



深圳雷柏科技股份有限公司

Shenzhen Rapoo Technology Co., Ltd.

(深圳市宝安区福永街道凤凰第三工业区第一工业园 A1 栋、B1
幢 1 号楼、B1 幢 2 号楼、二期第一幢)

rapoo 雷柏

首次公开发行股票招股说明书 (申报稿)

保荐人(主承销商)



安信证券股份有限公司
Essence Securities Co., Ltd.

(深圳市福田区金田路 4018 号安联大厦 35 层、28 层 A02 单元)

本次发行概况

【声明：本公司的发行申请尚未得到中国证监会的核准。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。】

发行股票类型	人民币普通股（A股）
本次发行股数：	3,200万股
每股面值	1.00元
每股发行价格	【 】元
预计发行日期	【 】年【 】月【 】日
拟上市证券交易所	深圳证券交易所
发行后总股本	12,800万股
本次发行前股东所持股份的流通限制、股东对所持股份自愿锁定的承诺	公司控股股东热键电子（香港）有限公司承诺：自深圳雷柏科技股份有限公司股票上市之日起36个月内，不转让或者委托他人管理其持有的公司股份，也不由公司回购该部分股份。 公司股东汇智创业投资有限公司和深圳市致智源投资有限公司承诺：自深圳雷柏科技股份有限公司股票上市之日起36个月内，不转让或者委托他人管理其持有的公司股份，也不由公司回购该部分股份。 公司实际控制人曾浩承诺：自深圳雷柏科技股份有限公司股票上市之日起36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公开发行股票前已发行的股份，也不由公司回购其直接或间接持有的公司公开发行股票前已发行的股份。除上述锁定期外，在任职期间每年转让的股份不超过其所持有公司股份总数的25%；离职后半年内，不转让其所持有的公司股份；在申报离任6个月后的12个月内通过证券交易所挂牌交易出售公司股票数量占其所持有公司股票总数的比例不超过50%。 公司董事兼高管余欣、董事俞熔、高管李峥和李密良承诺：自深圳雷柏科技股份有限公司股票上市之日起36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公开发行股票前已发行的股份，也不由公司回购其直接或间接持有的公司公开发行股票前已发行的股份。除上述锁定期外，在任职期间每年转让的股份不超过其所持有公司股份总数的25%；离职后半年内，不转让其所持有的公司股份；在申报离任6个月后的12个月内通过证券交易所挂牌交易出售公司股票数量占其所持有公司股票总数的比例不超过50%。
保荐人（主承销商）	安信证券股份有限公司
招股说明书签署日期	【2011】年【1】月【11】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、股份流通限制和自愿锁定承诺

公司本次发行前总股本为 9,600 万股，本次拟发行 3,200 万股流通股，发行后总股本为 12,800 万股，均为流通股。

公司控股股东热键电子（香港）有限公司承诺：自深圳雷柏科技股份有限公司股票上市之日起 36 个月内，不转让或者委托他人管理其持有的公司股份，也不由公司回购该部分股份。

公司股东汇智创业投资有限公司和深圳市致智源投资有限公司承诺：自深圳雷柏科技股份有限公司股票上市之日起 36 个月内，不转让或者委托他人管理其持有的公司股份，也不由公司回购该部分股份。

公司实际控制人曾浩承诺：自深圳雷柏科技股份有限公司股票上市之日起 36 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公开发行股票前已发行的股份，也不由公司回购其直接或间接持有的公司公开发行股票前已发行的股份。除上述锁定期外，在任职期间每年转让的股份不超过其所持有公司股份总数的 25%；离职后半年内，不转让其所持有的公司股份；在申报离任 6 个月后的 12 个月内通过证券交易所挂牌交易出售公司股票数量占其所持有公司股票总数的比例不超过 50%。

公司董事兼高管余欣、董事俞熔、高管李峥和李密良承诺：自深圳雷柏科技股份有限公司股票上市之日起 36 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公开发行股票前已发行的股份，也不由公司回购其直接或间接持有的公司公开发行股票前已发行的股份。除上述锁定期外，在任职期间每年转让的股份不超过其所持有公司股份总数的 25%；离职后半年内，不转让其所持有的公司股份；在申报离任 6 个月后的 12 个月内通过证券交易所挂牌交易出售公司股票数量占其所持有公司股票总数的比例不超过 50%。

二、发行前滚存利润的分配

截止 2010 年 9 月 30 日，公司未分配利润为 8,623.46 万元。根据公司 2010 年第二次临时股东大会决议，若公司本次公开发行股票（A 股）并上市方案经中

国证监会核准并得以实施，首次公开发行日之前滚存的未分配利润在本公司首次公开发行股票并上市后由新老股东共同享有。

三、发行人请投资者仔细阅读“风险因素”章节全文，并提醒投资者特别关注如下风险：

（一）核心原材料供应商相对集中风险

目前，全球键盘鼠标行业的核心 IC 原材料主要由安华高、原相、NORDIC、凌阳、松翰、义隆等厂商生产。公司 IC 主要供应商包括安华高、NORDIC、凌阳，公司通过上述厂商的代理商采购 IC 原材料金额占公司 IC 采购总额 80%以上，供应相对集中。

通过长期的合作，本公司同上游供应商已建立了良好的供销关系，同时随着公司产销规模的不断扩大，采购量的逐年上升，公司与供应商的供销关系将更为稳定，议价能力也将逐步增强。若公司与主要供应商的稳定合作关系发生变动，或者公司主要供应商的经营、产能、技术或财务状况出现不良变化，有可能导致供应商不能足量、高质、及时供货，从而影响本公司的生产经营或生产成本，并对公司的经营业绩产生不利影响。对此，（1）努力拓宽采购渠道，目前国内外进行芯片研发和生产的公司正在增加，并且已有中国企业开始进行试生产，在保证 IC 质量的前提下，公司已经尝试向部分优秀国内厂商采购 IC，从而化解供应商集中度较高的风险。（2）在采购方式上，生产管理部门与采购部门对 IC 进货实行重点管理，由生产管理部门根据生产计划和安全库存的需要，并结合对未来 IC 供应市场的研判，向采购部门提交《请购计划表》，保证 IC 的足额供应。一般来说，公司会给出 6 个月的预计采购数量给供应商。（3）通过长期的合作，公司已经与上游供应商建立良好的商业关系；同时随着公司产销规模的不断扩大，采购量的逐年上升，议价能力也逐步增强，这也有利于稳定公司与供应商的商业关系。除了上述对策之外，公司已经在进行 2.4G 后备方案的研发设计，并已在少量产品上试生产。研发设计该后备方案的目的主要是寻找新的 IC 供应商，分散目前供应商相对集中的风险。

（二）财务风险

1、净资产收益率下降风险

公司近三年又一期的净资产收益率较高，2007 年、2008 年、2009 年和 2010 年 1-9 月分别为 89.70%、49.29%、65.76%和 56.12%（按照加权平均计算）。本次发行完成后，公司净资产规模将有较大幅度增长，而募集资金的投入到产生效益需要一定的建设周期和达产周期，难以及时对公司盈利产生显著贡献。因此，本次发行完成后，公司预计发行当年净利润增长幅度将小于净资产增长幅度，净资产收益率较以前年度将有较大幅度下降。但随着募集资金投资项目的建成投产并达产，项目产生的效益将逐步显现。公司将做好募集资金使用计划和科学管理工作，促使募集资金尽快产生效益；同时加强生产经营，力争超额完成既定的生产经营目标，尽可能减少净资产收益率被稀释的程度。

2、汇兑风险

报告期内，公司外销收入占主营业务收入的比例、原材料进口占采购总额的比例较大，其中 2007 年、2008 年、2009 年、2010 年 1-9 月外销收入占比分别为 99.63%、86.11%、57.50%、46.99%，原材料进口占采购总额比例分别为 45.79%、52.04%、28.50%、21.72%。公司外销收入和采购结算主要以美元作为结算币种，汇率变动将会对公司造成一定的影响。

自 2005 年 7 月 21 日中国实施人民币汇率制度改革以来，人民币兑美元汇率不断上升，2007 年、2008 年公司汇兑损失分别为 1.79 万元、194.63 万元；2009 年人民币兑美元汇率基本稳定，公司汇兑损失减至 22.61 万元；受 2010 年下半年人民币兑美元汇率上升影响，公司 2010 年 1-9 月汇兑损失 118.89 万元。

（三）税收政策风险

1、税收政策变动风险

根据《深圳市人民政府关于宝安、龙岗两个市辖区有关税收政策问题的通知》（深府[1993]1 号）规定：“设在宝安、龙岗两区的所有企事业单位，按照深圳经济特区的规定，一律按 15%的税率征收企业所得税，免征地方所得税和地方附加。宝安、龙岗两区的各项税收优惠政策，除对地产地销产品减免税的规定不能执行外，其余均按照深圳经济特区的有关优惠政策执行。” 本公司为生产型外商投资企业，根据深圳市宝安区国税局 2003 年 4 月 3 日深国税宝福减[2003]033 号减免税批准通知书，公司享受两免三减半的企业所得税税收优惠，2003 年为获

利年度，即 2003-2004 年免税，2005-2007 年为减半征收期，适用企业所得税税率为 7.5%。

2008 年 10 月 6 日，深圳市国家税务局根据财政部、国家税务总局联合下发的《财政部国家税务总局关于深圳市自行制定企业所得税优惠政策有关问题的通知》（财税[2008]112 号）公布了《深圳市自行制定企业所得税优惠政策实行“即征即退”工作方案》（深国税发[2008]145 号），明确了原享受深圳市自行制定的企业所得税优惠政策的企业实行“即征即退”的安排。据此，本公司进行 2008 年度所得税汇算清缴时确定本公司 2008 年度所得税适用税率为 18%，不再享受税率减半征收优惠，2009 年度企业所得税税率为 20%，2010 年度企业所得税税率为 22%。

公司 2007 年度、2008 年度、2009 年度和 2010 年 1-9 月因前述税收优惠政策而增加的净利润分别为 246.41 万元、287.02 万元、583.26 万元和 323.90 万元，分别占同期净利润的 8.73%、7.53%、6.25%和 3.86%。

公司目前所享受的前述税收优惠政策系深圳市普遍适用的规章和深圳市税务主管部门的通知，凡符合该等规章规定条件的企业均可享受上述优惠政策，并非仅发行人独享。但出于审慎性的考虑，公司实际控制人曾浩先生仍然承诺：“如果公司因上市前按照深圳市地方政策享受的企业所得税税收优惠被国家有关部门撤销而发生需补缴的企业所得税税款及相关费用，本人愿意承担公司因此受到的相关损失。上述承诺是真实且不可撤销的。”

2、出口退税率下降风险

公司出口产品执行国家的出口产品增值税“免、抵、退”政策，根据财税字[2003]222 号《财政部国家税务总局关于调整出口货物退税率的通知》，2004 年起键盘、鼠标、接收器产品出口退税率由 17%下降为 13%，2004 年至 2008 年 11 月，本公司出口退税率为 13%；根据 2008 年 11 月 17 日财税[2008]144 号《关于进一步提高部分商品出口退税率的通知》规定，2008 年 12 月开始键盘、鼠标、接收器产品出口退税率调整为 14%；根据 2009 年 6 月 3 日财税[2009]88 号《关于进一步提高部分商品出口退税率的通知》规定，2009 年 6 月 1 日起键盘、鼠标、接收器产品出口退税率调回至 17%。公司未来会面临出口退税率下调，增加公司营业成本的风险。

由于出口退税的影响，2007 年、2008 年、2009 年分和 2010 年 1-9 月分别增加公司营业成本 6,952,662.43 元、7,192,596.98 元、2,312,245.32 元和 815,822.75 元，分别占同期利润总额的 23.00%、15.35%、1.97%和 0.76%。公司面临未来出口退税率下调带来的风险。

从 2008 年开始，公司自主品牌“雷柏”产品在营业收入中占比大幅提升，目前已超过出口贴牌产品的销售收入，在最近一个报告期内，自主品牌内销收入占到全部营业收入的 52.81%。随着“雷柏”自主品牌产品销售的增加，增值税出口退税对公司利润总额的影响将越来越小。

目 录

释 义	14
第一节 概览.....	16
一、发行人简要情况	16
二、控股股东、实际控制人简要情况	17
三、主要财务数据和财务指标	18
四、本次发行情况	19
五、本次募集资金运用	20
第二节 本次发行概况.....	21
一、本次发行基本情况	21
二、本次发行的有关当事人	22
三、发行人与本次发行有关当事人之间的关系	23
四、预计本次发行上市的重要日期	23
第三节 风险因素.....	24
一、市场竞争风险	24
二、主要原材料价格波动和劳动力成本上升的风险	24
三、核心原材料供应商相对集中风险	24
四、技术替代风险	25
五、人机交流方式变化的风险	26
六、财务风险	26
七、税收政策风险	27
八、募集资金投资项目风险	29
九、租赁生产厂房的风险	30
十、控股股东控制的风险	31
十一、资产规模扩张引致的管理风险	31
第四节 发行人基本情况.....	32
一、发行人基本情况	32
二、发行人改制重组及设立情况	32
三、发行人股本形成及其变化和重大资产重组情况	36
四、发行人历次验资情况	40
五、发行人的组织结构	42

六、发行人控股子公司、参股公司情况	43
七、发起人、持有发行人 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况	47
八、发行人股本情况	52
九、工会持股、职工持股会持股、信托持股、委托持股等情况	54
十、发行人员工及其社会保障情况	54
十一、实际控制人、主要股东及作为股东的董事、监事、高级管理人员的重要承诺	56
第五节 业务与技术	59
一、发行人主营业务、主要产品及其变化情况	59
二、发行人所处行业的基本情况	63
三、发行人的竞争地位	82
四、发行人主营业务的具体情况	94
五、与发行人主要业务相关的固定资产和无形资产	116
六、特许经营权情况	121
七、发行人的核心技术、技术储备	122
八、发行人境外经营情况	128
九、发行人产品质量控制情况	129
十、发行人名称冠有“科技”字样的依据	132
第六节 同业竞争与关联交易	133
一、同业竞争	133
二、关联方与关联交易	135
三、对关联交易决策权力和程序的制度安排	141
四、近三年又一期关联交易制度的执行情况及独立董事对关联交易公允性发表的意见	142
五、规范和减少关联交易的措施	143
第七节 董事、监事、高级管理人员与核心技术人员	144
一、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员简历	144
二、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员及其近亲属持有发行人股份的情况 ..	147
三、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员其他对外投资情况	149
四、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的薪酬	150
五、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的兼职情况	151
六、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员相互之间的亲属关系	152
七、发行人与董事、监事及高级管理人员及核心技术人员签订的协议及其履行情况 ..	152
八、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员做出的重要承诺	152

九、董事、监事、高级管理人员的任职资格	153
十、董事、监事、高级管理人员近三年一期的变动情况	153
第八节 公司治理.....	155
一、公司治理制度的建立健全及运行情况	155
二、发行人近三年及一期违法违规行为情况	158
三、发行人近三年及一期资金占用和对外担保情况	158
四、发行人的内部控制制度	159
第九节 财务会计信息.....	161
一、最近三年及一期经审计的财务报表	161
二、申报财务报表编制基础、合并报表范围及变化情况	170
三、审计意见	172
四、报告期内采用的主要会计政策和会计估计	172
五、执行的主要税收政策、缴纳的主要税种	191
六、最近一年及一期的收购兼并情况	192
七、经注册会计师核验的非经常性损益明细表	192
八、发行人最近一期末主要资产	193
九、发行人最近一期末主要债项	198
十、报告期各期末所有者权益变动表	199
十一、报告期各期内现金流量情况	200
十二、会计报表附注中的期后事项、或有事项、承诺事项及其他重要事项	200
十三、报告期内各项财务指标	200
十四、资产评估情况	203
十五、股东出资、股本变化的验资情况	203
十六、备考财务报表	203
第十节 管理层讨论与分析.....	209
一、发行人主要资产情况	209
二、偿债能力分析	219
三、资产运营能力分析	220
四、盈利能力分析	221
五、现金流量分析	240
六、可比上市公司财务指标对比分析	242
七、资本性支出分析	243

八、重大担保、诉讼、其他或有事项和重大期后事项说明	244
第十一节 业务发展目标.....	245
一、未来发展规划及目标	245
二、拟定上述发展规划所依据的假设条件	250
三、实现上述规划将面临的主要困难及挑战	250
四、确保实现业务发展目标的方式、方法或途径	251
五、发展规划与现有业务的关系	251
第十二节 募集资金运用.....	252
一、募集资金运用计划	252
二、募集资金项目概述	253
三、固定资产投资的必要性	296
四、新增产能消化	298
五、募集资金项目的选址和土地购置	301
六、募集资金运用对经营成果和财务状况的影响	302
第十三节 股利分配政策.....	304
一、公司现行的股利分配政策	304
二、公司近三年又一期的股利分配情况	305
三、发行后的股利分配政策	305
四、发行前滚存利润的分配安排	305
第十四节 其他重要事项.....	306
一、信息披露和投资者关系相关情况	306
二、重要商务合同	306
三、对外担保情况	309
四、诉讼和仲裁事项	310
第十五节 董事、监事、高级管理人员及有关中介机构声明	311
发行人全体董事、监事、高级管理人员声明	311
保荐人（主承销商）声明	312
发行人律师声明	313
承担审计业务的会计师事务所声明	314
承担评估业务的资产评估机构声明	315
承担验资业务的机构声明	316

第十六节 备查文件.....	317

释 义

在本招股说明书中，除非文义另有所指，下列词语具有如下含义：

公司、本公司、股份公司、发行人、雷柏科技	指	深圳雷柏科技股份有限公司
发行人前身、热键科技	指	热键科技（深圳）有限公司
控股股东、香港热键	指	热键电子（香港）有限公司
维尔京热键	指	MLK TECHNOLOGIES LIMITED
骏远企业	指	骏远企业有限公司（Far Smart Enterprise Limited）
壹阳科技	指	深圳市壹阳科技有限公司
弦音科技	指	深圳市弦音科技有限公司
雷柏电子	指	深圳雷柏电子有限公司
雷柏香港	指	雷柏（香港）有限公司
雷柏北京	指	北京雷柏畅想科技有限公司
雷帛上海	指	雷帛电子（上海）有限公司
汇智投资	指	汇智创业投资有限公司
致智源	指	深圳市致智源投资有限公司
保荐人(主承销商)	指	安信证券股份有限公司
发行人会计师、中审国际	指	中审国际会计师事务所
发行人律师	指	广东信达律师事务所
《公司章程》	指	《深圳雷柏科技股份有限公司章程》
中国证监会	指	中国证券监督管理委员会
《公司法》	指	《中华人民共和国公司法》
《证券法》	指	《中华人民共和国证券法》
申报报表	指	经中审国际出具的中审国际审字[2010]第01020089号《审计报告》审定，本公司2007年、2008年、2009年和2010年1-9月三年又一期的财务报表
最近三年/三个会计年度	指	2007、2008及2009年度
最近三年一期	指	2007、2008、2009年度及2010年1-9月
元	指	人民币元
KPCS	指	数量单位，一般用于很小的电子元器件的计数，1 KPCS代表1,000单位
27MHz	指	27MHz 指的是使用 27 MHz ISM 无线频率带的一项技术，输出功率<54dBuV/m。在这个频率带中有四个全球范围的频道：其中两个用于无线键盘，另外两个用于无线鼠标，27MHz 最远有效传输距离仅为 6 英尺（182.88cm）。27MHz 频段键鼠的劣势比较明显：首先，该类键鼠产品仅支持单向传输，也就是说仅支持鼠标的

		发射端向信号接收器发送信号而不能“逆行”；另外，27MHz 技术由于传输速率的原因，必须连续工作，因此功耗也比较大
2.4GHz	指	一个工作频段，2.4GHz ISM(Industry Science Medicine) 是全世界公开通用使用的无线频段
蓝牙	指	Bluetooth，一项由蓝牙特别利益小组（SIG）制定的用于无线个人区域网（WPAN）的标准，是一种支持设备短距离通信（一般 10m 内）的无线电技术，能在包括移动电话、PDA、无线耳机、笔记本电脑、相关外设等众多设备之间进行无线信息交换
Wi-Fi (IEEE 802.11)	指	Wireless Fidelity，是一种无线传输的规范，工作在 2.4GHz 频段，用于学校、商业等办公区域的无线连接技术，传输速率可达 11Mbit/s，工作距离 100m
Infrared (IrDA)	指	红外传输，是指在电磁辐射光谱区域内的能量，其波长比可见光长，但比无线电波短
ZigBee (IEEE 802.15.4)	指	是一项新兴的短距离无线通信技术，主要适合用于自动控制 and 远程控制领域，可以嵌入各种设备，目的是为了满足不同小型廉价设备的无线联网和控制
IC	指	Integrated Circuit，半导体元件产品
ABS	指	Acrylonitrile Butadiene Styrene，丙烯腈-丁二烯-苯乙烯共聚物，是一种加工性能优良的热塑性塑料，可用通用的加工方法加工
HIPS	指	High Impact Polystyrene，耐冲击性聚苯乙烯，聚苯乙烯是一种用途广泛的脆性塑料
PCB	指	Printed Circuit Board，印制电路板，又称印刷电路板，印刷线路板，是重要的电子部件，是电子元器件的支撑体，是电子元器件电气连接的提供者
Nano 接收器	指	即插即忘的超微型无线接收器，仅稍大于一个硬币
HTPC	指	Home Theater Personal Computer，家庭影院个人电脑
IEEE	指	The Institute of Electrical and Electronics Engineers，美国电气和电子工程师协会
RoHS	指	欧盟在电子电气设备中限制使用某些有害物质的指令
OEM	指	Original Equipment Manufacturer，原始设备制造商。生产商完全按照客户的设计和品质要求进行产品生产，产品以客户的品牌出售
ODM	指	Original Designment Manufacturer，原始设计制造商，在ODM模式下，产品结构、外观、工艺均由公司自主开发，由客户选择下订单后进入生产，产品以客户的品牌销售

本招股说明书中部分合计数与各加数直接相加之和在尾数上存在差异，这些差异是由于四舍五入所致。

第一节 概览

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

一、发行人简要情况

（一）发行人基本情况

发行人名称	深圳雷柏科技股份有限公司
英文名称	Shenzhen Rapoo Technology Co.,Ltd.
注册资本	9,600 万元
法定代表人	曾浩
成立日期	2002 年 8 月 5 日（2010 年 3 月 30 日整体变更为股份有限公司）
公司住所	深圳市宝安区福永街道凤凰第三工业区第一工业园 A1 栋、B1 幢 1 号楼、B1 幢 2 号楼、二期第一幢
经营范围	生产经营鼠标、键盘、工模具；从事电脑软件开发。生产经营音频产品及配件、电脑游戏周边产品。

（二）发行人设立情况

公司是由热键科技（深圳）有限公司依法整体变更设立的股份有限公司，发起人为香港热键、汇智投资和致智源。公司于 2010 年 3 月 30 日在深圳市市场监督管理局办理了工商变更登记手续，设立时注册资本为 9,600 万元，企业法人营业执照注册号为 440306503283676。

（三）发行人主营业务及竞争优势

雷柏科技是电脑无线外设技术领域的专业厂商，致力于向全球 PC 使用者提供高性能、高品质的电脑无线外设产品。

2007 年及以前，雷柏科技主要为国外客户提供贴牌生产服务；2007 年，公司开始推出“雷柏”自主品牌键鼠产品；2008 年，自主品牌产品迅速得到国内

市场的认可，目前在国内无线键鼠行业市场占有率排名第一。

公司拥有 2.4G 无线系列、蓝牙无线系列、游戏 V 系列和有线 N 系列等多个系列产品，以无线为主，有线为辅，在 2.4G 无线连接、无延迟、免对码智能连接、蓝光寻迹、省电等技术应用方面居于行业领先水平。

公司自设立以来，一直从事鼠标、键盘等电脑外设产品的研发、生产和销售业务，主营业务未发生变更。

公司作为电脑外设厂商，多年来专注于无线外设技术的应用和实践，在无线外设领域树立了良好的口碑，尤其自主品牌近两年快速增长，成为国内无线键鼠领导品牌之一。同时，公司拥有产品创意、工业设计、产品研发、工艺开发、规模生产、营销渠道等完整的经营链条，具备较强核心竞争力，具体体现在：品牌优势、IC 定制能力、自主创新的工业设计能力、强大的制造工艺开发能力、垂直制造优势、渠道优势、管理和成本优势。

二、控股股东、实际控制人简要情况

（一）控股股东简介

截至本招股说明书签署日，香港热键持有发行人 93.3263%股份，为发行人的控股股东。香港热键成立于 2001 年 5 月 21 日，住所为 RM 1019-1021 10/F NAN FUNG CTR 264-298 CASTLE PEAK RD, TSUEN WANG, HONGKONG；法定股本为 120 万港元，已发行股本为 120 万股，每股面值 1 港元。目前主要从事投资控股业务。香港热键基本情况请参见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“七、发起人、持有发行人 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况”。

（二）实际控制人简介

曾浩先生持有香港热键 90%股权，通过香港热键控制发行人 93.3263%股份，为发行人实际控制人。

曾浩先生，拥有香港永久居留权，身份证号：P6194**(4)，出生于 1971 年，毕业于深圳大学自动化控制专业，大学本科学历，1996 年移民香港。1996 年开始电脑无线外设产品的研究开发工作，设计出无线鼠标产品，并获得实用新型专利，1998 年开发出 USB 无线键盘鼠标套装，2001 年 5 月投资设立热键电子（香

港)有限公司,2002年设计出人体感应式光电无线鼠标,2006年主导设计全新2.4GHz超低能耗无线外设解决方案。现任公司董事长兼总经理,全面负责公司经营和管理。

三、主要财务数据和财务指标

以下数据摘自经中审国际审计的中审国际审字[2010]第01020089号《审计报告》。

(一) 合并资产负债表主要数据

单位：元

项 目	2010-9-30	2009-12-31	2008-12-31	2007-12-31
资产总计	287,634,671.53	270,963,152.79	151,358,562.70	114,253,124.15
其中：流动资产	191,944,210.56	208,217,974.88	105,585,183.54	88,416,755.50
固定资产	63,338,880.88	54,562,442.00	39,989,596.20	20,239,751.14
在建工程	7,263,538.42	5,887,151.30	4,556,338.65	4,547,497.42
无形资产	22,646,646.34	713,964.19	391,822.71	297,116.88
负债合计	96,301,236.72	163,477,888.59	53,796,605.02	68,669,067.15
其中：流动负债	96,301,236.72	163,477,888.59	53,796,605.02	68,669,067.15
所有者权益合计	191,333,434.81	107,485,264.20	97,561,957.68	45,584,057.00
其中：归属于母公司所有者权益合计	191,333,434.81	107,485,264.20	97,561,957.68	45,584,057.00

(二) 合并利润表主要数据

单位：元

项 目	2010年1-9月	2009年度	2008年度	2007年度
营业收入	482,599,826.49	561,626,511.17	322,968,649.39	269,427,072.96
营业利润	106,980,546.77	117,224,008.44	46,354,018.12	30,224,704.70
利润总额	107,429,166.01	117,485,358.23	46,862,788.41	30,224,624.70
净利润	83,848,170.61	93,352,890.01	38,104,511.12	28,227,552.66
其中：归属于母公司所有者的净利润	83,848,170.61	93,352,890.01	38,104,511.12	28,227,552.66

(三) 合并现金流量表主要数据

单位：元

项 目	2010 年 1-9 月	2009 年度	2008 年度	2007 年度
经营活动产生的现金流量净额	74,945,961.09	128,755,685.97	30,354,748.35	24,655,795.50
投资活动产生的现金流量净额	-47,873,444.91	-28,125,318.45	-31,790,772.05	-12,980,792.01
筹资活动产生的现金流量净额	-82,130,000.00	-3,429,583.49	11,445,054.79	-769,760.66
现金及现金等价物净增加额	-55,324,944.52	96,989,409.95	10,058,577.39	10,878,316.97

(四) 主要财务指标

项 目	2010-9-30	2009-12-31	2008-12-31	2007-12-31
流动比率	1.99	1.27	1.96	1.29
速动比率	1.39	1.00	0.96	0.66
资产负债率（母公司）	31.22%	59.66%	31.30%	59.50%
无形资产（扣除土地使用权、水面养殖权和采矿权等后）占净资产的比例	0.67%	0.66%	0.40%	0.65%
项 目	2010 年 1-9 月	2009 年度	2008 年度	2007 年度
应收账款周转率	10.79	21.20	13.60	17.56
存货周转率	6.34	7.81	5.05	4.61
息税折旧摊销前利润（万元）	11,695.53	12,715.90	5,252.26	3,210.37
归属于发行人股东的净利润（万元）	8,384.82	9,335.29	3,810.45	2,822.76
归属于发行人股东扣除非经常性损益后的净利润（万元）	8,351.52	9,314.45	3,361.25	2,891.71
净资产收益率(加权平均)	56.12%	65.76%	49.29%	89.70%
利息保障倍数	-	-	103.71	111.31
每股经营活动产生的现金流量净额（元）	0.78	1.34	0.32	0.26
每股净现金流量（元）	-0.58	1.01	0.10	0.11
基本每股收益（元）	0.87	0.97	0.41	0.39
稀释每股收益（元）	0.87	0.97	0.41	0.39

四、本次发行情况

股票种类	人民币普通股（A 股）
股票面值	1.00 元
发行股数	3,200 万股，占发行后总股本的 25%
发行价格	【 】元，通过向询价对象询价确定

发行方式	采用网下向询价对象询价配售发行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）

五、本次募集资金运用

本次发行成功后，所募集的资金将用于下列项目的投资建设：

单位：万元

序号	项目名称	投资额	核准文号
1	键鼠产品建设项目	25,920	深发改核准[2010]0127 号
2	音频（无线音箱与耳机）产业化项目	7,450	深发改核准[2010]0129 号
3	无线游戏手柄产业化建设项目	5,020	深发改核准[2010]0128 号
4	技术中心建设项目	5,820	深发改核准[2010]0126 号
5	营销总部及信息平台建设项目	3,765	深发改核准[2010]0136 号
	合 计	47,975	

各募集资金投资项目的详细情况请参见本招股说明书“第十二节 募集资金运用”部分。上述项目资金的使用，按照轻重缓急的顺序安排。如果本次募集资金不能满足拟投资项目的资金需求，公司将通过自筹资金解决；所筹资金如果有剩余，将用于补充流动资金；如本次发行募集资金到位时间与资金需求的时间要求不一致，公司可根据实际情况以自有资金或银行贷款先行投入，待募集资金到位后予以置换。

第二节 本次发行概况

一、本次发行基本情况

股票种类	人民币普通股（A 股）
股票面值	1.00 元
发行股数	3,200 万股，占发行后总股本的 25%
发行价格	【 】元，通过向询价对象询价确定
发行市盈率	【 】倍（每股收益按照2009年经审计的扣除非经常性损益的净利润除以本次发行前总股本计算） 【 】倍（每股收益按照2009年经审计的扣除非经常性损益的净利润除以本次发行后总股本计算）
发行前每股净资产	【 】元（按2010年9月30日经审计的归属于母公司所有者权益数据计算）
发行后每股净资产	【 】元（按 2010 年 9 月 30 日经审计的归属于母公司所有者权益加本次募集资金净额之和除以本次发行后总股本计算）
发行市净率	【 】倍（按询价后确定的每股发行价格除以发行后每股净资产确定）
发行方式	采用网下向询价对象询价配售发行与网上资金申购定价发行相结合的方式，或中国证监会批准的其他方式
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	余额包销
预计募集资金总额	【 】万元
发行费用	合计【 】万元
	其中：承销及保荐费用【 】万元
	审计费用【 】万元

	评估费用【 】万元
	律师费用【 】万元
	发行手续费用【 】万元

二、本次发行的有关当事人

1、发行人：深圳雷柏科技股份有限公司

法定代表人：曾浩

注册地址：深圳市宝安区福永街道凤凰第三工业区第一工业园A1栋、B1幢1号楼、B1幢2号楼、二期第一幢

电话：0755-2732 7098

传真：0755-2732 7498

联系人：谢海波

2、保荐机构（主承销商）：安信证券股份有限公司

法定代表人：牛冠兴

注册地址：深圳市福田区金田路4018号安联大厦35层、28层A02单元

电话：0755-8282 5427

传真：0755-8282 5424

保荐代表人：王永兴、范文明

项目协办人：陈君华

项目经办人：李杰、李忠、高志新

3、律师事务所：广东信达律师事务所

负责人：尹公辉

注册地址：深圳市深南大道4019号航天大厦24楼

电话：0755-8826 5288

传真：0755-8324 3108

经办律师：张炯、李璦蛟、刘少华

4、会计师事务所：中审国际会计师事务所

负责人：赵建中

注册地址：北京市海淀区阜石路73号裕惠大厦12层

电话： 0755-8252 1879

传真： 0755-8252 1870

经办会计师：殷建民、陆贤锋

5、资产评估机构： 深圳市德正信资产评估有限公司

法定代表人：王鸣志

注册地址：深圳市福田区农林路与侨香路交界口深国投广场写字楼塔楼1，

02-02A

电话：0755-8225 3048

传真：0755-8235 5030

经办评估师：段祎敏、罗方

6、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

注册地址：深圳市深南中路1093号中信大厦18楼

电话：0755-2593 8000

传真：0755-2598 8122

7、收款银行：

注册地址：

电话：

传真：

三、发行人与本次发行有关当事人之间的关系

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

四、预计本次发行上市的重要日期

1、刊登发行公告的日期：【 】年【 】月【 】日

2、开始询价推介的日期：【 】年【 】月【 】日

3、刊登定价公告日期：【 】年【 】月【 】日

4、申购日期和缴款日期：【 】年【 】月【 】日

5、股票上市日期：【 】年【 】月【 】日

第三节 风险因素

一、市场竞争风险

公司主要从事键鼠等电脑外设产品的研发、生产和销售。由于行业进入的资金门槛不高，国内有线键鼠市场竞争充分，具备一定规模的厂商达数百家，且主要集中在珠三角地区。而国内无线键鼠市场的发展刚刚起步，毛利率水平相对较高，这也吸引了一些新进入者参与竞争。多数竞争企业没有形成品牌和产品链优势，自主研发和规模化生产能力较弱，往往采取各种竞争手段，加剧了市场的竞争。虽然公司在无线键鼠领域占得先机且“雷柏”品牌已成为国内无线键鼠主流品牌之一，具备技术、品牌、规模和渠道等多方面的优势，但由于新进入者对市场的低价冲击，公司仍面临较大的市场竞争风险。

二、主要原材料价格波动和劳动力成本上升的风险

公司生产所需主要原材料包括IC、ABS、HIPS、PCB板、包装材料等。2007年到2010年1-9月，原材料IC占公司生产成本的比重分别为37.28%、37.19%、36.40%、34.78%；原材料ABS、HIPS等塑胶原料合计占生产成本的比重分别为7.41%、5.61%、6.23%、7.21%。报告期内，原材料价格出现了一定幅度的波动。对此，公司一方面强化了采购管理办法和业务操作流程；另一方面，公司通过对生产实行精细化管理提高原材料和能源利用效率，以化解原材料价格波动对公司经营的不利影响。

报告期内，公司人工成本呈逐年上升趋势，人工成本占营业成本比例从2007年的10.82%上升到2010年1-9月的13.26%。如果劳动力成本增长过快，将成为影响公司利润持续快速增长的不利因素。

三、核心原材料供应商相对集中风险

目前，全球键盘鼠标行业的核心 IC 原材料主要由安华高、原相、NORDIC、凌阳、松翰、义隆等厂商生产。本公司 IC 主要供应商包括安华高、NORDIC、

凌阳，公司通过上述厂商的代理商采购 IC 原材料金额占公司 IC 采购总额 80% 以上，供应相对集中。

通过长期的合作，本公司同上游供应商已建立了良好的供销关系，同时随着公司产销规模的不断扩大，采购量的逐年上升，公司与供应商的供销关系将更为稳定，议价能力也将逐步增强。若公司与主要供应商的稳定合作关系发生变动，或者公司主要供应商的经营、产能、技术或财务状况出现不良变化，有可能导致供应商不能足量、高质、及时供货，从而影响本公司的生产经营或生产成本，并对公司的经营业绩产生不利影响。对此，（1）努力拓宽采购渠道，目前国内外进行芯片研发和生产的公司正在增加，并且已有中国企业开始进行试生产，在保证 IC 质量的前提下，公司已经尝试向部分优秀国内厂商采购 IC，从而化解供应商集中度较高的风险。（2）在采购方式上，生产管理部门与采购部门对 IC 进货实行重点管理，由生产管理部门根据生产计划和安全库存的需要，并结合对未来 IC 供应市场的研判，向采购部门提交《请购计划表》，保证 IC 的足额供应。一般来说，公司会给出 6 个月的预计采购数量给供应商。（3）通过长期的合作，公司已经与上游供应商建立良好的商业关系；同时随着公司产销规模的不断扩大，采购量的逐年上升，议价能力也逐步增强，这也有利于稳定公司与供应商的商业关系。除了上述对策之外，公司已经在进行 2.4G 后备方案的研发设计，并已在少量产品上试生产。研发设计该后备方案的目的主要是寻找新的 IC 供应商，分散目前供应商相对集中的风险。

四、技术替代风险

近年来，随着笔记本电脑的广泛普及和网络的快速发展，无线产品逐渐受到人们的关注。进入 2010 年后各键鼠厂商相继推出了多款蓝牙鼠标产品，这预示着蓝牙将成为外设市场中的又一新的趋势。

蓝牙是一种支持设备短距离通信的无线电技术，能在包括移动电话、PDA、无线耳机、笔记本电脑、相关外设等众多设备之间进行无线信息交换。相比 2.4G，蓝牙键鼠优势在于无需占用 USB 接口，点对多点连接，外设支持度高等，不排

除替代 2.4G 的可能。但短期内，蓝牙技术还未成熟到可以取代 2.4GHz 键鼠的程度。这主要是由于：

（1）兼容性问题

蓝牙协议是一个全开放的协议，但蓝牙的底层应用程序在每个制造厂商间却有差异，从而导致一个鼠标在这台电脑上可以使用，而在另外一台电脑上可能就不可以使用或是可以使用但会经常断线，需要重新连接，从而给使用者造成极大的不便。

（2）在使用前必须要与电脑连接

蓝牙接收器由于不是专门为键鼠设计，所以任何蓝牙设备在使用前都必须先设置连接，而这对一般使用者而言有一定难度。相比而言，2.4G 技术产品使用的接收器即插即用，无需对码，较蓝牙产品更方便。

虽然蓝牙技术在短期内应该无法取代 2.4G，但公司一直未放弃对蓝牙技术的跟踪和蓝牙产品的开发，可以保证在蓝牙市场上升时及时占有市场。目前公司已经拥有完整的蓝牙产品线。

五、人机交流方式变化的风险

随着技术的进步，人机交流出现了声控、触摸屏等新的方式，目前受制于技术水平、成本、干扰和保密等因素，声控操作不适于办公及公共场所，触摸屏也受到距离、精度的限制，此类应用尚未成熟。作为人机交流的关键设备，键盘鼠标仍是最为重要的电脑外设产品，但也不排除未来可能出现新的方式替代键鼠作为人机沟通的媒介。

六、财务风险

（一）净资产收益率下降风险

公司近三年又一期的净资产收益率较高，2007 年、2008 年、2009 年和 2010 年 1-9 月分别为 89.70%、49.29%、65.76%和 56.12%（按照加权平均计算）。本

次发行完成后，公司净资产规模将有较大幅度增长，而募集资金的投入到产生效益需要一定的建设周期和达产周期，难以及时对公司盈利产生显著贡献。因此，本次发行完成后，公司预计发行当年净利润增长幅度将小于净资产增长幅度，净资产收益率较以前年度将有较大幅度下降。但随着募集资金投资项目的建成投产并达产，项目产生的效益将逐步显现。公司将做好募集资金使用计划和科学管理工作，促使募集资金尽快产生效益；同时加强生产经营，力争超额完成既定的生产经营目标，尽可能减少净资产收益率被稀释的程度。

（二）汇兑风险

报告期内，公司外销收入占主营业务收入的比例、原材料进口占采购总额的比例较大，其中 2007 年、2008 年、2009 年、2010 年 1-9 月外销收入占比分别为 99.63%、86.11%、57.50%、46.99%，原材料进口占采购总额比例分别为 45.79%、52.04%、28.50%、21.72%。公司外销收入和采购结算主要以美元作为结算币种，汇率变动将会对公司造成一定的影响。

自 2005 年 7 月 21 日中国实施人民币汇率制度改革以来，人民币兑美元汇率不断上升，2007 年、2008 年公司汇兑损失分别为 1.79 万元、194.63 万元；2009 年人民币兑美元汇率基本稳定，公司汇兑损失减至 22.61 万元；受 2010 年下半年人民币兑美元汇率上升影响，公司 2010 年 1-9 月汇兑损失 118.89 万元。

七、税收政策风险

（一）税收政策变动风险

根据《深圳市人民政府关于宝安、龙岗两个市辖区有关税收政策问题的通知》（深府[1993]1 号）规定：“设在宝安、龙岗两区的所有企事业单位，按照深圳经济特区的规定，一律按 15% 的税率征收企业所得税，免征地方所得税和地方附加。宝安、龙岗两区的各项税收优惠政策，除对地产地销产品减免税的规定不能执行外，其余均按照深圳经济特区的有关优惠政策执行。” 公司为生产型外商投资企业，根据深圳市宝安区国税局 2003 年 4 月 3 日深国税宝福减[2003]033 号减免税批准通知书，公司享受两免三减半的企业所得税税收优惠，2003 年为获利

年度，即 2003-2004 年免税，2005-2007 年为减半征收期，适用企业所得税税率为 7.5%。

2008 年 10 月 6 日，深圳市国家税务局根据财政部、国家税务总局联合下发的《财政部国家税务总局关于深圳市自行制定企业所得税优惠政策有关问题的通知》（财税[2008]112 号）公布了《深圳市自行制定企业所得税优惠政策实行“即征即退”工作方案》（深国税发[2008]145 号），明确了原享受深圳市自行制定的企业所得税优惠政策的企业实行“即征即退”的安排。据此，公司进行 2008 年度所得税汇算清缴时确定公司 2008 年度所得税适用税率为 18%，不再享受税率减半征收优惠，2009 年度企业所得税税率为 20%，2010 年度企业所得税税率为 22%。

公司 2007 年度、2008 年度、2009 年度和 2010 年 1-9 月因前述税收优惠政策而增加的净利润分别为 246.41 万元、287.02 万元、583.26 万元和 323.90 万元，分别占同期净利润的 8.73%、7.53%、6.25%和 3.86%。

公司目前所享受的前述税收优惠政策系深圳市普遍适用的规章和深圳市税务主管部门的通知，凡符合该等规章规定条件的企业均可享受上述优惠政策，并非仅发行人独享。但出于审慎性的考虑，公司实际控制人曾浩先生仍然承诺：“如果公司因上市前按照深圳市地方政策享受的企业所得税税收优惠被国家有关部门撤销而发生需补缴的企业所得税税款及相关费用，本人愿意承担公司因此受到的相关损失。上述承诺是真实且不可撤销的。”

（二）出口退税率下降风险

公司出口产品执行国家的出口产品增值税“免、抵、退”政策，根据财税字[2003]222 号《财政部国家税务总局关于调整出口货物退税率的通知》，2004 年起键盘、鼠标、接收器产品出口退税率由 17%下降为 13%，2004 年至 2008 年 11 月，本公司出口退税率为 13%；根据 2008 年 11 月 17 日财税[2008]144 号《关于提高劳动密集型产品等商品增值税出口退税率的通知》规定，2008 年 12 月开始键盘、鼠标、接收器产品出口退税率调整为 14%；根据 2009 年 6 月 3 日财税[2009]88 号《关于进一步提高部分商品出口退税率的通知》规定，2009 年 6 月 1 日起键盘、鼠标、接收器产品出口退税率调回至 17%。公司未来会面临出口退

税率下调，增加公司营业成本的风险。

由于出口退税的影响，2007年、2008年、2009年分和2010年1-9月分别增加公司营业成本6,952,662.43元、7,192,596.98元、2,312,245.32元和815,822.75元，分别占同期利润总额的23.00%、15.35%、1.97%和0.76%。公司面临未来出口退税率下调带来的风险。

从2008年开始，公司自主品牌“雷柏”产品在营业收入中占比大幅提升，目前已超过出口贴牌产品的销售收入，在最近一个报告期内，自主品牌内销收入占到全部营业收入的52.81%。随着“雷柏”自主品牌产品销售的增加，增值税出口退税对公司利润总额的影响将越来越小。

八、募集资金投资项目风险

（一）项目实施风险

公司本次发行募集资金拟投资五个项目，虽然公司对募集资金投资项目进行了充分的可行性论证，但由于公司本次募投项目投资金额较大、项目投产后产能扩充较大，如果出现募集资金不能如期到位、募集资金投资项目实施的组织管理不力、募集资金投资项目不能按计划开工或完工、募集资金投资项目投产后市场环境发生重大变化或市场拓展不理想等情况，可能影响募集资金投资项目的投资收益。

（二）固定资产折旧增加导致利润下滑的风险

本次募集资金投资项目实施后，公司固定资产规模将大幅提高，资产结构也将发生较大变化，募集资金投资项目投产后将增加较大的固定资产折旧及研发费用，并对公司未来经营业绩产生一定影响。

本次募集资金共有建设投资40,885万元，固定资产和无形资产将有较大规模的增长。按公司现行会计政策，项目建成投产后每年新增固定资产折旧3,086.81万元，每年新增无形资产摊销93.53万元，合计每年新增折旧和摊销3,180.34万元。

虽然募集资金项目建设将导致折旧和摊销大幅增加，但是，项目建成后，公司经营规模、营业收入和盈利能力也将大幅增长。公司2007-2009年毛利率算术

平均值为23.53%，据此测算，项目建成后，在经营环境不发生重大变化的情况下，只要公司营业收入和营业利润较项目建成前分别增加13,516万元、3,180万元，即可消化掉因此增加的折旧和摊销费用。

如果募集资金2010年能到位，募集资金项目2012年建成。以2009年度公司营业收入56,163万元为基础，假设其他经营条件不变，只要公司营业收入2012年达到69,679万元，即复合增长率达到7.45%，就可确保公司营业利润不会因此而下降。公司近年营业收入保持良好的增长态势，2007年度、2008年度和2009年度复合增长率达44.38%，未来两三年内实现7.45%的增长率具有较大可行性。

九、租赁生产厂房的风险

公司目前生产经营场所及员工宿舍均系向深圳市凤凰股份合作公司租赁取得，租赁房屋建筑面积共计 44,283 平方米。出租方出租给公司的上述房产未取得相应的产权证书。若租赁的厂房近期被依法责令拆除，将对公司的生产经营造成不利影响。

对此，相关部门已证实目前该房产未列入拆迁范围，出租方亦出具了承诺：如果拆迁，将依据法律、法规的相关规定给予相应的补偿。

2010 年 4 月 30 日，深圳市凤凰股份合作公司出具证明，说明本公司租赁的上述房产未列入拆迁范围，如上述房产在合同租赁期限届满前，因拆迁或其他事由导致无法继续履行租赁合同，深圳市凤凰股份合作公司将给与公司合理的搬迁时间，并承担因搬迁而造成的相关损失。

2010 年 6 月 3 日，深圳市宝安区福永街道凤凰社区居民委员会和宝安区福永街道办出具《关于凤凰工业园区出租房产的证明》，证明：深圳市凤凰股份合作公司租赁给雷柏科技的房产为深圳市凤凰股份合作公司自有房产，目前未列入拆迁范围。

2010 年 5 月 28 日，实际控制人曾浩对公司租赁的深圳市凤凰股份合作公司的房产可能存在的风险出具承诺：在租赁期限届满前，公司租赁的深圳市凤凰股份合作公司的房产如果发生拆迁或其他不利影响，本人自愿承担公司因搬迁受到的相关损失。上述承诺是真实且不可撤销的。

同时，公司于 2010 年 1 月通过竞买方式取得深圳市坪山新区 G14304-0276 号宗地，占地面积 40,269.99 平方米，用于生产厂房建设，已取得编号为深房地字第 6000419067 号《房地产证》。通过本次公开发行股票募集资金，公司在上述地块投资新建厂房可以满足公司生产经营需要，将从根本上化解上述房产租赁风险。

十、控股股东控制的风险

公司实际控制人是公司董事长兼总经理曾浩先生。本次发行前，曾浩间接持有公司 83.99% 股份，通过香港热键控制公司 93.33% 的股份表决权，处于绝对控股地位。若按本次发行 3,200 万股计算，本次发行完成后，曾浩间接持有公司 62.99% 股份，通过香港热键控制公司 69.99% 的股份表决权，仍处于绝对控股地位。

虽然《公司章程》就控股股东、实际控制人的诚信义务、关联股东和关联董事的回避表决制度等做出了规定，并建立了独立董事的监督制约机制，同时，公司控股股东和实际控制人出具了避免同业竞争的承诺函，但仍存在实际控制人利用其控制地位，通过行使表决权对公司发展战略、经营决策、人事安排、关联交易和利润分配等重大事项实施影响的可能，从而影响公司决策的科学性和合理性，并有可能损害公司及中小股东的利益。

十一、资产规模扩张引致的管理风险

虽然公司已建立起比较完善和有效的法人治理结构，拥有独立健全的产、供、销体系，并在过去管理经验积累的基础上，制订了一系列的规章制度，在实际执行中运作良好。但随着公司首次公开发行股票并上市和募集资金投资项目的逐步实施，公司资产规模、人员规模、管理机构都将迅速扩大，组织架构和管理体系亦将趋于复杂。公司现有的管理组织架构、管理人员素质和数量可能对公司的发展构成一定的制约，公司能否顺应上市后的发展，及时调整、完善组织结构和管理体系，有效管理和运作好公司、保证公司安全运营方面存在一定的风险。

第四节 发行人基本情况

一、发行人基本情况

发行人名称	深圳雷柏科技股份有限公司
英文名称	Shenzhen Rapoo Technology Co.,Ltd.
注册资本	9,600 万元
法定代表人	曾浩
成立日期	2002 年 8 月 5 日（2010 年 3 月 30 日整体变更为股份有限公司）
公司住所	深圳市宝安区福永街道凤凰第三工业区第一工业园 A1 栋、B1 幢 1 号楼、B1 幢 2 号楼、二期第一幢
邮政编码	518103
电 话	0755-2732 7098
传 真	0755-2732 7498
互联网址	www.rapoo.com
电子邮箱	board@rapoo.com
信息披露和投资者关系的部门、负责人和电话	部门：董事会办公室 负责人：谢海波 电话：0755-2730 6371

二、发行人改制重组及设立情况

（一）公司设立方式

本公司是由热键科技（深圳）有限公司整体变更设立的股份有限公司。

2010 年 3 月 24 日，热键科技董事会通过了公司整体变更设立外商投资股份有限公司的决议。同日，各发起人签署了《深圳雷柏科技股份有限公司发起人协议》，全体股东同意以截止 2009 年 12 月 31 日经中审国际审计的净资产 108,354,593.51 元为基础，折合股份公司股本 9,600 万股，其余净资产 12,354,593.51 元计入资本公积金。2010 年 3 月 25 日，深圳市科技工贸和信息化委员会出具深科工贸信资字[2010]0729 号文《关于热键科技（深圳）有限公司变更为股份有限公司的批复》批准热键科技整体变更为深圳雷柏科技股份有限公司；2010 年 3 月 26 日，深圳市人民政府向雷柏科技核发了商外资粤深股份证字

[2010]0002 号《中华人民共和国台港澳侨投资企业批准证书》。中审国际对本次整体变更为股份公司的出资到位情况进行了审验，并于 2010 年 3 月 25 日出具了中审国际验字[2010]第 01030001 号《验资报告》。2010 年 3 月 30 日，雷柏科技领取了深圳市市场监督管理局核发的注册号为 440306503283676 的《企业法人营业执照》。

自股份公司设立以来，公司股权结构及股本规模未发生变动。

（二）发起人

本公司发起人为香港热键、汇智投资和致智源。

发起人及其持股情况如下：

序号	发起人	持股数量（股）	持股比例（%）
1	热键电子（香港）有限公司	89,593,248	93.3263
2	汇智创业投资有限公司	4,800,000	5.00
3	深圳市致智源投资有限公司	1,606,752	1.6737
	合 计	96,000,000	100.00

（三）改制设立发行人之前，主要发起人拥有的主要资产和从事的主要业务

本公司主要发起人为香港热键。本公司设立前，香港热键拥有的主要资产为发行人前身热键科技的股权。香港热键主要业务为投资控股。

（四）发行人成立时拥有的主要资产和从事的主要业务

公司系热键科技整体变更设立，承继了热键科技全部资产和业务，设立时拥有的主要资产是与主营业务相关的生产设施、研发设备、运输设备、检测设备、存货、应收款项以及货币资金等。

根据中审国际2010年2月5日出具的中审国际审字[2010]第01020018 号《审计报告》，截至2009年12月31日，热键科技资产总额为26,862.51 万元，净资产为10,835.46万元。

根据深圳市德正信资产评估有限公司2010年3月1日出具的德正信综评报字[2010]第004号《资产评估报告书》，截至评估基准日2009年12月31日，热键科

技评估后的总资产为27,728.57 万元，净资产为11,701.51万元。

发行人成立至今，一直从事鼠标、键盘等电脑外设产品的研发、生产和销售业务。

（五）发行人成立之后，主要发起人拥有的主要资产和从事的主要业务

本公司成立后，主要发起人——香港热键所拥有的主要资产和从事的主要业务均未发生变化。

（六）改制前原企业的业务流程、改制后发行人的业务流程，以及原企业和发行人业务流程间的联系

本公司系由热键科技整体变更设立，公司设立前后业务流程没有发生变化。本公司业务流程的具体内容，请参见本招股说明书“第五节 业务和技术”之“四、发行人主营业务的具体情况”。

（七）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，在生产经营方面独立运作，不存在依赖主要发起人的情形。报告期内，公司与主要关联方的关联交易具体内容，请参见本招股说明书“第六节 同业竞争与关联交易”之“二、关联方与关联交易”。

（八）发起人出资资产的产权变更手续办理情况

本公司成立后，承继了热键科技的全部资产、负债，相应资产的产权变更手续正在办理过程中，权利人由热键科技更名至发行人不存在法律障碍。

（九）公司独立运行情况

公司成立以来，均严格按照《公司法》、《证券法》等有关法律、法规和公司《章程》的要求规范运作。本公司在资产、人员、财务、机构、业务等方面与公司股东及其控制的企业完全分开、独立运作，具有完整的业务体系和直接面向市场独立经营的能力。

1、资产完整情况

本公司设立时各发起人投入的资产已足额到位。本公司合法拥有与经营有关的资产，拥有独立完整的供应、生产、销售系统及配套设施。本公司股东及其控制的企业不存在占用本公司的资金、资产和其它资源的情况。截至本招股说明书签署日，本公司没有以其资产、权益或信用为关联方的债务提供担保，也不存在资产、资金被股东占用的情况，本公司对所有资产拥有完全的控制和支配权。

2、人员独立情况

本公司设有独立的人力资源部。所有员工均经过规范的人事招聘程序录用并签订劳动合同。本公司总经理、副总经理、财务总监、董事会秘书等高级管理人员均系本公司专职工作人员，不存在在股东单位兼任管理职务；股东推荐的董事人选均通过《公司章程》规定的程序当选；总经理和其他高级管理人员都由董事会聘任。本公司独立发放工资。本公司总经理、副总经理、财务总监、董事会秘书没有在控股股东及其控制的其它企业领薪。

3、财务独立情况

本公司独立核算、自负盈亏，设置了独立的财务部门。本公司根据现行法律法规，结合本公司实际，制定了财务管理制度，建立了独立完善的财务核算体系。本公司财务负责人、财务会计人员均系专职工作人员，不存在在控股股东及其控制的其它企业兼职的情况。本公司在银行开设了独立账户，独立支配自主资金和资产，不存在控股股东任意干预公司资金运用及占用公司资金的情况。本公司作为独立的纳税人进行纳税申报及履行纳税义务。

4、机构独立情况

本公司依照《公司法》和《公司章程》设置了股东大会、董事会、监事会等决策及监督机构，建立了符合自身经营特点、独立完整的组织结构，建立了完整、独立的法人治理结构，各机构依照《公司章程》和各项规章制度行使职权。

本公司生产经营场所与股东及其他关联方完全分开，不存在混合经营、合署办公的情况。

5、业务独立情况

公司已形成独立完整的研发、供应、生产和销售系统，目前不存在依赖或委托股东及其他关联方进行产品销售、原材料采购的情况。公司业务独立于股东单位及其他关联方。

三、发行人股本形成及其变化和重大资产重组情况

（一）发行人股本形成及其变化情况

1、2002年8月，公司前身热键科技设立

公司前身热键科技系经深圳市对外贸易经济合作局深外经贸资复[2002]2468号文《关于设立外资企业“热键科技（深圳）有限公司”的通知》批准，由外资股东热键电子（香港）有限公司以现金出资设立的外商独资企业，投资总额港币100万元，注册资本港币100万元，主要从事鼠标、键盘的生产经营。2002年7月29日，热键科技取得外经贸粤深外资证字[2002]0876号《中华人民共和国台港澳侨投资企业批准证书》。2002年8月5日，热键科技领取了深圳市工商行政管理局核发的企独粤深总字第309522号《企业法人营业执照》。

根据深圳利商会计师事务所2002年10月11日出具的深利商验字[2002]第037号《验资报告》，截至2002年9月26日，香港热键投入港币16万元，占注册资本的16%。根据深圳远东会计师事务所2002年11月5日出具的深远东验字[2002]第379号《验资报告》，截至2002年11月1日，香港热键共投入港币100万元，占注册资本的100%，出资已全部缴足。

热键科技成立时的股权结构如下：

序号	股东名称	出资金额（港元）	出资比例（%）
1	热键电子（香港）有限公司	1,000,000.00	100.00
	合 计	1,000,000.00	100.00

2、2003年5月，热键科技增资至100万美元

2003年3月28日，热键科技董事会做出决议，公司的注册资本由港币100万元增资至100万美元，由股东香港热键以现金投入。2003年4月4日，深圳市对外贸易经济合作局出具深外经贸资复[2003]1198号文《关于外资企业“热键科技（深圳）有限公司”增资的批复》批准了上述增资事宜。2003年4月7日，热键科技换领了外经贸粤深外资证字[2002]0876号《中华人民共和国台港澳侨投资企业批准证书》。深圳中法会计师事务所对本次增资进行了审验，并于2003年5月20日出具了深中法验字[2003]第0321号《验资报告》。2003年5月22日，

热键科技在深圳市工商行政管理局办理了本次增资工商变更登记手续。

本次增资完成后，热键科技的股权结构如下：

序号	股东名称	出资金额（美元）	出资比例（%）
1	热键电子（香港）有限公司	1,000,000.00	100.00
	合 计	1,000,000.00	100.00

3、2008年1月，热键科技增资至150万美元

2007年9月20日，热键科技董事会做出决议，公司的注册资本由100万美元增资至150万美元，由股东香港热键以现金投入。2007年9月27日，深圳市宝安区贸易工业局出具深外资宝复[2007]1244号《关于外资企业“热键科技（深圳）有限公司”增资的批复》批准了上述增资事宜。同日，热键科技换领了外经贸粤深外资证字[2002]0876号《中华人民共和国台港澳侨投资企业批准证书》。深圳高信华源会计师事务所对本次增资进行了审验，并于2008年1月14日出具了深高华会（外）验字[2008]6号《验资报告》。2008年1月21日，热键科技在深圳市工商行政管理局办理了本次增资工商变更登记手续。

本次增资完成后，热键科技的股权结构如下：

序号	股东名称	出资金额（美元）	出资比例（%）
1	热键电子（香港）有限公司	1,500,000.00	100.00
	合 计	1,500,000.00	100.00

4、2008年2月，热键科技增资至800万美元

2008年1月20日，热键科技董事会做出决议，公司的注册资本由150万美元增资至800万美元，其中150万美元由股东香港热键以现金投入，另外500万美元以公司截止2007年年末的未分配利润，按缴款当日人民银行公布的基准汇率折算投入。2008年1月25日，深圳市宝安区贸易工业局出具深外资宝复[2008]122号《关于外资企业“热键科技（深圳）有限公司”增资的批复》批准了上述增资事宜。2008年1月28日，热键科技换领了商外资粤深外资证字[2002]0876号《中华人民共和国台港澳侨投资企业批准证书》。深圳高信华源会计师事务所对本次增资进行了审验，并于2008年2月2日出具了深高华会（外）验字[2008]11号《验资报告》。2008年2月3日，热键科技在深圳市工商行政管理局办理了本次增资工商变更登记手续。

本次增资完成后，热键科技的股权结构如下：

序号	股东名称	出资金额（美元）	出资比例（%）
1	热键电子（香港）有限公司	8,000,000.00	100.00
	合 计	8,000,000.00	100.00

5、2009年5月，热键科技增资至1,200万美元

2009年2月17日，热键科技董事会做出决议，以2008年年末的未分配利润转增资本，公司的注册资本由800万美元增资至1,200万美元。2009年2月20日，深圳市宝安区贸易工业局出具深外资宝复[2009]131号《关于外资企业“热键科技（深圳）有限公司”增资的批复》批准了上述增资事宜。同日，热键科技换领了商外资粤深外资证字[2002]0876号《中华人民共和国台港澳侨投资企业批准证书》。深圳南方民和会计师事务所有限责任公司对本次增资进行了审验，并于2009年4月29日出具了深南验字[2009]第021号《验资报告》。2009年5月7日，热键科技在深圳市工商行政管理局办理了本次增资工商变更登记手续。

本次增资完成后，热键科技的股权结构如下：

序号	股东名称	出资金额（美元）	出资比例（%）
1	热键电子（香港）有限公司	12,000,000.00	100.00
	合 计	12,000,000.00	100.00

6、2010年3月，热键科技股权转让，变更为中外合资企业

2010年3月10日，热键科技董事会做出决议，同意热键科技股东香港热键分别将其持有的热键科技5%和1.6737%股权以46,676,445元和1,800,000元转让给汇智投资和致智源。2010年3月12日，交易各方签订了股权转让协议，并经深圳联合产权交易所股份有限公司见证。2010年3月17日，深圳市宝安区贸易工业局出具深外资宝复[2010]183号文件，批准了上述股权转让。2010年3月18日，热键科技取得了深圳市人民政府核发的商外资粤深宝合资证字[2010]0003号《中华人民共和国台港澳侨投资企业批准证书》。股权转让后，公司性质变更为中外合资企业，注册资本仍为1,200万美元。2010年3月22日，热键科技换领了深圳市市场监督管理局核发的注册号为440306503283676的《企业法人营业执照》。

本次股权转让完成后，热键科技的股权结构如下：

序号	股东名称	出资金额（美元）	出资比例（%）
1	热键电子（香港）有限公司	11,199,156.00	93.3263
2	汇智创业投资有限公司	600,000.00	5.00
3	深圳市致智源投资有限公司	200,844.00	1.6737
	合 计	12,000,000.00	100.00

7、2010年3月，热键科技整体变更设立股份公司

2010年3月24日，热键科技董事会通过了公司整体变更设立外商投资股份有限公司的决议。同日，各发起人签署了《深圳雷柏科技股份有限公司发起人协议》，全体股东同意以截止2009年12月31日经中审国际审计的净资产108,354,593.51元为基础，折合股份公司股本9,600万股，其余净资产12,354,593.51元计入资本公积金。2010年3月25日，深圳市科技工贸和信息化委员会以深科工贸信资字[2010]0729号文批准热键科技整体变更为深圳雷柏科技股份有限公司；2010年3月26日，深圳市人民政府向雷柏科技核发了商外资粤深股份证字[2010]0002号《中华人民共和国台港澳侨投资企业批准证书》。中审国际对本次整体变更为股份公司的出资到位情况进行了审验，并于2010年3月25日出具了中审国际验字[2010]第01030001号《验资报告》。2010年3月30日，雷柏科技换领了深圳市市场监督管理局核发的变更后的《企业法人营业执照》。

整体变更为股份公司后，公司的股权结构如下：

序号	股东名称	持股数量（股）	持股比例（%）
1	热键电子（香港）有限公司	89,593,248	93.3263
2	汇智创业投资有限公司	4,800,000	5.00
3	深圳市致智源投资有限公司	1,606,752	1.6737
	合 计	96,000,000	100.00

（二）发行人历次增资股东资金来源的合法性

香港热键早期曾从事国际贸易，经过多年经营获利累积形成了其历次对发行人增资的境外资金来源，来源合法，且已履行了相关的审批机关批准程序、验资及工商变更登记手续，增资行为合法有效。

（三）发行人资产重组情况

发行人自整体变更设立以来，未发生过重大资产重组行为。

四、发行人历次验资情况

发行人历次验资情况如下：

验资事项	出具时间	验资机构	验资报告
前身热键科技设立	2002 年 10 月 11 日	深圳利商会计师事务所	深利商验字[2002]第 037 号
	2002 年 11 月 5 日	深圳远东会计师事务所	深远东验字[2002]第 379 号
增资至 100 万美元	2003 年 5 月 20 日	深圳中法会计师事务所	深中法验字[2003]第 0321 号
增资至 150 万美元	2008 年 1 月 9 日	深圳高信华源会计师事务所	深高华会(外)验字 [2008]6 号
增资至 800 万美元	2008 年 2 月 24 日	深圳高信华源会计师事务所	深高华会（外）验字 [2008]11 号
增资至 1,200 万美元	2009 年 4 月 29 日	深圳南方民和会计师事务所	深南验字[2009]第 021 号
整体变更设立股份公司	2010 年 3 月 25 日	中审国际会计师事务所	中审国际验字[2010]第 01030001 号

（一）公司前身热键科技设立时的验资

2002 年 10 月 11 日，深圳利商会计师事务所对热键科技设立时的第一次出资进行了审验，并出具深利商验字[2002]第 037 号《验资报告》。根据该报告，热键科技注册资本为 100 万港元，截至 2002 年 9 月 26 日，香港热键投入现金 16 万港元，占注册资本的 16%。

2002 年 11 月 5 日，深圳远东会计师事务所对热键科技设立时的第二次出资进行了审验，并出具深远东验字[2002]第 379 号《验资报告》。根据该报告，热键科技注册资本为 100 万港元，截至 2002 年 11 月 1 日，香港热键共投入现金 100 万港元，占注册资本的 100%。

（二）增资至 100 万美元的验资

2003 年 5 月 20 日，深圳中法会计师事务所对注册资本变更情况进行了审验，

并出具深中法验字[2003]第 0321 号《验资报告》。根据该报告，截至 2003 年 5 月 12 日，香港热键以现金 871,780.00 美元增资，增资后热键科技注册资本为 100 万美元。

（三）增资至 150 万美元的验资

2008 年 1 月 14 日，深圳高信华源会计师事务所对注册资本变更情况进行了审验，并出具深高华会（外）验字[2008]6 号《验资报告》。根据该报告，截至 2008 年 1 月 9 日，香港热键以现金 50 万美元增资，增资后热键科技注册资本为 150 万美元。

（四）增资至 800 万美元的验资

2008 年 2 月 24 日，深圳高信华源会计师事务所对注册资本变更情况进行了审验，并出具深高华会（外）验字[2008]11 号《验资报告》。根据该报告，截至 2008 年 2 月 2 日，香港热键以现金 150 万美元和截止 2007 年年末的税后未分配利润折合 500 万美元转增资本合计增资 650 万美元，增资后热键科技注册资本为 800 万美元。

（五）增资至 1,200 万美元的验资

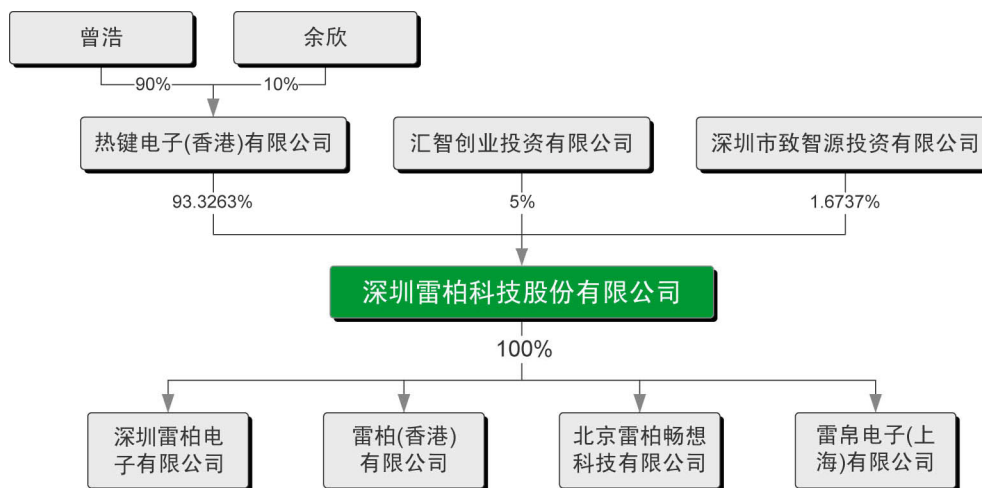
2009 年 4 月 29 日，深圳南方民和会计师事务所对注册资本变更情况进行了审验，并出具深南验字[2009]第 021 号《验资报告》。根据该报告，截至 2009 年 3 月 16 日，香港热键以 2008 年末分配利润 27,339,600 元折合 400 万美元转为股东再投资，增资 400 万美元，增资后热键科技注册资本 1,200 万美元。

（六）整体变更设立股份公司时的验资

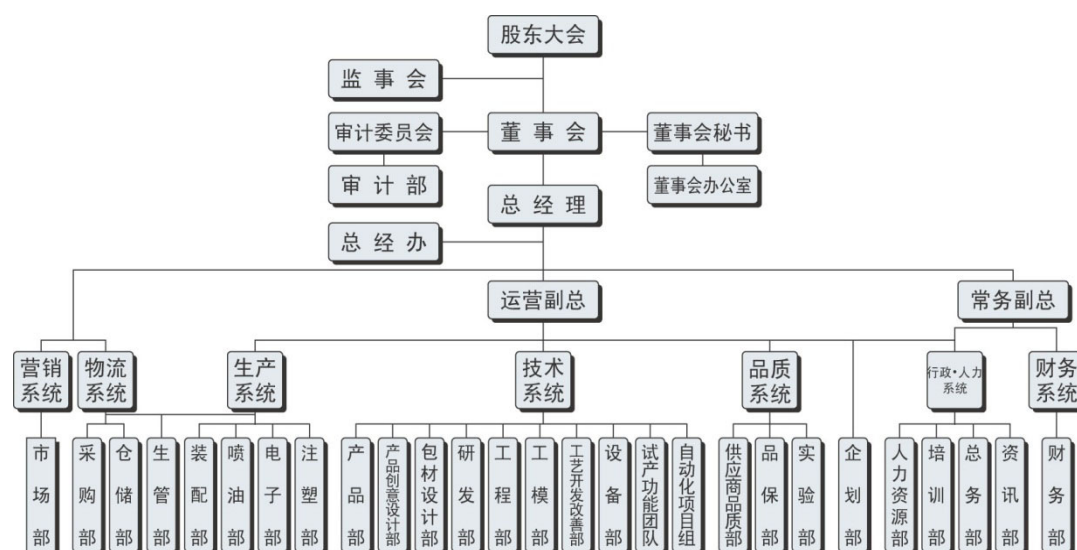
2010 年 3 月 25 日，中审国际出具中审国际验字[2010]第 01030001 号《验资报告》，对热键科技整体变更设立深圳雷柏科技股份有限公司各发起人的出资情况进行了审验。根据该报告，雷柏科技的注册资本为 9,600 万元，各发起人的出资已足额缴足。

五、发行人的组织结构

（一）发行人股权结构图



（二）发行人组织结构图



（三）内部组织机构设置及运行情况

目前，发行人设置的主要业务和职能部门的职责如下：

序号	部门	主要职能
1	董事会办公室	为董事会日常办事机构，协助公司及董事处理董事会的日常工作；负责股东大会、董事会、监事会会议的组织筹备；负责与证券管理部门、交易所、中介机构联系；负责公司的信息披露、投资者关系管理工作；负责公司投资管理与资本运作以及董事会交给的其他工作

2	总经办	负责公司综合行政事务管理、企业文化建设和社会责任事务
3	审计部	负责内部控制制度的建立健全、财务预算执行情况及决算审计、合规审计、项目审计、资财审查及投资、采购等经济业务的审核等工作，运用审计手段保证公司各部门的规范运作
4	财务部	负责公司财务管理及财务制度的制定和监督；负责生产、经营资金的筹集和调度、会计核算等工作
5	采购部	负责根据生产需求采购生产产品所需电子元件、原材料、包材及生产辅料，确保生产顺利进行；依部门需求提供各类办公用品
6	市场部	负责市场开拓、承接订单，安排货代运输相关手续，负责客户关系管理，收集市场信息，建立客户营销与服务平台
7	研发部	主要负责新产品、新工艺、新技术的研发与应用，制定产品的研发和技术发展规划，收集分析行业最新技术资讯
8	产品创意设计部	主要负责产品的工业设计及油泥雕刻工作
9	实验室	通过对模具及产品尺寸测量、CPK 分析及模流分析，为模具制造及生产提供质量改善参数
10	生管部	负责编制总体和月度生产计划，安排订单产品的生产，组织控制和监督生产系统，拟定生产和安全管理制度并监督执行
11	仓储部	主要对物料的出库、入库、搬运、储存、防护、盘点进行管理，确保物料账卡物一致
12	企划部	主要负责公司标准化管理、维护 ISO 体系在公司的正常运行及改善性管理活动（如 6 西格玛、QCC、精益生产等）
13	产品部	主要负责公司新产品开发流程的整合、过程管控与监督、新产品问题协助处理与跟进，确认产品顺利上线，缩短新产品开发周期，依交期完成首批产品出货
14	人力资源部	主要负责人员招聘、薪酬和绩效考核，负责员工福利、社会保险、教育培训、人事档案管理，拟定人员配置与发展规划

六、发行人控股子公司、参股公司情况

截至本招股说明书签署日，发行人拥有四家全资子公司，无参股公司。全资子公司包括雷柏电子、雷柏香港、雷柏北京和雷帛上海，具体情况如下：

1、雷柏电子

（1）基本情况

公司名称：深圳雷柏电子有限公司

成立时间：2007 年 4 月 23 日

注册资本：50 万元

实收资本：50 万元

注册地址：深圳市福田区福华三路与金田路交汇处卓越世纪中心 4 号楼
3301-3305 房

主要生产经营地：深圳市

公司类型：有限责任公司（法人独资）

经营范围：电子产品的批发及相关配套业务（涉及配额许可证管理、专项规定管理的商品按国家有关规定办理）；网上经营电子产品。

（2）简要历史沿革

2007 年 4 月 23 日，维尔京热键出资 50 万元设立雷柏电子。

2008 年 8 月 6 日，雷柏电子通过股东会决议，同意维尔京热键将其持有的雷柏电子 100%股权以经审计净资产值 547,910.44 元的价格转让给热键科技。2008 年 10 月 13 日，维尔京热键与热键科技签订《股权转让协议书》，深圳市公证处出具了（2008）深证字第 90626 号《公证书》对此进行了公证。2008 年 12 月 8 日，深圳市贸易工业局出具深贸工资复[2008]3240 号文件，批准外资企业雷柏电子的股权转让、企业性质变更等事宜。2008 年 12 月 18 日，雷柏电子在深圳市工商行政管理局办理了本次股权转让的工商变更登记手续。

2010 年 11 月 22 日，雷柏电子由“雷柏电子（深圳）有限公司”更名为“深圳雷柏电子有限公司”，并在深圳市市场监督管理局办理了本次更名的工商变更登记手续。

（3）主营业务情况

雷柏电子主要负责自主品牌“雷柏”的品牌推广及国内销售。

（4）主要财务数据

经中审国际审计，雷柏电子最近一年一期的相关财务数据如下：

单位：元

项 目	2010 年 9 月 30 日	2009 年 12 月 31 日
总资产	20,921,461.83	9,369,407.82
净资产	2,526,693.03	2,934,366.94
项 目	2010 年 1-9 月	2009 年度

净利润	-407,673.91	-869,329.31

2、雷柏香港

(1) 基本情况

公司名称：雷柏（香港）有限公司

成立时间：2009 年 11 月 11 日

法定股本：1 万港元

注册地址：11/F AXA CENTRE ， 151 GLOUCESTER RD ， WANCHAI ，
HK

主要生产经营地：香港

(2) 主要财务数据

经中审国际审计，雷柏香港最近一年一期的相关财务数据如下：

单位：元

项 目	2010 年 9 月 30 日	2009 年 12 月 31 日
总资产	0	7,224.53
净资产	0	0
项 目	2010 年 1-9 月	2009 年度
净利润	-7,224.53	0

