

福建冠福现代家用股份有限公司

(福建省泉州市德化县浔中镇土坂村)



首次公开发行股票招股说明书

保荐人(主承销商)



(福建省福州市湖东路 99 号标力大厦)



福建冠福现代家用股份有限公司 首次公开发行股票招股说明书

- (一) 发行股票类型：人民币普通股 (A 股)
- (二) 发行股数：3,000 万股
- (三) 每股面值：人民币 1 元
- (四) 每股发行价格：5.96 元
- (五) 发行日期：2006 年 12 月 15 日—2006 年 12 月 18 日
- (六) 拟上市的证券交易所：深圳证券交易所
- (七) 发行后总股本：11,367.3158 万股

(八) 股份流通限制和自愿锁定承诺 :本公司控股股东及实际控制人林福椿、林文智、林文昌和林文洪承诺：自发行人股票上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理其持有的发行人股份，也不由发行人回购其持有的股份；在担任发行人董事、监事或高级管理人员职务期间以及离职后六个月内，不转让其持有的发行人股份。本公司其余股东承诺：自发行人股票上市之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理其持有的发行人股份，也不由发行人回购其持有的股份。

- (九) 保荐人 (主承销商)：兴业证券股份有限公司
- (十) 签署日期：2006 年 12 月 14 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

股份流通限制和自愿锁定承诺：本公司控股股东及实际控制人林福椿、林文智、林文昌和林文洪承诺：自公司股票上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理其持有的发行人股份，也不由发行人回购其持有的股份。在担任公司董事、监事或高级管理人员职务期间以及离职后六个月内，不转让其持有的发行人股份。本公司其余股东承诺：自公司股票上市之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理其持有的发行人股份，也不由发行人回购其持有的股份。

发行前滚存利润的分配：经公司 2004 年度股东大会审议通过，公司在本次股票发行完成以前年度滚存的未分配利润以及本次股票发行当年实现的利润全部由公司新老股东按照股份比例共享。

大股东控制风险：本公司是家族型企业，本次发行前，林福椿及其子林文智、林文昌、林文洪分别持有本公司 25.33%、15.16%、14.23%、13.92%的股份，合计持有本公司 68.64%的股份，本次发行上市后，林氏父子仍为本公司实际控制人。林福椿在本公司任董事长，林文昌任副董事长，林文智任董事兼总经理，林文洪任监事，此外，林氏父子还在本公司控股子公司任职。林氏父子若利用其控制地位，通过行使表决权及管理职能对本公司经营决策进行控制，可能对公司和其他股东的利益带来一定风险。

销售渠道的风险：公司产品的消费群体定位于工薪阶层，主要通过 14 家经销商及其分布于全国各地的分支机构，以委托代销方式面向各地超市、卖场等连锁零售终端销售公司产品。公司的销售渠道覆盖了除西藏、台湾以外全国各省、自治区和直辖市，并主要以“五天”商号开展市场营销。2003 年至 2006 年中期，公司通过经销商代销实现的销售收入占同期主营业务收入的比重分别为 86.78%、84.89%、92.47%和 92.21%，其中通过前 5 家经销商实现的销售收入占同期主营业务收入的比重分别为 60.89%、65.72%、70.63%和 66.34%。由于公司客户相对集中，同时市场调研、信息反馈、货物配送、支付结算和售后服务等重要营销功能的实现都有赖于销售渠道的稳定和高效运转，因此，销售渠道若出现异常，可能对公司的生产经营和市场形象产生不利影响。

短期偿债风险：报告期内，公司各期末流动比率分别为 1.29、1.17、1.14 和 0.90，速动比率分别为 0.79、0.66、0.65 和 0.53，公司流动比率优于同行业平均水平，速动比率略低于同行业平均水平，存在短期偿债能力不足的风险。

存货规模偏大的风险：报告期内，公司产品品种不断增加，产销规模、销售地域不断扩大，销售公司产品的零售终端及其门店的数量及采购量增长幅度较大，同时为适应终端客户的铺货要求和结算方式，公司相应地在信用额度和结算期方面给予经销商一定优惠。上述因素导致公司存货，尤其是委托代销商品占流动资产比重较大。报告期内，公司各期末存货规模分别为 5,318 万元、7,113 万元、7,857 万元和 9,563 万元，占当期期末流动资产比重分别为 39.03%、43.53%、43.52%和 40.83%。存货占流动资产比例较为稳定，但由于绝对规模较大，如果消费者偏好发生变化或出现其他不利因素，导致某些产品滞销，引起存货跌价，可能给公司带来风险。

应收账款风险：公司产品最终主要是通过连锁超市、卖场等零售终端进行销售，由于零售终端要求的结算期较长，随着公司销售规模的扩大，也形成了较大规模的应收账款。2003 年至 2005 年，各期末应收账款账面价值分别为 4,048 万元、4,795 万元、6,968 万元，分别占当期主营业务收入的 28.46%、21.91%、24.74%；2006 年 6 月 30 日，公司应收账款账面价值达到 8,326 万元。公司存在产生坏账的风险。

发行人提请投资者对本公司的上述风险予以特别关注，并仔细阅读招股说明书“风险因素”全文。

目 录

释 义	8
第一章 概览	11
一、发行人概况	11
二、主要股东简介	13
三、发行人主要财务数据	14
四、本次发行情况	15
五、募集资金主要用途	15
第二章 本次发行概况	17
一、本次发行基本情况	17
二、本次发行的有关当事人	18
三、发行日程安排	20
第三章 风险因素	21
一、大股东控制风险	21
二、经营风险	21
三、财务风险	23
四、市场风险	24
五、技术风险	25
六、投资项目风险	25
七、其他风险	26
第四章 发行人基本情况	28
一、发行人概况	28
二、发行人改制设立情况	28
三、历史沿革和设立以来的重大资产变化情况	31
四、历次验资、资产评估和审计情况	45

五、发行人组织结构	48
六、发行人参股、控股公司情况	53
七、发行人股东的基本情况	56
八、发行人股本情况	61
九、员工及社会保障情况	63
十、主要股东及作为股东的董事、监事和高管的重要承诺	64
第五章 业务与技术	67
一、发行人主营业务及其变化	67
二、公司玻璃制品经销业务基本情况	67
三、日用陶瓷行业基本情况	70
四、公司在行业内的竞争地位	86
五、公司的主要业务	93
六、发行人主要固定资产和无形资产	117
七、特许经营权情况	125
八、发行人技术情况	125
九、公司产品质量控制情况	135
第六章 同业竞争与关联交易	138
一、同业竞争情况	138
二、关联交易情况	138
第七章 董事、监事、高级管理人员与核心技术人员	152
一、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员简介	152
二、上述人员个人及其近亲属直接或间接持股情况	157
三、上述人员对外投资情况	157
四、上述人员薪酬情况	157
五、上述人员兼职情况	158
六、其他情况	159

第八章 公司治理	162
一、公司治理制度的建立健全和运行情况	162
二、发行人报告期内违法违规情况	172
三、发行人报告期内资金占用和对外担保情况	172
四、内部控制制度评估情况	173
第九章 财务会计信息	174
一、会计报表编制基准与注册会计师意见	174
二、合并会计报表范围及变化情况	174
三、主要财务会计信息	175
第十章 管理层讨论与分析	204
一、财务状况分析	204
二、盈利能力分析	217
三、资本性支出分析	231
四、或有事项对公司财务状况、盈利能力及持续经营能力的影响	233
五、其他重要事项	234
六、公司财务状况和盈利能力的未来趋势分析	238
第十一章 业务发展目标	241
一、公司发展计划	241
二、实现目标的具体业务计划	241
三、实现计划的假设条件	245
四、实现计划将面临的主要困难	245
五、业务发展计划与现有业务的关系	246
六、本次募股资金对实现业务目标的作用	246
第十二章 募股资金运用	247
一、募集资金数额及其使用	247
二、募集资金项目市场前景	250

三、募集资金投入对公司经营模式的影响.....	254
四、募集资金投资项目情况.....	257
第十三章 股利分配政策.....	277
一、股利分配政策和利润分配顺序.....	277
二、最近三年股利分配情况.....	277
三、本次发行完成前滚存利润的分配安排和已履行的决策程序.....	278
第十四章 其他重要事项.....	279
一、信息披露制度及为投资者服务计划.....	279
二、正在履行的重大合同.....	280
三、对外担保情况.....	288
四、重大诉讼或仲裁事项.....	289
第十五章 董事、监事、高级管理人员及有关中介机构声明 ...	290
一、发行人董事、监事、高级管理人员声明.....	290
二、保荐人（主承销商）声明.....	292
三、发行人律师声明.....	293
四、承担审计的会计师事务所声明.....	294
五、承担评估业务的资产评估机构声明.....	295
六、承担验资业务的会计师事务所声明.....	296
第十六章 备查文件.....	298

释 义

本招股说明书中，除非文意另有所指，下列简称和词语具有如下特定意义：

发行人、本公司、公司、冠福家用	指	福建冠福现代家用股份有限公司，如在成立之前应用“本公司”或“公司”，则指本公司前身福建省德化冠福陶瓷有限公司或福建省泉州冠福集团有限公司
华兴创投	指	福建华兴创业投资有限公司，公司发起人之一
福建恒联	指	福建恒联股份有限公司，公司发起人之一
德化国投	指	德化县国有资产投资经营公司，公司发起人之一
邱村矿业	指	福建省德化县邱村矿业有限公司，原名福建省德化邱村金矿、福建省德化县邱村金矿，公司发起人之一
广州瑞弘	指	广州市瑞弘贸易有限公司，公司发起人之一
上海飞时	指	上海飞时贸易有限公司，公司发起人之一
林氏父子	指	公司实际控制人，即林福椿和林文昌、林文洪、林文智父子 4 人
冠峰耐热瓷	指	福建省德化冠峰耐热瓷有限公司，公司持有其 92.5%的股权
冠杰陶瓷	指	泉州冠杰陶瓷有限公司，公司持有其 75%的股权
五天实业	指	上海五天实业有限公司，公司持有其 75%的股权
华鹏花纸	指	德化县华鹏花纸有限公司，原名福建省德化华鹏花纸有限公司，公司持有其 60%的股权
冠鹏陶瓷	指	福建省德化冠鹏陶瓷有限公司
冠林陶瓷	指	福建省德化冠林陶瓷有限公司
冠新陶瓷	指	福建省德化冠新陶瓷有限公司
华鹏陶瓷	指	福建省德化华鹏陶瓷有限公司，前身为福建省德化华鹏彩瓷厂，2000 年 5 月 22 日改制为福建省德化华鹏陶瓷有限公司
塔雁酒家	指	德化县塔雁酒家有限公司，原名福建省德化塔雁酒家有限公司，公司关联方
上海龙浔	指	上海龙浔贸易有限公司
成都五天	指	成都五天日用器皿配货中心
广州五天	指	广州五天日用器皿配货中心

武汉五天	指	武汉五天贸易有限公司
上海五天	指	上海五天日用玻璃器皿配货中心
深圳五天	指	深圳市五天日用器皿有限公司
重庆五天	指	重庆市五天贸易有限公司
北京五天	指	北京冠福五天商贸有限公司
沈阳五天	指	沈阳五天贸易有限公司
银川五天	指	银川冠福五天商贸有限公司
特许授权经销商	指	公司主要销售渠道，由 14 家以“五天”为统一商号的经销商组成。
耐热瓷	指	以高岭土、锂辉石等为主要原料的陶瓷炊具，保温性能和热稳定性好、质地坚硬，可在各种热源上烹饪食品。
骨锂瓷	指	以高岭土、长石、锂辉石和动物骨灰等为主要原料的兼具骨质瓷和锂质瓷部分特性的瓷种。
轻质瓷	指	即白云瓷，以低温石为主要原料，烧成温度在 1,000 ~ 1,100 之间的低温瓷，吸水率较高(约 25%)，废弃后可自行风化分解的环保陶瓷。
半瓷	指	即炻器，以长石、叶腊石、高岭土等为主要原料，烧成温度在 1,200 左右的中温瓷，主要用于生产餐具、咖啡具等日用陶瓷产品。
日用彩瓷	指	传统瓷种，在白瓷坯体表面上彩绘画、描金后低温彩烧而成，主要用于生产餐具等日用陶瓷产品。
青古瓷	指	以本地高岭土为主要原料，烧成温度在 1,250 左右，采用釉上贴花和釉下青花斗彩等装饰技术，具有仿古陶瓷特点的中高档陶瓷品种。
高档瓷	指	以高白度优质高岭土为主要原料，采用胎釉近乎一体的配方，产品白度高，釉面光滑，透光度好，强度高的高档陶瓷品种。
零售终端	指	直接面向城乡居民销售商品的商业企业，包括传统的百货商、杂货店以及新兴的连锁超市、卖场、购物中心等形态。
“5S”模式	指	一种起源于日本的先进现场管理方式，包括整理、整顿、清扫、清洁、修养 5 方面内容，是其他管理活动开展的基础。
外协加工	指	公司部分日用彩瓷采取的生产模式，即委托其他企业生产彩瓷，外协产品经公司验收合格并加以包装后，由公司销售。
联采	指	子公司五天实业直接向大中型连锁零售终端在联采区域内(全国或华东

		地区)的门店集中供货,并提供配送等服务。
坯釉配方	指	陶瓷产品的坯料和釉料中各成分的构成和配比,对产品的热稳定性、吸水率和白度等主要技术性能指标具有重要影响。
烧成温度	指	由配方、工艺和烧成技术决定的半成品在窑炉中烧制成成品的温度,对能源消耗及其他成本具有重要影响。
铅镉溶出量	指	日用陶瓷产品重要的的技术指标之一,反映了产品花面使用过程中以铅、镉为主的各种有害人体健康的金属元素溶出的数量;世界各国均针对与食品接触的陶瓷产品的铅镉溶出量限量制定了强制性标准。
本次发行	指	本公司此次向社会公众公开发行 3,000 万股人民币普通股股票
中国证监会	指	中国证券监督管理委员会
深交所	指	深圳证券交易所
保荐人	指	兴业证券股份有限公司
主承销商	指	兴业证券股份有限公司
发行人律师	指	福建至理律师事务所
申报会计师	指	福建华兴有限责任会计师事务所
元	指	人民币元
美元	指	美利坚合众国法定货币
WTO	指	世界贸易组织。
ISO9001:2000	指	国际通用的质量管理体系标准
国家质检总局	指	中华人民共和国国家质量监督检验检疫总局

第一章 概览

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

一、发行人概况

公司名称：福建冠福现代家用股份有限公司

英文名称：Fujian Guanfu Modern Household Wares Co., Ltd

公司住所：福建省泉州市德化县浔中镇土坂村

注册资本：人民币 83,673,158 元

法定代表人：林福椿

福建冠福现代家用股份有限公司前身是成立于 1999 年 6 月 22 日的福建省德化冠福陶瓷有限公司，2000 年 6 月 2 日，经泉州市工商行政管理局批准更名为福建省泉州冠福集团有限公司。经福建省人民政府闽政体股[2002]19 号文批准，2002 年 9 月 28 日，福建省泉州冠福集团有限公司以其 2001 年 12 月 31 日经审计的净资产值为基准，按照 1:1 的比例折股，整体变更为福建冠福现代家用股份有限公司，股本总额 83,673,158 元，公司于 2002 年 9 月 28 日在福建工商行政管理局领取了《企业法人营业执照》，注册号为：3500002001548。

本公司经营范围为：日用及工艺美术陶瓷制品、竹、藤、棕、草工艺美术品、纸制品、家用塑料制品、玻璃制品的加工制造；生产陶瓷制品原辅材料的销售。（以上经营范围凡涉及国家有专项专营规定的从其规定）。

本公司主营业务为日用陶瓷等家用品的开发、生产和销售。经过多年发展，公司先后开发了日用彩瓷、耐热瓷、骨锂瓷、轻质瓷、半瓷、青古瓷和高档瓷 7 大瓷种，年产日用陶瓷产品 9,000 余万件；公司适应现代零售业发展趋势，采用面向现代零售终端的特许授权经销商营销模式，建立起以“五天”为统一商号并覆盖全国主要地区的特许经销商体系。

根据中国陶瓷工业协会对日用陶瓷行业会员企业的统计资料，在统计范围内，2004 年和 2005 年，公司日用陶瓷产量、销售收入、主要利税指标均居于同

行业前 3 位；在国内市场上，公司日用陶瓷产品占有率居于行业领先地位¹。

公司所处的福建德化与江西景德镇、湖南醴陵并称为“中国三大古瓷都”，是我国陶瓷文化发祥地和主要陶瓷产区之一，也是全国最大的工艺瓷生产和出口基地。1996 年 3 月，福建德化被国务院发展研究中心命名为“中国陶瓷之乡”；2003 年 9 月，由于其陶瓷产业的产量、规模、外向度、可持续发展等 11 项指标名列全国前列，被中国工艺美术协会授予“中国瓷都”和“中国民间(陶瓷)艺术之乡”的称号²。

公司将传统工艺和现代技术紧密结合，不断进行技术创新，强化企业核心竞争力。公司生产的耐热瓷、骨锂瓷、轻质瓷和青古瓷多次获得中国发明协会、福建省发明协会等组织颁发的奖项；2003 年，公司被福建省科技厅评为福建省高新技术企业；2004 年，公司被科学技术部火炬高技术产业开发中心认定为国家火炬计划重点高新技术企业，公司技术中心被福建省经贸委认定为省级企业技术中心；2005 年，公司被认定为国家火炬计划产业基地首批骨干企业。

公司始终重视品牌建设，努力塑造品牌优势。公司于 1999 年通过了 ISO9002 国际质量管理体系认证，并于 2002 年通过了 ISO9001:2000 升级换版认证；2002 年，公司“华鹏”、“冠峰”和“福康”牌产品获全国质量检验协会“全国质量稳定合格产品”称号；“华鹏”和“冠福”牌产品获国家质检总局“国家免检产品”称号，是行业内 6 家首批获此荣誉的日用陶瓷企业之一；2005 年，“冠福”牌产品获国家质检总局“中国名牌产品”称号，获中国陶瓷工业协会“中国陶瓷行业名牌产品”称号。公司还先后获得了“全国乡镇创名牌重点企业”、“全国实施用户满意工程先进单位”等荣誉称号。

1、资料来源：中国陶瓷工业协会 2006 年 4 月出具的证明

2、资料来源：中国瓷都德化网

二、主要股东简介

本次发行前后（以本次发行 3,000 万股计算），公司发起人持股数量和股权比例如下：

股东姓名或名称	发行前		发行后	
	股数(股)	比例(%)	股数(股)	比例(%)
发起人股：	83,673,158	100.00	83,673,158	73.61
其中：林福椿	21,193,001	25.33	21,193,001	18.64
林文智	12,678,706	15.16	12,678,706	11.15
林文昌	11,908,814	14.23	11,908,814	10.48
林文洪	11,646,352	13.92	11,646,352	10.25
福建华兴创业投资有限公司	5,249,257	6.27	5,249,257	4.62
福建恒联股份有限公司	5,249,257	6.27	5,249,257	4.62
德化县国有资产投资经营公司	4,374,381	5.23	4,374,381	3.85
福建省德化县邱村矿业有限公司	4,374,381	5.23	4,374,381	3.85
广州市瑞弘贸易有限公司	3,499,505	4.18	3,499,505	3.08
上海飞时贸易有限公司	1,749,752	2.09	1,749,752	1.54
郑素芳	1,749,752	2.09	1,749,752	1.54
社会公众股（A股）：	-	-	30,000,000	26.39
总 股 本	83,673,158	100.00	113,673,158	100.00

公司发起人中，林福椿和林文智、林文昌、林文洪系父子关系，本次发行前合计持有公司股份 57,426,873 股，占总股本的 68.64%，为本公司控股股东及实际控制人。

林氏父子通过长期学习和实践，掌握开发了多个瓷种的核心技术。20 世纪 80 年代起，林氏父子开始经营日用陶瓷产品，1999 年创立本公司前身福建省德化冠福陶瓷有限公司，依靠长期的技术积累和市场营销，将公司发展为国内市场中较具竞争力的大型日用陶瓷企业。

三、发行人主要财务数据

以下数据经福建华兴有限责任会计师事务所闽华兴所(2006)审字 B-128 号《审计报告》审计验证：

(一) 合并资产负债表主要数据

单位：元

项 目	2006 - 6 - 30	2005 - 12 - 31	2004 - 12 - 31	2003 - 12 - 31
流动资产	234,206,323.10	180,531,481.27	163,411,591.76	136,235,223.68
固定资产	239,551,346.68	158,383,686.12	140,137,900.45	101,179,339.68
资产总额	473,289,176.67	354,016,164.88	302,889,655.50	236,627,164.25
流动负债	259,170,486.12	157,755,963.14	139,232,386.01	105,501,005.12
长期负债	850,000.00	0	0	0
负债总额	260,020,486.12	157,755,963.14	139,232,386.01	105,501,005.12
少数股东权益	20,346,560.76	18,255,841.60	14,708,636.24	9,638,413.43
股东权益	192,922,129.79	178,004,360.14	148,948,633.25	121,487,745.70

(二) 合并利润表主要数据

单位：元

项 目	2006 年 1-6 月	2005 年度	2004 年度	2003 年度
主营业务收入	156,312,583.22	281,698,176.87	218,819,929.70	142,211,814.11
主营业务利润	47,344,234.64	79,848,739.32	59,627,620.54	46,505,413.98
营业利润	21,969,832.47	42,856,157.49	39,391,772.05	30,911,550.31
利润总额	23,291,734.67	43,508,966.47	39,377,760.83	31,719,820.70
净利润	14,917,769.65	29,055,726.89	27,460,887.55	21,485,016.91

(三) 合并现金流量表主要数据

单位：元

项 目	2005 年 1-6 月	2005 年度	2004 年度	2003 年度
经营活动产生的现金流量净额	9,759,618.89	23,633,434.51	23,895,038.00	18,826,452.40
投资活动产生的现金流量净额	-72,267,587.24	-26,311,186.37	-40,494,450.86	-49,999,060.38

筹资活动产生的现金流量净额	76,406,802.37	5,464,091.91	21,031,704.54	36,382,581.72
现金及现金等价物净增加额	13,898,834.02	2,786,340.05	4,432,291.68	5,209,973.74
每股经营活动的现金流量	0.12	0.28	0.29	0.23

(四) 主要财务指标

项 目	2006 年中期	2005 年度	2004 年度	2003 年度
每股收益 (摊薄) (元/股)	0.18	0.35	0.33	0.26
每股经营性净现金流量 (元/股)	0.12	0.28	0.29	0.23
净资产收益率 (摊薄) (%)	7.73	16.32	18.44	17.68
资产负债率 (% , 母公司)	50.91	47.17	46.33	41.84
应收账款周转率 (次)	1.94	4.55	4.70	3.52
存货周转率 (次)	1.24	2.68	2.54	1.87
息税折旧摊销前利润 (万元)	3,058	5,521	4,849	3,831
利息保障倍数	7.44	10.22	12.28	14.89

四、本次发行情况

- 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：3,000 万股
- 发行价格：5.96 元
- 发行方式：采用网下向配售对象询价发行和网上资金申购定价发行相结合的方式
- 发行前每股净资产：2.31 元 (以 2006 年 6 月 30 日经审计净资产值为基准)
- 发行对象：符合资格的询价对象和在深圳证券交易所开立证券账户的投资者

五、募集资金主要用途

公司本次募集资金投资项目已经相关主管部门批准,并经公司第二届董事会

第三次会议和 2005 年度股东大会通过，公司本次发行募集资金拟投向以下两个项目：

单位：万元

项目名称	投资总额	募集资金
冠福科技园年产 4,000 万件陶瓷产品扩建项目	17,127.20	12,000.00
上海五天实业有限公司家用品服务中心项目	5,537.92	5,400.00
合计	22,665.12	17,400.00

截止 2006 年 6 月 30 日，本公司已利用银行贷款及自有资金，投资 9,012.97 万元于“冠福科技园年产 4,000 万件陶瓷产品扩建项目”，完工进度 52.62%；投资 4,663.45 万元于“上海五天实业有限公司家用品服务中心项目”，完工进度 84.22%。募集资金到位后的具体投入安排如下：

1、冠福科技园年产 4,000 万件陶瓷产品扩建项目由本公司实施，募集资金（扣除发行费用）到位后，其中 7,630 万元（即总投资扣除已投入部分约 9,013 万元及冠福科技园二期预算总金额的剩余部分约 490 万元后的余额）继续用于该项目投入；4,370 万元用于归还该项目使用的银行贷款。

2、上海五天实业有限公司家用品服务中心项目由子公司五天实业实施，募集资金（扣除发行费用）到位后，公司将对五天实业增资 5,400 万元，其中 4,660 万元用于归还该项目使用的银行贷款；剩余资金约 740 万元首先用于归还或弥补五天实业自 2006 年 7 月 1 日起至募集资金到位前该项目使用的银行贷款或自有资金；若资金尚有剩余，继续用于该项目投入。

3、若募集资金不足以满足上述安排，上海五天实业有限公司家用品服务中心项目的资金缺口由公司自筹资金解决。若募集资金满足上述安排后尚有剩余，则用于补充公司流动资金。

第二章 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：3,000 万股，占发行后总股本的 26.39%

每股发行价：5.96 元

发行市盈率：

1、24.52 倍（每股收益按照 2005 年度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）

2、18.05 倍（每股收益按照 2005 年度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）

发行前每股净资产：2.31 元（按 2006 年 6 月 30 日经审计的数据除以本次发行前总股本计算）

发行后每股净资产：3.13 元（按 2006 年 6 月 30 日经审计的数据加上预计募集资金净额除以本次发行后总股本计算）

发行市净率：2.58 倍（按 2006 年 6 月 30 日经审计的数据计算）

发行方式：采用网下向配售对象询价发行和网上资金申购定价发行相结合的方式

发行对象：符合资格的询价对象和在深圳证券交易所开立证券账户的投资者

承销方式：由保荐人（主承销商）组织的承销团以余额包销方式承销

预计募集资金总额和净额：

1、预计募集资金总额：17,880 万元

2、预计募集资金净额：16,280 万元

发行费用概算：

承销及保荐费用	1,100 万
审计费用（含验资复核费用）	170 万元
律师费用	70 万元
发行手续费用	本次发行实际募集资金总额的 3.5‰
路演、推介及信息披露费用	约 200 万元

以上费用以实际支出为准。

二、本次发行的有关当事人

发行人：	福建冠福现代家用股份有限公司
住所：	福建省德化县浔中镇土坂村
法定代表人：	林福椿
电话：	0595-23551999
传真：	0595-23517777
联系人：	刘锦德、黄华伦
保荐人（主承销商）：	兴业证券股份有限公司
住所：	福建省福州市湖东路 99 号
法定代表人：	兰荣
电话：	021-68419393
传真：	021-68419764
保荐代表人：	石军、周慧敏
项目主办人：	庄海峻
联系人：	庄海峻、陈昕、武利华
分销商：	东海证券有限责任公司
住所：	江苏省常州市延陵西路 59 号常信大厦 18-19 层
法定代表人：	朱科敏
电话：	021-50586660 转 8865
传真：	021-50585607

联系人：	颜涛
分销商：	方正证券有限责任公司
住所：	浙江省杭州市平海路1号
法定代表人：	雷杰
电话：	010-68567378
传真：	010-68567398
联系人：	张利
律师事务所：	福建至理律师事务所
住所：	福州市湖东路152号中山大厦25层
负责人：	蒋方斌
电话：	0591 - 87855641
传真：	0591 - 87855741
经办律师：	蒋方斌、蔡钟山
会计师事务所：	福建华兴有限责任会计师事务所
住所：	福州市湖东路152号中山大厦B座7-9楼
法定代表人：	林宝明
电话：	0591 - 87843101
传真：	0591 - 87840354
经办会计师：	蒋新红、吴丹
股票登记机构：	中国证券登记有限责任公司深圳分公司
住所：	深圳市深南路1093号中信大厦18楼
法定代表人：	陈耀先
电话：	0755-25938000
传真：	0755-25988122
收款银行：	兴业银行上海分行营业部

户名：	兴业证券股份有限公司上海金陵东路证券营业部
账号：	156238—72600001696
申请上市证券交易所：	深圳证券交易所
住所：	深圳市深南东路 5045 号
法定代表人：	张育军
电话：	0755-82083333
传真：	0755-82083164

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

三、发行日程安排

询价推荐时间：	2006 年 12 月 11 日—2006 年 12 月 13 日
定价公告刊登日期：	2006 年 12 月 15 日
申购日期和缴款日期：	网下配售：2006 年 12 月 15 日、2006 年 12 月 18 日；网上发行：2006 年 12 月 18 日
预计股票上市日期：	2006 年 1 月 5 日

第三章 风险因素

投资者在评价公司本次发行的股票时，除本招股说明书提供的其他资料外，应特别认真地考虑下述风险因素。根据重要性原则和可能影响投资者决策的程度大小排序，本公司的风险因素如下：

一、大股东控制风险

本公司是家族型企业，本次发行前，林福椿持有公司 25.33%的股份，其子林文智、林文昌、林文洪分别持有本公司 15.16%、14.23%、13.92%的股份，林氏父子合计持有本公司 68.64%的股份，为本公司实际控制人。本次发行上市后，林氏父子仍为本公司实际控制人。林福椿在本公司任董事长，林文昌任副董事长，林文智任董事兼总经理，林文洪任监事，此外，林氏父子还在本公司控股子公司任职（详见本招股说明书第四章“发行人基本情况”之“八（三）自然人持股及任职情况”）。林氏父子若利用其控制地位，通过行使表决权及管理职能对本公司经营决策进行控制，可能对公司和其他股东的利益带来一定的风险。

二、经营风险

（一）销售渠道的风险

公司产品的消费群体定位于工薪阶层，主要通过 14 家经销商及其分布于全国各地的分支机构，以委托代销方式面向各地超市、卖场等连锁零售终端销售公司产品。公司的销售渠道覆盖了除西藏、台湾以外全国各省、自治区和直辖市，并主要以“五天”商号开展市场营销。2003 年至 2006 年中期，公司通过经销商代销实现的销售收入占同期主营业务收入的比例分别为 86.78%、84.89%、92.47%和 92.21%，其中通过前 5 家经销商实现的销售收入占同期主营业务收入的比例分别为 60.89%、65.72%、70.63%和 66.34%。由于公司客户相对集中，同时市场调研、信息反馈、货物配送、支付结算和售后服务等重要营销功能的实现都有赖于销售渠道的稳定和高效运转，因此，销售渠道若出现异常，可能对公司的生产经营和市场形象产生不利影响。

(二) 营销模式演进的风险

公司根据日用陶瓷产品的消费特点和目标客户,制定了追随国内零售业态发展的营销战略。公司目前采取的特许授权经销商制度是适应公司现阶段发展状况和现代连锁零售业态要求的销售模式(目前销售模式的具体内容详见本招股说明书第五章“业务和技术”之“五(三)主要经营模式”中的相关内容)。随着上海五天实业家用品服务中心项目的完工,公司将形成自身的家用品分销基地,并对现有销售渠道进行整合。一方面积极推进与大型连锁零售商的全国联采和地区联采业务;另一方面将依托上海的地缘及其他优势,发挥现有销售渠道的潜力,全力推进陶瓷、玻璃以及竹木、不锈钢等其他家用品经销业务。因此,公司将逐渐形成以五天实业为中心,以各地经销商为辅助的销售体系。虽然营销模式的演进符合公司发展战略,能够增强发行人的渠道控制能力和销售渠道优势,但由于整合销售渠道和营销模式演进的过程存在不确定性,可能对公司经营带来不利影响。

(三) 业务类型单一的风险

公司立足于日用陶瓷产品主业,并积极开拓玻璃制品等其他家用品的销售,产品和业务结构相对集中。报告期内,公司日用陶瓷产品的主营业务利润贡献率均在90%以上。目前,在需求方面,国内日用陶瓷行业呈现低档产品市场饱和,中高档产品市场稳定增长的局面;在供给方面,虽然生产企业众多,但多数企业产销规模较小,以低档产品为主,行业内低水平重复建设和恶性竞争手段较为普遍,造成近年来行业平均效益始终处于微利状态。虽然公司产品在国内市场中属中高档产品,附加值较高,产销量持续增长,但如果公司不能始终在行业内保持竞争优势,业务类型单一可能给公司经营带来风险。

(四) 主要原材料和能源供应的风险

公司日用陶瓷产品的主要原材料是高岭土、锂辉石等瓷土瓷石和白瓷坯胎、彩瓷坯胎;主要能源是煤炭、电力和柴油等。2004年至2006年中期,主要原材料和能源消耗占主营业务成本比重分别为32.25%、30.92%和38.26%。2006年主营业务成本上涨幅度较大主要是因为高岭土、锂辉石和煤炭价格在报告期内价格

上涨所致。主要原材料和能源供应价格的波动可能导致公司成本上升，原辅材料质量方面的风险也可能影响产品配方和工艺流程的效率，使产品的合格率和技术指标发生变动，从而给公司经营造成风险。

三、财务风险

(一) 短期偿债风险

报告期内，公司各期末流动比率分别为 1.29、1.17、1.14 和 0.90，速动比率分别为 0.79、0.66、0.65 和 0.53，公司流动比率优于同行业平均水平，速动比率略低于同行业平均水平，存在短期偿债能力不足的风险。

公司流动比率较低且 2006 年降幅较大的主要原因是：公司及下属子公司已开始本次募集资金项目建设，资金来源主要是银行短期借款，报告期内短期借款从 2003 年末的 5,620 万元上升至 2006 年 6 月 30 日的 16,690 万元，其中 2006 年上半年净增加 8,000 万元；公司积极采取向供应商融资的政策，报告期内应付票据和应付账款合计数从 2003 年末的 3,460 万元上升至 2006 年 6 月 30 日的 7,356 万元，其中 2006 年上半年净增加 2,268 万元。公司速动比率较低的原因是公司产销规模不断壮大，新产品相继推出市场，与公司销售模式相适应，为满足商品周转和市场开拓的需要，库存商品和在各地经销商的委托代销商品形成的存货金额较大；公司主要产品耐热瓷具有一定的季节性，在年度中期会形成较大库存。

(二) 存货规模偏大的风险

报告期内，公司产品品种不断增加，产销规模、销售地域不断扩大，销售公司产品的零售终端及其门店的数量及采购量增长幅度较大，同时为适应终端客户的铺货要求和结算方式，公司相应地在信用额度和结算期方面给予经销商一定优惠。上述因素导致公司存货，尤其是委托代销商品占流动资产比重较大。报告期内，公司各期末存货规模分别为 5,318 万元、7,113 万元、7,857 万元和 9,563 万元，占当期期末流动资产比重分别为 39.03%、43.53%、43.52%和 40.83%。存货占流动资产比例较为稳定，但由于绝对规模较大，如果消费者偏好发生变化或

出现其他不利因素，导致某些产品滞销，引起存货跌价，可能给公司带来风险。

（三）应收账款风险

公司产品最终主要是通过连锁超市、卖场等零售终端进行销售，由于零售终端要求的结算期较长，随着公司销售规模的扩大，也形成了较大规模的应收账款。2003年至2005年，各期末应收账款账面价值分别为4,048万元、4,795万元、6,968万元，分别占当期主营业务收入的28.46%、21.91%、24.74%；2006年6月30日，公司应收账款账面价值达到8,326万元。公司存在产生坏账的风险。

（四）对外担保风险

为与德化县日臻陶瓷工艺有限公司在高岭土和其他原料供应方面建立长期稳定的战略合作关系，本公司为兴业银行股份有限公司泉州新门支行给予该公司的融资提供连带责任保证。融资种类为商业承兑汇票贴现，融资数额1,000万元；利率3.7‰；主债务履行期限自2006年9月8日起至2007年3月1日止；保证期间为主债务履行期限届满之日起两年。德化县日臻陶瓷工艺有限公司注册资本1,000万元，该公司股东已将其100%股权质押给本公司作为反担保，但该笔对外担保仍存在或有风险。

四、市场风险

（一）行业竞争的风险

我国是世界上最大的陶瓷生产国和出口国，日用陶瓷生产企业众多，大多数为出口导向型企业，生产总量过剩，产品结构不合理，低档产品饱和，中高档产品和知名品牌少，同时大部分产品的花色品种难以适应市场需求。总体上呈现出低档产品市场过度竞争、中高档产品在国际市场上竞争乏力的局面。公司产品在国内市场上竞争力较强，但随着我国日用陶瓷行业的结构调整、技术升级以及国内消费水平的提高，更多出口型企业可能转向国内市场，使公司面临更加激烈的竞争。

（二）市场相对集中的风险

公司产品主要通过连锁零售商实现最终销售，由于在华东、华南和华北等经

济发达地区连锁零售商比较集中,因此,目前公司的销售收入主要来自上述地区,尤其是华东市场。报告期内,剔除公司经销的玻璃制品收入后,公司日用陶瓷产品在华东地区的销售收入比重分别为 51.3%、52.5%、43.8%和 43.7%。由于市场相对集中,在公司日用陶瓷产品的产能和其他家用品经销量迅速扩大的情况下,如果公司不能充分开发市场,将影响产品的产销率,从而带来风险。

五、技术风险

(一)核心技术失密的风险

公司的核心技术主要体现为产品的坯釉料配方、烧成工艺和铅镉溶出量控制等方面的专有技术。通过长期的研究开发以及生产经验积累,公司形成了多个瓷种的独特配方及相应的烧成工艺,主要产品的铅镉溶出量指标达到了国际或国内先进水平。掌握上述技术的核心人员若不稳定,可能导致核心技术失密。

(二)技术创新的风险

目前,公司现有的主导产品技术均已形成量产能力,同时公司通过技术创新机制形成了较多技术储备和在研项目,使公司能够不断开发出符合顾客需求的新产品,保持市场竞争优势。但随着同行业其他厂家技术水平的不断提高,若公司不能强化技术创新能力,保持技术领先,可能出现其他厂家同类产品性能、质量或价格等方面优于公司产品的情况,从而导致公司主要产品市场竞争力下降。

六、投资项目风险

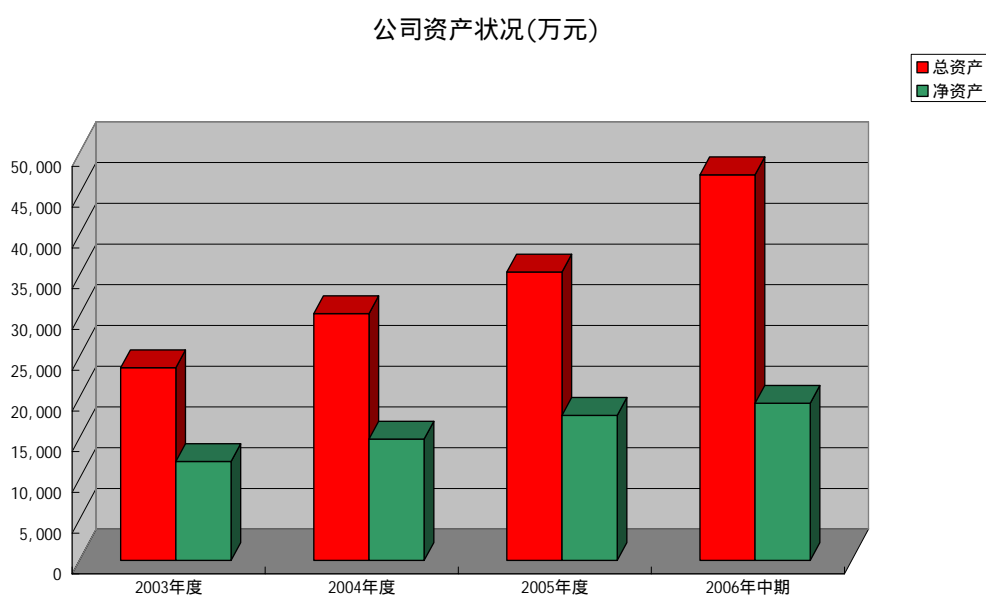
(一)产能扩大引起的销售风险

本次发行募集资金投资项目中的年产 4,000 万件陶瓷产品扩建项目的实施将使公司技术含量和毛利率较高的耐热瓷、骨锂瓷和轻质瓷产品的年产能从 2003 年底的 2,175 万件增加至 6,177 万件。公司已利用银行贷款和自有资金投入该项目,截止 2006 年 6 月 30 日,项目完工进度为 52.62%,公司耐热瓷、骨锂瓷和轻质瓷的年产能已达到 4,000 万件,通过积极营销,目前市场已消化了公司新增产能。但由于项目完全建成后上述瓷种的总产能还将扩大 1/3 以上,如果公司对

上述项目的市场容量与市场开拓成果的预期过于乐观,或者项目在建设周期内日用陶瓷市场发生不利的变化,都可能影响新增产能的市场消化,导致项目的实际投资收益低于预期水平。

(二) 净资产收益率下降引致的风险

公司自设立以来始终保持了较快的增长,资产规模和净资产增长幅度较大,报告期内,公司总资产及净资产增长情况如下图所示:



预计公司本次发行完成且募集资金到位后,公司资产规模和净资产值将有较大幅度的增长。但募集资金产生经济效益存在一定的不确定性和时间差,因此,本次发行后,公司的净资产收益率可能会产生一定幅度的下降。

七、其他风险

(一) 人力资源的风险

随着公司的发展壮大,对高素质的经营管理人才和专业技术人才的需求越来越大,并将成为公司可持续发展的关键因素,公司原有的人力资源制度和内部激励机制如果不能适应形势的发展,可能无法吸引足够的高素质人才,还可能出现人才流失,从而影响公司的经营管理和技术开发,最终影响公司的经济效益。

(二) 环保政策变化的风险

日用陶瓷行业不属于重污染行业，生产过程对环境污染较小。通过综合利用和治理措施，公司目前生产环节所产生的主要污染物，即废水、废气和噪音排放水平均达到国家环保标准。公司也不存在因违反有关环保方面的法律、法规而被环保主管部门处罚的情形。但随着我国经济增长模式的转变和可持续发展战略的全面实施，国家和地方各级政府部门可能提高相关环保标准，公司将因此增加在环保方面的支出。

（三）股市风险

我国股票市场具有“新兴加转轨”的特点，处于快速发展和逐步规范的阶段。股票作为一种风险投资工具，市场价格受到经济因素、政治因素、投资心理和交易技术等各种因素的综合影响，投资收益与风险并存。国家宏观经济的波动，经济及金融证券政策的调整，特别是企业经营状况变化以及股市投机因素等都会使股票价格出现波动，给投资者带来直接风险。因此，公司股票存在市场价格波动和投资收益不确定的风险。

第四章 发行人基本情况

一、发行人概况

发行人名称：

中文名称：福建冠福现代家用股份有限公司

中文简称：冠福家用

英文名称：Fujian Guanfu Modern Household Wares Co., Ltd

注册资本：人民币 83,673,158 元

法定代表人：林福椿

设立日期：2002 年 9 月 28 日

公司住所：福建省泉州市德化县浔中镇土坂村

邮政编码：362500

电话号码：0595-23551999

传真号码：0595-23517777

公司网址：<http://www.guanfu.com>

电子信箱：zqb@guanfu.com

二、发行人改制设立情况

（一）设立方式及发起人

发行人是经福建省人民政府闽政体股[2002]19 号文《关于同意变更设立福建冠福现代家用股份有限公司的批复》批准，由原福建省泉州冠福集团有限公司股东林福椿、林文智、林文昌、林文洪、郑素芳 5 名自然人，福建华兴创业投资有限公司、福建恒联股份有限公司、德化县国有资产投资经营公司、福建省德化县邱村矿业有限公司（原名“福建省德化邱村金矿”、“福建省德化县邱村金矿”，于 2005 年 8 月 2 日改制为有限责任公司）、广州市瑞弘贸易有限公司、上海飞时贸易有限公司 6 名法人作为发起人，于 2002 年 9 月 28 日依法由原福建省泉州冠福

集团有限公司整体变更设立的股份有限公司。

(二) 改制设立发行人前，主要发起人的主要资产和业务

在发行人改制设立前，主要发起人林氏父子的主要资产即为发行人前身福建省泉州冠福集团有限公司股权，主要业务即为对该公司的经营管理，主要经营日用陶瓷产品的生产和销售。

(三) 发行人成立时拥有的主要资产和实际从事的主要业务

发行人成立时拥有的主要资产为生产和销售日用陶瓷产品所必需的房屋、建筑物、机器设备及相关的无形资产，下设冠峰耐热瓷、冠杰陶瓷、华鹏花纸等子公司。公司及其子公司从事的主要业务均为日用陶瓷等家用品的开发、生产和销售，生产包括高温耐热瓷、骨锂瓷、半瓷、轻质瓷和日用彩瓷等瓷种的日用陶瓷产品。

(四) 发行人成立后，主要发起人的主要资产和业务

发行人成立后，主要发起人林氏父子的主要资产为其持有的原福建省泉州冠福集团有限公司股权折成的本公司股份，主要业务为本公司的经营管理。

(五) 业务流程

发行人系整体变更设立，主要发起人已将其与日用陶瓷产品生产和销售相关的主要资产和业务注入发行人。因此，改制设立发行人前后，企业业务流程未发生实质变化，具体业务流程参见本招股说明书第五章“业务和技术”之“五、公司的主要业务”。

(六) 发行人成立以来，在生产经营方面与主要发起人的关联关系及演变情况

发行人成立以来，公司在生产经营方面与主要发起人的关联关系体现在主要发起人在公司任职和主要发起人曾经对公司部分销售渠道存在控制和重大影响两个方面。其关联关系及演变情况为：

在任职情况方面，目前主要发起人林福椿在本公司任董事长，林文昌任副董事长，林文智任董事兼总经理，林文洪任监事，此外，林氏父子还在本公司控股子公司任职，详见本招股说明书本章之“八（三）自然人持股情况及任职情况”。

在曾经对公司部分销售渠道存在控制和重大影响方面,主要发起人林氏兄弟在发行人设立时控股 1 家经销企业深圳五天,对 1 家经销企业上海五天存在重大影响。2003 年,林氏兄弟将其所持有的经销企业股权转让给非关联方或解除了重大影响,目前,公司主要发起人与上述企业已不存在关联关系(详见本章之“三(二)设立以来重大资产变化情况”之“1、转让经销企业股权”中的有关内容)。

(七) 发起人出资资产的产权变更

发行人整体变更设立股份公司时,发行人所有的资产、债务、人员均进入股份公司,并办理了相关产权变更登记手续。

(八) 发行人“五分开”情况及独立运行状况

1、业务独立情况

公司主要从事日用陶瓷等家用品的开发、生产和销售,利润主要来源于主营业务。目前,公司生产和销售耐热瓷、日用彩瓷、骨锂瓷、轻质瓷、半瓷、青古瓷和高档瓷等 7 个瓷种,年产日用陶瓷产品 9,000 万件,并通过公司的销售渠道经销玻璃制品等其他家用品。公司拥有完整的产、供、销系统,具有面向市场自主经营的能力。

2、资产完整情况

公司拥有的资产独立完整。原福建省泉州冠福集团有限公司整体变更设立为股份公司后,公司承继了原企业所有资产,依法办理了相关资产的产权变更登记手续,具有完整的研发、供应、生产、销售系统和配套设施,包括厂房及办公楼等经营性房产、土地使用权、机器设备、注册商标、专利和著作权等。公司没有以其资产、权益或信用为股东的债务提供过担保,也不存在资产、资金被股东占用的情况。公司对其所有资产拥有所有权或使用权,并实际占有和支配该等资产。

3、财务独立情况

公司设立了独立的财务部门,配备了独立的财务人员,由财务部负责公司财务会计核算业务。公司执行《企业会计制度》和《企业会计准则》,建立了规范的财务规章制度,具有完整的会计核算体系。公司具有独立的银行账户,依法独立纳税。公司的资金运用由经营管理层、董事会、股东大会在各自的职权范围内作出决策,不存在为控股股东、实际控制人及其控制的企业提供担保的情况,不

存在将本公司借款转借给股东的情况，也不存在控股股东、实际控制人及其控制的企业占用公司资金及其他经营资源或干预公司资金使用的情况。

4、机构独立情况

公司设置了股东大会、董事会、监事会及总经理负责的管理层，形成了完整的法人治理结构。公司已建立了适应生产经营需要的组织结构，各职能部门与子公司均由本公司独立设置，在人员、办公场所和管理制度方面均完全独立，并按照《公司章程》规定的职责独立运作。

5、人员独立情况

公司董事、监事和高级管理人员严格按照《公司法》、《公司章程》的规定通过合法程序产生，控股股东及实际控制人未干预公司董事会和股东大会的人事任免决定；公司总经理、副总经理、财务总监和董事会秘书等高级管理人员不存在在控股股东及实际控制人处担任职务的情形，公司的财务人员也不存在在控股股东及实际控制人处兼职的情形；公司高级管理人员均未在控股股东、实际控制人控制的其他企业中担任除董事、监事以外的其他职务，也未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业领薪；公司的财务人员均未在控股股东、实际控制人控制的其他企业中兼职或领薪。公司人力资源部负责员工的聘用和管理。

综上所述，本公司在业务、资产、人员、机构、财务方面与股东及其关联单位相互独立，拥有独立完整的资产结构和生产、供应、销售系统，已形成了核心竞争力，具有直接面向市场独立经营的能力。

三、历史沿革和设立以来的重大资产变化情况

（一）股本结构的形成

1、1999年福建省德化冠福陶瓷有限公司设立的情况

1999年6月22日，林福椿及其子林文智分别以现金40万元和10万元，共同出资设立了本公司前身福建省德化冠福陶瓷有限公司，注册资本50万元，经营范围为日用陶瓷、美术瓷制造、销售。公司在德化县工商行政管理局办理了设立登记，股权结构如下：

股东姓名	出资金额（万元）	出资比例（%）
------	----------	---------

林福椿	40	80
林文智	10	20
合计	50	100

2、2000年增资至3,028万元的情况

2000年3月25日，公司召开股东会，同意原股东林福椿、林文智进行增资，同时吸收林文昌、林文洪为新股东。公司注册资本由50万元增至3,028万元，新增注册资本2,978万元，其中，林福椿以机器设备、办公用品、房屋建筑物、在建工程以及土地使用权出资1,171.20万元；林文智以房屋建筑物、在建工程出资595.60万元；林文昌以房屋建筑物、在建工程出资605.60万元；林文洪以房屋建筑物、在建工程出资605.60万元。

泉州名城有限责任会计师事务所对增资各方用于出资的资产进行了评估，并于2000年3月17日出具了泉名会所评[2000]68、69号《资产评估报告书》。其中，林福椿用于出资的机器设备和办公用品等的评估价值为4,643,000元，土地使用权1,556,000元；各方共同出资的房屋建筑物评估价值为15,167,055元，在建工程评估价值为8,413,945元。2000年3月30日，增资各方签订了《协议书》，约定在上述房屋建筑物和在建工程中，各方拥有的份额如下：林福椿拥有551.3万元；林文昌拥有605.6万元；林文洪拥有605.6万元；林文智拥有595.6万元。

上述资产是由林福椿、林文智、林文昌和林文洪个人出资为公司代购或代建，但上述事项未在公司的财务报表中体现。本次增资后，上述资产均已办理了产权转移手续，其中：(1)对于机器设备、办公用品、在建工程等无需办理产权登记手续的资产，上述4人与公司于2000年3月20日办理了移交暨产权转移确认手续；(2)对于车辆，公司已在泉州市公安局交通警察支队车辆管理所办理了权属登记手续；(3)对于房屋建筑物（综合楼和1#厂房），公司于2001年10月25日在德化县房产管理处办理了房屋所有权登记手续；(4)对于土地使用权，公司于2000年6月在德化县土地管理局办理了土地使用权登记手续。

林福椿、林文智、林文昌和林文洪四人用于出资的机器设备、办公用品、房屋建筑物、在建工程、土地使用权均为公司生产经营所必需，上述资产的具体组

成情况如下：

评估标的物类别	具体资产项目	具体用途	评估价值(元)	产权过户情况
房屋建筑物	综合楼	办公场所、 烤花车间、 成品仓库	10,126,545.00	发行人已取得房权证德房字第 18152 号、18150 号、18153 号房屋所有权证
	1#厂房	耐热瓷车间	5,040,510.00	
在建工程	2#厂房	耐热瓷车间	7,491,376.00	
	3#厂房	耐热瓷车间	922,569.00	
土地使用权		浔中镇土坂产区公司总部用地	1,556,000.00	发行人已取得德国用(2000)字第 21883 号、21884 号、21885 号国有土地使用证
机器设备	陶瓷专用 机器设备	产品生产	2,332,590.00	运输工具已办理过户,其他机器设备及办公用品已造册移交给公司。除部分机器设备及办公用品已提足折旧或报废以外,均用于目前生产经营。
	通用机械设备	产品生产	326,000.00	
	起重运输 机械设备	生产经营	1,276,200.00	
办公用品		生产经营	708,210.00	
合计			29,780,000	

综上所述，本次增资各方出资情况如下：

股东姓名	出资方式	资产评估价值	出资金额
林福椿	机器设备、办公用品等	4,643,000	4,643,000
	房屋建筑物、在建工程	5,513,000	5,513,000
	土地使用权	1,556,000	1,556,000
林文智	房屋建筑物、在建工程	5,956,000	5,956,000
林文昌	房屋建筑物、在建工程	6,056,000	6,056,000
林文洪	房屋建筑物、在建工程	6,056,000	6,056,000
合 计		29,780,000	29,780,000

2000 年 4 月 7 日，公司在德化县工商行政管理局办理了变更登记。本次增资后，公司股权结构如下：

股东姓名	出资金额(万元)	出资比例(%)
林福椿	1,211.2	40
林文昌	605.6	20

林文智	605.6	20
林文洪	605.6	20
合 计	3,028	100

保荐人认为：经核查，林福椿、林文智、林文昌、林文洪本次出资是真实、到位的。

发行人律师认为：本次出资是真实的，并已到位。

3、2001 年增资至 4,782 万元的情况

此次增资系通过吸收合并华鹏陶瓷、冠鹏陶瓷、冠新陶瓷和冠林陶瓷 4 家子公司并引进其他股东的方式进行的。

(1) 华鹏陶瓷

福建省德化华鹏陶瓷有限公司前身福建省德化华鹏彩瓷厂成立于 1993 年 4 月，注册资本 100 万元，成立时挂靠德化县龙浔镇企业办公室；1999 年 4 月 8 日以现金增资至 340 万元。

2000 年，根据《清理甄别“挂靠”集体企业工作的意见》(财清字(1998)9 号文)的有关规定，德化县人民政府开展了清理甄别“挂靠”集体企业的工作，2000 年 5 月 15 日，华鹏彩瓷厂主管部门德化县龙浔镇乡镇企业管理站(原名龙浔镇企业办公室，先后更名为龙浔镇乡镇企业管理站和龙浔镇企业服务中心)出具了该厂属挂靠集体企业同意脱钩的意见；2000 年 5 月 15 日，根据林文智与公司协商的改制意向，实际出资人林文智与公司签订了《出资额转让协议书》，将其拥有的华鹏彩瓷厂 55%的出资额转让给公司，转让总价款为 187 万元；2000 年 5 月 17 日，报经德化县清产核资领导小组办公室审核确认，福建省德化华鹏彩瓷厂实际出资人及出资金额为：林文智出资 153 万元，占注册资本 45%，公司出资 187 万元，占注册资本 55%。2000 年 5 月 22 日，华鹏彩瓷厂改制为福建省德化华鹏陶瓷有限公司并领取了企业法人营业执照。

2000 年 6 月 30 日，华鹏陶瓷召开的股东会通过了林文智将其持有的华鹏陶瓷 30%股权转让给公司的决议；2000 年 7 月 1 日，林文智与公司签订了《股份转让合同》，将其持有的华鹏陶瓷 30%股权转让给公司，转让总价款为 102 万元；股权转让后，华鹏陶瓷的股权结构变更为公司出资 289 万元，占注册资本 85%；

林文智出资 51 万元，占注册资本 15%。

华鹏陶瓷主要从事“华鹏”牌日用彩瓷的生产及销售。1999 年和 2000 年华鹏陶瓷分别实现主营业务收入 1,103.88 万元和 2,564.21 万元。

(2) 冠鹏陶瓷

福建省德化冠鹏陶瓷有限公司是于 2000 年 4 月 27 日在德化县工商行政管理局注册成立的有限公司，注册资本 300 万元，其中，本公司以现金出资 165 万元，占 55% 的股权；林文昌以现金出资 45 万元，占 15% 的股权；林文洪以现金出资 45 万元，占 15% 的股权；林文智以现金出资 45 万元，占 15% 的股权。

冠鹏陶瓷的经营范围为陶瓷生产及销售。该公司自设立以来未进行生产经营。

(3) 冠新陶瓷

福建省德化冠新陶瓷有限公司是于 2000 年 4 月 28 日在德化县工商行政管理局注册成立的有限公司，注册资本 300 万元，其中，本公司以现金出资 180 万元，占 60% 的股权；林文昌以现金出资 45 万元，占 15% 的股权；林文洪以现金出资 45 万元，占 15% 的股权；林国钦以现金出资 30 万元，占 10% 的股权。2001 年 9 月 26 日，冠新陶瓷召开的股东会通过了林国钦将其持有的冠新陶瓷 10% 股权转让给林文洪的决议；2001 年 12 月 15 日，林国钦和林文洪签订《协议书》，将其持有的冠新陶瓷 10% 股权转让给林文洪。

冠新陶瓷的经营范围为陶瓷生产及销售。该公司自设立以来未进行生产经营。

(4) 冠林陶瓷

福建省德化冠林陶瓷有限公司是于 2000 年 5 月 10 日在德化县工商行政管理局注册成立的有限公司，注册资本 300 万元，其中，本公司以现金出资 180 万元，占 60% 的股权；林文智以现金出资 60 万元，占 20% 的股权；林文辉以现金出资 60 万元，占 20% 的股权。2001 年 9 月 26 日，冠林陶瓷召开的股东会通过了林文辉将其持有的冠林陶瓷 20% 股权转让给林文昌的决议；2001 年 12 月 15 日，林文辉和林文昌签订《协议书》，将其持有的冠林陶瓷 20% 股权转让给林文昌。

冠林陶瓷的经营范围为陶瓷制造及销售。该公司自设立以来未进行生产经营。

(5) 吸收合并和增资扩股的过程

2000年6月2日，经泉州市工商行政管理局批准，公司名称变更为福建省泉州冠福集团有限公司，经营范围变更为制造、销售：日用陶瓷，陶瓷、树脂、竹、藤、棕、草工艺美术品、纸制品、塑料制品；销售：陶瓷制造用原辅材料。

为实现产权多元化，强化公司治理，扩大经营规模，公司决定吸收合并华鹏陶瓷、冠鹏陶瓷、冠新陶瓷和冠林陶瓷4家子公司并引进其他股东再次对公司增资扩股。

2001年9月26日，公司及被吸收合并方分别召开股东会，通过了关于吸收合并的决议。决议通过后，4家子公司依据《公司法》的有关规定，分别于2001年9月30日、2001年10月11日和2001年10月12日在《泉州晚报》三次刊登了关于公司合并的公告，在法定期限内，无债权人对公司合并事项提出异议。

2001年12月16日，公司召开股东会，通过了吸收合并并增资扩股的决议。

2001年12月16日，公司与被吸收合并各方少数权益股东签订了《协议书》，根据福建华兴有限责任会计师事务所闽华兴所(2001)审字378号、379号、380号、381号《审计报告》，分别以各少数权益股东在上述4家子公司享有的截止2001年9月30日的经审计的少数股东权益，折合为公司的注册资本共计254万元，其余245.08万元计入资本公积。吸收合并的有关会计处理和被吸收合并之子公司在基准日经审计的资产负债表内容详见本招股说明书第十章“管理层讨论与分析”之“五(二)2001年吸收合并华鹏陶瓷、冠新陶瓷、冠林陶瓷及冠鹏陶瓷的有关情况”。4家子公司在吸收合并前的经审计的净资产、少数股东权益及折合成发行人注册资本的情况如下表：

单位：万元

名称	净资产	股权结构							
		林文昌		林文洪		林文智		发行人	
		金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
冠新陶瓷	300	45	15%	75	25%	-	-	180	60%

冠鹏陶瓷	300	45	15%	45	15%	45	15%	165	55%
冠林陶瓷	300	60	20%	-	-	60	20%	180	60%
华鹏陶瓷	827.21	-	-	-	-	124.08	15%	703.13	85%
合计	1,727.21	150	-	120	-	229.08	-	1,228.13	-
折股情况	实收 资本	资本 公积	实收 资本	资本 公积	实收 资本	资本 公积	实收 资本	资本 公积	实收 资本
	75	75	60	60	119	110.08	--	--	

2001年12月16日，公司与福建华兴创业投资有限公司、福建恒联股份有限公司、德化县国有资产投资经营公司、福建省德化邱村金矿、广州市瑞弘贸易有限公司、上海飞时贸易有限公司和郑素芳签订了《协议书》。上述股东以货币资金出资共计3,000万元，其中1,500万元计入实收资本，1,500万元计入资本公积。

2001年12月31日，华鹏陶瓷、冠鹏陶瓷、冠新陶瓷和冠林陶瓷4家子公司在德化县工商行政管理局办理了注销登记，公司在泉州市工商行政管理局办理了变更登记。本次增资后，公司注册资本由3,028万元增加至4,782万元，股权结构如下：

股东姓名或名称	注册资本（万元）	股权比例（%）
林福椿	1,211.2	25.33
林文智	724.6	15.16
林文昌	680.6	14.23
林文洪	665.6	13.92
福建华兴创业投资有限公司	300	6.27
福建恒联股份有限公司	300	6.27
德化县国有资产投资经营公司	250	5.23
福建省德化县邱村矿业有限公司	250	5.23
广州市瑞弘贸易有限公司	200	4.18
上海飞时贸易有限公司	100	2.09
郑素芳	100	2.09
合计	4,782	100

在本次吸收合并及增资扩股时，由于华鹏陶瓷拥有的“华鹏”商标价值未入账，而其他3家被吸收合并之子公司未拥有商标，综合考虑华鹏陶瓷的资产价值，全体股东一致同意林文智以其拥有的华鹏陶瓷15%的净资产按1.86:1的比例折成本公司的新增资本，而各股东（包括林文智）的其他出资均按2:1的比例折成本公司的新增资本。对此，公司全体股东于2001年12月16日签订了《关于林文智先生折股价格定为1.86元/股确认书》，对上述折股比例予以确认。

发行人律师认为：《公司法》对有限责任公司股东出资额的溢价比例并未作出任何强制性规定，上述做法并不违反我国有关法律、法规和规范性文件的规定，并且，上述折股比例已经公司全体股东确认，不存在法律纠纷或潜在纠纷。

4、2002年整体变更为股份公司的情况

2002年6月15日，公司召开股东会，通过了关于变更设立股份有限公司的决议。

2002年7月1日，全体股东签署了《发起人协议书》，同意以公司截止2001年12月31日经审计的净资产83,673,158.46元为基准，其中83,673,158元按1:1的比例折为发行人等额股份83,673,158股，每股面值为1元人民币，余额0.46元转为资本公积，整体变更为福建冠福现代家用股份有限公司。

经福建省人民政府闽政体股[2002]19号文批准，2002年9月28日，公司在福建省工商行政管理局办理了设立登记，整体变更为股份公司，股权结构如下：

股东姓名或名称	持股数（股）	股权比例（%）
林福椿	21,193,001	25.33
林文智	12,678,706	15.16
林文昌	11,908,814	14.23
林文洪	11,646,352	13.92
福建华兴创业投资有限公司	5,249,257	6.27
福建恒联股份有限公司	5,249,257	6.27
德化县国有资产投资经营公司	4,374,381	5.23
福建省德化县邱村矿业有限公司	4,374,381	5.23
广州市瑞弘贸易有限公司	3,499,505	4.18

上海飞时贸易有限公司	1,749,752	2.09
郑素芳	1,749,752	2.09
合 计	83,673,158	100

在上述发起人持有的股份中，德化县国有资产投资经营公司所持的股份被福建省财政厅以闽财企[2002]182号文界定为国家股。

自2002年9月28日整体变更为股份公司以来，公司股权结构未发生变化，亦未发生重大资产重组。

5、发行人律师的意见

发行人律师对公司设立前历次股本变更的意见为：在发行人设立前，其历次增资以及吸收合并的行为均符合当时法律、法规和规范性文件的规定，并履行了必要的法律手续，上述历次股权变动合法、合规、真实、有效。

发行人律师对公司整体变更为股份公司的意见为：上述股本设置、股权结构合法有效，产权界定和确认不存在纠纷及风险。

(二) 设立以来重大资产变化情况

1、转让经销企业的股权

自公司成立以来，林氏父子根据日用陶瓷产品的消费特点和目标市场，建立了适应超市、卖场等连锁零售业态的特许授权经销商制度。公司对营销网络的重组情况如下：

随着公司生产能力的不断扩大，公司及其实际控制人以直接控股、参股及吸收其他代销商的方式，先后组建和发展了14家区域性经销企业，公司主要通过上述14家经销企业组成的营销网络进行产品销售。公司设立时，公司及子公司控股其中的3家经销企业，分别为成都五天、广州五天和武汉五天；公司发起人林氏兄弟控股1家经销企业深圳五天，对1家经销企业上海五天存在重大影响。

随着国内零售商业业态开始由百货店、日杂店向各种连锁经营业态转型，供应商和销售商之间的战略合作关系对产品营销的作用日益突出。零售商要求提供规模化的商品数量，品种花色丰富的商品系列和及时高效的配送、补货与售后服务。为了适应零售业态的发展趋势，公司及其实际控制人决定重组营销网络，将

其持有的经销企业的股权逐步转让给非关联方，并以商业利益关系为纽带，建立以“五天”为统一商号的特许授权经销商体系。同时拟在上海组建家用品服务中心对营销网络进行统一管理和服 务，提高销售渠道的运营效率。

(1) 公司及子公司控制的经销企业的转让过程

公司设立时，公司及其子公司控股了 3 家经销企业，分别是成都五天、广州五天和武汉五天。上述 3 家经销企业转让前的基本情况如下：

公司名称	成立时间	注册资本	公司及子公司出资比例
成都五天	1999 年 1 月 4 日	50 万元	冠峰耐热瓷 50%，华鹏陶瓷 32%
广州五天	1999 年 6 月 21 日	50 万元	冠峰耐热瓷 70%
武汉五天	2000 年 4 月 12 日	50 万元	冠福家用 51%

注：华鹏陶瓷即福建省德化华鹏陶瓷有限公司，原名福建省德化华鹏彩瓷厂，2000 年 5 月改制为有限公司后更名，2001 年 12 月 31 日被发行人吸收合并后，其持有的上述企业的股权由发行人持有。

具体股权转让过程如下：

成都五天日用器皿配货中心

成都五天是在成都市工商行政管理局登记注册的股份合作制企业，注册资金 50 万元，其中：冠峰耐热瓷出资 25 万元，占 50%的股权；华鹏陶瓷出资 16 万元，占 32%的股权；成都市成华区恒丰百货商店出资 9 万元，占 18%的股权。

2002 年 12 月 23 日，成都五天召开股东会，同意公司将持有的成都五天 32%股权转让给林友杉，冠峰耐热瓷将持有的成都五天 50%的股权转让给林同微，转让价款按出资额计算。

2002 年 12 月 25 日，公司与林友杉、冠峰耐热瓷与林同微就上述股权转让事宜分别签订《成都五天日用器皿配货中心股权转让协议》。2003 年 12 月 3 日，转让各方重新签订《成都五天日用器皿配货中心股权转让协议》，对上述股权转让事宜再次予以确认。

2003 年 12 月 11 日，成都五天就上述事宜在成都市工商行政管理局办理了变更登记。

广州五天日用器皿配货中心

广州五天是在广州市工商行政管理局白云分局登记注册的股份合作制企业，

注册资金 50 万元，其中：冠峰耐热瓷出资 35 万元，占 70%的股权；林文智出资 5 万元，占 10%的股权；林培辉出资 5 万元，占 10%的股权；罗贤柳出资 5 万元，占 10%的股权。

2002 年 12 月 28 日，广州五天召开股东会，同意冠峰耐热瓷将其持有的广州五天 40%的股权转让给林同微，将其持有的 30%的股权分别转让给罗贤柳、林培辉和林友杉各 10%，转让价款按出资额计算。

2002 年 12 月 28 日，冠峰耐热瓷与林同微、罗贤柳、林培辉和林友杉分别就上述股权转让事宜签订了《股东转让出资合同书》；同日，林文智与林友杉签订《股东转让出资合同书》，将其持有的广州五天 10%的股权转让给林友杉。

2003 年 12 月 12 日，广州五天就上述事宜在广州市工商行政管理局白云分局办理了变更登记。

武汉五天贸易有限公司

武汉五天是在武汉市工商行政管理局登记注册的有限责任公司，注册资本 50 万元，其中：公司出资 25.5 万元，占 51%的股权；林文智出资 24.5 万元，占 49%的股权。

2002 年 12 月 2 日，武汉五天召开股东会，同意公司将其持有的武汉五天 51%的股权转让给林宗清，转让价款按出资额计算。

2002 年 12 月 27 日，公司与林宗清就上述股权转让事宜签订了《武汉五天贸易有限公司股权转让协议》；同日，林文智与林明誉签订了《武汉五天贸易有限公司股权转让协议》，约定将其所持有的武汉五天 49%的股权转让给林明誉。2003 年 6 月 3 日，转让各方重新签订《武汉五天贸易有限公司股权转让协议》，对上述股权转让事宜再次予以确认。

2003 年 11 月 27 日，武汉五天就上述事宜在武汉市工商行政管理局硚口分局办理了变更登记。

转让股权的价格及投资收益

公司在控制上述经销企业期间，投入了较多资源进行市场开拓，转让时上述经销企业账面净资产低于原出资额。但公司考虑到上述经销企业已具有较为稳定

的客户群和业务量 ;同时 ,公司在股权转让后仍将上述经销企业作为特许经销商。因此 ,上述经销企业的股权转让价格均按原股东出资额确定。2003 年 ,转让成都五天、广州五天和武汉五天共形成公司投资收益 785,970.43 元。

(2) 实际控制人控制或存在重大影响的经销企业的情况

2003 年 ,林氏兄弟将其所持有的经销企业股权转让给非关联方或解除了重大影响 ,目前 ,公司主要发起人与上述企业已不存在关联关系。具体情况如下 :

关联方	设立时间	注册资本	曾经存在的关联关系	备注
深圳五天	2000 年 7 月 25 日	50 万元	林文智持股 80%	2003 年 12 月 22 日完成股权转让的工商变更登记手续后与发行人不存在关联关系
上海五天	1997 年 4 月 15 日	10 万元	林文洪任法定代表人	2003 年 12 月 19 日完成法定代表人变更手续后与发行人不存在关联关系

深圳市五天日用器皿有限公司股权转让情况

深圳市五天日用器皿有限公司成立于 2000 年 7 月 25 日 ,注册资本 50 万元 ,其中 :发行人控股股东林文智出资 40 万元 ,占公司注册资本的 80% ;林培辉出资 7.5 万元 ,占公司注册资本的 15% ;罗晓芬出资 2.5 万元 ,占公司注册资本的 5%。2003 年 9 月 30 日 ,林文智与非关联方林明誉签订了《深圳市龙岗企业产权出让合同书》 ,将其持有深圳五天 80%的股权按原始出资额作价 40 万元转让给林明誉 ,林明誉于 2003 年 12 月 20 日支付了转股价款。深圳五天于 2003 年 12 月 22 日在深圳市工商行政管理局办理了变更登记手续。

上海五天日用玻璃器皿配货中心法定代表人变更情况

上海五天日用玻璃器皿配货中心成立 1997 年 4 月 15 日 ,系福建省德化华鹏彩瓷厂 (2000 年 5 月经集体企业甄别后改制为福建省德化华鹏陶瓷有限公司 ,2001 年 12 月被公司吸收合并) 在上海投资举办的集体企业 ,注册资本 10 万元 ,发行人控股股东林文洪担任上海五天法定代表人。2000 年 5 月 15 日 ,华鹏彩瓷厂与非关联方汪祺签订《产权转让协议书》 ,将其所持有的上海五天 100%的产权转让给汪祺 ,上海五天的实际控制人变更为汪祺 ,但本次转让未办理工商变更登记手续 ,林文洪仍为上海五天的法定代表人。2003 年 12 月 ,经德化县龙浔镇人民政府 (德龙镇[2003]89 号文) 德化县盖德乡人民政府 (盖政[2003]116 号文) 批准 ,汪祺将上海五天 100%的产权转让给德化县日臻陶瓷工艺厂。2003 年 12 月

