

# 广发证券股份有限公司关于 广东潮宏基实业股份有限公司首次公开发行股票的 发行保荐书

## 声明

广发证券股份有限公司及具体负责本次证券发行项目的保荐代表人已根据《公司法》、《证券法》等有关法律、法规和中国证监会的有关规定，诚实守信，勤勉尽责，严格按照依法制订的业务规则、行业执业规范和道德准则出具本发行保荐书，并保证本发行保荐书及其附件的真实性、准确性和完整性。

### 一、本次证券发行的基本情况

#### （一）本次证券发行的保荐机构

广发证券股份有限公司（以下简称“广发证券”或“本保荐机构”）

#### （二）本次证券发行的保荐机构工作人员情况

##### 1、负责本次证券发行的保荐代表人姓名及其执业情况

裴运华：经济学硕士，经济师，1997年加入广发证券投资银行部，曾在西南业务部、债券业务部、广州业务部工作，现在投资银行华南业务部工作。曾负责云大科技的首次公开发行股票和云南铜业的再融资工作，参与过重庆路桥的首次公开发行股票和云大科技的再融资工作，作为保荐代表人保荐过达意隆首次公开发行股票和南海发展、云南铜业、星湖科技、广州友谊、海南航空、南方航空、金发科技的股权分置改革等项目。

陈家茂：男，暨南大学经济学硕士，保荐代表人，1999年加盟广发证券，现任广发证券投资银行总部华南业务部副总经理，曾参与或主持康美药业、宜华木业、岳阳纸业、金发科技、七喜控股、东方锆业、南洋股份、奥飞股份等多家企业的股份制改制和股票发行上市工作。

## 2、本次证券发行的项目协办人姓名及其执业情况

陈运兴：暨南大学经济学硕士，2006年加入广发证券投资银行部，曾参与并完成冠豪高新、汕电力、南方航空等股权分置改革项目，康美药业、宜华木业等再融资项目以及东方锆业、南洋股份、奥飞股份等IPO项目；现正参与潮宏基、皮宝制药、星辉车模等在会IPO项目的运作。2007年通过保荐代表人胜任能力考试。

## 3、其他项目组成员姓名

陈慎思

### **（三）发行人基本情况**

1、发行人名称：广东潮宏基实业股份有限公司（以下简称“潮宏基”、“发行人”或“公司”）

2、注册资本：9,000万元

3、法定代表人：廖木枝

4、注册地址：广东省汕头市龙湖区龙新工业区龙新五街四号1-4楼

5、注册时间：1996年3月7日

6、联系电话：0754-88781768

7、联系人：徐俊雄

8、业务范围：珠宝、钻石、铂及铂镶嵌饰品、黄金及黄金镶嵌饰品、皮革制品、鞋帽的生产、加工、批发、零售以及以特许经营方式从事商业活动（不含限制类，钻石、铂及黄金原材料按国家有关规定办理）；国家有专项规定的从其规定。

9、本次证券发行类型：股份有限公司首次公开发行股票

### **（四）本次证券发行的保荐机构与发行人的关联关系**

1、本保荐机构或其控股股东、实际控制人、重要关联方未持有发行人或其控股股东、实际控制人、重要关联方股份；

2、发行人或其控股股东、实际控制人、重要关联方未持有本保荐机构或其控股股东、实际控制人、重要关联方股份；

3、本保荐机构的保荐代表人及其配偶，董事、监事、高级管理人员未拥有

发行人权益，也未在发行人任职；

4、本保荐机构的控股股东、实际控制人、重要关联方与发行人控股股东、实际控制人、重要关联方不存在相互提供担保或者融资等情况；

5、本保荐机构与发行人之间除本次证券发行的业务关系外无其他关联关系。

### **（五）保荐机构内部审核程序和内核意见**

#### **1、保荐机构内部审核程序**

为保证项目质量，将运作规范、具有发展前景、符合法定要求的企业保荐上市，本保荐机构实行项目流程管理，在项目立项、内核等环节进行严格把关，控制项目风险。本保荐机构制订了《投资银行业务立项审核工作规定》、《投资银行业务内核工作规定》等内部制度对内部审核程序予以具体规范。

#### **2、本次证券发行内核意见**

本保荐机构关于潮宏基首次公开发行股票项目内核会议于 2008 年 3 月 18 日召开，通过审议，内核会议认为：潮宏基资产质量较好，行业地位及盈利能力均较为突出，具备良好发展前景和持续经营能力，本次公开发行股票符合《公司法》、《证券法》和《首次公开发行股票并上市管理办法》等有关首次公开发行股票的法律、法规、通知中所规定的条件，募集资金投向符合国家产业政策要求，潮宏基首次公开发行股票项目通过内核，同意推荐潮宏基本次证券发行上市。

## **二、保荐机构的承诺事项**

**（一）本保荐机构已按照法律、行政法规和中国证监会的规定，对发行人及其控股股东、实际控制人进行了尽职调查、审慎核查，同意推荐发行人证券发行上市，根据发行人的委托，本机构组织编制了本次申请文件，并据此出具本证券发行保荐书。**

**（二）本保荐机构已按照中国证监会的有关规定对发行人进行了充分的尽职调查，并对本次发行申请文件进行了审慎核查，本保荐机构承诺：**

1、有充分理由确信发行人符合法律法规及中国证监会有关证券发行上市的相关规定；

2、有充分理由确信发行人申请文件和信息披露资料不存在虚假记载、误导

性陈述或者重大遗漏；

3、有充分理由确信发行人及其董事在申请文件和信息披露资料中表达意见的依据充分合理；

4、有充分理由确信申请文件和信息披露资料与证券服务机构发表的意见不存在实质性差异；

5、保证所指定的保荐代表人及本保荐机构的相关人员已勤勉尽责，对发行人申请文件和信息披露资料进行了尽职调查、审慎核查；

6、保证发行保荐书、与履行保荐职责有关的其他文件不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏；

7、保证对发行人提供的专业服务和出具的专业意见符合法律、行政法规、中国证监会的规定和行业规范；

8、自愿接受中国证监会依法采取的监管措施。

### **(三) 本保荐机构及负责本次证券发行保荐工作的保荐代表人特别承诺**

1、本保荐机构与发行人之间不存在其他需披露的关联关系；

2、本机构及负责本次证券发行保荐工作的保荐代表人未通过本次证券发行保荐业务谋取任何不正当利益；

3、负责本次证券发行保荐工作的保荐代表人及其配偶未以任何名义或者方式持有发行人的股份。

## **三、保荐机构对本次证券发行的推荐意见**

### **(一) 本次证券发行所履行的程序**

1、发行人股东大会已依法定程序做出批准本次股票发行的决议。

潮宏基已按照《公司章程》、《公司法》、《证券法》和中国证监会发布的规范性文件的相关规定由股东大会批准了本次发行。

2008年2月1日召开的潮宏基第一届董事会第十次会议及2008年3月2日召开的2007年度股东大会审议通过了《关于公司首次申请公开发行A股并上市的具体方案》、《关于募集资金投向的议案》、《关于对董事会办理本次发行并上市具体事宜的授权的议案》、《关于上市前滚存利润分配的议案》等关于本次发行的决议。

鉴于本次发行申请审核周期较长，原决议有效期即将届满，2009年1月19日召开的潮宏基第一届董事会第十四次会议及2009年2月8日召开的2008年度股东大会审议通过了《关于延长公司首次公开发行股票并上市方案的有效期的议案》、《关于延长对董事会办理本次发行并上市具体事宜的授权的有效期的议案》、《关于上市前滚存利润分配的议案》等议案。

2、根据有关法律、法规、规范性文件以及《公司章程》等规定，上述决议的内容合法有效。

潮宏基本次证券发行方案经董事会、股东大会决议通过，其授权程序符合《公司法》第一百条、第三十八条、第四十七条、第一百三十四条的规定，其内容符合《公司法》第一百二十七条、《证券法》第五十条、《首次公开发行股票并上市管理办法》第四十五条的规定，募集资金用途符合《首次公开发行股票并上市管理办法》第三十八条、第四十条的规定。

3、发行人股东大会授权董事会办理本次公开发行人民币普通股股票的相关事宜，上述授权范围及程序合法有效。

4、根据《证券法》第十三条、《首次公开发行股票并上市管理办法》第四十六条的规定，发行人本次发行股票尚须经中国证监会核准。

5、根据《证券法》第四十八条的规定，本次发行股票经中国证监会核准后申请上市交易尚须证券交易所审核同意。

## **(二) 本次证券发行的合规性**

1、本保荐机构依据《证券法》，对发行人进行逐项核查，认为：

- (1) 发行人具备健全且运行良好的组织机构。
- (2) 发行人具有持续盈利能力，财务状况良好。
- (3) 发行人最近三年财务会计文件无虚假记载，无其他重大违法行为。
- (4) 发行人符合经国务院批准的国务院证券监督管理机构规定的其他条件。

2、本保荐机构依据《首次公开发行股票并上市管理办法》，对发行人进行逐项核查，认为：

(1) 发行人的主体资格

1) 经过对发行人工商登记资料的核查，本保荐机构认为发行人是依法设立且合法存续的股份有限公司。

2) 经过对发行人工商营业执照历史情况的核查, 发行人于 2006 年 9 月 15 日整体变更为股份有限公司, 其前身广东潮鸿基实业有限公司于 1996 年 3 月 7 日成立, 本保荐机构认为其持续经营时间已在 3 年以上。

3) 经过对发行人历次验资报告及相关凭证资料的核查, 本保荐机构认为发行人的注册资本已足额缴纳, 发起人或者股东用作出资的资产的财产权转移手续已办理完毕, 发行人的主要资产不存在重大权属纠纷。

4) 经过对发行人生产经营相关监管部门出具的证明等资料的核查, 本保荐机构认为发行人的生产经营符合法律、行政法规和公司章程的规定, 符合国家产业政策。

5) 经过对发行人历次董事会决议资料、工商登记资料等文件的核查, 本保荐机构认为发行人最近 3 年内主营业务和董事、高级管理人员没有发生重大变化, 实际控制人没有发生变更。

6) 经过对发行人工商登记资料、重要业务合同等文件的核查, 并结合对相关人员的访谈, 本保荐机构认为发行人的股权清晰, 控股股东和受控股股东、实际控制人支配的股东持有的发行人股份不存在重大权属纠纷。

## (2) 发行人具有完全的独立性

1) 经过对发行人董事会工作报告、经营资料等文件的审阅, 并结合对发行人生产经营状况的实际核查, 本保荐机构认为发行人具有完整的业务体系和直接面向市场独立经营的能力。

2) 经过对发行人各项资产权属资料的核查, 本保荐机构认为发行人的资产完整。发行人已经具备了与生产经营有关的生产系统、辅助生产系统和配套设施, 合法拥有与生产经营有关的土地、厂房、机器设备以及商标、专利、非专利技术的所有权或者使用权, 具有独立的原料采购和产品销售系统。

3) 经过对发行人三会资料的核查, 并结合对发行人高管人员的访谈, 本保荐机构认为发行人的人员独立。发行人的总经理、副总经理、财务负责人和董事会秘书等高级管理人员未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中担任除董事、监事以外的其他职务, 未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业领薪; 发行人的财务人员未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中兼职。

4) 经过对发行人财务会计资料、开户凭证、税务登记资料等文件的核查, 本保荐机构认为发行人的财务独立。发行人建立了独立的财务核算体系, 能够独

立做出财务决策,具有规范的财务会计制度和对分公司、子公司的财务管理制度;发行人未与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业共用银行账户。

5) 经过对发行人机构设置情况的核查,并结合对相关高管人员的访谈,本保荐机构认为发行人的机构独立。发行人建立健全了内部经营管理机构,独立行使经营管理职权,与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业间未有机构混同的情形。

6) 经过对发行人及其控股股东、实际控制人业务开展情况、财务资料的核查,并结合发行人控股股东、实际控制人出具的相关承诺,本保荐机构认为发行人的业务独立。发行人的业务独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业,与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业间未有同业竞争或者显失公平的关联交易。

7) 经核查,本保荐机构认为,发行人在独立性方面没有其他严重缺陷。

### (3) 发行人整体运作合法规范

1) 经过对发行人三会资料的核查,本保荐机构认为发行人已经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,相关机构和人员能够依法履行职责。

2) 本保荐机构已对发行人董事、监事和高级管理人员进行了必要的辅导,本保荐机构认为发行人的董事、监事和高级管理人员已经了解与股票发行上市有关的法律法规,知悉上市公司及其董事、监事和高级管理人员的法定义务和责任。

3) 经过对发行人的董事、监事和高级管理人员简历情况的核查和对相关人士的访谈,本保荐机构认为发行人的董事、监事和高级管理人员符合法律、行政法规和规章制度规定的任职资格,且不存在下列情形:

① 被中国证监会采取证券市场禁入措施尚在禁入期;

② 最近 36 个月内受到中国证监会行政处罚,或者最近 12 个月内受到证券交易所公开谴责;

③ 因涉嫌犯罪被司法机关立案侦查或者涉嫌违法违规被中国证监会立案调查,尚未有明确结论意见。

4) 经过对发行人内部控制制度的审阅,并结合对发行人高管人员的访谈,本保荐机构认为发行人的内部控制制度健全且被有效执行,能够合理保证财务报告的可靠性、生产经营的合法性、公司营运的有效性。

5) 经过审慎核查, 本保荐机构认为, 发行人不存在下列情形:

① 最近 36 个月内未经法定机关核准, 擅自公开或者变相公开发行过证券; 或者有关违法行为虽然发生在 36 个月前, 但目前仍处于持续状态。

② 最近 36 个月内违反工商、税收、土地、环保、海关以及其他法律、行政法规, 受到行政处罚, 且情节严重。(工商、税收、土地、环保、海关均已出具了潮宏基最近 36 个月内的无违规证明)

③ 最近 36 个月内曾向中国证监会提出发行申请, 但报送的发行申请文件有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏; 或者不符合发行条件以欺骗手段骗取发行核准; 或者以不正当手段干扰中国证监会及其发行审核委员会审核工作; 或者伪造、变造发行人或其董事、监事、高级管理人员的签字、盖章。

④ 本次报送的发行申请文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。

⑤ 涉嫌犯罪被司法机关立案侦查, 尚未有明确结论意见。

⑥ 严重损害投资者合法权益和社会公共利益的其他情形。

6) 经过对发行人《公司章程》、主要担保合同等文件的核查, 本保荐机构认为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。

7) 经过对发行人相关管理制度及财务资料的核查, 本保荐机构认为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、代垫款项或者其他方式占用的情形。

(4) 发行人的财务状况良好, 会计系统健全有效

1) 发行人资产质量良好, 资产负债结构合理, 盈利能力较强, 现金流量正常。根据发行人聘请的会计师事务所广东正中珠江会计师事务所有限公司出具的“广会所审字【2009】第 09004280013 号”审计报告, 发行人报告期内主要财务指标情况如下:

① 合并资产负债表主要数据

单位: 万元

项目	2009.6.30	2008.12.31	2007.12.31	2006.12.31
流动资产	39,442.36	36,252.03	29,561.15	17,217.28
非流动资产	5,452.01	5,472.66	4,882.96	3,355.48
资产合计	44,894.37	41,724.69	34,444.11	20,572.76
流动负债	11,225.68	14,619.34	9,966.87	11,362.52



非流动负债	3,332.00	-	3,000.00	-
负债合计	14,557.68	14,619.34	12,966.87	11,362.52
归属于母公司股东权益	29,204.76	26,109.73	21,477.24	9,210.25
少数股东权益	1,131.93	995.63	-	-
股东权益合计	30,336.69	27,105.36	21,477.24	9,210.25
负债及股东权益合计	44,894.37	41,724.69	34,444.11	20,572.76

## ② 合并利润表主要数据

单位：万元

项目	2009年1-6月	2008年度	2007年度	2006年度
营业收入	27,898.05	44,859.21	34,158.85	23,723.10
营业利润	4,553.02	5,655.18	4,636.03	2,194.28
利润总额	4,575.17	5,740.46	4,672.44	2,192.87
净利润	4,131.33	5,211.91	4,675.25	2,188.84
基本每股收益（元）	0.44	0.57	0.61	0.31
稀释每股收益（元）	0.44	0.57	0.61	0.31

## ③ 合并现金流量表主要数据

单位：万元

项目	2009年1-6月	2008年度	2007年度	2006年度
经营活动产生的现金流量净额	3,151.67	4,767.82	-5,141.57	1,212.24
投资活动产生的现金流量净额	-656.25	-2,265.70	-1,838.37	-738.43
筹资活动产生的现金流量净额	-1,509.84	-989.35	7,931.68	-892.18
现金及现金等价物净增加额	985.58	1,512.77	951.74	-418.37

## ④ 主要财务指标

主要财务指标	2009.6.30/ 2009年1-6月	2008.12.31/ 2008年度	2007.12.31/ 2007年度	2006.12.31/ 2006年度
流动比率（倍）	3.51	2.48	2.97	1.52
速动比率（倍）	0.65	0.47	0.54	0.34
合并资产负债率（%）	32.43	35.04	37.65	55.23
母公司资产负债率（%）	33.01	35.81	37.65	55.23
应收账款周转率（次/年）	10.45	15.98	13.71	11.23
存货周转率（次/年）	0.55	1.08	1.29	1.68
无形资产（土地使用权除外）占净资产的比例（%）	0.86	1.15	1.03	2.12
息税折旧摊销前利润（万元）	5,737.29	7,690.49	5,732.46	2,719.01