3、雷柏北京

(1) 基本情况

公司名称：北京雷柏畅想科技有限公司

成立时间：2009 年 12 月 14 日

注册资本：50 万元

实收资本：50 万元

注册地址：北京市海淀区中关村大街 11 号 A 座 632 号

主要经营地：北京

经营范围：软件开发；销售自行开发的产品

(2) 主要财务数据

经中审国际审计，雷柏北京最近一年一期的相关财务数据如下：

单位：元

项 目	2010 年 9 月 30 日	2009 年 12 月 31 日
总资产	402,539.89	536,551.00
净资产	402,539.89	500,000.00
项 目	2010 年 1-9 月	2009 年度
净利润	-97,460.11	0

4、雷帛上海

(1) 基本情况

公司名称：雷帛电子（上海）有限公司

成立时间：2009 年 12 月 29 日

注册资本：50 万元

实收资本：50 万元

注册地址：天钥桥路 438 号 701 室

主要经营地：上海

经营范围：从事计算机智能化领域内技术服务，计算机软硬件研发，计算机软硬件销售。（涉及行政许可的，凭许可证经营）

(2) 主要财务数据

经中审国际审计，雷帛上海最近一年一期的相关财务数据如下：

单位：元

项 目	2010 年 9 月 30 日	2009 年 12 月 31 日
总资产	340,432.91	500,000.00
净资产	301,226.91	500,000.00
项 目	2010 年 1-9 月	2009 年度
净利润	-198,773.09	0

七、发起人、持有发行人5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况

（一）发起人基本情况

本公司发起人为香港热键、汇智投资和致智源，其基本情况如下：

1、香港热键

香港热键系本公司控股股东，成立于2001年5月21日，住所为RM 1019-1021 10/F NAN FUNG CTR 264-298 CASTLE PEAK RD，TSUEN WANG，HONGKONG；法定股本为120万股，已发行股本为120万股，每股面值1港元。目前主要从事投资控股业务。香港热键的股东构成情况如下：

序号	股东名称	出资金额（港元）	出资比例（%）
1	曾浩	1,080,000.00	90
2	余欣	120,000.00	10
	合 计	1,200,000.00	100

香港热键最近一年一期的相关财务数据如下（财务数据已经香港卢邝会计师事务所有限公司审计）：

单位：港元

项 目	2010年9月30日	2009年12月31日
总资产	330,747,685.00	307,051,282.00
净资产	212,676,995.00	185,858,667.00
项 目	2010年1-9月	2009年度
净利润	127,386,496.00	106,071,426.00

2、汇智创业

汇智投资成立于2009年4月29日，住所为合肥市高新区黄山路602号大学科技园C座306室；设立时注册资本为19,300万元，2010年5月增资至30,000万元，实收资本为30,000万元。汇智投资经营范围为创业投资及相关业务（涉及行政许可的凭许可证件经营）。汇智投资的股东构成情况如下：

序号	股东名称	出资金额（元）	出资比例（%）
1	上海天亿投资（集团）有限公司	77,170,000.00	25.72

2	合肥市创新科技风险投资有限公司	73,830,000.00	24.61
3	合肥美亚光电技术有限责任公司	66,000,000.00	22.00
4	广东粤商创业投资有限公司	60,000,000.00	20.00
5	科学技术部科技型中小企业技术创新基金管理中心	23,000,000.00	7.67
	合 计	300,000,000.00	100.00

汇智投资最近一年一期的相关财务数据如下(其中最近一年财务数据经天职国际会计师事务所有限责任公司审计,最近一期财务数据未经审计):

单位: 元

项 目	2010 年 9 月 30 日	2009 年 12 月 31 日
总资产	300,072,368.87	192,392,134.82
净资产	299,432,368.87	192,392,134.82
项 目	2010 年 1-9 月	2009 年度
净利润	40,234.05	-607,865.18

3、致智源

致智源成立于 2010 年 2 月 4 日,注册资本为 180 万元,实收资本为 180 万元,经营范围:投资兴办实业(具体项目另行申报);投资咨询及企业管理咨询(不含证券咨询、人才中介服务和限制项目);国内贸易(法律、行政法规、国务院决定规定在登记前须经批准的项目除外)。

致智源的股东及其出资情况如下:

序号	股东名称	出资金额 (万元)	出资比例	在发行人单位任职或 与实际控制人关系
1	李峥	132.30	73.50%	公司副总经理
2	胡殿君	18.00	10.00%	管理咨询顾问, 非公司职员
3	李密良	8.00	4.44%	公司副总经理
4	温民	4.20	2.32%	公司生产总监
5	叶冠华	4.00	2.22%	技术顾问, 非公司职员
6	曾晖	3.00	1.67%	实际控制人曾浩的姐姐
7	曾晞	3.00	1.67%	实际控制人曾浩的妹妹
8	余靖	3.00	1.67%	实际控制人之妻余欣的姐姐
9	邹超	3.00	1.67%	公司研发部主管
10	赖丽文	1.00	0.56%	非公司职员
11	宋强	0.50	0.28%	非公司职员
	合 计	180.00	100.00%	

致智源由十一名自然人股东出资设立，其中，股东曾晖、曾晞为发行人实际控制人曾浩的姐姐和妹妹；余靖为发行人实际控制人曾浩之妻余欣的姐姐；李峥、李密良、温民、邹超为发行人的高级管理人员和生产研发管理人员；胡殿君、宋强、赖丽文、叶冠华不是公司职员，与发行人实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其近亲属不存在关联关系。

上述十一名自然人股东均不存在委托、信托持股情况。

致智源最近一期的相关财务数据如下（财务数据未经审计）：

单位：元

项 目	2010 年 9 月 30 日
总资产	1,700,469.88
净资产	1,700,469.88
项 目	2010 年 1-9 月
净利润	-99,530.12

（二）持有发行人 5%以上股份的主要股东基本情况

持有发行人 5%以上股份的股东为香港热键和汇智投资，基本情况请参见本节“七、发起人、持有发行人 5%以上股份的主要股东及实际控制人基本情况”之“（一）发起人基本情况”。

（三）实际控制人基本情况

曾浩先生，拥有香港永久居留权，身份证号：P6194**(4)，出生于 1971 年，毕业于深圳大学自动化控制专业，大学本科学历，1996 年移民香港。1996 年开始电脑无线外设产品的研究开发工作，设计出无线鼠标产品，并获得实用新型专利，1998 年开发出 USB 无线键盘鼠标套装，2001 年 5 月投资设立热键电子（香港）有限公司，2002 年设计出人体感应式光电无线鼠标，2006 年主导设计全新 2.4G 超低能耗无线外设解决方案。现任公司董事长兼总经理，全面负责公司经营和管理。

（四）发行人控股股东和实际控制人控制的其他企业情况

截至本招股说明书签署日，除本公司外，实际控制人曾浩还控制了维尔京热键和骏远企业。

1、维尔京热键

（1）基本情况

公司名称：MLK TECHNOLOGIES LIMITED

成立时间：2006 年 7 月 26 日

法定股本：5 万美元

注册地址：THE BRITISH VIRGIN ISLANDS(英属维尔京群岛)

维尔京热键的股东构成情况如下：

序号	股东名称	出资金额（美元）	出资比例（%）
1	曾浩	45,000.00	90
2	余欣	5,000.00	10
	合 计	50,000.00	100

（2）主营业务情况

维尔京热键原主要从事本公司 ODM/OEM 产品海外销售和原材料采购，具体交易情况参见本招股说明书“第六节 同业竞争与关联交易”。自 2008 年开始维尔京热键已全面停止销售和采购业务，该公司股东会已决定注销该公司，目前注销手续正在办理中。

（3）主要财务数据

维尔京热键最近一年一期的相关财务数据如下（财务数据业经中审国际审计）：

单位：港元

项 目	2010 年 9 月 30 日	2009 年 12 月 31 日
总资产	6,524,643.92	25,982,020.28
净资产	6,489,643.92	7,034,458.12
项 目	2010 年 1-9 月	2009 年度
净利润	-544,814.20	-204,584.21

2、骏远企业

(1) 基本情况

公司名称：骏远企业有限公司

成立时间：2007 年 7 月 26 日

法定股本：10,000 港元

注册地址：Flat A, 30/F., Block1, One Silver Sea, Hoi Fai Road, Kowloon, HongKong

骏远企业的股东构成情况如下：

序号	股东名称	出资金额（港元）	出资比例（%）
1	曾浩	5,000.00	50
2	余欣	5,000.00	50
	合 计	10,000.00	100

(2) 主营业务情况

主要业务为物业持有，未开展其他业务。

(3) 主要财务数据

骏远企业最近一年一期的相关财务数据如下（财务数据未经审计）：

单位：港元

项 目	2010 年 9 月 30 日	2009 年 12 月 31 日
总资产	5,596,901.44	23,979,591.65
净资产	2,138,049.44	-2,140,638.65
项 目	2010 年 1-9 月	2009 年度
净利润	4,278,688.09	-1,019,885.00

(五) 发行人股份质押或其他有争议的情况

截至本招股说明书签署日，公司股东持有的本公司股份均未被质押和托管，也不存在其它权属有争议的情况。

八、发行人股本情况

（一）本次发行前后的股本情况

本公司发行前总股本 9,600 万股，本次拟发行人民币普通股 3,200 万股，发行后总股本 12,800 万股。本次拟发行的社会公众股占发行后总股本的 25%。

股东名称及股份类别	本次发行前		本次发行后	
	持股数（股）	持股比例	持股数（股）	持股比例
一、有限售条件流通股				
热键电子（香港）有限公司	89,593,248	93.3263%	89,593,248	69.99%
汇智创业投资有限公司	4,800,000	5.00%	4,800,000	3.75%
深圳市致智源投资有限公司	1,606,752	1.6737%	1,606,752	1.26%
二、本次发行流通股	-	-	32,000,000	25.00%
合 计	96,000,000	100.00%	128,000,000	100.00%

（二）本次发行前公司前十名股东

本次发行前，本公司共有 3 名股东，持股情况及股份性质如下：

序号	股东名称	持股数（股）	持股比例（%）	股权性质
1	热键电子（香港）有限公司	89,593,248	93.3263	境外法人
2	汇智创业投资有限公司	4,800,000	5.00	境内法人
3	深圳市致智源投资有限公司	1,606,752	1.6737	境内法人
	合 计	96,000,000	100.00	

（三）本次发行前公司前十名自然人股东及其在公司任职情况

本次发行前，本公司不存在自然人股东。

（四）最近一年发行人新增股东情况

本公司最近一年新增股东有 2 家，分别为汇智投资和致智源。

2010 年 3 月 12 日，香港热键分别与汇智投资和致智源签署股权转让协议，将其持有的热键科技 5% 股权以 4,667.64 万元的价格转让给汇智投资；将其持有的热键科技 1.6737% 股权以 180 万元的价格转让给致智源。新增股东及股权受让情况如下：

单位：万元

序号	新增股东	受让价款	持股比例	定价依据	取得股权时间
1	汇智投资	4,667.64	5.00%	市盈率定价	2010年3月22日(工商变更完成日)
2	致智源	180.00	1.6737%	市净率定价	
	合 计	4,847.64	6.6737%		

2010年3月30日，热键科技整体变更为雷柏科技，上述新增股东的持股情况变为：

序号	新增股东	持股数量（股）	持股比例
1	汇智投资	4,800,000	5.00%
2	致智源	1,606,752	1.6737%
	合 计	6,406,752	6.6737%

截至本招股说明书签署日，新增股东的持股情况未再发生变化。除上述新增股东外，本公司最近一年内无其他新增股东。

汇智投资和致智源基本情况请参见本节之“七、发起人、持有发行人5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况”之“（一）发起人基本情况”。

发行人律师和保荐机构对致智源十一名自然人股东逐一进行了访谈，经核查：上述十一名自然人股东持有的致智源股权不存在代他人或其他单位持有的情形，与本次发行的中介机构不存在关联关系。

（五）本次发行前各股东间的关联关系及关联股东的各自持股比例

发行人各股东间不存在关联关系。

发行人各间接股东之间的关联关系，请参见“第七节 董事、监事、高级管理人员与核心技术人员”之“二、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员及其近亲属持有发行人股份的情况”。

（六）本次发行前股东所持股份的限售安排和自愿锁定股份的承诺

本公司控股股东香港热键和股东汇智投资、致智源承诺：自深圳雷柏科技股份有限公司股票上市之日起36个月内，不转让或者委托他人管理本公司直接或间接持有的公司公开发行股票前已发行的股份，也不由公司回购本公司直接或间接持有的公司公开发行股票前已发行的股份。

承诺期限届满后，上述股份可以上市流通和转让。

九、工会持股、职工持股会持股、信托持股、委托持股等情况

本公司不存在工会持股、职工持股会持股、信托持股、委托持股或股东数量超过二百人的情况。

十、发行人员工及其社会保障情况

（一）员工人数及变化情况

截至 2007 年 12 月 31 日、2008 年 12 月 31 日、2009 年 12 月 31 日、2010 年 9 月 30 日，本公司聘用的员工人数分别为 2,188 人、1,368 人、2,431 人和 2,656 人。

（二）员工专业结构

2010 年 9 月 30 日		
专业分工	人数	占员工总数比例
专业技术人员	246	9.26%
管理人员	278	10.47%
财务人员	15	0.56%
市场、销售人员	8	0.30%
生产人员	2,109	79.41%
合 计	2,656	100.00%

（三）员工受教育程度

2010 年 9 月 30 日		
受教育程度	人数	占员工总数比例
硕士及以上学历	2	0.08%
本科学历	64	2.41%
大专学历	151	5.68%
中专及以下学历	2,439	91.83%
合 计	2,656	100.00%

（四）员工年龄分布

2010年9月30日		
年龄区间	人数	占员工总数比例
25岁以下	1,581	59.53%
25-35岁	951	35.81%
35-45岁	109	4.10%
45岁以上	15	0.56%
合 计	2,656	100.00%

（五）社会保障情况

发行人依照《劳动法》和深圳市政府有关规定，已为员工办理社会保险参保手续并缴纳相关社会保险费。根据深圳市社会保险基金管理局为发行人出具的相关证明：深圳雷柏科技股份有限公司自2007年1月1日至今按时缴纳社会保险费，没有因违法违规而被我局处罚的情况。

发行人及其主要子公司雷柏电子目前已为其深圳户籍员工办理了住房公积金缴存手续并依法缴费。发行人子公司雷柏北京和雷帛上海由于并未开展业务，没有招聘相应员工，因此未办理住房公积金缴存手续。

2010年12月前，深圳市并未按照国家相关规定制订有关住房公积金管理的具体办法，也没设立专门的住房公积金管理机构，因此公司并未就住房公积金缴存问题取得相关证明文件。按照深圳市《深圳市社会保险暂行规定》（深府[1992]128号）、《深圳市社会保险暂行规定职工养老保险及住房公积金实施细则》（深府[1992]179号）规定，深圳市住房公积金缴存制度只适用于深圳市常住户口的企业固定职工和合同制职工。因此，发行人为其具有深圳市常住户口的员工按照规定缴纳了住房公积金，对于不具备缴纳住房公积金条件的非深圳市常住户口员工，发行人为其提供了集体宿舍解决住宿问题或给予了相应的住房补贴，截至2010年12月，公司并不存在因住房公积金缴存问题受到过相关行政部门处罚的情形。另外，发行人的实际控制人曾浩先生承诺：发行人因本次发行上市前存在的住房公积金缴存不规范情形而发生住房公积金方面的纠纷或遭受相关损失，本人将自愿承担发行人可能受到的一切损失。

为建立和完善住房公积金制度改革，2009年6月，深圳市公布了《深圳市

住房公积金制度改革方案》，2010年10月，深圳市住房公积金管理中心正式成立，2010年11月24日，深圳市人民政府依据国家《住房公积金管理条例》制定了《深圳市住房公积金管理暂行办法》（以下简称“新办法”），新办法自2010年12月20日起实施。根据新办法规定，深圳市住房公积金缴存对象包含深圳市户籍和非户籍在职职工，单位为职工缴纳和职工个人缴纳的住房公积金的缴存比例均不得低于缴存基数的5%，均不得高于缴存基数的20%。2010年12月16日，深圳市住房公积金管理中心印发《深圳市住房公积金缴存管理暂行规定（试行）》（自2010年12月20日实施），依据此规定，新办法实施前已成立的单位应当在新办法实施之日起6个月内，按规定办理住房公积金缴存登记。目前，公司正在按新办法有关规定办理缴存登记手续。

综上，发行人2010年12月前执行的住房公积金缴存政策与国家《住房公积金管理条例》不符，仅符合深圳市地方政策要求，对此发行人实际控制人就发行人住房公积金缴存方面可能存在的损失风险出具了相关承诺，因此，发行人上述住房公积金缴存方面的问题不会构成发行人本次发行上市的实质性障碍。

十一、实际控制人、主要股东及作为股东的董事、监事、高级管理人员的重要承诺

（一）关于发行人上市后股份锁定的承诺

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，请参见本节之“八、发行人股本情况”。

公司实际控制人曾浩承诺：自深圳雷柏科技股份有限公司股票上市之日起36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公开发行股票前已发行的股份，也不由公司回购其直接或间接持有的公司公开发行股票前已发行的股份。除上述锁定期外，在任职期间每年转让的股份不超过其所持有公司股份总数的25%；离职后半年内，不转让其所持有的公司股份；在申报离任6个月后的12个月内通过证券交易所挂牌交易出售公司股票数量占其所持有公司股票总数的比例不超过50%。

公司董事兼高管余欣、董事俞熔、高管李峥和李密良承诺：自深圳雷柏科技

股份有限公司股票上市之日起36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公开发行股票前已发行的股份，也不由公司回购其直接或间接持有的公司公开发行股票前已发行的股份。除上述锁定期外，在任职期间每年转让的股份不超过其所持有公司股份总数的25%；离职后半年内，不转让其所持有的公司股份；在申报离任6个月后的12个月内通过证券交易所挂牌交易出售公司股票数量占其所持有公司股票总数的比例不超过50%。

（二）关于避免同业竞争的承诺

公司控股股东香港热键出具了《关于避免同业竞争的承诺函》，承诺：一、本公司目前不存在与雷柏科技同业竞争的情形，除投资雷柏科技外，本公司未通过其他任何方式从事与雷柏科技及其子公司和下属机构构成或可能构成竞争或潜在竞争的业务或活动。二、本公司未来不在中国境内外以任何方式（包括但不限于单独经营、通过合资经营或拥有另外一家经营实体的权益等方式）从事与雷柏科技及其子公司和下属机构构成或可能构成竞争或潜在竞争的业务或活动。上述承诺是真实且不可撤销的，若违反上述承诺，本公司愿意赔偿雷柏科技因此受到的全部损失（包括直接损失和间接损失）。

公司实际控制人曾浩先生出具了《关于避免同业竞争的承诺函》，承诺：一、本人目前不存在与雷柏科技同业竞争的情形，除投资控制雷柏科技外，本人未通过其他任何方式从事与雷柏科技及其子公司和下属机构构成或可能构成竞争或潜在竞争的业务或活动。二、本人未来不在中国境内外以任何方式从事与雷柏科技及其子公司和下属机构构成或可能构成竞争或潜在竞争的业务或活动。上述承诺是真实且不可撤销的。

（三）关于企业所得税补缴的承诺

对公司享受的企业所得税优惠可能存在被追缴的风险，公司实际控制人曾浩先生承诺如下：如果公司因上市前按照深圳市地方政策享受的企业所得税税收优惠被国家有关部门撤销而发生需补缴的企业所得税税款及相关费用，本人愿意承担公司因此受到的相关损失。上述承诺是真实且不可撤销的。

（四）关于租赁房产拆迁风险的承诺

实际控制人曾浩先生对公司租赁的深圳市凤凰股份合作公司的房产可能存在的风险出具承诺：在租赁期限届满前，公司租赁的深圳市凤凰股份合作公司的房产如果发生拆迁或其他不利影响，本人自愿承担公司因搬迁受到的相关损失。上述承诺是真实且不可撤销的。

第五节 业务与技术

一、发行人主营业务、主要产品及其变化情况

（一）主营业务

公司是电脑无线外设技术领域的专业厂商，致力于向全球 PC 使用者提供高性能、高品质的无线电脑外设产品。

公司的经营范围是：生产经营鼠标、键盘、工模具；从事电脑软件开发。生产经营音频产品及配件、电脑游戏周边产品。

2007 年及以前，雷柏科技主要为国外客户提供贴牌生产服务；2007 年，公司开始推出“雷柏”自主品牌键鼠产品；2008 年，自主品牌产品迅速得到国内市场的认可，目前国内无线键鼠行业市场占有率排名第一。

公司自设立以来，一直从事鼠标、键盘等电脑外设设备的研发、生产和销售业务，主营业务未发生变更。

（二）主要产品

1、公司产品系列

公司拥有 2.4G 无线系列、蓝牙无线系列、游戏 V 系列和有线 N 系列等多个系列产品，以无线为主，有线为辅，在 2.4G 无线连接、无延迟、免对码智能连接、蓝光寻迹、省电等技术应用方面居于行业领先水平。

（1）2.4G 无线系列

包括 2.4G 无线鼠标、2.4G 无线键盘、2.4G 无线键鼠套装及 2.4G 特殊无线产品四大类三十多种型号。

2.4G无线系列代表产品介绍



7100 NANO 笔记本型光学鼠标

- 2.4GHz零延迟无线传输
- 无需对码的智能连接技术
- 额外四五键实现“前进”“后退”功能
- 500/1000dpi可调节的高精度光学引擎
- NANO即插即用接收器
- 电源开关

目标群体 笔记本、上网本用户



8800 超新薄激光键鼠套装

- 2.4GHz零延迟无线传输
- 无需对码的智能连接技术
- 额外四五键实现“前进”“后退”功能
- 12个功能热键，方便快捷
- 键盘自带音量飞梭
- 800/1600dpi可调节的超精准激光引擎
- 13mm超新薄简约，舒适的人体工学设计

目标群体 使用台式机的家庭或者办公用户

特殊系列代表产品介绍



2900 带触控板的高端无线键盘

- 2.4GHz零延迟无线传输
- 无需对码的智能连接技术
- 悬浮式剪刀脚按键，完美触感
- 6mm超薄设计，时尚、简约的视觉感受
- 带有鼠标光标控制功能的触控板
- 10个发光功能热键，方便快捷
- 锂离子可充电电池，使用寿命更长

目标群体 HTPC爱好者、白领、演讲、培训商务人士

（2）蓝牙无线系列

蓝牙无线系列代表产品介绍



6900 带激光指点器的多模式激光蓝牙鼠标

- 无需接收器的蓝牙连接
- 办公、演示控制器、多媒体遥控器三种功能模式
- 800/1600dpi可调节的超精准激光引擎
- 左右翻页金属质感滚轮
- 额外四五键实现“前进”“后退”功能
- USB充电功能
- 集成激光指点器

目标群体 HTPC爱好者、白领、演讲、培训商务人士



6500 多媒体蓝牙无线键盘

- 无需接收器的蓝牙连接
- 6个多媒体功能热键
- 独有的省电技术
- 低电压报警功能

目标群体 HTPC爱好者、追求生活品质年轻人群、享受视听娱乐的用户

（3）游戏 V 系列

游戏 V 系列专为游戏用户打造。

游戏 V 系列代表产品介绍



V8 激光无线游戏鼠标

- 5000dpi超玩家级激光引擎
- 2.4G双向零延迟无线传输
- 500次/秒极速刷新率
- 雷柏专利前置式引擎
- 高效能可充电电池
- 6个可自定义按钮
- 4级可自定义实时灵敏度调整
- 内置存储器实现即插即用
- 蛇腹式指位防滑软胶

目标群体 游戏玩家、电子竞技爱好者



V6 背光游戏键盘

- 3级亮度可调节橙色LED背光按键
- 内置存储器实现即插即用
- 1000次/秒极速刷新率
- 独立的Windows功能键锁定按钮
- 橡胶涂层防滑键帽
- 防按键冲突功能
- 可编程游戏热键
- 自带2个HUB

目标群体 游戏玩家、电子竞技爱好者

（4）有线 N 系列

有线 N 系列代表产品介绍



N1000 有线光学鼠标

- 高精度光学寻迹引擎
- 翻页滚轮
- 贴心的鼠标内置配重
- 左右手通用的鼠标对称设计
- 安装简便

目标群体 办公、网吧



N2200 超薄型·触摸式感应键盘

- 1.3cm超薄设计
- 触摸式感应音量滑动调节
- 触摸式感应多媒体快捷键
- 操作舒适、安装简便
- 拉丝铝合金手托板

目标群体 游戏、时尚新潮人士

2、产品技术特点

（1）2.4G 数字无线通信技术

2.4G 无线鼠标以接近手机三倍的频率工作，提供最远达 10 米*360 度全方向的无线连接，所传输的信号全部为数字调制，抗干扰能力强，而且由于传输带宽大，传输速度快，几乎没有延迟。

（2）16 频道智能跳频技术

16 频道智能跳频技术能在无线电工作频道受到干扰时，在 1/1000 秒的时间内切换到另外一个频道工作，确保鼠标在任何时候都使用畅顺。

（3）免对码智能连接技术

免对码智能连接技术让无线鼠标如有线鼠标般容易使用，只需要插上接收器和装上电池，鼠标就会自动和接收器完成连接，内置的 6 万多组安全编码确保接收器只会接收对应鼠标所发出的信号，即使在同一场合使用多只无线鼠标也不会互相干扰。

（4）双向纠错通讯技术

微型接收器可在瞬间双向完成数据的接收和校验，从而保证鼠标与接收器

之间通讯数据的百分百准确性。

(5) 激光寻迹技术

用激光二极管代替了普通的发光二极管，使鼠标可以在更广泛的表面介质上使用。激光鼠标传感器获得影像的过程，是根据激光照射在物体表面所产生的干涉条纹而形成的光斑点反射到传感器上获得的，而传统的光学鼠标是通过照射粗糙的表面所产生的阴影来获得。因此激光能对表面的图像产生更大的反差，从而使得更容易辨别，提高鼠标的定位精准性。

(6) 省电技术

多达 4 级的电源省电管理，使鼠标最大限度的利用电池的电量。部分型号还设计了“开关/按钮”，在不使用的时候可以关闭鼠标，最大限度的保存电池电量。一节 AA 碱性电池在激光、蓝光机型上的使用寿命最长可达六个月。

(7) 便携技术

超细微接收器，插入电脑后仅仅露出 6 毫米，完全不用拔离电脑，可以实现即插即忘。

二、发行人所处行业的基本情况

本公司所属电脑外设行业，根据中国证券监督管理委员会 2001 年 4 月颁布的《上市公司行业分类指引》，归类为“G83 计算机及相关设备制造业”。

(一) 行业管理体制

政府主管部门为工业和信息化部，其职责是：拟订并组织实施工业行业规划、产业政策和标准，监测工业行业日常运行，推动重大技术装备发展和自主创新，管理信息产业，指导推进信息化建设，协调维护国家信息安全等。

(二) 主要政策法规

电脑外设产品涉及的国内主要法律法规包括：工业和信息化部颁布的《电子信息产品污染控制管理办法》，国家质量监督检验检疫总局发布的《强制性产品认证管理规定》，国家质量监督检验检疫总局与工业和信息化部联合发布的《微型计算机商品修理更换退货责任规定》等。

电脑外设产品除须符合国内相关法律法规的要求外，出口产品还须满足出口地法律、法规和指令要求，如产品的安全认证、环保指令等。目前国际上主要的产品认证包括欧盟 CE 认证、美国 FCC 认证、美加(美国&加拿大)cTUVus 认证、俄罗斯 GOST-R 认证等，主要环保指令包括欧盟的 RoHS 指令、WEEE 指令、EuP 指令等。

在国家产业政策方面，2008 年 12 月，国家发展和改革委员会发布的《珠江三角洲地区改革发展规划纲要（2008-2020 年）》明确指出：以深圳市为核心，以东莞、惠州市为节点的珠江口东岸地区要加快发展电子信息高端产品制造业，打造全球电子信息产业基地。公司的主营业务属于国家鼓励和重点发展的行业。

（三）发行人所处行业概述

1、电脑外设行业概述

电脑外设就是除电脑主机以外的部分，是附属的或辅助的与计算机连接起来的设备，对数据和信息起着传输、转送和存储的作用。如显示器只是用来显示电脑信息的输出设备，鼠标键盘是用来输入信息的输入设备，都属于外设。根据功能的不同，电脑外设大致可分为三类：

（1）人机交互设备，如打印机、显示器、鼠标、键盘、音响、绘图仪和语言合成器等；

（2）计算机信息的存储设备，如磁盘，光盘，磁带；

（3）机-机通信设备，如两台计算机之间可利用电话线进行通信，它们可以通过调制解调器完成。

电脑外设产品是电脑周边产品的必要组成部分，而键盘、鼠标更是电脑外设产品中不可或缺的部分。根据传输方式不同，键鼠产品又分为有线键鼠产品和无线键鼠产品。

与电脑本身相比，键鼠具有自己的行业特点：

（1）不可或缺性：与其他的外设设备相比，具有不可或缺性，尤其是笔记本电脑，可以不加配音箱、不加配键盘，但大多数都会加配一只鼠标，尤其是无线鼠标，携带更加方便；

（2）易耗性：与电脑的使用周期相比，键盘、鼠标的易耗性更大，消耗量

也更大；

(3) 个性化：作为电脑的低值周边产品，键盘、鼠标可以有更多的个性化设计，以适应各种不同的人群及个人，而且多样化的特性使键盘、鼠标的更新换代更快；

(4) 多功能性：随着键盘、鼠标的不断技术革新，其具备的功能也越来越丰富，比如有些鼠标具备遥控器、游戏手柄等多种功能。

2、我国键鼠行业发展现状

(1) 中国市场逐步得到众多键鼠厂商重视，竞争加剧

2008 年全球金融危机对键鼠行业国际销售影响较大，很多原只做出口订单的国内制造商转战国内市场；拥有知名品牌和深厚研发与营销实力的国外外设厂商也纷纷进入中国市场，市场竞争进一步加剧。

(2) 受无线产品挤压，有线键鼠市场逐步缩小

2007 年中国键鼠市场中 2.4G 无线键鼠产品价格普遍偏高，大部分消费者依然选择百元以内的有线键鼠产品，有线键鼠产品在 2007 年仍占据了大部分市场。

笔记本电脑用户数量逐渐增长带动了笔记本电脑外设产业，这其中也包括了无线笔记本鼠标，2.4G 无线键鼠的市场份额开始呈上升态势，但是限于其昂贵的价格，2.4G 无线键鼠的市场比例依然较小，仅占市场 5% 左右。

2008 年中国键鼠市场发生了明显的变化，雷柏等品牌的出现，将无线键鼠产品平民化。随着 2.4G 无线键鼠产品技术得到广大消费者的认可及价格下降，无线键鼠占领的份额逐步扩大，有线键鼠产品遭受较大的冲击。而有线键鼠产品以网吧用户的低端键鼠产品和游戏玩家使用的高端键鼠产品为主。

(3) 2.4G 无线键鼠产品引领行业，无线鼠标发展快速，个性化产品占主流

2009 年是 2.4G 无线键鼠产品继续引领行业焦点的一年，尤其是无线鼠标发展快速。无论是媒体的宣传，还是厂家新产品的问世都围绕无线键鼠产品展开，无线产品占比上升到 17%。各大品牌间在功能、技术、个性化等方面的竞争再度升级，在技术升级的同时，个性化的产品设计成为主趋势。

3、键鼠行业市场结构分析

(1) 产品类型

根据产品类型不同，键鼠产品可细分为鼠标、键盘和键鼠套装。

根据 ZDC 发布的《2009-2010 中国键鼠市场研究年度报告》，2007-2009 年，中国键鼠市场键鼠产品整体销量分别为 2,242.05 万套、2,439.35 万套和 2,734.52 万套，具体构成如下表所示：

中国键鼠市场产品类型结构

产品类别	2009 年		2008 年		2007 年	
	销售量 (万套)	占比	销售量 (万套)	占比	销售量 (万套)	占比
鼠标	1,022.71	37.40%	873.29	35.80%	764.54	34.10%
键盘	798.48	29.20%	783.03	32.10%	777.99	34.70%
键鼠套装	913.33	33.40%	783.03	32.10%	699.52	31.20%
合 计	2,734.52	100.00%	2,439.35	100.00%	2,242.05	100.00%

数据来源：互联网消费调研中心 ZDC 2010，02

通过上表可以看出，鼠标是键鼠市场的重要组成部分，且鼠标销量占键鼠整体市场比重近三年稳步上升，2009 年鼠标销量为 1,022.71 万套，占键鼠市场的 37.40%；键盘销售增长缓慢，销量仍未突破 800 万套，且键盘产品占键鼠整体市场比重呈下降趋势；键鼠套装是键鼠行业除鼠标外的另一增长点，2009 年键鼠套装实现销量 913.33 万套，在键鼠整体市场占比超过键盘。

(2) 连接方式

根据连接方式的不同，键鼠产品又可分为有线产品和无线产品。

中国键鼠产品不同连接方式市场份额占比

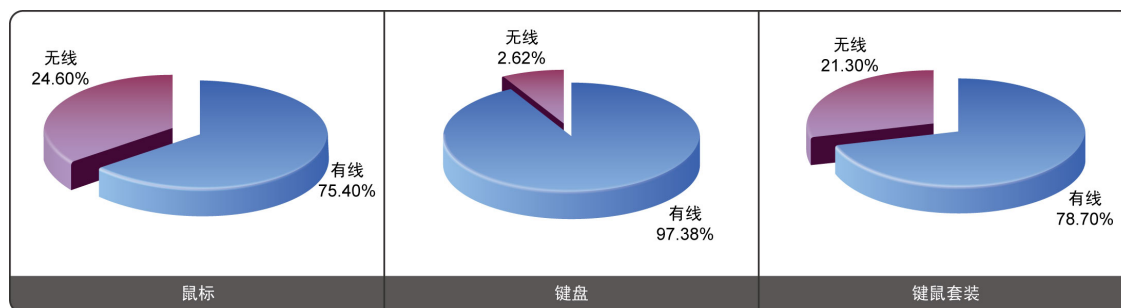
连接方式	2009 年		2008 年		2007 年	
	销售量 (万套)	占比	销售量 (万套)	占比	销售量 (万套)	占比
有线产品	2,267.48	82.92%	2,152.20	88.23%	2,122.02	94.65%
无线产品	467.04	17.08%	287.15	11.77%	120.03	5.35%
合 计	2,734.52	100.00%	2,439.35	100.00%	2,242.05	100.00%

数据来源：互联网消费调研中心 ZDC 2010，02

受无线产品挤压，有线键鼠市场规模增长缓慢，2009 年，有线键鼠销量为 2267.48 万套，销量较 2008 年仅增长 5.36%，而在整体键鼠市场占比下滑 5 个百分点。

相比有线键鼠市场，无线键鼠市场快速成长，2008 年、2009 年销售量分别较上年增长 139.23%和 62.65%，且在整体键鼠市场比重快速上升。

2009年中国不同连接方式市场份额占比



2009 年国内鼠标市场中，有线鼠标所占的市场份额为 75.40%，无线鼠标拥有的市场份额为 24.60%，有线产品在国内鼠标市场中仍保持一定优势。但是从走势来看，无线鼠标的市场份额正在不断扩大。

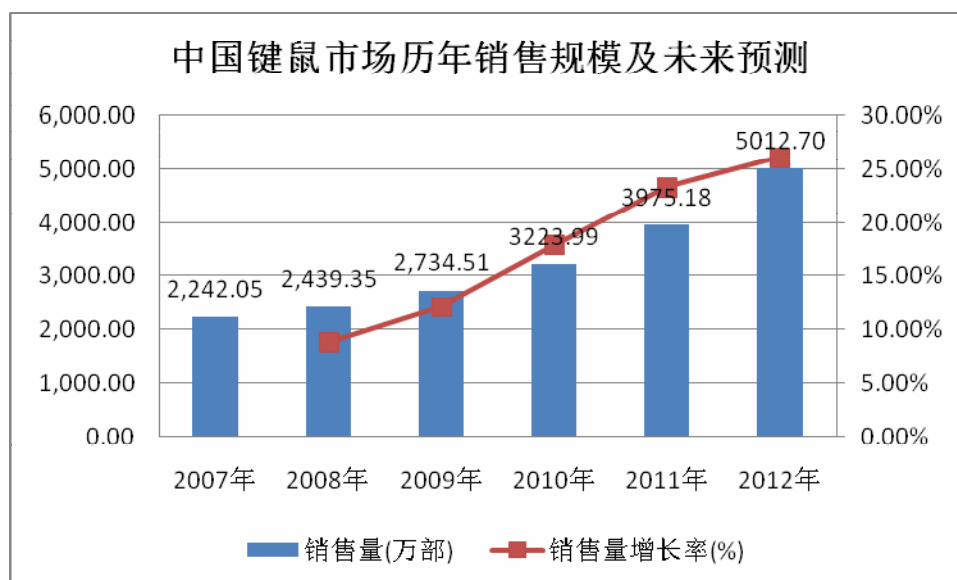
2009 年国内键盘市场中，有线键盘占据主导地位，其市场份额为 97.38%，无线键盘在 2009 年国内键盘市场中的份额为 2.62%。有线产品在键盘市场依然占据绝对优势。

2009 年国内键鼠套装市场中，有线键鼠套装的市场份额为 78.70%，无线键鼠套装的市场份额为 21.30%，二者之间的差距为 57.40 个百分点，有线产品仍拥有较大优势。

4、键鼠行业市场规模及未来发展趋势

(1) 键鼠行业市场容量

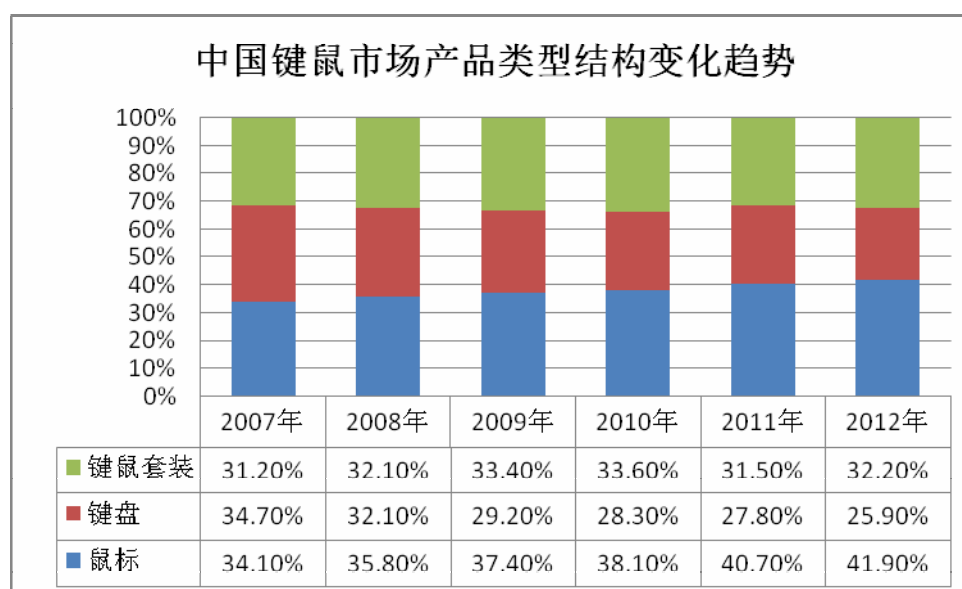
2008 年、2009 年中国键鼠市场销量增长率分别为 8.80%和 12.10%。随着金融危机影响的逐步减弱，中国键鼠市场增长速度将逐步提升。根据 ZDC 发布的《2009-2010 中国键鼠市场研究年度报告》，2010-2012 年，中国键鼠市场的增长率预计分别为 17.90%、23.30%和 26.10%，届时中国键鼠市场整体销量分别为 3,223.99 万套、3,975.18 万套和 5,012.70 万套。



数据来源：互联网消费调研中心 ZDC 2010，02

(2) 键鼠行业产品类型结构发展趋势

根据 ZDC 发布的《2009-2010 中国键鼠市场研究年度报告》，鼠标将继续引领键鼠市场。ZDC 预计：中国鼠标销量将在 2012 年突破 2,000 万套，占键鼠整体市场的比重达到 41.90%；键盘市场依旧成长缓慢，市场比重继续下滑；键鼠套装在未来良性健康成长，2012 年销量有望达到 1,614.09 万套。

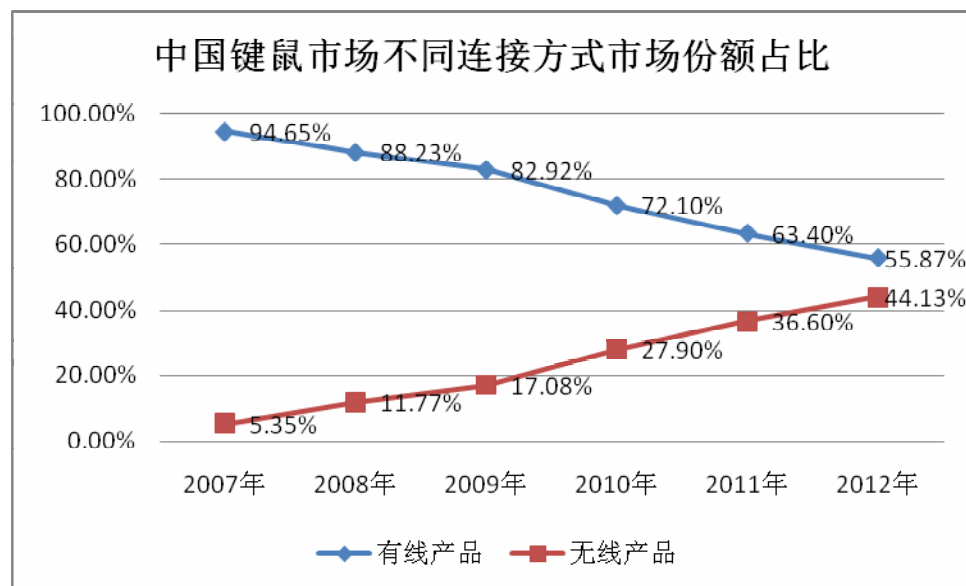


数据来源：互联网消费调研中心 ZDC 2010，02

(3) 键鼠产品连接方式发展趋势

从整体上来看，无线键鼠将继续高速成长，2010 年销量将达到约 900 万套，2012 年销量预计突破 2,200 万套。其中，无线鼠标在未来继续成为最具前景的产

品，2010 年销量预计 400 多万套，2012 年有望突破 1,000 万套。



数据来源：互联网消费调研中心 ZDC 2010，02

（四）发行人行业的市场进入壁垒

1、技术壁垒

我国键鼠生产企业数量较多，总体技术水平不高，低端产品同质化竞争严重，企业单纯依靠低端产品的生产难以在市场上生存。而在中、高端市场的竞争，需要企业具有较强的解决方案开发能力、工业设计能力、产品创新能力、结构电子设计能力、制造工艺技术、精密模具设计和加工能力等方面的保证，因此，进入本行业且占据一定的优势地位，需要较强的综合技术实力。

2、品牌壁垒

无线普及的过程，也是各大品牌综合实力较量的过程，对产品设计、先进技术、人性化应用、品质保证和售后服务等的综合评价对用户的选择将起到重大作用，但最重要的还是品牌的力量，强大的品牌将会吸引更多的用户。根据中关村在线的调研数据，2007-2009 年，前五大键鼠品牌的关注度合计分别为 92.30%、88.40%和 81.60%，虽逐年在下降，但依然占据市场较大比重。因此，对于目前的键鼠市场，新品牌要得到消费者的认可困难较大。

3、渠道壁垒

键鼠产品存在明显的营销渠道壁垒。首先，营销网络的建设需较长时间的积

累和较大的人力、物力及资金投入；同时，由于键鼠产品品种多、数量大、个性化强，对营销渠道的效率要求非常高，不仅需要广泛稳固的销售渠道网络，也需要具备完善的管理制度及信息系统等支持系统，才能满足零售渠道及消费者的多重需求；此外，对于已经建立的销售网络及营销渠道，持续维护和管理成本较高。

（五）行业利润水平的变化

无线键鼠普及的加快和行业较高的毛利率水平促使投资进一步增长，原有线键鼠厂商为避免被市场淘汰加大对无线键鼠的投资，此外高毛利也吸引了行业外资金的投资。随着行业投资规模加大，市场竞争更加激烈，无线键鼠的毛利率将会下降。同时，以雷柏为代表的国内品牌迅速成长，极大的挤压了部分知名国际品牌的市场份额，对此，部分国际知名品牌厂商在 2010 年初对其产品实施大幅度降价，以应对市场的变化。产品价格的下降短期内会影响行业的利润水平，但从长远看，价格下跌会加速无线键鼠产品的普及和提高无线键鼠产品市场容量，行业整体利润总额会上升。

（六）影响行业发展的有利因素及不利因素

1、有利因素

（1）金融危机影响减弱，消费潜力得到释放

为应对金融危机，在外部需求明显收缩的情况下，国家把扩大内需作为保增长的根本途径，采取了一系列扩大内需、优化消费环境等措施，为释放消费潜力创造了有利条件。随着市场消费环境不断改善，再加上政府的正确引导，中国市场日益朝着更加有利于消费增长的方向发展。

（2）消费意识发生转变，国内品牌得到认可

国内品牌通过实施技术创新、完善售后服务、洞察国内消费者消费习惯和偏好，同时突出自身的性价比优势，逐渐得到国内消费者认可。

（3）市场竞争推动价格下降，继而促进需求增长

价格逐步下降是未来市场发展的必然走势，在以价格为导向的消费市场中，产品价格下降必然会促进需求增长。

（4）厂商加大无线产品推广力度，前景看好

键鼠厂商对产品尤其是无线键鼠产品进行了有力推动,主流键鼠品牌厂商在新品发布和促销活动中绝大部分都围绕无线键鼠产品展开。随着厂商不遗余力的推动,无线键鼠产品曝光度提升,用户认可度也会相应增加。

(5) 笔记本电脑及 HTPC 普及刺激无线键鼠发展

笔记本电脑和 HTPC 与无线鼠标有着紧密关联。无线鼠标使用的便利性以及笔记本触摸板的局限性,使多数笔记本用户开始选择购买无线鼠标。HTPC 对无线应用的需求大,无线键鼠正好满足这一条件。

随着笔记本电脑功能改善、价格下滑,笔记本电脑销量年年攀高;HTPC 也开始走向普及之路。笔记本电脑和 HTPC 的销量增长直接刺激了无线键鼠的销量。

2、不利因素

(1) 多品牌进驻键鼠市场,竞争格局严峻

2008 年全球金融危机对键鼠行业国际销售影响较大,很多原只做出口订单的制造商转战国内市场;拥有知名品牌和深厚研发与营销实力的国外外设厂商也纷纷进入中国市场,市场竞争进一步加剧。而各键鼠厂家在争夺市场的时候,有良性的竞争,也会有大肆杀价的恶性竞争,对行业发展造成不利。

(2) 产品鱼龙混杂,质量功能难以保障

目前市场上存在的键鼠品牌数量众多,产品鱼龙混杂,质量参差不齐,质量问题频发,引起消费者的不满。虽然键鼠市场开始向成熟和有序方向发展,但由杂牌产品造成的不良影响仍然存在。

(七) 行业的技术水平及发展趋势

1、行业技术水平

由于无线键鼠产品价格逐渐平民化,中高端有线键鼠产品将逐步被无线键鼠产品所取代,且随着无线技术工艺越来越先进,各种创新的技术和设计将被运用到无线产品中。无线技术根据不同的用途和频段被分为不同的类别,其中包括蓝牙、Wi-Fi (IEEE 802.11)、Infrared (IrDA)、ZigBee (IEEE 802.15.4)等多个无线技术标准,但对于当前主流无线键鼠而言,仅有 27Mhz、2.4G 和蓝牙无线键鼠共三类。

(1) 27Mhz

27 Mhz 指的是使用 27 Mhz ISM（工业、科学、医学）无线频率带的一项技术,输出功率<54dBuV/m。因为 27Mhz 最远有效传输距离仅为 6 英尺(182.88cm),为了防止出现频率干扰和传输不畅的情况,部分较新型的无线键鼠产品采用了双频道的方案。

27Mhz 频段的劣势比较明显。首先,传输距离较短;其次,采用模拟传输,抗干扰能力很弱;第三,该类键鼠产品仅支持单向传输,也就是说仅支持鼠标的发射端向信号接收器发送信号而不能“逆行”;第四,27MHz 技术由于传输速率的原因,必须连续工作,因此功耗也比较大。

目前,27MHz 产品已丧失竞争力,基本退出市场。

(2) 2.4Ghz

“2.4Ghz 解决方案”也就是我们俗称的 2.4G 无线网络技术。它的优点是解决了 27Mhz 功耗大、传输距离短、同类产品容易出现互相干扰等缺点而提出的。2.4G 无线技术所使用的频率是 2.4-2.485GHz ISM 无线频段,该频段在全球大多数国家均属于免授权、免费使用,这为产品的普及扫清了最大障碍。

相比于 27Mhz 的 3 Kbps 低传输带宽,2.4G 传输带宽达到了 1Mbps 以上,接收端和发射端之间并不需要连续性工作,从而大大降低了功耗、延长电池续航时间。同时为了避免 27Mhz 无线频段容易出现互相干扰的现象,2.4G 还采用了自动调频技术,接收端和传输端能够找到可用频段。此外,更重要的是 2.4G RF 无线技术为双向传输模式,避免 27Mhz 单向传输容易出现信号断续的情况。

目前,市场上的无线键鼠产品已经基本过渡到使用 2.4G 技术,其主要技术水平如下:

耗电低

根据鼠标内部所使用的寻迹芯片不同(可分为红光,蓝光和激光)和所使用的电池种类不同,2.4G 无线鼠标的电池使用寿命一般可以达到 3 个月到 1 年,键盘电池使用寿命一般可达半年到一年。

抗干扰性强

目前 2.4G 技术普遍使用多频道自动跳频技术。如果鼠标当前工作频道受到干扰时,会自动跳到其他干扰较少的频道上工作,且由于跳转的时间是毫秒级,

用户一般感觉不到频道的切换。

工作距离远

由于 2.4G 的传输频率高而且采用了全数字化的调制技术，所以一般而言，2.4G 键鼠的工作距离一般可以达到 8-20 米。

(3) 蓝牙

确切地说“蓝牙”本身是一个标准，而不是频率（RF）。“蓝牙”技术是由一家成立于 1998 年 9 月的私营非牟利组织 Special Interest Group（简称 SIG）制定的一个标准。SIG 组织本身并不制造、生产或销售任何蓝牙设备。

经过多年的发展，蓝牙技术已经由最初的 1.0 标准发展到当前的 4.0 标准。新一代标准都在原有标准的基础上增强了数据传输速率、降低功耗并向下兼容低版本规范。

事实上，2007 年 2.4G 技术开始应用到键鼠以前，蓝牙技术就一直存在。相比 2.4G 技术，蓝牙的优势主要体现在内置蓝牙接收器的电脑上可以不用再另外配置接收器，从而少占用一个 USB 接口。但由于蓝牙目前存在的问题诸如耗电大、内置蓝牙接收器的电脑比例较低、使用前必须对码和兼容性等,严重制约了蓝牙在键鼠行业的应用。与过去三年 2.4G 的快速普及相比，蓝牙在键鼠行业的应用发展比较缓慢。

综上，27MHz 技术由于传输距离短和延迟现象明显，目前已逐步丧失竞争力，蓝牙由于应用及耗电等问题，尚未被人们广泛接受，目前 2.4G 是键鼠行业的主流技术。

2、发展趋势

(1) 无线 2.4G 在其他产品的推广

2007 年，随着雷柏科技把旗下所有 27MHz 的无线键鼠产品升级到 2.4G，拉开了 2.4G 普及的序幕，之后几乎所有的行业大厂都随之普及 2.4G 键鼠，让 2.4G 成为无线键鼠的主流。随着 2.4G 键鼠的普及，其他无线电脑外设产品使用 2.4G 技术必将成为一种趋势。

(2) 使用舒适，外观时尚个性

键鼠产品不同于其他电子类产品，随着个人电脑的普及，键鼠产品成为必备的消费电子产品，由于使用频率高，对舒适程度的要求也特别高。

键鼠的发展，从单纯满足使用功能到时尚个性需求，同时逐步加入了人体工程学设计理念，使键鼠产品使用更加舒适。

3、蓝牙技术与 2.4G 技术比较及其发展趋势

相比 2.4G 技术，蓝牙技术优劣情况如下：

（1）便携性

2.4G 鼠标需配备一个接收器，这必须对应一个 USB 接口，而对于已经内置蓝牙接收模块的电脑而言，省去了接收器，要做的只是配对，即可实现一对多的工作模式。

（2）抗干扰性

蓝牙技术和 2.4G 无线技术一样使用 2.4-2.485GHZ ISM 无线频段。蓝牙设备在一定范围内可互相配对并连接、传输数据，这几乎杜绝了无线设备互相干扰的现象。而 2.4G 鼠标与接收器之间并不需要连续性的工作，另外 2.4G 还采用了自动调频技术，互相之间能够找到独立可用频段。因此，两者的抗干扰性优劣不明显。

（3）功耗

从功耗角度来说，2.4G 鼠标与接收器之间并不需要连续性的工作，故大大降低了用电。而蓝牙设备为了维持设备间的连接，必须连续工作，其耗电量相比 2.4G 无线鼠标要高出一些，这也是目前蓝牙鼠标没有被消费者接受的主要原因之一。

（4）价格

因为蓝牙键鼠产品未被大量使用，芯片成本较高，使得蓝牙产品相比 2.4G 产品在价格上并无优势。

目前市场上主流的无线键鼠产品均以 2.4G 为主，而采用蓝牙的产品则较少，价格相对 2.4G 来讲也略高一些。虽然目前蓝牙键鼠还没有普及，技术层面仍面临不能支持即插即用且耗电量比传统 2.4G 更高的问题，但随着蓝牙技术的不断发展，这些问题都将逐步克服。蓝牙的优越性，便利性也随着笔记本电脑的普及（部分笔记本电脑内置蓝牙模块进行信号接收取代传统的接收器）而得以体现；加上蓝牙键鼠的价格也由原来的几百元降到了现在的 150 元左右，甚至出现了 99 元的超低价格，由此可见，未来蓝牙无线键鼠产品可能会在无线键鼠领域中

占有一席之地。

4、蓝牙替代 2.4G 的风险及公司的应对措施

在无线键鼠应用领域，蓝牙技术和 2.4G 技术相比，互有优劣，两者属于并存关系，不存在类似于 27MHz 技术向 2.4G 技术升级的简单演进关系。

一般情况下，一款产品能否成为主流产品，基本上是由市场决定的，企业必须根据市场、客户的喜好来调整自身的研发、生产和销售。蓝牙键鼠产品在厂商推向市场后，并没有成为市场的主流产品，主要是因为蓝牙技术和 2.4G 技术相比，主要优势仅是可以节省一个接收器，但是节省一个接收器后会带来如下的问题：

（1）兼容性问题

蓝牙协议是一个全开放的协议，但蓝牙的底层应用程序每个制造厂商间却有差异，从而导致一个鼠标可能在这台电脑上可以使用，而在另外一台电脑上就不可使用，或者是可以使用但会经常断线，需要重新连接，从而引起使用者极大的不便。相反，2.4G 产品不会出现类似的问题。

（2）大量 PC 尚未内置蓝牙接收器

目前占全世界销量接近一半的台式机（包括相当数量的笔记本电脑）几乎都没有内置蓝牙接收器，在这些机器上使用蓝牙键鼠的成本会大大超过 2.4G 产品。因为用户必须同时购买三个产品，独立键盘，独立鼠标，蓝牙接收器，而且还必须在电脑上安装驱动，再做两次连接的动作：先把键盘和蓝牙接收器连接，再把鼠标和蓝牙接收器连接，十分不便。而 2.4G 无线键鼠用户购买一套产品，只需把接收器插在电脑上，把键盘和鼠标装上电池，即可正常使用，整个过程非常简短。

（3）在使用前必须要手动设置与电脑的连接

蓝牙接收器由于不是专门为键鼠设计，所以任何蓝牙设备在使用前都必须先手动设置与电脑进行连接，而这对一般使用者而言可能有一定难度。相比而言，2.4G 技术产品使用的接收器即插即用，无需对码，自动连接，较蓝牙产品更方便。

同时，蓝牙技术相比 2.4G 技术，在功耗和芯片成本方面存在劣势。

公司曾在 2009 年下半年和 2010 年初大力推广蓝牙，推广时，也把蓝牙产品的价格定为跟 2.4G 价格相当，而市场情况并不是很好。可以看出目前蓝牙产品未能成为公司或者说市场的主流，实际是产品本身的特性以及客户的取舍所决定的，公司正在等待新一代的蓝牙协议和蓝牙芯片面世。蓝牙产品未来的发展取决于新的蓝牙技术能否解决上述蓝牙的应用问题。

为了应对蓝牙技术在未来可能成为键鼠等无线外设产品市场的主流技术之一，公司在过去技术积累的基础上，也将加大对蓝牙技术与产品的开发力度，建立专门的蓝牙产品研发团队，从人才、资金等方面保证公司可以适应新的技术应用潮流。并且在无线外设领域公司是领先企业之一，主要的蓝牙芯片制造商都和公司保持紧密的接触，公司可以时刻注意着蓝牙技术的发展，在蓝牙技术完善成熟时可以第一时间跟进。

目前公司已经有完整的高、中、低端 20 多款蓝牙技术键鼠产品，代表性的产品有：集合了演示控制、媒体遥控器和鼠标功能三位一体的蓝牙激光鼠标 6900；有 6 个热键功能、内置存储器实现即插即用、省电设计的蓝牙键盘 6500；还有即将推向市场的蓝牙新产品：包括专为 iPad 设计的蓝牙迷你键盘 6300 和时尚小巧的 H6000 蓝牙无线麦克风耳机等。如果市场对蓝牙产品的需求大幅上升，公司可以及时扩大蓝牙产品群，能够及时满足市场的需求，保证公司产品市场占有率。

（八）行业的周期性、区域性和季节性

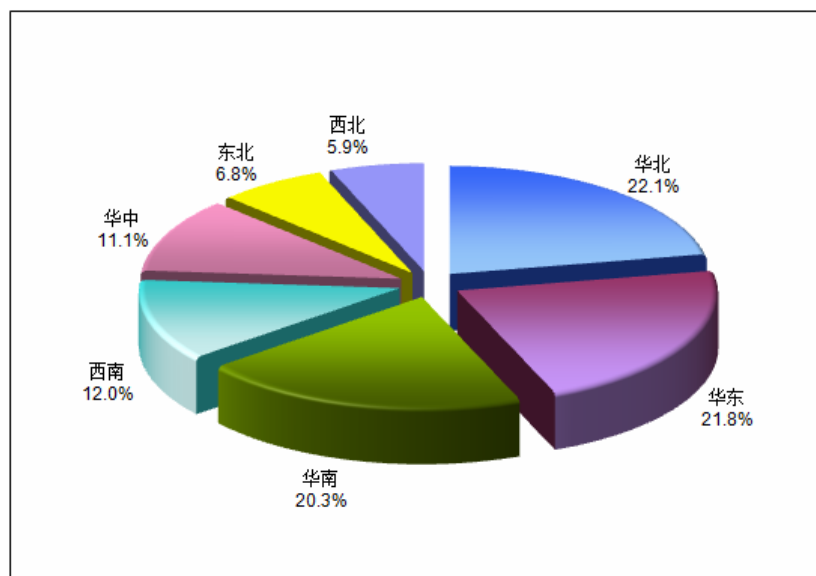
1、周期性

键鼠作为电脑外设产品，行业的周期性一定程度上受制于计算机行业。计算机行业已连续几年保持了较快的增长，没有明显的周期性特征。

2、区域性

受区域经济发展因素的制约，键鼠产品在华北、华东、华南需求量较大，其他区域相对较小。以鼠标为例，2009 年国内鼠标市场中，华北和华东在市场中的优势相对明显，二者分别占有 22.10%和 21.80%的市场份额，排在第三位的是华南地区，市场份额为 20.30%。东北地区和西北地区的市场份额分别为 6.80%和 5.90%，与其他地区相比暂时存在较大差距。

2009年中国七大区域鼠标市场份额占比



数据来源：互联网消费调研中心 ZDC 2010，02

3、季节性

由于圣诞节的结束，每年的一季度是国际市场的淡季；而国内市场由于春节影响，一季度为旺季；二季度国内外市场均为淡季，生产厂商和经销商主要进行产品的开发、展览及定货；三季度由于暑假，为国内外市场的旺季；四季度随着圣诞节的来临，一般会在 10 月份形成当年的最高出货量。

（九）与所处行业上、下游行业的关联性

键鼠产品的主要原材料和零部件包括：IC、ABS、HIPS、PCB 板、包材类、开关、五金等。这些原材料和零部件供应商构成键鼠行业上游行业。IC 芯片系键鼠产品最主要原材料，2007 年、2008 年、2009 年、2010 年 1-9 月，公司 IC 成本占营业成本的比重分别为 37.28%、37.19%、36.40%、34.78%。由于国内技术还不是十分成熟，IC 主要依靠进口，目前市场上供应的 IC 主要是 NORDIC（挪威）、安华高（美国）等国外厂商生产的产品。公司与主要 IC 厂商建立了良好的合作关系，供货稳定。公司地处珠三角地区，电子信息产业发达，对于 PCB 板、包材类、开关、五金等辅助材料拥有较充足的原材料供应能力。

键鼠作为电脑外设产品，其市场需求直接受电脑行业发展的影响。据对国内重点 IC 生产企业的监测数据显示，2009 年，中国主要计算机类产品生产量为 18,215 万台，同比增长 33.30%，增速相比 2008 年大幅提升，尤其是笔记本电脑产

量为15,072.50万台，同比增长38.80%。

2009年中国主要计算机类产品产量及增长情况

产品名称	产量(万台)	增长率
微型电子计算机	18,215.00	33.30%
其中：笔记本计算机	15,072.50	38.80%
服务器	192.40	0.90%
打印机	3,641.00	-13.60%
显示器	7,774.50	-4.60%

数据来源：工信部 2010，02

从全球范围看，虽然遭受金融危机的冲击，但受益于对台式机的取代和笔记本电脑价格的大幅下滑，全球笔记本电脑出货量仍保持强劲增长。此外，新兴国家的笔记本电脑保有量仍然很低，市场仍有很大发展空间，且初次购买用户不以台式机为优先，转而选择直接购买笔记本的比例大幅增加。《2009 年全球及中国笔记本电脑行业研究报告》预计到 2011 年，全球笔记本电脑出货量将突破 20,000 万台。

2007—2009年全球计算机类产品销售额

单位：亿美元

类别	2009 年		2008 年		2007 年	
	销售额	增长率	销售额	增长率	销售额	增长率
台式 PC	780.60	-6.30%	833.10	-4.93%	876.30	2.34%
零配件	158.90	1.78%	156.10	1.36%	154.00	1.82%
笔记本电脑	1,352.20	21.70%	1,110.20	19.80%	926.70	18.78%
服务器市场	588.70	-3.60%	611.00	3.56%	590.00	4.61%
外围设备	1,842.30	1.93%	1,807.40	1.58%	1,781.00	1.79%
销售额合计	4,612.70	2.10%	4,517.80	4.38%	4,328.10	5.70%

数据来源：世界电子年鉴 2010，02

笔记本电脑近几年保持高速增长态势，促进了键鼠产品的良性发展，尤其是无线鼠标。

（十）行业内市场供求状况及变动原因

从全球键鼠需求分布区域来看，欧洲、亚洲、北美洲市场电脑普及程度较高，键鼠产品市场保有量大，每年需求中更新换代部分占主要比重，并且随着键鼠产品从单纯满足使用功能到时尚个性需求，这种更新换代速度在加快，需求在上升。

其他国家和地区，尤其是新兴国家，电脑保有量仍然很低，市场仍有很大发展空间，键鼠消费主要以新增需求为主。未来新兴市场的快速增长将推动键鼠行业的持续增长。

从国内需求分布区域来看，受经济发展不平衡影响，华北、华东和华南市场对键鼠产品需求较大，其他区域相对较小。随着中西部开发和东北振兴规划的实施，中西部和东北地区经济水平上升，其对键鼠需求会有所增长。

在全球制造业转移的背景下，键鼠产品目前的供应主要集中在亚洲。以美国为例，根据美国海关公布的数据，美国鼠标有 44% 从中国大陆进口，其次是新加坡（12.7%）、马来西亚（9.8%）、泰国（6.4%）和日本（5.9%），合计从亚洲地区进口接近 80%。

目前，国内键鼠产品制造企业主要集中在珠三角地区，这主要受益于珠三角地区电子产业发达，配套产业齐全完备，供应渠道有保障。

（十一）上下游行业发展状况对行业及其发展前景的有利和不利影响

1、上游行业

IC 芯片是键鼠产品最核心的原材料和零部件，IC 芯片很大程度决定键鼠产品的性能，其成本亦占到营业成本的 35%到 40%。由于国内技术还不是十分成熟，IC 主要依靠进口，目前市场上供应的 IC 主要是安华高（美国）、NORDIC（挪威）等国外厂商生产的产品。

键盘鼠标使用的芯片主要有三类：（1）2.4G 收发芯片；（2）鼠标光学感应器；（3）微处理器。目前这三类芯片都不存在独家垄断的情况，每一个类别都有两到三个主要的供应商在竞争，目前，2.4G 收发芯片和微处理器在无线键鼠应用的芯片已经到达一个性能和成本的最佳平衡点，突破的可能性不大。只有鼠标光学感应器还一直在朝更低功耗的方向缓慢发展，不过目前的功耗水平已经是用户可以接受的水准，更低的功耗不会为行业带来根本性变化。

IC 芯片研发生产有较高的技术门槛，键鼠产品 IC 芯片供应商都具备很强的技术开发与生产能力，可以为键鼠行业提供质量稳定、数量充沛的 IC 芯片，这为键鼠行业的稳定发展提供了保证。但另一方面，IC 芯片供应商集中度较高的现状短期不会发生明显变化，这会影响键鼠厂商的议价能力。

2、下游行业

键鼠作为电脑外设产品，其市场需求直接受下游电脑用户发展的影响。据工信部数据显示，2010年上半年国内生产微型计算机10,880.4万台，增长40.2%，其中笔记本电脑增长41%，预计全年产量将突破20,000万台，到2012年，产量将超过25,000万台。同样的，海外计算机市场持续增长，据IDC（国际数据集团）观点，在未来5年内，全球PC出货量将连续保持两位数的涨幅。IDC称，随着经济的复苏，2010年全球PC出货量将达到3.332亿台，同比增长12.6%。而且，在随后的四年内，仍将保持两位数的涨幅，其中，2011年将增长13.9%，2012年将增长12.7%，2013年将增长11.5%，2014年将增长11.3%。

电脑行业的持续增长势必拉动键鼠产品的消费需求。同时，电脑技术的个性化产品也在推成出新，另一方面，预期平板电脑在未来亦会保持较快的增长，由于平板电脑不需要鼠标（部分平板电脑会使用迷你实体键盘），这将在一定程度上冲减电脑整体市场快速发展对键鼠产品需求的拉动作用。

（十二）产品进口国的有关进口政策、贸易摩擦对产品进口的影响以及进口国同类产品的竞争格局等情况

本公司产品出口主要为欧洲的荷兰、德国、西班牙、俄罗斯等，以及美洲的美国和巴西。欧洲各国目前同属于欧盟，实行统一的贸易政策。目前欧盟和美洲市场键鼠产品主要通过百货商场、连锁超市和其他零售商店进行销售。目前，键鼠产品进入欧盟或美洲市场，一般要通过进口国的安全认证和环保指令等。目前上述进口国主要的产品认证和环保指令包括欧盟CE认证、美国FCC认证、美加(美国&加拿大)cTUVus认证、俄罗斯GOST-R认证、美国UL认证、加拿大CSA认证、欧盟的RoHS指令等。

产品认证/ 环保指令	标志	国家	说明/备注
CE		欧盟	CE代表欧洲统一（CONFORMITE EUROPEENNE）。在欧盟市场“CE”标志属强制性认证标志，不论是欧盟内部企业生产的产品，还是其他国家生产的产品，要想在欧盟市场上自由流通，就必须加贴“CE”标志，以表明产品符合欧盟《技术协调与标准化新方法》指令的基本要求。CE认证是欧

			盟法律对产品提出的一种强制性要求，是产品进入欧共体市场销售的通行证。
FCC		美国	Federal Communications Commission ，即美国联邦通信委员会，负责管理进口和使用无线电频率装置，包括电脑、传真机、电子装置、无线电接收和传输设备、无线电遥控玩具、电话、个人电脑以及其他可能伤害人身安全的产品。这些产品如果想出口到美国，必须通过由政府授权的实验室根据 FCC 技术标准来进行的检测和批准。
cTUVus		美国 加拿大	cTUVus 是德国莱茵 TUV 公司的北美认证标志，非强制认证。德国莱茵 TUV 北美公司与其他 NRTL 机构（美国国家认可测试实验室，例如 UL ， CSA ）具备同样的资格，取得该认证可帮助产品成功进入美国和加拿大市场。
GOST R 认证		俄罗斯	GOST R 证书是确认该产品符合俄罗斯安全法规的证明文件。1999 年 5 月 12 日，俄罗斯国家海关委员会第 282 号令颁布了“进入俄罗斯联邦海关领土需出具强制认有 PCT 标志的国家标准《商品质量证书》（ GOST R 证书）和《卫生安全证书》，才能进入俄罗斯市场。
UL		美国	UL 是美国保险商试验所（ Underwriter Laboratories Inc. ）的简写， UL 安全试验所是美国最权威的，也是世界上从事安全试验和鉴定的较大的民间机构。 UL 认证属于产品安全非强制认证，但作为消费者最认可的安全认证之一，如果没有，会对产品的销售有非常大的影响。
CSA		加拿大	CSA 即加拿大标准协会（ Canadian Standards Association ）。在北美市场上销售的电子、电器等产品需要取得安全方面的认证，现在 CSA International 已被美国联邦政府认可， CSA 认证对产品进入北美市场有极大的帮助。
RoHS		欧盟	RoHS 认证也叫做环保认证，其规定，在电气、电子产品中如含有铅、镉、汞、六价铬、多溴二苯醚和多溴联苯等有害重金属的，欧盟从 2006 年 7 月 1 日将禁止进口。

目前，发达国家的电脑外设产品生产大部分已转移到发展中国家，中国已成为电脑外设产品的制造基地，对进口国同类产品的冲击有限，再加上WTO条款的约束，电脑外设产品并未受到进口国的高关税、反倾销等贸易壁垒的影响。

目前，罗技和微软两个品牌占据国际市场的主要份额。公司出口欧盟和美洲

市场的产品均为当地品牌运营商的贴牌产品，与公司自有品牌间不会产生竞争。

三、发行人的竞争地位

（一）行业竞争格局

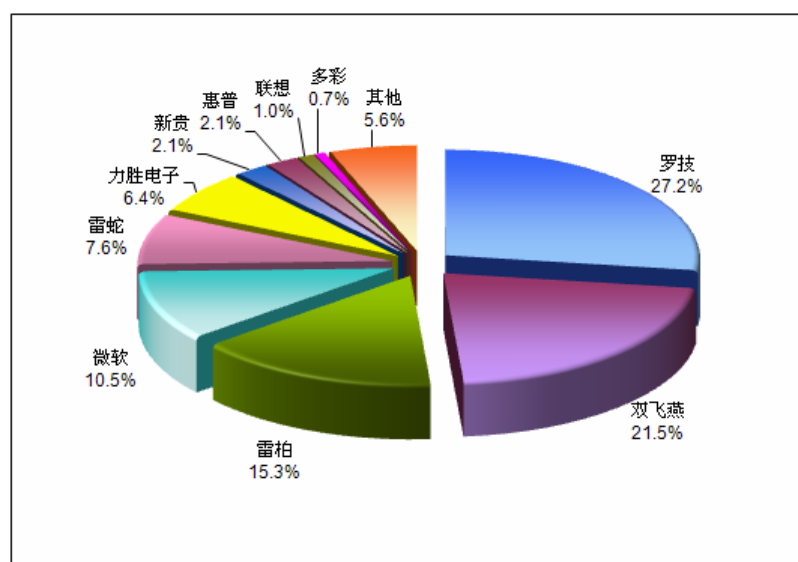
在键鼠市场规模扩大的过程中，国际品牌与国内品牌的竞争越来越激烈。国际品牌凭借其良好的品牌效应和产品质量，在游戏玩家和追求时尚的消费群体中，处于领先地位；但随着国内品牌自身技术的创新、质量的提高以及售后服务的完善，其市场占有率也在逐步扩大。

1、鼠标市场

（1）整体鼠标市场

2009 年中国鼠标市场中，罗技以 27.2%的市场份额排在首位。其次是双飞燕与雷柏，市场份额分别为 21.5%与 15.3%。微软位于第四名，市场份额为 10.5%。其他进入前十名的品牌还包括雷蛇、力胜电子、新贵、惠普、联想和多彩，市场份额在 0.7%至 7.6%之间。

2009 年中国 10 大鼠标品牌市场份额占比



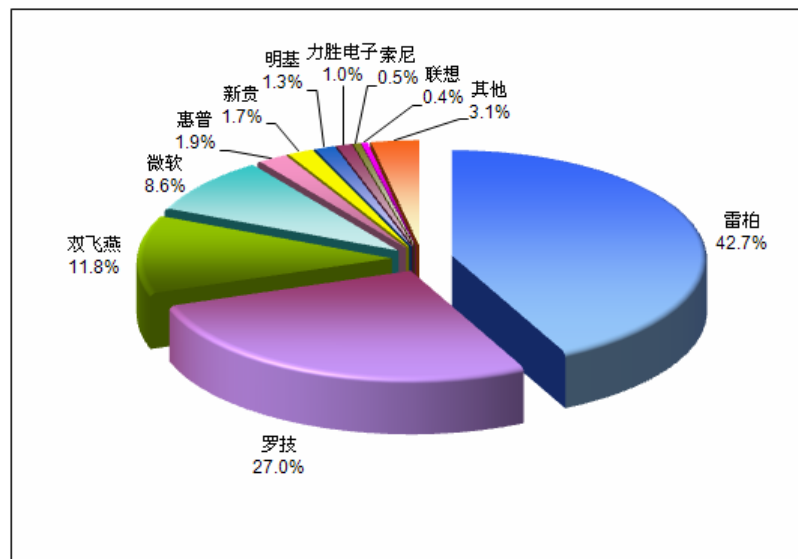
数据来源：互联网消费调研中心 ZDC 2010，02

（2）无线鼠标市场

无线鼠标市场中，雷柏的排名位居首位，其市场份额为 42.7%。罗技的市场份额为 27.0%。双飞燕与微软分别排在第三位与第四位，市场份额为 11.8%和

8.6%。国内无线鼠标市场以雷柏、罗技、双飞燕和微软这四个品牌为主，其他品牌还包括惠普、新贵、明基、力胜电子等。

2009 年中国 10 大无线鼠标品牌市场份额占比



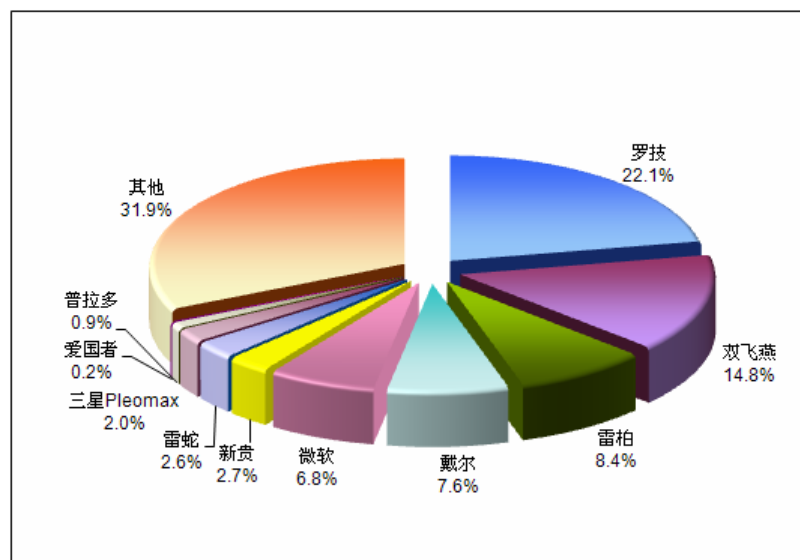
数据来源：互联网消费调研中心 ZDC 2010，02

2、 键盘市场

(1) 整体键盘市场

2009 年中国键盘市场中，位居市场首位的是罗技，其市场份额为 22.1%。排在第二位的是双飞燕，市场份额为 14.8%。雷柏的市场份额为 8.4%，排在第三位，戴尔落后 0.8 个百分点位居第四。微软与新贵分别排在第五位和第六位，市场份额分别为 6.8%和 2.7%。其他进入前十名的品牌还包括雷蛇、三星 Pleomax、爱国者、普拉多。