19 日，就上述产权转让事宜，转让各方在上海市工商行政管理局闸北分局办理了工商变更登记手续，同时上海五天的法定代表人变更为汪祺。目前上海五天的所有制性质仍为集体所有制，开办单位为德化县日臻陶瓷工艺厂。

保荐人意见：经核查相关法律文件，目前上海五天与发行人及其实际控制人之间不存在关联关系或实质的控制关系。

发行人律师意见：经本所律师核查，目前上海五天与发行人及其实际控制人之间不存在关联关系或实质的控制关系。

(3) 对公司的影响

公司和控股子公司冠峰耐热瓷，以及公司实际控制人转让其持有的日用陶瓷经销企业的股权，是针对零售商的连锁经营发展趋势调整营销战略的结果。在经销企业股权转让前后，本公司的实际控制人均为林氏父子，公司管理层也未发生变动。

截止 2003 年年末，公司及其实际控制人已转让了其持有的经销企业的全部股权，公司产品的销售模式主要采用由特许授权经销商采取委托代销方式销售。股权转让对公司的影响体现在下述方面：

公司压缩了管理层次和管理跨度，集中资源进行产销两方面的品牌建设，提高了公司作为供应商在产品营销过程中和销售商间的战略合作地位；

营销网络的运作效率有所提高：由于公司能够通过合同、品牌、制度等约束手段保持营销网络的稳定性，同时通过互利的交易条件和利益分配、丰富的产品系列和统一的后台服务提高各地经销商的竞争力和积极性。股权转让后，公司的营销服务，特别是配送和售后服务等关键环节的效率和质量得到了提高，公司报告期内主营业务收入增长较快。

2、收购上海五天实业有限公司

(1) 收购过程

上海五天实业有限公司成立于 2002 年 6 月 7 日，注册资本 900 万元，其中：林宝花出资 450 万元，占 50%的股权；施丽萍出资 360 万元，占 40%的股权；上海五天日用玻璃器皿配货中心出资 90 万元，占 10%的股权。主要业务是日用陶

瓷、塑料制品、办公用品的仓储和销售。

2002年11月10日，五天实业召开股东会，同意林宝花、施丽萍和上海五天向公司转让其持有的五天实业25%、40%和10%的股权；同意林宝花向冠峰耐热瓷转让其持有的五天实业25%的股权。

2003年5月20日，公司与林宝花、施丽萍、上海五天签订了《上海五天实业有限公司股权转让协议》，约定公司分别受让林宝花、施丽萍和上海五天持有的五天实业25%、40%、10%的股权，转让价款分别为225万元、360万元、90万元。

2003年8月22日，冠峰耐热瓷与林宝花签订了《上海五天实业有限公司股权转让协议》，约定冠峰耐热瓷受让林宝花持有的五天实业25%的股权，转让价款为225万元。

2003年12月26日，五天实业就上述事宜在上海市工商行政管理局办理了变更登记。股权转让后，公司持有五天实业75%股权，子公司冠峰耐热瓷持有五天实业25%股权。

(2) 受让股权的价格及投资收益

五天实业在被收购前处于开办期，尚未正式营业，购买日净资产等于公司注册资本。因此，经双方协商，受让股权的价格按原股东出资额计算。收购以后，五天实业于2003年6月28日开始营业，购买当年净利润为-44,746.94元。

(3) 对公司的影响

收购五天实业对公司控制权和管理层未产生影响。

以上海为中心的华东地区是公司目前最主要的市场，并具有巨大的发展潜力；同时该地区还具备金融、信息、物流和人才等诸多优势。公司及控股子公司冠峰耐热瓷受让五天实业股权的主要规划和目前情况如下：

公司收购五天实业后，拟以其为中心，利用特许授权经销商体系，提高销售渠道负荷能力，积极开拓其他家用品的分销、开发和加工业务，为公司提供新的利润增长点。目前，五天实业开发的玻璃制品经销业务已经成熟，五天实业自2003年10月开始经销的国际知名品牌弓箭玻璃器皿。2004年至2006年上半年，

分别实现玻璃器皿销售收入 5,763.09 万元、8,937.26 万元和 4,675.77 万元，目前玻璃器皿收入已占公司主营业务收入的 30%左右。五天家用品服务中心项目建成后，公司将进一步开发其他家用品，特别是品牌产品的分销业务。

公司收购五天实业后拟以其为平台与零售终端逐步实施全国联采和华东地区联采，并采用其他销售模式提高公司对市场的控制能力。2005 年末开始，五天实业已着手开展联采业务，目前已与上海物美商业投资发展有限公司、联华超市股份有限公司、上海易初莲花连锁超市有限公司、月星集团有限公司、上海汇金六百超市有限公司等 10 余家大型连锁零售终端签定了全国、华东或上海地区联采合同。公司实施联采的地域和零售商数量还有待扩大，同时通过经销商采购和实施联采尚需一段过渡时间，公司预计通过联采实现的销售在本年度将达到 4,000 万元左右 约占主营业务收入的 13% 2007 年将增长 100%以上达到约 10,000 万元，以后年度将维持较稳定的增长。

公司收购后拟将其组建为公司营销管理中心，对各地特许授权经销商提供品牌维护和推广、信息、结算和售后服务等一系列统一规范的管理和服务，提高销售系统的运营效率，进一步树立“五天”在分销业务中品牌形象。五天实业服务中心建成后，公司将把营销管理部的全部职能逐步转移至五天实业，由其在全国销售渠道进行统一的管理和服务。

四、历次验资、资产评估和审计情况

(一) 历次验资情况

1、有限公司成立时的验资

公司前身为福建省德化冠福陶瓷有限公司，成立于 1999 年 6 月 22 日，注册资本为人民币 50 万元。福建省德化审计师事务所接受委托，对公司的实收资本进行了审验，并于 1999 年 6 月 17 日出具了德审事[1999]94 号《验资报告》，确认“截至 1999 年 6 月 16 日止，贵公司已收到股东投入的资本人民币伍拾万元，全部为货币资金”。

2、增资至 3,028 万元时的验资

2000 年 4 月，公司增资至 3,028 万元。福建省德化顺华有限责任会计师事务所

所接受委托，对公司的注册资本及投入资本的变更情况进行了审验，并于 2000 年 4 月 5 日出具了德顺会所验字（2000）25 号《验资报告》，确认“截至 2000 年 3 月 30 日止，公司已收到其股东投入的资本人民币叁仟零贰拾捌万元（¥3028 万元），全部为实物资产。原注册资本 50 万元，本次增资 2978 万元”。

3、增资至 4,782 万元时的验资

2001 年 12 月，公司增资至 4,782 万元。福建华兴有限责任会计师事务所接受委托，对公司的注册资本及投入资本的变更情况进行了审验，并于 2001 年 12 月 31 日出具了闽华兴所（2001）验字 80 号《验资报告》，确认“根据贵公司股东会决议和修改后的协议、章程等的规定，贵公司申请增加注册资本人民币 17,540,000.00 元，其中以货币出资 15,000,000.00 元，净资产折 2,540,000.00 元。经我们审验，截至 2001 年 12 月 31 日止，贵公司已收到全体股东缴纳的注册资本合计人民币肆仟柒佰捌拾贰万元整”。

4、整体变更为股份公司时的验资

2002 年 9 月，公司整体变更为股份公司。福建华兴有限责任会计师事务所接受委托，对公司以 2001 年 12 月 31 日为基准变更为福建冠福现代家用股份有限公司折合的股份总额的真实性和合法性进行了审验，并于 2002 年 8 月 28 日出具了闽华兴所（2002）验字 B-005 号《验资报告》，确认“截至 2001 年 12 月 31 日止，贵公司（筹）已收到各方（即冠福集团有限公司原股东）投入的注册资本人民币捌仟叁佰陆拾柒万叁仟壹佰伍拾捌元（¥83,673,158 元）。与上述投入资本相关的资产总额为 160,613,197.21 元，其中货币资金 22,109,187.80 元，实物资产（包括存货、固定资产净值、在建工程）99,233,580.80 元。”

（二）资产评估情况

公司成立以来，于 2000 年 4 月增资至 3,028 万元进行过 1 次资产评估，具体情况如下：

2000 年 4 月，林福椿、林文昌、林文洪和林文智以机器设备、办公用品、房屋建筑物、在建工程等实物资产以及土地使用权进行增资。泉州名城有限责任会计师事务所接受委托，以 2000 年 3 月 1 日为评估基准日，对此次增资所涉及的相关标的进行了资产评估，并于 2000 年 3 月 17 日出具了泉名会所评[2000]68、

69号《资产评估报告书》，评估结果作为相关资产入账的作价依据。在此次评估中，机器设备及办公用品、房屋建筑物采用重置成本法；在建工程采用工程进度法；土地使用权采用基准地价系数修正法进行评估，主要情况如下：

评估项目	评估价值（元）
机器设备及办公用品	4,643,000
房屋建筑物	15,167,055
在建工程	8,413,945
土地使用权	1,556,000
合计	29,780,000

（三）历次审计情况

1、2001年年度审计情况

福建华兴有限责任会计师事务所接受委托，依据《中国注册会计师独立审计准则》，审计了公司1999年12月31日、2000年12月31日、2001年12月31日母公司及合并资产负债表，1999年度、2000年度、2001年度母公司及合并利润表及利润分配表，2001年度母公司及合并现金流量表，并于2002年4月25日出具了标准无保留意见的闽华兴所（2002）审字B—091号《审计报告》。

此次审计的结果已作为公司整体变更为股份公司时的折股依据。

2、2002年年度审计情况

福建华兴有限责任会计师事务所接受委托，依据《中国注册会计师独立审计准则》，审计了2002年12月31日母公司及合并资产负债表，2002年度母公司及合并利润及利润分配表，2002年度母公司及合并现金流量表，并于2003年7月3日出具了标准无保留意见的闽华兴所（2003）审字B—075号《审计报告》。

3、2003年年度审计情况

福建华兴有限责任会计师事务所接受委托，依据《中国注册会计师独立审计准则》，审计了2003年12月31日母公司及合并资产负债表，2003年度母公司及合并利润及利润分配表，2003年度母公司及合并现金流量表，并于2004年4月28日出具了标准无保留意见的了闽华兴所(2004)审字B—065号《审计报告》。

4、2004 年年度审计情况

福建华兴有限责任会计师事务所接受委托，依据《中国注册会计师独立审计准则》，审计了 2004 年 12 月 31 日母公司及合并资产负债表，2004 年度母公司及合并利润及利润分配表，2004 年度母公司及合并现金流量表，并于 2004 年 2 月 3 日出具了标准无保留意见的闽华兴所（2005）审字 B—018 号《审计报告》。

5、2005 年年度审计情况

福建华兴有限责任会计师事务所接受委托，依据《中国注册会计师独立审计准则》，审计了 2005 年 12 月 31 日母公司及合并资产负债表，2005 年度母公司及合并利润及利润分配表，2005 年度母公司及合并现金流量表，并于 2006 年 4 月 27 日出具了标准无保留意见的闽华兴所（2006）审字 B—032 号《审计报告》。

6、公司为公开发行上市进行的审计情况

福建华兴有限责任会计师事务所接受委托，依据《中国注册会计师独立审计准则》，审计了公司 2003 年 12 月 31 日、2004 年 12 月 31 日、2005 年 12 月 31 日、2006 年 6 月 30 日母公司及合并资产负债表，2003 年度、2004 年度、2005 年度和 2006 年 1-6 月母公司及合并利润表及利润分配表，2003 年度、2004 年度、2005 年度和 2006 年 1-6 月母公司及合并现金流量表，并于 2006 年 9 月 8 日出具了标准无保留意见的闽华兴所审字（2006）审字 B-128 号《审计报告》。

五、发行人组织结构

（一）发行人股权结构

见 1-1-51 页“发行人股权结构图”。

（二）内部组织结构

1、组织结构图

见 1-1-52 页“发行人组织结构图”。

2、内部组织机构设置及运行情况

根据公司实际生产经营的需要，公司内部管理机构共设 13 个职能部门，其具体工作职责分工如下：

产品开发部：负责制定公司产品开发战略；负责组织实施公司的产品结构调整计划；负责编制新产品开发计划并与技术中心共同组织开发工作；负责新系列新品种的器型、花面、包装等的设计工作；负责根据业务部和各地经销商的客户要求进行打样；负责对样品室进行管理；协助进行公司产品的市场推广工作。

技术中心：负责行业技术发展的研究和分析；负责提出公司的技术战略规划；负责公司技术中心的运营与管理；负责产品的原料、釉水配方；组织化验室对矿物原料的理化指标进行检测；组织化验室对产品的铅、镉溶出量等指标进行检测；向生产管理部、质量控制部、产品开发部提供技术支持；负责公司监视和测量装置的管理。

营销管理部：负责公司营销策略的制订和实施；营销渠道的管理；和大型零售终端的客户联系；集团客户和海外市场的开发；负责顾客关系管理，包括顾客反馈、顾客投诉、顾客满意度调查等；对顾客提供的样品、稿件等进行验收及其相关工作；和财务部共同负责国内外市场信息收集和货款回收。

企划设计部：负责塑造、维护、发展和传播企业文化，负责企业形象的设计和宣传，负责公司各类标识的设计和维护，负责公司参展的布景，负责公司的网站宣传。

采购部：负责对矿物、白瓷、包装物供应商以及外协加工厂开发与管理；负责按时按质采购生产所需材料。

生产管理部：下设骨锂瓷厂、轻质瓷厂、彩瓷厂和普白瓷厂，分别负责有关产品的生产计划组织，完成生产任务，确保准时交货；负责组织协调各生产厂区的生产管理和安全管理；负责生产过程的质量控制；组织协调生产管理人员做好现场的人员、设备、材料、工艺、环境的管理；组织做好各生产部门的绩效考核工作。

质量控制部：负责制定公司质量管理的战略；负责与外部有关质量机构的沟通协作；组织实施质量数据的分析利用；组织编制公司原辅材料和产品的质量标准 and 检验标准；负责公司 ISO9001 质量管理体系的组织管理工作，提高质量管理水平；负责组织实施原辅材料和外协加工产品的进货验收、工序质量监控以及成

品检验；负责完善过程质量控制计划与工艺质量标准；负责有关公司产品质量问题的调查分析；负责公司质检设备的的管理。

证券投资部：负责公司信息披露和投资者服务计划；筹备公司董事会、监事会、股东大会会议及制作有关会议资料；负责公司投资项目的市场调研和可行性分析；投资项目的评估和选择；拟订和修订项目实施计划和行动方案；参与项目谈判并维持和发展与项目相关各方的业务关系；参与投资项目管理、监控以及项目经营管理的考核；建立、开发和管理公司与国内外资本市场的业务渠道；与财务部共同负责项目融资计划的编制和实施；配合其他部门业务的开展；法律事务；证券投资事宜。

人力资源部：负责主持规划公司的人力资源战略；建立并完善人力资源管理体系，研究、设计人力资源管理模式（包含招聘、绩效、培训、薪酬、奖惩、员工发展、人事事务等内容），制定和实施人力资源管理制度；组织实施员工职业技能的培训与开发；处理公司管理过程中的重大人力资源问题。

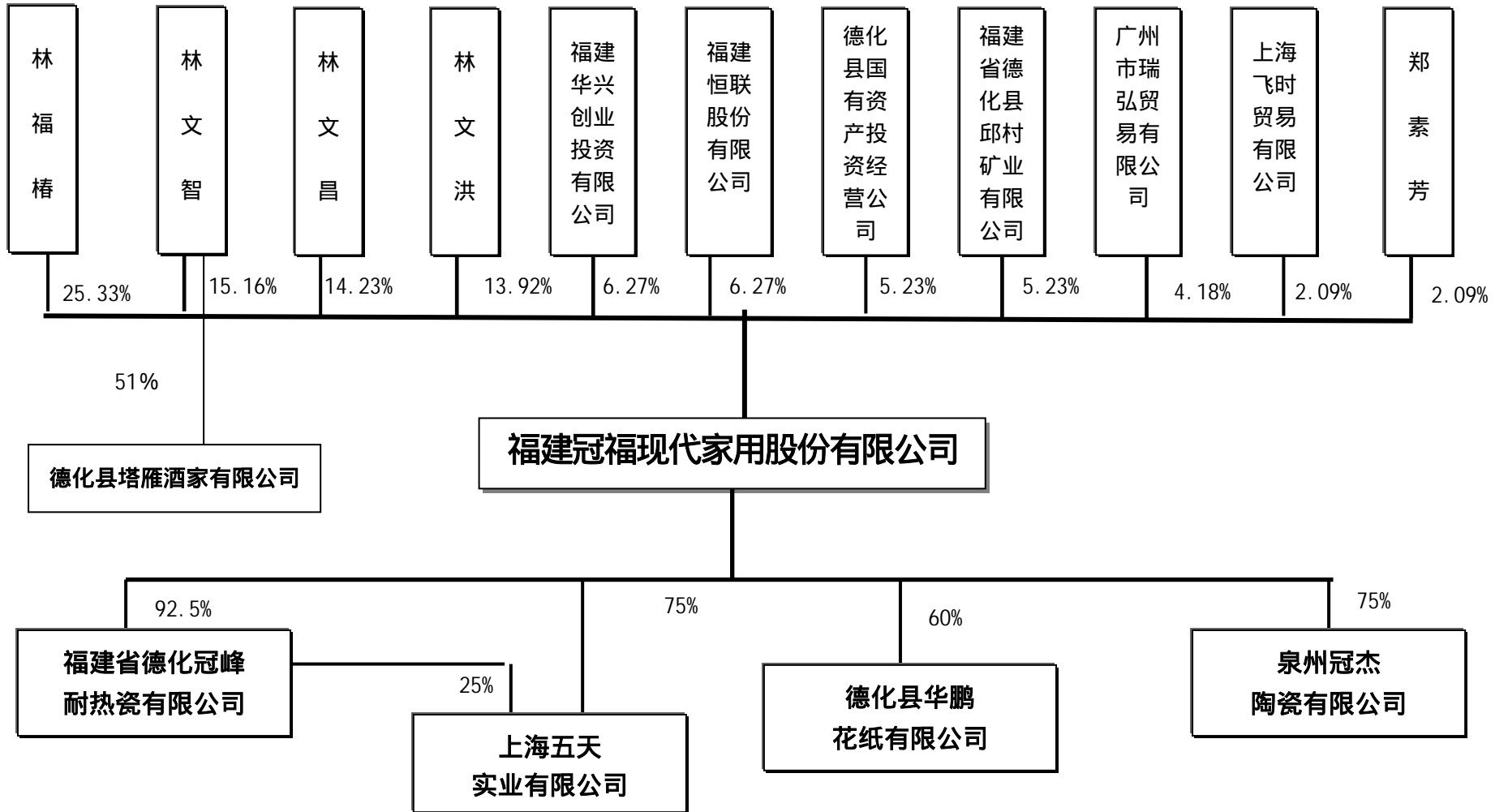
行政部：负责公司外部联络和内部管理工作，如接待工作、办公设备的管理、与政府相关部门办理有关手续、公司印章、档案的管理、与政府相关部门、外部专业机构、高等院校等建立合作关系；负责公司其他行政事务。

财务部：负责企业财务管理，协助制定发展战略和进行经营决策；负责建立科学、系统的财务核算体系；制定和实施公司资金运营和管理计划；负责编制公司财务预决算报告；负责公司筹资计划的编制和实施，审批公司重大资金流向；和证券投资部共同负责投资项目评估、协调和考核；协调公司同银行、工商、税务等部门的关系；编制财务报表，提交财务管理工作报告；负责外部财务审计机构的联络及其工作管理。

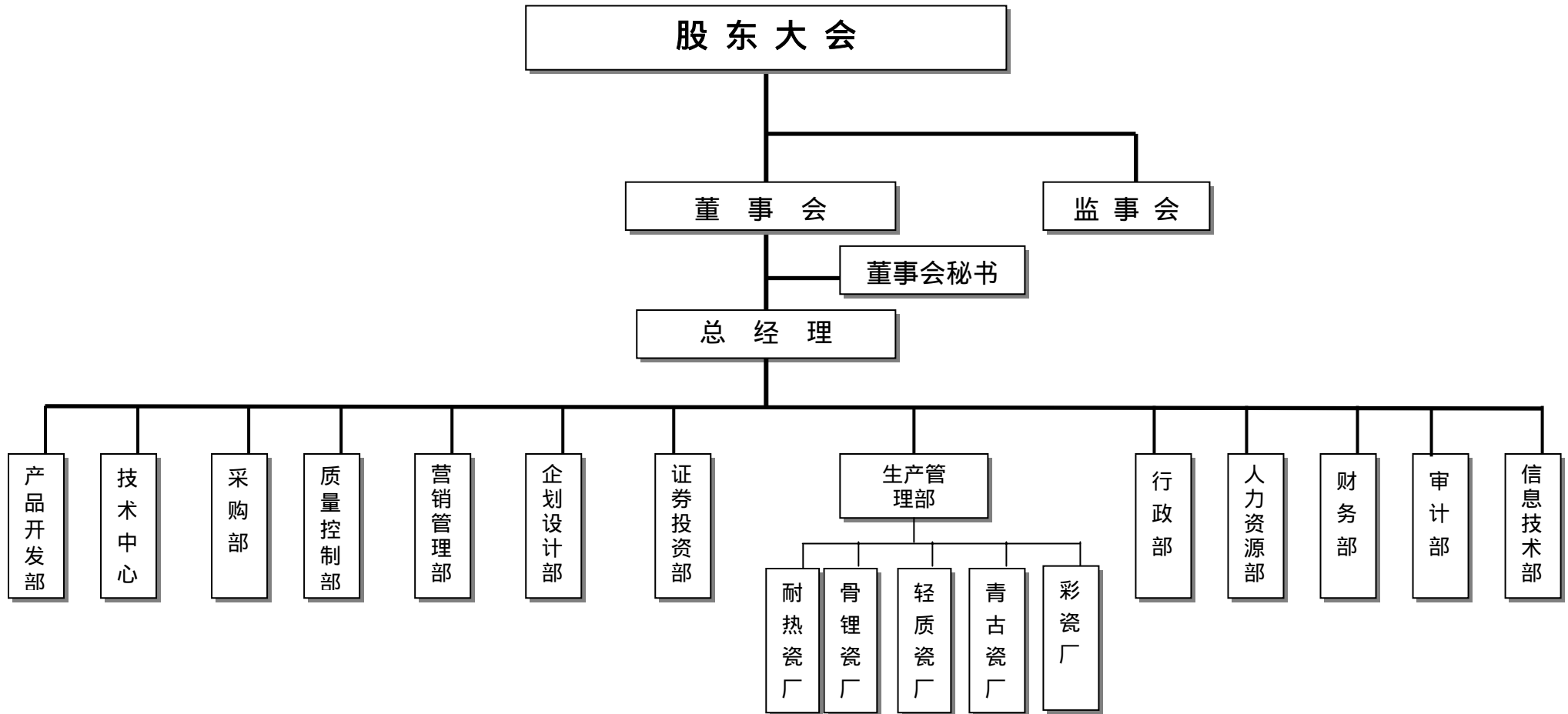
审计部：负责公司及下属子公司的内部审计；负责内部控制制度的执行和监督；负责建立完善的财务监控体系。

信息技术部：负责公司信息化系统的建设、运营及其管理，负责配合各职能部门进行信息的收集、加工、整理和分析，负责公司网页的维护。

发行人股权结构图



发行人组织结构图



六、发行人参股、控股公司情况

截止 2006 年 6 月 30 日，公司拥有 4 家控股子公司，无参股公司，其子公司的基本情况如下：

（一）控股子公司基本情况

1、福建省德化冠峰耐热瓷有限公司

冠峰耐热瓷成立于 1996 年 4 月 5 日，在德化县工商行政管理局登记注册，《企业法人营业执照》注册号：3505261000001；注册资本（实收资本）600 万元，其中：发行人持有该公司 92.5%的股权，上海龙浔贸易有限公司持有该公司 7.5%的股权；经营范围为制造、销售日用陶瓷器、美术陶瓷，树脂、藤、棕、草工艺品，塑料制品，玻璃制品；陶瓷，塑料，玻璃制品原辅材料（危险、监控化学品，易制毒化学品除外）销售；纸制品进出口（在国家允许范围内经营）（以上经营范围凡涉及国家专项专营规定的从其规定）；注册地址为德化县浔中镇土坂村；法定代表人为林福椿。

冠峰耐热瓷成立时注册资本 180 万元，其中：上海龙浔贸易有限公司、德化县浔中宝兜陶瓷厂、德化县玖兴实业公司及自然人王洪光各出资 45 万元，分别持有 25%的股权。

2000 年 7 月 1 日，德化县浔中宝兜陶瓷厂、德化县玖兴实业公司及自然人王洪光分别与发行人签订了《股权转让合同》，将其各自持有的冠峰耐热瓷 25%股权各作价 50 万元转让给发行人，上述股权转让经冠峰耐热瓷同日召开的 2000 年第一次股东大会审议通过，股权转让后，发行人向各转让方支付了转股价款。2000 年 7 月 10 日，冠峰耐热瓷办理了工商变更登记手续，股权结构变更为：发行人持股 75%，上海龙浔贸易有限公司持股 25%。

2000 年 8 月 2 日，冠峰耐热瓷 2000 年第二次临时股东会决议通过发行人对冠峰耐热瓷增资的议案：发行人对冠峰耐热瓷出资由 135 万元增至 555 万元，上海龙浔贸易有限公司原出资额不变。本次增资经泉州丰华有限责任会计师事务所泉丰华会所验字[2000]346 号验资报告验证。2000 年 12 月 20 日，冠峰耐热瓷办理了工商变更登记手续，股权结构变更为：发行人持股 92.5%，上海龙

得贸易有限公司持股 7.5%。

2、泉州冠杰陶瓷有限公司

冠杰陶瓷系中外合资经营企业，成立于 2002 年 10 月 15 日，在泉州市工商行政管理局登记注册，《企业法人营业执照》注册号：企合闽泉总字第 007788 号，《中华人民共和国台港澳侨投资企业批准证书》批准号：商外资闽泉合资字 [2002]0041 号；注册资本（实收资本）2,000 万元，其中：发行人持有该公司 75%的股权，香港商人吴文政持有该公司 25%的股权；经营范围为生产工艺美术陶瓷及日用陶瓷制品；注册地址为德化县盖德乡盖德村；法定代表人为林文智。

3、德化县华鹏花纸有限公司

原名福建省德化华鹏花纸有限公司，2003 年 6 月 9 日更为现名。华鹏花纸成立于 2002 年 3 月 5 日，在德化县工商行政管理局登记注册，《企业法人营业执照》注册号：3505262100308；注册资本（实收资本）150 万元，其中：发行人持有该公司 60%的股权，汕头市永胜美术花纸印务有限公司（原名汕头市升平区永胜美术印刷厂）持有该公司 40%的股权；经营范围为花纸印刷、销售；注册地址为德化县浔中镇土坂村；法定代表人为林文智。

华鹏花纸成立时注册资本 120 万元，其中发行人和汕头市升平区永胜美术印刷厂各占 50%；2005 年 3 月 23 日，华鹏花纸召开股东会，同意发行人向其增资 30 万元，持股比例变更为 60%；2005 年 4 月 4 日，华鹏花纸办理了工商变更登记手续。

4、上海五天实业有限公司

五天实业成立于 2002 年 6 月 7 日，在上海市工商行政管理局登记注册，《企业法人营业执照》注册号：3102292044415；注册资本（实收资本）5,000 万元，其中：发行人持有该公司 75%的股权，发行人之控股子公司冠峰耐热瓷持有该公司 25%的股权；经营范围为生产加工日用陶瓷、塑料制品、不锈钢制品，仓储，销售日用百货、包装材料、超市货架、塑料搪瓷制品、办公用品，绿化工程，商务咨询，计算机软硬件研究开发（涉及许可经营的凭许可证经营）；注册地址为上海市青浦区徐泾镇华徐路东侧；法定代表人为林文洪。

五天实业成立时注册资本 900 万元，其中发行人及其子公司冠峰耐热瓷在

2003年受让该公司股权后各持有75%和25%的股权；2006年2月16日，五天实业召开股东会，同意发行人和冠峰耐热瓷按原持股比例对五天实业增资至3,000万元；2006年4月12日，五天实业召开股东会，同意发行人和冠峰耐热瓷按原持股比例对五天实业增资至5,000万元；发行人和冠峰耐热瓷均以现金增资，上述增资事宜分别经上海瑞和会计师事务所有限公司瑞和会验字(2006)第0407号、瑞和会验字(2006)第0932号《验资报告》验证。五天实业分别于2006年2月28日和2006年4月14日办理了工商变更登记手续。

(二) 控股子公司基本财务状况

公司控股子公司财务数据均经福建华兴有限责任会计师事务所审计。

公司控股子公司截止2005年12月31日和2006年6月30日的资产负债表的主要数据如下：

单位：万元

公司名称	2006年6月30日		2005年12月31日	
	总资产	净资产	总资产	净资产
冠峰耐热瓷	5,755.28	4,319.96	6,236.13	4,075.44
冠杰陶瓷	8,213.52	6,467.32	6,471.62	5,763.37
华鹏花纸	401.66	222.41	332.72	185.54
五天实业	16,325.45	6,878.49	8,949.78	2,027.45

公司控股子公司2005年度和2006年1-6月利润表的主要数据如下：

单位：万元

公司名称	2006年1-6月		2005年度	
	销售收入	净利润	销售收入	净利润
冠峰耐热瓷	1,096.36	244.52	4,684.13	965.02
冠杰陶瓷	2,294.85	703.95	3,651.37	1,094.39
华鹏花纸	302.99	36.86	304.57	14.76
五天实业	8,641.78	751.05	15,815.12	960.90

七、发行人股东的基本情况

(一) 发行人股东基本情况

1、**林福椿**：男，中国国籍，无境外永久居留权，1947 年出生，身份证号码：350526194701171013，住所为福建省泉州市德化县龙浔镇德新街 1 组，现持有本公司股份 21,193,001 股，占本公司本次发行前总股本的 25.33%。

2、**林文智**：男，中国国籍，无境外永久居留权，1973 年出生，身份证号码：350526197307071018，住所为福建省泉州市德化县龙浔镇龙东路 108 号，现持有本公司股份 12,678,706 股，占本公司本次发行前总股本的 15.16%。

3、**林文昌**：男，中国国籍，无境外永久居留权，1968 年出生，身份证号码：35052619680918101X，住所为福建省泉州市德化县龙浔镇龙东路 108 号，现持有本公司股份 11,908,814 股，占本公司本次发行前总股本的 14.23%。

4、**林文洪**：男，中国国籍，无境外永久居留权，1970 年出生，身份证号码：350526197011071035，住所为福建省泉州市德化县龙浔镇龙东路 108 号，现持有本公司股份 11,646,352 股，占本公司本次发行前总股本的 13.92%。

本次发行前，林氏父子合计持有公司股份 57,426,873 股，占总股本的 68.64%，是公司控股股东和实际控制人。

5、福建华兴创业投资有限公司

福建华兴创业投资有限公司成立于 2000 年 12 月 26 日，注册资本(实收资本) 10,100 万元，住所为福州市华林路 69 号，法定代表人为梁永新，经营范围为高新技术产业投资与管理、投资咨询及代理等业务。该公司最近一年及一期的有关财务数据如下(2005 年财务数据经福建闽都有限责任会计师事务所审计，2006 年中期财务数据未经审计)：

单位：元

	2006 年 6 月 30 日	2005 年 12 月 31 日
总资产	136,039,525.41	104,312,242.88
净资产	104,017,576.30	103,611,274.85
净利润	406,301.45	906,411.32

华兴创投目前的股权结构为：

股东名称	出资额（万元）	出资比例
福建省华兴集团有限责任公司	7,500	74.26%
福建省投资担保公司	2,500	24.75%
福建省国有资产营运有限公司	100	0.99%
合计	10,100	100%

6、福建恒联股份有限公司

福建恒联股份有限公司成立于 2001 年 8 月 23 日，注册资本（实收资本）1,500 万元，住所为福州市温泉路 3 号，法定代表人为陈刚，经营范围为电子计算机、软件开发，建筑材料，通信设备，家俱，灯具的批发、零售。该公司最近一年及一期的有关财务数据如下（财务数据未经审计）：

单位：元

	2006 年 6 月 30 日	2005 年 12 月 31 日
总资产	19,967,325.54	20,024,515.67
净资产	13,927,260.06	13,985,496.89
净利润	-58,236.83	-207,651.86

福建恒联目前的股权结构为：

股东姓名	出资额（万元）	出资比例
陈钦	900	60%
王雪玉	420	28%
王孙长	104	6.94%
陈金凤	38	2.53%
陈兵	38	2.53%
合计	1,500	100%

7、德化县国有资产投资经营公司

德化县国有资产投资经营公司成立于 1997 年 6 月 26 日，注册资本（实收资本）8,000 万元，住所为德化县龙浔镇凤林路 30 号，法定代表人为郑义先，

经营范围为从事受托国有资产的资本权益管理和企业产权处置、受托国有资产向外行业投资经营等活动。该公司最近一年及一期的有关财务数据如下(财务数据未经审计)：

单位:元

	2006年6月30日	2005年12月31日
总资产	155,024,039.95	152,083,739.13
净资产	128,725,144.13	129,351,071.86
净利润	-625,927.73	26,984.69

德化国投是德化县国有资产管理委员会下属的国有独资有限责任公司。

8、福建省德化县邱村矿业有限公司

福建省德化县邱村矿业有限公司(原名福建省德化邱村金矿、福建省德化县邱村金矿,于2005年8月2日改制为有限责任公司)成立于1997年8月1日,注册资本(实收资本)800万元,住所为德化县葛坑镇邱村,法定代表人为谢文清,经营范围为金矿地下开采(有效期至2010年8月,以上经营范围凡涉及国家专项专营规定的从其规定)。该公司最近一年及一期的有关财务数据如下(2005年财务数据经福建立信有限责任会计师事务所审计,2006年中期财务数据未经审计):

单位:元

	2006年6月30日	2005年12月31日
总资产	25,109,969.75	22,668,740.52
净资产	10,392,913.73	8,953,845.52
净利润	1,439,068.21	1,399,234.58

邱村矿业目前的股权结构为：

股东单位	出资金额(万元)	出资比例
德化县国有资产投资经营公司	280	35%
德化县葛坑镇企业服务中心	280	35%
福建黄金集团有限公司	240	30%

合计	800	100%
----	-----	------

9、广州市瑞弘贸易有限公司

广州市瑞弘贸易有限公司成立于 2000 年 11 月 7 日，注册资本（实收资本）810 万元，住所为广州市越秀区建设六马路 33 号 2705 房，法定代表人为忻伟军，经营范围为国内商业及物资供销业（国家专营专控商品除外）展览策划、自营和代理各类商品及技术的进出口业务不另附进出口商品目录，但国家限定公司经营或禁止进出口的商品及技术除外），经营进料加工和“三来一补”业务。该公司最近一年及一期的有关财务数据如下（财务数据未经审计）：

单位：元

	2006 年 6 月 30 日	2005 年 12 月 31 日
总资产	19,763,117.88	15,687,568.26
净资产	9,638,004.89	9,795,870.61
净利润	-156,225.66	71,196.42

广州瑞弘目前股权结构为：

股东名称	出资金额（万元）	出资比例
张骥	405	50%
郭向群	405	50%
合计	810	100%

10、上海飞时贸易有限公司

上海飞时贸易有限公司成立于 1994 年 7 月 28 日，注册资本（实收资本）50 万元，住所为上海市嘉定区马陆镇沪宜公路 2585 号，法定代表人为庄宝林，经营范围为精细化工产品（有毒及危险品除外）、钢材、纸品、百货、建材、机电产品的批售（涉及许可经营的凭许可证经营）。该公司最近一年及一期的有关财务数据如下（财务数据未经审计）：

单位：元

	2006 年 6 月 30 日	2005 年 12 月 31 日
总资产	11,183,677.33	9,750,931.88

净资产	8,328,985.61	7,948,962.79
净利润	54,432.59	711,944.73

上海飞时目前的股权结构为：

股东名称	出资金额（万元）	出资比例
庄宝林	30	60%
沈国际	10	20%
沈国俊	10	20%
合计	50	100%

11、郑素芳，女，中国国籍，无境外永久居留权，1973年出生，身份证号码：350526197306151569，住所为福建省泉州市德化县三班镇桥内村8组3号，现持有本公司股份1,749,752股，占本公司本次发行前总股本2.09%。

（二）控股股东和实际控制人控制的其他企业基本情况

除本公司外，公司实际控制人林文智还控制了德化县塔雁酒家有限公司。该公司成立于2000年5月9日，注册资本（实收资本）300万元，住所为德化县龙浔镇塔雁商园9号楼，法定代表人为林秀春，经营范围为餐饮服务。该公司最近一年及一期的有关财务数据如下（财务数据未经审计）：

单位：元

	2006年6月30日	2005年12月31日
总资产	3,098,482.40	3,087,544.59
净资产	3,091,982.40	3,082,044.59
净利润	9,937.81	34,329.50

塔雁酒家目前的股权结构为：

股东姓名	出资金额（万元）	出资比例
林文智	153	51%
林秀春	147	49%
合计	300	100%

（三）控股股东和实际控制人直接或间接持有的发行人股份不存在质押或

其他有争议的情况

八、发行人股本情况

(一) 本次发行前后的股本结构

本公司发行前总股本 83,673,158 股,本次拟申请发行人民币普通股(A股)股票 3,000 万股,本次发行的股份占发行后总股本的 26.39%。

(二) 前十名股东

本次发行前,本公司前十名股东及其持股情况如下:

股东姓名或名称	股数(股)	比例(%)
林福椿	21,193,001	25.33
林文智	12,678,706	15.16
林文昌	11,908,814	14.23
林文洪	11,646,352	13.92
福建华兴创业投资有限公司	5,249,257	6.27
福建恒联股份有限公司	5,249,257	6.27
德化县国有资产投资经营公司(SS)	4,374,381	5.23
福建省德化县邱村矿业有限公司	4,374,381	5.23
广州市瑞弘贸易有限公司	3,499,505	4.18
上海飞时贸易有限公司	1,749,752	2.09
郑素芳	1,749,752	2.09
总 股 本	83,673,158	100.00

(三) 自然人持股情况及任职情况

公司共有自然人股东 5 名,其持股情况和在发行人单位任职情况如下:

股东名称	持股数	持股比例	单位名称	所任职务
林福椿	21,193,001	25.33%	冠福家用	董事长
			冠峰耐热瓷	董事长
林文智	12,678,706	15.16%	冠福家用	董事总经理

			冠峰耐热瓷	总经理
			冠杰陶瓷	董事长
			华鹏花纸	董事长
林文昌	11,908,814	14.23%	冠福家用	副董事长
			五天实业	总经理
林文洪	11,646,352	13.92%	冠福家用	监事
			五天实业	董事长
郑素芳	1,749,752	2.09%	--	无任职
合计	59,176,625	70.73%	--	--

(四) 股权设置情况

公司发起人德化县国有资产投资经营公司持有本公司股份 4,374,381 股，占公司发行前总股本的 5.23%。根据福建省财政厅 2002 年 8 月 9 日出具的闽财企(2002)182 号《福建省财政厅关于德化县国投公司在福建冠福现代家用股份有限公司(筹)国有股权有关问题的批复》，该部分股权被界定为国家股。德化县国有资产投资经营公司(SS)表示该股东为国家股股东，SS 系 State-own shareholder 的缩写。

(五) 发行前各股东的关联关系

公司股东之间，林福椿与林文智、林文昌、林文洪系父子关系，本次发行前分别持有公司股份 21,193,001 股、12,678,706 股、11,908,814 股、11,646,352 股，占公司发行前总股本的比例分别为 25.33%、15.16%、14.23%、13.92%。林氏父子合计持有本公司 68.64% 的股份，为公司控股股东及实际控制人。

邱村矿业是德化国投的下属的合营企业。本次发行前，邱村矿业和德化国投分别持有公司股份 4,374,381 股，分别占公司发行前总股本的 5.23%，合计持有本公司 10.46% 的股份。

(六) 本次发行前股东所持股份的流通限制和自愿锁定股份的承诺

2006 年 9 月 20 日，本公司控股股东及实际控制人林福椿、林文智、林文昌和林文洪承诺：自公司股票上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理其持有的发行人股份，也不由发行人回购其持有的股份。在担任公司董事、

监事或高级管理人员职务期间以及离职后六个月内，不转让其持有的发行人股份。

2006年9月5日，本公司其余股东承诺：自公司股票上市之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理其持有的发行人股份，也不由发行人回购其持有的股份。

九、员工及社会保障情况

（一）员工人数及变动情况

报告期内，随着固定资产投资项目的建设和产能的扩张，公司在册员工人数逐年增长；同时，根据公司长远发展计划和具体用工要求，公司对人员结构不断进行调整。报告期内，公司（含控股子公司）员工人数变动情况如下：

	2003年12月31日	2004年12月31日	2005年12月31日	2006年6月30日
员工总数	2,128	2,351	2,804	3,790
增长幅度	--	10.48%	19.27%	35.16%

（二）员工结构

截止2006年6月30日，本公司及控股子公司共有员工3,790人，员工结构如下：

1、专业结构

分类	数量（人）	占员工人数比例（%）
行政人员	99	2.61
财务人员	86	2.27
生产人员	3,237	85.41
技术人员	154	4.06
营销人员	131	3.46
其他	83	2.19
合计	3,790	100

2、教育程度

分类	数量(人)	比例(%)
大专及以上	186	4.91
高中及中专	259	6.83
初中及以下	3,345	88.26
合计	3,790	100

3、年龄结构

分类	数量(人)	比例(%)
25岁以下	1,669	44.04
26 - 35岁	1,406	37.10
36 - 45岁	576	15.20
46岁以上	139	3.67
合计	3,790	100

(三) 社会保障制度情况

公司实行用工劳动合同制，依据《中华人民共和国劳动法》等法律、法规与员工签订劳动合同，积极提高员工的劳动保护和生活福利条件。报告期内，公司及子公司按照国家和地方关于社会保障的规定执行社会保障制度，参加了基本养老保险、失业保险、工伤保险等社会保险，不存在因违反有关社保方面的法律、法规而被处罚的情形。

十、主要股东及作为股东的董事、监事和高管的重要承诺

1、关于避免同业竞争的承诺

2005年2月3日，林氏父子共同向公司出具了《关于避免同业竞争的承诺函》，承诺在其单独或者合并持有公司的控股权期间，林氏父子及其单独或者合并投资控股的公司、企业或者其他经济组织将不在中国境内外以任何形式从事与公司主营业务或者主要产品相竞争或者构成竞争威胁的业务活动，包括在中国境内外投资、收购、兼并或受托管理与公司主营业务或者主要产品相同或相似的公司、企业或者其他经济组织；若公司将来开拓新的业务领域，公司享有优先权，林氏父子及其单独或者合并投资控股的公司、企业或者其他经济组织

将不再发展同类业务。

2、关于与发行人资金往来的承诺

2005年2月3日，林氏父子共同向公司出具了《承诺函》，承诺在其单独或者合并持有公司控股权期间，将严格遵守《关于规范上市公司与关联方资金往来及上市公司对外担保若干问题的通知》（证监发[2003]56号）的有关规定，内容如下：

（1）承诺林氏父子4人及其单独或者合并投资控股的公司、企业或者其他经济组织与公司发生的经营性资金往来中，应严格限制并避免发生占用公司资金的情况。

（2）承诺林氏父子4人及其单独或者合并投资控股的公司、企业或者其他经济组织不得要求公司为其垫支工资、福利、保险、广告等期间费用，也不得要求公司代为承担成本和其他支出。

（3）承诺林氏父子4人及其单独或者合并投资控股的公司、企业或者其他经济组织不得要求公司以下列方式直接或间接地提供资金，包括：

有偿或无偿地拆借公司的资金给林氏父子4人及其单独或者合并投资控股的公司、企业或者其他经济组织使用；

通过银行或非银行金融机构向林氏父子4人及其单独或者合并投资控股的公司、企业或者其他经济组织提供委托贷款；

委托林氏父子4人及其单独或者合并投资控股的公司、企业或者其他经济组织进行投资活动；

为林氏父子4人及其单独或者合并投资控股的公司、企业或者其他经济组织开具没有真实交易背景的商业承兑汇票；

代林氏父子4人及其单独或者合并投资控股的公司、企业或者其他经济组织偿还债务；

中国证券监督管理委员会认定的其他方式。

（4）林氏父子4人及其单独或者合并投资控股的公司、企业或者其他经济组织不得要求公司提供任何形式的担保。

3、所持股份的流通限制和自愿锁定股份的承诺

见本章之八(六)“本次发行前股东所持股份的流通限制和自愿锁定股份的承诺”。

截止本招股说明书签署日，上述承诺得到了切实履行。

第五章 业务与技术

一、发行人主营业务及其变化

本公司主营业务为日用陶瓷产品的开发、生产和销售，并利用自身销售渠道经销玻璃制品等其他家用品。公司自设立以来，日用陶瓷产品的主营业务利润贡献率保持在 90%以上，公司的主营业务未发生变化。

二、公司玻璃制品经销业务基本情况

(一) 基本情况

1、概况

2003 年起，利用销售渠道优势和与零售终端的良好合作关系，公司开始经销弓箭玻璃器皿（南京）有限公司生产的玻璃制品。该公司是世界著名的玻璃器皿生产商法国弓箭玻璃器皿国际实业公司在中国投资的唯一一家生产基地和全球 5 大机械化生产基地之一，其产品弓箭品牌玻璃被誉为“餐桌上的玻璃艺术品”。报告期内，公司玻璃制品经销额大幅上升，成为公司新的利润增长点，基本情况如下：

	2006 年 1-6 月	2005 年度	2004 年度	2003 年度
销售数量（万件）	651	1,209	1,344	48
主营业务收入（万元）	4,675.77	8,937.26	5,763.09	204.34
占全部主营收入比重（%）	29.91	31.73	26.34	1.44
主营业务成本（万元）	4,286.27	8,404.60	5,418.46	194.48
毛利率（%）	8.33	5.96	5.98	4.83
返利（万元）[注]	111.56	211.86	176.72	0

[注]公司因经销弓箭玻璃器皿（南京）有限公司玻璃制品，供应商按协议约定依据经销金额对经销商的奖励性收入，计入公司其他业务利润。

2、公司与弓箭玻璃的合作关系和经销模式

公司是弓箭玻璃器皿（南京）有限公司目前在中国的最大经销商。弓箭玻璃器皿（南京）有限公司生产的玻璃制品除出口部分外，其余通过零售、餐饮和 B-B 方式在国内市场销售。通过零售渠道销售的产品占国内总销量的 50%左

右，并统一以弓箭乐美雅（Luminarc）为品牌。除四川省内通过其他经销商销售外，80%以上的乐美雅产品由公司及子公司五天实业在国内其他区域经销。

公司及子公司五天实业与弓箭玻璃器皿（南京）有限公司采用买断方式经销弓箭玻璃制品。根据销售情况不定期向弓箭玻璃器皿（南京）有限公司下达订单，采用银行转账、银行承兑汇票和商业承兑汇票进行结算。各结算模式下的合同主要条款如下：

（1）银行转账：由公司或五天实业确定发货地点，付款提货；

（2）银行承兑汇票：弓箭玻璃器皿（南京）有限公司（乙方）于货物发出后开具增值税发票，公司于合同生效后30天内向乙方开具以其为收款人的3个月期限的银行承兑汇票，由乙方确认接受；乙方负责包装并承担费用；乙方负责将货物运输到公司确定的交货地点，公司承担运费；质量标准为乙方质控部通用的质量标准。

（3）商业承兑汇票：弓箭玻璃器皿（南京）有限公司（乙方）于货物发出后开具增值税发票，五天实业于合同生效后30天内向乙方开具以其为收款人的70天的商业承兑汇票，由乙方确认接受；乙方负责包装并承担费用；乙方负责将货物运输到五天实业确定的交货地点，五天实业承担运费；质量标准为乙方质控部通用的质量标准。

报告期内，采用承兑汇票结算的采购金额如下：

结算方式	2006年6月30日	2005年度	2004年度	2003年度
银行承兑汇票	1,800万元	3,250万元	2,600万元	300万元
商业承兑汇票	1,300万元	2,800万元	400万元	—

（二）对玻璃制品经销业务的分析

1、玻璃制品和日用陶瓷制品基本上属于同质商品，其功能用途、目标客户、销售渠道基本统一，因此，经销玻璃制品使得公司能够充分发挥现有销售渠道的潜力，扩大销售规模，提高盈利能力。公司目前经销玻璃制品的销售收入达到主营业务收入的30%左右，由于公司仅作为经销商提供销售渠道和配送支持，毛利率较低，但随着销售规模的扩大，该项业务的盈利能力不断增强。

2、五天实业服务中心项目建成后，公司将形成自身的家用品分销产业基地，并拟全面推进日用陶瓷、玻璃以至竹木、不锈钢制品等其他家用品分销业务。

经销弓箭玻璃符合这一发展战略，并为其实施积累了经验。

3、弓箭玻璃在市场上具有较高认同度，消费群体和消费量比较稳定，经销该产品存在的风险不高，同时有助于提高公司产品的品牌优势。

4、公司生产的日用陶瓷产品系列和经销的玻璃制品系列丰富了公司向零售终端的供货品种，能够提高公司作为连锁零售商供应商的地位。

5、目前公司主要采取银行承兑汇票和商业承兑汇票的形式结算经销的玻璃制品，结算期基本与公司给予自身特许经销商的优惠结算期一致，除铺货量以外，对公司资金占用并不会形成较大压力。

（三）日用玻璃贸易市场的竞争情况和公司的竞争地位

国内日用玻璃行业在“十五”期间获得了高速发展。根据国家统计局对年销售额在 500 万元以上的全部国有和非国有共计 1,000 余家玻璃工业企业的统计，2005 年与 2004 年同期比较，日用玻璃制品产量增长 15.03%，玻璃制品制造业产值增长 38.88%，产品销售收入增长 41.13%，利润总额增长 93.88%；2006 年上半年与 2005 年同期比较，日用玻璃制品产量增长 14.48%，玻璃制品制造业产值增长 26.79%，产品销售收入增长 30.65%，利润总额增长 37.47%；在国家宏观经济政策影响下，受下游行业 and 市场需求拉动，预计 2006 年日用玻璃行业的产销量都将创出新高并在“十一五”期间继续增长，同时行业经济效益也将继续提高。2005 年和 2006 年 1-6 月日用玻璃行业主要统计指标为：

项目		2005 年全年	2006 年 1-6 月
日用玻璃制品产量（万吨）		871.75	459.07
玻璃保温容器产量（万个）		28,997.62	18,891.41
玻璃制品制造业产值（亿元）		404.61（现价）	233.76（现价）
产品销售收入（亿元）		383.68	224.54
产销率（%）		96.82	97.61
其中	日用玻璃制品业	303.27	178.25
	玻璃保温容器制造业	20.60	11.66
	玻璃仪器制造业	59.82	34.66
利润总额（亿元）		17.41	8.89

其中	日用玻璃制品业	11.55	5.76
	玻璃保温容器制造业	0.83	0.17
	玻璃仪器制造业	5.04	2.96

目前玻璃制品行业年出口额为 15 亿元左右,其余 95%以上由国内市场消化。日用玻璃制造企业通过自建销售部门、经销商或代销商进入零售、批发、B-B 等渠道销售。目前,公司及子公司五天实业主要作为日用玻璃制造企业的经销商进入零售和批发市场,获取销售环节的部分利润。由于日用玻璃行业专业经销商(代销商)普遍规模较小、地域性较强、经营品种单一,公司在日用玻璃贸易市场具有较强的竞争优势:

(1) 公司是国内销售规模最大的专业日用玻璃贸易商。2005 年公司经销玻璃制品实现主营业务收入近 9,000 万元,预计 2006 年将超过 1 亿元。

(2) 公司与国内三大日用玻璃制造企业均已建立业务关系。2003 年起公司开始经销弓箭玻璃器皿(南京)有限公司产品并成为该公司国内最大经销商,2006 年下半年起开始经销安徽省德力玻璃器皿有限公司和山东华鹏玻璃股份有限公司产品。

(3) 公司经营玻璃制品的品种逐渐拓展。从 2006 年下半年起,公司从单一经销弓箭玻璃产品向多品牌经销发展,从经销日用餐具向陈设礼品、玻璃保温容器、平板玻璃等其他细分市场发展。

三、日用陶瓷行业基本情况

(一) 行业管理体制

本公司所属行业为日用陶瓷业。我国日用陶瓷行业的行政主管部门是国家商务部,主要负责产业政策的制定,并监督、检查其执行情况;研究拟订行业发展规划,指导行业结构调整,参与行业体制改革、技术进步和技术改造、质量管理等工作。日用陶瓷行业的自律管理机构是中国陶瓷工业协会,该协会成立于 1989 年 9 月,承担着政府委托的全国陶瓷行业的管理职能,包括:制定行业规划及行规行约;开展对行业基础资料的调查、收集、整理和统计;研究行业发展方向;开展行业国际交流活动;进行技术培训、举办专业展览、提供信息服务、推广科技成果等。2003 年 9 月,中国陶瓷工业协会设立了日用陶瓷专

业委员会，加强对日用陶瓷行业的专业化管理。

日用陶瓷行业的产业政策主要体现在国家制定的国民经济和社会发展规划和中国陶瓷工业协会制定的行业具体规划中。《中华人民共和国食品卫生法》、卫生部发布的《陶瓷食品容器卫生管理办法》、国家质检总局等部门发布的日用陶瓷产品国家标准和行业标准构成了该行业的主要法律法规体系。

（二）行业竞争状况

1、世界日用陶瓷行业竞争格局

日用陶瓷工业属于传统工业，随着经济的发展，日用陶瓷的生产技术水平和消费水平都在不断提高，并已发展为完全竞争行业。2005年，世界日用陶瓷的总产量约为250亿件，主要分布在亚洲、西欧和东欧3个陶瓷产区。亚洲产量最大，约占总产量75%以上，主要产瓷国（或地区）包括中国、日本、中国台湾、韩国、泰国等³，产品以中低档次为主；西欧产量约占世界总产量15%以上，主要产瓷国包括英国、德国、法国、意大利等，主要生产高档日用陶瓷，如硬质瓷和骨灰瓷；东欧产量约占世界总产量的7%，主要生产中档日用陶瓷且主要在欧洲销售⁴。

由于日用陶瓷行业属于劳动密集型产业，受原料、燃料和人工费用等因素的影响，西欧美日等经济发达国家对日用陶瓷行业进行产业结构调整 and 战略转移，向高质低产和高技术方向发展，其日用陶瓷行业集中度较高，仅少数企业占据市场竞争优势，如英国的皇家道尔顿和韦奇伍德、法国的百图、德国的罗森塔尔和胡琴路易斯特、日本的诺里蒂克和鸣海等。

相反，以中国为代表的发展中国家由于在生产传统、人才、资源和劳动力等方面均具有比较优势，日用陶瓷行业得到了迅速发展，但其竞争优势主要集中在中低档产品上。2003年以来，我国日用陶瓷年出口件数约90-110亿件，占全球出口件数的2/3左右，但金额仅占20%—25%，单件换汇仅为0.22—0.23美元，不足发达国家水平的1/7，约为世界平均水平的1/4⁵。

3、资料来源：《陶瓷中国》2006年7月“中国陶瓷工业协会十一五规划（讨论稿）”

4、资料来源：中国陶瓷工业协会《日用陶瓷行业重大科技需求分析研究报告》

5、资料来源：根据中国硅酸盐学会陶瓷分会、中国陶瓷工业协会的数据综合统计

由此可见，在国际市场上，中高档日用陶瓷产品产量有限，缺口较大，市场前景广阔，竞争对手主要是发达国家日用陶瓷生产企业，中国日用陶瓷企业竞争能力不强；而在低档日用陶瓷方面，虽然市场总量大，但竞争者数量众多，竞争激烈，中国企业虽然仍具有相对优势，但其优势主要建立在低价格和高数量的基础上，经济效益较差。

2、国内市场日用陶瓷行业竞争格局

我国不仅是全球最大的日用陶瓷生产国和输出国，同时也是最大的消费国。目前世界日用陶瓷年消费量约 220 亿件，我国年消费量 60 多亿件，人均消费量 5 件，约占世界总消费量的 25%⁶。根据中国陶瓷工业协会的统计数据，近年来日用陶瓷进口件数不足国内消费总量的 1%，目前国内市场需求几乎完全由国内日用陶瓷生产企业自行满足。国内日用陶瓷企业具有以下特点：

(1) 企业数量多，规模企业少，行业集中度低

我国现有日用陶瓷生产企业众多，主要集中在广东、福建、湖南、山东、广西、江西和河北等陶瓷产区，但普遍存在生产规模小，产销失衡、竞争能力弱、盈利能力低、主要在低档产品市场上采取价格手段进行低层次竞争等问题。根据中国陶瓷工业协会 2003 年对会员企业的统计资料，日用陶瓷规模以上企业（包括全部国有企业及销售额在 500 万元以上的非国有企业）数量为 700 家左右，产业集中度很低。2005 年，国家统计局对我国 698 家日用陶瓷企业的规模生产的集中度分析如下：

	全部企业	大型企业	中型企业	小型企业
2005 年工业总产值（亿元）	234.60	12.95	67.42	154.23
大型企业产量集中度	5.5%			

(2) 企业以出口导向型为主

长期以来，我国日用陶瓷企业以海外市场为主，对国内市场需求的重视程度不高。除本公司外，本行业销售规模超过 2 亿元的重点企业基本上是出口导向型企业，其基本情况如下⁷：

6、资料来源：百研资讯 2005 年《中国日用陶瓷产业研究报告》

7、资料来源：百研资讯 2005 年《中国日用陶瓷产业研究报告》及相关公司网站

企业名称	主营产品	主要市场
广西三环企业集团股份有限公司	中高档细瓷、炻瓷	90%以上出口，欧美、中东
淄博美津陶瓷有限公司	中高档炻瓷	100%出口，美欧、日本
湖南华联瓷业有限公司	中高档日用瓷	主要出口 100 多个国家地区
邯郸陶瓷集团有限责任公司	细瓷、炻瓷、墙地砖	主要出口美欧、日本、中东
山东临沂陶瓷企业集团总公司	日用瓷、功能瓷	主要出口美欧、日韩
唐山华美陶瓷有限公司	细瓷、炻瓷	主要出口美欧、澳洲、日本
广东四通集团有限公司	日用瓷器	主要出口美欧
山东美华瓷业集团股份有限公司	日用瓷器	80%以上出口美欧、中东
江苏省宜兴陶瓷公司	工艺瓷、特种瓷	主要出口 50 多个国家地区
江苏高淳陶瓷股份有限公司	中高档日用瓷、炻瓷	主要出口美欧、日本
福建冠福家用股份有限公司	中高档日用瓷	95%以上内销

因此，国内日用陶瓷市场竞争呈现以下格局：

(1) 由于产业集中度很低，同时大中型企业基本上采用出口为主的外向型经营方式，使得目前国内日用陶瓷市场中缺乏明显的占据市场份额优势的企业。

(2) 低档产品市场完全饱和，中高档产品市场发展潜力极大，国外品牌和少数在生产规模、成本、技术等方面占据优势的规模企业开始注意国内市场，其品牌已在市场上形成一定影响力。

(3) 在中高档产品竞争中，竞争逐渐向技术含量、品牌、营销和服务等非价格竞争手段发展。

3、进入日用陶瓷行业的主要障碍

日用陶瓷行业企业数量众多，竞争激烈。由于该产业低进入、高退出的特点，已经形成了业内企业不会轻易放弃，业外企业不会轻易涉足的局面。随着消费趋势向中高档产品转变，零售业态向连锁经营变化，规模小、技术水平低的日用陶瓷企业将不断被市场竞争淘汰，行业集中度大幅提高的趋势不可避免，并将进一步提高行业准入门槛。总体而言，进入国内日用陶瓷行业的障碍主要包括以下几个方面：

(1) 规模

日用陶瓷行业的竞争非常激烈，若企业未达到一定的产销规模，则难以通过连锁形式的零售终端实现对消费者的销售，而主要只能通过传统百货、日杂店等传统零售业态销售，这种销售模式的客户范围较窄、商品周转较慢、在零售市场份额逐渐萎缩。对目标客户群主要是城乡居民的日用陶瓷生产企业而言，连锁业态的零售终端已成为主流销售场所。

连锁业态要求其供应商具有较高的生产能力以满足其采购量需求；要求丰富的产品品种、花色满足其货架陈列的要求；要求进场商品从品质到包装满足其控制标准；要求供应商提供完善的配送服务和售后服务。更重要的是，连锁超市普遍收取渠道费用，采取货款结算信用期等采购政策，要求供应商具有较强的资金实力。上述要求实际上提高了商品进入零售渠道的门槛，如果供应商的产销未形成规模，就无法参与竞争，或直接导致产品的生产成本、销售费用和销售价格的大幅提高，丧失竞争能力。因此，商业业态的现状和发展趋势都在规模方面对进入日用陶瓷行业的企业形成了很大制约，目前有能力通过连锁形式的零售终端在全国范围内竞争的仅有少数大中型日用陶瓷企业。

(2) 销售网络

由于国内日用陶瓷生产能力高于国内市场容量，行业竞争尤其是在低档产品上的竞争十分激烈，生产环节的利润率较低。因此，能够在竞争中保持生存和发展的企业必须具有强大的营销能力。首先，在国内市场建立高效的营销网络需要投入大量人力和物力资源；其次，市场开发以及与零售商的磨合需要丰富的市场经验和长期的时间成本；第三，全国性连锁超市的发展要求销售网络能够在地域分布和配送效率等诸多方面适应其要求；最后，销售网络的维护需要健全的组织管理和强大的生产能力支持。上述因素都将直接影响企业进入本行业的营运成本，从而最终影响其经济效益。可见，完善的销售网络也是现阶段加入日用陶瓷行业的主要考虑因素和进入障碍之一。

(3) 质量和技术

针对日用陶瓷产品，国家陶瓷标准化中心和国家质检总局等先后组织制定和实施了多项日用陶瓷行业国家标准，并对产品铅镉溶出量等指标制定了强制

标准。同时，国际标准化组织和各国政府部门对日用陶瓷也制定了各种通用标准或强制标准，例如 CERAM (Ceramic Tableware) 发布的陶瓷餐具和厨具有毒金属物释放全面标准，美国商检局的质量检验标准 (CCIB)，美国食品与药物管理局 (FDA) 和我国国家质检总局签订的《关于对美出口的调制、盛放或储存食品和饮料的陶瓷器皿问题谅解备忘录》中规定的输美日用陶瓷生产厂认证，欧盟最近发布的《关于与食品接触的瓷器制品的性能标准与合格声明》等。我国日用陶瓷产品进入各个市场竞争必须满足相应标准的要求，因此，各项标准，尤其是铅镉溶出量指标等强制标准对技术水平低的企业形成了进入障碍。

(4) 品牌

品牌建设对于日用陶瓷业所属的消费品行业具有重要意义，我国日用陶瓷产业虽然发展较快，但低水平重复建设和盲目扩大产量的现象严重，结构性矛盾突出，低档产品供过于求，在国内外市场均以价格竞争为主要手段，造成企业数量众多，但知名品牌很少，消费者认同度和忠诚度很低的状态。目前，部分日用陶瓷企业在国内市场中已根据各自市场定位逐步建立了一些较知名的品牌，形成了一定竞争优势。品牌的规划、建立、管理和维护是一项长期重大的工作，同时也形成了其他同类竞争产品的市场进入障碍。

4、市场供求状况

(1) 国际市场供求

在国际市场供求方面，2002 年至 2005 年，世界日用陶瓷总产量从 220 亿件增长到 250 亿件，市场供需基本平衡，但国际市场结构发生了深刻而显著的变化，出于比较优势的考虑，发达国家主动缩小日用陶瓷业规模，连续保持负增长，进口数量迅速增加；相反，发展中国家的国际市场份额逐步提高。我国近年来日用陶瓷的出口情况充分反映了这一结构调整的趋势⁸：

	出口量 (亿件)	同比增长 (%)	出口额 (亿美元)	同比增长 (%)
2001 年	70.30	--	13.96	--
2003 年	94.41	34.30	20.44	19.32
2005 年	107.20	13.55	--	--

8、资料来源：中国陶瓷协会《中国陶瓷信息简报》

我国日用陶瓷出口数量已经达到世界出口总量的 65%，但高档日用陶瓷在国际市场上几乎没有份额，中档产品不足 20%⁹。因此，在发达国家同行业结构调整和国际贸易环境改善的背景下，我国日用陶瓷的国际市场份额凭借目前的价格优势在短期内虽然还有扩大的空间，但主要应依靠产品结构调整和技术升级，提高出口价格和国际贸易额。

（2）国内市场供求

在国内市场供求方面，我国人口基数大，同时特定的饮食和生活习惯形成了人均日用陶瓷占有量远高于国际平均水平的特点，因此一直是日用陶瓷的消费大国。近年来，我国国内生产总值稳步增长，消费者购买力和消费潜力为拉动国内日用陶瓷消费市场提供了有力保证。上世纪 90 年代，国内市场日用陶瓷消费总量为 40 多亿件，2003 年已达到 67.5 亿件，人均消费也从 4 件上升至高于 5 件。根据中国陶瓷工业协会预测，2010 年国内消费总量将达到 82 亿件，到 2020 年，随着生活水平提高、消费观念更新和消费品更新频率加快，日用陶瓷需求总量可望达到 120 亿件¹⁰。

目前，我国日用陶瓷产品产量已由快速增长期进入稳步发展期，2003 年至 2005 年，总产量始终保持在 150 亿件至 160 亿件之间，扣除出口部分，国内市场供需基本平衡。

长期以来，我国日用陶瓷企业对国内市场重视程度不高，主要着眼于满足低层次生活需要的消费，重量不重质。但随着我国经济的持续发展，国内日用陶瓷消费结构出现了和国际市场趋同的变化，主要体现在品质、规格、档次上，瓷质由粗变细，产品由单件变成套，档次逐渐提高，畅销产品多元化、艺术化、个性化趋势明显。同时，随着生活水平提高，宾馆瓷、餐馆瓷、礼品瓷、陈设艺术瓷等细分市场也呈现出旺盛的需求。随着地域级差收入的缩小，主要市场也将从目前 70% 的消费量集中在经济较为发达的华东、华北和华南地区的情况向全国各地均衡发展转变。因此，低档日用陶瓷产品的市场将不断压缩，而中高档产品由于替代量和新增量的同时增加将持续出现供不应求的情况。

9、资料来源：《山东陶瓷》2004 年 8 月《我国陶瓷产品国际贸易的比较优势分析》（王世群、姜艳红）

10、资料来源：中国陶瓷工业协会《日用陶瓷行业重大科技需求分析研究报告》

因此，未来国内日用陶瓷的市场容量增加的主要表现形式并不单纯是数量的增长，更重要的是产品档次提高带来的消费额增长。我国日用陶瓷年消费件数约占世界总消费量的 25%，但消费金额尚不足世界消费总额的 10%¹¹。国内日用陶瓷消费结构的升级还处于起步阶段，且具有品牌优势企业的中高档产品消费量和价格已出现了明显的上升趋势。参照国际市场情况来看，日用陶瓷制品平均售价由 20 世纪 80 年代初的 0.70 美元提高到目前的 1.20 美元；参照我国日用陶瓷产品的出口单价来看，2002 年至 2004 年，出口平均单价分别为 0.65 美元/公斤、0.67 美元/公斤和 0.72 美元/公斤，同比增长分别为 3.18%、3.08% 和 6.99%¹²；2005 年，被授予“中国名牌产品”称号的日用陶瓷企业，出口均价超过为 0.65 美元/件，其中 5 家单件均价超过或接近 1 美元¹³。因此，日用陶瓷消费结构的升级将给国内市场带来巨大的发展潜力。

5、日用陶瓷行业利润水平的变动趋势和原因

目前国内日用陶瓷生产企业数量众多，但产销规模普遍较小，我国知名的日用陶瓷企业平均年销售规模仅达到 1—2 亿元，远低于发达国家同行企业。由于绝大多数小规模生产企业采取低水平重复建设和恶性竞争手段，使得国内市场陷入了“降低价格—质量滑坡—降低价格”的恶性循环，一方面影响了企业经济效益和可持续发展能力，另一方面也导致低档产品产能过剩，竞争能力弱，平均效益差的情况。2004 年以来，能源价格大幅上涨进一步影响了行业利润水平。因此，近年来，日用陶瓷全行业始终维持微利状态，根据国家统计局统计，2004 年我国日用陶瓷行业经营效益的主要数据如下：

资本保值增值率 (%)	102.72
资产负债率 (%)	74.55
产值利税率 (%)	4.73
资金利润率 (%)	5.07
流动资产周转次数 (次)	1.74
成本费用利润率 (%)	1.15
人均销售额 (元)	69,109.15
产成品资金占用率 (%)	21.11

11、资料来源：百研资讯 2005 年《中国日用陶瓷产业研究报告》

12、资料来源：百研资讯 2005 年《中国日用陶瓷产业研究报告》

13、资料来源：中国陶瓷网《中国陶瓷重塑品牌振翅欲飞》

日用陶瓷行业利润水平低的现状在短期内不可能出现实质变化，在长期内将由于产业集中度提高出现好转。由于：优势企业的品牌逐渐得到市场认可，品牌消费概念开始流行；中高档日用陶瓷产品在市场上受到广泛欢迎；竞争压力，尤其是成本上升导致部分竞争能力弱的企业退出该行业，行业总产量得到了一定抑制；大中型企业能够通过技术更新等手段抵消部分成本压力。因此，市场开发能力强、技术水平高的日用陶瓷企业能够保持甚至提高其利润水平。

（三）影响日用陶瓷行业发展的有利和不利因素

1、有利因素

（1）产业政策

日用陶瓷是我国十大类轻工出口产品之一。国家鼓励陶瓷行业对传统工艺进行技术改造，实现“五化”，提高出口创汇率和产品附加值。“十一五”期间，日用陶瓷行业的发展目标是：在优化结构，提高效益和降低消耗的基础上，控制产品总量，产量增长在7%左右；重点是要实现2010年陶瓷行业产值比“十五”末翻一番；出口单价和换汇额比“十五”末翻一番以上；单位产品能耗比“十五”末降低20%以上；形成60家—100家有行业名牌和国家名牌的企业，争取形成5—10家有较强的自主创新能力，在国际市场上比较有名气品牌的强势企业，努力实现中国陶瓷业由生产大国至生产强国的转变。继续培育特色区域经济。继续引导陶瓷行业特别是日用陶瓷向着“五化”方向发展，尽快达到原料标准化，燃料洁净化、辅助材料专业化、生产过程现代化、产品高档化。努力建设循环经济、节约型和环境友好型的产业发展格局。实现以企业创建名牌为主体，以培育行业名牌为基础，以争创中国名牌为目标，以进军世界名牌为方向的“十一五”名牌战略计划。从落实国家关于“加强文化遗产保护”的精神出发，对中国近万年的陶瓷文化和陶瓷工艺进行整理，对濒临灭绝的陶瓷工艺加以保护和做好传承。

在实现目标的具体措施方面，提出了：产品结构调整，日用瓷方面应大力发展高档瓷，包括骨质瓷、高温硬质瓷、国外欢迎的精陶产品、开发厨房用品、提高高石英瓷、滑石瓷、高长石瓷等高中档瓷种的产业化水平；提高产品附加值，除了提高产品质量外，重要的是要提高产品的设计水平，装饰水平；搭建产、学、

研相结合的平台，以技术进步推动行业可持续发展；组织好国内外展览会，帮助企业开拓国内外两个市场；做好行业培训工作¹⁴。

产业政策的引导和支持将进一步推动我国日用陶瓷行业实现产品结构的战略性转移和产品的升级换代，促进国内日用陶瓷行业的发展。

（2）零售业态的变革

最近 10 年来，国内零售业态发生了巨大变革，西方发达国家所有的零售业态几乎全部在我国出现，被称为“现代流通革命”两大标志的连锁经营和超级市场在我国都得到高速发展，连锁经营已成为国内零售业态主流。2004 年 12 月，我国零售业全面对外开放，零售业态变革将更广泛、更深入地发展。以超级市场、大型综合性超市、仓储式商场和购物中心等形式为代表的连锁经营业态的出现及壮大改变了国内零售业原先由传统百货、日杂店一统天下的格局。尽管中国连锁零售业占社会消费品零售总额的比重已经超过 12%，但是与海外发达国家 60% 以上的比重相比，仍然具有广阔空间¹⁵。1997 年至 2003 年，在我国商品零售额年均增长率 9.7% 的背景下，新兴业态如大型综超业近年来保持年均 40% 以上的高速增长态势；连锁企业保持年均 30% 左右的发展速度¹⁶。2004 年，在限额以上零售企业中，超市、专业店等新型业态零售企业的市场份额占到 86.63%，远高于百货店的 13.34%¹⁷。随着传统百货不断向连锁经营转型，各种连锁业态的单店规模和网点数量不断增长，网点布局由经济发达地区向中西部地区、由大城市向中小城市、由市中心向城郊结合部扩展，在零售商业中，连锁经营业态的市场占有率仍将迅速提高。