利息保障倍数（倍）	24.70	10.81	29.19	30.17
每股经营活动的现金流量（元）	0.35	0.53	-0.57	0.17
每股净现金流量（元）	0.11	0.17	0.11	-0.06
每股净资产（元）	3.24	2.90	2.39	1.32
全面摊薄净资产收益率（%）	13.68	19.66	21.77	23.77
加权平均净资产收益率（%）	14.02	21.70	32.00	26.97
基本每股收益（元）	0.44	0.57	0.61	0.31
稀释每股收益（元）	0.44	0.57	0.61	0.31

2) 经过对发行人内部控制制度体系建立及具体执行记录的核查，本保荐机构认为发行人的内部控制在所有重大方面是有效的，广东正中珠江会计师事务所有限公司业已出具了无保留结论的内部控制鉴证报告（广会所专字[2009]第09004280025号），主要意见如下：“潮宏基公司按照《内部会计控制规范—基本规范》以及其他控制标准于截至2009年6月30日止在所有重大方面保持了与财务报表相关的有效的内部控制。”

3) 发行人会计基础工作规范，财务报表的编制符合企业会计准则和相关会计制度的规定，在所有重大方面公允地反映了发行人的财务状况、经营成果和现金流量，并由广东正中珠江会计师事务所有限公司出具了无保留意见的审计报告（广会所审字【2009】第09004280013号）。

4) 发行人编制财务报表以实际发生的交易或者事项为依据；在进行会计确认、计量和报告时保持应有的谨慎；对相同或者相似的经济业务，选用一致的会计政策，未随意变更。

5) 发行人已完整披露关联方关系并按重要性原则恰当披露关联交易。关联交易价格公允，不存在通过关联交易操纵利润的情形。报告期内，发行人主要关联交易事项如下：

#### ①经常性关联交易

报告期内潮宏基发生的经常性关联交易为在合并报表前向关联公司汕头朗日销售产品并向其出租办公楼，相关情况如下：

##### A、销售产品

潮宏基报告期内合并报表前向汕头朗日销售产品所发生金额及占同期销售金额的比例如下：

年度	对汕头朗日销售金额（万元）	占同期销售总额的比例
2008 年度	1,090.79	2.43%
2007 年度	3,985.71	11.67%
2006 年度	2,444.47	10.31%

潮宏基向关联方汕头朗日销售产品的定价模式遵循其非品牌批发业务下与非关联方交易公允一致的定价原则，按照潮宏基与汕头朗日签订的合同，潮宏基售予汕头朗日的产品价格在原材料采购成本基础上再加上一定的加工费确定，加工费标准根据不同产品的款式复杂程度和工艺难度，由交易双方参考市场价格协商确定。经核查，关联交易实际交易价格及销售毛利率与非关联方交易价格及销售毛利率不存在重大差异。因此，报告期内潮宏基向汕头朗日销售产品的关联交易价格是公允的。

#### B、出租办公楼

潮宏基报告期内曾向汕头朗日出租办公楼，合并报表前潮宏基对汕头朗日出租办公楼所发生的金额如下：

年度	对汕头朗日租赁办公楼发生金额（万元）
2008 年度	1.728
2007 年度	3.456
2006 年度	3.456

上述租赁事项租金标准参照当地办公楼租赁的市场价格，由交易双方协商确定，价格公允。

#### C、关联方应收应付款项余额

报告期内，潮宏基对关联方的经常性应收应付款项均为对汕头朗日的应收应付款，各期末余额情况如下：

单位：万元

项目	2009.6.30	2008.12.31	2007.12.31	2006.12.31
<b>应收账款：</b>				
汕头市朗日首饰有限公司	-	-	-	581.69
合计	-	-	-	581.69
<b>预收账款</b>				
汕头市朗日首饰有限公司	-	-	118.02	-
合计	-	-	118.02	-

#### D、向董事、监事及高级管理人员支付报酬

报告期内，潮宏基向董事、监事及高级管理人员支付报酬，2008 年度支付

报酬明细如下：

序号	姓名	职务	收入（万元）
1	廖木枝	董事长	3.60
2	SHAH DARPIL NARENDRA	董事	-
3	廖创宾	董事、总经理	33.64
4	廖坚洪	董事	3.00
5	钟木添	董事	3.00
6	林军平	董事、副总经理	21.64
7	孙凤民	独立董事	2.38
8	林天海	独立董事	2.38
9	廖朝理	独立董事	2.38
10	林镜坤	监事会主席	-
11	井力敏	监事	-
12	郑春生	监事、采购部经理	8.11
13	蔡中华	副总经理	33.64
14	徐俊雄	财务总监、董事会秘书	16.64
15	吴浩昌	首席设计师	24.22
16	郭琰峰	高级设计师	8.08
17	黄淹平	生产中心素金厂厂长	11.34
18	何文波	生产中心镶嵌厂厂长	11.58

## ②偶发性关联交易

A、报告期内，关联方曾向潮宏基提供资金以支持其发展，各期末的余额如下：

单位：万元

项目	2009.6.30	2008.12.31	2007.12.31	2006.12.31
<b>其他应付款：</b>				
汕头市潮鸿基投资有限公司	-	-	-	962.00
合计	-	-	-	962.00
<b>一年内到期长期负债：</b>				-
廖创宾	-	-	-	619.80
廖木枝	-	-	-	1,312.93

钟木添	-	-	-	404.00
廖坚洪	-	-	-	296.42
李瑜	-	-	-	518.00
林军平	-	-	-	500.00
林镜坤	-	-	-	430.39
马顺林	-	-	-	257.79
廖瑞强	-	-	-	-
廖先杰	-	-	-	-
廖洪槟	-	-	-	230.00
合计	-	-	-	4,569.32

关联方向潮宏基提供资金均未计付利息，未损害其利益，对其财务状况和经营成果无负面影响。截至 2007 年 12 月 31 日，潮宏基已归还了全部无偿借款，目前余额为 0。

#### B、关联方为潮宏基提供担保

报告期内，公司关联方及与其关系密切的家庭成员为公司提供借款担保，明细情况如下：

合同名称及编号	担保人	担保方式	抵押物	担保额度 (万元)	担保期限
《最高额保证合同》 (GBZ476450120040273)	廖创宾	保证	无	2,000	2004 年 12 月 28 日至 2007 年 12 月 28 日
《最高额保证合同》 (GBZ476450120050280)	廖木枝 马丽贤	保证	无	2,000	2005 年 11 月 30 日至 2007 年 12 月 31 日
《最高额抵押合同》 GDY476450120070066	廖木枝 马丽贤	房产 抵押	汕头市龙湖区衡山路 17 号商业大厦 2503 及 2504 号房产（粤房地证字第 2075032 号）	100	2007 年 10 月 25 日至 2010 年 10 月 24 日
《最高额抵押合同》 GDY476450120070067	陈惠娥 廖坚洪	房产 抵押	汕头市龙湖区衡山路 17 号商业大厦 2501 及 2502 号房产（粤房地证字第 2075033 号）	78	2007 年 10 月 25 日至 2010 年 10 月 24 日
《最高额保证合同》 GBZ476450120070182	潮鸿基 投资	保证	无	8,000	2007 年 11 月 7 日至 2010 年 11 月 6 日
《最高额保证合同》 GBZ476450120070183	廖创宾	保证	无	8,000	2007 年 11 月 7 日至 2010 年 11 月 6 日
《最高额保证合同》 GBZ476450120070190	廖木枝	保证	无	8,000	2007 年 11 月 7 日至 2010 年 11 月 6 日

## C、委托贷款

合同名称及编号	委托人	受托贷款人	借款人	贷款额（万元）	借款期限
《委托贷款合同》 10503107010	潮鸿基 投资	广东发展银行汕 头大华支行	潮宏基	500	2007年5月31日至 2008年5月30日
《委托贷款合同》 10503107013	潮鸿基 投资	广东发展银行汕 头大华支行	潮宏基	500	2007年6月22日至 2008年6月21日
《委托贷款合同》 10503107018	潮鸿基 投资	广东发展银行汕 头大华支行	潮宏基	500	2007年7月27日至 2008年7月26日
《委托贷款合同》 10503107019	潮鸿基 投资	广东发展银行汕 头大华支行	潮宏基	500	2007年8月20日至 2008年8月19日
《委托贷款合同》 GDK476450120070226	潮鸿基 投资	中国银行汕头分 行	潮宏基	1000	2007年7月24日至 2008年7月23日
《委托贷款合同》 10503107021	潮鸿基 投资	广东发展银行汕 头大华支行	潮宏基	500	2008年8月4日至 2009年8月3日

2007年度、2008年度及2009年1-6月潮宏基因上述委托贷款分别向潮鸿基投资支付利息80.12万元、105.19万元和16.81万元。截至2009年6月30日，尚有500万元短期贷款未到期。

6) 发行人符合下列条件:

① 最近3个会计年度（2006-2008年度）净利润均为正数，以扣除非经常性损益前后较低者为计算依据，2006年度、2007年度和2008年度分别为1,856.32万元、4,287.02万元和5,002.09万元，累计为11,145.43万元，已超过人民币3,000万元；

② 最近3个会计年度（2006-2008年度）营业收入分别为23,723.10万元、34,158.85万元和44,859.21万元，累计为102,741.16万元，已超过人民币30,000万元；

③ 发行前股本总额为9,000万元，不少于人民币3,000万元；

④ 最近一期末（2009年6月30日）无形资产（扣除土地使用权、水面养殖权和采矿权等后）占净资产的比例为0.86%，不高于20%；

⑤ 最近一期末（2009年6月30日）不存在未弥补亏损。

7) 经过对发行人纳税资料及税务主管部门出具的无违规证明的审阅，本保

荐机构认为发行人依法纳税，各项税收优惠符合相关法律法规的规定。经过对发行人主要财务资料的审阅，本保荐机构认为发行人的经营成果对税收优惠不存在严重依赖。

8) 经过对发行人主要债务合同的审阅，并结合对发行人资信情况的核查，本保荐机构认为发行人不存在重大偿债风险，不存在影响持续经营的担保、诉讼以及仲裁等重大或有事项。

9) 本次发行申报文件中不存在下列情形：

- ① 故意遗漏或虚构交易事项或者其他重要信息；
- ② 滥用会计政策或者会计估计；
- ③ 操纵、伪造或篡改编制财务报表所依据的会计记录或者相关凭证。

10) 本保荐机构认为，发行人不存在下列影响持续盈利能力的情形：

① 发行人的经营模式、产品或服务的品种结构已经或者将发生重大变化，并对发行人的持续盈利能力构成重大不利影响。

潮宏基自成立以来，一直主要从事高档时尚珠宝首饰产品的设计、研发、生产及销售，主营业务没有发生变化。潮宏基 2006 年度、2007 年度、2008 年度及 2009 年 1-6 月的净利润分别为 2,188.84 万元、4,675.25 万元、5,211.91 万元和 4,131.33 万元，利润主要来源于主营业务，盈利能力持续良好。

② 发行人的行业地位或发行人所处行业的经营环境已经或者将发生重大变化，并对发行人的持续盈利能力构成重大不利影响。

我国的珠宝首饰行业是朝阳行业。在中国经济持续增长和人均收入水平不断提高的背景下，我国居民恩格尔系数持续下降，人们在满足基本生活需要的基础上，逐渐增加了对高档消费品的消费，我国珠宝首饰市场已经进入高速发展阶段，成为继住房、汽车之后中国老百姓的第三大消费热点。据国家统计局公布的数据，金银珠宝类零售总额（限额以上）增速从 2003 年开始进入高速增长阶段，近五年来复合增长率超过 20%，从最近公布的数据看，2008 年度金银珠宝类零售总额同比增长 38.60%。根据中宝协统计，2008 年度我国珠宝玉石首饰销售总额已突破 1,800 亿元，是仅次于美国和日本的世界第三大珠宝市场；未来几年，我国的珠宝首饰市场将继续保持每年 15% 以上的增长。

潮宏基近年来发展迅速，行业地位尤其是 K 金珠宝首饰细分行业地位突出，领先优势明显，2006 年度、2007 年度、2008 年度及 2009 年 1-6 月营业收入分别

同比增长了 41.84%、43.99%、31.33%和 25.72%，保持平稳快速增长，且增幅远高于行业平均水平，持续盈利能力良好。

③ 发行人最近 1 个会计年度的营业收入或净利润对关联方或者存在重大不确定性的客户存在重大依赖。

2008 年度，潮宏基向前五位客户合计销售金额及占同期销售总额的比例如下：

年度	向前五名客户合计销售金额（万元）	占同期销售总额的比例
2008 年度	6,286.23	14.01%

2008 年度，潮宏基前五名销售客户中，包括原参股公司汕头朗日，报告期内合并报表前对其销售情况如下：

年度	向汕头朗日的销售金额（万元）	占同期销售总额的比例
2008 年度	1,090.79	2.43%

经核查，本保荐机构认为潮宏基最近 1 个会计年度的营业收入或净利润不存在对关联方或者存在重大不确定性客户的重大依赖。

④ 发行人最近 1 个会计年度的净利润主要来自合并财务报表范围以外的投资收益。

根据审计报告，潮宏基 2008 年度按权益法核算的股权投资收益明细如下：

单位：元

项 目	2008 年度
汕头市朗日首饰有限公司	52,078.22
合计	52,078.22

上述投资收益是潮宏基完成对汕头朗日的企业合并并将其纳入合并报表之前，按权益法核算的对其 2008 年 1-3 月的投资收益。除此以外，潮宏基 2008 年度无来自合并报表范围以外的投资收益。因此，潮宏基的净利润主要来源于主营业务。

⑤ 发行人在用的商标、专利、专有技术以及特许经营权等重要资产或技术的取得或者使用存在重大不利变化的风险。

经对潮宏基相关资料的核查，本保荐机构认为潮宏基在用的商标、专利、专有技术以及特许经营权等重要资产权属清晰，取得过程符合相关规定，目前均在正常使用，不存在重大不利变化的风险。



⑥ 其他可能对发行人持续盈利能力构成重大不利影响的情形。

(5) 募集资金运用合理规范

1) 募集资金有明确的使用方向，并全部用于主营业务。

潮宏基本次募集资金全部用于主营业务，将用于以下两个投资项目：

单位：万元

序号	项目名称	投资总额	募集资金投入金额	募集资金投入金额	
				第一年	第二年
1	销售网络建设项目	27,853.20	25,500.00	12,000.00	13,500.00
2	珠宝生产加工(含设计研发)建设项目	6,151.60	5,500.00	3,800.00	1,700.00
合计		34,004.80	31,000.00	15,800.00	15,200.00

2) 募集资金数额和投资项目与发行人现有生产经营规模、财务状况、技术水平和管理能力等相适应。

根据潮宏基的募集资金投资项目规划，本次对销售网络建设和珠宝生产加工（含设计研发）建设两个项目预计需要投入募集资金 31,000.00 万元。潮宏基 2008 年度营业收入 44,859.21 万元，净利润 5,211.91 万元，2008 年底资产总额 41,724.69 万元，归属于母公司所有者权益 26,109.73 万元，资产质量良好，资产负债结构合理，总体财务状况较好。潮宏基经过多年的精耕细作，在研发、生产技术、管理等方面积累了丰富的经验，也培育了一批专业的管理和技术人才，已具备成熟的管理模式复制能力，为本次募集资金投资项目奠定了良好的市场、技术及管理基础。基于此，本保荐机构认为潮宏基本次募集资金数额和投资项目与发行人现有生产经营规模、财务状况、技术水平和能力等相适应。

3) 募集资金投资项目符合国家产业政策、投资管理、环境保护、土地管理以及其他法律、法规和规章的规定。

潮宏基本次募集资金拟投资的两个项目均符合国家产业政策，已获得汕头市发改局核准，其中珠宝生产加工（含设计研发）建设项目已通过汕头市环境保护局的相关审核，项目用地也已取得土地使用证。

4) 发行人董事会已对募集资金投资项目的可行性进行认真分析，确信投资项目具有较好的市场前景和盈利能力，有效防范投资风险，提高募集资金使用效益。

5) 募集资金投资项目实施后，不会产生同业竞争或者对发行人的独立性产生不利影响。

6) 发行人已经建立募集资金专项存储制度, 拟将募集资金存放于董事会决定的专项账户。

潮宏基制定了《募集资金管理办法》, 按规定对募集资金的存放和使用进行管理。

### (三) 发行人的主要风险

#### 1、管理大规模连锁专营店的风险

公司在发展连锁经营的过程中, 对专营店的店面选址、装修、日常营运、营业员培训等均进行统一规范, 同时建立以信息化技术为基础的、从总部到专营店的一系列标准化管理体系, 包括品牌形象维护、供应链管理、财务管理等, 已具有较强的跨区域连锁经营管理能力。近年来公司专营店的快速增长, 锻炼和考验了公司应对销售网络快速扩张的能力, 预计未来几年内公司专营店规模仍将继续扩大, 如公司不能相应提升管理能力和做好人、财、物各方面的规划, 可能存在难以达到预期销售目标的风险。

#### 2、因商圈变化引起自营专营店地址调整的风险

公司现有渠道模式中, 95%以上是与中国重点百货企业合作进行联销经营。随着城市商圈的不断扩容升级, 商圈的格局也在发生改变, 新商圈的不断涌现, 百货行业的蓬勃发展, 新一轮的百货行业洗牌也逐步展开。而珠宝首饰销售网点的选址主要是在城市商圈较繁华地带的百货企业, 如果城市商圈发生了转移或者现有联销合作的百货企业经营状况发生变化, 则必须通过调整专营店地址来满足经营需求, 存在因城市商圈变化引起专营店地址调整的风险。

