

证券代码：000921

证券简称：ST 科龙

# 海信科龙电器股份有限公司

## 非公开发行股份（A 股）购买资产 暨关联交易报告书 （修订稿）

交易对方名称：青岛海信空调有限公司

住所：青岛市高科技工业园长沙路

通讯地址：青岛平度海信家电工业园

独立财务顾问

**中国平安**  
保险·银行·投资

**平安证券有限责任公司**

二〇一〇年

## 公司声明

本公司及董事会全体董事保证本报告书内容的真实、准确和完整，对报告书的虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏负连带责任。

本公司负责人、主管会计工作的负责人和会计机构负责人保证本报告书中财务会计资料真实、完整。

中国证券监督管理委员会及其他政府机关对本次非公开发行股份购买资产所作的任何决定或意见，均不表明其对本公司股票的价值或投资者收益的实质性判断或保证。任何与之相反的声明均属虚假不实陈述。

本次交易完成后，公司经营与收益的变化，由公司自行负责；因本次交易引致的投资风险，由投资者自行负责。

投资者若对本报告书存在任何疑问，应咨询自己的股票经纪人、律师、专业会计师或其他专业顾问。

## 重大事项提示

1、为解决与公司第一大股东海信空调之间的同业竞争、减少关联交易，同时通过产业整合提升公司主营业务的竞争力，本公司拟向第一大股东海信空调非公开发行A股股票以购买其旗下包括冰箱、空调、模具生产和白色家电营销在内的白色家电资产，以改善公司资产质量和财务状况，增强可持续发展能力。

2、本次重组标的资产的交易价格以具有证券业务资格的评估机构出具的资产评估结果为基准，由交易双方根据市场化原则，考虑多种因素后协商确定，该等因素包括但不限于标的资产的财务和业务状况及发展前景、市场同类公司的交易情况、A股及H股股东的利益。

公司本次非公开股份的发行价格确定为海信科龙第六届董事会2009年第九次会议决议公告日前20个交易日的交易均价，即3.42元人民币/股。在本次交易双方协商确定本次拟购买标的资产的交易作价为123,820.48万元的基础上，本公司拟向海信空调非公开发行不超过362,048,187股的A股股份，作为购买资产的对价。

海信空调承诺通过本次交易所获得的本公司非公开发行的股份自登记至其名下之日起36个月不转让；其原持有本公司股份也将于海信空调本次认购的股份登记至其名下之日起全部重新锁定36个月不转让。

3、本次交易拟购买的资产总额占本公司2008年度经审计的合并财务报告期末资产总额的比例达到50%以上，按照《上市公司重大资产重组管理办法》十一条的规定，本次交易构成重大资产重组，需报中国证监会核准。

本次交易的对方海信空调目前持有占本公司总股本25.22%的股份，为公司第一大股东。因此，本次交易构成关联交易，关联股东已在公司股东大会就本次重大资产重组事项进行表决时回避。

4、本次重组前，海信空调白色家电资产与本公司虽均主营冰箱、空调等产品，但在产品细分领域各有所长，且各自拥有独立的管理团队。

本次重组完成后，海信空调白色家电业务必须与本公司现有白色家电业务全面彻底整合方能充分发挥两者合并后的协同效应。鉴于这种整合涉及两块规模庞大资产的业务与管理架构对接、业务流程重塑、销售渠道整合等事宜，两者整合周期的长短在一定程度上将对双方优势互补效应能否迅速、充分发挥作用产生影响。

此外，本次拟购买的海信营销白电营销资产，因前期投入了大量的市场开拓费用，

且该类费用的投入存在一定的滞后效应，无法在投入当期充分实现相应的收益，导致海信营销白电资产的净资产为负值。上述前期投入能否在本次重组后迅速进入回报期存在不确定性。

5、目前白色家电领域市场竞争日趋激烈，整个行业的竞争热点已经开始从单纯的价格竞争向包含品牌、技术、产业链、质量、规模、管理、渠道等在内的综合价值竞争回归；另一方面，受国际金融危机影响，家电行业面临出口下降及国内经济增长放缓、居民消费需求锐减的双重影响，尤其是空调行业在2008年下半年出现了行业性大幅度下滑局面，市场销售遇到了前所未有的挑战。因此，本次重组完成后公司必须充分发挥在技术、质量、管理、渠道上的竞争优势，不断扩大经营规模，创造新的利润增长点，以应对日益加剧的市场竞争风险。

6、根据本公司 2008 年度经审计的合并财务报告，公司截至 2008 年 12 月 31 日归属于母公司所有者的净资产为-99,144.16 万元，资产负债率为 122%；另据广东大华德律会计师事务所为本次重组出具《假定二年前已购入海信科龙电器股份有限公司模拟编制的拟合并资产（以下简称“拟合并主体”）截止 2009 年 4 月 30 日、2008 年 12 月 31 日备考财务报表的审计报告》（华德专审字[2009]326 号）和《假定二年前已购入海信科龙电器股份有限公司模拟编制的拟合并资产（以下简称“拟合并主体”）截止 2009 年 8 月 31 日、2008 年 12 月 31 日备考财务报表的审计报告》（华德专审字[2009]491 号），假设标的资产自 2008 年 1 月 1 日起即整体注入科龙电器，则本公司合并报表归属于母公司所有者的净资产截止 2008 年 12 月 31 日为-32,776.39 万元、资产负债率为 99.36%，截止 2009 年 4 月 30 日为-21,469.54 万元、资产负债率将为 97.69%，截止 2009 年 8 月 31 日为- 2,348.94 万元、资产负债率将为 94.57%。本次交易将有效地改善公司目前的资产负债状况，但公司的净资产仍为负数。因此，本次重组完成后，如果公司在未来几年利润及现金流量不能维持在一个合理的水平，或者不能顺利获得相应的债权或股权融资，则有可能出现偿债风险，影响公司生产经营业务的正常开展，从而对公司的增长、竞争地位及未来盈利能力产生不利影响。

7、钢材、铜材、铝材、塑料等是公司主导产品冰箱、空调不可缺少的重要原材料。近年来，国内钢材、铜材、铝材、塑料等原材料的价格出现了较大幅度的波动，给整个白色家电企业经营造成了较大影响。如果未来上述原材料价格仍旧出现较大波动，势必对公司生产经营产生较大的影响。

8、本公司股票在深交所 A 股及香港联交所 H 股市场挂牌上市。股票价格不仅取

决于公司的经营状况，同时也受国家经济政策调整、利率和汇率的变化、股票市场投机行为以及投资者的心理预期波动等多种因素的影响。

9、本次交易的拟注入资产最近三年一期净利润包含一定金额的非经常性损益。2006年、2007年、2008年及2009年1-8月的非经常性损益剔除所得税影响后分别对海信科龙当年净利润的影响为3.52%、7.25%、58.26%和0.42%，拟注入资产业绩在特定年度内存在对非经常性损益的重大依赖。

由于以上多种不确定因素的存在，公司股票可能会产生脱离其本身价值的波动，从而给投资者带来投资风险，投资者对此应有充分的认识。

## 目 录

<b>释 义</b> .....	<b>9</b>
<b>特别提示</b> .....	<b>12</b>
<b>第一节 本次交易概述</b> .....	<b>14</b>
一、本次交易的背景和目的.....	14
二、本次交易基本情况.....	17
三、本次交易决策过程及表决情况.....	18
四、本次交易构成关联交易.....	19
五、本次交易构成重大资产重组.....	20
<b>第二节 上市公司基本情况</b> .....	<b>21</b>
一、公司概况.....	21
二、历史沿革及股本变更情况.....	21
三、最近三年控股权变动及重大资产重组情况.....	22
四、公司主营业务发展情况和主要财务指标.....	22
五、控股股东及实际控制人概况.....	24
六、海信空调对公司构成“控制”的情况说明.....	26
<b>第三节 交易对方基本情况</b> .....	<b>33</b>
一、交易对方概况.....	33
二、历史沿革.....	33
三、股权结构及产权控制关系.....	34
四、交易对方控股股东概况.....	34
五、最近三年主要业务发展状况和主要财务指标.....	38
六、海信空调与上市公司的关联关系.....	38
七、海信空调向上市公司推荐的董事、监事情况.....	39
八、海信空调及其主要高管最近五年受处罚、涉及诉讼或仲裁情况.....	39
<b>第四节 交易标的情况</b> .....	<b>40</b>
一、本次交易标的基本情况.....	40
二、标的资产评估结果及分析.....	82

三、标的资产的业务与技术.....	83
四、标的资产其他情况.....	114
<b>第五节 发行股份情况.....</b>	<b>116</b>
一、发行股份基本情况.....	116
二、发行股份后公司控制权变化情况.....	117
三、本次发行前后主要财务数据比较.....	117
四、本次发行前后股本结构变化.....	118
<b>第六节 本次交易的主要协议.....</b>	<b>119</b>
一、发行股份购买资产协议.....	119
二、白电营销资产收购协议.....	122
<b>第七节 风险因素分析.....</b>	<b>125</b>
一、交易风险.....	125
二、本次交易完成后上市公司的风险.....	126
<b>第八节 本次交易的合规性分析.....</b>	<b>132</b>
一、本次交易符合《重组办法》第十条的规定.....	132
二、本次交易符合《重组办法》第四十一条的规定.....	136
三、本次交易符合《收购管理办法》相关规定.....	138
<b>第九节 本次交易的公平合理性分析.....</b>	<b>139</b>
一、本次交易价格的公允性分析.....	139
二、本次发行股份购买资产的定价合理性分析.....	149
<b>第十节 董事会就本次交易对上市公司影响的讨论与分析.....</b>	<b>152</b>
一、本次交易前上市公司的财务状况和经营成果.....	152
二、交易标的行业特点和经营情况分析.....	158
三、交易完成后上市公司的财务状况、盈利能力分析.....	176
四、本次交易完成后，管理层针对新增产能的消化、对经营与营销业务的整合、公司治理的完善问题拟采取的具体措施。.....	183
<b>第十一节 财务会计信息.....</b>	<b>186</b>
一、拟购买资产最近三年及近期的备考合并财务报表.....	186

二、上市公司根据重组方案编制的最近一年及近期的备考财务报表.....	189
三、本次交易完成后的备考盈利预测.....	192
<b>第十二节 同业竞争与关联交易.....</b>	<b>193</b>
一、同业竞争.....	193
二、关联交易.....	194
<b>第十三节 本次交易完成后的情况说明.....</b>	<b>203</b>
一、上市公司是否存在资金、资产被实际控制人或其它关联人占用的情形..	203
二、上市公司的负债结构合理性说明.....	204
三、本次交易对上市公司治理机制的影响.....	204
<b>第十四节 其他重要事项说明.....</b>	<b>206</b>
一、本公司在最近 12 个月内发生重大购买、出售、置换资产情况说明.....	206
二、独立非执行董事对本次发行股份购买资产的意见.....	206
三、本次交易对非关联股东权益的保护措施.....	207
四、相关人员买卖上市公司股票的情况.....	208
<b>第十五节 中介机构对本次交易出具的结论意见.....</b>	<b>211</b>
一、独立财务顾问的意见.....	211
二、法律顾问的意见.....	211
<b>第十六节 与本次交易有关的当事人.....</b>	<b>213</b>
一、上市公司.....	213
二、拟购买资产的出售方.....	213
三、独立财务顾问.....	213
四、境内审计机构.....	213
五、资产评估机构.....	214
六、境内法律顾问.....	214
<b>第十七节 备查文件.....</b>	<b>215</b>
一、    备查文件 .....	215
二、    备查地点 .....	216



## 释 义

本文件中，除非文意另有所指，下列简称具有如下特定意义：

ST 科龙/海信科龙/上市公司/公司/本公司	指	海信科龙电器股份有限公司
海信空调/第一大股东/控股股东	指	青岛海信空调有限公司
海信集团	指	海信集团有限公司
海信电子控股	指	青岛海信电子产业控股股份有限公司
海信山东	指	海信（山东）空调有限公司
海信浙江	指	海信（浙江）空调有限公司
海信北京	指	海信（北京）电器有限公司
海信南京	指	海信（南京）电器有限公司
海信日立	指	青岛海信日立空调系统有限公司
海信模具	指	青岛海信模具有限公司
海信营销	指	青岛海信营销有限公司
香港中渝实业	指	香港中渝实业有限公司
海信国际	指	海信国际（控股）有限公司
海信电器	指	青岛海信电器股份有限公司
本次交易/本次重组	指	海信科龙电器股份有限公司向青岛海信空调有限公司非公开发行股份（A 股）购买其旗下海信山东 100%股权、海信浙江 51%股权、海信北京 55%股权、海信日立 49%股权、海信模具 78.7%股权以及海信营销的白色家电营销资产的行为
标的资产/拟购买资产/拟注入资产	指	本次 ST 科龙拟通过非公开发行股份（A 股）向海信空调购买的海信山东 100%股权、海信浙江 51%股权、海信北京 55%股权、海信日立 49%股权、海信模具 78.7%股权以及海信营销的白色家电营销资产
《发行股份购买资产协议》	指	2009 年 6 月 29 日签署的《海信科龙电器股份有限公司以新增股份（A 股）购买青岛海信空调有限公司白电资产之协议》
《白电营销资产收购协议》	指	2009 年 6 月 29 日，海信空调与海信营销签署的《青岛海信空调有限公司与青岛海信营销有限公司关于白电营销资产之收购协议》
白色家电/白电	指	对电冰箱、家用空调器、冷柜、洗衣机等家用电器产品的一种通常分类名称，区别于通常称为“黑色家电”的彩电等多媒体家电产品
DSP/DSP 技术	指	数字信号处理/数位讯号处理(Digital Signal

		Processing)指通过专用集成电路芯片,利用数字信号处理理论,在芯片上运行目标程序,实现对信号的某种处理。
IPM	指	智能功率模块(Intelligent Power Module)广泛应用于交流电机变频调速和直流电机斩波调速以及各种高性能电源(如 UPS、感应加热、电焊机、有源补偿、DC-DC 等)、工业电气自动化等领域。
重组预案/本次预案	指	海信科龙于 2009 年 5 月 11 日公告的《海信科龙非公开发行股份(A 股)购买资产暨关联交易预案》
本报告书/报告书	指	海信科龙电器股份有限公司非公开发行股份(A 股)购买资产暨关联交易报告书(修订稿)
清洗豁免	指	根据香港证监会《公司收购、合并及股份购回守则》规则 26 的豁免注释 1,由执行人员允准豁免海信空调向公司发出全面收购要约的责任,使海信空调及毋须收购其尚未拥有或不属于收购项下议定收购范围的、公司余下已发行的股份
《公司法》	指	于 2005 年 10 月 27 日第十届全国人大常委会第十八次会议最新修订通过、自 2006 年 1 月 1 日起施行的《中华人民共和国公司法》
《证券法》	指	于 2005 年 10 月 27 日第十届全国人大常委会第十八次会议最新修订通过、自 2006 年 1 月 1 日起施行的《中华人民共和国证券法》
《重组规定》	指	《关于规范上市公司重大资产重组若干问题的规定》
《重组办法》	指	《上市公司重大资产重组管理办法》
《收购管理办法》	指	《上市公司收购管理办法》
《发行管理办法》	指	《上市公司证券发行管理办法》
证监会/中国证监会	指	中国证券监督管理委员会
商务部	指	中华人民共和国商务部
深交所	指	深圳证券交易所
青岛国资委	指	青岛市国有资产监督管理委员会
香港证监会	指	香港证券及期货事务监察委员会
香港联交所	指	香港联合交易所有限公司
平安证券/独立财务顾问	指	平安证券有限责任公司
广东大华/审计机构	指	广东大华德律会计师事务所
中联评估/评估机构	指	中联资产评估有限公司
天银律所/境内法律顾问	指	北京市天银律师事务所
A 股	指	经中国证监会批准向境内投资者发行、在境内证券交易所上市、以人民币标明股票面值、以人民币认购和进行交易的普通股

H 股	指	经中国证监会批准向境外投资者发行、经香港联交所批准上市、以人民币标明股票面值、以港币认购和进行交易的普通股
交易基准日/评估基准日/ 基准日	指	2009 年 4 月 30 日
元	指	人民币元

## 特别提示

本公司对2009年7月17日披露的《海信科龙电器股份有限公司非公开发行股份（A股）购买资产暨关联交易报告书（草案）》（全文披露于<http://www.szse.cn>）进行了补充和完善。补充和完善的内容主要体现在：

1、根据中国证监会对本次重组申请材料的补正要求，在重组报告书“第二节 上市公司基本情况”中加入“六、海信空调对公司构成‘控制’的情况说明”，补充说明了海信空调在本次重组前即对海信科龙构成“控制”以及本次重组采用同一控制下企业合并具有合理性的相关内容。

2、根据中国证监会对本次重组申请材料的补正要求，在重组报告书“第八节 本次交易的合规性分析\二、本次交易符合《重组办法》第四十一条的规定\（三）公司最近一期财务报告被注册会计师出具无保留意见审计报告”中补充了广东大华对于海信科龙审计报告保留事项的说明。

3、根据广东大华出具的海信科龙及标的资产最新一期审计报告（截至2009年8月31日），对财务会计信息部分进行了补充，详见“第二节 上市公司基本情况\四、公司主营业务发展情况和主要财务指标；第四节 交易标的情况\一、本次交易标的基本情况，二、标的资产评估结果及分析\（一）标的资产模拟合并财务状况（中国会计准则）；第五节 发行股份情况\三、本次发行前后主要财务数据比较；第十一节 财务会计信息；第十节 董事会就本次交易对上市公司影响的讨论与分析\三、交易完成后上市公司的财务状况、盈利能力分析”。

4、根据中国证监会对本次重组申请的反馈意见，在重组报告书“第七节\二、本次交易完成后上市公司的风险”中对拟注入资产最近三年一期的非经常性损益情况进行描述。同时在该部分及重组报告书“重大事项提示”中增加提示如下：

“本次交易的拟注入资产最近三年一期净利润包含一定金额的非经常性损益。2006年、2007年、2008年及2009年1-8月的非经常性损益剔除所得税影响后分别对海信科龙当年净利润的影响为3.52%、7.25%、58.26%和0.42%，拟注入资产业绩在特定年度内存在对非经常性损益的重大依赖。提请广大投资者注意投资风险。”

5、根据中国证监会对本次重组申请材料的反馈要求，在重组报告书“第四节 交易标的情况\一、交易标的基本情况”中“（一）海信山东100%股权\4、主要资产的

权属、对外担保及主要负债情况”、“（二）海信浙江51%股权\4、主要资产的权属、对外担保及主要负债情况”和“（六）海信模具78.7%的股权\4、主要资产的权属、对外担保及主要负债情况”中，对标的资产中瑕疵物业产权证书的办理情况及解决措施进行了补充说明。

6、根据中国证监会对本次重组申请材料的反馈要求，在重组报告书“第四节 交易标的情况\一、交易标的基本情况\（七）海信营销白电营销资产\7、本次交易所涉债务转移”中对海信营销白电营销资产转让所涉债务转移的问题进行了补充说明。

7、根据中国证监会对本次重组申请材料的反馈要求，在重组报告书“第四节 交易标的情况\一、交易标的基本情况\（七）海信营销白电营销资产\9、白电营销资产的相关问题说明”中对海信营销白电营销资产的剥离原则及确保营销资产的权属清晰的措施进行了补充说明；此外，还对白电营销资产交易过程中的税费处理及承担进行了补充说明。

8、根据中国证监会对本次重组申请材料的反馈要求，在重组报告书“第十节 董事会就本次交易对上市公司影响的讨论与分析\三、交易完成后上市公司的财务状况、盈利能力分析”中补充说明了公司管理层拟采取的改善公司财务状况的进一步措施；并在同一节对本次交易完成后，管理层针对新增产能的消化、对经营与营销业务的整合、公司治理的完善问题拟采取的具体措施进行了补充说明。

## 第一节 本次交易概述

### 一、本次交易的背景和目的

#### （一）本次交易的背景

自海信空调入主海信科龙以来，经过重整，海信科龙已摆脱了当时破产清算险境，走上稳步发展之路，为从根本上消除海信科龙与海信集团目前存在的同业竞争问题，减少关联交易，并早日完成海信空调和海信科龙两大白色家电资产的整合，进一步提高海信科龙的资产质量，改善财务状况，增强持续发展力，实现海信科龙做大做强的战略目标，海信空调拟将其旗下优质的白电资产整体注入海信科龙。

为此，海信科龙第六届董事会 2007 年第十九次会议于 2007 年 11 月 19 日审议通过了公司向海信空调发行股份（A 股）购买资产的总体交易方案；第六届董事会 2007 年第二十二次会议于 2007 年 12 月 28 日审议通过了《关于定向增发股份收购资产方案的议案》及其他相关议案。2008 年 2 月 15 日，公司召开 2008 年第一次临时股东大会、内资股第一次临时股东大会及 H 股第一次临时股东大会，逐项表决通过了《关于定向增发股份收购资产方案的议案》及其他相关议案。

2008 年 3 月 20 日，中国证监会并购重组审核委员会审核了海信科龙向特定对象发行股份购买资产暨关联交易方案，该方案未获得通过。2008 年 3 月 28 日，中国证监会下发证监许可[2008]485 号《关于不予核准海信科龙电器股份有限公司向特定对象发行股份购买资产暨关联交易方案的决定》。

海信科龙第六届董事会于 2008 年 4 月 23 日召开 2008 年第八次会议，同意公司与海信空调重新协商修改交易方案，并于 2008 年 5 月 29 日公告了《海信科龙电器股份有限公司向特定对象发行股份（A 股）购买资产暨关联交易预案》。由于宏观经济形势及行业发展状况发生巨大变化，导致交易的基本条件发生重大改变，交易无法继续进行，公司董事会于 2008 年 7 月 19 日发布公告宣布暂停交易。

鉴于海信科龙与海信集团目前存在明显的同业竞争问题，同时随着企业的发展，关联交易的发生也更加频繁，金额也在逐渐增加。为彻底解决上述问题，实现海信空调和海信科龙两大白色家电资产的实质性整合，海信空调、海信科龙经协商决定再次启动重组，拟将海信空调旗下白电资产整体注入海信科龙。

## （二）本次交易的目的

### 1、彻底解决同业竞争问题

本次重组前，海信科龙与海信集团旗下的其他白电资产（即本次重组的标的资产）均从事开发、制造销售空调、电冰箱等家用电器业务，因此，海信科龙与海信空调拥有的本次重组的标的资产存在明显的同业竞争问题。

2005 年，海信空调收购海信科龙时承诺将海信集团控制的其他白电资产注入海信科龙。2006 年，在海信科龙股权分置改革方案中，海信空调做出承诺：“在海信科龙股权分置改革的对价安排执行完毕后，将对海信科龙进行资产重组，将海信集团旗下‘白色家电’业务的相关资产通过认购海信科龙定向发行的股份的方式注入海信科龙，将海信科龙打造成为海信集团旗下的白色家电业务核心企业，并力争成为国内国际同行业最有竞争力的企业之一。”为此，海信科龙第六届董事会 2007 年第十九次会议于 2007 年 11 月 19 日审议通过海信科龙向海信空调发行股份（A 股）购买资产的总体交易方案，试图解决同业竞争问题。但是，由于该交易方案未能获得中国证监会核准，海信科龙与海信空调之间的同业竞争问题未能获得解决。2008 年 4 月 23 日，海信科龙再次启动重组，但由于客观环境发生巨大变化，最终导致交易未能完成。

海信空调与海信科龙两次试图解决同业竞争问题的努力均受阻，从而导致同业竞争问题至今未能解决。尽管海信科龙采取了多种措施以减少同业竞争给公司发展带来的消极影响，但是这一问题的存在仍然客观上制约着海信科龙的发展。

通过本次重大资产重组，海信科龙收购海信空调拥有的白电资产后，海信空调及海信集团等关联方均不再持有白电资产，将有效的解决海信科龙与第一大股东及实际控制人等关联方的同业竞争问题。

### 2、减少关联交易

根据广东大华华德股审字[2009]28 号审计报告，2008 年，海信科龙向标的资产采购产品和接受劳务涉及金额约 94,125.57 万元，占同类交易的 13.82%；向标的资产销售产品和提供劳务涉及金额 32,798.14 万元，占同类交易的 4.07%。若本次交易得以完成，上述关联交易将得以消除。因此，本次交易将可以大幅减少上市公司存在的关联交易，有利于上市公司的规范运作，增强公司的独立性，更有利于维护社会公众股东的利益。

### 3、通过产业整合，提高海信科龙白电资产的整体竞争力。

本次交易的完成，将有可能在以下方面给本公司带来有利影响：

（1）据统计，目前海信科龙的空调年产销量可达到 180 万套，国内销售居行业第 7 位，重组后两者的空调业务综合实力行业排名将稳居第 4 位，年产销量将超过 350 万套；而海信科龙的冰箱目前年产销量为 390 万台，已位居行业第 4 位，整合后两者的冰箱产销量将达到 600 万台，行业排名将跃居前 2 名。

（2）标的资产公司拥有大批的专业人才、成熟的人才战略，本次交易完成后，公司的技术人才、管理人才队伍将得以壮大；

（3）白色家电产品的节能要求越来越高，业内公认，变频空调较传统空调节电 30%以上。通过本次交易，公司可以获得海信空调十多年来从事变频空调业务而积累的优势；

（4）由于白电产品的季节性、重量与体积都要求生产地与消费地的距离尽量缩短，以提高对市场的快速反应能力和降低物流费用。本次交易完成后，将有利于科龙电器的生产基地在全国消费集中市场的合理分布，遍布辽宁、北京、青岛、江苏、浙江、广东、四川的公司生产基地，将会大大节约公司的物流费用；

（5）标的资产的产品销售渠道在北方市场及通过大型连锁商销售方面具有优势；公司现有销售渠道在南方市场及通过对代理渠道（社会渠道）销售具有优势；两者的销售渠道在区域和营销体系上具有较强的互补性，因此本次交易，将可以扩展公司的销售网点，丰富公司的销售渠道。

综上，海信空调和海信科龙两大白电资产的整合，从发展公司主营业务方面看，不仅可以使海信科龙白电产销量移居行业前列，而且还可以大大降低公司的采购成本、管理成本、物流成本等，同时扩展公司的销售网点、丰富公司的销售渠道，规模化经营的协同效应将得以充分地发挥，有利于实现做大做强的战略目标，给公司及全体股东带来切实的回报。

#### 4、完成重组将极大地改善公司的财务状况和增强持续发展能力。

因历史情况和多种原因，本公司负债率严重偏高，根据广东大华出具的华德股审字[2009]28 号审计报告，截至 2008 年 12 月 31 日，公司归属于母公司所有者净资产为-99,144.16 万元，资产负债率达 122%，公司融资能力因此受到较大限制，目前大部分信贷融资依靠海信集团提供担保支持，财务状况较差；另外由于历史包袱沉重加之市场竞争激烈等原因，尽管海信集团给予了本公司强大的支持，但是公司的持续发展能力需增强，提升依靠自身力量消除历史包袱的能力。本次重组完成后，根据广东大华出具的华德专审字[2009]326 号、491 号海信科龙备考审计报告，截止 2008 年 12 月



31日公司归属于母公司所有者净资产为-32,776.39万元，截止2009年4月30日公司归属于母公司所有者净资产为-21,469.54万元，截止2009年4月30日公司归属于母公司所有者的净资产为-2,348.94万元，资产负债率均将大幅降低，公司融资能力将得到一定程度的恢复。

由于本次交易的标的资产与公司现有资产具有同质性，都从事白色家电生产、销售业务，所以在技术共享、管理共享、原材料采购和销售渠道共享等方面有非常强的协同效应，标的资产与公司现存资产的深层次整合，可以大大降低运行费用，提高运行效率，实现“1+1>2”的效果。随着协同效应的逐渐显现，本次交易的标的资产和公司现存资产的竞争能力都将逐渐提升，从而提高本公司的整体竞争实力，为公司的健康稳定发展创造条件，更好的维护股东利益。

## 二、本次交易基本情况

### （一）交易对方

根据本公司与海信空调签署的《发行股份购买资产协议》，本次非公开发行A股股份购买资产的交易对方为海信空调。有关海信空调的情况详见本报告书“第三节 交易对方基本情况”。

### （二）交易标的

公司本次拟通过非公开发行A股股份购买海信空调合法拥有的白色家电资产，具体包括：海信山东100%股权、海信浙江51%股权、海信北京55%股权（海信北京持有海信南京60%的股权）、海信日立49%股权、海信模具78.7%的股权以及海信营销白色家电营销资产。有关本次交易标的的情况详见本报告书“第四节 交易标的情况”。

### （三）交易价格及溢价情况

#### 1、拟购买资产价格

本次标的资产的交易价格以中联评估出具的资产评估报告书确定的评估结果为基准，由交易双方根据市场化原则，考虑多种因素后协商确定，该等因素包括但不限于标的资产的财务和业务状况及发展前景、市场同类公司的交易情况、A股及H股股东的利益。

根据中联评估出具的中联评报字[2009]第240号~245号《资产评估报告书》，公司本次拟购买的标的资产在评估基准日的合计净资产评估值为123,820.48万元，具

体情况如下表：

标的资产	标的资产账面值（万元）	标的资产评估值（万元）	增值率
海信山东 100%股权	55,544.86	72,745.89	30.97%
海信浙江 51%股权	5,424.44	9,214.39	69.87%
海信北京 55%股权	8,195.73	15,786.97	92.62%
海信日立 49%股权	11,810.06	18,073.08	53.03%
海信模具 78.7%股权	10,785.91	13,895.57	28.83%
海信营销白电营销资产	-9,509.62	-5,895.43	
合计	82,251.38	123,820.48	50.54%

公司本次拟购买资产的交易价格经交易双方协商确定为 123,820.48 万元。

## 2、股份发行价格

本公司将以每股 3.42 元的价格（公司第六届董事会 2009 年第九次会议决议公告日前 20 个交易日公司股票交易均价），向海信空调非公开发行不超过 362,048,187 股的 A 股股份，作为购买本次交易标的资产的对价。

## 三、本次交易决策过程及表决情况

### （一）本次交易的决策过程

#### 1、海信科龙的决策过程

2009 年 4 月 8 日，公司接到第一大股东海信空调通知，海信空调拟与本公司商议重大资产重组事宜，公司 A 股、H 股股票于 4 月 9 日起连续停牌。

2009 年 5 月 8 日，本公司召开第六届董事会 2009 年第九次会议，审议通过了本次海信科龙非公开发行股份购买资产暨关联交易预案议案及相关事宜；当日，本公司与海信空调签署了附条件生效的《海信科龙电器股份有限公司以新增股份（A 股）购买青岛海信空调有限公司白电资产之框架协议》（以下简称“《框架协议》”）。

2009 年 6 月 29 日，本公司召开第七届董事会 2009 年第二次会议，审议通过了海信科龙本次非公开发行股份购买资产暨关联交易方案议案及相关事宜，独立董事对本次交易发表了独立意见。同日，本公司第七届监事会 2009 年第二次会议审议通过了海信科龙本次非公开发行股份购买资产暨关联交易方案议案及相关事宜。

2009 年 6 月 29 日，本公司与海信空调正式签署了《发行股份购买资产协议》。

2009 年 8 月 31 日，海信科龙 2009 年第四次临时股东大会以及类别股 2009 年第

一次临时股东大会审议通过了上述关于公司向特定对象发行 A 股股份购买资产的议案。

## 2、海信空调的决策过程

2009 年 5 月 4 日，青岛市国资委出具《关于海信白色家电资产重组的意见》，原则同意海信空调白色家电资产重组的方案。

2009 年 5 月 8 日，海信空调召开董事会，同意与海信科龙签署附条件生效的《框架协议》。

2009 年 6 月 29 日，海信空调召开董事会，同意与海信科龙签署附条件生效的《发行股份购买资产协议》；同意与海信营销签署附条件生效的《白电营销资产收购协议》。

### （二）本次交易已经取得的授权、核准、同意或备案

1、2009年7月31日，青岛市国资委对本次交易标的资产的评估结果进行了备案。2009年8月6日，青岛市国资委出具青国资产权[2009]26号《关于青岛海信空调有限公司向海信科龙电器股份有限公司注入白色家电资产认购其非公开发行A股股份的批复》，同意有关本次交易的方案，并同意海信空调将拟注入的白电资产和负债合计作价人民币123,820.48万元注入海信科龙，海信科龙以3.42元/股的价格向海信空调非公开发行36,204.8187万股(每股面值1元，以证券监督管理机构最终审定核准数量为准)A股股份，作为购买标的资产所支付的对价。

3、2009年8月29日，香港证监会发出了对海信空调就本次交易的强制要约清洗豁免批准函。

4、2010年3月26日，海信科龙收到中国证监会的核准本次非公开发行股份购买资产的批复。

5、2010年3月26日，海信空调收到中国证监会豁免海信空调因本次交易触发的要约收购义务的批复。

### （三）本次交易尚需取得的授权、核准、同意或备案

本次交易的实施，还需取得商务部门的批准。

## 四、本次交易构成关联交易

本次交易的对方海信空调目前持有本公司总股本25.22%的股份，为公司第一大股东。本次公司向海信空调非公开发行A股股份购买其旗下包括冰箱、空调、模具生产

和营销在内的白色家电资产的交易，构成关联交易。

## **五、本次交易构成重大资产重组**

截至2009年4月30日，海信科龙本次拟购买资产的资产总额为288,092.87万元，占本公司2008年12月31日经审计合并财务报表期末资产总额的比例为76.23%，超过本公司最近会计年度合并财务会计报告期末资产总额的50%。根据《重组办法》的相关规定，本次交易构成上市公司重大资产重组，应当经中国证监会审核。此外，根据《重组办法》第四十四条的规定，本次交易应当提交中国证监会上市公司并购重组审核委员会审核。

## 第二节 上市公司基本情况

### 一、公司概况

中文名称：海信科龙电器股份有限公司

注册地址：中国广东省佛山市顺德区容桂街道容港路8号

注册资本：人民币玖亿玖仟贰佰万陆仟伍佰陆拾叁元

营业执照注册号：企股粤总字第003092号

法定代表人：汤业国

企业类型：股份有限公司

经济性质：中外合资企业

经营范围：开发、制造电冰箱等家用电器，产品内、外销售和提供售后服务,运输自营产品。

税务登记证号码：440681190343548

第一大股东名称：青岛海信空调有限公司

### 二、历史沿革及股本变更情况

海信科龙是于1992年12月16日在中国注册成立的股份有限公司。1996年7月23日，本公司的459,589,808股境外公众股（“H股”）在香港联合交易所有限公司上市交易；1998年度，本公司获准发行110,000,000股人民币普通股（“A股”），并于1999年7月13日在深圳证券交易所上市交易。

公司原单一大股东为广东科龙（容声）集团有限公司（以下简称“容声集团”），持有公司34.06%的股份。2001年10月—2004年10月，通过股权协议转让，顺德市格林柯尔企业发展有限公司（2004年更名为广东格林柯尔企业发展有限公司，以下简称“广东格林柯尔”）先后取得公司26.43%的股份，成为公司第一大股东，容声集团不再持有公司任何股份。

海信空调于2005年9月9日、2005年9月28日和2006年4月18日与广东格林柯尔分别签署了《股份转让协议书》、《股份转让补充协议》及《股份转让补充协议二》等三份协议，以6.8亿元人民币现金的转让价款受让格林柯尔持有的海信科龙262,212,194股未流通境内社会法人股，占海信科龙已发行总股份的26.43%，成为海信科龙第一大

股东。上述股权收购获得了中国证监会证监公司字[2005]99号无异议函批准，并取得了商务部的批准。

本公司股权分置改革方案经2007年1月29日召开的公司A股市场相关股东会议审议通过，并于2007年3月22日获得商务部的批准。股改完成后，公司第一大股东海信空调持有本公司股权为24.08%。2008年度，因未在股改承诺的限期内完成将白电资产注入本公司的重组承诺，海信空调于2008年4月11日向本公司全体无限售条件的A股股东及持有本公司流通A股股份的公司董、监事及高管人员追送了对价股份9,725,059股；2008年内海信空调分别收到本公司原限售股东佛山市顺德区经济咨询公司及佛山市顺德区东恒信息咨询服务股份有限公司股改代垫股份4,742,863股及486,044股。此外，海信空调还通过二级市场陆续增持了部分本公司股份。

截至2008年12月31日，海信空调持有本公司的股份总数为250,173,722股，持股比例为25.22%。

### 三、最近三年控股权变动及重大资产重组情况

2006年12月13日，海信空调受让广东格林柯尔所持有的本公司26.43%法人股的股份过户登记手续办理完毕，海信空调因此持有本公司262,212,194股股份，占公司已发行股份总数的26.43%，成为本公司第一大股东。广东格林柯尔不再持有本公司股份。截至2008年12月31日，海信空调持有本公司股份占公司已发行股份总数发生了本报告书前文所述的变化，但本公司控制权未因此发生变动。

公司近三年未实施重大资产重组。

### 四、公司主营业务发展情况和主要财务指标

海信科龙主营业务为电冰箱、空调、冷柜、小家电等电器及相应配件产品的开发、制造、内外销售和提供售后服务。公司拥有“容声”、“科龙”两个著名民族品牌，在国内空调及冰箱市场具有较强的品牌号召力，其产品技术、价格及质量等与国内同行业相比具有较强的竞争优势。

2005年，海信科龙因前大股东涉嫌经济犯罪使得公司的生产经营受到了严重打击，公司一度陷入破产边缘，公司及股东利益受到严重损害。但公司“容声”、“科龙”是具有较高知名度的民族品牌，多年来一直占据了国内中高端市场，海信空调2006年收购公司后，公司的产销状况不断好转。

2007年，公司实现主营业务收入832,181.72万元，较2006年同期增长26.76%；其中，冰箱业务收入较2006年同期增长29.87%，占总营业额51.92%；空调业务收入较2006年同期增长26.74%，占本公司总营业额38.64%；冷柜及其他主营业务收入较2006年同期增长12.02%，占总营业额9.44%。

2008年，由于受国际金融危机影响，家电行业面临出口下降及国内经济增长放缓、居民消费需求锐减的双重影响，尤其是空调行业在下半年出现了行业性大幅度下滑局面，市场销售遇到了前所未有的挑战。尽管面对上述不利的经营环境和压力，公司2008年通过提高自主创新能力、提升产品性能、加强质量控制、降低制造和管理成本，基本实现了公司经营的稳定。2008年公司实现主营业务收入805,420万元，较2007年同期下降3.22%；其中，冰箱业务收入占总营业额52.02%，收入较2007年同期下降3.03%；空调业务收入占本公司总营业额37.55%，收入较2007年同期下降5.94%；其余占10.43%的总营业额则来自其它业务，如冷柜及产品元件之销售。公司仍然由于规模不足、运行费用偏高等原因，公司经营出现亏损。

根据广东大华华德专审字[2009]492号、华德股审字[2009]28号、华德股审字[2009]325号、深华[2008]股审字028号、深华[2007]股审字028号审计报告，海信科龙最近三年及近期主要财务数据（中国会计准则）如下：

单位：人民币万元

项目	2009年8月31日	2009年4月30日	2008年12月31日	2007年12月31日	2006年12月31日
资产总计	423,087.33	447,819.69	377,908.84	442,132.91	456,657.69
负债合计	489,276.54	525,583.42	462,123.60	503,981.49	529,490.51
归属母公司所有者权益	-81,143.57	-92,753.49	-99,144.16	-77,348.42	-96,828.92
项目	2009年1-8月	2009年1-4月	2008年度	2007年度	2006年度
营业利润	17,400.37	5,828.79	-30,930.09	-14,817.27	-11,489.21
利润总额	20,066.43	6,892.17	-22,824.13	22,620.75	40.63
归属母公司所有净利润	17,991.98	6,371.60	-22,670.16	25,039.54	4,211.34
每股收益(元)	0.1814	0.0642	-0.2285	0.2524	0.0425

## 五、控股股东及实际控制人概况

### （一）公司第一大股东——海信空调

海信空调的情况详见本报告书“第三节 交易对方基本情况”。

### （二）公司实际控制人——海信集团

#### 1、基本情况

名称：海信集团有限公司

注册地址：青岛市市南区东海西路17号

注册资本：80,617万元

营业执照注册号：3702001801993

法定代表人：周厚健

经济性质：国有独资公司（青岛市国资委独资）

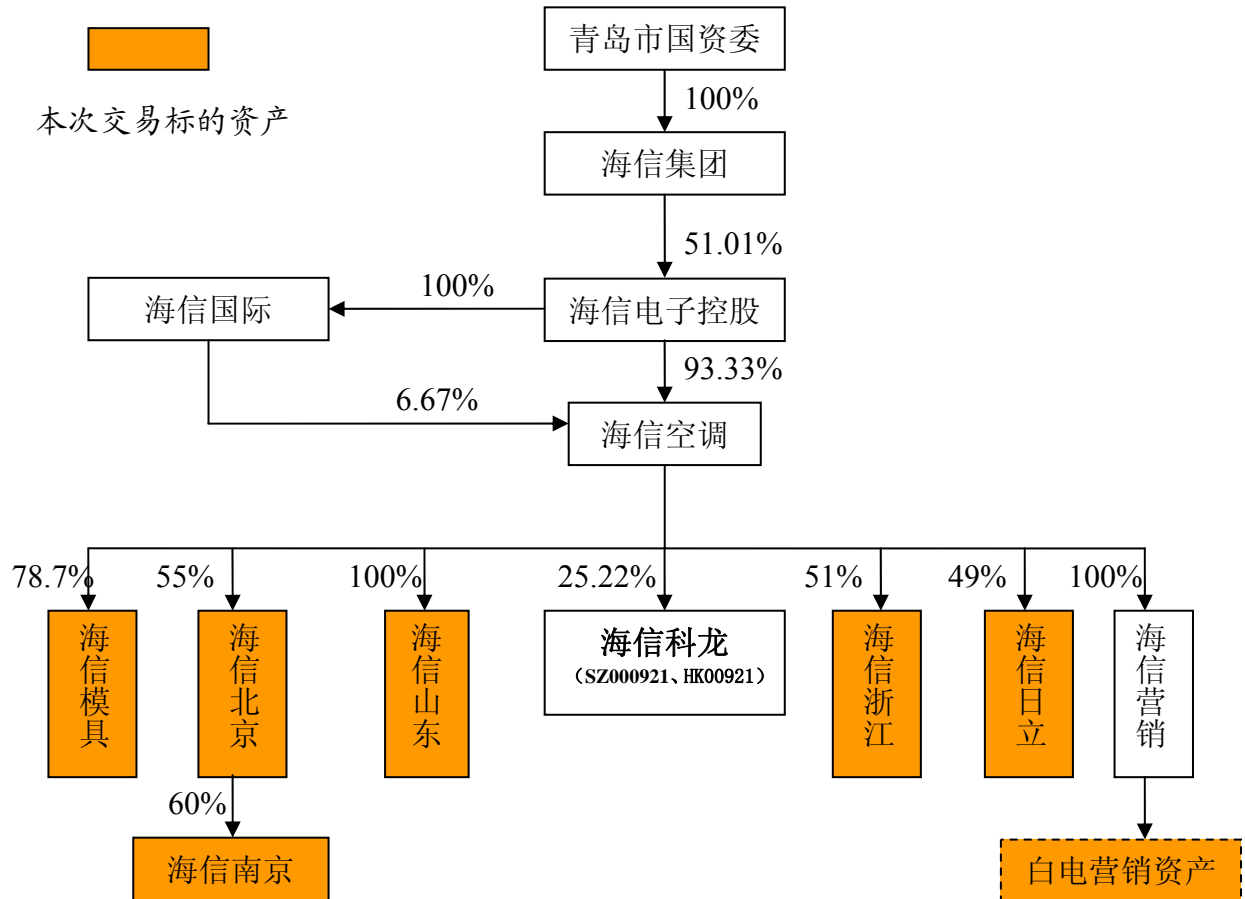
经营范围：国有资产委托营运；电视机、冰箱、冷柜、洗衣机、小家电、影碟机、音响、广播电视设备、空调器、电子计算机、电话、通讯产品、网络产品、电子产品的制造、销售及服务；软件开发、网络服务；技术开发，咨询；自营进出口业务（按外经贸部核准项目经营）；对外经济技术合作业务（按外经贸部核准项目经营）；产权交易自营、经纪、信息服务；工业旅游；相关业务培训。（以上范围需经许可经营的，须凭许可证经营）

成立日期：1979年8月2日

#### 2、股权及控制关系

公司第一大股东、实际控制人及其产权控制关系





注：1、海信空调受让海信模具78.70%股权和海信日立49%股权已分别于2009年6月25日、2009年6月23日完成工商变更登记。

2、2009年6月29日，海信营销与海信空调签署《白电营销资产收购协议》将其白电营销资产出售给海信空调，该协议约定，海信营销将直接向海信科龙交付所持白电营销资产。