14、资料来源：《陶瓷中国》2006 年 7 月“中国陶瓷工业协会十一五规划（讨论稿）”

15、资料来源：中国流通研究网《连锁业正成零售业主导》

16、资料来源：《新财经》杂志总第 62 期

17、资料来源：中国投资指南网《零售批发业发展概况及“十五”总结》

18、资料来源：国家统计局统计

国内商业业态的巨大变革给我国日用陶瓷企业提供了规模化经营、改善产业结构的发展良机，连锁经营改变了过去日用陶瓷主要经由地摊、杂货铺和百货商店进行销售的模式，克服了该模式下竞争不规范、销售规模小、流通成本高、品牌效应差、目标市场难以拓展的弊端，拓宽了产品销售渠道，提高了销售效率。销售渠道的正规化和组织化使日用陶瓷市场竞争趋于规范，并可以充分提高企业的销售效率。在以各连锁经营业态为主要销售渠道的模式下，能够实现规模化生产，产品种类、系列、花色丰富，分销配送能力强，售后服务水平高的日用陶瓷企业能够充分发挥竞争优势，实现供应商和销售商合作共赢的局面。

(3) 购买力水平提高和消费结构的变化

随着我国经济的快速发展，国内居民的购买力水平和消费意愿也稳步增加。1997年至2005年，农民人均纯收入从2,090元上升到3,255元，增长55.74%；城镇居民人均可支配收入从5,160元上升到10,493元，增长103.35%¹⁸。1978年到2003年，消费品零售总额增长了28倍。1992年我国零售总额首次突破1万亿元，1995年突破2万亿元，1999年突破3万亿元，2002年突破4万亿元，2004年突破5万亿元，2005年突破6万亿元，预计到2010年，我国消费品零售总额将超过10万亿元，年均增长率保持在11%以上¹⁹。

我国国内消费品名义零售总额的增长幅度和增长速度充分显示了居民购买力提高和消费意愿增强，反映了国内市场的巨大潜力。同时，随着生活水平提高，城市化进程加快，消费观念趋向生活质量的提高，消费品更新频率加快。上述因素都促进了国内市场对日用陶瓷需求量的增长，随着日用陶瓷消费总量和档次的提高，日用陶瓷市场总体容量将保持稳定增长。

19、资料来源：国家商务部统计

(4) 细分市场的发展

日用陶瓷产品消费量和宾馆业、餐饮业、旅游业等多种行业密切相关，有关行业的发展将促进其相关设备和用具的需求，从而拓宽日用陶瓷的市场空间。以宾馆业为例，1980年至2002年，星级酒店从203家增至8,880家，增长44倍，此外，尚有约96%的住宿设施，即23万余家中小酒店未进行星级评定；以餐饮业为例，目前国内餐饮业经营网点达350多万家，并仍在迅速发展。据统计，仅星级酒店和餐饮业年均更新设备和用具就达到85亿元左右，宾馆用瓷和餐饮用瓷具有很大的市场空间。此外，礼品用瓷、装饰用瓷、航空用瓷、绿色环保陶瓷等细分市场也具有广阔的发展前景。

(5) 日用陶瓷营销模式的变迁

我国庞大的人口基数和巨大的消费潜能为国内日用陶瓷制造业持续增长提供了市场保证，近年来，我国日用陶瓷产能持续增长，也逐渐出现了少数品牌产品。但是，长期以来，我国日用陶瓷企业普遍存在重生产、轻销售的特点，在国内市场经济中尤其突出，对营销网络投入和品牌建设往往不够重视；同时日用陶瓷生产企业和零售业终端之间的纽带——分销业的发展相对缓慢，已有的日用陶瓷分销企业大多资本单薄、产品类别少、与制造商或零售商的忠诚度差、结构松散、区域型思路占据主导地位、经营方式不规范。生产企业自身缺乏营销能力，产业链失衡阻碍了日用陶瓷的销售渠道，限制了日用陶瓷制造业的发展空间。

随着市场竞争加剧、消费趋势变化和商业业态变革，日用陶瓷生产企业逐渐开始针对国内市场，采用网络营销、会展、直销营销等多种方式加强品牌建设，并通过自建销售网络或与分销商、零售企业加强合作进一步疏通流通渠道。日用陶瓷企业营销模式的改变，将推进我国日用陶瓷行业的产业整合，产生优胜劣汰和两极分化效应，使品牌知名度较高和营销模式健全的日用陶瓷企业不断壮大，提升行业的整体经营效益。

(6) 加入 WTO

总体而言，加入WTO对我国日用陶瓷业具有积极作用。由于发达国家对日用陶瓷行业进行结构调整，日用陶瓷生产逐步向发展中国家转移，这是我国日用陶瓷业扩大再生产，扩大国际市场份额的良好时机。加入WTO后，我国日用陶瓷行业

可以平等参与国际市场竞争，国际市场前景更为广阔；可以更有效地利用外资，引进先进的生产设备和技术，发展高档日用瓷和高技术陶瓷；可以加强管理体制创新，实现优势互补，增强市场竞争力。同时，也应该注意到，加入 WTO 后我国日用陶瓷企业面临直接竞争，我国企业必须迅速调整产品结构、提高管理水平、加强技术创新和品牌建设，否则将难以在更高层次的竞争中生存。

2、不利因素

(1) 总体技术水平偏低

总体来看，我国日用陶瓷行业技术水平和工业发达国家还有相当大的差距。主要表现在以下方面：一是总体技术装备水平不高；二是工艺水平不高；三是生产效率远低于国际先进水平。

我国日用陶瓷企业的的机械化和自动化程度较低，设备精度较差。目前，国内企业约有 60%以上的工序仍由手工操作完成，机械化和自动化部分很少，产品质量不稳定，成品率低。虽然我国和发达国家由于比较优势不同，在设备更新方面不能照搬国外作法，但是总体技术装备落后造成的国内企业的产品质量和生产效率较低仍然是影响我国日用陶瓷业竞争力的关键问题。

在工艺流程上，西方国家日用陶瓷的生产专业性较强，其原料加工在 20 世纪已实现了标准化、系列化和商品化；在成型上，高压注浆、塑压成型等高新技术得到了广泛应用；在干燥上，已广泛使用微波干燥、红外干燥、真空干燥等现代干燥技术；在烧成上，燃料为洁净燃料如天然气、轻柴油等，普遍采用裸烧及二次烧成，同时，窑炉采用计算机控制，上下温差小，控制精确，有效减少了能耗。相形之下，我国企业生产专业化水平较低，工艺水平也落后于发达国家同行。

目前，发达国家日用陶瓷企业人均劳动生产率达 10,000 美元以上，产品合格率达 99%以上，能耗仅为 12,500-20,000 千焦/公斤瓷。而我国规模以上企业的劳动生产率人均仅约为 14,000 元人民币，产品合格率约为 85%，能耗为 25,000-41,800 千焦/公斤瓷，其他企业的劳动生产率和产品质量的平均水平更低²⁰。

20、资料来源：中国陶瓷工业协会《日用陶瓷行业重大科技需求分析研究报告》

(2) 市场竞争激烈

“十五”期间，日用陶瓷行业市场化速度很快，部分新老产瓷区在地方利益的驱动下，新增日用瓷过多，将造成国外和国内市场进一步恶性竞争。同时，市场竞争主要采取低水平重复建设和恶性竞争手段，重量不重质，影响了行业利润水平提高。

(3) 产品研发、技改和设计投入少

国外日用陶瓷企业十分重视科研投入，在研发上的投入一般占销售额的3%以上。在我国日用陶瓷行业中，虽然主要陶瓷产区基本建有研究所，部分企业也设立了研发部门，但大多数日用陶瓷企业仍然忽视研发工作，陶瓷行业的研发投入仅占销售收入的0.1%²¹。同时，行业的微利状态也制约了科研投入和技术改造。研发投入的缺乏直接影响了我国日用陶瓷企业的创新能力，产品质量和品种难以得到新的突破。

对中高檔日用陶瓷产品而言，除了质量和价格因素外，产品的器型、花面和包装的设计和装饰都是影响竞争力的重要因素。目前国内多数日用陶瓷企业缺乏市场意识，普遍沿用20世纪70年代的外观设计，包装简单粗糙；同时相当部分企业一味采取模仿方式进行设计，创新能力不足，在一定程度上制约了我国日用陶瓷企业在中高檔产品市场上的竞争能力。

(4) 品牌影响力不足

我国是世界上最大的陶瓷生产国和输出国，近年来，日用陶瓷出口量保持在全球出口量的65%左右，但出口额只占国际贸易额的20%到30%。2005年，我国出口产品单件均价为0.23美元，而日英等国产品单件均价在1美元以上。这反映了我国企业缺乏知名品牌，特别是国际知名品牌，大部分产品只能靠低廉的价格抢占中低档市场，即使优质产品往往也只能打着国外品牌才能进入高档市场。知名品牌可以引导企业扩大规模，实现规模经济效益，提高市场占有率，同时也能够给其他同类竞争产品设置市场进入障碍，但由于多数企业长期忽视品牌建设，已经严重影响了我国日用陶瓷产品的销售价格和企业经济效益。

21、资料来源：中国陶瓷工业协会《日用陶瓷行业重大科技需求分析研究报告》

（四）行业技术水平

1、行业技术发展现状

历史上，我国陶瓷生产技术长期领先世界，哥窑、汝窑、钧窑、邢窑、龙泉窑等众多瓷器蜚声世界，达到了极高的工艺及艺术水平，基本上是供当时的达官显贵使用或赏玩的精品，产量极低。近代以来，国外发达国家的陶瓷生产技术特别是日用陶瓷生产技术有了长足进步，在新技术、新材料、新工艺的应用及工业化生产技术方面已远远超过我国。目前，国外先进的陶瓷生产国家的日用陶瓷工业均已实现“五化”，即原料标准化、燃料洁净化、辅料专一化、生产过程现代化和产品高档化。在具体生产工序中，成型和施釉基本实现了自动化，烧成普遍采用二次烧成，窑炉多采用隧道窑，彩绘装饰工序多为手工操作。

“八五”以来，我国日用陶瓷行业作为传统行业进行了改组改造，以出口创汇为龙头，以实现“五化”为目标建设了一批原料基地，改造了一批生产企业，工业化生产技术和产品质量得到较大提高，产业布局也得到合理调整，并出现了一批重点企业，行业技术水平有了显著提高。以设备引进为例，引进品种包括单机设备、成套设备、涵盖原料加工到烧成各道工序，现有国际先进水平的设备在国内基本能够找到；以产品质量为例，部分厂家产品已接近国际先进水平，包括韦奇伍德、诺里蒂克在内的英、日、德、美等国的一流日用陶瓷企业均在我国进行OEM生产，我国少数企业的中高档产品也进入了上述国家的国内市场进行直接竞争。但从总体看，我国日用陶瓷业的技术装备与国际先进水平相比仍有明显差距，多数企业的技术装备水平只相当于先进国家上个世纪中叶的水平，产品档次低、缺乏名牌产品，缺乏市场竞争力。

2、行业技术发展特点

随着科学技术的突飞猛进，日用陶瓷生产技术得到了长足发展。本行业的技术水平主要体现在装备技术；窑炉节能环保技术；生产流程中的原料加工工艺、成形工艺、烧成工艺、制釉上釉工艺和装饰工艺；新产品开发技术等方面。

总体而言，日用陶瓷行业的技术发展呈现以下趋势：一、以电子计算机为代表的高新技术应用将不断推动工业生产机械化、自动化和智能化。二、隧道窑向宽体、扁平、装配式和低能耗方向发展，部分将为高温辊道窑取代。三、产品向

多功能、高档次方向发展；装饰彩绘向提高釉面质量、装饰手法多样化、花面式样流行化发展；在各道生产工序中，原料加工精度控制、微波注浆和激光快速成型、无铅镉溶出生产技术、釉中彩技术等均是发展的重点和方向。四、在新产品研发上，高技术多功能陶瓷发展前景广阔，如耐热陶瓷、抗菌陶瓷、环保陶瓷、航空航天陶瓷等市场高速增长，同时纳米材料、精细化工材料等应用材料的发展也将推动高技术陶瓷的发展。

3、行业的经营模式、周期性、季节性和区域性

在经营模式上，国内日用陶瓷企业的传统模式是以海外市场开发为主，通过外贸公司或自营，以参展获取订单后生产；目前部分企业已开始同时关注国内外市场，营销方式逐步现代化，采用经销商、门店、专业市场等多种方式进行销售。但行业内采取传统模式的企业在数量上仍占绝对优势，造成我国日用陶瓷行业外贸依存度偏高的现状，主要情况如下²²：

	年产量（亿件）	出口量（亿件）	依存度（%）
2001年	131.5	70.30	53.44
2003年	150	94.41	62.94
2005年	150	107.20	71.47

日用陶瓷产品属于日常生活用品，且较易损耗，消费弹性较小，因此不存在明显的周期性和季节性。但是部分种类产品由于其消费特点存在一定季节性，如耐热炊具的销售旺季在秋冬两季，工艺瓷在中外节日比较集中的冬末春初为销售旺季。

日用陶瓷产品的区域性主要与居民生活水平联系，例如，海外市场中，2004年，美、德、法、英、日5个国家的陶瓷进口总额达到全球进口额的45%²³；在国内市场中，经济较为发达的华东、华南地区的日用陶瓷消费量最高。

22、资料来源：根据中国陶瓷工业协会统计资料

23、资料来源：中国轻工工艺进出口商会陶瓷分会《陶瓷简讯》2005年第3期

（五）日用陶瓷行业与上游行业的关联性

日用陶瓷行业的上游行业为瓷土瓷石行业，我国主要瓷土瓷石储量较为丰富，能够满足多数日用陶瓷瓷种的生产需要。

以瓷土瓷石中高岭土为例，高岭土在日用陶瓷产品釉料中平均约占 5%-10%，在日用陶瓷坯体中平均约占 45%左右，是最重要的日用陶瓷原料。目前，我国非煤建造型高岭土资源储量居世界第 5 位，截至 2003 年底，对我国 21 个省市 232 处产地统计，基础储量为 5.46 亿吨；而我国含煤建造沉积型高岭土资源储量占世界首位，探明远景储量及推算储量 180.5 亿吨²⁴；同时我国是世界上最早发现并在工业中利用高岭土的国家之一，与美、英、巴西、乌克兰同为世界主要生产国。高岭土在我国分布广泛，但又相对集中，广东、陕西、福建为我国保有储量最高的地区。我国高岭土的生产和消费在可预见期间将趋于稳定并可能略有增长，开采工艺将向高技术、深加工方向发展。总体而言，高岭土总量完全可以供应日用陶瓷行业的发展需求；其开采工艺的进步有助于改善日用陶瓷行业资源消耗大的现状，加工水平的提高也能够促进中高档日用陶瓷产品的产量提高和市场竞争能力的加强。

四、公司在行业内的竞争地位

（一）公司的市场竞争地位

相较于国内多数大中型日用陶瓷企业出口导向型的经营方式而言，公司自设立以来始终重点开发国内市场，通过经销商和零售终端进行销售。由于公司市场差别化战略起步较早，目前已形成了公司外贸依存度低，在国内市场上市场占有率高的独特竞争优势。

22、资料来源：中国轻工工艺进出口商会陶瓷分会《陶瓷简讯》2005 年第 3 期

近 3 年来，公司产销量迅速增长，公司各类日用陶瓷的产量从 2003 年的 6,955 万件增长到 2005 年的 9,143 万件（扣除外协加工量），增长 31.46%；主营业务收入从 2003 年 14,221 万元增加到 2005 年的 28,170 万元 增长 98.08%；扣除其中经销玻璃制品的收入外，各类日用陶瓷收入从 2003 年的 14,017 万元增加到 2005 年的 19,233 万元，增长 37.21%。2006 年 1-6 月，公司实现主营业务收入 15,631 万元，继续保持稳定增长的趋势。

根据中国陶瓷工业协会出具的证明，公司的“福康”耐热煲、“冠福”牌、“华鹏”牌餐具的产量、销量及在国内知名卖场、超市中的占有率近 4 年来均居同行业前列，其中耐热煲居同行业首位。根据中国陶瓷工业协会对规模以上（包括全部国有企业及销售额在 500 万元以上非国有企业）会员企业的统计，在统计范围内，本公司各项具体经营指标的行业排名情况如下：

项目	产量	产值	销售收入	利税总额	利润总额
2003 年	第 5 名	第 4 名	第 5 名	第 3 名	第 3 名
2004 年	第 3 名	第 3 名	第 3 名	第 2 名	第 2 名
2005 年	第 3 名	第 3 名	第 3 名	第 2 名	第 2 名

随着募集资金投资项目的完成，公司的生产能力、技术工艺、产品质量都将进一步提高，产品结构也将进一步优化，公司的市场份额、销售收入和经济效益仍将保持稳定增长的态势。

（二）公司竞争力分析

1、公司的竞争优势

（1）销售渠道优势

近 10 年来，国内零售业态不断向连锁经营模式发展。公司自成立以来即将目标客户群主要定位于工薪阶层，与连锁超市或卖场等零售商的消费群体基本吻合；而且随着各种连锁业态的不断扩张，公司产品的销售地域和消费群体也得以不断扩大，从而分享经济增长带来的购买力提高的好处。因此，公司制定了追随和利用连锁经营的零售终端进行发展的销售战略规划。通过市场开拓和整合，公司已建立起高度市场化的面向现代零售终端的特许授权经销商体系，14 家特许经销商拥有遍布全国除西藏、台湾以外各地域的分销网络，面向各地

连锁超市、卖场进行销售，由公司对所有特许经销商进行统一规划，提供统一的服务，从而构建了“供应商—代销商（特许授权经销商）—销售商（零售终端）”合作共赢的商业关系。与出口型或出口加工型企业比较，公司的销售渠道能够适应国内市场尤其是连锁零售终端的需求，市场反应较快，对中间贸易商依赖程度低；与国内多数企业通过批发市场、百货店、日杂店或专业瓷器店的传统销售渠道相比，公司的销售渠道可充分发挥流转额大、客户范围广、扩张速度快等优势。

随着公司销售渠道的发展和完善，公司的产销规模保持了快速增长，公司将以“五天”商标为核心，继续打造销售渠道的品牌优势，提高公司与销售商的合作地位。

（2）技术优势

公司通过结合传统工艺和现代技术，不断强化技术优势。公司产品多次获得中国发明协会等组织颁发的奖项；2001年，子公司冠峰耐热瓷通过了输美日用陶瓷生产厂认证；2003年，公司被评为福建省高新技术企业；2004年，公司被认定为国家火炬计划重点高新技术企业，公司技术中心被认定为省级企业技术中心；2005年，公司被认定为国家火炬计划产业基地首批骨干企业。公司的技术优势体现在以下方面：

核心技术优势

公司的核心技术优势主要体现在坯釉配方、制作工艺和烧成工艺、产品铅镉溶出量控制等专有技术上，公司在主导产品上积累的核心技术优势一方面保持和提高了产品的技术性能和质量，另一方面还较大幅度地降低了原辅材料和能源成本，使得公司产品在市场上始终保持较强的竞争能力（详见本章之“八、发行人技术情况”）。

研发和应用化能力优势

公司十分重视研究开发，按照“开发一代，储备一代，研究一代”的要求不断强化创新能力。近年来，公司逐步加大了研发费用投入，保持了雄厚的产品研发能力，在目前公司具备的7个瓷种的生产技术中，除日用彩瓷外，全部由公司自行开发。同时，公司技术商品化和生产规模化的能力强，上述生产技

术已全部形成量产能力，产品的技术指标在国内同类产品比较处于领先水平。

外观、花面、包装设计能力优势

在新的消费趋势影响下，产品的外观、花面和包装的设计和装饰成为影响日用陶瓷商品竞争力的重要因素，对比目前多数企业沿用上世纪 70 年代设计或模仿国外设计的作法，公司设立的产品开发部根据目标市场、消费习惯、流行风尚等不同不断进行新系列新品种的设计工作；公司十分注意保护知识产权，对市场前景好、生命周期长的设计通过外观设计专利或美术作品版权进行保护，进一步提高了公司设计能力优势。

(3) 成本优势

公司产销规模大，所在地瓷土瓷石储量丰富，能源供应充足，同时日用陶瓷行业的人才和配套企业齐全，公司在采购原辅材料和燃料的成本，聘用员工，外协加工等方面均具有较大优势。

公司在能源消耗方面的成本优势十分突出。自 2004 年以来，柴油和液化气价格持续大幅上涨，同时部分产区出现煤气供应不足，造成大量日用陶瓷企业难以承受成本上升压力。2004 年，公司科技园冷煤气站投入使用，主要燃料从柴油转变为煤炭，顺利解决了能耗压力。2006 年上半年公司及子公司冠峰耐热瓷共有 22 条窑炉使用煤气，按 2005 年 7 月至 2006 年 6 月煤炭均价（约 600 元/吨），约消耗 1,650 万元于燃料费用和其他费用；按同期柴油均价（约 4,150 元/吨）计算，生产相同产量产品约需消耗 3,000 万元于燃料费用和其他费用，比使用煤炭成本消耗高 81.82%。2006 年 8 月子公司冠杰陶瓷的冷煤气站投入使用，公司能耗成本将进一步降低。

(4) 产品和品牌优势

国内大型日用陶瓷生产企业多数实行出口主导战略，且多数出口企业没有自己的品牌或采取 OEM 的经营模式，因此在国内日用陶瓷市场中，形成较高品牌知名度的企业较少。

严格的质量管理塑造了公司良好的产品品牌和企业形象，公司于 1999 年 12 月通过了中国质量认证中心（CQC）ISO9002 国际质量管理体系认证，并于 2002 年 12 月通过了 ISO9001:2000 质量管理体系升级换版认证。公司实施全面

质量管理，推行“5S”现场管理模式，以提高产品质量稳定性，确保产品的标准化。2002年，公司“华鹏”、“冠峰”和“福康”牌产品获全国质量检验协会“全国质量稳定合格产品”称号；“华鹏”和“冠福”牌产品获国家质检总局“国家免检产品”称号，是行业内首批获此荣誉的6家日用陶瓷企业之一；2005年，“冠福”牌产品获国家质检总局“中国名牌产品”称号，获中国陶瓷工业协会“中国陶瓷行业名牌产品”称号。公司还先后获得了“全国乡镇创名牌重点企业”、“全国实施用户满意工程先进单位”等荣誉称号。

公司通过严格的质量控制和完善的售后服务维护和推广公司的品牌，对产品销售起到了巨大的推动作用。公司将继续实施品牌战略，为创建日用陶瓷行业一流品牌而努力。

(5) 地域优势

公司所处的福建省德化县具有悠久的陶瓷生产传统，与江西景德镇、湖南醴陵并称为“中国三大古瓷都”，是我国陶瓷文化发祥地和目前国内主要陶瓷产区之一。1996年3月，福建德化被国务院发展研究中心命名为“中国陶瓷之乡”；2003年9月，由于陶瓷产业的产量、规模、外向度、可持续发展等11个指标名列全国前列，被中国工艺美术协会授予“中国瓷都”和“中国民间(陶瓷)艺术之乡”的称号。

公司拥有的地域优势主要体现在以下方面：首先，德化陶瓷文化积淀深厚，生产历史悠久，陶瓷生产技术和工艺在国内处于领先水平；其次，德化陶瓷生产产业链完整，陶瓷机械、陶瓷配件、彩印包装、瓷土加工、窑炉窑具等配套机构齐全，同时拥有陶瓷研究所和陶瓷学校等教科研机构；第三，德化陶瓷行业特色鲜明，支柱产业作用突出，能充分发挥区域品牌效应。目前德化共有陶瓷生产企业1,100多家，2004年陶瓷产值58.78亿元，约占全国的11.78%，位居全国第2位，是全国最大的工艺瓷生产和出口基地之一；同时德化也是国内第一个实现全面陶瓷技术改革和陶瓷工业生产无烟尘污染的主要陶瓷产区；第四，德化拥有丰富的陶瓷原料和能源，高岭土、铁矿、煤炭、石灰石、黄金、叶腊石等40多种矿藏储量丰富，其中高岭土、铁矿石、石灰石等主要瓷土瓷石储量均在亿吨以上，是福建省重要的原料基地；另外，德化小水电装机容量居全国前列，是首批100个农村电气化试点县之一和著名的中国小水电之乡，水

电供应充足；第五，陶瓷人才储备丰富，德化陶瓷行业专业人才多，素质高，目前全县陶瓷行业从业人员达 8 万余人，同时当地的教科研机构也为陶瓷专业人才培养和从业人员培训提供了优越的条件；第六，政策扶植，由于德化在中国陶瓷行业中的突出地位，同时其陶瓷产业长期以来创造了良好的经济效益和社会效益，德化陶瓷行业的发展得到了各级政府部门的大力支持，为当地企业提供了优越的外部环境。

2、公司的竞争劣势

(1) 资金瓶颈

公司自成立以来一直保持了产销量的高速增长，产能和销售规模持续增长需要大量资金投入；同时，公司产品最终主要通过连锁超市等零售商销售，而目前零售商普遍要求供应商或分销商承担部分渠道费用（如进场费），并在资金结算方面提供一定信用期，这就要求公司在铺底资金和货款回笼方面对经销商提供相应的支持，以维护销售网络的运转效率。上述因素使得公司单纯依靠内部积累已难以满足快速增长的资金需求，由于目前公司的外部融资渠道和融资能力受到客观条件的限制，公司在高速发展的过程中可能会受资金瓶颈的制约。

(2) 人才引进和信息收集

公司的可持续发展需要大量管理、财务、贸易、设计、物流等各方面的专业人才，同时公司采取的营销模式也要求公司在市场信息的收集和反馈上提高效率。由于公司地处闽南山区，在人才引进和信息收集等方面存在一定劣势。因此，公司收购了上海五天实业有限公司，并将通过投资建设家用品服务中心项目，加强信息化建设，利用上海的地域优势，逐步将产品研发、设计、销售、售后服务等职能中心转移到上海，并开拓其他家用品的加工和销售业务，同时加强品牌维护和推广，强化公司对优秀人才的吸引力。

(三) 同行业竞争情况

虽然目前国内日用陶瓷生产企业众多，但多数是出口导向企业，尤其是大中型企业产品主要出口，因此外销市场中竞争企业数量多，竞争程度激烈。相对而言，内销市场的地域性竞争特征比较显著，并且表现出明显的层次性，低档产品市场已经饱和，竞争十分激烈，而中高档产品需求稳步上升，竞争相对

有序。

本公司主要产品为中高端日用陶瓷，主要目标市场为国内市场，主要销售渠道是全国范围内的连锁经营零售商。自公司成立以来，公司内销比例始终保持在 95%以上。由于公司较早进行国内市场开发，流通渠道通畅，产品适销对路，品牌形象良好，在国内市场具有较强竞争优势，目前国内大中型日用陶瓷企业中尚无能够在全国范围内通过连锁销售渠道与公司进行竞争的企业。因此，本公司面临的竞争主要包括两类：一类是在特定区域内能够通过连锁零售商与公司产品竞争的企业，主要是中小型企业；另一类是能够在全国范围内以多种营销模式与公司竞争的企业，主要是瓷种齐全、档次较高的大中型企业。公司主要产品竞争情况如下：

种类	包含瓷种	主要竞争对手
餐具	日用彩瓷、骨锂瓷、半瓷(炆器)、青古瓷、高档瓷	广东美地瓷业有限公司、邯郸陶瓷集团有限责任公司、重庆华陶瓷业有限公司
炊具	耐热瓷	江西省黎川县康舒耐热瓷厂、安徽三星陶瓷厂
陈设瓷	轻质瓷	福建省臻峰陶瓷有限公司、泉州万顺捷集团有限公司

1、广东美地瓷业有限公司主要生产陶瓷餐具、礼品瓷，年产量 8,000 多万件。产品出口美国、加拿大、澳大利亚、荷兰、丹麦及东南亚国家，同时在国内市场中，其产品亦已进入家乐福、麦德龙、沃尔玛、太平洋百货、佰佳等连锁超市和部分星级酒店。该公司生产设备先进，具有较强的开发设计能力营销能力，是公司的主要竞争对手。

2、邯郸陶瓷集团有限责任公司，位于中国七大瓷区之一河北省彭城镇。其日用陶瓷产品以黄（象牙瓷、红玫瓷）、白（高白釉炆器瓷等）、青（青花瓷）、黑（花釉美术瓷）为主要特色。近年来，邯郸陶瓷集团加大了新产品的研发力度，推出了适合宾馆饭店以及微波使用的强化瓷、新骨瓷以及不含铅隔、具有绿色环保产品之称的釉中彩日用陶瓷产品，在国内市场的高档日用陶瓷方面对本公司形成明显的竞争。

3、重庆华陶瓷业有限公司主要生产高档日用陶瓷及高级日用炆瓷，年产量 8,000 万件。该公司是国内生产设备最先进的企业之一，具有较高的工艺技术

水平和产品设计水平，是国家高新技术企业之一。该公司的高档瓷在礼品和酒店等细分市场具有很强的竞争力。

4、江西省黎川县康舒耐热瓷厂，由原四特瓷厂重组建成，主要生产“康舒”牌耐热瓷煲。目前康舒瓷煲产品形成了深煲、浅锅、土锅、汤锅四大系列多个品种，在全国多个城市建立了稳固的销售网络，并出口日本、新加坡等国家，是本公司耐热瓷产品的主要竞争对手。

5、安徽三星陶瓷厂主要生产“三星”牌系列耐热锂陶瓷煲，品种包括锅、饭煲、奶煲、茶煲、微波炉炊具五类产品，年产 400 万件，是本公司耐热瓷产品的竞争对手之一。

6、福建省臻峰陶瓷有限公司，主营陈设工艺陶瓷的出口，2005 年位列艺术陶瓷出口前五十名企业，年产值超过 1,000 万元，企业产品畅销欧美等十几个国家和地区，是本公司轻质瓷产品的竞争对手之一。

7、泉州万顺捷集团有限公司，主要生产西洋工艺美术瓷、优质白云瓷、精制红陶等系列产品，年产值超过 3,000 万元。设备较为先进，产品多数出口至欧美、日本、东南亚等市场，是本公司轻质瓷产品的竞争对手之一。

五、公司的主要业务

（一）主要产品及用途

公司的主营业务是日用陶瓷等家用品的开发、生产和销售。根据原料配方和生产工艺及技术水平的不同，公司目前的日用陶瓷产品主要分为耐热瓷、骨锂瓷、轻质瓷、半瓷、日用彩瓷、青古瓷和高档瓷 7 大瓷种，年产日用陶瓷产品 9,000 余万件。2003 年起，公司利用销售渠道优势开始经销玻璃制品等其他家用品。

与目前国内多数大型日用陶瓷生产企业以海外作为主要目标市场相比，公司的特色在于其产品主要定位于满足国内市场工薪阶层需求的中高档家用陶瓷产品，公司是目前国内市场占有率最高的日用陶瓷企业之一。

公司生产和销售的陶瓷和玻璃制品主要用作餐具、厨房器具、陈设艺术以及其他日常用途。

(二) 主要产品的工艺流程图

1、术语简介

开模：根据设计人员的图纸或客户来样，制成首次产品造型模样的过程。

做主模：制成可用以翻制生产用的石膏模型的硫磺模或塑料主模的过程。

打模：制成可用以生产的石膏模的过程。

球磨：使用球磨机将矿物原料由中颗粒磨成细颗粒的过程。

磁选：利用磁性材质（如永久磁铁、除铁机械等）吸除原料中对陶瓷产品生产影响较大的各种杂质的过程（如铁质）。

压泥：将含水率为 40%-50%的泥浆压榨成含水率约 20%左右的泥饼的过程。

练泥：利用练泥机械，将泥饼中的空气尽量除尽，使泥饼尽量均匀，制成各种规格泥条的过程。

注浆：将泥浆注入石膏模型中，利用石膏模的定形及吸水功能，使坯体达到一定厚度，而形成一定形状的一种制作陶瓷坯体的成型方法。

压坯：将炼制好的泥条利用石膏模型和滚压头各自旋转，滚压头将模型中的泥料滚压延展，制成一定形状的一种制作陶瓷坯体的成型方法。

整形：对注浆或压制好的毛坯进一步加工，使其造型完整光滑的过程。

擦水：将陶瓷坯体以水擦洗而使其表面清洁平整的过程。

煨烧：因某些原材料含脂肪或结构特殊而需在窑炉中预先烧炼一次的过程。

底磨：利用机械加工，使窑炉中烧好的陶瓷产品底脚更加光滑的过程。

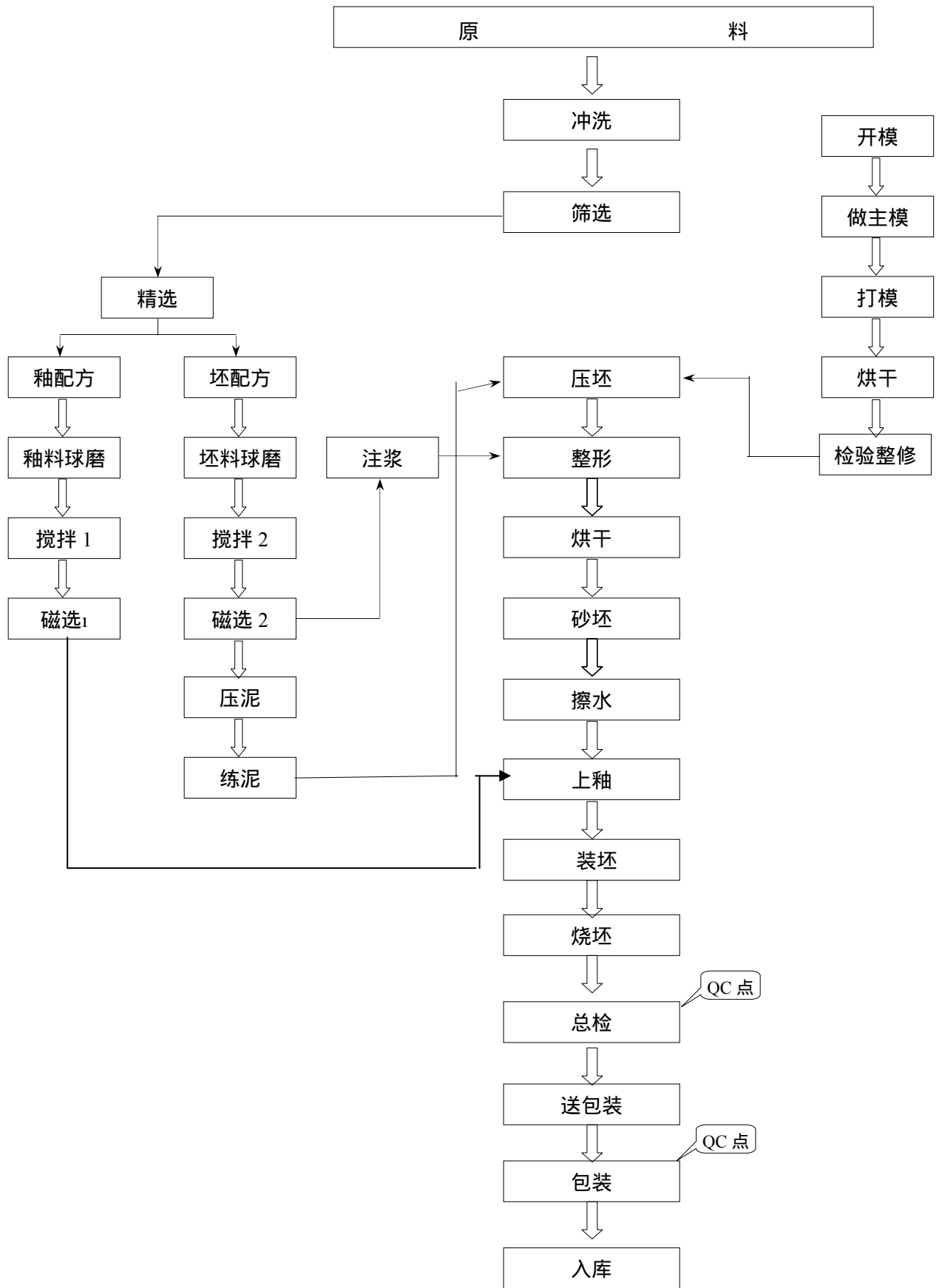
贴花：将花纸按装饰设计要求粘贴于成瓷上的过程。

打线：将金水、电光水或彩釉料施于成瓷或已彩饰好的坯、瓷边上的过程。

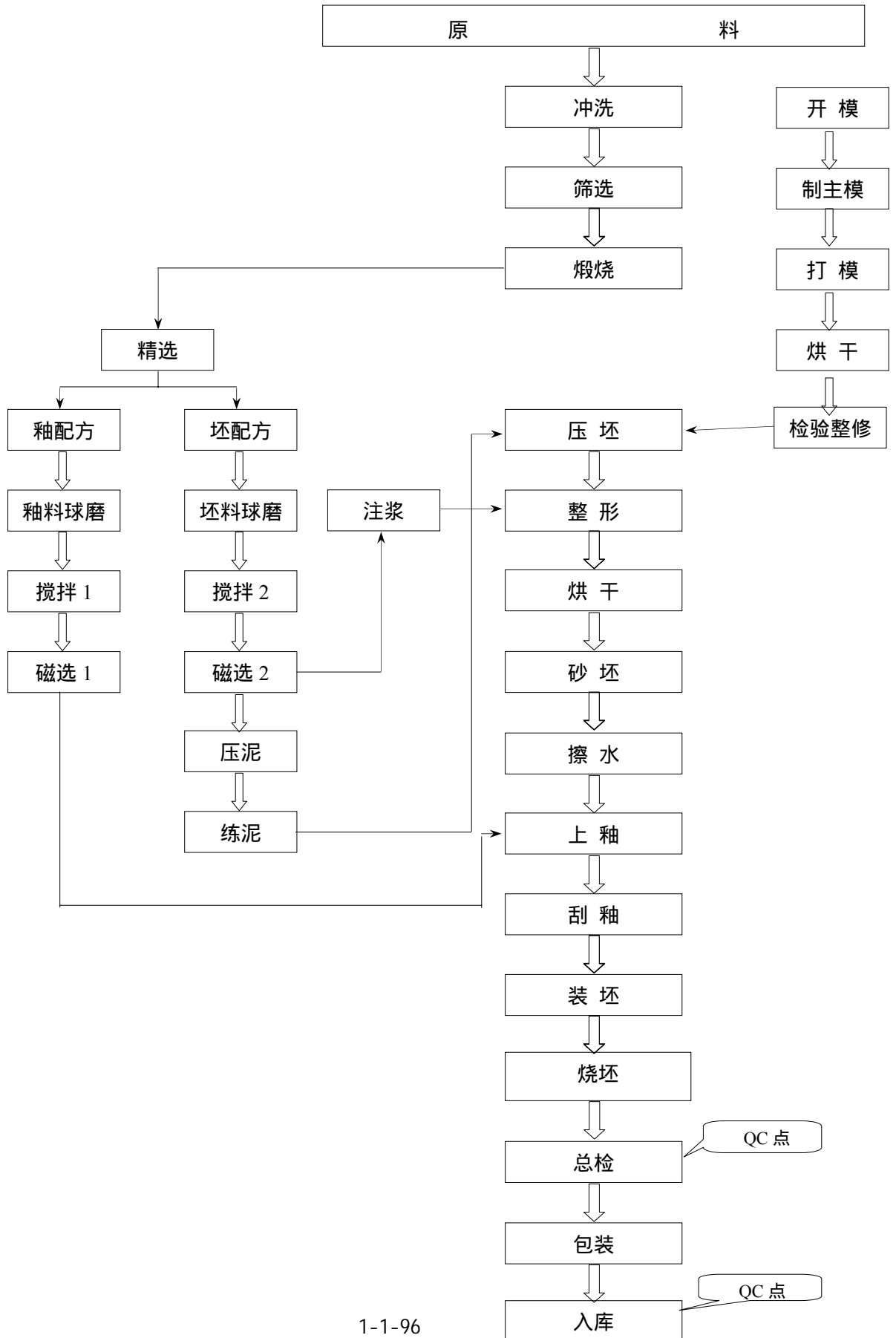
QC 点：质量检测点。

2、主要产品工艺流程

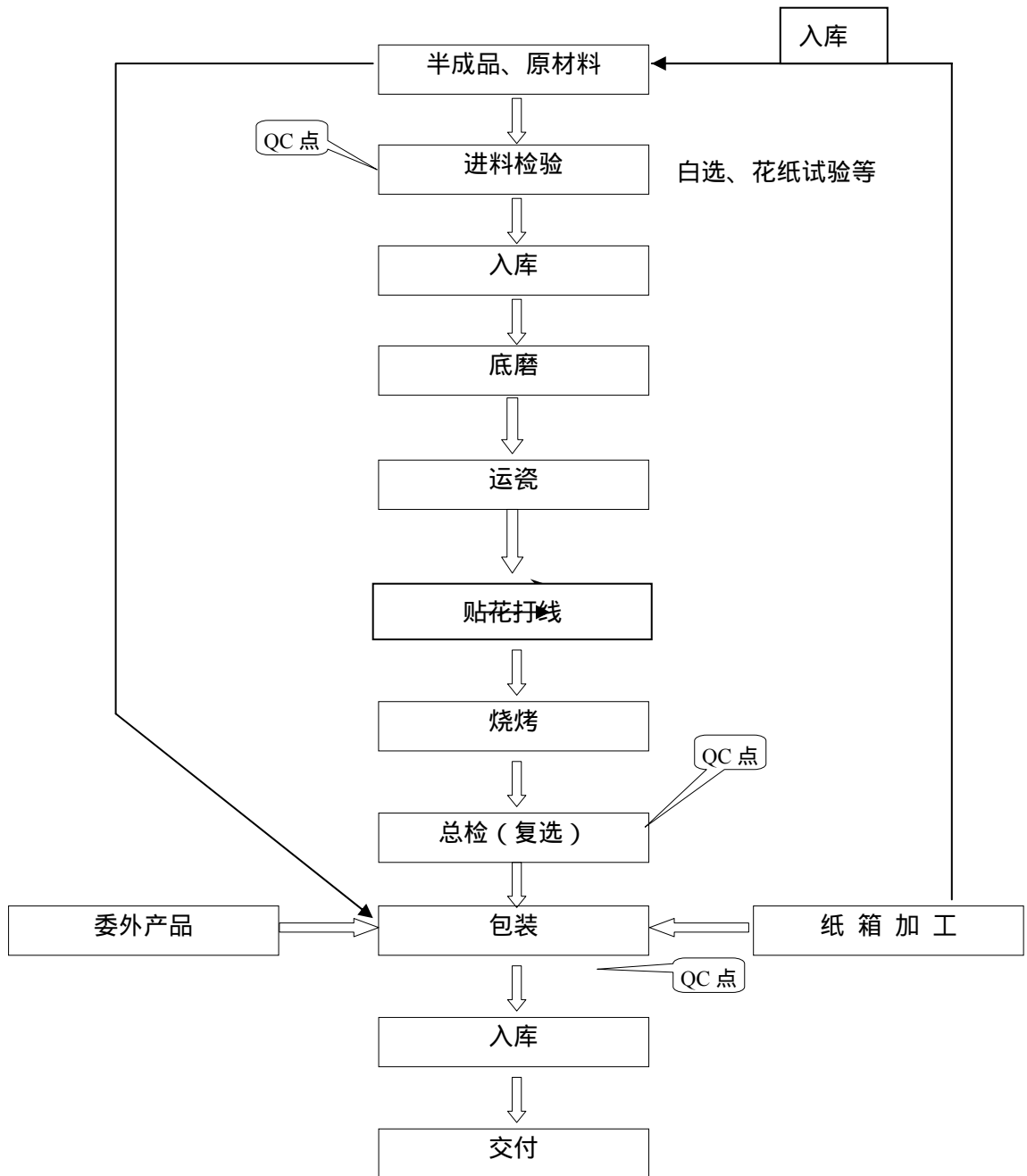
耐热瓷生产工艺流程图



骨锂瓷、半瓷、轻质瓷、青古瓷、高档瓷生产流程图



日用彩瓷生产工艺流程图



(三) 主要经营模式

1、采购模式

公司综合考察潜在供应方的生产能力、技术水平、管理水平、信用情况、合作历史和交易条件，列入合格供应商名单内。采购部根据公司生产需要和库存状况制订采购计划并得到确认后，由采购部依据采购文件具体负责遴选供应商和其他采购程序，由质量控制部协助对采购的原辅材料（包括外协产品和玻璃制品）进行质检。公司定期对供应商进行考评，并据以调整合格供应商。

2、生产模式

公司产品采取自行生产和外协加工两种生产模式。

(1) 自行生产

自行生产即运用自有生产设备，自行组织生产流程生产相关产品。公司通过严密的生产组织、严格的质量控制和科学的生产计划保障生产过程有序高效。公司除部分日用彩瓷产品外，其余日用陶瓷产品均为自行生产。

(2) 外协加工

外协加工的组织

外协加工即将公司部分日用彩瓷产品委托给其他企业生产，由公司验收合格后加以包装，最终通过公司的销售渠道和公司自行生产的产品一起进入流通环节。公司按采购其他原辅材料的模式确定外协加工方后签订合同，根据合同约定的产品规格、外观、技术标准以及相关的定货、交货、价格、结算、质量检测、质量赔偿和违约责任等条款执行合同。公司按 GB/T10811-2002《釉下(中)彩日用瓷器》和 GB/T3532-1995《日用瓷器》国家标准控制外协加工的日用彩瓷产品质量，在外协加工方生产过程中由公司质量控制部委派过程检验员对加工过程进行 1 至 2 次检查，在交货时由质量控制部负责产品验收，退换不合格产品；在供应方产品连续 2 次不合格率超过 1%时，公司要求外协厂家进行整改，整改后仍不合格的取消其合格委外加工厂资格。

外协加工对公司的影响

公司采用外协加工的生产方式主要是出于下述考虑：A、满足市场需要：公

司日用彩瓷产品经营时间较长，具有一定品牌知名度，市场需求比较稳定，长期以来公司同时采用自行生产和外协加工两种方式生产该产品；B、合理分配产能：公司陆续开发的多个瓷种销售情况良好，为开拓新产品市场，保证新产品供应，现有的固定资产投资和生产场地必须优先满足扩大其他新瓷种产能的需要；C、提高整体盈利能力：日用彩瓷技术含量和附加值较低，同类产品竞争激烈，公司的成本价格优势不明显，是公司目前毛利率最低的瓷种。通过合理安排自行生产和外协加工产量，可以优化公司产品结构，降低产品综合成本，提高公司整体盈利能力。

一方面，由于日用彩瓷的工艺相当成熟，同时市场比较稳定，报告期内，公司日用彩瓷的销售价格和外协加工采购价格波动幅度不大。另一方面，公司根据市场需求和生产能力的变化情况，不断调整产品结构，将现有产能和市场开发力量优先满足技术含量和附加值较高的瓷种。通过产品结构调整，日用彩瓷占公司主营业务收入比重逐年降低，外协加工数量已下降至较低水平，公司产品整体毛利率水平有所提高。因此，报告期内，部分日用彩瓷外协加工没有影响公司的正常生产经营，而且随着日用彩瓷业务在公司经营中的重要性不断下降，外协加工对公司产品结构和生产经营的影响将不断弱化。

剔除公司经销的玻璃器皿的销售收入后，报告期内公司主营业务收入、日用彩瓷产品收入以及外协加工情况如下：

单位：万元

年度	主营业务收入	彩瓷销售收入	彩瓷比重	外协所占比重	彩瓷毛利率
2006年1-6月	10,955.49	2,096.60	19.14%	14.31%	25.06%
2005年	19,232.56	5,318.74	27.65%	16.02%	26.25%
2004年	16,118.90	4,574.49	28.38%	19.69%	21.12%
2003年	14,016.84	5,331.64	38.04%	30.13%	25.33%

3、销售模式

(1) 基本情况

日用消费品在国内的主要销售渠道是连锁形式的零售商，因此，公司始终

采取追随零售商发展的销售战略。目前，公司主要通过 14 家特许授权经销商及其在全国各地的分支机构，以委托代销方式面向连锁超市、卖场等零售终端销售公司产品。公司现已形成了较完善的销售网络布局，覆盖了全国除西藏、台湾以外所有省、自治区和直辖市。

特许经销商的销售区域和主要客户

公司名称	成立时间	经销区域	主要客户
上海龙浔	1995. 7. 3	上海及华东地区（南京市除外）	易初莲花、上海农工商超市、华联超市、上海联家、锦江麦德龙、家乐福
上海五天	1997. 4. 15	上海及华东地区（南京市除外）	世纪联华、上海物美、山姆士、联华超市、大润发、新一佳、北京华联
成都五天	1999. 1. 4	四川、云南地区	红旗连锁、成都好又多、人人乐商业公司、互惠超市、家乐福
南京五天	1999. 4. 26	南京市	苏果超市、乐客多、大润发、家乐福
广州五天	1999. 6. 21	广东（深圳市除外）、海南地区	大润发、易初莲花、好又多、新客隆、华润万佳、家乐福
天津五天	1999. 7. 21	天津市	家世界连锁、北京物美、华润万佳
武汉五天	2000. 4. 12	湖北、湖南、河南、江西地区	武汉中百、武汉中商、湖南家润多、长沙步步高、江西洪客隆、家乐福
深圳五天	2000. 7. 25	深圳市、香港特别行政区	新一佳、天虹商场、人人乐、百佳超市、华润万佳、沃尔玛、家乐福
重庆五天	2000. 8. 15	重庆、贵州地区	兴隆超市、重庆好又多、家乐福、易初莲花、新世纪、重百超市
北京五天	2001. 4. 17	北京市、河北、山西、内蒙古地区	北京物美、美廉美、万客隆、西单商场、北京华联、山西山姆士、家乐福
沈阳五天	2001. 5. 15	黑龙江、吉林、辽宁地区	家乐福、乐购连锁、新玛特、北京华联、大润发、家世界、好又多
西安五天	2002. 6. 11	陕西、甘肃、青海、新疆地区	人人乐、北京华联、西安爱家商贸、好又多、家世界、家乐福
南宁五天	2003. 4. 7	广西地区	利客隆、北京华联、深南城超市
银川五天	2005. 5. 20	宁夏	北京华联、家宝福、新北连锁超市

特许经销商报告期内的销售情况

单位：元

	2006 年 1-6 月	2005 年度	2004 年度	2003 年度
--	--------------	---------	---------	---------

	卖场或超市等数量	每日平均销售额	卖场或超市等数量	每日平均销售额	卖场或超市等数量	每日平均销售额	卖场或超市等数量	每日平均销售额
上海五天	2305	342,594.86	2315	408,343.8	2311	240,280.61	2018	91,480.96
上海龙浔	254	120,817.72	258	123,867.5	256	79,173.61	233	77,853.38
南京五天	441	16,997.43	444	14,478.61	436	7,209.96	401	8,594.81
成都五天	298	41,484.96	299	34,055.69	297	22,420.20	272	17,205.93
重庆五天	322	34,343.67	324	27,628.58	322	12,171.55	316	10,253.69
南宁五天	93	5,243.56	93	3,335.725	92	2,849.85	80	1,620.30
北京五天	375	58,263.08	369	50,852.62	367	23,130.85	345	18,771.32
天津五天	230	26,349.21	233	21,268.29	231	13,339.03	218	16,439.17
沈阳五天	362	54,017.35	367	48,092.9	364	27,644.89	338	19,118.55
广州五天	328	39,573.70	328	63,726.47	324	22,773.39	304	22,470.82
深圳五天	261	49,480.09	256	45,261.88	251	22,450.82	239	22,319.25
武汉五天	459	64,479.08	461	48,042.47	459	23,740.33	439	23,110.87
西安五天	165	24,892.41	163	19,953.17	161	11,722.22	144	8,822.74
银川五天	61	3,340.55	49	2,780.82	--	--	--	--

对公司特许经销商稳定性的控制

公司通过以商业利益为核心的一系列制度和措施维护和提高经销商的忠诚度，以保持销售体系的健全稳定和高效畅通，逐步形成了全国范围内“供应商—代销商—零售商”合作共赢的经营框架，具体情况如下：

A.通过特许经销商加盟合同和委托代销合同的约定对经销商进行约束：上述合同均明确规定了特许经销商只能在特许地域内代销公司及子公司生产或经销的产品，并规定了相应的违约责任，经销商应承担违约行为引起的一切损失。公司按照《特许经销商加盟管理制度》，对经销商的权利义务、加盟条件、经营地域、经销范围、业务流程、业绩考核和业务培训等方面进行管理，上述规定有助于保持经销商的忠诚度。

B.通过品牌建设加强销售网络的凝聚力：公司要求各特许经销商在“五天”统一商号下经营，要求各地超市排面或经销商门店采取统一的设计。同时，公司不断加强品牌建设，使产品得以在国内市场尤其是零售终端中具有较高的知名度。产销方面的品牌效益有利于获得优惠的交易条件，降低产品经销成本，保持和提高经销商的品牌忠诚度。

C.通过控制商品条码对经销商进行约束：公司自行控制各超市的商品条码，

如经销商代理其他企业同类商品，须另行支付相关费用，有效约束了经销商更换被代理厂家的行为。

D. 通过加强综合实力促进公司营销网络的发展，从而提高经销商忠诚度：公司通过在生产规模、花色品种、配送能力等方面不断提高自身水平，能够满足超市等零售终端在全国范围内足量供货、高效配送、排面利用等多方面的要求，并能够配合经销商作好营销工作。在国内同行业的竞争中，公司在上述方面均具有很强的竞争力，一方面提高了公司营销网络对经销商的吸引力，另一方面也限制了经销商选择代理其他企业产品的行为。

E. 通过合理的利益安排提高经销商的忠诚度：针对公司最终通过零售终端销售的特点，公司与经销商之间采取了委托代销结算方式。公司营销管理部在市场调查的基础上制定产品建议零售价，按一定折扣比率向经销商供货；经销商在一定幅度内享有对终端客户定价的权利；同时，公司在铺底商品、货款结算等方面给予经销商一定的信用额度。上述安排一方面降低了经销商的经营压力，另一方面也有助于提高经销商的忠诚度。

F. 通过培养与经销商和零售终端的良好业务关系提高经销商的忠诚度：公司与经销商共同进行营销人员的培训并定期进行业务交流，同时保持有效的市场信息沟通；公司营销人员参与零售终端的促销活动，保持与终端客户的信息沟通，同时公司拟逐步与大型超市进行联采合同安排，建立营销管理中心，统一负责营销管理和品牌维护与推广工作。上述措施亦有助于提高经销商的忠诚度。

(2) 公司销售模式的演进情况及其原因

公司销售模式演进过程

公司始终根据家用品零售市场业态的发展制订公司销售战略，不断挖掘公司销售渠道的潜力，提高产品的市场开拓广度和深度。公司设立前后销售模式经历了三个阶段的演进过程：

第一阶段：1999年至2002年，公司通过直接或间接控制、参股的经销企业以及委托其他经销企业代销的方式销售产品，主要目标是跟随超市等主流零售业态在全国范围内迅速布点，提高产品销量，形成市场先入优势。

2002年4月至2003年12月，公司转让了直接或间接控制、参股的经销企业股权，通过利益安排、合同约定、品牌建设等手段控制销售渠道的稳定性，建立了公司现行的特许经销商体制。

第二阶段：2003年至2006年，公司主要采用两层委托代销方式进行销售，即公司委托独立的特许经销商代销，再由其对零售终端以代销或其他方式销售产品，主要目标是满足零售商在产品产量、品种、花色等方面的更高要求，并利用外部经销商提高配送、售后服务等关键营销环节的效率。

第三阶段：2006年底，公司将建成募集资金投资项目五天实业家用品服务中心，在华东地区形成自身的分销和配送能力。公司拟以五天实业核心，特许经销商为辅助进一步加强销售渠道优势和渠道控制能力，通过五天实业在全国范围内对大型零售商直接开展联采业务和委托特许授权经销商在特定区域对中小零售商代销相结合的方式销售产品；另一方面将利用现有销售渠道由五天实业继续开拓其他家用品贸易，公司现有的利润结构构成将逐步由日用陶瓷制造业占90%，玻璃贸易业务占10%向日用陶瓷制造业和其他家用品贸易各占50%转变。

公司销售模式演进的原因

公司及其实际控制人转让直接或间接控制的经销商股权，销售模式演进为特许经销商体系的具体原因如下：

A. 满足超市等零售终端对公司生产能力的要求：20世纪90年代末以来，连锁零售业态年均以40%左右的速度增长。由于公司采取了追随其发展的销售战略，产品的销售地域、销售对象和销售规模迅速扩大。同时在生产能力方面也出现了不足，如部分产品出现供不应求和断货情况、规格花色无法完全满足零售商排面要求。为确保与零售终端的良好合作关系，公司决定转让经销商股权，将网络维护和管理成本分摊给各经销商，集中有限资源于加大生产方面投入。

B. 缓解营销管理跨度和管理人员的压力：由于公司产品的营销范围从集中于华东地区快速发展为面向全国市场，公司的管理跨度和管理层次相应增长，营销管理人才缺乏的问题日益突出。转让经销企业股权，建立特许授权经销商体系，有助于吸引外部营销管理人才，保证公司营销渠道较长时期内的健康成

长。

C. 提高各地经销商积极性，促进营销环节效率。将经销企业股权转让给非关联方，同时进行合理的利益安排，可以通过其利润追求动机提高各地经销商的经营积极性，有利于其直接面向终端销售商提供高效的营销服务，特别是有利于提高配送和售后服务等关键环节的效率和质量。

2006 年底，上海五天实业有限公司家用品服务中心项目基本完工后，公司销售模式将进一步演进为以五天实业核心，以特许经销商为辅助，协同发展。此次发展的具体原因在于：

A. 有利于迅速做强其他家用品分销业务：五天实业自 2003 年开始经销弓箭玻璃器皿，和特许经销商比较，在开发其他家用品方面经验更为丰富；同时上海家用品服务中心项目建成后，将具备自身的供应和配送服务能力，其他家用品分销业务的软硬件条件优于其他特许经销商，因此，公司将以其为主体在玻璃业务的基础上继续发展其他家用品分销业务。

B. 有利于推行全国联采或区域联采业务，提高与零售商合作地位：由于国际性全国性连锁零售商在全国范围内销售公司产品，2006 年开始，公司以五天实业为统一平台整合潜在的联采客户，直接与连锁零售终端的全国总部或区域总部签署全国联采或华东地区联采协议，缩短分销层次，加强与零售商的合作地位。而单纯依靠原有特许经销商难以跨区域推行联采业务。

C. 有利于协调各地特许经销商，强化公司“五天”商号的品牌价值。通过五天实业协调各地特许经销商运作，能够使公司销售体系更为紧密，提高销售质量，获得客户认可，从而提高公司“五天”销售品牌的价值，为公司推进其他家用品分销业务和联采业务夯实基础。

(3) 同行业销售模式对比情况

目前日用陶瓷行业采取的主要销售模式及其与公司现行的特许授权经销商模式的对比情况如下：

出口型或出口加工型销售模式：即企业接受国外客户订单，以自有品牌出口或对产品加工后以国外客户品牌进行出口。国内多数大中型陶瓷企业主要目标市场为海外市场，采取此种销售模式，如江苏高淳、唐山陶瓷、广西三环、

华光陶瓷等。

与上述模式对比，公司的特许经销商模式的优点在于：有利于产品品牌建设、在国内市场适应能力和竞争力较强、对目标市场的反应速度较快、对中间贸易商的依赖性相对较低；缺点在于不适用于国际市场开发、相对于国际贸易中普遍采用的信用证结算方式结算效率较低。公司主要市场为国内市场，出口型或出口加工型企业的销售模式不符合公司的经营要求。

自营门店或批发网点模式：即企业自行开设商品门店或批发网点，以零售和批发团购等形式将商品直接销售给消费者。部分高档陶瓷企业采用专卖店或商场专柜形式针对其高附加值产品面向特定客户进行销售，如重庆华陶；多数受成本和规模约束难以通过零售终端销售产品的中小规模陶瓷企业亦采用此种销售模式在其区域市场内销售。

与上述模式对比，公司的特许经销商模式的优点在于：资金投入较少、对人力资源要求较低、经营风险较低；缺点在于不利于品牌建设、利润空间相对较低。由于公司产品客户面较广，产量较高，档次和品种较多，通过零售终端销售能够充分利用其流转额大、客户范围较广、扩张速度快等优势；自营门店和批发网点模式不能完全适应公司的销售规模。

通过零售终端经销或代销的模式：即企业通过百货、超市、卖场等零售终端以经销或代销形式销售产品。采用此种模式的多为区域型生产企业。

与上述模式对比，公司的特许经销商模式的优点在于：能够适应多区域市场开发的需要、管理难度小、能够充分利用外部营销人才；缺点在于对销售终端的控制力较弱。由于公司在全国范围内销售产品，在现阶段直接通过零售终端经销或代销产品容易因管理跨度过大、管理层次较多、营销人员不足影响营销质量和效率。因此，公司通过引进特许经销商减少了管理压力，同时通过以品牌建设为核心的一系列制度和利益安排提高提高公司对销售渠道的控制力。

通过经销商经销或代销的模式：即企业通过区域经销商面向当地的各类客户进行销售，并通过与经销商之间的制度约束和利益安排对其行为进行管理。采用该模式的包括本公司、广东美地、江西康顺等。

公司特许授权经销商模式与其他通过零售终端销售的模式对比具有如下特

点：首先，公司采取委托代销方式，其他企业的经销商多采用买断方式，前者给予了经销商一定的资金支持，提高了其积极性和忠诚度，而后者与经销商的关系较为松散。其次，公司的产品系列丰富，终端客户分布于全国，且在终端排面占有率相对较高；多数企业产品系列较少，多在区域市场内展开竞争，前者的市场竞争力较强，与终端客户的合作地位较高，有利于强化经销商的忠诚度。第三，公司产品在各零售终端的条码由公司自行控制；而其他企业产品的条码多为经销商控制或采用超市店内码，前者能够有效控制经销商替换其经销产品。第四，公司与经销商配合实施营销战略，公司不断加强产品的品牌建设、设计开发和质量控制，并可与大型超市就销售、配送、售后服务等条件进行统一谈判，经销商进行市场开发并及时反馈市场信息；而其他经销商多为自行进行市场营销，前者更有利于产品推广和营销战略的实现。

综上所述，公司的特许经销商销售模式能够适应国内零售业态向超级市场和连锁经营发展的趋势，能够充分利用连锁零售业态所具有的扩张速度快，流通效率高和流转金额大等优势；公司的特许经销商网络在市场开发、配送、补货和售后服务等方面能够直接为零售终端服务，提高了供销中间环节的效率，发展了与连锁超市等客户的良好关系；同时，以“五天”为统一商号的特许授权经销商体系也有利于塑造并提高公司作为日用陶瓷等家用品的品牌供应商形象，加强公司与零售商之间合作共赢的战略伙伴关系，使公司获得高效稳定的流通渠道并在流通环节建立了竞争优势。报告期内，公司的主营业务收入保持了较快的增长。

(4) 具体销售过程

产品定价政策

公司产品定价遵循市场导向原则，公司的营销管理部负责市场调研，并定期收集各地特许经销商反馈的产品销售状况等信息，在对市场信息汇总分析的基础上，适时对公司各产品的报价进行调整。

公司营销管理部根据产品的零售价格制订报价表，根据产品种类确定优惠折扣比率，按报价表和统一的优惠折扣比率向各地经销商供货。公司营销管理部还根据具体产品的销售状况，定期制订向终端客户的建议折扣比率，并建议

各地特许经销商按报价表和建议折扣比率向零售终端和其他大客户供货。各地经销商可根据与终端客户的谈判结果适当调整向其供货的价格，但为了维护公司产品定价的统一性以及和终端客户的良好合作关系，公司将经销商调整定价的权限控制在一定幅度内，各地经销商在规定幅度内调整价格形成的收益或损失由其自行承担。

产品销售程序

建立统一的特许授权经销商的销售体系后，公司的产品销售主要采用“公司—五天特许经销商—终端超市”的两层委托代销方式。报告期内，公司通过各地经销商以委托代销方式实现的销售收入约占公司主营业务收入的 86.78%、84.89%、92.47%和 92.21%。

在上述销售模式下，根据公司及其子公司（甲方）与各特许授权经销商（乙方）签订的《特许经销商加盟合同》，发行人指定 14 家经销商为特许经销商，特许经销产品为公司及其控股子公司冠峰耐热瓷、冠杰陶瓷生产的日用陶瓷系列产品及子公司五天实业代理的玻璃制品等家用品；上述经销商应当按照合同约定组建营业网点开展经营活动，不得转让特许经销权；在特许经销区域内开展经销业务时可以使用公司及其控股子公司的注册商标、标识和商号，但不得用于从事本合同以外的任何经营活动；未经发行人书面同意，不得在任何地方以任何方式经营、销售其他厂商生产的日用陶瓷产品和其他厂商代理的家用品。合同还约定了经销商的特许经销期限和特许经销区域；在特许期限届满前三十日内，经双方协商一致，可以续订特许经销商加盟合同；除上海龙浔和上海五天的经销区域重合外，其他经销商均为其经销区域内唯一特许经销商，发行人在上述特许经销区域内不再发展其他特许经销商，但发行人及其控股子公司仍可以通过直销方式在特许经销区域内经销产品。

根据公司及其子公司（甲方）与各特许授权经销商（乙方）签订的《委托代销合同》，在产品销售过程中的主要约定如下：

A、交货和运输：正常采购情况下乙方应在每月 20 日前向甲方下达次月商品采购计划，并可以在月份期间内按照要货时间和要货批量分次向甲方下达要货订单；甲方根据乙方提交的“商品采购计划”和“要货订单”安排生产并交货。临时采购情况下乙方根据其临时接洽的团购礼品、酒店用品等订单，在与

甲方就供货品种、价格、数量、质量和交货时间上达成一致后，可以向甲方下达“商品临时采购订单”，甲方应当根据该订单安排生产并交货。特殊订购情况下乙方根据区域性消费习惯或者临时客户提出的要求，可以向甲方订购特殊产品，但乙方应当向甲方提供特殊产品的设计图纸、样品或要货说明；甲方接受订购订单后，应当按其要求的品种、规格、型号、质量、数量、价格和时间向乙方供货；乙方应保证特殊产品不侵犯任何人的知识产权，如因此发生任何侵权索赔或诉讼，乙方应承担相应损失。在新产品试销情况下，对于甲方开发、研制的新产品，乙方应当配合甲方的营销策略予以试销，试销新产品的供货时间和数量由甲、乙双方另行协商确定。交货地点为乙方所在地或乙方指定的仓库。甲方在交付货物的同时应当向乙方交付生产许可证、质检报告、产品合格证、商标注册证等相关单证。从2005年开始，长途运输费用甲方根据乙方的“提货确认书”实际验收数量及过磅单与运输部门办理结算，并由甲方承担。

B、验收：货物到达乙方五日内，乙方应对收到的货物进行审核验收，按订单要求审查货物的品种、规格、型号、数量，货物质量是否存在瑕疵。若乙方未在前述时限内进行验收，视为乙方已验收合格并接收该等产品。验收合格的，乙方应当在甲方提供的“提货确认书”上签章（公章）确认并在三日内以传真或其他方式送达甲方。若验收中发现货物不符合要求（非因甲方原因造成的除外），乙方应当在妥善保管货物的情况下，将产品不相符的情况记录于提货确认书，并于三日内以传真或其他方式送达甲方；甲方接到确认书后，应在七日内负责调换或采取其他处理措施。验收所发生的一切费用由乙方承担。自委托代销商品经乙方验收入库之时起，该等货物短缺、毁损和灭失的风险和责任转移由乙方承担。

C、调换和退货：委托代销商品经乙方验收合格并入库后，乙方如需调换货物品种、规格、型号，须向甲方提交书面的调换货物通知书，在征得甲方同意后可以向甲方办理，但由此发生的费用和 risk 应由乙方承担。委托代销商品经乙方验收合格并入库后，特殊订购商品不得向甲方退货，市场风险由乙方自行承担；试销新产品因滞销等原因可以向甲方退货，退货中发生的风险和费用由甲方承担；其他商品在每年采购总量10%幅度内，可以向甲方退货，但退货中发生的风险和费用由乙方承担。

D、市场开拓：双方根据区域市场和乙方销售实力的判断，共同确定合同有效期内乙方的销售指标（包括代销额和回笼资金）。若乙方年度实际代销金额超过当年度代销额指标的，甲方给予乙方奖励金，该奖励金可直接从乙方当年度应付的代销商品款中扣减；若乙方年度实际回笼资金超过当年度回笼资金指标的，甲方给予乙方奖励金，该奖励金可直接从乙方当年度应付代销商品款中扣减；若乙方年度实际代销金额或回笼资金均未超过当年度指标的，则甲方不给予任何奖励；若乙方在合同约定期间均未能完全达到当年度各项指标的，则甲方有权单方解除协议。

各特许经销商负责向零售终端和其他客户配货发货，并由客户在发货验收单或发货签收联上签章确认。各经销商均设有回访员对各零售终端和大客户定期联系，就货架陈列、货款结算、试销、促销等具体事宜进行沟通协调；公司营销管理部按客户联系制度要求保持与终端客户的联系，并就总体市场销售状况与各经销商定期沟通。

产品结算方式

在特许授权经销商制度下，公司采取委托代销的结算方式，公司发货至各特许经销商，经销商再发货至零售终端和其他客户处。根据公司及其子公司（甲方）与各特许授权经销商（乙方）签订的《委托代销合同》，结算基准日定为每月 20 日。乙方每月应当制作代销商品清单，按照甲方委托代销的货物品种、规格、型号、供货价列示当期（自上月 21 日起至当月 20 日止）代销商品已确认销售收入的数量和金额（含税），代销商品清单应当于每月 25 日之前以传真或其他方式送达甲方。甲方收到“代销商品清单”并核对无误后，应当于三日内按代销总金额向乙方开具增值税专用发票。乙方应当于甲方开具增值税专用发票后三个月内按照发票金额向甲方付清代销商品款，货款支付主要通过银行转账方式，支付小额款项时可采用现金方式进行。

根据公司建立的《特许授权经销商管理制度》，特许经销商在次月 10 日之前将上期期末尚未实现销售的“受托代销商品”详细资料以电子邮件发回本公司进行对账确认。同时，公司要求全国各区域特许经销商必须与公司建立联网的 ERP 管理系统，以保证公司及时了解其发货、结算及货款回笼情况。公司要求全国各区域特许经销商按其出具的当期“委托代销商品清单”总额，每月与

公司进行货款的汇总结算。各经销商在收到零售终端货款后，通过银行转账方式将货款汇入公司指定的银行账户。各经销商应在零售终端的结算日及时催收款项，若在经营过程中发现可能出现较大金额的未达货款而导致无法足额划账，应及时通知公司，由公司根据具体情况协商确定划款方案。

公司和经销商之间的 ERP 管理系统

公司利用金蝶 K3ERP 管理系统对生产经营信息进行管理。该系统涵盖了采购、生产、销售和财务报表编制过程，提高了企业资源的控制水平和利用效率。

在委托代销方式下，为便于公司及时掌握各经销商代销商品的发货和库存情况，各经销商通过 K3 物流管理软件和公司的金蝶 K3ERP 管理系统进行信息交换。各经销商每日通过 IMTS 传输系统（互联网数据传输系统）发送委托代销商品的发货和库存信息，每月结账后发送在各家超市、卖场的委托代销商品期末余额信息。具体流程如下：

公司营销管理部根据各经销商每月报送的“采购订单”的品名、数量、金额分批次在 K3 系统编制“发货通知单”；仓储部门根据“发货通知单”的品名、数量、发货时间安排发货，填制“产品提货确认书”随货同行；经销商仓储部门根据“产品提货确认书”进行验收，核对无误后在“产品提货确认书”上签字确认并传真给公司；运输过程中造成的破损、短缺或被盗在“产品提货确认书”上详细列明，由公司负责处理运输部门造成的损失；公司收到已确认的“产品提货确认书”传真后，在 K3 系统生成“委托代销商品清单”；财务部每月对各经销商的“委托代销商品清单”汇总生成“委托代销商品汇总表”作为会计核算的依据。

公司财务部月份结账后，对各经销商在 K3 系统的“委托代销商品明细账”余额发出“对账确认书”进行对账确认；同时，由公司审计部负责对在各经销商的“委托代销商品”实行定期或不定期的抽查、盘点核对，抽查范围包括在经销商仓库的代销商品和在终端客户的委托代销商品，以确保该资产的安全与完整。