#### 3、存货余额较大的风险

公司截至2009年6月30日的存货为32,125.96万元, 其中产成品为28,690.89万元, 占存货的89.31%。存货余额较大是由珠宝首饰行业自身特点和公司经营特点所决定的, 主要是珠宝首饰行业产品款式众多、价值较高, 而且报告期内公司自营店数量大幅增加、产成品铺货余额大幅增加所致。

虽然公司的产品款式推出前都经过缜密的市场调研和新产品上市测试, 从源头上降低产品滞销的可能性, 而且通过利用SAP-ERP信息管理系统以及推拉式灵活铺货管理模式等多种有效手段控制存货余额, 保证公司存货余额处于合理水平; 同时, 根据以往经验, 滞销产品重新做成适销款式的翻新成本费用率也远低于

产品的平均毛利率水平，但是黄金等原材料价格经过近年来的持续上涨，不排除将来出现价格下跌的可能，如果价格大幅下跌而公司又未能通过套期保值等工具有效化解风险，则公司存在需计提大额存货跌价准备的风险。

#### 4、税收负担加重的风险

公司于 2005 年 12 月成为中外合资经营企业，根据《中华人民共和国外商投资企业和外国企业所得税法》规定，汕头市龙湖区国税局出具《关于广东潮鸿基实业有限公司申请享受企业所得税税收优惠问题的批复》（汕龙国税函[2006]24 号），同意公司从开始获利年度起，第一年和第二年免征企业所得税，第三年至第五年减半征收企业所得税。2006 年度、2007 年度为公司免征企业所得税年度，自 2008 年起，公司开始享受减半优惠。另根据国务院 2007 年 12 月 26 日发布的《关于实施企业所得税过渡优惠政策的通知》（国发〔2007〕39 号）的规定，公司享受的减半征收企业所得税的优惠政策将延续至 2010 年结束；公司所处经济特区企业所得税税率自 2008 年 1 月 1 日起 5 年内逐步过渡到法定税率 25%，公司企业所得税适用税率 2008 年按 18% 执行，2009 年按 20% 执行，2010 年按 22% 执行，2011 年按 24% 执行，2012 年按 25% 执行。

因此，公司 2006 年度及 2007 年度企业所得税税率为 0%、2008 年度为 9%、2009 年为 10%、2010 年为 11%、2011 年为 24%、2012 年及以后年度为 25%。税收负担的加重将影响公司以后年度的效益。

#### 5、募集资金投资项目风险

公司本次募集资金将部分用于扩充珠宝首饰产能，预计项目投产后第一年实现营业收入 29,340.00 万元，以后逐年递增，第三年达产后年销售收入为 75,557.30 万元。虽然公司对市场进行了详细的调查，且目前公司的品牌知名度较高，拥有稳定的销售渠道，但项目建成后能否实现销售目标，仍存在一定的不确定因素。另外，在项目实施过程中由于受到销售价格、潮流趋势等市场环境的变化以及工程进度、工程管理、原料供应及设备价格变动等因素的影响，存在投资项目效益不能如期实现的风险。

### **（四）对发行人发展前景的评价**

#### 1、珠宝首饰行业前景广阔

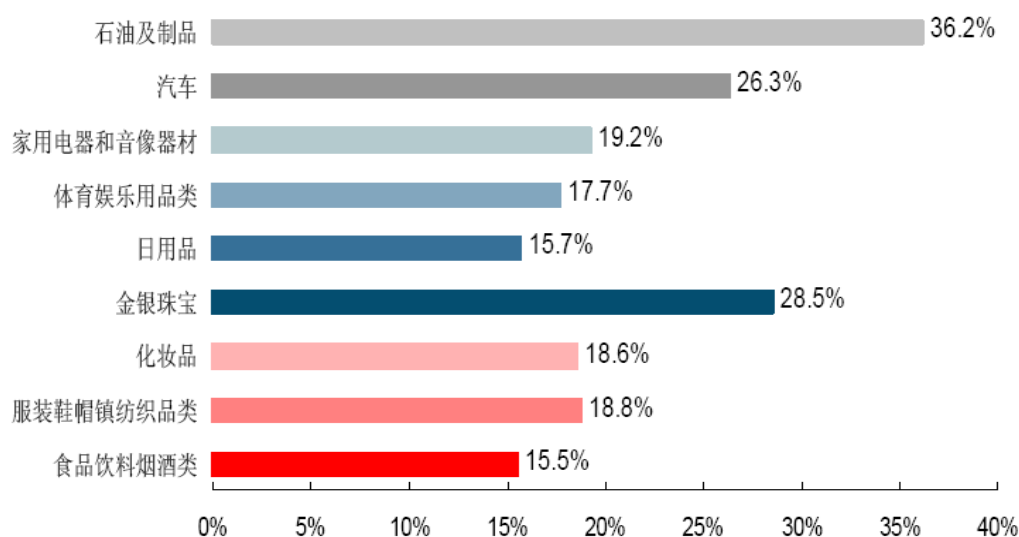
我国的珠宝首饰行业是朝阳行业。在中国经济持续快速增长和人均收入水平

不断提高的背景下，我国居民恩格尔系数持续下降，人们在满足基本生活需要的基础上，逐渐增加了对高档消费品的消费，我国珠宝首饰消费已经进入高速发展阶段，成为继住房、汽车之后中国老百姓的第三大消费热点。

据国家统计局公布的数据，金银珠宝类零售总额（限额以上）增速从 2003 年开始进入高速增长阶段，近五年来复合增长率超过 20%，从最近公布的数据看，2008 年度金银珠宝类零售总额同比增长 38.60%。根据中宝协统计，2008 年度我国珠宝玉石首饰销售总额已突破 1,800 亿元，是仅次于美国和日本的世界第三大珠宝市场。未来几年，我国的珠宝首饰市场将继续保持每年 15% 以上的增长，市场空间不断扩大，具体体现如下：

### （1）居民消费能力的提高将促进消费结构的升级

随着经济的发展，我国居民的消费构成逐步发生变化，金银珠宝等高档消费品的消费呈现快速增长的趋势，体现了我国居民的消费结构在不断升级。下图是 2006 年与消费升级相关的产品销售增长情况：



资料来源：中华全国商业信息中心

### （2）城市化进程加快，加大了对珠宝首饰等高档消费品的需求

随着工业化步伐加快，中国城市化水平不断提高。截至 2008 年底，中国城镇人口突破 6 亿，达 6.07 亿元，城镇化率达到 45.7%。与 2000 年相比，城镇人口增加 1.48 亿，城镇化率提高 9.46 个百分点，年均提高 3.78 个百分点（资料来源于中国社会科学院于 2009 年 5 月 15 日发布的《城市蓝皮书》）。城市化水平的提高，必将对以城市居民为主要目标消费群体的珠宝首饰行业产生有力的推动作用。

### （3）女性消费者购买力迅速提高，市场潜力巨大

随着我国女性在社会和家庭中的地位不断提高，可支配消费资金不断增加，其对珠宝首饰等高档消费品的消费也将大幅度增长，市场潜力巨大。据我国权威机构对中国女性珠宝首饰市场的调查，女性占据珠宝首饰消费市场的最大份额。世界四大时尚之都以及东京、香港等城市的珠宝首饰年贸易总量近 1000 亿美元，我国女性珠宝首饰人均占有率尚不足 5%，而东京为 68.2%、新加坡为 48%、香港为 54%、韩国为 68%、马来西亚为 47%、泰国为 68%，因此我国女性市场需求的潜力十分巨大。（资料来源：《2006 年度中国饰品行业分析报告》）

（4）中国珠宝首饰市场的消费需求还将因为婚庆、境外来华游客消费等因素的拉动而急剧上升

全国每年有近 1,000 万对新人喜结良缘，特别是人口出生率高达 21% 的八十年代中后期出生的人群将于 2007 至 2012 年左右进入适婚年龄，因此，仅婚庆珠宝首饰消费市场的前景就非常可观（资料来源：北京世纪浩远管理咨询中心《珠宝首饰行业市场研究与预测报告》2007 年 4 月）。此外，随着中国在国际上的影响力逐渐扩大，与国际上的交流也越来越多，特别是在我国成功举办奥运会后，国际友人对中国有了更多的了解，越来越多的国际友人来华商务和旅游，他们的消费将对珠宝首饰的消费起到积极作用。此外，世博会与亚运会也将有力刺激旅游业对珠宝首饰的消费拉动。

### （5）中国零售百货业的快速增长推动了珠宝首饰消费的增长

近年来，随着中国零售百货业市场规模持续扩大，百货商店销售额呈现了较快的增长，且高于百货门店数量的增速，说明消费升级推动了百货业态的内生增长。从香港的消费升级经验来看，1985-1996 年间香港各类商品销售额均出现较大增幅，其中百货公司的零售额率先增长，珠宝首饰等高档消费品的消费随之出现高速增长。

### （6）消费者审美观及价值观的转变促使消费多元化

近年来，人们对珠宝首饰的消费观念正在逐步发生变化，由注重价值转向追求个性化，讲究款式和工艺，追求首饰与自身个性、穿着的匹配；加上科学技术的进步，首饰加工制作新技术、新工艺的不断应用，过去由黄金首饰“一统天下”的局面已不复存在。消费多元化的重要体现就是 K 金和铂金珠宝首饰的高速发展，其在珠宝首饰行业中所占的份额不断提高。

## 2、公司已建立了比较成熟的盈利模式

经过多年的发展，潮宏基已形成了比较成熟稳定的盈利模式：

### (1) 选择了差异化的产品战略，主营业务非常突出

主流珠宝首饰企业除谢瑞麟以铂金珠宝首饰为主外，其他主要以黄金珠宝首饰为主，而公司在成立之初就选择了 K 金珠宝首饰作为做强做大的突破口。由于这一产品战略顺应了行业发展趋势和消费潮流，因此公司规模和经济效益不断提高，形成了目前以 K 金珠宝首饰为主的产品结构，在消费者心中建立了有别于其他企业的独特的品牌特色。

(2) 形成了“品牌经营+产品设计+连锁销售”一体化的盈利模式，盈利水平大幅提高

目前我国 5,000 多家珠宝首饰企业中，大部分还处在为品牌企业代工的阶段，只能赚取微薄的加工费。但珠宝首饰行业的发展趋势是优势逐渐向那些既有设计和开发能力、又有自己销售渠道的企业转移。公司在最近几年的经营中成功地转型为一家“品牌经营+产品设计+连锁销售”三位一体、自有渠道比例不断提高的连锁经营型企业，在以品牌经营为核心，以优质渠道为载体，以 K 金珠宝首饰为主导产品的基础上，不断丰富产品线，实现公司的毛利率水平和盈利能力持续稳步增长。

## 3、潮宏基竞争优势

### (1) 品牌优势

公司始终致力于专业化品牌经营，注重品牌培育，并将品牌内涵与珠宝首饰产品结合，实现品牌附加值最大化。经过多年的不懈努力，公司品牌经营取得了良好效果，品牌影响力和顾客忠诚度不断提高，公司 2008 年自营店销售收入中 16% 以上来自老顾客。公司近年来获得的主要品牌荣誉如下：

奖项名称	颁发时间/期限	颁发单位
清科-2008 年中国最具投资价值企业 50 强	2008.06	清科集团
中国名牌产品 (贵金属镶嵌首饰)	2007.09	国家质量监督检验检疫总局
2009 年中国 500 最具价值品牌 (第 187 位, 品牌价值 44.25 亿元)	2009.06	世界品牌实验室、世界经理人集团
2008 年中国品牌 500 强 (第 191 位, 品牌价值 39.31 亿元)	2008.06	世界品牌实验室、世界经理人集团

2007年中国品牌500强 (第215位, 品牌价值31.93亿元)	2007.06	世界品牌实验室、世界经理人集团
2006年中国500最具价值品牌 (第218位, 品牌价值29.37亿元)	2006.06	世界品牌实验室
2005年中国500最具价值品牌 (第237位, 品牌价值27.18亿元)	2005.08	世界品牌实验室
2005-2007年连续三年 中国品牌年度大奖	2007.12 2006.12 2005.12	世界品牌实验室
2006年、2007年连续两届 亚洲品牌500强	2007.08 2006.09	亚洲品牌盛典组委会
中国珠宝首饰业驰名品牌	2007.10-2009.10	中国珠宝首饰玉石行业协会
中国珠宝行业十大影响力品牌	2005.01	中国企业文化促进会

## (2) 销售渠道优势

经过多年的精耕细作，潮宏基形成了以华东、华南和东北为核心市场，覆盖全国27个省（市、自治区）80多个主要城市，拥有279家品牌专营店的销售网络，专营店数量位于同行业前茅，其中自营店数量居第二位，仅次于香港周大福。而且潮宏基自营店中95%以上设立在优质的百货渠道中，目前已经与五大全国性连锁百货集团的大商、百联、王府井、新世界、百盛，以及各区域性知名百货企业建立了战略合作关系。在中国连锁经营协会公布的“2008年中国连锁百强”零售企业中，已与潮宏基建立战略合作关系的百货商场达52.27%。在销售渠道快速扩张的过程中，潮宏基也形成了与之相适应的跨地区终端管理能力，尤其是2006年8月引进SAP-ERP信息管理系统后，提高了销售网络管理水平，为销售渠道的继续拓展奠定了基础。潮宏基优质的销售渠道，为其品牌的持续发展奠定了良好的基础，有利于围绕品牌定位不断丰富产品线，提高单店营运能力，增强持续盈利能力。潮宏基及其子公司汕头朗日截至2009年6月30日的279家品牌专营店（包括202家自营店和77家品牌代理店）分布如下：



注：上图各省市后面的标示中，**Chj** 表示潮宏基的专营店，**S** 表示子公司汕头朗日的专营店，后面数字表示专营店家数。

### （3）原创设计优势

潮宏基秉承“弘扬东方文化精髓，推动中国原创设计”的理念，始终致力于自主创新，为消费者提供设计独特、品质卓越的产品。为了贯彻原创设计理念，摆脱国内产品同质化的弊端，潮宏基自 2000 年起就组建了自有的设计团队，持之以恒以原创设计推动产品差异化，报告期内年均推出自主设计款式超过 5,000 款；并与清华大学美术学院合作，成立“清华大学美术学院潮宏基首饰实验室”，致力于创造具有东方文化内涵和国际视野的珠宝时尚。凭借原创设计产品独特的东方文化内涵，潮宏基作为国内珠宝首饰界唯一代表应邀参加了世界顶级时尚舞台——2006 年瑞士巴塞尔世界钟表珠宝展览会。2007 年，潮宏基被广东省知识产权局评为“广东省知识产权优势企业”。

### （4）工艺技术优势

潮宏基始终坚持以质量、工艺取胜的产品差异化战略，在生产各环节贯彻“注重细节、精益求精”的生产理念，追求生产质感非凡的珠宝首饰产品，在引进国际先进生产设备的同时，注重引进和培养珠宝工艺师，目前拥有 71 位工艺精湛



的生产工艺师。近年来，潮宏基通过鼓励工艺师自主创新、与国内科研机构合作研发等方式在多个领域取得了工艺突破，如在镶嵌工艺方面，在镶嵌珠宝首饰生产中引进瑞士高级钟表的镶嵌技术，使在 45 倍显微镜下操作的微镶工艺优势得到充分发挥，大幅减少了金料对钻石包裹的面积，呈现“见钻不见金”的璀璨效果。2009 年 5 月，公司被广东省经贸委、省财政厅、省国税局、省地税局、海关总署广东分署认定为“广东省省级企业技术中心”。

#### （5）治理及管理优势

潮宏基在改制为股份公司前已按照股份制模式运作多年，成功实践了所有权和经营权分离的现代企业制度，形成了较完善的法人治理结构。潮宏基一直致力于管理团队的建设，大胆引进国内外高级职业经理人，形成一支经验丰富、管理理念先进、充满朝气的管理团队；在内部管理中注重借助现代信息技术，是国内珠宝首饰行业第一家实施 SAP-ERP 信息管理系统的企业。凭借良好的治理结构和高效的管理水平，公司分别被全球四大商学院之一的欧洲工商管理学院（INSEAD）和北京大学光华管理学院选定为企业管理案例和人力资源管理案例。

#### 4、潮宏基行业地位突出

目前国内 5,000 多家珠宝首饰企业中大部分仍处于没有自主品牌、只是为其他品牌代工的阶段，或处于有自己的品牌，但只是区域性的，没有形成全国性品牌的阶段。而潮宏基经过 10 多年的发展，在品牌影响力和渠道规模方面已与香港著名品牌周大福、谢瑞麟、周生生等处于同一层次，领先于其他企业。潮宏基的市场领先地位体现在市场份额、品牌价值以及国际影响等方面：

##### （1）市场份额

公司定位为高档时尚珠宝首饰的研发、生产和营销型企业，实行产品差异化发展战略，以 K 金珠宝首饰为目标市场，经过多年的精耕细作，已发展成为该领域的领先企业之一。中宝协已出具证明，确认公司生产的 K 金珠宝首饰销售额一直处于行业领先地位，其中 2007 年度、2008 年度“潮宏基”品牌 K 金珠宝首饰零售额在同行业内排名前三名。

##### （2）品牌价值

潮宏基以自主创新为核心竞争力，坚持走品牌经营路线，经过多年的发展，

自有品牌“潮宏基”在市场上已享有较高的品牌知名度和美誉度。2009年6月16日，世界品牌实验室和世界经理人周刊联合发布了由世界品牌实验室（World Brand Lab）独家编制的《2009年度中国500最具价值品牌》排行榜，“潮宏基”品牌以价值44.25亿元位列珠宝首饰行业第二名，仅次于香港品牌周大福，各入选珠宝首饰品牌及其价值如下：