2009 年中国 10 大键盘品牌市场份额占比

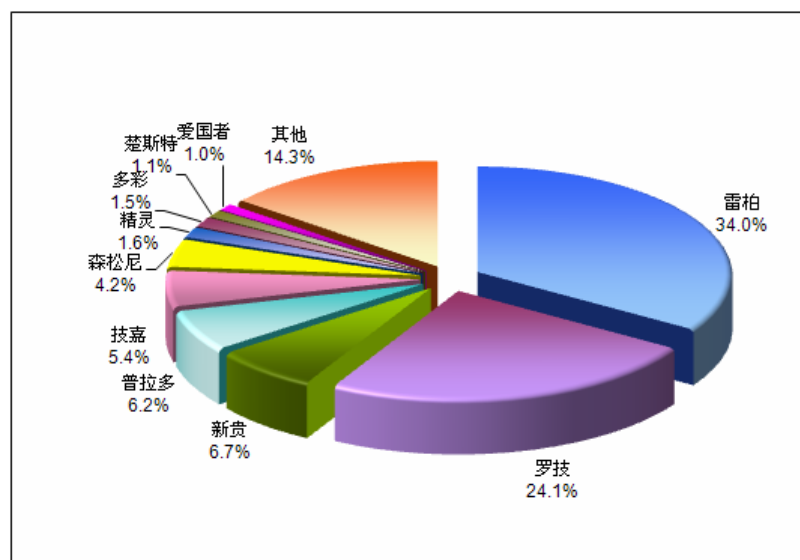


数据来源：互联网消费调研中心 ZDC 2010，02

(2) 无线键盘市场

无线键盘市场中，雷柏占整个市场的 34.0%。罗技的市场份额为 24.1%，排在第二位。排在 2009 年国内无线键盘市场前十位的品牌还包括新贵、普拉多、技嘉、森松尼、精灵、多彩等。

2009 年中国 10 大无线键盘品牌市场份额占比



数据来源：互联网消费调研中心 ZDC 2010，02

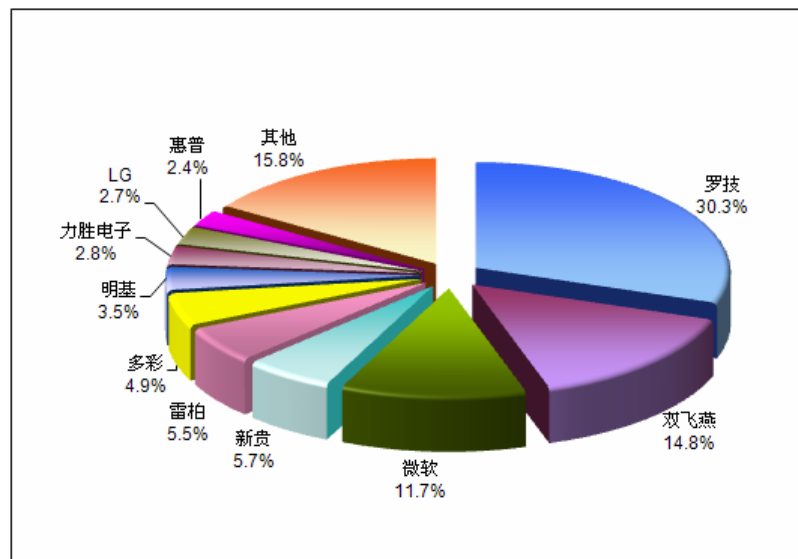
3、键鼠套装市场

(1) 整体键鼠套装市场

2009 中国键鼠套装市场中，罗技以 30.3% 的份额比例排在市场首位。第二名与第三名分别是双飞燕和微软，市场份额分别是 14.8% 和 11.7%。新贵和雷柏的

市场份额分别为 5.7%和 5.5%，排在第四位和第五位。多彩、明基、力胜电子、LG 和惠普依次排在第六位至第十位。

2009 年中国 10 大键鼠套装品牌市场份额占比

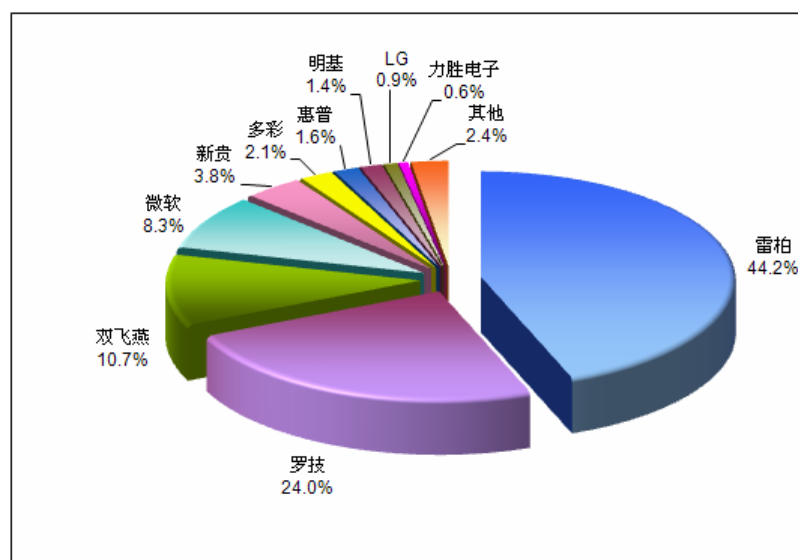


数据来源：互联网消费调研中心 ZDC 2010，02

(2) 无线键鼠套装市场

无线键鼠套装市场中，雷柏的市场份额居市场首位，占整个市场的 44.2%。排在第二位和第三位的品牌是罗技与双飞燕，市场份额分别为 24.0%和 10.7%。在 2009 年中国无线键鼠套装市场中，雷柏和罗技的市场份额呈小幅上升走势。

2009 年中国 10 大无线键鼠套装品牌市场份额占比

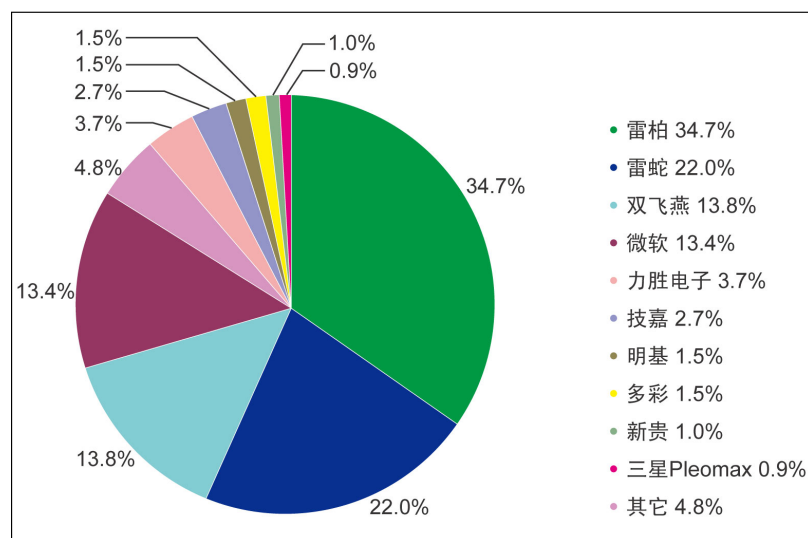


数据来源：互联网消费调研中心 ZDC 2010，02

（二）主要竞争对手

互联网消费调研中心（ZDC）对键鼠市场主要品牌的关注度流失情况进行了调研。品牌关注度流失状况指搜索某品牌的网民中，再次搜索了其他品牌，这些其他品牌中各品牌所占的比例。在二次搜索（不包括搜索本品牌）中所占比例最大的品牌即为某品牌的最大竞争对手。

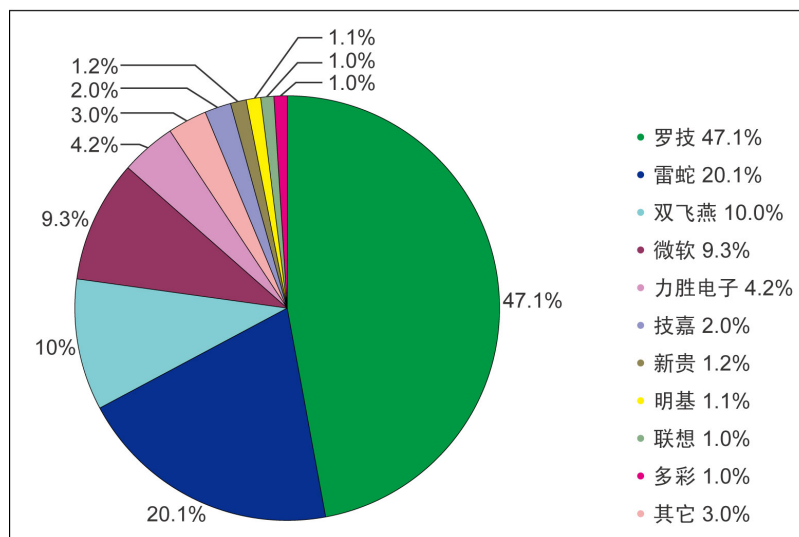
2009年度罗技鼠标品牌关注度流失状况



数据来源：互联网消费调研中心（ZDC）2009.12

从2009年度罗技鼠标品牌关注度流失状况来看，在搜索罗技鼠标的用户的二次搜索中，雷柏所占的比例为34.70%，雷蛇所占的比例为22%，双飞燕和微软在二次搜索中所占的比例分别为13.80%和13.40%。这四大品牌中，双飞燕和微软对罗技的影响力相当，雷柏和雷蛇对罗技的影响力较大，而对罗技影响最大的品牌是雷柏。

2009年度雷柏鼠标品牌关注度流失状况



数据来源：互联网消费调研中心（ZDC）2009.12

ZDC 数据显示，在搜索雷柏鼠标的用户的二次搜索中，罗技所占比例为 47.10%，在众多品牌中占有的比例最大。雷蛇在二次搜索中所占的比例仅次于罗技，为 20.10%，是雷柏在中国鼠标市场中的又一竞争对手。双飞燕和微软在二次搜索中所占的比例分别为 10%和 9.30%，两者对雷柏的影响力相当，同样是雷柏在鼠标市场中的劲敌。力胜、技嘉、新贵等品牌所占的比例相对较低，这些品牌对于雷柏在鼠标市场中的影响力要相对低于罗技、雷蛇等品牌。

1、罗技（Logitech）

1983 年，罗技生产出第一款光学机械式鼠标，引发了鼠标历史上的第一场革命。在随之而来的 20 多年的发展历程中，“罗技”一直是电脑外设领域的领导者。产品线包括键盘鼠标、网络摄像头、耳麦、音箱、耳机、游戏控制器和遥控器。2009 财年，罗技实现销售收入 22 亿美元，净利润 1.07 亿美元，市场份额排名全球第一。

2、雷蛇（RAZER）

RAZER 是电脑游戏类外设产品的全球知名品牌，尤其是高端电脑鼠标和电脑游戏外设设备，其市场定位主要是游戏玩家和专业电子竞技领域，产品售价相对较高，重点市场在有线游戏鼠标和有线游戏键盘领域。

3、双飞燕

国内知名电脑外设品牌，在国内有线键鼠产品市场份额较高。

4、微软（Microsoft）

微软硬件部门成立于 1982 年，微软的外设产品（键鼠）目前在全球市场份额中排名第二，仅次于罗技。

5、力胜

广州市力胜电子科技有限公司，创立于 1992 年，主要生产以“力胜”为品牌的鼠标、键盘、摄像头等电脑输入产品。

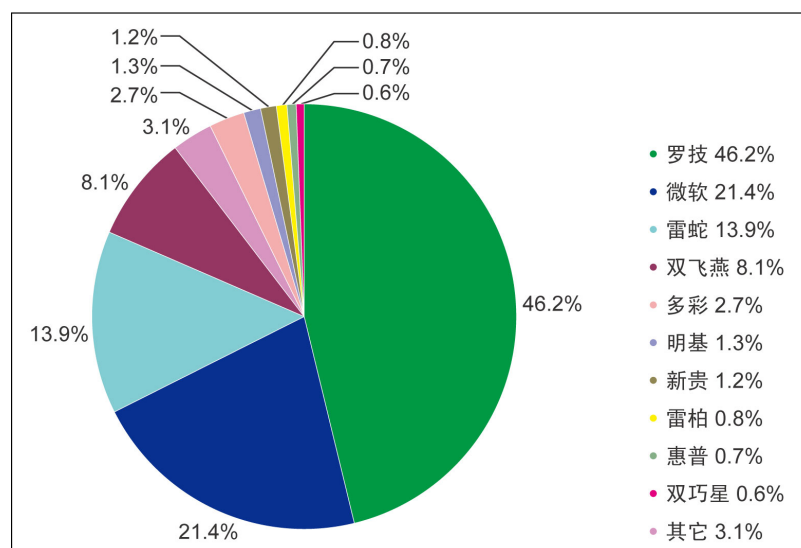
（三）发行人的竞争地位

2007 年及以前，雷柏科技主要为国外客户提供贴牌生产服务；2007 年，公司开始推出“雷柏”自主品牌键鼠产品；2008 年，自主品牌产品迅速得到国内市场的认可，目前在国内无线键鼠行业市场占有率排名第一。

1、品牌关注度

根据互联网消费调研中心的调研数据：2007 年在中国市场最受用户关注的十大鼠标品牌分布中，刚刚推出的“雷柏”品牌就占据了 0.80% 的份额，排在第八位。

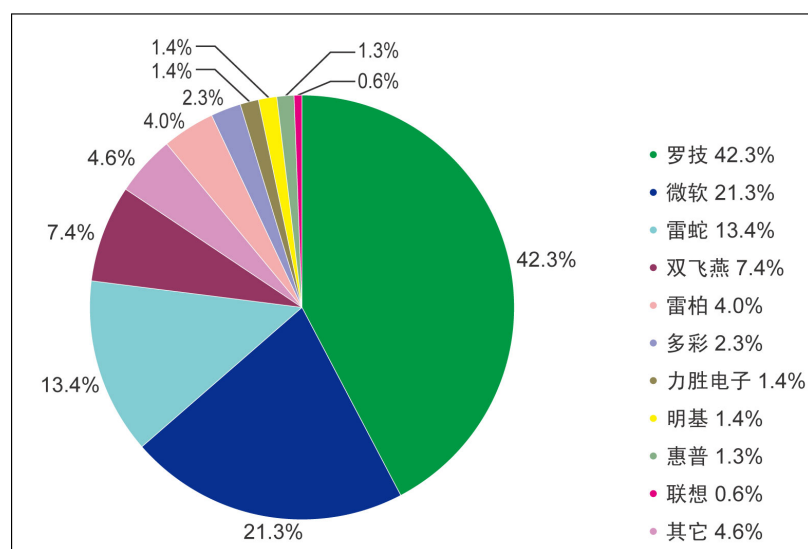
2007年中国市场最受用户关注的十大鼠标品牌分布



数据来源：互联网消费调研中心（ZDC）2008.01

2008 年在中国市场最受用户关注的十大鼠标品牌分布中，“雷柏”已占据 4%，排名也上升至第五位。

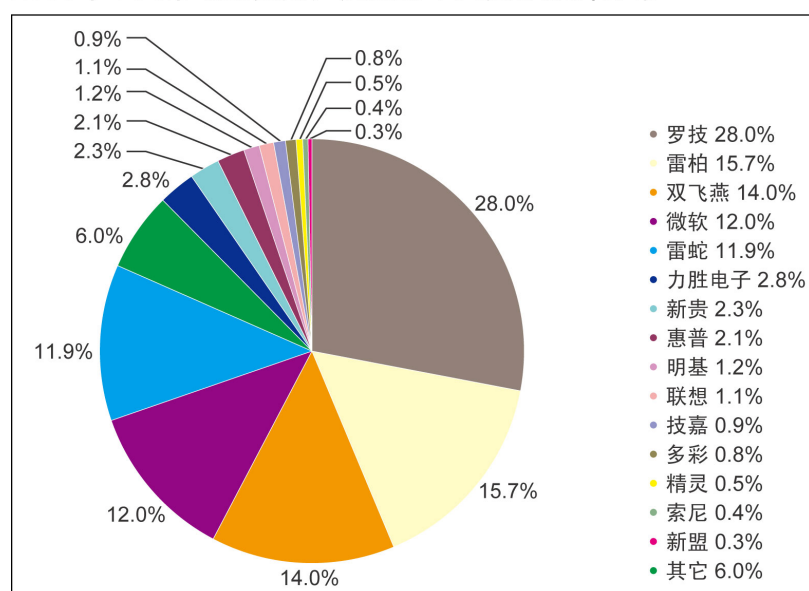
2008年中国市场最受用户关注的十大鼠标品牌分布



数据来源：互联网消费调研中心（ZDC）2008.11

2009年在中国市场最受用户关注的十五大鼠标品牌分布中，“雷柏”一举超过双飞燕、微软和雷蛇，占据15.70%，排名上升至第2位，仅次于罗技。

2009年中国市场最受用户关注的十大鼠标品牌分布



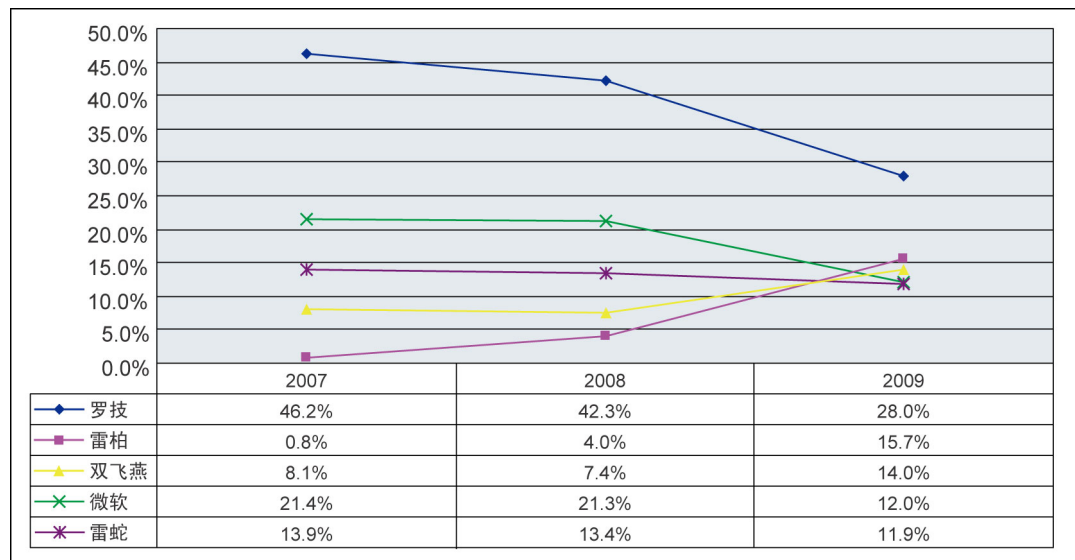
数据来源：互联网消费调研中心（ZDC）2009.12

2、品牌关注度变化趋势

在国内市场，成功的市场运作和高性价比的产品往往是成功的关键。从品牌关注变化趋势来看，罗技和微软近三年关注度下滑明显，这一方面是由于国际品牌市场推广力度不够，除非是两大品牌的忠实用户，普通用户对他们的产品了解

甚少；另一方面，国际品牌定位和定价过高也影响用户的接受程度。与国际品牌逐步下滑趋势相反的是，雷柏品牌保持了强劲的增长势头。

品牌关注度变化趋势



3、市场份额及排名

2007年，中国键鼠市场销售总量分别为 2,242.05 万套，其中无线产品 120.03 万套。同期，公司在国内市场销售键鼠 0.91 万套，均为无线产品。2007 年公司在国内键鼠整体市场和无线市场的占有率为 0.04%和 0.59%。

2008年，中国键鼠市场销售总量分别为 2,439.35 万套，其中无线产品 287.15 万套。同期，公司在国内市场销售键鼠 47.46 万套，均为无线产品。2008 年公司在国内键鼠整体市场和无线市场的占有率为 1.95%和 16.53%。

2009年，键鼠行业主要品牌市场份额及排名情况如下：

(1) 鼠标

排名	整体鼠标市场		无线鼠标市场	
	品牌	市场份额	品牌	市场份额
1	罗技	27.2%	雷柏	42.7%
2	双飞燕	21.5%	罗技	27.0%
3	雷柏	15.3%	双飞燕	11.8%
4	微软	10.5%	微软	8.6%
5	雷蛇	7.6%	惠普	1.9%

数据来源：《2009-2010 年中国键鼠市场研究年度报告》

(2) 键盘

排名	整体键盘市场	无线键盘市场

	品牌	市场份额	品牌	市场份额
1	罗技	22.1%	雷柏	34.0%
2	双飞燕	14.8%	罗技	24.1%
3	雷柏	8.4%	新贵	6.7%
4	戴尔	7.6%	普拉多	6.2%
5	微软	6.8%	技嘉	5.4%

数据来源：《2009-2010 年中国键鼠市场研究年度报告》

（3）键鼠套装

排名	整体键鼠套装市场		无线键鼠套装市场	
	品牌	市场份额	品牌	市场份额
1	罗技	30.3%	雷柏	44.2%
2	双飞燕	14.8%	罗技	24.0%
3	微软	11.7%	双飞燕	10.7%
4	新贵	5.7%	微软	8.3%
5	雷柏	5.5%	新贵	3.8%

数据来源：《2009-2010 年中国键鼠市场研究年度报告》

近三年，公司在整体键鼠市场市场占有率逐年上升，尤其在无线市场份额上升幅度更大。随着无线产品的进一步普及和公司加大有线产品推广的战略安排，公司在整体市场占有率仍有较大上升空间。在无线市场，公司会不断投入资源巩固市场地位，市场份额仍有增长空间，但上升幅度会有所放缓。

（四）发行人的竞争优势

公司作为电脑外设厂商，多年来专注于无线外设技术的应用和实践，在无线外设领域树立了很好的口碑，尤其自主品牌近两年快速增长，成为国内无线键鼠领导品牌之一。同时，公司拥有产品创意、工业设计、产品研发、工艺开发、规模生产、营销渠道等完整的经营链条，具备较强核心竞争力，具体体现在：品牌优势、IC 定制能力、自主创新的工业设计能力、强大的制造工艺开发能力、垂直制造优势、渠道优势、管理和成本优势。

1、品牌优势

公司自主品牌“雷柏”虽然创立时间较短，但已成为国内键鼠市场领导品牌之一。在众多媒体的市场调查中，“雷柏”品牌在品牌关注度、用户首选品牌、用户关注产品等方面都处于前列。比如，“雷柏”在互联网消费调研中心（ZDC）发布的“2009 年度中国市场最受用户关注的 15 大鼠标品牌”中位居第二，仅次

于罗技。可见，消费者对“雷柏”品牌已有较强的认可。

2、IC定制能力

产品的性能在很大程度上取决于所使用的 IC 及 IC 里面运行的程序。公司与上游核心 IC 厂商建立了紧密的合作伙伴关系，由公司定义 IC 的程序设计规格、所要求实现的功能等要求，再由上游的 IC 供应商把公司定制的要求设计到 IC 里面。公司所定制设计的 IC 在市场上具有唯一性，功能会更加先进和灵活，同时也会更加符合市场的需求。

3、自主创新的工业设计能力

工业设计是以工学、美学、经济学为基础对工业产品进行的设计，其理念是“在符合各方面需求的基础上兼具特色”。在自主品牌时代的今天，工业设计已成为企业产品竞争策略的重要组成部分，它是蕴含在产品里边的一个软价值，是产品文化价值和水平能力的一种体现，除了使产品的造型、功能、结构更科学合理外，还能突破同质化竞争的重围，提升产品的竞争力，提高经济效益，维持行业的良性发展。

从公司成立之日起，公司就把工业设计作为产品战略的一部分，结合全球多元化设计的文化形态，从观念、思维、风格、审美四个方面倾心打造，使公司的每款产品渗透出独特的气质。目前公司拥有强大的工业设计团队，涵盖了工业设计、模型制作、色彩材质设计、交互界面设计、包装设计、平面设计等多个方面，工业设计能力在业内居于领先地位。

正是对工业设计的严格要求和不断追求，公司多款产品获得了较好的销售业绩和市场的广泛关注。2007 年推出的采用人体工学设计的 7100 无线鼠标，曾于 2009 年 11 月创下了单月销售量突破 8 万只的佳绩；2008 年推出的 8500 花蝴蝶无线键鼠套装打破了传统键鼠产品呆板的外观设计和单调配色风格；2009 年推出的 3700.Fit 与 2900.TOUCH，受到市场广泛的关注，其中 3700.Fit 获得中关村在线网站评选的“2009 年度卓越产品奖”，2900.TOUCH 获得《电脑迷》杂志评选的“2009—2010 年度电脑迷编辑选择奖”，展现出雷柏和中国键鼠行业强大的工业设计能力和一流的工业设计水平。

4、强大的制造工艺开发能力

公司拥有一支专业的工艺开发及自动化团队，具备根据不同产品进行针对性

工艺开发的能力。工艺开发团队从产品设计初期就融入产品开发团队，根据产品的不同特性、产品定位及产品预期设计出不同的产品工艺流程、工艺辅助工具及灵活的生产线体，让所有的产品都拥有最优化的工艺及生产线体与之对应，让制造成本最优化。工艺开发团队在持续改善及开发新的工艺流程同时，还致力于灵活自动化的研发，拥有独立的自动化设计开发能力，设计和开发了多项适合工厂产品及工艺流程的自动化设备，并打造了业界领先的自动化键盘生产线。

5、垂直制造优势

公司以全新的制造工艺和中等水平的制造成本生产中高端产品。公司拥有模具制造、注塑、喷油、贴片、邦定、插件、测试、组装等全部工序，完成了产品线从开发到出货的整体设计及工艺的垂直整合，是业内极少数具有垂直制造实力的企业，具有其他厂商不可比拟的制造优势。垂直整合最大好处就是能提高产品质量控制和市场响应速度。目前，公司交货周期仅需 7—20 天，低于同行业水平。

6、渠道优势

公司以方便消费群体进行购买和体验为目标搭建了多层次的销售渠道，主要包括：传统 IT 渠道、连锁渠道、网络销售渠道，并根据销售渠道不同组建了相应的销售团队，实行三个体系共同运作，既相互独立又相互支撑。

传统的 IT 渠道：以细化渠道、细分市场为目标搭建，将全国区域划分为七个大区，二十多个二级区域，建立了以总部为中心，各省级分销为总代理，各地市为二级代理商的分销渠道管理体系。目前，公司建立了以北京、上海、广州为核心的七大营销区域，构建了适合于整体市场发展的传统渠道网络，能够做到快速有效覆盖一级城市，并对二级城市进行渗透，实现覆盖并占领各级 IT 市场终端。

连锁渠道：根据连锁模式的特点，同时借鉴公司在传统渠道的成功经验，公司专门组建了连锁渠道管理部门。连锁渠道目前主要包括：苏宁、国美等。

网络销售渠道：公司在雷柏电子专设电子商务部负责管理与运营，支撑雷柏在京东、淘宝、拍拍等 B2C、C2C 网络销售运营。

上述渠道基本覆盖了国内市场，并迎合了消费群体不同的消费习惯。在海外销售网络方面，公司拥有一百多位 OEM/ODM 客户，主要来自欧洲、美洲和亚洲，国际销售网络初步形成。

7、管理和成本优势

公司拥有完整的 IT 信息平台，覆盖了产品开发、物流系统运作、产品制造现场管理等方面，能有效实现：工程师在线设计、对项目进度进行系统编排和系统追踪、物料系统和 ERP 的无缝连接、在线管理制造状况等。

公司在近八年的发展过程中，建立了完整的成本管理体系，从上至下控制各个部门和产品项目的成本费用。在组织结构上，公司采用扁平化的管理结构，建立了 ERP 系统，提高了公司的经营管理水平和效率，在保障信息流高效顺畅的同时，有效地降低了各级部门管理费用。同时，公司作为全球最大的无线外设制造商之一，与上游供应商具有较强的议价能力。

（五）发行人的竞争劣势

1、公司快速发展将受制于产能和资金限制

优势产品需要通过扩大生产规模迅速占领并稳固市场，这样才能使企业及时抓住市场机遇，进一步巩固市场地位。目前，公司所处的工业园区已经没有可供承租的生产厂房，在现有产能情况下，如不能随着市场容量和需求的上升而扩大生产规模，将不利于公司快速扩大市场份额；同时，公司拟在新购置的位于深圳坪山新区土地上新建生产基地和技术中心等，急需用于建设自有厂房、购置先进生产设备的大量资金，尽管公司近年来已经具备了一定的规模和实力，但仍然面临固定资产投资和流动资金紧张的压力。

2、信息系统不能满足公司快速发展需要

虽然公司目前已经建立了营销信息管理系统，但随着公司快速发展的进程，现有的信息系统已经不能满足公司营销管理的需要，急需投资建设更加快捷、优化、完善的管理系统。

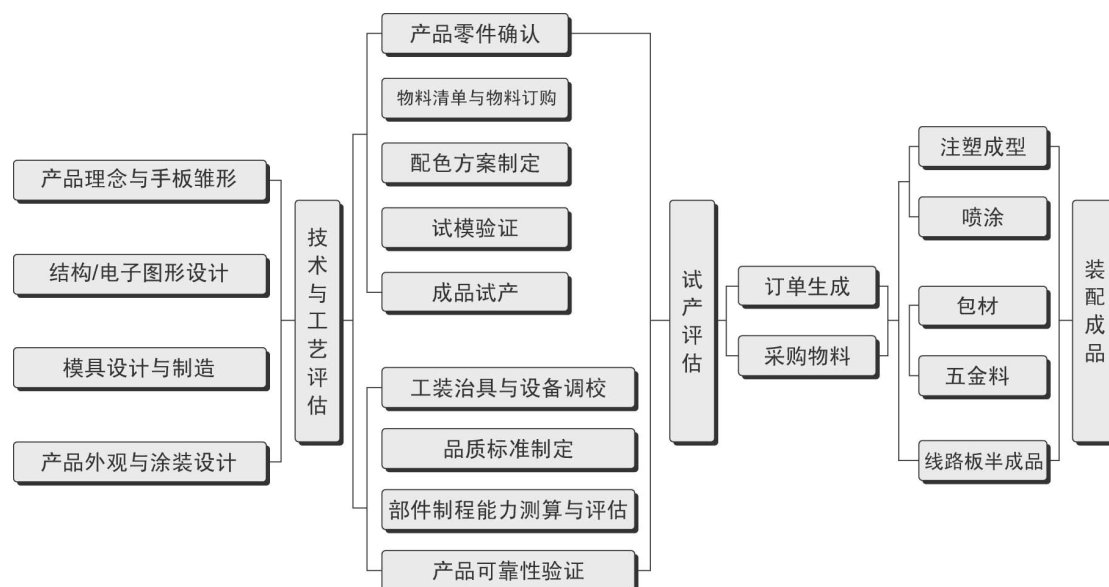
四、发行人主营业务的具体情况

（一）主要产品及产品用途

公司的主要产品和产品用途参见本节“一、（二）主要产品”。

（二）主要产品生产流程

公司主要产品生产流程示意如下：



公司的生产流程分为试产阶段和批量生产阶段：

1、试产阶段

试产是批量生产前对新产品方案设计、功能、结构、工艺及可靠性进行全面验证的过程，是生产过程的开始，是产品开发设计的延续，是将开发的新产品及相关的专利、软件等技术成果最终实现批量生产的一个关键环节。

2. 批量生产阶段

新产品在通过试产验证及评审合格后，转入批量生产阶段。公司负责该阶段核心零部件 PCBA 及塑胶件的自制加工，所有产品的组装、整机测试、供应商及外协厂的认证管理、主要原材料的采购、整个批量生产阶段的质量控制。对加工工艺单一、行业专业配套能力强的零件以外协加工为主。

（1）原材料采购

公司的原材料采购主要分为两大类：外购件采购和材料采购。

①外购件采购

键盘及鼠标的通用零部件，主要通过国内外专业厂商外购获得，公司与外购件供应厂商建立了长期稳定的合作伙伴关系。

②材料采购

为了保证产品质量，确保产品满足有害物质的控制要求，公司统一负责采购

塑胶原料、色粉及油漆等关键/大宗材料及相关辅助材料。

（2）零件加工

公司对核心零部件如 PCBA 组装、注塑件采用自制完成，对加工工艺单一、行业专业配套能力强的机械零部件的加工采取外协的方式完成。

①外协加工

目前公司通过外协加工的主要有钣金件、专用五金件等。

为确保外协加工件的产品质量，同时满足有害物质控制的要求，由公司向合格外协厂商提供技术规格要求、工艺文件、检验标准。同时公司制定并实施了《供应商评估流程》，并将外协加工的生产过程管理纳入公司的 ISO9001 质量管理体系中，对其加工过程进行定期巡检和成品抽检。

②自制加工

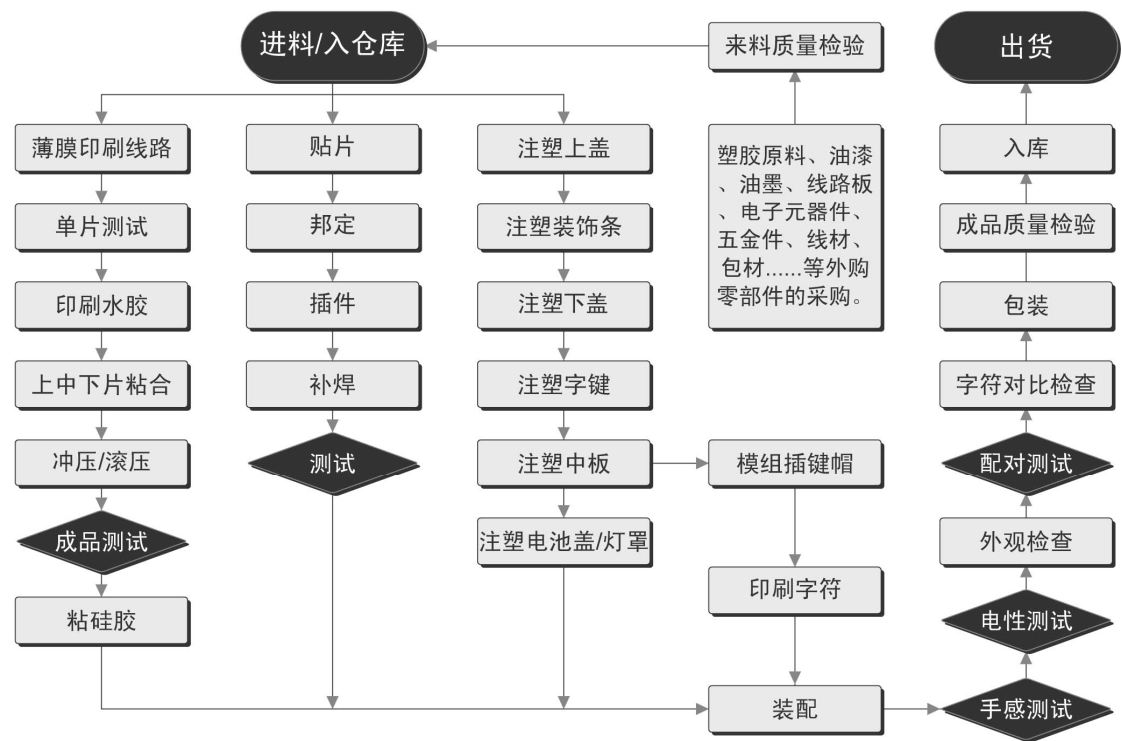
关键核心零部件如 PCBA 线路板的贴片、邦定、插件及焊接加工、测试、塑胶件的注塑加工及喷油、激光雕刻由公司自制完成。

（3）组装测试

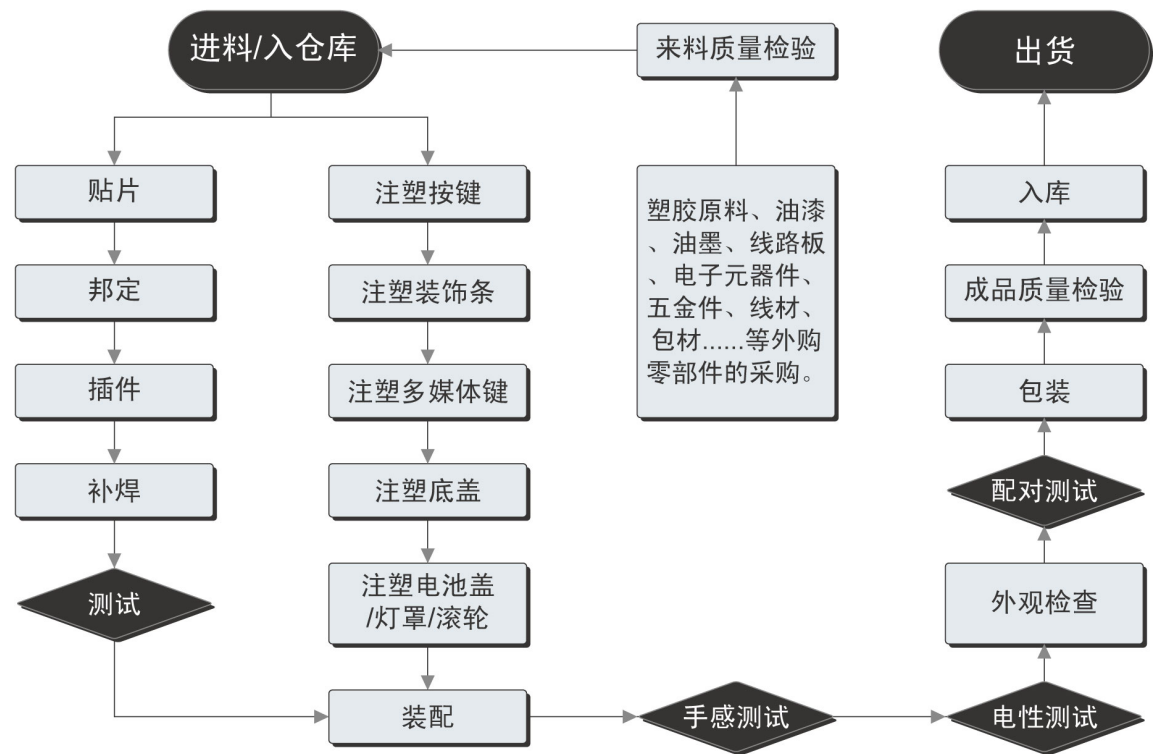
为确保键鼠产品质量和核心技术的保密，产品组装、测试及检验由公司自己完成。

（三）工艺流程图

键盘生产工艺流程图



鼠标生产工艺流程图



（四）公司产品生产流程中的核心设备和专有技术情况

公司以 2.4G 无线键盘/鼠标为主要产品的生产流程中，核心设备和专有技术有以下几个方面：

1、技术雄厚的SMT贴装车间

SMT 贴片车间拥有全自动锡膏印刷机、三星 SM411 高速贴片机、十二温区的回流焊炉、ICT 测试机等，共 5 条 SMT 生产线。它主要有以下优点：

① 自动上料、传送料，实现少人化生产。

② 全自动锡膏印刷机具有高分辨率的视觉处理，高精度的传动系统，悬浮式自适应刮刀，精确的板定位处理和灵巧的网框夹紧结构，结构紧凑，兼具准确性和高度的灵活性等特点，从而保证印刷快而精准，速度可达到 Cycle Time 8.0Sec，对中精度可达到： $\pm 25\mu\text{m}@6\sigma$ 。

③ 高速贴片机具有占地空间小、贴装速度快(最佳条件可达 30,000CPH)，贴装精度高($\pm 50\mu\text{m}@+3\sigma/\text{Chip}$)等特点，从而从最小 0402 芯片到最大 14mmIC 元器件为止，皆可以实行贴片。

④ 回流焊炉具有充分发热升温快、发热均匀、适合无铅/有铅制程、计算机控制软件系统操作简便易懂、控温精度在 $\pm 1^\circ\text{C}$ 、传送速度可调节(0-1.8m/min)等特点，充分保证了焊接品质与效率。

2、高精度的自动超声波焊线机

公司拥有 8 台 AB530 自动超声波焊线机，是目前世界上最先进焊线机之一。它具有以下优良特性，充分保证邦定制程的品质及高效率生产要求：

焊接系统：能高速垂直运动，30 度焊线进给角，焊头行程距离 25mm；正常焊接和反向焊接能力；具有自行校正性能；可编程焊接时间和焊接功率；自动送线/扯线系统提供可编线长度。

光字系统：高速及高精度的自动校正功能，节省了时间并减少了人员操作错误；自动调焦和自动光度调节提供了精确的图像识别效果。

3、PCBA电性功能自动测试仪

公司拥有全自动 PCBA 电性功能测试仪 20 台，它不但测试速度快，最主要还有测试准确率高的优点。因为它通过测试软件程序平台，将每款产品的所有测试项目及标准参数输入其内，操作员只需将待测产品正确定位到测试夹具内，自

动测试仪会按照测试程序设定条件智能判定所测试 PCBA 并自动提示不良参数不良。自动测试仪误测率低、操作简单方便、一人可轻松操作多台机，实现了低劳动强度、低人工成本生产。

4、技术先进的注塑成型车间

公司拥有106台各种型号的博创品牌注塑机，其中：42台BT120，16台BT80，2台BT150，28台BT200，12台BT260，1台BT380，3台JM88-C/E，1台JM128-C/E，1台JM168-C/E。博创专用注塑成型机不仅具有稳定成熟的标准注塑机的各种优异性能，相比同类其他产品还具有以下优点：

- ①专用物料的适应性强；
- ②制品缺陷少、成品率高；
- ③成型周期短，生产效率高；
- ④采用台湾先进的盟立微电脑控制器，控制精度高，响应速度快；
- ⑤全部采用变量泵动力系统，省电效果明显，达到30%~70%。

5、自动化装配生产

公司拥有插键帽—打螺丝—沾油—镭雕字符几大工艺的全自动生产线三条，完全避免因人员不熟练或因其他人为因素而带来的品质不稳定的风险，相比手工生产，效率提升 150%，人工成本减少一半。

6、自动化喷油生产线

为提升生产效率、降低生产成本和提升品质，公司改良设计出符合工厂工艺特点的链条式自动喷油线，其优点包括：可同时完成喷二道油漆、如底漆+面漆，从而保证生产周期短，品质稳定可靠。

喷油设备及烤箱设备各种参数可控性高，能保证颜色一致性好、直通率高达98%以上。

更换喷油夹具简单、传动系统任意掌控，操作方便，切换产品快。

灵活更换产品，可根据不同的产品任意进行更换产品的间距、调整系统的传动速度、产品自转的转速，从而达到省油、省人，降低生产成本。

7、灵活的Cell生产模式（U型线生产）

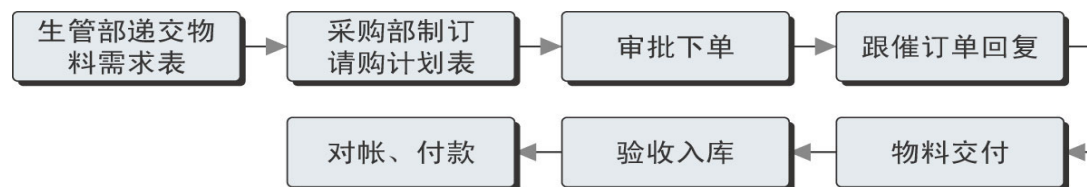
公司已拥有精益生产 Cell 生产线几十余条，这样的生产模式是当今小批量多品种生产环境下最优最佳生产线设置模式。它不但切换快、生产周期短，从而保

证生产成本低，在这种模式下，因很多工序动作压缩到一个工位完成，能练就出一大批多能工，生产效率与品质能得到很大提升。并且，它有足够应对市场迅速变化的能力，因为它有着线体小，高柔性，变换快的特点。

（五）主要的经营模式

1、采购模式

公司拥有独立的物流系统，包括采购部、生管部、仓储部，并制定了《采购作业程序》、《供方管理程序》、《材料外验作业规定》、《收发料作业程序》、《进料检验控制程序》等一系列管理制度。通过规范采购程序，明确采购责任，保证采购的原料品质符合要求，并在保证物料供应的同时使物料成本处于受控状态。公司主要采购流程如下：



核心原材料 IC 的采购分为通用 IC 和定制 IC。通用 IC 由生管部门根据生产计划和安全库存的需要，向采购部门提交请购计划表，由采购部门向 IC 厂商或其代理商下单采购。定制 IC 采购先由公司研发部门与 IC 厂商协商定制 IC 的程序设计规格、所要求实现的功能等要求，样品验收合格后由采购部门下单采购。

2、生产模式

（1）生产模式

公司产品按市场特点分为自主品牌和 OEM/ODM，自主品牌以销售预测和库存补货的模式组织生产，OEM/ODM 则以按订单生产的模式组织生产。

公司建立了与经营规模、产品与市场计划及资源能力计划紧密相连的均衡生产计划模式，采用小型 U 型单元生产线，进行小批、连续流动的均衡化生产，确保生产系统与经营战略、资源能力的匹配。生产计划系统通过综合计划与战略计划连接，并根据公司自主品牌和 OEM/ODM 产品的市场特点确立备货型生产与订单式生产结合的生产模式，建立了合适的预测模型及主计划模型。

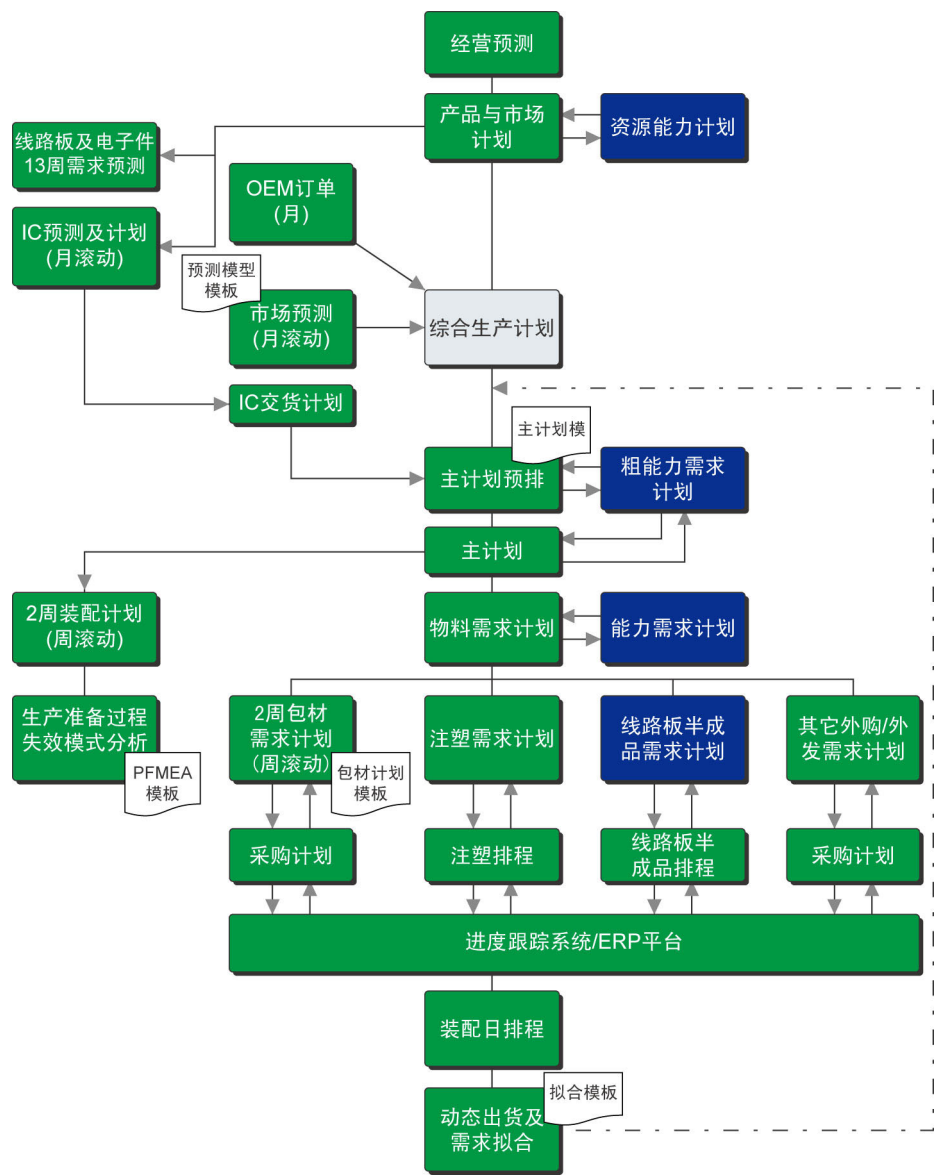
自主品牌的生产按销售预测模型确定的需求预测来制定均衡的生产计划，并用动态需求及出入库存数据系统对实际销售与预测的偏差进行调整，既有效保证

了产品快速应对多品小量的市场需求，同时也有效的降低了库存，提高了存货周转率。

OEM/ODM 按客户订单需求，根据生产能力等约束条件制定主计划，组织前段各工序及外购件按标准提前期的节奏时间组织物料，确保了交货期的达成。

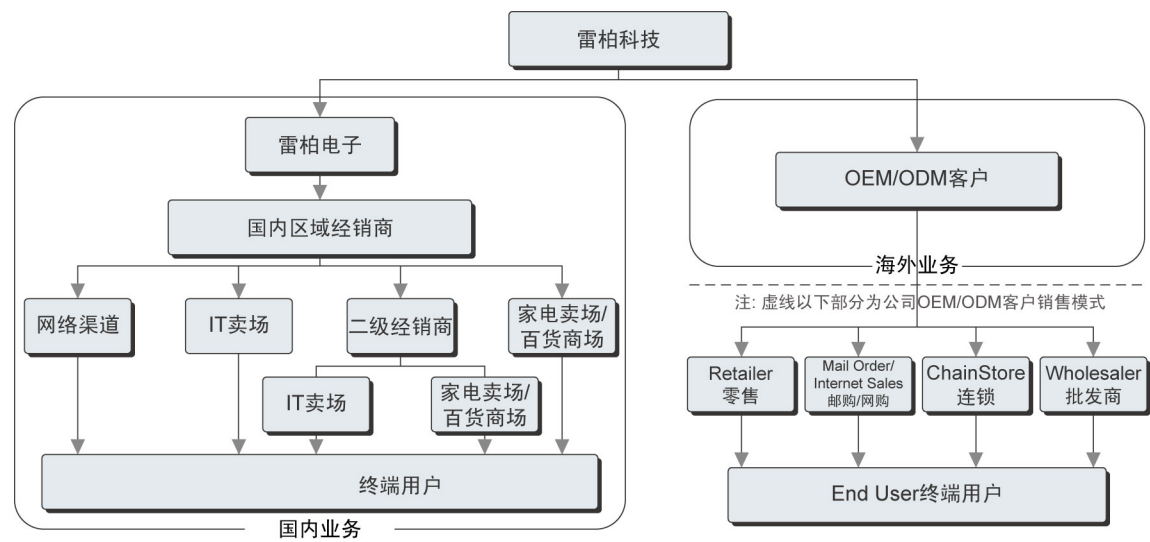
(2) 生产组织

公司以 ERP 为生产制造的信息化管理平台，对生产全过程实施计划管理与控制，以保证生产的物流、信息流和质量状况得到及时、准确的跟踪。公司推行六西格玛及精益生产，建立了生产、物流及品质管理全过程的测量系统，建立了有效的持续改善体系。公司具体的生产组织如下图所示：



3、销售模式

公司销售体系如下图所示：



(1) 国内销售模式

①国内具体销售模式

目前，公司在国内销售的产品全部是自主品牌产品，主要通过子公司雷柏电子实现最终销售。

国内销售制定了“以主要省市为单位、以地市为网点打造核心经销体系”的策略，与各区域市场内强势的IT行业经销商建立战略合作关系，打造雷柏产品的最终销售终端。目前，国内区域经销商基本情况如下：

大区	区域核心总经销商负责的区域	区域独家总经销商家数（个）
东北区	黑龙江、吉林、辽宁	4
华北区	北京、天津、河北、山东、山西、内蒙	10
华中区	湖南、湖北、江西、河南	6
华东区	江苏、浙江、上海、安徽	16
华南区	广东、福建、海南、广西	16
西北区	陕南、甘肃、宁夏、青海、新疆	6
西南区	云南、贵州、四川、西藏、重庆	7
合 计		65

除行业大客户苏宁、国美等外，公司采用“先收款、后发货”的结算方式，加快了资金利用率和周转率的同时，也降低了相应的财务风险；苏宁、国美等行业大客户采用“先发货，后收款”的结算方式，账期30-45天，行业客户信誉较高，应收账款风险较小。

②国内销售网络的建立过程

2006 年年底，本公司决定利用当时领先的 2.4G 无线键鼠在中国启动自主品牌计划，并在当年成立了自主品牌项目小组，项目小组首先用六个月左右的时间对中国当时的键鼠市场进行了详尽的分析，确定了“雷柏（RAPOO）”品牌及其产品的市场定位。

2007 年年中，本公司在北京召开了“雷柏（RAPOO）”品牌发布会。同时，公司开始在 IT 专业媒体和专业网站上刊登广告，前三个月，很多客户对这个新品牌所带来的 2.4G 无线产品很感兴趣。为了降低公司在国内开拓市场的风险，公司制订了先款后货的结算条件，尽管条件苛刻，2007 年 9 月，公司争取到第一批代理商加盟；2007 年年底，公司把国内市场划分为华北、华南、华东、华西四个大区管理，并派驻大区经理，在当地开拓业务；2008 年 4 月，公司覆盖全国的代理商体系初步建成；2008 年 7 月，公司开始往重点销售省份派驻区域经理；2009 年 8 月，公司将全国进一步细化成七个大区管理，分别是东北区、华北区、华东区、华中区、华南区、西北区、西南区，全国除西藏、新疆和内蒙古外，其他省份都有公司派驻的区域经理，对当地的销售工作进行更为细致的管理。至此，公司全国销售网络基本完善。

③自主品牌国内、国际市场开拓情况

公司在 2007 年开始推广自主品牌产品时，采用先期进行广告宣传的策略，2007 年实际投入广告费用 100 万左右。在自主品牌的销售模式上，公司主要采用先款后货的结算方式，因此雷柏在开拓国内市场初期主要的风险主要为广告费用。同时，公司采取了设定市场开拓风险控制点的措施，在广告和营销费用投入达到 300 万元之后，若市场对自主品牌产品接受程度较低，则公司需重新调整策略。

目前，公司尚未主动开拓自主品牌的国际市场。

④市场开拓风险及应对措施

公司在推行自主品牌的过程中确实存在着市场开拓风险。对此，我们采取的应对措施主要包括：

A、对于货款结算的财务风险，公司严格控制，主要采用先收款后发货的结算方式，保证货款能及时收回。

B、对于市场推广费用风险，公司设定了市场开拓风险控制点。即：在广告和营销费用投入达到 300 万元之后，若市场对自主品牌产品接受程度较低，则公司需重新调整策略。实际上，公司 2007 年发生费用约 100 万元，市场反映较好；2008 年，公司继续加大投入人力及其他费用，使当年自主品牌销售达到 4,778 万元，2009 年销售达到 24,909 万元。

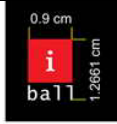
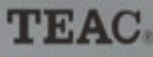
（2）海外销售模式

目前，公司海外销售对象主要为 OEM/ODM 客户，另有少量自主品牌产品出口。OEM/ODM 业务由公司市场部负责。

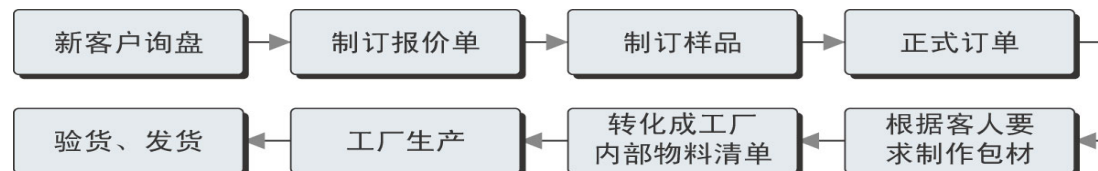
①主要客户

目前，公司 OEM/ODM 客户均为品牌运营商。公司 OEM/ODM 主要客户及其运营的品牌情况如下：

区域	主要客户及国别	运营的品牌	图标
欧洲	Trust（荷兰）	Trust	
	Medion（德国）	MEDION	
	Targa（德国）	Silvercrest	
	HAMA（德国）	HAMA	
	NGS（西班牙）	NGS	
	TOR（俄罗斯）	Defender	
北美洲	Lifeworks（美国）	IHOME	
	Sakar（美国）	SAKAR	
	Omega（美国）	OMEGA	

南美洲	Coletex (巴西)	C3TECH	
	Intermax (巴西)	CLONE	
亚洲	Best IT (印度)	iBall	
	Xpion (韩国)	XZION	
	Truline (韩国)	ROYCHE	
	Sanwa (日本)	SANWA SUPPLY	
	Semicom (以色列)	TEAC	

②销售业务流程



③销售结算方式

公司海外业务遵循国际通行的商贸规则和惯例，采取 T/T 、 LC 、 OA 等结算方式。其中：

T/T 结算方式是指：Telegraphic Transfer，是汇出行应汇款人的申请，拍发加押电报或电传（Tested Cable/Telex）或者通过 SWIFT 给国外汇入行，指示其解付一定金额给收款人的一种汇款结算方式。

LC 结算方式是指：Letter of Credit，“信用证”是由一家银行（开证行）依照申请人（客户）的要求和指示或以其自身的名义，在符合 L/C 条款的条件下凭规定的单据向受益人付款的书面命令。

OA 结算方式是指：Open Account，即赊销。

（六）主要产品的产销情况

1、主营业务收入构成

公司主要产品为电脑无线外设产品，报告期内公司主营业务收入分产品构成如下：

年度	产品类别	营业收入 (万元)	占公司营业收入总额 比例
2010 年 1-9 月	鼠标	24,892.14	51.58%
	键盘	3,726.08	7.72%
	键鼠套装	18,968.95	39.31%
	合计	47,587.18	98.61%
2009 年度	鼠标	28,196.98	50.21%
	键盘	3,575.17	6.37%
	键鼠套装	24,381.29	43.41%
	合计	56,153.44	99.98%
2008 年度	鼠标	14,982.24	46.39%
	键盘	3,185.96	9.86%
	键鼠套装	14,128.67	43.75%
	合计	32,296.86	100.00%
2007 年度	鼠标	6,626.63	24.60%
	键盘	3,877.54	14.39%
	键鼠套装	16,438.54	61.01%
	合计	26,942.71	100.00%

2、报告期内主要产品产销情况

本公司产品近三年又一期的产销情况如下：

年度	产品类别	产量（套）	销量（套）	产销比（%）
2010 年 1-9 月	鼠标	5,970,360	5,955,239	99.75%
	键盘	997,171	1,059,180	106.22%
	键鼠套装	2,888,895	2,834,883	98.13%
2009 年度	鼠标	6,691,692	6,329,526	94.59%
	键盘	1,307,766	1,231,247	94.15%
	键鼠套装	3,348,294	3,296,882	98.46%
2008 年度	鼠标	2,998,123	2,995,624	99.92%
	键盘	765,002	732,057	95.69%
	键鼠套装	1,569,331	1,545,402	98.48%
2007 年度	鼠标	1,898,169	1,816,344	95.69%
	键盘	850,828	824,930	96.96%

	键鼠套装	1,604,428	1,527,038	95.18%

3、报告期内主要产品产能利用情况

公司产品近三年又一期的产能利用情况如下：

年度	产品类别	产量（套）	产能（套）	产能利用率（%）
2010 年 1-9 月	鼠标	5,970,360	5,500,000	108.55%
	键盘	997,171	975,000	102.27%
	键鼠套装	2,888,895	3,000,000	96.30%
2009 年度	鼠标	6,691,692	6,500,000	102.95%
	键盘	1,307,766	1,300,000	100.60%
	键鼠套装	3,348,294	3,400,000	98.48%
2008 年度	鼠标	2,998,123	3,000,000	99.94%
	键盘	765,002	870,000	87.93%
	键鼠套装	1,569,331	1,700,000	92.31%
2007 年度	鼠标	1,898,169	1,900,000	99.90%
	键盘	850,828	870,000	97.80%
	键鼠套装	1,604,428	1,700,000	94.38%

备注：2010 年 1-9 月产能已按季度换算

4、公司报告期内产品的主要消费群体

报告期内，公司产品的主要消费群体为：办公用户、笔记本用户、网吧、游戏玩家和普通消费者。

5、公司近三年及一期主要产品销售价格变动情况

近三年及一期公司主要产品平均售价（不含税）情况如下：

单位：元

项目			2010 年 1-9 月	2009 年	2008 年	2007 年
平均售价 (不含税)	鼠标	无线	49.73	55.95	62.05	78.87
		有线	21.73	20.48	25.73	33.16
	键盘	无线	128.72	78.70	100.54	105.68
		有线	26.95	24.89	37.04	40.58
	键鼠套装	无线	70.78	77.12	91.67	109.77
		有线	38.67	34.93	60.90	46.77

本公司定位于中高端市场，旨在为消费者提供品质较高的产品，公司系列产品销售价格市场中处于中高端价位。

报告期内，公司产品价格整体上呈下降趋势，主要原因有：

（1）市场竞争原因

2007 年公司产品售价较高，主要是因为当年提供 2.4G 产品的厂商较少；随着竞争者的不断加入，市场竞争日趋激烈，从 2008 年开始产品价格开始下降；2009 年市场竞争持续激烈且原材料成本较 2008 年有比较明显下降，2009 年公司产品平均售价下降明显。

（2）产品结构原因

在发行人的产品结构中，无线类产品占比较高，2007 年、2008 年、2009 年分别为 67.19%、84.35%、86.21%，因此无线类产品的价格对所有产品的平均单价影响较大。

发行人无线类产品依据价格分类占比情况

价格类型		2009 年 销售占比	2008 年 销售占比	2007 年 销售占比
无线键盘	100 元以上	65.54%	75.50%	90.81%
	70-100 元	4.22%	3.29%	0.00%
	30-70 元	30.24%	21.22%	9.19%
	30 元以下	0.00%	0.00%	0.00%
无线键盘小计		100%	100%	100%
无线鼠标	100 元以上	9.59%	10.25%	3.81%
	70-100 元	21.05%	37.03%	96.19%
	30-70 元	69.36%	52.72%	0.00%
	30 元以下	0.00%	0.00%	0.00%
无线鼠标小计		100%	100%	100%
无线键鼠 套装	100 元以上	26.38%	35.28%	96.62%
	70-100 元	40.57%	63.70%	3.38%
	30-70 元	33.04%	1.02%	0.00%
	30 元以下	0.00%	0.00%	0.00%
无线键鼠套装小计		100%	100%	100%

从上表中可以看出：报告期内，在发行人销售的无线产品类中，不同价位的产品结构一直在发生变化，中、低价产品的占比在持续升高，而高价位产品的占比在降低，这种产品结构方面的变化也是导致发行人平均单价在报告期内下降的一个重要原因。

6、报告期内前五名客户销售情况

年度	序号	客户名称	营业收入 (元)	占营业收入 总额比例(%)
2010 年	1	TRUST INTERNATIONAL B.V.	56,189,946.29	11.64%

1-9 月	2	ARGO TD LLC	22,655,042.52	4.69%
	3	北京嘉达世纪数码科技有限公司	17,721,255.56	3.67%
	4	杭州雷佰科技有限公司	16,730,632.48	3.47%
	5	广州市无限飞扬计算机科技有限公司	14,038,760.68	2.91%
	合 计		127,335,637.53	26.38%
2009 年度	1	TRUST INTERNATIONAL B.V.	55,105,487.85	9.81%
	2	ARGO TD LLC	25,390,311.71	4.52%
	3	WINSPEED CO.,LTD	20,802,249.30	3.70%
	4	杭州雷佰科技有限公司	20,427,273.50	3.64%
	5	LIFEWORKE TECHNOLOGY GROUP	19,790,619.88	3.53%
	合 计		141,515,942.24	25.20%
2008 年度	1	TRUST INTERNATIONAL B.V.	72,666,462.52	22.50%
	2	ARGO TD LLC	24,856,569.30	7.70%
	3	TARGA GMBH	23,955,350.46	7.42%
	4	INNOVATION TRADING LTD	15,988,999.43	4.95%
	5	MICRO INNOVATIONS	13,706,884.45	4.24%
	合 计		151,174,266.16	45.81%
2007 年度	1	维尔京热键 (MLK TECHNOLOGIES LIMITED)	268,436,401.67	99.63%
	合 计		268,436,401.67	99.63%

2007 年度公司产品主要通过关联方维尔京热键销售，占当期营业收入的 99.63%。维尔京热键最终销售前五名客户为：TRUST INTERNATIONAL B.V.、TARGA GMBH、ARGO TD LLC、NORTEK INTERNATIONAL (CHINA) LTD.、MICRO INNOVATIONS CORP.。

前五大客户存在较大变化主要是由于公司销售结构的变化。公司原主要为国外客户提供贴牌生产服务，客户主要为海外客户；2008 年，公司自主品牌在国内市场得到认可，但 OEM/ODM 业务比重依然高达 85.21%，客户仍然以海外客户为主；2009 年和 2010 年 1-9 月，公司自主品牌内销金额占销售总额比重分别上升到 42.49%和 52.81%，国内客户开始进入公司前五大客户，导致前五大客户的排名有所变化，但公司前十大客户仍然保持稳定。

针对海外客户，公司采取区域保护政策，在每个区域都给予客户独家销售的产品型号，最大限度保证客户在当地的利益；针对国内客户，在达到一定季度销

售后，公司予以一定的商业折扣，以此激励全体经销商努力提高销售业绩，从而达到有效稳定优质经销商的目的。

7、报告期内公司内销前五名客户销售情况

年度	序号	内销客户名称	销售渠道	金额（元）	占内销收入总额比例（%）
2010年1-9月	1	北京嘉达世纪数码科技有限公司	传统 IT 渠道	17,721,255.56	6.95%
	2	杭州雷佰科技有限公司	传统 IT 渠道	16,730,632.47	6.56%
	3	广州市无限飞扬计算机科技有限公司	传统 IT 渠道	14,038,760.68	5.51%
	4	苏宁电器股份有限公司	连锁渠道	12,369,132.48	4.85%
	5	南京顾涛电子信息有限公司	传统 IT 渠道	12,334,099.15	4.84%
	合 计			73,193,880.34	28.71%
2009年度	1	杭州雷佰科技有限公司	传统 IT 渠道	20,427,273.50	8.56%
	2	上海旋申电子有限公司	传统 IT 渠道	15,848,129.06	6.64%
	3	北京嘉达世纪数码科技有限公司	传统 IT 渠道	15,635,718.80	6.55%
	4	南京顾涛电子信息有限公司	传统 IT 渠道	15,289,976.07	6.41%
	5	广州市无限飞扬计算机科技有限公司	传统 IT 渠道	14,849,129.06	6.22%
	合 计			82,050,226.49	34.39%
2008年度	1	上海旋申电子有限公司	传统 IT 渠道	4,206,352.14	9.38%
	2	深圳锦伦发科技有限公司	传统 IT 渠道	3,163,621.37	7.05%
	3	杭州易达电脑商行	传统 IT 渠道	3,156,839.32	7.04%
	4	沈阳拓进经贸有限公司	传统 IT 渠道	2,761,373.50	6.16%
	5	南京顾涛电子信息有限公司	传统 IT 渠道	2,264,419.66	5.05%
	合 计			15,552,605.99	34.67%
2007年度	1	北京安腾世纪公司	传统 IT 渠道	221,153.85	22.32%
	2	沈阳拓进经贸有限公司	传统 IT 渠道	204,961.54	20.69%
	3	上海旋申电子有限公司	传统 IT 渠道	115,441.88	11.65%
	4	福州苇航电子有限公司	传统 IT 渠道	100,192.31	10.11%
	5	成都赢利通数码有限公司	传统 IT 渠道	64,730.77	6.53%
	合 计			706,480.35	71.31%

上述客户均为公司的经销商，产品最终用户为个人消费者。

上述客户与公司股东、董事、监事及其高管人员、核心技术人员之间不存在关联关系。

（七）主要产品的原材料和能源及其供应情况

1、原材料和能源供应情况

公司主要原材料为：IC、ABS、HIPS、线路板、包材类、开关等。供应渠道主要为通过市场采购。公司在物资采购方面制定了严格的管理办法和业务操作流程，具体请参见本节“四、（五）主要的经营模式”。

原材料	在产品中的用途	定价依据
IC	产品控制功能	市场定价
ABS	关系产品外观及构造	市场定价
HIPS	关系产品外观及构造	市场定价
线路板	产品的主板控制架构	市场定价
包材类	包装、储存保护及对产品辅导说明作用	市场定价
开关	电源开关控制	市场定价

公司生产所用主要能源包括水、电，由当地市政部门供应，能够保证公司的生产用水和用电。

2、主要原材料和能源的价格变动趋势

单位：元

原材料名称	2010年1-9月		2009年		2008年		2007年	
	单价	变动比	单价	变动比	单价	变动比	单价	变动比
ABS	13.76	32.98%	10.35	-20.91%	13.08	10.11%	11.88	70.88%
HIPS	10.44	15.04%	9.07	-19.22%	11.23	12.46%	9.99	42.09%
IC	1.72	-8.80%	1.89	-19.98%	2.36	6.71%	2.21	-31.41%
线路板	0.46	15.35%	0.40	4.98%	0.38	44.53%	0.26	2.41%
包材类	0.22	-3.50%	0.23	-37.97%	0.37	-7.61%	0.40	-4.27%
开关	0.17	5.56%	0.17	-6.07%	0.18	1.81%	0.17	9.87%
水	3.90	0.00%	3.90	0.00%	3.90	0.00%	3.90	5.12%
电	0.78	4.02%	0.75	-2.37%	0.77	4.19%	0.74	3.18%

3、主要原材料和能源占成本的比重

原材料名称	占成本的比重			
	2010年1-9月	2009年	2008年	2007年
ABS	2.10%	1.83%	3.91%	4.77%
HIPS	5.11%	4.40%	1.70%	2.64%
IC	34.78%	36.40%	37.19%	37.28%
线路板	3.30%	3.26%	2.91%	2.64%
包材类	7.40%	7.51%	11.52%	12.99%

开关	2.05%	2.26%	2.41%	2.05%
水	0.06%	0.07%	0.09%	0.11%
电	2.16%	1.98%	1.88%	1.55%

4、主要原材料价格波动对单位成本影响

报告期内，占公司成本比重 3%以上的原材料包括：ABS、HIPS 、IC、包材类和线路板。上述主要原材料对单位成本的影响如下：

ABS 价格变动幅度	平均成本变动比率			
	2010 年 1-9 月	2009 年度	2008 年度	2007 年度
10%	0.21%	0.18%	0.39%	0.48%
5%	0.11%	0.09%	0.20%	0.24%
-5%	-0.11%	-0.09%	-0.20%	-0.24%
-10%	-0.21%	-0.18%	-0.39%	-0.48%
HIPS 价格变动幅度	平均成本变动比率			
	2010 年 1-9 月	2009 年度	2008 年度	2007 年度
10%	0.51%	0.44%	0.17%	0.26%
5%	0.26%	0.22%	0.09%	0.13%
-5%	-0.26%	-0.22%	-0.09%	-0.13%
-10%	-0.51%	-0.44%	-0.17%	-0.26%
IC 价格变动幅度	平均成本变动比率			
	2010 年 1-9 月	2009 年度	2008 年度	2007 年度
10%	3.48%	3.64%	3.72%	3.73%
5%	1.74%	1.82%	1.86%	1.86%
-5%	-1.74%	-1.82%	-1.86%	-1.86%
-10%	-3.48%	-3.64%	-3.72%	-3.73%
包材类价格变动幅度	平均成本变动比率			
	2010 年 1-9 月	2009 年度	2008 年度	2007 年度
10%	0.74%	0.75%	1.15%	1.30%
5%	0.37%	0.38%	0.58%	0.65%
-5%	-0.37%	-0.38%	-0.58%	-0.65%
-10%	-0.74%	-0.75%	-1.15%	-1.30%
线路板价格变动幅度	平均成本变动比率			
	2010 年 1-9 月	2009 年度	2008 年度	2007 年度
10%	0.33%	0.33%	0.29%	0.26%
5%	0.16%	0.16%	0.15%	0.13%
-5%	-0.16%	-0.16%	-0.15%	-0.13%
-10%	-0.33%	-0.33%	-0.29%	-0.26%

5、报告期内公司向前五名供应商采购情况

公司一般原材料采购通过与供应商直接签订合同或者定单，由供应商发货给公司，并出具相应单据手续，如发票、送货单等，公司收货后按照相应付款条件与供应商办理结算手续。对于核心原材料 IC 采购，公司主要通过 IC 厂商的代理商采购，直接与代理商签定协议，进行货款结算。

年度	序号	供应商名称	采购物品	采购金额 (元)	占采购总额比例 (%)
2010 年 1-9 月	1	世强电讯(香港)有限公司	IC	31,374,523.58	10.90%
	2	深圳市华富洋供应链有限公司	IC	27,393,049.71	9.52%
	3	深圳冠伦生物科技有限公司	IC	22,329,833.23	7.76%
	4	LEADING GROWTH CORP.	IC	18,600,301.17	6.46%
	5	深圳市旺盈彩盒纸品有限公司	彩盒	14,931,108.59	5.19%
	合 计			114,628,816.28	39.83%
2009 年度	1	世强电讯（香港）有限公司	IC	38,436,199.20	12.25%
	2	LEADING GROWTH CORP.	IC	32,707,463.07	10.42%
	3	香港旺盈彩盒纸品有限公司	彩盒	17,420,312.75	5.55%
	4	深圳市华富洋供应链有限公司	IC	17,407,419.13	5.55%
	5	上海力盛生物科技有限公司	IC	10,705,411.89	3.41%
	合 计			116,676,806.04	37.18%
2008 年度	1	LEADING GROWTH CORP.	IC	35,763,514.93	16.46%
	2	世强电讯（香港）有限公司	IC	26,482,900.04	12.19%
	3	品佳电子有限公司	IC	16,442,351.64	7.57%
	4	香港旺盈彩盒纸品有限公司	彩盒	9,719,061.89	4.47%
	5	威思达塑胶化工公司	塑胶原料	6,908,121.26	3.18%
	合 计			95,315,949.76	43.87%
2007 年度	1	维尔京热键(MLK TECHNOLOGIES LIMITED)	IC、原料	90,757,059.91	43.33%
	2	深圳市旺盈彩盒纸品有限公司	彩盒	6,342,680.54	3.20%
	3	深圳三环电子有限公司	电阻、电容	3,209,088.03	1.62%
	4	东莞厚劲矽胶制品有限公司	硅胶	3,202,659.68	1.62%
	5	深圳市怡华兴电子有限公司	线材	3,070,381.84	1.55%
	合 计			106,581,870.00	51.32%

除维尔京热键外，其他上述供应商及其代理商与公司股东、董事、监事及其高管人员、核心技术人员之间不存在关联关系。

6、公司外协加工情况

(1) 外协厂商基本情况、具体内容

报告期内前五名外协厂商加工情况如下：

年度	外协厂商	加工内容	金额 (元)	占营业成本比例
2010年 1-9月	深圳市创美佳科技有限公司	线路板贴片、插件	1,185,176.75	0.36%
	深圳市多精彩电子科技有限公司	加工导电薄膜开关	1,184,992.10	0.36%
	深圳市键合新科技有限公司	邦定	1,126,675.31	0.35%
	深圳市汇立丰塑胶有限公司	塑胶改性(镭射料)	589,743.50	0.18%
	深圳市星比特科技有限公司	线路板贴片、插件	457,276.09	0.14%
	合 计		4,543,863.75	1.39%
2009年	深圳市键合新科技有限公司	邦定	1,920,437.54	0.50%
	深圳市汇立丰塑胶有限公司	塑胶改性(镭射料)	564,174.25	0.15%
	深圳市宝安区福永永航精密塑胶模具厂	外发注塑	379,012.54	0.10%
	深圳市宝安区西乡亿达鑫电子厂	贴片	360,626.43	0.09%
	东莞市承峰永升塑胶五金有限公司	电池盖、按键喷油和丝印	346,809.22	0.09%
	合 计		3,571,059.98	0.92%
2008年	深圳市宝安区沙井镇益成塑胶模具加工厂	外发注塑	428,172.95	0.17%
	深圳市航达威电子科技有限公司	线路板贴片、插件	272,763.34	0.11%
	深圳市华凯盛实业有限公司	线路板插件和邦订	234,818.29	0.10%
	东莞市承峰永升塑胶五金有限公司	电池盖、按键喷油和丝印	223,340.64	0.09%
	深圳市宝安区福永镇超达塑胶电器厂	外发注塑	200,709.72	0.08%
	合 计		1,359,804.94	0.56%
2007年	深圳市宝安区松岗金益慢走丝加工部	慢走丝加工费	506,214.39	0.22%
	深圳市宝安区福永兴达精密模具加工部	模具加工	222,011.00	0.10%
	深圳市宝安区沙井嘉鑫塑胶模具厂	模具加工	189,906.00	0.08%
	深圳市和盛五金塑胶有限公司	慢走丝加工费	87,021.78	0.04%
	深圳市宝安区沙井镇威腾电脑锣经营部	打火花加工费	73,284.00	0.03%
	合 计		1,078,437.17	0.47%