（四）产品产销情况

1、产品生产销售情况

（1）总体情况

报告期内公司主要产品产能（以年末量计算）、产销量、销售收入和价格变化情况如下：

产品类别	项目	2006年1-6月	2005年度	2004年度	2003年度
耐热瓷	产能（万件）	800	705	605	455
	产量（万件）	386	669	547	455
	销量（万件）	332	619	521	433
	销售额（万元）	2,887.14	5,425.72	4,171.01	3,467.17
	产销率（%）	86.01	92.53	95.25	95.16
	平均售价（元）	8.70	8.77	8.01	8.01
骨锂瓷	产能（万件）	2,778	2,778	1,852	1,530
	产量（万件）	1,312	1,870	1,794	1,524
	销量（万件）	1,297	1,709	1,904	1,428
	销售额（万元）	2,037.39	2,700.65	2,873.69	2,142.29
	产销率（%）	98.86	91.39	106.13	93.70
	平均售价（元）	1.57	1.58	1.51	1.50
半瓷	产能（万件）	2,200	2,000	2,680	1,400
	产量（万件）	1,048	1,786	1,257	1,193
	销量（万件）	956	1,518	1,379	1,056
	销售额（万元）	2,362.43	3,766.84	3,449.49	2,641.35
	产销率（%）	91.22	84.99	109.71	88.52
	平均售价（元）	2.47	2.48	2.50	2.50
轻质瓷 [注1]	产能（万件）	500	600	450	190
	产量（万件）	228	568	429	163
	销量（万件）	206	579	393	154
	销售额（万元）	601.50	1,648.76	1,038.46	434.39
	产销率（%）	90.35	101.94	91.61	94.48
	平均售价（元）	2.92	2.85	2.64	2.82
日用彩瓷 [注2]	产能（万件）	5,200	5,200	5,200	5,200
	产量（万件）	2,297	4,630	4,166	4,774
	销量（万件）	1,678	4,254	3,843	4,444
	销售额（万元）	2,096.60	5,318.74	4,574.49	5,331.64
	产销率（%）	73.05	91.88	92.25	93.09
	平均售价（元）	1.25	1.25	1.19	1.20
青古瓷	产能（万件）	600	200		
	产量（万件）	292	189		
	销量（万件）	294	168		
	销售额（万元）	843.59	348.76		
	产销率（%）	100.68	88.89		
	平均售价（元）	2.87	2.08		
高档瓷	产能（万件）	60	6		

	产量(万件)	25	3		
	销量(万件)	13	2		
	销售额(万元)	126.19	19.69		
	产销率(%)	52.00	66.67		
	平均售价(元)	9.71	9.85		
玻璃制品 [注3]	销量(万件)	651	1,209	1,344	48
	销售额(万元)	4,675.77	8,937.26	5,763.09	204.34
	平均售价(元)	7.18	7.39	4.29	4.26
注1:轻质瓷2006年产能略有下降系由于部分窑炉调整用于生产其他瓷种所致。					
注2:日用彩瓷产量包含自产和外协加工数量					
注3:玻璃制品系经销弓箭玻璃器皿(南京)有限公司产品,因此只统计销量					

(2) 产能分布情况

本公司与控股子公司之间主要设备和主要产品产能分布、主要产品用途情况如下:

冠福家用

系列产品	隧道窑(条)	立方窑(座)	年产能(万件)	主要产品	产品用途
耐热瓷	5	3	700	PA—1、PA—2、PA—3、PV—2 陶瓷煲	家用酒店用餐具及炊具
骨锂瓷	3	-	2,700	4.5" 7.5" 8.5" 饭碗饭盘	家用酒店用餐具
日用彩瓷	4	-	5,200	4.5" 7.5" 8.5" 饭碗饭盘	家用酒店用餐具
轻质瓷	2	-	500	储钱罐、花插、陈设装饰品	陈设装饰礼品用
青古瓷	3	-	600	4.5" 7.5" 8.5" 饭碗饭盘	家用酒店用餐具

冠峰耐热瓷

系列产品	隧道窑(条)	立方窑(座)	年产能(万件)	主要产品	产品用途
耐热瓷	1	4	100	PA—1、PA—2、PA—3、PV—2 陶瓷煲	家用酒店用餐具及炊具

冠杰陶瓷

系列产品	隧道窑(条)	立方窑(座)	年产能(万件)	主要产品	产品用途
半瓷	2	3	2,200	4.5" 7.5" 8.5" 饭碗饭盘	家用酒店用餐具
高档瓷	2	-	60	4.5" 7.5" 8.25" 饭碗饭盘	家用酒店用餐具

华鹏花纸

系列产品	花纸印刷专用设备(套)	年产能(万张)	主要产品	产品用途

花纸	2	150	日用陶瓷用花纸	陶瓷产品配套
----	---	-----	---------	--------

(3) 主要消费群体

公司产品主要定位于满足国内市场工薪阶层需求的中高档家用陶瓷产品，此外有少量产品出口，报告期内产品的主要消费群体未发生变化。

2、报告期内前五名客户销售情况

(1) 向前五名客户合计销售情况

单位：元

年度	前五名客户销售额	当期销售总额	销售比例(%)
2006年1-6月	103,691,207.48	156,312,583.22	66.34
2005年度	198,956,152.68	281,698,176.87	70.63
2004年度	143,799,151.47	218,819,929.70	65.72
2003年度	100,420,680.45	142,211,814.11	70.61

报告期内，公司对单个客户的销售比例均未超过总额的50%。

(2) 公司与前五名客户的关联关系

在2003年度，公司前5名客户中本公司持有武汉五天51%股权，本公司子公司冠峰耐热瓷持有广州五天70%股权，本公司实际控制人之一林文智持有深圳五天80%股权，由于其实际控制人均为林氏父子，为公司关联方，其销售比例合并计算；上海五天因其法定代表人为公司实际控制人之一林文洪，公司对其存在重大影响，为公司关联方。上述关联方的销售收入已经实现，公司已取得相关货款。

公司及子公司、公司实际控制人于2003年度完成了武汉五天、广州五天和深圳五天的股权转让手续；公司实际控制人于2003年完成了上海五天法定代表人变更手续，2004年起，上述公司与公司间不再存在关联关系。

除上述披露的曾经存在的关联关系外，公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员，主要关联方或持有公司5%以上股份的股东在上述客户中不占有任何权益。

(五) 主要产品的原材料和能源供应情况

1、主要原材料和能源及其供应情况和价格变动趋势

(1) 主要原材料和能源消耗情况和占成本比重

2003 年主要原材料和能源消耗情况如下：

项目	消耗数量	消耗金额(元)	占主营业务成本比重(%)	单位均价(元)	变化幅度(%)
矿物料(吨)	13,760	8,270,204.91	8.71	601.03	--
白瓷(件)	21,577,077	13,272,215.54	13.99	0.62	--
彩瓷(件)	14,381,183	12,885,540.27	13.58	0.90	--
煤炭(吨)	--	--	--	--	--
电力(度)	5,586,257	2,709,332.75	2.86	0.48	--
柴油(吨)	4,609	14,724,300.40	15.52	3,194.68	--
合计	--	51,861,593.87	54.65	--	--

2004 年主要原材料和能源消耗情况如下：

项目	消耗数量	消耗金额(元)	占主营业务成本比重(%)	单位均价(元)	变化幅度(%)
矿物料(吨)	21,941	13,406,224.71	8.48	611.01	1.66
白瓷(件)	17,899,328	11,710,136.86	7.41	0.65	4.84
彩瓷(件)	8,205,836	7,702,572.43	4.87	0.94	4.44
煤炭(吨)	15,969	8,735,151.74	5.52	547.01	--
电力(度)	13,525,996	6,708,428.01	4.24	0.50	2.04
柴油(吨)	812	2,731,718.93	1.73	3,364.19	5.31
合计		50,994,232.68	32.25	--	--

2005 年主要原材料和能源消耗情况如下：

项目	消耗数量	消耗金额(元)	占主营业务成本比重(%)	单位均价(元)	变化幅度(%)
矿物料(吨)	25,512	16,056,486.03	8.01	629.37	3.01
白瓷(件)	22,505,769	14,868,630.94	7.42	0.66	1.54
彩瓷(件)	7,272,291	6,841,408.05	3.41	0.94	0
煤炭(吨)	18,694	10,843,033.89	5.41	580.03	6.04
电力(度)	15,665,697	7,989,247.31	3.99	0.51	2.00
柴油(吨)	1347	5,356,144.69	2.67	3,976.35	18.20
合计	--	61,954,950.91	30.92	--	--

2006 年 1-6 月主要原材料和能源消耗情况如下：

项目	消耗数量	消耗金额(元)	占主营业务成本比重(%)	单位均价(元)	变化幅度(%)
矿物料(吨)	16,115	12,127,331.89	11.21	752.55	19.57
白瓷(件)	11,429,353	7,934,558.06	7.33	0.69	4.55
彩瓷(件)	3,197,307	2,994,918.34	2.77	0.94	0

煤炭(吨)	14,887	9,040,668.00	8.35	607.29	4.70
电力(度)	9,620,966	5,048,472.41	4.66	0.52	1.96
柴油(吨)	1,019	4,262,513.08	3.94	4,183.04	5.20
合计	--	41,408,461.78	38.26	--	--

(2) 主要产品原材料和能源的供应情况和价格变动情况分析

公司日用陶瓷产品的主要原材料是高岭土、锂辉石等瓷土瓷石和白瓷坯胎、彩瓷胚胎。高岭土主要由福建省内龙岩地区、本地区和云南厂家供应；锂辉石主要由新疆自治区厂家供应；白瓷坯胎和彩瓷胚胎主要由本地、江西和广西厂家供应；主要原材料供应充足。报告期内，新疆锂辉石价格 2005 年比 2004 年上涨约 6%，2006 年比 2005 年上涨约 12%；龙岩高岭土价格 2005 年比 2004 年上涨幅度约 14%，2006 年比 2005 年上涨约 3%，导致公司矿物料单位成本从 2003 年的 601 元上升约 25%至 2006 年的 753 元；其余原材料价格波动幅度不大。预计锂辉石和高岭土的价格将在高位趋于稳定，其余原材料价格也不会出现大幅变化。

公司日用陶瓷产品的主要能源为煤炭、电力和柴油。2004 年开始，公司科技园冷煤气站建成投入使用，最主要的能源消耗由柴油转变为生产煤气所使用的煤炭。目前公司 32 条/座窑炉中 23 条使用煤气，其余 3 条圆形隧道窑使用电力，3 条隧道窑和 3 座立方窑使用柴油。2006 年 9 月，冠杰陶瓷冷煤气站建成投产，公司除 3 条圆形隧道窑继续使用电力外，其余 29 条/座窑炉全部使用煤气，即全部消耗煤炭和电力。公司的主要能源均在本地采购。报告期内，煤炭均价从 2004 年的 547 元/吨上涨约 11%至 2006 年的 607 元/吨，柴油均价从 2003 年的 3,194 元/吨上涨约 31%至 2006 年的 4,183 元/吨；电力价格稳定。预计煤炭和电力价格将保持稳定，而由于不再使用柴油，公司在能源消耗方面不存在成本继续增加的压力。

2、报告期内向前五名供应商采购情况

(1) 向前五名供应商合计采购情况

单位：元

年度	向前五名供应商采购金额	当期采购总额	采购比例 (%)
2006年1-6月	70,505,618.93	140,189,874.74	50.29
2005年度	125,671,803.41	221,350,864.22	56.77
2004年度	100,095,550.70	167,079,921.34	59.91
2003年度	38,376,016.59	96,051,874.39	39.95

报告期内，公司对单个供应商的采购比例均未超过总额的50%。

(2) 公司与前五名供应商的关联关系

公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员，主要关联方或持有公司5%以上股份的股东在上述供应商中不占有任何权益。

(六) 环境保护和安全生产

公司所属行业为日用陶瓷业，不属于重污染行业。公司产品采用煤气、柴油、液化气和电力等能源烧制，所产生的主要污染物包括废水、废气和噪音，公司采取了有效的综合利用和治理措施对污染物进行处理。

近3年来，本公司的生产经营活动符合国家关于环境保护的要求，不存在因违反有关环保方面的法律、法规而被环保主管部门处罚的情形。德化县环境保护局和泉州市环境保护局分别于2006年7月31日和2006年9月11日对公司环境保护情况出具了相关证明，确认公司的生产经营符合环境保护要求。

公司募集资金运用项目符合国家的产业政策和环保政策，冠福科技园年产4,000万件陶瓷产品扩建项目和上海五天实业有限公司家用品服务中心项目已分别经泉州市环境保护局2004年6月出具的泉环监审[2004]82号文和上海市环境保护局2005年3月出具的沪环保许管[2005]283号文审批同意实施。

公司生产不存在高风险。公司设立安全生产工作领导小组，作为公司处理安全生产以及自然灾害、事故灾难、突发公共卫生、突发社会安全事件等突发公共事件应对工作的领导机构（议事、协调机构）。领导小组由总经理总负责，公司各分管副总、各厂长、各车间主任为成员，由小组各成员签订了安全生产责任状，督查安全生产操作规程的落实。各岗位均指定一名兼职安全员，每日开展安全生产巡查。公司定期组织各生产分厂、生产车间、班组开展安全生产、消防、环保方面的自查自纠活动，彻底消除事故隐患。同时，公司经常组织员

工进行安全生产法律法规教育和安全生产培训,提高员工按规程操作的自觉性,提高员工自防、自救、互救能力。报告期内,公司未发生重大的安全生产事故,也未因安全生产原因受到政府有关部门的处罚。

六、发行人主要固定资产和无形资产

(一) 主要固定资产

1、固定资产基本情况

截止 2006 年 6 月 30 日,公司经审计的合并报表中主要固定资产如下:

单位:元

固定资产项目	账面原值	累计折旧	账面净值	成新率(%)
房屋及建筑物	121,527,900.13	12,981,072.85	108,546,827.28	89.32
其中:框架结构	115,328,340.11	11,356,589.39	103,971,750.72	90.15
砖木结构	6,199,560.02	1,624,483.46	4,575,076.56	73.80
机器设备	35,442,289.21	10,854,784.53	24,587,504.68	69.37
交通运输设备	5,372,380.48	2,110,164.84	3,262,215.64	60.72
电子设备	2,683,363.70	1,234,025.66	1,449,338.04	54.01

2、主要产品所需的生产设备

日用陶瓷生产企业的主要生产设备是窑炉,窑炉的技术水平对产能、生产工艺和产品质量有决定性影响。截止 2006 年 6 月 30 日,本公司共有 32 条(座)窑炉:其中隧道窑炉 17 条,用于产品烧成;圆形隧道窑 5 条,其中 4 条用于日用彩瓷烤花工序,1 条用于产品烧成;立方窑 10 座,其中 6 座用于产品烧成,4 座用于耐热原料煅烧。具体情况如下:

设备名称	规格	单位	数量	所属公司	原值(元)	净值(元)	成新率(%)	尚可使用年限(年)	先进程度
耐热瓷									
隧道窑炉	50m	条	1	冠福家用	680,000.00	356,999.97	52.50	6.5	国内一般
隧道窑炉	40m	条	1	冠福家用	440,000.00	230,999.77	52.50	6.5	国内一般

隧道窑炉	40m	条	1	冠福家用	418,000.00	218,218.99	52.21	5.5	国内一般
隧道窑炉	40m	条	1	冠福家用	440,000.00	222,291.50	50.52	6.5	国内一般
隧道窑炉	50m	条	1	冠福家用	570,000.00	562,479.16	98.68	11.5	国内先进
隧道窑炉	39.5m	条	1	冠峰耐热瓷	186,667.00	46,278.28	24.79	3.5	国内一般
立方窑炉	4.5m ³	座	3	冠福家用	288,000.00	175,900.00	61.08	8.5	国内一般
耐热瓷原料煨烧									
立方窑炉	4.5m ³	座	2	冠峰耐热瓷	192,000.00	109,666.45	57.12	7.5	国内一般
立方窑炉	4.5m ³	座	2	冠峰耐热瓷	192,000.00	118,533.18	61.74	8.5	国内一般
骨锂瓷									
隧道窑炉	60m	条	1	冠福家用	860,000.00	686,697.08	79.85	9.5	国内先进
隧道窑炉	60m	条	1	冠福家用	570,000.00	487,954.60	85.61	10.5	国内先进
隧道窑炉	69.8m	条	1	冠福家用	1,150,000.0	984,469.60	85.61	10.5	国内先进
半瓷									
隧道窑炉	43m	条	1	冠杰陶瓷	450,000.00	375,781.25	83.51	11.5	国内先进
隧道窑炉	46m	条	1	冠杰陶瓷	400,000.00	273,333.27	68.33	8.5	国内先进
立方窑炉	4.5m ³	座	2	冠杰陶瓷	90,000.00	63,875.00	70.97	9.5	国内先进
立方窑炉	10 m ³	座	1	冠杰陶瓷	77,000.00	53,724.90	69.77	8.5	国内先进
轻质瓷									
隧道窑炉	52m	条	1	冠福家用	810,000.00	646,772.60	79.85	9.5	国内先进
隧道窑炉	37m	条	1	冠福家用	370,000.00	267,479.20	72.29	10.5	国内先进
日用彩瓷									
圆形隧道窑	12m	条	2	冠福家用	731,600.00	336,702.50	46.02	5.5	国内一般
圆形隧道窑	12m	条	2	冠福家用	770,000.00	470,288.26	61.08	8.5	国内一般
青古瓷									
隧道窑炉	48m	条	1	冠福家用	435,584.55	409,721.70	94.06	11.5	国内先进
隧道窑炉	58m	条	1	冠福家用	588,789.08	565,482.86	96.04	11.5	国内先进
隧道窑炉	57m	条	1	冠福家用	583,676.40	514,364.91	88.13	11.5	国内先进
高档瓷									

隧道窑炉	50m	条	1	冠杰陶瓷	430,000.00	395,958.28	92.08	11.5	国内先进
圆形隧道窑	12m	条	1	冠杰陶瓷	180,000.00	125,591.25	69.77	8.5	国内先进

3、土地使用权情况

目前，公司及子公司共拥有 12 宗土地使用权，合计面积 181,515.80 平方米，均系以出让方式取得，并办理了相关权证。具体情况如下：

《国有土地使用证》/ 《上海市房地产权证》证号	面积 (m ²)	用途	终止日期	土地使用权人	抵押情况
德国用(2000)字第 23836 号	7,489.2	工业	2046.06.03	冠峰耐热瓷	抵押给中国工商银行德化支行
德国用(2002)字第 24865 号	8,534.3	工业	2048.06.19	冠福家用	
德国用(2002)字第 24866 号	7,338.9	工业	2048.06.19	冠福家用	
德国用(2002)字第 24867 号	2,940.6	工业	2048.06.19	冠福家用	
德国用(2004)第 26469 号	17,395.0	工业	2052.12.30	冠福家用	
德国用(2004)第 26470 号	14,450.0	工业	2052.12.30	冠福家用	
德国用(2004)第 26471 号	7,665.0	工业	2052.12.30	冠福家用	
德国用(2006)字第 32293 号	16,136.0	工业	2056.07.01	冠福家用	无抵押
德国用(2006)字第 32294 号	16,136.0	工业	2056.07.01	冠福家用	
德国用(2004)第 26559 号	9,333.0	工业	2052.12.30	冠福家用	抵押给兴业银行股份有限公司泉州新门支行
德国用(2003)第 25920 号	11,139.3	工业	2052.07.05	冠杰陶瓷	抵押给交通银行股份有限公司福州屏东支行
沪房地青字(2005)第 014598 号	62,958.5	工业	2053.09.07	五天实业	

4、房屋建筑物情况

目前，公司及子公司共拥有 12 项房产，合计建筑面积为 113,211.71 平方米，均系公司及子公司自建取得，并办理了相关权证。截止 2006 年 6 月 30 日，上述房屋建筑物已全部抵押给中国工商银行股份有限公司德化支行和兴业银行股份有限公司泉州新门支行。公司房产的具体情况如下：

《房屋所有权证》证号	所有人	用途	建筑面积 (m ²)	对应土地证号
------------	-----	----	------------------------	--------

德房字第 19416 号	冠福家用	厂房	22,215.00	德国用(2002)字第 24866 号
德房字第 19417 号	冠福家用	厂房	5,756.36	德国用(2002)字第 24865 号
德房字第 19418 号	冠福家用	综合楼	10,938.17	德国用(2002)字第 24865 号
德房字第 19419 号	冠福家用	厂房	11,751.12	德国用(2002)字第 24867 号
德房字第 21536 号	冠福家用	工业	16,623.28	德国用(2004)第 26469 号
德房字第 21537 号	冠福家用	工业	13,664.52	德国用(2004)第 26470 号
德房字第 21538 号	冠福家用	工业	6,535.10	德国用(2004)第 26471 号
德房字第 21539 号	冠福家用	厕所	51.75	德国用(2004)第 26471 号
德房字第 050175 号	冠福家用	厂房	776.99	德国用(2004)字第 26559 号
德房字第 16848 号	冠杰陶瓷	综合楼	12,591.06	德国用(2003)字第 25920 号
德房字第 16849 号	冠杰陶瓷	厂房	6,274.55	德国用(2003)字第 25131 号
德房字第 050897 号	冠峰耐热瓷	厂房	6,033.81	德国用(2000)字第 23836 号
合计			113,211.71 m ²	

5、在建工程情况

单位: 万元

工程名称	2005 年 12 月 31 日	本期增加	本期转入 固定资产	2006 年 6 月 30 日	工程进度 (%)
1、冠福家用(母公司)					
冠福科技园二期工程	1,775.81	540.78		2,316.59	82.14
科技园 8#窑生产线		15.58	15.58		
科技园 9#窑生产线		62.70	62.70		
科技园货梯		6.20		6.20	95.00
科技园铁皮屋		5.46		5.46	11.00
总部 A 窑生产线改造		12.38		12.38	51.23
2、五天实业					
家用品服务中心	246.18	4,417.27		4,663.45	84.22
家用品精加工中心	164.12	2,944.85		3,108.97	21.38
3、冠杰陶瓷					
冠杰附属楼	32.60	161.22		193.81	92.50
冠杰煤气站		40.92		40.92	86.50
合计	2,218.70	8,207.34	78.28	10,347.76	

(二) 主要无形资产





截止 2006 年 6 月 30 日，公司无形资产账面价值为零。

对公司业务及生产经营所必需的商标、专利与非专利技术、著作权等的使用和权属情况如下：

1、商标

目前，公司及子公司共拥有 10 项注册商标，具体情况如下：

商标注册人	商标文字或图样	注册地	《商标注册证》注册号	核定使用商品	注册有效期限	备注
发行人	春之花	中国	第 1152215 号	第 21 类：家用陶瓷制品，仿瓷器，仿陶器。	自 1998 年 2 月 21 日至 2008 年 2 月 20 日	
		中国	第 1318141 号	第 21 类：盆，碗，盘，壶，餐具，砂锅，茶具，酒具。	自 1999 年 9 月 28 日至 2009 年 9 月 27 日	福建省著名商标
	煲之尊	中国	第 1521881 号	第 21 类：日用瓷器（包括盆、碗、盘、壶、餐具、缸、坛、罐），日用陶器（包括盆、碗、盘、缸、坛、罐、砂锅、壶、炆器餐具），陶瓷支撑球，耐酸耐碱陶瓷器，陶瓷平底锅，非贵重金属瓶，瓷器装饰品，日用玻璃器皿（包括杯、碗、盘、壶、缸），日用搪瓷塑料器皿（包括盆、碗、盘、壶、杯），陶器。	自 2001 年 2 月 14 日至 2011 年 2 月 13 日	
		中国	第 1684799 号	第 21 类：瓷器，陶器，日用瓷器（包括盆、碗、盘、壶、餐具、缸、坛、罐），日用陶器（包括盆、碗、盘、缸、坛、罐、砂锅、炆器餐具）。	自 2001 年 12 月 21 日至 2011 年 12 月 20 日	2003 年被认定为国家免检产品
		中国	第 3425766 号	第 21 类：日用玻璃器皿（包括杯、盘、壶、缸），日用瓷器（包括盆、碗、盘、壶、餐具、缸、坛、罐），日用陶器（包括盆、碗、盘、缸、坛、罐、砂锅、壶、炆器餐具），瓷器装饰品，饮用器皿，陶器，瓷器，非贵重金属餐具，瓷、赤陶或玻璃艺术品，家庭用陶瓷制品。	自 2004 年 10 月 7 日至 2014 年 10 月 6 日	2005 年获得中国名牌产品、福建省著名商标
发行人	五天	中国	第 3713802 号	第 21 类：瓷器，陶器，家庭用陶瓷制品，日用玻璃器皿（包括杯、盘、壶、缸），日用瓷器（包括盆、碗、盘、壶、餐具、缸、坛、罐），日用陶器（包括盆、碗、盘、缸、坛、罐、砂锅、壶、炆器餐具），瓷器装饰品，瓷、赤陶或玻璃艺术品，饮用器皿，日用搪瓷塑料器皿（包括盆、碗、盘、壶、杯）。	自 2005 年 11 月 21 日至 2015 年 11 月 20 日	

		中国 香港	第 3006 00551 号	第 21 类：日用玻璃器皿（包括杯、盘、壶、缸），日用瓷器（包括盆、碗、盘、壶、餐具、缸、坛、罐），日用陶器（包括盆、碗、盘、缸、坛、罐、砂锅、壶、炆器餐具），瓷器装饰品，饮用器皿，陶器，瓷器，非贵金属餐具，瓷、赤陶或玻璃艺术品，家庭用陶瓷制品，非贵金属厨房炊事用具及容器（包括不属别类的餐具），非贵金属茶具、酒具、咖啡具及饮水用具，家庭日用及卫生餐具，隔热用具，未加工带或半加工玻璃（不包括建筑用玻璃），家用擦洗用具，化妆用具，不属别类的禽畜器具，牙签，家用灭虫、灭鼠用具。	自 2006 年 3 月 16 日 至 2016 年 3 月 15 日	
		马德里 商标国 际注册	第 863953 号	第 21 类：日用玻璃器皿，日用瓷器，日用陶器，瓷器，陶器，陶瓷装饰品，饮用器皿，服务（餐具），非贵金属餐具，瓷、赤陶或玻璃艺术品，家庭用陶瓷制品。	自 2005 年 7 月 20 日 至 2015 年 7 月 20 日	
冠峰 耐热瓷		中国	第 1146162 号	第 21 类：家用陶瓷制品，砂锅。	自 1998 年 1 月 28 日 至 2008 年 1 月 27 日	
		中国	第 1395880 号	第 21 类：瓷器，陶器，家庭用陶瓷制品，瓷、赤陶艺术品。	自 2000 年 5 月 14 日 至 2010 年 5 月 13 日	

2、专利

目前，公司拥有 2 项外观设计专利，外观设计专利在其保护期内能够形成公司产品独特的竞争力：

专利名称	专利权人	专利号	专利期限
餐具	冠福家用	ZL200430017638.3	自 2004 年 4 月 9 日 至 2014 年 4 月 8 日
杯	冠福家用	ZL200430017637.9	

3、著作权

目前，公司依法在福建省版权局登记了 49 项美术作品的著作权，全部为公司日用陶瓷产品中具有鲜明特色的花面设计，由于产品花面能够直接刺激和影响消费者的购买选择，通过著作权加以保护能够有效防范竞争者生产、销售类似花面的产品，维护公司产品竞争力。公司著作权具体情况情况如下：

编号	作品名称	登记号	完成日期	登记日期
1	蓝 魅	闽作登字 13-2003-F-103 号	2003 年 1 月	2003 年 5 月 12 日

2	蔬菜系列	闽作登字 13-2003-F-104 号	2003 年 1 月	
3	郁金香	闽作登字 13-2003-F-105 号	2003 年 1 月	
4	绿色情趣	闽作登字 13-2003-F-106 号	2003 年 1 月	
5	太阳花	闽作登字 13-2003-F-107 号	2003 年 2 月	
6	向阳花	闽作登字 13-2003-F-108 号	2003 年 2 月	
7	手捏兰花	闽作登字 13-2003-F-813 号	2003 年 2 月	
8	网状圣诞叶	闽作登字 13-2003-F-814 号	2003 年 2 月	
9	红苹果	闽作登字 13-2003-F-109 号	2003 年 2 月	
10	红葡萄	闽作登字 13-2003-F-110 号	2003 年 2 月	
11	绿葡萄	闽作登字 13-2003-F-111 号	2003 年 2 月	
12	蓝天小熊	闽作登字 13-2003-F-112 号	2003 年 2 月	
13	淡绿幸运草	闽作登字 13-2003-F-113 号	2003 年 2 月	
14	纽约蓝绿花边	闽作登字 13-2003-F-114 号	2003 年 2 月	
15	理财大圣	闽作登字 13-2004-F-501 号	2003 年 8 月	
16	姬弗娜平面图	闽作登字 13-2004-F-001 号	2003 年 10 月	2004 年 4 月 12 日
17	健康煲	闽作登字 13-2004-F-068 号	2003 年 3 月	2004 年 4 月 20 日
18	玫瑰之约	闽作登字 13-2004-F-069 号	2003 年 3 月	
19	叶之韵	闽作登字 13-2004-F-070 号	2003 年 3 月	
20	兰草	闽作登字 13-2004-F-177 号	2004 年 8 月	2004 年 9 月 28 日
21	绿色心情	闽作登字 13-2004-F-178 号	2004 年 6 月	
22	蓝馨系列	闽作登字 13-2004-F-179 号	2004 年 6 月	
23-26	小刺菊 (1-4)	闽作登字 13-2004-F-(180-183) 号	2004 年 6 月	
27-33	多彩旋律	闽作登字 13-2005-F-2931 号	2005 年 8 月	2005 年 12 月 6 日
	轻舞飞扬	闽作登字 13-2005-F-2932 号	2005 年 8 月	
	绿韵	闽作登字 13-2005-F-2933 号	2005 年 8 月	
	罗纹釉中彩	闽作登字 13-2005-F-2934 号	2005 年 8 月	
	浪漫玫瑰	闽作登字 13-2005-F-2935 号	2005 年 8 月	
	黑玫瑰	闽作登字 13-2005-F-2936 号	2005 年 8 月	
	果缘	闽作登字 13-2005-F-2937 号	2005 年 9 月	
34	双鱼	闽作登字 13-2005-F-2938 号	2005 年 9 月	
35	兰玫瑰	闽作登字 13-2005-F-2939 号	2005 年 10 月	
36	双馨	闽作登字 13-2005-F-2940 号	2005 年 8 月	
37	方形手机座	闽作登字 13-2005-F-1595 号	2005 年 10 月	
38-41	060701 狗、 060702 狗、 060703 狗、 060704 狗	闽作登字 13-2006-F- (683-686) 号	2006 年 5 月	2006 年 7 月 17 日
42-44	060706 图、 060707 图、 060708 图	闽作登字 13-2006-F- (687-689) 号	2006 年 5 月	
45	梦幻泡泡	闽作登字 13-2006-F-690 号	2006 年 4 月	

46	060709 花	闽作登字 13-2006-F-691 号	2006 年 4 月	
47	060710 图	闽作登字 13-2006-F-692 号	2006 年 5 月	
48	团圆	闽作登字 13-2006-F-693 号	2006 年 4 月	
49	农耕	闽作登字 13-2006-F-694 号	2006 年 2 月	

(三) 资产许可与被许可使用情况

1、房屋租赁

公司子公司冠峰耐热瓷与德化县供销合作社联合社签订了《房屋租赁合同》，向其租赁位于德化龙鹏街 67 号的房屋 260 平方米作为经营场所，租赁期限为 2003 年 6 月 1 日至 2008 年 5 月 30 日，租金为每月 7,000 元。

发行人子公司冠峰耐热瓷与自然人吴成立于 2006 年 2 月 20 日签订《房屋租赁合同》，合同约定，向其租赁位于德化县龙鹏街 57、59 号店面 112 平方米作为陶瓷销售门店使用，租赁期限为 2006 年 2 月 20 日至 2007 年 2 月 19 日，租金为每月 5,000 元。

公司子公司五天实业与上海红双喜冠都体育用品有限公司签订了《房屋租赁协议》，向其租赁位于上海市闸北区民和路 164 号的厂房 4,000 平方米作为经营场所，租赁期限为 2005 年 1 月 1 日至 2006 年 12 月 31 日，租金为每年 60 万元。

公司子公司华鹏花纸与公司签订了《房屋租赁合同》，向公司租赁位于德化县浔中镇土坂村公司厂内 4 号厂房第三层，面积 1151 平方米，租赁期限为 2006 年 5 月 1 日至 2011 年 4 月 30 日，租金为每年 27,624 元。

2、各地五天的商标许可

2004 年 4 月 30 日，发行人与上海龙浔、上海五天、沈阳五天、北京五天、西安五天、成都五天、重庆五天、南京五天、广州五天、深圳五天和南宁五天等 11 家经销商分别签订了《特许经营商加盟合同》；2004 年 5 月 1 日，发行人与天津五天和武汉五天等 2 家经销商分别签订了《特许经营商加盟合同》；2006 年 8 月 1 日，发行人与银川五天签订了《特许经营商加盟合同》。

合同约定，发行人指定上述经销商为特许经营商，特许经营产品为发行人及其控股子公司冠峰耐热瓷、冠杰陶瓷生产的日用陶瓷系列产品及五天实业代理的玻璃制品等家用品；上述经销商在特许经营区域内开展经销业务时可以使

用发行人及其控股子公司的注册商标、标识和商号，但不得用于从事本合同以外的任何经营活动；除银川五天特许期限为自 2006 年 8 月 1 日起至 2010 年 7 月 31 日止外，其他经销商特许期限为自 2004 年 5 月 1 日起至 2006 年 12 月 31 日止；在特许期限届满前三十日内，经双方协商一致，可以续订特许经销商加盟合同。

七、特许经营权情况

公司控股子公司华鹏花纸经营包装装潢印刷品，已于 2005 年 3 月 1 日取得福建省新闻出版局颁发的（闽）新出印证字 356308002 号印刷经营许可证。华鹏花纸取得的上述经营权有效期为自 2005 年 3 月至 2008 年 3 月。

公司及控股子公司取得的特许经营权有助于公司的生产经营，上述经营权无年度费用规定，不会对公司持续经营产生重大影响。

八、发行人技术情况

（一）公司核心技术及其所处阶段

公司是国家火炬计划重点高新技术企业，公司的核心技术主要体现在产品的坯釉配方、烧成技术和制作工艺、铅镉溶出量控制及科学的技术路线和严格的工艺控制等方面。由于上述核心技术难以通过专利得到有效保护，因此本公司的核心技术均为专有技术。

产品的坯釉配方是公司核心技术之一，对产品的热稳定性、吸水率和白度等主要技术性能指标具有决定性影响，同时配方的成分构成比例直接影响原料成本。多年的研究和实践证明公司多个瓷种的坯釉配方是可靠和成功的，在保证产品质量和技术性能的基础上，通过提高低价原辅料的使用比例，大大降低了生产成本，使得公司产品具有较高的性能价格比。

制作工艺和烧成技术是公司另一核心技术，与产品的坯釉配方共同决定了产品技术性能、质量指标和生产成本。公司根据坯釉配方的特性，采用了独特的制作工艺和烧成技术，简化生产工艺，降低烧成温度，有效降低了能源消耗和生产成本，使公司产品具有较明显的成本优势。同时，公司采用的氧化烧成技术对环境的污染程度也低于采用还原烧成技术的企业。

铅镉溶出量控制水平也反应了日用陶瓷企业的技术水平，由于日用陶瓷使用过程中可能出现以铅、镉为主的各种有害人体健康的金属元素溶出的情况，世界各国都针对日用陶瓷产品的铅镉溶出量制定了强制性限量标准。公司采用了釉下彩制作工艺、无铅透明釉釉料与釉下彩色料配方等措施控制铅镉溶出量。和国内同类产品相比，公司所有瓷种的铅镉溶出量均处于国内先进水平，部分产品的铅镉溶出量达到了国际先进水平。

公司及控股子公司主要产品核心技术所处阶段如下：

成果名称	开发时间	开发形式	产业化程度	技术水平
耐热瓷坯釉配方	1998 年	自主开发	大批量生产	国际先进
骨锂瓷坯釉配方	2001 年	自主开发	大批量生产	国内首创
骨锂瓷中温烧成技术	2001 年	自主开发	大批量生产	国内先进
骨锂瓷一次烧成技术	2001 年	自主开发	大批量生产	国内先进
半瓷坯釉配方	2002 年	自主开发	大批量生产	国内先进
仿古青瓷坯釉配方	2004 年	自主开发	大批量生产	国内先进
高档瓷坯釉配方	2005 年	自主开发	小批量生产	国内先进

（二）主导产品及拟投资项目的技术水平

1、耐热瓷技术

耐热陶瓷煲属于炊具，必须具有良好的热稳定性，即经受急剧温度变化而不破裂的性能。如何选用低膨胀矿物，即作为原料和釉料的含锂矿物，是解决热稳定性的关键。经过反复实验，公司形成了独特的耐热瓷坯釉配方，通过以锂辉石代替锂云母和提高国产锂辉石和本地高岭土的使用比例，改变了原料中各成分配比，降低了生产成本，而且能够保持产品釉面光润，坯釉结合性能好。

在日用陶瓷生产中，能源消耗是产品成本的重要组成部分，而烧成温度直接决定能耗高低。公司独特的产品烧成技术使耐热瓷产品表面釉水的熔融温度和产品烧成温度有效降低，烧成温度为 1,230℃，比行业平均水平低 90℃，降低能耗成本 15%以上；同时，公司通过严格控制烧成段和冷却段的保温时间以促进析晶，提高了耐热瓷产品的表面光泽度和热稳定性，满足了产品在技术和外观方面的双重要求。

公司耐热瓷配方和烧成技术解决了成型、无铅镉釉下彩绘、施釉、中温烧成等生产工艺难题，产品的热稳定性、吸水率和白度等主要技术性能指标达到

了国内先进水平，铅镉溶出量达到了国际先进水平，具体技术性能指标的比较情况如下：

标准 技术指标	国家标准	国家标准	企业标准	公司产品实际 检测水平
	GB/T2580-2002	ISO6486 烹调器	Q/DGC001-2001	
铅溶出量	3mg/L	0.5mg/L	0.1mg/L	0.08mg/L
镉溶出量	0.3mg/L	0.05mg/L	0.05mg/	0.03mg/L
热稳定性	400/20 热交换 一次胎不裂		400/20 热交换 一次胎不裂	400/20 热交换 一次胎不裂
吸水率	(3.5%)[注]		15%	平均约 10.9%
白度	(65%)[注]		75%	平均约 77.1%

注：括号内的数据非国家标准规定，是基于行业平均水平统计的；由于 ISO6486 国际标准专门针对烹调器制定了相关指标，故以其为参照标准。

2、中温无铅镉骨锂瓷技术

骨锂瓷是骨质瓷和锂质瓷的替代产品。骨质瓷质地致密、机械强度和硬度高、白度高、透光性好、釉面光滑，但不易成型，热稳定性较差、烧成范围窄；锂质瓷的优点是膨胀率低、抗热震性好，缺点是成型难。公司将锂辉石和动物骨灰同时引入坯料配方，并引入了可塑性较强的矿物原料和有机高分子增塑剂，增加了坯体的可塑性，克服了产品成型难的问题，改善了产品的热稳定性和烧成性能，提高了产品合格率。公司在国内首创骨锂瓷产品，既有骨质瓷和锂质瓷的优点，还使烧成温度较降低了 40 ，降低了生产成本。

中高档日用陶瓷产品普遍采用二次或三次烧成工艺，即进行坯体素烧后彩绘上釉，然后再进行第二次烧成或先进行坯体素烧后直接上釉，第二次烧成为白瓷器，再在白瓷上彩画或贴花，最终进行第三次烧成（即烤花）。公司骨锂瓷产品实现了一次中温烧成，在同类瓷种的烧成工艺上属国内首创。由于公司骨锂瓷产品的原料中具有可塑性较强的矿物原料和有机高分子增塑剂，有利于坯体成型和提高坯体强度。烧成过程中，在严格控制坯体干燥的最终水分含量的前提下，通过控制烧成温度，在烧成初期放慢升温速度，及时排除水分，使脱碳等脱水反应均在釉层封闭坯体之前结束，保证了釉面平整光滑，实现一次烧成。通过增加钠长石等低温矿物原料和改进窑炉技术，公司骨锂瓷产品实现了 1,275 ±5 中温烧成。与同类产品普遍采用的高温烧成相比，烧成温度降低 50 —100 ，同时解决了中温烧制过程中控制釉下色彩和产品铅镉溶出量的技

术难题，缩短了生产周期，简化了工艺流程，降低了能耗成本。与高温一次烧成和两次烧成技术相比，公司的中温一次烧成技术具有明显的成本优势。

公司骨锂瓷产品的铅镉溶出量达到了目前国际上最严格的欧盟《关于与食品接触的瓷器制品的性能标准与合格声明》的要求指标，同时在热稳定性、吸水率、光泽度等方面也达到国内同类产品的先进水平，具体技术性能指标的比较情况如下：

标准 技术指标	国家标准	国家标准	欧盟标准	公司产品实际 检测水平
	GB/T3532-1995	GB/T10811-2002		
铅溶出量	5mg/L	1mg/L	0.2mg/L	0—0.2 mg/L
镉溶出量	0.5mg/L	0.2mg/L	0.02mg/L	接近于0
热稳定性	180/20 热交换 一次胎不裂	160/20 热交换 一次胎不裂		180/20 热交换 一次胎不裂
吸水率	0.5%	0.5%		0.2%—0.3%
白度	优等品 70%	75%		71—71.6%
光泽度	优等品 85%			90.1—92.2%

注：由于公司骨锂瓷属中高档细白瓷，同时欧盟最近颁布的铅镉溶出量限量标准是目前国际上最严格的标准，故以其为参照标准。

3、轻质瓷技术

轻质瓷即白云瓷，是环保型绿色陶瓷产品，主要用于日用装饰以及国外餐饮业一次性日用瓷餐具，该产品不但需要满足客户使用过程中的强度要求，而且废弃后经过简单处理必须能够在短期内风化分解。公司对轻质瓷坯体配方进行了创新，在熔剂中适当增加长石用量和石灰石，还选用可塑性较强的矿物原料和有机高分子增塑剂，通过原料加工工艺，提高了坯体的可塑性和干燥强度，使本公司的轻质瓷能够克服白云石这种瘠性原料造成的产品可塑性差和坯体干后强度小的缺点。

轻质瓷釉层的透明度、强度及热稳定性标准要求较高的施釉技术，公司通过利用多种低温矿物原料组成的无铅低温釉，调节其中碱金属和其他成分的含量和比例，改善了坯釉适应性，提高了釉的弹性和抗张强度，调节釉膨胀系数，使其具有与坯体相适应的良好膨胀系数和熔融温度特性，使公司产品坯釉很好结合，形成良好的过渡层。

公司利用具备多晶莫来石耐火纤维衬里，采用电脑全程自动控制的先进节

能窑炉技术，可以节约能耗，并确保窑炉内各部分温差被控制在 ± 5 范围内，稳定产品质量。公司轻质瓷产品稳定在 $1,055 \pm 5$ 的低温范围内烧成，低于行业平均水平，具有一定的能耗成本优势。

4、半瓷技术

半瓷即炻器，主要应用于日用餐具、咖啡具等日用陶瓷产品。

公司在半瓷坯料配方中采用叶腊石和其他低温矿物原料代替长石作为主要降温原料。叶腊石含水量较低而且比较稳定，具有较低的膨胀系数，同时叶腊石在未烧结以前的脱水过程中产生的热膨胀性能可以抵消烧成过程中其它物料造成的收缩，扩大了烧成范围，改善了坯釉适应性，因此，公司的半瓷产品热稳定性较好，此外，叶腊石的化学结构和组成成分方面的特点还使产品具有机械强度高、色调纯和适宜快速烧成等优点。由于叶腊石储量丰富，价格较长石约低 55%，使公司半瓷产品的原料成本得以大幅降低，提高了产品的市场竞争力。

叶腊石本身含结构水少且脱水缓慢，降温效果较好，在烧成中收缩小，烧成过程较安全。针对上述特点，公司利用电脑全程控制的节能隧道窑炉技术，使公司半瓷能够在 $1,200$ 中低温范围内快速烧成，烧成合格率达到 98%。与同类炻器比较，烧成温度可降低 $50 - 70$ ，具有一定的能耗成本优势。

公司半瓷产品的主要技术性能指标达到了国内先进水平，铅镉溶出量达到了国际先进水平，具体情况如下：

标准 技术指标	国家标准	美国 FDA 标准	公司产品实际 检测水平
	GB/T10815-1995		
铅溶出量	5mg/L	扁平 3mg/L 小空心制品 2mg/ L 大空心制品 1mg/ L	约 0.1 mg/L
镉溶出量	0.5mg/L	大空心制品 0.25mg/ L 其他 0.5mg/ L	接近于 0
热稳定性	160/20 热交换 一次胎不裂		160/20 热交换一 次胎不裂
吸水率	17%		2.1%—2.5%

5、青古瓷技术

青古瓷采用了釉上贴花，釉下青花斗彩等装饰技术，外型古朴大方，具有

中国传统瓷器的魅力，同时具有机械强度高，热稳定性好的特性，适用于微波炉，可机械刷洗，是酒店和家用的理想用瓷。此外，公司青古瓷坯体配方通过采用本地资源丰富，价格低廉的当地陶瓷原料，降低了成本；通过粘土原料和瘠性原料的合理配比，使坯体具有较好的成型性能和干燥强度；通过在釉料中引入碱性氧化物和碱土金属氧化物，提高了釉的热稳定性、釉面光泽度并加宽了烧成范围；通过形成的良好坯釉中间层，提高了产品的机械强度和热稳定性。此外，该配方可以回收利用废瓷，不产生固废物的丢弃，降低了成本，也不产生环境污染。

青古瓷产品实现了 1250℃ 中温烧成，其制定的烧成温度和烧成曲线为其提供了技术上的保证。入窑水份限制在 2%以下，防止坯体水份过高易与窑炉内烟气中的 SO₂ 发生化学反应使坯体中的钙盐形成硫酸钙析出，降低釉面光泽。严格控制止火温度、保温时间、冷却速度和压力制度，使其在较短时间内烧成，坯体氧化分解完全，并在釉层封闭前烧去低温沉碳，增加了瓷釉的透明度与光泽度，防止大量晶体的析出和釉裂等缺陷。与同类产品相比，公司青古瓷中温一次烧成技术降低烧成温度 50-100℃，具有明显的成本优势。

公司青古瓷的主要技术性能指标达到了国内先进水平，热稳定性和铅镉溶出量达到了国际先进水平，具体情况如下：

技术指标	标准	国家标准	美国细瓷水平	欧盟标准	公司产品实际检测水平
		GB/T3532-1995			
铅溶出量		5mg/L	2.5mg/L	0.2mg/L	0.1mg/L
镉溶出量		0.5mg/L	0.25mg/L	0.02mg/L	接近于 0
热稳定性		180/20 热交换 一次胎不裂	180/20 热交换 一次胎不裂		220/20 热交换 一次胎不裂
吸水率		0.5%	0.5%		0.5%
光泽度		优等品 85%	80%		85%

6、高档瓷技术

公司高档瓷白度高，釉面光润柔和，透光度好，机械强度高，可与骨质瓷相媲美。在坯料配方上，高档瓷采用铁钛杂质较低的优质高岭土为主要原料，保证了产品白度；采用正交设计法设计配方，控制钾长石的理想加入量，利用高温下钾长石熔液的粘度较大的特性，保证了制品在高温下不易变形。高档瓷

釉料配方能够与钾长石的胎体互相配合，釉料始融点高，高温粘度变化快，硬度高，光泽度好，使坯釉生成良好的中间层，从而获得了高的机械强度和好的热稳定性。

在烧成技术方面，本产品除控制好坯体中长石的加入量外，还对烧成的最高温度以及在此温度下保温的延续时间进行控制，以保证坯体在高温中既有足够的液相可以促进坯体的瓷化增加透明美感，又不会因为液相过多而导致软化变形。经过认真分析，反复试验，确定了合理的烧成温度，严格控制升温速度、止火温度、保温时间、冷却速度、气氛制度、压力制度等，保证了生产的稳定和质量提高。

公司高档瓷的主要技术性能指标和铅镉溶出量指标达到了国际先进水平，具体情况如下：

标准 技术指标	国家标准	美国细瓷水平	欧盟标准	公司产品实际 检测水平
	GB/T3532-1995			
铅溶出量	5mg/L	2.5mg/L	0.2mg/L	0.1mg/L
镉溶出量	0.5mg/L	0.25mg/L	0.02mg/L	接近于0
热稳定性	180/20 热交换 一次胎不裂	180/20 热交换 一次胎不裂		180/20 热交换 一次胎不裂
吸水率	0.5%	0.5%		0.1-0.2%
白度	优等品 70%	70%		73.9-75.2%
光泽度	优等品 85%	80%		90.2-92.4%

(三) 研究开发情况

1、在研项目情况

在研项目名称	研究单位	拟达到目标及性能简介	进展情况
青玉瓷	合作	结合景德镇“青花瓷”和德化“中国白”成瓷技术的高档陶瓷品种	试生产
釉中彩装饰技术	公司	一种先进的上釉技术，花面沉入釉中，使产品手感细腻，铅镉溶出量低	中试
抗菌陶瓷	公司	釉料中加入抗菌粉料，使产品具有长效广谱的抗菌功能	中试
易清洗耐热陶瓷煲	公司	不易吸污，易清洗，白度和亮度高	中试
骨质瓷	公司	白度高、透明度好、釉面光润细腻、机械强度高特性，高档陶瓷的一种	基础研究
高铝强化瓷	公司	抗冲击、抗弯强度高，有良好的热稳定性，能适应机械化洗涤，是宾馆、饭店理想用瓷	基础研究

2、合作研究项目情况

2006年，公司与中国轻工业陶瓷研究所建立了产学研合作关系，该研究所创建于1954年，是全国陶瓷行业唯一集技术与艺术为一体的部属专业研究所，以应用研究为主，基础研究为辅。主要承担和从事陶瓷产品、设备、材料的研发，对陶瓷产品、原材料的质量监督抽查与委托检测以及标准的制（修）订等。目前本公司与其合作进行青玉瓷的研发。

双方签署的技术合作开发协议主要内容包括：双方合作开发完成的发明创造，除双方另有约定的以外，申请专利的权利属于合作开发的双方共有；合作开发完成的技术秘密成果的使用权、转让权以及利益的分配办法，由双方约定；合作开发完成的技术成果的精神权利，如身份权、依法取得荣誉称号、奖章、奖励证书和奖金等荣誉权归双方共有；合作开发双方实施许可、转让专利技术、非专利技术而获得的经济收益由双方共享。协议对双方保密义务规定如下：合作开发合同的内容如涉及国家安全和重大利益需要保密的，双方应在合同中载明国家秘密事项的范围、密级和保密期限以及双方承担保密义务的责任；双方根据订立的合作开发合同所涉及技术的进步程度、生命周期以及其在竞争中的优势等因素，商定技术情报、资料、数据、信息和其他技术秘密的保密范围、时间以及双方应承担的责任；双方约定不论本合同是否变更、解除或终止，合同的保密条款不受其限制而继续有效，双方均应继续承担保密条款约定的保密义务。

3、研发费用投入情况

单位：万元

年度	研发费用	主营业务收入	占主营业务收入比重（%）
2006年1-6月	421.97	15,631.26	2.70
2005年度	246.25	28,169.82	0.87
2004年度	255.66	21,881.99	1.17
2003年度	214.87	14,221.18	1.51

（四）技术创新

公司是国家火炬计划重点高新技术企业、国家火炬计划产业基地首批骨干企业、福建省高新技术企业、福建省首批专利工作试点企业先进单位，公司技术中心被福建省经贸委评为省级企业技术中心，公司的主要产品多次获得中国

发行协会、福建省发明协会、福建省科技厅、泉州市政府等组织和部门颁发的奖项。公司将继续把技术创新和产品开发作为企业生存之本和可持续发展的推动力。公司将立足于自身技术优势，结合行业内最新技术动态，不断增强技术创新能力，促进公司的持续发展。

1、技术创新机制

(1) 设立专门的研发机构

研发机构是公司技术创新机制和技术开发网络的运行核心，公司研发机构由技术中心和产品开发部共同组成。

技术中心主要负责公司技术战略的制定和规划、新技术和新材料的引进和应用、产品坯、釉、色配方的研发、生产工艺和生产技术的创新和改进、产品技术性能的检测和判断、产品技术指标的制定和改进、和外部科研院所的合作、本部门的运营管理以及向生产部门、质量控制部和产品开发部提供技术支持。技术中心下设化验室、坯釉研究室和色料研究室，其中化验室主要负责原材料成分分析和产品铅镉溶出量、热稳定性、吸水率、白度等技术指标测定；坯釉研究室主要负责各瓷种坯釉配方研究；色料研究室主要负责各瓷种装饰用色料研究和开发。

产品开发部主要负责日用陶瓷和工艺陶瓷具体产品的开发以及对新器型新花面的信息收集和开发研究。下设的造型设计部负责各品种和工艺品造型设计；装饰开发部负责各瓷种样品装饰设计和开发；试制部负责样品烧成制造；花纸设计部负责进行釉上彩、釉中彩、釉下彩各式花纸设计。

(2) 项目开发机制

根据公司发展战略和产品市场需求，公司实行长、中、短开发项目的结合，在项目管理中，立项阶段落实核心技术人员牵头开展技术开发工作，攻关阶段采取项目立项制和个人负责制，考核阶段结合技术难度、市场反映、投入产出以及对公司长远发展的贡献等多方面进行综合考评，并将其薪酬与考核结果相挂钩。

(3) 人才引进和激励机制

为充分调动技术开发的积极性，公司制定了一系列鼓励人才引进和激励机

制。公司根据发展需要，有计划、有步骤地引进高学历人才和高层次科技人才，提高技术人员总体待遇，建立竞争激励机制，评定技术等级，不断提高公司技术开发能力。公司制定了《技术创新管理办法》，建立专项基金用于项目开发，制定了《技术中心薪资制度及奖惩细则》，设立了技术创新奖，将技术人员收入水平与技术创新和产品开发挂钩，并根据产品和工艺创新的增效节支效益对具体技术人员给予奖励。

（4）全员技术培训机制

公司在企业文化中形成了“诚实信用，务实创新，勇于开拓，合作共赢”的经营理念 and “客户至上，品质第一，科技兴业”的经营方针。在公司内部建设“人才工程”，不断加强员工技术培训，提高员工整体素质，通过研发部门和各生产部门的配合，在技术骨干的指导下，在产品的工艺研究和批量生产中不断提高技术水平，降低生产成本，使各个环节的员工都能够充分掌握所需技术。

（5）产学研相结合的机制

在技术合作方面，公司将加强与日用陶瓷行业内的国内外知名企业和高等院校以及科研院所的技术交流合作，在项目攻关中借助外聘人才有针对性地解决技术问题，进一步加强公司自身的技术创新和产品开发能力，满足公司可持续发展的需要。目前，公司已与中国轻工业陶瓷研究所和德化陶瓷职业技术学院在陶瓷科研、陶瓷产品研发和人力资源以及信息共享等方面进行了合作。

2、技术储备

公司目前已掌握冠福红和窑变釉、结晶釉的生产技术，公司将根据技术和市场的成熟程度、公司产能扩展情况等确定具体的产品上市时间：

储备项目名称	研究单位	性能简介	先进程度
冠福红	公司	一种色泽鲜红，光亮平滑，釉面细腻，外观高贵喜气吉祥的高档陈设工艺瓷	国内领先
窑变釉、结晶釉	公司	用于艺术陶瓷装饰的釉面	国内先进

3、技术创新安排

本公司的技术开发模式主要采取自主研发模式，即在消化吸收国内各大陶瓷生产基地共性制瓷技术和产品成果的基础上，自主创新独立开发符合本公司

目标顾客需求和适于在连锁零售终端销售的日用陶瓷产品。本公司技术创新属于需求拉动型，即市场需求 应用与发展性研究 技术创新。

本公司将技术创新研究分为三类： 发展性技术创新研究是对现有成熟技术的改进和提高，包括改进产品的器型和质量，开发产品的性能和用途，以适应各种消费市场需求，例如公司现有的耐热陶瓷煲、骨锶瓷属于该类技术创新；

应用性技术创新研究是在现有技术成果或发明专利的基础上，使其逐步发展完善，实用化。公司已量产的青古瓷和在研的青玉瓷属于此类技术创新； 前瞻性技术创新主要是在新材料、特种陶瓷、功能陶瓷等领域的创新研究，本公司拟采取技术合作、技术引进等方式进行前瞻性的技术创新。目前，本公司技术创新侧重于发展性和应用性方面的创新，而前瞻性创新投入较少。

下阶段技术开发和创新研究的方向仍着眼于发展性和应用性技术创新和研究层面。具体的研究方向将围绕现有主导产品领域，分为耐热陶瓷炊具、家用日用陶瓷和陈设工艺陶瓷三大类，并向酒店用瓷、航空用瓷等领域拓展。耐热陶瓷炊具产品今后重点发展专门针对酒店用品、海外客户、以及在不同热源可使用的、易清洗不易脏的、可替代现有材料的新材料领域的陶瓷炊具产品；在家用陶瓷方面，本公司竞争优势比较明显，但是高档骨质瓷、宾馆酒店用品陶瓷、工艺礼品用瓷、航空用瓷，以及功能陶瓷等细分市场和新材料领域的日用陶瓷产品还有待开拓，本公司今后五年将予以重点关注；在陈设工艺陶瓷方面，公司将消化吸收国内各大陶瓷产区的产品技术，针对国外用户、不同国家或地区需求偏好等因素加以完善，进一步做强做大本公司的出口业务。

九、公司产品质量控制情况

（一）质量控制标准

公司按照相关国家标准和行业标准执行各类瓷种的质量控制标准，具体情况如下：

耐热瓷：执行 Q/DGC001-2001《高耐热日用陶瓷》企业标准，该标准是公司在参照行业标准 GB/T2580-2002《精细陶瓷烹调器》的基础上，提高了各项技术指标自行制定的。

骨锂瓷：执行 GB/T10811-2002《釉下(中)彩日用瓷器》和 GB/T3532-1995《日用瓷器》国家标准。

轻质瓷：参照 GB/T13524.3-1993《陈设艺术瓷器—文化用瓷》国家标准的主要技术指标，同时根据客户的具体要求执行国内外其他标准。

半瓷：执行 GB/T10815-2002《日用精陶瓷》国家标准。

日用彩瓷：执行 GB/T10811-2002《釉下(中)彩日用瓷器》和 GB/T3532-1995《日用瓷器》国家标准。

青古瓷：执行 GB/T3532-1995《日用瓷器》国家标准。

高档瓷：执行《GB/T3532-1995 日用瓷器》，其中：GB/T3532-1995 的优等品及一级品指标是高档瓷的强制执行标准。

铅镉溶出量：公司主要根据输美日用陶瓷生产厂认证标准，并参照各瓷种执行的相关国家标准制定铅镉溶出量内控指标，公司内控指标均优于参照的国家标准，出口产品优于输美日用陶瓷生产厂认证标准；公司按照 GB/T3534-2002《日用陶瓷器铅、镉溶出量的测定方法》对产品铅镉溶出量进行检测。

(二) 质量控制措施

公司于 1999 年通过了 ISO9002 国际质量管理体系认证，并于 2002 年通过了 ISO9001:2000 升级换版认证，根据该质量管理体系的要求，公司实行全面质量管理。公司质量控制部配备 60 名员工，主要负责质量检验和质量管理工作，并向各分厂派驻品质管理人员。质量控制部会同技术中心等相关部门，采用全电脑控制的多元素快速分析仪、原子吸收分光光度计、水分快速测定仪、抗热震性能测定仪等精密仪器设备，根据各种原料和产品的相关标准，能够对样本中的 60 多种元素含量进行快速测定和分析，并能对半成品的各类技术参数以及成品的各类性能进行综合检测，从而实现对生产全过程的质量控制。公司的质量控制部和各分厂的品质管理部共同组成了完整的质量监控体系。

在原材料质量控制中，首先通过合格供应商制度筛选供应方，其次在物料入库前必须通过化学成分分析、外观质量和性能参数的检测，杜绝不合格物料流入生产过程。

在生产过程质量控制中，公司推行“5S”现场管理模式，并由各分厂品质管理员对在制品进行抽检、巡检和定点全检，同时对生产班组工艺规范和工作质量进行监督。在生产工段则严格执行质量“三检”规定，上、下班组之间必须做好自检、互检和更换品种型号的首检。对批量产品在包装入库之前均需进行质量一致性检验和环境适应性能抽样例行试验。

在产成品质量控制中，对内销产品，质量控制部对铅镉溶出量、白度、釉面光泽度、吸水率和产品外观质量等技术指标实行随机确定抽样日期进行抽查检验的制度；对出口产品，则按批次进行检验。在产品原料配方改变、生产工艺方法变更可能影响产品性能、停产6个月以上再恢复生产、生产工艺过程中发生意外伤害、交收检验结果与上次检验结果出现较大差异等情况下，质量控制部必须对产品进行技术指标检测。

公司针对各产品的所有生产工序编制了质量手册、检验规范及检验标准数、设备安装及保养手册、部门工作手册、现场作业指导书和其他程序文件；从原辅材料进厂检验到成品出厂整个过程中建立了20多个关键工序控制点，保证了生产全过程的工艺质量。通过上述质量控制措施，公司有效保证了各产品的技术性能指标，创造了较好的社会效益和品牌效应。

（三）产品质量纠纷的解决

公司遵循国家产品质量监督管理的有关法规，按照国家投诉处理标准、消费品售后服务方法和要求，建立了完善的产品质量纠纷管理体系。公司不断强化全员质量意识，在公司内部推行全面质量管理和顾客满意工程，由营销管理部负责及时提供售后服务和妥善处理质量纠纷；公司建立了顾客投诉和质量纠纷处理程序的规章制度，规范了投诉和纠纷受理、分级处理、质量仲裁检验、产品质量鉴定、法律事务、移送催办、信息统计分析等具体工作要求；公司设立了客户投诉热线专线接待顾客投诉，对其投诉的质量纠纷进行充分的了解和沟通；公司设置了专门人员定期进行客户满意度调查，并根据大客户联系制度回访客户，由专人负责处理纠纷和对客户意见进行跟踪。

报告期内，公司未出现过大额产品质量责任纠纷。

第六章 同业竞争与关联交易

一、同业竞争情况

(一) 同业竞争情况说明

本次发行前后，公司控股股东及实际控制人均为自然人林氏父子。除本公司外，公司实际控制人还控制了德化县塔雁酒家有限公司，该公司的营业范围为餐饮服务，与公司不存在同业竞争；此外，林氏父子未投资其他企业和营利性组织，公司与控股股东及实际控制人之间不存在同业竞争。

(二) 避免同业竞争的承诺

2005年2月3日，林氏父子共同向公司出具了《关于避免同业竞争的承诺函》，承诺在其单独或者合并持有公司的控股权期间，林氏父子及其单独或者合并投资控股的公司、企业或者其他经济组织将不在中国境内外以任何形式从事与公司主营业务或者主要产品相竞争或者构成竞争威胁的业务活动，包括在中国境内外投资、收购、兼并或受托管理与公司主营业务或者主要产品相同或相似的公司、企业或者其他经济组织；若公司将来开拓新的业务领域，公司享有优先权，林氏父子及其单独或者合并投资控股的公司、企业或者其他经济组织将不再发展同类业务。

二、关联交易情况

(一) 关联方和关联关系

1、发行人目前的关联方和关联关系

根据《公司法》、《企业会计准则》规定的范围，本公司目前存在的关联方及关联关系如下：

(1) 发行人控股股东及实际控制人

林福椿、林文昌、林文智、林文洪

控股股东及实际控制人情况详见本招股说明书第四章“发行人基本情况”之“七（一）发行人股东基本情况”。

(2) 对发行人有重大影响的其他股东

福建华兴创业投资有限公司(其总经理黄清良兼任本公司董事)、福建省德化县邱村矿业有限公司(其副总经理陈志民兼任本公司董事)

对发行人有重大影响的其他股东情况详见本招股说明书第四章“发行人基本情况”之“七(一) 发行人股东基本情况”。

(3) 发行人参股、控股公司

福建省德化冠峰耐热瓷有限公司、泉州冠杰陶瓷有限公司、德化县华鹏花纸有限公司、上海五天实业有限公司

发行人控股、参股公司情况详见本招股说明书第四章“发行人基本情况”之“六、发行人参股、控股公司情况”。

(4) 控股股东参股、控股公司

德化县塔雁酒家有限公司

控股股东参股、控股公司见本招股说明书第四章“发行人基本情况”之“七(二) 控股股东和实际控制人控制的其他企业基本情况”。

(5) 发行人董事、监事和高级管理人员

林福椿、林文昌、林文智、戎国忠、黄清良、陈志民、黄金琳、汪小平、付维杰、黄华伦、林文洪、庄宝林、涂瑞稳、周金旋、林华彬、张荣华、刘锦德

发行人董事、监事和高级管理人员的情况见本招股说明书第七章“董事、监事、高级管理人员与核心技术人员”之“一、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员简介”。

(6) 对控股股东有实质影响的自然人

林秀春，女，中国籍，无境外永久居留权，1949年出生，住所为福建省泉州市德化县龙浔镇德新街1组，身份证号码350526194906091025，公司实际控制人林福椿之妻，实际控制人林文昌、林文洪和林文智之母。林秀春持有德化县塔雁酒家有限公司49%的股权并任该公司法定代表人。

2、报告期内曾与发行人有关联关系的关联方

(1) 报告期内曾经受发行人控制或影响的企业

关联方	曾经存在的关联关系	备注
武汉五天	冠福家用持股 51%	2003 年 11 月 27 日完成股权转让的工商变更登记手续后与发行人不存在关联关系
成都五天	冠福家用持股 32%、控股子公司冠峰耐热瓷持股 50%	2003 年 12 月 11 日完成股权转让的工商变更登记手续后与发行人不存在关联关系
广州五天	控股子公司冠峰耐热瓷持股 70%	2003 年 12 月 12 日完成股权转让的工商变更登记手续后与发行人不存在关联关系

上述 3 家企业股权转让情况详见本招股说明书第四章“发行人基本情况”之“三（二）设立以来重大资产变化情况”。

(2) 报告期内曾经受发行人控股股东控制和影响的企业

关联方	曾经存在的关联关系	备注
深圳五天	林文智持股 80%	2003 年 12 月 22 日完成股权转让的工商变更登记手续后与发行人不存在关联关系
上海五天	林文洪任法定代表人	2003 年 12 月 19 日完成法定代表人变更登记手续后与发行人不存在关联关系

上述 2 家企业股权转让或法定代表人变更情况详见本招股说明书第四章“发行人基本情况”之“三（二）设立以来重大资产变化情况”中的相关内容。

(3) 报告期内曾与公司存在关联关系的经销企业的目前情况

2003 年，发行人的实际控制人、发行人、控股子公司冠峰耐热瓷分别将其所持有的经销商股权转让给他人，各经销商的股权受让人以及转让后的控制人如下：

经销商简称	股权出让方	股权受让方	转让股权比例	转让后控制人	控制人持股比例
深圳五天	林文智	林明誉	80%	林明誉	80%
武汉五天	发行人	林宗清	51%	林宗清	51%
	林文智	林明誉	49%		
成都五天	发行人	林友杉	32%	林同微	68%
	冠峰耐热瓷	林同微	50%		
广州五天	冠峰耐热瓷	林同微	40%	林同微	40%
		林培辉	10%		

		罗贤柳	10%		
		林友杉	10%		
	林文智	林友杉	10%		

在上述股权受让人中，林同微和林友杉为德化本地日用陶瓷销售商；其他受让人为原经销企业管理人员。上述人员具有丰富的日用陶瓷经营经验，与公司合作关系密切，向其转让股权有利于强化公司产品的市场开拓，另一方面能够保持公司对转让后形成的特许授权经销商体系的影响。上述受让人的背景情况如下：

(1) 林明誉，男，汉族，1957年10月5日出生，住所为福建省泉州市德化县盖德乡山坪村第2组，《中华人民共和国居民身份证》号码：350526571005101。

(2) 林宗清，男，汉族，1973年4月4日出生，住所为福建省泉州市德化县龙浔镇隆中小区5号楼803室，《中华人民共和国居民身份证》号码：350526197304041016。

(3) 林同微，男，汉族，1970年6月18日出生，住所为福建省泉州市德化县杨梅镇云溪村5-18号，《中华人民共和国居民身份证》号码：350526197006188511。

(4) 林友杉，男，汉族，1973年6月6日出生，住所为福建省泉州市德化县盖德乡仙岭村西洋3-58号，《中华人民共和国居民身份证》号码：350526197306061037。

(5) 林培辉，男，汉族，1967年10月17日出生，住所为福建省泉州市德化县盖德乡政府，《中华人民共和国居民身份证》号码：350526671017101。

(6) 罗贤柳，男，汉族，1973年10月23日出生，住所为福建省厦门市开元区嘉禾路92号，《中华人民共和国居民身份证》号码：350526731023351。

保荐人意见：经核查相关法律文件，未发现上述股权受让人及目前的控制人与发行人的实际控制人存在关联关系。

发行人律师意见：经本所律师核查，上述股权受让人、目前经销商的控制人与发行人的实际控制人之间不存在关联关系或实际控制关系。

(二) 关联交易

1、经常性发生的关联交易

(1) 委托代销商品

委托代销商品基本情况

为拓展公司产品销售渠道，发行人及其控股子公司委托上海五天、成都五天、广州五天、武汉五天、深圳五天等企业代理销售本公司日用陶瓷产品和玻璃制品等家用品。2003年，发行人实际控制人、发行人、控股子公司冠峰耐热瓷分别将其所持有的经销商股权转让给非关联方或不再担任法定代表人，解除了与上述公司的关联关系，自2004年1月1日起，公司已不存在委托代销商品方面的关联交易。但上述公司仍作为公司特许经销商继续代销公司产品。

2003年发行人与上述公司之间委托代销商品的关联交易情况如下表：

单位：万元

关联方	报告期内存在 关联关系期间	2003年			
		销售金额	占销售收入的 比例	应收账款 余额	委托代销 商品余额
上海五天	2003.1-2003.12	3,339.05	23.48%	425.81	1,435.05
武汉五天	2003.1-2003.11	679.88	4.78%	--	--
成都五天	2003.1-2003.12	628.02	4.42%	239.26	366.56
广州五天	2003.1-2003.12	820.19	5.77%	168.37	434.00
深圳五天	2003.1-2003.12	814.65	5.73%	514.33	514.23
合计	—	6,281.79	44.18%	1,347.77	2,749.84

注：关联交易金额为累计到关联关系解除月末的金额。

关于委托关联方代销的说明

A. 销售政策和关联销售价格

为适应通过连锁形态的零售终端进行销售的模式，公司产品主要通过特许经销商采用委托代销的方式进行销售。本着公平合理的原则，发行人及其控股子公司均采用统一的销售政策委托所有经销商（包括上述关联方）代销产品，包括统一的供货价格、质量标准、结算方式、货款回收期限。在关联关系存续期间，发行人对所有经销商的销售价格均以公司建议市场零售价一定比例的折

扣确定，关联方的折扣比例与非关联方的相同。公司对所有经销商销售政策一致，关联交易作价公允。（定价政策、结算方式和货款回收期限详见本招股说明书第五章“业务和技术”之“五(三)主要经营模式”中关于销售模式和具体销售过程的相关内容）。

B. 关联关系的解除没有影响上述关联经销商的销售

公司及其实际控制人从 2002 年开始重组营销网络，将其持有的经销企业的股权转让给非关联方，并作为本公司的特许经销商继续代销公司产品。通过发行人营销网络的整合，保证了公司销售渠道的畅通，提高了公司配送和售后服务的及时性、快捷性和便利性水平，因此上述经销商的产品销售不但没有受到影响，反而呈现逐年提升的势头，具体销售变化情况参见 1-1-99 页“特许经销商报告期内的销售情况”。

(2) 接受餐饮服务

2002 年 10 月 12 日和 2006 年 4 月 26 日，发行人与德化县塔雁酒家有限公司签订《服务协议书》，协议约定：塔雁酒家为发行人提供餐饮服务；定价原则为按照公平合理的原则，参照市场价格确定，如果政府物价主管部门对餐饮服务的定价有强制性规定的，依照其规定执行；双方应当按月结算餐饮费用；服务期限为自发行人成立之日（2002 年 9 月 28 日）起，至 2008 年 12 月 31 日止。报告期内塔雁酒家为发行人提供餐饮服务的关联交易金额如下：