500强排名	品牌名称	品牌拥有机构	品牌价值（亿元）
50	周大福	周大福珠宝金行有限公司	138.43
<b>187</b>	<b>潮宏基</b>	<b>广东潮宏基实业股份有限公司</b>	<b>44.25</b>
209	老凤祥	上海老凤祥有限公司	40.29
266	老庙	上海老庙黄金有限公司	31.21
364	亚一	上海亚一金店有限公司	19.08
441	明牌	浙江日月集团	12.26

资料来源：世界品牌实验室网站（<http://brand.icxo.com>）

### （3）国际影响

潮宏基拥有国际化的设计团队，凭借强大的设计力量，不断推出创新产品，报告期内平均年推出产品款式超过5,000款，所设计产品在国内外珠宝设计比赛中屡获奖项。2006年4月，潮宏基受瑞士巴塞尔世界钟表珠宝展览会的邀请，代表中国珠宝首饰企业向全世界同行演绎了一场题为“紫气东来”的东方珠宝秀，成为首家登上世界最顶级时尚珠宝展会舞台的亚洲珠宝首饰企业。此外，通过与DTC国际钻石推广机构、PGI国际铂金协会、WGC世界黄金协会三大行业组织开展合作等举措，“潮宏基”品牌凭借其神秘古老的中国文化元素和独特的原创设计风格，已经得到了国际珠宝界的充分肯定。

综上所述，潮宏基所处行业在我国属朝阳行业，受国家产业政策的支持，发展前景广阔；潮宏基行业地位突出，竞争优势明显，公开发行股票并上市后，将有利于实现做强做大的目标，成为我国珠宝首饰行业的龙头企业之一。

### （五）广发证券对本次证券发行的保荐意见

广发证券认为潮宏基本次公开发行股票符合《公司法》、《证券法》和《首次公开发行股票并上市管理办法》等有关首次公开发行股票的法律、法规、通知中所规定的条件，募集资金投向符合国家产业政策要求，广发证券同意向中国证监会保荐潮宏基申请首次公开发行股票。

#### **四、其他需要说明的事项**

无其他需要说明的事项。

附：1、保荐代表人专项授权书

2、发行保荐工作报告

[本页无正文，专用于广发证券股份有限公司关于广东潮宏基实业股份有限公司发行保荐书之签字盖章页。]

项目协办人:

签名:

2009年10月15日

陈运兴

陈运兴

保荐代表人:

签名:

裴运华

裴运华

陈家茂

陈家茂

2009年10月15日

内核负责人:

签名:

秦力

秦力

2009年10月15日

保荐业务负责人:

签名:

秦力

秦力

2009年10月15日

保荐机构法定代表人:

签名:

王志伟

王志伟

2009年10月15日

广发证券股份有限公司 (盖章)



2009年10月15日

附件 1

## 广发证券股份有限公司保荐代表人专项授权书

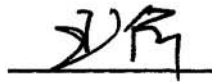
中国证券监督管理委员会：

兹授权我公司保荐代表人裴运华和陈家茂，根据《证券发行上市保荐业务管理办法》及国家其他有关法律、法规和证券监督管理规定，具体负责我公司担任保荐机构（主承销商）的广东潮宏基实业股份有限公司首次公开发行股票项目的各项保荐工作。同时指定陈运兴作为项目协办人，协助上述两名保荐代表人做好广东潮宏基实业股份有限公司首次公开发行股票项目的各项保荐工作。

本专项授权书之出具仅为指定我公司保荐（主承销）的广东潮宏基实业股份有限公司首次公开发行股票项目的保荐代表人和项目协办人，不得用于任何其他目的或用途。如果我公司根据实际情况对上述保荐代表人或项目协办人做出调整，并重新出具相应的专项授权书的，则本专项授权书自新的专项授权书出具之日起自动失效。

特此授权。

保荐机构董事长签字：



王志伟



附件 2

# 广发证券股份有限公司关于 广东潮宏基实业股份有限公司首次公开发行股票的 发行保荐工作报告

## 声明

广发证券股份有限公司及具体负责本次证券发行项目的保荐代表人已根据《公司法》、《证券法》等有关法律、法规和中国证监会的有关规定，诚实守信，勤勉尽责，严格按照依法制订的业务规则、行业执业规范和道德准则出具本发行保荐工作报告，并保证本发行保荐工作报告的真实性、准确性和完整性。

广发证券股份有限公司（以下简称“广发证券”或“本保荐机构”）作为广东潮宏基实业股份有限公司（以下简称“潮宏基”、“发行人”或“公司”）首次公开发行股票的保荐机构，按照《证券发行上市保荐业务管理办法》、《发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 27 号——发行保荐书和发行保荐工作报告》以及其他有关法律、法规、证券行业公认的业务标准、道德规范及勤勉尽职精神，经过本保荐机构的审慎调查与内核小组的研究，现向贵会呈报本次证券发行保荐工作的有关情况。

## 一、本次证券发行项目的运作流程

### （一）保荐机构内部审核项目流程

为保证项目质量，将运作规范、具有发展前景、符合法定要求的企业保荐上市，本保荐机构实行项目流程管理，在项目改制、辅导、立项、内核等环节进行严格把关，控制项目风险。

#### 1、内部审核流程的组织机构设置

本保荐机构项目内部审核流程的组织机构设置如下：

（1）投资银行业务管理总部下辖的质量控制部门。该部门为常设机构，投

资银行业务管理总部授权质量控制部门对每个具体项目，指定两名预审人员对项目运作的全流程进行跟踪，具体负责与项目执行人员进行日常沟通、材料审核及开展必要的现场核查工作，该质量控制部门也是本保荐机构证券发行项目内部核查部门，经指定的预审人员负有对投资银行业务立项委员会和投资银行业务内核小组提供专业初审意见的工作义务。

(2) 投资银行业务立项委员会。该机构为非常设机构，成员主要由资深投资银行人员及投资银行相关业务负责人组成，立项委员会成员通过参加质量控制部门主持召开的立项会议，提供专业审核意见，行使对具体证券发行项目的表决权，并按多数原则对证券发行项目进行立项核准。

(3) 投资银行业务内核小组，该机构为非常设机构，成员主要由本保荐机构内部专业人士及外聘专业人士组成，内核小组成员通过质量控制部门主持召开的内核小组会议，提供专业审核意见，行使对具体证券发行项目的表决权，并按多数原则对证券发行项目进行内核核准。

## 2、项目内部审核流程的主要环节

本保荐机构项目内部审核流程的主要环节如下：

内部审核主要环节	决策机构	辅助机构
立项	立项委员会	质量控制部门
内核	内核小组	质量控制部门

## 3、项目内部审核流程的执行过程

根据《证券发行上市保荐业务管理办法》及其他法律法规，投资银行业务管理总部制定了《投资银行业务立项工作审核工作规定》及《投资银行业务内核工作规定》作为证券发行项目保荐工作内部审核流程的常规制度指引。

### (1) 立项

投资银行业务人员在发行保荐与承销项目的承揽过程中，根据收集到的资料，以专业判断项目可行，且有相当把握与企业签署相关协议时，经投资银行部门负责人认可后，可通过投行项目管理系统提出立项申请。立项申请人应按照质量控制部门的要求，提交立项申请报告和立项材料，完成投行项目管理系统上的项目企业质量指标评价表。立项申请受理后，质量控制部门指定预审人员对材料进行预审。在初审过程中，项目组应提供相应的协助。质量控制部门完成初审，项

项目组落实初审意见的相关问题后，经分管投行业务的公司领导同意，由质量控制部门确定会议召开时间，向包括立项表决人员、项目组成员在内的与会人员发出立项会议通知。通过立项会议审议及表决确定项目是否通过立项。

## （2）内核

投资银行业务人员必须按外部法律法规等规范性文件及投资银行业务管理总部制定的《广发证券证券发行上市保荐业务尽职调查规定》的要求完成项目尽职调查工作，并在此基础上制作完成内核申请材料，包括：内核申请报告、符合外部监管要求的全套申报材料及工作底稿。内核申请材料首先由投资银行部部门负责人组织部门力量审议。投资银行部认为内核申请材料真实、准确、完整，无重大法律和财务问题的，由其负责人表示同意后，该项目方可提交内核申请。质量控制部门在收到上述内核申请材料后，首先对材料进行完备性核查，对不符合完备性要求的不予受理。内核申请材料受理后，由投资银行部负责人及质量控制部门指定的预审人员分别提出初步审核意见。项目组落实初审意见的相关问题后，应立即提请质量控制部门召开答辩会。答辩会上，项目组向预审人员提交初审意见的书面回复、能支持相关结论的工作底稿及工作日志；质量控制部门预审人员和项目组逐项确认相关问题的具体落实情况。答辩会后，预审人员提交修订后的初审意见完成初审工作。质量控制部门完成初审后向内核小组组长报告，由组长确定当次内核会议的参会委员和召开时间。质量控制部门向与会人员发出内核会议通知，同时通知包括项目组成员在内的其他有权列席人员，组织召开内核会议，对项目进行审议。在项目材料对外报出前，项目组应针对内核会议关注的主要问题提交书面回复和相关整改措施，并提供支持相关结论的工作底稿。质量控制部门与项目组逐项确认相关问题的具体落实情况。同时，质量控制部门负责对拟向主管部门报送的申请材料 and 后续对外报送的材料进行复核后，向内核小组组长汇报。汇报获得同意并按本保荐机构规定办理用章手续后，方可对外正式申报材料。

## （二）保荐机构关于本次证券发行项目的立项审核情况

### 1、本次证券发行项目申请立项的时间

潮宏基项目组于 2008 年 2 月 1 日向投资银行立项委员会提出潮宏基首次公开发行股票项目的主承销立项申请。



## 2、本次证券发行项目立项审核的评估决策机构成员构成

潮宏基首次公开发行股票项目立项审核的立项委员会成员构成如下：秦力、罗斌华、钮华明、蔡铁征、钟辉、邵丰、陈青。

## 3、本次证券发行项目立项评估的时间

潮宏基首次公开发行股票项目立项评估会议于 2008 年 3 月 4 日召开，相关立项委员的表决时间截止于 2008 年 3 月 6 日。

## 4、本次证券发行项目立项审核结果

本次立项小组会议通过了潮宏基首次公开发行股票项目的主承销立项。

### （三）保荐机构关于本次证券发行项目执行的主要过程

#### 1、本次证券发行项目执行人员

潮宏基首次公开发行股票项目组成员构成：裴运华（保荐代表人）、陈家茂（保荐代表人）、陈运兴（项目协办人）、陈慎思。

#### 2、本次证券发行项目进场工作时间

潮宏基首次公开发行股票项目组于 2004 年 10 月开始与潮宏基接触，2005 年 5 月与其签订财务顾问协议；2006 年 9 月，潮宏基完成了股份制改造，整体变更为股份公司。项目组前期工作主要是帮助潮宏基进行股份制改造，随后开始立项、辅导、尽职调查、撰写制作申报材料等相关工作。2008 年 3 月 24 日，本保荐机构向中国证监会报送了潮宏基首次公开发行股票申请材料，随后根据中国证监会发行部反馈意见及相关规定对申报材料进行了多次的补充和更新。

#### 3、本次证券发行项目尽职调查的主要工作过程

项目组对潮宏基进行了充分详细的尽职调查，主要包括以下几个方面：

##### （1）走访子公司及部分自营店

项目组在尽职调查过程中，对潮宏基子公司汕头朗日及部分自营店（包括汕头金环路旗舰店、广州正佳店、广州天河城店、广州中华广场店、昆明新世界百货店、西安解放路民生百货店、郑州新玛特购物广场金博大店、北京新世界百货店、大连商场店、大连新玛特店、大连麦凯乐店、青岛利群店、青岛海信店、青岛南京路店等）进行了详尽的调研，了解各自营店经营状况、当地市场竞争状况，现场核查了业务流程、财务结算流程以及其他相关书面材料，访谈了各环节上的岗位人员。

## （2）走访相关银行

项目组通过走访潮宏基的开户银行，了解潮宏基的资信状况、历年来的资金往来情况及贷款情况等。

## （3）走访相关政府部门

项目组走访了工商、税务、环保、土地、质检等相关政府部门，了解了主要政府部门对潮宏基的总体评价及其规范经营情况。在材料上报前，获得了有权部门对潮宏基不存在重大违法违规行为的书面说明。

## （4）访谈高层管理人员与其他相关人员

项目组尽职调查过程中，在全面查阅大量行业及公司材料后，对需要进一步了解的问题列出清单，有针对性地对相关董事、监事、高管和部分中层管理者进行正式及非正式的访谈。对高层管理人员的访谈主要是了解行业概况和发展空间、发展战略、经营情况、内部控制等方面的情况；对中层管理人员及一线职工的访谈主要是向他们了解各环节规范运作情况、管理制度建设和执行的情况、薪酬社保福利等情况。

## （5）核查信息系统等内部控制流程

潮宏基的产品是贵重的珠宝首饰，其内部管理在很大程度上依赖于先进的信息系统，项目组对其采购、生产、销售、财务、人事等信息系统进行了测试，并邀请信息部门人员对各个系统的内部流程进行了讲解。

## （6）详尽核查各种书面文件资料

项目组除了前面的现场尽职调查外，也投入大量的精力对潮宏基的历史文件材料进行核查，主要包括：工商登记资料、生产销售相关资料、财务资料、公司各项规章制度、三会资料等等，以及各境外股东的情况，追溯各股东的最终自然人股东和实际控制人，核查各股东之间是否存在关联关系。

## （7）通过中介机构协调会发现问题和解决问题

在整个项目运作过程中，本保荐机构及项目人员会同潮宏基及其聘请的会计师事务所和律师事务所定期召开中介机构协调会，汇总情况，沟通问题，协商方案，安排工作，促进了各方尽职调查的广度和深度。

## （8）通过专题会议解决重大问题

在项目进展的重要环节，通过召开专题会议的形式讨论解决重大问题，如在

关于公司历史沿革的尽职调查阶段,通过召开专题会议讨论股东出资和股权转让是否合规,公司历史沿革是否清晰、规范;在辅导阶段,则通过召开专题会议的形式引导公司董事、监事和高管人员展开对公司所处行业的讨论,明晰公司定位和竞争优势,为申报材料制作做好准备;而在证监会审核阶段,则通过专题会议对反馈问题进行剖析,并做出完整、准确和及时的答复。

#### **4、保荐代表人参与尽职调查的工作时间及主要过程**

本保荐机构指定保荐代表人裴运华、陈家茂负责潮宏基首次公开发行股票项目。两位保荐代表人参与了该项目的全部尽职调查工作,主要包括:走访子公司和主要自营店;访谈各层级员工及外部相关人士;核查信息管理系统、核查工商资料、财务资料等重要书面文件;核查潮宏基与汕头朗日关联交易价格公允性;对比分析潮宏基自营业毛利率较高的原因;组织参与中介机构协调会;项目的立项和内核工作;申报材料制作和反馈回复等。两位保荐代表人在尽职调查过程中做到了诚实守信、勤勉尽责,在项目运作过程中充当着领头人和主要执行者的角色。

#### **(四) 保荐机构内部核查部门审核本次证券发行项目的主要过程**

##### **1、本次证券发行项目内部核查部门专职人员**

潮宏基首次公开发行股票项目的内部核查部门专职人员为质量控制部的邵丰、陈青和李筱婧。

##### **2、内部核查部门专职人员现场核查的工作次数和时间**

本保荐机构质量控制部专职人员对潮宏基首次公开发行股票项目共进行了两次现场核查:第一次是2008年1月,项目组拟协助潮宏基申请辅导验收前,质量控制部派出专职人员现场核查辅导成果及辅导验收材料,现场工作了2天;第二次是2008年2月,项目组提交潮宏基首次公开发行股票内核材料后召开内核小组会议之前,质量控制部派出专职人员现场审核工作底稿及拟申报材料,现场工作了3天。此外,项目组根据项目进度及需要多次组织企业上市工作小组、各中介机构相关人员与质量控制部相关专职人员进行交流。

## **（五）保荐机构内核小组关于本次证券发行项目的审核过程**

### **1、本次证券发行项目内核小组成员构成**

潮宏基首次公开发行股票项目内核小组成员：秦力、欧阳西、罗斌华、钮华明、蔡铁征、陈青、钟辉、崔海峰、于韶光、何宽华、李淳、李风华、张锦坤。

### **2、内核小组会议时间**

潮宏基首次公开发行股票项目内核小组会议于 2008 年 3 月 18 日召开，内核委员表决时间为 2008 年 3 月 18 日至 2008 年 3 月 21 日。

### **3、内核小组成员主要意见**

潮宏基首次公开发行股票项目内核小组委员们总体上认为潮宏基资产质量优良，近年来发展迅速，已形成稳定的独特的“品牌经营+产品设计+连锁销售”盈利模式，持续盈利能力较强，项目申报材料制作质量较高，同意尽快上报中国证监会。

### **4、内核小组表决结果**

本次内核小组会议表决通过了潮宏基首次公开发行股票项目的内核。

## **二、本次证券发行项目存在的问题及解决情况**

### **（一）保荐机构立项评估决策机构成员主要意见及审议情况**

#### **1、保荐机构立项评估决策机构的主要意见**

立项委员们总体上认为潮宏基资产质量优良，盈利能力较强，行业地位及竞争优势明显，是一个优质的 IPO 项目。

除了本保荐机构内部核查部门相关预审人员提出的立项初审意见外（该部分内容详见下文之“保荐机构内部核查部门关注的主要问题及落实情况”），部分立项委员还提出了以下关注问题，要求项目组进一步了解情况，并组织回复材料供各委员参考：（1）公司的定位和战略，下一步的品牌推广措施。（2）对典型网点的数据分析，在老、中、新网点中各自选取有代表性的，说明其销售及成长情况。