### 3、最近三年主要业务发展状况

海信集团前身为成立于1969年的青岛无线电二厂，是国内特大型电子信息产业集团公司，先后涉足家电、通讯、信息、房地产、服务等领域。

海信集团坚持“高科技、高质量、高水平服务、创国际名牌”的发展战略，以优化产业结构为基础、技术创新为动力、资本运营为杠杆，快速成长，迅猛发展，率先在国内构架起家电、通讯、信息为主导的3C产业结构，主导产品为电视、空调、冰箱、冷柜、洗衣机、商用空调系统、计算机、移动电话、软件开发、网络设备等。

目前，通过收购海信科龙，海信集团已经拥有海信电器（600060）和海信科龙（000921）两家上市公司，同时成为国内唯一一家持有海信（Hisense）、科龙（Kelon）

和容声（Ronshen）三个中国驰名商标的企业集团。海信电器2001年荣获了首届“全国质量管理奖”，海信电视、海信空调、海信冰箱、海信电脑、海信手机、科龙空调、容声冰箱全部当选中国名牌产品和国家免检产品，海信电视首批获得国家出口免检资格。

海信集团拥有国家级企业技术中心，建有国家一流的博士后科研工作站，拥有国家科技部设立的国家重点实验室，是国家高新技术企业、国家技术创新基地。科学高效的技术创新体系使海信的技术始终走在国内同行的前列，2005年6月，我国第一块自主知识产权的、产业化的数字视频媒体处理芯片在海信诞生，此举打破了国外垄断的历史。

目前，海信集团在南非、匈牙利、法国等地拥有生产基地，在美国、欧洲、澳洲、日本等地设有销售机构，产品远销欧洲、美洲、非洲、东南亚等100多个国家和地区。

## 六、海信空调对公司构成“控制”的情况说明

（一）海信空调虽仅持有海信科龙25.22%股权，但已构成对海信科龙的控制

《企业会计准则第33号——合并财务报表》（以下简称“33号准则”）中关于“控制”的定义如下：控制，是指一个企业能够决定另一个企业的财务和经营政策，并能据以从另一个企业的经营活动中获取利益的权力。另外，准则还规定：母公司拥有被投资单位半数或以下的表决权，满足下列条件之一的，视为母公司能够控制被投资单位，应当将该被投资单位认定为子公司，纳入合并财务报表的合并范围：（1）通过与被投资单位其他投资者之间的协议，拥有被投资单位半数以上的表决权；（2）根据公司章程或协议，有权决定被投资单位的财务和经营政策；（3）有权任免被投资单位的董事会或类似机构的多数成员；（4）在被投资单位的董事会或类似机构占多数表决权。

对照33号准则，海信空调对海信科龙在如下方面满足“控制”的条件：

### 1、海信科龙公司章程第7.8条的规定

海信科龙公司章程第7.8条规定：“本章程第7.6条及第7.7条所称控股股东是指具备以下条件之一的人：（1）持有的股份占公司股本总额百分之五十以上的股东；（2）持有股份的比例虽然不足百分之五十，但依其持有的股份所享有的表决权已足以对股东会、股东大会的决议产生重大影响的股东。”

2、海信空调为海信科龙的单一大股东，实质上有权任免海信科龙董事会的多数成员

（1）海信科龙公司章程第10.3条的规定

海信科龙董事会、监事会均有权向股东大会提出提案，提名董事候选人或更换公司董事；以及持有或者合并持有公司发行在外有表决权股份总数的百分之五以上的股东，有权向股东大会提出提案，更换公司董事；但在其提名董事候选人时，应按照每持有有表决权股份总数的百分之五即有权提名一名董事候选人的比例（对于不足百分之五的余额，忽略不计），确定其最多提名人数。

根据上述规定，海信空调有权提名5名董事候选人，占海信科龙董事会人选半数以上。

（2）2006年海信集团收购海信科龙后，海信科龙历次年报、半年报披露的前十大股东情况如下：

① 2006年年报披露的截至2006年12月31日海信科龙前十大股东情况：

序号	股东名称	持股数量(股)	持股比例(%)	股本性质
1	海信空调	262,212,194	26.43	境内法人股
2	顺德市经济咨询公司	68,666,667	6.92	境内法人股
3	申银万国证券(香港)有限公司	54,851,000	5.53	H股流通股
4	香港上海汇丰银行有限公司	51,295,925	5.17	H股流通股
5	中国银行(香港)有限公司	48,981,000	4.94	H股流通股
6	国泰君安证券(香港)有限公司	40,920,000	4.12	H股流通股
7	香港上海汇丰银行代理人(香港)有限公司	40,106,904	4.04	H股流通股
8	第一上海证券有限公司	25,868,000	2.61	H股流通股
9	恒生证券有限公司	20,235,000	2.04	H股流通股
10	渣打银行(香港)有限公司	10,614,500	1.07	H股流通股
	合计	623,751,190	62.87	

② 2007年半年报披露的截至2007年6月30日海信科龙前十大股东情况：

序号	股东名称	持股数量(股)	持股比例(%)	股本性质
----	------	---------	---------	------

1	青岛海信空调有限公司	238,872,074	24.08	限售流通A股
2	佛山市顺德区经济咨询公司	68,666,667	6.92	限售流通A股
3	申银万国证券(香港)有限公司	55,091,000	5.55	H股流通股
4	香港上海汇丰银行有限公司	51,343,925	5.18	H股流通股
5	中国银行(香港)有限公司	49,073,000	4.95	H股流通股
6	国泰君安证券(香港)有限公司	40,920,000	4.12	H股流通股
7	香港上海汇丰银行代理人(香港)有限公司	40,106,904	4.04	H股流通股
8	第一上海证券有限公司	25,860,000	2.61	H股流通股
9	恒生证券有限公司	20,235,000	2.04	H股流通股
10	渣打银行(香港)有限公司	10,604,500	1.07	H股流通股
	合 计	600,773,070	60.56	

③ 2007年年报披露的截至2007年12月31日海信科龙前十大股东情况：

序号	股东名称	持股数量(股)	持股比例(%)	股本性质
1	青岛海信空调有限公司	238,872,074	24.08	限售流通A股
2	香港上海汇丰银行有限公司	92,781,829	9.35	H股流通股
3	佛山市顺德区经济咨询公司	68,666,667	6.92	限售流通A股
4	申银万国证券(香港)有限公司	55,097,000	5.55	H股流通股
5	中国银行(香港)有限公司	48,794,000	4.92	H股流通股
6	国泰君安证券(香港)有限公司	40,920,000	4.12	H股流通股
7	第一上海证券有限公司	25,860,000	2.61	H股流通股
8	恒生证券有限公司	20,235,000	2.04	H股流通股
9	渣打银行(香港)有限公司	11,109,500	1.12	H股流通股
10	中银国际证券有限公司	8,216,000	0.83	H股流通股
	合 计	610,552,070	61.54	

④ 2008年半年报披露的截至2008年6月30日海信科龙前十大股东情况：

序号	股东名称	持股数量(股)	持股比例(%)	股本性质
1	青岛海信空调有限公司	234,375,922	23.63	限售流通A股
2	香港上海汇丰银行有限公司	92,881,829	9.36	H股流通股
3	佛山市顺德区经济咨询公司	63,923,804	6.44	限售流通A股
4	申银万国证券(香港)有限公司	55,097,000	5.55	H股流通股
5	中国银行(香港)有限公司	48,839,000	4.92	H股流通股
6	国泰君安证券(香港)有限公司	40,920,000	4.12	H股流通股
7	第一上海证券有限公司	25,860,000	2.61	H股流通股
8	恒生证券有限公司	20,235,000	2.04	H股流通股
9	中银国际证券有限公司	8,216,000	0.83	H股流通股
10	新鸿基投资服务有限公司	8,045,000	0.81	H股流通股
	合计	598,393,555	60.31	

⑤ 2008年年报披露的截至2008年12月31日海信科龙前十大股东情况：

序号	股东名称	持股数量(股)	持股比例(%)	股本性质
1	青岛海信空调有限公司	250,173,722	25.22	限售流通A股/A股流通股
2	香港上海汇丰银行有限公司	98,587,029	9.94	H股流通股
3	中国华融资产管理公司	63,923,804	6.44	限售流通A股
4	申银万国证券(香港)有限公司	55,107,000	5.56	H股流通股
5	中国银行(香港)有限公司	48,700,000	4.91	H股流通股
6	国泰君安证券(香港)有限公司	40,920,000	4.12	H股流通股
7	第一上海证券有限公司	25,860,000	2.61	H股流通股
8	恒生证券有限公司	20,235,000	2.04	H股流通股

9	中银国际证券有限公司	8,136,000	0.82	H股流通股
10	新鸿基投资服务有限公司	7,945,000	0.8	H股流通股
	合 计	619,587,555	62.46	

⑥ 2009年半年报披露的截至2009年6月30日海信科龙前十大股东情况：

序号	股东名称	持股数量(股)	持股比例(%)	股本性质
1	青岛海信空调有限公司	250,173,722	25.22	限售流通A股/A股流通股
2	中国华融资产管理公司	63,923,804	6.44	A股流通股
3	香港上海汇丰银行有限公司	63,808,629	6.43	H股流通股
4	申银万国证券(香港)有限公司	50,868,000	5.13	H股流通股
5	中国银行(香港)有限公司	47,567,000	4.8	H股流通股
6	国泰君安证券(香港)有限公司	40,912,000	4.12	H股流通股
7	第一上海证券有限公司	35,651,000	3.59	H股流通股
8	招商证券(香港)有限公司	28,952,000	2.92	H股流通股
9	恒生证券有限公司	13,978,000	1.41	H股流通股
10	中银国际证券有限公司	9,386,000	0.95	H股流通股
	合 计	605,220,155	61.01	

注：以上股东之间除第一大股东海信空调与其他股东不存在关联关系，也不属于《上市公司股东持股变动信息披露管理办法》中规定的一致行动人外，公司概不知悉其他股东间是否存在关联关系或属于《上市公司股东持股变动信息披露管理办法》规定的一致行动人。

从历年海信科龙十大股东的具体情况可以看出：（1）海信空调是海信科龙唯一持股超过20%的股东；（2）除海信空调外，其他前十大股东各自持股均不超过10%；（3）除海信空调外，其他前十大股东均具有较为明显的财务投资人性质，其持股海信科龙的目的是意图对上市公司进行控制。因此，在股东大会选举海信科龙董事会成员的过程中，海信空调处于强势地位，实质上有权决定多数董事人选。

3、2006年海信空调收购海信科龙后的历届董事会中，海信空调直接或间接推荐的董事均占多数

（1）海信科龙第六届董事会构成情况：

序号	姓名	职务	是否为海信空调推荐
1	汤业国	董事长、执行董事	是
2	苏玉涛	执行董事	是
3	肖建林	执行董事	是
4	林澜	执行董事	是
5	于淑珉	执行董事	是
6	张明	执行董事	是
7	张圣平	独立董事	否
8	路清	独立董事	否
9	张睿佳	独立董事	否

注：海信科龙第六届董事会任职期限为2006年6月—2009年6月。

(2) 海信科龙第七届董事会构成情况：

序号	姓名	职务	是否为海信空调推荐
1	汤业国	董事长、执行董事	是
2	于淑珉	执行董事	是
3	林澜	执行董事	是
4	周小天	执行董事	是
5	张明	执行董事	是
6	刘春新	执行董事	是
7	张睿佳	独立董事	否
8	张圣平	独立董事	否
9	路清	独立董事	否

注：海信科龙第七届董事会任职期限为2009年6月—2012年6月。

根据海信科龙第六届、第七届董事会人员构成的实际情况，海信空调推荐的董事人数占海信科龙董事会席位的多数。

综上，海信空调虽仅持有海信科龙25.22%股权，但已构成对海信科龙的控制。本次交易后，海信空调持有海信科龙的股权比例最高可达45.21%，其对海信科龙的控制权将得到进一步加强。

(二) 本次交易的标的资产与海信科龙的实际控制人均为海信集团，本次重组采取同一控制下企业合并具有合理性

本次交易的标的资产包括：海信山东100%股权、海信浙江51%股权、海信北京55%股权、海信日立49%股权、海信模具78.70%股权、海信营销公司白电营销资产（海信

营销公司为海信空调的全资子公司）。除海信日立（海信日立未纳入海信空调合并报表范围）外，海信空调均持有标的资产过半数的股权，实际控制了标的资产。此外，本次交易的标的资产（海信日立除外）在本次交易前较长一段时间（均超过一年）也由海信空调或海信集团控制，与海信科龙处于同一实际控制人控制之下，而海信科龙在可预见的期间内并没有意愿出售标的资产，因此本次重组采取同一控制下的企业合并符合企业会计准则的有关规定，具有合理性。



## 第三节 交易对方基本情况

### 一、交易对方概况

公司名称：青岛海信空调有限公司

注册地址：青岛市高科技工业园长沙路（生产基地：平度市南村工业园）

注册资本：67,479万元人民币

法定代表人：汤业国

营业执照注册号：370200400039870

组织机构代码：61430651-4

企业类型：有限责任公司

经济性质：中外合资企业（外资比例低于25%）

税务登记证号码：370283614306514

经营范围：研制生产空调产品，注塑模具及产品售后维修服务。

经营期限：自1995年11月17日至2037年11月17日

控股股东名称：青岛海信电子产业控股股份有限公司

### 二、历史沿革

海信空调系根据青岛市人民政府于1995年11月14日颁发的外经贸青府高字[1995]0081号批准证书成立的，中华人民共和国国家工商行政管理局于1995年11月17日颁发了企合鲁青总字第003987号企业法人营业执照，海信空调设立时注册资本为1,800万美元，其中海信集团出资1,260万美元，占公司注册资本的70%；香港中渝实业出资540万美元，占公司注册资本的30%。

2000年11月，经青岛市国资委批准，海信集团与海信电子控股签署了《股份转让协议》，海信集团将所持有的海信空调全部股份转让给海信电子控股，并办理了工商变更登记。

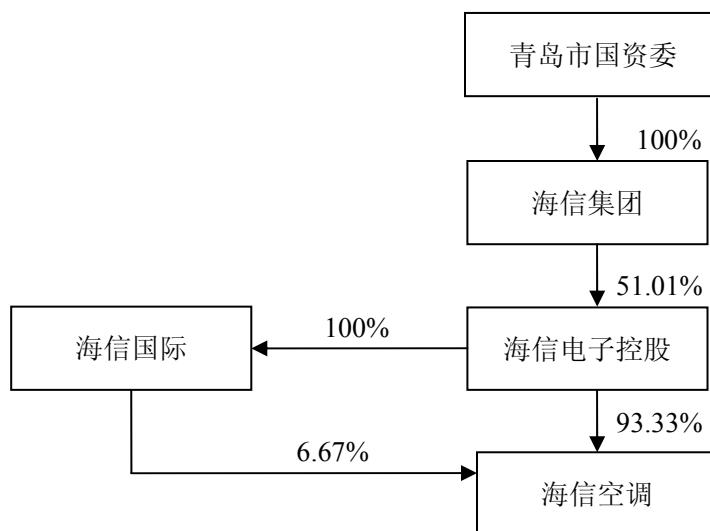
2005年9月8日，经青岛市国资委批准，海信空调注册资本增至6.7479亿元人民币，其中：海信电子控股出资占注册资本的93.33%；香港中渝实业出资占注册资本的6.67%。

2007年9月15日，香港中渝实业与海信国际签订了协议，将其持有海信空调

6.67%的股权以432万美元全部转让给海信国际。海信国际为海信电子控股全资子公司，2005年3月9日设立于英属维尔京群岛。

### 三、股权结构及产权控制关系

#### （一）股权控制关系图



#### （二）下属企业情况

海信空调除持有本公司25.22%的股份和本次交易标的资产外，还参股以下企业：

公司名称	注册资本 (万元)	持股比 例	经营范围
青岛赛维电子信息服务股份有限公司	1,000	10%	家用电器、数码产品、通讯产品、计算机、收款机、复印机、照相机的销售、安装、维修、技术服务、咨询及配件销售；自动化信息服务；安全设施设计、施工；中央空调维修、清洗；体育健身器材的销售及服务
青岛海信进出口有限公司	1,000	5%	经营和代理各类商品和技术的进出口业务；承办中外合资，合作生产业务；承办“三来一补”业务

### 四、交易对方控股股东概况

#### （一）基本情况

名称：青岛海信电子产业控股股份有限公司

注册地址：青岛市经济技术开发区前湾港路218号

注册资本：18,450.8141万元人民币

法定代表人：于淑珉

企业类型：股份有限公司

经济性质：混合制

经营范围：“3C”技术开发，成果转让，技术咨询服务；消费类电子产品研发，制造、销售及服务；特种专用电器设备开发、制造、销售；自营进出口（按商务部核定范围）。

主要业务：白色家电业务及其他海信集团新兴业务

经营期限：永续经营

控股股东名称：海信集团

## （二）股权结构变动及控制关系

海信电子控股为海信集团绝对控股的下属公司，除持有旗下子公司股权外，未开展其他具体业务。

2001年3月，为建立和推动海信集团骨干员工的激励机制，青岛市人民政府批准海信集团股权激励试点实施方案，批准以海信集团为主要发起人，联合周厚健、于淑珉、刘国栋、王希安、夏晓东、王培松、马明太七位自然人，以发起设立方式成立青岛海信电子产业控股股份有限公司。海信电子控股注册资本为12,401万元，其中海信集团占总股本的85.79%，自然人占总股本的14.21%。

2002年10月，青岛市经济体制改革办公室及青岛市国资局批准对海信集团部分骨干员工实施第一次股权激励，由11名自然人股东（新增肖建林等人）以个人出资对海信电子控股进行增资，海信电子控股注册资本从12,401万元增至13,348.4337万元，海信集团占总股本79.70%，自然人股东占总股本的20.30%。

2006年8月，青岛市国资委批准海信集团部分经营层人员个人出资以1.045元/股的价格向海信电子控股增资，海信电子控股注册资本从13,348.4337万元增至16,932.0141万元，海信集团占总股本的62.83%，自然人股东（共13人，新增汤业国等人）占总股本的37.17%。

2006年11月，青岛市国资委批准对海信集团部分骨干员工实施第二次股权激励，骨干员工以个人出资行使期权，行权价格1.08元/股，行权后，海信电子控股总股本增至16,932.0141万股，其中海信集团占总股本55.59%，自然人股东增加至77人，占总股本的44.41%。

2008年6月2日，经青岛市国资委《关于青岛海信电子产业控股股份有限公司

增加注册资产的批复》（青国资产权[2008]21号）批准，海信集团骨干员工实施了第三次股权激励，由骨干员工个人出资以2.34元/股价格对海信电子控股增资扩股，海信电子控股总股本增至18,450.8141万股。海信集团出资不变，占总股份的51.01%，自然人股东增至共81人，占总股份48.99%。该81人为：

姓名	主要职务	姓名	主要职务	姓名	主要职务
周厚健	海信集团董事长	张继任	骨干员工	高嵩	海信宽带多媒体公司 总经理
于淑珉	海信集团董事、总裁	弭良源	骨干员工	傅爱善	骨干员工
郭庆存	海信集团副总裁、本公司 监事	战嘉瑾	骨干员工	宋文辉	海信宽带多媒体 公司副总经理
汤业国	本公司董事长	刘卫东	骨干员工	徐君	骨干员工
刘伟	骨干员工	王俊昌	骨干员工	王建波	海信智能商用公 司董事总经理
林溪	骨干员工	代慧忠	骨干员工	张传俊	骨干员工
肖建林	海信集团董事、副总裁	贾少谦	本公司副总裁	秦健	骨干员工
刘洪新	海信电器董事、总经理	刘春新	本公司董事、副 总裁	刘鸿珍	骨干员工
刘浩	海信房地产公司董事长	王久存	已退休	栾军	骨干员工
周小川	骨干员工	张明	本公司董事、副 总裁	黄金萍	骨干员工
孙慧正	海信集团董事	高玉岭	海信集团副总 裁	刘庆华	骨干员工
王瑞吉	骨干员工	王芝辉	骨干员工	黄晓剑	骨干员工
刘伟杰	骨干员工	刘振顺	骨干员工	韩建民	骨干员工
张长虹	骨干员工	罗纪恩	骨干员工	梁乐平	骨干员工
李华	骨干员工	矫文青	海信房地产公 司总经理	孙玉华	骨干员工
刘鲁杰	骨干员工	马俊美	骨干员工	范大鹏	海信日立公司副 总经理
于敏	骨干员工	解思平	骨干员工	王培銮	
孙瑛	骨干员工	费立成	海信日立公司 总经理	王士磊	海信模具公司董 事、总经理
朱书琴	骨干员工	杨文琳	海信通信技术 公司总经理	刘殿伟	骨干员工
李军	骨干员工	卢夏青	骨干员工	于昕世	骨干员工
陈彩霞	骨干员工	李甫	骨干员工	逢玉红	骨干员工
史琛	骨干员工	杨秀高	骨干员工	王安恺	骨干员工
宋健康	骨干员工	陈维强	海信网络科技 公司总经理	李建成	骨干员工
王培松	骨干员工	朱中	骨干员工	董耀平	骨干员工
高欣	骨干员工	韩启永	骨干员工	简志敏	骨干员工
石永昌	本公司副总裁	刘雪莉	骨干员工	苏玉涛	海信北京电器公 司总经理
张大飞	骨干员工	康健伟	骨干员工	封红雨	骨干员工

截止目前，海信电子控股前十名股东持股情况如下：

	股东名称	占注册资本比例(%)
1	海信集团	51.01
2	周厚健	7.28
3	于淑珉	5.50
4	肖建林	2.72
5	孙慧正	2.61
6	郭庆存	1.97
7	汤业国	1.97
8	王培松	1.84
9	刘伟	1.74
10	林溪	1.19

就海信集团骨干员工持有海信电子控股股权事宜，天银律所认为：

本所律师认为，海信电子控股作为海信集团股权激励的试点单位，其设立以及历次增资行为获得了政府有权部门的批准；海信集团的上级主管机关青岛市国资委对海信电子控股的股权结构出具说明和确认文件，未对该等职工持有海信电子控股股份提出异议；自2008年9月16日至2009年9月15日期间，该等职工持有海信电子控股的股份未违反139号文的规定；如期满后国家主管部门要求海信集团解决和清理该等职工所持有的海信电子控股的股份，该等股权的清理不会导致海信电子控股的控股股东发生变化，也不会导致海信科龙的实际控制人发生变更，不会影响本次重大资产重组。

就海信集团骨干员工持有海信电子控股股权事宜，平安证券认为：

海信电子控股员工持股问题尚处于法规允许的整改期限内，海信集团骨干员工持有海信电子控股股权尚不存在违反国资管理部门相关法律法规规定的情形。

若海信电子控股股份的员工持股股权因主管部门政策要求而发生变化：

（1）海信集团对海信电子控股的绝对控股地位不会受到影响，海信集团作为海信科龙实际控制人的地位亦不会因此发生变化。

（2）本次海信科龙重组所涉及的交易对象、交易标的、交易价格均不会因此受到影响。

有关海信空调实际控制人海信集团的相关介绍请见本报告书“第二节 上市

公司基本情况\控股股东及实际控制人概况”。

## 五、最近三年主要业务发展状况和主要财务指标

### （一）最近三年主要业务发展状况

2007年11月以前，海信空调的主营业务为研制生产（家用）空调产品，注塑模具。2004年海信空调开始开展特种空调业务，主要为中国移动等特殊客户群体定制（包括设计）特殊要求的空调产品，建立了相应销售渠道。

2007年11月8日，海信空调出资设立了海信山东，并将海信空调（母公司）原有空调产品的生产研发业务转移至海信山东（具体情况见本报告书海信山东历史沿革部分）。目前海信空调除持有子公司股权外，不从事具体经营活动。

### （二）最近一年主要财务数据（中国会计准则）

根据万隆亚洲会计师事务所有限公司青岛分所出具的万亚会琴业字[2009]第0095号《审计报告》，海信空调最近一年简要的财务状况和经营成果如下表所示：

单位：人民币元

项目	2008年12月31日
资产总计	1,407,516,420.04
负债合计	146,839,999.70
归属母公司所有者权益	1,260,676,420.34
项目	2008年度
营业收入	3,003,526.12
营业利润	9,149,601.03
利润总额	39,852,898.13
净利润	29,829,247.48

注：母公司数据

## 六、海信空调与上市公司的关联关系

本次交易前，海信空调持有海信科龙 25.22%的股份，为海信科龙的第一大股东。本次交易完成后，海信空调将合计持有海信科龙不超过 612,221,909 股股

份，占海信科龙总股本的比例不超过 45.21%。因此本次交易构成关联交易。

## 七、海信空调向上市公司推荐的董事、监事情况

截至本报告书签署日，本公司董事由公司提名委员会提名，董事会和股东大会审批通过；海信空调向本公司推荐监事郭庆存先生1人。

## 八、海信空调及其主要高管最近五年受处罚、涉及诉讼或仲裁情况

2006年5月26日，在本公司第五届董事会任职期间，因本公司未能在规定时间内披露2005年年度报告和2006年第一季度报告，违反《深圳证券交易所股票上市规则（2006年5月修订）》第2.1条、第6.1条、第6.3条的规定。因汤业国先生（时任海信科龙总裁，现任海信空调董事长、海信科龙董事长）为本公司当时的经营层高管，深交所对包括汤业国在内的海信科龙相关责任人给予了公开谴责的处分。

因“（1）海信科龙于2006年12月25日收到佛山市顺德区技术创新及技术改造补贴和奖励资金7000万元，该笔收入对公司2006年经营业绩扭亏构成实质性影响。公司对此重大事项没有及时履行公告义务，直至2007年3月22日方才披露。

（2）2007年1月9日刊登的《广东科龙电器股份有限公司澄清公告》有关2006年业绩预计的说明以及董事会关于是否存在应披露而未披露信息的声明存在误导。

（3）在预计2006年业绩与已披露的业绩预告差异较大时，公司未及时披露业绩预告修正公告，直至2007年1月24日方才披露。而此日刊登的《广东科龙电器股份有限公司2006年度业绩预告修正公告》对公司2006年度业绩预计扭亏原因说明不充分，存在误导。”深圳证券交易所于2007年9月21日对海信科龙电器股份有限公司、汤业国先生、刘春新女士给予了通报批评的处分。

此外，截至本报告书签署日，海信空调及其高管人员已出具声明：海信空调及其董事、监事和高级管理人员最近五年内未受过任何行政处罚和刑事处罚、也未涉及与经济纠纷有关的重大民事诉讼或者仲裁。

## 第四节 交易标的情况

公司本次拟购买海信空调旗下包括冰箱、空调、模具生产和营销在内的白色家电资产，具体包括：

序号	拟购买资产名称	注册资本（万元）	资产类别
1	海信山东100%股权	50,000	空调资产
2	海信浙江51%股权	11,000	空调资产
3	海信北京55%股权	8,571	冰箱资产
4	海信日立49%股权	1,210（万美元）	空调资产
5	海信模具78.70%股权	2,764.2015	模具资产
6	海信营销公司白电营销资产	—	营销资产

注：海信北京持有海信南京60%股权。

### 一、本次交易标的基本情况

#### （一）海信山东100%股权

##### 1、基本情况

名称：海信（山东）空调有限公司

住所：青岛平度市南村镇驻地海信路1号

法定代表人：刘文忠

注册资本：50,000万元

企业类型：一人有限责任公司（法人独资）

经营范围：研发、制造、销售空调产品、注塑模具及产品的售后维修服务

营业期限：自2007年11月8日至2017年11月7日

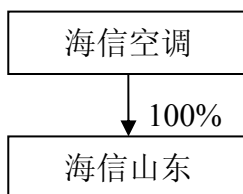
##### 2、历史沿革

2007年11月8日，经山东汇德会计师事务所有限公司(2007)汇所验字第2-110号《验资报告》验资，海信空调以15,000万元现金对外投资设立了海信山东。2007年11月27日，海信空调将平度工厂所有土地、厂房、机器设备等部分经营性资产对海信山东进行增资，注册资本增至50,000万元。增资完成后，海信空调与海信



山东签署了转让协议，海信空调将其与空调生产和销售相关的经营性资产（包括负债）转让给海信山东，双方与相关第三方同时签署了债权、债务转让协议。至此，海信山东承继了海信空调（母公司）原有的全部空调业务。

### 3、产权控制关系



截至本报告书签署之日，海信空调所持海信山东100%股权不存在质押、冻结等限制转让的情形。

### 4、主要资产的权属、对外担保及主要负债情况

#### (1) 主要资产的抵押及对外担保情况

##### ① 固定资产明细

根据广东大华出具的华德专审字[2009]321号审计报告，截至2009年4月30日，海信山东的固定资产的详细情况如下：

单位：人民币元

项目	原价	累计折旧	固定资产账面净值
房屋建筑物	192,121,893.75	8,082,596.75	184,039,297.00
机器设备	163,472,778.09	17,296,364.09	146,176,414.00
模具	43,165,490.88	22,623,877.15	20,541,613.73
电子及其他设备	39,885,492.84	8,827,601.90	31,057,890.94
运输设备	1,378,443.61	447,006.61	931,437.00
<b>合计</b>	<b>440,024,099.17</b>	<b>57,277,446.50</b>	<b>382,746,652.67</b>

##### ② 房产及土地

##### A、房屋建筑物

截至2009年4月30日，海信山东自有房产的建筑面积共计181,729.31平方米，具体情况如下：

序号	房屋所有权证号	房屋坐落	土地用途	房屋所有权人	建筑面积（m²）
----	---------	------	------	--------	----------

1	青房地权平自字 地 16000 号	平度市南村 镇驻地	住宅/非住宅	海信山东	181,729.31
---	----------------------	--------------	--------	------	------------

海信山东另拥有一宗未取得产权证书的停车位，建筑面积为20.00平方米。海信空调已承诺将于本次重组实施前办理完毕该停车位的产权证书，海信空调将按照中联评估出具的中联评报字[2009] 243号《资产评估报告书》中上述房产的评估价值，向海信山东购回上述未取得产权证书的房产，交易所涉税费由海信空调承担。海信空调购回上述房产后，将无偿提供给海信山东使用。

#### B、土地使用权

截至本报告书签署之日，海信山东自有土地使用权的土地面积为 270,133.60 平方米，具体情况如下：

序号	国有土地 使用权证	宗地位置	使用权人	用途	使用权 取得类型	使用权终 止日期	使用权面 积（m <sup>2</sup> ）
1	平国用 (2007) 第 00204 号	平度市 南村镇 驻地	海信山东	工业	出让	2048-9-8	203466.60
2	平国用 [2009]第 01024 号	平度市 南村镇 东北街 村	海信山东	工业	出让	2057-6-26	66,667.00

上述资产不存在抵押、质押或对外担保等权利受限制的情况。

#### (2) 主要负债情况

根据广东大华出具的华德专审字[2009]321号审计报告，截止2009年4月30日，海信山东主要负债情况如下：

单位：人民币元

	2009年4月30日	占总负债比重
<b>流动负债</b>		
应付账款	490,384,406.15	84.53%
预收款项	8,682,663.92	1.50%
应付职工薪酬	4,102,544.75	0.71%
应交税费	20,690,495.19	3.57%
其他应付款	19,339,727.14	3.33%

其他流动负债	36,953,535.32	6.37%
流动负债合计	580,153,372.47	100.00%
<b>负债合计</b>	<b>580,153,372.47</b>	<b>100.00%</b>

#### 5、主营业务发展情况及主要财务数据

海信山东于 2007 年 11 月成立，承继了原海信空调（母公司）的全部生产经营活动，主要从事家用空调器的制造、销售，提供相关技术服务和培训，并致力于成为具备领先技术水平、领先制造能力的家用空调器专业制造商和服务商。依托海信集团国家级企业技术中心和国家一流博士后科研工作站、全国技术创新基地，海信空调变频技术始终与国际领先水平保持同步，是国内迄今为止唯一全面掌握变频空调核心技术的企业。2008 年 12 月，9 款采用自主创新核心技术的海信变频空调新产品通过国家权威机构鉴定，其中 7 款被鉴定为“国际领先”，其余 2 款被鉴定为“国际先进”，进一步巩固了海信变频空调技术在国内外的领先地位。海信山东拥有中国目前规模最大、技术最先进的变频空调生产基地，年产能突破 200 万套。

根据广东大华审定报表数据，海信山东最近两年及近期经审计的主要财务数据如下：

单位：人民币

项目	2009 年 8 月 31 日	2009 年 4 月 30 日	2008 年 12 月 31 日	2007 年 12 月 31 日
资产总计	906,616,364.00	1,135,601,927.71	676,735,518.06	872,346,374.62
负债合计	335,293,522.89	580,153,372.47	175,884,990.52	363,686,196.47
所有者权益合计	571,322,841.11	555,448,555.24	500,850,527.54	508,660,178.15
项目	2009 年度 1-8 月	2009 年度 1-4 月	2008 年度	2007 年度
营业收入	1,614,836,583.81	826,803,357.56	1,947,487,071.20	144,064,218.30
营业利润	73,399,319.30	56,242,396.71	-31,926,476.72	-10,396,288.52
利润总额	81,387,636.94	63,262,446.83	-11,849,424.71	12,317,959.67
净利润	70,472,313.57	54,598,027.70	-7,809,650.61	8,659,022.15

注：海信山东成立于 2007 年 11 月

#### 6、最近三年资产交易、增资或改制情况

2007 年 11 月，海信空调以其平度工厂的土地、厂房、机器设备等部分经营

性资产对海信山东进行增资。根据山东汇德会计师事务所有限公司出具的(2007)汇所评字第 014-1 号《资产评估报告》，在评估基准日 2007 年 9 月 30 日，拟用于增资的资产帐面价值 32,009.86 万元，调整后账面价值 32,009.86 万元，评估价值 35,000.12 万元。山东汇德会计师事务所有限公司就海信山东本次增资出具了（2007）汇所验字第 2-112 号《验资报告》，本次增资中 350,000,000 元入实收资本，其余 1,156 元作资本公积。截至 2007 年 11 月 27 日，海信山东变更后的累计注册资本为人民币 50,000 万元，实收资本为人民币 50,000 万元。

海信山东目前股权结构如下：

股东名称	出资数额（万元）	占总股本比例（%）
海信空调	50,000	100
合计	50,000	100

## 7、本次资产评估情况

### （1）评估结果

根据中联评报字[2009]第243号《资产评估报告书》，对海信山东采用成本法和收益法两种方法进行评估。海信山东本次以收益法评估的净资产价值为 72,902.46 万元，评估增值率为 31.25%。但由于收益法评估是基于对企业未来经营发展和收益预测的准确性，而近期经济和市场环境不确定因素较多，导致预测未来收益的不确定性增加。中联评估认为，选取成本法评估结果更能客观反映海信山东的权益价值，故选取成本法的评估结果作为本次的评估结论。

经成本法评估，海信山东净资产账面值为 55,544.86 万元，调整后账面值为 55,544.86 万元，净资产评估价值为 72,745.89 万元，增值额为 17,201.03 万元，增值率为 30.97%。具体评估结果见下表：

单位：万元

项目	账面价值	调整后账面值	评估价值	增减值	增值率(%)
流动资产	71,033.04	71,033.04	71,063.13	30.09	0.04
长期投资	-	-	-	-	-
固定资产	38,312.00	38,312.00	50,845.31	12,533.31	32.71
其中：在建工程	37.33	37.33	37.33	-	-
建筑物	18,403.93	18,403.93	23,170.17	4,766.24	25.9
设备	19,870.74	19,870.74	27,637.80	7,767.07	39.09
土地	-	-	-	-	-
无形资产	3,644.39	3,644.39	8,282.02	4,637.63	127.25

其中：土地使用权	3,037.10	3,037.10	4,160.06	1,122.96	36.97
其他资产	570.77	570.77	570.77	-	-
<b>资产总计</b>	<b>113,560.19</b>	<b>113,560.19</b>	<b>130,761.23</b>	<b>17,201.03</b>	<b>15.15</b>
流动负债	58,015.34	58,015.34	58,015.34	-	-
长期负债	-	-	-	-	-
<b>负债总计</b>	<b>58,015.34</b>	<b>58,015.34</b>	<b>58,015.34</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>净资产</b>	<b>55,544.86</b>	<b>55,544.86</b>	<b>72,745.89</b>	<b>17,201.03</b>	<b>30.97</b>

由上表，海信科龙本次拟购买的海信山东100%股权对应的净资产评估值为72,745.89万元。

## （2）评估增值原因分析

海信山东本次评估增值主要是因为房屋建筑物、设备和土地使用权评估增值所致，具体增值原因如下：

### ① 固定资产

本次房屋建筑物评估增值主要是由于建造时材料及人工成本较低，近年来材料及人工费用价格上涨所致。

设备类资产评估增值主要是由于企业的折旧年限和设备的经济寿命年限差异而引起；另外，由于模具类资产原在海信山东的长期待摊费用中核算，会计核算按三年进行摊销，在本次评估中列入固定资产——机器设备中评估，其评估净值远高于原账面摊销净值，导致评估净值增值。

### ② 无形资产

土地使用权评估增值1,122.96万元，主要原因是海信山东取得土地时因享受当地政府给予特殊的优惠政策，土地使用权取得成本较低，由于近两年经济发展土地需求旺盛导致土地价格上涨，因此土地评估增值。

专利技术评估增值32,749,700元，主要原因是海信山东目前拥有自主研发的465项用于空调生产制造的专利技术，其在研发时所发生的成本费用均一次性进入了管理费用。本次评估采用成本法对海信山东拥有的空调变频控制系列专利技术、空调制冷技术系列专利技术、空调系统外观构造相关技术三类专利进行评估，从而产生评估增值。

## （二）海信浙江51%股权

### 1、基本情况

名称：海信（浙江）空调有限公司

住所：长兴县经济技术开发区中央大道北侧

法定代表人：刘文忠

注册资本：11,000万元

企业类型：有限责任公司（外商投资企业投资）

经营范围：空调器生产及其他家用电器产品制造、销售、提供相关技术服务、货物进出口、技术进出口。

营业期限：自2005年4月22日至2020年4月21日

## 2、历史沿革

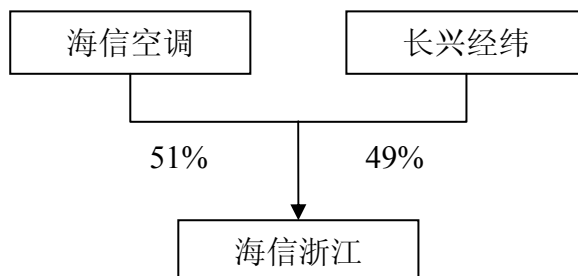
2005年4月22日，海信空调与浙江先科电器制造有限公司(以下简称“浙江先科”)合资设立海信浙江，注册资本为11,000万元。海信空调以现金3,410万元、无形资产2,200万元合计5,610万元出资，占海信浙江注册资本的51%；浙江先科以土地、厂房、设备仪器等实物资产作价5,390万元出资，占海信浙江注册资本的49%。

2009年3月25日，浙江先科与长兴经纬建设开发有限公司（以下简称“长兴经纬”）签署股权转让协议，约定以14,800万元的价格将所持49%海信浙江的股权转让给长兴经纬。上述股权转让的工商变更登记手续已完成。

海信浙江目前股权结构如下：

股东名称	出资数额（万元）	占总股本比例（%）
海信空调	5,610	51
长兴经纬	5,390	49
合计	11,000	100

## 3、产权控制关系



截至本报告书签署之日，海信空调所持海信浙江51%的股权不存在质押、冻结等限制转让的情形。

长兴经纬与海信集团无关联关系。截止本报告书签署日，长兴经纬已就本次

交易出具《放弃优先购买权同意书》，同意海信空调将海信浙江的股权受让予海信科龙并放弃优先购买权。

#### 4、主要资产的权属、对外担保及主要负债情况

##### （1）主要资产的抵押及对外担保情况

##### ① 固定资产明细

根据广东大华出具的华德专审字[2009]322号审计报告，截至2009年4月30日，海信浙江的固定资产的详细情况如下：

单位：人民币元

项目	原价	累计折旧	固定资产账面净值
房屋、建筑物	40,636,120.31	4,516,449.03	36,119,671.28
机器设备	18,330,394.29	4,927,860.71	13,402,533.58
电子设备	10,711,058.50	2,658,791.36	8,052,267.14
运输设备	1,924,267.00	639,169.00	1,285,098.00
模具	6,372,319.44	4,199,812.44	2,172,507.00
<b>合计</b>	<b>77,974,159.54</b>	<b>16,942,082.54</b>	<b>61,032,077.00</b>

##### ② 房产及土地

##### A、房屋建筑物

截至2009年4月30日，海信浙江自有房产的建筑面积共计70,012.65平方米，其中已经取得房屋所有权证的房产62,868.86平方米，另有共计7,143.79平方米的房产正在办理房屋所有权证。

海信浙江已取得房屋所有权证房产的情况如下：

序号	房屋所有权证号	房屋坐落	土地用途	房屋所有权人	建筑面积(m <sup>2</sup> )
1	房权证长字第00042247号	长兴县经济技术开发区中央大道北侧	非住宅	海信浙江	13124.01
2	房权证长字第00042248号	长兴县经济技术开发区中央大道北侧	非住宅	海信浙江	8,146.86
3	房权证长字第	长兴县经济技术开发区	厂房	海信浙江	19,246.91

	00062636 号	中央大道北侧				
4	房权证长字第 00042246 号	长兴县经济技术开发区 中央大道北侧	非住 宅	海信浙江	22,351.08	
	长房权证雉城字第 00115181 号	雉城镇经济开发区中央 大道北侧	工业	海信浙江	7,101.57	

注：长房权证雉城字第 00115181 号房产证于 2009 年 7 月 9 日取得。

除上述房屋建筑物外，海信浙江在其拥有合法产权的土地上另实际占有、使用面积为 432.50 平方米的高压配电室、警卫室以及危险品库房没有取得所有权证。根据房地产相关法律法规的规定，使用该等无证房屋、建筑的公司存在被有权部门要求拆除或罚款的可能，但由于该等房产不是海信浙江的主要生产经营场所，占海信浙江拥有的房屋、建筑总面积的比例较小，不会对本次重组产生实质性影响。

对于上述尚未取得房产证的房屋、建筑，海信空调已承诺将于本次重组实施前完成产权证的办理，若在承诺期限内未能完成产权证的办理，海信空调将按照中联评估出具的中联评报字[2009]244号《资产评估报告书》中上述房产的评估价值，分别向海信浙江购回上述未取得产权证书的房产，交易所涉税费由海信空调承担。海信空调购回上述房产后，将无偿提供给海信浙江使用。海信浙江原用于危险品存放的库房，可根据自身需要内部调配用作其他用途，确保不留安全隐患。

海信浙江还拥有一处在建工程，预计建筑面积共计为 2,893 平方米。该处在建工程已取得长兴县建设局 330522200901050101 号《建设工程规划许可证》和 330522200901050101 号《建筑工程施工许可证》。

#### B、土地使用权

截至本报告书签署日，海信浙江自有土地使用权的土地面积为 229,447.96 平方米，均以出让方式取得，具体情况如下：

序号	国有土地使用权证	宗地位置	使用权人	用途	使用权取得类型	使用权终止日期	使用权面积 (m <sup>2</sup> )
1	长土国用(2005)第 1-4120 号	长兴县经济开发区中央大道北侧	海信浙江	工业用地	出让	2053-10-07	108,885.96
2	长土国用(2007)第	长兴县雉城	海信浙江	工业用地	出让	2056-12-09	42,831



	1-423号	镇白溪村					
3	长土国用[2009]第00106691号	长兴县经济开发区中央大道北侧	海信浙江	工业用地	出让	2057-6-29	53,699.00
4	长土国用[2009]第00106693号	长兴县经济开发区中央大道北侧	海信浙江	工业用地	出让	2057-12-18	24,032.00

### C、房屋、土地的权利限制

海信浙江以房产证号为“长字第 00042248 号”，“长字第 00042247 号”，“长字第 00042246 号”的三处房产（合计建筑面积 43,621.95 平方米）和土地证号为“长土国用（2005）第 1-4120 号”土地做抵押获得中国建设银行 6,000 万元固定资产贷款授信额度，用于海信浙江热交换器车间技术改造项目。

除此之外，海信浙江上述资产不存在其他抵押、质押或对外担保等权利受限制的情况。

#### （2）主要负债情况

根据广东大华出具的华德专审字[2009]322号审计报告，截止2009年4月30日，海信浙江主要负债情况如下：

单位：人民币元

	2009年4月30日	占总负债比重
<b>流动负债</b>		
应付账款	157,884,600.79	76.67%
预收款项	354,147.39	0.17%
应付职工薪酬	2,729,182.85	1.33%
应交税费	4,582,034.74	2.23%
其他应付款	22,352,864.18	10.86%
一年内到期的非流动负债	18,000,000.00	8.74%
<b>流动负债合计</b>	<b>205,902,829.95</b>	<b>100.00%</b>
<b>负债合计</b>	<b>205,902,829.95</b>	<b>100.00%</b>

