定指数为 100，每周发布一次。

受此影响，报告期内公司原材料不锈钢卷板平均采购价格如下：

项目	2010年1-6月	2009年度	2008年度	2007年度
不锈钢卷板采购均价（元/KG）	19.16	17.52	24.26	29.58
增长比例（%）	9.36	-27.78	-17.99	-

尽管公司通过加强存货管理、合理安排原材料采购量等措施，减少了原材料价格波动对公司生产经营的影响。但若未来原材料价格发生大幅度波动，将导致公司生产成本发生较大变动，从而影响公司的经营业绩。

（二）原材料采购相对集中风险

报告期内，公司向前五名供应商采购金额占当期采购总金额的比例分别为 49.96%、46.94%、36.57%和 34.48%，其中前两大原材料供应商为韩国浦项和张家港浦项（张家港浦项为韩国浦项与江苏沙钢集团设立的合资企业）。公司 2007 年、2008 年、2009 年和 2010 年 1-6 月向上述两公司采购金额合计占当期采购总金额的比重分别为 28.75%、30.41%、17.47%和 20.20%，原材料采购呈现一定的集中度。韩国浦项和张家港浦项生产的不锈钢卷板质量稳定，能够较好满足本公司产品生产对原材料的质量要求，公司经过多年合作，与其建立了稳定的供货关系。

根据国际不锈钢论坛（ISSF）公布的统计数据，2006～2009 年我国不锈钢产量分别为 530 万吨、721 万吨、694 万吨和 880 万吨，国内不锈钢自给率分别达到 60%、76%、81%和 85.37%，本公司所需不锈钢原材料国内供应较为充足。公司部分不锈钢卷板从 HYUNDAI STEEL COMPANY（韩国仁川）、朝阳贸易株式会社和浙江元通不锈钢有限公司等供应商采购。但若公司与主要供应商的合作关系发生变动，或者公司主要供应商的经营或财务状况出现不利变化，有可能导致供应商不能足量、及时供货或提高原材料价格，从而影响公司的产能利用或生产成本，对公司的经营业绩产生不利影响。

二、宏观经济变化风险

（一）经济增长周期性波动风险

本公司主要产品不锈钢真空保温器皿为日用品，广泛应用于家居、办公、宾

馆、户外、餐饮、礼品等多种领域，居民收入、消费观念、消费习惯的改变以及下游客户的经营状况与该产品的市场需求具有正相关关系，而居民收入和下游客户经营状况与宏观经济的景气程度有较强的相关性。故宏观经济的周期波动将对不锈钢真空保温器皿产品的消费需求乃至本公司的生产经营产生影响。

（二）汇率波动风险

自 2005 年 7 月汇率改革以来，人民币兑美元持续升值。2007 年 1 月 4 日，人民币兑美元汇率为 7.8073，截至 2010 年 6 月 30 日，人民币兑美元汇率为 6.7909，报告期内人民币兑美元的升值幅度为 13.02%。

2007 年、2008 年、2009 年和 2010 年 1-6 月，本公司产品外销占主营业务收入总额的比例分别为 78.15%、65.00%、54.20%和 63.48%，出口比例较高。本公司国外销售的结算货币主要为美元，故人民币兑美元汇率的波动将对公司销售收入和净利润产生影响。报告期公司各期汇兑损失占当期净利润的比例如下：

单位：元

项目	2010 年 1-6 月	2009 年	2008 年	2007 年
汇兑损失	209,286.07	1,623,948.62	801,711.46	402,501.93
净利润	20,340,527.39	30,100,157.15	20,770,793.31	14,544,957.83
汇兑损失占净利润的比例	1.03%	5.40%	3.86%	2.77%

2008 年以来，公司积极开拓国内市场，加上国内不锈钢真空保温器皿市场需求快速增长的带动，本公司产品国内销售增长较快，但在未来较长时间内国际市场仍将是公司重要的销售区域。若未来人民币继续保持升值态势，将给公司经营业绩带来一定影响。

（三）出口退税率下降的风险

本公司 2007 年、2008 年、2009 年和 2010 年 1-6 月外销占主营业务收入的比分别为 78.15%、65.00%、54.20%和 63.48%，产品出口退税率的变化对公司的经营业绩会产生一定影响。2007 年、2008 年、2009 年和 2010 年 1-6 月公司主要出口产品不锈钢真空保温器皿的出口退税率调整情况如下：2007 年 7 月 1 日由 13%调为 11%，2008 年 12 月 1 日由 11%上调为 13%。

报告期公司各期出口退税金额占当期利润总额的比例如下：

单位：元

项目	2010 年 1-6 月	2009 年	2008 年	2007 年
当期应收出口退税额 （增值税）	2,324,552.57	1,697,569.69	2,164,500.52	7,381,479.42
当期实收出口退税额 （增值税）	2,324,552.57	1,697,569.69	1,142,153.43	7,729,643.92
利润总额	23,740,758.46	35,032,730.75	27,219,851.65	21,075,783.51
当期实收出口退税额占利 润总额的比例	9.79%	4.85%	4.20%	36.68%

2008 年、2009 年随着公司内销收入增长，外销收入占比较 2007 年有较大下降，实收出口退税额占利润总额的比例大幅度降低。2010 年上半年公司外销收入占比有所回升，同时为应对原材料价格上涨的风险，加大了原材料储备，当期实收出口退税额占利润总额的比例有所提高。若未来公司出口产品的出口退税率有所调整，将对公司国外销售业务和经营业绩带来一定影响。

为降低出口退税政策变化对公司经营业绩的影响，公司采取了以下具体措施：

1、加大内销力度，公司内销收入从 2007 年的 5,255.53 万元增加到 2009 年的 12,371.88 万元。随着公司营销网络的不断完善，公司内销收入将保持良好增长势头。

2、对出口产品销售价格进行适当调整，将出口退税率下调带来的成本增加部分转嫁给海外进口商。如 2007 年 7 月 1 日不锈钢真空保温器皿出口退税率由 13%下调为 11%后，在主要原材料价格下降的情况下，公司 2008 年外销保温杯的平均销售单价较 2007 年上涨 1.49%，外销保温瓶（壶）的平均销售单价较 2007 年上涨 0.48%。

3、优化出口产品结构，提高产品的技术含量和附加值，增强产品竞争力，把加大研发力度、提高产品质量、降低产品成本、增加产品附加值作为应对出口退税率政策变化的重要手段。报告期内，外销收入中 ODM 产品占比不断提高，从 2007 年的 45.45%提高到 2010 年上半年的 81.13%；ODM 产品的毛利率也不断提高，从 2007 年的 17.07%提高到 2010 年上半年的 29.77%。

三、市场风险

（一）产品市场开拓风险

本公司经过多年的快速发展在不锈钢真空保温器皿行业树立了良好的品牌形象，营销网络覆盖面广，形成了业内领先的经销商管理模式。并且，本公司在行业内率先做出“内外并重，国内国际市场一体化发展”的战略决策，在国际市场稳步发展的同时，大力建设国内营销网络和自主品牌，国内市场也得到较好的开拓和发展。

但随着经济和文化水平的不断提高，消费者对不锈钢真空保温器皿的外观形象和内在品质的要求越来越高，产品更新速度越来越快；同时，随着公司高端产品销售比重的逐渐增加，对公司的品牌和营销、产品研发能力等方面提出了更高要求，若公司在产品研发设计、制造和营销等方面投入或成效不足，导致产品不能充分适应消费者的需求，将对公司经营业绩的增长带来不利影响。

（二）商标或专利遭侵权的风险

不锈钢真空保温器皿作为新兴消费品，其品牌、外观和功能是消费者选购产品的重要因素。本公司自 2003 年做出“内外并重，国内国际市场一体化发展”的决策以来，经过多年努力和发展，公司“哈尔斯”商标已拥有国内同行业领先的市场知名度和影响力。公司坚持自主创新，并注重知识产权保护，截至目前，公司已取得专利 77 项，其中实用新型专利 20 项，外观设计专利 57 项，另有 26 项专利正在申请之中。由于本公司的品牌形象和市场影响力处于行业领先地位，公司商标或专利存在被模仿和侵权的可能，从而给公司品牌形象带来不利影响。

四、管理风险

（一）经营规模迅速扩张的风险

本公司近年来发展迅速，经营规模不断扩大，并积累了丰富的管理经验，建立健全了各项经营管理制度和内部控制制度。本次发行后，随着募集资金的到位和募集资金投资项目的实施，公司的资产、业务、机构和人员等将进一步扩张；

此外，公司目前产品国内销售以经销商销售模式为主，公司经营规模的扩大将对公司管理经销商的能力提出更高要求。如果公司的组织管理体系、管理人才和管理方式等不能跟上经营规模迅速扩大后的相应要求，将对公司的未来发展构成一定的制约。

（二）大股东控制风险

本次发行前，吕强及其关联自然人合计持有公司 84.00%的股份，为公司控股股东。本次发行后，吕强及其关联自然人将持有公司 62.59%的股份，仍处于绝对控股地位，仍将对公司的发展战略、生产经营、利润分配等决策产生重大影响。尽管公司已经建立了独立董事制度，强化了外部决策力量，控股股东（实际控制人）也作出了避免同业竞争的承诺，且公司自设立以来未发生过控股股东利用其控股地位损害其他股东利益的行为，但如果公司的控股股东（实际控制人）利用其控股地位，通过行使表决权或其他方式对本公司的人事、经营决策等进行不当控制，可能会使公司和其他中小股东的权益受到损害。

五、募集资金投资项目风险

（一）募集资金投资项目建设风险

本次发行募集资金将投资于“年产 1,000 万只不锈钢真空保温器皿项目”。该项目的实施符合本公司的发展战略，有利于扩大公司经营规模、提高经营业绩。虽然上述项目经过了慎重、充分的可行性研究论证，预期能产生良好的经济效益，但该项目的建设若遇到不可预见因素导致不能按时、按质完工的情况，将直接影响本公司的未来盈利水平。

（二）募集资金投资项目的市场风险

本次募集资金投资项目全部达产后，公司不锈钢真空保温器皿将新增产能 1,000 万只/年，占现有产能的比例为 90.90%。募集资金投资项目全部达产后，公司不锈钢真空保温器皿的产能将有较大幅度增加，由目前的 1,100 万只/年增加到 2,100 万只/年，产能规模的扩大将对本公司的市场开拓能力提出更高要求。若公司销售网络及经营管理不能跟上发展步伐，将存在因产能扩大而导致的产品销售

风险。

六、企业所得税优惠政策变化风险

根据浙江省科学技术厅、浙江省财政厅、浙江省国家税务局和浙江省地方税务局联合下发的浙科发高[2009]166号文件《关于认定浙江德力西国际电工有限公司等273家企业为2009年第二批高新技术企业的通知》，公司被认定为2009年第二批高新技术企业，认定有效期3年，企业所得税优惠期为2009年1月1日至2011年12月31日。本公司自2009年起减按15%的税率计缴企业所得税。

2009年本公司实现利润总额3,503.27万元，公司因上述优惠税率带来的税收优惠额度为323.05万元；2010年1-6月，本公司实现利润总额2,374.08万元，公司因上述优惠税率带来的税收优惠额度为226.67万元。2012年1月1日开始，若公司不能继续享受上述税收优惠政策，将对公司的经营业绩带来一定影响。

七、净资产收益率下降的风险

截至2010年6月30日，公司净资产为11,990.26万元，2010年1-6月扣除非经常性损益后加权平均净资产收益率为15.46%。本次发行募集资金到位后，公司的净资产规模将在短时间内大幅增长。但募集资金投资项目需要一定的建设期和达产期，短期内难以实现预期收益，公司净利润不能保持同步增长，公司存在净资产收益率下降的风险。

第五节 发行人基本情况

一、发行人基本情况

中文名称：浙江哈尔斯真空器皿股份有限公司

英文名称：ZHEJIANG HAERS VACUUM CONTAINERS CO.,LTD.

注册资本：3,800 万元

法定代表人：吕强

成立日期：2008 年 8 月 29 日

公司住所：永康经济开发区哈尔斯路 1 号

邮政编码：321300

电话号码：0579-88025830

传真号码：0579-88025586

互联网网址：www.haers.com

电子信箱：zqb@haers.com

经营范围：不锈钢真空器皿、五金电器、不锈钢制品、塑料制品、五金产品、机械设备（除发动机）的制造、加工、销售；经营本企业自产产品及技术的进出口业务；经营本企业生产、科研所需的原辅材料、仪器仪表、机械设备、零配件及技术的进口业务。（以上内容凡涉及许可证或专项审批的凭相关有效证件经营）

二、发行人历史沿革及改制重组情况

（一）发行人设立方式

公司前身为浙江哈尔斯工贸有限公司。2008 年 8 月 12 日经股东会审议通过，哈尔斯工贸整体变更为股份有限公司，以截至 2008 年 4 月 30 日经审计并扣除个人所得税后的净资产 65,212,682.94 元按 1:0.5827 的比例折为 38,000,000 股，其余 27,212,682.94 元计入资本公积。

2008年8月12日，天健会计师事务所出具了浙天会验[2008]91号《验资报告》，验证了本次出资已足额到位。

2008年8月29日，本公司在金华市工商行政管理局登记注册，并领取了注册号为3307000000001102的《企业法人营业执照》。

（二）发起人

发起设立时，各发起人的持股情况如下：

序号	发起人股东名称	持股数量（股）	持股比例（%）
1	吕 强	25,080,000	66.00
2	阮伟兴	3,800,000	10.00
3	吕振福	1,710,000	4.50
4	欧阳波	1,710,000	4.50
5	吕丽珍	1,710,000	4.50
6	吕丽妃	1,710,000	4.50
7	翁文武	380,000	1.00
8	张 洵	380,000	1.00
9	凌永华	257,640	0.68
10	程小燕	190,000	0.50
11	陈 涛	190,000	0.50
12	吕拥升	125,400	0.33
13	李春晖	125,400	0.33
14	潘 永	125,400	0.33
15	朱仁标	125,400	0.33
16	应维湖	63,460	0.17
17	高 超	63,460	0.17
18	吕 挺	63,460	0.17
19	廉卫东	63,460	0.17
20	朱晓阳	63,460	0.17
21	施佩安	63,460	0.17
	合 计	38,000,000	100.00

（三）发行人改制设立前后，主要发起人拥有的主要资产和实际从事的主要业务

本公司主要发起人为吕强先生。本公司改制设立前，吕强先生除持有本公司66%的股权外，同时持有哈尔斯电器90%股权。哈尔斯电器主要从事电烤板和电火锅的制造与销售，其具体情况参见本节“七、发行人控股子公司、参股子公司情况”之“（二）哈尔斯电器”。

本公司改制设立后，吕强先生所拥有的主要资产和从事的主要业务未发生变化。

（四）发行人成立时拥有的主要资产和实际从事的主要业务

本公司由哈尔斯工贸整体变更设立，完整承继了哈尔斯工贸的全部资产和业务，主要包括与不锈钢真空保温器皿产品研发设计、生产与销售相关的设备、房屋建筑物、土地使用权等非流动资产，以及货币资金、应收款项、存货等流动资产。本公司设立时主要从事不锈钢真空保温器皿的研发设计、生产与销售。

（五）发行人改制设立前后的业务流程

本公司由哈尔斯工贸整体变更设立，设立前后业务流程未发生变化。业务流程的详细情况参见“第六节 业务和技术”之“四、发行人主营业务具体情况”的相关内容。

（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

本公司成立以来，主要发起人吕强先生与公司在生产经营方面的关系如下：

（1）本公司成立以来，吕强先生一直为公司控股股东并担任公司董事长至今；

（2）2008年4月30日，公司与吕强先生签署了《专利及专有技术独占实施许可合同》，约定吕强许可公司无偿独占使用其拥有的48项专利及其相关的专有技术；2008年8月30日，公司与吕强先生签署了《专利转让协议》，约定吕强将其许可给公司使用的48项专利无偿转让给公司；

（3）报告期内，为支持公司发展，吕强先生为公司的银行借款提供了担保。截至本招股说明书签署之日，吕强先生合计为公司5,239万元银行借款提供了担保。

除此之外，吕强先生与本公司在生产经营方面无其他关联关系。

（七）发起人出资资产的产权变更手续办理情况

本公司由哈尔斯工贸整体变更设立，完整承继了哈尔斯工贸的资产和负债。截至本招股说明书签署之日，除部分国外商标的变更手续正在办理之中外，其余资产权属及负债的变更均已履行必要的法律手续，本公司已合法拥有相关权利。

三、发行人独立运营情况

（一）业务独立情况

本公司拥有独立完整的研发设计、采购、生产和销售系统，在业务经营的各个环节上独立于控股股东、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。

（二）资产独立情况

本公司生产经营相关资产权属关系清晰，具备与生产经营有关的生产系统、辅助生产系统和配套设施，合法拥有与生产经营有关的土地、厂房、机器设备以及商标、专利等资产的所有权和使用权，具有独立的原材料采购和产品销售系统。截至本招股说明书签署之日，本公司不存在以公司资产、信用为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业进行违规担保的情形，不存在资金被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业以借款、代偿债务、代垫款项或者其他方式占用的情形。

（三）人员独立情况

本公司拥有独立、完整的人事管理体系。本公司董事、监事和高级管理人员的选举和聘任均严格按照《公司法》和《公司章程》的有关规定执行，不存在受其他机构或个人干预的情形。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、实际控制人控制的其他企业中兼职。

（四）机构独立情况

本公司建立健全了规范的法人治理结构和公司运作体系，并制定了相适应的股东大会、董事会、监事会议事规则，以及独立董事、董事会各专门委员会和总经理工作细则等。根据业务经营需要，本公司设置了相应的职能部门，建立健全了公司内部各部门的规章制度。公司内部经营管理机构与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业完全分开，独立行使经营管理职权，不存在与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业共用管理机构、混合经营、合署办公等机构混同的情形。

（五）财务独立情况

本公司设置了独立的财务部门，配备了专门的财务人员，建立了独立的会计核算体系，制定了完善的财务管理制度，独立作出财务决策。公司开立了独立的银行账户，独立对外签订合同，不存在与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业共用银行账户的情形。公司依法独立纳税，税务登记证号为浙税联字330784255072786。

四、发行人股本形成及变化和重大资产重组情况

（一）发行人股本形成及变化情况

1、1996 年 5 月公司前身哈尔斯工贸设立

1996 年 5 月 3 日，吕强先生与金美儿女士共同投资设立“浙江省永康市哈尔斯工贸有限公司”，法定代表人为吕强先生，注册资本为 151 万元。其中，吕强以货币资金出资 76 万元，出资比例为 50.33%；金美儿以房屋及场地和低值易耗品出资 75 万元，出资比例为 49.67%。吕强先生与金美儿女士为夫妻关系。1996 年 5 月 6 日，永康会计师事务所出具了《验资报告》审验了上述出资。

1996 年 5 月 23 日，哈尔斯工贸取得了永康市工商行政管理局核发的 25507278-6 号《企业法人营业执照》。

哈尔斯工贸设立时的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资方式	出资比例（%）
1	吕强	76.00	货币	50.33
2	金美儿	65.00	房屋及场地	49.67
		10.00	低值易耗品	
合 计		151.00	-	100.00

注：房屋及场地以下简称“房产”。

金美儿用于出资的房屋及场地为 1,447.95 平方米办公用房、1,599.50 平方米厂房与简易棚及 40.48 立方米温室，建造成本为 656,100 元，资金来源为金美儿自有资金，房产用途为厂房；低值易耗品采购价 101,048 元，包括价值 82,816 元的 62 只生产用铁架和价值 18,232 元的 106 只不锈钢周转箱，主要用于放置存货，均用于公司生产经营。上述低值易耗品系于 1996 年 3 月和 4 月采购，资产状况良好，不存在损耗情况。

上述哈尔斯工贸设立事项中，金美儿女士实物出资的过程如下：1994 年 1 月，金美儿投资设立浙江省永康市文宝制笔厂，该厂租赁了永康市古丽镇溪心村 12,683 平方米土地作为生产经营用地。1995 年 11 月，金美儿个人在文宝制笔厂租赁的该宗地块上建造房产约 3,047 平方米，于 1996 年 5 月作价 65 万元作为对哈尔斯工贸的出资。由于文宝制笔厂生产经营用地系租赁取得，位于该宗土地上的房产未能办理房屋所有权证。因此，金美儿以房产对哈尔斯工贸出资未能办理产权变更登记。此外，金美儿用于出资的房产系根据造价作价，低值易耗品系根据采购价作价，因建造房产和采购低值易耗品的时间距出资时间间隔较短，出资时未对房产和低值易耗品进行评估。2001 年 4 月，永康市城市建设重点工程办公室因金胜路溪心安居工程建设之需而拆除了哈尔斯工贸的上述房产，哈尔斯工贸取得拆迁补偿款 913,861.18 元。此后，哈尔斯工贸租赁了永康市天天环保洁具有限公司位于永康市东城街道五金科技工业园的厂房进行经营，永康市天天环保洁具有限公司为金美儿出资 70 万元、其女儿吕丽珍出资 81.8 万元于 1999 年 4 月 28 日成立的公司，成立时主要从事环保环卫设施的制造，2003 年 12 月 11 日更名为浙江基尔特工贸有限公司后开始从事不锈钢真空保温器皿的生产和销售，2007 年开始主要生产为公司不锈钢真空保温器皿配套的塑料件。2007 年 4 月和 2007 年 12 月，为保持资产完整，避免同业竞争，哈尔斯工贸收购了原租赁的基尔特工贸的土地和厂房及与不锈钢真空保温器皿生产经营相关的部分设备。基尔

特工贸相关资产出售后，不再开展生产经营活动，于 2008 年 5 月注销。

2、1997 年 6 月哈尔斯工贸第一次增资及更名

1997 年 5 月 29 日，经哈尔斯工贸股东会审议通过，哈尔斯工贸增加注册资本 407 万元，其中吕强增加出资 224 万元，金美儿增加出资 183 万元。各股东均以现金方式认缴。1997 年 5 月 28 日，永康会计师事务所出具了永会师验字（97）第 122 号《验资报告》审验了上述增资。

1997 年 6 月 19 日，哈尔斯工贸取得了永康市工商行政管理局换发的 3307842002079 号《企业法人营业执照》，同时哈尔斯工贸的全称变更为“浙江哈尔斯工贸有限公司”。

本次增资后，哈尔斯工贸的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例（%）
1	吕强	300.00	53.80
2	金美儿	258.00	46.20
合 计		558.00	100.00

3、2005 年 1 月哈尔斯工贸第二次增资

2005 年 1 月 2 日，经哈尔斯工贸股东会审议通过，哈尔斯工贸注册资本从 558 万元增加至 3,000 万元，其中吕强以货币资金增资 2,442 万元，金美儿保持原出资额不变。2005 年 1 月 5 日，永康金诚联合会计师事务所出具了永金会验字（2005）第 1 号《验资报告》审验了上述增资。

2005 年 1 月 24 日，哈尔斯工贸取得了永康市工商行政管理局换发的 3307842002079 号《企业法人营业执照》。

本次增资后，哈尔斯工贸的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例（%）
1	吕强	2,742.00	91.40
2	金美儿	258.00	8.60
合 计		3,000.00	100.00

4、2008 年 4 月哈尔斯工贸股权转让

2008 年 4 月 18 日，经哈尔斯工贸股东会审议通过，同意股东吕强和金美儿

对外转让股权，转让后哈尔斯工贸的股东变更为吕强、阮伟兴、吕振福、欧阳波等 21 人。同日，哈尔斯工贸的股东吕强和金美儿与各股权受让方分别签署了《股权转让协议》。吕强将其持有的哈尔斯工贸 25.40% 的股权转让给阮伟兴、吕振福、欧阳波等 19 人；金美儿将其持有的哈尔斯工贸 8.60% 的股权转让给吕丽珍和吕丽妃两人。

本次股权转让具体情况如下：

一、吕强所持股权的转让情况				
序号	受让方	转让出资额（万元）	转让出资比例（%）	转让价款（万元）
1	吕振福	135.00	4.50	135.00
2	欧阳波	135.00	4.50	135.00
3	张 洵	30.00	1.00	30.00
4	翁文武	30.00	1.00	30.00
5	凌永华	20.00	0.67	20.00
6	程小燕	15.00	0.50	15.00
7	陈 涛	15.00	0.50	15.00
8	吕丽妃	12.00	0.40	12.00
9	吕拥升	10.00	0.33	10.00
10	李春晖	10.00	0.33	10.00
11	潘 永	10.00	0.33	10.00
12	朱仁标	10.00	0.33	10.00
13	应维湖	5.00	0.17	5.00
14	高 超	5.00	0.17	5.00
15	吕 挺	5.00	0.17	5.00
16	廉卫东	5.00	0.17	5.00
17	朱晓阳	5.00	0.17	5.00
18	施佩安	5.00	0.17	5.00
19	阮伟兴	300.00	10.00	680.00
	合 计	762.00	25.40	1,142.00
二、金美儿所持股权的转让情况				
序号	受让方	转让出资额（万元）	转让出资比例（%）	转让价款（万元）
1	吕丽珍	135.00	4.50	135.00
2	吕丽妃	123.00	4.10	123.00
	合 计	258.00	8.60	258.00

注：转让出资比例 = 转让出资额/转让时哈尔斯工贸的注册资本。

上述受让人中，除阮伟兴在转让前与哈尔斯工贸无关联关系外，其余均为哈尔斯工贸的管理人员或技术人员。阮伟兴受让股权的定价是以哈尔斯工贸截至

2008年3月31日的净资产溢价15%确定。其余受让方受让股权均以原始出资额作价转让。

阮伟兴与公司实际控制人、除陈晓行之外的董事、监事、高级管理人员、其他股东、本次发行的相关中介机构及签字人员和近亲属均不存在关联关系或其他利害关系。

截至2008年5月末，本次股权转让价款已全部支付完毕。本次股权转让后，公司控股股东（实际控制人）吕强先生持有哈尔斯工贸66%股权，仍保持绝对控股地位。

本次股权转让后，哈尔斯工贸的股权结构如下：

序号	发起人股东名称	出资额（万元）	出资比例（%）
1	吕 强	1,980.00	66.00
2	阮伟兴	300.00	10.00
3	吕振福	135.00	4.50
4	欧阳波	135.00	4.50
5	吕丽珍	135.00	4.50
6	吕丽妃	135.00	4.50
7	张 洵	30.00	1.00
8	翁文武	30.00	1.00
9	凌永华	20.00	0.67
10	程小燕	15.00	0.50
11	陈 涛	15.00	0.50
12	吕拥升	10.00	0.33
13	李春晖	10.00	0.33
14	潘 永	10.00	0.33
15	朱仁标	10.00	0.33
16	应维湖	5.00	0.17
17	高 超	5.00	0.17
18	吕 挺	5.00	0.17
19	廉卫东	5.00	0.17
20	朱晓阳	5.00	0.17
21	施佩安	5.00	0.17
	合 计	3,000.00	100.00

5、2008年8月整体变更设立股份公司

2008年8月12日经股东会审议通过，哈尔斯工贸整体变更为股份有限公司，以截至2008年4月30日经审计并扣除个人所得税后的净资产65,212,682.94元

按 1:0.5827 的比例折为 38,000,000 股，其余 27,212,682.94 元计入资本公积。

2008 年 8 月 12 日，天健会计师事务所出具了浙天会验（2008）91 号《验资报告》，验证了本次出资已足额到位。

2008 年 8 月 29 日，本公司在金华市工商行政管理局登记注册，并领取了注册号为 3307000000001102 的《企业法人营业执照》。

本公司自股份公司设立后，股权结构未发生变化。

（二）发行人重大资产重组情况

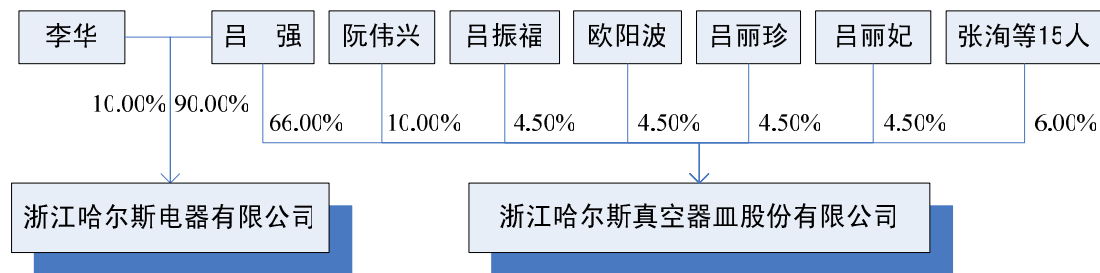
截至本招股说明书签署之日，本公司无重大资产重组情况。

五、股东出资、股本变化的验资情况

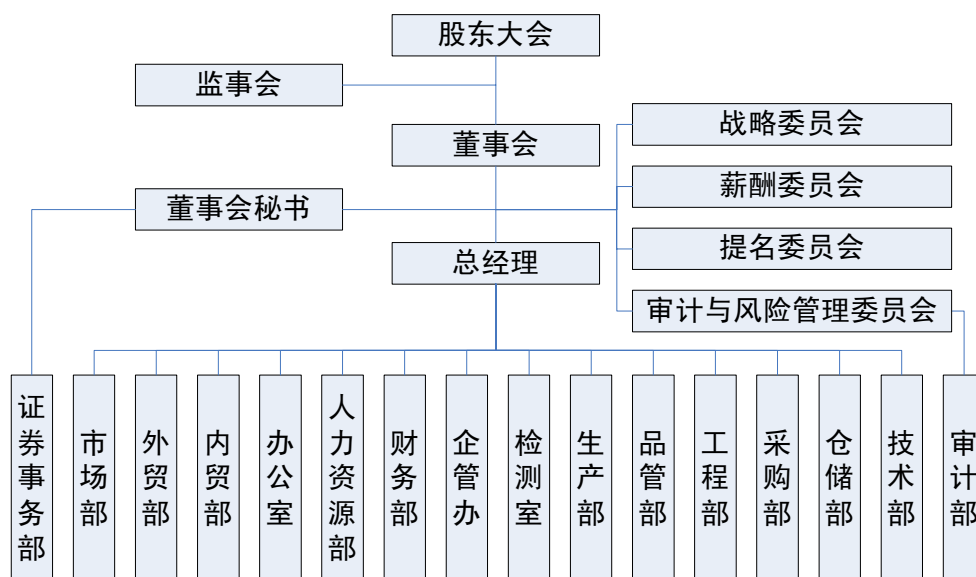
本公司设立时发起人出资和设立后历次股本变化的验资情况，以及设立时发起人投入资产的计量属性参见本节“四、（一）发行人股本形成及变化情况”之相关描述。

六、发行人组织结构

（一）发行人股权结构图



（二）发行人内部组织结构图



（三）发行人内部职能部门情况

本公司共设 16 个内部职能部门，各部门职能分工如下：

部门	职责
办公室	依据公司发展战略建立和完善公司行政管理体系，负责公司行政管理、安全监察、后勤服务、法律事务、文秘接待、公共关系等工作。
生产部	编制公司生产计划、物料需求计划并执行，负责生产管理和质量控制，负责标准工时的制定和设备管理，进行生产系统数据信息的汇总、分析，负责生产安全管理。
人力资源部	拟定公司人力资源发展规划、建立和完善人力资源管理体系，为公司发展创建高素质、高绩效的人才队伍。
市场部	负责市场调研和市场开发计划的编制和市场信息化管理，编制、实施和控制营销费用，主管公司品牌建设和维护。
外贸部	负责国外市场的拓展，负责公司进出口贸易业务的开展和拓展，完成产品出口销售计划目标，负责外贸销售合同的管理和评审，外销货款的回笼和控制。
内贸部	拟定国内销售战略，负责国内营销网络的建设和管理，拓展国内市场，协同市场部做好品牌建设，完成产品销售计划目标。
财务部	负责公司财务管理体系的建立和完善，负责财务核算、预算、资金管理和财务分析，推行财务信息化管理，为公司决策提供准确及时的财务信息。
品管部	负责公司产品质量的监督以及公司质量方针和质量目标的制定工作，进行品管系统数据信息的汇总、分析，负责产品质量的检测、检验和控制。
工程部	负责公司产品生产工艺改良、升级，模具开发、设计，物料、人工控制等，负责生产线作业技术辅导。
仓储部	负责产品的配送，生产物料的调拨配送、货运车队管理及仓库管理工作。
采购部	负责公司的生产物资及办公用品的采购工作。
技术部	负责公司技术推广、技术管理，设计开发新产品，改良老产品，为公司的生

	产提供技术指导。
检测室	负责公司产品和材料的检测工作，并按时提供检测报告。
企管办	负责企业策划工作、企业发展战略和规划的编制，督查企业规章制度的执行情况，质量体系认证，知识产权管理。
证券事务部	负责证券事务和信息披露，维护与投资者、监管部门和媒体的关系，股东大会和董事会的筹备，董事会的日常事务。
审计部	负责对财务的监督，核查成本的真实性和费用开支的合理性，以及公司财务执行财务制度和会计制度的情况，定期向董事会报告。

目前公司各职能部门运行情况良好。

七、发行人控股子公司、参股子公司情况

报告期内公司曾拥有上海浙鑫和哈尔斯电器两家控股子公司，截至本招股说明书签署日，上海浙鑫已注销，哈尔斯电器已完成股权转让，本公司目前无控股子公司。上述两子公司情况如下：

（一）上海浙鑫

上海浙鑫成立于 2006 年 3 月，成立时注册资本和实收资本均为 300 万元，其中本公司以现金出资 270 万元，出资比例为 90%；自然人欧阳波以现金出资 30 万元，出资比例为 10%。2006 年 3 月 20 日，上海浙鑫在上海市工商行政管理局徐汇分局登记注册，并领取了注册号为 3101042013008 的《企业法人营业执照》。该公司成立时的基本情况如下：

项 目	内 容
公司全称	上海浙鑫贸易有限公司
成立时间	2006 年 3 月 20 日
法定代表人	欧阳波
注册资本	300 万元
实收资本	300 万元
注册地址	上海零陵路 899 号 17A 室
主要生产经营地	上海零陵路 899 号 17A 室
经营范围	五金电器、不锈钢制品、化工产品及其原料（除危险品）、文教用品、服装及服饰、日用百货销售（涉及行政许可的，凭许可证经营）

公司设立上海浙鑫的目的为从事公司产品的国内销售。由于公司国内营销模式最终确定为经销商模式，上海浙鑫一直没有开展业务，故公司决定将上海浙鑫注销。2008 年 3 月 13 日，上海市工商行政管理局徐汇分局下达《准予注销登记

通知书》，准予上海浙鑫公司注销。由于上海浙鑫自成立以来未开展业务，不存在实物资产，注销后，由各股东按出资比例收回投资。

上海浙鑫注销前一年的主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2007 年 12 月 31 日
总资产	301.32
净资产	282.77
项目	2007 年度
净利润	-5.35

（二）哈尔斯电器

哈尔斯电器成立于 2006 年 3 月 15 日，成立时注册资本和实收资本均为 500 万元人民币，其中本公司以现金出资 450 万元，出资比例为 90%，自然人李华以现金出资 50 万元，出资比例为 10%。

李华女士，1962 年 7 月出生，大学文化，1997 年从日本留学回国，1999 年 7 月至 2005 年 12 月在广东东莞清溪德威电工厂工作，历任销售经理、副总经理。2006 年 3 月与公司共同出资设立哈尔斯电器，持股 10%，并任哈尔斯电器监事。李华与公司实际控制人、董事、监事、高级管理人员、股东、本次发行的相关中介机构以及签字人员及其近亲属均不存在关联关系或其他利害关系，其持有的哈尔斯电器股权不存在委托持股或信托持股的情况。

2006 年 11 月，哈尔斯电器注册资本增加至 1,000 万元人民币，本次增资由原股东以现金按持股比例认缴，增资后股权结构未发生变化。

公司的主营业务为不锈钢真空保温器皿的制造与销售，哈尔斯电器主要从事各类型号电烤板和电火锅等铝制小家电的生产与销售，两者的主营业务、主要产品、采购渠道、销售渠道等完全不同，主要生产设备不具有通用性。为集中力量发展不锈钢真空保温器皿主营业务，同时考虑到哈尔斯电器从事的电烤板和电火锅业务竞争激烈，盈利能力较低，且处于业务拓展期，公司决定将其股权予以转让。2008 年 3 月，公司将所持的哈尔斯电器 90% 的股权转让给吕强先生，哈尔斯电器的股权结构变更为：吕强持股 90%、李华持股 10%。

本次股权转让的具体情况参见“第七节 同业竞争和关联交易”之“二（二）

2、偶发性关联交易”的相关内容。此后，哈尔斯电器的股权结构未发生变化。

哈尔斯电器自成立以来，主要从事电烤板和电火锅的制造与销售，主营业务和主要产品未发生变化。

截至 2009 年底，哈尔斯电器基本情况如下：

项 目	内 容
公司全称	浙江哈尔斯电器有限公司
成立时间	2006 年 3 月 15 日
法定代表人	吕强
注册资本	1,000 万元
实收资本	1,000 万元
注册地址	永康市五金科技工业园哈尔斯路 2 号
主要经营地	永康市五金科技工业园哈尔斯路 2 号
经营范围	塑胶制品、五金制品、电子产品、五金电器研制、开发、制造、销售
主营业务	目前主要从事电烤板和电火锅的制造与销售

哈尔斯电器最近一年及一期的主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2010 年 6 月 30 日	2009 年 12 月 31 日
总资产	6,873.99	5,375.43
净资产	1,940.00	1,711.09
项目	2010 年 1-6 月	2009 年度
净利润	184.82	248.74

注：本表中财务数据未经审计。

八、发行人股东的基本情况

（一）公司股东基本信息

本公司由哈尔斯工贸整体变更设立，发起人为吕强、阮伟兴、吕振福、欧阳波等 21 名自然人。其中控股股东吕强持股 66.00%，阮伟兴持股 10.00%，其他股东持股比例均在 5% 以下。本公司设立后股权结构未发生变化。

公司股东的基本情况如下：

序号	姓名	国籍	是否拥有永久 境外居留权	身份证号码	住所
1	吕 强	中国	否	330722194801106210	浙江省永康市古山镇大江畈村方川路 153 号

2	阮伟兴	中国	否	330622196002084813	浙江省绍兴市越城区银都花园9幢303室
3	吕振福	中国	否	330722197002235917	浙江省金华市婺城区蒋堂镇东兴小区A区76幢5室
4	欧阳波	中国	否	33072219730905001X	浙江省永康市东城街道四方小区32幢302室
5	吕丽珍	中国	否	330722197502036228	浙江省永康市西城街道上大雅巷40号
6	吕丽妃	中国	否	330722197608146222	江西省抚州市崇仁县巴山镇县府东路111号
7	翁文武	中国	否	310112197401050072	杭州市江干区机场路183号
8	张 洵	中国	否	310105195411012835	上海市徐汇区田林路90弄（田林花苑）8号401室
9	凌永华	中国	否	320322195303077315	江苏省徐州市大屯煤电绣绮园新村8号楼406室
10	程小燕	中国	否	330722197409123626	浙江省永康市江南街道溪心村下山龙龙山龙小区3幢7号
11	陈 涛	中国	否	330722197003260014	浙江省永康市东城街道江城路10号2幢1单元401室
12	吕拥升	中国	否	330722197507235736	浙江省永康市西城街道紫微北路80号4单元601室
13	李春晖	中国	否	36030219750425151X	江西省萍乡市安源区丹江街江矿新建村318号
14	潘 永	中国	否	632801197004230016	浙江省永康市西城街道永拖路6号7幢602室
15	朱仁标	中国	否	330722196702031216	浙江省永康市江南街道永利村中心小区101号
16	应维湖	中国	否	330722197012134319	浙江省永康市东城街道东库街22号3幢1单元102室
17	高 超	中国	否	420682197811123512	湖北省老河口市竹林桥居委会大桥街154号
18	吕 挺	中国	否	330722197403066210	浙江省永康市古山镇大江岷村下安7号
19	廉卫东	中国	否	622102196209170012	广东省深圳市福田区天然居A栋703
20	朱晓阳	中国	否	330124196902231458	浙江省永康市东城街道园丁西路19幢2单元101室
21	施佩安	中国	否	330722196804200017	浙江省永康市东城街道三马路32幢1单元501室

（二）控股股东、实际控制人控制的其他企业情况

本公司控股股东（实际控制人）吕强先生除控股本公司外，还拥有哈尔斯电器90%的股权，为哈尔斯电器的控股股东。

哈尔斯电器的具体情况参见本节“七、发行人控股子公司、参股子公司情况”之“（二）哈尔斯电器”。

（三）股东所持本公司股份的质押和其他争议情况

截至本招股说明书签署之日，公司股东所持股份均不存在委托持股、信托持股的情况，也不存在质押、冻结或其他有争议的情况。

九、发行人股本情况

（一）本次发行前后发行人股本结构变化情况

本公司目前总股本为 3,800 万股，本次拟公开发行 1,300 万股，发行后总股本为 5,100 万股。本次发行后，社会公众股占发行后总股本的比例为 25.49%。

序号	股东名称	本次发行前持股		本次发行后持股	
		数量（万股）	比例（%）	数量（万股）	比例（%）
1	吕 强	2,508.00	66.00	2,508.00	49.18
2	阮伟兴	380.00	10.00	380.00	7.45
3	吕振福	171.00	4.50	171.00	3.35
4	欧阳波	171.00	4.50	171.00	3.35
5	吕丽珍	171.00	4.50	171.00	3.35
6	吕丽妃	171.00	4.50	171.00	3.35
7	张洵等 15 名自然人	228.00	6.00	228.00	4.47
8	社会公众股	-	-	1,300.00	25.49
	合 计	3,800.00	100.00	5,100.00	100.00

（二）发行人前十名股东及其在发行人处担任的职务

截至本招股说明书签署之日，本公司前十名股东均为自然人股东，其持股情况及在本公司任职情况如下表所示：

序号	股东姓名	持股数量（万股）	持股比例（%）	任职情况
1	吕 强	2,508.00	66.00	董事长
2	阮伟兴	380.00	10.00	-
3	吕振福	171.00	4.50	董事
4	欧阳波	171.00	4.50	董事
5	吕丽珍	171.00	4.50	财务总监
6	吕丽妃	171.00	4.50	监事
7	张 洵	38.00	1.00	董事、总经理
8	翁文武	38.00	1.00	外贸部经理
9	凌永华	25.76	0.68	董事会秘书
10	程小燕	19.00	0.50	外贸部副经理
	合 计	3,692.76	97.18	-

（三）国有股份、外资股份和战略投资者持股情况

截至本招股说明书签署之日，本公司不存在国有股东持股、外资股东持股或战略投资者持股的情况。

（四）本次发行前各股东间的关联关系及关联股东的各自持股比例

本公司的控股股东和实际控制人为吕强，持股比例为 66.00%。吕丽珍为吕强之长女，吕振福与吕丽珍为夫妻关系；吕丽妃为吕强之次女，欧阳波与吕丽妃为夫妻关系。吕振福、欧阳波、吕丽珍和吕丽妃各持有本公司 4.50%的股权。

除上述关系外，本公司股东之间不存在其他关联关系。

（五）本次发行前股东所持股份的流通限制和自愿锁定股份的承诺

本公司控股股东（实际控制人）吕强及其亲属吕振福、欧阳波、吕丽珍和吕丽妃承诺：自公司股票上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理其直接或间接持有的公司股份，也不由公司回购其持有的股份。

公司其他股东阮伟兴、张洵等 16 名自然人承诺：自公司股票上市之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理其直接或间接持有的公司股份，也不由公司回购其持有的股份。

除上述承诺外，持有本公司股份的董事、监事、高级管理人员吕强、张洵、吕振福、欧阳波、吕丽妃、应维湖、吕丽珍、凌永华同时承诺：在前述限售期满后，在其任职期间每年转让公司股份的比例不超过其所持公司股份总数的 25%；离职后半年内，不转让其持有的公司股份；在其离职 6 个月后的 12 个月内，通过证券交易所挂牌交易出售的公司股份数量不超过其持有公司股份总数的 50%。

十、发行人员工及其社会保障情况

（一）发行人员工人数及变化情况

报告期内，本公司员工人数如下表所示：

项目	2010-6-30	2009-12-31	2008-12-31	2007-12-31
员工人数	1,298	1,240	1,190	960

注：2008年3月，本公司持有的哈尔斯电器90%股权全部转让给控股股东吕强。为保证转让前后员工人数的可比性，2007年末本公司员工人数的统计中未包含哈尔斯电器的员工。

（二）发行人员工结构

截至2010年6月30日，本公司共有在册员工1,298人，员工基本构成如下：

1、员工专业结构

专业分工	员工人数（人）	所占比例（%）
生产人员	978	75.35
研发人员	134	10.32
销售人员	73	5.62
管理人员	113	8.71
合 计	1,298	100.00

2、员工受教育程度

专业分工	员工人数（人）	所占比例（%）
本科及以上学历	76	5.86
大、中专学历	416	32.05
中专以下学历	806	62.09
合 计	1,298	100.00

3、员工年龄分布

专业分工	员工人数（人）	所占比例（%）
40岁以上	275	21.19
30~40岁	431	33.20
30岁以下	592	45.61
合 计	1,298	100.00

（三）发行人执行社会保障制度情况

公司严格遵守《中华人民共和国劳动法》，建立了完善的内部劳动用工管理规范，充分保障员工合法权益。本公司实行全员劳动合同制，员工的聘用和解聘均根据《中华人民共和国劳动合同法》等有关法律、法规和规范性文件办理，公司所有在册员工均与公司签订了《劳动合同》。

本公司根据《社会保险暂行条例》、《国务院关于完善企业职工养老保险制度》（国发[2005]38号）、《浙江省职工基本养老保险条例》、《浙江省失业保险条例》、《浙江省人民政府关于进一步做好工伤保险工作的通知》（浙政发[2009]50号）、金华市人民政府《关于印发〈金华市区城镇职工基本医疗保险补充规定〉的通知》

（金政发[2006]40号）等相关法规的要求，已为员工开立了基本养老保险、基本医疗保险、失业保险、生育保险、工伤保险的缴费账户并履行缴纳义务。

公司已在金华市住房公积金管理中心永康分中心为其员工开立住房公积金账户，并按照《关于印发永康市企业建立住房公积金制度有关规定的通知》（永房金[2008]09号）的规定履行缴纳义务。

（四）内部职工股、工会持股、职工持股会持股、信托持股、委托持股情况

本公司自成立至今，未发行过内部职工股，未有过工会持股、职工持股会持股、信托持股、委托持股等情况。

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

（一）流通限制和自愿锁定股份的承诺

具体情况请参见本节“九、（五）本次发行前股东所持股份的流通限制和自愿锁定股份的承诺”。

（二）避免同业竞争及减少关联交易的承诺

2010年1月5日，公司控股股东吕强以书面形式向本公司出具了《避免同业竞争的承诺函》，具体情况请参见本招股说明书“第七节 同业竞争和关联交易”之“一、（二）避免同业竞争的承诺函”。

2010年1月5日，本公司控股股东吕强以书面形式向本公司出具了《减少及规范关联交易的承诺函》，具体情况请参见本招股说明书“第七节 同业竞争和关联交易”之“二、（五）公司控股股东和实际控制人关于减少及规范关联交易的承诺函”的相关内容。

2010年1月5日，公司控股股东、实际控制人吕强及其关联方金美儿、吕振福、吕丽珍、欧阳波、吕丽妃作出了《关于不占用公司资金的承诺函》，承诺不通过以下方式将公司资金直接或间接地提供给本人或其他关联方使用：（1）有偿或无偿地拆借公司的资金给本人或其他关联方使用；（2）通过银行或非银行金

融机构向本人或其他关联方提供委托贷款；（3）代本人或其他关联方偿还债务；（4）委托本人或其他关联方进行投资活动；（5）为本人或其他关联方开具没有真实交易背景的商业承兑汇票。

截止本招股说明书签署之日，承诺人未发生违反上述承诺之情形。

第六节 业务和技术

一、公司的主营业务及设立以来的变化情况

本公司主要从事不锈钢真空保温器皿的研发设计、生产与销售，主要产品包括保温杯、保温瓶（壶）、汽车杯等日用不锈钢保温器皿。

公司前身哈尔斯工贸成立于 1996 年 5 月，成立之初至 2001 年 8 月，哈尔斯工贸主要从事电子计价秤的生产和销售。2001 年 9 月，公司的主营业务转变为不锈钢真空保温器皿的研发设计、生产与销售。2001 年 9 月至今，公司主营业务和主要产品未发生变化。

经过多年的发展，公司已成为国内品牌影响力最强的专业不锈钢真空保温器皿供应商，与同行业企业相比具有生产规模大，产品质量优良，营销网络覆盖面广的优势，是 2010 年上海世博会不锈钢真空保温杯特许生产商。2008 年、2009 年连续两年公司产品市场占有率排名国内同行业第二位，品牌影响力居国内同行业第一位。公司在全国拥有 81 家经销商、3,000 多个销售终端、626 个品牌形象专柜，终端货架占有率居国内同行业前列。近年来，“哈尔斯”连续被评为“浙江名牌产品”、“浙江省著名商标”、“中国不锈钢真空保温杯（壶）十大知名品牌”、“浙江出口名牌”和“行业标志性品牌”。2009 年公司被浙江省科学技术厅、浙江省财政厅、浙江省国家税务局和浙江省地方税务局等联合认定为“高新技术企业”；被中国轻工业联合会和中国日用杂品工业协会评为中国轻工业日用杂品行业年度十强企业。

公司坚持贴近市场流行趋势和个性化、专业化产品的设计理念，着力提高各主题和功能系列不锈钢保温产品的市场影响力，形成 20 多个系列、200 多个品种的产品体系，为公司成功实施品牌运营战略提供了有力支持。

公司独立开发的“办公时尚系列”和“运动时尚系列”等产品，市场反应良好，销售旺盛。2010 年，公司产品通过了上海世博会特许经营授权审批联席会

议综合评审，成为上海世博会不锈钢真空保温杯特许生产商。



哈尔斯“运动时尚”
系列产品



哈尔斯“办公时尚”
系列产品



哈尔斯“户外运动”
系列产品



哈尔斯“家居时尚”
系列产品



哈尔斯“宾馆时尚”
系列产品

二、公司所处行业的基本情况

（一）行业概况

1、不锈钢真空保温器皿产品概况

不锈钢真空保温技术发明于 20 世纪 70 年代末的日本，是保温器皿生产技术上的一次革命。该技术将真空绝热原理应用于保温杯的制造，采用不锈钢为主要原材料，利用内外双层杯壁中形成的真空来阻断容器内外热传递，因此能够长时间保持容器内的温度。与传统的玻璃保温容器相比，不锈钢真空保温器皿是一种新兴消费品，有保温杯、保温瓶（壶）、保温饭盒等多种类别，具有保温性能好、

安全便携、外观时尚、功能丰富等优点，广泛应用于家居、办公、宾馆、户外、餐饮、礼品等多个领域。随着经济的发展和生活水平的提高，人们越来越关注饮食安全和质量，不锈钢真空保温器皿所倡导的健康、时尚、环保的消费理念正逐步为全球消费者所体验和认可：

（1）健康

首先，该产品能够长时间保持容器内水和食物的温度，方便使用者随时随地食用；其次，该产品采用不锈钢作为原材料，在使用过程中不会产生有害物质和异味；此外，保温容器对饮用水的保温避免了将水反复烧开对水质的损害。

（2）时尚

随着消费者审美品味的不断变化和产品制造工艺的不断进步，不锈钢真空保温器皿制造商将各种时尚流行元素融入到产品的外观设计中，产品款式日趋多样和精美，满足了消费者对时尚的要求。

（3）环保

保护生态环境、节约能源已经成为人们的共识。推广使用不锈钢真空保温器皿能够有效减少一次性塑料容器和纸杯的废弃带来的环境污染，减少生产塑料容器和纸杯对石油、木材、水等自然资源的消耗。同时，不锈钢真空保温器皿保温效果显著，能减少重复加热导致的电能耗用。此外，一次性瓶装水浪费现象严重，用不锈钢真空保温器皿替代一次性塑料容器，还可以有效减少水资源的浪费。

由于不锈钢真空保温器皿具有上述优点，近年来全球销量增长迅速。2007～2008年，全球不锈钢真空保温器皿消费量分别达到3.74亿只、4.27亿只。2009年上半年，受到国际金融危机的影响，全球不锈钢真空保温器皿消费量出现下降，随着世界经济的逐步复苏，全球市场在2009年下半年步入复苏轨道，全年消费量达到3.93亿只。

近年来，随着我国居民收入和消费水平的不断提高，健康环保意识的不断增强，以及时尚和个性化需求的不断提升，国内不锈钢真空保温器皿的市场也进入了快速成长阶段。2007～2008年，国内不锈钢真空保温器皿消费量分别增长32.55%和41.18%，增速大大高于全球市场增长速度。2009年虽然受到国际金融

危机的影响，国内消费量增速放缓，但仍较上年增长 20.64%，达到 7,775 万只（数据来源：中国日用杂品工业协会）。

2、不锈钢真空保温器皿行业发展状况

我国不锈钢真空保温器皿的生产始于上世纪 90 年代初期，浙江、广东、上海等地区企业利用其沿海区域优势和自身经济实力率先进入本行业。行业早期生产经营以贴牌出口为主。

经过多年的发展，国内不锈钢真空保温器皿行业不断发展壮大。截止 2008 年，全国已拥有不锈钢真空保温器皿生产企业 500 余家。2009 年我国不锈钢真空保温器皿行业产品销量已达 2.72 亿只，销售额超过 54.74 亿元，行业产品销量已占到全球的 69%以上，我国已成为全球不锈钢真空保温器皿的制造中心。

更为重要的是，国内行业在参与国际市场分工的过程中，积极引进、消化吸收产品制造技术，产品自主研发创新能力不断提升；行业自主品牌的建设取得了显著成效，涌现了哈尔斯、翔龙、雄泰、思乐得、思宝等在国内外拥有较强市场竞争力的民族品牌；行业自主品牌产品销售占比也不断提升，2008 年我国不锈钢真空保温器皿行业自主品牌产品销售占比已达 22%。在业内领先企业的带动下，我国不锈钢真空保温器皿行业将逐步实现经营模式的优化和升级，从世界制造中心向品牌中心和研发设计中心发展。（数据来源：中国日用杂品工业协会）

（二）行业管理体制及行业法律法规和政策

1、行业主管部门和监管体制

按照国民经济行业分类标准，本公司主营业务属“工艺品及其他制造业”中的“日用杂品制造”行业。按照中国证监会公布的《上市公司行业分类指引》（2001 年 4 月 3 日实施），本公司属“金属制品业”。

公司所处行业的行政管理部门为国家发改委，主要负责制定产业政策，研究行业发展规划，指导行业结构调整、技术进步及技术改造等工作。

公司所处行业的全国性行业组织为“中国日用杂品工业协会”，该协会主要负责：经政府部门授权和委托，制定行业规划、开展行业统计、发布行业信息、

进行市场预测；制定产品标准、开展行检、行评和产品认证、推荐优秀产品和新产品；组织行业科技成果鉴定和推广、参与行业内重大投资和合资项目的前期论证、初审；制定行业的行规行约、建立行业自律机制；协调同行价格争议，维护行业公平竞争；举办行业展览、开展技术交流与经贸合作、建立与国外同行相关组织的联系；组织行业技能培训和人才交流及职工等级考核等。

2、行业主要法律法规和政策

《国民经济和社会发展第十一个五年规划纲要》提出：坚持“立足扩大国内需求推动发展”的原则，“提高城乡居民收入水平”；“抓好城市节水工作，强制推广使用节水设备和器具”、“培育消费热点，推进公众营养改善行动”、“促进文化、健身、旅游、休闲等服务性消费”，促进了不锈钢真空保温器皿产品的消费。

《国家环境保护“十一五”规划》（2007年11月22日）提出“以减量化、资源化、无害化为原则，把防治固体废物污染作为维护人民健康，保障环境安全和发展循环经济，建设资源节约型、环境友好型社会的重点领域”。发改委和科技部联合发布的《中国节能技术政策大纲（2006年）》明确指出“当前城市与民用能源消费正快速上升，推广节能技术对缓解能源供需矛盾，改善城市环境十分重要”，“要大力研究开发和推广真空绝热等高效保温材料和技术”。国家对环保、节能领域的鼓励和支持有效推进了不锈钢真空保温器皿行业的快速发展。

受上述鼓励政策的影响，我国不锈钢真空保温器皿行业市场近年来增长迅速，行业内的企业也获得了快速成长。随着政策的深入实施，将对不锈钢真空保温器皿行业的未来发展起到重要的促进作用。

（三）行业的市场竞争状况

1、行业竞争格局

（1）国际竞争格局

在国际市场上，不锈钢真空保温器皿行业的世界知名品牌主要源于日本、美国等国家。日本主要有膳魔师集团旗下的“膳魔师（THERMOS）”、虎牌热水瓶株式会社旗下的“虎牌（TIGER）”、象印暖瓶株式会社旗下的“象印（ZOJIRUSHI）”；美国主要有PMI公司（PACIFIC MARKET

INTERNATIONAL,LLC）旗下的阿拉丁（ALADDIN）和斯坦利（STANLEY）等品牌。这些品牌的市场认可度较高，产品附加值较大。

我国不锈钢真空保温器皿行业自主品牌在国际市场所占份额较少，行业国际竞争力主要体现在加工制造能力上，与上述世界知名品牌主要通过 OEM 和 ODM 方式开展合作。

（2）国内竞争格局

国内不锈钢真空保温器皿产品主要分为高端、中高端和中低端三个层次，高端产品价格较高，消费量占比较小，市场多为世界知名品牌如“膳魔师”、“虎牌”、“象印”等占据；中高端产品性价比高，市场主要为“哈尔斯”、“翔龙”、“雄泰”、“思乐得”、“思宝”等国内领先品牌占领，高端和中高端产品市场主要分布于经济发达城市；中低端产品价格较低，以杂牌为主，通常由业内小规模企业生产，消费市场多分布于中小城市及农村地区。

国内部分领先企业利用与知名品牌进行 OEM 和 ODM 合作的机会积累了丰富的产品制造和设计经验，在此基础上，该等企业通过加大品牌推广、营销网络建设的资金投入以及加强与国内经销商合作的方式实现了产品内销规模的迅速扩大。

2、行业内主要企业与市场份额

根据中国日用杂品工业协会统计，截至 2008 年末我国不锈钢真空保温器皿行业企业数量为 513 家。其中，浙江、广东、上海、山东、江苏等五个地区企业数量合计占全国的 78.52%。2009 年度，上述五省企业产量占全国总产量的 82.16%。

