

宁波乐歌视讯科技股份有限公司

NingBo Loctek Visual Technology Co.,Ltd.

浙江省宁波市鄞州区姜山镇科技园区

乐歌 Loctek

首次公开发行股票招股说明书

(申报稿)

保荐人（主承销商）



华龙证券有限责任公司

CHINA DRAGON SECURITIES CO.,LTD.

(甘肃省兰州市静宁路 308 号)

重要声明

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

本次发行概况

发行股票类型	境内发行人民币普通股（A 股）
发行股数	2,000 万股
每股面值	人民币 1.00 元
每股发行价格	人民币【 】元
预计发行日期	【 】年【 】月【 】日
拟上市的证券交易所	深圳证券交易所
发行后总股本	8,000 万股
本次发行前股东所持股份的限售安排、股东对所持股份自愿锁定的承诺	本次发行前，公司所有股东承诺：自公司股票上市之日起三十六个月内，不通过包括但不限于签署转让协议、进行股权托管等任何方式，减少所持有或实际持有的宁波乐歌股份（包括由该部分股份派生的股份如送红股、资本公积金转增等）；亦不通过由宁波乐歌回购所直接或间接持有股份等方式，减少所持有或者实际持有的公司股份。上述三十六个月期满后，公司所有股东自愿承诺在其后三十六个月内，每十二个月内转让的股份不超过其于宁波乐歌首次公开发行股票并上市之日（包括该日）起满三十六个月之日所持有或实际持有公司股份总数的三分之一（从二级市场买入的股票不受此限制）。 同时作为公司董事、监事和高级管理人员的股东承诺：自公司股票上市之日起满三十六个月后，在担任公司董事、监事或高管期间，每年转让的股份不超过其所持有宁波乐歌股份总数的百分之二十五；离职后半年内，不转让其所持有的宁波乐歌股份。在申报离任六个月后的十二个月内通过证券交易所挂牌交易出售公司股票数量占其所持有公司股票总数的比例不得超过 50%。
保荐人（主承销商）	华龙证券有限责任公司
招股说明书签署日期	2011 年 月 日

发行人声明

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

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

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

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

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

重大事项提示

一、股份流通限制和自愿锁定承诺

本次发行前公司总股本为 6,000 万股，本次拟发行 2,000 万股，发行后公司总股本 8,000 万股，全部股份均为流通股。

本次发行前，公司所有股东承诺：自公司股票上市之日起三十六个月内，不通过包括但不限于签署转让协议、进行股权托管等任何方式，减少所持有或实际持有的宁波乐歌股份（包括由该部分股份派生的股份如送红股、资本公积金转增等）；亦不通过由宁波乐歌回购所直接或间接持有股份等方式，减少所持有或者实际持有的公司股份。上述三十六个月期满后，公司所有股东自愿承诺在其后三十六个月内，每十二个月内转让的股份不超过其于宁波乐歌首次公开发行股票并上市之日（包括该日）起满三十六个月之日所持有或实际持有公司股份总数的三分之一（从二级市场买入的股票不受此限制）。

同时作为公司董事、监事和高级管理人员的股东承诺：自公司股票上市之日起满三十六个月后，在担任公司董事、监事或高管期间，每年转让的股份不超过其所持有宁波乐歌股份总数的百分之二十五；离职后半年内，不转让其所持有的宁波乐歌股份。在申报离任六个月后的十二个月内通过证券交易所挂牌交易出售公司股票数量占其所持有公司股票总数的比例不得超过 50%。

二、发行前公司滚存利润的分配

根据公司 2011 年第一次临时股东大会审议通过的关于发行前公司滚存利润分配决议，公司 2010 年度利润分配实施完成后的未分配利润及自 2011 年 1 月 1 日起产生的滚存利润，由本次首次公开发行人民币普通股股票并上市完成后登记在册的新老股东共享。

三、本公司特别提醒投资者关注“风险因素”中的下列风险：

（一）出口退税政策变化的风险

公司拥有自营进出口权。报告期内公司出口产品享受增值税出口退税相关政策。2008 年、2009 年、2010 年及 2011 年 1~6 月，公司出口退税影响金额分别为 823.63 万元、1,199.74 万元、2,050.90 万元和 886.52 万元，占当期营业毛利的比重分别为 21.78%、23.57%、25.21%和 21.10%。报告期内，公司主要产品平板显示支架 2008 年 12 月 1 日以前执行 13%的出口退税率，其后调整至 17%。如果未来国家根据国内宏观经济发展和产业政策调整的需要，调低此类产品的出口退税率，将会对公司未来经营业绩产生不利影响。

（二）汇率变动风险

公司出口产品主要采用美元作为结算货币。公司 2008 年、2009 年、2010 年及 2011 年 1~6 月汇兑损益占净利润的比例分别为 0.71%、0.06%、2.11%和 2.05%。随着公司海外销售规模的扩大，汇率波动将对公司经营产生一定影响。当人民币升值时，公司产品在国际市场的竞争力将被削弱，从而对公司经营业绩产生不利影响。

目 录

第一节 释 义	11
第二节 概 览	14
一、公司基本情况	14
二、控股股东及实际控制人	20
三、主要财务数据及主要财务指标	21
四、本次发行情况	22
五、募集资金用途	22
第三节 本次发行概况	24
一、本次发行基本情况	24
二、本次发行的有关当事人	25
三、本次发行的有关重要日期	26
四、发行人与本次发行有关的中介机构的关系	26
第四节 风险因素	27
一、外销业务相关风险	27
二、国内市场开拓风险	28
三、主要原材料价格波动的风险	28
四、行业竞争加剧的风险	30
五、人力资源持续投入的风险	30
六、核心技术人员和营销人员流失风险	30
七、税收优惠政策风险	31
八、募集资金投资项目风险	31
第五节 发行人基本情况	33
一、发行人基本情况	33

二、发行人改制及重组情况.....	33
三、发行人独立运营情况.....	37
四、发行人股本形成及其变化和重大资产重组情况.....	39
五、历次验资情况及投入资产的计量属性.....	47
六、发行人股权结构及组织结构.....	49
七、发行人控股子公司、参股子公司情况.....	54
八、持有发行人 5%以上股份的股东及实际控制人情况	59
九、发行人股本情况.....	64
十、发行人内部职工股的情况.....	68
十一、工会持股、职工持股会、信托持股、委托持股的情况.....	68
十二、发行人员工及其社会保障情况.....	68
十三、发行人主要股东及作为股东的董事、监事、高级管理人员承诺及履行情况.....	73
第六节 业务和技术	74
一、发行人所处行业概况.....	75
二、公司在行业中的竞争地位.....	92
三、公司主营业务的具体情况.....	103
四、主要固定资产及无形资产	131
五、主要生产技术水平及研发情况.....	144
六、公司境外经营情况.....	153
七、主要产品的质量控制情况.....	153
八、公司冠名“科技”的依据	155
第七节 同业竞争与关联交易	156
一、同业竞争.....	156
二、关联方和关联关系.....	158
三、发行人最近三年及一期发生的主要关联交易.....	159
四、关联交易决策权利和程序的规定.....	166
五、报告期内关联交易制度的执行情况.....	168

六、公司规范和减少关联交易的措施.....	168
第八节 董事、监事、高级管理人员与其他核心技术人员	169
一、董事、监事、高级管理人员与其他核心技术人员的的基本情况.....	169
二、董事、监事、高级管理人员与其他核心技术人员及其近亲属的持股情况.....	173
三、董事、监事、高级管理人员与其他核心技术人员的其他对外投资情况.....	175
四、董事、监事、高级管理人员与其他核心技术人员报酬情况.....	176
五、董事、监事、高级管理人员与其他核心技术人员的兼职情况.....	176
六、董事、监事、高级管理人员与其他核心技术人员相互之间存在的亲属关系.....	177
七、董事、监事、高级管理人员与其他核心技术人员与公司签订的协议	177
八、董事、监事、高级管理人员与其他核心技术人员作出的重要承诺....	178
九、董事、监事、高级管理人员的任职资格.....	178
十、董事、监事、高级管理人员变动情况.....	178
第九节 公司治理	181
一、公司股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度的建立健全及运行情况.....	181
二、发行人近三年及一期违法违规行为情况.....	186
三、发行人近三年及一期资金占用和为控股股东及其控制的其他企业担保的情况.....	186
四、公司管理层及会计师对内部控制制度的评价.....	186
第十节 财务会计信息	187
一、注册会计师的审计意见及会计报表.....	187
二、财务报表编制基础及合并财务报表范围.....	197
三、发行人的主要会计政策和会计估计.....	199
四、会计政策、会计估计的变更.....	211

五、税种、税率与财政税收优惠政策.....	212
六、最近一年内收购兼并情况.....	213
七、经注册会计师核验的非经常性损益明细表.....	213
八、最近一期末主要资产情况.....	214
九、最近一期末的主要债项.....	215
十、所有者权益变动情况.....	216
十一、报告期内现金流量情况.....	217
十二、期后事项、或有事项及其他重要事项.....	218
十三、发行人主要财务指标.....	219
十四、资产评估情况.....	220
十五、验资情况.....	221
第十一节 管理层讨论与分析	222
一、财务状况分析.....	222
二、盈利能力分析.....	245
三、重大资本性支出分析.....	301
四、重大担保、诉讼、其他或有事项和重大期后事项.....	302
五、财务状况和盈利能力的未来趋势分析.....	302
第十二节 业务发展目标	304
一、公司当年和未来两年的发展规划.....	304
二、实施上述计划所依据的假设条件及可能面临的困难.....	306
三、实施上述规划所采用的途径.....	307
四、公司业务发展规划与现有业务的关系.....	307
第十三节 募集资金运用	308
一、募集资金运用的基本情况.....	308
二、募集资金投资项目的背景分析.....	308
三、募集资金投资项目基本情况.....	310
四、固定资产增加与公司生产能力的匹配关系.....	319

五、募集资金运用对公司财务状况及经营成果的影响.....	320
第十四节 股利分配政策	322
一、公司最近三年及一期的股利分配政策和实际股利分配情况.....	322
二、本次发行后的股利分配政策.....	322
三、本次发行前滚存利润的分配安排.....	322
第十五节 其他重要事项	323
一、信息披露制度及投资者关系管理.....	323
二、重大合同.....	323
三、对外担保情况.....	327
四、诉讼或仲裁事项.....	327
第十六节 董事、监事、高级管理人员及有关中介机构声明 .	328
第十七节 附录和备查文件	336
一、备查文件.....	336
二、备查文件查阅时间和地点.....	336

第一节 释 义

在本招股说明书中，除非文义另有所指，下列简称具有如下特定意义：

公司、本公司、发行人、股份公司、宁波乐歌	指	宁波乐歌视讯科技股份有限公司
丽晶时代、有限公司	指	发行人前身，宁波丽晶时代电子线缆有限公司
丽晶电子	指	发行人控股股东，宁波丽晶电子有限公司
丽晶国际	指	发行人股东，丽晶（香港）国际有限公司
聚才投资	指	发行人股东，宁波聚才投资有限公司
丽晶数码	指	发行人全资子公司，宁波丽晶数码科技有限公司
乐歌进出口	指	发行人全资子公司，宁波乐歌进出口有限公司
聚才电子商务	指	发行人全资子公司，宁波聚才电子商务有限公司
丽晶（香港）实业	指	发行人全资子公司，丽晶（香港）实业有限公司
沃美特	指	乐歌进出口全资子公司，沃美特（美国）公司
丽晶视听	指	发行人原全资子公司，宁波丽晶视听技术研发有限公司，已注销
馨音电子	指	发行人原关联企业，宁波馨音电子制造有限公司，已注销
保荐人、保荐机构、主承销商	指	华龙证券有限责任公司
国浩律师事务所、发行人律师	指	国浩律师（上海）事务所
江苏天衡、发行人会计师	指	江苏天衡会计师事务所有限公司
宁波国信联合	指	宁波国信联合会计师事务所
宁波正源	指	宁波正源会计师事务所有限公司
OEM	指	原始设备制造（Original Equipment Manufacture），即产品的结构、外观、工艺均由品牌商提供，生产商根据品牌商的订单进行生产，产品生产完成后以品牌商的品牌出售，即“代工生产”
ODM	指	自主设计制造（Original Design Manufacture），即产品的结构、外观、工艺均由生产商自主开发，由客户选择下单后进行生产，产品以客户的品牌进行销售
OBM	指	自有品牌生产（Original Brand Manufacture），即生产商经营自有品牌，生产、销售拥有自主品牌的产品
CRT	指	阴极射线管显示器（Cathode Ray Tube），是应用

		较为广泛的一种显示技术。阴极射线管把输入的信号源分解到 R（红）、G（绿）、B（蓝）三个 CRT 管的荧光屏上，在高压作用下发光信号放大、会聚、在屏幕上显示出彩色图像
LCD	指	液晶显示器（Liquid Crystal Display），使用数字显示技术，可以通过液晶和彩色过滤器过滤光源，在平面面板上产生图象
LED	指	发光二极管（Light Emitting Diode），是一种半导体组件，广泛应用于电视显像技术，LED 显示器具有超薄、节能环保、寿命长、色域宽广等特征
PDP	指	等离子显示器（Plasma Display Panel），利用气体放电显示技术，采用离子管作为发光元件
OLED	指	有机发光二极管（Organic Light-Emitting Diode）由于同时具备自发光、不需背光源、对比度高、厚度薄、视角广、反应速度快、可用于挠曲性面板、使用温度范围广、构造及制程较简单等优异特性，被认为是下一代的平面显示器新兴应用技术
3D	指	立体成像显示技术
RoHS 指令	指	《关于限制在电子电器设备中使用某些有害成分的指令》（Restriction of Hazardous Substances），是欧盟设置的一种检验标准，如果出口欧盟的电器产品达不到该标准，则无法进入海关
JIT	指	准时生产方式（Just In Time），适应多品种小批量特点的生产管理方式，即通过生产的计划和控制及库存的管理实现精确、及时生产并降低库存
CMPD	指	产品经理部（Customer Market Product Development）
T/T	指	电汇（Telegraphic Transfer），国际贸易常用的一种结算方式，指汇出行应汇款人申请，拍发加押电报/电传或 SWIFT 给在另一国家的分行或代理行（即汇入行）指示解付一定金额给收款人
L/C	指	信用证（Letter of Credit），国际贸易常用的一种结算方式，是指开证银行应申请人的要求并按其指示向第三方开立的载有一定金额的，在一定的期限内凭符合规定的单据付款的书面保证文件
D/P	指	付款交单（Documents against Payment），国际贸易常用的结算方式，分为即期和远期两种。即期交单指出口方开具即期汇票，由代收行向进口方提示，进口方见票后即须付款，货款付清时，进口方取得货运单据。远期交单指出口方开具远期汇票，由代收行向进口方提示，经进口方承兑后，于汇票到期日或汇票到期日以前，进口方付款赎单

O/A	指	信用销售 (Open Account Trade), 意指赊销, 即货到后付款
NDF	指	无本金交割远期 (Non-Deliverable Forward), 一种外汇远期合约
UL	指	美国保险商实验室 (Underwriter Laboratories), 美国最权威的安全试验和鉴定的专业机构, 通过认证的产品贴有 “UL” 的标识
GS	指	安全性已认证 (Geprüfte Sicherheit, 德语), 也有 “Germany Safety” (德国安全) 的意思。GS 认证以德国产品安全法为依据, 按照欧盟统一标准 EN 或德国工业标准 DIN 进行检测的一种自愿性认证, 是欧洲市场公认的德国安全认证标志
CES	指	美国拉斯维加斯国际消费电子产品展览会 (Consumer Electronics Show), 是全球规模最大的消费科技产品交易会之一
IFA	指	德国柏林国际消费类电子产品展览会 (International Funkausstellung, 德语), 是目前世界上规模和影响力最大的国际视听及消费类电子产品展览会之一
股票、A 股	指	每股面值人民币 1.00 元的人民币普通股
本次发行	指	发行人向社会公开发行 2,000 万股人民币普通股的行为
上市	指	发行人股票在深圳证券交易所挂牌交易
证监会	指	中国证券监督管理委员会
深交所	指	深圳证券交易所
《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》
《管理办法》	指	《首次公开发行股票并上市管理办法》
公司章程	指	宁波乐歌视讯科技股份有限公司章程
报告期、三年及一期	指	2008 年、2009 年、2010 年及 2011 年 1~6 月
元	指	人民币元

本招股说明书表格中如存在总计数与各分项数值之和尾数不符的情况, 均为四舍五入原因形成。

第二节 概 览

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

一、公司基本情况

(一) 公司概况

中文名称:	宁波乐歌视讯科技股份有限公司
英文名称:	NingBo Loctek Visual Technology Co.,Ltd.
注册资本:	6,000 万元
法定代表人:	项乐宏
成立日期:	2002 年 3 月 26 日
整体变更日期:	2010 年 6 月 23 日
公司住所:	浙江省宁波市鄞州区姜山镇科技园区
邮政编码:	315191
经营范围:	新型平板电视支架、平板电视结构模组、显示器支架、电视机柜、整体视听家具、多媒体视听娱乐系统、办公家具、音响灯光器材、舞台音响灯光支架、网络通讯机柜的研发、制造及售后服务；自营或代理货物和技术的进出口。

公司是专业从事平板电视支架、PC 显示支架、商用信息显示支架及其他专业显示设备支架等各类平板显示支架应用产品研发、生产、销售的国家高新技术企业。报告期内，公司主导产品为平板电视支架，产品 95%左右通过 ODM/OEM 方式出口海外。2008 年、2009 年、2010 年及 2011 年 1~6 月，公司平板显示支架销量分别达到 80 万套、139 万套、246 万套和 127.43 万套。

（二）行业发展前景

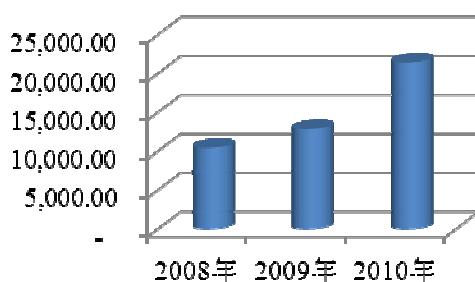
平板显示支架属于新兴行业，其产品主要在实现平板显示设备基本承载功能的基础上重点满足人们对健康舒适的视觉体验和快速获取的需要。进入本世纪以来，随着社会信息化、数字化进程的不断加速，在显示平板化的大趋势下，平板显示支架行业逐渐兴起并快速成长。近年来，平板显示支架已全面应用于家用平板电视、商务办公、教育、金融、医疗、文化娱乐、现代物流、高端装备制造、安防监控等各个领域，市场发展前景广阔。



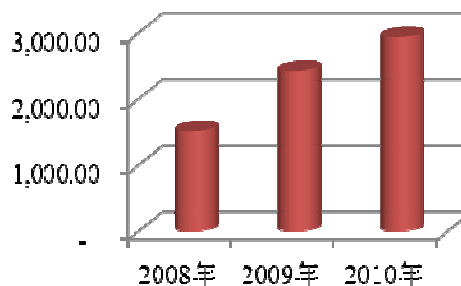
（三）业务经营情况

报告期内，公司营业收入和净利润保持持续增长。

营业收入变动图



净利润变动图



1、生产情况

平板显示支架消费个性化与多样化的特点从根本上决定了平板显示支架产

品在生产方面具有多品种、小批量的特性。公司在市场分析、产品设计、样品研发、结构件制造及产品组装制造全过程具备柔性组织与柔性管理能力，在保证产品品质前提下，控制生产成本，满足客户对交货期的要求。

2010 年，公司全年完成客户订单 1,039 笔，月均订单 85 笔左右，每笔订单平均包含 6 个产品种类，公司每月完成 510 批次的生产任务，全年累计完成 6,000 多批次生产任务。

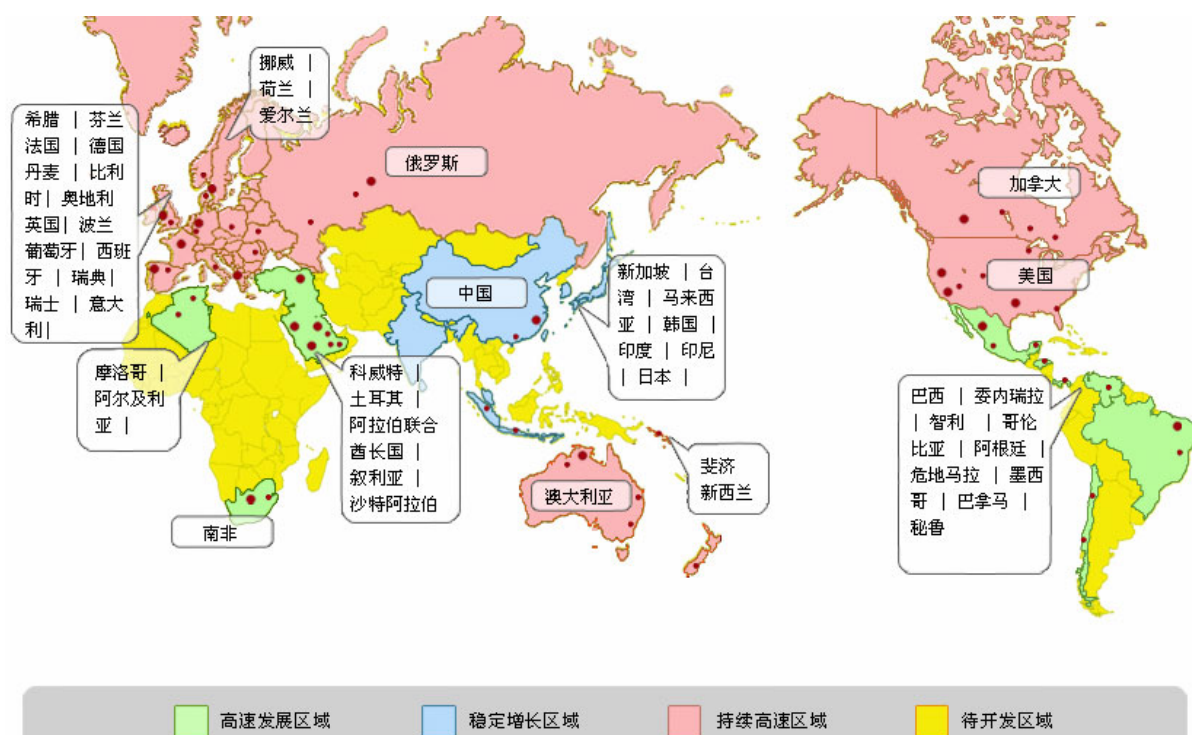
2、市场和品牌拓展情况

(1) 海外市场

公司目前海外市场销售主要以 ODM 为主。多年来公司以专业化、标准化的企业形象参加美国 CES、德国 IFA 以及香港电子展等全球代表性消费电子展会，打造“乐歌制造”的民族品牌形象，以具有全球竞争力的产品和服务吸引和保持海外客户。

① 遍布全球的客户资源

公司产品远销北美、欧洲、中东、拉美、大洋洲、非洲等 60 多个国家和地区，在行业内拥有较高的知名度和美誉度。2008 年、2009 年及 2010 年，公司全球客户数量分别为 200 家、225 家和 256 家。公司海外市场销售客户全球分布如下：



② 公司 2010 年前十五名客户介绍

序号	客户名称	国别	市场地位	2010 年订单金额（美元）
1	SCADLOCK LLC.	美国	美国著名平板电视支架设计品牌商，为美国顶级品牌 MONSTER（怪兽）的指定支架供应商，产品主要在美国各大顶级超市销售。	2,805,564.05
2	CMS Consumer Products,LLC	美国	SYLVANIA 品牌在电子零配件领域的专属授权经销商，为 BJ'S wholesale Club 平板电视机品牌支架主要供应商（BJ'S 成立于 1984 年，在全美拥有 180 多家分店）。	1,925,566.32
3	Schoenfeld Internatioanl Inc	美国	全美领先的视频配件类产品品牌商，旗下品牌 ETEC 为 Brandsmart 和 Furniture Mart 的主要支架供应商。Brandsmart 在全美电子零售业排名第九；Furniture Mart 成立于 1937 年，为北美最大的家居店。	1,365,826.40
4	BIRGMA	瑞典	隶属于瑞典知名超市 Biltema 集团，该集团成立于 1963 年，遍布以瑞典、挪威、芬兰、丹麦北欧四国为中心的欧洲国家。	1,285,536.64
5	ASC-TEC AG	德国	引领 RF 技术研发和产品创新的领军企业，主要涉及有线电视、卫星电视、收音机和电视机信号的传送、接收和分布设备的制造。	1,064,449.06
6	Plazacorp S.A	智利	南美领先的视频配件类产品品牌商，旗下两大品牌 BUILTDIGITAL 和 HITECH 为智利和秘鲁市场著名品牌。	1,036,445.00
7	Peerless	美国	全球排名前 3 的行业领军企业，集专业平板显示支架设计、制造、品牌及工程配套为一体的著名品牌制造商，过去 40 多年中一直是视听行业的领导者。	1,025,582.23
8	Roland Kemmer	德国	渠道进口商，通过自营网站进行网络销售。	731,606.20
9	Representaciones Paq Group	委内瑞拉	委内瑞拉主流品牌经销商，旗下拥有 PAQ、IONIC、ABIT、ENERGIZER 等多个著名品牌。	660,832.00
10	EROS Electricals	阿联酋	阿联酋知名企业，下辖 10 余家子公司。经营产品丰富多样，包含数码产品、空调、安全系统、厨房用品等，为三星、日立、在迪拜地区的总代理。	659,175.00
11	G&BL AVM ENGINEERING	意大利	欧洲著名的视频电子配件品牌商，成立于 1979 年，旗下品牌 G&BL 在欧洲享有极高知名度。	650,220.00

序号	客户名称	国别	市场地位	2010 年订单 金额（美元）
12	Thomann musikhaus	德国	欧洲最大的乐器、音响、舞台设备产品品牌商，成立于 1954 年。	625,493.50
13	Everttek Computer Corp	美国	美国主要渠道进口商，产品主要为消费电子和电脑周边产品，同时也通过自营网站进行网络销售。	611,340.00
14	Sound Around Inc	美国	纽约大型视听周边产品运营商，主要通过 OVERSTOCK 网站进行 ON-LINE 销售。	496,177.35
15	International Product Sourcing Group	美国	隶属于美国知名超市 Microcenter，主流渠道进口商。Microcenter 在全美境内有超过 40 家连锁店，产品覆盖范围广。	469,732.46

注：上述资料来源于公开披露的信息及公司收集整理资料。

报告期内，公司外销业务发展迅速，客户数量逐年增加且质量较高。2009 年下半年，全球主要平板显示支架品牌商 Peerless 成为公司主要客户之一。2011 年初，经过严格验厂认证后，公司成为欧洲主流综合超市 TESCO（乐购）和 Carrefour（家乐福）全球合格供应商，并已获得订单。

（2）国内市场

2009 年下半年公司开始以自有品牌“乐歌 **Loctek**”开拓国内市场，并迅速发展成为国内具有一定影响力的行业品牌。2010 年公司国内累计销售约 16.91 万套平板电视支架及其他产品，实现销售收入 830.16 万元。目前，国内销售业务在大型家电卖场、电子商务网站（京东、亚马逊、新蛋、乐歌商城、淘宝旗舰店）全面展开；国内经销商体系正在组建中，截止 2011 年 6 月 30 日，公司已与 20 家经销商签订经销协议。

2011 年 4 月 6 日，根据中国电子视像行业协会出具的《关于“认定宁波乐歌视讯科技股份有限公司为平板电视机挂件定点配套企业”的通知》（中视像 2011[030]号），公司被中国电子视像行业协会认定为国内平板电视生产厂家定点平板电视机挂件配套生产企业。目前，公司已经与长虹专业售后机构“快益点”签署《战略合作框架协议》，在其电视售后安装环节合作推广公司高端功能架。截止 2011 年 6 月 30 日，公司已和其签订 114.60 万元订单并发货完毕。

3、研发创新情况

平板显示支架特别是功能型支架具有自主消费品特性，消费者需求的个性

化、多样化是引领本行业发展的基本驱动力和导向。目前公司平均每月推出新品设计方案 15 个左右,是国内最早推出 LED 轻薄支架系列和 iPad 电脑支架系列等新产品的平板显示支架制造商之一。

公司是国家高新技术企业,拥有经浙江省科技厅认定的省级高新技术企业研究开发中心。产品研发部、CMPD 部、工程部、设备研发部是公司常设研发创新机构,拥有专业技术研发人员 72 人。公司每年将销售收入的 4%~6%用于研发投入。截止 2011 年 6 月 30 日,公司拥有专利 174 项。公司拥有的 UL 及 GS 海外市场产品认证数量分别达到 222 个和 47 个,具有显著的产品安全认证优势。

公司自主研发的平板电视壁挂支架“自由停(Free Angle)”专利技术打破了美国 Sanus 公司虚拟轴(Virtual Axis)技术在平板显示支架自由定位技术方面的技术垄断,经中国电子视像行业协会鉴定,属于国内首创,居于行业领先水平,具有极强的市场实用性和推广价值。

4、外部环境

公司业务以出口为主。2005 年以来,人民币汇率总体保持升值趋势,升值幅度较大,其中,2008 年~2010 年期间,升值达 11.10%。人民币持续升值对以出口为主的企业盈利能力带来较大压力。2008 年下半年,受金融危机影响,欧美等全球主要实体经济快速下滑。2008 年下半年及 2009 年上半年,本公司所属行业终端客户消费需求下降,部分客户采购计划推迟,海外市场开拓难度加大。

虽然受到上述双重因素影响,2009 年公司仍实现销售收入 12,835.58 万元,较 2008 年增长 22.96%,2010 年销售收入继续保持高速增长,实现销售收入 21,430.87 万元,较 2009 年增长 66.96%。公司顺利通过双重“压力测试”,核心竞争优势和市场地位进一步得到巩固。

(四) 未来发展战略

公司较早意识到未来国内外市场发展及竞争格局、竞争模式的变化趋势,在进一步加大海外市场拓展力度,巩固和提升海外市场竞争地位的同时,提前布局国内市场,抢占未来国内市场先机。2009 年下半年开始,公司启动国内市场拓展战略,利用行业先发优势,立足于多年海外市场积累的成功市场经验和制造优势,依托公司现有丰富的产品线和研发创新能力,稳步推进国内自有品牌战略,

进一步巩固公司在平板显示支架行业地位，将公司发展成为国内外领先的平板显示支架制造商。

二、控股股东及实际控制人

公司控股股东为宁波丽晶电子有限公司，持有公司 38.51%的股份；公司实际控制人为项乐宏、姜艺夫妇，其间接控制公司发行前 84.21%的股份。控股股东及实际控制人的基本情况如下：

（一）控股股东

公司名称：宁波丽晶电子有限公司

成立时间：1998 年 12 月 4 日

注册资本：100 万元人民币

注册地址：宁波市鄞州区锦寓路 817 号

法定代表人：项乐宏

经营范围：电子电器产品、五金机械、塑料橡胶、化工产品的批发、零售；自营和代理各类货物和技术的进出口业务，但国家限定公司经营或禁止进出口的货物或技术除外；经济技术信息咨询。

（二）实际控制人

1、项乐宏先生

住所地：浙江省宁波市江东区朱雀一村 41 号

身份证：3302271971XXXX233X

国 籍：中国（加拿大永久居留权）

2、姜艺女士

住所地：浙江省宁波市江东区朱雀一村 41 号

身份证：3302051974XXXX0622

国 籍：中国（加拿大永久居留权）

三、主要财务数据及主要财务指标

(一) 合并资产负债表主要数据

单位：元

项 目	2011-6-30	2010-12-31	2009-12-31	2008-12-31
资产总额	193,820,236.94	174,007,822.78	133,985,256.16	96,189,510.29
流动资产	94,555,843.54	100,044,125.09	94,971,615.12	60,923,717.59
负债总额	69,553,817.26	59,749,727.88	61,014,990.40	38,714,314.01
流动负债	67,529,580.80	57,582,466.42	59,025,433.51	37,918,772.06
所有者权益	124,266,419.68	114,258,094.90	72,970,265.76	57,475,196.28

(二) 合并利润表主要数据

单位：元

项 目	2011 年 1~6 月	2010 年度	2009 年度	2008 年度
营业收入	115,608,035.00	214,308,651.31	128,355,783.52	104,384,318.16
营业利润	21,939,274.45	35,912,928.42	25,595,781.75	14,691,819.29
利润总额	23,020,454.62	38,860,553.42	26,484,140.56	15,371,637.15
净利润	19,608,324.78	29,287,582.82	24,275,174.65	15,217,050.44
归属母公司所有者的净利润	19,608,324.78	29,287,820.25	22,292,898.71	14,435,215.46

(三) 合并现金流量表主要数据

单位：元

项目	2011 年 1~6 月	2010 年度	2009 年度	2008 年度
经营活动产生的现金流量净额	15,462,163.59	23,670,001.44	77,285,080.44	-2,355,187.61
投资活动产生的现金流量净额	-24,303,039.45	-45,536,608.94	-10,268,034.78	-1,719,351.05
筹资活动产生的现金流量净额	-9,600,000.00	9,180,450.96	-17,871,377.97	2,347,967.46
现金及现金等价物净增加额	-18,843,107.54	-13,304,146.26	49,160,941.51	-1,833,933.68

(四) 主要财务指标

财务指标	2011-6-30	2010-12-31	2009-12-31	2008-12-31
流动比率（倍）	1.40	1.74	1.61	1.61
速动比率（倍）	1.01	1.36	1.48	1.50
资产负债率（母公司）	32.46%	32.13%	43.78%	41.93%

财务指标	2011 年 1~6 月	2010 年度	2009 年度	2008 年度
应收账款周转率（次）	16.56	20.44	18.59	13.82
存货周转率（次）	6.12	9.17	13.54	11.50
息税折旧摊销前利润（万元）	2,545.53	4,287.61	2,995.84	1,953.33
归属于发行人股东的净利润（万元）	1,960.83	2,928.78	2,229.29	1,443.52
归属于发行人股东扣除非经常性损益后的净利润（万元）	1,904.57	2,906.88	2,054.42	1,634.57
利息保障倍数	—	1,750.31	65.95	13.67
每股经营活动产生的现金流量（元/股）	0.26	0.39	3.00	-0.24
每股净现金流量（元/股）	-0.31	-0.22	1.91	-0.18
归属于发行人股东的每股净资产（元/股）	2.07	1.90	2.53	5.20
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	0.22%	0.27%	0.00%	0.52%

四、本次发行情况

股票种类：人民币普通股（A股）

股票面值：人民币1.00元

发行股数：2,000万股

发行价格：通过向询价对象询价确定

发行方式：网下向询价对象配售发行与网上资金申购定价发行相结合

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

承销方式：余额包销

五、募集资金用途

本次发行成功后，所募集的资金将依照轻重缓急分别用于以下几个项目，项目总投资额为18,217.22万元，具体情况如下：

单位：万元

序号	项目名称	投资金额	其中	
			建设投资	流动资金
1	平板显示支架生产线扩建项目	13,225.00	11,102.00	2,123.00
2	模具中心建设项目	3,497.81	3,497.81	—
3	研发中心建设项目	1,494.41	1,494.41	—
合 计		18,217.22	16,094.22	2,123.00

若公司本次股票发行所募集资金无法满足拟投资项目的建设需求，不足部分公司将通过自筹资金解决。本次募集资金到位前，公司根据市场情况通过自筹资金对上述拟投资项目进行先期投入，待募集资金到位后，使用募集资金对先期投入进行置换。

第三节 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）
每股面值：	人民币 1.00 元
发行股数：	2,000 万股，占发行后总股本比例 25%
每股发行价格：	【 】元
发行市盈率：	【 】倍（每股收益按照 2010 年经审计的扣除非经常性损益前后孰低的净利润除以本次发行前总股本计算）； 【 】倍（每股收益按照 2010 年经审计的扣除非经常性损益前后孰低的净利润除以本次发行后总股本计算）
发行前每股净资产：	【 】元
发行后每股净资产：	【 】元
发行市净率：	【 】倍（按每股发行价格除以发行前每股净资产计算） 【 】倍（按每股发行价格除以发行后每股净资产计算）
发行方式：	采用网下向询价对象配售与网上向社会公众投资者定价发行相结合的方式
发行对象：	符合资格的询价对象和在深圳证券交易所开户的境内投资者（国家法律、法规禁止购买者除外）
承销方式：	余额包销
募集资金总额：	【 】元
募集资金净额：	【 】元
发行费用概算：	详见下表

序号	项目	金额（万元）
1	承销费用	【 】
2	保荐费用	【 】
3	审计费用	【 】
4	律师费用	【 】
5	信息披露费	【 】
	合 计	【 】

二、本次发行的有关当事人

发行人：宁波乐歌视讯科技股份有限公司

法定代表人：项乐宏

地址：浙江省宁波市鄞州区姜山镇科技园区

电话：0574—88070210

传真：0574—88070210

联系人：朱伟、屠佳瑜

保荐机构（主承销商）：华龙证券有限责任公司

法定代表人：李晓安

地址：甘肃省兰州市静宁路 308 号

电话：021—50934072

传真：021—50934068

保荐代表人：张城钢、马倬峻

项目协办人：侯海涛

项目经办人：闫绪奇、刘松、常松林、代礼正、贾媛、董俊

律师事务所：国浩律师（上海）事务所

负责人：倪俊骥

地址：上海市南京西路 580 号南证大厦 45-46 层

电话：021—52341668

传真：021—52341670

经办律师：李鹏、周若婷

会计师事务所：江苏天衡会计师事务所有限公司

负责人：余瑞玉

地址：南京市正洪街 18 号东宇大厦 8 楼

电话：025－84711188

传真：025－84724882

经办注册会计师：孙伟、吴霆

股票登记机构：中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司

地址：深圳市深南中路 1093 号中信大厦 18 楼

电话：0755－25938000

传真：0755－25988122

保荐人（主承销商）收款银行：中国民生银行北京金融街支行

户名：华龙证券有限责任公司

银行账号：0114014040000193

三、本次发行的有关重要日期

刊登发行公告日期：【 】年【 】月【 】日

开始询价推介日期：【 】年【 】月【 】日

刊登定价公告日期：【 】年【 】月【 】日

申购日期和缴款日期：【 】年【 】月【 】日

预计股票上市日期：【 】年【 】月【 】日

四、发行人与本次发行有关的中介机构的关系

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

第四节 风险因素

投资者在评价本公司此次发售股票时，除本招股说明书提供的其他各项资料外，应特别认真地考虑下述各项风险因素。根据重要性原则或可能影响投资决策的程度大小排序，本公司面临的主要风险如下：

一、外销业务相关风险

本公司产品以出口为主，2008 年、2009 年、2010 年及 2011 年 1~6 月，公司产品外销收入占当年销售收入的比例分别为 97.83%、98.72%、96.05%和 94.41%。尽管 2009 年下半年以来公司开始拓展国内市场并取得了较大进展，但在未来一段时间内公司的外销业务仍将占有相当比重，公司对外依存度较高，因此外销业务相关的风险是公司面临的主要风险。

（一）全球经济波动的风险

自 2008 年以来，美国次贷危机引发的金融危机逐渐席卷全球，国际经济增长速度明显放缓，海外消费需求下降，对于出口导向型的制造企业造成巨大影响。2009 年 12 月，由希腊主权债务危机引发的欧洲债务危机爆发，给刚刚从美国次贷危机中恢复的全球经济蒙上一层阴影，也加剧了市场对未来全球经济波动的担忧。全球经济增速放缓以及由此带来的市场需求变化会对公司的客户订单需求产生直接的影响，进而影响公司的经营业绩。

（二）海外市场 ODM/OEM 业务模式的风险

公司海外业务主要采用 ODM/OEM 模式，且以 ODM 为主。2010 年公司 ODM、OEM 及 OBM 订单金额占当年订单总额的比重分别为 75.52%、17.38%和 7.09%。如果公司在市场需求分析、产品开发速度、质量控制、交货及时性等方面不能满足客户需求，公司客户有可能转向其他厂商采购，将对本公司的经营产生重大不利影响。

（三）汇率变动风险

公司出口产品主要采用美元作为结算货币。公司 2008 年、2009 年、2010 年及 2011 年 1~6 月汇兑损益占净利润的比例分别为 0.71%、0.06%、2.11%和 2.05%。随着公司海外销售规模的扩大，汇率波动将对公司经营产生一定影响。当人民币升值时，公司产品在国际市场的竞争力将被削弱，从而对公司经营业绩产生不利影响。

（四）出口退税政策变化的风险

公司拥有自营进出口权。报告期内公司出口产品享受增值税出口退税相关政策。2008 年、2009 年、2010 年及 2011 年 1~6 月，公司出口退税影响金额分别为 823.63 万元、1,199.74 万元、2,050.90 万元和 886.52 万元，占当期营业毛利的比重分别为 21.78%、23.57%、25.21%和 21.10%。报告期内，公司主要产品平板显示支架 2008 年 12 月 1 日以前执行 13%的出口退税率，其后调整至 17%。如果未来国家根据国内宏观经济发展和产业政策调整的需要，调低此类产品的出口退税率，将会对公司未来经营业绩产生不利影响。

二、国内市场开拓风险

2009 年下半年开始，公司全面启动国内市场拓展战略，利用行业先发及多年积累的海外市场成功经验和制造优势，依托公司现有丰富的产品线和研发创新能力，全力推进国内自有品牌战略。目前，公司国内市场已经完成品牌定位、渠道推进阶段，进入品牌提升、渠道拓展阶段，2010 年及 2011 年 1~6 月公司国内市场分别实现 830.16 万元和 613.05 万元的销售业绩。国内消费者对于平板电视支架认知程度较低，没有形成独立的消费习惯，市场处于培育期。如果国内消费者对于平板电视支架的消费理念不能快速形成，公司的市场推广策略、营销服务不能很好的适应并引导消费需求，公司将面临国内市场开拓风险。

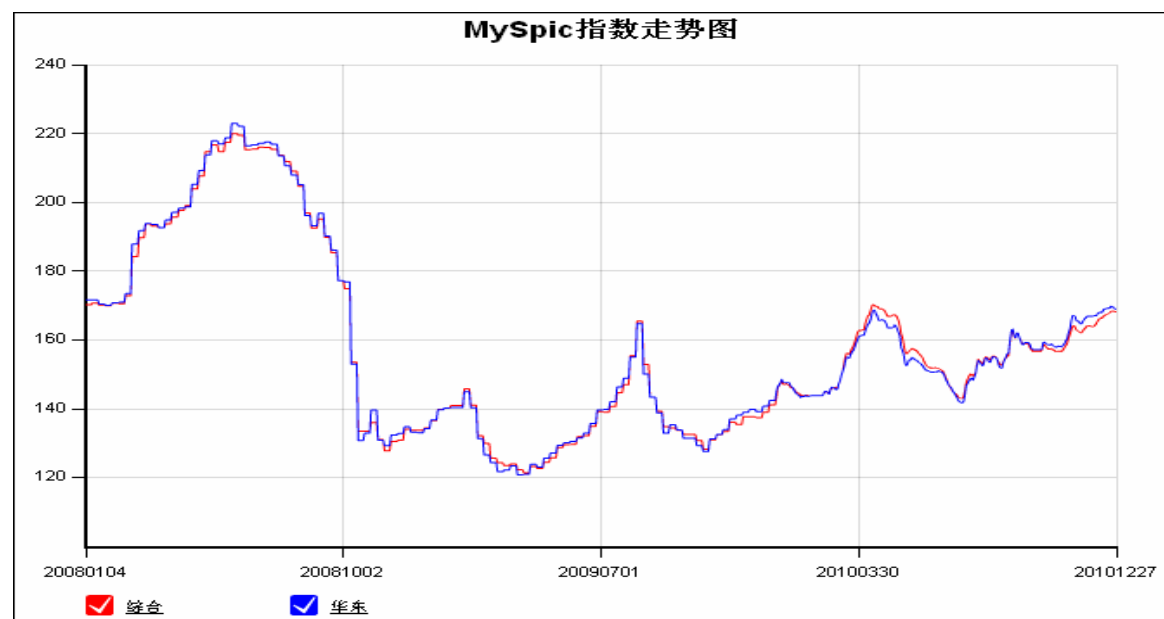
三、主要原材料价格波动的风险

公司生产所需的原材料及外购部件主要为钢制品和铝制品，钢材和铝材的价

格波动对公司生产成本的影响较大。2008 年经济危机导致钢材和铝材价格大幅下跌,其价格分别在 2008 年底和 2009 年初开始慢慢回升,之后又出现多次波动,但整体价格走势在全球经济回暖预期中逐渐攀升。

下图为全国和华东地区 2008 年至 2010 年钢材价格 MySpic 指数（钢材价格综合指数）走势和 2006 年至 2011 年初铝材价格走势:

钢材价格走势



数据来源: MySpic 指数

铝材价格走势



数据来源：KITCO 金拓

原材料价格的波动将会给公司的存货管理带来一定困难，对公司经营业绩产生影响。如果未来钢材价格和铝材价格大幅上涨，将导致公司产品成本上升，盈利能力下降。

四、行业竞争加剧的风险

公司所处平板显示支架行业为新兴行业，发展前景广阔，吸引了国内外众多厂商的参与。目前在国外，主流的平板显示支架品牌主要包括 VOGEL'S、PEERLESS、SANUS 等，这些品牌制造商处于产业价值链的上游，具有较强的竞争优势；在国内，目前已有大量平板显示支架制造企业，竞争较为激烈，同时随着国内人们对于平板显示支架主动消费需求的逐渐形成，未来还会有新的行业进入者参与到竞争中来。如果未来公司的技术研发与产品创新能力及制造服务能力不能够得到持续有效提升，公司将面临着行业竞争加剧所导致的市场地位下降的风险。

五、人力资源持续投入的风险

公司深刻的认识到人才是企业获得市场竞争优势的关键因素之一。为了全面提升公司各方面的综合能力，进一步增强企业的发展后劲，自 2010 年起，公司以富有竞争力的薪资待遇和职业发展前景，引进了大量的优秀管理人才和其他专业人才。2010 年公司新增各类专业人员共计 130 名，并提高了原有管理人员和专业人员的薪资水平，为此新增管理费用、营业费用合计 614 万元。根据公司的业务发展规划，预计未来公司在人力资源方面的投入仍将保持较高水平。公司对人才引进的高额投入，从长期看将为公司的可持续发展提供可靠保障，但短期内将对公司的盈利水平产生一定负面影响。

六、核心技术人员和营销人员流失风险

公司属于人力资源和技术密集型企业，研发技术人员、营销人员是公司生存和发展的根本，也是公司获得持续竞争优势的基础。公司通过股权激励和绩效考

核机制充分调动了核心人员的积极性，促进了公司的成长。虽然公司已经通过上述方式避免人员流失，但随着本行业的快速发展，市场对优秀人才的需求加大，公司存在核心技术人员及营销人员流失的风险。

七、税收优惠政策风险

公司系中外合资企业，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），经《宁波市鄞州区国家税务局关于宁波广博塑胶制品有限公司等 398 户外商投资企业要求享受“二免三减半”税收优惠政策的批复》（鄞国税函[2006]32号）认定，2008 年度、2009 年度公司处于“二免三减半”税收优惠政策的减半征收期，享受所得税减半征收的优惠政策。2008 年 12 月 5 日，公司被认定为国家高新技术企业，有效期三年，2008 年至 2010 年享受 15% 的所得税优惠税率。

根据上述税收优惠政策，公司 2008 年、2009 年、2010 年实际执行的所得税税率分别为 12.5%、12.5%、15%；此外，根据《宁波国家税务局关于同意宁波东方电子有限公司等 40 户企业采购国产设备抵免企业所得税的批复》同意，公司 2008 年度购买国产设备投资抵免企业所得税 1,044,544.00 元。2008 年、2009 年、2010 年，公司依据上述政策享受的税收优惠占净利润的比例分别为 15.73%、9.90%、10.59%。

如果国家未来关于高新技术企业等相关优惠政策发生变化，将对公司未来经营业绩产生一定影响。

八、募集资金投资项目风险

公司本次发行募集资金投资项目是依据公司发展战略，在充分考虑包括市场潜力、新产品开发能力、自身管理能力等因素后确定的投资项目，将对公司发展战略的实现、经营规模的扩大和业绩水平的提高产生重大影响。虽然公司已对募集资金投资项目在生产、销售、技术研发与设计能力等方面进行了缜密分析，但在项目实施过程中，可能存在因工程进度、工程质量、投资成本发生变化而引致的风险；同时，竞争对手的发展、产品价格的变动、市场容量的变化、宏观经济

形势的变动以及销售渠道、营销力量的配套措施是否得力等因素也会对项目的投资回报和本公司的预期收益产生影响。

第五节 发行人基本情况

一、发行人基本情况

- 1、中文名称：宁波乐歌视讯科技股份有限公司
- 2、英文名称：NingBo Loctek Visual Technology Co.,Ltd.
- 3、法定代表人：项乐宏
- 4、注册资本：6,000 万元
- 5、成立日期：2002 年 3 月 26 日
- 6、住 所：浙江省宁波市鄞州区姜山镇科技园区
- 7、电 话：0574—88070210
- 8、传 真：0574—88070210
- 9、邮政编码：315191
- 10、互联网网址：<http://www.loctek.com>
- 11、电子信箱：loctek@loctek.com

二、发行人改制及重组情况

（一）发行人设立方式

发行人系经宁波市对外贸易经济合作局以《关于同意宁波丽晶时代电子线缆有限公司变更为股份有限公司的批复》（甬外经贸资管函[2010]328 号）批准，由宁波丽晶时代电子线缆有限公司整体变更设立的外商投资股份有限公司。

根据丽晶时代 2010 年 5 月 16 日关于改组设立股份公司的董事会决议，有限公司按经江苏天衡会计师事务所有限公司审计的净资产折股，整体变更设立股份公司。该次变更审计基准日为 2010 年 3 月 31 日，折股比例为 1: 0.7509，折股后股本为 6,000 万股。江苏天衡对本次变更设立股份公司情况进行了审验，并出具了天衡验字（2010）36 号验资报告。2010 年 6 月 23 日，公司在宁波市工商行政管理局登记注册，并领取了编号为 330200400019768 的《企业法人营业执照》。

(二) 发起人及其持股情况

序号	发起人名称	持股数量（万股）	持股比例（%）
1	丽晶电子	2,310.65	38.5109
2	丽晶国际	1,841.75	30.6959
3	聚才投资	900.00	15.0000
4	寇光武	204.00	3.4000
5	高原	204.00	3.4000
6	朱伟	91.46	1.5243
7	滕春	54.88	0.9146
8	张俊	45.73	0.7621
9	钟红露	45.73	0.7621
10	金科燕	45.73	0.7621
11	沈意达	45.73	0.7621
12	邬文伟	45.73	0.7621
13	项亚红	45.73	0.7621
14	李妙	32.01	0.5335
15	泮云萍	27.44	0.4573
16	张仲洲	27.44	0.4573
17	林涛	22.87	0.3812
18	陈宏	9.14	0.1524
合 计		6,000.00	100.0000

(三) 发行人整体变更前后，主要发起人拥有的主要资产与实际从事的主要业务

公司主要发起人为宁波丽晶电子有限公司、丽晶（香港）国际有限公司、宁波聚才投资有限公司。在公司整体变更前后，上述发起人拥有的主要资产为其各自持有的发行人股权。

(四) 发行人成立时拥有的主要资产和实际从事的主要业务

发行人系由丽晶时代整体变更设立的股份公司。发行人变更设立时拥有的主要资产为丽晶时代截止 2010 年 3 月 31 日经审计的全部资产，包括货币资金、应

收账款、存货、房产等流动资产及固定资产，土地使用权、专利技术、商标等无形资产，以及与平板显示支架产品生产有关的机器设备及其他资产。

股份公司设立前后的主要业务均为各类平板显示支架的生产与销售，公司从事的主要业务未发生重大变化。

（五）发行人成立前后的业务流程以及原企业和发行人业务流程间的联系

公司系有限责任公司整体变更设立的股份公司，变更前后公司主要业务及其流程没有发生变化。具体业务流程详见本招股说明书“第六节 业务和技术”之“三、公司主营业务的具体情况”的相关内容。

（六）发行人成立以来，在生产经营方面与主要发起人之间的关联关系及其演变情况

本公司成立以来，公司各发起人除持有本公司股权外无其他任何经营性业务。

（七）发起人出资资产的产权变更手续办理情况

发行人系由丽晶时代整体变更设立的股份公司，经江苏天衡于 2010 年 6 月 11 日所出具的天衡验字（2010）36 号《验资报告》审验，发行人的出资已缴足。股份公司设立后，原有限公司的资产、业务和债权、债务均由股份公司承继。丽晶时代拥有的房屋、土地使用权、机器设备、无形资产等资产的产权变更手续已全部办理完毕。

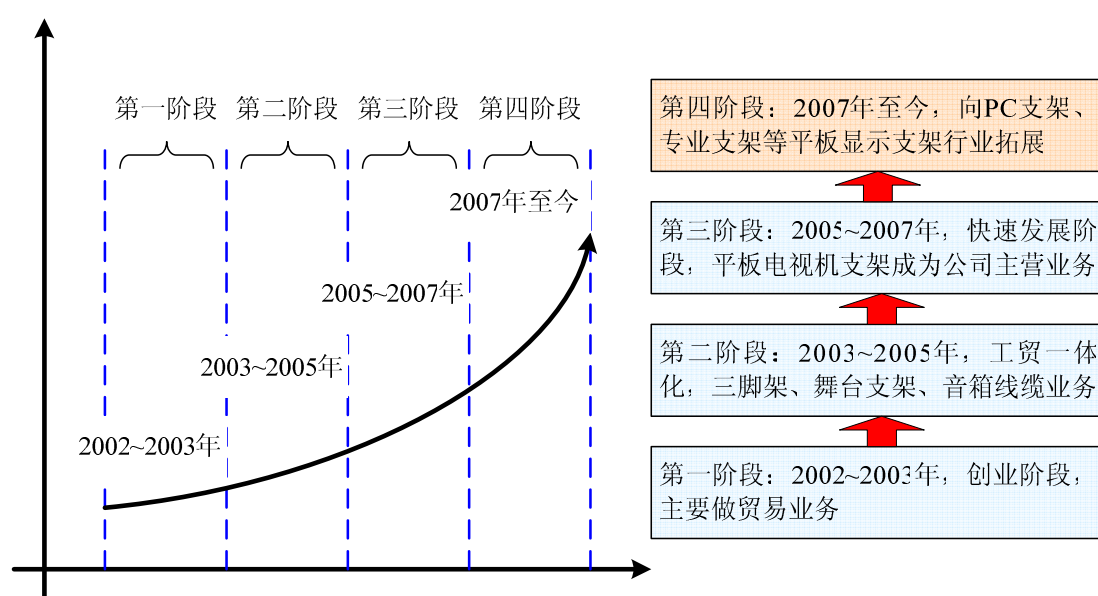
（八）发行人业务起源、主要资产的取得方式及自设立以来的财务状况和经营成果

公司实际控制人项乐宏、姜艺夫妇大学毕业后就职于中国电子进出口宁波公司，从事进出口贸易业务，积累了丰富的国际贸易经验。1998 年，项乐宏、姜艺先后辞职并创办宁波丽晶电子有限公司，主要从事舞台灯光音响支架、电线电缆、接插件等视听周边产品的出口贸易业务。2002 年 3 月，项乐宏、姜艺设立本公司前身丽晶时代。公司设立伊始，主要从事舞台设备支架、三脚架、音箱电缆等视听设备金属结构件的简单加工及出口贸易业务。2003 年公司投资建设

的新厂房竣工并投入使用，公司加工制造能力得到大幅提升，公司由贸易为主的业务模式逐步向工贸一体化业务模式转型。

至 2005 年，经过三年的经营，公司的研发能力、生产工艺、设备先进性、海外市场的拓展能力以及客户资源等都获得了大幅提升，公司需要开发附加值更高、市场前景更为广阔的金属结构件产品，以谋求更大的发展。此时，液晶显示技术已进入成熟期，显示平板化已是大势所趋，平板显示支架产品市场孕育了巨大的商机。公司决定将业务全面转向平板显示支架的研发、生产与销售。

公司简要发展历程



公司自设立以来主要资产皆为公司购买或自建所得。公司现有的位于姜山镇生产厂房产于 2004 年建造并投入使用。公司位于滨海工业园区新厂区也于 2009 年开工建设，预计 2011 年下半年投入使用。公司自 2002 年 3 月 26 日成立以来经审计的财务状况及经营成果如下表所示：

单位：万元

年 份	总资产	净资产	营业收入	净利润
2002 年度/年末	335.63	331.08	—	—
2003 年度/年末	1,112.89	973.91	110.68	-19.35
2004 年度/年末	1,772.59	978.03	1,393.29	4.12
2005 年度/年末	2,020.44	1,086.76	4,420.78	108.73

年 份	总资产	净资产	营业收入	净利润
2006 年度/年末	4,064.48	1,510.53	8,250.37	412.91
2007 年度/年末	7,427.95	2,927.77	13,101.26	1,392.27
2008 年度/年末	9,618.95	5,747.52	10,438.43	1,521.71
2009 年度/年末	13,398.53	7,297.03	12,835.58	2,427.52
2010 年度/年末	17,400.78	11,425.81	21,430.87	2,928.76

注：2008、2009 及 2010 年为合并报表数，2008 年之前为母公司报表数。

三、发行人独立运营情况

公司自成立以来，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，在业务、资产、人员、机构、财务等方面与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业完全分开。公司的业务及资产独立完整，具备独立面向市场和自主经营的能力。

（一）发行人业务独立

公司主营业务突出，主要从事各类平板显示支架的生产和销售，具有独立的采购、生产、销售、研发及管理系统，具有完整的业务体系，具备独立面向市场、自主经营的业务能力，不存在依赖控股股东、实际控制人及其他关联方的情况。

（二）发行人资产独立

公司拥有生产经营所需的生产设备、辅助生产设备、土地、房产、运输工具、专利或非专利技术、商标等资产，具有完整的采购、生产和销售系统及相关配套设施。公司不存在以资产、权益或信誉为股东、董事、监事和高级管理人员的债务提供担保的情况，对其所有的资产依法拥有产权，不存在资产、资金被控股股东占用而损害公司及其股东利益的情况。

（三）发行人人员独立

公司建立了独立的劳动、人事和工资管理体系，员工均与企业签订了《劳动合同》。公司董事、监事、高级管理人员均严格按照《公司法》、《公司章程》的有关规定，通过合法程序产生和聘任。高级管理人员由董事会聘任；高级管理人

员、核心技术人员均在股份公司专职工作并领取薪酬；高级管理人员没有在关联企业兼任除董事、监事以外的其他职务。公司股东推荐董事和经理人选均通过合法的程序进行，不存在控股股东或实际控制人干预公司董事会、股东大会已经做出的人事任免决定的情况，亦不存在控股股东或实际控制人代替股东大会、董事会直接审批或决策重大事项的行为。

（四）发行人机构独立

公司建立了完整独立的组织机构，并制定了相应的内部管理和控制制度。公司各部门之间分工明确、各司其职、相互配合，构成了一个有机的整体，保证了公司的高效运作。公司与控股股东、实际控制人控制的其他企业的办公和生产经营场所完全分开，不存在公司与控股股东、实际控制人控制的其他企业混合经营、合署办公的情况。

（五）发行人财务独立

公司建立了独立的核算体系，制定了完善的财务管理制度。公司设立了独立的财务部门，配备了独立的财务人员，财务负责人和其他财务人员均未在股东单位或其他单位兼职。公司拥有独立的银行账号，资金运作独立，办理了独立的税务登记证并独立纳税，不存在与股东单位混合纳税的情形。公司独立做出财务决策，不存在控股股东或实际控制人干预企业资金使用的情况。

四、发行人股本形成及其变化和重大资产重组情况

（一）发行人设立以来股本的形成及变化情况

本公司的历史沿革及股本变化情况如下图：

	事项	价格	作价依据
2002年3月	有限公司成立，注册资本120万美元	—	—
2006年4月	丽晶国际将其所持有的本公司51%的股权 转让予丽晶电子	1美元/股	原始出资额
2009年3月	以截止2007年12月31日的未分配利润转 增注册资本，注册资本增加至339万美元	—	—
2009年4月	丽晶国际将其持有的本公司8.349%的股份 转让予朱伟等13名自然人	1美元/股	原始出资额
	朱伟等13名自然人以现金对本公司增资， 注册资本增加至351.0699万美元	2.0025美元/股	净资产
2010年3月	聚才投资以现金对本公司增资，注册资 本增加至418.4107万美元	2.6103美元/股	净资产
2010年3月	寇光武等两名自然人以现金对本公司增 资，注册资本增加至448.9385万美元	4.7989美元/股	净资产
2010年5月	整体变更设立股份公司，股本6,000万元	—	—

1、2002 年设立有限公司

2002 年 3 月 26 日，经原鄞县对外经济贸易委员会以鄞外资（2002）64 号文件批准，丽晶国际投资设立丽晶时代，注册资本为 120 万美元，投资总额为 150 万美元。2002 年 3 月 26 日，有限公司取得由宁波市人民政府颁发的外经贸外甬字[2002]056 号《中华人民共和国台港澳侨投资企业批准证书》，并于同日取得由宁波市工商行政管理局颁发的注册号为企独浙甬总字第 006001 号企业法人营业执照。

截止 2003 年 9 月 28 日，丽晶国际先后以货币缴齐了全部出资额，共分四期到位，具体验资情况如下：

期数	报告出具方	报告编号	时间
第一期验资（缴纳出资 18 万美元）	宁波国信联合	甬国会验字 [2002]081 号	2002 年 6 月 10 日
第二期验资（缴纳出资 22 万美元）	宁波国信联合	甬国会验字 [2002]179 号	2002 年 12 月 12 日
第三期验资（缴纳出资 30 万美元）	宁波国信联合	甬国会验字 [2003]110 号	2003 年 6 月 19 日
第四期验资（缴纳出资 50 万美元）	宁波国信联合	甬国会验字 [2003]157 号	2003 年 9 月 28 日

丽晶时代成立时股权结构如下表所示：

股东名称	出资金额（万美元）	出资比例（%）
丽晶国际	120.00	100.00
合 计	120.00	100.00

2、2006 年股权转让

根据丽晶国际与丽晶电子于 2006 年 4 月 26 日签订的《股权转让协议》，经 2006 年 4 月 28 日召开的有限公司董事会决议通过，丽晶国际将其持有的丽晶时代 51% 的出资额转让予丽晶电子。转让当时，转让双方的股东均为项乐宏、姜艺夫妇。本次股权转让价格按原始出资额确定，转让价款合计 61.20 万美元，所有转让款已全部支付完毕。本次股权转让事项业经宁波市鄞州区对外贸易经济合作局以甬鄞外资（2006）97 号《关于同意宁波丽晶时代电子线缆有限公司修改章程的批复》批准。有限公司于 2006 年 5 月 10 日换领了新的《中华人民共和国台港澳侨投资企业批准证书》，并办理了工商变更登记。

本次股权转让完成后，有限公司的股权结构如下：

股东名称	出资额（万美元）	出资比例（%）
丽晶电子	61.20	51.00
丽晶国际	58.80	49.00
合 计	120.00	100.00

3、2009 年第一次增资

2009 年 3 月 2 日，经有限公司董事会决议通过，有限公司以截止 2007 年 12

月 31 日的未分配利润转增注册资本。本次增资后有限公司注册资本由 120 万美元增加至 339 万美元。2009 年 4 月 2 日，宁波国信联合对本次新增注册资本及实收资本的情况进行了审验，并出具了甬国会验字[2009]026 号验资报告。本次增资事项业经宁波市鄞州区对外贸易经济合作局以甬鄞外资（2009）022 号《关于同意宁波丽晶时代电子线缆有限公司增资的批复》批准。有限公司于 2009 年 3 月 9 日换领了新的《中华人民共和国台港澳侨投资企业批准证书》，并办理了工商变更登记。

本次增资完成后，有限公司股权结构如下：

股东名称	出资额（万美元）	出资比例（%）
丽晶电子	172.89	51.00
丽晶国际	166.11	49.00
合 计	339.00	100.00

4、2009 年股权转让及第二次增资

根据丽晶国际与朱伟、滕春等 13 名自然人分别签订的《股权转让协议》，并经 2009 年 4 月 20 日召开的有限公司董事会决议通过，丽晶国际将其持有的有限公司 8.3494% 的出资额分别转让给朱伟、滕春等 13 名自然人。本次股权转让的受让方均为公司员工，各员工受让比例系根据其岗位、职务、历史贡献及其投资意愿、资金实力等因素综合确定。

本次股权转让价格按原始出资额确定，全部股权转让款均已支付完毕。本次股权转让的具体情况如下表所示：

单位：万美元

序号	受让方	受让比例（%）	受让出资额	转让价款
1	朱 伟	1.5870	5.3800	5.3800
2	滕 春	0.9954	3.3745	3.3745
3	钟红露	0.7935	2.6900	2.6900
4	邬文伟	0.7935	2.6900	2.6900
5	项亚红	0.7935	2.6900	2.6900
6	沈意达	0.6856	2.3242	2.3242
7	张 俊	0.5777	1.9585	1.9585

序号	受让方	受让比例（%）	受让出资额	转让价款
8	金科燕	0.5777	1.9585	1.9585
9	李 妙	0.4907	1.6635	1.6635
10	泮云萍	0.3898	1.3215	1.3215
11	林 涛	0.2889	0.9795	0.9795
12	张仲洲	0.2819	0.9557	0.9557
13	陈 宏	0.0940	0.3185	0.3185
	合 计	8.3494	28.3044	28.3044

注：项亚红为公司实际控制人项乐宏的胞妹，原为公司员工，2009 年 11 月离职。

本次股权转让的同时，有限公司还进行了增资。经 2009 年 4 月 21 日召开的有限公司董事会决议通过，有限公司新增注册资本 12.0699 万美元。新增的注册资本由本次股权转让新引入的 13 名自然人股东以现金认缴，增资价格为 2.0025 美元/股。本次增资各股东出资的具体情况见下表：

序号	出资股东	认缴注册资本 (万美元)	本次增资出资总额	
			人民币计价 (万元)	美元计价 (万美元)
1	朱 伟	1.4630	20	2.9297
2	张 俊	1.4630	20	2.9297
3	金科燕	1.4630	20	2.9297
4	沈意达	1.0973	15	2.1973
5	张仲洲	1.0973	15	2.1973
6	滕 春	0.7315	10	1.4648
7	钟红露	0.7315	10	1.4648
8	邬文伟	0.7315	10	1.4648
9	项亚红	0.7315	10	1.4648
10	李 妙	0.7315	10	1.4648
11	泮云萍	0.7315	10	1.4648
12	林 涛	0.7315	10	1.4648
13	陈 宏	0.3658	5	0.7324
	合 计	12.0699	165	24.1698

2009 年 5 月 19 日，宁波国信联合对有限公司本次新增注册资本及实收资本情况进行了审验，并出具了甬国会验字[2009]035 号验资报告。

本次股权转让及增加注册资本事项业经宁波市鄞州区对外贸易经济合作局以甬鄞外资（2009）060号《关于同意宁波丽晶时代电子线缆有限公司修改公司章程的批复》批准。有限公司于2009年5月18日换领了新的《中华人民共和国台港澳侨投资企业批准证书》，并办理了工商变更登记。

本次股权转让及增资完成后，有限公司的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万美元）	出资比例（%）
1	丽晶电子	172.8900	49.2466
2	丽晶国际	137.8056	39.2530
3	朱 伟	6.8430	1.9491
4	滕 春	4.1060	1.1696
5	钟红露	3.4215	0.9746
6	邬文伟	3.4215	0.9746
7	项亚红	3.4215	0.9746
8	沈意达	3.4215	0.9746
9	张 俊	3.4215	0.9746
10	金科燕	3.4215	0.9746
11	李 妙	2.3950	0.6822
12	泮云萍	2.0530	0.5848
13	林 涛	1.7110	0.4874
14	张仲洲	2.0530	0.5848
15	陈 宏	0.6843	0.1949
	合 计	351.0699	100.0000

5、2010年第一次增资

为增强公司资金实力，经2010年3月3日召开的有限公司董事会决议通过，有限公司新增注册资本67.3408万美元。新增的注册资本全部由新股东聚才投资以现金认缴，增资价格为2.6103美元/股。聚才投资总计出资人民币1,200万元（175.78万美元）。本次增资后有限公司注册资本由351.0699万美元增加至418.4107万美元。

聚才投资设立于2010年3月2日，其控股股东为本公司实际控制人之一姜艺女士，其余股东均为有限公司员工。

2010年3月8日，宁波国信联合对有限公司本次新增注册资本及实收资本情况进行了审验，并出具了甬国会验字[2010]020号验资报告。

本次增资事项业经宁波市鄞州区对外贸易经济合作局以甬鄞外资（2010）28号《关于同意宁波丽晶时代电子线缆有限公司增资的批复》批准。有限公司于2010年3月3日换领了新的《中华人民共和国台港澳侨投资企业批准证书》，并办理了工商变更登记。

本次增资完成后，有限公司的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万美元）	出资比例（%）
1	丽晶电子	172.8900	41.3207
2	丽晶国际	137.8056	32.9355
3	聚才投资	67.3408	16.0944
4	朱 伟	6.8430	1.6355
5	滕 春	4.1060	0.9813
6	钟红露	3.4215	0.8177
7	邬文伟	3.4215	0.8177
8	项亚红	3.4215	0.8177
9	沈意达	3.4215	0.8177
10	张 俊	3.4215	0.8177
11	金科燕	3.4215	0.8177
12	李 妙	2.3950	0.5724
13	泮云萍	2.0530	0.4907
14	林 涛	1.7110	0.4907
15	张仲洲	2.0530	0.4090
16	陈 宏	0.6843	0.1636
	合 计	418.4107	100.00

6、2010年第二次增资

为增强公司资金实力，经2010年3月15日召开的有限公司董事会决议通过，有限公司新增注册资本30.5278万美元。新增的注册资本由新股东寇光武、高原以现金认缴，两人各认缴50%，计15.2639万美元。本次增资价格为4.7987美元/股。该两名自然人股东各实际出资人民币500万元（73.2472万美元），合计出

资人民币 1,000 万元（146.4944 万美元）。本次增资后有限公司注册资本由 418.4107 万美元增加至 448.9385 万美元。

寇光武先生及高原先生均为本公司实际控制人项乐宏先生在北大 EMBA28 班同学。寇光武先生目前在烟台万华聚氨酯股份有限公司工作，任常务副总裁、财务负责人兼董事会秘书；高原先生原任上海外高桥保税区开发股份有限公司董事会秘书，目前在上海东上海国际文化交流有限公司工作，任总经理。寇光武先生、高原先生长期担任上市公司高管职务，具有丰富的公司治理经验。此次增资入股对于完善公司治理结构、优化公司未来发展战略具有重要意义。

2010 年 3 月 17 日，宁波国信联合对有限公司本次新增注册资本及实收资本情况进行了审验，并出具了甬国会验字[2010]022 号验资报告。

本次增资事项业经宁波市鄞州区对外贸易经济合作局以甬鄞外资（2010）36 号《关于同意宁波丽晶时代电子线缆有限公司增资的批复》批准。有限公司于 2010 年 3 月 16 日换领了新的《中华人民共和国台港澳侨投资企业批准证书》，并办理了工商变更登记。

本次增资完成后，有限公司的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万美元）	出资比例（%）
1	丽晶电子	172.8900	38.5109
2	丽晶国际	137.8056	30.6959
3	聚才投资	67.3408	15.0000
4	寇光武	15.2639	3.4000
5	高 原	15.2639	3.4000
6	朱 伟	6.8430	1.5243
7	滕 春	4.1060	0.9146
8	钟红露	3.4215	0.7621
9	邬文伟	3.4215	0.7621
10	项亚红	3.4215	0.7621
11	沈意达	3.4215	0.7621
12	张 俊	3.4215	0.7621
13	金科燕	3.4215	0.7621
14	李 妙	2.3950	0.5335

序号	股东名称	出资额（万美元）	出资比例（%）
15	泮云萍	2.0530	0.4573
16	林 涛	1.7110	0.4573
17	张仲洲	2.0530	0.3812
18	陈 宏	0.6843	0.1524
	合 计	448.9385	100.0000

7、2010 年 5 月整体变更设立股份有限公司

2010 年 5 月 16 日，有限公司股东签署发起人协议，股东各方同意作为股份公司的发起人，根据江苏天衡于 2010 年 5 月 12 日出具的天衡审字（2010）812 号《审计报告》，以截止 2010 年 3 月 31 日经审计的净资产人民币 79,902,569.41 元按 1:0.7509 的比例折合为股份公司的股本总额 60,000,000 股，未折股的 19,902,569.41 元作为股份公司的资本公积由全体股东共同享有。

2010 年 5 月 25 日，该整体变更事项经宁波市对外贸易经济合作局以甬外经贸资管函[2010]328 号《关于同意宁波丽晶时代电子线缆有限公司变更为股份有限公司的批复》批准。

2010 年 5 月 28 日，经股份公司创立大会决议，公司全体发起人股东同意按照前述折股方案折股，并认购各方所持发起人股份，同时将宁波丽晶时代电子线缆有限公司整体变更为宁波乐歌视讯科技股份有限公司。

股份公司各发起人股东持股情况如下：

序号	发起人	持股数量（万股）	持股比例（%）
1	丽晶电子	2,310.6540	38.5109
2	丽晶国际	1,841.7540	30.6959
3	聚才投资	900.0000	15.0000
4	寇光武	204.0000	3.4000
5	高 原	204.0000	3.4000
6	朱 伟	91.4580	1.5243
7	滕 春	54.8760	0.9146
8	张 俊	45.7260	0.7621
9	钟红露	45.7260	0.7621
10	金科燕	45.7260	0.7621

序号	发起人	持股数量（万股）	持股比例（%）
11	沈意达	45.7260	0.7621
12	邬文伟	45.7260	0.7621
13	项亚红	45.7260	0.7621
14	李 妙	32.0100	0.5335
15	泮云萍	27.4380	0.4573
16	张仲洲	27.4380	0.4573
17	林 涛	22.8720	0.3812
18	陈 宏	9.1440	0.1524
合计		6,000.0000	100.0000

（二）重大资产重组情况

发行人自设立以来不存在重大资产重组的情况。

五、历次验资情况及投入资产的计量属性

（一）历次验资情况

公司自设立至今，共计进行了九次验资。其中，有限公司设立时对分期缴纳出资的情况进行了四次验资。具体情况如下：

1、有限公司设立的验资情况

2002年3月26日，有限公司成立，注册资本120万美元，并由丽晶国际分四期于24个月之内缴足。宁波国信联合对该注册资本的分期到位情况进行了四次验资，并分别出具了甬国会验字[2002]081号、甬国会验字[2002]179号、甬国会验字[2003]110号、甬国会验字[2003]157号验资报告。根据上述验资报告，有限公司已分别于2002年6月25日、2002年12月10日、2003年6月17日、2003年9月22日之前收到丽晶国际分期缴纳的货币出资额18万美元、22万美元、30万美元和50万美元，合计120万美元。

2、2009年第一次增资的验资情况

2009年3月2日，经有限公司董事会决议，有限公司以未分配利润转增注册资本219万美元，变更后的注册资本为339万美元。宁波国信联合对此次增资事项进行了审验，并出具了甬国会验字[2009]026号验资报告，截止2009年4月

1 日止，有限公司已将未分配利润 14,968,431.00 元，合计 219 万美元（以增资当日中国人民银行公布的汇率中间价计算）转增实收资本，增资后的注册资本为 339 万美元，累计实收资本为 339 万美元。

3、2009 年第二次增资的验资情况

2009 年 4 月 21 日，经有限公司董事会决议，同意朱伟、滕春等 13 名自然人对有限公司按 2.0025 美元/股的价格进行增资，注册资本由 339 万美元增加至 351.0699 万美元。宁波国信联合对本次增资事项进行了审验，并出具了甬国会验字[2009]035 号验资报告，截止 2009 年 5 月 18 日止，有限公司已收到上述朱伟、滕春等 13 名自然人以货币资金缴纳的新增注册资本合计 12.0699 万美元。

4、2010 年第一次增资的验资情况

2010 年 3 月 3 日，经有限公司董事会决议，同意由聚才投资向有限公司新增注册资本 67.3408 万美元。本次增资完成后，有限公司的注册资本由 351.0699 万美元增加至 418.4107 万美元。宁波国信联合对本次增资事项进行了审验，并出具了甬国会验字[2010]020 号验资报告，截止 2010 年 3 月 5 日，有限公司已收到聚才投资以货币资金缴纳的新增注册资本合计 67.3408 万美元。

5、2010 年第二次增资时的验资情况

2010 年 3 月 15 日，经有限公司董事会决议通过，同意自然人寇光武先生与高原先生分别以 500 万元人民币的价格向有限公司增资 15.2639 万美元，有限公司注册资本由 418.4107 万美元增加至 448.9385 万美元。宁波国信联合对本次增资事项进行了审验，并出具了甬国会验字[2010]022 号验资报告，截止 2010 年 3 月 17 日止，有限公司已收到自然人寇光武先生与高原先生以货币资金缴纳的新增注册资本 30.5278 万美元。

6、2010 年整体变更设立股份公司的验资情况

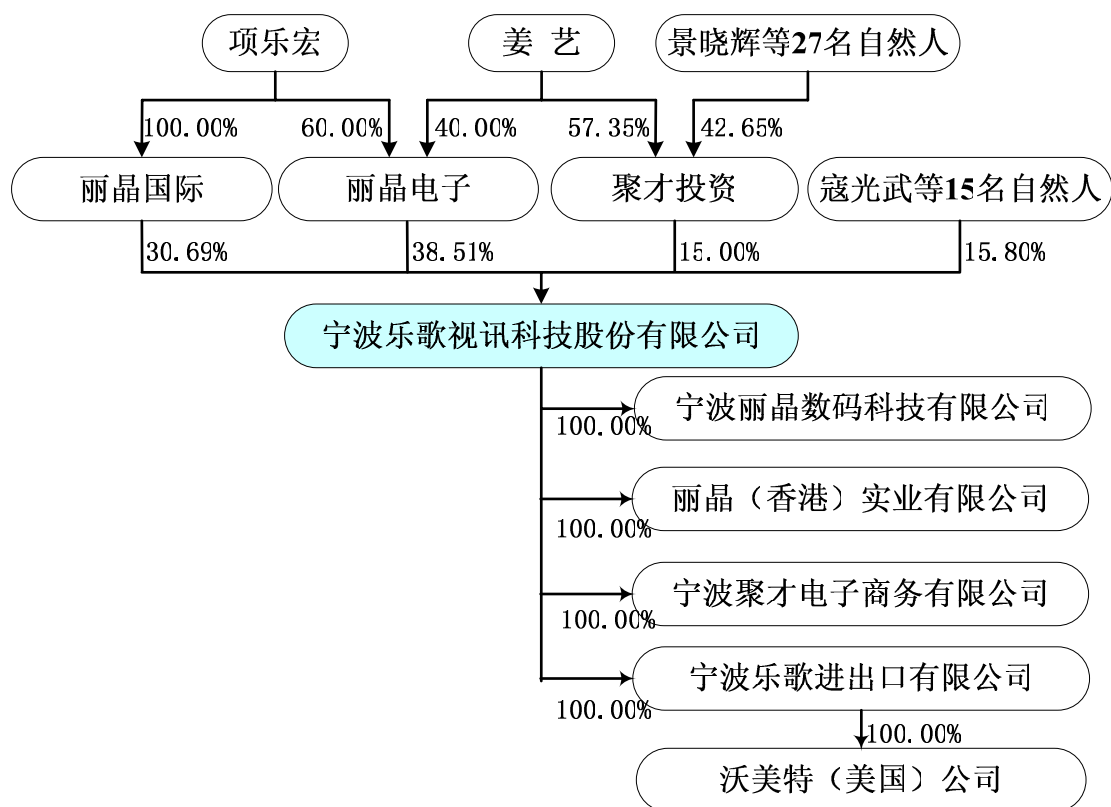
2010 年 5 月 16 日，经有限公司董事会决议，有限公司按经江苏天衡审计的截止 2010 年 3 月 31 日的净资产折股，整体变更设立股份公司。

江苏天衡对本次整体变更的出资情况进行了审验，并出具了天衡验字(2010)36 号验资报告，截止 2010 年 5 月 28 日止，公司已收到各发起人缴纳的注册资本合计人民币 6,000 万元，公司的股本合计人民币 6,000 万元。