### 5、主营业务发展情况及主要财务数据

海信浙江的主营业务为家用空调器及关联产品的制造，拥有先进的全自动氦检漏装置等设备，并配套国内先进的整机成套生产检测线，严格按国际质量认证

体系标准建立的质量保证体系和一流的革新管理体系，是继海信山东之后，目前国内技术先进的变频空调第二大生产基地。随着生产规模不断扩大，海信浙江将拥有150万套变频空调的生产能力。

根据广东大华审定报表数据，海信浙江最近三年及近期经审计的主要财务数据如下：

单位：人民币元

项目	2009年8月31日	2009年4月30日	2008年12月31日	2007年12月31日	2006年12月31日
资产总计	166,330,635.53	312,264,408.19	180,092,022.81	257,263,319.29	173,392,569.32
负债合计	60,784,341.02	205,902,829.95	78,637,157.81	152,549,328.11	78,939,753.14
所有者权益	105,546,294.51	106,361,578.24	101,454,865.00	104,713,991.18	94,452,816.18
项目	2009年1-8月	2009年1-4月	2008年度	2007年度	2006年度
营业收入	332,349,352.45	208,599,192.80	693,022,251.54	690,771,653.34	267,557,234.81
营业利润	3,897,106.46	7,254,812.50	-7,640,440.58	7,929,787.46	-9,950,259.48
利润总额	5,468,721.67	7,295,652.45	-3,904,860.53	11,283,008.39	-9,703,444.84
净利润	4,091,429.51	4,906,713.25	-3,259,126.18	10,261,175.00	-9,703,444.84

## 6、本次资产评估情况

### （1）评估结果

根据中联评报字[2009]第244号《资产评估报告书》，本次对海信浙江采用成本法和收益法两种方法进行评估。海信浙江本次以收益法评估的净资产价值为18,063.12万元，本次拟购买海信浙江51%股权对应的评估值为9,212.19万元，评估增值率为69.83%。但由于收益法评估是基于对企业未来经营发展和收益预测的准确性，而近期经济和市场环境不确定因素较多，导致预测未来收益的不确定性增加。中联评估认为，选取成本法评估结果更能客观反映海信浙江的权益价值，故选取成本法的评估结果作为本次的评估结论。

经成本法评估，海信浙江净资产账面值为10,636.16万元，调整后账面值为10,636.16万元，净资产评估价值为18,067.44万元，增值额为7,431.28万元，增值率为69.87%。具体评估结果见下表：

单位：万元

项目	账面价值	调整后账面值	评估价值	增减值	增值率(%)
流动资产	18,789.08	18,789.08	18,816.56	27.48	0.15
长期投资	-	-	-	-	-
固定资产	6,654.20	6,654.20	10,997.01	4,342.81	65.26
其中：在建工程	550.68	550.68	550.68	-	-
建筑物	3,611.97	3,611.97	7,268.83	3,656.86	101.24
设备	2,491.24	2,491.24	3,177.40	686.16	27.54
土地	-	-	-	-	-
无形资产	5,783.17	5,783.17	8,844.16	3,060.99	52.93
其中：土地使用权	4,459.51	4,459.51	7,852.39	3,392.88	76.08
其他资产	-	-	-	-	-
资产总计	<b>31,226.44</b>	<b>31,226.44</b>	<b>38,657.72</b>	<b>7,431.28</b>	<b>23.8</b>
流动负债	20,590.28	20,590.28	20,590.28	-	-
长期负债	-	-	-	-	-
负债总计	<b>20,590.28</b>	<b>20,590.28</b>	<b>20,590.28</b>	-	-
净资产	<b>10,636.16</b>	<b>10,636.16</b>	<b>18,067.44</b>	<b>7,431.28</b>	<b>69.87</b>

由上表，海信科龙本次拟购买的海信浙江 51%股权对应的净资产评估值为 9,214.39 万元。

## （2）评估增值原因分析

海信浙江本次评估增值主要是因为建筑物和土地使用权的增值较大所致，具体原因如下：

### ① 建筑物

海信浙江设立时，股东浙江先科以建筑物等资产折价出资，建筑物入账时的账面价值较低，因此造成本次评估价值与账面值出现较大增幅。此外，近年来建筑材料价格上涨较快也是本次评估增值的主要原因。

### ② 土地使用权

土地使用权评估增值 3,392.88 万元，主要是由于近几年房地产市场发展迅速、土地需求旺盛导致土地价格涨幅较大所致。

## （三）海信北京55%股权

### 1、基本情况

名称：海信（北京）电器有限公司

住所：北京市大兴区清源路36号

法定代表人：周小天

注册资本：8,571万元

企业类型：有限责任公司（外商投资企业投资）

经营范围：制造电冰箱产品及其它家用电器产品；销售自产产品；货物进出口、技术进出口、代理进出口。

营业期限：自2002年6月13日至2012年6月12日

## 2、历史沿革

2002年6月13日，海信集团与北京雪花电器集团公司(以下简称“雪花集团”)合资成立海信北京，公司注册资本为8,571万元人民币，海信集团以现金及无形资产作价出资4,714.05万元，占公司注册资本的55%，其中无形资产为1,714.05万元；雪花集团以土地、设备作价出资3,856.95万元，占公司注册资本的45%。

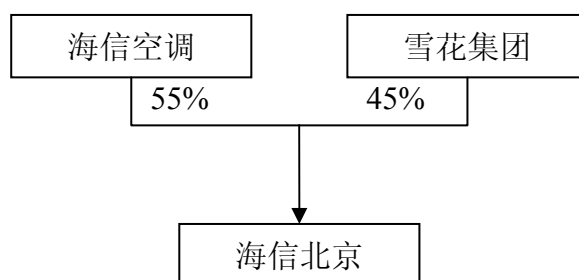
2002年9月，海信集团将所持有的海信北京55%的股权以4,714.05万元的价格转让给海信电器。

2007年9月，海信空调与海信电器达成协议并经海信电器股东大会批准，海信电器以13,304.68万元的价格将所持海信北京55%股权转让给海信空调。

海信北京目前股权结构如下：

股东名称	出资数额（万元）	占总股本比例（%）
海信空调	4,714.05	55
雪花集团	3,856.95	45
合计	8,571	100

## 3、产权控制关系



截至本报告书签署之日，海信空调所持海信北京55%的股权不存在质押、冻结等限制转让的情形。

雪花集团与海信集团无关联关系。截止本报告书签署日，雪花集团已就本次交易出具《同意放弃优先购买权声明函》，同意海信空调将海信北京55%的股转

让予海信科龙并放弃优先购买权。

#### 4、主要资产的权属、对外担保及主要负债情况

##### （1）主要资产的抵押及对外担保情况

##### ① 固定资产明细

根据广东大华出具的华德专审字[2009]319号审计报告，截至2009年4月30日，海信北京（合并）的固定资产的详细情况如下：

单位：人民币元

项目	原价	累计折旧	固定资产账面净值
房屋及建筑物	87,274,723.83	11,212,719.41	76,062,004.42
机器设备	97,431,236.33	28,212,842.53	69,218,393.80
电子设备、器具及家具	10,222,468.11	5,620,244.15	4,602,223.96
运输设备	3,297,245.62	1,367,862.19	1,929,383.43
模具	86,531,869.84	68,837,074.52	17,694,795.32
<b>合计</b>	<b>284,757,543.73</b>	<b>115,250,742.80</b>	<b>169,506,800.93</b>

##### ② 房产及土地

##### A、房屋建筑物

截至2009年4月30日，海信北京自有房产的建筑面积共计2,605.17平方米，具体情况如下：

序号	房屋所有权证号	房屋坐落	土地用途	房屋所有权人	建筑面积（m <sup>2</sup> ）
1	京房权证兴股字第00003010号	北京市大兴区兴华南里41号楼4-601	住宅	海信北京	120.84
2	京房权证兴股字第00003007号	北京市大兴区兴华南里41号楼4-602	住宅	海信北京	120.84
3	京房权证兴股字第00003009号	北京市大兴区兴华南里41号楼5-601	住宅	海信北京	120.84
4	京房权证兴股字第00003008号	北京市大兴区兴华南里41号楼5-602	住宅	海信北京	120.84
5	京房权证兴国字第00003607号	北京市大兴区兴华南里38号楼2-602	住宅	海信北京	121.38
6	京房权证第00005732号	北京市大兴区黄村镇兴华大街（三段）1号	工业	海信北京	2,000.43

B、土地使用权

截至 2009 年 4 月 30 日，海信北京自有土地使用权的土地面积为 72,115.53 平方米，具体情况如下：

序号	国有土地使用权证	宗地位置	使用权人	用途	使用权取得类型	使用权终止日期	使用权面积（m <sup>2</sup> ）
1	京兴国用(2003出)字第 473 号	北京市大兴区清源路 36 号	海信(北京)电器有限公司	工业	出让	2053-10-15	72,115.53

上述资产不存在抵押、质押或对外担保等权利受限制的情况。

(2) 主要负债情况

根据广东大华出具的华德专审字[2009]319号审计报告，截止2009年4月30日，海信北京（合并）主要负债情况如下：

单位：人民币元

	2009年4月30日	占总负债比重
<b>流动负债</b>		
短期借款	133,033,911.40	22.30%
应付账款	410,835,775.54	68.86%
预收款项	187,289.22	0.03%
应付职工薪酬	7,442,036.95	1.25%
应交税费	7,948,468.31	1.33%
应付股利	16,502,535.36	2.77%
其他应付款	11,597,259.99	1.94%
其他流动负债	5,160,546.68	0.87%
<b>流动负债合计</b>	<b>592,707,823.45</b>	<b>99.35%</b>
<b>非流动负债</b>		
其他非流动负债	3,875,579.83	0.65%
<b>非流动负债合计</b>	<b>3,875,579.83</b>	<b>0.65%</b>
<b>负债合计</b>	<b>596,583,403.28</b>	<b>100.00%</b>

## 5、主营业务发展情况及主要财务数据

海信北京主要从事电冰箱的研发、生产和销售。海信北京凭借其在冰箱领域拥有的矢量变频、数字保鲜和多循环制冷系统优化控制等具有国际领先优势的专利技术，已成功推出以变频冰箱、超级节能冰箱为主流的7大系列100多个型号的产品，产品出口至欧美、南非、东南亚等地区。

根据广东大华审定报表数据，海信北京最近三年及近期经审计的主要合并财务数据如下：

单位：人民币元

项目	2009年8月31日	2009年4月30日	2008年12月31日	2007年12月31日	2006年12月31日
资产总计	827,646,286.73	833,586,034.89	633,605,110.14	580,461,927.98	412,504,342.70
负债合计	585,624,714.35	596,583,403.28	410,444,439.00	373,327,206.10	221,165,080.56
归属母公司所有者权益	172,440,553.10	166,088,255.38	154,898,575.07	145,462,659.10	136,858,397.31
项目	2009年1-8月	2009年1-4月	2008年度	2007年度	2006年度
营业收入	1,758,031,123.95	737,243,045.42	1,752,791,011.55	1,664,699,543.26	1,406,966,015.64
营业利润	27,029,984.26	15,783,860.62	3,382,186.43	47,135,864.57	23,390,810.61
利润总额	28,703,800.27	16,670,299.35	9,802,590.18	54,546,819.87	26,867,709.23
归属母公司所有者净利润	17,541,978.03	11,189,680.31	9,435,915.97	35,588,064.82	18,039,498.91

## 6、最近三年资产交易、增资或改制情况

2007年9月25日，海信电器与海信空调签署《关于海信（北京）电器有限公司股权转让协议》，将海信北京55%股权以13,304.68万元转让给海信空调。

海信北京55%股权的作价是根据北京中威华德诚评估有限公司出具的中威华德诚评报字（2007）第1049号《青岛海信电器股份有限公司股权转让项目资产评估报告书》的评估价值为12,574.39万元，加上评估基准日（2007年2月28日）至评估报告书获得青岛市国资委备案批准日（2007年8月17日）期间海信电器应享有海信北京的利润730.29万元，双方确定海信北京55%股权的最终交易作价合计为13,304.68万元。

## 7、本次资产评估情况

### （1）评估结果

根据中联评报字[2009]第242号《资产评估报告书》，本次对海信北京采用成本法和收益法两种方法进行评估。海信北京本次以收益法评估的净资产价值为29,425.58万元，本次拟购买海信北京55%股权对应的评估值为16,184.07万元，评估增值率为97.47%。但由于收益法评估是基于对企业未来经营发展和收益预测的准确性，而近期经济和市场环境不确定因素较多，导致预测未来收益的不确定性增加。中联评估认为，选取成本法评估结果更能客观反映海信北京的权益价值，故选取成本法的评估结果作为本次的评估结论。

经成本法评估，海信北京净资产账面值为14,901.33万元，调整后账面值为14,901.33万元，净资产评估价值为28,703.58万元，增值额为13,802.25万元，增值率为92.62%。具体评估结果见下表：

单位：万元

项目	账面价值	调整后账面值	评估价值	增减值	增值率(%)
流动资产	32,050.57	32,050.57	32,051.68	1.11	-
长期投资	7,721.49	7,721.49	14,664.51	6,943.02	89.92
固定资产	4,526.39	4,526.39	8,270.59	3,744.20	82.72
其中：在建工程	948.25	948.25	962.37	14.12	1.49
建筑物	128.97	128.97	539.7	410.73	318.47
设备	3,449.17	3,449.17	6,768.52	3,319.35	96.24
土地	-	-	-	-	-
无形资产	3,250.00	3,250.00	5,976.36	2,726.36	83.89
其中：土地使用权	2,588.76	2,588.76	5,206.74	2,617.98	101.13
其他资产	9.34	9.34	9.34	-	-
资产总计	<b>47,557.78</b>	<b>47,557.78</b>	<b>60,972.48</b>	<b>13,414.69</b>	<b>28.21</b>
流动负债	32,268.90	32,268.90	32,268.90	-	-
长期负债	387.56	387.56	-	-387.56	-100
负债总计	<b>32,656.46</b>	<b>32,656.46</b>	<b>32,268.90</b>	<b>-387.56</b>	<b>-1.19</b>
净资产	<b>14,901.33</b>	<b>14,901.33</b>	<b>28,703.58</b>	<b>13,802.25</b>	<b>92.62</b>

由上表，海信科龙本次拟购买的海信北京 55%股权对应的净资产评估值为15,786.97万元。

## （2）评估增值原因分析

海信北京本次评估增值主要是因为长期股权投资、设备和土地使用权的增值较大所致，具体原因如下：

### ① 长期股权投资

海信北京长期投资调整后账面价值 77,214,900.00 元，评估值 146,645,101.55



元，增值 69,430,201.55 元，增值率 89.92%。增值的主要原因是由于海信南京的土地、固定资产增值所致。海信南京的房屋建筑物增值主要是因为其经济寿命年限长于企业折旧年限以及人工建筑材料价格上涨所致；海信南京的土地使用权评估增值 4,674.65 万元，主要原因是企业取得出让土地时南京经济技术开发区给予了特殊的优惠政策，土地使用权取得成本较低，由于近几年土地需求旺盛导致土地价格上涨，因此土地增值较大。

## ② 固定资产

房屋建筑物评估增值是由于近几年由于房地产市场价格增长很快，目前市场价格远高于当时的购买价，导致评估增值较大。

设备评估出现增值主要是：海信北京的设备中有相当部分是企业组建时按股东投入评估结果的设备净值打对折后建账，是导致机器设备增值的主要原因。此外，由于海信北京有很大部分设备的购置日期较早，该类设备近年市场价格的上漲也是本次机器设备增值的主要原因之一。评估原值增值和经济使用年限高于会计折旧年限导致评估净值增值。

## ③ 土地使用权

海信北京的土地使用权本次评估增值 26,179,766.23 元，增值率 101.13%，增值的主要原因是由于近几年房地产市场发展迅速、土地需求旺盛，导致该土地价格涨幅较大所致。

## 8、海信北京所持海信南京60%股权的基本情况

### （1）海信南京的基本情况

名称：海信（南京）电器有限公司

住所：南京经济技术开发区恒飞路19路

法定代表人：周小天

注册资本：12,869.15万元

企业类型：有限责任公司

经营范围：无氟制冷产品及其他家用电器产品研发、制造、销售。自营和代理各类商品及技术的进出口业务。（国家限定企业经营或禁止进出口的商品和技术除外）。

营业期限：自2005年1月12日至2020年1月10日

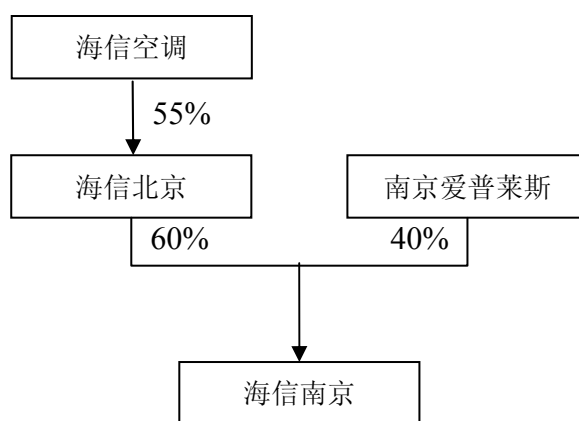
### （2）海信南京的历史沿革

海信南京由海信北京与南京苏宁高新科技工业园有限责任公司（以下简称“南京苏宁”）合资设立于2005年1月12日，注册资本为人民币8,058万元。其中海信北京以货币3,626万元和非专利技术1,209万元出资，占该公司注册资本的60%；南京苏宁以3,223万元土地使用权出资，占该公司注册资本的40%。

2005年8月1日南京苏宁名称变更为“南京伊莱特高新科技工业园有限责任公司”（以下简称“南京伊莱特”）。2005年10月20日，南京伊莱特与南京爱普莱斯高新科技有限公司（以下简称“南京爱普莱斯”）签署了《股权转让协议》，南京伊莱特将其持有的海信南京40%的股权以950万元的价格转让给南京爱普莱斯，该次股权转让的工商变更登记手续已于2005年11月9日完成。

2006年8月20日，海信北京与南京爱普莱斯签署《海信（南京）电器有限公司二期增资协议》，海信北京以现金2,165.02万元和经山东汇德会计师事务所有限公司出具（2006）汇所评字第017号《资产评估报告书》评估的无形资产作价721.67万元；南京爱普莱斯以经北京中锋资产评估有限责任公司出具的中锋评报字（2006）第059号《资产评估报告书》评估的机器设备作价1,924.46万元共同对海信南京增资。江苏兴华会计师事务所有限公司于2006年10月13日出具苏华验字（2006）第4020号《验资报告》：增资完成后，海信南京累计注册资本实收金额为12,869.15万元，股东的持股比例不变。

### （3）产权控制关系



注：海信南京的股权结构不因本次交易的实施而发生变化。

### （4）主要资产的权属、对外担保及主要负债情况

#### I、主要资产的抵押及对外担保情况

① 固定资产明细

根据广东大华出具的华德专审字[2009]320号审计报告，截至2009年4月30日，海信南京的固定资产的详细情况如下：

单位：人民币元

项目	原价	累计折旧	固定资产账面净值
房屋及建筑物	85,723,057.48	10,956,680.48	74,766,377.00
机器设备	59,904,460.02	16,610,552.65	43,293,907.37
电子设备、器具及家具	2,657,289.02	1,209,875.30	1,447,413.72
运输设备	1,428,743.03	566,213.03	862,530.00
模具	39,877,855.97	26,522,676.45	13,355,179.52
<b>合计</b>	<b>189,591,405.52</b>	<b>55,865,997.91</b>	<b>133,725,407.61</b>

② 房产及土地

A、房屋建筑物

截至2009年4月30日，海信南京自有房产的建筑面积共计58,712.68平方米，具体情况如下：

序号	房屋所有权证号	房屋坐落	土地用途	房屋所有权人	建筑面积 (m <sup>2</sup> )
1	宁房权证栖初字第247072号	南京经济技术开发区恒飞路19号	非住宅	海信南京	51,410.96
3	宁房权证栖初字第264900号	南京经济技术开发区恒飞路19号	一般住宅	海信南京	6,937.62
4	宁房权证玄转字第278336号	玄武区华飞路8号北苑之星花园1幢3单元1005室	住宅	海信南京	180.23
5	宁房权证玄转字第278335号	玄武区华飞路8号北苑之星花园1幢3单元1006室	住宅	海信南京	183.87

B、土地使用权

截至2009年4月30日，海信南京自有土地使用权的土地面积为134,199.20平方米，具体情况如下：

序号	国有土地使用权证	宗地位置	使用权人	用途	使用权取得类型	使用权终止日期	使用权面积 (m <sup>2</sup> )
1	宁栖国用(2005)第	南京经济技术开发区恒飞路19号	海信南京	工业	出让	2050-2-15	134,163.30

05996号							
2	宁玄国用 (2007)第 08093号	玄武区华飞路8号 北苑之星花园1幢 3单元1005室	海信 南京	住宅	出让	2073-7-7	17.80
3	宁玄国用 (2007)第 08092号	玄武区华飞路8号 北苑之星花园1幢 3单元1006室	海信 南京	住宅	出让	2073-7-7	18.10

上述资产不存在抵押、质押或对外担保等权利受限制的情况。

## II、主要负债情况

根据广东大华出具的华德专审字[2009]320号审计报告，截止2009年4月30日，海信南京主要负债情况如下：

单位：人民币元

	2009年4月30日	占总负债比重
<b>流动负债</b>		
短期借款	78,033,911.40	28.90%
应付账款	175,022,078.46	64.82%
应付职工薪酬	3,135,443.08	1.16%
应交税费	7,390,265.63	2.74%
其他应付款	6,437,158.30	2.38%
<b>流动负债合计</b>	<b>270,018,856.87</b>	<b>100.00%</b>
<b>负债合计</b>	<b>270,018,856.87</b>	<b>100.00%</b>

### (5) 主营业务发展情况及主要财务数据

海信南京主要从事冰箱的生产、经营和销售。海信南京目前拥有两条冰箱生产线，产品分490、550、515三大系列，产品涵盖了机械、电子及变频的双门和三门冰箱。海信南京目前在产冰箱种类近150余种，年生产能力100万台。

根据广东大华审定报表数据，海信南京最近三年及近期经审计的主要财务数据如下：

单位：人民币元

项目	2009年8月31日	2009年4月30日	2008年12月31日	2007年12月31日	2006年12月31日
资产总计	383,648,650.36	447,304,797.45	395,754,784.14	334,022,244.38	262,984,998.72
负债合计	209,696,102.14	270,018,856.87	225,099,543.95	179,842,087.42	126,782,836.64

所有者权益	173,952,548.22	177,285,940.58	170,655,240.19	154,180,156.96	136,202,162.08
项目	2009年1-8月	2009年1-4月	2008年度	2007年度	2006年度
营业收入	729,561,271.13	319,336,709.31	818,833,129.99	782,458,280.94	557,925,096.88
营业利润	17,743,627.60	8,847,586.76	15,968,528.50	21,031,166.19	8,274,361.55
利润总额	17,729,744.04	8,825,403.35	15,314,126.36	22,567,994.88	7,596,983.00
净利润	13,297,308.03	6,630,700.39	16,475,083.23	22,567,994.88	5,195,829.08

## （五）海信日立49%股权

### 1、基本情况

企业名称：青岛海信日立空调系统有限公司

住所：青岛经济技术开发区前湾港路218号

法定代表人：西耕一

注册资本：1210万美元

实收资本：1210万美元

企业类型：有限责任公司（中外合资）

经营范围：商用空调系统的研究开发及生产，销售本企业生产的产品并提供售后服务。（以上范围需经许可经营的，须凭许可证经营）

营业期限：自2003年1月8日至2053年1月8日

### 2、历史沿革

海信日立成立于2003年1月，由海信集团、日立空调•家用电器株式会社（简称“日立空调”）、台湾日立股份有限公司（简称“日立股份”）和株式会社联合贸易（简称“联合贸易”）共同投资设立的中外合资经营企业，注册资本为1,210万美元。其中海信集团出资592.90万美元，占注册资本的49.00%；日立空调出资350.90万美元，占注册资本的29.00%；日立股份出资242.00万美元，占注册资本的20.00%；联合贸易出资24.20万美元，占注册资本的2.00%。

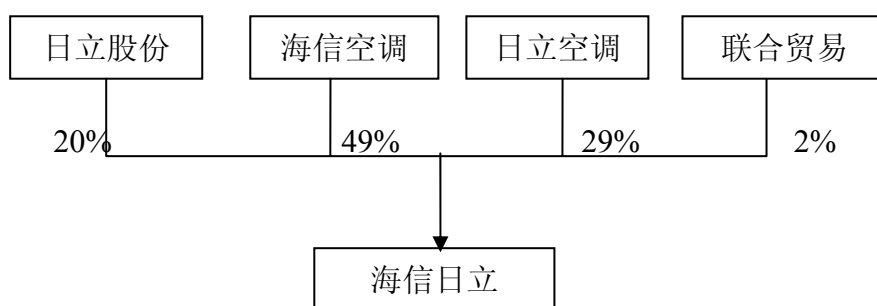
2009年5月8日，海信集团与海信空调签署《股权转让协议》，将其所持有的海信日立49%的股权以18,893.22万元转让给海信空调。本次股权转让已经青岛市国资委《青岛市政府国资委关于青岛海信模具有限公司和青岛海信日立空调系统有限公司国有股权转让的批复》（青国资产权[2009]13号）和青岛经济开发区外

经局《关于青岛海信日立空调系统有限公司有关股权变更的批复》（青开外经贸资审字[2009]096号）的批准，并完成了相应的工商变更登记。

海信日立目前股权结构如下：

股东名称	出资数额（万美元）	占总股本比例（%）
海信空调	592.9	49
日立空调	350.9	29
台湾日立	242	20
联合贸易	24.2	2
合计	1,210	100

### 3、产权控制关系



注：1、日立空调和日立股份为关联方（以下合称“日立集团”）。

2、据海信日立《公司章程》的规定，海信日立董事会由七名董事构成，其中海信空调派遣三名、日立集团派遣三名，剩余一名董事由联合贸易派遣。

3、据海信日立《公司章程》的规定，海信日立董事会设董事长、副董事长各一名，其中董事长由日立集团委派，副董事长由海信空调委派。包括董事长、副董事长在内的所有董事享有平等的表决权。海信日立总理由海信空调推荐。

截至本报告书签署之日，本次拟注入的海信日立49%股权不存在质押、冻结等限制转让的情形。

日立股份、日立空调、联合贸易与海信集团均无关联关系。2009年4月24日，日立股份、日立空调、联合贸易已就本次交易分别出具《放弃优先购买权同意书》，同意海信集团将海信日立的股转让予海信空调而后注入海信科龙，并同意放弃优先购买权。

### 4、主要资产的权属、对外担保及主要负债情况

#### （1）主要资产的抵押及对外担保情况

① 固定资产明细

根据广东大华出具的华德专审字[2009]318号审计报告，截至2009年4月30日，海信日立的固定资产的详细情况如下：

单位：人民币元

项目	原价	累计折旧	固定资产账面净值
房屋建筑物	56,069,763.63	14,489,639.49	41,580,124.14
机器设备	52,766,427.05	20,849,445.65	31,916,981.40
模具	32,397,429.43	16,464,685.06	15,932,744.37
电子及其他设备	35,402,265.41	24,323,009.50	11,079,255.91
运输工具	1,160,579.43	761,874.31	398,705.12
<b>合计</b>	<b>177,796,464.95</b>	<b>76,888,654.01</b>	<b>100,907,810.94</b>

② 房产及土地

A、房屋建筑物

截至2009年4月30日，海信日立自有房产的建筑面积共计30,348.03平方米，具体情况如下：

序号	房屋所有权证号	房屋坐落	土地用途	房屋所有权人	建筑面积（m <sup>2</sup> ）
1	青房地权监证字第0013964号	青岛开发区前湾港路218号	厂房	海信日立	30,348.03

B、土地使用权

截至2009年4月30日，海信日立自有土地使用权的土地面积为100,628.00平方米，以出让方式取得。海信日立自有土地的具体情况如下：

序号	国有土地使用权证	宗地位置	使用权人	用途	使用权取得类型	使用权终止日期	使用权面积（m <sup>2</sup> ）
1	黄国用(2004)第056号	前湾港南侧、奋进路东侧	海信日立	工业	出让	2053-7-1	100,628.00

上述资产不存在抵押、质押或对外担保等权利受限制的情况。

(2) 主要负债情况

根据广东大华出具的华德专审字[2009]318号审计报告，截止2009年4月30

日，海信日立主要负债情况如下：

单位：人民币元

	2009年4月30日	占总负债比重
<b>流动负债</b>		
应付账款	61,812,781.61	30.04%
预收款项	70,617,907.84	34.31%
应付职工薪酬	497,726.13	0.24%
应交税费	8,743,835.77	4.25%
应付股利	20,000,000.00	9.72%
其他应付款	7,006,948.66	3.40%
其他流动负债	37,120,052.98	18.04%
<b>流动负债合计</b>	<b>205,799,252.99</b>	<b>100.00%</b>
<b>负债合计</b>	<b>205,799,252.99</b>	<b>100.00%</b>

#### 5、主营业务发展情况及主要财务数据

海信日立主要从事户式、商用中央空调系统的研究开发与生产销售，其户式、商用空调产品采用变频多联机空调系统的最先进技术，以卓越的性能和高品质领先于行业。海信日立是目前日立空调在日本本土以外规模最大的变频多联式空调生产基地，是日立空调最新成果在中国的实践应用。

海信日立位于海信信息科技园区的生产基地占地十万平方米，配备了国际一流的制造设备和完备的实验室。海信日立确立了以变频多联式空调系统为主导的产品体系，可以满足商业及家用的各种需求，广泛应用于写字楼、宾馆、公寓、别墅、商铺、餐厅等不同场所。海信日立自投产以来的业务收入逐年稳步增长，市场份额位居变频多联机行业前两位。

根据广东大华审定报表数据，海信日立最近三年及近期经审计的主要财务数据如下：

单位：人民币元

项目	2009年8月31日	2009年4月30日	2008年12月31日	2007年12月31日	2006年12月31日
资产总计	604,957,368.50	446,821,048.67	407,200,099.79	349,347,971.06	306,051,523.96
负债合计	299,679,184.22	205,799,252.99	173,954,793.39	194,158,831.68	217,481,902.07



所有者权益	305,278,184.28	241,021,795.68	233,245,306.40	155,189,139.38	88,569,621.89
项目	2009年1-8月	2009年1-4月	2008年度	2007年度	2006年度
营业收入	646,163,309.07	242,973,673.60	867,223,533.88	743,663,589.89	547,824,757.79
营业利润	102,492,854.04	30,920,961.65	97,756,932.70	61,709,618.83	30,191,951.60
利润总额	102,690,059.04	30,956,306.54	97,396,932.07	63,351,879.02	31,813,105.33
净利润	92,032,877.88	27,776,489.28	88,056,167.02	66,619,517.49	31,813,105.33

## 6、最近三年资产交易、增资或改制情况

海信集团于本次重组前对旗下白色家电资产进行了内部重组，由海信空调持有本次交易的全部标的资产。2009年5月8日，海信集团与海信空调签署股权转让协议，将所持海信日立49%的股权转让给海信空调持有。本次股权转让的交易作价以经青岛市国资委备案的《资产评估报告》（中联评报字「2009」第215号）的评估价值为依据，本次海信日立49%股权的转让价格确定为18,893.22万元。青岛市国资委已于2009年6月16日正式批复了上述股权转让。2009年6月23日，此次股权转让完成工商变更登记。

## 7、本次资产评估情况

### （1）评估结果

根据中联评报字「2009」第241号《资产评估报告书》，本次对海信日立采用成本法和收益法两种方法进行评估。海信日立本次以收益法评估的净资产价值为38,368.97万元，本次拟购买海信日立49%股权对应的评估值为18,800.80万元，评估增值率为59.19%。但由于收益法评估是基于对企业未来经营发展和收益预测的准确性，而近期经济和市场环境不确定因素较多，导致预测未来收益的不确定性增加。中联评估认为，选取成本法评估结果更能客观反映海信日立的权益价值，故选取成本法的评估结果作为本次的评估结论。

经成本法评估，海信日立净资产账面值为24,102.17万元，调整后账面值为24,102.17万元，净资产评估价值为36,883.84万元，增值额为12,781.67万元，增值率为53.03%。具体评估结果见下表：

单位：万元

项目	账面价值	调整后账面值	评估价值	增减值	增值率(%)
流动资产	27,105.07	27,105.07	27,852.29	747.22	2.76
长期投资	6,500.00	6,500.00	6,500.00	-	-

固定资产	10,190.23	10,190.23	16,301.60	6,111.37	59.97
其中：在建工程	99.45	99.45	99.45	-	-
建筑物	4,158.01	4,158.01	7,858.09	3,700.08	88.99
设备	5,932.77	5,932.77	8,344.06	2,411.29	40.64
土地	-	-	-	-	-
无形资产	480.87	480.87	6,403.95	5,923.08	1,231.74
其中：土地使用权	480.87	480.87	3,311.67	2,830.80	588.68
其他资产	405.94	405.94	405.94	-	-
资产总计	<b>44,682.10</b>	<b>44,682.10</b>	<b>57,463.77</b>	<b>12,781.67</b>	<b>28.61</b>
流动负债	20,579.93	20,579.93	20,579.93	-	-
长期负债	-	-	-	-	-
负债总计	<b>20,579.93</b>	<b>20,579.93</b>	<b>20,579.93</b>	-	-
净资产	<b>24,102.17</b>	<b>24,102.17</b>	<b>36,883.84</b>	<b>12,781.67</b>	<b>53.03</b>

由上表，海信科龙本次拟购买的海信日立 49%股权对应的净资产评估值为 18,073.08 万元。

## （2）评估增值原因分析

海信日立本次评估增值主要是因为固定资产和土地使用权的增值较大所致，具体原因如下：

### ① 房屋建筑物

海信日立房屋建筑物的评估增值主要是因其建造于 2003 年，建造时的建筑材料和人工费总体水平较低，故本次评估出现较大增值；此外，房屋经济使用年限长于会计折旧年限也是房屋建筑物评估净值增值的主要原因。

### ② 设备

海信日立的设备多数是 2003-2004 年购建完成并投入使用，由于近年的钢材价格的上涨，导致设备较购置时的市场价格出现上涨。此外，根据现行的税法规定，设备类资产的增值税可以进行扣抵，因此本次评估中未考虑设备的增值税，以上原因引起机器设备本次评估出现增值。

### ③ 土地使用权

土地评估增值主要原因是土地取得时间较早，海信日立投资时享受政府优惠政策，取得成本较低，近几年房地产市场迅猛发展，导致价格大幅上涨，造成评估增值。

### ④ 专利技术

海信日立拥有自主研发的 23 项用于商用空调生产制造的专利技术，其在研

发时所发生的成本费用均一次性进入了管理费用。本次评估采用成本途径对海信日立拥有的空调系统系统相关技术、空调系统电控相关技术、空调系统结构相关技术三类专利进行评估，本次评估增值为 30,922,600.00 元。

## （六）海信模具78.7%的股权

### 1、基本情况

企业名称：青岛海信模具有限公司

住所：青岛经济技术开发区北新产业园（城阳区上马镇）

法定代表人：马明太

注册资本：2,764.2万元

企业类型：有限责任公司

经营范围：模具设计制造；机械加工；工装夹具设计制造；批发、零售、“四代”：模具材料、标准件、零配件、工夹量具、CAD/CAM系统用品、办公自动化及其消耗材料；塑料注塑、塑料喷涂加工；智能仪器仪表、光机电一体化设备的开发、设计、销售与系统集成；自营货物和技术的进出口业务（以上范围需经许可经营的，须凭许可证经营）。

### 2、历史沿革

1996年9月28日，青岛海信电器公司和青岛海信光学有限公司(以下简称“海信光学”)共同投资设立海信模具，其中青岛海信电器公司以房屋建筑物和机械设备出资21,472,562元，占注册资产的99%；海信光学以机械设备出资282,000元，占注册资本的1%。

1996年12月，青岛海信电器公司更名为青岛海信集团公司，并于1998年4月更名为海信集团公司；2000年12月28日，海信集团公司整体改制为海信集团有限公司（“海信集团”），仍持有海信模具99%的股权。

2005年9月5日，根据青岛市国资委（青国资产权[2005]85号）《关于青岛海信模具有限公司增加注册资本的批复》，海信模具召开股东会审议增资扩股事宜，股东一致同意按照1:1.2688的溢价比例，由个人股东王培松等47人出资7,470,000元折股本5,887,453元，合计持有增资后海信模具21.30%的股权。

本次增资完成后，海信模具的股东及股权结构如下：

股东名称	出资额（元）	股权比例	出资形式
------	--------	------	------

海信集团	21,472,562	77.68%	实物出资
海信光学	282,000	1.02%	实物出资
刘殿伟等 47 名自然人股东	5,887,453	21.30%	货币出资
合计	<b>27,642,015</b>	<b>100%</b>	—

2006年7月29日，自然人股东方先龙与代慧忠签订《股权转让协议》，约定方先龙将其持有的海信模具157,629元的出资额（占海信模具注册资本的0.57%）以20万元转让给代慧忠；同日，自然人股东谢锋与赵冰冰签订《股权转让协议》，约定谢锋将其持有的海信模具39,407元的出资额（占海信模具注册资本的0.14%）以5万元转让给赵冰冰。

2009年4月16日，自然人股东董壮志与姚树林签订《股权转让协议书》，约定董壮志将其持有的海信模具39,407元出资额（占海信模具注册资本的0.14%）以5万元的价格转让给姚树林。

2009年4月16日，自然人股东马逢与纪建签订《股权转让协议书》，约定马逢将其持有的海信模具118,222元出资额（占海信模具注册资本的0.43%）以15万元的价格转让给纪建。

2009年5月8日，海信集团、海信光学与海信空调签署股权转让协议，分别将其所持有的海信模具77.68%和1.02%股权转让给海信空调。上述股权转让经青岛市国资委《青岛市政府国资委关于青岛海信模具有限公司和青岛海信日立空调系统有限公司国有股权转让的批复》（青国资产权[2009]13号）的批准，并完成了相应的工商变更登记。

### 3、产权控制关系

海信模具目前的股东及持股情况如下：

股东名称	股东性质	出资额（万元）	持股比例
海信空调	法人	2175.4562	78.70%
王培松、于昕世等（共 47 人）	自然人	588.7453	21.30%
合计		<b>2764.2015</b>	<b>100%</b>

截至本报告书签署之日，本次拟注入的海信模具78.7%股权不存在质押、冻结等限制转让的情形。

2009年4月28日，王培松、于昕世等47位自然人股东，该47人均均为海信模具

或海信集团下属公司（海信科龙除外）员工，且均是在海信模具工作期间获得上述股权。（其中十名员工因正常工作变动，由海信模具调动至海信集团下属其他公司工作，其合计持股数2.73%）。上述47名自然人及海信集团、海信光学就本次交易分别出具《放弃优先购买权同意书》，同意海信集团、海信光学将所持海信模具的股转让予海信空调而后注入海信科龙，并同意放弃优先购买权。

#### 4、主要资产的权属、对外担保及主要负债情况

##### （1）主要资产的抵押及对外担保情况

##### ① 固定资产明细

根据广东大华出具的华德专审字[2009]317号审计报告，截至2009年4月30日，海信模具的固定资产的详细情况如下：

单位：人民币元

项目	原价	累计折旧	固定资产减值准备	固定资产账面净值
房屋建筑物	64,935,696.43	1,874,837.94	---	63,060,858.49
机器设备	117,273,861.54	49,742,250.98	255,046.30	67,276,564.26
模具	6,466,653.82	2,437,430.37	---	4,029,223.45
电子及其他设备	9,331,297.84	4,846,338.68	108.00	4,484,851.16
运输设备	834,232.20	703,351.03	1,155.00	129,726.17
<b>合计</b>	<b>198,841,741.83</b>	<b>59,604,209.00</b>	<b>256,309.30</b>	<b>138,981,223.53</b>

##### ② 房产及土地

##### A、房屋建筑物

在本次交易的审计评估基准日，海信模具拥有一处尚未取得房产权证的房产，建筑面积为 23,551.8 平方米，其用途为厂房、办公楼。该房产已取得青岛市规划局青规城用地字[2007]4 号《建设用地规划许可证》和青岛市规划局建字第 370200200819011 号《建设工程规划许可证》。具体情况如下：

序号	建设工程规划许可证	建设用地规划许可证	房屋坐落	房屋所有权人	建筑面积（m <sup>2</sup> ）
1	建字第 370200200819011 号	青规城用地字 [2007]4 号	青岛市城阳区市北胶州湾新产业区内	海信模具	23,551.8

2009年12月30日该房产已取得房屋产权证书，证书编号为青房地权市字第2009102214号，建筑面积为24,006.44平方米，产权所有人为海信模具。

#### B、土地使用权

截至2009年4月30日，海信模具自有土地使用权的土地面积为54,805.50平方米，以出让方式取得。公司自有土地的具体情况如下：

序号	国有土地使用权证	宗地位置	使用权人	用途	使用权取得类型	使用权终止日期	使用权面积（m <sup>2</sup> ）
1	青房地权第200818256号	青岛市城阳区岙东路上马段1号-24号	青岛海信模具有限公司	工业	出让	2058-7-29	54,805.50

上述资产不存在抵押、质押或对外担保等权利受限制的情况。

#### （2）主要负债情况

根据广东大华出具的华德专审字[2009]317号审计报告，截止2009年4月30日，海信模具（合并）主要负债情况如下：

单位：人民币元

	2009年4月30日	占总负债比重
<b>流动负债</b>		
应付账款	54,659,634.16	68.76%
预收款项	12,182,566.08	15.32%
应付职工薪酬	3,815,803.21	4.80%
应交税费	-760,770.27	
应付股利	3,415,360.77	4.30%
其他应付款	6,184,587.81	7.78%
<b>流动负债合计</b>	<b>79,497,181.76</b>	<b>100.00%</b>
<b>负债合计</b>	<b>79,497,181.76</b>	<b>100.00%</b>

#### 5、主营业务发展情况及主要财务数据

海信模具成立于1996年，经过十余年的发展，海信模具已成为国内最专业、规模最大的家电注塑模具供应商之一。海信模具立足于模具及注塑喷涂加工与服务

务行业，应用CAD/CAM/CAE技术，积极推进制造业高精度、高品质、高效率模具机注塑和喷涂产品的开发和研制。海信模具的主营业务涉及工业与产品设计、模具设计与加工制造、注塑，已具备年加工制作大型注塑模具500余套、最大可达60吨，以及精密模具200余套的生产加工能力。

海信模具与海信科龙以及与本次拟注入的标的资产之间存在较大额度的日常关联交易，且与海信科龙下属模具业务存在同业竞争。因此，海信空调将该部分股权与本次交易的其他标的资产一并注入海信科龙。

根据广东大华审定报表数据，海信模具最近三年及近期经审计的主要财务数据（合并）如下：

单位：人民币元

项目	2009年8月31日	2009年4月30日	2008年12月31日	2007年12月31日	2006年12月31日
资产总计	213,024,822.12	216,094,588.06	241,915,648.57	276,524,174.75	252,026,709.03
负债合计	72,041,121.77	79,497,181.76	107,384,926.43	147,575,507.64	161,342,365.48
归属于母公司所有者权益	140,983,700.35	136,572,581.17	134,424,954.22	127,184,282.13	89,613,554.77
项目	2009年1-8月	2009年1-4月	2008年度	2007年度	2006年度
营业收入	112,879,368.46	63,523,155.26	382,626,231.55	619,998,881.21	685,769,335.95
营业利润	6,461,497.87	2,681,931.75	919,059.72	40,071,132.24	41,565,653.42
利润总额	8,069,509.95	2,717,073.56	17,745,961.19	55,131,168.05	47,477,774.75
归属于母公司所有者的净利润	6,558,746.13	2,147,626.95	12,769,075.03	47,521,832.82	39,675,037.67

## 6、最近三年资产交易、增资或改制情况

### （1）机壳加工业务相关资产剥离

2008年9月22日，海信模具及其下属青岛海信塑料制品有限公司（以下简称“海信塑品”）、青岛海平电器配件有限公司（以下简称“海平配件”）将机壳加工业务相关的固定资产出售给海信电器。（海信模具持有海信塑品95%的股权，并通过海信塑品持有海平配件100%的股权。）