单位：万元

接受餐饮服务	2006 年 1-6 月	2005 年度	2004 年度	2003 年度
关联交易金额	21.93	22.96	18.77	9.49
占管理费用比重	1.70%	1.29%	1.54%	1.08%

该关联交易不属于重大关联交易，对公司的经营运作不构成重大影响。

(3) 董事、监事和高级管理人员报酬

本公司报告期内支付给董事、监事、高级管理人员的报酬（包括采用货币、实物形式和其他形式的工资、福利、奖金、特殊待遇及有价证券等）情况详见本招股说明书第七章“董事、监事、高级管理人员与核心技术人员”之“四、上述人员薪酬情况”。

2、偶发性的关联交易

(1) 股权收购

2003年5月20日和2003年7月20日，发行人与上海五天签订了《上海五天实业有限公司股权转让协议》和《上海市产权交易合同》(编号03221808)，本公司受让上海五天持有的五天实业10%的股权。(股权转让情况详见本招股说明书第四章“发行人基本情况”之“三(二)设立以来重大资产变化情况”)

五天实业在被收购前处于开办期，尚未正式营业，购买日净资产等于该公司注册资本，经转让双方友好协商，以五天实业截至2002年12月31日的净资产为基准，确定上述10%股权的转让价款为90万元。2003年6月2日，发行人向上海五天付清了股权转让价款；2003年12月26日，五天实业在上海市工商行政管理局办理了变更登记手续。收购以后，五天实业于2003年6月28日开始营业，购买当年净利润为-44,746.94元。

收购五天实业股权后，发行人以其为基础在上海组建营销管理中心，开展联采业务和其他家用品贸易业务，协调管理分散于全国各主要城市的特许加盟经销商体系，加强对超市和大卖场等连锁形式的零售终端供货、服务、信息沟通功能，提高市场营销效率。

(2) 接受担保

控股股东林福椿为发行人向兴业银行泉州新门支行借款130万元(借款期限为自2006年1月4日起至2007年1月3日止)提供连带责任保证，同时发行人以其自有房屋建筑物和土地使用权作为抵押担保。

控股股东林福椿和林文智共同为发行人之控股子公司冠杰陶瓷向兴业银行泉州新门支行借款870万元(借款期限自2006年1月4日起至2007年1月3日止)提供连带责任保证，同时冠杰陶瓷以其自有房屋建筑物和土地使用权作为抵押担保。

控股股东林福椿、林文昌、林文洪、林文智四人及发行人之控股子公司五天实业共同为发行人向交通银行股份有限公司福州屏东支行借款2,000万元(借款期限自2006年1月5日起至2007年1月5日止)提供连带责任保证。

交通银行福州屏东支行授予发行人最高额为4,000万元的开立银行承兑

汇票额度，开立汇票期限自 2005 年 12 月 30 日起至 2006 年 12 月 30 日止。控股股东林福椿、林文昌、林文洪、林文智四人及发行人之控股子公司五天实业共同为发行人提供连带责任保证。截至 2006 年 6 月 30 日止，林福椿、林文昌、林文洪、林文智四人及五天实业共同为发行人提供保证的应付票据余额为 8,805,392.83 元。

交通银行福州屏东支行于 2006 年 8 月 28 日授予发行人 2,000 万元人民币流动资金贷款授信额度，授信期限自 2006 年 8 月 28 日起至 2007 年 8 月 25 日止。发行人已根据该合同向交通银行福州屏东支行借款 2,000 万元，借款期限自 2006 年 8 月 28 日起至 2007 年 8 月 20 日止。控股股东林福椿、林文昌、林文洪、林文智四人及发行人之控股子公司五天实业共同为发行人提供连带责任保证。

公司接受担保不会对公司利润或当期经营成果产生不利影响，有助于公司拓宽融资渠道，缓解资金压力。

3、与关联方往来款项

(1) 报告期内，发行人与关联方应收账款余额情况如下：

单位：元

关联方	应收账款	
	2006 年 6 月 30 日、2005 年 12 月 31 日、2004 年 12 月 31 日	2003 年 12 月 31 日
成都五天	n/a	2,392,609.50
广州五天	n/a	1,683,679.77
深圳五天	n/a	5,143,250.29
上海五天	n/a	4,258,094.44

注：自 2004 年 1 月起，上述公司与本公司不存在关联关系。

(2) 报告期内，发行人与关联方之间其他应收款、其他应付款余额情况如下：

单位：元

关联方	其他应收款

	2006年6月30日、2005年12月31日、2004年12月31日	2003年12月31日
成都五天	n/a	1,247,181.82
广州五天	n/a	1,784,646.00
深圳五天	n/a	44,646.00
关联方	其他应付款	
	2006年6月30日、2005年12月31日、2004年12月31日	2003年12月31日
上海五天	n/a	427,299.66
林福椿	0	113,907.03
林文智	0	36,271.65
林秀春	0	83,000.00

注：

(1) 自2003年12月起，武汉五天与本公司不存在关联关系；自2004年1月起，成都五天、广州五天、深圳五天及上海五天与本公司不存在关联关系。

(2) 自2004年起，本公司与武汉五天、成都五天、广州五天、深圳五天及上海五天不再存在其他应收款、其他应付款往来。

(三) 公司章程和其他制度对关联交易决策权力与程序的规定

发行人分别在公司章程、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《关联交易管理办法》和《独立董事制度》等规章制度中明确规定了关联交易公允决策的程序。

1、公司章程

第七十六条规定：“股东大会审议有关关联交易事项时，关联股东不应当参与投票表决，其所代表的有表决权的股份数不计入有效表决总数。股东大会对有关关联交易事项作出决议时，视普通决议和特别决议不同，分别由出席股东大会的非关联股东所持表决权的过半数或者三分之二以上通过。有关关联交易事项的表决投票，应当由两名非关联股东代表参加计票和监票。股东大会决议应当充分披露非关联股东的表决情况。”

第一百零六条第三款规定：“公司拟与关联方达成的交易金额低于人民币3000万元或低于公司最近一期经审计净资产绝对值5%的关联交易，由公司董事

会审议批准。公司拟与关联方达成的交易金额在人民币 3000 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，由公司股东大会审议批准。关联交易涉及提供财务资助、提供担保和委托理财等事项时，应当以发生额作为计算标准，并按交易类别在连续 12 个月内累计计算。已经按照上述规定履行审批手续的，不再纳入相关的累计计算范围。”

第一百一十五条规定：“董事与董事会会议决议事项所涉及的企业有关联关系的，不得对该项决议行使表决权，也不得代理其他董事行使表决权。该董事会会议由过半数的无关联关系董事出席即可举行，董事会会议所作决议须经无关联关系董事过半数通过。出席董事会的无关联董事人数不足 3 人的，应将该项提交股东大会审议。”

2、《股东大会议事规则》

第三十一条第一款规定：“股东与股东大会拟审议事项有关联关系时，应当回避表决，其所持有表决权的股份不计入出席股东大会有表决权的股份总数。”

第三十七条规定：“股东大会对提案进行表决前，应当推举两名股东代表参加计票和监票。审议事项与股东有关联关系的，相关股东及代理人不得参加计票、监票。股东大会对提案进行表决时，应当由股东代表与监事代表共同负责计票、监票。”

3、《董事会议事规则》

第十三条规定：“委托和受托出席董事会会议应当遵循以下原则：(一)在审议关联交易事项时，非关联董事不得委托关联董事代为出席和表决，关联董事也不得接受非关联董事的委托；(二)独立董事不得委托非独立董事代为出席和表决，非独立董事也不得接受独立董事的委托；(三)一名董事不得接受超过两名董事的委托，董事也不得委托已经接受两名其他董事委托的董事代为出席和表决。”

第十五条第一款、第二款规定：“会议主持人应当逐一提请出席董事会会议的董事对各项提案发表明确的意见。对于根据规定需要独立董事事前认可的提案，会议主持人应当在讨论有关提案前，指定一名独立董事宣读独立董事达成的书面认可意见。”

第二十条规定：“董事与董事会会议决议事项所涉及的企业有关联关系的，不得对该项决议行使表决权，也不得代理其他董事行使表决权。该董事会会议由过半数的无关联关系董事出席即可举行，董事会会议所作决议须经无关联关系董事过半数通过。出席董事会会议的无关联董事人数不足 3 人的，应将该项提交股东大会审议。”

4、《关联交易管理办法》

第十一条规定：“公司与关联方之间达成的关联交易总额低于 300 万元，且低于公司最近一次经审计之净资产值的 0.5%的，由总经理决定后方可实施。”

第十二条规定：“公司与关联方之间达成的关联交易总额在 300 万元至 3000 万元之间或占公司最近一次经审计之净资产值的 0.5%至 5%之间的，应当提交公司董事会审议通过后方可实施。”

第十三条规定：“公司与关联方达成的关联交易金额在 3000 万元以上且占公司最近一期经审计之净资产绝对值 5%以上的，董事会应当将该关联交易提交公司股东大会审议，该关联交易经股东大会批准后方可实施。”

第十四条规定：“公司与关联方就同一标的或者公司与同一关联方在连续 12 个月内达成的关联交易累计金额达到本管理办法第十一条、第十二条及第十三条所述标准的，公司应当按照本管理办法规定的程序作出决策。”

第十五条规定：“由公司控制或持有 50%以上股权的子公司发生的关联交易，视同本公司行为，其决策程序适用本管理办法规定；公司的参股公司发生的关联交易，以其交易标的乘以参股比例或协议分红比例后的数额，其决策程序适用本管理办法规定。”

第十六条规定：“公司关联方与公司签署涉及关联交易的协议，应当采取必要的回避措施：（一）任何个人只能代表一方签署协议；（二）关联方不得以任何方式干预公司的决定；（三）公司董事会就关联交易表决时，有利害关系的当事人属以下情形的，不得参与表决：1、与董事个人利益有关的关联交易；2、董事个人在关联企业任职或拥有关联企业的控股权或实际控制权的，该等企业与公司的关联交易；3、按照法律、法规和《公司章程》规定应当回避的。（四）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。股东大会对有关关联交易事项作出决议时，视普通决议和特别决议不同，分别由出席股东大会的非关联股东所持表决权的过半数或者三分之二以上通过。有关关联交易事项的表决投票，应当由两名非关联股东代表参加计票和监票。股东大会决议应当充分披露非关联股东的表决情况。”

第十七条规定：“董事与董事会会议决议事项所涉及的企业有关联关系的，不得对该项决议行使表决权，也不得代理其他董事行使表决权。该董事会会议由过半数的无关联关系董事出席即可举行，董事会会议所作决议须经无关联关系董事过半数通过。出席董事会的无关联董事人数不足 3 人的，应将该事项提交股东大会审议。”

第十八条规定：“对于公司拟与关联人达成的总额高于 300 万元或高于公司最近经审计净资产值的 5%的关联交易，应当经独立董事认可后方可提交董事会审议。”

第十九条规定：“公司监事会应当对关联交易作价是否公允发表意见。”

5、《独立董事制度》

第十六条规定：“为了充分发挥独立董事的作用，独立董事除应当具有公司法和其他相关法律、法规、规范性文件及公司章程赋予董事的职权外，公司还赋予独立董事以下特别职权：（一）重大关联交易（指公司拟与关联人达成的总额高于 300 万元或高于公司最近经审计净资产值的 5%的关联交易）应由独立董事认可后，提交董事会讨论；独立董事作出判断前，可以聘请中介机构出具独立财务顾问报告，作为其判断的依据。……”

第十七条第一款、第二款规定：“独立董事行使第十六条第（一）、（二）、（三）、（四）、（六）项职权应当取得全体独立董事的二分之一以上同意。重大关联交易、聘用或解聘会计师事务所，应由二分之一以上独立董事同意后，方可提交董事会讨论。”

第二十条规定：“独立董事除履行上述职责外，还应当对以下事项向董事会或股东大会发表独立意见：……（四）公司的股东、实际控制人及其关联企业对本公司现有或新发生的总额高于 300 万元或高于公司最近经审计净资产值的 5%

的借款或其他资金往来，以及公司是否采取有效措施回收欠款；……”

（四）报告期内关联交易的执行情况

发行人及其控股子公司委托上海五天、深圳五天、成都五天、广州五天、武汉五天等企业代理销售本公司日用陶瓷产品和玻璃器皿等家用品的关联交易的决策情况如下：发行人及控股子公司委托上海五天、深圳五天代销产品事宜已经发行人 2002 年第一次临时股东大会（关联股东回避表决）审议批准；发行人委托武汉五天、广州五天代销产品事宜已经发行人 2003 年第一次临时股东大会（关联股东回避表决）审议批准；发行人委托成都五天代销产品事宜已经发行人 2003 年第一次临时股东大会审议批准。公司独立董事对上述关联交易发表了独立意见，认为本公司上述关联交易作价公允，表决程序遵循了回避原则，不会损害公司及其他股东的利益。

发行人接受德化县塔雁酒家有限公司提供餐饮服务的关联交易已经发行人第一届董事会第二次会议（关联董事回避表决）和第二届董事会第三次会议（关联董事回避表决）审议通过。发行人独立董事对上述关联交易发表了独立意见，认为公司董事会对该关联交易事项进行表决时，关联董事均依法回避表决，符合有关法律法规和公司章程的规定；该项关联交易定价公允，不会损害公司及其他股东的利益。

发行人受让上海五天持有的五天实业 10%的股权的关联交易已经发行人第一届董事会第三次会议（关联董事回避表决）审议通过。独立董事对上述关联交易发表了独立意见，认为该关联交易是公允的，不会损害公司及全体股东的利益，公司控股收购五天实业后，有利于公司经营业务的进一步拓展，加强和改善销售管理，董事会对该关联交易事项进行表决时，关联董事按照有关法律法规和公司章程的规定回避表决。

发行人接受担保的关联交易无须由发行人董事会或股东大会审议通过。

（五）减少和规范关联交易的措施

1、制定和履行关联交易制度

发行人除严格履行《公司章程》中关于关联交易的规定外，还在《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》和《关联交易管理办法》中对关联方和关联

关系、关联交易的决策程序、关联股东回避等事项作出了明确规定，为避免和消除可能出现的控股股东利用其控股地位在关联交易中作出对大股东有利但可能损害中、小股东利益的情况，以及按照公开、公平、公正的原则进行关联交易决策，提供了制度上的保障。内容详见本章之“二（三）公司章程和其他制度对关联交易决策权力与程序的规定”

2、减少关联交易的具体措施

本公司是由有限责任公司整体变更设立的股份公司，拥有独立的产供销系统，在业务、机构、资产、人员及财务上均独立于各关联方。在不影响业务经营的情况下，为减少关联交易，公司已采取了以下有效的措施：

（1）在公司设立前后，公司实际控制人将所有与陶瓷生产相关的资产都注入了股份公司，公司拥有独立的产供销系统，在业务、机构、资产、人员及财务上均独立于各关联方，完全具有直接面向市场的独立经营的能力。

（2）当本公司发生不可避免的关联交易时，本公司严格执行《公司章程》和其他相关规章制度关于关联交易的规定，确保交易公平、公正的市场原则，保护公司及其他中小股东的利益。

（3）对将来可能进入的新业务领域，公司将首先考虑业务发展的独立性，避免与关联方发生新的关联交易。

（4）本公司实际控制人林氏父子 4 人已于 2005 年 2 月 3 日出具了《关于避免同业竞争的承诺函》，承诺在其四人单独或者合并持有本公司的控股权期间，其四人自身及其单独或者合并投资控股的公司、企业或者其他经济组织不从事与发行人主营业务或者主要产品相竞争或者构成竞争威胁的业务活动，不发展发行人将来开拓新的业务领域的同类业务，有助于减少或避免公司与实际控制人产生新的关联交易。

（5）本公司实际控制人林氏父子 4 人已于 2005 年 2 月 3 日出具了《承诺函》，承诺在其四人单独或者合并持有贵公司的控股权期间，将严格遵守中国证券监督管理委员会、国务院国有资产监督管理委员会发布的《关于规范上市公司与关联方资金往来及上市公司对外担保若干问题的通知》（证监发[2003]56 号）的有关规定。

第七章 董事、监事、高级管理人员与核心技术人员

一、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员简介

本公司董事、监事、高级管理人员与核心技术人员均为中国国籍，无境外永久居留权。

(一) 董事会成员

发行人共有 9 名董事，其中独立董事 3 名，本届董事会董事任期截止至 2008 年 10 月 9 日止，董事会成员简历如下：

林福椿先生：公司董事长、技术负责人，男，1947 年出生，高中学历，高级工程师。1996 年 4 月起至今担任福建省德化冠峰耐热瓷有限公司董事长，1999 年 6 月至 2002 年 9 月担任本公司前身福建省德化冠福陶瓷有限公司及福建省泉州冠福集团有限公司执行董事，2002 年 9 月起至今担任本公司董事长；曾获得“泉州市经济技术创新能手”、“福建省优秀企业家”、“福建省劳动模范”等荣誉；现担任福建省人大代表、福建省高新技术发展协会理事、福建省乡镇企业协会副会长等社会职务。

林福椿先生参与研制的耐热陶瓷煲系“国家级火炬计划项目”产品，于 1999 年获“全国发明展览会金牌奖”；2001 年主持研发了中温无铅镉骨锂瓷并获“全国发明展览会铜牌奖”；2002 年牵头开发了具有自主知识产权的轻质瓷和半瓷等产品。

林文昌先生：公司副董事长，男，1968 年出生，MBA 在读，工程师。1989 年起先后先后在福州、上海等地经销德化瓷器，1999 年至 2002 年担任本公司前身福建省德化冠福陶瓷有限公司及福建省泉州冠福集团有限公司营销总监、上海龙浔总经理，2004 年 10 月起至今担任上海五天实业有限公司总经理，2002 年 9 月起至今担任本公司副董事长；现担任德化县政协常委、德化县陶瓷学院营销客座教授等社会职务。

林文智先生：公司董事、总经理，男，1973 年出生，MBA 在读，经济师。1994 年至 2000 年曾任德化华鹏彩瓷厂（后改制为福建省德化华鹏陶瓷有限公司）总经理，1996 年 4 月起至今担任福建省德化冠峰耐热瓷有限公司总经理，

1999年12月至2002年9月担任本公司前身福建省德化冠福陶瓷有限公司及福建省泉州冠福集团有限公司总经理，2002年9月起至今担任本公司董事、总经理；曾获得“首届泉州市十佳青年科技创业奖”、“泉州市首届青年五四奖章”、“福建省优秀青年星火带头人”、“福建省十大杰出青年企业家”和“全国农村青年创业致富带头人”等荣誉；现担任中国陶瓷工业协会日用陶瓷专业委员会副主任委员、福建省青年企业家协会常务理事、福建省青年商会副会长等社会职务。

戎国忠先生：公司董事，男，1957年出生，高中学历。曾任上海瑞华企业发展总公司总经理、广州越秀瑞联发展有限公司总经理，现任上海普捷企业发展有限公司、上海久远国际货运有限公司、上海天捷国际贸易有限公司、坤元媒体广告有限公司董事长；2002年9月起至今担任本公司董事。

黄清良先生：公司董事，男，1965年出生，本科学历，会计师。先后在福建华兴信托投资公司开发基金部、委托部、投资部、业务发展部任职，现任福建华兴创业投资有限公司总经理，福建福晶科技有限公司、福州恒一科技有限公司、福建华源城建环保股份有限公司、福建南方生物科技股份有限公司、奥卡尼克（福建）环保生物工程有限公司董事，2002年9月起至今担任本公司董事。

陈志民先生：公司董事，男，1971年出生，中专学历，助理工程师。先后在闽西地质大队、德化县矿产公司、福建省邱村金矿任职，现任福建省德化现邱村矿业有限公司副总经理、副矿长，2003年8月起至今担任本公司董事。

黄金琳先生：公司独立董事，男，1962年出生，硕士学历，高级会计师。历任福建省政府机关事务管理局财务处总会计师、财政财务处处长、副局长、国资处长、福建省屏山审计师事务所所长和省屏山会计师事务所所长、福建机关后勤体制改革研究所法人代表，福建省华侨信托投资公司总会计师；现任广发华福证券有限公司副总裁、福建发展高速公路股份有限公司独立董事，2002年9月起至今担任本公司独立董事。

汪小平先生：公司独立董事，男，1965年出生，高级工程师，九三学社成员。历任国家日用陶瓷质量监督检验中心检验员、检验室主任、国家日用陶瓷

质量监督检验中心和中国轻工业陶瓷研究所检测标准中心主任，现任江西景德镇陶瓷工业园区副主任，2003年8月起至今担任本公司独立董事。

付维杰女士：公司独立董事，女，1951年出生，研究生学历，高级经济师。先后在轻工业部办公厅秘书处、轻工业部企业管理司任职，现任中国陶瓷工业协会秘书长，2003年8月起至今担任本公司独立董事。

（二）监事会成员

公司共有5名监事，本届监事会监事任期截止至2008年10月9日止，监事会成员简历如下：

黄华伦先生：公司监事会主席，男，1977年出生，中专学历，助理会计师。1996年至2002年任福建省德化冠峰耐热瓷有限公司、福建省泉州冠福集团有限公司行政部负责人，现任华鹏花纸监事，2002年9月起至今任本公司监事会召集人、监事会主席（职工代表监事），人力资源部、证券投资部经理。

林文洪先生：公司监事，男，1970年出生，MBA在读，工程师。1986年至1989年在德化玖兴陶瓷有限公司任职，1989年起先后在福州和上海经销德化日用陶瓷产品，1999年参与本公司组建工作，2002年9月起至今担任本公司监事，自2003年12月起兼任上海五天实业有限公司董事长。

庄宝林先生：公司监事，男，1945年出生，大学本科，经济师。1969年至1997年先后在中国人民解放军三十四师一 一团政治处、中国化工进出口公司上海分公司、怡和洋行化工部、利比里亚中国贸易公司、美国辉瑞有限公司食品科学部工作，现任上海飞时贸易有限公司董事长兼总经理，2002年9月起至今担任本公司监事。

涂瑞稳先生：公司监事，男，1958年出生，大专学历，会计师。1981年至1997年先后在德化县铁厂、德化县铁合金厂任职，现任德化县国有资产投资经营公司董事、副总经理，2003年8月起至今担任本公司监事。

周金旋先生：公司监事，男，1958年出生，大专学历。1981年至2000年先后任中共德化县赤水乡铭爱村党支部书记、德化县美湖乡政府纪委副书记，2003年7月起至今担任本公司监事（职工代表监事），兼任本公司行政部经理。

（三）董事、监事提名人及选聘情况

1、董事提名及选聘情况

2002年9月12日，本公司召开了创立大会暨第一次股东大会，全体股东一致提名并选举林福椿、林文昌、林文智、戎国忠、黄清良、陈祥瑞、黄金琳为第一届董事会董事，其中黄金琳为独立董事。

2002年9月12日，第一届董事会第一次会议选举林福椿为董事长，林文昌为副董事长。

2003年8月28日，公司召开2002年度股东大会，因陈祥瑞辞去董事职务，经邱村矿业提名，补选陈志民为董事，同时经全体股东一致提名增选汪小平和付维杰为独立董事。

2005年10月10日，本公司召开了2005年第二次临时股东大会，全体股东一致提名并选举第一届董事会全体成员继续担任本公司第二届董事会董事，其中黄金琳、汪小平和付维杰为独立董事。

2005年10月10日，第二届董事会第一次会议选举林福椿为董事长，林文昌为副董事长。

2、监事提名及选聘情况

2002年9月12日，本公司召开了创立大会暨第一次股东大会，全体股东一致提名并选举林文洪、陈民辉、庄宝林为第一届监事会监事。

2002年8月28日，本公司职工代表大会选举黄华伦、蒋慧星为第一届监事会职工代表监事。

2002年9月12日，第一届监事会第一次会议选举黄华伦为监事会召集人。

2003年7月8日，本公司职工代表大会审议同意蒋慧星因工作原因辞去职工代表监事职务，并补选周金旋为监事会职工监事。

2003年8月28日，公司召开2002年度股东大会，因陈民辉辞去监事职务，经德化国投提名，补选涂瑞稳为监事。

2005年10月10日，本公司召开了2005年第二次临时股东大会，全体股东一致提名并选举林文洪、涂瑞稳、庄宝林为本公司第二届监事会监事。

2005年9月26日，本公司职工代表大会选举黄华伦、周金旋为本公司第

二届监事会职工代表监事。

2005年10月10日,第二届监事会第一次会议选举黄华伦为监事会召集人。

(四) 其他高级管理人员

林华彬先生：公司副总经理，男，1972年出生，高中学历。1993年至2002年历任德化华鹏彩瓷厂部门经理、本公司前身福建省德化冠福陶瓷有限公司及福建省泉州冠福集团有限公司副总经理，现任华鹏花纸董事，2002年10月起至今担任本公司副总经理。

张荣华先生：公司财务总监，男，1962年出生，中专学历，会计师，公司财务总监。1983年至2002年历任德化瓷厂主办会计及财务科长、德化必德陶瓷有限公司财务部经理、本公司前身福建省泉州冠福集团有限公司财务负责人，现任冠杰陶瓷董事，2002年9月起至今担任公司财务总监。

刘锦德先生：公司董事会秘书，男，1973年出生，本科学历。1996年至2004年6月历任福建企业顾问有限公司服务部项目经理、福建省运筹投资理财有限公司福州部经理、闽发证券有限责任公司投资银行总部企业融资二部高级经理，2004年6月起至今担任公司董事会秘书。

(五) 核心技术人员

林福椿先生：林福椿简历同上。

张英龙先生：公司核心技术人员，男，1968年出生，本科学历。1989年毕业于江西景德镇陶瓷学院硅酸盐工程系，曾担任德化瓷厂技术部配方组负责人，2000年11月起担任本公司技术中心主任。

张英龙先生在从事陶瓷技术研究的工作过程中，成功地运用将减水剂应用于生产过程中的工艺，显著提高了产品产量，缩短了球磨时间，节约了原料和能耗成本；同时，还共同开发了骨锂瓷、半瓷、轻质瓷等瓷种并对其生产工艺进行了改进。

吴 韧先生：公司核心技术人员，男，1974年出生，本科学历，讲师。1997年毕业于上海同济大学装饰艺术设计系，1997年至2002年在上海同济大学人文艺术学院任教，2003年8月至今担任五天实业设计总监，负责公司产品器型、

花面和包装的设计工作。

二、上述人员个人及其近亲属直接或间接持股情况

(一) 上述人员直接持有本公司股份情况

上述人员中，林福椿、林文智、林文昌和林文洪分别直接持有本公司股份，持股情况如下：

股东姓名	持股数量(股)	持股比例(%)	近三年变动	质押或冻结的情况
林福椿	21,193,001	25.33	无	无
林文智	12,678,706	15.16	无	无
林文昌	11,908,814	14.23	无	无
林文洪	11,646,352	13.92	无	无

(二) 上述人员间接持有本公司股份情况

上述人员中，庄宝林通过其控股 60%的上海飞时贸易有限公司间接持有本公司股份，上海飞时的持股情况如下：

股东名称	持股数量(股)	持股比例(%)	近三年变动	质押或冻结的情况
上海飞时	1,749,752	2.09	无	无

(三) 上述人员近亲属没有以任何方式直接或间接持有本公司股份。

三、上述人员对外投资情况

姓名	持股公司名称	投资金额	持股比例
林文智	德化县塔雁酒家有限公司	153 万元	51%
庄宝林	上海飞时贸易有限公司	30 万元	60%

上述对外投资与发行人不存在利益冲突。塔雁酒家和发行人之间的关联交易能够得到公司章程和关联交易决策程序的有效约束。

四、上述人员薪酬情况

董事、监事、高级管理人员和核心技术人员 2005 年度在本公司及本公司控

股单位领取薪酬的情况如下：

姓 名	职 务	年度收入（元）	备注
林福椿	董事长、技术负责人	59,600	
林文昌	副董事长	62,000	在子公司五天实业领薪
林文智	董事、总经理	59,600	
林文洪	监事	52,000	在子公司五天实业领薪
黄华伦	监事会主席、人力资源部、证券投资部经理	34,000	
周金旋	监事、行政部经理	28,000	
林华彬	副总经理	51,000	
张荣华	财务总监	51,000	
刘锦德	董事会秘书	51,000	2004年6月起在公司领薪
张英龙	核心技术人员	40,000	
吴 韧	核心技术人员	56,000	在子公司五天实业领薪

公司独立董事黄金琳、汪小平和付维杰不在公司领取工薪，根据 2003 年 8 月 28 日召开的 2002 年股东大会的决议，独立董事领取年度津贴 2 万元。

除上述人员外，其余董事、监事均不在本公司及本公司控股单位领取工薪、奖金及津贴等形式的收入。

本公司未实行任何退休金计划、认股权计划或其他特殊待遇的计划。

五、上述人员兼职情况

姓名	在公司任职	任职关联单位	关联关系	所任职务
林福椿	董事长	冠峰耐热瓷	控股子公司	董事长
林文昌	副董事长	五天实业	控股子公司	总经理
林文智	董事、总经理	冠峰耐热瓷	控股子公司	总经理
		华鹏花纸	控股子公司	董事长
		冠杰陶瓷	控股子公司	董事长、总经理

黄清良	董事	华兴创投	公司股东	总经理
陈志民	董事	邱村矿业	公司股东	副总经理
黄华伦	监事会主席、人力资源部、证券投资部经理	华鹏花纸	控股子公司	监事
林文洪	监事	五天实业	控股子公司	董事长
林华彬	副总经理	华鹏花纸	控股子公司	董事
张荣华	财务总监	冠杰陶瓷	控股子公司	董事

除上表列示的兼职情况外，本公司其他董事、监事、高级管理人员和核心技术人员均未在关联股东单位、本公司控制的法人单位、同行业其他法人单位担任职务。

六、其他情况

（一）上述人员间亲属关系

在本公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员中，除林福椿和林文昌、林文智、林文洪为父子关系外，其他人员之间不存在配偶关系、三代以内直系或旁系亲属关系。

（二）上述人员与公司签定的协议和承诺的情况

1、公司与高级管理人员聘任合同中的规定

公司高级管理人员除须按公司章程履行勤勉尽责的义务以外，还受公司与其签定的聘任合同中保密条款和竞业禁止条款的约束。公司在聘用合同中对高级管理人员（乙方）的限制性规定包括：乙方不得刺探与本职工作无关的商业秘密；不得擅自使用公司的商业秘密；不得向不承担保密义务的任何第三人披露公司的商业秘密；不得允许（出借、赠与、出租、转让等处分公司商业秘密的行为皆属于“允许”）或协助不承担保密义务的任何第三人使用公司的商业秘密。乙方的保密义务自乙方开始接触公司的商业秘密时起，到该秘密失去商业价值时止；乙方是否在职，不影响保密义务的承担。乙方自离开公司之日（以乙方办理完移交手续之日为起始时间）起三年内，不得在生产日用陶瓷产品或者经营日用陶瓷业务且有竞争关系或者其它利害关系的其它单位内任职，不得

自己生产、经销与公司有竞争关系的日用陶瓷产品。

2、公司与核心技术人员聘用合同中的规定

公司的核心技术主要是产品的坯、釉、色配方，属专有技术，难以得到专利的有效保护。因此，公司在与技术人员（乙方）签定的聘用合同中，规定了更加严格的保密条款和竞业禁止条款，以防止核心技术失密的风险。合同规定：在任职期间知晓、掌握的技术秘密，乙方不得擅自使用、许可第三方使用或通过任何形式向外披露；同时乙方应当无条件遵守以下保守技术秘密的规定：非经公司书面同意，不得把工作中获得的原材料、样品、试验报告、试验数据等技术秘密材料携带出厂；严禁乙方以任何形式、任何借口泄漏公司的技术秘密；严禁乙方以任何形式将公司的技术秘密在外自行使用或者与第三方共同使用；严禁以任何不正当手段占有公司的技术秘密；未经公司同意，严禁乙方利用公司的设备为第三方化验、试验；在聘用期间非经公司事先同意，严禁乙方从事任何兼职工作；乙方离开本职工作时应无条件地把所有的技术秘密材料移交给公司。上述义务在合同解除或终止后继续有效。乙方在离开公司后三年内，不得在生产同类产品或者经营同类业务且有竞争关系或者有利害关系的其它单位内任职，不得自己生产、经营与公司有竞争关系的同类产品或业务。

上述规定亦适用于公司子公司的管理人员和技术人员。

3、作为董事、监事和高管的控股股东的承诺

公司实际控制人林福椿、林文昌、林文智、林文洪父子四人在本次发行前合计持有本公司 68.64%的股份，并分别在本公司担任董事长、副董事长、董事兼总经理和监事职务，为保证公司治理结构的稳定，林氏父子就避免同业竞争、与发行人资金往来以及股份自愿锁定等事项向公司出具了承诺函。内容详见本招股说明书第四章“发行人基本情况”之“十、主要股东及作为股东的董事、监事和高管的重要承诺”。

（三）上述人员的任职资格

发行人董事、监事和高级管理人员符合相关法律法规规定的任职资格。

（四）董事、监事、高级管理人员和核心技术人员近三年变动情况

公司董事长、总经理、财务负责人和技术负责人报告期内未发生变动。公

司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员变动情况如下：

2003年7月8日，公司召开职工代表大会，审议同意蒋慧星因工作原因辞去职工代表监事的职务，并补选周金旋为公司第一届监事会职工监事。

2003年7月15日，发行人第一届董事会第六次会议聘任戚小华为副总经理及董事会秘书。

2003年8月28日，因陈祥瑞和陈民辉分别辞去董事和监事职务，公司2002年度股东大会补选陈志民为董事，补选涂瑞稳为监事，同时增选汪小平和付维杰为独立董事。

2004年6月13日，公司第一届董事会第九次会议同意郑国明因工作原因辞去公司副总经理职务，同意戚小华因工作原因辞去公司副总经理及董事会秘书职务，聘任刘锦德为公司董事会秘书。

2006年3月，蒋文祥因工作原因辞去公司技术中心副主任职务。

上述人员在工作交接期间，公司生产经营照常进行，其人事变更并未对公司产生任何不利影响。

第八章 公司治理

本公司成立以来，依照国家有关法律、法规规范运行，依据《公司法》、《上市公司章程指引》、《上市公司治理准则》等对公司章程进行了多次修改，并制定和实施了《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》、《公司独立董事制度》、《公司经营管理规则》和《公司关联交易管理办法》等一系列与公司治理密切相关的制度，逐步建立了较为规范的法人治理结构。

2006年5月28日，发行人2005年度股东大会通过了《关于修改现行 公司章程 的议案》，按2006年1月1日起实施的《公司法》、《证券法》以及其他法律法规的要求对对章程进行了全面修改。

公司设立以来，股东大会、董事会、监事会均依法召开并按程序运行，会议的通知方式、召开方式和表决方式均符合《公司法》和《公司章程》的规定，会议记录真实准确完整，切实履行了“三会”的职责；公司独立董事及董事会秘书均能够勤勉尽责，股东大会、董事会、监事会、经理层相互间的授权体系得以明确，公司各项重大决策均能够按照相关规定运行，建立健全了符合股份公司上市要求的法人治理结构。

一、公司治理制度的建立健全和运行情况

（一）股东大会制度的建立健全和运行情况

1、股东的权利和义务

根据《公司章程》的规定，公司股东享有下列权利：依照其所持有的股份份额获得股利和其他形式的利益分配；依法请求、召集、主持、参加或者委派股东代理人参加股东大会，并行使相应的表决权；对公司的经营进行监督，提出建议或者质询；依照法律、行政法规及章程的规定转让、赠与或质押其所持有的股份；查阅章程、股东名册、公司债券存根、股东大会会议记录、董事会会议决议、监事会会议决议、财务会计报告；公司终止或者清算时，按其所持有的股份份额参加公司剩余财产的分配；对股东大会作出的公司合并、分立决议持异议的股东，要求公司收购其股份；法律、行政法规、部门规章或章程规定的其他权利。

公司股东承担下列义务：遵守法律、行政法规和章程；依其所认购的股份和入股方式缴纳股金；除法律、法规规定的情形外，不得退股；不得滥用股东权利损害公司或者其他股东的利益；不得滥用公司法人独立地位和股东有限责任损害公司债权人的利益；公司股东滥用股东权利给公司或者其他股东造成损失的，应当依法承担赔偿责任。公司股东滥用公司法人独立地位和股东有限责任，逃避债务，严重损害公司债权人利益的，应当对公司债务承担连带责任；法律、行政法规及章程规定应当承担的其他义务。

2、股东大会职权

根据《公司章程》的规定，股东大会是公司的权力机构，依法行使下列职权：决定公司的经营方针和投资计划；选举和更换非由职工代表担任的董事、监事，决定有关董事、监事的报酬事项；审议批准董事会的报告；审议批准监事会报告；审议批准公司的年度财务预算方案、决算方案；审议批准公司的利润分配方案和弥补亏损方案；对公司增加或者减少注册资本作出决议；对发行公司债券作出决议；对公司合并、分立、解散、清算或者变更公司形式作出决议；修改章程；对公司聘用、解聘会计师事务所作出决议；审议批准第三十八条规定的担保事项；审议公司在一年内购买、出售重大资产超过公司最近一期经审计总资产 30%的事项；审议批准变更募集资金用途事项；审议股权激励计划；审议法律、行政法规、部门规章或章程规定应当由股东大会决定的其他事项。上述股东大会的职权不得通过授权的形式由董事会或其他机构和个人代为行使。

3、股东大会主要议事规则

股东大会分为年度股东大会和临时股东大会。年度股东大会每年召开 1 次，应当于上一会计年度结束后的 6 个月内举行。有下列情形之一的，公司在事实发生之日起 2 个月以内召开临时股东大会：董事人数不足《公司法》规定人数或者章程所定人数的三分之二（即 6 人）时；公司未弥补的亏损达实收股本总额三分之一时；单独或者合计持有公司 10%以上股份的股东请求时；董事会认为必要时；监事会提议召开时；法律、行政法规、部门规章或章程规定的其他情形。

股东大会由董事长主持。董事长不能履行职务或不履行职务时，由副董事长主持；副董事长不能履行职务或者不履行职务时，由半数以上董事共同推举的一

名董事主持。

董事会不能履行或者不履行召集股东大会会议职责，监事会可以自行召集和主持。监事会不召集和主持股东大会，连续 90 日以上单独或者合计持有公司 10% 以上股份的股东可以自行召集和主持。

召集人将在年度股东大会召开 20 日前将拟审议的事项、会议日期、地点和会议期限通知各股东，临时股东大会将于会议召开 15 日前通知各股东。

股东可以亲自出席股东大会，也可以委托代理人代为出席和表决。股东（包括股东代理人）以其所代表的有表决权的股份数额行使表决权，每一股份享有一票表决权。董事会、独立董事和符合相关规定条件的股东可以征集股东投票权。

股东大会决议分为普通决议和特别决议。股东大会作出普通决议，应当由出席股东大会的股东（包括股东代理人）所持表决权的过半数通过。股东大会作出特别决议，应当由出席股东大会的股东（包括股东代理人）所持表决权的三分之二以上通过。下列事项由股东大会以普通决议通过：董事会和监事会的工作报告；董事会拟定的利润分配方案和弥补亏损方案；董事会和监事会成员的任免及其报酬和支付方法；公司年度预算方案、决算方案；除法律、行政法规规定或者章程规定应当以特别决议通过以外的其他事项。下列事项由股东大会以特别决议通过：公司增加或者减少注册资本；公司的分立、合并、解散、清算或变更公司形式；章程的修改；公司在一年内购买、出售重大资产或者担保金额超过公司最近一期经审计总资产 30% 的；股权激励计划；法律、行政法规或章程规定的，以及股东大会以普通决议认定会对公司产生重大影响的、需要以特别决议通过的其他事项。

（二）董事会制度的建立健全和运行情况

1、董事会构成

《公司章程》规定：公司设董事会，对股东大会负责。董事会由 9 名董事组成，其中独立董事 3 人。董事会设董事长 1 人，副董事长 1 人。

2、董事会职权

《公司章程》规定：董事会行使下列职权：召集股东大会，并向股东大会报告工作；执行股东大会的决议；决定公司的经营计划和投资方案；制订公司的年

度财务预算方案、决算方案；制订公司的利润分配方案和弥补亏损方案；制订公司增加或者减少注册资本、发行债券或其他证券及上市方案；拟订公司重大收购、收购本公司股票或者合并、分立、解散及变更公司形式的方案；在股东大会授权范围内，决定公司对外投资、收购出售资产、资产抵押、对外担保事项、委托理财、关联交易等事项；决定公司内部管理机构的设置；聘任或者解聘公司总经理、董事会秘书；根据总经理的提名，聘任或者解聘公司副总经理、财务总监等高级管理人员，并决定其报酬事项和奖惩事项；制订公司的基本管理制度；制订章程的修改方案；管理公司信息披露事项；向股东大会提请聘请或更换为公司审计的会计师事务所；听取公司总经理的工作汇报并检查总经理的工作；法律、行政法规、部门规章或章程授予的其他职权。

3、**董事会主要议事规则**

公司股东大会根据公司章程制定《董事会议事规则》：

董事会会议分为定期会议和临时会议。董事会每年应当至少在上下两个半年度各召开一次定期会议。有下列情形之一的，董事会应当召开临时会议：代表十分之一以上表决权的股东提议时；三分之一以上董事联名提议时；监事会提议时；董事长认为必要时；二分之一以上独立董事提议时；总经理提议时；《公司章程》规定的其他情形。

董事会会议由董事长召集和主持；董事长不能履行职务或者不履行职务的，由副董事长召集和主持；副董事长不能履行职务或者不履行职务的，由半数以上董事共同推举一名董事召集和主持。

召开董事会定期会议和临时会议，董事会办公室应当分别提前 10 日和 2 日将书面的会议通知通过直接送达、传真、邮件或者其他方式，提交全体董事、监事、总经理和董事会秘书。非直接送达的，还应当通过电话进行确认并做相应记录。

董事会会议应当有过半数的董事出席方可举行。有关董事拒不出席或者怠于出席会议导致无法满足会议召开的最低人数要求时，董事长和董事会秘书应当及时向监管部门报告。董事原则上应当亲自出席董事会会议。董事因故不能出席会议的，应当事先审阅会议材料，形成明确的意见，书面委托其他董事代为出席。

董事会决议的表决,实行一人一票。董事会决议既可采取记名投票表决方式,也可采取举手表决方式,但若有任何一名董事要求采取投票表决方式时,应当采取投票表决方式。董事的表决意向分为赞成、反对和弃权。董事会审议通过会议提案并形成相关决议,必须有超过公司全体董事人数之半数的董事对该提案投赞成票。法律、行政法规和公司章程规定董事会形成决议应当取得更多董事同意的,从其规定。董事会根据公司章程的规定,在其权限范围内对担保事项作出决议,除公司全体董事过半数同意外,还必须经出席会议的三分之二以上董事的同意。董事与董事会会议决议事项所涉及的企业有关联关系的,不得对该项决议行使表决权,也不得代理其他董事行使表决权。该董事会会议由过半数的无关联关系董事出席即可举行,董事会会议所作决议须经无关联关系董事过半数通过。出席董事会会议的无关联董事人数不足3人的,应将该事项提交股东大会审议。

董事会秘书应当安排董事会办公室工作人员对董事会会议做好记录。董事会会议档案的保存期限为10年。

(三) 监事会制度的建立健全和运行情况

1、监事会构成

《公司章程》规定:公司设监事会。监事会由5名监事组成,监事会设主席1人。监事会主席由全体监事过半数选举产生。监事会主席召集和主持监事会会议;监事会主席不能履行职务或者不履行职务的,由半数以上监事共同推举一名监事召集和主持监事会会议。监事会应当包括股东代表和适当比例的公司职工代表,其中职工代表的比例为三分之一。监事会中的职工代表由公司职工通过职工代表大会、职工大会或者其他形式民主选举产生。

2、监事会职权

监事会行使下列职权:应当对董事会编制的公司定期报告进行审核并提出书面审核意见;检查公司财务;对董事、高级管理人员执行公司职务的行为进行监督,对违反法律、行政法规、章程或者股东大会决议的董事、高级管理人员提出罢免的建议;当董事、高级管理人员的行为损害公司的利益时,要求董事、高级管理人员予以纠正;提议召开临时股东大会,在董事会不履行《公司法》规定的召集和主持股东大会职责时召集和主持股东大会;向股东大会提出提案;依照《公

司法》第一百五十二条的规定，对董事、高级管理人员提起诉讼；发现公司经营情况异常，可以进行调查；必要时，可以聘请会计师事务所、律师事务所等专业机构协助其工作，费用由公司承担。

3、监事会主要议事规则

公司根据公司章程制定《监事会议事规则》。

监事会会议分为定期会议和临时会议。监事会定期会议应当每六个月召开一次。出现下列情况之一的，监事会应当在 10 日内召开临时会议：任何监事提议召开时；公司股东大会、董事会会议通过了违反法律、法规、规章、公司章程、股东大会决议和其他有关规定的决议时；董事、高级管理人员的不当行为可能给公司造成重大损害或者恶劣影响时；公司、董事、监事、高级管理人员被股东提起诉讼时；公司、董事、监事、高级管理人员被政府有关部门处罚或被证券交易所公开谴责时；公司章程规定的其他情形。监事会会议由监事会主席召集和主持；监事会主席不能履行职务或者不履行职务的，由半数以上监事共同推举一名监事召集和主持。

召开监事会会议，监事会办公室应当提前 2 日将书面会议通知通过直接送达、传真、邮件方式提交全体监事。非直接送达的，还应当通过电话进行确认并做相应记录。监事会会议应当由全体监事的半数以上出席方可举行。相关监事拒不出席或者怠于出席会议导致无法满足会议召开的最低人数要求的，其他监事应当及时向监管部门报告。董事会秘书应当列席监事会会议。监事原则上应当亲自出席监事会会议。监事因故不能出席会议的，应当事先审阅会议材料，形成明确的意见，书面委托其他监事代为出席。

监事会决议既可采取记名投票表决方式，也可采取举手表决方式，但若有任何一名监事要求采取投票表决方式时，应当采取投票表决方式。监事会决议应当经半数以上监事通过。监事会决议的表决，实行一人一票。

监事会办公室工作人员应当对现场会议做好记录。监事会会议档案的保存期限为 10 年。

（四）独立董事制度的建立健全和运行情况

1、独立董事制度的建立情况

根据中国证监会《关于发布〈关于在上市公司建立独立董事制度的指导意见〉的通知》(证监发[2001]102号),公司于2002年9月12日召开的创立大会暨第一次股东大会上选举了1名独立董事,于2003年8月28日召开的2002年度股东大会上增选了2名独立董事并通过了《公司独立董事制度》。公司于2005年3月6日召开的2004年度股东大会根据相关法律法规对该制度进行了修改,完善了独立董事制度。公司本届董事会共有董事9名,其中独立董事3名,符合《关于在上市公司建立独立董事制度的指导意见》的要求。

根据《公司章程》和《公司独立董事制度》规定:公司设独立董事三名,其中至少包括一名会计专业人士。会计专业人士是指具有高级职称或注册会计师资格的人士。独立董事对公司及全体股东负有诚信与勤勉义务。独立董事应当按照相关法律法规、规范性文件和公司章程的要求,认真履行职责,维护公司整体利益,尤其要关注中小股东的合法权益不受损害。独立董事应当独立履行职责,不受公司主要股东、实际控制人或者与公司及其主要股东、实际控制人存在利害关系的单位或个人的影响。独立董事应当按时出席董事会会议,了解公司的生产经营和运作情况,主动调查、获取做出决策所需要的情况和资料。独立董事应当向公司股东大会提交年度述职报告,对其履行职责的情况进行说明。

2、独立董事的任职资格

担任本公司独立董事的人士应当具备与其行使职权相适应的任职条件:根据法律、行政法规及其他有关规定,具备担任上市公司董事的资格;具有《关于在上市公司建立独立董事制度的指导意见》所要求的独立性;具备上市公司运作的基本知识,熟悉相关法律、行政法规、规章及规则;具有五年以上法律、经济或者其他履行独立董事职责所必需的工作经验;公司章程规定的其他条件。

下列人员不得担任本公司的独立董事:在本公司或者其附属企业任职的人员及其直系亲属、主要社会关系(直系亲属是指配偶、父母、子女等;主要社会关系是指兄弟姐妹、岳父母、儿媳女婿、兄弟姐妹的配偶、配偶的兄弟姐妹等);直接或间接持有本公司已发行股份1%以上或者是本公司前十名股东中的自然人股东及其直系亲属;在直接或间接持有本公司已发行股份5%以上的股东单位或者在本公司前五名股东单位任职的人员及其直系亲属;最近一年内曾经具有前三项所列举情形的人员;为本公司或者其附属企业提供财务、法律、咨询等服务的

人员；公司章程规定的其他人员；中国证监会认定的其他人员。

3、独立董事聘任程序

公司董事会、监事会、单独或者合并持有公司已发行股份 1%以上的股东可以提出独立董事候选人，并经股东大会选举决定。独立董事的提名人在提名前应当征得被提名人的同意。提名人应当充分了解被提名人职业、学历、职称、详细的工作经历、全部兼职等情况，并对其担任独立董事的资格和独立性发表意见，被提名人应当就其本人与公司之间不存在任何影响其独立客观判断的关系发表公开声明。在选举独立董事的股东大会召开前，公司董事会应当按照规定披露上述内容。

独立董事每届任期与公司其他董事任期相同，任期届满，连选可以连任，但是连任时间不得超过六年。独立董事连续 3 次未亲自出席董事会会议的，由董事会提请股东大会予以撤换。除出现上述情况及《公司法》中规定的不得担任董事的情形外，独立董事任期届满前不得无故被免职。提前免职的，公司应将其作为特别披露事项予以披露，被免职的独立董事认为公司的免职理由不当的，可以作出公开的声明。独立董事在任期届满前可以提出辞职。独立董事辞职应向董事会提交书面辞职报告，对任何与其辞职有关或其认为有必要引起公司股东和债权人注意的情况进行说明。如果因独立董事辞职导致公司董事会中独立董事的人数或所占的比例低于《关于在上市公司建立独立董事制度的指导意见》规定的最低要求时，该独立董事的辞职报告应当在下任独立董事填补其缺额后生效。

4、独立董事职权

为了充分发挥独立董事的作用，独立董事除应当具有公司法和其他相关法律、法规、规范性文件及公司章程赋予董事的职权外，公司还赋予独立董事以下特别职权：(一)重大关联交易(指公司拟与关联人达成的总额高于 300 万元或高于公司最近经审计净资产值的 5%的关联交易)应由独立董事认可后，提交董事会讨论；独立董事作出判断前，可以聘请中介机构出具独立财务顾问报告，作为其判断的依据。(二)向董事会提议聘用或解聘会计师事务所；(三)向董事会提请召开临时股东大会；(四)提议召开董事会；(五)独立聘请外部审计机构和咨询机构；(六)可以在股东大会召开前公开向股东征集投票权。独立董事行使上述第

(一)、(二)、(三)、(四)、(六)项职权应当取得全体独立董事的二分之一以上同意。重大关联交易、聘用或解聘会计师事务所，应由二分之一以上独立董事同意后，方可提交董事会讨论。经全体独立董事同意，独立董事可行使上述第(五)项职权，即独立聘请外部审计机构和咨询机构，对公司的具体事项进行审计和咨询，相关费用由公司承担。

如果公司董事会下设薪酬、审计、提名等委员会的，独立董事应当在委员会成员中占有二分之一以上的比例。

独立董事除履行上述职责外，还应当对以下事项向董事会或股东大会发表独立意见：(一)提名、任免董事；(二)聘任或解聘高级管理人员；(三)公司董事、高级管理人员的薪酬；(四)公司的股东、实际控制人及其关联企业对本公司现有或新发生的总额高于 300 万元或高于公司最近经审计净资产值的 5%的借款或其他资金往来，以及公司是否采取有效措施回收欠款；(五)独立董事认为可能损害中小股东权益的事项；(六)公司章程规定的其他事项。

(五) 董事会秘书制度的建立健全和运行情况

公司根据《公司法》、《公司章程》的相关规定在建立了董事会秘书制度，董事会中设立董事会秘书，董事会秘书为公司高级管理人员，对公司和董事会负责。

1、董事会秘书的任职资格

董事会秘书应当具备履行职责所必需的财务、管理、法律专业知识，具有良好的职业道德和个人品德。有下列情形之一的人士，不得担任公司董事会秘书：有《公司法》第 147 条规定情形之一的；最近三年受到过中国证监会的行政处罚的；最近三年受到过证券交易所公开谴责或三次以上通报批评的；本公司现任监事；公司聘请的会计师事务所的注册会计师和律师事务所的律师；有关法规、规章规定的不适合担任董事会秘书的其他情形。

2、董事会秘书聘任程序

董事会秘书由公司董事会聘任或者解聘。董事兼任董事会秘书的，如某一行为需由董事、董事会秘书分别作出时，则该兼任董事及董事会秘书的人不得以双重身份作出。公司董事会正式聘任董事会秘书后，应当及时将聘任情况及相关资料通知股东；公司解聘董事会秘书应当有充分理由，不得无故将其解聘。董事会

秘书被解聘或者辞职时，公司应当及时通知股东并说明原因。董事会秘书有下列情形之一的，公司董事会应当自相关事实发生之日起一个月内将其解聘：出现不符合任职资格规定的情形之一的；连续三个月以上不能履行职责的；在履行职责时出现重大错误或疏漏，给投资者造成重大损失的；违反法律、法规、规章、公司章程或本制度，给投资者造成重大损失的。

公司在聘任董事会秘书时，应当与其签订保密协议；董事会秘书离任前，应当接受公司董事会、监事会的离任审查；如董事会秘书离任的，公司董事会应当在原任董事会秘书离职后三个月内聘任董事会秘书；在公司董事会秘书空缺期间，董事会应当指定一名董事或高级管理人员代行董事会秘书的职责，同时尽快确定董事会秘书人选，公司指定代行董事会秘书职责的人员之前，由董事长代行董事会秘书职责；董事会秘书空缺时间超过三个月的，董事长应当代行董事会秘书职责，直至董事会聘任新的董事会秘书。

3、董事会秘书职权

董事会秘书履行如下职责：负责公司和相关当事人与政府有关部门、证券监管机构之间的沟通和联络；负责处理公司信息披露事务，督促公司制定并执行信息披露管理制度和重大信息的内部报告制度，促使公司和相关当事人依法履行信息披露义务；协调公司与投资者之间的关系，接待投资者来访，回答投资者咨询，向投资者提供公司披露的资料；按照法定程序筹备股东大会和董事会会议，准备和提交有关会议文件和资料；参加董事会会议，制作会议记录并签字；负责与公司信息披露有关的保密工作，制订保密措施，促使董事、监事和其他高级管理人员以及相关知情人员在信息披露前保守秘密，并在内幕信息泄露时及时采取补救措施；负责保管公司股东名册、董事名册、大股东及董事、监事和高级管理人员持有本公司股票的资料，以及股东大会、董事会会议文件和会议记录等；协助董事、监事和其他高级管理人员了解信息披露相关法律、法规、规章和公司章程；促使董事会依法行使职权；在董事会拟作出的决议违反法律、法规、规章或者公司章程时，应当提醒与会董事，并提请列席会议的监事就此发表意见；如果董事会坚持作出上述决议，董事会秘书应将有关监事和其个人的意见记载于会议记录，同时向政府有关部门报告；法律、法规、规章和公司章程要求履行的其他职责。

(六) 专门委员会设置情况

2006年8月22日，公司第二届董事会第五次会议决议成立战略委员会、薪酬与考核委员会、审计委员会和提名委员会，并制定了专门的工作细则。

战略委员会由三名董事组成，其中包括公司董事长和至少一名独立董事。主要负责对公司长期发展战略和重大投资决策进行研究并提出建议。

审计委员会由三名董事组成，其中，独立董事二名且至少有一名独立董事为会计专业人士。主要负责公司内、外部审计的沟通、监督和核查工作。

提名委员会由三名董事组成，其中，独立董事二名。主要负责对公司董事、高级管理人员的人选、选择标准和程序进行选择并提出建议。

薪酬与考核委员会由三名董事组成，其中，独立董事二名。主要负责制定公司董事（不含独立董事）、高级管理人员的考核标准并进行考核；负责制定、审查公司董事（不含独立董事）及高级管理人员的薪酬政策与方案，对董事会负责。

二、发行人报告期内违法违规情况

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

三、发行人报告期内资金占用和对外担保情况

发行人有严格的资金管理制度，不存在资金被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业以借款、代偿债务、代垫款项或其他方式占用的情形。

发行人的公司章程中已明确对外担保的审批权限和审议程序，不存在为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业进行违规担保的情形。

鉴于德化县日臻陶瓷工艺有限公司股东具有与国内多家高岭土供应商的良好合作关系和资源控制能力，并正在投资建设瓷土原料加工基地，为与该公司在高岭土和其他原料方面建立长期稳定的战略合作关系，本公司为兴业银行股份有限公司泉州新门支行给予该公司融资服务提供连带责任保证；融资服务种类为商

业承兑汇票贴现；融资数额 1,000 万元；利率 3.7‰；主债务履行期限自 2006 年 9 月 8 日起至 2007 年 3 月 1 日止；保证期间为主债务履行期限届满之日起两年。德化县日臻陶瓷工艺有限公司注册资本 1,000 万元，该公司股东已将其 100% 股权质押给本公司作为反担保。该笔担保已于 2006 年 8 月 6 日经公司第二届董事会第四次会议审议通过。该笔担保的详细情况参见本招股说明书第十四章“其他重要事项”之“三、对外担保情况”。

四、内部控制制度评估情况

（一）发行人管理层对内部控制制度的自我评价

公司管理层认为：公司按照有关法律法规和证券监管部门的要求，建立健全了较为完整、合理的内部控制制度，这些内部控制得到了有效的遵守和执行，保证了公司经营管理活动的正常运行，维护了公司资产的安全和完整，有力防范了公司经营管理和日常经营活动中可能出现的错误和舞弊行为，确保了会计记录及会计信息的真实性、准确性和及时性。公司按照控制标准于 2006 年 6 月 30 日在所有重大方面保持了与会计报表编制相关有效的内部控制。

（二）注册会计师对公司内部控制制度的评价

福建华兴有限责任会计师事务所接受公司的委托，审核了公司内部控制的的有效性，并于 2006 年 9 月 7 日出具了闽华兴所（2006）审字 B—133 号《内部控制审核报告》，报告对公司内部控制制度的评价为：公司于 2006 年 6 月 30 日在所有重大方面保持了与会计报表编制相关的有效的内部控制。

第九章 财务会计信息

本章的财务会计数据及有关分析说明反映了公司及下属子公司 2003 年度、2004 年度、2005 年度及 2006 年 1-6 月经审计的会计报表及有关附注的主要内容，所引用的财务数据，非经特别说明，均引自经福建华兴有限责任会计师事务所审计的会计报表。

本公司提醒投资者，若欲对本公司的财务状况、经营成果及其会计政策进行更详细的了解，应当认真阅读相关之审计报告。

一、会计报表编制基准与注册会计师意见

（一）会计报表编制基准

本公司是由福建省泉州冠福集团有限公司依法整体变更设立的股份有限公司，系存续企业，会计主体未发生实质性变化。报告期内的会计报表是由福建冠福现代家用股份有限公司 2003 年度、2004 年度、2005 年度及 2006 年 1-6 月的会计报表编制而成。

本公司及控股子公司执行企业会计准则和《企业会计制度》及其补充规定。

（二）注册会计师意见

福建华兴有限责任会计师事务所接受本公司的委托，审计了本公司 2006 年 6 月 30 日、2005 年 12 月 31 日、2004 年 12 月 31 日及 2003 年 12 月 31 日的资产负债表和合并资产负债表，2006 年 1-6 月、2005 年度、2004 年度及 2003 年度的利润及利润分配表和合并利润及利润分配表，以及 2006 年 1-6 月、2005 年度、2004 年度及 2003 年度的现金流量表和合并现金流量表。福建华兴有限责任会计师事务所已出具了闽华兴所(2006)审字第 B-128 号标准无保留意见的审计报告。

二、合并会计报表范围及变化情况

（一）合并会计报表的编制方法

本公司合并会计报表是以母公司和纳入合并范围的子公司的会计报表及其

他有关资料为依据，按照财政部财会字（1995）11号《合并会计报表暂行规定》及其补充规定编制而成。子公司采用与本公司一致的主要会计政策，合并范围内各公司间的重大交易和资金往来等相关项目在合并时抵销。

（二）报告期内合并报表范围及变更情况

1、截止 2006 年 6 月 30 日，公司纳入合并报表范围的子公司如下：

单位：万元

子 公 司 名 称	注册 资本	实际 投资额	持股比例		主 营 业 务
			直接	间接	
福建省德化冠峰耐热瓷有限公司	600	600	92.50%	---	制造、销售日用陶瓷、美术瓷
泉州冠杰陶瓷有限公司	2,000	2,000	75.00%	---	生产工艺美术陶瓷及日用陶瓷制品
德化县华鹏花纸有限公司	150	150	60.00%	---	花纸印刷、销售
上海五天实业有限公司	5000	4906.25	75.00%	23.125%	工艺美术陶瓷及日用陶瓷制品、玻璃器皿等家用品销售

2、报告期内纳入合并报表范围子公司的变更情况

2003 年度、2004 年度、2005 年度及 2006 年 1-6 月公司合并报表范围无变动。合并报表的子公司为福建省德化冠峰耐热瓷有限公司、泉州冠杰陶瓷有限公司、德化县华鹏花纸有限公司、上海五天实业有限公司。

三、主要财务会计信息

（一）财务报表

本公司的合并财务报表及母公司财务报表反映了公司最近三年及一期的基本财务状况、经营成果和现金流量情况。若欲详细了解本公司最近三年及一期的财务状况、经营成果和最近一年及一期的现金流量状况，请阅读相关之审计报告。

1、合并资产负债表

单位：元

项目	2006年6月30日	2005年12月31日	2004年12月31日	2003年12月31日
流动资产				
货币资金	41,880,461.28	23,578,930.86	20,842,590.81	15,360,299.13
应收票据	120,000.00			
应收账款	83,255,344.09	69,679,042.71	47,945,621.85	40,477,928.34
其他应收款	762,095.13	737,152.95	1,133,473.35	9,712,910.94
预付账款	11,141,021.26	7,143,810.11	19,755,697.21	17,506,027.44
存货	95,629,212.19	78,573,748.11	71,128,616.24	53,178,057.83
待摊费用	1,418,189.15	818,796.53	2,605,592.30	--
流动资产合计	234,206,323.10	180,531,481.27	163,411,591.76	136,235,223.68
长期投资				
长期股权投资	-468,493.11	-532,274.31	-659,836.71	-787,399.11
长期债权投资			--	--
长期投资合计	-468,493.11	-532,274.31	-659,836.71	-787,399.11
固定资产				
固定资产原价	165,796,743.83	162,306,103.83	157,301,146.45	90,719,982.75
减：累计折旧	27,791,567.18	24,177,980.60	17,325,195.88	11,707,934.14
固定资产净值	138,005,176.65	138,128,123.23	139,975,950.57	79,012,048.61
减：固定资产减值准备	1,931,447.14	1,931,447.14	1,931,447.14	1,931,447.14
固定资产净额	136,073,729.51	136,196,676.09	138,044,503.43	77,080,601.47
在建工程	103,477,617.17	22,187,010.03	2,093,397.02	24,098,738.21
固定资产合计	239,551,346.68	158,383,686.12	140,137,900.45	101,179,339.68
无形资产		15,633,271.80	--	--
无形资产及其他资产合计		15,633,271.80	--	--
资产总计	473,289,176.67	354,016,164.88	302,889,655.50	236,627,164.25

合并资产负债表（续）

单位：元

流动负债				
短期借款	169,900,000.00	89,900,000.00	79,700,000.00	56,200,000.00
应付票据	32,222,367.33	16,000,000.00	14,000,000.00	9,000,000.00
应付账款	41,339,300.83	34,881,346.59	29,794,833.40	25,595,200.90
预收账款	1,200,866.71	61,037.40	1,032,769.49	66,266.20
应付工资	3,754,305.29	6,854,738.29	2,652,176.47	1,751,053.34
应付福利费	4,160,004.03	2,751,202.11	3,897,866.50	4,480,893.13
应交税金	3,533,455.05	4,508,009.76	2,168,569.43	2,748,695.44
其他应付款	65,741.06	70,750.64	54,982.09	45,098.59
其他应付款	2,760,731.26	2,684,712.45	5,716,133.63	5,573,130.85
预提费用	233,714.56	44,165.90	215,055.00	40,666.67
流动负债合计	259,170,486.12	157,755,963.14	139,232,386.01	105,501,005.12
长期负债				
专项应付款	850,000.00		--	--
长期负债合计	850,000.00		--	--
负债合计	260,020,486.12	157,755,963.14	139,232,386.01	105,501,005.12
少数股东权益	20,346,560.76	18,255,841.60	14,708,636.24	9,638,413.43
股东权益				
股本	83,673,158.00	83,673,158.00	83,673,158.00	83,673,158.00
资本公积	279,080.46	279,080.46	279,080.46	279,080.46
盈余公积	24,460,865.08	24,460,865.08	16,077,716.12	8,566,222.00
其中：法定公益金		8,153,621.69	5,359,238.71	2,855,407.35
未分配利润	84,509,026.25	69,591,256.60	48,918,678.67	28,969,285.24
股东权益合计	192,922,129.79	178,004,360.14	148,948,633.25	121,487,745.70
负债及股东权益总计	473,289,176.67	354,016,164.88	302,889,655.50	236,627,164.25

2、合并利润及利润分配表

单位：元

项目	2006年1-6月	2005年度	2004年度	2003年度
一、主营业务收入	156,312,583.22	281,698,176.87	218,819,929.70	142,211,814.11
减：主营业务成本	108,221,301.55	200,400,268.36	158,129,236.62	94,897,334.00
主营业务税金及附加	747,047.03	1,449,169.19	1,063,072.54	809,066.13
二、主营业务利润	47,344,234.64	79,848,739.32	59,627,620.54	46,505,413.98
加：其他业务利润	1,140,575.05	2,154,903.60	1,858,501.35	54,988.03
减：营业费用	10,028,234.45	16,626,940.45	7,469,417.34	6,002,332.66
管理费用	12,893,545.14	17,784,636.89	12,156,637.04	8,821,649.11
财务费用	3,593,197.63	4,735,908.09	2,468,295.46	824,869.93
三、营业利润	21,969,832.47	42,856,157.49	39,391,772.05	30,911,550.31
加：投资收益	63,781.20	127,562.40	127,562.40	913,532.83
补贴收入	1,258,121.00	531,935.00	82,945.50	--
营业外收入			--	879.00
减：营业外支出		6,688.42	224,519.12	106,141.44
四、利润总额	23,291,734.67	43,508,966.47	39,377,760.83	31,719,820.70
减：所得税	6,283,245.86	10,934,454.68	6,846,650.47	7,268,974.56
少数股东损益	2,090,719.16	3,518,784.90	5,070,222.81	2,965,829.23
五、净利润	14,917,769.65	29,055,726.89	27,460,887.55	21,485,016.91
加：年初未分配利润	69,591,256.60	48,918,678.67	28,969,285.24	12,886,602.71
六、可供分配的利润	84,509,026.25	77,974,405.56	56,430,172.79	34,371,619.62
减：提取法定盈余公积		5,588,765.98	5,007,662.75	3,601,556.24
提取法定公益金		2,794,382.98	2,503,831.37	1,800,778.14
七、可供股东分配利润	84,509,026.25	69,591,256.60	48,918,678.67	28,969,285.24
减：转作股本			--	--
八、未分配利润	84,509,026.25	69,591,256.60	48,918,678.67	28,969,285.24

3、合并现金流量表

单位：元

项 目	2006年1-6月	2005年度	2004年度	2003年度
一、经营活动产生的现金流量				
销售商品、提供劳务收到的现金	171,541,194.00	320,548,315.80	245,416,570.64	160,897,058.46
收到税费返还	880,185.35	60,324.06	--	35,056.97
收到的其它与经营活动有关的现金	16,555,130.24	2,552,214.46	10,132,040.09	5,988,428.27
现金流入小计	188,976,509.59	323,160,854.32	255,548,610.73	166,920,543.70
购买商品、接受劳务支付的现金	127,428,520.82	217,420,292.67	171,894,452.11	103,125,003.97
支付给职工以及为职工支付的现金	19,899,217.76	31,010,520.86	23,197,550.49	16,644,295.35
支付的各项税费	17,616,122.84	27,717,337.35	24,392,689.55	19,160,935.73
支付的其它与经营活动有关的现金	14,273,029.28	23,379,268.93	12,168,880.58	9,163,856.25
现金流出小计	179,216,890.70	299,527,419.81	231,653,572.73	148,094,091.30
经营活动产生的现金流量净额	9,759,618.89	23,633,434.51	23,895,038.00	18,826,452.40
二、投资活动产生的现金流量				
收回投资所收到的现金	--	--	--	1,015,000.00
取得投资收益所收到的现金	--	--	--	--
处置固定资产、无形资产和其他长期资产而收回的现金净额	--	--	--	--
收到的其它与投资活动有关的现金	--	--	--	--
现金流入小计	--	--	--	1,015,000.00
购建固定资产、无形资产和其他长期资产所支付的现金	72,267,587.24	26,311,186.37	40,494,450.86	42,014,060.38
投资所支付的现金	--	--	--	9,000,000.00
支付的其它与投资活动有关的现金	--	--	--	--
现金流出小计	72,267,587.24	26,311,186.37	40,494,450.86	51,014,060.38
投资活动产生的现金流量净额	-72,267,587.24	-26,311,186.37	-40,494,450.86	-49,999,060.38
三、筹资活动产生的现金流量				

吸收投资所收到的现金	--	--	--	14,000,000.00
借款所收到的现金	136,400,000.00	89,900,000.00	79,700,000.00	56,200,000.00
收到的其它与筹资活动有关的现金	--	--	--	--
现金流入小计	136,400,000.00	89,900,000.00	79,700,000.00	70,200,000.00
偿还债务所支付的现金	56,400,000.00	79,700,000.00	56,200,000.00	32,990,000.00
分配股利利润或偿付利息所支付的 现金	3,593,197.63	4,735,908.09	2,468,295.46	827,418.28
支付的其他与筹资活动有关的现金	--	--	--	--
现金流出小计	59,993,197.63	84,435,908.09	58,668,295.46	33,817,418.28
筹资活动产生的现金流量净额	76,406,802.37	5,464,091.91	21,031,704.54	36,382,581.72
四、汇率变动对现金的影响额	--	--	--	--
五、现金及现金等价物净增加额	13,898,834.02	2,786,340.05	4,432,291.68	5,209,973.74

4、母公司资产负债表

单位：元

项目	2006年6月30日	2005年12月31日	2004年12月31日	2003年12月31日
流动资产				
货币资金	23,149,522.07	8,852,861.30	17,973,279.72	6,427,148.78
应收票据	120,000.00			
应收账款	35,742,201.23	42,503,495.88	21,980,889.83	20,776,319.02
其他应收款	1,341,887.42	12,306,666.65	7,668,448.39	16,793,331.70
预付账款	7,977,022.70	4,263,048.36	4,100,084.29	1,799,274.52
存货	50,405,141.50	44,509,401.59	40,809,113.28	38,033,521.62
待摊费用				
流动资产合计	118,735,774.92	112,435,473.78	92,531,815.51	83,829,595.64
长期投资				
长期股权投资	140,870,546.14	96,661,279.19	71,804,039.92	49,488,282.88
长期债权投资			--	--
长期投资合计	140,870,546.14	96,661,279.19	71,804,039.92	49,488,282.88
固定资产				
固定资产原价	131,519,760.32	128,938,874.32	124,901,991.94	61,277,376.14
减：累计折旧	20,055,264.48	17,367,309.82	12,250,480.23	8,169,124.88
固定资产净值	111,464,495.84	111,571,564.50	112,651,511.71	53,108,251.26
减：固定资产减值准备	1,473,068.29	1,473,068.29	1,473,068.29	1,473,068.29
固定资产净额	109,991,427.55	110,098,496.21	111,178,443.42	51,635,182.97
在建工程	23,406,187.83	17,758,071.93	2,031,208.32	23,950,158.66
固定资产合计	133,397,615.38	127,856,568.14	113,209,651.74	75,585,341.63
无形资产			--	--
无形资产及其他资产合计			--	--
资产总计	393,003,936.44	336,953,321.11	277,545,507.17	208,903,220.15