（3）分析年均铺货金额的差异度，以往新设网点的撤销率。（4）假设现有网点数量不变，公司未来 2 年的盈利预测。（5）公司拥有 200 多家品牌专营店，公司从业务链的角度是如何管理的？

针对部分委员的意见，项目组就相关问题进行了进一步的核查和资料收集，

分别回复如下：

**“问题一：公司的定位和战略是什么，下一步的品牌推广措施有哪些？”**

**项目组回复：**

### **1、公司的定位和战略**

公司的定位是：以连锁经营管理为核心，以高档 K 金珠宝首饰为主导产品的珠宝首饰设计、开发、生产与营销型企业，逐步发展成为一家拥有多个珠宝品牌的珠宝企业。

公司的战略是：以“弘扬东方文化，汲取世界精华，引领中国时尚，璀璨人类生活”为企业使命，坚持走专业化品牌发展路线，在巩固现有行业地位的基础上，充分利用已有品牌和营销网络优势，发展多品牌经营，提高市场占有率。

### **2、下一步的品牌推广措施**

公司走专业化品牌发展路线，始终将塑造品牌放在核心位置。经过多年努力，公司自主品牌“潮宏基”已经具备较高的品牌美誉度和品牌知名度。为进一步提高公司品牌形象，公司将进一步建设优秀的品牌经营管理团队，树立明确的品牌运营理念，建立和完善品牌定位、品牌设计、品牌推广宣传等品牌运营流程，扩大品牌的市场影响力。下一步的品牌推广措施主要有：

(1) “潮宏基”作为设计领先的高级时尚珠宝首饰品牌，以自主创新设计和精湛工艺驰名，公司将不断加强产品研发力度，以别具特色的设计，配合产品营销概念和创意性的传播手法不断推向市场，让消费者能深刻体会“潮宏基”设计领先的品牌特点，进一步增强“潮宏基”在消费者心目中的品牌印记。

(2) 珠宝首饰属于终端高级消费品，终端形象是品牌传播的最佳渠道。从西方发达国家知名品牌的发展轨迹看，加强自营连锁以控制零售终端环节成为品牌发展的必然要求。公司已具备较大的覆盖全国的营销网络规模，随着营销网络数量的不断扩张，“潮宏基”品牌在全国的知名度与影响力将有显著提高。公司将根据市场环境和消费潮流的变化，不断改善包括装修、终端物料等在内的终端形象管理体系，通过终端店面形象提高消费者对品牌的认知。

(3) 提升营业员的素质水平和销售技能，建立符合品牌定位的终端销售团队。与顾客最直接接触的是专营店中的营业员，所以营业员的形象也代表了品牌形象。公司针对营业员素质和技能方面的教育和培训会逐步加强。

(4) 在品牌传播方面，公司针对重点区域精耕细作，集中资源持续、有计划、有组织地开展宣传，在国内多家时尚平媒上进行广告投放，并争取与优质媒体或潜力媒体联合开展公关活动，以点带面制造事件传播，以及通过合作获得品牌互动的机会等，提高品牌知名度。此外，公司还将继续与 DTC 国际钻石推广机构、PG 世界铂金协会、WGC 世界黄金协会三大行业组织保持紧密的合作，在产品推广上进行共同营销。

(5) 在会员管理上，公司将继续为不同级别的会员提供差异化附加值服务，包括高级会员专属会员活动，会员积分兑换活动，会员鉴赏培训活动等。”

**“问题二：对典型网点的数据分析，在老、中、新网点中各自选取有代表性的，说明其销售及成长情况。”**

**项目组回复：**

由于公司的专营店多设立于百货商场，且在设店之前都经过详细的评估，因此，凭借百货商场稳定的人流和公司的连锁经营能力，在开店后大部分都能进入正常运作。各月销售会因为节假日、推广活动等因素影响，但总体销售会保持相对稳定。

以下是公司不同年度设立的专营店平均每月的销售情况

单位：万元

序号	店名	开店时间	2005年	2006年	2007年	06比05	07比06
1	常州泰富	05年以前	30.83	35.08	44.57	13.79%	27.06%
2	宁波银泰	05年以前	32.87	54.76	67.61	66.61%	23.47%
3	上海永安百货	05年以前	22.59	24.42	23.53	8.12%	-3.66%
4	大连麦凯乐	05年开业	6.16	6.97	8.48	13.09%	21.73%
5	湖南平和堂	05年开业	16.61	24.63	29.50	48.31%	19.75%
6	上海汇金	05年开业	15.50	23.05	27.99	48.76%	21.42%
7	重庆美达	05年开业	6.84	15.42	23.98	125.41%	55.52%
8	福州东百	05年开业	6.02	18.27	25.70	203.50%	40.67%
9	南京新街口	06年开业		15.36	16.95		10.36%
10	上海太平洋	06年开业	-	12.61	12.64		0.25%
11	绍兴国商	06年开业	-	14.97	20.51		37.01%
12	无锡三阳	06年开业	-	13.69	14.61		6.77%
13	中山优越城	06年开业	-	11.57	18.30		58.27%
14	沈阳商业城	07年开业	-	-	16.61		
15	沈阳中兴	07年开业	-	-	47.36		
16	厦门巴黎春天	07年开业	-	-	14.25		
17	宜兴华地	07年开业	-	-	31.44		

18	上海文峰	07年开业	-	-	27.16		
19	青岛巴黎春天	07年开业	-	-	27.19		
20	盘锦兴隆	07年开业	-	-	29.22		
21	广州天河城	07年开业	-	-	36.18		

从以上表格可以看出，公司在不同年份、在不同地区设立的自营店的销售情况差异较大，具体如下：

1、2005年以前在华东地区设立的三家自营店，常州泰富店和宁波银泰店表现较好，不论是销售绝对数额还是增长率都较高，而上海永安百货店则表现一般，2007年比2006年销售额还有所下降。

2、2005年开设的店情况较好，增长速度较高，但销售绝对额较2005年之前设立的店低。

3、2007年新设店与2006年新设店相比，各店首年销售额大幅攀升，反映出公司在连锁经营及选择开店场所方面的经验越来越丰富。

4、从在上海开设的几家店的情况看，表现都不算突出，反映出像上海这样的国际都市型城市的竞争更加激烈。其中，上海永安百货2007年度销售比2006年度略有下降，主要是商场对珠宝区进行调整，调整后的位置较差所致。”

**“问题三：分析年均铺货金额的差异度，以往新设网点的撤销率。”**

**项目组回复：**

### **1、铺货差异**

由于自营店主要根据其定位、柜台长度等情况来安排货品，公司也按库存周转率情况来控制自营店的库存量，不同自营店库存量不尽相同，平均库存量在120万元左右。一般情况下，旗舰店营业面积较大、产品线也较齐全，所以库存量较一般自营店大，以2007年为例：为了提高公司的品牌形象，通过以形象较好、销量较大的自营店为点，以周边地区自营店为面，实现“以点带面”推动传统优势地区的珠宝首饰销售，提高市场占有率，公司自2007年开始在部分优势地区新开了营业面积较大、产品线较齐全的旗舰店。2007年度分别在山东青岛、江苏无锡和辽宁沈阳新开了三家旗舰店，2007年末上述旗舰店的铺货余额累计2,256.21万元，平均单店铺货余额752.07万元，远高于其他新开自营店的平均单店铺货余额。

此外，自营店的各月铺货量也会随销售季节性变化而发生相应变化，但一般

保持一定水平。

## 2、下表为各年新设网点撤销情况：

年度	2005 年度	2006 年度	2007 年度
当年撤店数（家）	1	2	8
当年新开店数（家）	26	23	93
年底营运店数（家）	52	73	158
当年撤店数占年底营运店数比例	1.92%	2.74%	5.06%

在管理上,对于新开店,潮宏基有一套事前评估审批机制和事后的监督机制。新开店一般要求在开业次月起盈利,如果未能达到目标,则要求区域经理重点跟进完善,如着手从货品结构、人员培训等方面进行整改,如连续三个月经营未能达到目标,则总部将会派出专门的人员,对门店再次进行评估,如确属由于开店决策失误的,则予撤店,如主要是因为管理上存在问题的,则及时跟进,利用总部资源进行整改以达到目标。如经整改仍未能达到目标的,则考虑撤店。

由于目前百货公司仍处于强势,且百货公司也处于快速扩张期,在新开店中,有一部份是配套店,即百货公司新设的、尚未成熟的门店中开设的自营店,此类自营店虽然从单店来说可能亏损,但公司从与该百货公司合作全局出发进行评估,如果整体有贡献,则可能保持经营不撤店。但公司会从货品投资以及日常运营成本方面考虑,尽可能减少亏损。

### “问题四：假设现有网点数量不变，公司未来 2 年的盈利预测。”

#### 项目组回复：

假定截至 2007 年底的网点数量（即 158 家自营店和 55 家代理店）不变，公司在品牌经营（包括自营和代理）方面未来 2 年的盈利预测。

项 目	2007 年	2008 年 E	2009 年 E
一、主营业务收入	25,248.97	36,034.08	38,196.12
减：主营业务成本	16,181.53	22,215.50	23,548.43
销售税金及附加	14.20	20.26	21.48
二、主营业务利润	9,053.25	13,798.31	14,626.21
加：其他业务利润	0.00	0.00	0.00
减：营业费用	3,501.11	5,526.38	5,857.96
管理费用	1,496.80	2,359.40	2,500.97
财务费用	195.95	750.00	400.00
三、营业利润	3,859.39	5,162.53	5,867.28



加：投资收益	0.00	0.00	0.00
营业外收入	0.00	0.00	0.00
减：营业外支出	0.00	0.00	0.00
四、利润总额	3,859.39	5,162.53	5,867.28
减：所得税	0.00	0.00	0.00
少数股东收益	0.00	0.00	0.00
五、净利润	3,859.39	5,162.53	5,867.28

注：2008年较2007年大幅增长是因为2007年当年投入的自营店在2008年产生效益；而2009年预测则根据历史数据单店销售额年均增长6%保守测算。”

**“问题五：公司拥有 200 多家品牌专营店，公司从业务链的角度是如何管理的？”**

**项目组回复：**

截至 2007 年底，公司拥有 213 家品牌专营店，其中有 158 家自营店和 55 家代理店。

### **1、关于自营店的管理**

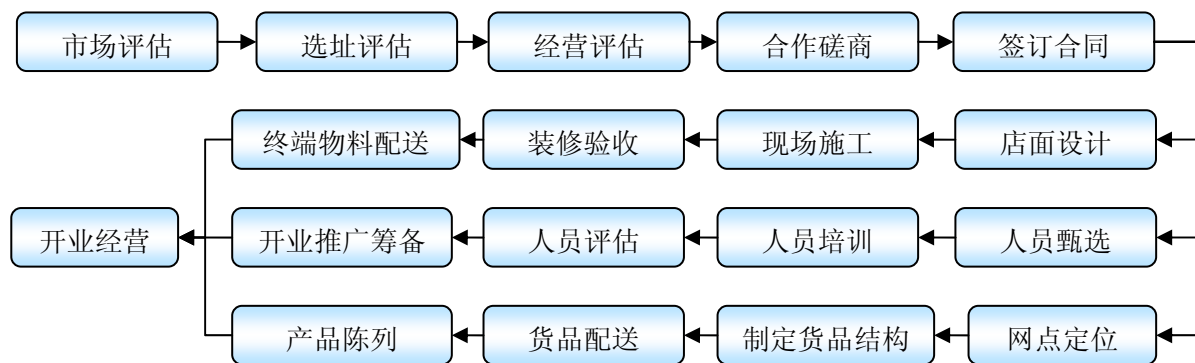
自营店分为直营和联营两种模式，直营是公司在购物广场或商业街购置或租赁场地，设立独立门店，属子公司或分支机构，经营人、财、物全部由公司负责，货款也由公司自行收取；联营是指与百货公司合作，在百货公司设立店中店销售“潮宏基”品牌珠宝首饰。店面形象由公司负责按统一形象标准装修，货品由公司自主统一配送及摆置，并聘请营业员销售导购。

### **2、关于代理店的管理**

公司授权代理商在特定地点，以店中店或独立门店形式设立“潮宏基”珠宝专营店。专营店的所有权归代理商，相关人、财、物由代理商支配，但公司根据有关代理条款规定，给予管理支持，而代理商也应按有关代理条款履行相应义务，按公司统一管理模式进行经营。

### **3、开店流程**

在多年的连锁经营管理中，公司积累了较为丰富的珠宝专营店的经营经验。公司不仅培养了一批懂管理的人员，也将经验知识化，制度化，制订一系列开店、管店的制度，形成了一套标准化的流程。



对开每一家专营店的开设，公司均会进行谨慎的评估，包括对拟开店所在城市的市场环境的评估，商圈的评估（包括人流量等等），专营店位置的评估（位置人流情况，珠宝区品牌配置等），其他品牌的定位分析及销售情况，并进行经营收支预算评估。区域经理在进行初步评估后，填制有关开店申请报告，提交公司管理层审批。由公司内部业务和财务主管领导会议同意后，方可开店。商圈调查主要项目及内容如下：

序号	商圈调查项目	主要内容
1	城市经济发展状况及消费水平	城市类型（工业、旅游或商贸）、城市辐射能力、GDP、人均收入、购物习惯、总人口、市区人口、零售总额、人均消费
2	城市商业分布状况	有哪几个商业圈、商业圈位置、商业圈层次、商业圈组成（有哪些商场、商业街、珠宝店、珠宝品牌）
3	目标商场状况	目标商场、所在商圈人口、商圈平面图、商场性质、商场目标消费群、年度总营业额、楼层分布、商场平面图、所在商圈、所在商圈零售总额、商场在商圈中地位、商场定位、商场客流状况、年度珠宝营业额、品牌组合（化妆品、服装、珠宝和其他消费品的组合情况）、消费者流动线图
4	各珠宝品牌状况	品牌名、上年营业额 / 上月营业额、折扣水平、价格水平、货品状况

专营店经审批同意开设后，在开店过程中，各后台支持部门均会根据专营店的定位及其他具体情况，配合区域经理进行开店工作。销售管理部协助区域经理进行招聘，并进行岗前培训、考核，联系经评估合格的供应商设计、装修门店，并配备相关道具和终端物料；商品部根据收集信息，确定门店货品结构，并准备开店所需铺货库存；市场部制订并安排实施相关开店推广策划。

#### 4、日常管理

在开店后，由销售管理部进行后续经营跟踪，及时监测销售任务达成情况，及有关费用控制情况，并进行经营效益评估。存在问题的，及时要求区域经理进

行关注并整改。如三个月内整改未见成果的，将由公司总部派出专项小组，对专营店经营进行整体评估，及调动各方资源进行整改。如果经营专项小组整改仍未见效的，则予以撤店。

在专营店正常经营中，公司主要通过如下措施来保持专营店的高效运营：

(1) 建立以 SAP-ERP 管理信息系统为基础的信息体系，使各专营店的销售情况和库存情况在总部一目了然，使公司决策更有数据基础，在产品生产下单、配送等货品管理流程更为准确，避免产品积压风险。同时，由于销售数据及时录入，使总部也及时了解到销售动态，及时做出应对措施。此外，SAP-ERP 管理信息系统的应用，也提高了总部对前线专营店营业员激励的及时性。

(2) 建立以大区为核心的区域管理中心，通过授权，减少审批环节，及时调集资源应对市场变化。

1) 建立了为以销售管理部为主导的专营店运营支持平台，及时解决专营店反映的问题，协调各部门工作安排，全力支持终端销售。

2) 人力资源管理方面，主要又从如下三方面提高专营店的营业员的素质和技能，从而保证总部对终端管理的有效性和终端销售运营效率。

在人事管理上，给予区域经理在对营业员的招聘及激励上一定授权，但均须在总部销售管理部备案，辞退营业员则应通过总部的复核方可实行，同是也由总部人力资源部对区域经理用人情况进行检查和监督；公司注重管理队伍的梯队建设，并建立了人才储备和员工内部晋升的机制，解决了新开店店组长的人才问题。

在培训上，采用集中培训和日常培训相结合的方式，每年至少一次将全国各地的专营店店长集中到总部进行培训（包括管理能力和销售技艺等），日常则由总部人力资源部编制教材，由区域经理进行每月规定时数的日常培训。此外，公司还在内部选拔内部讲师，到全国各地进行现场指导和培训。对于新开店的开设，公司除了开业前培训和调配较有运营经验的店长或组长来组建新店销售团队外，也会采用让新员工到临近的专营店或相同定位的专营店进行实习，以便新店开业后，销售团队能及时有效地按公司规定流程运作。

在企业文化方面，公司一直以来，非常注重公司的企业文化建设，虽然各专营店的营业员离公司较远，且与公司沟通较少，但公司建立良好的企业文化传播体系，通过培训、公司论坛、文化月刊、集体活动等等方式，使远在全国各地的

营业员也了解公司的企业文化宗旨，感受作为一名“潮宏基人”的荣誉感，提高营业员的主人翁精神。

3) 在提高支持服务的同时，公司也加强内部控制管理。公司建立了专营店运营情况评估等内部审计等监督机制，同时也建立市场巡查制度，由公司出差人员、或公司聘请的神秘顾客进专营店进行巡查，对巡查发现问题及时整改。”

## **2、保荐机构立项评估决策机构的审议情况**

经过立项会前预审人员的提问及项目组的回复，立项会上的充分讨论以及会后对部分委员提出问题的解答等环节后，潮宏基首次公开发行股票项目立项委员会投票表决同意该项目的主承销立项。