上述厂商与发行人股东、董事、高级管理人员不存在关联关系。

(2) 外协产品与公司生产经营的关联程度

由于近年来公司客户群稳定扩张，定单持续扩大，本公司一方面加大生产设备的投入；另一方面通过技术改进和工艺创新等方式提升现有设备的产能。同时，少量非核心工序或配件通过外协加工辅助方式补充因季节性波动导致的产能不足。

公司进行部分外协加工，是解决公司自有产能不足的一种辅助性方式，是针对产能增长慢于需求增长的应急性措施。

报告期外协委托加工比例如下表所示：

单位：元

	2010年1-9月	2009年度	2008年度	2007年度
外协加工费用	6,391,116.64	5,183,087.70	3,082,341.76	1,156,487.17
营业总成本	325,681,743.87	387,579,874.20	244,991,890.67	227,791,219.33
占比	1.96%	1.34%	1.26%	0.51%

为确保外协加工件的产品质量，公司向合格外协厂商提供技术规格要求、工艺文件、检验标准。同时公司制定并实施了《供应商评估流程》，并将外协加工的生产过程管理纳入公司的 ISO9001 质量管理体系中，对其加工过程进行定期巡检和成品抽检。

（3）自产加工和外协加工未来发展安排

在公司未来发展中，公司依然会坚持自产加工为主，这有利于在大规模生产条件下，更加有效的控制生产计划及进度、交货期等，确保公司在快速发展中保持供应链的快速有效；有利于公司更加有效的控制产品品质、工艺流程、产品检测。但如果出现订单突然非常集中并超过公司产能时，公司仍将通过部分外协加工予以解决。

（八）公司董事、监事、高级管理人员和其他核心技术人员，主要关联方或持有发行人 5%以上股份的股东在客户或供应商中占有权益情况

公司实际控制人曾浩先生和公司董事余欣分别持有维尔京热键90%和10%股份，公司其他董事、监事、高级管理人员和核心技术人员在上述前五名客户或供应商中无持股、投资等情况；公司其他关联方或持有本公司5%以上股份的股东在前述客户或供应商中亦无持股、投资等情况。

（九）公司的安全生产、环境保护措施

公司遵照《中华人民共和国安全生产法》、《劳动防护用品管理规定》、《危险化学品安全管理条例》制定了《安全生产规定》，实施安全生产岗位责任制，各部门每日进行安全生产例行检查，公司定期组织安全生产巡查、培训及宣传教育，定期组织消防演习，确保了生产的安全无重大责任事故。

公司目前已全面执行欧盟 RoHS 指令，已建立公司 RoHS 保障体系，在物料选择、供应商管理、来料、储存、生产等各个运行环节均按照该体系进行控制，RoHS 保障体系运行有效。根据深圳市人居环境委员会出具的证明：公司近三年来遵守国家有关环境保护的法律、法规，没有发生环境污染事故和环境违法行为。

五、与发行人主要业务相关的固定资产和无形资产

（一）主要固定资产

截至2010年9月30日，公司固定资产原值合计93,247,341.60 元，累计折旧29,908,460.72元，固定资产净值63,338,880.88 元，具体情况如下：

固定资产类别	资产原值 (元)	累计折旧 (元)	资产净值 (元)	成新率
机器设备	83,004,267.90	25,723,876.26	57,280,391.64	69.01%
运输工具	5,207,052.00	2,348,185.76	2,858,866.24	54.90%
办公及电子设备	5,036,021.70	1,836,398.70	3,199,623.00	63.53%
合 计	93,247,341.60	29,908,460.72	63,338,880.88	67.93%

公司固定资产综合成新率为67.93%，整体运行情况良好。公司主要生产设备系购买取得，不存在租赁生产设备情形，主要设备的情况如下：

单位：万元

设备名称	型号规格	数量	资产 原值	资产 净值	成新率	使用 部门
自动超声波焊线机	ASM AB530	8	185.48	154.51	83.30%	电子部
无铅波峰焊机	PEAK-2008/ WS-350PC-LF	2	34.8	29.45	84.63%	
频谱仪	UTEKSA-5005	4	26.78	10.7	39.96%	
全自动测试架	-	6	25.5	21.48	84.24%	
三星高速贴片机	SM411	4	441.81	389.1	88.07%	

三星贴片机	CP40	1	40.78	36.00	88.28%	
三星贴片机	CP-40LV	2	56	43.62	77.89%	
先进泛用贴片机	SM421	1	97.09	76.4	78.69%	
贴片机	日本三洋 TCM	3	133.09	107.87	81.05%	
无铅热风回流焊装置	-	1	17.65	13.61	77.11%	
数控电火花线切割机	AQ560LS+LN1W	2	161	89.8	55.78%	工模部
立式综合加工机	YCM-FV85A	2	133	74.18	55.77%	
立式综合加工机	YCM-FV56A	1	45	23.67	52.60%	
数控电火花线切割机	AM30LX	2	104	58.01	55.78%	
铣床	-	7	20.78	11.11	53.46%	
火花机	-	7	20.26	8.3	40.97%	
手动喷涂设备	-	1	73	58.01	79.47%	喷油部
热熔机	-	7	11.18	10.12	90.52%	
EXPLORER 自动三座标测量机	-	1	36.3	20.25	55.79%	实验室
光谱仪	EDX3000B	1	27.8	17.25	62.05%	
三座标测量机	YXB-654	1	22.5	12.91	57.38%	
三箱试冷热冲击试验箱	TCITA 型号:ZXGDC-150L	1	16.67	14.92	89.50%	
ES 系列电磁式振动试验箱	TCITA 型号:ZX-30	1	15.81	14.15	89.50%	
位移曲线测试仪	按键开关触感荷重测定	1	13.33	10.18	76.37%	注塑部
注塑机	BT80	16	172.74	134.09	77.63%	
	BT120	42	542.72	382.75	70.52%	
	BT150	2	30.1	14.82	49.24%	
	BT200	28	512.35	369.99	72.21%	
	BT260	12	275.82	216.51	78.50%	
	BT380	1	34.45	14.01	40.67%	
	JM88-C/E	3	38.85	11.19	28.80%	
	JM128-C/E	1	15.1	4.35	28.81%	
	JM168-C/E	1	18.05	5.2	28.81%	
键盘自动化装配机	MLK-K89-01	1	58.08	50.3	86.60%	装配部
有线 K89 键盘自动化装配机	MLK-K89-02	1	42.32	36.65	86.60%	
有线键盘自动化机	MLK-K89-03	1	88.45	82.86	93.68%	

激光打标机	YLP-F20	4	82.39	63.42	76.98%	自动化 项目组
特殊键帽插帽机	MLK-TSJM	1	12.05	10.72	88.96%	
全自动测试架	-	2	14.86	8.76	58.95%	
立式平面丝印机	UP-S6080M	5	18.33	15.63	85.27%	
贴片机	日本三洋 TCM-822#	1	32.04	28.25	88.17%	
贴片机	三星 CP33	1	21.36	18.83	88.16%	

（二）房屋建筑物

1、公司拥有的房屋建筑物

截至本招股说明书签署日，公司无自有房屋建筑物。

2、公司租赁的房屋建筑物

截至本招股说明书签署日，公司及子公司租赁的房屋建筑物具体情况如下：

承租人	出租人	座落	面积	月租金	租赁期限
雷柏科技	深圳市凤凰股份合作公司	深圳市凤凰第三工业区第一工业园厂房 A1 幢共 3 层、厂房 B1 幢 1 号楼共 3 层、宿舍 A 幢共 5 层、食堂一层、厂房 B1 幢 2 号楼共 3 层、宿舍 B 幢共 5 层、宿舍 D 幢的 3 至 6 层、二期厂房、宿舍 C 幢	44,283 平方米	550,781 元	2010.04.01 - 2011.12.31
雷柏电子	余欣	深圳市福田区福华三路与金田路交汇处卓越世纪中心 4 号楼 3301—3305 房	987.41 平方米	167,859 元	2010.10.01 - 2011.09.30

（三）主要无形资产

1、土地使用权

2010 年 1 月 15 日，热键科技通过竞买方式取得深圳市土地房产交易中心公开挂牌出让的位于坪山新区的土地使用权。同日，热键科技与深圳市规划和国土资源委员会坪山管理局签订了《深圳市土地使用权出让合同书》（深地合字（2009）5085 号），热键科技受让宗地编号为 G14304-0276 号、面积为 40,269.99 平方米的土地使用权，该宗用地的使用年限为 50 年，自 2010 年 1 月 15 日至 2060 年 1 月 14 日，土地使用权出让总地价款为 21,046,100 元，土地用途为工业

用地。热键科技已于 2010 年 1 月 18 日付清了全部地价款。

发行人于 2010 年 6 月取得了深圳市房地产权登记中心核发的深房地字第 6000419067 号《房地产证》，面积 40,269.99 平方米，土地用途为工业用地。

权利人	宗地号	土地使用权证号	土地面积	用途	取得方式	期限
雷柏科技	G14304-0276 号	深房地字第 6000419067 号	40,269.99 平方米	工业	挂牌受让	2010.1.15-2060.1.14

2、专利

序号	专利类型	名称	专利号	申请日	保护期限	取得方式
1	实用新型	光电鼠标结构	ZL 2008 2 0212789.7	2008-10-23	10 年	申请取得
2	外观设计	鼠标（M-149）	ZL 2008 3 0103981.8	2008-06-06	10 年	申请取得
3	外观设计	鼠标（M-147）	ZL 2008 3 0103979.0	2008-06-06	10 年	申请取得
4	外观设计	鼠标（M-142）	ZL 2008 3 0103978.6	2008-06-06	10 年	申请取得
5	外观设计	鼠标（M-134）	ZL 2008 3 0103980.3	2008-06-06	10 年	申请取得
6	外观设计	鼠标（M-130）	ZL 2008 3 0103983.7	2008-06-06	10 年	申请取得
7	外观设计	鼠标（M-102）	ZL 2008 3 0103982.2	2008-06-06	10 年	申请取得
8	外观设计	鼠标（M-133）	ZL 2008 3 0105998.7	2008-04-03	10 年	申请取得
9	外观设计	鼠标（M-131）	ZL 2008 3 0106000.5	2008-04-03	10 年	申请取得
10	外观设计	鼠标（M-126）	ZL 2008 3 0105999.1	2008-04-03	10 年	申请取得
11	外观设计	光电鼠标（M41 型）	ZL 2005 3 0050653.2	2005-01-11	10 年	申请取得
12	外观设计	光电鼠标（M42 型）	ZL 2005 3 0050215.6	2005-01-06	10 年	申请取得
13	实用新型	发光计算机鼠标	ZL 2004 2 0042663.1	2004-02-17	10 年	申请取得

目前上述专利均有相应的权属证书，均为合法方式取得，且不存在因未缴纳专利年费被终止的情况。上表前10项专利的权利人为发行人，余下三项专利的权利人为热键科技，发行人已在办理更名手续，由热键科技更名至发行人不存在法律障碍。发行人使用上述专利不存在潜在纠纷，发行人未在该等权利上设置质押等他项权利。

3、商标

（1）发行人在境内已取得的商标

发行人目前在境内已取得的商标如下：

序号	商标名称	注册号	注册类别	国别（地区）	有效期至	取得方式
1	雷柏	5850813	第 9 类	中国	2019-10-20	受让取得
2	rapoo	6782915	第 9 类	中国	2020-09-27	申请取得

发行人实际控制人曾浩先生将持有的境内取得的第 5850813 号注册商标“雷柏”无偿转让给发行人，该商标核定使用商品为第 9 类，注册有效期限至 2019 年 10 月 20 日，该项注册商标转让事宜已于 2010 年 9 月完成转让手续。

2010 年 11 月，发行人原申请的“**rapoo**”商标已获得国家工商行政管理总局商标局核准注册，并取得第 6782915 号《商标注册证》。

（2）发行人境内商标申请

发行人产品所适用的申请注册商标使用商品类别为第 9 类，具体主要包括：计算机；计算机键盘；计算机外围设备；计算机程序（可下载软件）；鼠标（数据处理设备）；鼠标垫；扬声器音箱；个人用立体声装置；头戴耳机；摄像机等。发行人目前获得受理的第 9 类注册商标申请如下：

序号	商标名称	申请号	申请类别	申请日期	受理通知书核发时间
1		7571244	第 9 类	2009-7-27	2009-08-12
2	熱鍵	7928022	第 9 类	2009-12-18	2009-12-23
3	MLK	7927987	第 9 类	2009-12-18	2009-12-23
4	雷柏	8067411	第 9 类	2010-2-9	2010-03-03

上述商标的申请人除第 1 项为雷柏电子外，其他 3 项均为发行人。

除上述商标申请外，发行人还将“**雷柏**”商标在第 1 类至第 8 类及第 10 类至第 45 类商品类别上进行了保护性注册商标申请，且均已取得国家工商行政管理总局商标局核发的《注册申请受理通知书》。该等注册商标申请人均已由热键科技更名为发行人。

（3）发行人境外取得或授权的注册商标

发行人境外取得或授权的注册商标如下：

序号	商标名称	注册号	注册类别	国别 (地区)	有效期至	取得方式
1	RAPOO	301142810	第 9 类	香港	2018-06-17	申请取得
2	RAPOO	01387320	第 9 类	台湾	2019-11-30	申请取得
3	RAPOO	N/037408	第 9 类	澳门	2015-12-29	申请取得
4	RAPOO	306588	第 9 类	泰国	2018-07-10	申请取得
5	RAPOO	143257	第 9 类	越南	2020-03-04	申请取得
6	RAPOO	TMA753109	第 9 类	加拿大	2024-11-16	申请取得
7	RAPOO	1055553	第 9 类	墨西哥	2018-07-07	申请取得
8	RAPOO	2.312.875	第 9 类	阿根廷	2019-11-09	申请取得
9	RAPOO	859364	第 9 类	智利	2019-09-01	申请取得
10	RAPOO	386187	第 9 类	俄罗斯	2018-06-19	申请取得
11	RAPOO	118066	第 9 类	乌克兰	2018-06-20	申请取得
12	RAPOO	T10013151	第 9 类	新加坡	2020-02-03	申请取得
13	RAPOO	302008028679	第 9 类	德国	2018-4-30	受让取得

上述取得或授权的注册商标权利人均均为热键科技，发行人已在办理更名手续。

六、特许经营权情况

截至本招股说明书签署日，发行人没有拥有特许经营权。

七、发行人的核心技术、技术储备

（一）公司的核心技术情况

公司拥有的核心技术主要是在多年的生产过程中自主研发和积累而来，具有自主知识产权，同其他单位和个人不存在纠纷。公司拥有的核心技术在国内均处于领先水平，部分技术达到国际先进水平。公司具有的核心技术能力具体如下：

序号	技术名称	技术类型	技术来源
1	完整的产品开发设计能力	设计	研发部、设计部
2	精密模具设计及制造能力	开发	工模部
3	生产自动化研究与开发	自动化	研发部、自动化开发部
4	可靠性验证能力	实验	实验室

1、完整的产品开发设计能力

公司组建了完整的产品开发设计团队。设计团队具备工业设计和泥模雕刻的能力，能结合市场不同形态的客户需求，从观念、思维、风格、审美方面倾心打造出满足市场个性化需求的产品外观；结构设计团队拥有丰富的键鼠理论和实际设计经验，建立了结构标准零件库以及标准设计指引，确保设计出的产品传承了过去设计经验，符合设计规范，能独立开发 3D、2D 图档，配合模流分析，实现产品结构设计和模具开发的紧密结合；电子开发设计团队拥有丰富的方案开发与验证经验及外围电路设计能力，团队持续的前沿方案开发带动了产品的提升，模块化的电子设计也为产品的零部件共用打下了坚实的基础；软件开发团队确保了公司可自主完成驱动软件的设计与开发，测试软体的设计与开发。

2、精密模具设计及制造能力

公司拥有完整的精密模具设计制造体系，确保了模具开发周期及品质。公司拥有专业、稳定且富有经验的模具制造团队，成功的开发出键盘叠层模、二次成型模具、双色模具、精密热流道模具等多项技术领先的模具。普通的键鼠模具开发周期最短可达 20 天，达到业界领先水平。

公司的模具设计是基于系统平台的设计，和结构设计一样，公司除了建立模具设计标准库外，还建立了模具设计标准化规范，通过跨部门模具设计评审，确保每套模具设计符合模具设计规范，以及模具稳定性、成型周期、胶料节省等方面的最优化；运用模流分析进行电脑模拟注塑，在模具设计端提前分析模具可

能发生的问题，提出预防解决方案，进而找到最优化的浇口、流道等模具设计方案。

公司拥有众多一流的进口精密模具加工设备，确保模具加工精度达到业界领先水平，拥有 3 台台湾永进高速电脑锣、2 台日本沙迪克镜面火花机、2 台沙迪克慢走丝、数 10 台快走丝等模具加工设备。

公司在模具制造中实施全过程监控，通过在模具制造各个加工环节进行各零部件的尺寸测量监控，确保了最终模具尺寸合格率。目前模具尺寸合格率达到 95% 以上，从源头上确保了模具的试模成功率和模具开发周期达成率。

3、生产自动化研究与开发

公司设有独立的自动化开发部门，负责生产过程中测试和组装自动化设备的开发工作。公司的自动化部门能根据制造工艺的需求打造出适合于不同工艺的自动化设备。针对大批量生产的产品，目前公司已开发出专门的自动生产线，能在 8 秒内完成自动锁螺丝、自动沾油、自动插键帽、自动键帽印刷、机械手传递一条链生产，在降低人力成本的同时实现产能最大化。针对小量多样的产品，自动化部门本着小型自动化、快速更换机型的理念，开发出一系列小型自动化设备，以取代 Cell 线（单元生产线）上的部分劳动强度大的工位，目前，已成功开发出 X-Y 轴可迅速切换机种式自动锁螺丝机、自动键盘测试机、自动贴纸剥离机、自动折说明书机等，极大的提升了制造效率。同时为了降低产品测试的误判率，提升测试效率，自动化部门还同时开发出了一整套键盘鼠标的自动化测试系统。开发的自动化测试机台同时集成了工作站中所有的测试项目、测试过程中无需作业员控制、产品测试不良品自动报警，实现了一人可操作多台测试机。自动化部门不断的开发新的项目，可以满足各种工艺制程的需要。

4、可靠性验证能力

在多年的键鼠制造经验中，公司建立了成熟的可靠性验证体系。模拟生产过程、产品运输、产品储存以及产品在不同地区、不同场所使用过程中的各类状况，制定建立了与之对应、完整的实验设计和实验规格。公司不断加大实验室投入，目前除小部分委外到国家认可专业实验室测试外，大部分的实验可以在公司内自行完成，如：老化、跌落、盐雾、震动、温湿度循环、高底温冲击、寿命测试、防静电测试等可靠性实验。

公司的可靠性测试涵盖了产品生命周期的整个过程,包括研发工程样机可靠性验证、试产可靠性验证、首次量产可靠性验证、量产中每季度可靠性验证,确保了产品在整个生命周期中的可靠性得以保证。量产前的可靠性验证通过是产品转量产评审的决定性指标,确保产品的设计能支撑终端客户的使用。而量产中的可靠性验证确保了制造中的变异可再次得到监控。公司完善的可靠性验证能力成为公司产品品质保证的关键因素之一。

(二) 主要产品生产技术所处阶段

本公司主要产品处于批量生产阶段。同时,根据市场和客户要求,公司适时推出个性化产品。

(三) 技术和产品储备情况

为保证公司产品技术持续领先,并能适时根据市场发展情况推出新产品,巩固和扩大公司竞争优势,公司开发和储备了部分行业领先技术和产品,公司将根据自身的业务发展计划适时生产和推出。目前,公司储备的主要技术和产品情况如下:

1、技术储备情况

序号	项目	简单描述	所处阶段	所应用募投项目
1	触摸按键应用于Bluetooth耳麦的技术	将传感控制技术应用用于蓝牙耳机,运用触摸技术取代传统按键控制多媒体功能	开发中	音频项目
2	优化光标移动半径的光感系统设置技术	通过提升光感系统的精确度,提高传输数率达到鼠标光标定位的准确性	开发中	键鼠项目
3	用户自助式手动拆盖键盘技术	使用销钉的连接固定方式取代传统的螺丝固定,用户可不借助任何工具自行拆盖。通过更换上盖方式提升键盘使用寿命,换新键盘	已成熟	键鼠项目
4	使用机械装置实现的键盘开发技术	运用机械按键代替传统的橡胶薄膜与导电膜的组合,游戏手感更好,避免多个按键同时触发冲突	开发中	键鼠项目
5	超薄全触摸键盘开发技术	应用传感技术,传递触摸指令,超薄与时尚	开发中	键鼠项目

6	2.4GHz无线音频技术解决方案	全新开发无线音频方案，提升抗干扰能力强，传送距离和音质	已成熟	音频项目
7	一种简单实用的无线USB转模拟音频信号的装置	通过此装置，将音频信号转成USB可识别的信号，实现家庭音频设备与无线外设连接	已成熟	音频项目

2、产品储备情况

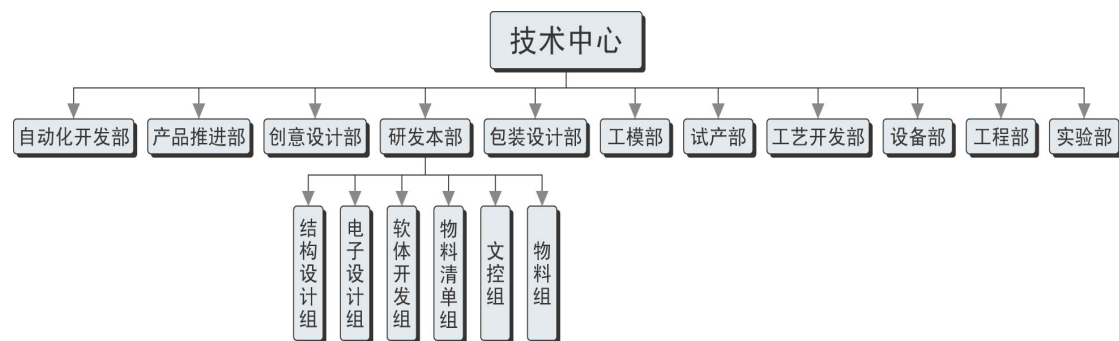
序号	产品	主要特点	所处阶段	所应用募投项目
1	多点触控无线鼠标	一款使用传感技术的接触式鼠标	小批量生产、试销售	键鼠项目
2	高端游戏机械键盘	突破传统键盘的机械键盘，专为游戏玩家打造	小批量生产、试销售	键鼠项目
3	蓝牙微型键盘	利用蓝牙技术连接，方便携带的键盘	开发中，预计2011年上半年实现销售	键鼠项目
4	2.4G无线耳机	可十米远接收的无线高保真耳机	小批量生产、试销售	音频项目
5	无线游戏手柄	可十米远接收的无线游戏手柄	小批量生产、试销售	手柄项目
6	无线音响产品	可十米远接收的无线高保真音响	小批量生产、试销售	音频项目
7	无线麦克风	可十米远接收的无线高保真麦克风	开发完成，预计2011年下半年实现销售	音频项目
8	超薄全触控式键盘	一款使用传感技术的全接触式键盘	开发中，预计2011年上半年实现销售	键鼠项目
9	空中鼠标	可脱离桌面介质控制的鼠标	开发中，预计2011年下半年实现销售	键鼠项目

（四）公司研发机构情况

1、组织机构

为保证公司不断提高产品的技术水平，适时开发适合市场需求的产品，巩固和提高公司的竞争优势，公司设置了较为完整的研发组织机构。技术中心下设产品推进部、创意设计部、研发本部、包装设计部、工模部、试产部、工艺开发部、自动化开发部、实验室。研发本部下设文控组，BOM组、物料组、电子设计组，结构设计组、软体开发设计组等组成研究开发体系。

具体组织结构如下：



公司研发中心由技术总监直接领导，对公司产品技术负责，掌控公司产品研发方向。各组织机构职责如下：

部门	主要职责
自动化开发部	负责产品生产过程自动化的设计
产品推进部	研发项目总体控制和协调
创意设计部	负责产品的工业设计
研发本部	负责协调下设各分组的工作： ①文控组：负责研发过程和后续图纸的管理 ②电子设计组：负责产品功能和电路的设计与实现 ③结构设计组：负责产品造形的结构设计 ④软件开发组：负责产品驱动软件设计 ⑤BOM组：编制产品的物料清单及变更，满足采购，研发的需求 ⑥物料组：负责零部件的打样和确认，以及样机的组装跟进
包装设计部	负责产品的包装设计
工模部	负责模具的设计与开发
试产部	负责新产品的样品组装及生产验证
工艺开发部	负责新产品工艺设计与实现
设备部	负责新产品设备设计与实现
工程部	负责新产品的技术支持和维护
实验室	负责新产品的实验实施

2、研发流程

无线键鼠及无线音频产品研发是一项系统工程，涉及微电子、电子工程、机械、光学、系统集成等多项高新技术领域。为了实施有效的产品和技术研发管理，公司以业界先进的集成产品开发流程管理体系为基础，设计构建了符合公司实情的“PVP”产品开发流程体系（即新产品开发导入流程），包括新产品启动阶段、产品设计阶段、模具开发阶段、试产阶段、量产阶段等5个阶段，使技术研究从选题立项到产品发布上市的全过程都遵循详细而具体的管理程序和制度，保证了新产品、新技术开发的规范化进行。公司的PVP流程体系模型如下图：



3、完善的研发风险与质量控制机制

公司依托 PVP 集成产品开发的流程体系,建立了严格的产品技术研发项目风险与质量控制机制。

(1) 设置项目风险与质量控制机制

为有效控制研发项目投入的风险和研发过程中的设计质量,公司制定风险与质量控制机制。在新项目有 ID 图、泥模或设计要求时,产品部会组织 ID 评审会议。在设计完成 3D 图档后,研发部会组织设计评审会。在模具完成设计后,工模部会组织模具设计评审会。在模具完成测量后,实验室会组织模具测量数据评审会,接着有 T1-TF 的评审会、试产转量产评审会、量产评审会等。每个评审会都有设计目标,严格控制整个新产品开发的风险和质量。

(2) 建立了风险与质量监控系统

从制度和规范层面,公司产品技术研发的风险、质量监控系统主要由“评审系统”、“测试系统”、“验证系统”三部分构成。评审系统对产品或技术在方案论证、设计阶段进行详细的技术审查以控制技术风险和设计偏差;测试系统是通过从产品模块组测试、集成测试到系统测试的立体多层测试,全面检测设计结果是否达到技术规格;验证系统是通过样品验证、试产验证、客户验证和生产验证以及实验验证手段进一步的检查所研制产品、技术的可靠性、可制造性和环境适应性。

4、以项目开发流程为导向的项目管理制度

公司编制了《新项目开发导入流程(PVP)》,用以指导产品技术研发项目的项目管理。从组织上实施产品经理负责制,由产品经理组建项目团队,制定项目计划,组织项目实施。项目管理以计划管理为主,辅以资源管理、风险管理、问

题管理、成本管理等管理手段。在项目计划管理中，公司推行使用项目管理的专用 IT 工具—Project，并实现了计划管理的网络化，对项目的实施进度、资源使用状况、文件管理实施了网络化的监控。此外，为了实现项目开发过程信息的共享，问题得到及时处理，产品部建立《项目周报》、《项目月报》、项目例会、项目协调会等报表和例会制度，确保项目能够按计划执行，并保证了项目的质量。

5、公司在行业内领先的研发成果

公司多年来专注于无线技术的研究开发与技术应用，生产推出了一系列行业领先的无线外设产品和技术，具体情况如下：

序号	时间	行业领先的研究成果及应用
1	2002 年	推出感应式无线光学鼠标
2	2004 年	推出发光鼠标
3	2006 年	推出电池寿命超长 2.4G 无线激光鼠标
4	2008 年	推出带触摸多媒体按键键盘
5	2009 年	推出无线游戏鼠标

6、研发费用情况

公司始终将技术研发作为公司业务发展的核心内容之一，每年均不断加大技术研发投入力度，以确保公司的技术研发实力在同行业中保持领先水平。报告期内，公司研发费用占营业收入的比例如下：

单位：万元

项 目	2010 年 1-9 月	2009 年度	2008 年度	2007 年度
研发费用	659.10	662.17	447.06	36.57
营业收入	48,259.98	56,162.65	32,296.86	26,942.71
比例	1.37%	1.18%	1.38%	0.14%

（五）与其他单位合作研发情况

截至本招股说明书签署日，发行人没有与其他单位合作研发情况。

八、发行人境外经营情况

公司在境外有 1 家子公司，即在香港设立的全资子公司雷柏香港。设立雷柏香港，主要是为了拓展“雷柏”品牌海外市场，目前尚未开展业务。雷柏香港的设立、财务等情况参见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“六、发行

人控股子公司、参股公司情况”

九、发行人产品质量控制情况

（一）质量控制部门

公司在原材料采购、产品研发、生产各环节均实施严格的质量控制，品质系统设有实验室、品保部和供应商品质部三个品质专业机构。

实验室主要负责产品可靠性、兼容性控制，模具质量控制，监视与量测设备，RoHS 管控，负责引进与开发检测手段、方法、设备，在保障产品缺陷的风险被全部检出的同时，降低检测成本。

品保部主要负责及时制定、修订品质标准，并将标准要求转化成检验标准，对品质风险及爆发的品质不合格项进行深度分析，找出直到生产要素层面的原因并解决。

供应商品质部主要负责供应商管理及来料质量控制。

（二）质量标准

1、 公司质量方针

公司制定的质量方针为：科技为先，质量为本，服务为荣，改进为续。

2、质量控制标准

（1）国家质量控制标准

公司严格执行《电子信息产品中有毒有害物质的限量要求》、《电子信息产品污染控制标识要求》、《电子信息产品中有毒有害物质的检测方法》等环保法规，使产品符合国家环保要求；并按照 GB/T 2423.17-81 盐雾试验标准对产品中所用到的所有五金零件进行盐雾测试，确保五金件质量符合国家标准。产品中所用到的瓦楞纸箱的质量参照 GB/T-6543-2008 国家标准进行控制。产品抽样检验主要采用 GB/T2828.1-2003 计数抽样检验和 GB/T 6378-2002 “S” 法/II 计量抽样检验两种。

（2）公司质量控制标准

除严格执行国家有关的质量控制标准外，公司还根据内部实际情况，制定了

相关的内部质量控制标准，包括《鼠标成品检验标准》、《键盘成品检验标准》、《PCBA 检验标准》、《进料检验规范》、《可靠性试验规范》、《制程巡检规范》等规定，以保证公司产品品质的稳定并能不断加以提高，增强公司产品的市场竞争力。

（三）公司的产品质量控制体系

公司除自身严格执行有关的质量控制标准外，还积极聘请外部机构对公司的质量控制体系进行评估，同时导入六西格玛、精益项目改善，帮助改善公司的质量控制水平。

2004 年 1 月 8 日，公司通过了 ISO9000-2000 质量管理体系认证，颁发机构：英标管理体系深圳分部（BSI）。2007 年 7 月 10 日，公司通过了 ISO14000-2004 环境管理体系认证，颁发机构：英标管理体系深圳分部（BSI）。2008 年 5 月 6 日，公司获得了 GSV 反恐认证体系证书，颁发机构：Intertek（东方天祥）。

上述国内外一系列质量认证体系的审核通过，使公司的质量管理体系更加规范严谨，对于保证公司产品品质的稳定并不断提升公司产品的技术水平，起到了很大的促进作用。

（四）质量控制措施

1、完善的质量控制规范文件

公司依据 GB/T19001-2000(idt ISO9001: 2000)（质量管理体系要求）和公司的实际情况制定了完善的《质量手册》。《质量手册》包括公司质量管理体系的范围、质量管理体系形成文件的程序、质量管理体系过程之间相互作用的表述等。其中，《质量管理体系程序文件》是《质量手册》的基础性文件，是公司内部的质量法规。

2、具体质量控制措施

公司根据产品、过程等控制对象的差异，分别制定了不同的控制流程，有关具体控制措施如下：

（1）新产品质量设计与质量验证控制：由于公司是自主开发产品，为了确保产品质量、满足客户需要，在产品设计期间，设计质量检查人员就已加入，设

定出项目开发各阶段质量目标和质量计划，并跟进、推动、确保设计问题的及时解决，以保证各阶段质量目标的达成，为新品交期及新品批量生产提供有力的保证。其次，公司为了保证产品可靠性，组建了实验室。在测量技术方面投入了大量高精检测仪器，如：三次元两台，打破了原始的测量手段，采用三维测量，同时大大提高了测量精度和减小误差；位移荷重曲线测试仪一台，把人的手感问题量化，从而使产品更加能满足客户需求；二次元四台，采用非接触式测量，减小人为误差；还引进了能检测模具五金材质硬度的洛氏硬度计等等。此外，在产品的信赖性方面也引入了一系列试验设备如：恒温恒湿试验机、冷热冲击试验机、高温老化机、盐雾试验机、低频震动设备、跌落试验机、按键寿命试验机、线材摇摆试验机、耐磨擦试验机等等，有效地确保了产品符合客户的各种可靠性需求。

（2）供应商管理：由于公司采购原材料和零部件的种类较多，性质各异，公司建立了完善的供应商管理制度来保证原材料和零件的合格供应。一方面，供应商在经评审合格后，需与公司签订《采购协议书》并遵守相关条款，按规定的要求供货。另一方面，公司严格执行供应商质量反馈以及业绩评价体系，对供应商的质量业绩进行评价，淘汰经审核不合格的供应商，引入合格的新供应商，增强供应商之间的质量和价格竞争，保证公司获得优质优价的原材料和零件供应。

（3）进料检验控制：公司采购原材料和零部件在验收入库前，需先由进料检查人员根据公司《进料检验规范》进行检验与判定，当检验结果为不合格时，进料检查人员须在《进料检验报告》上注明不合格内容与判定，并开出《供应商8D改善报告》经相关人员审核和批准。采购部根据生管部提供的用料时间确定是否申请材料不良评审。如果需要申请，则由采购开出《材料不良评审申请单》经工程、品保、业务等相关部门评审，最终由品质总监签核。若最终判定仍为“退货”，则采购需即刻通知供应商进行补货，并由采购部负责跟踪处理，直至物料合格为止。

（4）产品生产过程质量控制：在产品的生产中，公司生产部门根据工艺要求以及公司《制程巡检规范》、《质量控制工程图》、《样品管理办法》等质量控制规范对生产全过程通过首件检验、抽样检验、巡检等措施进行控制，保证公司生产的每一过程和步骤均符合质量控制要求。

（5）成品检验控制：产品生产完成后，为保证公司交付客户的产品品质可

靠，维护公司的品牌声誉，公司要求品保部严格按照《成品检验规范》对成品入库和出货进行检验并对不合格品进行失效分析。另外，品保部还设定了出货检查人员对产品出货装柜过程进行监控，确保出货品质满足客户需求。

（五）质量控制结果

公司自成立以来，产品没有出现严重质量问题，没有因为产品质量不符合要求受到处罚。

十、发行人名称冠有“科技”字样的依据

发行人拥有较强的设计和开发能力，深圳市科技和信息局于 2007 年 7 月 10 日认定公司为高新技术企业，并颁发 S2007331 号《高新技术企业认定证书》，因此发行人名称冠有“科技”字样。

第六节 同业竞争与关联交易

一、同业竞争

(一) 同业竞争情况

1、公司控股股东、实际控制人控制的其他企业情况

本公司控股股东为香港热键，实际控制人为曾浩先生。

香港热键除本公司外无其他投资企业，香港热键主要业务为投资控股，未直接从事鼠标、键盘等相关业务的生产经营活动，与本公司不存在同业竞争关系。

曾浩先生持有香港热键 90%的股权，为本公司实际控制人，除香港热键外，曾浩先生还分别持有维尔京热键 90%股权、骏远企业 50%股权，其中维尔京热键原主要业务为贸易，目前未开展任何生产经营活动，因此，与本公司不存在同业竞争关系；骏远企业无实际经营业务，与本公司不存在同业竞争关系。

2、与实际控制人关系密切的家庭成员控制的企业情况

报告期内，与实际控制人曾浩先生关系密切的家庭成员曾控制深圳市壹阳科技有限公司。壹阳科技基本情况如下：

深圳市壹阳科技有限公司是本公司实际控制人曾浩之妻余欣控股 70%的企业，成立于 2003 年 3 月 27 日，注册资本为人民币 50 万元，法定代表人为李峥，注册地址为深圳市宝安区福永镇凤凰第三工业区第一工业园 A1 栋第二层。经营范围为电子产品的组装、销售及技术开发（以上不含国家限制项目）。2006 年 6 月壹阳科技已经停止经营。2010 年 6 月 28 日，壹阳科技取得了深圳市市场监督管理局核发的《企业注销通知书》，依法完成注销。

截至本招股说明书签署日，与实际控制人曾浩先生关系密切的家庭成员控制的企业有深圳市弦音科技有限公司，其基本情况如下：

深圳市弦音科技有限公司是本公司实际控制人曾浩之妻余欣控股 60%的企业，成立于 2007 年 7 月 27 日，注册资本为 50 万元，法定代表人为缪东雷，注册地址为深圳市宝安区新安办创业二路 44 区富源商贸大厦 1603（办公场所）。

经营范围为电子产品的技术开发和销售，国内商业、物资供销业，货物及技术进出口。（不含法律、行政法规、国务院决定禁止及规定需前置审批项目）。该公司自成立至今从未开展任何经营业务，目前正在办理注销手续。

（二）关于避免同业竞争的承诺

1、 本公司的控股股东香港热键出具了《关于避免同业竞争的承诺函》，承诺如下：

“一、本公司目前不存在与雷柏科技同业竞争的情形，除投资雷柏科技外，本公司未通过其他任何方式从事与雷柏科技及其子公司和下属机构构成或可能构成竞争或潜在竞争的业务或活动。

二、本公司未来不在中国境内外以任何方式（包括但不限于单独经营、通过合资经营或拥有另外一家经营实体的权益等方式）从事与雷柏科技及其子公司和下属机构构成或可能构成竞争或潜在竞争的业务或活动。

上述承诺是真实且不可撤销的，若违反上述承诺，本公司愿意赔偿雷柏科技因此受到的全部损失（包括直接损失和间接损失）。”

2、 为避免发生同业竞争，本公司实际控制人曾浩先生出具了《关于避免同业竞争的承诺函》，承诺如下：

“一、本人目前不存在与雷柏科技同业竞争的情形，除投资控制雷柏科技外，本人未通过其他任何方式从事与雷柏科技及其子公司和下属机构构成或可能构成竞争或潜在竞争的业务或活动。

二、本人未来不在中国境内外以任何方式（包括但不限于单独经营、通过合资公司经营或拥有另外一家经营实体的权益等方式）从事与雷柏科技及其子公司和下属机构构成或可能构成竞争或潜在竞争的业务或活动。

上述承诺是真实且不可撤销的，若违反上述承诺，本人愿意赔偿雷柏科技因此受到的全部损失（包括直接损失和间接损失）。”

二、关联方与关联交易

根据《公司法》和《企业会计准则》等相关规定,截至本招股说明书签署日,公司的关联方及关联关系如下:

(一) 关联方

1、存在控制关系的关联方

(1) 本公司的实际控制人

公司的实际控制人为曾浩,间接持有公司 80,633,923.2 股股份,占总股本的 83.9937%。

(2) 本公司的控股子公司

目前,本公司有 4 家全资子公司,包括雷柏电子、雷柏北京、雷帛上海、雷柏香港,4 家子公司具体情况请参见“第四节 发行人基本情况”之“六、发行人控股子公司、参股公司情况”。

2、不存在控制关系的关联方

(1) 持有本公司 5%股份以上的股东

除香港热键外,持有本公司 5%以上股权的企业还有汇智投资。关于汇智投资的详细情况请参见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“七、发起人、持有发行人 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况”部分。

(2) 董事、监事、高级管理人员及核心技术人员

公司董事包括:曾浩、余欣、俞熔、王苏生、孔维民。

公司监事包括:李新梅、曾雪琴、唐明。

公司高级管理人员包括:总经理曾浩、副总经理余欣、副总经理李峥、副总经理李密良、副总经理兼董事会秘书谢海波、财务总监李森。

公司核心技术人员包括:曾浩、邓邱伟、邹超、孙青根。

(3) 主要投资者个人、董事、监事、高级管理人员和核心技术人员或与其关系密切的家庭成员直接控制的其他企业

截至 2010 年 9 月 30 日,公司董事长曾浩控制的其他公司包括维尔京热键、骏远企业,曾浩分别持有上述公司 90%、50%的股权;公司董事余欣分别持有上

述公司 10%、50%的股权。此外余欣还持有弦音科技 60%的股权。

截至 2010 年 9 月 30 日，公司董事俞熔投资的其他公司包括上海冠元申商务咨询有限责任公司、上海搜罗网络科技有限公司，俞熔分别持有上述公司 80%、90%的股权。

(4) 董事、监事、高级管理人员及核心技术人员在关联方单位的任职情况

董事、监事、高级管理人员及核心技术人员在关联方单位的任职情况请参见本招股说明书“第七节 董事、监事、高级管理人员与核心技术人员”之“五、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员兼职情况”所述。

(二) 关联交易

1、发行人最近三年及一期的经常性关联交易

(1) 销售商品

本公司近三年又一期向关联方销售货物有关明细资料如下：

单位：元

关联方	2010 年 1-9 月		2009 年度		2008 年度		2007 年度	
	金额	占营业收入比例 (%)	金额	占营业收入比例 (%)	金额	占营业收入比例 (%)	金额	占营业收入比例 (%)
维尔京热键(MLK TECHNOLOGIES LIMITED)	-	-	-	-	-	-	268,436,401.67	99.63

报告期内，公司的关联销售货物主要是 2007 年对关联方维尔京热键的鼠标、键盘等产品的销售。

维尔京热键股东会已经决定注销该公司，目前注销手续已在办理中。

(2) 采购商品

本公司近三年又一期向关联方采购商品有关明细资料如下：

单位：元

关联方	2010 年 1-9 月		2009 年度		2008 年度		2007 年度	
	金额	占营业收入比例 (%)	金额	占总采购比例 (%)	金额	占总采购比例 (%)	金额	占总采购比例 (%)
维尔京热键 (MLK TECHNOLOGIES)	-	-	-	-	-	-	90,757,059.91	43.33

LIMITED)								

报告期内，2007 年发行人向关联方维尔京热键采购原材料的金额占年度总采购金额比例为 43.33%。

发行人与维尔京热键间的关联交易情况请参见本节“二、关联方与关联交易”之“（三）发行人与维尔京热键间的关联交易分析”。

（3）关联方向本公司子公司提供房屋租赁

报告期内，公司全资子公司雷柏电子使用的位于深圳市福田区益田路卓越时代广场 4107-4109 室共计 507.62 平方米的办公场所系向关联方余欣租赁，租金按市场价格确定为每月 170.00 元/平方米，月租金总额为 86,295.00 元，租赁期限为：自 2009 年 8 月 1 日起至 2010 年 7 月 31 日止。上述期限届满后，雷柏电子续租至 2010 年 9 月 30 日。

报告期内发生的房屋租赁关联交易款项见下表：

单位：元

出租方	承租方	租赁资产情况	租赁起始日	租赁终止日	租赁支出			
					2010 年 1-9 月	2009 年	2008 年	2007 年
余欣	雷柏电子	办公场所	2008-1-1	2010-9-30	787,355.00	1,035,540.00	959,399.40	-

因雷柏电子原租赁房产面积偏小，不能满足雷柏电子办公及发展需要，2010 年 9 月 28 日，雷柏电子与余欣签订新的租赁合同，租用余欣位于深圳市福田区福华三路与金田路交汇处卓越世纪中心 4 号楼 3301—3305 房，面积 987.41 平方米，租金按市场价格确定为每月 170.00 元/平方米，月租金总额为 167,859 元，租赁期限为 2010 年 10 月 1 日—2011 年 9 月 30 日，目前，雷柏电子已在新址办公。

2、发行人最近三年及一期的偶发性关联交易

（1）收购关联公司股权

2008 年 8 月 6 日，热键科技召开董事会审议通过了收购维尔京热键全资子公司雷柏电子的议案。2008 年 10 月 13 日，热键科技与维尔京热键签署了《股权转让协议书》，约定热键科技以经审计的雷柏电子 2008 年 6 月 30 日的净资产 54.79 万元作为对价收购维尔京热键持有雷柏电子的 100%股权，上述股权转让业

经深圳市贸易工业局深贸工复[2008]3240 号文批复，工商变更登记已于 2008 年 12 月 19 日完成。

(2) 为关联方担保

经热键科技董事会决议同意，2008 年 3 月 31 日热键科技与香港热键签订委托担保协议，约定由热键科技为香港热键自 2008 年 3 月 31 日至 2009 年 12 月 31 日期间内与金融机构之间签署的借款、贸易融资、保函、资金业务及其他授信业务合同（下称“主合同”）提供担保，最高担保债权的本金余额为人民币 1,000 万元。担保期间为主合同项下的主债权发生期间届满之日起六个月，热键科技以其自有的固定资产（主要指机器设备）为香港热键与金融机构之间发生的债权债务承担连带担保责任。截至 2010 年 4 月 22 日，香港热键已将与上述担保协议相关的所有主合同债务全部还清，公司担保责任已解除。

(3) 注册商标转让

2009 年 10 月，发行人实际控制人曾浩先生将持有的境内取得的第 5850813 号注册商标和德国取得的 302008028679 号注册商标无偿转让给发行人。

第 5850813 号注册商标名称为“雷柏”，系发行人主要品牌，与发行人经营业务存在重要关联性，核定使用商品为第 9 类，注册有效期至 2019 年 10 月 20 日，该项注册商标转让事宜已于 2010 年 9 月完成转让手续。

第 302008028679 号注册商标名称为“RAPOO”，核定使用商品为第 9 类，注册有效期至 2018 年 4 月 30 日，该项境外注册商标并未实际使用，主要为境外保护性注册，不存在许可他人使用的情况。该项注册商标转让事宜已于 2010 年 12 月完成转让手续。

3、关联方往来款项余额

单位：元

项目名称	关联方	2010-9-30		2009-12-31		2008-12-31		2007-12-31	
		金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
应收账款	维尔京热键①	-	-	-	-	-	-	29,804,196.99	94.14
其他	维尔京热键②	-	-	-	-	8,904,472.37	88.92	-	-
应收款	曾浩③	-	-	47,525.67	1.64	-	-	990,000.00	31.48

	余欣④	-	-	-	-	-	-	138,538.80	4.40
	李峥⑤	-	-	117,004.10	4.03	53,943.41	0.54	987,700.00	31.40
应付账款	维尔京热键⑥	-	-	-	-	-	-	72,150.00	0.12
其他应付款	曾浩⑦	-	-	-	-	152,641.43	7.88	1,333,797.74	100
	维尔京热键⑧	-	-	-	-	547,910.41	28.27	-	-
	余欣⑨	-	-	-	-	86,295.00	4.45	-	-
	李峥⑩	-	-	36,551.00	0.97				

注：①2007 年本公司销售商品给维尔京热键，为经营性应收账款；

②与关联公司维尔京热键的非经营性代收代付往来款项；

③本项内容系董事长曾浩出差办公备用金借款；

④本项内容系余欣出差办公备用金借款；

⑤本项内容系李峥出差办公备用金借款；

⑥本项内容系子公司雷柏电子应付维尔京热键货款；

⑦本项内容，2007 年 1,333,797.74 元，2008 年 152,641.43 元系公司向股东曾浩借款，用于支付货款，已于 2009 年全部偿还，无余额；

⑧本项内容系购买雷柏电子股权应付维尔京热键款项；

⑨本项内容系应付余欣 2008 年 12 月卓越时代广场办公场地租赁费；

⑩本项内容系雷柏北京应付李峥 2009 年 12 月为其代垫的房屋租赁费。

（三）发行人与维尔京热键间的关联交易分析

1、公司 2007 年通过维尔京热键销售产品和采购原材料的具体业务流程安排

（1）销售业务流程

境外客户与公司前身热键科技国际业务部进行 OEM/ODM 产品询价，之后将订单下到维尔京热键，维尔京热键将客户定单交于公司。公司根据定单组织生产，安排出货，在办理出口报关手续后，按客户要求将货物直接发运到目的地。

（2）采购业务流程

公司前身热键科技采购部和生产部门根据产品生产计划，直接与原材料供应商的代理商确定所需原材料采购事项；确定采购后，以维尔京热键名义将采购订单下到供应商的代理商，确定货物交期及价格；公司报关人员办理进口报关手续，

海关查验后货物运抵。

2、公司从由维尔京热键代为销售和采购转为自主销售和采购的具体过程

2007 年中期，公司认识到如要实现在国内资本市场上市融资，必须进一步规范关联交易；同时，也鉴于维尔京热键并未在代为销售和采购过程中发挥实际作用，因此，公司决定彻底取消维尔京热键代为海外销售和采购的中间环节。具体过程与安排如下：

（1）公司、维尔京热键与全部客户和供应商的代理商共同确认业务处理事项，即：彻底取消维尔京热键代为销售和采购的中间环节，在采购环节由公司的采购部直接向供应商的代理商下订单；在销售环节，公司的 OEM/ODM 客户不再向维尔京热键下订单，而是直接向公司的国际业务部（现为市场部）下订单。

（2）确认公司与维尔京热键的关联往来

由于 2007 年公司不论是通过维尔京热键向供应商采购原材料，还是通过维尔京热键向海外（OEM/ODM）客户销售产品，维尔京热键在代为销售和采购过程中并未发挥实际作用，实际采购与销售还是由公司的采购部与公司的国际业务部（现为市场部）运作和管理，因此在取消维尔京热键代为销售和采购的业务、规范关联交易这一过程中，没有遇到实质困难。

截至 2007 年末，公司应收维尔京热键产品销售款合人民币 29,804,196.99 元。上述款项已于 2008 年 4 月 30 日前全部收回。

3、公司 2007 年与维尔京热键交易价格的确定依据和公允性

2007 年，发行人向维尔京热键销售产品，参照市场价格采取了成本加成的定价方法，与维尔京热键最终实现对外销售的价格不存在显著差异；发行人向维尔京热键采购部分原材料，由维尔京热键以市场价格向供应商采购后原价销售给发行人，发行人采购价格与维尔京热键的采购价格不存在差异。

本公司认为，2007 年公司与维尔京热键之间的关联交易均遵照商业原则签署了相关协议，定价依据充分，交易价格公允，不存在损害公司及其他股东利益的情形。

（四）关联交易对本公司财务状况和经营成果的影响

本公司经常性关联交易均参照市场价格确定交易价格，且交易金额占本公司

产品销售收入总金额逐年递减，除雷柏电子租赁关联方办公场所外，目前已经不再与关联方发生销售、采购商品等经常性关联交易，对本公司财务状况和经营成果无重大影响。

三、对关联交易决策权力和程序的制度安排

（一）现行的《公司章程》对关联交易决策权力和程序的制度安排

现行的《公司章程》中关于关联交易的决策权力和程序的制度安排主要包括以下几点：

1、股东大会审议批准公司与关联人发生的金额在 1,000 万元以上，且占公司最近一期经审计净资产绝对值 5% 以上的关联交易，该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、股东大会审议有关关联交易事项时，关联股东不应当参与投票表决，其所代表的有表决权的股份数不计入有效表决总数；如果关联交易事项拟提交股东大会审议，则公司董事会应当在股东大会会议通知中明确告知公司全体股东；如果关联交易金额较大，则该等通知中应当简要说明进行该等关联交易的事由；在股东大会就关联交易事项进行表决时，公司董事会应当将关联交易的详细情况，向股东大会逐一说明并回答公司股东提出的问题；公司可以根据具体情况就关联交易金额、价款等事项逐项表决。

3、董事会行使下列职权：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。

4、董事会应当确定对外投资、收购出售资产、资产抵押、对外担保事项、委托理财、关联交易的权限，建立严格的审查和决策程序；重大投资项目应当组织有关专家、专业人员进行评审，并报股东大会批准。

5、公司董事会审议公司与关联自然人发生的在连续 12 个月内单笔或累计金额发生的交易金额在 30 万元以上的关联交易；审议与关联法人发生的在连续 12 个月内单笔或累计金额发生的交易金额在 300 万元以上，且占公司最近一期经审计净资产绝对值 1% 以上的关联交易；上述指标计算中涉及的数据如为负值，取其绝对值计算。董事会审议上述交易、关联交易、对外担保及借款等事项时，需建立严格的审查和决策程序；超过上述权限的重大投资项目应当组织有关专家、

专业人员进行评审，并报股东大会批准。

（二）公司《关联交易管理制度》对关联交易决策权力和程序的制度安排

发行人 2010 年 4 月 26 日召开的第一次临时股东大会，审议通过了《深圳雷柏科技股份有限公司关联交易管理制度》，对关联交易应遵循的原则、审批权限、审批流程、表决方式、回避程序做出了详细规定。

（三）公司《独立董事制度》对关联交易决策权力和程序的制度安排

发行人 2010 年 4 月 26 日召开的第一次临时股东大会审议通过了《深圳雷柏科技股份有限公司独立董事工作制度》，其中第十五条规定“重大关联交易（指公司拟与关联人达成的总额高于三百万元或高于公司最近经审计净资产值 5% 的关联交易）应由独立董事认可后，提交董事会讨论；独立董事作出判断前，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。”；第十六条规定独立董事应当对以下重大事项向董事会或股东大会发表独立意见“（一）提名、任免董事；（二）聘任或解聘高级管理人员；（三）公司董事、高级管理人员的薪酬；（四）公司的股东、实际控制人及其关联企业对公司现有或新发生的总额高于 300 万元或高于公司最近经审计净资产值的 5% 的借款或其他资金往来，以及公司是否采取有效措施回收欠款；（五）独立董事认为可能损害中小股东权益的事项；（六）法律、法规、规章以及公司章程规定的其他应由独立董事发表意见的事项”。

四、近三年又一期关联交易制度的执行情况及独立董事对关联交易公允性发表的意见

报告期内，公司逐步实现了规范运作，法人治理结构也日渐完善，针对存在的关联交易情况，公司制定了相应的决策依据并履行了相关程序。

公司独立董事就公司近三年又一期的关联交易发表意见，认为公司近三年又一期关联交易执行了市场定价原则，定价合理，关联交易公平、公正，销售真实，不存在通过关联交易操纵公司利润的情形，亦不存在损害公司及其他股东利益之情形。

五、规范和减少关联交易的措施

报告期内，本公司大幅降低了关联交易的范围和金额。未来，本公司仍将进一步规范运作，避免或减少关联交易，对于无法避免的关联交易，本公司将遵循公平、公正、公开以及等价有偿的商业原则，切实履行信息披露的有关规定，不损害全体股东特别是中小股东的合法权益。

第七节 董事、监事、高级管理人员与核心技术人员

一、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员简历

（一）董事会成员

本公司共有董事5名，其中独立董事2人。公司董事由股东大会选举产生，任期3年，任期届满可连选连任。

曾浩先生，拥有香港永久居留权，身份证号：P6194**(4)，出生于1971年，毕业于深圳大学自动化控制专业，大学本科学历，1996年移民香港。1996年开始电脑无线外设产品的研究开发工作，设计出无线鼠标产品，并获得实用新型专利，1998年开发出USB无线键盘鼠标套装，2001年5月投资设立热键电子（香港）有限公司，2002年设计出人体感应式光电无线鼠标，2006年主导设计全新2.4G超低能耗无线外设解决方案。现任公司董事长兼总经理，全面负责公司经营和管理。

余欣女士，拥有香港身份证，身份证号：R6645**（3）。1981年出生，毕业于深圳大学行政管理专业，2002年起先后任热键科技财务、采购、人事部门负责人，2007年起任雷柏电子副董事长，2008年起任热键科技常务副总经理。现任公司董事兼副总经理。

俞熔先生，中国国籍，身份证号：61010319711214****。1971年出生，毕业于上海交通大学通信工程专业、上海财经大学金融学硕士、中欧国际工商管理学院EMBA；中国中医科学院博士，中国技术创业协会副秘书长，科技部项目评估专家，国家火炬计划先进个人；天亿投资集团董事长。现任公司董事。

王苏生先生，中国国籍，身份证号：43010319690309****。1969年出生，法学博士、教授、博士生导师、中国注册会计师、律师、美国注册金融分析师（CFA）。历任深圳经济特区证券公司罗湖营业部总经理，蔚深证券有限责任公

司武汉营业部总经理，董事会秘书处副主任，国家开发银行中瑞创业投资基金管理有限公司总经理。2003 年至今任哈尔滨工业大学深圳研究生院教授、博士生导师。现任公司独立董事。

孔维民先生，中国国籍，身份证号：44030119550324****。1955 年出生，研究生学历，教授。历任长沙理工大学科研处研究员，深圳大学管理学院教授，深圳市广告协会学术委员会副主任。2005 年 5 月至今，任美国万通投资银行执行董事兼华南项目部主任。现任公司独立董事。

（二）监事会成员

本公司共有3名监事，其中股东代表监事2名，职工代表监事1名。股东代表出任的监事由股东大会选举产生，职工代表出任的监事由公司职工通过职工代表大会民主选举产生。监事任期3年，任期届满可连选连任。

李新梅女士，中国国籍，身份证号：41292519820610****。1982 年出生，毕业于南阳理工学院计算机及应用专业。2002 年加入热键科技，先后担任过品质部经理、管理者代表、稽核高级专员，现任公司职工监事、监事会主席。

曾雪琴女士，中国国籍，身份证号：51112419710519****。1971 年出生，毕业于乐山师范学院。2004 年 11 月起任热键科技生产主管，现任公司监事。

唐明先生，中国国籍，身份证号：42220119770808****。1977 年出生，自1996 年从事涂装工作，2005 年 8 月加入热键科技任喷油部主管，现任公司监事。

（三）高级管理人员

本公司共有6名高级管理人员，个人简历如下：

曾浩先生，现为公司总经理，个人简历请参见本节“一、（一）董事会成员”。

余欣女士，现为公司副总经理，个人简历请参见本节“一、（一）董事会成员”。

李峥先生，中国国籍，身份证号 41292519760314****。1976 年出生，毕业于河南南阳理工学院电子技术专业，清华大学与北弗吉尼亚大学 MBA。历任东莞新和电脑有限公司硬件工程师，深圳志迪电子有限公司电子工程师，2002 年作为热键科技首批创业人员，任公司副总经理，先后主管研发、生产、采购等工

作，2007 年起任雷柏电子副董事长，全面负责公司的营销、市场工作。现任公司副总经理。

李密良先生，中国国籍，身份证号：43030319580525****。1958 年出生，2007 年毕业于亚洲（澳门）国际公开大学，MBA 学历，国家职业技能高级考评员，高级人力资源管理师（一级），高级物流师，六西格玛黑带。历任深圳金怡电脑有限公司制造副总经理，联想集团南方生产基地生产部经理，湖南小霸王食品有限公司常务副总经理，2007 年 9 月至今任热键科技运营副总经理。现任公司副总经理。

谢海波先生，中国国籍，身份证号：53352219780905****。1978 年出生，经济师，毕业于江西财经大学金融学院，经济学及法学学士。曾任职于云南财政投资评审中心，后历任深圳市深信创业投资有限公司投资经理，深圳新中桥通信有限公司上市办主任兼资本运营部经理。现任公司副总经理、董事会秘书。

李森先生，中国国籍，身份证号：41010519690524****。1969 年出生，注册会计师，毕业于河南省财政税务高等专科学校税务专业。历任河南省食品公司财务部会计，亚洲创建（深圳）木业有限公司财务部经理。现任公司财务总监。

（四）核心技术人员

曾浩先生，个人简历请参见本节“一、（一）董事会成员”。

邓邱伟先生，中国国籍，身份证号：51302319820327****。1982 年出生，西南科技大学计算机科学与技术专业毕业，上海财经大学企业管理硕士，六西格玛黑带，有丰富的设计系统化推广、设计价值流改善和工艺改善开发经验。现为公司技术副总监。

邹超先生，中国国籍，身份证号：42900119830626****。1983 年出生，毕业于华中科技大学工业自动化专业，在计算机外设软件开发和射频全双工及半工通讯模式领域有丰富的应用经验。现为公司研发部技术骨干。

孙青根先生，中国国籍，身份证号：33252919830111****。1983 年出生，毕业于西南科技大学软件工程专业，六西格玛黑带。现为公司产品经理。

（五）发行人董事、监事的提名和选聘情况

1、董事的提名和选聘情况

2010年3月28日，公司创立大会通过决议，选举曾浩先生、余欣女士、俞熔先生、王苏生先生及孔维民先生为公司第一届董事会成员，任期三年，其中王苏生先生、孔维民先生为公司独立董事。同日，公司第一届董事会第一次会议通过决议，选举曾浩先生为公司第一届董事会董事长，聘任谢海波先生为董事会秘书，任期三年。

2、监事的提名和选聘情况

2010年3月28日，公司职工代表大会选举李新梅女士为公司第一届监事会职工监事。

2010年3月28日，公司创立大会通过决议，选举曾雪琴女士、唐明先生为公司股东代表监事，与职工监事李新梅女士组成公司第一届监事会，任期三年。同日，公司第一届监事会第一次会议通过决议，选举李新梅女士为公司第一届监事会主席，任期三年。

二、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员及其近亲属持有发行人股份的情况

（一）直接持有发行人股份的情况

公司不存在董事、监事、高级管理人员与核心技术人员及其近亲属直接持有公司股份的情况。

（二）间接持有发行人股份的情况

公司董事、监事、高级管理人员与核心技术人员及其近亲属间接持有公司股份的情况如下表：

姓名	与发行人的关系	间接持股主体	在间接持股主体所占股权比例	间接持有发行人股权比例	近三年增减变动情况	质押冻结情况

曾浩	实际控制人、 董事长兼总经理	香港热键	90%	83.9937%	2010年3月12日,曾浩持股比例由90%降至83.9937%	无
余欣	实际控制人 之妻 董事兼副总 经理	香港热键	10%	9.3326%	2010年3月12日,余欣持股比例由9%降至8.3994%; 2010年4月27日,余欣持股比例由8.3994%增至9.3326%	无
俞熔	董事	汇智投资	20.70%	1.0352%	2010年3月12日取得	无
李崢	副总经理	致智源	73.50%	1.2302%	2010年3月12日取得	无
李密良	副总经理	致智源	4.44%	0.0743%	2010年3月12日取得	无
温民	生产总监	致智源	2.32%	0.0388%	2010年3月12日取得	无
邹超	研发部主管	致智源	1.67%	0.0280%	2010年3月12日取得	无
曾晖	实际控制人 曾浩的姐姐	致智源	1.67%	0.0280%	2010年3月12日,曾晖持股比例由1%降至0.9613%; 2010年4月27日,曾晖持股比例由0.9613%降至0.0280%	无
曾晞	实际控制人 曾浩的妹妹	致智源	1.67%	0.0280%	2010年3月12日取得	无
余靖	实际控制人 曾浩的妻姐	致智源	1.67%	0.0280%	2010年3月12日取得	无

上述人员近三年间接持股比例发生变化的原因如下:

1、曾浩: 2010年3月12日, 香港热键与汇智投资、致智源签订股权转让协议, 分别转让5%和1.6737%的热键科技股权给汇智投资和致智源, 香港热键持有发行人股权由100%降至93.3263%, 因此, 曾浩持有的发行人股权由90%降至83.9937%。

2、余欣: 2010年3月12日, 香港热键与汇智投资、致智源签订股权转让协议, 分别转让5%和1.6737%的热键科技股权给汇智投资和致智源, 香港热键持有发行人股权由100%降至93.3263%, 因此, 余欣持有的发行人股权由9%降至8.3994%; 2010年4月27日, 曾晖与余欣签订股权转让协议, 将其持有的香港热键1%股权转让给余欣; 因此, 余欣持有的发行人股权由8.3994%增至

9.3326%。

3、俞熔：2010年3月12日，香港热键与汇智投资签订股权转让协议，转让5%的热键科技股权给汇智投资。俞熔通过持股上海冠元申商务咨询有限责任公司（80%）和上海搜罗网络科技有限公司（90%）合计持有上海天亿投资（集团）有限公司80.50%的股权，上海天亿投资（集团）持有汇智投资25.72%的股权，因此，俞熔间接持有发行人1.0352%的股权。

4、曾晖：2010年3月12日，香港热键与汇智投资、致智源签订股权转让协议，分别转让5%和1.6737%的热键科技股权给汇智投资和致智源，香港热键持有发行人股权由100%降至93.3263%，曾晖持有1%的香港热键股权及1.67%的致智源股权，因此，曾晖持有的发行人股权由1%降至0.9613%；2010年4月27日，曾晖与余欣签订股权转让协议，将其持有的香港热键1%股权转让给余欣；因此，曾晖持有的发行人股权由0.9613%降至0.0280%。

5、李峥、李密良、温民、邹超、曾晞、余靖：2010年3月12日，香港热键将1.6737%的热键科技股权转让给致智源，上述人员通过持有致智源股份而间接取得发行人股份。

三、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员其他对外投资情况

截至本招股说明书签署日，除持有发行人股权外，公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员其他对外投资情况如下：

姓 名	被投资公司	投资额	持股比例	与发行人关联关系	备注
曾浩	MLK TECHNOLOGIES LIMITED	45,000 美元	90%	同一实际控制人	注销中
	FAR SMART ENTERPRISE LIMITED	5,000 港元	50%	同一实际控制人	-
余欣	MLK TECHNOLOGIES LIMITED	5,000 美元	10%	同一实际控制人	注销中
	FAR SMART ENTERPRISE LIMITED	5,000 港元	50%	同一实际控制人	-
	深圳市壹阳科技有限公司	35 万元	70%	高管控股公司	已注销

	深圳市弦音科技有限公司	30 万元	60%	高管控股公司	注销中
俞熔	上海冠元申商务咨询有限责任公司	240 万元	80%	间接持股股东	-
	上海搜罗网络科技有限公司	180 万元	90%	间接持股股东	-
	上海富林房地产发展有限公司	200 万元	10%	无关联关系	
	上海天亿资产管理有限公司	1200 万元	60%	无关联关系	
	上海中卫创业投资管理有限公司	150 万元	50%	无关联关系	
孔维民	深圳麦德林保健用品有限公司	20 万元	6.67%	无关联关系	-
李峥	陕西省汉中市好运通汽车服务有限公司	60 万元	40%	无关联关系	-
	深圳市壹阳科技有限公司	15 万元	30%	高管控股公司	已注销

公司不存在董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的其他对外投资与发行人存在利益冲突的情况。

四、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的薪酬

2009 年度，公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的薪酬（所得税前）情况如下：

姓 名	职 务	2009 年薪酬（元）	备注
曾浩	董事长兼总经理	360,000	-
余欣	董事、副总经理	240,000	-
俞熔	董事	-	未在公司领薪
王苏生	独立董事	-	自任职之日起在公司领取独立董事津贴，5000 元/月
孔维民	独立董事	-	自任职之日起在公司领取独立董事津贴，5000 元/月
李新梅	监事会主席	51,800	-
曾雪琴	监事	84,600	-
唐明	监事	99,000	-
李峥	副总经理	218,760	在雷柏电子领薪
李密良	副总经理	264,000	-

谢海波	副总经理、 董事会秘书	-	2010 年入职，2009 年未在公司领薪
李森	财务总监	32,777	2009 年 10 月 14 日入职
邓邱伟	技术副总监	23,400	2009 年 11 月 16 日入职
邹超	研发部主管	148,200	-
孙青根	产品经理	6,950	2009 年 12 月 3 日入职

2010年第一次临时股东大会审议通过《关于独立董事津贴的议案》和《关于董事、监事薪酬的议案》，确定独立董事的年度津贴为6万元（含税），公司非独立董事不在本公司领取董事津贴，职工监事和非职工监事均不在本公司领取监事薪酬。

除李峥在公司全资子公司雷柏电子领取薪酬外，本公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员不存在从其他关联企业领取收入的情况。

五、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的兼职情况

姓名	任职	其他兼职情况		兼职公司与发行人的关联关系
		任职公司	所任职务	
曾浩	董事长兼总经理	热键电子（香港）有限公司	董事	控股股东
		深圳雷柏电子有限公司	董事长兼总经理	全资子公司
		MLK TECHNOLOGIES LIMITED	董事	同一实际控制人
		FAR SMART ENTERPRISE LIMITED	董事	同一实际控制人
余欣	董事兼副总经理	深圳雷柏电子有限公司	副董事长兼副总经理	全资子公司
		MLK TECHNOLOGIES LIMITED	董事	同一实际控制人
		FAR SMART ENTERPRISE LIMITED	董事	同一实际控制人
俞熔	董事	上海天亿投资（集团）有限公司	董事长	间接股东
		上海美年健康产业有限公司	董事长	无关联关系
		上海中卫创业投资管理有限公司	执行董事	无关联关系
王苏生	独立董事	深圳市振业（集团）股份有限公司	独立董事	无关联关系

		湖南梦洁家纺股份有限公司	独立董事	
		多氟多化工股份有限公司	独立董事	
		深圳市普路通供应链管理股份有限公司	独立董事	
孔维明	独立董事	美国万通投资银行中国办事处	执行董事	无关联关系
		广东超华科技股份有限公司	独立董事	无关联关系
李峥	副总经理	深圳市致智源投资有限公司	执行董事	股东
		深圳雷柏电子有限公司	副董事长	全资子公司
		北京雷柏畅想科技有限公司	总经理	全资子公司
李密良	副总经理	深圳市致智源投资有限公司	监事	股东

除上表列示的兼职情况外，本公司其他董事、监事、高级管理人员及核心技术人员均未在其他单位兼职。

六、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员相互之间的亲属关系

在本公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员中，除曾浩先生和余欣女士为夫妻关系外，其他人员之间不存在近亲属关系。

七、发行人与董事、监事及高级管理人员及核心技术人员签订的协议及其履行情况

除董事俞熔先生及两位独立董事外，其他董事、监事、高级管理人员及核心技术人员均与本公司签订了《劳动合同》，对上述人员的工作时间与条件，劳动报酬和保险、福利，劳动纪律等权利义务做出了详细规定。

截至本招股说明书签署日，上述《劳动合同》得到了切实履行。

八、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中间接持有发行人股份的相

关人员均承诺除遵照发行人股东做出的股份锁定的承诺外，在其任职期间每年转让间接持有的发行人股份不超过其所持有发行人股份总数的25%；离职后半年内，不转让其间接持有的发行人股份；在申报离任6个月后的12个月内通过证券交易所挂牌交易出售公司股票数量占其所持有公司股票总数的比例不超过50%。

九、董事、监事、高级管理人员的任职资格

公司董事、监事由公司股东大会和职工代表大会依法定程序选举产生；公司高级管理人员由董事会聘任并履行了相关的程序；上述人员的任职资格和选聘不存在违反法律法规和公司章程规定的情形。

十、董事、监事、高级管理人员近三年一期的变动情况

（一）董事变动情况

近三年一期公司董事变动情况如下表所示：

序号	变动时间	原董事	变更后董事
1	2008年3月27日	曾浩、蔡立乾、曾晖	曾浩、余欣、曾晖
2	2010年3月22日	曾浩、余欣、曾晖	曾浩、余欣、俞熔
3	2010年3月28日	曾浩、余欣、俞熔	曾浩、余欣、俞熔、 王苏生、孔维民

1、2002年8月5日公司前身热键科技设立时，其控股股东香港热键委派曾浩为董事长，蔡立乾、曾晖为副董事长。2008年3月27日，香港热键免去蔡立乾董事及副董事长职务，委派余欣为董事及副董事长。

2、2010年3月22日，公司引进中方投资者，变更为中外合资企业。其中，投资方香港热键免去曾晖在热键科技的董事及副董事长职务，委派曾浩为公司董事及董事长、余欣为公司董事，投资方汇智投资委派俞熔为公司董事及副董事长，任期均为三年。

3、2010年3月28日，公司召开创立大会通过决议，选举曾浩、余欣、俞熔为股份公司第一届董事会董事，选举王苏生、孔维民为股份公司第一届董事会独立董事，任期均为三年。

（二）监事变动情况

近三年一期公司监事变动情况如下表所示：

序号	变动时间	原监事	变更后监事
1	2010年3月22日	无	贾秀凯
2	2010年3月28日	贾秀凯	李新梅、曾雪琴、唐明

1、2002年8月5日公司前身热键科技设立时，不设监事会。2010年3月22日，公司引进中方投资者，变更为中外合资企业，香港热键委派贾秀凯为公司监事。

2、2010年3月28日，公司职工代表大会选举李新梅女士为公司第一届监事会职工监事。同日，公司创立大会通过决议，选举曾雪琴女士、唐明先生为公司股东代表监事，与职工监事李新梅女士组成公司第一届监事会，任期三年。

（三）高级管理人员变动情况

近三年一期公司高级管理人员变动情况如下表所示：

序号	变动时间	原高级管理人员	变更后高级管理人员
1	2007年9月15日	曾浩、余欣、李峥	曾浩、余欣、李峥、李密良
2	2010年3月28日	曾浩、余欣、李峥、李密良	曾浩、余欣、李峥、李密良、李森、谢海波

1、报告期初，曾浩任公司总经理，余欣、李峥任公司副总经理。2007年9月15日，公司增聘李密良为公司副总经理。

2、2010年3月28日，公司第一届董事会第一次会议通过决议，聘任曾浩为公司总经理，余欣、李峥、李密良为公司副总经理，李森为公司财务总监，谢海波为公司副总经理兼董事会秘书。

公司上述人员职务变动系正常的工作变动，报告期内公司实际控制人未发生变化，核心管理层稳定，上述人员变动未导致高级管理人员发生重大变化，未对公司经营战略、经营模式和管理模式产生影响。

第八节 公司治理

一、公司治理制度的建立健全及运行情况

公司按照《公司法》、《证券法》并参照《上市公司章程指引》、《上市公司治理准则》等法律、法规及规章的要求，已建立并逐步完善由股东大会、董事会、独立董事、监事会和高级管理层组成的治理架构，形成了权力机构、决策机构、监督机构和管理层之间的相互协调和相互制衡机制，为公司的高效运营提供了制度保证。具体如下：

日期	会议名称	通过的公司治理制度
2010年3月28日	创立大会暨第一次股东大会	《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》
2010年4月10日	第一届董事会第二次会议	《独立董事工作制度》、《董事会审计委员会工作细则》、《董事会秘书工作制度》、《总经理工作细则》、《关联交易管理制度》、《对外担保管理制度》、《投资者关系管理制度》、《信息披露管理制度》
2010年5月18日	第一届董事会第四次会议	《募集资金专项存储制度》、 《公司章程（草案）》

公司成立以来，股东大会、董事会、监事会和高级管理层能够按照公司章程和有关规则、规定赋予的职权依法独立规范运作，履行各自的权利和义务，切实保障股东的利益，推进公司法人治理结构的科学化和规范化。

（一）股东大会制度的建立健全及运行情况

股东大会是本公司最高权力机构。2010年3月28日，本公司创立大会暨第一次股东大会选举产生了本公司第一届董事会和第一届监事会，审议通过了《公司章程》及《股东大会议事规则》，对股东的权利义务、股东大会的职权、议事规则等做了详细规定，符合《公司法》等法律法规的要求。

截至本招股说明书签署日，本公司自股份公司设立以来的股东大会召开情况如下：

序号	股东大会会议编号	召开时间
1	创立大会暨第一次股东大会	2010年3月28日
2	2010年第一次临时股东大会	2010年4月26日
3	2010年第二次临时股东大会	2010年6月8日