本行业目前处于成长期，大部分企业规模较小，仅少数领先企业拥有相对较大规模和较强竞争力，在行业中处于主导地位。2008 年和 2009 年行业销售收入排名前五位企业的市场份额如下：

年份	排名	企业名称	占比（%）
2009 年度	1	南龙集团有限公司	5.76
	2	浙江哈尔斯真空器皿股份有限公司	4.93
	3	雄泰集团有限公司	4.13

2008 年度	4	上海思乐得不锈钢制品有限公司	3.34
	5	浙江保康（集团）有限公司	2.30
	前五名企业合计		20.46
	1	南龙集团有限公司	5.61
	2	浙江哈尔斯真空器皿股份有限公司	4.69
	3	雄泰集团有限公司	3.67
	4	上海思乐得不锈钢制品有限公司	3.24
2009 年度	5	浙江保康（集团）有限公司	2.22
	前五名企业合计		19.43

注 1：中国日用杂品工业协会及其他独立市场调研机构未对 2007 年度我国不锈钢真空器皿行业中的主要企业市场占有率情况进行统计。

注 2：膳魔师、虎牌等国外品牌已在中国大陆投资设立生产基地，其生产与销售情况未包含在国内行业统计范围之内。根据“膳魔师”品牌的官方网站，其在中国由港、日合资的生产企业膳魔师（中国）家庭制品有限责任公司年产高真空系列产品 500 余万只并出口行销世界各地。根据“虎牌”品牌的官方网站信息，其在中国由台、日合资的生产企业上海虎生电子电器有限公司是从事生产销售不锈钢保温杯、电子锅、电器热水瓶等系列产品的专业厂商。“虎牌”品牌未在其官方网站披露具体的生产销售数据。此外国内数据统计中未包含（中国）台湾地区的数据；

注 3：销售收入以企业出厂价统计，占比为企业销售收入占行业销售收入的比重；

注 4：数据来源：《新兴消费行业市场需求研究》（《产业经济研究》2010 年第 1 期），《2009 年国内不锈钢真空器皿行业运行状况》（《轻工标准与质量》2010 年第 3 期）。

2009 年行业前五家企业市场份额合计仅为 20.46%，行业集中度较低。随着市场的快速发展和集中，领先企业的经营规模和市场占有率拥有较大提升空间。

3、进入本行业的主要障碍

进入本行业的主要障碍包括营销渠道、品牌认知度、研发设计能力、产品质量和生产标准、产品生产的系统管理能力等方面。具体说明如下：

（1）营销渠道

营销渠道是产品从生产企业向消费者转移的途径，由生产企业和消费者之间的一系列中间营销机构组成，是产品实现顺利转移的保障。对于生产企业来说，构建适合自身的营销渠道，将产品顺利推向市场，让消费者便捷地了解并购买其产品是企业发展的保障。而营销网络的建设和管理能力的提升是一个长期过程，少数企业形成先发优势后将难以复制，对新进入者产生排他效果，从而形成行业进入障碍。

（2）品牌认知度

品牌建设要求企业能够坚持不懈地通过品牌专柜展示、交易展览、媒体宣传等各种方式建立品牌形象，扩大品牌市场影响力，提升消费者忠诚度，是一个长期的过程，同时需要投入大量资金。对于本行业的潜在进入者而言，品牌特别是高端品牌的建立是一个长期而艰难的过程。

（3）研发设计能力

不锈钢真空保温器皿除了需要具备基本的保温功能之外，取得消费者认可在很大程度上还取决于产品的款式、外观和功能设计，成功的品牌形象总是建立在良好的研发设计能力基础之上。针对不同消费群体的消费需求、审美观念和消费习惯，需要设计不同的款式和功能，在市场发生变化情况下，还要求企业能够快速反应，设计出适合市场需求的产品。

对于本行业的潜在进入者，建设拥有良好研发设计能力的团队需要花费大量成本和时间，研发设计经验和对市场需求信息把握能力的积累也需要经历较长的过程。对潜在进入者而言，研发设计能力成为另一个重要障碍。

（4）产品质量和生产标准

不锈钢真空保温器皿产品的质量和生产需要达到一定的标准，如：QB/T 2332-97《不锈钢真空保温容器》标准、QB/T 2933-2008《双层口杯》标准以及GB 9684-88《不锈钢食具容器卫生标准》等，这些标准要求业内企业具备一定的设备条件和生产工艺水平。

此外，在国内市场，产品生产过程的规范、安全、环保是进入大型连锁零售终端的前提条件，对行业内的企业提出了较高要求；在贴牌出口市场，国外企业在选择OEM或ODM厂商时，对产品制造能力、质量控制能力、检测设备和检测方式、工厂作业环境、安全措施、员工培训等多个方面有明确而严格的要求。

因此，行业潜在进入者面临产品质量和生产标准方面的壁垒。

（5）产品生产的系统管理能力

由于不锈钢真空保温器皿产品的品种、型号、规格、颜色众多，客户订单的紧迫程度也各不相同，能否以规范高效的方式对庞杂的订单进行整理和协调，从

而编制合理的生产计划，并在生产过程中对生产进度、库存、质量和成本等方面进行有效的动态控制成为影响本行业企业成长的关键因素。拥有管理能力较强的、紧密合作的管理团队，实现计划、生产、控制等各环节的高效系统化管理成为在本行业取得领先地位的重要因素，对潜在进入者形成了一定的制约。

（四）市场供求状况及变动原因

1、市场需求状况

（1）国内市场需求分析

近年来国内不锈钢真空保温器皿消费市场增长迅速，产品需求不断扩大，业内企业也逐渐将市场开发的重心向国内转移。在此形势下，国内不锈钢真空保温器皿市场需求将得到进一步激发，具体分析如下：

①从市场消费区域分析

世界发达国家不锈钢真空保温器皿的人均拥有量达到了 0.37~0.65 只，尤其是在不锈钢真空保温器皿的发明地日本，平均家庭拥有量达到了 4 只。而 2008 年末我国不锈钢真空保温器皿的保有量仅 1.6 亿只左右，人均拥有量仅 0.12 只。从其他消费品的发展经历来看，我国对不锈钢真空保温器皿的消费与发达国家相比有一定的时间差。2008 年我国人口为 13.28 亿，若国内消费达到上述低限标准 0.37 只/人，则该产品的市场保有量将达到 4.9 亿只，目前的保有量至少有 3.3 亿只以上的增长空间（数据来源：消费日报、中国日用杂品工业协会）。

从国内消费的区域结构来看，2008 年北京、上海、广东三省市不锈钢真空保温器皿消费量合计达 2,600 多万只，占全国的 41%，人均消费量达到 0.3 只/年。全国其他大部分的城市以及广大农村地区尚待开发，合计消费量仅 3,800 多万只，人均消费量 0.03 只/年。随着国家提高农民收入水平和扩大农村消费需求政策的实施，以及农村人口城市化进程的发展和新农村建设的推进，我国农村市场拥有巨大的发展空间（资料来源：中国市场调研研究中心《不锈钢真空保温器皿行业分析报告》）。

②从下游消费领域分析

不锈钢真空保温器皿广泛应用于家居、职业、学生、户外活动、自驾、餐饮业、礼品等各个领域和人群，与人们生活密切相关。

a.家居

保温杯、保温瓶和保温壶等保温容器是日常家居生活用品。不锈钢真空保温器皿出现以前，人们多使用玻璃保温容器。玻璃保温容器易碎且形状单一，并且瓶胆外需另安装外壳使得体积较大，影响了玻璃保温器皿市场消费需求的增长。不锈钢保温容器具有坚固安全的优点，能有效避免因容器摔碎而导致家庭成员特别是老人和儿童的划伤或烫伤；同时不锈钢保温容器造型多变，功能丰富，外形美观，使得保温容器除了满足日常保温功能外，还成为点缀家庭环境，展示生活品味的重要装饰品。随着人们购买能力的提高和生活品质的提升，作为一种新兴消费品，不锈钢真空保温器皿所倡导的健康、时尚、环保的消费理念，越来越受到我国家庭的认可和欢迎，将成为家庭常备用品。

b.职业

无论是室内办公人员还是户外作业人员，饮水杯都是必备用品。不锈钢保温杯具有保热保冷的功能，冬天可用于饮用热水，夏天可用于饮用冰水，能够有效改善人们工作时的生活质量。同时不锈钢保温杯具有安全便携的特点，对于职业人员尤其是户外作业人员，不锈钢保温杯成为最佳选择。此外，不锈钢保温杯美观时尚、功能造型丰富，充分体现消费者的个性化特征，逐渐成为各个年龄层次消费者炫耀个性的时尚消费品。

除此之外，对于城市白领人群来说，自带午餐能够有效保障饮食的健康和质量，饭菜贴合自身的口味习惯，这种生活方式正在逐渐流行。不锈钢保温饭盒、焖烧罐等产品正为携带食物所设计，能够长时间保持食物温度，并且美观便携，拥有良好的市场前景。

c.学生

水杯是学生的必备生活用品，不锈钢保温杯具有保热保冷的功能和健康环保、安全便捷的特征，非常适合学生使用。不锈钢保温杯产品在学生群体中的推广，能够有效减少塑料瓶和塑料杯的使用，提高学生的饮水质量，同时增强学生

的环保意识，对学生群体的健康成长起到良好作用。

此外，对于学龄儿童来说，提倡自带饮用水还能够从小培养儿童的独立生活能力和社会责任意识，越来越受到家长们的认可。不锈钢保温杯由于携带安全，儿童产品外形可爱多变、常融入卡通动漫元素，近年来在学龄儿童群体中的销量也呈快速增长态势。

d. 户外活动

人们正在不断追求更加健康的生活方式，正在更多地走向户外，走出城市，感受自然。不锈钢保温杯、旅游壶、焖烧罐、保温饭盒等产品为旅行、户外体育运动、户外休闲和户外摄影等人群提供了携带热水、热汤和热饭的良好用具，让人们在户外也能享受到原本只能在家中享用的美食，提高了人们出行的积极性。出行的人们也正越来越多地认识和体验到不锈钢保温产品所带来的高品质生活。人们一旦习惯这种更高品质的生活方式，不锈钢保温产品将因健康环保、安全便携、美观实用的优点成为不可或缺的户外生活用品。

e. 司驾

随着我国经济的发展，全国汽车保有量呈现快速增长，特别是私家车和出租车的拥有量增长迅速。对于汽车的司驾人员来说，在车上喝到健康卫生的热水、热茶或者热咖啡能够有效缓解途中劳顿，提振精神，尤其是在冬天。不锈钢保温杯安全便携的特性可以满足司驾人群的需求，特别是经过独特开口设计的产品类型，能够在车厢摇晃的状态下控制出水量，避免杯中的水泼出，具有安全可靠的优点，得到司驾人群的高度认可。不锈钢保温杯产品在司驾人群中拥有极大的市场销售潜力。

f. 餐饮业

在每个餐馆和酒店，都需要配置保温壶和保温瓶用于为顾客添加热（冰）水、热（冰）茶等，在咖啡馆则更是如此。由于不锈钢保温瓶（壶）克服了玻璃保温瓶易碎、体积大的不足，极大刺激了餐饮业对这种安全美观的新兴消费品的需求。随着人们生活品味的提升和全国餐饮业整体形象的改善，各种规模和档次的餐馆、酒店都在积极使用这种新兴产品，市场空间广阔。

g. 礼品

不锈钢保温杯和保温瓶（壶）由于具有“温暖”、“健康”、“时尚”的特征，并且价格适中，特别适合作为亲朋好友间互相馈赠的礼品。随着人们对不锈钢真空保温器皿认识的不断加深，这种礼品消费倾向将大大促进产品的消费需求。

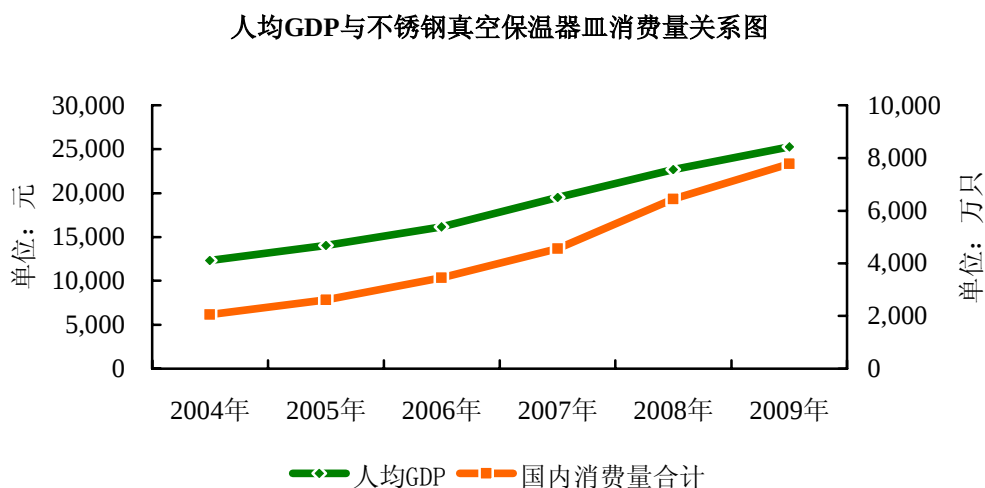
除上述领域外，军（警）用、医用、婴儿用等领域不锈钢保温产品的优点也正越来越为人们所认识和欢迎，在这些领域不锈钢保温产品也拥有广阔的市场前景。

③ 不锈钢真空保温器皿产品需求增长定量分析

综合上述消费特征，不锈钢真空保温器皿产品的市场需求主要来自于三个方面：

a. 人们生活品质的提升和消费观念的转变刺激产品潜在需求的迅速扩张

人均 GDP 能够较好地体现居民的消费能力和生活品质，其与不锈钢真空保温器皿消费呈现出较强的正相关关系。从横向来看，以上海地区为例，2008 年上海的人均 GDP 是全国的 1.89 倍，而不锈钢真空保温器皿的人均消费量达到全国的 9.57 倍。从纵向来看，这种正相关关系同样显著，如下图所示：



数据来源：历年《中国统计年鉴》、中国日用杂品工业协会《国内不锈钢真空器皿行业现状及发展》（《轻工标准与质量》2009年第6期）、中国日用杂品工业协会《2009年国内不锈钢真空器皿行业运行状况》（《轻工标准与质量》2010年第3期）。

根据南京大学经济学院《我国不锈钢真空保温器皿行业发展研究报告》的回

归统计分析,人均 GDP 每增长 1%将促进不锈钢真空保温器皿产品国内市场消费额增长 2.00%; 全国恩格尔系数（注：恩格尔系数=居民食品支出/个人消费支出*100）每下降 1%，将带来不锈钢真空保温器皿市场消费额 0.67%的增长。（注：上述人均 GDP 及产品消费额等均扣除物价因素影响）

b.人们对不锈钢保温产品认识的加深将促使该产品对传统玻璃保温容器的替代

与传统玻璃保温容器相比，新兴消费品不锈钢真空保温器皿具有安全便携、美观时尚、功能丰富的优点。随着人们逐步了解和体验到不锈钢保温产品带来的健康、时尚、环保的高尚生活品质，该产品对传统玻璃保温容器的逐步替代将成为必然。在《产业结构调整指导目录（2005 年本）》中“普通真空保温瓶玻璃瓶胆生产线”已被列入限制类目录。

2008 年，在不锈钢和玻璃两类保温容器产品中，不锈钢产品占比为 32.56%。而在日本，同为亚洲地区且生活方式较为相近，当年这一比例已达 80%以上。（数据来源：中国日用杂品工业协会）

中国科学院中国现代化研究中心 2010 年 1 月 30 日发布《中国现代化报告 2010：世界现代化概览》，预测中国可能在 2040 年左右达到中等发达国家水平。

c.下游客户群体数量的增长带来产品需求的自然增长

不锈钢保温产品下游消费领域客户群的数量正在快速增长，尤其是居家、户外活动、自驾等领域。2004~2008 年间我国汽车保有量年均复合增长 23.92%，餐饮和住宿企业数量年均复合增长 17.79%，旅游人次年均复合增长 11.64%，高校在校生人数年复合增长 10.95%，全国家庭数量年复合增长 2.09%。不考虑其他因素，仅下游消费领域客户数量的增长率将直接带来相应比例的对不锈钢真空保温器皿产品需求的增长。

综合上述因素，《我国不锈钢真空保温器皿行业发展研究报告》预测，国内不锈钢真空保温器皿消费额未来将逐年快速增长，至 2015 年将达到 185 亿元。2008 年国内消费额为 38 亿元，以此计算 2008~2015 年间的年均复合增长率将达到 25%。

（2）国际市场需求发展前景

随着世界经济的增长和全球消费者生活水平的不断提高，前述促进我国不锈钢真空保温器皿市场消费需求的各种因素同样在全球其他国家和地区发挥作用。特别是近年来发展中国家和地区经济实力明显增强，居民消费水平快速提升，不锈钢真空保温器皿同样在该等国家和地区拥有良好的市场前景。

2007、2008 年全球不锈钢真空保温器皿消费量分别同比增长 13.81%和 14.32%，增速较为稳定。受金融危机影响，2009 年全球不锈钢真空保温器皿销售量较 2008 年有所下降，但下半年已呈现出快速回升趋势。随着金融危机后世界经济的复苏，不锈钢真空保温器皿产品的全球市场需求也将持续上升，国内不锈钢真空保温器皿行业企业的出口也将随之增长。

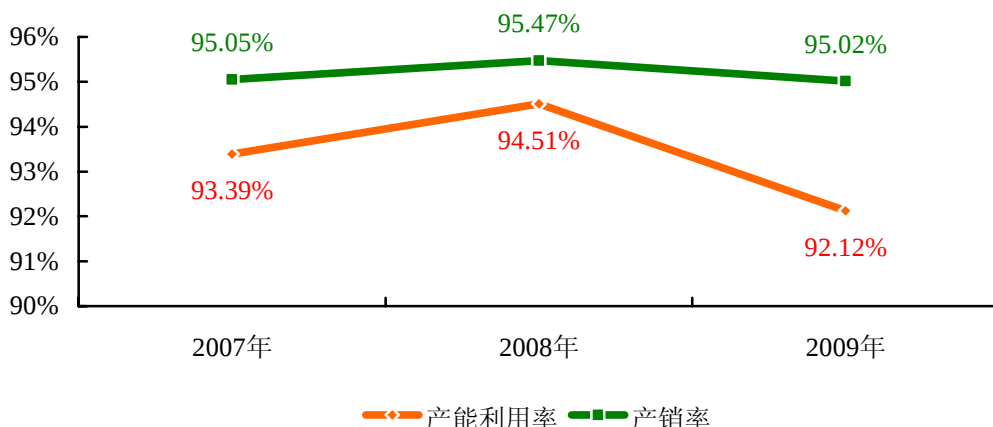
综上所述，不锈钢真空保温器皿产品在国内外均拥有广阔的市场空间，本行业拥有良好的发展前景。根据《产业经济研究》（2010 年第 1 期）的预测，2012 和 2015 年，我国不锈钢真空保温器皿行业企业国内外销售额将分别达 147 亿元和 219 亿元（出厂价）。

2、市场供给状况

2007~2009 年我国不锈钢真空保温器皿行业产能分别达到 2.62 亿只/年、3.09 亿只/年和 3.11 亿只/年，产量分别达到 2.45 亿只、2.92 亿只和 2.86 亿只，产能利用率为 93.39%、94.51%和 92.12%。2009 年上半年，受到国际金融危机的影响，国内不锈钢真空保温器皿行业产能利用率下降至 75.88%。随着世界经济在 2009 年下半年逐步复苏，国内行业产能利用率也快速上升，第三及第四季度分别达到 104.71%和 112.00%。

尽管行业供给持续增加，但由于受居民消费水平提升、消费习惯的转变等积极因素的驱动，不锈钢真空保温器皿产品市场需求尤其是国内市场需求近年来持续增长，行业的产能利用率 and 产品产销率始终维持在较高水平。

2007~2009年行业产能利用率与产品产销率



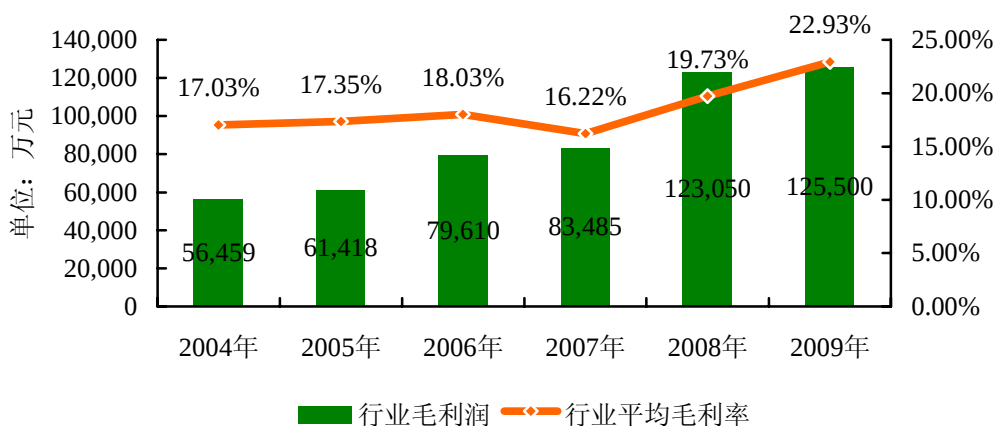
数据来源：中国日用杂品工业协会《国内不锈钢真空器皿行业现状及发展》（《轻工标准与质量》2009年第6期）、中国日用杂品工业协会《2009年国内不锈钢真空保温器皿行业运行状况》（《轻工标准与质量》2010年第3期）。

如上图所示，在产能持续增长的情况下，2007~2009年我国不锈钢真空保温器皿行业产能利用率保持在92%以上，产品产销率维持在95%以上。

（五）行业利润水平的变动趋势及原因

2004~2009年，我国不锈钢真空保温器皿行业利润实现情况如下：

国内不锈钢真空保温器皿行业近五年盈利情况



数据来源：中国日用杂品工业协会《国内不锈钢真空器皿行业现状及发展》（《轻工标准与质量》2009年第6期）、中国日用杂品工业协会《2009年国内不锈钢真空保温器皿行业运行状况》（《轻工标准与质量》2010年第3期）。

如上图所示，受原材料价格波动影响行业盈利在2007年出现一定波动，但由于不锈钢真空保温器皿产品市场需求保持强劲，本行业在产品市场拥有一定的议价能力，行业盈利呈现总体增长趋势。行业毛利额从2004年的5.65亿元上升

至 2009 年的 12.55 亿元，年均复合增长 14.23%；行业平均销售毛利率从 2004 年的 17.03% 上升至 2009 年的 22.93%。

（六）影响行业发展的有利和不利因素

1、有利因素

（1）国民经济持续健康发展和城乡居民收入水平较快提升

居民生活水平是不锈钢真空保温器皿市场需求的重要影响因素。我国国民经济持续快速发展，城乡居民收入水平呈快速增长趋势，为不锈钢真空保温器皿行业提供了良好的外部环境和巨大的市场容量。

（2）居民消费观念和习惯正发生积极转变

随着居民消费能力的提高和社会责任意识的增强，消费者更加注重日用饮食器具的安全、健康、时尚和个性化特性，同时在日常消费时越来越多地考虑到环保和节能的因素。不锈钢真空保温器皿行业所倡导的健康、时尚、环保的饮水生活方式与社会环境的发展趋势保持了高度一致，顺应了当今的消费潮流。

（3）国家节能减排、扩大内需的政策有利于本行业的发展

节约资源发展循环经济、保护生态环境是我国的基本国策。实践科学发展观要求加快建设资源节约型、环境友好型社会，促进经济发展与人口、资源、环境相协调，实现可持续发展。不锈钢真空保温器皿是健康、环保、节能型的日用品，其广泛使用能够有效减少白色污染和水资源浪费，其提倡的自带水、自带食物的生活方式能够有效改善人们的生活质量。

此外，2008 年 11 月 5 日，国务院常务会议对扩大内需促进经济平稳较快增长的措施进行了研究和部署，提出投资 4 万亿元用于进一步扩大内需、促进经济增长，提高城乡居民收入，该政策有效扩大了本行业产品的市场需求。

（4）国内行业领先企业的崛起正在带动产业升级

在国内市场迅速发展的背景下，国内行业领先企业充分利用市场机遇，发展营销网络、扩大业务规模，实现了企业实力的快速壮大。更重要的是，领先企业率先认识到品牌建设对企业乃至整个行业发展的重要性，积极投入资源加强品牌

建设，提高产品研发设计能力、生产技术创新能力和质量控制能力，并且已经取得了显著成果。这些领先企业的快速发展将有力带动整个不锈钢真空保温器皿行业的产业升级。

2、不利因素

（1）行业整体抗风险能力有待提高

国内不锈钢真空保温器皿行业自主品牌和营销网络建设起步较晚，整个行业的产业升级尚需时间。从目前的状况来看，行业整体抗风险能力仍然不足，在金融危机影响集中体现的 2009 年上半年，行业总体业绩受到了较大影响。

（2）行业内产品同质化现象较为普遍

目前国内不锈钢真空保温器皿行业整体产品研发设计能力仍有待提高，市场上产品同质化现象仍较为普遍，尤其在中低端产品市场。企业竞争手段也较多的表现为价格竞争，对行业健康发展产生不利影响。在此背景下，亟需领先企业成功实施品牌经营战略，积累发展经验，带动行业发展。

（七）行业技术水平及技术特点

不锈钢真空保温器皿产品的生产过程包括成型、金工、焊接、抽真空、抛光、喷涂等多个环节，各环节技术水平会影响到产品的保温效能、使用功能和表面质量等品质指标，其中关键在于提升产品性能的稳定性和提高生产效率。

国内行业目前已经拥有一整套较为成熟的生产流程与生产工艺，涵盖了不锈钢真空保温器皿产品制造过程中的各个环节。但是传统生产工艺的特点是较多依赖于人力，产品品质受技术工人的熟练度和操作环境影响较大，难以保持高度的一致性。

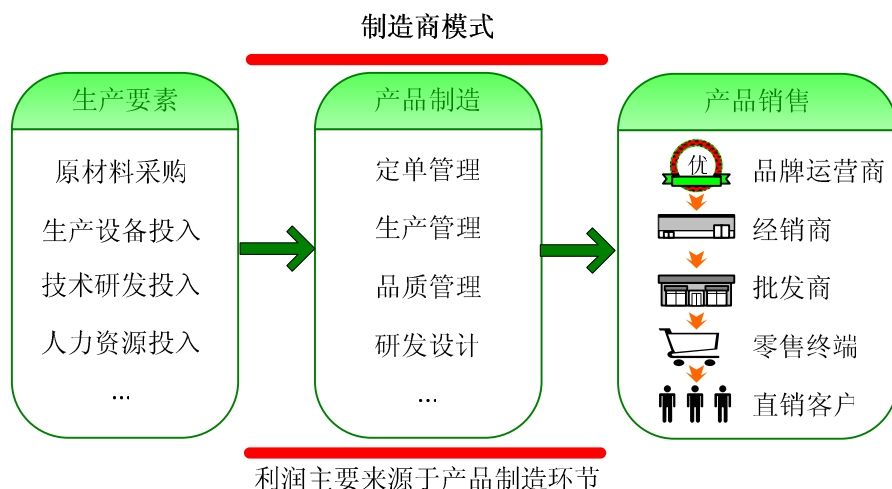
未来行业技术发展方向是系统化、标准化和自动化。通过自主研发、引进设备和技术等各种方式，加强制造业的各项技术在不锈钢真空保温器皿产品生产过程中的应用，提高产品保温性能和表面质量的稳定性，提高生产效率是行业进一步发展的关键任务。

（八）行业经营模式

从国内外不锈钢真空保温器皿行业状况来看，行业内有两种典型的经营模式：制造商模式和品牌运营商模式。制造商模式以产品制造为主要业务，利润主要来源于产品制造环节；品牌运营商模式以品牌运作、研发设计为核心，盈利空间较大。两种典型经营模式的具体情况如下：

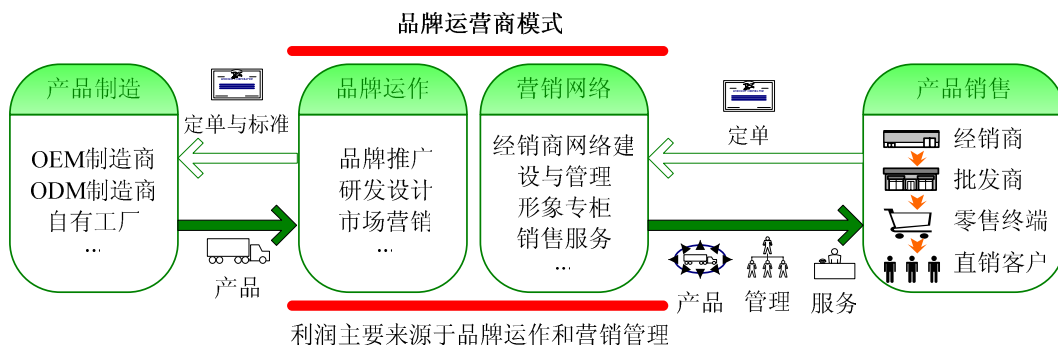
1、制造商模式

制造商企业利润主要来源于产品制造过程中的增值：



2、品牌运营商模式

品牌运营商模式为世界知名品牌较多采用，利润主要来自于品牌增值。该模式具体如下图：



由上图可见，品牌运营商模式企业的核心竞争力在于品牌建设能力、营销网络管理能力、产品研发设计能力和品质管理控制能力。在产品制造方面该类企业保留核心产品或工艺环节的制造能力，而一般产品和环节的供应基本依靠外部贴

牌生产，同时运用有效的产品品质管理标准对贴牌产品以及产品的制造过程进行控制。

（九）行业的周期性、区域性和季节性特征

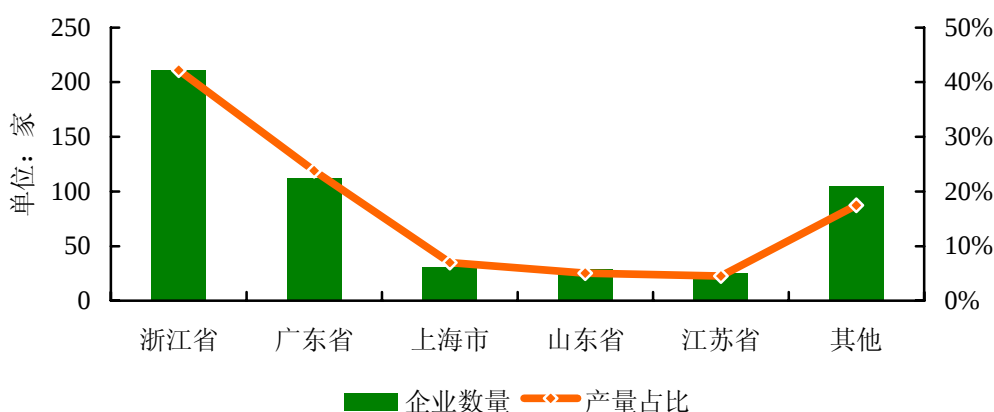
1、周期性特征

作为消费品，不锈钢真空保温器皿产品消费受消费者可支配收入和消费习惯的变化影响较大，而后者又受到宏观经济周期波动的影响。宏观经济周期性波动对产品市场消费产生一定的影响。

2、区域性特征

我国不锈钢真空保温器皿行业在地域上呈现出较为明显的产业集群特征，浙江和广东两个地区的企业数量以及产量规模均远大于其他地区，成为世界不锈钢真空保温器皿行业的重要生产集中地。

2008年我国不锈钢真空保温器皿行业企业数量与产量结构图



数据来源：中国日用杂品工业协会《国内不锈钢真空器皿行业现状及发展》（《轻工标准与质量》2009年第6期）。

截至2008年末，浙江、广东、上海、山东、江苏等五个地区的企业家数合计占到全国513家企业总数的79.53%。2009年度上述五省企业产量合计占比达82.16%。其中浙江和广东两个省的企业最为集中，不锈钢真空保温器皿的生产形成了明显的产业集群化特征。

以浙江省为例，该省不锈钢真空保温器皿的生产集中在中国五金之都——永康市。截至2008年底，永康市及周边地区不锈钢真空保温器皿生产企业近200

家。这些企业之间同时具有竞争与合作的关系，并与永康市的其他五金配套产业包括配件供应、金融服务等行业构建了具有交互关联性的不锈钢真空保温器皿产业群体，形成了钢件采购、塑料配件、硅胶密封圈、杯盖、杯底、喷砂等配套部件和生产工序的完整产业链。

3、季节性特征

由于不锈钢真空保温器皿产品消费量较高的发达国家多数在北半球，我国也位于北半球，从而季节变换对我国不锈钢真空保温器皿产品的销售有一定影响。以国内为例，在北方和中部地区，由于一年之中气候变化较大，低温季节的产品消费量要高于高温季节；南方地区一年之中气候变化较小，对产品销售影响不大。综合国内外因素，相对而言不锈钢真空保温器皿产品在每年5月至7月为销售淡季。

（十）上下游行业的关联性及对本行业的影响

1、上游行业的关联性及影响

不锈钢真空保温器皿产品的主要原材料为不锈钢，其成本占全部原材料成本的70%左右。不锈钢的充足供应成为本行业持续发展的重要保障，其价格波动也直接影响到本行业盈利。

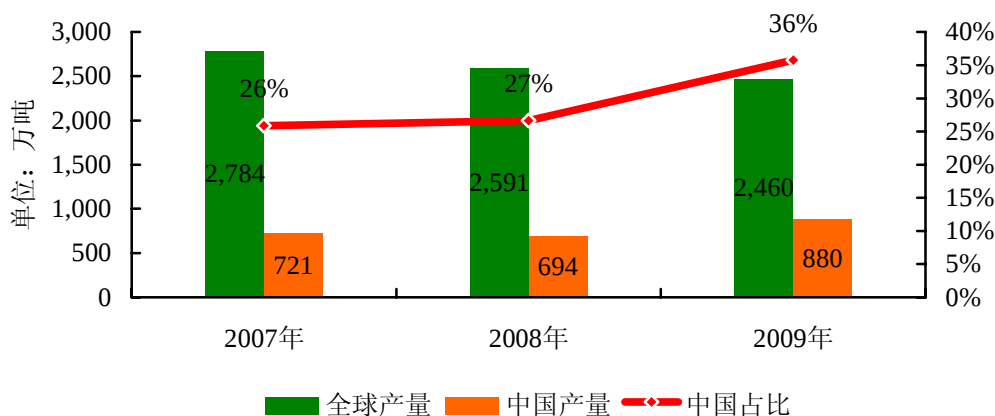
（1）原材料不锈钢的供应情况

从世界范围来看，近年来由于钢铁产能迅速增长，同时钢铁需求受到经济危机等因素影响出现下滑，全球钢铁行业总体呈现出产能利用不足的现象。在不锈钢方面，根据国际不锈钢论坛（ISSF）的统计，2009年全球不锈钢粗钢产量为2,460万吨，连续第三年同比下滑，下滑比例为5.2%（2007和2008年同比下滑2%和7%）。产量下降、产能利用不足反应了不锈钢行业国际市场供大于求的状况。

从国内来看，自2006年开始我国已成为全球最大的不锈钢生产国，同时国产不锈钢对国内市场的满足程度不断提高。根据国际不锈钢论坛（ISSF）公布的统计数据，2007~2009年我国不锈钢产量分别为721万吨、694万吨和880万吨，占全球不锈钢产量的比例分别达到25.89%、26.79%和35.77%，产量保持世界第

一旦占比逐年提高。与此同时，2007～2009 年我国不锈钢自给率分别达到 76%、81%和 85%，实现逐年快速增长。从上述情况来看，本行业的不锈钢原材料国内供应较为充足。

2007～2009年不锈钢产量变化趋势图



数据来源：中国日用杂品工业协会《国内不锈钢真空器皿行业现状及发展》（《轻工标准与质量》2009年第6期），国际不锈钢论坛。

（2）不锈钢价格波动对本行业的影响

2007年7月国际不锈钢价格达到历史高点，国际不锈钢价格指数（CRU指数）当月平均值达到251.6。此后不锈钢价格开始下滑，至2008年5月CRU指数当月平均值跌至108.5，2009年下半年开始逐渐回升，至2010年6月末，CRU指数当月平均值回升至174.0。

不锈钢价格的大幅波动对本行业的总体盈利水平带来一定影响。但由于业内企业采取了较为合理的应对措施，有效降低了行业的受影响程度。这些积极应对措施包括：采用产品销售价格与原材料价格联动的形式，将原材料价格波动风险向下游转移；增加不锈钢配件的成品采购，适当向上游转移原材料价格波动的风险；加强企业间采购信息的交流，提升存货管理能力，通过原材料库存的合理控制规避原材料价格波动风险。在上述措施的作用下，2007～2009年不锈钢真空保温器皿行业平均毛利率分别达到16.22%、19.73%和22.93%，保持了总体平稳上升的趋势。

2、下游行业的关联性及影响

不锈钢真空保温器皿为消费品，本行业下游为经销商、批发商、零售终端等

各级销售渠道，以及产品的最终消费者。其中居民消费能力和消费习惯的变化，以及经销商、批发商、零售终端等销售渠道的发展状况对本行业的市场需求产生影响。近年来，国内不锈钢真空保温器皿经销行业以及国内大型零售连锁行业的持续发展，有效促进了本行业的快速成长。

（十一）主要产品进口国的情况

近三年公司产品主要出口市场为美国、韩国、日本和俄罗斯等国家。未发生因上述国家的非关税壁垒、反倾销案件等进口政策给公司国际业务带来重大不利影响的情形。

在市场竞争方面，进口国当地一般较少有同类贴牌生产企业竞争，由于中国的不锈钢真空保温器皿产品出口量占到全球终端产品销量的半数以上，进口国同类产品的竞争仍主要来自于中国大陆的企业。

三、公司在行业中的竞争地位

（一）本公司的行业地位

公司是国内品牌影响力最强的专业不锈钢真空保温器皿供应商，与同行业公司相比具有生产规模大，产品质量优良，营销网络覆盖面广的优势，是 2010 年上海世博会不锈钢真空保温杯特许生产商。公司产品市场占有率 2008 年、2009 年连续两年排名国内同行业第二位，品牌影响力居国内同行业第一位。2009 年公司被浙江省科学技术厅、浙江省财政厅、浙江省国家税务局和浙江省地方税务局等联合认定为“高新技术企业”；被中国轻工业联合会和中国日用杂品工业协会评为中国轻工业日用杂品行业年度十强企业。公司是中国日用杂品工业协会副理事长单位，是 QB/T2933-2008《双层口杯》产品标准起草单位，是《浙江省不锈钢真空保温容器监督检验规则》修订工作的参与单位。近年来，“哈尔斯”连续被评为“浙江名牌产品”、“浙江省著名商标”、“中国不锈钢真空保温杯（壶）十大知名品牌”、“浙江出口名牌”和“行业标志性品牌”。

2003 年，本公司率先做出“内外并重，国内国际市场一体化发展”的战略决策，重点建设自主品牌和国内营销网络，不断提高自主研发设计能力，提升产

品附加值。经过多年努力，公司已从一个最初的 OEM 制造商转变为自主品牌与 ODM、OEM 出口并重，拥有营销网络优势和研发设计优势、品牌影响力国内领先的专业不锈钢真空保温器皿供应商，并正在加快向品牌运营商模式的积极转变。公司的品牌化发展将带动行业经营理念的积极转变，为我国不锈钢真空保温器皿行业发展起到良好示范作用。

（二）主要竞争对手

1、国际竞争对手

（1）膳魔师

“膳魔师（THERMOS）”为膳魔师集团旗下品牌，最早创建于 1904 年的德国柏林。膳魔师集团专业从事真空不锈钢家庭用品系列的制造和销售，目前在世界各地拥有 21 个制造及经销厂商，分公司和分销处分布在世界超过 140 个国家。1995 年，膳魔师（中国）家庭制品有限公司成立，其主要产品包括不锈钢真空保温杯、保温瓶（壶、罐）、焖烧锅等高真空系列产品，以及复合金炒菜锅、汤锅锅具等家庭厨房系列用品；其中高真空系列产品产能达 500 万只/年，出口到世界各地。

（2）虎牌

“虎牌（TIGER）”为日本虎牌热水瓶株式会社旗下品牌。日本虎牌热水瓶株式会社最早创立于 1923 年的大阪市，该企业从生产热水瓶开始，发展到电饭锅、保温锅、厨房用品、储藏用品等其他家用电器产品。1997 年，该企业上海合资设立“上海虎生电子电器有限公司”，从事不锈钢保温杯、电子锅、电器热水瓶等产品的生产销售。

（3）象印

“象印（ZOJIRUSHI）”是日本象印暖瓶株式会社旗下品牌。日本象印暖瓶株式会社创立于 1918 年，主要从事消费用电器产品包括电饭煲、电器水瓶和真空水瓶的制造和销售，1986 年在大阪证券交易所上市。2003 年该企业设立“上海象印”分公司，将业务发展到中国。

上述世界知名品牌均拥有世界领先的研发设计实力和核心生产技术，其品牌形象在世界范围内为消费者高度认可。在国内市场上，该等知名品牌不锈钢真空保温器皿产品主要集中在高端领域，销售终端主要集中在大型百货商场以及其自设的品牌形象专营店。这些品牌既是公司的竞争对手，同时也是公司 OEM 和 ODM 业务方面的合作伙伴或潜在合作伙伴。

2、国内竞争对手

公司国内竞争对手主要有南龙集团、雄泰集团、上海思乐得和广东思宝，具体情况如下：

（1）南龙集团

南龙集团有限公司从事不锈钢器皿的研究、制造和贸易，旗下“翔龙”品牌有较强市场竞争力。该公司下设九家子公司，集团业务涉足不锈钢器皿系列产品、数控机床系列产品、动力自行车与动力滑板车系列产品、活体指纹控制技术系列产品、IT 产业、房产开发业、国内与国际商贸业务以及大型商场经营管理和宾馆酒店与休闲度假服务业。

（2）雄泰集团

雄泰集团有限公司创办于 2000 年 5 月，下辖五家全资子公司。该公司主要从事不锈钢真空保温器皿、金属压延、休闲运动车系列产品的设计、研发、制造、营销，旗下主要品牌为“雄泰”。该公司不锈钢真空保温器皿系列产品 70%销往日本、美国、韩国、俄罗斯、欧洲、东南亚等多个国家和地区，在国内市场也拥有较高份额。

（3）上海思乐得

上海思乐得不锈钢制品有限公司成立于 1991 年，从事不锈钢保温制品相关业务。该公司旗下品牌主要有“思乐得”和“LUO TUO”。

（4）广东思宝

广东思宝不锈钢制品有限公司是全国最早生产不锈钢磁化杯的企业之一，旗下品牌主要为“思宝”，产品有不锈钢真空保温杯和纳米功能杯等 2 大类 120 多

个品种。

（三）公司的竞争优势

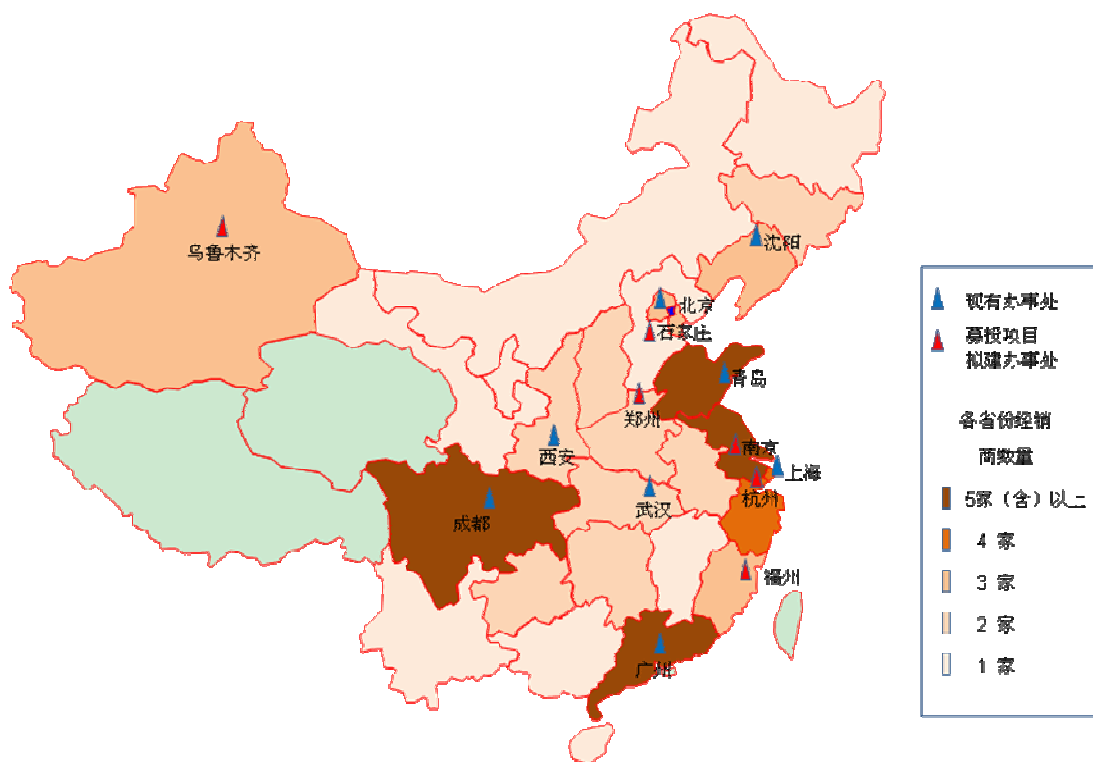
1、营销网络优势

本公司自 2003 年在全行业九成以上产品出口的情况下率先做出“内外并重，国内国际市场一体化发展”的战略决策以来，国内营销网络建设取得了显著成效：

（1）建立了覆盖面广的营销网络

公司国内营销网络以经销商销售为主，以团购等其他销售方式为辅。该营销网络结构使公司能以相对较少的资金和人力投入迅速提高销售终端覆盖率和终端货架占有率，为公司业务迅速发展提供了有力保障。

近年来，公司不断投入资源建设国内营销网络，经销商和销售终端数量快速增长。公司国内办事处及经销商分布情况如下图：



本公司在全国设有 8 个办事处，拥有 81 家经销商，超过 3,000 个销售终端，公司终端货架占有率居国内同行业前列，并与沃尔玛、家乐福、乐购、易初莲花、世纪联华、华润万家等大型卖场和连锁超市建立了稳定的业务合作关系，公司营

销网络正在逐步实现一级市场（即省会城市，以下同）无盲区，销售渠道向二级市场（即地级城市，以下同）、三级市场（即一般市、县及以下地区，以下同）充分覆盖。募集资金到位后，公司将进一步扩大营销网络覆盖面，到 2012 年，国内营销办事处增至 14 个，新增 76 家经销商，销售终端数量达到 5,000 家。

此外，公司建立了国内领先的品牌形象专柜，截至 2010 年 6 月底品牌形象专柜已达 626 个，主要分布在主要城市的超级市场，募集资金到位后，公司将新增品牌形象专柜 1,000 个。品牌形象专柜渠道的快速发展为公司充分展示品牌理念和产品体系、开展市场营销活动提供了重要途径，为公司树立领先品牌形象并与其他产品拉开差距奠定了基础。

国内营销网络建设对公司自有品牌销售收入的增长起到了重要推动作用，公司自有品牌销售收入从 2007 年的 5,629.19 万元增长到 2009 年的 12,092.22 万元，增长率分别达到 71.40%和 25.33%，占公司销售收入的比例由 2007 年的 23.40%提高到 2009 年的 44.76%。2010 年 1-6 月公司自有品牌业务继续保持良好的增长势头，实现销售收入 5,630.88 万元，较去年同期增长 43.06%。公司自有品牌业务的快速增长，有力地提高了公司的盈利水平和抵御风险的能力。

（2）形成了行业领先的经销商管理模式

经销商既是公司产品的直接销售对象，也是产品占领零售终端最终流向消费者的重要中间渠道。公司创建了业内领先的经销商管理模式，与经销商形成利益共赢、风险共担的合作机制，为公司品牌推广和市场营销能力的提升奠定了坚实基础。该模式核心如下：

①以“诚信共赢、共谋发展”的理念发展战略合作伙伴

公司坚持“诚信共赢、共谋发展”的理念，与经销商共同立足于长远利益，建立利益共赢、风险共担的战略合作伙伴关系，并对经销商进行有效管理，实现对零售终端的掌控。公司与经销商之间通过定期互访，加深在市场推广、营销策划、产品开发等各方面的沟通合作，促进经销商加深对哈尔斯品牌战略的理解，为公司长久稳定发展奠定了坚实基础。

②以专业培训促进经营理念和价值观的传递

为了让经销商充分理解哈尔斯的经营理念 and 价值观，有效传递哈尔斯的品牌文化，提升经销商的经营管理水平，规范经销商市场行为，公司于每年夏季对全国经销商进行一次定期集中培训，并另外根据需要不定期举办培训活动。定期培训的内容包括：传播公司理念和品牌战略、研究消费市场、发布新产品信息、强调经销商管理标准和制度等。

以 2009 年 6 月 10 日~11 日的培训为例，公司在福建厦门举办经销商集中培训活动，出席人数达 200 多人，培训主题为“品牌与营销”，重点向经销商传播公司品牌战略，介绍品牌建设案例，并开展了“品牌与经销商价值观”的研讨活动。

公司通过经销商培训使得经销商加深了对哈尔斯品牌战略和经营理念的理解，为公司进一步开展品牌推广活动和营销策划活动奠定了良好基础。

③以体系化和制度化建设为核心实施精细化管理

公司对经销商的管理执行体系化和制度化标准。对经销商管理的内容包括：经销商销售计划的编制与执行、经销商库存管理、经销商渠道（尤其是重点客户）管理、经销商重点渠道的（客户）的销售分析、经销商促销执行情况、经销商销售队伍和促销队伍的培训、经销商辖区空白市场和薄弱市场的开发。在上述管理内容中，公司以体系化和制度化的标准对经销商进行评价，并重点关注其营销理念、销售渠道和诚信度，对于考核成绩优良的经销商予以奖励，对于未达到考核要求的经销商要求其进行整改乃至终止合作关系。

良好的经销商管理能力有效增强了公司对营销渠道的掌控，对公司成功实施品牌推广和市场营销战略发挥重要作用，为公司业务规模的成长和盈利能力的提升奠定了坚实基础。

2、战略定位和品牌优势

公司在国内同行业中率先实施品牌战略，坚持“诚信共赢，共谋发展”的经营理念，努力打造具有国际竞争力的不锈钢真空保温器皿行业优秀民族品牌，加快由集研发、生产、销售为一体的“生产制造商”向以创新研发为先导、以品牌运营为核心、以自主技术为依托、以关键制造为基础的“品牌运营商”转变。

“哈尔斯”品牌于 2006 年被评为“浙江名牌产品”，被中国五金制品协会评为“中国不锈钢真空保温杯（壶）十大知名品牌”；2007 年被认定为“中国驰名商标”、“浙江省著名商标”；2008 年被评为“浙江出口名牌”，被中国品牌研究院评为“行业标志性品牌”（同行业仅一家）。在中国市场调查研究中心对 2008 和 2009 年不锈钢真空保温器皿行业品牌竞争力的调查中，哈尔斯凭借良好的品牌认知度、偏好度、渗透率和忠诚度，连续获得品牌影响力国内同行业第一的排名。截至 2009 年末，“哈尔斯”商标已在美国、俄罗斯、日本等 40 多个国家和地区完成了注册，奠定了品牌国际化发展的基础。

得益于良好的品牌形象，哈尔斯成功入选 2010 年上海世博会“特许产品生产商”，公司为此特别推出了“上海世博会”系列产品，世博会期间该系列产品将在超过 8,000 家世博专卖店销售。

公司已经取得的品牌建设成果，以及未来品牌的发展，都依赖于公司明确的品牌建设规划和积极的品牌运营措施。公司不仅在行业内率先建立了市场部门负责提升品牌运营能力和市场营销能力，还建立了行业领先的外部资源，在品牌运营、营销策划、展柜设计、产品系列整理等各个方面与外部专业机构开展了广泛的合作。

公司的品牌运营措施具体如下：

（1）加强形象专柜建设，传递品牌信息，提升品牌形象

截至 2010 年 6 月 30 日，公司已在全国销售终端设立了 626 个形象专柜，并配以形象推广人员，初步培育了较强的终端形象展示能力，让消费者直观地体验到哈尔斯的品牌文化和产品内涵，为品牌形象推广发挥了积极作用。同时公司正在与上海迈若广告有限公司合作（该公司为资生堂、欧珀莱、雅诗兰黛等化妆品品牌制作高标准专柜），对公司形象专柜进行统一设计。公司计划于募集资金到位后再增设 1,000 个品牌形象专柜，进一步增加已设专柜城市的专柜数量，并在深圳、太原、昆明及苏州等其他大中型中心城市开展品牌专柜布局，扩大品牌形象专柜在全国大中型中心城市大型知名连锁卖场的覆盖能力。此外，公司将在重点城市适当建设品牌形象专营店，进一步提升公司品牌层次。并视国内各中小型城市的居民收入水平，逐步开展品牌形象专柜布局，使自有品牌战略向纵深发展。

（2）利用各大会展机会，充分展示哈尔斯行业领先的品牌理念

公司在主要展会上打破行业陈列惯例，引入领先设计理念，以创造性的艺术表现手法进行展厅形象和产品陈列设计，向国内外客户表达品牌的经营理念 and 商品的具体信息，显著提升了哈尔斯的品牌形象。

例如，2009 年 9 月举办的第 14 届中国五金博览会上，公司与上海恒宇广告有限公司合作展会设计，突出哈尔斯的“绿色”形象，向国内外客户传递了哈尔斯“健康、环保”的品牌经营理念。

在 2009 年 10 月举办的 106 届中国进出口商品交易会第二期展会上，公司与上海蓝岩商务有限公司合作设计以“橙色”为主题，突出哈尔斯品牌“时尚、个性”的形象，配合以“橙色”为主题的商品目录手册，再次成功地传递了哈尔斯保温杯的品牌形象。

公司展会形象设计图例



（3）实施系统化的品牌形象解决方案

公司系统化的品牌形象解决方案包括：

①明确品牌定位

“哈尔斯”品牌定位于中高端市场，以“健康水杯承诺”为理念，突出“健康、时尚、环保”的品牌形象。

②完善公司视觉识别系统（VI 系统）

在公司原有标识体系的基础上建立标准统一的视觉识别系统（VI 系统），以标志、标准字、标准色为核心展开完整的、系统的视觉表达体系，将企业理念、

企业文化、产品内容、企业规范等抽象概念转换为具体符号，塑造出独特的企业形象，形成较强传播力和感染力。

③整合产品体系，提炼代表不同主题的产品系列

国内不锈钢真空保温器皿品牌的一个共同特征是产品品种繁多、色系庞杂，标识缺少规范。针对这一现象，公司进行产品整合，提炼系列产品总体架构，每个系列设定统一设计理念和形象标识；同时对产品色系进行整理和规范，设置标准色卡，公司产品外观形象得到进一步提升。

3、产品研发设计优势

目前公司拥有研发人员 134 名。为增强公司研发设计实力，开拓产品设计思维，公司另有外聘浙江工业大学专家 8 名；同时聘请 1 名日本行业专家为公司技术中心顾问，常驻公司参与产品研发设计和技术创新。截至 2010 年 6 月 30 日，公司拥有专利 77 项，其中实用新型专利 20 项、外观设计专利 57 项。

公司组建了“上海研发中心”、“浙工大——哈尔斯产品研发中心”和“总部研发中心”，形成分工合作、各有侧重的研发体系。“上海研发中心”能够充分利用上海开放的视野、丰富的市场信息、时尚的消费观念以及国际化的人才中心优势，专注于产品功能、款式、外观的研究和概念性设计。“浙工大——哈尔斯产品研发中心”充分利用浙江工业大学在工业产品研究设计和人才资源等方面的优势进行中高端新产品研究开发。截至目前，该中心共为本公司研发超过 5 大类、30 多款新产品方案，部分设计成果已投入生产，对丰富公司产品款式、提升品牌形象起到了良好效果。“永康总部研发中心”注重产品工艺设计，实现产品研发与生产的对接，将设计成果转变为生产力。

公司坚持把握市场流行趋势，针对细分市场提供专业化的产品设计，不断融入时尚设计元素，引导消费、激发需求。以儿童市场为例，2009 年公司推出的针对 6~15 岁儿童的“虹猫蓝兔”系列产品，得到了市场的热烈响应；2010 年公司计划推出“铠甲勇士”和“巴啦啦小魔仙”系列产品，进一步拓展儿童市场。

公司制定和实施了有效的研发创新激励机制。公司对重要研发项目和关键研发人员实行专项奖励，鼓励研发人员积极创新；公司每年还以聘请行业专家培训

和选拔优秀技术骨干参加外部培训等方式开拓研发设计人员的思维，形成了良好的创新气氛。目前主要技术人员均持有公司股份。

公司注重与外部专业设计资源的研发合作。除浙江工业大学外，公司还与上海龙域市场策划有限公司在产品形象定位、产品理念提炼、产品外观设计等方面开展了合作，进一步提升了公司产品研发设计能力，增强了公司在国际市场上的竞争力。公司与国外大型品牌运营商建立了稳定的合作关系，2010年1-6月公司以ODM模式实现的产品销售收入占外销收入的80%以上。

4、产品制造技术创新优势

公司坚持自主研发和吸收应用先进的技术工艺装备，不断进行技术改良和创新，使公司产品制造技术在同行业取得领先地位。近年来公司在产品制造技术方面完成的技术创新主要有以下内容：

在产品成形工艺方面，公司采用超薄不锈钢焊接圆管水介质液压成形技术，建立水介质塑性变形力学模型，设计配置了自主研发的注水增压缸和PLC控制系统，实现水介质液压过程程序控制。通过该技术的应用，不锈钢材料变形系数由采用聚氨酯成形工艺的15%提高到45%（SUS304不锈钢），实现了各种复杂变截面不锈钢器皿的成形，产品外观更加新颖、结构更加人性化，为差异化、高附加值产品的生产奠定技术基础。

在产品的金加工工艺方面，公司率先开发了不锈钢真空保温器皿金加工自动化生产技术，采用数控旋压和平底组合数控专机，通过PC控制伺服机构驱动机床的刀盘带动刀具旋压和切削加工，减少对操作人员操作技术的依赖，提高加工精度，提高了产品品质稳定性和产品生产的自动化程度。