## **(二) 保荐机构项目执行人员关注的主要问题及解决情况**

### **1、尽职调查中发现和关注的主要问题**

项目组尽职调查过程中发现了一些需要规范解决或进一步核实的问题，主要包括：

(1) 公司与参股公司汕头朗日之间发生关联交易，项目组关注其公允性。

(2) 公司报告期内对汕头朗日的出资比例由 34% 增加到 51%，项目组关注汕头朗日的股东朗日集团与公司间的关联关系。

(3) 公司最早的前身为汕头潮鸿基，项目组关注其原股东潮阳潮鸿基的现状。

(4) 报告期内公司的关联方向公司提供无偿借款，项目组关注其规范性及其对公司利润的影响。

(5) 公司历史沿革中存在债转股的情形，项目组关注其债权形成的过程及其合法性。

### **2、针对主要问题的解决措施和结果**

针对尽职调查过程中所发现的主要问题，项目组进行了认真核查，核查结果及解决情况如下：

#### **“问题一：关于关联交易**

##### **1、核查情况**

项目组对潮宏基产品中心、生产中心及财务中心等相关负责人进行访谈，核查公司与非品牌批发客户所签订合同或订单关于价格的相关条款；现场抽检公司

非品牌批发业务所生产的产品；会同会计师仔细核查了非品牌批发业务客户的合同或订单，尤其是其中针对不同款式及工艺的加工费目录或相关定价条款，以及与合同或订单对应的交易结算资料。

通过以上核查及对比分析，本保荐机构认为：公司关联交易的产品定价遵循了公司非品牌批发业务下与非关联方交易一致的定价原则，关联交易实际交易价格及销售毛利率与非关联方交易价格及销售毛利率不存在重大差异。因此，报告期内公司向汕头朗日销售产品的关联交易遵循了公允性原则；该等关联交易对公司的经营成果也未产生重大影响。

## 2、解决措施

报告期内，潮宏基通过对汕头朗日的增资实现了对汕头朗日的绝对控股，有利于公司实施多品牌发展战略、减少关联交易、避免同业竞争。”

### “问题二：关于朗日集团与公司间的关联关系

#### 1、核查过程及具体工作

(1) 查阅朗日集团在香港特别行政区政府公司注册处的最新公司登记资料，了解朗日集团的股份、股东结构及董事任职等情况；

(2) 会同发行人律师与公司的实际控制人、公司财务总监兼董事会秘书访谈，了解朗日集团与发行人、发行人股东及实际控制人的关系；

(3) 取得朗日集团、Bhupendra Jivarjbhai Surani 和陈家浩女士出具的有关声明。

#### 2、核查结果

朗日集团系依据香港特别行政区法律于 2003 年 3 月 21 日在香港注册成立的有限责任公司，持有编号为 840468 的公司注册证书，注册地址为香港九龙红磡崇平街 2 号富德中心 11 楼 1105-1108 室。现时法定股本总面值 10,000 港元，已发行股份总计 10,000 股，均为普通股。

朗日集团现时股东为 Bhupendra Jivarjbhai Surani 和陈家浩。其中，Bhupendra Jivarjbhai Surani 国籍为印度，持有号码为 P404971（7）的香港身份证，常住地址为 No.31 King's Park Hill Road, Homantin, Kowloon, Hong Kong. 现为 JB 集团的董事会主席，JB DEVELOPMENT HOLDINGS LTD. 的董事，现持有朗日集团

5,100 股。陈家浩女士国籍为中国，持有号码为 310106196911040024 身份证，常住地址为中国上海市静安区康定路 600 弄 28 号，曾任 JB 集团中国大区负责人，现任比利时斯特尔曼国际钻石集团中国大区总裁，现持有朗日集团 4,900 股。

根据《朗日集团有限公司关于无关联关系的声明》和及其股东的声明，并经核查，Bhupendra Jivarjbhai Surani 为朗日集团的控股股东，并同时持有 JB DEVELOPMENT HOLDINGS LTD. 60% 的股权，而 JB DEVELOPMENT HOLDINGS LTD. 持有公司股东东冠集团 100% 的股权。因此，朗日集团与公司股东东冠集团为同一控制人控制的公司。除此之外，朗日集团与公司、公司的其他股东、公司的实际控制人，不存在关联关系。”

### “问题三：关于潮阳潮鸿基

经查阅潮阳潮鸿基的工商登记资料及访谈公司高管，所了解情况如下：

#### 1、潮阳潮鸿基基本情况

潮阳市潮鸿基实业有限公司成立于 1995 年 2 月 11 日，持有注册号为 23163016-5 的《企业法人营业执照》，注册资本人民币 289 万元，住所为潮阳市司马浦西市场，经营范围为加工、销售：珠宝玉器首饰（不含文物及古玩）。批发、零售：五金，交电，金属材料，照相器材，文化用品，化妆品，建筑材料，日用百货。法定代表人为廖木枝。

潮阳市潮鸿基实业有限公司成立时股东及其出资情况如下表：

股东名称/姓名	出资额（万元）	出资方式	出资比例
潮阳市金马工贸发展总公司	1	货币	0.35%
廖木枝	110	货币	38.06%
	40	实物	13.84%
廖先杰	58	货币	20.07%
廖坚洪	80	货币	27.68%
合计	289	-	100.00%

潮阳市南山审计师事务所于 1995 年 2 月 11 日出具的《企业注册资本验资证明》（验字第外 491 号）证实，全体股东已足额缴纳全部注册资本。

潮阳市潮鸿基实业有限公司存续期间除曾持有公司前身汕头潮鸿基和杭州解百萧山商厦有限公司的股权外，没有任何其他对外投资或经营业务；

潮阳市潮鸿基实业有限公司自设立后没有发生股权转让等任何变更登记事项；并于 2001 年 8 月 4 日注销。

## 2、关联关系情况

潮阳市潮鸿基实业有限公司的法人股东潮阳市金马工贸发展总公司与公司股东之间不存在关联关系。三名自然人股东廖木枝、廖先杰及廖坚洪曾为公司前身汕头潮鸿基的股东。廖木枝及廖坚洪现为公司控股股东潮鸿基投资的投资人，其中，廖木枝持有潮鸿基投资 51.60%的股权，且为公司的实际控制人，廖坚洪持有潮鸿基投资 10.57%的股权；廖先杰未持有公司或公司股东的任何股份。”

### “问题四：关于关联方无偿借款

#### 1、基本情况

经核查，廖木枝、钟木添、李谕等十名原股东先后于 2004 年 12 月与公司签订《借贷合同》，约定为公司提供数额不等的无息借款，至 2006 年 12 月 31 日，该项借款余额为 3,256.40 万元；廖木枝、潮鸿基投资分别于 2005 年 1 月、2005 年 5 月与公司签订《借贷合同》，约定为公司提供无息借款，至 2006 年 12 月 31 日，该项借款余额为 2,274.93 万元。

#### 2、解决措施

为了规范股东与公司之间的借款行为，在项目组建议下，公司陆续偿还了上述无偿借款，至 2007 年 12 月 31 日，该项借款余额为零。同时，为了支持公司的发展，控股股东潮鸿基投资自 2007 年 5 月 31 日至 2007 年 8 月 20 日止的期间内，委托金融机构，分五笔向发行人提供贷款，累计人民币共 3,000 万元。根据合同约定，银行收取一定比例的手续费，公司向潮鸿基投资支付借款利息。

#### 3、影响判断

2005-2007 年，由于股东向公司提供无息借款，分别使公司节省利息支出 343.56 万元，333.93 万元和 351.82 万元。2007 年 5 月起，控股股东潮鸿基投资以委托贷款的方式，向公司提供有偿借款，公司按同期银行借款利率向其支付利息。借款方式的变化增加了公司的财务费用，对公司未来的利润会产生一定影响。但由于所增加的财务费用占公司净利润的比例不大，且公司已将报告期内节省的利息支出作为非经常性损益扣除。因此，项目组认为公司报告期内无息借款行为不会影响投资者对其投资价值的判断。”

### “问题五：关于债转股

项目组核查了与本次债转股相关的银行付款凭证、相关股东会决议及验资报告等历史资料。了解情况如下：

公司于 1996 年成立后，经营业务稳步发展，资金需求越来越大。但由于公司注册资本的限制，公司于 1999 年至 2001 年期间，曾以借款方式向廖木枝等 14 位自然人筹集过资金，该 14 位自然人将现金 2,412 万元分 61 次先后转入公司银行存款账户，供公司运营使用，有相关银行凭证为据。该 14 位自然人均未有任意抽回已投入资金的情况。2001 年 4 月潮鸿基股东会决议，同意股东潮阳市潮鸿基实业有限公司将所持有的股权以出资额原价转让给廖木枝，同时廖木枝等 14 位自然人将对公司陆续投入的现金形成的债权转为出资，注册资本增至 2,680 万元。2001 年 6 月 22 日，广东康元会计师事务所出具了《验资报告》（粤康元验字[2001]第 30116 号）。2001 年 6 月 27 日，汕头潮鸿基在汕头市工商行政管理局办理完毕工商变更登记手续，并换领了注册号为 4405001000759 的《企业法人营业执照》。

上述债权的形成过程及各股东用于出资的债权金额如下表：

付款人	序号	时间	金额 (万元)	收款人	银行名称	银行凭证单号
廖木枝	1	1999.07.29	100	汕头潮鸿基	中国工商银行汕头市金樟支行	NO.0021256
	2	2000.04.27	40	汕头潮鸿基	中国工商银行汕头市金樟支行	NO.0151990
	3	2000.04.29	105	汕头潮鸿基	中国工商银行汕头市金樟支行	NO.0151182
	4	2000.06.07	60	汕头潮鸿基	中国工商银行汕头市金樟支行	NO.0517776
	5	2000.06.08	70	汕头潮鸿基	中国工商银行汕头市金樟支行	NO.0151991
	6	2000.08.08	95	汕头潮鸿基	中国工商银行汕头市金樟支行	NO.0147147
	7	2000.08.28	57	汕头潮鸿基	中国工商银行汕头市金樟支行	NO.0147148
	8	2000.09.18	2	汕头潮鸿基	中国工商银行汕头市金樟支行	NO.0013191
	9	2000.09.21	0.7	汕头潮鸿基	中国工商银行汕头市金樟支行	NO.0151993
	10	2000.09.28	40	汕头潮鸿基	中国工商银行汕头市金樟支行	NO.0002168
	11	2000.09.29	17	汕头潮鸿基	中国工商银行汕头市金樟支行	NO.0151994
	12	2000.09.30	36	汕头潮鸿基	中国工商银行汕头市金樟支行	NO.0151996
	13	2000.12.6	42	汕头潮鸿基	中国工商银行汕头市金樟支行	NO.0001564



	14	2000.12.7	50	汕头潮鸿基	中国工商银行汕头市汕樟支行	NO.0039785
	15	2000.12.7	57	汕头潮鸿基	中国工商银行汕头市汕樟支行	NO.0039812
	16	2000.12.8	39	汕头潮鸿基	中国工商银行汕头市汕樟支行	NO.0039813
	17	2001.04.06	0.74676	汕头潮鸿基	中国工商银行汕头市汕樟支行	NO.0039820
	18	2001.06.20	25	汕头潮鸿基	中国工商银行汕头市汕樟支行	NO.01130673
	小计	-	<b>836.44676</b>	-	-	-
廖洪坚	1	2001.04.03	154.655	汕头潮鸿基	中国工商银行汕头市汕樟支行	NO.0039817
	2	2001.04.06	0.5236	汕头潮鸿基	中国工商银行汕头市汕樟支行	NO.0039821
	3	2001.06.20	71	汕头潮鸿基	中国工商银行汕头市汕樟支行	NO.01130671
	小计	-	<b>226.1786</b>	-	-	-
李谕	1	2001.03.28	2.5	汕头潮鸿基	光大银行汕头支行	银行凭证 无单号
	2	2001.01.03	0.1	汕头潮鸿基	中国工商银行汕头市汕樟支行	NO.0513785
	3	2001.01.08	100	汕头潮鸿基	中国工商银行汕头市汕樟支行	NO.0057245
	4	2001.04.6	0.42316	汕头潮鸿基	中国工商银行汕头市汕樟支行	NO.0039822
	5	2001.04.16	40	汕头潮鸿基	中国工商银行汕头市汕樟支行	NO.0068237
	6	2001.04.17	37.5	汕头潮鸿基	中国工商银行汕头市汕樟支行	NO.0066200
	7	2001.06.20	20	汕头潮鸿基	中国工商银行汕头市汕樟支行	NO.01130201
	8	2001.06.21	59	汕头潮鸿基	中国工商银行汕头市汕樟支行	NO.01130210
	小计	-	<b>259.52316</b>	-	-	-
林军平	1	2000.11.21	99	汕头潮鸿基	中国工商银行汕头市金樟支行	NO.014749
	2	2001.03.28	24	汕头潮鸿基	中国工商银行汕头市汕樟支行	NO.0029571
	3	2001.04.6	0.13928	汕头潮鸿基	中国工商银行汕头市汕樟支行	NO.0039834
	4	2001.06.20	41	汕头潮鸿基	光大银行汕头支行	银行凭证 无单号
	小计	-	<b>164.13928</b>	-	-	-
林镜坤	1	2000.08.02	60	汕头潮鸿基	中国工商银行汕头市金樟支行	NO.0147146
	2	2001.02.05	18	汕头潮鸿基	中国工商银行汕头市汕樟支行	NO.0068086
	3	2001.04.06	36.13928	汕头潮鸿基	中国工商银行汕头市汕樟支行	NO.0039823
	4	2001.06.21	50	汕头潮鸿基	中国工商银行汕头市金樟支行	NO.01007361
	小计	-	<b>164.13928</b>	-	-	-

钟木添	1	2000.03.08	100	汕头潮鸿基	中国工商银行汕头市金樟支行	NO.0021257
	2	2001.02.05	5	汕头潮鸿基	中国工商银行汕头市汕樟支行	NO.0039814
	3	2001.04.06	0.58456	汕头潮鸿基	中国工商银行汕头市汕樟支行	NO.0039824
	4	2001.06.21	41	汕头潮鸿基	中国工商银行汕头市汕樟支行	NO.01130211
	5	2001.06.21	2	汕头潮鸿基	中国工商银行汕头市汕樟支行	NO.01131775
	小计	-	<b>148.58456</b>	-	-	-
廖先杰	1	2001.03.23	75	汕头潮鸿基	中国工商银行汕头市汕樟支行	NO.0068036
	2	2001.04.06	0.15312	汕头潮鸿基	中国工商银行汕头市汕樟支行	NO.0039825
	3	2001.06.20	19	汕头潮鸿基	中国工商银行汕头市汕樟支行	NO.01130674
	4	2001.06.20	39	汕头潮鸿基	光大银行汕头支行	银行凭证 无单号
	小计	-	<b>133.15312</b>	-	-	-
廖瑞强	1	2001.03.23	72.5	汕头潮鸿基	中国工商银行汕头市汕樟支行	NO.0068031
	2	2001.04.06	14.78876	汕头潮鸿基	中国工商银行汕头市汕樟支行	NO.0039826
	3	2001.06.21	34	汕头潮鸿基	中国工商银行汕头市汕樟支行	NO.01131776
	小计	-	<b>121.28876</b>	-	-	-
马顺林	1	2001.02.12	50	汕头潮鸿基	中国工商银行汕头市汕樟支行	NO.0039816
	2	2001.04.06	39.12876	汕头潮鸿基	中国工商银行汕头市汕樟支行	NO.0039827
	小计	-	<b>89.12876</b>	-	-	-
廖洪槟	1	2001.02.06	52	汕头潮鸿基	中国工商银行汕头市汕樟支行	NO.0068101
	2	2001.04.06	14.49984	汕头潮鸿基	中国工商银行汕头市汕樟支行	NO.0039826
	小计	-	<b>66.49884</b>	-	-	-
庄宏衡	1	2001.04.02	48	汕头潮鸿基	中国工商银行汕头市汕樟支行	NO.0057306
	2	2001.04.06	6.7122	汕头潮鸿基	中国工商银行汕头市汕樟支行	NO.0039831
	小计	-	<b>54.7122</b>	-	-	-
欧徐洲	1	2001.03.02	40	汕头潮鸿基	中国工商银行汕头市汕樟支行	NO.0015109
	2	2001.04.06	14.7122	汕头潮鸿基	中国工商银行汕头市汕樟支行	NO.0039829
	小计	-	<b>54.7122</b>	-	-	-
许文胜	1	2001.02.06	35	汕头潮鸿基	中国工商银行汕头市汕樟支行	NO.0039815
	2	2001.04.06	13.9368	汕头潮鸿基	中国工商银行汕头市汕樟支行	NO.0039832
	小计	-	<b>48.9368</b>	-	-	-

廖创宾	1	2001.04.06	2.55768	汕头潮鸿基	中国工商银行汕头市汕樟支行	NO.0039833
	2	2001.06.20	42	汕头潮鸿基	中国工商银行汕头市汕樟支行	NO.01130672
	小计	-	<b>44.55768</b>	-	-	-
合计			<b>2,412.00</b>			

经查核，项目组认为，公司股东上述用以增资的债权是真实、有效的，且上述增资已完成了相应的验资手续并办理了工商变更登记。公司股东以债权增资对公司本次发行上市不构成实质性障碍。

### （三）保荐机构内部核查部门关注的主要问题及落实情况

#### 1、保荐机构内部核查部门关注的主要问题

本保荐机构质量控制部按照相关要求对潮宏基进行了现场检查，审阅了项目组提交的内核文件，提出了一些需要项目组进一步核查及落实的问题，主要包括募投项目、业务真实性、营运资金压力等，具体问题见下文“主要问题落实情况说明”的相关内容。