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

（二）董事会制度的建立健全及运行情况

董事会向股东大会负责并报告工作。本公司董事会由五名董事组成，其中独立董事两名，董事会设董事长一人，为公司法定代表人。董事会设董事会秘书一人，对董事会负责。

2010年3月28日，公司创立大会暨第一次股东大会审议通过了《董事会议事规则》，对董事会的职权、议事规则等做了详细规定，符合《公司法》等法律法规、规范性文件及《公司章程》的有关规定。

截至本招股说明书签署日，本公司设立以来的董事会召开情况如下：

序号	董事会会议编号	召开时间
1	第一届董事会第一次会议	2010年3月28日
2	第一届董事会第二次会议	2010年4月10日
3	第一届董事会第三次会议	2010年4月25日
4	第一届董事会第四次会议	2010年5月18日
5	第一届董事会2010年临时会议	2010年7月18日
6	第一届董事会第五次会议	2010年9月8日
7	第一届董事会2010年临时会议	2010年10月8日
8	第一届董事会2010年临时会议	2010年11月9日

本公司历次董事会严格按照《公司章程》规定的职权范围对公司各项事务进行了讨论决策。会议通知、召开、表决方式符合《公司法》和《公司章程》的规定，会议记录完整规范，董事会依法履行了《公司法》、《公司章程》赋予的权利和义务。

（三）监事会制度的建立健全及运行情况

监事会为公司的监督机构。公司监事会负责监督检查公司的财务状况，对董事、总经理及其他高级管理人员执行公司职务进行监督，维护公司和股东利益。监事列席董事会会议。公司监事会由三名监事组成，设监事会主席一名，其中职工监事一名，由职工代表大会选举产生。

2010年3月28日，公司创立大会暨第一次股东大会审议通过了《监事会议事规则》，对监事会的职权、议事规则等做了详细规定，符合《公司法》等法律法规、规范性文件及《公司章程》的有关规定。

截至本招股说明书签署日，本公司设立以来的监事会召开情况如下：

序号	监事会会议编号	召开时间
1	第一届监事会第一次会议	2010年3月28日
2	第一届监事会第二次会议	2010年8月26日

本公司监事会严格按照《公司章程》规定的职权范围对公司重大事项进行了审议监督，会议通知方式、召开方式、表决方式符合相关规定，会议记录完整规范。

（四）独立董事制度的建立健全及运行情况

为进一步完善公司法人治理结构，保护中小股东利益，公司聘请了独立董事，建立了独立董事制度。目前公司共有2名独立董事，其中王苏生先生为财务会计方面的专家。公司独立董事占董事会1/3以上。

公司根据有关法律法规和《公司章程》的规定，制订了《独立董事工作制度》，对独立董事任职资格、选举、任期、享有职权、发表独立意见等作了详细的规定。独立董事负有诚信与勤勉义务，独立履行职责，维护公司整体利益，尤其关注中小股东的合法权益。独立董事制度进一步完善了本公司的法人治理结构，为保护中小股东利益，科学决策等方面提供了制度保障。

报告期内，独立董事对本次募集资金投资项目、公司经营管理、发展方向及发展战略的选择提出了积极的建议；并对公司发生的关联交易进行了审核，发表了独立意见。

（五）董事会秘书制度的建立健全及运行情况

公司董事会秘书承担法律、行政法规以及公司章程对公司高级管理人员所要求的义务，也享有相应的工作职权，对提升公司治理和促进公司运作规范有着重要作用。公司已聘请了谢海波先生为董事会秘书，负责本公司股东大会和董事会会议的筹备、文件保管以及本公司股权管理、信息披露等事宜。报告期内董事会秘书遵循公司制定的《董事会秘书工作制度》，忠实地履行了职责。

（六）董事会审计委员会设立及运行情况

2010年4月10日公司第一届董事会第二次会议审议通过了《关于设立董事会审计委员会的议案》，公司董事会下设审计委员会，并审议通过了《董事会审计委员会工作细则》，对审计委员会人员组成、职责权限、决策程序、议事规则等内容做出了详尽要求。审计委员会由董事曾浩、王苏生、孔维民组成，其中王苏生、孔维民为独立董事，王苏生为审计委员会召集人。

公司董事会审计委员会的主要职责为：检查公司会计政策、财务状况和财务报告程序；与公司外部审计机构进行交流；对内部审计人员及其工作进行考核；对公司的内部控制进行考核；检查、监督公司存在或潜在的各种风险；检查公司遵守法律、法规的情况；董事会授权的其他事项。

二、发行人近三年及一期违法违规行为情况

本公司及子公司报告期内不存在因违反工商、税收、土地、环保、海关以及其他法律、行政法规受到行政处罚且情节严重的情形。

三、发行人近三年及一期资金占用和对外担保情况

公司报告期内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、代垫款项或其他方式占用的情形。

报告期内公司存在一笔对外担保。经热键科技董事会决议同意，2008年3月31日热键科技与香港热键签订委托担保协议，约定由热键科技为香港热键自2008年3月31日至2009年12月31日期间内与金融机构之间签署的借款、贸

易融资、保函、资金业务及其他授信业务合同（下称“主合同”）提供担保，最高担保债权的本金余额为人民币 1,000 万元。担保期间为主合同项下的主债权发生期间届满之日起六个月，热键科技以其自有的固定资产（主要指机器设备）为香港热键与金融机构之间发生的债权债务承担连带担保责任。公司为此所抵押的固定资产原值为 753 万元，担保的实际发生额为 753 万元。截至 2010 年 4 月 22 日，香港热键已将与上述担保协议相关的所有主合同债务全部还清，公司担保责任已解除。上述关联担保已经股份公司第一届董事会第二次会议和 2010 年第一次临时股东大会确认，独立董事就公司近三年一期关联交易情况发表了独立意见，认为公司近三年一期关联交易执行了市场定价原则，定价合理，关联交易公平、公正，销售真实，不存在通过关联交易操纵公司利润的情形，亦不存在损害公司及其他股东利益之情形。截至本招股说明书签署日，公司不存在对外担保情况。

上述担保事项经热键科技 2008 年 3 月 31 日董事会审议通过，符合《公司法》和当时公司章程的规定，但当时公司为外商独资有限公司，董事均为股东委派，因此关联董事无法回避表决。公司实际控制人和高管人员对公司独立运作规范性要求也是一个逐渐认识、了解和执行的过程，2010 年转让股权并整体变更为股份公司后，公司已依法建立健全了股东大会、董事会、监事会、独立董事制度，建立了《关联交易管理制度》和《对外担保管理制度》，在《公司章程》及相关制度文件中详细规定了关联交易决策的程序和权限，并严格执行。

四、发行人的内部控制制度

（一）公司管理层的自我评估意见

本公司管理层认为，公司内部控制就总体而言体现了完整性、合理性、有效性。

（二）注册会计师对公司内部控制的鉴证意见

中审国际对公司的内部控制制度进行了专项审核，出具了中审国际鉴字[2010]第 01020155 号《内部控制鉴证报告》，报告的结论性意见为：雷柏科技于

2010 年 9 月 30 日在所有重大方面保持了按照财政部颁布的《企业内部控制基本规范》标准建立的与会计报表相关的、有效的内部控制。

第九节 财务会计信息

本公司 2007 年 1 月 1 日至 2010 年 9 月 30 日期间财务报表已经中审国际审计，并由中审国际出具了标准无保留意见的中审国际审字【2010】第 01020089 号《审计报告》。

本节涉及的财务会计数据，非经特别说明，均引自经审计的合并财务报表。投资人欲对本公司进行更详细的了解，应当认真阅读财务报表的审计报告全文。

一、最近三年及一期经审计的财务报表

（一）合并财务报表

本节数据货币单位均为人民币元。

1、合并资产负债表

资产类	2010-9-30	2009-12-31	2008-12-31	2007-12-31
流动资产				
货币资金	64,682,505.36	120,007,449.88	23,018,039.93	12,959,462.54
交易性金融资产	-	-	-	-
应收票据	-	-	-	-
应收账款	53,895,425.79	35,580,111.13	17,404,010.76	30,075,884.94
预付款项	8,938,726.97	4,313,610.63	962,499.40	-
应收股利	-	-	-	-
应收利息	-	-	-	-
其他应收款	4,127,976.36	2,727,609.82	9,512,055.81	2,532,773.56
存 货	57,649,576.08	45,069,193.42	54,168,577.64	42,848,634.46
一年内到期的长期债权投资	-	-	-	-
其他流动资产	2,650,000.00	520,000.00	520,000.00	-
流动资产合计	191,944,210.56	208,217,974.88	105,585,183.54	88,416,755.50
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	63,338,880.88	54,562,442.00	39,989,596.20	20,239,751.14
在建工程	7,263,538.42	5,887,151.30	4,556,338.65	4,547,497.42
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	22,646,646.34	713,964.19	391,822.71	297,116.88
开发支出	-	-	-	-
商誉	-	-	-	-
长期待摊费用	1,715,966.12	543,579.17	551,777.63	136,751.82
递延所得税资产	725,429.21	1,038,041.25	283,843.97	615,251.39
其他非流动资产	-	-	-	-
非流动资产合计	95,690,460.97	62,745,177.91	45,773,379.16	25,836,368.65
资产总计	287,634,671.53	270,963,152.79	151,358,562.70	114,253,124.15

合并资产负债表（续）

负债及所有者权益	2010-9-30	2009-12-31	2008-12-31	2007-12-31
流动负债				
短期借款	-	-	-	2,000,000.00
交易性金融负债	-	-	-	-
应付票据	-	-	-	-
应付账款	66,353,568.62	58,786,399.90	37,830,751.30	61,133,330.99
预收款项	4,899,515.28	5,693,187.95	8,896,995.13	1,854,629.26
应付职工薪酬	7,170,876.94	6,730,806.35	2,678,264.54	3,308,229.85
应交税费	6,608,714.25	8,511,424.09	2,452,476.60	-960,920.69
应付利息	-	-	-	-
应付股利	-	80,000,000.00	-	-
其他应付款	11,268,561.63	3,756,070.30	1,938,117.45	1,333,797.74
一年内到期的长期负债	-	-	-	-
其他流动负债	-	-	-	-
流动负债合计	96,301,236.72	163,477,888.59	53,796,605.02	68,669,067.15

非流动负债				
长期借款	-	-	-	-
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	-	-	-	-
非流动负债合计	-	-	-	-
负债合计	96,301,236.72	163,477,888.59	53,796,605.02	68,669,067.15
股东权益				
实收资本	96,000,000.00	86,035,406.21	58,695,806.21	8,264,506.21
资本公积	9,098,807.70	-	-	500,000.00
盈余公积	-	16,584,258.49	7,174,491.87	3,750,905.96
未分配利润	86,234,627.11	4,865,599.50	31,691,659.60	33,068,644.83
外币报表折算差额	-	-	-	-
归属母公司所有者权益合计	191,333,434.81	107,485,264.20	97,561,957.68	45,584,057.00
少数股东权益	-	-	-	-
所有者权益合计	191,333,434.81	107,485,264.20	97,561,957.68	45,584,057.00
负债及所有者权益总计	287,634,671.53	270,963,152.79	151,358,562.70	114,253,124.15

2、合并利润表

项目	2010 年 1-9 月	2009 年度	2008 年度	2007 年度
一、营业收入	482,599,826.49	561,626,511.17	322,968,649.39	269,427,072.96
减：营业成本	325,681,743.87	387,579,874.20	244,991,890.67	227,791,219.33
营业税金及附加	332,649.65	528,816.20	153,827.21	396.29
销售费用	24,090,252.47	27,975,093.24	12,137,457.30	3,208,532.99
管理费用	23,417,061.16	27,157,568.60	17,190,633.78	7,634,816.18
财务费用	929,274.31	532,214.37	2,918,082.54	348,026.68
资产减值损失	1,168,298.26	628,936.12	-777,260.23	219,376.79
加：公允价值变动收益	-	-	-	-
投资收益	-	-	-	-
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	-	-	-	-
二、营业利润	106,980,546.77	117,224,008.44	46,354,018.12	30,224,704.70
加：营业外收入	625,761.84	955,362.91	853,287.79	-

减：营业外支出	177,142.60	694,013.12	344,517.50	80.00
其中：非流动资产处置损失	56,245.31	607,383.44	105,513.35	-
三、利润总额	107,429,166.01	117,485,358.23	46,862,788.41	30,224,624.70
减：所得税费用	23,580,995.40	24,132,468.22	8,758,277.29	1,997,072.04
四、净利润	83,848,170.61	93,352,890.01	38,104,511.12	28,227,552.66
归属母公司所有者净利润	83,848,170.61	93,352,890.01	38,104,511.12	28,227,552.66
其中：同一控制下被合并方合并前实现的净利润	-	-	3,993,205.10	-689,508.85
少数股东损益	-	-	-	-
五、每股收益				
（一）基本每股收益	0.87	0.97	0.41	0.39
（二）稀释每股收益	0.87	0.97	0.41	0.39
六、其他综合收益	-	-	-	-
七、综合收益总额	83,848,170.61	93,352,890.01	38,104,511.12	28,227,552.66
归属于母公司股东的综合收益总额	83,848,170.61	93,352,890.01	38,104,511.12	28,227,552.66
归属于少数股东的综合收益总额	-	-	-	-

3、合并现金流量表

项目	2010年1-9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	512,954,455.76	576,060,100.10	384,485,790.24	163,385,302.51
收到的税费返还	3,812,604.74	3,928,135.56	8,663,189.25	6,185,072.36
收到的其他与经营活动有关的现金	10,509,734.63	11,493,442.20	1,943,742.73	2,057,603.65
现金流入小计	527,276,795.13	591,481,677.86	395,092,722.22	171,627,978.52
购买商品、接受劳务支付的现金	334,345,871.64	341,653,549.38	294,456,662.43	111,189,817.38
支付给职工以及为职工支付的现金	60,884,710.95	60,943,167.30	37,981,615.12	27,624,635.47
支付的各项税费	33,546,781.61	31,947,510.97	10,302,112.20	818,097.66
支付的其他与经营活动有关的现金	23,553,469.84	28,181,764.24	21,997,584.12	7,339,632.51
现金流出小计	452,330,834.04	462,725,991.89	364,737,973.87	146,972,183.02
经营活动产生的现金流量净额	74,945,961.09	128,755,685.97	30,354,748.35	24,655,795.50
二、投资活动产生的现金流量				
收回投资所收到的现金	-	-	-	-
取得投资收益所收到的现金	-	-	-	-
处置固定资产、无形资产和其他长期资产所收回的现金净额	56,245.31	-	-	-

处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	-	-	-	-
收到的其他与投资活动有关的现金	-	-	-	-
现金流入小计	56,245.31	-	-	-
购建固定资产、无形资产和其他长期资产所支付的现金净额	47,929,690.22	27,577,408.01	31,790,772.05	12,980,792.01
投资所支付的现金	-	547,910.44	-	-
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	-	-	-
支付的其他与投资活动有关的现金	-	-	-	-
现金流出小计	47,929,690.22	28,125,318.45	31,790,772.05	12,980,792.01
投资活动产生的现金流量净额	-47,873,444.91	-28,125,318.45	-31,790,772.05	-12,980,792.01
三、筹资活动产生的现金流量				
吸收投资所收到的现金	-	-	14,421,300.00	500,000.00
其中：子公司吸收少数股东投资收到的现金	-	-	-	-
借款所收到的现金	-	-	64,314,980.90	38,074,839.50
收到的其他与筹资活动有关的现金	-	-	-	-
现金流入小计	-	-	78,736,280.90	38,574,839.50
偿还债务所支付的现金	-	-	66,314,980.90	39,070,592.30
分配股利、利润或偿付利息所支付的现金	80,000,000.00	3,429,583.49	456,245.21	274,007.86
其中：子公司支付少数股东的股利、利润	-	-	-	-
支付的其他与筹资活动有关的现金	2,130,000.00	-	520,000.00	-
现金流出小计	82,130,000.00	3,429,583.49	67,291,226.11	39,344,600.16
筹资活动产生的现金流量净额	-82,130,000.00	-3,429,583.49	11,445,054.79	-769,760.66
四、汇率变动对现金的影响	-267,460.70	-211,374.08	49,546.30	-26,925.86
五、现金及现金等价物净增加额	-55,324,944.52	96,989,409.95	10,058,577.39	10,878,316.97
加：期初现金及现金等价物余额	120,007,449.88	23,018,039.93	12,959,462.54	2,081,145.57
六、期末现金及现金等价物余额	64,682,505.36	120,007,449.88	23,018,039.93	12,959,462.54

（二）母公司财务报表

1、母公司资产负债表

资产类	2010-9-30	2009-12-31	2008-12-31	2007-12-31

流动资产				
货币资金	58,650,988.23	117,365,917.08	7,444,716.62	12,197,835.71
交易性金融资产	-	-	-	-
应收票据	-	-	-	-
应收账款	52,433,228.71	34,348,934.53	20,798,710.76	30,075,884.94
预付款项	8,893,526.97	3,296,106.22	962,499.40	-
应收股利	-	-	-	-
应收利息	-	-	-	-
其他应收款	3,809,097.38	2,453,663.84	9,424,980.32	2,532,773.56
存 货	57,133,037.62	45,069,193.42	53,700,020.74	42,818,649.46
一年内到期的长期债权投资	-	-	-	-
其他流动资产	2,650,000.00	520,000.00	520,000.00	-
流动资产合计	183,569,878.91	203,053,815.09	92,850,927.84	87,625,143.67
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	4,803,696.25	4,803,696.25	3,803,696.25	-
投资性房地产	-	-	-	-
固定资产	61,427,851.59	52,818,895.10	39,765,386.86	20,021,212.53
在建工程	7,061,738.42	5,887,151.30	4,556,338.65	4,547,497.42
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	22,646,646.34	713,964.19	391,822.71	297,116.88
开发支出	-	-	-	-
商誉	-	-	-	-
长期待摊费用	388,923.52	499,803.64	551,777.63	136,751.82
递延所得税资产	573,488.03	847,803.65	282,698.24	395,160.18
其他非流动资产	-	-	-	-
非流动资产合计	96,902,344.15	65,571,314.13	49,351,720.34	25,397,738.83
资产总计	280,472,223.06	268,625,129.22	142,202,648.18	113,022,882.50

母公司资产负债表（续）

负债及所有者权益	2010-9-30	2009-12-31	2008-12-31	2007-12-31
流动负债				

短期借款	-	-	-	2,000,000.00
交易性金融负债	-	-	-	-
应付票据	-	-	-	-
应付账款	65,999,272.91	58,786,399.90	37,821,891.30	61,061,180.99
预收款项	1,290,340.24	5,135,659.95	1,677,932.13	1,854,629.26
应付职工薪酬	6,643,960.26	6,068,198.42	2,678,264.54	3,308,229.85
应交税费	7,627,310.66	7,965,793.14	1,348,057.72	-974,723.45
应付利息	-	-	-	-
应付股利	-	80,000,000.00	-	-
其他应付款	5,997,443.23	2,314,484.30	989,991.71	-
一年内到期的长期负债	-	-	-	-
其他流动负债	-	-	-	-
流动负债合计	87,558,327.30	160,270,535.71	44,516,137.40	67,249,316.65
非流动负债				
长期借款	-	-	-	-
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	-	-	-	-
非流动负债合计	-	-	-	-
负债合计	87,558,327.30	160,270,535.71	44,516,137.40	67,249,316.65
所有者权益				
实收资本	96,000,000.00	86,035,406.21	58,695,806.21	8,264,506.21
资本公积	12,354,593.51	3,255,785.81	3,255,785.81	-
减：库藏股	-	-	-	-
专项储备	-	-	-	-
盈余公积	-	16,584,258.49	7,174,491.87	3,750,905.96
未分配利润	84,559,302.25	2,479,143.00	28,560,426.89	33,758,153.68
所有者权益合计	192,913,895.76	108,354,593.51	97,686,510.78	45,773,565.85
负债及所有者权益总计	280,472,223.06	268,625,129.22	142,202,648.18	113,022,882.50

2、母公司利润表

项目	2010 年 1-9 月	2009 年度	2008 年度	2007 年度

一、营业收入	464,204,481.05	539,289,038.38	310,804,954.94	269,181,241.17
减：营业成本	326,293,806.05	387,545,401.55	245,777,636.44	227,791,219.33
营业税金及附加	205,037.01	316,226.45	127,831.44	-
销售费用	8,820,901.09	9,253,213.56	5,833,723.27	2,202,822.23
管理费用	19,804,719.91	24,178,196.99	15,821,586.77	7,491,966.11
财务费用	980,792.23	560,130.90	2,971,370.22	341,551.95
资产减值损失	642,618.95	550,653.63	-781,843.15	219,376.79
加：公允价值变动收益	-	-	-	-
投资收益	-	-	-	-
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	-	-	-	-
二、营业利润	107,456,605.81	116,885,215.30	41,054,649.95	31,134,304.76
加：营业外收入	609,501.84	893,672.72	852,826.69	-
减：营业外支出	100,035.28	645,620.07	244,517.50	80.00
其中：非流动资产处置损失	56,245.31	579,840.98	105,513.35	-
三、利润总额	107,966,072.37	117,133,267.95	41,662,959.14	31,134,224.76
减：所得税费用	23,406,770.12	23,035,601.73	7,427,100.02	2,217,163.25
四、净利润	84,559,302.25	94,097,666.22	34,235,859.12	28,917,061.51
五、其他综合收益	-	-	-	-
六、综合收益总额	84,559,302.25	94,097,666.22	34,235,859.12	28,917,061.51

3、母公司现金流量表

项目	2010 年 1-9 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	488,312,093.53	561,624,328.47	324,899,668.84	162,355,004.35
收到的税费返还	3,812,604.74	3,928,135.56	8,663,189.25	6,185,072.36
收到的其他与经营活动有关的现金	5,940,485.89	11,151,127.61	1,526,364.54	723,805.91
现金流入小计	498,065,184.16	576,703,591.64	335,089,222.63	169,263,882.62
购买商品、接受劳务支付的现金	329,987,676.40	338,938,139.11	260,707,706.03	110,457,157.88
支付给职工以及为职工支付的现金	56,483,080.89	56,737,960.09	37,509,097.29	27,598,667.03
支付的各项税费	29,580,523.05	25,337,747.77	7,656,643.43	791,877.26
支付的其他与经营活动有关的现金	12,053,705.16	14,694,775.76	13,674,298.15	6,255,189.10
现金流出小计	428,104,985.50	435,708,622.73	319,547,744.90	145,102,891.27
经营活动产生的现金流量净额	69,960,198.66	140,994,968.91	15,541,477.73	24,160,991.35

二、投资活动产生的现金流量				
收回投资所收到的现金	-	-	-	-
取得投资收益所收到的现金	-	-	-	-
处置固定资产、无形资产和其他长期资产所收回的现金净额	56,245.31	-	-	-
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	-	-	-	-
收到的其他与投资活动有关的现金	-	-	-	-
现金流入小计	56,245.31	-	-	-
购建固定资产、无形资产和其他长期资产所支付的现金净额	46,333,912.12	25,884,900.44	31,731,298.67	12,747,614.69
投资所支付的现金	-	1,547,910.44	-	-
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	-	-	-
支付的其他与投资活动有关的现金	-	-	-	-
现金流出小计	46,333,912.12	27,432,810.88	31,731,298.67	12,747,614.69
投资活动产生的现金流量净额	-46,277,666.81	-27,432,810.88	-31,731,298.67	-12,747,614.69
三、筹资活动产生的现金流量				
吸收投资所收到的现金	-	-	14,421,300.00	-
其中：子公司吸收少数股东投资收到的现金	-	-	-	-
借款所收到的现金	-	-	64,314,980.90	38,074,839.50
收到的其他与筹资活动有关的现金	-	-	-	-
现金流入小计	-	-	78,736,280.90	38,074,839.50
偿还债务所支付的现金	-	-	66,314,980.90	39,070,592.30
分配股利、利润或偿付利息所支付的现金	80,000,000.00	3,429,583.49	456,245.21	274,007.86
其中：子公司支付少数股东的股利、利润	-	-	-	-
支付的其他与筹资活动有关的现金	2,130,000.00	-	520,000.00	-
现金流出小计	82,130,000.00	3,429,583.49	67,291,226.11	39,344,600.16
筹资活动产生的现金流量净额	-82,130,000.00	-3,429,583.49	11,445,054.79	-1,269,760.66
四、汇率变动对现金的影响	-267,460.70	-211,374.08	-8,352.94	-26,925.86
五、现金及现金等价物净增加额	-58,714,928.85	109,921,200.46	-4,753,119.09	10,116,690.14
加：期初现金及现金等价物余额	117,365,917.08	7,444,716.62	12,197,835.71	2,081,145.57

六、期末现金及现金等价物余额	58,650,988.23	117,365,917.08	7,444,716.62	12,197,835.71

二、申报财务报表编制基础、合并报表范围及变化情况

（一）申报财务报表的编制基础

截至 2010 年 9 月 30 日，本公司自股份有限公司成立起，运行不足三年，公司申请首次公开发行股票确定的财务报表编制期间为：2007 年 1 月 1 日至 2010 年 9 月 30 日。鉴于本公司系以热键科技整体变更的方式设立，本公司设立前财务报告的会计主体系以热键科技的公司架构为前提，按热键科技在各年度实际存在的公司架构进行编制，本公司设立后系按本公司实际存在的公司架构进行编制。因此本财务报告中所述“本公司”包括热键科技（特别指明除外）。

本公司 2007 年 1 月 1 日之前执行原企业会计准则和《企业会计制度》，自 2007 年 1 月 1 日起执行财政部 2006 年 2 月 15 日颁布的《企业会计准则》（“财会[2006]3 号”）及其后续规定。本财务报表按照《企业会计准则第 38 号——首次执行企业会计准则》、中国证监会《公开发行证券的公司信息披露规范问答第 7 号——新旧会计准则过渡期间比较财务会计信息的编制和披露》（证监会计字[2007]10 号）等的规定，对要求追溯调整的项目在相关会计年度进行了追溯调整，并对财务报表进行了重新表述。

本公司以持续经营为基础，根据实际发生的交易和事项，按照《企业会计准则——基本准则》和其他各项具体会计准则、应用指南及准则解释的规定进行确认和计量，在此基础上编制财务报表。编制符合企业会计准则要求的财务报表需要使用估计和假设，这些估计和假设会影响到财务报告日的资产、负债和或有负债的披露，以及报告期间的收入和费用。

本公司以热键科技整体变更的方式设立，在公司设立过程中没有进行任何资产负债剥离。公司设立新账时，未按评估报告调整账面价值。

（二）合并报表范围及变化情况

1、本公司的子公司基本情况

（1）通过设立或投资等方式取得的子公司

子公司全称	注册地	注册资本	经营范围	期末实际出资额	持股比例	表决权比例
雷柏(香港)有限公司	香港	1 万港元 (法定股本)	电子产品贸易	-	100%	100%
北京雷柏畅想科技有限公司	北京	50 万元	软件开发, 销售自行开发的产品	50 万元	100%	100%
雷帛电子(上海)有限公司	上海	50 万元	从事计算机智能化领域内技术服务, 计算机软硬件研发, 计算机软硬件销售贸易	50 万元	100%	100%

(2) 同一控制下的企业合并取得子公司

子公司全称	注册地	业务性质	注册资本	经营范围	期末实际出资额	持股比例	表决权比例
深圳雷柏电子有限公司	深圳	贸易	50 万元	电子产品批发及配售	547,910.44 元	100%	100%

2、合并会计报表范围及其变化

报告期合并会计报表范围如下:

公司名称	是否合并			
	2010 年 1-9 月	2009 年度	2008 年	2007 年
深圳雷柏电子有限公司	是	是	是	是
雷柏(香港)有限公司	是	是	-	-
北京雷柏畅想科技有限公司	是	是	-	-
雷帛电子(上海)有限公司	是	是	-	-

2008 年 10 月 13 日, 本公司与维尔京热键签署《股权转让协议书》, 约定本公司以经审计的雷柏电子 2008 年 6 月 30 日的净资产 54.79 万元作为对价收购维尔京热键持有的雷柏电子的 100% 股权, 上述股权转让已经深圳市贸易工业局深贸工复[2008]3240 号文批复, 工商变更登记已于 2008 年 12 月 19 日完成。

因本公司、维尔京热键及雷柏电子同受自然人曾浩控制, 本公司认定本次收购为同一控制下合并, 合并日为 2008 年 12 月 31 日, 本公司自雷柏电子成立之

日起将其纳入合并范围。合并日雷柏电子财务状况如下：

单位：元

项目	2008 年 12 月 31 日	2007 年 12 月 31 日
总资产	16,478,863.87	1,230,241.65
总负债	12,675,167.62	1,419,750.50
净资产	3,803,696.25	-189,508.85
项目	2008 年度	2007 年度
营业收入	44,862,291.66	990,671.29
净利润	3,993,205.10	-689,508.85
经营活动现金流量	14,813,270.62	494,804.15
现金净流量	14,811,696.48	761,626.83

三、 审计意见

本公司已聘请中审国际对公司包括 2007 年 12 月 31 日、2008 年 12 月 31 日、2009 年 12 月 31 日和 2010 年 9 月 30 日的资产负债表和合并资产负债表，2007 年度、2008 年度、2009 年度和 2010 年 1-9 月利润表和合并利润表、所有者权益变动表和合并所有者权益变动表、现金流量表和合并现金流量表，以及财务报表附注进行了审计。中审国际对上述报表出具了标准无保留意见的中审国际审字[2010]第 01020089 号《审计报告》。

中审国际认为，雷柏科技股份有限公司上述财务报表已经按照企业会计准则的规定编制，在所有重大方面公允反映了雷柏科技股份有限公司 2007 年 12 月 31 日、2008 年 12 月 31 日、2009 年 12 月 31 日、2010 年 9 月 30 日公司及合并的财务状况以及 2007 年度、2008 年度、2009 年度、2010 年 1-9 月公司及合并的经营成果和现金流量。

四、 报告期内采用的主要会计政策和会计估计

（一）收入确认方法

1. 销售商品收入

销售商品收入同时满足下列条件的，予以确认：

- （1）公司已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方；

(2) 公司既没有保留通常与所有权相联系的继续管理权，也没有对已售出的商品实施有效控制；

(3) 收入的金额能够可靠地计量；

(4) 相关的经济利益很可能流入企业；

(5) 相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量。

2. 提供劳务

提供劳务，在资产负债表日提供劳务交易的结果能够可靠估计的，采用完工百分比法确认提供劳务收入。

公司采用已完工作的测量（已经提供的劳务占应提供劳务总量的比例，或已经发生的成本占估计总成本的比例）确定提供劳务交易的完工进度。如果特定时期内提供劳务交易的数量不能确定，则该期间的收入应当采用直线法确认，除非有证据表明采用其他方法能更好地反映完工进度。当某项作业相比其他作业都重要得多时，应当在该项重要作业完成之后确认收入。

在资产负债表日提供劳务交易结果不能够可靠估计的，已经发生的劳务成本预计能够得到补偿的，按照已经发生的劳务成本金额确认提供劳务收入，并按相同金额结转劳务成本；已经发生的劳务成本预计不能够得到补偿的，将已经发生的劳务成本计入当期损益，不确认提供劳务收入。

3. 让渡资产使用权

让渡资产使用权，相关的经济利益很可能流入企业，且收入的金额能够可靠地计量的，确认收入。利息收入金额，按照他人使用本企业货币资金的时间和实际利率计算确定。使用费收入金额，按照有关合同或协议约定的收费时间和方法计算确定。

4. 建造合同

在资产负债表日，建造合同的结果能够可靠估计的，根据完工百分比法确认合同收入和合同费用。

固定造价合同的结果能够可靠估计，是指同时满足下列条件：

(1) 合同总收入能够可靠地计量；

(2) 与合同相关的经济利益很可能流入企业；

(3) 实际发生的合同成本能够清楚地区分和可靠地计量；

(4) 合同完工进度和为完成合同尚需发生的成本能够可靠地确定。

成本加成合同的结果能够可靠估计，是指同时满足下列条件：

- (1) 与合同相关的经济利益很可能流入企业；
- (2) 实际发生的合同成本能够清楚地区分和可靠地计量。

公司采用累计实际发生的合同成本占合同预计总成本的比例（已经完成的合同工作量占合同预计总工作量的比例或实际测定的完工进度）确定合同完工进度。

建造合同的结果不能可靠估计的，合同成本能够收回的，合同收入根据能够收回的实际合同成本予以确认，合同成本在其发生的当期确认为合同费用；合同成本不可能收回的，在发生时立即确认为合同费用，不确认合同收入。

(二) 金融工具

1. 金融资产和金融负债的分类

金融资产和金融负债在初始确认时划分为以下几类：以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产或金融负债；持有至到期投资；贷款及应收款项；可供出售金融资产；其它金融负债。

2. 金融资产和金融负债的确认

金融资产的确认是指将符合金融资产定义和金融资产确认条件的项目记入和列入资产负债表的过程。金融负债的确认是指将符合金融负债定义和金融负债确认条件的项目记入和列入资产负债表的过程。

3. 金融资产和金融负债的计量

初始确认时，金融资产及金融负债均以公允价值计量。对于以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产或金融负债，相关交易费用直接计入当期损益；对于其他类别的金融资产或金融负债，相关交易费用计入初始确认金额。

除贷款和应收款项、持有至到期投资和其他金融负债外，金融资产和金融负债均以公允价值进行后续计量，其他金融负债采用实际利率法按摊余成本进行后续计量。

以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产或金融负债公允价值变动形成的损益计入当期损益。

可供出售的金融资产公允价值变动形成的利得或损失，除减值损失和外币货币性金融资产形成的汇兑差额外，应当直接计入所有者权益（资本公积），在该金融资产终止确认时转出，计入当期损益。

以摊余成本计量的金融资产或金融负债，在发生减值、摊销或终止确认时产生的利得和或损失计入当期损益。

4. 金融资产和金融负债的终止

金融资产终止确认，是指将金融资产从企业的账户和资产负债表内予以转销。当收取金融资产现金流量的合同权利终止，或金融资产已经转移，且符合《企业会计准则第 23 号——金融资产转移》规定的金融资产终止确认条件的，终止确认该金融资产。

金融负债终止确认，是指将金融负债从企业的账户和资产负债表内予以转销。当金融负债的现时义务全部或部分已经解除的，才能终止确认该金融负债或其一部分。

5. 主要金融资产和金融负债的公允价值确定方法

（1）存在活跃市场的金融资产和金融负债，活跃市场中的报价用于确定其公允价值；

（2）金融工具不存在活跃市场的，采用估值技术确定其公允价值；

（3）初始取得或衍生的金融资产和承担的金融负债，以市场交易价格作为确定其公允价值的基础；

（4）采用未来现金流量折现法确定金融工具公允价值的，使用合同条款和特征在实质上相同的其他金融工具的市场收益率作为折现率。没有表明利率的短期应收款项和应付款项的现值与实际交易价格相差很小的，按照实际交易价格计量。

6. 金融资产的减值

资产负债表日对以公允价值计量且变动计入当期损益的金融资产以外的金

融资产的账面价值进行检查，有客观证据表明该金融资产发生了减值的，应当计提减值准备。

（1）持有至到期投资

资产负债表日有客观证据表明其发生了减值，应当根据其账面价值与预计未来现金流量现值之间的差额确认为减值损失，计入当期损益。

（2）可供出售金融资产

资产负债表日，公司对可供出售金融资产的减值情况进行分析，如果可供出售金融资产的公允价值发生较大幅度下降，或在综合考虑各种相关因素后，预期这种下降趋势属于非暂时性的，则按其预计未来现金流量现值低于其账面价值的差额，计提减值准备。

可供出售金融资产发生减值时，应当将原直接计入所有者权益的公允价值下降形成的累计损失一并转出，确认减值损失，计提减值准备。

（三）存货核算方法

1. 存货的分类

本公司存货分为原材料、半成品、库存商品、发出商品、委托加工物资、生产成本等。

2. 发出存货的计价方法

本公司发出存货计价按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

本公司存货可变现净值的确定：产成品、商品和用于出售的材料等直接用于出售的商品存货，以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值；需要经过加工的材料存货，以所生产的产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。

本公司存货跌价准备的计提方法：资产负债表日，按单个存货可变现净值低于账面价值的差额计提存货跌价准备，计入当期损益。确定存货的可变现净值时，

以资产负债表日取得最可靠的证据估计的售价为基础并考虑持有存货的目的，资产负债表日至财务报告批准报出日之间存货售价发生波动的，如有确凿证据表明其对资产负债表日存货已经存在的情况提供了新的或进一步的证据，作为调整事项进行处理；否则，应当作为非调整事项。

4. 存货的盘存制度

本公司存货采用永续盘存法。

5. 低值易耗品和包装物的摊销方法

本公司低值易耗品和包装物领用时一次转销。

（四）应收账款核算方法

1. 单项金额重大的应收款项坏账准备的确认标准、计提方法：

本公司单项金额重大的应收款项是指期末余额 100 万元及以上的应收款项。对单项金额重大的应收款项单独进行减值测试，如有客观证据表明其发生了减值的，根据其预计未来现金流量（不包括尚未发生的未来信用损失）按原实际利率折现的现值低于其账面价值的差额，确认为减值损失，计入当期损益。

应收款项发生减值的客观证据，包括但不限于下列各项：（1）债务人发生严重财务困难；（2）债务人违反了合同条款，如偿付利息或本金发生违约或逾期等；（3）出于经济或法律等方面因素的考虑，对发生财务困难的债务人做出让步；（4）债务人很可能倒闭或进行其他债务重组。

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

本公司信用风险特征组合的确定依据：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，是指期末余额在 100 万元以下且已单独计提坏账准备的应收账款及其他应收款。

根据信用风险特征组合确定的计提方法：资产负债表日，公司对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，单独进行减值测试并单独计提特别坏账准备。

3. 期末未单独计提特别坏账准备的应收款项

本公司对期末未单独计提特别坏账准备的应收款项，按账龄划分为若干组合，根据以前年度与之相同或相类似信用风险特征的应收款项组合的实际损失率为基础，结合现时情况确定本期各项组合计提坏账准备的比例，具体如下：

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）	5	5
1 至 2 年	10	10
2 至 3 年	30	30
3 至 5 年	50	50
5 年以上	100	100

（五）长期股权投资核算

1. 长期股权投资的初始计量

（1）对子公司的投资

本公司同一控制下的企业合并形成的对子公司的长期股权投资，按照取得被合并方所有者权益账面价值的份额作为长期股权投资的初始投资成本，长期股权投资的初始投资成本与支付对价的账面价值的差额，调整资本公积中的股本溢价（或资本溢价）；资本公积中股本溢价（或资本溢价）不足冲减时，调整留存收益。为进行企业合并发生的各项直接相关费用于发生时计入当期损益。

非同一控制下的企业合并形成的对子公司的长期股权投资，按照取得对被购买方的控制权而付出的资产、发生或承担的负债以及发行的权益性证券的公允价值作为长期股权投资的初始投资成本，为进行企业合并发生的各项直接相关费用计入初始投资成本。

对于非企业合并形成的对子公司的长期股权投资，按照实际支付的购买价款作为初始投资成本。初始投资成本包括与取得长期股权投资直接相关的费用、税金及其他必要支出，但实际支付的价款中包含的已宣告但尚未领取的现金股利，作为应收项目单独核算。

（2）对合营企业和联营企业的投资

以支付现金取得的长期股权投资，按照实际支付的购买价款作为初始投资成本。初始投资成本包括与取得长期股权投资直接相关的费用、税金及其他必要支出，但实际支付的价款中包含的已宣告但尚未领取的现金股利，作为应收项目单独核算。

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

投资者投入的长期股权投资，按照投资合同或协议约定的价值作为初始投资成本，但合同或协议约定价值不公允的除外。

以非货币性资产交换方式取得的长期股权投资，如果该项交换具有商业实质且换入资产或换出资产的公允价值能可靠计量，则以换出资产的公允价值和相关税费作为初始投资成本，换出资产的公允价值与账面价值之间的差额计入当期损益；若非货币资产交换不同时具备上述两个条件，则按换出资产的账面价值和相关税费作为初始投资成本。

以债务重组方式取得的长期股权投资，按取得的股权的公允价值作为初始投资成本，初始投资成本与债权账面价值之间的差额计入当期损益。

（3）其它长期股权投资

按照对合营和联营企业投资的初始投资成本确认和计量原则确认本类投资的初始投资成本。

2. 长期股权投资的后续计量及损益确认方法

本公司对子公司的长期股权投资和其他股权投资采用成本法核算。在编制合并报表时按照权益法对子公司长期股权投资进行调整。对合营企业、联营企业长期股权投资采用权益法核算。

采用成本法核算的长期股权投资按照初始投资成本计价，除取得投资时实际支付的价款或对价中包含的已宣告但尚未发放的现金股利或利润外，投资企业应当按照享有被投资单位宣告发放的现金股利或利润确认投资收益。

采用权益法核算的长期股权投资，按照投资时被投资单位公允价值为基础计算的应享有或应分担的净损益的份额，确认投资损益并调整长期股权投资的账面价值。按照被投资单位宣告分派的利润或现金股利计算应分得的部分，相应减少

长期股权投资的账面价值。对于被投资单位除净损益以外所有者权益的其他变动，调整长期股权投资的账面价值并计入所有者权益。

处置长期股权投资，其账面价值与实际取得价款的差额，计入当期损益。采用权益法核算的长期股权投资，因被投资单位除净损益以外所有者权益的其他变动而计入所有者权益的，处置该项投资时将原计入所有者权益的部分按相应比例转入当期损益。

3. 确定对被投资单位具有共同控制、重大影响的依据

(1) 确定对被投资单位具有共同控制的依据

共同控制是指，按照合同约定对某项经济活动共有的控制。在合营企业设立时，合营各方在投资合同或协议中约定在所设立合营企业的重要财务和生产经营决策制定过程中，必须由合营各方均同意才能通过。具体体现在（a）任何一个合营方均不能单独控制合营企业的生产经营活动。（b）涉及合营企业基本经营活动的决策需要各合营方一致同意。（c）各合营方可能通过合同或协议的形式任命其中的一个合营方对合营企业的日常活动进行管理,但其必须在各合营方已经一致同意的财务和经营政策范围内行使管理权。

(2) 确定对被投资单位具有重大影响的依据

重大影响，是指对一个企业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。重大影响体现为在被投资单位的董事会或类似权力机构中派有代表,通过在被投资单位生产经营决策制定过程中的发言权实施重大影响。一般情况下本公司直接或通过子公司间接拥有被投资单位 20%以上但低于 50%的表决权股份时认为对被投资单位具有重大影响。

4. 长期股权投资的减值测试方法及减值准备计提方法

资产负债表日，若对子公司、对合营企业、对联营企业的长期股权投资存在减值迹象，估计其可收回金额，可收回金额低于账面价值的，确认减值损失，计入当期损益，同时计提长期股权投资减值准备。其他股权投资发生减值时，按类似的金融资产的市场收益率对未来现金流量确定的现值与投资的账面价值之间的差额确认为减值损失，计入当期损益，同时计提长期股权投资减值准备。上述

长期股权投资减值准备在以后期间均不予转回。

（六）投资性房地产

1. 投资性房地产的种类

投资性房地产分为：已出租的土地使用权、持有并准备增值后转让的土地使用权、已出租的建筑物。

2. 投资性房地产的计量模式

投资性房地产按照取得时的成本进行初始计量，在资产负债表日采用成本模式对投资性房地产进行后续计量。其中建筑物的折旧方法和减值准备的确定方法与固定资产的核算方法一致，土地使用权的摊销方法和减值准备的确定方法与无形资产的核算方法一致。

（七）固定资产

1. 固定资产的确认条件

- （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计量。

2. 固定资产的分类

本公司的固定资产分为：房屋及建筑物、机器设备、运输设备、办公设备、电子设备。

3. 各类固定资产的折旧方法

类别	折旧年限（年）	残值率（%）	年折旧率（%）
房屋建筑物	30	5	3.17
机器设备	5-10	5	9.5-19
运输设备	5	5	19
办公设备	5	5	19
电子设备	5	5	19

4. 固定资产的减值测试方法、减值准备计提方法

资产负债表日，若固定资产存在减值迹象，应当估计其可收回金额。可收回金额按资产的公允价值减去处置费用后的净额与资产未来现金流量的现值之间的较高者确定。估计可收回金额，应以单项资产为基础，若难以对单项资产的可收回金额进行估计的，应以该项资产所属的资产组为基础确定资产组的可收回金额。减值准备一旦计提，在以后会计期间不予转回。

5. 融资租入固定资产的认定依据、计价方法

符合下列一项或数项标准的，本公司将其认定为融资租入固定资产：

（1）在租赁期届满时，租赁固定资产的所有权转移给承租人。

（2）承租人有购买租赁固定资产的选择权，所订立的购买价款预计将远低于行使选择权时租赁固定资产的公允价值，因而在租赁开始日就可以合理确定承租人将会行使这种选择权。

（3）即使固定资产的所有权不转移，但租赁期占租赁资产使用寿命的大部分。

（4）承租人在租赁开始日的最低租赁付款额现值，几乎相当于租赁开始日租赁固定资产公允价值；出租人在租赁开始日的最低租赁收款额现值，几乎相当于租赁开始日租赁固定资产公允价值。

（5）租赁固定资产性质特殊，如果不作较大改造，只有承租人才能使用。

在租赁期开始日，将租赁固定资产的公允价值与最低租赁付款额现值两者中较低者作为租入固定资产的入账价值，将最低租赁付款额作为长期应付款的入账价值，其差额作为未确认融资费用。在租赁谈判和签订租赁合同过程中发生的可归属于租赁固定资产的初始直接费用计入租入固定资产的价值。

在计算最低租赁付款额的现值时，能够取得出租人的租赁内含利率的，采用出租人的租赁内含利率作为折现率；否则，采用租赁合同规定的利率作为折现率。无法取得出租人的租赁内含利率且租赁合同没有规定利率，采用同期银行贷款利率作为折现率。未确认的融资费用采用实际利率法在租赁期内各个期间进行分摊。

对租赁固定资产采用与自主应折旧固定资产相一致的折旧政策。能够合理确定租赁期满时取得租赁固定资产所有权的，在租赁固定资产使用寿命内计提折

旧。无法合理确定租赁期满时取得租赁固定资产所有权的，在租赁期与租赁固定资产使用寿命两者中较短的期间内计提折旧。或有租金在实际发生时计入当期损益。

6. 固定资产后续支出

固定资产的后续支出是指固定资产使用过程中发生的更新改造支出、修理费用等。后续支出的处理原则为：符合固定资产确认条件的，计入固定资产成本，同时将被替换部分的账面价值扣除；不符合固定资产确认条件的，计入当期损益。

（八）在建工程

在建工程包括施工前期准备、正在施工中的建筑工程、安装工程、技术改造工程、大修理工程等，并按实际发生的支出确定工程成本。在建工程在达到预定可使用状态时，按实际发生的全部支出转入固定资产等科目核算。

资产负债表日，对长期停建并计划在3年内不会重新开工等预计发生减值的在建工程，对可收回金额低于账面价值的部分计提在建工程减值准备。减值准备一旦计提，在以后会计期间不予转回。

（九）无形资产计价和摊销方法

无形资产包括使用寿命有限的无形资产和使用寿命不确定的无形资产。

1. 无形资产计价

无形资产按实际成本进行初始计量。

自行开发的无形资产，其成本包括自满足一定条件后至达到预定用途前所发生的支出总额。

2. 无形资产摊销

（1）使用寿命有限的无形资产，在使用寿命期限内，采用与该无形资产有关经济利益的预期实现方式一致的方法摊销，无法可靠确定预期实现方式的，采用直线法摊销。

（2）使用寿命不确定的无形资产不摊销。

3. 无形资产减值准备

对使用寿命不确定的无形资产以及尚未达到可使用状态的无形资产，于资产负债表日进行减值测试。

对使用寿命有限的无形资产，于资产负债表日，若存在减值迹象，估计其可收回金额。可收回金额低于其账面价值的，将无形资产的账面价值减记至可收回金额，减记的金额确认为无形资产减值损失，计入当期损益，同时计提相应的无形资产减值准备。

无形资产减值损失一经确认，在以后会计期间不予转回。

4. 研究与开发费用的核算方法

本公司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。

企业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）无形资产产生未来经济利益的方式，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时，应当证明其有用性；
- （4）有足够的技术、财务资源和其他资源支持，以完成该无形资产的开发，并有能力使用或出售该无形资产；
- （5）归属于该无形资产开发阶段的支出能够可靠计量。

（十）借款费用的会计处理方法

借款费用包括借款账面发生的利息、折价或溢价的摊销和辅助费用以及因外币借款而发生的汇兑差额等。公司发生的借款费用，可直接归属于符合资本化条件的资产的购建或者生产的，予以资本化，计入相关资产成本；其他借款费用，在发生时根据其发生额确认为费用，计入当期损益。

1. 资本化的条件

在同时具备下列三个条件时，借款费用予以资本化：

- （1）资产支出已经发生；
- （2）借款费用已经发生；
- （3）为使资产达到预定可使用状态或可销售状态所必要的购建或生产活动已经开始。

2. 资本化金额的确定

为购建或者生产符合资本化条件的资产而借入专门借款，以专门借款当期实际发生的利息费用，减去将尚未动用的借款资金存入银行取得的利息收入或进行暂时性投资取得收益后的金额确定。

为购建或者生产符合资本化条件的资产而占用一般借款的，根据累计资产支出超过专门借款部分的资产支出加权平均数乘以所占用一般借款的资本化率，计算确定一般借款予以资本化的利息金额。资本化率根据一般借款加权平均利率计算确定。

3. 暂停资本化

若固定资产的购建活动发生非正常中断，且时间连续超过 3 个月，则暂停借款费用的资本化，将其确认为当期费用，直至资产的购建活动重新开始。如果中断是该资产达到预定可使用状态或者可销售状态必要的程序，借款费用不暂停资本化。

4. 停止资本化

当所购建的固定资产达到预定可使用状态或者可销售状态时，停止其借款费用的资本化，以后发生的借款费用于发生当期确认费用。

（十一）职工薪酬

本公司职工薪酬，是指为获得职工提供的服务而给予各种形式的报酬以及其他相关支出。包括：（1）职工工资、奖金、津贴和补贴；（2）职工福利费；（3）医疗保险费、养老保险费、失业保险费、工伤保险费和生育保险费等社会保险费；（4）住房公积金；（5）工会经费和职工教育经费；（6）非货币性福利；（7）因

解除与职工的劳动关系给予的补偿；(8)其他与获得职工提供的服务相关的支出。

在职工为本公司提供服务的会计期间，将应付的职工薪酬确认为负债，除因解除与职工的劳动关系给予的补偿外，根据职工提供服务的受益对象，分别计入产品成本、劳务成本、建造固定资产成本、无形资产成本或当期损益。

（十二）预计负债

若与或有事项相关的义务同时符合以下条件，确认为预计负债：

- （1）该义务是企业承担的现时义务；
- （2）该义务的履行很可能导致经济利益流出企业；
- （3）该义务的金额能够可靠地计量。

预计负债按照履行相关现时义务所需支出的最佳估计数进行初始计量，企业清偿预计负债所需支出全部或部分预期由第三方补偿的，补偿金额只有在基本确定能够收到时才能作为资产单独确认。确认的补偿金额不应当超过预计负债的账面价值。

本公司亏损合同产生的义务和因重组而承担的重组义务同时符合上述条件的，确认为预计负债。只有在承诺出售部分业务（即签订约束性出售协议）时，才能确认因重组而承担了重组义务。

（十三）政府补助

政府补助，是指本公司从政府无偿取得货币性资产或非货币性资产，但不包括政府作为企业所有者投入的资本。本公司政府补助分为与资产相关的政府补助和与收益相关的政府补助。

政府补助为货币性资产的，按照收到或应收的金额计量。按照固定的定额标准取得的政府补助，应当按照应收金额计量，确认为营业外收入，否则应当按照实际收到的金额计量。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。

与资产相关的政府补助，确认为递延收益，并在相关资产使用寿命内平均分配，计入当期损益。但是，按照名义金额计量的政府补助，直接计入当期损益。

与收益相关的政府补助，用于补偿企业以后期间的相关费用或损失的，确认

为递延收益，并在确认相关费用的期间，计入当期损益，用于补偿企业已发生的相关费用或损失的，直接计入当期损益。

（十四）经营租赁、融资租赁

1. 经营租赁

经营租赁是指除融资租赁以外的其它租赁。

（1）承租人

对于经营租赁的租金，在租赁期内各个期间按照直线法计入相关资产成本或当期损益，发生的初始直接费用计入当期损益。或有租金在实际发生时计入当期损益。

出租人提供免租期的，将租金总额在不扣除免租期的整个租赁期内，按直线法或其他合理的方法进行分摊，免租期内确认租金费用。

出租人承担了某些费用的，将该费用从租金费用总额中扣除，按扣除后的租金费用余额在租赁期内进行分摊。

企业的售后租回交易认定为经营租赁的，应当分别以下情况处理：

a. 有确凿证据表明售后租回交易是按照公允价值达成的，售价与资产账面价值的差额应当计入当期损益。

b. 售后租回交易如果不是按照公允价值达成的，售价低于公允价值的差额，应计入当期损益；但若该损失将由低于市价的未来租赁付款额补偿时，有关损失应予以递延(递延收益)，并按与确认租金费用相一致的方法在租赁期内进行分摊；如果售价大于公允价值，其大于公允价值的部分应计入递延收益，并在租赁期内分摊。

（2）出租人

按资产的性质将用作经营租赁的资产包括在资产负债表中的相关项目内。

对于经营租赁的租金，在租赁期内各个期间按照直线法确认为当期损益。发生的初始直接费用计入当期损益，金额较大的应当资本化，在整个经营租赁期间内按照与确认租金收入相同的基础分期计入当期损益。对于经营租赁资产中的固

定资产，采用类似资产的折旧政策计提折旧，对于其它经营租赁资产，采用系统合理的方法进行摊销。或有租金在实际发生时计入当期损益。

提供免租期的，将租金总额在不扣除免租期的整个租赁期内，按直线法或其他合理的方法进行分配，免租期内出租人应当确认租金收入。承担了承租人某些费用的，将该费用自租金收入总额中扣除，按扣除后的租金收入余额在租赁期内进行分配。

2. 融资租赁

融资租赁是指实质上转移了与资产所有权有关的全部风险和报酬的租赁。其所有权最终可能转移也可能不转移。

(1) 承租人

在租赁期开始日，将租赁开始日租赁资产公允价值与最低租赁付款额现值两者中较低者作为租入资产的入账价值，将最低租赁付款额作为长期应付款的入账价值，其差额作为未确认融资费用。在租赁谈判和签订租赁合同过程中发生的可归属于租赁项目的初始直接费用计入租入资产价值。

在计算最低租赁付款额的现值时，能够取得出租人的租赁内含利率的，采用出租人的租赁内含利率作为折现率；否则，采用租赁合同规定的利率作为折现率。无法取得出租人的租赁内含利率且租赁合同没有规定利率，采用同期银行贷款利率作为折现率。未确认的融资费用采用实际利率法在租赁期内各个期间进行分摊。

对租赁资产采用与自主应折旧资产相一致的折旧政策。能够合理确定租赁期满时取得租赁资产所有权的，在租赁资产使用寿命内计提折旧。无法合理确定租赁期满时取得租赁资产所有权的，在租赁期与租赁资产使用寿命两者中较短的期间内计提折旧。

或有租金在实际发生时计入当期损益。

(2) 出租人

在租赁期开始日，将租赁开始日最低租赁收款额与初始直接费用之和作为应收融资租赁款的入账价值，同时记录未担保余值；将最低租赁收款额、初始直接

费用及未担保余值之和与其现值之和的差额确认为未实现融资收益。未实现融资收益采用实际利率法在租赁期内各个期间进行分配。

每年年度终了，对未担保余值进行复核。未担保余值增加的，不作调整。有证据表明未担保余值已经减少的，重新计算租赁内含利率，由此引起的租赁投资净额的减少计入当期损益；以后各期根据修正后的租赁投资净额和重新计算的租赁内含利率确认融资收入。租赁投资净额是融资租赁中最低租赁收款额及未担保余值之和与未实现融资收益之间的差额。

已确认损失的未担保余值得以恢复的，在原已确认的损失金额内转回，并重新计算租赁内含利率，以后各期根据修正后的租赁投资净额和重新计算的租赁内含利率确认融资收入。

或有租金在实际发生时计入当期损益。

（十五）所得税费用的会计处理方法

递延所得税资产和递延所得税负债根据资产和负债的计税基础与账面价值的差额（暂时性差异），于资产负债表日按照预期收回该资产或清偿该负债期间的适用税率计量确认递延所得税资产和递延所得税负债。

对子公司、联营企业及合营企业投资相关的应纳税暂时性差异确认相应的递延所得税负债，但能够控制暂时性差异转回时间且该暂时性差异在可预见的未来很可能不会转回的，不予确认。

递延所得税资产的确认以本公司未来期间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。

对子公司、联营企业及合营企业投资相关的可抵扣暂时性差异，同时满足暂时性差异在可预见的未来很可能转回且未来很可能获得用来抵扣暂时性差异的应纳税所得额时确认相应的递延所得税资产。

对于能够结转以后年度的可抵扣亏损和税款抵减，以很可能获得用来抵扣可抵扣亏损和税款抵减的未来应纳税所得额为限，确认相应的递延所得税资产。

（十六）合并财务报表的编制方法

合并财务报表的合并范围包括本公司及本公司控制的子公司。控制是指有权

决定一个公司的财务和经营政策，并能据以从该公司的经营活动中获取利益。

本公司通过同一控制下企业合并取得的子公司，在编制合并当期财务报表时，视同被合并子公司在本公司最终控制方对其开始实施控制时纳入本公司合并范围。因此本公司在编制合并当期财务报表时，将被合并子公司的经营成果自本公司最终控制方开始实施控制时起纳入本公司合并利润表中，并对合并财务报表的年初数以及前期比较报表进行相应调整。

本公司通过非同一控制下企业合并取得的子公司，在编制合并当期财务报表时，以购买日确定的各项可辨认资产、负债的公允价值为基础对子公司的财务报表进行调整，并自购买日起将被购买子公司的资产、负债及经营成果纳入本公司合并财务报表中，并不调整合并财务报表年初数以及前期比较报表。

本公司自子公司少数股东处购买股权，因购买少数股权新取得的长期股权投资成本与按照新增持股比例计算应享有子公司自购买日(或合并日)开始持续计算的可辨认净资产份额之间的差额，应当调整合并资产负债表中资本公积，资本公积不足冲减的，调整留存收益。

子公司少数股东应占的权益和损益分别在合并资产负债表中股东权益项目下和合并利润表中净利润项目下单独列示。

如果归属少数股东的亏损超过少数股东在该子公司所有者权益中所享有的份额，除公司章程或协议规定少数股东有义务承担并且少数股东有能力予以弥补的部分外，其余部分冲减本集团权益（即本财务报表中的归属于母公司股东权益）。如果子公司以后期间实现利润，在弥补了由本集团权益所承担的属于少数股东的损失之前，所有利润全部归属于本集团权益。

当子公司所采用的会计期间或会计政策与本公司不一致时，合并时已按照本公司的会计期间或会计政策对子公司财务报表进行必要的调整。合并时所有公司内部重大交易，包括内部未实现利润及往来余额均已抵销。

（十七）主要会计政策、会计估计的变更

1. 会计政策变更

本报告期内无会计政策变更。

2. 会计估计变更

本报告期内无会计估计变更。

五、执行的主要税收政策、缴纳的主要税种

（一）公司所适用的主要税种、税率

税种	计税依据	税率
增值税	内销商品销售收入	4%，17%
	外销商品销售收入	0%，实行“免、抵、退”，退税率13%，14%，17%
城市维护建设税	已交增值税	1%
教育费附加	已交增值税	3%
堤坝维护费	商品销售收入	0.01%
企业所得税	应纳税所得额	参见本节“五、（二）”

（二）公司享受的税收优惠政策

1、企业所得税相关政策变化

《中华人民共和国企业所得税法》（以下简称“新企业所得税法”）于2007年3月16日颁布，并于2008年1月1日起施行，本公司及子公司原适用的《中华人民共和国企业所得税暂行条例》和《中华人民共和国外商投资企业和外国企业所得税法》（以下简称“原企业所得税法”）同时废止。

2、本公司及各子公司的实际税收优惠

本公司为生产型外商投资企业，根据深圳市宝安区国税局2003年4月3日深国税宝福减[2003]033号减免税批准通知书，公司享受两免三减半的企业所得税税收优惠，2003年为获利年度，即2003-2004年免税，2005-2007年为减半征收期，适用企业所得税税率为7.5%。根据国务院2007年12月26日颁布的“对企业所得税优惠政策过渡问题通知”，自2008年1月1日起，原享受低税率优惠政策的企业，在新税法施行后5年内逐步过渡到法定税率。其中：享受企业所得税15%税率的企业，2008年按18%税率执行，2009年按20%税率执行，2010年按22%税率执行，2011年按24%税率执行，2012年按25%税率执行；原执行24%税率的企业，2008年起按25%税率执行。本公司2008年度企业所得税税率

为 18%，2009 年度企业所得税税率为 20%，2010 年度企业所得税税率为 22%。

本公司子公司雷柏电子为 2007 年 4 月 23 日成立的外商投资企业，2007 年执行 15%的企业所得税税率。根据《国务院关于实施企业所得税过渡优惠政策的通知》（国发[2007]39 号）的规定，雷柏电子设立于 2007 年 3 月 16 日之后，2008 年及以后期间执行 25%的企业所得税税率。

本公司子公司雷帛电子（上海）有限公司符合新企业所得税法中关于“小型微利企业”的认定条件，减按 20%的税率征收企业所得税。

3、本报告期内本公司及附属子公司执行税率

公司名称	所得税税率			
	2010 年 1-9 月	2009 年度	2008 年度	2007 年度
深圳雷柏科技股份有限公司	22%	20%	18%	7.5%
深圳雷柏电子有限公司	25%	25%	25%	15%
雷柏（香港）有限公司	16.5%	16.5%	-	-
北京雷柏畅想科技有限公司	25%	25%	-	-
雷帛电子（上海）有限公司	20%	20%	-	-

（三）个人所得税

员工个人所得税由本公司代扣代缴。

六、最近一年及一期的收购兼并情况

最近一年及一期，公司未发生收购兼并情况。

七、经注册会计师核验的非经常性损益明细表

公司非经常性损益明细表以合并报表数据为基础，并经中审国际会计师事务所审核，报告期内公司非经常性损益的明细情况如下表：

单位：元

项 目	2010 年 1-9 月	2009 年	2008 年	2007 年
非流动资产处置损益	56,245.31	-607,383.44	25,513.35	-
计入当期损益的政府补助（与	70,503.00	299,336.00	30,000.00	-

企业业务密切相关，按照国家统一标准定额或定量享受的政府补助除外)				
同一控制下企业合并产生的子公司期初至合并日的当期净损益	-	-	3,993,205.10	-689,508.85
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	321,870.93	569,397.23	603,822.54	-80.00
所得税影响额	-115,685.78	-52,934.82	-109,495.65	6.00
少数股东权益影响额(税后)	-	-	-	-
合 计	332,933.46	208,414.97	4,492,018.64	-689,582.85
归属于母公司股东的净利润	83,848,170.61	93,352,890.01	38,104,511.12	28,227,552.66
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	83,515,237.15	93,144,475.04	33,612,492.48	28,917,135.51

2007 年、2008 年、2009 年以及 2010 年 1-9 月，本公司非经常性损益比较少，其影响额占同期净利润的比例分别为 2.44%、11.79%、0.22%和 0.40%。其中 2007 年、2008 年占比较大是由 2008 年本公司合并雷柏电子所产生的同一控制下企业合并产生的子公司期初至合并日的当期净损益所引起的。

八、发行人最近一期末主要资产

截至 2010 年 9 月 30 日，本公司的资产总计为 287,634,671.53 元，主要包括货币资金、应收款项、存货等流动资产和固定资产、无形资产等非流动资产。

(一) 主要流动资产

1、货币资金

单位：元

项 目	2010-9-30	2009-12-31
现金	161,231.05	654,168.45
银行存款	64,516,274.31	118,303,281.43
其他货币资金	5,000.00	1,050,000.00
合 计	64,682,505.36	120,007,449.88

公司货币资金以银行存款为主，其中其他货币资金系保函保证金存款。

2、应收账款

单位：元

账 龄	2010-9-30			2009-12-31		
	账面余额		坏账准备	账面余额		坏账准备
	金额	比例 (%)		金额	比例 (%)	
1 年以内	56,415,741.06	99.41	2,820,787.09	37,452,748.56	100.00	1,872,637.43
1-2 年	333,857.58	0.59	33,385.76			
合 计	56,749,598.64	100	2,854,172.85	37,452,748.56	100.00	1,872,637.43

期末应收账款中无持有本公司 5%（含 5%）以上表决权股份的股东单位欠款。

3、预付款项

单位：元

账 龄	2010-9-30		2009-12-31	
	金额	比例(%)	金额	比例(%)
1 年以内	8,938,726.97	100	4,313,610.63	100

预付款项期末余额中无持有本公司 5%（含 5%）以上股份的股东单位欠款；
预付款项期末余额中无预付关联方款项。

4、存货

单位：元

项 目	2010-9-30			2009-12-31		
	账面余额	跌价 准备	账面价值	账面余额	跌价 准备	账面价值
原材料	20,655,557.52	-	20,655,557.52	14,742,638.39	-	14,742,638.39
半成品	13,497,189.59	-	13,497,189.59	8,243,628.83	-	8,243,628.83
库存商品	13,085,024.43	-	13,085,024.43	16,621,298.31	-	16,621,298.31
在产品	8,124,257.18	-	8,124,257.18	4,847,053.93	-	4,847,053.93
委托加工物资	1,771,008.90	-	1,771,008.90	614,573.96	-	614,573.96
低值易耗品	516,538.46	-	516,538.46	-	-	-
合 计	57,649,576.08	-	57,649,576.08	45,069,193.42	-	45,069,193.42

2010 年 9 月 30 日，存货余额较上年末增加 1,258 万元，增幅 27.91%，主要

系销售规模扩大所致。

（二）主要非流动性资产

1、固定资产

（1）固定资产情况

单位：元

项 目	2009-12-31	本期增加	本期减少	2010-9-30
一、账面原值合计：	75,732,642.90	17,634,110.90	119,412.20	93,247,341.60
其中：机器设备	67,302,954.05	15,804,759.85	103,446.00	83,004,267.90
运输工具	5,083,852.00	123,200.00	-	5,207,052.00
办公及电子设备	3,345,836.85	1,706,151.05	15,966.20	5,036,021.70
二、累计折旧合计：	21,170,200.90	8,785,104.63	46,844.81	29,908,460.72
其中：机器设备	18,248,060.79	7,511,938.78	36,123.31	25,723,876.26
运输工具	1,788,880.59	559,305.17	-	2,348,185.76
办公及电子设备	1,133,259.52	713,860.68	10,721.50	1,836,398.70
三、固定资产账面净值合计	54,562,442.00	-	-	63,338,880.88
其中：机器设备	49,054,893.26	-	-	57,280,391.64
运输工具	3,294,971.41	-	-	2,858,866.24
办公及电子设备	2,212,577.33	-	-	3,199,623.00
四、减值准备合计	-	-	-	-
其中：机器设备	-	-	-	-
运输工具	-	-	-	-
办公及电子设备	-	-	-	-
五、固定资产账面价值合计	54,562,442.00	-	-	63,338,880.88
其中：机器设备	49,054,893.26	-	-	57,280,391.64
运输工具	3,294,971.41	-	-	2,858,866.24
办公及电子设备	2,212,577.33	-	-	3,199,623.00

公司固定资产主要为机器设备、电子及其他设备。

（2）因担保或其他原因造成所有权或使用权受到限制的固定资产情况

项 目	账面原值	账面净值	受限制的原因

注塑机等机器设备	753 万元	554 万元	抵押担保

请参见本招股说明书第六节“同业竞争与关联交易”之“二、关联方与关联交易”。

2、无形资产

公司的无形资产主要为专利和土地使用权。

单位：元

项 目	2009-12-31	本期增加	本期减少	2010-9-30
一、账面原值合计	1,256,647.33	22,519,097.92	-	23,775,745.25
软件	1,050,147.33	841,529.92	-	1,891,677.25
专利权	206,500.00	-	-	206,500.00
土地使用权*	-	21,677,568.00	-	21,677,568.00
二、累计摊销合计	542,683.14	586,415.77	-	1,129,098.91
软件	477,291.41	234,487.01	-	711,778.42
专利权	65,391.73	30,975.03	-	96,366.76
土地使用权	-	320,953.73	-	320,953.73
三、无形资产账面净值合计	713,964.19	-	-	22,646,646.34
软件	572,855.92	-	-	1,179,898.83
专利权	141,108.27	-	-	110,133.24
土地使用权	-	-	-	21,356,614.27
四、减值准备合计	-	-	-	-
软件	-	-	-	-
专利权	-	-	-	-
土地使用权	-	-	-	-
五、无形资产账面价值合计	713,964.19	-	-	22,646,646.34
软件	572,855.92	-	-	1,179,898.83
专利权	141,108.27	-	-	110,133.24
土地使用权	-	-	-	21,356,614.27

本公司软件系通过外购取得。本公司专利权系自行研发后申请过程中发生的费用。

2010 年 1 月 15 日，本公司与深圳市规划和国土资源管理委员会坪山管理局签订了深地合字（2009）5085 号《深圳市土地使用权出让合同书》，取得了宗

地编号为 G14304-0276 的地块的使用权，该土地使用权出让期限为 2010 年 1 月 15 日至 2060 年 1 月 14 日，出让金为 21,046,100.00 元，地块面积为 40,269.99 平方米，土地用途为工业用地。

2010 年 9 月 30 日无形资产账面价值与可回收金额比较，未发生可收回金额低于账面价值的情况，故未计提无形资产减值准备。

3、在建工程

(1) 一年一期在建工程情况

单位：元

项 目	2010-9-30			2009-12-31		
	账面余额	减值准备	账面净值	账面余额	减值准备	账面净值
自制模具	4,527,682.08	-	4,527,682.08	3,812,538.94	-	3,812,538.94
生产自动化项目	1,394,265.04	-	1,394,265.04	2,074,612.36	-	2,074,612.36
在建厂房	1,139,791.30	-	1,139,791.30	-	-	-
呼叫中心系统	201,800.00	-	201,800.00	-	-	-
合 计	7,263,538.42	-	7,263,538.42	5,887,151.30	-	5,887,151.30

公司的在建工程主要为自制模具和生产自动化项目，在最近一期增加了在建厂房和呼叫中心系统项目。

(2) 重大在建工程项目变动情况

单位：元

项 目	2009-12-31	本期增加	转入固定资产	2010-9-30	资金来源
自制模具	3,812,538.94	5,111,024.39	4,395,881.25	4,527,682.08	自筹
生产自动化项目	2,074,612.36	1,475,275.44	2,155,622.76	1,394,265.04	自筹
在建厂房	-	1,139,791.30	-	1,139,791.30	自筹
呼叫中心系统	-	201,800.00	-	201,800.00	自筹
合 计	5,887,151.30	7,927,891.13	6,551,504.01	7,263,538.42	

九、发行人最近一期末主要债项

与流动资产为主的资产结构相匹配，本公司负债全部为流动负债。主要负债类科目的具体情况如下：

1、应付账款

单位：元

账 龄	2010-9-30	2009-12-31
1 年以内	66,353,568.62	58,786,399.90
合 计	66,353,568.62	58,786,399.90

应付账款期末余额中无欠持有本公司 5%（含 5%）以上表决权股份的股东单位款项。应付账款期末余额中无应付关联方款项。

2、预收账款

单位：元

账 龄	2010-9-30	2009-12-31
1 年以内	4,899,515.28	5,693,187.95
合 计	4,899,515.28	5,693,187.95

预收账款期末余额中无欠持有本公司 5%(含 5%)以上表决权股份的股东单位款项。预收账款期末余额中无预收关联方款项。

3、应付职工薪酬

单位：元

项 目	2009-12-31	本期增加	本期减少	2010-9-30
一、工资、奖金、津贴和补贴	6,730,806.35	59,245,177.21	58,805,106.62	7,170,876.94
二、职工福利费	-	1,757,224.44	1,757,224.44	-
三、社会保险费	-	2,494,148.41	2,494,148.41	-
四、住房公积金	-	35,503.13	35,503.13	-
五、工会经费和职工教育经费	-	83,106.34	83,106.34	-
合 计	6,730,806.35	63,615,159.53	63,175,088.94	7,170,876.94

2010 年 9 月末应付职工薪酬将于 10 月支付。

4、应交税费

单位：元

项 目	2010-9-30	2009-12-31
增值税	1,923,138.95	1,112,896.85
城市维护建设税	9,240.05	34,478.15
企业所得税	4,639,276.78	7,340,047.13
个人所得税	3,868.48	1,992.34
教育费附加	27,720.12	-
其他税项	5,469.87	22,009.62
合 计	6,608,714.25	8,511,424.09

5、应付股利

单位：元

股东名称	2010-9-30	2009-12-31
热键电子（香港）有限公司	-	80,000,000.00

2010年9月30日，上述现金股利已支付完毕。

6、其他应付款

单位：元

账 龄	2010-9-30	2009-12-31
1 年以内	11,268,561.63	3,756,070.30

期末其他应付款余额较上年度增加 751 万元，增幅 200%，主要系收到的在建工程施工保证金和营销渠道保证金增加所致；其他应付款期末余额中无欠持有本公司 5%（含 5%）以上表决权股份的股东单位款项；其他应付款期末余额中应付关联方款项参见本招股说明书第六节“同业竞争与关联交易”之“二、关联方与关联交易”。

十、报告期各期末所有者权益变动表

单位：元

项 目	2010-9-30	2009-12-31	2008-12-31	2007-12-31

实收资本	96,000,000.00	86,035,406.21	58,695,806.21	8,264,506.21
资本公积	9,098,807.70	-	-	500,000.00
盈余公积	-	16,584,258.49	7,174,491.87	3,750,905.96
未分配利润	86,234,627.11	4,865,599.50	31,691,659.60	33,068,644.83
归属母公司所有者权益合计	191,333,434.81	107,485,264.20	97,561,957.68	45,584,057.00
所有者权益合计	191,333,434.81	107,485,264.20	97,561,957.68	45,584,057.00

十一、报告期各期内现金流量情况

单位：元

项 目	2010 年 1-9 月	2009 年度	2008 年度	2007 年度
经营活动产生的现金流量净额	74,945,961.09	128,755,685.97	30,354,748.35	24,655,795.50
投资活动产生的现金流量净额	-47,873,444.91	-28,125,318.45	-31,790,772.05	-12,980,792.01
筹资活动产生的现金流量净额	-82,130,000.00	-3,429,583.49	11,445,054.79	-769,760.66
现金及现金等价物净增加额	-55,324,944.52	96,989,409.95	10,058,577.39	10,878,316.97

报告期内，公司不存在不涉及现金收支的重大投资和筹资活动。

十二、会计报表附注中的期后事项、或有事项、承诺事项及其他重要事项

截至财务报表签发日，公司并未发生影响本公司会计报表阅读和理解的重大期后事项、或有事项、承诺事项及其他重要事项。

十三、报告期内各项财务指标

（一）主要财务指标

项 目	2010-09-30	2009-12-31	2008-12-31	2007-12-31
流动比率	1.99	1.27	1.96	1.29
速动比率	1.39	1.00	0.96	0.66
资产负债率（母公司）	31.22%	59.66%	31.30%	59.50%
无形资产（扣除土地使用权、水面养殖权和采矿权等后）占净资产的比例	0.67%	0.66%	0.40%	0.65%

项 目	2010 年 1-9 月	2009 年度	2008 年度	2007 年度
应收账款周转率	10.79	21.20	13.60	17.56
存货周转率	6.34	7.81	5.05	4.61
息税折旧摊销前利润（万元）	11,695.53	12,715.90	5,252.26	3,210.37
归属于发行人股东的净利润（万元）	8,384.82	9,335.29	3,810.45	2,822.76
归属于发行人股东扣除非经常性损益后的净利润（万元）	8,351.52	9,314.45	3,361.25	2,891.71
净资产收益率（加权平均）	56.12%	65.76%	49.29%	89.70%
利息保障倍数	-	-	103.71	111.31
每股经营活动产生的现金流量净额（元）	0.78	1.34	0.32	0.26
每股净现金流量（元）	-0.58	1.01	0.10	0.11
基本每股收益（元）	0.87	0.97	0.41	0.39
稀释每股收益（元）	0.87	0.97	0.41	0.39