六、发行人股权结构及组织结构

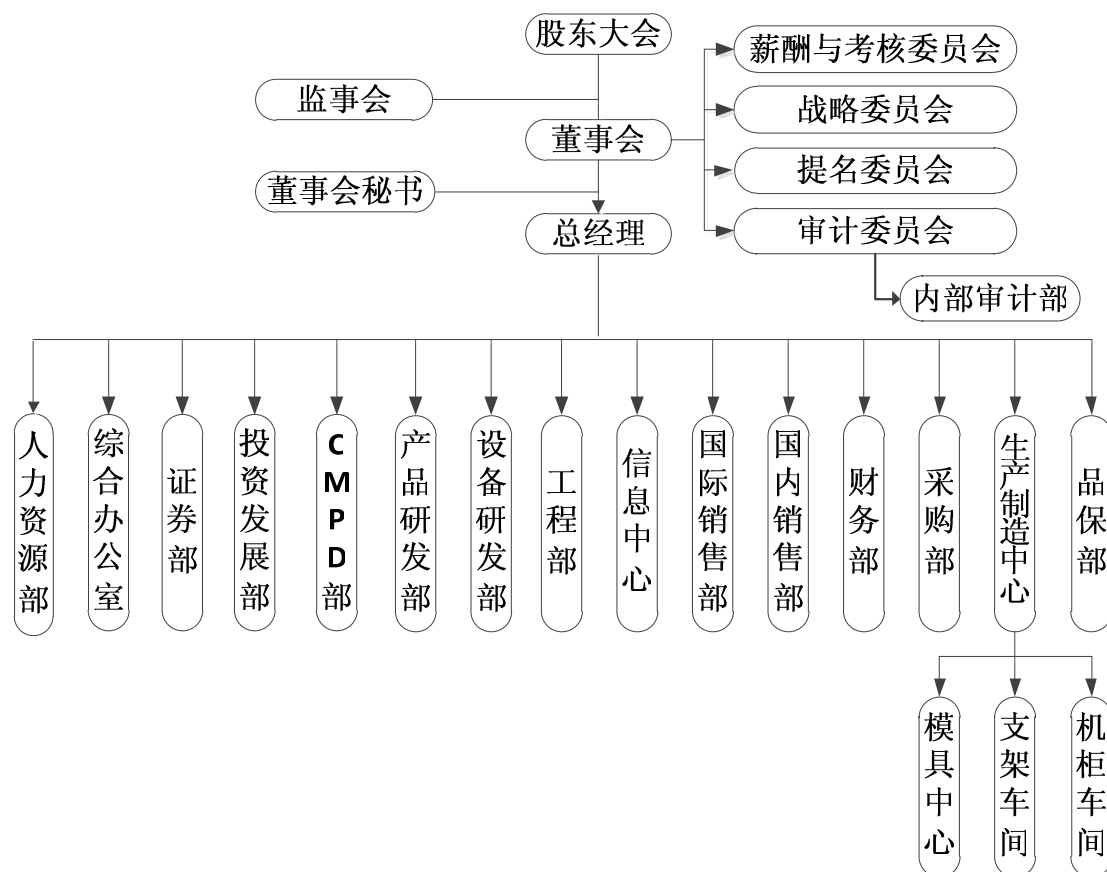
（一）发行人股权结构图

发行人的股权结构图如下：



（二）发行人组织结构图

发行人组织结构图如下：



（三）发行人内部组织结构、机构设置及运行情况

1、发行人内部组织结构及运行情况

股东大会为公司最高权力机构。董事会为股东大会常设决策和管理机构，董事会设董事9名，其中3名为独立董事。监事会是公司的监督机构，监事会设监事3名，其中职工代表监事1名。公司设总经理1名，总经理在董事会的领导下主持全面工作；设副总经理2名，协助总经理负责公司的日常生产、经营活动。公司设董事会秘书1名，负责日常对外信息披露，处理公司与证券监督管理部门、公司与股东的相关事宜。目前，公司股东大会、董事会、监事会等机构设置完整，运行情况良好。

2、发行人内部机构设置及运行情况

公司拥有独立完整的生产、技术、销售及管理体系，相关职能部门与生产部门相互协调运作，内部机构设置完善，运行情况良好。公司主要职能部门的具体职责安排如下：

(1) 人力资源部

负责制定人力资源规划以及人员薪酬标准；负责公司员工的招聘、培训、考核、调动和辞退及其相关管理工作；负责制定公司的激励方案以及考核标准，按季度考核中层以上管理人员的工作业绩；负责公司管理人员的选拔、任命工作；负责制定并执行公司的劳动人事制度。

(2) 综合办公室

该部门主要负责制定公司行政管理的有关规章制度；负责公司日常的行政管理与接待工作；负责与政府机关、行业协会的联系工作；负责公司文件、档案、资质等文件的下达、发放和管理；负责后勤保障、车辆管理、固定资产的管理与维护。

(3) 证券部

该部门主要负责投资者关系管理，证券管理，信息披露；配合公司股东大会、董事会、监事会、董事会秘书相关工作，负责跟踪上市后公司股票交易情况等。

(4) 投资发展部

负责公司资本扩张方案分析设计和实施；参与拟定公司战略规划；负责对外投资及投资管理等工作。

(5) 信息中心

该部门主要负责上网信息的管理（包括办公上网准入、网上邮箱、网站、网上展厅信息）；机械应用实物信息的管理（包括传真机、复印机、打印机、移动盘、电脑自制信息）；非机械应用实物信息的管理（包括收发文件、专用软件、内部邮箱、共享文件信息）等与网络、信息相关的系统调试和安全运行，除此之外，该部门还专门负责公司内部信息系统的程序性开发及应用维护，从而优化信息流的传导方式、效率和安全，譬如公司内部的及时沟通软件 RTX 系统和内外销部门信息系统管理平台都很大程度上规范了公司运作、提高工作效率。

(6) CMPD 部

该部门（Customer Market Product Development）是一个产品内部方案提供部门，主要负责产品的前期市场调研，通过展会、网络等方式搜集技术、客户和竞争对手的信息并进行分析，把握产品在演变趋势、主要价格构成、外观、终端用户消费习惯等方面的变化，同时结合公司的产品市场定位推出产品造型，会同销售部、研发部、工程部对产品进行综合评审，精确定位内部产品开发需求，缩短产品前期开发周期，抢占市场先机。

（7）产品研发部

该部门主要负责新产品的开发、研制；进行新工艺和新材料的研究和开发；负责技术开发的项目管理、技术规划、对外技术交流、技术成果产业化、专利申请与管理工作；负责与国内高校、研究所进行密切合作，保持对行业内应用技术动向的调研与跟踪。

（8）设备研发部

该部门主要侧重于在结合产品的工艺、制程特点的基础上，自主开发研制能提高作业效率和精度的设备。

（9）工程部

该部门主要负责技术文件的转化和生产文件的工艺性输出；保障生产工艺、生产装配的支持和配合，工装、检具的制作；制定工艺标准化、标准工时、车间布局；设备的日常维护和保障工作。

（10）国际销售部

该部门主要负责开拓海外市场，制定并执行销售计划，提高市场份额及产品全球覆盖率，并通过会展及网络推广等市场营销的手段，提升公司影响力及知名度；收集国际市场反馈及对产品的需求，并对海外市场的需求进行调查、分析和预测，制订并实施海外市场的营销策划方案；为公司产品开发提供信息，并积极参与公司新产品的开发、推进、市场定位，协助完成公司海外合作及商务推进等。

（11）国内销售部

该部门主要负责国内市场信息的收集、整理和反馈，掌握市场动态；积极适时、合理有效地开辟新的经销网点，努力拓宽业务渠道；负责制定销售管理制度；积极开展市场调查、分析和预测；负责国内市场销售计划和销售预算的制定、销

售队伍的建设和管理、客户拜访、产品推介等市场营销工作；负责实现产品销售和业绩考评，完成销售回款任务等。

（12）财务部

该部门主要负责公司财务资源中长期开发规划、年度工作计划的拟定与实施；公司年度财务计划（含预决算、融资等方案）的拟订与实施；公司财务资源配置效率提升与成本控制方案的策划与实施；公司资金结算和现金流管理；公司财务管理体系的建立与完善；公司财务人员的选用、培训和考核；对子公司财务活动的监督指导。

（13）采购部

该部门主要负责根据生产运营部的要求制定材料采购计划、编制采购预算、签订采购合同、组织采购；收集和分析供应商信息，掌握原材料市场发展趋势，提出有效的采购策略，寻找、建立稳定的供货渠道；确保原材料采购计划的及时完成，并保证采购物资符合有关质量标准和技术要求。

（14）生产制造中心

生产制造中心根据生产进展情况，组织协调生产系统的工作；负责制定并监控生产进度、下达生产指令和发货指令；负责生产线设备管理；制定原材料及辅助材料需求计划；参与供应商的选择、协调和管理；安全文明生产现场管理、新入职员工安全培训等。

（15）品保部

该部门主要职能是制订质量工作标准，产品质量检验标准，确定检验与监督管理方式，组织质量管理培训，负责推进公司生产经营活动全过程的质量管理工作，负责各种质量责任事故调查处理，各种品质异常的仲裁处理，配合销售部门对客户投诉与退货进行调查处理。

（16）内部审计部

该部门主要负责公司经营决策活动的宏观和微观管理审计和内控制度风险控制；企业高层管理及关键岗位人员的任期经济责任（离任）审计监察；公司大型投资项目；公司财务预算执行情况、资产负债和损益情况的审计监察；公司财务收支活动的审计监察；公司安排的专项审计。

七、发行人控股子公司、参股子公司情况

（一）控股子公司基本情况

1、宁波丽晶数码科技有限公司

丽晶数码主要从事各类平板显示支架生产和加工，其基本情况如下：

成立时间	2006 年 12 月 1 日
公司类型	有限责任公司（外商投资企业法人独资）
注册资本	1,887.053 万元
实收资本	1,887.053 万元
注册地址	宁波市鄞州区滨海投资创业中心（鄞州区瞻岐镇）
法定代表人	项乐宏
经营范围	新型平板电视支架、音视频线、同轴电缆的制造、加工；自营和代理各类商品的技术的进出口，但国家限定经营或禁止进出口的商品和技术除外，不含进口商品的分销业务。
本公司持股比例	100%

（1）设立情况

经宁波市鄞州区对外贸易经济合作局于 2006 年 11 月 23 日印发的《关于同意宁波丽晶数码科技有限公司合同、章程的批复》（甬鄞外资（2006）264 号）批准，有限公司与丽晶国际共同出资设立丽晶数码。2006 年 11 月 24 日，丽晶数码取得了宁波市人民政府颁发的《中华人民共和国台港澳侨投资企业批准证书》（商外资甬资字[2006]0366 号）。丽晶数码设立时，股权结构及出资情况如下：

股东名称	认缴出资额（万美元）	占注册资本的比例（%）
丽晶时代	187.50	75.00
丽晶国际	62.50	25.00
合 计	250.00	100.00

截止 2008 年 7 月 10 日，丽晶数码收到全体股东分四期缴纳的注册资本合计 250 万美元。历次出资及验资情况如下：

期数	各股东出资情况（美元）		验资方	报告编号
第一期	丽晶时代	319,468.40	宁波正源	正会验（2006）2318 号
	丽晶国际	250,000.00		
第二期	丽晶时代	861,322.32	宁波正源	正会验（2007）2142 号
	丽晶国际	375,000.00		
第三期	丽晶时代	285,693.88	宁波正源	正会验（2008）2094 号
	丽晶国际			
第四期	丽晶时代	408,515.40	江苏天衡	天衡甬验字（2008）031 号
	丽晶国际			

（2）发行人收购丽晶数码 25%股权的具体情况

为了保障发行人业务完整性，发行人决定收购丽晶国际持有的丽晶数码 25% 股权，将丽晶数码全部纳入发行人主体。

2010 年 2 月 26 日，公司全资子公司丽晶（香港）实业与丽晶国际签订《股权转让协议》，并经丽晶数码董事会决议通过，丽晶国际将其持有的丽晶数码 25% 股权转让给丽晶（香港）实业，转让价款以丽晶数码截止 2009 年 12 月 31 日经审计的净资产为依据，股权转让价款为 7,397,454.31 元。

2010 年 3 月 3 日，宁波市鄞州区对外贸易经济合作局出具《关于同意宁波丽晶数码科技有限公司股权转让的批复》（甬鄞外资[2010]27 号）批准本次股权转让事项，并重新颁发了《中华人民共和国台港澳侨投资企业批准证书》。2010 年 3 月 9 日丽晶数码完成工商变更登记。

在丽晶数码完成股东工商变更登记后办理外汇登记证变更时，国家外汇管理局宁波市分局认为丽晶（香港）实业设立不满三年，不符合中外合资企业外汇登记证办理的相关细则，因此丽晶数码在工商变更之后未能办理外汇登记证变更。

为保护公司股东利益，经 2010 年 7 月 16 日公司临时董事会决议决定，并经丽晶数码董事会决议通过，由公司向丽晶（香港）实业收购其所持有的丽晶数码 25% 股权，并将丽晶数码转为内资公司。2010 年 7 月 16 日，公司与丽晶（香港）实业签署《股权转让协议》，股权转让价格为 7,397,454.31 元。

2010 年 7 月 26 日，宁波市鄞州区对外贸易经济合作局出具《关于同意宁波丽晶数码科技有限公司转为内资企业的批复》（甬鄞外资[2010]120 号）批准本次

股权转让事项。2010 年 8 月 16 日，丽晶数码完成补缴税款及工商变更登记，补缴了以往年度享受的外商投资企业所得税优惠，计 293.06 万元。自此，丽晶数码成为公司的全资子公司。

（3）最近一年及一期的主要财务数据

经江苏天衡审计，丽晶数码 2010 年 12 月 31 日总资产为 4,598.53 万元，净资产为 2,839.89 万元，2010 年度营业收入 3,525.52 万元，利润总额 233.02 万元，净利润-119.09 万元。丽晶数码 2011 年 6 月 30 日总资产为 7,339.34 万元，净资产为 2,875.62 万元，2011 年 1~6 月营业收入 2,271.32 万元，利润总额 47.66 万元，净利润 35.73 万元。

2、丽晶（香港）实业有限公司

成立时间	2009 年 1 月 16 日
公司类型	有限责任公司
授权资本	10 万港币
投资总额	20 万美元
股东	宁波乐歌视讯科技股份有限公司
注册地址	香港中环皇后大道中 142-146 号金利商业大厦 7 楼 7A 室
经营范围	音响设备等产品进出口贸易、咨询等商业活动。
本公司持股比例	100%

丽晶（香港）实业系经宁波市鄞州区对外贸易经济合作局于 2008 年 12 月 19 日印发的《关于同意设立丽晶（香港）实业有限公司的批复》（甬外经贸境外函（2008）947 号）批准，由有限公司于 2009 年 1 月 16 日在香港投资设立。

经江苏天衡审计，丽晶（香港）实业 2010 年 12 月 31 日总资产为 139.32 万元，净资产为 94.49 万元，2010 年度营业收入 0 元，净利润-79.99 万元。丽晶（香港）实业 2011 年 6 月 30 日总资产为 82.68 万元，净资产为 82.35 万元，2011 年 1~6 月营业收入 0 元，净利润-12.14 万元。

3、乐歌进出口有限公司

成立时间	2009 年 6 月 17 日
公司类型	有限责任公司（外商投资企业投资）
注册资本	500 万元人民币

实收资本	500 万元人民币
注册地址	宁波市鄞州区姜山镇科技园区
法定代表人	项乐宏
经营范围	自营或代理货物和技术的进出口（但国家限制经营或禁止进出口的货物和技术除外）
本公司持股比例	100%

经宁波市对外贸易经济合作局于 2009 年 6 月 11 日下发的《关于同意合资企业宁波丽晶时代电子线缆有限公司投资境内企业的批复》（甬外经贸资管函[2009]341 号）批准，公司投资 500 万元设立了全资子公司宁波乐歌进出口有限公司。截止 2009 年 6 月 16 日，乐歌进出口已收到股东缴纳注册资本（实收资本）合计人民币 500 万元，全部为货币出资。宁波国信联合对上述出资情况进行了审验，并出具了甬国会验字（2009）041 号验资报告。

经江苏天衡审计，乐歌进出口 2010 年 12 月 31 日总资产为 3,288.01 万元，净资产为 559.41 万元，2010 年度营业收入 17,504.31 万元，实现净利润 66.50 万元。乐歌进出口 2011 年 6 月 30 日总资产为 3,489.29 万元，净资产为 577.60 万元，2011 年 1~6 月营业收入 10,211.45 万元，实现净利润 18.18 万元。

4、宁波聚才电子商务有限公司

成立时间	2010 年 2 月 24 日
公司类型	有限责任公司（法人独资）
注册资本	150 万元
实收资本	150 万元
注册地址	宁波市鄞州区姜山镇科技园区
股东	宁波乐歌视讯科技股份有限公司
法定代表人	项乐宏
经营范围	网上经营家庭视听娱乐产品、家用电器及其配件、针纺织品（上述经营范围不含国家法律法规规定禁止、限制和许可经营的项目）
公司持股比例	100%

聚才电子商务由发行人全资子公司乐歌进出口于 2010 年 2 月 24 日出资 150 万元设立，主要经营电子商务业务。宁波国信联合对上述出资情况进行了审验，并出具了甬国会验字（2010）013 号验资报告。

为突出本公司主营业务，2010年3月10日，乐歌进出口与丽晶电子签署《股权转让协议》，将其持有的聚才电子商务100%股权按原出资额150万元转让给丽晶电子。

由于聚才电子商务在发展电子商务业务过程中，销售的产品类别中涉及到平板显示支架，为避免同业竞争和减少关联交易，完善本公司自营电子商务渠道，经2010年11月24日董事会决议，本公司与丽晶电子签署《股权转让协议》，收购丽晶电子所持有的聚才电子商务100%股权，收购价格为原始出资额150万元。

经江苏天衡审计，聚才电子商务2010年12月31日总资产为147.15万元，净资产为142.42万元，2010年度营业收入9.92万元，净利润-7.58万元。聚才电子商务2011年6月30日总资产为155.46万元，净资产为130.72万元，2011年1~6月营业收入16.84万元，净利润-11.70万元。

5、沃美特（美国）公司

为收集行业信息，贴近客户，掌握海外市场的行业动态，为公司提供海外交流合作机会，寻找潜在客户，经宁波市对外贸易经济合作局“甬境外投资[2010]00119号文”批复，同意乐歌进出口在美国设立子公司，子公司名称为沃美特（美国）公司（英文名称：VOVOMART USA CORP），投资总额120万美元，经营范围为进出口贸易、销售。2010年8月2日，乐歌进出口取得了中国商务部颁发的商境外投资第3302201000132号《企业境外投资证书》。截止本招股书签署日，该子公司还处于筹备阶段，没有开展经营业务。

6、宁波丽晶视听技术研发有限公司（已注销）

成立时间	2008年12月10日
公司类型	有限责任公司（台港澳与境内合资）
注册资本	140万美元
实收资本	21.0494万美元
注册地址	宁波市鄞州区姜山镇科技园区
法定代表人	项乐宏
经营范围	视听产品集成化应用研究开发、视听产品无线化应用研究开发、视听产品网络化应用研究开发。
备注	已注销

丽晶视听系由有限公司和丽晶国际共同出资设立的中外合资企业。2008 年 12 月 9 日该公司取得宁波市人民政府核发的《中华人民共和国台港澳侨投资企业批准证书》（商外资甬资字（2008）388 号），注册资本 140 万美元，由全体股东分期于 2010 年 12 月 9 日之前缴足，其中有限公司和丽晶国际分别认缴 105 万美元和 35 万美元。

由于该公司设立后，未如期开展业务，2010 年 1 月 25 日，丽晶视听董事会通过关于解散公司的决议；2010 年 3 月 30 日，宁波市对外贸易经济合作局印发《关于同意解散合资企业宁波丽晶视听技术研发有限公司的批复》（甬外经贸资管函（2010）193 号），同意对该公司进行注销；2010 年 4 月 2 日，宁波市工商行政管理局核发了准予注销登记通知书。丽晶视听自设立以来未开展任何业务。

丽晶视听的注销程序符合相关法律、法规及规范性文件的要求，在注销过程中依法通知了全体债权人，履行了相关法律程序，不存在逃废债务的情形。

（二）参股公司基本情况

截止本招股说明书签署日，发行人无参股公司。

八、持有发行人 5%以上股份的股东及实际控制人情况

（一）实际控制人情况

公司实际控制人为自然人项乐宏、姜艺夫妇，合计控制本公司的 84.21%的股份，其基本情况如下：

1、项乐宏先生

住所地：浙江省宁波市江东区朱雀一村 41 号

身份证号码：3302271971XXXX233X

国 籍：中国（加拿大永久居留权）

2、姜艺女士

住所地：浙江省宁波市江东区朱雀一村 41 号

身份证号码：3302051974XXXX0622

国 籍：中国（加拿大永久居留权）

(二) 控股股东及其他持有发行人 5% 以上股份的股东情况

1、宁波丽晶电子有限公司

成立时间	1998 年 12 月 4 日
公司类型	有限责任公司
注册资本	100 万元人民币
注册地址	宁波市鄞州区锦寓路 817 号
法定代表人	项乐宏
经营范围	电子电器产品、五金机械、塑料橡胶、化工产品的批发、零售；自营和代理各类货物和技术的进出口业务，但国家限定公司经营或禁止进出口的货物或技术除外；经济技术信息咨询。（上述经营范围不含国家法律法规规定禁止、限制和许可经营的项目）
持股比例	本次发行前持有发行人 38.51% 的股份，为发行人控股股东

丽晶电子系由自然人项惠珠、张修雷于 1998 年 12 月 4 日以现金出资设立，设立时的注册资本为 50 万元，法定代表人为项惠珠，股权结构如下所示：

股东名称	出资金额（万元）	出资比例（%）
项惠珠	30.00	60.00
张修雷	20.00	40.00
合 计	50.00	100.00

注：项惠珠系公司实际控制人项乐宏父亲，张修雷系公司实际控制人姜艺父亲。

2001 年 9 月 1 日，经丽晶电子股东会决议同意，项惠珠、张修雷将其持有的公司股权分别转让给项乐宏、姜艺，法定代表人由项惠珠变更为项乐宏，该次股权转让后的丽晶电子股权结构如下所示：

股东名称	出资金额（万元）	出资比例（%）
项乐宏	30.00	60.00
姜 艺	20.00	40.00
合 计	50.00	100.00

2005 年 5 月 9 日，经丽晶电子股东会决议同意，姜艺将其所持有的丽晶电子 35% 股权转让予项乐宏，该次股权转让后的丽晶电子股权结构如下所示：

股东名称	出资金额（万元）	出资比例（%）
项乐宏	47.50	95.00
姜 艺	2.50	5.00
合 计	50.00	100.00

2009 年 12 月 1 日，丽晶电子股东会作出决议，以未分配利润进行增资，增资后的注册资本由 50 万元变更为 100 万元，此次增资后的丽晶电子股权结构如下所示：

股东名称	出资金额（万元）	出资比例（%）
项乐宏	95.00	95.00
姜 艺	5.00	5.00
合 计	100.00	100.00

2010 年 3 月 10 日，项乐宏与姜艺签署《股权转让协议》，项乐宏将其持有的丽晶电子 35%股权转让予姜艺。该次股权转让后的丽晶电子股权结构如下所示：

股东名称	出资金额（万元）	出资比例（%）
项乐宏	60.00	60.00
姜 艺	40.00	40.00
合 计	100.00	100.00

经宁波国信联合审计，丽晶电子 2010 年 12 月 31 日总资产为 954.49 万元，净资产为 946.81 万元，2010 年度营业收入 0 万元，净利润 257.93 万元。丽晶电子 2011 年 6 月 30 日总资产为 1,401.73 万元，净资产为 1,378.34 万元，2011 年 1~6 月营业收入 0 万元，净利润 431.53 万元。

2、丽晶（香港）国际有限公司

成立时间	2002 年 1 月 11 日
授权资本	1 万港币
注册地址	香港皇后大道中 142-146 号金利商业大厦 7 楼 7A 室
法定代表人	项乐宏
经营范围	股权投资
持股比例	本次发行前持有发行人 30.70%的股权

2002 年 1 月 11 日，项乐宏、姜艺共同在香港出资设立丽晶国际，并分别持有其 60%和 40%股权。2010 年 1 月 19 日，项乐宏与姜艺签署《股权转让协议》，姜艺将其持有的丽晶国际 40%股权转让予项乐宏。目前，项乐宏持有丽晶国际 100%的股权。

报告期内，丽晶国际除持有公司股权外未开展其他任何实业或股权投资业务。2010 年 12 月 31 日，丽晶国际的总资产为 166.69 万美元，净资产为 166.69 万美元，2010 年度丽晶国际实现的净利润为 78.24 万美元。截止 2011 年 6 月 30 日，丽晶国际的总资产为 203.39 万美元，净资产为 203.39 万美元，2011 年 1~6 月丽晶国际实现的净利润为 42.7 万美元（以上财务数据未经审计）。

3、宁波聚才投资有限公司

成立时间	2010 年 3 月 2 日
公司类型	有限责任公司
注册资本	1,200 万元
注册地址	大榭开发区南岗商贸 12 号楼 306 室
法定代表人	姜艺
经营范围	股权投资
持股比例	本次发行前持有发行人 15%的股权

聚才投资股东均为本公司员工，其股权结构如下表所示：

姓 名	任职部门	职务	出资额（万元）	出资比例（%）
姜 艺	总经理	总经理	688.20	57.35
景晓辉	副总经理	副总经理	60.00	5.00
陈 罡	信息中心	IT 总监	30.00	2.50
孙海光	品保部	质量总监	30.00	2.50
蒋周良	国内销售部	副经理	30.00	2.50
黄子华	国内销售部	副经理	30.00	2.50
洪乾坤	工程部	副经理	24.00	2.00
钱月红	国际销售部	业务助理	24.00	2.00
黄晓红	国际销售部	业务助理	24.00	2.00
杨海霞	国际销售部	业务助理	24.00	2.00
李 响	国内销售部	副经理	24.00	2.00

姓 名	任职部门	职务	出资额（万元）	出资比例（%）
程 军	产品研发部	设计工程师	18.00	1.50
陈 旭	信息中心	副经理	15.60	1.30
黄娟娟	采购部	副经理	15.60	1.30
邬旭辉	采购部	副经理	15.60	1.30
潘国炎	设备研发部	设备总监	15.60	1.30
王 斌	综合办公室	副主任	12.00	1.00
施华菁	国际销售部	业务助理	12.00	1.00
蒋晓燕	国际销售部	业务助理	12.00	1.00
胡应英	国际销售部	业务助理	12.00	1.00
曾 燕	国际销售部	业务助理	12.00	1.00
蒋领辉	产品研发部	结构设计	12.00	1.00
陈旭莲	国际销售部	业务助理	12.00	1.00
沈赵峰	生产制造中心	副经理	12.00	1.00
李 妙	国内销售部	经理	12.00	1.00
陈 宏	财务部	副经理	9.00	0.75
泮云萍	CMPD 部	副经理	8.40	0.70
林 涛	产品研发部	副经理	6.00	0.50
合 计			1,200.00	100.00

聚才投资 2010 年设立以来，除持有公司股权外未开展其他任何实业或股权投资业务。2010 年 12 月 31 日，聚才投资的总资产为 1,601.06 万元，净资产为 1,591.06 万元，2010 年度聚才投资实现的净利润为 391.06 万元。截止 2011 年 6 月 30 日，聚才投资的总资产为 1,739.71 万元，净资产为 1,729.71 万元，2011 年 1~6 月聚才投资实现的净利润为 282.65 万元（以上财务数据未经审计）。

（三）发行人控股股东、实际控制人控制的其他企业情况

截止本招股说明书签署日，除丽晶电子、丽晶国际及聚才投资以外，发行人控股股东、实际控制人不存在直接或间接控制的其他企业。

（四）发行人控股股东和实际控制人所持公司股份被抵押、质押或冻结的情况

截止本招股说明书签署日，发行人控股股东及实际控制人所持本公司股份不存在被抵押、质押或冻结的情况。

九、发行人股本情况

（一）本次拟发行股份数量及本次发行前后公司股本结构

截止本招股说明书签署日，公司总股本为 6,000 万股，本次拟公开发行 2,000 万股，发行完成后公司总股本将增至 8,000 万股。本次发行前后公司股本结构如下：

项 目	发行前		发行后	
	股份（万股）	比例（%）	股份（万股）	比例（%）
有限售条件流通股	6,000.00	100.00	6,000.00	75.00
无限售条件流通股	—	—	2,000.00	25.00
合 计	6,000.00	100.00	8,000.00	100.00

（二）本次发行前股东名单、持股比例及在公司任职情况

1、发行人前十名股东名单、所持股份情况

序号	股东名称	持股数量（股）	持股比例（%）
1	丽晶电子	23,106,540	38.5109
2	丽晶国际	18,417,540	30.6959
3	聚才投资	9,000,000	15.0000
4	寇光武	2,040,000	3.4000
5	高 原	2,040,000	3.4000
6	朱 伟	914,580	1.5243
7	滕 春	548,760	0.9146
8	张 俊	457,260	0.7621
9	钟红露	457,260	0.7621
10	金科燕	457,260	0.7621

注：本表格中股东持股比例按本次发行前股本计算。

2、发行人自然人股东的基本情况

本次发行前，公司共计拥有 15 名自然人股东，均为中国国籍、无境外永久居留权。该 15 名自然人股东的基本情况如下表所示：

序号	姓名	性别	身份证号码	住 所
1	寇光武	男	3706021966XXXX5514	山东省烟台市莱山区泉韵南路2号2号楼1单元
2	高 原	男	4201061970XXXX0859	上海市浦东新区东园三村327号
3	朱 伟	男	3302041971XXXX0018	宁波市江东区樟树街48弄77号
4	滕 春	男	3302031967XXXX1214	宁波市海曙区朝阳新村3幢3号
5	张 俊	男	3302271971XXXX6811	宁波市海曙区西郊路779号
6	钟红露	女	3302271982XXXX5424	宁波市鄞州区钟公庙街道宋诏桥村鄞县大道东段999号
7	金科燕	女	3302111982XXXX2022	宁波市鄞州区钟公庙街道芝兰新城12幢43号
8	沈意达	女	3302271980XXXX2507	宁波市江东区福柳路36号6幢21号
9	邬文伟	男	3302041969XXXX1019	宁波市江东区园丁街28弄15号
10	项亚红	女	3302271973XXXX2326	宁波市鄞州区正应街道小花园村13号
11	李 妙	女	3302271982XXXX0024	宁波市鄞州区瞻岐镇合一村20组24号
12	泮云萍	女	3302261984XXXX1921	宁波市江东区朝晖路416弄84号
13	张仲洲	男	3302271981XXXX7311	宁波市北仑区新碶街道兴业大道1号
14	林 涛	男	3302041982XXXX6018	宁波市江东区丹凤三村4幢7号
15	陈 宏	男	3302031971XXXX0319	宁波市海曙区安泰街75弄16号11幢

3、发行人自然人股东的任职情况

发行人15名自然人股东中，12名为公司员工，3名非本公司员工。该12名自然人股东的持股情况及其在公司的任职情况如下表所示：

序号	姓 名	持股数量（股）	持股比例（%）	在公司任职情况
1	朱 伟	914,580	1.5243	副总经理、财务总监、董事会秘书
2	滕 春	548,760	0.9146	采购部经理
3	张 俊	457,260	0.7621	品保部副经理
4	钟红露	457,260	0.7621	国际销售部经理
5	金科燕	457,260	0.7621	国际销售部副经理
6	沈意达	457,260	0.7621	国际销售部副经理
7	邬文伟	457,260	0.7621	综合办公室主任
8	李 妙	320,100	0.5335	国内销售部经理
9	泮云萍	274,380	0.4573	CMPD 部副经理
10	张仲洲	274,380	0.4573	生产制造中心经理
11	林 涛	228,720	0.3812	产品研发部副经理
12	陈 宏	91,440	0.1524	财务部副经理

3 名非公司员工的工作单位及其与公司实际控制人的关系如下表所示：

姓名	持股数量(股)	持股比例(%)	工作单位	与实际控制人项乐宏的关系
寇光武	2,040,000	3.4000	烟台万华聚氨酯股份有限公司	北大 EMBA28 班同学
高原	2,040,000	3.4000	上海东上海国际文化交流有限公司	北大 EMBA28 班同学
项亚红	457,260	0.7621	自由职业	胞妹

(三) 保荐机构对发行人股东情况的核查意见

根据发行人法人股东和各自然人股东作出的声明并经与发行人自然人股东的访谈，以及查阅发行人股东入股时资金划款凭证，保荐机构就发行人股东是否存在委托和代持情况、发行人股东与保荐机构及其他中介机构是否存在关联关系发表核查意见如下：

“经核查，本保荐人确信发行人股东不存在委托和代持的情况；发行人股东与本保荐人及其他中介机构及其出具专业报告的签字人员不存在关联关系。”

(四) 外资股东、风险投资者或战略投资者持股情况

截止本招股说明书签署日，公司外资股东为丽晶国际，其持有本公司 30.6959%的股份，计 18,417,540 股。

截止本招股说明书签署日，公司无风险投资者或战略投资者持股的情况。

(五) 本次发行前各股东间的关联关系情况

截止本招股说明书签署日，公司各股东之间存在的关联关系情况如下：公司股东项亚红为公司实际控制人之一、间接股东项乐宏的胞妹。除上述关联关系外，公司各股东之间不存在关联关系。

(六) 本次发行前公司股东所持股份流通限制和自愿锁定股份承诺

本公司控股股东丽晶电子承诺：自公司股票上市之日起三十六个月内，不通过包括但不限于签署转让协议、进行股权托管等任何方式，减少所持有或实际持有的宁波乐歌股份（包括由该部分股份派生的股份如送红股、资本公积金转增等）；亦不通过由宁波乐歌回购所直接或间接持有股份等方式，减少所持有或者

实际持有的公司股份。上述三十六个月期满后，公司所有股东自愿承诺在其后三十六个月内，每十二个月内转让的股份不超过其于宁波乐歌首次公开发行股票并上市之日（包括该日）起满三十六个月之日所持有或实际持有公司股份总数的三分之一（从二级市场买入的股票不受此限制）。

本公司实际控制人项乐宏、姜艺分别作出承诺：自公司股票上市之日起三十六个月内，不通过签署转让协议、进行股权托管等任何方式，减少本人所持有或实际持有的宁波乐歌股份（包括由该部分股份派生的股份如送红股、资本公积金转增等）；亦不通过由宁波乐歌回购本人所直接或间接持有股份等方式，减少本人所持有或者实际持有的宁波乐歌股份。上述三十六个月期满后，在本人担任公司董事、监事或高管期间，每年转让的股份不超过本人所持有宁波乐歌股份总数的 25%；离职后半年内，不转让本人所持有的宁波乐歌股份。上述三十六个月期满后，股份转让除遵守国家相关法律法规及政策规定及上述承诺外，本人自愿承诺在其后三十六个月内，每十二个月内转让的股份不超过本人于宁波乐歌首次公开发行股票上市之日（包括该日）起满三十六个月之日所持有或实际持有公司股份总数的三分之一（从二级市场买入的股票不受此限制），即每十二个月内转让的股份限额为：宁波乐歌上市之日（包括该日）起满三十六个月之日本人持有或实际持有的宁波乐歌全部股份 $\times$ 三分之一（从二级市场买入的股票不受此限制）。

本公司其他 15 位自然人股东寇光武、高原、朱伟、滕春、张俊、钟红露、金科燕、沈意达、邬文伟、项亚红、李妙、泮云萍、张仲洲、林涛、陈宏以及其他两名法人股东丽晶国际、聚才投资分别作出承诺：自公司股票上市之日起三十六个月内，不通过签署转让协议、进行股权托管等任何方式，减少本人（本公司）所持有或实际持有的宁波乐歌股份（包括由该部分股份派生的股份如送红股、资本公积金转增等）；亦不通过由宁波乐歌回购本人（本公司）所直接或间接持有股份等方式，减少本人（本公司）所持有或者实际持有的宁波乐歌股份。上述三十六个月期满后，股份转让除遵守国家相关法律法规及政策规定及上述承诺外，自愿承诺在其后三十六个月内，每十二个月内转让的股份不超过其于宁波乐歌首次公开发行股票并上市之日（包括该日）起满三十六个月之日所持有或实际持有公司股份总数的三分之一（从二级市场买入的股票不受此限制），即每十二个月内转让的股份限额为：宁波乐歌上市之日（包括该日）起满三十六个月之日本人（本公司）持有或实际持有的宁波乐歌全部股份 $\times$ 三分之一（从二级市场买入的

股票不受此限制)。

同时作为公司董事、监事和高级管理人员的股东承诺：自公司股票上市之日起满三十六个月后，在本人担任公司董事、监事或高级管理人员期间，每年转让的股份不超过本人所持有宁波乐歌股份总数的 25%；离职后半年内，不转让本人所持有的宁波乐歌股份。在申报离任六个月后的十二个月内通过证券交易所挂牌交易出售公司股票数量占其所持有公司股票总数的比例不得超过 50%。

十、发行人内部职工股的情况

公司自成立以来，未发行过内部职工股，不存在内部职工股的情况。

十一、工会持股、职工持股会、信托持股、委托持股的情况

截止本招股说明书签署日，公司不存在工会持股、职工持股会持股、信托持股及委托持股等情况，亦不存在股东数量超过相关法律、法规限制的情形。

十二、发行人员工及其社会保障情况

（一）员工人数及变化情况

截止 2011 年 6 月 30 日，公司共有在职员工 712 人。报告期内公司人员变化情况如下：

2011-6-30	2010-12-31	2009-12-31	2008-12-31
712 名	861 名	430 名	304 名

（二）员工专业结构

截止 2011 年 6 月 30 日，公司员工的专业结构情况如下：

专业类别	人数（名）	占总人数比例（%）
管理人员	65	9.13
技术、研发人员	72	10.12
营销服务人员	55	7.72
生产、工艺、质量控制人员	520	73.03
合 计	712	100.00

（三）员工受教育程度

截止 2011 年 6 月 30 日，公司员工的受教育程度情况如下：

学历类别	人数（名）	占总人数比例（%）
硕士及以上	6	0.84
本科	70	9.83
大专	70	9.83
大专以下	566	79.49
合 计	712	100.00

（四）员工年龄分布

截止 2011 年 6 月 30 日，公司员工的年龄分布情况如下：

年龄分布	人数（名）	占总人数比例（%）
30 岁及以下	444	62.36
31~40 岁	177	24.86
41~50 岁	77	10.81
51~60 岁	11	1.54
61~65 岁	3	0.42
合 计	712	100.00

（五）发行人执行社会保障制度、医疗制度情况

本公司依照《中华人民共和国劳动法》以及主要生产经营所在地的地方政府相关法规，与全体员工签订了劳动合同，双方按照劳动合同享受相应的权利和履行相应的义务。本公司员工的福利和劳动保护均按照国家与地方政府的有关规定执行。

1、发行人执行社会保障制度的情况

公司全体员工均参加了职工社会保险，包括养老、医疗、工伤、失业、生育等险种，缴纳方式分为城镇社会保险和外来人员综合保险。其中城镇社会保险由本公司和员工双方缴纳，外来人员保险则全部由本公司缴纳。

公司执行的城镇社会保险主要参照的法律依据如下表：

保险种类	法律依据
养老保险	《浙江省职工基本养老保险条例》、《浙江省人民政府关于当前城镇职工基本养老保险若干问题的通知》、《宁波市职工低标准养老保险暂行办法》
医疗保险	《宁波市城镇职工基本医疗保险规定》、《宁波市城镇职工基本医疗保险实施意见》
失业保险	《浙江省失业保险条例》、《宁波市人民政府关于贯彻实施〈浙江省失业保险条例〉有关问题的通知》
生育保险	《宁波市城镇企业职工生育保险暂行办法》
工伤保险	《工伤保险条例》、《浙江省人民政府关于贯彻执行〈工伤保险条例〉有关事项的通知》、《宁波市人民政府关于贯彻执行〈工伤保险条例〉有关事项的通知》、《宁波市企业职工工伤保险暂行办法》

发行人及其子公司按照宁波市人民政府《关于印发宁波市外来务工人员社会保险暂行办法的通知》、《宁波市外来务工人员社会保险实施细则》为公司外来务工人员缴纳社会保险。

2011年6月30日，公司社保具体缴费比例情况如下表：

保险种类	城镇社会保险		外来人员综合保险	
	公司缴费比例	职工个人缴费比例	公司缴费比例	职工个人缴费比例
养老保险	12%	8%	13%	-
医疗保险	11%	2%	2.5%	-
失业保险	2%	1%	2%	-
生育保险	0.70%	-	0.7%	-
工伤保险	0.4%/1.2%	-	0.4%/1.2%	-

注：工伤保险中 0.4%为宁波乐歌的缴费比例，1.2%为丽晶数码的缴费比例。

(1) 报告期内公司缴纳的社会保险金额明细如下表：

类 别	2011 年 1~6 月	2010 年度	2009 年度	2008 年度
养老保险（元）	740,419.52	1,245,326.50	518,639.70	573,231.03
医疗保险（元）	367,083.72	641,035.05	266,045.90	218,488.20
失业保险（元）	84,414.32	186,166.40	79,627.50	71,530.50
生育保险（元）	50,571.72	84,162.00	39,119.70	28,602.40
工伤保险（元）	149,277.81	76,901.60	30,054.80	20,797.00
合 计	1,391,767.09	2,233,591.55	933,487.60	912,649.13

(2) 报告期内公司缴纳的社会保险人数明细如下表:

项 目	2011 年 6 月末	2010 年末	2009 年末	2008 年末
员工总数	712	861	430	304
城镇社会保险缴纳人数	151	248	141	120
外来人员综合保险缴纳人数	509	550	303	167
缴纳总人数	660	798	444	287

注: 报告期各年末有少数员工为新进或离职, 由于劳动合同的签订及解除与社保缴纳手续的办理及解除存在跨月情况, 导致按年末时点数统计的员工人数和社保缴纳人数出现不一致的情况。

2011 年 7 月 11 日, 宁波市鄞州区劳动和社会保障局出具证明: “本公司在报告期内严格遵守国家和地方有关劳动及社会保障的法律、法规, 依法及时、足额为本公司员工缴纳养老、失业、医疗、生育、工伤等社会保险或外来务工人员社会保险金, 无欠缴、漏缴行为。”

2、发行人执行住房公积金管理制度的情况

根据《浙江省人民政府关于进一步加强城镇住房保障体系建设的若干意见》和《浙江省人民政府办公厅转发省建设厅等部门关于加强住房公积金管理若干问题意见的通知》的规定, 浙江省对企业住房公积金政策采取逐步推进各类企业建立住房公积金的制度, 鼓励支持非公有制企业逐步建立住房公积金制度的政策。

根据上述规定, 公司自 2010 年 5 月开始为职工建立住房公积金制度, 并逐步扩大住房公积金缴纳范围。公积金的缴费比例由公司和员工各承担 10%。2010 年及 2011 年 1~6 月公司分别为 220 名和 235 名宁波市本地常住人口缴纳住房公积金, 分别支付 210,960 元和 191,664 元。

对于非本地常住人口的员工, 由于公积金缴纳后员工无法提取等政策因素, 在确保员工利益优先的前提下, 根据逐步推进的原则, 公司从 2010 年 7 月起采用直接发放住房补贴(每月 200 元/人)的办法进行补助。2010 年及 2011 年 1~6 月分别支付 44.64 万元和 36.15 万元。

2011 年 7 月 11 日, 宁波市鄞州区住房公积金管理中心出具证明: “本公司遵守国家和地方有关住房公积金管理的法律、法规及规章, 依法、及时为符合条件

的公司员工缴纳住房公积金。”

针对发行人社保缴纳及住房公积金的缴纳情况，发行人控股股东丽晶电子和实际控制人项乐宏夫妇于 2011 年 1 月出具《关于宁波乐歌视讯科技股份有限公司社保及住房公积金相关事项的承诺函》承诺：如果发行人及其子公司所在地有关社保主管部门或公积金主管部门在任何时候依法要求发行人补缴在其本次发行之前任何期间内应缴的社会保险费用(包括但不限于养老保险、医疗保险、失业保险、工伤保险、生育保险五种社会保险)和住房公积金费用，丽晶电子和项乐宏夫妇承诺将全额承担该部分补缴和被追偿的损失，保证发行人不因此遭受任何损失。

经核查，保荐机构认为：通过查阅公司和员工签订的劳动合同人员名册、缴纳社保及公积金的缴款凭证和宁波市鄞州区劳动和社会保障局及住房公积金管理中心证明，认为发行人已按国家有关法律、法规和当地政策的有关规定为其员工缴纳了社会保险和住房公积金，符合当地政策的有关规定；发行人未因违反社保及住房公积金管理方面法律、法规、规章的相关规定而受到行政处罚。发行人社保及公积金的缴纳事宜不会对发行人本次公开发行股票构成实质性障碍。

国浩律师核查后认为：发行人已按国家有关法律、法规和当地政策的有关规定为其员工缴纳了社会保险和住房公积金，符合当地政策的有关规定，未因违反社保及住房公积金管理方面法律、法规、规章的相关规定而受到行政处罚。鉴于发行人控股股东和实际控制人已就上述社保及公积金缴纳出具了承诺，本所律师认为，发行人社保及公积金的缴纳事宜不会对发行人本次公开发行股票构成实质性障碍。

十三、发行人主要股东及作为股东的董事、监事、高级管理人员 承诺及履行情况

（一）股份锁定承诺

公司实际控制人、全体股东以及作为股东的董事、监事、高级管理人员已就其所持股份的流通限制做出自愿锁定股份的承诺。详见本招股说明书“重大事项提示”部分相关内容。

（二）避免同业竞争和利益冲突

公司控股股东丽晶电子和实际控制人项乐宏、姜艺夫妇已向公司出具了《关于避免同业竞争的承诺函》，具体内容参见本招股说明书“第七节 同业竞争与关联交易”之“一、同业竞争”中的相关内容。

第六节 业务和技术

本公司所处行业为平板显示支架行业。进入本世纪以来，随着社会发展信息化、数字化进程的不断加速，在显示平板化的大趋势下，平板显示支架行业逐渐兴起并快速成长。本行业属于新兴行业。

平板显示支架是与平板显示设备配合使用的新型支架产品，主要在实现对平板显示设备基本承载功能的基础上重点满足人们对健康舒适的视觉体验和信息快速获取的需要，实现平板显示设备在功能性、时尚性、个性化等方面的完美延伸。

近年来，除家用平板电视领域外，平板显示支架已全面应用于商务办公、教育、金融、医疗、文化娱乐、现代物流、高端装备制造、安防监控等新兴领域。图示说明平板显示支架在新兴领域的具体应用如下：



本公司是国内主要的平板显示支架制造商，目前的主要产品为平板电视支架，并逐渐向商务及其他专业应用领域拓展。多年来公司通过 ODM/OEM 的方

式与国外知名支架品牌商建立了业务关系，在国际市场上显示了较强的竞争力，并以此为基础打造公司自身的“乐歌 Loctek”品牌。目前，“乐歌 Loctek”品牌支架已进入北美、欧洲、澳大利亚、中东及我国国内市场，并在业内具有了一定的知名度和美誉度。

2005 年以来，公司一直专注于平板显示支架的研发与推广应用，主营业务及主要产品未发生变更。

一、发行人所处行业概况

（一）行业管理体制和行业政策

1、行业管理体制及主管部门

公司属于平板显示支架行业。行业行政主管部门为国家工信部，其对该行业的管理仅限于宏观管理，行业遵循市场化的管理模式。本行业的行业引导和服务职能由中国电子视像行业协会和中国模具工业协会承担，公司是中国电子视像行业协会和宁波模具工业协会团体会员。

公司所处行业属于市场化程度较高的行业，企业的业务管理和生产经营完全按照市场化的方式运作。

2、行业主要法律法规及产业政策

本行业属于新兴行业，国家有关部门尚未制订直接的行业法律法规及产业政策。本行业关联产业的法律法规及产业政策对本行业的发展具有较大影响，具体分析如下：

（1）中共中央办公厅、国务院办公厅印发的《2006~2020 年国家信息化发展战略》，明确提出“大力推进信息化，是覆盖我国现代化建设全局的战略举措”，到 2020 年，我国信息化发展的战略目标是，综合信息基础设施基本普及，国民信息技术应用能力显著提高，为迈向信息社会奠定坚实基础。

（2）2009 年 4 月，国务院办公厅下发《电子信息产业调整振兴规划》，明确提出“突破集成电路、新型显示器件、软件等核心产业的关键技术”属于实现产业调整和振兴的三大重点任务之一，“统筹规划、合理布局，以面板生产为重点，完善新型显示产业体系”。

(3) 国家工信部及发改委印发的《2010~2012 年平板显示产业发展规划》明确：合理控制规模，引导产业布局，统筹内外发展，加强自主创新，推动产业配套，完善产业政策，推动我国平板显示产业持续健康发展。国家将把平板显示产业列入战略性新兴产业范畴当中，将予以重点支持。

(4) 2010 年国家发改委印发的《关于 2010 年继续组织实施彩电产业战略转型产业化专项的通知》（发改办高技[2010]1065 号）中明确指出，鼓励配套材料企业根据面板、模组生产企业的需求，提升自主创新能力，实现关键配套材料规模化生产，并对新一代显示技术 AM-OLED（有机发光二极管）的研发和产业化提出了新的要求。这预示着我国平板显示产业将进入新一轮加速发展阶段，也将积极带动平板显示支架行业的发展。

(5)《财政部关于印发<家电下乡补贴资金管理办法>的通知》（财建[2008]709 号）及《关于印发〈家电以旧换新实施办法〉的通知》（财建[2009]298 号）等，将彩电纳入家电下乡推广范围，并在 28 个省市试点家电以旧换新政策。

(6) 行业法律法规主要是 RoHS 指令：欧盟在 2006 年 7 月 1 日起全面实施《关于在电气电子设备中限制使用某些有害物质指令》（简称 RoHS 指令），各欧盟成员国确保投放于市场的新电子和电器设备不包含铅（Pb）、汞（Hg）、镉（Cd）、六价铬（Cr6+）、多溴二苯醚（PBDE）、多溴联苯（PBB）。中国的《电子信息产品污染控制管理办法》自 2007 年 3 月 1 日开始实施，规定了与欧盟 RoHS 指令相同的六种有害物质不得含有。美国加州《电子废物再生法》是美国最严的 RoHS 法规，2007 年 1 月 1 日起强制生效，规定了铅、汞、镉、六价铬等四种重金属物质不得含有。本公司的产品 95%左右销往海外，其中欧美市场占比一半以上，本公司产品为电子电气设备的配套产品，必须遵循当地的 RoHS 指令。

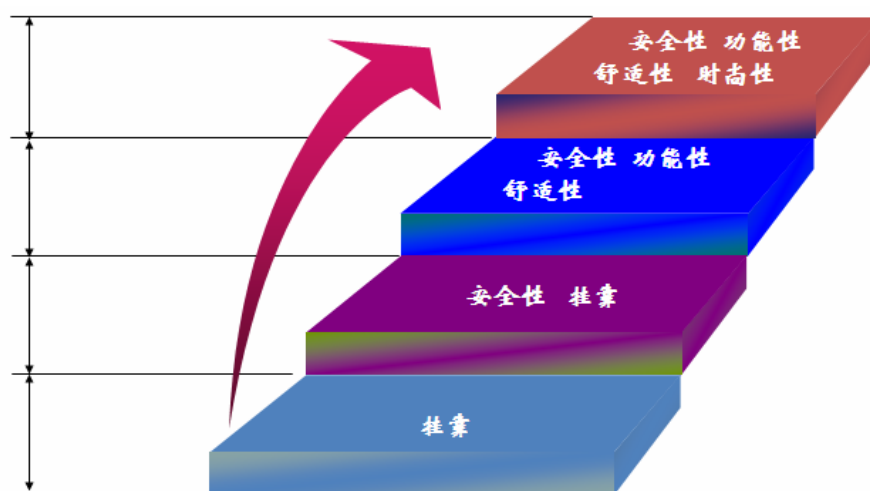
（二）行业基本情况

1、平板显示支架

平板显示支架是与平板显示设备配合使用的新型支架产品。平板显示设备是指显示屏对角线的长度与整机厚度之比大于 4: 1 的显示器件，包括等离子体显示器（PDP）、液晶显示器（LCD）、发光二极管显示器（LED）及有机发光二极管显示器（OLED）等。

按照产品形态的不同，平板显示支架可以分为壁挂式支架、桌面式支架、吊式支架、立式支架等；按照功能的不同，平板显示支架可以分为固定型支架和功能型支架；按照平板显示设备的不同，平板显示支架可以分为平板电视支架、PC显示支架、商用信息显示支架及专业显示支架等。

本世纪初，平板显示设备进入加速普及阶段，平板显示支架行业得以形成。近年来，平板显示支架经历了从固定型向功能型，从厚重、单一色彩向轻薄灵活、时尚性、舒适性的演变。消费者对平板显示支架需求升级趋势如下图所示：



2、行业及产品特点

（1）产品需求个性化

平板显示支架特别是功能型支架具有自主消费品特性，其最终客户主要为消费者，由消费者独立购买，并与平板显示设备配合使用。消费者需求的个性化、多样化是引领本行业发展的基本驱动力。本行业企业必须具有强大的自主研发实力，对市场变化保持敏锐的洞察力，不断的进行新产品研发设计，满足不同客户的市场需求。

（2）产品应用领域广泛

本行业是随着平板显示的兴起而出现，随着平板显示的发展而发展。随着全球范围内社会发展信息化与数字化进程的不断加速，在显示平板化的大趋势下，平板显示已逐渐实现从家用平板电视领域向其他领域的渗透。目前，平板显示支架已广泛应用于家用平板电视、商务办公、教育、金融、医疗、文化娱乐、现代物流、高端装备制造、安防监控等各个领域。

（3）精密制造工艺

平板显示支架的安全性、耐用性直接影响其所承载设备的正常使用，因此本行业对产品安全性与耐用性有较高的技术要求。比如，UL 产品认证要求平板电视支架至少需要经受额定承重的 4 倍以上。产品的安全性、耐用性水平主要取决于产品功能部件精密制造工艺水平的高低。精密制造工艺水平则需依靠精确设计、精密模具和精密加工工艺来实现。除产品的安全性与耐用性外，平板显示支架的产品价值还体现在美观的外形上，这主要由外形创意设计水平和精密表面处理工艺水平决定。高端平板显示支架必须利用先进的精密表面处理技术完善细节处理，以满足消费者对生活品质的追求。

（4）生产经营全过程柔性组织与柔性管理

平板显示支架的最终用户群体主要为消费者，其消费个性化与多样化的特点从根本上决定了平板显示支架产品在生产方面具有多品种、小批量的特性。为了提高产品品质、控制生产成本、满足客户对交货期的要求等，本行业企业必须在组织市场分析、产品设计、样品研发、结构件制造及产品组装等各个方面具有生产经营全过程柔性组织与柔性管理的能力。

3、市场发展状况和发展前景

平板显示支架行业是伴随平板电视及其他平板显示设备的普及而诞生的新兴行业，其行业生命周期处于成长期。平板显示设备行业的发展状况及市场容量决定了平板显示支架行业的发展状况与趋势。

在显示平板化的大趋势下，伴随着新的显示技术如 3D、触摸式、LED 的出现和应用，除家庭用平板电视外，平板显示设备应用领域的深度和广度的不断拓展，市场前景广阔。

平板显示支架各应用领域的发展状况及发展前景分析如下：

（1）平板电视支架

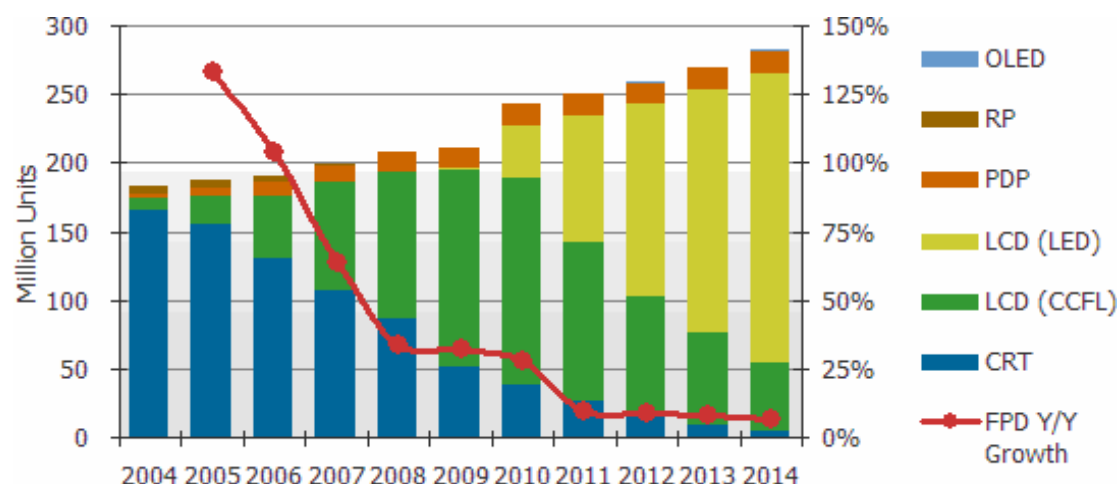
传统 CRT 显像管电视体积较大、质量较重，能耗也较高，其最大尺寸在 34 英寸左右。平板电视则具有轻薄、低能耗、高清等特点。平板电视可以挂在墙壁上以节省空间，达到完美的视觉效果，显示屏可以做到 60 英寸、84 英寸甚至更大，极大的提升了人们的观看效果。因此平板电视在全世界范围内迅速发展普及，

传统 CRT 电视走向衰落。目前，发达国家已基本完成平板电视的普及，已经进入由传统 LCD、PDP 平板电视向 LED、网络平板电视过渡的升级换代过程中。以中国、拉美地区国家为代表的新兴市场国家正处于传统 LCD、PDP 平板电视的加速普及当中。根据 DisplaySearch 2010 年《全球电视出货调查报告》，2010 年全球平板电视出货量达到 2.08 亿台，未来几年全球平板电视总体需求将保持持续增长，将为平板电视支架行业带来巨大的商机和广阔的市场前景。全球及中国平板电视支架具体需求情况分析如下：

① 全球平板电视及平板电视支架需求情况

2004~2014 年，全球电视市场按电视类型出货量与年增长趋势如下图所示：

（单位：百万台）



（以上数据来源：DisplaySearch，2010《全球电视出货调查报告》）

由上图可知，全球传统 CRT 电视的出货量持续下降，预计 2015 年将被市场完全淘汰；平板电视（LCD、LED、PDP）快速增长，自 2008 年起占据了全球电视市场 50%以上的出货量；LED 电视自 2010 年起进入高速增长期。

全球（含中国）平板电视支架的市场容量现状及预测如下：

项 目	2010 年	2011 年	2012 年	2013 年	2014 年
平板电视需求量（万台） 注 1	20,800	22,500	24,500	26,000	28,000
平板电视支架消费比例（%） 注 2	50%	50%	50%	50%	50%
平板电视支架需求量（万套） 注 3	10,400	11,250	12,250	13,000	14,000
其中：固定型支架需求量（万套）	5,200	5,625	6,125	6,500	7,000
功能型支架需求量（万套）	5,200	5,625	6,125	6,500	7,000

注 1：数据来源 DisplaySearch，2010 年《全球电视出货调查研究报告》。

注 2：平板电视支架消费比例是指购买平板电视的消费者选择支架的比例，根据全球不同市场消费水平、消费习惯估计消费比例 50%，具体估算过程见本节“二、公司在行业中的竞争地位”的相关内容。

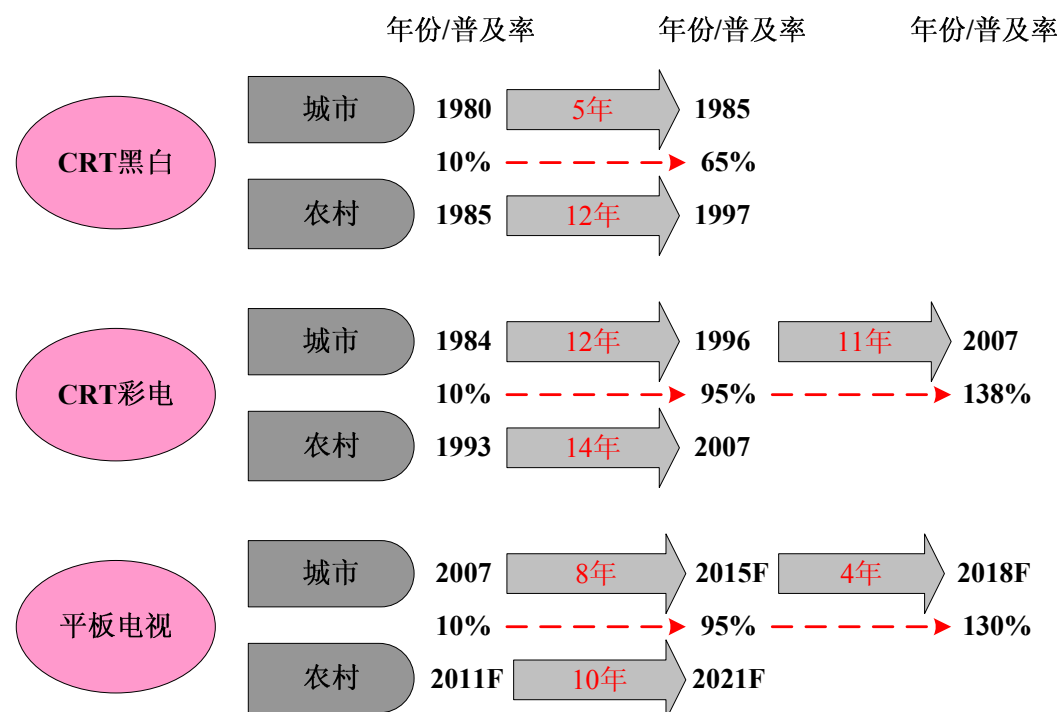
注 3：固定型支架和功能型支架消费比例按 1:1 测算。

② 国内平板电视及平板电视支架需求情况

目前我国平板电视普及率较低，2009 年末我国平板电视普及率如下：

项 目	一二级市场	三四级市场	城市	农村	全国
家庭数（亿）	1.3	0.6	1.9	2.2	4.2
户均彩电拥有量（台）	1.4	1.4	1.4	1.0	1.2
彩电保有量（亿台）	1.8	0.9	2.6	2.2	4.9
平板电视保有量（亿台）	0.4	0.1	0.5	0.0	0.5
平板电视普及率（按保有量计算）	23%	14%	20%	0%	11%
平板电视普及率（按家庭计算）	32%	19%	28%	0%	13%

我国彩电的普及历程及未来普及率预测情况如下图所示：



（以上数据来源：联合证券研究所、彩电行业研究报告）

我国CRT彩电的普及经历了两次高峰期。CRT彩电普及率从10%提升到95%，

城市和农村分别用了12年和14年。目前我国正经历平板电视的第三次大规模普及高峰，预计城市和农村分别用8年和10年即可完成平板电视普及率从10%到95%的进程。随着平板电视技术的成熟及液晶面板价格的下降，尤其是2011年下半年国内首条自主建设的京东方液晶面板8.5代线的量产，将彻底打破我国大尺寸液晶面板几乎全部依赖进口的局面，届时平板电视的价格将会大幅下降；另外，随着“十二五”规划提出的居民收入倍增计划及深入推进新农村建设，全面繁荣农村经济，促进农民收入增长计划的实施，我国居民尤其是广大农民可支配收入预期将大幅增加，以上因素将进一步加快国内尤其是农村市场平板电视的普及进度和家庭拥有量。

根据DisplaySearch《中国电视市场专题研究报告》预计，在平板电视速度发展如此之快的形势下，中国平板电视的出货量将从2009年的近3,000万台大幅增长到2014年的5,900万台，年增长率为14%，平板电视将主导市场。据DisplaySearch预估，在未来的5~10年中，中国有超过4亿台的CRT电视面临升级换代需要。如果考虑家庭拥有量的提高，按照我国目前4.2亿家庭测算，未来几年预计家庭电视拥有量将从2009年的户均拥有电视1.2台提高到2台（即客厅1台，卧室1台），则平板电视增量需求将达到3.36亿台。

目前在国内平板电视普及过程中，受消费水平和消费习惯影响，消费者更倾向于选择传统底座而不是选择平板电视支架，因此国内平板电视支架消费比例较发达国家成熟市场要低。根据国家家电维修协会统计数据表明，购买平板电视的消费者中约40%选择平板电视支架。如果按照上述比例测算，则未来几年国内平板电视支架的市场容量预测如下：

表 1：按照 40%平板电视支架消费比例测算

项 目	2011 年	2012 年	2013 年	2014 年
平板电视需求量（万台） 注 1	4,000	4,500	5,100	5,900
平板电视支架消费比例（%）	40%	40%	40%	40%
平板电视支架需求量（万套） 注 2	1,600	1,800	2,040	2,360
其中：固定型支架需求量（万套）	800	900	1,020	1,180
功能型支架需求量（万套）	800	900	1,020	1,180

注 1：数据来源 DisplaySearch，2010 年《全球电视出货调查报告》。

注 2：固定型支架和功能型支架消费比例按 1:1 测算。

随着国内平板电视的加速普及以及居民消费水平提升和消费升级，对于健康舒适视觉体验的要求会促使更多的消费者选择平板电视支架而不是底座。如果按照未来家庭户均拥有 2 台平板电视测算，其中客厅电视 50% 消费者选择平板电视支架，卧室电视消费者绝大部分选择平板电视支架，则平板电视支架消费比例将达到 75%。如果按照该比例测算，则未来几年国内平板电视支架的市场容量预测如下：

表 2：按照 75% 平板电视支架消费比例测算

项 目	2011 年	2012 年	2013 年	2014 年
平板电视需求量（万台） 注 1	4,000	4,500	5,100	5,900
平板电视支架消费比例（%）	75%	75%	75%	75%
平板电视支架需求量（万套） 注 2	3,000	3,375	3,825	4,425
其中：固定型支架需求量（万套）	1,500	1,688	1,913	2,213
功能型支架需求量（万套）	1,500	1,688	1,913	2,213

注 1：数据来源 DisplaySearch，2010 年《全球电视出货调查报告》。

注 2：固定型支架和功能型支架消费比例按 1:1 测算。

（2）PC 显示支架

① 桌面 PC 显示支架

随着全球经济的逐步复苏，桌面 PC 产品由于消费周期较短，同时受新产品的带动效应和消费者消费观念进一步升级影响，全球桌面 PC 市场表现出稳定的增长趋势。据美国市场研究公司 Gartner 预计 2010 年全球 PC 销量将同比增长 19.2%，从 2009 年的 3.083 亿台增至 3.678 亿台。同时根据 Goldman Sachs 调研预测，由于来自于现有商用 PC 市场的产品更新替换的强劲影响，2010 年和 2011 年全球 PC 市场将保持 17%~18% 的增长。根据高盛高华出具的相关研究报告预测，2011 年全球桌面 PC 需求量将达到 1.49 亿台。

目前单独购买桌面 PC 显示支架的消费者主要集中在企业用户和中高端个人用户，如按 10%~20% 的桌面 PC 消费者选择购买显示支架，则未来几年国内桌

面 PC 显示支架年均需求量在 1,500 万套以上。

② 平板电脑支架

自从 iPad 上市以来，凭借其强大品牌影响力极大的带动了人们对平板电脑的消费需求，各大 PC 制造商陆续推出平板电脑产品。在 iPad 的带动下，平板电脑市场未来两年增长速度将是所有高端电子终端产品中最快的。根据高盛高华证券研究报告，预计 2011 年和 2012 年全球平板电脑发货量将分别达到 6,010 万台和 8,030 万台。如果 10%~30% 消费者选择平板电脑支架，则 2011 年和 2012 年平板电脑支架需求量将达到 600~1,800 万套和 800~2,400 万套。

（3）商用信息显示支架

进入 21 世纪以来，在显示平板化的大趋势下，伴随着嵌入式操作系统、多媒体、云计算以及物联网技术的发展，商业信息平板显示终端开始进入人们生活的各个方面。在证券、银行、文化教育、体育、休闲娱乐、广告、商业连锁、机场酒店等各个领域，商用信息平板显示终端已作为主要的信息发布渠道为人们所接受，同时随着广告、传媒行业的快速发展，商用信息平板显示终端作为数字标牌产品在大型品牌连锁市场、机场、酒店等领域已经广泛应用，用于发布信息和广告。

根据奥维咨询（AVC）预测，2011 年中国平板商用显示终端市场销量规模将达 363 万台，销售额规模将突破 100 亿元，其中大型商用平板信息显示器市场销售额规模将达 57 亿元。

商用平板信息显示终端绝大部分需要通过平板显示支架进行固定挂靠。商用平板信息显示终端的广泛应用和快速发展必将使得商用信息显示支架保持长期持续快速增长。

（4）专业显示支架

平板显示支架除了广泛应用于人们日常工作生活的各个领域外，还逐渐应用于医疗器械、专用工业设备等其他专业领域，显示出强大的应用领域渗透力。虽然这些领域的市场容量相对较小，但产品技术要求高、附加值大，是平板显示支架行业的新增长点。以医疗器械领域为例，目前全球医疗器械市场的规模约为 3,500 亿美元。其中放疗、药物递送、医用成像、体外诊断等占据约 52% 市场份

额的医疗器械需要支架产品。根据我国医疗器械协会的统计数据，2009 年全球医疗器械销售额约占全球医药行业的 42%，而我国的相应比例则仅为 14%。随着近年来人们对身体健康状况的日益关注，在新医改政府投资和建立基层医疗卫生体系的推动下，我国每年医疗器械需求有望增加 1,000 亿元（数据来源：国元证券 2011 年策略报告）。

4、行业竞争格局及行业内的主要企业

从全球平板显示支架消费市场来看，美国、欧洲等发达国家和地区由于经济发展水平高，平板显示设备已经基本完成普及，是平板显示支架目前全球主要消费市场，其行业成熟度较高，发展相对成熟、增长平稳；而拉美、中东和亚太地区则属于新兴市场，发展潜力大、增长速度快。随着新兴市场经济的进一步发展及消费理念的全面升级，新兴市场国家将成为未来平板显示支架的主要消费市场之一。

（1）海外市场的行业竞争格局及主要企业

① 国际顶级专业平板显示支架品牌商

平板显示支架行业的国际大型顶级专业公司主要包括美国 Milestone 公司、荷兰 Vogel's 公司、美国 Peerless 公司等，知名品牌主要有“CHIEF”、“SANUS”、“VOGEL'S”以及“PEERLESS”等，这些品牌市场认可度较高，产品附加值较大，占据了主要的大型超市销售渠道。海外市场主要企业简要介绍如下表所示：

公司名称	品 牌	成立时间	备 注	主要渠道
美国 Milestone	Chief	1980 年 左右	该公司是美国同行业内最大的公司，于 2004 年由 Chief 和 Sanus 两家公司合并成立，系华尔街风险资本投资的公司，年销售收入约 1.8 亿美元。该公司在荷兰埃因霍温、我国香港及深圳均设有办事处，主要在美国完成造型设计、结构设计及测试认证后，在中国生产。	Chief 主攻美国专业安装市场，Sanus 主攻零售市场，主要进入 Bestbuy、Target、Walmart 等大型电子类和综合超市渠道。
	Sanus			
荷兰 Vogel's	Vogel's	1975 年 左右	该公司系家族企业，是欧洲同行业内最大的公司，年销售收入约 8,000 万欧元，主要是在荷兰本土完成造型设计、结构设计及测试认证后，在中国生产。	在 Mediamart（德国最大的电子类超市）等大型电子类和综合超市渠道进行销售。

公司名称	品 牌	成立时间	备 注	主要渠道
美国 Peerless	Peerless	1940 年	该公司是家族企业，在美国芝加哥拥有 5 万平方米的生产厂房，年销售收入约 8,000 万美元。其产品约 50%在美国本土生产，50%从我国进口。	客户主要为专业安装公司和电视机厂商。

② 区域性品牌经销商或渠道经销商

除上述国际排名前三的全球知名品牌商以外，还存在大量区域性知名品牌经销商或渠道经销商（通常拥有自己品牌），上述品牌经销商和渠道经销商通常没有生产基地，但拥有电子类消费品销售渠道资源或者品牌资源，采用与平板电视支架生产制造商合作的方式进行产品和品牌推广。公司 2010 年前 15 客户中，除第七名 Peerless 以外，均属于该类客户。

（2）国内市场的行业竞争格局

① 行业内多数企业只是停留在简单的模仿或生产固定架及工艺简单的功能型支架阶段，目标市场分散，市场专业化程度较低。这类企业占据目前行业内企业的大多数，这些企业多数没有自己品牌、也没有专业的研发设计部门，产品种类少，主要通过与电视机厂家或者大型家电卖场的售后安装人员合作方式将产品销售给消费者。由于国内消费者对平板显示支架产品安全性等方面认知程度不高，平板显示支架产品消费意识不强，因此这些没有任何生产厂商和品牌信息以及缺少必要安全认证的产品也为消费者广泛接受，并占据国内目前平板显示支架的绝大部分市场份额。

② 行业内少数产销规模较大、研发设计能力较强、模具设计与制造技术较高的规模以上企业主要以出口业务为主。昆山鸿杰电子有限公司是较早进入国内市场并进行品牌推广的同行业企业，其“NB”品牌平板显示支架在国内拥有一定的知名度。近年来随着国内市场需求的逐渐形成与发展，国内同行业中的规模以上企业逐渐参与国内市场竞争，行业内主要企业如宁波渠成进出口公司、昆山奇朗数码科技有限公司、启东久正支架制造有限公司以及本公司均拥有自己的国内品牌并通过经销商以及卖场、电子商务等渠道进行推广。

5、进入本行业的主要障碍

（1）产品认证壁垒

本行业对产品的安全性与耐用性有较高的要求。平板显示支架一般需要通过 UL 认证或 GS 认证之后才能进入美国及欧洲等国家地区的主流市场。其中，UL 认证和 GS 认证分别是美国和欧洲市场公认的安全认证，其对产品本身的安全性、产品原材料或零部件的来源与安全性、生产厂商的生产能力、品质保证体系等均有较严格的要求。

（2）稳定的客户供应链关系壁垒

目前，本行业主流企业的主要业务模式仍为 ODM 和 OEM，主要客户为国外的品牌商。这些客户在选择供应商时对其产品品质、公司的技术实力、生产条件、资产状况、质量保证体系、组织管理能力等各个方面进行全面考核（通常称为“验厂”），认证体系较为苛刻，耗时较长。一旦通过客户的资格认证后，企业和客户即形成比较稳固的供应链关系。行业内的优势企业与客户已经建立的稳固的供应链关系对拟进入本行业的企业形成了较强的壁垒。

（3）柔性组织与柔性管理壁垒

本行业产品在生产方面具有多品种、小批量的特性，要求生产企业具有快速响应客户需求、灵活调整生产计划的柔性组织与柔性管理的能力。这对拟进入本行业的企业提出了较高的要求，新进入者往往因为欠缺柔性的组织管理能力而无法在产品质量、生产成本、交货期等方面满足客户的需求。

6、市场供求状况及变动原因

（1）市场供给情况

受行业总体竞争格局影响，我国是全球平板显示支架的主要生产基地和出口国。我国同行业规模以上企业大部分以出口业务为主，通过 ODM 和 OEM 方式开展业务，主要遵循订单生产模式，市场供给基本上由市场需求决定。

（2）市场需求情况

本行业的需求实际上由平板显示产品的需求派生而来，市场对平板显示产品的需求决定了本行业的市场需求。随着社会发展信息化和数字化进程的不断加速，平板显示支架诸多应用功能逐渐被更多消费者所认知，消费市场增长迅速，产品需求不断扩大。关于本行业市场需求情况请详见本节“一、发行人所处行业概况”中关于市场状况与发展前景的相关内容。

7、行业利润水平的变动趋势及变动原因

平板显示支架产品具有个性化、多样化的特点，行业利润水平较高。目前，除了产品功能性是影响行业利润水平的主要因素外，原材料价格和人工成本也是影响行业利润水平的重要因素，金属板材、铝材和人工成本出现波动将影响行业的利润水平。

另外，在显示平板化的趋势下，随着平板显示支架的技术含量越来越高、品种越来越丰富，原材料价格波动对产品的影响程度将逐渐减轻，行业利润水平未来变动趋势主要取决于产品品质及企业综合服务能力。行业内具备较强技术实力、拥有高端客户资源优势以及具备管理优势的企业将在未来激烈的竞争中获取行业内较高的利润水平。

（三）影响行业发展的有利和不利因素

1、有利因素

（1）政策支持

我国《国民经济和社会发展第十一个五年规划纲要》（以下简称“纲要”）中提出推动我国工业结构优化升级，鼓励包括家用电器在内的轻工行业调整优化产品结构和产业布局，继续发挥竞争优势，同时增强自主创新能力。“把增强自主创新能力作为科学技术发展的战略基点和调整产业结构、转变增长方式的中心环节。大力提高原始创新能力、集成创新能力和引进消化吸收再创新能力”。从《纲要》的一系列规划来看，鼓励技术创新，推动产学研的技术研发体系的建立将带动行业整体技术水平的提升。国家对于科技成果转化的支持及加强知识产权保护体系的建立对于靠研发及产品创新为核心的显示设备支架行业有极大的促进作用。关于产业政策支持的更多具体情况，详见本节“一、发行人所处行业概况”之“（一）行业管理体制和行业政策”。

（2）平板显示设备行业的快速发展

随着社会发展信息化、数字化以及集成化进程的不断加速，在显示平板化的大趋势下，平板显示设备行业正处在一个快速增长的发展期。

以平板电视为例。近年来，全球平板电视进入了高速增长阶段，全球销量以超过 60%的年均增长率飞速增长。目前发达国家市场平板电视的家庭普及率已达

到 80%，中国等新兴市场国家家庭普及率还比较低，全球平板电视销量还能够维持 3~5 年的快速增长期。近年来全球平板电视市场销售情况如下：

年 度	销售额（亿美元）	销量（万台）	销量年增长率
2005	256	2,600	—
2006	532	5,285	103.27%
2007	727	9,063	71.48%
2008	993	12,400	36.82%
2009	807	16,100	29.84%
2010	950	20,800	29.19%

（数据来源：市场研究机构（DisplaySearch、奥维咨询、中怡康等）在网上发布的公开讯息）

随着人们消费水平的不断提高及平板电视显示面板价格的下降，平板电视需求猛增，迅速取代 CRT 电视成为消费主流。目前，发达国家已基本完成由 CRT 到平板电视的更新换代，中国等新兴市场国家正在加速这一趋势。随着新型显示及应用功能技术的成熟，LED 超薄电视、网络电视、3D 电视又将带来平板电视的更新换代，形成新的市场需求。全球平板电视的消费比例已由 2007 年度的 45.73% 增长到 2009 年度的 66.5%，2007~2009 年度全球电视的消费结构如下：

年度	2007 年度（%）	2008 年度（%）	2009 年度（%）
CRT	54.27	43.26	33.50
LCD	39.53	48.70	59.20
PDP	5.70	7.09	5.80
LED	0.50	0.95	1.50

（数据来源：市场研究机构（DisplaySearch、奥维咨询、中怡康等）在网上发布的公开讯息）

关于平板显示支架行业发展前景的详细情况请参见本节“一、发行人所处行业概况”之“（二）行业基本情况”的相关内容。

（3）产业转移

随着我国逐渐由制造大国向制造强国转变，精密合金结构制造能力也不断加

强。我国生产的平板显示支架产品不仅在成本上，在产品品质上的竞争优势也不断增强。全球平板显示支架产业将进一步向我国转移。预计未来 5 年内，中国将确立全球平板显示支架供应的绝对领先地位，从而为国内平板显示支架企业提供广阔的发展前景。

（4）宏观经济保持持续、稳定增长

我国经济近十年来一直保持稳定增长的态势，GDP 年均增长 8%以上，城乡居民收入也实现较快增长。2008 年国内人均 GDP 突破 3,000 美元，标志着社会消费结构向着发展型、享受型升级。同时国内二元经济结构下的消费升级为产业的进一步扩张带来新的动力，城镇升级换代需求和农村市场的普及需求将带动平板电视行业进一步发展。2008 年，始于欧美的全球金融危机虽然对我国的经济增长造成了一定冲击，但政府适时地实施积极财政和货币政策，出台一揽子经济刺激计划，使得我国经济依然保持了平稳运行，2009 年经济增速维持在 8%以上。宏观经济的持续稳定增长为行业的快速发展提供了良好的外部环境和巨大的市场容量。

2、不利因素

（1）市场尚未建立良好的竞争秩序

由于行业内的企业众多，显示设备支架行业也没有相应的国家标准，产品同质化情况较严重，市场竞争激烈，相当一部分的企业缺乏有效的竞争手段，主要依靠价格战来争夺市场份额，产品价格的下降影响了企业的利润率。企业为保持和扩大市场占有率加大了广告等市场营销费用，这些费用的增加进一步降低了企业利润，进而影响研发和技术改造的投入，在相当程度上削弱了企业竞争力。另外，由于我国的法制环境尚不完善，市场上的不正当竞争行为如专利侵权、假冒商标等侵权行为屡见不鲜，侵害了企业的合法权益。