母公司资产负债表（续）

单位：元

流动负债				
短期借款	111,200,000.00	89,900,000.00	79,700,000.00	55,200,000.00
应付票据	18,805,392.83	10,000,000.00	10,000,000.00	9,000,000.00
应付账款	26,235,066.06	20,086,921.22	20,009,562.06	13,361,994.67
预收账款	57,923.83			7,647.00
应付工资	2,291,172.10	3,857,702.71	680,415.00	380,422.00
应付福利费	2,585,629.61	1,324,077.16	1,988,073.86	2,680,108.19
应交税金	566,419.96	685,653.01	572,335.91	988,196.31
其他应交款	42,285.36	37,072.34	29,694.75	33,768.12
其他应付款	38,297,916.90	33,057,534.53	15,616,792.34	5,763,338.16
预提费用				
流动负债合计	200,081,806.65	158,948,960.97	128,596,873.92	87,415,474.45
长期负债				
专项应付款			--	--
长期负债合计			--	--
负债合计	200,081,806.65	158,948,960.97	128,596,873.92	87,415,474.45
少数股东权益				
股东权益				
股本	83,673,158.00	83,673,158.00	83,673,158.00	83,673,158.00
资本公积	279,080.46	279,080.46	279,080.46	279,080.46
盈余公积	13,898,957.20	13,898,957.20	9,540,598.16	5,421,465.02
其中：法定公益金		4,632,985.74	3,180,199.39	1,807,155.01
未分配利润	95,070,934.13	80,153,164.48	55,455,796.63	32,114,042.22
股东权益合计	192,922,129.79	178,004,360.14	148,948,633.25	121,487,745.70
负债及股东权益 总计	393,003,936.44	336,953,321.11	277,545,507.17	208,903,220.15

5、母公司利润及利润分配表

单位：元

项目	2006年1-6月	2005年度	2004年度	2003年度
一、主营业务收入	88,790,161.27	134,435,256.22	102,236,648.83	84,502,858.15
减：主营业务成本	67,588,760.66	105,893,714.84	81,827,280.60	63,297,209.66
主营业务税金及附加	536,217.79	867,369.24	611,552.38	516,911.31
二、主营业务利润	20,665,182.82	27,674,172.14	19,797,815.85	20,688,737.18
加：其他业务利润	24,954.54	36,285.79	91,722.17	46,809.23
减：营业费用	4,734,933.44	6,929,035.10	1,926,656.46	3,606,477.49
管理费用	10,308,645.26	10,974,801.58	8,261,612.29	6,151,347.40
财务费用	3,090,891.71	4,711,627.96	2,428,423.76	681,416.35
三、营业利润	2,555,666.95	5,094,993.29	7,272,845.51	10,296,305.17
加：投资收益	13,459,266.95	24,557,239.27	22,315,757.04	14,845,993.08
补贴收入	394,700.00	400,000.00		
营业外收入			--	879.00
减：营业外支出			75,334.93	103,182.81
四、利润总额	16,409,633.90	30,052,232.56	29,513,267.62	25,039,994.44
减：所得税	1,491,864.25	996,505.67	2,052,380.07	3,554,977.53
少数股东损益				
五、净利润	14,917,769.65	29,055,726.89	27,460,887.55	21,485,016.91
加：年初未分配利润	80,153,164.48	55,455,796.63	32,114,042.22	13,851,777.85
六、可供分配的利润	95,070,934.13	84,511,523.52	59,574,929.77	35,336,794.76
减：提取法定盈余公积		2,905,572.69	2,746,088.76	2,148,501.69
提取法定公益金		1,452,786.35	1,373,044.38	1,074,250.85
七、可供股东分配利润	95,070,934.13	80,153,164.48	55,455,796.63	32,114,042.22
减：转作股本			--	--
八、未分配利润	95,070,934.13	80,153,164.48	55,455,796.63	32,114,042.22

6、母公司现金流量表

单位：元

项 目	2006年1-6月	2005年度	2004年度	2003年度
一、经营活动产生的现金流量				
销售商品、提供劳务收到的现金	130,383,797.50	160,592,951.26	125,223,334.38	100,695,575.33
收到税费返还			--	
收到的其它与经营活动有关的现金	6,299,923.65	7,441,749.44	24,257,033.34	13,829,476.69
现金流入小计	136,683,721.15	168,034,700.70	149,480,367.72	114,525,052.02
购买商品、接受劳务支付的现金	71,667,382.99	111,095,546.12	99,853,223.34	74,152,923.15
支付给职工以及为职工支付的现金	14,140,893.06	17,892,869.26	11,717,322.20	8,999,580.18
支付的各项税费	8,017,855.47	10,812,162.80	10,296,028.74	10,120,528.91
支付的其它与经营活动有关的现金	9,782,677.22	21,927,196.99	4,614,620.39	13,308,170.91
现金流出小计	103,608,808.74	161,727,775.17	126,481,194.67	106,581,203.15
经营活动产生的现金流量净额	33,074,912.41	6,306,925.53	22,999,173.05	7,943,848.87
二、投资活动产生的现金流量				
收回投资所收到的现金			--	415,000.00
取得投资收益所收到的现金			--	
处置固定资产、无形资产和其他长期资产而收回的现金净额			--	
收到的其它与投资活动有关的现金			--	
现金流入小计			--	415,000.00
购建固定资产、无形资产和其他长期资产所支付的现金	10,640,056.33	20,565,715.99	34,574,618.35	26,129,611.16
投资所支付的现金	30,750,000.00	300,000.00	--	6,750,000.00
支付的其它与投资活动有关的现金			--	
现金流出小计	41,390,056.33	20,865,715.99	34,574,618.35	32,879,611.16
投资活动产生的现金流量净额	-41,390,056.33	-20,865,715.99	-34,574,618.35	-32,464,611.16
三、筹资活动产生的现金流量				

吸收投资所收到的现金			--	
借款所收到的现金	77,700,000.00	89,900,000.00	79,700,000.00	55,200,000.00
收到的其它与筹资活动有关的现金			--	
现金流入小计	77,700,000.00	89,900,000.00	79,700,000.00	55,200,000.00
偿还债务所支付的现金	56,400,000.00	79,700,000.00	55,200,000.00	31,500,000.00
分配股利利润或偿付利息所支付的	3,090,891.71	4,711,627.96	2,428,423.76	681,416.35
现金				
支付的其他与筹资活动有关的现金	--	--	--	--
现金流出小计	59,490,891.71	84,411,627.96	57,628,423.76	32,181,416.35
筹资活动产生的现金流量净额	18,209,108.29	5,488,372.04	22,071,576.24	23,018,583.65
四、汇率变动对现金的影响额			--	
五、现金及现金等价物净增加额	9,893,964.37	-9,070,418.42	10,496,130.94	-1,502,178.64

(二) 本公司在报告期内所执行的主要会计政策和会计估计

1、收入的确认和计量

(1)商品销售收入确认原则：公司已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方；公司既没有保留与所有权相联系的继续管理权，也没有对已售出的商品实施控制；与交易相关的经济利益能够流入公司；相关的收入和成本能够可靠地计量时，确认收入实现。公司对委托代销商品销售收入的确认是以收到代销单位按月报送的已销商品清单确认收入的实现。

(2)提供劳务收入确认原则：在同一会计年度内开始并完成的劳务，在完成劳务时确认收入。如劳务的开始和完成分属不同的会计年度，在劳务总收入和总成本能够可靠地计量、与交易相关的经济利益能够流入公司、劳务的完成程度能够可靠地确定时，在资产负债表日按完工百分比法确认相关的劳务收入。

(3)他人使用公司资产收入确认原则：他人使用公司资产的，在与交易相关的经济利益能够流入公司且收入的金额能够可靠地计量时，确认收入实现；收入的金额能够可靠地计量时，确认收入实现。利息收入按他人使用公司现金的时间和适用利率计算确定，使用费收入按有关合同或协议规定的收费时间和方法计算确定。

2、公司目前未持有金融资产和金融负债。

3、存货核算方法

(1)公司存货分为：原材料、包装物、库存商品、委托代销商品、低值易耗品、在产品。

(2)存货取得时采用实际成本计价，发出时以加权平均法结转成本；低值易耗品采用一次转销法摊销；随同产品销售的包装物不单独计价，在委托代销商品发出时将该包装物记入“包装物—委托代销包装物”，在委托代销商品确认销售收入结转销售成本时，按照加权平均法结转该包装物的成本，记入“主营业务成本”。

(3)期末存货按成本与可变现净值孰低的方法计提存货跌价准备。

(4)存货的盘点制度：永续盘存制。

(5)存货跌价准备的确认标准、计提方法：公司期末对由于遭受毁损，全部或部分陈旧过时或销售价格低于成本等原因，使存货可变现净值低于成本时，按存货类别的成本与其可变现净值的差额计提存货跌价准备。

4、长期投资的核算方法

(1)长期股权投资

长期股权投资取得时，按实际支付的全部价款计价，包括税金、手续费等相关费用。但实际支付的价款中包含的已宣告但尚未领取的现金股利不计入长期股权投资成本。

以放弃非货币性资产而取得的长期股权投资，投资成本以放弃的非货币性资产的账面价值加上应支付的相关税费确定。

以债务重组而取得的长期股权投资，投资成本以重组债权的账面价值确定。

短期投资转为长期股权投资时，按其投资成本与市价孰低确定长期股权投资成本。

公司对拥有被投资单位的投资占该单位有表决权资本总额 20%或 20%以上，或虽不足 20%但具有重大影响的，采用权益法核算。对拥有被投资单位的投

资占该单位有表决权资本总额 20%以下，或拥有被投资单位的投资占该单位有表决权资本总额 20%或 20%以上，但不具有重大影响的，采用成本法核算。对于直接或间接拥有被投资单位有表决权资本总额 50%以上的，或虽不足 50%但拥有实质控制权的，采用权益法核算并对会计报表予以合并。

公司以非现金资产对外投资，按非货币性交易的原则确定长期股权投资的初始投资成本。采用权益法核算时，长期股权投资的初始投资成本与应享有被投资单位所有者权益份额之间的差额，分别情况处理：初始投资成本大于应享有被投资单位所有者权益份额的差额，作为股权投资差额，借记“长期股权投资—股权投资差额”科目，贷记“长期股权投资—投资成本”科目，并按规定的期限摊销计入损益；初始投资成本小于应享有被投资单位所有者权益份额的差额，2003年3月17日前形成的，按《企业会计制度》规定，借记“长期股权投资—投资成本”科目，贷记“长期股权投资—股权投资差额”科目，并按规定的期限摊销；2003年3月17日后形成的，按财会[2003]10号文及[2004]3号文规定处理。

公司以现金对外投资，采用权益法核算时，长期股权投资的初始投资成本与应享有被投资单位所有者权益份额之间的差额，也比照上述原则处理。

处置长期股权投资时，投资的账面价值与实际取得价款的差额确认为当期投资损益。

(2)长期投资减值准备

公司于期末对长期投资的账面价值逐项进行检查，如果由于市价持续下跌或被投资单位经营状况变化等原因导致其可收回金额低于投资的账面价值，按可收回金额低于长期投资账面价值的差额计提长期投资减值准备，确认为当期投资损失。

长期投资减值准备按单项长期投资可收回金额低于账面价值的差额计提。

5、固定资产计价和折旧方法

(1)固定资产的标准为：使用期限超过一年的房屋、建筑物、机器、机械、运输工具以及其他与生产、经营有关的设备、器具、工具等；不属于生产、经营主要设备，单位价值在 2,000 元以上，并且使用期限超过两年的物品。

(2)固定资产按取得时实际成本计价。

(3)固定资产折旧采用年限平均法计提。

(4)固定资产分类、预计经济使用年限、预计残值率和年折旧率如下：

类 别	预计经济使用年限(年)	预计残值率(%)	年折旧率(%)
房屋及建筑物(框架)	35-50	5	2.71-1.90
房屋及建筑物(砖木)	10-22	5	9.50-4.32
机器设备	8-12	5	11.88-7.92
运输设备	8-12	5	11.88-7.92
电子设备	4-5	5	23.75-19.00
其他	4-12	5	23.75-7.92

(5)融资租入的固定资产，按租赁开始日租赁资产的原账面价值与最低租赁付款额的现值中较低者，作为入账价值。如果融资租赁资产占资产总额的比例等于或小于 30%的，在租赁开始日，按最低租赁付款额，作为固定资产的入账价值。

(6)期末固定资产按账面价值与可收回金额孰低计量，按单项资产可收回金额低于账面价值的差额计提固定资产减值准备。

6、无形资产核算方法

(1)无形资产计价

购入的无形资产按实际支付的全部价款计价。

无形资产的摊销方法：无形资产的成本，自取得当月起按受益期限分期平均摊销。

如果预计使用年限超过了相关合同规定的受益年限或法律规定的有效年限的，按相关合同规定的受益年限或法律规定的有效年限两者之中较短的年限分期平均摊销。

如果合同和法律没有明确规定有效使用年限的，按不超过 10 年的期限摊销。

(2)无形资产减值准备

公司于期末对无形资产的账面价值进行检查。如果由于无形资产已被其他新技术等所代替，使其为企业创造经济利益的能力受到重大不利影响；或无形资产的市价在当期大幅下跌，在剩余摊销年限内预计不会恢复等原因导致其账面价

值已超过可收回金额时,按无形资产的账面价值超过可收回金额的差额计提减值准备。

无形资产减值准备按单项无形资产可收回金额低于账面价值的差额计提。

7、应收账款坏账核算方法

(1)坏账的确认标准

公司对因债务单位已撤销、破产、资不抵债、现金流量严重不足等有确凿证据表明确实无法收回的应收款项确认为坏账。

(2)坏账损失的核算方法,以及坏账准备的确认标准、计提方法和计提比例

公司采用备抵法核算坏账损失,期末根据应收款项(包括应收账款和其他应收款)的期末余额按账龄分析法计提坏账准备,并记入当期损益;对本公司与控股子公司之间的应收款项,由于其产生损失的可能性很小,故不计提坏账准备。计提比例如下:

1 年以内	5%
1-2 年	10%
2-3 年	20%
3-4 年	40%
4-5 年	80%
5 年以上	100%

8、借款费用的核算方法

(1)借款费用资本化的确认原则

因购建固定资产借入专门借款而发生的利息、折价或溢价的摊销和汇兑差额,在应予资本化的期间,按照借款费用资本化金额的计算方法予以资本化,计入该项资产的成本;其他借款利息、折价或溢价的摊销和汇兑差额,于发生当期确认为费用。因安排专门借款而发生的辅助费用,属于在所购建固定资产达到预定可使用状态之前发生的,在发生时予以资本化;其他辅助费用于发生当期确认为费用。若辅助费用的金额较小,于发生当期确认为费用。

(2)资本化期间的计算方法

开始资本化：当以下三个条件同时具备时，因专门借款而发生的利息、折价或溢价的摊销和汇兑差额开始资本化：1)资产支出已经发生；2)借款费用已经发生；3)为使资产达到预定可使用状态所必要的购建活动已经开始。

暂停资本化：若固定资产的购建活动发生非正常中断，并且中断时间连续超过3个月，暂停借款费用的资本化，将其确认为当期费用，直至资产的购建活动重新开始。

停止资本化：当所购建的固定资产达到预定可使用状态时，停止其借款费用资本化。

(3)借款费用资本化金额的计算方法

在应予资本化的每一会计期间，借款利息的资本化金额为至当期末止购建固定资产累计支出加权平均数与资本化率的乘积。

报告期内，本公司并不存在会计政策或会计估计变更的情况。

(三)公司最近一年收购、兼并情况

公司最近一年无收购、兼并情况

(四)主营业务收入和主营业务成本的分部信息

1、按业务分类

单位：万元

产品类型	主营业务收入				主营业务成本			
	2006年1-6月	2005年	2004年	2003年	2006年1-6月	2005年	2004年	2003年
耐热瓷	2,887.14	5,425.72	4,171.01	3,467.17	1,670.48	3,069.38	2,472.37	2,102.68
骨锂瓷	2,037.39	2,700.65	2,873.69	2,142.29	1,231.24	1,542.75	1,799.77	1,300.13
半瓷	2,362.43	3,766.84	3,449.49	2,641.35	1,217.56	1,946.64	1,841.71	1,642.33
轻质瓷	601.50	1,648.76	1038.46	434.39	352.64	967.07	661.38	268.78
日用彩瓷	2,096.60	5,318.74	4,574.49	5,331.64	1,571.16	3,922.70	3,608.35	3,981.34
高档瓷	126.19	19.70			63.45	9.75		
青古瓷	843.59	348.76			428.80	174.47		

玻璃制品	4,675.77	8,937.26	5,763.09	204.34	4,286.27	8,404.60	5,418.46	194.48
花纸	0.65	3.39	11.76		0.52	2.69	10.87	
合计	15,631.26	28,169.82	21,881.99	14,221.18	10,822.12	20,040.05	15,812.91	9,489.74

从业务构成看，公司主营业务收入主要来源于日用陶瓷业务和玻璃制品业务，日用陶瓷业务主要包括生产销售日用彩瓷、耐热瓷、骨锂瓷、半瓷、轻质瓷等产品。

2、按地区分类

单位：万元

地区	主营业务收入				主营业务成本（注）			
	2006年1-6月	2005年	2004年	2003年	2006年1-6月	2005年	2004年	2003年
华南	2,581.92	4,020.46	2,517.21	2,478.38	1,817.56	2,930.65	1,833.05	1,660.82
华东	8,656.61	17,119.28	14,224.01	7,399.96	5,929.31	12,090.48	10,278.92	4,937.96
华北	1,386.72	2,231.10	1,602.65	1,817.23	969.08	1,627.20	1,174.15	1,219.43
东北	924.46	1,374.94	1,009.04	697.83	660.04	1,003.14	740.18	471.68
西南	1,348.24	2,078.08	1,366.62	1,009.19	960.19	1,508.35	1,000.58	677.21
西北	480.44	630.74	427.86	322.03	337.70	460.71	318.19	215.39
出口	252.87	715.22	734.60	496.56	148.25	419.50	467.85	307.25
合计	15,631.26	28,169.82	21,881.99	14,221.18	10,822.12	20,040.05	15,812.91	9,489.74

注：按地区分类的主营业务成本未摘自审计报告。

从主营业务收入的地区分布看，本公司的销售区域主要为华东、华南、华北地区。

（五）经会计师核验的最近三年又一期非经常性损益明细表

根据《公开发行证券的公司信息披露规范问答第1号》的有关规定，本公司报告期内非经常性损益如下表所示：

单位：元

非经常性项目	2006年1-6月	2005年度	2004年度	2003年度
贴息收入	--	--	1,000,000.00	1,500,000.00

补贴收入	1,258,121.00	531,935.00	82,945.50	--
科技拨款等补贴		1,254,000.00	804,000.00	1,015,812.98
处置固定资产净损益		-6,688.42	-149,158.35	--
其他营业外收支净额			-75,360.77	-105,262.44
计提准备转回	80,809.41	87,461.72	452,041.89	--
股权转让收益	--	--	--	785,970.43
小计	1,338,930.41	1,866,708.30	2,114,468.27	3,196,520.97
所得税影响数	-72,867.11	-440,475.19	-697,774.53	-1,054,851.92
合计	1,266,063.30	1,426,233.11	1,416,693.74	2,141,669.05
扣除非经常性损益后的 净利润金额	13,651,706.35	27,629,493.78	26,044,193.81	19,343,347.86

从上表可以看出，本公司 2003 年度、2004 年度、2005 年度及 2006 年 1-6 月非经常性损益占当期利润总额的比例分别为 6.75%、3.60%、3.28%及 5.44%，公司具有获取经常性收益的能力以及具备可持续经营能力。

发行人会计师福建华兴有限责任会计师事务所对本公司的非经常性损益计算情况进行了核查，认为：公司 2003 年度、2004 年度、2005 年度及 2006 年 1-6 月非经常性损益是真实、准确与完整的。

（六）主要资产情况

1、固定资产

截至 2006 年 6 月 30 日，本公司固定资产原值为 165,796,743.83 元，累计折旧为 27,791,567.18 元，固定资产减值准备为 1,931,447.14 元，净额为 136,073,729.51 元，固定资产净额占总资产的 28.75%。

(1)公司各类固定资产的预计经济使用年限、预计残值率和年折旧率如下：

类 别	预计经济使用年限(年)	预计残值率(%)	年折旧率(%)
房屋及建筑物(框架)	35-50	5	2.71-1.90
房屋及建筑物(砖木)	10-22	5	9.50-4.32
机器设备	8-12	5	11.88-7.92
运输设备	8-12	5	11.88-7.92

电子设备	4-5	5	23.75-19.00
其他	4-12	5	23.75-7.92

(2) 公司固定资产按取得时实际成本计价, 采用年限平均法计提折旧, 截至 2006 年 6 月 30 日, 各类固定资产原值、累计折旧、减值准备、净额及成新率情况如下:

项 目	固定资产原值	累计折旧	固定资产净值	减值准备	固定资产净额	成新率
房屋及建筑物	121,527,900.13	12,981,072.85	108,546,827.28		108,546,827.28	89.32%
其中: 框架结构	115,328,340.11	11,356,589.39	103,971,750.72		103,971,750.72	90.15%
砖木结构	6,199,560.02	1,624,483.46	4,575,076.56		4,575,076.56	73.80%
机器设备	35,442,289.21	10,854,784.53	24,587,504.68	1,931,447.14	22,656,057.54	63.92%
交通运输设备	5,372,380.48	2,110,164.84	3,262,215.64		3,262,215.64	60.72%
电子设备	2,683,363.70	1,234,025.66	1,449,338.04		1,449,338.04	54.01%
其他	770,810.31	611,519.30	159,291.01		159,291.01	20.67%
合 计	165,796,743.83	27,791,567.18	138,005,176.65	1,931,447.14	136,073,729.51	82.07%

2006 年 6 月末, 公司的房屋及建筑物和机器设备的净额合计为 13,120.29 万元, 占固定资产净额的 96.42%, 比较符合陶瓷行业特点, 同时固定资产成新率较高, 公司运营情况良好。

2、在建工程

截至 2006 年 6 月 30 日, 本公司在建工程共计 103,477,617.17 元, 其中冠福科技园二期工程 23,165,862.04 元, 上海徐泾工程总计 77,724,166.04 元(其中募集资金项目家用品服务中心 46,634,499.62 元), 公司已采用自筹资金的方式提前投入本次募集资金投资项目。

(1) 在建工程无资本化的借款费用。

(2) 期末各项在建工程未发生减值情况, 故无需计提在建工程减值准备。

3、长期投资情况

截至 2006 年 6 月 30 日, 母公司长期投资余额为 14,087.05 万元, 全部为长期股权投资, 且均为权益法核算, 在编制合并报表时并不存在成本法核算的长期股权投资按照权益法进行调整的情况。

单位: 元

被投资单位名称	投资比例(%)	初始投资额	期末投资额	投资期限
---------	---------	-------	-------	------

五天实业	75.00	6,750,000.00	51,588,706.89	至 2013 年 3 月 10 日
冠峰耐热瓷	92.50	5,550,000.00	39,929,900.67	至 2056 年 4 月 4 日
冠杰陶瓷	75.00	15,000,000.00	48,504,908.83	至 2022 年 10 月 14 日
华鹏花纸	60.00	600,000.00	1,315,522.86	至 2022 年 3 月 4 日
合计		27,900,000.00	141,339,039.25	

截至 2006 年 6 月 30 日, 公司长期投资未发生需计提减值准备的情况。

4、截至 2006 年 6 月末, 公司无账面无形资产。

(七) 主要债项

1、短期借款

本公司报告期内短期借款构成如下：

单位：元

借款类别	2006 年 6 月 30 日	2005 年 12 月 31 日	2004 年 12 月 31 日	2003 年 12 月 31 日
担保借款	130,000,000.00	50,000,000.00	56,700,000.00	45,200,000.00
信用借款	39,900,000.00	39,900,000.00	23,000,000.00	11,000,000.00
合计	169,900,000.00	89,900,000.00	79,700,000.00	56,000,000.00

本期借款利息无资本化，期末数无逾期借款。

2006 年 6 月 30 日具体担保情况详见本节 (十) 之 1、2。

2、对内部人员及关联企业的负债

截至 2006 年 6 月 30 日, 本公司对对内部人员及关联企业的负债主要为应付工资余额 375.43 万元，期中无长期拖欠、工效挂钩性质的工资。

3、应付票据

单位：元

项 目	2006 年 6 月 30 日	2005 年 12 月 31 日
银行承兑汇票	18,805,392.83	16,000,000.00
商业承兑汇票	13,416,974.50	
合 计	32,222,367.33	16,000,000.00

(1) 期末数中无欠持本公司 5% (含 5%) 以上表决权股份股东的款项。

(2) 期末数中无已到期未兑付的银行承兑汇票。

(3) 控股股东林福椿、林文昌、林文洪、林文智四人及子公司五天实业共同为本公司提供保证的应付票据期末余额为 8,805,392.83 元。

(4) 期末数比期初数增加 101.39%，主要系本公司为缓解资金压力，对供货量较大的供应商采用票据结算方式所致。

4、应付账款

单位：元

项 目	2006 年 6 月 30 日	2005 年 12 月 31 日
应付账款	41,339,300.83	34,881,346.59
合 计	41,339,300.83	34,881,346.59

(1) 期末数中无欠持本公司 5% (含 5%) 以上表决权股份股东的款项。

(2) 期末数中无账龄 3 年以上的应付款项。

5、应交税金

单位：元

税 项	2006 年 6 月 30 日	2005 年 12 月 31 日
增值税	1,420,989.14	1,659,690.29
城市维护建设税	63,084.52	65,526.06
企业所得税	2,031,974.19	2,756,551.10
其 他	17,407.20	26,242.31
合 计	3,533,455.05	4,508,009.76

注：2006 年 1 至 6 月税费尚待税务部门汇算。

6、主要合同承诺的债务

截至 2006 年 6 月 30 日，公司无重大财务承诺，亦不存在逾期未偿还债务的情况。

(八) 股东权益情况

1、股本

单位：元

类别	2006 年 6 月 30 日	2005 年 12 月 31 日	2004 年 12 月 31 日	2003 年 12 月 31 日
国家股	4,374,381.00	4,374,381.00	4,374,381.00	4,374,381.00
法人股	20,122,152.00	20,122,152.00	20,122,152.00	20,122,152.00
自然人股	59,176,625.00	59,176,625.00	59,176,625.00	59,176,625.00
合计	83,673,158.00	83,673,158.00	83,673,158.00	83,673,158.00

报告期内股本总额及结构未发生变化。

2、资本公积

单位：元

项目	2006年6月30日	2005年12月31日	2004年12月31日	2003年12月31日
期初数	279,080.46	279,080.46	279,080.46	0.46
加：其他转入				279,080.00
减：改制折为股本数				
期末数	279,080.46	279,080.46	279,080.46	279,080.46

根据德化县财政局、德化县规划建设局德财[2002]75号《关于办理企业新扩建生产性厂房补贴有关事项的通知》的规定，经德化县财政局、德化县规划建设局批准，公司于2003年收到新扩建生产性厂房补贴款279,080.00元。

3、盈余公积

单位：元

项目	2006年6月30日	2005年12月31日	2004年12月31日	2003年12月31日
期初数	24,460,865.08	16,077,716.12	8,566,222.00	3,163,887.62
加：当期计提数		8,383,148.96	7,511,494.12	5,402,334.38
减：改制折为股本数				
期末数	24,460,865.08	24,460,865.08	16,077,716.12	8,566,222.00

注：根据财政部财企[2006]67号《关于公司法实施后有关企业财务处理问题的通知》，本公司已将公益金期初余额全额转入法定盈余公积金。

4、未分配利润

单位：元

项目	2006年6月30日	2005年12月31日	2004年12月31日	2003年12月31日
报告期初未分配利润	69,591,256.60	48,918,678.67	28,969,285.24	12,886,602.71
加：报告期净利润	14,917,769.65	29,055,726.89	27,460,887.55	21,485,016.91
减：提取法定盈余公积金		5,588,765.98	5,007,662.75	3,601,556.24
提取法定公益金		2,794,382.98	2,503,831.37	1,800,778.14
报告期末未分配利润	84,509,026.25	69,591,256.60	48,918,678.67	28,969,285.24

(九) 现金流量情况

本公司2003年度、2004年度、2005年度及2006年1-6月的经营活动、投资活动及筹资活动产生的现金流量的基本情况如下表所示：

单位 :元

项 目	2006 年 1-6 月	2005 年度	2004 年度	2003 年度
经营活动产生的现金流量净额	9,759,618.89	23,633,434.51	23,895,038.00	18,826,452.40
投资活动产生的现金流量净额	-72,267,587.24	-26,311,186.37	-40,494,450.86	-49,999,060.38
筹资活动产生的现金流量净额	76,406,802.37	5,464,091.91	21,031,704.54	36,382,581.72
汇率变动对现金的影响额	--	--	--	--
现金及现金等价物净增加额	13,898,834.02	2,786,340.05	4,432,291.68	5,209,973.74

本公司报告期内不存在不涉及现金收支的投资和筹资活动。

(十) 或有事项及其他重要事项 (或有事项部分未摘自审计报告)

1、担保

(1) 控股子公司五天实业为本公司提供的银行借款担保

本公司股东林福椿、林文昌、林文洪、林文智四人及子公司上海五天实业有限公司共同为本公司向交通银行福州屏东支行借款 2,000 万元(借款期限自 2006 年 1 月 5 日至 2007 年 1 月 5 日止)提供连带责任保证。

(2) 控股子公司五天实业为本公司提供的承兑汇票担保

交通银行福州屏东支行授予本公司最高额为 4,000 万元的开立银行承兑汇票额度,开立汇票期限自 2005 年 12 月 30 日起至 2006 年 12 月 30 日止。本公司股东林福椿、林文昌、林文洪、林文智四人及本公司之子公司上海五天实业有限公司共同向交通银行福州屏东支行提供连带责任保证。截至 2006 年 6 月 30 日止,林福椿、林文昌、林文洪、林文智四人及上海五天实业有限公司共同为本公司提供保证的应付票据余额为 8,805,392.83 元。

(3) 本公司为其他公司提供的担保

本公司与兴业银行泉州新门支行于 2006 年 9 月 8 日签订了《保证合同》,约定由本公司为德化县日臻陶瓷工艺有限公司接受兴业银行泉州新门支行的融资服务提供连带责任保证;融资种类为商业承兑汇票贴现,融资数额 1,000 万元;主债务履行期限自 2006 年 9 月 8 日起至 2007 年 3 月 1 日止。同日,本公司与德化县日臻陶瓷工艺有限公司之股东林国钦、连文盼(合称“出质人”)签订了《股

权质押反担保合同书》，约定由出质人将其各自持有的德化县日臻陶瓷工艺有限公司 50%的股权（质权的效力及于该股权的法定孳息）质押给本公司，共同作为本公司按照《保证合同》的约定向兴业银行泉州新门支行承担连带保证责任的反担保，出质人承担连带责任。

2、抵押

截至 2006 年 6 月 30 日，公司及控股子公司部分土地使用权及房屋建筑物原值金额 9,647.12 万元、房屋建设工程及土地使用权 7,772.42 万元共计 17,419.54 万元向中国工商银行德化支行、兴业银行泉州新门支行和交通银行福州屏东支行办理抵押贷款。该土地使用权及房屋建筑物的账面净值为 8,565.57 万元，抵押作价 11,162.91 万元；房屋建设工程及土地使用权净值为 7,772.42 万元，抵押作价 10,003.00 万元；合计占公司总资产的 34.52%。

（1）本公司抵押贷款情况

1 公司向中国工商银行德化支行抵押贷款情况

截至 2006 年 6 月 30 日，本公司以抵押贷款方式共向中国工商银行德化县支行借款 5,000 万元，双方约定的最高抵押合同金额为 6,540 万元，抵押物为本公司部分土地使用权及房屋建筑物，原值为 7,839.40 万元，净值为 7,015.75 万元，抵押物作价 9,074.53 万元；子公司冠峰耐热瓷为本公司贷款提供抵押的土地使用权和房屋建筑物原值为 144.54 万元；净值为 49.28 万元，抵押物作价 377.48 万元。

2 公司向兴业银行泉州新门支行抵押贷款情况

截至 2006 年 6 月 30 日，本公司以抵押贷款方式共向兴业银行泉州新门支行借款 130 万元，抵押物为本公司部分土地使用权及房屋建筑物，原值为 138.99 万元，净值为 121.77 万元，抵押物作价 213.49 万元。

（2）五天实业抵押贷款情况

单位：万元

抵押物	抵押权人	贷款金额	账面原值	账面净值	抵押物作价
房屋建设工程及土地使用权抵押	交通银行福州屏东支行	5,000	7,772.42	7,772.42	10,003.00

(3) 冠杰陶瓷抵押贷款情况

单位：万元

抵押物	抵押权人	贷款金额	账面原值	账面净值	抵押物作价
房产、土地使用权抵押及林福椿、林文智保证	兴业银行泉州新门支行	870	1,524.19	1,378.77	1,497.41

3、其他重要事项

(1) 2002年12月公司将持有的武汉五天贸易有限公司51%的股权转让给林宗清，转让价款按出资额计算，2003年转让各方办理了工商变更登记手续。转让该股权公司获得投资收益26,357.62元。

(2) 2002年12月公司将持有的成都五天日用器皿配货中心32%股权转让给林友杉，子公司福建省德化冠峰耐热瓷有限公司将持有的成都五天日用器皿配货中心50%的股权转让给林同微，转让价款按出资额计算，2003年转让各方办理了工商变更登记手续。转让该股权公司获得投资收益410,000元。

(3) 2002年12月子公司福建省德化冠峰耐热瓷有限公司将持有的广州五天日用器皿配货中心40%的股权转让给林同微，将持有的30%的股权分别转让给罗贤柳、林培辉和林友杉各10%，转让价款按出资额计算，2003年转让各方办理了工商变更登记手续。转让该股权公司获得投资收益349,612.81元。

(4) 2003年6月9日公司收购上海五天实业有限公司，该公司被收购前处于开办期，尚未进行正常营业，收购后2003年6月28日正式营业。上海五天实业有限公司购买日及当期相关情况列表说明如下：

项 目	金 额
购买日公司流动资产	13,382,000.00
购买日公司流动负债	4,382,000.00
购买日公司净资产	9,000,000.00
购买日至当期期末止主营业务收入	28,063,622.47
购买日至当期期末止主营业务利润	1,960,790.02
购买日至当期期末止利润总额	60,514.21

购买日至当期期末止所得税	105,261.15
购买日至当期期末止净利润	-44,746.94

(5) 根据公司于 2005 年 3 月 6 日召开的 2004 年度股东大会决议, 本公司股票首次公开发行完成以前年度滚存的未分配利润以及本次股票发行当年实现的利润全部由公司新股东(即社会公众股股东)和公司现有股东按照股份比例共享。

(十一) 主要财务指标

1、主要财务指标

项目	2006 年 1-6 月	2005 年度	2004 年度	2003 年度
流动比率	0.90	1.14	1.17	1.29
速动比率	0.53	0.65	0.66	0.79
应收账款周转率(次)	1.94	4.55	4.70	3.52
存货周转率(次)	1.24	2.68	2.54	1.87
息税折旧摊销前利润	30,583,370.69	55,206,676.09	48,486,933.55	38,308,966.25
利息保障倍数	7.44	10.22	12.28	14.89
无形资产占净资产的比例(%)	0	8.78	0	0
资产负债率(%) (母公司)	50.91	47.17	46.33	41.84
研究与开发费用占主营业务收入的比例(%)	2.70	0.87	1.17	1.51
每股净资产(元)	2.31	2.13	1.78	1.45
每股经营活动产生的现金流量(元)	0.12	0.28	0.29	0.23
每股净现金流量(元)	0.17	0.03	0.05	0.06

注:本指标计算表除资产负债率按母公司数计算外,其余指标均按合并报表口径计算。

(二) 净资产收益率和每股收益

本公司按《公开发行证券公司信息披露编报规则第 9 号—净资产收益率和每股收益的计算披露》计算的 2003 年、2004 年、2005 年及 2006 年 1-6 月的净资产收益率与每股收益如下:

2006年1-6月	金额(元)	净资产收益率(%)		每股收益(元/股)	
		全面摊薄	加权平均	全面摊薄	加权平均
主营业务利润	47,344,234.64	24.54	25.53	0.57	0.57
营业利润	21,969,832.47	11.39	11.85	0.26	0.26
净利润	14,917,769.65	7.73	8.04	0.18	0.18
扣除非经营性 损益后净利润	13,651,706.35	7.08	7.36	0.16	0.16
2005年度	金额(元)	净资产收益率(%)		每股收益(元/股)	
		全面摊薄	加权平均	全面摊薄	加权平均
主营业务利润	79,848,739.32	44.86	48.84	0.95	0.95
营业利润	42,856,157.49	24.08	26.22	0.51	0.51
净利润	29,055,726.89	16.32	17.77	0.35	0.35
扣除非经营性 损益后净利润	27,629,493.78	15.52	16.90	0.33	0.33
2004年	金额(元)	净资产收益率(%)		每股收益(元/股)	
		全面摊薄	加权平均	全面摊薄	加权平均
主营业务利润	59,627,620.54	40.03	44.10	0.71	0.71
营业利润	39,391,772.05	26.45	29.13	0.47	0.47
净利润	27,460,887.55	18.44	20.31	0.33	0.33
扣除非经营性 损益后净利润	26,044,193.81	17.49	19.26	0.31	0.31
2003年	金额(元)	净资产收益率(%)		每股收益(元/股)	
		全面摊薄	加权平均	全面摊薄	加权平均
主营业务利润	46,505,413.98	38.28	42.10	0.56	0.56
营业利润	30,911,550.31	25.44	27.98	0.37	0.37
净利润	21,485,016.91	17.68	19.45	0.26	0.26
扣除非经营性 损益后净利润	19,343,347.86	15.92	17.51	0.23	0.23

(三) 主要财务指标计算公式

- 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、应收账款周转率=主营业务收入/应收账款平均余额
- 4、存货周转率=主营业务成本/存货平均余额
- 5、息税折旧摊销前利润 = 税前利润 + 当期利息 + 当期折旧 + 当期摊销
- 6、利息保障倍数 = 息税前利润/当期利息
- 7、无形资产(土地使用权除外)占总(净)资产的比例=无形资产(土地使用权除外)/总(净)资产
- 8、资产负债率=总负债/总资产
- 9、研究与开发费用占主营业务收入比例=研究与开发费用/主营业务收入
- 10、每股净资产=期末净资产/期末股本总额
- 11、每股净现金流=现金及现金等价物净增加额/期末股本总额
- 12、全面摊薄净资产收益率=报告期利润/期末净资产
- 13、全面摊薄每股收益=报告期利润/期末股本总额
- 14、加权平均净资产收益率 (ROE) 的计算公司如下：

$$ROE = P / (E0 + NP \div 2 + E_i \times M_i \div M0 - E_j \times M_j \div M0)$$

其中：P 为报告期利润；NP 为报告期净利润；E0 为期初净资产；E_i 为报告期发行新股或债转股等新增净资产；E_j 为报告期回购或现金分红等减少净资产；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。

- 15、加权平均每股收益 (EPS) 的计算公式如下：

$$EPS = P / (S0 + S1 + S_i \times M_i \div M0 - S_j \times M_j \div M0)$$

其中：P 为报告期利润；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 为报告期因回购或缩股等减少股份数；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。

(十二) 发行人验资及资产评估情况

1、历次验资情况

公司自设立来共进行了四次验资，包括 1999 年设立发行人前身——福建省德化冠福陶瓷有限公司时的验资、2000 年增资至 3,028 万元时的验资、2001 年增资至 4,782 万元时的验资、2002 年变更设立股份公司时的验资。历次验资具体情况详见本招股说明书第四章“发行人基本情况”之“四、历次验资、资产评估和审计情况”。

2、资产评估情况

公司成立以来，于 2000 年 4 月增资至 3,028 万元进行过 1 次资产评估，具体情况详见本招股说明书第四章“发行人基本情况”之“四、历次验资、资产评估和审计情况”。

第十章 管理层讨论与分析

一、财务状况分析

(一) 资产质量分析

1、资产的构成及其变化

公司报告期资产结构如下：

单位：万元

项目	2006年6月30日		2005年12月31日		2004年12月31日		2003年12月31日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
流动资产	23,420.63	49.48%	18,053.15	51.00%	16,341.16	53.95%	13,623.52	57.57%
长期投资	-46.85	-0.09%	-53.23	-0.16%	-65.98	-0.22%	-78.74	-0.33%
固定资产	23,955.14	50.61%	15,838.37	44.74%	14,013.79	46.27%	10,117.93	42.76%
无形资产及其他资产	0	0	1,563.33	4.42%	0	0	0	0
合计	47,328.92	100%	35,401.62	100%	30,288.97	100%	23,662.72	100%

报告期内公司流动资产和固定资产均逐年持续增加，流动资产增加主要原因是公司主营业务持续增长，致使应收账款、存货等流动资产增长较快；固定资产增加的主要原因是为扩大产能，公司以自筹资金投入冠福科技园等项目的建设。具体分析如下：

公司报告期流动资产主要结构如下：

单位：万元

项目	2006年6月30日		2005年12月31日		2004年12月31日		2003年12月31日	
	金额	占流动资产比例	金额	占流动资产比例	金额	占流动资产比例	金额	占流动资产比例
货币资金	4,188.05	17.88%	2,357.89	13.06%	2,084.26	12.75%	1,536.03	11.27%
应收账款	8,325.53	35.55%	6,967.90	38.60%	4,794.56	29.34%	4,047.79	29.71%
预付账款	1,114.10	4.76%	714.38	3.96%	1,975.57	12.09%	1,750.60	12.85%
存货	9,562.92	40.83%	7,857.37	43.52%	7,112.86	43.53%	5,317.81	39.03%

(1) 货币资金

截止2006年6月30日，本公司货币资金为4,188.05万元，占当前期末流动资产的17.88%。2006年6月30日货币资金余额较2005年末余额增加1,830.16

万元，主要系本公司增加流动资金贷款所致。货币资金中包含 540.27 万元其他货币资金，系银行承兑汇票保证金。

(2) 应收账款

本公司产品主要选择销售能力强、实力雄厚的大型连锁超市和卖场等终端渠道销售，大型连锁超市和卖场一般要求供货方给予三个月左右的信用期。随着公司销售的快速增长、经营产品品种的增加，本公司形成了较大规模的应收账款。

2005 年末，公司应收账款余额为 6,967.90 万元，2005 年度主营业务收入为 28,169.82 万元，应收账款余额占主营业务收入的比例为 24.74%，该比例与信用期基本一致。

截止 2006 年 6 月 30 日的应收账款账面余额为 8,764.23 万元，账面价值为 8,325.53 万元。其中，账龄在一年以内的应收账款账面余额为 8,759.43 万元，占应收账款余额的 99.95%，账龄在一至二年的应收账款余额为 2.94 万元，占应收账款余额的 0.03%。公司应收账款的账龄主要在一年以内，账龄结构合理，总体质量好，形成的坏账风险很低。

2006 年 6 月 30 日应收账款余额较 2005 年末余额增加 1,427.92 万元，增长比例为 19.46%，主要是公司经营产品品种及主营业务收入的增加相应增加应收账款。

截止 2006 年 6 月 30 日，本公司应收账款中欠款金额前五名的欠款金额总计 4,737.89 万元，占应收账款账面余额的 54.06%，欠款客户的集中度相对较高，但这些客户长期与本公司合作，建立了良好的特许加盟合作关系，存在坏账的可能性较低。

截止 2006 年 6 月 30 日，本公司无应收持公司 5%（含 5%）以上表决权股份的股东欠款。

本公司应收账款具体情况如下：

单位：元

账龄	2006 年 6 月 30 日				2005 年 12 月 31 日			
	金额	比例 (%)	计提比例 (%)	坏账准备	金额	比例 (%)	计提比例 (%)	坏账准备

1年以内	87,594,338.00	99.95	5.00	4,380,308.61	73,315,108.69	99.94	5.00	3,677,535.92
1~2年	29,445.36	0.03	10.00	2,944.54	30,997.87	0.04	10.00	3,099.79
2~3年	18,517.35	0.02	20.00	3,703.47	16,964.83	0.02	20.00	3,392.97
合计	87,642,300.71	100.00		4,386,956.62	73,363,071.39	100.00		3,684,028.68

(3) 预付账款

本公司截止 2003 年 12 月 31 日、2004 年 12 月 31 日、2005 年 12 月 31 日及 2006 年 6 月 30 日的预付账款分别为 1,750.60 万元、1,975.57 万元、714.38 万元及 1,114.10 万元。2003 年末预付账款余额 1,750.60 万元，主要是本公司下属子公司五天实业预付上海西郊投资公司征用土地款 1,555.39 万元。2005 年末余额较 2004 年末减少 1,261.19 万元，主要原因是子公司五天实业征用徐泾工程项目已办理土地使用权证，土地预付款转出所致。2006 年 6 月末余额比 2005 年末增加 55.95%，主要是公司预付锂辉石等材料款。

截止 2006 年 6 月 30 日，本公司无预付持公司 5%（含 5%）以上表决权股份股东的款项。

(4) 存货

公司存货主要包括原材料、包装物、库存商品、委托代销商品、自制半成品、在产品。公司存货采取永续盘存制。截止 2003 年 12 月 31 日、2004 年 12 月 31 日、2005 年 12 月 31 日及 2006 年 6 月 30 日，本公司存货分别为 5,317.81 万元、7,112.86 万元、7,857.37 万元及 9,562.92 万元，占当期期末流动资产的比例分别为 39.03%、43.53%、43.52%及 40.83%。公司存货余额较大及报告期内存货余额增长的主要原因：

(1) 公司产品销售保持稳定增长，2004 年度主营业务收入较 2003 年度增长 53.87%，2005 年度主营业务收入较 2004 年度增长 28.74%，2006 年 1-6 月主营业务收入占 2005 年度主营业务收入的 55.49%，公司销售规模的不断增长导致委托代销商品规模增加；

(2) 公司产品主要选择销售能力强、实力雄厚的大型连锁超市和卖场等终端渠道销售，随着市场占有率的提高，销售公司产品的零售终端和网点数量增长

幅度较大，为满足终端客户对供应商铺货能力的要求，公司存货主要是委托代销商品规模较大；

(3) 随着公司产品销售区域的扩张，为满足不同地区不同销售者的不同需求，公司必须储存种类繁多的产成品，导致公司库存商品增加。

(4) 科技园一期工程厂房、机器设备于 2004 年全部投入生产，公司生产能力在不断提高，与之相适应的存货的库存量亦增加。

2006 年 6 月 30 日存货余额较 2005 年末增加 21.71%，主要原因是：公司扩大生产和销售规模，从而增加了原辅材料和库存商品的库存。

截止 2006 年 6 月 30 日，本公司采用按存货类别的成本与可变现净值孰低计提存货跌价准备 10,030.20 元，其中：委托代销商品计提 6,317.75 元，库存商品计提 3,712.45 元。

本公司存货具体情况如下：

单位：元

项 目	2006 年 6 月 30 日		2005 年 12 月 31 日	
	金额	跌价准备	金额	跌价准备
原材料	12,327,270.31		8,029,681.98	
包装物	7,900,384.47		7,979,269.79	
库存商品	26,889,319.93	3,712.45	16,835,593.97	18,240.69
自制半成品	473,099.53		338,516.41	
委托代销商品	47,001,437.36	6,317.75	44,308,167.32	72,598.92
在产品	1,047,730.79		1,173,358.25	
合 计	95,639,242.39	10,030.20	78,664,587.72	90,839.61
项 目	2004 年 12 月 31 日		2003 年 12 月 31 日	
	金额	跌价准备	金额	跌价准备
原材料	3,925,381.16		4,288,743.26	
包装物	7,512,145.59		4,865,270.79	
库存商品	8,948,819.72	62,027.24	13,567,333.00	
自制半成品	666,660.69			
委托代销商品	48,535,236.12	95,942.87	29,772,155.93	
在产品	1,698,343.07		684,554.85	
合 计	71,286,586.35	157,970.11	53,178,057.83	

2006 年 6 月 30 日委托代销商品的具体情况如下：

单位：元

存放地 \ 类别	日用彩瓷	耐热瓷	骨锂瓷	轻质瓷	半瓷	青古瓷	高档瓷	合计
五天实业(注)	144,238.04	130,501.08	123,632.60	20,605.43	178,580.43	68,684.78	20,605.43	686,847.79
上海五天	3,535,612.94	3,198,887.90	3,030,525.38	505,087.56	4,377,425.54	1,683,625.21	505,087.56	16,836,252.09
上海龙浔	210,147.02	190,133.02	180,126.02	30,021.00	260,182.02	100,070.01	30,021.00	1,000,700.09
南京五天	471,243.11	324,995.25	194,997.15	113,748.34	259,996.20	178,747.39	81,248.81	1,624,976.24
成都五天	629,333.34	364,019.52	309,236.66	200,324.42	433,199.58	256,555.02	273,621.12	2,466,289.66
重庆五天	424,080.16	285,056.91	262,692.28	127,024.10	230,828.22	166,712.75	52,170.52	1,548,564.93
北京五天	974,668.91	396,737.46	1,375,271.09	434,625.13	946,348.77	552,684.62	87,079.36	4,767,415.34
天津五天	69,219.48	51,923.55	87,601.60	28,093.30	62,962.20	26,709.14	4,715.44	331,224.72
沈阳五天	1,290,790.95	505,092.11	1,515,276.34	505,092.11	1,010,184.22	673,456.15	112,242.69	5,612,134.58
广州五天	41752.43	89850.13	109440.90	39454.63	93427.74	85175.17	27681.51	486,782.50
深圳五天	682,510.46	1,534,203.11	1,052,477.80	274,632.08	660,157.45	668,446.76	271,060.39	5,143,488.03
武汉五天	1,430,378.08	666,811.50	785,204.16	176,029.92	523,358.01	438,202.52	13,238.31	4,033,222.51
西安五天	477,451.63	436,339.87	471,442.19	248,331.03	279,336.45	259,926.31	44,197.05	2,217,024.52
南宁五天	36,349.69	25,165.17	22,369.04	13,980.65	20,970.97	15,378.71	5,592.26	139,806.49
银川五天	22,408.66	18,140.34	20,274.50	14,939.10	12,804.95	14,939.10	3,201.24	106,707.88
合计	8,909,296.03	7,417,889.78	8,603,279.10	2,487,584.50	8,699,201.08	4,635,618.12	1,482,049.36	47,001,437.36

注：截至 2006 年 6 月底，五天实业已与联华超市、易初莲花等 10 余家超市签订了购销合同，部分合同约定由五天实业委托其销售商品。

2、固定资产状况

单位：万元

项 目	2006年6月30日	2005年12月31日	2004年12月31日	2003年12月31日
固定资产净值	13,607.37	13,619.67	13,804.45	7,708.06
在建工程	10,347.76	2,218.70	209.34	2,409.87
小计	23,955.13	15,838.37	14,013.79	10,117.93
增长额	8,116.76	1,824.58	3,895.86	--
增长率	51.25%	13.02%	38.50%	--

(1) 2006年6月30日固定资产净值较2003年12月31日增加5,899.31万元，主要是为满足公司主营业务持续增长的需要，积极扩大生产规模，不断开发新产品，公司以自筹资金方式建设本次募集资金项目冠福科技园一期并购置生产设备。1 投资5,149.09万元建设1-3号生产厂房、原料仓库、纸箱车间、厂区部分道路、大门、厂区绿化等工程；2 投资593.81万元于9条隧道窑炉；3 投资754.13万元于生产系统设备；4 投资199.37万元于加工系统设备。

冠福科技园一期项目的资金主要来源于公司自有资金、银行借款等自筹方式。该项目于2004年5月办理竣工验收手续投入生产并转入或暂估转入固定资产5,149.09万元，2004年6月开始对该部分固定资产计提折旧，至2004年末已共计提折旧86.76万元、2005年度共计提折旧148.73万元，2006年1-6月共计提折旧74.37万元。

(2) 2006年6月末，在建工程较2004年末增加10,138.42万元，主要是公司实施冠福科技园二期工程和上海徐泾工程，具体情况如下：

工程名称	2005年12月31日	本期增加	本期转入 固定资产	本期其他 减少	2006年6月30日	工程 进度 (%)	资金 来源
冠福科技园 二期工程	17,758,071.93	5,407,790.11			23,165,862.04	82.14	自筹
上海五天 家用品 服务中 心	2,461,788.36	44,172,711.26			46,634,499.62	84.22	自筹

实业徐泾工程	家用品精加工中心	1,641,192.24	29,448,474.18			31,089,666.42	21.38	自筹

冠福科技园二期工程：2004年10月，公司自筹资金投资冠福科技园二期工程，预计投入资金2,800万元。拟建设的主要内容系冠福科技园土建工程的剩余部分，包括4-6号生产厂房及附属设施；截止2006年6月30日，公司已投资2,316.59万元，完工进度为82.14%。

上海徐泾工程：上海五天实业有限公司正在投资建设家用品服务中心项目和家用品精加工中心项目，其中家用品服务中心为本次募集资金项目，项目建成后，将大大提高销售渠道运营效率。

本公司董事会成员及管理层认为，公司固定资产规模的增加，将有助于公司生产规模的扩大，有助于公司日用陶瓷产品系列和种类的多样化，满足大型连锁超市、卖场等终端销售渠道对供应商铺货能力的要求，提高公司产品的竞争力和市场占有率。本公司固定资产主要是房屋建筑物和机器设备，均为公司正常生产经营所必需的资产，截止2006年6月30日，固定资产平均成新率达到82.07%，运行状况良好，不存在非正常的闲置现象。公司对这些资产拥有合法的产权，并已足额计提了资产减值准备，不存在报废和毁损的风险。

3、资产减值准备计提情况

报告期内，公司主要减值准备的提取情况如下：

单位：万元

减值准备项目	2006年6月30日	2005年12月31日	2004年12月31日	2003年12月31日
一、坏账准备合计	443.09	372.28	258.34	264.16
其中：应收账款	438.70	368.40	252.42	213.04
其他应收款	4.39	3.88	5.92	51.12
二、存货	1.00	9.08	15.80	--
三、固定资产	193.14	193.14	193.14	193.14

本公司根据固定资产减值准备计提原则对机器设备计提了固定资产减值准备，2002年期初数为193.14万元，近三年及一期无增减变动。

本公司董事会成员及管理层认为，公司制定了稳健的会计估计政策，主要

资产的减值准备计提充分、合理，可以保证公司的持续稳定发展。

(二) 资产负债结构分析

1、主要财务指标

财务指标	2006年6月30日	2005年12月31日	2004年12月31日	2003年12月31日
流动比率	0.90	1.14	1.17	1.29
速动比率	0.53	0.65	0.66	0.79
资产负债率(母公司)	50.91	47.17	46.33	41.84
	2006年1-6月	2005年度	2004年度	2003年度
息税折旧摊销前利润(万元)	3,058.34	5,520.67	4,848.69	3,830.90
利息保障倍数(倍)	7.44	10.22	12.28	14.89

2、流动比率、速动比例分析

(1) 2006年6月末流动比率大幅下降的原因

本公司2003年末、2004年末、2005年末及2006年6月30日流动比率分别为1.29、1.17、1.14及0.90，2006年6月末流动比率大幅下降，主要原因是1由于本公司及下属子公司扩大生产经营规模，同时进行募集资金项目及其他项目建设，对资金的需求量不断增加，资金来源除少量自有资金外，主要依靠银行借款，鉴于目前受国家宏观调控、银行信贷政策等的影响，公司目前以短期负债为主，2006年上半年共计增加了8,000万元短期借款；2公司在采购过程中，积极采取向供应商融资的政策，使应付票据和应付账款有较大幅度上升，2006年6月末，应付票据和应付账款分别为3,222.24万元和4,133.93万元，较2005年末分别增加1,622.24万元和645.80万元；以上因素造成公司2006年6月末流动负债增加，流动比率降低。

本公司资产质量良好，品牌知名度高，获利能力较强；同时，长期以来，公司与当地商业银行建立了良好的信用关系，未曾发生过逾期不能偿还借款本金和利息的情况。本公司报告期内稳定的经营业绩与现金流量及良好的资金信用状况，保证本公司有能力按时偿付到期债务。

(2) 速动比率较低的原因

2003年末、2004年末、2005年末及2006年6月末公司存货占流动资产比例分别为39.03%、43.53%、43.52%及40.83%。受公司销售规模持续扩大等因素

影响,公司存货余额较大,使本公司速动比率较低,2003年末、2004年末、2005年末及2006年6月末速动比率分别为0.79、0.66、0.65及0.53,但公司存货质量好,变现能力强,对公司偿债能力的影响不大。

3、资产负债率分析

2003年12月31日、2004年12月31日、2005年12月31日及2006年6月30日公司的资产负债率(母公司)分别为41.84%、46.33%、47.17%及50.91%,处于比较合理的资产负债率水平。2006年6月30日,公司的资产负债率较以往有一定提高,主要是公司为了扩大生产规模、提高市场竞争力,同时进行募集资金项目建设,在没有直接融资渠道的情况下增加间接融资的结果。

4、资产负债结构分析

截止2006年6月30日,公司负债基本为流动负债,负债总额为26,002.05万元,其中流动负债为25,917.05万元,主要为短期借款16,990.00万元、应付票据3,222.24万元、应付账款4,133.93万元及其他应付款276.07万元,占流动负债的比例分别为65.56%、12.43%、15.95%及1.07%。

本公司董事会成员及管理层认为,鉴于目前受国家宏观调控、银行信贷政策等的影响,公司目前以短期负债为主,公司财务政策较为稳健,无到期未偿还债务,因不能偿还到期债务而导致的财务风险较小。同时,公司充分利用财务杠杆,在公司资本金较小的情况下,通过向银行融资的方式实现了规模经营,给股东带来了较大的回报。本次发行后,将更有助于公司改善财务结构,扩大公司经营规模,进一步降低财务风险和经营风险。

5、现金流量与偿债能力分析

(1) 经营活动产生现金流量的能力较强

近三年又一期公司经营活动现金流量净额及净利润的情况如下:

单位:万元

财务指标	2006年1-6月	2005年度	2004年度	2003年度
经营活动产生的现金流量净额	975.96	2,363.34	2,389.50	1,882.65
净利润	1,491.78	2,905.57	2,746.09	2,148.50

公司近三年又一期经营活动产生的现金流量净额均为正数，累计为 7,611.45 万元，同期净利润累计为 9,291.94 万元，为累计净利润的 81.91%，两者差距较小，说明报告期内公司经营活动获取现金的能力较强，公司经营情况良好，货款回收能力较强，生产经营处于良性循环中。

2、息税折旧摊销前利润完全满足偿还利息支出的要求

近三年又一期公司息税折旧摊销前利润及利息支出等情况如下：

单位：万元

财务指标	2006年1-6月	2005年度	2004年度	2003年度
息税折旧摊销前利润	3,058.34	5,520.67	4,848.69	3,830.90
利息保障倍数（倍）	7.44	10.22	12.28	14.89
利息支出	361.43	471.74	349.19	228.35

从上表可以看出，公司近三年又一期息税折旧摊销前利润足以偿还借款利息，报告期内息税折旧摊销前利润持续增长，但自 2004 年开始，为满足大型连锁超市、卖场等终端销售渠道对供应商铺货能力的要求，提高公司产品的竞争力和市场占有率，公司投资建设冠福科技园一、二期、冠杰煤气站等项目以扩大公司生产规模，同时投资建设上海徐泾工程，造成公司借款规模持续增加，利息支出增加速度超过息税折旧摊销前利润增加速度，使得报告期利息保障倍数有所下降。公司与商业银行建立良好的稳固合作关系，拥有良好的企业资信，未发生不能清偿到期债务的情况，为公司的发展提供了有利的条件。

公司管理层认为：虽然报告期公司的流动比率、速动比率较低，但经营现金产生的净流量较为充足，拥有良好的企业资信，公司的偿债能力较强。若募集资金能顺利到位，公司目前单一的融资渠道将得到较为明显的改善，项目投资主要依靠自有资金和短期银行借款的状况也将得到改观，公司短期偿债风险将得到化解。

(三)资产周转能力分析

本公司近三年又一期的存货周转率、应收账款周转率如下表：

项目	2006年1-6月	2005年	2004年	2003年
----	-----------	-------	-------	-------

存货周转率	1.24	2.68	2.54	1.87
应收账款周转率	1.94	4.55	4.70	3.52

本公司应收账款金额较大，主要是公司主要选择销售能力强、实力雄厚的大型连锁超市和卖场等终端渠道销售，大型连锁超市和卖场一般要求供货方给予三个月左右的信用期。2003年、2004年、2005年及2006年1-6月公司应收账款周转率分别为3.52、4.70、4.55及1.94，基本保持了与公司销售模式相适应的水平，特别是自2004年开始公司加快了货款回笼，解决了公司资金短缺问题，周转速度良好，能满足公司营运资金的需求，不会影响公司的正常生产经营。

为满足大型连锁超市和卖场等终端销售渠道对供应商铺货能力的要求以及提高市场占有率，本公司报告期内存货余额较大。截止2006年6月30日，公司存货账面价值为9,562.92万元，主要是库存商品和委托代销商品，合计占期末存货的77.26%。受公司销售模式所决定，公司存货周转率水平较低，2003年、2004年、2005年及2006年1-6月存货周转率分别为1.87、2.54、2.68及1.24。近年来，公司加强了存货的管理，存货周转率呈上升的态势，同时公司产品基本是以销定产，期末存货基本不会发生积压或滞销的情况。

(四) 发行人与同行业上市公司就流动比率、速动比率、应收账款周转率、存货周转率和资产负债率等指标的比较分析

同行业上市公司中除高淳陶瓷外，其他公司均为退市风险警示上市公司，经营情况较差，除唐山陶瓷于2005年扭亏为盈外，其他公司的经营情况未有明显好转。由于公司长期致力于国内市场开发，拥有通畅的流通渠道，产品适销对路，具有较好的品牌形象，因此在国内市场具有较强的竞争优势。具体分析如下：

1、流动比率比较分析

公司名称	2006年1-6月	2005年度	2004年度	2003年度
高淳陶瓷	3.71	3.03	3.73	3.67
唐山陶瓷	0.75	0.74	0.70	1.10
华光陶瓷	0.88	0.92	1.15	1.51

玉源控股 (河北华玉)	0.94	0.94	1.09	1.15
平均值	0.86	0.87	0.98	1.25
冠福家用	0.90	1.14	1.17	1.29

注：高淳陶瓷 2003 年首次公开发行股票募集资金 20,580.00 万元，由于投入项目的进展较缓慢，到 2005 年末仍有募集资金 9,394.54 万元未投入使用，因此该公司流动比率及速动比率较其他同行业上市公司特别高、资产负债率较其他同行业上市公司特别低。鉴于该情况，在计算流动比率、速动比率和资产负债率平均值时，不包括该公司在内。

从以上数据可以看出，公司流动比率高于同行业上市公司平均水平。公司报告期流动比率下降，主要系公司扩大生产规模并开始投资建设本次募集资金项目，导致公司增加了银行短期借款、应付票据及应付账款所致。

2、速动比率比较分析

公司名称	2006 年 1-6 月	2005 年度	2004 年度	2003 年度
高淳陶瓷	3.00	2.57	3.05	3.30
唐山陶瓷	0.41	0.39	0.44	0.74
华光陶瓷	0.57	0.60	0.86	1.23
玉源控股 (河北华玉)	0.76	0.77	0.92	1.02
平均值	0.58	0.59	0.74	1.00
冠福家用	0.53	0.65	0.66	0.79

从以上数据可以看出，公司速动比率略低于同行业上市公司平均水平，主要是因为公司产品 95%以上销往国内市场，采取“公司—五天特许经销商—终端超市”的委托代销模式，为满足终端超市的商品铺货要求，以及公司给予特许经销商优惠结算期，公司存货主要是委托代销商品规模较大。

3、应收账款周转率比较分析

公司名称	2006 年 1-6 月	2005 年度	2004 年度	2003 年度
高淳陶瓷	5.81	23.40	35.19	14.17
唐山陶瓷	1.51	3.36	3.15	2.22
华光陶瓷	0.24	0.47	0.69	1.43
玉源控股	0.26	2.86	3.06	1.76

(河北华玉)				
平均值	1.96	2.23	9.03	4.46
冠福家用	1.94	4.55	4.70	3.52

从以上数据可以看出，除高淳陶瓷外，公司应收账款周转率高于表内其他同行业上市公司水平，说明公司应收账款管理的制度和措施比较合理和得力。高淳陶瓷应收账款周转率水平较高，主要系其产品绝大部分销往国外市场，应收账款相对较少所致。

4、存货周转率比较分析

公司名称	2006年1-6月	2005年度	2004年度	2003年度
高淳陶瓷	1.93	3.60	6.68	8.09
唐山陶瓷	0.80	1.82	2.29	2.14
华光陶瓷	0.10	0.22	0.35	0.65
玉源控股 (河北华玉)	0.59	1.84	2.02	1.86
平均值	0.86	1.87	2.84	3.19
冠福家用	1.24	2.68	2.54	1.87

从以上数据可以看出，公司存货周转率呈上升态势，除高淳陶瓷外，公司存货周转率处于表内其他同行业上市公司的上游水平，尤其是2005年已处于领先水平，说明公司加强对存货尤其是委托代销商品管理的效应已逐渐显现出来。

5、资产负债率比较分析（以下均为母公司资产负债率）

公司名称	2006年6月末	2005年度	2004年度	2003年度
高淳陶瓷	11.42%	17.20%	8.54%	10.43%
唐山陶瓷	53.03%	50.56%	52.00%	48.23%
华光陶瓷	72.09%	70.28%	62.96%	60.27%
玉源控股 (河北华玉)	51.50%	50.32%	42.80%	44.82%
平均值	58.87%	57.05%	52.59%	51.11%
冠福家用	50.91%	47.17%	46.33%	41.84%

从以上数据可以看出，公司资产负债率较同行业上市公司略低，但2004年

未较以往有一定的提高，主要是公司为了扩大生产规模、提高市场竞争力，在没有直接融资渠道的情况下增加间接融资的结果。

二、盈利能力分析

（一）主营业务收入确认原则及税收情况

1、不同销售模式的收入确认原则

公司产品主要分为委托代销和直接销售两种营销模式，其收入确认方式和款项结算方式如下：

本公司的产品销售主要采用“公司—五天特许经销商—终端超市”的委托代销方式，其中公司和五天特许经销商之间采用委托代销的结算方式，而经销商和终端超市或其他客户之间采用代销、直销等各种结算方式。五天特许经销商按月向公司报送已销商品清单，该清单依据五天特许经销商当期已向终端超市实现销售的委托代销商品数量、品种填列。公司收到五天特许经销商按月报送的已销商品清单时，确认收入实现并结转成本。公司和五天特许经销商之间主要以银行转账方式结算款项，各经销商应在公司开具增值税发票后 3 个月内支付货款。

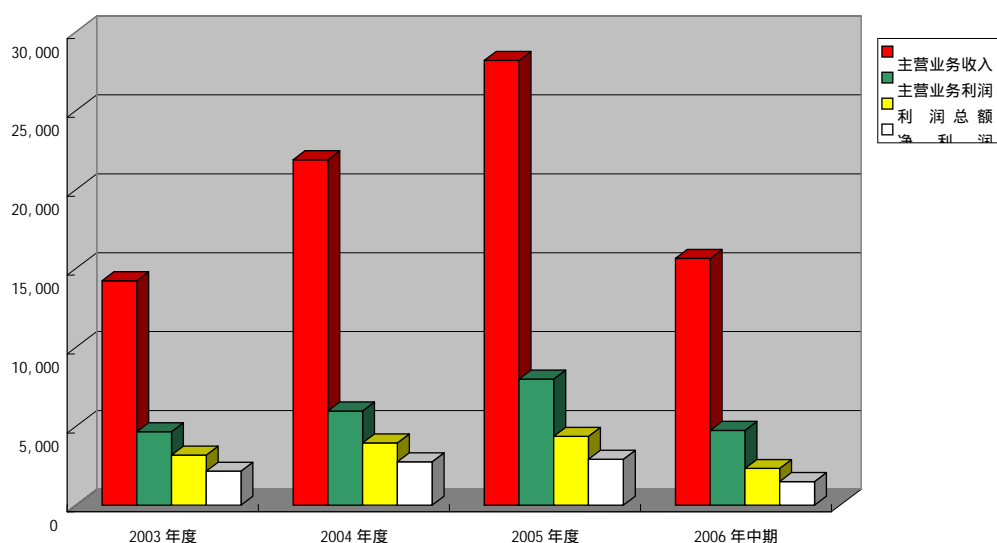
本公司出口业务、门店以及当地团购业务采用直接销售模式，在符合销售收入确认原则的前提下确认销售收入。公司直接销售业务中出口业务主要以信用证和电汇方式进行结算，门店主要以现金方式结算，当地团购业务主要以银行转账方式结算款项。

2、增值税及出口退税政策

增值税销项税率为 17%，扣除允许抵扣的进项税额后的余额缴纳。根据国务院国发[1997]8 号《关于对生产企业自营出口或委托代理出口货物实行“免、抵、退”税办法的通知》和财政部、国家税务总局财税[2002]7 号《关于进一步推进出口货物实行免抵退税办法的通知》，公司出口产品享受增值税“免、抵、退”的税收优惠政策。根据财政部、国家税务总局财税[1999]225 号《关于进一步提高部分货物出口退税率的通知》，2003 年公司出口陶瓷产品的退税率为 15%；根据财政部、国家税务总局财税[2003]222 号“关于调整出口货物退税率

的通知”，从2004年元月1日起，公司出口陶瓷产品的退税率为13%。

公司报告期内业务增长趋势(万元)



(二) 主营业务收入构成

1、按业务分类

单位：万元

项 目	2006年1-6月		2005年度		2004年度		2003年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
耐热瓷	2,887.14	18.48%	5,425.72	19.26%	4,171.01	19.06%	3,467.17	24.38%
骨锂瓷	2,037.39	13.03%	2,700.65	9.59%	2,873.70	13.13%	2,142.29	15.06%
半瓷	2,362.43	15.11%	3,766.84	13.37%	3,449.49	15.76%	2,641.35	18.57%
轻质瓷	601.50	3.85%	1,648.76	5.85%	1,038.46	4.75%	434.39	3.06%
日用彩瓷	2,096.60	13.41%	5,318.74	18.88%	4,574.49	20.91%	5,331.64	37.49%
高档瓷	126.19	0.81%	19.70	0.07%				
青古瓷	843.60	5.40%	348.76	1.24%				
玻璃制品	4,675.77	29.91%	8,937.26	31.73%	5,763.09	26.34%	204.34	1.44%
花纸	0.65		3.39	0.01%	11.76	0.05%		
合计	15,631.27	100%	28,169.82	100%	21,881.99	100%	14,221.18	100%

从主营业务收入构成看，公司主营业务收入主要来源于日用陶瓷业务和玻璃制品业务，日用陶瓷业务主要包括生产销售日用彩瓷、耐热瓷、骨锂瓷、半瓷、轻质瓷等产品，2003年度、2004年度、2005年度及2006年1-6月日用陶瓷业务的主营业务收入占公司主营业务收入总额的比例分别为98.56%、73.66%、68.27%及70.09%。同时，本公司进一步整合销售渠道资源，并充分利用公司所

建立的销售渠道资源扩大玻璃器皿等家用品的销售，该项业务所占的比例正在逐步提高，形成新的利润增长点，2003年度、2004年度、2005年度及2006年1-6月本公司玻璃制品销售收入占公司主营业务收入总额的比例分别为1.44%、26.34%、31.71%及29.91%。

报告期内，公司在成功开发出骨锂瓷、轻质瓷、半瓷、高档瓷及青古瓷等新产品的的基础上逐步优化产品结构，提高了毛利率水平较高的耐热瓷、骨锂瓷、青古瓷和半瓷等的生产比重，降低了毛利率水平相对较低的日用彩瓷生产比重，2003年度、2004年度、2005年度及2006年1-6月耐热瓷、骨锂瓷、半瓷及青古瓷实现的主营业务收入分别为8,250.81万元、10,494.2万元、12,241.97万元及8,130.56万元，呈现出逐年增长的趋势，提高了公司的盈利能力。

2、按地区分类

单位：万元

地 区	2006年1-6月		2005年度		2004年度		2003年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
华 南	2,581.92	16.52%	4,020.46	14.27%	2,517.21	11.50%	2,478.38	17.43%
华 东	8,656.61	55.38%	17,119.28	60.77%	14,224.01	65.00%	7,399.96	52.03%
华 北	1,386.72	8.87%	2,231.10	7.92%	1,602.65	7.32%	1,817.23	12.78%
东 北	924.46	5.91%	1,374.94	4.88%	1,009.04	4.61%	697.83	4.91%
西 南	1,348.24	8.63%	2,078.08	7.38%	1,366.62	6.25%	1,009.19	7.10%
西 北	480.44	3.07%	630.74	2.24%	427.86	1.96%	322.03	2.26%
出 口	252.87	1.62%	715.22	2.54%	734.60	3.36%	496.56	3.49%
合 计	15,631.26	100%	28,169.82	100%	21,881.99	100%	14,221.18	100%