根据山东正源和信资产评估有限公司出具的《青岛海信塑料制品有限公司固定资产转让项目资产评估报告书》（鲁正信评报字（2008）第3008号）、《青岛海信模具有限公司机器设备转让项目资产评估报告书》（鲁正信评报字（2008）第3009号）、《青岛海平电器配件有限公司机器设备转让项目资产评估报告书》

（鲁正信评报字（2008）第3010号），海信模具及其所属公司出售资产的评估价值分别为：海信塑品拟出售的资产价值34,865,729.73元、海信模具拟出售的资产价值1,819,656.00元、海平配件拟出售的资产价值3,688,800.00元，合计40,374,185.73元人民币。各方同意依据该评估价值作为本次资产交易价格。

本次机壳加工业务相关资产交易的目的在于：海信模具及其所属的海信塑品、海平配件长期为海信电器提供机壳加工配套业务，海信电器为减少上述关联交易而收购上述各方机壳加工业务的相关固定资产，使公司具备自主加工机壳的能力。海信电器已于2008年9月24日就本次关联收购事项履行信息披露义务。

### （2）青岛海信塑料制品有限公司股权转让

2009年3月10日，海信塑品股东大会批准海信模具持有海信塑品95%的股权转让给海信光学。2009年3月31日，海信模具与海信光学签订了相关股权转让协议，转让价格为人民币1,879,456.53元。2009年6月25日，海信塑品公司股权工商变更登记已完成。

### （3）海信集团于本次重组前的内部股权调整

海信集团于本次重组前对集团白色家电资产进行内部重组，由海信空调持有本次交易的全部标的资产。2009年5月8日，海信集团、青岛海信光学与海信空调签署股权转让协议，分别将所持77.68%和1.02%海信模具股权转让给海信空调。此次股权转让的交易作价以经青岛市国资委备案的《资产评估报告》（中联评报字[2009]第214号）的评估价值为依据，海信模具77.68%股权和1.02%股权的转让价格分别为13,604.08万元和178.63万元。青岛市国资委已于2009年6月16日正式批复了上述股权转让。2009年6月25日，此次股权转让完成工商变更登记，海信空调已合法持有海信模具78.7%的股权。

## 7、本次资产评估情况

### （1）评估结果

根据中联评报字[2009]第240号《资产评估报告书》，本次对海信模具采用成本法和收益法两种方法进行评估。海信模具本次以收益法评估的净资产价值为18,142.37万元，本次拟购买海信模具78.7%股权对应的评估值为14,278.05万元，评估增值率为32.38%。但由于收益法评估是基于对企业未来经营发展和收益预测的准确性，而近期经济和市场环境不确定因素较多，导致预测未来收益的不确定



性增加。中联评估认为，选取成本法评估结果更能客观反映海信模具的权益价值，故选取成本法的评估结果作为本次的评估结论。

经成本法评估，海信模具净资产账面值为13,705.09万元，调整后账面值为13,705.09万元，净资产评估价值为17,656.38万元，增值额为3,951.29万元，增值率为28.83%。具体评估结果见下表：

单位：万元

项目	账面价值	调整后账面值	评估价值	增减值	增值率(%)
流动资产	6,037.53	6,037.53	6,567.94	530.41	8.79
长期投资	95	95	187.95	92.95	97.84
固定资产	15,244.49	15,244.49	17,542.45	2,297.96	15.07
其中：在建工程	1,797.12	1,797.12	1,750.25	-46.87	-2.61
建筑物	6,306.09	6,306.09	6,812.46	506.37	8.03
设备	7,166.91	7,166.91	8,979.74	1,812.83	25.29
土地	-	-	-	-	-
无形资产	580.64	580.64	1,610.61	1,029.97	177.39
其中：土地使用权	542.18	542.18	1,563.11	1,020.93	188.3
其他资产	18.13	18.13	18.13	-	-
资产总计	<b>21,975.78</b>	<b>21,975.78</b>	<b>25,927.07</b>	<b>3,951.29</b>	<b>17.98</b>
流动负债	8,270.69	8,270.69	8,270.69	-	-
长期负债	-	-	-	-	-
负债总计	<b>8,270.69</b>	<b>8,270.69</b>	<b>8,270.69</b>	-	-
净资产	<b>13,705.09</b>	<b>13,705.09</b>	<b>17,656.38</b>	<b>3,951.29</b>	<b>28.83</b>

由上表，海信科龙本次拟购买的海信模具 78.7%股权对应的净资产评估值为13,895.57万元。

## （2）评估增值原因分析

海信模具本次评估增值主要是因为设备和土地使用权的增值较大所致，具体原因如下：

### ①设备

机器设备评估增值主要是由于设备购置时间较早，近年设备价格逐年上涨，且机器设备的经济使用年限高于会计折旧年限所致。

### ②土地使用权

海信模具的土地使用权本次评估增值1,020.93万元，主要是海信模具建厂时因享受特殊的优惠政策，土地使用权取得成本较低，而近年土地价格涨幅较大导致本次评估出现增值。

## （七）海信营销白电营销资产

本次拟购买的白电营销资产主要指海信营销的白色家电营销资产（含负债）。目前，海信营销在全国设有超过46家营销分公司以及10,000多个销售网点，拥有较强的销售能力。

### 1、海信营销基本情况

名称：青岛海信营销有限公司

住所：青岛经济技术开发区前湾港路218号海信信息产业园

法定代表人：周小天

注册资本：3,000万元

企业类型：有限责任公司（外商投资企业法人独资）

经营范围：家用电器、电子产品、通信产品生产、销售、技术开发及相关服务。（以上范围需经许可经营的，需凭许可证经营）

成立日期：2003年7月21日

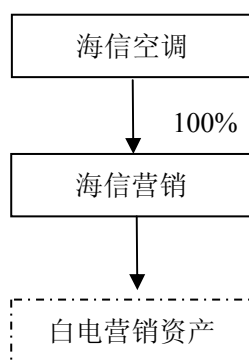
### 2、海信营销历史沿革

2003年7月21日，海信电子控股与杨云铎共同投资设立海信营销，公司注册资本为500万元，其中海信电子控股以现金出资450万元，占总出资额的90%；杨云铎以现金出资50万元，占总出资额的10%。

2003年11月19日，海信营销通过增资扩股将注册资本增加到3,000万元人民币。其中海信电子控股增加出资1,645万元，增资完成后占公司注册资本的71.5%；石永昌等43名公司经营管理骨干出资805万元，增资完成后自然人出资占公司注册资本的28.5%。

2007年9月，海信营销全体股东向海信空调无偿转让海信营销公司100%股权，海信营销成为海信空调全资子公司。

### 3、产权控制关系



#### 4、主要资产的权属、对外担保及主要负债情况

##### （1）主要资产的抵押及对外担保情况

本次拟注入的海信营销白电营销资产不存在质押、抵押、冻结等限制转让的情形。

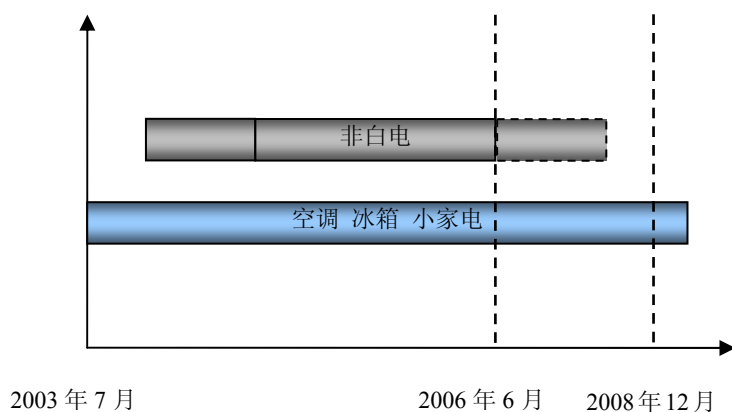
##### （2）主要负债情况

根据广东大华出具的华德专审字[2009]323号审计报告，截止2009年4月30日，海信营销主要负债情况如下：

	2009年4月30日	占总负债比重
<b>流动负债</b>		
应付票据	55,000,000.00	3.84%
应付账款	905,480,180.23	63.14%
预收款项	160,197,252.31	11.17%
应付职工薪酬	20,073,195.36	1.40%
应交税费	-39,224,775.72	
其他应付款	142,301,601.36	9.92%
其他流动负债	101,575,726.48	7.08%
<b>流动负债合计</b>	<b>1,345,403,180.02</b>	<b>93.81%</b>
<b>非流动负债</b>		
预计负债	88,699,270.60	6.19%
<b>非流动负债合计</b>	<b>88,699,270.60</b>	<b>6.19%</b>
<b>负债合计</b>	<b>1,434,102,450.62</b>	<b>100.00%</b>

## 5、主营业务发展情况及主要财务数据

海信营销原为海信集团下属的主要经营空调、冰箱、小家电、手机等非白电资产及其他产品的销售与服务业务的企业。海信营销自成立以来，根据海信集团的统一规划，先后经历了以下几次业务变更（如下图）：海信营销成立初期，仅经营空调、冰箱以及小家电；2004年1月，海信营销开始部分经营非白电销售业务；2006年6月营销公司对业务进行调整，陆续减少、停止非白电的销售业务，目前主要从事白色家电的销售业务。



由于海信营销经营非白电销售业务的过程中产生了一些资产和负债，一直未进行剥离，因此，本次重组拟仅购买海信营销所拥有的白电营销资产及相应负债，而不购买海信营销公司，以避免将海信营销经营非白电销售业务产生的资产、负债带入海信科龙。

根据广东大华审定报表数据，海信营销白电营销资产（模拟）最近三年及近期经审计的主要财务数据如下：

单位：人民币元

项目	2009年8月31日	2009年4月30日	2008年12月31日	2007年12月31日	2006年12月31日
资产总计	1,170,411,015.55	1,339,006,370.18	881,955,926.23	1,128,180,191.43	1,203,794,454.82
负债合计	1,272,316,693.14	1,434,102,450.62	1,012,073,425.98	1,211,509,413.24	1,275,163,278.56
所有者权益	-101,905,677.59	-95,096,080.44	-130,117,499.75	-83,329,221.81	-71,368,823.74
项目	2009年1-8月	2009年1-4月	2008年度	2007年度	2006年度
营业收入	2,579,346,371.18	980,835,050.28	3,555,975,783.51	4,085,228,969.08	4,063,766,091.63
营业利润	21,675,908.63	24,112,503.05	-72,523,530.80	-31,194,628.39	-13,170,537.98
利润总额	28,211,822.16	35,021,419.31	-46,617,512.81	-11,649,024.82	-1,874,188.08

净利润	28,211,822.16	35,021,419.31	-46,788,277.94	-11,960,398.07	-2,110,959.74
-----	---------------	---------------	----------------	----------------	---------------

## 6、本次资产评估情况

### （1）评估结果

根据中联评报字[2009]第245号《资产评估报告书》，本次对海信白电营销资产采用成本法和收益法两种方法进行评估。海信营销白电营销资产本次以收益法评估的净资产价值为-5,777.09万元，评估增值额为3,732.53万元。但由于收益法评估是基于对待估资产未来经营发展和收益预测的准确性，而近期经济和市场环境不确定因素较多，导致预测未来收益的不确定性增加。中联评估认为，选取成本法评估结果更能客观反映海信营销白电营销资产的价值，故选取成本法的评估结果作为本次的评估结论。

经成本法评估，海信营销白电营销资产净资产账面值为-9,509.62万元，调整后账面值为-9,509.62万元，净资产评估价值为-5,895.43万元，增值额为3,614.19万元。具体评估结果见下表：

单位：万元

项目	账面价值	调整后账面值	评估价值	增减值	增值率(%)
流动资产	133,465.65	133,465.65	134,428.19	962.54	0.72
长期投资	-	-	-	-	-
固定资产	340.02	340.02	245.50	-94.52	-27.80
其中：在建工程	-	-	-	-	-
建筑物	-	-	-	-	-
设备	340.02	340.02	245.50	-94.52	-27.80
土地	-	-	-	-	-
无形资产	94.96	94.96	105.20	10.24	10.78
其中：土地使用权	-	-	-	-	-
其他资产	-	-	2,735.93	2,735.93	
<b>资产总计</b>	<b>133,900.63</b>	<b>133,900.63</b>	<b>137,514.82</b>	<b>3,614.19</b>	<b>2.70</b>
流动负债	134,540.32	134,540.32	134,540.32	-	-
长期负债	8,869.93	8,869.93	8,869.93	-	-
<b>负债总计</b>	<b>143,410.25</b>	<b>143,410.25</b>	<b>143,410.25</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>净资产</b>	<b>-9,509.62</b>	<b>-9,509.62</b>	<b>-5,895.43</b>	<b>3,614.19</b>	

由上表，海信科龙本次拟购买的海信营销白电营销资产的净资产评估值为-5,895.43万元。

### （2）评估增值原因分析

海信营销白电营销资产本次评估增值主要是因为长期待摊费用的评估增值

所致。海信白电营销资产的长期待摊费用清查核实后账面值为 0 元，为白电营销各分公司在全国各地搭建产品展台发生的费用。该部分费用主要发生在 2008-2009 年，发生后一次性摊销完毕。本次评估时按照原始费用发生额，根据展台的使用寿命按照 3 年进行摊销，评估值按尚存受益期应分摊的余额确定评估值为 27,359,306.82 元。

#### 7、本次交易所涉债务转移

海信营销白电营销资产截至 2009 年 11 月 30 日的债务具体构成如下：

单位：人民币元

	截至 2009 年 11 月 30 日债务金额	债权人同意转移金额	债权人同意转移金额所占比例(%)	备注
应付账款	568,746,178.35	522,564,312.90	91.88%	应付供应商款项
预收账款	128,647,336.78			
应付职工薪酬	22,470,639.46			
应交税费	-35,054,755.49			
其他应付款	62,898,517.12			
其他流动负债	220,496,142.01			尚未支付的广告费，商业折让等
<b>流动负债合计</b>	<b>968,204,058.23</b>		<b>53.97%</b>	
预计负债	87,204,696.84			预计的产品质量保证金，即保修准备
<b>非流动负债合计</b>	<b>87,204,696.84</b>			
<b>负债合计</b>	<b>1,055,408,755.07</b>		<b>49.51%</b>	

综上，截至本回复签署日，海信营销白电营销资产所涉及债务转移已取得海信山东、海信北京、海信南京的书面同意函。其中，海信营销白电营销资产对海信山东负债人民币 367,669,860.86 元，对海信北京负债人民币 154,894,452.04 元，海信营销白电营销资产对海信南京的负债已经全部清偿完毕。截至 2009 年 11 月 30 日，债权人同意转移的债权金额合计 522,564,312.90 元，占海信营销白电营销资产应付账款总额的 91.88%、流动负债总额的 53.97%、负债合计的 49.51%。

由于海信营销白电营销资产所附带的主要为经营性债务，债权人和债务金额处于不断变化的过程中，因而难以取得其他债权人同意债务转移的书面同意函。

为进一步保护债权人利益，确保本次重组海信营销白电营销资产的顺利交割，海信空调已出具承诺，同意对海信营销的全部债务以及在本次重大资产重组项目实施完毕前（即过渡期内）新发生的债务承担连带担保责任。

根据海信空调出具的承诺，如白电营销资产转移过程中，海信营销的债权人要求海信营销履行债务清偿义务，海信空调将会根据上述承诺履行担保义务代海信营销向该等债权人履行偿债义务，该代为偿还债务的行为能够有效的实现债权人的债权，并获得该等债权人对债务转移的事实确认，不会对白电营销资产的转移造成影响，不会损害上市公司利益。

#### 8、本次交易所涉职工安置

2009年6月23日，海信营销职工代表大会作出决议，同意在白电营销资产向海信科龙交割时，与该营销资产有关的人员随资产的转移一并由海信科龙承继，即与营销资产有关的人员与海信科龙重新签订劳动合同。

#### 9、白电营销资产的相关问题说明

##### （1）白电营销的资产、负债、人员本次将随资产一并注入上市公司

自2007年1月开始，海信营销已经能够完全按照白电产品、非白电产品进行分别核算。分产品的资产、负债、收入、成本、费用，除所得税及应交税金外，均能明确划分。此次拆分是为了便于将海信营销公司中与白电有关的资产和人员注入上市公司。对于与白电业务相关的负债，由于均由白电业务直接产生，其与前期的白电销售业务具有极强的关联性（如应付款和保修准备等等），故相关的负债本次也将注入到上市公司。

海信营销已经从2006年中开始，陆续减少并停止非白电业务的经营，在人员上，也陆续将非白电业务及管理人员进行了分流，现有的人员能够完全明确归类是属于白电业务，还是遗留的少数处理非白电营销资产历史遗留问题的人员，对于白电营销业务人员，将在重组完成后随资产进入上市公司。

##### （2）白电营销资产净资产为负数的原因

在海信营销设立初期，为打开市场局面进行了较大量的投入，导致前期亏损较大，如截止2004年末的白电业务净资产为-1.4亿元。2005年至2007年虽然经营

状况有所好转，但2008年度受金融危机影响，消费需求低迷，为进一步开拓市场，2008年下半年海信营销投入了大量的市场费用，特别是广告费，展台制作及场地费等市场的前期开拓费用，这些费用的投入，存在一定的滞后效应，但将为今后市场销售打下良好的品牌基础。相信随着2009年全球经济形势的回暖，海信营销在未来几年将进入回报期。

### （3）白电营销资产本次注入上市公司的必要性

① 海信营销白电营销资产主要负责销售海信山东、海信北京、海信南京等公司生产的空调、冰箱产品，因此，海信营销白色家电营销资产是本次注入资产产业链中的组成部分，将海信营销白电营销资产注入上市公司有利于保证注入资产在产供销环节的整体性和完整性；

② 海信营销白电营销资产与海信科龙原有营销体系具有较强的互补性。从区域分布看，海信营销白电营销资产在依靠大型连锁商进行销售方面具有一定优势；海信科龙现有销售渠道主要分布在南方，主要通过对代理渠道（社会渠道）的控制实现销售；两者的销售渠道在区域和营销体系上具有较强的互补性。海信营销白电营销资产注入上市公司后，将扩展海信科龙的销售网点、丰富海信科龙的销售渠道。

③ 海信营销在全国各地存在实质性的销售活动，海信品牌产品的销售必须依靠这些经营活动才能实现，是不可或缺的。本次重组完成后某些公共销售平台可以与科龙营销系统整合为一体，但与海信品牌直接相关的销售活动确存在一定的独立性，比如：广告、销售场地与展台、业务人员与促销员培训管理、促销活动、代理商业务协调、销售政策、市场规划及信息分析等。本公司的竞争对手在进行国内销售时，同样需要建立类似的部门或资产。

④ 海信营销在广告、营销渠道建设等方面均持续进行了持续投入，包括现有门店场地费、展台投入，经销商业务支持，以及导购员培训等，这些投入后续可以产生效益。

### （4）白电营销资产的剥离原则及确保营销资产的权属清晰的措施

#### ① 海信营销白电营销资产的剥离原则

为本次重组需要，海信营销对三年又一期的资产负债表、利润表相关科目进行了拆分，白电营销资产将按照海信营销财务报表白电、非白电的拆分原则从海



信营销中剥离，而后注入海信科龙。

具体拆分、剥离原则如下：

(A) 资产负债表拆分总体原则

能直接确认到具体产品的则直接划归为相应产品，不能直接确认到具体产品的则划归为白电。

(B) 利润表拆分的总体原则

产品销售收入及产品销售成本拆分原则是：由于收入及成本在日常核算中已分产品进行核算，所以可以根据财务核算系统中各产品的收入及成本直接按月确认各产品的收入和成本。其他利润表项目拆分总的原则是：能直接确认为具体某个产品发生的项目，则直接把其归集到相应产品；不能直接确认到具体某个产品的项目，则先计入公共项目，再根据公共项目的分配原则进行分配计入相应产品。

② 白电营销资产与非白电营销资产的具体区分

在具体拆分过程中，海信营销细分到每一项明细资产和负债，2006年各项资产负债项目拆分方法如下：

资产和负债科目	区分方法
应收票据、应收账款、预付账款、应付票据、应付账款、预收账款、	公司在日常经营中，入账已按具体产品划分，根据明细账余额所对应的产品可准确划分到白电或非白电资产。
货币资金、固定资产、累计折旧、短期借款	根据使用用途、使用部门和使用人来区分白电或非白电营销资产。
其他应收款、待摊费用、其他应付款、	根据业务发生明细，能明确到产品的，直接划归到相应产品，不能明确到产品的则划归为白电营销资产。
无形资产	主要为财务软件，由于实际运营过程中其现全部归白电营销资产使用，所以无形资产全部划归为白电营销资产。
应交税金	应交增值税：按照各产品毛利额比重进行分配。 应交所得税：按照分拆后的各产品会计利润比重进行分配； 应交营业税：按计提该项目的计提依据比例分摊； 应交城建税：金额较小，直接按产品收入比重进行分配；
应付工资、应付福利费、应交税金其他项目、其他应交款	由于金额较小，而且难以辨别为具体产品，所以全部划归为白电营销资产

实收资本	由于海信营销成立之初全部是从事白电营销业务（最初是为从事白电营销业务而成立），故实收资本全部划归为“白电”。
本年利润及未分配利润	根据分拆后的利润表重新计算

2007年起，海信营销已根据上述拆分总体原则，完全按照分产品进行核算，分产品的资产、负债、收入、成本、费用，均能明确划分，本次交易的剥离将按照上述标准进行，可以确保剥离相关资产权属清晰。

#### （5）白电营销资产交易过程中的税费处理及承担

鉴于海信营销白电营销资产存在由本次交易的第三方直接交割的情况，为保护上市公司利益，海信空调已于2010年1月6日出具承诺，主要内容如下：1、在本次重组资产交割前的过往年度内，若海信营销存在一切税费问题，由青岛海信空调公司承担；2、在本次重组资产交割业务中，所产生的除可用作海信科龙电器股份有限公司抵扣的增值税外，其产生的其他一切税费由青岛海信空调有限公司承担。

根据海信空调出具的承诺函，除可用作海信科龙电器股份有限公司抵扣的增值税外，海信营销白电营销资产交割所涉税费将由海信空调承担。

## 二、标的资产评估结果及分析

### （一）标的资产模拟合并财务状况（中国会计准则）

根据广东大华出具的华德专审字[2009]324号、华德专审字[2009]490号审计报告，标的资产最近三年及近经审计的模拟合并主要财务数据如下：

单位：人民币元

项目	2009年8月31日	2009年4月30日	2008年12月31日	2007年12月31日	2006年12月31日
资产总计	2,596,764,811.88	2,880,928,699.49	2,261,836,438.98	2,629,276,721.74	2,498,814,232.02
负债合计	1,569,794,190.05	1,932,967,235.65	1,374,305,948.52	1,779,709,806.84	1,791,166,804.22
归属于母公司所有者权益	798,044,141.17	721,075,414.44	671,112,868.59	642,272,162.77	525,139,928.31
项目	2009年1-8月	2009年1-4月	2008年度	2007年度	2006年度
营业收入	4,054,026,350.32	1,703,769,977.96	5,488,141,369.99	6,124,951,533.80	5,587,973,488.77
营业利润	153,687,068.23	65,908,381.81	-28,566,449.81	142,850,925.58	124,175,407.10

利润总额	173,064,742.70	84,799,768.68	44,399,505.46	216,511,458.99	159,279,089.70
归属母公司所有者净利润	136,731,272.58	59,762,545.84	38,091,558.94	123,676,084.87	100,806,337.87

## （二）标的资产的评估情况汇总

根据中联评估出具的中联评报字[2009]第240号~245号《资产评估报告书》，本次对标的资产的评估采用重置成本法和收益法两种方法进行，其中：以成本法评估的标的资产价值为123,820.48万元，以收益法评估的标的资产评估价值为125,600.47万元。

本次评估选取成本法的评估结果作为标的资产的评估结论，标的资产以成本法的评估结果汇总如下：

标的资产	标的资产账面值 (万元)	标的资产评估值 (万元)	评估增值 (万元)	增值率 (%)
海信山东 100%股权	55,544.86	72,745.89	17,201.03	30.97%
海信浙江 51%股权	5,424.44	9,214.39	3,789.95	69.87%
海信北京 55%股权	8,195.73	15,786.97	7,591.24	92.62%
海信日立 49%股权	11,810.06	18,073.08	6,263.02	53.03%
海信模具 78.7%股权	10,785.91	13,895.57	3,109.67	28.83%
海信白电营销资产	-9,509.62	-5,895.43	3,614.19	—
<b>合计</b>	<b>82,251.38</b>	<b>123,820.48</b>	<b>41,569.09</b>	<b>50.54%</b>

由上表，经成本法评估，海信科龙本次拟购买标的资产的合计账面净资产值为82,251.38万元，净资产评估价值为123,820.48万元，增值额为41,569.09万元，增值率为50.54%。本次评估增值主要是由于标的资产的土地、房产和机器设备、专利技术等增值所致。标的资产评估方法及评估增值的合理性分析详见本报告书“第九节 本次交易的公平合理性分析\一、本次交易价格的公允性分析\（二）本次交易标的资产评估的合理性分析”部分。

## 三、标的资产的业务与技术

### I、空调业务—家用空调

#### （一）家用空调业务概览

海信空调旗下的家用空调业务经过十多年的发展，已经发展成为国内技术最先进、生产规模最大、变频空调市场占有率最高的变频空调生产企业之一。海信空调目前拥有海信山东、海信浙江两大家用空调生产基地，目前已具备年产空调 300 余万套的生产能力；两大生产基地的空调产品主要由海信营销统一负责销售。

## （二）家用空调产品情况介绍

### 1、近三年空调实际产量

单位：套

主要产品	2008 年	2007 年	2006 年
海信山东	75.06 万	109.91 万	102.37 万
海信浙江	47.56 万	46.40 万	18.74 万

注：1、上述数据为海信山东、海信浙江自产产量；

2、海信山东 2008 年产量下降是因为：受全球金融危机的影响，为应对外部经济形势下行造成的行业下滑预期，海信山东自 2008 年 5 月起严格控制库存，按照订单生产，防止不良库存的产生，以规避市场风险；此外，因房地产市场低迷造成市场销售规模的下滑，住宅需求的下滑也在一定程度上造成 2008 年空调产量下降。

### 2、主要产品生产工艺及流程图

#### （1）产品生产工艺

海信家用空调的生产工艺主要分为前工序生产和组装工序生产两部分：

##### ① 前工序生产工艺

##### A、电装车间

首先根据工艺要求对电控板进行插件和焊接，然后进行检测、刷胶等处理，再通过组装配线等过程，完成组装车间所需的电装盒组件。

##### B、热交换器车间

由弯管机弯出 U 型管，冲片机制作出翅片，将 U 型管插入到翅片内进行胀管，完成后进行脱脂干燥，在 U 型管上插入弯头、进出管后进行焊接，检漏合格后，完成组装车间所需的蒸发器和冷凝器。

##### C、配管车间

将所需铜管进行下料，经过弯管、清洗后进行焊接，整形合格后完成两器车

间、组装车间所需的各种管路。

#### D、钣金、喷涂车间

根据图纸要求对钢板进行冲压、点焊，前处理后就完成了电控车间、组装车间所用的钣金件；外观件还需经过喷涂车间的处理。

### ② 组装工序的工艺生产流程

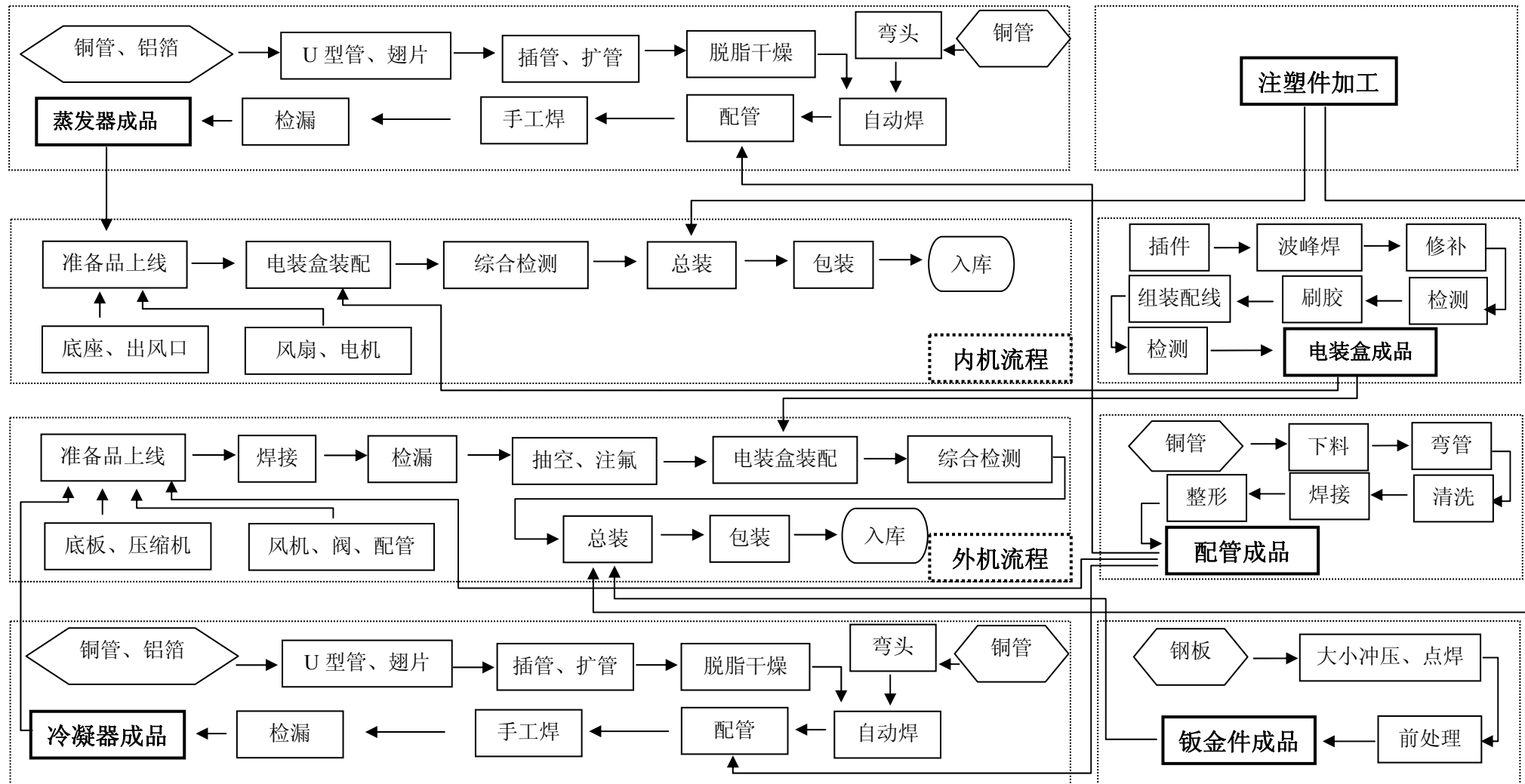
#### A、内机流程

准备品（底座、风扇、电机、出风口、蒸发器等）上线进行组装，装配电装盒组件并进行配线，机器进综检室进行各项检测，装配机器的格栅、面板等外观件，对机器进行包装，打包完成后入库。

#### B、外机流程

准备品（底板、压缩机、风扇、电机、冷凝器等）上线进行组装，配管装配完成后进行焊接，焊接完后进行耐压检测，合格后进行抽真空、注氟，装配电装盒组件并进行配线，进综合检测室进行各项检测，合格后装配机器的外观件，最后套包装箱、打包入库。

(2) 生产工艺流程图



### （三）主要经营模式

#### 1、生产模式

家用空调产品采用自主零部件加工及整机装配结合的生产模式，自生产包括热交换器及相关配件、控制器、外壳组件等主要零部件，并对空调整机进行组装作业。采用以销定产的批量生产模式，年度生产经营计划通过管理层总体审定后由董事会批准实施。公司生产部以公司年度计划为依据，根据产品销售合同和内、外部各种信息编制月、周、日生产作业计划。

#### 2、采购模式

家用空调业务采用分级采购模式，根据所采购的原材料、零部件的特点、价值和市场供需形势，分为 I、II、III 类物料，对于资源性、大宗、质量等级高的 I、II 类物料，由集团统一洽谈，以突出规模效益，之后由各公司分别与供应商签订合同。本着“公开、公平、合理、共赢”的原则，采用多种模式相结合的方式进行的采购，其中最主要的采购模式为招标比价采购，即在市场调研基础上制定下达最高采购限价，通过综合对标比价，结合供应商认定工作确定供应商进行采购。

#### 3、销售模式

海信家用空调主要通过海信营销根据市场需要下达的订单进行生产，再由海信营销进行销售。海信营销的具体销售模式见本节“海信营销的业务情况”介绍。

### （四）主要采购情况

家用空调业务主要采购的商品为压缩机、钢板和铜管，海信家用空调业务最近三年向前五名供应商采购情况如下表所示：

年度	海信山东		海信浙江	
	向前五名供应商采购总额（万元）	占当年采购总额的比例（%）	向前五名供应商采购总额（万元）	占当年采购总额的比例（%）
2008年	28,657.25	19.20%	18,977.16	32.59%
2007年	51,663.68	20.30%	20,865.69	35.61%
2006年	50,578.78	17.38%	9,616.66	39.41%

海信山东、海信浙江均不存在向单个供应商的采购比例超过 50% 或严重依赖少数供应商的情形。

### （五）销售情况

海信山东、海信浙江并非直接面向市场进行产品销售，除为其他品牌所代工的空调

调外，两大家用空调生产基地所产海信空调主要由海信营销负责销售。其中，为便于海信品牌空调的统一管理，海信浙江所产海信牌空调采用先销售给海信山东，再由海信山东统一销售给海信营销的模式。

海信山东、海信浙江 2008 年前五大销售客户及销售情况如下表：

#### 1、海信山东

序号	客户名称	销售金额（万元）	占主营业务收入的比例	是否属于关联销售
1	青岛海信营销有限公司	126,072.42	76.14%	是
2	青岛海信进出口有限公司	14,960.43	9.04%	是
3	广东科龙空调器有限公司	11,824.85	7.14%	是
4	中国普天信息产业股份有限公司	9,051.65	5.47%	否
5	深圳市中兴康讯电子有限公司	868.87	0.52%	否
<b>合计</b>		<b>162,778.23</b>	<b>98.31%</b>	

注：销售给广东科龙空调器有限公司的产品为海信山东代加工的科龙品牌空调。

#### 2、海信浙江

序号	客户名称	销售金额（万元）	占主营业务收入的比例	是否属于关联销售
1	广东科龙空调器有限公司	41,325.42	64.59%	是
2	海信（山东）空调有限公司	20,790.24	32.49%	是
3	保加利亚-ZORA M M S	533.34	0.83%	否
4	浙江卧龙国际贸易有限公司	294.35	0.46%	否
5	上海威尔升进出口有限公司	126.97	0.20%	否
	<b>合计</b>	<b>61,209.71</b>	<b>98.58%</b>	

注：1、销售给广东科龙空调器有限公司的产品为海信浙江代加工的科龙品牌空调；

2、海信浙江所产海信品牌空调先售给海信山东，再由海信山东统一对外销售。

### （六）质量控制情况

#### 1、质量管理体系

海信山东、海信浙江两大家用空调生产基地均已建立了完善的质量管理体系。海信空调平度工厂（海信山东前身）早在 1998 年即通过了 ISO9001 质量管理体系认证，2008 年 3 月，海信山东通过了 ISO9001 质量管理体系换证认证。为提高质量管理水平，海信山东邀请三洋、日立、三星等世界知名公司的专家进行咨询和指导，先后推



行了 SPC、SQM、6Sigma 等先进的品质管理方法，不断提升品质管理理念，使整个公司的品质管理水平日益提高。海信浙江也于 2007 年 6 月通过了 ISO9001 质量管理体系认证。海信浙江质量部每年制定《年度质量体系内部审核计划》，组织公司内审员进行质量管理体系内部审核工作，以确保公司质量体系运行的有效性、一致性和适宜性。

对质量的执着追求，使海信品牌空调获得了广泛认可，并于 2001 年、2004 年、2007 年三次荣获“中国名牌产品”的殊荣。

## 2、质量控制机构

海信山东设质量部，负责公司质量体系管理、质量管理、市场信息管理、市场技术支持、部品检验、整机试验与试验室管理、整机抽样等，负责质量工作的协调组织管理。海信山东任命分管质量的副总经理担任管理者代表，协助总经理组织制定公司质量方针、目标，并确保质量方针和目标的实现；负责在公司推行 ISO9001 标准的组织、推动和控制工作。

海信浙江也通过下设的质量部负责公司全面质量工作。质量部下设进货检验室负责零部件入厂把关控制检验，确保产品所使用零部件全部合格；产成品检测室负责产成品的出厂检测，保证出厂产品质量符合要求；质量管理室负责质量体系管理、质量信息处理、质量成本分析、市场产品质量管理、公司质量改善工作等。

## 3、产品质量认证及获奖情况

海信家用空调国内市场销售的产品均通过国家强制性“CCC”认证，同时海信空调产品多年来一直致力于国外市场的开发，尤其变频空调器一直远销欧洲、澳洲多个国家，所销产品均通过欧盟 CE 认证、德国 GS 认证等，以及出口沙特阿拉伯的 SASO 认证，出口阿根廷的 S-mark 认证。

海信空调 2007 年 9 月获得“中国名牌产品”的称号，国家质量监督检验检疫总局颁发了中国名牌证书；海信山东自 2008 年至今还曾先后多次获得青岛市科技进步奖、中国轻工业联合会科技进步奖、山东省轻工业协会科技进步奖等。

## 4、近三年内的重大产品质量纠纷情况

海信家用空调产品近三年无重大产品质量纠纷情况。

## （七）技术与研发

### 1、主要产品生产的核心技术

海信空调为国内最早开始研发、生产变频空调的国内企业，并率先掌握了包括变频控制系统的软件开发在内的多项核心技术，可自主完成包括制冷、电控、结构和软件的全部设计工作。海信研发中心 1996 年引进日本三洋变频空调技术，历经技术引进、技术消化和积累、自主研发阶段，至今已经全面掌握变频空调核心技术，拥有在压缩机驱动、动态特性控制、运行监测等核心方向的自主知识产权。

随着电子技术的发展和先进的控制理论应用，变频技术将会向集成化方向发展。节能、舒适依然是技术发展的不变主题。变频节能技术研究及在空调上的应用，其实现手法主要采用 DSP 进行变频空调器的直流压缩机变频控制及空调器的电源特性调整，以及先进控制理论的搭载。海信家用空调主要生产技术的特点如下：

#### （1）高效节能直流无刷电机（BLDC）的高性能控制技术

① 可靠性的方波控制。利用 DSP 强大数字滤波处理能力，可以在不增加硬件成本的前提下，获得良好的抗干扰设计，提高系统可靠性。

② 直流压缩机的无传感器磁场定向控制（FOC）。借鉴并优化目前工业控制领域电机控制的最优控制算法，通过磁场定向控制，使空调及冰箱控制系统发挥最佳效率，并使噪音降到最低。该压缩机驱动控制方案将基于高性价比的 DSP 控制平台，实现高性能工业技术的家电化。

③ 以 DSP 技术为基础，实现低成本的压缩机相电流重构，并以此进行电流闭环控制，实现系统的高可靠运行。

④ 以 DSP 技术为基础，采用变结构控制技术构建磁场位置观测器，实现基于磁场定向的转矩闭环，提高运行效率。

#### （2）环保数字化 PFC 技术

通过 DSP 这一高性能实时平台，可以同时完成 PFC（PFC：功率因数，主要用来表征电子产品对电能的利用效率。功率因数越高，说明电能的利用效率越高）和压缩机控制。引入目前工业领域（高性能数字电源）新兴的数字化 PFC 技术，解除通常变频驱动系统带来的电流谐波污染。

#### （3）高效的新一代 IPM 模块

自主研发变频控制的功率输出器件，提高性能，降低成本。

#### （4）节能环保新冷媒技术

新型环保制冷剂应用研究，包括产品设计和批量加工技术。

#### （5）基于先进控制理论的控制技术

基于神经网络、遗传算法等控制理论的变频空调的模糊控制技术，发挥变频空调节能舒适的控制方案。

海信空调产品多年矢志不渝的“变频路”，相继推出了变频挂机、变频柜机、变频一拖多、超级变频空调和 H1 高能效比空调、不降温除湿空调、并用节电功能空调、网络控制空调等，已将数字控制技术与空调技术相结合，使中国变频技术达到国际领先水平，使变频空调率先进入数码时代。海信的 360 度全直流变频空调更是以其“节能、舒适、长寿”的特点达到了国际全行业领先水平。

## 2、研发情况

### （1）研发机构设置及运作机制

海信目前拥有世界一流的变频空调实验室和生产线，拥有一流的研发队伍和品质管理系统，积累了大量的技术储备和经验。在业内享有“变频专家”的美誉。

海信集团于上世纪 90 年代中期就成立了制冷研究所，紧密跟踪与深入研究世界领先的制冷技术和变频控制技术，并于 2000 年建立了空调研发中心。空调研发中心拥有一支实力雄厚的研发团队，目前由两百四十余名富有创新精神、充满活力的工程师组成。其中：系统设计工程师 54 名，电控设计工程师 68 名，软件设计工程师 30 名，结构设计工程师 36 名，工艺设计设计师 24 名，检测工程师 30 名。

空调研发中心分产品开发和基础技术研究两级研究构架，下设 2 个产品研究所和 1 个基础技术研究所，涉及家用、商用、特种等多种空调产品和领域。所研发的方向有制冷系统设计、空调系统控制研究、电机驱动研究、单片机控制、机械结构研究、噪音振动、换热器研究、CFD 应用研究、空调控制模式研究、计算机模拟等多个方向和小组。在空调的制冷系统、软硬件开发、结构设计等关键设计技术方面具有完全自主的开发能力。

空调研发中心始终坚持以“致力变频科技，引领舒适生活”为己任，通过高起点引进和不断创新，并与国内外著名高校学府、科研院所及三洋、松下、日立等世界知名公司进行广泛的技术合作和深入的技术交流，使研发水平不断提高、研发实力不断增强、研发队伍日渐成熟。

公司致力于变频和空调相关技术的跟踪和研发，建有 12 间焓差实验室（包括先

进的大西热学焓差实验室)、10 间环境适应性实验室, 10 间寿命加速实验室, 以及热平衡试验室、可分别调节室内外工况的消音室、换热器实验室、风机试验室和振动测试试验室等各 1 间。2008 年 6 月份, 海信空调试验室被国家合格评定委员会评定为国家级试验室。

## （2）研发成果

截至本报告书签署日, 海信空调产品已取得国家省市各级科研成果 300 多个, 掌握了包括直流 180°正弦波驱动、直流 120°方波驱动、矢量变频空调控制系统、不降温除湿空调、电子膨胀阀控制等多项核心技术, 拥有自主开发的全套变频空调系统解决方案。变频技术与国际领先水平保持同步, 为我国变频技术领军企业, 也是我国率先进行变频空调普及的厂家。

## （七）安全生产与环境保护

### 1、安全生产及环保体系

海信家用空调在生产基地推行 HSE 体系, 即由 ISO14001-2004 环境管理体系和 OHSAS18000-2001 整合在一起的职业健康安全体系。通过建立安全目标责任制, 设定安全目标, 建立危险环境辨识管理办法, 对辨识出来的危险点进行有效的控制不断降低危险等级, 以安全奖惩管理办法为辅, 提高公司员工的安全意识, 达到公司的安全目标。

在环境保护体系的建设上, 通过建立环境方针以及环境目标指标, 对辨识出来的环境控制点进行有效的运行控制, 实行环保责任制和环保奖惩管理办法来持续改进对环境的影响。公司建立了废水处理站对产生的废水进行处理, 并聘请有资质的固体废物处理公司对生产产生的固体废物进行定期处理。

### 2、近三年因安全和环保问题受到处罚的情况

海信山东、海信浙江的安全生产和环境保护均严格按照国家相关法律法规的要求执行, 近三年不存在因安全和环保问题而受到处罚的情况。

## II、空调业务—商用空调

### （一）主营业务概览

海信商用空调业务主要通过中外合资公司海信日立来开展。海信日立自 2003 年成立以来, 在全面掌握世界领先的核心空调生产技术的基础上, 以国际先进的生产设备和品质保证设施为平台, 不断推出先驱性的新型中央空调产品。目前海信日立已在

全国设立了 20 多个分支机构，销售网络和服务网点覆盖了全部省份，业务范围遍及全国，并且部分产品销往国际市场。海信日立自成立以来采取严格的精益生产管理与全面的质量管理体系，生产经营状况良好，产销规模逐年扩大，市场占有率不断提升，稳居变频多联机行业前两位