（2）国内消费习惯需要进一步引导和建立

目前，在国外发达市场，平板电视机支架已经是一个比较成熟的细分行业，电视机生产商和支架生产企业有明确的社会分工。而在我国国内，消费者购买平板电视时认为支架是配套产品，只是起到简单的固定支撑作用，没有更多的功能性应用，国内消费习惯仍需要进一步引导和建立。

（3）生产自动化水平不高，劳动生产率较低，缺乏规模优势

由于平板显示支架为细分行业及其少批量、多批次的生产特点，其生产自动化程度不高，生产效率和产品可靠性有待提高。我国平板显示支架行业市场集中度较低，大多数企业产能规模均较小，整个行业内具有规模优势的企业相对较少，且只有本公司等少数企业具备精密压铸、数控加工、标准化生产管理的现代化制造能力。因此，行业整体难以获得生产和研发上的产业链协同效应，不利于行业整体竞争力的提升。

（四）行业技术水平及技术特点

1、自由定位技术

定位技术是功能型平板显示支架在实现俯仰角度调节过程中角度定位与角度维持的工艺技术。按照实现定位功能的技术手段的不同，定位技术可以分为传统的旋钮紧固技术和新型自由定位技术。其中，旋钮紧固技术是指平板显示支架在实现其俯仰角度定位与维持功能时，主要靠紧固件加以固定的技术。该定位技术操作极为不便，极大的妨碍了消费者对于平板显示支架功能性、便捷性的消费诉求。而自由定位技术的出现则彻底改变了这种状况，极大地提升了人们应用的舒适性。

目前，平板显示支架行业内流行的自由定位技术主要包括国外的虚拟轴技术（Virtual Axis）和本公司的自由停技术（Free Angle）。美国 Sanus 公司率先申请获得了虚拟轴技术专利，并曾一度垄断该市场；本公司于 2009 年获得了自由停技术的相关专利，打破了国外虚拟轴技术的市场垄断，经中国电子视像协会鉴定：公司自由停技术属于国内首创，居于行业领先水平。

2、数控钣金技术

数控钣金技术是平板显示支架在生产过程所使用的主要工艺技术之一，数控钣金加工工艺通常包括：激光切割机或数控冲床落料、数控折弯成型、辅助设备压铆、焊接等。生产过程利用了大量的高精度数控设备和自动控制技术，为制作结构复杂、精密性高的结构体创造了条件。整体而言，经过多年的发展，我国数控钣金技术水平不断提高。

与代表国际先进水平的欧洲、美国、日本等国家和地区的数控钣金技术相比，

我国数控钣金行业在技术上还存在一定的差距，主要体现在客户供应链体系中的参与度、产品研发设计能力、服务的内容等方面。

3、精密合金压铸技术

压铸工艺约起源于 19 世纪 40 年代，最初应用于制造枪弹等产品。经过 170 年左右的时间，压铸工艺已得到了极大的发展，逐渐实现了压铸机规格多样化、压铸金属类别丰富化、压铸技术精密化的发展。

由于本行业对产品安全性、时尚性的要求很高，本行业产品具有壁薄、重量轻、美观等特点，因此在产品的相关结构件生产过程中需要应用精密合金压铸技术。利用压铸设备和数控设备的密切配合，既保证了压铸件结构的工艺性、铸型的先进性、压铸合金选用的适应性要求，更体现了压力、压速和时间等工艺参数对铸件质量的特别要求，实现了压铸机、压铸模和压铸合金的有机结合。

4、模具制造技术

模具是工业生产的基础工艺装备，本行业是典型的模具应用行业，模具质量的高低决定着产品质量的高低，模具生产的工艺水平及科技含量在很大程度上决定着产品的质量、效益和新产品的开发能力。模具作为平板显示支架金属结构件性能的一个重要保障，其设计制造至关重要。近年来，我国的模具市场发展迅速，近十年来的年均增长达到了 14%，模具市场满足率为 80%左右。显示设备支架行业所用模具以小型模具为主，目前行业内所用模具主要以委托专业模具厂加工为主，只有本公司等少数几家企业有独立研发、生产所需模具的能力。

（五）行业的区域性、周期性和季节性特征

本行业在销售及生产方面具有较明显的区域性。从全球消费市场来看，美国、欧洲等国家地区是平板显示支架的主要消费市场，发展相对成熟、增长平稳；而拉美、中东和亚太地区则属于新兴市场，发展潜力大、增长速度快。从全球生产加工能力来看，我国是全球平板显示支架的主要生产国与出口国，约占全球平板显示支架生产与出口量的 60%以上。随着新兴市场经济的进一步发展及人民消费习惯的全面升级，新兴市场国家将成为平板显示支架的主要消费市场之一。

本行业产品为平板显示支架，与平板显示设备配合使用，产品应用领域十分广泛，最终用户主要是消费者，行业不存在明显的周期性和季节性特征。

（六）本行业与上下游行业的关联性

平板显示支架行业的主要原材料包括钢板、钢管、铝管、铝型材等，其上游行业是钢铁和电解铝等金属制品行业，其下游最终客户则主要为消费者。

上游金属制品行业发展成熟，生产厂商众多，产品供应充足，其对本行业的影响主要体现在价格上。近年来，受国际宏观经济因素以及铁矿石、铝土矿等基础原材料价格上涨的综合影响，钢材、铝材的价格出现了较大幅度的波动，直接影响了本行业产品的生产成本。

（七）行业面临的出口情况

本行业的产品为最终消费品，由于是新兴细分行业非标产品，截止目前没有重大的贸易摩擦。产品出口实行“免、抵、退”税收政策，出口退税率主要为17%。公司主要产品的出口地区为北美、欧洲等，各进口国对平板电视及显示设备支架进口政策如下：

地 区	主要进口国	进口限制	关税税率	是否有针对公司产品的贸易摩擦
北美		无	0.0%	无
欧洲		无	2.7%	无
其他地区	澳大利亚	无	5.0%	无
	马来西亚	无	10.0%	无
	南非	无	20.0%	无

公司一般在进行产品开发或接受客户订单时都会和客户确定相关的质量标准，并对出口海外产品做“UL”、“GS”等产品质量认证，确保产品质量符合进口国的要求。截止本招股说明书签署日，未发生针对发行人的重大贸易摩擦。

二、公司在行业中的竞争地位

（一）行业排名

目前国内同行业中的主要企业均以出口业务为主。根据中国机电产品进出口商会于2011年4月19日向公司出具的证明文件，作为电视机挂架专营企业，公司2010年出口金额排名在前三名。

（二）市场占有率

1、本公司市场占有率情况

平板显示支架行业为新兴行业，目前尚无权威官方和第三方直接市场统计数据。由于平板显示支架与平板显示设备存在直接关系，因此可以通过平板显示设备销量对平板显示支架市场容量进行估计。消费者购买平板电视可以选择配套支架和底座两种方式，对于欧美发达国家成熟市场，平板电视支架消费比例可能达到 50%~60%；国内平板电视支架的消费比例为 40%左右（中国家电维修协会统计数据）。综合全球各地市场消费习惯和消费能力差异，全球平板电视支架消费比例约为 50%。

根据 DisplaySearch 和奥维咨询统计数据，2010 年全球平板电视销量为 2.08 亿台，其中中国市场销量为 3,500 万台，按照不同市场区域平板电视支架消费比例测算的全球平板电视支架市场容量及占有率如下：

序号	项 目	全球市场（含国内）
A	平板电视销量（万台）	20,800
B	平板电视消费比例（%）	50
C	平板电视支架销量（万套）（ $C=A \times B$ ）	10,400
D	本公司销量（万套）	246
E	市场份额（%）（ $E=D/C$ ）	2.37

2、全球主要企业市场占有率情况

全球行业排名前三名分别为美国 Milestone 公司、荷兰 Vogel's 公司、美国 Peerless 公司。由于公开资料有限，根据公司统计，2010 年上述三家公司年销售收入分别约为 18,000 万美元、8,000 万欧元和 8,000 万美元。美国 Milestone 公司、美国 Peerless 公司产品平均售价在 30~40 美元，荷兰 Vogel's 公司产品平均售价在 30~40 欧元。上述三家公司平板电视支架销量分别为 450~600 万套、200~267 万套和 200~267 万套。

根据上表全球平板电视支架市场容量数据，则上述三家公司全球市场占有率与本公司处于同一水平，在 2%~5%之间，全球平板显示支架行业集中度不高，较为分散。

（三）同行业竞争对手及竞争情况分析

作为全球平板显示支架行业的加工制造基地，以本公司为代表的国内主要平板显示支架制造商主要通过 ODM/OEM 方式向海外出口产品，因此与美国 Milestone 公司、荷兰 Vogel's 公司、美国 Peerless 公司等国际大型企业不构成直接竞争。

目前本公司国内的主要竞争对手如下：

公司名称	品 牌	成立时间	业务情况简介
宁波渠成进出口有限公司	卡纳虎	1995 年	主要销售电视挂架，电视机柜以及一些电视机附件，产品大量出口海外，具有一定的市场竞争力。
宁波西尼液晶支架制造有限公司	无	2005 年	主要从事电视支架的设计、制造及销售。该公司较早进入平板电视支架行业，产品主要出口海外，具有一定的市场规模，并具有较强的产品研发能力。
昆山泓杰电子有限公司	NB	2004 年	主要从事各类电视支架的设计、制造和销售。该公司较早开拓国内市场，在国内市场具有一定的影响力，拥有较多的代理商。
昆山奇朗数码科技有限公司	ZILLA	2009 年	虽然该公司成立的时间较短，但其成长速度较快，其设计的产品比较注重零件的通用性。
启东久正支架制造有限公司	VISION	2006 年	主要从事平板电视支架的设计、制造及销售，产品种类丰富，设计研发能力较强，在国内具有较强的市场竞争力。

同行业竞争对手的选取标准如下：

（1）销售规模；

（2）市场参与程度：兼顾国际市场和国内市场

① 国际市场参与程度：以 2008 年、2009 年和 2010 年 CES、IFA、春、秋两季香港国际电子展、春、秋两季中国广交会的参展程度为标准；

② 国内市场参与程度：以在苏宁、国美等大型家电连锁卖场和淘宝、京东、新蛋等主流电子商务网站的市场参与程度为标准。

目前国内平板显示支架行业无上市公司，本行业主要企业的准确财务数据无法获取。由于平板显示支架行业具有产品线广、产品种类繁多、进入海外主流市

场需要安全认证等特点，本行业内企业的综合竞争实力主要在专利数量、通过安全认证的产品种类数量以及所拥有的销售渠道广度等几个方面得以体现。

1、专利和海外市场产品认证数量的比较分析

截止 2010 年 12 月 31 日，国内主要企业专利及产品国际认证数量比较如下：

同行业公司名称	已授权专利数量	UL 产品认证数量	GS 产品认证数量
宁波渠成进出口有限公司	3	29	73
宁波西尼液晶支架制造有限公司	12	79	150
昆山泓杰电子有限公司	30	18	无
昆山奇朗数码科技有限公司	无	无	无
启东久正支架制造有限公司	无	无	无
本公司	153	216	43

（以上数据来源：中华人民共和国知识产权局、UL 认证网站、GS 认证网站）

2、国内销售渠道布局的比较分析

截止 2010 年 12 月 31 日，国内主要竞争对手销售渠道布局广度比较：

公司名称	产品品牌	传统渠道			新兴渠道					
		代理商	苏宁	百思买	淘宝	自有电子商务	京东	亚马逊	新蛋	易讯
宁波渠成进出口有限公司	卡纳虎									
宁波西尼液晶支架制造有限公司	无									
昆山泓杰电子有限公司	NB									
昆山奇朗数码科技有限公司	ZILLA									
启东久正支架制造有限公司	VISION									
本公司	乐歌									

（以上数据来源：各渠道销售网站）

（四）公司的竞争优势

1、公司竞争优势

作为宁波本地出口导向型的中小民营企业，除拥有宁波特有的天然港口及外贸文化等文化地理优势外，公司实际控制人拥有长远的企业发展战略。

公司实际控制人项乐宏、姜艺夫妇均具有良好的教育背景和丰富的国际贸易经验，其中项乐宏先生具有双学士、双硕士学位。项乐宏、姜艺夫妇于 1995 年在中国电子进出口宁波公司参加工作，1998 年辞职创业并于 2002 年创办本公司，16 年以来一直专注于消费类电子产品国际贸易业务。深厚的教育背景和丰富的海外贸易经验，使得项乐宏、姜艺夫妇从创业伊始即摒弃传统小型外贸公司或加工企业“小富即安”的发展模式，立志创立一家能为股东创造良好回报、能为员工实现其自我发展、能为消费者提供优质产品、能参与全球竞争、具有社会责任感的企业，坚持走技工贸结合的垂直整合发展之路。

相比其他同类型制造企业，公司在企业经营战略和企业经营管理方面，均立足长远，逐步形成了企业的核心竞争力并构成公司未来实现可持续发展的有力保障。

（1）从企业经营战略方面看，公司拥有三个方面的竞争优势，分别是基于研发先导战略的产品领先优势、基于品牌战略的市场营销优势和基于成本领先战略的制造优势，具体分析如下：

① 基于研发先导战略的产品领先优势

A、研发团队和研发投入

公司是国家高新技术企业，拥有经浙江省科技厅认定的省级高新技术企业研究开发中心。公司始终坚持坚持研发创新，坚持研发先导战略，以研发促营销，以研发促生产，以研发提升效益。公司拥有专业技术研发人 70 余人，产品研发部、CMPD 部、工程部、设备研发部是公司常设研发创新机构。

公司每年将销售收入的 4%~6%用于研发投入，2008 年、2009 年及 2010 年公司累计研发投入分别为 669.73 万元、528.99 万元和 944.10 万元，研发投入占当期营业收入比例分别为 6.42%、4.12%和 4.41%。截止 2011 年 6 月 30 日，公司拥有专利 174 项（包括 1 项发明专利、46 项实用新型专利、127 项外观设计专

利),公司拥有的 UL 及 GS 海外市场产品认证数量分别达到了 222 个和 47 个。

公司自主研发的平板电视壁挂支架“自由停 (Free Angle)”专利技术 (专利号 ZL200820120613.9 和 ZL200820088141.3) 打破了美国 Sanus 公司虚拟轴 (Virtual Axis) 技术在平板显示支架自由定位技术方面的技术垄断。经中国电子视像行业协会鉴定,公司开发的平板电视机壁挂架“自由停 (Free Angle)”技术属于国内首创,居于行业领先水平,具有极强的市场实用性和推广价值。

B、多品种、多系列、差异化的产品优势

结合公司外销业务为主的特点,公司推行多品种战略以及同一国家不同客户同类产品差异化战略,以满足不同国家和地区差异化市场需求和同一国家不同 ODM 客户市场竞争的问题。公司现有主要产品约有 400 种,平均每月推出新品设计方案 15 个左右。

公司不仅关注自身产品的市场开拓效果,更关注于客户的利益保障。由于公司 ODM 客户众多,不可避免的会出现同一销售区域的两个甚至是多个支架品牌商均为公司 ODM 客户的情况。为保护上述客户利益,公司实施产品差异化战略,即对每个尺寸范围类型支架都会设计 4 个以上的系列,以保证每一 ODM 客户销售产品的差异性,从而降低客户市场竞争风险。

以 10”~24”左右摇臂平板电视支架为例,此类支架公司有以下 5 个产品系列:



② 基于品牌战略的市场营销优势

公司始终坚持品牌营销战略,建设企业品牌和产品品牌的双重品牌,通过品牌建设和营销提升公司价值。

A、稳定而富有活力的营销团队

公司拥有一支高效、稳定、团结、年轻有活力且业务素质优秀的内外销营销团队,并建立了整套完善的业务培训和业绩考核机制。在业务管理方面,公司实施 SOP (Standard Operation Procedure) 标准业务流程管理,通过自行开发的内外销管理系统,对客户订单、收款等业务实施实时全过程管理。客户管理方面,公司建立了客户资源共享机制。单个销售人员所管理的客户的全部信息都必须向全体销售人员公开。该机制有效的避免了外销行业普遍存在的,由于销售业务人员离职,其所管理的客户也相应流失的弊端,保证了公司客户资源的稳定性。同时,该机制能有效收集及分析客户信息,为研发和市场部门提供有价值的资料,引导公司产品研发方向,提升公司市场开拓效果。

B. 亲密的客户关系

报告期内,公司的外销业务发展平稳迅速,客户数量逐年增加,客户流失率低。2008 年、2009 年及 2010 年,公司的客户数量分别为 200 名、225 名和 256 名。2009 年、2010 年客户新增率均达到 12%以上,客户流失率则仅为 4.50%和 4.89%。公司在与客户的合作过程中形成了稳固的客户供应链关系,是公司外销业务快速发展的基础。

公司在长期外销实践中，坚持客户及时沟通反馈的机制和原则，定期通过邮件方式与客户进行沟通，了解其需求，并建立了海外客户沟通邮件 24 小时内及时回复的机制；同时公司每年都要定期派遣人员对重点客户进行上门拜访，了解客户所在地市场竞争环境及消费需求情况，并与客户进行面对面的产品信息反馈沟通。公司将不同客户、不同市场的反馈信息进行总结，定期向客户进行反馈，实现不同国家区域客户对市场信息和经验的共享。

C、立足长远的品牌建设与营销

多年来公司以专业化、标准化的企业形象参加美国 CES、德国 IFA 以及香港电子展等全球代表性消费电子展会，打造“乐歌制造”的民族品牌形象，以具有全球竞争力的产品和服务吸引和保持海外客户。报告期内公司主要参展情况如下表所示：

展会名称	2010 年度		2009 年度		2008 年度	
	展台面积 (平米)	参展费用 (万元)	展台面积 (平米)	参展费用 (万元)	展台面积 (平米)	参展费用 (万元)
美国 CES	216	129.52	72	36.92	9	25.22
德国 IFA	79	50.68	42	29.84	46	18.14
香港春季电子展	54	33.03	36	25.67	27	15.76
香港秋季电子展	36	26.06	36	26.29	18	22.51
广交会秋季	36	20.95	36	19.26	36	14.2
广交会春季	36	20.46	36	18.08	18	8.95

公司参展展位部分实景图如下：



2010年美国国际消费电子展（CES展）	2010 年德国柏林消费类电子展（IFA 展）
	
2010年中国国际消费电子展览会	2010 年秋季香港电子展

通过持续的品牌宣传和投入，“乐歌制造”的公司品牌获得了客户的广泛认同。2009 年下半年开始，公司在国内外着手实施以“乐歌 Loctek”为核心的自主品牌战略，重点在国内市场进行品牌宣传与运营，同时在部分海外市场开展 OBM 业务尝试。随着公司“产品品牌”战略的实施，在“公司品牌”和“产品品牌”双重策略下，公司良好的市场口碑将会得到进一步巩固。

③ 基于成本领先战略的制造优势

A、全过程柔性生产组织能力

公司产品线广，产品涉及平板电视支架、PC 显示支架、商用信息显示支架等应用领域；产品及配件种类繁多，公司目前主要产品约有 400 种，平均每种产品涉及 40 个配件左右，公司生产组织中涉及的配件多达 1,500 多种；此外，客户资源众多、分布广泛，涉及全世界 60 多个国家和地区的 200 多家客户，不同国家、不同品牌客户对于产品包装、产品说明书等要求各异，因此全过程柔性生产组织能力是公司实现 JIT（Just In Time）生产和按时交货的必要保证。

公司通过对生产制造系统物流和信息流的优化、对生产方式的调整以及对生产工艺的创新，建立了水平与垂直相结合的生产设备布局，通过自动化和辅助自动化、通用与专用设备的结合，实现快速换线、换模，使得一条生产线可以生产多种不同型号的产品，做到同一工艺产能弹性化，有效地解决了产能瓶颈，提高了生产线的柔性和效率。2010 年，公司全年累计完成 55 个国家和地区的 256 个客户订单 1,039 笔，月均完成订单 85 笔左右，按每笔订单平均包含 6 个产品种

类来计算，公司月均完成 510 批次的生产任务，全年累计完成 6,000 多批次的生产任务。

B、突出的成本优化能力

平板显示支架行业产品线广、产品种类繁多，每种产品涉及零部件较多，且以非标准件为主，对于库存管理及生产成本控制带来一定难度。公司针对支架行业多批次、小批量订购，产品种类繁多的业务特点及出口业务对交货期的严格要求等特点，在对业务流程标准化的同时，实现了对非标零件进行标准化的制造，在满足产品多样化的同时，降低了产品配件的制造难度。

公司成立了生产制造部门牵头联合产品研发部、设备研发部以及模具中心组成的成本优化小组，每月定期召开成本优化会议，一方面生产制造部门从生产角度提出优化建议，经会议讨论通过后，产品研发部负责调整优化产品设计方案，设备研发和模具中心负责调整生产设备及模具；另一方面，产品研发在新品研发中坚持零部件标准化原则，对于不新增或少新增零部件的设计方案予以奖励，并通过成本优化会议听取生产制造部门的建议，从而更加优化设计，降低制造成本。

C、设备研发优势

平板显示支架行业目前整体自动化、连续化生产水平还比较低，严重制约了行业内公司产能和生产效率的提高。公司较早的意识到装备水平的提升是公司未来参与市场竞争的核心竞争力之一，因此十分注重生产设备的研发创新。公司成立至今，根据多年积累的生产经验，结合不同生产工序的工艺特点进行自动化生产尝试，自主研发出部分自动化生产及生产辅助设备，例如螺丝自动包装设备和支架疲劳试验设备等，分别在螺丝自动包装和支架检验测试环节实现自动化，较传统人工方式提高生产效率分别达到 5 倍和 20 倍，同时极大降低了生产成本。公司自主研发设备的相关情况详见本节“五、主要生产技术水平及研发情况”之“（三）发行人自主研发的生产设备”。

（2）从企业经营管理方面看，公司拥有如下优势：

① 核心骨干持股制度

公司核心业务团队稳定而富有活力，绝大部分成员均是与公司实际控制人一起创业 5 年以上合作伙伴，相互认同度高，团队和谐稳定。公司从 2009 开始引

入核心骨干持股制度，目前公司各主要部门的核心骨干均为公司直接或间接股东，保证公司核心团队的稳定性和进取心。

② 信息化优势

尽管公司规模较小，但在公司日常业务经营过程中，公司较早组建了企业自己的 IT 信息部推行信息化战略，通过信息化战略实施推进公司科学管理水平，提升效率。除财务系统外，公司日常管理沟通建设有腾讯—RTX 信息平台，内外销均建有内外销信息管理系统，此外公司还建有产品定价管理系统等。

③ 企业文化建设

公司倡导“以人为本”的企业文化，关注员工的个人利益帮助其实现自身价值。一方面，公司注重管理人员培训，在公司的内部网平台上建立了学习园地，收集和购买了大量视频和书面的资料供员工学习；每年派遣公司中层以上管理人员去北大、复旦、宁波工程学院等国内知名高校和宁波当地专业院校进修学习，提高中高层管理人员的管理水平；另一方面，公司注重基层员工人文关怀，在员工生日、结婚、生子以及女员工怀孕等均由公司统一派送礼物，春节期间公司派专业大巴负责接送非宁波籍员工回家等增强员工归属感和凝聚力。

2、公司竞争劣势

（1）生产能力不足

鉴于国内外市场对于平板显示支架快速增长的旺盛需求，公司生产能力不足限制了公司在全球市场份额的迅速扩大。公司的设计产能已接近饱和，机器设备满负荷运转，产能已经成为制约公司持续发展的瓶颈。为此，公司于 2009 年启动了滨海新厂区的建设工程。随着滨海新厂区工程的建成投产以及本次募集资金投资项目的顺利实施，公司产能不足的问题将得到彻底解决。

（2）公司综合实力有待提升

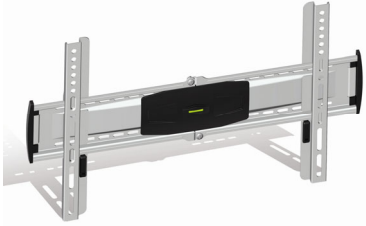
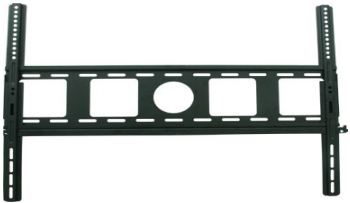
与国际同行业跨国公司相比，本公司在资金实力、品牌知名度和国际销售网络等方面尚有一定差距。为了缩小这一差距，公司加大了产品研发和实施自有产品品牌战略，本次募集资金到位后，通过妥善组织募集资金项目，在投资项目达产后，公司综合实力将会有进一步提高。

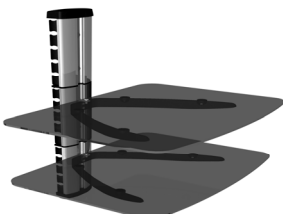
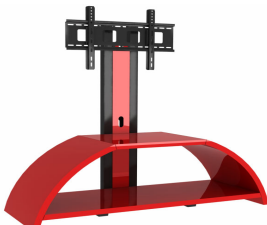
三、公司主营业务的具体情况

(一) 主要产品及其用途

报告期内，本公司的产品主要包括平板电视支架、PC 显示支架以及其他视听设备支架。其中，平板电视支架是公司在报告期内销售收入的主要来源。除上述主要产品外，公司根据市场需求动向及时进行市场调研，快速研发设计并推出一系列新型平板显示支架，如 iPad 支架、商用信息显示移动推车等产品。

1、报告期内公司主要产品

平板电视 支架	功能型		
	固定型		
PC支架	单屏系列		
	多屏系列		

其他	投影仪等视听设备支架		
	一体式机柜		

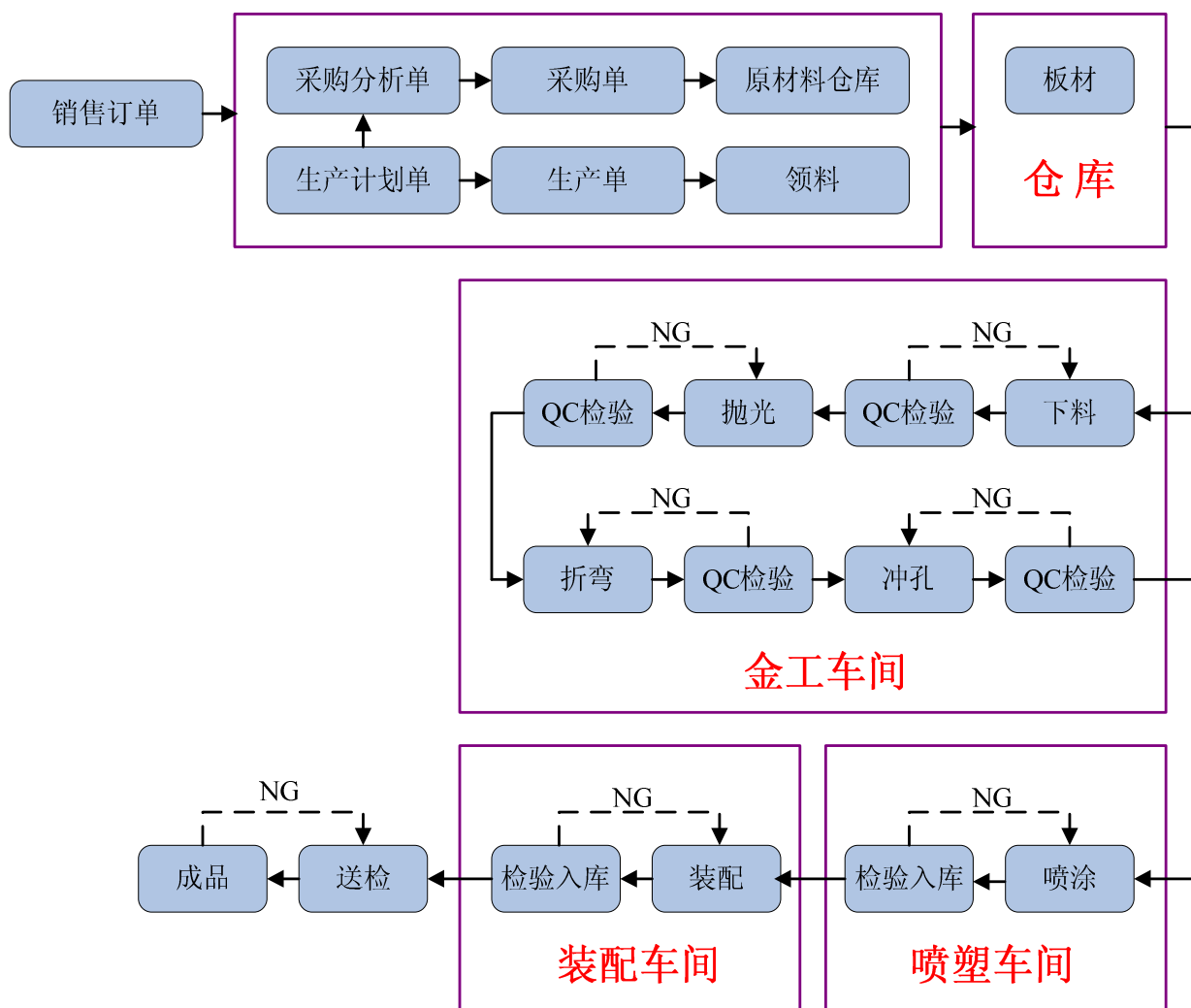
2、已推出但尚未实现大规模销售的产品

移动推车支架		采用万向滚轴设计，一体化融入机顶盒支架及DVD支架，多面板安装满足多重视听需求，带来整体化的视听方案。便捷的操作，适用于各种商用及家用场合。
iPad支架		专为iPad设计的小型金属支架，整体采用航空铝材成型，完美贴合苹果美学。全景式转向展示自由调整角度，iPad可以任意角度直立或横向放置。
医疗显示支架		专为医疗设备显示器量身定做，连接臂设计能够宽幅左右90度自由调节，上下支臂60度无限调节，安装简便，上下高度调节省力，适合于各个医疗场合。

（二）主要产品工艺流程图

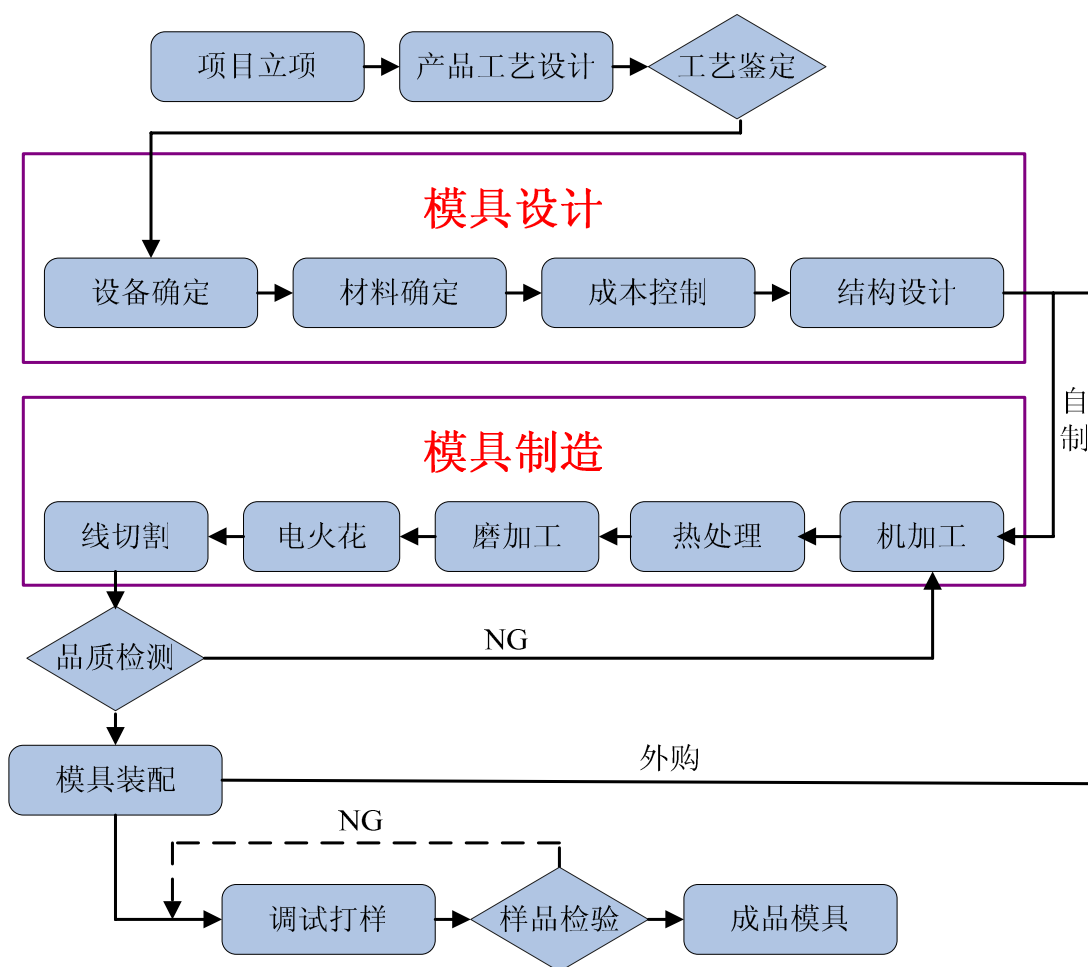
1、平板显示支架工艺流程图

平板显示支架的生产工艺主要应用精密合金压铸技术、数控钣金技术等，绝大部分使用公司自行设计开发与制作的模具进行生产。平板显示支架生产工艺流程图如下：



2、模具制造工艺流程图

本行业是典型的模具应用制造行业，模具的设计制造速度及质量直接影响着平板显示支架产品的品质。本公司所使用的模具主要包括压铸及冲压模具，需要经过优化设计与多重精密加工程序，达到制造精度与加工寿命的要求。压铸、冲压模具工艺流程图如下：



（三）主要经营模式

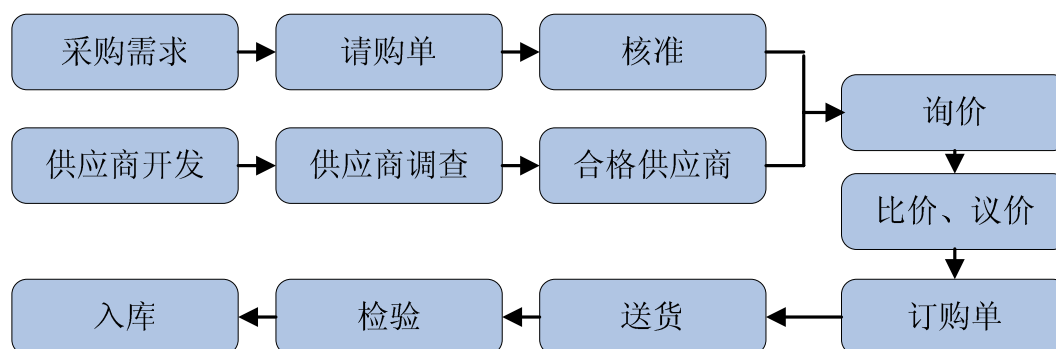
1、采购模式

公司采用自主采购的模式，采购的原材料主要包括钢板、钢管、铝锭等基础原材料、委外采购的冲压件、塑料件、五金件等以及包装物等辅助材料。公司设置专职的采购部，建立供应商信息收集渠道，并建立供应商资料库；组织对供应商的评审、选择、评价和考核管理，优化供应商结构。公司根据每个客户的销售计划并结合对未来市场的判断，制定采购计划，依据计划进行原辅材料的采购。

采购部根据生产部提供的物料表，依据客户订单、生产部制订的生产计划单，结合库存情况制定合理的采购计划。采购计划制定后，由采购经理寻找合格的供应商，根据供应商提供的书面材料及报价状况确定相应的备选供应商，按公司《供应商开发制度》、《供应商基本资料调查制度》和《价格审核制度》对备选供应商进行资格评审；经公司审核，确认备选供应商，经核准后列入供应商名录。

根据采购计划表向甄选后的供应商采购原材料。通过订立合作协议书确定购销关系，建立长期合作的供应关系，保障供应渠道的稳定性，保质保量、及时供货，并尽量减少库存。

采购流程图如下图所示：



2、生产模式

对于 ODM/OEM 业务，公司实行“按订单组织生产”的生产模式；对于 OBM 业务，公司则对常销产品建立一定量的安全库存并通过快速补货系统满足销售需求，当库存低于安全存量时，生产系统会根据补货计划要求快速对库存进行补充。

此外，公司产品种类丰富、规格型号齐全，在满足不同市场的多样化需求的同时，也对公司的生产部门提出了更高的要求。基于目前生产场地和产能的限制，公司对于一些结构简单、附加值低的零部件和电镀、氧化等简单工艺进行外协生产。报告期内，公司和委外加工单位建立了长期稳定的合作关系，所有委外单位和公司不存在关联关系。

（1）零部件委外采购

报告期内，公司委外采购的零部件主要包括冲压件、塑料件、五金件。公司零部件委外采购金额如下表：

单位：万元

零部件名称	2011 年 1~6 月	2010 年	2009 年	2008 年
冲压件	1,222.50	2,075.74	1,378.49	716.69
塑料件	367.98	841.24	590.60	209.23
五金件	320.52	658.68	270.61	93.28
合 计	1,911.00	3,575.66	2,239.70	1,019.20

由上表可知，2010 年公司委外采购金额相比 2008 年增加了 2,556.46 万元，

增长幅度较大。报告期内，随着公司产品竞争能力的快速增强，公司主营业务收入由 2008 年的 10,438 万元增加到 2010 年的 20,990 万元，增长了 10,552 万元。相应，报告期内公司主营业务成本增长了 6,221 万元。除塑料件外，公司具备一定的冲压件及五金件的加工能力。但是受生产场地限制，公司有限的加工能力无法满足日益增长的加工需求。因此，报告期内公司将结构简单、附加值低的零部件大量委外加工，其金额增长较大。

公司主要委外采购供应商情况如下表：

单位：万元

年 度	供应商名称	采购内容	采购金额	占委外采购比
2011 年 1~6 月	宁波市鄞州宁胜电子元件厂	冲压件	579.81	30.34%
	宁波市鄞州五乡方鑫电器配件厂	冲压件	226.25	11.84%
	宁波利之源冲压有限公司	冲压件	126.95	6.64%
	慈溪市春尔电子有限公司	塑料件	113.76	5.95%
	宁波市鄞州塘溪科升机械配件厂	冲压件	107.63	5.63%
	合 计	—	1,154.40	60.41%
2010 年度	宁波市鄞州宁胜电子元件厂	冲压件	1,019.53	28.51%
	宁波市鄞州塘溪科升机械配件厂	冲压件	333.42	9.32%
	宁波市鄞州五乡方鑫电器配件厂	冲压件	296.89	8.30%
	宁波高新区梅墟飞越塑料机械模具厂	塑料件	256.73	7.18%
	慈溪市春尔电子有限公司	塑料件	252.73	7.07%
	合 计	—	2,159.30	60.39%
2009 年度	宁波市鄞州宁胜电子元件厂	冲压件	314.78	14.05%
	宁波市鄞州亚楠电子元件厂	冲压件	168.64	7.53%
	宁波高新区梅墟飞越塑料机械模具厂	塑料件	152.51	6.81%
	慈溪市春尔电子有限公司	塑料件	147.03	6.56%
	宁波百达塑胶电器有限公司	塑料件	126.00	5.63%
	合 计	—	908.96	40.58%
2008 年度	宁波市鄞州亚楠电子元件厂	冲压件	289.76	28.43%
	宁波市鄞州宁胜电子元件厂	冲压件	236.38	23.19%
	宁波市鄞州五乡凌云电器配件厂	冲压件	139.02	13.64%
	宁波市鄞州五乡方鑫电器配件厂	冲压件	123.81	12.15%

	慈溪市春尔电子有限公司	塑料件	89.83	8.81%
	合 计	—	878.80	86.22%

由上表可知，公司报告期内排名前 5 名委外采购供应商共有 9 名，分别为：宁波市鄞州宁胜电子元件厂、宁波市鄞州塘溪科升机械配件厂、宁波市鄞州五乡方鑫电器配件厂、宁波高新区梅墟飞越塑料机械模具厂、慈溪市春尔电子有限公司、宁波市鄞州亚楠电子元件厂、宁波百达塑胶电器有限公司、宁波市鄞州五乡凌云电器配件厂和宁波利之源冲压有限公司。其中，宁波市鄞州宁胜电子元件厂采购金额最大，与公司的合作关系最为稳定，报告期内采购金额的增长幅度也最大。上述 9 家公司中，宁波市鄞州亚楠电子元件厂 2010 年起已不再向公司供应冲压件，除该公司外，其余 8 家公司最近三年的基本财务状况以及公司采购金额占其营业收入的比例如下表所示：

单位：万元

公司名称	年度	总资产	净资产	营业收入	净利润	公司采购占比 (%) ^注
宁波市鄞州宁胜电子元件厂	2010 年	413.68	179.26	1,052.93	28.37	96.83
	2009 年	363.20	150.89	612.15	12.76	51.42
	2008 年	294.74	138.13	296.71	-77.12	79.67
宁波市鄞州塘溪科升机械配件厂	2010 年	149.51	16.37	592.00	57.64	56.32
	2009 年	47.16	7.72	247.78	35.68	-
	2008 年	26.45	7.72	366.49	62.11	-
宁波市鄞州五乡方鑫电器配件厂	2010 年	166.29	80.76	299.65	18.01	99.08
	2009 年	59.20	73.00	130.51	8.47	-
	2008 年	73.84	65.77	149.56	9.42	92.95
宁波高新区梅墟飞越塑料机械模具厂	2010 年	246.26	163.40	419.83	75.18	61.15
	2009 年	134.90	97.83	251.96	30.67	60.53
	2008 年	95.01	67.16	191.25	22.66	-
慈溪市春尔电子有限公司	2010 年	304.73	95.50	645.10	23.00	39.18
	2009 年	264.59	72.56	489.59	15.35	30.03
	2008 年	185.17	62.04	426.39	9.98	21.07
宁波百达塑胶电器有限公司	2010 年	1,260.91	496.87	1,143.55	57.35	-
	2009 年	1,167.86	435.66	714.15	9.47	17.64
	2008 年	1,063.86	421.69	458.52	-88.64	-
宁波市鄞州五乡凌云电器配件厂	2010 年	142.61	55.85	139.96	7.08	-
	2009 年	126.85	55.85	139.65	2.42	-

	2008 年	127.22	55.85	180.32	5.04	77.10
宁波利之源冲压有限公司	2010 年	2,879.70	1,470.10	3,526.77	294.86	-
	2009 年	2,161.98	1,175.23	2,963.15	248.19	-
	2008 年	1,768.02	927.04	1,908.16	178.18	-

注：上表中“公司采购占比（%）”是指公司向供应商采购金额占其销售收入的比重。

公司近三年一期主要委外采购供应商的基本情况如下表所示：

一、	宁波市鄞州宁胜电子元件厂
成立时间	2006 年 2 月 13 日
住 所	宁波市鄞州区塘溪镇邹溪村
负责人	张方存
注册资本	20 万元
企业类型	个人独资企业
经营范围	一般经营项目：电子元件、五金件、塑料件、冲件、电器配件的制造、加工。
采购内容	冲压件
二、	宁波市鄞州塘溪科升机械配件厂
成立时间	2005 年 9 月 1 日
住所	宁波市鄞州区塘溪镇邹溪村
负责人	周爱国
企业类型	个体工商户
经营范围	一般经营项目：五金件、塑料件、冲件、橡胶件的制造、加工。
采购内容	冲压件
三、	宁波市鄞州五乡方鑫电器配件厂
成立时间	2006 年 8 月 1 日
住所	宁波市鄞州区五乡镇李家洋村
负责人	俞明芳
企业类型	个体工商户
经营范围	一般经营项目：电器配件、冲床件，兼营塑料件、橡胶件、五金件的制造、加工。
采购内容	冲压件
四、	宁波高新区梅墟飞越塑料机械模具厂
成立时间	2003 年 2 月 25 日
住所	宁波高新区梅墟工业区方桥村
负责人	戚鹏飞

企业类型	个体工商户		
经营范围	塑料制品、模具加工；工艺品、五金制造、加工。		
采购内容	塑料件		
五、	慈溪市春尔电子有限公司		
成立时间	2007 年 9 月 12 日		
住所	慈溪市坎墩街道华鹏路 151 号		
法定代表人	柳建春		
企业类型	有限责任公司		
注册资本	50 万元		
经营范围	一般经营项目：电子元器件、家用电器、塑料制品、金属制品制造、加工；五金配件、模具加工。		
股权结构	股东姓名（名称）	出资额（万元）	股权比例
	柳建春	30	60%
	卢幼儿	20	40%
	合计	50	100%
采购内容	塑料件		
六、	宁波市鄞州亚楠电子元件厂		
成立时间	2007 年 8 月 7 日		
住所	宁波市鄞州区塘溪镇施村（洪岙）		
负责人	钱亚萍		
注册资本	20 万元		
企业类型	个人独资企业		
经营范围	电子元件、汽车配件、电器配件、塑料件、胶木件、橡胶件的制造、加工；自营或代理货物和技术出口，但国家限制经营或禁止进出口的货物和技术除外。		
采购内容	冲压件		
七、	宁波百达塑胶电器有限公司		
成立时间	2003 年 11 月 27 日		
住所	宁波市鄞州区高桥工业区		
法定代表人	夏传娣		
注册资本	50 万美元		
企业类型	有限责任公司（台港澳与境内合资）		
经营范围	塑料制品、电器产品、五金件、模具的制造、加工。		
股权结构	股东姓名（名称）	出资额（万美元）	股权比例

	夏川娣	30	60%
	香港百运（中国）有限公司 （FORTUNATE (CHINA) LTD）	20	40%
	合计	50	100%
采购内容	塑料件		
八、	宁波市鄞州五乡凌云电器配件厂		
成立时间	2002 年 3 月 29 日		
住所	宁波市鄞州区五乡镇汇纤村		
法定代表人	李耀珠		
企业类型	个体工商户		
经营范围	电脑托手架、汽摩配件、五金件、模具的制造、加工。		
采购内容	冲压件		
九、	宁波利之源冲压有限公司		
成立时间	2004 年 9 月 14 日		
住所	宁波市鄞州区塘溪镇大碧浦东、邹溪村		
法定代表人	童赛娣		
企业类型	有限责任公司		
注册资本	150 万元		
经营范围	汽车配件、缝纫机配件、电动气动工具、电脑配件、文具、冲压件、塑料件、五金件、磨具的制造加工。		
股权结构	股东姓名（名称）	出资额（万元）	股权比例
	周利源	90.00	60.00%
	童赛娣	60.00	40.00%
	合计	150.00	100.00%
采购内容	冲压件		

公司对于委外采购供应商的选择纳入公司统一的采购管理体系。公司建立了严格的供应商选取标准，包括但不限于技术评核、品质评核、生产评核以及价格评核。同时，对于已进入供应商名单的供应商，公司还建立了复查机制，每年对供应商进行复核，对于供应商之交期、品质、价格或服务产生重大变异时，可于一年中，随时对供应商作必要之复查。

公司委外采购的定价原则为按材料成本加上合理加工制造费用，再考虑一定的利润比率确定。利润比率一般不超过 10%。由于公司委外采购的产品均由塑料、

普通金属加工而成，其材料成本按公开市场交易价格确定。

经保荐机构核查，公司委外采购供应商与公司不存在任何关联关系；委外采购价格定价合理、公允，不存在损害公司利益或为公司输送利益的情形。

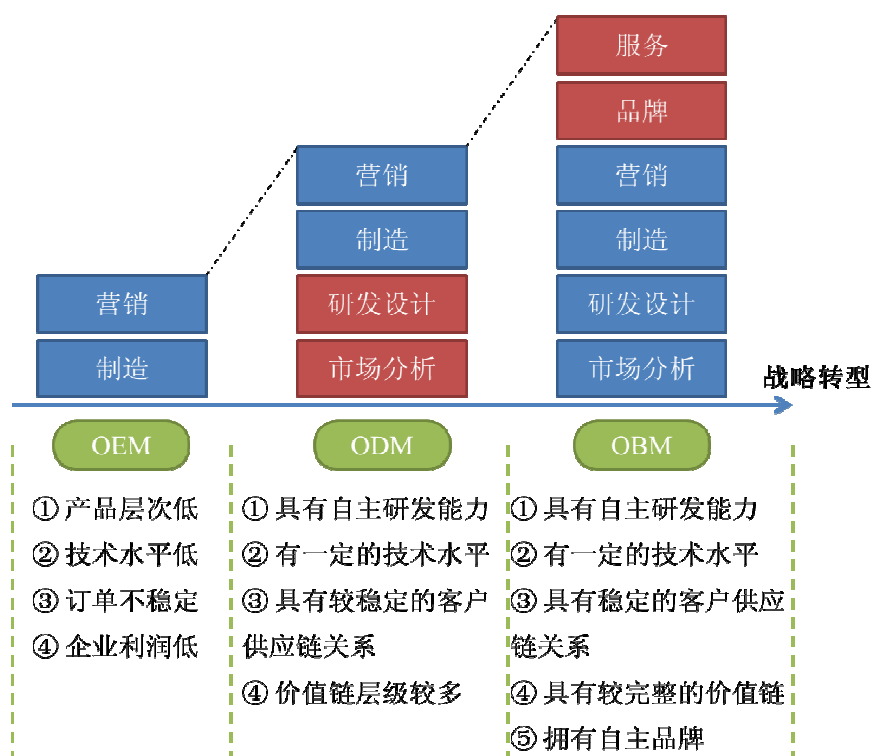
（2）工艺委外

由于电镀、氧化等工艺耗能高、对环境的影响比较大，公司在工艺流程的设计上未配备电镀与氧化工艺。对于一些需要电镀或氧化等工艺的配件，公司将其委托给第三方加工，并支付加工费。2008 年、2009 年、2010 年及 2011 年 1~6 月，公司进行电镀、氧化等工艺外协支付的加工费金额分别为 60.36 万元、206.64 万元、373.06 万元和 194.15 万元。

3、销售模式

目前，公司的营业收入主要来源于外销业务，外销收入占公司整体营业收入的比重达到 95%左右。自 2009 年下半年以来，公司开始着力开拓国内市场，国内销售收入在公司营业收入中的比重将会逐步提高。

目前国内企业主要以 ODM/OEM 方式向海外市场销售产品，并逐渐实现技术创新与产业升级。从产业发展与升级的角度来看，OEM、ODM、OBM 三种经营方式的关系如下图：



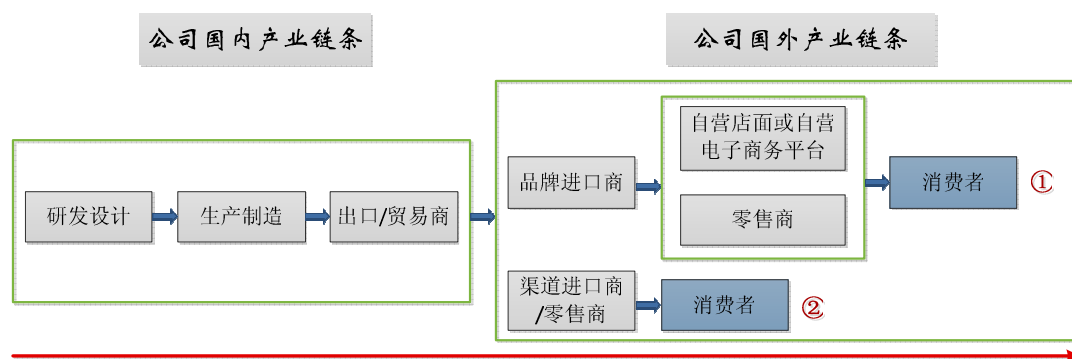
报告期内，公司以 ODM 形式获得的销售收入占公司整体营业收入的比重平均为 80%左右，公司已具备了较强的自主研发能力并形成了稳定的客户供应链关系。从 2009 年下半年开始，公司着手实施自主品牌战略，延伸价值链、提高产品附加值，并取得了一定的成效。目前，在国内市场本公司主要使用自主品牌“乐歌 Loctek”进行销售，在美国、澳大利亚、阿联酋等国家也已拥有自有品牌的分销商。

（1）海外市场销售模式

在海外市场，平板显示支架是作为消费类电子周边配套产品，以独立消费品的形式通过专业电子超市例如美国的百思买、综合类超市例如美国的沃尔玛、欧洲的家乐福以及平板显示支架品牌商的自营电子商务平台或其他各种自营零售店面等零售渠道直接销售给消费者。

因此，在海外市场，平板显示支架的供应商不是电视机厂商，而绝大部分是消费类电子产品制造商或者专业支架制造商，也包括部分拥有自己支架品牌的专业电子超市或综合类超市等零售商。国外的消费类电子产品制造商或者专业支架制造商以及拥有自己支架品牌的零售商绝大部分没有自己的平板显示支架生产基地，主要向以中国企业为主的全球平板显示支架制造商进行贴牌采购，然后在自己的销售渠道或者在自己的零售商客户的渠道实现销售。

公司外销的客户主要为各个国家的消费类电子产品制造商或者专业支架制造商，也包括部分拥有自己支架品牌的专业电子超市或综合类超市等零售商，由于前者的优势在于产品设计、品牌营销以及市场调研等，因此公司将其称为“品牌进口商”客户，后者的优势在于自身就是零售渠道，因此公司将其称为“渠道进口商”客户。



A、品牌进口商

销售模式①中：品牌进口商为公司最终销售客户，此类客户为国外平板显示支架主要供应商，包括专业支架制造商和消费类电子产品制造商。他们大多拥有自己的品牌，拥有市场调研、产品设计及品牌营销队伍，拥有自己的零售商渠道客户资源，其产品除通过自身电子商务平台和自营零售店面销售外，主要是在其零售商客户包括各类专业电子或综合超市中直接销售给消费者。

B、渠道进口商

销售客户②中：渠道进口商为公司最终销售客户，此类客户是以专业电子超市或大小型综合超市为代表零售商，产品为该渠道客户的品牌，在其渠道中直接销售给消费者。

报告期内公司海外客户按类型分类如下表所示：

单位：个

客户类别	2010 年	2009 年	2008 年
品牌进口商	237	212	192
渠道进口商	19	13	8
合 计	256	225	200

其中，2010 年公司前五名客户的客户类型基本情况如下：

序号	客户名称	国别	品牌及渠道情况	客户类型
1	SCADLOCK LLC.	美国	美国著名平板电视支架设计品牌商，为美国顶级品牌 MONSTER（怪兽）的指定支架供应商，主要在美国各大顶级超市销售。	品牌进口商
2	CMS Consumer Products, LLC	美国	SYLVANIA 品牌在电子零配件领域专属授权经销商，为 BJ'S wholesale Club 平板电视机品牌支	品牌进口商

序号	客户名称	国别	品牌及渠道情况	客户类型
			架主要供应商。BJ' S 成立于 1984 年，在全美拥有 180 多家分店。	
3	Schoenfeld Internatioanl Inc	美国	全美领先的视频配件类产品品牌商，旗下品牌 ETEC 为 Brandsmart 和 Furniture Mart 的主要支架供应商。Brandsmart 在全美电子零售业排名第九；Furniture Mart 成立于 1937 年，为北美最大的家居店。	品牌进口商
4	BIRGMA	瑞典	隶属于瑞典知名超市 Biltema，成立于 1963 年，超市遍布以瑞典、挪威、芬兰、丹麦北欧四国为中心的欧洲国家。	渠道进口商
5	ASC-TEC AG	德国	引领 RF 技术研发和产品创新的领军企业，主要涉及有线电视、卫星电视、收音机和电视机信号的传送、接收和分布等领域。	品牌进口商
6	Plazacorp S.A	智利	南美领先的视频配件类产品品牌商，旗下两大品牌 BUILTDIGITAL 和 HITECH 为智利和秘鲁市场著名品牌。	品牌进口商
7	Peerless	美国	全球排名前 3 的行业领军企业，集专业平板显示支架设计、制造、品牌及工程配套为一体的品牌制造商，为视听行业超过 40 年的领导者。	品牌进口商
8	Roland Kemmer	德国	渠道进口商，通过自营网站进行网络销售。	渠道进口商
9	Representaciones Paq Group	委内瑞拉	委内瑞拉主流品牌经销商，旗下拥有 PAQ、IONIC、ABIT、ENERGIZER 等多个著名品牌。	品牌进口商
10	EROS Electricals	阿联酋	阿联酋知名企业，下辖 10 余家子公司。经营产品丰富多样，包含数码产品、空调、安全系统、厨房用品等，为三星、日立、在迪拜地区的总代理。	品牌进口商
11	G&BL AVM ENGINEERING	意大利	欧洲著名的视频电子配件品牌商，成立于 1979 年，旗下品牌 G&BL 在欧洲拥有极高知名度。	品牌进口商
12	Thomann musikhaus	德国	欧洲最大的乐器、音响、舞台设备产品品牌商，成立于 1954 年。	品牌进口商
13	Everttek Computer Corp	美国	美国主要渠道进口商，产品主要	渠道进口商

序号	客户名称	国别	品牌及渠道情况	客户类型
			为消费电子和电脑周边产品，同时也通过自营网站进行网络销售。	
14	Sound Around Inc	美国	纽约大型视听周边产品运营商，主要通过 OVERSTOCK 网站进行 ON-LINE 销售。	品牌进口商
15	International Product Sourcing Group	美国	隶属于美国知名超市 Microcenter，主流渠道进口商。Microcenter 在全美境内有超过 40 家连锁店，产品覆盖范围广。	渠道进口商

由上表可知，品牌进口商为公司主要客户，与海外市场平板显示支架供应商格局是相一致的。

报告期内公司 95%左右产品出口海外。公司出口产品主要分为 ODM、OEM 和 OBM 三种模式。公司出口产品订单按照 ODM、OEM 和 OBM 划分情况如下：

单位：美元

项 目	2011 年 1~6 月		2010 年度		2009 年度		2008 年度	
	订单金额	比例 (%)	订单金额	比例 (%)	订单金额	比例 (%)	订单金额	比例 (%)
ODM	14,380,327.22	81.34	24,063,641.12	75.52	15,924,151.28	77.14	11,206,201.20	75.38
OEM	1,395,220.99	7.89	5,538,661.85	17.38	3,514,001.32	17.02	2,606,948.00	17.54
OBM	1,904,681.89	10.77	2,259,772.74	7.09	1,204,817.75	5.84	1,052,736.58	7.08
合 计	17,680,230.10	100.00	31,862,075.71	100.00	20,642,970.35	100.00	14,865,885.78	100.00

报告期内公司 ODM/OEM 业务模式下，主要品牌订单金额及占比情况如下：

单位：美元

品 牌	2011 年 1~6 月		2010 年度		2009 年度		2008 年度	
	订单额	占比 (%)	订单额	占比 (%)	订单额	占比 (%)	订单额	占比 (%)
SYLVANIA	119,695.00	0.76	1,900,961.40	6.42	1,761,686.00	9.06	—	—
MONSTER	181,901.19	1.15	1,325,709.80	4.48	581,803.48	2.99	—	—
PROMOUNTS	570,394.28	3.62	1,368,463.70	4.62	182,283.52	0.94	—	—
ETEC	674,104.30	4.27	1,365,826.40	4.61	1,394,649.00	7.17	—	—
BILTEMA	609,751.40	3.87	1,285,536.60	4.34	801,051.00	4.12	738,852.00	5.35

PEERLESS	239,139.00	1.52	1,025,582.20	3.46	179,616.00	0.92	—	—
DELTA	316,992.00	2.01	1,080,668.26	3.65	504,289.00	2.59	1,451,319.00	10.51
BUILTDIGITAL	290,948.50	1.84	1,043,545.00	3.53	136,900.00	0.70	51,120.00	0.37
G&BL	154,106.60	0.98	650,220.00	2.20	239,547.00	1.23	15,620.00	0.11
TECTAKE	360,468.50	2.28	731,606.20	2.47	954,620.00	4.91	477,520.00	3.46
其他品牌	12,258,047.44	77.70	17,824,183.41	60.21	12,701,707.60	65.34	11,078,718.20	80.20
合 计	15,775,548.21	100.00	29,602,302.97	100.00	19,438,152.60	100.00	13,813,149.20	100.00

如上表所示，公司 ODM/OEM 品牌比较分散，各品牌的金额和比例的变化取决于品牌商自己品牌发展战略的要求。公司作为产品制造商，主要凭借在国际平板显示支架销售渠道中的良好合作关系推广本公司产品、提升公司品牌形象，公司产品在国外终端市场的推广和维护由品牌商进行。

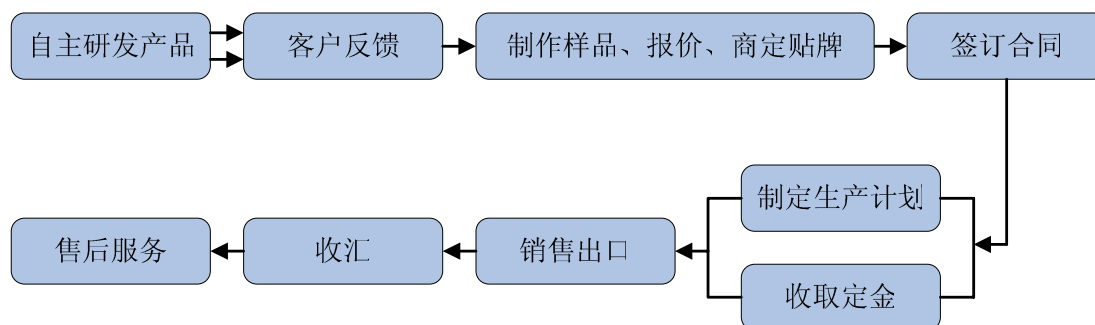
① ODM 的销售模式

公司 ODM 客户遍布全球，主要为海外品牌商，他们通过专业电子超市、综合类超市或自营零售店面进行销售。以美国和欧洲销售区域为例，公司产品在此区域以超市为零售渠道的布局如下表所示：

区域	超市类型	超市名称	ODM 客户	客户类型	客户品牌
美国	专业电子超市	Micro Center	IPSG	专业电子超市	Inland
		Brandsmart	Schoenfeld	电视周边产品品牌商	Etec
		Fry's Electronics	Monster	电视周边产品品牌商	Monster
		BJ's	CMS	品牌运营商	Sylvania
	综合超市	Target	CMS	品牌运营商	Sylvania
		Sears	CMS	品牌运营商	Sylvania
		ABC warehouse	ABC warehouse	综合超市	Meliamounts
欧盟	专业电子超市	MediaMarkt	G&BL	电视周边产品品牌商	G&BL
		Saturn	G&BL	电视周边产品品牌商	G&BL
		Kesa (Comet, Darty)	KESA	专业电子超市	Temium
		Net on Net	Net on Net	专业电子超市	NetonNet
	综合超市	Auchan	Smartwave	品牌运营商	Smartwave
		Biltema	BIRGMA	综合性连锁超市	Biltema

ODM 的销售模式为，公司自主研发设计出成型的产品，其结构、外观均由公司自主开发，通过展销会或网络向全球现有及潜在客户发送产品目录供其挑选，由海外品牌商选择下单后进行生产，产品以客户的品牌进行销售。

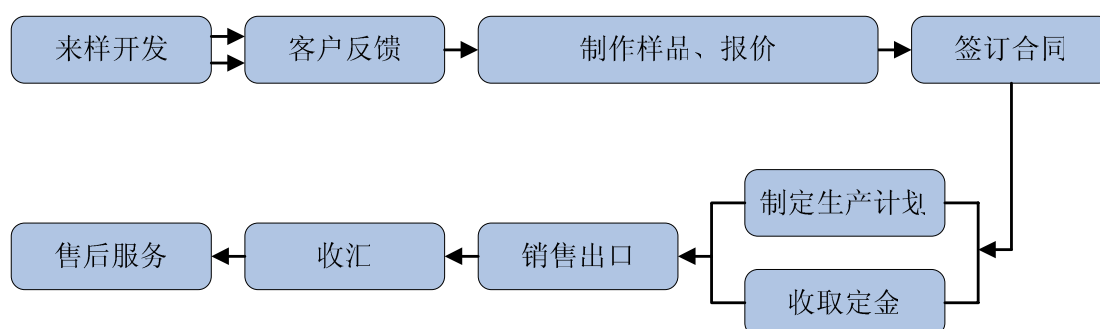
公司 ODM 的销售流程如下图所示：



② OEM 的销售模式

产品的结构、外观、工艺均由海外品牌商提供，公司根据海外品牌商的订单进行生产，产品生产完成后以海外品牌商的品牌出售。

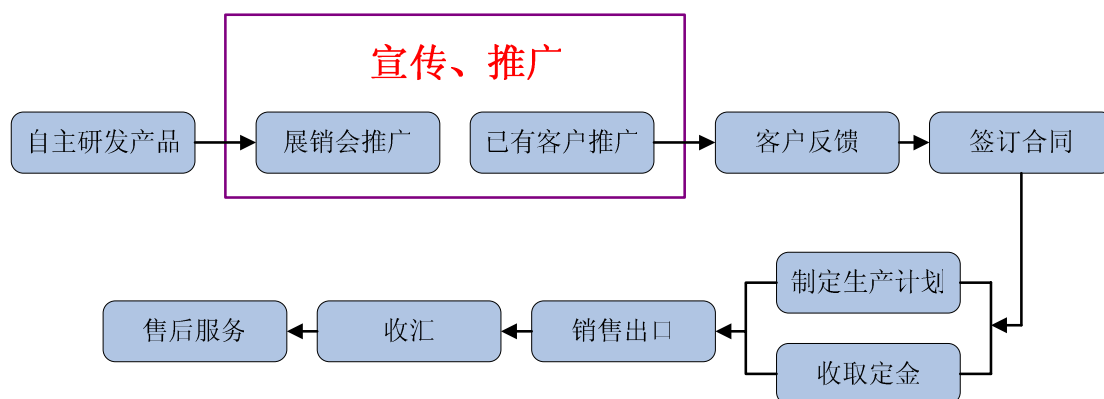
公司 OEM 的销售流程如下图所示：



③ OBM 的销售模式

OBM 的销售模式，即公司以自有品牌“乐歌 Loctek”向海外市场销售公司产品。公司目前的自主品牌产品主要通过海外客户（经销商）进行销售，也有部分产品通过家电卖场等零售渠道直接销售。

公司 OBM 的销售流程如下图所示：



目前，公司海外市场自有品牌布局情况如下：



④ 公司外销业务的结算模式

公司海外订单的货款结算方式以电汇方式（T/T）和即期信用证（L/C）为主，付款交单（D/P）和赊销（O/A）为辅。

具体结算方式介绍详见本招股说明书“第十节 财务会计信息”之“三、发行人主要的会计政策和会计估计”相关内容。

（2）国内市场销售模式

依托多年来在海外市场积累的丰富市场经验，在稳固海外业务的基础上，公司自 2009 年下半年起正式开拓国内市场。目前，公司正在加速建立国内营销网络。公司主要通过家电卖场、网络交易平台及经销商代理三种方式在国内进行产品销售，并积极筹划与各大品牌电视厂商的配套合作。

① 家电卖场

家电卖场是公司内销市场的主要销售渠道，公司已和苏宁等家电卖场签订了框架合作协议，并积极的开拓其他家电卖场。公司在卖场里开设专营柜台、配备专业的促销人员。截止 2011 年 6 月 30 日，公司已进入 87 家卖场门店。对于开设专营店的卖场，公司主要采用代销的方式。此外，家电卖场还以买断的方式向公司集中采购。

公司在家电卖场中的专营柜台展示如下：

示例图片



苏宁北京四季青店



苏宁南京商贸店



苏宁广州天河店



苏宁上海曲阳路店

② 网络交易平台

A、自营电子商务

电子商务平台	乐歌旗舰店 (淘宝店铺)	千家商户 (淘宝店铺)	聚才家居 (淘宝店铺)	乐歌商城 网站 ^注
网址	loctek.tmall.com	1000soho.taobao.com	jcjj.tmall.com	www.lege.cn
拥有人	乐歌视讯	乐歌视讯	聚才电子商务	丽晶电子
2010 年实现销售收入（元）	—	59,312.97	99,159.06	20,441.37

注：乐歌商城网站自 2011 年 4 月 18 日起停止所有业务，并已申请注销《中华人民共和国增值电信业务经营许可证》，其域名已无偿转让予公司。

截止本招股说明书签署日，公司拥有三个电子商务平台中，均为利用淘宝网设立的网络销售平台。上述三个电子商务平台从事的具体业务均为通过网络销售平台销售公司产品，具体业务模式无本质区别，即：消费者登陆相关网站或网页，通过网页进行网上下单购买，并通过相应网络支付手段和平台进行网上支付，公司在确认支付后向购买方发送产品实现销售。

B、非自营电子商务

电子商务平台	京东商城	新蛋	亚马逊	易讯
网址	www.360buy.com	www.newegg.com.cn	www.amazon.cn	www.icson.com
2010 年实现销售收入（元）	154,203.42	16,185.47	5,708.33	—

非自营电子商务的运作模式为：公司将产品销售给上述 B2C 公司，通过其网络销售平台销售公司产品。

③ 经销商体系

为更好的开拓国内市场，培育引导人们的消费习惯，公司通过大规模的全国渠道拜访、举行招商大会，制定严格的经销商资质认证条件，逐步建立国内经销商体系。截止 2011 年 6 月 30 日，公司已与 20 家经销商建立了业务合作关系。

4、研发设计模式

平板显示支架行业是集市场需求分析、研发设计、模具设计与制造、生产加

工、配套组装等为一体的制造服务行业。为满足消费者对产品安全、健康、舒适的要求，公司产品以符合人体工程学为设计目标，其主要设计环节如下：

（1）外形创意设计

市场需求分析完成后，公司根据所获得的市场需求信息对产品的造型、颜色等各方面进行外形创意设计。公司主要采用 RHINO4.0、3DS MAX、PHOTOSHOP 等设计软件进行外形创意设计和造型模拟。

（2）结构设计

外形创意设计完成后，平板显示支架产品的外观造型已经基本确定。公司根据外形创意设计的结果，结合考虑产品在安全性、耐用性等方面的要求进行结构设计，确定产品生产所需的原材料、加工工艺、结构应用等。

（四）报告期内公司主要产品的生产销售情况

1、主要产品产能、产量、销量情况

产品类别	项 目	2011 年 1~6 月	2010 年度	2009 年度	2008 年度
平板显示支架	设计产能（万套）	150	150	150	100
	实际产能（万套）	300	300	150	100
	产量（万套）	143.12	263.22	142.39	80.95
	销量（万套）	127.43	246.21	139.31	80.41
	产销率（%）	89.04	93.54	97.84	99.33
	产能利用率（%）	190.83	175.48	94.93	80.95

注：① 由于平板显示支架及其他视听支架生产工艺基本相同，因此计算产能不加区分，统一为平板显示支架列示。② 为应对 2010 年公司订单大幅上升导致的产能不足，公司从 2010 年 1 月开始启动日夜双班制，实际产能达到 300 万套。

2、主要产品收入情况

项目	2011 年 1~6 月		2010 年		2009 年		2008 年	
	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)
平板显示支架	8,694.79	79.35	17,376.54	82.78	10,323.90	80.43	6,186.14	59.26
其中：功能型	6,649.21	60.68	12,505.89	59.58	7,780.81	60.62	3,751.80	35.94
固定型	2,045.58	18.67	4,870.65	23.20	2,543.09	19.81	2,434.34	23.32

项目	2011 年 1~6 月		2010 年		2009 年		2008 年	
	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)
其他视听设备支架	909.55	8.30	1,299.18	6.19	1,140.41	8.88	1,118.78	10.72
其他	1,353.62	12.35	2,315.26	11.03	1,371.27	10.68	3,133.51	30.02
总 计	10,957.96	100.00	20,990.98	100.00	12,835.58	100.00	10,438.43	100.00

注：其他视听设备支架主要包括 DVD 支架、投影仪支架等；其他类主要指机柜及其他贸易产品。

平板显示支架作为本公司的主要产品，是本公司销售收入的主要来源。2008 年、2009 年、2010 年及 2011 年 1~6 月，平板显示支架的销售收入分别为 6,186.14 万元、10,323.90 万元、17,376.54 万元和 8,694.79 万元，占当期主营业务收入的比重分别为 59.26%、80.43%、82.78%和 79.35%，且 2009 年和 2010 年的增长率分别达到 66.89%和 68.31%，实现了销售收入的持续快速增长。

3、主要产品分地区销售情况

单位：万元

产品类别	2011 年 1~6 月		2010 年度		2009 年度		2008 年度	
	收入	比例 (%)	收入	比例 (%)	收入	比例 (%)	收入	比例(%)
一、海外市场	10,344.92	94.41	20,160.81	96.05	12,671.16	98.72	10,211.70	97.83
北美	3,360.99	30.67	7,876.30	37.52	4,392.10	34.22	1,643.58	15.75
欧洲	3,373.55	30.79	6,547.63	31.19	4,638.55	36.14	5,200.76	49.82
亚洲	1,360.76	12.42	2,634.52	12.55	1,541.27	12.01	1,593.28	15.26
中东	925.29	8.44	1,365.20	6.50	1,223.01	9.53	1,212.34	11.61
拉美	1,013.89	9.25	1,155.27	5.50	610.79	4.76	254.25	2.44
其他	310.42	2.84	581.90	2.77	265.44	2.07	307.48	2.95
二、国内市场	613.05	5.59	830.16	3.95	164.41	1.28	226.74	2.17
合 计	10,957.96	100.00	20,990.98	100.00	12,835.58	100.00	10,438.43	100.00

由上表可知，报告期内，本公司的营业收入主要来源于外销业务。2008 年、2009 年、2010 年及 2011 年 1~6 月，公司的外销收入分别为 10,211.70 万元、12,671.16 万元、20,160.81 万元和 10,344.92 万元，占公司主营业务收入的比重分别达到 97.83%、98.72%、96.05%和 94.41%。自 2009 年下半年以来，公司开始在国内市场进行战略布局，并取得了一定的销售业绩，国内市场将成为公司未来

营业收入与利润的新的增长点。

4、主要产品的销售价格变动情况

本公司的主要产品平板显示支架主要包括功能型支架和固定型支架两种类型，由于两种产品在设计、材质、功能等方面具有较大的差异，因此其单位销售价格亦具有较大的差异。报告期内，平板显示支架销售价格的变动情况如下表：

产品类别	地区分类	2011年1~6月 (元/套)	2010年 (元/套)	2009年 (元/套)	2008年 (元/套)
外销	功能型	84.92	92.19	88.80	86.08
	固定型	40.62	46.37	49.89	66.70
内销	功能型	151.96	109.76	192.46	—
	固定型	36.47	34.97	97.89	—

从销售区域上来看，公司自2009年下半年开始开拓国内市场，2009年度的销售数量及销售金额均较小，单位销售价格偏高，不具有可比性。2010年度，由于功能型支架主要是通过苏宁电器、百思买以及京东方、新蛋、卓越、乐歌商城等零售渠道进行销售，因此功能型支架的销售价格略高于外销价格；固定型支架则主要是通过苏宁电器的集采进行销售，因而固定型支架的销售价格相对低于外销价格。

从产品类别上来看，功能型平板显示支架具有较强的自主消费品特性。公司在报告期内不断的推出新产品以满足消费者需求，产品设计新颖、材质优良、功能完备，促使功能型支架的销售价格基本稳定。而固定型支架则由于其功能相对单一、成本相对低廉，因此销售价格较低且表现出一定的下滑趋势。

5、报告期向前十名客户的销售情况

单位：万元

年 度	客户名称	销售金额	销售占比
2011年 1~6月	SCADLOCK, LLC	569.56	4.93%
	GONGZHU TECH DEVELOPMENT S.A.	525.67	4.55%
	BIRGMA CHINA LTD.	394.02	3.41%
	Schoenfeld International Inc.	380.52	3.29%
	CMS Consumer Products, LLC	290.34	2.51%
	PEERLESS Industries, Inc	281.19	2.43%
	FEI TRADING CO., LTD	280.84	2.43%

年 度	客户名称	销售金额	销售占比
	ROLAND KEMMER e.K.	279.17	2.41%
	ACE Hardware indonesia	252.23	2.18%
	ASC-TEC AG	244.69	2.12%
	合 计	3,498.24	30.26%
2010 年度	SCADLOCK, LLC	2,050.64	9.57%
	CMS Consumer Products, LLC	1,206.31	5.63%
	Schoenfeld International Inc.	973.76	4.54%
	PlazaCorp Chile S.A.	740.96	3.46%
	ASC-TEC AG	742.13	3.46%
	BIRGMA CHINA LTD.	672.44	3.14%
	ROLAND KEMMER e.K.	551.96	2.58%
	Evertex Computer Corp	526.35	2.46%
	PEERLESS Industries, Inc	515.96	2.41%
	Representaciones PAQ Group	472.30	2.20%
	合 计	8,452.81	39.44%
2009 年度	CMS Consumer Products, LLC	1,150.99	8.97%
	Schoenfeld International Inc.	806.28	6.28%
	SZSUAREZ intelligent furniture	731.66	5.70%
	ROLAND KEMMER e.K.	634.01	4.94%
	BIRGMA CHINA LTD.	552.66	4.31%
	Evertex Computer Corp	512.61	3.99%
	SCADLOCK, LLC	402.96	3.14%
	EROS ELECTRICALS	347.54	2.71%
	DAVECO LTD	309.42	2.41%
	AVSL Group Ltd.	288.92	2.25%
	合 计	5,737.05	44.70%
2008 年度	ASC-TEC AG	1,011.01	9.69%
	SZSUAREZ intelligent furniture	919.89	8.81%
	A AND L International Holding LTD	552.65	5.29%
	BIRGMA CHINA LTD.	520.95	4.99%
	AVSL Group LTD	464.94	4.45%
	EROS ELECTRICALS	346.55	3.32%
	Multimedia Systems	343.11	3.29%
	ROLAND KEMMER e.K.	333.68	3.20%
	Steinigke Showtechnik GmbH	303.72	2.91%
	High Definition Visualindo	279.79	2.68%
	合 计	5,076.29	48.63%

2010 年公司第一大客户的销售收入以及前十大客户的合计收入占 2010 年公司总收入的比例分别为 9.57%和 39.44%，公司的经营业绩对单一客户不存在任何依赖。报告期内，公司前十名销售客户相对稳定。随着公司实力及品牌知名度的逐步提高，公司客户平均下单金额由 2008 年的 7.43 万美元提高到 2010 年的 12.49 万美元。公司相对稳定的客户结构及单一客户采购额的持续增长保证了公司经营业绩的稳定增长。

公司在报告期内不存在向单一销售客户销售金额超过销售总额 50%的情况，受同一实际控制人控制的销售客户合并计算的销售额亦不存在超过销售总额 50%的情况。公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员、主要关联方或持有公司 5%以上股份的股东与上述客户不存在直接或间接的股权关系或其他权益关系。

（五）公司营业成本的构成及原材料和能源的供应情况

1、主要原材料及能源供应情况

公司生产所需的原材料主要包括钢板、钢管、铝锭等直接原材料，委外采购的冲压件、塑料件、五金件以及包装物、标准件等辅助材料。公司使用的主要能源动力则包括水、电等。如下表所示：

类型	子类	原材料名称
原材料	直接原材料	钢板、钢管、铝锭等
	外购半成品配件	冲压件、塑料件、五金件
	辅助材料	包装物、标准件等
能源	水、电等	

公司生产基地位于浙江省宁波市，经济较为发达，为中国传统的金属结构件及五金件加工基地，形成了金属加工制造的集群效应。公司所在地交通方便，周边产业服务配套齐全，公司所需物料均可在省内或当地购得，经公路运输到达目的地。

2、公司营业成本的构成

项目	2011 年 1~6 月	2010 年	2009 年	2008 年
原材料	76.87%	78.69%	82.14%	82.56%
其中：直接原材料	23.48%	24.89%	28.19%	26.45%
外购半成品配件	27.49%	27.55%	30.42%	24.23%
辅助材料	24.54%	24.70%	21.83%	29.57%
其他	1.36%	1.56%	1.70%	2.31%
直接人工	13.43%	11.58%	9.14%	8.99%
制造费用	6.64%	6.74%	5.76%	7.10%
委外加工费用	3.06%	2.99%	2.96%	1.34%
合 计	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

原材料是本公司营业成本的主要构成部分，2008 年、2009 年、2010 年及 2011 年 1~6 月，原材料占营业成本的比重分别为 82.56%、82.14%、78.69%和 76.87%。

3、主要原材料和能源的价格变动趋势

2008 年受全球金融危机影响，2008 年下半年开始钢材、铝材等大众商品价格出现大幅下跌，2009 年下半年价格逐步企稳回升。报告期内，公司主要基础原材料采购价格的变动情况如下表所示：