在抽真空生产工艺（不锈钢真空保温器皿生产关键工艺）方面，公司吸收引进了先进的无尾真空钎焊技术，采用圆形炉交替工作室，提升了抽真空能力和压力稳定性；采用集约式批量装炉机构，提高了能源利用率；采用无铅真空钎焊剂，实现生产过程的安全、可靠、环保。以公司HB-500型号保温杯为例，通过应用该技术，单只产品节约铜管0.23元，节约银焊丝0.18元，节电0.05元。

在产品的表面处理工艺方面，公司自主研发了五金产品表面自动清洁抛光

机。该设备采用机构运动循环同步化技术、模块设计技术和批量定制技术，满足不同产品的抛光工艺要求，提高自动抛光机的适应性，并与高效水膜除尘装置一体化设置，实现水的循环利用，具有节能环保的特点。该设备研发项目被列入浙江省 2007 年新产品试制计划（编号：2007D60SA750510），并于 2008 年 8 月 10 日通过浙江省科技信息研究院科技查新（报告编号：200833B2102851）。2009 年 1 月 7 日，该项目通过金华市科学技术局组织的专家委员会评审（金科评字（2008）第 147 号）。目前该设备已在公司产品生产中使用。

公司通过上述技术创新，提高了生产流程中的自动化程度，减少了生产过程对操作人员人力的依赖，显著提高了产品内在性能和外在质量的稳定性。此外，公司通过上述创新解决了不锈钢真空保温器皿制造过程中的关键技术和加工难题，满足了复杂造型产品的加工要求，为实现产品的差异化和外观形象的美化提供了技术的可行性，为推进品牌建设和提高产品附加值创造了条件，确立了公司在行业内的技术领先优势。同时，公司的技术创新在行业内具有良好的示范和带动作用，促进了整个行业技术工艺水平的提升。

5、产品质量管理创新优势

良好的产品质量管理能力是品牌运营的基础，本公司历来重视质量管理，确立了“精于细节过程，追求产品完美”的质量管理方针。通过持续完善质量管理体系和认证实验室管理体系，强化过程控制与服务，强化监督考核，公司产品质量管理方法不断取得创新成果，公司质量管理能力和控制水平得到了不断提升，现已达到国内同行业领先水平。另外，公司已通过 ISO9001 质量管理体系认证、ISO14001 环境管理体系认证和 OHSAS18001 职业健康安全管理体系认证。公司的产品质量管理创新优势具体体现在以下几个方面：

（1）实施目标管理，有效推行质量管理激励机制

公司制定了较为完善的目标管理制度，明确年度质量目标并逐级分解，形成各部门质量指标，并对指标完成情况进行定期考核、评价。同时建立各级各类人员质量岗位责任制，制定激励机制，落实质量职责，将考评结果直接与各级管理人员的绩效考核挂钩，取得良好效果。

（2）引入 APQP（产品质量先期策划）流程，实施源头控制

由于不锈钢真空保温器皿产品注重性能、外观、款式和功能，不同的客户有不同的要求，如何以标准规范的方法在产品研发设计阶段对产品的质量进行源头控制，充分满足客户需求，提升公司品牌形象是业内企业共同面临的问题。公司率先进行质量管理模式创新，引入 APQP（产品先期质量策划）流程与项目管理模式，从客户需求识别到批量生产，所有工作过程均予以识别、细化并形成文件化的记录，从而充分保证产品研发阶段设计质量，达到源头控制目的，与产品的生产过程质量控制实现无缝对接，显著提高了公司质量管理能力。

（3）引入一系列成熟先进的质量控制方法提升动态质量控制能力

不锈钢真空保温器皿的真空度是产品的关键性能，而要保证真空度的一致性必须严格控制产品生产各个环节和工序的质量，焊管、成型、金工、焊底、抽真空等任何一个工序出现瑕疵都会直接影响到真空度指标。公司对生产过程动态质量控制模式进行积极创新，引入 PPAP（生产件批准程序）、FMEA（失效模式与影响分析）、SPC（统计过程控制）、MSA（测量系统分析）等体系，在以下几方面提升了公司动态质量控制能力：在产品试生产过程中，保证了试产的充分性；在大批量生产过程中，遵照《过程控制计划》，实行严格的“三检”（自检、互检、专检）和“三阶段检验”（进货检验、过程检验、成品检验）制度，确保产品生产过程处于受控状态；通过数据统计技术的运用，对产品质量趋势实施动态管控；通过采用大量的先进工装、模具，为产品质量的稳定提高提供了条件；通过建立质量信息收集、处理、考评和业绩考核的渠道和机制，督促产品质量持续改进。

公司在质量管理模式上的创新已经取得了积极的成果，形成了行业领先优势。2009 年 10 月 30 日，本公司被浙江省出入境检验检疫协会表彰并授予“检验检疫优秀质量诚信企业”称号。

四、发行人主营业务具体情况

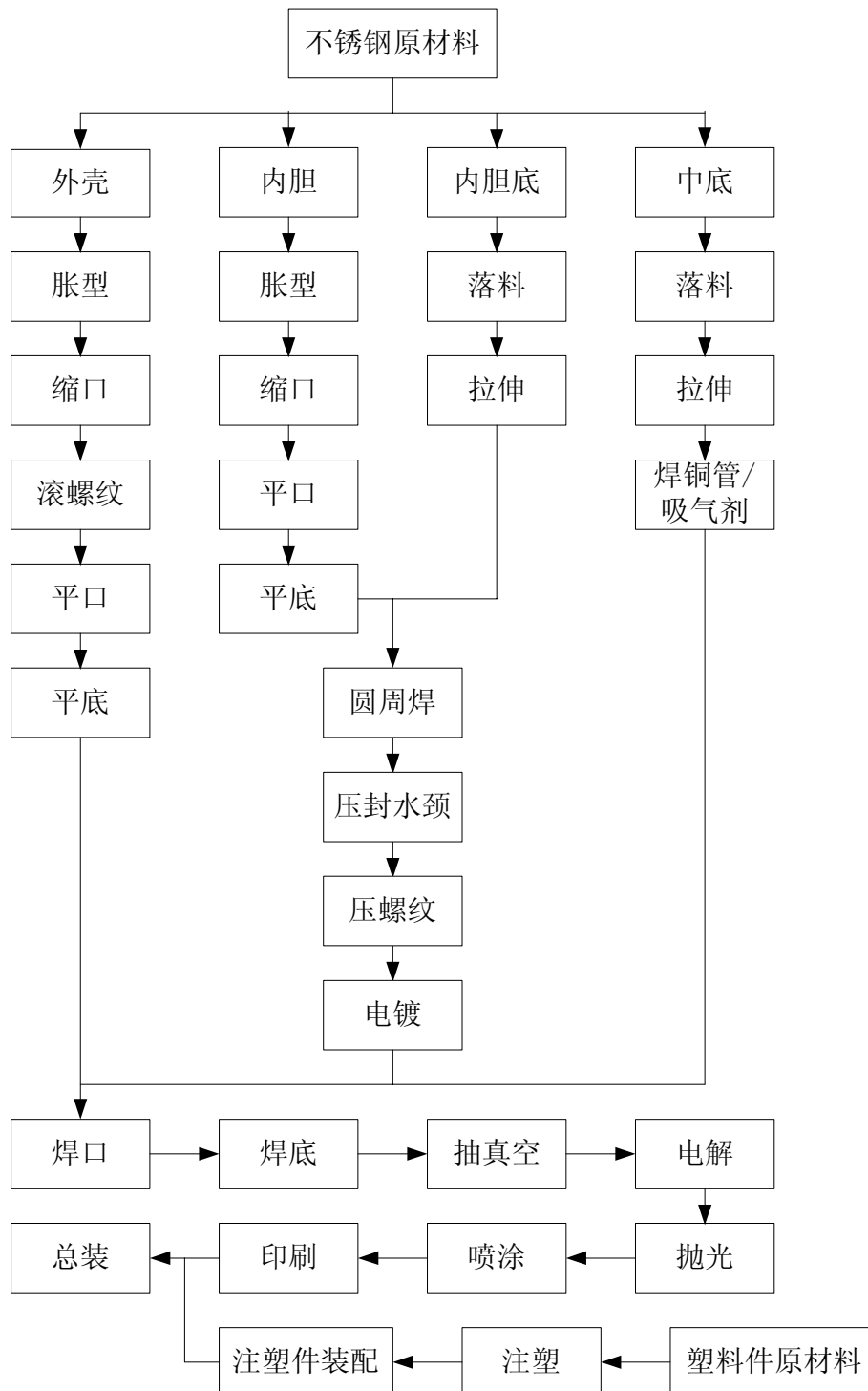
（一）主要产品

本公司主要从事不锈钢真空保温器皿的研发、设计、生产与销售，主要产品

包括保温杯、保温瓶（壶）、汽车杯等不锈钢保温用品。公司产品有 20 多个系列，200 多个品种，广泛应用于家居、办公、宾馆、户外、餐饮、礼品等多种领域，满足办公人员、学生、儿童、旅游者、司驾等多种消费群体的需求。

（二）主要产品的工艺流程图

不锈钢真空杯（瓶、壶）工艺流程图



（三）公司的主要经营模式

1、采购模式

生产不锈钢真空保温器皿所需的原材料包括不锈钢卷板、钢件、塑料（件）、包装材料等。

公司采购原材料流程是：根据订单制定生产计划，再根据生产计划制定采购计划，为保证生产的持续稳定进行，公司依据实际情况适当提前备料。不锈钢卷板一般保持 1 个月左右的库存，随着价格的波动，库存也会进行相应的调整，例如 2008 年不锈钢卷板价格波动幅度较大，公司采取了增加采购次数和频率的方式来规避风险。目前，公司所需的冷轧不锈钢宽带板主要向韩国浦项、张家港浦项和韩国仁川等供应商采购；钢件、塑料（件）、包装材料等其他原材料的采购主要在永康本地进行。永康市发达的五金产业具有强大的集群效应，为公司提供了稳定、优质的原材料供应商。由于公司的规模优势和稳定的付款周期，以及永康市供应商众多，公司有较强的议价能力。

2、生产模式

公司的生产模式是以销定产，由生产部按照订单情况统一安排生产，制定生产和采购计划。

公司产品以自主生产为主，以外协生产为辅。外协生产主要是针对公司销售的其他产品如玻璃杯、铝瓶、塑料杯等非不锈钢器皿，由于该类产品的原材料、工序和主要产品区别较大，公司主要通过外协生产杯体后由公司完成喷漆、丝印、包装等环节的方式进行生产。同时，随着公司主要产品销售规模的扩大，产能受限的矛盾日益突出，从 2008 年起，部分不锈钢真空保温器皿和汽车杯通过外协生产杯体后由公司完成杯盖、塑料件、喷漆、丝印、包装等环节的方式进行生产，以满足订单交货期。为了确保外协生产杯体的质量要求，公司对外协厂商有严格的供应商认证标准和程序，事先指定原材料型号并约定好工艺技术要求，同时，派驻技术人员到现场监控生产工艺过程，因此，公司通常与合格供应商保持较长久的合作关系，确保外协生产杯体的质量稳定。自 2010 年 5 月起，公司增加委托加工方式生产不锈钢真空保温器皿的杯体，将不锈钢钢管委托外协

厂家加工，并支付加工费。

3、销售模式

按照销售市场的特点，公司针对国内市场和国外市场采用不同的销售模式。

（1）国内市场

在国内市场，公司产品以经销商销售为主，以团购等其他销售方式为辅，形成了多级化、体系化、网络化的销售模式。公司将全国划分为八大区域，在北京、沈阳、青岛、西安、上海、广州、武汉、成都等城市设立了办事处负责各大区域的销售管理，在主要省会和重点城市发展了 81 家经销商，快速实现营销网络布局，提高了产品销售终端覆盖率。目前，公司已经在全国拥有超过 3,000 个销售终端，与沃尔玛、家乐福、乐购、易初莲花、世纪联华、华润万家等大型超市市场建立了稳定的合作关系，建立了行业内规模较大的营销网络。

为了进一步宣传公司产品，扩大品牌影响力，公司于 2007 年启动了品牌形象专柜计划，主要针对具有较强消费能力和品牌概念的国内大中型中心城市及经济发达城市中的国际知名和国内大型连锁卖场展开品牌形象专柜布局。形象专柜设有专门的产品陈列柜、液晶演示电视屏、产品视频短片，并配以专人对公司产品进行讲解，增强了消费者的互动体验，以及对“哈尔斯”品牌的认知度。形象专柜的具体合作模式为公司负责购买统一标准的产品陈列专柜和与之匹配的液晶演示电视屏；经销商负责经营并向专柜所在超市市场缴纳相关销售终端入场费，安排专柜产品推广人员进行经营。形象专柜作为公司向消费者提供互动体验的重要平台，是公司品牌战略的重要组成部分。同时，公司通过购买产品陈列专柜及液晶演示电视屏的方式支持了各经销商的市场开拓，加强了公司与经销商的互利共赢关系。

截至 2010 年 6 月 30 日，公司已在北京、上海、广州、武汉等 37 个城市的人人乐、华润万家、易初莲花和世纪联华等 97 个大型连锁卖场设立了品牌形象专柜 626 个。公司计划于募集资金到位后再增设 1,000 个品牌形象专柜，进一步增加已设专柜城市的专柜数量，并在深圳、太原、昆明、苏州及其他大中型中心城市开展品牌专柜布局，扩大品牌形象专柜在全国大中型中心城市大型知名连锁

卖场的覆盖能力。此外，公司将在重点城市适当建设品牌形象专营店，进一步提升公司品牌层次。并视国内各中小型城市的居民收入水平，逐步开展品牌形象专柜布局，使自有品牌战略向纵深发展。

（2）国外市场

在国外市场，公司主要采取以 OEM 和 ODM 产品为主，以自主品牌产品为辅的销售策略：在欧洲、北美、日本等发达国家和地区，不锈钢真空保温器皿市场发展较为成熟，世界知名的品牌厂商已树立了牢固的品牌形象，并占据了大部分市场份额，新进品牌的营销成本和风险相对较高，因此，公司选择为国际品牌厂商生产 OEM 和 ODM 产品的销售策略。公司的客户大部分为不锈钢真空保温器皿的世界领先企业，如膳魔师、美国 PMI 公司等。公司通过与世界顶尖品牌企业合作，能够了解国际市场最新的设计理念和研发方向，从而不断提升自身产品的设计研发能力，逐步提高 ODM 份额，强化对客户的影响；在俄罗斯、印度、伊朗、尼日利亚等国家，世界品牌厂商虽然占据了一定的市场份额，但品牌影响力不强，新进品牌尚有较大的市场开发空间，公司在销售 OEM 和 ODM 产品的同时也销售部分自主品牌产品。

（四）主要产品的产能及产销率

1、主要产品的产销率

2007、2008、2009 年及 2010 年 1-6 月，公司产能分别为 900 万只/年、1,100 万只/年、1,100 万只/年和 1,100 万只/年，产能利用率分别为 98.86%、112.06%、102.78%和 110.45%。报告期内主要产品的产销情况如下表所示：

年份	产品	产量（只）	销量（只）	产销率（%）	平均销售单价（元）
2010 年 1-6 月	保温杯	3,582,776	3,423,047	95.54	19.99
	保温瓶（壶）	1,565,888	1,548,887	98.91	37.38
	汽车杯	926,294	931,699	100.58	13.21
	合计	6,074,958	5,903,633	97.18	23.48
2009 年	保温杯	7,402,308	7,149,028	96.58	18.72
	保温瓶（壶）	2,549,325	2,627,323	103.06	35.25
	汽车杯	1,353,923	1,316,137	97.21	13.71
	合计	11,305,556	11,092,488	98.12	22.04
2008 年	保温杯	7,280,291	6,980,697	95.88	18.99
	保温瓶（壶）	2,739,881	2,647,208	96.62	38.80

	汽车杯	2,306,300	2,265,108	98.21	14.45
	合计	12,326,472	11,893,013	96.48	22.53
2007 年	保温杯	4,998,093	5,105,433	102.15	19.05
	保温瓶（壶）	2,516,243	2,565,277	101.95	38.98
	汽车杯	1,383,198	1,346,775	97.37	10.17
	合计	8,897,534	9,017,485	101.35	23.39

2、主要产品的销售收入

报告期内公司主要产品的销售收入情况如下表所示：

产品	年份	销售收入（万元）	占主营业务收入比例（%）
保温杯	2010 年 1-6 月	6,841.64	44.85
	2009 年度	13,382.84	49.54
	2008 年度	13,254.33	44.34
	2007 年度	9,727.82	40.45
保温瓶（壶）	2010 年 1-6 月	5,789.59	37.95
	2009 年度	9,262.26	34.29
	2008 年度	10,272.08	34.37
	2007 年度	9,999.13	41.57
汽车杯	2010 年 1-6 月	1,230.53	8.07
	2009 年度	1,804.82	6.68
	2008 年度	3,274.06	10.95
	2007 年度	1,369.14	5.70

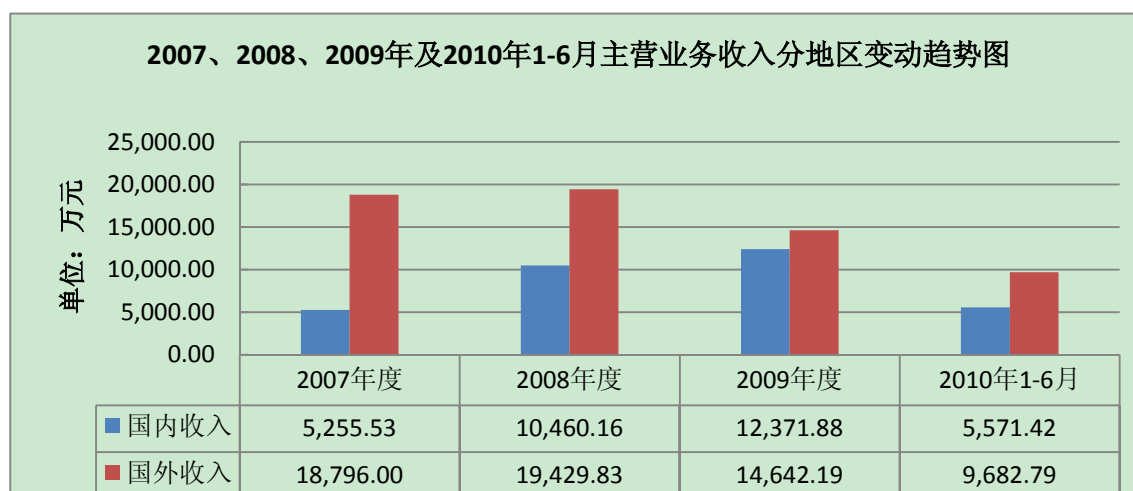
3、主要销售市场

本公司成立初期，主要是为国外厂商生产贴牌产品，产品几乎全部出口，随着中国经济实力的增强和国民消费水平的提升，国内市场发展潜力巨大，因此公司从 2003 年开始加大对国内市场的投入。经过几年的市场开发，公司营销网络已初具规模，在全国共有超过 3,000 个销售终端，国内市场销售收入不断增加，由 2007 年的 5,255.53 万元增加到 2009 年的 12,371.88 万元，增加了 7,116.35 万元，2009 年国内销售收入占公司主营业务收入的 45.80%。2010 年 1-6 月国内销售收入为 5,571.42 万元，较 2009 年同期增长 17.33%。

（1）国内外市场销售结构（主营业务收入）：

单位：万元

区域	2010 年 1-6 月		2009 年度		2008 年度		2007 年度	
	金额	比例（%）	金额	比例（%）	金额	比例（%）	金额	比例（%）
国内	5,571.42	36.52	12,371.88	45.80	10,460.16	35.00	5,255.53	21.85
国外	9,682.79	63.48	14,642.19	54.20	19,429.83	65.00	18,796.00	78.15
合计	15,254.21	100.00	27,014.07	100.00	29,889.99	100.00	24,051.53	100.00



（2）国内销售区域结构

为了加强国内市场的精细化管理，公司将全国划分为八大区域，在北京、上海、广州、武汉、成都、沈阳、西安及青岛设立了办事处，负责各个区域的销售管理。报告期内国内销售区域结构及其销售金额如下表：

单位：万元

区域	2010年1-6月		2009年		2008年		2007年	
	金额	比例（%）	金额	比例（%）	金额	比例（%）	金额	比例（%）
华北区	898.46	16.13	1,742.79	14.09	1,439.21	13.76	946.77	18.01
东北区	170.02	3.05	319.01	2.58	245.67	2.35	69.56	1.32
西北区	170.50	3.06	551.19	4.46	549.19	5.25	289.41	5.51
华东区	1,391.55	24.98	4,140.42	33.47	2,640.59	25.24	1,501.16	28.56
华中区	868.15	15.58	1,419.08	11.47	1,374.85	13.14	657.89	12.52
华南区	1,168.45	20.97	2,215.73	17.91	3,029.60	28.96	1,073.70	20.43
西南区	298.56	5.36	735.85	5.95	441.06	4.22	312.60	5.95
山东区	492.12	8.83	1,000.20	8.08	647.91	6.19	319.95	6.09
其他	113.61	2.04	247.62	2.00	92.07	0.88	84.47	1.61
合计	5,571.42	100.00	12,371.88	100.00	10,460.16	100.00	5,255.53	100.00

注：华北区指北京、天津、河北、山西、内蒙古；东北区指黑龙江、吉林、辽宁；华中区指河南、江西、湖南、湖北；山东区指山东；华东区指上海、浙江、江苏、安徽；华南区指广东、广西、贵州、福建、云南、湖南；西北区指陕西、新疆、宁夏、甘肃、青海、西藏；西南区指四川、重庆；其他为除前述省份之外的中国地区。

由 2007-2009 年度及 2010 年 1-6 月的销售分布可知，不锈钢真空保温器皿作为一种大众消费品，受地域经济发展水平的影响较大，经济较发达的华北、华

东和华南等地区销售金额高于西北、东北、西南等相对落后地区。随着城乡居民生活条件的改善和生活水平的提高，西北、东北等省份不锈钢真空保温器皿的销售有较大的提升空间。

（3）国外销售区域结构

单位：万元

项目	2010年1-6月		2009年		2008年		2007年	
	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)
俄罗斯	1,661.27	17.16	2,242.67	15.32	4,800.44	24.71	4,447.35	23.66
美国	2,775.95	28.67	2,063.54	14.09	2,468.92	12.71	2,217.28	11.80
韩国	518.44	5.35	2,214.92	15.13	2,011.65	10.35	2,002.32	10.65
日本	785.59	8.11	1,746.54	11.93	2,913.35	14.99	3,062.89	16.30
印度	467.24	4.83	1,012.69	6.92	1,162.02	5.98	796.11	4.24
加拿大	174.18	1.80	437.60	2.99	1,753.31	9.02	84.97	0.45
伊朗	720.34	7.44	427.58	2.92	341.48	1.76	431.64	2.30
其他	2,579.78	26.64	4,496.64	30.71	3,978.65	20.48	5,753.44	30.61
合计	9,682.79	100.00	14,642.19	100.00	19,429.83	100.00	18,796.00	100.00

可以看出，俄罗斯、美国、韩国、日本等国家一直是公司的主要销售市场，2007年、2008年、2009年及2010年1-6月，公司在上述国家的销售金额占国外销售总额的62.41%、62.76%、56.47%及59.29%，由于这些国家对不锈钢真空保温器皿的需求较大，在今后相当长的一段时期内，公司在国外的销售仍会以这些国家为主，同时，对于印度、伊朗等欠发达国家，不锈钢真空保温器皿市场尚有一定的发展空间，提高公司产品在该等国家的市场份额也是公司的战略目标之一。

4、销售模式及构成

（1）报告期内公司自有品牌、OEM及ODM三种模式实现的销售收入及占比情况

报告期内公司自有品牌、OEM及ODM三种模式实现的销售收入及占比情况如下表：

单位：万元

销售模式	2010年1-6月		2009年度		2008年度		2007年度	
	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)
自有品牌	5,630.88	36.91%	12,092.22	44.76%	9,648.19	32.28%	5,629.19	23.40%
ODM	7,856.12	51.50%	8,555.10	31.67%	9,002.80	30.12%	8,541.90	35.51%

OEM	1,767.21	11.59%	6,366.75	23.57%	11,239.00	37.60%	9,880.44	41.08%
合计	15,254.21	100.00%	27,014.07	100.00%	29,889.99	100.00%	24,051.53	100.00%

从上表可以看出：

①随着公司国内营销网络的不断完善，公司自有品牌销售收入逐年增长，2008 年公司自有品牌销售收入较 2007 年增长 71.40%，2009 年公司自有品牌销售收入较 2008 年增长 25.33%，2010 年 1-6 月公司自有品牌销售收入继续保持了良好的增长势头，较 2009 年同期增长 43.06%。

②随着公司研发设计水平的提高，公司国际市场竞争力增强，2009 年开始公司贴牌代工业务中 ODM 模式实现销售收入占比高于 OEM 模式实现销售收入占比，2010 年 1~6 月尤为明显，ODM 模式实现销售收入 7,856.12 万元，占贴牌代工业务销售收入的 80%以上。

目前，公司产品国内外市场需求旺盛，销售势头良好，截至 2010 年 6 月 30 日，公司存量订单为 418.87 万只，订单总金额为 10,524.57 万元，结合截至 2010 年 6 月末的存量订单和不锈钢真空保温器皿的销售旺季通常在下半年的季节性特征，可以预计 2010 年公司自有品牌销售收入和贴牌代工业务销售收入将保持良好增长势头。

（2）报告期内公司自有品牌、OEM 及 ODM 三种模式实现的毛利润及其对公司毛利的影响

报告期内公司自有品牌、OEM 及 ODM 三种模式实现的毛利润及其占公司毛利总额的比例如下表：

单位：万元

销售模式	2010 年 1-6 月			2009 年度		
	毛利率	毛利润	毛利润 比重（%）	毛利率	毛利润	毛利润 比重（%）
自有品牌	33.94%	1,911.10	40.48	34.45%	4,165.82	48.91
ODM	29.77%	2,338.61	49.54	29.65%	2,537.01	29.79
OEM	26.65%	470.94	9.98	28.50%	1,814.38	21.30
合计	30.95%	4,720.65	100.00	31.53%	8,517.20	100.00
销售模式	2008 年度			2007 年度		
	毛利率	毛利润	毛利润 比重（%）	毛利率	毛利润	毛利润 比重（%）
自有品牌	27.08%	2,612.60	39.77	16.62%	935.59	21.56

ODM	20.90%	1,881.62	28.64	17.07%	1,457.83	33.59
OEM	18.46%	2,075.21	31.59	19.70%	1,946.79	44.85
合计	21.98%	6,569.43	100.00	18.05%	4,340.21	100.00

随着国内市场销售终端网络的发展，公司自有品牌形象得到较大提升，自有品牌销售收入和盈利水平均实现快速增长。2007 年、2008 年、2009 年自有品牌实现的毛利润占销售毛利的比重分别为 21.56%、39.77%、48.91%，毛利率水平较高的自有品牌销售收入占比提高，带动了公司整体毛利率提高。

随着公司自主研发能力的不断提升，公司在国际市场竞争力不断增强，公司 ODM 模式实现的销售收入占外销收入的比重有较大提升，毛利贡献增加，OEM 模式实现的销售收入占外销收入的比重有所下降，毛利贡献降低。ODM 模式实现的销售收入的增长，不仅有利于公司整体毛利率的提高，也有利于公司研发团队在市场实践中不断提高自身研发设计能力，深化公司与国际知名品牌商的合作关系。

报告期内，OEM、ODM 及自有品牌产品在公司外销收入中占比情况如下：

单位：万元

外销收入	2010 年 1-6 月		2009 年		2008 年		2007 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
OEM	1,660.61	17.15%	5,765.22	39.37%	10,166.76	52.33%	9,830.88	52.30%
ODM	7,856.12	81.13%	8,555.10	58.43%	9,002.80	46.33%	8,541.90	45.45%
自有品牌	166.06	1.71%	321.86	2.20%	260.27	1.34%	423.22	2.25%
外销收入合计	9,682.79	100.00%	14,642.19	100.00%	19,429.83	100.00%	18,796.00	100.00%

（3）公司 OEM、ODM 贴牌的主要品牌及客户

报告期内，公司 OEM、ODM 主要客户及品牌如下：

销售模式	序列	2010 年 1~6 月		2009 年度	
		客户名称	品牌	客户名称	品牌
ODM	1	THERMOS HONG KONG LIMITED	Thermos	CELLO INTERNATIONAL PVT LTD	Cello
	2	PORTAB AFZAR CO.	Dessini	THE SKATER CO.,LTD	Skater
	3	VESENNI POTOK CO.,LTD	Sunflower	HIGHEL HOLDINGS LTD	Igloo
	4	PTS ASKEROTH AB	Vildmark	VESENNI POTOC CO.LTD	Sunflower
	5	RUSTERMOS CO., LTD	Biostal	COLORIT CO LTD	Regent
OEM	1	PACIFIC MARKET INTERNATIONAL, LLC	Stanley	PTS ASKEROTH AB	Vildmark
	2	THE SKATER CO.,LTD	Skater	THE SKATER CO.,LTD	Skater
	3	BILT DESIGNS INC. (INTEREX)	Innate	X-STEND LIMITED FLAT	Bubba
	4	X-STEND LIMITED FLAT	Bubba	HOUSE&HOME ASIA LTD	—
	5	KID BASIX LLC	Safe Sippy	BILT DESIGNS INC (INTEREX)	Innate

销售模式	序列	2008 年度		2007 年度	
		客户名称	品牌	客户名称	品牌
ODM	1	THERMOLINE CO.,LTD	Biostal	VESENNI POTO CO.,LTD	Sunflower
	2	VESENNI POTO CO.,LTD	Sunflower	THERMOLINE CO.,LTD	Biostal
	3	CELLO INTERNATIONAL PVT LTD	Cello	THERMOS HONG KONG LIMITED	Thermos
	4	HAUSCO ENTERPRISES CO.,LTD	Alfi vfmi	COLORIT CO.,LTD	Regent
			Oggi		
			Chantal		
OEM	5	COLORIT CO LTD	Regent	PTS ASKEROTH AB	Vildmark
	1	BILT DESIGNS INC (INTEREX)	Innate	THERMOS HONG KONG LIMITED	Thermos
	2	膳魔师（中国）家庭制品有限公司	Thermos	HAUSCO ENTERPRISES CO.,LTD	Alfi vfmi
					Oggi
					Chantal
	3	LOCK&LOCK CO.,LTD	Lock&Lock	THERMOLINE CO.,LTD	Biostal
	4	THERMOLINE CO.,LTD	Biostal	CELLO INTERNATIONAL PVT LTD	Cello
	5	CELLO INTERNATIONAL PVT LTD	Cello	VESENNI POTO CO.,LTD	Sunflower

注 1：THERMOLINE CO.,LTD 于 2010 年 4 月更名为 RUSTERMOS CO.,LTD。

注 2：HOUSE&HOME ASIA LTD 为贸易商，其向公司采购产品未使用商标。

注 3：PACIFIC MARKET INTERNATIONAL,LLC 拥有“STANLEY”和“ALADDIN”两大品牌，其未在本公司贴牌生产“ALADDIN”品牌产品。

从上表可以看出，公司与 Thermos、Sunflower、Regent、Cello 等品牌商建立了较为稳定的合作关系。

公司及其全体股东、董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及该等人员的近亲属与上述主要 ODM、OEM 客户均不存在持股、任职等关联关系。

（4）国外销售收入变动情况

2007～2009 年度，公司外销收入分别为 18,796.00 万元、19,429.83 万元和 14,642.19 万元。2009 年公司外销收入较 2008 年有一定幅度下降，主要原因为受金融危机的影响，公司主要产品出口量由 2008 年的 770.75 万只下降为 635.64 万只，同时主要原材料不锈钢价格出现一定程度下降，公司下调了 OEM 及 ODM 产品销售单价，因此 2009 年国外销售收入出现了一定幅度的下降。

2009 年公司自有品牌实现销售收入 12,092.22 万元，较 2008 年增长 2,444.03 万元，增长 25.33%。自有品牌销售的增长有效地抵御了国际市场变化给公司经营带来的影响，2009 年公司主要产品国内外销量与 2008 年基本持平，取得了良好的经营业绩。

公司不断提升的研发设计能力和产品质量水平，使公司与众多国外品牌商的合作关系不断加强。2010 年以来国外市场呈现强劲增长态势，公司贴牌代工业务销售收入大幅度增长，2010 年 1~6 月公司贴牌代工业务实现销售收入 9,623.34 万元，较 2009 年同期增长 58.51%，其中 ODM 模式实现销售收入 7,856.12 万元，较 2009 年同期增长 76.93%。贴牌代工业务的增长使公司国外销售收入保持了良好的增长态势。同时，2010 年 1~6 月公司自有品牌业务取得稳定增长，实现销售收入 5,630.88 万元，较去年同期增长 43.06%。

5、向前五名客户销售情况

2007 年、2008 年、2009 年及 2010 年 1-6 月，公司向前五名客户销售收入合计占营业收入的比例分别为 26.86%、21.91%、15.69%及 22.83%。

报告期内，公司向前五名客户的销售情况如下表所示：

年度	序号	单位名称	国家	销售收入（元）	比例（%）
2010 年 1-6 月	1	THERMOS HONG KONG LIMITED	香港	10,593,975.31	6.61
	2	PACIFIC MARKET INTERNATIONAL,LLC	美国	9,619,954.39	6.00
	3	广州邦方企业有限公司	中国	6,368,426.55	3.97
	4	PORTAB AFZAR CO.	伊朗	5,971,800.97	3.72
	5	VESENNI POTOK CO.,LTD	俄罗斯	4,058,149.73	2.53
		合 计		36,612,306.95	22.83
2009 年	1	广州邦方企业有限公司	中国	11,058,665.84	3.97
	2	THE SKATER CO.,LTD	日本	9,445,195.40	3.39
	3	CELLO INTERNATIONAL CO.,LTD	印度	8,561,870.06	3.07
	4	HIGHEL HOLDINGS LTD	韩国	7,942,062.49	2.85
	5	VESENNI POTOK CO.,LTD	俄罗斯	6,728,611.06	2.41
		合 计		43,736,404.85	15.69
2008 年	1	THERMOLINE CO.,LTD	俄罗斯	17,306,414.07	5.70
	2	BILT DESIGNS INC（INTEREX）	加拿大	15,483,526.57	5.10
	3	VESENNI POTOK CO.,LTD	俄罗斯	13,045,417.63	4.29
	4	CELLO INTERNATIONAL CO.,LTD	印度	10,733,878.71	3.53
	5	膳魔师（中国）家庭制品有限公司	中国	9,987,724.46	3.29
		合 计		66,556,961.44	21.91
2007 年	1	THERMOS HONG KONG LIMITED	香港	19,029,558.37	7.85
	2	VESENNI POTOK CO.,LTD	俄罗斯	16,248,010.59	6.70
	3	THERMOLINE CO.,LTD	俄罗斯	13,269,905.09	5.47
	4	HAUSCO ENTERPRISES CO.,LTD	香港	9,569,449.72	3.95

	5	CELLO INTERNATIONAL CO.,LTD	印度	6,996,931.46	2.89
		合 计		65,113,855.23	26.86

公司不存在向单个客户销售比例超过公司营业收入的 50%或严重依赖少数客户的情况。

公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员、主要关联方或持有本公司 5%以上股份的股东在上述客户中不拥有权益。公司前五名客户中不存在受同一控制人控制的情况。

（五）公司主要产品的原材料和能源及其供应情况

1、报告期内主要原材料供应及价格变动情况

公司产品的主要原材料为不锈钢卷板、钢件、塑料粒子和塑料件，其中钢件和塑料件分别是不锈钢卷板和塑料粒子直接加工后的杯底和杯盖，因此，公司主要原材料价格变动趋势由不锈钢卷板和塑料粒子的价格变动趋势决定。报告期内，公司不锈钢卷板和塑料粒子的采购价格情况如下表所示：

主要原材料项目	单位	2010 年 1-6 月	2009 年	2008 年	2007 年
不锈钢卷板	元/KG	19.16	17.52	24.26	29.58
塑料粒子	元/KG	10.01	8.80	10.43	12.97

2007-2009 年度不锈钢卷板和钢件的采购价格下降幅度明显，不锈钢卷板采购均价 2008 年和 2009 年较上年分别下降 17.99%和 27.78%，塑料粒子采购均价 2008 年和 2009 年较上年分别下降 19.58%和 15.63%。2010 年 1-6 月随着世界经济的复苏，不锈钢卷板和塑料粒子的价格有所回升，公司对其采购价格相应有所上升。

2、能源供应及价格变动情况

本公司生产所需能源主要是电力，由本公司所处区域的电力供应商提供，能够满足本公司生产用电需求。

能源名称	2010 年 1-6 月	2009 年度	2008 年度	2007 年度
电（元/度）	0.70	0.68	0.68	0.65

报告期内，本公司所消耗的电力占生产成本的比例较小且变化不大。

3、向前五名供应商的采购情况

年度	序号	单位名称	采购金额（万元）	比例（%）
2010年 1-6月	1	POSCO CO.,LTD（韩国浦项）	1,773.84	20.20
		张家港浦项不锈钢有限公司	805.45	
	2	浙江联美实业有限公司	564.48	4.42
	3	HYUNDAI STEEL COMPANY（韩国仁川）	541.06	4.24
	4	杭州恒大不锈钢有限公司	360.76	2.83
	5	永康市辉煌五金厂	355.97	2.79
		合计	4,401.55	34.48
2009年	1	POSCO CO.,LTD（韩国浦项）	1,513.69	17.47
		张家港浦项不锈钢有限公司	1,261.61	
	2	杭州恒大不锈钢有限公司	998.77	6.29
	3	杭州万洲金属制品有限公司	767.16	4.83
	4	永康市瑞能不锈钢制品厂	636.43	4.01
	5	杭州伟杰金属材料有限公司	630.47	3.97
		合 计	5,808.13	36.57
2008年	1	POSCO CO.,LTD（韩国浦项）	2,683.30	30.41
		张家港浦项不锈钢有限公司	2,507.00	
	2	永康市瑞能不锈钢制品厂	1,071.72	6.28
	3	杭州伟杰金属材料有限公司	592.38	3.47
	4	宁波保税区涌金工贸有限公司	579.36	3.4
	5	朝阳贸易株式会社	576.15	3.38
		合 计	8,009.91	46.94
2007年	1	张家港浦项不锈钢有限公司	2,447.92	28.75
		POSCO CO.,LTD（韩国浦项）	1,880.46	
	2	缙云县新永茂不锈钢有限公司	985.78	6.55
	3	佛山市创新远航钢业制品有限公司	944.83	6.28
	4	HYUNDAI STEEL COMPANY（韩国仁川）	699.92	4.65
	5	杭州恒大不锈钢有限公司	562.16	3.73
		合 计	7,521.07	49.96

2007年、2008年、2009年及2010年1-6月，公司向前五名供应商采购的总金额占比分别为49.96%、46.94%、36.57%和34.48%，采购集中度逐年下降。

除韩国浦项和张家港浦项外，公司前五名供应商中不存在受同一实际控制人控制的情况。

公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员、主要关联方或持有发行人5%以上股份的股东在上述供应商中不拥有权益。

（六）环境保护情况

公司最近三年在生产经营活动中严格执行国家有关环境保护的法律法规、环境质量和污染物排放标准，没有发生污染事故，未出现因违反环境保护方面的法律、法规而被处罚的情形。

浙江省环境保护厅对公司环境保护情况进行了核查并于 2010 年 6 月 13 日下发了浙环函[2010]194 号《关于浙江哈尔斯真空器皿股份有限公司上市环保核查情况的函》，认为公司遵守国家环境保护法律、法规，近三年来没有发生污染事故，未曾因环保违法行为而受到行政处罚。公司募集资金拟建设项目环境影响评价已得到环保部门批复。公司基本符合上市环保核查有关要求，同意通过上市环保核查。

五、与业务相关的主要固定资产及无形资产

（一）主要固定资产的情况

1、固定资产基本情况

本公司的主要固定资产包括：房屋建筑物、通用设备、专用设备和运输工具等。截至 2010 年 6 月 30 日，公司的主要固定资产情况如下：

项目	账面原值（万元）	累计折旧（万元）	账面净值（万元）	成新率（%）
房屋建筑物	4,143.55	695.69	3,447.86	83.21
通用设备	541.28	278.03	263.25	48.63
专用设备	3,538.46	1,194.71	2,343.75	66.24
运输工具	1,040.64	388.00	652.64	62.72
合 计	9,263.93	2,556.42	6,707.50	72.40

公司固定资产中，原值为 4,078.93 万元的房屋建筑物已抵押。

2、主要房屋及建筑物

（1）自有房屋及建筑物

本公司共拥有五处房产，建筑面积共计 49,084.85 平方米，均取得了房屋所有权证，具体情况如下：

序号	房产证号码	建筑面积 (平方米)	设计用途	取得方式	房屋坐落	备注
1	永康房权证五金园字第 00001365 号	1,643.72	工业	购买	经济开发区哈尔斯路 1 号	已抵押
2	永康房权证五金园字第 00001366 号	8,225.57	工业厂房	购买	经济开发区哈尔斯路 1 号	已抵押
3	永康房权证五金园字第 00001367 号	7,178.74	工业厂房	自建	经济开发区哈尔斯路 1 号	已抵押
4	永康房权证五金园字第 00001368 号	4,240.75	工业	自建	经济开发区哈尔斯东路 2 号 6 号	已抵押
5	永康房权证五金园字第 00001369 号	27,796.07	工业厂房	自建	经济开发区哈尔斯东路 2 号 6 号	已抵押

（2）租赁厂房

由于经营场地不能满足公司发展需要，2006 年 3 月 20 日，公司与永康市瑞家工贸有限公司签订了《厂房租赁合同》，承租其位于永康经济开发区哈尔斯路 3 号的工业厂房及配电设施，租赁期限为 2006 年 3 月 30 日至 2012 年 3 月 29 日，租赁面积及年租金为：2006 年 3 月 30 日至 2008 年 3 月 29 日租用永康市瑞家工贸有限公司 1 号厂房，面积为 3,500 平方米，年租金 270,000 元；2008 年 3 月 30 日至 2012 年 3 月 39 日，公司除继续租用永康市瑞家工贸有限公司 1 号厂房外，增加租用其 3 号厂房，面积为 6,000 平方米，合计租用厂房面积为 9,500 平方米，年租金为 912,107 元。2010 年 2 月 15 日，公司与永康市瑞家工贸有限公司签署了《厂房租赁补充协议》，约定自 2010 年 3 月 1 日起不再租用 3 号厂房，公司承租的面积减少为 3,500 平方米，租金单价仍按照《厂房租赁合同》执行，年租金为 270,000 元，目前该租赁厂房用作公司的注塑车间。

永康市瑞家工贸有限公司成立于 2001 年 5 月 22 日，注册资本 68 万元，股东为陈国胜（出资额 54.4 万元）和陈巧玲（出资额 13.6 万元），位于浙江省永康市东城街道五金科技工业园，经营范围包括塑料制品、五金工具、电线电缆、咖啡壶、玻璃及玻璃制品、金属工具制造；保温瓶销售。永康市瑞家工贸有限公司上述出租给公司的厂房已取得房屋产权证书，不存在潜在权属纠纷。

3、主要生产设备情况

本公司的主要设备属于不锈钢真空器皿专用生产设备，均系外购取得。截至 2010 年 6 月 30 日，公司主要生产设备的明细情况如下表：

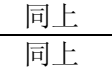
序号	资产名称	数量（台）	原值（万元）	净值（万元）	成新率（%）
1	注塑机	46	650.15	484.30	74
2	水胀机	48	278.49	156.64	56
3	车床	188	245.05	124.85	51
4	有尾真空机	9	228.05	134.37	59
5	无尾高真空机（高真空钎焊炉）	3	147.50	129.08	88
6	数控车床	75	166.12	130.17	79
7	焊接机	122	126.40	100.81	79
8	喷漆流水线	3	106.63	84.17	79
9	全自动清洗机	8	65.92	25.99	39
10	拉管机	12	49.84	35.45	71
11	园盘式抛光机	5	46.00	36.90	80
12	喷塑生产线	1	43.00	40.96	95
13	抛光机	39	30.50	12.91	42
14	激光打标机	3	22.00	19.47	89
15	热转印机	6	21.18	10.36	49
16	超声波焊接机	5	9.20	6.40	69
	合计	573	2,236.03	1,532.83	69

（二）无形资产的情况

截至目前，本公司的主要无形资产包括商标、专利和土地使用权，包括 49 个国内商标、15 个国外商标、77 项专利权和三宗土地使用权。

1、商标

（1）国内商标注册情况

序号	商标名称	商标式样	注册有效期限	注册类别	注册证号
1	哈尔斯		2008.5.14-2018.5.13	第 9 类	1175310
2	哈尔斯		2002.12.28-2012.12.27	第 21 类	1933404
3	哈尔斯		2004.10.28-2014.10.27	第 21 类	3438651
4	哈尔斯		2005.12.14-2015.12.13	第 9 类	3834020
5	哈尔斯		2006.1.14-2016.1.13	第 12 类	3834008
6	思诺		2004.9.28-2014.9.27	第 21 类	3378082
7	哈尔斯		2007.11.21-2017.11.20	第 21 类	4259467
8	哈尔斯	同上	2009.1.14-2019.1.13	第 11 类	5087271
9	哈尔斯	同上	2009.4.14-2019.4.13	第 34 类	5701704
10	哈尔斯	同上	2009.6.21-2019.6.20	第 29 类	5701720

11	哈尔斯	同上	2009.6.21-2019.6.20	第 31 类	5701722
12	哈尔斯	同上	2009.8.21-2019.8.20	第 33 类	5701703
13	哈尔斯	同上	2009.11.7-2019.11.6	第 35 类	5701705
14	哈尔斯	同上	2009.11.7-2019.11.6	第 42 类	5701712
15	哈尔斯	同上	2009.10.7-2019.10.6	第 21 类	5701713
16	哈尔斯	同上	2009.11.7-2019.11.6	第 23 类	5701715
17	哈尔斯	同上	2009.11.7-2019.11.6	第 27 类	5701718
18	哈尔斯	同上	2009.7.28-2019.7.27	第 12 类	5701724
19	哈尔斯	同上	2009.9.14-2019.9.13	第 13 类	5701725
20	哈尔斯	同上	2009.9.28-2019.9.27	第 14 类	5701726
21	哈尔斯	同上	2009.9.28-2019.9.27	第 15 类	5701727
22	哈尔斯	同上	2009.9.28-2019.9.27	第 20 类	5701732
23	哈尔斯	同上	2009.7.28-2019.7.27	第 6 类	5701738
24	哈尔斯	同上	2009.9.14-2019.9.13	第 9 类	5701741
25	哈尔斯	同上	2009.7.28-2019.7.27	第 10 类	5701742
26	哈尔斯	同上	2009.11.14-2019.11.13	第 3 类	5701735
27	哈尔斯	同上	2009.11.14-2019.11.13	第 17 类	5701729
28	哈尔斯	同上	2009.11.14-2019.11.13	第 19 类	5701731
29	哈尔斯	同上	2009.11.14-2019.11.13	第 24 类	5701716
30	哈尔斯	同上	2009.11.14-2019.11.13	第 26 类	5701717
31	哈尔斯	同上	2009.11.14-2019.11.13	第 39 类	5701709
32	哈尔斯	同上	2009.11.14-2019.11.13	第 41 类	5701711
33	哈尔斯	同上	2009.11.21-2019.11.20	第 2 类	5701734
34	哈尔斯	同上	2009.11.21-2019.11.20	第 4 类	5701736
35	哈尔斯	同上	2009.11.21-2019.11.20	第 28 类	5701719
36	哈尔斯	同上	2009.11.21-2019.11.20	第 30 类	5701721
37	哈尔斯	同上	2009.11.28-2019.11.27	第 11 类	5701723
38	哈尔斯	同上	2009.12.14-2019.12.13	第 18 类	5701730
39	哈尔斯	同上	2009.12.14-2019.12.13	第 22 类	5701714
40	哈尔斯	同上	2009.12.28-2019.12.27	第 45 类	5702207
41	哈尔斯	同上	2010.1.7-2020.1.6	第 38 类	5701708
42	哈尔斯	同上	2010.1.7-2020.1.6	第 40 类	5701710
43	哈尔斯	同上	2010.1.7-2020.1.6	第 44 类	5702208
44	哈尔斯	同上	2010.1.14-2020.1.13	第 1 类	5701733
45	哈尔斯	同上	2010.1.14-2020.1.13	第 36 类	5701706
46	哈尔斯	同上	2010.1.14-2020.1.13	第 37 类	5701707
47	哈尔斯	同上	2010.1.14-2020.1.13	第 43 类	5702209
48	哈尔斯	同上	2010.1.21-2020.1.20	第 16 类	5701728
49	哈尔斯	同上	2010.1.28-2020.1.27	第 5 类	5701737

(2) 国外商标注册情况

序号	国别	商标名称	商标式样	注册有效期限	注册类别	注册证号
1	香港	哈尔斯	HAERS 哈尔斯	2005.10.10-2015.10.9	第 21 类	300508969

2	加拿大	哈尔斯	同上	2009.9.28-2024.9.28	第 21 类	TMA748756
3	印度	哈尔斯	同上	2005.1.31-2015.1.31	第 21 类	523834
4	马德里协定成员国 (注 1)	哈尔斯	同上	2006.3.22-2016.3.22	第 21 类	890655
5	俄罗斯	哈尔斯	同上	2005.1.17-2015.1.17	第 21 类	319931
6	阿联酋	哈尔斯	同上	2006.5.22-2016.5.22	第 21 类	80733
7	巴西	哈尔斯	同上	2007.12.18-2017.12.18	第 21 类	827901011
8	沙特	哈尔斯	同上	2006.12.24-2016.8.29	第 21 类	1030/02
9	南非	哈尔斯	同上	2005.1.14—2015.1.14	第 21 类	2005/00686
10	阿富汗	哈尔斯	同上	2005.4.17-2015.4.17	第 21 类	7378
11	伊朗	哈尔斯	同上	2005.11.1-2015.11.1	第 21 类	129284
12	缅甸	哈尔斯	同上	自 2010 年 1 月 18 日始	第 21 类	352/2010
13	毛里求斯	哈尔斯	同上	2009.8.5-2019.8.5	第 21 类	08898/2010
14	新西兰	哈尔斯	同上	2009.9.2-2019.9.2	第 21 类	812013
15	秘鲁	哈尔斯	同上	2009.12.30-2019.12.30	第 21 类	00159956

注 1: 由于中国为马德里协定的成员国之一, 哈尔斯股份该国内商标已获得在澳大利亚、欧盟国家、日本、新加坡、土耳其、美国的商标保护。

注 2: 由于国外商标权利人办理更名所需的时间较长, 目前尚有 8 项(序号 3 及 5-11)国外商标权利人由浙江哈尔斯工贸有限公司变更为哈尔斯股份的更名登记手续尚在办理中。

2、专利

截至目前, 公司共拥有专利权 77 项, 其中实用新型专利 20 项, 外观设计专利 57 项。

序号	专利名称	性质	授权日	专利号	取得方式
1	内藏式锁控安全水杯	实用新型	2003 年 11 月 26 日	ZL02257023.3	受让
2	内藏式锁控安全水壶	实用新型	2005 年 2 月 9 日	ZL200420000324.7	受让
3	带吸嘴的瓶塞	实用新型	2005 年 10 月 26 日	ZL200420014010.2	受让
4	杯用滤茶器	实用新型	2005 年 10 月 26 日	ZL200420014011.7	受让
5	保温奶瓶	实用新型	2005 年 11 月 23 日	ZL200420014012.1	受让
6	两用瓶塞	实用新型	2005 年 11 月 23 日	ZL200420014024.4	受让
7	折叠式汤勺	实用新型	2006 年 2 月 8 日	ZL200420150054.8	受让
8	一种保温壶	实用新型	2006 年 2 月 8 日	ZL200420150055.2	受让
9	咖啡壶	实用新型	2006 年 6 月 14 日	ZL200520102240.9	受让
10	保温壶	实用新型	2006 年 7 月 5 日	ZL200520102428.3	受让
11	饮料瓶	实用新型	2006 年 7 月 19 日	ZL200520102239.6	受让
12	保温瓶瓶塞	实用新型	2006 年 10 月 11 日	ZL200520116165.1	受让
13	按压式保温瓶瓶塞	实用新型	2006 年 11 月 15 日	ZL200520116166.6	受让
14	保温壶手柄	实用新型	2007 年 8 月 29 日	ZL200620105017.4	受让
15	气压壶	实用新型	2007 年 10 月 31 日	ZL200620139732.X	受让
16	杯子	实用新型	2008 年 2 月 27 日	ZL200720109004.9	受让

17	带吸嘴瓶盖	实用新型	2009年8月5日	ZL200820302479.4	自主研发
18	不锈钢保健杯	实用新型	2009年12月23日	ZL200820303686.1	自主研发
19	带开瓶装置的杯	实用新型	2010年1月6日	ZL200920300282.1	自主研发
20	杯盖	实用新型	2010年6月2日	ZL200920305590.3	自主研发
21	不锈钢真空保温壶 （企鹅形）	外观设计	2004年8月11日	ZL200330124756.X	受让
22	不锈钢司机杯（1417）	外观设计	2004年11月17日	ZL 200330124757.4	受让
23	不锈钢真空保温杯 （双曲线）	外观设计	2004年12月8日	ZL200330124754.0	受让
24	饭盒（真空）	外观设计	2005年4月27日	ZL200430150088.2	受让
25	广口壶	外观设计	2005年4月27日	ZL200430150087.8	受让
26	折叠式汤勺	外观设计	2005年4月27日	ZL200430150086.3	受让
27	塑钢杯（HSG）	外观设计	2006年5月17日	ZL200530114574.3	受让
28	咖啡壶	外观设计	2006年5月24日	ZL200530114573.9	受让
29	搅拌杯（HJ-350）	外观设计	2006年7月19日	ZL200530108587.X	受让
30	瓶塞	外观设计	2006年8月16日	ZL200530109618.3	受让
31	办公杯（HBG500）	外观设计	2006年8月23日	ZL200530109617.9	受让
32	气压壶（HP）	外观设计	2006年11月29日	ZL200630103482.X	受让
33	杯（儿童）	外观设计	2007年1月10日	ZL200630106251.4	受让
34	壶（企鹅）	外观设计	2007年1月10日	ZL200630106252.9	受让
35	瓶塞（HTH）	外观设计	2007年1月17日	ZL200630107052.5	受让
36	杯（HX400）	外观设计	2007年2月14日	ZL200630108803.5	受让
37	饭盒（HR400）	外观设计	2007年2月28日	ZL200630108801.6	受让
38	广口壶	外观设计	2007年4月4日	ZL200630112109.0	受让
39	杯（HSL）	外观设计	2007年9月19日	ZL200630118868.8	受让
40	咖啡壶（HK-1500B）	外观设计	2007年9月19日	ZL200630119201.X	受让
41	咖啡壶（HK-1500E）	外观设计	2007年9月19日	ZL200630119202.4	受让
42	杯（HS-360）	外观设计	2007年9月19日	ZL200630156557.0	受让
43	咖啡壶（HK-800y）	外观设计	2007年9月19日	ZL200630156558.5	受让
44	运动瓶（HD-400）	外观设计	2008年3月26日	ZL200730116158.6	受让
45	饭盒（HR-500-2）	外观设计	2008年12月17日	ZL200730357596.1	自主研发
46	杯（HSB-650）	外观设计	2008年12月17日	ZL200730357597.6	自主研发
47	咖啡壶（HK-600）	外观设计	2008年12月17日	ZL200730357598.0	自主研发
48	杯盖（提手式）	外观设计	2009年8月12日	ZL200830172153.X	自主研发
49	杯盖（卡扣式）	外观设计	2009年8月12日	ZL200830172154.4	自主研发
50	杯盖（法老）	外观设计	2009年10月21日	ZL200830301701.4	自主研发
51	杯盖（加宽）	外观设计	2009年10月21日	ZL200830301707.1	自主研发
52	杯盖（软提手）	外观设计	2009年10月28日	ZL200830301708.6	自主研发
53	杯盖（火车头）	外观设计	2009年10月28日	ZL200830301702.9	自主研发
54	杯盖（博士）	外观设计	2009年10月28日	ZL200830301709.0	自主研发
55	瓶（PC-A）	外观设计	2010年2月10日	ZL200930300114.8	自主研发
56	瓶（PC-B）	外观设计	2010年2月10日	ZL200930300108.2	自主研发
57	瓶（PC-C）	外观设计	2010年2月10日	ZL200930300115.2	自主研发

58	瓶盖	外观设计	2010年2月10日	ZL200930300109.7	自主研发
59	汤盒（HTH260）	外观设计	2010年5月26日	ZL200930304043.9	自主研发
60	办公杯（米洛系列）	外观设计	2010年6月23日	ZL200930308167.4	自主研发
61	吊带杯（米洛系列）	外观设计	2010年6月23日	ZL200930308187.1	自主研发
62	直杯（米洛系列）	外观设计	2010年6月23日	ZL200930308175.9	自主研发
63	饭盒（细纹系列）	外观设计	2010年6月23日	ZL200930308177.8	自主研发
64	汽车杯（米洛1）	外观设计	2010年6月23日	ZL200930311023.4	自主研发
65	汽车杯（米洛2）	外观设计	2010年6月23日	ZL200930311016.4	自主研发
66	子弹杯（大塑圈）	外观设计	2010年6月23日	ZL200930311024.9	自主研发
67	子弹杯（高尔夫）	外观设计	2010年6月23日	ZL200930311017.9	自主研发
68	旅游壶（HY750-5）	外观设计	2010年6月16日	ZL200930304042.4	自主研发
69	瓶盖	外观设计	2010年6月16日	ZL200930304027.X	自主研发
70	汤盒（HTH380）	外观设计	2010年6月16日	ZL200930304028.4	自主研发
71	包装盒（A）	外观设计	2010年6月23日	ZL200930304365.3	自主研发
72	包装盒（B）	外观设计	2010年6月23日	ZL200930304360.0	自主研发
73	包装盒（C）	外观设计	2010年6月23日	ZL200930304366.8	自主研发
74	杯盖（提手1）	外观设计	2010年6月23日	ZL200930311022.X	自主研发
75	杯盖（提手2）	外观设计	2010年6月23日	ZL200930311015.X	自主研发
76	广口壶（HG1200-6）	外观设计	2010年6月23日	ZL200930321217.2	自主研发
77	子弹杯（HB1000-8）	外观设计	2010年6月23日	ZL200930321344.2	自主研发