## （二）主要产品情况介绍

### 1、主要产品

截至 2008 年 12 月 31 日，海信日立已具备了年产商用空调 20 万台的生产能力。

海信日立近三年主要产品的产量如下表所示：

单位：万台

主要产品	2008 年	2007 年	2006 年
RAS 室外机	2.34	1.55	1.21
RPI 室内机	8.24	6.19	2.62
RCI 室内机	3.51	3.24	3.23

注：RAS 表示使用冷媒的空调室外机，RPI 表示使用冷媒的天埋型空调室内机，RCI 表示使用冷媒的四方向型空调室内机。

### 2、公司主要产品生产工艺及流程图

#### （1）产品生产工艺

海信日立严格按照从日立引进的生产工艺技术进行产品制造，主要生产工艺设备及检测设备业均为国外进口。

① 翅片加工技术：本工序采用日本进口亲水铝箔，经精密模具高速冲片，形成波纹形双面桥形翅片，此种材料的片型技术先进，有利于提高换热器的换热效率和整机性能，同时可提高空调的使用使用寿命。

② 铜管折弯工艺技术：本工序采用薄壁内螺纹铜管加工 U 型管，此种内螺纹铜管能改善制冷剂在管路系统中的流动状态，从而提高其换热效率，它比一般光滑管可提高换热效率 20%~30%左右。

③ 胀管技术：胀管机采用高光洁度球型胀头对工件进行胀管，保证了铜管与翅片孔之间的合理过盈量，同时避免了胀管过程中胀头对铜管内螺纹部分的破坏，保证了胀管后产品的质量。

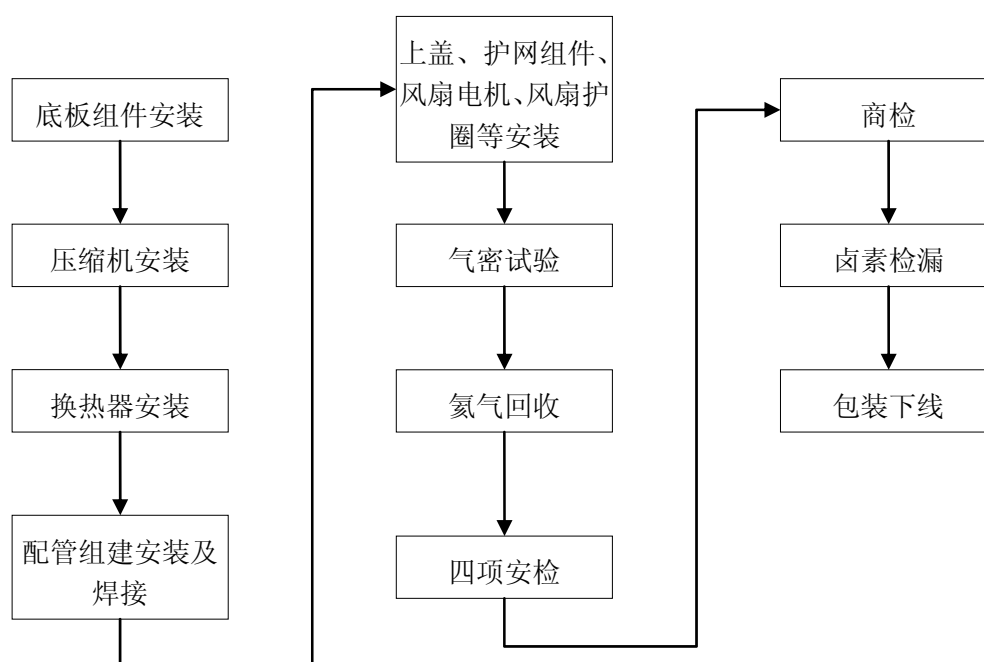
④ 脱脂干燥炉：由于产品循环系统中的残留油分会对空调的性能存在一定的影响，所以需对热交换器进行脱脂干燥，本工序就是对胀管完成的热交换器半成品进行

高温脱脂干燥（脱脂温度为 150~160℃），以去除工件翅片表面和铜管内部的挥发油，工件经过脱脂干燥后，可使其铜管内部的残油量在 3mg/m<sup>2</sup> 以下。

⑤ 自动焊接技术：本工序是对热交换器组件进行弯头的自动焊接，焊接时采用氮气保护，有效的保证了工件的焊接质量。

⑥ 真空箱式 He 检漏工艺：通过对热交换器组件进行耐压气密性检查，以检查工件有无泄漏。检漏时是将工件内部充入高压混合 He 气，在真空的环境中采用 He 检漏仪对工件进行检漏，设备检漏精度可控制冷媒泄漏量在 2g/年以内。

### （2）生产工艺流程图



### （三）主要经营模式

#### 1、生产模式

海信日立从部件采购、产品组装、工艺指导、质量控制等各个环节入手，按照定单制动态生产计划，采用精益生产方式。经营层按照董事会批准的年度经营计划，组织月度生产任务，由生产管理部门按照需求信息编制月、周、日生产计划，组织采购、配送、生产等工作。

#### 2、采购模式

按照采购管理体系规定的流程，由开发部门提出技术方案，工艺、部品检验、采购部门对供方进行综合评价。本着“公开、公平、互利”原则，进行招标比价，综合原材料和部品价格走势，最终由相关部门审批后执行。对于生产需求较大的通用性物料，

海信日立与供应方签订长期供货协议，根据市场变化随时调整结算价格。

### 3、销售模式

海信日立采用经销商分销的销售方式进行产品销售，主要是通过招投标的方式实现销售。海信日立在全国划分了五个销售大区，负责管理在主要城市设立的30多个销售分支机构，销售网络覆盖华北、华东、东北、华南、西南、西北各地。内部设立国际业务部，专门负责国际市场出口业务的开展，目前已出口至东亚、南亚、拉美、非洲等地。

各销售分支机构在当地选择评价管理经销商，与经销商之间按照项目进行签订购销合同，按照先付款后发货方式，确认收到经销商货款后组织发货。在日常的销售业务中，各地办事处负责招标书的获得并负责组织标书评审及合同的签订，客户支持部负责对投标过程的技术细节提供相关技术支持工作，营业部门负责组织销售合同的评审工作。

#### （三）主要采购情况

海信日立主要采购的商品为电子膨胀阀、压缩机、钢板和铜管等，海信日立最近三年向前五名供应商采购情况如下表所示：

年度	向前五名供应商采购总额（万元）	占当年采购总额的比例（%）
2008年	22,022.99	39.81%
2007年	20,900.65	44.10%
2006年	23,587.40	56.87%

海信日立不存在向单个供应商的采购比例超过 50%或严重依赖少数供应商的情形。

#### （四）销售情况

##### 1、各类产品 2008 年度的销售情况

产品类别	产量（万台）	销量（万台）	销售收入（万元）	销售收入占比（%）
RAS 室外机小计	2.34	2.34	42,519.96	52.11%
RPI 室内机小计	8.24	8.56	22,555.13	27.64%
RCI 室内机小计	3.51	3.64	14,449.64	17.71%
其他	0.22	0.21	2,073.96	2.54%

合计	14.31	14.75	81,598.69
----	-------	-------	-----------

注：RAS 为使用冷媒的空调室外机、RPI 为使用冷媒的天埋型空调室内机、RCI 表示使用冷媒的四方向型空调室内机。

## 2、2008 年度销售市场分布

销售区域	销售收入（万元）	销售收入占比（%）
华中区	10,230.62	12.54%
山东区	14,063.85	17.24%
华东区	32,128.77	39.37%
华南区	12,192.49	14.94%
西北区	1,920.62	2.35%
西南区	4,818.83	5.91%
出口	5,046.61	6.18%
其他地区	1,196.90	1.47%
合计	81,598.69	100%

## 3、客户集中度分析

2008 年度前五大销售客户情况如下表：

序号	客户名称	销售金额（万元）	占主营业务收入的 比例	是否属于关 联销售
1	日立空调家用电器株式会社	4,347.05	5.33%	是
2	上海咖德空调设备有限公司	2,467.53	3.02%	否
3	上海先宇实业发展有限公司	2,247.67	2.75%	否
4	青岛鑫龙泰空调工程有限责任公司	2,081.52	2.55%	否
5	三亚鹿回头旅游区开发有限公司	2,033.76	2.49%	否
合计		13,177.54	16.15%	

### （五）质量控制情况

#### 1、质量管理体系

海信日立一直致力于消化和吸收质量管理的先进经验，经过多年的摸索与实践，已初步形成了“全员参与、注重沟通、源头把关、过程监控、深化细节、持续改进”的质量管理体系，并取得了一定的效果，在业内建立了较好的质量优势。

（1）精品质量、全员打造。质量责任、质量意识教育从源头抓起。设计、制造



是产品质量之源，质量责任意识教育必须从源头做起。

（2）形成良好的质量管理氛围。不提倡通过责任追究和经济处罚手段来强化质量意识，在出现问题时关注原因分析和纠正预防措施的控制。在组织制定纠正预防措施的同时，明确不良产品给公司带来的经济损失和影响。意在通过此种质量管理氛围自然而然地培养起各级管理人员重视质量、追求精品的主动的自觉意识。

（3）创建好体系，利用好体系。自海信日立成立之初，便开展全员的质量知识的培训，重点讲解质量管理体系、质量体系和做法，并专门有一个小组负责收集、整理各个环节先进的做法，以此为基础建立了质量管理体系。每个体系文件均通过制定→运行→修订→运行→再修订的不断循环过程，重点流程召集各级相关人员充分讨论，吸取管理精华，并在文件发布前经相关部门会签，确保文件达到充分性、适宜性和较强的可操作性。

## 2、质量控制机构

海信日立设置品质保证部，其职能如下：质量管理体系的建立和运行监督；质量信息统计、分析体系的建立；外部质量问题的受理；部品认定实验；零部件进厂检验；供方质量控制；开发试验和其他委托试验的实施；新品质量评审；质量成本的分析及质量改进。

## 3、产品质量认证及获奖情况

海信日立通过的产品质量认证及获奖情况有：

（1）中质协质量保证中心“质量管理体系 ISO9001:2000”与“环境管理体系 ISO14001:2004”认证；

（2）中国电磁兼容认证中心“3C 认证”；

（3）中国国家质量监督检验检疫总局“工业产品生产许可”；

（4）中标认证中心“节能认证”；

（5）中国中轻产品质量保证中心通过的“全国产品质量抽查合格企业”；

（6）青岛市工商局颁发的“重合同守信用单位”。

## 4、近三年内的重大产品质量纠纷情况

海信日立近三年无重大产品质量纠纷情况。

## （六）技术与研发

### 1、主要产品生产的核心技术

海信日立变频多联中央空调产品不仅具有变频一拖多空调系统的共同优点外，还

具有许多独特的技术特点，其技术水平处于世界领先地位，现就其代表性技术简述如下：

#### （1）直流涡旋式压缩机制造技术

空调系统室外机采用专利的直流涡旋式压缩机。该压缩机采用了永磁材料，无需额外励磁电流，具有优异的转矩特性，并且不对称涡旋盘结构的设计使吸气损失和泄漏损失大幅度降低，运行效率大幅提高。

#### （2）无级变频技术

SET-FREE 变频多联式空调系统室外机采用最新开发的 ISPM 变频器，即 IGBT+ 自我保护及消音装置，具有以下特点：①由于具有电子干扰过滤器和自动保护装置，当出现电源电压突然升高或降低时，压缩机和变频器不会由于系统故障而产生连锁反应，极大地降低了故障率。另外由于具有消音装置，使噪音全面降低；②压缩机采用最新 180 度正弦波直流变频驱动技术，保证了 ISPM 直流变频器输出电流为平滑的正弦波曲线，从而使电机运转平稳，运转效率显著提高；同时，谐波电流和电磁噪音得到抑制。

#### （3）独有二级油分离技术

首创二级油分离技术，该技术使得进入制冷循环中的冷冻油非常少，这样润滑压缩机的冷冻油可以得到最可靠的保证，确保系统运行安全可靠。

### 3、研发情况

#### （1）研发机构设置及运作机制

海信日立设置产品开发部，其职能如下：新品开发与管理；前瞻技术研究；新品部件的选型、认定；新品的设计评审、计划管理及进度控制；技术标准化的实施应用管理；产业技术研究；CCC、UL、CE 等产品认证；产品的专利管理等。

目前研发部门已有专职研发人员 40 多人，其中硕士以上学历研发人员占 37%。在依托日立国际领先变频商用空调技术的基础上进行国内商用空调技术前沿领域的开发。海信日立通过日常研发活动使其拥有的先进变频技术得以迅速转化为国内市场需求的产品，研发部门 2008 年度开发新产品 60 余项，大部分产品已达国际先进水平。

#### （2）研发成果

海信日立 2008 年度开发新品 60 余项，另有 3 项技术通过鉴定达到国际领先水平。

### （七）安全生产与环境保护

#### 1、安全生产

### （1）安全生产及其保障情况

海信日立设立安全生产委员会，下设安全生产管理机构，配备专职安全生产管理人员，每年逐级签订安全生产责任书和消防安全责任书，实行一票否决制。安全生产体系是安全生产工作的重要组成部分，总经理总负责，由公司、部门、班组三级安全网络组成，明确各级主要管理人员的安全生产主体责任。

海信日立每年保持对安全生产工作的人力、物力、财力投入，在内部铺设了全方位覆盖工厂厂区的报警广播系统，每年定期更新消防器材，添置逃生工具；软件方面，强化三级安全生产责任制度建设，完善安全生产体系网络，建立全岗位的应急处置预案，定期开展应急疏散演习；列入员工入职和在职教育必训内容，对关键安全岗位要求必须活动安全生产岗位资格证，提炼总结公司安全文化，提高全员安全意识。

### （2）近三年是否因安全问题受到重大处罚

海信日立近三年未因安全问题而受到处罚。

## 2、环境保护

### （1）环保治理情况

海信日立将环境保护工作视为企业经营工作的基石，也是企业社会责任和义务的最集中体现。海信日立围绕“创造完美，服务社会”的核心理念，全力保障环境保护各项工作的顺利开展。

① 重视环保求发展。海信日立中央空调产品自投产以来，按照环境管理体系要求，把环保工作做到人员落实、制度落实、责任落实。坚持加强现场管理，消除隐患，加大环保硬件设施投入；同时不断推进环保产品技术创新，把环保、节能的新产品引入市场，提升产品环保品质。

② 整合“两大体系”，提升企业形象。“质量是生命线，环境是健康源”。海信日立坚持技术创新发展战略，走绿色经营之路，建设环保型企业，推进企业可持续发展。海信中央空调产品从建设开始坚持环境保护“三同时”验收，先后通过质量管理体系和环境管理体系认证，从而进一步提升了企业形象。

③ 强化内部环保管理，夯实发展基础。结合节能减耗工作，狠抓质量上台阶。面对原材料、能源价格不断上涨的挑战，着力于节能减耗降成本，寻求新的经济增长点。加大现场管理的监督力度，减少跑、冒、滴、漏，增加环保投入，实现废水二次循环使用，排放达到市政管网要求。

### （2）近三年环保处罚及整改情况

海信日立近三年未因环保问题而受到处罚。

### III、冰箱业务

#### （一）冰箱业务概览

海信冰箱业务延续“技术、质量、创新”的海信品牌内涵和“创造完美，服务社会”的核心理念，海信冰箱坚持高端战略，以“变频冰箱技术的领先者”为产品定位，致力于向消费者提供高品质、高技术含量的冰箱产品。

目前海信在冰箱领域已经拥有以正弦波 180 度矢量变频技术和数字保鲜技术、多循环制冷系统优化控制技术等具有国际领先优势的专利技术，并成功推出以变频冰箱、超级节能冰箱为主流的 7 大系列 100 多个型号的产品，并出口欧、美、南非、东南亚等地区。

海信冰箱业务目前拥有两大生产基地：海信北京生产基地产能 80 万台；海信南京生产基地产能 100 万台。两大生产基地的冰箱产品主要由海信营销负责销售。

#### （二）主要产品情况介绍

##### 1、近三年海信冰箱实际产量

单位：万台

	2008 年	2007 年	2006 年
海信北京	64.71	64.60	61.78
海信南京	66.58	66.16	52.57

##### 2、公司主要产品生产工艺及流程图

###### （1）产品生产工艺

① 喷粉工段：将定尺冷轧钢板、彩色钢板、镀锌钢板，通过滚压、冲切、压型及折曲等工艺手段，制作侧板、背板和门板，侧板和外协上、中、下梁等部件经粉末涂装后转移箱体拼装发泡工段，不需喷涂的背板和门板分别转给箱体拼装发泡工段和门体预装发泡工段。

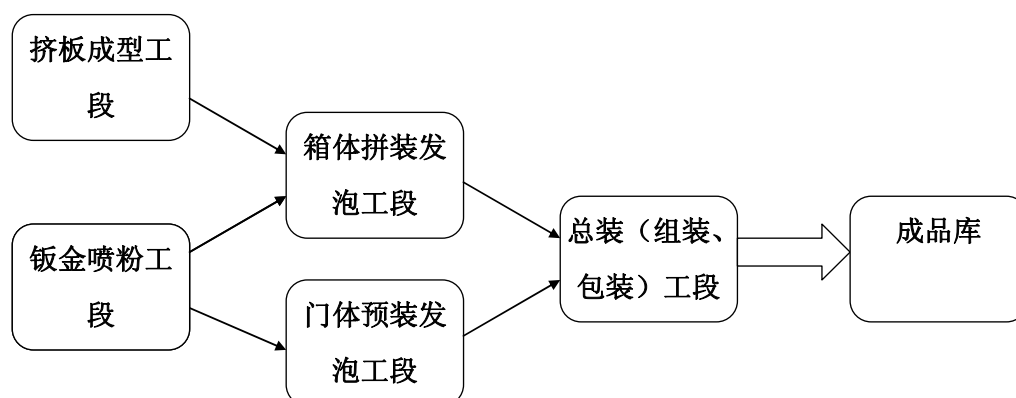
② 挤板成型工段：将 HIPS（High Impact Polystyrene 耐冲击性聚苯乙烯）颗粒料通过挤板机，挤出裁剪成定尺板材，通过真空成型机制作箱内胆和门内胆，分别转给箱体拼装发泡工段和门体预装发泡工段。

③ 箱体拼装发泡工段：将自制的侧板、背板、箱内胆等和外协的冷藏蒸发器、冷凝器等部件，经预装、拼装和发泡，制作出箱体组成转移总装工段。

④ 门体预装发泡工段：将门板、端盖、边框等部件，经预装、发泡及组装等工序，制作出门体组成转移总装工段。

⑤ 总装工段：将前道工序提供的箱体、门体组成和外购压缩机、温控器等部件经装配、焊接、抽空、灌气等工序组装成冰箱，经性能测试、电器安全测试后进入包装工序；包装工序将外协的抽屉、搁架和瓶托等内饰件装入冰箱内，将商标、参数名牌及说明书等粘贴安放到规定位置，然后对冰箱进行防护包装完成冰箱生产的全过程存入成品库。

## （2）生产工艺流程图



## （三）主要经营模式

### 1、生产模式

海信北京、海信南京是专门从事冰箱制造的制造型基地，拥有从自制件加工、组装发泡到包装发货的全套生产流程，采用以销定产的生产模式，根据海信营销下发的订单计划，结合生产能力日排产混线生产的生产模式。制造部以经董事会批准的年度生产计划为依据进行产能平衡，根据生产计划部接海信营销的实际月需求订单和内、外部各种信息编制月、周、日生产作业计划。

### 2、采购模式

根据所采购的原材料的特点和市场供需形势，本着“公开、公平、合理、共赢”的原则，采用多种模式相结合的方式采购，其中最主要的采购模式为招标比价采购，即现在的执行价为最高采购限价，通过招标，评标，议标，定标等流程来定价。通过综合对标比价，结合供应商管理工作确定供应商进行采购，与供应方签订长期供应协

议，并根据市场变化调整结算价格；此外，对于部分设备备件、模具、工具，公司结合市场形势及物料特点，通过招标或议价方式进行采购。

### 3、销售模式

海信北京、海信南京所产冰箱并非直接面向市场销售，而是采用包销的销售模式。海信品牌内销冰箱全部由海信营销销售，代工的容声品牌冰箱则直接销售给广东容声冰箱公司，该两类销售分别签订年度框架协议，按月根据实际发货情况进行结算。客户通常根据框架协议确定的资源量按月向生产基地提报需求计划，由生产基地根据此计划结合生产现状与客户签订供货合同，合同签订后即组织生产并按合同约定发货，并于每月月底根据实际发货情况与客户进行结算。

#### （四）主要采购情况

海信冰箱主要采购的商品为压缩机、钢板、塑料颗粒、黑料等，海信北京、海信南京最近三年向前五名供应商采购情况如下表所示：

年度	海信北京		海信南京	
	向前五名供应商采购总额（万元）	占当年采购总额的比例（%）	向前五名供应商采购总额（万元）	占当年采购总额的比例（%）
2008年	22,415.83	32.29%	21,666.30	30.10%
2007年	30,821.93	45.29%	22,110.67	30.70%
2006年	23,476.32	38.27%	14,272.85	29.72%

海信北京、海信南京均不存在向单个供应商的采购比例超过 50%或严重依赖少数供应商的情形。

#### （五）销售情况

海信北京、海信南京的冰箱产品销售采用包销模式，所产海信品牌冰箱均主要由海信营销负责销售。海信北京、海信南京 2008 年前五大销售客户及销售情况如下表：

##### 1、海信北京

序号	客户名称	销售金额（万元）	占主营业务收入的 比例	是否属于关联销售
1	青岛海信营销有限公司	68,619.13	77.83%	是
2	青岛海信进出口有限公司	11,571.10	13.12%	是
3	海信容声(广东)冰箱有限公司	7,549.72	8.56%	是
4	北京雪花电器集团公司	355.56	0.40%	是
5	惠而浦（中国）投资有限公司	50.52	0.06%	否

合计	88,146.03	99.98%
----	-----------	--------

## 2、海信南京

序号	客户名称	销售金额（万元）	占主营业务收入的比例	是否属于关联销售
1	青岛海信营销有限公司	55,108.36	71.4%	是
2	海信容声(广东)冰箱有限公司	21,106.76	27.4%	是
3	惠而浦（中国）投资有限公司	456.92	0.6%	否
4	青岛海信进出口有限公司	481.34	0.6%	是
合计		77,153.38	100.0%	

## （六）质量控制情况

### 1、质量管理体系

海信冰箱秉承海信集团“高科技、高质量、高水平服务、创国际名牌”的发展战略，致力于向消费者提供高品质、高技术含量的冰箱产品。海信北京在成立之初，即按照 ISO9000：2000 标准，建立了规范、完善的质量管理体系，并于 2002 年 10 月通过权威机构认证；海信南京也于 2005 年 7 月通过 ISO9001 质量管理体系认证。

### 2、质量控制机构

海信北京、海信南京均设有质量部作为海信冰箱生产的质量管理门，其职责是：负责建立健全公司的质量管理体系，确保质量管理体系的有效运行；监控公司各部门的质量管理体系运行情况；组织质量管理内部审核并监控不合格项整改到位；组织管理评审，监控管理评审决议的有效执行；联系和组织协调外部审核，组织纠正和预防措施制定和执行；组织质量信息分析，监控质量改进执行，评价质量改进的效果；协调相关部门及时处理顾客反馈。按标准要求对采购零部件和原材料、生产半成品和成品进行检验；按质量记录管理要求保存检验记录；负责计量、检验、试验设备的保养、维修、校验和日常管理；负责公司出口冰箱商检的办理；组织生产过程质量问题、质量成本的分析和改进。

### 3、产品质量认证及获奖情况

创造品质一流的冰箱企业是海信冰箱坚定不移的目标。海信北京先后获得“全国质量信得过产品”，“全国质量服务消费者满意企业”，“全国质量、售后服务信誉双保障企业”等荣誉称号，并于 2007 年均获得中国质检总局质量免检企业称号。

海信冰箱一流的产品品质也获得广大消费者的认同，海信牌电冰箱获得 2007 年度“中国名牌产品”荣誉。海信冰箱所获质量认证及获奖情况如下：

发证机关	认证/荣誉	获得时间	证书编号
国家质量监督检验检疫总局	中国名牌产品证书	2007.09—2010.09	07-161-05-814
中华人民共和国国家质量监督检验检疫总局	产品质量免检证书	2007.12-2010.12	(2007) 国免字 (370020028) 号
山东世通质量认证有限公司	质量管理体系认证证书	2006.1.7-2009.1.6	10406Q10002ROM
中标认证中心	中国节能产品认证证书	2006.4.8-2010.4.7	JD01-0690-2006
中国电磁兼容认证中心	中国国家强制性产品认证证书	2005.9.27	2005020701000303
中标认证中心	2005年度节能贡献奖	2005.10	无
中标认证中心	2006年度节能贡献奖	2006.11	无

#### 4、近三年内的重大产品质量纠纷情况

海信北京、海信南京近三年内无重大产品质量纠纷的情况。

#### （七）技术与研发

##### 1、主要产品生产的核心技术

###### （1）变频技术

海信冰箱自成立起一直致力于从事变频技术和节能技术在冰箱当中的应用，2003 年，海信成功的将直流变频技术应用于冰箱的生产，成为国内率先实现冰箱变频模块国产化的企业。

在直流变频技术成功实现批量应用基础上，海信还开发了效率更高、控制精确度更好、噪声更低的矢量变频控制技术。2004 年底，海信的矢量变频控制在冰箱中的应用项目通过专家委员会鉴定，达到国际领先水平。这一技术的研制成功使海信成为行业领先的拥有自主知识产权的变频冰箱品牌。

###### （2）双制冷系统风冷技术

双制冷系统采用了冷冻、冷藏两个蒸发器，实现了两个不同间室的独立运行，并可以实现两个系统的同时工作。通过应用此项技术，克服了采用单系统直冷技术存在的食品水分流失问题和不同储藏间室的串味问题；将双制冷结合风冷加湿技术，保持了冷藏室内的食品的水分，提高了食品的保鲜程度。目前该技术已经在海信多门冰箱中得到广泛应用。



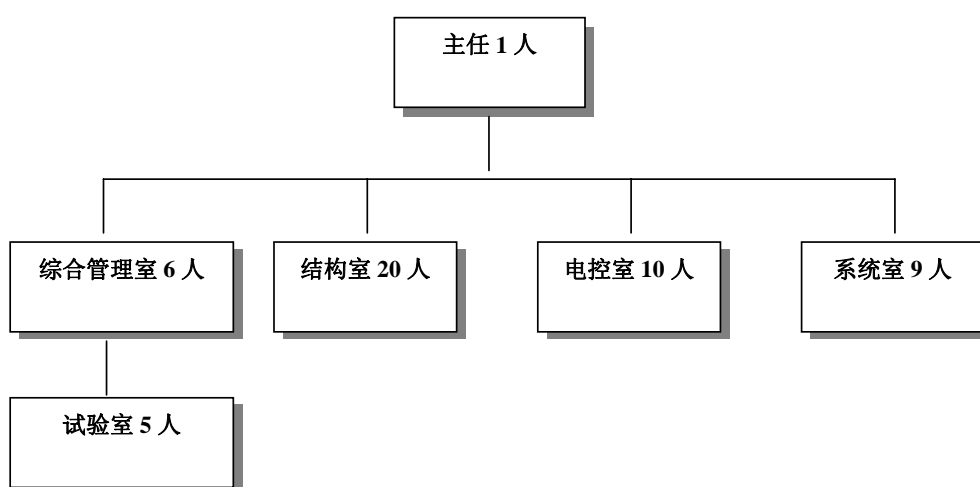
### （3）光保鲜技术和等离子除臭技术

通过应用光保鲜技术，维持了蔬菜等食品在冷藏室的生长性，提高了食品的新鲜程度。而通过应用等离子除臭技术，将该装置放置于风道中，可以清除储藏室内的微生物和细菌，并可以清除异味，达到杀菌除臭效果。目前该系列技术已广泛应用于多门、对开门、三门多温区产品中，其中光保鲜技术在普通冰箱中也得到了广泛应用。

## 2、研发情况

### （1）研发机构设置及运作机制

海信北京下设家电研究中心，负责海信冰箱的研发工作。家电研究中心的机构设置如下：



家电研究中心实行项目管理体制：每个研发项目由项目经理牵头负责，组建项目团队共同实施，通过制定项目实施方案及时间进度，按进度开展工作，定期总结汇报，办理项目评审等事宜。项目结束后，按分工及贡献对相关工程师给予奖励。

家电研究中心对研发人员实施激励机制：研发人员 40% 的年收入与项目挂钩，项目奖金总额根据创新性、复杂性、工作量确定；在项目验收上根据任务书、进度、成本、质量等因素打分，项目奖金分节点验收后按季度发放。

### （2）研发成果

海信冰箱的直流变频技术、矢量变频技术等均为海信冰箱家电研究中心自行研发。海信矢量变频冰箱入选 2005 年中国家电行业十大创新产品，成为唯一入围的创新冰箱产品。海信的矢量变频控制技术研究及应用项目，获得了 2006 年中国制冷学会科技进步奖和轻工业协会科技创新奖。同年，还获得了青岛市科技进步一等奖。目前，矢量变频技术已经全面应用于海信的多温区冰箱、多门冰箱等一系列高端冰箱中。

## （八）安全生产与环境保护

## 1、安全生产

### （1）安全生产及其保障情况

在安全管理方面，海信北京于 2007 年 9 月通过了国家安全生产科学院认证中心的 GB/T28001-2001 职业健康安全管理体系认证，建立和完善了一套完整的安全生产体系，涵盖了基础安全生产、现场管理、安全设施管理等多方面。海信北京、海信南京为保体系的有效运行，公司每年年初编制公司 HSE 管理方案，并于每月进行总结、回顾、督查、考核，于每年年末进行 HSE 管理评审，评估 HSE 管理体系的运行情况，予以更新完善。2007 年以来，每年 HSE 管理体系的内部审核和外部审查的结果表明，公司 HSE 管理体系的执行落实及维护改进均处于良好状态。

### （2）近三年是否因安全问题受到重大处罚

海信北京、海信南京近三年均未因安全问题受到过任何重大处罚。

## 2、环境保护

### （1）公司环保治理情况

在环境保护管理方面，海信北京于 2007 年通过了国家安全生产科学院认证中心的 GB/T24001-2004/ISO14001:2004 环境管理体系认证，海信南京也已通过了 ISO14001 环境体系的认证，建立和完善了一套完整的环境管理体系。为保体系的有效运行，通过每年年初编制 HSE 管理方案，并于每月进行总结、回顾、督查、考核，于每年年末进行 HSE 管理评审，评估 HSE 管理体系的运行情况，予以更新完善。2007 年以来，每年 HSE 管理体系的内部审核和外部审查的结果表明，公司 HSE 管理体系的执行落实及维护改进均处于良好状态。

### （2）近三年环保处罚及整改情况

海信北京、海信南京近三年均未因环境保护问题受到过任何处罚。

## IV、模具业务

### （一）主营业务概览

海信模具集工业与产品结构设计与模具设计与加工制造、注塑与喷涂加工等主要业务于一身，以开发制造大型、复杂、精密模具、开发应用最新的塑料成型技术、做国际一流企业的供应商为目标，致力于在模具制造及塑料成型领域为广大家电、汽车等制造企业提供优质的产品和服务。

### （二）主要产品情况介绍

## 1、主要产品

截至 2008 年末，海信模具已具备了年产模具 700 台的生产能力。近三年主要产品的产量如下表所示：

单位：台

主要产品	2008 年	2007 年	2006 年
大模模具	375	325	287
精密模具	185	151	105
合计	<b>560</b>	<b>476</b>	<b>392</b>

注：“大模模具”在内部分类上是指在尺寸长宽都大于 500mm 的精密模具。

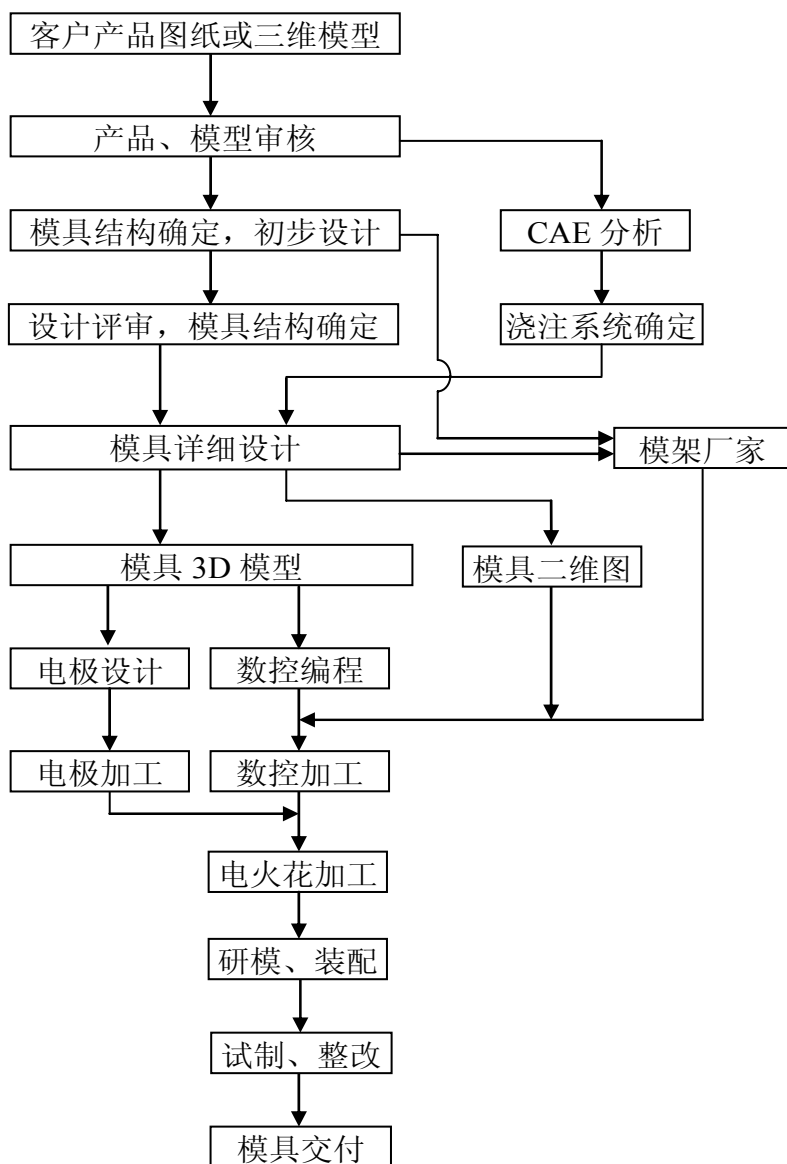
## 2、主要产品生产工艺及流程图

### （1）产品生产工艺

注塑模具是塑料注射成型的基本装备，它是借助螺杆或柱塞的推力，将已熔化的塑料熔体以一定的压力和速率注入闭合的模具型腔内，经冷却固化定型后开模而获得制品的过程。在这个过程中，要求模具结构合理，动作可靠，自动化程度高，热交换效率好，成型周期短。

模具属典型的单件生产、订单生产，模具的研制、开发一般包括设计、加工、研配、试制、整改以及贯穿始终的质量控制过程。在这一过程中，主要通过一系列的设计开发工作，充分利用 CAD/CAM/CAE 等先进技术，依靠技术人员、高技能操作人员高技术含量的劳动，向客户提供附加值高、技术关联性强、结构复杂、高精密度的模具。

### （2）生产工艺流程图



### （三）主要经营模式

#### 1、生产模式

海信模具属于接单式生产方式，主要有两类业务，一种是塑料模具的设计，加工和服务，主要承接国内外客户的各种塑料模具，在模具订单确定后，组织模具的设计，物料的采购以及模具的加工和试制工作，并提供模具交付后的服务工作；另一种是塑料制品的生产，塑料制件的订单确定后，根据客户的需求数量组织安排塑品制件的加工，并安排发送到客户要求的使用地点。

#### 2、采购模式

采购业务主要有两类业务：一种业务是采购原材料、标准件、刀具、量具及其它易耗品，按照工程部列制的采购计划和设计部编制的技术文件实施采购，同时负责付款的申请；另一种业务是委外加工，采购部按照加工部、装配部的委外加工计划实施委外加工。公司采用多种模式相结合的方式进行采购，其中最主要的采购模式为招标比价采购，采购价格在通过采购部、计财部、业务部门三方共同参与确定，分管领导审核，总经理批准后由业务员开始实施采购。

### 3、销售模式

本公司采用订单式直销模式，由海信模具的市场业务团队直接根据终端客户需求进行报价，待价格等条件确认并接到订单后，将客户的技术、工期等要求通知海信模具生产、技术等相关部门开始施工，在整个施工过程中对客户提出的产品、工期等变更进行确认与协调。

#### （四）主要采购情况

海信模具主要采购的商品为模架、热流道及其配件、模具钢、石墨等，海信模具最近三年向前五名供应商采购情况如下表所示：

年度	向前五名供应商采购总额（万元）	占当年采购总额的比例（%）
2008年	4551.39	44.38%
2007年	3662.92	48.09%
2006年	3492.77	43.18%

海信模具不存在向单个供应商的采购比例超过 50%或严重依赖少数供应商的情形。

#### （五）销售情况

##### 1、各类产品 2008 年度的销售情况

产品类别	产量（台/件）	销量（台/件）	销售收入（万元）	销售收入占比（%）
模具	560	522	12,950.71	99.49%
塑料件	723,549	723,549	65.93	0.51%
合计	—	—	<b>13,016.64</b>	<b>100%</b>

##### 2、客户集中度分析

2008 年度前五大销售客户情况如下表：

序号	客户名称	销售金额（万元）	占主营业务收入的 比例	是否属于关联销售
----	------	----------	----------------	----------

1	青岛海信进出口公司	8,324.05	63.95%	是
2	青岛海信电器股份有限公司	2,009.84	15.44%	是
3	天津通广三星电子有限公司	1,241.53	9.54%	否
4	乐金电子（沈阳）有限公司	633.65	4.87%	否
5	青岛海信塑料制品有限公司	342.39	2.63%	是
合计		13,001.14	99.887%	

## （六）质量控制情况

### 1、公司质量管理体系

海信模具的质量管理体系通过十几年的发展日趋完善，质量管理覆盖从设计到交付的全过程，并配以先进的检测设备和手段、完善的供应商认定程序和责任追溯制度，保证每一个零件从设计到交付全程处于稳定的受控状态。同时在整个过程中以标准化的思想，推进零件化设计、加工，并通过项目形式持续改进各过程的操作方法、流程。海信模具早在 1999 年即顺利通过 ISO9001 质量管理体系认证。

### 2、质量控制机构

质量管理部海信模具的质量控制机构，主要职能为：（1）组织质量目标计划的分解，质量指标体系的建立、维护并组织不断改进提高；（2）组织实施质量管理体系的建立、维护及运作监控，确保质量管理体系的有效运行及持续改进；（3）组织实施从进货一直到出厂全过程的产品质量的检验、验证等控制工作，确保流转到下道工序的产品无缺陷，确保交付客户的模具质量满足客户要求；作好质量信息的统计、分析和改进工作；（4）负责组织质量事故的调查处理，质量事故纠正措施的制定和跟踪落实，并组织实施质量奖罚；（5）负责组织各职能部门对供方质量保证能力的评定、供方选择及业绩评价；负责组织实施对供方的质量控制和相关技术培训工作。

### 3、近三年内的重大产品质量纠纷情况

海信模具近三年无重大产品质量纠纷。

## （七）技术与研发

### 1、主要产品生产的核心技术

海信模具目前已形成了冰箱、空调、液晶电视机、大型复杂汽车、通讯电子等七大类具有自己的核心技术及专利模具系列产品，这几类产品的核心技术主要体现在以下两个方面：

（1）蒸汽加热及温度控制技术：通过自主研发，采用高温蒸汽加热及模具温度实时控制技术，成型时模温提高到塑料的热变形温度以上，消除熔接痕，得到高质量表面的制件。

（2）电加热及温度控制技术：为解决能耗及高效环保的进行塑料产品生产，公司通过技术引进及研发创新的形式，采用电加热及模具温度实时控制技术，消除熔接痕，得到高质量表面的制件。

## 2、研发情况

### （1）研发机构设置及运作机制

海信模具的研发工作由研究所、设计部、和精密模具部三个部门共同承担，其中：研究所主要进行新技术、新产品预研；设计部以大型复杂精密模具的应市研发为主；精密模具部主要进行高精密模具方面的技术研究和开发。海信模具制定了完善的研发项目管理体系，从项目的立项报告、评审、过程跟踪、到结题验收、激励都有标准可依。海信模具通过建立研发投入核算体系及研发人员奖励考核制度，进一步规范了技术开发费的归集与核算；并与山东大学、华中科技大学建立了长期产学研合作伙伴关系，分别在高端产品的研发和设计手段改进方面进行长期研发合作。

### （2）研发成果

海信模具通过产学研合作、联合开发、自主研发等方式，近年来已实施研发项目 15 个，申请专利 10 项，现已授权 3 项。研发成果均转化形成冰箱、空调、通讯电子、液晶电视机、大型复杂汽车、等七大类精密模具系列，年设计制造大型复杂精密模具 250 余套，小型高精密模具 300 余套。

## （八）安全生产与环境保护

### 1、安全生产

#### （1）安全生产及其保障情况

海信模具成立了以总经理为第一责任人的“安全生产管理委员会”，定期进行安全生产检查，定期召开安全生产例会，并层层签订了安全生产责任目标责任书。海信模具着重加强对一线员工安全生产教育，新进厂员工严格执行三级安全生产教育；并通过建立专职安全生产管理机构加强对安全生产的日常管理，员工持证上岗率达到 100%。此外，海信模具建立起了健全的安全生产管理规章制度体系，并于 2006 底通过了《青岛市安全生产质量标准化体系》认证。

#### （2）公司近三年是否因安全问题受到重大处罚

2006 年，海信模具因塑品事业部注塑厂内发生机械伤害事故一起，受到过青岛市安全生产监督管理局两万圆的处罚。该生产安全事故已于 2006 年处理完毕，并于其后进行了安全生产的整改工作：一是修订和完善了相关操作规程；二是强化了安全生产监督检查管理力度，确实落实了安全生产责任制；三是加强了员工安全生产意识培训教育；四是加强了对员工劳动防护用品的要求。

## 2、环境保护

### （1）公司环保治理情况

海信模具严格遵守国家环保法律法规，制定了《环境保护管理制度》、《安全卫生检查管理办法》等制度并严格执行；公司在生产中认真贯彻《中华人民共和国清洁生产促进法》，大力推进清洁生产。因环保工作成效显著，海信模具在 2007 年获青岛市环保局、青岛市经贸委及青岛市发改委联合表彰，并取得“清洁生产认证”。

### （2）近三年环保处罚及整改情况

海信模具近三年未因环保问题而受到处罚处罚。

## V、海信营销的业务情况

### （一）业务模式

如前所述，海信品牌的空调、冰箱产品的国内销售由海信营销统一进行。海信营销在全国各地下设四十多个分公司，设分公司-办事处两级销售机构，通过分公司拓展经销商、代理商，对全国各级销售市场形成有效覆盖。海信营销在全国建立有完善的销售渠道，各种业务模式的销售网点多达 13000 多个，有效覆盖全国三四级市场。并通过设立中转库及分公司自管库的方式，将货源遍布到全国各地，各级市场经销商要货，均能确保在一周之内送达。

#### 1、采购模式

海信营销采用向各生产厂下订单的方式采购产品。以年度规划订单、月度滚动订单及半月订单的三级模式，依据市场需求、销量预测、库存周转等情况，以及同期历史数据，综合各种因素以调整和确定月度滚动订单及半月需求订单。

#### 2、销售模式

海信营销采用直营零售和批发分销的两种销售模式，即“总部-分公司-直营商”模式和“总部-分公司-代理商-分销商”模式。

（1）直营零售模式为主要销售模式，包括传统渠道直营商家和大连锁直营商家



两种形式。传统渠道直营商家采用现款现货的形式，通过海信营销在全国下设的分公司与直营零售商家签订年度销售合同，制定每一年的销售规模及销售计划。销售商根据合同中约定的销售计划与实际需求相结合，向分公司提出订单，海信营销根据货款情况向商家发货。大连锁直营商家采用铺借额度、定期对账结算的形式，在年度合同中制定相应的信用铺借额度，由海信营销在信用额度内发货，信用额度到期后由双方对账结算。

（2）批发分销模式为辅助销售模式，主要是授权给当地的传统渠道商家为代理销售商家，由其负责给当地的分销商家进行供货。海信营销通过与代理商、分销商签订三方销售协议的方式对整个销售过程进行约定，由代理商作为企业和终端分销商的联系纽带，对整个销售通路进行拓展和维护，有效利用传统渠道资源，全面拓展渠道销售通路。批发分销模式在实际操作中采用现款现货的结算形式。