#### 2、保荐机构内部核查部门关注的主要问题落实情况说明

“问题一：关于募投项目中补充流动资金的比例较大。请项目组说明：1）由于营销网点的选择工作并不完全由公司单方面决定，请说明目前 100 家网点的选址进展工作，能否按原计划在 2 年内完成布局；2）请项目组说明新设网点单店铺货均额超过目前网点水平的具体原因。3）请项目组说明，公司目前在珠宝加工环节的固定资产投入情况，并与募投项目建设内容进行比较分析。

#### 项目组回复：

##### 1、关于募集资金用于补充流动资金的说明

公司的行业特点及公司自身的经营模式决定了公司的资产构成中以流动资产尤其以存货资产为主，2005-2007 年末存货占总资产的比例分别为 57.81%、65.05%和 70.38%。珠宝首饰行业目前正处于“跑马圈地”阶段，企业的发展仍以外延式扩张为主，扩大自营店规模是公司盈利能力增长的重要保障，也是公司保持并提高市场份额的战略选择。本次两个募集资金投资项目，共投资 3.4 亿元，其中 1.8 亿元用于铺货，占投资总额的 52.94%，与公司的资产结构相符。

## 2、关于销售网点铺设进度的说明

公司经过多年的发展,已形成了较强的跨区域终端管理能力,包括开店能力,2005-2007年度新开店数分别为26家、21家和85家。公司募投项目营销网络建设拟新开100家自营店,两年内分步实施,未超出公司的开店能力,属于可控范围。

## 3、新店铺货量分析

营销网络建设项目总投资额中有1.8亿元用于新设店铺货,具体预计铺货量如下:

	专营店类型	店数	单店铺货量(万元)	总铺货量(万元)
募投项目新开店	旗舰店	5	580.00	2,900.00
	专卖店	15	344.60	5,170.00
	百货联营店	80	125.00	10,000.00
	小计/平均	100	180.70	18,070.00
2007年末已有店	旗舰店	3	584.81	1,754.42
	专卖店	2	176.59	353.17
	百货联营店	153	124.87	19,105.23
	小计/平均	158	134.62	21,269.75

从上表可以看出,公司的单店铺货量与其定位有关,一般来说旗舰店铺货量最大,专卖店次之,百货联营店最小。从定位相同的自营店来看,募投项目新开店与2007年末已有店中旗舰店和专卖店的铺货量大致相等;而募投项目新开店中专卖店的平均铺货量高于2007年末已有店的铺货量,主要是因为截至2007年末的两家专卖店的面积分别为50平方米和76平方米,而募投项目中新开专卖店的设计面积平均为150平方米。募投项目新开店平均铺货量较2007年末已有店平均铺货量大,也是募投项目新开店中有20家直营店,占新开店总数的比例(20%)较高所致。

## 4、关于生产环节的固定资产投入产出情况

珠宝生产加工(含设计研发)建设项目是为了解决公司面临的产能受限问题,是原有生产基地的扩建。本项目现有及拟投资固定资产规模与生产能力的对比情况见下表:

现有固定资产规模与生产能力配比情况			募投项目固定资产规模与达产能力配比		
现有生产能力(万元)	现有固定资产原值(万元)	单位产能投资额(元/每元)	新增生产能力(万元)	募投固定资产原值(万元)	单位产能投资额(元/每元)
29,690.00	3,177.33	0.1070	71,448.00	5,923.70	0.0829

本募集资金投资项目的单位固定资产产能与现有的单位固定资产产能基本相符，募投项目单位产能投资额略低于现有单位产能投资额，主要得益于募投项目达产后所形成的规模效益。

**“问题二：请项目组重点考察并说明对企业业务真实性是进行尽职调查的有关情况，包括调查的方法、目前收集到的资料。”**

**项目组回复：**

### **1、收入真实性问题**

从潮宏基的客户结构来看，其客户主要为国内中高档的、具有较强实力的百货企业，百货企业占比达到 81.34%，而且收入比较分散。项目组按照销售方式及地区等方式对其收入的构成进行分析。

(1) 从销售方式来看，公司销售方式以自营及品牌代理为主，自营及品牌代理的销售收入占到总销售收入的 73.93%。以自营业务为例，公司 2007 年度前十名客户均为知名百货公司，包括银泰、大商、中兴、新世界、平和堂、八佰伴等，第一名宁波银泰百货收入占公司收入比例仅为 2.37%，前十名合计金额为 4,568 万元，占全部收入的比例也仅为 13.37%；以品牌代理业务为例，前十名客户在收入构成及地区上也较为分散，第一名四川省瑞宏伟业商贸有限公司收入占公司收入比例仅为 1.65%，前十名合计金额为 3,103 万元，占全部收入比例仅为 9.08%。

(2) 从地区收入来看，公司 2007 年度收入主要分布地区为华东（46.42%）和华南地区（26.64%），在自营方式下，华东地区收入前十名客户累计收入为 4,302 万元，占全部收入比例为 12.59%，华南地区前十名客户累计收入为 1,458 万元，占全部收入比例为 4.27%。

项目组抽查了与收入对应的销售合同、发票、出仓单、收款凭证等，单据齐全，无异常，未发现虚增销售收入等情况。

### **2、采购核查**

公司主要采购原材料为钻石、黄金和铂金。其中：黄金、铂金采购严格按黄金交易所的规定，通过黄金交易所的会员单位向黄金交易所采购。钻石采购严格按钻石交易所的规定，向钻石交易所的会员单位采购。2007 年度钻石主要供应商，均为 DTC 钻石推广机构的看货商。

报告期内公司向上海黄金交易所采购黄金、铂金的金额及比例如下：

年度	向上海黄金交易所采购金额（万元）	占同期采购总额的比例（%）
2007 年度	25,067.14	79.35
2006 年度	19,716.16	88.09
2005 年度	17,649.74	99.15

公司报告期内向上海黄金交易所采购原材料占总采购金额比例较大是由我国特殊的贵金属交易法律法规决定的。根据有关法律法规的规定，从事贵金属交易必须通过上海黄金交易所进行，并委托唯一具有该所会员资格的会员进行。

公司的所有黄金、铂金采购均直接从黄金交易所金库提货，每次都有交易所确认的提货清单，采购价格均与交易所报价系统一致。

公司 2007 年钻石采购也是通过钻石交易所的会员单位，公司主要钻石采购供应商大部分为戴比尔斯的销售组织 DTC 的看货商，与公司不存在关联关系，主要供应商情况如下：

蓝玫瑰（上海）是 Rosyblue 的下属公司，Rosyblue 集团是全球历史最悠久的钻石和首饰公司之一。目前在 15 个国家拥有分公司和工厂，并成为购买 DTC 毛坯最多的公司。

斯特曼钻石（上海）是 Stelman 国际钻石集团的下属公司，Stelman 国际钻石集团是一家拥有百年历史的比利时家族企业，是国际知名的毛坯钻石供应商，也是全世界最大的独立钻石经纪商之一。

钻利（上海）是 Pluczenik(钻利)的下属公司，Pluczenik(钻利) 1946 年由 Isaac Pluczenik 创建，作为 DTC 将近 60 年的一级看货商，Pluczenik(钻利)在大钻和稀有钻供应方面有着无可比拟的优势。Pluczenik(钻利)在下述地区开设了分支机构：安特卫普、迪拜、哈博罗内、孟买、香港、纽约、上海、深圳、东京和特拉维夫。

凯吉凯钻石（上海）是 KGK 集团的下属公司，KGK 集团创建于 1905 年，目前已在全球 18 个国家建立起附属机构。KGK 集团是 DTC 公司的一级看货商，拥有南非和印度两处看货资格。在印度济浦尔建立了珠宝首饰研究开发推广中心，多次被授予印度“最大的宝石与钻石出口商”的荣誉称号。

安特钻石（上海）是比利时 AMC 安特钻石公司的下属公司，比利时 AMC 安特钻石公司成立于 1988 年，拥有 DTC 伦敦，南非，纳米比亚三个看货商资格。

AMC 总部位于比利时安特卫普，AMC 公司目前在阿联酋首都迪拜、英国伦敦、印度孟买、中国香港、中国上海建立有分公司。

项目组查阅了《上海黄金交易所交易规则》、上海黄金交易所会员名单、《中华人民共和国海关对上海钻石交易所监管办法》、上海钻石交易所会员名单、并上网查阅了上述相关 DTC 看货商的资料，并抽查了黄金交易所的提货清单，确认上述情况与实际相符。

因此，项目组认为，公司的采购应是真实可信的。

### 3、收入增长的核查

公司主要通过自营、品牌代理和非品牌批发三种方式销售产品，公司报告期内三种方式销售收入情况如下表：

项 目	2007 年度		2006 年度		2005 年度	
	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)
自营	17,848.81	52.26	9,511.23	40.10	5,308.55	31.75
品牌代理	7,400.16	21.67	8,784.29	37.03	6,411.37	38.34
非品牌批发	8,906.42	26.07	5,424.12	22.87	5,002.53	29.91
合 计	34,155.39	100.00	23,719.64	100.00	16,722.45	100.00

上表可以看出，其中 2005-2007 年度公司自营销售收入占总销售收入的比例分别为 31.75%、40.10% 和 52.26%，逐年上升，主要是公司扩大了自营店规模，同时提高了单个自营店销售收入，相应增加自营销售收入所致，公司报告期内自营店的数量增长情况如下表：

项 目	2007 年	2006 年	2005 年
自营专营店数量（家）	158	73	52
其中：当年增加自营店数量（家）	85	21	26
自营店销售收入（万元）	17,848.81	9,511.23	5,253.62
自营店销售收入占总销售收入的比例（%）	52.26	40.10	31.42

项目组查阅了公司与相关商场或百货商店之间的联营合同，公司上述自营店的增长有相应的合同支持。

### 4、毛利率增长的核查

#### (1) 毛利率的同行业比较分析

公司主要竞争对手为香港的周大福、周生生、谢瑞麟和六福集团等港资知名品牌，其中周大福不是上市公司，难以获得公开可靠的财务资料。因此，公司选择了已在香港上市的周生生、谢瑞麟和六福集团进行毛利率比较分析。2006年度

及2007年度各公司毛利率情况如下：

可比公司	2007 年度	2006 年度
周生生	17.79%	13.92%
谢瑞麟	53.13%	50.31%
六福集团	24.88%	21.77%
潮宏基	28.96%	20.67%

注：上表数据分别根据周生生、谢瑞麟和六福集团的年度（包括财政年度）报告、业绩公告等整理所得；

1) 从上表可以看出，与公司相比三家香港上市公司的毛利率表现出了逐年上升的趋势，主要得益于包括中国大陆在内的整个珠宝首饰市场近几年的高景气度以及各自内部业务结构的优化。根据各自的年报分析，2006年度、2007年度三家上市公司在香港及中国大陆的零售业务均取得了较大幅度的增长，业务收入及利润占公司总额比例逐年上升，在一定程度上提升了公司的整体毛利率。与上述三家上市公司相比，报告期内公司的毛利率上升较快，主要是因为公司毛利率较高的自营业务原有基数低，近年来自营业务增长速度较快，2006、2007年度自营业务销售收入同比增长79.17%和87.66%；另一方面，公司多年来品牌建设及在产品设计及工艺方面的投入带来了回报，一定程度上提高公司产品的价格水平。

#### 2) 公司主要竞争对手毛利率的差别分析

公司主要竞争对手的毛利率水平从低到高依次为周生生、六福集团、谢瑞麟，而且基本保持稳定的排序，毛利率水平主要与各公司的业务、产品结构及销售模式相关。

周生生从事珠宝首饰零售、贵金属批发和证券业务，其中毛利率较低的贵金属批发收入占比较高，以2007年度为例，贵金属批发业务收入占总收入的比例为45.30%，而贵金属批发毛利率很低，导致整体毛利率较低；如剔除该因素影响，其毛利率高于六福集团。

六福集团以零售为主，但黄金产品占到总体珠宝销售收入的47%，非黄金产品销售也只占到总收入的40.85%，因此毛利率只有24.88%。

而谢瑞麟以毛利率较高的铂金珠宝首饰为主营产品、且主要通过自有零售渠道销售，毛利率水平最高，达到53.13%。

从上述三家上市公司公布的资料来看，由于产品结构不同以及销售模式不同，毛利率有较大差异，无法进行直接比较。但总体来看，周生生和六福集团因为以销售黄金产品为主，所以其毛利率相对偏低，而谢瑞麟以铂金珠宝首饰为主



营产品，毛利率相对较高。公司的毛利水平介于周生生、六福集团与谢瑞麟之间。

可比公司	产品结构	销售模式	毛利率情况
周生生	黄金珠宝首饰为主	珠宝零售和贵金属批发基本各占一半	较低水平
六福集团	黄金珠宝首饰为主	零售为主	中等水平
谢瑞麟	铂金珠宝首饰为主	零售为主	较高水平
潮宏基	K 金珠宝首饰为主	零售与批发并存，零售占比逐年上升	介于周生生、六福集团与谢瑞麟之间

### 3) 公司与同行可比上市公司毛利率分析

公司以K金珠宝首饰为主营产品。K金珠宝首饰的产品特性与谢瑞麟的主要产品铂金珠宝首饰基本相同，而且谢瑞麟的销售基本上都是通过自有门店实现，因此，以公司自营毛利率与谢瑞麟具有可比性。公司2006年度、2007年度自营业毛利率分别为38.82%和44.70%，均低于谢瑞麟同期的毛利率，与公司品牌目前实行的价格策略相符。谢瑞麟2007年度毛利率较2006年度提高2.82个百分点，但公司的毛利率提升较快，主要原因是公司作为新兴品牌，通过前期的积累，特别是2006年4月在巴塞尔世界钟表珠宝展览会上演绎的“紫气东来”东方文化珠宝秀取得了巨大成功后，公司对自有渠道的定价策略进行了调整，逐步提高终端产品销售折扣，使自有渠道的毛利率在近年来有较大的提升。

可比公司	2007 年度	2006 年度
谢瑞麟	53.13%	50.31%
潮宏基自营	44.70%	38.82%

注：因尚无法从公开途径获得谢瑞麟 2008 年度的财务报告，所以上表只比较了 2006 年度及 2007 年度。

综合以上核查及分析，项目组认为公司的毛利率水平较合理。此外，公司研发中心研究员欧亚菲（曾调研过老凤祥）也对潮宏基进行了调研，也认为其毛利率水平是较为合理的。

#### (2) 关于 2007 年毛利率大幅上升的原因分析

公司报告期产品综合毛利率逐年增长，2006 年、2007 年分别同比增长 4.66 个百分点和 8.29 个百分点。主要原因如下：

##### 1) 调整优化了销售渠道

公司不断优化销售渠道，加快自营店建设，扩大了毛利率较高的自营销售规模。从下表可以看出，报告期内公司自营店家数从 52 家增加到 189 家，自营店

销售收入从 2005 年度的 5,308.55 万元增加到 2007 年度的 17,848.81 万元，，占总销售收入比例从 2005 年度的 31.75% 提高到 2007 年度 52.26%，，而公司自营店报告期毛利率均远高于同期品牌代理和非品牌批发的毛利率水平，所以公司综合毛利率报告期内得到了较大的提高。自营模式与品牌代理和非品牌批发相比，毛利率较高主要得益于统一管理带来的规模效益以及流通环节利润的赚取。

项目	2007 年	2006 年	2005 年
自营店数量（家）	158	73	52
自营销售收入（万元）	17,848.81	9,511.23	5,308.55
自营销售收入占总销售收入的比例（%）	52.26	40.10	31.75
自营销售毛利率（%）	44.70	38.82	27.24
品牌代理销售毛利率（%）	14.72	10.04	9.29
非品牌批发销售毛利率（%）	9.24	6.03	12.72

假定各渠道模式下产品销售毛利率维持相对均衡，根据自营销售收入占总销售收入权重的变化情况进行测算，由于渠道优化因素，公司 2006 年度、2007 年度总体毛利率分别同比提高了 1.26 个百分点和 3.37 个百分点。

## 2) 提升了产品价格

报告期内，公司根据市场反馈情况及相关营销策略，先后对自营门店提供予消费者的终端产品销售折扣进行了多次调整，终端产品销售折扣从 7 折提高至 8 折、8.8 折，乃至不提供销售折扣，产品实际销售价格得以逐步提高，主要受益于以下因素：

### ①原创设计能力提升产品的定价能力

公司一直致力于自主原创设计，不断设计开发出具有独特东方文化内涵与国际时尚潮流相结合的款式，并凭此于 2006 年作为国内珠宝界的唯一代表、首家获邀的亚洲珠宝企业参加世界顶级时尚舞台——瑞士巴塞尔世界钟表珠宝展览会。凭借强大的自主原创设计能力公司不断推出差异化的珠宝首饰款式（当年自主原创设计款式见下表），并以时尚新颖的款式吸引消费者，提高产品的款式附加值。

项 目	2007 年	2006 年	2005 年
当年自主原创设计款式（款）	5,150	4,600	3,900

## ②品牌价值转化为产品附加值

公司经过多年的品牌培育，品牌知名度（2007 年获得国家质量监督检验检疫总局颁发的中国名牌产品证书）得到了较大提高，品牌价值（公司连续三年入选世界品牌实验室与世界经理人集团联合评选的中国品牌 500 强，排名从第 237 位提高到第 191 位，品牌价值从 27.18 亿元提升到 39.31 亿元）不断提升并逐步转化为产品附加值。