从主营业务收入的地地区分布看，本公司的销售区域主要为华东、华南、华北地区，2003年度、2004年度及2005年及2006年1-6月，华东、华南、华北合计销售比例分别为82.24%、83.83%、82.96%、80.77%。本公司将在稳固发展上述地区市场的同时，加大东北、西南、西北等地区市场开拓的力度，并积极开拓国外市场，增加公司产品国外市场的销售。

2004年度华东地区实现的主营业务收入较2003年度增加6,824.05万元，主要是公司经销玻璃器皿等家用品大部分通过委托上海五天及上海龙浔实现销售所致。

3、委托经销商销售实现的主营业务收入

单位：万元

委托客户名称	2006年1-6月		2005年度		2004年度		2003年度	
	委托收入金额	占总委托收入比例%	委托收入金额	占总委托收入比例(%)	委托收入金额	占总委托收入比例%	委托收入金额	占总委托收入比例%
上海五天	5,249.92	36.42	11,897.61	45.68	8,770.24	47.22	337.69	27.32
上海龙浔	2,204.84	15.30	3,654.91	14.03	2,889.84	15.56	2,823.51	22.85
武汉五天	1,073.37	7.45	1,485.01	5.70	866.52	4.66	843.55	6.83
沈阳五天	924.46	6.41	13,74.94	5.28	10,09.04	5.43	697.83	5.65
北京五天	917.13	6.36	1,483.14	5.69	844.28	4.55	685.15	5.54
广州五天	769.60	5.34	1,242.49	4.77	831.23	4.47	820.19	6.64
成都五天	694.01	4.81	1,097.12	4.21	818.34	4.41	628.02	5.08
深圳五天	738.95	5.13	1,292.96	4.96	819.45	4.41	814.65	6.59
重庆五天	590.65	4.10	884.57	3.40	444.26	2.39	374.26	3.03
西安五天	436.72	3.03	630.74	2.42	427.86	2.30	322.03	2.61
天津五天	438.73	3.04	550.42	2.11	486.87	2.62	600.03	4.86
南京五天	269.03	1.87	3,57.45	1.37	2,63.16	1.42	313.71	2.54
南宁五天	63.59	0.44	96.40	0.37	104.02	0.56	59.14	0.48
银川五天	43.72	0.30		0.00		0.00		0.00
委托收入合计	14,414.12	100.00	26,047.78	100.00	18,575.11	100.00	12,358.16	100.00
占总收入比例	15,631.26	92.21	28,169.82	92.47	21,881.99	84.89	14,221.18	86.90

4、公司控股子公司五天实业已与联华超市、易初莲花、上海物美等 10 余家大型卖场、超市签订了购销合同，由五天实业直接以直销或委托代销方式向上述卖场、超市销售，截至 2006 年 6 月 30 日，共计销售 351.39 万元，占主营业务收入的 2.25%。

(三) 主营业务收入和利润的变动趋势及形成原因

公司合并最近三年又一期主营业务收入和利润数据如下表所示：

单位：万元

项目	2006年1-6月	2005年度	2004年度	2003年度
主营业务收入	15,631.26	28,169.82	21,881.99	14,221.18
主营业务利润	4,734.42	7,984.87	5,962.76	4,650.54
利润总额	2,329.17	4,350.90	3,937.78	3,171.98
净利润	1,491.78	2,905.57	2,746.09	2,148.50

1、主营业务收入的变动趋势及原因

随着公司生产规模的扩张和市场占有率的提高，本公司 2003 年度至 2005 年度分别实现主营业务收入 14,221.18 万元、21,881.99 万元及 28,169.82 万元。2004 年、2005 年比上年增长幅度分别为 53.87%、28.74%，呈现了快速增长态势。2006 年 1-6 月，本公司实现主营业务收入 15,631.26 万元，占 2004 年度主营业务收入的 55.49%，主营业务仍保持强劲的发展态势。

2004 年度主营业务收入较 2003 年度增长 7,660.81 万元，增长幅度为 53.87%，主要是（1）通过加强销售网络体系建设，提高了公司主要产品的市场占有率，耐热瓷、骨锂瓷、半瓷、轻质瓷等产品 2004 年度实现的销售收入较 2003 年增加 2,847.45 万元；（2）进一步调整日用彩瓷品种结构，2004 年度日用彩瓷产品实现的销售收入较 2003 年度减少 757.15 万元；（3）公司充分发挥销售网络优势，加大了玻璃器皿等家用品的销售，2004 年度销售玻璃制品实现的收入较 2003 年度增加 5,558.75 万元。

2005 年度主营业务收入较 2004 年度增长 6,287.82 万元，增长幅度为 28.74%，主要是（1）公司继续发挥销售网络优势，2005 年度增加 3,174.17 万元玻璃制品销售收入；（2）成功开发出技术含量较高的高档瓷和青古瓷，新增收入合计为 368.46 万元；（3）耐热瓷、半瓷、轻质瓷等产品销售收入持续稳定增长。

2006 年 1-6 月主营业务收入增长较快，主要原因是公司积极开拓市场，公司耐热瓷、骨锂瓷、玻璃制品等产品实现的销售收入增长较大，其中耐热瓷实现的销售收入为 2,887.14 万元，骨锂瓷实现的销售收入为 2,037.39 万元，玻璃制品实现的销售收入为 4,675.77 万元。公司新产品高档瓷和青古瓷深受消费者喜爱，1-6 月共计销售 969.78 万元。

2、主营业务利润的变动趋势及原因

本公司的主营业务利润呈快速增长的态势，2003 年度、2004 年度及 2005 年度实现的主营业务利润分别为 4,650.54 万元、5,962.76 万元、7,984.87 万元，2004 年度、2005 年度较上年增长幅度分别为 28.22%、33.91%；2006 年 1-6 月实现的主营业务利润为 4,734.42 万元，占 2005 年度主营业务利润的 59.29%。

公司报告期内主营业务收入持续增长，同时产品毛利率维持在较高水平，使得公司的主营业务利润亦持续增长。

2004 年度主营业务收入较 2003 年度增加 7,660.81 万元，主营业务利润仅增加 1,312.22 万元，主要原因是公司充分利用已建立的销售渠道资源扩大玻璃器皿等家用品的销售，该项业务毛利率仅为 5.98%，对当年度主营业务利润的贡献较为有限。

3、利润总额的变动趋势及原因

2003 年度、2004 年及 2005 年度实现的利润总额分别为 3,171.98 万元、3,937.78 万元、4,350.90 万元，2004 年度、2005 年度较上年增长幅度分别为 24.14%、10.49%；2006 年 1-6 月实现的利润总额为 2,329.17 万元，占 2005 年度利润总额的 53.53%。

2004 年度利润总额较 2003 年度增长 765.80 万元，主要原因如下：

(1) 通过加强销售网络体系建设，提高了公司耐热瓷、骨锂瓷、半瓷、轻质瓷等主要产品的市场占有率，同时加大了玻璃器皿等家用品的销售，导致 2004 年度主营业务利润较 2003 年度增加 1,312.22 万元。

(2) 2004 年度财务费用较 2003 年度增加 164.34 元，主要是 1 为扩大生产规模，公司 2004 年短期借款增加导致当年利息支出较 2003 年增加 120.85 万元；2 公司 2003 年度收到财政部门“扩大生态锂陶瓷（高耐热瓷煲）生产能力技改贴息”150 万元冲减利息支出；3 公司 2004 年度收到财政部门“高耐热陶瓷煲生产线技改贴息”100 万元冲减利息支出。

(3) 2004 年度管理费用较 2003 年度增加 333.50 万元。

2005 年度利润总额较 2004 年度仅增加 413.12 万元，主要原因如下：

(1) 公司继续发挥营销网络优势，增加玻璃制品、耐热瓷、半瓷、轻质瓷等产品的销售，2005 年度主营业务利润较 2004 年度增长 2,022.11 万元。

(2) 销售政策变化与销售规模扩大所带来营业费用的提高。根据委托代销合同的规定，从 2005 年元月 1 日起，为支持各特许经销商的业务拓展，公司产品运输到各特许经销商所在地的运输费用改为由本公司承担。由于 2005 年度公

司大幅提高销售规模,较 2004 年运费增加 797.74 万元。

(3) 2005 年管理费用较 2004 年增加 562.80 万元,主要包括以下几个方面: 1 因应收账款增加等因素导致 2005 年坏账准备较 2004 年增加 115.99 万元; 2 增加科研经费投入,2005 年科研经费较 2004 年增加 160.19 万元。

(4) 2005 年为扩大生产规模,公司增加短期借款导致当年利息支出较 2004 年增加 122.55 万元。

2006 年 1-6 月利润总额为 2,329.17 万元,2005 年上半年为 1,923.96 万元,较 2005 年上半年增加 405.21 万元,主要原因如下:

(1) 公司积极开拓市场,公司耐热瓷、骨锂瓷、玻璃制品等产品实现的销售收入增长较大,另外公司新产品高档瓷和青古瓷深受消费者喜爱,2006 年上半年主营业务利润较 2005 年同期增加 806.06 万元。

(2) 2006 年上半年管理费用较 2005 年上半年提高 348.31 万元,主要是本期累计投入 437.41 万元产品科研费用,较 2005 年上半年增加 302.86 万元。

(3) 由于本公司及下属子公司扩大生产经营规模,同时进行募集资金项目建设,对资金的需求量不断增加,2006 年上半年共计增加 8,000 万元短期借款,导致当期利息支出较 2005 年上半年增加 139.07 万元。

(4) 2006 年上半年共计收到 125.81 万元补贴收入,系本公司收到财政补助金和五天实业奖励金。

4、净利润的变动趋势及原因

公司 2003 年、2004 年、2005 年及 2006 年 1-6 月公司净利润分别为 2,148.50 万元、2,746.09 万元、2,905.57 万元及 1,491.78 万元。

(1) 适用的企业所得税政策

本公司及下属子公司冠峰公司、华鹏花纸企业所得税税率为 33%;子公司冠杰陶瓷企业所得税税率为 24%,该公司属中外合资经营企业,根据《中华人民共和国外商投资企业和外国企业所得税法》的规定,公司从获利年度起享受“两免三减半”的税收优惠政策,2003 年度该公司开始盈利,因此,该公司 2003 年和 2004 年按获利第一、第二年度免缴企业所得税,2005 年度开始实行减半

征收企业所得税，即税率为 12%；根据上海市国家税务局、上海市地方税务局所得税一处《关于统一本市核定征收企业所得税征收率的通知》，五天实业 2003 年度企业所得税按照销售收入的 0.5%核定征收，2004 年开始企业所得税税率为 33%。

(2) 享受的企业所得税优惠政策

本公司下属子公司冠杰陶瓷属于中外合资经营企业，根据《中华人民共和国外商投资企业和外国企业所得税法》的规定，公司从获利年度起享受“两免三减半”的税收优惠政策，2003 年该公司开始盈利，因此，2003 年和 2004 年按获利第一、第二年度免缴企业所得税；2005 年度开始实行减半征收企业所得税，即税率为 12%。

冠杰陶瓷 2005 年报表净利润为 1,094.39 万元，当年所得税若按所得税率 24%计算征收，需缴纳所得税 304.33 万元，净利润将下降至 942.23 万元。鉴于发行人持有冠杰陶瓷 75%股权，则发行人 2005 年度净利润将下降 114.13 万元（152.17 万元 × 75%），与同期申报报表净利润 2,905.57 万元相比，下降幅度为 3.93%。

公司名称：冠杰陶瓷

单位：万元

实际所得税率	净利润（申报表）	假设所得税率	净利润（按 24%税率重新计算数）	净利润减少数
12%	1,094.39	24%	942.23	152.17

(2) 公司 2004 年度的利润总额比 2003 年度增长 24.14%，而净利润增长了 27.81%，大于利润总额的增长幅度，主要原因是 2004 年度冠杰陶瓷经营业绩增长幅度较大，且属于所得税免税期，因而增长幅度不同步。

(3) 公司 2005 年度的利润总额比 2004 年度增长 10.49%，而净利润仅增长了 5.81%，大大低于利润总额的增长幅度，主要原因是从 2005 年度开始，冠杰陶瓷按照 12%征收企业所得税，因而增长幅度不同步。

(四) 盈利能力分析

本公司经过多年专业经营，已经树立了品牌、技术、规模等方面的竞争优势，目前公司的业务收入和盈利能力已经进入快速发展阶段。

1、主营业务收入分析

本公司主营业务收入主要来源于日用彩瓷、耐热瓷、骨锂瓷、半瓷、轻质瓷及青古瓷等日用陶瓷及玻璃制品,报告期内主营业务呈现持续增长态势,2003年度至2005年度分别实现主营业务收入14,221.18万元、21,881.99万元及28,169.82万元。2004年、2005年比上年增长幅度分别为53.87%、28.74%,呈现了快速增长态势。2006年1-6月,本公司实现主营业务收入15,631.26万元,占2005年度主营业务收入的55.49%,主营业务仍保持强劲的发展态势。

(1) 公司主要产品价格和销售量在报告期内的变化趋势

本公司主营日用陶瓷等家用产品的研发、生产和销售,自2003年起,公司开始经销玻璃器皿等家用品,为公司带来新的利润增长点。公司报告期内产品的销售情况如下表:

产品类别		2006年1-6月	2005年度	2004年度	2003年度
日花彩瓷	销售量(万件)	1,678	4,254	3,843	4,444
	平均售价(元/件)	1.25	1.25	1.19	1.20
耐热瓷	销售量(万件)	332	619	521	433
	平均售价(元/件)	8.70	8.77	8.01	8.01
骨锂瓷	销售量(万件)	1,297	1,709	1,904	1,428
	平均售价(元/件)	1.57	1.58	1.51	1.50
半瓷	销售量(万件)	956	1,518	1,379	1,056
	平均售价(元/件)	2.47	2.48	2.50	2.50
轻质瓷	销售量(万件)	206	579	393	154
	平均售价(元/件)	2.92	2.85	2.64	2.82
高档瓷	销售量(万件)	13	2		
	平均售价(元/件)	9.71	9.85		
青古瓷	销售量(万件)	294	168		
	平均售价(元/件)	2.87	2.08		
玻璃制品	销售量(万件)	651	1,209	1,344	48
	平均售价(元/件)	7.18	7.39	4.29	4.26

(2) 公司业务的进展及盈利能力

报告期内，针对城市工薪阶层消费水平的提高及消费结构的变化情况，公司逐步优化产品结构，不断开发出符合市场需求的新产品并迅速得到市场的认可。同时，加大产品营销力度，不断加强对各地经销商的人力资源培训，帮助各代理商做好所辖区域市场的营销基础工作，进一步拓展市场，提升公司销售网络的质量。目前公司已经建立起了一支高素质和具有相当规模的营销队伍，以上海为基地，通过授权加盟等形式建立了覆盖全国除西藏以外所有省、市、自治区的营销网络。

销量分析：

2003 年度、2004 年度、2005 年度销售日用彩瓷、耐热瓷、骨锂瓷、半瓷、轻质瓷等日用陶瓷 7,515 万件、8,040 万件和 8,849 万件，较上年同期分别增长了 6.99%、10.06%；2006 年 1-6 月销售日用彩瓷、耐热瓷、骨锂瓷、半瓷、轻质瓷等日用陶瓷 4,776 万件，占 2005 年度的 53.97%。2003 年度、2004 年度、2005 年度销售日用彩瓷、耐热瓷、骨锂瓷、半瓷、轻质瓷、青古瓷等日用陶瓷实现的销售收入分别为 14,016.84 万元、16,107.15 万元、19,229.17 万元，较上年同期分别增长了 14.91%和 19.38%；2006 年 1-6 月销售日用彩瓷、耐热瓷、骨锂瓷、半瓷、轻质瓷、青古瓷等日用陶瓷实现的销售收入 10,954.84 万元，占 2005 年度日用陶瓷销售收入的 56.97%。

同时，公司在充分利用现有销售渠道资源的情况下，加大了玻璃器皿等家用品的销售，2004 年度销售玻璃器皿 1,344 万件，实现销售收入 5,763.09 万元；2005 年度销售玻璃器皿 1,209 万件，实现销售收入 8,937.26 万元；2006 年 1-6 月销售玻璃器皿 651 万件，实现销售收入 4,675.77 万元，分别较上年度有了较大幅度的提升，为公司带来了新的利润增长点，提高了公司的盈利能力。

综上所述，公司报告期内不断推出技术含量较高的新产品，同时加强市场网络的建设和维护，提高了产品市场占有率，实现公司主营业务收入的稳定增长。

2、公司主要产品毛利率

(1) 公司产品毛利率基本情况

单位：%

项 目	2006 年 1-6 月	2005 年度	2004 年度	2003 年度
日用彩瓷	25.06	26.25	21.12	25.33
耐热瓷	42.14	43.43	40.72	39.35
骨锂瓷	39.57	42.87	37.37	39.31
半 瓷	48.46	48.32	46.61	37.82
轻质瓷	41.37	41.35	36.31	38.12
高档瓷	49.71	50.51		
青古瓷	49.17	49.97		
玻璃制品	8.33	5.96	5.98	4.83
花纸	19.55	20.53	7.50	--
平均毛利率	30.77	28.86	27.74	33.27
扣除玻璃制品和花纸后的综合毛利率	40.34	39.50	35.53	33.69

从上表可以看出，报告期内，公司针对国内日用陶瓷消费能力最强的城市工薪阶层，不断开发出新产品、优化产品结构，提高了毛利率水平较高的耐热瓷、骨锂瓷、半瓷、轻质瓷、青古瓷等产品的销售比重，扣除玻璃制品和花纸后（即贴花彩瓷、耐热瓷、骨锂瓷、半瓷、轻质瓷等）的综合毛利率水平呈稳定增长的态势，由 2003 年的 33.69% 增长到 2005 年的 39.50%，2006 年 1-6 月达到 40.34%。由于玻璃制品系由弓箭玻璃器皿（南京）有限公司生产，本公司仅利用销售渠道资源获取利润，毛利率水平相对较低。

（2）公司与同行业上市公司毛利率的比较

序号	股票名称	销售毛利率（%）			
		2006 年 1-6 月	2005 年度	2004 年	2003 年
1	高淳陶瓷	34.77	40.76	43.89	52.04
2	唐山陶瓷	30.80	36.56	22.06	20.02
3	华光陶瓷	28.98	29.90	15.96	38.28
5	玉源控股 （河北华玉）	24.52	9.72	15.88	17.69
6	平均值	29.77	29.24	19.05	31.14

7	冠福家用	40.34	39.50	35.53	33.69
---	------	-------	-------	-------	-------

注：同行业上市公司 2003 年、2004 年、2005 年及 2006 年 1-6 月毛利率均摘自各上市公司年报。同行业上市公司选择了主要从事日用陶瓷业务的高淳陶瓷、唐山陶瓷、华光陶瓷和玉源控股等公司。对已进行多元化经营的上市公司，毛利率的计算依据日用陶瓷产品的分部数据。本公司的毛利率也剔除了玻璃制品和花纸的影响。

(3) 公司毛利率较同行业上市公司较高的原因

2003 年本公司毛利率为 33.69%，与同行业上市公司平均水平 31.14%基本持平；2004 年本公司继续保持较高的毛利率，为 35.53%，而同行业上市公司平均毛利率急剧下降，为 19.05%，主要原因如下：

产品平均售价未发生较大波动：由于冠福家用生产的各类产品设计新颖、美誉度较高，2004 年度，公司产品的平均销售价格未发生较大波动，在同行业中一直保持在中档水平。

2003 年度、2004 年度主要产品售价比较表如下：

单位：元/件

产品类别	2004 年度	2003 年度
日用彩瓷	1.19	1.20
耐热瓷	8.01	8.01
骨锂瓷	1.50	1.51
半瓷	2.50	2.50
轻质瓷	2.64	2.82

产品生产成本：同行业上市公司平均毛利率由 2003 年度的 31.14%下降为 2004 年度的 19.05%，根据同行业上市公司年报所披露的原因，基本均为原材料及燃料价格上涨所致。

2004 年度，本公司通过改进生产配方，减轻了原辅材料价格上涨带来的成本压力，其中：耐热瓷，通过提高本地高岭土的使用比例、以锂辉石代替锂云母，由于本地高岭土、锂辉石价格相对较低，2003 年、2004 年耐热瓷单位原辅材料成本分别为 1.50 元及 1.46 元；骨锂瓷，通过将锂辉石和动物骨灰引入配方，降低了动物骨灰的使用比例，从而缓解了原材料成本的增长幅度，2003 年、2004 年骨锂瓷单位原辅材料成本分别为 0.20 元及 0.22 元；半瓷，通过利用本

地储量丰富的叶腊石代替价格较为昂贵的长石作为坯料中的主要降温材料，降低了原材料成本。2003年、2004年半瓷单位原辅材料成本分别为0.30元及0.25元。燃料方面，2004年公司主要能源逐步由柴油、液化气替换为煤气，利用公司煤气站将煤炭转化为冷煤气烧成陶瓷产品，因此受燃料价格上涨的影响较小，同时公司改进了日用陶瓷产品的烧成技术，降低烧成温度，或将原二次烧成技术改为一次烧成技术，降低了燃料成本。同时，公司提高了主要产品的产量，2004年度公司产量较2003年度增加84万件，从而降低了产品单位制造费用。综上，公司主要产品的成本近两年基本稳定，日用彩瓷、耐热瓷、骨锂瓷、半瓷及轻质瓷2003年单位成本分别为0.90元、4.86元、0.91元、1.56元及1.75元，2004年单位成本分别为0.94元、4.75元、0.95元、1.34元及1.68元。

综上所述，2004年度本公司的产品平均售价未发生较大波动，同时通过改进生产配方及烧成方式，减轻了原辅材料及燃料价格上涨带来的成本压力，使公司毛利率维持在较高水平。

2005年毛利率较2004年有所上升，为39.50%，同行业上市公司平均毛利率较2004年亦有较大升幅，为29.24%，但仍较本公司低10.26%，主要原因如下：

公司2005年产品的平均销售单价比上年有不同程度的上升，增加毛利814万元。

2005年开发高档及青古瓷两大系列产品并投入生产，同时得到市场的认可，当年新增毛利184万元。

加快窑炉改造，降低烧成成本。2005年度，本公司分批对原有使用柴油烧成改进为煤气烧成，其中日用产品烤花每千件节约燃料成本1元，耐热瓷产品每百件节约燃料成本1元；同时公司提高了产品的产量，2005年度公司产量较2004年度增加1,522万件，从而降低了产品单位制造费用。综上，公司主要产品的成本2005年较上年有所下降，日用彩瓷、耐热瓷、骨锂瓷、半瓷及轻质瓷2005年单位成本分别为0.81元、3.15元、0.70元、0.92元及1.45元，2004年单位成本分别为0.94元、4.75元、0.95元、1.34元及1.68元。

同行业上市平均毛利率由2004年度的19.05%上升为2005年度的29.24%，根据同行业上市公司年报所披露的原因，高淳陶瓷毛利率下降主要是原材料及

燃料价格上涨、劳动力成本增加等因素导致公司成本高居不下；玉源控股下降主要原因是公司 2005 年下半年对日用陶瓷产业进行资产、产品结构等调整，在调整期影响生产经营；唐山陶瓷和华光陶瓷的毛利率则在管理层的努力下均有较大幅度的上升。

2006 年 1-6 月本公司继续保持较高的毛利率，为 40.34%，同行业上市公司本期平均毛利率较 2005 亦有所上升。公司本期的单位产品售价及单位产品成本与 2005 年度基本持平。

（4）主要产品各地域的价格、成本及毛利率情况

冠福家用现有自行研制生产的各式耐热煲、骨锂瓷、半瓷、日用彩瓷、半瓷等产品 900 多个品种，深受广大消费者青睐。

2005 年度，在华东、华南、华北、东北、西南、西北五个区域市场上销售量最大的产品为耐热瓷（PA-1 款、PA-2 款、PA-3 款）、骨锂瓷（4.5"饭碗、8.5"饭盘、7.5"饭盘）、半瓷（4.5"饭碗、8.5"饭盘、7.5"饭盘）、轻质瓷（大号猪钱罐、中号猪钱罐、小号猪钱罐）及日用彩瓷（816 花 7.5"饭盘、816 花 8.5"饭盘、816 花 4.5"饭碗），发行人的研发、创新能力较强，产品不断推陈出新并迅速得到市场的认可。

产品销售价格方面，由于冠福家用生产的各类产品设计新颖、美誉度较高，2003 年度、2004 年度、2005 年度及 2006 年 1-6 月，公司上述主要产品的销售价格未发生波动，在同行业中一直保持在中档水平，华东、华南、华北、东北、西南、西北五个区域市场的售价基本一致。

产品成本及毛利率方面，公司通过长期的研究开发并积累了大量先进的生产经验，已形成了一系列陶瓷生产配方及独特烧成工艺，大幅降低了产品原材料成本及能耗成本。根据 2005 年与 2004 年主要产品毛利率分析，主要产品的毛利率均有不同程度的上升，华东、华南、华北、东北、西南、西北五个区域市场的毛利率基本一致并维持在较高水平，使公司保持强劲的发展态势。

（四）主要利润来源分析

公司报告期利润主要来源于主营业务利润，其他业务利润、投资收益、补贴收入和营业外收支净额对公司的利润影响较小。2003 年、2004 年、2005 年

及 2006 年 1-6 月 ,上述四项合计占利润总额的比例分别为 2.72%、4.68%、6.45% 及 10.57%。

1、报告期内，公司其他业务利润构成如下表：

单位：元

项 目		2006 年 1-6 月	2005 年度	2004 年度	2003 年度
让售材料	收入	1,076,907.43	4,671,332.28	6,446,077.63	2,445,092.44
	支出	1,051,952.89	4,635,046.49	6,354,768.39	2,390,104.41
	利润	24,954.54	36,285.79	91,309.24	54,988.03
经销“弓箭”玻璃制品返利		1,115,620.51	2,118,617.8	1,767,192.11	--
合 计		1,140,575.05	2,154,903.60	1,858,501.35	54,988.03

2003 年度，其他业务利润对公司利润的影响较小。2004 年度、2005 年度及 2006 年 1-6 月销售玻璃制品的返利，系公司因经销弓箭玻璃器皿（南京）有限公司玻璃制品，供应商按协议约定依据经销金额对经销商的奖励性收入。

2、补贴收入

项 目	2006 年 1-6 月	2005 年度	2004 年度	2003 年度
财政补助金	254,700.00	400,000.00		
出口产品财政贴息收入		16,700.00	14,736.00	
财政奖励金	1,003,421.00	115,235.00	68,209.50	
合 计	1,258,121.00	531,935.00	82,945.50	

公司各项补贴收入已经政府有关主管部门审查批准，由财政部门拨入；本年度补贴收入系本公司收到财政补助金和五天实业的奖励金。上述补贴收入均按《企业会计制度》规定，在实际收到时计入补贴收入，2006 年 1—6 月、2005 年度、2004 年度占利润总额的比例分别为 5.40%、1.22%、0.21%。

三、资本性支出分析

（一）最近三年又一期重大资本性支出情况

2003 年度、2004 年度、2005 年度及 2006 年 1-6 月，公司购建固定资产、无形资产和其他长期资产所支付的现金分别为 4,201.41 万元、4,049.45 万元、2,631.12 万元及 7,226.76 万元，分别占当期总资产的 17.76%、13.37%、7.43%

及 15.27%。

2003 年度、2004 年度、2005 年度及 2006 年 1-6 月主要项目建设情况：

1、本次募集资金投资项目之冠福科技园年产 4000 万件陶瓷产品扩建项目，包括冠福科技园一期工程和二期工程，目前进展情况如下：

(1) 2003 年度公司自筹资金投资 1,845.52 万元，建设内容主要包括 1-3 号生产厂房、原料仓库、纸箱车间、厂区部分道路、大门、厂区绿化工程。

(2) 2004 年度公司自筹资金投资 4,586.84 万元，建设内容主要包括 1 1-3 号生产厂房、原料仓库、纸箱车间、厂区部分道路、大门、厂区绿化工程 3303.57 万元；2 完成隧道窑炉 6 条计共投入资金 434.37 万元；3 完成加工系统设备 164.41 万元；4 完成生产系设备 481.37 万元；5 完成冠福科技园二期工程的土建工程建设 203.12 万元。

(3) 2005 年度公司自筹资金投资 1,913.95 万元，建设内容主要包括 1 生产厂房、原料仓库、厂区部分道路、厂区绿化工程计 1,571.18 万元；2 完成隧道窑炉 2 条计共投入资金 102.44 万元；3 完成加工系统设备 16.89 万元；4 完成生产系统设备 223.45 万元。

(4) 2006 年 1-6 月公司自筹资金投资 666.66 万元，建设内容主要包括 1 生产厂房、原料仓库、厂区部分道路、厂区绿化工程计 542.28 万元；2 完成隧道窑炉 1 条计共投入资金 57 万元；3 完成加工系统设备 18.07 万元；4 完成生产系统设备 49.30 万元。

2、本次募集资金投资项目之五天实业家用品服务中心项目进展情况如下：

(1) 2005 年下半年，完成土地征用手续的办理，投资 246.18 万元。

(2) 2006 年上半年，加快工程进度，投资 4,417.27 万元，累计完成投资 4,663.45 万元。

3、五天实业家用品精加工中心项目进展情况：

上海五天家用品精加工中心项目已经上海市发展与改革委员会 2004 年 7 月 8 日出具的沪发改字[2004]052 号文批复同意立项。项目总投资 5,983 万元，其中固定资产投资 5,083 万元，流动资金投资 900 万元。占地面积约 55 亩，主要建设内容为精加工车间。项目功能主要定位于采用新材料、新工艺和先进设备，

利用创新生产技术方案，采购其他厂家的日用陶瓷产品、玻璃器皿以及其他家用品进行后序精加工后进入公司销售渠道，获取增值部分的收益。

(1) 2005 年下半年，该工程共计投资 164.12 万元。

(2) 2006 年上半年，加快工程进度，共计投资 2,944.85 万元，累计投资 3,108.97 万元。

(二) 公司未来可预见的重大资本性支出

公司未来可预见的重大资本性支出，主要是本次发行所拟定的募集资金投资项目---冠福科技园年产 4,000 万件陶瓷产品扩建项目及上海五天实业有限公司家用品服务中心项目，预计资金需求量为 22,665.12 万元，拟以募集资金投资 17,400.00 万元，剩余部分以自筹方式解决，截至 2006 年 6 月 30 日，公司已通过银行贷款等方式共计投入 13,676.42 万元。上述两个项目并不涉及跨行业投资问题。

此外，公司计划在 2006 年下半年自筹资金约 3,000 万元继续投入上海五天家用品精加工中心项目；计划在 2007 年自筹资金约 3,000 万元投入上海徐泾工程的其他配套项目。上述项目并不涉及跨行业投资问题。

四、或有事项对公司财务状况、盈利能力及持续经营能力的影响

截至 2006 年 6 月 30 日，公司及控股子公司部分土地使用权及房屋建筑物净值金额 8,565.57 万元、房屋建设工程及土地使用权 7,772.42 万元共计 16,337.99 万元向中国工商银行德化县支行、兴业银行泉州新门支行和交通银行福州屏东支行办理抵押贷款，合计占公司总资产的 34.52%。

本次发行募集资金到位后，公司对以银行贷款方式进行资本性支出的需求将减少，不会影响未来公司财务状况、盈利能力及持续经营能力。

本公司为兴业银行股份有限公司泉州新门支行给予德化县日臻陶瓷工艺有限公司融资服务提供连带责任保证；融资服务种类为商业承兑汇票贴现；融资数额 1,000 万元；利率 3.7‰；主债务履行期限自 2006 年 9 月 8 日起至 2007 年 3 月 1 日止；保证期间为主债务履行期限届满之日起两年。

被担保人成立于 2006 年 6 月，注册资本 1,000 万元，该公司股东已将其

100%股权质押给本公司作为反担保，该笔对外担保存在的或有风险较小。

五、其他重要事项

(一) 关于外协加工有关情况

鉴于公司“华鹏”牌贴花彩瓷在市场上已形成一定品牌知名度，市场需求比较稳定，为满足市场需要及弥补公司生产能力的不足，公司长期以来对日用彩瓷采用自行生产和外协加工两种方式进行生产。详细内容请参见本招股说明书第五章“业务与技术”之“五（三）主要经营模式”中生产模式的内容。

1、报告期内各期公司支付外协加工费金额的情况

单位：元

2006年1-6月	2005年度	2004年度	2003年度
2,994,918.34	6,841,408.05	7,702,572.43	12,885,540.27

2、关于外协加工款项结算方式

公司与外协厂家确认结算基准日定为每月28日。公司于外协厂家开具增值税专用发票后在合同约定期间内以约定方式(主要包括现金转账和银行承兑汇票方式)按照发票金额向外协厂家付清货款。

3、关于外协加工合同的主要具体条款

为确保公司产品质量,维护公司品牌,公司与外协厂家签定外协加工合同时,就产品类别、品名、规格、型号、数量、外观、质量标准和质量控制作出明确约定,同时规定了与之相关的订货、交货、价格、结算等条款。

(1) 类别：贴花彩瓷系列产品，包括盘、碗、杯类产品。

(2) 品名、规格、型号和数量：经双方协商后，由公司在每月下达的“采购明细清单”中确定。

(3) 质量标准：对于公司提供样品的，外协厂家生产的外协加工产品的质量应与样品一致；对于公司未提供样品的，外协厂家供货产品的质量标准符合国家GB/T3532-95标准，产品质量检验报告符合标准要求，方可准予验收。

(4) 质量控制：由公司品管部人员负责对外协厂家加工过程做一次或二次

的检查或定期抽检，确保外协加工产品的质量符合公司的产品要求。

(5) 订货：公司按月向外协厂家下达产品采购计划。外协厂家应在同等条件下优先安排公司的订货产品生产，确保公司的货源供应。

(6) 交货：正常采购：公司应当在每月 25 日前向外协厂家下达下月的采购计划，外协厂家应根据公司提交的采购计划和采购明细清单安排生产并交货。

临时采购：公司根据其临时接洽订单，向外协厂家下达采购明细清单，外协厂家根据安排生产交货。

(7) 价格：双方友好协商确定产品的具体供货价格后，供货价格在每月下达的“采购明细清单”中确定。

(二) 2001 年吸收合并华鹏陶瓷、冠新陶瓷、冠林陶瓷及冠鹏陶瓷的有关情况

1、华鹏陶瓷、冠新陶瓷、冠林陶瓷及冠鹏陶瓷的历史沿革及主要业务

华鹏陶瓷、冠新陶瓷、冠林陶瓷及冠鹏陶瓷的历史沿革及主要业务详见本招股说明书第四章“发行人基本情况”之“三（一）股本结构的形成”中“3、2001 年增资至 4,782 万元的情况”有关内容。

2、吸收合并的会计处理

在会计处理上，对于上述 4 家子公司的各少数权益股东分别在 4 家子公司的少数股东权益以享有的截止 2001 年 9 月 30 日的经福建华兴有限责任会计师事务所审计的少数股东权益折合为公司的注册资本共计 254 万元，其余 245.08 万元计入资本公积；对于本公司在上述 4 家子公司的长期投资在本公司并入 4 家子公司时予以抵销；对于本公司与上述 4 家子公司的内部往来予以抵销；对于华鹏陶瓷在 2001 年 10 月-12 月所产生的损益由本公司（吸收方）享有；上述 4 家子公司的所有债权债务由本公司承继。

3、华鹏陶瓷、冠鹏陶瓷、冠新陶瓷和冠林陶瓷截止 2001 年 9 月 30 日的资产负债表

(1) 华鹏陶瓷

单位：元

项目	2001年9月30日
货币资金	115,088.53
应收账款	5,636,464.05
预付账款	2,751,930.72
其他应收款	12,643,864.45
流动资产合计	21,147,347.75
长期股权投资	36,301.08
资产总计	21,183,648.83
应付账款	6,139,128.03
预收账款	2,352,975.02
其他应付款	2,154,517.99
应付福利费	542,774.83
应交税金	1,722,038.77
其他未交款	126.98
流动负债合计	12,911,561.62
实收资本	3,400,000.00
盈余公积	520,023.17
其中:法定公益金	173,341.06
未分配利润	4,352,064.04
所有者权益合计	8,272,087.21
负债及所有者权益合计	21,183,648.83

(2) 冠鹏陶瓷

单位：元

项目	2001年9月30日
货币资金	378,833.62
其他应收款	4,325,919.05
流动资产合计	4,704,752.67
资产总计	4,704,752.67

其他应付款	1,704,752.67
流动负债合计	1,704,752.67
实收资本	3,000,000.00
所有者权益合计	3,000,000.00
负债及所有者权益合计	4,704,752.67

(3) 冠新陶瓷

单位：元

项目	2001年9月30日
货币资金	20,172.75
其他应收款	9,789,079.07
流动资产合计	9,818,251.82
资产总计	9,818,251.82
其他应付款	6,818,251.82
流动负债合计	6,818,251.82
实收资本	3,000,000.00
所有者权益合计	3,000,000.00
负债及所有者权益合计	9,818,251.82

(4) 冠林陶瓷

单位：元

项目	2001年9月30日
货币资金	411.53
其他应收款	2,999,588.47
流动资产合计	3,000,000.00
资产总计	3,000,000.00
其他应付款	0.00
流动负债合计	0.00
实收资本	3,000,000.00

所有者权益合计	3,000,000.00
负债及所有者权益合计	3,000,000.00

六、公司财务状况和盈利能力的未来趋势分析

(一) 日用陶瓷产品的前景分析

针对国内日用陶瓷市场存在的市场竞争激烈、产品更新换代快的现状，公司将把新产品开发作为工作的重心，利用公司现有的技术优势、品牌优势、规模优势等，不断开发出符合市场要求的中高档瓷器系列餐具等产品，保证公司在市场竞争中始终立于不败之地。随着本次募集资金投资项目的建成投产，生产规模将大幅扩大，日用陶瓷产品档次将不断提高，产品系列和种类也将不断丰富，市场占有率有望进一步提高，公司的主营业务收入将会呈现快速增长，盈利前景良好。

(二) 销售模式的变更及其他家用品销售的前景分析

1、目前，本公司的产品销售主要采用“公司—五天特许经销商—终端超市”的委托代销方式，上海五天和上海龙浔为本公司最大客户，2005年度合计向该两公司销售15,552.52万元，占公司全年销售额的55.21%，2006年1-6月合计销售7,454.16万元，占公司当期销售额的47.69%。

上海家用品服务中心项目建成后，发行人将具备自身的供应和配送服务能力，形成自身的家用品分销产业基地，因此在以上海为中心的华东区域原有的“公司—五天特许经销商—终端超市”委托代销模式，与未来发行人的生产经营发展将不相匹配。自2005年底起至今，上海五天实业开始整合潜在的联采客户，直接与连锁零售终端的全国总部或区域总部签署全国联采或地区联采协议，缩短分销层次，加强终端的控制能力。在华东地区，公司将在获得上海五天和上海龙浔认可的前提下，在2008年底前通过直接收购股权、与五天实业进行股权置换或其他形式收购上述公司的销售业务，逐步实现由联采和特许经销并存向全部由五天实业实现销售转变。在其他地区，公司仍将在全国联采的基础上保留特许经销商，在其区域内发挥配送、售后服务等方面的功能。

2、公司致力于打造中国家用品第一品牌，随着上海五天实业家用品服务中

心项目的实施，使其他家用品经销业务成为公司新的利润增长点，并最终将五天实业打造成为集开发、采购、展示、分销、配送和供应链管理一体化的具有规模、品牌和资本实力的现代家用品分销企业。这将为公司主营业务收入和利润的增长提供较大发展空间。

根据公司的发展战略，在未来 3 年内，公司的销售收入、利润将持续保持快速增长的势头，到 2010 年，争取实现销售收入超过 80,000 万元，主营业务利润超过 20,000 万元的目标。

(三) 本公司的主要财务优势和困难

根据历年公司的财务状况、经营成果和现金流量情况，本公司的主要财务优势如下：

1、良好的盈利能力和发展前景。凭借在销售渠道、技术、成本和品牌等方面的优势，报告期内公司毛利率、净资产收益率和每股收益等指标均优于同行业上市公司平均水平，主营业务收入实现持续增长。

2、健全的财务管理系统。鉴于公司产品主要通过五天分销网络面向全国各地的大型连锁超市、卖场等零售终端，为保证生产、发货、配送和结算之间的衔接和及时性，公司通过信息化手段加强了对存货供产销和销售结算的动态管理，实现了跨地域、多层次、全方位的实时管理及监控，达到了物流、资金流和信息流的统一，有效的防范了风险，并减少了因缺货和资金占用增加的成本。

3、公司一贯坚持稳健的财务政策，销售回款情况良好，现金流状况良好，生产经营处于良性循环，能够应对市场风险。

4、公司与商业银行建立良好的稳固合作关系，拥有良好的企业资信，未发生不能清偿到期债务的情况，为公司的发展提供了有利的条件。

同时，公司的主要财务困难是：

1、随着大型连锁超市及卖场成为国内零售的主要业态，公司终端客户主要是面向全国各地的大型连锁超市和卖场。因终端客户较为分散，且对信用期的要求较长，在生产规模不断扩大的情况下，公司存货和应收账款占用资金均会呈现显著的上升趋势，将会构成公司资金的极大需求。

2、资金供给方面，公司以往的发展所需的资金主要通过自有资金积累和银行借款解决。融资渠道单一，融资期限短，资金短缺已成为制约公司业务发展的瓶颈。通过本次公开发行股票募集资金，将大大改善公司的资金供应状况，加快新产品开发和生产规模的扩大，进一步提高市场占有率，加快公司的发展步伐。

3、公司地处福建山区县城，以公路为主要运输方式，增加了公司产品的运输成本。

第十一章 业务发展目标

一、公司发展规划

（一）发展战略

公司发展战略为：以振兴民族日用陶瓷工业为己任，坚持“以日用陶瓷产业为主业，以市场为导向，以效益为中心”的指导思想，充分发挥公司的地域和人才优势，将传统工艺和现代技术紧密结合，着力提供高品质的家用产品，及时跟踪掌握市场动态，顺应商业零售业态的发展趋势，不断满足日益增长的市场需求，竭力将“中国·冠福家用”和“中国·五天分销”打造为中国旗舰品牌，再创中国 CHINA（陶瓷业）的辉煌。

（二）经营目标

根据公司的发展战略，在未来的 3 至 5 年内，公司将充分发挥在销售渠道、品牌、规模等方面的优势，做大做强日用陶瓷主业，并利用销售渠道资源逐步介入其他家用品分销业务，使公司成为国内家用品供应商的领军企业。随着生产经营规模的扩大，预计未来 3 至 5 年内，公司的销售收入和利润将继续保持快速增长的势头，到 2010 年，争取实现销售收入超过 80,000 万元，主营业务利润超过 20,000 万元的目标。

（三）主要经营理念

公司将秉承“诚实信用，务实创新，勇于开拓，合作共赢”的经营理念，贯彻“客户至上、品质第一、科技兴业”的经营方针，充分发挥团队精神，扎实工作，开拓创新，确保企业经营目标的顺利实现。

二、实现目标的具体业务计划

（一）产品开发计划

针对国内日用陶瓷市场消费结构变化的趋势，公司将把新产品开发和器型花面设计作为产品开发工作的重心，不断推陈出新，开发出富有时代气息、引导消费潮流、迎合消费者口味的时尚化、特色化、实用化、功能化的中高档瓷器系列中餐具、家庭厨房用品等产品，淘汰技术含量低，发展前景差的瓷种，

以提高公司产品整体档次，不断完善公司产品结构。目前，公司新产品青古瓷和高档瓷已具备量产能力，同时青玉瓷进入试生产阶段，骨质瓷和强化瓷等其他瓷种也在有序开发过程中，新产品的不断出现将增强公司的市场竞争能力。

公司下阶段技术开发和创新研究的方向仍着眼于发展性和应用性技术创新和研究层面。具体的研究方向将围绕现有主导产品领域，分为耐热陶瓷炊具、家用日用陶瓷和陈设工艺陶瓷三大类，并向酒店用瓷、航空用瓷等领域拓展。耐热陶瓷炊具产品今后重点发展专门针对酒店用品、海外客户、以及在不同热源可使用的、易清洗不易脏的、可替代现有材料的新材料领域的陶瓷炊具产品；家用陶瓷本公司竞争优势比较明显，但是高档骨质瓷、宾馆酒店用品陶瓷、工艺礼品用瓷、航空用瓷，以及功能陶瓷等细分市场和新材料领域的日用陶瓷产品还有待开拓，公司今后五年将加于重点关注；陈设工艺陶瓷，公司将消化吸收国内各大陶瓷产区的产品技术，针对国外用户、不同国家需求偏好等因素加以完善，进一步做强做大本公司的出口业务。

（二）技术开发和创新计划

结合产品开发计划中新产品所需解决的材料、工艺和技术问题，公司重点将从以下方面进行技术开发和创新：

1、艺术釉开发计划：随着人民生活水平的提高，艺术瓷和礼品瓷市场不断扩大，由于釉面花色对消费者选择具有重要的影响，公司将在不断提高器型设计能力的基础上加强艺术釉开发，进一步提高公司产品的附加值。目前，公司的窑变釉、结晶釉和冠福红（红釉）的生产能力已基本成熟。

2、设备引进计划：公司一方面将通过引进和技改，进一步提高公司窑炉和其他生产设备的自动化控制水平和节能水平；另一方面公司将继续完善技术中心的装备水平，引进白度仪、光泽度仪和热膨胀系数测定仪等设备，提高技术中心的检测能力。

3、生产工艺创新计划：公司将不断进行工艺创新，目前，主要以釉中彩工艺和节能降耗工艺为核心进行创新。

4、外部机构的合作计划：公司将在与中国轻工业陶瓷研究所和德化陶瓷职业技术学院的合作基础上，强化与国内外同行以及行业内科研院所的合作，通

过借助外部力量进一步加强公司的技术开发和创新能力。

(三) 市场开发和营销网络建设计划

1、国内市场开发和营销网络建设计划

公司历来重视市场开发和营销网络的建设与维护。目前，公司在各地的特许授权经销商及其下属的营销机构已覆盖除西藏、台湾以外的全国各省、自治区和直辖市。

在国内市场开发上，公司采取追随连锁业态的零售终端同步扩张的总体战略。2004年，我国流通领域向外资商业资本全面开放，随着零售终端的营业网点布局由经济发达地区向中西部地区，由中心城市向二、三级城市扩张，公司产品的销售范围和深度都将得到拓展。在华东、华南和华北等主要市场上，公司已逐渐通过特许授权经销商发展二级、三级城市代理商，把目标市场向纵深拓展，巩固和扩大在上述地区的市场占有率。在西南、西北、东北等其他尚待进一步开发的市场，公司将通过五天特许经销商或与当地实力较强的经销商合作开发等方式，进行目标市场的横向开拓。

本次发行后，公司计划将销售业务集中由子公司上海五天实业有限公司统一管理，组建分销管理中心和配送中心，加强对各地经销商进行管理和服务，提高营销网络的运营效率，充分利用现有销售渠道大力开展其他家用品分销业务。

2、国外市场开发和营销网络建设计划

2005年，公司产品出口额占主营业务收入的2.54%，主要采取自营出口的方式。随着五天家用品服务中心项目的实施，公司将充分利用上海作为国际大都市的平台，发挥项目展示中心的功能，加大国际市场开发力度；通过国内外产品交易会、来样订货、产品展示会、网络营销等渠道以及在适当时机直接在海外建立营销机构等多种方式进入国际市场，拓展产品出口业务；争取在未来3至5年内使产品出口额提高到公司销售收入的20%。

(四) 人才扩充计划

公司将根据发展战略的要求，继续加强人才引进和人员培训工作，积极创造有利于各方面人才发挥能力的平台，营造良好的企业文化氛围，建立完善的

用人机制和淘汰机制，努力培养和引进德才兼备、适应企业发展需要的经营管理人才和专业技术人才。公司将根据生产经营的需要，有计划地向中高等院校和科研机构吸纳专业人才，同时加大投入，稳步推行全员培训计划，建立学习型组织，全面提高员工素质，打造凝聚力工程。

综合考虑公司发展规划，在未来 3 年内，公司将重点引进技术研发人才和营销管理人才，将技术研发人员由增加至 200 人，并进一步提高中高级职称人员在技术研发人才中的比例；将营销人员增加至 200 人，加大销售渠道的整合力度，使公司的营销部门成为能够完全适应零售终端的发展趋势，为公司销售网络提供有力的管理和服 务，实现公司战略发展规划的核心环节。

（五）再融资计划

公司公开发行上市后，将根据业务需要和投资计划，在对各种融资方式进行比较分析的基础上，适时申请配股、增发或发行可转换债券。公司将以主营业务为核心，力求高效使用资金，避免盲目扩张，切实维护股东利益。

（六）收购兼并计划

公司将按照业务发展战略，围绕公司核心业务，充分发挥公司在生产技术和销售渠道等方面的优势，适时、稳妥地采用低成本扩张的方式，以收购、兼并、投资以及合资、合作为手段，迅速壮大生产规模，丰富产品系列，扩大市场份额，树立公司品牌，实现规模经济、专业化协作、集约化经营的生产格局，使公司成为日用陶瓷乃至家用品行业的一流供应商。

（七）深化改革和组织结构调整计划

公司将在不同的发展阶段不断优化公司组织架构和管理模式，形成适应公司长期发展的管理体制。

1、继续完善法人治理结构，形成股东大会、董事会、监事会和经理层之间职责分明、互相制衡的运作机制。聘请管理、财务、法律等各方面专家担任独立董事，切实发挥专门委员会的作用，保证公司健康稳定的发展，保障股东的合法权益。

2、公司将进一步完善预算管理、成本控制、质量控制等重点环节的管理制度，同时强化内控机制的贯彻实施，确保内控制度的完整性、合理性、有效性。

3、公司将加快信息化建设，建立良好的企业沟通机制，同时根据需要培养一些跨部门的工作团队和功能小组，加强与分销商和零售终端等利益主体的合作机制，增强企业在市场竞争中的反应速度和应变能力；

4、继续深化企业内部劳动、人事、激励和约束机制的改革，建立竞争上岗、奖优罚劣、充满活力的用人机制。

5、进一步优化公司组织机构和职能设置，减少组织机构的层次，明确工作岗位职责，提高工作效率。

（八）国际化经营计划

经济全球化使国内国外两个市场趋于融合，面对机遇，公司将在巩固国内市场的基础上努力开拓国际市场。公司已引进了相关专业人才，面向国际市场，重点开发和设计符合国际消费趋势的环保型和功能型产品，在外销规模逐步扩大后，公司将采取直接在海外设立销售机构或与国外厂家合作的方式开展国际化经营。

三、实现计划的假设条件

1、国家宏观经济、政治、法律和社会环境比较稳定，在计划期间未出现对公司发展产生重大不利影响的事件。

2、公司所处的行业处于正常发展的状态下，没有出现重大的市场变化情况。

3、本次股票发行工作能够顺利完成。

4、国家日用陶瓷产业政策不会发生重大改变。

5、公司发展计划期内，税率、产品的价格、汇率无重大波动；生产经营所需的原材料、燃料价格无重大变化。

6、无其他不可抗力造成的重大不利影响。

四、实现计划将面临的主要困难

1、资金因素：公司业务扩张需要大规模的资金支持，依靠自身积累和银行借贷，无法完全满足公司扩大生产规模和完善营销体系的需要，从而影响公司业务发展计划的实现。

2、人才因素。相对扩张速度和规模，公司人力资源储备不足，人才知识结构不尽合理，研发、财务、营销等方面的专业人才比较缺乏，在一定程度上会制约公司的发展。

五、业务发展规划与现有业务的关系

公司的业务发展规划是在现有主营业务的基础上，结合国家产业政策和行业发展规划，并充分考虑相关行业的发展趋势和公司的战略定位来制定的，是对现有业务的整合与拓展。通过发展计划的实施，将扩大现有生产经营规模，提高营销渠道的运作效率，从而在总体上提高公司的经营管理水平，进一步巩固和提高公司在日用陶瓷行业的领先地位。

六、本次募股资金对实现业务目标的作用

公司本次募股资金对实现公司上述业务目标起着至关重要的作用，主要体现在：

1、是公司实现规模经济，扩大核心竞争力，发展成为日用陶瓷乃至家用品行业旗舰企业的重要步骤之一。

2、为实现上述业务目标提供了重要的资金来源，保证公司扩大生产经营和完善营销体系的工作能够顺利开展；同时也为公司未来的发展提供了直接融资的渠道。

3、通过本次公开发行股票，有利于进一步完善公司法人治理结构，促进企业经营机制的转换，为公司的可持续发展奠定良好的制度基础。

4、成为上市公司后，将提高公司知名度与社会影响力，有利于树立公司品牌形象。从而增强公司对优秀人才的吸引力，促进公司在国内外市场的业务开展，对公司实现上述业务目标意义重大。

第十二章 募股资金运用

一、 募集资金数额及其使用

(一) 预计募集资金数额及使用计划

2006年5月28日公司2005年度股东大会决议和2006年12月10日公司2006年第二次临时股东大会通过，确定本次发行股票种类为人民币普通股（A股）股票；每股面值1元；发行数量不超过5,000万股。募集资金按项目轻重缓急投入以下项目：

单位：万元

项目名称	项目总投资	其中：固定资产投资额	募集资金投资额	项目审批情况
冠福科技园年产4,000万件陶瓷产品扩建项目	17,127.20	12,219.53	12,000.00	经福建省发展计划委员会闽计产业[2004]493号文批准
上海五天实业有限公司家用品服务中心项目	5,537.92	3,823.00	5,400.00	经上海市发展和改革委员会沪发改产[2004]056号文批准
合计	22,665.12	16,042.53	17,400.00	

截止2006年6月30日，本公司已利用银行贷款及自有资金，投资9,012.97万元于“冠福科技园年产4000万件陶瓷产品扩建项目”，完工进度52.62%；投资4,663.45万元于“上海五天实业有限公司家用品服务中心项目”，完工进度84.22%。募集资金到位后的具体投入安排如下：

1、冠福科技园年产4,000万件陶瓷产品扩建项目由本公司实施，募集资金（扣除发行费用）到位后，其中7,630万元（即总投资扣除已投入部分约9,013万元及冠福科技园二期预算总金额的剩余部分约490万元后的余额）继续用于该项目投入；4,370万元用于归还该项目使用的银行贷款。

2、上海五天实业有限公司家用品服务中心项目由子公司五天实业实施，募集资金（扣除发行费用）到位后，公司将对五天实业增资5,400万元，其中4,660万元用于归还该项目使用的银行贷款；剩余资金约740万元首先用于归还或弥

补五天实业自 2006 年 7 月 1 日起至募集资金到位前该项目使用的银行贷款或自有资金；若资金尚有剩余，继续用于该项目投入。

3、若募集资金不足以满足上述安排，上海五天实业有限公司家用品服务中心项目的资金缺口由公司自筹资金解决。若募集资金满足上述安排后尚有剩余，则用于补充公司流动资金。

(二) 募集资金运用对公司财务状况及盈利能力的影响

1、募集资金运用对公司财务状况的影响

近年来，公司生产经营规模扩张较快，特别是 2003 年和 2006 年，公司相继利用银行贷款和自有资金先行实施本次募集资金投资项目。公司资本性支出的增加导致负债水平的提高：公司 2003 年、2004 年、2005 年年末及 2006 年 6 月末的资产负债率(母公司口径)分别为 41.84%、46.33%、47.17%和 50.91%，呈逐年上升趋势。募集资金到位后，将显著降低公司的资产负债率，迅速改善公司的财务状况。具体分析如下：

(1) 募集资金到位后对母公司财务状况的影响

若本次发行募集资金净额为 1.74 亿元，募集资金(扣除发行费用)到位后，其中 7,630 万元(即总投资扣除已投入部分约 9,013 万元及冠福科技园二期预算总金额的剩余部分约 490 万元后的余额)继续用于冠福科技园年产 4,000 万件陶瓷产品扩建项目投入；4,370 万元用于归还该项目使用的部分银行贷款。则本次发行募集资金到位后，以母公司经审计的 2006 年 6 月 30 日的资产负债表为基准，假设其他条件不发生变化，母公司的资产总额将增加 13,030 万元，负债总额将减少 4,370 万元，股东权益将增加 1.74 亿元，资产负债率将下降到 29.88%。具体计算如下：

2006 年 6 月 30 日		募集资金使用后	
项 目	金 额	项 目	金 额
资产总额(万元)	39,300.39	资产总额(万元)	52,330.39
负债总额(万元)	20,008.18	负债总额(万元)	15,638.18
资产负债率(%)	50.91	资产负债率(%)	29.88

(2) 募集资金到位后对五天实业财务状况的影响

募集资金（扣除发行费用）到位并投入冠福科技园年产 4,000 万件陶瓷产品扩建项目后，公司将以剩余资金 5,400 万元对五天实业增资，其中 4,660 万元用于归还上海五天实业有限公司家用品服务中心项目使用的银行贷款，剩余资金约 740 万元首先用于归还或弥补五天实业自 2006 年 7 月 1 日起至募集资金到位前该项目使用的银行贷款或自有资金，若资金尚有剩余，继续用于该项目投入。以五天实业经审计的 2006 年 6 月 30 日的资产负债表为基准，假设其他条件不发生变化，五天实业资产总额将增加 740 万元，负债总额将减少 4,660 万元，资产负债率将下降到 28.05%。具体计算如下：

2006 年 6 月 30 日		募集资金使用后	
项 目	金 额	项 目	金 额
资产总额（万元）	16,325.45	资产总额（万元）	17,065.45
负债总额（万元）	9,446.96	负债总额（万元）	4,786.96
资产负债率（%）	57.87	资产负债率（%）	28.05

（3）募集资金到位后对公司（合并口径）财务状况的影响

若本次发行募集资金净额为 1.74 亿元，以公司合并口径经审计的 2006 年 6 月 30 日的资产负债表为基准，假设其他条件不发生变化，公司合并口径的资产总额将增加 8,370 万元，负债总额将减少 9,030 万元，股东权益将增加 1.74 亿元，资产负债率下降到 30.47%。具体计算如下：

2006 年 6 月 30 日		募集资金使用后	
项 目	金 额	项 目	金 额
资产总额（万元）	47,328.92	资产总额（万元）	55,698.92
负债总额（万元）	26,002.05	负债总额（万元）	16,972.05
资产负债率（%）	54.94	资产负债率（%）	30.47

以上测算尚未考虑公司募集资金投资项目投产后盈利能力逐步发挥对公司财务状况的改善。随着公司已投产的“冠福科技园年产 4,000 万件陶瓷产品扩建项目”生产的逐步稳定，以及生产、销售规模的增长，其盈利能力将继续发挥，公司的偿债能力还将稳步提高，公司财务状况会有进一步改善。

2、募集资金运用对公司盈利能力的影响

（1）募集资金到位后将大大降低公司的财务费用

本次发行募集资金到位后，其中 9,030 万元将用于偿还因先行实施“冠福科技园年产 4,000 万件陶瓷产品扩建项目”与“上海五天实业有限公司家用品服务中心项目”所使用的银行贷款，由此将使公司的负债规模有较大幅度的下降，预计将降低年度财务费用约 550 万元，进而提高公司的盈利水平。

(2)随着募集资金投资项目建成投产并发挥效益，公司的盈利能力将有较大提升。

冠福科技园年产 4,000 万件陶瓷产品扩建项目从 2004 年开始产生经济效益，该项目产能逐年增加，2004 年、2005 年、2006 年 6 月 30 日分别约为本公司增加主营业务利润为 980 万元、2390 万元、1190 万元。目前该项目完工进度为 52.62%，募集资金投入后，公司产能将进一步增长，继续提高公司的盈利能力。

上海五天实业有限公司家用品服务中心项目建成后，公司的营销能力将进一步提高，公司生产经营模式将由原来的日用陶瓷制造业 90%为主，家用品分销业务 10%为辅，逐渐向制造和分销业务比重各半转变。公司原有的日用陶瓷和玻璃业务将进一步发展，而其他家用品分销业务将为公司创造新的利润增长点。

二、募集资金项目市场前景

(一) 行业趋势和市场容量

在国际市场供求方面，2002 年至 2005 年，世界日用陶瓷总产量从 220 亿件增长到 250 亿件，市场供需基本平衡。我国日用陶瓷出口数量已经达到世界出口总量的 65%，凭借目前的价格优势在短期内虽然还有扩大的空间，但主要应依靠产品结构调整和技术升级，提高出口价格和国际贸易额。

在国内市场供求方面，我国人口基数大，同时特定的饮食和生活习惯形成了人均日用陶瓷占有量远高于国际平均水平的特点，因此一直是日用陶瓷的消费大国。近年来，我国国内生产总值稳步增长，消费者购买力和消费潜力为拉动国内日用陶瓷消费市场提供了有力保证。上世纪 90 年代，国内市场日用陶瓷消费总量为 40 多亿件，2003 年已达到 67.5 亿件，人均消费也从 4 件上升至高

于 5 件，根据中国陶瓷工业协会预测，2010 年国内消费总量将达到 82 亿件，到 2020 年，随着生活水平提高、消费观念更新和消费品更新频率加快，日用陶瓷需求总量可望达到 120 亿件。

目前，我国日用陶瓷产品产量已由快速增长期进入稳步发展期，2003 年至 2005 年，总产量始终保持在 150 亿件至 160 亿件之间，扣除出口部分，国内市场供需基本平衡。低档日用陶瓷产品市场已经饱和，竞争过度；而中高档产品由于替代量和新增量的同时增加将持续出现供不应求的情况。未来国内日用陶瓷的市场容量增加将出现和国际趋同的趋势，即并不单纯是数量的增长，更重要的是产品档次提高带来的消费额增长。参照国际市场情况来看，日用陶瓷制品平均售价由 80 年代初的 0.70 美元提高到目前的 1.20 美元，而国内日用陶瓷消费结构的升级还处于起步阶段，因此，国内市场具有巨大的发展潜力。

(二) 项目产品市场前景分析

报告期内，公司已自筹资金投入该项目，最近三年一期的产量、产能、销售情况如下：

产品类别	项目	2006 年 1-6 月	2005 年度	2004 年度	2003 年度
耐热瓷	产能 (万件)	800	705	605	455
	产量 (万件)	386	669	547	455
	销量 (万件)	332	619	521	433
	销售额 (万元)	2,887.14	5,425.72	4,171.01	3,467.17
	产销率 (%)	86.01	92.53	95.25	95.16
	平均售价 (元)	8.70	8.77	8.01	8.01
骨锂瓷	产能 (万件)	2,778	2,778	1,852	1,530
	产量 (万件)	1,312	1,870	1,794	1,524
	销量 (万件)	1,297	1,709	1,904	1,428
	销售额 (万元)	2,037.39	2,700.65	2,873.69	2,142.29
	产销率 (%)	98.86	91.39	106.13	93.70
	平均售价 (元)	1.57	1.58	1.51	1.50
轻质瓷	产能 (万件)	500	600	450	190

产量 (万件)	228	568	429	163
销量 (万件)	206	579	393	154
销售额 (万元)	601.50	1,648.76	1,038.46	434.39
产销率 (%)	90.35	101.94	91.61	94.48
平均售价 (元)	2.92	2.85	2.64	2.82

该项目涉及的三种瓷种的市场竞争状况如下：

公司耐热煲的产销规模和市场占有率均居于国内同类产品首位，主要竞争对手为江西省黎川县康舒耐热瓷厂和安徽三星陶瓷厂。公司耐热瓷的竞争优势主要体现在：销售渠道广，公司耐热瓷产品已进入全国主要城市的连锁零售商，而竞争对手主要是在华东地区与公司形成竞争，同时，在零售商排面份额上公司产品亦占优势；价格优势，由于公司耐热瓷原料配比中的低价格原料比例较高，同时烧成温度低于行业平均水平，同类产品价格低于竞争对手；品牌优势，公司“福康”牌耐热煲是国家级火炬计划项目产品，曾获中国发明协会奖项、全国质量稳定合格产品以及福建省名牌产品、福建省用户满意产品、首都市场首选知名品牌等多项荣誉，在同类产品中用户认可度较高。随着公司先行自行筹资建设募集资金项目，耐热瓷的年产能从 2003 年的 455 万件增长 75.82%至 2006 年的 800 万件；公司 2003 年至 2006 年上半年耐热瓷产量分别为 455 万件、547 万件、669 万件和 386 万件，同期销量分别为 433 万件、521 万件、619 万件和 332 万件，产销率分别为 95.16%、95.25%、92.53%和 86.01%，2006 年上半年产销率略有下降主要是受该产品季节性因素影响。2004 年度和 2005 年度产量分别增长 20.22%和 22.30%，而在产品单价提高的情况下，销量分别增长 20.32%和 18.81%，公司新增产能和产量基本可以被市场消化。待项目达产后，耐热瓷年产能将再上升 8.63%，即 69 万件，公司计划通过开发酒店、餐饮和出口市场，平衡产品的淡旺季销售，新增产能不会对销售造成压力。

公司骨锂瓷的同类产品是骨质瓷和锂质瓷，竞争对手主要是骨质瓷的生产厂家，如广东美地瓷业（集团）有限公司、邯郸陶瓷集团有限责任公司、重庆华陶瓷业有限公司。公司骨锂瓷的主要特色是：性价比高，骨锂瓷基本保留了骨质瓷和锂质瓷的优点，由于在配方和烧成工艺方面的技术，其价格与骨质瓷相差较大；细分市场优势，由于骨质瓷档次较高，传统上主要用于海外市

市场和礼品市场，如广东美地瓷业（集团）有限公司的骨质瓷除出口外，在酒店市场中份额较高，重庆华陶瓷业有限公司则主要依靠专卖店在礼品市场上份额较高，在连锁零售商市场上公司产品占有优势，该市场的对象广、流转额高；

品牌优势，骨质瓷生产厂商均为实力较强的企业，但由于公司长期致力国内市场，已在国内获得较高的市场知名度，“冠福”牌骨锂瓷曾获中国发明协会奖项、“冠福”牌获国家免检产品、福建省著名商标、中国名牌、中国陶瓷行业名牌产品等荣誉。随着公司先行自行筹资建设募集资金项目，骨锂瓷的年产能从2003年的1,530万件增长81.57%至2005年的2,778万件；公司2003年至2006年上半年骨锂瓷产量分别为1,524万件、1,794万件、1,870万件和1,312万件，同期销量分别为1,428万件、1,904万件、1,709万件和1,297万件，产销率分别为93.70%、106.13%、91.39%和98.86%。2004年度和2005年度产量分别增长17.72%和4.23%，销量分别增长33.33%和-1.02%，2006年上半年，公司产销量分别达到去年全年的70.16%和75.89%，公司新增产能和产量基本完全被消化。待项目达产后，骨锂瓷年产能将再上升27.11%，即753万件，公司通过连锁零售商的地域和门店数量的扩张，以及目前尚未完全开发的西南、西北的市场进一步开拓，能够消化该部分的新增产能。

轻质瓷（即白云瓷）是环保型绿色陶瓷产品，主要用于日用装饰陈设以及国外餐饮业一次性日用瓷餐具，在海外市场需求很大。目前国内白云瓷生产厂家众多，公司主要竞争对手为德化本地的福建省臻峰陶瓷有限公司、泉州万顺捷集团有限公司。公司轻质瓷的竞争优势主要体现在：技术优势，公司轻质瓷坯体配方通过适当增加长石用量和石灰石，克服了白云石这种瘠性原料造成的产品可塑性差和坯体干后强度小的缺点；通过利用多种低温矿物原料组成的无铅低温釉，调节其中碱金属和其他成分的含量和比例，改善了坯釉适应性；

成本优势，公司采用的先进节能窑炉技术，可以节约能耗，并确保轻质瓷产品稳定在 $1,055 \pm 5$ 的低温范围内烧成，低于行业平均水平，具有一定的能耗成本优势。随着公司先行自行筹资建设募集资金项目，轻质瓷的年产能从2003年的190万件增长163.16%至2006年的500万件；公司2003年至2006年上半年轻质瓷产量分别为163万件、429万件、568万件和228万件，同期销量分别为154万件、393万件、579万件和206万件，产销率分别为94.48%、91.61%、

101.94%和90.35%。2004年度和2005年度产量分别增长163.19%和32.40%，销量分别增长155.19%和47.33%，公司新增产能和产量基本可以被市场消化。公司的轻质瓷主要针对海外市场，由于目前公司仍然将主要精力用于维护和开拓国内市场，轻质瓷的销售收入仍主要来自国内市场，2003年和2004年，65%以上的轻质瓷收入来自国内，2005年以来，80%以上的轻质瓷收入来自国内，海外市场开发力度尚需加强；同时，由于其他瓷种分流了投资，轻质瓷生产线数量不足以适应海外定单的数量和时间要求，也使其出口量受到影响。待项目达产后，轻质瓷年产能将大幅度上升255.40%，即1,277万件，公司计划通过积极参展、设立固定展厅、自营与外贸公司合作相结合等手段加强出口业务，尤其在西欧、中东、日本等经济发达国家和地区扩大餐饮业一次性用品的出口量；在国内市场则主要发展卡通造型陈设瓷、礼品瓷等市场，消化新增产能。

总体而言，报告期内，随着公司该项目的投资建设，公司耐热瓷、骨锂瓷、轻质瓷产品产能累计增加约1,900万件，相应地，公司产量2005年比2003年增长约1,000万件，2006年上半年产量达到2005年全年约62%。公司上述三瓷种2003年合计销售量为2,015万件，2004年合计销售量为2,818万件，2005年合计销售量为2,907万件，2006年上半年合计销售量为1,835万件；2004年和2005年合计销售量增长率分别达到39.85%和3.16%，2006年上半年销量达到2005年全年的63.12%。公司的各年度上述产品的产销率全部在90%以上，新增产能和产量已基本消化。从市场分析和销量增长情况来看，本次募集资金投资项目涉及的耐热瓷、骨锂瓷和轻质瓷均属于安全、环保、科技含量高的中高档产品，符合现代家庭生活的需求，能满足国内外市场对中高档日用陶瓷日益增长的需要，也符合日用陶瓷发展与消费趋势，具有广阔的市场前景。在本项目建设和达产期间，市场需求的自然增长即可消化新增产能。

三、募集资金投入对公司经营模式的影响

2006年底前上海五天实业家用品服务中心项目完工后，将建成公司未来的家用品分销管理中心、分销配送中心、展示中心、培训中心。五天实业将依托上海的地缘优势及其他优势，充分发挥发行人积累的家用品营销经验，利用发行人组织和建立的各种销售渠道，全面推进其他家用品经销业务。上述业务方

向的转变，将进一步增强发行人的渠道控制能力和销售渠道优势，生产经营模式将由原来的日用陶瓷制造业 90%为主，家用品分销业务 10%为辅，逐渐向制造和分销业务比重各半转变。在产供销业务链一体化的基础上做强做大家用品制造和分销业务，改变中国日用陶瓷制造业传统的单一的“中国制造”局面，真正实现向自主创新、自主品牌的“中国创造”模式转变。

为实现上述转变，五天实业已在渠道整合与控制、业务布局和经营管理、技术准备、产品链条整合和市场开拓方面做好了充分的准备：

（一）渠道整合与控制

报告期内，华东地区的销售收入占公司主营业务收入的 50%至 65%，几乎完全以两层委托代销模式实现销售。上海家用品服务中心项目建成后，发行人将具备自身的供应和配送服务能力，形成自身的家用品分销产业基地，因此在以上海为中心的华东区域内，原有的“供应商（公司）—特许经销商—销售商（零售终端）”两层委托代销模式，难以继续适应发行人迅速做大家用品分销业务的发展战略。公司对现有销售渠道的整合将按如下计划进行：

1、推进全国联采和华东地区联采业务

自 2005 年底起至今，五天实业开始整合潜在的联采客户，直接与连锁零售终端的全国总部或区域总部签署全国联采或华东地区联采协议，缩短分销层次，加强终端的控制能力。目前，五天实业已与联华超市、易初莲花、上海物美等 10 多家连锁零售商签定了联采合同。由于通过经销商采购和实施联采尚需一段过渡时间，2006 年上半年联采合同下销售收入约为 350 万元。公司将加快联采业务的开展，预计到 2006 年底，联采客户量将达到 20-25 家，联采合同下的销售收入将达到约 4,000 万元，占公司主营业务收入的 13%左右；到 2007 年底，联采合同下的销售收入将增长 100%以上达到 10,000 万元左右，约占公司目前主营业务收入的 30%左右。