项 目	2011 年 1~6 月均价	2010 年均价	2009 年均价	2008 年均价
原材料	钢板（元/吨）	4,730	4,531	4,047
	钢管（元/吨）	5,228	4,678	4,398
	铝锭（元/吨）	14,582	13,865	11,476
能源	水（元/吨）	2.83	2.78	1.92
	电（元/度）	0.83	0.72	0.73

4、主要原材料和能源占成本的比重

报告期内，主要原材料及能源耗用占成本的比例如下：

类 别	项 目	2011 年 1~6 月	2010 年度	2009 年度	2008 年度
主要原材料 占成本比例	直接原 材料	钢板	9.66%	11.95%	15.10%
		钢管	3.84%	3.40%	4.78%
		铝锭	6.41%	6.73%	5.85%
	小 计		19.91%	22.08%	25.73%
				23.05%	

	外购半成品配件	冲压件	14.68%	16.19%	19.09%	16.78%
		塑料件	7.83%	6.49%	7.88%	4.97%
		五金件	4.99%	4.87%	3.46%	2.48%
	小 计		27.50%	27.55%	30.43%	24.23%
	辅助材料	包装物	12.76%	13.86%	13.51%	14.09%
		标准件	7.50%	6.67%	6.88%	5.56%
		其他	4.28%	4.17%	1.43%	9.91%
	小 计		24.54%	24.70%	21.82%	29.56%
	合 计		71.95%	74.33%	77.98%	76.84%
主要能源占成本比例	水、电等能源		1.33%	1.26%	1.69%	2.11%

5、报告期前五名供应商的采购情况

单位：万元

年 度	供应商名称	采购金额	采购占比
2011 年 1~6 月	中航国际钢铁贸易有限公司	632.89	9.37%
	宁波市鄞州宁胜电子元件厂	579.81	8.59%
	宁波森泽钢铁科技有限公司	312.56	4.63%
	宁波云嘉金属材料有限公司	270.81	4.01%
	海盐亚杰五金制品有限公司	228.61	3.39%
	合 计	2,024.68	29.98%
2010 年度	宁波市鄞州宁胜电子元件厂	1,019.53	7.84%
	宁波云大铝业有限公司	817.93	6.29%
	宁波天航经贸发展有限公司	528.00	4.06%
	宁波向阳坦科斯特电子有限公司	470.15	3.61%
	浙江省冶金物资有限公司	456.45	3.51%
	合 计	3,292.05	25.30%
2009 年度	宁波馨音电子制造有限公司	2,648.10	36.20%
	宁波市鄞州宁胜电子元件厂	314.78	4.30%
	余姚市雷澳紧固件有限公司	304.35	4.16%
	宁波市科技园区锡达钢管有限公司	197.15	2.70%
	宁波市鄞州亚楠电子元件厂	168.64	2.31%
	合 计	3,633.01	49.67%

年 度	供应商名称	采购金额	采购占比
2008 年度	宁波向阳坦科斯特电子有限公司	372.44	7.45%
	宁波市鄞州亚楠电子元件厂	289.76	5.80%
	宁波馨音电子制造有限公司	249.93	5.00%
	宁波市鄞州宁胜电子元件厂	236.38	4.73%
	宁波索迈家居用品有限公司	231.64	4.63%
	合 计	1,380.15	27.61%

报告期内，公司不存在向单一供应商采购金额超过采购总额 50%的情况，受同一实际控制人控制的供应商合并计算采购额亦不存在超过采购总额 50%的情况。除馨音电子为公司的关联企业外，公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员、主要关联方或持有本公司 5%以上股份的股东，在上述供应商中不拥有任何权益，亦不存在任何关联关系。

（六）公司的安全生产和环境保护情况

1、安全生产

为保证生产安全，公司制定了《安全生产管理制度》，并成立安全生产小组。安全管理工作实行逐级责任制，由公司总经理、各部门第一负责人等组成。公司贯彻“安全生产、预防为主”的安全生产方针，从管理上把广大员工的思想 and 行为统一规范起来，把生产经营活动与安全工作紧密结合起来，使相关的法律法规、标准落实到整个生产经营活动的各个环节中去，最大限度地降低对人、机、物、环境的损害，实现安全文明生产。

公司时刻关注员工的身心健康，定期或不定期的举办各项文体活动，以缓解及释放员工的工作压力；同时，公司还设置了员工救济通道，生活上存在各类困难的员工可通过该通道申请救助，免除其后顾之忧。通过上述措施，员工可以以最佳的身体及心理状态投入到工作中，从而最大限度的避免由于人为因素所导致的安全事故的发生。

2011 年 7 月 11 日，宁波市质量技术监督局鄞州分局出具证明如下：“宁波乐歌视讯科技股份有限公司/宁波丽晶数码科技有限公司自 2008 年 1 月 1 日至今，在生产经营过程中能够严格遵守国家和地方有关行业产品质量和安全生产的法

律法规，所生产的产品符合相关法律法规的规范性要求，未出现因违反有关行业产品质量和安全生产方面的法律法规而遭受处罚的情况。”

2、环境保护

公司目前所经营的业务中，不存在重污染情况。公司针对产品研发和生产过程中产生的废气、废水、噪音等采取了有效的治理和预防措施。公司现有生产工艺均符合环境保护相关法律法规，按照国家标准运作。

宁波市环境保护局对本公司及下属子公司的环境保护情况进行了核查，并于2011年1月19日出具了《关于宁波乐歌视讯科技股份有限公司环保核查情况的函》（甬环函[2011]4号），该函的结论意见如下：“该公司及其子公司能遵守国家环保法律法规，建设项目能执行环境影响评价和‘三同时’制度；生产中主要污染物排放基本达到国家规定的排放要求；按期缴纳排污费；主要环保设施的运转率达到95%以上；产生的固体废物和危险废物基本得到了安全处置；公司的产品及其生产过程中不含有或使用国家法律、法规、标准中禁用的物质以及我国签署的国际公约中禁用的物质；近三年来，没有发生环境污染事故和因违反环保法律法规而受到我局处罚的行为。”

四、主要固定资产及无形资产

（一）固定资产

截止2011年6月30日，公司固定资产净值为3,393.59万元，总体成新率为72.10%。报告期内，公司生产设备运转良好，没有出现因生产设备原因导致的生产不正常波动。

截止2011年6月30日，公司固定资产情况如下表：

单位：元

类 别	原 值	累计折旧	账面价值	成新率（%）
房屋建筑物	9,284,367.49	2,818,264.81	6,466,102.68	69.65
机器设备	31,052,784.25	6,753,146.63	24,299,637.62	78.25
运输设备	4,732,899.10	2,677,124.60	2,055,774.50	43.44
办公设备	1,994,446.90	880,106.94	1,114,339.96	55.87
合 计	47,064,497.74	13,128,642.98	33,935,854.76	72.10

1、主要生产设备

截止 2011 年 6 月 30 日，公司主要生产设备情况如下表：

序号	设备名称	数量 (台)	原值 (元)	尚可使 用年限	成新率 (%)	使用人
1	机床	64	6,019,558.46	5.88	81.50	宁波乐歌、丽晶数码
2	压力机	50	4,893,734.22	5.44	85.75	宁波乐歌、丽晶数码
3	切割机	34	4,278,293.24	4.94	87.78	宁波乐歌、丽晶数码
4	流水线	24	1,859,115.35	5.06	73.39	宁波乐歌、丽晶数码
5	配电设备	10	1,185,388.66	4.98	68.20	宁波乐歌
6	木工开料打磨机	24	1,098,955.27	8.52	88.92	宁波乐歌
7	磨边清洗机	27	1,015,332.15	6.04	87.75	宁波乐歌
8	激光数控切割系统	1	978,125.00	7.00	72.23	丽晶数码
9	清洁设备	9	957,689.06	6.50	71.88	宁波乐歌
10	数控折弯机	5	886,082.58	7.98	82.91	宁波乐歌、丽晶数码
11	检测试验仪	17	787,463.82	3.50	57.30	宁波乐歌
12	烘房熔炉	18	651,035.90	6.67	75.52	宁波乐歌
13	喷涂设备	23	525,360.68	5.17	76.62	宁波乐歌
14	射频信号发生器	7	392,630.00	0.00	5.00	宁波乐歌
15	焊机	12	381,500.51	6.38	84.24	宁波乐歌
16	打包机	25	217,598.71	2.86	60.79	宁波乐歌、丽晶数码
17	干燥器	9	73,199.14	6.81	80.76	宁波乐歌、丽晶数码
合 计		359	26,201,062.75	5.48	79.79	—

上述主要设备中，由发行人所有并使用的设备原值合计 2,126.28 万元，净值合计 1,717.10 万元；由丽晶数码所有并使用的设备原值合计 493.83 万元，净值合计 373.50 万元。总体成新率为 79.79%。

2、房产情况

截止本招股书签署日，公司拥有 2 处房产，建筑总面积 8,976.69 平方米，以自建的方式取得宁波市房产管理局颁发的《房屋所有权证》。此外，公司于 2009 年启动了位于宁波市鄞州区滨海工业园区新厂区的建设工程，包括 4 栋建筑面积 37,000 平方米工业厂房及 3 栋建筑面积 12,000 平方米办公用房，主体建筑现已施工完毕，预计 2011 年底取得房屋所有权证书。公司已拥有产权的房产情况如

下:

权利人	房屋所有权证号	建筑面积 (m ²)	房屋坐落	房屋用途
宁波乐歌	甬房权证鄞州区字第 201107446 号	7,922.69	鄞州区姜山镇郁家村	工业
宁波乐歌	甬房权证鄞州区字第 201107447 号	1,054.00	鄞州区姜山镇郁家村	工业

除上述已办理房产证的建筑物外, 发行人还另拥有钢棚等简易建筑, 主要用于临时堆放等目的, 公司已计划在半年内即位于宁波市鄞州区滨海工业园区的新厂房建成并投入使用后不再使用该等临时建筑。

(二) 无形资产

1、土地使用权

截止本招股书签署日, 发行人共拥有 2 宗土地, 具体情况如下:

(1) 宁波乐歌拥有位于宁波市鄞州区姜山镇郁家村地号为 1216328, 使用权面积 18,982.40 平方米的国有土地使用权。上述土地的使用权以出让方式取得, 用途为工业用地, 并已取得宁波市鄞州区人民政府颁发的鄞国用(2011)第 12-051664 号《国有土地使用权证》, 颁发日期为 2011 年 5 月 17 日, 终止日期为 2052 年 11 月 3 日。

(2) 丽晶数码拥有位于宁波市鄞州区瞻岐镇大嵩盐场地号为 01-39-026, 使用面积 46,667 平方米的国有土地使用权。上述土地使用权以出让方式取得, 用途为工业用地, 并已取得宁波市人民政府颁发的甬鄞国用(2007)第 01-00050 号《国有土地使用权证》, 颁发日期为 2007 年 5 月 15 日, 终止日期为 2057 年 4 月 25 日。

2、软件使用权

本公司拥有的软件使用权为金蝶 ERP 软件, 系于 2010 年 11 月向金蝶软件(中国)有限公司宁波分公司购买所得, 入账价值 31.62 万元。截止 2011 年 6 月 30 日, 该软件使用权的账面价值为 27.41 万元。

3、商标

截止本招股书签署日, 公司拥有的与主营业务相关, 且正在使用的注册商标

情况如下：

序号	权利人	商 标	注册号	类别	有效期
1	发行人		4487271	9	2007.10.21-2017.10.20
2	发行人		4854224	20	2009.01.21-2019.01.20
3	发行人	乐 歌	4917421	20	2009.04.07-2019.04.06
4	发行人	METAK	5167723	20	2009.06.28-2019.06.27
5	发行人	乐歌 Loctek	7812147	20	2011.01.07-2021.01.06
6	发行人	乐歌 Loctek	8070698	20	2011.02.28-2021.02.27
7	发行人	Loctek	7833153	20	2011.01.21-2021.01.20

4、专利

截止 2011 年 6 月 30 日，公司共有专利 174 项（包括 1 项发明专利、46 项实用新型专利、127 项外观设计专利）。

序号	专利名称	专利类型	专利号	申请日	授权公告日	取得方式
1	电动调节的平板电视机壁挂架	发明	200810162682.0	2008.11.28	2010.06.02	申请
2	平板电视机挂架	实用新型	200520115953.9	2005.11.03	2006.11.29	申请
3	钩挂式平板电视机挂架	实用新型	200520115954.3	2005.11.03	2007.01.17	申请
4	可倾式平板电视壁挂架	实用新型	200620101411.0	2006.03.06	2007.05.23	转让
5	活动式平板电视壁挂架	实用新型	200620101412.5	2006.03.06	2007.05.30	转让

序号	专利名称	专利类型	专利号	申请日	授权公告日	取得方式
6	活动式平板电视壁挂架	实用新型	200620101410.6	2006.03.06	2007.05.02	转让
7	倾角可调的小型平板显示器壁挂架	实用新型	200620101409.3	2006.03.06	2007.05.02	转让
8	双摇臂伸缩壁挂架	实用新型	200620101408.9	2006.03.06	2007.03.14	转让
9	一种倾角可调的摇臂式平板电视机壁挂架	实用新型	200620104754.2	2006.06.16	2007.08.29	转让
10	一种双节双摇臂可倾式平板电视壁挂架	实用新型	200620105341.6	2006.07.04	2007.06.13	转让
11	一种可多角度调节的平板电视机壁挂架	实用新型	200620139967.9	2006.11.14	2007.11.28	转让
12	可伸缩多角度调节的平板电视机壁挂架	实用新型	200620139968.3	2006.11.14	2007.11.28	转让
13	显示屏可调的小型平板电视机壁挂架	实用新型	200620141060.6	2006.12.14	2007.11.28	转让
14	音箱装置	实用新型	200720108507.4	2007.04.20	2008.03.19	申请
15	电动升降式大屏幕平板电视支架	实用新型	200720106244.3	2007.02.02	2008.01.16	转让
16	防盗型平板电视壁挂架	实用新型	200720110107.7	2007.06.06	2008.04.02	转让
17	一种带助力器的倾角自锁型电视壁挂架	实用新型	200720114267.9	2007.09.04	2008.07.23	转让
18	多向可调的吸顶式安装架	实用新型	200720114265.X	2007.09.04	2008.07.23	转让
19	音箱装置	实用新型	200820082569.7	2008.01.20	2008.12.17	申请
20	平板电视壁挂架的倾角自锁装置	实用新型	200820083215.4	2008.02.05	2009.06.24	转让
21	平板电视壁挂架的挂钩组件	实用新型	200820083214.X	2008.02.05	2009.06.24	转让
22	角度可调的平板电视机壁挂架	实用新型	200820086800.X	2008.05.06	2009.02.25	转让
23	可倾斜平板电视机壁挂架	实用新型	200820120613.9	2008.06.27	2009.06.03	转让

序号	专利名称	专利类型	专利号	申请日	授权公告日	取得方式
24	可多角度调节的平板电视机壁挂架	实用新型	200820088141.3	2008.06.11	2009.03.18	转让
25	平板显示器摇臂伸缩壁挂架	实用新型	200820131381.7	2008.08.01	2009.06.03	转让
26	可调倾角的平板显示器壁挂架	实用新型	200820131380.2	2008.08.01	2009.06.03	转让
27	可调倾角的平板显示器壁挂架	实用新型	200820131379.X	2008.08.01	2009.06.03	转让
28	平板电视机壁挂架	实用新型	200820131378.5	2008.08.01	2009.06.03	转让
29	电动角度可调的平板电视机壁挂架	实用新型	200820168600.9	2008.11.21	2009.10.07	申请
30	倾角可调的平板电视机壁挂架	实用新型	200920119167.4	2009.05.01	2010.06.09	转让
31	平板电视机壁挂架	实用新型	200920124270.8	2009.07.08	2010.04.21	申请
32	倾角可调的防盗平板电视机壁挂架	实用新型	200920192313.6	2009.08.18	2010.07.21	申请
33	一种自锁防脱落的平板电视壁挂架	实用新型	200920192312.1	2009.08.18	2010.08.18	申请
34	倾角可调的摇臂式平板电视机壁挂架	实用新型	200920192038.8	2009.08.28	2010.05.26	申请
35	可拆卸的墙面板	实用新型	200920202069.7	2009.12.08	2010.10.06	申请
36	平板电视机壁挂架的挂臂锁扣机构	实用新型	200920200114.5	2009.10.10	2010.09.01	申请
37	用于平板电视机壁挂架的锁条机构	实用新型	200920295487.5	2009.12.25	2010.12.15	申请
38	挂置方便的平板电视机壁挂架	实用新型	200920192037.3	2010.08.28	2010.05.26	申请
39	平板电视机架	外观专利	200530108075.3	2005.09.13	2006.07.05	转让
40	平板电视机架	外观专利	200530108074.9	2005.09.13	2006.07.12	转让
41	平板电视机壁挂架	外观专利	200630157056.4	2006.11.14	2007.10.17	转让
42	平板电视机壁挂架	外观专利	200630157058.3	2006.11.14	2007.11.28	转让
43	平板电视机壁挂架	外观专利	200630157057.9	2006.11.14	2007.10.17	转让
44	平板电视机壁挂架	外观专利	200730110216.4	2007.01.16	2008.01.23	转让
45	平板电视机壁挂架	外观专利	200730110215.X	2007.01.16	2008.01.09	转让
46	平板电视机壁挂架	外观专利	200730111146.4	2007.02.02	2008.01.09	转让
47	平板电视机壁挂架	外观专利	200730111145.X	2007.02.02	2008.01.16	转让

序号	专利名称	专利类型	专利号	申请日	授权公告日	取得方式
48	平板电视机壁挂架	外观专利	200730111147.9	2007.02.02	2008.01.16	转让
49	平板电视机壁挂架	外观专利	200730110911.0	2007.01.30	2008.01.09	转让
50	平板电视机壁挂架	外观专利	200730110909.3	2007.01.30	2008.01.16	转让
51	平板电视机壁挂架	外观专利	200730110910.6	2007.01.30	2008.01.16	转让
52	平板电视机壁挂架	外观专利	200730110914.4	2007.01.30	2008.01.23	转让
53	平板电视机壁挂架	外观专利	200630160574.1	2006.12.14	2008.01.23	转让
54	平板电视机壁挂架	外观专利	200630160584.5	2006.12.14	2008.01.23	转让
55	平板电视机壁挂架	外观专利	200730110913.X	2007.01.30	2008.03.26	转让
56	平板电视机壁挂架	外观专利	200730110912.5	2007.01.30	2008.03.26	转让
57	平板电视机壁挂架	外观专利	200730119340.7	2007.06.06	2008.04.09	转让
58	平板电视机壁挂架	外观专利	200730119650.9	2007.06.06	2008.04.09	转让
59	平板电视机壁挂架	外观专利	200730119656.6	2007.06.06	2008.05.28	转让
60	平板电视机壁挂架	外观专利	200730119657.0	2007.06.06	2008.05.28	转让
61	平板电视机壁挂架	外观专利	200730119655.1	2007.06.06	2008.05.28	转让
62	平板电视机壁挂架	外观专利	200730119647.7	2007.06.06	2008.05.28	转让
63	平板电视机壁挂架	外观专利	200730119648.1	2007.06.06	2008.05.28	转让
64	平板电视机壁挂架	外观专利	200730119649.6	2007.06.06	2008.05.28	转让
65	平板电视机壁挂架	外观专利	200730119654.7	2007.06.06	2008.06.04	转让
66	平板电视机壁挂架	外观专利	200730119651.3	2007.06.06	2008.06.04	转让
67	平板电视机壁挂架	外观专利	200730119652.8	2007.06.06	2008.06.04	转让
68	平板电视机壁挂架	外观专利	200730119653.2	2007.06.06	2008.06.04	转让
69	吊顶式平板电视机安装架	外观专利	200730127686.1	2007.09.04	2008.10.15	转让
70	平板电视机壁挂架	外观专利	200730127685.7	2007.09.04	2008.10.29	转让
71	吊顶式投影仪安装架	外观专利	200730127684.2	2007.09.04	2008.07.30	转让
72	平板电视机壁挂架	外观专利	200830245712.5	2008.10.29	2009.12.02	转让
73	平板电视机壁挂架	外观专利	200830245710.6	2008.10.29	2009.10.14	转让
74	平板电视机壁挂架	外观专利	200830245708.9	2008.10.29	2009.12.02	转让
75	平板电视机壁挂架	外观专利	200830245706.X	2008.10.29	2009.12.09	转让
76	平板电视机壁挂架	外观专利	200830245709.3	2008.10.29	2009.12.23	转让
77	平板电视机壁挂架	外观专利	200830245711.0	2008.10.29	2009.12.09	转让
78	平板电视机壁挂架	外观专利	200830245707.4	2008.10.29	2009.10.14	转让

序号	专利名称	专利类型	专利号	申请日	授权公告日	取得方式
79	平板电视机壁挂架	外观专利	200830172297.5	2008.07.17	2009.09.09	转让
80	平板电视机壁挂架	外观专利	200830172298.X	2008.07.17	2009.09.09	转让
81	平板电视机壁挂架	外观专利	200830169007.1	2008.06.20	2009.07.15	转让
82	平板电视机壁挂架	外观专利	200830169008.6	2008.06.20	2009.09.09	转让
83	平板电视机壁挂架	外观专利	200830169009.0	2008.06.20	2009.07.15	转让
84	平板电视壁挂架	外观专利	200830089340.1	2008.02.05	2009.05.20	转让
85	平板电视壁挂架	外观专利	200830089341.6	2008.02.05	2009.05.06	转让
86	平板电视机壁挂架	外观专利	200830098605.4	2008.05.06	2009.07.29	转让
87	平板电视机壁挂架	外观专利	200830098604.X	2008.05.06	2009.06.10	转让
88	平板电视机挂架	外观专利	200930138257.3	2009.05.01	2010.05.12	转让
89	平板电视壁挂架	外观专利	200930150053.1	2009.08.18	2010.05.19	申请
90	平板电视壁挂架	外观专利	200930150052.7	2009.08.18	2010.08.11	申请
91	平板电视壁挂架	外观专利	200930151921.8	2009.08.28	2010.05.26	申请
92	平板电视机壁挂架	外观专利	200930146079.9	2009.07.08	2010.05.19	申请
93	平板电视壁挂架	外观专利	200930263159.2	2009.11.18	2010.06.30	申请
94	平板电视机壁挂架	外观专利	200930158580.7	2009.10.20	2010.07.14	申请
95	平板电视机壁挂架	外观专利	200930158581.1	2009.10.20	2010.07.28	申请
96	平板电视机壁挂架	外观专利	200930158582.6	2009.10.20	2010.07.14	申请
97	平板电视壁挂架	外观专利	200930286023.3	2009.12.15	2010.10.06	申请
98	平板电视壁挂架	外观专利	200930286024.8	2009.12.15	2010.09.29	申请
99	平板电视壁挂架	外观专利	200930286025.2	2009.12.15	2010.09.29	申请
100	平板电视机壁挂架	外观专利	200930202747.5	2009.12.02	2010.08.11	申请
101	平板电视壁挂架	外观专利	200930385637.7	2009.12.31	2010.09.29	申请
102	平板电视壁挂架	外观专利	201030107147.3	2010.02.08	2010.09.29	申请
103	平板电视壁挂架	外观专利	201030107150.5	2009.02.08	2010.10.06	申请
104	平板电视壁挂架	外观专利	201030107152.4	2009.02.08	2010.09.29	申请
105	平板电视壁挂架	外观专利	201030107143.5	2010.02.08	2010.10.20	申请
106	平板电视壁挂架	外观专利	201030227920.X	2010.06.30	2010.12.15	申请
107	平板电视壁挂架	外观专利	201030227679.0	2010.06.30	2010.12.29	申请
108	平板电视壁挂架	外观专利	201030227929.0	2010.06.30	2010.12.15	申请
109	平板电视壁挂架	外观专利	201030143736.7	2010.04.19	2010.09.29	申请
110	平板电视壁挂架	外观专利	201030143740.3	2010.04.19	2010.09.29	申请

序号	专利名称	专利类型	专利号	申请日	授权公告日	取得方式
111	平板电视壁挂架	外观专利	201030143752.6	2010.04.19	2010.09.29	申请
112	平板电视壁挂架	外观专利	201030143755.X	2010.04.19	2010.12.15	申请
113	平板电视壁挂架	外观专利	201030143766.8	2010.04.19	2010.09.29	申请
114	平板电视吊顶挂架	外观专利	201030227787.8	2010.06.30	2010.12.15	申请
115	平板电视壁挂架	外观专利	201030227770.2	2010.06.30	2010.12.15	申请
116	平板电视壁挂架	外观专利	201030227698.3	2010.06.30	2010.12.15	申请
117	平板电视壁挂架	外观专利	201030227715.3	2010.06.30	2010.12.15	申请
118	平板电视壁挂架	外观专利	201030227766.6	2010.06.30	2010.12.15	申请
119	平板电视壁挂架	外观专利	201030227735.0	2010.06.30	2010.12.15	申请
120	平板电视壁挂架	外观专利	201030227744.X	2010.06.30	2010.12.15	申请
121	平板电视壁挂架	外观专利	201030227733.1	2010.06.30	2010.12.15	申请
122	平板电视壁挂架	外观专利	201030227758.1	2010.06.30	2010.12.15	申请
123	平板电视壁挂架	外观专利	201030227916.3	2010.06.30	2010.12.15	申请
124	平板电视壁挂架	外观专利	201030227881.3	2010.06.30	2010.12.15	申请
125	平板电视壁挂架	外观专利	201030227863.5	2010.06.30	2010.12.15	申请
126	平板电视壁挂架	外观专利	201030230919.2	2010.07.05	2010.12.15	申请
127	电动平板电视壁挂架的自锁式倾角调节装置	实用新型	201020125106.1	2010.03.05	2011.04.06	申请
128	平板电视壁挂件	实用新型	201020152777.7	2010.04.01	2011.03.09	申请
129	平板电视壁挂架	实用新型	201020152771.X	2010.04.01	2011.03.09	申请
130	平板电视吊顶挂架	实用新型	201020183275.0	2010.05.07	2011.01.26	申请
131	平板电视壁挂架	实用新型	201020207930.1	2010.05.25	2011.01.26	申请
132	平板电视壁挂架	实用新型	201020266223.X	2010.07.09	2011.04.06	申请
133	平板电视机壁挂架	实用新型	201020263581.5	2010.07.15	2011.03.09	申请
134	一种电视机挂架	实用新型	201020278799.8	2010.07.29	2011.02.09	申请
135	DVD 播放机支架	实用新型	201020286327.7	2010.08.05	2011.04.06	申请
136	平板电视壁挂架 (PSW258LT)	外观专利	201030242972.4	2010.07.14	2011.02.09	申请
137	平板电视壁挂架 (PSW770)	外观专利	201030257380.X	2010.07.29	2011.02.09	申请
138	桌面支架 (DLB100A)	外观专利	201030293214.5	2010.08.27	2011.02.09	申请

序号	专利名称	专利类型	专利号	申请日	授权公告日	取得方式
139	桌面支架 (DLB101A)	外观专利	201030281100.9	2010.08.19	2011.05.11	申请
140	桌面支架 (DLB102A)	外观专利	201030273741.X	2010.08.12	2010.12.29	申请
141	桌面支架 (DLB103A)	外观专利	201030273685.X	2010.08.12	2010.12.29	申请
142	平板电视壁挂架 (WLB378)	外观专利	201030293268.1	2010.08.27	2011.02.09	申请
143	平板电视壁挂架 (WLB379)	外观专利	201030293222.X	2010.08.27	2011.02.09	申请
144	电视机机柜 (AVS701)	外观专利	201030281108.5	2010.08.19	2011.05.18	申请
145	电视机机柜 (AVS705)	外观专利	201030281104.7	2010.08.19	2011.05.18	申请
146	电视柜 (AVS106)	外观专利	201030567081.6	2010.10.18	2011.05.18	申请
147	DVD 支架 (PDH700)	外观专利	201030582767.2	2010.10.26	2011.04.13	申请
148	机顶盒支架 (STB101)	外观专利	201030573102.5	2010.10.20	2011.04.13	申请
149	电视机机柜 (AVS308)	外观专利	201030600509.2	2010.11.08	2011.06.01	申请
150	电视机机柜 (AVS631)	外观专利	201030567074.6	2010.10.18	2011.05.11	申请
151	投影仪支架 (商用 PMB601)	外观专利	201030627038.4	2010.11.22	2011.04.13	申请
152	移动支架 (PSF203)	外观专利	201030651318.9	2010.12.02	2011.05.04	申请
153	平板电视机墙面架 (PSW598MF)	外观专利	201030664497.X	2010.12.08	2011.04.27	申请
154	平板电视机墙面架 (PSW598MT)	外观专利	201030664479.1	2010.12.08	2011.04.27	申请
155	电视机机柜(PSF701)	外观专利	201130022187.2	2011.02.15	2011.06.22	申请
156	iPad 支架 (PAD001)	外观专利	201130023064.0	2011.02.16	2011.06.22	申请
157	iPad 支架 (PAD002)	外观专利	201130023065.5	2011.02.16	2011.06.22	申请
158	iPad 支架 (PAD005)	外观专利	201130023087.1	2011.02.16	2011.06.22	申请
159	iPad 支架 (PAD007)	外观专利	201130009987.0	2011.01.19	2011.06.22	申请
160	iPad 支架 (PAD008)	外观专利	201130023086.7	2011.02.16	2011.06.22	申请
161	iPad 支架 (PAD009)	外观专利	201130010001.1	2011.01.19	2011.06.22	申请

序号	专利名称	专利类型	专利号	申请日	授权公告日	取得方式
162	电视机 DVD 组合架 (PDH702B)	外观专利	201130009998.9	2011.01.19	2011.06.22	申请
163	电视机机柜 (AVS040)	外观专利	201030567083.5	2010.10.18	2011.03.16	申请
164	电视机机柜 (AVS105)	外观专利	201030567082.0	2010.10.18	2011.03.16	申请
165	电视机机柜 (AVS107)	外观专利	201030567065.7	2010.10.18	2011.03.16	申请
166	电视机机柜 (AVS407)	外观专利	201030567064.2	2010.10.18	2011.03.16	申请
167	电视机机柜 (AVS101)	外观专利	201030567086.9	2010.10.18	2011.03.16	申请
168	电视机机柜 (AVS104)	外观专利	201030567087.3	2010.10.18	2011.03.16	申请
169	电视柜 (AVS301)	外观专利	201030567073.1	2010.10.18	2011.05.04	申请
170	电视机机柜 (AVS637)	外观专利	201030567075.0	2010.10.18	2011.03.16	申请
171	落地平板电视挂架 (PDF401)	外观专利	201030627060.9	2010.11.22	2011.05.04	申请
172	电视机机柜 (AVS1000)	外观专利	201030664467.9	2010.12.08	2011.04.27	申请
173	电视机机柜 (PSF111)	外观专利	201030664462.6	2010.12.08	2011.04.27	申请
174	平板电视机壁挂架 (PSW601S)	外观专利	2.0093E+11	2009.11.10	2010.07.21	转让

注：以上专利的“申请取得”均为公司自身申请所得，“转让取得”皆为公司实际控制人姜艺向公司转让所得，且均为无偿转让，公司未向实际控制人姜艺支付对价。

5、特许经营权

公司无特许经营权。

6、进出口经营权情况

公司拥有自营进出口权，报告期内产品自行出口，按照客户订单执行。

(三) 其他对发行人经营发生作用的资源要素

2009 年 12 月 31 日，公司与宁波东升地毯有限公司签订《房屋租赁合同》，向其租赁位于宁波市姜山镇明州工业园明曙路面积约为 7,000 平方米的标准一层工业厂房，作为公司模具中心及机柜生产用厂房。

合同约定租用期限为一年，即 2010 年 1 月 1 日至 2010 年 12 月 31 日，年租金 65 万元。合同期满，公司如需续租，应提前通知对方并另行签订续租合同，公司在同等条件下有优先续租权。

上述合同期满后公司已于 2011 年 1 月 10 日同其签订了续租协议，租用期限为 2011 年 1 月 1 日至 2011 年 12 月 31 日，年租金 65 万元。截止 2011 年 6 月 30 日，公司已不再使用上述租赁房屋。

（四）发行人取得的主要荣誉和奖项

截止 2011 年 6 月 30 日，发行人及其控股子公司获得的主要荣誉和奖项如下：

序号	获奖主体	名 称	颁发单位	颁发时间
1	宁波乐歌	高新技术企业	宁波市科学技术局、财政局、国家税务局、地方税务局	2008 年 12 月
2	宁波乐歌	省级高新技术企业研究开发中心	浙江省科学技术厅	2008 年 12 月
3	宁波乐歌	国家火炬计划项目证书(PA 移动会议系统)	科学技术部火炬高新技术产业开发中心	2007 年 12 月
4	宁波乐歌	2008 年度宁波市专利示范企业	宁波市科学技术局	2008 年 9 月
5	宁波乐歌	宁波市 2008 年外商投资社会责任先进企业	宁波市对外开放领导小组	2008 年 11 月
6	宁波乐歌	浙江省工商企业信用 A 级守合同重信用单位	宁波市工商行政管理局鄞州分局	2008 年 8 月
7	宁波乐歌	2008 年创新型试点企业	宁波市科技局	2008 年 10 月
8	宁波乐歌	鄞州区首批和谐发展企业	宁波市鄞州区人民政府	2008 年 11 月
9	宁波乐歌	鄞州区信息化工程示范企业	宁波市鄞州区科学技术局	2006 年 11 月
10	宁波乐歌	2008-2010 年度宁波出口名牌	宁波市对外贸易经济合作局	2009 年 10 月
11	宁波乐歌	2009-2011 年度鄞州出口名牌	宁波市鄞州区对外贸易经济合作局	2009 年 9 月
12	宁波乐歌	鄞州区成长型企业 50 佳	宁波市鄞州区人民政府	2010 年 5 月

序号	获奖主体	名 称	颁发单位	颁发时间
13	宁波乐歌	鄞州区外贸 40 强企业	宁波市鄞州区对外贸易经济合作局	2010 年 8 月
14	宁波乐歌	鄞州区外贸强企	宁波市鄞州区人民政府	2011 年 3 月
15	宁波乐歌	2010 年度红十字事业贡献奖	宁波市鄞州区红十字会	2011 年 4 月
16	宁波乐歌	鄞州区成长型企业 50 佳	宁波市鄞州区人民政府	2011 年 6 月

（五）发行人主要社会责任履行情况

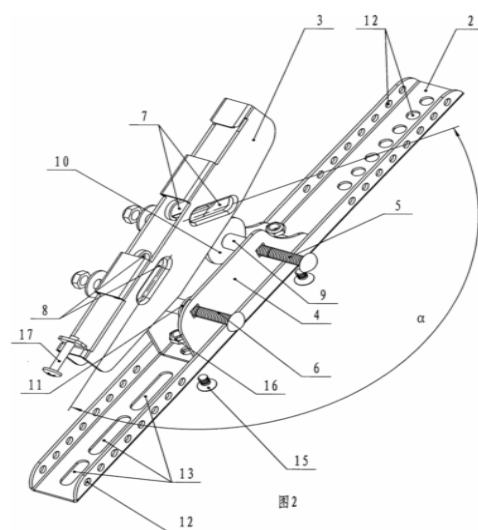
发行人在力所能及的范围内，积极参加社会公益活动，捐资助学。2008 年“5.12 汶川地震”发生后，公司通过浙江省、宁波市两级慈善总会捐款近 50 万元。2010 年 5 月 20 日，公司在宁波工程学院设立 100 万元额度的“乐歌教育奖励基金”；从 2006 年开始，公司在宁波大学设立“乐歌奖学金”，每年拿出 10 万元奖励品学兼优的学生，目前已惠及 100 多位学生；公司在姜山实验中学、姜山中学也都设有奖学金。公司与鄞州区慈善总会签署了“丽晶时代慈善扶贫基金”捐助协议，由公司定期定额捐助。

五、主要生产技术水平及研发情况

（一）发行人主要产品的核心技术水平

1、自由停技术

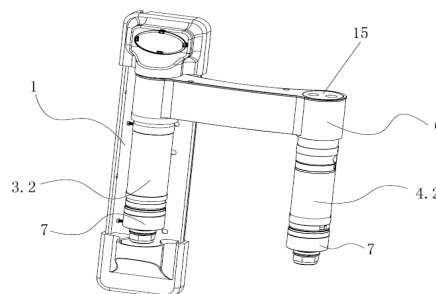
自由停技术使人们不必使用工具而随时方便地调节显示器屏幕倾角。使用者只需将显示器扳动至任意自己喜欢的角度，显示器即可在该角度稳定下来，并在重力作用下自锁，满足观众从不同角度和高度观看电视的需求。该技术的独特之处在于采用双圆弧双销（右图中 5、6、7、8、）结构，巧妙地应用了摩擦自锁的原理，使得在结构设定的倾角调节范围内任意位置都能在重力作用下实现可靠自锁，即“自由停”，而且调节简单轻便。该结构被应用于公司的多款功能支架，受到市场欢迎。



使得在结构设定的倾角调节范围内任意位置都能在重力作用下实现可靠自锁，即“自由停”，而且调节简单轻便。该结构被应用于公司的多款功能支架，受到市场欢迎。

2、电动遥控技术

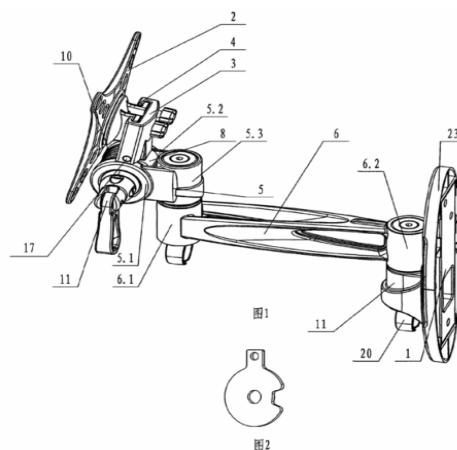
本技术应用于平板电视电动壁挂架，其先进性在于使用者只要操作手中的遥控器便可完成电视机屏幕的位置与角度的调整。该系列电动挂架最多采用三个关节在给定范围内实现全自由度控制，主体部分采用双臂双电机结构（如右图）实现显示器的伸出和旋转调节。电气部分以单片机 CPU 为控制核心，实现了红外遥控、智能学习、过载保护、自动报警、到位提示等功能。



主体部分采用双臂双电机结构（如右图）实现显示器的伸出和旋转调节。电气部分以单片机 CPU 为控制核心，实现了红外遥控、智能学习、过载保护、自动报警、到位提示等功能。

3、多摩擦片锁紧技术

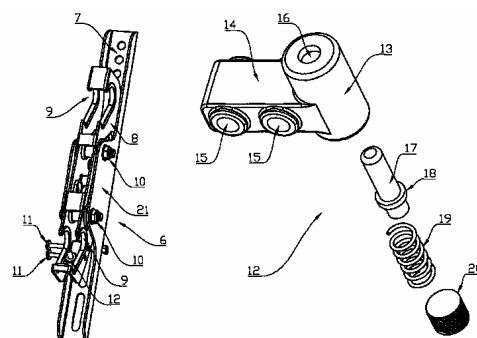
在传统的倾角调节平板显示器支架的设计中，通常利用球头关节两摩擦面之间的滑动实现倾角调节。由于摩擦面间的正压力难以精确调定、以及摩擦面的磨损易导致不同产品摩擦力不稳定或松弛，从而导致平板显示器的角度定位不



准或不牢固。本技术采用多摩擦片技术，在关节 5.1 处将多个平面摩擦片（右图中图 2）交叉重叠布置，增加了摩擦面数量，在正压力不变的情况下，得到总摩擦力增大数倍的效果，大大提高了该类挂架的承重能力以及平板显示器角度调节的可靠性。

4、防意外脱落技术

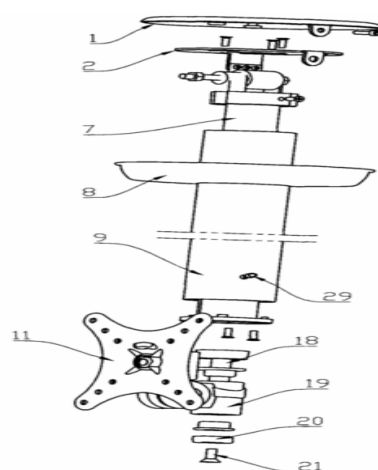
右图是防脱落挂钩。安装时，挂钩通过挂钩耳 9 挂在上下两根圆柱挂杆上。当下挂杆卡入下挂钩耳时，防脱组件 12 中的销 17 被压缩，圆柱挂杆卡入到位后，销 17 弹出，挡住挂杆出口，



从而可以有效防止平板电视因意外碰撞而脱落，解决了现有技术同类产品的限位防脱落螺钉操作不便的缺陷。

5、吸顶式可垂直伸缩多向调节技术

如右图，拉伸杆 7 通过卷簧与天花板连接。调节固定杆 9 外壁的紧钉螺钉 29 可在固定杆 9 和拉伸杆 7 之间产生不等的摩擦力，利用卷簧回缩弹力与摩擦力的平衡可达到拉伸杆 7 上下调节的目的。拉伸杆 7 下端连接多向转动装置，可以实现挂板 11 转角和倾角的调节。该技术克服了现有技术产品电动调节高度时速度慢、制造成本高和挂板转角、倾角不可调节的缺陷，



向人们提供一种可方便地调节平板显示器或者多媒体投影仪安装高度、转角和倾角的吸顶式安装支架产品，满足平板显示器或者多媒体投影仪在企事业单位会议室、医院和证券交易所大厅等公共场所安装的需要。

（二）发行人主要生产工艺的核心技术水平

1、多轴钻孔技术

多孔钻主要用于快速钻孔、攻丝、倒角、镗平面，是目前国内刚兴起的一种提高生产效率、降低生产成本的机械加工技术。公司产品有很多零件需要进行机械加工，有较多的钻孔、攻丝工序。随着机械加工效率不断提高，选择一种高性

能、高效率的机床是企业降低生产成本、提高企业竞争力的一种行之有效的途径。为此，公司在普通钻床的基础上改进生产工艺，装上多孔钻头就能一次把几个乃至几十个孔或螺纹一次性加工出来，如配上专用钻孔机就能把好几个面上的孔或螺纹一次性加工完成。减少了工装和工序数量，提高了孔距精度，并大大提高生产效率。

2、大功率激光平板切割技术

公司新产品的打样大量用到此技术，此项技术能够保证新产品打样的及时性，提高打样效率为新产品的批量生产做好技术准备。激光切割工艺采用激光束照射到钢板表面时释放的能量来使不锈钢熔化并蒸发。激光源一般用二氧化碳激光束，工作功率为 500~2500 瓦。该功率的水平比许多家用电暖气所需要的功率还低，但是，通过透镜和反射镜，激光束聚集在很小的区域。能量的高度集中能够进行迅速局部加热，使不锈钢蒸发。此外，由于能量非常集中，所以，仅有少量热传到钢材的其它部分，所造成的变形很小或没有变形，利用激光可以非常准确的切割复杂形状的坯料，所切割的坯料不必再作进一步的处理。

3、级进模、连续精密冲压生产技术

平板显示支架生产大量应用各类冲压模具，其中级进模具的应用较为广泛。级进模可以在同一模具中，连续完成冲裁、弯曲、拉深、成形等工序，具有比复合模更高的劳动生产率，也能生产相当复杂的冲压件。级进模具有操作安全，模具强度相对较高，寿命较长等优点。

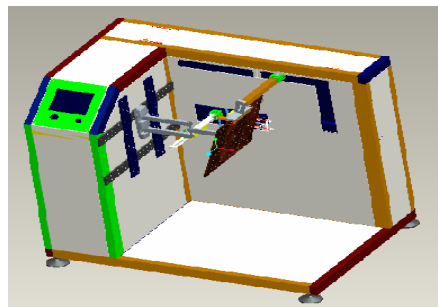
4、柔性制造系统

公司配置有先进的数控冲床，激光切割机和数控折弯机，所有的设备组成了公司产品的柔性生产系统，组成多品种、多批量和混流方式生产的制造系统。特别适合公司产品多品种、小批量产品的生产模式，以满足不同客户对产品的短生产周期、多变化、高质量的生产要求。

（三）发行人自主研发的生产设备

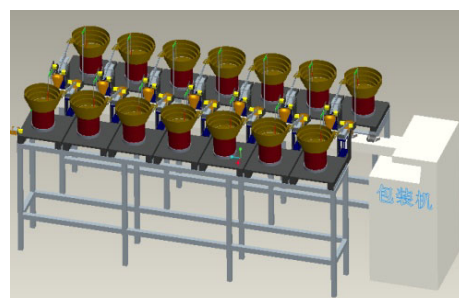
1、支架疲劳试验设备

公司支架产品每个活动关节都要进行严格的疲劳及承重测试，该设备采用 PLC、变频调速、触摸屏等控制技术，可方便地设置和控制各项测试参数，对各种电视机支架在承重条件下进行伸缩、俯仰、摇摆测试，自动统计各关节的疲劳试验次数。为产品的质量安全提供了有力保障。



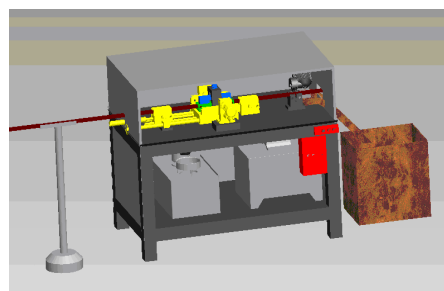
2、螺丝包自动包装机

本螺丝包自动包装机预设 14 种振动盘，适用目前公司产品所用的最多 14 种螺丝包物料，根据生产所需螺丝种类数量开启多少个振动盘，物料自动计数落入包装线上的料斗里，料斗循环流动将料斗里的物料依次倒入包装袋，而后包装机封口打印日期。此设备可很好的实现多种不同种类的螺丝配件自动上料的功能，且此设备只需一人操作，极大的节约人员成本，包装速度快，计数精确，可提高生产效率 20 倍以上。



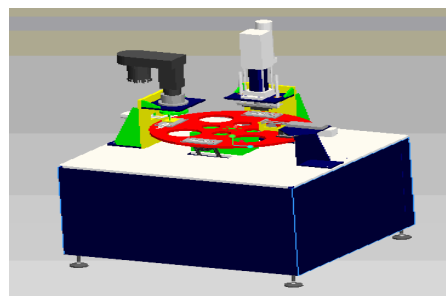
3、钻孔切割一体机

为改善原来一台机床只能加工一道工序，耗人力、加工误差大、效率低以及劳动强度大等问题，设计了钻孔切割一体机。此设备能实现自动送料、自动钻孔、自动下料、自动卸料的一体功能，具有生产效率高，产品质量好，生产成本低，劳动强度低等特点。本设备设计通用性较好，不但可以加工现有产量较大的支架臂，还可以加工圆管或其它各类形状的材质。



4、转盘式钻孔冲毛刺机

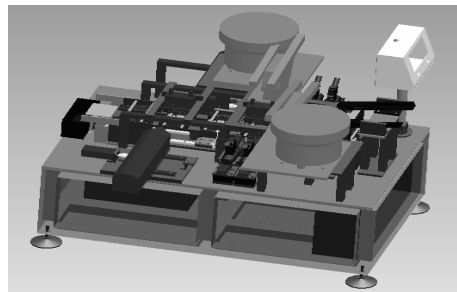
本设备采用分割器带动转盘传送工件，可连续不间断地进行多工位同时加工，只需一人操作机器。此设备能够自动完成扩孔、攻牙和去毛刺，



并且可更换钻头和刀具以适应其他多种产品的加工。本机设计 4 个工位，分别为上料、钻孔、冲切、下料工位，一机多用，其后续使用价值可进一步开发提升。

5、自动拉铆锁螺钉设备

为了降低生产成本及提高生产效率，公司立项开发某型固定挂架连接杆的自动拉铆锁螺钉设备。该设备共设 6 个工位，在 6 个工位上分别实现上料，铆螺母、锁螺钉及下料的动作。为保护涂层，连接杆采用人工上料，一次上料数量约 100 根左右，其它物料均自动上料。该设备可大大降低工人的劳动强度，提高生产效率，以及保证产品的一致性。



（四）主要产品生产技术的科技含量及应用所处的阶段

产品类别	产品系列	所处阶段	技术含量
平板电视支架	PSW 系列平板电视支架	批量生产	73 项专利技术
	WLB 系列平板电视支架	批量生产	47 项专利技术
	XPF 系列平板电视支架	批量生产	5 项专利技术
	PSR 系列平板电视支架	批量生产	5 项专利技术
其他视听设备支架	DLB 系列桌面支架	批量生产	—
	PDH 系列多媒体设备支架	批量生产	8 项专利技术
	PMB 系列投影仪支架	批量生产	1 项专利技术
	PSF 移动展示架	批量生产	—

注：产品编号解释：PSW—常用于尺寸相对较大的平板电视支架；WLB—常用于尺寸相对较小的平板电视支架；XPF—简易型平板电视支架；PSR—吊式平板电视支架。

（五）研究开发情况

1、正在从事的技术开发项目

公司始终坚持技术创新推动公司可持续发展，正在从事的新产品研究开发及生产工艺改进项目情况如下：

（1）新产品研究开发项目

序号	项目名称	产品类别	所处开发阶段	开发内容
1	PSW804S	平板电视支架	试生产	新产品造型及结构设计
2	PSW804M-A	平板电视支架	试生产	新产品造型及结构设计
3	PSW804M-B	平板电视支架	试生产	新产品造型及结构设计
4	PSW805L	平板电视支架	试生产	新产品造型及结构设计
5	PSW805M-A	平板电视支架	试生产	新产品造型及结构设计
6	PSW805M-B	平板电视支架	试生产	新产品造型及结构设计
7	WLB620	平板电视支架	开模	新产品造型及结构设计
8	WLB621	平板电视支架	开模	新产品造型及结构设计
9	WLB622	平板电视支架	开模	新产品造型及结构设计
10	WLB623	平板电视支架	开模	新产品造型及结构设计
11	ETW301M	平板电视支架	开模	新产品造型及结构设计
12	ETW301L	平板电视支架	开模	新产品造型及结构设计
13	PSR770	平板电视支架	试生产	新产品造型及结构设计
14	PSRD770	平板电视支架	试生产	新产品造型及结构设计
15	PSR771	平板电视支架	试生产	新产品造型及结构设计
16	PSRD771	平板电视支架	试生产	新产品造型及结构设计
17	PAD017	平板电脑支架	试生产	新产品造型及结构设计
18	PAD702	平板电脑支架	试生产	新产品造型及结构设计
19	PAD703	平板电脑支架	试生产	新产品造型及结构设计
20	DLB601	PC 支架	开模	新产品造型及结构设计
21	DLB602	PC 支架	开模	新产品造型及结构设计
22	DLB603	PC 支架	开模	新产品造型及结构设计
23	DLB604	PC 支架	开模	新产品造型及结构设计
24	DLB611	PC 支架	开模	新产品造型及结构设计
25	DLB612	PC 支架	开模	新产品造型及结构设计
26	DLB613	PC 支架	开模	新产品造型及结构设计
27	DLB614	PC 支架	开模	新产品造型及结构设计
28	DLB601-LP	PC 支架	开模	新产品造型及结构设计
29	DLB603-LP	PC 支架	开模	新产品造型及结构设计
30	DLB611-LP	PC 支架	开模	新产品造型及结构设计
31	DLB800	PC 支架	样品评审	新产品造型及结构设计
32	DLB801	PC 支架	样品评审	新产品造型及结构设计

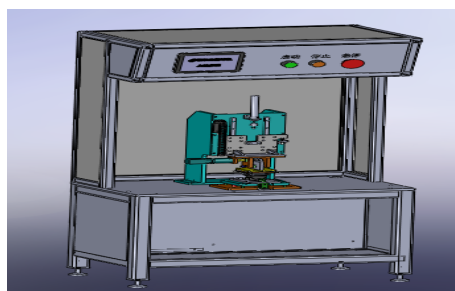
序号	项目名称	产品类别	所处开发阶段	开发内容
33	DLB802	PC 支架	样品评审	新产品造型及结构设计
34	DLB803	PC 支架	样品评审	新产品造型及结构设计
35	DLB804	PC 支架	样品评审	新产品造型及结构设计
36	DLB700	PC 支架	试生产	新产品造型及结构设计
37	DLB701	PC 支架	试生产	新产品造型及结构设计
38	DLB702	PC 支架	试生产	新产品造型及结构设计

注：公司新产品的开发流程为：

立项→ 结构设计 → 结构评审→ 打样→ 样品评审 → 开模 → 试生产→
→ 送样 大批量生产

（2）正在研发的生产设备

扭力控制设备。支架挂臂生产过程中往往需要调整挂臂装配的松紧程度，目前靠人工手感来控制。由于影响因素复杂，摩擦力与螺钉拧紧力矩没有严格的对应关系，会造成产品摩擦力分散大。为保持支架产品摩擦力的稳定性和一致性，公司立项研发本设备。该设备采用伺服马达牵引支架挂臂做往复运动，另一伺服电机拧紧螺钉（控制扭力），通过前者的伺服扭力反馈来控制拧紧螺钉的扭矩。夹具采用模组化设计，适用于不同产品间的切换。



该设备采用伺服马达牵引支架挂臂做往复运动，另一伺服电机拧紧螺钉（控制扭力），通过前者的伺服扭力反馈来控制拧紧螺钉的扭矩。夹具采用模组化设计，适用于不同产品间的切换。

2、研发投入占营业收入的比例

公司的研发投入包括：与研发相关的直接材料投入、研发人员的工资、设计费、设备调试费、无形资产摊销等。

发行人最近三年的研发投入情况如下：

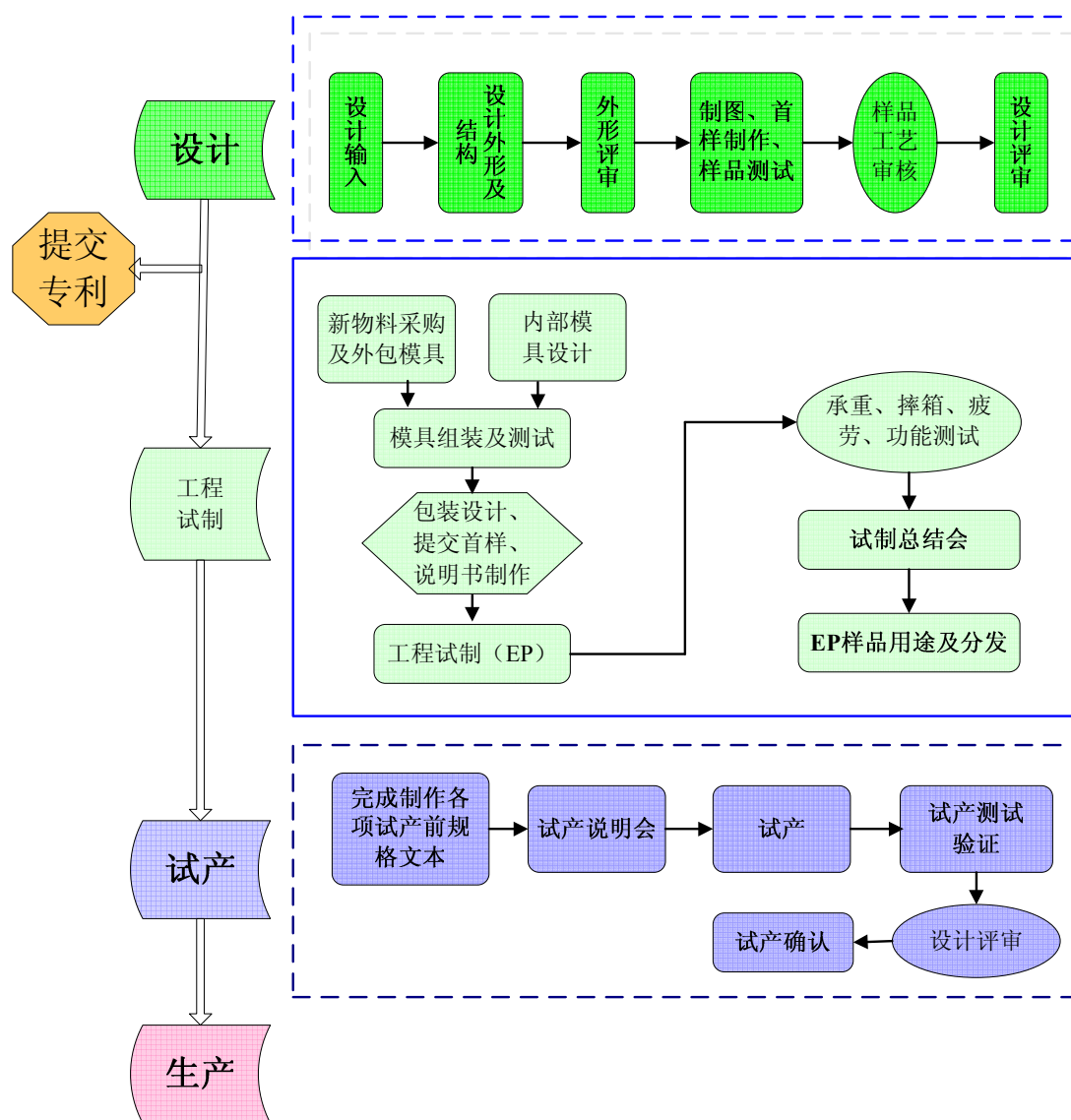
单位：元

项目	2010 年度	2009 年度	2008 年度
研发费用总额	9,440,980.82	5,289,915.92	6,697,264.40
其中：研发人员工资	2,679,932.43	1,181,092.20	1,541,755.96
材料消耗	3,130,243.27	1,020,501.49	1,414,214.38
模具费	1,791,452.86	1,286,930.92	365,596.64
折旧与摊销费用	586,834.98	194,120.66	133,615.76

项目	2010 年度	2009 年度	2008 年度
知识产权专利费	335,155.00	360,034.03	116,974.72
其他费用	917,362.28	1,247,236.62	3,125,106.94
营业收入	214,308,651.31	128,355,783.52	104,384,318.16
研发费用占营业收入比例	4.41%	4.12%	6.42%

3、研究开发和技术创新机制

公司一贯重视技术创新工作，建立了能够适应市场经济需求的创新体系与运行机制。公司以健全研发机构和科研制度为核心，进一步增强公司竞争力。公司现有一支 80 人的研发、设计队伍，产品研发部是公司的核心研发机构。公司同时设有工程部、设备研发部、CMPD 部。产品研发部负责新产品的研发，产品包装设计，产品鉴定及专利认证等工作；工程部负责新产品的工艺、工装工序设计及与生产部门的衔接指导；设备研发部负责公司生产设备及生产工艺的改进，提高公司生产自动化作业水平；CMPD 部负责搜集产品最新市场需求讯息，分析产品发展需求趋势，向产品研发部提供设计理念。公司研发流程如下：



公司在市场导向、绩效为先的思想倡导下，大力鼓励技术人员、管理人员开展新产品开发、应用新材料、新工艺等技术革新活动，不断提高生产效率，提高公司的科技水平和工艺水平，提升产品品质，促进公司的可持续发展。具体措施如下：

(1) 在现有基础上不断完善本公司研发团队的组织机构，形成有效的运行机制，制定公司技术研发发展战略及发展规划，加大对科研的投入力度。公司每年将投入不少于销售收入的 4% 作为研发专项费用，保证研发费用充分并按时到位，使科研开发有足够的资金支持。

(2) 积极与高等院校、科研院所合作。公司与宁波工程学院建立了产学研战略合作关系，双方在科技决策和咨询、重大技术难题攻关、科技成果产业化、企

业人才培养等方面开展全面战略合作。公司将充分利用此合作机制，大力加强技术联合开发工作，提高技术创新能力。

(3) 加大引进人才力度，特别要加大引进高级人才的力度，为公司科研增添新鲜血液，把人力资源作为第一资源，进行有效开发利用，大力营造尊重知识、尊重人才、重用人才的企业文化氛围。建立科学严格的专业技术人才选拔制度，使公司形成合理的人才梯队，为其创造良好的发展平台。

六、公司境外经营情况

2010 年 8 月，经宁波市对外贸易经济合作局批准，公司子公司乐歌进出口在美国投资设立沃美特（美国）公司（英文名称：VOVOMART USA CORP）。截止本招股书签署日，该子公司还处于筹备阶段，没有开展经营业务；公司全资子公司丽晶（香港）实业注册于中国香港。上述两公司具体情况介绍详见本招股书“第五节 发行人基本情况”之“七、发行人控股子公司、参股子公司情况”。

除上述两公司外，本公司未在境外设立任何子公司、分公司、办事处等机构，未在中国大陆以外的国家和地区从事经营活动。

七、主要产品的质量控制情况

（一）质量控制标准

公司已通过 ISO9000:2000 质量管理体系认证，建立了完善的管理体系实施质量控制，执行国家标准 GB/T4857.5-4857.6-9、GB/T3098.13-1996、GB3098.13-1966、GB/T2423.10-1995 等。公司平板电视支架产品进入国际主流市场所涉及的主要资质认证包括：

1、VESA 壁挂标准

视频电子标准协会 VESA（Video Electronics Standards Association）是一家国际化的非赢利性国际组织，是全球最大、最权威的为消费类视频电子产品、个人计算机、工作站和消费者电子学工业提供支援并且设定标准的组织，总部设在美国。公司产品适用 VESA-FDMI 标准，VESA 规定平板电视机的安装孔距大小即 A×B，A 指横向的孔距，B 指纵向的孔距。具体可以是 50×50 毫米、75×75 毫米、

100×100 毫米、200×100 毫米、200×200 毫米、400×200 毫米、400×300 毫米等。

2、UL 产品认证

UL 指美国保险商实验室（Underwriter Laboratories Inc.）。UL 是美国最权威，也是世界上从事安全试验和鉴定的较大的民间机构。它是一个独立的、非营利的、为公共安全做试验的专业机构。公司销往北美主流渠道产品都需要通过 UL 认证。在北美，产品通过 UL 认证，表明了产品的安全性，消费者可以放心购买和使用。公司平板电视支架产品适用 UL1678 号条例，要求产品至少需要经受额定承重的 4 倍进行破坏性测试。公司 UL 产品认证标识为：



3、GS 产品认证

GS 认证是以德国产品安全法（GPGS）为依据，按照欧盟统一标准 EN 或德国工业标准 DIN 进行检测的一种自愿性认证，是欧洲市场公认的德国安全认证标志。在欧盟市场上 GS 认证产品意味着更高的安全性。2008 年公司成立了 GS 目击实验室。公司产品申请 GS 认证前后，GS 认证机构每年都会对公司厂房及相关制度规定进行一次严格审查。根据 GS 认证标准要求，公司平板电视支架产品至少需要经受额定承重的 3 倍进行破坏性测试。公司 GS 产品认证标识为：



（二）质量控制措施

公司具有完善的质量控制体系，贯穿于供应商审核、来料检验、生产过程检验、出厂检验等各个环节。具体的质量控制措施如下：

1、供应商评价体系建立

公司目前基本建立了供应商选择评价体系。公司依据供应商的公司规模、资本实力、质保体系、关键设备、交货能力、商业信誉、综合管理水平、价格与服务、行业内地位、主要客户等因素对其进行综合评价并进行适合选择。

2、进货检验

公司采购的原材料及关键部件，在入库之前必须要送检，由检验员按公司设定的标准检查合格后方能入库。针对原材料的检验，公司制定了详细的检验规范及检验方法，并培训检验员工严格按标准进行检验，不合格物料坚决不允许上线

使用。

3、严谨的检测程序

在生产过程中，通过产品质量控制计划分析每种产品的整个制造流程、各流程需控制的参数（包括需检查的项目）、相关参数的标准，以及检查的频率、方法等内容，从而实时监控整个生产流程的质量控制。

4、专业的实验室测试能力

公司设有专门的品质保证部门，并建立专业的检测实验室，能够独立完成国家标准、相关国际标准及资质认证中规定的实验项目。检测实验室配备了螺丝筛选机、电热恒温鼓风干燥箱、手提式硬度试验机、震动实验机、跌落试验机、盐雾实验箱等国内外一流的检测设备。实验室对每批次产品都进行严格的承重、疲劳、功能测试，确保产品质量。

（三）质量纠纷情况与处理措施

公司近三年一期来严格执行有关质量、计量法规，产品符合国家有关产品质量、标准和技术监督的要求，没有受到质量、计量方面的行政处罚。截止本招股书签署日，公司未发生因产品质量问题而导致的重大纠纷。

八、公司冠名“科技”的依据

2008年12月5日，本公司被宁波市科学技术厅、宁波市财政厅、宁波市国家税务局、宁波市地方税务局认定为高新技术企业，并颁发编号为GR200833100309的《高新技术企业认定证书》。

第七节 同业竞争与关联交易

一、同业竞争

（一）公司与控股股东的同业竞争情况

截止本招股说明书签署之日，发行人控股股东丽晶电子除持有本公司股权外，未开展其他任何实体业务，亦未有其他股权投资，因此本公司与控股股东不存在同业竞争。

（二）公司与实际控制人及其控制的企业同业竞争情况

公司实际控制人项乐宏、姜艺夫妇，除间接控制公司发行前 84.21%的股份外，其直接和间接控制的其他企业为公司控股股东丽晶电子以及公司股东丽晶国际和聚才投资，具体情况如下：

控制企业	出资额	出资比例	与发行人关系
丽晶电子	100 万元	100.00%	持有发行人 38.51%的股份
丽晶国际	1 万港币	100.00%	持有发行人 30.70%的股份
聚才投资	1,200 万元	57.35%	持有发行人 15.00%的股份

截止本招股说明书签署之日，丽晶电子、丽晶国际、聚才投资除持有发行人股权外，未开展其他任何实体业务，亦未有其他股权投资，因此公司与实际控制人及其控制的其他企业不存在同业竞争。

（三）控股股东、实际控制人及其他持股 5%以上的股东作出的避免同业竞争的承诺

公司控股股东丽晶电子和实际控制人项乐宏、姜艺夫妇于 2011 年 2 月 12 日出具了《关于避免同业竞争的承诺函》，具体内容如下：

1、控股股东丽晶电子承诺如下：

（1）本公司目前没有、将来也不直接或间接从事与宁波乐歌及其控股或实际控制的公司现有及将来从事的业务构成同业竞争的任何活动，并愿意对违反上述

承诺而给宁波乐歌造成的经济损失承担赔偿责任；

(2) 对于本公司直接和间接控制/控股的其他企业，本公司将通过派出机构和人员（包括但不限于董事、总经理等）以及本公司在该等企业中的控股/控制地位，保证该等企业履行本承诺函中与本公司相同的义务，保证该等企业不与宁波乐歌进行同业竞争，本公司愿意对违反上述承诺而给宁波乐歌造成的经济损失承担全部连带的赔偿责任；

(3) 在本公司及本公司所控制的其他企业与宁波乐歌存在关联关系期间或本公司构成宁波乐歌的控股股东期间，本承诺函对本公司持续有效。

2、实际控制人项乐宏、姜艺分别承诺如下：

(1) 本人目前没有、将来也不直接或间接从事与发行人及其控股或实际控制的子公司现有及将来从事的业务构成同业竞争的任何活动，并愿意对违反上述承诺而给发行人造成的经济损失承担赔偿责任。

(2) 对于本人直接和间接控制/控股的其他企业，本人将通过派出机构和人员（包括但不限于董事、总经理等）以及本人在该等企业中的控股/控制地位，保证该等企业履行本承诺函中与本人相同的义务，保证该等企业不与发行人进行同业竞争，本人并愿意对违反上述承诺而给发行人造成的经济损失承担全部连带的赔偿责任。

(3) 在本人及本人所控制的其他企业与发行人存在关联关系期间或本人构成发行人的实际控制人期间，本承诺函对本人持续有效。

3、其他持股 5%以上的股东丽晶国际、聚才投资分别承诺如下：

(1) 本公司目前没有、将来也不直接或间接从事与宁波乐歌及其控股或实际控制的公司现有及将来从事的业务构成同业竞争的任何活动，并愿意对违反上述承诺而给宁波乐歌造成的经济损失承担赔偿责任；

(2) 对于本公司直接和间接控制/控股的其他企业，本公司将通过派出机构和人员（包括但不限于董事、总经理等）以及本公司在该等企业中的控股/控制地位，保证该等企业履行本承诺函中与本公司相同的义务，保证该等企业不与宁波乐歌进行同业竞争，本公司并愿意对违反上述承诺而给宁波乐歌造成的经济损失承担全部连带的赔偿责任；

(3)在本公司及本公司所控制的其他企业与宁波乐歌存在关联关系期间或本公司持有宁波乐歌股份比例超过 5%期间，本承诺函对本公司持续有效。

(四) 发行人律师、保荐机构的意见

发行人律师认为：发行人与公司控股股东、实际控制人之间不存在同业竞争。就避免同业竞争事项，控股股东、实际控制人及其他持有 5%以上的股东已出具《避免同业竞争承诺函》。

保荐机构认为：发行人与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业之间不存在同业竞争。

二、关联方和关联关系

根据《公司法》及《企业会计准则》等的有关规定，公司的关联方如下：

序号	关联方	关联关系
1	项乐宏、姜艺	实际控制人
2	丽晶电子	控股股东
3	丽晶国际、聚才投资	持股 5%以上的股东
4	馨音电子（已注销）	控股股东持股 37.50%的企业
5	宁波市鄞州远豪视听器材经营部（已注销）	实际控制人之一项乐宏之胞妹项亚红配偶投资控制的企业
6	蔡运琴	实际控制人之一姜艺的母亲

1、宁波市鄞州远豪视听器材经营部

宁波市鄞州远豪视听器材经营部是于 2010 年 3 月 15 日成立的个人独资企业，注册资本 20 万元、经营范围为视听器材、舞台周边器材的零售。根据宁波市工商行政管理局鄞州分局出具的《企业（机构）核准注销登记通知书》，该企业已于 2011 年 2 月 22 日注销完毕。

2、宁波馨音电子制造有限公司

馨音电子系经宁波市人民政府核发的外经贸资甬字（2000）0113 号《中华人民共和国外商投资企业批准证书》批准，由丽晶电子与法国 AUDIO CLUB 公司于 2000 年 6 月 30 日共同出资设立的中外合资企业。注册资本 8 万美元，其中

中方股东丽晶电子出资 3 万美元,持股比例 37.50%,外方股东法国 AUDIO CLUB 公司出资 5 万美元,持股比例 62.50%。馨音电子成立时主要从事舞台线缆、舞台支架、三脚架及其他视听配件的生产、销售业务,自 2008 年起不再开展任何生产加工型业务。

2010 年 11 月 15 日,馨音电子董事会通过解散公司的决议;2010 年 12 月 23 日,宁波市鄞州区对外贸易经济合作局以《关于同意宁波馨音电子制造有限公司解散的批复》(甬鄞外资[2010]203 号)同意公司解散;2011 年 1 月 30 日,宁波市工商行政管理局出具核准注销登记通知书。

三、发行人最近三年及一期发生的主要关联交易

(一) 经常性的关联交易

1、采购和销售发生的关联交易

报告期内,公司发生的关联采购主要为通过子公司丽晶数码于 2008 年、2009 年向馨音电子采购钢板、钢管、合金铝等原材料及音箱架、舞台支架、三脚架等产品,具体情况如下表所示:

关联方	年 度	交易内 容	交易金额 (万元)	占同类交 易的比重	占营业成 本的比重
馨音电子	2011 年 1~6 月	—	—	—	—
	2010 年	—	—	—	—
	2009 年	钢板	840.63	91.80%	11.49%
		合金铝	389.81	93.02%	5.33%
		钢管	71.10	27.40%	0.97%
		其他	1,346.57	100.00%	18.41%
		合计	2,648.10	—	36.20%
	2008 年	钢板	89.89	1.61%	1.80%
		合金铝	89.84	66.16%	1.80%
		钢管	—	—	—
		其他	70.21	100%	1.40%
		合计	249.93	—	5.00%

报告期内，公司发生的关联销售为 2008 年向馨音电子销售 49.995 万元的钢板及 2010 年~2011 年 2 月向宁波市鄞州远豪视听器材经营部销售 28.12 万元的舞台支架产品。上述关联销售价格均按市场公允价值确定，销售金额占同期销售收入的比重较低。

（1）关联交易的原因

馨音电子系公司控股股东丽晶电子与法国 AUDIO CLUB 公司于 2000 年 6 月 30 日共同出资设立的中外合资企业。馨音电子成立后从事的主要业务为舞台线缆、舞台支架、三脚架及其他视听配件的生产和销售。2008 年，为实施业务整合，馨音电子拟不再从事生产加工业务。2008 年 7 月，发行人通过控股子公司丽晶数码向馨音电子购买其账面价值为 24.93 万元的全部生产设备。本次收购完成后，馨音电子不再从事任何生产加工型业务。

丽晶数码 2009 年与馨音电子发生采购关联交易较 2008 年增幅较大的原因是：2009 年银行半年期存款利率高于半年期票据贴现率。为了降低财务费用，提高资金使用效率，公司决定由丽晶数码向馨音电子采购原材料及音箱架、舞台支架等并以应付票据进行结算，丽晶数码获取票据保证金存款利息；馨音电子则将此票据向银行贴现，在支付一定贴现息的前提下取得贴现资金以购买原材料或视听配件产品销售给丽晶数码。馨音电子向丽晶数码销售产品的定价方式为成本加成 3%左右，以弥补其贴现成本。

2009 年度，丽晶数码与馨音电子进行采购交易金额 2,648.10 万元，均签订采购合同并开具增值税专用发票，其中 2,428.00 万元通过开具银行承兑汇票支付，其余交易款项则通过银行转账支付。

保荐机构核查后，认为：2009 年度丽晶数码向馨音电子进行的采购交易，交易背景真实，均签订了采购合同并开具增值税专用发票，就该等交易开具应付票据的行为符合《中华人民共和国票据法》的规定。

发行人律师核查后，认为：2009 年丽晶数码向馨音电子进行的采购交易均签订了采购合同并开具了增值税专用发票，均具有真实交易背景，就该等交易开具应付票据的行为符合《中华人民共和国票据法》的规定。

（2）关联交易的定价原则及公允性分析

报告期内，馨音电子与丽晶数码的关联交易定价原则为成本加成，即馨音电子在其外部采购价格的基础上进行成本加成，加成率在 3%左右。保荐机构对上述关联交易定价情况核查如下：

① 本保荐机构取得并审阅馨音电子 2009 年度审计报告，由于丽晶数码为馨音电子 2009 年度唯一销售客户，所以成本利润率即为成本加成率，2009 年度成本利润率为 3.19%；同时，本保荐机构对馨音电子 2008 年和 2009 年同一批次、同一类型产品销售及采购定价金额进行核查，成本加成率在 3%左右。

② 本保荐机构将馨音电子关联交易的平均采购价格与同期市场同类钢板和合金铝等价格进行比较，关联交易采购价格较市场平均价格差异在 3%左右，即成本加成率。

综上，保荐机构华龙证券认为：丽晶数码与馨音电子的关联交易价格公允，未损害公司及股东利益。

（3）关联交易的规范

为进一步规范股份公司运作，减少和规范关联交易，2009 年底发行人决定自 2010 年 1 月 1 日终止与关联方馨音电子之间的采购交易，并督促控股股东丽晶电子将其注销。2011 年 1 月 30 日，馨音电子已注销完毕。

2、电子商务支持服务

由于公司性质为外商投资股份有限公司，根据《外商投资电信企业管理规定》的相关规定，公司无法申请办理经营增值电信业务的相关经营许可证。考虑到自营电子商务开展的必要性，保证公司顺利开展相关业务，2010 年 7 月 1 日，公司与控股股东丽晶电子签署《服务支持协议》，由丽晶电子为公司提供网络销售平台支持服务。具体约定如下：

（1）丽晶电子通过其拥有的网络销售平台乐歌商城（丽晶电子拥有浙江省通信管理局于 2010 年 6 月 28 日颁发的浙 B2-20100190《中华人民共和国增值电信业务经营许可证》）无偿为发行人提供网络销售服务支持；

（2）提供服务支持的行为系丽晶电子对发行人开拓网络销售渠道、开展网络商品销售业务的支持，因此就其向发行人提供的乐歌商城网站平台不收取任何费用；

(3) 协议期限为：2010 年 7 月 1 日至 2030 年 6 月 30 日。

2011 年 4 月 18 日，丽晶电子与公司签署《服务支持终止协议》，终止双方于 2010 年 7 月 1 日签署的《服务支持协议》，并向浙江省通信管理局申请注销乐歌商城的《中华人民共和国增值电信业务经营许可证》。目前，乐歌商城已停止一切网上销售业务。为防止第三方抢注乐歌商城域名，公司与丽晶电子已签署关于乐歌商城域名的《转让协议》，丽晶电子将乐歌商城域名无偿转让予发行人。

2011 年 4 月 18 日，丽晶电子向发行人出具承诺函，承诺：“本公司目前已向浙江省通信管理局申请注销《中华人民共和国增值电信业务经营许可证》，且将来也不会再申请《中华人民共和国增值电信业务经营许可证》以从事与发行人现有及将来从事的业务构成同业竞争的任何活动，并愿意对违反上述承诺而给发行人造成的经济损失承担赔偿责任。”

保荐机构核查后，认为：乐歌商城网站的设立以及使用“乐歌”字号，旨在发行人无法获得《电信业务经营许可证》的情况下，为发行人电子商务业务的顺利开展提供长期稳定的支持，不存在任何损害发行人利益的动机和实际情形，发行人的独立性和资产完整性未受到实质性影响；乐歌商城网站目前已申请注销经营许可证，网站域名也无偿转让予发行人，该可能影响发行人的独立性和资产完整性的不利因素已经消除，发行人的独立性和资产完整性不存在瑕疵。

发行人律师核查后，认为：由于客观原因，发行人无法直接拥有并利用乐歌商城从事网上销售业务，因此改为由控股股东丽晶电子为发行人提供网络销售服务支持，考虑到乐歌商城对于发行人业绩贡献极小，同时为防止控股股东今后可能利用乐歌商城网站损害发行人利益，乐歌商城网站已停止使用，丽晶电子已申请注销《中华人民共和国增值电信业务经营许可证》并承诺今后不会申请《中华人民共和国增值电信业务经营许可证》以从事与发行人主营业务相关产品的销售，并且丽晶电子已将乐歌商城域名转让给发行人。该等安排合法有效，有效的避免了控股股东将来可能利用乐歌商城网站损害发行人利益的可能，从而避免影响发行人的独立性和资产独立性。

3、其他经常性的关联交易

公司与关联方的其他关联交易主要是向作为公司董事、监事和高级管理人员

的关联自然人支付报酬。本部分内容详见本招股说明书“第八节 董事、监事、高级管理人员与其他核心技术人员”之“四、董事、监事、高级管理人员与其他核心技术人员薪酬情况”之相关内容。

（二）偶发性的关联交易

报告期内，公司发生的偶发性关联交易主要系股份公司筹备设立过程中及设立后，为规范公司运作，增强公司独立性，消除关联交易，对公司的业务和资产进行规范整合的事项，其基本情况如下表所示：

序号	交易内容	交易时间	交易双方	交易金额
1	转让聚才电子商务 100%股权	2010 年 3 月	出让方：乐歌进出口 受让方：丽晶电子	150 万元
		2010 年 12 月	出让方：丽晶电子 受让方：本公司	150 万元
2	转让丽晶数码 25%股权	2010 年 2 月	出让方：丽晶国际 受让方：丽晶（香港）实业	739.75 万元
		2010 年 7 月	出让方：丽晶（香港）实业 受让方：本公司	739.75 万元
3	购买固定资产	2008 年 7 月	购买方：丽晶数码 出售方：馨音电子	24.93 万元
4	合资设立丽晶视听	2008 年 12 月	合资双方：本公司、丽晶国际	105 万美元
5	出租房屋	2009 年 11 月	出租方：本公司 承租方：丽晶电子	1 万元
6	转让 4 项商标、81 项专利	2010 年 8 月	出让方：姜艺、蔡运琴 ^注 受让方：本公司	无偿

注：蔡运琴，实际控制人姜艺母亲，报告期内曾先后担任公司董事、监事。

1、转让聚才电子商务 100%股权

2010 年 2 月 24 日，公司全资子公司乐歌进出口出资 150 万元设立聚才电子商务，用于开展网上商业零售业务（B2C 业务）。该公司设立初期网上销售的产品绝大部分与公司的主营产品无关。为突出公司主营业务，2010 年 3 月 10 日，乐歌进出口与丽晶电子签署《股权转让协议》，将其持有的聚才电子商务 100% 股权按原出资额 150 万元转让给丽晶电子。