注：上述指标的计算公式如下：

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）×100%

应收账款周转率=销售收入÷应收账款平均余额

存货周转率=销售成本÷存货平均余额

息税折旧摊销前利润=税前利润+利息+折旧支出+待摊费用摊销额+长期待摊费用摊销额+无形资产摊销

利息保障倍数=（税前利润+利息费用）/利息费用

每股经营活动产生的现金流量净额=经营活动的现金流量净额÷期末普通股份总数

每股净现金流量=现金及现金等价物净增加额÷期末普通股份总数

（二）净资产收益率和每股收益

按照《公开发行证券公司信息披露编报规则第9号——净资产收益率和每股收益的计算及披露》（2010年修订）计算的公司净资产收益率和每股收益如下表所示：

时 间	利 润	净资产收益率	每股收益（元）	
		加权平均	基本每股 收益	稀释每股 收益

2010 年 1-9 月	归属于公司普通股股东的净利润	56.12%	0.8734	0.8734
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	55.90%	0.8700	0.8700
2009 年	归属于公司普通股股东的净利润	65.76%	0.9724	0.9724
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	65.62%	0.9703	0.9703
2008 年	归属于公司普通股股东的净利润	49.29%	0.4052	0.4052
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	44.16%	0.3574	0.3574
2007 年	归属于公司普通股股东的净利润	89.70%	0.3898	0.3898
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	92.34%	0.3993	0.3993

注：上述指标的计算公式如下：

$$\textcircled{1} \text{ 加权平均净资产收益率} = P / (E_0 + NP \div 2 + E_i \times M_i \div M_0 - E_j \times M_j \div M_0 \pm E_k \times M_k \div M_0)$$

其中：P 分别对应于归属于公司普通股股东的净利润、扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润；NP 为归属于公司普通股股东的净利润；E₀为归属于公司普通股股东的期初净资产；E_i 为报告期发行新股或债转股等新增的、归属于公司普通股股东的净资产；E_j 为报告期回购或现金分红等减少的、归属于公司普通股股东的净资产；M₀为报告期月份数；M_i 为新增净资产下一月份起至报告期期末的月份数；M_j 为减少净资产下一月份起至报告期期末的月份数；E_k 为因其他交易或事项引起的净资产增减变动；M_k 为发生其他净资产增减变动下一月份起至报告期期末的月份数。

$$\textcircled{2} \text{ 基本每股收益} = P \div S$$

$$S = S_0 + S_1 + S_i \times M_i \div M_0 - S_j \times M_j \div M_0 - S_k$$

其中：P 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于普通股股东的净利润；S 为发行在外的普通股加权平均数；S₀为期初股份总数；S₁为报告期因公积金转增股本或股票股利分配等增加股份数；S_i 为报告期因发行新股或债转股等增加股份数；S_j 为报告期因回购等减少股份数；S_k 为报告期缩股数；M₀报告期月份数；M_i 为增加股份下一月份起至报告期期末的月份数；M_j 为减少股份下一月份起至报告期期末的月份数。

$$\textcircled{3} \text{ 稀释每股收益} = P_1 / (S_0 + S_1 + S_i \times M_i \div M_0 - S_j \times M_j \div M_0 - S_k + \text{认股权证、股份期权、可转换债券等增加的普通股加权平均数})$$

其中，P₁为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润，并考虑稀释性潜在普通股对其影响，按《企业会计准则》及有关规定进行调整。公司在计算稀释每股收益时，应考虑所有稀释性潜在普通股对归属于公司普通股股东

的净利润或扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润和加权平均股数的影响，按照其稀释程度从大到小的顺序计入稀释每股收益，直至稀释每股收益达到最小值。

十四、资产评估情况

本公司在整体变更为股份有限公司时聘请深圳市德正信资产评估有限公司以2009年12月31日作为基准日对公司整体资产和负债的价值进行了评估，并出具《关于热键科技（深圳）有限公司股份制改制项目资产评估报告书》（德正信综评报字〔2010〕第004号）。本次评估的基本情况如下：

单位：万元

项 目	账面价值	调整后账面值	评估值	评估增值率（%）	评估方法
总资产	26,862.51	26,862.51	27,728.57	3.22	采用成本法（又称资产基础途经的资产加和法）
总负债	16,027.05	16,027.05	16,027.05	-	
净资产	10,835.46	10,835.46	11,701.51	7.99	

本次资产评估仅作为折股参考，公司未根据评估结果进行账务处理。

十五、股东出资、股本变化的验资情况

发行人及其前身设立时及设立后共进行过六次验资，请参见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“四、发行人历次验资情况”。

十六、备考财务报表

（一）备考财务报表的编制目的、编制基础

1、备考财务报表的编制目的

发行人编制备考财务报表的目的在于：

发行人 2007 年向其实际控制人控制的关联方维尔京热键销售非自有品牌产品和采购进口原材料，2008 年起改为直接向海外客户销售非自有品牌产品和直接向海外供应商采购进口原材料，为保持财务数据的可比性，提供发行人同口径可比财务数据，故编制本备考财务报表。

2、备考财务报表的编制基础

(1) 发行人以持续经营为基础编制备考财务报表，根据实际发生的交易和事项，按照《企业会计准则—基本准则》和其他各项具体会计准则、应用指南及准则解释的规定进行确认和计量，在此基础上编制财务报表。

(2) 备考财务报表的编制基础及假设：本备考财务报表所载财务信息系基于假设自比较报表期初至本报告期末，维尔京热键均属于发行人之全资子公司编制而成。

(3) 发行人备考财务报表以其合并财务报表及维尔京热键财务报表进行汇总并对纳入备考范围的内部交易进行抵消后编制。

(二) 备考财务报表合并范围

备考财务报表合并范围除申报报表纳入合并范围的公司以外，还将维尔京热键纳入合并范围：

公司名称	是否合并			
	2010 年 1-9 月	2009 年	2008 年	2007 年
维尔京热键	是	是	是	是

(三) 注册会计师审计意见

中审国际对发行人上述备考财务报表进行了审计，出具了中审国际审字[2010]第 01020090 号《审计报告》并发表审计意见认为：雷柏科技股份有限公司上述备考财务报表已经按照企业会计准则的规定和备考财务报表附注所披露的编制基础编制，在所有重大方面公允反映了雷柏科技股份有限公司 2007 年 12 月 31 日、2008 年 12 月 31 日、2009 年 12 月 31 日、2010 年 9 月 30 日备考合并财务状况以及 2007 年度、2008 年度、2009 年度、2010 年 1-9 月的备考合并经营成果和现金流量。

(四) 备考财务报表

1、备考合并资产负债表

单位：元

资产类	2010-9-30	2009-12-31	2008-12-31	2007-12-31
流动资产				

货币资金	64,683,358.90	120,284,633.60	23,682,388.59	15,680,347.83
交易性金融资产	-	-	-	-
应收票据	-	-	-	-
应收账款	53,895,425.79	35,580,111.13	17,404,010.76	32,970,781.72
预付款项	8,938,726.97	4,313,610.63	962,499.40	-
应收股利	-	-	-	-
应收利息	-	-	-	-
其他应收款	9,761,087.60	25,327,075.31	24,366,029.76	12,578,846.85
存 货	57,649,576.08	45,069,193.42	54,168,577.64	42,848,634.46
一年内到期的长期 债权投资	-	-	-	-
其他流动资产	2,650,000.00	520,000.00	520,000.00	-
流动资产合计	197,578,175.34	231,094,624.09	121,103,506.15	104,078,610.86
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	63,338,880.88	54,562,442.00	39,989,596.20	20,239,751.14
在建工程	7,263,538.42	5,887,151.30	4,556,338.65	4,547,497.42
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	22,646,646.34	713,964.19	391,822.71	297,116.88
开发支出	-	-	-	-
商誉	-	-	-	-
长期待摊费用	1,715,966.12	543,579.17	551,777.63	136,751.82
递延所得税资产	725,429.21	1,038,041.25	194,799.25	347,013.62
其他非流动资产	-	-	-	-
非流动资产合计	95,690,460.97	62,745,177.91	45,684,334.44	25,568,130.88
资产总计	293,268,636.31	293,839,802.00	166,787,840.59	129,646,741.74

2、备考合并资产负债表（续）

单位：元

负债及所有者权益	2010-9-30	2009-12-31	2008-12-31	2007-12-31

流动负债				
短期借款	-	-	-	2,000,000.00
交易性金融负债	-	-	-	-
应付票据	-	-	-	-
应付账款	66,353,568.62	58,786,399.90	37,830,751.30	61,994,983.67
预收款项	4,899,515.28	5,693,187.95	8,896,995.13	1,854,629.26
应付职工薪酬	7,170,876.94	6,730,806.35	2,678,264.54	3,308,229.85
应交税费	6,608,714.25	8,511,424.09	2,452,476.60	-960,920.69
应付利息	-	-	-	-
应付股利	-	85,723,120.00	5,732,285.00	6,086,470.00
其他应付款	11,298,783.78	14,715,899.83	4,906,342.35	3,585,132.40
一年内到期的长期负债	-	-	-	-
其他流动负债	-	-	-	-
流动负债合计	96,331,458.87	180,160,838.12	62,497,114.92	77,868,524.49
非流动负债				
长期借款	-	-	-	-
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	-	-	-	-
非流动负债合计	-	-	-	-
负债合计	96,331,458.87	180,160,838.12	62,497,114.92	77,868,524.49
股东权益				
实收资本	96,000,000.00	86,035,406.21	58,695,806.21	8,264,506.21
资本公积	9,463,995.90	365,188.20	365,188.20	365,188.20
盈余公积	-	16,584,258.49	7,174,491.87	3,750,905.96
未分配利润	91,664,940.25	10,770,982.45	38,133,497.99	39,080,415.31
外币报表折算差额	-191,758.71	-76,871.47	-78,258.60	317,201.57
归属母公司所有者权益合计	196,937,177.44	113,678,963.88	104,290,725.67	51,778,217.25
少数股东权益	-	-	-	-
所有者权益合计	196,937,177.44	113,678,963.88	104,290,725.67	51,778,217.25
负债及所有者权益总计	293,268,636.31	293,839,802.00	166,787,840.59	129,646,741.74

3、备考合并利润表

单位：元

项目	2010 年 1-9 月	2009 年度	2008 年度	2007 年度
一、营业收入	482,599,826.49	561,626,511.17	322,968,649.39	276,411,236.54
减：营业成本	325,681,743.87	387,579,874.20	244,991,890.67	227,791,219.33
营业税金及附加	332,649.65	528,816.20	153,827.21	396.29
销售费用	24,090,252.47	27,975,093.24	12,137,457.30	3,208,532.99
管理费用	23,427,415.28	27,182,395.29	17,458,652.33	7,958,705.29
财务费用	929,274.31	532,214.37	2,918,082.54	876,268.99
资产减值损失	1,633,013.95	1,229,609.59	-1,204,857.55	-345,324.42
加：公允价值变动收益	-	-	-	-
投资收益	-	-	91,296.09	-
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	-	-	-	-
二、营业利润	106,505,476.96	116,598,508.28	46,604,892.98	36,921,438.07
加：营业外收入	625,761.84	955,362.91	853,287.79	-
减：营业外支出	177,142.60	694,013.12	344,517.50	80.00
其中：非流动资产处置损失	56,245.31	607,383.44	105,513.35	-
三、利润总额	106,954,096.20	116,859,858.07	47,113,663.27	36,921,358.07
减：所得税费用	23,580,995.40	24,043,423.50	8,579,084.24	2,265,309.81
四、净利润	83,373,100.80	92,816,434.57	38,534,579.03	34,656,048.26
归属母公司所有者净利润	83,373,100.80	92,816,434.57	38,534,579.03	34,656,048.26
其中：同一控制下被合并方合并前实现的净利润	-	-	3,993,205.10	-689,508.85
少数股东损益	-	-	-	-
五、每股收益				
（一）基本每股收益	0.87	0.97	0.41	0.48
（二）稀释每股收益	0.87	0.97	0.41	0.48
六、其他综合收益	-191,758.71	-76,871.47	-395,460.17	317,201.57
七、综合收益总额	83,181,342.09	92,739,563.10	38,139,118.86	34,973,249.83
归属于母公司股东的综合收益总额	83,181,342.09	92,739,563.10	38,139,118.86	34,973,249.83
归属于少数股东的综合收益总额	-	-	-	-

（五）备考前后公司经营成果比较

为便于理解本公司与维尔京热键于 2007 年发生的关联销售和关联采购对公司经营成果的影响，发行人编制了备考报表，在备考利润表中反映出来的净利润为 34,656,048.26 元，高于申报会计报表反映的公司 2007 年净利润 6,428,495.60 元，差异率为 22.77%。

2007 年备考前后公司经营成果比较如下：

单位：元

项目	备考前①	备考后②	差异③=②-①	差异率④=③/①
营业收入	269,427,072.96	276,411,236.54	6,984,163.58	2.59%
营业总成本	227,791,219.33	227,791,219.33	0.00	0.00%
营业利润	30,224,704.70	36,921,438.07	6,696,733.37	22.16%
利润总额	30,224,624.70	36,921,358.07	6,696,733.37	22.16%
净利润	28,227,552.66	34,656,048.26	6,428,495.60	22.77%

2007 年，备考前后发行人经营成果差异产生的主要原因是：发行人向维尔京热键销售产品，参照市场价格采取了成本加成的定价方法。维尔京热键从发行人购买鼠标、键盘等产品，按定单价格最终对外销售，定单价格与维尔京热键购入价格全年平均价差在 2%—3%之间。

而发行人向维尔京热键采购部分原材料，由维尔京热键以市场价格向供应商采购后原价销售给发行人，发行人采购价格与维尔京热键的采购价格不存在差异。

第十节 管理层讨论与分析

公司管理层认为，报告期内公司的财务状况、经营成果、现金流量状况良好，财务结构、各项财务指标等均处于正常水平，符合所从事业务的发展阶段和行业特点。公司主营业务稳定增长，市场开拓能力逐步增强，显示出良好的盈利能力和持续发展能力。

一、发行人主要资产情况

（一）资产的主要构成及分析

1、资产的总体构成

报告期内，公司资产构成如下：

单位：元

项 目	指标	2010-9-30	2009-12-31	2008-12-31	2007-12-31
流动资产合计	金额	191,944,210.56	208,217,974.88	105,585,183.54	88,416,755.50
	占总资产比	66.73%	76.84%	69.76%	77.39%
	同比增长	-	97.20%	19.42%	-
非流动资产合计	金额	95,690,460.97	62,745,177.91	45,773,379.16	25,836,368.65
	占总资产比	33.27%	23.16%	30.24%	22.61%
	同比增长	-	37.08%	77.17%	-
资产总计	金额	287,634,671.53	270,963,152.79	151,358,562.70	114,253,124.15
	同比增长	-	79.02%	32.48%	-

报告期内，随着公司生产经营规模的扩大，公司的流动资产金额、非流动资产金额以及资产总额均稳定增长。

从公司的资产构成来看，流动资产占到公司总资产的 70%左右，比例较大，表明公司资产流动性较强；2009 年公司流动资产与总资产增长比例分别为 97.20%、79.02%，主要系 2009 年公司销售规模迅速扩大带动货币资金和应收账款的增加所致；公司在流动资产快速增长的同时，非流动资产的规模也逐步增长，其主要来自于机器设备的增加及新增在建工程；从资产的整体构成来看，比例稳定，资产配置合理。

2、流动资产的总体构成

报告期内，公司流动资产构成如下：

单位：元

项目	指标	2010-9-30	2009-12-31	2008-12-31	2007-12-31
货币资金	金额	64,682,505.36	120,007,449.88	23,018,039.93	12,959,462.54
	占总资产比	22.49%	44.29%	15.21%	11.34%
	同比增长	-	421.36%	77.62%	-
应收账款	金额	53,895,425.79	35,580,111.13	17,404,010.76	30,075,884.94
	占总资产比	18.74%	13.13%	11.50%	26.32%
	同比增长	-	104.44%	-42.13%	-
预付账款	金额	8,938,726.97	4,313,610.63	962,499.40	-
	占总资产比	3.11%	1.59%	0.64%	-
	同比增长	-	348.17%	-	-
其他应收款	金额	4,127,976.36	2,727,609.82	9,512,055.81	2,532,773.56
	占总资产比	1.44%	1.01%	6.28%	2.22%
	同比增长	-	-71.32%	275.56%	-
存货	金额	57,649,576.08	45,069,193.42	54,168,577.64	42,848,634.46
	占总资产比	20.04%	16.63%	35.79%	37.50%
	同比增长	-	-16.80%	26.42%	-
其他流动资产	金额	2,650,000.00	520,000.00	520,000.00	-
	占总资产比	0.92%	0.19%	0.34%	-
	同比增长	-	0.00%	-	-
资产金额总计		287,634,671.53	270,963,152.79	151,358,562.70	114,253,124.15

流动资产具体情况如下：

(1) 货币资金

公司货币资金以银行存款为主。报告期内，公司充分注重货币资金的管理与控制，由于公司所处发展阶段使得公司融资渠道受到限制，公司需要保持一定规模的货币资金。货币资金余额占总资产比例由 2008 年末的 15.21%增加到 2009 年末的 44.29%，主要系公司 2009 年销售规模迅速扩大带来经营活动产生的现金流量净额增加所致；货币资金余额占总资产比例由 2009 年末的 44.29%减少到 2010 年 9 月末的 22.49%，减少 5,532 万元，主要系公司 2010 年度支付现金股利 8,000 万元所致。

（2）应收账款

①报告期内，公司应收账款变动情况如下：

单位：元

项目	指标	2010-9-30	2009-12-31	2008-12-31	2007-12-31
应收账款	内销	11,136,569.58	1,231,176.60	-	-
	外销	42,758,856.21	34,348,934.53	17,404,010.76	30,075,884.94
	合计	53,895,425.79	35,580,111.13	17,404,010.76	30,075,884.94
	占总资产比	18.74%	13.13%	11.50%	26.32%
	占营业收入比	11.17%	6.34%	5.39%	11.16%

报告期内，从本公司应收账款的总体情况上来看，应收账款占总资产比例从2007年末的26.32%下降到2008年末的11.50%，此后一直呈小幅增长趋势。2008年末应收账款余额较上年末下降42.13%，主要原因是受2008年全球金融危机影响，四季度贴牌产品销售额有所降低；2009年期末应收账款余额较上年末增加1,913万元，增幅104.44%，主要系2009年四季度销售较2008年四季度大幅增加所致。2010年9月末，应收账款较上年末增加1,929万元，增加52%，主要系本期销售额增加所致；同时，2010年1-9月，苏宁和国美在公司营业收入中所占的比重不断提高，此前公司在国内的销售主要采取“先收款、后发货”的结算方式，而对于苏宁和国美这样信誉较好、行业地位较高的重要客户，公司给予其30-45天的帐期。

2007年末、2008年末、2009年末，2010年1-9月应收账款余额与营业收入的比值分别为11.16%、5.39%、6.34%、11.17%，比重较低。

②截至2010年9月30日公司应收账款主要客户

截至2010年9月30日公司应收账款主要客户参见下表：

单位名称	与本公司关系	金额（元）	年限	占应收账款总额的比例（%）
Trust International BV	非关联关系	19,646,445.20	1年以内	34.62%
ARGO TD LLC	非关联关系	9,623,482.68	1年以内	16.96%
苏宁电器股份有限公司	非关联关系	6,226,694.00	1年以内	10.97%
西宁国美电器有限公司	非关联关系	3,444,611.00	1年以内	6.07%
Lifeworks Technology Group	非关联关系	2,181,022.03	1年以内	3.84%
合计		41,122,254.91		72.46%

应收账款期末余额中无持有公司 5%（含 5%）以上表决权股份的股东单位欠款；应收账款期末余额中无应收关联方款项。

③应收账款管理制度

公司建立了比较完善的销售管理制度，包括经销商信用评估与管理、赊销审批与执行、应收账款催收与业绩考核等制度。公司根据国际、国内市场不同客户，采取不同的销售结算模式，保证公司货款及时、安全回收（销售结算方式具体内容参见本招股说明书第五节“业务与技术”之“四、发行人主营业务的具体情况”之“（五）主要的经营模式”相关内容）。报告期内，公司对应收账款的管理保持连续性和一致性。

④应收账款质量分析

按应收账款种类：

种类	2010-9-30				2009-12-31			
	账面余额		坏账准备		账面余额		坏账准备	
	金额（元）	比例（%）	金额（元）	比例（%）	金额（元）	比例（%）	金额（元）	比例（%）
单项金额重大的应收账款	48,404,009.63	85.29	2,420,200.48	84.80	27,341,475.88	73.00	1,367,073.79	73.00
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账款	-	-	-	-	-	-	-	-
其他不重大应收账款	8,345,589.01	14.71	433,972.37	15.20	10,111,272.68	27.00	505,563.64	27.00
合计	56,749,598.64	100	2,854,172.85	100	37,452,748.56	100	1,872,637.43	100

按应收账款账龄分类：

账龄	2010-9-30			2009-12-31		
	账面余额		坏账准备	账面余额		坏账准备
	金额（元）	比例（%）		金额（元）	比例（%）	
1 年以内	56,415,741.06	99.41	2,820,787.09	37,452,748.56	100	1,872,637.43
1-2 年	333,857.58	0.59	33,385.76	-	-	-
合计	56,749,598.64	100	2,854,172.85	37,452,748.56	100	1,872,637.43

本公司应收账款账龄在一年以内的占绝大多数，应收账款期限较短，发生坏账的可能性较小。

按应收账款余额币种分类：

种类	2010-9-30			2009-12-31		
	外币金额	折算率	人民币金额	外币金额	折算率	人民币金额
人民币类	-	-	11,740,276.31	-	-	1,295,975.37
美元类	6,716,706.56	6.7011	45,009,322.33	5,295,212.97	6.8282	36,156,773.19
合计	-	-	56,749,598.64	-	-	37,452,748.56

从币种分类来看，主要为以美元计价的应收账款，该类应收账款主要由出口销售产生；以人民币计价的应收账款主要由向苏宁、国美销售产生。

本公司管理层认为：公司制定的应收账款管理制度符合公司实际情况，且实施情况良好，不存在因应收账款金额过大而影响公司持续经营能力的情形，应收账款增长幅度与公司业务规模相匹配，公司对应收账款风险控制能力较强。

(3) 预付款项

2008 年末、2009 年末、2010 年 9 月末，公司预付款项期末余额为 962,499.40 元、4,313,610.63 元、8,938,726.97 元，占流动资产比例分别为 0.91%、2.08%、4.66%。

①按预付款项账龄分类

账龄	2010-9-30		2009-12-31	
	金额（元）	比例(%)	金额（元）	比例(%)
1 年以内	8,938,726.97	100	4,313,610.63	100

报告期内，本公司预付款项均在一年以内，期限较短，发生坏账的可能性较小。

②预付款项金额前五名单位情况

单位名称	与本公司关系	金额（元）	预付时间	未结算原因
钰宝科技股份有限公司	非关联方	3,862,514.04	2010 年 5 月	尚未收到采购材料
深圳市论衡信息技术有限公司	非关联方	1,489,053.60	2010 年 8 月	预付 SAP 项目实施款
深圳市参数领航科技有限公司	非关联方	1,050,000.00	2010 年 6 月	付 WINDCHIN 项目订金

LEADING GROWTH CORP.	非关联方	918,622.31	2010年9月	尚未收到采购材料
东莞市汇飞电子塑胶有限公司	非关联方	235,666.00	2010年5月	预付模具加工款
合计		7,555,855.95		

预付款项期末余额中无持有本公司 5%（含 5%）以上股份的股东单位欠款；
预付款项期末余额中无预付关联方款项。

（4）其他应收款

①按其他应收款种类分类

种类	2010-9-30				2009-12-31			
	账面余额		坏账准备		账面余额		坏账准备	
	金额 (元)	比例 (%)	金额 (元)	比例 (%)	金额 (元)	比例 (%)	金额 (元)	比例 (%)
单项金额重大的其他应收款	3,360,452.17	74.86	168,022.61	46.53	-	-	-	-
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其他应收款	-	-	-	-	-	-	-	-
其他不重大其他应收款	1,128,659.83	25.14	193,113.03	53.47	2,901,982.62	100	174,372.80	100
合计	4,489,112.00	100	361,135.64	100	2,901,982.62	100	174,372.80	100

②按其他应收款账龄分类

账龄	2010-9-30			2009-12-31		
	账面余额		坏账准备	账面余额		坏账准备
	金额(元)	比例(%)		金额(元)	比例(%)	
1年以内	3,856,256.83	85.90	192,812.84	2,350,933.78	81.02	117,907.91
1至2年	116,702.00	2.60	13,476.85	544,248.84	18.75	54,424.89
2至3年	516,153.17	11.50	154,845.95	6,800.00	0.23	2,040.00
3至5年	-	-	-	-	-	-
5年以上	-	-	-	-	-	-

合计	4,489,112.00	100.00	361,135.64	2,901,982.62	100	174,372.80

③其他应收款金额前五名单位情况

单位名称	与本公司关系	金额（元）	经济性质	年限	占其他应收款总额的比例
深圳市宝安区国家税务局	非关联方	3,360,452.17	应收退税款	1 年以内	74.86%
深圳市凤凰股份合作公司	非关联方	576,584.00	厂房租赁押金	1 至 3 年	12.84%
深圳市农电总公司龙岗经营部	非关联方	120,000.00	在建厂房变压器押金	1 年以内	2.67%
严成	非关联方	35,200.00	备用金	1 年以内	0.78%
曾丽	非关联方	32,000.00	备用金	1 年以内	0.71%
合计		4,124,236.17			91.87%

其他应收款期末余额中无持有本公司 5%（含 5%）以上股份的股东单位欠款；其他应收款期末余额中应收关联方款项情况参见本招股说明书第六节“同业竞争与关联交易”之“二、关联方与关联交易”。

（5）存货

单位：元

项目	2010-9-30	2009-12-31	2008-12-31	2007-12-31
存货	57,649,576.08	45,069,193.42	54,168,577.64	42,848,634.46
占流动资产比例	30.03%	21.65%	51.30%	48.46%
占总资产比例	20.04%	16.63%	35.79%	37.50%
占主营业务收入比例	11.95%	8.02%	16.77%	15.90%

公司存货包括原材料、半成品、库存商品（产成品）、在产品、委托加工物资。2009 年末存货较 2008 年末减少 910 万元，降幅 17%，主要系 2008 年末受国际金融危机影响使存货周转速度下降所致。2010 年 9 月末存货余额较 2009 年末增加 1,258 万元，增幅 27.91%，主要系销售规模扩大所致；此外，公司于 2010 年 8、9 月份推出新产品游戏手柄、耳麦，备货量较大。

3、非流动资产的总体构成

单位：元

项目	指标	2010-9-30	2009-12-31	2008-12-31	2007-12-31
固定	金额	63,338,880.88	54,562,442.00	39,989,596.20	20,239,751.14

资产	占总资产的比	22.02%	20.14%	26.42%	17.71%
在建工程	金额	7,263,538.42	5,887,151.30	4,556,338.65	4,547,497.42
	占总资产的比	2.53%	2.17%	3.01%	3.98%
无形资产	金额	22,646,646.34	713,964.19	391,822.71	297,116.88
	占总资产的比	7.87%	0.26%	0.26%	0.26%
长期待摊费用	金额	1,715,966.12	543,579.17	551,777.63	136,751.82
	占总资产的比	0.60%	0.20%	0.36%	0.12%
递延所得税资产	金额	725,429.21	1,038,041.25	283,843.97	615,251.39
	占总资产的比	0.25%	0.38%	0.19%	0.54%
非流动资产合计		95,690,460.97	62,745,177.91	45,773,379.16	25,836,368.65
资产金额总计		287,634,671.53	270,963,152.79	151,358,562.70	114,253,124.15

本公司非流动资产结构比较简单,主要为固定资产、在建工程以及无形资产,具体内容如下:

(1) 固定资产

单位: 元

项目	指标	2010-9-30	2009-12-31	2008-12-31	2007-12-31
固定资产	金额	63,338,880.88	54,562,442.00	39,989,596.20	20,239,751.14
	占非流动资产比	66.19%	86.96%	87.36%	78.34%
	占总资产比	22.02%	20.14%	26.42%	17.71%
	同比增长	-	36.44%	97.58%	-

公司固定资产主要为机器设备、电子及其他设备。报告期内,公司固定资产净值分别为 20,239,751.14 元、39,989,596.20 元、54,562,442.00 元、63,338,880.88 元,占非流动资产比例分别为 78.34%、87.36%、86.96%、66.19%,由此可见,公司的非流动资产以固定资产为主。固定资产占非流动资产的比例从 2009 年末的 86.96%下降到 2010 年 9 月末的 66.19%,主要是由于 2010 年 1 月购买取得土地使用权,致使固定资产在非流动资产构成中占比相对下降。

本公司目前固定资产规模相对较小,随着公司生产销售规模的扩大,现有固定资产规模已不能支撑公司业务发展,因此,公司拟通过首次公开发行股票增加固定资产投资,促进公司业务的进一步发展。

公司固定资产使用状况良好，不存在不良资产和闲置固定资产。

(2) 无形资产

公司的无形资产主要为软件、专利和土地使用权。

单位：元

项目	指标	2010-9-30	2009-12-31	2008-12-31	2007-12-31
无形资产	金额	22,646,646.34	713,964.19	391,822.71	297,116.88
	占非流动资产比	23.67%	1.14%	0.86%	1.15%
	占总资产比	7.87%	0.26%	0.26%	0.26%
	同比增长	-	82.22%	31.87%	-

截至 2010 年 9 月 30 日，无形资产中，软件账面净值为 1,179,898.83 元，专利（含已授权专利和未授权专利）账面净值 110,133.24 元、土地使用权净值为 21,356,614.27 元。

单位：元

项目	2010-9-30	2009-12-31
软件	1,179,898.83	572,855.92
专利权	110,133.24	141,108.27
土地使用权	21,356,614.27	-

公司在最近一期末无形资产大幅增加是由于 2010 年 1 月 15 日本公司与深圳市规划和国土资源管理委员会坪山管理局签订了深地合字（2009）5085 号《深圳市土地使用权出让合同书》，取得了宗地编号为 G14304-0276 的地块的使用权，该土地使用权出让期限为 2010 年 1 月 15 日至 2060 年 1 月 14 日，出让金为 21,046,100.00 元，地块面积为 40,269.99 平方米，土地用途为工业用地。2010 年 6 月 10 日，公司已取得该地块的《房地产证》。

2010 年 9 月 30 日无形资产账面价值与可回收金额比较，未发生可收回金额低于账面价值的情况，故未计提无形资产减值准备。

4、资产减值准备情况

单位：元

项目	2010-9-30	2009-12-31	2008-12-31	2007-12-31
一、坏账准备	3,215,308.49	2,047,010.23	1,418,074.11	2,195,334.34
其中：应收账款	2,854,172.85	1,872,637.43	916,000.57	1,582,941.31

其他应收款	361,135.64	174,372.80	502,073.54	612,393.03
二、存货跌价准备	-	-	-	-
三、固定资产减值准备	-	-	-	-
合计	3,215,308.49	2,047,010.23	1,418,074.11	2,195,334.34

本公司已根据企业会计准则以及公司的具体情况对应收账款、其他应收款提取了坏账准备。公司的应收账款、其他应收款的账龄在一年以内的比例分别为99.41%、85.90%，应收款项回收风险较小。

本公司管理层认为，公司根据实际情况制定了稳健的资产减值准备提取政策，主要资产减值准备提取情况与资产质量实际状况相符，不存在因资产减值准备提取不足而影响公司持续经营能力的情形。

5、公司管理层对于资产状况的评价

综合以上分析，公司管理层认为：本公司资产流动性强，资产质量良好，资产结构合理，与公司现阶段发展状况相适应。

（二）负债的主要构成及分析

1、负债的主要构成及分析

单位：元

项目	指标	2010-9-30	2009-12-31	2008-12-31	2007-12-31
短期借款	金额	-	-	-	2,000,000.00
	占负债比	-	-	-	2.91%
应付账款	金额	66,353,568.62	58,786,399.90	37,830,751.30	61,133,330.99
	占负债比	68.90%	35.96%	70.32%	89.03%
预收款项	金额	4,899,515.28	5,693,187.95	8,896,995.13	1,854,629.26
	占负债比	5.09%	3.48%	16.54%	2.70%
应付职工薪酬	金额	7,170,876.94	6,730,806.35	2,678,264.54	3,308,229.85
	占负债比	7.45%	4.12%	4.98%	4.82%
应交税费	金额	6,608,714.25	8,511,424.09	2,452,476.60	-960,920.69
	占负债比	6.86%	5.21%	4.56%	-1.40%
应付股利	金额	-	80,000,000.00	-	-
	占负债比	-	48.94%	-	-
其他应付款	金额	11,268,561.63	3,756,070.30	1,938,117.45	1,333,797.74
	占负债比	11.70%	2.30%	3.60%	1.94%
流动负债	金额	96,301,236.72	163,477,888.59	53,796,605.02	68,669,067.15

合计	占负债比	100%	100%	100%	100%
递延所得税负债		-	-	-	-
非流动负债合计		-	-	-	-
负债合计		96,301,236.72	163,477,888.59	53,796,605.02	68,669,067.15

与流动资产为主的资产结构相匹配，本公司全部负债均为流动负债。流动负债以应付账款为主。

根据 2010 年 2 月 5 日董事会决议，对 2009 年末未分配利润向股东分配红利，因此计提了 80,000,000.00 元应付股利，2010 年 9 月 30 日，上述现金股利已支付完毕。因此，在 2010 年 9 月末，公司除应付股利外其他债项占负债比均增加。

报告期内，公司应付账款占总负债比例一直在 35% 以上，2010 年 9 月 30 日，公司应付账款占总负债的 68.90%。公司充分利用自身良好的信用水平，与主要供应商建立了长期紧密的良好合作关系，获得合理的赊购账期，保障了公司资金的正常周转。

报告期内，公司应付职工薪酬与应交税费分别占总负债的比例稳定，与公司经营规模相适应。

2、公司管理层对于负债状况的评价

公司实施稳健的财务政策，资产负债率保持在合适水平。2010 年 9 月 30 日，本公司（母公司）资产负债率为 31.22%。报告期内本公司负债变化与公司业务情况基本匹配，不存在负债波动过大的情况。

二、偿债能力分析

财务指标	2010-9-30	2009-12-31	2008-12-31	2007-12-31
流动比率	1.99	1.27	1.96	1.29
速动比率	1.39	1.00	0.96	0.66
资产负债率（母公司）	31.22%	59.66%	31.30%	59.50%
息税折旧摊销前利润（元）	116,955,342.06	127,159,048.54	52,522,604.52	32,103,705.34
利息保障倍数（倍）	-	-	103.71	111.31
经营活动现金流量净额（元）	74,945,961.09	128,755,685.97	30,354,748.35	24,655,795.50

报告期内本公司流动比率和速动比率绝对值均较高，其中速动比率呈逐年递

增趋势，表明公司资产流动性、资产管理能力和短期偿债能力较强。

报告期内，本公司资产负债率分别为 59.50%、31.30%、59.66%、31.22%，低于行业平均水平（详见本节“六、可比上市公司财务指标对比分析”）。本公司资产负债率总体水平较低的主要原因是，公司所处发展阶段决定了公司资产构成中固定资产比例较低，公司通过固定资产抵押等途径获得银行贷款受到限制。

报告期内本公司息税折旧摊销前利润及利息保障倍数较高，且逐年快速增长。2007 年期末，公司短期借款余额为 2,000,000.00 元，已于 2008 年偿还完毕；2009 年及最近一期无银行贷款。本公司现金流充沛、偿债能力较强，近年来未发生贷款逾期不还的情况。此外，公司不存在对正常生产、经营活动有重大影响的需特别披露的或有负债，亦不存在表外融资的情况。

上述情况表明，本公司负债水平合理，资产流动性较高，银行资信状况良好，具有较强的偿债能力。

三、资产运营能力分析

报告期内本公司资产周转能力指标参见下表：

单位：（次/年）

财务指标	2010-9-30	2009-12-31	2008-12-31	2007-12-31
存货周转率	6.34	7.81	5.05	4.61
应收账款周转率	10.79	21.20	13.60	17.56
总资产周转率	1.17	2.66	2.43	2.95

2007 年、2008 年、2009 年，本公司存货周转率分别为 4.61 次、5.05 次、7.81 次，呈上升趋势。

2007 年、2008 年、2009 年，本公司应收账款周转率分别为 17.56 次、13.60 次、21.20 次，从 2008 年开始，应收账款周转率增大的主要原因是，从 2008 年开始，公司自主品牌产品的销售增长迅速，在本公司的营业收入占比越来越大，到 2010 年 1-9 月已经超过贴牌产品占比，同时，国内销售主要采用“先收款、后发货”的结算方式，从而提高了应收账款周转率。

2007 年、2008 年、2009 年，本公司总资产周转率分别为 2.95 次、2.43 次、2.66 次，稳定维持在较高水平，表明公司资产总体周转能力和运营能力良好。

综上所述，本公司管理层认为：本公司对存货和应收账款等资产的管理能力

较强，资产运营效率较高，为公司长期稳定发展奠定了良好的基础。

四、盈利能力分析

近三年一期，本公司经营成果情况参见下表：

单位：元

项目		2010年1-9月	2009年度	2008年度	2007年度
营业收入	金额	482,599,826.49	561,626,511.17	322,968,649.39	269,427,072.96
	增长率	-	73.90%	19.87%	-
营业外收入		625,761.84	955,362.91	853,287.79	-
净利润	金额	83,848,170.61	93,352,890.01	38,104,511.12	28,227,552.66
	增长率	-	144.99%	34.99%	-
扣除非经常性损益净额后归属于母公司所有者的净利润		83,515,237.15	93,144,475.04	33,612,492.48	28,917,135.51

从营业收入和净利润的增长趋势来看，公司的发展势头非常明显，报告期内，公司一直保持着良好的增长速度，2008年、2009年，营业收入同比增长19.87%、34.99%，净利润同比增长73.90%、144.99%，说明公司在营业收入增长的同时，盈利能力也在显著提高。其中主要原因是，无线外设产品市场正处于高速发展期，无线外设产品需求增加；同时，从2008年开始，公司自主品牌“雷柏”产品销售的迅速增长，提高了公司的毛利水平。

（一）营业收入的构成、变动趋势及原因

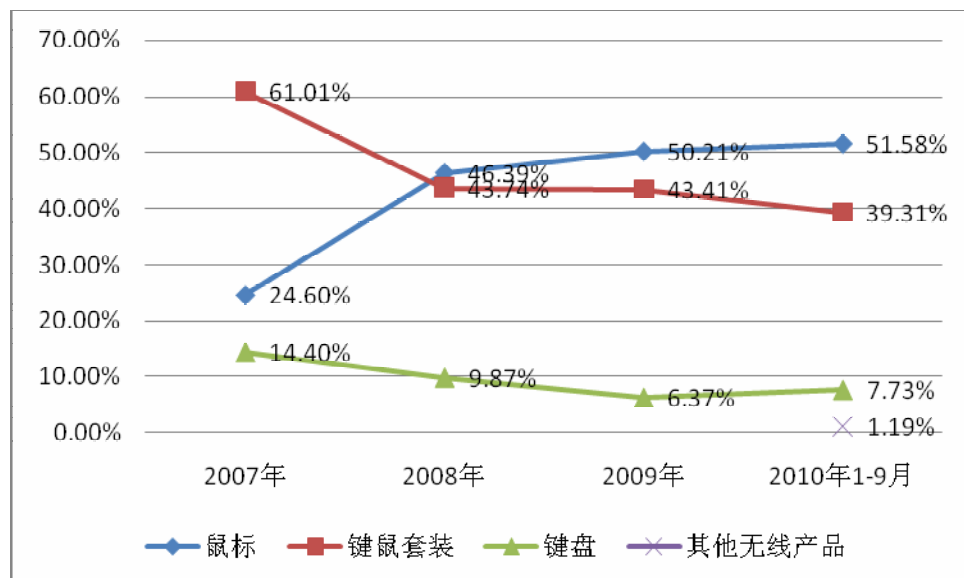
1、按产品类别划分

单位：万元

产品类别		2010年1-9月		2009年度		2008年度		2007年度	
		销售金额	占比	销售金额	占比	销售金额	占比	销售金额	占比
鼠标	有线	3,666.55	7.60%	4,041.61	7.20%	2,544.08	7.88%	5,584.87	20.73%
	无线	21,225.60	43.98%	24,155.37	43.01%	12,438.16	38.51%	1,041.75	3.87%
键鼠套装	有线	1,320.56	2.74%	864.80	1.54%	74.99	0.23%	239.97	0.89%
	无线	17,648.40	36.57%	23,516.49	41.87%	14,053.68	43.51%	16,198.57	60.12%
键盘	有线	2,623.27	5.44%	2,828.24	5.04%	2,435.05	7.54%	3,016.60	11.20%
	无线	1,102.81	2.29%	746.94	1.33%	750.92	2.33%	860.94	3.20%
其他无线产品		573.38	1.19%	-	-	-	-	-	-

其他业务	99.43	0.21%	9.21	0.02%	-	-	-	-
合 计	48,259.98	100.00%	56,162.65	100.00%	32,296.86	100.00%	26,942.71	100.00%

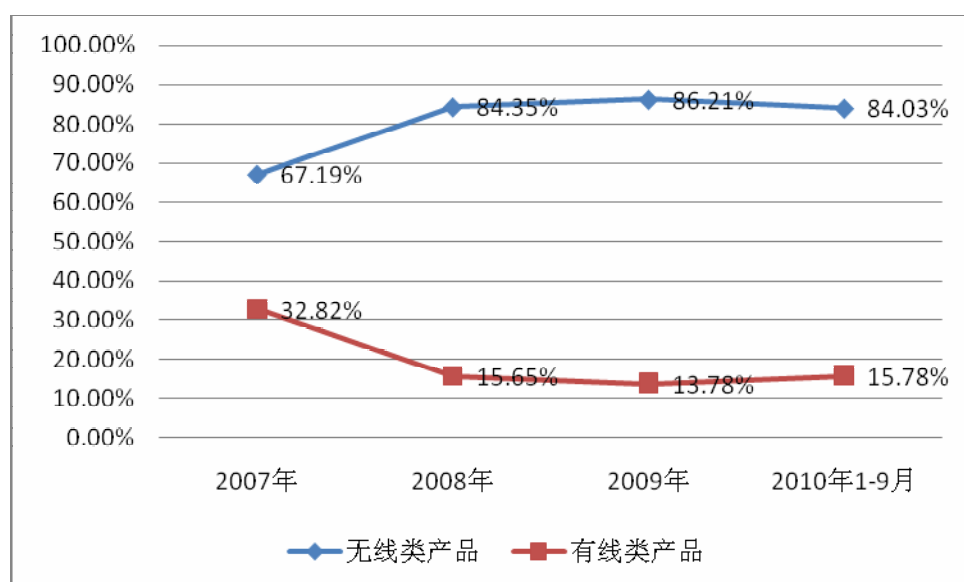
(1) 鼠标类产品在营业收入中占比情况



报告期内，公司的鼠标产品 2007 年占比 20%左右，2008 年至今一直维持在 45%以上。相对键鼠套装而言，鼠标是个性化更强的产品，从 2008 年开始，随着公司自主品牌所倡导的时尚理念得到市场的广泛认可，个性化的鼠标产品销售大幅增加，使得鼠标类产品在公司销售收入中占比提高。

键鼠套装类产品所占比例一直较高，与鼠标类产品基本相当，是公司收入的稳定来源。

(2) 无线类产品在营业收入中占比情况



报告期内，公司的无线产品 2007 年占比为 67.19%，而 2008 年至今一直维

持在 80%以上。公司一直专注于无线外设产品的生产制造，核心优势也在无线外设产品领域，2008 年以来，公司将制造技术优势与品牌优势结合起来，使得公司在无线外设产品领域的地位大幅提高。

2、按销售区域/业务类别划分

报告期内销售收入按销售区域划分情况如下：

单位：万元

项目		2010 年 1-9 月		2009 年度		2008 年度		2007 年度	
		销售金额	占比	销售金额	占比	销售金额	占比	销售金额	占比
外销	贴牌 (ODM/OEM)	21,503.10	44.56%	31,243.55	55.63%	27,518.67	85.21%	26,843.64	99.63%
	自主品牌 (雷柏)	1,172.17	2.43%	1,049.07	1.87%	291.96	0.90%	-	-
内销：自主品牌 (雷柏)		25,485.29	52.81%	23,860.82	42.49%	4,486.23	13.89%	99.07	0.37%
其他业务		99.43	0.21%	9.21	0.02%	-	-	-	-
合计		48,259.98	100%	56,162.65	100.00%	32,296.86	100.00%	26,942.71	100.00%

报告期内销售收入按自主品牌、OEM、ODM 三种模式的划分情况如下：

单位：万元

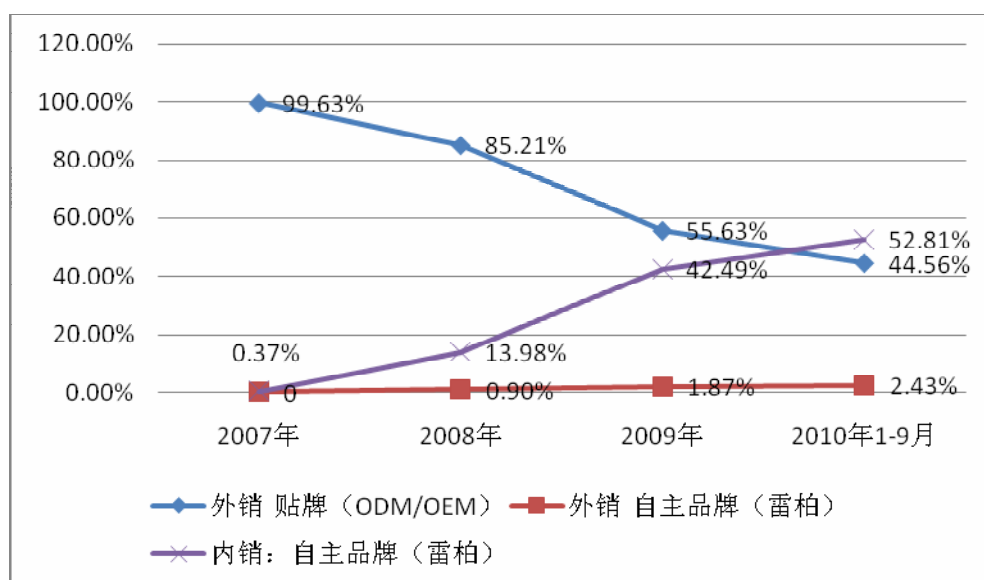
项目	2010 年 1-9 月		2009 年度		2008 年度		2007 年度	
	销售金额	占比	销售金额	占比	销售金额	占比	销售金额	占比
自主品牌	26,657.45	55.24%	24,909.89	44.35%	4,778.19	14.79%	99.07	0.37%
ODM	20,941.64	43.39%	30,970.76	55.14%	27,061.46	83.79%	26,843.64	99.63%
OEM	561.46	1.16%	272.79	0.49%	457.21	1.42%	0.00	0.00%
其他业务	99.43	0.21%	9.21	0.02%	-	-	-	-
合计	48,259.98	100%	56,162.65	100.00%	32,296.86	100.00%	26,942.71	100.00%

公司产品的销售按区域划分为外销和内销，按业务类别划分为贴牌 (ODM/OEM) 和自主品牌。公司外销产品包含贴牌 (ODM/OEM) 和自主品牌两个部分，其中贴牌 (ODM/OEM) 产品占外销产品 95%以上的份额；内销产品全部为自主品牌。

(1) 从 2008 年开始，本公司凭借在无线外设产品多年的制造经验，使得“雷柏”自主品牌产品迅速扩张，与 2008 年相比，2009 年的销售增长率达到 421.32%，

2010 年三季度占比已超过贴牌产品（ODM/OEM），成为公司营业收入中最主要的来源。

公司自主品牌销售增长情况如下：



（2）公司的贴牌（ODM/OEM）业务一直是公司稳定的收入来源，2008 年、2009 年增长率分别为 2.51%和 13.54%。公司与海外客户建立了长期良好的合作关系，贴牌产品（ODM/OEM）发展稳定。

单位：万元

项目	2010 年 1-9 月	2009 年度		2008 年度		2007 年度
	销售金额	销售金额	增长率	销售金额	增长率	销售金额
贴牌（ODM/OEM）	21,503.10	31,243.55	13.54%	27,518.67	2.51%	26,843.64
自主品牌（雷柏）	26,657.46	24,909.89	421.32%	4,778.19	4723.04%	99.07
其他业务	99.43	9.21	-	-	-	-
合计	48,259.98	56,162.65	73.87%	32,296.86	19.87%	26,942.71

3、按销售渠道划分

报告期内，公司在国内逐步建立了包括传统 IT 渠道、连锁渠道和网络销售渠道的多层次销售网络，上述三种方式实现销售的金额和占比情况如下：

单位：万元

渠道	2010 年 1-9 月		2009 年度		2008 年度		2007 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
传统 IT	23,064.76	90.50%	23,595.90	98.89%	4,486.23	100.00%	99.07	100.00%

渠道								
连锁渠道	2,152.31	8.4%	160.26	0.67%	-		-	
网络销售渠道	268.22	1.1%	104.67	0.44%	-		-	
合计	25,485.29	100.00%	23,860.82	100.00%	4,486.23	100.00%	99.07	100.00%

目前键鼠行业主要的销售模式是通过设立代理商在全国各地的电脑城完成销售，即采用传统的 IT 销售渠道方式。公司通过搭建连锁渠道和网络渠道，丰富了销售的渠道种类，覆盖了更广的消费群体。虽然目前连锁渠道和网络渠道销售的金额和占比较低，但增长迅速。

4、按销售方式划分

报告期内，公司内销业务按销售方式划分如下：

单位：万元

渠道	2010 年 1-9 月		2009 年度		2008 年度		2007 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
代理销售	25,217.07	98.95%	23,756.15	99.56%	4,486.23	100.00%	99.07	100.00%
直销	268.22	1.05%	104.67	0.44%	-	-	-	
合计	25,485.29	100.00%	23,860.82	100.00%	4,486.23	100.00%	99.07	100.00%

报告期末，公司在全国拥有六十多家总经销商，遍布全国各省，主要集中在华南、华东和华北地区。各总经销商的销售渠道主要为：一是通过在电脑城、家电卖场设立门店形式实现销售，二是销售给下一级经销商。

目前公司的直销仅限于公司在淘宝网上设立的“雷柏旗舰店”。设立旗舰店主要目的是为了品牌形象展示和增加品牌影响力，另一方面是为了适应网上消费的需求。公司直销的价格会高于经销商的零售价，同时直销销量很小，公司直销与代理销售不存在直接利益冲突，旗舰店对品牌的形象和影响力的提升会促进经销商的产品销售。

5、按销售季节划分

报告期公司产品销售季节性特征不明显，具体情况如下：

单位：万元

季度	2009 年度	2008 年度	2007 年度

	销售金额	比例	销售金额	比例	销售金额	比例
第一季度	11,194.93	19.93%	8,286.77	25.66%	3,645.08	13.53%
第二季度	13,907.38	24.76%	6,001.82	18.58%	4,993.02	18.53%
第三季度	15,361.68	27.35%	9,850.87	30.50%	9,792.14	36.34%
第四季度	15,698.66	27.95%	8,157.41	25.26%	8,512.48	31.59%
合计	56,162.65	100.00%	32,296.86	100.00%	26,942.71	100.00%

（二）公司内销大幅增加的原因

1、2007 年增长原因分析

2007 年，公司判断在国内市场 2.4G 无线键鼠取代 27MHZ 产品的时机已经成熟，在 2007 年下半年，公司推出第一款 2.4G 无线鼠标 7100 时，市场上主要的 2.4G 产品供应商是著名的国际品牌罗技和微软，由于国内制造商无法制造出品质类似的产品，所以当时罗技和微软 2.4G 无线鼠标的价格高高在上，单价达到 300 多元人民币，脱离了中国用户的消费能力，公司经过对市场一系列的调研，最终将鼠标零售价定位于中国中高端消费者可以接受的人民币 138 元，同时配合大量的广告宣传，由于该款鼠标的规格和性能均达到了较高水平，而价格较低，所以 7100 一经推出市场就引起了极大的关注。但由于“雷柏”对中国用户来讲是一个全新的品牌，而且公司要求先款后货的结算条件使得从代理商到终端用户大多持观望态度，所以开始时销量不大。经过两、三个月的销售，由于产品良好的性价比，口碑和形象逐步树立，由此，销量开始上升。随着品牌形象的逐步树立，公司产品开始得到众多终端用户的认同。2007 年年底，公司顺势推出第二款无线产品——零售价 238 元的无线键盘鼠标套装 8100。

2、2008 年增长原因分析

经过 2007 年的市场开拓和品牌宣传，公司认为扩大产品线的时机已经出现，2008 年 4 月，公司在深圳召开第二次产品发布会，推出 6 款新产品，其中包括使用 NANO 接收器的产品，当时仅有罗技和本公司推出使用 NANO 接收器的产品。这 6 款新产品的推出，使许多原本持观望态度的代理商签约成为本公司的客户。由于产品线的扩大和代理商的增加，公司的销售额逐月快速上升。“雷柏”从一个全新的品牌上升为一个无线产品的知名品牌。同时，公司覆盖全国的代理商网络初步建立。

2008 年 12 月，公司再推出了三款“1 系列”入门级的新产品，包括零售价 99 元的无线键盘鼠标套装 1800、零售价 88 元的笔记本无线鼠标 1100 和零售价 68 元的无线桌面型鼠标 1000。此三款新产品进一步扩大了“雷柏”的用户群体，使很多原来打算购买有线键鼠的用户转成购买公司的入门级无线产品。这三款新产品在推出的当月就销售超过 10 万套。

3、2009 年增长原因分析

由于 2008 年底推出的新产品深受市场欢迎，该等产品在 2009 年持续热销。

2009 年 4 月，公司开始切入游戏类键鼠市场，推出全新产品线——游戏 V 系列（包括 6 款游戏键鼠产品）。2009 年 9 月，公司开始切入有线键盘鼠标的市场，推出了有线 N 系列新产品。

除了不断推出新产品外，公司在 2009 年继续加大宣传推广力度，投入了 700 多万元推广费用用于巩固“雷柏”品牌地位。2009 年全年自主品牌产品销售额实现比 2008 年增长了 421.32%。

综上所述，公司内销大幅增长的原因主要是：（1）及时把握了产品升级换代的准确时机；（2）持续推出符合国内消费能力的新产品；（3）持续加大品牌推广力度；（4）不断扩大及完善销售渠道。

（三）毛利及毛利率变动分析

报告期内，本公司毛利率水平参见下表：

指标项目			2010 年 1-9 月	2009 年度	2008 年度	2007 年度
综合毛利率			32.52%	30.99%	24.14%	15.45%
按产 品类 别划 分	鼠标	无线	40.67%	40.59%	27.70%	22.01%
		有线	26.65%	20.75%	16.21%	9.94%
	键鼠 套装	无线	28.47%	25.85%	22.09%	18.27%
		有线	23.58%	27.08%	17.32%	5.98%
	键盘	无线	39.82%	53.29%	51.35%	24.55%
		有线	2.01%	1.60%	17.90%	6.45%
按业务类别 划分		贴牌产品	24.32%	24.14%	20.33%	15.38%
		自主品牌	39.08%	39.57%	46.12%	34.62%

1、综合毛利率分析

如下表所示，报告期内公司的综合毛利率分别为15.45%、24.14%、30.99%、

32.52%，处于较高水平，并呈逐年递增态势。

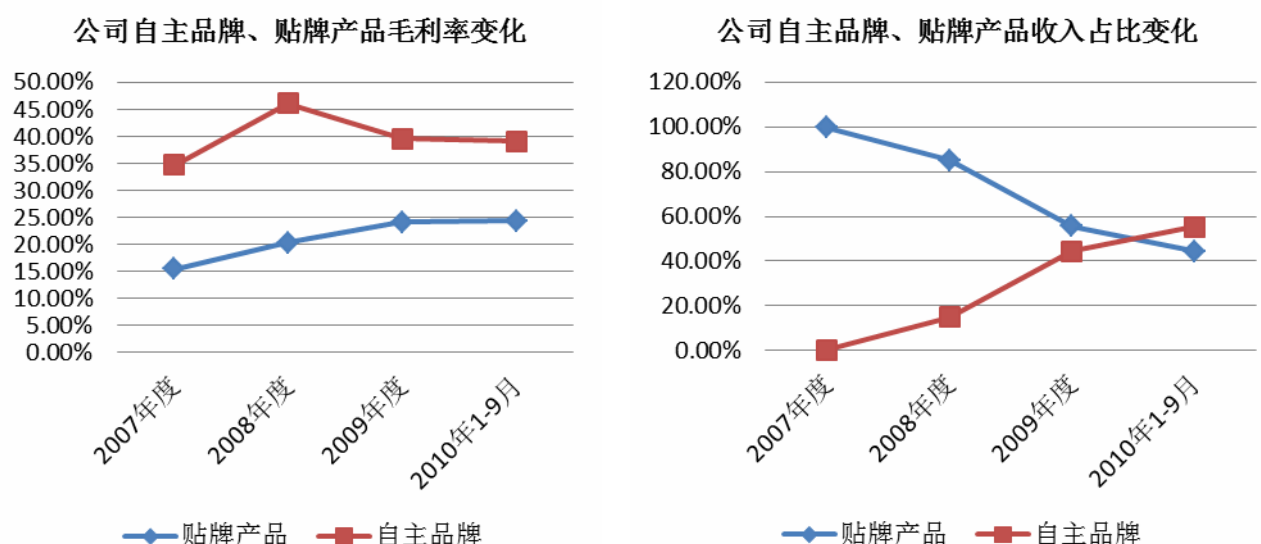
单位：万元

指标项目	2010年1-9月	2009年度	2008年度	2007年度
营业收入	48,259.98	56,162.65	32,296.86	26,942.71
营收增长幅度	-	73.90%	19.87%	-
营业成本	32,568.17	38,757.99	24,499.19	22,779.12
成本增长幅度	-	58.20%	7.55%	-
毛利额	15,691.81	17,404.66	7,797.68	4,163.59
毛利额增长幅度	-	123.20%	87.28%	-
毛利率	32.52%	30.99%	24.14%	15.45%
毛利率增长幅度	-	28.36%	56.24%	-

主要原因：

(1) 公司自主品牌“雷柏”产品拥有品牌价值，附加值较高，且“雷柏”系列产品销售增长迅速，收入占比逐年提高。

报告期内，公司自主品牌毛利率分别为34.62%、46.12%、39.57%、39.08%，贴牌产品的毛利率分别为15.38%、20.33%、24.14%、24.32%，而自主品牌占收入比重逐年递增，分别为0.37%、14.79%、44.35%、55.24%。报告期内公司收入结构变化情况参见下图：



如下表所示，自主品牌销售收入增长迅猛，2008年比2007年增长4723.18%，2009年比2008年增长421.32%，同期毛利额增长幅度为6324.69%和347.33%；2010年1-9月的销售额已经超过2009年全年，同样2010年1-9月的毛利也达到10,418.88万元，超过2009年全年。

单位：万元

项目	2010年1-9月	2009年度	2008年度	2007年度
自主品牌营业收入	26,657.45	24,909.89	4,778.19	99.07
自主品牌销营业收入增长幅度	-	421.32%	4723.18%	-
自主品牌营业成本	16,238.57	15,052.70	2,574.62	64.77
自主品牌营业毛利	10,418.88	9,857.19	2,203.57	34.30
自主品牌营业毛利增长幅度	-	347.33%	6324.69%	-
自主品牌营业毛利率	39.08%	39.57%	46.12%	34.62%

2008年增长幅度较大，主要原因是自主品牌的销售是从2007年开始起步，金额为99万元，基数较小。自主品牌销售占比的大幅提升，有效的提高了公司综合毛利率水平。

(2) 公司无线产品技术附加值高于有线产品，而报告期内，无线产品增长速度高于有线产品。

如下表所示，在公司的收入结构中，无线产品的占比远高于公司的有线产品，而报告期内无线产品销售的增长速度也高于有线产品，提升了公司的综合毛利率水平。

单位：万元

产品类别	2010年1-9月		2009年度		2008年度		2007年度	
	营业金额	占比	营业金额	占比	营业金额	占比	营业金额	占比
有线产品	7,610.38	15.78%	7,734.65	13.78%	5,054.12	15.65%	8,841.44	32.82%
有线产品增长幅度	-	-	53.04%	-	-42.84%	-	-	-
无线产品	40,550.19	84.03%	48,418.80	86.21%	27,242.76	84.35%	18,101.26	67.19%
无线产品增长幅度	-	-	77.73%	-	50.50%	-	-	-

(3) 随着公司经营和采购规模的扩大，公司的采购议价能力得到提高，降低了原材料采购成本。

(4) 报告期内，出口退税率的逐步增加也是综合毛利率变动的一个因素。

2007年至2008年11月，本公司键鼠产品出口执行的出口退税率为13%，2008年12月至2009年5月为14%，2009年6月至今为17%。

2、按产品类别划分的毛利率分析

按公司产品类别划分的销售毛利率参见下表：

指标项目	2010年1-9月	2009年度	2008年度	2007年度

按产品类别划分	鼠标	无线	40.67%	40.59%	27.70%	22.01%
		有线	26.65%	20.75%	16.21%	9.94%
	键鼠套装	无线	28.47%	25.85%	22.09%	18.27%
		有线	23.58%	27.08%	17.32%	5.98%
	键盘	无线	39.82%	53.29%	51.35%	24.55%
		有线	2.01%	1.60%	17.90%	6.45%

报告期内，公司鼠标键盘类产品的毛利率主要有两个特点：（1）整个鼠标键盘类产品系列里，除有线键盘类和有线键鼠套装类产品外，公司其它产品的毛利率在报告期内均呈逐年递增态势；（2）无线类产品的毛利率普遍高于有线类产品。

平均来看，毛利率最高的是无线鼠标类和无线键盘类产品，尤其是无线鼠标类产品，在最近一个报告期毛利率水平已经超过无线键盘类产品，达到 40.67%。原因在于：（1）相对有线产品而言，无线产品技术附加值较高，相应的也具有较高的毛利水平；（2）公司成立以来，一直专注于无线键鼠产品的开发，把无线产品作为公司经营的重点，由于公司在无线键鼠产品领域积累了较高的声誉，品牌认可程度较高，自自主品牌无线产品推出以来，品牌价值对无线产品毛利水平的提升较大。

3、按业务类别划分的毛利率分析

按公司业务类别划分的销售毛利率参见下表：

项目指标		2010 年 1-9 月	2009 年度	2008 年度	2007 年度
按业务类别划分	贴牌产品	24.32%	24.14%	20.33%	15.38%
	自主品牌	39.08%	39.57%	46.12%	34.62%
差异		14.76%	15.43%	25.79%	19.24%

自主品牌产品由于产品价格包含品牌价值，附加值较高，公司拥有自主定价权，所以，报告期内，公司自主品牌产品的毛利率均高于贴牌产品。

公司贴牌产品的销售稳步增长，毛利率逐步增加的原因在于：

（1）出口退税率的逐步增加，2007 年至 2008 年 11 月，本公司键鼠产品出口执行的出口退税率为 13%，2008 年 12 月至 2009 年 5 月为 14%，2009 年 6 月至今为 17%；

（2）随着公司经营和采购规模的扩大，公司的采购议价能力得到提高，降低了原材料采购成本；

（3）2009 年较 2008 年，公司主要原材料价格均有明显下降。

2007 年，公司自主品牌的毛利率为 34.62%，低于 2008 年的 46.12%，原因在于 2007 年公司刚刚推出自主品牌产品，产品类别主要是中低端产品，毛利率较低；2008 年 4 月份公司集中推出中高端的新产品，毛利率较高，从整体上提高了公司自主品牌产品的综合毛利率水平；2009 年，公司毛利率由 2008 年 46.12% 降低为 2009 年 39.57%，主要原因在于：公司 2008 年底推出的“1”系列低端入门级产品占 2009 年销售额的 30% 左右，同时公司在 2009 年开始销售毛利率较低的有线产品，因此拉低了自主品牌产品的综合毛利率水平。

4、相关因素对毛利率影响的敏感性分析

报告期内影响公司产品毛利率的因素众多，现以产品销售价格和原材料价格两个主要影响因素的变动对毛利率的变动作敏感性分析如下：

假定原材料价格、销量、人工成本及制造费用不变，则公司产品售价变动对公司综合毛利率的敏感性影响如下表所示：

产品售价 变动幅度	综合毛利率变动幅度			
	2010 年 1-9 月	2009 年度	2008 年度	2007 年度
10%	14.25%	14.10%	13.42%	12.55%
5%	6.87%	6.80%	6.46%	6.03%
-5%	-6.38%	-6.30%	-5.95%	-5.52%
-10%	-12.26%	-12.10%	-11.41%	-10.54%

假定产品售价、销量、人工成本及制造费用不变，则公司主要原材料（IC，报告期内 IC 占成本比重分别为 37.28%、37.19%、36.40%、34.78%）价格变动对综合毛利率的敏感性影响如下表所示：

原材料（IC）价 格变动幅度	综合毛利率变动幅度			
	2010 年 1-9 月	2009 年度	2008 年度	2007 年度
10%	-2.35%	-2.51%	-2.82%	-3.15%
5%	-1.18%	-1.26%	-1.41%	-1.57%
-5%	1.17%	1.26%	1.41%	1.58%
-10%	2.34%	2.51%	2.82%	3.16%

5、出口退税率变动对毛利率的影响

公司出口产品执行国家的出口产品增值税“免、抵、退”政策，而出口退税率的制定则取决于国家宏观经济形势以及世界经济状况。报告期国家出口退税政策变化比较频繁，对公司的毛利率造成一定的影响。此外，出口退税率的变化对公司产品的出口起到一定的阻碍或刺激作用，进而对公司的盈利能力产生一定程

度的影响。

需要说明的是，出口退税率变化对毛利率的影响主要反映在出口退税率变化的初期，即对于出口退税率变化前已签约但还未履约的订单部分的销售毛利率影响较大。出口退税率政策变化以后，报价双方对于新的订单会充分考虑出口退税率变化的影响，因此，实际出口退税率变化的影响会随着时间的推移而慢慢消化。

此外，公司自主品牌内销额在营业收入中的占比不断增加，有利于提高并稳定公司的综合毛利率水平。

（四）利润的主要来源及可能影响发行人盈利能力连续性和稳定性的主要因素

1、利润的主要来源

（1）主营业务对利润的贡献程度

单位：元

项目	2010 年 1-9 月	2009 年度	2008 年度	2007 年度
营业收入	482,599,826.49	561,626,511.17	322,968,649.39	269,427,072.96
其中：鼠标键盘产品销售	475,871,765.12	561,534,413.00	322,968,649.39	269,427,072.96
其他无线产品	5,733,750.18	-	-	-
其他业务	994,311.19	92,098.17	-	-
营业成本	325,681,743.87	387,579,874.20	244,991,890.67	227,791,219.33
其中：鼠标键盘产品销售	321,499,825.02	387,541,876.29	244,991,890.67	227,791,219.33
其他无线产品	3,627,030.72	-	-	-
其他业务	554,888.13	37,997.91	-	-
毛利	156,918,082.62	174,046,636.97	77,976,758.72	41,635,853.63
其中：鼠标键盘产品销售	154,371,940.10	173,992,536.71	77,976,758.72	41,635,853.63
其他无线产品	2,106,719.46	-	-	-
其他业务	439,423.06	54,100.26	-	-
毛利率	32.52%	30.99%	24.14%	15.45%

2007 年、2008 年、2009 年及 2010 年 1-9 月，键鼠产品销售收入是公司营业收入的主要来源，占同期营业收入的比例分别为 100%、100%、99.98%、98.61%，其他业务占公司营业收入总额的比例较小。

公司的利润主要来源于主营业务，2007 年、2008 年、2009 年及 2010 年 1-9

月，键鼠产品销售毛利占毛利总额的比例分别为 100%、100%、99.97%、98.38%，为公司利润的主要来源。

（2）不同业务类别对利润的贡献程度

单位：元

项目	2010 年 1-9 月	2009 年度	2008 年度	2007 年度
营业收入	482,599,826.49	561,626,511.17	322,968,649.39	269,427,072.96
其中：贴牌产品销售	215,030,983.86	312,435,525.95	275,186,742.39	268,436,401.67
自主品牌销售	266,574,531.44	249,098,887.05	47,781,907.00	990,671.29
其他	994,311.19	92,098.17	-	-
营业成本	325,681,743.87	387,579,874.20	244,991,890.67	227,791,219.33
其中：贴牌产品销售	162,741,119.11	237,014,891.68	219,245,692.95	227,143,532.81
自主品牌销售	162,385,736.63	150,526,984.61	25,746,197.72	647,686.52
其他	554,888.13	37,997.91	-	-
毛利	156,918,082.62	174,046,636.97	77,976,758.72	41,635,853.63
其中：贴牌产品销售	52,289,864.75	75,420,634.27	55,941,049.44	41,292,868.86
自主品牌销售	104,188,794.81	98,571,902.44	22,035,709.28	342,984.77
其他	439,423.06	54,100.26	0.00	0.00

公司贴牌产品的销售稳步增长，在公司的利润构成中贡献度较为稳定；公司自主品牌的销售增长较快，对公司利润水平的贡献度越来越大，从毛利贡献来看，在 2009 年、2010 年 1-9 月，自主品牌产品销售产生的毛利已经超过贴牌产品。

2、影响公司盈利能力连续性和稳定性的主要因素

（1）无线外设产品市场迅速扩张

公司生产的无线外设产品应用于计算机普遍使用的各个领域，适用范围非常广泛。而无线外设产品以其便捷性、个性化特质以及对有线外设产品的换代替代性，拥有广阔的市场空间。因此，无线外设产品市场的扩张速度将对公司的发展造成重大影响。

（2）公司市场拓展能力不断提高

公司经过多年自主创新和市场拓展，目前已在国内无线外设产品领域，尤其是无线键鼠市场取得较高的市场占有率。公司不断进行市场开拓，提供科学的无

线外设综合解决方案，依靠完善的售后服务体系，在日趋激烈的市场竞争中保持了竞争优势。公司在市场拓展方面的综合能力是保证盈利持续稳定增长的重要因素。

（3）公司产能利用率逐步提高

报告期内，公司产品需求旺盛，在最近一期，公司产销率达 100%以上，而产能利用率方面，公司各类产品的产能利用率均在 95%以上，产能已得以充分利用，如果不能及时有效的增加产能，将限制公司的进一步发展。此次本公司申请发行股票募集资金，最主要的运用就是新建生产基地，扩大现有产品线生产能力。

（4）公司成本费用控制能力不断提高

随着无线外设产品市场的快速发展，行业竞争将逐步加剧。为保证公司市场地位和占有率，不断提高公司竞争优势，公司必须加大对成本和费用的控制力度，为客户提供高品质、低成本的产品和服务，保证公司盈利持续稳定增长。

（五）利润表项目的分析

本公司利润表按主要项目列示如下：

单位：元

项目	2010 年 1-9 月	2009 年度	2008 年度	2007 年度
一、营业收入	482,599,826.49	561,626,511.17	322,968,649.39	269,427,072.96
减：营业成本	325,681,743.87	387,579,874.20	244,991,890.67	227,791,219.33
营业税金及附加	332,649.65	528,816.20	153,827.21	396.29
销售费用	24,090,252.47	27,975,093.24	12,137,457.30	3,208,532.99
管理费用	23,417,061.16	27,157,568.60	17,190,633.78	7,634,816.18
财务费用	929,274.31	532,214.37	2,918,082.54	348,026.68
资产减值损失	1,168,298.26	628,936.12	-777,260.23	219,376.79
加：公允价值变动收益	-	-	-	-
投资收益	-	-	-	-
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	-	-	-	-
二、营业利润	106,980,546.77	117,224,008.44	46,354,018.12	30,224,704.70
加：营业外收入	625,761.84	955,362.91	853,287.79	-
减：营业外支出	177,142.60	694,013.12	344,517.50	80.00
其中：非流动资产处置损失	56,245.31	607,383.44	105,513.35	-

三、利润总额	107,429,166.01	117,485,358.23	46,862,788.41	30,224,624.70
减：所得税费用	23,580,995.40	24,132,468.22	8,758,277.29	1,997,072.04
四、净利润	83,848,170.61	93,352,890.01	38,104,511.12	28,227,552.66

总体来看，随着公司营业收入的增加，营业利润、利润总额以及净利润均呈现稳步增长趋势。报告期内，利润表项目变化情况具体分析如下：

1、营业收入及营业成本

营业收入分析请参见本节“四、盈利能力分析”之“（一）营业收入的构成、变动趋势及原因”。

2、营业税金及附加

报告期内，营业税金及附加明细情况如下：

单位：元

项目	2010年1-9月	2009年度	2008年度	2007年度
城市维护建设税	236,940.18	365,696.29	153,827.21	396.29
教育费附加	95,709.47	163,119.91	-	-
合计	332,649.65	528,816.20	153,827.21	396.29

报告期内，公司营业税金及附加增长合理，与业务规模相适应。

3、期间费用

近三年又一期公司的期间费用情况如下：

单位：万元

项目	2010年1-9月		2009年度		2008年度		2007年度	
	金额	占收入比	金额	占收入比	金额	占收入比	金额	占收入比
销售费用	2,409.03	4.99%	2,797.51	4.98%	1,213.75	3.76%	320.85	1.19%
管理费用	2,341.71	4.85%	2,715.76	4.84%	1,719.06	5.32%	763.48	2.83%
财务费用	92.93	0.19%	53.22	0.09%	291.81	0.90%	34.80	0.13%
合计	4,843.66	10.04%	5,566.49	9.91%	3,224.62	9.98%	1,119.14	4.15%

报告期内，公司期间费用合计金额分别为 1,119.14 万元、3,224.62 万元、5,566.49 万元、4,843.66 万元，占营业收入的比例保持在相对稳定、合理的水平。

报告期内，公司期间费用的具体项目及变动原因分析说明如下：

（1）销售费用

单位：元

项目	2010 年 1-9 月	2009 年度	2008 年度	2007 年度
销售费用合计	24,090,252.47	27,975,093.24	12,137,457.30	3,208,532.99
前五项主要费用合计	19,933,434.89	19,309,513.98	9,644,652.49	2,724,662.64
其中：广告宣传及促销费	8,209,448.29	7,354,536.60	5,252,500.63	1,061,555.00
运输费	4,382,193.70	4,584,004.43	1,895,142.03	281,900.24
职工薪酬	4,377,857.33	4,894,318.99	972,394.30	698,372.53
物料消耗	1,864,487.13	922,860.54	20,096.38	--
提单费	1,099,448.44	1,553,793.42	1,504,519.15	682,834.87
前五项主要费用占销售费用比例	82.74%	69.02%	79.46%	84.92%

公司销售费用主要包括广告宣传及促销费、运输费、职工薪酬、物料消耗、提单费等。报告期内，随着公司营业收入的增长，销售费用呈逐年上升趋势。

①2008 年销售费用较 2007 年增加 893 万元，增幅 278%，主要原因是：

I、公司生产规模和销售规模扩大，营业收入增长 19.87%，导致销售费用相应增长；

II、公司 2008 年开始大力推广自主品牌，广告宣传及促销支出增加较多，比 2007 年增加 419 万元，增幅 394.79%；

III、公司 2008 年内销规模迅速扩张，与内销规模相适应的运输费用比 2007 年增加 161 万，增幅 572.27%。

②2009 年销售费用较 2008 年增加 1,584 万元，增幅 130%，主要原因是：

I、公司生产规模和销售规模扩大，营业收入增长 73.90%，导致销售费用相应增长；

II、公司 2009 年自主品牌销售规模继续扩大，内销收入由 2008 年的 4,486.23 万元增长到 23,860.82 万元，随着自主品牌销售规模的扩张，广告宣传及促销支出继续增加，比 2008 年增加 210 万元，增幅 40.02%；

III、公司 2009 年内销规模继续扩张，销售人员的数量及薪酬（包括工资及业务提成）水平也不断增加，销售人员的职工薪酬比 2008 年增加 392 万元，增幅 403.33%；

IV、公司 2009 年内销规模继续扩张，与内销规模相适应的运输费用比 2008 年增加 269 万，增幅 141.88%。

(2) 管理费用

单位：元

项目	2010 年 1-9 月	2009 年度	2008 年度	2007 年度
管理费用合计	23,417,061.16	27,157,568.60	17,190,633.78	7,634,816.18
前五项主要费用合计	18,632,012.06	22,559,463.53	14,313,557.71	5,434,737.64
其中：职工薪酬	7,739,012.25	9,621,600.64	5,748,703.46	2,939,659.28
研发支出	6,591,047.97	6,621,709.84	4,470,613.12	365,697.25
房屋租金	1,948,368.04	4,075,407.25	2,675,987.25	1,503,329.40
折旧费	1,212,954.83	1,209,656.05	974,129.88	536,620.11
物料消耗	1,140,628.97	1,031,089.75	444,124.00	89,431.60
前五项主要费用占管理费用的比例	79.57%	83.07%	83.26%	71.18%