3、土地使用权

截至2010年6月30日，本公司拥有的土地使用权情况如下表：

序号	证书号	类型	面积（m ² ）	使用年限	2010年6月30日 账面价值（元）	他项权利
1	永国用2008第4226号	工业用地	14,665.21	2057年4月25日	4,753,557.94	抵押
2	永国用2008第4227号	工业用地	14,879.12	2051年12月6日	4,084,080.23	抵押
3	永国用2009第5531号	工业用地	30,000.00	2059年4月22日	12,760,166.27	无

此外，本公司与永康市总部中心开发建设有限公司等33家企业共同拥有永康市总部经济中心C-6地块之国有土地使用权，土地使用权证永国用2008第3311号，土地使用权面积18,560平方米，使用权类型为出让，土地用途为商服用地，使用权终止日期为2048年9月22日，具体情况见本招股说明书“第十五节其他重要事项”之“二、重要合同”相关内容。

截至本招股说明书签署日，公司原值为942.28万元的土地使用权已抵押。

（三）资产许可使用的情况

截至本招股书说明书签署日，本公司不存在许可他人使用本公司资产的情形，本公司作为被许可方使用他人资产的具体情况如下：

1、《虹猫蓝兔七侠传》系列卡通人物形象授权

2008年6月4日，本公司与宏梦（上海）卡通实业有限公司签订了《著作权使用许可合同》，并取得宏梦（上海）卡通实业有限公司出具的《卡通形象授权使用证明书》。公司获得在双层保温瓶、双层保温水壶、双层保温水杯等约定产品上使用《虹猫蓝兔七侠传》系列中所有虚拟卡通角色形象的地区独家授权许可，授权期限自2008年5月25日起至2011年8月24日止。因公司主题类产品调整需要，经双方协商一致，将公司对该著作权的使用终止日期提前至2010年12月31日。

2、“巴啦啦小魔仙”系列影视形象及商标授权

2009年12月15日，本公司与广州奥飞文化传播有限公司签订了《奥飞与哈尔斯著作权许可使用合同》。公司获得在不锈钢容器（包括双层真空、塑钢杯、单层瓶和餐盒）、玻璃内胆容器（热水瓶类）、塑料（瓶和餐盒）和玻璃杯等约定产品及其包装上使用“巴啦啦小魔仙”系列影视形象、系列商标的独家授权许可，授权期限自2010年3月16日起至2013年3月15日止。

3、“铠甲勇士”系列影视形象及商标授权

2009年12月15日，本公司与广东奥飞动漫文化股份有限公司签订了《奥飞与哈尔斯著作权许可使用合同》。公司获得在不锈钢容器（包括双层真空、塑钢杯、单层瓶和餐盒）、玻璃内胆容器（热水瓶类）、塑料（瓶和餐盒）和玻璃杯等约定产品及其包装上使用“铠甲勇士”系列影视形象、系列商标的独家授权许可，授权期限自2010年3月16日起至2013年3月15日止。

六、特许经营、境外经营的情况

2008年9月16日，本公司取得00553534号《对外贸易经营者备案登记表》，

进出口企业代码为 3300255072786。根据《对外贸易经营者备案登记办法》（商务部 2004 年第 14 号令）的相关规定，公司取得经营进出口业务资格。

为收集行业信息，掌握海外市场的行业动态，为公司提供海外交流合作机会，寻找潜在客户，公司于 2006 年向中华人民共和国商务部（以下简称“商务部”）申请在美国加利福尼亚州设立办事处，商务部以《商务部关于同意设立哈尔斯美国办事处的批复》（商合批[2006]1001 号）批准公司在美国加利福尼亚州设立办事处，并颁发了[2006]商合驻证字第 000552 号《批准证书》。2006 年 12 月，经美国加利福尼亚州政府批准，该办事处正式成立。办事处地址位于 11135 RUSH STREET, SUITEQ, SOUTH ELMONTE, CA91733, USA，主要职能是收集信息、促销产品、联络客户、售后服务等，设办事处主任 1 名。办事处成立后至今未开展经营活动。

除上述美国办事处外，本公司未在境外设立任何子公司、分公司、办事处等机构，除从事进出口业务外，未在中国大陆以外的国家和地区从事经营活动。

七、发行人主要技术的基本情况

（一）本公司的主要技术及使用情况

本公司主要生产技术有超声波自动清洗技术、超薄不锈钢焊接圆管水介质液压成形技术、无尾真空钎焊技术、锥形焊接管拉伸成形技术、抛光粉尘处理技术、静电喷涂技术、五金产品表面自动清洁抛光技术、双层水杯自动焊接技术和机械手在保温杯生产自动化中的应用技术等，除机械手在保温杯生产自动化中的应用技术应用于小批量生产外，其余均已应用于大批量生产。

序号	主要技术名称	具体说明	技术所处阶段
1	超声波自动清洗技术	➢ 使清洗工艺与大规模连续性生产相适应，实现了生产效率的提升和清洗质量的稳定 ➢ 解决了人工清洗过程中碱性物质对皮肤的损害，改善了作业环境，实现了清洁生产	大批量生产
2	超薄不锈钢焊接圆管水介质液压成形技术	➢ 公司较早采取水涨液压工艺，使产品外型可塑性增大，促使产品材料延伸率有效提高 ➢ 成功解决了原有牛筋涨形一直存在的原材料利用率低、生产效率低、产品表面凹点多等相关问题，并减少了牛筋辅料使用，既提升了产品质量，又降低了成本	大批量生产

3	无尾真空钎焊技术	➢ 本技术采用全封闭加温炉钎焊工艺，克服并改进生产过程的产品温差控制、密封度控制、真空度误差控制、变形量控制、辅料用量控制等技术难题 ➢ 生产工艺在行业内领先，产品真空度达到$3 \times 10^{-4} \text{PA}$，具有超长的保温性能 ➢ 在钎焊过程中添加的优良钎料，提高了可靠性和密封度，进一步稳定了产品质量	大批量生产
4	锥形焊接管拉伸成形技术	➢ 本技术通过锥形管水涨液压工艺，使产品与原材料延伸力更好结合 ➢ 突破了焊接圆管产品局限，提高了产品档次和竞争力	大批量生产
5	抛光粉尘处理技术	➢ 利用当前涂装行业普遍使用的水帘式吸尘环境保护系统，将其应用到抛光粉尘处理中，使厂区的工作环境大大改善 ➢ 本技术在行业内领先，实现了循环式雨淋集尘处理抛光系统，改善了生产环境	大批量生产
6	静电喷涂技术	➢ 本技术采用自动喷漆静电吸附式的涂装工艺，适用于大批量生产，大大提高了生产效率 ➢ 生产工艺在行业内领先，喷涂产品表面平整、无杂质、色素分布均匀、色彩纯正、具有超强的柔韧厚度、附着力 ➢ 在涂装过程中添加了优良辅料，提高了透明度与光泽度	大批量生产
7	五金产品表面自动清洁抛光技术	➢ 采用机构运动循环的同步化设计技术和系列结构创新，使设备结构紧凑，占地面积少 ➢ 新型送料机构使被抛光产品移送过程中夹持可靠、对中性好 ➢ 气、液、机联合驱动的自动控制技术 ➢ 集成洗涤除尘、重力除尘及布朗扩散等功能的高效水膜除尘装置的设计技术	大批量生产
8	双层水杯自动焊接技术	➢ 微电脑控制，具有提前送气、滞后停气、电流爬升、电流衰减等功能，且参数可调 ➢ 脉冲频率、占空比、幅值可任意调节 ➢ 软开关变换技术，整机效率高，可靠性高	大批量生产
9	机械手在保温杯生产自动化中的应用技术	➢ 机器手的控制技术：开放式、模块化控制系统，人机界面更加友好 ➢ 多传感系统：进一步提高机器手的智能和适应性 ➢ 机电一体化：把机械手的设计研究放到机电系统的设计层面，结合机械手的设计实例，研究机电一体化系统设计方法和技术	小批量生产

（二）正在从事的研发项目

本公司目前正在从事的研发项目情况如下：

序号	研发项目名称	具体说明	进展情况	拟达到目标
1	采用冷作成型工艺生产不锈钢保温杯钢管	将冷压和旋压技术应用用于不锈钢钢管生产	正在进行对不锈钢材料进行冷压工艺	产品初始不锈钢钢管由有缝焊接管转

	技术	工艺,改进常规不锈钢钢管的板材卷管焊接工艺,生产无缝不锈钢钢管	测试,使其最大延展性满足不锈钢保温产品的需求	化成无缝管,降低表面粗糙度,提高产品质量
2	保温杯陶瓷复合涂层技术的应用	杯体采用陶瓷复合涂层技术,使其具有环保、健康、耐用等功能	正在进行涂层抗氧化性、抗腐蚀性、耐磨性及抗热震性沉淀测定试验,进一步优化配方和工艺	陶瓷复合涂层具有坚固耐用,绿色环保的特点,技术成熟后逐步市场化
3	多工位自动真空检测机组	自动化检测保温杯的真空度;智能分检真空度有缺陷的产品;智能统计分析质量缺陷趋势,既提高了自动化程度,又保证了检测的可靠性	该多工位自动真空检测机组已基本研制完成,正处于试运行阶段	提高不锈钢保温容器真空检测的自动化水平,提高生产效率,同时,提高检测质量的可靠性。

（三）研发费用

公司报告期内研发费用情况如下：

项目	2010年1-6月	2009年度	2008年度	2007年度
营业收入（合并口径）（万元）	16,032.84	27,874.21	30,377.30	24,248.06
营业收入（母公司口径）（万元）	16,032.84	27,874.21	29,256.99	22,397.09
研发费用（万元）	580.79	1,039.38	1,125.13	774.65
研发费用占营业收入比例（合并口径）（%）	3.62	3.73	3.70	3.19
研发费用占营业收入比例（母公司口径）（%）	3.62	3.73	3.85	3.46

（四）技术创新和激励机制

公司自设立以来一直注重技术创新和技术成果的转化，2009年被评为国家高新技术企业。为促进公司产品技术和工艺技术不断创新，工艺体系不断完善，增强公司的核心竞争力，实现公司的可持续发展，公司形成了一套技术创新和激励机制：

1、关键技术人员持股

通过让关键技术人员直接参与公司收益的分配，充分激发员工技术创新的热情，不断提高公司整体的技术水平，实现公司的可持续发展。目前主要技术人员均持有公司股份。

2、技术人员奖励制度

设立“年度技术创新能手”奖项，根据技术人员的技术创新和研究成果情况进行评选，对获奖员工进行物质奖励，获奖员工优先获得外部培训的机会。通过

这种激励机制，技术人员参与研发的积极性、主动性大大提高，极大推动了企业的技术创新、技术改造工作。

3、技术人员培训

公司每年聘请行业专家对技术人员进行内部培训，并选送优秀技术骨干到外部参加专门培训。

4、积极与大专院校和专业设计公司合作

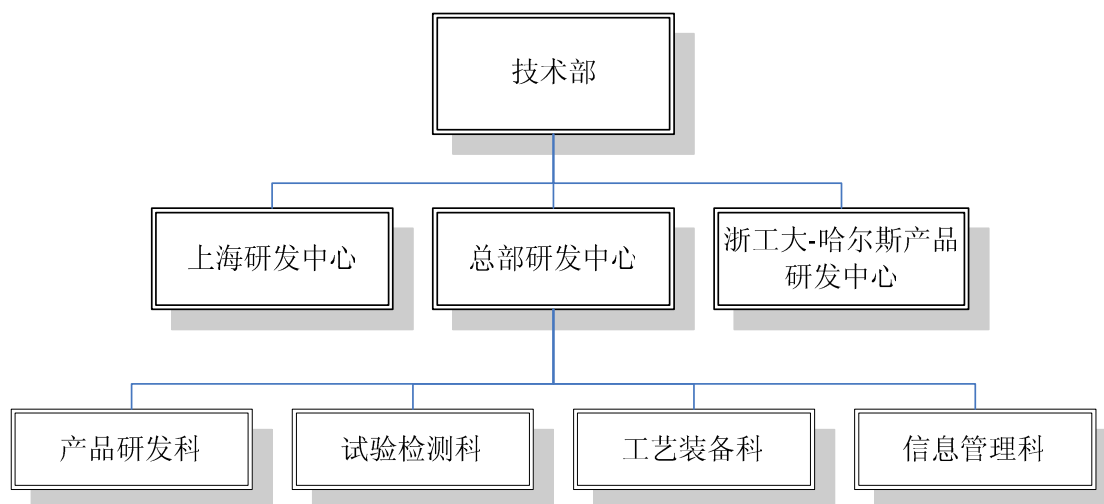
公司积极与大专院校和专业设计公司开展合作，充分利用“外脑”的技术和人才优势，加强公司的产品研发与设计能力。

（五）研究开发机构的设置和研究人员的构成

技术部为公司研发工作职能部门，有专业技术人员 134 人，公司还聘请了八名浙江工业大学专家和一名日本专家作为技术部顾问。技术部下设上海研发中心、浙工大—哈尔斯产品研发中心和总部研发中心，建立了分工合作、各有侧重的“三位一体”研发平台。

上海研发中心利用所在地域优势，积聚研发人才，及时收集市场信息，感知消费趋势和时尚潮流，优化设计理念，通过与消费者的互动和市场的对接，完成产品的概念设计；浙工大—哈尔斯产品研发中心借助浙江工业大学在产品的设计、材料研究和人力资源方面的优势，为新产品研发提供智力支持；总部研发中心在前述两个研发平台的研究成果基础上，进行产品结构和模具、夹具等工艺设备的设计，编制技术标准、检测标准等技术文件，进行新产品试制，实现研发设计和生产的对接，将研发设计成果转化为生产力。

公司技术研发组织机构图如下所示：



（六）公司与浙江工业大学合作项目情况

2008年7月31日，公司与浙江工业大学签订了《关于共建“浙工大——哈尔斯产品研发中心”的合作协议》，约定双方共建“浙工大——哈尔斯产品研发中心”，合作进行保温器皿新产品的开发。

1、合作协议主要内容

浙江工业大学负责为研发中心配备研发人员、提供用房，完成公司下达的具体开发计划，为公司新技术、新工艺、新材料的开发和应用以及解决生产流程中的关键技术问题提供技术支持以及人员培训等；公司负责下达开发计划、对研发中心进行年度考核和经费支付等。公司每月向研发中心支付经费 2.75 万元，合作期限为五年，自 2008 年 8 月 1 日至 2013 年 7 月 31 日止。

2、研究成果的分配方案

研发中心所有研发成果的知识产权归公司所有。经公司同意后，浙江工业大学可将成果应用于教学、竞赛等非营利活动。

3、保密措施

双方合作期间及双方合作终止后 5 年内，浙江工业大学不得将研发产品相关资料提供给第三方，也不得与生产同类产品的企业开展技术合作。

八、主要产品和服务的质量控制情况

公司以满足和超越客户需求为目标，在 ISO9001 质量管理体系基础上，通过强化监督考核，加大质量管理投入，促使企业质量管理和质量控制水平不断提升。

（一）质量控制标准

公司产品除了在国内销售外，还有相当一部分产品出口。因此除了执行国内的相应产品标准外，还执行出口国的产品标准，公司主要产品的质量标准如下：

编号	产品名称	标准颁布机关	标准类型	标准号
1	双层口杯	国家发展和改革委员会	行业标准	QB/T2933-2008
2	不锈钢真空保温容器	中国轻工总会	行业标准	QB/T2332-97
		本公司	企业标准	Q/HRS001-2008
3	不锈钢制保温瓶	日本规格协会	日本标准	JIS S 2053

（二）质量控制措施

本公司通过了 ISO9001 质量管理体系认证，建立了符合进出口商品检验检疫局产品免验企业质量控制体系，并建立了专门的产品测试实验室，通过了 ISO17025《检测和校准实验室能力的通用要求》认证，具备按照国内外产品技术标准，实施材料分析、过程测量、产品型式试验等测试验证能力。

公司通过推行目标管理制度、强化监督考核，建立各级各类人员质量岗位责任制，利用激励和奖惩机制推进质量职责的落实；引入 APQP（产品先期质量策划）流程与项目管理模式；实行严格的“三检”（自检、互检、专检）和“三阶段检验”（进货检验、过程检验、成品检验）制度；建立了原材料及配件供应商企业准入、日常监控以及年度评价制度。

（三）产品质量纠纷情况

由于公司严格控制产品质量，产品质量一直是公司的优势。报告期内，本公司未发生过重大产品质量纠纷。

第七节 同业竞争和关联交易

一、同业竞争

（一）发行人与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业之间的同业竞争情况

本公司主要从事不锈钢真空保温器皿的研发、设计、生产与销售。公司的控股股东、实际控制人为自然人吕强，吕强除投资本公司外，还持有浙江哈尔斯电器有限公司 90%的股权，哈尔斯电器主要从事电火锅、电烤板的生产和销售，与本公司不存在同业竞争。

（二）避免同业竞争的承诺函

为了避免未来可能发生的同业竞争，公司控股股东、实际控制人吕强先生已出具了《控股股东、实际控制人关于避免同业竞争的承诺函》，并作出如下承诺：

1、本人及控股的其他企业目前没有在中国境内外直接或间接从事或参与任何在商业上对公司构成竞争的业务及活动或拥有与公司存在竞争关系的任何经济实体、机构、经济组织的权益，或以其他任何形式取得该经济实体、机构、经济组织的控制权；在作为公司控股股东或作为持有公司 5%以上股东期间，本人将不在中国境内外以任何方式直接、间接从事或参与任何与公司相同、相似或在商业上构成任何竞争的业务及活动，或拥有与公司存在竞争关系的任何经济实体、机构、经济组织的权益，或以其他任何形式取得该经济实体、机构、经济组织的控制权，或在该经济实体、机构、经济组织中担任高级管理人员或核心技术人员；

2、本人愿意承担因违反上述承诺而给公司造成的全部经济损失。

二、关联方及关联交易

（一）关联方及关联关系

根据《公司法》及《企业会计准则》的有关规定，本公司关联方包括：

1、持有本公司 5%以上股份的股东

序号	关联方名称	关联关系
1	吕强	本公司控股股东及实际控制人，公司董事长，持有本公司 66%的股份
2	阮伟兴	本公司股东，持有本公司 10%的股份

2、持有本公司 5%以上股份的股东及其近亲属对外投资或担任董事、高管的企业

持有本公司 5%以上股份的股东为吕强、阮伟兴二人。吕强为本公司创始人之一，公司董事长；阮伟兴为财务投资人，2008 年 4 月入股本公司，不参与公司日常管理。

（1）吕强及其近亲属对外投资或担任董事、高管的企业

序号	关联方名称	经营范围	关联关系
1	浙江哈尔斯电器有限公司	五金电器、电子产品、五金制品、塑胶制品研制、开发、制造、销售；货物和技术进出口业务（法律禁止的除外，法律、法规限制的项目取得许可方可经营）（凡涉及许可证或专项审批的凭有效证件经营）	吕强持股 90%之控股公司
2	新疆昂大资源开发有限责任公司	一般经营项目（国家法律、法规规定有专项审批的项目除外；需取得专项审批待取得有关部门的批准文件或颁发的行政许可证书后方可经营，具体经营项目和期限以有关部门的批准文件和颁发的行政许可证为准）：房地产开发，房屋销售；塑料制品（危险化学品除外）；铝合金铸造；有色金属材料加工；物业管理；货物与技术的进出口业务；销售：五金交电，建筑材料，钢木结构件，机械设备及配件，仪器仪表及配件	吕强之配偶金美儿持股 41%之参股公司
3	永康市赛纳普工贸有限公司（注）	五金制品（不含计量器具）、铝制品、铜制品、旅游休闲用品、厨房用具、塑料制品、家用电器、玻璃制品制造；日用杂品（不含危险品）销售	吕强之女婿，本公司董事吕振福持股 50%之控股公司

哈尔斯电器主要从事不同型号电火锅、电烤板等铝制小家电产品的生产与销售，赛纳普工贸主要从事不同型号铝制奶锅、汤锅、煎锅和炒锅的生产与销售，与公司生产的产品差异很大，两者与公司的生产经营设备不具有通用性，采购渠道和销售渠道也不相同。哈尔斯电器和赛纳普工贸不存在使用公司专利、商标的情况，公司也不存在使用哈尔斯电器、赛纳普工贸专利、商标的情况。

新疆昂大资源开发有限责任公司成立于 2006 年 11 月，注册资本 1,000 万元人民币，法定代表人胡丁升，主要从事煤炭勘探及开采业务，其股权结构为：胡丁升出资 420 万元，出资比例 42%；金美儿出资 410 万元，出资比例 41%；应丽雪出资 80 万元，出资比例 8%；李玉环出资 70 万元，出资比例 7%；胡品宁出资 20 万元，出资比例 2%。金美儿系本公司控股股东、实际控制人吕强之配偶。胡丁升、应丽雪、李玉环、胡品宁与本公司及股东、董事、监事、高级管理人员和核心技术人员均不存在关联关系。

永康市赛纳普工贸有限公司成立于 2009 年 7 月，注册资本 50 万元，主要从事铝制炊具的生产经营，其股权结构为：吕振福出资 25 万元，出资比例 50%；卢美进出资 20 万元，出资比例 40%；陈君出资 5 万元，出资比例 10%。吕振福为本公司股东，持有本公司 171 万股股份，持股比例为 4.5%，系本公司控股股东、实际控制人吕强之女婿，本公司股东吕丽珍之配偶。卢美进、陈君与本公司及股东、董事、监事、高级管理人员和核心技术人员均不存在关联关系。

（2）阮伟兴对外投资或担任董事、高管的企业

序号	关联方名称	经营范围	关联关系
1	浙江龙盛集团股份有限公司（600352）	染料及助剂、化工产品的技术开发、技术转让、技术咨询服务、生产、销售（化学危险品凭许可证经营）；上述产品的原辅材料、机械设备、仪器仪表及零配件、包装制品的销售。本企业自产的各类染料、助剂、化工中间体的出口；本企业生产、科研所需的原辅材料、机械设备、仪器仪表、零配件的进口，实业投资，资产管理	阮伟兴持股 6.40% 之参股公司
2	浙江龙盛控股有限公司	资产投资经营管理，实业投资，高新技术产业投资；机械设备、纸制品及包装材料（除印刷品）的制造、加工；计算机软硬件的开发；化工产品（不含危险品）、钢铁的销售	阮伟兴持股 22% 之参股公司

3、公司董事、监事、高级管理人员

本公司目前共有董事 9 名（其中独立董事 3 名）、监事 3 名。本公司目前高级管理人员包括总经理 1 名、副总经理 2 名、财务总监 1 名、董事会秘书 1 名，具体情况如下：

序号	姓名	职务	身份证号码	住所
1	吕强	董事长	330722194801106210	浙江省永康市古山镇大江畈村方川路 153 号
2	陈晓行	董事	330105197209130312	杭州市上城区新丰苑 2 幢 2 单元 301 室
3	张洵	董事、总经理	310105195411012835	上海市徐汇区田林路 90 弄（田林花园）8 号 401 室
4	吕振福	董事	330722197002235917	浙江省金华市婺城区蒋堂镇东兴小区 A 区 76 幢 5 室
5	欧阳波	董事	33072219730905001X	浙江省永康市东城街道四方小区 32 幢 302 室
6	潘子南	董事、副总经理	360203194907044010	江西省景德镇市珠山区朝阳路 933 号昌河一区 562 栋 204 号
7	张希平	独立董事	310103194901232059	上海市卢湾区鲁班路 776 弄 5 号 802 室
8	郭延曦	独立董事	310103195305233228	上海市卢湾区名南路 126 号 3 室
9	叶兴林	独立董事	332527197402210033	广东省深圳市福田区百花二路 31 号南天大厦第 5 栋 1719 房
10	周亮渠	监事会主席	330702196010035915	浙江省金华市婺城区江南街道南苑新村西 6 幢 1 单元 201 室
11	吕丽妃	监事	330722197608146222	江西省抚州市崇仁县巴山镇县府东路 111 号
12	应维湖	监事	330722197012134319	浙江省永康市东城街道东库街 22 号 3 幢 1 单元 102 室
13	雷雨	副总经理	410305196810124075	郑州市惠济区南阳路 183 号
14	吕丽珍	财务总监	330722197502036228	浙江省永康市古丽镇上大雅苑 40 号
15	凌永华	董事会秘书	320322195303077315	江苏省徐州市大屯煤电绣绮园新村 8 号楼 406 室

4、本公司除独立董事以外的董事、监事、高级管理人员及其近亲属对外投资或担任董事、高管的企业

永康市赛纳普工贸有限公司：本公司董事吕振福持股 50% 之公司，具体参见本节“二（一）2（1）吕强及其近亲属对外投资或担任董事、高管的企业”。

5、过往关联方

关联方名称	营业范围	关联关系
浙江基尔特工贸 有限公司	电动自行车、滑板车、锂电池、 不锈钢制品、金属电器、模具制 造、加工；金属材料、建材销售。	本公司控股股东、实际控制人吕强之配 偶金美儿和女儿吕丽珍合计持股 100% 的公司，2008 年 5 月 21 日已注销

（二）关联交易

1、经常性关联交易

2007 年，本公司与基尔特工贸签订了框架性《采购协议》，向其采购塑料件，具体品种、规格和数量另行约定，根据同类产品市场价格确定交易价格。当年实际采购金额共计 4,642,355.28 元，占当期同类采购的比例为 44.22%。2007 年 12 月，公司收购了基尔特工贸的注塑机等设备后，此项关联交易不再发生。

2、偶发性关联交易

（1）租赁厂房

公司租赁基尔特工贸位于永康市经济开发区哈尔斯路 1 号的部分厂房及办公用房 9,869.29 平方米，期限为一年，从 2007 年 1 月 1 日至 2007 年 12 月 31 日，年租金为 394,731.60 元。2007 年 12 月，公司收购了基尔特工贸的该等房产后，此项关联交易不再发生。

（2）向基尔特工贸购买资产

为保持资产完整和避免同业竞争，2007 年 4 月和 12 月，本公司收购了原租赁的基尔特工贸的土地和厂房及与生产不锈钢保温器皿相关的部分资产。

①2007 年 4 月向基尔特工贸购买资产

2007 年 4 月 10 日，经公司前身哈尔斯工贸临时股东会审议批准，公司收购了基尔特工贸与生产不锈钢保温器皿相关的部分成新率较高的资产，包括车床、油压机、真空机等生产设备。

根据双方签订的资产转让协议，转让价格以评估值为基础协商确定。东阳荣东联合会计师事务所对上述资产进行了评估并出具了“荣东会评字[2007]170 号”资产评估报告书。上述设备的账面净值为 20.46 万元，评估值为 20.97 万元，双方协商确认其转让价格为 20.84 万元。上述转让设备的资产交接手续已办理完毕。

②2007 年 12 月向基尔特工贸购买资产

2007 年 12 月 6 日，经公司前身哈尔斯工贸临时股东会审议批准，公司收购了原租赁的基尔特工贸的土地、厂房和与不锈钢保温器皿生产配套的塑料件生产设备，包括公司向基尔特工贸承租的位于永康市经济开发区哈尔斯路 1 号的 9,869.29 平方米工业厂房及其坐落地 14,879.12 平方米国有土地使用权，以及 8 台注塑机。

根据双方签订的资产转让协议，转让价格以评估值为基础协商确定。东阳荣东联合会计师事务所对上述资产进行了评估，并出具了“荣东会评字[2007]387 号”和“荣东会评字[2007]380 号”资产评估报告书。

单位：元

资产类别	账面净值	评估价值	评估增值率	转让价格
土地使用权	2,461,104.00	4,463,700.00	81.37%	4,338,822
工业厂房	4,171,560.73	5,408,900.00	29.66%	5,257,578
小计	6,632,664.73	9,872,600.00	48.85%	9,596,400
资产类别	账面净值	评估价值	评估增值率	转让价格
设备（注塑机）	1,109,757.54	1,092,080.00	-1.59%	1,087,000.00
小计	1,109,757.54	1,092,080.00	-1.59%	1,087,000.00

对于上述转让的土地使用权、工业厂房和设备，均已办理完毕资产交接手续，相关权利已过户到公司名下。

鉴于为公司收购基尔特工贸资产提供资产评估服务的东阳荣东联合会计师事务所具有资产评估资格但不具备从事证券期货相关业务的资格，公司于 2010 年 7 月聘请具有从事证券期货相关业务资格的浙江勤信资产评估有限公司对东阳荣东联合会计师事务所出具的“荣东会评字[2007]170 号”、“荣东会评字[2007]380 号”和“荣东会评字[2007]387 号”评估报告进行了复核，浙江勤信资产评估有限公司分别出具了“浙勤评报[2010]225 号”、“浙勤评报[2010]226 号”和“浙勤评报[2010]227 号”的资产评估复核报告，认为：“评估报告的评估范围与企业申报评估的资产一致；评估目的明确；遵循了评估的基本原则；评估结果公允合理。”

（3）关联方为公司提供担保

截至本招股书签署日，吕强为公司合计 5,239 万元的银行借款提供连带责任

保证担保，具体情况如下表所示：

序号	贷款银行	借款人	担保金额（万元）	借款期限	备注
1	中国银行永康市支行	公司	2,000	2009.8.5-2010.8.5	履行中
2	中国银行永康市支行	公司	3,060	2010.1.4-2011.1.1	履行中
3	中国银行永康市支行	公司	179	2010.7.12-2011.7.11	履行中

（4）股权转让

2008年3月11日，经股东会批准，哈尔斯工贸将持有的哈尔斯电器90%的股权转让给吕强，双方签订了《股权转让协议书》，转让价格以哈尔斯电器截至2008年3月31日经审计的净资产确定。根据天健会计师事务所出具的审计报告，哈尔斯电器截至2008年3月31日的净资产为1,050.78万元，以持股比例90%计算的转让价款为945.70万元。上述股权转让款已支付完毕，股权变更登记手续已完成。

（5）资金往来

报告期内，公司存在向关联方提供借款并按同期银行贷款利率收取资金使用费的情况，公司最近三年及一期应收关联方借款余额情况如下：

序号	关联方名称	余额（元）				
		2010-6-30	2009-12-31	2008-12-31	2007-12-31	2007-1-1
1	基尔特工贸	-	-	-	-	1,880,524.02
2	吕振福	-	-	-	949,649.25	5,092,343.25
3	欧阳波	-	-	-	726,446.63	3,715,011.25

基尔特工贸因其日常经营流动资金需要向公司借款，吕振福、欧阳波因其个人购房需要向公司借款。2007年度，公司向基尔特工贸收取资金使用费161,336.97元，向吕振福收取资金使用费297,306.00元，向欧阳波收取资金使用费161,445.38元。上述款项已于2008年度结清。

2008年度末，公司向哈尔斯电器借入临时周转资金150万元，双方约定不计付利息，上述款项已于2009年初已结清。

上述款项结清后，公司未再与关联方发生资金往来。

（6）专利许可及转让

2008年4月30日，公司与吕强签署了《专利及专有技术独占实施许可合同》，

约定吕强许可公司无偿独占使用其拥有的 48 项专利权其相关的专有技术。

2008 年 8 月 30 日，公司与吕强签署了《专利转让协议》，约定吕强将其许可公司使用的 30 项外观设计和 18 项实用新型共计 48 项专利权无偿转让给公司。前述 48 项专利中，公司认为其中 6 项外观设计专利和 2 项实用新型专利应用价值不大，故未办理该 8 项专利权的权属变更登记手续。截至目前，该 8 项专利均已因未缴年费而权利终止，具体情况见下表：

序号	名称	性质	专利号
1	不锈钢真空保温饭盒	外观设计	ZL200330124755.5
2	不锈钢司机杯（1419）	外观设计	ZL200330124759.3
3	不锈钢司机杯（1418）	外观设计	ZL200330124758.9
4	杯（HE1001）	外观设计	ZL200530110464.X
5	杯（HE1414）	外观设计	ZL200630108802.0
6	运动水壶	外观设计	ZL200730116157.1
7	真空饭盒	实用新型	ZL200420150056.7
8	保温杯	实用新型	ZL200520102238.1

吕强拥有的 48 项专利中，实用新型专利“内藏式锁控安全水杯”（ZL02257023.3）系自原专利权人陈影处受让取得，专利权人变更登记于 2003 年 12 月 26 日生效，该项专利不存在权属纠纷。除该项实用新型专利外，其余专利均由吕强本人申请取得。

（三）关联方应收应付款余额

报告期各期末，公司对关联方的应收应付款余额如下表所示：

关联方名称	2010-6-30		2009-12-31		2008-12-31		2007-12-31	
	金额（元）	比例（%）	金额（元）	比例（%）	金额（元）	比例（%）	金额（元）	比例（%）
其他应收款								
吕振福	-	-	-	-	-	-	949,649.25	14.66
欧阳波	-	-	-	-	-	-	726,446.63	11.22
小 计	-	-	-	-	-	-	1,676,095.88	25.88
应付账款								
哈尔斯电器	-	-	-	-	14,230.00	0.06	-	-
小 计	-	-	-	-	14,230.00	0.06	-	-
其他应付款								
哈尔斯电器	-	-	-	-	1,500,000.00	30.64	-	-
基尔特工贸	-	-	-	-	-	-	1,585,839.17	50.35
吕丽珍	-	-	-	-	-	-	120,938.05	4.14
小 计	-	-	-	-	1,500,000.00	30.64	1,706,777.22	54.49

注：比例为关联方应收应付款余额占该科目余额的比例。

（四）《公司章程》及《关联交易管理细则》对关联交易决策权力与程序做出的规定

1、《公司章程》对关联交易决策权力和程序的规定

根据《公司章程》第 104 条和 107 条，董事会在股东大会授权范围内，决定公司的关联交易事项；确定关联交易的权限，建立严格的审查和决策程序。据此，董事会已经制定了《关联交易管理细则》，对关联交易的决策权力和程序做了详细的规定。

2、《公司章程》对关联股东在关联交易表决中回避制度的规定

《公司章程》第 76 条：股东大会审议有关关联交易事项时，关联股东不应参与投票表决，其所代表的有表决权的股份数不计入有效表决总数；股东大会决议应当充分披露非关联股东的表决情况。

3、《公司章程》中对涉及董事个人的关联交易的规定

第 116 条：董事与董事会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。

4、《关联交易管理细则》对于关联交易决策权力和程序的规定

（1）公司拟进行的关联交易由公司职能部门提出议案，议案应就该关联交易的具体事项、定价依据和对公司及股东利益的影响程度做出详细说明。

（2）公司拟与关联人发生的交易（公司提供担保、获赠现金资产除外）金额在 1,000 万元以上（含 1,000 万元），且占公司最近一期经审计净资产绝对值 5%以上（含 5%）的关联交易，除应及时披露外，还应当聘请具有执行证券、期货相关业务资格的中介机构，对交易标的进行审计或者评估，并将该交易提交股东大会审议决定。

公司拟与关联人达成的总额高于 300 万元，或高于公司最近经审计净资产值 5%的关联交易，应由独立董事认可后提交董事会讨论。独立董事做出判断前，

可以聘请中介机构出具独立财务顾问报告，作为其判断的依据。

与关联人发生购买原材料、燃料、动力；销售产品、商品；提供或者接受劳务；委托或者受托销售等日常经营相关的关联交易所涉及的交易标的，可以不进行审计或者评估。

（3）公司为关联人提供担保的，不论数额大小，均应当在董事会审议通过后及时披露，并提交股东大会审议。公司为持股 5%以下（不含 5%）的股东提供担保的，比照为关联人提供担保执行，有关股东应当在股东大会上回避表决。

（4）公司与关联人共同出资设立公司，应视公司的出资额为关联交易金额，确定相应的决策程序。公司出资额达到股东大会、董事会审议标准的，如所有出资方均全部以现金出资，且按照出资额比例确定各方在所设立公司的股权比例的，可以向深圳证券交易所申请豁免适用提交股东大会审议的规定。

（5）公司进行“提供财务资助”和“委托理财”等关联交易时，应当按交易类别在连续十二个月内累计计算发生额，经累计计算的发生额达《关联交易管理细则》中规定需股东大会、董事会审议标准的，公司股东大会、董事会应予以审议。已经按照《关联交易管理细则》履行相关义务的，不再纳入相关的累计计算范围。

公司进行前款所称“‘提供财务资助’和‘委托理财’等”之外的其他关联交易时，应当对相同交易类别下标的相关的各项交易，根据连续十二个月内累计计算的原则决定是否应提交股东大会、董事会审议。已经按照《关联交易管理细则》履行相关义务的，不再纳入相关的累计计算范围。

（6）公司与关联人进行购买原材料、燃料、动力；销售产品、商品；提供或者接受劳务；委托或者受托销售等日常关联交易时，按照下述规定进行披露和履行相应披露和审议程序：

①对于以前经股东大会或者董事会审议通过且正在执行的日常关联交易协议，如果执行过程中主要条款未发生重大变化的，公司应当在定期报告中按要求披露各协议的实际履行情况，并说明是否符合协议的规定；如果协议在执行过程中主要条款发生重大变化或者协议期满需要续签的，公司应当将新修订或者续签

的日常关联交易协议，根据协议涉及的总交易金额提交股东大会或者董事会审议，协议没有具体总交易金额的，应当提交股东大会审议；

②对于前项规定之外新发生的日常关联交易，公司应当与关联人订立书面协议并及时披露，根据协议涉及的总交易金额提交股东大会或者董事会审议，协议没有具体总交易金额的，应当提交股东大会审议。该协议经审议通过并披露后，根据其进行的日常关联交易按照前项规定办理；

③公司每年新发生的各类日常关联交易数量较多，需要经常订立新的日常关联交易协议等，难以按照前项规定将每份协议提交股东大会或者董事会审议的，可以在披露上一年度报告之前，按类别对本公司当年度将发生的日常关联交易总金额进行合理预计，根据预计结果提交股东大会或者董事会审议并披露；对于预计范围内的日常关联交易，公司应当在定期报告中予以分类汇总披露。公司实际执行中超出预计总金额的，应当根据超出量重新提请股东大会或者董事会审议并披露。

（7）日常关联交易协议的内容应当至少包括定价原则和依据、交易价格、交易总量或者明确具体的总量确定方法、付款时间和方式等主要条款。

日常关联交易协议未确定具体交易价格而仅说明参考市场价格的，公司在按照前条规定履行披露义务时，应当同时披露实际交易价格、市场价格及其确定方法、两种价格存在差异的原因。

（8）公司与关联人进行现金方式认购另一方公开发行的股票、公司债券或企业债券、可转换公司债券或者其他衍生品种；作为承销团成员承销另一方公开发行的股票、公司债券或企业债券、可转换公司债券或者其他衍生品种；依据另一方股东大会决议领取股息、红利或者报酬；参与公开招标、公开拍卖等行为所导致的关联交易；深圳证券交易所认定的其他交易时，可以免于按照关联交易的方式进行审议。

（9）公司董事会审议关联交易事项时，关联董事应当回避表决，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非关联董事出席即可举行，董事会会议所作决议须经非关联董事过半数通过。出席董事会会议的非关联董事人

数不足三人的，公司应当将交易提交股东大会审议。

（10）公司股东大会审议关联交易事项时，关联股东应当回避表决。

（五）公司控股股东和实际控制人关于减少及规范关联交易的承诺函

截至本招股说明书签署日，除控股股东吕强为本公司 5,239 万元银行借款提供连带责任保证担保外，公司与关联方不存在其他关联交易。为进一步减少、规范公司与控股股东及其控制的企业之间的关联交易，控股股东和实际控制人吕强于 2010 年 1 月 5 日特此作出如下不可撤销的承诺：

1、不利用控股股东和实际控制人地位及与公司之间的关联关系损害公司利益和其他股东的合法权益。

2、本人在最近三年内从未以任何理由和方式占用过公司的资金或其他资产，且自本承诺函出具日起本人及本人控制的其他企业亦将不会以任何理由和方式占用公司的资金或其他资产。

3、尽量减少与公司发生关联交易，如关联交易无法避免，将按照公平合理和正常的商业交易条件进行，将不会要求或接受公司给予比在任何一项市场公平交易中第三者更优惠的条件。

4、将严格和善意地履行与公司签订的各种关联交易协议，不会向公司谋求任何超出上述规定以外的利益或收益。

5、本人将通过对所控制的其他企业的控制权，促使该企业按照同样的标准遵守上述承诺。

6、若违反上述承诺，本人将承担相应的法律责任，包括但不限于由此给公司及其他股东造成的全部损失。

（六）公司关联交易履行程序的情况及独立董事意见

公司全体独立董事于 2010 年 1 月 5 日就公司最近三年存在的关联交易进行了审核及确认；2010 年 1 月 12 日召开的公司第一届董事会第七次会议和 2010 年 1 月 29 日召开的公司 2010 年第一次临时股东大会亦分别在关联董事、关联股东回避表决的情况下，对公司最近三年存在的关联交易进行了审核及确认。公司

独立董事和董事会、股东大会均认为：“公司最近三年的关联交易事项，遵循了平等、自愿、等价、有偿的原则，有关协议所确定的条款是公允的、合理的，关联交易的价格以市场价格为基础，由交易双方协商确定，不存在损害公司和公司股东利益的情形。”

（七）公司防范关联方资金占用的相关措施

为防范关联方资金占用，公司已制定了《关联交易管理细则》，对关联方的界定、关联交易的范围、决策程序等都做了详细规定，其中第七条特别规定了“公司不得直接或者通过子公司向董事、监事、高级管理人员提供借款”，在内部控制制度上作出了防止关联方占用其资金的有效安排。除严格执行《公司章程》及《关联交易管理细则》等制度外，公司控股股东、实际控制人吕强及其关联方金美儿、吕振福、吕丽珍、欧阳波、吕丽妃还作出了《关于不占用公司资金的承诺函》，承诺不通过以下方式将公司资金直接或间接地提供给本人或其他关联方使用：（1）有偿或无偿地拆借公司的资金给本人或其他关联方使用；（2）通过银行或非银行金融机构向本人或其他关联方提供委托贷款；（3）代本人或其他关联方偿还债务；（4）委托本人或其他关联方进行投资活动；（5）为本人或其他关联方开具没有真实交易背景的商业承兑汇票。

第八节 董事、监事、高级管理人员与核心技术人员

一、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员简介

（一）董事会成员

本公司共设 9 名董事，其中 3 名为独立董事。本公司董事由股东大会选举产生，任期 3 年，可连选连任，但独立董事连任不得超过两届。本公司董事均为中国国籍，无境外永久居留权。

1、董事基本情况介绍

姓名	职务	性别	简历
吕 强	董事长	男	1948 年出生，高中学历，高级经济师，中国农工民主党党员。1985 年至 1988 年担任浙江永康四路轻工机械厂厂长；1988 年至 1995 年担任永康活动铅笔厂厂长；1996 年 5 月创办浙江哈尔斯工贸有限公司至 2002 年担任公司董事长、总经理；2002 年至 2008 年担任浙江哈尔斯工贸有限公司董事长；2008 年 8 月至今，担任浙江哈尔斯真空器皿股份有限公司董事长。吕强先生致力于研究开发不锈钢真空器皿产品，曾获得技术专利共 47 项。现为中国日用杂品工业协会副理事长，浙江民营企业研究会副会长，金华市优秀企业家、永康市劳动模范，是永康市第八届政协委员、第九届政协常委。
陈晓行	董事	男	1972 年出生，管理学硕士研究生学历，工程师。1999 年 2001 年担任交通银行杭州分行会计员、信贷员；2001 年至 2003 年担任浙江龙盛集团股份有限公司发展部部长；2003 年至 2005 年担任宜昌百泰实业发展有限公司总经理；2005 年 4 月至今担任上海威都实业发展有限公司总经理；2008 年 8 月担任本公司董事。
张 洵	董事、 总经理	男	1954 年出生，大专学历，经济师，中共党员。1989 年至 1996 年担任上海利华有限公司（中英合资）销售经理；1996 年至 1997 年担任上海制皂有限公司副总经理、总经理；1998 年至 1999 年担任联合利华服务（上海）有限公司董事、副总经理；1999 年至 2003 年担任上海制皂有限公司副总经理、总经理；2003 年至 2008 年担任上海白象天鹅电池有限公司总经理；2008 年 5 月担任浙江哈尔斯工贸有限公司副总经理；2008 年 11 月至今，担任本公司董事、总经理。

吕振福	董事	男	1970 年出生，大专学历，中共党员。1992 年至 2001 年担任浙江司法局金华监狱科长，一级警司；2001 年至 2008 年担任浙江哈尔斯工贸有限公司副总经理，2008 年 8 月至 2009 年 5 月担任本公司董事、副总经理；现任永康市赛纳普工贸有限公司执行董事、总经理，本公司董事、浙江省永康市第十二届政协委员。
欧阳波	董事	男	1973 年出生，硕士研究生学历，高级经济师。1997 年 2 月至 2008 年 8 月，先后担任浙江哈尔斯工贸有限公司销售部长、副总经理、总经理职务；2008 年 8 月至 11 月担任本公司董事、总经理职务；现为本公司董事。2003 年被永康市政府授予“最佳外贸业务员”称号；永康市第十一届政协委员。
潘子南	董事、 副总经理	男	1949 年出生，高中学历，工程师。1970 年至 1990 年在航空部昌河飞机工业公司先后任机加钳工、模具钳工、工艺技术员、工段长、车间技术主任、工程师；1990 年至 1997 年任昌河铃木汽车股份有限公司品质保证处质量控制室主任、技术室主任；1997 年至 1998 年任浙江铁牛集团有限公司常务副总经理兼质量副总经理；1998 年至 2000 年任昌河飞机工业公司质量保证处技术室主任；2000 年至 2008 年历任铁牛集团有限公司常务副总经理兼技术副总经理；2009 年 1 月担任本公司董事，2009 年 5 月至今，任本公司董事、副总经理。
张希平	独立董事	男	1949 年出生，研究生学历，高级经济师，中共党员。1984 年 5 月至 1991 年 3 月，担任上海市五金交电公司、上海家用电器批发公司、上海交电家电商业集团公司副总经理；1991 年 4 月至 1995 年 6 月担任上海第一商业局计划处长、外经处长、局长助理；1995 年 6 月至 1997 年 8 月担任上海一百集团公司董事、副总经理；1997 年 8 月至 2000 年 1 月担任上海石油集团公司董事、总经理；2000 年 1 月至 2004 年 3 月，担任中国石化上海石油分公司党委书记、常务副总经理；2004 年 4 月担任中国石化销售华东分公司党委书记，已退休。2009 年 1 月 14 日起担任本公司独立董事。
郭延曦	独立董事	女	1953 年出生，本科学历，高级律师。1978 年至 1982 年任华东师范大学教师；1982 年至 1986 年，担任上海市司法局教育处公检法司在职干部自修大学教务处负责人；1986 年至 1997 年担任上海大学法学院法学副教授、经济法系副主任，其间 1992 年至 1993 年为英国伦敦大学法学院中英友好奖学金访问学者；1997 年至 2000 年担任上海爱建股份有限公司监事；2001 年至 2008 年为上海市耀良律师事务所高级合伙人；现为上海市郭延曦律师事务所主任，2009 年 1 月 14 日起担任本公司独立董事。郭延曦女士为中华全国律师协会会员，中国国际法学会会员，上海欧美同学会会员、妇女委员会委员，“九三学社”上海市社会

			和法制委员会委员。
叶兴林	独立董事	男	1974 年出生，EMBA 学历，高级会计师、注册会计师，注册税务师。历任天健会计师事务所部门经理、杭州珂瑞特机械制造有限公司财务总监，现任国信证券股份有限公司投行内核办主任助理，2009 年 1 月 14 日起担任本公司独立董事。叶兴林先生为浙江省会计学会会员，先后在《财务与会计》、《中国注册会计师》等知名刊物上发表过专业论文 10 多篇。

2、董事的提名及选聘情况

2008 年 8 月 20 日，公司创立大会暨首次股东大会选举产生了第一届董事会，选举由吕强提名的吕强、张洵、吕振福、欧阳波，由阮伟兴提名的陈晓行为第一届董事会董事。

2009 年 1 月 14 日，公司 2009 年第一次临时股东大会形成决议，选举由吕强提名的张希平、郭延曦和由阮伟兴提名的叶兴林为独立董事，增选由吕强提名的潘子南为董事，公司董事人数增加至 9 人。

2008 年 8 月 20 日，公司第一届董事会第一次会议选举吕强为本公司第一届董事会董事长。

（二）监事会成员

本公司监事会由 3 名监事组成，其中周亮渠、吕丽妃为股东代表监事，应维湖为职工代表监事。本公司股东代表监事由股东大会选举产生，职工代表监事由职工代表大会民主选举产生。本公司监事任期 3 年，连选可连任。本公司监事均为中国国籍，无境外永久居留权。

1、监事基本情况介绍

姓名	职务	性别	简历
周亮渠	监事会主席	男	1960 年出生，本科学历，高级经济师，中共党员。1977 年至 1989 年在浙江奥托康制药总公司工作；1989 年至 1998 年在金华市土特产公司工作；1998 年至 2002 年在金华安泰会计师事务所工作；2002 年至 2006 年在浙江金意达实业有限公司工作；2006 年至今在浙江哈尔斯真空器皿股份有限公司工作；现任本公司监事会主席。

吕丽妃	监事	女	1976 年出生，大专学历。1996 年至 2000 年担任永康市天天环保洁具有限公司销售部业务员、经理；2000 年至 2003 年担任浙江哈尔斯工贸有限公司销售部副经理；2003 年至 2008 年担任浙江哈尔斯工贸有限公司内贸部经理；2008 年 8 月至今，任本公司监事。
应维湖	监事、办公室主任、党支部副书记	男	1970 年出生，本科学历，中共党员。1990 年至 2002 年在浙江永活股份有限公司历任金工车间工段长兼任团支部书记、党办秘书、厂办秘书、董事会秘书兼团委副书记；2002 年 4 月历任浙江哈尔斯工贸有限公司办公室主任、工会主席；现任公司办公室主任、党支部副书记、职工代表监事。

2、监事的提名及选聘情况

2008 年 8 月 20 日，公司职工代表大会选举应维湖出任股份公司第一届监事会职工代表监事。

2008 年 8 月 20 日，公司创立大会暨首次股东大会选举产生了第一届监事会，选举吕强提名的周亮渠、吕丽妃为第一届监事会股东代表监事。2008 年 8 月 20 日，公司第一届监事会第一次会议选举周亮渠为第一届监事会主席。

（三）高级管理人员

本公司目前高级管理人员包括总经理 1 名、副总经理 2 名、财务总监 1 名、董事会秘书 1 名。本公司高级管理人员均为中国国籍，无境外永久居留权。

1、高级管理人员基本情况介绍

姓名	职务	性别	简历
张 洵	董事、总经理	男	参见本节“一、（一）董事会成员”之“1、董事基本情况介绍”。
潘子南	副总经理	男	参见本节“一、（一）董事会成员”之“1、董事基本情况介绍”。
雷 雨	副总经理	男	1968 年出生，大学本科学历，高级工程师。1990 年至 1997 年历任三九药业集团工程师，设计处长，分厂厂长，企管处长；1997 年 7 月至 2001 年 8 月担任香港 ECM（深圳）电机制造厂生产统筹部工程师、经理；2001 年至 2004 年担任浙江卧龙科技股份有限公司微电机事业部副总经理；2005 年至 2008 年担任旺成国际控股集团有限公司江苏鑫港企业有限公司副总经理；2008 年 10 月至今，担任本公司副总经理。
吕丽珍	财务总监	女	1975 年出生，研究生结业，助理会计师职称，注册企业风险管理师。1996 年至 2000 年担任永康市天天环

			保洁具有限公司财务科主管会计、科长；2000 年至 2003 年担任浙江哈尔斯工贸有限公司财务部经理；2003 年至 2008 年担任浙江哈尔斯工贸有限公司财务负责人；2008 年 8 月至今，担任本公司财务总监。
凌永华	董事会秘书	男	1953 年出生，大专学历，工程师、经济师，中共党员。1989 年至 1992 年担任大屯煤电集团公司办公室副主任；1993 年至 1998 年担任大屯煤电集团公司计划处处长；1999 年至 2002 年担任上海大屯能源股份有限公司董事会秘书，2001 年在大屯煤电集团公司因工作突出被授予特等功。2003 年至 2005 年担任上海人民科技有限责任公司常务副总经理；2006 年至 2007 年担任步阳集团有限公司副总经理、浙江步阳汽轮股份有限公司董事；2008 年至今，担任本公司董事会秘书。

2、高级管理人员的选聘情况

姓名	选聘情况
张 洵	由 2008 年 11 月 24 日召开的公司第一届董事会第二次会议选举产生
潘子南	由 2009 年 4 月 28 日召开的公司第一届董事会第四次会议选举产生
雷 雨	由 2008 年 12 月 29 日召开的公司第一届董事会第三次会议选举产生
吕丽珍	由 2008 年 8 月 20 日召开的公司第一届董事会第一次会议选举产生
凌永华	由 2008 年 8 月 20 日召开的公司第一届董事会第一次会议选举产生

（四）核心技术人员

截至本招股说明书签署日，公司核心技术人员共 2 人，具体情况如下：

姓名	职务	性别	简历
吕 强	董事长	男	参见本节“一、（一）董事会成员”之“1、董事基本情况介绍”。
翁文武	外贸部经理	男	1974 年出生，大学本科学历，高级工程师；1995 年 8 月至 2000 年 3 月为浙江精诚集团有限公司技术员、工程师；2000 年 3 月至 2008 年 8 月，担任浙江哈尔斯工贸有限公司技术副总经理；2008 年 8 月至 2009 年 5 月担任本公司技术副总经理；2009 年 5 月至今，担任本公司外贸部经理。翁文武先生为《双层口杯行业标准》起草人，永康市科技人员突出贡献奖获得者。

二、董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属持有本公司股份的情况

截至本招股说明书签署之日，本公司董事、监事、高级管理人员、核心技术

人员及其近亲属直接持有公司股份报告期内变动情况如下表所示：

序号	姓名	职务	2007 年末 持股比例 (%)	2008 年末 持股比例 (%)	2009 年末 持股比例 (%)	2010 年 6 月末 持股比例 (%)
1	吕 强	董事长	91.4	66.00	66.00	66.00
2	吕振福	董事	0	4.50	4.50	4.50
3	欧阳波	董事	0	4.50	4.50	4.50
4	吕丽珍	财务总监	0	4.50	4.50	4.50
5	吕丽妃	监事	0	4.50	4.50	4.50
6	张 洵	董事、总经理	0	1.00	1.00	1.00
7	翁文武	外贸部经理	0	1.00	1.00	1.00
8	凌永华	董事会秘书	0	0.68	0.68	0.68
9	应维湖	监事、办公室主任、 党支部书记	0	0.17	0.17	0.17
10	金美儿		8.6	0	0	0

上述人员持有的公司股份无任何质押、冻结及其他权利被限制的情形。

截至本招股说明书签署日，本公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属无间接持有本公司股份的情况。

三、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的其他对外投资情况

本公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的其他对外投资情况如下：

序号	姓名	职务	被投资企业情况			
			企业名称	与本公司 关系	注册资本/出 资额（万元）	持股（出资） 比例（%）
1	吕 强	董事长	浙江哈尔斯电器有限公司	控股股东吕强控制的企业	1,000.00	90.00
2	吕振福	董事	永康市赛纳普工贸有限公司	董事吕振福持股 50%的企业	50.00	50.00

本公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的其他对外投资不存在与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最近一年从公司及关联企业领取收入情况

姓名	职务	年薪/津贴（万元）	领薪单位
吕强	董事长	45.00	本公司
陈晓行	董事	0	注
张洵	董事、总经理	80.00	本公司
吕振福	董事	12.00	本公司
	执行董事兼总经理	3.00	赛纳普工贸
欧阳波	董事	12.00	本公司
潘子南	董事、副总经理	80.00	本公司
张希平	独立董事	6.00	本公司
郭延曦	独立董事	6.00	本公司
叶兴林	独立董事	6.00	本公司
周亮渠	监事会主席	6.00	本公司
吕丽妃	监事	12.00	本公司
应维湖	监事、办公室主任、党支部副书记	7.50	本公司
雷雨	副总经理	40.00	本公司
凌永华	董事会秘书	24.00	本公司
吕丽珍	财务总监	12.00	本公司
翁文武	外贸部经理	12.00	本公司

注：陈晓行主要从上海威都实业发展有限公司领取薪酬，未在本公司领薪。

除吕振福在关联企业永康市赛纳普工贸有限公司领取薪酬外，最近一年内上述人员没有从公司其他关联企业领取收入的情况。

五、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员在其他单位的兼职情况

本公司董事、监事、高级管理人员与核心技术人员在其他单位的兼职情况如下表所示：

序号	姓名	本公司任职	兼职单位	兼职单位任职	兼职单位与本公司的关联关系
1	吕强	董事长	浙江哈尔斯电器有限公司	执行董事	同一实际控制人控制的企业
2	吕振福	董事	永康市赛纳普工贸有限公司	执行董事兼总经理	董事吕振福持股50%的企业
3	陈晓行	董事	上海威都实业发展有限公司	总经理	无关联关系

4	郭延曦	独立董事	上海市郭延曦律师事务所	主任	无关联关系
5	叶兴林	独立董事	国信证券股份有限公司	投行内核办主任助理	无关联关系

除上述人员外，公司其他董事、监事、高级管理人员及核心技术人员均专职于本公司工作，未在其他单位兼职。

六、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员之间的亲属关系

截至本招股说明书签署日，除吕丽珍、吕丽妃为本公司董事长吕强的女儿，吕振福、欧阳波为本公司董事长吕强的女婿外，公司其余董事、监事、高级管理人员及核心技术人员相互之间不存在亲属关系。

七、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员与公司签署的协议、作出的重要承诺，以及有关协议和承诺的履行情况

（一）董事、监事、高级管理人员及核心技术人员与公司签署的协议

公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员分别与公司签订了《劳动合同》。此外，公司与高级管理人员、核心技术人员分别签订了《保密协议》。

除上述《劳动合同》和《保密协议》外，本公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员未与公司签订任何其他协议。

（二）董事、监事、高级管理人员及核心技术人员做出的重要承诺

公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员作出的重要承诺情况见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“十一、主要股东及作为股东的董事、监事、高级管理人员作出的重要承诺及其履行情况”的相关内容。