聚才电子商务设立后，其业务发展未达到预期规模，而公司产品国内推广需

要建立网上销售平台。经 2010 年 11 月 24 日董事会决议，本公司与丽晶电子签署《股权转让协议》，收购丽晶电子所持有的聚才电子商务 100% 股权，收购价格为原始出资额 150 万元。该项收购完成后，聚才电子商务将专业从事本公司产品网上销售业务。

有关聚才电子商务股权转让的具体原因和过程详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“七、发行人控股子公司、参股子公司情况”。

2、转让丽晶数码 25% 股权

2010 年 2 月 26 日，公司子公司丽晶（香港）实业与丽晶国际签署《股权转让协议》，受让丽晶国际持有的丽晶数码 25% 股权，股权转让价格以丽晶数码截止 2009 年 12 月 31 日经审计后的净资产值为依据计算为 7,397,454.31 元。由于丽晶（香港）实业成立未满三年，不符合国家外汇管理局的相关股权受让规定，因此本次股权转让在工商变更之后未能办理外汇登记证变更。

为保护公司股东利益，经 2010 年 7 月 16 日公司临时董事会决议决定，由公司向丽晶（香港）实业收购其所持有的丽晶数码 25% 股权，并将丽晶数码转为内资公司。2010 年 7 月 16 日，公司与丽晶（香港）实业签署《股权转让协议》，股权转让价格为 7,397,454.31 元。2010 年 8 月 16 日，丽晶数码完成补缴税款及工商变更登记。自此，丽晶数码成为公司的全资子公司。

有关丽晶数码股权转让的具体原因和过程详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“七、发行人控股子公司、参股子公司情况”。

3、购买固定资产

2008 年 7 月，丽晶数码向馨音电子购买了其所有用于音箱支架、三脚架、舞台灯光架等产品加工的生产设备，自此，馨音电子不再从事任何生产加工型业务。此部分设备的账面原值为 55.27 万元，累计折旧 30.34 万元，账面价值为 24.93 万元。

4、合资设立丽晶视听

2008 年 12 月 10 日，公司与丽晶国际联合投资设立宁波丽晶视听技术研发有限公司，该公司注册资本 140 万美元，其中本公司出资 105 万美元，占注册资本的 75%；丽晶国际出资 35 万美元，占注册资本的 25%。丽晶视听的经营范围

为：视听产品集成化应用研究开发、视听产品无线化应用研究开发、视听产品网络化应用研究开发。

报告期内该公司未开展实际经营业务，为简化公司业务和组织结构，经有限公司董事会决议决定解散，2010年4月该公司办理完毕工商注销手续。

5、出租房屋

2009年11月28日，公司与丽晶电子签署《房屋租赁合同》约定公司向丽晶电子出租位于宁波市鄞州区姜山镇科技园区，面积约为50平方米的标准办公楼房，租赁期限自2009年12月至2010年11月，租金为1万元。

6、受让4项商标、81项专利

2010年7月，姜艺、蔡运琴与公司分别签署《商标转让合同》和《专利转让合同》，将4项商标和81项专利无偿转让给本公司。目前上述专利转让已获国家知识产权局核准，并取得其核发的《手续合格通知书》，转让手续现已办理完毕。详细情况详见本招股书之“第六节 业务与技术”之“四、主要固定资产及无形资产”中的相关内容。

（三）关联方资金往来及应收应付款余额情况

报告期公司除与实际控制人之间发生的差旅费、招待费、培训费等经营性资金预支及偿还外，还与控股股东丽晶电子和实际控制人控制的企业馨音电子之间发生资金往来及占用。在2009年下半年公司筹备设立股份公司规范运作后，公司对上述资金往来进行了清理规范并按照上市公司要求建立了规范严格的《资金管理制度》。从2010年起，公司没有再发生与关联方资金往来及占用的情况。

1、报告期内关联方资金往来情况

单位：万元

关联方	其他应收款	2011年1~6月	2010年	2009年度	2008年度
丽晶电子	期初余额	—	—	3.00	—
	年度借款额	—	—	11.00	1,003.00
	年度归还额	—	—	14.00	1,000.00
	期末余额	—	—	—	3.00
馨音电子	期初余额	—	—	2,584.22	1,537.38
	年度借款额	—	—	1,867.75	1,838.35

关联方	其他应收款	2011 年 1~6 月	2010 年	2009 年度	2008 年度
	年度归还额	—	—	4,451.97	791.51
	期末余额	—	—	—	2,584.22
项乐宏 姜 艺	期初余额	—	—	—	-0.30
	年度借款额	—	—	395.42	497.95
	年度归还额	—	—	395.42	497.95
	期末余额	—	—	—	—

2、关联方资金占用费收取情况

单位：元

关联方名称	2011 年 1~6 月	2010 年	2009 年	2008 年
馨音电子	—	—	750,000.00	1,033,485.83

3、报告期内关联方应收应付余额

项目	关联方	2011-6-30		2010-12-31		2009-12-31		2008-12-31	
		期末金 额 (万元)	占比 (%)	期末金 额 (万元)	占比 (%)	期末金 额 (万元)	占比 (%)	期末金 额 (万元)	占比 (%)
预付账款	馨音电子	—	—	—	—	—	—	615.76	91.55
其他应收款	馨音电子	—	—	—	—	—	—	2,584.22	96.47
	丽晶电子	—	—	—	—	—	—	3.00	0.11
预收账款	宁波市鄞州 远豪视听器 材经营部	—	—	25.67	3.14	—	—	—	—
应付票据	馨音电子	—	—	—	—	914.02	41.47	—	—
其他应付款	丽晶电子	—	—	10.00	13.90	—	—	—	—
应付股利	丽晶国际	—	—	—	—	510.29	100.00	—	—

四、关联交易决策权利和程序的规定

(一)《公司章程》的规定

公司在《公司章程》(草案)中对关联交易的决策权利和程序做出如下规定:

《公司章程》第七十九条规定:股东大会审议有关关联交易事项时,关联股

东不应当参与投票表决，其所代表的有表决权的股份数不计入有效表决总数；股东大会决议的公告应当充分披露非关联股东的表决情况。如有特殊情况关联股东无法回避时，公司在征得同意后，可以按照正常程序进行表决，并在股东大会决议中作出详细说明。特殊情况，是指如下情形：

- 1、出席股东大会的股东只有该关联股东；
- 2、关联股东要求参与投票表决的提案被提交股东大会并经出席股东大会的其他股东以特别决议程序表决通过；
- 3、关联股东无法回避的其他情形。

此外，公司在《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》等内部控制文件中对关联交易决策程序也做出了明确规定。

（二）公司在《关联交易管理制度》中关于关联交易的相关规定

- 1、公司的关联交易应当遵循以下基本原则：

- （1）诚实信用原则；
- （2）平等、自愿、等价、有偿的原则；
- （3）公正、公平、公开的原则；
- （4）关联董事和股东回避表决原则。

- 2、关联交易的审批权限如下：

（1）股东大会：公司拟与关联人发生的交易（公司获赠现金资产和提供担保除外）金额在 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，应聘请具有从事证券、期货相关业务资格的中介机构，对交易标的进行评估或者审计，并将该交易提交股东大会审议。

公司为关联人提供担保的，不论数额大小，均应当在董事会审议通过后提交股东大会审议。公司为持有本公司 5%以下股份的股东提供担保的，参照前述规定执行。

（2）董事会：公司拟与关联自然人发生的交易金额在 30 万元以上的关联交易，及与关联法人发生的交易金额在 100 万元以上，且占公司最近一期经审计净资产绝对值 0.5%以上的关联交易，须经公司董事会审议批准，达到股东大会审议标准的须在董事会审议后提交股东大会批准。

(3) 总经理：公司拟与关联自然人发生的交易金额在 30 万元以下（含 30 万元）的关联交易，及与关联法人发生的交易金额在 100 万元以下（含 100 万元），或占公司最近一期经审计净资产绝对值 0.5%以下（含 0.5%）的关联交易，由公司总经理批准。

在连续十二个月内发生的与同一关联人进行的交易，以及与不同关联人进行的与同一交易标的相关的交易，应当按照累计计算的原则适用上述规定，已按照公司关联交易表决程序执行相关审议程序的，不再纳入相关的累计计算范围。

五、报告期内关联交易制度的执行情况

发行人最近三年及一期发生的关联交易均严格履行了《公司章程》及相关制度规定的权限和程序，独立董事对报告期内发生的关联交易发表了如下意见：

“本独立董事审阅了宁波乐歌视讯科技股份有限公司最近三年及一期发生的关联交易情况，我们认为公司发生的关联交易均建立在协议双方友好、平等、互利的基础上，定价方法遵循了国家的有关规定，符合关联交易规则，履行了合法程序，体现了诚信、公平、公正的原则，关联交易价格是公允的，不存在损害公司和股东利益的行为。”

六、公司规范和减少关联交易的措施

公司在日常关联交易中严格遵照相关制度与规则的要求，履行了必要的决策程序。为避免关联交易，公司注销了馨音电子，公司实际控制人项乐宏、姜艺及控股股东丽晶电子已出具了《关于减少关联交易的承诺函》。公司将进一步规范运作，避免或减少关联交易，对于无法避免的关联交易，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。

第八节 董事、监事、高级管理人员与其他核心技术人员

一、董事、监事、高级管理人员与其他核心技术人员的基本情况

公司董事、监事、高级管理人员及其他核心技术人员均为中国（大陆）国籍，除项乐宏、姜艺拥有境外（加拿大）永久居留权外，其他董事、监事、高级管理人员和其他核心技术人员均无境外永久居留权。

（一）董事会成员

公司董事会由9名董事组成，其中包括3名独立董事。公司董事由股东大会选举产生，任期三年，任职期间为2010年5月28日至2013年5月27日。简历如下：

项乐宏 先生：1971 年出生，北京大学光华管理学院高级工商管理硕士学位，2010 年 1 月获得“宁波市鄞州区第二届优秀中国特色社会主义事业建设者”荣誉称号。1995 年~1998 年，就职于中国电子进出口宁波公司，任国际合作部副经理；1998 年~2002 年，任宁波丽晶电子有限公司董事长、总经理；2002 年~2010 年，任宁波丽晶时代电子线缆有限公司董事长、总经理；2010 年 5 月至今，任宁波乐歌视讯科技股份有限公司董事长。

姜 艺 女士：1974 年出生，北京大学光华管理学院高级工商管理硕士学位。1995 年~1999 年，就职于中国电子进出口宁波公司；1999 年~2002 年，任宁波丽晶电子有限公司副总经理；2002 年~2010 年，任宁波丽晶时代电子线缆有限公司副总经理；2010 年 5 月至今，任宁波乐歌视讯科技股份有限公司副董事长、总经理。

朱 伟 先生：1971 年出生，本科学历，曾获得 2006 年度“浙江省优秀注册会计师”荣誉称号。1993 年~1999 年，就职于宁波会计师事务所，历任项目经理、经理助理；1999 年~2006 年，就职于宁波国信联合会计师事务所，任部门经理（合伙人）；2006 年~2008 年，就职于江苏天衡会计师事务所宁波分所，任部门经理；2008 年~2010 年，就职于宁波丽晶时代电子线缆有限公司，任财务总监；2010 年 5 月至今，任宁波乐歌视讯科技股份有限公司董事、副总经理、财务总

监兼董事会秘书。

滕春先生：1967年出生，中专学历。1987年~2000年，就职于宁波不锈钢总厂；2000年~2002年，就职于宁波馨音电子制造有限公司；2002年~2010年，就职于宁波丽晶时代电子线缆有限公司采购部，历任业务员、采购部经理；2010年5月至今，任宁波乐歌视讯科技股份有限公司董事、采购部经理。

钟红露女士：1982年出生，本科学历。2004年~2010年，就职宁波丽晶时代电子线缆有限公司，历任业务助理、业务员、国际销售部副经理、经理；2010年5月至今，任宁波乐歌视讯科技股份有限公司董事、国际销售部经理。

李妙女士：1982年出生，本科学历。2005年~2010年，就职于宁波丽晶时代电子线缆有限公司国际销售部、国内销售部，历任业务助理、业务员、国内销售部经理；2010年5月至今，任宁波乐歌视讯科技股份有限公司董事、国内销售部经理。

郝亚斌先生：1971年出生，硕士学历。曾任国家电子工业部信息中心交流部主任、信息产业部信息中心处长、北京瀛信达数据技术有限公司总经理、北京信息工程专修学院常务副院长、赛迪顾问股份有限公司副总裁、赛迪系统工程监理中心总裁，中国电子信息产业发展研究院培训中心主任、中国信息化推进联盟副秘书长；现任中国电子视像行业协会副会长兼副秘书长；2010年5月至今，任宁波乐歌视讯科技股份有限公司独立董事。

刘学先生：1962年出生，博士学历。1988年~1996年，任职于沈阳药科大学工商管理学院，历任讲师、副教授、教授；1999年至今，任职于北京大学光华管理学院，历任副教授、教授；2010年5月至今，任宁波乐歌视讯科技股份有限公司独立董事。

包新民先生：1970年出生，硕士学历。1993年~1997年，就职于浙江之江资产评估公司，任项目经理；1997年~2000年，就职于宁波会计师事务所，任经理助理；2000年至今，就职于宁波正源税务（会计）师事务所、宁波正源企业管理咨询咨询公司，任所长、总经理；2010年5月至今，任宁波乐歌视讯科技股份有限公司独立董事。

（二）监事会成员

公司监事会由3名监事组成，其中包括1名职工监事。任职期间为2010年5月28日至2013年5月27日。简历如下：

邬文伟 先生：1969 年出生，本科学历。1991 年~2002 年，就职于宁波李惠利中学；2002 年~2003 年，就职于宁波明楼中学；2003 年~2010 年，任宁波丽晶时代电子线缆有限公司办公室主任；2010 年 5 月至今，任宁波乐歌视讯科技股份有限公司监事会主席、综合办公室主任。

沈意达 女士：1980 年出生，本科学历。2002~2010 年，就职于宁波丽晶时代电子线缆有限公司，历任业务助理、业务员及国际销售部副经理；2010 年 12 月至今，担任宁波乐歌视讯科技股份有限公司监事、国际销售部副经理。

蒋周良 先生：1980 年出生，大专学历。2005~2006 年，就职于宁波友谊广告有限公司，任美术指导；2006~2009 年，就职于宁波六合企业管理咨询有限公司，历任项目总监、副总经理；2010 年 5 月至今，任宁波乐歌视讯科技股份有限公司监事、国内销售部副经理。

（三）高级管理人员

姜 艺 女士：详见董事简历部分。

朱 伟 先生：详见董事简历部分。

景晓辉 先生：1970 年出生，硕士学历。1991 年~1997 年，就职于吉林新源玉米开发有限公司，任生产总调；1997 年~2000 年，就职于吉发生化医药食品有限公司，任生产总调；2000 年~2009 年，就职于贝发集团有限公司，任生产总监；2009 年~2010 年，就职于苏州工业园区和昕国际新能源有限公司，任副总经理；2010 年 5 月至今，任宁波乐歌视讯科技股份有限公司副总经理。

（四）其他核心技术人员简历

公司其他核心技术人员共四名，包括项乐宏先生、滕春先生、林涛先生、程军先生。

项乐宏 先生：详见董事简历部分。

滕 春 先生：详见董事简历部分。

林 涛 先生：1982 年出生，大专学历。2004 年进入宁波丽晶时代电子线缆

有限公司工作，历任技术员、项目工程师、研发副经理；2010年5月至今，任宁波乐歌视讯科技股份有限公司产品研发部副经理。

程 军 先生：1982年出生，本科学历。2007年~2009年，就职于宁波住重机械有限公司，任产品设计员；2009年~2010年就职于宁波丽晶时代电子线缆有限公司，任研发副经理；2010年5月至今，任宁波乐歌视讯科技股份有限公司产品研发部副经理。

（五）董事、监事的提名和选聘情况

公司董事、监事的任职资格及提名、选举程序均符合《公司法》、《证券法》、《公司章程》等法律法规的规定。

1、公司董事的选举情况

2010年5月28日，经公司创立大会暨2010年第一次临时股东大会决议通过，公司选举项乐宏先生、姜艺女士、朱伟先生、滕春先生、钟红露女士、李妙女士、郝亚斌先生、刘学先生、包新民先生为公司第一届董事会成员，其中郝亚斌先生、刘学先生、包新民先生为公司独立董事。

2010年5月28日，经公司第一届董事会第一次会议决议通过，选举项乐宏先生担任公司董事长，选举姜艺女士担任公司副董事长。

2、公司监事的选举情况

2010年5月27日，经公司职工代表大会决议通过，选举蒋周良先生为公司第一届监事会职工代表监事。

2010年5月28日，经公司创立大会暨2010年第一次临时股东大会决议通过，公司选举邬文伟先生、蔡运琴女士为公司第一届监事会成员。

2010年5月28日，经公司第一届监事会第一次会议决议通过，选举邬文伟先生担任公司监事会主席。

2010年12月25日，经公司2010年第二次临时股东大会决议通过，同意蔡运琴女士辞去公司监事一职，改选沈意达女士为公司监事。

二、董事、监事、高级管理人员与其他核心技术人员及其近亲属的持股情况

(一) 本次发行前公司董事、监事、高级管理人员与其他核心技术人员及其近亲属直接或间接持有发行人股份情况

1、直接持股

姓 名	职 务	持股数量（股）	持股比例	备 注
朱 伟	董事、副总经理、财务总监、董事会秘书、	914,580	1.5243%	—
滕 春	董事	548,760	0.9146%	—
钟红露	董事	457,260	0.7621%	—
李 妙	董事	320,100	0.5335%	—
邬文伟	监事会主席	457,260	0.7621%	—
沈意达	监事	457,260	0.7621%	—
林 涛	其他核心技术人员	228,720	0.3812%	—
项亚红	自由职业	457,260	0.7621%	项乐宏胞妹

2、间接持股

姓 名	职 务	间接股东持有 直接股东股权比例	直接股东名称	直接股东持有 发行人股权比例	间接股东持有 发行人股权比例
项乐宏	董事长	60.00%	丽晶电子	38.5109%	53.8024%
		100.00%	丽晶国际	30.6959%	
姜 艺	总经理、 副董事长	40.00%	丽晶电子	38.5109%	24.0069%
		57.35%	聚才投资	15.0000%	
李 妙	董事	1.00%	聚才投资	15.0000%	0.1500%
蒋周良	监事	2.50%	聚才投资	15.0000%	0.3750%
景晓辉	副总经理	5.00%	聚才投资	15.0000%	0.7500%
程 军	其他核心技 术人员	1.50%	聚才投资	15.0000%	0.2250%
林 涛	其他核心技 术人员	0.50%	聚才投资	15.0000%	0.0750%

截止本招股说明书签署之日，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心技

术人员所持公司股份均不存在质押、冻结或其他权属争议的情况。

（二）发行人董事、监事、高级管理人员与其他核心技术人员及其近亲属所持公司股份近三年及一期变动情况

公司董事、监事、高级管理人员与其他其他核心技术人员及其近亲属所持公司股份最近三年及一期具体股权变动情况详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“四、发行人股本形成及其变化和重大资产重组情况”的相关内容，其报告期各期末持股/出资情况如下：

1、直接持股

姓 名	职 务	2008-12-31		2009-12-31		2010-12-31		2011-6-30	
		出资金额 (万美元)	出资比例 (%)	出资金额 (万美元)	出资比例 (%)	持股数量 (股)	持股比例 (%)	持股数量 (股)	持股比例 (%)
朱 伟	董事、副总经理、财务总监、董事会秘书	—	—	6.8430	1.9491	914,580	1.5243	914,580	1.5243
滕 春	董事	—	—	4.1060	1.1696	548,760	0.9146	548,760	0.9146
钟红露	董事	—	—	3.4215	0.9746	457,260	0.7621	457,260	0.7621
李 妙	董事	—	—	2.3950	0.6822	320,100	0.5335	320,100	0.5335
邬文伟	监事会主席	—	—	3.4215	0.9746	457,260	0.7621	457,260	0.7621
沈意达	监事	—	—	3.4215	0.9746	457,260	0.7621	457,260	0.7621
林 涛	其他核心技术人员	—	—	1.7110	0.4874	228,720	0.3812	228,720	0.3812
项亚红	自由职业	—	—	3.4215	0.9746	457,260	0.7621	457,260	0.7621

注：发行人 2010 年 5 月股份公司设立前，股东持股数量和持股比例为其在有限公司的出资金额和出资比例。

2、间接持股

报告期内，本公司董事、监事、高级管理人员及其他核心技术人员间接持有本公司股权比例的变化情况如下表：

职 务	姓 名	2008-12-31	2009-12-31	2010-12-31	2011-6-30
项乐宏	董事长	77.85%	70.34%	53.80%	53.80%
姜 艺	副董事长、总经理	22.15%	18.16%	24.01%	24.01%
李 妙	董事	0.00%	0.00%	0.15%	0.15%

职 务	姓 名	2008-12-31	2009-12-31	2010-12-31	2011-6-30
蒋周良	监事	—	—	0.38%	0.38%
景晓辉	副总经理	—	—	0.75%	0.75%
程 军	其他核心技术人员	—	—	0.23%	0.23%
林 涛	其他核心技术人员	—	—	0.08%	0.08%

三、董事、监事、高级管理人员与其他核心技术人员的其他对外投资情况

截止本招股说明书签署之日，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心技术人员的对外投资情况如下表：

姓 名	对外投资公司名称	出资额（万元）	出资比例（%）
项乐宏	丽晶电子	60.00	60.00
	丽晶国际	1 万港币	100.00
姜 艺	丽晶电子	40.00	40.00
	聚才投资	688.20	57.35
李 妙	聚才投资	12.00	1.00
蒋周良	聚才投资	30.00	2.50
景晓辉	聚才投资	60.00	5.00
程 军	聚才投资	18.00	1.50
林 涛	聚才投资	6.00	0.50

丽晶电子、丽晶国际、聚才投资均为公司发起人股东，与公司不存在利益冲突，亦不存在可能损害公司利益的承诺、协议或其他特别安排。

除上表所列示的情况外，公司其余董事、监事、高级管理人员以及其他核心技术人员均不存在对外投资情况。

四、董事、监事、高级管理人员与其他核心技术人员报酬情况

2010 年度，公司董事、监事、高级管理人员与其他核心技术人员领取薪酬情况如下：

姓 名	职 务	2010 年年薪（元）	领薪处
项乐宏	董事长	393,300.00	其中,370,200 元领自本公司, 23,100 元领自丽晶电子。
姜 艺	副董事长、总经理	347,520.00	本公司
朱 伟	董事、副总经理、财务总监、董事会秘书	152,999.00	本公司
滕 春	董事	106,006.10	本公司
钟红露	董事	186,162.42	本公司
李 妙	董事	115,735.00	本公司
郝亚斌	独立董事	30,000.00	本公司
刘 学	独立董事	30,000.00	本公司
包新民	独立董事	30,000.00	本公司
邬文伟	监事会主席	74,313.80	本公司
沈意达	监事	137,912.27	本公司
蒋周良	监事	113,835.30	本公司
景晓辉	副总经理	171,646.90	本公司
林 涛	其他核心技术人员	81,984.97	本公司
程 军	其他核心技术人员	57,702.70	本公司

截止本招股说明书签署日，除上述领薪情况外，公司董事、监事、高级管理人员和其他核心技术人员未在关联企业领取薪酬，也未在公司及公司关联企业享受其他待遇或退休金计划。

五、董事、监事、高级管理人员与其他核心技术人员的兼职情况

公司董事、监事、高级管理人员和其他核心技术人员除在下列企业中担任职务外，均未在其他企业任职，兼职情况符合《公司法》等相关规定，具体兼职情况如下：

姓 名	职 务	兼职情况	与本公司关系
项乐宏	董事长	丽晶数码董事长、总经理	控股子公司
		乐歌进出口执行董事、总经理	控股子公司
		丽晶电子执行董事、经理	控股股东
		丽晶国际董事	5%以上股东
姜 艺	副董事长、总经理	丽晶数码副董事长、副总经理	控股子公司
		丽晶国际董事	5%以上股东
		丽晶电子监事	控股股东
		聚才投资执行董事	5%以上股东
邬文伟	监事会主席	聚才投资监事	5%以上股东
滕 春	董事	丽晶数码监事	控股子公司
郝亚斌	独立董事	中国电子视像行业协会副会长兼副秘书长	无
刘 学	独立董事	北京大学光华管理学院教授	无
包新民	独立董事	宁波正源税务（会计）师事务所所长 宁波正源企业管理咨询公司总经理	无

除以上情况外，公司董事、监事、高级管理人员和其他核心技术人员未在股东单位、股东单位控制的企业以及同行业其他法人单位兼任执行职务。

六、董事、监事、高级管理人员与其他核心技术人员相互之间存在的亲属关系

除项乐宏先生与姜艺女士为夫妇关系外，公司董事、监事、高级管理人员与其他核心技术人员之间不存在其他亲属关系。

七、董事、监事、高级管理人员与其他核心技术人员与公司签订的协议

公司董事、监事、高级管理人员及其他核心技术人员除与公司签订了有关聘用合同及保密协议以外，未签订其他任何协议。截止本招股说明书签署之日，上述协议履行情况良好。

八、董事、监事、高级管理人员与其他核心技术人员作出的重要承诺

公司董事、监事、高级管理人员及其他核心技术人员作出了股份锁定承诺、实际控制人作了有关避免同业竞争和规范减少关联交易承诺外，上述人员没有特别承诺事项。

九、董事、监事、高级管理人员的任职资格

公司董事、监事及高级管理人员符合《公司法》、《证券法》等法律、法规规定的任职资格。

十、董事、监事、高级管理人员变动情况

（一）董事变动情况

期 间	董事会人数	董事会成员	董事长	副董事长
报告期初 至 2009 年 4 月 20 日	3	项乐宏、姜艺、蔡运琴	项乐宏	姜艺
2009 年 4 月 20 日 至 股份公司成立	5	项乐宏、姜艺、朱伟 钟红露、滕春	项乐宏	姜艺
股份公司成立 至今	9	项乐宏、姜艺、朱伟 钟红露、滕春、李妙 郝亚斌、刘学、包新民	项乐宏	姜艺

蔡运琴系公司实际控制人之一姜艺之母亲，1949 年出生，中专学历，中国国籍。1969 年~1976 年，就职于宁波工艺美术厂；1976 年~1998 年，就职于宁波二轻工业研究设计院；1998 年~2010 年 5 月，就职于宁波丽晶时代电子线缆有限公司。

2009 年 4 月 20 日，蔡运琴因年龄原因辞去公司董事职务，增选朱伟、钟红露、滕春为公司董事。朱伟、钟红露、滕春三位均为公司业务骨干，作为公司董事会成员有利于规范公司运作，以加强公司去家族化管理。股份公司成立后新增

李妙、郝亚斌、刘学、包新民 4 名董事，其中郝亚斌、刘学、包新民为独立董事。此次新增董事系发行人根据上市公司规范治理的要求，不断完善董事会的结构及组成，以建立现代公司治理结构之需要。

（二）监事变动情况

1、2009 年 4 月 20 日前，公司未设立监事会或监事。

2、2009 年 4 月 20 日，股东丽晶国际委派蔡运琴女士、丽晶电子委派邬文伟先生担任公司监事。

3、2010 年 5 月 28 日，股份公司成立，公司创立大会暨 2010 年第一次临时股东大会选举邬文伟、蔡运琴为公司监事，与 2010 年 5 月 27 日公司职工代表大会决议推举的监事蒋周良先生一起组成监事会。

4、2010 年 12 月 25 日，经公司 2010 年第二次临时股东大会决议通过，同意蔡运琴女士辞去公司监事一职，改选沈意达女士为公司监事。

（三）高级管理人员变动情况

期 间	高管人数	总经理	副总经理	财务负责人	董事会秘书
报告期初 至 股份公司成立	2	项乐宏	无	朱伟	无
股份公司成立 至 2010 年 12 月	4	姜艺	景晓辉 朱伟 郑祥明	朱伟	朱伟
2010 年 12 月 至今	3	姜艺	景晓辉 朱伟	朱伟	朱伟

注：2010 年 12 月 5 日，郑祥明因个人原因辞去本公司副总经理职务。

郑祥明 先生：1971 年出生，博士学历，中国国籍。1993 年~2005 年，在湖北汽车工业学院材料工程系任职，历任团总支书记、教研室主任、教工支部书记、系主任等职；2006 年至今，在宁波工程学院机械学院任职。

保荐机构核查后，认为：报告期内，发行人根据上市公司规范治理的要求，不断完善董事会和高级管理人员的结构及组成，除蔡运琴辞任董事、郑祥明因个人原因辞任公司高级管理人员，以及由于董事会成员增加而新增董事和增设副总

经理职位外，未发生其他变化。因此，报告期内，发行人及其前身丽晶时代的董事、高级管理人员未发生重大变化，符合《管理办法》第十二条的规定。

发行人律师核查后，认为：发行人及其前身丽晶时代在报告期内董事和高级管理人员未发生重大变化，发行人符合《管理办法》第十二条的规定。

第九节 公司治理

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

公司根据《公司法》、《证券法》等相关规定的要求，确立了由股东大会、董事会、监事会和经营管理层组成的公司治理结构，建立健全了股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书等相关制度，并在公司董事会下设立了战略、审计、提名、薪酬与考核等专门委员会，形成了权力机构、决策机构、监督机构和管理层之间权责明确、运作规范的相互协调和相互制衡机制。报告期内，发行人股东大会、董事会、监事会依法独立运作，相关人员能切实履行各自的权利、义务与职责。

（一）股东大会制度的建立健全及运行情况

1、股东大会制度的建立健全

根据《公司法》的相关规定，公司于 2010 年 5 月 28 日召开的创立大会暨 2010 年第一次临时股东大会通过了《公司章程》及《股东大会议事规则》，建立了较为规范的股东大会制度。《股东大会议事规则》明确了股东大会的职权范围，并规范了股东大会的召集和表决程序等，公司的股东大会在《公司法》和《公司章程》规定的范围内行使职权。公司股东享有法律、行政法规和《公司章程》规定的合法权利，并承担相应的义务。

2、股东大会的运行情况

截止本招股说明书签署日，公司自设立以来共召开四次股东大会，各次股东大会均按照《公司章程》及《股东大会议事规则》规定的程序召开，公司的股东大会对《公司章程》修订、董事与监事任免、利润分配、公司重要规章制度的建立等事项作出相关决议，切实发挥了股东的作用。

公司历次股东大会的相关情况如下表：

时间	会议届次	主要会议内容
2010年5月28日	创立大会暨2010年第一次临时股东大会	1、整体变更设立股份有限公司 2、选举董事、监事
2010年12月25日	2010年第二次临时股东大会	1、改选监事 2、制订公司重要规章制度
2011年1月16日	2011年第一次临时股东大会	1、公司申请首次公开发行人民币普通股股票并上市 2、公司首次公开发行人民币普通股股票并上市前滚存未分配利润由新老股东共享 3、授权公司董事会办理申请首次公开发行人民币普通股股票并上市事宜 4、公司首次公开发行人民币普通股股票并上市相关决议有效期
2011年2月12日	2010年年度股东大会	1、审议公司《2010年度财务决算》 2、审议公司《2011年度财务预算》 3、审议2010年度《审计报告》 4、审议公司《2010年度利润分配方案》

（二）董事会制度的建立健全及运行情况

1、董事会制度的建立健全

2010年5月28日，公司召开创立大会暨2010年第一次临时股东大会，选举产生了第一届董事会成员，并审议通过了《董事会议事规则》，明确了公司董事会的职权范围，初步建立了较为规范的董事会制度。2010年12月5日，公司第一届董事会第三次会议审议通过了关于公司设立董事会各专门委员会的相关议案，批准设立了董事会战略委员会、提名委员会、审计委员会、薪酬与考核委员会等四个专门委员会。

根据《公司章程》及《董事会议事规则》的规定，公司董事会由9名董事组成，其中独立董事3名。目前履行董事职责的为公司第一届董事会成员，任期三年。

2、董事会的运行情况

自股份公司设立至本招股说明书签署日止，公司共召开六次董事会，均按照《公司章程》及《董事会议事规则》规定的程序召开。公司董事会除审议日常

事项外，在高管人员任免、重大投资、一般性规章制度的制订等方面切实发挥了重要的作用。

公司历次董事会的相关情况如下表：

时间	会议届次	主要会议内容
2010年5月28日	第一届董事会第一次会议	1、选举董事长 2、选举高级管理人员
2010年7月16日	临时董事会	1、收购子公司香港实业持有的丽晶数码的股权 2、乐歌进出口设立沃美特（美国）公司
2010年11月25日	第一届董事会第二次会议	受让聚才电子商务100%股权
2010年12月5日	第一届董事会第三次会议	1、设立董事会专门委员会 2、制订相关公司管理制度
2010年12月31日	第一届董事会第四次会议	1、公司申请首次公开发行人民币普通股股票并上市 2、公司首次公开发行人民币普通股股票并上市前滚存未分配利润由新老股东共享 3、公司首次公开发行人民币普通股股票并上市相关决议有效期
2011年1月22日	第一届董事会第五次会议	1、审议公司《2010年度财务决算》 2、审议公司《2011年度财务预算》 3、审议2010年度《审计报告》 4、审议公司《2010年度利润分配方案》

（三）监事会制度的建立健全及运行情况

1、监事会制度的建立健全

2010年5月28日，公司创立大会暨2010年第一次临时股东大会选举产生第一届监事会两名股东代表监事，与职工代表大会选举的一名职工代表监事共同组成公司第一届监事会，同时还审议通过了《监事会议事规则》，明确了公司监事会的职权范围，建立了较为规范的监事会制度。

根据《公司章程》及《监事会议事规则》的规定，公司监事会由三名监事组成，其中股东代表监事两名，职工代表监事一名。目前履行监事职责的为公司第一届监事会成员，任期三年。

2、监事会的运行情况

自股份公司设立至本招股说明书签署日，公司共召开三次监事会，均按照《公司章程》及《监事会议事规则》规定的程序召开。公司监事会除审议日常事项外，在检查公司的财务、对董事及高级管理人员执行公司职务的行为进行监督等方面发挥了重要作用。

公司历次监事会的相关情况如下表：

时间	会议届次	主要会议内容
2010年5月28日	第一届监事会第一次会议	选举监事会主席
2010年12月10日	第一届监事会第二次会议	1、同意蔡运琴辞去监事职务 2、通过补选监事的议案
2011年2月11日	第一届监事会第三次会议	审议公司《2010年度监事会工作报告》

（四）独立董事制度的建立健全及运行情况

1、独立董事制度的建立健全

根据《公司法》、中国证监会《关于在上市公司建立独立董事制度的指导意见》、《深圳证券交易所股票上市规则》、《公司章程》以及其他相关规定，公司建立了独立董事制度。

2010年5月28日，公司创立大会暨2010年第一次临时股东大会决定聘请郝亚斌、刘学、包新民三人为公司第一届董事会独立董事，该三人分别是电子视像行业、经济专业与会计专业方面的专家。

2010年12月25日，公司2010年第二次临时股东大会审议通过了《宁波乐歌视讯科技股份有限公司独立董事制度》，明确了公司独立董事的职权范围及其在公司治理结构中应发挥的作用。

2、独立董事实际发挥作用情况

公司独立董事自接受聘任以来，依据有关法律、法规及《公司章程》的规定，仔细审阅公司年度报告、审计报告、董事会决议等有关文件资料，并就相关事项发表了独立意见。此外，独立董事在公司发展战略，完善公司的内部控制、决策机制等方面提出了很多建设性意见，发挥了重要作用。

（五）董事会秘书制度的建立及运行

2010年5月28日，公司第一届董事会第一次会议决定聘请朱伟先生担任公司董事会秘书，任期三年。2010年12月5日，公司第一届董事会第三次会议审议通过了《宁波乐歌视讯科技股份有限公司董事会秘书工作细则》，明确了公司董事会秘书的工作范围及职权。

公司董事会秘书朱伟先生按照《公司章程》及《董事会秘书工作细则》的有关规定开展工作，出席了公司历次董事会、股东大会，并亲自记载或安排其他人员记载会议记录；历次董事会、股东大会召开前，董事会秘书均按照《公司章程》的有关规定为独立董事及其他董事提供会议材料、会议通知等相关文件，较好地履行了《公司章程》规定的相关职责。董事会秘书在公司法人治理结构的完善、与中介机构的配合协调、与监管部门的沟通协调、公司重大生产经营决策、主要管理制度的制定等方面亦发挥了重大作用。

（六）董事会专门委员会的设置情况

2010年12月5日，公司第一届董事会第三次会议审议通过了设立公司董事会各专门委员会的议案，并审议通过了《审计委员会工作细则》、《薪酬与考核委员会工作细则》、《提名委员会工作细则》、《战略委员会工作细则》等，对各专门委员会人员组成、职责权限、决策程序、议事规则进行了规定，以保证专门委员会发挥其应有的作用，促进公司完善法人治理结构。

公司董事会各专门委员会成员组成情况如下表：

委员会名称	委 员
审计委员会	包新民（独立董事）、郝亚斌（独立董事）、刘学（独立董事）
薪酬与考核委员会	包新民（独立董事）、郝亚斌（独立董事）、姜艺（董事）
提名委员会	包新民（独立董事）、郝亚斌（独立董事）、姜艺（董事）
战略委员会	刘学（独立董事）、郝亚斌（独立董事）、项乐宏（董事）

二、发行人近三年及一期违法违规行为情况

公司已依法建立健全股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度，公司及其董事、监事和高级管理人员严格按照《公司章程》及相关法律法规的规定开展经营活动，公司最近三年及一期不存在重大违法违规行为。

三、发行人近三年及一期资金占用和为控股股东及其控制的其他企业担保的情况

2008年和2009年，公司与控股股东丽晶电子和实际控制人曾实施重大影响的企业馨音电子之间存在资金往来及占用的情况，参见本招股说明书“第七节 同业竞争与关联交易”之“三、发行人最近三年及一期发生的主要关联交易”的相关内容。2009年下半年起公司对上述资金往来进行了清理规范并按照上市公司要求建立了规范严格的《资金管理制度》。从2010年起，公司没有再发生与关联方资金往来及占用的情况。

报告期内，公司不存在为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业提供担保的情形。

四、公司管理层及会计师对内部控制制度的评价

（一）公司管理层的自我评估意见

公司管理层认为，根据财政部《内部会计控制规范—基本规范（试行）》及相关具体规范，公司内部控制于2011年6月30日在所有重大方面保持了与财务报表相关的有效的内部控制。

（二）注册会计师意见

江苏天衡会计师事务所有限公司出具了天衡专字（2011）429号《宁波乐歌视讯科技股份有限公司内部控制鉴证报告》，对发行人内部控制制度的有效性进行了审核，并发表结论性意见如下：“公司按照财政部颁布的《内部会计控制规范—基本规范（试行）》及具体规范制定的各项内部控制制度、措施于2011年6月30日在所有重大方面保持了与财务报表相关的有效的内部控制。”

第十节 财务会计信息

以下引用的财务数据，非经特别说明，均引自经审计的财务报表。本节的财务数据及有关分析反映了公司最近三年及一期经审计的财务报表及有关附注的重要内容。

公司提醒投资者关注本招股说明书所附财务报告和审计报告全文，以获取全部的财务资料。

一、注册会计师的审计意见及会计报表

（一）审计意见

江苏天衡会计师事务所有限公司作为本次发行的财务审计机构，对公司 2008 年 12 月 31 日、2009 年 12 月 31 日、2010 年 12 月 31 日及 2011 年 6 月 30 日的合并资产负债表及母公司资产负债表，2008 年度、2009 年度、2010 年度及 2011 年 1~6 月的合并利润表及母公司利润表、合并现金流量表及母公司现金流量表、合并股东权益变动表及母公司股东权益变动表以及财务报表附注进行了审计，并出具了天衡审字（2011）979 号标准无保留意见的审计报告。

江苏天衡会计师事务所有限公司认为：“宁波乐歌视讯科技股份有限公司财务报表已经按照企业会计准则的规定编制，在所有重大方面公允反映了宁波乐歌 2008 年 12 月 31 日、2009 年 12 月 31 日、2010 年 12 月 31 日及 2011 年 6 月 30 日的财务状况以及 2008 年度、2009 年度、2010 年度及 2011 年 1~6 月的经营成果和现金流量。”

(二) 合并财务报表 (单位: 元)

1、合并资产负债表

(1) 资产

资 产	2011-6-30	2010-12-31	2009-12-31	2008-12-31
流动资产				
货币资金	30,475,764.62	48,478,937.20	70,302,583.57	16,094,840.69
交易性金融资产	-	979,100.00	367,400.00	604,335.60
应收票据	1,519,291.00	138,496.00	-	-
应收账款	14,102,146.57	12,386,375.05	7,509,553.26	5,880,444.52
预付款项	6,040,991.37	3,614,104.97	2,409,383.41	6,726,058.18
应收利息	-	-	-	-
应收股利	-	-	-	-
其他应收款	1,934,613.96	1,348,738.69	856,249.29	26,789,156.32
存货	26,532,410.72	21,605,859.84	7,389,988.03	4,055,392.05
一年内到期的非流动资产	-	-	-	-
其他流动资产	13,950,625.30	11,492,513.34	6,136,457.56	773,490.23
流动资产合计	94,555,843.54	100,044,125.09	94,971,615.12	60,923,717.59
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	33,935,854.76	32,485,654.74	19,467,312.15	19,612,886.45
在建工程	50,530,416.79	26,531,478.01	5,151,781.42	1,103,378.00
工程物资	-	-	-	-
固定资产清理	-	-	-	-
无形资产	13,576,198.25	13,754,998.13	13,743,651.95	14,338,514.93
开发支出	-	-	-	-
长期待摊费用	-	-	-	91,464.82
递延所得税资产	1,221,923.60	1,191,566.81	650,895.52	119,548.50
其他非流动资产	-	-	-	-
非流动资产合计	99,264,393.40	73,963,697.69	39,013,641.04	35,265,792.70
资产合计	193,820,236.94	174,007,822.78	133,985,256.16	96,189,510.29

(2) 负债和所有者权益

负债和所有者权益	2011-6-30	2010-12-31	2009-12-31	2008-12-31
流动负债:				
短期借款	-	-	-	11,500,000.00
交易性金融负债	-	448,300.00	42,600.00	-
应付票据	12,928,209.44	10,128,426.27	22,040,634.58	8,895,107.53
应付账款	42,428,752.24	33,208,776.13	19,906,264.95	10,223,975.32
预收款项	6,627,997.23	8,172,185.48	6,704,398.92	1,755,699.48
应付职工薪酬	1,706,919.11	2,780,523.95	1,748,575.32	-
应交税费	2,675,215.61	1,560,292.31	2,100,319.41	1,426,155.36
应付股利	-	-	5,102,890.00	-
应付利息	-	-	-	15,520.00
其他应付款	564,616.69	719,229.99	939,006.33	446,214.37
一年内到期的非流动负债	-	-	-	-
其他流动负债	597,870.48	564,732.29	440,744.00	3,656,100.00
流动负债合计	67,529,580.80	57,582,466.42	59,025,433.51	37,918,772.06
长期借款	-	-	-	-
应付债券	-	-	-	-
长期应付款	-	-	-	-
预计负债	-	-	-	-
递延所得税负债	-	244,775.00	-	75,541.95
其他非流动负债	2,024,236.46	1,922,486.46	1,989,556.89	720,000.00
非流动负债合计	2,024,236.46	2,167,261.46	1,989,556.89	795,541.95
负债合计	69,553,817.26	59,749,727.88	61,014,990.40	38,714,314.01
股本	60,000,000.00	60,000,000.00	25,724,984.86	9,932,578.00
减：库存股	-	-	-	-
资本公积	19,969,439.64	19,969,439.64	3,800,931.41	405,012.44
盈余公积	2,632,968.92	2,632,968.92	5,568,641.24	3,934,942.52
未分配利润	41,664,011.12	31,655,686.34	30,092,752.80	37,401,983.81
归属于母公司所有者权益合计	124,266,419.68	114,258,094.90	65,187,310.31	51,674,516.77
少数股东权益	-	-	7,782,955.45	5,800,679.51
所有者权益合计	124,266,419.68	114,258,094.90	72,970,265.76	57,475,196.28
负债和所有者权益合计	193,820,236.94	174,007,822.78	133,985,256.16	96,189,510.29

2、合并利润表

项 目	2011 年 1~6 月	2010 年	2009 年	2008 年
一、营业收入	115,608,035.00	214,308,651.31	128,355,783.52	104,384,318.16
减：营业成本	73,602,381.91	132,960,751.98	77,458,342.24	66,567,627.39
营业税金及附加	939,857.97	402,285.41	224,930.05	208,068.92
销售费用	6,962,548.21	13,626,346.07	8,618,342.46	5,275,677.73
管理费用	11,454,456.05	31,396,155.32	16,949,561.45	13,863,541.23
财务费用	473,776.33	522,615.19	-322,205.52	489,668.40
资产减值损失	127,751.59	307,475.11	433,568.04	25,030.00
加：公允价值变动收益（损失以“-”号填列）	-530,800.00	206,000.00	-279,535.60	-4,062,324.40
投资收益（损失以“-”号填列）	422,811.51	613,906.19	882,072.55	799,439.20
其中：对联营企业和合营企业的投资收益）	-	-	-	-
二、营业利润（亏损以“-”号填列）	21,939,274.45	35,912,928.42	25,595,781.75	14,691,819.29
加：营业外收入	1,321,830.90	4,492,715.78	1,720,213.96	1,290,513.36
减：营业外支出	240,650.73	1,545,090.78	831,855.15	610,695.50
其中：非流动资产处置损失	-	225,886.90	440,869.76	-
三、利润总额（亏损总额以“-”号填列）	23,020,454.62	38,860,553.42	26,484,140.56	15,371,637.15
减：所得税费用	3,412,129.84	9,572,970.60	2,208,965.91	154,586.71
四、净利润（净亏损以“-”号填列）	19,608,324.78	29,287,582.82	24,275,174.65	15,217,050.44
其中：被合并方在合并前实现的净利润	-	-76,952.03	-	-
归属于母公司所有者的净利润	19,608,324.78	29,287,820.25	22,292,898.71	14,435,215.46
少数股东损益	-	-237.43	1,982,275.94	781,834.98
五、每股收益	-	-	-	-
（一）基本每股收益	0.33	0.52	0.47	0.31
（二）稀释每股收益	0.33	0.52	0.47	0.31
六、其他综合收益	-	-	-	-
七、综合收益总额	19,608,324.78	29,287,582.82	24,275,174.65	15,217,050.44
归属于母公司所有者的综合收益总额	19,608,324.78	29,287,820.25	22,292,898.71	14,435,215.46
归属于少数股东的综合收益总额	-	-237.43	1,982,275.94	781,834.98

3、合并现金流量表

项目	2011 年 1~6 月	2010 年	2009 年	2008 年
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	113,060,324.04	211,892,554.38	131,602,328.39	107,831,070.45
处置交易性金融资产净增加额	-	-	-	-
收到的税费返还	14,447,504.70	21,775,169.26	11,155,282.56	9,408,566.55
收到其他与经营活动有关的现金	1,460,179.69	4,973,484.65	52,790,376.23	25,051,592.42
经营活动现金流入小计	128,968,008.43	238,641,208.29	195,547,987.18	142,291,229.42
购买商品、接受劳务支付的现金	73,405,379.12	144,977,463.13	64,872,136.23	84,814,308.22
支付给职工以及为职工支付的现金	18,684,495.92	30,276,744.39	13,060,724.89	11,669,253.26
支付的各项税费	11,620,189.46	19,141,752.98	4,658,279.33	4,269,579.94
支付其他与经营活动有关的现金	9,795,780.34	20,575,246.35	35,671,766.29	43,893,275.61
经营活动现金流出小计	113,505,844.84	214,971,206.85	118,262,906.74	144,646,417.03
经营活动产生的现金流量净额	15,462,163.59	23,670,001.44	77,285,080.44	-2,355,187.61
二、投资活动产生的现金流量：				
收回投资收到的现金	-	3,000,000.00	1,322,853.55	-
取得投资收益收到的现金	965,900.00	612,886.19	506,539.00	4,449,185.20
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	163,313.25	525,952.00	614,401.61	-
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	-	1,500,000.00	-	-
收到其他与投资活动有关的现金	-	-	-	-
投资活动现金流入小计	1,129,213.25	5,638,838.19	2,443,794.16	4,449,185.20
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	24,889,164.21	42,511,983.91	8,768,408.94	2,508,536.25
投资支付的现金	543,088.49	-	3,943,420.00	3,660,000.00
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	8,663,463.22	-	-
支付其他与投资活动有关的现金	-	-	-	-
投资活动现金流出小计	25,432,252.70	51,175,447.13	12,711,828.94	6,168,536.25
投资活动产生的现金流量净额	-24,303,039.45	-45,536,608.94	-10,268,034.78	-1,719,351.05
三、筹资活动产生的现金流量：				
吸收投资收到的现金	-	22,000,000.00	1,650,000.00	358,900.50
其中：子公司吸收少数股东投资收到的现金	-	-	-	358,900.50
取得借款收到的现金	-	6,224,570.84	10,000,000.00	52,500,000.00
收到其他与筹资活动有关的现金	-	-	-	-
筹资活动现金流入小计	-	28,224,570.84	11,650,000.00	52,858,900.50

项目	2011 年 1~6 月	2010 年	2009 年	2008 年
偿还债务支付的现金	-	6,224,570.84	21,500,000.00	49,298,085.96
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	9,600,000.00	12,424,115.15	8,021,377.97	1,212,847.08
其中：子公司支付给少数股东的股利、利润	-	-	-	-
支付其他与筹资活动有关的现金	-	395,433.89	-	-
筹资活动现金流出小计	9,600,000.00	19,044,119.88	29,521,377.97	50,510,933.04
筹资活动产生的现金流量净额	-9,600,000.00	9,180,450.96	-17,871,377.97	2,347,967.46
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	-402,231.68	-617,989.72	15,273.82	-107,362.48
五、现金及现金等价物净增加额	-18,843,107.54	-13,304,146.26	49,160,941.51	-1,833,933.68
加：期初现金及现金等价物余额	45,440,409.32	58,744,555.58	9,583,614.07	11,417,547.75
六、期末现金及现金等价物余额	26,597,301.78	45,440,409.32	58,744,555.58	9,583,614.07

(三) 母公司财务报表 (单位: 元)

1、母公司资产负债表

(1) 资产

资 产	2011-6-30	2010-12-31	2009-12-31	2008-12-31
流动资产:				
货币资金	20,407,562.74	37,491,507.22	41,399,010.46	13,890,564.32
交易性金融资产	-	-	-	604,335.60
应收票据	1,519,291.00	138,496.00	-	-
应收账款	24,042,669.15	20,517,750.54	6,278,603.12	5,880,444.52
预付款项	3,382,768.50	1,517,341.97	1,935,220.61	16,096,793.06
应收利息	-	-	-	-
应收股利	-	-	-	-
其他应收款	35,632,088.95	15,380,598.57	836,042.79	11,561,184.12
存货	24,805,682.44	20,641,014.34	7,290,068.97	3,642,003.53
一年内到期的非流动资产	-	-	-	-
其他流动资产	159,415.07	-	5,813,359.74	740,156.91
流动资产合计	109,949,477.85	95,686,708.64	63,552,305.69	52,415,482.06
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	29,194,717.51	29,194,717.51	20,077,885.23	15,077,885.23
固定资产	28,750,893.11	28,506,148.72	15,592,052.28	15,484,525.90
在建工程	-	-	-	-
固定资产清理	-	-	-	-
无形资产	2,010,074.06	2,062,698.02	1,799,000.00	2,141,511.14
开发支出	-	-	-	-
商誉	-	-	-	-
长期待摊费用	-	-	-	91,464.82
递延所得税资产	989,102.18	957,208.91	518,430.02	93,128.75
其他非流动资产	-	-	-	-
非流动资产合计	60,944,786.86	60,720,773.16	37,987,367.53	32,888,515.84
资产合计	170,894,264.71	156,407,481.80	101,539,673.22	85,303,997.90

(2) 负债和所有者权益

负债和所有者权益	2011-6-30	2010-12-31	2009-12-31	2008-12-31
流动负债:				
短期借款	-	-	-	11,500,000.00
交易性金融负债	-	-	-	-
应付票据	12,928,209.44	10,128,426.27	11,967,173.07	8,715,487.43
应付账款	34,719,583.85	31,576,658.19	15,534,938.29	8,139,089.75
预收款项	404,631.16	782,013.21	4,215,495.53	1,546,333.58
应付职工薪酬	978,820.61	2,004,199.08	1,618,645.32	-
应交税费	2,086,443.99	1,238,848.52	1,905,153.22	1,400,618.62
应付股利	-	-	5,102,890.00	-
应付利息	-	-	-	15,520.00
其他应付款	1,927,905.03	2,078,415.46	1,676,191.66	369,403.37
一年内到期的非流动负债	-	-	-	-
其他流动负债	400,396.00	522,148.00	440,744.00	3,290,000.00
流动负债合计	53,445,990.08	48,330,708.73	42,461,231.09	34,976,452.75
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	-	-	-	75,541.95
其他非流动负债	2,024,236.46	1,922,486.46	1,989,556.89	720,000.00
非流动负债合计	2,024,236.46	1,922,486.46	1,989,556.89	795,541.95
负债合计	55,470,226.54	50,253,195.19	44,450,787.98	35,771,994.70
股本	60,000,000.00	60,000,000.00	25,724,984.86	9,932,578.00
减：库存股	-	-	-	-
资本公积	19,824,597.38	19,824,597.38	3,645,918.97	250,000.00
盈余公积	2,632,968.92	2,632,968.92	5,568,641.24	3,934,942.52
未分配利润	32,966,471.87	23,696,720.31	22,149,340.17	35,414,482.68
所有者权益合计	115,424,038.17	106,154,286.61	57,088,885.24	49,532,003.20
负债和所有者权益合计	170,894,264.71	156,407,481.80	101,539,673.22	85,303,997.90

2、母公司利润表

项 目	2011 年 1~6 月	2010 年	2009 年	2008 年
一、营业收入	106,846,432.21	206,117,270.91	126,892,991.53	102,116,958.92
减：营业成本	68,787,291.37	132,282,671.49	83,606,548.07	68,286,953.05
营业税金及附加	803,633.43	227,696.31	153,947.46	182,202.70
销售费用	4,237,376.06	10,930,607.82	8,424,196.11	4,527,301.91
管理费用	10,833,743.01	29,714,967.07	15,796,125.84	13,712,436.72
财务费用	-124,544.93	-233,176.28	368,243.03	727,888.91
资产减值损失	1,258,002.26	1,539,811.52	367,717.69	25,030.00
加：公允价值变动收益（损失以“-”号填列）	-	-	-604,335.60	-4,062,324.40
投资收益（损失以“-”号填列）	-	277,952.54	569,369.36	1,165,539.20
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	-	-	-	-
二、营业利润（亏损以“-”号填列）	21,050,931.01	31,932,645.52	18,141,247.09	11,758,360.43
加：营业外收入	1,126,830.90	4,359,934.37	1,269,413.96	1,290,513.36
减：营业外支出	115,145.08	1,319,414.03	784,538.14	593,218.58
其中：非流动资产处置损失	-	78,191.30	440,869.76	-
三、利润总额（亏损总额以“-”号填列）	22,062,616.83	34,973,165.86	18,626,122.91	12,455,655.21
减：所得税费用	3,192,865.27	5,623,946.98	2,289,135.70	181,006.46
四、净利润（净亏损以“-”号填列）	18,869,751.56	29,349,218.88	16,336,987.21	12,274,648.75
五、每股收益				
（一）基本每股收益				
（二）稀释每股收益				
六、其他综合收益				
七、综合收益总额	18,869,751.56	29,349,218.88	16,336,987.21	12,274,648.75

3、母公司现金流量表

项目	2011 年 1~6 月	2010 年	2009 年	2008 年
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	119,352,659.40	217,258,295.03	129,216,135.00	104,968,894.18
处置交易性金融资产净增加额	-	-	-	-
收到的税费返还	-	4,190,962.23	11,155,282.56	9,408,566.55
收到其他与经营活动有关的现金	1,237,677.46	4,721,311.94	37,052,917.69	25,035,575.56
经营活动现金流入小计	120,590,336.86	226,170,569.20	177,424,335.25	139,413,036.29
购买商品、接受劳务支付的现金	74,721,165.58	150,787,327.83	68,766,811.12	98,577,719.40
支付给职工以及为职工支付的现金	13,484,417.09	21,037,617.33	11,553,499.11	10,944,832.23
支付的各项税费	10,160,627.47	12,639,592.67	2,872,358.86	3,271,209.87
支付其他与经营活动有关的现金	27,835,382.27	32,259,443.54	35,309,144.19	28,775,935.79
经营活动现金流出小计	126,201,592.41	216,723,981.37	118,501,813.28	141,569,697.29
经营活动产生的现金流量净额	-5,611,255.55	9,446,587.83	58,922,521.97	-2,156,661.00
二、投资活动产生的现金流量：				
收回投资收到的现金	-	3,000,000.00	352,580.36	-
取得投资收益收到的现金	-	165,032.29	506,539.00	4,449,185.20
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	163,313.25	458,702.00	614,401.61	4,044,474.55
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	-	7,119,882.25	-	-
收到其他与投资活动有关的现金	-	-	-	-
投资活动现金流入小计	163,313.25	10,743,616.54	1,473,520.97	8,493,659.75
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	2,903,469.39	18,492,698.16	4,543,635.97	1,286,773.71
投资支付的现金	-	-	3,289,750.00	3,290,000.00
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	14,567,775.22	5,000,000	3,877,885.23
支付其他与投资活动有关的现金	-	-	-	-
投资活动现金流出小计	2,903,469.39	33,060,473.38	12,833,385.97	8,454,658.94
投资活动产生的现金流量净额	-2,740,156.14	-22,316,856.84	-11,359,865.00	39,000.81
三、筹资活动产生的现金流量：				
吸收投资收到的现金	-	22,000,000.00	1,650,000.00	-
其中：子公司吸收少数股东投资收到的现金	-	-		
取得借款收到的现金	-	5,950,000.00	10,000,000.00	52,500,000.00
收到其他与筹资活动有关的现金	-	-	-	-
筹资活动现金流入小计	-	27,950,000.00	11,650,000.00	52,500,000.00

项目	2011 年 1~6 月	2010 年	2009 年	2008 年
偿还债务支付的现金	-	5,950,000.00	21,500,000.00	49,298,085.96
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	9,600,000.00	12,424,115.15	7,851,343.18	1,212,847.08
其中：子公司支付给少数股东的股利、利润	-	-	-	-
支付其他与筹资活动有关的现金	-	-	-	-
筹资活动现金流出小计	9,600,000.00	18,374,115.15	29,351,343.18	50,510,933.04
筹资活动产生的现金流量净额	-9,600,000.00	9,575,884.85	-17,701,343.18	1,989,066.96
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	27,532.25	-61,495.03	18,586.94	-107,261.42
五、现金及现金等价物净增加额	-17,923,879.44	-3,355,879.19	29,879,900.73	-235,854.65
加：期初现金及现金等价物余额	34,452,979.34	37,808,858.53	7,928,957.80	8,164,812.45
六、期末现金及现金等价物余额	16,529,099.90	34,452,979.34	37,808,858.53	7,928,957.80

二、财务报表编制基础及合并财务报表范围

（一）财务报表的编制基础

公司以持续经营为基础，根据实际发生的交易和事项，按照企业会计准则的规定进行确认、计量和编制财务报表。

（二）合并财务报表范围及变化情况

1、合并范围的确定原则及编制合并报表的方法

合并财务报表的合并范围包括公司及公司的子公司。子公司的经营成果和财务状况由控制开始日起至控制结束日止包含于合并财务报表中。

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公司最终控制方对其实施控制时纳入合并范围，并对合并财务报表的期初数以及前期比较报表进行相应调整。

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，并自购买日起将被合并子公司纳入合并范围。

子公司所采用的会计期间或会计政策与公司不一致时，在编制合并财务报表时按公司的会计期间或会计政策对子公司的财务报表进行必要的调整。合并范围内企业之间所有重大交易、余额以及未实现损益在编制合并财务报表时予以抵消。内部交易发生的未实现损失，有证据表明该损失是相关资产减值损失的，则

不予抵消。

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。

如果归属于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，除少数股东有义务且有能力承担的部分外，冲减母公司股东权益。如果子公司以后期间实现利润，在弥补母公司股东权益所承担的属于少数股东的损失之前，所有利润归属于母公司股东权益。

2、报告期内合并范围内子公司情况

公司名称	2008年	2009年	2010年	2011年	备注
丽晶数码					
丽晶（香港）实业					2009年1月新设
乐歌进出口					2009年6月新设
聚才电子商务					2010年2月新设
丽晶视听					2010年4月注销

3、报告期内公司合并报表范围变动情况

（1）2009 年度

① 2009 年 1 月，公司投资设立丽晶（香港）实业，投资总额 150 万美元，公司持有其 100%股权。丽晶（香港）实业从成立之日起纳入公司合并报表范围。

② 2009 年 6 月，公司投资设立宁波乐歌进出口有限公司，投资总额 500.00 万元，公司持有其 100%股权。乐歌进出口从成立之日起纳入公司合并报表范围。

（2）2010 年度

① 2010 年 2 月，公司子公司乐歌进出口出资设立宁波聚才电子商务有限公司，并持有其 100%股权，聚才电子商务自成立之日起纳入公司合并报表范围。关于聚才电子商务的股权变更情况，请详见“第五节 发行人基本情况”之“七、发行人控股子公司、参股子公司情况”的相关内容。

② 2010 年 4 月，公司决定终止丽晶视听的经营业务并进行清算。2010 年 4 月丽晶视听完成工商登记注销程序，自 2010 年 5 月起不再纳入本公司合并财务报表范围。

三、发行人的主要会计政策和会计估计

（一）收入确认原则和计量方法

1、销售商品收入

在已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方，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，收入的金额、相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量，相关的经济利益很可能流入时，确认销售商品收入。

① 外销收入确认的具体原则

公司国外销售采用装运港船上交货的销售方式，在外销产品已经报关出口、货物装船并取得提单后确认外销收入的实现。

② 外销业务的结算模式

公司海外订单的货款结算方式以电汇方式（T/T）和即期信用证（L/C）为主，付款交单（D/P）和赊销（O/A）为辅。

T/T结算方式：公司与客户签订销售合同后，客户将定金（一般为货款总额的20%-30%）汇至公司指定的银行账户，余额部分根据客户所属的国家分以下两种方式：

A、客户在收到装箱单、发票、提单复印件凭证后付清货款，公司再将提单原件提供给客户。

B、客户在收到公司货物生产完毕通知后将余款付清，在此之后公司即刻安排出货报关。

L/C结算方式：公司与客户签订销售合同，在收取客户开立的信用证后安排生产，待货物出运报关后，公司向结算银行提交信用证上规定的所有单据（如装箱单、客户提单），国外客户银行将审核通过后的单据交给客户，银行根据信用证上规定的付款时间准时将货款汇入公司。采用此结算方式时，部分客户会先付30%定金。

D/P结算（付款买单）方式：公司与客户签订销售合同，货物出货报关后将发票、装箱单、提单原件交公司所在银行，公司所在地银行将以上资料寄给客户

所在银行，客户需将货款支付给客户所在地银行，才能取得发票、装箱单、提单。采用此结算方式时，部分客户会先付30%定金。

O/A结算方式：公司将货物先发给客户，客户在约定的时间内将款项汇给公司。采用此结算方式时，部分客户会先付30%定金。

公司自2009年2月24日开始，与中国出口信用保险公司宁波分公司签订《短期出口信用保险综合保险保单》，对公司存在赊销事项的客户进行出口信用保险。若赊销款项无法收回，信用保险公司将赔偿公司应收货款的80%~90%。

2010年度，公司销售货款结算方式比例：T/T占77.38%、L/C占14.18%、D/P占 4.38%、O/A占4.06%。

保荐机构核查后，认为：公司外销收入的确认原则符合《企业会计准则第14号——收入》的规定，公司实际外销收入的确认及货款结算方式与公司上述披露的外销收入确认原则及货款结算方式一致。

发行人会计师核查后，认为：公司外销收入的确认原则符合《企业会计准则第14号——收入》的规定，公司实际外销收入的确认及货款结算方式与公司上述披露的外销收入确认原则及货款结算方式一致。

2、提供劳务收入

①在交易的完工进度能够可靠地确定，收入的金额、相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量，相关的经济利益很可能流入时，采用完工百分比法确认提供劳务收入。

确定完工进度可以选用下列方法：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，已经发生的成本占估计总成本的比例。

②在提供劳务交易结果不能够可靠估计时，分别下列情况处理：

A、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。

B、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、让渡资产使用权收入

在收入的金额能够可靠地计量，相关的经济利益很可能流入时，确认让渡资产使用权收入。

（二）金融资产和金融负债的核算方法

1、金融资产

（1）金融资产于初始确认时分类为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产、贷款及应收款项、持有至到期投资和可供出售金融资产。金融资产的分类取决于公司对金融资产的持有意图和持有能力。（细化为公司具体的交易性金融资产和应收款项）

（2）金融资产于公司成为金融工具合同的一方时，按公允价值确认。对于以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产，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，相关交易费用计入初始确认金额。

（3）金融资产的后续计量

以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产，采用公允价值进行后续计量，公允价值变动形成的利得或损失，计入当期损益。

贷款及应收款项和持有至到期投资，采用实际利率法，按摊余成本进行后续计量，终止确认、减值以及摊销形成的利得或损失，计入当期损益。

可供出售金融资产，采用公允价值进行后续计量，公允价值变动计入资本公积，在该可供出售金融资产发生减值或终止确认时转出，计入当期损益。可供出售债务工具投资在持有期间按实际利率法计算的利息，计入当期损益。可供出售权益工具投资的现金股利，在被投资单位宣告发放股利时计入当期损益。

（4）金融资产减值

公司在期末对以公允价值计量且其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减值的，确认减值损失，计提减值准备。

① 以摊余成本计量的金融资产的减值准备，按该金融资产预计未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提，计入当期损益。

公司对单项金额重大的金融资产单独进行减值测试，对单项金额不重大的金融资产，单独或包括在具有类似信用风险特征的金融资产组合中进行减值测试。单独测试未发生减值的金融资产，无论单项金额重大与否，仍将包括在具有类似信用风险特征的金融资产组合中再进行减值测试。已单独确认减值损失的金融资

产，不包括在具有类似信用风险特征的金融资产组合中进行减值测试。

对以摊余成本计量的金融资产确认资产减值损失后，如有客观证据表明该金融资产价值已经恢复，且客观上与确认该损失后发生的事项有关，原确认的减值损失予以转回，计入当期损益。

② 可供出售金融资产的公允价值发生非暂时性下跌时，即使该金融资产没有终止确认，原直接计入资本公积的因公允价值下降形成的累计损失，予以转出，计入当期损益。

对可供出售债务工具投资确认资产减值损失后，如有客观证据表明该金融资产价值已经恢复，且客观上与确认该损失后发生的事项有关，原确认的减值损失予以转回，计入当期损益。

可供出售权益工具投资发生的减值损失，不通过损益转回。

（5）金融资产终止确认

当收取某项金融资产的现金流量的合同权利终止或将所有权上几乎所有的风险和报酬转移时，公司终止确认该金融资产。

金融资产整体转移满足终止确认条件的，公司将下列两项金额的差额计入当期损益：

- ① 所转移金融资产的账面价值；
- ② 因转移而收到的对价，与原直接计入股东权益的公允价值变动累计额之和。

2、应收款项坏账准备

（1）单项金额重大的应收款项坏账准备的计提方法

① 单项金额重大的应收款项的确认标准：单项金额重大应收款项是指期末余额在 300 万元以上的应收账款和其他应收款。

② 单项金额重大的应收款项坏账准备的计提方法

单独进行减值测试，根据其预计未来现金流量现值低于其账面价值的差额，计提坏账准备，确认减值损失。

（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计提方法

①单项金额不重大但按特定风险组合后风险较大的应收款项是指期末账龄3年以上的应收款项。

②对于单项金额非重大的应收账款，单独进行减值测试，根据其预计未来现金流量现值低于其账面价值的差额，确认减值损失，计提坏账准备。

对于单项金额重大的应收款项及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，经测试后未出现减值的，根据其账龄按公司制定的坏账准备比例计提坏账准备。

(3) 其他不重大的应收款项，按账龄划分为若干组合，再按这些应收款项组合的期末余额的一定比例计算确定减值损失，计提坏账准备。

公司根据以前年度按账龄划分的应收款项组合的实际损失率，并结合现时情况，确定本期各账龄段应收款项组合计提坏账准备的比例如下：

账 龄	计提比例 (%)
一年以内	5
一至二年	10
二至三年	30
三至四年	50
四至五年	80
五年以上	100

3、金融负债

(1) 金融负债于初始确认时分类为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债和其他金融负债。

(2) 金融负债在初始确认时以公允价值计量。对于以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债，相关交易费用直接计入当期损益；对于其他金融负债，相关交易费用计入初始确认金额。

(3) 金融负债的后续计量

① 以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债，包括交易性金融负债和指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债，采用公允价值进行后续计量，公允价值变动形成的利得或损失，计入当期损益。

② 其他金融负债，采用实际利率法，按摊余成本进行后续计量。

（4）金融负债终止确认

金融负债的现时义务全部或部分已经解除的，公司终止确认该金融负债或其一部分。

4、金融资产和金融负债的公允价值确定方法

（1）如果金融资产或金融负债存在活跃市场，则采用活跃市场中的报价确定其公允价值。

（2）如果金融资产或金融负债不存在活跃市场，则采用估值技术确定其公允价值。

（三）存货的核算方法

1、公司存货包括原材料、在产品、自制半成品、产成品、低值易耗品等。

2、存货按照成本进行初始计量，期末，存货按成本与可变现净值孰低计量。

3、原材料、产成品发出时采用加权平均法核算，低值易耗品发出时采用一次摊销法进行摊销。

4、期末存货盘存采用永续盘存制。

5、期末，按照单个存货成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备，计入当期损益；以前减记存货价值的影响因素已经消失的，减记的金额应当予以恢复，并在原已计提的存货跌价准备金额内转回，转回的金额计入当期损益。对于数量繁多、单价较低的存货，按存货类别计提存货跌价准备。

6、存货的可变现净值按存货的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用以及相关税费后的金额确定。

（四）长期股权投资核算方法

1、初始投资成本确定

（1）企业合并形成的长期股权投资，按以下方法确定初始投资成本：

① 对于同一控制下企业合并形成的对子公司投资，以在合并日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，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。

② 对于非同一控制下企业合并形成的对子公司投资，以企业合并成本作为

初始投资成本。企业合并成本包括付出的资产、发生或承担的负债、发行的权益性证券的公允价值，以及为进行企业合并发生的各项直接相关费用。

(2) 除企业合并形成的长期股权投资以外，其他方式取得的长期股权投资，按以下方法确定初始投资成本：

① 以支付现金取得的长期股权投资，按实际支付的购买价款作为初始投资成本。

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

③ 投资者投入的长期股权投资，按投资合同或协议约定的价值作为初始投资成本。

2、后续计量及损益确认方法

(1) 对子公司投资

在合并财务报表中，对子公司的长期股权投资的处理方法参见本节“二、财务报表编制基础及合并财务报表范围”之“（一）财务报表的编制基础”。

在母公司财务报表中，对子公司投资采用成本法核算，在被投资单位宣告分派现金股利或利润时，确认投资收益。

(2) 对合营企业投资和对联营企业投资

对合营企业投资和对联营企业投资采用权益法核算，具体会计处理包括：

对于初始投资成本大于投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值份额的，其差额包含在长期股权投资成本中；对于初始投资成本小于投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值份额的，其差额计入当期损益，同时调整长期股权投资成本。

取得对合营企业投资和对联营企业投资后，按照应享有或应分担的被投资单位实现的净损益的份额，扣除首次执行企业会计准则之前已经持有的对合营企业投资和对联营企业投资按原会计准则及制度确认的股权投资借方差额按原摊销期直线摊销的金额后，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现金股利或利润应分得的部分，相应减少长期股权投资的账面价值。

在计算应享有或应分担的被投资单位实现的净损益的份额时，以取得投资时被投资单位可辨认净资产的公允价值为基础确定，对于被投资单位的会计政策或会计期间与公司不同的，权益法核算时按照公司的会计政策或会计期间对被投资单位的财务报表进行必要调整。与合营企业和联营企业之间内部交易产生的未实现损益按照持股比例计算归属于公司的部分，在权益法核算时予以抵消。内部交易产生的未实现损失，有证据表明该损失是相关资产减值损失的，则全额确认该损失。

对合营企业或联营企业发生的净亏损，除公司负有承担额外损失义务外，以长期股权投资的账面价值以及其他实质上构成对被投资单位净投资的长期权益减记至零为限。被投资企业以后实现净利润的，在收益分享额弥补未确认的亏损分担额后，恢复确认收益分享额。

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资本公积。处置该项投资时，将原计入资本公积的部分按相应比例转入当期损益。

（3）其他股权投资

其他股权投资采用成本法核算，在被投资单位宣告分派的现金股利或利润时，确认投资收益。

3、确定对被投资单位具有共同控制、重大影响的依据

共同控制指按照合同约定对某项经济活动所共有的控制，仅在与该项经济活动相关的重要财务和生产经营决策需要分享控制权的投资方一致同意时存在。

重大影响指对被投资单位的财务和经营政策有参与决策的权力，但并不能够控制或者与其他方一起共同控制这些政策的制定。

4、长期股权投资减值测试方法及减值准备计提方法

（1）公司在资产负债表日根据内部及外部信息以确定对子公司、合营公司或联营公司的长期股权投资是否存在减值的迹象，对存在减值迹象的长期股权投资进行减值测试，估计其可收回金额。

可收回金额的估计结果表明长期股权投资的可收回金额低于其账面价值的，长期股权投资的账面价值会减记至可收回金额，减记的金额确认为资产减值损

失，计入当期损益，同时计提相应的减值准备。

可收回金额是指资产（或资产组、资产组组合，下同）的公允价值减去处置费用后的净额与资产预计未来现金流量的现值两者之间较高者。

资产组是可以认定的最小资产组合，其产生的现金流入基本上独立于其他资产或者资产组。资产组由创造现金流入相关的资产组成。在认定资产组时，主要考虑该资产组能否独立产生现金流入，同时考虑管理层对生产经营活动的管理方式、以及对资产使用或者处置的决策方式等。

资产的公允价值减去处置费用后的净额，是根据公平交易中销售协议价格减去可直接归属于该资产处置费用的金额确定。资产预计未来现金流量的现值，按照资产在持续使用过程中和最终处置时所产生的预计未来现金流量，选择恰当的税前折现率对其进行折现后的金额加以确定。

与资产组或者资产组组合相关的减值损失，先抵减分摊至该资产组或者资产组组合中商誉的账面价值，再根据资产组或者资产组组合中除商誉之外的其他各项资产的账面价值所占比重，按比例抵减其他各项资产的账面价值，但抵减后的各资产的账面价值不得低于该资产的公允价值减去处置费用后的净额（如可确定的）、该资产预计未来现金流量的现值（如可确定的）和零三者之中最高者。

（2）公司采用个别认定方式评估其他长期股权投资是否发生减值，其他长期股权投资发生减值时，将其他长期股权投资的账面价值与按照类似金融资产当时市场收益率对未来现金流量折现确定的现值之间的差额，确认为减值损失，计入当期损益。

（3）长期股权投资减值损失一经确认，在以后会计期间不得转回。

（五）固定资产计价和折旧方法

1、固定资产的定义

固定资产是指为生产商品、提供劳务、出租或经营管理而持有的，使用寿命超过一个会计年度的有形资产。

2、固定资产的折旧方法

公司采用直线法计提固定资产折旧，各类固定资产使用寿命、预计净残值率和年折旧率如下：

固定资产类别	预计使用寿命	预计净残值率	年折旧率
房屋建筑物	20 年～30 年	5.00%	3.17%～4.75%
机器设备	5～10 年	5.00%	19.00%～9.50%
办公设备	3～5 年	5.00%	31.67%～19.00%
运输设备	4～5 年	5.00%	23.75%～19.00%

公司至少在每年年度终了对固定资产的使用寿命、预计净残值和折旧方法进行复核。

3、固定资产减值测试方法及减值准备计提方法

公司在资产负债表日根据内部及外部信息以确定固定资产是否存在减值的迹象，对存在减值迹象的固定资产进行减值测试，估计其可收回金额。

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

固定资产减值损失一经确认，在以后会计期间不得转回。

（六）在建工程的核算方法

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核算。

公司在资产负债表日根据内部及外部信息以确定在建工程是否存在减值的迹象，对存在减值迹象的在建工程进行减值测试，估计其可收回金额。可收回金额的估计结果表明在建工程的可收回金额低于其账面价值的，在建工程的账面价值减记至可收回金额，减记的金额确认为资产减值损失，计入当期损益，同时计提相应的减值准备。在建工程减值损失一经确认，在以后会计期间不得转回。

（七）无形资产的核算方法

1、无形资产的初始计量

无形资产按照取得时的原始成本进行初始计量。

2、无形资产的摊销方法

（1）对于使用寿命有限的无形资产，在使用寿命期限内，采用直线法摊销。

类 别	使用寿命
土地使用权	50 年
其 他	3~5 年

公司至少于每年年度终了对无形资产的使用寿命及摊销方法进行复核。

(2) 对于使用寿命不确定的无形资产，不摊销。于每年年度终了，对使用寿命不确定的无形资产的使用寿命进行复核，如果有证据表明其使用寿命是有限的，则估计其使用寿命，并按其估计使用寿命进行摊销。

3、无形资产减值

公司在资产负债表日根据内部及外部信息以确定无形资产是否存在减值的迹象，对存在减值迹象的无形资产进行减值测试，估计其可收回金额。此外，无论是否存在减值迹象，公司至少于每年年度终了对使用寿命不确定的无形资产估计其可收回金额。

可收回金额的估计结果表明无形资产的可收回金额低于其账面价值的，无形资产的账面价值会减记至可收回金额，减记的金额确认为资产减值损失，计入当期损益，同时计提相应的减值准备。

无形资产减值损失一经确认，在以后会计期间不得转回。

4、内部研究开发项目

(1) 划分公司内部研究开发项目研究阶段和开发阶段的具体标准

研究是指为获取并理解新的科学或技术知识而进行的独创性的有计划调查。开发是指在进行商业性生产或使用前，将研究成果或其他知识应用于一项或若干项计划或设计，以生产出新的或具有实质性改进的材料、装置、产品或获得新工序等。

(2) 研究阶段的支出，于发生时计入当期损益。开发阶段的支出，同时满足下列条件的，予以资本化：

- ① 完成该无形资产以使其能够使用或出售在技术上具有可行性；
- ② 具有完成该无形资产并使用或出售的意图；
- ③ 无形资产产生经济利益的方式，包括能够证明运用该无形资产生产的产品存在市场或无形资产自身存在市场，无形资产将在内部使用的，应当证明其有

用性；

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

⑤ 归属于该无形资产开发阶段的支出能够可靠地计量。

（八）外币业务的核算方法

1、外币交易的会计处理

发生外币交易时，采用交易发生日的即期汇率将外币金额折算为人民币金额。

于资产负债表日，外币货币性项目采用资产负债表日的即期汇率折算为人民币，所产生的折算差额，除根据借款费用核算方法应予资本化的，计入当期损益。以历史成本计量的外币非货币性项目，于资产负债表日仍采用交易发生日的即期汇率折算。

2、外币财务报表的折算

境外经营的资产负债表中的资产和负债项目，采用资产负债表日的即期汇率折算，股东权益项目除未分配利润项目外，其他项目采用发生时的即期汇率折算。境外经营的利润表中的收入和费用项目，采用年平均汇率折算。上述折算产生的外币报表折算差额，在股东权益中单独列示。

（九）股份支付的核算方法

1、股份支付的种类

公司股份支付分为以权益结算的股份支付和以现金结算的股份支付。

2、权益工具公允价值的确定方法

（1）以权益结算的股份支付，应当以授予职工权益工具的公允价值计量

① 授予后可立即行权的以权益结算的股份支付，按授予日权益工具的公允价值计入相关成本费用，同时增加资本公积；

② 完成等待期内的服务或达到规定业绩条件才可行权的换取职工服务的以权益结算的股份支付，等待期内的每个资产负债表日，以可行权权益工具数量的最佳估计数为基础，按权益工具授予日的公允价值，将当期取得的服务计入相关

成本费用和资本公积。

(2) 以现金结算的股份支付，按公司承担的以股份或其他权益工具为基础计算确定的负债的公允价值计量

① 授予后可立即行权的以现金结算的股份支付，按授予日企业承担负债的公允价值计入相关成本费用，同时增加负债；

② 完成等待期内的服务或达到规定业绩条件以后才可行权的以现金结算的股份支付，在等待期内的每个资产负债表日，应当以对可行权情况的最佳估计为基础，按照企业承担负债的公允价值金额，将当期取得的服务计入成本或费用和相应的负债。