公司管理费用主要包括职工薪酬、研发支出、房屋租金、折旧费、物料消耗等。报告期内，随着公司营业收入的增长，管理费用呈逐年上升趋势。

2008 年、2009 年管理费用分别较上年增长 125%和 58%，主要是管理人员增加及薪酬水平提高，同时研发投入增加所致。

(3) 财务费用

单位：元

项目	2010 年 1-9 月	2009 年度	2008 年度	2007 年度
利息支出	-	-	456,245.21	274,007.86
减：利息收入	716,522.18	554,315.97	89,854.43	29,652.62
汇兑损失（收益）	1,188,918.51	226,081.07	1,946,349.73	17,853.99
手续费	594,510.04	877,239.32	791,254.85	85,817.45
其他	-137,632.06	-16,790.05	-185,912.82	-
合计	929,274.31	532,214.37	2,918,082.54	348,026.68

公司财务费用主要包括利息支出、利息收入、汇兑损益、手续费等。

报告期内，公司财务费用详细情况如下：2007 年、2008 年利息支出主要为出口信用证押汇贷款利息；公司 2008 年财务费用较高是由于人民币升值导致汇兑损益增加所致。而 2009 年、2010 年 1-9 月公司无利息支出。

4、资产减值损失

报告期内，公司的资产减值损失为坏账准备。期末，公司采用账龄分析法对应收款项计提坏账准备。报告期内，公司资产减值损失详细情况如下：

单位：元

项目	2010年1-9月	2009年度	2008年度	2007年度
坏账损失	1,168,298.26	628,936.12	-777,260.23	219,376.79
合计	1,168,298.26	628,936.12	-777,260.23	219,376.79

5、营业外收支

近三年及一期，公司营业外收支详细情况如下：

单位：元

项目	2010年1-9月	2009年度	2008年度	2007年度
非流动资产处置利得合计	-	-	157,409.00	-
其中：固定资产处置利得	-	-	80,000.00	-
无形资产处置利得	-	-	77,409.00	-
赞助收入	433,959.33	240,060.91	101,052.80	-
赔偿收入	-	3,991.72	184,891.31	-
政府补助	70,503.00	299,336.00	30,000.00	-
其他收入	121,299.51	411,974.28	379,934.68	-
营业外收入合计	625,761.84	955,362.91	853,287.79	-
非流动资产处置损失合计	56,245.31	607,383.44	105,513.35	-
其中：固定资产处置损失	56,245.31	607,383.44	105,513.35	-
无形资产处置损失	-	-	-	-
对外捐赠	61,739.00	20,000.00	150,000.00	-
其它	59,158.29	66,629.68	89,004.15	80.00
营业外支出合计	177,142.60	694,013.12	344,517.50	80.00

其中政府补助明细如下表：

单位：元

项目	2010年1-9月	2009年度	2008年度	备注
深圳市高新技术产品项征退差补助	-	249,336.00	-	一次性补助
深圳市宝安区外贸发展资金高新技术产品出口奖励	70,503.00	50,000.00	-	一次性补助
深圳市 2007 度工伤预防先进企业奖金	-	-	30,000.00	一次性补助
合计	70,503.00	299,336.00	30,000.00	

6、所得税

报告期内，随着公司利润总额的增加，所得税逐年增加，详细情况如下：

单位：元

项目	2010年1-9月	2009年度	2008年度	2007年度
本期所得税费用	23,268,383.36	24,886,665.50	8,426,869.87	2,464,126.61
递延所得税费用	312,612.04	-754,197.28	331,407.42	-467,054.57
合计	23,580,995.40	24,132,468.22	8,758,277.29	1,997,072.04

（六）非经常性损益、投资收益对净利润的影响

报告期内，公司非经常性损益、投资收益情况参见下表：

单位：元

项目	2010年1-9月	2009年度	2008年度	2007年度
非经常性损益	332,933.46	208,414.97	4,492,018.64	-689,582.85
非经常性损益占净利润比重	0.40%	0.22%	11.79%	-2.44%
投资收益	-	-	-	-
净利润	83,848,170.61	93,352,890.01	38,104,511.12	28,227,552.66

2007年、2008年、2009年以及2010年1-9月，本公司非经常性损益比较少，其影响额占同期净利润的比例分别为2.44%、11.79%、0.22%和0.40%。其中2007年、2008年占比较大是由于2008年本公司合并雷柏电子所产生的同一控制下企业合并产生的子公司期初至合并日的当期净损益所致。

报告期内无投资收益。

（七）税收优惠对公司净利润的影响分析

报告期内，公司实际执行的企业所得税税率2007年为7.5%、2008年为18%、2009年为20%、2010年1-9月为22%。假设报告期内2007年采用15%的企业所得税税率，2008年、2009年、2010年1-9月均采用25%的企业所得税税率，公司所享受的所得税税收优惠对公司净利润的影响如下：

单位：元

项目	2010年1-9月	2009年度	2008年度	2007年度
所得税优惠金额	3,238,982.17	5,832,567.36	2,870,221.57	2,464,126.61
净利润	83,848,170.61	93,352,890.01	38,104,511.12	28,227,552.66

占净利润比例	3.86%	6.25%	7.53%	8.73%

报告期内,企业所得税税收优惠给公司带来的利润提升有限,均未超过 10%;同时,报告期内所得税税收优惠金额占净利润比例逐年降低,也表明税收优惠对公司净利润的影响不大。

(八) 公司管理层对盈利能力的总结

综上所述,本公司管理层认为:公司近三年利润增长主要基于持续自主创新、充分发挥产品优势和强化自主品牌运营。未来几年内,本公司将通过继续加大技术创新研发投入,拓宽产品线,增强公司盈利能力。

五、现金流量分析

近三年又一期,本公司现金流量主要项目列示如下:

单位:元

项目	2010 年 1-9 月	2009 年度	2008 年度	2007 年度
1、经营活动产生的现金流量净额	74,945,961.09	128,755,685.97	30,354,748.35	24,655,795.50
经营活动产生的现金流入	527,276,795.13	591,481,677.86	395,092,722.22	171,627,978.52
经营活动产生的现金流出	452,330,834.04	462,725,991.89	364,737,973.87	146,972,183.02
2、投资活动产生的现金流量净额	-47,873,444.91	-28,125,318.45	-31,790,772.05	-12,980,792.01
投资活动产生的现金流入	56,245.31	-	-	-
投资活动产生的现金流出	47,929,690.22	28,125,318.45	31,790,772.05	12,980,792.01
3、筹资活动产生的现金流量净额	-82,130,000.00	-3,429,583.49	11,445,054.79	-769,760.66
筹资活动产生的现金流入	-	-	78,736,280.90	38,574,839.50
筹资活动产生的现金流出	82,130,000.00	3,429,583.49	67,291,226.11	39,344,600.16
4、现金及现金等价物净增加额	-55,324,944.52	96,989,409.95	10,058,577.39	10,878,316.97

报告期内公司净现金流量随营业收入和净利润的增加逐年增加,总体而言,公司的现金流量状况良好。

(一) 经营活动现金流量

如下表,2007 年、2008 年,2009 年,2010 年 1-9 月公司经营活动产生的现金流入分别为 171,627,978.52 元、395,092,722.22 元、591,481,677.86 元、527,276,795.13 元,占同期现金总流入的比例分别为 81.65%、83.38%、100.00%、

99.99%，经营活动现金流入是公司现金流入的主要来源。

单位：元

项目	2010 年 1-9 月	2009 年度	2008 年度	2007 年度
经营活动产生的现金流量净额	74,945,961.09	128,755,685.97	30,354,748.35	24,655,795.50
经营活动产生的现金流入	527,276,795.13	591,481,677.86	395,092,722.22	171,627,978.52
现金总流入	527,333,040.44	591,481,677.86	473,829,003.12	210,202,818.02
经营活动产生的现金流入/现金总流入	99.99%	100.00%	83.38%	81.65%
营业收入	482,599,826.49	561,626,511.17	322,968,649.39	269,427,072.96
经营活动产生的现金流量净额/营业收入	15.53%	22.93%	9.40%	9.15%
净利润	83,848,170.61	93,352,890.01	38,104,511.12	28,227,552.66
经营活动产生的现金流量净额/净利润	89.38%	137.92%	79.66%	87.35%
每股经营活动的现金流量	0.78	1.34	0.32	0.26

如上表，报告期内，公司经营活动产生的现金流量净额占同期营业收入的比率分别为 9.15%、9.40%、22.93%、15.53%；公司经营活动产生的现金流量净额与同期净利润的比率分别为 87.35%、79.66%、137.92%、89.38%；摊薄后每股经营活动的现金流量分别为 0.26 元、0.32 元、1.34 元、0.78 元。

上述指标反映公司资金周转状况逐年好转，营运资本管理水平逐步提高，公司经营活动具有较强的产生现金流能力。随着公司经营规模的扩大和销售收入的增长，经营活动现金流量将保持良好的增长趋势。

（二）投资活动现金流量

报告期内，公司投资活动产生的现金流量净额均为负数，主要系公司为扩大经营规模进行了固定资产的购建，而固定资产的购建主要是生产设备的更新改造和工模具的生产制造支出（参见本节“七、资本性支出分析”）。

（三）筹资活动现金流量

报告期内，公司筹资活动产生的现金流入为借款所收到的现金和吸收投资所收到的现金。2007 年、2008 年，公司借款所收到的现金分别为 38,074,839.50 元、66,314,980.90 元，其中包括 2007 年 2,000,000.00 元的短期借款以及 2007 年、2008

年的信用证押汇贷款；2007年、2008年，公司吸收投资所收到的现金为 500,000.00 元、14,421,300.00 元。

报告期内，公司筹资活动产生的现金流出主要为偿还债务所支付的现金和分配股利、利润或偿付利息所支付的现金。2007 年公司偿还债务和偿付利息支付的现金分别为 39,070,592.30 元、274,007.86 元；2008 年公司偿还债务和偿付利息支付的现金分别为 66,314,980.90 元、456,245.21 元，支付上市中介机构服务费 520,000.00 元。

（四）公司管理层对于现金流的评价

针对以上分析，公司管理层认为：本公司现金流整体状况良好。

六、可比上市公司财务指标对比分析

本公司选取漫步者（股票代码：002351）、朗科科技（股票代码：300042）、新北洋（股票代码：002376）三家业务相近的计算机及其外设产品上市公司进行财务指标的对比分析。漫步者的主要产品有多媒体音箱、耳机等；朗科科技主要产品有闪存盘、移动硬盘等；新北洋主要产品为打印机相关产品。

2007 年、2008 年、2009 年本公司与各可比上市公司的财务指标对比情况如下：

项目		销售毛利率	净资产收益率	资产负债率	流动比率	速动比率	应收账款周转率 (次/年)	存货周转率 (次/年)
2009 年 12 月 31 日	漫步者	32.13%	32.75%	40.33%	1.22	0.73	31.43	7.76
	朗科科技	23.82%	22.38%	14.66%	15.82	15.07	4.79	5.77
	新北洋	50.20%	37.24%	45.06%	1.41	1.22	4.88	4.81
	本公司	30.99%	65.76%	59.66%	1.27	1.00	21.2	7.81
	平均值	34.29%	39.53%	39.93%	4.93	4.50	15.58	6.54
2008 年 12 月 31 日	漫步者	23.57%	31.12%	44.17%	1.58	1.11	14.52	7.98
	朗科科技	28.73%	26.85%	26.14%	4.31	3.30	4.29	4.84
	新北洋	43.76%	33.25%	37.98%	1.08	0.83	6.20	4.70
	本公司	24.14%	49.29%	31.30%	1.96	0.96	13.6	5.05
	平均值	30.05%	35.13%	34.90%	2.23	1.55	9.65	5.64
2007 年	漫步者	19.93%	49.59%	58.51%	1.57	1.09	11.96	7.20

12月31日	朗科科技	20.93%	26.04%	36.20%	3.11	2.46	7.44	4.73
	新北洋	46.94%	31.84%	34.05%	1.46	1.10	6.37	3.27
	本公司	15.45%	89.70%	59.50%	1.29	0.66	17.56	4.61
	平均值	25.81%	49.29%	47.07%	1.86	1.33	10.83	4.95

注：可比上市公司数据均来源于各上市公司公开财务信息。

经比较，2007-2009 年本公司净资产收益率均高于四家公司的平均水平，整体盈利能力相对较强。

本公司流动比率和速动比率处于同比公司中等水平，短期偿债能力较强。由于公司未实施资本市场股权融资等原因，公司整体的资产负债率水平处于同比公司中等水平。

报告期内，本公司应收账款周转率及存货周转率处于行业中等水平，资产周转速度较快，资产管理能力较强。

七、资本性支出分析

（一）近三年一期重大资本性支出

最近三年及一期，公司的资本性支出主要为购置固定资产、在建工程支出和无形资产投资，公司无合并报表范围之外的其他对外投资。最近三年及一期，公司重大资本性支出情况如下表所示：

单位：元

项目	2010 年 1-9 月	2009 年	2008 年	2007 年
购置固定资产	14,854,788.54	17,303,222.71	20,850,233.92	5,576,043.31
在建工程支出	7,927,891.13	9,711,273.97	10,542,062.63	7,107,631.82
无形资产投资	24,008,151.52	-	-	-
长期待摊费用	1,138,859.03	-	-	-
合计	47,929,690.22	27,014,496.68	31,392,296.55	12,683,675.13

2007 年公司购置固定资产的投资支出为 5,576,043.31 元，主要是生产设备更新支出和购置运输车辆支出；在建工程支出为 7,107,631.82 元，主要是生产新产品制造支出及模具更新支出。

2008 年公司购置固定资产的投资支出为 20,850,233.92 元，主要是生产规模急速扩张而增加的设备购置支出；在建工程支出为 10,542,062.63 元，主要是生

产规模扩张及更新的模具制造支出。

2009 年公司购置固定资产的投资支出为 17,303,222.71 元，主要是生产规模持续扩张而增加的设备购置支出以及办公用车购置支出等；在建工程支出为 9,711,273.97 元，主要是生产规模扩张及更新的模具制造支出。

2010 年 1-9 月，公司购置固定资产的投资支出为 14,854,788.54 元，主要是因为改良生产工艺提高产能购置设备支出等；在建工程支出为 7,927,891.13 元，主要是模具更新发生的制造支出；无形资产投资 24,008,151.52 元，为土地使用权购置发生支出和 SAP 企业资源管理计划项目实施支出。长期待摊费用的投资支出为 1,138,859.03 元，为雷柏电子的办公室装修支出。

（二）未来可预见的重大资本性支出计划

截至本招股说明书签署之日，除本次发行募集资金投资项目外，公司无可预见的重大资本性支出计划。本次募集资金投资项目具体参见本招股说明书“第十二节 募集资金运用”的有关内容。

八、重大担保、诉讼、其他或有事项和重大期后事项说明

截至本招股说明书签署日，本公司无重大担保、诉讼、其他或有事项及重大期后事项。

第十一节 业务发展目标

一、未来发展规划及目标

（一）经营宗旨

公司的经营宗旨：以自主创新和自主品牌为核心，致力于使公司成长为全球性的无线外设产品综合解决方案提供商和世界级企业。

（二）发展目标

未来公司将继续坚持自主知识产权研发，采取自主品牌与贴牌生产相结合的方式销售产品，实现公司长期可持续发展，保持业务和盈利持续增长，最终成为全球第一大无线外设产品制造商，给股东和投资者提供长远稳定的回报。

（三）具体业务发展规划

本公司专业从事无线外设产品的研发、生产及销售，结合公司经营模式，公司制定以下业务发展规划以增强公司自主创新能力，提升公司核心竞争力：

1、现有产品线发展规划

（1）高阶键鼠产品扩展

为进一步树立并确立公司在技术层面的领先地位，以及服务于高阶键鼠用户的需要，公司在近几年已经针对轻薄系列、背光系列、游戏键鼠系列等方向推出了多款高端产品。为进一步完善企业高阶产品线，在未来公司会进一步推出相关高阶产品以满足用户的需求。

（2）触摸技术在键鼠应用

公司已经在 2009 年推出了触摸式键盘，以及将触摸技术运用在功能键上。随着触摸技术的进一步发展，公司将在未来推出高阶触摸式鼠标，以及高阶触摸式键盘，进一步确立公司在业界的技术领先地位。

（3）进入低阶有线市场

近年来，随着国内家电下乡政策的推广，低阶有线键鼠市场将继续高速成长。因此，公司未来将特别针对网吧及低阶终端客户规划相应的具有针对性技术特点

的产品线，以进一步扩张营业收入。

2、拓展产品线规划

（1）无线音频产品线

公司在无线键鼠领域的成功为推出相关的无线产品提供了技术支撑。公司基于 2.4G 高保真无线音频技术，保证音乐数据的传输效率；基于主动跳频式的高保真数据传输和独特的数据打包及拼接协议，全面保障在复杂的 2.4G 环境下完全不被干扰；以及基于高信噪比高保真音频传输技术，使无线传输距离远达 10 米。在上述技术基础上，公司将陆续推出多款无线音频产品线，覆盖无线耳麦、无线发射器、无线音箱、无线麦克风等多类产品。

（2）无线游戏手柄产品线

为了进一步满足游戏用户对公司产品的需求，基于现有的多款 V 系列游戏产品，运用公司的无线传输技术进一步开发无线游戏手柄，全方位完善公司的游戏系列产品线。

3、自主品牌、OEM、ODM 的未来品牌战略发展安排及相互影响

（1）自主品牌

自主品牌发展战略是公司未来重要的发展战略，目标是从“中国的雷柏”逐步发展到“世界的雷柏”。

在自主品牌发展的过程中，公司将以键鼠产品为立足点，加大人才引进和培养力度、通过加大新产品研发投入，不断提升无线鼠标、键盘设计及商业化能力，继续保持无线鼠标国内市场份额第一的龙头地位，通过提供具有更高性价比优势的新产品来应对竞争和保持较高的毛利率；把雷柏打造成一个键鼠品牌的同时，注重在品牌中注入企业文化，使“雷柏”品牌在消费者群体中形成认知度、美誉度，提高品牌的承载能力，为雷柏最终成为无线产品综合解决方案提供商打下良好基础。

目前，公司自主品牌经过三年的发展，在中国已初步稳固，而从 2008 年起，雷柏已经尝试在东南亚的销售，主要地区有香港、马来西亚、韩国、越南、伊朗等地区。公司对自主品牌在海外的拓展持谨慎态度，采取先易后难，先近后远的方法，先从中国邻近地域以及商业模式接近的国家开始，而对于和中国商业模式不完全一样的欧盟和美国这两个全球最大的市场，公司目前尚没有推广自主品牌

的时间表。

(2) ODM/OEM

公司成立之初的主要业务是为国外企业代工。在为国际知名企业提供 OEM/ODM 服务的同时，公司学习了国际先进的企业设计理念、管理经验、国际营销手段，为推出自主品牌打下了坚实的基础。

未来，公司将侧重于自主品牌的发展，公司 ODM/OEM 业务方式也是为未来的“世界的雷柏”这一战略服务的。但是，公司的贴牌（ODM/OEM）业务一直是公司稳定的收入来源，2008 年、2009 年增长率分别为 2.51%和 13.54%，公司与海外客户建立了长期良好的合作关系，在未来一定时期内，公司的贴牌产品（ODM/OEM）业务将持续稳定的发展。

(3) 自主品牌销售是否会影 响公司贴牌生产模式的前景

在公司的外销市场上，OEM/ODM 业务主要集中在欧盟和美国市场，而自主品牌销售主要集中在东南亚国家，所以从地域上来看，不存在最终客户端的冲突。目前，公司贴牌产品与自主品牌产品之间的冲突主要体现在生产产能上，由于自主品牌的销售快速上升，而公司短时间内无法提高产能，所以，为了保证自主品牌产品的生产，已经开始影响在 OEM/ODM 业务上的接单和交货。

4、有线产品和无线产品的未来发展战略安排

目前，公司在无线市场具有领先的市场地位，而相比有线产品，无线产品的毛利率较高，因此，公司对无线产品的研发、生产及市场推广的投入会不断增加，以巩固公司在无线键鼠上的领导地位。

一直以来，公司仍然保持了在有线键鼠产品上的研发投入，在公司未来的战略安排中，除继续巩固自主品牌无线产品的市场领导地位外，同时加强自主品牌有线产品的开发与推广，二者齐头并进，使雷柏成为国内键鼠行业领先的品牌之一。

5、研发平台建设及研发规划

(1) 研发信息平台建设

公司的产品研发体系是基于矩阵式开发模式，信息平台的建立和完善是缩短开发周期，提升开发产品品质，降低开发成本的关键。公司规划加大在研发信息平台建设上的投入，建立完善的 IT 研发信息平台。基于平台的项目开发确保研

发过程中的信息一致性以及准确性，确保了信息沟通的顺畅以及研发资料的保密性。

对于以研发为主导的公司来说，知识管理是公司打造核心竞争力，提升创新能力的重要管理举措，公司制定了《研发知识管理流程》配合基于 IT 工具为平台的信息化建设，建立“研发知识库”，结合产品技术研发流程管理，从研发知识信息的获取、分类整合、共享利用到知识再提升，进行了有效的管理，实现了知识利用的最大化。

（2）模组化设计平台

模组化设计包括两个部分：产品的模组化和设计模组化。

产品的模组化确保零件的共用。产品的设计规划就朝零件共用的设计方向发展。在产品的小批量、多样化的现状下，模组化设计成为激烈竞争获取竞争优势的关键。它可以大量降低材料成本；降低制造成本；降低出错几率；同时也为自动化制造提供了良好的平台。

设计模组化同样重要。一个好的设计平台，模组化的设计，大大提升了设计人员的工作效率，同时也是设计经验和知识传承的最好工具。

（3）产品生命周期管理

产品生命周期定义为理念产品到产品退市的整个过程，分为产品开发设计阶段，产品小批量上市阶段，产品上市高峰阶段，产品消退阶段，产品全面停产阶段。

通过《产品开发导入流程》（PVP 流程）对新产品开发设计阶段进行管理。第一批量产前，公司商务部门会全面向市场铺开广告及提供媒体宣传产品，然后小批量向市场投放产品，实现新产品小批量的上市。通过用户和市场反映及部分促销活动，逐步扩大市场，从而变成一款热销产品，进入产品上市高峰阶段，此时公司需考虑足够的库存应变市场销量的递增。经过 2~3 年的热销，产品进入消退阶段，通过公司商务部门提供的需求，严格控制生产和库存，防控库存积压。当公司商务部门确认该款产品全面停产时，必然要提前通知代理商和工厂，通过促销或网络活动，清完库存，全面停产。通过以上步骤和流程实现产品生命周期管理。

6、营销网络及品牌运营规划

在市场开发和营销网络建设方面，公司将充分利用已经建立的国内国外营销渠道、公司的品牌知名度等优势，积极开展全球化市场开拓，以提升本公司产品在全球的竞争力为主线，建立适合不同区域的产品设计和分销管理的能力，并在当地进行商标注册、专利申请，加强知识产权管理，形成一个全球性的供应链管理体系，不断扩大公司品牌知名度，增强企业综合竞争力，提高公司产品在全球市场的份额。公司已经尝试在东南亚推出自主品牌产品。

以客户为中心，努力建设公司与客户之间的利益共同体，不断满足客户需求，持续维护老客户，不断发展新客户。通过持续的质量、技术和服务改进，提高客户的满意度；加强公司的市场宣传力度，在全球无线外设产品领域树立“雷柏”品牌。

加强营销团队建设，完善营销激励制度，重视并积极培育、建设一支高素质、具有团队精神的营销队伍，尤其是重视发现和培养营销管理人才、国际型营销人才，进一步提高企业的市场营销和产品销售能力。

利用本次募集资金完善营销网络，打造集品牌传播与管理、产品创意、供应链整合、市场信息反馈、客户响应与服务的全球营销体系，使本公司发展成为一家世界知名、有更高的全球影响力的企业。

7、深化改革和组织结构调整规划

为在机制、决策、组织、流程上确保公司规范和高效运作，本公司将进一步完善公司法人治理结构，规范股东大会、董事会、监事会的运作和公司经营层的工作制度。建立科学有效的公司决策机制，市场快速反应机制和风险防范机制。

8、未来将进入整机系统配套领域

在保持现有业务快速发展的基础上，待新厂房投入使用，公司将会进入整机系统配套领域，为诸如惠普、戴尔、联想等整机厂商做配套。预计，该市场容量目前可达到 50-60 亿人民币。

9、财务管理与再融资计划

继续做好财务管理工作，加强财务风险控制，做好财务预算和成本控制，建立健全有效的公司内控制度。根据投资项目资金需求和自主资金状况决定是否进行再融资以及采取何种方式再融资，为公司发展提供资金来源和资金保障。

10、国际化经营的计划

实现产品的国际化、研发的国际化及市场的国际化。一方面，与欧美、东南亚等地区的众多商家建立长期战略合作关系，提高研发水平和产品质量，提升产品附加值及产品知名度，逐渐开拓国际市场；另一方面，不定期组织研发人员进行国外考察及培训，学习国外先进经验及设计理念，积极引进国际化人才，提高对全球市场的快速反应能力，以实现民族品牌国际化。

二、拟定上述发展规划所依据的假设条件

上述业务发展规划是以本公司现有的业务发展条件、市场地位和战略优势为基础所制定，主要依据以下假设条件：

- 1、本公司本次发行能够如期完成，募集资金及时到位；
- 2、本公司所在行业正常发展，没有出现重大市场变化；
- 3、国家对计算机外设设备制造行业的政策不发生重大改变；
- 4、我国国民经济和社会各项事业稳定发展，经济和社会环境不会发生对本公司运营产生重大不利影响的变化；
- 5、本公司所拥有的主要竞争优势继续发挥应有作用。

三、实现上述规划将面临的主要困难及挑战

为实现上述计划，公司将面临如下三个主要的困难：

1、资金方面

在募集资金到位前，资金短缺是公司实现上述计划的主要约束。

2、人力资源方面

人才是企业发展的关键，公司要实现卓越发展必须有相应的人才支持。因此人才的引进和培养特别是管理、营销、技术等方面人才的引进和培养，将是公司发展的充分必要条件。

3、管理方面

公司借发行上市的契机不断发展壮大，资产、产品、人员、营销网络等方面的规模都将不断扩大，如何在现有基础上继续保持管理优势，实现灵活、有效的管理，这将对公司整体的管理水平构成挑战。

四、确保实现业务发展目标的方式、方法或途径

1、通过本次股票发行，公司不仅解决了快速发展过程中面临的资金瓶颈问题，同时通过本次发行上市建立了直接融资渠道，可以改变单一依靠间接融资渠道的局面，并可以根据外界环境变化进行调整和选择最佳财务结构。

2、公司将通过募集资金的投入，扩大原有产品线的产能、开拓新产品线、加强研发力度、建设全球营销网络建设，使公司的规模和产值迅速增长，进一步扩大市场占有率，增强盈利能力，进而将公司建设成为一个具有全球重要影响力和国际竞争力的外设设备综合解决方案提供商。

3、公司将持续专注于无线外设产品领域，坚持以自主创新和自主品牌为核心的发展战略，通过产品运营和品牌建设持续提升公司市场地位和核心竞争力。

4、通过股票发行上市，本公司将由非公众公司转为公众公司，这必将促进公司进一步转换内部经营机制，完善健全公司治理结构，促进人才的引进，实现公司体制的全面升级，进而推动公司实现上述业务目标的良性发展。

5、本次公开发行股票将极大地提高公司的社会知名度和市场影响力，有利于加快对技术人才和管理、营销人才的引进，进一步提高公司的研发技术水平和产品销售能力，确保公司总体经营目标的实现。同时，公司成为上市公司后，社会的广泛监督将使公司经营层倍加努力与自觉地工作，使公司的价值与股东的利益共同增长。

五、发展规划与现有业务的关系

公司发展规划是在现有主营业务基础上的延伸和深化，是建立在公司核心竞争力及综合实力基础上的业务拓展。拟投资项目和具体的业务发展规划是在现有业务基础上的产能扩大、营销网络扩张和技术的提升，充分利用了现有业务的技术条件、业务模式、人员储备、管理经验、客户基础和营销网络，属于一脉相承的关系。

第十二节 募集资金运用

一、募集资金运用计划

（一）本次发行预计募集资金总额及具体用途

2010年6月8日公司召开2010年第二次临时股东大会，全体股东一致同意本次发行募集资金将按照项目轻重缓急程度投资于以下五个项目：

- 1、键鼠产品建设项目
- 2、音频（无线音箱、耳机）产业化项目
- 3、无线游戏手柄产业化建设项目
- 4、技术中心建设项目
- 5、营销总部及信息平台建设项目

本次募集资金投资项目共需资金47,975万元，项目投资额及审批情况如下（按照项目的轻重缓急排序）：

单位:万元

序号	项目名称	投资额	核准文号
1	键鼠产品建设项目	25,920	深发改核准[2010]0127 号
2	音频（无线音箱与耳机）产业化项目	7,450	深发改核准[2010]0129 号
3	无线游戏手柄产业化建设项目	5,020	深发改核准[2010]0128 号
4	技术中心建设项目	5,820	深发改核准[2010]0126 号
5	营销总部及信息平台建设项目	3,765	深发改核准[2010]0136 号
	合计	47,975	

如果本次募集资金不能满足拟投资项目的资金需求，公司将通过自筹资金解决；如果募集资金有剩余，剩余部分将用于补充公司流动资金；如本次发行募集资金到位时间与资金需求的时间要求不一致，公司可根据实际情况以自主资金或银行贷款先行投入，待募集资金到位后予以置换。

（二）募集资金专户存储安排

2010年5月18日公司第一届董事会第四次会议审议通过了《募集资金专项存储制度》，建立了募集资金专项存储制度，募集资金将存放于董事会决定的专项

账户，根据需要逐步投入。

二、募集资金项目概述

（一）键鼠产品建设项目

1、项目概述

本项目拟利用公司现有技术优势和市场竞争优势，通过新建生产基地和新增设备，扩大产能和改善工艺物流，提升生产管理水平，稳定并提高产品质量，降低综合制造成本，实现更人性化和规模化生产经营的现代企业目标。本项目预计总投资25,920万元，其中建设投资21,630万元，铺底流动资金4,290万元，全部用募集资金投资。项目建设期1.5年，建设产能2,500万套/年。

2、项目背景及必要性

（1）无线键鼠市场容量逐步放大

随着国民素质的普遍提高，在经济不断发展和网络应用越加普及的今天，电脑外设已经不单单是款人机交流的介质产品，其在用户表现自我、打造个性和丰富生活中也越来越扮演着重要的角色。随着无线传输技术的突破，无线外设摆脱了连线的烦恼，以无线射频发射方式的高端科技，以其时尚新潮的使用功效再度引领市场新潮流，带给人们更多的快捷和方便，必将引起下一场技术革命。

（2）雷柏品牌迅速崛起

雷柏品牌自创立以来，成长迅速。2007—2009年，雷柏品牌产品在国内市场分别实现销售0.91万套、47.46万套和356.24万套，增长迅速。

（3）现有产能限制了公司进一步发展

本公司报告期产能、产量及产销情况如下：

年度	产品类别	产能（套）	产量（套）	销量（套）	产能利用率（%）	产销比（%）
2010年 1-9月	鼠标	5,500,000	5,970,360	5,955,239	108.55%	99.75%
	键盘	975,000	997,171	1,059,180	102.27%	106.22%
	键鼠套装	3,000,000	2,888,895	2,834,883	96.30%	98.13%
2009年度	鼠标	6,500,000	6,691,692	6,329,526	102.95%	94.59%
	键盘	1,300,000	1,307,766	1,231,247	100.60%	94.15%

	键鼠套装	3,400,000	3,348,294	3,296,882	98.48%	98.46%
2008 年度	鼠标	3,000,000	2,998,123	2,995,624	99.94%	99.92%
	键盘	870,000	765,002	732,057	87.93%	95.69%
	键鼠套装	1,700,000	1,569,331	1,545,402	92.31%	98.48%
2007 年度	鼠标	1,900,000	1,898,169	1,816,344	99.90%	95.69%
	键盘	870,000	850,828	824,930	97.80%	96.96%
	键鼠套装	1,700,000	1,604,428	1,527,038	94.38%	95.18%

无线键鼠是公司目前的主导产品，各种产品都已完成开发或在现有产品上进行了升级换代。因此，目前公司的无线键鼠在技术上处于行业领先地位，性价比高，受到国内外用户的广泛欢迎，订单逐年增加。但与国外同行主要竞争厂家相比，公司综合实力还处于比较薄弱的地位，特别是产品和设备现状，还不能适应公司提高创新能力和扩大生产规模的要求，这也因此限制了公司的发展，削弱了公司产品的市场竞争力。

为了改变这一被动局面，公司经过慎重考虑，决定进行无线键鼠产品的扩产建设，扩大生产规模，提高产品质量，进一步降低综合生产成本，满足不断增长的市场需求，增加公司经营利润，实现公司的可持续发展。

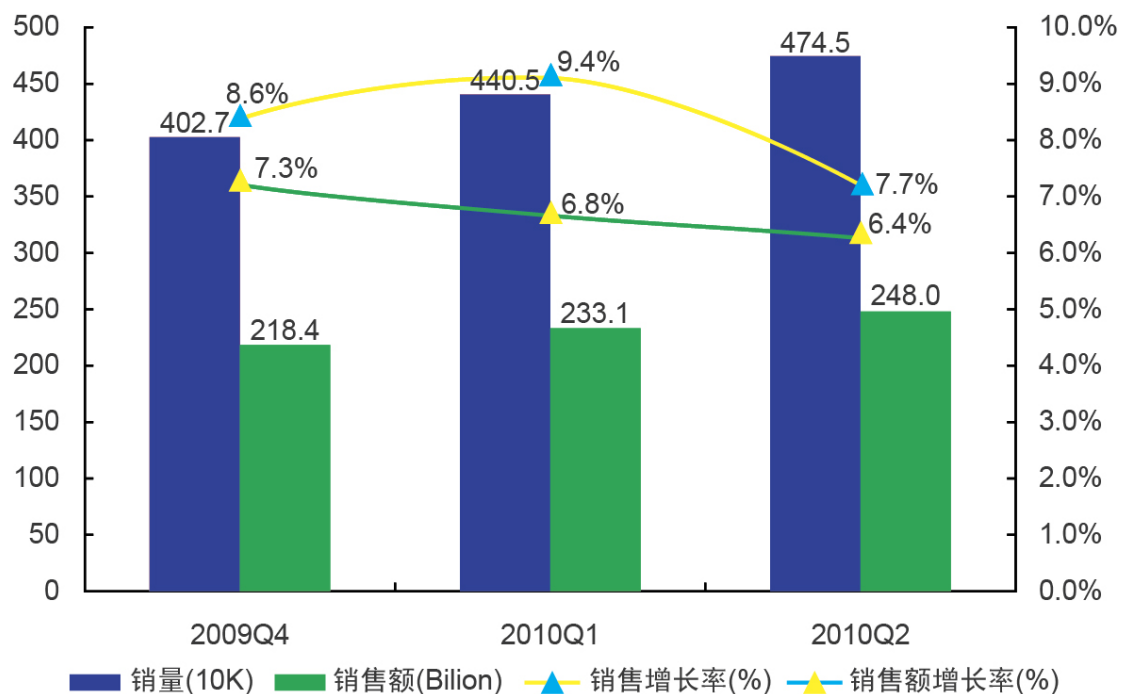
3、项目市场前景

(1) 主要消费群体的持续增长

公司产品的主要消费群体为：办公用户、笔记本用户、网吧、游戏玩家和普通消费者。

①笔记本用户

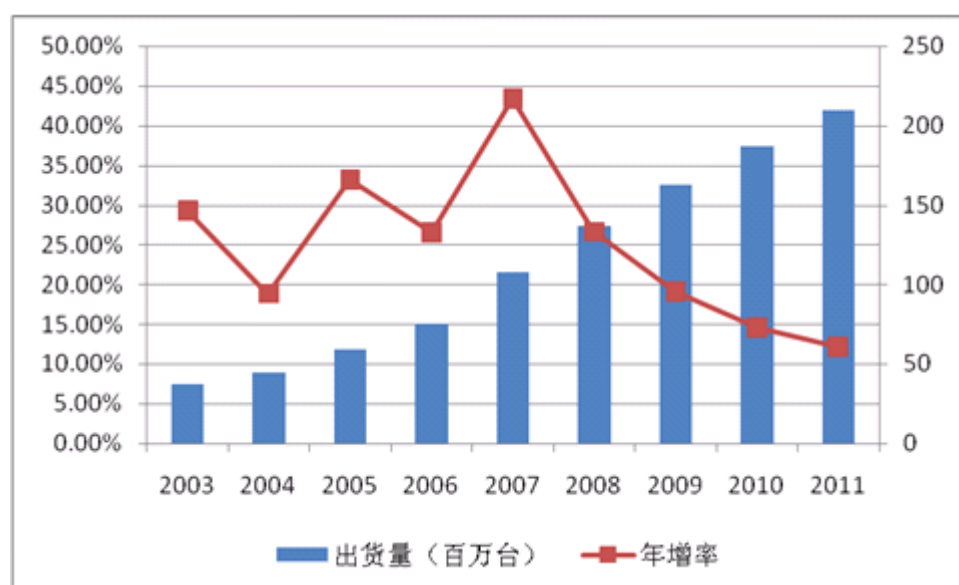
随着居民消费水平的提高及便携性要求，笔记本市场规模持续增长。调研机构 CBIResearch 最近发布的《2009 年中国笔记本产品报告》显示，2009 年中国笔记本市场整体销量达到 1,381.1 万台，环比增长 13.6%，并预测 2010 年一、二季度笔记本销量分别会达到 440.5 万台、474.5 万台。



数据来源：CBIRResearch, 《2009Q3 中国笔记本产品报告》

从全球范围来看,虽然遭受金融危机的冲击,但受益于对台式机的取代和笔记本电脑价格的大幅下降,全球笔记本电脑出货量仍保持强劲增长。此外,新兴国家的笔记本电脑保有量仍然很低,市场仍有很大发展空间,且初次购买用户不选择台式机,转而直接购买笔记本的比例大幅增加。预计到 2011 年,全球笔记本电脑出货量将突破 20,000 万台。

2003-2011 年笔记本电脑出货量及增长率



数据来源：CCID, 《2009 年全球及中国笔记本电脑行业研究报告》

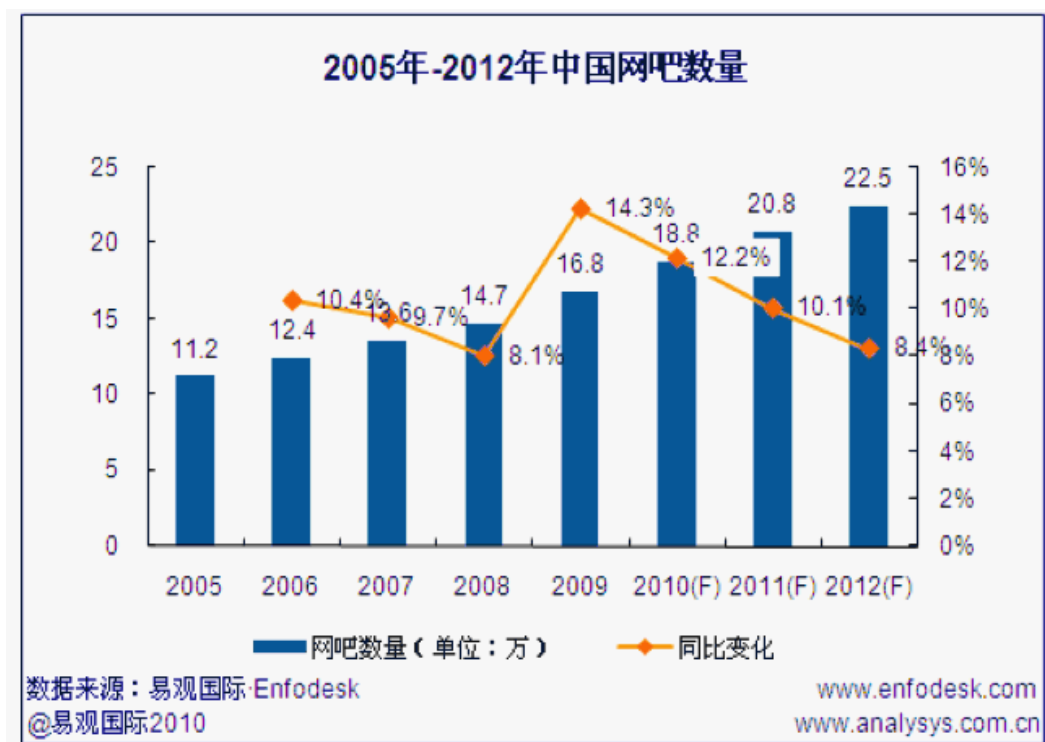
②网吧用户

网吧作为一个产业，依然会保持比较大的市场空间，虽然电脑的普及率正在不断升高，但网吧的地位暂时不可替代，由于国内特殊的国情，流动人口众多，而这部分人群则是网吧现在以及潜在的客户源。由于网吧的键鼠使用频率高、使用环境的影响导致更易于损坏，更新频次增加，网吧是我国键鼠市场的主要消费群体之一。根据 CBIResearch《键盘、鼠标 2007 年中国市场的结构性变化》，在键鼠市场，网吧购买力接近整体市场的 1/3。

2009 年，中国网吧计算机终端数量达到 1,260 万台，较 2008 年同比增长 9.9%。计算机终端数量增长速度较 2008 年有所放缓，主要是受国家推进农村信息化建设工作影响，网吧渠道下沉，规模比较小的网吧数量增长比较显著。



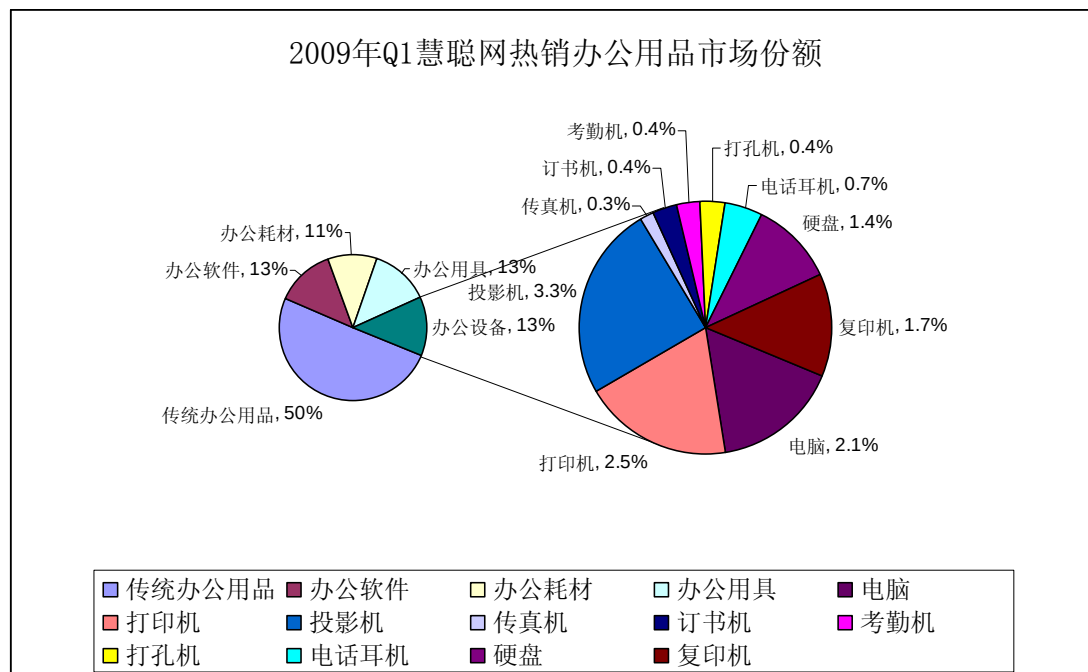
根据易观国际研究，未来几年，中国网吧数量将持续增长，到 2012 年网吧数量将达到 22.5 万个，较 2009 年增长 33.9%。届时，网吧计算机终端数量和键鼠采购规模都会较现在有大幅的增长。



③办公用户

目前，中国已经成为世界上最大的办公用品消费国之一。据全球办公文化用品连锁“巨鳄”、世界 500 强企业之一的斯特普尔斯公司(staples)预测，中国办公用品市场已经成为全球成长最快的一个领域，正由简单的批发零售业态转向连锁业态，到 2008 年，中国办公用品的年市场总量达到 250 亿美元。

根据慧聪网统计，在慧聪网热销的办公用品五大类产品中，办公设备占据 13%的市场份额。电脑设备位于 09 年 Q1 热销办公设备排行榜的第三位，其市场份额占办公设备的 16%，占办公用品的 2.1%，其中台式电脑受消费者的关注度为 54%，笔记本电脑为 46%。



数据来源：依据《09年Q1慧聪网交易市场办公用品畅销品分析研究报告》整理

笔记本、网吧、办公用品等主要消费群体的持续增长，势必促进键鼠市场的大规模扩张。况且，电脑寿命一般为5——8年，而根据《网吧业键鼠使用情况调查分析》，质量一般的鼠标，在网吧的寿命约为7个月，键盘为4个月；质量较好的，鼠标可达到12个月，键盘的使用寿命达10个月。因此，键鼠的市场规模远大于电脑的出货量。

（2）键鼠市场整体容量和无线产品市场份额的提升

2008年、2009年中国键鼠市场销量增长率分别为8.80%和12.10%。随着金融危机影响的逐步减弱，中国键鼠市场增长速度将逐步提升。根据ZDC发布的《2009-2010中国键鼠市场研究年度报告》，2010-2012年，中国键鼠市场的增长率分别为17.90%、23.30%和26.10%，届时中国键鼠市场整体销量分别为3,223.99万套、3,975.18万套和5,012.70万套。随着无线普及，无线键鼠产品的市场份额会快速增长，根据互联网消费调研中心ZDC发布的《2009-2010中国键鼠市场研究年度报告》，预计到2012年，无线产品占比将达到44.13%，即无线产品销量将达到2212.1万套。

2009年，公司鼠标、键盘、键鼠套装产品在国内整体市场的份额分别为15.3%、8.4%和5.5%，而在无线细分市场，公司无线键鼠产品的市场占有率分别

为 42.7%、34.0%和 44.2%，远高于整体市场水平。随着无线产品在整体市场占有率的提升，公司在整体键鼠市场的市场占有率也会随之有较大的提升。

4、主要竞争对手及客户情况

目前生产键鼠产品的厂家多，有较多知名品牌，目前主要的行业竞争者是以罗技、微软为代表的国际品牌和以双飞燕、力胜为代表的国内品牌，其中尤以罗技最具实力。双飞燕和微软两者对公司的影响力相当，同样是公司在键鼠市场中的主要竞争对手，力胜等品牌对于公司在鼠标市场中的影响力要低于罗技、雷蛇等品牌。

报告期内，公司海外销售对象主要为运营其自有品牌的 OEM/ODM 大客户，与公司一般有较长的合作历史，双方建立了良好的合作关系。公司在国内销售的产品全部是自主品牌产品，通过子公司雷柏电子实现最终销售，主要客户均为分布在各地的经销商。目前，除因国内自主品牌销售占比增加导致国内客户排名开始前移外，公司主要客户均保持稳定。这为公司产品销售的持续提升提供了有力的保证。

5、项目主要建设内容

（1）建设目标

新建生产基地，建设产能2,500万套/年。

（2）主要建设内容

- ①购置国内外先进的生产和检测装备 813 台（套）；
- ②购置项目生产建设用地面积 25,000 平方米；
- ③建设生产制造、物流仓储、办公、门卫及动力站房等建筑面积共 50,000 平方米；
- ④组建满足工艺需要的产品生产车间；
- ⑤建设配套的供配电、给排水、通风空调、环保、消防、通信信息等公用工程和道路、围墙、绿化等辅助工程设施。

本项目主要建设数据如下：

序号	指标名称	单位	数据
1	设计产能	万套	2,500
2	项目总投资	万元	25,920

2.1	其中：建设投资	万元	21,630
2.2	铺底流动资金	万元	4,290
3	人员配置	人	2,240
3.1	其中：管理人员	人	112
3.2	技术人员	人	448
3.3	生产工人	人	1,680
4	新增设备、仪器	台/套	813
5	外购燃料、动力		--
5.1	电	万 kWh	1,700
5.2	水	万 m ³	3.32
5.3	压缩空气	万 m ³	72

(3) 主要原辅材料和能源供应

本项目原材料主要由电子、塑胶、五金三大主要原材料组成，主要包括：IC 和 ABS 原料，辅助材料为 PCB 板、五金结构件、包装材料等。公司与上游 IC 厂商已经形成了良好的合作关系，供应稳定。ABS 原料主要从台湾进口，供应充足，原材料贸易不受限制，可以自由采购。PCB 板、五金结构件、包装材料等在珠三角地区采购，公司在珠三角地区的供应厂家非常充足，供货价格与品质都有良好的保证。

本项目不存在原辅材料供应受到限制或制约的情况。

原辅材料构成及来源

序号	材料名称及规格	单位	年需要量	主要供应来源
1	IC	kpcs	25,000	安华高（美国）
2	IC	kpcs	62,500	台湾凌阳
3	IC	kpcs	62,500	Nordic（挪威）
4	IC	kpcs	62,500	意法半导体
5	开关	kpcs	75,000	欧姆龙
6	ABS.HIPS	吨	7,500	台湾塑胶工业
7	PCB 板	万套	6,250	珠三角
8	五金结构件	万套	2,500	珠三角
9	包装材料	万套	2,500	珠三角
10	油漆	吨	90	珠三角
11	天那水	吨	5	珠三角

本项目所用的能源主要是电、自来水和压缩空气等。电能用于生产设备的运

转和车间照明；自来水主要用于员工的生活用水和环境的清扫、绿化；压缩空气用于某些设备的气动装置和风动工具。能源供需具体情况如下：

序号	名称	单位	年耗量	供应来源
1	电能	万 kWh	1,700	当地供电局
2	自来水	万 m ³	3.32	当地市政自来水
3	压缩空气	万 m ³	72	自产

(4) 工艺流程

工艺流程请参见本招股说明书“第五节 业务与技术”之“四、发行人主营业务的具体情况”。

(5) 主要设备

在充分利用现有设备的前提下，根据项目产品生产规模及产品生产工艺的需要，结合装备现状情况进行比较后选型。各种设备以高效率、低能耗、性能先进、性价比合适为原则。新增主要设备方案如下：

①生产制造设备 799 台（套）。主要有贴片机、自动印刷机、无铅回流焊、锡渣回收机、跳线机、波峰焊、双层屏蔽房、丝印机、超声波焊机、注塑机、模温机、拌料机、碎料机、冻水机、移印机、红外线隧道炉、封闭烤箱、自动喷漆生产线、镭射机、高周波机、UV 拉、柔性精益生产组装线等；以及工器具一批。

②在现有检测设备的基础上再增加14台在线检测设备。主要有高低温试验箱、ROHS测试仪和单片测试机，以及其他检测设备一批。

序号	设备名称	数量 (台/套)	金额 (万元)
一	生产设备		
1	贴片机	16	2,000.00
2	自动印刷机	12	120.00
3	无铅回流焊	12	216.00
4	锡渣回收机	5	15.00
5	跳线机	6	4.20
6	波峰焊	12	192.00
7	无铅焊台	250	17.50
8	双层屏蔽房	6	7.80
9	丝印机	6	28.20
10	超声波焊机	6	18.00
11	模温机	5	21.00

12	模温机	5	13.00
13	注塑机	45	900.00
14	拌料机	4	6.80
15	碎料机	4	9.20
16	碎料机	4	10.00
17	冻水机	6	11.40
18	移印机	6	9.60
19	丝印机	6	18.00
20	烤箱	6	6.60
21	红外线隧道炉	4	12.48
22	封闭烤箱	6	5.85
23	自动喷漆生产线	5	675.00
24	镭射机	15	375.00
25	高周波机	7	21.42
26	塞硅胶机	7	19.60
27	压 KEY 机	7	19.60
28	点黄油机	7	15.40
29	沾油机	7	17.50
30	热溶机	7	17.15
31	超声波焊接机	7	39.20
32	UV 拉	7	24.50
33	柔性精益生产组装线	250	30.00
34	工器具等	-	120.00
35	高速注塑机	17	850.00
36	MES（制造执行系统）	1	450.00
37	邦定机	15	300.00
38	自动化组装线	8	800.00
39	其他	-	121.00
	小 计	799	7,538.00
二	检测设备		
1	高低温试验箱	2	15.80
2	ROHS 测试仪	3	83.40
3	单片测试机	4	12.80
4	AOI(SMT 线路检测仪)	5	300.00
5	其他	-	50.00
	小 计	14	462.00
	合 计	813	8,000.00

(6) 技术情况

由于无线键鼠产品价格逐渐平民化，中高端有线键鼠产品将逐步的被无线键鼠产品所取代。对于当前主流无线键鼠而言，仅有 27Mhz、2.4G 和蓝牙无线键鼠共三类。27MHz 技术由于传输距离短和延迟现象明显，目前已逐步丧失竞争力，被市场淘汰，蓝牙由于应用及耗电等问题，尚未被人们广泛接受。

根据市场的需求，公司无线键鼠产品使用的技术以 2.4G 为主，相应技术应用已十分成熟，其主要技术水平如下：

耗电低

根据鼠标内部所使用的寻迹芯片不同（可分为红光，蓝光和激光）和所使用的电池种类不同，2.4G 无线鼠标的电池使用寿命一般可以达到 3 个月到 1 年，键盘电池使用寿命一般可达半年到一年。

抗干扰性强

目前 2.4G 技术普遍使用多频道自动跳频技术。如果鼠标当前工作频道受到干扰时，会自动跳到其他干扰较少的频道上工作，且由于跳转的时间是毫秒级，用户一般感觉不到频道的切换。

工作距离远

由于 2.4G 的传输频率高而且采用了全数字化的调制技术，所以一般而言，2.4G 键鼠的工作距离一般可以达到 8-20 米。

6、项目投资概算

本项目总投资25,920万元，其中建设投资21,630万元，铺底流动资金4,290万元，具体包括：

（1）工程费用合计17,837万元

建筑工程费6,337万元。其中：主体工程生产车间建筑面积40,000平方米，建筑工程费4,800万元；仓库等辅助工程建筑面积9,049.7平方米，建筑工程费用1,337万元；办公楼等服务性工程建筑面积1,000平方米，建筑工程费200万元。

设备购置（含安装费）11,500 万元。其中主体工程设备购置费（含安装费）8,000万元，公用工程设备购置费（含安装费）3,500万元。

（2）工程建设其他费用合计 2,185.90 万元

工程建设其他费用按国家有关规定估算，并考虑了项目的具体情况。工程建设其他费用合计2,185.90万元。其中：固定资产其他费用2,060.90万元（含土地购

置费1,307万元)，其他资产费用125万元。

(3) 预备费 1,607.10 万元

基本预备费按工程费用及工程建设其他费用之和的约8%计算，基本预备费1,607.10万元。本项目暂不考虑涨价预备费。

(4) 铺底流动资金 4,290 万元

项目投资估算表

单位：万元

序号	项目名称	投资额	投资比重	备注
一	工程费用	17,837.00	68.82%	
1	建筑工程费	6,337.00	24.45%	
1.1	主体工程	4,800.00	18.52%	生产车间，40,000 m ²
1.2	辅助工程	1,337.00	5.16%	仓库、道路、停车场等
1.3	服务型工程	200.00	0.77%	办公场所，1,000 m ²
2	设备购置及安装	11,500.00	44.37%	
2.1	主体工程设备	8,000.00	30.86%	生产制造、检测设备
2.2	公用工程设备	3,500.00	13.50%	供配电、通风空调与净化、消防等
二	工程建设其他费用	2,185.90	8.43%	
1	固定资产其他费用	2,060.90	7.95%	含土地购置费1,307万元
2	其他资产费用	125.00	0.48%	培训费
三	基本预备费	1,607.10	6.20%	
四	铺底流动资金	4,290.00	16.55%	
合 计		25,920.00	100.00%	

7、项目的选址、占用土地情况

本项目的选址及土地购置问题参见本节“三、募集资金投资项目的选址和土地购置”所述，本项目分摊土地购买成本为1,307万元。

8、项目的环保情况

本项目业经深圳市人居环境委员会批准，并出具了深环批[2010]100606号《深圳市人居环境委员会建设项目环境影响审查批复》。

9、投资项目的效益分析

本项目达产后，主要经济效益指标如下：

单位：万元

序号	项目	数据和指标	备注
1	营业收入	80,000.00	完全达产后

2	利润总额	12,177.70	完全达产后
3	净利润	9,133.28	完全达产后
4	税后财务净现值	26,951.32	完全达产后
5	财务内部收益率	30.82%	税后
6	税后投资回收期	5.20	税后
7	盈亏平衡点	57.55%	--

本项目达成后税后内部收益率为30.82%，盈利能力较强；盈亏平衡点为57.55%，具备较好的抗风险能力。

本项目的敏感性分析如下：

序号	不确定因素	变化率	税前财务内部收益率	敏感度系数
1	产品产量	10%	49.58%	2.34
		5%	44.91%	2.36
		-5%	35.34%	2.41
		-10%	30.57%	2.39
2	销售价格	10%	62.38%	5.53
		5%	51.49%	5.64
		-5%	28.33%	5.89
		-10%	15.81%	6.06
3	原材料成本	10%	26.24%	-3.47
		5%	33.30%	-3.42
		-5%	46.86%	-3.33
		-10%	53.39%	-3.29
4	建设投资	10%	37.35%	-0.70
		5%	38.71%	-0.73
		-5%	41.73%	-0.78
		-10%	43.42%	-0.81

如上表所示，产品产量、销售价格、原材料成本、建设投资金额等因素变化对项目的税前财务内部收益率均产生影响，尤其对销售价格敏感度较高。当销售价格降低5%时，税前财务内部收益率为28.33%；当销售价格降低10%时，税前财务内部收益率为15.81%。

10、项目核准情况

本项目业经深圳市发展和改革委员会核准，并取得编号为深发改核准[2010]0127号《深圳市外商投资项目核准通知书》。

（二）音频（无线音箱、耳机）产业化项目

1、项目概述

本项目通过新建生产线和新增设备，实现音频产品规模化生产，预计总投资7,450万元，其中建设投资5,930万元，铺底流动资金1,520万元，建设产能360万套/年。

2、项目背景及必要性

随着无线音频技术水平的不断提高，以及人们消费水平的增长，人们越来越追逐便利的娱乐设备。与有线音箱与耳机设备相比，无线音频设备具有简洁、方便、易携带、体积小、音质及性能好等特点，使得无线音频产品受到了越来越多的消费者的喜欢，市场需求将持续增长。

从国外无线音箱与耳机产业的总体发展情况来看，国外无线音箱和耳机产业的发展起步较早，已经约有 50 年左右的时间。目前，包括日本、美国、韩国、荷兰、德国等主要发达国家在无线音箱设备行业的发展较为成熟，这些国家的无线音箱设备产品技术水平较高，而且形成了全球著名品牌，产品在全球受到市场的普遍欢迎。近年来，随着国外老牌音箱及耳机生产巨头在国内市场逐渐推出无线音箱与耳机产品，我国国内消费者对无线音箱与耳机产品的市场需求开始出现增长。

公司作为一家坚持以个性化产品、技术创新和生产高品质产品的无线外设厂商，已在无线键鼠领域取得了巨大成功，积累了大量无线领域的人才和经验。本项目的建设是公司打造无线外设领军企业的必然选择：

（1）满足市场发展的需求

我国是全球最大的消费电子产品市场，随着人们经济生活水平的不断提高，在追求单纯的物质生活的同时，更注重对精神、文化的享受和追求，无线音箱与耳机作为高技术含量的音频产品之一，可满足消费者欣赏音乐和歌声的娱乐功能等要求。伴随着现代都市人和青少年消费群体工作和学习的紧张，频繁地使用电脑，需要在闲暇之余听听音乐和歌声，以便松弛缓和一下绷紧的神经，享受一番精神娱乐。本项目是应市场的需求而进行建设，项目符合国家提倡提高人民精神文化享受的政策，也是国家支持发展的产品。

（2）丰富产品线，实现公司可持续发展的需要

经过多年的发展，公司已发展成为电脑无线外设产品制造业内的佼佼者，在产品创意、工业设计、产品研发、工艺设计、规模生产、营销渠道等方面具备较强核心竞争力，成为国内电脑外设行业龙头企业之一。但目前公司产品线相对单一，为应对日益加剧的市场竞争和保持公司在电脑外设领域的竞争优势，加大新产品的研究开发是实现公司可持续发展的必然选择。目前，公司已完成对无线音频系列产品的研究开发，并且得到国内外用户的认可，亟需把无线音箱与耳机产品产业化。

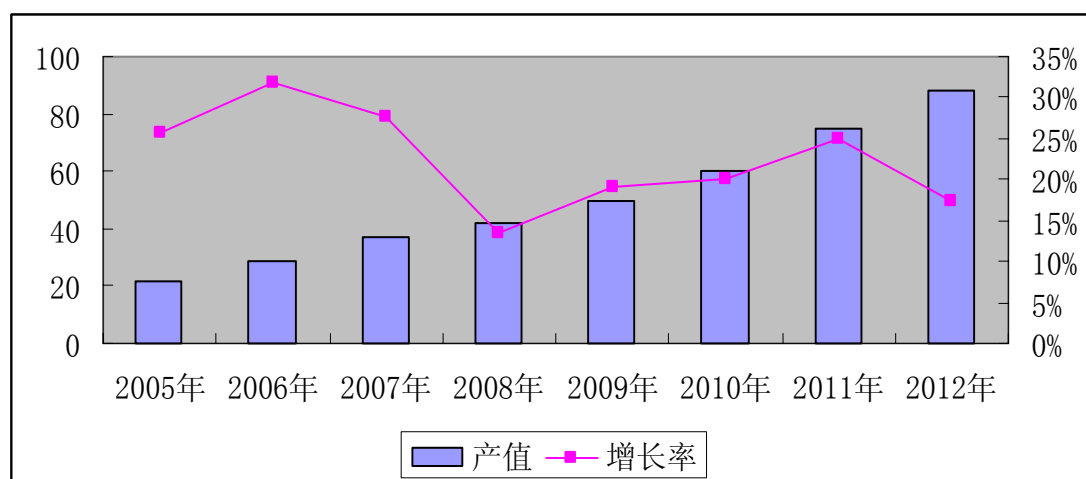
3、项目市场前景

(1) 市场容量

无线音频设备的市场发展从全球来看时间不算长，而国内市场尚处在起步阶段。因此，无线音箱与耳机产业仍然是朝阳产业。

2008-2010 年，全球无线音箱与耳机产业的市场容量有所增长，其中尤其以亚太地区的市场容量增长最为快速。2008 年全球音箱与耳机产业的市场容量约为 50 亿美元，预计到 2010 年全球音箱与耳机产业的市场容量将增长到约 70 亿美元，平均年增长率约 20%，其中无线产品占比约 15%。

全球音箱与耳机市场容量分析及预测（亿美元）



数据来源：广东省电子机械工业设计院

2008 年我国无线音箱与耳机产业的市场需求容量约为 10 亿元，其中无线音箱的市场需求容量约为 8 亿元，无线耳机产品的市场需求容量约为 2 亿元，预计到 2012 年，我国无线音箱与耳机产业的市场容量将增长到约 18 亿元，其中无线音箱产品的市场容量约为 14 亿元，无线耳机产品的市场需求容量约为 4 亿多元。

（2）主要竞争对手情况

全世界专业生产耳机的厂家较多，实力较强的国际品牌有森海塞尔、铁三角、索尼等。这些大型耳机企业均具有自己的独立品牌和市场地位，并且在耳机行业相应细分领域占据竞争优势。国内耳机企业以合资企业和民营企业为主，规模都不大，业务主要以提供代工为主。而国内耳机企业自有品牌的发展较为薄弱，缺乏领导性的自主品牌，少数的自有品牌竞争也主要集中在低端市场。

国际多媒体音箱知名品牌企业包括罗技、创新等公司，在国际多媒体音箱行业中具有较强的竞争优势，已经拥有国际市场较大的市场份额，并且在管理水平、营销网络、资本实力等方面具有明显的优势。我国音箱生产企业虽多，但在技术水平、创新能力、资本实力等方面与行业国际知名品牌企业之间存在着一定差距，音箱生产主要是为国外品牌企业代工为主。国内市场主要的多媒体音箱领导品牌是漫步者。近年来，随着我国多媒体音箱市场的快速发展，越来越多的国际多媒体音箱品牌开始进入中国市场。虽然国际品牌具有较高的品牌影响力，但由于其售价与国内品牌相比相对较高，市场竞争优势稍差，目前我国国内多媒体音箱市场仍以国内品牌为主。

4、项目主要建设内容

（1）建设目标

新建音频生产线，建设产能360万套/年。

（2）主要建设内容

- ①购置主要工艺装备等共 340 台（套），以及工位器具等一批；
- ②建设厂房及配套设施建筑面积 12,500m²；
- ③根据音频产品生产工艺要求，组建注塑车间、电子车间和装配车间；
- ④配套与厂房和设备相应的水电等公用辅助工程设施；
- ⑤对生产过程中产生的焊接废气和噪声等进行有效治理。

本项目主要建设数据如下：

序号	指标名称	单位	数据
1	设计产能	万套	360
2	项目总投资	万元	7,450
2.1	其中：建设投资	万元	5,930
2.2	铺底流动资金	万元	1,520

3	人员配置	人	300
3.1	其中：管理人员	人	15
3.2	技术人员	人	60
3.3	生产工人	人	225
4	新增设备、仪器	台/套	340
5	外购燃料、动力		-
5.1	电	万 kWh	250
5.2	水	万 m ³	0.63
5.3	压缩空气	万 m ³	35

(3) 主要原辅材料和能源供应

本项目原材料主要由电子、塑胶、五金三大主要原材料组成，主要包括：IC 和 ABS 原料，辅助材料为 PCB 板、五金结构件、包装材料等。公司与上游 IC 厂商已经形成了良好的合作关系，供应稳定。ABS 原料主要从台湾进口，供应充足，原材料贸易不受限制，可以自由采购。PCB 板、五金结构件、包装材料等在珠三角地区采购，公司在珠三角地区的供应厂家非常充足，供货价格与品质都有良好的保证。

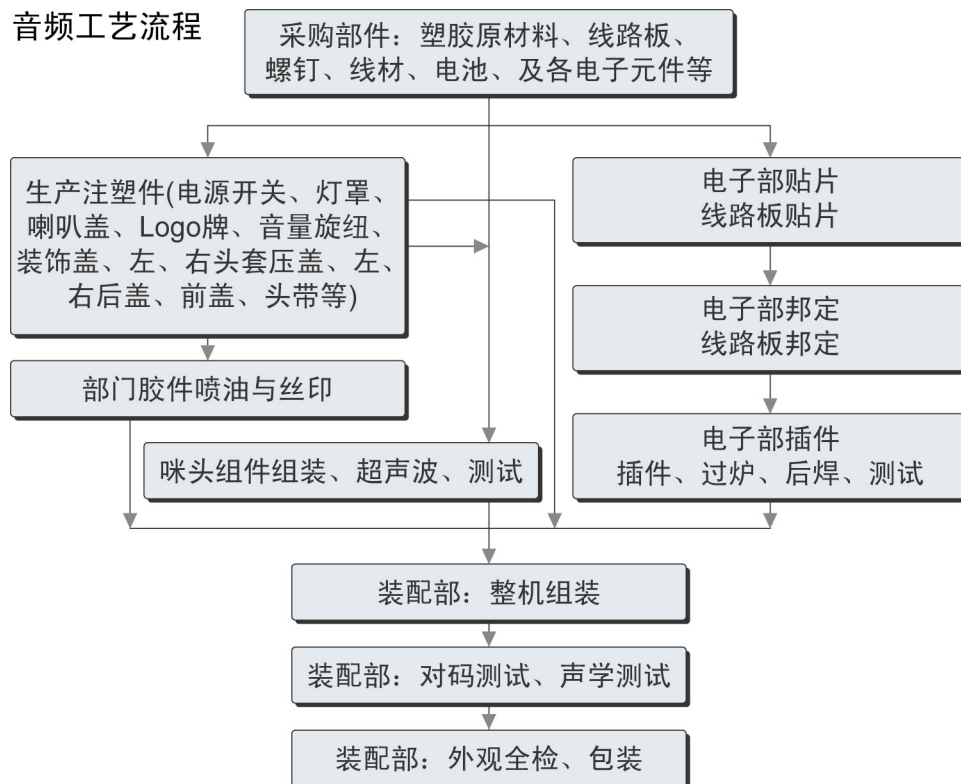
原辅材料构成及来源

序号	材料名称及规格	单位	年需要量	主要供应来源
一	主要原材料			
1	ABS	吨	3,500	市场采购
2	IC	万套	360	市场采购
二	配套件			
1	PCB 板	万套	360	市场采购
2	低音箱	万套	360	市场采购
3	扬声器	万套	360	市场采购
4	标准件、五金件等	吨	800	市场采购
5	其它配套件	万套	360	当地采购
三	辅助材料			
1	锡膏	公斤	6	当地采购
2	油漆	公斤	25	当地采购
3	包装辅材	万套	360	市场采购

本项目所用的能源主要是电、自来水和压缩空气等。电能用于生产设备的运转和车间照明；自来水主要用于员工的生活用水和环境的清扫、绿化；压缩空气用于某些设备的气动装置和风动工具。能源供需具体情况如下：

序号	名称	单位	年耗量	供应来源
1	电能	万 kWh	250	当地供电局
2	自来水	万 m ³	0.63	当地市政自来水
3	压缩空气	万 m ³	35	自产

(4) 产品工艺流程项目



(5) 主要设备

本项目设备选型以高效率、低能耗、性能先进、性价比合适为原则。

序号	设备名称	数量 (台/套)	金额 (万元)
一	生产设备		
1	贴片机	4	500.00
2	自动印刷机	4	40.00
3	无铅回流焊	4	72.00
4	锡渣回收机	2	6.00
5	跳线机	3	2.10
6	波峰焊	4	64.00
7	无铅焊台	121	8.47
8	双层屏蔽房	4	5.20
9	丝印机	2	9.40

10	超声波焊机	2	6.00
11	模温机	1	4.20
12	模温机	1	2.60
13	注塑机	18	360.00
14	拌料机	2	3.40
15	碎料机	2	4.60
16	碎料机	2	5.00
17	冻水机	3	5.70
18	移印机	3	4.80
19	丝印机	3	9.00
20	烤箱	2	2.20
21	红外线隧道炉	2	6.24
22	封闭烤箱	2	1.96
23	自动喷漆生产线	3	405.00
24	镭射机	3	75.00
25	高周波机	3	9.36
26	塞硅胶机	3	8.40
27	压 KEY 机	3	8.40
28	点黄油机	3	6.60
29	沾油机	3	7.50
30	热溶机	3	7.35
31	超声波焊接机	3	16.80
32	UV 拉	3	10.50
33	柔性精益生产组装线	106	12.72
34	工器具等	-	12.40
35	高速注塑机	7	350.00
36	自动组装线	2	200.00
	小 计	336	2252.90
二	检测设备		
1	高低温试验箱	1	7.90
2	ROHS 测试仪	1	27.80
3	单片测试机	2	6.40
	小 计	4	42.10
	合 计	340	2295.00

(6) 技术情况

无线耳机采用的芯片决定着无线耳机的各项技术指标。同样是采用 2.4G 频率作为载波，但不同的通讯协议衍生出的通讯方式会有着天壤之别。仅仅在传输

数据量上，就有着从 1M 每秒到 100M 每秒的差别。市场上销售的普通 2.4G 无线耳机，芯片一般有两种模式：一是通过采用三颗芯片共同组成的音频芯片达到无线传输的效果，但这种芯片组合的所有指标都比采用一颗芯片的效果低；二是采用一颗芯片，通过音频数据在发射端是经过压缩，然后在接收端再解压出来，但采用此方式的音质是达不到高保真的效果。

经过多年的无线技术攻关，公司推出了新一代的无线音频解决方案，解决了困扰多年的无线音频的技术难题。

相比传统方案，公司无线音频方案把传统的三个模块集成到一块芯片上完成，公司无线音频方案是无线终端的低功耗的基带信号处理器，它集成了音乐数据采样打包核、2.4G 无线接受发射核，音频远程控制处理核，以及一些通用接口，达到无线无损传输的目的。

5、项目投资概算

本项目总投资7,450万元，其中建设投资5,930万元，铺底流动资金1,520万元，具体包括：

（1）工程费用合计 4,826.70 万元

建筑工程费用 1,614.20 万元，建筑工程面积 12,500 平方米。其中主体工程生产车间建筑面积 9,500 平方米，建筑工程费用 12,00 万元；仓库等辅助工程建筑面积 2,500 平方米，建筑工程费用 314.20 万元，办公场地等服务性工程建筑面积 500 平方米，建筑工程费用 100 万元。

设备购置费（含安装工程）3,212.50 万元。其中主体工程设备购置费（含安装费）2,295 万元，辅助工程设备购置费（含安装费）10 万元，公用工程设备购置费（含安装费）827.50 万元，服务性工程设备购置费（含安装费）80 万元。

（2）工程建设其他费用合计 664.55 万元

固定资产其他费用 634.55 万元（含土地购置费 327 万元），其他资产费用（培训费）30 万元。

（3）预备费 438.75 万元

基本预备费按工程费用及工程建设其他费用之和的约 8%测算。基本预备费 438.75 万元。

（4）铺底流动资金 1,520 万元

项目投资估算表

单位:万元

序号	项目名称	投资额	投资比重	备注
一	工程费用	4,826.70	64.79%	
1	建筑工程费	1,614.20	21.67%	
1.1	主体工程	1,200.00	16.11%	生产车间, 9,500 m ²
1.2	辅助工程	314.20	4.22%	仓库, 2,500 m ²
1.3	服务型工程	100.00	1.34%	办公场所, 500 m ²
2	设备购置及安装	3,212.50	43.12%	
2.1	主体工程设备	2,295.00	30.81%	生产制造、检测设备
2.2	辅助工程	10.00	0.13%	
2.3	公用工程设备	827.50	11.11%	供配电、通风空调与净化、消防等
2.4	服务型工程	80.00	1.07%	
二	工程建设其他费用	664.55	8.92%	
1	固定资产其他费用	634.55	8.52%	含土地购置费327万元
2	其他资产费用	30.00	0.40%	培训费
三	基本预备费	438.75	5.89%	
四	铺底流动资金	1,520.00	20.40%	
合 计		7,450.00	100.00%	

6、项目的选址、占用土地情况

本项目的选址及土地购置问题参见本节“三、募集资金投资项目的选址和土地购置”所述,本项目分摊土地购买成本为327万元。

7、项目的环保情况

本项目业经深圳市人居环境委员会批准,并出具了深环批[2010]100608号《深圳市人居环境委员会建设项目环境影响审查批复》。

8、投资项目的效益分析

本项目达产后,主要经济效益指标如下:

单位:万元

序号	项目	数据和指标	备注
1	营业收入	36,000.00	完全达产后
2	总成本费用	31,068.84	完全达产后
3	利润总额	4,910.73	完全达产后
4	净利润	3,683.05	完全达产后
5	税后财务净现值	10,314.95	完全达产后

6	财务内部收益率	33.06%	税后
7	税后投资回收期	5.48年	税后
8	盈亏平衡点	57.52%	--

本项目达成后内部收益率为33.06%，盈利能力较强；盈亏平衡点为57.52%，具备较好的抗风险能力。

本项目的敏感性分析如下：

序号	不确定因素	变化率	税前财务内部收益率	敏感度系数
1	产品产量	10%	51.43%	2.08
		5%	47.05%	2.11
		-5%	37.98%	2.15
		-10%	33.28%	2.18
2	销售价格	10%	67.73%	5.91
		5%	55.52%	6.09
		-5%	28.71%	6.51
		-10%	13.65%	6.79
3	原材料成本	10%	24.01%	-4.36
		5%	33.52%	-4.25
		-5%	51.22%	-4.06
		-10%	59.52%	-3.98
4	建设投资	10%	40.03%	-0.60
		5%	41.26%	-0.62
		-5%	43.97%	-0.66
		-10%	45.47%	-0.68

如上表所示，产品产量、销售价格、原材料成本、建设资金额等因素变化对项目的税前财务内部收益率均产生影响，尤其对销售价格敏感度较高。当销售价格降低5%时，税前财务内部收益率为28.71%；当销售价格降低10%时，税前财务内部收益率为13.65%。