除上述承诺外，公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员无其他重要

承诺。

（三）上述协议和承诺的履行情况

截至本招股说明书签署日，上述协议和承诺履行正常，不存在违约情形。

八、董事、监事、高级管理人员的任职资格

公司董事、监事、高级管理人员的任职资格符合有关法律、法规、规范性文件及《公司章程》的规定。

九、董事、监事、高级管理人员近三年变动情况及原因

（一）董事变动情况

报告期初至 2008 年 8 月公司整体变更为股份公司前，公司未设董事会，吕强担任公司执行董事。股份公司设立后，2008 年 8 月 20 日召开的公司创立大会选举吕强、陈晓行、张洵、吕振福、欧阳波为公司第一届董事会成员。第一届第一次董事会选举吕强为董事长。2009 年 1 月 14 日，公司 2009 年第一次临时股东大会增选潘子南为公司董事，增选张希平、郭延曦、叶兴林为公司独立董事。

（二）监事变动情况

报告期初至 2008 年 8 月公司整体变更为股份公司前，公司监事为金美儿。股份公司设立后，2008 年 8 月 20 日召开的公司创立大会选举周亮渠、吕丽妃为股东代表监事，同日召开的公司职工代表大会选举应维湖为职工代表监事。

（三）高级管理人员变动情况

报告期初至 2008 年 2 月，公司总经理为蔡瑞兴，副总经理为欧阳波、吕振福和翁文武。2008 年 2 月蔡瑞兴退休，由欧阳波接替其总经理职务，2008 年 5 月，公司聘请张洵担任副总经理。2007 年 8 月，哈尔斯工贸股东会决议同意聘任廉卫东为总经理助理。2008 年 8 月 20 日，经公司第一届董事会第一次会议决议，同意继续聘请欧阳波担任总经理，吕振福、翁文武、张洵担任副总经理，吕

丽珍担任财务总监，廉卫东担任总经理助理，另聘请凌永华担任董事会秘书。2008年11月24日，经公司第一届董事会第二次会议决议，同意欧阳波因脱产进修辞去公司总经理职务，同时选举副总经理张洵为公司总经理。2008年12月29日，经公司第一届董事会第三次会议决议，聘请雷雨为公司副总经理。2009年5月8日，经公司第一届董事会第四次会议决议，同意聘请潘子南为公司副总经理，同时因工作调整需要，同意吕振福和翁文武辞去副总经理职务、廉卫东辞去总经理助理职务，吕振福仍担任公司董事，翁文武、廉卫东调任公司其他重要岗位。

报告期内公司董事、监事及高级管理人员职务虽有变动，但属于公司高层内部的正常工作调动，除蔡瑞兴总经理退休外，其他人员仍在公司任职，家族成员吕振福和欧阳波只担任公司董事，其高管职位由职业经理人接替。

上述人员的变动均履行了必要的法律程序，符合相关法律、法规和公司章程的规定，对本公司的持续经营未造成不利影响。

第九节 公司治理

本公司自整体变更设立以来，按照《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规定，逐步建立健全了公司治理结构。具体情况如下：

一、发行人股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度的建立健全及运行情况

（一）股东大会制度的建立健全及运行情况

1、股东大会的职权

《公司章程》第三十七条规定股东大会是公司的权力机构，依法行使下列职权：（1）决定公司的经营方针和投资计划；（2）选举和更换董事、非由职工代表担任的监事，决定有关董事、监事的报酬事项；（3）审议批准董事会报告；（4）审议批准监事会报告；（5）审议批准公司的年度财务预算方案、决算方案；（6）审议批准公司的利润分配方案和弥补亏损方案；（7）对公司增加或者减少注册资本作出决议；（8）对发行公司债券作出决议；（9）对公司合并、分立、解散、清算或者变更公司形式作出决议；（10）修改公司章程；（11）对公司聘用、解聘会计师事务所作出决议；（12）审议批准下列担保事项：本公司及本公司控股子公司的对外担保总额，达到或超过最近一期经审计净资产的 50%以后提供的任何担保；公司的对外担保总额，达到或超过最近一期经审计总资产的 30%以后提供的任何担保；为资产负债率超过 70%的担保对象提供的担保；单笔担保额超过最近一期经审计净资产 10%的担保；对股东、实际控制人及其关联方提供的担保；（13）审议公司在一年内购买、出售重大资产超过公司最近一期经审计总资产 30%的事项；（14）审议法律、行政法规、部门规章或公司章程规定应当由股东大会决定的其他事项。上述股东大会的职权不得通过授权的形式由董事会或其他机构和个人代为行使。

2、股东大会制度的建立健全情况

在《公司章程》就股东大会制度相关规定的基础上，本公司于 2008 年 8 月 20 日召开了公司创立大会暨首次股东大会，审议通过了《股东大会议事规则》。该规则对股东大会的职权、会议召集与主持、提案与通知、召开与表决等各个方面作了明确规定，对《公司章程》中的相应内容进行了细化。

3、股东大会的运行情况

本公司自 2008 年 8 月整体变更设立以来，共召开了 5 次股东大会，公司召开的历次股东大会在决议内容、召集程序、表决方式等方面均严格按照《公司法》、《公司章程》及《股东大会议事规则》的相关规定规范运行。

（二）董事会制度的建立健全及运行情况

1、董事会的构成

公司设董事会，对股东大会负责。董事会由 9 名董事组成，设董事长一人。

2、董事会的职权

《公司章程》第一百零四条规定，董事会行使下列职权：（1）召集股东大会，并向股东大会报告工作；（2）执行股东大会的决议；（3）决定公司的经营计划和投资方案；（4）制订公司的年度财务预算方案、决算方案；（5）制订公司的利润分配方案和弥补亏损方案；（6）制订公司增加或者减少注册资本、发行债券或其他证券及上市方案；（7）拟订公司重大收购、收购本公司股票或者合并、分立、解散及变更公司形式的方案；（8）在股东大会授权范围内，决定公司对外投资、收购出售资产、资产抵押、对外担保事项、委托理财、关联交易等事项；（9）决定公司内部管理机构的设置；（10）聘任或者解聘公司总经理、董事会秘书；根据总经理的提名，聘任或者解聘公司副总经理、财务负责人等高级管理人员，并决定其报酬事项和奖惩事项；（11）制订公司的基本管理制度；（12）制订公司章程的修改方案；（13）管理公司信息披露事项；（14）向股东大会提请聘请或更换为公司审计的会计师事务所；（15）听取公司总经理的工作汇报并检查总经理的工作；（16）法律、行政法规、部门规章或公司章程授予的其他职权。超过股东大会授权范围的事项，应当提交股东大会审议。

3、董事会制度的建立健全情况

在《公司章程》就董事会制度相关规定的基础上，本公司于 2008 年 8 月 20 日召开了公司创立大会暨首次股东大会，审议通过了《董事会议事规则》。该规则对董事的任免与权责、董事会的职权、会议召集与主持、提案与通知、召开与表决，以及独立董事和董事会秘书等各个方面作了明确规定，对《公司章程》中的相应内容进行了细化。

4、董事会的运行情况

本公司自 2008 年 8 月整体变更设立以来，共召开了 9 次董事会会议，公司召开的历次董事会会议在决议内容、召集程序、表决方式等方面均严格按照《公司法》、《公司章程》及《董事会议事规则》的相关规定规范运行。

（三）监事会制度的建立健全及运行情况

1、监事会的构成

公司设监事会。监事会由 3 名监事组成，其中股东代表监事 2 人，由股东大会按照《公司章程》规定的程序选举产生；职工代表监事 1 人，由公司职工代表大会选举产生。公司监事会设主席一人，由全体监事过半数选举产生。

2、监事会的职权

《公司章程》第一百四十一条规定，监事会行使下列职权：（1）应当对董事会编制的公司定期报告进行审核并提出书面审核意见；（2）检查公司财务；（3）对董事、高级管理人员执行公司职务的行为进行监督，对违反法律、行政法规、公司章程或者股东大会决议的董事、高级管理人员提出罢免的建议；（4）当董事、高级管理人员的行为损害公司的利益时，要求董事、高级管理人员予以纠正；（5）提议召开临时股东大会，在董事会不履行《公司法》规定的召集和主持股东大会职责时召集和主持股东大会；（6）向股东大会提出提案；（7）选举和更换监事会主席；（8）依照《公司法》第一百五十二条的规定，对董事、高级管理人员提起诉讼；（9）监事可以列席董事会会议，并对董事会决议事项提出质询或者建议。监事会发现公司经营情况异常，可以进行调查；必要时，可以聘请会计师事务所、律师事务所等专业机构协助其工作，费用由公司承担。

3、监事会制度的建立健全情况

在《公司章程》就股东大会制度相关规定的基础上，本公司于 2008 年 8 月 20 日召开了公司创立大会暨首次股东大会，审议通过了《监事会议事规则》。该规则对监事的任免与权责、监事会的职权、监事会议事程序等各个方面作了明确规定，对《公司章程》中的相应内容进行了细化。

4、监事会的运行情况

本公司自 2008 年 8 月整体变更设立以来，共召开了 4 次监事会会议，公司召开的历次监事会会议在决议内容、召集程序、表决方式等方面均严格按照《公司法》、《公司章程》及《监事会议事规则》的相关规定规范运行。

（四）独立董事制度的建立健全及运行情况

经 2009 年 1 月 14 日召开的 2009 年第一次临时股东大会审议通过，本公司聘任张希平先生、郭延曦女士、叶兴林先生担任公司独立董事，其中叶兴林先生为会计专业人士；同时制定了《独立董事工作细则》，对公司独立董事的任职条件、提名、选举、更换、职责及履行等方面作出明确规定，进一步完善了独立董事的相关制度。

本公司独立董事自受聘以来，严格按照相关法律法规、《公司章程》和《独立董事工作细则》的要求，忠实履行职责，维护公司整体利益和股东合法权益，对公司治理结构的完善发挥了重要作用。本公司独立董事具备丰富的专业知识，对董事会关于战略、经营、财务等方面的决策的科学、客观、公正发挥了重要促进作用。

（五）董事会秘书制度的建立健全及运行情况

经 2008 年 8 月 20 日第一届董事会第一次会议审议通过，公司聘任凌永华先生为董事会秘书。

《公司章程》、《董事会秘书工作细则》等对董事会秘书的职责、权利和义务作了明确规定。本公司董事会秘书自聘任以来，严格按照相关法律法规、《公司章程》和《董事会秘书工作细则》的要求，认真履行各项职责。

（六）董事会专门委员会的设置情况

经 2009 年 1 月 29 日召开的 2009 年第一次临时股东大会审议通过，本公司设立了战略委员会、审计与风险管理委员会、薪酬与考核委员会、提名委员会等四个董事会专门委员会，各专门委员会成员构成如下：

委员会名称	成员
战略委员会	吕强（主任委员）、张洵、吕振福、欧阳波、陈晓行、张希平、潘子南
审计与风险管理委员会	叶兴林（主任委员）、郭延曦、陈晓行
薪酬与考核委员会	郭延曦（主任委员）、张洵、叶兴林
提名委员会	张希平（主任委员）、吕振福、郭延曦

此外，经 2008 年 12 月 29 日一届董事会第三次会议审议通过，本公司制定了董事会各专门委员会的工作细则。

公司董事会专门委员会的设立及其规范运作制度的建立，有利于公司治理结构的完善和董事会决策水平的提高，对公司持续规范发展发挥重要作用。

（七）募集资金管理制度

经 2009 年 1 月 29 日召开的 2009 年公司第一次临时股东大会审议通过，本公司建立了《募集资金管理制度》。本次发行募集资金到位后，公司将严格按照中国证监会、深圳证券交易所的相关规定以及本公司的《募集资金管理制度》，规范管理使用募集资金。

二、发行人近三年违法违规情况

最近三年，公司运作规范，不存在重大违法违规行为，不存在被相关主管机关处罚的情形。

三、发行人报告期内与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业间资金往来和担保情况

（一）发行人与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业间的资金往来

1、2008 年 12 月，本公司向控股股东（实际控制人）吕强控股的哈尔斯电器借入临时周转资金 150 万元，并于 2009 年 1 月归还。

2、关联方基尔特工贸、吕振福、欧阳波 2007 年至 2008 年存在向公司借款并按同期银行借款利率支付资金使用费的行为，上述款项全部归还后未再发生。具体情况请见本招股说明书“第七节同业竞争和关联交易”之“二、关联交易（二）偶发性关联交易”中的相关内容。

除此之外，报告期内本公司与吕强本人及其控制的其他企业间无其他资金往来。

（二）发行人为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业担保情况

报告期内，本公司不存在为控股股东（实际控制人）吕强及其控制的其他企业提供担保的情况。

四、发行人内部控制情况

（一）公司管理层对内部控制完整性、合理性及有效性的自我评估意见

本公司管理层对公司内部控制进行自查和评估后认为：公司已建立了比较合理的内部控制制度，并不断加强执行力度，以保证公司经营管理的正常进行，对经营风险也可以起到有效的控制作用。这些内部控制制度虽已形成比较完善有效的体系，但随着管理的不断深化，应进一步予以补充和完善，使之始终适应公司发展的需要。根据《企业内部控制基本规范》及相关规定，本公司内部控制于 2010 年 6 月 30 日在所有重大方面是有效的。

（二）注册会计师对公司内部控制的鉴证意见

天健会计师事务所对本公司的内部控制进行审核后出具了天健审（2010）3759 号《关于浙江哈尔斯真空器皿股份有限公司内部控制的鉴证报告》，认为：公司按照《企业内部控制基本规范》及相关规定于 2010 年 6 月 30 日在所有重大方面保持了有效的内部控制。

第十节 财务会计信息

本章的财务会计信息，非经特别说明，均引自经天健会计师事务所审计的财务报告。本节若非标明或特别指明，单位均为人民币元。

一、审计意见类型及财务报表编制基础

（一）审计意见类型

天健会计师事务所对本公司 2007 年 12 月 31 日、2008 年 12 月 31 日、2009 年 12 月 31 日、2010 年 6 月 30 日的资产负债表和合并资产负债表，2007 年度、2008 年度、2009 年度、2010 年度 1-6 月的利润表和合并利润表，2007 年度、2008 年度、2009 年度、2010 年度 1-6 月的现金流量表和合并现金流量表，2007 年度、2008 年度、2009 年度、2010 年度 1-6 月的所有者权益变动表和合并所有者权益变动表以及财务报表附注进行了审计，并出具了标准无保留意见的《审计报告》（天健审[2010]3758 号）。

（二）财务报表编制基础和方法

本公司编制财务报表以持续经营假设为基础，以实际发生的交易及事项为根据，报告期 2007 年 1 月 1 日至 2010 年 6 月 30 日期间，本公司执行财政部 2006 年 2 月公布的《企业会计准则》，财务报表符合企业会计准则的要求，真实、完整地反映了企业的财务状况、经营成果和现金流量等有关信息。

二、合并财务报表范围及变化情况

截至 2010 年 6 月 30 日，本公司无子公司。

报告期内，纳入合并财务报表范围的子公司有 2 家，为本公司设立的控股子公司，具体如下：

公司名称	注册资本 (万元)	出资额 (万元)	权益比例 (%)	合并时间	备注
上海浙鑫贸易有限公司	300	270	90	2007年、2008 年1-3月	2008年3月 13日注销
浙江哈尔斯电器有限公司	1,000	900	90	2007年、2008 年1-3月	2008年3月 18日转让

三、发行人最近三年及一期财务报表

（一）合并资产负债表

单位：元

项目	2010-6-30	2009-12-31	2008-12-31	2007-12-31
流动资产：				
货币资金	41,894,709.98	39,808,359.96	37,286,777.84	31,161,968.07
交易性金融资产	-	-	-	-
应收票据	229,183.64	406,898.86	160,000.00	-
应收账款	41,641,477.59	33,694,783.14	31,407,260.33	23,234,403.07
预付款项	17,885,689.92	18,716,914.53	11,762,194.37	3,816,673.89
应收利息	-	-	-	-
其他应收款	3,165,663.50	3,033,875.30	116,179.05	6,476,689.09
存货	71,451,833.82	54,639,914.11	43,001,091.57	68,097,979.10
一年内到期的非流动资产	-	-	-	-
其他流动资产	-	-	-	568,375.82
流动资产合计	176,268,558.45	150,300,745.90	123,733,503.16	133,356,089.04
非流动资产：				
可供出售金融资产	-	-	-	-
持有至到期投资	-	-	-	-
长期应收款	-	-	-	-
长期股权投资	-	-	-	-
投资性房地产	-	-	-	-
固定资产	67,075,018.55	61,050,994.17	59,021,047.87	67,737,205.25
在建工程	227,850.50	-	-	-
工程物资	-	-	-	-
固定资产清理	-	-	-	-
生产性生物资产	-	-	-	-
油气资产	-	-	-	-
无形资产	21,597,805.38	21,828,823.92	9,159,366.76	9,347,823.61
开发支出	-	-	-	-
商誉	-	-	-	-
长摊待摊费用	-	-	-	-
递延所得税资产	733,066.98	499,578.02	819,965.83	570,994.75
其他非流动资产	-	-	-	-
非流动资产合计	89,633,741.41	83,379,396.11	69,000,380.46	77,656,023.61
资产总计	265,902,299.86	233,680,142.01	192,733,883.62	211,012,112.65

合并资产负债表（续）

单位：元

项目	2010-6-30	2009-12-31	2008-12-31	2007-12-31
流动负债：				
短期借款	45,993,946.37	11,966,500.15	49,531,842.00	74,662,109.35
交易性金融负债	-	-	-	-
应付票据	-	-	-	-
应付账款	30,720,203.79	37,213,015.21	23,855,369.01	32,926,837.19
预收款项	2,723,903.38	5,124,215.96	7,611,821.91	5,719,721.80
应付职工薪酬	9,902,940.90	10,898,560.03	8,233,266.94	3,141,374.62
应交税费	3,318,056.25	1,428,509.27	4,193,687.28	14,401,453.75
应付利息	123,221.88	80,874.98	92,739.33	218,886.70
其他应付款	2,097,424.51	2,847,991.02	4,894,838.91	2,917,837.28
一年内到期的非流动负债	-	-	-	-
其他流动负债	-	-	-	-
流动负债合计	94,879,697.08	69,559,666.62	98,413,565.38	133,988,220.69
非流动负债：				
长期借款	50,000,000.00	53,158,400.00	13,458,400.00	-
应付债券	-	-	-	-
长期应付款	-	-	-	-
专项应付款	-	-	-	-
预计负债	-	-	-	-
递延所得税负债	-	-	-	-
其他非流动负债	1,120,000.00	-	-	-
非流动负债合计	51,120,000.00	53,158,400.00	13,458,400.00	-
负债合计	145,999,697.08	122,718,066.62	111,871,965.38	133,988,220.69
股东权益：				
股本	38,000,000.00	38,000,000.00	38,000,000.00	30,000,000.00
资本公积	27,212,682.94	27,212,682.94	27,212,682.94	403,262.74
减：库存股	-	-	-	-
盈余公积	4,574,939.25	4,574,939.25	1,564,923.53	6,292,843.94
未分配利润	50,114,980.59	41,174,453.20	14,084,311.77	38,997,393.40
外币报表折算差额	-	-	-	-
归属于母公司股东权益合计	119,902,602.78	110,962,075.39	80,861,918.24	75,693,500.08
少数股东权益	-	-	-	1,330,391.88
股东权益合计	119,902,602.78	110,962,075.39	80,861,918.24	77,023,891.96
负债股东权益总计	265,902,299.86	233,680,142.01	192,733,883.62	211,012,112.65

（二）合并利润表

单位：元

项目	2010 年 1-6 月	2009 年度	2008 年度	2007 年度
一、营业总收入	160,328,434.94	278,742,124.60	303,772,992.93	242,480,611.97
其中：营业收入	160,328,434.94	278,742,124.60	303,772,992.93	242,480,611.97
二、营业总成本	140,052,945.94	246,134,186.92	277,666,400.42	221,466,018.37
其中：营业成本	112,529,390.56	192,790,374.08	237,937,113.16	199,028,796.38
营业税金及附加	1,023,451.80	1,480,912.32	2,381,836.87	1,213,804.29
销售费用	9,043,505.60	21,174,419.92	13,877,905.97	9,498,311.18
管理费用	13,583,477.60	23,914,848.84	17,988,962.90	6,904,089.17
财务费用	2,835,633.15	6,327,281.49	6,615,735.28	5,040,210.30
资产减值损失	1,037,487.23	446,350.27	-1,135,153.76	-219,192.95
加：投资收益（损失以“-”号填列）	-	-	162,122.22	-
三、营业利润（亏损以“-”号填列）	20,275,489.00	32,607,937.68	26,268,714.73	21,014,593.60
加：营业外收入	3,632,000.00	3,042,456.80	1,435,656.59	1,254,901.92
减：营业外支出	166,730.54	617,663.73	484,519.67	1,193,712.01
其中：非流动资产处置损失	-	296,159.39	-	-
四、利润总额（亏损总额以“-”号填列）	23,740,758.46	35,032,730.75	27,219,851.65	21,075,783.51
减：所得税费用	3,400,231.07	4,932,573.60	6,449,058.34	6,530,825.68
五、净利润（净亏损以“-”号填列）	20,340,527.39	30,100,157.15	20,770,793.31	14,544,957.83
归属于母公司股东的净利润	20,340,527.39	30,100,157.15	20,768,418.16	14,409,876.12
少数股东损益	-	-	2,375.15	135,081.71
六、每股收益：				
（一）基本每股收益	0.54	0.79	0.55	0.38
（二）稀释每股收益	0.54	0.79	0.55	0.38
七、其他综合收益				
归属于母公司股东的其他综合收益	-	-	-	-
归属于少数股东的其他综合收益	-	-	-	-
八、综合收益总额	20,340,527.39	30,100,157.15	20,770,793.31	14,544,957.83
归属于母公司股东的综合收益总额	20,340,527.39	30,100,157.15	20,768,418.16	14,409,876.12
归属于少数股东的综合收益总额	-	-	2,375.15	135,081.71

（三）合并现金流量表

单位：元

项目	2010 年 1-6 月	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	159,500,473.72	290,544,471.80	314,113,683.88	246,296,405.87
收到的税费返还	2,324,552.57	1,697,569.69	1,142,153.43	7,729,643.92
收到其他与经营活动有关的现金	4,086,998.72	4,018,327.71	15,029,685.70	12,488,212.53
经营活动现金流入小计	165,912,025.01	296,260,369.20	330,285,523.01	266,514,262.32
购买商品、接受劳务支付的现金	132,209,546.28	186,472,625.07	206,810,630.55	193,800,791.36
支付给职工以及为职工支付的现金	22,747,438.39	37,584,866.87	28,559,567.99	21,126,783.57
支付的各项税费	4,262,585.76	12,176,784.73	26,021,644.70	3,622,490.50
支付其他与经营活动有关的现金	14,195,932.55	23,097,486.44	17,022,953.02	19,852,631.41
经营活动现金流出小计	173,415,502.98	259,331,763.11	278,414,796.26	238,402,696.84
经营活动产生的现金流量净额	-7,503,477.97	36,928,606.09	51,870,726.75	28,111,565.48
二、投资活动产生的现金流量：				
收回投资收到的现金	-	-	-	-
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	-	161,826.92	-	-
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	-	-	6,777,402.49	-
收到其他与投资活动有关的现金	1,120,000.00	-	-	-
投资活动现金流入小计	1,120,000.00	161,826.92	6,777,402.49	-
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	8,354,901.89	27,061,078.01	19,863,099.34	28,693,520.82
投资支付的现金	-	-	-	-
支付其他与投资活动有关的现金	850,000.00	3,000,000.00	-	-
投资活动现金流出小计	9,204,901.89	30,061,078.01	19,863,099.34	28,693,520.82
投资活动产生的现金流量净额	-8,084,901.89	-29,899,251.09	-13,085,696.85	-28,693,520.82
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	52,841,734.17	123,638,333.90	180,517,102.77	133,033,767.94
收到其他与筹资活动有关的现金	-	658,149.12	1,108,850.88	-
筹资活动现金流入小计	52,841,734.17	124,296,483.02	181,625,953.65	133,033,767.94
偿还债务支付的现金	21,890,482.11	121,480,039.00	190,820,049.46	108,864,117.82
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	13,668,715.79	4,476,815.75	20,914,560.57	7,085,400.54
支付其他与筹资活动有关的现金	-	-	300,000.00	1,767,000.00
筹资活动现金流出小计	35,559,197.90	125,956,854.75	212,034,610.03	117,716,518.36
筹资活动产生的现金流量净额	17,282,536.27	-1,660,371.73	-30,408,656.38	15,317,249.58
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	-187,806.39	-1,667,615.21	-1,196,091.97	-227,814.61
五、现金及现金等价物净增加额	1,506,350.02	3,701,368.06	7,180,281.55	14,507,479.63
加：期初现金及现金等价物余额	39,538,359.96	35,836,991.90	28,656,710.35	14,149,230.72
六、期末现金及现金等价物余额	41,044,709.98	39,538,359.96	35,836,991.90	28,656,710.35

（四）母公司资产负债表

单位：元

项目	2010-6-30	2009-12-31	2008-12-31	2007-12-31
流动资产：				
货币资金	41,894,709.98	39,808,359.96	37,286,777.84	26,270,877.02
交易性金融资产	-	-	-	-
应收票据	229,183.64	406,898.86	160,000.00	-
应收账款	41,641,477.59	33,694,783.14	31,407,260.33	21,091,677.29
预付款项	17,885,689.92	18,716,914.53	11,762,194.37	2,900,578.50
应收利息	-	-	-	-
其他应收款	3,165,663.50	3,033,875.30	116,179.05	6,059,571.03
存货	71,451,833.82	54,639,914.11	43,001,091.57	59,679,331.03
一年内到期的非流动资产	-	-	-	-
其他流动资产	-	-	-	269,077.82
流动资产合计	176,268,558.45	150,300,745.90	123,733,503.16	116,271,112.69
非流动资产：				
可供出售金融资产	-	-	-	-
持有至到期投资	-	-	-	-
长期应收款	-	-	-	-
长期股权投资	-	-	-	11,700,000.00
投资性房地产	-	-	-	-
固定资产	67,075,018.55	61,050,994.17	59,021,047.87	61,238,771.38
在建工程	227,850.50	-	-	-
工程物资	-	-	-	-
固定资产清理	-	-	-	-
生产性生物资产	-	-	-	-
油气资产	-	-	-	-
无形资产	21,597,805.38	21,828,823.92	9,159,366.76	9,347,823.61
开发支出	-	-	-	-
商誉	-	-	-	-
长摊待摊费用	-	-	-	-
递延所得税资产	733,066.98	499,578.02	819,965.83	550,939.26
其他非流动资产	-	-	-	-
非流动资产合计	89,633,741.41	83,379,396.11	69,000,380.46	82,837,534.25
资产总计	265,902,299.86	233,680,142.01	192,733,883.62	199,108,646.94

母公司资产负债表（续）

单位：元

项目	2010-6-30	2009-12-31	2008-12-31	2007-12-31
流动负债：				
短期借款	45,993,946.37	11,966,500.15	49,531,842.00	67,162,109.35
交易性金融负债	-	-	-	-
应付票据	-	-	-	-
应付账款	30,720,203.79	37,213,015.21	23,855,369.01	30,690,075.59
预收款项	2,723,903.38	5,124,215.96	7,611,821.91	5,446,997.25
应付职工薪酬	9,902,940.90	10,898,560.03	8,233,266.94	2,667,929.17
应交税费	3,318,056.25	1,428,509.27	4,193,687.28	14,860,081.69
应付利息	123,221.88	80,874.98	92,739.33	202,324.77
其他应付款	2,097,424.51	2,847,991.02	4,894,838.91	2,659,155.99
一年内到期的非流动负债	-	-	-	-
其他流动负债	-	-	-	-
流动负债合计	94,879,697.08	69,559,666.62	98,413,565.38	123,688,673.81
非流动负债：				
长期借款	50,000,000.00	53,158,400.00	13,458,400.00	-
应付债券	-	-	-	-
长期应付款	-	-	-	-
专项应付款	-	-	-	-
预计负债	-	-	-	-
递延所得税负债	-	-	-	-
其他非流动负债	1,120,000.00	-	-	-
非流动负债合计	51,120,000.00	53,158,400.00	13,458,400.00	-
负债合计	145,999,697.08	122,718,066.62	111,871,965.38	123,688,673.81
股东权益：				
股本	38,000,000.00	38,000,000.00	38,000,000.00	30,000,000.00
资本公积	27,212,682.94	27,212,682.94	27,212,682.94	403,262.74
减：库存股	-	-	-	-
盈余公积	4,574,939.25	4,574,939.25	1,564,923.53	6,292,843.94
未分配利润	50,114,980.59	41,174,453.20	14,084,311.77	38,723,866.45
所有者权益合计	119,902,602.78	110,962,075.39	80,861,918.24	75,419,973.13
负债股东权益总计	265,902,299.86	233,680,142.01	192,733,883.62	199,108,646.94

（五）母公司利润表

单位：元

项目	2010 年 1-6 月	2009 年度	2008 年度	2007 年度
一、营业收入	160,328,434.94	278,742,124.60	292,569,853.14	223,970,906.93
减：营业成本	112,529,390.56	192,790,374.08	227,565,812.50	185,357,771.62
营业税金及附加	1,023,451.80	1,480,912.32	2,381,836.87	1,213,804.29
销售费用	9,043,505.60	21,174,419.92	13,704,616.50	8,672,666.79
管理费用	13,583,477.60	23,914,848.84	17,521,507.53	5,747,184.19
财务费用	2,835,633.15	6,327,281.49	6,508,725.92	4,368,650.85
资产减值损失	1,037,487.23	446,350.27	-1,172,875.58	-297,764.92
加：投资收益（损失以“-”号填列）	-	-	457,025.52	-
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	-	-	-	-
二、营业利润（亏损以“-”号填列）	20,275,489.00	32,607,937.68	26,517,254.92	18,908,594.11
加：营业外收入	3,632,000.00	3,042,456.80	1,435,656.59	1,254,901.92
减：营业外支出	166,730.54	617,663.73	472,974.95	1,142,155.87
其中：非流动资产处置净损失	-	296,159.39	-	-
三、利润总额（亏损总额以“-”号填列）	23,740,758.46	35,032,730.75	27,479,936.56	19,021,340.16
减：所得税费用	3,400,231.07	4,932,573.60	6,437,991.45	5,827,199.36
四、净利润（净亏损以“-”号填列）	20,340,527.39	30,100,157.15	21,041,945.11	13,194,140.80
五、其他综合收益	-	-	-	-
六、综合收益总额	20,340,527.39	30,100,157.15	21,041,945.11	13,194,140.80

（六）母公司现金流量表

单位：元

项目	2010 年 1-6 月	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	159,500,473.72	290,544,471.80	302,351,929.40	230,163,067.39
收到的税费返还	2,324,552.57	1,697,569.69	1,142,153.43	7,729,643.92
收到其他与经营活动有关的现金	4,086,998.72	4,018,327.71	16,121,431.66	28,667,899.03
经营活动现金流入小计	165,912,025.01	296,260,369.20	319,615,514.49	266,560,610.34
购买商品、接受劳务支付的现金	132,209,546.28	186,472,625.07	199,386,883.61	174,884,123.43
支付给职工以及为职工支付的现金	22,747,438.39	37,584,866.87	27,750,081.96	18,634,973.90
支付的各项税费	4,262,585.76	12,176,784.73	26,003,136.20	3,604,211.42
支付其他与经营活动有关的现金	14,195,932.55	23,097,486.44	23,482,927.95	37,002,116.37
经营活动现金流出小计	173,415,502.98	259,331,763.11	276,623,029.72	234,125,425.12
经营活动产生的现金流量净额	-7,503,477.97	36,928,606.09	42,992,484.77	32,435,185.22
二、投资活动产生的现金流量：				
收回投资收到的现金	-	-	-	-
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	-	161,826.92	-	-
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	-	-	12,157,025.52	-
收到其他与投资活动有关的现金	1,120,000.00	-	-	-
投资活动现金流入小计	1,120,000.00	161,826.92	12,157,025.52	-
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	8,354,901.89	27,061,078.01	19,416,423.72	25,936,661.33
投资支付的现金	-	-	-	-
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	-	-	-
支付其他与投资活动有关的现金	850,000.00	3,000,000.00	-	-
投资活动现金流出小计	9,204,901.89	30,061,078.01	19,416,423.72	25,936,661.33
投资活动产生的现金流量净额	-8,084,901.89	-29,899,251.09	-7,259,398.20	-25,936,661.33
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	52,841,734.17	123,638,333.90	180,517,102.77	125,533,767.94
收到其他与筹资活动有关的现金	-	658,149.12	1,108,850.88	-
筹资活动现金流入小计	52,841,734.17	124,296,483.02	181,625,953.65	125,533,767.94
偿还债务支付的现金	21,890,482.11	121,480,039.00	183,320,049.46	108,864,117.82
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	13,668,715.79	4,476,815.75	20,771,526.19	6,817,399.28
支付其他与筹资活动有关的现金	-	-	-	1,767,000.00
筹资活动现金流出小计	35,559,197.90	125,956,854.75	204,091,575.65	117,448,517.10
筹资活动产生的现金流量净额	17,282,536.27	-1,660,371.73	-22,465,622.00	8,085,250.84

四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	-187,806.39	-1,667,615.21	-1,196,091.97	-227,814.61
五、现金及现金等价物净增加额	1,506,350.02	3,701,368.06	12,071,372.60	14,355,960.12
加：期初现金及现金等价物余额	39,538,359.96	35,836,991.90	23,765,619.30	9,409,659.18
六、期末现金及现金等价物余额	41,044,709.98	39,538,359.96	35,836,991.90	23,765,619.30

四、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

销售商品收入在同时满足下列条件时予以确认：（1）将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方；（2）公司不再保留通常与所有权相联系的继续管理权，也不再对已售出的商品实施有效控制；（3）收入的金额能够可靠地计量；（4）相关的经济利益很可能流入；（5）相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量。

公司内销业务收入以客户收到货物并验收作为收入确认时点，公司外销业务收入以货物报关作为收入确认时点。

2、提供劳务

提供劳务交易的结果在资产负债表日能够可靠估计的（同时满足收入的金额能够可靠地计量、相关经济利益很可能流入、交易的完工进度能够可靠地确定、交易中已发生和将发生的成本能够可靠地计量），采用完工百分比法确认提供劳务的收入，并按已完工作的测量确定提供劳务交易的完工进度。提供劳务交易的结果在资产负债表日不能够可靠估计的，若已经发生的劳务成本预计能够得到补偿，按已经发生的劳务成本金额确认提供劳务收入，并按相同金额结转劳务成本；若已经发生的劳务成本预计不能够得到补偿，将已经发生的劳务成本计入当期损益，不确认劳务收入。

3、让渡资产使用权

让渡资产使用权在同时满足相关的经济利益很可能流入、收入金额能够可靠计量时，确认让渡资产使用权的收入。利息收入按照他人使用本公司货币资金的

时间和实际利率计算确定；使用费收入按有关合同或协议约定的收费时间和方法计算确定。

（二）存货的确认和计量

1、存货的分类

存货包括在日常活动中持有以备出售的产成品或商品、处在生产过程中的在产品、在生产过程或提供劳务过程中耗用的材料和物料等。

2、发出存货的计价方法

发出存货采用月末一次加权平均法。

3、存货可变现净值的确定依据及存货跌价准备的计提方法

资产负债表日，存货采用成本与可变现净值孰低计量，按照存货类别成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备。直接用于出售的存货，在正常生产经营过程中以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值；需要经过加工的存货，在正常生产经营过程中以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值；资产负债表日，同一项存货中一部分有合同价格约定、其他部分不存在合同价格的，分别确定其可变现净值，并与其对应的成本进行比较，分别确定存货跌价准备的计提或转回的金额。

4、存货的盘存制度

存货的盘存制度为永续盘存制。

5、低值易耗品和包装物的摊销方法

（1）低值易耗品

按照一次转销法进行摊销。

（2）包装物

按照一次转销法进行摊销。

（三）长期股权投资的确认和计量

1、初始投资成本的确定

（1）同一控制下的企业合并形成的，合并方以支付现金、转让非现金资产、承担债务或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其初始投资成本。长期股权投资初始投资成本与支付的合并对价的账面价值或发行股份的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形成的，在购买日按照支付的合并对价的公允价值 and 各项直接相关费用作为其初始投资成本。

（3）除企业合并形成以外的：以支付现金取得的，按照实际支付的购买价款作为其初始投资成本；以发行权益性证券取得的，按照发行权益性证券的公允价值作为其初始投资成本；投资者投入的，按照投资合同或协议约定的价值作为其初始投资成本（合同或协议约定价值不公允的除外）。

2、后续计量及损益确认方法

对被投资单位能够实施控制的长期股权投资采用成本法核算，在编制合并财务报表时按照权益法进行调整；对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。

3、确定对被投资单位具有共同控制、重大影响的依据

按照合同约定，与被投资单位相关的重要财务和经营决策需要分享控制权的投资方一致同意的，认定为共同控制；对被投资单位的财务和经营政策有参与决策的权力，但并不能够控制或者与其他方一起共同控制这些政策的制定的，认定为重大影响。

4、减值测试方法及减值准备计提方法

资产负债表日，以成本法核算的、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，有客观证据表明其发生减值的，按照类似投资当时市场

收益率对预计未来现金流量折现确定的现值低于其账面价值之间的差额，计提长期股权投资减值准备；其他投资的减值，按本节“四、主要会计政策和会计估计”第（七）项所述方法计提长期股权投资减值准备。

（四）固定资产的确认和计量

1、 固定资产确认条件

固定资产同时满足下列条件的予以确认：（1） 与该固定资产有关的经济利益很可能流入企业；（2） 该固定资产的成本能够可靠地计量。与固定资产有关的后续支出，符合上述确认条件的，计入固定资产成本；不符合上述确认条件的，发生时计入当期损益。固定资产按照成本进行初始计量。

2、 各类固定资产的折旧方法

固定资产折旧采用年限平均法。各类固定资产的折旧年限、估计残值率和年折旧率如下：

固定资产类别	折旧年限（年）	预计净残值（%）	年折旧率（%）
房屋及建筑物	20	5	4.75
专用设备	10	5	9.50
通用设备	5	5	19.00
运输工具	5	5	19.00

3、 固定资产的减值测试方法及减值准备计提方法

资产负债表日，有迹象表明固定资产发生减值的，按本节“四、主要会计政策和会计估计”第（七）项所述资产减值方法计提固定资产减值准备。

（五）在建工程的确认和计量

1、 在建工程同时满足经济利益很可能流入、成本能够可靠计量则予以确认。在建工程按建造该项资产达到预定可使用状态前所发生的实际成本计量。

2、 在建工程达到预定可使用状态时，按工程实际成本转入固定资产。已达到预定可使用状态但尚未办理竣工结算的，先按估计价值转入固定资产，待办理竣工决算后再按实际成本调整原暂估价值，但不再调整原已计提的折旧。

3、 资产负债表日，有迹象表明在建工程发生减值的，按本节“四、主要会

计政策和会计估计”第（七）项所述方法计提在建工程减值准备。

（六）无形资产的确认和计量

1、无形资产包括土地使用权、专利权及非专利技术等，按成本进行初始计量。

2、使用寿命有限的无形资产，在使用寿命内按照与该项无形资产有关的经济利益的预期实现方式系统合理地摊销，无法可靠确定预期实现方式的，采用直线法摊销。具体年限如下：

项 目	摊销方法	摊销年限
土地使用权	直线法	44-50 年

3、资产负债表日，检查无形资产预计给公司带来未来经济利益的能力，按本节“四、主要会计政策和会计估计”第（七）项所述方法计提无形资产减值准备。

4、内部研究开发项目研究阶段的支出，于发生时计入当期损益。内部研究开发项目开发阶段的支出，同时满足下列条件的，确认为无形资产：（1）完成该无形资产以使其能够使用或出售在技术上具有可行性；（2）具有完成该无形资产并使用或出售的意图；（3）无形资产产生经济利益的方式，包括能够证明运用该无形资产生产的产品存在市场或无形资产自身存在市场，无形资产将在内部使用的，能证明其有用性；（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。

（七）资产减值准备

1、在资产负债表日判断资产[除存货、采用成本法核算的在活跃市场中没有报价且其公允价值不能可靠计量的长期股权投资、采用公允价值模式计量的投资性房地产、消耗性生物资产、建造合同形成的资产、递延所得税资产、融资租赁中出租人未担保余值和金融资产（不含长期股权投资）以外的资产]是否存在可能发生减值的迹象。有迹象表明一项资产可能发生减值的，以单项资产为基础估计其可收回金额；难以对单项资产的可收回金额进行估计的，以该资产所属的资产组或资产组组合为基础确定其可收回金额。因企业合并所形成的商誉和使用寿

命不确定的无形资产，无论是否存在减值迹象，每年均进行减值测试。

2、可收回金额根据单项资产、资产组或资产组组合的公允价值减去处置费用后的净额与其预计未来现金流量的现值两者之间较高者确定。

3、单项资产的可收回金额低于其账面价值的，按单项资产的账面价值与可收回金额的差额计提相应的资产减值准备。资产组或资产组组合的可收回金额低于其账面价值的（总部资产和商誉分摊至某资产组或资产组组合的，该资产组或资产组组合的账面价值应当包括相关总部资产和商誉的分摊额），确认其相应的减值损失。减值损失金额先抵减分摊至资产组或资产组组合中商誉的账面价值，再根据资产组或资产组组合中除商誉之外的其他各项资产的账面价值所占比重，按比例抵减其他各项资产的账面价值；以上资产账面价值的抵减，作为各单项资产（包括商誉）的减值损失，计提各单项资产的减值准备。

4、上述资产减值损失一经确认，在以后会计期间不予转回。

（八）应收款项

1、 单项金额重大的应收款项坏账准备的确认标准和计提方法

确认标准	金额 10 万元以上（含）且占应收款项账面余额 10%以上的款项
计提方法	单独进行减值测试，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备；经单独测试未发生减值的，以账龄为信用风险特征根据账龄分析法计提坏账准备

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和计提方法

信用风险特征组合的确定依据		单项金额不重大且账龄 3 年以上的应收款项	
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（%）	同单项金额重大的应收款项	其他应收款余额百分比法计提的比例（%）	同单项金额重大的应收款项

3、 以账龄为信用风险组合的应收款项坏账准备的确认标准和计提方法

账龄分析法		
账龄	应收账款计提比例（%）	其他应收款计提比例（%）
1 年以内（含 1 年，以下同）	3%	3%
1-2 年	20%	20%
2-3 年	80%	80%
3 年以上	100%	100%
计提坏账准备的说明	单独测试未发生减值的应收款项（包括单项金额重大和不重大的应收款项），以账龄为信用风险特征进行组合并结合现实的实际损失率确定各组合计提坏账准备的比例	

（九）递延所得税资产和递延所得税负债

1、根据资产、负债的账面价值与其计税基础之间的差额（未作为资产和负债确认的项目按照税法规定可以确定其计税基础的，该计税基础与其账面数之间的差额），按照预期收回该资产或清偿该负债期间的适用税率计算确认递延所得税资产或递延所得税负债。

2、确认递延所得税资产以很可能取得用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额为限。资产负债表日，有确凿证据表明未来期间很可能获得足够的应纳税所得额用来抵扣可抵扣暂时性差异的，确认以前会计期间未确认的递延所得税资产。

3、资产负债表日，对递延所得税资产的账面价值进行复核，如果未来期间很可能无法获得足够的应纳税所得额用以抵扣递延所得税资产的利益，则减记递延所得税资产的账面价值。在很可能获得足够的应纳税所得额时，转回减记的金额。

4、公司当期所得税和递延所得税作为所得税费用或收益计入当期损益，但不包括下列情况产生的所得税：（1）企业合并；（2）直接在所有者权益中确认的交易或者事项。

（十）政府补助

1、政府补助包括与资产相关的政府补助和与收益相关的政府补助。

2、政府补助为货币性资产的，按照收到或应收的金额计量；政府补助为非货币性资产的，按照公允价值计量，公允价值不能可靠取得的，按照名义金额计量。

3、与资产相关的政府补助，确认为递延收益，在相关资产使用寿命内平均分配，计入当期损益。与收益相关的政府补助，用于补偿以后期间的相关费用或损失的，确认为递延收益，在确认相关费用的期间，计入当期损益；用于补偿以前的相关费用或损失的，直接计入当期损益。

五、税项

（一）主要税种及税率

税 种	计 税 依 据	税 率
增值税	销售货物或提供应税劳务过程中产生的增值额	按 17% 的税率计缴，出口货物实行“免、抵、退”税政策；2007 年度退税率分别为 13%、11% 和 5%；2008 年度退税率分别为 13%、11%、9% 和 5%；2009 年度退税率分别为 13%、11% 和 9% 和 5%，2010 年 1-6 月退税率分别为 13% 和 9%。
房产税	从价计征的，按房产原值一次减除 30% 后余值	1.2%
城市维护建设税	应缴流转税税额	7%
教育费附加	应缴流转税税额	3%
地方教育附加	应缴流转税税额	2%
企业所得税	应纳税所得额	2007 年度为 33%，2008 年度为 25%，2009 年度为 15%，2010 年 1-6 月为 15%。

（二）税收优惠及批文

根据浙江省科学技术厅、浙江省财政厅、浙江省国家税务局和浙江省地方税务局联合下发的浙科发高[2009]166 号文件《关于认定浙江德力西国际电工有限公司等 273 家企业为 2009 年第二批高新技术企业的通知》，公司被认定为高新技术企业，认定有效期 3 年，企业所得税优惠期为 2009 年 1 月 1 日至 2011 年 12 月 31 日。

根据《中华人民共和国企业所得税法》和财税[2007]92 号《财政部 国家税务总局关于促进残疾人就业税收优惠政策的通知》，公司享受“单位支付给残疾人的实际工资可在企业所得税前据实扣除，并可按支付给残疾人实际工资的 100% 加计扣除”的企业所得税优惠政策，2008 年公司聘用残疾人 36 人，加计扣除了 68.04 万元的工资总额；2009 年聘用残疾人 32 人，加计扣除了 66.70 万元的工资总额；2010 年 1-6 月聘用残疾人 32 人，加计扣除了 41.63 万元的工资总额，合计享受所得税优惠 33.26 万元。

六、分部信息

（一）公司报告期营业收入和营业成本明细情况

单位：元

项目	2010 年 1-6 月	2009 年度	2008 年度	2007 年度
主营业务收入	152,542,109.60	270,140,660.86	298,899,898.95	240,515,327.21
其他业务收入	7,786,325.34	8,601,463.74	4,873,093.98	1,965,284.76
营业收入合计	160,328,434.94	278,742,124.60	303,772,992.93	242,480,611.97
主营业务成本	105,335,573.52	184,968,617.81	233,205,709.78	197,113,287.43
其他业务成本	7,193,817.04	7,821,756.27	4,731,403.38	1,915,508.95
营业成本合计	112,529,390.56	192,790,374.08	237,937,113.16	199,028,796.38

（二）按行业列示主营业务收入、主营业务成本

1、主营业务收入

单位：元

项目	2010 年 1-6 月	2009 年度	2008 年度	2007 年度
不锈钢器皿	138,617,585.40	244,499,232.16	268,004,652.48	210,960,883.53
其他	13,924,524.20	25,641,428.70	30,895,246.47	29,554,443.68
小 计	152,542,109.60	270,140,660.86	298,899,898.95	240,515,327.21

2、主营业务成本

单位：元

项目	2010 年 1-6 月	2009 年度	2008 年度	2007 年度
不锈钢器皿	94,890,057.67	165,486,169.81	206,479,860.28	174,275,619.65
其他	10,445,515.85	19,482,448.00	26,725,849.50	22,837,667.78
小 计	105,335,573.52	184,968,617.81	233,205,709.78	197,113,287.43

（三）按产品类别列示主营业务收入、主营业务成本

1、主营业务收入

单位：元

项目	2010 年 1-6 月	2009 年度	2008 年度	2007 年度
保温杯	68,416,356.71	133,828,436.99	132,543,258.60	97,278,189.99
保温瓶（壶）	57,895,946.92	92,622,607.97	102,720,759.21	99,991,341.38
汽车杯	12,305,281.77	18,048,187.20	32,740,634.67	13,691,352.16
其他	13,924,524.20	25,641,428.70	30,895,246.47	29,554,443.68
小 计	152,542,109.60	270,140,660.86	298,899,898.95	240,515,327.21

2、主营业务成本

单位：元

项目	2010年1-6月	2009年度	2008年度	2007年度
保温杯	45,703,078.47	89,224,685.52	101,183,347.89	80,495,002.56
保温瓶（壶）	39,236,257.19	62,345,893.02	77,836,328.56	81,620,748.95
汽车杯	9,950,722.01	13,915,591.27	27,460,183.83	12,159,868.14
其他	10,445,515.85	19,482,448.00	26,725,849.50	22,837,667.78
小计	105,335,573.52	184,968,617.81	233,205,709.78	197,113,287.43

（四）按地区列示主营业务收入、主营业务成本

1、主营业务收入

单位：元

项目	2010年1-6月	2009年度	2008年度	2007年度
国内销售	55,714,215.72	123,718,801.13	104,601,609.03	52,555,308.16
国外销售	96,827,893.88	146,421,859.73	194,298,289.92	187,960,019.05
小计	152,542,109.60	270,140,660.86	298,899,898.95	240,515,327.21

2、主营业务成本

单位：元

项目	2010年1-6月	2009年度	2008年度	2007年度
国内销售	36,843,599.29	81,061,833.75	75,785,819.26	43,812,614.81
国外销售	68,491,974.23	103,906,784.06	157,419,890.52	153,300,672.62
小计	105,335,573.52	184,968,617.81	233,205,709.78	197,113,287.43

（五）前五名客户的营业收入情况

单位：元

项目	2010年1-6月	2009年度	2008年度	2007年度
销售前五名总额	36,612,306.95	43,736,404.85	66,556,961.44	65,113,855.23
占营业收入总额比例（%）	22.83	15.69	21.91	26.86

七、非经常性损益明细表

天健会计师事务所审核了本公司报告期的非经常性损益明细表，出具了《关于浙江哈尔斯真空器皿股份有限公司最近三年及一期非经常性损益的鉴证报告》（天健审[2010]3761号），认为“公司管理层编制的非经常性损益明细表在所有重大方面符合中国证券监督管理委员会发布的《公开发行证券的公司信息披露解释性公告第1号——非经常性损益（2008）》的规定。”

本公司报告期内非经常性损益的具体内容、金额如下表：

单位：元

序号	项目	2010年1-6月	2009年度	2008年度	2007年度
一	净利润	20,340,527.39	30,100,157.15	20,770,793.31	14,544,957.83
二	归属于母公司股东的净利润	20,340,527.39	30,100,157.15	20,768,418.16	14,409,876.12
三	非经常性损益项目				
1	非流动资产处置损益，包括已计提资产减值准备的冲销部分	-	-296,159.39	162,122.22	-
2	计入当期损益的政府补助（与公司正常经营业务密切相关，符合国家政策规定、按照一定标准定额或定量持续享受的政府补助除外）	3,632,000.00	2,995,968.00	1,314,904.00	1,254,810.00
3	计入当期损益的对非金融企业收取的资金占用费	-	-	-	620,088.35
4	根据税收、会计等法律、法规的要求对当期损益进行一次性调整对当期损益的影响	-	-327,986.33	-	3,698,460.93
5	除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-6,300.00	-18,190.08	-60,749.01	-951,157.12
6	小计	3,625,700.00	2,353,632.20	1,416,277.21	4,622,202.16
7	减：所得税费用（所得税费用减少以“-”表示）	544,800.00	411,857.78	350,164.15	1,483,978.09
8	少数股东损益	-	-	-34.16	-2,214.16
9	归属于母公司股东的非经常性损益净额	3,080,900.00	1,941,774.42	1,066,147.22	3,140,438.23
四	扣除非经常性损益后的净利润	17,259,627.39	28,158,382.73	19,704,680.25	11,406,733.76
五	扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	17,259,627.39	28,158,382.73	19,702,270.94	11,269,437.89
六	归属于母公司股东的非经常性损益净额占同期净利润的比重	15.15%	6.45%	5.13%	21.79%

2007年、2008年、2009年、2010年1-6月本公司归属于母公司股东的非经

常性损益净额占当期归属于母公司股东净利润的比重分别为 21.79%、5.13%、6.45%和 15.15%。2007 年归属于母公司股东的非经常性损益净额占当期归属于母公司股东净利润的比重较高，主要原因是按照新会计准则冲销应付福利费期末余额 3,954,457.52 元所致；2010 年 1-6 月归属于母公司股东的非经常性损益净额占当期归属于母公司股东净利润的比重较 2009 年有较大增长，主要原因是公司获得技术改造奖励 228 万元和工业转型升级（技术改造）财政专项资金 125 万元。

报告期计入公司营业外收入的政府补助明细情况如下表所示：

1、2010 年 1-6 月政府补助的具体内容如下：

发文单位	拨款文号	内容	金额（元）
永康市经济贸易局、永康市财政局	永经贸[2010]8 号	企业技术改造奖励	2,280,000.00
浙江省财政厅、浙江省经济和信息化委员会	浙财企字[2009]347 号	2009 年第三批工业转型升级（技术改造）财政专项资金	1,250,000.00
浙江省财政厅、浙江省经济和信息化委员会	浙财企[2010]97 号	2009 年小火电机组关停补助资金	52,000.00
永康市人民政府	永政发[2010]40 号	2009 年永康市科学技术奖	50,000.00
小计	-	-	3,632,000.00

2、2009 年度政府补助的具体内容如下：

发文单位	拨款文号	内容	金额（元）
永康市经济贸易局、永康市财政局	永经贸[2009]41 号	2008 年总部经济达标企业奖励	1,970,000.00
永康市人民政府办公室	永政办发[2009]15 号	2008 年股份制改造先进企业奖励	300,000.00
永康市对外贸易经济合作局、永康市财政局	永外经贸字[2009]25 号	2008 年外贸出口奖励	239,835.00
永康市对外贸易经济合作局、永康市财政局	永外经贸字[2008]26 号	2007 年外贸出口奖励	139,633.00
永康市人民政府	永政发[2009]37 号	2008 年永康市科学技术奖	100,000.00
永康市经济贸易局、永康市财政局	永经贸[2009]57 号	2009 年第一期工业企业技改补助资金	60,000.00
永康市人民政府	永政发[2009]36 号	发展工业循环经济先进单位奖励	60,000.00
浙江省知识产权局、浙江省经济和信息化委员会	浙知发综[2009]80 号	2009 年省专利示范企业奖励	50,000.00

永康市人民政府办公室	永政办抄[2009]22 号	参与国家标准和行业标 准制定奖励	50,000.00
永康市科学技术局、永康 市财政局	永科字[2009]13 号	2008 年科技专项资金补 助资金	20,000.00
中共永康市委	永委[2008]6 号	工业经济发展奖励	6,500.00
小计	-	-	2,995,968.00

3、2008 年度政府补助的具体内容如下：

发文单位	拨款文号	内容	金额（元）
永康市经济贸易局、永康 市财政局	永经贸[2008]68 号	提高生产能力技改奖 励	350,000.00
永康市人民政府	永政办抄[2008]24 号	品牌创建奖励	300,000.00
永康市人民政府	永政办抄[2008]24 号	信用建设奖励	100,000.00
永康市对外贸易经济合 作局、永康市财政局	永外经贸字[2007]49 号	企业外贸出口奖励	284,904.00
浙江省财政厅、浙江省经 济贸易委员会	浙财企字（2007）242 号	节能工业节水财政资 金奖励	220,000.00
永康市科学技术局、永康 市财政局	永科字[2008]9 号	省新产品奖励	60,000.00
小计	-	-	1,314,904.00

4、2007 年度政府补助的具体内容如下：

发文单位	拨款文号	内容	金额（元）
永康市财政局、永康市对 外贸易经济合作局	永外经贸字[2006]50 号	企业外贸出口奖励	499,810.00
永康市人民政府	永政发[2007]31 号	政企双向互动达标企业 奖励	330,000.00
永康市人民政府	永政发[2007]26 号	出口创汇规模奖	100,000.00
永康市人民政府	永政办抄[2007]8 号	浙江省著名商标奖励	100,000.00
永康市人民政府	永政办抄[2007]8 号	浙江名牌产品奖励	100,000.00
浙江省财政厅、浙江省经 济贸易委员会	浙财企字[2007]9 号	国内品牌发展专项补助 资金	100,000.00
永康市信息化工作领导 小组、永康市财政局	永信[2007]2 号	企业信息化建设发展专 项补助资金	25,000.00
小计			1,254,810.00

八、发行人最近一期末主要资产情况

（一）固定资产

截至 2010 年 6 月 30 日，公司固定资产情况如下表所示：

种类	折旧年限 (年)	账面原值 (万元)	累计折旧 (万元)	账面净值 (万元)	成新率 (%)
房屋及建筑物	20	4,143.55	695.69	3,447.86	83.21
专用设备	10	3,538.46	1,194.71	2,343.75	66.24
通用设备	5	541.28	278.03	263.25	48.63
运输工具	5	1,040.64	388.00	652.64	62.72
合计	-	9,263.92	2,556.42	6,707.50	72.40

截至 2010 年 6 月 30 日，本公司固定资产中有原值为 4,078.93 万元的房屋建筑物已抵押。

（二）对外投资情况

截至 2010 年 6 月 30 日，本公司不存在对外投资的情形。

（三）最近一期末主要无形资产情况

截至 2010 年 6 月 30 日，公司主要无形资产的具体情况如下表所示：

类别	取得方式	摊销年限	账面原值（元）	累计摊销（元）	账面价值（元）	剩余摊销期限
土地使用权（注）	受让	44 年	4,338,821.66	254,741.46	4,084,080.20	497 月
土地使用权	出让	50 年	5,084,020.26	330,461.33	4,753,558.93	561 月
土地使用权	出让	50 年	13,087,350.00	327,183.75	12,760,166.25	585 月
合计	-	-	22,510,191.92	912,386.54	21,597,805.38	-

注：该宗土地使用权以受让方式取得，入账价值为 4,338,821.66 元，该价格由转让方、受让方以评估值 4,463,700.00 元为基础协商确定，具体评估情况参见本节“十四、资产评估情况”。

截至 2010 年 6 月 30 日，无形资产中有原值为 942.28 万元的土地使用权已抵押。

九、发行人最近一期末的主要债项

截至 2010 年 6 月 30 日，本公司负债合计为 145,999,697.08 元，其中流动负债为 94,879,697.08 元，非流动负债为 51,120,000.00 元。