四、会计政策、会计估计的变更

(一) 会计政策变更

报告期内公司的会计政策未发生变更。

(二) 会计估计变更

报告期内公司会计估计变更主要包括应收账款坏账准备计提比例的变更及固定资产净残值率的变更等。

1、应收账款坏账准备计提比例的变更

2009 年 12 月 25 日，经公司董事会决议，公司根据以前年度按账龄划分的应收款项组合的实际损失率，并结合现时情况，对各账龄段应收款项组合计提坏账准备的提取比例进行调整，变更如下：

账 龄	变更前应收款项坏账准备计提比例	变更后应收款项坏账准备计提比例
1 年以内	0%	5%
1 至 2 年	20%	10%
2 至 3 年	50%	30%
3 至 4 年	100%	50%
4 至 5 年	100%	80%
5 年以上	100%	100%

本次调整后的各账龄段应收款项组合坏账准备计提比例从董事会通过之日

起开始实施，调减公司 2009 年度净利润 34.11 万元。

2、固定资产净残值率的变更

2010 年 3 月 15 日，经公司董事会决议，根据公司固定资产残值情况，确定公司固定资产的预计净残值率由原值的 10%调整为 5%。本次公司固定资产净残值率变更自 2010 年 1 月 1 日开始实施，调减本公司 2010 年净利润 25.62 万元。

五、税种、税率与财政税收优惠政策

（一）企业所得税

1、母公司企业所得税

公司 2008 年、2009 年、2010 年适用的所得税率分别为 12.5%、12.5%、15%。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），经《宁波市鄞州区国家税务局关于宁波广博塑胶制品有限公司等 398 户外商投资企业要求享受“二免三减半”税收优惠政策的批复》（鄞国税函[2006]32 号）认定，2008 年度、2009 年度公司处于“二免三减半”税收优惠政策的减半征收期，企业所得税率按应纳税所得额的 12.5%计缴。

2008 年 12 月 5 日，公司被宁波市科学技术厅、宁波市财政厅、宁波市国家税务局等认定为高新技术企业，并颁发编号为 GR200833100309 的《高新技术企业认定证书》，有效期三年，因此，2010 年度公司享受 15%的优惠企业所得税税率。

此外，根据《宁波国家税务局关于同意宁波东方电子有限公司等 40 户企业采购国产设备抵免企业所得税的批复》同意，公司 2008 年度购买国产设备投资抵免企业所得税 1,044,544.00 元。

2、子公司企业所得税

（1）丽晶数码于 2006 年 12 月 1 日成立，系中外合资企业，根据（国发[2007]39 号）《国务院关于实施企业所得税过渡优惠政策的通知》，公司 2008 年、2009 年免缴企业所得税。2010 年 8 月，丽晶数码转为内资企业，适用 25%的企业所得税税率，并根据规定对以前年度的企业所得税进行了补缴。因此，丽晶数码 2008 年、2009 年、2010 年及 2010 年实际执行的企业所得税税率为 25%。

(2) 乐歌进出口、聚才电子商务所适用的企业所得税税率为 25%。

(3) 丽晶（香港）实业按香港地区税法缴纳 16.50%的资本利得税。

（二）增值税

1、母公司增值税

公司内销产品增值税销项税税率为 17%，出口产品销项税实行零税率，同时按国家规定的出口退税率享受出口退税政策，公司主要产品平板电视支架的出口退税税率为 17%。

2、子公司增值税

本公司之控股子公司因其从事的业务及规模所适用的增值税政策亦有所不同，其中：丽晶数码销售产品所适用的增值税销项税率为 17%；乐歌进出口从事产品出口业务所享受的增值税出口退税政策同母公司宁波乐歌；聚才电子商务按零售收入的 3%缴纳增值税。

六、最近一年内收购兼并情况

本公司最近一年内不存在重大收购兼并事项。

七、经注册会计师核验的非经常性损益明细表

单位：元

明细项目	2011 年 1~6 月	2010 年度	2009 年度	2008 年度
非流动资产处置损益	109,398.90	-222,871.33	-440,869.76	-
计入当期损益的政府补助	1,201,082.00	4,488,938.80	1,640,013.96	1,290,513.36
计入当期损益的对非金融企业收取的资金占用费	-	-	750,000.00	1,033,485.83
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	-	-76,952.03	-	-
金融资产损益	-107,988.49	818,886.19	602,536.95	-3,262,885.20
其他营业外收支净额	-229,300.73	-1,317,422.47	-310,785.39	-610,695.50
减：丽晶数码补缴企业所得税	-	2,930,616.82	-	-
非经常性损益合计	973,191.68	759,962.34	2,240,895.76	-1,549,581.51
减：企业所得税影响数	410,601.46	538,034.31	344,043.05	400,940.94

明细项目	2011 年 1~6 月	2010 年度	2009 年度	2008 年度
归属于少数股东的部分	-	2,929.11	148,162.33	-40,026.18
归属于公司普通股股东的部分	562,590.22	218,998.92	1,748,690.38	-1,910,496.27
归属于公司普通股股东的净利润	19,608,324.78	29,287,820.25	22,292,898.71	14,435,215.46
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	19,045,734.56	29,068,821.33	20,544,208.33	16,345,711.73

八、最近一期末主要资产情况

（一）最近一期末的固定资产

公司固定资产原值按实际成本计价，固定资产折旧采用平均年限法。截止 2011 年 6 月 30 日，公司固定资产原值为 47,064,497.74 元，固定资产账面价值为 33,935,854.76 元。2011 年 6 月 30 日固定资产构成情况如下表：

单位：元

类 别	原 值	累计折旧	账面价值	成新率（%）
房屋建筑物	9,284,367.49	2,818,264.81	6,466,102.68	69.65
机器设备	31,052,784.25	6,753,146.63	24,299,637.62	78.25
运输设备	4,732,899.10	2,677,124.60	2,055,774.50	43.44
办公设备	1,994,446.90	880,106.94	1,114,339.96	55.87
合 计	47,064,497.74	13,128,642.98	33,935,854.76	72.10

截止 2011 年 6 月 30 日，公司固定资产不存在减值情况。

（二）最近一期末对外投资情况

截止 2011 年 6 月 30 日，公司合并财务报表层面无对外股权投资。

（三）最近一期末主要无形资产

截止 2011 年 6 月 30 日，公司无形资产的账面价值为 13,576,198.25 元，包括两宗土地使用权及外购的软件使用权。

其中，两宗土地使用权均以出让方式取得，账面价值为 13,302,124.19 元，其具体情况如下表：

坐落位置	土地证号	面积	账面价值（元）
宁波市鄞州区姜山镇郁家村	鄞国用（2011）第12-051664号	18,982.4 平方米	1,736,000.00
宁波市鄞州区瞻岐镇大嵩盐场	甬鄞国用（2007）第01-00050号	46,667.0 平方米	11,566,124.19
合 计	-	-	13,302,124.19

软件使用权系公司于 2010 年 11 月向金蝶软件（中国）有限公司宁波分公司购买的金蝶 ERP 软件，账面原值 31.62 万元，截止 2011 年 6 月 30 日，该软件使用权的账面价值为 27.41 万元。

九、最近一期末的主要债项

截止 2011 年 6 月 30 日，公司负债总额为 69,553,817.26 元，主要为流动负债，包括应付票据、应付账款、预收账款等。

（一）银行借款

截止 2011 年 6 月 30 日，公司无银行借款。

（二）对内部人员和关联方的负债

1、对内部人员的负债

报告期内，公司对内部人员的负债主要为应付职工薪酬，具体情况如下表：

单位：元

项 目	2011-6-30	2010-12-31	2009-12-31	2008-12-31
一、工资、奖金、津贴和补贴	1,706,919.11	2,780,523.95	1,748,575.32	-
二、职工福利费	-	-	-	-
三、社会保险费	-	-	-	-
四、住房公积金	-	-	-	-
五、辞退福利	-	-	-	-
六、工会经费	-	-	-	-
七、职工教育经费	-	-	-	-
八、非货币福利	-	-	-	-
合计	1,706,919.11	2,780,523.95	1,748,575.32	-

2、对关联方的负债

报告期内，公司对关联方的负债如下表：

单位：元

科 目	关联方	2011-6-30	2010-12-31	2009-12-31	2008-12-31
预收账款	宁波市鄞州远豪视听器材经营部	-	256,683.00	-	-
其他应付款	丽晶电子	-	100,000.00	-	-
应付票据	馨音电子	-	-	9,140,245.02	-
应付股利	丽晶国际	-	-	5,102,890.00	-

（三）逾期未偿还的债项

截止 2011 年 6 月 30 日，公司没有逾期未偿还的债项。

十、所有者权益变动情况

截止 2011 年 6 月 30 日，本公司的所有者权益合计为 124,266,419.68 元。报告期内，公司所有者权益的构成及变动情况如下表：

单位：元

项 目	2011-6-30	2010-12-31	2009-12-31	2008-12-31
股 本	60,000,000.00	60,000,000.00	25,724,984.86	9,932,578.00
资本公积	19,969,439.64	19,969,439.64	3,800,931.41	405,012.44
盈余公积	2,632,968.92	2,632,968.92	5,568,641.24	3,934,942.52
未分配利润	41,664,011.12	31,655,686.34	30,092,752.80	37,401,983.81
少数股东权益	-	-	7,782,955.45	5,800,679.51
所有者权益合计	124,266,419.68	114,258,094.90	72,970,265.76	57,475,196.28

1、股本

公司成立以来股本的形成及其变化情况详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”中的相关内容。

2、资本公积

报告期内，公司资本公积的变化主要包括：（1）2009 年 4 月，丽晶国际与公司员工朱伟等 13 人分别签订股权转让协议，将其持有公司的 8.3492%股权转

让给朱伟等 13 人，此次股权转让价格低于股权的公允价值，形成股份支付，公司将股权转让价格与股权的公允价值之差额 2,380,397.40 元计入资本公积；（2）2009 年 4 月，公司增加注册资本 120,699.00 美元，由朱伟等 13 名自然人以人民币 1,650,000.00 元认购本次增资，其中 823,975.86 元计入实收资本，其余 826,024.14 元计入资本公积；同时，此次增资入股的股东均为本公司员工，其增资价格低于本公司股份当时的公允价值，形成股份支付，差额计入资本公积 189,497.43 元；（3）2010 年 3 月，公司增加注册资本 673,408.00 美元，宁波聚才投资有限公司以人民币 12,000,000.00 元认购本次增资，其中 4,597,087.05 元计入实收资本，7,402,912.95 元计入资本公积；同时，由于聚才投资系本公司实际控制人姜艺与公司员工投资设立的公司，其向本公司增资的价格低于股权的公允价值，形成股份支付，公司将增资价格与股权的公允价值之差额 4,794,154.52 元计入资本公积；（4）2010 年 3 月，公司增加注册资本 305,278.00 美元，由寇光武和高原 2 名自然人以人民币 10,000,000.00 元认购本次增资，其中 2,083,888.68 元计入实收资本，7,916,111.32 元计入资本公积；（5）2010 年 2 月 26 日，公司之控股子公司丽晶（香港）实业受让丽晶国际所持有的丽晶数码 25% 股权，受让价格与所享有的账面净资产的差额 -10,170.18 元计入资本公积；（6）2010 年 5 月 28 日，本公司以净资产整体变更为股份有限公司，股本 6,000 万股，余额 19,902,569.41 元计入资本公积；（7）2010 年 12 月，公司受让丽晶电子所持有的聚才电子商务 100% 股权，收购价与所享有的聚才电子商务账面净资产之差额 -77,972.03 元计入资本公积。

3、盈余公积和未分配利润

截止 2011 年 6 月 30 日，公司的盈余公积和未分配利润分别为 2,632,968.92 元和 41,664,011.12 元。

十一、报告期内现金流量情况

报告期内，公司的现金流量情况如下表：

单位：元

项 目	2011 年 1~6 月	2010 年度	2009 年度	2008 年度
经营活动现金流量净额	15,462,163.59	23,670,001.44	77,285,080.44	-2,355,187.61
投资活动现金流量净额	-24,303,039.45	-45,536,608.94	-10,268,034.78	-1,719,351.05
筹资活动现金流量净额	-9,600,000.00	9,180,450.96	-17,871,377.97	2,347,967.46
汇率变动对现金及现金等价物的影响	-402,231.68	-617,989.72	15,273.82	-107,362.48
现金及现金等价物净增加额	-18,843,107.54	-13,304,146.26	49,160,941.51	-1,833,933.68

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、期后事项、或有事项及其他重要事项

（一）期后事项

截止本招股说明书签署日，本公司无需要披露的重大期后事项。

（二）或有事项

1、对外担保事项

截止本招股说明书签署日，本公司无需要披露的对外担保事项。

2、抵押事项

截止本招股说明书签署日，本公司不存在抵押事项。

（三）其他重要事项

1、根据公司 2011 年第一次临时股东大会审议通过《关于公司申请首次公开发行人民币普通股票并上市的议案》，公司计划向社会公众公开发行 2,000 万股的人民币普通股（A 股）并在深圳证券交易所上市。

2、根据公司 2011 年第一次临时股东大会审议通过的《关于公司首次公开发行人民币普通股票并上市前滚存未分配利润由新老股东共享的议案》，公司 2010 年度利润分配实施完成后的未分配利润及自 2011 年 1 月 1 日起产生的滚存利润，由本次首次公开发行人民币普通股股票并上市完成后登记在册的老股股东共享。

十三、发行人主要财务指标

(一) 主要财务指标

项 目	2011-6-30	2010-12-31	2009-12-31	2008-12-31
流动比率（倍）	1.40	1.74	1.61	1.61
速动比率（倍）	1.01	1.36	1.48	1.50
资产负债率（母公司）（%）	32.46	32.13	43.78	41.93
无形资产占净资产比例（%）	0.22	0.27	0.00	0.52
项 目	2011 年 1~6 月	2010 年度	2009 年度	2008 年度
应收账款周转率（次/年）	16.56	20.44	18.59	13.82
存货周转率（次/年）	6.12	9.17	13.54	11.50
息税折旧摊销前利润（万元）	2,545.53	4,287.61	2,995.84	1,953.33
利息保障倍数（倍）	-	1,750.31	65.95	13.67
每股经营活动现金流量净额 （元/股）	0.26	0.39	3.00	-0.24
每股净现金流量（元/股）	-0.31	-0.22	1.91	-0.18

注：由于 2011 年 1~6 月本公司未对外举债，因此无利息费用支出，故无需计算利息保障倍数。

说明：

- ① 流动比率=流动资产 / 流动负债
- ② 速动比率=（流动资产-存货）/ 流动负债
- ③ 资产负债率=总负债 / 总资产
- ④ 应收账款周转率=主营业务收入 / 应收账款平均余额
- ⑤ 存货周转率=主营业务成本 / 存货平均余额
- ⑥ 每股经营活动现金流量=经营活动产生的现金流量净额 / 期末股本总额
- ⑦ 每股净现金流量=现金流量净额 / 期末股本总额
- ⑧ 息税折旧摊销前利润=利润总额+利息费用+固定资产折旧+无形资产摊销+长期待摊费用摊销
- ⑨ 利息保障倍数=（税前利润+利息费用）/ 利息费用
- ⑩ 无形资产占净资产比例=无形资产（土地使用权除外）/ 期末净资产

(二) 报告期内的净资产收益率及每股收益

根据《公开发行证券的公司信息披露编报规则第 9 号——净资产收益率和每股收益的计算及披露》（2010 年修订）的规定，公司报告期内的净资产收益率与每股收益情况如下：

报告期	报告期利润	加权平均 净资产收 益率 (%)	每股收益 (元/股)	
			基本每股收益	稀释每股收益
2011 年 1~6 月	归属于公司普通股股东的净利润	16.66	0.33	0.33
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	16.19	0.32	0.32
2010 年	归属于公司普通股股东的净利润	31.13	0.52	0.52
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	30.90	0.52	0.52
2009 年	归属于公司普通股股东的净利润	36.37	0.47	0.47
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	33.51	0.44	0.44
2008 年	归属于公司普通股股东的净利润	32.47	0.31	0.31
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	36.77	0.35	0.35

说明:

① 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。

② 基本每股收益= P / 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** 为报告期月份数; **M_i** 为增加股份下一月份起至报告期期末的月份数; **M_j** 为减少股份下一月份起至报告期期末的月份数。

③ 稀释每股收益

公司报告期内不存在稀释性潜在普通股, 因此, 稀释每股收益与基本每股收益相同。

十四、资产评估情况

在公司整体变更设立股份有限公司时, 公司委托浙江勤信资产评估有限公司对公司截止 2010 年 3 月 31 日的全部股东权益进行了评估, 并出具了浙勤评报(2010) 126 号资产评估报告书。

本次评估的具体情况如下:

1、评估机构: 浙江勤信资产评估有限公司。

2、评估基准日：2010 年 3 月 31 日。

3、评估目的：为宁波丽晶时代电子线缆有限公司拟变更设立股份有限公司之经济行为提供价值参考依据。

4、评估范围：包括宁波丽晶时代电子线缆有限公司在评估基准日的全部资产及相关负债。

5、评估方法：本次资产评估采用资产基础法进行评估。

6、评估结果汇总表如下：

单位：万元，

项目	账面价值	评估价值	增值额	增值率（%）
流动资产	7,476.34	7,597.24	120.90	1.62
非流动资产	5,127.16	8,010.94	2,883.78	56.25
其中：长期股权投资	2,630.22	4,009.63	1,379.41	52.44
建筑物类固定资产	692.17	948.56	256.39	37.04
设备类固定资产	1,579.60	1,714.43	134.83	8.54
无形资产—土地使用权	178.85	1,292.00	1,113.15	622.39
递延所得税资产	46.32	46.32	—	—
资产总计	12,603.51	15,608.18	3,004.68	23.84
流动负债	4,417.31	4,417.31	—	—
非流动负债	195.94	195.94	—	—
负债总计	4,613.25	4,613.25	—	—
股东权益	7,990.26	10,994.93	3,004.68	37.60

根据评估结果，2010 年 3 月 31 日公司净资产账面价值 7,990.26 万元，评估价值为 10,994.93 万元，评估增值率 37.60%。主要是由于土地使用权及长期股权投资大幅增值所致，其中长期股权投资增值主要是子公司丽晶数码拥有的土地使用权增值。

公司未根据本次评估结果进行账面调整。

十五、验资情况

公司自设立至今，共计进行了九次验资。具体情况请参见本招股说明书第五节“发行人基本情况”之“五（一）历次验资情况”的内容。

第十一节 管理层讨论与分析

一、财务状况分析

(一) 资产负债分析

1、资产构成及其变动情况

报告期内，公司流动资产及非流动资产占总资产的比例如下：

项 目	2011-6-30		2010-12-31		2009-12-31		2008-12-31	
	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)
流动资产	9,455.58	48.79	10,004.41	57.49	9,497.16	70.88	6,092.37	63.34
非流动资产	9,926.44	51.21	7,396.37	42.51	3,901.36	29.12	3,526.58	36.66
资产总计	19,382.02	100.00	17,400.78	100.00	13,398.53	100.00	9,618.95	100.00

报告期内，公司资产规模增长较快。2008 年、2009 年、2010 年末及 2011 年 6 月 30 日，公司的资产总额分别为 9,618.95 万元、13,398.53 万元、17,400.78 万元和 19,382.02 万元，增长速度较快。公司资产规模大幅增加的主要原因是公司业务规模的迅速扩大、公司的利润积累以及股东的新增投入。

2、流动资产构成及其变动情况

项 目	2011-6-30		2010-12-31		2009-12-31		2008-12-31	
	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)
货币资金	3,047.58	32.23	4,847.89	48.46	7,030.26	74.02	1,609.48	26.42
交易性金融资产	-	-	97.91	0.98	36.74	0.39	60.43	0.99
应收票据	151.93	1.61	13.85	0.14	—	—	—	—
应收账款	1,410.21	14.91	1,238.64	12.38	750.96	7.91	588.04	9.65
预付款项	604.10	6.39	361.41	3.61	240.94	2.54	672.61	11.04
其他应收款	193.46	2.05	134.87	1.35	85.62	0.90	2,678.92	43.97
存货	2,653.24	28.06	2,160.59	21.60	739.00	7.78	405.54	6.66
其他流动资产	-	-	1,149.25	11.49	613.65	6.46	77.35	1.27
流动资产合计	9,455.58	100.00	10,004.41	100.00	9,497.16	100.00	6,092.37	100.00

报告期内，公司期末各项流动资产的具体构成如下：

(1) 货币资金

单位：万元

项 目	2011-6-30	2010-12-31	2009-12-31	2008-12-31
现 金	1.81	1.16	2.39	0.83
银行存款	2,657.92	4,542.89	5,872.06	957.53
人民币	2,436.78	3,477.03	5,480.55	760.82
美元（折合人民币）	208.09	1,053.57	360.33	159.60
欧元（折合人民币）	13.05	12.28	31.18	37.11
其他货币资金	387.85	303.85	1,155.80	651.12
合 计	3,047.58	4,847.89	7,030.26	1,609.48

公司的货币资金主要为银行存款，报告期内银行存款占货币资金的比例平均为 80.99%。2009 年 12 月 31 日，公司货币资金余额为 7,030.26 万元，较 2008 年大幅增长了 5,420.78 万元，主要系公司于 2009 年收回关联方暂借款所致。

截止 2011 年 6 月 30 日，公司的其他货币资金为 387.85 万元，全部为银行承兑汇票保证金，系公司开展日常经营业务所需。除该部分银行承兑汇票保证金以外，公司的货币资金中无抵押、冻结等对变现有限制或存放境外、或存在潜在回收风险的款项。

(2) 交易性金融资产

2008 年、2009 年及 2010 年末，公司交易性金融资产余额分别为 60.43 万元、36.74 万元和 97.91 万元，系公司为降低人民币汇率波动带来的风险而购买的商业银行远期结汇合约及无本金交割远期交易的公允价值变动。2011 年 6 月 30 日，公司交易性金融资产为零。

报告期内各期末，公司交易性金融资产与交易性金融负债的构成如下表：

日期	项目	远期结汇	NDF
2011-6-30	交易性金融资产	-	-
	交易性金融负债	-	-
2010-12-31	交易性金融资产	97.91	-
	交易性金融负债	-	44.83
2009-12-31	交易性金融资产	-	36.74
	交易性金融负债	4.26	-
2008-12-31	交易性金融资产	60.43	-
	交易性金融负债	-	-

① 公司购买远期结汇合约及 NDF 交易的具体情况及其对公司损益情况的影响

报告期内，公司 95%左右产品出口海外，且主要以美元作为结算货币，因此人民币对美元的持续升值对公司的经营业绩存在一定程度的负面影响。为了有效降低人民币升值给公司造成的负面影响，公司于 2007 年开始与中国银行股份有限公司鄞州支行签订了远期结汇/售汇协议，在依据外销订单对未来外币现金流量进行合理判断的基础上，确定购买远期结汇数量，锁定外汇汇率。2009 年 7 月开始，公司与中国银行股份有限公司巴黎分行签订了《NDF 业务总协议书》，委托中国银行巴黎分行叙做 NDF 交易。

2008 年至 2011 年 1~6 月公司所购买的远期结汇合约以及 NDF 交易合约的具体情况如下表：

类别	项目	2011 年 1~6 月	2010 年度	2009 年度	2008 年度
远期 结汇 交易	当年度成交的合约金额（万美元）		800.00	1,040.00	1,000.00
	当年度实际交割的金额（万美元）	600.00	1,240.00	367.10	1,491.90
	当年度提前解约的金额（万美元）				1,071.00
	截止当期末未到期金额（万美元）		600.00	1,040.00	367.10
NDF 交易	当年度成交的合约金额（万美元）		800.00	950.00	
	当年度实际交割的金额（万美元）	600.00	1,150.00		
	截止当期末未到期金额（万美元）		600.00	950.00	
截止当期末形成的交易性金融资产（万元）			97.91	36.74	60.43
截止当期末形成的交易性金融负债（万元）			44.83	4.26	44.83
年度公允价值变动损益（万元）		-53.08	20.60	-27.95	-406.23
年度投资收益（万元）		42.28	44.79	50.65	79.94
对公司利润的影响（万元）		-10.80	65.39	22.70	-326.29
公司利润总额（万元）		2,302.05	3,886.06	2,648.41	1,537.16
占公司利润总额的比例		-0.47%	1.68%	0.86%	-21.23%

注：由于 2008 年下半年美元对人民币持续升值，为减少因购买远期结汇合约造成的损失，公司于 2008 年 12 月对部分远期结汇合约进行提前解约处理，合约金额合计 1,071.00 万美元，造成损失共计 364.97 万元，详细情况请参见本节“二、盈利能力分析”之“（三）报告期经营成果变动分析”。

其中，自 2009 年 7 月开始进行 NDF 交易起，公司所签订的所有远期结汇合约与 NDF 交易均存在一一对应关系，系同一天成交、合约金额相等、交易方向

相反、交割日期相近，其实质上形成无风险套利关系，其套利关系如下表所示：

序号	成交日期	金额 (万美元)	远期结汇交易		NDF 交易		价差
			远期 结汇价	交割日	NDF 价	交割日	
1	2009.7.27	100	6.8252	2010.06.28~2010.07.27	6.7720	2010.07.29	0.0532
2	2009.9.9	100	6.8123	2010.08.09~2010.09.09	6.7650	2010.09.13	0.0473
3	2009.9.23	100	6.8094	2010.08.23~2010.09.23	6.7540	2010.09.27	0.0554
4	2009.10.14	100	6.7467	2010.10.14	6.6790	2010.10.18	0.0677
5	2009.10.20	50	6.6936	2010.10.20	6.6120	2010.10.22	0.0816
6	2009.10.30	100	6.7643	2010.11.02	6.6880	2010.11.04	0.0763
7	2009.11.16	100	6.7515	2010.08.10	6.7058	2010.08.12	0.0457
8	2009.11.16	100	6.7464	2010.08.23	6.6961	2010.08.25	0.0503
9	2009.11.12	100	6.7146	2010.11.15	6.6400	2010.11.17	0.0746
10	2009.12.1	100	6.7258	2010.12.01	6.6650	2010.12.03	0.0608
11	2010.1.5	100	6.7308	2010.12.20	6.6696	2010.12.22	0.0612
12	2010.1.12	100	6.7406	2011.01.05	6.6775	2010.01.07	0.0631
13	2010.1.12	100	6.7390	2010.12.06	6.6786	2010.12.06	0.0604
14	2010.1.29	100	6.7348	2011.01.20	6.6671	2011.01.24	0.0677
15	2010.2.22	100	6.7569	2011.02.09	6.6878	2011.02.11	0.0691
16	2010.2.22	100	6.7547	2011.02.22	6.6820	2011.02.24	0.0727
17	2010.3.10	100	6.7375	2011.03.08	6.6693	2011.03.10	0.0682
18	2010.4.7	100	6.7308	2011.03.24	6.6706	2011.03.28	0.0602

截止 2011 年 3 月 31 日，公司已签订的远期结汇合约及和 NDF 交易合约已全部履行完毕，公司自 2010 年 5 月起未再签订新的远期结汇合约、NDF 交易合约或类似外汇远期产品合约。

② 远期结汇交易及 NDF 交易的会计处理

1) 会计处理方法的确定

公司按《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》的相关规定，将远期外汇交易指定为以公允价值计量，且其变动计入当期损益的交易性金融资产或金融负债。公司将其按照交易性金融资产进行会计处理的确定原则包括：

A、远期结汇交易及 NDF 交易属于金融衍生工具。

B、2007 年，公司判断出人民币对美元升值的长期趋势已基本确立，决定结合公司实际业务情况开展远期结汇业务，一方面提前锁定未来现金流入，另一方面降低人民币升值给公司带来的负面影响。

C、公司进行远期结汇交易时并未指定其与某项或某组外销订单所预计产生的现金流入相匹配，不构成套期保值关系。

D、当人民币对美元的汇率变动趋势发生变化时，公司将根据对自身财务状况有利的情况进行提交解约处理。2008 年下半年，人民币对美元贬值较快，为减少损失，公司对已下单成交但尚未交割的远期结汇交易提前交割。

2) 具体的会计处理方法

A、初始计量

公司签订外汇买卖合同时，指定专人在外汇买卖合同登记簿上进行登记，并无实际现金流的收付，不需要进行会计处理。

B、后续计量

a)资产负债表日的会计处理

资产负债表日，公司对外汇买卖业务或 NDF 业务以公允价值计量，公允价值变动形成的利得或损失，计入当期损益。

若表现为盈利，借：交易性金融资产 贷：公允价值变动损益

若表现为亏损，借：公允价值变动损益 贷：交易性金融负债

b)合约到期实际交割时的会计处理

对于远期结汇业务，当合约到期时，公司按照合约汇率向银行结汇，并由银行支付人民币货币资金。其会计处理为：

借：货币资金 (协议金额×约定汇率)

借：交易性金融负债 (按交易性金融负债的账面余额)

贷：货币资金 (协议金额公司×记账汇率)

贷：交易性金融资产 (按交易性金融资产的账面余额)

贷：投资收益 (交易盈亏+交易性金融负债账面余额-交易性金融资产账面余额)

同时，按该金融负债、金融资产的公允价值变动，借记“公允价值变动损益”、

贷记“投资收益”，或借记“投资收益”、贷记“公允价值变动损益”。

对于 NDF 业务，当合约到期实际交割时，公司与银行之间并不存在本金交割，仅收付收益或损失金额。其会计处理为：

借：货币资金 (若该笔交易盈利)

借：交易性金融负债 (按交易性金融负债账面余额)

贷：货币资金 (若该笔交易亏损)

贷：交易性金融资产（按交易性金融资产账面余额）

贷：投资损益 (交易性金融负债账面余额-交易性金融资产账面余额-交易盈亏)

同时,按该金融负债、金融资产的公允价值变动,借记“公允价值变动损益”、贷记“投资收益”,或借记“投资收益”、贷记“公允价值变动损益”。

保荐机构核查后，认为：公司远期外汇交易业务的会计处理符合我国《企业会计准则》的有关规定，发行人签订的远期结汇合约及和 NDF 交易合约已全部履行完毕，自 2010 年 5 月没有从事外汇衍生产品交易，相关交易对公司经营业绩的影响已完全消除。

会计师对上述问题进行核查，认为：公司远期外汇交易业务的会计处理符合《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》的规定，公司实际远期外汇交易业务与公司上述披露一致。

(3) 应收账款

随着公司业务规模的不断扩大及营业收入的快速增长，公司应收账款呈逐年上升的趋势，2008 年末、2009 年末、2010 年末及 2011 年 6 月 30 日，公司应收账款账面余额分别为 589.28 万元、791.65 万元、1,305.79 万元和 1,486.38 万元。其中 2010 年末应收账款余额较前一年末增加 514.14 万元，增长幅度达到 64.95%，主要是因为 2010 年公司实现的营业收入较 2009 年增长了 66.96%。公司自 2009 年 2 月起与中国出口信用保险公司合作，对出口销售货款进行信用保险，有效降低了出口销售货款不能收回的风险。

① 账龄分析

报告期内，公司按账龄分类的应收账款情况如下：

账 龄	2011-6-30		2010-12-31		2009-12-31		2008-12-31	
	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)
1 年以内	1,483.92	99.83	1,303.00	99.79	789.18	99.69	586.81	99.58
1 至 2 年	—	—	0.33	0.03	—	—	—	—
2 至 3 年	—	—	—	—	—	—	2.46	0.42
3 至 4 年	—	—	—	—	2.46	0.31	—	—
4 至 5 年	2.46	0.17	2.46	0.19	—	—	—	—
5 年以上	—	—	—	—	—	—	—	—
合 计	1,486.38	100.00	1,305.79	100.00	791.65	100.00	589.28	100.00

2008 年末、2009 年末、2010 年末及 2011 年 6 月 30 日，公司一年以内的应收账款占应收账款余额的比重分别为 99.58%、99.69%、99.79%和 99.83%，公司应收账款账龄结构合理，回款情况良好，产生坏账损失的风险较小。

② 各期末欠款金额前五名的应收账款情况

报告期内，公司各期末应收账款前五名欠款及占应收账款总额的比例如下表所示：

时 间	序号	单位名称	金额（万元）	占比（%）
2011-6-30	1	SCADLOCK	354.38	23.84
	2	四川快益点电器服务连锁有限公司	114.60	7.71
	3	Blue Ocean	95.27	6.41
	4	PLAZA LAMA	89.85	6.04
	5	CIATTI	76.82	5.17
		合 计	730.92	49.17
2010-12-31	1	SCADLOCK	395.49	30.29
	2	苏宁电器股份有限公司	157.96	12.10
	3	ASC-TEC AG	83.64	6.41
	4	EROS ELECTRICALS	72.13	5.52
	5	BLUE OCEAN	63.32	4.85
		合 计	772.53	59.17
2009-12-31	1	SCADLOCK	207.24	26.18

时 间	序号	单位名称	金额（万元）	占比（%）
	2	ENGEL-AXIL, S.L.	73.70	9.31
	3	Roland Kemmer e.K.	43.43	5.49
	4	CIATTI	43.26	5.46
	5	NetOnNet AB	37.76	4.77
		合 计	405.38	51.21
2008-12-31	1	ASC-TEC AG	54.90	9.36
	2	TECHNO BLUE	49.55	8.44
	3	DS COMPONENTES S.L.	46.32	7.89
	4	MELECTRON SDN.BHD	45.71	7.79
	5	KENNEDY CENTER CORP.	40.18	6.85
		合 计	236.65	40.33

2009年末、2010年末及2011年6月30日，公司应收账款金额最大的客户均为SCADLOCK公司，该公司自2009年开始与本公司合作，订货量较大，信用状况良好。公司所投保的短期出口信用保险能在较大程度上规避外销收款的风险。综合考虑上述因素，本公司对该客户实行了O/A 60天的收款政策，因此，公司对SCADLOCK公司的应收账款余额较大。

③ 公司销售收款政策及出口信用保险情况

公司自成立以来，积累了广泛的客户基础及丰富的市场经验，并根据过往合作经验给客户制订了相应的信用政策及收款方式。公司所使用的收款方式包括电汇（T/T）、信用证支付（L/C）、付款交单（D/P）、承兑交单（D/A）、赊销（O/A）等，给予客户的信用期限则主要集中于30天到60天。

2009年2月24日，公司与中国出口信用保险公司签订《短期出口信用保险综合保险保单》，对公司的出口业务进行了短期出口信用保险。公司出口信用保险的开展有效规避了公司应收账款不能收回的风险，保障了公司的正常生产经营。

（4）预付账款

报告期内，公司各期末预付账款的账龄构成情况如下表：

账 龄	2011-6-30		2010-12-31		2009-12-31		2008-12-31	
	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)
1 年以内	554.08	91.72	356.28	98.58	226.42	93.97	662.10	98.44
1-2 年	47.82	7.92	2.96	0.82	4.16	1.73	4.29	0.64
2-3 年	1.06	0.17	1.24	0.34	4.14	1.72	5.38	0.80
3 年以上	1.14	0.19	0.93	0.26	6.21	2.58	0.84	0.12
合 计	604.10	100.00	361.41	100.00	240.94	100.00	672.61	100.00

2008 年末公司的预付账款中包括预付关联方馨音电子的采购款 615.76 万元。公司在报告期内与馨音电子的关联交易情况请参见本招股说明书“第七节 同业竞争与关联交易”之“三、发行人最近三年及一期发生的主要关联交易”的相关内容。

截止 2011 年 6 月 30 日,公司预付账款为 604.10 万元,较 2010 年末增长 242.69 万元,主要原因是,为扩大公司生产能力,满足公司业务发展及研发设计对模具开发的要求,公司投资新建了新厂房工程,并购置了部分生产、加工设备,预付的工程款及设备采购款有所增加。

(5) 其他应收款

2008 年、2009 年、2010 年末及 2011 年 6 月 30 日,公司其他应收款账面余额分别为 2,680.19 万元、90.79 万元、144.33 万元及 206.68 万元,除 2008 年末其他应收款中包括对关联方馨音电子的暂借款 2,584.22 万元外,其余主要为公司日常经营活动所支出的押金、保证金及职工因工作需要向公司暂借的差旅费等经营活动备用金。

报告期内,公司其他应收款前五名欠款情况如下表所示:

2011-06-30					
欠款单位(人)名称	欠款金额 (万元)	账龄	占总额比例 (%)	欠款内容	与公司关系
中介机构费用	143.00	1 年以内	69.19	预付中介机构上市费用	非关联方
中国电子国际展览广告有限责任公司	7.00	1 年以内	3.39	预付展会费	非关联方
宁波城展物业服务有限公司	5.00	1 年以内	2.42	房屋租赁押金	非关联方

北京紫寰星火广告传媒有限公司	4.69	1 年以内	2.27	预付广告费	非关联方
徐建良	4.54	1 年以内	2.19	备用金	职 工
合 计	164.23		79.46		-
2010-12-31					
欠款单位（人）名称	欠款金额 （万元）	账龄	占总额比例 （%）	欠款内容	与公司关系
中介机构费用	68.00	1 年以内	47.12	预付中介机构上市费用	非关联方
中国电子国际展览广告有限责任公司	23.54	1 年以内	16.31	预付展位费	非关联方
北京紫寰星火广告传媒有限公司	4.69	1 年以内	3.25	预付广告费	非关联方
邬旭辉	3.80	1 年以内	2.63	备用金	职 工
陈先会	3.56	1 年以内	2.46	备用金	职 工
合 计	103.59	-	71.77	-	-
2009-12-31					
欠款单位（人）名称	欠款金额 （万元）	账龄	占总额比例 （%）	欠款内容	与公司关系
宁波百达塑胶电器有限公司	20.00	1 年以内	23.36	押金	非关联方
中国出口信用保险公司宁波分公司	13.20	1 年以内	15.42	预支保险费	非关联方
黄晓红	10.75	1 年以内	12.55	备用金	职 工
中国移动通信集团浙江有限公司鄞州分公司	6.00	1 年以内	7.01	预支通信费	非关联方
杭州厦龙汽车销售有限公司	5.00	1 年以内	5.84	押金	非关联方
合 计	54.95	-	64.18	-	-
2008-12-31					
欠款单位（人）名称	欠款金额 （万元）	账龄	占总额比例	欠款内容	与公司关系
馨音电子	2,584.22	1~2 年	96.47	暂借款	关联方
周纪良	20.00	1 年以内	0.75	暂借款	非关联方
林涛	8.00	1 年以内	0.30	备用金	职 工
泮云萍	7.75	1 年以内	0.29	备用金	职 工
张仲洲	7.55	1~2 年	0.28	备用金	职 工
合 计	2,627.52		98.08		

2009 年 12 月，公司应收关联方馨音电子及丽晶电子的其他应收款已全部收

回。截止 2011 年 6 月 30 日，公司其他应收款余额中不存在关联方单位欠款。

(6) 存货

报告期内，各年度末存货明细如下：

存货种类	2011-6-30		2010-12-31		2009-12-31		2008-12-31	
	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)
原材料	1,171.12	44.14	1,027.22	47.54	487.71	66.00	225.86	55.69
在产品	197.07	7.43	186.77	8.64	92.75	12.55	59.97	14.79
产成品	1,285.05	48.43	946.59	43.81	158.54	21.45	119.71	29.52
合 计	2,653.24	100.00	2,160.59	100.00	739.00	100.00	405.54	100.00

其中，原材料明细如下：

单位：万元

项 目	2011-6-30	2010-12-31	2009-12-31	2008-12-31
一、直接原材料	86.93	97.56	85.26	51.96
其中：钢板	50.67	12.01	48.08	22.13
钢管	16.29	14.31	14.79	3.92
铝锭	-	15.95	14.35	1.58
铝型材	18.33	24.38	8.04	10.24
其他	1.63	30.91	0	14.09
二、半成品配件	639.39	645.62	257.51	135.77
其中：自制冲压件	274.91	310.73	89.23	77.41
外购半成品配件	364.49	334.89	168.28	58.36
其中：冲压件	139.43	121.67	62.53	28.64
塑料件	130.60	89.96	57.13	16.8
五金件	63.65	92.69	42.33	4.27
其他	30.81	30.57	6.29	-
三、辅助材料	444.80	284.04	144.93	38.13
其中：包装物	54.89	61.14	60.4	6.01
标准件	239.66	129.37	82.34	32.12
其他	150.25	93.53	2.19	-
合 计	1,171.12	1,027.22	487.7	225.86

产成品明细如下：

单位：万元

类 别	2011-6-30			2010-12-31			2009-12-31	2008-12-31
	订单 存货	备货 存货	小计	订单 存货	备货 存货	小计	订单 存货	订单 存货
平板显示支架	768.39	361.90	1,130.29	446.83	391.67	838.50	154.90	115.89
其中：功能型	518.64	285.58	804.22	304.48	300.80	605.28	116.74	70.29
固定型	249.74	76.32	326.07	142.34	90.87	233.22	38.16	45.60
其他视听设备支架	62.51	13.83	76.34	39.05	4.05	43.10	3.64	3.82
其他	63.41	15.00	78.42	50.50	14.50	65.00	-	-
合 计	894.31	390.74	1,285.05	536.37	410.22	946.59	158.54	119.71

① 结合生产周期对公司报告期内各年末存货余额的说明

报告期内发行人业务规模和销售收入快速增长，生产能力不足的瓶颈开始显现。由于受到生产场地面积、机器加工能力等诸多因素对于原材料出入库、生产加工的组织以及产成品出入库等多方面的影响，与 2009 年相比，发行人在 2010 年及 2011 年 1~6 月的生产周期从 35 天延长至 45 天左右，客观上导致发行人为组织订单生产而安排的原材料、半成品配件等相对于 2009 年有所增加。

报告期内各年末在履行订单金额要求公司存货预备量的测算过程如下：

测算过程	2011 年 1~6 月	2010 年	2009 年	2008 年
生产周期 (A)	45	45	35	35
当年综合毛利率 (B)	38.30%	38.65%	39.65%	36.23%
原材料占成本比重 (C)	79.93%	78.69%	82.14%	82.56%
当期末在履行的订单金额 (万美元) (D)	504.18	436.21	225.53	111.09
扣除毛利率及人工等因素后的存货金额 (E) (E=D×(1-B)×C×汇率)	1,665.92	1,410.93	749.05	391.86

注：2008 年和 2009 年生产周期接近一个月，因此其年末在履行的订单金额以当年 12 月实际接到的订单金额计算；2010 年及 2011 年 1~6 月的生产周期为 45 天，其年末在履行订单金额是根据当年 11 月、12 月和 5 月、6 月订单金额合计数根据生产周期估算的金额。

由上表可知，2008 年、2009 年发行人期末存货余额与测算金额基本一致，与公司业务发展情况相匹配。2010 年末及 2011 年 6 月 30 日公司存货余额增长较快，与公司期末在履行订单金额相匹配，具体说明如下：

公司产品的生产周期为 45 天左右，因此公司 2010 年末及 2011 年 6 月 30 日

的存货主要是为期末两个月订单进行生产组织的原材料、产成品和半成品。2010 年 11 月和 12 月，公司外销接单量分别为 253.76 万美元和 327.85 万美元，2011 年 5 月和 6 月公司的外销订单分别为 328.92 万美元和 343.32 万美元，则各期末为上述订单生产流转的存货销售额分别约为 436.21 万美元和 504.18 万美元。扣除毛利率及人工等因素，上述包括原材料、在产品和产成品在内的存货期末库存余额测算分别为 1,410.93 万元和 1,665.92 万元。扣除为国内外自主品牌产品的备货产成品库存，2010 年末和 2011 年 6 月 30 日的存货余额分别为 1,750.37 万元和 2,262.50 万元（截止 2011 年 6 月 30 日公司的存货余额中包括 261.82 万元已运抵港口但因受台风天气影响而未能办理报关出口的产成品。扣除上述因素公司 2011 年 6 月 30 日的存货余额实际应为 2,000.68 万元）；考虑到公司产品品种需要配件的多样性和最低备货规模经济因素，公司 2010 年末及 2011 年 6 月 30 日存货余额与当期末在履行的订单及生产周期相匹配。

② 结合公司自主品牌业务开展情况说明报告期内备货存货余额的合理性

公司 2009 年下半年在国内外开始开展自有品牌业务，2010 年下半年国外以及国内卖场和电子商务等渠道销售取得实质性销售增长。2010 年公司国外自主品牌订单 225.98 万美元，实现销售收入 1,317.46 万元，国内自主品牌实现销售收入 830.16 万元。为更好开拓国内外自有品牌市场，公司从 2010 年 10 月开始，结合市场需求状况公司对部分自主品牌产品进行提前备货。

A、自主品牌备货的优势

一方面可以大大缩短自主品牌产品供应周期，及时满足市场需求，也有利于公司合理安排产能，平滑生产，提高生产效率；另一方面在自有品牌产成品备货情况下，客户下订单时无“最小订单量”限制，有利于公司更好的开发和服务客户。

B、备货原则

公司结合市场需求和销售情况，选择 80 多个销售情况较好的品种型号进行备货。为实现最优存货管理，公司实行国内外自主品牌统一备货，即对于国内外自主品牌实行统一中英文说明书和包装方式，实现国内外市场存货的统一调配。公司根据市场需求和销售情况及时对备货产成品品种和数量进行调整和补货。

截止 2010 年 12 月 31 日，公司备货产成品品种为 87 个，备货数量为 88,869 套，平均每个品种备货 1,000 套，备货余额 410.22 万元，上述备货产成品在 2011 年销售周转正常，有利的支持了公司国内外自主品牌市场的开拓。截止 2011 年 6 月 30 日，公司自主备货余额为 390.74 万元，较 2010 年末略有下降。

保荐机构核查后，认为：发行人存货余额的构成真实、准确，符合公司生产经营的实际情况。

发行人会计师核查后，认为：公司上述披露的原材料及产成品主要内容、库存产成品的订单情况与公司实际情况一致。

（7）其他流动资产

公司其他流动资产的构成情况如下表：

单位：万元

项 目	2011-6-30	2010-12-31	2009-12-31	2008-12-31
应收出口退税	1,369.23	1,149.25	313.65	59.31
中银智富理财计划	-	-	300.00	-
待摊费用	25.83	-	-	18.04
合 计	1,395.06	1,149.25	613.65	77.35

报告期内，公司其他流动资产增长速度较快，其中，公司于 2009 年 9 月投资了中国银行股份有限公司的理财产品“中银智富理财计划 2009 年第九期”，投资期限一年，收益率 5.50%，投资金额 300 万元，由于投资金额较小且投资期限为一年，所以对公司正常生产经营活动的影响较小。至 2010 年 9 月底，公司已全额收回该笔投资 300 万元，并获得收益 16.50 万元。

报告期内公司应收出口退税期末余额大幅增加，具体构成情况和增加原因分析如下：

单位：万元

项 目	2008 年	2009 年		2010 年		2011 年 1~6 月	
	乐歌视讯	乐歌视讯	乐歌进出口	乐歌视讯	乐歌进出口	乐歌视讯	乐歌进出口
期初应收出口退税余额	-	59.31	-	281.34	32.31	-	1,149.25

项 目	2008 年	2009 年		2010 年		2011 年 1~6 月	
	乐歌视讯	乐歌视讯	乐歌进出口	乐歌视讯	乐歌进出口	乐歌视讯	乐歌进出口
本年货物出口报关金额	10,260.72	12,475.98	195.19	2,656.51	17,558.30	133.46	10,211.45
本年应收出口退税金额	895.71	1,337.56	32.31	137.76	2,875.36	15.94	1,648.79
本年实际收到出口退税款	836.40	1,115.53	-	419.10	1,758.42	-	1,444.75
期末应收出口退税余额	59.31	281.34	32.31	-	1,149.25	15.94	1,353.29
合并期末应收出口退税余额	59.31	313.65		1,149.25		1,369.23	

① 2010 年末和 2011 年中期末公司出口退税较 2009 年大幅增加的原因

2009 年下半年开始，为积极响应和支持宁波市人民政府关于促进经济结构转型，实施制造企业二三产分离的要求，公司对出口业务报关方式进行了调整。即：原来由公司直接报关出口并实行免抵退的方式，调整为由公司将产品出售给全资子公司乐歌进出口，由公司先缴纳增值税，再经乐歌进出口报关出口和申报退税。上述出口业务操作方式的调整，导致公司 2010 年应交增值税和应收出口退税余额较 2009 年大幅增加。具体分析如下：

A、本年应收出口退税金额增加

2010 年乐歌进出口本年应收出口退税 2,875.36 万元，占当年出口报关金额比例 16%，远高于 2009 年乐歌视讯 11% 的水平。主要是作为贸易型出口企业，乐歌进出口当年的应收出口退税全部为其当年采购并出口产品的进项税额，由于乐歌视讯在产品销售给乐歌进出口过程中实现增值并缴纳了增值税，上述增值税体现在乐歌进出口的进项税额中，最终导致乐歌进出口当年应收出口退税增加。

B、2010 年出口退税周期延长

相比原来公司直接自营出口方式，当月出口下月 15 日前申报，次月收到退税金额，从报关出口到实际退到税款周期大约为 45 天。由全资子公司乐歌进出口进行出口业务并办理退税后，由于其属于贸易型企业，退税流程及时间较长，主要为：当月报关出口、次月经税务系统稽核增值税进项税发票、第三个月申报出口退税、第四个月经税务局审核、第五个月最终收到退税金额，从报关出口到

实际退到税款周期大约为 120 天。

因此在 2010 年末，公司应收出口退税余额中实际包含了 9 月、10 月、11 月和 12 月出口业务的应收退税额，导致当年公司实际收到出口退税金额减少期末应收出口退税余额增加。上述期末应收出口退税款已在 2011 年 4 月 30 日前全部收回。

C、由于上述原因以及 2011 年公司出口规模继续增长的因素，公司 2011 年中期末应收出口退税较 2010 年末略有增加。

② 2009 年较 2008 年应收出口退税增加的原因

公司 2008 年和 2009 年出口产品结构相差较大，2008 年、2009 年公司平板显示支架实现的销售收入分别为 6,186.14 万元、10,323.90 万元，占当年主营业务收入总额的比重分别为 59.26%、80.43%，2008 年出口退税率较高的平板显示支架产品比例低于 2009 年。因此 2009 年当年应收出口退税金额比例高于 2008 年，并导致期末应收出口退税余额增加。

保荐机构核查后认为：公司报告期内尤其是 2010 年应收出口退税余额的大幅增长是与公司出口业务规模增加和出口业务操作方式等公司实际经营情况相匹配的。

3、非流动资产构成及其变动情况

项 目	2011-6-30		2010-12-31		2009-12-31		2008-12-31	
	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)
固定资产	3,393.59	34.19	3,248.57	43.92	1,946.73	49.90	1,961.29	55.61
在建工程	5,053.04	50.90	2,653.15	35.87	515.18	13.21	110.34	3.13
无形资产	1,357.62	13.68	1,375.50	18.60	1,374.37	35.23	1,433.85	40.66
长期待摊费用	-	-	-	-	-	-	9.15	0.26
递延所得税资产	122.19	1.23	119.16	1.61	65.09	1.67	11.95	0.34
合 计	9,926.44	100.00	7,396.37	100.00	3,901.36	100.00	3,526.58	100.00

报告期内，公司的非流动资产主要由固定资产、在建工程及无形资产构成。随着公司业务规模的扩大及生产需求的增加，公司的非流动资产快速增长。2008 年末，公司非流动资产合计 3,526.58 万元，至 2011 年 6 月 30 日已增长至 9,926.44 万

元。

(1) 固定资产

公司主要固定资产包括生产所需房屋建筑物、机器设备、运输设备及办公设备，资产状况良好。截止2011年6月30日，公司固定资产原值为4,706.45万元，累计折旧为1,312.86万元，净值为3,393.59万元，且不存在减值情形。

报告期内，公司固定资产净值的变动情况如下表所示：

单位：万元

类 别	2011-6-30	2010-12-31	2009-12-31	2008-12-31
房屋建筑物	646.61	670.32	703.64	744.42
机器设备	2,429.96	2,257.55	936.10	1,020.56
运输设备	205.58	271.52	260.85	150.84
办公设备	111.43	49.18	46.14	45.47
合 计	3,393.59	3,248.57	1,946.73	1,961.29

报告期内，公司固定资产的快速增加主要来源于机器设备的增加。为满足公司业务发展的要求，公司于2010年及2011年1~6月新购置机器设备1,880.61万元。

(2) 在建工程

报告期内，公司在建工程的变动情况如下表：

单位：万元

类 别	2011-6-30	2010-12-31	2009-12-31	2008-12-31
新厂房工程	5,053.04	2,653.15	515.18	110.34
合 计	5,053.04	2,653.15	515.18	110.34

公司在建工程余额系为子公司丽晶数码的新建厂房工程。随着公司经营规模的快速扩张，公司原有占地面积仅30余亩的生产厂房已不能满足公司生产经营的需求，因此公司在报告期内启动建设位于滨海新区的新厂房工程，以扩大产能、满足公司快速发展的需求。新厂房工程主要包括压铸车间、喷涂车间、金工车间、装配车间及仓库、研发中心大楼、办公楼、综合楼等。

丽晶数码项目土建工程于 2009 年开工建设，至 2009 年末工程累计投入 515.18 万元、2010 年度工程投入 2,137.97 万元，至 2010 年末工程累计投入 2,653.15 万元，工程投入占工程预算的比例为 48.24%。该工程无资本化利息。

根据公司会计政策，应在在建工程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核算。因上述工程至 2011 年 6 月末尚在建设之中，尚未达到预定可使用状态，因而公司仍在在建工程核算。

申报会计师分别于 2010 年末及 2011 年 7 月初对公司在建工程现场进行了察看，此项工程至 2010 年末土建主体结构已完成，内外墙涂料、地坪、电梯尚在安装施工中，附属道路、动力配电、绿化景观、智能化弱电系统、内部装修等工程尚未开工。至 2011 年 7 月初内外墙涂料、地坪、电梯、动力配电已完工，附属道路、内部装修、智能化弱电系统已完成工程量的 85%，绿化景观刚开始施工。截止 2011 年 6 月 30 日，公司上述工程尚未达到预定可使用状态。根据目前工程施工进度及公司计划，预计此项工程将于 2011 年 8 月完工并交付使用。

申报会计师核查后，认为：公司在建工程的核算符合《企业会计准则》的相关规定。公司不存在在建工程应该结转固定资产而未结转固定资产核算之情况。

(3) 无形资产

公司的无形资产主要包括两宗土地使用权及公司于 2010 年新购入的软件，2008 年、2009 年、2010 年末及 2011 年 6 月 30 日，公司无形资产的账面净值分别为 1,433.85 万元、1,374.37 万元、1,375.50 万元和 1,357.62 万元。

4、资产减值分析

报告期内，公司资产减值准备计提情况汇总表如下：

单位：万元

项 目	2011-6-30	2010-12-30	2009-12-31	2008-12-31
一、坏账准备	89.38	76.61	45.86	2.50
其中：应收账款	76.17	67.15	40.70	1.23
其他应收款	13.21	9.45	5.17	1.27
预付账款	—	—	—	—
二、存货跌价准备	—	—	—	—
三、长期投资减值准备	—	—	—	—
其中：长期股权投资	—	—	—	—
四、固定资产减值准备	—	—	—	—
五、无形资产减值准备	—	—	—	—
合 计	89.38	76.61	45.86	2.50

公司已根据实际经营情况制定了各项资产减值准备的会计政策，并按照相关

减值准备计提政策和谨慎性要求，对各类资产的减值情况进行了核查。报告期内各期末，公司存货、固定资产、无形资产、长期股权投资等其他资产不存在减值情形，故未计提资产减值准备，对应收账款、其他应收款足额计提了坏账准备。

5、负债构成及其变动情况

报告期各期末公司负债的构成情况见下表：

项 目	2011-6-30		2010-12-31		2009-12-31		2008-12-31	
	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)
短期借款	-	-	-	-	-	-	1,150.00	29.70
交易性金融负债	-	-	44.83	0.75	4.26	0.07	-	-
应付票据	1,292.82	18.59	1,012.84	16.95	2,204.06	36.12	889.51	22.98
应付账款	4,242.88	61.00	3,320.88	55.58	1,990.63	32.63	1,022.40	26.41
预收账款	662.80	9.53	817.22	13.68	670.44	10.99	175.57	4.54
应付职工薪酬	170.69	2.45	278.05	4.65	174.86	2.87	-	-
应交税费	267.52	3.85	156.03	2.61	210.03	3.44	142.62	3.68
应付股利			-	-	510.29	8.36	-	-
应付利息			-	-	-	-	1.55	0.04
其他应付款	56.46	0.81	71.92	1.20	93.90	1.54	44.62	1.15
其他流动负债	59.79	0.86	56.47	0.95	44.07	0.72	365.61	9.44
流动负债合计	6,752.96	97.09	5,758.25	96.37	5,902.54	96.74	3,791.88	97.95
其他非流动负债	202.42	2.91	192.25	3.22	198.96	3.26	72.00	1.86
递延所得税负债			24.48	0.41	-	-	7.55	0.20
非流动负债合计	202.42	2.91	216.73	3.63	198.96	3.26	79.55	2.05
负债合计	6,955.38	100.00	5,974.97	100.00	6,101.50	100.00	3,871.43	100.00

从负债项目构成分析，公司负债主要为流动负债，包括应付票据、应付账款、预收账款等。2008年、2009年、2010年末及2011年6月30日，公司流动负债占负债总额的比例分别达到97.95%、96.74%、96.37%和97.09%。

各项负债项目具体情况如下：

(1) 应付票据

2009年末，公司应付票据金额为2,204.06万元，较2008年末增加了1,314.55

万元，增幅达147.78%，主要是因为公司于2009年通过关联方馨音电子采购原材料的金额较大，部分货款以银行承兑汇票进行结算。2009年12月31日，公司对馨音电子的应付票据余额为914.01万元。截止2011年6月30日，公司应付票据中无关联方余额。

（2）应付账款

报告期内，公司应付账款余额增长较快。2008年末、2009年末、2010年末及2011年6月30日，公司应付账款余额分别为1,022.40万元、1,990.63万元、3,320.88万元和4,242.88万元，2009年末和2010年末分别较上期末增长了94.70%和66.83%，主要原因为：随着公司的快速发展及经营规模的增大，公司与各主要供应商之间建立了长期稳定的合作关系，公司信誉度稳步提升，获得了供应商更多的信用额度以及较长的信用期限，使得未结算的应付货款增加。

（3）预收账款

公司从接到订单到出货所需要的平均时间为45天左右，每年年末的预收账款主要为当年12月份接到的产品订单所收取的销售订金。2008年、2009年和2010年末预收账款余额分别为175.57万元、670.44万元和817.22万元。其中，2009年末预收账款余额较2008年末增加了494.87万元，增幅较大，主要是因为公司2009年12月接到的订单金额为225.53万美元，而2008年12月的订单额为111.09万美元，订单金额增加较大。

（4）应交税费

报告期内，公司应交税费明细项目如下表所示：

单位：万元

税费项目	2011-6-30	2010-12-31	2009-12-31	2008-12-31
增值税	10.09	22.52	15.67	0.27
营业税	—	—	—	5.17
企业所得税	236.72	119.44	158.65	125.58
城市维护建设税	3.82	2.64	—	—
教育费附加	2.73	1.88	2.51	3.95
代扣代缴个人所得税	9.96	8.88	30.22	5.05
水利基金	4.21	0.67	2.98	2.61
合 计	267.52	156.03	210.03	142.62

(5) 应付股利

2009年12月31日，公司应付股利账面余额为510.29万元，为尚未支付的应付股东丽晶国际的股利，该部分股利已于2010年支付完毕。

(6) 其他流动负债

2008年、2009年、2010年末及2011年6月30日，公司其他流动负债余额分别为365.61万元、44.07万元、56.47万元和59.79万元。其中，2008年末其他流动负债为365.61万元，主要是由于2008年下半年美元对人民币升值幅度较大，公司将尚未到期的远期结汇合约提前解约而造成了364.97万元的损失，详情请参见本节“二、盈利能力分析”之“（三）报告期经营成果变动分析”的相关内容。除此之外，其他流动负债主要是本公司为日常生产经营活动预提的展览费、差旅费及办公费等。

(7) 其他非流动负债

报告期内，公司各期末其他非流动负债为计入递延收益的补贴收入，详细情况如下表所示：

单位：万元

项 目	2011-6-30	2010-12-31	2009-12-31	2008-12-31
PA 移动会议系统项目	44.58	47.30	40.11	42.00
省级工程中心项目	157.85	144.95	158.85	30.00
合 计	202.42	192.25	198.96	72.00

① PA 移动会议系统项目

公司的 PA 移动会议系统项目于 2007 年被列为宁波市重点优势行业技术改造项目，并分别于 2008 年、2010 年实际收到项目配套补助资金 42.00 万元和 12.50 万元，属于与资产相关的政府补助。根据项目开发进度及相关资产的使用寿命，公司分别于 2009 年、2010 年及 2011 年 1~6 月将上述资金结转营业外收入 1.89 万元、5.31 万元及 2.73 万元。截止 2011 年 6 月 30 日，PA 移动会议系统项目计入递延收益的金额为 44.58 万元。

② 省级工程中心项目

公司分别于 2008 年、2009 年及 2011 年 1~6 月收到省级高新技术企业研究

开发中心项目经费 30.00 万元、130.00 万元和 22.00 万元，并根据项目开发进度及相关资产的使用寿命于 2009 年、2010 年及 2011 年 1~6 月分别结转营业外收入 1.15 万元、13.90 万元和 9.10 万元。截止 2011 年 6 月 30 日，省级高新技术企业研究开发中心项目计入递延收益的金额为 157.85 万元。

（二）公司偿债能力分析 & 现金流量保障

1、公司偿债能力分析

报告期内，公司有关偿债能力指标如下：

指 标	2011-6-30	2010-12-31	2009-12-31	2008-12-31
流动比率（倍）	1.40	1.74	1.61	1.61
速动比率（倍）	1.01	1.36	1.48	1.50
资产负债率（母公司）（%）	32.46	32.13	43.78	41.93
指 标	2011 年 1~6 月	2010 年度	2009 年度	2008 年度
息税折旧摊销前利润（万元）	2,545.53	4,287.61	2,995.84	1,953.33
利息保障倍数（倍）	-	1,750.31	65.95	13.67

注：由于 2011 年 1~6 月本公司未对外举债，因此无利息费用支出，故无需计算利息保障倍数。

公司在运营过程中注重保持合理的资本结构，资产负债率处于合理水平。公司的流动比率、速动比率和利息保障倍数等偿债指标较好；息税折旧摊销前利润和经营活动产生的现金流量净额均保持在较高水平，具备较强的偿债能力。

公司流动资产的质量较高，主要由货币资金、应收账款与存货构成，变现能力较强。公司的主要客户均与公司有长期而稳定的合作关系，资信状况良好，应收账款的回收具有保障，且发生坏账损失的机率较低。同时，公司还于 2009 年开始与中国出口信用保险公司合作对公司的出口销售货款进行信用保险，进一步保障了公司应收账款的回收。此外，公司库存管理严格，存货周转速度较快，变现能力较强。

2、现金流量分析

报告期内，公司现金流量情况如下：

项 目	2011 年 1~6 月	2010 年	2009 年	2008 年
经营活动产生的现金流量净额(万元)	1,546.22	2,367.00	7,728.51	-235.52
其中：销售商品收到的现金（万元）	11,306.03	21,189.26	13,160.23	10,783.11
购买商品支付的现金（万元）	7,340.54	14,497.75	6,487.21	8,481.43
投资活动产生的现金流量净额(万元)	-2,430.30	-4,553.66	-1,026.80	-171.94
筹资活动产生的现金流量净额(万元)	-960.00	918.05	-1,787.14	234.80
每股经营活动现金流量净额（元/股）	0.26	0.39	3.00	-0.24

（1）经营活动产生的现金流量

报告期内，公司产生的净利润累计为8,838.81万元，而经营活动产生的现金流量净额则累计达到11,406.21万元。2008年、2009年、2010年及2011年1~6月，公司销售商品所收到的现金分别为10,783.11万元、13,160.23万元、21,189.26万元和11,306.03万元，分别占当期营业收入总额的103.30%、96.45%、98.87%和97.80%，表明公司创造现金流量的能力较强，盈利质量较高。

2008年度，公司净利润为1,521.71万元，而经营活动现金流量净额为-235.52万元，主要原因包括：① 受全球金融危机影响，2008年下半年客户订单额出现下滑，公司原材料采购也相应减少，导致经营性应付项目减少1,326.86万元；② 公司于2008年向关联方丽晶电子、馨音电子等支付的往来款净额为959.91万元。

2009年度，公司经营活动现金流量净额为7,728.51万元，远高于当年度净利润2,427.52万元，主要原因包括：① 公司于2009年收回关联方往来款的净额为2,599.51万元；② 随着公司的快速发展及营业规模的增大，公司与各主要供应商之间建立了长期稳定良好的合作关系，公司信誉度稳步提升，2009年末公司经营性应付项目增加2,347.16万元。

2010年，公司经营活动现金流量净额为2,367.00万元，低于当年度净利润2,928.76万元，主要系2010年末公司存货余额较2009年末增加了1,421.59万元所致。

（2）投资活动产生的现金流量

报告期内，公司投资活动产生的现金流量净额均表现为现金净流出，主要是由于公司目前正处于快速成长期，为扩大生产规模，满足日益发展的生产经营需求，公司投资新建了新厂房工程，并购置了大量生产经营所需机器设备等。其中，

报告期内公司建设新厂房工程的投资支出合计5,108.51万元，购置机器设备的投资支出合计为2,083.60万元。

（3）筹资活动产生的现金流量

报告期内，公司的筹资活动所产生的现金流量主要来自于公司在报告期内的增资扩股、银行借款及其本息偿还等行为。2009年，筹资活动产生的现金流量净额为-1,787.14万元，主要是由于公司于2009年偿还银行借款2,150.00万元及现金分红802.14万元所致。2011年1~6月，筹资活动产生的现金流量净额为-960.00万元，主要系公司于2011年向股东分配利润所致。

（三）资产周转能力分析

报告期内公司应收账款周转率、存货周转率情况如下：

财务指标	2011年1~6月	2010年	2009年	2008年
应收账款周转率（次/年）	16.56	20.44	18.59	13.82
存货周转率（次/年）	6.12	9.17	13.54	11.50

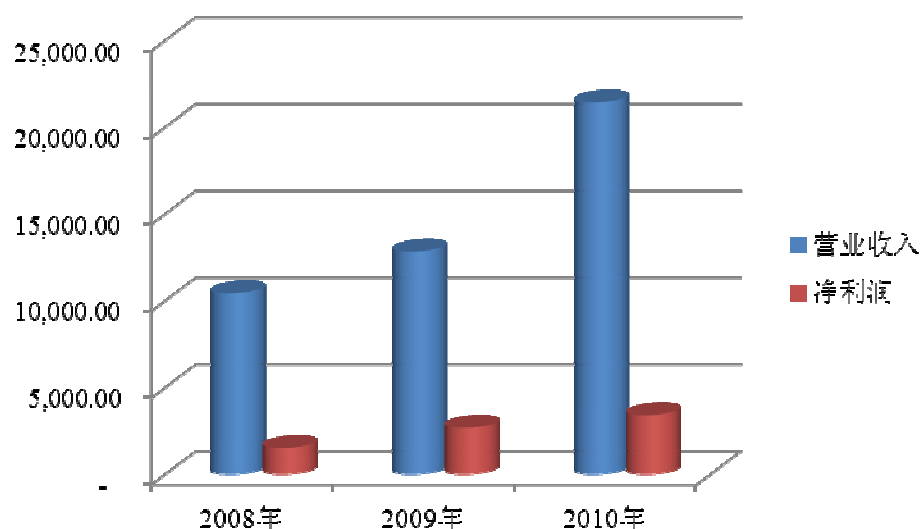
公司2008年、2009年及2010年应收账款周转率分别为13.82、18.59和20.44，相对应的应收账款周转天数分别为26.06天、19.37天和17.62天，周转速度逐渐提高，公司应收账款周转情况良好。

2008年、2009年及2010年，公司存货周转率分别为11.50、13.54和9.17，处于较高水平。2010年，公司存货周转率下降较快，主要是由于公司在2010年出于开拓国内市场以及开拓海外市场OBM业务的需要导致期末存货大幅增加所致。关于报告期内公司存货增加变动情况的分析请参见本节“一、财务状况分析”之“（一）资产负债分析”的相关内容。随着公司销售规模的持续扩大，公司将进一步提高存货管理科学性及其有效性，通过对存货的合理控制，减少存货对资金的占用，提高资金使用效率。

二、盈利能力分析

公司自成立以来，非常重视市场开拓和新产品的设计研发，凭借在市场拓展、客户群体、设计研发、产品质量、公司管理等各方面的优势，公司产品竞争力不断提升，市场地位进一步巩固。

报告期内，公司的营业收入、净利润等快速增长，如下图所示：



(一) 营业收入的构成及变动分析

报告期内，公司的营业收入增长较快。2008年、2009年及2010年，公司营业收入分别为10,438.43万元、12,835.58万元和21,430.87万元，年均增长率达到44.96%。2011年上半年，公司实现营业收入11,560.80万元，较2010年上半年同比增长20.54%，与2010年相比，增速有所放缓，主要是由于生产场地限制，公司2010年开始生产即处于满负荷生产状态；2011年上半年公司在保证主要客户订单需求的基础上，对新增客户和订单进行了选择性接单。

公司营业收入的构成如下表：

单位：万元

项 目	2011年1~6月	2010年度	2009年度	2008年度
主营业务	10,957.96	20,990.98	12,835.58	10,438.43
其他业务	602.84	439.89	—	—
合 计	11,560.80	21,430.87	12,835.58	10,438.43

其中，2010年及2011年1~6月的其他业务收入主要为原材料销售收入。

1、主营业务收入产品构成分析

报告期内，公司主营业务收入的产品构成如下表：

项目	2011 年 1~6 月		2010 年		2009 年		2008 年	
	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)
平板显示支架	8,694.79	79.35	17,376.54	82.78	10,323.90	80.43	6,186.14	59.26
其中：功能型	6,649.21	60.68	12,505.89	59.58	7,780.81	60.62	3,751.80	35.94
固定型	2,045.58	18.67	4,870.65	23.20	2,543.09	19.81	2,434.34	23.32
其他视听设备支架	909.55	8.30	1,299.18	6.19	1,140.41	8.88	1,118.78	10.72
其他	1,353.62	12.35	2,315.26	11.03	1,371.27	10.68	3,133.51	30.02
总 计	10,957.96	100.00	20,990.98	100.00	12,835.58	100.00	10,438.43	100.00

本公司的主要产品为平板显示支架，包括功能型支架和固定型支架，构成了公司营业收入的主要来源。2008 年、2009 年、2010 年及 2011 年 1~6 月，公司平板显示支架实现的销售收入分别为 6,186.14 万元、10,323.90 万元、17,376.54 万元和 8,694.79 万元，占当年主营业务收入总额的比重分别为 59.26%、80.43%、82.78%和 79.35%。其他视听设备支架主要包括 DVD 支架、投影仪支架、专用舞台音响设备支架等，2008 年、2009 年 2010 年及 2011 年 1~6 月实现的销售收入分别为 1,118.78 万元、1,140.41 万元、1,299.18 万元和 909.55 万元，基本保持稳定。其他类产品则主要为线缆、投影仪屏幕、配件及其他贸易类产品等。

2、营业收入的地区构成分析

报告期内，公司营业收入的地区构成情况如下表所示：

产品类别	2011 年 1~6 月		2010 年度		2009 年度		2008 年度	
	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)
一、海外市场	10,344.92	94.41	20,160.81	96.05	12,671.16	98.72	10,211.70	97.83
欧洲	3,373.55	30.79	6,547.63	31.19	4,638.55	36.14	5,200.76	49.82
北美	3,360.99	30.67	7,876.30	37.52	4,392.10	34.22	1,643.58	15.75
亚洲	1,360.76	12.42	2,634.52	12.55	1,541.27	12.01	1,593.28	15.26
中东	925.29	8.44	1,365.20	6.50	1,223.01	9.53	1,212.34	11.61
拉美	1,013.89	9.25	1,155.27	5.50	610.79	4.76	254.25	2.44
其他	310.43	2.83	581.90	2.77	265.44	2.07	307.48	2.95
二、国内市场	613.05	5.59	830.16	3.95	164.41	1.28	226.74	2.17
合 计	10,957.96	100.00	20,990.98	100.00	12,835.58	100.00	10,438.43	100.00

报告期内，本公司的营业收入主要来源于外销业务，2008 年、2009 年、2010

年及 2011 年 1~6 月，公司的外销收入分别为 10,211.70 万元、12,671.16 万元、20,160.81 万元和 10,344.92 万元，占公司主营业务收入的比重分别为 97.83%、98.72%、96.05%和 94.41%。自 2009 年下半年以来，公司开始在国内市场进行战略布局，并取得了一定的成效，国内市场将成为公司未来营业收入与利润的新的增长点。

3、外销收入的客户构成情况

本公司的营业收入主要来自于外销业务，且外销客户集中度相对较低，分布区域相对较广泛。2008 年、2009 年及 2010 年，本公司外销收入的客户构成情况分别如下：

(1) 2011 年 1~6 月发行人前 50 名外销客户情况

序号	客户名称	销售收入 (万元)	占比 (%)	基本情况
1	SCADLOCK	569.56	5.51	美国客户，美国著名平板电视支架设计品牌商，为美国顶级品牌 MONSTER（怪兽）的指定支架供应商，主要在美国各大顶级超市销售。
2	GONGZHU TECH DEVELOPMENTS.A.	525.67	5.08	阿根廷客户，是阿根廷著名的电视机挂架进口商，拥有自己品牌 TAGWOOD。
3	Birgma Asia	394.02	3.81	瑞典客户，隶属于瑞典知名超市 Biltema，成立于 1963 年，超市遍布以瑞典、挪威、芬兰、丹麦北欧四国为中心的欧洲国家。
4	Schoenfeld International Inc.	380.52	3.68	美国客户，全美领先的视频配件类产品品牌商，旗下品牌 ETEC 为 Brandsmart 和 Furniture Mart 的主要支架供应商。Brandsmart 在全美电子零售业排名第九；Furniture Mart 成立于 1937 年，为北美最大的家居店。
5	CMS Consumer Products, LLC	290.34	2.81	美国客户，SYLVANIA 品牌在电子零配件领域专属授权经销商，为 BJ'S wholesale Club 平板电视机品牌支架主要供应商。BJ'S 成立于 1984 年，在全美拥有 180 多家分店。
6	Peerless	281.19	2.72	美国客户，全球排名前 3 的行业领军企业，集专业平板显示支架设计、制造、品牌及工程配套为一体的品牌制造商，为视听行业超过 40 年的领导者。
7	FEI TRADING CO., LTD	280.84	2.71	沙特客户，成立于 1963 年，是一家电子产品外贸公司。
8	Roland Kemmere.K.	279.17	2.70	德国客户，其产品种类繁多，渠道进口商，通过自营网站进行网络销售。
9	ACE Hardware Indonesia	252.23	2.44	印尼客户，是印尼大型连锁家居、户外、电子类产品连锁商店，在印尼总共共有 47 家连锁店。
10	ASC-TECAG	244.69	2.37	德国客户，引领 RF 技术研发和产品创新的领军企业，主要涉及有线电视、卫星电视、收音机和电视机信号的传送、接收和分布等领域。
11	INTERNATIONAL PRODUCT SOURCING GROUP	236.06	2.28	美国客户，隶属于美国知名超市 Microcenter，主流渠道进口商。Microcenter 在全美境内有超过 40 家连锁店，产品覆盖范围广。
12	GBS Electronica	228.40	2.21	意大利客户，该公司坐落于意大利罗马，是当地一家知名的电子消费品生产及销售商。该公司专注于各种新型电视机支架、HDMI 线、遥控器等各类同电视机领

序号	客户名称	销售收入 (万元)	占比 (%)	基本情况
				域相关的的产品。
13	Thomann Musikhaus	221.77	2.14	德国客户，欧洲最大的乐器、音响、舞台设备产品品牌商，成立于1954年。
14	Mixson&Robison Trading Company	213.46	2.06	美国客户，是DSI system所设立的采购处，主要是进行美国之外的产品采购，同时帮助DSI的DIAMOND品牌在不同销售渠道开发进行支持。
15	EROS ELECTRICALS	183.17	1.77	迪拜客户，阿联酋知名企业，下辖10余家子公司。经营产品丰富多样，包含数码产品、空调、安全系统、厨房用品等，为三星、日立 in 迪拜地区的总代理。
16	CIATTI	156.56	1.51	意大利客户，1950年成立，主要生产家具。随着电视机行业的发展，CIATTI 逐渐转产电视机支架。
17	TECHNO BLUE	148.60	1.44	卡塔尔客户，是SAMSUNG电视机的代理商，自己拥有多家销售直营店。
18	Steinigke Showtechnic GMBH	144.44	1.40	德国客户，是德国一家经营舞台支架、灯光音响设备的著名跨国公司，已经有30年的历史，拥有自己的品牌 EUROLITE, FUTURELIGHT, OMNITRONIC, EUROPALMS, OMNILUX 等。
19	Toptronic s.r.l	141.84	1.37	意大利客户，位于意大利港口那不勒斯，主要经营消费电子类产品，如微波炉、冷冻柜、电视机挂架等。
20	Sound Around Inc	140.79	1.36	美国客户，纽约大型视听周边产品运营商，主要通过 OVERSTOCK 网站进行 ON-LINE 销售。
21	Everttek Computer Corp	131.53	1.27	美国客户，美国主要渠道进口商，产品主要为消费电子和电脑周边产品，同时也通过自营网站进行网络销售。
22	Representaciones Paq Group	126.42	1.22	委内瑞拉客户，委内瑞拉主流品牌经销商，旗下拥有 PAQ、IONIC、ABIT、ENERGIZER 等多个著名品牌。
23	PLAZA LAMA	122.43	1.18	多米尼加客户，该公司拥有四家超市，主营电子产品。
24	Blue Ocean General Trading L.L.C	121.52	1.17	阿联酋客户，是迪拜最大的消费类电子产品零售商之一，主要经营电视机支架、投影仪支架、电视机柜等，是著名品牌 INSTALLER、NEO、HARMONY、GLOBAL HOMZ、LOCTEK 的代理商。

序号	客户名称	销售收入 (万元)	占比 (%)	基本情况
25	ACTHY SEUROPE (KENMARKFrance)	119.08	1.15	法国客户，法国专业的支架、机柜进口商、渠道商，拥有自己的品牌 ACTHYS。
26	Transmedia GmbH	113.64	1.10	德国客户，是德国著名的电子、电视、音响等产品配件商，拥有自己的品牌 Transmedia，并有自己的代理分销网络。
27	YusufA. Alghanim & Sons W.L.L.	112.81	1.09	科威特客户，是波斯湾最大的私营企业之一，业务遍及 40 多个国家，涉足 30 多个行业，如汽车、工程、广告和媒体、保险、办公自动化、零售业（建筑、家装、电子消费品）、交通运输、旅游等。
28	Mlinum Computer	108.82	1.05	沙特阿拉伯客户，主要从事电脑及周边产品，目前也是 SONY 在沙特的代理。
29	Ningbo & Hebei USA	103.11	1.00	美国客户，成立于 2005 年，总部在美国佛罗里达，主营业务是汽车配件。产品在当地的多家百货商店和专卖店有售。
30	PlazacorpS.A.	102.66	0.99	智利客户，南美领先的视频配件类产品品牌商,旗下两大品牌 BUILTDIGITAL 和 HITECH 为智利和秘鲁市场著名品牌。
31	George Patton Associates,Inc	100.17	0.97	美国客户，是一家以网络销售为渠道的进口商，主要经营各类商用支架。共拥有职员约 124 人，10 个销售网站。
32	Corporate Images Inc	93.99	0.91	加拿大客户，通过 30 年的努力，该公司已经成为加拿大制造业的领导者，是目前加拿大最大的 RTA 家具制造商。主要市场在北美洲，拥有自己的代理销售网络。
33	Abdul Aziz S.Al-Babtain & SonsCo.	93.41	0.90	科威特客户，该公司成立于 1958 年，主要从事消费电子消费类产品的销售，是一个集团公司，还涉及娱乐业、教育、房地产等。
34	SPL WHOLESALE PTY LTD	92.94	0.90	澳大利亚客户，专注于做各类汽车配件及各种电子产品。
35	G&BL AVM ENGINEERING	92.75	0.90	意大利客户，欧洲著名的视频电子配件品牌商，成立于 1979 年，旗下品牌 G&BL 在欧洲拥有极高知名度。
36	Prandini	90.38	0.87	意大利客户，电视机支架和机柜的品牌制造商、进口商；其品牌 PRANDINI 在电视支架领域有较高知名度。
37	NetOnNet AB	89.78	0.87	瑞典客户，成立于 1999 年，主要从事消费电子消费品的网络销售，主要提供音视频设备、手机、电脑等。目前有 12 个仓库直销店。