## （二）主要产品的采购情况

海信营销2008年度采购白色家电产品的情况如下：

序号	供应商名称	供应的产品类型	采购数量 (台)	采购金额 (万元)	占总业务成本的比例	是否属于关联采购
1	海信山东	空调	1,346,058	149,552.95	44.56%	是
2	海信北京	冰箱	631,434	80,755.52	24.06%	是
3	海信南京	冰箱	509,941	64,534.57	19.23%	是
4	临沂海信电子有限公司	洗衣机	207,817	8,894.78	2.65%	否
5	上海惠而浦家用电器有限公司	洗衣机	9,154	1,005.75	0.30%	否
合计			<b>2,704,404</b>	<b>304,743.57</b>	<b>90.79%</b>	

## （三）销售情况

### 1、各类产品的2008年度的销售情况

产品类别	采购量(台)	销量(台)	销售收入(万元)	销售收入占比 (%)
空调	1,346,058	1,493,649	166,839.11	48.70%
冰箱	1,141,375	1,193,922	162,991.41	47.58%
洗衣机	216,962	218,524	12,756.83	3.72%
合计	2,704,395	2,906,095	342,587.35	100%

## 2、销售市场分布

销售区域	销售收入（万元）	销售收入占比（%）
华东	174,359.29	50.89%
华北	45,926.46	13.41%
华中	42,470.85	12.40%
华南	30,477.75	8.90%
西南	20,313.11	5.93%
东北	15,337.32	4.48%
西北	13,702.57	4.00%
<b>合计</b>	<b>342,587.35</b>	

## 3、客户集中度分析

海信营销 2008 年度前五大销售客户情况如下表：

序号	客户名称	销售金额（万元）	占主营业务收入的比 例	是否属于 关联销售
1	苏宁	44,266.21	12.88%	否
2	国美	40,698.57	11.85%	否
3	五星	7,833.25	2.28%	否
4	三联	7,363.37	2.14%	否
5	青岛宇恒电器有限公司	6,645.51	1.93%	否
	<b>合计</b>	<b>106,806.91</b>	<b>31.09%</b>	

## 四、标的资产其他情况

## （一）“海信”商标的使用权

“海信”商标的所有者海信电子控股已于2007年11月分别与海信山东、海信浙江、海信北京、海信南京签订《商标使用许可合同》（以下简称“原合同”），并约定由于一方造成合同不能履行，由过错方承担应付的违约责任，并承担相应的经济损失。

为进一步支持本次交易后海信科龙的业务发展，海信电子控股同意对原合同约定的许可使用费用条款进行修改，并于2008年5月18日与海信山东、海信浙江、海信北京和海信南京分别签订《<商标使用许可合同>之补充合同》，许可海信山东、海信浙

江、海信北京与海信南京在合同项下使用商标的期间为永久使用，使用方式为无偿。本次补充合同除将上述许可使用费条款由有偿修改为永久无偿使用外，原合同其他条款继续有效。

## （二）标的资产拥有的专利技术情况

本次交易标的资产共计合法拥有和使用 627 项专利技术。其中，海信山东合法拥有和使用 465 项专利技术；海信北京合法拥有和使用 136 项专利技术；海信日立合法拥有和使用 25 项专利技术；海信浙江合法拥有 1 项专利技术。上述专利技术均系各标的公司依法拥有和获得相关权利人的授权使用，该等专利技术均在有效期内，未设有任何质押或其他第三方权益，亦未有被司法查封、冻结或其它受限制的情形。

## （三）海信模具与海信电子控股、海信集团、海信电器分别签署的商标使用许可协议或专利实施许可合同的情况

### 1、商标使用许可协议

海信模具与海信电子控股签署《商标使用许可合同》，合同约定海信电子控股将已注册的使用在7类商品上第1017243号“Hisense”商标和第1041357号“海信”商标，许可海信模具使用在7类加工塑料用模具等商品上；许可使用的期限自2008年1月1日起至2012年12月31日止；许可使用费及支付方式：海信模具按使用合同商标商品的全部销售收入金额的1%向海信电子控股缴纳商标使用费。

合同期满，如需要延长使用时间，在合同期满两个月内提出申请，由双方续订商标使用许可合同。

### 2、专利实施许可合同

（1）2008年10月13日，海信集团、海信电器与海信模具签署《专利实施许可合同》，合同约定海信集团、海信电器将其共同拥有的专利号为ZL200620083449.X的实用新型专利和CN200510043907.7的发明专利许可海信模具使用，许可方式为独占许可，许可期限为合同生效之日起五年。

（2）2008年10月13日，海信电器与海信模具签署《专利实施许可合同》，合同约定海信电器将其拥有的专利号为ZL200620011496.3和CN200720017183.3等4项实用新型专利许可海信模具使用，许可方式为独占许可，许可期限为合同生效之日起五年。

上述两合同中，未对专利使用费进行约定，合同实际履行过程中，海信模具未支付上述专利的使用费。

## 第五节 发行股份情况

### 一、发行股份基本情况

#### （一）非公开发行方案概要

公司拟向第一大股东海信空调非公开发行股份（A股）购买其旗下包括冰箱、空调、模具生产和营销在内的白色家电资产，以改善公司资产质量、财务状况和增强持续发展能力。

#### （二）非公开发行拟购买资产的定价原则

本次拟购买的标的资产包括海信空调持有的海信山东100%股权、海信浙江51%股权、海信北京55%股权、海信日立49%股权、海信模具78.7%股权以及海信营销的白色家电营销资产。

标的资产的最终交易价格将按照市场化原则，考虑多种因素后协商确定，该等因素包括但不限于标的资产的财务和业务状况及发展前景、市场同类公司的交易情况、具有证券从业资格的评估机构评估的价值、A股及H股股东的利益。

#### （三）非公开发行拟购买资产的交易价格

根据《海信科龙电器股份有限公司以新增股份（A股）购买青岛海信空调有限公司白电资产之协议》，本次非公开发行股份（A股）购买资产的交易价格为123,820.48万元。

#### （四）非公开发行股份的定价基准日、定价依据和发行价格

根据《重组办法》等有关规定，上市公司发行股份的价格不得低于本次发行股份购买资产的董事会决议公告日前20个交易日公司A股股票交易均价。交易均价的计算公式为：董事会决议公告日前20个交易日公司A股股票交易总金额/决议公告日前20个交易日公司A股股票交易总量。

据此，公司本次非公开发行价格确定为海信科龙第六届董事会2009年第九次会议决议公告日前20个交易日的交易均价，即3.42元人民币/股。本次发行前如有派息、送股、资本公积金转增股本等除权除息事项，则对本价格作相应除权、除息的处理，发行股数也将根据发行价格的情况进行相应处理。

#### （五）非公开发行股份数量

本次发行股数按照如下方式确定：海信科龙向海信空调非公开发行的股数=标的资产的交易价格/本次发行的股票价格。

海信科龙本次非公开发行的具体A股股数以经中国证监会的审核为准，但不超过362,048,187股A股股份，每股面值1元。

#### （六）锁定期安排

本次交易完成后，海信空调同意通过本次非公开发行获得的海信科龙新增股份自过户至名下之日起36个月不转让，其原持有海信科龙股份于海信空调本次认购的股份自登记至其名下之日全部重新锁定36个月不转让。

#### （七）上市安排

本次交易发行的A股股份将于上述锁定期届满后在深交所上市交易。

## 二、发行股份后公司控制权变化情况

本次交易前，海信空调持有公司250,173,722股A股股份，占公司总股本的25.22%，为公司第一大股东；本次交易实施后，海信空调将持有本公司不超过612,221,909股股份，持股比例不高于45.21%，本次交易将不会导致公司的控制权发生变化。

## 三、本次发行前后主要财务数据比较

项目	本次交易前	本次交易后			2009年8月31日
		2008年12月31日	变化数	变化幅度	
总股本（万股）	99,200.66	135,405.48	36,204.82	36.50%	135,405.48
净资产（万元）	-99,144.16	-32,776.39	66,367.77	66.94%	-2,348.94
归属于母公司所有者的净利润（万元）	-22,670.16	-18,954.04	3,716.12	16.39%	31,398.83
每股净资产（元/股）	-1.00	-0.24	0.76	76.00%	-0.02
每股收益（元）	-0.23	-0.14	0.09	39.13%	0.23

注：交易前的财务数据根据上市公司2008年度经审计的财务报告；交易后的财务数据是根据广东大华华德专审字[2009]326号审计报告，假设本次交易于2008年1月1日实施完毕后上市公司截止2008年12月31日和2009年08月31日的经审计的模拟备考财务数据。

由上表数据显示，本次交易后，截止2008年12月31日，海信科龙归属于母公司所

有者的净资产由交易前的-99,144.16万元增加至-32,776.39万元，每股净资产增厚0.76元/股；归属于母公司所有者的净利润相比交易前的-22,670.16万元增加3,716.12万元，对应每股收益增厚0.09元/股。

综上，本次交易有利于改善上市公司的资产质量，增强公司的持续发展能力。

#### 四、本次发行前后股本结构变化

公司拟向第一大股东海信空调非公开发行股份（A股）购买其旗下包括冰箱、空调生产和营销在内的白色家电资产，本次标的资产的交易作价123,820.48万元，非公开发行A股股票价格为3.42元/股，共计发行不超过36,204.8187万股，本次交易前后上市公司的股本结构如下：

	重组前		重组后	
	数量（万股）	比例（%）	数量（万股）	比例（%）
海信空调持股	25,017.3722	25.22	61,222.1909	45.21
合计	<b>99,200.6563</b>	<b>100</b>	<b>135,405.4750</b>	<b>100</b>

## 第六节 本次交易的主要协议

### 一、发行股份购买资产协议

2009年6月29日，海信科龙与海信空调签署了附条件生效的《海信科龙电器股份有限公司以新增股份（A股）购买青岛海信空调有限公司白电资产之协议》，该协议主要内容如下：

#### （一）标的资产

标的资产为海信空调合法拥有的空调权益、冰箱权益、模具权益及白电营销资产。空调权益：海信山东100%的股权、海信浙江51%的股权、海信日立49%的股权；冰箱权益：海信北京55%的股权（海信北京持有海信南京60%的股权）；模具权益：海信模具78.7%的股权；营销资产：海信营销的白电营销资产（包括负债）。

#### （二）定价原则、交易价格及交易基准日

本次交易的定价原则为双方根据市场化原则，考虑多种因素后协商确定，该等因素包括但不限于标的资产的财务和业务状况及发展前景、市场同类公司的交易情况、具有证券从业资格的评估机构评估的价值、A股及H股股东的利益。

双方同意，本次非公开发行股份（A股）购买资产的交易价格为123,820.48万元。若标的资产交割日经审计的账面净资产值低于交易基准日经审计的模拟净资产值，则海信空调需以现金补齐差额。反之，海信科龙不需要以现金退还海信空调。审计的会计准则为中国公认会计准则。标的资产交割日时的账面净资产值的审核将于本次交易完成后的60日内完成。差额确定公式为：差额=标的资产于交割日经审计的账面净资产值－标的资产于交易基准日经审计的模拟账面净资产值。

标的资产价值的评估基准日期为2009年4月30日。

#### （三）对价支付

海信科龙购买标的资产，支付的对价为海信科龙向海信空调非公开发行不超过362,048,187股A股股份，每股面值为人民币1元，发行价为海信科龙第六届董事会2009年第九次会议决议公告日前20个交易日的交易均价，即人民币3.42元/股。本次发行前如有派息、送股、资本公积金转增股本等除权除息事项，则对本价格作相应除权、除息的处理，发行股数也将根据发行价格的情况进行相应处理。

本次发行股数按照如下方式确定：海信科龙向海信空调非公开发行的股数=标的

资产的交易价格/本次发行的股票价格。

海信科龙本次非公开发行的具体A股股数以经中国证监会的审核为准，但不超过362,048,187股A股股份。

#### （四）先决条件

1、本次交易在下列条件都得到满足时方可进行：

（1）海信科龙A股及H股继续在深交所和香港联交所上市交易。

（2）海信科龙股东大会审议通过：① 本次非公开发行股份(A股)收购资产方案；② 同意海信空调免于按照中国证监会及香港有关规定和要求向全体股东发出全面收购要约（强制要约清洗豁免）。

（3）海信科龙H股股东大会审议通过本次非公开发行股份(A股)收购资产方案。

（4）海信科龙A股股东大会审议通过本次非公开发行股份(A股)收购资产方案。

（5）根据中国法律的规定取得有关监管部门的批准/核准：

① 中国证监会核准海信科龙本次非公开发行股份购买资产的方案，并豁免海信空调就本次购买海信科龙股份履行全面要约收购的义务；

② 青岛市国资委批准本次交易，且标的资产的资产评估结果亦需向青岛市国资委履行备案手续。

（6）根据香港法律法规的规定取得有关部门及监管机关的所有批准，包括但不限于：

香港证监会授予海信空调及其一致行动人的强制要约清洗豁免。

（7）本次交易获得第三方的许可、同意：

① 本次交易涉及的白电营销资产需要取得海信营销主要债权人的许可；

② 对标的资产具有优先受让权的第三方放弃优先受让权的同意；

③ 其他对本次交易具有权利的第三方的许可、同意。

（8）双方于本协议中给予对方的保证为准确无误。

2、双方同意，双方应尽最大努力争取使上述全部先决条件在本协议第五条第（一）款第2、3、4项约定的股东大会会议通过之日起十二个月内或双方以书面同意的较后日期或之前（以下简称“最后限期”）完成。

3、本协议第五条第（一）款规定的任何先决条件如未能于最后限期或之前全部满足，本协议自动终止。本协议一旦终止，双方于本协议项下之任何权利、义务及责任也同时失效，对双方均不再具有任何约束力。



#### （五）交易生效条件

本协议自取得第五条第一款第5项规定的中国有关监管部门的批准后完全生效，但旨在交易完成之前适用的任何条款以及实施该等条款所必要的任何其他条款应于本协议书签署后对双方具有约束力。

#### （六）过渡期

1. 双方同意，在过渡期内标的资产产生的收益由海信科龙享有，亏损由海信空调承担。

2. 双方同意，过渡期内海信空调仍需以正常方式经营运作和管理标的资产，海信空调应当保持标的资产在过渡期内的商誉和经营不受到不利影响。

3. 在过渡期内，除正常的生产经营活动外，海信空调应在对外提供担保和实施资本性投资前书面通知海信科龙。

4. 过渡期内，如发生任何情形对本次资产转让产生或可能产生重大不利影响时，海信空调应立即书面通知海信科龙。该等情形包括但不限于对海信空调及其下属企业或其该等企业的管理团队提起的诉讼、仲裁、审理、调查或其它程序，或任何政府部门的批文或指示，或海信空调任何重大资产的灭失或毁损。

5. 海信空调承诺，在过渡期内未经海信科龙书面同意之前不得对标的资产进行处置、不得对目标公司的主营业务进行调整、不得对目标公司的股权结构及注册资本进行调整、不得对目标公司分配红利或作其它影响本次交易的安排。

6. 过渡期内，海信空调未书面通知海信科龙而对外提供担保或实施资本性投资的，或发生对海信空调的经营有重大不利影响的事件致使或可能致使海信空调资产价值发生重大损失或对其生产经营产生较大影响的，海信科龙有权单方面解除本协议，且无需对海信空调支付任何违约金、赔偿或补偿。

7. 海信空调承诺在过渡期内保持海信空调管理层的稳定性及连续性。如管理层发生重大变化，海信科龙有权单方面解除本协议，且无需对海信空调支付任何违约金、赔偿或补偿。

#### （七）违约责任

1、如果任何一方出现下列任何一种情形，即构成违反本协议：

- （1）违反本协议所规定的任何义务；
- （2）违反本协议所规定的任何承诺及海信空调违反过渡期安排；
- （3）在本协议中所作的声明和保证与事实不符或有误导成分。

2、如果发生前述的违反本协议的情形，守约方有权要求违约方在30日内进行补正；如果违约方未能在限定期限内补正，则守约方有权解除本协议，同时违约方应承担违约责任。

#### （七）协议附件

海信空调与海信营销签署的《青岛海信空调有限公司与青岛海信营销有限公司关于白电营销资产之收购协议》为本协议之附件。

另外，协议还对签署本协议后和交割时的法律责任，相关费用和税收，声明、保证与承诺，保密，违约责任，不可抗力，协议修改、补充、解除或终止，法律适用，争议解决，通知等事项进行了明确的约定。

## 二、白电营销资产收购协议

2009年6月29日，海信空调（收购方）与海信营销（出售方）签署了《青岛海信空调有限公司与青岛海信营销有限公司关于白电营销资产之收购协议》，该协议主要内容如下：

#### （一）标的资产

本协议项下的标的资产包括海信营销所有的与海信（Hisense）品牌空调、冰箱等白色家电销售有关的经营性资产和负债。

截至2009年4月30日，经广东大华德律会计师事务所审计的标的资产账面价值为人民币-9,509.61万元。

#### （二）收购资产

双方同意，自标的资产交割完成之日起，海信科龙享有并承担标的资产项下的法定权利和法定义务，海信营销不再享有和承担该等权利和义务。

为本协议之目的，双方同意“标的资产交割完成”是指标的资产的所有权由海信营销直接过户至海信科龙。

#### （三）资产价值及支付

本次收购标的资产的交易基准日为2009年4月30日，根据中联资产评估有限公司出具的《资产评估报告》，本次收购标的资产的价值为人民币-5,895.43元。

双方协商一致，本次白电营销资产收购价格为人民币零元，即海信空调无需向海信营销支付对价。

由于本协议是海信空调与海信科龙签署的《海信科龙电器股份有限公司以新增股份（A股）购买青岛海信空调有限公司白电资产之协议》的附件，因此，本协议项下的标的资产交割时不单独进行差价调整，将由海信空调与海信科龙根据其上述协议统一进行差价调整。差价调整公式为：标的资产于交割日经审计的账面净资产值—标的资产于交易基准日经审计的模拟账面净资产值。若本协议项下资产交割时出现差价，则海信空调有权向海信营销追偿。

海信空调对海信营销的全部债务承担连带担保责任，担保期间为两年，自本协议生效之日起计算。

#### （四）先决条件

本次交易在下列条件都得到满足后方可进行：

- 1、本协议已经双方内部决策机构审议批准并签署；
- 2、出售方主要债权人同意本次收购；
- 3、标的资产涉及的负债的转让取得债权人同意；
- 4、收购方与科龙电器签订的《海信科龙电器股份有限公司以新增股份（A股）购买青岛海信空调有限公司白电资产之协议》所有先决条件和生效条件成就。

#### （五）生效条件

本协议自所有第四条先决条件成就后完全生效，但旨在交易完成之前适用的任何条款以及实施该等条款所必要的任何其他条款应于本协议书签署后对双方产生法律约束力。

#### （六）过渡期

- 1、双方同意，自本协议签署日至资产交割完成前，为本次收购的过渡期。
- 2、双方商定，在过渡期内标的资产所产生的收益和亏损由收购方（海信空调）享有和承担。

3、过渡期内，如发生任何情形对标的资产产生或可能产生重大不利影响时，出售方应立即书面通知收购方。该等情形包括但不限于任何有可能对出售方或其管理团队提起的诉讼、仲裁、审理、调查或其它程序，或任何政府部门的批文或指示，或标的资产的灭失或毁损。

#### （七）资产交割

- 1、双方商定于本次收购所有生效条件满足后立即开始标的资产的交割。出售方须于收到收购方关于标的资产的交割通知书后十五日内向科龙电器交付，并与收购方

共同办理标的资产的交割手续，直至标的资产合法地、完全地转至科龙电器名下。

2、资产交割完成后，出售方将终止其原有的白电销售方面的所有业务和活动，并保证自身及其控制的其他企业不以任何方式开展白电销售业务活动，其股东、关联企业及高级管理人员亦负有同等义务，若有违反，将对收购方承担赔偿责任。

3、出售方保证与标的资产有关的业务、人员及客户随标的资产的转移一并由科龙电器承继，并保证促使相关合约的顺利变更或重新签订。收购方承诺将促使科龙电器在接收本协议项下营销资产转移中相关人员的转移中完全承继出售方在该等劳动合同中约定的全部权利和义务。

另外，协议还对陈述与保证，税、费及其他，违约责任，不可抗力，协议变更、解除或终止，争议解决及法律适用等事项进行了明确的约定。

## 第七节 风险因素分析

投资者在评价本公司本次重大资产购买时，除本报告书的其他内容和与本报告书同时披露的相关文件外提供的其它资料外，还应特别认真地考虑下述各项风险因素。

### 一、交易风险

#### （一）标的资产估值风险

本次交易拟购买海信山东 100%股权、海信浙江 51%股权、海信北京 55%股权、海信日立 49%股权、海信模具 78.7%股权以及海信营销的白色家电营销资产。具有证券业务资格的独立评估机构中联资产评估有限公司对拟购买资产进行了评估，并分别出具了中联评报字[2009]第 240 号~245 号《资产评估报告》。本次交易标的资产以 2009 年 04 月 30 日为评估基准日，采用成本法和收益现值法两种方法进行评估，并选择成本法作为最终评估结果。本次交易标的资产的评估增值主要是由于标的资产的土地、房产和机器设备等增值所致。

本公司特提醒投资者，虽然评估机构在评估过程中严格按照评估的相关规定，并履行了勤勉、尽职的义务，但仍可能存在因未来实际情况与评估假设不一致，未来资产市场价格与当前重置成本不一致，导致出现标的资产估值与实际情况不符的情形。

#### （二）标的资产盈利能力波动风险

根据广东大华出具的《假定三年前已购入青岛海信空调有限公司模拟编制的拟被收购主体（以下简称“拟被收购主体”）截止 2009 年 4 月 30 日、2008 年 12 月 31 日、2007 年 12 月 31 日、2006 年 12 月 31 日备考财务报表的审计报告》（华德专审字[2009]324 号），本次拟购买资产 2006 年、2007 年、2008 年及 2009 年 1—4 月归属于母公司所有者的净利润分别为 10,080.63 万元、12,367.61 万元、3,809.16 万元、5,976.25 万元。根据广东大华出具的华德专审字[2009]327 号《盈利预测的审核报告》，本次拟购买资产 2009 年度预计实现归属于母公司所有者的净利润 6,380.46 万元。

本公司特别提醒投资者，由于白色家电行业市场竞争激烈，行业价格波动将会直接影响标的资产的盈利能力，国家宏观经济政策、原材料价格波动等因素也会对标资产的盈利能力造成影响，因此，标的资产盈利能力存在出现波动的风险。

### （三）盈利预测的风险

本公司对2009年的盈利情况进行了预测，广东大华德律会计师事务所对2009年度的盈利预测报告进行了审核并出具了华德专审字[2009]328号《盈利预测审核报告》。上述盈利预测乃基于若干受经济及竞争环境等重大不确定性及或然性制约的假设编制而成，其中很多因素非公司所能控制。

本公司特别提醒投资者，尽管标的资产的备考合并盈利预测及海信科龙的模拟备考合并盈利预测中的各项假设遵循了谨慎原则，但仍可能出现实际经营成果与备考合并盈利预测及模拟备考合并盈利预测的结果存在差异的情况，并不保证实际经营成果必然达到备考合并盈利预测及模拟备考合并盈利预测的盈利水平。

### （四）本次交易实施完成日存在不确定风险

本次交易的实施需履行包括获得相关商务部门批准的有关程序。因此，本次交易实施完成日具有不确定性。

本公司将严格按照中国证监会的有关规定，及时履行本次交易所必须履行的各项程序。

## 二、本次交易完成后上市公司的风险

### （一）行业和市场风险

目前白色家电领域市场竞争日趋激烈，整个行业的竞争热点已经开始从单纯的价格竞争向包含品牌、技术、产业链、质量、规模、管理、渠道等在内的综合价值竞争回归；另一方面，受国际金融危机影响，家电行业面临出口下降及国内经济增长放缓、居民消费需求锐减的双重影响，尤其是空调行业在2008年下半年出现了行业性大幅度下滑局面，市场销售遇到了前所未有的挑战。因此，本次重组完成后公司必须充分发挥在技术、质量上的竞争优势，不断扩大经营规模，创造新的利润增长点，以应对日益加剧的市场竞争风险。

### （二）业务与经营风险

#### 1、行业集中度加大，淘汰率加大的风险

随着原材料的涨价和厂家的激烈竞争，市场资源将不断向优势品牌集中，一些竞争力不强的品牌将遭到淘汰。由于海信科龙与标的资产在重组前各自的市场占有量并不具备绝对的竞争优势，因此，在如此激烈的市场竞争中，本次重组完成后公司必须保持和发挥所拥有的“海信”“科龙”“容声”三大品牌的协同效应，发挥整合后的规

模效应和技术优势，以进一步提升公司竞争力。

## 2、白电家电业务整合风险

本次重组前，海信空调白色家电业务与海信科龙虽均主营冰箱、空调等产品，但各自在产品细分领域各有所长，且各自拥有独立的管理团队。

本次重组完成后，海信空调白色家电业务必须与海信科龙现有白色家电业务全面彻底融合方能发挥两者合并后的协同效应。鉴于这种整合涉及两个规模庞大的业务与管理架构的对接、业务流程的重塑、销售渠道等多方面，两者整合周期的长短在一定程度上将对双方优势互补效应的迅速、充分发挥产生影响。

此外，本次拟购买的海信营销白电资产，因前期投入了大量的市场开拓费用，且因该类费用的投入存在一定的滞后效应而未在投入当期产生相应收益，导致海信营销白电资产的净资产为负值。上述前期投入的能否在本次重组后迅速进入回报期存在不确定性。

## 3、销售渠道变化风险

目前，国内白电行业的销售渠道越来越专业化。一方面，专业化的营销渠道不仅可以实现产品集中出货，而且还会加快存货和资金周转，节省营业费用；另一方面，专业家电零售商凭借庞大的销售网络与营销能力，以大规模统购分销的方式，而成为价格的决定者。而专业家电零售商之间的激烈竞争进一步加剧了价格下滑，从而进一步挤压了生产企业的利润空间。

本次重组完成后，公司必须充分发挥标的资产和公司原有营销渠道的优势，迅速整合并建立功能更为完善的营销渠道，以消除行业渠道变化所带来的新风险。

## 4、原材料价格波动的风险

钢材、铜材、铝材、塑料等是公司主导产品冰箱、空调不可缺少的重要原材料。近年来，国内钢材、铜材、铝材、塑料等原材料的价格出现了较大幅度的波动，给整个白色家电企业经营造成了较大影响。如果未来国内钢材、铜材、铝材、塑料等原材料价格仍旧出现较大波动，势必对公司生产经营产生较大的影响。

## 5、非经常性损益影响的风险

拟注入资产最近三年一期的非经常性损益情况如下：

单位：万元

性质或内容	2009年1-8月	2008年	2007年	2006年
1.非流动性资产处置损益(包括已计提资产减				

值准备的冲销部分):				
(1)处置长期资产收入	28.41	575.88	135.59	20.21
(2)处置长期资产支出	94.27	315.19	45.68	262.30
2.计入当期损益的政府补助(与公司正常经营业务密切相关,符合国家政策规定,按照一定标准定额或定量持续享受的政府补助除外)	461.69	2,076.17	1,244.62	890.49
3.债务重组损益	-	-	-	-
4.与公司正常经营业务无关的或有事项产生的损益	-	-	-	-
5.除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外,持有交易性金融资产、交易性金融负债产生的公允价值变动损益,以及处置交易性金融资产、交易性金融负债和可供出售金融资产取得的投资收益	-	-	-	-
6.除上述各项之外的其他营业外收入和支出:	-	-	-	-
(1)营业外收入	624.63	1,329.87	968.30	810.10
(2)营业外支出	663.27	360.62	431.02	687.11
营业外收支净额	-38.64	969.25	537.29	123.00
扣除少数股东损益前非经常性损益合计	357.19	3,306.11	1,871.82	771.39
减:少数股东损益影响金额	183.83	705.65	602.76	274.84
扣除少数股东损益后非经常性损益合计	173.36	2,600.47	1,269.06	496.54
减:所得税影响金额	116.15	381.27	372.19	142.18
非经常性损益合计	57.21	2,219.20	896.87	354.36
归属于母公司所有者净利润	13,673.13	3,809.16	12,367.61	10,080.63
非经常性损益/归属于母公司所有者净利润	0.42%	58.26%	7.25%	3.52%

本次交易拟注入资产盈利预测中也考虑了非经常损益的影响,其中2009年盈利预测考虑了637.88万元非经常性损益,2010年盈利预测考虑了780.29万元的非经常性损益。

综上,本次交易的拟注入资产最近三年一期净利润包含一定金额的非经常性损益。2006年、2007年、2008年及2009年1-8月的非经常性损益剔除所得税影响后分别对海信科龙当年净利润的影响为3.52%、7.25%、58.26%和0.42%,拟注入资产业绩在特定年度内存在对非经常性损益的重大依赖。在本次交易拟注入资产盈利预测中也考虑了非经常损益的影响,提请广大投资者考虑非经常性损益的发生对上市公司业绩的影响,注意投资风险。



### （三）技术风险

由于国内白电行业激烈的市场竞争，加之国家产业标准及环保要求日益严格，白色家电产品的生命周期越来越短，因此，本次重组完成后，公司必须通过提高自主创新能力、提升产品性能、加强质量控制以及加快进行新产品的研发，才能立足于竞争激烈的市场之中。然而，新技术产品从研究到开发再到生产和销售，任何一个环节出现不当都会给公司带来巨大的损失。

### （四）汇率变动风险

本公司的日常经营中有一定数量的外汇收支，如产品出口、购买原材料等，由于公司日常经营中外汇收支不平衡，故人民币与美元、欧元等外币间的汇率变动可能对公司的资产价值和经营业绩产生一定的影响。

公司目前积极采取各项措施，尽量缩短销售与结汇的时间，以避免汇率波动给公司带来的风险。

### （五）政策风险

近年来，国家颁布修改了一系列产业政策，包括技术政策、环保政策、出口退税政策等。这些政策的制定和修改在促进国内白色家电行业发展的同时，也提高了国内白色家电企业生产、技术、环保等要求。因此，如果未来国家关于白色家电行业一系列相关生产、销售的法律、法规变动无疑会给公司生产经营产生一定的影响。

本公司将紧密关注国家宏观调控政策和产业政策，严格遵守国家的金融、税收、环保等政策，根据国民经济发展和白电行业的发展趋势，合理规划发展战略，保持公司稳定发展。

### （六）公司治理、管理与内部控制风险

#### 1、大股东控制风险

本次交易前，海信空调持有本公司25.22%的股份，为公司第一大股东；本次交易完成后，海信空调将最高持有本公司45.21%的股份，成为本公司控股股东。鉴于海信空调于本次交易后的控股地位进一步增强，海信空调及其关联方可以通过董事会及股东大会对本公司的人事任免、经营决策等重大事项施加重大影响。为了避免海信空调利用其控股地位对公司的上述事项进行非正常干涉而对公司其他股东特别是中小股东合法权益造成影响，海信空调应严格按照公司法和上市规则行使大股东的权利和义务，切实保障上市公司的独立性，维护全体股东利益。

为了有效地控制该项风险可能给本公司带来的影响，一方面海信空调承诺，将保

证与本公司做到人员、资产、业务、财务和机构“五分开”；另一方面，本公司将不断完善以法人治理结构为核心的现代企业制度。

本公司与大股东实际发生的关联交易，均将根据“公开、公平、公正”的交易原则签订相关的关联交易协议。同时，通过充分发挥独立董事的作用，提高公司决策的科学性，更好地维护本公司及中小股东的利益。

## 2、关联交易的风险

本次发行完成以后，公司实际控制人海信集团将根据相关关联交易协议，提供公司经营所需的原材料、服务及设施等。尽管本次重组完成后公司与海信集团之间的关联交易总额以及占公司业务比重均大幅度降低，并主要局限于对主营业务的辅助性交易，但仍存在上述关联交易如果不能按合同正常履行而影响公司正常生产经营的风险。

## 3、偿债风险

根据本公司2008年度经审计的合并财务报告，公司截至2008年12月31日归属于母公司所有者的净资产为-99,144.16万元，资产负债率达122%；另据广东大华德律会计师事务所为本次重组出具《假定二年前已购入海信科龙电器股份有限公司模拟编制的拟合并资产（以下简称“拟合并主体”）截止2009年4月30日、2008年12月31日备考财务报表的审计报告》（华德专审字[2009]326号），假设标的资产自2008年1月1日起即整体注入科龙电器，则截止2008年12月31日和2009年4月30日，本公司合并报表归属于母公司所有者的净资产分别为-32,776.39万元、-21,469.54万元，资产负债率分别为99.36%和97.69%。本次交易将有效地改善公司目前的资产负债状况，但公司的净资产仍为负数。因此，本次重组完成后，如果公司在未来几年利润及现金流量不能维持在一个合理的水平，或者不能顺利获得相应的债权或股权融资，则有可能会出现偿债风险，影响公司生产经营业务的正常开展，从而对公司的增长、竞争地位及未来盈利能力产生不利影响。

### （七）股票价格波动风险

公司股票在深交所 A 股及联交所 H 股市场挂牌上市。股票价格不仅取决于公司的经营状况，同时也受国家经济政策调整、利率和汇率的变化、股票市场投机行为以及投资者的心理预期波动等多种因素的影响。

由于以上多种不确定因素的存在，公司股票可能会产生脱离其本身价值的波动，从而给投资者带来投资风险，投资者对此应有充分的认识。

#### （八）其他风险

本公司不排除政治、经济、自然灾害以及突发性公共卫生事件等其他不可控因素给公司带来不利影响的可能性。

## 第八节 本次交易的合规性分析

本次交易符合《公司法》、《证券法》等法律法规的规定，符合中国证监会《重组办法》以及《深圳证券交易所股票上市规则》等的相关规定，公司就本次交易的合规性说明如下：

### 一、本次交易符合《重组办法》第十条的规定

#### （一）符合国家产业政策和有关法律和行政法规的规定

上市公司主要从事空调、电冰箱等白色家用电器的开发、制造、产品内（外）销售、售后服务等。通过本次海信空调将旗下白电资产注入上市公司，上市公司实现了海信空调和海信科龙两大白电资产的整合，主营业务没有发生变化，其业务范围符合国家产业政策。

2009年2月19日，国务院常务会议审议并原则通过了轻工业调整振兴规划（下称规划）。规划针对家电等多项产业提出了有针对性的要求或扶持政策，另外明确提出积极推进产业重组，根据产业政策和市场化原则，鼓励引导龙头企业、具备较高技术含量和品牌价值的企业实行兼并重组，减少技术开发周期和成本，加快企业做强做大。海信科龙通过本次交易，将彻底解决与海信空调之间的同业竞争、实现两大白电业务的实质性整合；此外，海信科龙还将取得“海信”这一驰名商标的使用权，并将海信白电经过十余年积累且已具备自主知识产权的“变频技术”纳入麾下，有利于提高海信科龙的竞争力，加快上市公司做强做大。因此，本次交易符合国家产业政策。

海信科龙本次拟购买的海信白电资产均能严格遵守国家环境保护和土地管理的有关规定组织开展经营活动，不存在违反环境保护和土地管理相关法律和行政法规的情形。

综上所述，本次交易符合国家的产业政策和和有关环境保护、土地管理等法律和行政法规的规定。

#### （二）本次交易完成后，本公司符合股票上市条件

深交所《深圳证券交易所股票上市规则》第十八章释义 18.1 第（十）条规定如下：“股权分布发生变化不具备上市条件：指社会公众持有的股份连续二十个交易日低于公司股份总数的 25%，公司股本总额超过人民币四亿元的，社会公众持有的股份连续

二十个交易日低于公司股份总数的10%。上述社会公众是指除了以下股东之外的上市公司其他股东：1、持有上市公司10%以上股份的股东及其一致行动人；2、上市公司的董事、监事、高级管理人员及其关联人。”

本次交易海信科龙将发行不超过36,204.8187万股，交易完成后，海信科龙的股本总额将增加至135,405.4750万股，其中海信空调持股比例最高将增加至45.21%，其他单一股东持股比例均低于10%。因此，本次发行完成后，公司股权分布符合上市条件要求。

同时，海信科龙近三年无重大违法行为，财务会计报告未发生虚假记载之情形；公司满足《公司法》、《证券法》、《深圳证券交易所股票上市规则》等有关法律、法规的规定。

因此，本次交易完成后，本公司符合股票上市条件。

### （三）标的资产定价公允，不存在损害上市公司和股东合法权益的行为

海信科龙本次非公开发行股份购买资产依法进行，由公司董事会提出方案、聘请中介机构根据上市公司重大资产重组的有关规定出具审计、评估报告等专业意见，并按程序报有关监管部门审批。本次交易所涉关联交易的处理遵循公开、公平、公正的原则并履行合法程序，关联股东将在股东大会上回避表决，以充分保护全体股东，特别是中小股东的利益，整个交易过程不存在损害上市公司和全体股东利益的其他情形。

本次交易拟购买资产的价格以具有证券业务资格的评估机构出具的评估报告为依据，经交易双方考虑多种因素后协商确定。本次发行股份的定价按照市场化的原则，以上市公司第六届董事会2009年第九次会议决议公告日前20个交易日的股票均价为定价依据。整个交易中标的资产定价公允、合理，不存在损害上市公司和股东的合法权益。

上市公司独立董事关注了本次交易价格的公允性以及重组后公司未来的发展前景，对本次交易方案提交董事会表决前进行了事前认可，同时就本次交易发表了独立意见，对本次交易的公平性给予认可，认为：

1、上市公司本次非公开发行A股股份购买资产构成重大资产重组，同时构成关联交易。董事会在本次审议相关议案时，关联董事全部回避表决，董事会召开、表决程序符合有关法律、法规和公司章程的规定。

2、通过本次交易，控股股东海信空调将与白色家电相关的主营业务及资产注入

本公司，从根本上避免了海信空调与上市公司之间的同业竞争，并能够大量减少海信空调及其关联方与上市公司之间的关联交易。本次交易的实施，将有利于化解公司面临的财务、经营风险，改善公司财务状况、增强持续发展能力，公司的核心竞争力将得到加强，有利于公司的长远发展，符合公司全体股东的利益。

3、中联评估对上市公司本次发行股份购买的目标资产进行了评估，并出具了中联评报字[2009]第240号~245号《资产评估报告书》。中联评估为具备证券业务资格的专业评估机构，除业务关系外，中联评估与上市公司及海信空调无关联关系，亦不存在现实的及预期的利益或冲突，具有独立性。评估报告的假设前提能按照国家有关法规和规定执行、遵循了市场通用的惯例或准则、符合评估对象的实际情况，评估假设前提具有合理性。评估机构实际评估的资产范围与委托评估的资产范围一致；评估机构在评估过程中实施了相应的评估程序，遵循了独立性、客观性、科学性、公正性等原则，运用了合规且符合目标资产实际情况的评估方法，选用的参照数据、资料可靠；资产评估价值公允、准确。

4、本次交易价格以评估结果为依据，本次交易价格的定价原则符合相关法律法规的规定。本次交易是公开、公平、合理的，符合上市公司和全体股东的利益。

5、本次交易以及签订的相关协议，符合《公司法》、《证券法》、《重组办法》、《上市公司证券发行管理办法》及其他有关法律、法规和中国证监会颁布的规范性文件的规定，本次交易具备可操作性。

综上所述，本次交易标的资产及发行股份的定价方式公平，定价结果合理，不存在损害上市公司和股东合法权益的情形。

#### **（四）标的资产权属清晰、资产过户或转移不存在法律障碍，相关债权债务处理合法**

本次交易涉及的标的股权资产为交易对方海信空调持有的海信山东 100%股权、海信浙江 51%股权、海信北京 55%股权、海信日立 49%股权、海信模具 78.7%股权以及海信营销的白色家电营销资产。

截至本报告书签署日，海信空调合法持有本次交易的标的资产。海信浙江、海信北京、海信日立和海信模具的其他股东均已经申明放弃优先受让权并同意本次交易；海信空调所持有的上述股权资产的权属清晰，不存在质押、冻结等限制转让的情形，股权过户不存在法律障碍。

海信营销白电营销资产为海信空调全资子公司海信营销合法拥有之资产，根据

《发行股票购买资产协议》约定海信空调承诺通过合法方式取得该等营销资产的所有权，并保证该等资产权属合法、不存在法律、行政法规及其他规定限制其转让的情形，亦不存在损害任何第三方利益的情形。海信空调已于2009年6月29日与海信营销签署了《白电营销资产收购协议》，协议收购海信营销拥有的白电营销资产。海信营销根据《白电营销资产收购协议》，将于本次重组实施时直接向海信科龙交割白电营销资产。截至本报告书签署日，白色营销资产的转让已经取得了海信营销主要债权人的认可。

综上所述，上述标的资产权属清晰，不存在限制或者禁止转让的情形，资产过户或者转移不存在法律障碍，相关债权债务处理合法。

#### **（五）有利于上市公司增强持续经营能力，不存在可能导致上市公司重组后主要资产为现金或无具体经营业务的情形**

海信空调和海信科龙两大白电资产的整合，从发展公司主营业务方面看，可以使海信科龙白电产销量进入行业前列，同时还可以大大降低公司的采购成本、管理成本、运输成本等，规模化经营的协同效应将得以充分地发挥。从保持上市公司的持续经营能力看，本次交易将增强海信科龙的资产质量、改善财务状况，增强公司的持续发展力，使公司走上健康快速发展轨道，实现做大做强的战略目标，不存在可能导致上市公司重组后主要资产为现金或无具体经营业务的情形。

#### **（六）有利于上市公司保持独立，符合中国证监会关于上市公司独立性的相关规定**

本次交易前，本公司已严格按照《公司法》、《证券法》及中国证监会相关规定建立了相关制度，使公司在人员、资产、业务、财务、机构等方面均保持独立性。本次交易对本公司的人员独立、资产完整和财务独立不构成影响；本公司仍将具有独立经营能力，并在人员、资产、业务、财务、机构等方面保持独立性。

此外，本次交易将大量减少上市公司与海信空调、海信集团在原材料采购、相互贴牌加工产品和国内市场营销等方面的关联交易，彻底消除了上市公司与海信集团及其关联人之间的同业竞争，有利于增强上市公司的独立性，符合中国证监会关于上市公司独立性的相关规定。

#### **（七）有利于上市公司形成健全、有效的法人治理结构**

本次交易前，上市公司已严格按照《公司法》、《证券法》及中国证监会相关要求设立股东大会、董事会、监事会等组织机构并制定相应的议事规则，具有健全的组

织结构和完善的法人治理结构。

本次交易完成后本公司仍将保持健全有效的法人治理结构。详见本报告书“第十三节 本次交易完成后的情况说明”。

## 二、本次交易符合《重组办法》第四十一条的规定

### （一）本次交易有利于提高上市公司资产质量、改善公司财务状况和增强持续发展能力

本次交易，海信空调及海信集团将其旗下优质的白色家电资产全部注入了上市公司，将进一步夯实公司的主营业务、大幅度改善公司资产质量，改善公司财务状况和增强持续发展能力，符合公司及全体股东的利益。具体分析详见本报告“第十节 上市公司董事会就本次交易对上市公司的影响进行的讨论与分析”。

### （二）有利于上市公司减少关联交易和避免同业竞争，增强独立性

本次重组完成后，海信科龙将严格规范与海信空调及其关联方可能发生的关联交易，本着公平、公开、公正的原则确定交易价格，及时履行信息披露义务。同时，海信空调及实际控制人海信集团均承诺将尽量减少与海信科龙发生的关联交易；承诺海信空调、海信集团及其所控制的企业将不会在中国境内及境外发展任何与海信科龙及其所控制的企业从事业务相同或相近的业务或项目；亦不再谋求通过与任何第三人合资、合作、联营或采取租赁经营、承包经营、委托管理等方式直接或间接从事与海信科龙及其所控制的企业构成竞争的业务。上述承诺的实现，将增强上市公司的独立性。

具体内容详见本报告“第十二节 同业竞争和关联交易”。

### （三）公司财务报告被注册会计师出具无保留意见审计报告

本次交易前，本公司与前任大股东——广东格林柯尔企业发展有限公司及其关联方（以下简称“格林柯尔系公司”）或其通过第三方公司在2001年至2005年期间发生了一系列关联交易及不正常现金流入流出，上述交易与资金的不正常流入流出，以及涉嫌资金挪用行为已被有关部门立案调查。截止2009年4月30日，本公司对格林柯尔系公司和上述特定第三方公司应收款项余额为6.51亿元，本公司对此计提了3.65亿元的坏账准备。

针对上述情况，本公司年报审计机构广东大华德律会计师事务所认为“仍无法采取适当的审计程序，以获取充分、适当的审计证据，以判断该笔款项所作估计坏账准备是否合理，应收款项的计价认定是否合理”，为公司2008年度、2009年1—4月财务