（一）银行借款

截至 2010 年 6 月 30 日，公司银行借款明细如下表所示：

单位：元

序号	项目	2010-6-30
1	短期借款	45,993,946.37
	其中：抵押兼保证借款	30,600,000.00
	保证借款	15,393,946.37
	其中：美元借款	2,266,849.22
	折合人民币（汇率 6.7909）	15,393,946.37
2	长期借款	50,000,000.00
	其中：抵押借款	12,500,000.00
	保证借款	37,500,000.00

短期借款中，抵押兼保证借款 3,060 万元系公司以自有房屋建筑物（原值为 3,178.16 万元）及土地使用权（原值为 508.4 万元）抵押，同时由浙江博宇实业有限公司和自然人吕强共同为本公司提供连带责任保证担保。保证借款 1,539.39 万元由浙江博宇实业有限公司为本公司提供连带责任保证担保。

长期借款中，抵押借款 1,250 万元是公司以原值为 900.77 万元的房屋建筑物及原值为 433.88 万元的土地使用权抵押；保证借款中 750 万元由永康市恒久不锈钢制品有限公司为本公司提供连带责任保证担保，1,000 万元由浙江博宇实业有限公司为本公司提供连带责任保证担保，2,000 万元由浙江博宇实业有限公司和自然人吕强为本公司提供连带责任保证担保。

截至 2010 年 6 月 30 日，公司无已到期未偿还的银行借款。

（二）应付账款

截至 2010 年 6 月 30 日，本公司应付账款余额为 30,720,203.79 元，其中一年以内的应付账款为 29,052,840.50 元，占应付账款比例为 94.57%。应付账款中无对持有本公司 5%以上（含 5%）表决权股份的股东单位欠款。

账龄	金额（元）	比例（%）
1 年以内	29,052,840.50	94.57
1-2 年	1,494,661.46	4.87
2-3 年	153,623.88	0.50
3 年以上	19,077.95	0.06
合 计	30,720,203.79	100.00

（三）对内部人员和关联方的负债

截至 2010 年 6 月 30 日，本公司应付职工薪酬余额为 9,902,940.90 元，主要

是计提的员工工资及福利等，除应付职工薪酬外，本公司不存在其他对内部人员和关联方的负债。

（四）应交税费

截至 2010 年 6 月 30 日，公司应交税费明细如下表：

单位：元

种类	2010-6-30
增值税	556,765.79
城市维护建设税	200,702.73
企业所得税	2,350,184.51
代扣代缴个人所得税	236.40
印花税	11,952.17
教育费附加	86,015.46
地方教育费附加	57,343.64
水利建设专项资金	39,840.55
残疾人保障金	15,015.00
合 计	3,318,056.25

（五）其他非流动负债

截至 2010 年 6 月 30 日，本公司其他非流动负债余额为 1,120,000.00 元，系公司依据永康市经济贸易局和永康市财政局下发的永经贸[2010]9 号《关于企业配套设施建设资金补助的通知》获得专项用于新厂区配套设施建设的补助资金 112 万元。

（六）或有负债

详见本节“十二、报告期内会计报表附注中的期后事项、或有事项及其他重要事项”相关内容。

十、股东权益情况

报告期内，公司的股东权益及变动情况如下：

单位：元

股东权益	2010-6-30	2009-12-31	2008-12-31	2007-12-31
股本	38,000,000.00	38,000,000.00	38,000,000.00	30,000,000.00
资本公积	27,212,682.94	27,212,682.94	27,212,682.94	403,262.74
盈余公积	4,574,939.25	4,574,939.25	1,564,923.53	6,292,843.94
未分配利润	50,114,980.59	41,174,453.20	14,084,311.77	38,997,393.40
归属于母公司股东权益合计	119,902,602.78	110,962,075.39	80,861,918.24	75,693,500.08
少数股东权益	-	-	-	1,330,391.88
股东权益合计	119,902,602.78	110,962,075.39	80,861,918.24	77,023,891.96

（一）股本

报告期内公司股本变化情况如下：

单位：元

项目	2010-6-30	2009-12-31	2008-12-31	2007-12-31
期初股本金额	38,000,000.00	38,000,000.00	30,000,000.00	30,000,000.00
所有者投入股本	-	-	-	-
未分配利润转增股本	-	-	1,303,893.32	-
盈余公积转增股本	-	-	6,292,843.94	-
资本公积转增股本	-	-	403,262.74	-
所有者减少股本	-	-	-	-
期末股本金额	38,000,000.00	38,000,000.00	38,000,000.00	30,000,000.00

2008年8月12日，经公司前身哈尔斯工贸股东会审议通过，哈尔斯工贸整体变更为股份公司，以截至2008年4月30日经审计并扣除个人所得税后的净资产65,212,682.94元整体变更设立哈尔斯股份，按1:0.5827的比例折为38,000,000股，注册资本为3,800万元，其余27,212,682.94元计入资本公积。2008年8月12日，天健会计师事务所有限公司出具了浙天会验[2008]91号《验资报告》，公司增加注册资本800万元，注册资本由3,000万元增加至3,800万元。其中，增加的注册资本中以资本公积转增资本403,262.74元，以盈余公积转增资本6,292,843.94元，以未分配利润转增资本1,303,893.32元。

（二）资本公积

报告期内公司资本公积变化情况如下：

单位：元

项目	2010-6-30	2009-12-31	2008-12-31	2007-12-31
期初余额	27,212,682.94	27,212,682.94	403,262.74	403,262.74
其中：股本溢价	27,212,682.94	27,212,682.94	-	-
其他资本公积	-	-	403,262.74	403,262.74
本期增加	-	-	27,212,682.94	-
其中：股本溢价	-	-	27,212,682.94	-

其他资本公积	-	-	-	-
本期减少	-	-	403,262.74	-
其中：股本溢价	-	-	-	-
其他资本公积	-	-	403,262.74	-
期末余额	27,212,682.94	27,212,682.94	27,212,682.94	403,262.74
其中：股本溢价	27,212,682.94	27,212,682.94	27,212,682.94	-
其他资本公积	-	-	-	403,262.74

2008 年度资本公积-股本溢价增加是根据公司 2008 年临时股东会决议，公司以截至 2008 年 4 月 30 日经审计并扣除个人所得税后的净资产 65,212,682.94 元按 1:0.5827 的比例折成股份总额 3,800 万股，剩余净资产 27,212,682.94 元作为股本溢价列入资本公积。

（三）盈余公积

报告期内公司盈余公积变化情况如下：

单位：元

项目	2010-6-30	2009-12-31	2008-12-31	2007-12-31
期初余额	4,574,939.25	1,564,923.53	6,292,843.94	4,973,429.86
其中：法定盈余公积	4,574,939.25	1,564,923.53	6,292,843.94	4,973,429.86
任意盈余公积	-	-	-	-
本期增加	-	3,010,015.72	1,564,923.53	1,319,414.08
其中：法定盈余公积	-	3,010,015.72	1,564,923.53	1,319,414.08
任意盈余公积	-	-	-	-
本期减少	-	-	6,292,843.94	-
其中：法定盈余公积	-	-	6,292,843.94	-
任意盈余公积	-	-	-	-
期末余额	4,574,939.25	4,574,939.25	1,564,923.53	6,292,843.94
其中：法定盈余公积	4,574,939.25	4,574,939.25	1,564,923.53	6,292,843.94
任意盈余公积	-	-	-	-

- 1、2007 年按净利润提取 10%的法定盈余公积 1,319,414.08 元。
- 2、2008 年按净利润（扣除已折股的 2008 年 1-4 月净利润 5,392,709.81 元）提取 10%的法定盈余公积 1,564,923.53 元。
- 3、2009 年按净利润提取 10%的法定盈余公积 3,010,015.72 元。
- 4、根据公司 2008 年临时股东会决议，以截至 2008 年 4 月 30 日的净资产折股而转出盈余公积 6,292,843.94 元。

（四）未分配利润

报告期内公司未分配利润变化情况如下：

单位：元

项目	2010-6-30	2009-12-31	2008-12-31	2007-12-31
一、年初未分配利润	41,174,453.20	14,084,311.77	38,997,393.40	27,906,931.36
二、本年增加数	20,340,527.39	30,100,157.15	20,768,418.16	14,409,876.12
其中：本年归属于母公司净利润转入	20,340,527.39	30,100,157.15	20,768,418.16	14,409,876.12
其他转入	-	-	-	-
三、本年减少数	11,400,000.00	3,010,015.72	45,681,499.79	3,319,414.08
其中：提取法定盈余公积	-	3,010,015.72	1,564,923.53	1,319,414.08
提取任意盈余公积金	-	-	-	-
应付普通股股利	11,400,000.00	-	15,600,000.00	2,000,000.00
转增股本	-	-	28,516,576.26	-
四、年末未分配利润	50,114,980.59	41,174,453.20	14,084,311.77	38,997,393.40

1、历年未分配利润的增加均系当期归属于母公司净利润转入。

2、根据公司 2007 年临时股东会决议，以 2006 年 12 月 31 日的未分配利润为基数向公司股东分配现金股利 200 万元。

3、根据公司 2008 年临时股东会决议，以 2007 年 12 月 31 日的未分配利润为基数向公司股东分配现金股利 1,400 万元。

4、根据公司 2008 年临时股东会决议，以截至 2008 年 4 月 30 日的未分配利润分配现金股利 160 万元。

5、根据公司 2010 年临时股东大会决议，以截至 2009 年 12 月 31 日的未分配利润分配现金股利 1,140 万元。

十一、报告期内现金流量情况及不涉及现金收支的重大投资和筹资活动

（一）现金流量概况

单位：元

项 目	2010年1-6月	2009年度	2008年度	2007年度
经营活动产生的现金流量净额	-7,503,477.97	36,928,606.09	51,870,726.75	28,111,565.48
投资活动产生的现金流量净额	-8,084,901.89	-29,899,251.09	-13,085,696.85	-28,693,520.82
筹资活动产生的现金流量净额	17,282,536.27	-1,660,371.73	-30,408,656.38	15,317,249.58

汇率变动对现金及现金等价物的影响	-187,806.39	-1,667,615.21	-1,196,091.97	-227,814.61
现金及现金等价物净增加额	1,506,350.02	3,701,368.06	7,180,281.55	14,507,479.63
加：期初现金及现金等价物余额	39,538,359.96	35,836,991.90	28,656,710.35	14,149,230.72
期末现金及现金等价物余额	41,044,709.98	39,538,359.96	35,836,991.90	28,656,710.35

公司 2007-2009 年经营活动产生的现金流量净额均为正数，2010 年 1-6 月经营活动产生的现金流量净额为负数的主要原因是：

1、为应对不锈钢卷板的价格上涨，公司加大了原材料储备以及公司产品销售势头良好，由于产能受限，为满足客户需求加大了备货，由此导致 2010 年 6 月末存货较 2009 年末增加 1,681.19 万元。

2、2010 年 1-6 公司营业收入较上年同期增长 57.48%，导致 2010 年 6 月末应收账款较 2009 年末增加 845.17 万元，增长 24.09%。

随着下半年公司产品销售旺季的到来，公司将加大销售回款力度，届时公司经营活动产生的现金流量将明显改善。

报告期内公司经营活动产生的现金流量净额累计为 104,852,798.11 元，公司报告期内公司实现净利润累计为 84,676,770.45 元，表明公司盈利质量较高，经营性现金流量较为充裕。

（二）不涉及现金收支的重大投资和筹资活动

本公司报告期内未发生不涉及现金收支的重大投资和筹资活动。

十二、报告期内会计报表附注中的期后事项、或有事项及其他重要事项

（一）期后事项

截至 2010 年 7 月 18 日，本公司无重大资产负债表日后事项中的非调整事项。

（二）或有事项

截至 2010 年 6 月 30 日，本公司不存在需要披露的重大或有事项。

（三）承诺事项及其他重要事项

1、远期结售汇合同

根据公司与中国农业银行金华分行永康支行签订的《远期结售汇/人民币与外币掉期业务总协议书》及相关《远期结汇/售汇申请书》，截至 2010 年 6 月 30 日，公司申请出售远期外汇交易中尚有 6,200,000.00 美元未交割，具体情况如下：

币 别	金额	约定汇率	交割期限
USD	400,000.00	6.7855	2010.05.26-2010.10.15
	400,000.00	6.7817	2010.05.26-2010.10.29
	400,000.00	6.7781	2010.05.26-2010.11.12
	400,000.00	6.7737	2010.05.26-2010.11.30
	400,000.00	6.7708	2010.05.26-2010.12.15
	400,000.00	6.7679	2010.05.26-2010.12.30
	300,000.00	6.7649	2010.05.26-2011.01.14
	300,000.00	6.7616	2010.05.26-2011.01.31
	400,000.00	6.7590	2010.05.26-2011.02.14
	400,000.00	6.7565	2010.05.26-2011.02.28
	400,000.00	6.7537	2010.05.26-2011.03.15
	400,000.00	6.7506	2010.05.26-2011.03.31
	400,000.00	6.7478	2010.05.26-2011.04.15
	400,000.00	6.7453	2010.05.26-2011.04.29
	400,000.00	6.7433	2010.05.26-2011.05.10
	400,000.00	6.7409	2010.05.26-2011.05.24
小 计	6,200,000.00	-	-

2、除上述事项外，截至 2010 年 6 月 30 日，本公司无其他重大承诺事项和重要事项。

十三、主要财务指标

（一）主要财务指标

主要财务指标	2010-6-30	2009-12-31	2008-12-31	2007-12-31
流动比率（倍）	1.86	2.16	1.26	1.00
速动比率（倍）	1.10	1.38	0.82	0.49
资产负债率（母公司）（%）	54.91	52.52	58.04	62.12
归属于公司股东的每股净资产（元）	3.16	2.92	2.13	2.03
无形资产（土地使用权除外）占净资产的比例（%）	-	-	-	-

主要财务指标	2010 年 1-6 月	2009 年度	2008 年度	2007 年度
应收账款周转率（次/年）	8.51	8.56	11.12	12.70
存货周转率（次/年）	3.57	3.95	4.28	3.09
息税折旧摊销前利润（万元）	2,970.51	4,611.73	3,846.74	3,058.74
利息保障倍数（倍）	11.27	8.85	6.23	5.19
每股经营活动产生的现金流量净额（元）	-0.20	0.97	1.37	0.74
每股净现金流量（元）	0.04	0.10	0.19	0.38

注：股本均按 3,800 万股计算。

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=（流动资产-存货）÷流动负债；

资产负债率=负债总额÷资产总额；

归属于公司股东的每股净资产=期末净资产÷期末股本总额；

无形资产（土地使用权除外）占净资产的比例=无形资产（土地使用权除外）
÷期末净资产；

应收账款周转率=营业收入÷（应收账款期初期末平均余额）；

存货周转率=营业成本÷（存货期初期末平均余额）；

息税折旧摊销前利润=利润总额+利息支出+固定资产折旧费用+无形资产摊销费用；

利息保障倍数=（利润总额+利息支出）÷利息支出；

每股经营活动的现金流量=经营活动产生的现金流量净额÷期末股本总额；

每股净现金流量=现金及现金等价物净增加额÷期末股本总额。

（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）、《公开发行证券的公司信息披露编报规范问答第 1 号——非经常性损益》的规定，本公司报告期净资产收益率和每股收益如下：

期间	报告期利润	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
2010 年	归属于公司普通股股东的净利润	18.22	0.54	0.54
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	15.46	0.45	0.45

2009 年	归属于公司普通股股东的净利润	31.38	0.79	0.79
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	29.36	0.74	0.74
2008 年	归属于公司普通股股东的净利润	28.77	0.55	0.55
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	27.30	0.52	0.52
2007 年	归属于公司普通股股东的净利润	20.49	0.38	0.38
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	16.03	0.30	0.30

报告期本公司不存在稀释性潜在普通股，故稀释每股收益与基本每股收益相等。

净资产收益率计算过程：

单位：元

项 目	序号	2010 年 1-6 月	2009 年度	2008 年度	2007 年度
归属于公司普通股股东的净利润	1	20,340,527.39	30,100,157.15	20,768,418.16	14,409,876.12
非经常性损益	2	3,080,900.00	1,941,774.42	1,066,147.22	3,140,438.23
扣除非经营性损益后的归属于公司普通股股东的净利润	3=1-2	17,259,627.39	28,158,382.73	19,702,270.94	11,269,437.89
归属于公司普通股股东的期初净资产	4	110,962,075.39	80,861,918.24	75,693,500.08	63,283,623.96
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	5	-	-	-	-
新增净资产次月起至报告期期末的累计月数	6	-	-	-	-
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	7	11,400,000.00	-	15,600,000.00	2,000,000.00
减少净资产次月起至报告期期末的累计月数	8	5.00	-	10.69	1.00
因其他交易或事项引起的、归属于公司普通股股东的净资产增减变动	9	-	-	-	-
发生其他净资产增减变动次月起至报告期期末的累计月数	10	-	-	-	-
报告月份数	11	6.00	12.00	12.00	12.00
加权平均净资产	$12=4+1\times1/2+5\times6/11-7\times8/11+9\times0/11$	111,632,339.09	95,911,996.82	72,180,709.16	70,321,895.35
加权平均净资产收益率	13=1/12	18.22	31.38	28.77	20.49
扣除非经常损益加权平均净资产收益率	14=3/12	15.46	29.36	27.30	16.03

每股收益计算过程：

单位：元

项目	序号	2010 年 1-6 月	2009 年度	2008 年度	2007 年度
归属于公司普通股股东的净利润	1	20,340,527.39	30,100,157.15	20,768,418.16	14,409,876.12
非经常性损益	2	3,080,900.00	1,941,774.42	1,066,147.22	3,140,438.23
扣除非经营性损益后的归属于公司普通股股东的净利润	3=1-2	17,259,627.39	28,158,382.73	19,702,270.94	11,269,437.89
期初股份总数	4	38,000,000.00	38,000,000.00	30,000,000.00	30,000,000.00
因公积金转增股本或股票股利分配等增加股份数	5	-	-	8,000,000.00	8,000,000.00
发行新股或债转股等增加股份数	6	-	-	-	-
增加股份次月起至报告期期末的累计月数	7	-	-	-	-
因回购等减少股份数	8	-	-	-	-
减少股份次月起至报告期期末的累计月数	9	-	-	-	-
报告期缩股数	10	-	-	-	-
报告期月份数	11	6.00	12.00	12.00	12.00
发行在外的普通股加权平均数	12=4+5+6× 7/11-8×9/11 -10	38,000,000.00	38,000,000.00	38,000,000.00	38,000,000.00
基本每股收益	13=1/12	0.54	0.79	0.55	0.38
扣除非经常损益基本每股收益	14=3/12	0.45	0.74	0.52	0.30

十四、资产评估情况

（一）整体变更时的评估情况

公司在整体改制设立时聘请浙江勤信资产评估有限公司对公司拟整体变更为股份有限公司涉及的全部资产及负债进行了评估。浙江勤信资产评估有限公司于 2008 年 8 月 10 日出具了资产评估报告（浙勤评报[2008]116 号）。哈尔斯工贸的净资产账面值为 66,812,682.94 元，评估值为 83,122,244.51 元，此次评估仅作参考，公司未根据本次评估结果进行调账。

1、评估机构：浙江勤信资产评估有限公司

2、评估基准日：2008 年 4 月 30 日

3、评估目的：为哈尔斯工贸拟改制设立股份有限公司的经济行为提供哈尔斯工贸股东全部权益价值的参考依据。

4、评估范围与对象：

本次评估范围是哈尔斯工贸截至 2008 年 4 月 30 日经审计后的资产负债表中的全部资产及负债。

本次评估对象为哈尔斯工贸在评估基准日的全部股东权益。

5、评估方法：采用成本法进行评估。

6、评估结果：评估后的哈尔斯工贸的净资产为 83,122,244.51 元，具体情况如下表所示：

单位：元

项目	账面价值	调整后账面值	评估价值	增减值	增值率%
	A	B	C	D=C-B	E= (C-B)/B×100%
一、流动资产	117,397,598.44	117,397,598.44	121,444,106.84	4,046,508.40	3.45
二、非流动资产	70,501,561.96	70,501,561.96	82,764,615.13	12,263,053.17	17.39
其中：长期股权投资					
投资性房地产					
建筑物类固定资产	38,772,852.54	38,772,852.54	47,243,375.00	8,470,522.46	21.85
设备类固定资产	22,071,608.77	22,071,608.77	24,062,487.00	1,990,878.23	9.02
在建工程					
无形资产——土地 使用权	9,285,004.66	9,285,004.66	11,241,082.00	1,956,077.34	21.07
商誉					
长期待摊费用					
递延所得税资产	372,095.99	372,095.99	217,671.13	(154,424.86)	(41.50)
资产总计	187,899,160.40	187,899,160.40	204,208,721.97	16,309,561.57	8.68
三、流动负债	121,086,477.46	121,086,477.46	121,086,477.46		
四、非流动负债					
其中：递延所得税负债					
负债合计	121,086,477.46	121,086,477.46	121,086,477.46		
净资产	66,812,682.94	66,812,682.94	83,122,244.51	16,309,561.57	24.41

(二) 收购基尔特工贸土地、房产和设备时的评估情况

2007 年 4 月、12 月本公司收购了原租赁的基尔特工贸的土地、厂房及与生产不锈钢保温器皿相关的部分资产，委托东阳荣东联合会计师事务所对拟收购的土地、厂房和机器设备进行了评估，包括位于永康市经济开发区哈尔斯路 1 号的 9,869.29 平方米工业厂房及其坐落地 14,879.12 平方米国有土地使用权、基尔特工贸与不锈钢保温器皿相关的机器设备，东阳荣东联合会计师事务所先后出具了荣东会评字[2007]170 号、荣东会评字[2007]380 号、荣东会评字[2007]387 号资

产评估报告。

单位：元

评估报告号	资产类别	评估方法	账面净值	评估价值	评估增值率
荣东会评字[2007]170号	机器设备	重置成本法	204,638.83	209,670.00	2.46%
荣东会评字[2007]380号	机器设备	重置成本法	1,109,757.54	1,092,080.00	-1.59%
荣东会评字[2007]387号	土地使用权	基准地价修正系数法	2,461,104.00	4,463,700.00	81.37%
	工业厂房	重置成本法	4,171,560.73	5,408,900.00	29.66%

注：土地使用权和房产增值的主要原因是土地和房产价格上涨。

2010年7月公司聘请浙江勤信资产评估有限公司对东阳荣东联合会计师事务所出具的“荣东会评字[2007]170号”、“荣东会评字[2007]380号”和“荣东会评字[2007]387号”评估报告进行了复核，并出具了“浙勤评报[2010]225号”、“浙勤评报[2010]226号”和“浙勤评报[2010]227号”的资产评估复核报告，具体情况参见第七节“二、关联方与关联交易”之“（二）关联交易”的相关说明。

十五、历次验资情况

公司及其前身自1996年成立至今历次验资情况如下表所示：

日期	验资目的	验证金额	验资机构	验资报告文号
1996-05-06	设立验资	151万元	永康会计师事务所	-
1997-05-28	增资	407万元		永会师验字（97）第122号
2005-01-05	增资	2,442万元	永康金诚联合会计师事务所	永金会验字（2005）第1号
2008-8-12	改制设立	3,800万元	天健会计师事务所有限公司	浙天会验（2008）91号

历次验资情况详情请见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”相关内容。

第十一节 管理层讨论与分析

一、报告期财务状况分析

（一）资产结构分析

报告期内，本公司的资产结构如下表所示：

项目	2010-6-30		2008-12-31	
	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）
流动资产	17,626.86	66.29	15,030.07	64.32
非流动资产	8,963.37	33.71	8,337.94	35.68
资产总计	26,590.23	100.00	23,368.01	100.00
项目	2008-12-31		2007-12-31	
	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）
流动资产	12,373.35	64.20	13,335.61	63.20
非流动资产	6,900.04	35.80	7,765.60	36.80
资产总计	19,273.39	100.00	21,101.21	100.00

2007 年末、2008 年末、2009 年末和 2010 年 6 月末，公司流动资产和非流动资产占总资产的比例保持稳定，流动资产比例稳定在 65%左右，非流动资产比例稳定在 35%左右。

1、主要流动资产的变动情况及原因

公司流动资产主要包括货币资金、应收账款和存货等与公司生产经营活动密切相关的流动资产，各项流动资产金额及其占流动资产的比重情况如下表所示：

项目	2010-6-30		2009-12-31	
	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）
货币资金	4,189.47	23.77	3,980.84	26.49
应收票据	22.92	0.13	40.69	0.27
应收账款	4,164.15	23.62	3,369.48	22.42
预付款项	1,788.57	10.15	1,871.69	12.45
其他应收款	316.57	1.80	303.39	2.02
存货	7,145.18	40.54	5,463.99	36.35
其他流动资产	-	-	-	-
流动资产合计	17,626.86	100.00	15,030.07	100.00

项目	2008-12-31		2007-12-31	
	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）
货币资金	3,728.68	30.13	3,116.20	23.37
应收票据	16.00	0.13	0.00	0.00
应收账款	3,140.73	25.38	2,323.44	17.42
预付款项	1,176.22	9.51	381.67	2.86
其他应收款	11.62	0.09	647.67	4.86
存货	4,300.11	34.75	6,809.80	51.06
其他流动资产	-	-	56.84	0.43
流动资产合计	12,373.35	100.00	13,335.61	100.00

（1）货币资金

报告期内，公司货币资金情况如下表所示：

单位：万元

项目	2010-6-30	2009-12-31
库存现金	0.47	1.72
银行存款	4,104.00	3,952.12
其他货币资金	85.00	27.00
合 计	4,189.47	3,980.84
项目	2008-12-31	2007-12-31
库存现金	0.40	19.13
银行存款	3,583.30	2,846.55
其他货币资金	144.98	250.53
合 计	3,728.68	3,116.20

2007 年末、2008 年末、2009 年末和 2010 年 6 月末货币资金余额分别为 3,116.20 万元、3,728.68 万元、3,980.84 万元和 4,189.47 万元，占当期流动资产的比例分别为 23.37%、30.13%、26.49%和 23.77%，公司货币资金维持在合理水平。

（2）应收账款

① 应收账款变动情况分析

报告期内，公司应收账款的变动情况如下表所示：

项目	2010-6-30	2009-12-31	2008-12-31	2007-12-31
应收账款余额（万元）	4,352.89	3,507.72	3,243.35	2,423.21
应收账款余额增长率（%）	24.09	8.15	33.85	-
坏账准备（万元）	188.74	138.24	102.63	99.77
应收账款账面净额（万元）	4,164.15	3,369.48	3,140.73	2,323.44
营业收入（万元）	16,032.84	27,874.21	30,377.30	24,248.06
应收账款余额占营业收入比重（%）	27.15	12.58	10.68	9.99

2008 年末公司应收账款余额较 2007 年末增长 33.85%，主要是 2008 年公司营业收入增长所致，2008 年营业收入较 2007 年增长 25.28%。

2007 年末、2008 年末应收账款余额占营业收入比重比较稳定，分别为 9.99% 和 10.68%，2009 年上半年受金融危机影响，公司产品销量有较大幅度下滑，但进入下半年后，随着国内消费市场的回暖以及公司内销力度的加大，公司销量明显回升，特别是 2009 年四季度以来销量较 2008 年同期增幅较大，因此 2009 年末应收账款余额占营业收入比重有所增加，为 12.58%。

2010 年以来国内外市场呈现强劲增长态势，公司实现营业收入 16,032.84 万元，较上年同期增长 57.48%，因此应收账款余额有较大的增加，较 2009 年末增加 845.17 万元，增长 24.09%，应收账款周转率与 2009 年相比保持稳定，为 8.51 次/年。

截至 2010 年 6 月 30 日，公司应收账款中无持有本公司 5%以上表决权股份的股东单位欠款。

② 应收账款的账龄分析

账龄	2010-6-30		2009-12-31	
	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）
1年以内	4,083.71	98.07	3,359.21	95.77
1~2年	69.57	1.67	136.09	3.88
2~3年	10.87	0.26	10.84	0.31
3年以上	-	-	1.57	0.04
合 计	4,164.15	100.00	3,507.72	100.00
账龄	2008-12-31		2007-12-31	
	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）
1年以内	3,217.58	99.21	2,330.06	96.16
1~2年	24.20	0.75	74.94	3.09
2~3年	1.57	0.04	16.66	0.69
3年以上	0.00	0.00	1.55	0.06
合 计	3,243.35	100.00	2,423.21	100.00

报告期各期末，本公司 95%以上的应收账款账龄在 1 年以内，报告期内公司主要客户较为稳定，客户经营情况和资信状况良好，公司应收账款质量较好。

③应收账款前 5 名客户情况分析

截至 2010 年 6 月 30 日，公司应收账款的前 5 名客户情况如下表所示：

序号	客户名称	账面余额		坏账准备 (万元)	账面净额 (万元)
		金额（万元）	占比（%）		
1	THERMOS HONG KONG LIMITED	252.64	5.80	7.58	245.06
2	THE SKATER CO.,LTD	216.40	4.97	6.49	209.91
3	广州邦方企业有限公司	188.24	4.32	5.65	182.60
4	VESENNI POTOK CO.,LTD	187.79	4.31	5.63	182.16
5	PORTAB AFZAR CO.	184.34	4.23	5.53	178.81
	合计	1,029.42	23.63	30.88	998.53

截至 2010 年 6 月 30 日，公司应收账款前 5 名客户的应收账款账面余额合计 1,029.42 万元，占全部应收账款余额的 23.63%，账龄均在一年以内。公司与上述客户合作关系稳定，发生坏账的可能性较小。

④公司应收账款管理制度

公司制定了《应收账款管理制度》，对收款管理和相关岗位的责任和权限作了明确说明，并将销售货款回收率作为相关岗位的主要考核指标之一。目前公司产品畅销国内外市场，为公司谨慎选择资信优良的客户奠定了基础。公司对应收账款的管理较为严谨，1 年以上应收账款占比很小，发生坏账的可能性较小。

（3）预付账款

报告期内，公司预付账款的变动情况如下表所示：

项目	2010-6-30	2009-12-31	2008-12-31	2007-12-31
预付账款（万元）	1,788.57	1,871.69	1,176.22	381.67
预付账款同比增加（万元）	-83.12	695.47	794.55	-

2008 年末预付账款较上年增加 794.55 万元的主要原因是预付永康市总部中心开发建设有限公司联建大楼款 789.60 万元；2009 年末预付账款较上年增加 695.47 万元的主要原因是预付永康市总部中心开发建设有限公司人才公寓购房款 356 万元和预付爱发科中北真空（沈阳）有限公司大型真空机 30%货款 209 万元。

截至 2010 年 6 月 30 日，预付账款中无预付持有本公司 5%以上表决权股份的股东单位款项。

（4）其他应收款

报告期内，公司其他应收款的变动情况如下表所示：

单位：万元

项目	2010-6-30	2009-12-31	2008-12-31	2007-12-31
其他应收款余额	379.20	312.77	11.98	776.30
坏账准备	62.63	9.38	0.36	128.63
其他应收款账面净额合计	316.57	303.39	11.62	647.67

公司其他应收款主要包括各类保证金和职工备用金借款等。2008 年末，其他应收款余额较 2007 年末减少了 764.32 万元，主要是公司规范了与其他企业和个人的资金往来，包括收回青海昂大实业集团有限公司欠款 200.00 万元、新疆昂大资源开发有限责任公司欠款 163.26 万元和关联方吕振福欠款 95 万元和关联方欧阳波欠款 73 万元。

2009 年末、2010 年 6 月末公司其他应收款主要为支付给永康市五金科技工业园区财政分局土地建设保证金 300 万元。

截至 2010 年 6 月 30 日，其他应收款中无持有本公司 5%以上表决权股份的股东单位欠款。

（5）存货

报告期内，公司存货占流动资产比重及变动情况如下：

项目	2010-6-30	2009-12-31	2008-12-31	2007-12-31
存货（万元）	7,145.18	5,463.99	4,300.11	6,809.80
占流动资产比重（%）	40.54	36.35	34.75	51.06
增长率（%）	30.77	27.07	-36.85	-
存货周转率（次/年）	3.57	3.95	4.28	3.09

① 存货规模及变动情况

报告期内，公司存货规模变动幅度较大，2008 年末存货余额及其占流动资产比重下降较大，主要原因是公司为应对原材料采购价格下调带来的风险减少了原材料储备和在产品等备货。2009 年末存货余额较 2008 年末增加 1,163.88 万元，主要原因是 2009 年下半年开始不锈钢卷板价格出现上升态势，公司年末增加了原材料不锈钢卷板的储备所致。2010 年 6 月末存货余额较 2009 年末增加 1,681.19 万元，主要原因是为应对不锈钢卷板价格的上涨加大了原材料储备以及公司产品的销售势头良好，由于产能受限，为满足客户需求加大了备货所致。

②存货结构分析

报告期内，公司存货结构如下表所示：

单位：万元

项目	2010-6-30		2009-12-31	
	余额	比例（%）	余额	比例（%）
原材料	2,970.60	41.57	2,332.48	42.69
包装物	219.62	3.07	172.86	3.16
低值易耗品	-	-	-	-
库存商品	1,086.74	15.21	742.72	13.59
发出商品	60.87	0.85	12.81	0.23
在产品	2,746.43	38.44	2,203.13	40.32
委托加工物资	60.92	0.85	-	-
合计	7,145.18	100.00	5,463.99	100.00
项目	2008-12-31		2007-12-31	
	余额	比例（%）	余额	比例（%）
原材料	1,333.66	31.01	2,735.95	40.18
包装物	95.87	2.23	169.09	2.48
低值易耗品	-	-	1.48	0.02
库存商品	717.05	16.68	485.13	7.12
发出商品	154.13	3.58	744.43	10.93
在产品	1,999.40	46.50	2,673.72	39.26
委托加工物资	-	-	-	-
合计	4,300.11	100.00	6,809.80	100.00

公司存货主要由原材料、在产品、库存商品和发出商品构成。报告期内，原材料和在产品占存货的比例保持在 80%左右，库存商品和发出商品占存货的比例保持在 15%~20%之间，包装物占存货的比例较小。报告期内，公司存货结构较为稳定。

2010 年以来国内外市场呈现强劲增长态势，公司产品销量较上年同期较大幅度增长，2010 年 1-6 月公司产品销量为 705.04 万只，较上年同期增长 45.33%。截至 2010 年 6 月 30 日，公司存量订单为 418.87 万只，订单总金额为 10,524.57 万元，结合不锈钢真空保温器皿的销售旺季通常在下半年的季节性特征和自身的产能状况，公司必须提前备货才能确保及时交货，因此原材料、在产品等存货余额出现较大幅度增长。

2、主要非流动资产的变动情况及原因

项目	2010-6-30		2009-12-31	
	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）
固定资产	6,707.50	74.83	6,105.10	73.22
无形资产	2,159.78	24.10	2,182.88	26.18
在建工程	22.79	0.25	-	-
递延所得税资产	73.31	0.82	49.96	0.60
非流动资产合计	8,963.37	100.00	8,337.94	100.00
项目	2008-12-31		2007-12-31	
	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）
固定资产	5,902.10	85.54	6,773.72	87.23
无形资产	915.94	13.27	934.78	12.04
在建工程	-	-	-	-
递延所得税资产	82.00	1.19	57.10	0.74
非流动资产合计	6,900.04	100.00	7,765.60	100.00

2007 年末、2008 年末、2009 年末和 2010 年 6 月末，公司非流动资产主要为固定资产和无形资产，二者合计占非流动资产的比例分别达到 99.27%、98.81%、99.40%和 98.93%。由于公司 2009 年 4 月以出让方式取得了 30,000 平方米的募集资金投资项目建设用地，因此 2009 年末无形资产余额及其占非流动资产比例有较大增长。

（1）固定资产

单位：万元

项目	2010-6-30			2009-12-31		
	账面原值	累计折旧	账面价值	账面原值	累计折旧	账面价值
房屋及建筑物	4,143.55	695.69	3,447.86	4,143.55	597.57	3,545.97
通用设备	541.28	278.03	263.25	492.31	236.74	255.57
专用设备	3,538.46	1,194.71	2,343.75	3,123.16	1,041.81	2,081.35
运输工具	1,040.64	388.00	652.64	560.28	338.07	222.21
合计	9,263.92	2,556.42	6,707.50	8,319.30	2,214.20	6,105.10
项目	2008-12-31			2007-12-31		
	账面原值	累计折旧	账面价值	账面原值	累计折旧	账面价值
房屋及建筑物	4,143.55	400.46	3,743.09	4,178.08	211.79	3,966.29
通用设备	411.69	163.79	247.90	310.72	102.80	207.92
专用设备	2,489.89	784.35	1,705.54	2,905.35	587.87	2,317.48
运输工具	460.85	255.28	205.57	460.85	178.82	282.03
合计	7,505.98	1,603.87	5,902.10	7,854.99	1,081.27	6,773.72

报告期内公司固定资产主要为房屋及建筑物、专用设备等，其中房屋及建筑

物和专用设备合计占固定资产比例保持在 90%以上。由于融资渠道的局限性，报告期内公司未进行大规模固定资产投资。

（2）无形资产

报告期内公司无形资产变化情况如下：

单位：万元

项目	2010-6-30	2009-12-31	2008-12-31	2007-12-31
无形资产原值	2,251.02	2,251.02	942.28	942.28
累计摊销	91.24	68.14	26.35	7.50
减值准备	-	-	-	-
账面价值	2,159.78	2,182.88	915.94	934.78

2009 年末无形资产有较大增加是因为公司于 2009 年 4 月以出让方式取得了位于浙江省永康经济开发区的募集资金投资项目用地的土地使用权（永国用 2009 第 5531 号），公司支付土地出让金及相关税费 1,308.74 万元。

3、主要资产减值准备的计提情况

报告期内，公司的主要资产减值准备计提情况如下表所示：

单位：万元

资产减值准备项目	2010-6-30	2009-12-31	2008-12-31	2007-12-31
一、坏账准备	251.37	147.62	102.99	228.40
其中：应收账款	188.74	138.24	102.63	99.77
其他应收款	62.63	9.38	0.36	128.63
二、存货跌价准备	-	-	-	-
三、固定资产减值准备	-	-	-	-

由于公司注重资产的周转效率及后续改良，资产发生减值情况较少，公司存货、固定资产、在建工程、无形资产均不存在减值的情况。

本公司资产减值准备计提政策稳健，按照资产减值准备计提政策的规定以及各项资产的实际情况，足额计提了各项资产减值准备，保障了公司的资本保全和持续经营能力。

（二）负债构成分析

项目	2010-6-30		2009-12-31	
	金额（万元）	占比（%）	金额（万元）	占比（%）
流动负债：				
短期借款	4,599.39	31.50	1,196.65	9.75
应付账款	3,072.02	21.04	3,721.30	30.32
预收款项	272.39	1.87	512.42	4.18
应付职工薪酬	990.29	6.78	1,089.86	8.88
应交税费	331.81	2.27	142.85	1.16
应付利息	12.32	0.08	8.09	0.07
其他应付款	209.74	1.44	284.80	2.32
流动负债合计：	9,487.97	64.99	6,955.97	56.68
非流动负债：				
长期借款	5,000.00	34.25	5,315.84	43.32
其他流动负债	112.00	0.77	-	-
递延流动负债	-	-	-	-
非流动负债合计：	5,112.00	35.01	5,315.84	43.32
负债合计	14,599.97	100.00	12,271.81	100.00
项目	2008-12-31		2007-12-31	
	金额（万元）	占比（%）	金额（万元）	占比（%）
流动负债：				
短期借款	4,953.18	44.28	7,466.21	55.72
应付账款	2,385.54	21.32	3,292.68	24.57
预收款项	761.18	6.80	571.97	4.27
应付职工薪酬	823.33	7.36	314.14	2.34
应交税费	419.37	3.75	1,440.15	10.75
应付利息	9.27	0.08	21.89	0.16
其他应付款	489.48	4.38	291.78	2.18
流动负债合计：	9,841.36	87.97	13,398.82	100.00
非流动负债：				
长期借款	1,345.84	12.03	-	-
非流动负债合计：	1,345.84	12.03	-	-
负债合计	11,187.20	100.00	13,398.82	100.00

1、总体负债结构

从债务结构看，公司债务以银行借款（包括短期、长期借款）为主，2007年末、2008年末、2009年末和2010年6月末，银行借款（包括短期、长期借款）占负债总额的比例分别为55.72%、56.31%、53.07%和65.75%，2010年1-6月银行借款占负债总额的比例有较大增加的主要原因是为满足增加原材料储备和提前备货的需要，公司新增短期借款3,402.74万元。

2007 年末、2008 年末、2009 年末和 2010 年 6 月末，流动负债占负债总额比重为 100%、87.97%、56.68%和 64.99%，2007-2009 年呈逐年下降趋势，主要是公司从 2008 年开始逐步调整负债结构，增加长期借款，减少短期借款，降低财务风险。2010 年 1-6 月流动负债所占比例有所上升，主要是公司新增短期借款 3,402.74 万元所致。

2、主要债项的变动情况及分析

报告期内，公司主要债项包括短期借款、应付账款、应付职工薪酬、长期借款，分别说明如下：

（1）短期借款

2007 年末、2008 年末、2009 年末和 2010 年 6 月末，公司的短期借款分别为 7,466.21 万元、4,953.18 万元、1,196.65 万元和 4,599.39 万元，占负债总额的比例分别为 55.72%、44.28%、9.75%和 31.50%，2009 年占比较 2008 年大幅下降，主要是公司调整负债结构，增加 3,970 万元长期借款所致。长期借款能够为公司提供更稳定的资金支持，降低财务风险，便于公司更为合理的安排资金使用计划，提高资金使用效率。

（2）应付账款

项目	2010-6-30	2009-12-31	2008-12-31	2007-12-31
应付账款（万元）	3,072.02	3,721.30	2,385.54	3,292.68
占负债总额比重（%）	21.04	30.32	21.32	24.57
和上年比增幅（%）	-17.45	55.99	-27.55	-

公司 2008 年末应付账款较 2007 年末减少 27.55%，主要原因是原材料采购价格较大幅度下调，公司减少了原材料储备，相应应付货款减少。

2009 年末应付账款较 2008 年末增长 55.99%，主要原因是 2009 年下半年原材料价格呈上升态势，公司年末增加了原材料的采购储备，相应应付货款增加。

（3）应付职工薪酬

单位：万元

名称	2010-6-30	2009-12-31	2008-12-31	2007-12-31
工资及福利	688.89	756.30	626.72	159.39
社会保险费及住房公积金	21.41	44.90	12.06	30.96
工会经费	199.90	180.90	113.94	71.47
职工教育经费	80.09	107.76	70.60	52.32
合 计	990.29	1,089.86	823.33	314.14

2008 年末应付职工薪酬余额较 2007 年末增长 162.09%，主要原因是公司 2008 年度计提的职工年终奖 237.92 万元在 2009 年度发放所致；2009 年末应付职工薪酬余额较 2008 年末增长 32.37%，主要原因是为了激励公司员工，年终奖比上年有所提高，为 445 万元。

（4）长期借款

公司从 2008 年起开始调整负债结构借入长期借款，2008 年末、2009 年末和 2010 年 6 月末公司的长期借款余额分别为 1,345.84 万元、5,315.84 万元和 5,000 万元，占负债总额的比例分别为 12.03%、43.32%和 34.25%，长期借款的增加为公司经营提供了更稳定的资金支持。

（5）预收款项

预收款项主要是预收客户货款。2007 年末、2008 年末、2009 年末和 2010 年 6 月末，公司的预收款项余额分别为 571.97 万元、761.18 万元、512.42 万元和 272.39 万元。2008 年末较 2007 年末增加 189.21 万元的主要原因是 2008 年销售规模增加所致；2009 年末较 2008 年末减少 248.76 万元的主要原因是 2009 年公司内销比例上升较大，国内经销商销售比重增加导致预收货款减少；2010 年 6 月末较 2009 年末减少 240.03 万元的主要原因是部分国外客户的结算方式由预收货款方式更改为信用证方式。

（6）应交税费

2007 年末、2008 年末、2009 年末和 2010 年 6 月末，公司的应交税费余额分别为 1,440.15 万元、419.37 万元、142.85 万元和 331.81 万元，2007 年末余额较高主要是应交企业所得税 1,325.25 万元尚未缴纳，2008 年缴纳后应交税费余额有较大下降。

（三）偿债能力分析

1、主要偿债能力指标分析

项 目	2010-6-30	2009-12-31	2008-12-31	2007-12-31
流动比率（倍）	1.86	2.16	1.26	1.00
速动比率（倍）	1.10	1.38	0.82	0.49
资产负债率（母公司）（%）	54.91	52.52	58.04	62.12

项 目	2010 年 1-6 月	2009 年度	2008 年度	2007 年度
息税折旧摊销前利润（万元）	2,970.51	4,611.73	3,846.74	3,058.74
利息保障倍数（倍）	11.27	8.85	6.23	5.19

（1）流动比率、速动比率

2007 年末、2008 年末、2009 年末，公司流动比率、速动比率均呈较明显的上升趋势，表明公司资产的流动性不断提高，短期偿债能力和抗风险能力进一步增强，主要原因是公司合理地改善了负债结构，短期借款的比重有较大幅度下降。2010 年 1-6 月，为满足增加原材料储备和提前备货的需要，公司新增短期借款 3,402.74 万元，因此 2010 年 6 月末流动比率、速动比率略有下降。

（2）资产负债率

2007 年末、2008 年末、2009 年末和 2010 年 6 月末，公司资产负债率（母公司口径）总体呈下降趋势，分别为 62.12%、58.04%、52.52%和 54.91%，主要原因是公司盈利能力逐年增强，2007 年、2008 年、2009 年和 2010 年 1-6 月公司实现净利润分别为 1,454.50 万元、2,077.08 万元、3,010.02 万元和 2,034.05 万元，使公司净资产规模（母公司口径）有了较大幅度的提高，由 2007 年末的 7,542.00 万元增长到 2010 年 6 月末的 11,990.26 万元，资产负债率总体呈下降趋势表明公司总体偿债能力进一步提高。

（3）息税折旧摊销前利润、利息保障倍数

2007 年、2008 年、2009 年和 2010 年 1-6 月，公司息税折旧摊销前利润逐年增长，分别为 3,058.74 万元、3,846.74 万元、4,611.73 万元和 2,970.51 万元；利息保障倍数逐年提高，分别为 5.19 倍、6.23 倍、8.85 倍和 11.27 倍，呈稳步上升趋势，表明公司偿还到期债务的能力逐步增强，偿债风险较小。

公司整体财务状况稳定，资产流动性较强。报告期内，公司能按时偿还银行贷款本息，及时支付供应商款项，资信良好，被中国农业银行永康市支行评为 AAA 级信用客户，良好的资信和诚信稳健的经营理念使公司拥有持续债务融资能力，能够满足公司日常经营的资金需求。

（四）资产周转能力分析

项目	2010 年 1-6 月	2009 年度	2008 年度	2007 年度
应收账款周转率（次/年）	8.51	8.56	11.12	12.70
应收账款周转天数（天）	42	42	32	28
存货周转率（次/年）	3.57	3.95	4.28	3.09
存货周转天数（天）	101	91	84	116

1、应收账款周转能力分析

报告期内，公司的应收账款保持了较高的周转速度。2007 年、2008 年、2009 年和 2010 年 1-6 月应收账款周转天数分别为 28 天、32 天、42 天和 42 天。

报告期内公司应收账款周转速度较快。2009 年，由于下半年全球经济的逐步复苏和第四季度销售旺季的到来，公司加大了内销力度，发货较为集中，应收账款周转率较 2008 年有所下降，2010 年 1-6 月应收账款周转率与 2009 年保持相对稳定。由于公司的主要客户均为优质客户，且公司加强了对客户资信的评价和跟踪，应收账款到期不能回收的风险较小。

2、存货周转能力分析

2007 年、2008 年、2009 年和 2010 年 1-6 月，公司的存货周转天数分别为 116 天、84 天、91 天和 101 天，2008 年存货周转速度较 2007 年加快，主要原因是随着不锈钢真空保温器皿的市场需求增加，公司产品供不应求，存货周转速度加快。2009 年下半年开始，不锈钢卷板价格出现上涨趋势，公司增加了原材料储备，存货周转率有所下降。2010 年 1-6 月公司产品销售收入较上年同期大幅增加，截至 2010 年 6 月 30 日存量订单为 418.87 万只，受产能限制，为满足市场需求，公司需要提前备货，故存货周转率较 2009 年有所下降。

二、盈利能力分析

报告期内公司财务状况良好，主营业务突出，盈利能力较强，净利润持续增长。2007 年、2008 年和 2009 年，公司实现营业收入分别为 24,248.06 万元、30,377.30 万元和 27,874.21 万元，年复合增长率 7.22%；实现净利润分别为 1,454.50 万元、2,077.08 万元和 3,010.02 万元，年复合增长率 43.86%。2010 年

1-6 月，公司实现营业收入 16,032.84 万元，较上年同期增长 57.48%，实现净利润 2,034.05 万元，较上年同期增长 87.44%，主要原因是：（1）公司产品销量较上年同期增长 45.33%，导致主营业务利润较上年同期增长 47.27%；（2）2010 年 1-6 月公司获得技术改造奖励和工业转型升级（技术改造）财政专项资金导致营业外收入较上年同期增长 295 万元；（3）2009 年 1~6 月所得税率为 25%，2010 年 1~6 月所得税率为 15%。

单位：万元

项目	2010 年 1-6 月	2009 年	2008 年	2007 年
营业收入	16,032.84	27,874.21	30,377.30	24,248.06
其中：主营业务收入	15,254.21	27,014.07	29,889.99	24,051.53
主营业务毛利	4,720.65	8,517.20	6,569.42	4,340.20
营业利润	2,027.55	3,260.79	2,626.87	2,101.46
利润总额	2,374.08	3,503.27	2,721.99	2,107.58
净利润	2,034.05	3,010.02	2,077.08	1,454.50
综合毛利率（%）	29.81	30.84	21.67	17.92
营业利润率（%）	12.65	11.70	8.65	8.67
净利率（%）	12.69	10.80	6.84	6.00

（一）营业收入构成及变动分析

1、营业收入与主营业务收入的构成及比例分析

报告期内，公司营业收入结构如下表所示：

单位：万元

项目	2010 年 1-6 月		2009 年	
	金额	比例（%）	金额	比例（%）
营业收入	16,032.84	100.00	27,874.21	100.00
其中：主营业务收入	15,254.21	95.14	27,014.07	96.91
其他业务收入	778.63	4.86	860.15	3.09
项目	2008 年		2007 年	
	金额	比例（%）	金额	比例（%）
营业收入	30,377.30	100.00	24,248.06	100.00
其中：主营业务收入	29,889.99	98.40	24,051.53	99.19
其他业务收入	487.31	1.60	196.53	0.81

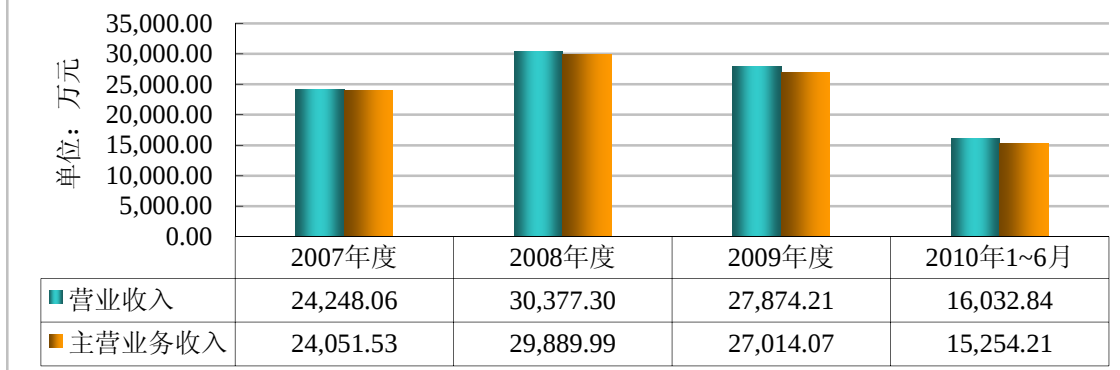
公司营业收入主要来源于不锈钢真空保温器皿的销售，主营业务收入占营业收入的比例均在 95%以上。

报告期内，公司营业收入和主营业务收入的变动情况如下：

单位：万元

项目	2010年1-6月	2009年	2008年	2007年
营业收入	16,032.84	27,874.21	30,377.30	24,248.06
营业收入增长率（%）	-	-8.24	25.28	-
主营业务收入	15,254.21	27,014.07	29,889.99	24,051.53
主营业务收入增长率（%）	-	-9.62	24.27	-

公司报告期营业收入及主营业务收入变动趋势图



2、主营业务收入的构成及变动分析

（1）主营业务收入的产品构成

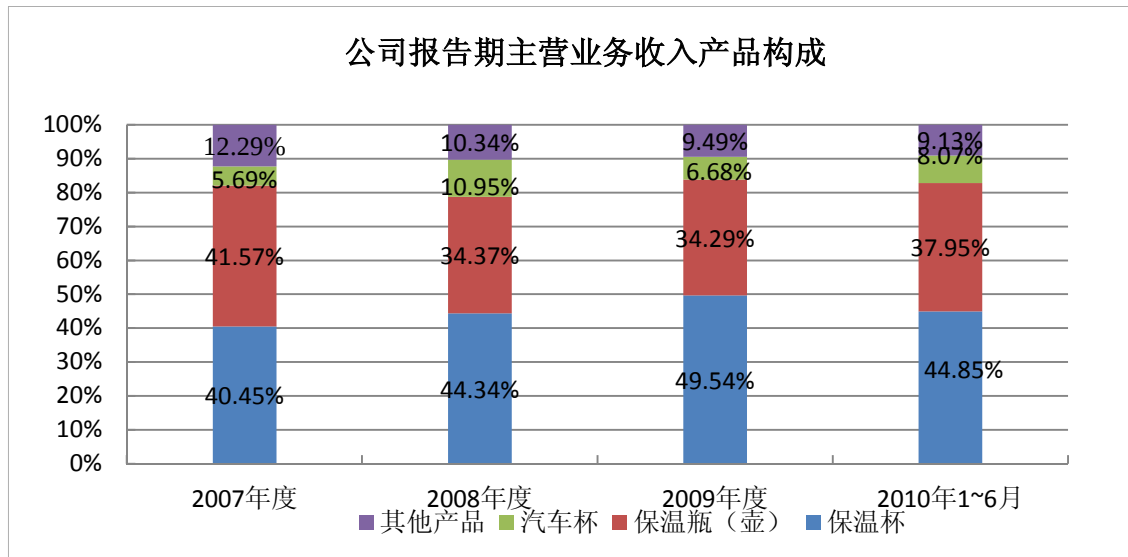
报告期内，公司的主营业务收入按照产品类型划分如下表：

单位：万元

产品类型		2010年1-6月		2009年	
		金额	比例（%）	金额	比例（%）
不锈钢真空保温器皿	保温杯	6,841.64	44.85	13,382.84	49.54
	保温瓶（壶）	5,789.59	37.95	9,262.26	34.29
	小计	12,631.23	82.80	22,645.10	83.83
汽车杯		1,230.53	8.07	1,804.82	6.68
其他产品		1,392.45	9.13	2,564.14	9.49
合计		15,254.21	100.00	27,014.07	100.00
产品类型		2008年		2007年	
		金额	比例（%）	金额	比例（%）
不锈钢真空保温器皿	保温杯	13,254.33	44.34	9,727.82	40.45
	保温瓶（壶）	10,272.08	34.37	9,999.13	41.57
	小计	23,526.41	78.71	19,726.95	82.02
汽车杯		3,274.06	10.95	1,369.14	5.69
其他产品		3,089.52	10.34	2,955.44	12.29
合计		29,889.99	100.00	24,051.53	100.00

注 1：由于公司主导产品——保温杯和保温瓶（壶）均为不锈钢真空保温器皿，耗用原材料和生产工序相同，且毛利率相近，因此将保温杯和保温瓶（壶）归为不锈钢真空保温器皿统一分析；

注 2：其他产品主要包括玻璃杯、铝瓶、塑料杯、锡罐等产品，2007~2008 年 3 月之前还包括由哈尔斯电器生产的电火锅、电烤板等铝制产品。



报告期内，公司主营业务收入主要来源于不锈钢真空保温器皿的销售。2007 年、2008 年、2009 年和 2010 年 1-6 月，上述产品的销售收入分别为 19,726.95 万元、23,526.41 万元、22,645.10 万元和 12,631.23 万元，占同期主营业务收入的比重分别为 82.02%、78.71%、83.83%和 82.80%。2009 年金融危机对出口销售影响较大，公司加大内销力度，公司主导产品销量与 2008 年度持平，由于原材料价格下降，导致产品销售价格下降，故销售收入较 2008 年略有下滑。

（2）主营业务收入变动分析

近年来，随着居民消费能力的提高和消费者环保意识的增强，安全、健康、时尚和个性化特性成为消费者选购日用饮食器具的重要因素，不锈钢真空保温器皿作为健康、环保、节能型的日用品，越来越受到大众消费者的认同和青睐，公司作为国内品牌影响力强，产品品质优良的不锈钢真空保温器皿企业，其主导产品的市场需求量也随之迅速增长，报告期内本公司主导产品的销售量保持稳步增长态势。

产品	项目	2010年1-6月		2009年		2008年		2007年
		数值	增长率 (%)	数值	增长率 (%)	数值	增长率 (%)	数值
保温杯	销量（万只）	342.30	-	714.90	2.41	698.07	36.73	510.54
	平均单价（元/只）	19.99	6.78	18.72	-1.41	18.99	-0.35	19.05
	销售收入（万元）	6,841.64	-	13,382.84	0.97	13,254.33	36.25	9,727.82
保温瓶 （壶）	销量（万只）	154.89	-	262.73	-0.75	264.72	3.19	256.53
	平均单价（元/只）	37.38	6.04	35.25	-9.15	38.80	-0.45	38.98
	销售收入（万元）	5,789.59	-	9,262.26	-9.83	10,272.08	2.73	9,999.13
不锈钢 真空保 温器皿 小计	销量（万只）	497.19	-	977.64	1.54	962.79	25.52	767.07
	平均单价（元/只）	25.41	9.72	23.16	-5.21	24.44	-4.98	25.72
	销售收入（万元）	12,631.23	-	22,645.10	-3.75	23,526.41	19.26	19,726.95
汽车杯	销量（万只）	93.17	-	131.61	-41.90	226.51	68.19	134.68
	平均单价（元/只）	13.21	-3.65	13.71	-5.13	14.45	42.08	10.17
	销售收入（万元）	1,230.53	-	1,804.82	-44.88	3,274.06	139.13	1,369.14
其他产 品	销量（万只）	114.67	-	189.47	72.15	110.06	19.12	92.40
	平均单价（元/只）	12.14	-10.27	13.53	-51.79	28.07	-12.24	31.99
	销售收入（万元）	1,392.45	-	2,564.14	-17.01	3,089.52	4.54	2,955.44
合计	销量（万只）	705.04	-	1,298.72	-0.05	1,299.36	30.70	994.15
	平均单价（元/只）	21.64	4.04	20.80	-9.58	23.00	-4.92	24.19
	销售收入（万元）	15,254.21	-	27,014.07	-9.62	29,889.99	24.27	24,051.53
不锈钢真空保温器皿占主营 业务收入比重（%）		82.80		83.83		78.71		82.02