序号	客户名称	销售收入 (万元)	占比 (%)	基本情况
38	Kromax Co.,Ltd	88.97	0.86	俄罗斯客户，品牌进口商；主要从事电视机支架行业的产品进口，在俄罗斯支架行业有较高知名度。
39	Multimedia Systems(Solid Mounts)	81.45	0.79	美国客户，其产品种类繁多，拥有自己品牌 SOLIDMOUNT 和自己的销售网站，是 PANASONIC、CHIEF、PEERLESS MOUNTS 等公司的分销商。
40	DISTRIBUIDORA DE COMPONENTES	76.47	0.74	墨西哥客户，是墨西哥著名的电视机挂架品牌商，拥有自己品牌 MASTERVISION，该公司还是沃尔玛超市的供货商。
41	DAVECOLTC	74.25	0.72	加拿大客户，产品主要包括电视机支架、银幕、线缆、家具等，产品卖到零售商店和批发商。
42	MELECTRON SDN.BHD	72.29	0.70	马来西亚客户，主要经营电子产品、灯光音响支架、线缆、支架等产品，已有 25 年的历史。
43	Chauvet AND Sons INC	69.77	0.67	美国客户，成立于上个世纪 80 年代，是一家集生产、进口、销售于一体的公司。该公司专注于舞台支架，灯光等生产销售。设计理念，销售等方面在当地遥遥领先。
44	Comptree INC.	67.16	0.65	美国客户，成立于 2000 年，总部设在美国洛杉矶，是全球领先的电子商务网站集团。该公司在全球多个国家和地区设立了办事处和分公司，旗下拥有众多知名的电子商务平台，如 Meritline.com，Abcink.com，Cdrdvdrmedia.com，其中 Meritline.com 在全美排名前 20。
45	High Export	61.11	0.59	美国客户，主要经营 AV 周边产品，包括电脑包，鼠标，支架等，产品主要销往美国南部以及南美部分地区。
46	Carrefour Global Sourcing Asia (France)	60.37	0.58	法国客户，家乐福 (Carrefour) 是欧洲第一大零售商，世界第二大国际化零售连锁集团。现拥有 11,000 多家营运零售单位，业务范围遍及世界 30 个国家和地区。
47	Canada Computer	58.54	0.57	加拿大客户，主要经营电脑及其周边产品。目前在加拿大拥有实体店 20 多家，并结合自己的网络平台进行销售。
48	Holdelec	57.84	0.56	比利时客户，品牌进口商，主要从事音响器材类产品及电视机挂架产品。
49	Kesa Electricals GIE	55.54	0.54	法中客户，是欧洲第三大消费电子零售商，旗下拥有法国最大的电子连锁 Darty

序号	客户名称	销售收入 (万元)	占比 (%)	基本情况
				和英国零售商 Comet 以及荷兰 BCC, 比利时 Vanden Borre.
50	SONAE DISTRIBUICAO	55.48	0.54	葡萄牙客户, 是葡萄牙大型超市, 曾经收购了当地的家乐福, 旗下有多个品牌。
合 计		8,008.02	77.41	

(2) 2010 年发行人前 50 名外销客户情况

序号	客户名称	销售收入 (万元)	占比 (%)	基本情况
1	SCADLOCK	2,050.64	10.17	美国客户，美国著名平板电脑电视支架设计品牌商，为美国顶级品牌 MONSTER（怪兽）的指定支架供应商，主要在美国各大顶级超市销售。
2	CMS Consumer Products,LLC	1,206.31	5.98	美国客户，SYLVANIA 品牌在电子零配件领域专属授权经销商，为 BJ'S wholesale Club 平板电视品牌支架主要供应商。BJ'S 成立于 1984 年，在全美拥有 180 多家分店。
3	Schoenfeld International Inc.	973.76	4.83	美国客户，全美领先的视频配件类产品品牌商，旗下品牌 ETEC 为 Brandsmart 和 Furniture Mart 的主要支架供应商。Brandsmart 在全美电子零售业排名第九；Furniture Mart 成立于 1937 年，为北美最大的家居店。
4	ASC-TECAG	742.13	3.68	德国客户，引领 RF 技术研发和产品创新的领军企业，主要涉及有线电视、卫星电视、收音机和电视机信号的传送、接收和分布等领域。
5	Plazacorp S.A.	740.96	3.68	智利客户，南美领先的视频配件类产品品牌商，旗下两大品牌 BUILTDIGITAL 和 HITECH 为智利和秘鲁市场著名品牌。
6	Birgma Asia	672.44	3.34	瑞典客户，隶属于瑞典知名超市 Biltema，成立于 1963 年，超市遍布以瑞典、挪威、芬兰、丹麦北欧四国为中心的欧洲国家。
7	Roland Kemmere K.	551.96	2.74	德国客户，其产品种类繁多，渠道进口商，通过自营网站进行网络销售。
8	Evertek Computer Corp	526.35	2.61	美国客户，美国主要渠道进口商，产品主要为消费电子和电脑周边产品，同时也通过自营网站进行网络销售。
9	Peerless	515.96	2.56	美国客户，全球排名前 3 的行业领军企业，集专业平板显示支架设计、制造、品牌及工程配套为一体的品牌制造商，为视听行业超过 40 年的领导者。
10	Representaciones Paq Group	472.3	2.34	委内瑞拉客户，委内瑞拉主流品牌经销商，旗下拥有 PAQ、IONIC、ABIT、ENERGIZER 等多个著名品牌。
11	Thomann Musikhaus	387.96	1.92	德国客户，欧洲最大的乐器、音响、舞台设备产品品牌商，成立于 1954 年。
12	G&BL AVM ENGINEERING	368.59	1.83	意大利客户，欧洲著名的视频电子配件品牌商，成立于 1979 年，旗下品牌 G&BL

序号	客户名称	销售收入 (万元)	占比 (%)	基本情况
				在欧洲拥有极高知名度。
13	EROS ELECTRICALS	364.67	1.81	迪拜客户，阿联酋知名企业，下辖 10 余家子公司。经营产品丰富多样，包含数码产品、空调、安全系统、厨房用品等，为三星、日立 in 迪拜地区的总代理。
14	Sound AroundInc	313.98	1.56	美国客户，纽约大型视听周边产品运营商，主要通过 OVERSTOCK 网站进行 ON-LINE 销售。
15	ACTHY SEUROPE (KENMARKFrance)	300.82	1.49	法国客户，法国专业的支架、机柜进口商、渠道商，拥有自己的品牌 ACTHYS。
16	AVSL Group Ltd.	285.06	1.41	英国客户，成立于 1998 年，是英国电子领域的领头者。经营范围广，有视听器材，电视机挂架，音响喇叭架，音频线等。
17	INTERNATIONAL PRODUCT SOURCING GROUP	264.88	1.31	美国客户，隶属于美国知名超市 Microcenter，主流渠道进口商。Microcenter 在全美境内有超过 40 家连锁店，产品覆盖范围广。
18	CIATTI	259.49	1.29	意大利客户，1950 年成立，主要生产家具。随着电视机行业的发展，CIATTI 逐渐转产电视机支架。
19	DAVECOLTC	257.83	1.28	加拿大客户，产品主要包括电视机支架、银幕、线缆、家具等，产品卖到零售商店和批发商。
20	GBS Electronica	256.11	1.27	意大利客户，该公司坐落于意大利罗马，是当地一家知名的电子消费品生产及销售商。该公司专注于各种新型电视机支架、HDMI 线、遥控器等各类同电视机领域相关的产品。
21	ENGEL-AXIL, S.L.	226.74	1.12	西班牙客户，成立于 1986 年，是西班牙电子类消费产品的生产和进口商，是主要的电视通讯系统的经销商，有非常好的物流系统和销售系统，其客户遍布全球 50 多个国家。
22	Mixson&Robison Trading Company	224.69	1.11	美国客户，是 DSI system 所设立的采购处，主要是进行美国之外的产品采购，同时帮助 DSI 的 DIAMOND 品牌在不同销售渠道开发进行支持。
23	Abdul Aziz S.Al-Babrain & SonsCo. For Electriacal & Electronics	220.61	1.09	科威特客户，该公司成立于 1958 年，主要从事电子消费类产品的销售，是一个集团公司，还涉及娱乐业、教育、房地产等。
24	GONGZHU TECH DEVELOPMENTS.A.	212.95	1.06	阿根廷客户，是阿根廷著名的电视机挂架进口商，拥有自己品牌 TAGWOOD。

序号	客户名称	销售收入 (万元)	占比 (%)	基本情况
25	Transmedia GmbH	210.02	1.04	德国客户，是德国著名的电子、电视、音响等产品配件商，拥有自己的品牌 Transmedia，并有自己的代理分销网络。
26	ACE Hardware Indonesia	204.3	1.01	印尼客户，是印尼大型连锁家居、户外、电子类产品连锁商店，在印尼总共共有 47 家连锁店。
27	FEI TRADING CO.,LTD	197.37	0.98	沙特客户，成立于 1963 年，是一家电子产品外贸公司。
28	KENNEDY CENTER CORP.	194.58	0.97	巴拿马客户，专门销售电视、电话以及附件等电子产品。
29	VIDEO TELEVISION COMPONENTE SYMATERIALESS.L.	184.94	0.92	西班牙客户，是西班牙著名的电子视听配件进口商和出口商，公司成立于 2000 年，在全欧洲都有其分销商。
30	Critical Mass	183.99	0.91	美国客户，其主要客户是 ABCwarehouse，该公司主要销售电视、手机、数码相机、家具、支架等，成立于 1963 年，在美国密歇根州、俄亥俄州、印第安纳州有 40 多家店，是当地最大的家电电子产品零售商。
31	PINIC INTERNATIONAL CORPORATION	180.89	0.90	菲律宾客户，是菲律宾一家以电脑周边产品为主的零售商，在菲律宾主要城市共有 95 自营连锁店，同时开展自营网上销售。
32	Steinigke Showtechnic GMBH	162.75	0.81	德国客户，是德国一家经营舞台支架、灯光音响设备的著名跨国公司，已经有 30 年的历史，拥有自己的品牌 EUROLITE, FUTURELIGHT, OMNITRONIC, EUROPALMS, OMNILUX 等。
33	MELETRON SDN.BHD	156.86	0.78	马来西亚客户，主要经营电子产品、灯光音响支架、线缆、支架等产品，已有 25 年的历史。
34	DS COMPONENTES S.L.	155.32	0.77	西班牙客户，经营视听配件、电视机支架、收音机、CD 机等。
35	Intermark Industries,INC.	154.79	0.77	美国客户，是美国具有规模的销售线缆、电子设备、电子配件以及专业的音响设备产品的经销营。
36	TECHNO BLUE	150.52	0.75	卡塔尔客户，是 SAMSUNG 电视机的代理商，自己拥有多家销售直营店。
37	NetOnNet AB	149.8	0.74	瑞典客户，成立于 1999 年，主要从事电子产品消费品的网络销售，主要提供音视频设备、手机、电脑等。目前有 12 个仓库直销店。

序号	客户名称	销售收入 (万元)	占比 (%)	基本情况
38	DSI Systems, Inc.	144.08	0.71	美国客户，在美国 31 个州有分支机构，主要为分布在美国各地的小型零售商提供电视机、卫星电视设备、视听周边产品等。该公司 2010 年销售在 6 亿美金左右。
39	SONAE DISTRIBUICAO	141.09	0.70	葡萄牙客户，是葡萄牙大型超市，曾经收购了当地的家乐福，旗下有多个品牌。
40	Corporate Images Inc	130.36	0.65	加拿大客户，通过 30 年的努力，该公司已经成为加拿大制造业的领导者，是目前加拿大最大的 RTA 家具制造商。主要市场在北美洲，拥有自己的代理销售网络。
41	Blue Ocean General Trading L.L.C	128.17	0.64	阿联酋客户，是迪拜最大的消费类电子零售商之一，主要经营电视机支架、投影仪支架、电视机柜等，是著名品牌 INSTALLER、NEO、HARMONY、GLOBAL HOMZ、LOCTEK 的代理商。
42	Ohmex Electronics Ltd.	113.94	0.57	瑞士客户，该公司主要致力于视听类消费电子产品以及保健用品的生产销售，主要市场在瑞士，同时也致力于国际市场的销售。旗下品牌有 Qonix 和 Colbis。
43	Comptree INC.	112.73	0.56	美国客户，成立于 2000 年，总部设在美国洛杉矶，是全球领先的电子商务网站集团。该公司在全球多个国家和地区设立了办事处和分公司，旗下拥有众多知名的电子商务平台，如 Meritline.com, Abcink.com, Cdrdvdmedia.com, 其中 Meritline.com 在全美排名前 20。
44	S.M.G.SRL	108.45	0.54	意大利客户，主要经营各类电器及电器配件，拥有自己的品牌 DPM。
45	Yusuf A. Alghanim & Sons W.L.L.	103.59	0.51	科威特客户，是波斯湾最大的私营企业之一，业务遍及 40 多个国家，涉足 30 多个行业，如汽车、工程、广告和媒体、保险、办公自动化、零售业（建筑、家装、电子消费品）、交通运输、旅游等。
46	Million Trading Limited	100.05	0.50	阿尔及利亚客户，该公司是阿尔及利亚客户 EURL CLIPER ALGERLE IMPORT 的代理。EURL CLIPER ALGERLE IMPORT 主要从事电视机以及电视机柜和电视支架的销售。
47	PLAZA LAMA	97.63	0.48	多米尼加客户，该公司拥有四家超市，主营电子类产品。
48	PSI	95.63	0.47	法国客户，该公司成立于 1973 年，是法国最早的电视产业的制造商和经销商。旗下有 6 个品牌，与法国 BRICIRAMA, BRICO, SATURN 等十多家主要的大型商店有经销、零售合作。

序号	客户名称	销售收入 (万元)	占比 (%)	基本情况
49	CASH	87.48	0.43	南非客户，成立于1996年，主要从事电子、体育用品、音乐器材、DIY工具等，其产品遍布南非的130多家超市，有自己的网上超市。
50	Source (HK) Limited	86.13	0.43	利比亚客户，利比亚专业做消费品牌的进口商，在印度、利比亚、香港、广州等拥有办事处。
合 计		16,132.65	80.02	

(3) 2009 年发行人前 50 名外销客户情况

序号	客户名称	销售收入 (万元)	占比 (%)	客户基本情况
1	CMS Consumer Products, LLC	1,150.99	9.08	美国客户, SYLVANIA 品牌在电子零配件领域专属授权经销商, 为 BJ' S wholesale Club 平板电视机品牌主要供应商。BJ' S 成立于 1984 年, 在全美拥有 180 多家分店。
2	ETEC USA SCHOENFELD	806.28	6.36	美国客户, 全美领先的视频配件类产品品牌商, 旗下品牌 ETEC 为 Brandsmart 和 Furniture Mart 的主要支架供应商。Brandsmart 在全美电子零售业排名第九; Furniture Mart 成立于 1937 年, 为北美最大的家居店。
3	SZSUAREZ intelligent furniture	731.66	5.77	西班牙客户, 其主打产品为支架及机柜, 该公司多年来一直从事电视机支架及机柜的生产
4	Warenvertrieb Kemmer	634.01	5.00	和进口业务, 并且拥有强大的渠道业务体系, 产品打入欧尚家乐福等众多知名超市。
5	Birgma Asia	552.66	4.36	德国客户, 其产品种类繁多, 渠道进口商, 通过自营网站进行网络销售。
6	Evertex Computer Corp	512.61	4.05	瑞典客户, 隶属于瑞典知名超市 Biltrema, 成立于 1963 年, 超市遍布以瑞典、挪威、芬兰、丹麦北欧四国为中心的欧洲国家。
7	SCADLOCK	402.96	3.18	美国客户, 美国主要渠道进口商, 产品主要为消费电子和电脑周边产品, 同时也通过自营网站进行网络销售。
8	Eros Electricals	347.54	2.74	美国客户, 美国著名平板电视支架设计品牌商, 为美国顶级品牌 MONSTER (怪兽) 的指定支架供应商, 主要在美国各大顶级超市销售。
9	DAVECO LTC	309.42	2.44	迪拜客户, 阿联酋知名企业, 下辖 10 余家子公司。经营产品丰富多样, 包含数码产品、空调、安全系统、厨房用品等, 为三星、日立在地拜地区的总代理。
10	AVSL Group Ltd.	288.92	2.28	加拿大客户, 产品主要包括电视机支架、银幕、线缆、家具等, 并向零售商店和批发商供货。
11	Musikhaus Thomann	287.94	2.27	英国客户, 成立于 1998 年, 是英国电子领域的领头者。经营范围广, 有视听器材, 电视机挂架, 音响喇叭架, 音频线等。
12	ASC-TEC AG	276.5	2.18	德国客户, 欧洲最大的乐器、音响、舞台设备产品品牌商, 成立于 1954 年。
				德国客户, 引领 RF 技术研发和产品创新的领军企业, 主要涉及有线电视、卫星电视、收音机和电视机信号的传送、接收和分布等领域。

序号	客户名称	销售收入 (万元)	占比 (%)	客户基本情况
13	ENGEL AXIL, S.L.	197.24	1.56	西班牙客户，成立于1986年，是西班牙电子类消费产品的生产和进口商，是主要的电视通讯系统的经销商，有非常好的物流系统和销售系统，其客户遍布全球50多个国家。
14	TIM INDUSTRY	181.48	1.43	沙特客户，成立于1963年，是一家电子类产品外贸公司。
15	Transmedia	157.19	1.24	德国客户，是德国著名的电子、电视、音响等产品配件商，拥有自己的品牌 Transmedia，并有自己的代理分销网络。
16	TECHNO BLUE	153.6	1.21	卡塔尔客户，是 SAMSUNG 电视机的代理商，自己拥有多家销售直营店。
17	Sound Around Inc	151.31	1.19	美国客户，美国纽约一家大型视听周边产品经销商。
18	Ohmex Electronics Ltd.	150.74	1.19	瑞士客户，该公司主要致力于视听类消费电子产品以及保健用品的生产销售，主要市场在瑞士，同时也致力于国际市场的销售。旗下品牌有 Qonix 和 Colbis。
19	G&BL AVM ENGINEERING	144.05	1.14	意大利客户，欧洲著名的视频电子配件品牌商，成立于1979年，旗下品牌 G&BL 在欧洲拥有极高知名度。
20	Representaciones Paq Group	143.54	1.13	委内瑞拉客户，委内瑞拉主流品牌经销商，旗下拥有 PAQ、IONIC、ABIT、ENERGIZER 等多个著名品牌。
21	DISTRIBUIDORA DE COMPONENTES	141.49	1.12	墨西哥客户，是墨西哥著名的电视机挂架品牌商，拥有自己品牌 MASTERVISION，该公司还是沃尔玛超市的供货商。
22	Source (HK) Limited	139.91	1.10	利比亚客户，利比亚专业做消费品牌的进口商，在印度、利比亚、香港、广州等拥有办事处。
23	VITECOM	139.86	1.10	西班牙客户，是西班牙著名的电子视听配件进口商和出口商，公司成立于2000年，在欧洲都有其分销商。
24	Multimedia Systems(Solid Mounts)	139.18	1.10	美国客户，其产品种类繁多，拥有自己品牌 SOLIDMOUNT 和自己的销售网站，是 PANASONIC、CHIEF、PEERLESS MOUNTS 等公司的分销商。
25	Steinigke Showtechnic GMBH	121.73	0.96	德国客户，是德国一家经营舞台支架、灯光音响设备的著名跨国公司，已经有30年的历史，拥有自己的品牌 EUROLITE, FUTURELIGHT, OMNITRONIC, EUROPALMS, OMNILUX 等。

序号	客户名称	销售收入 (万元)	占比 (%)	客户基本情况
26	NetOnNet AB	121.59	0.96	瑞典客户，成立于1999年，主要从事电子消费品的网络销售，主要销售音视频设备、手机、电脑等。目前有12个仓库直销店。
27	Badghiesh Electronics	112.29	0.89	沙特客户，从事电视支架行业已15年，与150多个经销商有合作关系。
28	CIATTI	107.63	0.85	意大利客户，1950年成立，主要生产家具，随着电视机行业的发展，CIATTI逐渐转产电视支架。
29	Provideo	106.84	0.84	黎巴嫩客户，是黎巴嫩知名的进口商和批发商，该公司的主营产品是各类消费类电子产品，包括液晶电视支架，投影仪屏幕、线，MP3/4等及其配件。
30	Ace Hardware Indonesia	102.96	0.81	印尼客户，是印尼大型连锁家居、户外、电子类产品连锁店，在印尼总共有47家连锁店。
31	MELECTRON SDN.BHD	100.14	0.79	马来西亚客户，主要经营电子产品、灯光音响支架、线缆、支架等产品，已有25年的历史。
32	SPL WHOLESALE PTY LTD	91.06	0.72	澳大利亚客户，专注于做各类汽车配件及各种电子产品。
33	GBS ELECTRONICA	90.46	0.71	意大利客户，该公司坐落于意大利罗马，是当地一家知名的电子消费品生产及销售商。该公司专注于各种新型电视支架，HDMI线，遥控器等各类同电视机领域相关的的产品。
34	WHALEN FURNITURE MFG.,INC.	89.18	0.70	美国客户，该公司是是美国排名前15名的家具供应商之一。
35	DS COMPONENTES S.L.	88.33	0.70	西班牙客户，经营视听配件，电视机支架,收音机,CD机等。
36	Electronic Technologies Co.	88.02	0.69	科威特客户，是科威特知名的进口商，主营产品是电视机挂架,视听设备,照明设备等。
37	Moon Radio	86.14	0.68	瑞典客户，是Scandinavia地区音视频产业的批发商，有70多年的历史，经营7000多种产品。
38	KENNEDY CENTER CORP.	72.57	0.57	巴拿马客户，专门销售电视，电话，以及附件等电子产品。
39	ACTHY SEUROPE (KENMARK France)	69.85	0.55	法国客户，法国专业的支架、机柜进口商、渠道商，拥有自己的品牌ACTHYS。
40	High Definition Visualindo	64.32	0.51	印尼客户，该公司主要从事工程项目。
41	Leadership Comércio	63.99	0.51	巴西客户，从事电子类及周边产品。

序号	客户名称	销售收入 (万元)	占比 (%)	客户基本情况
42	Peerless Mounts	63.85	0.50	美国客户，全球排名前 3 的行业领军企业，集专业平板显示支架设计、制造、品牌及工程配套为一体的品牌制造商，为视听行业超过 40 年的领导者。
43	Abdul Aziz S.Al-Babtain	62.02	0.49	科威特客户，该公司成立于 1958 年，主要从事消费电子消费类产品的销售，是一个集团公司，还涉及娱乐业、教育、房地产等。
44	RPOAUDIO	61.78	0.49	墨西哥客户，该公司以零售为主，主要销售电视、电视支架等电子消费类产品。
45	Critical Mass	57.18	0.45	美国客户，其主要客户是 ABCwarehouse，该公司主要销售电视，手机，数码相机，家具，支架等等，成立于 1963 年，在美国密歇根州，俄亥俄州，印第安纳州有 40 多家店，是当地最大的家电电子产品零售商。
46	Gentec International	56.26	0.44	加拿大客户，成立于 1990 年,主要经营电子配件,电视音响配件等，2007 到 2010 年连续 4 年荣获加拿大前 50 最佳经营企业的称号，拥有 100,000 平方英尺的仓库。
47	PINIC INTERNATIONAL CORPORATION	55.89	0.44	菲律宾客户，是菲律宾一家以电脑周边产品为主的零售商，在菲律宾主要城市共有 95 自营连锁店以及自营网上销售。
48	Novalauson S.A	55.74	0.44	西班牙客户，成立于 1970 年，提供商业消费类电子产品配件，部件等，侧重于音频/视频相关产品。
49	El Corte Inglés S.A	54.83	0.43	西班牙客户，成立于 1935 年，是西班牙最大的连锁百货商店。
50	Corporate Images	53.21	0.42	加拿大客户，通过 30 年的努力，该公司已经成为加拿大制造业的领导者，是目前加拿大最大的 RTA 家具制造商，它们的产品线和 SONAX 这个品牌在加拿大大众所周知。主要市场在北美洲，拥有自己的代理销售网络。
合 计		10,238.94	80.81	

(4) 2008 年发行人前 50 名外销客户情况

序号	客户名称	销售收入 (万元)	占比 (%)	客户基本情况
1	ASC-TEC AG	1011.01	9.69	德国客户，引领 RF 技术研发和产品创新的领军企业，主要涉及有线电视、卫星电视、收音机和电视机信号的传送、接收和分布等领域。
2	SZSUAREZ intelligent furniture	919.89	8.81	西班牙客户，其主打产品为支架及机柜，该公司多年来一直从事电视机支架及机柜的生产 and 进口业务，并且拥有强大的渠道业务体系，产品打入欧尚家乐福等众多知名超市。
3	A AND L International Holding Limited	552.65	5.29	美国客户，该客户为美国第二大电子超市 circuit city 提供 CIRCUIT CITY 自有品牌 VERGE 的平板电视挂架产品。
4	BILTEMA SWEDEN AB	520.95	4.99	瑞典客户，隶属于瑞典知名超市 Biltema，成立于 1963 年，超市遍布以瑞典、挪威、芬兰、丹麦北欧四国为中心的欧洲国家。
5	Skytronic U.K	464.94	4.45	英国客户，成立于 1998 年，是英国电子领域的领头者。经营范围广，有视听器材、电视机挂架，音响喇叭架、音频线等等。
6	Eros Electricals	346.55	3.32	迪拜客户，一家私营集团公司，下辖 10 余家知名子公司，以高标准，严要求著称，是阿拉伯联合酋长国的知名领头羊企业。EROS 以日立品牌的产品起家，如今产品线丰富多样，包含三星数码产品，空调，安全系统，厨房用品等，最近还增加了 Benq 品牌的数码产品。
7	Multimedia Systems(Solid Mounts)	343.11	3.29	美国客户，其产品种类繁多，拥有自己品牌 SOLIDMOUNT 和自己的销售网站，是 PANASONIC, CHIEF, PEERLESS MOUNTS 等公司的分销商。
8	Steinigke Showtechnic GMBH	303.72	2.91	德国客户，是德国一家经营舞台支架、灯光音响设备的著名的跨国公司，已经有 30 年的历史，拥有自己的品牌 EUROLITE, FUTURELIGHT, OMNITRONIC, EUROPALMS, OMNILUX 等。
9	Warenvertrieb Kemmer	333.68	3.20	德国客户，其产品种类繁多，渠道进口商，通过自营网站进行网络销售。
10	High Definition Visualindo	279.79	2.68	印尼客户，该公司主要从事工程项目。
11	TECHNO BLUE	242.65	2.32	卡塔尔客户，是 SAMSUNG 电视机的代理商，自己拥有多家销售直营店。
12	Evertek Computer Corp	217.85	2.09	美国客户，美国主要渠道进口商，产品主要为消费电子和电脑周边产品，同时也通过自营网站进行网络销售。

序号	客户名称	销售收入 (万元)	占比 (%)	客户基本情况
13	InQUIM International FZE	204.88	1.96	阿联酋客户，该公司主要供货给 SONY、Apple、HP、IBM、Toshiba、Dell、Cisco、Panasonic 等全球知名公司。
14	VIVANCO	197.66	1.89	英国客户，该公司是德国威运高（Vivanco）在英国设立的分公司，是欧洲著名的资讯科技、消费电子、远程通信连接附件产品市场的领导者。在涉及产品的数字化、无线科技、小型化的技术上始终处于市场领先的地位。
15	Sound Around Inc	140.92	1.35	美国客户，美国纽约一家大型视听周边产品商家。
16	CASH	122.01	1.17	南非客户，成立于 1996 年，主要销售电子、体育用品、音乐器材、DIY 工具等，其产品遍布南非的 130 多家超市，有自己的网上超市。
17	Vivanco Gruppe AG	118.45	1.13	德国客户，该公司成立于 1920 年，总部设在德国汉堡，1999 年在德国上市，在 30 个国家和地区拥有自己的销售网络，在超过 15000 家的商店销售产品。
18	Moon Radio	107.61	1.03	瑞典客户，是 Scandinavia 地区音视频产业的批发商，有 70 多年的历史，经营 7000 多种产品。
19	Corporate Images	107.46	1.03	加拿大客户，通过 30 年的努力，该公司已经成为加拿大制造业的领导者，是目前加拿大最大的 RTA 家具制造商，它们的产品线和 SONAX 品牌在加拿大知名度较高。主要市场在北美洲，拥有自己的代理销售网络。
20	Galaxy Automation Sdn.Bhd	97.38	0.93	马来西亚客户，主要从事 PA 音箱系统贸易。
21	DS COMPONENTES S.L.	94.67	0.91	西班牙客户，经营视听配件、电视机支架、收音机、CD 机等。
22	PECULIAR TRADING LLC	94.02	0.90	阿联酋客户，拥有 10 多年的支架销售经验。
23	Musikhaus Thomann	89.36	0.86	德国客户，欧洲最大的乐器、音响、舞台设备产品品牌商，成立于 1954 年。
24	KENNEDY CENTER CORP.	83.32	0.80	巴拿马客户，专门销售电视、电话以及附件等电子产品。
25	Chauvet AND Sons INC	80.43	0.77	美国客户，成立于上个世纪 80 年代，是一家集生产、进口、销售于一体的公司。该公司专注于舞台支架，灯光等生产销售。设计理念，销售等方面在当地遥遥领先。
26	PHOTO & INK LLC	79.81	0.76	美国客户，主要从事投影屏幕、投影支架、电视机挂架及相关视听配件的网络销售商。

序号	客户名称	销售收入 (万元)	占比 (%)	客户基本情况
27	SPL WHOLESALE PTY LTD	79.52	0.76	澳大利亚客户，专注于做各类汽车配件及各种电子产品。
28	TRION	76.54	0.73	斯洛文尼亚客户，主要销售电视机，DVD 等电子产品，及相关配套支架。
29	Micro Alarm	76.34	0.73	美国客户，主要进口安全警报监视器、监控设备支架等。
30	Ohmex Electronics Ltd.	75.89	0.73	瑞士客户，该公司主要致力于视听类消费电子产品以及保健用品的生产销售，主要市场在瑞士，同时也致力于国际市场的开拓。旗下品牌有 Qonix 和 Colbis。
31	JS.Produkter	73.79	0.71	瑞典客户，小型进口商，主要经营无线功放类产品。
32	WHALEN FURNITURE MFG.,INC.	72.88	0.70	美国客户，该公司是是美国排名 15 名的家具供应商之一。
33	MELECTRON SDN.BHD	72.81	0.70	马来西亚客户，主要经营电子产品，灯光音响支架、线缆、支架等产品，已有 25 年的历史。
34	Skytronic B.V	71.89	0.69	荷兰客户，成立于 1998 年，并迅速成为欧洲消费电子产品市场的主要成员之一，两大主要产品 SkyTronic 和 SkyTec 在视听产品领域享有盛名，其产品销往欧洲 40 多个国家。
35	Leadership Comercio E Importacao Ltd	71.58	0.69	巴西客户，从事电子类及周边产品。
36	Bas van den Broek b.v.	70.78	0.68	荷兰客户，从事灯光舞台音响设备，小型进口商。
37	R.A.T. (Music Stands) Ltd	69.16	0.66	英国客户，是音响配件类产品进口商。
38	Novalauson S.A	65.81	0.63	西班牙客户，成立于 1970 年，提供商业消费类电子产品配件，部件等，侧重于音频/视频相关产品。
39	MALLOUPPAS& PAPACOSTAS GROUP	63.96	0.61	塞浦路斯客户，拥有较多的批发商，零售商资源。
40	Source (HK) Limited	58.98	0.57	利比亚客户，利比亚专业做消费品牌的进口商，在印度、利比亚、香港、广州等拥有办事处。
41	TEST-RUTE INTERNATIONAL CO.,LTD	58.56	0.56	法国客户，特力集团，是全球少数拥有 ISO-9002 认证的大型上市贸易商（特力股份）。
42	Hip Shing Fat Co.Ltd	55.48	0.53	香港客户，成立于 1977 年，是一家国际采购商，位于香港，主要负责供货给在欧洲的国际化零售连锁店 Clas Ohlson。
43	Blue Ocean General Trading L.L.C	53.51	0.51	阿联酋客户，是迪拜最大的消费类电子零售商之一，主要经营电视机支架、投影仪支架、

序号	客户名称	销售收入 (万元)	占比 (%)	客户基本情况
				电视机柜等、等，也是著名品牌 INSTALLER、NEO、HARMONY、GLOBAL HOMZ、LOCTEK 的代理商
44	Daewoo International Corp. Shenzhen Office	52.30	0.50	加拿大客户，是韩国大宇集团下设的加拿大分公司，主要经营电子产品。
45	PROLIGHT CONCEPTS LTD	51.90	0.50	英国客户，是英国一家经营视听周边产品的代理商，产品包括线缆、麦克风、舞台支架、舞台灯光等。
46	F.C.T.SALES CORP	51.84	0.50	加拿大客户，主要进口音频线、和电视机周边配件。
47	Dana Trading Co	47.57	0.46	加拿大客户，视听周边产品零售商，拥有自己的品牌 PYRAMID、LEGACY、LANZAR 和 PYLE。
48	Intermark Industries,INC.	46.51	0.45	美国客户，是美国具有规模的销售线缆、电子设备、电子配件以及专业的音响设备产品的经销商。
49	CEI	45.34	0.43	德国客户，在香港、上海、深圳均有办事处，主营产品有测量设备、多媒体产品、电话、灯光设备、汽车配件等电子类产品。
50	Al Nahar Electronics Trading	43.98	0.42	阿联酋客户，是阿联酋知名的批发商，总公司在日本。主营产品有电视机柜、冰箱、洗衣机、电视等。
合 计		8,661.68	82.98	

”

4、报告期内营业收入的变动分析

2008 年、2009 年、2010 年及 2011 年 1~6 月，本公司实现的主营业务收入分别为 10,438.43 万元、12,835.58 万元、20,990.98 万元和 10,957.96 万元，增长速度较快。

(1) 2010 年原有客户的销售增长分析

序号	客户名称	收入增长 (万元)	2010 年 收入	2009 年 收入	增长 比例 (%)
1	SCADLOCK	1,647.68	2,050.64	402.96	408.89
2	Plazacorp S.A.	701.72	740.96	39.24	1788.28
3	ASC-TEC AG	465.63	742.13	276.5	168.40
4	Peerless	452.11	515.96	63.85	708.08
5	Representaciones Paq Group	328.76	472.3	143.54	229.04
6	ACTHYS EUROPE (KENMARK France)	230.97	300.82	69.85	330.67
7	G&BL AVM ENGINEERING	224.54	368.59	144.05	155.88
8	Schoenfeld International Inc.	167.48	973.76	806.28	20.77
9	GBS Electronica	165.65	256.11	90.46	183.12
10	Sound Around Inc	162.67	313.98	151.31	107.51
11	Abdul Aziz S.Al-Babtain & Sons Co. For Electriacal & Electronics	158.59	220.61	62.02	255.71
12	CIATTI	151.86	259.49	107.63	141.09
13	Critical Mass	126.81	183.99	57.18	221.77
14	PINIC INTERNATIONAL CORPORATION	125.00	180.89	55.89	223.65
15	KENNEDY CENTER CORP.	122.01	194.58	72.57	168.13
16	Birgma Asia	119.78	672.44	552.66	21.67
17	Blue Ocean General Trading L.L.C	115.05	128.17	13.12	876.91
18	Intermark Industries,INC.	104.76	154.79	50.03	209.39
19	ACE Hardware indonesia	101.34	204.3	102.96	98.43
20	Musikhaus Thomann	100.02	387.96	287.94	34.74
增长前 20 名客户小计		5,772.43	9,322.47	3,550.04	162.60
其他客户增长小计		1,538.32	5,498.09	3,959.77	38.85
外销客户增长合计		7,310.75	14,820.56	7,509.81	97.35

如上表所示，前 20 名客户 2010 年增加的销售收入为 5,772.43 万元。其中，

SCADLOCK LLC、Plazacorp S.A、ASC-TEC AG、Peerless 及 Representaciones Paq Group 等五名客户的销售收入增长合计达到 4,753.92 万元，为发行人 2010 年原有客户中销售收入增长最多的客户。其基本情况如下：

① SCADLOCK 公司

SCADLOCK 公司系美国知名的平板电视机支架设计及品牌商，其自身无生产基地，主要与供应商进行 ODM/OEM 合作。SCADLOCK 公司的自主品牌为 Promount，同时还是美国顶级品牌 MONSTER CABLE（主要经营各种消费类电子产品配件，包括耳机、线缆和支架）的指定支架供应商，其产品主要通过沃尔玛、COSCO、Fry's、Abt Electronics、Brandsmart、Menards 等加拿大及美国各大电子产品专业市场或超市进行销售。

2009 年上半年，SCADLOCK 公司开始与本公司洽谈合作业务，经半年左右的洽谈、设计、开模及打样等后，于 2009 年下半年正式开始合作，目前已与 SCADLOCK 形成了稳定的合作关系。2009 年，SCADLOCK 公司的订单金额为 76.41 万美元，2010 年订单金额迅速增长至 280.56 万美元。

② Plazacorp S.A

该公司系南美领先的视频配件类产品品牌商，旗下两大品牌 BUILTDIGITAL 和 HITECH 为南美国家智利和秘鲁市场的著名品牌。2010 年，受惠于南美新兴市场国家的快速增长，Plazacorp S.A 公司的销售业务发展迅速，其订单金额从 2009 年的 13.69 万美元增长至 2010 年的 103.64 万美元。

③ ASC-TEC AG

该公司系总部位于德国的专业电子产品生产企业，主要产品涉及有线电视、卫星电视及其配件等，是引领 RF 技术研发和产品创新的领军企业。自公司成立以来就和公司建立了合作关系，主要向本公司采购有线电视信号接收器金属结构件、支架等配件产品。2008 年、2009 年及 2010 年，公司对该客户的销售收入分别为 1,011.01 万元、276.50 万元和 742.13 万元，主要是受到国际金融危机影响造成波动。

④ Peerless

该公司系全球行业排名前三的知名企业，总部位于美国芝加哥，集专业平板显示支架设计、制造、品牌及工程配套为一体的品牌制造商。Peerless 自产的产

品主要为商用支架,其家用平板电视支架产品主要通过本公司及其他 ODM/OEM 供应商采购,主要销往美国本土及南美市场。

Peerless 公司在 2009 年美国 CES 展会期间与本公司开始洽谈业务合作,通过多次考察、产品规划等,于 2009 年下半年正式向公司下达采购订单。2010 年,Peerless 公司的采购订单已从 2009 年的 17.96 万美元增长至 102.56 万美元。

⑤ Representaciones Paq Group

该公司系委内瑞拉的一家消费类电子配件产品的品牌经销商。旗下经营品牌有 PAQ、IONIC、ABIT、ENERGIZER 等。2010 年,受惠于南美新兴市场的快速发展,该公司的平板电视挂架业务快速增长,作为其主要的电视机挂架供应商,公司 2010 年度对其销售增加。

(2) 2010 年新增客户分析

近年来,发行人逐渐加大市场开拓的力度,不仅逐步增加在参加展览会方面的投入,参展的种类越来越丰富,参展次数越来越多,参展人员及展台规模也越来越大。发行人更对海外市场展开了“拉练式”的客户拜访,每年均多次派遣专业人员携带公司产品主动拜访新老客户,实现了公司较高的客户新增率。

2010 年主要新增客户的销售收入情况如下表:

序号	客户名称	2010 年销售收入 (万元)	占比	基本情况介绍
1	INTERNATIONAL PRODUCT SOURCING GROUP	264.88	1.24%	美国客户，是美国知名超市 MICROCENTER 负责采购的子公司，Microcenter 在全美境内有超过 40 家门店，产品覆盖范围广。
2	Mixson & Robison Trading Company	224.69	1.05%	美国客户，是 DSI system 所设立的采购处，主要是进行美国之外的产品采购，同时帮助 DSI 的 DIAMOND 品牌在不同的销售渠道的开发进行支持。
3	GONGZHU TECH DEVELOPMENT S.A.	212.95	0.99%	阿根廷客户，是阿根廷著名的电视机挂架进口商，拥有自己品牌 TAGWOOD。
4	DSI Systems, Inc.	144.08	0.67%	美国客户，在美国 31 个州有分支机构，主要为分布在美国各地的小型零售商提供电视机、卫星电视设备、视听周边产品的分销商。该公司 2010 年销售在 6 亿美金左右。
5	SONAE DISTRIBUICAO	141.09	0.66%	葡萄牙客户，是葡萄牙大型超市，曾经收购了当地的家乐福，旗下有多个品牌。
6	Comptree INC.	112.73	0.53%	美国客户，成立于 2000 年，总部设在美国洛杉矶，是全球领先的电子商务网站集团。该公司在全球多个国家 and 地区设立了办事处和分公司，旗下拥有众多知名的电子商务平台，如 Meritline.com, Abcink.com, Cdrvdmedia.com, 其中 Meritline.com 在全美排名前 20。
7	Yusuf A. Alghanim & Sons W.L.L.	103.59	0.48%	科威特客户，是波斯湾最大的私营企业之一，业务遍及 40 多个国家，涉足 30 多个行业，如汽车、工程、广告和媒体、保险、办公自动化、零售业（建筑、家装、电子消费品）、交通运输、旅游等。
8	Answer Group	84.46	0.39%	俄罗斯客户，该公司成立于 2002 年，主要市场位于俄罗斯和乌克兰，主要供货给俄罗斯大型电子连锁超市。
9	Kromax Co., Ltd	78.65	0.37%	俄罗斯客户，该公司成立于 1995 年，是俄罗斯电视机挂架行业领先者，已经成为俄罗斯最大的专业支架贸易公司，主要专注于俄罗斯国内的电视机挂架和 A/V 系列产品。
10	Yodata Electronics(pty) Ltd.	69.25	0.32%	南非客户，主要经营家具、支架、办公家具、电脑周边产品等，是南非当地较有实力的零售商之一。
11	Prandini	64.4	0.30%	意大利客户，是专业的支架生产商，主要经营电视支架。
12	Multistar	64.36	0.30%	阿联酋客户，阿联酋消费电子产品进口商，拥有自己品牌 MULTISTAR。
13	Canada Computer	50.96	0.24%	加拿大客户，是拥有 25 家连锁店的零售商，主要经营电脑及电脑配件、电子周边产品、五金工具、办公用品等等。

序号	客户名称	2010 年销售收入 (万元)	占比	基本情况介绍
14	PATH Group Ltd.	50.58	0.24%	英国客户，该公司主要经营线缆、电视机配件、各类音频配件以及汽车配件。拥有自己的品牌 IXOS，并且致力于网络销售。
15	Corpsir Inc.	47.93	0.22%	美国客户，成立于 1925 年，涉及的产业比较广，主要有珠宝、银行、电信、电子等方面。
16	Alphason	46.7	0.22%	英国客户，成立于 1985 年，是专业的视听家具制造商，在中国拥有自己的视听家具工厂。
17	Plaza Utama	43.03	0.20%	印尼客户，系公司原有客户 High Definition Visualindo 的合伙人设立的公司。
18	PEARL	42.13	0.20%	德国客户，是德国的邮购公司，主要经营网上销售，代理将近百余种品牌。
19	Target Australia Pty Ltd.	41.93	0.20%	澳大利亚客户，该公司历史上属于美国大型综合超市集团 TARGET，但是他们在澳大利亚的经营权被澳大利亚最大零售集团 COLES 收购。COLES 集团是澳大利亚除政府以外雇员最多的单位。
20	WRT World Enterprises. Inc	38.51	0.18%	美国客户，位于美国佛罗里达，产品销往拉丁美洲各个零售商。
新增客户前 20 名销售收入小计		1,926.90	8.99%	
其他新增客户销售收入小计		917.69	4.55%	
新增客户销售收入合计		2,844.59	14.11%	

(3) 2010 年度，原有客户销售收入下降情况

序号	客户名称	收入下降 (万元)	2010 年收 入 (万元)	2009 年收 入 (万元)	下降 比例 (%)
1	SZSUAREZ intelligent furniture	731.66	-	731.66	-100.00
2	DISTRIBUIDORA DE COMPONENTES	98.57	42.92	141.49	-69.67
3	WHALEN FURNITURE MFG.,INC.	89.18	-	89.18	-100.00
4	Electronic Technologies Co.	88.02	-	88.02	-100.00
5	Warenvertrieb Kemmer	82.05	551.96	634.01	-12.94
6	High Definition Visualindo	64.32	-	64.32	-100.00
7	Leadership Comércio	56.17	7.82	63.99	-87.78
8	Source (HK) Limited	53.78	86.13	139.91	-38.44
9	Multimedia Systems(Solid Mounts)	53.12	86.06	139.18	-38.17
10	Badghiesh Electronics	51.78	60.51	112.29	-46.11
11	DAVECO LTC	51.59	257.83	309.42	-16.67
12	香港凯特企业有限公司	47.62	-	47.62	-100.00
13	Provideo	45.38	61.46	106.84	-42.47
14	PHOTO & INK LLC	44.23	-	44.23	-100.00
15	MARATHON PROFESSIONAL	41.18	-	41.18	-100.00
16	PMI Trading Inc.	40.25	11.58	51.83	-77.66
17	Skytronic B.V	40.15	7.53	47.68	-84.21
18	Ohmex Electronics Ltd.	36.80	113.94	150.74	-24.41
19	Unisia(HK) Company Ltd.	34.99	-	34.99	-100.00
20	Direct lighting	34.69	-	34.69	-100.00
收入下降前 20 名客户小计		1,785.53	1,287.74	3,073.27	-58.10
收入下降的其他客户小计		880.12	1,207.92	2,088.04	-42.15
存在收入下降情况的所有客户合计		2,665.65	2,495.66	5,161.31	-51.65

如上表所示，2010 年度，存在收入下降情况的客户其销售收入较 2009 年共减少 2,665.65 万元，前 20 客户的收入下降金额合计为 1,785.53 万元。其中：西班牙客户 SZSUAREZ intelligent furniture 的销售收入从 2009 年的 731.66 万元下降为 2010 年的零元，是因为该客户要求公司指定其为公司产品的西班牙独家代理商，公司未予同意，因此，2010 年公司与该客户终止合作关系。其他销售收入出现下降的客户主要系由于宏观经济因素及其自身经营原因导致的采购额发生波动。

（4）2010 年收入大幅增长的合理性分析

公司 2009 年和 2010 年实现主营业务收入分别为 12,835.58 万元和 20,990.98 万元，2010 年主营业务收入较 2009 年增长 8,155.40 万元，增长率达到 63.54%。公司 2010 年主营业务收入大幅增长的合理性分析如下：

① 内销收入实现跨越式增长

公司自 2009 年下半年起开始布局国内市场，在此之前，公司内销业务未成规模，且主要以投影仪支架、专业舞台音响设备支架等产品为主。2009 年下半年开始公司建立国内营销网络，通过家电卖场、网络交易平台及经销商代理加大国内市场的开拓力度，提高公司产品在国内的知名度，加大主导产品平板显示支架的国内销售力度。2010 年公司的内销收入达到 830.16 万元，与 2009 年 164.41 万元相比增长 404.93%，实现跨越式增长。

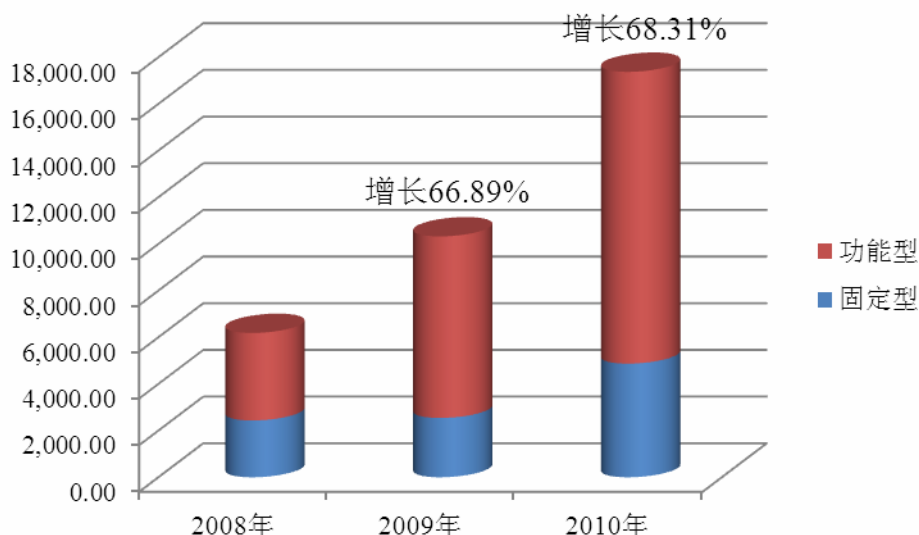
② 外销收入保持持续增长

如果扣除 2010 年公司内销收入 2009 年增长的 665.75 万元，公司 2010 年外销收入较 2009 增加 7,489.65 万元，增长率达到 58.35%，2010 年外销收入大幅增加的合理性分析如下：

A、报告期内主导产品平板显示支架实现持续快速增长

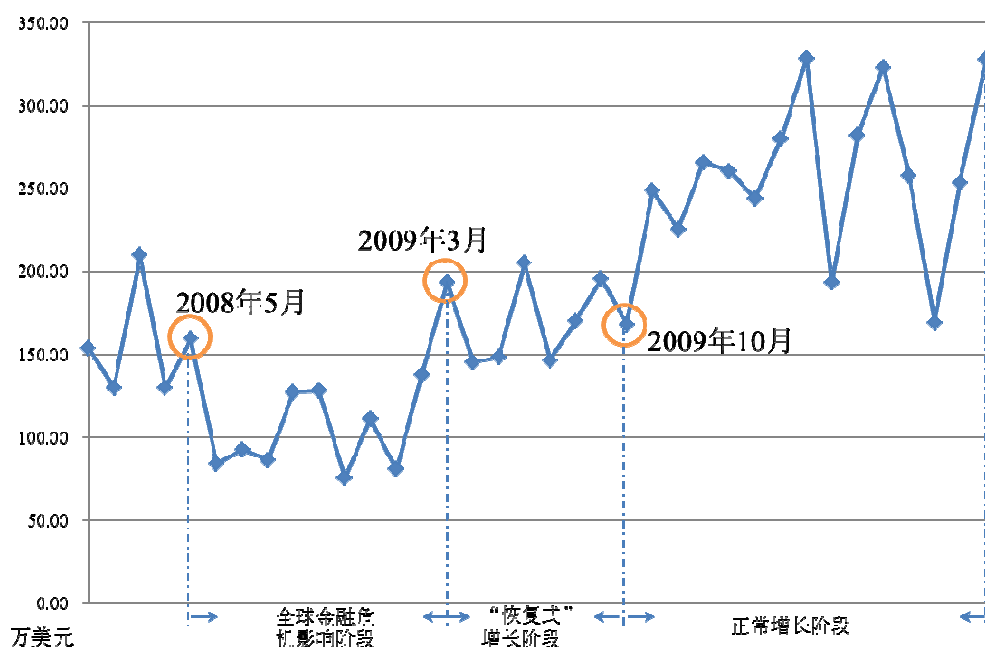
报告期内，公司持续增加对主导产品平板显示支架新产品的研发投入，并加大对国内外市场的开拓力度，实现了营业收入的快速增长。2008 年、2009 年及 2010 年公司平板显示支架实现的销售收入分别为 6,186.14 万元、10,323.90 万元和 17,376.54 万元，2009 年和 2010 年的增长率分别达到 66.89%和 68.31%，实现持续快速增长。

报告期内，公司主导产品平板显示支架的销售收入变动情况见下图：



B、公司 2009 以来积极主动开拓海外市场应对金融危机

自 2008 年全球金融危机爆发以来，全球经济包括欧洲、北美的经济状况受到了较大影响，本公司海外市场客户的订单额从 2008 年下半年以来出现下滑，并一直延续到 2009 年一季度；自 2009 年二季度，客户开始出现“补库存”式的下单，因此本公司的接单额亦相应出现恢复式增长；2009 年 10 月以来，全球经济逐渐摆脱金融危机的影响，本公司接收的订单数量及订单金额开始恢复到正常的增长水平。报告期内本公司逐月接单金额如下图所示：



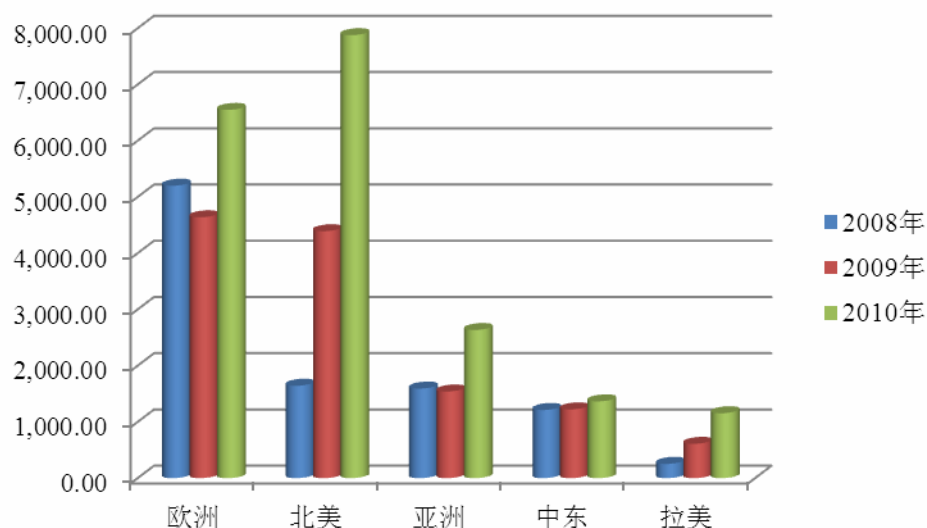
在 2008 年以前，公司开拓市场的方式比较单一，主要是通过参加展览会的形式接触客户。2008 年全球金融危机爆发以来，公司加大了开拓市场的力度，

不仅逐步增加在参加展览会方面的投入，参展的种类越来越丰富，参展次数越来越多，参展人员及展台规模也越来越大，更对海外市场展开了“拉练式”的客户拜访，每年均多次派遣专业人员携带公司产品主动拜访新老客户，实现了公司较高的客户新增率及较低的客户流失率。尽管因受金融危机影响，公司客户在 2009 年未能实现下单金额的大幅增长；但随着全球经济的逐渐回暖，公司海外市场开拓工作的成效主要在 2010 年得以体现。2010 年公司外销接单金额合计为 3,186.21 万美元，较 2009 年大幅增长了 1,121.91 万美元，增幅达到 54.35%。未来公司仍将保持参加展览会与主动拜访新老客户并重的方式开拓海外市场，以保持公司的快速发展。

C、报告期内公司海外市场布局更趋合理化、均衡化

公司秉承一贯的专业化、标准化风格持续参加 CES、IFA 等全球代表性的电子消费类展览会，积极开拓海外市场，实现了海外市场的均衡发展，海外市场布局更趋合理。公司外销收入构成已经从 2008 年的主要依靠欧洲市场发展到现在欧洲市场和北美市场并重，亚洲、中东、拉美等地区快速发展的局面。

报告期内，公司外销收入的地区构成情况及其变化如下图：



欧洲市场是公司进入最早的市场，是本公司重要的海外市场之一。该市场内的国家与地区的经济发展水平普遍较高，消费理念较成熟，对平板显示支架的需求较大。经过多年的市场开拓，欧洲市场的销售已进入了稳步增长期，成为公司收入的主要来源之一。

与欧洲市场相比，公司在北美市场的发展起步较晚，但成长很快，至 2010

年，北美市场已经发展成为本公司外销收入的另一个主要来源。公司自 2005 年进入北美市场以来，一直保持了较快的增长速度，客户数量从 2008 年的 37 家迅速增长为 2010 年 50 家，增长率达到 35.14%，客户数量的增加直接带动了公司在北美市场的销售收入的增长。2009 年，公司新增的北美大客户主要包括 CMS consumer products、ETEC USA Schoenfeld、SCADLOCK 等，上述客户在 2009 年和 2010 年的累计下单额为 1,001.72 万美元。截止 2010 年，经过约 5 年的市场培养期，公司与北美客户形成了相对稳定的客户供应链关系，业务规模增长迅速。

除欧洲及北美市场以外，随着亚洲、中东、拉美等新兴市场经济的快速发展，公司在上述地区的市场开拓也取得了较好的成果。2008 年、2009 年及 2010 年，公司在上述新兴市场取得的销售收入分别为 3,059.87 万元、3,375.07 万元和 5,154.99 万元，年均销售增长率达到 31.52%。

(5) 2010 年同行业出口公司的比较分析

根据 2011 年 6 月 30 日中国机电产品进出口商会出具的《证明》，2008~2010 年自营电视机挂架主要出口企业各年出口金额如下表所示：

单位：万美元

序号	公司名称	2008年出口额	2009年出口额	2010年出口额
1	本公司	934.70	1,536.10	2,470.00
2	宁波渠成进出口有限公司	1,720.80	1,732.90	2,406.30
3	宁波西尼液晶支架制造有限公司	1,445.20	1,699.80	1,867.10
4	宁波升隆紧固件有限公司	-	37.80	650.80
5	昆山鸿杰电子有限公司	-	167.50	401.80
合 计		4,100.70	5,174.10	7,796.00

由上表可知，行业内自营电视机挂架主要出口企业 2009 年和 2010 年总销售额分别为 5,174.10 万美元和 7,796.00 万美元，增长 50.67%。说明 2010 年度国内平板显示支架行业出口市场取得了快速增长。作为国内主要的平板显示支架制造商之一，公司 2010 年销售增长 66.96%，高于行业平均增长率。

(6) 海外市场客户稳定性分析

① 总体客户稳定性分析

报告期内，公司的外销业务发展平稳迅速，客户数量逐年增加，客户流失率低。2008 年、2009 年及 2010 年，公司的客户数量分别为 200 名、225 名和 256

名，订单数量分别为 610 单、764 单和 1,039 单，增长速度较快。其中，2009 年、2010 年客户新增率均达到 12%以上，主要包括公司在欧洲、北美等成熟市场新增的客户以及公司在亚洲、中东、拉美等新兴市场新开拓的客户；2009 年和 2010 年客户流失率则仅为 4.50%和 4.89%。公司在客户中的美誉度奠定了公司稳固的客户供应链关系，是公司外销业务快速发展的基础。

地 区	2010 年			2009 年			2008 年
	客户数量	新增	流失	客户数量	新增	流失	客户数量
欧洲	86	9	2	68	6	5	60
北美	50	5	2	47	7	1	37
亚洲	52	4	2	55	2	1	52
中东	23	2	3	27	4	1	24
拉美	19	5	1	12	4	1	12
其他	26	2	1	16	1	-	15
合计	256	27	11	225	24	9	200

注：由于部分只采购样品或少量产品的客户不具有持续性，因此上表中“新增”及“流失”的客户是指一年内订单金额超过 5 万美元的客户。

② 主要客户稳定性分析

发行人 2008 年前 50 名客户中，有 41 客户在 2009 年仍向发行人进行采购，有 9 名客户流失，具体情况如下表：

序号	2008 年前 50 名客户	2009 年采购	备注
1	ASC-TEC AG	√	
2	SZSUAREZ intelligent furniture	√	
3	A AND L International Holding Limited	×	香港客户，受 2008 年金融危机影响破产，因此在 2009 年和 2010 年不再是公司客户
4	BILTEMA SWEDEN AB	√	
5	Skytronic U.K	√	
6	Eros Electricals	√	
7	Multimedia Systems(Solid Mounts)	√	
8	Steinigke Showtechnic GMBH	√	

序号	2008 年前 50 名客户	2009 年采购	备注
9	Warenvertrieb Kemmer	√	
10	High Definition Visualindo	√	
11	TECHNO BLUE	√	
12	Evertex Computer Corp	√	
13	InQUIM International FZE	×	阿联酋客户，由于公司不能接受其付款条件及价格，因此不再向其供货
14	VIVANCO	×	英国客户，由于双方在价格方面无法达成一致，故不再合作
15	Sound Around Inc	√	
16	CASH	√	
17	Vivanco Gruppe AG	√	
18	Moon Radio	√	
19	Corporate Images	√	
20	Galaxy Automation Sdn.Bhd	√	
21	DS COMPONENTES S.L.	√	
22	PECULIAR TRADING LLC	√	
23	Musikhaus Thomann	√	
24	KENNEDY CENTER CORP.	√	
25	Chauvet AND Sons INC	√	
26	PHOTO & INK LLC	√	
27	SPL WHOLESALE PTY LTD	√	
28	TRION	×	斯洛文尼亚客户，由于双方在价格方面无法达成一致，故不再合作
29	Micro Alarm	√	
30	Ohmex Electronics Ltd.	√	
31	JS.Produkter	×	瑞典客户，由于其自身原因不再向公司采购
32	WHALEN FURNITURE MFG.,INC.	√	
33	MELECTRON SDN.BHD	√	
34	Skytronic B.V	√	
35	Leadship Comercio E	×	巴西客户，由于其自身原因未向公司采购

序号	2008 年前 50 名客户	2009 年采购	备注
	Importacao Ltd		
36	Bas van den Broek b.v.	×	荷兰客户，由于其自身原因未向公司采购
37	R.A.T. (Music Stands) Ltd	√	
38	Novalauson S.A	√	
39	MALLOUPPAS&PAPACOSTAS GROUP	√	
40	Source (HK) Limited	√	
41	TEST-RITE INTERNATIONAL CO.,LTD	×	法国客户，由于双方在价格方面无法达成一致，故不再合作
42	Hip Shing Fat Co.Ltd	√	
43	Blue Ocean General Trading L.L.C	√	
44	Daewoo International Corp. Shenzhen Office	×	加拿大客户，由于双方在价格方面无法达成一致，故不再合作
45	PROLIGHT CONCEPTS LTD	√	
46	F.C.T.SALES CORP	√	
47	Dana Trading Co	√	
48	Intermark Industries,INC.	√	
49	CEI	√	
50	Al Nahar Electronics Trading	√	

发行人 2009 年前 50 名客户中，有 46 客户在 2010 年仍向发行人进行采购，仅有 4 名客户流失，具体情况如下表：

序号	2009 年前 50 名客户	2010 年采购	备注
1	CMS Consumer Products, LLC	√	
2	ETEC USA SCHOENFELD	√	
3	SZSUAREZ intelligent furniture	×	西班牙客户，由于该公司要求成为本公司在西班牙的独家经销商，本公司未予同意，因此在 2010 年未再向本公司采购
4	Warenvertrieb Kemmer	√	
5	Birgma Asia	√	

序号	2009 年前 50 名客户	2010 年采购	备注
6	Evertex Computer Corp	√	
7	SCADLOCK	√	
8	Eros Electricals	√	
9	DAVECO LTC	√	
10	AVSL Group Ltd.	√	
11	Musikhaus Thomann	√	
12	ASC-TEC AG	√	
13	ENGEL AXIL, S.L.	√	
14	TIM INDUSTRY	√	
15	Transmedia	√	
16	TECHNO BLUE	√	
17	Sound Around Inc	√	
18	Ohmex Electronics Ltd.	√	
19	G&BL AVM ENGINEERING	√	
20	Representaciones Paq Group	√	
21	DISTRIBUIDORA DE COMPONENTES	√	
22	Source (HK) Limited	√	
23	VITECOM	√	
24	Multimedia Systems(Solid Mounts)	√	
25	Steinigke Showtechnic GMBH	√	
26	NetOnNet AB	√	
27	Badghiesh Electronics	√	
28	CIATTI	√	
29	Provideo	√	
30	Ace Hardware Indonesia	√	
31	MELECTRON SDN.BHD	√	
32	SPL WHOLESALE PTY LTD	√	
33	GBS ELECTRONICA	√	
34	WHALEN FURNITURE	×	美国客户，因其自身原因未向公司采购

序号	2009 年前 50 名客户	2010 年采购	备注
	MFG.,INC.		
35	DS COMPONENTES S.L.	√	
36	Electronic Technologies Co.	×	科威特客户，因其自身原因未向公司采购
37	Moon Radio	√	
38	KENNEDY CENTER CORP.	√	
39	Bernard BIGOT - Y.NOT	√	
40	High Definition Visualindo	×	印尼客户，因其合伙人分离，该客户 2010 年未向本公司采购，但其原合伙人之一新成立的公司仍为本公司客户
41	Leadership Comércio	√	
42	Peerless Mounts	√	
43	Abdul Aziz S.Al-Babtain	√	
44	RPOAUDIO	√	
45	Critical Mass	√	
46	Gentec International	√	
47	PINIC INTERNATIONAL CORPORATION	√	
48	Novalauson S.A	√	
49	El Corte Inglés S.A	√	
50	Corporate Images	√	

发行人 2010 年前 50 名客户在 2011 年上半年均继续向本公司进行采购，其中有 5 名客户的订单未在 2011 年 6 月 30 日前报关出口，故未形成收入。具体情况如下表：

序号	2010 年前 50 名客户	2011 年 1~6 月采购	备注
1	SCADLOCK		
2	CMS Consumer Products,LLC		
3	Schoenfeld InternationalInc.		
4	ASC-TECAG		

序号	2010 年前 50 名客户	2011 年 1~6 月 采购	备注
5	PlazacorpS.A.		
6	Birgma Asia		
7	Roland Kemmere.K.		
8	Everttek Computer Corp		
9	Peerless		
10	Representaciones Paq Group		
11	Thomann Musikhaus		
12	G&BL AVM ENGINEERING		
13	EROS ELECTRICALS		
14	Sound AroundInc		
15	ACTHY SEUROPE (KENMARKFrance)		
16	AVSL Group Ltd.		
17	INTERNATIONAL PRODUCT SOURCING GROUP		
18	CIATTI		
19	DAVECOLTC		
20	GBS Electronica		
21	ENGEL-AXIL, S.L.		
22	Mixson&Robison Trading Company		
23	Abdul Aziz S.Al-Babtain & SonsCo.		
24	GONGZHU TECH DEVELOPMENTS.A.		
25	Transmedia GmbH		
26	ACE Hardware Indonesia		
27	FEI TRADING CO.,LTD		
28	KENNEDY CENTER CORP.		巴拿马客户，于 2011 年 2 月下单，但因客户包装要求更改，未能在 6 月 30 日前出货
29	VIDEO TELEVISION COMPONENTE SYMATERIALESS.L.		

序号	2010 年前 50 名客户	2011 年 1~6 月 采购	备注
30	Critical Mass		
31	PINIC INTERNATIONAL CORPORATION		菲律宾客户，于 2011 年 6 月下单，预计将于 8 月出货
32	Steinigke Showtechnic GMBH		
33	MELECTRON SDN.BHD		
34	DS COMPONENTES S.L.		西班牙客户，于 2011 年 5 月下单，已于 7 月份出货
35	Intermark Industries,INC.		
36	TECHNO BLUE		
37	NetOnNet AB		
38	DSI Systems,Inc.		美国客户，于 2011 年 6 月下单，已于 7 月份出货
39	SONAE DISTRIBUICAO		
40	Corporate Images Inc		
41	Blue Ocean General Trading L.L.C		
42	Ohmex Electronics Ltd.		
43	Comptree INC.		
44	S.M.G.SRL		
45	YusufA. Alghanim & Sons W.L.L.		
46	Million Trading Limited		阿尔吉利亚客户，于 2011 年 1 月下单，已于 7 月份出货
47	PLAZA LAMA		
48	PSI		
49	CASH		
50	Source (HK) Limited		

(7) 保荐机构和审计机构对发行人外销业务的审计和核查情况

针对报告期内，发行人的销售收入主要来自于外销，客户集中度较低，分布较广泛的实际情况，保荐机构和审计机构对发行人外销业务履行了相关的审计和核查程序：

项 目	审计/核查程序
申报会计师履行的外销业务审计程序	按照中国注册会计师审计准则的相关规定，对公司外销收入履行了以下审计程序： 1、实施了风险评估程序 在对申报期各年度财务报表审计时，对公司外销业务流程及相关控制制度进行了解，并对申报期与外销业务相关的内部控制执行情况进行了控制测试，对外销业务从接受订单、定价、审核、批准、货物报关出运、记录、款项结算等流程抽取样本进行了详细测试。根据测试结果，公司与外销业务相关的控制制度设计合理，并得到有效执行，外销业务中各环节工作人员相互监督、复核，任何部门或个人均无法独自完成所有的销售业务流程，公司外销业务相关的控制制度能够控制销售业务中的风险，能够防止并及时纠正外销业务中的错弊行为。 2、实施的实质性程序 A、年度之间数据比较，进行分析性复核 1)将申报期主营业务收入进行比较，分析产品销售的结构和价格波动是否异常，并分析异常变动原因； 2)计算申报期重要产品的销售毛利率，各期间进行比较，检查是否异常，各期之间是否存在重大波动，查明原因。 B、查阅海关资料，已查阅公司 2008 年 7 月 1 日至 2011 年 6 月 30 日在宁波海关及税务部门联网的“电子口岸报关系统”的报关出口数据，并与公司各期外售收入进行总额及明细项目核对（2008 年 1 月 1 日自 2008 年 6 月 30 日“电子口岸报关系统”因系统升级无公开资料）一致。 C、取得了宁波市海关部门出具的公司 2008 年度、2009 年、2010 年度、2011 年 1-6 月外销收入统计数据，与公司账面外销收入核对一致。 D、将申报期的主要外销销售收入与外销合同（即形式发票）、海关报关单、出口收汇核销单、海运货运提单等出口销售单据进行核对，并核对报关单所列装船日期、报关内容、海外客户的一致性。 E、分别对 2010 年末、2011 年 6 月末应收外汇账款函证并对回函进行复核，对未回函单位实施替代审计程序，并检查应收外汇账款期后收款情况。 F、销售的截止测试 1)对资产负债表日前后 10 天且金额大于 1 万美元的发货单据进行检查，将应收外汇账款和收入明细账进行核对；同时，从应收外汇账款和收入明细账中抽取在资产负债表日前后 10 天且金额大于 1 万美元业务，与发货单据等进行核对，以确定销售是否存在跨期现象； 2)检查资产负债表日后所有的销售退回记录，公司不存在销售退回及提前确认收入情况； 3)结合对资产负债表日应收外汇账款的函证程序，检查有无未取得对方确认的大额销售。
	1、与公司管理层及外销部门访谈了解公司外销业务流程。 2、取得公司外销收入明细表，并与海关电子报关系统进行核对 核查宁波乐歌 2008 年 7 月 1 日至 2011 年 6 月 30 日在宁波海关及税务部门联网的“电子口岸报关系统”的报关出口数据，并与公司各期外销收入进行总额及明细项目核对（2008 年 1 月 1 日至 2008 年 6 月 30 日“电子口岸报关系统”因系统升级无公开资料），核对一致。 3、通过核对海关报关单、出口退税等海关和税务原始凭证核查外销收入真实、准确、完整性 将报告期的主要外销销售收入与外销合同（即形式发票）、海关报关单、出口收汇核销单、海运货运提单等出口销售单据进行核对，并核对报关单所列装船日期、报关内容、海外客户的一致性。重点逐笔核查发行人 2010 年前五

保荐机构 履行的 外销业务 核查程序	名客户的上述原始凭证。 4、通过核对公司银行外汇收款单据核查外销收入的真实、准确、完整性 核查报告期内公司主要外销收款帐户对账单，并与外销收入明细账、外币帐户日记账核对，同时对每笔外汇收入水单和发行人外销收入明细表进行对比，核查汇款客户的名称及金额，核对一致。 5、对主要客户进行核查以核查外销收入的真实、准确、完整性 (1) 对中国信保进行访谈并核查中国信保对发行人主要客户出具的资信报告 中国出口信用保险公司（以下简称“中国信保”，公司网址：http://www.sinosure.com.cn）成立于 2001 年 12 月，由国家出资设立，注册资本 40 亿元。中国信保是支持中国对外经济贸易发展与合作的国有政策性保险公司，是我国惟一承办政策性出口信用保险业务的金融机构，其主要业务包括出口信用保险、信用风险咨询以及评级等。中国信保具有强大的全球追帐网络，健全的全球客户资信调查体系，服务于全国各类型出口企业。 自 2009 年 2 月开始，发行人与中国信保宁波分公司签订了《短期出口信用保险综合保单》，对发行人主要客户进行了出口信用保险。中国信保作为保险服务提供方，独立或自行委托第三方机构（海外的权威渠道）对发行人客户进行了核查，并提供资信调查报告。本保荐机构取得了由中国信保出具的报告期内发行人前 30 名客户（涵盖报告期收入 70%左右）的企业资信调查报告，对发行人主要客户的基本情况、业务开展及信用情况进行核查，发行人客户均真实存续且信用状况良好。 (2) 与发行人来访的主要客户进行访谈 报告期内，发行人与其客户保持经常性的相互拜访。本保荐机构在尽职调查阶段对发行人来访的主要客户 SCADLOCK LLC、Birgma、CIATTI、ASC-TEC 等客户进行了现场访谈，在客户与发行人关系、业务合作及产品销售等方面进行了调查。客户与发行人业务合作良好，对公司满意度较高。 (3) 向发行人 2010 年的主要客户进行问卷调查 针对发行人报告期内销售收入大幅增长的情况，本保荐机构通过电子邮件及电话联系的方式向发行人 2010 年前 30 名客户发放了问卷调查表，对其采购量、库存流转情况进行了问卷调查。调查结果显示，客户向发行人所采购的产品流转情况良好，不存在期末由于滞销而大幅积压的情况。 6、其他辅助核查程序 (1) 核查客户网站 根据公司提供的客户明细资料，针对公司客户地域分布广、客户数量多的特点，本保荐机构着重查阅了客户网站以了解其公司性质、规模及公司产品图片展示等信息，和发行人提供的客户明细资料核对一致。 (2) 查阅发行人与客户的邮件往来等信息 发行人拥有企业自己的 IT 信息部，通过信息化战略的实施，提升公司的科学管理水平。为了支持公司外销业务的开拓与发展，发行人建立了自己的服务器，用于对销售部门与客户之间邮件往来进行统一化的管理。 本保荐机构查阅了发行人邮件服务系统，并取得了 2010 年大幅增长的客户向发行人订购产品的往来邮件，包括 SCADLOCK、Plazacorp S.A、ASC-TEC AG、Peerless、Representaciones Paq Group 等客户。同时，2008 年~2010 年，发行人外销部与客户之间的业务往来邮件容量达 584GB，且邮件数量呈现出逐年增长的趋势。2008 年、2009 年及 2010 年，发行人外销部与客户之间的业务
---------------------------------------	--

往来邮件分别为 54,434 封、76,838 封和 92,930 封，月均分别为 4,949 封、6,403 封和 7,744 封，日均分别为 165 封、213 封和 258 封，与发行人业务规模增长情况相符。

经核查，保荐机构认为：公司报告期内外销收入真实、完整，2010 年销售收入大幅增长与公司业务发展的实际情况相符。

发行人会计师核查后，认为：公司收入的确认原则符合《企业会计准则第 14 号-收入》的规定，公司申报期间外销收入真实、完整。

（二）公司利润的主要来源

报告期内，公司利润主要来源于营业利润，具体情况如下：

单位：万元

项 目	2011 年 1~6 月	2010 年度	2009 年度	2008 年度
主营业务收入	10,957.96	20,990.98	12,835.58	10,438.43
减：主营业务成本	6,760.87	12,877.90	7,745.83	6,656.76
主营业务毛利	4,197.09	8,113.08	5,089.74	3,781.67
公允价值变动损益	-53.08	20.60	-27.95	-406.23
投资收益	42.28	61.39	88.21	79.94
营业外收支净额	108.12	294.76	88.84	67.98
利润总额	2,302.05	3,886.06	2,648.41	1,537.16
净利润	1,960.83	2,928.76	2,427.52	1,521.71

公司利润主要来自于主营业务所产生的毛利，包括平板显示支架、其他视听设备支架及其他产品销售所产生的毛利。2008 年、2009 年、2010 年及 2011 年 1~6 月，公司主营业务所产生的毛利分别为 3,781.67 万元、5,089.74 万元、8,113.08 万元和 4,197.09 万元，增长迅速。公司主营业务毛利的构成情况如下表：

单位：万元

产品类别	2011 年 1~6 月	2010 年	2009 年	2008 年
平板显示支架	3,683.62	7,088.95	4,261.31	2,388.56
其中：功能型	2,906.65	5,182.88	3,212.40	1,478.47
固定型	776.97	1,906.07	1,048.92	910.09
其他视听设备支架	212.38	326.24	355.94	322.69
其他产品	301.10	697.89	472.49	1,070.42
总 计	4,197.09	8,113.08	5,089.74	3,781.67

除主营业务产生的利润外，其他损益项目对公司经营业绩的影响均较小。

（三）报告期经营成果变动分析

报告期内，公司经营成果变动情况如下表：

项 目	2011 年 1~6 月	2010 年度		2009 年度		2008 年度
	金额 (万元)	金额 (万元)	同比增长 (%)	金额 (万元)	同比增长 (%)	金额 (万元)
一、营业收入	11,560.80	21,430.87	66.96	12,835.58	22.96	10,438.43
减：营业成本	7,360.24	13,296.08	71.65	7,745.83	16.36	6,656.76
营业税金及附加	93.99	40.23	78.85	22.49	8.10	20.81
销售费用	696.25	1,362.63	58.11	861.83	63.36	527.57
管理费用	1,145.45	3,139.62	85.23	1,694.96	22.26	1,386.35
财务费用	47.38	52.26	-	-32.22	-	48.97
资产减值损失	12.78	30.75	-29.08	43.36	1632.19	2.50
公允价值变动损益	-53.08	20.60	-	-27.95	-	-406.23
投资收益	42.28	61.39	-30.41	88.21	10.34	79.94
二、营业利润	2,193.93	3,591.29	40.31	2,559.58	74.22	1,469.18
加：营业外收入	132.18	449.27	161.17	172.02	33.30	129.05
减：营业外支出	24.07	154.51	85.74	83.19	36.21	61.07
三、利润总额	2,302.05	3,886.06	46.73	2,648.41	72.29	1,537.16
减：所得税费用	341.21	957.30	333.37	220.90	1,328.95	15.46
四、净利润	1,960.83	2,928.76	20.65	2,427.52	59.53	1,521.71

1、期间费用

报告期内，公司期间费用明细及其占营业收入的比重情况如下：

年 度	2011 年 1~6 月		2010 年		2009 年		2008 年	
	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)
销售费用	696.25	6.02	1,362.63	6.36	861.83	6.71	527.57	5.05
管理费用	1,145.45	9.91	3,139.62	14.65	1,694.96	13.21	1,386.35	13.28
财务费用	47.38	0.41	52.26	0.24	-32.22	-0.25	48.97	0.47
合 计	1,889.08	16.34	4,554.51	21.25	2,524.57	19.67	1,962.89	18.80

2008 年、2009 年、2010 年及 2011 年 1~6 月，公司期间费用分别为 1,962.89

万元、2,524.57 万元、4,554.51 万元和 1,889.08 万元，虽然占营业收入的比重基本保持稳定，但增长较快，主要是由于报告期内公司的管理费用和销售费用增幅较大所致。

（1）销售费用

公司的销售费用主要包括销售人员的薪资及奖金、产品运输过程中所产生的运输费用以及参加展览会所发生的展览费等。随着公司营业收入的不断增长以及销售人员薪资的提升，公司销售费用也在逐年增加，2008年、2009年、2010年及2011年1~6月，公司销售费用分别为527.57万元、861.83万元、1,362.63万元和696.25万元。

公司报告期内销售费用明细如下表所示：

单位：万元

项 目	2011 年 1~6 月	2010 年度	2009 年度	2008 年度
职工薪酬	184.51	338.27	166.71	116.67
展览费	114.44	318.07	217.03	151.25
运输费用	164.58	263.75	141.98	109.47
差旅费	49.98	117.94	89.06	60.91
广告费	36.22	84.41	56.50	42.53
其他	146.52	240.20	190.56	46.74
合 计	696.25	1,362.63	861.83	527.57

报告期内公司销售费用的快速增加主要有以下原因：① 随着公司生产经营规模的扩大，公司的销售人员也得到充实，因此员工薪酬有所增加；尤其是自2010年以来，为快速拓展国内市场，公司组建并扩充了内销团队，内销人员增加较多。② 随着公司销售规模的扩大，样品邮寄、运输过程中所产生的运输费用也逐年增加。③ 除上述两项原因外，展览费的快速增加也是导致销售费用逐年增长的主要因素。参加国际及国内各种电子消费展览会是公司展示产品、接触客户以及搜集市场信息的主要方式，也是公司销售收入快速增长的重要支撑。报告期内，公司逐步增加在参加展览会方面的投入，参展的种类越来越丰富，参展次数越来越多，参展人员及展台规模也越来越大，导致参展费用逐年增长。2008年至2010年公司参加的主要展览会的费用支出情况如下表：