报表出具了保留意见的审计报告。

对于该保留意见，公司董事会认为该项保留事项涉及公司前大股东广东格林柯尔企业发展有限公司及其关联企业对公司资产占用的历史遗留问题，该部分资金占用是否全额追回并不影响公司当前正常的生产经营。

本公司根据目前所了解的案件信息对格林柯尔系公司及特定第三方的应收款项的可收回金额进行估计，估计依据包括：本公司申请法院对格林柯尔系公司财产的查封冻结资料以及本公司聘请的案件律师对上述资金占用所作的初步分析报告。经本案律师分析，格林柯尔系公司可供清欠财产价值约为人民币10亿元，格林柯尔系公司在法院被诉总债权金额约为人民币24亿元，本公司对格林柯尔系公司资金侵占的起诉标的额为7.91亿元，并存在努力争取按照格林柯尔系公司可供清偿财产与债务的比例对本公司的债权进行清偿。本公司根据估计的清偿比例并考虑案件尚在审理过程中，法院对本公司债权金额尚未确认，本公司董事会作出了可收回债权金额的估计，并计提了坏账准备人民币3.65亿元。

本公司董事会认为，坏帐准备的计提是一项会计估计，公司对此项应收款的帐务处理没有违反企业会计制度的有关规定，虽然相关法院已对本公司起诉格林柯尔系公司及其特定第三方案件的十七项诉讼作出一审判决，本公司均胜诉（其中判决已生效的有十三项诉讼）。由于法院尚未对上述案件中被查封财产确定分配方案，公司目前尚无法明确对前述债权的受偿率。本公司待上述债权清偿比例明确后，根据确定的可收回债权比例追溯调整2005年度资产负债表、利润表，并调整2006年12月31日、2007年12月31日、2008年12月31日、2009年4月30日资产负债表的相关科目，但不会影响公司未来年度的当期损益。

对于上述追溯调整的合理性，广东大华出具专项说明认为“根据《企业会计准则第28号——会计政策、会计估计变更和差错更正》的规定‘前期差错通常包括计算错误、应用会计政策错误、疏忽或曲解事实以及舞弊产生的影响’。我们认为，上述保留事项涉及的债权清偿比例明确后，海信科龙可以确定可收回的金额，与账面计算的金额的差异属于前期会计差错。理由是：由于海信科龙前管理层舞弊等外部的原因，公司在没有非常明确的、可靠的证据的情况下，根据自己估计来判断可收回的金额，并计算坏账准备。因而，对坏账准备的计算是人为的判断，可能存在计算差错。第十二条规定：企业应当采用追溯重述法更正重要的前期差错，但确定前期差错累积影响数不切实可行的除外。追溯重述法，是指在发现前期差错时，视同该项前期差错从未发

生过，从而对财务报表相关项目进行更正的方法。若实际收回时，收回的金额与账面金额一致或差异较小，也就不需要追溯调整。”

此外，根据广东大华《关于 091261 号〈中国证监会行政许可申请材料补正通知书〉的答复》（华德综字[2009]54 号），广东大华认为：保留意见所涉事项不会对申请人目前以及未来的财务状况，经营成果以及现金流量带来重大影响。

综上，海信科龙 2008 年、2009 年 1-4 月审计报告保留意见所涉事项为海信科龙历史遗留问题所致，但该保留意见不会对海信科龙正常的生产经营造成影响，也不会给海信科龙未来年度的财务状况，经营成果以及现金流量带来重大影响。

#### **（四）本次发行股份所购买的资产，为权属清晰的经营性资产，并能在约定期限内办理完毕权属转移手续**

公司本次发行股份所购买的标的资产为海信空调持有的海信山东 100%股权、海信浙江 51%股权、海信北京 55%股权、海信日立 49%股权、海信模具 78.7%股权以及海信营销的白色家电营销资产，上述标的资产权属清晰、完整，不存在质押、担保权益或其它受限制的情形，也不存在债权债务纠纷的情形，能够在约定期限内办理完毕权属转移手续。

### **三、本次交易符合《收购管理办法》相关规定**

本次交易完成后，本公司的控股股东海信空调持有本公司的股权比例将由 25.22% 上升至不超过 45.21%，本公司的控股股东和实际控制人没有发生变化。根据《上市公司收购管理办法》第六十二条第三款规定，本次交易属于可以向证监会申请免除发出要约的情形。据此，海信空调拟向中国证监会提出豁免要约收购义务的申请。

## 第九节 本次交易的公平合理性分析

### 一、本次交易价格的公允性分析

#### （一）本次交易定价的依据

本次交易标的资产的定价是根据市场化原则，经公司与海信空调公平协商并考虑多种因素后确定，这些因素包括但不限于：具有证券从业资格的评估机构评估的价值、标的资产的财务和业务状况及发展前景、市场同类公司的交易情况以及 A 股及 H 股股东的利益等。

中联评估以2009年4月30作为评估基准日对本次交易标的资产分别进行了评估，并出具了中联评报字[2009]第240号~245号《资产评估报告书》。本次拟购买标的资产的评估净资产价值总额为123,820.48万元（最终以经青岛市国资委备案数为准）。本次交易标的资产的定价以上述评估基准日的资产评估价值为基础，并考虑多种因素后，最终确定交易价格为123,820.48万元。

公司本次向海信空调非公开发行股份的定价依据为公司董事会于2009年5月8日召开的第九次会议决议公告日前二十个交易日的交易均价，即3.42元/股。

#### （二）本次交易标的资产评估的合理性分析

##### 1、评估机构的独立性

中联评估接受海信科龙和海信空调的委托，根据国家有关资产评估的规定，本着独立、客观、公正、科学的原则，对本次交易标的资产的价值分别进行了评估。中联评估的评估人员按照必要的评估程序对委托评估的资产实施了实地查勘、市场调查与询证，并按照公认的资产评估方法对标的资产进行评估，并出具了中联评报字[2009]第240号~245号《资产评估报告书》。

同时，中联评估及注册资产评估师出具承诺函：中联评估及参加评估工作的全体人员与资产投资各方之间无任何特殊利害关系，评估人员在评估过程中恪守职业道德和规范，并进行了充分努力；评估工作未受任何人为干预并独立进行。

##### 2、评估假设前提的合理性

本次交易标的资产的评估假设前提包括：

##### （1）本次评估以资产评估报告所列明的特定评估目的为基本假设前提；

（2）本次评估的各项资产均以评估基准日的实际存量为前提，有关资产的现行市价以评估基准日的国内有效价格为依据；

（3）本次评估假设评估基准日后外部经济环境不会发生不可预见的重大变化；

（4）本次评估假设被评估企业的经营业务合法，并不会出现不可预见的因素导致其无法持续经营；

（5）本次评估结果是依据本次评估目的，以持续使用和公开市场为前提，确定的现行市场价值，没有考虑将来可能承担的抵押、担保事宜，以及特殊的交易方式可能追加付出的价格等对其评估价值的影响，也未考虑国家宏观经济政策发生变化以及遇有自然力和其它不可抗力对资产价格的影响。

（6）本次评估范围及采用的数据、报表及有关资料均由被评估企业提供，被评估企业对其提供资料的真实性、完整性负责。本次评估假设上述资料、数据均能真实、完整地反映企业的实际状况。

（7）评估报告中涉及的有关权属证明文件及相关资料由被评估企业提供，被评估企业对其真实性、合法性承担法律责任。除特别说明外，本次评估假设企业资产不存在法律瑕疵。

（8）本次评估测算各项参数取值未考虑通货膨胀因素；

（9）国家现行的银行利率、汇率、税收政策等无重大改变；

（10）企业管理团队无重大变化，并尽职尽责按照目前的经营方式和经营计划持续经营。

### 3、资产评估方法的合理性

本次交易标的资产的评估目的是为海信科龙非公开发行股份购买海信持有的白电资产事宜提供价值参考依据，中联评估根据国家有关资产评估的规定，本着独立、公正、科学和客观的原则及必要的评估程序，对本次交易的各标的资产进行了评估。本次评估采用重置成本法和收益法两种方法进行，以成本法评估的标的资产价值为123,820.48万元，以收益法评估的标的资产评估价值为125,600.47万元，两种评估方法的评估值相互印证、评估结果基本吻合。但由于收益法评估结果基于未来企业经营发展和收益预测的准确性，而近年来市场情况的不稳定导致未来收益预测的不确定，故选取成本法评估结果更能客观的反映被评估企业的权益价值，故最终选用成本法的评估结果作为本次交易标的资产的评估价值。

本次以成本法对标的资产各类资产和负债项目的评估方法具体如下：

### （1）流动资产

流动资产评估范围包括货币资金、应收票据、应收账款、预付账款、其他应收款、存货等。

#### ①货币资金

包括现金、银行存款。

A、现金：通过对现金进行实地盘点，并根据现金日记账中的借、贷方发生额倒推出评估基准日的现金实存数，以清查核实后的金额确定为评估值。

B、银行存款：通过查对各开户银行对账单、银行余额调节表，并对所有银行账户进行函证核实。在账单相符的基础上，以调整后账面值确定为评估值。

#### ②应收票据

应收票据系客户开出的银行承兑汇票。评估人员核对了评估基准日后票据收回情况，评估值以清查核实调整后账面值确定。

#### ③应收款项

评估人员在对应收款项核实无误的基础上，借助于历史资料和现在调查了解的情况，具体分析数额、欠款时间和原因、款项回收情况、欠款人资金、信用、经营管理现状等。根据各单位的具体情况，采用账龄分析法，对评估风险损失进行估计。

应收款项以调整后账面值减去评估风险损失作为评估值。账面坏账准备评估为零。

#### ④其他应收款项

其他应收的评估方法同应收款项相同

#### ⑤预付款项

预付账款主要为企业按照购货合同规定，预先支付给供货方的原材料采购款。预付账款全部为近期发生，不存在货物无法收回或应提供的服务无法兑现的风险，评估时确定评估风险损失为零。以清查核实调整后账面价值确定评估值。

#### ⑥存货

存货包括主要为原材料、在产品 and 产成品。

##### A、原材料

原材料为正常生产条件下的企业生产必备的原材料；按现行市场价值确定为评估值；原材料账面值由购买价和合理费用构成，因原材料周转快，账面单价接近基准日市场价格，以账面价值确定评估值。

## B、在产品

在产品全部为企业正在制造尚未完工的生产物。在清查核实的基础上，经分析调研发现，在产品生产周期较短，成本升降变化不大，成本结转及时完整，金额准确。以清查调整后账面值为评估值。

## C、产成品

本次评估的产成品中全部为正常销售产品。评估依据调查情况和企业提供的资料分析，对于产成品采用市场法确定评估值。

### （2）长期股权投资

对长期投资的形成原因、账面值和实际状况等进行取证核实，查阅投资协议、章程和有关会计记录等，以确定长期股权投资的真实性和准确性。

评估方法是对被投资企业进行整体评估，以其评估后的净资产值乘以长期股权投资的投资比例，计算确定长期投资的评估值。

### （3）房屋建筑物类资产

本次房屋建筑物的评估采用的是重置成本法和市场比较法。

评估方法是根据竣工结算资料确定待估建筑物工程量和直接费，进行人工材料修正后以现行定额标准、建设规费、贷款利率计算出建筑物的重置全价，并按建筑物的使用年限和对建筑物现场勘察的情况综合确定成新率，进而计算建筑物评估值。

房屋建（构）筑物评估值=重置全价×成新率

其他房屋建（构）筑物是在实地勘察的基础上，以类比的方法，综合考虑各项评估要素，确定重置单价并计算评估净值。

## A、重置全价

重置全价由建筑安装工程造价、前期及其他费用、资金成本三部分组成。

### i）建筑安装工程造价的确定

建筑安装工程造价包括土建工程、装饰装修工程、给排水、电气、消防及配套信息系统的总价，土建、装饰装修工程造价采用预(决)算调整法进行计算。

### ii）前期及其他费用的确定

前期及其他费用根据当地地方政府规定收取的建设费用及国家物价局、建设部的有关规定收取的建设费用及建设单位为建设工程而投入的除建筑造价外的其它费用两个部分。

### iii）资金成本的确定

资金成本系在建设期内为工程建设所投入资金的贷款利息，其采用的利率按基准日中国人民银行规定标准计算，工期按建设工程合理建设周期计算，并按均匀投入的原则考虑：

$$\text{资金成本} = (\text{建筑安装工程造价} + \text{前期及其它费用}) \times \text{合理工期} \times \text{贷款利息} \times 50\%$$

#### B、成新率

本次评估房屋建筑物成新率的确定，采用现场勘察成新率和理论成新率两种方法计算，并对两种结果按勘察和理论 6:4 的比例加权平均计算综合成新率。其中：

勘察成新率  $N_1$ ：通过评估人员对各建(构)筑物的实地勘察，对建(构)筑物的基础、承重构件(梁、板、柱)、墙体、地面、屋面、门窗、墙面粉刷、吊顶及上下水、通风、电照等各部分的勘察，根据原城乡环境建设保护部发布的《房屋完损等级评定标准》、《鉴定房屋新旧程度参考依据》和《房屋不同成新率的评分标准及修正系数》，结合建筑物使用状况、维修保养情况，分别评定得出各建筑物的现场勘察成新率。

理论成新率根据经济使用年限和房屋已使用年限计算。

$$\text{理论成新率 } N_2 = (1 - \text{已使用年限} / \text{经济寿命年限}) \times 100\%$$

经以上两种方法计算后，通过加权平均计算成新率。

$$\text{成新率 } N = \text{勘察成新率 } N_1 \times 60\% + \text{理论成新率 } N_2 \times 40\%$$

#### C、评估值的确定

$$\text{评估值} = \text{重置价值} \times \text{成新率}$$

##### ②市场比较法：

市场比较法是将待估价房地产与在较近时期内已经发生或将要发生的类似房地产交易实例，就交易条件、价格形成的时间、区域因素（房地产的外部条件）及个别因素（房地产自身条件）加以比较对照，以已经发生或将要发生交易的类似房地产的已知价格为基础，做必要的修正后，得出待估房地产最可能实现的合理市场价格。

运用市场比较法按下列基本步骤进行：

- A、搜集交易实例的有关资料；
- B、选取有效的可比市场交易实例；
- C、建立价格可比基础；
- D、进行交易情况修正；
- E、进行交易日期修正；
- F、进行区域因素修正；

G、进行个别因素修正；

H、求得比准价格，调整确定被评估房地产的评估值。

#### （4）设备类资产

根据持续使用假设，结合待估机器设备的特点和收集资料情况，此次评估采用重置成本法。

评估值=重置全价×成新率

##### ①重置全价的确定

###### A、机器设备的重置全价

对价值量较大、主要关键设备的重置全价由设备购置价、运杂费、安装调试费、工程建设其他费用、资金成本等内容构成。

对价值量较小、不需要安装以及运输费用的一般设备的重置全价，参照现行市场购置价格确定。

###### i) 设备购置价的确定

对国产设备购置价主要根据市场询价，参考《2009 机电产品报价手册》、近期同类设备的购置合同，以及查阅收集的相关价格资料确定；或与同类设备类比确定。

对进口设备的购置价格，主要通过向国内代理商进行调查询价、查阅进口设备合同等确定进口设备的 CIF 价，再考虑外汇汇率、国外运杂费、国外运输保险费、进口设备关税、银行财务费用、外贸手续费、商检费等确定。对无法询到购置价格的进口设备的重置全价，根据与评估对象结构性能相类似、生产能力相近的设备，由专家综合分析调整计算确定。

对于购置时间较长，且国内有替代产品的进口设备购置价，参照国内生产能力相近设备市场价格确定。

###### ii) 设备运杂费的确定

设备运杂费是根据各设备的具体情况，分主要设备和一般设备，以及企业所在地，参照《资产评估常用数据与参数手册》，按它们各占设备原价的不同百分率计算确定。

###### iii) 安装调试费的确定

根据设备的特点、重量、安装难易程度，参照《资产评估常用数据与参数手册》，按其各占设备原价的不同百分率计算确定。

###### iv) 工程建设前期及其他费用的确定

工程建设前期及其它费用根据被评估企业的投资规模，经查阅相关规定及有关取



费文件和当地实际情况，综合确定工程建设其它费用的费率。

#### v) 资金成本

资金成本的计算基础为设备购置价、运杂费、安装调试费和工程建设其他费用，根据资金投入合理建设工期和相应贷款利率计算确定。

资金投入合理建设工期依据该单位工程规模的大小、建设项目相关规定以及行业惯例确定；贷款利率根据中国人民银行 2008 年 12 月 23 日发布的金融机构人民币贷款利率的相应规定确定，资金投入按均匀投入考虑。

#### vi) 重置全价

根据国家税收政策，从 2009 年 1 月 1 日起，购置固定资产时，其进项税可以实行抵扣，因此在本次评估过程中不考虑增值税。因此重置价计算公式为：

重置全价=设备购置价/1.17+运杂费×(1-7%)+安装调试费+工程建设其他费用+资金成本

#### B、运输车辆的重置全价

根据当地车辆市场信息及《黑马信息广告》、《慧聪汽车商情网》等近期车辆市场价格资料，确定本评估基准日的运输车辆现行含税购价，在此基础上根据《中华人民共和国车辆购置税暂行条例》及相关文件考虑车辆购置税、新车上户等手续费，确定其重置全价，计算公式如下：

重置全价=现行含税购价+车辆购置税+新车上户手续费  
=现行含税购价×(1+0.1/1.17)+新车上户手续费

#### C、电子设备重置全价

该类设备参照评估基准日市场购价（不含税价）并结合具体情况综合确定其重置全价。对市场已淘汰但能正常使用的电子设备，参照同类二手设备的市场售价，直接确定其评估值。

#### ②成新率

##### A、机器设备成新率的确定

对价值量较大设备的成新率，以理论成新率（40%）和勘察成新率（60%）加权平均的方法确定其成新率，计算公式为：

成新率=理论成新率×40%+勘察成新率×60%

其中：理论成新率=(1-实际已使用年限/经济寿命年限)×100%

勘察成新率根据设备原始制造质量、生产运行状况、利用程度、制造产品的质量、维护状况、外观和完整性进行观察，综合分析确定。

对价值量较小的一般设备采用年限法确定其成新率。即

成新率=（1-实际已使用年限/经济寿命年限）×100% 或

成新率=尚可使用年限/（尚可使用年限+实际已使用年限）×100%

#### B、运输设备成新率的确定

按年限成新率和里程成新率孰低原则确定，然后结合现场勘察情况进行调整。计算公式如下：

年限成新率=（1-已使用年限/规定使用年限）×100%

里程成新率=（1-已行驶里程/规定行驶里程）×100%

#### C、电子设备成新率的确定

采用年限法确定其成新率，计算公式如下：

成新率=（1-实际已使用年限/经济寿命年限）×100%

#### （5）在建工程

在建工程包括土建工程和设备安装工程。

本次评估采用重置成本法，对工期较长的工程项目，依据调整后账面值考虑资金成本后确定评估值（六个月以上）；对于工期较短的工程项目（六个月及其以内），按调整后账面值确定评估值。

#### （6）无形资产—土地使用权

根据地价评估的技术规程和项目的具体要求，此次评估的价格为出让土地的土地使用权价格。出让土地使用权价格是指估价对象在 2009 年 4 月 30 日，估价对象在本次评估设定用途、设定土地使用年限、设定宗地外 5 通及宗地红线内“场地平整”条件下的国有出让土地使用权价格。

根据《城镇土地估价规程》以及待估宗地的具体条件、用地性质及评估目的，结合估价师收集的有关资料，考虑到当地地产市场发育程度，选择较为适宜的两种评估方法进行评估。

估价人员在认真分析所掌握的资料并进行了实地勘察之后，根据估价对象土地的特点及项目本身的实际状况，选取基准地价系数修正法和市场比较法作为本次估价的基本方法。

## （7）其他无形资产—专利技术

### ①评估方法的确定

专利或非专利技术的研发是提升现代企业竞争力的最重要的途径，是企业培育核心能力的基础。只要专利或非专利技术没有被证明失效，有继续开发并投入应用的前景，其研发投入就应该得到补偿。结合目前的国际国内经济形势，本次待估的均为专利技术难以通过其为企业带来未来收益的途径进行量化，故采用成本途径对标的资产的专利技术进行评估。

### ②评估模型

本次评估假设：专利技术主要由其研制中投入的物化劳动，如消耗的专项原辅材料和水电能源等资源、占用的仪器、设备和场所以及研究试验等费用；及其投入的相关活劳动费用，如研制开发人员的工资、劳务和福利费用以及一定的管理、资料、注册、评审等费用所构成。

因投入专有技术研发而占用了资本获取他项投资收益的机会、或资本因投入该项专有技术的研发而丧失掉获取他项投资收益的机会，则应按社会或行业同类企业的平均收益予以补偿。即：所占用的研发资本(研发费用)至少应按社会或行业同类企业的平均收益率予以必要的收益补偿。另外，研发的专有技术因信息的公开，将导致其技术的陈旧性贬值。由此，可得到专有技术价值的评估模型为：

$$P=B_i \times (1-Q)$$

$$B_i = (A_i + A_{i-1})(1+R)^i \quad i=1,2,\dots,n$$

式中：P：技术的价值；

$B_i$ ：技术占用的研发资本(考虑研发资本收益补偿后累计的研发总费用)；

$A_i$ ：第*i*年新投入的研发资本(研发费用)；

$A_{i-1}$ ：第*i-1*年占用的研发资本(研发费用)

R：研发资本的收益率；

Q：技术的陈旧率；

$Q = \text{信息已公开时间(年)} / \text{预计可使用时间(年)}$ ；

*i*：为研制时间(年)。

## （8）长期待摊费用

对长期待摊费用，在核实支出和摊销政策的基础上，以评估目的实现后的资产占有者还存在的、且与其他评估对象没有重复的资产和权利的价值确定评估值。

### （9）其他资产

其他资产为递延所得税资产，递延所得税资产的产生主要是当资产、负债账面价值与其计税基础不同产生可抵扣暂时性差异的，在估计未来期间能够取得足够的应纳税所得额用以抵扣暂时性差异时，应当以很可能取得用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额为限，确认相关资产的递延所得税资产。

对递延所得税资产，通过了解企业会计政策与税务规定抵扣政策的差异，验算应纳税所得额，核实所得税的计算依据后，以调整后账面值确定为评估值。

### （10）负债

检验核实各项负债在评估目的实现后的实际债务人、负债额，以评估目的实现后的产权所有者实际需要承担的负债项目及金额确定评估值。

## 4、本次评估增值的合理性分析

海信科龙本次拟购买标的资产的合计账面净资产值为82,251.38万元，净资产评估价值为123,820.48万元，增值率为50.54%。本次评估增值主要是由于标的资产的土地、房产和机器设备、专利技术增值所致。具体评估增值情况举例说明如下：

### （1）土地评估增值

海信日立的土地是在2003年取得，取得成本为3.6万元/亩，而目前该幅土地的市场价值在21-25万元/亩；再比如海信模具的土地是于2006年取得，取得时因享受当时青岛经济技术开发区的政策优惠，土地取得成本为6.7万元/亩，而目前该幅土地的市场价值在18-20万元/亩。此外，海信山东、海信北京、海信浙江、海信南京的土地取得时间分别在1997年、2006、2007、2003年，取得土地时也享有不同的政策优惠，时间成本和享受特殊优惠政策使得上述土地本次评估均有不同幅度的增值。

### （2）房产评估增值

本次交易标的资产的房产主要是生产车间、办公楼和生产设施，多采用重置成本法进行评估。海信山东房产的建筑年代在1997年，海信日立、海信浙江在2003年，海信模具和海信南京在2006-2007年之间。上述房产自建成至本次评估的房屋建筑成本均有不同程度的增值；例如建筑材料方面，钢材价格过去在3000元左右，现在为4000-5000元；水泥原来为300元/吨，现在为400-600元/吨；此外，其他成本费用也有不同程度的上涨，故上述房产的评估出现增值。

### （3）设备评估增值

由于本次交易标的资产的大部分设备均在建厂时期购置，而近几年随着人工费和

材料的价格上涨，目前的设备购置价格也随之上涨；此外，设备的折旧年限一般在8-20年，而评估的经济寿命年限在10-25年。因此，本次设备的评估出现增值。

#### （4）专利技术评估增值

本次交易标的资产的研发部门所研发的专利技术，其研发所发生的成本费用均一次性进了管理费用。本次评估对正在使用的专利技术按照成本法重置评估，海信山东、海信北京和海信日立等因拥有多项空调或冰箱生产的专利技术而出现评估增值。

综上所述，土地、房产、设备和已经费用化的专利技术评估资本化均造成了本次交易标的资产的评估出现增值。

#### 5、公司董事会及独立董事对本次评估的意见

本公司董事会认为：本次交易选聘评估机构的程序合法合规，出具评估报告的评估机构具有证券业务资产评估资格，具备充分的独立性和胜任能力，评估假设前提合理，评估定价公允，评估结论合理，符合证监会的有关规定。

本公司独立董事认为：本次非公开发行股份购买资产的评估机构独立、评估假设前提合理、评估方法与评估目的相关，且评估定价公允。

## 二、本次发行股份购买资产的定价合理性分析

公司本次非公开发行股份的发行价格为 3.42 元/股，是公司第六届董事会 2009 年第九次会议的决议公告日前 20 个交易日的公司股票交易均价。本次发行股份购买资产的发行定价机制符合中国证监会《重组办法》第四十二条“上市公司发行股份的价格不得低于本次发行股份购买资产的董事会决议公告前 20 个交易日公司股票交易均价”的规定。

#### 1、从可比上市公司的估值分析本次交易价格的合理性

根据中联评估出具的中联评报字[2009]第 240 号~245 号《资产评估报告》对标的资产的净资产评估值，并经本次交易双方协商，本次交易标的资产的合计作价确定为 123,820.48 万元。另根据广东大华出具的华德专审字[2009]327 号《盈利预测审核报告》，本次交易的标的资产预计 2009 年可实现归属于母公司所有者的净利润 6,380.46 万元。

本次交易标的资产的作价按照 2009 年盈利预测计算的动态市盈率为 19.41 倍；本次交易标的资产截至 2008 年 12 月 31 日的模拟合并归属于母公司的所有者权益为 67,111.29 万元，则本次交易作价相应的市净率为 1.85 倍。

我们选取 A 股白色家电类上市公司于 2009 年 4 月 8 日的交易数据，据此测算的可比上市公司目前的估值水平与本次交易的估值水平对比如下：

证券代码	证券简称	2009-4-8		市盈率 I	市盈率 II	市净率
		收盘价[单位：元]				
000521.SZ	美菱电器	4.42		71.1984	52.1814	1.7244
600336.SH	澳柯玛	5.72		149.6350	83.125	4.3989
000527.SZ	美的电器	10.36		18.9652	19.8946	4.1187
000651.SZ	格力电器	26.01		16.5647	16.2977	4.4372
600690.SH	青岛海尔	9.46		16.4837	20.5212	1.8693
	平均值			54.5694	38.40398	3.3097
<b>标的资产</b>				<b>32.51</b>	<b>19.41</b>	<b>1.85</b>

注：1、数据来源：Wind 资讯；

2、市盈率 I：以 2008 年度每股收益计算的市盈率；

3、市盈率 II：以 2009 年度预测每股收益计算的市盈率；

4、市净率：以 2008 年 12 月 31 日每股净资产计算的市净率。

根据上表，本次交易标的资产作价所对应的市盈率和市净率都低于市场可比上市公司的平均市盈率与市净率，本次交易标的资产的估值水平低于市场同类资产的估值水平。

## 2、从公司本次重组后的盈利能力及持续发展能力分析本次交易价格的合理性

根据广东大华出具的华德专审字[2009]326号《备考财务报表审计报告》、华德专审字[2009]328号《2009年度备考盈利预测报告》，公司本次重组前后每股收益及净资产等指标如下表所示：

单位：人民币元/股

	重组前	重组后	变动比例	重组后	变动比例
	2008-12-31	2008-12-31		2009-12-31	
每股收益	-0.23	-0.14	39.13%	0.08	136.21%
每股净资产	-1.00	-0.24	76.00%		

注：交易前的财务数据根据上市公司2008年12月31日经审计的财务报告；交易后的财务数据是根据广东大华华德专审字[2009]326号审计报告，假设本次交易于2008年1月1日实施完毕后上市公司截止2008年12月31日的经审计的模拟备考财务数据和2009年盈利预测数据。

由上表可以看出，本公司2008年的每股收益-0.23元，每股净资产-1.00元，通过本次重组，截止2008年12月31日，海信科龙每股收益增加了0.09元，每股净资产增加了0.76元，增幅比例相应达到39.13%和76.00%，2009年每股收益则预计为0.08元/股，增

加了136.21%。随着全球经济的逐渐企稳，国内外白色家电市场也将逐渐回暖，本次重组后上市公司的财务状况和持续发展能力将获得进一步的提升。

另外，通过实施本次重大资产重组，海信空调旗下的白色家电资产将全部注入上市公司，实现其白电资产的整体上市。本次重组完成后，本公司将建立集中统一的战略规划、采购、销售和投融资管理体系，发挥整合的协同效应，加快内涵式增长。此外，本公司于重组后将成为海信集团下属唯一的白色家电业务经营平台，将获得海信集团及大股东海信空调更有力的支持。

综上所述，公司本次发行股票定价方式符合《重组办法》的相关规定，拟购买资产的定价合理、公允，充分保护了上市公司和中小股东的利益。本次交易将大幅改善上市公司的资产质量和财务状况，增强上市公司的持续发展能力。

## 第十节 董事会就本次交易对上市公司影响的讨论与分析

### 一、本次交易前上市公司的财务状况和经营成果

本次交易前，海信科龙主要从事开发、制造电冰箱、空调等家用电器，产品内外销售和提供售后服务，运输自营产品。海信科龙主营业务产品是冰箱、空调、冷柜及产品元件销售等，其中冰箱、空调是公司最主要的核心产品，在2008年公司的主营业务收入中，冰箱业务收入占总营业额52.02%，空调业务收入占总营业额37.55%。近几年来，海信科龙通过积极拓展内外销市场、加大研发投入、提高生产效率等措施，希望保持利润的稳定增长，2006年实现归属于母公司所有者的净利润约为4,211.34万元；2007年实现归属于母公司所有者的净利润约为25,039.54万元；2008年由于受国内外宏观经济影响，公司实现归属于母公司所有者的净利润约为-22,670.16万元。

#### （一）财务状况分析

##### 1、资产负债构成分析

根据华德股审字[2009]28号审计报告和深华[2008]股审字028号审计报告，海信科龙最近两年的合并资产结构情况如下：

单位：人民币万元

项目	2008年12月31日		2007年12月31日		占比变动
	金额	占总资产比例(%)	金额	占总资产比例(%)	
货币资金	13,345.59	3.53	14,652.78	3.31	0.22
应收票据	6,245.29	1.65	274.00	0.06	1.59
应收账款	66,922.15	17.71	61,856.60	13.99	3.72
预付款项	5,476.71	1.45	7,284.76	1.65	-0.20
其他应收款	33,379.70	8.83	59,317.28	13.42	-4.58
存货	50,552.83	13.38	94,028.44	21.27	-7.89
<b>流动资产合计</b>	<b>178,497.23</b>	<b>47.23</b>	<b>239,899.45</b>	<b>54.26</b>	<b>-7.03</b>
长期股权投资	14,120.56	3.74	12,892.41	2.92	0.82
固定资产	129,708.39	34.32	123,449.60	27.92	6.40
在建工程	6,593.53	1.74	13,710.60	3.10	-1.36
无形资产	43,725.70	11.57	46,494.42	10.52	1.05
长期待摊费用	336.75	0.09	222.28	0.05	0.04



递延所得税资产	1,364.68	0.36	1,129.97	0.26	0.11
<b>非流动资产合计</b>	<b>199,411.61</b>	<b>52.77</b>	<b>202,233.46</b>	<b>45.74</b>	<b>7.03</b>
短期借款	181,494.87	48.03	131,097.20	29.65	18.38
交易性金融负债	1,361.07	0.36	615.78	0.14	0.22
应付票据	44,575.00	11.80	77,095.99	17.44	-5.64
应付账款	87,826.66	23.24	135,252.45	30.59	-7.35
预收款项	38,139.69	10.09	41,717.42	9.44	0.66
应付职工薪酬	9,768.86	2.58	9,185.17	2.08	0.51
应交税费	-1,848.57	-0.49	-6,543.05	-1.48	0.99
其他应付款	60,747.86	16.07	68,953.69	15.60	0.48
递延收益	2,938.40	0.78	2,497.24	0.56	0.21
其他流动负债	25,390.10	6.72	29,268.26	6.62	0.10
<b>流动负债合计</b>	<b>450,702.05</b>	<b>119.26</b>	<b>489,580.93</b>	<b>110.73</b>	<b>8.53</b>
<b>负债合计</b>	<b>462,123.60</b>	<b>122.28</b>	<b>503,981.49</b>	<b>113.99</b>	<b>8.30</b>
未分配利润	-367,426.34	-97.23	-344,756.18	-77.98	-19.25
归属于母公司所有者权益	<b>-99,144.16</b>		<b>-77,348.42</b>		
<b>资产总计</b>	<b>377,908.84</b>		<b>442,132.91</b>		

由于受到历史问题困扰，公司经营一度遇到了较大困难，2006年海信空调收购海信科龙后，在管理层的努力下，海信科龙产销状况逐步好转，公司的生产经营得到全面恢复，各项运营逐渐恢复正常。2006年、2007年公司生产经营取得了快速稳健的发展。2008年面对国内外严峻的宏观经济形势，公司采取了一系列措施积极应对，但是由于行业整体形势不佳以及公司历史问题仍然沉重，2008年海信科龙经营出现亏损，公司归属于母公司所有者的净资产由-77,348.42万元变为-99,144.16万元。

2008年海信科龙内部资产管理效率、采购、融资策略都有较大的调整，体现在2008年期末资产负债各项目在规模和结构上的变化，其中本期数较期初数变化最大的四项有其他应收款、存货、短期借款以及应付账款。由于2008年海信科龙加大了对其他应收账款的回收力度，收回了2007年出售成都科龙土地的应收款项，使期末其他应收款较期初下降了43.73%；同时加强存货管理，清理库存存货资金占用，使期末存货较期初下降了46.24%。对融资结构的变化体现在降低了票据融资比例，相应增加了借款融资，因此期末短期借款较期初上升了38.44%；2008年海信科龙为稳定优质的上游客户，加强了对应付款的管理，对到期贷款给予了及时支付，使期末应付账款较期初下

降了35.06%。

## 2、负债比率、偿债能力情况

指标	2008年12月31日	2007年12月31日	2006年12月31日
资产负债率	1.22	1.14	1.16
流动比率	0.40	0.50	0.46
速动比率	0.28	0.30	0.28

注：资产负债率=负债总额/资产总额；流动比率=流动资产/流动负债；速动比率=（流动资产-存货）/流动负债

历年来主要由于历史问题沉重，海信科龙近年来一直维持较高的资产负债率。2006年到2007年公司经营情况好转，资产负债率从1.16下降为1.14。2008年公司经营出现困境，同时根据历史诉讼进展情况计提了预计负债，导致2008年公司资产负债率上升为1.22，公司资产负债情况进一步恶化。

2008年冰箱行业平均流动比率0.7487，平均速动比率0.5070；空调行业平均流动比率1.6863，平均速动比率0.9837，可以看出海信科龙的流动比率和速动比率较行业平均水平偏低，说明海信科龙的偿还短期债务能力较差。同时2008年速动比率下降幅度小于流动比率下降幅度，说明公司在2008年对库存存货的资产占有较大的清理。

## 3、资产周转能力分析

指标	2008年12月31日	2007年12月31日	2006年12月31日
存货周转率	10.12	7.47	5.26
应收账款周转率	12.51	16.75	15.74
固定资产周转率	6.82	6.88	4.40
总资产周转率	2.11	1.96	1.33

注：存货周转率=销售成本/平均存货；应收账款周转率=销售收入/平均应收账款；固定资产周转率=销售收入/平均固定资产；总资产周转率=销售收入/平均总资产

2008年海信科龙强化了内部资产管理，加大了库存存货清理力度，提高了资产周转效率。2008年存货周转率、总资产周转率都有较大幅度提升。应收账款周转率有小幅下降，主要是公司为扩大市场销量，对部分优质下游客户采用赊销或者短期性经营融资等销售策略。

## 4、现金流状况分析

单位：人民币万元

项目	2008年	上年同期	增减额	增减比例
经营活动现金流净额	-44,234.11	-439.56	-43,794.54	9963.16%
投资活动现金流净额	-1,889.01	13,045.18	-14,934.19	-114.48%
筹资活动现金流净额	49,505.25	-19,190.74	68,695.99	-357.96%

2008年经营活动现金流净额大幅减少，主要由于公司为恢复供应商信心，加强本期应付款的管理，及时兑现对供应商的承诺，并主动清理和支付了前期供应商欠款，使期末应付账款余额较前期大幅下降。这体现了公司在2008年经营困难时期对采购策略调整。同时，海信科龙进一步改善融资结构，增加借款融资，降低票据融资，使筹资活动现金流净额大幅增加。2008年因公司闲置资产处置收入下降，另外公司与惠而浦（香港）有限公司共同出资建设海信惠而浦（浙江）电器有限公司，致使本2008年投资活动现金流净额大幅减少。

## （二）2008年经营成果变化原因分析

### 1、主营业务收入

#### （1）近几年海信科龙主营业务收入基本情况对比一览表

单位：人民币万元

项目	2008年	2007年	2006年
主营业务收入	805,420.83	832,181.73	656,524.16
主营业务成本	681,276.52	694,544.43	547,371.54
主营业务利润	124,144.31	137,637.3	109,152.62

2007年海信科龙内外销收入持续增长，主营业务成本控制成效显著，较2006年实现主营业务利润26.10%的增长率。2008年，虽然海信科龙在技术创新、质量管理、生产效率等多方面得到改善，但由于受到宏观经营环境恶化、市场消费需求低迷，市场竞争日趋激烈的影响，海信科龙业绩出现较大幅度下滑，2008年主营业务利润仅为124,144.31万元，比上年同期下降9.8%。主要原因有：

①受国际金融危机的影响，外销市场消费需求萎缩明显，公司下半年出口规模出现较大幅度下降，特别是第四季度公司出口业务同比下降幅度远超出预期水平；

②2008年内，公司销售规模及毛利率均未能达到预期目标。特别是空调业务，受行业不景气和“凉夏”天气影响，内外销市场低迷，产销量对比同期下滑明显。

## (2) 2008年主营业务收入分地区情况对比

单位：人民币万元

地区	主营业务收入	主营业务收入比上年同期增减（%）
境内市场	490,977.58	0.22
境外市场	314,443.25	-8.14
合计	805,420.83	-3.22

## ① 境内市场

在2008年困难的经济形势下，公司仍然实现了主营业务内销额0.22%的增长，主要是由于冰箱内销额同比增长和空调内销额同比下降造成的。

## ② 境外市场

由于受国际金融危机影响，海信科龙2008年下半年冰箱、空调业务出口额均出现较大幅度下降，因此公司境外市场主营业务收入较去年同期下降8.14%。

## (3) 主营业务收入分产品情况对比

单位：人民币万元

主要产品	主营业务收入	主营业成本	主营业务收入比上年同期增减（%）	主营业务成本比上年同期增减（%）
冰箱	419,001.86	331,057.20	-3.03	-5.02
空调	302,433.94	276,435.39	-5.94	0.63
其他	83,985.03	73,783.93	6.88	3.49
合计	805,420.83	681,276.52	-3.22	-1.91

## ① 冰箱业务

2008年公司进一步明确了容声冰箱的品牌战略定位，改善了销售结构，加强了产品质量控制以及更新换代，顺利实现了对开门冰箱的成功面市，引进的多门冰箱达到了行业的领先水平。此同时，公司通过积极响应国家“家电下乡”的产业政策，迅速开发家电下乡产品和乡镇网络建设，使得冰箱业务在三四级市场得到壮大。因此在2008年严峻的国内宏观经济影响下，内销业务不仅较去年同期实现了3.4%的增长，且内销毛利率和去年同期相比基本持平。

但由于受国际金融危机影响，冰箱出口业务受到较大影响，2008年出口额下降幅度较大，因此2008年海信科龙冰箱产品收入较去年同期下降3.03%。

## ② 空调业务

由于空调行业受天气影响明显，2008年，受旺季“凉夏”及自然灾害等因素影响，空调业务在黄金销售期出现市场规模较大幅度下降。同时由于全球金融危机的爆发，房产配套空调消费受国内房地产市场急速冷却出现明显下滑，国内外消费需求下降。此外，空调08冷年，全球通货膨胀、人民币汇率持续攀升，原材料价格高企等诸多因素，促使空调产品成本高居不下，出口规模出现行业性下滑趋势，利润空间大幅缩减，市场竞争激烈。受上述因素的影响，2008年内海信科龙空调业务规模下降，盈利能力锐减。

2008年内，空调产品内、外销额都有较大幅度下降，因此空调业务收入较去年同期下降5.94%。

## 2、毛利及毛利率

单位：人民币万元

主要产品	毛利率（%）	毛利率比上年同期增减（%）
冰箱	20.99	1.66
空调	8.60	-5.97
其他	12.15	2.88
合计	15.41	-1.13

2008年，冰箱产品的毛利率同比上升1.66%，主要由于公司改善了产品质量、提高工艺流程效率，同时加大研发力度推动产品升级换代，不但在较高毛利率的高端冰箱产品技术领域达到行业领先水平，而且进一步丰富了冰箱产品生产线。

但空调产品2008年的毛利率同比下降5.97%，主要由于内外销售额的减少，以及人民币汇率持续攀升，原材料价格上涨，导致利润空间压缩，盈利能力锐减。

## 3、期间费用

单位：人民币万元

主要产品	2008年	2007年	增减额	增减比率（%）
销售费用	108,149.85	111,692.36	-3,542.51	-3.17
管理费用	33,705.52	31,151.61	2,553.92	8.20
财务费用	15,126.92	11,917.93	3,208.99	26.93
所得税费用	408.47	1,086.74	-678.27	-62.41

2008年内，海信科龙期间费用发生了不同程度变化：

(1) 本期管理费用较上期增加了8.20%，主要是本期根据诉讼进展计提了诉讼费

用。

(2) 本期财务费用较上期上升了26.93%，主要是因为2008年内人民币升值，外币汇兑损失增加。

## 二、交易标的行业特点和经营情况分析

### （一）行业特点分析

中国家电行业在国外的分类基础上把家电分为三大类：黑色家电、白色家电、小家电。黑色家电主要包括电视机、录像机、音响、VCD、DVD等外观主要为黑色产品；白色家电则以空调、电冰箱、洗衣机为主的外观通常为白色或浅色的产品；小家电指的是电磁炉、电热水壶、风扇等形体较小的家电产品。

海信科龙在本次重组前即以开发、制造电冰箱、空调等家用电器为主营业务，本次拟通过非公开发行股份将海信集团旗下的空调、冰箱等白电业务全部注入海信科龙，从而实现“海信”、“科龙”和“容声”三大家电品牌的实质融合。

### 1、行业概况

#### （1）空调行业

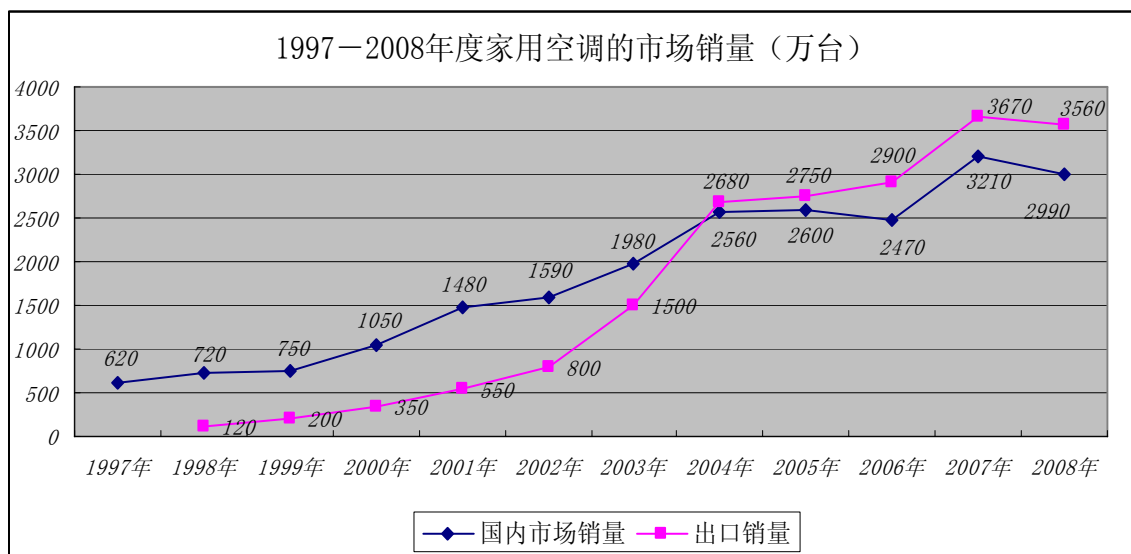
近十年来，我国家用空调器产业发展迅猛，家用空调器行业的工业总产值和销售收入都经历了持续的增长，形成了珠三角、长三角、环渤海湾三大空调生产基地；目前我国家用空调的产量已占到世界总产量的70%以上，已成为全球的空调器生产基地。