## ③生产制作工艺不断提高

公司历来注重产品质量，在生产工艺上不断追求完美，报告期内取得了多个生产制作工艺上的突破，如铂钌合金技术、陶瓷材料在珠宝首饰的应用技术、激光在贵金属上雕刻技术、激光焊接技术、微镶技术等等。以上生产制作工艺的每一次推广使用都在一定程度上提升产品整体观感效果，从而有利于提高产品定价。

根据各期产品综合提价幅度测算，受自营店产品实际销售价格提升影响，公司 2006 年度、2007 年度总体毛利率分别同比提高了 3.02 个百分点和 1.95 个百分点。此外，随着自营产品销售价格的提升，公司于 2007 年对品牌代理业务客户的销售也进行了较大幅度的价格调整，使 2007 年度品牌代理业务销售毛利率得到提高，相应提升总体毛利率 1.01 个百分点。

## 3) 黄金价格的影响

公司产品销售包括了自营、品牌代理和非品牌批发等三种销售模式，其中品牌代理和非品牌批发均为根据代理商及客户订单，迅速组织材料采购、产品生产并实现交付，业务周期较短，受黄金价格波动的影响较小。

公司自营业务自原材料采购、产品生产、自营店铺货到实现对外销售，虽业务周期较长，但公司以 K 金珠宝首饰为主导产品，产品价格受品牌形象、款式创新、技术工艺等因素的影响较大，黄金价格波动期间消费者对 K 金珠宝首饰在价格方面的敏感性明显弱于足金产品；且公司自营业务产品销售定价采取根据市场差异化程度和不同定位、按不同档次产品分类定价的策略，每类产品定价主要采用各自“固定毛利率”的基本原则确定，并根据公司设计能力和品牌价值的

提升、市场认可度的提高及市场反馈的其他信息适时调整，黄金价格在该定价及调整体系中并不占据主导地位。故公司于货品周转期内黄金价格累计波动达到相当幅度时才会实施对铺货库存产品价格进行整体调整。

就报告期而言，2006年上半年黄金价格较2005年下半年出现较大幅度增长，累计涨幅接近30%，故公司于2006年6月份对库存产品的价格进行调整，根据统计，是次价格调整共调增库存产品商标价格1,405.65万元，扣除应计之增值税、零售折扣以及商场分成后，估算实际增加公司产品销售毛利768.90万元，其中增加公司2006年度毛利额384.45万元，占2006年度毛利总额的7.84%，提升2006年度产品销售总体毛利率约1.62个百分点；增加公司2007年度毛利额384.45万元，占2007年度毛利总额的3.89%，提升2007年度产品销售总体毛利率约1.13个百分点。

该次调整后，黄金价格呈持续上扬走势，但未出现较短期间内累计增长幅度巨大的情况，公司报告期内未因黄金价格波动对产品进行再次调价。

项目组查阅了会计师的工作底稿，包括《库存产品进销存明细表》、《产品销售收入、产品销售成本月份变动分析表》《产品销售收入、产品销售成本变动明细统计表》等，公司在收入、成本的结转方面均有严格的流程，其毛利率的增长具有可信度。

## 5、费用的核查

随着公司业务量的增大，与业务相匹配的费用，包括邮运费、保险费等，应该与业务同步增长，这些费用发生的对方基本都是与公司肯定无关联的第三方，其说服力应该是较强的，项目组核查了上述费用的情况。

### (1) 邮运费

公司报告期的货品配送主要采用EMS等邮运的方式，项目组核查了其报告期的邮运费金额，也随着其业务量的增长而基本呈现同步增长的态势。

公司报告期内邮运费的金额如下表：

	2007年度	2006年度	2005年度
邮运费金额(万元)	87.51	54.03	37.31
同比增长	61.96%	43.96%	-
销售收入(万元)	34,158.85	23,723.10	16,725.71

同比增长	43.99%	41.84%	-
------	--------	--------	---

## (2) 保险费

公司货品单位价值量较高，对货品采用了全额投保，因此，其保险费的增长应该与其业务量的增长存在着内在的逻辑关系。公司报告期内保险费的金额如下表：

	2007年	2006年	2005年
保险费金额(万元)	69.61	47.94	28.63
同比增长	45.20%	67.45%	
销售收入(万元)	34,158.85	23,723.10	16,725.71
同比增长	43.99%	41.84%	

## 6、外部的证明

### ① 税务方面

公司报告期内所有销售收入均已向税务机关申报，税务机关已对其销售增值税发票与客户取得的抵扣联进行对碰相符。

### ② 行业协会

中国珠宝玉石首饰行业协会已就公司的业务量及其在行业中的地位出具了证明，指出，“广东潮宏基实业股份有限公司生产的 K 金珠宝首饰销售额在 2005-2007 年期间一直处于行业领先地位，其中 2007 年度，该公司生产的“潮宏基”品牌的 K 金珠宝首饰零售额在同行业内排名第三”

通过上述五个方面的核查及分析，项目组认为公司报告期内收入与业务是真实的，有可靠的材料支持。”

**“问题三：企业营运资金压力较大，对股东及关联方存在一定依赖。2006-2007 年，企业在营销网点的铺设方面加大投入，随着网点铺货量的上升，公司的营运资金压力日趋明显，主要表现在三个方面：1) 2005-2007 年，公司经营活动现金净流量分别为：-2,614 万、1,212 万、-5,142 万；2) 2005-2007 年，公司各期末存货水平增加过快；3) 截止 2007 年 12 月 31 日，公司非经营性负债 8,000 万元。请项目组分析上述情况的存在是否对公司的独立性产生不利影响。**

项目组回复：

### 1、经营活动现金流分析

公司报告期内经营活动产生的现金流量净额平均为-2,181.07 万元，低于同期

平均净利润且为负数，主要是因为报告期内公司不断优化销售渠道，加快自营店建设步伐，相应大幅增加了终端产成品铺货。从下表可以看出，公司报告期内累计经营活动现金净流量为-6,543.21万元，其中，因新设自营店经营活动产生的累计现金流量为-18,110.79万元，如剔除该部份现金流出，则经营活动产生的现金净流量为11,567.59万元，高于累计净利润7,455万元。

项目	合计	2007年度	2006年	2005年
经营活动产生的现金流量净额（万元）	-6,543.21	-5,141.57	1,212.24	-2,613.88
其中：当期新设自营店经营活动产生的现金净额流量（万元）	-18,110.80	-12,722.47	-2,599.85	-2,788.48
剔除当期新设自营店投入后的经营活动现金净流量（万元）	11,567.59	7,580.90	3,812.09	174.60
净利润（万元）	7,455.81	4,670.34	2,163.57	621.90
剔除当期新设自营店投入后的经营活动现金流金额与净利润的差额（万元）	4,111.78	2,910.56	1,648.52	-447.30

从同行业上市公司现实情况看，也存在扩张期经营活动净现金流量为负的情况，以香港上市公司周生生、谢瑞麟、六福集团为例，2007年1-6月经营活动净现金流量平均为-40,425万元，也远低于同期平均净利润11,420万元。

项 目	平 均	周生生	谢瑞麟	六福集团
经营活动净现金流量（万港元）	-40,425.00	-70,140.00	-13,673.00	-37,462.00
净利润（万港元）	11,419.83	18,863.30	3,308.40	12,087.80

注：以上数据分别来源于周生生、谢瑞麟和六福集团的2007年半年度报告。

因此，虽然公司的经营活动净现金流较低或为负，是与公司自营店规模的快速扩张相适应的，也是处于快速增长期的同行业企业面临的普遍现象，而且公司未因快速扩张而导致存货和应收账款周转率降至不正常水平，所以公司的经营活动是健康、合理的。

## 2、存货分析

### （1）存货余额较大的原因分析

报告期内公司平均存货余额为15,517.44万元，占平均流动资产比例为78.38%，占比较大是由公司所处珠宝首饰行业及公司自身经营特点决定的：一是公司产品为K金珠宝首饰、铂金珠宝首饰和其它珠宝首饰，该等产品的单位价值较高，导致存货余额较大；二是公司拥有覆盖全国80多个主要城市的150多个自营销售终端，自营店的铺货也导致了大量的存货保有量。

从下表可以看出，同行业香港上市公司中周生生、谢瑞麟和六福集团存货占流动资产的比例分别为 42.84%、81.87%、81.10%，其中周生生兼营珠宝首饰和证券业务，其流动资产中证券及期货经纪产生的应收账款 155,396.8 万港元，占流动资产比例 38.20%，剔除掉该部分流动资产，存货占流动资产的比例为 69.32%。因此，三家香港上市公司珠宝首饰业务的存货占流动资产比例为 69.32%、81.87%和 81.10%，平均为 74.75%，与公司报告期内该比例的平均值 78.38%接近，说明公司的存货水平与行业特征相符，较为合理。

项 目	周生生	谢瑞麟	六福集团
存货（万港元）	174,240.00	72,934.90	93,026.80
流动资产（万港元）	406,751.80	89,085.50	114,705.20
存货占流动资产比例（%）	42.84	81.87	81.10

注：周生生、谢瑞麟和六福集团数据来源于其 2007 年度半年度报告。

### （2）存货余额逐年提高的原因分析

2005-2007 年末存货余额分别为 8,994.30 万元、13,353.00 万元和 24,205.03 万元，占流动资产的比例分别为 71.30%、77.56%和 81.88%，逐年提高，主要是自营店规模的快速扩张所致。从下表可以看出，报告期内公司不断优化销售渠道、加快自营店建设步伐，自营店拥有量从 2005 年末的 52 家增加到 2007 年末的 158 家，相应大幅增加了产成品铺货量，其中新增自营店铺货量从 2005 年末的 2,689.06 万元增加到 2007 年末的 13,260.87 万元。

项 目	2007. 12.31	2006. 12.31	2005. 12.31
自营店拥有量（家）	158	73	52
其中：当年增加自营店数量（家）	85	21	26
新增自营店数量占总拥有量比例（%）	53.80	28.77	50.00
自营店铺货量（万元）	21,269.75	8,276.81	6,489.29
其中：新增自营店铺货量（万元）	13,260.87	2,304.64	2,689.06
新增自营店铺货量占总铺货量比例（%）	62.35	27.84	41.44

### 3、独立性分析

由于中小企业普遍面临的贷款难问题，再加上公司是一个轻固定资产、重营运资金型企业，所以潮宏基解决营运资金紧张的途径就不可能象其他一些生产型企业一样依靠银行贷款等外部融资，只能通过股东增资或借款等内部融资方式解决。所以公司近几年都存在股东借款的情况。但公司管理层非常重视资产负债结构和现金管理。近几年公司已通过股东增资，使资产负债率从 2005 年的 55%下

降到 2007 年的 37%，优化了资产负债结构，降低了公司债务支付风险。

2005-2007 年，公司股东直接或以委托贷款方式向潮宏基提供的借款额分别为 5,655 万元、4,569 万元和 3,000 万元，逐年下降，而且支持方式已由之前的无偿借款，部分改为通过银行向公司提供委托贷款，部分改为由股东提供担保贷款，这些都是民营企业获得银行贷款的通行做法。

公司对销售网络建设有一个中长期规划，计划在重点城市的重点商圈完成布局后，会逐步放慢网络扩张步伐。据预测，一旦公司网络扩张规模减至目前水平的 30%，就可在当年实现公司经营经营性现金流量的平衡；而如果公司 2008 年及以后不再新开专营店，则公司会在 2008 年及以后每年实现 5000 万元以上的经营性现金流量净额，使公司有能力在两年内偿还所有借款。

鉴于潮宏基对股东及关联方的依赖逐步减弱，且股东及关联方对公司的支持方式已经规范化，项目组认为不会影响公司的独立性。”

**“问题四：报告期公司经营活动产生的现金流量净额为较大的负数，与存货期末余额较大有较大的关联度，公司资金压力较大。结合公司主要募投项目——销售网络建设项目，拟再建设 100 家自营店，其中 5 家直营旗舰店、15 家直营独立门店和 80 家联营店，公司财务风险较大。**

**项目组回复：**

公司经营活动产生的现金流量与当期净利润不匹配，是由行业特点以及公司处于高速成长期决定的。

具体分析见上文问题三回复之‘经营活动现金流分析’相关内容”。

#### **（四）保荐机构内核小组会议意见及落实情况**

##### **1、保荐机构内核小组会议讨论的主要问题**

潮宏基首次公开发行股票项目内核会议上，各内核小组委员除了就质量控制部预审人员提出的问题进行了充分讨论（具体问题及项目组回复见上文）外，还提出了以下三个问题：

- （1）采购渠道单一的合理性。
- （2）募投资金大部分用于销售网络建设的必要性。
- （3）网上销售模式对公司的挑战。



## 2、保荐机构内核小组会议讨论的主要问题落实情况说明

本保荐机构质量控制部预审人员提出的问题及落实情况见上文之“（三）保荐机构内部核查部门关注的主要问题及落实情况”相关内容。关于其他主要问题，落实情况如下：

### “问题一：关于采购渠道单一的合理性

#### 项目组回复：

公司报告期内向上海黄金交易所采购原材料占总采购金额比例较大是由于上海黄金交易所是目前国内法定的黄金交易平台。上海黄金交易所是经国务院批准，由中国人民银行组建的、负责组织国内黄金交易的、不以营利为目的实行自律性管理的法人。交易方式是采用会员自主报价，以“价格优先、时间优先”的原则集中撮合成交的方式为主，辅以询价等其他交易方式。根据上海黄金交易所的有关规定，非会员单位必须委托该所金融类或综合类会员进行交易。公司根据交易规定，委托深圳翠绿投资有限公司（上海黄金交易所贵金属代理交易资格综合类会员。交易席位号 0039，交易编码 000000012）在上海黄金交易所进行黄金、铂金等贵金属的采购。

公司从黄金交易所采购原材料金额较大是国内相关政策法规的规定所致，公司不存在对单一供应商重大依赖的风险。

项目组已在招股书中的“采购模式部分”进行了详细披露。”

### “问题二：关于募投资金大部分用于销售网络建设的必要性

#### 项目组回复：

公司计划将募集资金大部分用于销售网络建设，是根据我国珠宝首饰行业发展趋势和竞争状况，以及公司已有优势和未来发展战略，在审慎调查研究的基础上做出的决策：

#### 1、行业特点及发展趋势决定了销售渠道的重要性

我国已成为珠宝首饰生产与消费大国，但在全国 5000 多家珠宝首饰生产企业中，大多数没有自有品牌，只是为别的品牌代工，或者拥有自有品牌，但只限在某一区域销售，销售网络不完善。珠宝首饰行业的特点是：产品在生产环节产生的增加值较小，据统计珠宝首饰产品的增加值有 46%是在销售环节实现的。根据中宝协的预测，未来行业竞争优势将转向那些有品牌、有渠道特别是自有渠道

的企业上来，谁拥有了渠道，谁就拥有了市场。因此，销售渠道已成为珠宝首饰企业的必争之地。

## 2、销售渠道优化是公司自身的战略选择

公司在多年的经营中已经形成了稳定的“品牌经营+产品设计+连锁销售”盈利模式，并逐步建立了品牌、渠道、设计、生产工艺、管理等优势，使得公司在过去几年取得了快速的增长，也为未来的持续发展奠定了坚实基础。公司本次募集资金投资于珠宝生产加工（含研发设计）基地建设和销售网络建设，目的是为了继续巩固和优化“品牌经营+产品设计+连锁销售”的盈利模式。公司目前的经营特点和资产结构决定大部分募集资金将投资于销售网络建设：从销售模式角度，公司报告期内近80%的利润来源于自营销售模式；从公司资产构成看，报告期内公司流动资产占总资产及存货占总资产的比例均较高。因此，本次将绝大多数募集资金用于销售网络建设是为了进一步增强和扩大公司在销售网络方面的优势，是公司做大做强的现实需要。

项目组已在招股书中进行了详细披露。”

### “问题三：关于网上销售模式对公司的挑战

#### 项目组回复：

珠宝首饰的网上销售近年来在美国发展迅速，但目前在国内尚未被广泛接受。因为珠宝首饰产品比较贵重，消费者购买时会相对谨慎，而且珠宝首饰产品难于标准化，国内消费者更相信“眼见为实”，更倾向于到实体门店体验购买。根据网络报道，九钻最近获得的风险投资资金主要也是投资于实体店和体验中心，由此可见，实体店更适合目前中国珠宝首饰消费市场的现状，网络销售只是实体店的一种辅助手段。网上销售目前对公司的冲击不大，公司也将视市场情况摸索网上销售之路。

项目组从重要性原则出发，未披露网络销售模式对公司销售的影响。”

### **（五）保荐机构关于与其他证券服务机构专业意见的重大差异说明及解决情况**

无。

### **三、广发证券的保荐意见**

综上所述，广发证券认为潮宏基本次公开发行股票符合《公司法》、《证券法》和《首次公开发行股票并上市管理办法》等有关首次公开发行股票的法律、法规、通知中所规定的条件，募集资金投向符合国家产业政策要求，广发证券同意向中国证监会保荐潮宏基申请首次公开发行股票。

### **四、其他需要说明的事项**

无其他需要说明的事项。

特此呈报。

（以下无正文）

[此页无正文，专用于广发证券股份有限公司关广东潮宏基实业股份有限公司首次公开发行股票的发行保荐工作报告之签章页]

项目协办人：

签名：

陈运兴

陈运兴

2009年10月15日

保荐代表人：

签名：

裴运华

裴运华

陈家茂

陈家茂

2009年10月15日

保荐业务部门负责人：

签名：

钮华明

钮华明

2009年10月15日

内核负责人：

签名：

秦力

秦力

2009年10月15日

保荐业务负责人：

签名：

秦力

秦力

2009年10月15日

保荐机构法定代表人：

签名：

王志伟

王志伟

2009年10月15日

广发证券股份有限公司盖章



2009年10月15日