展会名称	2010 年度		2009 年度		2008 年度	
	展台面积 (平米)	参展费用 (万元)	展台面积 (平米)	参展费用 (万元)	展台面积 (平米)	参展费用 (万元)
1、美国 CES	216	129.52	72	36.92	9	25.22
2、德国 IFA	79	50.68	42	29.84	46	18.14
3、香港春季电子展	54	33.03	36	25.67	27	15.76
4、香港秋季电子展	36	26.06	36	26.29	18	22.51
5、广交会秋季	36	20.95	36	19.26	36	14.2
6、广交会春季	36	20.46	36	18.08	18	8.95
7、巴西电子展	18	12.90	-	-	-	-
合 计	-	293.60	-	156.06	-	104.78

(2) 管理费用

公司报告期内管理费用明细如下表所示：

单位：万元

项 目	2011 年 1~6 月	2010 年度	2009 年度	2008 年度
研究开发费	324.96	944.10	528.99	669.73
职工薪酬	410.23	873.95	435.86	369.22
股份支付	-	479.42	256.99	-
折旧费	90.08	159.90	105.76	88.59
办公费用	150.35	302.00	230.91	82.51
业务招待费	46.99	122.09	52.59	80.75
其他	122.83	258.17	83.85	95.57
合 计	1,145.45	3139.63	1694.95	1386.37

2010 年公司管理费用较 2009 年增长了 85.23%，主要原因有：① 公司持续加大对产品设计研发的投入，2010 年公司研究开发费为 944.10 万元，较 2009 年增长了 78.47%；② 随着公司生产经营规模的扩大，公司管理人员增加较多，因此管理人员薪酬亦相应增加，2010 年公司新增管理人员 82 名；③ 2009 年和 2010 年因管理层受让股权和增资形成股份支付分别增加管理费用 256.99 万元和 479.42 万元；④ 2010 年公司开始在国内外开拓 OBM 业务，并在全球范围内 80 多个国家地区注册了自主品牌，发生了商标注册费用 52.36 万元；⑤ 随着公司对产品设计研发投入力度的增大，2010 年公司新产品的推出数量较 2009 年有所

增加，新产品的 UL 认证及 GS 认证费用也相应增加。

2008 年、2009 年和 2010 年，公司研究开发费占当年管理费用的比例分别为 48.31%、36.86%和 35.49%。2010 年公司研究开发的项目及其相应的研发费用如下表：

序号	项目名称	研发费用（万元）
1	无线数据同步系统	45.89
2	无线家庭 DOCKING 系统	66.43
3	全自动二维平板电视系统架	96.76
4	智能适应电动遥控电视悬挂系统	251.26
5	组合式任意调节桌面显示器架	148.54
6	A1 合金超薄自由停 LED 电视 AT 悬挂系统	137.91
7	多功能商用移动架	144.98
8	载荷可调节四自由度任意停医用架	31.92
9	多关节任意停 PC 电脑架	20.41
	合 计	944.10

（3）财务费用

公司财务费用主要包括利息支出及利息收入等，具体构成情况如下：

单位：万元

项 目	2011 年 1~6 月	2010 年度	2009 年度	2008 年度
利息支出	-	2.22	40.78	121.28
减：利息收入	14.60	52.98	116.89	118.30
汇兑损益	40.22	61.80	-1.53	10.74
手续费	21.75	41.22	45.43	35.25
合 计	47.38	52.26	-32.22	48.97

与 2008 年相比，2009 年公司利息支出大幅下降，系该年公司银行借款较少，且大部分借款的借款期限均在 1 年以内。2010 年人民币对美元快速升值，导致公司发生 61.80 万元的汇兑损失。

2、公允价值变动损益与投资收益

报告期内，公司的公允价值变动损益及投资收益主要来源于远期结汇及无本金交割远期（NDF）交易的公允价值变动及交割损益。2008 年、2009 年及 2010 年，公允价值变动损益与投资收益合计分别为-326.29 万元、60.25 万元和 82.00

万元，具体构成情况见下表：

项 目	2011 年 1~6 月	2010 年度	2009 年度	2008 年度
远期结汇	-1.32	134.86	-14.04	-326.29
NDF 交易	-9.48	-69.47	36.74	-
其他投资收益	-	16.61	37.56	-
合 计	-10.80	82.00	60.25	-326.29

其中，2008 年下半年，美元对人民币升值趋势明显，为减少损失，公司决定对已下单成交尚未交割的部分远期结汇交易提前交割，提前交割损失为 364.97 万元。公司提前交割的远期结汇合约情况如下表：

序号	下单日	提前交割金额 (万美元)	约定交割 期限	约定汇率	提前交割 成交汇率	提前交割损失 (万元)
1	2007-12-31	71	2008-09-26~2008-12-29	679.51	684.77	3.73
2	2008-01-09	200	2008-10-13~2009-01-12	675.16	695.49	40.66
3	2008-02-26	200	2008-11-28~2009-02-27	663.27	697.39	68.24
4	2008-04-18	100	2009-01-22~2009-04-22	642.08	699.97	57.89
5	2008-04-21	100	2009-01-23~2009-04-23	644.70	699.99	55.29
6	2008-05-08	100	2008-12-12~2009-03-12	668.58	698.37	29.79
7	2008-05-08	100	2009-02-12~2009-05-12	664.91	700.2	35.29
8	2008-06-06	100	2009-03-11~2009-06-11	662.96	700.43	37.47
9	2008-07-03	100	2009-04-07~2009-07-07	664.64	701.25	36.61
合 计		-	-	-	-	364.97

3、营业外收入

报告期内，公司营业外收入主要为政府奖励、补助款。

单位：万元

项 目	2011 年 1~6 月	2010 年	2009 年	2008 年
政府补助	120.11	448.89	164.00	129.05
其他	12.07	0.38	8.02	—
合 计	132.18	449.27	172.02	129.05

4、营业外支出

报告期内，公司营业外支出明细见下表：

单位：万元

项 目	2011 年 1~6 月	2010 年	2009 年	2008 年
非流动资产处置损失合计	-	22.59	44.09	-
其中：固定资产处置损失	-	22.59	44.09	-
各项地方基金	23.24	7.06	17.42	10.31
捐赠支出	-	124.00	20.00	49.00
其他	0.83	0.86	1.68	1.76
合 计	24.07	154.51	83.19	61.07

5、所得税费用

2009 年，公司所得税费用为 220.90 万元，较 2008 年大幅增长了 205.44 万元，主要是由于公司于 2008 年收到国产设备投资抵免企业所得税 104.45 万元导致 2008 年所得税费用仅为 15.46 万元。

2010 年，公司所得税费用为 957.30 万元，与 2008 年相比增长了 736.40 万元，除公司应纳税所得额大幅增长的原因外，其他原因还包括：① 公司全资子公司丽晶数码于 2010 年转为内资企业并补缴了 2008 年度和 2009 年度企业所得税 293.06 万元。② 本公司所得税税率由 2009 年的 12.50% 提高至 2010 年的 15%。

(四) 原材料敏感性分析

报告期内，公司主要原材料外购冲压件、钢板、铝锭等的价格出现了一定幅度的波动，对公司的经营业绩造成了一定的影响。

以 2010 年度公司的经营状况为基础进行测算：2010 年，公司实现销售收入 21,430.87 万元，营业成本 13,296.08 万元，各主要原材料外购冲压件、钢板和铝锭的成本占营业成本的比重分别为 16.19%、11.95% 和 6.73%。假设公司生产成本其他部分保持不变，若上述原材料价格上涨 10%，则对本公司生产成本及利润的影响幅度如下表所示：

成本项目	生产成本变动率 (%)	利润总额变动率 (%)	净利润变动率 (%)
外购冲压件	1.62	5.54	6.25
钢板	1.20	4.09	4.61
铝锭	0.67	2.30	2.60

（五）毛利率分析

1、公司产品结构毛利率分析

报告期内，公司各主要产品毛利率变化情况如下表：

项 目	2011 年 1~6 月	2010 年度	2009 年度	2008 年度
平板显示支架	42.37%	40.80%	41.28%	38.61%
其中：功能型支架	43.71%	41.44%	41.29%	39.41%
固定型支架	37.98%	39.13%	41.25%	37.39%
其他视听设备支架	23.35%	25.11%	31.21%	28.84%
综合毛利率	38.30%	38.65%	39.65%	36.23%

从公司营业收入的产品结构来看，公司的主要产品平板显示支架的附加值较大，毛利率较高，2008 年、2009 年、2010 年及 2011 年 1~6 月，平板显示支架的毛利率分别为 38.61%、41.28%、40.80%和 42.37%，基本维持稳定。而其他视听设备支架的毛利率则较低，2008 年、2009 年、2010 年及 2011 年 1~6 月分别为 28.84%、31.21%、25.11%和 23.35%。

公司产品的盈利能力较强，毛利率一直维持在较高水平，且基本稳定。2008 年、2009 年、2010 年及 2011 年 1~6 月，公司的综合毛利率分别为 36.23%、39.65%、38.65%和 38.30%。

2、公司地区结构毛利率分析

报告期内，公司外销及内销业务毛利率情况如下表所示：

项 目	2011 年 1~6 月	2010 年度	2009 年度	2008 年度
外销	37.91%	38.28%	39.94%	36.70%
内销	44.98%	47.65%	17.78%	14.86%
综合毛利率	38.30%	38.65%	39.65%	36.23%

从公司营业收入的地区构成来看，外销毛利率在报告期内基本保持稳定，2008 年、2009 年、2010 年及 2011 年 1~6 月，外销毛利率分别为 36.70%、39.94%、38.28%和 37.91%，基本维持在 35%~40%的区间内。

内销的毛利率在报告期内则增幅明显较大，主要原因包括：① 在 2009 年下半年公司正式成立内销部以前，公司的内销业务主要以三角架、舞台音响设备支架等为主，这部分产品工艺较简单、附加值小，毛利率较低；自 2009 年下半年

以来，尤其是在 2010 年，公司内销收入大幅增加，且主要来源于公司的主要产品平板显示支架的销售业务，因此毛利率增幅较大；② 与国外市场相比，公司在国内市场主要以自有品牌进行销售，附加值较高，因此 2010 年内销业务毛利率相比于外销业务更高，达到 47.65%。由于内销业务占公司整体营业收入的比重仍较低，因此对公司综合毛利率的影响较小。

3、同行业上市公司比较分析

目前我国尚无本行业上市公司，国外三家主要知名企业也不是上市公司。在我国目前已经上市公司中，苏州胜利精密制造科技股份有限公司（以下简称“胜利精密”）的主营业务为平板电视结构模组的制造和销售。主要产品包括平板电视配套使用的精密金属结构件、精密塑胶结构件、Base（电视机底座），其中精密金属结构件中包含部分平板电视挂架产品，与公司业务最为接近。因此选取作为可比上市公司。

产品销售毛利率比较如下表：

公司名称	2010 年	2009 年	2008 年
胜利精密 ¹	23.28%	32.05%	34.34%
胜利精密 ²	29.09%	30.91%	37.21%
本公司	38.65%	39.65%	36.23%

注：由于胜利精密产品中包含平板显示支架，但包含在“金属结构件”产品类别中统一披露，为增加可比性，同时选取胜利精密¹（综合毛利率）和胜利精密²（金属结构件毛利率）进行比较。

由上表可知，与可比上市公司胜利精密相比，除2008年公司毛利率低于胜利精密金属结构件毛利外，2009年和2010年本公司的产品毛利率均高于胜利精密毛利率水平，相对稳定且处于较高水平。

相比胜利精密，公司报告期毛利率持续较高且相对稳定的原因分析如下：

（1）完整的价值链是公司保持较高毛利率水平的基础

① 与胜利精密不同，公司平板显示支架产品作为消费电子类产品直接面向最终消费者，而不是中间生产厂商。因此公司产品相比胜利精密生产的平板电视配件产品个性化要求更高，胜利精密的产品则标准化程度更高。公司的产品差异性体现在市场分析、外形创意设计、结构设计、人体工程学设计、模具开发、产

品生产整个价值链中。因此公司产品附加值相对更大，毛利率更高。

② 胜利精密主要客户为处于生产环节的平板电视生产厂商如飞利浦、TCL、海信以及代工商冠捷等。主要产品为平板电视配套使用的精密金属结构件、精密塑胶结构件、Base（电视机底座）。包含在金属结构件中的公司同类产品平板电视挂架均作为平板电视配件，因此其价值链属于生产环节价值链的一环。同时由于近年来平板电视竞争较为激烈，且下游客户均为大型电视机厂商，其相对议价能力一般，因此其毛利率呈现下降趋势。

本公司的主要客户为处于流通环节的国外知名品牌商和渠道商，主要产品平板电视挂架通过他们作为直接消费品销售给终端用户。因此公司占据全部生产价值链环节，公司毛利率相对较高。

（2）持续的产品创新是公司保持较高毛利率水平的保证

较强的自主研发和创新能力，使公司具备一定的定价和价值创造能力。截止2010年12月31日，公司拥有专利153项，UL及GS海外市场产品认证数量分别达到216个和43个。专利及海外市场产品认证使得公司进入国外主流市场，使得公司相比其他小型出口企业具备更强的议价和定价能力。同时，公司通过科学的定价体系和成本优化方法，协调生产、研发、销售部门共同参与成本优化和市场定价环节中。公司还通过产品持续创新，定期向市场和客户推出外形、功能更新的产品，用新产品替代原有产品，克服由于原材料等价格上涨带来的原有产品成本上涨和产品盈利下降的压力，降低客户对于价格调整的敏感性，保持公司稳定的盈利能力。

4、公司报告期内毛利率持续较高的合理性分析

2008年、2009年、2010年及2011年1-6月，公司的综合毛利率分别为36.23%、39.65%、38.65%和38.30%，公司报告期毛利率持续较高的原因如下：

（1）公司的平板显示支架产品具有较完整的价值链，在市场分析、外形创意设计、结构设计、人体工程学设计、模具开发、产品生产以及产品组装方面，均体现了公司的技术研发实力与生产制造能力，公司产品附加值相对较大，毛利率较高。

（2）公司的平板显示支架产品属于消费类电子周边配套产品，相比其对应的消费类电子主件产品价格较低，例如平板显示支架或 iPad 皮套的单位价格一般

为平板电视或 iPad 价格的 10%-20%之间，但却可以大幅提升主件产品的使用功效。因此消费者一般对周边配套产品的价格敏感性低。同时，由于周边配套产品相比对应的消费类电子产品而言，其功能主要是辅助和附加功能，其产品特点主要体现在外形设计和辅助功能上，其成本较低，例如 iPad 皮套的成本价可能只有几十元，终端零售价格却在几百元，产品毛利空间大。

(3) 公司的外销业务以ODM为主，公司具备了较强的自主研发和创新能力。报告期内公司保持每年近100个新产品的推出频率，截止2011年6月30日，公司拥有专利174项，UL及GS海外市场产品认证数量分别达到222个和47个。公司产品的销售主要通过参加国内外大型展销会以及与大客户直接接洽的模式进行，减少了中间流通环节。公司产品较强的功能性、新颖性、易用性和耐用性以及直销的销售模式决定公司拥有较高的定价及议价能力，保证了产品的高毛利。

(4) 公司主要采用订单式的销售模式和多品种、小批量的生产模式。2008年、2009年和2010年，公司获得的订单总数分别为610笔、764笔和1,039笔，平均单笔订单金额分别为24,370.30美元、27,019.59美元和30,666.10美元；报告期内，公司平均每年生产的产品型号近1,200个。公司的这种生产销售模式客观上要求公司产品相比其他标准化、规模化生产的产品有更高的毛利回报。

(5) 报告期内公司研发投入较大，2008年、2009年及2010年，研发费用分别为669.73万元、528.99万元和809.86万元，占当期销售收入的比重分别为6.42%、4.12%、和4.41%，占比较大。此外，公司产品属于消费品的特性，也导致公司销售费用水平较高。2008年、2009年及2010年，公司销售费用分别为527.57万元、861.83万元和1362.63万元。虽然公司毛利率水平较高，但公司期间费用也相对较大。

(6) 公司研发能力较强，产品竞争力较高，产品的市场需求较大。但公司现有产品产能有限。为在有限的产能条件下，尽量提升经营业绩，公司主要开发生产毛利较高的高端功能性支架产品，这也是造成公司产品毛利率持续较高的原因之一。

(7) 公司营销队伍对平板显示支架价值链有深刻的认知，公司坚持以市场导向为主的定价模式，建立了科学有效的报价信息管理系统，确保较高的毛利率水平。

综上，报告期内公司毛利率持续较高具有合理性。

（六）非经常性损益分析

报告期内，公司的非经常性损益情况如下表：

单位：万元

明细项目	2011年1~6月	2010年度	2009年度	2008年度
非流动资产处置损益	10.94	-22.29	-44.09	-
计入当期损益的政府补助	120.11	448.89	164.00	129.05
计入当期损益的对非金融企业收取的资金占用费	-	-	75.00	103.35
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	-	-7.70	-	-
金融资产损益	-10.80	81.89	60.25	-326.29
其他营业外收支净额	-22.93	-131.74	-31.08	-61.07
减：丽晶数码缴纳企业所得税	-	293.06	-	-
非经常性损益合计	97.32	76.00	224.09	-154.96
减：企业所得税影响数	41.06	53.80	34.40	40.09
归属少数股东的部分	-	0.29	14.82	-4.00
归属于公司普通股股东的非经常性损益	56.26	21.90	174.87	-191.05
归属于母公司所有者的净利润	1,960.83	2,928.78	2,229.29	1,443.52
非经常性损益占净利润的比重（%）	2.87	0.75	7.84	-13.23

其中，2010年公司非经常性损益中包含“丽晶数码缴纳企业所得税”293.06万元，系丽晶数码于2010年转为内资企业时所缴纳的2008年度企业所得税96.14万元和2009年度企业所得税196.92万元。

报告期内，公司非经常性损益及少数股东损益占利润总额的比重较低，对本公司盈利能力稳定性的影响较小。

（七）出口退税分析

1、报告期内出口退税基本情况分析

国家的出口退税政策的变动会直接影响公司的主营业务成本，进而影响公司的毛利水平与净利润。报告期内公司出口产品享受增值税出口退税相关政策，主

要产品所适用的出口退税税率主要为17%。2008年、2009年、2010年及2011年1~6月，公司出口退税影响金额分别为823.63万元、1,199.74万元、2,050.90万元和886.52万元，占当期营业毛利的比重分别为21.78%、23.57%、25.21%和21.10%，如下表所示：

项目	2011年1~6月	2010年	2009年	2008年
出口退税影响金额（万元）	886.52	2,050.90	1,199.74	823.63
营业毛利（万元）	4,200.57	8,134.79	5,089.74	3,781.67
退税金额占毛利的比例（%）	21.10	25.21	23.57	21.78

2、出口退税税率调整的影响分析

报告期内，国家出口退税政策经过多次调整，公司主要产品平板显示支架所适用的退税税率从2008年12月以前的13%上调至现在的17%。如果未来国家调低公司所适用的出口退税税率，则将会对公司的经营业绩造成一定的负面影响。以公司在报告期内的经营状况及出口退税政策为基础，假设退税税率降低2%，则对公司经营业绩的影响如下：

时间	营业成本增加额 （万元）	毛利减少额 （万元）	净利润减少额 （万元）	净利润变化幅度 （%）
2010年	403.22	403.22	342.74	11.70
2009年	253.42	253.42	221.74	9.13
2008年	204.24	204.24	178.7	11.74

上表的分析是建立在其他影响因素不变的情况下做出的。未来国家出口退税政策可能发生的调整变化对公司经营业绩的影响较为有限，具体分析如下：

首先，出口退税是对出口商品已征收的国内税收部分或全部退还给出口商的一种措施。出口退税制度作为避免进口国与出口国对商品实行双重征税的财政机制和国际惯例被世界许多国家和地区所广泛运用。出口退税政策作为我国一项基本政策从1985年开始实行，对增强我国出口产品的国际竞争力，推动外贸体制改革和出口增长发挥了重要作用。现阶段，在全球经济增速整体放缓的形势下，一方面需要通过拉动内需来促进经济的发展，另一方面保持出口贸易的持续稳定发展也是维护国家经济长期安全运行的需要，因此出口退税政策在短期内不会发生根本性变化。

其次，随着我国经济发展和整体经济实力增强，出口退税政策已经作为宏观

调控政策，在国家产业布局调整方面发挥重要作用。从1985年开始，国家先后在1994年、1999年和2010年三次调整出口退税政策，并先后12次调整不同商品的出口退税率，旨在抑制低端产品出口，加快淘汰落后产能，加快产业结构调整、推进节能减排。

就公司产品而言，平板显示支架属于新兴产品，市场应用领域广，符合社会发展信息化、数字化的大趋势，是国家产业政策鼓励发展的产业，出口退税率较高。报告期内公司产品所适用的出口退税率无下调现象，中短期内不存在出口退税率大幅下调的风险。

第三，公司已经与境外客户建立了稳定良好的合作关系，并不断的推出新设计、新产品保持公司在市场地位和议价能力。随着公司募投项目中研发中心项目和模具中心项目的顺利实施，公司的产品设计、研发能力进一步提高，综合竞争实力得以全面提升，可以抵销未来可能的出口退税率调整对公司的不利影响。同时，公司在为产品定价时已经充分考虑出口退税政策的影响，未来如果公司产品所适用的出口退税率下调，公司将通过与客户协商调整对外报价，以减少退税率调整带来的不利影响。

3、与其他外销业务为主公司的比较分析

出口退税额直接影响公司的毛利及净利润水平。2008年、2009年和2010年，公司出口退税影响金额分别为895.71万元、1,199.74万元和2,050.90万元，占当期营业毛利的比重分别为21.78%、23.57%和25.21%，所占比重较高，这是由公司外销比例较高的业务特点所决定的，与其他出口型企业相类似。

选取近期已上市或将上市的以出口业务为主的公司进行对比分析如下：

名称	出口退税金额	营业毛利	占比	外销比例	出口退税率
浙江永强	17,669.40	50,849.27	34.75%	98.19	15%、16%
雅本化学	1,271.90	5,013.70	25.37%	80.40	9%、13%
明家科技	699.17	4,277.00	16.35%	75.98	13%、15%
胜利精密	9,610.71	29,227.78	32.88%	62.10	13%、17%
宝馨科技	1,376.37	6,215.67	22.14%	50.77	14%、17%
本公司	1,199.74	5,089.74	23.57%	98.72	17%

注 1：以上各个公司的全称及主营业务分别为：

名称	全称	主营业务
浙江永强	浙江永强集团股份有限公司	户外休闲家具及用品
雅本化学	苏州雅本化学股份有限公司	农药中间体，医药中间体等
明家科技	广东明家科技股份有限公司	电涌保护相关产品
胜利精密	苏州胜利精密制造科技股份有限公司	结构模组、电视机底座等产品
宝馨科技	苏州宝馨科技实业股份有限公司	钣金结构件制造

注 2：由于出口退税金额相关信息需要从各公司招股说明书中获取，而以上各公司招股说明书的披露时间各不相同。出于相关信息的可比性考虑，上表中，各可比公司的出口退税相关信息均以 2009 年数据为基准进行比较。

与其他以外销为主要业务的公司相比，本公司的外销业务比重较高，2009 年的外销比例达到 98.72%，出口退税金额占比则为 23.57%，低于外销业务比重相近的浙江永强及雅本化学，说明本公司的出口退税金额占营业毛利的比重处于合理水平，公司对出口退税不存在重大依赖。

4、公司2010年应收出口退税发生额比2009年增长119.96%，同期出口收入增长59.11%，出口退税金额增长与外销收入增长不同步的原因。

单位：万元

项目	2010年	2009年
出口退税发生额（A）	3,013.12	1,369.87
增值税缴纳额（B）	753.89	148.25
固定资产购置进项税额（C）	208.33	21.88
年度存货变动影响进项税额（D）	216.36	55.93
剔除B、C、D因素变动后的出口退税影响金额（E）（E=A-B-C-D）	1,834.54	1,143.81
外销销售金额	20,160.81	12,671.16
出口退税影响金额占外销收入比	9.10%	9.03%
出口退税影响金额增长比率	60.39%	—
报告期内外销收入增长比率	59.11%	—

具体原因如下：

（1）出口报关操作方式改变导致的出口退税增加

2009 年下半年开始，公司为积极响应和支持宁波市人民政府关于促进经济结构转型，实施制造企业二三产分离的要求，对出口报关方式进行了调整。即：

原来由公司直接报关出口并实行免抵退的方式,调整为由公司将产品出售给全资子公司宁波乐歌进出口有限公司(以下简称乐歌进出口),由公司先缴纳增值税,再经乐歌进出口报关出口和申报退税。上述出口操作方式的调整,导致公司 2010 年增值税缴纳较 2009 年大幅增加,从而导致出口退税增加(具体影响金额详见上表 B 栏)。

(2) 固定资产购置导致出口退税增加

2010 年初公司开始筹建模具中心,为此购置机器设备,造成购置固定资产增值税进项税额增加 186.45 万元。依据 2009 年修订后的《中华人民共和国增值税暂行条例》允许纳税人抵扣购进固定资产的进项税额,从而导致出口退税增加(具体影响金额详见上表 C 栏)。

(3) 年度存货变动导致出口退税增加

2010 年度,公司原材料及半成品配件等的采购金额有较大增加,且 2010 年末公司存货包括原材料、在产品、产成品等均较 2009 年末有较大增加。与采购原材料及半成品配件相关的增值税进项税额的增加导致公司 2010 年出口退税发生额增加(具体影响金额详见上表 D 栏)。

综上:扣除出口报关操作方式改变、固定资产大幅增加及年度存货余额变动所导致的出口退税增加额后,公司 2010 年度出口退税影响金额相较 2009 年度增长 60.39%,和公司同期外销销售收入 59.11%的增长比例基本一致。2009 年度及 2010 年度出口退税影响金额占外销收入比例分别为 9.03%和 9.10%,亦基本一致。

三、重大资本性支出分析

(一) 报告期公司重大资本性支出情况

为适应公司的快速成长,扩充生产能力,增强公司研发能力,2008年、2009年、2010年及2011年1~6月,公司重大资本性支出金额分别为616.85万元、1,271.18万元、5,117.54万元和2,543.23万元,主要为新建厂房、购置机器设备以及投资设立子公司等方面的固定资产及长期股权投资支出。公司资本性支出主要针对原有业务升级改造和研发投入,提升了公司的研发能力和产品的生产能力,不存在跨行业投资情形。

(二) 未来可预见的重大资本性支出计划

截止本招股说明书签署之日，除募集资金项目外，公司无其他未来可预见的重大资本性支出。本次募集资金项目对公司主营业务和经营成果的影响，请详见本招股说明书“第十三节 三、募集资金投资项目具体情况”。

四、重大担保、诉讼、其他或有事项和重大期后事项

截止本招股说明书签署日，本公司无需要披露的重大担保、诉讼、或有事项及其他重大期后事项等。

五、财务状况和盈利能力的未来趋势分析

（一）出口退税政策的影响

公司拥有自营进出口权。报告期内公司出口产品享受增值税出口退税相关政策，公司出口产品主要执行17%的出口退税率。2008年、2009年、2010年及2011年1~6月，公司出口退税影响金额分别为823.63万元、1,199.74万元、2,050.90万元和886.52万元，占当期营业毛利的比重分别为21.78%、23.57%、25.21%和21.10%。

国家的出口退税政策会直接影响公司的主营业务成本，进而影响公司的毛利水平与净利润。虽然在报告期内与公司主要产品相关的出口退税政策的调整均为提高出口退税率，但如果未来国家调低公司主要产品的出口退税率，将会对公司的经营业绩造成一定的负面影响。

（二）汇率波动的影响

公司产品以外销为主，且销售货款主要以美元结算。2008年、2009年、2010年及2011年1~6月，公司外销销售收入占主营业务收入的比重分别为97.83%、98.72%、96.05%和94.41%。人民币汇率波动对公司的经营情况及盈利状况会产生一定的影响，主要表现在：① 产品出口的外汇收入在结汇时由于汇率的波动而产生汇兑损益；② 人民币的持续升值使得我国产品的市场竞争力减弱，不利于销售收入的扩大；③ 人民币升值，但公司产品的出口价格却不能相应及时的做出调整，影响公司的毛利率。

尽管报告期内公司已经采取远期结汇的方式在一定程度上规避汇率风险，但

仍不能完全规避汇率的持续波动对公司经营情况及盈利状况产生的影响。在未来的生产经营过程中，除合理使用远期结汇工具规避汇率波动风险外，公司将通过产品研发创新设计、提高产品品质来提升产品的市场竞争力，增强公司的议价定价能力，从而抵销汇率波动对公司造成的不利影响。

（三）行业政策环境及行业发展趋势的影响

国家发展和改革委员会办公厅在《国家发展改革委办公厅关于2010年继续组织实施彩电产业战略转型产业化专项的通知》（发改办高技[2010]1065号）中指出，要以促进彩电产业结构调整为目标，完善上游配套产业链，促进平板显示产业的发展。另外，《财政部、商务部关于印发〈家电下乡推广工作方案〉的通知》（财建〔2008〕680号）及《财政部关于印发〈家电下乡补贴资金管理办法〉的通知》（财建〔2008〕709号）中，将彩电纳入家电下乡推广范围，对实施家电下乡地区农民购买财政补贴家电下乡产品，国家财政比照出口退税率，直接补贴农民消费者。此项政策将在14个省市执行4年，按彩电按销售价格的13%给予补贴。上述政策的实施极大的带动了彩电行业的发展，其中平板显示的销售量有了爆发式增长，也带动了平板显示支架行业的增长。

目前，平板显示设备已经开始影响着人们生活、工作的方方面面，广泛应用于交通运输业、金融及证券行业、医疗行业、商业及邮电系统等，因此平板显示设备支架的应用领域也空前广泛。随着消费者对显示设备支架的逐步了解，显示设备支架的消费市场将持续扩大。

（四）本次募投项目实施的影响

本次募集资金投资项目建成投产后，将有效解决公司生产能力不足给公司发展带来的不利影响，有利于公司进一步拓展国际新兴市场及国内市场。模具中心项目建成投产后，将形成200套/月的模具生产能力，有助于公司提升产品品质，推动产品开发，缩短产品开发周期。研发中心项目的实施将有效增强公司的研发能力及新产品的设计能力，保证公司不断的以新产品引领支架市场，进一步增强公司核心竞争能力，为实现公司长远发展目标提供技术保障。此外，公司成功发行上市后，将大大提高公司的知名度和影响力，有效促进公司业务开展，有利于公司提高盈利能力和盈利水平。

第十二节 业务发展目标

一、公司当年和未来两年的发展规划

（一）整体发展规划

公司以当前平板电视行业快速发展为契机，以持续的技术创新和设备研发为支撑，不断追踪平板显示行业及其他相关行业最新的流行趋势，洞察消费者和客户的需求变化，开发满足市场需求的产品。

以平板电视支架为核心产品，不断优化产品结构，扩大PC显示支架、商用信息显示支架等商务显示支架产品的市场份额，在医疗、工业等专业显示支架领域实现突破，同时积极向视听机柜、媒体展示架等关联产品拓展。

立足海外市场ODM/OEM模式，继续开拓海外市场，稳步提升欧洲和北美地区主要海外销售市场市场份额，大力拓展以巴西、俄罗斯、印度等为代表的拉美地区、亚洲地区新兴市场。在巩固和提升海外市场份额的基础上，在未来几年国内平板电视价格预计将大幅下降以及国家“十二五”规划居民收入倍增计划以及深入推进新农村建设的实施使得国内城乡居民可支配收入预期大幅增加，国内尤其是农村市场平板电视将进入加速普及阶段的背景下，利用行业先发优势，立足于多年海外市场积累的成功市场经验和制造优势，大力拓展国内市场，实现国内外市场同步发展，将公司发展成为国内外领先的专业平板显示支架制造商。

（二）具体发展计划

1、产品拓展

（1）平板电视支架

顺应平板电视轻薄、时尚以及智能化、媒体化和交互化的发展趋势，更多使用铝材质代替传统钢材质，将人体工程学原理融入设计理念，兼顾产品的健康舒适性和用户友好性。

在海外成熟市场，针对 2008 年金融危机及 2010 年欧债危机导致欧美市场消费者总体消费能力有所降低的情况，从结构设计和工业设计出发，在保持原有功

能性的基础上，适当降低产品成本，同时增加产品时尚性；在南美、非洲等新兴市场以及中国国内市场，针对消费者消费升级尚未完成以及消费习惯尚未成型的特点，对公司原有外销产品进行适当改型，在保证基本功能的基础上，降低成本。

（2）PC 显示支架

将现有平板电视支架产品设计与市场开发的经验向 PC 显示支架产品平移，将 PC 显示支架系列化，增加产品品种和系列。同时紧紧抓住以 iPad 为主流的平板电脑推广带来的新兴 PC 市场机遇，利用公司市场反应敏锐，研发、设计能力强的优势，快速反应，领先于其他客户及时推出产品并占领市场。

（3）商用信息显示支架

目前公司 PSF204/206 型号多媒体移动推车已经实现销售，公司将以多媒体信息显示移动推车为突破口，加快相关产品的研发和推出。

（4）专业显示支架

以医疗专业监控显示支架为突破口，加强与西门子、IBM、飞利浦等医疗器械公司的信息与技术交流，加快产品研发，尽快推出产品并进行相关认证工作，并筹备参加海外医疗器械展会，尽快将成熟产品推向市场。

2、品牌提升

公司品牌与产品品牌互相补充互相促进，共同发展。以公司品牌“乐歌制造”推动产品品牌“乐歌”的快速发展，以产品品牌“乐歌”进一步促进和巩固公司品牌“乐歌制造”所体现出来的质量与服务的保障。

3、渠道推进

（1）国外市场

继续强化欧美市场，通过丰富产品线、优化产品结构等方式维护 ODM/OEM 老客户，同时不断开发新客户，大力开拓新兴市场，尤其是包括巴西、阿根廷、智利、委内瑞拉及哥伦比亚在内的拉美市场。

通过与海外代理进行合作的方式加大自主品牌产品的海外销售业务，同时以美国子公司沃美特为业务平台，在美国率先开展海外 B2C 业务尝试，并在经验丰富及市场机会成熟之时，将其 B2C 业务的成功经验复制到其他国家和地区。

（2）国内市场

坚持“乐歌”自主品牌开拓国内市场，坚持多渠道、多方式推进战略，稳步

推进苏宁等大卖场渠道，逐步建立全国经销商网络，大力发展电子商务渠道。

在大型电视厂商配套支架市场拓展方面，一方面公司加强与国内外各大电视厂商进行沟通，另一方面，公司将以本次募投项目实施为契机，通过认真的市场调研分析，遴选出适销对路的几款产品进行专线量产工作，为下一步支架配套供应工作进行准备。

（3）电子商务及平台发展计划

在巩固和提升传统销售渠道的基础上，积极发展自营和非自营电子商务，使之成为公司传统销售渠道的有效补充。在具体电子商务平台方面，大力拓展自营电子商务，稳步发展非自营电子商务。积极推进乐歌淘宝旗舰店、千家商户、聚才家居三家淘宝店铺的建设，以乐歌旗舰店为突破口，增加产品品种，提升品牌形象，增加用户流量，提升公司品牌和销量。

4、技术进步

公司以研发中心、设备研发部及模具中心为平台，配备先进的模具制造设备和检测设备、数控加工中心、激光数控切割机等高精密加工设备，持续保证研发经费的投入，优化设计、改善工艺、加强非标生产装备的研发，提升生产效率，降低生产成本。同时，进一步充实公司研发力量，为研发中心、设备研发部等部门引进人才，并建立健全完善合理的薪酬考核制度，形成一支知识结构合理、研发能力强、人员相对稳定的研发团队。

二、实施上述计划所依据的假设条件及可能面临的困难

（一）实施上述计划所依据的假设条件

实现上述计划，主要取决于公司自身的努力，同时也与资金到位情况和外部经济环境紧密相关。公司拟定上述计划主要依据以下假设条件：

1、本次发行能够顺利完成，募集资金能够及时到位，公司计划的募集资金投资项目能够如期完成并投产；

2、公司所处行业持续稳定发展，原材料供应及产品销售市场不会发生重大不利变化；

3、国家宏观经济发展稳定，与公司及公司所处行业相关的法律、法规、政策及标准不会发生重大变化；

- 4、全球经济预期不会发生严重萧条，国际贸易政策无重大不利变化；
- 5、不存在对公司经营和发展产生重大不利影响的其他不可预见因素。

（二）实施上述计划可能面临的主要困难

1、生产能力不足

鉴于国内外市场对于平板显示支架快速增长的旺盛需求，公司生产能力的不足严重限制了公司销售规模的迅速扩大。目前，公司生产设备已经超负荷运转，实际产能远超设计产能。因此，如果公司不能顺利完成本次公开发行股票筹集资金，则公司募投项目中的扩产计划就会受到影响，从而影响上述发展计划的实施。

2、市场竞争日趋激烈

随着公司的日益发展，公司受到的来自竞争者的压力也越来越大。在未来的发展过程中，公司将以持续的技术创新和设备研发为支撑，不断追踪家电行业及其他相关行业最新的流行趋势，开发满足市场需求的产品，保持公司在平板显示支架行业中的优势地位。

三、实施上述规划所采用的途径

本次发行上市将为公司实现上述业务发展目标提供资金支持。本次发行后，公司将按计划认真组织募投项目的实施，使项目尽快达到投产状态，通过生产能力的增强和研发能力的提升，提高公司的核心竞争力。

公司上市后将严格遵照相关要求规范运作、完善法人治理结构、强化决策的科学性和透明度，促进管理体制的升级和创新。未来，公司将继续提升技术创新及设备研发能力、积极开拓产品销售市场、加速新产品开发、提升公司知名度及品牌影响力，确保公司业务发展目标的最终实现。

四、公司业务发展规划与现有业务的关系

上述业务发展规划，系公司根据主要产品的市场需求的发展趋势，立足于现有的业务发展水平和发展战略制定的，其是否能实现依赖于现有业务的做精、做深与做专，现有业务的良好运营是公司发展目标得以实现的基础。

公司的业务发展规划紧紧围绕现有业务，使公司的研发能力、生产能力、管理水平获得整体提升，销售体系与营销渠道得到进一步完善，将进一步提升公司的核心竞争力，提高公司的盈利能力。

第十三节 募集资金运用

一、募集资金运用的基本情况

(一) 募集资金总量及拟投资项目

根据公司2011年1月16日召开的2011年第一次临时股东大会，公司本次拟向社会公开发行2,000万股A股，募集资金数额将根据询价情况确定的发行价格确定。

本次股票发行募集资金将依照轻重缓急分别用于以下几个项目，项目总投资额为18,217.22万元，具体情况如下：

单位：万元

序号	项目名称	投资金额	其中		项目核准情况	项目实施主体
			建设投资	流动资金		
1	平板显示支架生产线扩建项目	13,224.83	11,101.83	2,123.00	甬发改审批(2011)20号	丽晶数码
2	模具中心建设项目	3,497.81	3,497.81	—		
3	研发中心建设项目	1,494.41	1,494.41	—	甬发改审批(2011)18号	宁波乐歌
	合 计	18,217.22	16,094.22	2,123.00		

(二) 实际募集资金超出募投项目需求或不足时的安排

若公司本次股票发行募集资金无法满足拟投资项目的建设需求，不足部分公司将通过自筹资金解决。本次募集资金到位前，公司根据市场情况通过自筹资金对上述拟投资项目进行先期投入，待募集资金到位后，使用募集资金对先期投入进行置换。

二、募集资金投资项目的背景分析

公司本次募集资金投资项目为平板显示支架生产线扩建项目、模具中心建设项目和研发中心建设项目，项目实施后，公司模具制造水平和能力以及研发实力得到进一步提升，同时公司平板显示支架产能将新增500万套。本次募集资金投资项目新增产能的背景和必要性分析如下：

（一）平板显示支架行业发展前景广阔

随着社会发展信息化、数字化以及集成化进程的不断加速，在显示平板化的大趋势下，全球平板显示设备行业呈现出快速成长的态势。近年来，平板显示设备已全面应用于平板电视、PC 显示设备、商用信息显示设备以及其他专业领域如工业、医疗等方面，市场发展前景广阔。下游行业的快速发展为本行业提供了巨大的发展空间。

关于平板显示支架行业市场容量和发展前景的详细情况请参见本招股书“第六节 业务与技术”之“一、（二）行业基本情况”的相关内容。

（二）公司现有产能不足已经严重制约公司的快速发展

报告期内公司销售规模和销售收入实现快速增长。2008年、2009年和2010年实现营业收入分别为10,438.43万元、12,835.58万元和21,430.87万元，年均增长率达到44.96%；平板显示支架销售数量分别达到80.41万套、139.31万套和246.21万套。随着公司销售业务的快速发展，公司原有生产能力不足已经成为制约公司发展的瓶颈。报告期内为满足公司内外销订单增长需求，公司通过自行研制及外购机器设备、增加生产工人数量、增加工作班次、紧密安排生产车间布局等方式来扩大产能，但仍然很难满足市场的需求。2010年以来，公司启动日夜双班制，实际产能达到300万套，生产车间一直处于满负荷生产状态。报告期内，公司生产的平板显示支架的产能、产量及销量情况如下：

产品类别	项 目	2011 年 1~6 月	2010 年度	2009 年度	2008 年度
平板显示支架	设计产能（万套）	150	150	150	100
	实际产能（万套）	300	300	150	100
	产量（万套）	143.12	263.22	142.39	80.95
	销量（万套）	127.43	246.21	139.31	80.41
	产销率（%）	89.04	93.54	97.84	99.33
	产能利用率（%）	190.83	175.48	94.93	80.95

2009 年公司启动滨海新厂区的一期建设工程，并计划在 2011 年下半年将公司现有平板显示支架生产线全部搬迁至新厂区，并进行升级改造。滨海新厂区一期工程建成投产后，公司将达到 300 万套产能，基本满足公司目前订单需求。

公司现有平板显示支架生产线全部搬迁至新厂区后，原厂房将作为视听机柜、媒体展示架生产车间使用。

为进一步加快公司发展，满足国内外市场日益增加的各类平板显示支架需求，公司拟利用本次募集资金投资建设“年产 500 万套平板显示支架及模具中心项目”以及“研发中心项目”。

三、募集资金投资项目基本情况

（一）平板显示支架生产线扩建项目

1、项目核准情况

本项目业经宁波市发展和改革委员会文件《关于宁波丽晶数码科技有限公司增资建设年产500万套平板显示支架及模具中心项目核准的批复》（甬发改审批（2011）20号）核准。

2、项目投资概算

本项目投资总额为13,224.83万元，其中建设投资11,101.83万元，流动资金2,123万元。具体构成如下：

序号	工程名称	投资额（万元）	占总投资（%）
1	建筑工程费用	2,785.28	21.06
2	设备购置费用	6,553.00	49.55
3	安装工程费用	570.63	4.31
4	其他费用	1,192.92	9.02
5	流动资金	2,123.00	16.05
	合 计	13,224.83	100.00

3、生产规模和产品方案

本项目生产规模为新增年产500万套平板显示支架，具体产品方案如下：

序号	产品品种	具体产品	产能规模
1	平板电视支架	固定架、功能架等	500 万套
2	商用信息显示支架	壁挂支架、吊顶支架等	
3	PC 显示支架	桌面电脑显示支架、平板电脑支架等	
4	专业显示支架	医疗显示支架、工业显示支架等	
5	其他视听设备支架	DVD 支架、投影仪支架、机顶盒支架等	

公司将根据市场需求情况，调整不同产品的生产规模。

4、项目新增产能的消化情况分析

(1) 新增产能海外市场消化情况分析

报告期内，公司平板显示支架尤其是平板电视支架的海外销货量增长迅速。2008年、2009年及2010年，公司各类平板显示支架的海外市场销售数量分别为80.17万套、138.58万套和229.31万套，海外市场年均增长率达到75%。

欧洲和北美地区是公司主要海外销售市场。作为海外成熟市场代表，上述区域内未来销售增长速度将趋于平稳。由于上述区域平板显示支架的需求量基数较大，其市场需求的增长绝对数量仍较大。从客户分析，欧美成熟市场客户稳定性较高，每年需求平稳增长。随着公司与Peerless、TESCO（乐购）、Carrefour（家乐福）等大型优质客户的合作逐步深入，公司在欧美地区的销售将迎来新的增长空间。

近年来，拉美地区、亚洲地区等新兴市场需求增长迅速。2008年、2009年及2010年，公司对拉美地区的平板显示支架销售量为2.45万套、6.49万套和15.61万套，年均增长率高达152%。虽然目前上述区域对平板显示支架的需求量基数不大，但增长极为迅速，将会成为公司未来业务增长的重点区域。

根据以上分析，未来三年，公司海外市场销售规模将保持40%以上的增长幅度。预计2011年、2012年及2013年公司海外市场平板显示支架销售数量将分别达到321.03万套、449.45万套和629.23万套，海外市场是公司消化新增产能的最根本保障。

(2) 新增产能国内市场消化情况分析

2009年下半年开始，公司在国内市场实施战略布局，全面开展品牌战略和品牌营销，目前已经完成品牌定位、渠道推进工作，进入品牌提升阶段。公司2010年实现内销销售收入830.16万元。随着公司内销业务的全面展开，未来几年公司内销业务有望实现快速增长。

目前我国正经历平板电视的第三次大规模普及高峰，预计城市和农村分别用8年和10年即可完成平板电视普及率从10%到95%的进程。随着平板电视技术的成熟及液晶面板价格的下降以及国家“十二五”规划提出的居民收入倍增计划及深入推进新农村建设，我国居民尤其是广大农民可支配收入预期将大幅增加，

国内尤其是农村市场平板电视的普及进度和家庭拥有量将进一步加快，城市市场功能型平板显示支架市场需求逐步形成并加速发展，农村市场配套性简易固定支架也会形成巨大的市场需求。

2011 年~2014 年国内平板电视支架需求预测

项 目	2011 年	2012 年	2013 年	2014 年
平板电视需求量（万台） 注 1	4,000	4,500	5,100	5,900
平板电视支架消费比例（%）	40%	40%	40%	40%
平板电视支架需求量（万套） 注 2	1,600	1,800	2,040	2,360
其中：固定型支架需求量（万套）	800	900	1,020	1,180
功能型支架需求量（万套）	800	900	1,020	1,180

注 1：数据来源 DisplaySearch，2010 年《全球电视出货调查研究报告》。

注 2：固定型支架和功能型支架消费比例按 1:1 测算。

根据上表，国内未来三年平板电视支架需求量分别达到1,600万套、1,800万套和2,040万套，如果公司2013年的国内市场占有率达到10%~15%，2013年公司在国内市场将可实现204万套~306万套的销售规模，国内市场是公司消化新增产能的有力保障。

5、生产工艺及技术水平情况

（1）生产工艺与技术水平

本项目所使用的生产工艺及生产技术与现有平板显示支架生产线完全相同，详见本招股说明书“第六节 业务与技术”中的相关内容。

（2）主要设备选择

本项目所拟投资的设备主要包括压铸车间、金工车间、喷塑车间、装配车间及印刷车间所需的设备及其他辅助设备如电梯、照明系统、降温系统等。由于目前国产设备的质量已能完全满足公司的生产经营需要，且价格合理，因此公司主要从国内采购上述设备。

① 压铸车间的主要生产设备

序号	名称	型号	数量 (台/套)	序号	名称	型号	数量 (台/套)
1	压铸机	DCC160	16	7	水泵	50T	6
2	压铸机	DCC280	4	8	注塑机	530T	2

序号	名称	型号	数量 (台/套)	序号	名称	型号	数量 (台/套)
3	保温炉		20	9	注塑机	1000T	3
4	行车	3T	2	10	抛丸机	Q326	5
5	铝挤压线	1000T	2	11	台钻抛光		60
6	冷却塔	65T	2	12	其他辅助设备		

② 金工车间的主要生产设备

序号	名称	型号	数量 (台/套)	序号	名称	型号	数量 (台/套)
1	冲床	10T	4	11	双点冲床	315T	1
2	冲床	16T	4	12	剪板机		4
3	冲床	25T	4	13	折弯机		6
4	冲床	80T	4	14	激光切割机		1
5	冲床	125T	8	15	转塔冲床		2
6	冲床	160T	10	16	台钻抛光等		20
7	冲床	200T	4	17	砂光机		4
8	冲床	250T	4	18	氩弧焊		20
9	双点冲床	160T	1	19	其他辅助设备		
10	双点冲床	200T	1				

③ 喷涂车间的主要生产设备

序号	名称	型号	数量 (台/套)	序号	名称	型号	数量 (台/套)
1	连冲线	200T	14	4	磷化处理		1
2	喷涂线		5	5	其他辅助设备		
3	手工吹灰		10				

④ 装配车间的主要生产设备

序号	名称	型号	数量 (台/套)	序号	名称	型号	数量 (台/套)
1	流水线		30	3	自动装配线		4
2	热缩机		3	4	其他辅助设备		

⑤ 印刷车间的主要生产设备

序号	机器名称	规格型号	数量
1	海德堡印刷机（四色）		1
2	自动压痕机	1.45m	1
4	手动压痕机	1.8m	2
5	手动压痕机	1.5m	4
3	自动裱纸机		2
6	全自动覆膜机		2
7	出片机	1.18m	1
8	全自动烫金机		1
9	全自动局部上 UV 机		2
10	全自动光油机		1

6、主要原材料、辅料供应情况

本项目所需的原材料主要为铝锭、冷轧板、钢管等，辅料包括脱模剂、标准件，江苏、浙江一带均有生产，可就近从宁波及周边地区采购，方便易得。同时，公司在多年的发展过程中已与各原材料供应商建立了稳定的供货关系，因此原材料供应可以得到保证。

7、项目环评情况

本项目的设计严格执行国家现行废水、废气、粉尘等污染排放的规范和标准，按照环境保护行政主管部门的要求进行项目建设环境评价。宁波市鄞州区环境保护局于2010年12月27日出具了鄞环建（2010）0919号《关于宁波丽晶数码科技有限公司平板显示支架生产线扩建项目环境影响报表的批复》，同意本项目的实施。

8、项目选址

本项目具体选址于宁波鄞州滨海投资创业中心，南临启航南路，西临咸开路。该项目用地已取得甬鄞国用（2007）第01-00050号《国有土地使用权证》。

本项目为公司滨海新厂区的二期工程，一期工程（现有生产线的搬迁改造工程）的1#压铸车间、2#喷涂车间、3#金工车间、4#装配车间内已为本项目相应工序预留建设空间。本项目另在新厂区的预留土地上新建8#生产厂房，建筑面积为20,160平方米，共四层，其中底层一部分约3,092平方米为模具中心所用，底层其他部分及二至四层为本项目所用，包括印刷车间、装配车间、包装材料库、成品

仓库和车间办公室。

9、项目的组织方式

本项目的实施主体为公司全资子公司丽晶数码。本次募集资金到位后，由公司向丽晶数码进行增资投入本项目实施所需资金。

10、项目实施安排及进展情况

本项目建设期为12个月，项目建设资金将于项目启动之日起12个月内全部投入并建成使用；项目投后，第一年达产70%，第二年及以后达产100%。项目实施进度安排表如下：

序号	项目名称	T	+1	+2	+3	+4	+5	+6	+7	+8	+9	+10	+11
1	工程设计												
2	施工图审图、工程建设招标、审照												
3	设备采购												
4	土建工程施工												
5	设备安装工程施工												
6	投料试生产												

11、经济效益分析

根据公司以前年度销售收入、成本、费用等历史数据及本项目投产后的产能情况，预计本项目投产并达产后，年均实现销售收入35,569万元，年均利润总额3905万元，项目内部收益率31.17%，静态投资回收期4.27年，项目经济效益良好。

（二）模具中心建设项目

1、项目核准情况

本项目业经宁波市发展和改革委员会文件《关于宁波丽晶数码科技有限公司增资建设年产500万套平板显示支架及模具中心项目核准的批复》（甬发改审批（2011）20号）核准。

2、项目投资概算

本项目投资总额为3,497.81万元，具体构成情况如下表：

序号	工程名称	投资额（万元）	占总投资（%）
1	建筑工程	686.42	19.62
2	设备价值	2,135.46	61.05

序号	工程名称	投资额（万元）	占总投资（%）
3	安装工程	162.38	4.64
4	其他费用	513.55	14.69
	合 计	3,497.81	100.00

3、生产规模和产品方案

本项目是对公司原有模具中心的扩建，所生产的模具均为公司自用，不对外销售。公司原有模具中心的产能为100套/月，本项目建成达产后将新增100套/月的生产能力，最终形成200套/月的产能。

4、生产工艺及技术水平情况

本项目是对公司原有模具制造业务的扩展，具体工艺流程请参见本招股说明书“第六节 业务与技术”之“三、公司主营业务的具体情况”之“（二）主要产品工艺流程图”。

本项目的设备选择主要考虑以下因素：

（1）设备的主要规格尺寸需与零件的外廓尺寸相适应。即小零件选小的设备，大零件选大的设备，做到设备的合理使用。

（2）设备的精度需与工序要求的加工精度相适应。对于高精度的零件加工，在缺乏精密设备时，可通过设备改造“以粗制精”。

（3）设备的生产率需与加工零件的生产类型相适应。单件小批量生产选择通用设备，大批量生产选择高生产率的专用设备。

本项目所需的主要设备如下表：

序号	名称	型号	产地	数量（台）
1	五轴加工中心	DMU100P	进口	1
2	高速铣加工中心	HSC105	进口	3
3	400T 压力机	JL31	国内	2
4	三坐标测量机	ZBJD251510	国内	1
5	等离子真空渗氮炉	LFG200kW	国内	1
6	慢走丝线切割机床	AC Challenge V3	进口	1
7	慢走丝线切割机床	FI440CCS	进口	2

5、主要原材料、辅料供应情况

本项目所需的原材料主要为合金钢和钢坯等，公司在多年的发展过程中已与

各原材料供应商建立了稳定的供货关系，因此原材料供应可以得到保证。

6、项目环评情况

本项目的的设计严格执行国家现行废水、废气、粉尘等污染排放的规范和标准，按照环境保护行政主管部门的要求进行项目建设环境评价。宁波市鄞州区环境保护局已于2010年12月27日出具了鄞环建（2010）0918号《关于宁波丽晶数码科技有限公司模具中心建设项目环境影响报告表的批复》，同意本项目的实施。

7、项目选址

本项目选址位于宁波鄞州滨海投资创业中心，南临启航南路，西临咸开路。该项目用地已取得甬鄞国用（2007）第01-00050号《国有土地使用权证》，土地使用权面积约46,667平方米。

本项目具体实施地址在在新厂区的二期预留土地上（占地面积约6,800平方米）新建的8#四层生产厂房一层，使用面积3,092平方米。

8、项目组织方式

本项目的实施主体为公司全资子公司丽晶数码。本次募集资金到位后，由公司向丽晶数码进行增资投入本项目实施所需资金。

9、项目实施安排及进展情况

本项目建设期为15个月，项目建设资金将于项目启动之日起15个月内全部投入并建成使用。项目实施进度安排表如下：

序号	项目名称	T	+1	+2	+3	+4	+5	+6	+7	+8	+9	+10	+11	+12	+13	+14
1	工程设计															
2	施工图审图、工程建设招标、审照															
3	设备采购															
4	土建工程施工															
5	设备安装工程施工															
6	投料试生产															

10、经济效益分析

本项目不直接创造利润，因此不进行项目效益分析。本项目实施后，公司模具制造能力得到加强，有利于提升公司产品品质、加快产品推陈出新的速度，从而提升公司的盈利能力和综合竞争能力，保证公司在市场竞争中的优势地位。

（三）研发中心建设项目

1、项目核准情况

本项目业经宁波市发展和改革委员会文件《关于宁波乐歌视讯科技股份有限公司增资建设研发中心项目核准的批复》（甬发改审批（2011）18号）核准。

2、项目投资概算

本项目投资总额1,494.41万元，其中设备购置费968.82万元，占总投资额的比例为64.83%。

序号	工程名称	投资额（万元）	占总投资（%）
1	建筑工程	254.35	17.02
2	设备价值	968.82	64.83
3	安装工程	53.77	3.60
4	其他费用	217.47	14.55
	合 计	1,494.41	100.00

其中，建筑工程费用254.35万元主要包括研发中心大楼的装饰工程、消防工程以及照明、防雷等配套工程。

3、研发中心具体实施方案

本项目是对公司现有研发部门及研发模式的进一步完善与扩充。本项目拟建的研发中心包括两大部门，分别是测试中心和研发部。其中测试中心位于研发中心大楼一层，设有疲劳测试、跌落测试、数字化制造实验、CAE实验和高低温测试实验等多个实验室，负责对外购件及公司生产的零部件、半成品和产成品的各项技术指标进行分析和测试；而研发部门则设在研发中心大楼的二至四层，分别设有平面设计室、结构设计室、包装设计室及样品陈列室等。

项目所需的主要设备包括：

序号	项目	规格	产地	数量
1	高性能计算机（CAE 实验室）		进口	30
2	ANSYS 软件（CAE 实验室）		进口	2
3	RPM 快速成型机（数字化制造实验室 A）	ZPrinter 650	进口	1
4	慢走丝线切割机床（数字化制造实验室 B）	FI440CCS	进口	1
5	其他配套设备		国产	

4、项目环评情况

本项目建成后运行过程中不产生废气及有害固体废弃物，仅产生生活污水排放及测试设备运行所产生的少量噪音，对环境的影响较小，宁波市鄞州区环境保护局已于2010年12月28日出具了鄞环建（2010）0917号《关于宁波乐歌视讯科技股份有限公司研发中心建设项目环境影响报告表的批复》，同意本项目的实施。

5、项目选址

本项目具体选址位于宁波鄞州滨海投资创业中心，南临启航南路，西临咸开路。该项目用地已取得甬鄞国用（2007）第01-00050号《国有土地使用权证》。本项目具体实施地址在一期工程的5#研发中心大楼内进行，为其配备研发测试所需的机器设备，满足其研发中心功能。

6、项目组织方式

该项目的实施主体为本公司，由公司以本次发行股票所筹集的资金投入。

7、项目实施安排及进展情况

本项目建设期为6个月，项目建设资金将于项目启动之日起6个月内全部投入并建成使用。项目实施进度安排表如下：

序号	项目名称	T	+1	+2	+3	+4	+5
1	工程设计						
2	仪器设备招标与采购						
3	施工招标						
4	内装潢施工						
5	设备安装调试						
6	竣工验收						

8、经济效益分析

本项目不直接创造利润，无法进行直接的项目效益分析。本项目实施后产生的效益主要表现在提升研发、技术、设计、品质等方面的核心竞争力，研发成果的转化将使公司产品不断的推陈出新，提高公司产品的附加值，从而提高公司的整体盈利水平。项目建成后，有利于进一步稳固公司在平板显示支架市场的优势地位，有效吸引人才，完善研发测试模式，缩短研发周期，为公司持续快速发展提供支持和动力。

四、固定资产增加与公司生产能力的匹配关系

公司本次募集资金投资项目的实施将新增固定资产14,170.11万元。本次募集资金投资项目实施前后，公司固定资产金额与产能之间的匹配关系如下表所示：

名 称	本次募投项目实施前	本次募投项目
固定资产原值（万元）	1,946.73	14,170.11
产能（万套）	150	500
单位产能消耗的投资额（万元）	12.97	28.34

本次募集资金投资项目实施后，公司单位产能消耗的固定资产额增加了118.51%，其主要原因分析如下：

1、本次募集资金投资项目所需的部分设备拟购买国际先进设备，其成本较高，导致募投项目新增加的固定资产投资额较大。

2、模具中心项目与研发中心项目固定资产投资金额分别为2,984.26万元和1,276.94万元，合计占新增固定资产的比重为30.07%。而公司目前模具中心与研发中心的固定资产原值分别为670.68万元和20.29万元，合计占固定资产原值总额的比例为15.82%。

因此，综合考虑本次募投项目实施完成后公司生产环境的改善、生产装备水平的升级以及研发设计能力、模具制造能力的提升，固定资产的增加与公司产能的增加基本匹配。

五、募集资金运用对公司财务状况及经营成果的影响

本次募集资金投资项目主要是围绕公司发展所需的生产服务能力和技术研发能力的提升而展开。募投项目的顺利实施，一方面将全面提升公司的研发设计能力和模具制造能力，增加公司产品的技术含量和附加值，进一步提升公司的市场竞争力；另一方面可使公司的生产能力获得成倍增长，从而更好的满足市场的需求。

（一）新增固定资产折旧对公司未来经营成果的影响

公司本次募集资金项目新增的固定资产主要是新建厂房以及购置生产、研发和模具制造设备等，合计将增加固定资产约14,170.11万元。按照公司目前所适用的固定资产折旧政策，预计募集资金项目实施完成后每年将新增折旧费用1,169.17万元：

	金额（万元）	折旧年限	年折旧率	年折旧额（万元）
房屋建筑物	3,726.05	20 年	4.75%	176.99
机器设备	10,444.06	10 年	9.50%	992.19
合 计	14,170.11	—	—	1,169.17

按公司目前销售毛利率水平，假设本次募投项目实施后，公司销售毛利率为35%，则本次募投项目实施后，公司新增3,340万元的收入可实现盈亏平衡。公司本次募集资金项目实施完成后，预计年新增销售收入35,000万元，完全可以消化固定资产增加带来的折旧费用。

（二）对净资产及资本结构的影响

本次募集资金投资项目实施完成后，公司的总资产和净资产都将大幅增加，公司的财务状况将得到优化。募集资金的运用将会进一步优化公司的资本结构，降低公司的资产负债率，提高流动比率和速动比率，从而提升公司的综合抗风险能力，有助于公司的快速稳健发展。

（三）对净资产收益率的影响

由于募集资金投资项目需要一定的建设期，在短期内净资产收益率因财务摊薄效应会有一定程度的降低。从中长期来看，本次募集资金项目具有较高的投资回报率，随着募集资金投资项目陆续产生效益，公司销售收入和利润水平将有较大幅度的提高，竞争力不断增强。

（四）对公司未来盈利能力的影响

本次募集资金项目实施完成后，公司的生产、研发、设计、服务能力将得到显著提升，综合竞争能力进一步提高。通过对平板显示支架的扩建提升产品制造能力和客户服务水平，利用研发中心和模具中心的互动运营，实现优势资源互补，有助于公司对现有服务流程和体系的改进与完善，公司的销售收入和利润水平将会快速稳定增长，公司在行业内的优势地位将得到充分巩固和进一步加强。

第十四节 股利分配政策

一、公司最近三年及一期的股利分配政策和实际股利分配情况

（一）股利分配政策

公司股票全部为普通股，同股同权、同股同利。公司按股东持股数分配股利，股利分配采取现金股利、股票股利或上述两者结合的方式。

根据《公司章程》的规定，公司交纳所得税后的利润，按下列顺序分配：

- （1）弥补上一年度的亏损；
- （2）提取法定公积金10%，当法定公积金累计额达到公司注册资本的50%时，可不再提取；
- （3）提取任意公积金与否及提取比例由股东大会决定；
- （4）支付股东股利。

（二）实际股利分配情况

2009年8月15日，丽晶时代召开董事会会议，审议通过利润分配方案，同意向股东分配利润1,300万元。

2010年2月10日，丽晶时代召开董事会会议，审议通过利润分配方案，同意向股东分配利润700万元。

2011年2月12日，宁波乐歌召开2010年度股东大会，审议通过利润分配方案，同意向股东分配利润960万元。截止2011年4月20日，上述现金股利已经全部分配完毕。

二、本次发行后的股利分配政策

公司发行后，公司利润分配可以采取现金或股票方式分配股利，其中公司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百分之三十。

三、本次发行前滚存利润的分配安排

经公司2011年第一次临时股东大会审议通过，公司2010年度利润分配实施完成后的未分配利润及自2011年1月1日起产生的滚存利润，由本次首次公开发行股票并上市实施完成后在股权登记日登记在册的老股东共享。

第十五节 其他重要事项

一、信息披露制度及投资者关系管理

为规范公司信息披露工作，保护投资者的合法权益，发行人根据《公司法》、《证券法》等相关法律、法规要求，制定了《宁波乐歌视讯科技股份有限公司信息披露管理办法》。本公司上市后，将按照公正、公开、公平的原则履行信息披露义务，真实、准确、完整、及时地报送和披露信息。

本公司证券部负责公司信息披露和投资者服务工作。

董事会秘书：朱 伟

证券部电话及传真：0574-88070210

电子邮箱：loctek@loctek.com

公司网址：http://www.loctek.com

二、重大合同

本节披露重要合同包括截止本招股说明书签署日尚未履行完毕，交易金额超过 500 万元的合同，或交易金额未超过 500 万元，但对公司正常生产经营活动、未来发展、或财务状况具有重要影响的重大合同。

（一）重大销售合同

1、外销合同

报告期内，本公司的销售收入主要来自于海外市场，外销收入占营业收入总额的比重达到 95%左右。公司多品种、小批量、订单式生产的业务模式决定了公司外销合同订单数量众多、单笔订单金额较小且执行时间较短。公司外销合同的执行时间一般不超过 2 个月。2008 年、2009 年和 2010 年，公司获得的订单总数分别为 610 笔、764 笔和 1,039 笔，平均单笔订单金额分别为 24,370.30 美元、27,019.59 美元和 30,666.10 美元。

近三年公司外销每年 120 万美元以上客户订单情况如下：

年度	客户名称	订单数量 (笔)	订单总金额 (美元)
2010 年	SCADLOCK	89	2,805,564.05
	CMS Consumer Products, LLC	47	1,925,566.32
	Schoenfeld International Inc.	14	1,365,826.40
	Birgma Asia	16	1,285,536.64
2009 年	CMS Consumer Products, LLC	26	1,761,687.68
	ETEC USA SCHOENFELD	18	1,394,459.20
2008 年	ASC-TEC AG	17	1,451,319.60
	SZSUAREZ Intelligent furniture	13	1,224,967.80

报告期内，公司接到的 15 万美金以上的订单如下表：

2010 年			
序号	订单号	总金额（美元）	客户名称
1	10LGUs52-0420	642,077.00	SCADLOCK
2	10LGSw03-0313	304,290.00	Birgma Asia
3	10LGHK11-0804	272,750.00	Plazacorp S.A.
4	10LGUS54-0209-1	240,660.00	Peerless
5	10LGUs52-0906-5	204,251.46	SCADLOCK
6	10LGVZ04-0406	198,860.00	Representaciones Paq Group
7	10LGUs27-0201	184,690.00	Evertex Computer Corp
8	10LGUS54-0209	183,920.00	Peerless
9	10LGUs27-0412	179,540.00	Evertex Computer Corp
10	10LGUs48-0512	171,261.00	Schoenfeld International Inc.
11	10LGUs48-0716	150,904.60	Schoenfeld International Inc.
2009 年			
序号	订单号	总金额（美元）	客户名称
1	09LGUs51-0415	580,431.40	CMS Consumer Products, LLC
2	09LGUs51-0917	267,917.20	CMS Consumer Products, LLC
3	09LGUs51-0302-1	180,947.00	CMS Consumer Products, LLC
4	09LGUs48-0522	176,820.00	ETEC USA SCHOENFELD
5	09LGUs27-1105	172,860.00	Evertex Computer Corp
6	09LGUs27-1201	156,980.00	Evertex Computer Corp

2008 年			
序号	订单号	总金额（美元）	客户名称
1	08LGGe01-0527	568,950.00	ASC-TEC AG
2	08LGSp06-0318	357,912.00	SZSUAREZ intelligent furniture
3	08LGGe01-0331	276,295.00	ASC-TEC AG
4	08LGGe01-0213	241,820.00	ASC-TEC AG
5	08LGHK02-0108	168,362.60	A AND L International Holding Limited

2、内销合同

(1) 2011 年 4 月，本公司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”）签订《商品推广与销售主合同》，约定由苏宁电器利用其连锁店体系、网上商城、工程、批发、团购等销售渠道和市场推广平台，在全国区域内推广和销售本公司商品，本公司承诺给予苏宁电器以供货价为基准 40% 的商业折扣。

在上述《商品推广与销售主合同》项下，本公司与苏宁电器签订并在履行的附属协议如下：

2011 年 4 月，苏宁电器与本公司签订了《大单采购合作合同书》，合同期限自 2011 年 4 月 30 日至 2012 年 4 月 30 日。合同约定苏宁电器向本公司批量采购商品型号为“乐歌支架 XPF200-SN”、“乐歌支架 XPF201-SN”、“乐歌支架 XPF202-SN”产品，采购价格分别为为 24 元/件（含税）、32 元/件（含税）、37 元/件（含税），货款结算方式为 6 个月免息银行承兑汇票。

(2) 2011 年 5 月 3 日，公司与四川长虹电器股份有限公司子公司四川快益点电器服务连锁有限公司签订了《快益点-乐歌战略合作框架协议》。从 2011 年开始，建立深度合作机制，推进服务网点建设，服务产品转型升级，共同开拓电视机挂架销售和服务，力争形成售后服务性企业与生产型企业合作优势和成效凸显的创新商业模式；预计到 2015 年，双方基本形成优势互补、各具特色、密切协作的现代商业体系，在产品、渠道、服务方面深化合作，可持续发展能力进一步增强。本协议从正式签署日起到 2014 年 4 月 16 日有效。

(二) 建设工程施工合同

2009 年 8 月 7 日，本公司子公司丽晶数码与宁波市建设集团股份有限公司

签订了《建设工程施工合同》，就丽晶数码新厂房建设工程的相关事宜进行了约定，工程内容包括新厂区范围内的所有建筑、安装工程等。合同价款暂估为 4,200 万元人民币，工程地点为宁波市鄞州区滨海工业园区（瞻岐镇）。

2010 年 12 月 15 日，本公司子公司丽晶数码与宁波住宅建设集团股份有限公司签订了《建设工程施工合同》，就丽晶数码新厂房附属工程的相关事宜进行了约定，工程内容包括道路、管道（包括排水管、电缆沟、空气压缩管道）的施工等。合同价款暂估为 550 万元，工程地点为宁波市鄞州区滨海工业园区（瞻岐镇）。

（三）短期出口信用保险综合保险保单

2011年3月28日，本公司及乐歌进出口作为被保险人与中国出口信用保险公司宁波分公司签订了《短期出口信用保险综合保险保单》续转批单（批单号次：SCH006789-091100），为公司全部非信用证支付方式的出口和全部信用证支付方式的出口业务进行了续保，保险单号为SCH006789，保单有效期为2011年2月26日至2012年2月25日，年度最低保险费8万美元，最高赔偿限额为300万美元。短期出口信用保险综合保险保单所约定的赔付条款见下表：

风险类型	赔偿比例
非信用证项下的风险	
买方破产、无力偿付债务和拖欠	90%
买方拒绝接受货物	80%
政治风险	90%
信用证项下的风险	90%

（四）最高额保证合同

2009 年 11 月 23 日，本公司与中国银行鄞州支行签订《最高额保证合同》（鄞州 2009 人保 0122），本公司作为保证人，为债权人中国银行鄞州支行与债务人丽晶数码自 2009 年 11 月 23 日起至 2012 年 11 月 22 日止（以下简称“主债权发生期间”）签署的借款、贸易融资、保函、资金业务及其他业务授信合同，提供最高本金余额为 900 万元的连带责任保证。保证期间为主债权发生期间届满之日起两年内。

三、对外担保情况

截止本招股说明书签署之日，公司不存在任何对外担保的情形。

四、诉讼或仲裁事项

1、截止本招股说明书签署日，发行人不存在对财务状况、经营成果、声誉、业务活动、未来前景等可能产生较大影响的诉讼或仲裁事项。

2、截止本招股说明书签署日，发行人控股股东、实际控制人、发行人控股子公司，发行人董事、监事、高级管理人员和核心技术人员没有作为一方当事人的重大诉讼或仲裁事项。

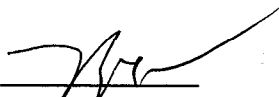
3、截止本招股说明书签署日，发行人董事、监事及高级管理人员及核心技术人员均未涉及刑事诉讼事项。

第十六节 董事、监事、高级管理人员及有关中介机构声明

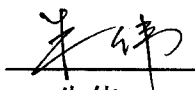
发行人全体董事、监事、高级管理人员声明

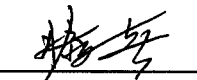
本公司全体董事、监事、高级管理人员承诺本招股说明书及其摘要不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。

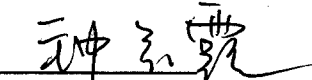
全体董事签名：

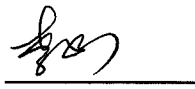

项乐宏

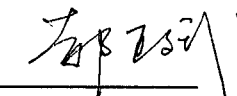

姜艺

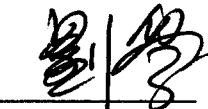

朱伟

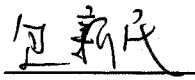

滕春


钟红露

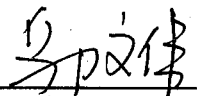

李妙

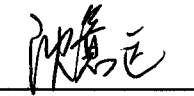

郝亚斌

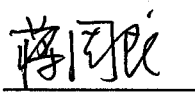

刘学


包新民

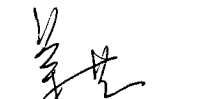
全体监事签名：

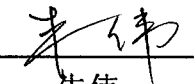

郭文伟


沈意达


蒋周良

全体高级管理人员签名：


姜艺


朱伟


景晓辉

宁波乐歌视讯科技股份有限公司



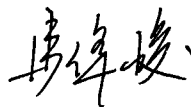
保荐人（主承销商）声明

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。

保荐代表人签名：



张城钢



马倬峻

项目协办人签名：



侯海涛

法定代表人签名：



李晓安



发行人律师声明

本所及经办律师已阅读招股说明书及其摘要，确认招股说明书及其摘要与本所出具的法律意见书和律师工作报告无矛盾之处。本所及经办律师对发行人在招股说明书及其摘要中引用的法律意见书和律师工作报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

律师事务所负责人签名：



倪俊骥

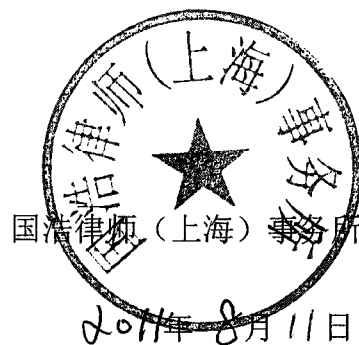
经办律师签名：



李 鹏



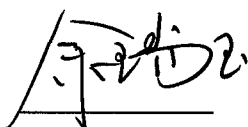
周若婷



会计师事务所声明

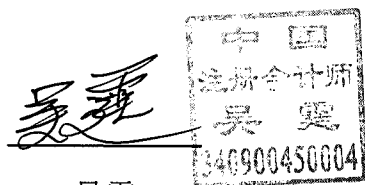
本所及签字注册会计师已阅读招股说明书及其摘要，确认招股说明书及其摘要与本所出具的审计报告、内部控制鉴证报告及经本所核验的非经常性损益明细表无矛盾之处。本所及签字注册会计师对发行人在招股说明书及其摘要中引用的审计报告、内部控制鉴证报告及经本所核验的非经常性损益明细表的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

会计师事务所负责人签名：

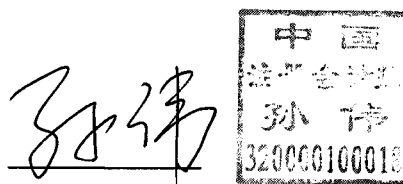


余瑞玉

经办注册会计师签名：



吴昊



孙伟

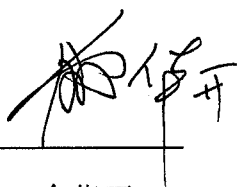
江苏天衡会计师事务所有限公司

2011年8月11日

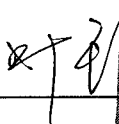
五、承担评估业务的资产评估机构声明

本机构(原名为浙江勤信资产评估有限公司现已更名为坤元资产评估有限公司)及签字注册资产评估师已阅读招股说明书及其摘要,确认招股说明书及其摘要与本机构出具的资产评估报告无矛盾之处。本机构及签字注册资产评估师对发行人在招股说明书及其摘要中引用的资产评估报告的内容无异议,确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏,并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

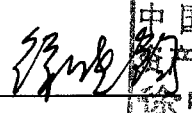
资产评估机构负责人签名:


俞华开

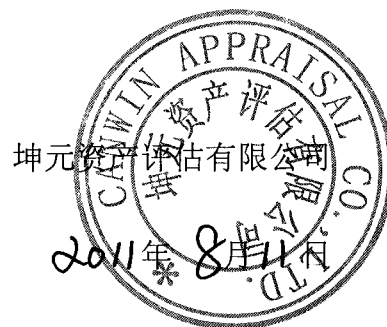
经办注册资产评估师签名:


叶玲

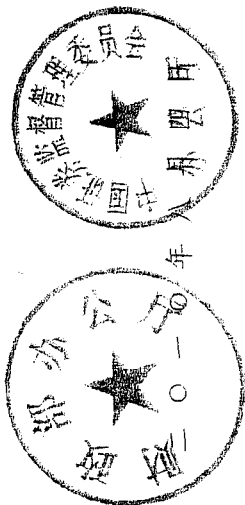



徐晓钧





财政部，财政部、证监会即予换发新名称的资格证书。



中华人民共和国财政部办公厅
中国证券监督管理委员会办公厅

财办企〔2010〕104号

关于同意坤元资产评估有限 公司更名换证的复函

坤元资产评估有限公司：

你公司关于换发证券期货相关业务评估资格证书的申请和变更备案材料收悉。根据《财政部 证监会关于从事证券期货相关业务资产评估机构有关管理问题的通知》（财企〔2008〕81号）的有关规定，现函复如下：

- 一、原浙江勤信资产评估有限公司更名为坤元资产评估有限公司的变更事项，同意予以备案。
- 二、请将原名称的《证券期货相关业务评估资格证书》交回

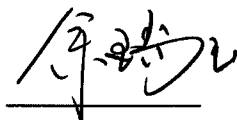
主题词：评估 函
信息公开选项：主动公开

财政部办公厅 印发11份 2010年8月10日印发

验资机构声明

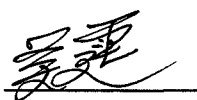
本机构及签字注册会计师已阅读招股说明书及其摘要，确认招股说明书及其摘要与本机构出具的验资报告无矛盾之处。本机构及签字注册会计师对发行人在招股说明书及其摘要中引用的验资报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

验资机构负责人签名：

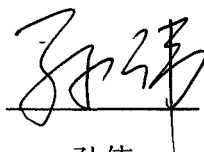


余瑞玉

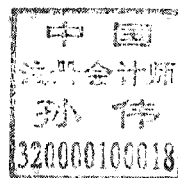
经办注册会计师签名：



吴霆



孙伟



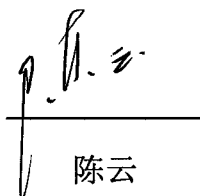
江苏天衡会计师事务所有限公司

2011年8月11日

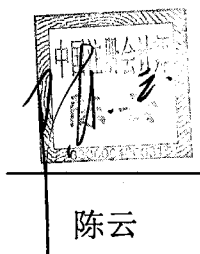
验资机构声明

本机构及签字注册会计师已阅读招股说明书及其摘要，确认招股说明书及其摘要与本机构出具的验资报告无矛盾之处。本机构及签字注册会计师对发行人在招股说明书及其摘要中引用的验资报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

验资机构负责人签名：


陈云

经办注册会计师签名：


陈云
俞德昌

宁波国信联合会计师事务所

2011年8月11日

第十七节 附录和备查文件

一、备查文件

投资者可以查阅与本次公开发行有关的所有正式法律文件，该等文件也在指定网站上进行披露，具体如下：

- 1、发行保荐书及发行保荐工作报告
- 2、财务报表及审计报告
- 3、内部控制鉴证报告
- 4、经注册会计师核验的非经常性损益明细表
- 5、法律意见书及律师工作报告
- 6、公司章程（草案）；
- 7、中国证监会核准本次发行的文件；
- 8、其他与本次发行有关的重要文件。

二、备查文件查阅时间和地点

（一）查阅时间

工作日：上午 9:30~11:30，下午 2:00~5:00。

（二）查阅地点

- 1、发行人：宁波乐歌视讯科技股份有限公司

联系地址：浙江省宁波市鄞州区姜山镇科技园区

联系人：朱 伟、屠佳瑜

联系电话/传真：0574-88070210

- 2、主承销商：华龙证券有限责任公司

联系地址：上海市浦东新区源深路 235 号 3 楼

联系人：张城钢、马倬峻、侯海涛

联系电话/传真：021-50934085 021-50934068