9、项目核准情况

本项目业经深圳市发展和改革委员会核准，并取得编号为深发改核准[2010]0129号《深圳市外商投资项目核准通知书》。

（三）无线游戏手柄产业化项目

1、项目概述

本项目通过新建生产线和新增设备，实现无线游戏手柄产业化，预计总投资5,020万元，其中建设投资4,570万元，铺底流动资金450万元。项目建设期1.5年，建设产能120万个/年。

2、项目背景及必要性

近年来，伴随着电脑技术和家用游戏机市场的迅速发展，电脑游戏也得到了长足的发展。作为人们娱乐消遣的重要方式的电子游戏，从最初限于家庭游戏机、街机、简单掌上游戏机等有限载体的阶段慢慢发展到家用电脑平台，融入了人们的娱乐生活之中。日臻成熟的计算机技术使电脑内部容量越来越大，运行速度越来越快，为内容丰富、动作复杂的大容量游戏软件提供了适合的运行平台，使得电脑游戏在设计更具冲击力的效果感受和设置更加丰富的情节环境方面成为可能，对充满激情和具有丰富想象力的游戏爱好者们极具吸引力。但传统设计的键盘和鼠标由于并不是专门为游戏而设计产生的，所以定位精确度和移动性等方面都无法胜任某些游戏所设计的高难度要求，无法真正充分地表现出游戏自身设计的特色，使游戏的最终效果大打折扣，像极品飞车等超级经典之作在传统键盘和鼠标面前也大大逊色，完全感受不到速度极限的挑战与快乐。为满足电脑游戏的需求，游戏手柄、游戏摇杆、方向盘等在内的游戏外设产品相继推出，且很快成为游戏玩家们玩转电脑游戏的专业装备。

在欧美等国家，游戏外设产品已经占到了电脑外部设备 10%左右的市场份额。国内电脑游戏外设市场发展速度也很快，正以超过 100%的高速成长，具有极大的增长空间。但是目前国内的游戏外设产品市场还不成熟，充斥着价格昂贵的外来品牌产品以及一些良莠不齐、纷纷杂杂的仿冒产品。

随着无线技术的发展和成熟，无线技术在各种场合得到更多的应用。例如：无线TV、DVD 播放器、数字多媒体中心与家庭剧院、立体声耳机、游戏控制器、家居监视/控制和安全、以及音频连接等。在游戏机方面，近年游戏机市场面临新旧游戏机交替阶段，旧游戏机(PS2、Xbox 及Game Cube)销售下滑，新游戏机的销售尚无法弥补缺口。未来游戏机产品将着重与网络结合，厂商也将积极规划其外围产品(如控制器、硬盘、耳机及麦克风等)的应用，尤其是无线的发展将给游戏外围产品带来一场前所未有的革命，无线游戏手柄将是主要发展方向。

在此背景下组织无线游戏手柄系列产品的开发是公司实现打造无线外设领军企业的必然选择，是公司拓宽产品线和提升竞争力及品牌影响力的必然选择。目前，公司无线游戏手柄项目低端产品已经完成T1阶段，初步完成结构、电子、软件和模具等开发，已完成整机功能测试；高端产品已经完成功能手板制作，结构、电子和软件的设计已经基本完成，开模正在进行之中，各种性能检测已经达到研发阶段的相关指标与目标，已经具备产业化条件。

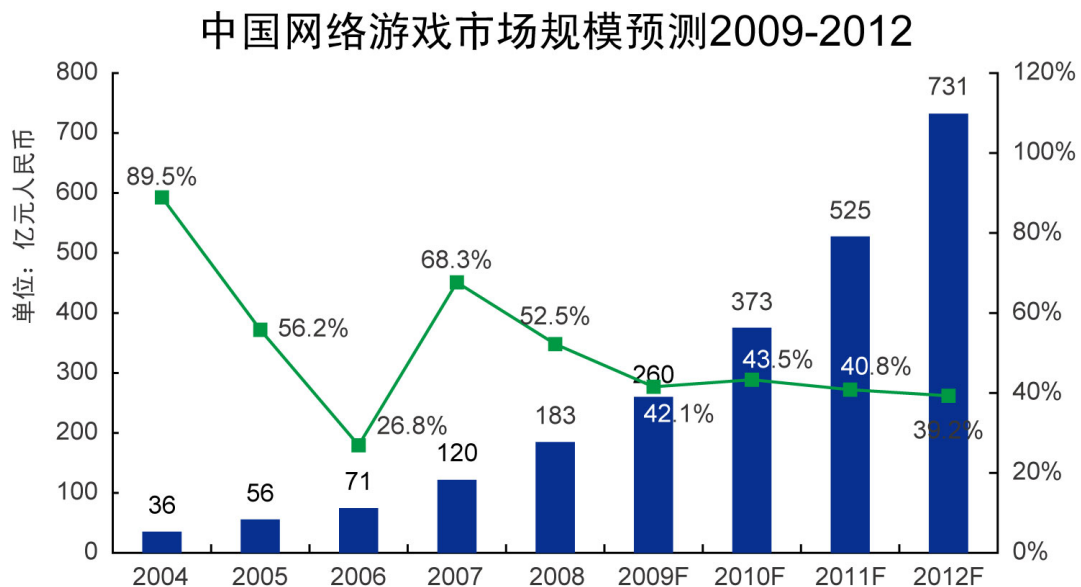
3、项目市场前景

（1）市场容量

近年来，随着游戏产业各方面技术的不断发展，“一鼠走天下”的日子已经一去不复返了。尽管以《传奇》《奇迹》《魔兽世界》等为代表的传统MMORPG¹，和《星际》《反恐》等竞技对战项目仍然主要以鼠标配合键盘进行操作之外，很多新兴的PC游戏（无论是网游，单机，或是TV游戏的移植版），都越来越重视游戏的操纵感——使用专门的游戏手柄或方向盘，摇杆之类的游戏外设。这类游戏可能包括2D横版网络游戏，比如《冒险岛》等；体育模拟类游戏，比如《实况》《FIFA》等；休闲竞技类，比如《泡泡堂》《街头篮球》等；还有以竞速为主要目标的赛车飞机类游戏，比如《极品飞车》；比如动作格斗类网游《死或生online》都绝对要用游戏手柄才能充分体会到战斗的快感。

2009年中国游戏产业年会发布的《2009年中国游戏产业报告》显示：2009年中国网络游戏实际销售收入为256.2亿元，比2008年增长了39.4%，为相关产业带来的直接收入达555亿元。中国自主研发的民族网络游戏实际销售收入为165.25亿元，比2008年增长了50.1%，占我国网络游戏实际销售收入的64.5%。在金融危机背景下能够继续保持逆势增长的态势，得益于2009年网络游戏用户尤其是付费网络游戏用户规模的快速增长和国产网络游戏的稳定增长。2009年，中国网络游戏用户数达到6587万，比2008年增加了33.46%，付费网络游戏用户数达到3715万，比2008年增加了22.1%。

¹ MMORPG，是英文“Massively Multiplayer Online Role Playing Game”的缩写，意为“大型多人在线角色扮演游戏”。



数据来源：易观国际，《中国网络游戏市场趋势预测2009-2012》

根据易观国际（Analysys International）发布的《中国网络游戏市场趋势预测 2009-2012》数据显示，到 2012 年中国网络游戏市场规模将达到 731.3 亿元，网络游戏用户规模将达到 2.272 亿。从 2004 年到 2012 年网络游戏市场规模的年均复合增长率为 45.71%。

游戏市场催生了游戏装备的发展，游戏手柄的需求也将获得很大提高。

（2）主要竞争对手

国内游戏手柄生产商较多，北通、罗技 Logitech、赛钛客 Saitek、微软 Microsoft、任天堂 Nintendo-wii (全球最大的电视游戏公司,最有影响的游戏平台生产商)、索尼 SONY 等知名品牌将是公司拓展无线游戏手柄行业的主要竞争对手。

4、项目主要内容

（1）建设目标

新建无线游戏手柄生产线，建设产能120万个/年。

（2）主要内容

- ①组建注塑车间、涂装车间、电子车间和手柄组装车间；
- ②购置项目生产建设用地，其中本项目使用 5,512 平方米进行建设，总建筑面积 11,040 平方米；
- ③购置国内外先进的生产和检测装备 277 台（套）；
- ④建设配套的供配电、给排水、通风空调、环保、消防、通讯信息、等公用

工程和道路、围墙、绿化等辅助工程设施。

本项目主要建设数据如下：

序号	指标名称	单位	数据
1	设计产能	万个	120
2	项目总投资	万元	5,020
2.1	其中：建设投资	万元	4,570
2.2	铺底流动资金	万元	450
3	人员配置	人	150
3.1	其中：管理人员	人	7
3.2	技术人员	人	30
3.3	生产工人	人	113
4	新增设备、仪器	台/套	277
5	外购燃料、动力		--
5.1	电	万 kWh	90
5.2	水	万 m ³	0.5

(3) 主要原辅材料和能源供应

项目产品需求主要原材料由塑胶、电子、五金三大部分组成。主要原材料有 IC 和 ABS 原料，辅助材料为 PCB 板、五金结构件、包装材料等，这些材料公司已经有多年的合作伙伴，供应渠道有保障。主要原辅材料年需要量及供应来源如下：

原辅材料构成及来源

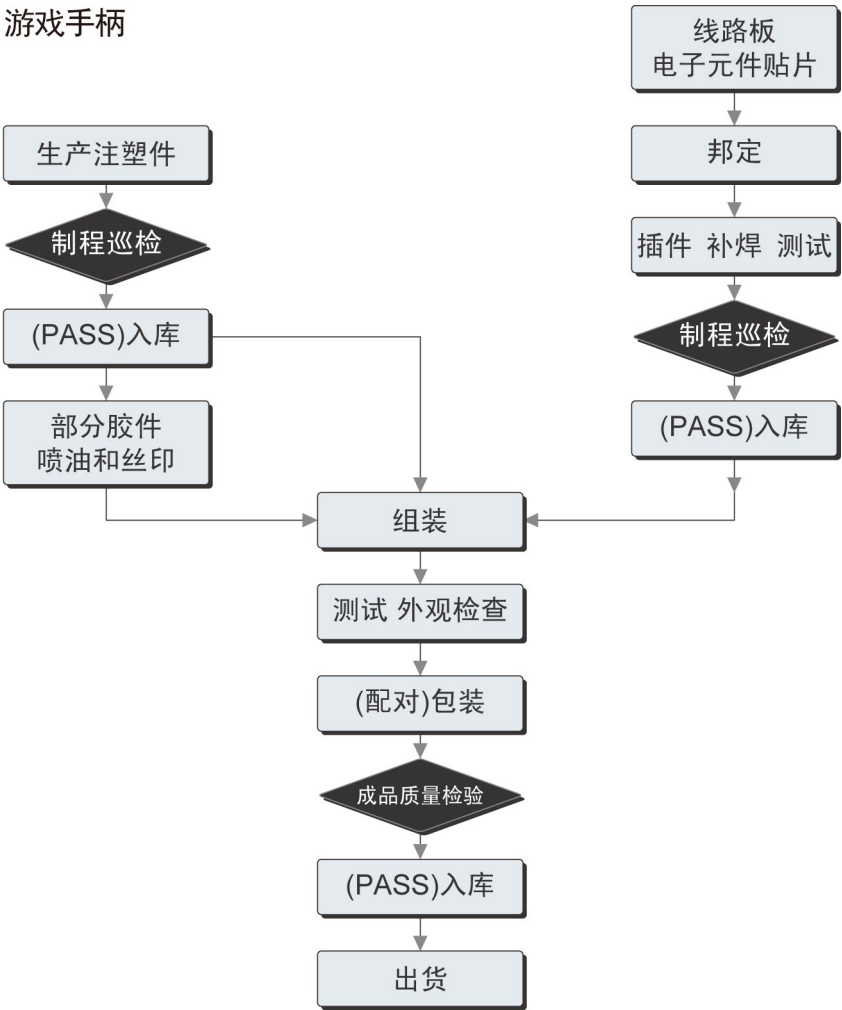
序号	名称	单位	年耗量	供应来源
1	IC	kpcs	1,200	市场采购
2	ABS.HIPS	吨	250	台湾塑胶工业
3	开关	kpcs	1,200	欧姆龙
4	PCB 板	万套	120	珠三角
5	五金结构件	万套	120	珠三角
6	包装材料	万套	120	珠三角
7	油漆	吨	1.5	珠三角
8	天那水	吨	0.5	珠三角

本项目所用的能源主要是电、自来水等。电能用于生产设备的运转和车间照明；自来水主要用于员工的生活用水和环境的清扫、绿化。能源供需具体情况如下：

序号	名称	单位	年耗量	供应来源

1	电能	万 kWh	90	当地供电局
2	自来水	万 m ³	0.5	当地市政自来水

(4) 产品工艺流程



(5) 主要设备

本项目设备选型以高效率、低能耗、性能先进、性价比合适为原则。

序号	设备名称	数量 (台/套)	金额 (万元)
一	生产设备		
1	贴片机	3	375.00
2	自动印刷机	3	30.00
3	无铅回流焊接机	3	54.00
4	锡渣回收机	2	6.00

5	跳线机	3	2.25
6	波峰焊接机	4	64.00
7	无铅焊台	27	1.89
8	双层屏蔽房	2	2.60
9	丝印机	2	9.40
10	超声波焊机	1	3.00
11	模温机	1	4.20
12	模温机	2	5.20
13	注塑机	7	140.00
14	拌料机	1	1.70
15	碎料机	1	2.30
16	碎料机	1	2.50
17	冻水机	1	1.90
18	移印机	1	1.60
19	烤箱	1	1.10
20	红外线隧道炉	1	3.12
21	封闭烤箱	1	0.98
22	自动喷漆生产线	2	270.00
23	镭射机	3	75.00
24	高周波机	2	7.00
25	塞硅胶机	2	5.60
26	压 KEY 机	2	5.60
27	点黄油机	2	4.40
28	沾油机	2	5.00
29	热溶机	2	5.00
30	超声波捍接机	2	11.20
31	UV 拉	2	7.00
32	U 型精益生产组装线	180	21.60

33	工位器具	-	88.96
34	高速注塑机	2	100.00
35	自动组装线	1	100.00
	小 计	272	1,419.10
二	检测设备		
1	高低温试验箱	1	7.90
2	ROHS 测试仪	2	55.60
3	单片测试机	2	6.40
	小 计	5	69.90
	合 计	277	1,489.00

(6) 技术情况

游戏外设产业一直以来都是有线产品，随着科技的发展，2.4G 无线技术的成熟，市场上对“无线”游戏产品的需求渐趋强烈。公司凭借在无线键鼠领域强大的技术积累，成功将成熟的 2.4G 无线技术移植、运用到游戏手柄领域。2.4GHZ 的无线连接技术，可在远达 10 米围内提供 360 度无障碍连接。无线跳频技术，抗干扰能力强，可以与多设备同时使用而不产生干扰现象，同时具有免对码自动连接功能，零延迟、零干扰等特点。

公司应用于无线游戏手柄的技术已十分成熟，具体而言，有如下技术特点：

①2.4GHz 可靠无线连接，雷柏 2.4 GHz 无线技术可在多达 10 米范围内提供可靠的连接而不会受到任何干扰。而且不会对用户的身体健康产生任何影响。

②抗干扰能力强的无线跳频技术，雷柏主动跳频式的无线数据传输技术，全面保障在复杂的 2.4GHz 环境下的抗干扰能力，保证不会与无线鼠标键盘或者其他 2.4G 设备相互干扰。

③即插即用的免对码智能连接，将微型接收器连接到电脑 USB 端口，无需安装繁琐的对码程序，即插即用，3 秒瞬间反应，更兼容于最新 windows7 系统。

④自动睡眠省电设计，雷柏独有的 5 段式省电模式，提供最佳电源管理，在连接状态下如果手柄 10 分钟内没有任何操作，或与接收器断开连接后 1 分钟，手柄会自动进入睡眠状态，省电更省心。

⑤微型 USB 接收器，将精致小巧的接收器连接到电脑的 USB 端口，用户就可以享受到无线的自由并忘记接收器的存在。

5、项目投资概算

本项目总投资5,020万元，其中建设投资4,570万元，铺底流动资金450万元，具体包括：

（1）工程费用合计 3,727.26 万元

建筑工程费用 1,413.56 万元，建筑工程面积 11,040 平方米。其中主体工程生产车间建筑面积 9,140 平方米，建筑工程费用 1,096.80 万元；辅助工程建筑面积 1,500 平方米，建筑工程费用 236.76 万元；办公场地等服务性工程建筑面积 400 平方米，建筑工程费用 80 万元。

设备购置费（含安装工程）2,313.7 万元。其中主体工程设备购置费（含安装费）1,489 万元，公用工程设备购置费（含安装费）655 万元，服务性工程设备购置费（含安装费）169.70 万元。

（2）工程建设其他费用合计 504.74 万元

固定资产其他费用 489.74 万元（含土地购置费 288 万元），其他资产费用（培训费）15 万元。

（3）预备费 338 万元

基本预备费按工程费用及工程建设其他费用之和的约 8%测算。基本预备费 338 万元。

（4）铺底流动资金 450 万元

项目投资估算表

单位：万元

序号	项目名称	投资额	投资比重	备注
一	工程费用	3,727.26	74.25%	
1	建筑工程费	1,413.56	28.16%	
1.1	主体工程	1,096.80	21.85%	生产车间，9,140m ²
1.2	辅助工程	236.76	4.72%	仓库等，1,500 m ²
1.3	服务型工程	80.00	1.59%	办公场所，400 m ²
2	设备购置及安装	2,313.70	46.09%	
2.1	主体工程设备	1,489.00	29.66%	生产制造、检测设备
2.2	辅助工程	0	0.00%	

2.3	公用工程设备	655.00	13.05%	供配电、通风空调与净化、消防等
2.4	服务型工程	169.70	3.38%	
二	工程建设其他费用	504.74	10.05%	
1	固定资产其他费用	489.74	9.76%	含土地购置费288万元
2	其他资产费用	15.00	0.30%	培训费
三	基本预备费	338.00	6.73%	
四	铺底流动资金	450.00	8.96%	
合 计		5,020.00	100.00%	

6、项目的选址、占用土地情况

本项目的选址及土地购置问题参见本节“三、募集资金投资项目的选址和土地购置”所述,本项目分摊土地购买成本为288万元。

7、项目的环保情况

本项目业经深圳市人居环境委员会批准,并出具了深环批[2010]100607号《深圳市人居环境委员会建设项目环境影响审查批复》。

8、投资项目的效益分析

本项目达产后,主要经济效益指标如下:

单位:万元

序号	项目	数据和指标	备注
1	营业收入	9,600.00	完全达产后
2	总成本费用	7,710.37	完全达产后
3	利润总额	1,883.23	完全达产后
4	净利润	1,412.42	完全达产后
5	税后财务净现值	4,251.10	完全达产后
6	财务内部收益率	29.51%	税后
7	税后投资回收期	5.03年	税后
8	盈亏平衡点	46.98%	--

本项目达成后内部收益率为29.51%,盈利能力较强;盈亏平衡点为46.98%,具备较好的抗风险能力。

本项目的敏感性分析如下:

序号	不确定因素	变化率	税前财务内部收益率	敏感度系数
1	产品产量	10%	45.99%	1.89
		5%	42.34%	1.89

		-5%	35.02%	1.89
		-10%	31.35%	1.90
2	销售价格	10%	56.95%	4.72
		5%	47.81%	4.72
		-5%	29.50%	4.75
		-10%	20.15%	4.79
3	原材料成本	10%	27.65%	-2.85
		5%	33.19%	-2.84
		-5%	44.16%	-2.83
		-10%	49.64%	-2.83
4	建设投资	10%	35.44%	-0.84
		5%	37.00%	-0.87
		-5%	40.51%	-0.94
		-10%	42.49%	-0.98

如上表所示，产品产量、销售价格、原材料成本、建设投资金额等因素变化对项目的税前财务内部收益率均产生影响，尤其对销售价格敏感度较高。当销售价格降低5%时，税前财务内部收益率为29.50%；当销售价格降低10%时，税前财务内部收益率为20.15%。

9、项目核准情况

本项目业经深圳市发展和改革委员会核准，并取得编号为深发改核准[2010]0128号《深圳市外商投资项目核准通知书》。

（四）技术中心建设项目

1、项目概况

本项目以公司现有的技术条件为基础，购买试验测试设备，以提高电脑无线外设产品的研发创新能力，建立完善试验测试的能力，建立、完善试验测试平台，并进行模具研发、加工，自用生产设备的研发及生产应用等。本项目预计总投资5,820万元，其中建设投资5,370万元，铺底流动资金450万元。

2、项目建设必要性

（1）企业发展的必然选择

尽管公司的无线外设产品业务发展在过去的几年里取得了长足的进步，在工艺技术方面拥有一定的技术优势，但是与国际同行相比，仍有不少的差距。如新

产品技术研发能力不足，新技术储备不足；无线音频产品的研发才起步。随着产品线的延伸，导致产业化需求和研发水平的矛盾日益突出，主要体现在研发手段和研发装备不足，试验设施不先进，新技术/新产品预研不足，产品/技术管理体系不够健全等。

公司要在无线外设市场占有更大份额并得到较快发展，必须进一步发挥自身的工艺技术与品牌优势，并在研发、创新和生产制造等方面继续增强实力，力争产品的研发质量、效率与研制技术水平等方面与国际先进水平保持一致。因此本项目建设势在必行。

(2) 加速人才培养，建设高水平服务平台的需要

技术中心不仅是企业的研发中心，同时也是企业人员培训、技术培训的平台。无线外设产品的研发涉及多个跨度较大的专业。多专业的协同和协作是项目成败的关键，只有经过认真的培训、缜密的组织才能取得项目的成功。同时，技术中心研发的技术向生产部门转移时，必须对生产人员进行项目产品的系统培训；新产品的推广和销售时，必须对销售人员、售后服务人员及经销商进行培训。

(3) 企业完善技术创新体系做强做大的需要

一个企业竞争力的强弱，就是技术创新能力强弱问题。完善企业创新体系，提高企业技术创新能力，至关重要。近年来，公司的技术部门按照“生产一代，研制一代，储备一代，预研一代”原则制订了详细产品开发计划，并对老产品进行升级换代，公司近几年的快速发展与此密不可分。

但随着企业上规模，产品上档次，目前的技术中心的发展状况已不能适应企业发展的需要，如研发能力尚不足，技术信息不畅通，研发管理跟不上、复合型高级研发人才和尖端科技人才缺乏等；而在产业规模、产品门类、产品档次等方面仍存在不足，关键技术方面也处于相对劣势。因此，公司目前急需从壮大研发队伍、改进研发管理流程、引进先进研发手段和装备、加强技术共享等方面着手，完善技术创新研发体系，使企业做强做大、可持续发展。

(4) 提高应对市场变化的能力

公司的技术部门通过多年的建设，在无线键鼠、键盘、无线手柄和音频产品方面形成了一定的企业自主创新能力。但现在无线键鼠、无线手柄和音频产品消

费者求新求变，市场变化快，产品生命周期变短，要求厂商有较强、较快的产品开发能力，只有这样，才能走在市场的前列，不被市场淘汰。

因此，为了适应市场的需要，公司决定购置相关的研发设备、仪器和新产品模具开发与加工装备，建立各功能实验室、可靠性实验室、安规实验室和基本电性能实验室等，以缩短产品的开发周期，提高研发效率，提升公司应对市场变化的能力。

3、项目建设目标和功能

技术中心通过购置研发、生产测试、试验等仪器设备和建立研发平台，将形成具有国内领先水平的、达国际先进水平的研发、试验能力，具体研发方向为：

- （1）新产品的研发；
- （2）产品创意设计和产品平台设计；
- （3）新产品工业设计和结构设计；
- （4）产品技术研究，包括产品 IC 设计，数字信号处理 DSP 技术、音频技术的处理等；
- （5）新产品工艺技术的研究，包括制造手段、相关材料的研发；
- （6）综合测试平台的研究。

通过本项目建设，加强对公司无线外设产品创新技术和关键技术的研究，拓宽公司无线产品的系列，提高核心竞争力。通过实施无线系列产品研发和新产品开发，提高企业应对市场变化的能力；建立起集产品开发、技术研究、产品验证、工艺开发、工艺设计为一体的专业技术中心，为公司可持续发展提供不竭动力和技术保障。

技术中心承担着公司无线电脑外设新产品的开发创新任务。根据国内外市场需求，制定创新产品的研发方向和进度计划，研发具有优势和核心竞争力的创新技术和拥有自主知识产权的无线电脑外设类产品。技术中心坚持“以自主开发为主，引进技术和产学研合作开发为辅”的原则，围绕现有产品进行改进和提高，开展技术创新和产品创新，开发具有自主知识产权的无线电脑外设产品专利技术和专有技术，提高产品附加值，继续保持无线电脑外设产品技术水平在国内的领先地位，促进无线电脑外设产业的发展。

技术中心是企业技术开发、生产组织和市场营销三大环节的基础部门，是公

司技术体系的核心；是人才的吸引、凝聚、培训的中心，其功能是依靠自己的技术研发力量和自主创新技术，为公司进行自主技术创新提供保障，保证公司无线电脑外设等主营产品可持续高速发展。

技术中心通过收集、分析电脑外设产品的技术和市场信息，为公司新产品开发和技术进步提供意见和建议；为现有产品更新换代提供技术支持和储备。通过本项目建设，使研发手段升级、测试和试验环境的调整升级，增强企业在无线电脑外设领域的研发和创新能力，使新技术研发创新能力达到国内领先、国际先进水平。

4、项目建设内容

（1）主要建设内容

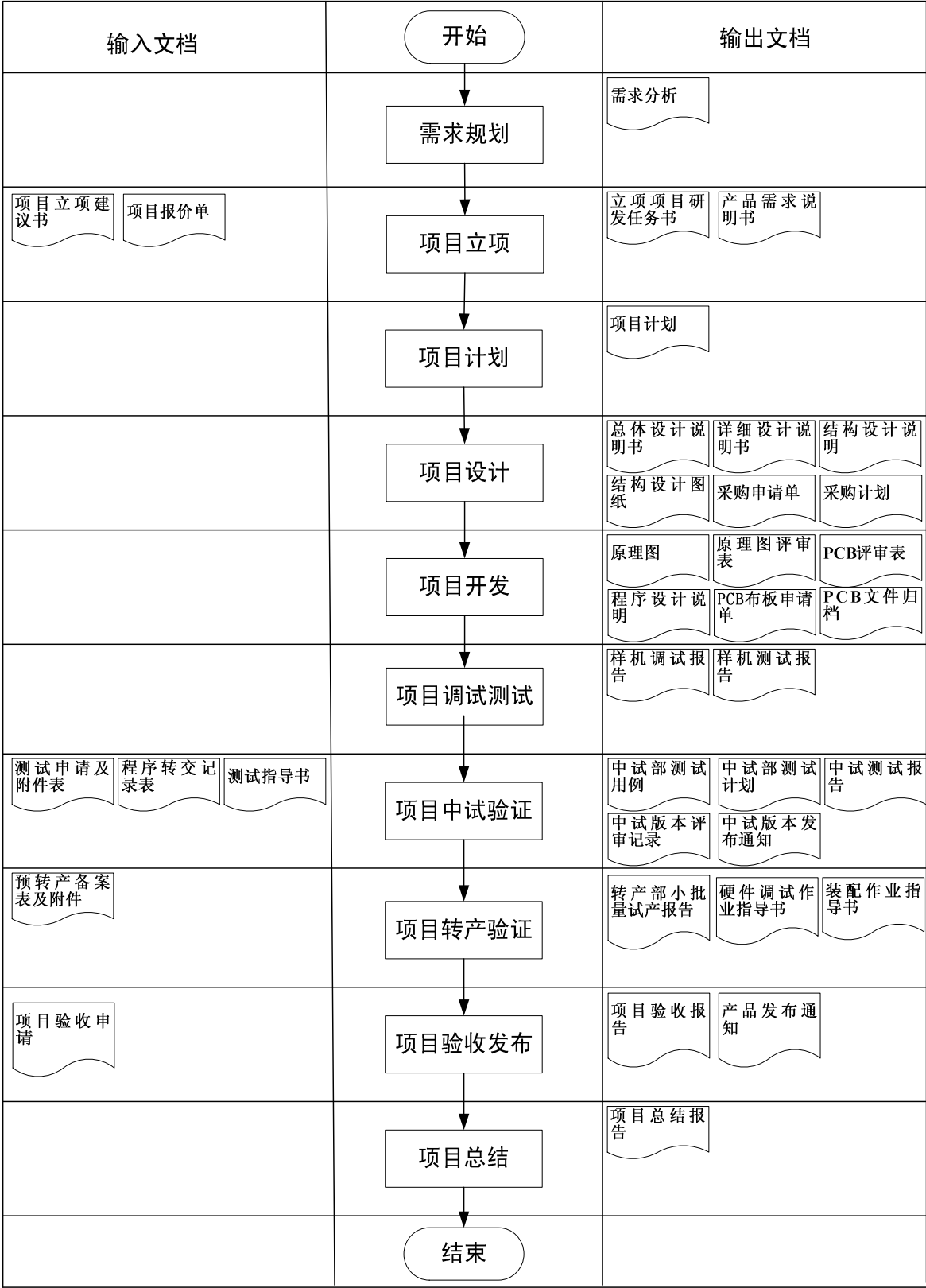
①建立产品功能实验室、可靠性实验室、环境实验室、基本电性能试验室、整机安规试验室和 EMC 电磁兼容实验室、资料中心、培训中心、会议室等；

②新增先进的研发设备、试验仪器、检测设备和模具加工设备等 112（台）套；

③新建综合办公大楼 3,200 平方米（含检测试验）、新建模具车间和装备制造车间面积 1,800 平方米；

④建设配套的供配电、给排水、环保、消防、通风空调工程，分摊厂区配套公用设施等的建设。

（2）研发管理流程



5、项目投资概算

本项目总投资5,820万元，其中建设投资5,370万元，铺底流动资金450万元，具体包括：

(1) 工程费用合计4,062.10万元

建筑工程费826.10万元。其中：研发综合楼建筑工程费800万元；辅助工程建筑工程费用26.10万元。

设备购置（含安装费）3,236万元。其中主体工程设备购置费（含安装费）2673万元，公用工程设备购置费（含安装费）501万元，服务性工程设备购置费（含安装费）62万元。

(2) 工程建设其他费用合计908.80万元

工程建设其他费用按国家有关规定估算，并考虑了项目的具体情况。工程建设其他费用合计908.80万元。其中：固定资产其他费用856.80万元（含土地购置费130万元），其他资产费用52万元。

(3) 预备费399.10万元

基本预备费按工程费用及工程建设其他费用之和的约8%计算，基本预备费399.10万元。本项目暂不考虑涨价预备费。

(4) 铺底流动资金450万元

项目投资估算表

单位：万元

序号	项目名称	投资额	投资比重	备注
一	工程费用	4,062.10	69.80%	
1	建筑工程费	826.10	14.19%	
1.1	主体工程	800.00	13.75%	5,000平方米
1.2	辅助工程	26.10	0.45%	
2	设备购置及安装	3,236.00	55.60%	
2.1	主体工程设备	2,673.00	45.93%	研发、检测、实验、磨具生产
2.2	公用工程设备	501.00	8.61%	供配电、通风空调与净化、消防等
2.3	服务性工程设备	62.00	1.07%	
二	工程建设其他费用	908.80	15.62%	
1	固定资产其他费用	856.80	14.72%	含土地购置费130万元
2	其他资产费用	52.00	0.89%	培训费
三	基本预备费	399.10	6.86%	

四	铺底流动资金	450.00	7.73%	
合 计		5,820.00	100.00%	

6、项目的选址、占用土地情况

本项目的选址及土地购置问题参见本节“三、募集资金投资项目的选址和土地购置”所述,本项目分摊土地购买成本为130万元。

7、项目的环保情况

本项目主要污染源和污染物为生活污水。另外,在产品研发期间会进行部分零部件和模具的加工、测试,在研发和试制过程中会产生少量烟尘、噪声及少量废料。针对上述少量污染物,公司已制订了切实有效的治理措施,对当地环境没有不良影响。

8、项目核准情况

本项目业经深圳市发展和改革委员会核准,并取得编号为深发改核准[2010]0126号《深圳市外商投资项目核准通知书》。

(五) 营销总部及信息平台建设项目

1、项目概述

本项目预计总投资3,765万元,其中建设投资3,385万元,铺底流动资金380万元。

2、项目背景及必要性

在全球计算机产业版图上,随着北美、欧洲、日本等市场的逐步衰退,中国及部分新兴市场的地位日益凸显。据调查机构预测,未来5年,中国个人电脑市场的年复合增长率为11.7%,其中4~6级市场增长率达到23%以上。

计算机产品的类别和功能也处于多样化发展的关键时期,计算机产品呈现台式机、笔记本、上网本等多种产品种类,同时由于3C融合趋势进一步明显,产品功能和形态上逐渐呈现多样化态势,市场也进一步细分,这些都对计算机整机企业和外设企业的研发、设计、制造、生产、品牌以及相关产业链企业的整合能力提出新的挑战。

随着全球经济一体化的发展以及中国作为“世界工厂”格局的形成,中国电脑外设市场近两年发展迅速。由于国内各地区的无线键鼠、无线音频、无线游戏

手柄等外设产品企业在管理方式的差异,企业销售和服务网络结构和设备配套上的差异,导致无线键鼠、无线音频、无线游戏手柄等产品生产厂商在提供系统解决方案时的不一致性,特别是各生产厂商都有自己的技术标准,设备跨厂商互连性较差,很难形成一个统一的标准。因此,无线键鼠、无线音频、无线游戏手柄等产品形成了代理销售模式与直销模式并举的势态,各个厂商都需要建立自己的营销网络和开辟自己的营销渠道,建立自己的售后服务系统。

虽然目前公司营销网络的建设已具备一定的规模和成熟度,但国内市场的巨大消费潜力仍需要进一步挖掘,销售的精细化程度仍需要不断提高。同时各地市场的消费需求以及产品的文化内涵等也存在一定的差别,销售策略和产品策略也需要随时跟踪和调整。

公司近年来的快速发展,开发出了无线鼠标、键盘;无线音箱、耳机;无线游戏手柄等产品和其它用于电脑的无线外设系列产品等大量的新产品和新技术,在同行业中的影响也日益提高,已成为国内无线外设主流品牌。随着产品系列的扩展,各种解决方案也逐渐增多,技术的复杂性、新颖性、专业性对营销人员和售后服务人员的要求也越来越高。因此,对公司的营销和服务工作提出了更高的要求,现有的营销和服务设施、网点及人员已不能承载公司未来几年的发展需要,必须进行扩建以满足公司发展的要求。

(1) 创建一流电脑外设生产企业的需要

随着国家改革开放的深入和加入 WTO 所带来的全球性的发展际遇,努力提高企业在国内乃至全球的竞争力,创建一流电脑外设生产企业,是公司发展的目标。

在经济全球化、一体化的今天,企业不但要有新技术、新产品的创新能力,高品质产品的生产能力,还必须有效率高的售后服务能力。而电脑外设制造行业的特殊性、苛刻性,要求企业产品过硬、服务周到、反应迅速。因此,建设一个高效、完善、专业的营销和服务网络,保持和维护企业与代理商和终端用户间的多赢关系,落实企业对用户的服务承诺,是企业发展过程中的一项重要任务。

(2) 公司保持竞争优势的需要

未来外设产品的市场竞争,除规模和品质外,主要表现为渠道和品牌竞争。公司建设该项目就是“以品牌为导向的营销体系”,加大品牌建设和渠道

一体化管理。公司境内营销网络建设完成后，可在全国范围内迅速销售公司自主品牌产品。公司不断拓展国内营销渠道，加大市场营销力度，进行宣传推广，大力提高自主品牌产品的销售额，实现品牌输出。境内营销体系的建设，将极大地提高公司品牌知名度、美誉度。本次营销网络建设，是对公司品牌价值和市场地位的全面提升，对公司的长期发展和市场竞争具有里程碑式的意义。

（3）提高企业盈利能力的需要

首先，建设境内营销体系将直接为公司带来利润贡献。通过完善营销体系，实现对目标客户的有效覆盖，增加渠道数量，使公司的销售收入和利润实现高速增长。

其次，通过建立科学、高效的营销系统，将销售渠道、物流方式、信息管理结合起来，可以大大降低物流运营成本。因此现代化、快速化的营销体系，可以使公司保持长期的健康和活力，提升公司整体的盈利能力。

（4）提高公司市场敏锐度的需要

敏捷制造已成为外设市场竞争的关键因素之一。外设产品属于消费类电子行业，及时准确的掌握市场信息和发展趋势，并敏锐的调整产品研发和制造方案十分重要。因此，对市场信息的收集、分析和决策的速度将成为市场竞争的重要因素。其次，通过投资建设境内营销网络系统，强化监控渠道，实现品牌形象与文化的无折扣传播、保证产品研发设计、生产加工、销售及服务的三大环节的贯通。

综上所述，随着国内电脑外设制造行业持续快速发展，电脑外设产品市场空间不断扩大，公司产品种类和产量不断增加，公司创建国内一流企业的需求，落实公司对代理商和终端用户多赢的承诺，为了公司的协调发展，提高营销和服务效率、质量，有必要建设一个完善、高效、专业的营销服务网络，以承载公司日益攀升的生产能力，增加公司的经济效益。

3、项目建设目标

为适应公司的快速发展，配合无线鼠标、键盘；无线音箱、耳机；无线游戏手柄等产品和其它用于电脑的无线外设系列产品的生产和营销业务，建立和优化集产品销售和技术服务于一体的网络化营销和服务体系，形成统一的营销和服务

管理平台；进一步整合资源、充分发挥全国营销和服务的协同效应，扩大营销和服务网络在全国的覆盖面，配备营销和服务设施，提高用户服务质量，创建行业内一流的营销和服务团队，满足公司在产品大规模生产后的营销和服务的要求，获得更高的盈利能力和投资效益。

保证产品销售规模和服务质量达到国内领先水平，客户满意度达到 99.5%，用户服务响应时间小于 2 小时，到达现场服务时间小于 4 小时，力争项目产品国内市场占有率达到 50%以上，在未来 3~5 年内成为国内无线鼠标、无线音箱、无线耳机、无线手柄等产品制造行业的领先企业。

4、营销策略及主要营销手段

本项目的总体思路是：根据公司新产品的开发、研制、生产、销售、服务的具体情况，在全国范围内有计划有步骤地建设和完善营销及售后服务体系，具体策略如下：

策略	市场开发期	市场培育期	市场成熟期	市场衰退期
产品策略	了解用户需求满足用户要求把握产品方向	提高技术含量扩大规格品种扩大延伸利益	改进制造工艺降低产品成本扩大生产规模	开发新型产品 淘汰滞销产品 加大配件生产
销售策略	迅速建立关系 积极介绍产品 建立形象工程 加强培训工作	媒体宣传产品 客户帮助宣传 利用政策宣传 政府帮助宣传	突出企业形象 建立名牌效应 加强售后服务 重视客户意见	保护客户关系 维护企业形象 介绍替代产品 加强配件销售
价格策略	参照同类产品灵活渗透定价	因势利导调价 规格品种调价 技术含量调价	有序价格竞争 保利价格竞争 产品分类竞争	让利削价 保本销售 配件调价

公司实行“抓品牌、树品牌”的总体市场竞争策略，在加强内部管理的同时，加大宣传工作和品牌经营力度，扩大“雷柏”品牌的知名度，采取的具体措施包括：

(1) 参加国内外知名展会。如每年一月的拉斯维加斯 CES 展览、每年三月的德国汉诺威 CEBIT 展览、每年十月的深圳高交会。

(2) 品牌推广活动。2009 年实施的品牌推广活动主要有：BMW 杯国家高尔夫球赛武汉站、雷柏 09 年秋季新品发布会、“灵动无线 速享豪礼”买雷柏送跑车真情回馈活动、“雷柏 DNF 地下城与勇士 F1 南北争霸赛”。

(3) 广告宣传。利用网络媒体、区域媒体、平面媒体开展全方位、立体式

的宣传活动。2010年“雷柏”的广告宣传及市场推广计划如下：雷柏2010春季新品发布会、2010年DNF3月超级锦标赛、7月WCG赛、8月DNF格斗天王赛、11月南北争霸赛、百城无线生活体验馆活动、科技世博会雷柏展示、南非世界杯雷柏游戏设备体验月、雷柏亚运专题推广活动。

(4) 丰富公司网站内容，加入环球资源(global sources)、太平洋网站等知名商业网站。通过网页宣传、推广公司的产品及服务，并为客户提供网上咨询。

(5) 建立产品演示中心。在公司内常年设立产品演示厅，以便直观、形象地向客户展示公司的产品及其使用功能。

5、项目建设内容

①在公司总部与其他项目合建国内营销事业部和海外营销事业部，占用面积约2,000平方米；

②配备国内营销事业部和海外营销事业部办公设备303台/套，办公家具一批；中型接待用车1辆，小型接待用车2辆；

③建设容纳30人的培训室1个，容纳50人的会议室1个，配备培训室及会议室设备9台套，配备相应办公家具一批；

④建设产品展示厅一个，并配备展示设备和辅助设备一批；

⑤建设信息平台，配备硬件设备74台套及相关软件；

⑥配备建设供配电、给排水、通风空调、消防、环保、通讯信息等公用工程设施。

6、项目投资概算

本项目总投资3,765万元，其中建设投资3,385万元，铺底流动资金380万元，具体包括：

(1) 工程费用合计2,815万元

建筑工程费906.30万元。其中：国内营销服务事业部和海外营销服务事业部等主体工程建筑面积2,000平方米，建筑工程费896万元；辅助工程建筑工程费用10.30万元。

设备购置(含安装费)1,908.70万元。其中主体工程设备购置费(含安装费)1,488万元，公用工程设备购置费(含安装费)350.70万元，服务性工程设备购置费(含安装费)70万元。

（2）工程建设其他费用合计 323 万元

工程建设其他费用按国家有关规定估算，并考虑了项目的具体情况。工程建设其他费用合计323万元。其中：固定资产其他费用288万元（含土地购置费53万元），其他资产费用35万元。

（3）预备费 247 万元

基本预备费按工程费用及工程建设其他费用之和的约8%计算，基本预备费247万元。本项目暂不考虑涨价预备费。

（4）铺底流动资金380万元

项目投资估算表

单位：万元

序号	项目名称	投资额	投资比重	备注
一	工程费用	2,815.00	74.77%	
1	建筑工程费	906.30	24.07%	
1.1	主体工程	896.00	23.80%	国内营销服务事业部、海外营销服务事业部
1.2	辅助工程	10.30	0.27%	
2	设备购置及安装	1,908.70	50.70%	
2.1	主体工程设备	1,488.00	39.52%	办公设备、信息系统平台设备等
2.2	公用工程设备	350.70	9.31%	供配电、通风空调与净化、消防等
2.3	服务性工程设备	70.00	1.86%	
二	工程建设其他费用	323.00	8.58%	
1	固定资产其他费用	288.00	7.65%	含土地购置费53万元
2	其他资产费用	35.00	0.93%	培训费
三	基本预备费	247.00	6.56%	
四	铺底流动资金	380.00	10.09%	
合 计		3,765.00	100.00%	

7、项目的选址、占用土地情况

本项目的选址及土地购置问题参见本节“三、募集资金投资项目的选址和土地购置”所述,本项目分摊土地购买成本为53.00万元。

8、项目的环保情况

该项目属于商业经营性质，除少量生活污水外，不对外排放废水、废气、废料等污染物，也没有噪音产生，所排出的少量生活污水可排入污水处理系统进行

处理。

9、效益分析

本项目的建设是以公司产品生产发展为依托，同时又与公司品牌的建立、业务规模的提升和盈利水平的提高相辅相成，其效益体现是综合性的，主要包括：

（1）对公司具有战略价值：电脑无线外设产品的竞争在很大程度上表现为渠道竞争和品牌竞争，公司着力建设以品牌为导向的境内营销网络，可以实现品牌建设和渠道管理一体化，是公司实现战略目标的重大举措。

（2）对公司发展具有协同价值：公司募集资金生产项目建成投产后，公司的生产能力和业务规模将有较大的提高，客观上需要公司加强营销网络建设，提高市场销售能力，以满足公司产能扩张的需要，使公司计划、生产、研发、销售系统相互协调，有力促进销售增长，实现公司生产、研发、销售和品牌的协同发展。

（3）对公司具有产品延伸价值：合理建构公司的国内外营销网络，不仅可以促进发行人现有产品在全球市场范围内的销售推广，而且可以为公司发掘潜在市场、研发新型产品和推广后续系列产品奠定良好的渠道基础和发展条件。

（4）对公司市场竞争能力的提高：通过该项目建设早日将公司打造打造为一家世界知名的、有更强的影响力的电脑无线外设产品生产企业。实现“发展自主品牌、发展民族品牌”的战略目标，力争早日实现国内同行业收入排名第一的目标，争取早日实现电脑无线外设产品民族品牌走向世界，为提升民族电脑无线外设产品制造业的世界地位贡献一份力量。

10、项目核准情况

本项目业经深圳市发展和改革委员会核准，并取得编号为深发改核准[2010]0136号《深圳市外商投资项目核准通知书》。

三、固定资产投资的必要性

截至2010年9月30日，公司净资产为1.91亿元，其中，固定资产原值9,325万元，净值6,334万元。公司净资产规模较小主要是因为：目前公司的经营场所均为租赁，没有自有建筑厂房和其他房产。

本次募集资金投资项目主要是新建生产基地和新增设备，扩大产能和改善工

艺物流，降低综合制造成本和实现规模化生产经营，提升研发水平和营销能力，预计投资总额4.80亿元，具体构成如下：

序号	项目	投资金额 (万元)	备注
1	建筑工程费	11,097.16	产房、办公楼
2	设备购置及安装	22,170.90	生产、检测、研发设备
3	工程建设其他费用	4,586.99	含土地购置费
4	基本预备费	3,029.95	
5	铺底流动资金	7,090.00	
	合 计	47,975.00	

本次募集资金项目新增固定资产投资的必要性主要表现在：

（1）新建厂房的必要性

①公司目前经营场所均为租赁，且租赁的厂房由于历史原因未能取得相应的产权证书，存在被依法责令拆除的可能。对此，公司于2010年1月通过竞买方式取得深圳市坪山新区G14304-0276号宗地，占地面积40,269.99平方米，用于生产厂房建设。公司新厂房的建设已于2010年8月开工，主体工程预计在2011年四季度末竣工。

②随着业务规模的快速增长，公司现有的厂房面积限制了公司产能的扩张。通过自建厂房，可以从根本上解决公司发展与生产场地不匹配的问题

（2）新增设备的必要性

①键鼠市场的持续增长尤其是无线产品的快速增长为公司提供很好的市场机会。近三年公司销售收入大幅度增加，生产设备维持高负荷运转，实际产量已达到或基本达到最大产能，公司急需通过新增设备投入，化解决公司发展所面临的生产能力瓶颈问题。

②公司在无线键鼠领域的成功为推出其他无线外设产品提供了技术支持。目前，公司的无线音频产品和无线游戏手柄产品技术开发已经成熟，具备量产的条件。公司急需新建生产线和新增设备，实现音频产品和游戏手柄的规模化生产，以丰富公司产品线，实现公司的可持续发展。

③在国内无线外设领域，公司具有一定的技术优势，但与国际同行相比，仍有差距，公司在测试设备、模具研发和加工、自用生产设备研发等方面还需加大投入。

④为了保障公司产品的质量和工作效率,公司需对部分生产设备进行淘汰和更新。

募集资金规模虽相比公司目前净资产较大,但与公司所处的发展阶段和市场环境相适应,也是公司加速成长所需要的。

同时,公司现有的经营管理水平能够适应资产规模增加和产能的扩张,主要是:

(1) 发行人依据《公司法》等法律法规和规范性文件设立了股东大会、董事会、监事会,并设置了职能部门,建立了独立董事、董事会秘书、审计委员会制度,建立健全了各种管理制度并严格按照规范运作,发行人已具备健全且运行良好的组织机构和管理能力。

(2) 发行人第一届董事会第四次会议审议通过了《募集资金专项存储制度》,对募集资金的管理和使用进行了规范,确保资金使用安全。

(3) 公司管理层在新产品研发、生产、市场开拓、企业管理方面已经积累了丰富的经验,具有较强的抗风险能力。

四、新增产能消化

本次募集资金投资项目建成后,预计第一年达产40%,第二年达产80%,第三年完全达产,随着募投项目的建成和达产,及现有部分设备的淘汰,现有的产能将逐步减少。

公司现有产能及募投投产后产能预测情况如下:

单位:万套

产品	募投投产前					募投投产后		
	2007年	2008年	2009年	2010年	2011年预测	2012年预测	2013年预测	2014年预测
鼠标	190	300	650	750	850	1,220	1,590	1,690
键盘	87	87	130	145	200	360	520	580
键鼠套装	170	170	340	465	500	660	820	850
音频产品	-	-	-	25	50	144	288	360
游戏手柄	-	-	-	1	20	48	96	120
合 计	447	557	1,120	1,386	1,620	2,432	3,314	3,600

备注: 2011年四季度新厂房主体竣工, 2012年上半年开始投产

1、键鼠项目新增产能消化的具体措施

(1) 进一步巩固和拓展公司的营销网络

对境内市场而言，坚持目前区域独家总经销商制的销售模式，与当地具备较强实力的经销商合作，稳步增加总经销商的家数，并积极协同各地总经销商，深化开发区域市场，在巩固并加强目前北上广等东部沿海一线市场的基础上，逐步扩大对中西部二线市场的渗透，保持境内较高的市场占有率。在渠道建设方面，将加大家电卖场/百货商场等非传统 IT 渠道的拓展力度，与有实力的大卖场建立战略合作关系，扩展产品的销售渠道。同时，加大对新兴的网络直销市场投入，以适应在线购物模式，扩大公司产品的覆盖面。

对境外市场而言，公司将稳定发展欧盟与北美市场，与目前的大客户保持密切的 ODM 业务合作，并积极开拓行业代工渠道，适度增加盈利能力有保证的 OEM 业务。公司将逐步在周边及东南亚拓展自有品牌业务，以区域独家总经销商制的销售模式，将公司产品打入更多国家并加大在该等国家的市场纵深渗透力度，提高产品的国际市场占有率。

(2) 加大产品研发和品牌建设力度

充分利用现有的研发和制造优势，在组建新技术中心的基础上，加大研发创新力度，对市场发展保持高度敏锐性，积极发现、引导市场变化趋势，适时推出相应的产品。具体而言，公司在现有产品线的基础之上，将进一步扩展蓝牙系列产品、IPAD 及平板电脑系列配套产品等，并加大触摸及新操控模式产品的开发力度，扩展其产品线长度，以应对平板电脑及笔记本电脑市场快速增长的需求。

依托新的营销总部及信息平台，增强营销方面的投入力度，与专业媒体建立合作关系，投放更多平面广告、积极参与国内外展会等，加强品牌建设，进一步提升品牌形象及其影响力，依托强势品牌维持并扩大市场占有率。

(3) 未来将进入整机市场配套领域

据工信部数据显示，2010 年上半年国内生产微型计算机 10,880.4 万台，增长 40.2%(其中笔记本电脑增长 41%)，预计全年产量将突破 20,000 万台，到 2012 年，产量将超过 25,000 万套，相应的键鼠配套需求旺盛，市场容量约 50-60 亿人民币。

目前，公司产品主要针对零售市场。在保持现有业务快速发展的基础上，公

司将会进入整机系统配套领域，为诸如惠普、戴尔、联想等整机厂商做配套，该市场目前主要以台湾厂商为主。受益于公司在键鼠行业领先的制造水平，此前已有多家整机厂商与我司接洽合作配套事宜，公司计划于 2011 年开始与整机厂商建立起合作关系，在 2012 年产能扩张后正式进入整机配套领域，预计在 2012 年整机配套将可以实现销售 600 万套，长期将超过 1,500 万套。

（4）公司将加大自有品牌海外销售力度

公司自有品牌推出以来，在国内市场增长迅速。随着自有品牌国内渠道建设的完善，公司将进一步建设自有品牌的海外销售渠道。随着渠道建设和海外推广力度的加大，自有品牌在海外市场将会迅速增长，在未来 3 年内，自有品牌海外销售力争达到 50 到 100 万套。

2、音频和游戏手柄项目产能消化措施

公司已经发展成为国内无线键鼠的龙头企业，公司的国内市场占有率保持行业第一，公司品牌“RAPOO”在业内也已经取得较高的知名度和良好口碑，公司无线音频与无线游戏手柄产品均为计算机外设产品，具有较高的关联性，其终端用户与销售渠道基本重叠，公司在键鼠行业积累的品牌知名度和营销经验可以很好的复制到音频及游戏手柄项目上。

目前，公司的音频、无线游戏手柄产品已经开始销往全国，处于市场初试阶段，市场反应良好，已形成较高的关注度与一定知名度。在未来，公司将依托新的营销总部及信息平台，充分借鉴公司键鼠产品成功的营销模式，进一步开拓市场，实现公司音频、游戏手柄产品的迅速发展：

（1）逐步树立“RAPOO”在音频与游戏手柄市场中的品牌形象。

在国际中高端品牌在中国推广力度较小、价格较高，而国产品牌无较强品牌号召力的市场格局下，公司作为无线外设领域的知名品牌进入中高端市场，利用良好的品牌形象和口碑，将获得一定的先天优势。同时，公司前期将主要针对个人用户，加大对新产品的市场推广力度，通过适当的广告投放和媒体传播，尽快营建“RAPOO”在电脑外设市场的中高端产品形象。

（2）建立专门的销售渠道

公司键鼠产品目前拥有强大的渠道体系，在新产品推广过程中，将充分利用原有渠道进行市场渗透，发挥协同效用。同时，公司也将积极探索其他销售渠道，

尝试组建专门的音频或游戏手柄产品经销商队伍，在 1-2 年左右的时间内，营建适应音频及游戏手柄产品特征的专业化销售渠道。

（3）积极尝试创新市场营销模式

在树立“RAPOO”品牌形象的基础上，公司将利用音频、游戏手柄产品的特殊性，采用诸如与整机电脑厂商、音视频厂商的捆绑销售，与游戏运营商的联合推广等更为灵活的营销模式来提高产品的市场知名度与渗透率，增加市场份额。

（4）加强产品研发与创新

作为无线外设产品，音频产品与游戏手柄不仅要求产品内在品质稳定可靠，还要在人性化设计和外观上有所创新，以适应时尚人士的需求。在产品品质上，公司将充分借鉴、移植在无线键鼠产品上的研发技术优势，加强产品品质管控；在工业设计方面，公司将充分发挥营销信息平台作用，快速反馈产品信息，依托新的技术中心，加强设计团队力量，细分不同客户群的不同需求，提供适应市场需求的产品。

五、募集资金项目的选址和土地购置

本次募集资金投资项目之“键鼠产品建设项目”、“音频（无线音箱、耳机）产业化项目”、“无线游戏手柄产业化建设项目”、“技术中心建设项目”和“营销总部及信息平台建设项目”五个项目建设地址均系在深圳市坪山新区金沙地区G14304-0276地块，该地块占地面积40269.99平方米，具体分配如下：

序号	项目名称	分摊用地面积 (平方米)	分摊土地购买成本 (万元)
1	键鼠产品建设项目	25,000	1,307
2	音频（无线音箱与耳机）产业化项目	6,250	327
3	无线游戏手柄产业化建设项目	5,517	288
4	技术中心建设项目	2,500	130
5	营销总部及信息平台建设项目	1,000	53
	合计	40,267	2,105

1、坪山新区概况

深圳市坪山新区位于深圳市东北部，包括坪山、坑梓两街道办事处和大工业区在内，总面积为 168 平方公里，是深圳市东部主要工业基地。坪山新区现有各

类投产企业 1700 家，其中产值上亿元工业龙头企业达 52 家，世界 500 强企业 10 家，高新技术企业约 100 家。经济发展初步形成以电子信息、装备制造、新能源汽车为主导的产业格局，三大产业经济比重高达 73%。

根据《深圳市东部工业组团分区规划（2005-2020）》，坪山新区本着“建设世界一流产业园区”的美好愿景，坚持以高附加值、高投资密度、高技术含量、低污染、低能耗的原则，大力发展电子信息、生物医药、先进装备制造、新能源汽车等产业，充分发挥高端产业聚集效应，打造生态型、创新型的现代制造业新区。

2、土地使用权证

2010 年 1 月 15 日，公司通过竞买方式取得深圳市土地房产交易中心公开挂牌出让的位于坪山新区 G14304-0276 号宗地。同日，公司与深圳市规划和国土资源委员会坪山管理局签订了《深圳市土地使用权出让合同书》（深地合字（2009）5085 号），受让宗地编号为 G14304-0276 号、面积为 40,269.99 平方米的土地使用权，该宗用地的使用年限为 50 年，自 2010 年 1 月 15 日至 2060 年 1 月 14 日，土地使用权出让总地价款为 21,046,100 元，土地用途为工业用地，公司已于 2010 年 1 月 18 日付清了全部地价款。

2010 年 6 月，公司取得了深圳市房地产权登记中心核发的深房地字第 6000419067 号《房地产证》。

六、募集资金运用对经营成果和财务状况的影响

（一）对净资产和净资产收益率的影响

募集资金到位后，公司的净资产总额和每股净资产将大幅增加。净资产的增加将使公司股票的内在价值有较大幅度的提高。由于发行后公司净资产将大幅增加，而投资项目建设期内不能产生效益，因此公司净资产收益率在短期内将会下降。但募集资金投资项目具有良好的盈利前景，随着募集资金项目的建成并逐步达产，公司盈利水平将不断提高，净资产收益率也会逐步回升。

（二）资产规模扩大新增折旧、摊销对公司盈利能力的影响

本次募集资金共有建设投资40,885万元，固定资产和无形资产将有较大规模的增长。按公司现行会计政策，项目建成投产后每年新增固定资产折旧3,086.81万元，每年新增无形资产摊销93.53万元，合计每年新增折旧和摊销3,180.34万元。

单位：万元

项目名称	建设投资总额	新增固定资产折旧	新增无形资产摊销	合计
键鼠产品建设项目	21,630	1,617.84	51.13	1,668.97
音频（无线音箱与耳机）产业化项目	5,930	452.80	12.53	465.33
无线游戏手柄产业化建设项目	4,570	338.17	8.77	346.94
技术中心建设项目	5,370	453.62	13.00	466.62
营销总部及信息平台建设项目	3,385	224.38	8.10	232.48
合 计	40,885	3,086.81	93.53	3,180.34

虽然募集资金项目建设将导致折旧和摊销大幅增加，但是，项目建成后，公司经营规模、营业收入和盈利能力也将大幅增长。公司 2007-2009 年毛利率算术平均值为 23.53%，据此测算，项目建成后，在经营环境不发生重大变化的情况下，只要公司营业收入和营业利润较项目建成前分别增加 13,516 万元、3,180 万元，即可消化掉因此增加的折旧和摊销费用。

如果募集资金 2010 年能到位，募集资金项目 2012 年建成。以 2009 年度公司营业收入 56,163 万元为基础，假设其他经营条件不变，只要公司营业收入 2012 年达到 69,679 万元，即复合增长率达到 7.45%，就可确保公司营业利润不会因此而下降。公司近年营业收入保持良好的增长态势，2007 年度、2008 年度和 2009 年度复合增长率达 44.38%，未来两三年内实现 7.45% 的增长率具有较大可行性。

因此，考虑项目投产带来的营业收入增长和公司目前营业收入增长状况，足以消化上述折旧和摊销费的增加，公司未来经营成果不会因此产生不利影响。

（三）对资产负债率和资本结构的影响

公司发行完成后，货币资金将大规模增加，随着投资项目的建设，货币资金将根据进度转化为在建工程和固定资产。发行募集资金到位后，公司的资产负债率将得到一定幅度的下降，公司偿债能力将得到提高，财务结构进一步优化，抵御风险的能力将得到提高。

第十三节 股利分配政策

一、公司现行的股利分配政策

根据现行的《公司章程》，本公司股利分配政策如下：

第一百五十六条 公司分配当年税后利润时，应当提取利润的 10%列入公司法定公积金。公司法定公积金累计额为公司注册资本的 50%以上的，可以不再提取。

公司的法定公积金不足以弥补以前年度亏损的，在依照前款规定提取法定公积金之前，应当先用当年利润弥补亏损。

公司从税后利润中提取法定公积金后，经股东大会决议，还可以从税后利润中提取任意公积金。

公司弥补亏损和提取公积金后所余税后利润，按照股东持有的股份比例分配，但本章程规定不按持股比例分配的除外。

股东大会违反前款规定，在公司弥补亏损和提取法定公积金之前向股东分配利润的，股东必须将违反规定分配的利润退还公司。

公司持有的本公司股份不参与分配利润。

第一百五十八条 公司股东大会对利润分配方案作出决议后，公司董事会须在股东大会召开后 2 个月内完成股利（或股份）的派发事项。

第一百五十九条 公司利润分配政策为：

（一）公司每年将根据当期的经营情况和项目投资的资金需求计划，在充分考虑股东的利益的基础上正确处理公司的短期利益及长远发展的关系，确定合理的股利分配方案；

（二）公司可以采取现金、股票或现金与股票相结合的方式分配股利，可以进行中期利润分配；

（三）公司上市后每年以现金方式分配的利润不少于当年实现的可分配利润的10%，或最近三年以现金方式累计分配的利润不少于最近三年实现的年均可分配利润的30%；

（四）若公司董事会未能在定期报告中做出现金利润分配预案，公司将在定期报告中披露原因，独立董事将对此发表独立意见；

（五）存在股东违规占用公司资金情况的，公司应当扣减该股东所分配的现金红利，以偿还其占用的资金。

公司根据实际经营情况，可以进行中期分配。由董事会拟定方案，股东大会通过。非因特别事由（如公司进行重大资产重组等），公司不进行除年度和中期分配以外其他期间的利润分配。公司利润分配不得超过累计可分配利润的范围。

二、公司近三年又一期的股利分配情况

2008年1月20日，热键科技董事会做出决议，以公司2007年年末的未分配利润转增资本500万美元，按缴款当日人民银行公布的基准汇率折算投入。

2009年2月17日，热键科技董事会做出决议，以2008年年末的未分配利润转增资本400万美元，按缴款当日人民银行公布的基准汇率折算投入；2009年4月16日通过董事会决议，分配现金股利342.96万元，按照各股东持股比例分配。

2010年2月5日通过董事会决议，分配现金股利8,000万元，按照各股东持股比例进行分配。

截止本招股说明书签署日，上述股利均已分配完毕。

三、发行后的股利分配政策

本公司本次发行后的股利分配政策将与发行前保持一致，具体分配方案由董事会提出预案，经股东大会审议后决定。

四、发行前滚存利润的分配安排

2010年6月8日本公司第二次临时股东大会审议通过了本公司发行前滚存利润的分配安排：若本公司本次公开发行股票（A股）并上市方案经中国证监会核准并得以实施，首次公开发行日之前滚存的未分配利润在本公司首次公开发行股票并上市后由新老股东共同享有。

第十四节 其他重要事项

一、信息披露和投资者关系相关情况

发行上市后，公司将严格履行信息披露义务，及时公告应予披露的重要事项，确保披露信息的真实性、准确性、完整性和及时性，保证投资者能够公开、公正、公平地获取披露的信息。负责信息披露和投资者关系的机构和人员及联系方式如下：

负责机构：董事会办公室

负 责 人：谢海波（董事会秘书）

咨询电话：0755-2730 6371

传 真：0755-2732 7498

电子邮箱：board@rapoo.com

二、重要商务合同

截至本招股说明书签署日，公司已签署、正在履行的重大商务合同主要包括以下内容：

（一）借款合同

截至本招股说明书签署日，公司无正在履行的借款合同。

（二）采购合同

截至本招股说明书签署日，公司仍在履行或已履行完毕的金额超过人民币500万元的采购合同情况如下：

序号	供应商名称	产品	付款方式	合同金额	签订日期
1	深圳冠伦生物科技有限公司	IC 芯片	货到 30 天	6,963,652.80 元	2010.4.23
				7,587,840.00 元	2010.4.29
				5,963,652.80 元	2010.5.5

2	钰宝科技股份有限公司	IC 芯片	T/T in advance 出 货前预付 货款	2,620,000.00 美元	2010.5.24

深圳冠伦生物科技有限公司为外商独资有限公司，成立于 2008 年 11 月 11 日，股东为 FAME WAY TRADING LIMITED，注册资本港币 100 万元，法定代表人陈黄金珠，公司住所为深圳市宝安区松岗街道集信雅苑 B 楼 1501，经营范围为从事生物技术、计算机、通信、电子产品的设计开发、咨询服务；电子产品、五金制品、计算机软硬件及配件、通信设备及相关配件、保险箱、锁、考勤机的批发、进出口及相关配套业务。

深圳冠伦生物科技有限公司系公司报告期内主要 IC 供应商 LEADING GROWTH GORP.的国内代理商。公司内销的键鼠产品主要 IC 需从国内采购，因此，从 2009 年开始，公司向 LEADING GROWTH GORP.（NORDIC 的代理商）指定的国内代理商深圳冠伦生物科技有限公司采购所需 IC（NORDIC）用于内销产品的生产。因此，公司主要供应商未发生重大变化。

（三）重要合作协议

1、与互联网销售代理商的代理合作协议

北京京东世纪贸易有限公司（即 www.360buy.com 京东商城，以下简称“京东商城”）是中国 B2C 市场 3C（即计算机 Computer、通讯 Communication 和消费电子产品 Consumer Electronic）网购专业平台。2009 年 11 月 29 日，雷柏电子与京东商城签订了《代理合作协议》，基本情况如下：

代理合作方名称	代理区域	代理产品	支付方式	有效日期
北京京东世纪贸易有限公司（京东商城）	www.360buy.com 京东商城	雷柏全系列 产品	款到发货	2009.11.29 - 2010.11.30

2、与大型电子连锁商家的合作协议

（1）与苏宁电器的合作协议

2009 年 11 月 1 日，雷柏电子与苏宁电器股份有限公司南京采购中心（以下

简称“苏宁电器”，代表苏宁电器及其所属的双方约定的子公司、分公司以及合同期内苏宁电器新开子公司、分公司或连锁店）签订了《商品推广与销售主合同》及《销售政策合同》、《结算合同》、《市场价格调查确认合同》、《甲方促销员管理合同》等附件合同。双方约定：在合同期限内（即 2009 年 11 月 1 日至 2010 年 10 月 31 日），苏宁电器利用连锁店体系、网上商城、工程、批发、团购等销售渠道和市场推广平台，推广和销售雷柏电子供应的商品，协同雷柏电子供应的商品在全国或双方约定区域的销售，积极配合甲方供应商品的市场推广。该合同对销售货品、销售价格、推广方式、货品质量、售后服务、结算、知识产权和违约责任等内容进行了明确约定。

（2）与国美电器的合作协议

2010 年 5 月 24 日，雷柏电子分别与西宁国美电器有限公司及南宁国美物流有限公司签订了《经营采购合同书》，两份合同均约定，雷柏电子为国美电器有限公司、国美电器零售有限公司、永乐（中国）电器销售有限公司、北京市大中家用电器有限公司、三联商社股份有限公司及前述公司的子公司、分公司、分支机构、关联公司提供雷柏品牌产品。两份《经营采购合同书》及其附属的《产品质量及售后服务保证协议书》对供货产品、价格管理、产品运输交货及验收、货款结算、产品质量及售后服务保证等内容都进行了明确约定。合同有效期自 2010 年 4 月 1 日至 2010 年 12 月 31 日止，合同期满后，如双方有意继续合作，在合同期满前一个月双方开始协商签订新的合同。如上述合同已到期，但新的合同尚未签订，为确保双方合作的延续性，合同有效期自然顺延至新合同签订之日，最长不得超过三个月。

（四）房屋租赁合同

截至本招股说明书签署日，公司仍在履行的主要房屋租赁合同情况如下：

承租人	出租人	座落	面积	月租金	租赁期限
雷柏科技	深圳市凤凰股份合作公司	深圳市凤凰第三工业区第一工业园厂房 A1 幢共 3 层、厂房 B1 幢 1 号楼共 3 层、宿舍 A 幢共 5 层、食堂一层、厂房 B1 幢 2 号楼共 3 层、宿舍 B 幢共 5 层、	44,283 平方米	550,781 元	2010.04.01 - 2011.12.31

		宿舍 D 幢的 3 至 6 层、二期厂房、宿舍 C 幢			
雷柏电子	余欣	深圳市福田区福华三路与金田路交汇处卓越世纪中心 4 号楼 3301—3305 房	987.41 平方米	167,859 元	2010.10.01 - 2011.09.30

（五）施工合同及支付保函

2010 年 10 月 10 日，发行人通过公开招标方式最终确定与福建泉州市二建工程有限公司签订了《深圳市建设工程施工（单价）合同》，约定由承包人福建泉州市二建工程有限公司承包发行人“雷柏科技工业厂区”工程施工建设，工程地点为深圳市坪山新区坑梓街道锦绣东路，合同约定预计开工日期 2010 年 10 月 10 日，计划竣工日期 2011 年 9 月 5 日，合同价款为 8,322.69 万元，除建设工程施工合同通用条款、专用条款外，本合同还以补充条款的形式对工期、工程款的支付、竣工结算、工程质量标准、承包人违约责任等内容进行了明确约定。

发包人	承包人	承包工程	合同价款	签署日期	备注
雷柏科技	福建泉州市二建工程有限公司	雷柏科技工业厂区	8,322.69 万元	2010 年 10 月 10 日	工程预计于 2011 年 9 月 5 日完工

2010 年 10 月 13 日，招商银行股份有限公司深圳蛇口支行作为发行人的保证人向上述工程承包人福建泉州市二建工程有限公司出具了《不可撤销支付保函》（2010 年蛇字第 5110220067 号），为发行人与福建泉州市二建工程有限公司签订的施工合同提供不可撤销的工程款支付保证，保证担保的最高金额为 8,322,690.00 元，保证期自 2010 年 10 月 13 日至 2011 年 10 月 13 日。

三、对外担保情况

截至本招股说明书签署日，公司不存在正在履行的对外担保事项。

四、诉讼和仲裁事项

（一）重大诉讼和仲裁事项

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。

（二）主要关联人的重大诉讼和仲裁事项

截至本招股说明书签署日，公司控股股东、实际控制人、全资子公司、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员不存在作为一方当事人的重大诉讼或仲裁事项。

（三）高级管理人员及核心技术人员的刑事诉讼情况

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员不存在涉及刑事诉讼的情况。

第十五节 董事、监事、高级管理人员及有关中介机构声明

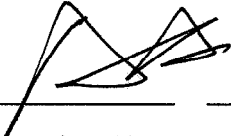
发行人全体董事、监事、高级管理人员声明

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。

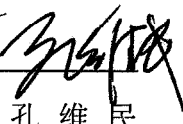
全体董事签字：


曾 浩

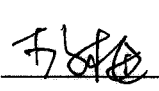

余 欣

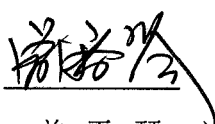

俞 熔

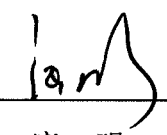

王 苏 生


孔 维 民

全体监事签字：

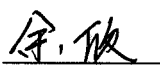

李 新 梅

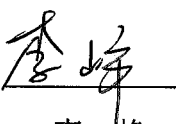

曾 雪 琴

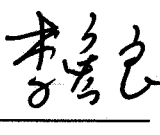

唐 明

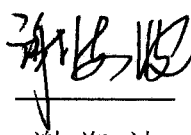
全体高级管理人员签字：

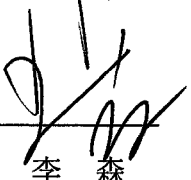

曾 浩


余 欣


李 峥


李 密 良


谢 海 波


李 森



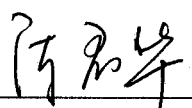
深圳雷柏科技股份有限公司

2011 年 1 月 11 日

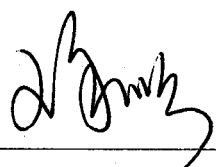
保荐人（主承销商）声明

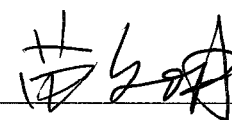
本公司已对招股说明书及其摘要进行了核查，确认不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

项目协办人签字：

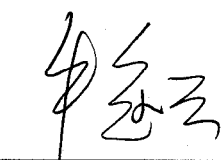

陈君华

保荐代表人签字：


王 永 兴


范 文 明

法定代表人签字：

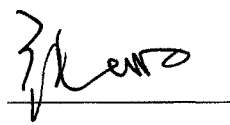

牛 冠 兴



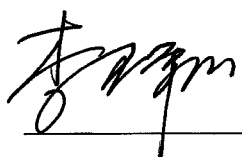
发行人律师声明

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。

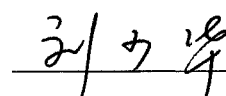
经办律师：



张 炯

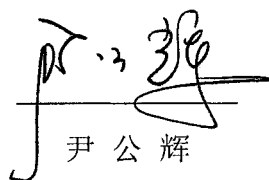


李 璠 蛟

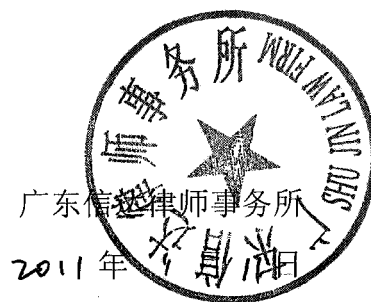


刘 少 华

律师事务所负责人签字：



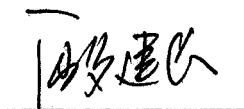
尹 公 辉



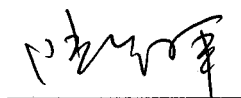
承担审计业务的会计师事务所声明

本所及签字注册会计师已阅读招股说明书及其摘要，确认招股说明书及其摘要与本所出具的审计报告、内部控制鉴证报告及经本所核验的非经常性损益明细表无矛盾之处。本所及签字注册会计师对发行人在招股说明书及其摘要中所引用的审计报告、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、完整性承担相应的法律责任。

注册会计师签字：

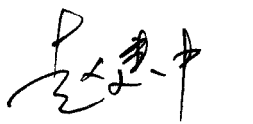


殷建民

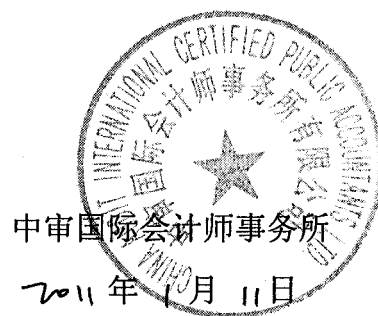


陆贤锋

会计师事务所负责人签字：



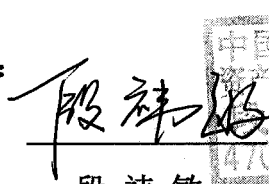
赵建中



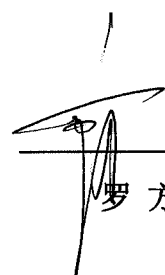
承担评估业务的资产评估机构声明

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。

注册资产评估师签字：


段祎敏




罗方



资产评估机构负责人签字：



王鸣志

深圳市德正信资产评估有限公司

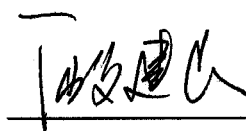
2011年1月11日



承担验资业务的机构声明

本机构及签字注册会计师已阅读招股说明书及其摘要，确认招股说明书及其摘要与本机构出具的验资报告无矛盾之处。本机构及签字注册会计师对发行人在招股说明书及其摘要中引用的验资报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

注册会计师签字：

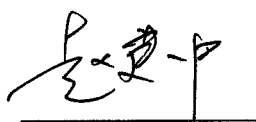


殷建民



陆贤锋

验资机构负责人签字：



赵建中



第十六节 备查文件

投资者可以查阅与本次公开发行有关的所有正式法律文件，该等文件也在指定网站上披露，具体如下：

- （一）发行保荐书及发行保荐工作报告；
- （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。

查阅时间：工作日上午8:30～11:30；下午14:00～17:00

查阅地点：深圳市宝安区福永街道凤凰第三工业区第一工业园A1栋、B1幢1号楼、B1幢2号楼、二期第一幢

发行人：深圳雷柏科技股份有限公司

办公地址：深圳市宝安区福永街道凤凰第三工业区第一工业园A1栋、B1幢1号楼、B1幢2号楼、二期第一幢

电话：0755-2732 7098

传真：0755-2732 7498

联系人：谢海波

保荐人（主承销商）：安信证券股份有限公司

办公地址：深圳市福田区金田路4018号安联大厦35层、28层A02单元

电话：0755-8282 5427

传真：0755-8282 5424

联系人：王永兴、范文明、陈君华、李杰、李忠、高志新