①2008 年主营业务收入较上年同期增长 24.27%。

2008 年公司主营业务收入较上年增长 5,838.46 万元，主要原因是主营产品需求量快速增长而带来的销售量增加。2008 年公司主营产品销售量较 2007 年增加 305.21 万只，增长 30.70%，其中不锈钢真空保温器皿销售量增加 195.72 万只，汽车杯增加 91.83 万只，两者销量增加使得销售收入增加 5,704.38 万元，虽然产品销售均价因原材料价格较大幅度下降而有一定幅度下调，但下调幅度远小于销售量增长幅度，因此 2008 年销售收入实现同比增长 24.27%。

②2009 年主营业务收入较上年同期下降 9.62%

2009 年，为应对金融危机对产品出口的不利影响，公司加大内销力度，在国内需求持续增长、居民消费水平提高、消费环保意识增强以及下半年全球经济逐步复苏的背景下，公司主营产品的销售量基本与 2008 年持平。同时，受原材

料不锈钢卷板采购均价同比下降 27.78%的影响，公司对产品销售价格也进行了一定调整，2009 年公司不锈钢真空保温器皿产品销售均价同比下调 5.21%，扣除哈尔斯电器 2008 年 1~3 月的销售收入影响，2009 年主营业务收入同比下降 6.15%。

③2010 年 1-6 月主营业务收入较上年同期增长 52.43%

2010 年 1-6 月主营业务收入较上年同期增长 5,247.10 万元，主要原因是国内外市场呈现强劲增长态势而带来的销量增加以及为应对原材料价格上涨公司主营产品销售均价上调，2010 年 1-6 月公司主营产品销量较上年同期增加 219.91 万只，增长 45.33%，主营产品销售均价较上年同期上涨 4.89%，由此导致 2010 年 1-6 月主营业务收入较上年同期增长 52.43%。

3、主营业务收入的地区构成及变动分析

报告期内，公司的主营业务收入按照地区分布划分如下表：

单位：万元

地区	2010 年 1-6 月		2009 年	
	金额	比例（%）	金额	比例（%）
国内地区	5,571.42	36.52	12,371.88	45.80
国外地区	9,682.79	63.48	14,642.19	54.20
合计	15,254.21	100.00	27,014.07	100.00
地区	2008 年		2007 年	
	金额	比例（%）	金额	比例（%）
国内地区	10,460.16	35.00	5,255.53	21.85
国外地区	19,429.83	65.00	18,796.00	78.15
合计	29,889.99	100.00	24,051.53	100.00

2007~2009 年随着我国不锈钢真空保温器皿市场的快速增长和消费者品牌意识的逐步显现，公司自有品牌销售收入快速增长，成为主营业务增长的重要来源，公司内销收入占比逐年提升。同时，公司不断提升的设计研发能力和产品质量水平，使公司与众多国外品牌商的合作关系不断加强，2010 年 1-6 月，国外市场呈现强劲增长态势，公司在内销收入较上年同期继续保持增长的同时贴牌代工业务销售收入大幅增长，因此国外销售比重有所提高。

从销售市场的具体区域来看，国内销售主要以上海、浙江、北京等地为主，国外销售以美国、韩国、日本和俄罗斯为主。

4、其他业务收入变动分析

公司其他业务收入主要包括产品废料的销售收入和外协加工过程中原材料的销售收入。2007 年、2008 年、2009 年和 2010 年 1-6 月，公司其他业务收入的金额分别为 196.53 万元、487.31 万元、860.15 万元和 778.63 万元，占营业收入比重较小，分别为 0.81%、1.60%、3.09%和 4.86%。

为保证原材料钢件的质量，自 2008 年底起，公司逐步减少直接向厂家购买钢件，采用先将自己购买的不锈钢卷板出售给外协厂家，待加工完毕后再买回钢件的加工模式。该模式有利于控制钢件的质量和产出率，随着不锈钢卷板外协加工量的增加，公司其他业务收入中原材料销售收入增长较大。

（二）产品综合毛利率分析

1、产品综合毛利率变动情况

报告期内，本公司产品综合毛利率情况如下：

项目	2010 年 1-6 月	2009 年	2008 年	2007 年
产品综合毛利率（%）	29.81	30.84	21.67	17.92
其中：主营业务毛利率（%）	30.95	31.53	21.98	18.05
其他业务毛利率（%）	7.61	9.06	2.91	2.53

报告期内公司产品毛利率发生变动的主要原因为：

（1）公司产品内外销结构的改变带动了毛利率的总体提升

2007-2009 年，公司国内市场销售收入及比重不断增加，由于公司内销产品基本使用自有品牌销售，与出口 OEM 或 ODM 贴牌生产相比，自有品牌具有较高的毛利空间，从而带动了公司产品毛利率的总体提升。

项目	2010 年 1-6 月		2009 年	
	毛利率	销售收入占比（%）	毛利率	销售收入占比（%）
国内地区	33.87%	36.52	34.48%	45.80
国外地区	29.26%	63.48	29.04%	54.20
主营业务毛利率	30.95%	-	31.53%	-
项目	2008 年		2007 年	
	毛利率	销售收入占比（%）	毛利率	销售收入占比（%）
国内地区	27.55%	35.00	16.64%	21.85
国外地区	18.98%	65.00	18.44%	78.15
主营业务毛利率	21.98%	-	18.05%	-

2009 年以来外销收入中体现公司研发设计能力、盈利能力较强的 ODM 模式实现销售收入所占比例不断上升，提升了公司产品毛利率。2009 年、2010 年 1-6 月 ODM 模式实现销售收入占外销收入的比例分别为 58.43%、81.13%。

(2) 公司产品平均销售价格和主要原材料平均采购价格的变动对公司产品毛利率的影响

① 公司主要原材料平均采购价格的波动对公司产品毛利率的影响

报告期内公司主要原材料不锈钢卷板和塑料粒子采购情况如下：

项目	2010 年 1-6 月	2009 年	2008 年	2007 年
不锈钢卷板				
数量 (KG)	2,024,774.00	3,451,027.40	2,626,228.36	3,319,073.70
采购金额 (万元)	3,880.25	6,046.20	6,371.23	9,817.82
平均采购价格 (元/KG)	19.16	17.52	24.26	29.58
塑料粒子				
数量 (KG)	306,103.00	623,522.73	558,283.80	414,818.81
采购金额 (万元)	306.41	548.70	582.29	538.02
平均采购价格 (元/KG)	10.01	8.80	10.43	12.97

报告期内，受市场价格波动影响，公司主要原材料不锈钢卷板和塑料粒子采购价格呈现一定波动，2008 年和 2009 年不锈钢卷板平均采购价格较上年分别下降 17.99%和 27.78%，2008 年和 2009 年塑料粒子平均采购价格较上年分别下降 19.58%和 15.63%，带来了 2007-2009 年公司产品毛利率的较大幅度提升；2010 年 1-6 月不锈钢卷板平均采购价格较上年上涨 9.36%，塑料粒子平均采购价格较上年上涨 13.75%，导致公司产品毛利率出现了一定下降。

② 公司产品平均销售价格的变动对公司产品毛利率的影响

2007-2009 年，受原材料平均采购价格下降的影响，公司产品的平均销售价格有一定下调，但下调幅度远小于主要原材料平均采购价格的下降幅度，导致 2008 年、2009 年公司产品毛利率较上年有较大提升；2010 年 1-6 月，受原材料平均采购价格上涨的影响，公司产品的平均销售价格相应上调，一定程度上抵消了原材料平均采购价格上涨对公司产品毛利率的影响，因此 2010 年 1-6 月公司产品毛利率较 2009 年略有下降。

产品	项目	2010 年 1-6 月		2009 年		2008 年		2007 年
		数值	增长率 (%)	数值	增长率 (%)	数值	增长率 (%)	数值
不锈钢真空保温器皿小计	销量（万只）	497.19	-	977.64	1.54	962.79	25.52	767.07
	平均单价（元/只）	25.41	9.72	23.16	-5.21	24.44	-4.98	25.72
	销售收入（万元）	12,631.23	-	22,645.10	-3.75	23,526.41	19.26	19,726.95
汽车杯	销量（万只）	93.17	-	131.61	-41.90	226.51	68.19	134.68
	平均单价（元/只）	13.21	-3.65	13.71	-5.13	14.45	42.08	10.17
	销售收入（万元）	1,230.53	-	1,804.82	-44.88	3,274.06	139.13	1,369.14
其他产品	销量（万只）	114.67	-	189.47	72.15	110.06	19.12	92.40
	平均单价（元/只）	12.14	-10.27	13.53	-51.79	28.07	-12.24	31.99
	销售收入（万元）	1,392.45	-	2,564.14	-17.01	3,089.52	4.54	2,955.44
合计	销量（万只）	705.04	-	1,298.72	-0.05	1,299.36	30.70	994.15
	平均单价（元/只）	21.64	4.04	20.80	-9.58	23.00	-4.92	24.19
	销售收入（万元）	15,254.21	-	27,014.07	-9.62	29,889.99	24.27	24,051.53

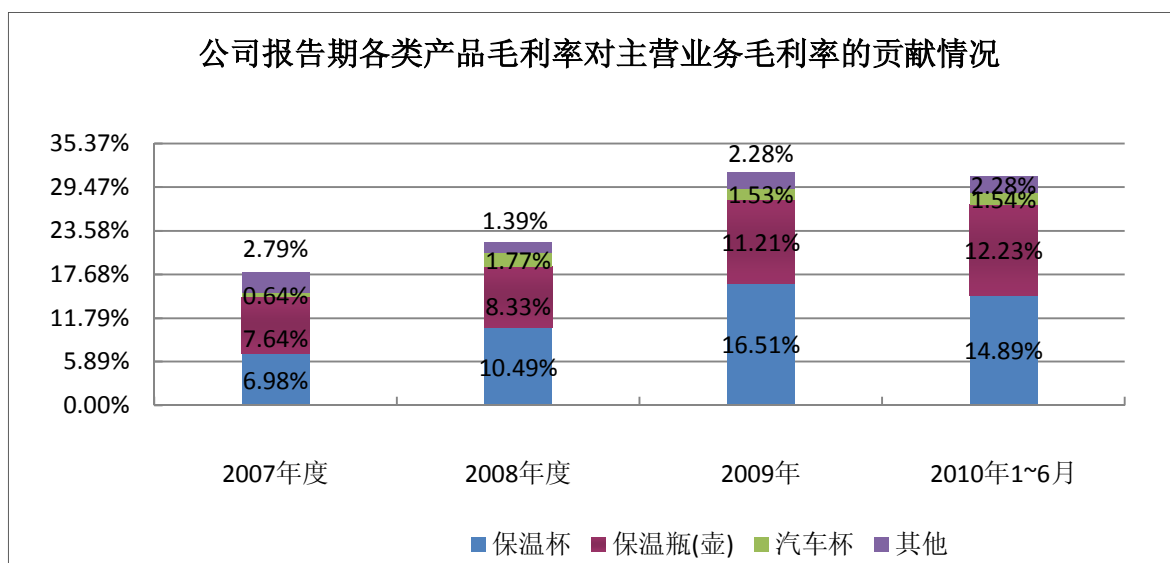
2、主营业务毛利率分析

报告期内本公司各类产品毛利率变动情况如下表所示：

项目		2010 年 1-6 月	变动 (百分点)	2009 年	变动 (百分点)	2008 年	变动 (百分点)	2007 年
不锈钢真空保温器皿	保温杯	33.20%	-0.13	33.33%	9.67	23.66%	6.41	17.25%
	保温瓶（壶）	32.23%	-0.46	32.69%	8.46	24.23%	5.86	18.37%
	小计	32.75%	-0.32	33.07%	9.16	23.91%	6.09	17.82%
汽车杯		19.13%	-3.77	22.90%	6.77	16.13%	4.94	11.19%
其他产品		24.98%	0.96	24.02%	10.52	13.50%	-9.23	22.73%
主营业务毛利率		30.95%	-0.58	31.53%	9.55	21.98%	3.93	18.05%

2007~2009 年，公司主营业务毛利率逐年提高，2008 年、2009 年分别较上年增长 3.93 个百分点和 9.55 个百分点。2010 年 1-6 月由于原材料价格上涨，毛利率略有下降，较 2009 年降低 0.58 个百分点。报告期内公司不锈钢真空保温器皿的销售收入占公司主营业务收入的比重均在 79%以上，因此，公司主营业务毛利率主要取决于不锈钢真空保温器皿毛利的贡献。

报告期内公司各类产品毛利率对主营业务毛利率的贡献情况如下：



注：各类产品毛利率对综合毛利率的贡献=各类产品毛利率×各类产品销售收入占主营业务收入比重。

（1）不锈钢真空保温器皿的毛利率变动分析

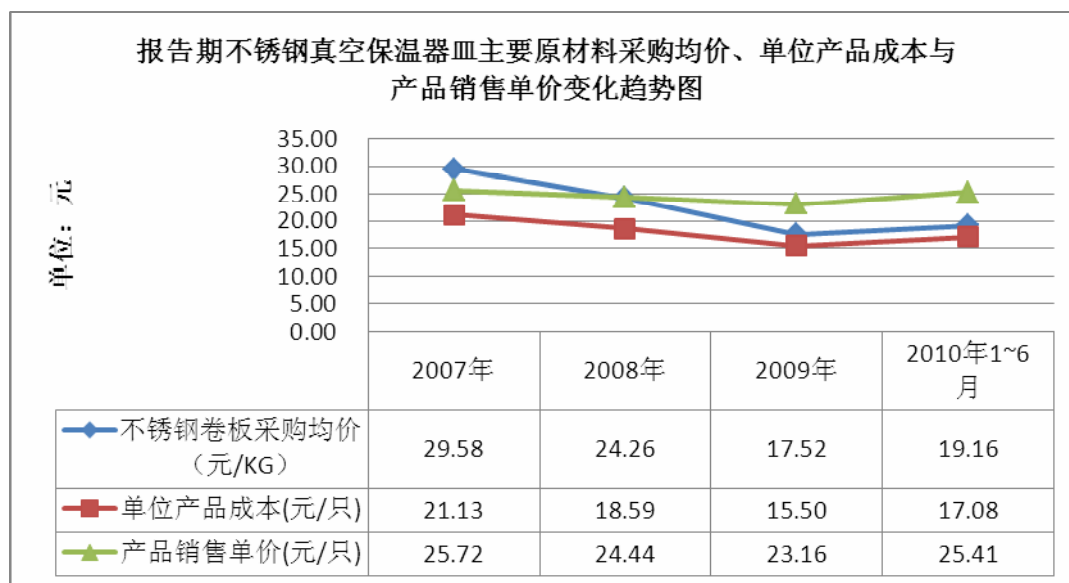
报告期内公司不锈钢真空保温器皿的毛利率影响因素如下：

毛利率的影响因素	2010 年 1-6 月		2009 年		2008 年		2007 年
	数值	增幅	数值	增幅	数值	增幅	数值
销售数量（万只）	497.19	-	977.64	1.54%	962.79	25.52%	767.07
销售收入（万元）	12,631.23	-	22,645.10	-3.75%	23,526.41	19.26%	19,726.95
单位产品平均销售价格（元/只）	25.41	9.72%	23.16	-5.21%	24.44	-4.98%	25.72
单位产品成本（元/只）	17.08	10.19%	15.50	-16.62%	18.59	-12.02%	21.13
其中：直接材料成本	12.27	10.94%	11.06	-21.89%	14.16	-15.91%	16.84
直接人工	1.83	-1.08%	1.85	18.59%	1.56	16.42%	1.34
制造费用	2.46	15.49%	2.13	2.40%	2.08	-4.59%	2.18
免抵退税不得免征和抵扣税额	0.52	13.04%	0.46	-41.77%	0.79	1.28%	0.78
不锈钢真空器皿毛利率（%）	32.75	-0.32 个百分点	33.07	9.16 个百分点	23.91	6.09 个百分点	17.82

注：2007 年、2008 年、2009 年和 2010 年 1-6 月，不锈钢真空保温器皿免抵退税不得免征和抵扣税额计入主营业务成本的金额分别为 6,016,824.92 元、7,594,426.68 元、4,456,718.86 元、2,570,773.58 元。

从上表可以看到，2007-2009 年，由于不锈钢真空保温器皿的平均销售价格下降的幅度远小于单位产品成本的下降幅度，不锈钢真空保温器皿的毛利率稳步提高；2010 年 1-6 月，不锈钢真空保温器皿的平均销售价格上调在一定程度上抵

消了单位产品成本的上涨幅度，不锈钢真空保温器皿的毛利率略有下降。



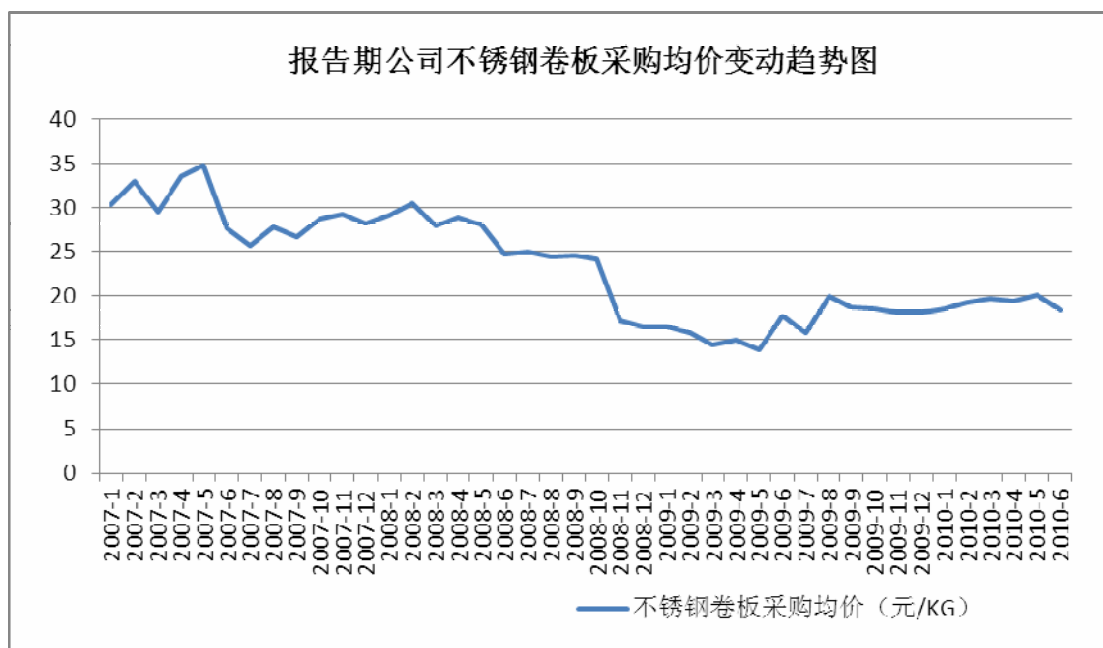
①主要原材料价格变动对毛利率的影响

报告期内公司不锈钢真空保温器皿的主要原材料价格如下表所示：

主要原材料项目	单位	2010年1-6月		2009年		2008年		2007年
		金额	增幅	金额	增幅	金额	增幅	
不锈钢卷板	元/KG	19.16	9.36%	17.52	-27.78%	24.26	-17.99%	29.58
塑料粒子	元/KG	10.01	13.75%	8.80	-15.63%	10.43	-19.58%	12.97

原材料成本在公司不锈钢真空保温器皿产品成本中所占比例较大，2007年、2008年、2009年和2010年1-6月占比分别为82.75%、79.55%、73.54%和77.23%，2007-2009年原材料成本占比呈下降趋势，主要原因是原材料成本中占比70%左右的不锈钢卷板、钢件和占比10%左右的塑料粒子平均采购价格呈下降趋势，随着2010年1-6月主要原材料价格的上涨，原材料成本占不锈钢真空保温器皿产品成本比重有所上升。

不锈钢卷板和钢件是公司不锈钢真空保温器皿的主要原材料，其中钢件是由不锈钢卷板加工后的杯底、杯盖，2007年、2008年、2009年和2010年1-6月不锈钢卷板和钢件成本占产品成本的比重分别为59.27%、56.90%、52.54%和53.23%，受市场价格波动影响，不锈钢卷板和钢件成本占产品成本的比重有所变化。2007年、2008年、2009年和2010年1-6月公司不锈钢卷板采购均价分别为29.58元/KG、24.26元/KG、17.52元/KG和19.16元/KG。



不锈钢卷板采购价格变动对毛利率和利润总额变动的敏感性分析：

项目	2010年1-6月	2009年	2008年	2007年
当期不锈钢卷板的采购价格（元/KG）	19.16	17.52	24.26	29.58
当期不锈钢真空保温器皿的单位产品成本（元/只）	17.08	15.50	18.59	21.13
当期不锈钢真空保温器皿的毛利额（万元）	4,137.30	7,488.05	5,624.43	3,515.38
当期不锈钢真空保温器皿的毛利率	32.75%	33.07%	23.91%	17.82%
不锈钢卷板价格变动敏感性分析				
假定：不锈钢卷板价格上涨 1%	19.35	17.70	24.50	29.88
不锈钢卷板单价上涨 1%后的单位产品成本(元/只)	17.17	15.59	18.70	21.25
不锈钢卷板单价上涨 1%后的毛利额（万元）	4,093.89	7,407.93	5,524.51	3,426.74
不锈钢卷板单价上涨 1%后的毛利率	32.41%	32.71%	23.48%	17.37%
毛利率变动百分点（%）	-0.34	-0.35	-0.42	-0.45
利润总额变动额（万元）	-43.40	-80.12	-99.92	-88.64
利润总额变动百分点（%）	-1.83	-2.29	-3.67	-4.21

注：本表假定各期仅不锈钢卷板采购价格发生变动，其他条件不变，由于钢件是不锈钢卷板的直接加工成品，在计算不锈钢卷板耗材量时已将钢件用量按经验数据折算为不锈钢卷板用量。

以 2008 年度公司毛利率对不锈钢卷板采购价格变动的敏感度系数 0.42 为例，在假设其他条件不变的情况下，不锈钢卷板平均采购价格 2008 年和 2009 年较上年同期分别下降 17.99%和 27.78%，将导致毛利率分别提升约 7.56 个百分点和 11.67 个百分点。

②产品销售均价变动对毛利率的影响

受原材料价格下降的影响，报告期内，公司不锈钢真空保温器皿产品的销售价格有一定下调，但下调幅度远小于原材料价格下降幅度，2007 年、2008 年、2009 年和 2010 年 1-6 月单位产品销售均价分别为 25.72 元/只、24.44 元/只、23.16 元/只和 25.41 元/只，2008 年和 2009 年较上年同期分别下降 4.98%和 5.21%，2010 年 1-6 月较 2009 年上涨 9.72%。

产品销售均价变动对毛利率和利润总额变动的敏感性分析：

项目	2010 年 1-6 月	2009 年	2008 年	2007 年
当期不锈钢真空保温器皿的销售均价（元/只）	25.41	23.16	24.44	25.72
当期不锈钢真空保温器皿的单位产品成本（元/只）	17.08	15.50	18.59	21.13
当期不锈钢真空保温器皿的毛利额（万元）	4,137.30	7,488.05	5,624.43	3,515.38
当期不锈钢真空保温器皿的毛利率	32.75%	33.07%	23.91%	17.82%
不锈钢真空保温器皿销售均价变动敏感性分析				
假定：销售均价上涨 1%	25.66	23.39	24.68	25.97
销售均价上涨 1%后的单位产品成本（元/只）	17.08	15.50	18.59	21.13
销售均价上涨 1%后的毛利额（万元）	4,267.01	7,714.50	5,859.70	3,712.65
销售均价上涨 1%后的毛利率	33.44%	33.73%	24.66%	18.63%
毛利率变动百分点（%）	0.69	0.66	0.75	0.81
利润总额变动额（万元）	129.72	226.45	235.26	197.27
利润总额变动百分点（%）	5.46	6.46	8.64	9.36

注：本表假定各期仅产品销售均价发生变动，其他条件不变。

以 2008 年度公司毛利率对产品销售均价变动的敏感度系数 0.75 为例，在假设其他条件不变的情况下，单位产品销售均价 2008 年和 2009 年较上年同期分别下降 4.98%和 5.21%，将导致毛利率分别下降约 3.74 个百分点和 3.91 个百分点。

从产品销售均价和主要原材料不锈钢卷板采购价格变动对公司毛利率和利润总额变动的敏感性分析看，公司盈利能力对产品销售均价变动较主要原材料采购价格变动更敏感。

③出口退税率变动对毛利率的影响

报告期内公司主要产品的出口退税率变化如下：

项目	2010 年 1-6 月	2009 年	2008 年	2007 年
保温杯	13%	13%	2008 年 11 月 30 日 前 11%，2008 年 12 月 1 日后 13%	2007 年 6 月 30 日 前 13%，2007 年 7 月 1 日后 11%

保温瓶 (壶)	13%	13%	2008年11月30日 前 11%，2008年12 月1日后 13%	2007年6月30日 前 13%，2007年7 月1日后 11%
汽车杯	9%	2009年3月31日 前 5%，2009年4 月1日后 9%	5%	5%
其他产品	13%	13%	13%	13%

出口退税率变动对毛利率和利润总额变动的敏感性分析：

项目	2010年 1-6月	2009年	2008年	2007年
当期实际出口货物征税率和退税率之差	3.10%	3.57%	5.15%	4.03%
当期不锈钢真空保温器皿的外销总额（万元）	8,285.77	12,495.67	14,739.43	14,937.98
当期不锈钢真空保温器皿的销售均价（元/只）	25.41	23.16	24.44	25.72
当期不锈钢真空保温器皿的单位产品成本（元/只）	17.08	15.50	18.59	21.13
当期不锈钢真空保温器皿的毛利额（万元）	4,137.30	7,488.05	5,624.43	3,515.38
当期不锈钢真空保温器皿的毛利率	32.75%	33.07%	23.91%	17.82%
出口退税率变动敏感性分析：假定出口退税率提高 1%				
出口货物征税率和退税率之差	2.10%	2.57%	4.15%	3.03%
出口退税率提高 1%后的单位产品成本（元/只）	16.91	15.38	18.44	20.94
出口退税率提高 1%后的毛利额（万元）	4,222.54	7,613.00	5,771.83	3,664.76
出口退税率提高 1%后的毛利率	33.43%	33.62%	24.53%	18.58%
不锈钢真空保温器皿毛利率变动百分点（%）	0.68	0.55	0.63	0.76
利润总额变动额（万元）	85.24	124.96	147.39	149.38
利润总额变动百分点（%）	3.59	3.57	5.41	7.09

注 1：“当期免抵退税不得免征和抵扣税额=当期出口货物离岸价×外汇人民币牌价×（出口货物征税率 - 出口货物退税率）-当期进料加工不得免征和抵扣税额抵减额”，由于报告期内主导产品退税率发生了变化，为简便计算方法，当期实际出口货物征税率和退税率之差以当期免抵退税不得免征和抵扣税额除以外销收入计算得出，即已考虑当期进料加工不得免征和抵扣税额抵减额的影响。

注 2：2007 年、2008 年、2009 年和 2010 年 1-6 月，不锈钢真空保温器皿免抵退税不得免征和抵扣税额计入主营业务成本的金额分别为 6,016,824.92 元、7,594,426.68 元、4,456,718.86 元和 2,570,773.58 元。

由于当期免抵退税不得免征和抵扣税额直接计入主营业务成本，假定外销收入和其他成本不变，出口退税率的变化将导致公司主导产品毛利率和利润总额发生变化，如果国家进一步提高公司出口退税率，将会进一步降低公司的主营业务成本，从而在一定程度上增加公司产品的盈利能力，但若国家降低公司出口退税率，也会同步削弱公司产品的盈利能力，从上述敏感性分析可以看到，2007-2009 年随着公司主导产品出口比例的下降，出口退税率的变化对公司产品毛利率和利

润总额的影响逐步减小。

④制造费用、人工成本和单位耗材量对毛利率的影响

2007年、2008年、2009年和2010年1-6月，公司不锈钢真空保温器皿的单位制造费用分别为2.18元/只、2.08元/只、2.13元/只、2.46元/只，2010年1-6月较2009年较大幅增长的主要原因是公司订单增加带来的机器超负荷运转引致设备维护成本上升。

2007年、2008年、2009年和2010年1-6月公司不锈钢真空保温器皿的单位人工成本分别为1.34元/只、1.56元/只、1.85元/只和1.83元/只，2008年和2009年较上年变动较大的主要原因是报告期内工资水平提高。

由于制造费用和人工成本占生产成本的比重较小，其变动对毛利率影响较小。

2007年、2008年、2009年和2010年1-6月公司不锈钢真空保温器皿的单位耗材量分别为0.46KG/只、0.46KG/只、0.45KG/只和0.47KG/只，较为稳定。

⑤不锈钢真空保温器皿毛利率变动的多因素影响分析

报告期内，公司采用月末一次加权平均法结转消耗的原材料成本，制造费用和人工成本按照生产工序归集，不能直接归集的按各工序直接材料成本分配。月末生产成本在完工产品和在产品之间分配。产品实现销售后，按销量和单位产品成本结转当期营业成本。

由于“单位产品成本=当期耗用原材料的平均单价×单位产品耗材量+单位制造费用+单位人工成本”，因此，当期原材料的平均采购单价、期初期末存货金额、单位产品耗材量、单位制造费用和人工成本的变动均会对单位产品成本产生一定的影响。

根据当期不锈钢真空器皿的平均销售价格和主要原材料不锈钢卷板和塑料粒子的平均采购价格，并考虑期初期末存货的影响，报告期内各因素变动对不锈钢真空器皿毛利率的影响程度如下：

因素代码	毛利率影响因素	2009 年~2010 年 1-6 月		2008 年~2009 年		2007 年~2008 年	
		变动率	对毛利率影响百分点（%）	变动率	对毛利率影响百分点（%）	变动率	对毛利率影响百分点（%）
a	单位产品平均销售价格	9.72%	5.75	-5.21%	-4.30	-4.98%	-4.64
b	不锈钢卷板平均采购价格	9.36%	-1.22	-27.78%	10.16	-17.99%	7.45
c	单位产品不锈钢卷板耗材量	4.44%	-1.51	-1.10%	0.38	-1.09%	0.50
d	塑料粒子平均采购价格	13.75%	-0.22	-15.63%	0.65	-19.58%	1.31
e	单位产品塑料粒子耗材量	9.09%	-0.39	-8.33%	0.38	-29.41%	2.13
f	单位产品辅材成本	24.57%	-1.69	-27.69%	2.89	-8.68%	0.94
g	单位产品制造费用	15.49%	-1.30	2.40%	-0.22	-4.59%	0.41
h	单位产品人工成本	-1.08%	0.08	18.59%	-1.25	16.42%	-0.90
i	单位产品免抵退税不得免征和抵扣税额	13.04%	-0.25	-41.77%	1.42	1.28%	-0.04
	合计		-0.75		10.11		7.16

注 1：多因素分析法下各因素变动率对毛利率影响的计算公式如下：

a 的变动率导致毛利率变化量=（基期单位销售成本/基期 a）×a 的变动率/（1+a 的变动率）；

b 的变动率导致毛利率变化量= -（基期 c×基期 b×b 的变动率）/本期 a

c 的变动率导致毛利率变化量= -（本期 b×基期 c×c 的变动率）/本期 a

d 的变动率导致毛利率变化量= -（基期 e×基期 d×d 的变动率）/本期 a

e 的变动率导致毛利率变化量= -（本期 d×基期 e×e 的变动率）/本期 a

f 的变动率导致毛利率变化量=-（基期 f×f 的变动率）/本期 a

g 的变动率导致毛利率变化量=-（基期 g×g 的变动率）/本期 a

h 的变动率导致毛利率变化量=-（基期 h×h 的变动率）/本期 a

i 的变动率导致毛利率变化量=-（基期 i×i 的变动率）/本期 a

a：单位产品平均销售价格； b：不锈钢卷板平均采购价格； c：单位产品不锈钢卷板耗材量；

d：塑料粒子平均采购价格； e：单位产品塑料粒子耗材量； f：单位产品辅材成本； g：单位产品制造费用； h：单位产品人工成本； i：单位产品免抵退税不得免征和抵扣税额。

注 2：本计算表已考虑不锈钢卷板、塑料粒子的期初、期末存货变化对成本结转的影响。

单位原材料采购价格变动率对毛利率的影响=当期原材料采购价格变动率对毛利率的影响×（销售成本-期初存货）/销售成本

注 3：由于涉及到考虑期初期末存货的影响以及钢件和塑料件的耗用量折算并不完全精确，得出的毛利率变动与实际会存在一定差异。

（2）汽车杯的毛利率变动分析

报告期内公司汽车杯的毛利率影响因素如下：

毛利率的影响因素	2010 年 1-6 月		2009 年		2008 年		2007 年
	数值	增幅	数值	增幅	数值	增幅	数值
销售数量（万只）	93.17	-	131.61	-41.90%	226.51	68.19%	134.68
销售收入（万元）	1,230.53	-	1,804.82	-44.88%	3,274.06	139.13%	1,369.14
单位产品平均销售价格（元/只）	13.21	-3.65%	13.71	-5.13%	14.45	42.08%	10.17
单位产品成本（元/只）	10.68	1.04%	10.57	-12.79%	12.12	34.22%	9.03
其中：直接材料成本	6.88	1.03%	6.81	-17.25%	8.23	47.76%	5.57
直接人工	1.83	-1.08%	1.85	18.59%	1.56	16.42%	1.34
制造费用	1.19	15.53%	1.03	1.98%	1.01	-3.81%	1.05
免抵退税不得免征和抵扣税额	0.78	-11.36%	0.88	-33.33%	1.32	23.36%	1.07
汽车杯毛利率（%）	19.13	-3.77 个百分点	22.90	6.77 个百分点	16.13	4.94 个百分点	11.19

汽车杯的主要原材料和不锈钢真空保温器皿产品基本相同，主要区别在于汽车杯是单层不锈钢卷板杯，不需要经过抽真空等关键环节。2007 年、2008 年、2009 年和 2010 年 1-6 月，汽车杯收入占公司主营业务收入的比重较小，分别为 5.69%、10.95%、6.68%和 8.07%，汽车杯毛利率分别为 11.19%，16.13%、22.90%和 19.13%。2008 年毛利率较上年增加 4.94 个百分点，主要原因是公司针对消费者的需求改变了产品设计构造，增加了不锈钢用量，从而带来了汽车杯销售均价较大幅度的上涨，从 10.17 元/只上涨至 14.45 元/只；2009 年毛利率较上年增加 6.77 个百分点，主要原因是原材料采购价格的下降和出口退税率从 4 月份起由 5%调整为 9%；2010 年 1-6 月毛利率较上年下降 3.77 个百分点，主要原因是小容量的汽车杯占比较大导致平均销售价格下降以及原材料价格上涨所致。

根据当期汽车杯的平均销售价格和主要原材料的平均采购价格，并考虑期初期末存货的影响，报告期内各因素变动对汽车杯毛利率的影响程度如下：

因素代码	毛利率影响因素	2009 年~2010 年 1-6 月		2008 年~2009 年		2007 年~2008 年	
		变动率	对毛利率影响百分点（%）	变动率	对毛利率影响百分点（%）	变动率	对毛利率影响百分点（%）
a	单位产品平均销售价格	-3.65%	-2.83	-5.13%	-4.54	42.08%	26.97
b	不锈钢卷板平均采购价格	9.36%	-1.10	-27.78%	8.00	-17.99%	2.08
c	单位产品不锈钢卷板耗材量	-5.00%	0.87	-4.76%	2.04	162.50%	-22.83
d	塑料粒子平均采购价格	13.75%	-0.91	-15.63%	1.92	-19.58%	2.62

e	单位产品塑料粒子耗材量	-4.55%	0.76	4.76%	-0.64	5.00%	-0.72
f	单位产品辅材成本	10.10%	-0.76	8.79%	-0.58	-3.19%	0.21
g	单位产品制造费用	15.53%	-1.21	1.98%	-0.15	-3.81%	0.28
h	单位产品人工成本	-1.08%	0.15	18.59%	-2.11	16.42%	-1.52
i	单位产品免抵退税不得免征和抵扣税额	-11.36%	0.79	-33.33%	3.21	23.36%	-1.73
	合计		-4.24		7.15		5.36

注：多因素分析法下各因素变动率对毛利率影响的计算公式见“不锈钢真空保温器皿毛利率变动的多因素影响分析”。

（3）其他产品的毛利率变动分析

其他产品主要包括玻璃杯、塑料杯、锡罐等产品，是公司为配合不锈钢真空器皿礼品套装销售和降低不锈钢真空保温器皿销售淡季影响而推出的产品，其耗用的主要原材料和不锈钢真空保温器皿产品不同，主要通过外协加工方式进行生产。

报告期内公司其他产品的销售和毛利情况如下：

单位：万元

项目	2010年1-6月	2009年度	2008年度	2007年度
销售收入	1,392.45	2,564.14	1,983.38	1,109.45
销售成本	1,044.55	1,948.24	1,635.45	916.66
销售毛利	347.90	615.90	347.92	192.79
其他产品毛利率	24.98%	24.02%	17.54%	17.38%

注：为便于对比，2007年、2008年其他产品的销售收入和销售成本已剔除哈尔斯电器2007年和2008年1~3月电火锅、电烤板的销售收入和销售成本。

2007年、2008年、2009年和2010年1-6月其他产品销售收入占公司主营业务收入的比重分别为4.61%、6.64%、9.49%和9.13%，其他产品销售毛利占公司销售毛利的比重分别为4.44%、5.28%、7.17%和7.37%，其他产品贡献的销售毛利占比较小。2009年其他产品毛利率较2008年增加6.48个百分点的主要原因是2009年新推出的紫砂杯系列产品毛利率较高所致。

3、其他业务毛利率变动分析

公司其他业务收入主要包括产品废料的销售收入和外协加工过程中原材料的销售收入。2007年、2008年、2009年和2010年1-6月，公司其他业务收入占

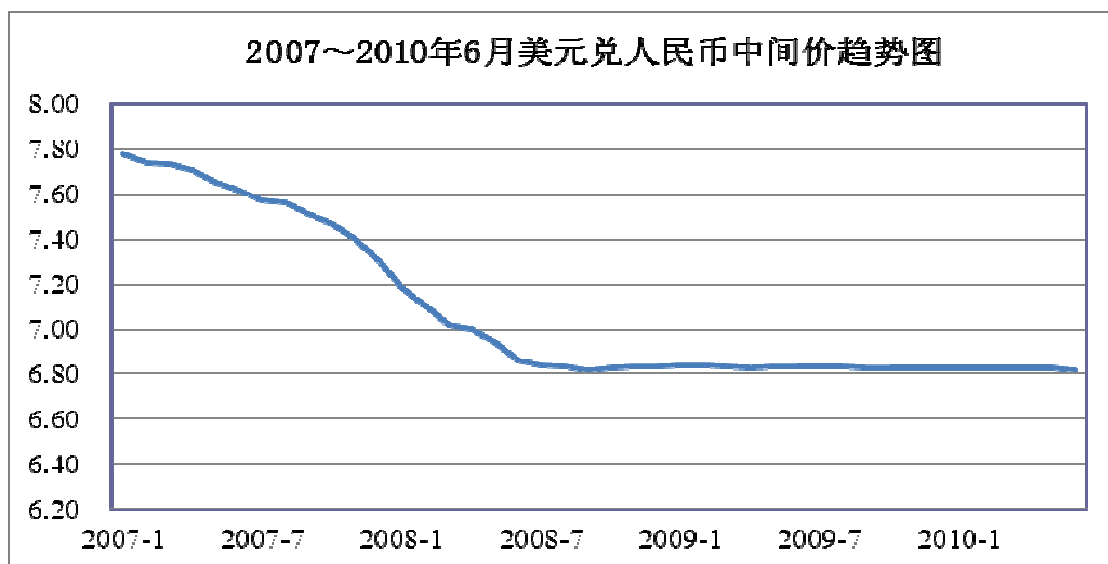
营业收入比重较小，分别为 0.81%、1.60%、3.09%和 4.86%，其他业务毛利占公司销售毛利的比重分别为 0.11%、0.22%、0.91%和 1.24%。

单位：万元

项目	2010 年 1-6 月	2009 年度	2008 年度	2007 年度
其他业务收入	778.63	860.15	487.31	196.53
其他业务成本	719.38	782.18	473.14	191.55
其他业务毛利	59.25	77.97	14.17	4.98
其他业务毛利率	7.61%	9.06%	2.91%	2.53%
其他业务毛利占公司销售毛利的比重	1.24%	0.91%	0.22%	0.11%

4、国际市场人民币兑美元升值对公司产品毛利率的影响

报告期内，公司产品出口比例较高，2007 年、2008 年、2009 年和 2010 年 1-6 月出口销售收入分别为 18,796.00 万元、19,429.83 万元、14,642.19 万元和 9,682.79 万元，占当期主营业务收入的比例分别为 78.15%、65.00%、54.20%和 63.48%。公司出口产品的主要结算货币为美元，受人民币持续升值的影响，公司在产品美元销售价格不变的情况下，以人民币折算的单位产品价格有所下降，但由于公司部分不锈钢卷板为进口采购，一定程度上抵消了人民币升值对出口产品的不利影响，随着产品出口比例的逐步下降和人民币兑美元汇率逐步趋于稳定，人民币兑美元升值对公司产品毛利率和利润总额的影响不断降低。



数据来源：wind资讯

人民币兑美元汇率变动对公司产品毛利率和利润总额的敏感性分析如下：

项目	2010年 1-6月	2009年	2008年	2007年
当期因人民币升值形成的损失				
假定当期汇率均维持期初汇率水平	6.8282	6.8346	7.3046	7.8087
当期实际出口营业收入（万美元）	1,418.27	2,143.48	2,792.44	2,475.82
当期实际出口营业收入（万元人民币）	9,682.79	14,642.19	19,429.83	18,796.00
当期实际进口采购（万美元）	339.07	224.61	520.11	691.84
当期实际进口采购（万元人民币）	2,314.91	1,534.32	3,651.09	5,287.75
因人民币升值导致毛利减少额（万元人民币）	1.13	6.84	819.72	422.31
公司产品综合毛利率变动百分点（%）	-0.01	-0.02	-2.70	-1.74
人民币升值敏感性分析				
假定：期末人民币兑美元升值 1%	6.7599	6.7663	7.2316	7.7306
因人民币升值 1%导致毛利减少额（万元人民币）	73.69	131.15	165.98	139.31
公司产品综合毛利变动百分点（%）	-0.46	-0.47	-0.55	-0.57

注：本表假定各期仅人民币汇率发生变动，其他条件不变，不考虑在实际经营过程中公司产品定价和原材料采购价格随人民币升值而采取提价等措施的影响。

（三）其他利润表项目分析

1、期间费用分析

报告期内，本公司销售费用、管理费用、财务费用的变动情况如下：

项目		2010年 1-6月	2009年	2008年	2007年
销售费用	金额（万元）	904.35	2,117.44	1,387.79	949.83
	占营业收入比重（%）	5.64	7.60	4.57	3.92
管理费用	金额（万元）	1,358.35	2,391.48	1,798.90	690.41
	占营业收入比重（%）	8.47	8.58	5.92	2.85
财务费用	金额（万元）	283.56	632.73	661.57	504.02
	占营业收入比重（%）	1.77	2.27	2.18	2.08
合计	金额（万元）	2,546.26	5,141.66	3,848.26	2,144.26
	占营业收入比重（%）	15.88	18.45	12.67	8.84

报告期内，随着经营规模扩大和产销量上升，公司的期间费用也相应增长。2007年、2008年、2009年和2010年1-6月公司期间费用占营业收入比重分别为8.84%、12.67%、18.45%和15.88%。

（1）销售费用

单位：万元

项目	2010年 1-6月	2009年		2008年		2007年
	金额	金额	增长率（%）	金额	增长率（%）	金额
产品促销费	192.45	509.18	40.59	362.17	51.22	239.50
品牌推广费	190.63	470.66	90.49	247.08	50.28	164.42

工资	158.86	316.14	85.49	170.43	100.93	84.82
运杂费	98.84	238.47	73.02	137.83	15.92	118.90
报关费用	129.01	208.33	-4.34	217.78	25.85	173.05
差旅费及业务招待费	86.37	175.55	22.16	143.71	21.90	117.89
其他	48.18	199.10	83.03	108.78	112.26	51.25
合计	904.35	2,117.44	52.58	1,387.79	46.11	949.83

2007年、2008年、2009年和2010年1-6月公司销售费用分别为949.83万元、1,387.79万元、2,117.44万元和904.35万元，占当期营业收入的比重分别为3.92%、4.57%、7.60%和5.64%。2008年和2009年公司销售费用较上年增长幅度分别为46.11%和52.58%，主要原因是公司加大国内营销网络和自有品牌建设力度，2007年公司在全国设立5个办事处，拥有63家经销商，1,850个销售终端，在各主要城市的超级市场设立品牌形象专柜70个，经过两年多的不断投入，截至目前，公司在全国设立8个办事处，拥有81家经销商，超过3,000个销售终端，公司终端货架占有率居国内同行业前列，品牌形象专柜626个，公司营销网络覆盖面更为广阔，相应地产品促销费、品牌推广费等费用均有较大幅度的增长，2007年、2008年、2009年产品促销费用和品牌推广费用合计分别为403.92万元、609.25万元和979.84万元，2008年较2007年增加205.33万元，增长50.83%；2009年较2008年增加370.59万元，增长60.83%。2010年1-6月销售费用占营业收入的比重较2009年有所下降，其中产品促销费用和品牌推广费用合计为383.08万元，主要原因是国内销售旺季通常集中在下半年，产品促销费、品牌推广费的投放将在下半年随国内销售增长而增加。

（2）管理费用

单位：万元

项目	2010年1-6月	2009年		2008年		2007年
	金额	金额	增长率(%)	金额	增长率(%)	金额
工资	405.12	897.07	78.00	503.96	73.32	290.76
研发费用	376.54	609.02	44.57	421.25	90.05	221.66
折旧	90.11	154.59	27.55	121.21	43.22	84.63
福利费	84.80	112.54	10.78	101.60	-130.59	-332.14
差旅及业务招待费	106.82	100.69	-8.79	110.39	13.48	97.28
办公车辆费用	155.12	170.77	6.81	159.89	36.48	117.15
税费	33.98	55.59	21.23	45.85	-2.04	46.81

无形资产摊销	23.10	41.79	248.95	11.98	-10.80	13.43
中介费	30.57	125.66	253.74	35.52	0.88	35.22
其他	52.19	123.76	-56.92	287.25	148.43	115.63
合计	1,358.35	2,391.48	32.94	1,798.90	160.56	690.41

注：2007 年管理费用中的“福利费”出现负数是由于执行新会计准则冲销应付福利费期末余额 3,954,457.52 元所致。

2007 年、2008 年、2009 年和 2010 年 1-6 月公司管理费用分别为 690.41 万元、1,798.90 万元、2,391.48 万元和 1,358.35 万元，占当期营业收入的比重分别为 2.85%、5.92%、8.58%和 8.47%，总体呈上升趋势。2008 年和 2009 年公司管理费用较上年增长幅度分别为 160.56%和 32.94%，主要原因是随着公司经营规模扩大以及国内营销网络和自有品牌的建设，公司管理人员增加，管理人员工资、办公费用等相应增加，同时研发费用投入也有较大增长。2008 年管理费用较 2007 年增长较大的另一个重要原因是 2007 年执行新会计准则冲销应付福利费余额 395.45 万元。

（3）财务费用

单位：万元

项目	2010 年 1-6 月	2009 年		2008 年		2007 年
	金额	金额	增长率 (%)	金额	增长率 (%)	金额
利息支出	231.11	446.50	-14.22	520.50	3.37	503.53
减：利息收入	-18.50	-28.70	-24.71	-38.12	-48.62	-74.19
汇兑损益	20.93	162.39	102.56	80.17	99.18	40.25
银行手续费	50.03	52.54	-46.94	99.02	187.68	34.42
合计	283.56	632.73	-4.36	661.57	31.26	504.02

2007 年、2008 年、2009 年和 2010 年 1-6 月公司财务费用分别为 504.02 万元、661.57 万元、632.73 万元和 283.56 万元，占当期营业收入的比重分别为 2.08%、2.18%、2.27%和 1.77%，占比较为稳定。

2、营业外收支

报告期内，本公司营业外收支情况如下：

单位：万元

项目		2010 年 1-6 月	2009 年	2008 年	2007 年
营业外收入	金额	363.20	304.25	143.57	125.49
	占利润总额比例 (%)	15.30	8.68	5.27	5.95
其中：政府补助	金额	363.20	299.60	131.49	125.48

	占营业外收入的比例（%）	100.00	98.47	91.59	99.99
营业外支出	金额	16.67	61.77	48.45	119.37
	占利润总额比例（%）	0.70	1.76	1.78	5.66
其中：对外捐赠	金额	-	3.50	16.80	89.30
	占营业外支出的比例（%）	-	5.67	34.67	74.81
水利建设专项资金	金额	16.04	25.68	30.30	24.25
	占营业外支出的比例（%）	96.22	41.57	62.54	20.31
固定资产处置损失	金额	-	29.62	0.00	0.00
	占营业外支出的比例（%）	-	47.95	0.00	0.00
营业外收支净额	金额	346.53	242.48	95.12	6.12
	占利润总额比例（%）	14.60	6.92	3.49	0.29

报告期内，公司营业外收入主要是收到地方政府为促进公司产品技改、品牌发展等给予的各项财政补助等收入，具体情况详见本招股说明书“第十章 财务会计信息”之“七、非经常性损益明细表”部分的相关内容。营业外支出主要包括公司在报告期内的公益性捐赠和水利建设专项资金等支出。

三、现金流量分析

（一）现金流量概况

单位：元

项目	2010年1-6月	2009年度	2008年度	2007年度
经营活动产生的现金流量净额	-7,503,477.97	36,928,606.09	51,870,726.75	28,111,565.48
其中：销售商品、提供劳务收到的现金	159,500,473.72	290,544,471.80	314,113,683.88	246,296,405.87
销售商品、提供劳务收到的现金/营业收入	0.99	1.04	1.03	1.02
经营活动产生的现金流量净额/净利润	-0.37	1.23	2.50	1.93
投资活动产生的现金流量净额	-8,084,901.89	-29,899,251.09	-13,085,696.85	-28,693,520.82
其中：购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	8,354,901.89	27,061,078.01	19,863,099.34	28,693,520.82
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	-	-	6,777,402.49	-
筹资活动产生的现金流量净额	17,282,536.27	-1,660,371.73	-30,408,656.38	15,317,249.58
其中：取得借款收到的现金	52,841,734.17	123,638,333.90	180,517,102.77	133,033,767.94
偿还债务支付的现金	21,890,482.11	121,480,039.00	190,820,049.46	108,864,117.82
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	13,668,715.79	4,476,815.75	20,914,560.57	7,085,400.54
现金及现金等价物净增加额	1,506,350.02	3,701,368.06	7,180,281.55	14,507,479.63

（二）经营活动现金流分析

2007年、2008年、2009年和2010年1-6月，公司销售商品、提供劳务收到的现金占营业收入的比重比较稳定，分别为1.02、1.03、1.04和0.99，公司产品销售货款回款稳定。

2007-2009年公司经营活动产生的现金流量净额占净利润的比重分别为1.93、2.50、1.23，公司盈利质量较高，经营活动产生的现金流量充足。2009年公司经营活动产生的现金流量净额占净利润的比重较2008年下降的主要原因是年末较为集中发货带来的应收账款增大和期间费用增加所致。

2010年1-6月公司经营活动产生的现金净流量为-750.35万元，主要原因是：

1、为应对不锈钢卷板的价格上涨，公司加大了原材料储备以及公司产品销售势头良好，由于产能受限，为满足客户需求加大了备货，由此导致2010年6月末存货较2009年末增加1,681.19万元。

2、2010年1-6公司营业收入较上年同期增长57.48%，导致2010年6月末应收账款较2009年末增加845.17万元。

随着下半年公司产品销售旺季的到来，公司将加大销售回款力度，届时公司经营活动产生的现金流量将明显改善。

（三）投资活动现金流分析

公司报告期内投资活动产生的现金流量净额均为负数，主要原因是公司处于扩张期需要投入相应的厂房、设备和土地使用权，导致较多的现金流出。报告期内公司投资活动产生的现金净流出合计7,976.34万元。

2008年处置子公司及其他营业单位收到的现金流量净额677.74万元是公司将哈尔斯电器90%的股权转让所得。

（四）筹资活动现金流分析

报告期内，公司筹资活动产生的现金流量主要是向银行借款以及偿还银行借款、支付利息而产生的。

2008 年筹资活动产生的现金流量净额比 2007 年同期降幅较大，主要是由于银行借款余额减少以及公司派发现金股利 1,400 万元所致。

2010 年 1-6 月筹资活动产生的现金流量净额较 2009 年大幅增长，主要是由于新增银行借款所致。

四、资本性支出分析

（一）资本性支出情况

报告期内，公司的重大资本性支出均围绕主营业务进行，包括采购设备、支付土地款、生产线的技改及其辅助、附属设施的工程建设。其中，购买固定资产和工程款支出约 6,654.64 万元，支付土地出让款项 1,742.62 万元。报告期内，公司资本性支出使公司固定资产有一定增加，投向均为公司主营业务。通过固定资产投资，公司的生产能力和生产效率得到提高，有利于公司更好地及时满足客户需求，保证产品质量的稳定，提高市场份额。

（二）未来可预见的重大资本性支出计划及资金需求量

在未来一至两年内，公司重大资本性支出主要为投资建设本次公开发行股票募集资金项目“年产 1,000 万只不锈钢真空保温器皿项目”，项目投资总额为 18,329 万元，其中固定资产投资 15,896 万元。具体内容请参见本招股说明书“第十三节 募集资金运用”的相关内容。

五、财务状况、盈利能力的未来趋势分析

报告期内公司财务状况良好，主营业务突出，主要客户稳定，盈利能力较强，净利润持续增长。2007 年、2008 年和 2009 年，公司实现营业收入分别为 24,248.06 万元、30,377.30 万元和 27,874.21 万元，年复合增长率 7.22%；实现净利润分别为 1,454.50 万元、2,077.08 万元和 3,010.02 万元，年复合增长率 43.86%。2010 年 1-6 月，公司实现营业收入 16,032.84 万元，较上年同期增长 57.48%，实现净利润 2,034.05 万元，较上年同期增长 87.44%，公司产品销售势头良好，结合截至 2010 年 6 月末的存量订单和不锈钢真空保温器皿的销售旺季通常在下半年的

季节性特征，预计 2010 年公司主营业务收入和净利润将保持良好增长势头。

随着居民购买能力的提高和消费者环保意识的增强，安全、健康、时尚和个性化特性成为消费者选购日用饮食器具的重要因素，不锈钢真空保温器皿行业所倡导的健康、时尚、环保、节能的饮水生活方式顺应了当今的消费潮流，面临着历史性的发展机遇。

在国内市场上，2008 年末我国不锈钢真空保温器皿人均拥有量仅 0.12 只，而世界发达国家人均拥有量达到 0.37~0.65 只，尤其是在日本，平均家庭拥有量达到了 4 只。2008 年末我国人口为 13.28 亿，若国内消费达到上述低限标准 0.37 只/人，不锈钢真空保温器皿市场容量将达 4.9 亿只，即目前至少有 3.3 亿只以上的增长空间，拥有良好的市场前景。

目前，公司主要产品市场销售势头良好，品牌影响力快速提升，市场占有率居同行业第二位。在国内市场上，得益于公司长期致力于营销网络和品牌形象建设，公司自有品牌业务发展较快，2007 年、2008 年、2009 年公司自有品牌业务实现销售收入分别为 5,629.19 万元、9,648.19 万元和 12,092.22 万元，2010 年 1~6 月公司自有品牌业务继续保持良好增长势头，实现销售收入 5,630.88 万元，较去年同期增长 43.06%；在国际市场上，良好的产品质量和较强的研发设计能力使公司在国际市场的综合竞争力不断提升，公司与国外大型品牌运营商建立了稳定的合作关系，ODM 模式下实现的销售收入占外销收入的比例上升至 80%以上。公司正面临迅速扩展业务，提升品牌竞争力和产品市场占有率的良好契机。但是，目前公司主要设备已满负荷运行，产能受到制约，同时公司积极实施品牌战略，加强品牌推广、营销网络建设和研发创新均需要持续的资金投入，单纯依靠自身经营积累和银行借款难以满足公司下一步发展的需求，且会增加公司的财务压力。

若本次公司公开发行股票并上市成功，募集资金投向为“年产 1,000 万只不锈钢真空保温器皿项目”，投资项目顺利达产后，公司产能和营销网络、研发设计能力都将得到较大提升，高端产品供给能力增强，有利于更好地满足客户需求，提升市场份额，巩固行业的领先地位，提升品牌形象，提高盈利能力，进一步改善公司的财务状况，提高公司综合实力和抗风险能力。

第十二节 业务发展目标

一、公司发展战略和整体经营目标

（一）公司发展战略

公司的发展战略是：坚持“诚信共赢，共谋发展”的经营理念，努力打造具有国际竞争力的不锈钢真空保温器皿行业优秀民族品牌，加快由集研发、生产、销售为一体的“生产制造商”向以创新研发为先导、以品牌运营为核心、以自主技术为依托、以关键制造为基础的“品牌运营商”转变，积极倡导健康、时尚、环保的消费潮流，引导居民饮水生活方式的积极转变，为生态环境的保护和国民体质的提高发挥积极作用。

（二）公司总体经营目标

根据行业发展趋势和企业实际情况，公司就未来各个发展阶段制定了总体经营目标：

1、第一阶段（2010 年～2012 年）

（1）扩大产品生产能力和销售规模，每年销售额增长 20%以上，以行业领先的自主产能为基础，不断提高市场占有率；继续进行制造技术和工艺的更新改造，进一步提高生产自动化程度和产品品质的稳定性；