2、整合上海地区特许经销商

针对以上海为中心的华东地区，在 2007 年至 2008 年，将采用五天实业联采和特许授权经销商代销相结合的方式销售产品。由五天实业对全国联采客户和华东地区联采客户直接销售，并由其进行配送、促销、售后服务和结算；由

上海五天和上海龙浔继续对其他客户代销产品并提供相应服务。在五天实业联采业务规模扩大后，公司将在获得上海五天和上海龙浔认可的前提下，在 2008 年底前通过直接收购股权、与五天实业进行股权置换或其他形式收购上述公司的销售业务，逐步实现由联采和特许经销并存向全部由五天实业实现销售转变。

3、继续发挥其他区域特许经销商的作用

在其他地区，公司将长期保留五天实业联采和特许授权经销商代销相结合的销售模式。由五天实业对全国联采客户直接销售，由各区域特许经销商对其他客户代销产品。五天实业将就联采客户的配送、促销、售后服务等营销环节制定标准化程序，委托各区域特许经销商提供上述服务并支付相应费用。

通过上述整合过程，公司预计在 2009 年通过五天实业的联采业务以及其他直接销售方式实现的销售收入将达到公司主营业务收入的 60%以上。以五天实业核心，以特许经销商为辅助，协同发展的销售模式将初步形成，公司销售体系更为紧密，公司的渠道控制能力和销售渠道优势将进一步加强。

(二) 业务布局和经营管理

五天实业在家用品服务中心项目完成后未来业务重点是：(1) 日用陶瓷、玻璃、竹木、不锈钢制品等家用品分销业务链条的延伸和扩展；(2) 家用品分销渠道的整合和扩大直销；(3) 家用品的展示和电子商务；(4) 家用品的国际贸易业务四大业务板块。

具体经营管理安排包括：一是加强原有的日用陶瓷和玻璃器皿业务的市场推广，提高青古瓷和高档瓷等附加值较高的新瓷种的市场占有率，深化与弓箭玻璃的合作，继续引进高端产品并开展双方产品的配套销售。二是与国内外家用品生产厂家继续接触，特别是注意发展品牌产品的经销业务。三是逐步汇集全国日用陶瓷、玻璃、竹木、不锈钢制品等家用品知名厂商的产品，集中展示，并利用华交会、全国日用百货会等机会向国内外采购商进行发布和展销，争取客户和订单；四是做大做强出口业务，公司拟采用股权联合、利润分成等方式引进外贸人才，特别是有国外大型采购商业经验和从业经验的专门人才，重新组建出口业务部门，主要针对欧美地区、亚洲区、中东地区做强做大家用品的进出口业务。

（三）技术准备

五天实业家用品服务中心建成后，一是利用募集资金投入，建设国内最大的综合性家用品行业网站和电子商务网站，发布家用品供求和新产品、展销等信息，实现远程电子化交易。二是加大研发设计方面的开发与投入，公司拟于2006年与江西景德镇陶瓷工艺职业技术学院设计学院联合设立家用品设计中心，与上海徐泾建成的家用品研发中心形成互动，同时聘请家用品设计工艺大师作为公司的技术顾问，致力于国内外家用品的造型、花面、艺术与雕塑等领域研究；三是计划与景德镇陶瓷学院、中国轻工业陶瓷研究所联合设立工程技术中心，致力于日用陶瓷的研究和开发。

（四）产品链条延伸

一是在日用陶瓷现有生产能力的基础上整合国内外优秀日用陶瓷厂家的产品，通过OEM、外协加工等方式进行战略合作，加强日用陶瓷产品的生产供应能力；二是扩大玻璃产品链，进一步扩大法国弓箭的销售规模，并逐步引进国内外其他知名玻璃产品；三是整合国内外其它竹木、不锈钢制品等家用品厂家产品。四是计划通过与包装彩印企业的合作，开展家用品包装、彩印和二次加工包装业务。

（五）市场拓展

一是除做强做大现有家用品领域外，陶瓷、玻璃产品市场计划向酒店、航空用品、国宾用品等细分市场发展，做强、做大团购、定单、礼品等方面的业务；二是发展家用品直销专卖系统，通过专卖店、店中店、五元折扣店等方式架设家用品的零售市场，直接面向广大消费者；三是做大出口和国际贸易业务；四是通过电子商务平台、邮购平台的建设，逐步引进国际上成功的现代销售模式。上述市场拓展手段和营销渠道建设能够对现有的主要依靠连锁零售终端的销售模式形成有效补充，缓解资金链长的压力，增强公司营销业务方面的综合实力。

四、募集资金投资项目情况

（一）冠福科技园年产4,000万件陶瓷产品扩建项目

1、项目背景

中国是陶瓷文化的发源地，具有悠久的陶瓷生产和消费的传统，改革开放后，随着全球经济一体化的趋势和我国陶瓷行业迅速发展，中国已成为世界日用陶瓷第一生产大国、出口大国和消费大国；但是，我国日用陶瓷行业目前处于企业多，名牌少，数量大，质量差，价格低，创新能力缺乏，市场意识落后，竞争力弱的局面。因此，在日用陶瓷行业做大做强民族品牌，为消费者提供符合现代家庭生活需要的产品已经成为对我国日用陶瓷企业的根本要求。

公司借助福建德化业已形成的日用陶瓷产业优势，通过在全国范围内建设稳定高效的销售渠道，自设立以来一直保持了产销高速增长，已成长为国内日用陶瓷产品市场的主要供应商。目前，公司产品已形成了一定的技术和品牌优势，公司陆续开发的耐热瓷、骨锂瓷、轻质瓷和半瓷产品均为附加值较高的创新产品，符合绿色、环保、节能等行业发展趋势和市场消费需求，一直处于供不应求的状态。

为做大做强公司主业，优化公司产品结构，巩固和加强产品品牌优势，满足消费者对陶瓷产品日益增长的需求，公司拟在原有基础上进行扩建，提高公司耐热瓷、骨锂瓷和轻质瓷等优势产品的产能。

本项目产品具有创新性，市场竞争力较强、具备有利的外部环境、具有行业先进的生产工艺水平、预期经济效益良好，符合国家及福建省有关产业政策和区域持续发展战略，并已经福建省发展计划委员会以闽计产业[2004]493号文批准。

2、项目投资概算

序号	项目	金额(万元)
1	固定资产投资	12,219.53
1.1	建筑物工程	7,536.89
1.2	设备购置	3,431.86
1.3	安装工程	1,250.78
2	无形及递延资产投资	2,690.47

2.1	土地使用费	1,800.00
2.2	建设单位管理费	220.00
2.3	职工培训费及提前进厂费	230.00
2.4	办公设备购置费	80.50
2.5	前期工程费	20.00
2.6	勘察费	20.00
2.7	设计费	183.31
2.8	联合试车费	100.00
2.9	工程保险费	36.66
3	基本预备费	1,491.00
4	铺底流动资金	726.20
	项目总投资	17,127.20

本项目主要内容包括：耐热瓷、骨锂瓷和轻质瓷厂房、原料加工车间、原料仓库、包装车间、成品仓库等工程项目所需要的机器设备投资等。

3、项目技术情况

(1) 产品的质量标准

公司按照相关国家标准和行业标准执行各类瓷种的质量控制标准，其中耐热瓷执行 Q/DGC001-2001《高耐热日用陶瓷》企业标准，该标准是公司在参照行业标准 QB/T2580-2002《精细陶瓷烹调器》的基础上，提高了各项技术指标自行制定的；骨锂瓷执行 GB/T10811-2002《釉下（中）彩日用瓷器》和 GB/T3532-1995《日用瓷器》国家标准；轻质瓷参照 GB/T13524.3-1993《陈设艺术瓷器—文化用瓷》国家标准的主要技术指标，同时根据客户的具体要求执行国内外其他标准。

(2) 技术水平及工艺流程

本项目 3 类产品的核心技术和技术水平详见本招股说明书第五章“业务与技术”之“八（二）主导产品及拟投资项目的技术水平”，工艺流程图详见本招股说明书第五章“业务与技术”之“五（二）主要产品的工艺流程图”。

(3) 主要设备

本项目所需主要设备如下：

	序号	设备名称	型号及规格	单位	骨锂瓷 生产线	耐热瓷 生产线	轻质瓷 生产线	合计
原料 加工 车间	1	球磨	15T	台	8	8	4	20
	2	其他球磨		台	12	12	8	32
	3	大浆池		座	12	12	12	36
	4	小浆池		座	4	4	8	16
	5	搅拌机	75型高速	台	12	12	16	40
	6	振动筛	NJ ₈ -480型	台	8	8	12	28
	7	磁选棒		支	120	120	120	360
	8	压滤机	TCYL(50)片	台	16	16	12	44
	9	真空练泥机	TCIN20型	台	4	4	4	12
成 型 车 间	10	单头滚压机	TCDC300-1	台	32	80	8	120
	11	双头滚压机	TODC300-2		16			16
	12	砂坯机	TCCX130型	台	160	160	8	328
	13	抽尘器		台	8	8		16
	14	链式干燥机		台	8			8
	15	简易烘房		个	4	8	8	20
烧 成 车 间	16	升降机		台	4	4	4	12
	17	煤气隧道窑	60m	条	4	4	4	12
	18	试验窑		条				4

4、原辅材料、燃料供应情况

本项目主要原辅材料为高岭土、长石、锂辉石、瓷土和瓷石，上述原辅材料在项目所在地或国内储量充足，采购方便，具体供应情况如下：

序号	原料名称	估计年用量(吨)	来源	运输方式
1	长石	7,712	福建、江西	汽运
2	高岭土	10,168	福建、贵州、云南	汽运
3	锂辉石	3,017	新疆	汽运

4	瓷土	6,495	福建	汽运
5	瓷石	1,088	福建	汽运

本项目主要燃料为电能和煤气。本项目所需电能约为 1,174 万度/年，由本地电力公司供应；本项目所需煤气由公司 2003 年已建成并投入使用科技园的两段式冷煤气供应站提供，需耗用的煤炭用量约 22,000 吨/年，由本地燃料公司供应。

5、项目竣工时间、产能、产品销售方式

预计项目竣工时间为募集资金到位后 12 至 15 个月。

该项目达产后耐热瓷、骨锂瓷和轻质瓷预期产能增加量，截止 2006 年 6 月 30 日公司自筹资金投资实现的产能增加量，至达产后尚能实现的产能增加量如下：

单位：万件

产品	预期产能增加量	已实现产能增加量	未完工部分产能增加量	产品销售方式
耐热瓷	414	345	69	通过现有渠道营销
骨锂瓷	2,001	1,248	753	通过现有渠道营销
轻质瓷	1,587	310	1,277	通过现有渠道营销、扩大出口

6、项目环保情况

本项目系可能对环境造成轻度影响的工业建设项目，生产过程中存在少量废水、废气和噪声。本项目已经泉州市环境保护局 2004 年 6 月 16 日出具的泉环监审[2004] 82 号文审批同意实施。

本项目主要污染源及公司的综合利用和治理方案如下：

废水：日用陶瓷生产过程本身并不产生废水，废水主要是由陶瓷生产车间内的冲洗所致，该部分废水主要为含有硅酸盐的悬浮物，经沉淀处理后可实现完全回用，此外生活污水来自办公楼，车间卫生间及公厕。科技园污水收集后，经调节池水均质，再经水泵一次性提升至兼氧系统和三级接触氧化系统，然后靠重力流入沉淀池进行固液分离，上清液达《污水综合排放标准》(GB8978-96)一级排放标准，固液分离下来污泥排入污泥池内。

废气：本项目的窑炉所使用的能源为煤气，以煤气为能源的窑炉属于清洁生产的窑炉。因此该项目的废气主要是燃煤气窑产生的废气。燃煤气窑产生的燃烧尾气均被管道抽至坯体烘房烘干陶瓷坯体，利用其余热缩短产品生产周期并降低产品成本，最终的尾气从烘房的抽风机抽至室外的排气筒排放。废气处理后达到《工业窑炉大气污染物排放标准》(GB9078-1996) 二类区标准。

噪音：主要噪音源是窑炉尾风机、离心通风机、滚压机、隧道窑等。本项目对噪音污染源大的设备、尾风机、离心通风机等配置减振装置，安装隔声罩或消声器，建筑材料使用隔声式加贴吸声材料，以阻挡噪声向外传播。噪声处理后厂界达到《工业企业厂界噪声标准》(GB12348-90) 类标准。

7、项目选址情况

本项目规划占地 110 亩，位于福建省德化县城关西郊浔中镇土坂村，在公司总部南边数百米的冠福科技园区内，原为山坡地，交通便利，大型货柜车可直达厂区仓库，是较理想的陶瓷企业生产用地。

公司已以出让方式取得上述地块的土地使用权，截止 2005 年 12 月 31 日，共支付土地款 445.38 万元，截止 2006 年 6 月 30 日，共支付其他费 136.41 万元，合计 581.80 万元，并取得了德国用(2004)第 26469 号、德国用(2004)第 26470 号、德国用(2004)第 26471 号、德国用(2004)第 26559 号、德国用(2006)第 32293 号和德国用(2006)第 32294 号 6 宗土地使用权证。

8、项目效益分析

本项目财务评价基准参数设定为：项目计算期 14 年，其中建设期 2 年，生产经营期 12 年，投产第 1 年达设计生产能力 80%，其余各年达设计生产能力。本项目达产后，公司新增日用陶瓷年销售收入 22,147.84 万元，年平均税前利润 5,511.31，年平均税后利润 3,692.58 万元。

项目盈利能力的具体指标如下：

指标名称	单位	所得税前	所得税后	备注
投资回收期	年	5.29	6.47	含建设期 2 年
财务净现值	万元	16,401.43	7,670.51	$i=12\%$

财务内部收益率	%	27.22	19.60	
投资利润率	%	32.40	29.28	

本项目全部投资财务内部收益率高于行业基准收益率 12%，投资回收期低于行业基准投资回收期 10.3 年，财务净现值大于零，说明本项目盈利能力强，在经济上是可行的。

9、目前项目实施进展情况和资金投入时间安排

冠福科技园年产 4,000 万件陶瓷产品扩建项目已实施部分包括冠福科技园一期工程 and 二期工程，截止 2006 年 6 月 30 日，项目实施进展情况如下：

建设内容	投资金额（万元）
建筑物及厂房	7,465.67
窑炉	593.81
生产系统设备	754.13
加工系统设备	199.37
合计	9,012.97
完工进度	52.62%

项目资金的投入情况和资金投入时间安排如下：

(1)截止 2004 年 12 月 31 日，公司自筹资金累计投资共计 6,432.36 万元，主要完成了冠福科技园一期工程的土建工程建设并取得相关土地使用权和二期部分土建工程，项目进度为 37.56%。建设内容主要包括：投资 5,149.09 万元建设 1-3 号生产厂房、原料仓库、纸箱车间、厂区部分道路、大门、厂区绿化等工程；投资 203.12 万元于二期土建工程；投资 434.37 万元于 6 条隧道窑炉；投资 481.37 万元于生产系统设备，主要包括滚压机 36 台、链式烘房 3 条、简易烘房 3 条、升降机 1 台；投资 164.41 万元于加工系统设备，主要包括球磨机 6 台、练泥机 13 台、压滤机 7 台、搅拌机 16 台；

(2) 2005 年度公司自筹资金投资 1913.95 万元，累计投资共计 8,346.31 万元，主要完成了冠福科技园二期工程的部分土建工程建设，项目进度为 48.73%。建设内容主要包括：投资 1,571.18 万元建设生产厂房、原料仓库、厂区部分道路、厂区绿化工程；投资 102.44 万元于 2 条隧道窑炉；投资 223.45

万元于生产系统设备，主要包括滚压机 44 台、简易烘房 1 条、升降机 1 台；投资 16.89 万元于加工系统设备，主要包括练泥机 1 台、压滤机 2 台、搅拌机 1 台、振动筛 1 台；

(3) 2006 年 1-6 月公司自筹资金投资 666.66 万元，累计投资共计 9,012.97 万元，主要是继续进行冠福科技园二期工程的土建工程建设并取得相关土地使用权，项目进度为 52.62%。建设内容主要包括：投资 542.28 万元建设生产厂房、原料仓库、厂区部分道路、厂区绿化工程；投资 57 万元于 1 条隧道窑炉；投资 49.30 万元于生产系统设备，包括滚压机 8 台、简易烘房 2 条；投资 18.07 万元于加工系统设备，包括练泥机 2 台、压滤机 3 台、搅拌机 3 台；

(4) 公司计划于 2006 年 12 月 31 日前通过自筹资金投资 200 万元，用于购置项目所需的其他机器设备，主要包括隧道窑炉 1 条、球磨机、成型滚压机和其他关键设备；

(5) 本项目其余辅助工程的建设以及其他费用，预计尚需使用募集资金约 8,000 万元，拟在本次募集资金到位后投入。

(二) 上海五天实业有限公司家用品服务中心项目

1、项目背景和可行性

随着公司陶瓷产品链的丰富，销售渠道的整合，以及供应能力的增强，客观上要求现有经销体系在分销增值服务能力、物流配送效率、品类管理水平、存货与回款控制能力等方面同步提升。冠福科技园年产 4,000 万件陶瓷产品扩产项目的完成，也对公司经销体系的运营能力提出更高的要求。为此，建设高效、专业的分销管理及配送服务平台——家用品服务中心项目显得尤为必要。

上海五天实业有限公司家用品服务中心项目建成后，将提高销售渠道运营效率，使分销业务成为公司新的利润增长点，并最终将五天实业打造成为集开发、采购、展示、分销、配送和供应链管理一体化的具有规模、品牌和资本实力的现代家用品分销企业。本项目已经上海市发展和改革委员会沪发改产[2004]056 号文批准。

该项目可行性主要体现在下述方面：

长期分销渠道的经营经验积累：本公司控股股东具有丰富的日用陶瓷市场

营销经验，通过多年经营，最终形成了特许授权加盟形式的分销网络，同时也为五天实业完成了分销渠道的经营经验积累。

长期分销业务的经营团队积累：在组建分销渠道过程中，公司造就了一批经验丰富、求真务实的市场运作团队，具备专业理论知识和丰富的实务操作经验及风险管理能力的分销业务人才已成为五天实业经营家用品服务中心的最宝贵而且无法替代的核心竞争能力之一。

五天分销品牌已初步获得市场认同：经过长期努力开拓，公司经营的日用陶瓷和玻璃器皿获得了高速增长，并在市场中特别是零售终端树立了五天分销一定的品牌价值。

五天分销的强势谈判能力：五天实业依靠冠福系列日用陶瓷产品的支撑，与特许授权加盟的全国五天公司共同组成深厚而广阔的分销网络。通过合作共赢的模式，公司与分销网络组成了认同度很高的利益共同体，通过协同发展，分销网络价值得以不断提高，同时也提高了五天实业与个别分销商和终端客户的谈判地位。

2、项目投资主体的基本情况

(1) 五天实业基本情况

项目投资主体为发行人子公司上海五天实业有限公司，该公司成立于 2002 年 6 月 7 日，在上海市工商行政管理局登记注册，《企业法人营业执照》注册号：3102292044415；注册资本 5,000 万元，其中：发行人持有该公司 75%的股权，发行人之控股子公司冠峰耐热瓷持有该公司 25%的股权。（详见本招股说明书第四章“发行人基本情况”之“六、发行人控股、参股公司情况”）。

(2) 五天实业最近一年及一期的资产负债表和利润表（经福建华兴有限责任会计师事务所审计）

2005 年度资产负债表

单位：元

资 产	年初数	年末数	负债及股东权益	年初数	年末数
流动资产：			流动负债：		
货币资金	1,427,696.94	8,813,101.13	短期借款		
短期投资			应付票据	4,000,000.00	6,000,000.00
应收票据			应付账款	30,791,205.95	29,357,074.00
应收股利			预收账款	398,619.20	58,619.20
应收利息			应付工资	66,892.25	70,623.55
应收账款	16,418,389.24	19,157,149.91	应付福利费	63,754.50	154,397.18
其他应收款	212,329.67	405,973.00	应付股利		
预付账款	15,578,335.02		应交税金	619,583.92	1,776,920.51
应收补贴款			其他应交款	7,602.49	13,635.85
存货	37,996,693.67	37,247,390.93	其他应付款	7,216,914.78	11,684,959.80
待摊费用	6,063,373.52	3,733,928.72	预提费用	215,055.00	44,165.90
一年内到期的长期债权投资			预计负债		
其他流动资产			一年内到期的长期负债		
流动资产合计	77,696,818.06	69,357,543.69	代销商品款	23,797,670.76	20,062,968.58
长期投资：					
长期股权投资			流动负债合计	67,177,298.85	69,223,364.57
长期债权投资			长期负债：		
合并差价					
长期投资合计			长期借款		
固定资产：			应付债券		
固定资产原价	162,560.00	460,695.00	长期应付款		
减：累计折旧	16,645.08	56,668.84	专项应付款		
固定资产净值	145,914.92	404,026.16			
减：固定资产减值准备			长期负债合计		
固定资产净额	145,914.92	404,026.16	递延税项：		
工程物资			递延税款贷项		
在建工程		4,102,980.60	负债合计	67,177,298.85	69,223,364.57
固定资产清理					
固定资产合计	145,914.92	4,507,006.76	所有者权益（或股东权益）		
无形资产及其他资产：			实收资本（或股本）	9,000,000.00	9,000,000.00
无形资产		15,633,271.80	减：已归还投资		
长期待摊费用			实收资本（或股本）净额	9,000,000.00	9,000,000.00
其他长期资产			资本公积		
无形资产及其他资产合计		15,633,271.80	盈余公积	256,527.16	1,697,880.70
递延税项：			其中：法定公益金	85,509.05	565,960.23
递延税款借项			未分配利润	1,408,906.97	9,576,576.98
其他递延支出			所有者权益（或股东权益）合计	10,665,434.13	20,274,457.68
资产总计	77,842,732.98	89,497,822.25	负债和所有者权益（或股东权益）总计	77,842,732.98	89,497,822.25

2005 年度利润及利润分配表

单位：元

项 目	本年累计数	上年同期累计数
一、主营业务收入	158,151,169.35	116,753,951.33
减：主营业务成本	139,521,308.82	111,195,097.83
主营业务税金及附加	150,389.86	112,192.70
二、主营业务利润(亏损以-号)	18,479,470.67	5,446,660.80
加：其他业务利润	2,118,617.81	1,767,192.11
减：营业费用	4,005,920.23	3,691,110.62
管理费用	2,217,852.84	998,203.77
财务费用	-6,792.51	1,312.72
三、营业利润	14,381,107.92	2,523,225.80
加：投资收益		
补贴收入	115,235.00	68,209.50
营业外收入		
减：营业外支出		
四、利润总额	14,496,342.92	2,591,435.30
减：所得税	4,887,319.37	881,254.23
五、净利润	9,609,023.55	1,710,181.07
加：年初未分配利润	1,408,906.97	-44,746.94
六、可供分配的利润	11,017,930.52	1,665,434.13
减：提取法定公积金	960,902.36	171,018.11
提取法定公益金	480,451.18	85,509.05
七、未分配利润	9,576,576.98	1,408,906.97

2006年1-6月资产负债表

单位：元

资 产	年初数	年末数	负债及股东权益	年初数	年末数
流动资产：			流动负债：		
货币资金	8,813,101.13	17,573,925.28	短期借款		50,000,000.00
短期投资			应付票据	6,000,000.00	13,416,974.50
应收票据			应付账款	29,357,074.00	11,900,406.71
应收股利			预收账款	58,619.20	231,498.35
应收利息			应付工资	70,623.55	43,859.20
应收账款	19,157,149.91	15,359,475.74	应付福利费	154,397.18	183,830.29
其他应收款	405,973.00	402,116.00	应付股利		
预付账款		2,020,623.44	应交税金	1,776,920.51	1,741,728.31
应收补贴款			其他应交款	13,635.85	14,068.17
存货	37,247,390.93	45,848,566.11	其他应付款	11,684,959.80	326,464.42
待摊费用	3,733,928.72	3,797,754.11	预提费用	44,165.90	233,714.56
一年内到期的长期债权投资			预计负债		
其他流动资产			一年内到期的长期负债		
流动资产合计	69,357,543.69	85,002,460.68	其他流动负债		
长期投资：			代销商品款	20,062,968.58	16,377,005.87
长期股权投资			流动负债合计	69,223,364.57	94,469,550.38
长期债权投资			长期负债：		
长期投资合计			长期借款		
固定资产：			应付债券		
固定资产原价	460,695.00	619,638.00	长期应付款		
减：累计折旧	56,668.84	91,771.84	专项应付款		
固定资产净值	404,026.16	527,866.16	其他长期负债		
减：固定资产减值准备			长期负债合计		
固定资产净额	404,026.16	527,866.16	递延税项：		
工程物资			递延税款贷项		
在建工程	4,102,980.60	77,724,166.04	负债合计	69,223,364.57	94,469,550.38
固定资产清理					
固定资产合计	4,507,006.76	78,252,032.20	所有者权益（或股东权益）		
无形资产及其他资产：			实收资本（或股本）	9,000,000.00	50,000,000.00
无形资产	15,633,271.80		减：已归还投资		
长期待摊费用			实收资本（或股本）净额	9,000,000.00	50,000,000.00
其他长期资产			资本公积		
无形资产及其他资产合计	15,633,271.80		盈余公积	1,697,880.70	1,697,880.70
递延税项：			其中：法定盈余公积	565,960.23	
递延税款借项			未分配利润	9,576,576.98	17,087,061.80
其他递延支出			所有者权益（或股东权益）合计	20,274,457.68	68,784,942.50
资产总计	89,497,822.25	163,254,492.88	负债和所有者权益（或股东权益）总计	89,497,822.25	163,254,492.88

2006年1-6月利润及利润分配表

单位：元

项 目	本期累计数	上年全年累计数
一、主营业务收入	86,417,753.90	158,151,169.35
减：主营业务成本	74,213,041.17	139,521,308.82
主营业务税金及附加	85,960.39	150,389.86
二、主营业务利润(亏损以-号)	12,118,752.34	18,479,470.67
加：其他业务利润	1,115,620.51	2,118,617.81
减：营业费用	2,269,014.75	4,005,920.23
管理费用	723,271.49	2,217,852.84
财务费用	321,095.84	-6,792.51
三、营业利润	9,920,990.77	14,381,107.92
加：投资收益		
补贴收入	863,421.00	115,235.00
营业外收入		
减：营业外支出	-	
四、利润总额	10,784,411.77	14,496,342.92
减：所得税	3,273,926.95	4,887,319.37
五、净利润	7,510,484.82	9,609,023.55
加：年初未分配利润	9,576,576.98	1,408,906.97
其他转入		
六、可供分配的利润	17,087,061.80	11,017,930.52
减：提取法定公积金		960,902.36
提取法定公益金		480,451.18
七、可供投资者分配的利润	17,087,061.80	9,576,576.98
减：提取任意盈余公积		
应付普通股股利		
八、未分配利润	17,087,061.80	9,576,576.98

3、项目投资方式

本项目将通过公司对五天实业增资 5,400 万元完成，2006 年 5 月 22 日和 2006 年 6 月 10 日，上海五天实业有限公司分别召开董事会和股东会，通过了本公司单方向五天实业增资用于投资建设五天家用品服务中心的方案如下：同意本公司在首次公开发行股票申请获中国证监会核准且该次发行募集资金到位后三个月内实施增资。如本公司首次公开发行股票募集资金按其使用计划不足用于该项目的，本公司将以自筹资金补足差额部分。

本公司与控股子公司冠峰耐热瓷于 2006 年 6 月 10 日签订《上海五天实业有限公司增资协议书》，协议约定，在本公司本次发行申请获得中国证监会核准且募集资金到位后，本公司将按其招股说明书披露的募集资金使用计划，以本次募集资金向五天实业增资入股，新增入股资金的金额为 5,400 万元，用途为投资建设家用品服务中心；如本公司本次募集资金按其使用计划不足用于该项目的，本公司将以其自筹资金补足差额部分；本次增资实施后，五天实业的股权结构将变更为：本公司出资 9,150 万元，占 87.98%的股权；冠峰耐热瓷出资 1,250 万元，占 12.02%的股权。该协议签订后，双方原于 2005 年 3 月 7 日签订的《关于上海五天实业有限公司增资的协议书》予以终止。

4、项目投资概算

序号	项目	合计(万元)	占总投资比重(%)
1	工程费用	3,823.00	69.03
1.1	建设工程	2,500.00	
1.2	设备购买	903.00	
1.3	安装工程	420.00	
2	工程建设其他费用	594.07	10.73
4	综合预备费	220.85	3.99
5	铺底流动资金	900.00	16.25
	合计	5,537.92	100.00

5、项目的主要内容和设备

项目建设的主要内容包括：家用品分销配送中心库房，分销管理中心大厦，物流及电子信息设备，电子商务网站。

土建工程的具体情况如下：

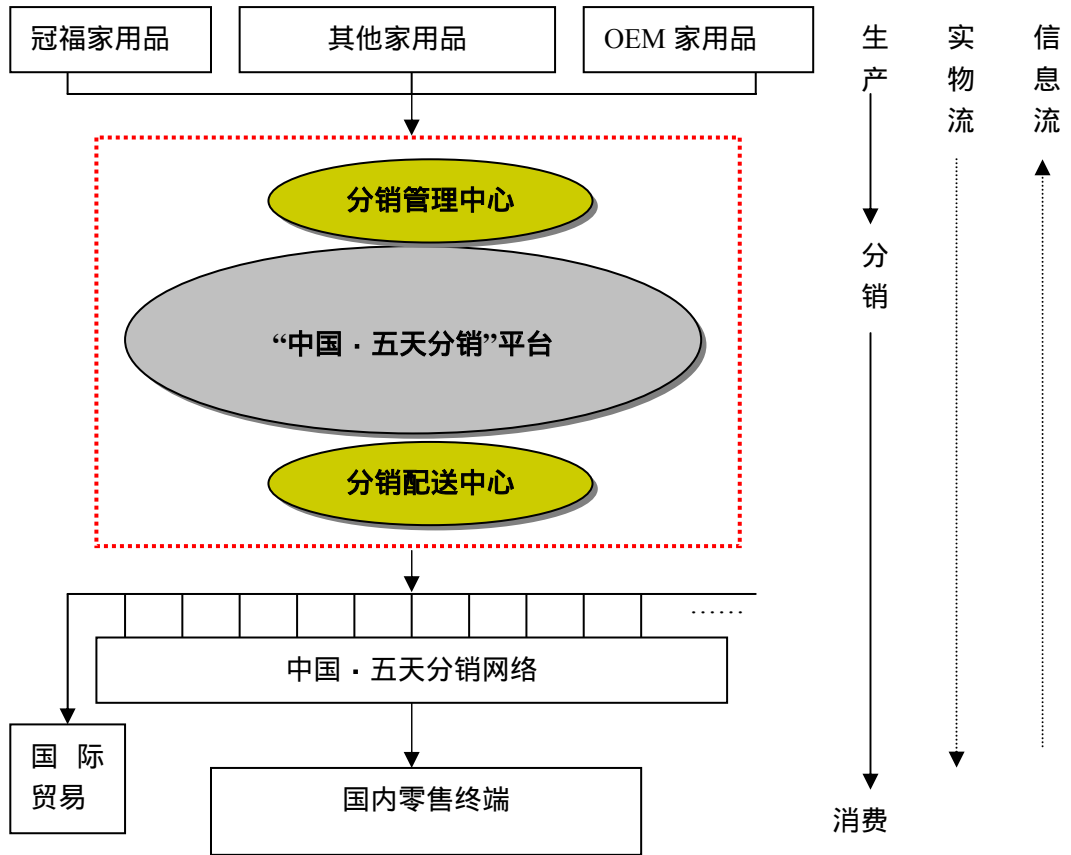
单位：万元

项目	建筑面积 (m ²)	单价	层数	组成内容
分销配送中心库房	10,000	1,200	6	1.2m 高站台式配送中心库房
分销管理中心大厦	10,000	1,200	6	行政办公室 5,000 m ² 大、中、小会议室 2,000 m ² 样品大厅 2,000 m ² 其他职工活动及辅助设施 1,000 m ²
其他配套工程	—	100	—	—
合计	20,000	2,500		

信息、物流设备的具体情况如下：

项目	数量 (台)	单价 (万元)	总额 (万元)
1. 信息平台硬件设备			
服务器	30	5.00	150.00
客户端 PC 机	650	0.40	260.00
路由器	50	0.10	5.00
交换机	80	0.10	8.00
其他办公设备			27.00
小计	810		450.00
2. 信息/物流平台软件			
金蝶 K/3 系统站点使用费	100(站点)	1.00	100.00
金蝶 K/3 系统维护费用	25 (地点)	2.00	50.00
小计			150.00
3. 电子商务网站建设			100.00
4. 物流平台硬件设备			
1.5t 铲车	10	10.00	100.00
液压托盘车	20	0.15	3.00
托盘	20000(块)	0.005	100.00
小计			203.00
总计			903.00

6、项目功能和流程



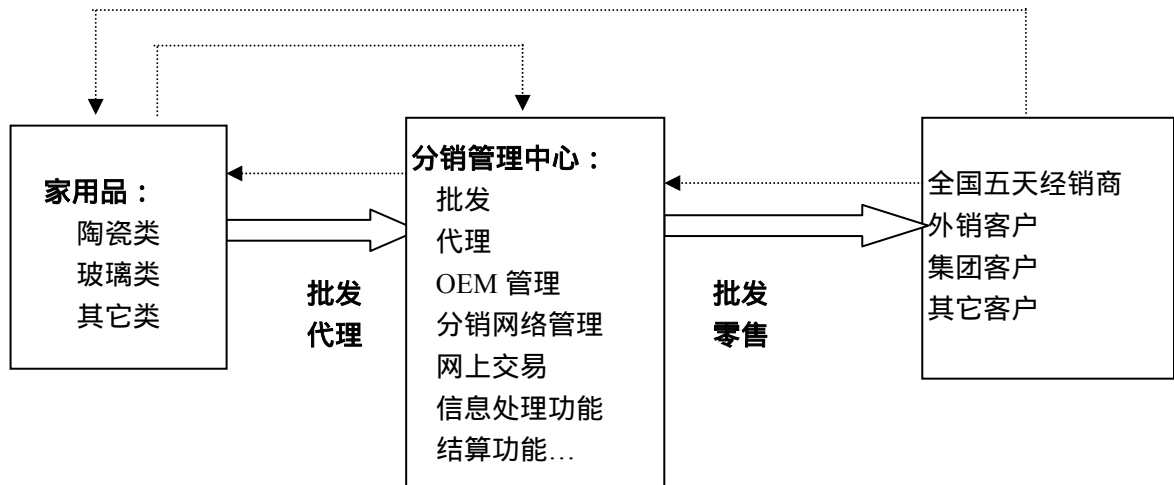
本项目主体分为分销管理中心和分销配送中心，前者负责多条家用品供应链的管控及信息流的收集与反馈；后者负责家用品在多条供应链的运输、仓储、包装、配送、分销等工作。

(1) 分销管理中心

分销管理中心主要协调家用品分销上下游关系，是本项目的中枢，整个分销网络的运转及扩张均依靠本管理中心。

建立分销管理中心的目的是建立健全“中国·五天分销”网络，保证网络运行的低成本与高效率。通过对计划流、物流、资金流、信息流的管理与控制，组织本公司生产的日用陶瓷产品及 OEM 家用品（主要为陶瓷类等）的市场分销；组织其他供应商家用品（包括玻璃制品、藤、竹类等）的采购以及分销；组织相关家用品的代销等。

分销管理中心所涉及的供应链运行情况如下图所示。



分销管理中心功能包括：采购、批发、代理、OEM 管理、网上交易、结算、信息处理、计划调度、渠道开发、渠道管控、决策。

采购功能：对拟进入五天分销渠道销售的家用品生产厂商进行资质、信用、产品质量、供货能力等方面的考核，经决策委员会认可后，纳入五天家用品供应商动态联盟中，进行战略合作；根据市场分析及分销体系中的库存制定相应的采购计划并加以实施；协调与供应商的关系，维持良好的供应商动态联盟体系；与分销配送中心保持紧密沟通，保证采购物流体系的高效运作，并协助分销配送中心控制库存。

批发功能：借助良好的分销网络和品牌效应，从其他家用品生产商处采购价廉物美的家用品并批发给家用品经销商或销售商。

代理功能：借助良好的分销网络和品牌效应，代理分销国内外知名品牌的家用品产品。分销管理中心将通过争取多种品牌、多种产品的代理资格，降低市场风险，增加自身在代理市场的谈判筹码。

OEM 管理功能：分销管理中心将集中和加强公司研究开发力量，开发设计符合市场需求的自有品牌家用品，委托经公司评估认可后的合格家用品制造商进行 OEM 生产，再利用分销网络将产品分销给各销售商。

网上交易功能：利用现有的分销配送体系，建立家用品网上交易平台。增加五天分销的市场份额和“中国·五天分销”的品牌效应，加强五天分销的市场竞争优势。

结算功能：与冠福家用进行结算；与家用品战略合作供应商进行结算；与

OEM 厂商进行结算；与其他家用品供应商进行结算；与全国五天特许经销商进行结算；与直销零售商进行结算。

信息处理：建立采购、库存、调配、销售、结算的一体化信息管理系统，全面收集、分析、处理各种信息流：订单及进销存信息、存货信息（包括冠福股份、分销配送中心、全国五天特许经销商以及各零售终端的库存数量）、产品调配信息、财务系统信息、与供应商及经销商的相关数据等信息，并在此基础上进行家用品供需信息和市场发展趋势的预测。

计划调度功能：对采购、分销的产品进行数量及地域的计划调度安排；协调各方关系，包括与冠福家用、各战略合作供应商、全国五天特许经销商、零售商、内部各管理职能部门之间以及各职能部门与冠福家用之间的业务关系。

渠道开发功能：重塑“中国·五天分销”网络，对现有渠道进行梳理，按照分销体系设计的总体原则寻找或评估新的经销商，建立完善分销渠道及特许经营体系；在对家用品分销的同时不断对整个分销渠道进行广度及深度开发。

渠道管控功能：包括销售政策的制定、人力资源培训、危机管理、物流支持；其中经销政策包括经销权政策、返利政策、促销政策、公关政策、客户服务政策、价格折扣、补贴政策；物流支持包括物流策略的制定、仓库网点的控制、存货控制、运输方式的选择、产品运输的管理、零售网点的控制。

决策功能：包括供应商的选择与评价、特许加盟经销商的选择与评价、分销渠道经销的产品范围和定价等一系列决策事宜。

（2）分销配送中心

分销配送中心对本公司完善全国性分销网络的意义十分重大，是上海五天实业有限公司家用品服务中心的主要投资。本中心配置的信息系统可与供应商、分销商网络中的各节点相连接，实时传递各种信息，保证货物的高效流转。

分销配送中心包括运输、仓储、理货、包装、配送、物流信息处理等主要功能，具体内容如下：

运输：主要负责产品的大批量异地输送，包括选择适当的物流服务商和合理的运输方式向各销售地域运送货物。

仓储：主要负责维持合理的库存量以及对货品进行有效保管，建立各种货品储存制度，改进储存设备和技术，并不断完善仓库内部管理。

理货：主要负责对进入分销配送中心的货品进行拆细包装、拣选、整理、贴标等工作，并配合包装工作共同操作。

包装：负责将整理好的货品按相关要求进行商品包装以及工业包装。

配送：按订单及补货要求进行配货，再通过经济方式（选择第三方物流公司或公司市内配送车队）将货品送交收货人。

物流信息处理：主要负责采集、处理、传送有关采购、库存、订货、配送、发货等方面的信息，有效地计划和组织实物流通。

7、项目环保情况

家用品服务中心主要功能是陶瓷用品和玻璃器皿的分销业务，本身不存在有害物质，在经营过程中不会造成环境污染。在项目建设中也不存在潜在的环境污染源。本项目已经上海市环境保护局 2005 年 3 月 4 日出具的沪环保许管[2005]283 号文审批同意实施。

8、项目选址情况

本项目选址在上海市青浦区徐泾镇徐华公路东侧“金联村二队”地块，规划占地约 40 亩，距离虹桥机场 6 公里。上海市是中国经济与金融中心，并致力发展成为国际性的金融、贸易、航运中心城市。上海地处长江三角洲前沿，地理位置优越，立体化交通网络初步形成，经济高速发展，商业氛围浓厚。

项目投资主体已以出让方式取得上述地块的土地使用权，截止 2005 年 12 月 31 日，共支付土地款 1,319.80 万元，其他费用 320.06 万元，合计 1,639.85 万元，并取得沪房地青字(2005)第 014598 号房地产权证。

9、项目效益分析

本项目财务评价基准参数设定为：项目计算期 13 年，其中建设期 1 年，经营期 12 年；财务基准收益率根据资本成本，定为 10%（税前）。本项目具有较好的盈利能力，年平均税前利润 1,132 万元，年平均税后利润 885.40 万元。

项目盈利能力的具体指标如下：

指标名称	单位	所得税前	所得税后	备注
投资回收期	年	/	9.24	不含建设期 1 年
财务净现值	万元	958	/	I=10%
财务内部收益率	%	11.57%	7.63%	
投资利润率	%	23.86%	15.98%	

本项目全部投资财务内部收益率（税前）高于基准折现率 10%，投资回收期低于基准投资回收期 10 年，财务净现值大于零，说明本项目具有较好的盈利能力和可行性。

10、目前项目实施进展情况和资金投入时间安排

截止 2006 年 6 月 30 日，本募集资金投资项目实施进展情况如下：

建设内容	投资金额(万元)
管理中心	1,650.81
分销中心	2,024.22
配套工程及设施	988.42
合计	4,663.45
完工进度	84.22%

项目资金的投入情况和资金投入时间安排如下：

(1) 截止 2005 年 12 月 31 日，公司自筹资金累计投资共计 246.18 万元，主要完成了项目的部分土建工程；

(2) 截止 2006 年 6 月 30 日，公司自筹资金投资 4,417.27 万元，累计投资共计 4,663.45 万元用于项目建设。建设内容主要包括：基本完成了项目所含土建工程，即管理中心、分销中心和配套工程及设施。

(3) 项目缺口约 870 万元，主要将用于购置电子设备及完成剩余土建工程，公司计划于 2007 年 6 月 30 日前通过自筹资金解决或以募集资金投入。

第十三章 股利分配政策

一、股利分配政策和利润分配顺序

本公司股票全部为普通股，实行同股同利的股利分配政策，按股东持有的股份比例派发股利。

公司可以采取现金或者股票方式分配股利（或同时采用两种形式）。

按照公司章程的规定，股利分配方案由公司董事会根据公司经营业绩和业务发展规划提出，经公司股东大会审议批准后实施，公司董事会须在股东大会召开后两个月内完成股利（或股份）的派发事项。

本公司在为个人股东分配股利时，根据《中华人民共和国个人所得税法》和国家税务总局发布的《征收个人所得税若干问题的规定》，由本公司代扣代缴个人收入所得税。

根据公司章程，本公司税后利润按下列顺序分配：

- 1、弥补以前年度的亏损；
- 2、提取利润的 10%列入法定公积金；
- 3、提取任意公积金；
- 4、支付股东股利。

公司法定公积金累计额为公司注册资本的 50%以上的，可以不再提取。公司从税后利润中提取法定公积金后，经股东大会决议，还可以从税后利润中提取任意公积金。公司持有的本公司股份不参与分配利润。法定公积金转为资本时，所留存的该项公积金将不少于转增前公司注册资本的 25%。

本公司发行后仍按上述股利分配政策分配股利，本次发行前后股利分配政策没有变化。

二、最近三年股利分配情况

公司最近三年未对公司股东进行股利分配。

三、本次发行完成前滚存利润的分配安排和已履行的决策程序

经本公司 2005 年 3 月 6 日召开的 2004 年度股东大会审议通过，公司在本次发行以前年度滚存的未分配利润以及本次股票发行当年实现的利润全部由公司新股东（即社会公众股股东）和公司现有股东按照股份比例共享。

第十四章 其他重要事项

一、信息披露制度及为投资者服务计划

根据《公司法》、《证券法》、《证券交易所股票上市规则》等法律、法规、规范性文件和公司章程关于信息披露的有关要求，公司制定了严格的信息披露制度和投资者服务计划。主要内容如下：

（一）责任部门及相关人员

本公司负责信息披露和投资者服务的部门是证券投资部，主要负责人为公司董事会秘书刘锦德，联系电话为 0595—23551999，传真为 0595—23517777。本公司信息披露的指定报纸为中国证监会指定报刊，指定网站为中国证监会指定网站。除上述公共媒体外，本公司还将在公司网站 www.guanfu.com 上发布应该披露的信息，投资者还通过 zqb@guanfu.com 以电子邮件联系本公司。

（二）公司信息披露的主要义务

根据公司《信息披露制度》的规定，公司在履行信息披露义务时应遵循下述规定：及时披露所有对公司股票价格可能产生重大影响的信息；确保信息披露的内容真实、准确、完整而没有虚假、严重误导性陈述或重大遗漏；公司董事会全体成员必须保证信息披露内容真实、准确、完整，没有虚假、严重误导性陈述或重大遗漏，并就其保证承担连带赔偿责任；公司及其董事、监事、高级管理人员不得泄漏内幕信息，不得进行内幕交易或配合他人从操纵证券交易价格；公司公开披露的信息必须在第一时间报送证券交易所；公司存在或正在筹划收购、出售资产、关联交易以及证券交易所要求披露的其他重大事项时，应当遵循分阶段披露的原则，履行信息披露义务；公司董事会全体成员及其他知情人员在公司的信息公开披露前，应当将信息的知情者控制在最小范围内；公司公开披露的信息应当在至少一种指定报纸上公告，按照规定应当上网披露的，还应当在指定网站披露。在其他公共传媒披露的信息不得先于指定报纸和指定网站。公司不得以新闻发布或答记者问等形式代替公司的正式公告；公司应当配备信息披露所要求的通讯设备和计算机等办公设备，保证计算机可以连接国际互联网和对外咨询电话的畅通。

(三) 为投资者服务的计划

公司除了遵循相关法律法规和证券交易所的规定严格履行信息披露义务，并设置负责信息披露和为投资者服务的部门、负责人和咨询电话以外，公司的其他服务计划包括：

1、公司上市后，对投资者普遍关心的问题，将及时通过相关媒体予以书面解答和回复。

2、公司公布网站和电子信箱并对公司网站内容定期更新，投资者可通过互联网了解公司发展动态。

3、在重大事项发生的情况下，除履行规定的信息披露义务以外，公司将视实际情况的需要，通过路演，信息发布会等多种形式使投资者及时正确了解有关事项的进展情况。

二、正在履行的重大合同

(一) 特许经销商加盟合同

1、与上海龙浔、上海五天、沈阳五天、北京五天、西安五天、成都五天、重庆五天、南京五天、广州五天、深圳五天、南宁五天、天津五天和武汉五天等 13 家经销商签订的《特许经销商加盟合同》

2004 年 4 月 30 日，发行人与上海龙浔、上海五天、沈阳五天、北京五天、西安五天、成都五天、重庆五天、南京五天、广州五天、深圳五天和南宁五天等 11 家经销商分别签订了《特许经销商加盟合同》；2004 年 5 月 1 日，发行人与天津五天和武汉五天等 2 家经销商分别签订了《特许经销商加盟合同》。

上述合同约定，发行人指定上述经销商为特许经销商，特许经销产品为发行人及其控股子公司冠峰耐热瓷、冠杰陶瓷生产的日用陶瓷系列产品及五天实业代理的玻璃制品等家用品；上述经销商应当按照合同约定组建营业网点开展经营活动，不得转让特许经销权；上述经销商在特许经销区域内开展经销业务时可以使用发行人及其控股子公司的注册商标、标识和商号，但不得用于从事本合同以外的任何经营活动；未经发行人书面同意，不得在任何地方以任何方式（包括但不限于买断式经销、委托代销、代理、包销等方式）经营、销售其

他厂商生产的日用陶瓷产品和发行人代理的家用品 ; 特许期限为自 2004 年 5 月 1 日起至 2006 年 12 月 31 日止 ; 在特许期限届满前三十日内 , 经双方协商一致 , 可以续订特许经销商加盟合同。

合同还约定了上述经销商的特许经销区域 , 除上海龙浔和上海五天的经销区域重合外 , 其他经销商均为其经销区域内唯一特许经销商 , 发行人在上述特许经销区域内不再发展其他特许经销商 , 但发行人及其控股子公司仍可以通过直销方式在特许经销区域内经销产品。

2、与西安五天签订的《特许经销商加盟合同之补充协议》

2006 年 7 月 30 日 , 发行人与西安五天签订了《特许经销商加盟合同之补充协议》, 约定西安五天的特许经销区域自 2006 年 7 月 30 日起修改为 “ 陕西、甘肃、青海和新疆地区 ”, 西安五天不再作为宁夏地区的特许经销商。

3、与银川五天签订的《特许经销商加盟合同之补充协议》

2006 年 8 月 1 日 , 发行人与银川五天签订了《特许经销商加盟合同》, 合同约定 : 发行人同意指定银川五天为特许经销商 , 特许经销产品为发行人及其控股子公司冠峰耐热瓷、冠杰陶瓷生产的日用陶瓷系列产品及五天实业代理的玻璃制品等家用品 ; 银川五天不得转让特许经销权 ; 特许经销区域为宁夏回族自治区 , 发行人在特许经销区域内不再发展其他特许经销商 , 但发行人及其控股子公司仍可以通过直销方式在特许经销区域内经销产品 ; 发行人同意银川五天在特许经销区域内开展经销业务时使用发行人及其控股子公司的注册商标、标识和商号 , 但不得用于从事本合同以外的任何经营活动 ; 未经发行人书面同意 , 银川五天不得在任何地方以任何方式 (包括但不限于买断式经销、委托代销、代理、包销等方式) 经营、销售其他厂商生产的日用陶瓷产品和发行人代理的家用品 ; 特许期限自 2006 年 8 月 1 日起至 2010 年 7 月 31 日止 ; 在特许期限届满前三十日内 , 经双方协商一致 , 可以续订特许经销商加盟合同。

(二) 委托代销合同

1、子公司五天实业与上海龙浔、上海五天的委托代销合同

2004 年 12 月 30 日 , 发行人之控股子公司五天实业 (委托方) 与上海龙浔、上海五天 (受托方) 分别签订了《委托代销合同》。合同约定 : 委托方委托上述

受托方代销日用陶瓷系列产品及法国弓箭玻璃制品，代销产品的品名、规格、型号、数量等在每批采购订单中确定；上述受托方的代销区域为上海市、江苏省（南京市除外）、安徽省、浙江省、山东省；未经委托方同意，受托方不得代理其他厂商生产的日用陶瓷产品，也不得接受其他厂商的委托经销法国弓箭玻璃制品；委托方应当按照批发价（即按照建议市场零售单价乘以一定折扣率计算）向受托方提供产品，受托方向第三方销售产品的价格在不低于建议零售单价 90%幅度内由其自行确定（但因促销降价、滞销或瑕疵品降价、全国联采客户销售及双方对销售价另有约定的除外），供应价与销售价之间的差价归受托方所有或承担；受托方承担在开展经营活动过程中发生的一切经营费用，委托方承担自主发生的广告费；合同有效期为自 2005 年 1 月 1 日起至 2006 年 12 月 31 日止。

2、发行人及冠峰耐热瓷、冠杰陶瓷与其他特许经销商的委托代销合同

2003 年 12 月 30 日，发行人及其控股子公司冠峰耐热瓷、冠杰陶瓷（合称“委托方”）与南宁五天签订了《委托代销合同》；2004 年 11 月 30 日，与沈阳五天、北京五天、天津五天、武汉五天、西安五天、成都五天、重庆五天、南京五天、广州五天、深圳五天等 10 家特许经销商分别签订了《委托代销合同》。

上述《委托代销合同》约定：委托方委托上述受托方代销其生产的日用陶瓷系列产品，代销产品的品名、规格、型号、数量等在每批采购订单中确定；未经委托方同意，受托人不得经销或代理其他厂商生产的日用陶瓷产品；委托方应当按照批发价（即按照建议市场零售单价乘以一定折扣率计算）向受托方提供产品，受托方向第三方销售产品的价格在不低于建议零售单价 90%幅度内由其自行确定（但因促销降价、滞销或瑕疵品降价、全国联采客户销售及双方对销售价另有约定的除外），供应价与销售价之间的差价归受托方所有或承担；受托方承担在开展经营活动过程中发生的一切经营费用，委托方承担为销售产品而自主发生的广告费。委托方与南宁五天的合同有效期为自 2004 年 1 月 1 日起至 2006 年 12 月 31 日止，与其他特许经销商的合同有效期为自 2004 年 12 月 1 日起至 2006 年 12 月 31 日止。

3、发行人及冠峰耐热瓷、冠杰陶瓷与西安五天的委托代销补充协议

2006年7月30日，发行人与西安五天签订了《委托代销补充协议》，约定将西安五天的特许经营区域修改为“陕西、甘肃、青海和新疆地区”，自2006年7月30日起西安五天不再在宁夏自治区代销发行人及冠峰耐热瓷、冠杰陶瓷生产的日用陶瓷产品。

4、发行人及冠峰耐热瓷、冠杰陶瓷与银川五天的委托代销合同

2006年8月，发行人及其控股子公司冠峰耐热瓷、冠杰陶瓷（合称“委托方”）与银川五天签订《委托代销合同》，合同约定：委托方委托银川五天代销其生产的日用陶瓷系列产品；代销区域为宁夏地区；未经委托方同意，银川五天不得代理其他厂商生产的日用陶瓷产品；委托方按照全国统一供价向银川五天提供产品，银川五天向第三方销售产品的价格在不低于建议零售单价90%幅度内由其自行确定（但因促销降价、滞销或瑕疵品降价及双方对销售价另有约定的除外），供应价与销售价之间的差价归银川五天所有或承担；银川五天承担在销售中发生的一切经营费用，委托方承担为销售产品而发生的运输费、仓储费及自主发生的广告费；合同有效期自2006年8月1日起至2007年12月31日止。

（三）借款合同及担保合同

1、发行人及其控股子公司的借款合同及抵押合同

借款单位	借款合同及抵押合同编号	借款金额（万元）	借款期限	合同利率	担保方式	贷款机构
发 行 人	2005年(德化)字第0152号	550	2005.10.21 -2006.10.08	年利率 5.58%	信用借款	中国工商银行股份有限公司德化支行
	2005年(德化)字第0166号	550	2005.10.26 -2006.10.12	年利率 5.58%	信用借款	
	2006年(德化)字第0050号	600	2006.03.24 -2007.03.15	年利率 5.58%	信用借款	
	2006年(德化)字第0054号	590	2006.03.28 -2007.03.19	年利率 5.58%	信用借款	
	2006年(德化)字第0121号、 2005年德抵字第009号	600	2006.05.30 -2007.05.29	年利率 5.85%	房产及土地 使用权抵押	
	2006年(德化)字第0127号、 2005年德抵字第009号	700	2006.06.07 -2007.06.06	年利率 5.85%	房产及土地 使用权抵押	

发 行 人	2006年(德化)字第0132号、 2005年德抵字第009号	600	2006.06.09 -2007.06.08	年利率 5.85%	房产及土地 使用权抵押	中国工 商银行 股份有 限公司 德化支 行
	2006年德化字第0186号	500	2006.07.31 -2007.07.15	年利率 5.85%	信用借款	
	2006年德化字第0190号	500	2006.08.02 -2007.07.16	年利率 5.85%	信用借款	
	2006年德化字第0195号	700	2006.08.03 -2007.07.23	年利率 5.85%	信用借款	
	2006年德化字第0203号、 2006年(德化抵)字第0022号	550	2006.08.04 -2007.08.03	年利率 5.85%	房产及土地 使用权抵押	
发 行 人	3511402006L100000000	2000	2006.01.05 -2007.01.05	年利率 5.58%	五天实业、 林氏父子 四人保证	交通银 行股份 有限公司福州 屏东支 行
	3511402006L100000100	2000	2006.08.28 -2007.08.20	年利率 6.12%		
五天 实业	3511402006M100000100、 3511402006A300000100	5000	2006.05.17 -2007.05.17	年利率 5.85%	房屋建设工程及 土地使用权抵押	
冠杰 陶瓷	兴银泉新短字第 xd200601040022号、兴银泉 新抵字第db200512210648号	870	2006.01.04 -2007.01.03	年利率 5.58%	房产、土地使用 权抵押及林福 椿、林文智保证	兴业银 行股份 有限公司泉州 新门支 行

2、发行人及其控股子公司的最高额抵押合同

抵押人	最高额抵押合同编号	最高贷款余额 (万元)	借款期间	抵押权人 (贷款机构)
发行人	2005年德抵字第009号	3,000	2005.05.23 -2007.05.22	中国工商银行 股份有限公司 德化支行
	2006年(德化抵)字第0022号	3,290	2006.05.18 -2008.05.17	
冠杰陶瓷	兴银泉新抵字第db200512210648号	870	2005.12.23 -2007.12.22	兴业银行股份 有限公司泉州 新门支行

3、开立银行承兑汇票额度合同

发行人与交通银行股份有限公司福州屏东支行(简称交行屏东支行)于2006年2月13日签订《开立银行承兑汇票额度合同》(编号:3511402006L400000300),合同约定,发行人可以在不超过4,000万元的额度内向交行屏东支行申请开立汇票,交行屏东支行为发行人开立汇票期限自2005年12月30日起至2006年12月30日止,汇票期限不长于6个月且到期日不迟于2007年6月30日;发

行人应当按其申请开立的汇票票面金额的 50%交存保证金或提供同等金额的交通银行存单设定质押，发行人交存的保证金按同档次定期存款利率计息；承兑手续费按汇票票面金额的 0.5‰计收。该合同由发行人之控股股东林福椿、林文昌、林文洪、林文智四人及发行人之控股子公司五天实业共同提供连带责任保证。

4、对外担保及反担保合同

(1) 对外担保合同

发行人(保证人)与兴业新门支行于 2006 年 9 月 8 日签订《保证合同》(编号：兴银泉新保字第 db200609080298 号)，合同约定，发行人为兴业银行股份有限公司泉州新门支行(简称兴业新门支行、债权人)给予德化县日臻陶瓷工艺有限公司(简称“日臻公司”)融资服务提供连带责任保证；兴业新门支行提供的融资服务种类为商业承兑汇票贴现；融资数额 1,000 万元；利率 3.7‰；主债务履行期限自 2006 年 9 月 8 日起至 2007 年 3 月 1 日止；保证范围为日臻公司应返还给兴业银行新门支行的主债权、利息(含罚息)、违约金、损害赔偿金和债权人实现债权的费用等；保证期间为主债务履行期限届满之日起两年；发行人发生下列情形即构成违约：(1) 未履行保证人声明与保证，(2) 违反保证合同其他条款，违约时债权人有权采取下列措施：(1) 限期纠正违约，(2) 宣布主债务履行期提前届满，要求保证人承担连带清偿责任，(3) 支付违约金，(4) 要求保证人赔偿违约金数额不足以弥补的实际损失，(5) 依法撤消保证人损害债权人利益的行为，(6) 扣划保证人任何帐户的款项以偿还担保范围内的债务，(7) 以法律手段追究保证人违约责任，如保证人可能丧失保证能力，债权人有权宣布主债务提前到期，要求保证人立即承担连带保证责任。凡因履行本合同所发生的或与本合同有关的一切争议、纠纷，双方应通过友好协商解决，或依法直接向债权人所在地人民法院起诉。

(2) 反担保合同

发行人与德化县日臻陶瓷工艺有限公司之股东林国钦、连文盼(出质人)于 2006 年 9 月 8 日签订《股权质押反担保合同书》，合同约定，林国钦和连文盼将其各自持有的德化县日臻陶瓷工艺有限公司 50%的股权(质权的效力及于法定孳息)质押给发行人，共同作为发行人按照《最高额保证合同》(编号：兴银泉新保字第 db200609080298 号)的约定向兴业新门支行承担连带保证责任的反担保，

林国钦和连文盼承担连带责任 ;质押反担保的范围为发行人在《最高额保证合同》项下的全部义务和产生的全部责任 ,以及发行人承担保证责任后为追偿而支出的全部费用 ;股权质押期限自合同签订之日起 ,至发行人在《最高额保证合同》项下的保证责任得以解除或了结之日止 ,如发行人须承担保证责任的 ,股权质押期限应当延长到发行人向德化县日臻陶瓷工艺有限公司、林国钦或连文盼追偿并且全部债权得到清偿之日止 ;如导致发行人须按照《最高额保证合同》承担保证责任的 ,在发行人代偿部分或者全部债务后 ,出质人应当在发行人代偿后 10 日内与发行人协商将质押股权折价给发行人或采取拍卖、变卖方式处理 ;股权折价、拍卖、变卖所得实际价款应当首先清偿给发行人 ,清偿发行人后的余款归出质人所有。凡因本合同引起的或与本合同有关的争议 ,质权人和出质人应当首先通过友好协商方式解决。协商不成 ,任何一方均可向人民法院起诉 ;诉讼由发行人住所地人民法院管辖。

质押双方已在德化县日臻陶瓷工艺有限公司股东名册上办理股权质押登记。

(四) 建设工程施工合同

1、冠福科技园第一期工程

发行人与德化县万德建筑工程有限公司(乙方)于 2002 年 1 月 1 日签订《建设工程施工合同》,合同约定,乙方承包施工建设冠福科技园第一期工程 1#、2#、3#、1#后幢、大门及绿化、纸箱厂和原料仓库工程 ;工程计划于 2002 年 1 月 1 日开工 ,工期总日历天数为 880 天 ,竣工日期为 2004 年 5 月 31 日 ;合同价款暂定为 46,204,062 元 ;工程进度款支付时间和方式为 : 基础完成后支付 20% ; 二层板、三层板及层面板完成后各支付 10% ; 内外墙装修后支付 20% ; 门窗完成后支付 10% ; 验收合格后支付 10% ; 结算清楚后支付 5% ; 其余 5%作为工程保修金留在发行人处 ,其中 ,4%在一年保修期满时支付 ,1%的余款在屋面防水及内外墙防渗保修期五年满后付清。

2、冠福科技园第二期工程

发行人与德化县万德建筑工程有限公司(乙方)于 2004 年 10 月 20 日签订《建设工程施工合同》,合同约定,乙方承包施工建设冠福科技园第二期工程 ;工程计划于 2004 年 11 月 1 日开工 ,工期总日历天数为 365 天 ,竣工日期为 2005 年 10 月 31 日 ;合同价款暂定为 2,800 万元 ;工程进度款支付时间和方式为 : 基础完成后支付 20% ;二层板完成后支付 10% ;三层板及屋面板完成后各支付

10%；内外墙完成后支付 20%；门窗完成后支付 10%；验收合格后支付 10%；结算完成后支付 5%；其余 5%作为工程保修金留在发行人处，其中，4%在一年保修期满时支付，1%的余款在屋面防水和外墙防渗保修期五年满后付清。

3、冠福科技园仓库工程

发行人与德化县万德建筑工程有限公司(乙方)于 2004 年 10 月 20 日签订《建设工程施工合同》，合同约定，乙方承包施工建设冠福科技园仓库 1#、2#、3#楼工程；工程计划于 2004 年 11 月 1 日开工，工期总日历天数为 365 天，竣工日期为 2005 年 10 月 31 日；合同价款暂定为 827.2 万元；工程进度款支付时间和方式为：基础完成后支付 20%；二层板完成后支付 10%；三层板及屋面板完成后各支付 10%；内外墙完成后支付 20%；门窗完成后支付 10%；验收合格后支付 10%；结算完成后支付 5%；其余 5%作为工程保修金留在发行人处，其中，4%在一年保修期满时支付，1%的余款在屋面防水和外墙防渗保修期五年满后付清。

4、五天实业徐泾新建厂房车间一的土建、水电工程

发行人之控股子公司五天实业与中国第一冶金建设公司(乙方)于 2005 年 9 月 22 日签订《建设工程施工合同》，合同约定，乙方承包建设五天实业徐泾新建厂房车间一的土建、水电工程；工程计划于 2005 年 10 月 15 日开工，工期总日历天数 240 天；合同价款为 2,247 万元；乙方应当按时向五天实业申报其完成的工程量，经五天实业审批认可后支付工程进度款。

5、五天实业徐泾新建厂房车间二期工程

发行人之控股子公司五天实业与中国第一冶金建设公司(乙方)于 2005 年 11 月 20 日签订《建设工程施工合同》，合同约定，乙方承包建设五天实业徐泾新建厂房车间二期工程；工程计划于 2006 年 1 月 5 日开工，工期总日历天数 200 天；合同价款为 2,850 万元；五天实业应当在合同签订日起 10 日内支付总承包价的 5%作为预付款；乙方应当向五天实业申报其完成的工程量，经五天实业审批认可后 10 日内支付工程进度款。

6、五天实业徐泾新建三期附属用房工程

发行人之控股子公司五天实业与中国第一冶金建设公司(乙方)于 2005 年 12 月 15 日签订《建设工程施工合同》，合同约定，乙方承包建设五天实业徐泾新建三期附属用房工程(包括办公楼、宿舍楼、门卫、水泵房等)；工程计划于

2006年1月5日开工，工期总日历天数200天；合同价款为1,400万元；五天实业应当在合同签订日起10日内支付总承建价的5%作为预付款；乙方应当向五天实业申报其完成的工程量，经五天实业审批认可后10日内支付工程进度款。

（五）保荐协议和主承销协议

2005年3月22日，发行人与兴业证券股份有限公司签订了《关于福建冠福现代家用股份有限公司首次公开发行股票之保荐协议》，协议约定，发行人聘请兴业证券担任本次发行上市的保荐人；兴业证券负责推荐发行人本次发行上市，并在保荐期内持续督导发行人履行相关义务；保荐费为600万元，由兴业证券在本次发行募集款项中一次性扣除；保荐人持续督导期间为本次发行上市当年剩余时间及其后二个完整会计年度。

2005年3月22日，发行人与兴业证券股份有限公司签订了《关于首次公开发行股票之承销协议》，协议约定，发行人委托兴业证券为本次发行的主承销商并由其负责组织承销团，以余额包销方式承销本次发行的股票；本次发行的股票种类为人民币普通股股票（A股），发行股数为4,000万股—6,000万股（以中国证监会最终核准为准）；承销费按照本次发行总市值的3%收取，由兴业证券在本次发行的认购股款中扣除。

三、对外担保情况

德化县日臻陶瓷工艺有限公司成立于2006年6月23日，在德化县工商行政管理局登记注册，《企业法人营业执照》注册号：3505262100636；注册资本和实收资本1,000万元，其中：林国钦、连文盼各持有该公司50%的股权，经营范围为陶瓷制品包装、精制瓷土（以上经营范围凡涉及国家专项专营规定的从其规定，凡许可证、资质证标明项目经营有效期的从其规定）；注册地址为德化县盖德乡盖德村；法定代表人为林国钦。该公司非公司关联方，截止2006年6月30日，该公司总资产为9,990,226.00，净资产为9,990,226.00，净利润为-9,774.00（财务数据未经审计）。

鉴于德化县日臻陶瓷工艺有限公司股东具有与国内多家高岭土供应商的良好合作关系和资源控制能力，并正在投资建设瓷土原料加工基地，为与该公司在高岭土和其他原料供应方面建立长期稳定的战略合作关系，本公司为兴业银行股份有限公司泉州新门支行给予该公司融资服务提供连带责任保证；融资服务种类为商业承兑汇票贴现；融资数额1,000万元；利率3.7‰；主债务履行

期限自 2006 年 9 月 8 日起至 2007 年 3 月 1 日止；保证期间为主债务履行期限届满之日起两年。德化县日臻陶瓷工艺有限公司注册资本 1,000 万元，该公司股东已将其 100%股权质押给本公司作为反担保。担保合同中主债务、担保方式、担保范围、担保期间、争议解决方法等条款以及反担保合同中主合同、反担保、质押物、反担保范围、质押期限、质权实现、争议解决方法等条款详见本章之“二、正在履行的重大合同”之“(三)借款合同及担保合同”。

四、重大诉讼或仲裁事项

发行人近期曾涉及一宗民事诉讼案件，具体情况如下：

根据发行人与复旦开圆文化信息(上海)有限公司(以下简称“开圆公司”)于 2003 年 4 月和 2005 年 9 月签订的《“12 生肖全家福”卡通造型许可使用合同》(以下简称“许可合同”)和《卡通造型许可使用合同的解约协议》，开圆公司同意发行人在 2005 年 12 月 31 日前可继续销售发行人库存的许可合同涉及的使用“12 生肖全家福”卡通造型的产品。因上海联家超市有限公司在上述宽限期届满后仍在销售发行人生产的上述产品，开圆公司于 2006 年 7 月 20 日向上海市第二中级人民法院提起诉讼。现该案已经终结，判决情况如下：(1)发行人和上海联家超市有限公司停止销售 Q 版开圆“12 生肖”卡通造型(即“12 生肖全家福”)产品；(2)发行人赔偿开圆公司经济损失 6.5 万元；(3)对开圆公司的其余诉讼请求不予支持。发行人、上海联家超市有限公司和开圆公司均未在上诉期限内提起上诉，一审判决已生效。发行人已按照一审判决向开圆公司支付了赔偿金 6.5 万元并承担案件受理费 2,146 元。

发行人与开圆公司解除《许可合同》之后，已停止生产上述产品及包装物，但尚有一定数量的存货，截止 2006 年 6 月 30 日，库存金额为 148,562.65 元。上述存货金额加上发行人支付的赔偿金及案件受理费合计 215,708.65 元，占发行人最近一期经审计净资产值的 0.11%，对发行人股东权益影响不大。该案的判决结果对发行人本次发行上市不会造成实质性影响。

此外，截止本招股说明书签署日，发行人不存在可能对财务状况、经营成果、声誉、业务活动、未来前景等产生较大影响的诉讼或仲裁事项。发行人、发行人控股股东及实际控制人、控股子公司不存在尚未了结的或者可以预见的重大诉讼、仲裁或行政处罚案件。发行人董事、监事、高级管理人员和核心技术人员不存在尚未了结的或者可以预见的重大诉讼、仲裁或行政处罚案件，也未涉及任何刑事诉讼案件。

第十五章 董事、监事、高级管理人员 及有关中介机构声明

一、发行人董事、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：

林福椿

林文昌

林文智

陈志民

戎国忠

黄清良

黄金琳

汪小平

付维杰

全体监事签名：

黄华伦

林文洪

庄宝林

涂稳瑞

周金旋

全体高级管理人员签名：

林文智

林华彬

刘锦德

张荣华

福建冠福现代家用股份有限公司

2006年12月14日

二、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。

法定代表人： _____
 兰荣

保荐代表人： _____ _____
 石军 周慧敏

项目主办人： _____
 庄海峻

兴业证券股份有限公司

2006年12月14日

三、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: _____

蒋方斌

经办律师: _____

蒋方斌

蔡钟山

福建至理律师事务所

2006年12月14日

五、承担评估业务的资产评估机构声明

本机构及签字注册资产评估师已阅读招股说明书及其摘要，确认招股说明书及其摘要与本机构出具的资产评估报告无矛盾之处。本机构及签字注册资产评估师对发行人在招股说明书及其摘要中引用的资产评估报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

经办评估师： _____
(签名) 林立德 王瑞萍

评估机构负责人： _____
(签名) 黄双兴

泉州名城有限责任会计师事务所

2006 年 12 月 14 日

第十六章 备查文件

本招股说明书的备查文件包括下列文件，该等文件系本招股说明书不可分割的组成部分：

- (一) 发行保荐书；
- (二) 财务报表及审计报告；
- (三) 内部控制鉴证报告；
- (四) 经注册会计师核验的非经常性损益明细表；
- (五) 法律意见书及律师工作报告；
- (六) 公司章程（草案）；
- (七) 中国证监会核准本次发行的文件；
- (八) 其他与本次发行有关的重要文件。

招股说明书全文和备查文件可到以下地点查阅：

1、发 行 人：福建冠福现代家用股份有限公司

办公地址：福建省泉州市德化县土坂村

联 系 人：刘锦德 黄华伦

电 话：0595 - 23551999

传 真：0595 - 23517777

查阅时间：法定工作日上午 9:00 - 11:30，下午 2:30 - 5:00

2、保 荐 人：兴业证券股份有限公司

办公地址：上海市浦东新区陆家嘴东路 166 号中保大厦 18 层

联 系 人：石军 周慧敏 庄海峻 武利华

电 话：021 - 68419393

传 真：021 - 68419764

查阅时间：法定工作日上午 9:30 - 11:30，下午 1:00 - 3:00

招股说明书全文可通过深圳证券交易所指定网站查阅。