（2）全面提升公司在生产精细化管理、成本优化、品质控制、市场营销、人力资源等方面的规范管理水平；

（3）进一步加强产品研发设计团队和生产技术团队力量，完善研发设计和技术创新激励机制，提高原创设计产品的销售比例；

（4）在现有营销网络的基础上，实现一级市场（即省会城市）无盲区，分销体系向二级市场（即地级城市）和三级市场（即一般市、县及以下地区）延伸，实现销售渠道的充分覆盖；

（5）进一步提升中端市场品牌影响力，扩大公司品牌形象在国内同行业的领先优势，同时积极尝试进入国内高端品牌市场；在国际市场方面继续以 OEM 和 ODM 出口形式为主，重点发展 ODM 业务；不断扩大自主品牌产品在国际市场的销售规模，力争取得一定的国际市场认可度。

2、第二阶段（2013 年～2015 年）

（1）建成科学高效的管理平台，良好的管理效益成为公司持续发展的重要保障；初步具备 OEM 外包管理能力；

（2）产品研发设计能力和产品制造技术达到国际先进水平，拥有较强的国际竞争力；

（3）全国营销网络体系基本完善，营销网络管理模式进一步优化；同时国外营销网络建设成效明显，在美国、欧洲、日本、韩国、印度等国家和地区设立营销办事处，发展境外代理商；

（4）公司品牌在国内市场拥有显著优势，品牌形象的提升为公司产品创造较高的利润空间。在国际市场方面，公司自主设计能力得到国外客户的广泛认可，ODM 成为公司主要的出口形式，公司自主品牌的国际市场影响力大大增强。

3、第三阶段（2016 年以后）

在 2016 年以后，公司将集中优势用五年以内的时间完成向品牌运营商模式的转变，形成不锈钢真空保温器皿行业领先的优秀民族品牌，拥有强大的研发设计能力、营销网络运作能力，核心产品制造技术达到世界领先水平，非核心产品逐步实现外包生产。该阶段各项目标如下：

（1）在产品研发设计能力和制造能力方面达到国际先进水平，构建与国际专业设计机构合作研发的机制，形成与国外知名品牌直接竞争的实力；

（2）形成系统化、模块化的质量管理体系，拥有较强的 OEM 外包管理能力，保障公司向品牌运营商模式的顺利转变；

（3）在国内营销网络健全的基础上，进一步完善国外营销网络，形成内外并重、协调发展的营销网络体系；

（4）在上述基础上打造不锈钢真空保温器皿行业世界领先的民族品牌。中高端产品在国内形成绝对领先优势，在其他发展中国家市场和部分发达国家市场拥有较高份额。高端产品国内市场认可度达到行业领先水平，形成与国际知名品牌直接竞争的實力，并在国际市场取得较高市场份额。

（三）公司未来的品牌战略

公司的品牌目标是努力打造具有国际竞争力的不锈钢真空器皿行业优秀民族品牌。未来公司将积极扩充产能，加强技术创新和研发，以自主技术为依托，持续实现产品的差异化、功能化和人性化，增强品牌技术价值，提倡“健康、时尚、环保”的消费理念。在实现自有品牌和贴牌代工业务同步增长的同时，有侧重的加大公司资源向自有品牌业务的投入，完善销售网络，将自有品牌做大做强，并视自有品牌的发展状况，逐步降低贴牌代工业务在公司销售收入中的比重，打造具有国际竞争力的不锈钢真空保温器皿行业优秀民族品牌企业，逐步实现从“生产制造商”到“品牌运营商”的转变。

在国内市场上采取积极的自有品牌策略。到 2012 年，国内营销办事处增至 14 个，新增 76 家经销商，增加 2,000 个销售终端货架。同时延续与经销商合作的模式，募集资金到位后，在全国重点城市超级市场增设 1,000 个形象专柜，并在北京、上海、广州、深圳、杭州、武汉、成都、重庆等城市的大型百货商场增设形象专柜，在重点城市适当建设品牌形象专营店，以进一步提升公司品牌层次。此外，加大利用各类展览会议向国内外客户表达品牌的经营理念和商品的具体信息，提升哈尔斯品牌形象的营销力度，并根据公司实际情况，通过媒体推介，积极提高消费者对公司品牌的认知度和忠诚度。

在国外市场上，采取对成熟市场与新兴市场区别对待的拓展策略。由于国外知名品牌商已在全球主要成熟消费市场进行了长期的市场拓展和营销工作，建立了完善的销售终端网络，新品牌的进入需要较高的前期投入，面临一定的不确定性。因此，对于美国、欧洲、日本等成熟市场，公司将延续 OEM 和 ODM 的销售模式，着力提高 ODM 产品的市场竞争力，并确保贴牌代工模式下的销售收入绝对额保持持续增长，另一方面，将主要以自有品牌对俄罗斯、伊朗、印度、尼日利亚、印度尼西亚、巴西等新兴消费市场进行市场开发，为自有品牌产品在海

外市场的业务扩张奠定基础。

二、公司发行当年和未来两年的具体发展计划

现阶段我国居民消费水平仍处在快速发展过程中，高端、中端以及低端各档次不锈钢真空保温器皿产品均有巨大的市场空间；同时国外市场需求也保持着快速增长。在此形势下，公司根据发展战略规划，结合实际经营状况，计划发行当年和未来两年继续加大品牌和营销网络建设力度，提升研发设计能力，扩大经营规模，提高制造技术水平和自动化程度、全面提高管理水平，逐步向品牌运营商模式转变。具体计划如下：

（一）品牌建设计划

1、增设形象专柜。为向消费者充分展示公司品牌形象和企业文化，提升品牌档次和竞争力，与国内普通品牌拉开差距，公司计划募集资金到位后在超级市场增设形象专柜 1,000 个，并在北京、上海、广州、深圳、杭州、武汉、成都、重庆等城市的大型百货商场增设形象专柜，在重点城市建设品牌形象专营店，进一步提升公司品牌形象。

2、完善系统化的品牌形象解决方案。公司将以明确品牌定位、完善视觉识别系统、进一步完善标准化的产品包装方案等措施充分提升品牌形象，通过展会展览、投放媒体广告、组织公益活动等各种形式倡导健康、时尚、环保的水杯消费理念，确立公司品牌优势。

（二）市场开发与营销网络发展计划

1、扩大营销网络规模。截至 2009 年底，公司的国内营销网络已基本覆盖一级市场，在浙江、广东、山东、江苏等省份已覆盖部分二级市场。未来两年内公司将着重拓展营销网络，扩大经销商渠道，将分销体系充分延伸，进一步开发二级市场，应用适当的营销模式积极开拓三级市场。为此，公司计划利用募集资金改建原有 8 个营销办事处并新增 6 个营销办事处，加强区域市场的精细化管理能力，优化分销渠道网络布局。在此基础上，公司计划在 2012 年以前覆盖销售终端数量达到 5,000 家。

在国际市场上，一方面公司将继续积极参与广交会、华交会、美国芝加哥家庭用品展、德国法兰克福展等会展，同时新进入广交会的第三期、德国科隆的户外用品展、盐湖城的厨房用品展等展销活动，充分展示公司经营理念和品牌形象，扩大公司 ODM 和 OEM 业务，其中重点拓展 ODM 业务。另一方面计划在俄罗斯、伊朗、印度、尼日利亚、印度尼西亚、巴西等国家逐步扩大公司自主品牌的销售规模。

2、加强经销商管理。公司将坚持“诚信共赢、共谋发展”的理念与经销商发展战略合作伙伴关系，加强经销商培训，加强体系化和制度化建设，为公司有效开展品牌推广活动和营销策划活动提供保障。

3、积极发展经销商之外的其他营销渠道。除了加强公司主要营销渠道——经销商网络的建设之外，还将重点加强形象专柜建设并进入大型百货商场，积极发展网络营销渠道，扩大礼品直销渠道，形成以经销商渠道为主其他多种渠道互补的营销模式。

（三）产品研发计划

1、加强产品研发团队建设。公司将充分发挥“三位一体”的研发体系优势，加强研发设计团队力量。

2、积极开展外部研发合作。公司将继续加强与高等院校、专业创意设计公司等机构的合作，综合提升公司产品研发设计水平。

3、产品研发方向。公司将坚持以下研发方向：

（1）坚持健康、环保、节能的产品研发方向，配合国家环保节能政策，满足不断提升的居民消费需求；

（2）坚持人性化、功能化、智能化的研发方向，以消费者需求为出发点，研发适合特定人群消费习惯和功能需求的针对性产品；

（3）坚持时尚的方向，研发符合市场潮流的差异化产品，满足消费者的个性化消费心理需求。

（四）技术创新计划

公司将通过加强生产技术创新，提高产品加工精度和自动化生产能力，全面提升制造水平和生产效率。

- 1、加强高真空技术的应用，提升产品的内在性能；
- 2、扩大静电喷涂技术应用范围，提高产品的表面处理能力；
- 3、扩大数控技术和机械手技术运用范围，提高自动化生产能力；
- 4、加强智能型真空检测设备的研究开发，提高产品质量控制能力；
- 5、加强自动焊接技术、五金产品自动抛光技术的应用，提升产品品质的稳定性；
- 6、加强新型金属材料、水性涂料等在产品中的应用，提升产品健康环保水平，形成差异化优势。

（五）人力资源计划

本次发行当年及未来两年，公司将继续完善人力资源管理体系，完善职责描述、考核和激励、培训和教育等体系建设，形成良性竞争机制，营造和谐的用人环境。

- 1、重视人才引进和培养。公司将根据实际情况和未来发展规划，继续引进和储备产品研发设计、市场营销、经营管理等各方面的人才，优化人才结构。
- 2、加强员工培训。公司将继续完善员工培训计划，形成有效的人才培养和成长机制，通过内部授课、外部培训、课题研究等方式，有步骤地对公司各类员工进行持续培训教育，提升员工整体素质。
- 3、继续完善绩效考核制度。公司将继续完善以 KPI（关键业绩指标）为核心的绩效管理体系，将公司战略目标和年度计划层层分解为 KPI 指标，结合工作态度和工作成果进行绩效考核，形成“对内具有激励性，对外具有竞争性”的薪酬体系。
- 4、加强企业文化建设。公司坚持“以人为本”的企业管理理念，培育员工

“诚信共赢，共谋发展”的企业核心价值观，塑造员工“拼搏创新”的企业精神，培养员工“爱岗敬业”的职业操守，形成公司吸引人才、留住人才的独特竞争优势。

（六）再融资计划

若本次发行上市成功，公司将根据市场形势和公司业务发展状况，结合本次募集资金投资项目的建设运营情况和公司财务状况，有效运用资本市场的融资渠道，为公司持续快速发展筹措资金。

三、拟定上述计划所依据的假设条件

公司拟定上述计划主要依据以下假设条件：

（1）国家宏观政治、经济、法律和社会环境，以及公司所在行业及相关领域的国家政策没有发生重大变化；

（2）公司本次股票发行上市计划成功实施，募集资金及时到位，本次募集资金投资项目顺利实施，取得预期收益；

（3）公司所处行业及领域的市场处于正常发展状态，没有出现重大的市场突变情形；

（4）未出现对公司正常经营造成重大不利影响的其他突发性事件和不可抗力因素。

四、公司实施上述计划可能面临的主要困难

首先，上述各项发展计划的实施需要大量资金投入，而公司目前债务融资渠道使用已较为充分，资金瓶颈成为影响公司进一步成长的重要困难。

其次，公司目前的研发团队力量与国内同行业企业相比拥有一定优势，但与国际先进水平相比仍有差距，随着公司的快速发展，对各类高素质人才，尤其是复合型的管理人才、研发设计人才和营销人才的迫切需求，也是公司面临的困难

之一。

最后，随着公司逐步向品牌运营商转变，以及业务规模的扩大，特别是本次募集资金投资项目实施后，公司销售和生产规模将进一步增长，给公司的生产计划、生产过程管理控制、品质管理等各方面的管理能力带来一定压力。

五、公司确保实现上述发展计划拟采用的方式、方法和途径

为确保上述计划的顺利实施，公司拟采取以下措施：

（1）若本次发行上市成功，公司将以上市为契机，一方面认真组织募集资金投资项目的实施，提升公司盈利能力；另一方面利用上市后品牌影响力的扩大，加强品牌建设；

（2）公司将严格按照上市公司相关要求规范运作，提高公司决策的科学性，促进机制创新和管理升级。在研发和技术管理、营销管理、生产管理、人力资源管理、财务管理等各方面整体提高的基础上形成规范化、标准化、系统化的管理模式，保障公司经营规模扩大后的高效运行；

（3）公司将进一步实施积极的人才战略，完善薪酬体系，引进并留住优秀人才；

（4）公司将加强市场推广和营销网络建设，积极拓展国内外市场，提升公司产品特别是自主品牌产品的市场占有率。

六、上述业务发展计划与现有业务的关系

公司现有业务所取得经营成果是实现上述计划的重要基础，公司积累的营销网络、品牌影响力、研发设计能力、生产技术创新、品质管理等方面的优势为上述计划的成功实施提供了保障。同时，上述计划是基于公司发展战略，围绕公司主营业务制定，其成功实施将有效扩大公司经营规模、优化公司产品结构、提升公司盈利能力、增强公司核心竞争力，促进本公司向品牌运营商模式的转变。

第十三节 募集资金运用

本次募集资金运用根据公司发展战略，围绕主业进行。经公司 2010 年第一次临时股东大会决定，公司本次拟向社会公开发行人 1,300 万股 A 股，募集资金扣除发行费用后将全部投资于“年产 1,000 万只不锈钢真空保温器皿项目”。

一、募集资金运用概况

项目名称	投资额（万元）	预计建设期	备案文号	环保批文
年产 1,000 万只不锈钢真空保温器皿项目	18,329	15 个月	永发改备 [2009]109 号	永环字 [2009]203 号

本次募集资金投资的“年产 1,000 万只不锈钢真空保温器皿项目”总投资 18,329 万元，若扣除发行费用后的募集资金净额不能满足该项目资金需求，公司将自筹资金解决；若有节余，将用于补充公司流动资金。

二、项目背景

（一）随着业务规模的扩大，产能不足成为制约本公司快速成长的重要因素

近年来，由于国内市场的成功开拓和国际市场的稳定增长，本公司业务规模不断扩大，产品销量持续增长，生产能力不足已成为限制公司持续快速成长的重要因素。为此，公司进行了技术改造，使产能从 2007 年的 900 万只/年提高到 2008 年的 1,100 万只/年。但由于国内外市场增长迅速，目前公司生产设备仍处于满负荷运行中，2007 年、2008 年、2009 年及 2010 年 1-6 月，公司主要产品产量为 889.75 万只、1,232.65 万只、1,130.56 万只和 607.50 万只，产能利用率分别为 98.86%、112.06%、102.78%和 110.45%；销量为 901.75 万只、1,189.30 万只、1,109.25 万只和 590.36 万只，产销率分别为 101.35%、96.48%、98.12%和 97.18%。目前公司产能利用率超过 100%，扩大产能成为公司进一步发展的迫切任务。

（二）本公司品牌战略的实施要求进一步提高设备加工精度和自动化生产水平

向品牌运营商模式转变，致力于建设国内领先，并有全球影响力的民族品牌是本公司的发展战略。实施该战略除需要投入大量资源用于品牌形象推广外，还需着力提升产品的综合制造能力，包括生产能力和加工精度，为品牌提供支撑。故本募集资金投资项目还将通过购买加工精度和自动化水平更高的生产设备来提升公司产品制造水平、提高生产效率，减少生产各环节因人工操作带来的误差，从而制造出内在性能更稳定、外观形象更精美的产品，为公司品牌战略的实施奠定基础。

（三）在现阶段行业发展状况下，取得更好的市场竞争地位要求公司扩大业务规模，提高市场占有率

一方面，我国不锈钢真空保温器皿市场仍处于成长期，产品需求快速增长，扩大业务规模、迅速占领市场并取得先发优势是公司进一步发展的基础。另一方面，品牌建设是一个长期过程，未来较长一段时期内规模效应仍将是公司的重要优势，扩大销售提高市场占有率，增强公司市场竞争力是现阶段公司保持和提升行业领先地位的必然选择。

（四）业务规模的扩大和品牌战略的实施要求公司拓展营销网络，提升品牌形象

一方面，公司产品销售以经销商模式为主，随着公司业务规模的扩大，必然要求公司进一步发展经销商，拓展和完善全国的营销网络布局。公司原在全国设立了 8 个办事处，由办事处直接负责区域内发展和经销商管理的工作，多数办事处要同时兼顾 2 个省以上区域的营销工作，点多面广，给办事处的工作带来了一定的困难，因此，有必要在重点城市增设办事处，加强公司的营销管控，进一步发展经销商。公司拟增设 6 个办事处，实施对公司营销网络的精细化管理。

另一方面，不锈钢真空保温器皿属于终端消费品，消费者了解产品最主要的途径是百货商场、超级市场、零售商店等销售终端，目前公司在全国 3,000 多个销售终端，设立了 626 个形象专柜，有了一定的品牌影响力，但同国际知名品

牌厂商相比，公司在品牌建设上还存在较大差距。故本次募集资金投资项目计划增设 1,000 个形象专柜，提高消费者对公司品牌的认知度。

综上所述，在上述背景下，本公司计划通过实施本次募集资金投资项目，将不锈钢真空保温器皿产品的生产能力将由原来的 1,100 万只/年扩大为 2,100 万只/年，同时提升本公司的装备和整体制造精度，并通过投资研发设备和研发软件增强公司研发实力和技术创新能力，通过建设营销办事处和增设形象专柜加强公司产品营销能力和品牌建设能力，为本项目新增产能提供技术和销售上的保障。

三、募集资金投资项目产品市场前景分析

本项目产品不锈钢真空保温器皿是健康、时尚、环保、节能的新兴消费品，广泛使用于家居、职业、学生、户外活动、自驾、餐饮业、礼品等各个领域和人群，在军（警）用、医用、婴儿用等领域拥有巨大发展潜力。随着生活水平的提升和消费观念的转变，人们越来越注重食品安全和生活品质，不锈钢保温产品因具有健康保温、安全便捷、美观时尚的优点，消费需求正在不断被激发，市场发展空间广阔。

在国际市场上，随着世界经济的增长和全球消费者生活水平的不断提高，特别是发展中国家和地区经济实力明显增强，不锈钢真空保温器皿在全球拥有良好的市场前景。2007、2008 年全球不锈钢真空保温器皿消费量分别同比增长 13.81% 和 14.32%，增速较为稳定。受金融危机影响，2009 年全球不锈钢真空保温器皿销售量较 2008 年有所下降，但下半年已呈现出快速回升趋势。随着金融危机后世界经济的复苏，不锈钢真空保温器皿产品的全球市场需求将持续上升，国内产品出口市场需求也将随之增长。

在国内市场上，随着我国居民收入和消费水平的不断提高，健康环保意识的不断增强，以及时尚和个性化需求的不断提升，国内不锈钢真空保温器皿的市场也进入了快速成长阶段。2007~2008 年，国内不锈钢真空保温器皿消费量分别增长 32.55% 和 41.18%，增速大大高于全球市场增长速度。2009 年受到国际金融危机影响，国内消费量增速放缓，但仍较上年增长 20.64%，达到 7,775 万只。

2008 年末我国不锈钢真空保温器皿人均拥有量仅 0.12 只，而世界发达国家人均拥有量达到 0.37~0.65 只，尤其是在日本，平均家庭拥有量达到了 4 只。从其他消费品的发展经历来看，国内不锈钢真空保温器皿消费市场与发达国家相比有一定的时间差。2008 年末我国人口为 13.28 亿，若国内消费达到上述低限标准 0.37 只/人，不锈钢真空保温器皿市场保有量将达 4.9 亿只，目前的保有量至少有 3.3 亿只以上的增长空间。

从国内消费的区域结构来看，2008 年北京、上海、广东三省市不锈钢真空保温器皿消费量合计达 2,600 多万只，占全国的 41%，人均消费量达到 0.3 只/年。全国其他大部分的城市以及广大农村地区尚待开发，合计消费量仅 3,800 多万只，人均消费量平均 0.03 只/年。随着国家提高农民收入水平和扩大农村消费需求政策的实施，以及农村人口城市化进程的发展和新农村建设的推进，我国农村市场拥有巨大的发展空间（资料来源：中国市场调查研究中心《不锈钢真空保温器皿行业分析报告》）。

根据《产业经济研究》（2010 年第 1 期）的预测，2010、2012 和 2015 年，我国不锈钢真空保温器皿行业销售额将分别达 95 亿元、147 亿元和 219 亿元（出厂价），市场前景广阔。目前公司产能已满负荷，本次募集资金投资项目实施后，公司产能有较大增加，有利于公司增强核心竞争力，提高市场份额。

四、募集资金投资项目具体情况

（一）项目投资概算

本项目计划总投资 18,329 万元，其中建设投资为 15,896 万元，铺底流动资金为 2,433 万元。具体如下表所示：

单位：万元

序号	建设内容	建筑工程	设备购置	安装工程	其他费用	合计
一、	工程费用					
1.1	一般土建投资	3,440.24				3,440.24
1.2	土方、道路、围墙、绿化	259.00				259.00
1.3	环保专项投资	100.00				100.00
1.4	给排水、电气、通风、动力系统	298.81	165.50			464.31

1.5	工艺设备投资（注）		6,458.13	246.02		6,704.15
1.6	研发设备投资		612.29	12.24		624.53
1.7	起重运输设备投资		250.70			250.70
1.8	形象专柜设备费		500.00			500.00
1.9	营销办事处投资	115.00	200.00			315.00
	小计	4,213.06	8,186.62	258.26		12,657.94
二、	其他费用					
2.1	征地费				1,270.00	1,270.00
2.2	软件系统				238.00	238.00
2.3	形象专柜场地费				700.00	700.00
2.4	勘察设计费、工程监理费、建设单位管理费、生产准备费				272.88	272.88
	小计				2,480.88	2,480.88
三、	预备费					
3.1	基本预备费				757.17	757.17
	建设投资小计	4,213.06	8,186.62	258.26	3,238.06	15,896.00
四、	流动资金					
4.1	铺底流动资金					2,433.00
	项目总投资合计	4,213.06	8,186.62	258.26	3,238.06	18,329.00

注：工艺设备投资、研发设备投资的设备购置费中还包含了运杂费，为设备购买价款的 5%。

在本项目规划中，投资内容主要为生产系统建设，除此之外本项目还将投入部分资金用于提升公司研发实力和市场营销能力：

首先，本项目拟分别投入 625 万元和 238 万元购置安装研发检测试验设备和系统设计管理软件，提升公司产品研发设计能力和技术创新能力，为公司实现持续、快速发展提供技术支持。

其次，本项目拟投入 1,200 万元在全国重点销售终端增设形象专柜 1,000 个，统一设计专柜形象，并放置液晶电视播放公司宣传短片，配以专人进行产品讲解，进一步扩大公司的品牌影响力，增强消费者对产品的认知度，提高销售量；拟投入 315 万元对公司原有 8 个办事处进行改建，并在郑州、乌鲁木齐、福州、南京、杭州、石家庄等重点城市新设办事处 6 个，加强公司对重点城市营销网络的管控。本项目对形象专柜和办事处的建设将有效增强公司营销网络开拓管理能力和品牌形象推广能力，为新增产能的顺利销售和公司品牌战略的成功实施奠定基础。

（二）项目产品技术及设备选择

1、产品质量标准和工艺流程

本项目产品的主要质量标准和工艺流程与公司现有产品相同。

2、生产技术

本项目的主要生产技术包括公司自主研发取得的技术，如氩弧焊自动焊接技术、抛光粉尘处理技术、超声波自动清洗技术和机械手在保温杯生产自动化中的应用技术，以及公司从外部引进并吸收再创新的技术，如超薄不锈钢焊接圆管水介质液压成形技术、锥形焊接管拉伸成形技术、无尾真空钎焊技术和静电喷涂技术。该等技术均已在现有产品生产中成功应用，不存在技术障碍。

3、项目设备选择

（1）本项目拟购置的主要生产设备如下：

序号	设备名称	数量	单位	单价（万元）	总金额（万元）	产地
1	流线化金加工生产线	6	条	170	1,020	国产
2	自动卷管生产线	2	条	33	66	日本
3	水压胀形机	20	台	9.8	196	国产
4	液压拉伸机	20	台	5.1	102	国产
5	自动等离子杯体焊机	10	台	15	150	国产
6	自动等离子杯体焊机	10	台	2.1	21	自制
7	无尾抽真空机组	3	台	67	201	国产
8	三室道自动高真空机组	3	台	581	1,743	日本
9	全自动丝网印花机组	4	台	39.8	159.2	国产
10	五金产品表面自动清洁抛光机	3	台	63	189	自制
11	双色注塑机	4	台	45	180	台湾
12	液压硅胶注塑机	2	台	38.5	77	德国
13	塑料注射成形机	10	台	25.9	259	国产
14	超声波塑料焊接机	5	台	3	15	台湾
15	数控旋压车床	50	台	5	250	国产
16	全自动静电喷涂流水线	2	条	114	228	国产
17	超声波清洗机	6	台	15	90	国产
18	聚氨酯发泡系统	3	套	4.2	12.6	国产
19	装配输送线	12	条	6	72	国产
20	激光打标机	4	台	12	48	国产
21	热转印机组	4	台	6	24	国产
22	丝印机	10	台	2.8	28	国产
23	新产品模具	100	套	3.5	350	自制
24	杯体自动温度检测线	6	套	45	270	国产
25	独立立体式链式输送线	12	条	4.5	54	国产
26	杯体圆周焊机	20	台	2.2	44	自制
27	静电喷塑生产线	2	台	24.9	49.8	国产
28	保温杯装配检测线	10	条	3.9	39	国产
29	保温杯陶瓷托玛琳远红外杀菌球生产线	1	条	74	74	国产
30	保温杯陶瓷复合涂层生产线	1	条	106	106	国产

31	新工艺螺纹液压成型机	15	台	2.2	33	自制
	合 计	360	-	-	6,150.6	-

（2）本项目拟购置的主要研发检测设备如下：

序号	设备名称	数量 (台)	单价 (万元)	总金额 (万元)	产地
一、	模具制作设备	7	-	196	-
1.1	数控 CNC	1	70	70	台湾
1.2	电脉冲机床	2	20	40	台湾
1.3	数控线切割机床	2	8	16	台湾
1.4	数控车床	2	15	30	国产
1.5	其它辅助设备	-	-	40	-
二、	物理化学实验室检测试验设备	12	-	355.7	-
2.1	全自动真空检测机组	1	110	110	进口组装
2.2	电子理化分析系统	1	30	30	国产
2.3	X 荧光材料分析仪	1	25	25	国产
2.4	气加热真空测试台	1	2	2	国产
2.5	电热真空测试台	1	10	10	国产
2.6	氦质谱检漏仪	1	16	16	国产
2.7	万能材料试验机	1	3.9	3.9	国产
2.8	运输颠簸试验台	1	7.8	7.8	国产
2.9	振动试验台	1	2.9	2.9	国产
2.10	跌落试验机	1	4.6	4.6	国产
2.11	破坏压力试验机	1	2.8	2.8	国产
2.12	瓶盖扭力测试仪	1	0.7	0.7	国产
2.13	等离子发射光谱仪	1	60	60	国产
2.14	分析天平	1	10	10	国产
2.15	微波消解仪	1	10	10	国产
2.16	色相色谱质谱仪	1	60	60	国产
三、	电器实验室检测试验设备	12	-	15.31	-
四、	表面处理实验室检测试验设备	6	-	16.12	-
	合 计	37	-	583.13	-

（三）主要原材料、辅助材料及能源的供应情况

不锈钢真空保温产品的主要原材料有不锈钢卷板、钢件和塑料（件），主要辅料包括包装材料、密封圈、牛筋、铜管、吸气剂、吸气帽、PVC 管、胶条、油墨、油漆、抛光材料等。

2008 年，国内冷轧不锈钢宽带板总产量达 300 万吨，供应充足。永康市是全国最大的五金工业基地，是国内不锈钢真空保温器皿生产企业重要集中地，该地已形成不锈钢真空保温器皿产业链，钢件、塑料件和辅料的生产厂商较多，均能保证充足供应。

本项目地处永康经济开发区，开发区内供电、供水等基础设施完备，项目所

需能源、电力有充分保障。

（四）产品产量及营销措施

1、产品产量

本项目建设期为自资金到位之日起 15 个月，投产当年达到设计生产能力的 50%，第二年达到 80%，第三年完全达产。达产年的产品产量情况如下：

单位：万只

序号	产品名称	年产量
1	不锈钢真空保温杯	670
2	不锈钢真空保温壶	230
3	汽车杯	50
4	不锈钢真空保温饭盒	30
5	不锈钢真空焖烧锅（壶）	20
	合 计	1,000

本项目的实施将有效扩大公司不锈钢保温杯、保温壶产品的产能。同时公司将充分利用现有研发优势以及本次募集资金所做的研发投入，加强产品创新，提高产品的附加值，提升项目盈利能力。本项目在增加现有产品产能的基础上，将新增以下附加值较高的产品：

（1）感应式真空电热水壶

感应式真空电热水壶结合了电热壶和保温壶的双重功能，具有节能、安全、美观的特点，在家居、办公、宾馆、餐饮等领域将拥有良好的市场前景。与普通电热壶、普通不锈钢保温壶相比，该产品特点如下：①壶体采用不锈钢真空保温技术，能量转化率高并且保温时间长；②加热系统采用隐藏式复底钎焊加热盘，美观卫生，易于清洗；③采用进口精密温控元件，利用电子式温度取样和智能程序控制提高控温精度和智能化水平；④采用壶体和控制底座分离式设计，360 度旋转取电。

（2）鍍金真空礼品杯

鍍金真空礼品杯采用鍍金技术，外观设计精美，具有“温暖”、“健康”、“时尚”的概念和特征，适合作为亲朋好友间互相馈赠的礼品。随着人们对不锈钢保温杯产品特点的逐步了解，该产品市场需求也将快速增长。

（3）抗菌型真空杯

抗菌型真空杯采用新型保温杯抗菌技术，具有健康、环保的特点：①采用稀土复合抗菌技术，强化保温杯的抗菌功能；②加入复合远红外粉体和麦饭石粉体，具有良好的水活化功能，并且在储存水的过程中不断析出有益于人体健康的矿物质；③杯中配置多孔抗菌保健球，将水质微碱性化，更有利于人体健康，长期使用效果更佳。随着人们生活品质的改善和消费能力的提高，对抗菌保温杯的消费需求也在快速提升。

（4）不锈钢真空焖烧锅（壶）

不锈钢真空焖烧锅（壶）应用真空断热原理阻隔热量传递，锅（壶）内沸腾的热气不会流失，反而在容器内循环为食物加热，将食物自然煮熟，产品规格为0.6~3升。该产品特点如下：①安全免照顾：只需花费少许时间将水烧开，移入锅（壶）后食物自然焖烧过程不需使用电或煤气，避免疏于照顾带来安全隐患；同时即使锅（壶）内沸腾，容器外壁也不会烫手，能有效避免人员烫伤；②省时省能源：食物自然焖烧过程不需要人员照顾，节约了大量时间；同时不需使用电或煤气，节约了能源。随着人们生活节奏的加快，以及外出时、上班时自带食物的生活习惯逐渐流行，该产品拥有良好市场前景。

2、营销措施

本次募集资金投资项目达产后，每年将增加1,000万只不锈钢真空保温器皿的生产能力。公司拟采取以下的营销措施消化新增产能：

（1）加强国内销售网络建设

①公司拟增设6个办事处，增加76家经销商，销售终端增至5,000个左右，扩大公司产品在国内市场覆盖范围，营销网络覆盖直辖市及省会城市，销售渠道扩张至地级市和县城。

②加强公司产品形象宣传，募集资金到位后，公司拟增设形象专柜1,000个，提升产品在消费者群体中的美誉度、认知度，吸引更多潜在消费者，扩大产品的市场影响力。

③开拓礼品销售渠道。由于公司产品质量好、外观精美，适合作为馈赠亲友礼品，多家礼品公司上门订购公司产品，可作为礼品销售。公司拟组织专门人员开拓礼品销售，扩宽产品销售渠道。

④加大主题系列产品开发力度，引导市场消费潮流。公司开发“虹猫蓝兔系列”产品，独立开发的“办公时尚系列”和“运动时尚系列”等产品，市场反应良好，销售旺盛。公司将继续加大开发力度，针对不同消费群体、不同消费季节，不断开发主题系列产品，如“铠甲勇士”和“巴拉啦小魔仙”等系列产品。

（2）国外销售

通过与国际知名品牌厂商的合作了解国际市场的走势和研发方向，提高自身研发水平，逐步增加 ODM 在贴牌产品中的比例，强化对客户的影响。同时，通过与海外经销商合作的方式不断加强自有品牌的海外推广，重点开发俄罗斯、尼日利亚、印度、伊朗、印度尼西亚等国家的销售市场。

（五）与项目有关的环境保护情况

本项目的环境保护设计实施 ISO14000 环境体系认证系列标准，实施全过程控制污染和清洁生产。

1、环保措施

项目生产过程中产生的主要污染物为废水、废气，设计对这些污染物采取治理措施如下：

清洗机产生的清洗废水，定期集中后经地埋式污水处理装置处理达标后排放；含油废水及车间冲洗水，每年排放量约 180 吨，经地埋式污水处理装置达标后排放。

焊接工段安装可移动抽风罩，废气通过抽风管道收集后高空排至室外；抛光生产中产生的粉尘采用配套袋式除尘器处理，处理后尾气通过排气筒高空排放。

2、环保批文

2009 年 12 月 24 日，本项目已经永康市环境保护局永环字[2009]203 号文批准实施。

（六）项目选址及土地取得方式

本项目建设地点位于浙江省永康经济开发区 L01-12-01 地块，总面积 30,000 平方米，紧邻本公司现有生产场地。永康经济开发区位于浙江中部金华地区，地理位置优越，交通方便，与金温铁路、杭金衢、金丽温高速公路、330 国道毗邻。

2009 年 4 月，公司已通过出让方式取得该地块的土地使用权，土地证号为“永国用 2009 第 5531 号工业用地”。

（七）项目组织方式和实施计划

项目由本公司组织实施，建设期为自资金到位之日起 15 个月，分月度实施计划如下：

序号	项目名称	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1	初步设计及施工图设计															
2	设备订货及制造															
3	厂房及基础设施施工、设备安装															
4	生产准备及人员培训															
5	试生产															
6	项目竣工验收、投产															

为加快项目进度，本项目已开工建设，公司用自筹资金对募集资金投资项目进行了部分前期投入，截至 2010 年 6 月 30 日，公司已投入 1,308.74 万元购买土地使用权，预付 320.23 万元投入办事处改建及购买部分机器设备，募集资金到位后，将以相应额度的募集资金置换该部分前期投入。

（八）项目效益测算

本项目建设期为 15 个月，预计投产当年达到设计生产能力的 50%，第二年达到 80%，第三年完全达产。项目完全达产后，每年新增各种不锈钢真空保温器皿合计 1,000 万只。本项目完全达产后的主要财务指标与数据如下表所示：

序号	指标名称	数额
1	年销售收入（万元）	36,400
2	年利润总额（万元）	4,636
3	年税后利润（万元）	3,941
4	内部收益率（税后，%）	21.65
5	静态投资回收期（税后，年）	6.02
6	净现值（税后，万元）	9,490
7	投资利润率（%）	19.31

五、募集资金运用对公司财务状况及经营成果的影响

本次募集资金投资项目建成后，公司将进一步扩大产能，提升制造精度和综合制造能力并提高技术研发实力，增加高端产品供给能力，提升品牌形象，全面增强本公司综合竞争能力。

（一）对资产负债率的影响

公司目前的融资渠道主要为银行借款。截至 2010 年 6 月 30 日，公司的资产负债率为 54.91%，进一步债权融资的空间有限；同时，较多的银行借款也增加了公司的财务成本。本次募集资金到位后，公司的净资产规模将大幅增加，资产负债率显著下降，可进一步优化公司的资产负债结构，增强防范财务风险的能力。

（二）对每股净资产和净资产收益率的影响

本次募集资金到位后，公司净资产和每股净资产较发行前将大幅增加。由于募集资金投资项目的建设和达产需要一定的时间，公司的净资产收益率在短期内将有一定程度的下降。随着项目的逐步达产，公司盈利能力将持续提升，公司的净资产收益率将逐步提高。

（三）生产设备升级，提高自动化水平

虽然公司目前在国内同行业中处于优势地位，但制造工艺和生产设备与国外先进厂商相比仍有一定的差距，生产过程较多依赖于人力，产品品质受技术工人和操作环境的影响较大。本次募集资金投资项目将选用具有世界或国内先进技术水平生产设备，其加工精度和自动化程度均处于行业领先，建成后将大幅提高生产自动化水平，降低对人力的依赖，提高劳动生产率并增强产品保温效能和质量稳定性。

（四）增强公司自主创新能力和核心竞争力

公司是行业领先的不锈钢真空保温器皿专业生产商，具有较强自主创新能力。通过自主创新，公司已积累了具有自主知识产权的多项核心技术。但是，与国际知名品牌厂商相比，公司在新产品设计开发、新工艺应用及产品综合性能方面还存在差距。通过本项目的实施，公司将提高新产品、新工艺和新材料的研究

开发能力，增强自主创新能力，进而推动公司核心竞争力的提高。

（五）提升公司营销渠道开拓管理能力和品牌形象推广能力

目前公司已在全国设立了 8 个办事处分别负责各区域内经销商发展和管理工作，营销网络覆盖全国 3,000 多个销售终端，拥有 626 个形象专柜，形成了一定的行业领先优势。但是公司目前的办事处多数管理 2 个省以上区域的营销工作，管理力量有待加强。本项目建成后，公司将在全国范围内增设 1,000 个形象专柜，改造原有 8 个办事处并新设 6 个办事处，进一步完善公司的营销网络体系，增强公司品牌运营能力，加快公司向品牌运营商模式的转变。

六、新增固定资产投资与产能变动的匹配关系

截至 2010 年 6 月 30 日，公司固定资产账面原值为 9,263.92 万元，产能为 1,100 万只，投入产出比（产能/固定资产）约为 0.12 只/元。募集资金投资项目的固定资产投资额为 9,505 万元（不包含研发和营销网络建设），产能为 1,000 万只，投入产出比约为 0.11 只/元，与现有 0.12 只/元的投入产出相比，募集资金投资项目投入产出比略有下降，主要原因是公司现有设备采购时间较早，价格相对较低，本次募集资金投资项目为提高产品质量，保证产品性能稳定性，采购加工精度和自动化水平更高的机器设备，价格相对较高。此外公司目前生产所用厂房，除自有厂房外，还包含租赁的厂房 3,500 平方米，而募集资金投资项目所需厂房全部为自建。

七、新增固定资产折旧对公司经营业绩的影响分析

本次募集资金投资项目建成后，将新增固定资产投资 15,896 万元，达产后年折旧额增加 1,363 万元，公司 2007、2008 及 2009 年度主营业务毛利率分别为 18.05%、21.98%和 31.53%，取上述毛利率的算术平均值 23.85%进行测算。本次募集资金投资项目全部建成后，在经营环境不发生重大变化的情况下，若公司主营业务收入较项目建成前增加 5,714.88 万元，且产品的毛利率与公司最近三年主营业务毛利率算术平均值持平（即 23.85%），则将增加公司主营业务利润 1,363

万元，即可抵消每年新增固定资产折旧费用。

本次募集资金投资项目全部达产后每年新增主营业务收入 36,400 万元，远高于 5,714.88 万元，故在经营环境不发生重大变化的情况下，本次募集资金投资项目全部完成后新增固定资产折旧不会对公司的经营成果产生不利影响。

第十四节 股利分配政策

一、股利分配政策及最近三年股利分配情况

（一）股利分配政策

1、本次发行前的股利分配政策如下：

（1）股利分配的一般政策

公司实行同股同利的股利政策，股东依照其所持有的股份份额获得股利和其他形式的利益分配。

（2）利润分配的顺序

根据《公司法》和《公司章程》的有关规定，公司缴纳有关税项后的利润，按下列顺序分配：

- ① 公司分配当年税后利润时，应当提取利润的 10%列入公司法定公积金。公司法定公积金累计额为公司注册资本的 50%以上的，可以不再提取。
- ② 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。
- ③ 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。
- ④ 公司弥补亏损和提取公积金后所余税后利润，按照股东持有的股份比例分配，但本章程规定不按持股比例分配的除外。
- ⑤ 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。
- ⑥ 公司持有的本公司股份不参与分配利润。

2、本次发行后的股利分配政策如下：

（1）公司实行同股同利的股利政策，股东依照其所持有的股份份额获得股利和其他形式的利益分配；

（2）公司可以采取现金或者股票方式分配股利，利润分配政策应保持连续性和稳定性；

（3）公司可以进行中期现金分红；

（4）公司每连续三年以现金方式累计分配的利润不少于该三年实现的年均可分配利润的百分之三十。

本次发行后的利润分配顺序与发行前保持一致。

（二）近三年股利分配情况

本公司的利润分配符合《公司法》和《公司章程》的有关规定，近三年分配利润情况如下：

根据公司 2007 年 12 月 6 日临时股东会决议，以 2006 年 12 月 31 日的未分配利润为基数向公司股东分配现金股利 200 万元。

根据公司 2008 年 1 月 5 日临时股东会决议，以 2007 年 12 月 31 日的未分配利润为基数向公司股东分配现金股利 1,400 万元。

根据公司 2008 年 8 月 12 日临时股东会决议，以截至 2008 年 4 月 30 日的未分配利润分配现金股利 160 万元。

根据公司 2010 年 1 月 29 日召开的 2010 年第一次临时股东大会决议，以截至 2009 年 12 月 31 日的未分配利润分配现金股利 1,140 万元。

二、滚存利润分配政策

截至 2010 年 6 月 30 日，公司滚存未分配利润为 50,114,980.59 元，根据公司 2010 年第一次临时股东大会决议，该滚存未分配利润及至本次公开发行股票前所产生的可供股东分配的利润，由发行后的新老股东按照持股比例共同享有。

第十五节 其他重要事项

一、信息披露及投资者关系的负责部门和人员

为切实保护广大股东的利益，公司按照中国证监会、深圳证券交易所等证券监管机构的相关法律、法规和规范性文件的要求，遵照信息披露充分性、完整性、真实性、准确性和及时性的原则，制订了《信息披露事务管理制度》，并设立证券事务部作为公司信息披露和投资者关系的负责部门，负责人为公司董事会秘书凌永华，联系电话为 0579-88025830，传真为 0579-88025586，电子信箱为 zqb@haers.com。

二、重要合同

截至本招股说明书签署日，本公司正在履行的金额在 500 万元以上（含 500 万元）、或金额在 500 万元以下对公司生产经营活动、未来发展或财务状况具有重要影响的合同如下：

（一）借款合同

截至本招股说明书签署日，本公司正在履行的 400 万以上的重大借款合同如下表所示：

序号	借款合同号	贷款银行	借款期限	贷款金额 (元)	担保 方式
1	33101200900030154	中国农业银行 永康市支行	2009.07.23-2011.07.19	10,000,000	注 1
2	33101200900030118	中国农业银行 永康市支行	2009.07.23-2011.07.19	7,500,000	注 2
3	33201200900030141	中国农业银行 永康市支行	2009.07.23-2011.07.19	12,500,000	注 3
4	永康 2009 年人借字 0883 号	中国银行永康 市支行	2009.08.05-2011.08.05	20,000,000	注 4
5	永康 2010 年人借字 0009 号	中国银行永康 市支行	2010.01.04-2011.01.01	30,600,000	注 5

6	农 银 代 付 字 33108201000000254	中国农业银行 永康市支行	2010.02.11-2010.08.06	792,525.74 (美元)	注 6
7	33108201000000589	中国农业银行 永康市支行 c	2010.04.16-2010.10.11	813,108.96 (美元)	注 7

注 1: 根据 33901200900023314 号《保证合同》，该等银行借款由浙江博宇实业有限公司提供保证担保。

注 2: 根据 33901200900023311 号《保证合同》，该等银行借款由永康市恒久不锈钢制品有限公司提供保证担保。

注 3: 根据 33906200800027219 号《最高额抵押合同》，该等银行借款由本公司提供最高额为 1832.1 万元的最高额抵押担保，抵押物为永国用 2008 字第 4227 号土地使用权、永康房权证五金园字第 00001365 号、永康房权证五金园字第 00001366 号、永康房权证五金园字第 00001367 号房屋所有权，担保期间为 2008 年 11 月 28 日至 2010 年 11 月 25 日。

注 4: 根据永康 2009 年人保字 9282 号《保证合同》和永康 2009 年人保字 9283 号《保证合同》，该等银行借款由吕强和浙江博宇实业有限公司共同提供保证担保。

注 5: 根据永康 2008 年人抵字 9262 号《最高额抵押合同》，该等银行借款由本公司提供最高额为 3186.4 万元的抵押担保，抵押物为永国用 2008 字第 4226 号土地使用权和永康房权证五金园字第 1368 号、永康房权证五金园字第 1369 号房屋所有权，担保期限为 2008 年 12 月 15 日至 2011 年 12 月 15 日；根据永康 2008 年人保字 9232 号《最高额保证合同》，浙江博宇实业有限公司为公司提供 4,400 万元的最高额保证担保，保证期间内为 2008 年 10 月 9 日至 2011 年 10 月 9 日；根据永康 2008 年人保字 9231 号《最高额保证合同》，吕强个人为公司提供 4,400 万元的最高额保证担保，保证期间内为 2008 年 10 月 9 日至 2011 年 10 月 9 日。

注 6: 根据 33901201000005925 号《保证合同》，该项银行借款由浙江博宇实业有限公司提供连带责任保证。

注 7: 根据 33901201000012055 号《保证合同》，该项银行借款由浙江博宇实业有限公司提供连带责任保证。

（二）采购合同

截至本招股说明书签署日，本公司正在履行的重大采购合同如下表所示：

序号	合同号	销售方	合同金额	标的物	签订日期	履行日期
1	XS01CGM100506-1	杭州恒大不锈钢有限公司	1,120,664.80	不锈钢卷板	2010.05.06	2010.08.06
2	A091014-01（注）	爱发科中北真空（沈阳）有限公司	6,980,000	三室卧式真空热处理炉	2009.10.14	2010.7.22
3	CRHES0709	张家港浦项不锈钢有限公司	2,210,000	冷轧不锈钢卷板	2010.06.29	2010.07.31
4	CRHES0709	张家港浦项不锈钢有限公司	2,736,000	冷轧不锈钢卷板	2010.07.09	2010.08.09

注：公司已于 2009 年 10 月 22 日支付给爱发科中北真空（沈阳）有限公司 2,094,000 元预付款。

（三）销售合同

截至本招股说明书签署日，本公司正在履行的重大销售合同如下表所示（合同标的物均为不锈钢真空保温器皿）：

序号	合同数量	采购方	合同金额 合计（美元）
1	13	PTS Askeroth AB	356,720.52
2	12	VESENNI POTOK CO., LTD	986,046.00
3	3	NEOFLAM INCORPORATION	898,252.20
4	12	Thermos Hong Kong Limited	844,581.44
5	4	CELLO INTERNATIONAL PVT LTD	884,570.92
6	2	COLORIT CO.,LTD	300,990.54
7	12	PACIFIC MARKET INTERNATIONAL,LLC	2,699,076.06
合计	58		6,970,237.68

（四）联建协议

哈尔斯工贸与永康市总部中心开发建设有限公司于 2008 年 8 月 27 日签署了《永康总部中心一期总部大楼联建协议书》，约定哈尔斯工贸与其他入驻永康总部中心的企业联建四幢办公大楼，哈尔斯工贸等联建企业委托永康市总部中心开发建设有限公司办理建设项目审批、土地受让、资金使用管理、工程建设、组织工程招投标、组织竣工验收等有关建设管理事项，在 2010 年 9 月竣工验收完成后，哈尔斯工贸等联建企业根据工程实际造价与永康市总部中心开发建设有限公司结算款项。在该协议签署后，哈尔斯工贸已按照 3,500 元每平方米的初定造价向永康市总部中心开发建设有限公司支付款项 789.6 万元，哈尔斯工贸已取得其作为权利人之一的《国有土地使用权证》，并已依法取得《建设用地规划许可证》、《建设工程规划许可证》、《建筑工程施工许可证》，该项工程正在施工中。

（五）购房协议

公司与永康市总部中心开发建设有限公司于 2009 年 11 月 1 日签署了《人才公寓购置意向书》，公司意向购置位于永康总部中心 B-5-1 地块建筑面积约 1,236 平方米的人才公寓，拟作为公司引进和留住优秀人才的激励措施，公寓暂定价 4,800 元每平方米。公司已于 2009 年 11 月 2 日向永康市总部中心开发建设有限公司预付 60% 的购房款 356 万元。

三、对外担保

近年来，随着公司生产经营规模不断扩大，对资金的需求也逐步增加。为进一步拓宽公司融资渠道，满足公司生产经营过程中的资金需求，本公司采取了与信誉好、资产质量高、盈利能力较强的非关联企业进行互保的方式，以获得公司发展所需资金。

截至 2009 年 12 月 31 日，本公司正在履行的担保合同及该担保合同下银行借款偿还情况如下：

1、2009 年 4 月 29 日，公司与中国银行永康市支行签订了《永康 2009 年人保字 9145 号保证合同》，为浙江博宇实业有限公司的 900 万借款提供保证担保，还款日为 2010 年 4 月 30 日，保证担保期限为主债权发生期间届满之日起两年。

2010 年 4 月 21 日，浙江博宇实业有限公司已提前偿还中国银行永康市支行该项借款 900 万元。同日，浙江博宇实业有限公司向中国银行永康市支行借款 900 万元，公司与中国银行永康市支行签订了《永康 2010 年人保字 9276 号保证合同》，为该项借款提供保证担保，还款日为 2011 年 4 月 20 日，保证担保期限为主债权发生期间届满之日起两年。

2010 年 6 月 30 日，浙江博宇实业有限公司已提前偿还中国银行永康市支行该项借款 900 万元。

2、2009 年 7 月 6 日，公司与中国银行永康市支行签订了《永康 2009 年人保字 9516 号保证合同》，为浙江博宇实业有限公司的 700 万借款提供保证担保。还款日为 2010 年 5 月 31 日，保证担保期限为主债权发生期间届满之日起两年。

2010 年 5 月 30 日，浙江博宇实业有限公司已偿还中国银行永康市支行该项借款 700 万元。

3、2009 年 11 月 12 日，公司与中国银行永康市支行签订了《永康 2009 年人保字 9446 号保证合同》，为浙江博宇实业有限公司的 400 万借款提供保证担保。还款日为 2010 年 11 月 19 日，保证担保期限为主债权发生期间届满之日起两年。

2010 年 6 月 7 日，浙江博宇实业有限公司已提前偿还中国银行永康市支行

该项借款 400 万元。

截至本招股说明书签署日，公司上述对外担保项下相应银行借款已全部偿还，担保责任已解除，公司不存在对外担保事宜。

保荐人华林证券核查后认为，公司对外担保项下相应银行借款已全部偿还，担保责任已解除，截至目前，公司不存在对外担保事宜。

截至本招股说明书签署日，浙江博宇实业有限公司为本公司 6,060 万元人民币和 226.68 万美元的银行借款提供担保，具体情况见本节“二、（一）借款合同”。

浙江博宇实业有限公司成立于 2006 年，主要从事汽车发电机和起动机的生产和销售，经营状况良好，与本公司无关联关系。博宇实业注册资本为 2,000 万元，法定代表人为王克刚，住所为永康市五金科技工业园哈尔斯路 5 号第 1 幢钢结构厂房，经营范围为家用电器，五金制品，日用金属制品，汽车、农用车、摩托车配件（除发动机），电动自行车，电动滑板车，高尔夫车，汽油滑板车及配件制造、加工、销售；橡胶制品销售；实业投资；货物和技术进出口业务（法律禁止的除外，法律、法规限制的项目取得许可方可经营）（凡涉及许可证或专项审批的凭有效证件经营）。博宇实业目前经营情况稳定。

四、诉讼或仲裁

截至本招股说明书签署日，公司不存在对财务状况、经营成果、声誉、业务活动、未来前景等可能产生较大影响的诉讼或仲裁事项。

截至本招股说明书签署日，公司不存在控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员和核心技术人员作为一方当事人的重大诉讼或仲裁事项。

截至本招股说明书签署日，公司无董事、监事、高级管理人员和核心技术人员受到刑事起诉的情况。

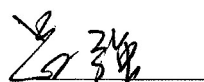
第十六节 董事、监事、高级管理人员及有关中介机构 的声明

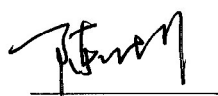
（附后）

发行人全体董事、监事、高级管理人员声明

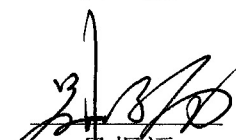
本公司全体董事、监事、高级管理人员承诺本招股说明书及其摘要不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。

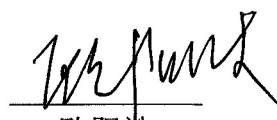
全体董事签名：

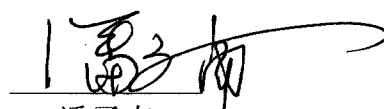

吕 强

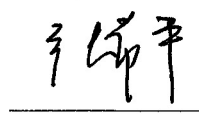

陈晓行

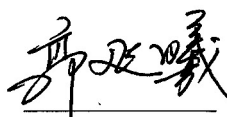

张 洵

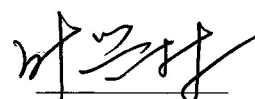

吕振福


欧阳波

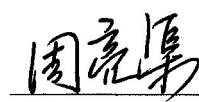

潘子南


张希平

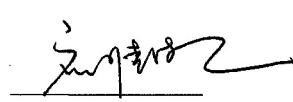

郭延曦


叶兴林

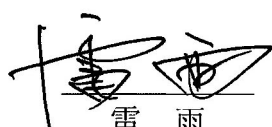
全体监事签名：

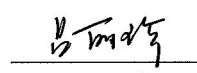

周亮渠

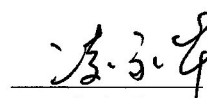

吕丽妃


应维湖

其他高级管理人员签名：


雷 雨


吕丽珍


凌永华

浙江哈尔斯真空器皿股份有限公司

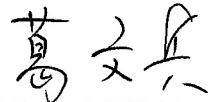
2010年7月28日



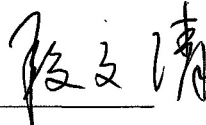
保荐人（主承销商）声明

本公司已对招股说明书及其摘要进行了核查，确认不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

项目协办人签名： 
陈彬

保荐代表人签名： 
葛文兵


杨彦君

保荐人法定代表人签名： 
段文清



2010年7月28日

发行人律师声明

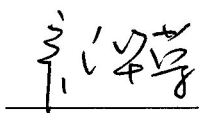
本所及经办律师已阅读招股说明书及其摘要，确认招股说明书及其摘要与本所出具的法律意见书和律师工作报告无矛盾之处。本所及经办律师对发行人在招股说明书及其摘要中引用的法律意见书和律师工作报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

机构负责人签名：

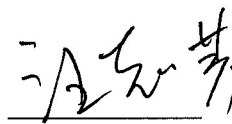


吕秉虹

经办律师签名：



颜华荣



汪志芳

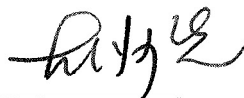
国浩律师集团（杭州）事务所



会计师事务所声明

本所及签字注册会计师已阅读浙江哈尔斯真空器皿股份有限公司的招股说明书及其摘要，确认招股说明书及其摘要与本所出具的审计报告、内部控制鉴证报告及经本所核验的非经常性损益明细表无矛盾之处。本所及签字注册会计师对发行人在招股说明书及其摘要中引用的审计报告、内部控制鉴证报告及经本所核验的非经常性损益明细表的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

会计师事务所法定代表人签名：_____

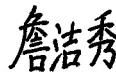


胡少先

经办注册会计师签名：_____



王国海



詹洁秀



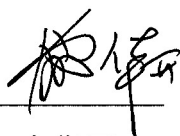
天健会计师事务所有限公司

2010年7月28日

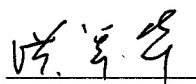
资产评估机构声明

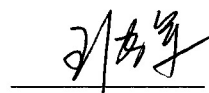
本机构及签字注册资产评估师已阅读招股说明书及其摘要，确认招股说明书及其摘要与本机构出具的资产评估报告无矛盾之处。本机构及签字注册资产评估师对发行人在招股说明书及其摘要中引用的资产评估报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

资产评估机构法定代表人签名：


俞华开

经办注册资产评估师签名：

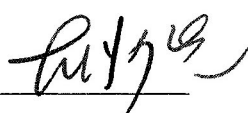

洪军华

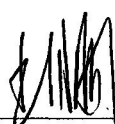

王传军

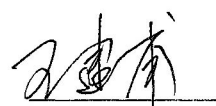


验资机构声明

本机构及签字注册会计师已阅读浙江哈尔斯真空器皿股份有限公司的招股说明书及其摘要，确认招股说明书及其摘要与本机构出具的验资报告无矛盾之处。本机构及签字注册会计师对发行人在招股说明书及其摘要中引用的验资报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

验资机构法定代表人签名： 
胡少先

经办注册会计师签名： 
王国海


王建甫



2010年7月28日

第十七节 备查文件

一、备查文件内容

- （一）发行保荐书；
- （二）财务报表及审计报告；
- （三）内部控制鉴证报告；
- （四）经注册会计师核验的非经常性损益明细表；
- （五）法律意见书及律师工作报告；
- （六）公司章程（草案）；
- （七）中国证监会核准本次发行的文件；
- （八）其他与本次发行有关的重要文件。

二、备查文件查阅时间、地点

查阅时间为除法定节假日以外的每日 8:00～11:30，13:30～17:00。投资者可在以下地点查阅：

1、发行人：浙江哈尔斯真空器皿股份有限公司

联系地址：浙江省永康市经济开发区哈尔斯路 1 号

联系人：凌永华

电话：0579-88025830

传真：0579-88025586

2、保荐人（主承销商）：华林证券有限责任公司

联系地址：深圳市福田区民田路 178 号华融大厦 5 楼

联系人：杨彦君

电话：0755-82707719

传真：0755-82707983

三、信息披露网址

深圳证券交易所指定披露网站：<http://www.cninfo.com.cn>。