2004年度以前，空调行业的国内销售市场经历了稳步发展阶段，从1997年度的620万台到2004年度2560万台，增长了三倍多。2005年、2006年是空调内销市场的持续低迷期，2007年内需市场全面启动，全年内销达到3205.19万台，增幅为24.34%，一举扭转了连续两年的内销下降局面。2008年，空调行业面临诸多困境，包括南方雪灾、四川地震、暴雨洪灾以及凉夏等自然因素，国内经济大环境的收紧、宏观调控和房地产市场不景气等社会因素，全年内销2986.47万台，较2008年全年下降6.57%。2009年第一季度空调行业继续下滑，累计内销666万台，同比下降17%，但相比去年第四季度22%的跌幅已经有所收窄，空调行业的内需正在逐渐走出底部。

伴随着国内市场的扩大，我国家用空调器出口也在连年迅速增长，家用空调器出口额占家电产品出口总额的比重不断提高。2004年度，家用空调出口量首次超过内销量，与国内销售形成了齐头并进的格局，2006年度家用空调出口量超过空调总销售量

的50%，空调外销对空调行业影响日益重大。2004年-2006年，出口市场销售量增速分别为52%、2.17%和11%。2007年空调出口3673.44万台，与2006年出口量2905.44万台相比，增幅达到26.43%。2008年由于受国际金融危机影响，外销市场消费需求萎缩明显，出口量较2008年下降3%。虽然2009年一季度累计出口905万台，同比下降28%，但明显有企稳回暖迹象。随着二季度是空调销售的旺季，预计出口销售额也将有较大幅度的增长。

1997年度—2008年度，我国家用空调的国内销量和出口销量的增长情况详见下图：



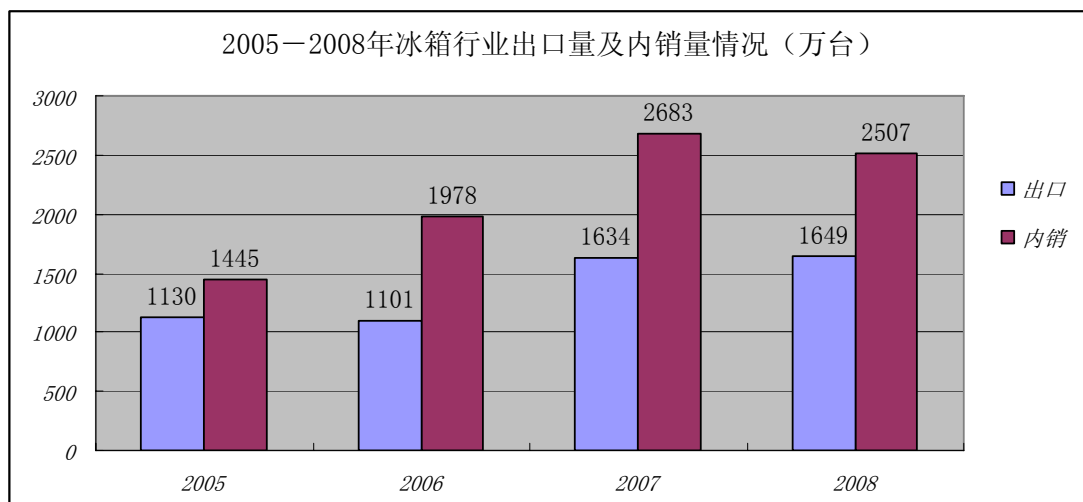
数据来源：中怡康数据

我国家用空调行业在经历了近十年的高速增长和近两年的阶段性调整后，体现为市场竞争加剧、价格不断下降、销售额增长缓慢、行业平均利润率逐年下滑的现象，空调产业已进入行业发展的成熟期。

## （2）冰箱行业

随着 80 年代中期整个社会经济的迅速发展，人们对电冰箱的需求增加，电冰箱市场迅速形成。城镇居民的普及率从 80 年代的 4.99% 上升到 1998 年的 69.8%。从 2002 年起至 2004 年，中国冰箱销量呈持续较快增长趋势。2005 年经过小幅回调后，2006 年冰箱国内销量达到了 1977.9 万台，同比增长 36.86%，2007 年国内销量达到了 2682.7 万台，同比增长 35.63%，国内冰箱市场连续两年保持 30% 以上的增幅。2008 年国内宏观经济不景气对冰箱的销量产生一定影响，但冰箱行业受益于“家电下乡”、相关产业调整振兴规划等国家政策的扶持，在镇首次购买、城镇更新换代、农村市场启动

三种需求的拉动下，全年仍然保持了国内销量同比 1.26% 的增长，达到 2506.77 万台。2009 年冰箱行业继续回暖，第一季度总共销量 1086.8 万台，同比增长 2.8%。2005 年—2008 年我国冰箱行业出口量及内销量如下表：



数据来源：中怡康数据

## 2、影响白电行业发展的有利因素和不利因素

### 影响白电行业发展的有利因素包括：

#### （1）国家政策支持

近年来，政府不断加大对家电行业的政策扶持力度，先后出台“家电下乡”、“节能产品惠民工程”、“以旧换新”等政策，旨在提高人民生活水平的同时，进一步刺激消费、拉动内需，扩大了家电产品市场份额。

##### ① “家电下乡”

2007 年 12 月，财政部、商务部共同宣布，由中央和地方财政以直补方式对农民购买试点产品给予销售价格 13% 的补贴，试点产品暂定为彩电、电冰箱和手机三大类，试点城市暂定为三省。自 2009 年 2 月 1 日起，“家电下乡”在全国范围内实施，下乡产品增加了空调、洗衣机、摩托车、热水器等。其中下乡空调产品的能效标准须达到国家标准 3 级及以上水平。

“家电下乡”刺激了农村消费者的新置需求，拓展了潜力巨大的农村新兴市场，成为拉动内需的有力引擎。家电行业龙头企业产品生产线齐全，中标的下乡产品型号多，同时由于完善的售后服务、性价比更优的产品、广阔的销售渠道，将赢得更大的市场份额，成为“家电下乡”政策的最大赢家。

##### ② 节能空调补贴政策



2009年5月18日财政部、国家发改委下发了《“节能产品惠民工程”高效节能房间空调器推广实施细则》，对销售能效等级2级及以上水平空调产品的企业给予财政补贴。

目前国内空调企业与外资空调巨头在变频技术和产品领域上存在差距，但在定频空调领域的技术和产品差距不大，此次节能补贴政策采用财政直接补贴高效能定频空调而非直接提高能效标准的方式对国内企业殊为有利。同时，节能空调补贴政策和下乡空调招标对象都针对较高能效的空调产品，大品牌空调企业凭借较高的技术水平、较强的产品更新换代能力、较低的综合成本较低成为新政的优先受益者。

### ③ 五类家电产品“以旧换新”政策

2009年5月19日，国务院常务会议决定在北京等七省二市开展电视机、电冰箱、洗衣机、空调、电脑等五类家电产品“以旧换新”试点。对交售补贴范围内旧家电并购买新家电的消费者，原则上按新家电销售价格的10%给予补贴，并对回收补贴范围内旧家电并送到拆解处理企业的运输费用，给予定额补贴。

“以旧换新”政策是国家继“家电下乡”政策后又一拉动内需的重要举措。“家电下乡”的政策指向为农村居民的新置需求，而“以旧换新”的政策指向主要为城镇居民以及一部分农村居民的更新需求，“以旧换新”是“家电下乡”最强有力的补充。

### （2）国内市场前景广阔

目前空调市场的新置需求在以大、中城市为代表的一、二级市场将逐步达到饱和，但以县、乡、镇为代表的三、四级市场的增长幅度逐年提高，广大农村市场更是新兴、待开发的沃土。家电行业龙头企业摆脱以前对家电连锁的单一依靠，通过在三、四级市场与经销商合作成立销售公司，或者自建渠道成立品牌专营店销售产品。同时国家推出的“家电下乡”政策将使企业的空调产品直接进入广大的农村市场，潜力巨大。

近年来市场需求呈现多样化、环保化的发展趋势，不同层次的消费者有高、中、低端不同的需求和同一档次里面不同的偏好需求。这样对空调产品在产品外观结构、冷热功能选择、工作频率、能效高低、环保材料等各方面提出更新换代的要求，同时也给空调企业创造了巨大的更新产品的市场空间。产品研发能力强，生产技术水平较高的大品牌空调企业将首先在空调产品的更新换代需求中抢占先机。

### （3）国产品牌高技术化

国内的空调企业，尤其是空调行业龙头企业，除了在变频和特殊产品技术领域与国际空调巨头有差距以外，我国空调行业产品技术已达到国际先进水平，加上产品符

合我国社会文化环境，性价比较高、售后服务完善，国产品牌赢得了民心。目前，国内品牌市场的市场占有率仍在80%以上。

#### **影响白电行业发展的不利因素包括：**

##### **（1）行业竞争激烈，利润水平下滑**

空调行业已经走过成长期，而步入行业发展成熟期。成熟期体现为行业内竞争激烈，行业利润下滑至市场平均利润水平，行业集中度迅速提高，质量、技术和市场占有率成为空调厂商生存和发展的关键。空调企业普遍面对三、四级市场和农村市场尚未完全开发，但一、二级市场基本已经饱和现状。为争取市场份额，非理性降价时常发生，再加之上游企业原材料价格上涨，空调产品利润空间逐年下降。

为提升利润空间，实力空调企业采用高端产品、产品差异化和技术研发加强竞争力，以求在质量、技术品牌上战胜对手，占领市场。这样缺乏核心竞争力的小品牌空调企业将逐渐被市场淘汰。

##### **（2）跨国空调巨头本土化、销售渠道国际化**

近年来，为强占中国市场先机，跨国空调巨头从产品设计研发、原材料采购到加工制造整条产业链实行中国本地化，凭借其资金、技术、管理方面的优势迅速占领中国内销市场；同时凭借海外销售渠道，打造全球销售网络，争夺国际市场。跨国空调巨头成为国内空调龙头企业的强有力的竞争对手。

### **3、行业特点及进入壁垒**

中国家电行业经历十几年的发展，目前已由高速成长期进入行业成熟期，体现为竞争激烈，行业集中度迅速提高、品牌数量急剧减少，行业平均利润降低。总体来说白电行业进入门槛相对较低，主要有以下几方面：

##### **（1）品牌、渠道、规模经济**

目前家电产业主要的进入壁垒是品牌、渠道、规模经济。中国目前主要的家电品牌均已经过中国市场近十几年的洗礼、投入了大量的广告费用、在中国消费者中形成一定的知名度与美誉度而生存下来的；同时，渠道的建设、磨合、完善也是一个长期的过程，这些均不是短期内所能获得的，有一个投入成本与时间路径的问题。但家电产业内的企业在家电细分市场上的流动壁垒相对较小，如生产冰箱的企业也容易进入空调产业，原有的品牌、渠道均较容易利用。

##### **（2）研发及技术更新能力**

中国家电企业，尤其是家电龙头企业，经历十几年的发展，除少数技术领域外，

已经基本掌握了世界领先空调生产技术，已经具备较强研发能力及产品更新换代能力。

（3）投资额相对较高，生产能力闲置，行业平均利润率低

潜在行业进入者如果不具备核心竞争力，将长期面临较低利润率、投资回收期长，甚至淘汰出局的情况。

#### 4、行业技术水平及特点

（1）空调行业

##### ① 家用空调产品开发的潮流与趋势

面向21世纪，空调业界所面临的问题早已不局限于室内的温度调节功能。近年来国内外空调厂商推出的空调器反映了空调产品共同的潮流与趋势：满足节能高效性要求，满足舒适健康性要求，满足易清洁、易操作性要求。空调技术主要围绕以下几个主题：提高节能制冷效率，提高空气质量，多联机系统。

##### i、提高节能制冷效率

空调器制冷效率的提高主要通过三种措施实现，其一是应用高效压缩机与采用压缩机的控制技术，其二是强化换热效率，其三是智能化的控制技术与空调制冷系统有机结合使空调器运行在最佳状态。这三个领域都具有提高系统效率和节能的效果。

高效压缩机是使用直流变频技术或定频变容压缩机来提高空调器的节能效率。在变频技术方面，随着电子技术的发展和先进的控制理论应用，变频技术将会向集成化方向发展。变频节能技术研究及在空调上的应用，其实现手法主要采用DSP（数字信号处理）进行变频空调器的直流压缩机变频控制及空调器的电源特性调整，以及先进控制理论的搭载。国内空调企业中，海信研发、生产变频空调起步较早，并率先掌握了包括变频控制系统的软件开发在内的多项核心技术，可自主完成包括制冷、电控、结构和软件的全部设计工作。

强化换热效率技术主要体现在热交换器上，一方面是制冷剂侧的强化，另一方面是空气质量的强化，这也是空调业研究的重点领域。

##### ii、提高空气质量

在提高室内空气质量方面主要有三大领域，其一是围绕温度控制与湿度控制的舒适度；其二是围绕空气净化，包括提高过滤器的集尘效率、利用紫外线除菌、除异味、利用生物技术除菌等多种功能；其三是换气、送新风等功能进一步提高室内空气质量和舒适度。

### iii、多联机系统

多联机系统由日本首创，经过20年左右的推广，多联机技术已经从日本走向世界，在欧洲、中国、中东等市场得到认同，并在户式中央空调中广泛应用。多联机系统是指一台或数台室外机连接多台不同或相同型式、容量的直接蒸发式室内机，构成单一制冷循环系统，向一个或数个区域直接提供处理后的空气。该系统采用先进的算法和逻辑，通过改变压缩机压缩腔容积的方式实现压缩机能力输出的调节和冷媒分配，使室内外机真正做到各尽所能、按需分配的高效节能技术。目前多联机系统主要有变频多联技术和数码涡旋多联技术两大方向。

#### ② 我国家用空调技术发展

我国家用空调器技术主要从日美引进，经过二十多年的高速发展，通过不断引进国外先进技术并加以消化、吸收，使我国空调器行业的整体技术水平有了很大的提高。比如海信空调自1996年引进日本三洋变频空调技术，历经技术引进、技术消化和积累、自主研发阶段，至今已经全面掌握变频空调核心技术，拥有在压缩机驱动、动态特性控制、运行监测等核心方向的自主知识产权，部分产品的性能已经达到国际先进水平。目前我国企业已经掌握了空调降噪、变频变容、模糊控制、空气清新或静化、抗菌、制冷剂替代等技术，家用中央空调技术正在取得重大进展，已经走上了学习引进与自主开发相结合的良性发展之路。

#### （2）冰箱行业技术发展的潮流与趋势

##### ① 变频节能技术受到广泛关注

节能是冰箱业技术发展的重点方向之一，从国家能效标准实施情况来看，目前能效水平达到国家一二级标准的产品已经成为市场上的主流，占去了60%以上的市场份额。目前，国家对节能环保又提出了新的要求，随着新的能效标准颁布，扩大了要求产品的范围，并从容积、功能、应用领域等多方面细分产品，分别设卡。

在原有节能技术基础之上，变频技术开始得到广泛应用。以海信、海尔为代表的国内冰箱生产企业加大了对变频技术的投入力度，并推出了变频系列产品；西门子、松下等外资品牌也早在2006年就在中国市场推出了变频冰箱。目前，海信、海尔、西门子、伊莱克斯、新飞等中外品牌均有变频产品在销售，但由于制造成本高导致相对售价较高，目前各大品牌变频冰箱的销售比重仍不大。

##### ② 保鲜等功能型产品成为市场热点

外观设计、保鲜、环保节能等因素是消费者在选购冰箱过程中更为关注的焦点问

题。如果把冰箱的概念性分为外观时尚型、保鲜型、环保节能型、大容积型和抗菌健康型几大类,外观时尚的产品对消费者的吸引率比较高,达到了 72.9%,保鲜型达到了 67.8%,而有 62.3%的消费者则表示会被环保节能型冰箱产品所吸引。以保鲜型冰箱为例,随着生活水平的提高,人们对冰箱的要求已经不再仅仅满足于储藏食物,如何在储藏食物过程中保持食物的新鲜,保持食物营养成分不丢失,已经成为消费者最为关心的要素。国内龙头冰箱厂商如海尔、海信、美菱、容声等品牌都加大了产品研发力度,这些处于行业领先地位的企业已经将“触手”直接伸到终端消费者需求变化。可见,谁把握住消费者未来需求特性,并开发出符合客户需求的产品,才能在未来市场中占有先机。

### ③ 产品结构升级加快

从冰箱产品的类型看,对开门、多门所代表的高端冰箱,市场份额稳步上升;而单门和双门冰箱市场份额呈下降趋势。对开门冰箱和多门冰箱零售量大幅增长,与对开门冰箱和多门冰箱功能多元化、外观更美、设计更人性化不无关系。

但就目前来看,双门冰箱仍占据着绝对优势。但据了解,在欧美、日本等地,对开门冰箱和多门冰箱已成为市场主流。未来对开门冰箱和多门冰箱的比重将逐渐上升,进而取代双门冰箱,成为市场的主力军,也是一种必然趋势。

### ④ 技术主导市场

冰箱相对于洗衣机和空调来说,技术更新速度更快。在2004年之前,冰箱行业各厂家大打价格战,致使小品牌被淘汰出局;但2004年之后,各厂家渐趋理性,大打价格战的时代已经过去,冰箱企业已将重点转移到技术的升级、功能的更新上,寻求差异化的产品,以期待在激烈的市场竞争中求得生存。

## 5、行业经营模式和监管体制

### （1）经营模式

根据产品策略传播机构的调查,目前中国家电行业主要经营模式如下:

① 在一、二级城市,以家电大卖场分布为主展开经营活动,如国美、苏宁、五星、大中等。各大家电连锁企业趋向于不同级别的市场,国美和苏宁趋向于一、二级市场,在三、四级市场几乎没有门店分布;五星主要分布在华东、西南等一、二级市场,但在三、四级市场有较多渠道分布。

② 大型连锁超市是一、二级家电市场的中低端渠道。目前,在一、二级市场家

电除了分布在大连锁内，大型超市也成为家电销售的中低端渠道。这些超市主要集中在国际性的购物连锁超市，由于这些超市的家电销售定位符合相应消费者的要求，一批如沃尔玛、欧尚、家乐福等连锁超市巨头在中、低端的家电渠道上有着相当的话语权。

③ 部分区域市场以区域的家电卖场和地方强势家电卖场为主。一些地区除了连锁卖场的分布之外，本土的区域连锁也占据着本地相当的市场份额。诸如此类的区域家电连锁依靠成熟出色的本土化经营与国美等强势卖场同台竞技。

④ 在三、四级市场以大量零散型家电商场、家电商店为主。在中西部三、四级家电市场尤其以传统的商场、商店为主，而在东部相对发达的三、四级市场有家电连锁卖场的渗透，但总体上仍然以商场、商店为主，可见三、四级市场的发展潜力相当巨大。

⑤ 各家电厂商自建的渠道。目前，许多家电企业自建销售网络，力图在激烈的竞争中，从建设零售终端入手，建立产、供、销一体化的家电销售网络营销渠道。家电厂商自建的渠道分布于一、二、三、四级市场，主要是些品牌家电企业，而实力比较弱的家电企业自建渠道有限，所占比重不大。

## （2）监管体制

我国对白电行业的管理主要是通过标准的制定、审查，并指导监督企业严格执行来规范行业的发展。行业主管部门有国家质量监督检验检疫总局、国家认证认可监督管理委员会、中国国家标准化管理委员会等。行业管理重点为强制性产品认证管理（3C、能效等级等）、质量管理体系（ISO9001）、国家劳动、安全、环保监管，等等。国民经济良好发展态势，为家电行业的平稳发展提供了良好的经济环境，今后国家除鼓励家电行业健康发展外，节能和环保技术将成为以后政策关注的焦点和技术发展的重点。

## 6、行业的周期性、季节性和区域性特点

### （1）周期性

白色家电行业的周期性主要表现在受国家宏观经济增长速度和宏观经济政策的影响，产品需求存在一定的波动性。在宏观经济发生大幅变动的2007年和2008年，空调、冰箱行业销售量及利润水平随着经济周期的波动出现较大起伏，特别是2008年，面对宏观经济收紧、房地产市场低迷、国际金融危机等一系列社会经济因素，国内白电企业步入行业低谷。预计2009年在宏观经济复苏、一系列拉动内需的宏观经济政策

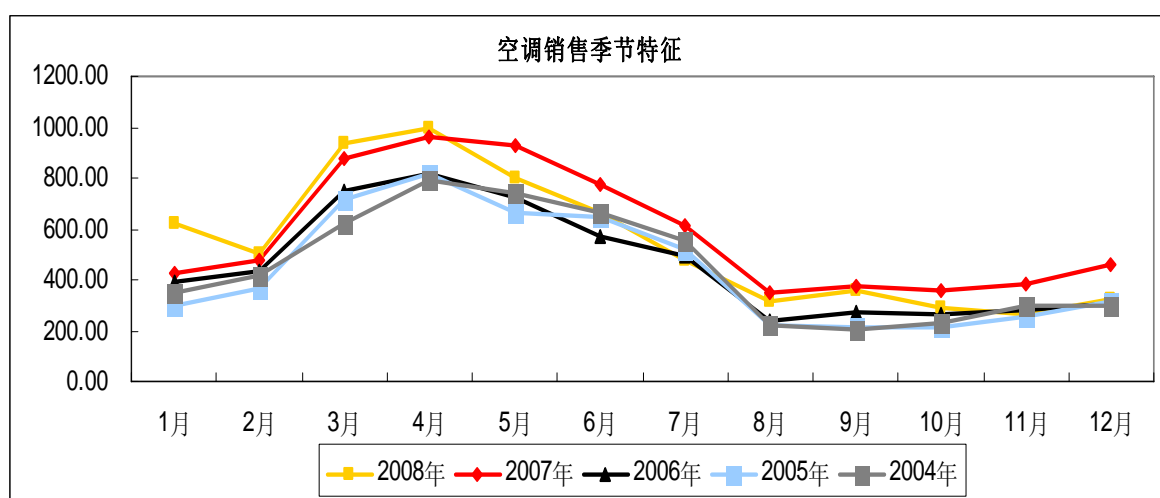
刺激下，空调及冰箱行业将逐步回暖。

## （2）季节性

空调产品因其制冷性功能，销售随一年四季气候变化，呈现明显的季节性特征，主要表现为产品需求的季节性差异。通常1—2月为明显的销售淡季；交易性旺季出现在3—4月，然后销售量逐渐递减到7月底；8—10月为内销量和出口量的全年低谷；11—12月开始逐步回升。根据空调产品销售的季节性，空调企业的生产也呈现明显的波动性，其季节性变化与销售基本一致。

空调销售的季节性特征图示如下：

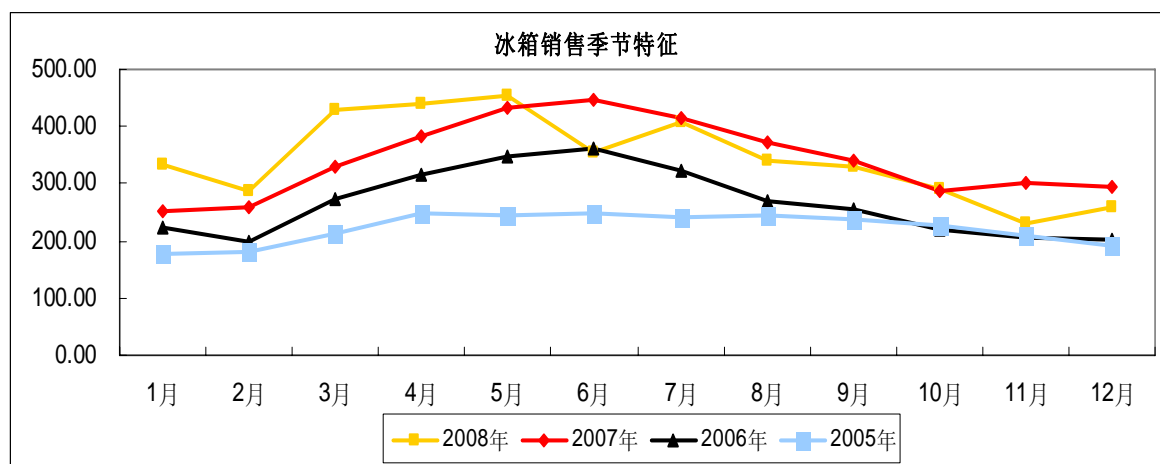
单位：万台



数据来源：产业在线

相对空调行业，冰箱行业受经济环境周期性影响较大，但随季节的波动相对较弱，且冰箱生产与销售的季节性变化情况基本一致：一般3至8月是冰箱产销的旺季，9月份之后冰箱的销售情况持续低靡，一直到次年的2月份。

冰箱销售的季节性特征图示如下：



数据来源：产业在线

### （3）区域性

空调产品消费的区域性特征明显，消费市场主要集中在人口密集、经济较为发达的沿海地区，例如华东的江苏省、浙江省和上海市，华南的广东省，华北的河北省、北京市与山东省。由于三、四级市场以及农村市场的开拓，空调产品消费逐渐向全国范围内辐射，但沿海地区仍然是新置、更新高端空调产品的需求旺地。

冰箱产品消费的区域性特征也同该地区经济发展水平、厂商广告投放力度密切相关。东南沿海经济较为发达，所以对冰箱的关注度较高。而西部地区比较贫穷落后，所以关注度不高。根据互联网消费调研中心的数据显示：我国华南、华东和华北地区是冰箱关注度最高的三个区域，关注度之和为71.3%。其中华南地区的关注度最高，为33.1%；华东地区次之，为22.3%；华北地区以15.9%的关注比例排在第三位。随着国家推出“家电下乡”政策，冰箱产品将直接进入广大的农村市场，未来的发展潜力巨大。

## （二）空调、电冰箱行业的市场竞争状况

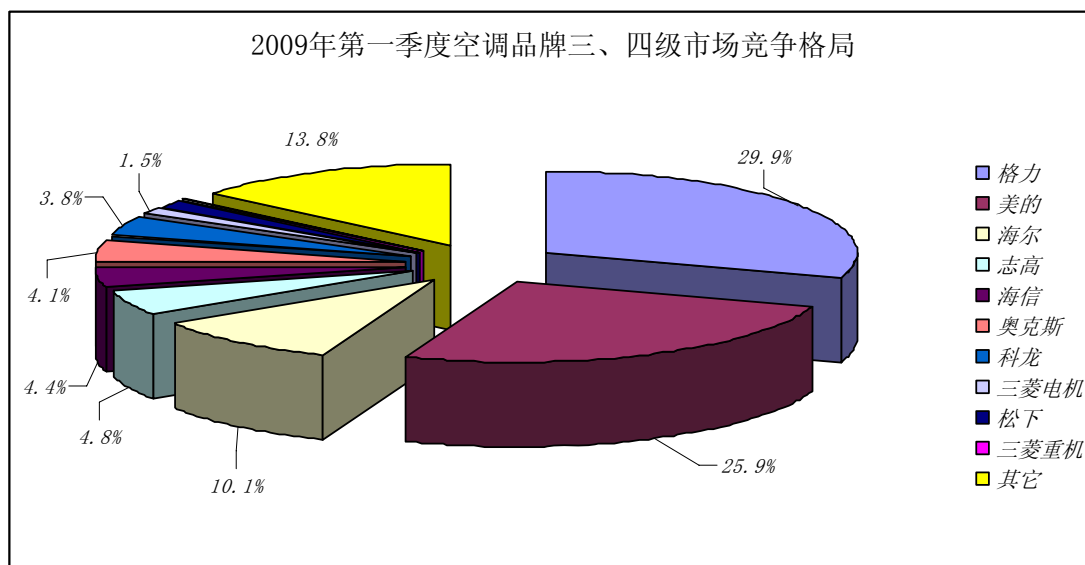
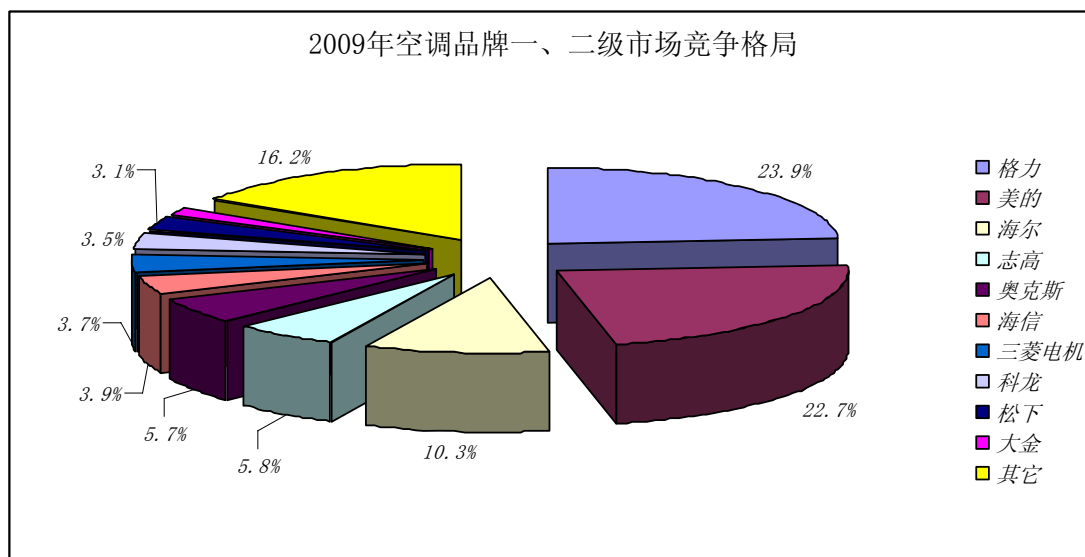
### 1、空调行业

#### （1）国内市场

##### ① 品牌竞争

国内家用空调品牌按2009年第一季度国内市场占有率基本分为三大阵营：第一阵营为市场占有率份额为10%以上的空调生产企业，包括格力、美的、海尔；第二阵营为国内市场占有率份额3%—5%的空调生产企业，包括志高、海信、奥克斯、三菱电机、科龙、松下；其它空调生产企业国内市场占有率份额均为3%以下。





数据来源：中怡康数据

受近几年原材料价格上涨、关键零部件供不应求、国家强制实行空调能效限定值、主流品牌实施积极主动的营销策略等因素的影响，以格力、美的、海尔组成的第一阵营的国内市场份额占有率不断扩大，2003-2008年度内销量增长幅度远远高于同期行业增长水平，在2006年度，第一阵营的国内市场份额首次超过50%，达到54.66%。国内空调行业市场开始向寡头垄断态势发展。截止2009年第一季度，前十大品牌国内一、二级市场占有率达到83.8%，三、四级市场占有率达到86.2%。

自2005年海信正式入主科龙后，海信空调与科龙空调在国内外市场上协同运作，取得了一定的成效，尤其是高端产品双双实现增长。海信品牌与科龙品牌如能通过本次重组实现进一步的实质性整合，将大幅提高目前的市场份额和占有率，并有望与格力、美的、海尔一道组成空调四大家族，结成空调行业新的第一军团。

从内外资品牌的比较看，国内一线品牌市场占有率稳固并逐步扩张，外资品牌市场份额却从2000年度的20%下降到2008年度的不到10%。

### ② 价格竞争

国内空调价格近年来的持续下降源于市场供过于求这一根本矛盾。但是，随着一线品牌市场份额的扩大、中小品牌被迫退出市场、压缩机缺口以及消费层次的不断提高，产品价格下降幅度放缓，价格竞争趋于理性，低端、单纯的价格大战已不再符合市场发展的趋势。

2004冷冻年以来，通过提高质量、新产品开发、中高档机型提价等竞争策略已成为空调厂商赢得市场、保证盈利能力的主要手段。2007年出现了空调行业的第3次拐点，量价齐升、行业利润大幅增长。随着空调行业品牌集中度的不断提高，大品牌不愿打价格战、小品牌打不起价格战，整个行业的竞争热点已经开始从单纯的价格竞争向包含品牌、技术、产业链、质量、规模、管理、渠道等在内的综合价值竞争回归。

### ③ 技术竞争

目前空调行业的技术水平较为成熟，技术的发展主要表现在高效压缩机的开发、强化传热的研究以及如何将控制技术与制冷系统相结合使空调器更智能、更可靠、更节能的研究上。近期出现颠覆性技术和替代产品的可能性很小，但一些与空调技术相关的热泵空调、热回收空调可能会加快发展。国内空调企业的技术竞争主要集中在一线品牌之间，但由于我国空调技术在高效压缩机等核心技术方面尚处于跟随日美企业的阶段，技术竞争还是处于同一级别上，缺乏创新，只是不同厂家在不同领域具有一定的技术优势。从未来发展看，国内空调企业要想成为真正的国际化空调厂商，技术竞争必须向核心化、高新化发展。

## （2）国际市场

全球对于家用空调的消费存在两种不同的导向：一种是以日本、欧美公司的高性能、高品位产品为导向；一种则是以满足产品基本功能的经济型产品为导向。优质低价的经济型产品在近几年带动了国际市场需求，也为我国家用空调开拓海外市场创造了机遇。

近年来国内空调的出口量取得了突飞猛进的发展，在技术上、品牌的拉动力等方面逐步与国际先进企业靠拢，某些方面甚至优于对手。随着越来越多的国内企业积极走向国际市场，在相对有限的国际市场空间争夺订单，国内企业在国际市场方面的竞争日趋激烈，国际市场的竞争日益国内化。这一方面迅速扩大了家用空调的出口量，

另一方面也使国际市场单品价格逐步下降，使国内企业的国际市场环境日益恶化。

目前，国产空调在世界范围内的竞争优势主要体现在中低端产品具有良好的性价比。2008年，在出口的国家 and 地区中，美国依然以783万台位居我国空调出口第一目标国，日本以242万台居第二，意大利、阿根廷和印度分别以141万台、104万台和100万台位居第三、第四和第五出口目标国。我国家用空调近三年的出口情况统计如下：

年份	出口量（台）		出口金额（美元）		平均单价（美元/台）	
	数量	同比增长	金额	同比增长	单价	同比增长
2008年	38,620,545	-2.8%	7,070,653,617	11.8%	183.08	15.0%
2007年	39,734,934	18.2%	6,324,550,963	33.3%	159.17	12.7%
2006年	33,617,619	-	4,745,947,841	-	141.17	-

数据来源：产业在线

## 2、冰箱行业

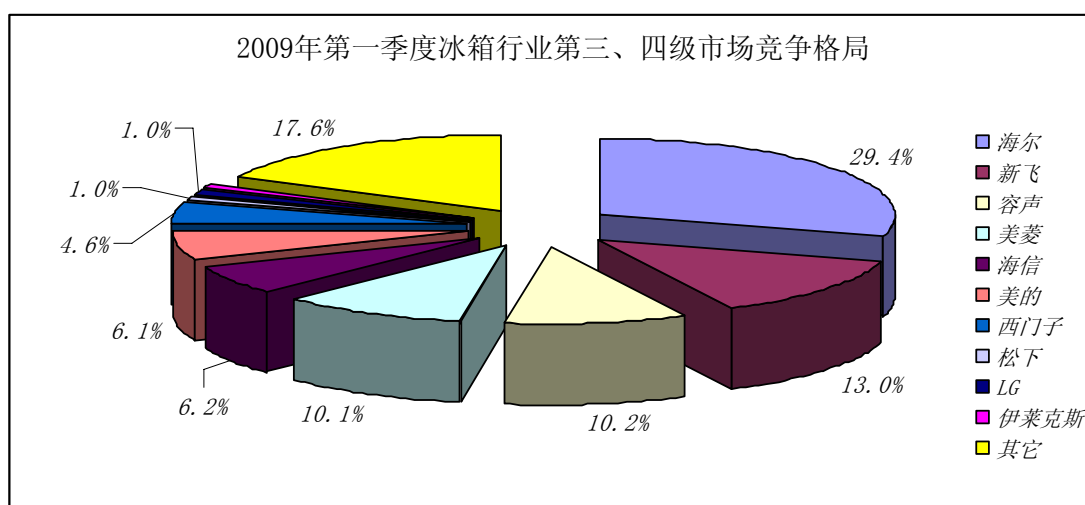
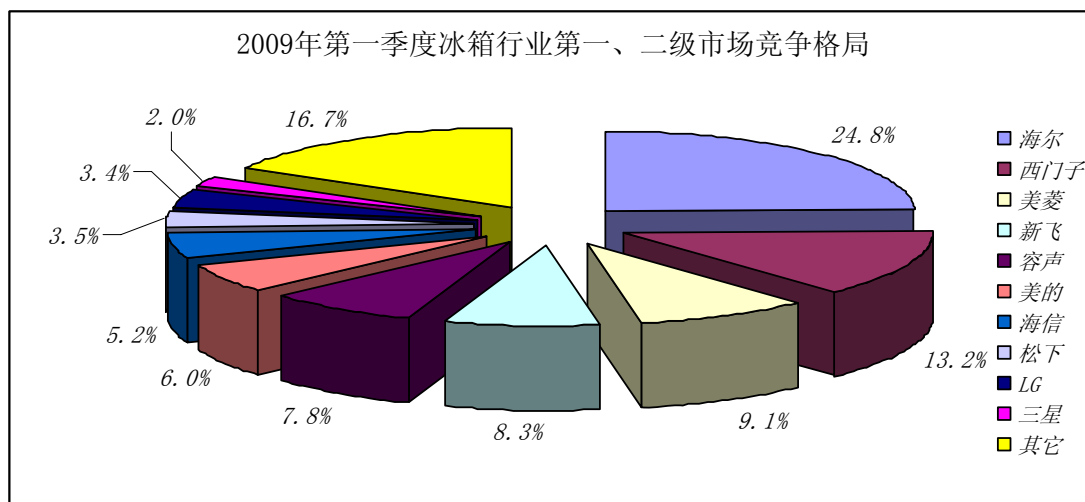
### （1）国内市场

#### ① 品牌竞争

根据产业在线的年度统计数据，海信、科龙品牌冰箱2008年合计产量468.3万台、销量达455.3万台，产销数据均位列市场第二。海信科龙品牌冰箱的市场占有率达到10.96%，比第三位的冰箱品牌高出4个百分点，具有较为明显的市场优势。

根据2009年第一季度国内冰箱市场的最新统计数据，海尔品牌在全线市场均占据较为明显的优势地位，市场占用率遥遥领先，增长势头强劲；在其他国产品牌中，除海信、科龙旗下冰箱产品仍以超过10%的占有率位列市场第二外，美菱、新飞、美的等冰箱企业的产品也占用相当的市场份额。冰箱市场逐渐形成寡头竞争的局面，市场排名前十位的冰箱生产企业国内市场占有率总和超过80%。

冰箱企业2009年一季度分市场竞争格局如下图所示：



数据来源：中怡康数据

冰箱行业一、二级市场已经日趋饱和，企业注重三、四级潜在市场需求对未来内销的巨大贡献。目前海尔、海信科龙、新飞、美菱等空调企业在三、四级市场占有较大市场份额。冰箱行业的品牌集中度也体现在第三、四级市场上，前十位的冰箱生产企业国内市场占有率总和超过 80%。自 2005 年海信、科龙结盟后，海信冰箱、容声冰箱两大品牌产品在一、二级市场与三、四级市场上市场份额占有率均超过 10%，成为仅次于海尔品牌的冰箱行业龙头企业。

相对于外资品牌主要集中在高端冰箱领域，国产品牌在中低端冰箱领域占有较大优势。经过 2007、2008 年努力后，国产品牌在一、二级市场高端冰箱领域向外资品牌发起了冲击。据 2008 年及 2009 年 1 季度数据显示，以海尔、美的、海信、美菱、容声等为代表的国产品牌高端冰箱市场占有率都有不同程度的提高，但与外资品牌市场占有率仍存在一定差距。根据 2009 年第一季度国内冰箱销售量来看，西门子、松下、LG、三星等外资品牌跻身前十大冰箱市场占有率企业，外资品牌冰箱在一、二级

市场与三、四级市场上市场份额占有率总和分别达到 22.1%与 7.4%。

### ② 价格竞争

冰箱产品的价格随着市场行情的波动处于相对频繁的变动中，但整体平均价格水平处于下浮趋势。2008 年度随着高端冰箱销售规模的不断扩大，国产品牌比例的增加，整体平均价格开始出现向下浮动的迹象。2009 年，由于金融危机传导到实体经济，中国市场对全球企业的吸引力和作用越发明显，外资品牌也开始针对特定消费群体调整产品价格，顶级产品基本维持 2008 年价格水平或略有下降，而普及型产品则采用让利方式吸引消费者，千元以上的价格调整体现较明显，甚至有些著名外资品牌普及型对开门冰箱的价格已经低于国产品牌水平，对目前以价格取胜的国产品牌造成一定压力。因此随着冰箱销售旺季的到来，由于品牌竞争所带来的高端冰箱价格变化会相对频繁，整体价格水平会保持一个向下微调的局面。

### ③ 技术竞争

随着生活水平的提高，人们对冰箱的需求从以前单纯地为延长食物的保质期，逐渐发展到对冰箱的保鲜、节能、大容量、多门等因素的追求，因此一些多功能、技术含量高的冰箱受到了众多消费者的青睐。目前一、二级市场对双开门冰箱的关注度呈下滑的趋势，而对三开门或者多开门冰箱以及对开门冰箱的关注度日趋上升。市场需求的改变不断提出对传统冰箱产品升级换代的要求。技术更新将加快冰箱行业品牌集中度。

## （2）国际市场

据产业在线的调查数据显示，2008 年 1-12 月我国冰箱出口量达 2,025.86 万台，同比增长 2.4%，出口总额为 24.39 亿美元，同比增长 8.6%。国内近三年冰箱出口情况如下表所示：

年度	出口量（台）		出口金额（美元）		平均单价（美元/台）	
	数量	同比增长	金额	同比增长	单价	同比增长
2008 年	20,258,643	2.4%	2,438,816,725	8.6%	120.38	6.1%
2007 年	19,789,559	13.8%	2,245,719,762	29.6%	113.48	13.8%
2006 年	17,384,393	-	1,732,997,033	-	99.69	-

数据来源：产业在线

国内冰箱产品 2008 年上半年出口额呈逐月增长趋势，自下半年以来开始呈下滑趋势，11、12 月份已经低于去年同期水平。不同于出口额，2008 年 1-12 月冰箱出口

价格则呈现逐月增长趋势，由此可以看出国内出口冰箱产品向高附加值方向变化的趋势。

从出口统计数据来看，冰箱的出口仍保持着较大的份额，占国内冰箱累计产量的 39.68%，出口的贸易方式多以加工贸易为主。从出口国家来看，美国、日本依然是最大市场，出口量分别为 397.7 万台，和 204.2 万台，同比增长 3.4%和 32.2%。同时，法国、荷兰、安哥拉、尼日利亚、沙特阿拉伯等国家出口量均有不同程度的增长，英国、南非、俄罗斯、西班牙、加拿大等国家出口量均有下滑。

近一阶段，根据欧盟绿色壁垒 EuP 指令提出的新要求，所针对的国内三类出口产品中，包含了冷冻家电。新要求中分别规定了不同储存体积的冰柜等家用冷冻设备的最大能源效率指标，要求冰柜的快速冷冻设施在 72 小时内有自动还原功能，要求有恒温器和压缩机，使冷冻设备具备温度自动调节功能。这将对 2009 年国内冰箱的出口产生很大的影响。因此，将来在产品方面，国内冰箱企业需要将生态化设计理念渗透到设计中去，虽然短期产品开发成本会增加，但通过优化设计、在制造过程中控制材料及降低处理成本而带来的长期总体成本的降低将使出口企业从中获益。

### （三）公司经营情况分析

#### 1、业务与经营情况

海信科龙目前已拥有“容声”、“科龙”两个著名民族品牌，在国内空调及冰箱市场具有较强的品牌号召力，其产品技术、价格及质量等与国内同行业相比具有较强的竞争优势。本次重组完成后，海信科龙通过对海信白电资产的合并与整合，将在品牌、规模、渠道和市场占有率等各方面得到全方位提升：

##### （1）产品与品牌

本次重组完成后，海信科龙将在拥有“Kelon 科龙”、“Ronshen 容声”两个中国驰名商标的同时，还将获得“Hisense 海信”这一中国驰名商标的使用权，产品领域涵盖冰箱、空调、冷柜、洗衣机等主要白色家电品类。其中“海信空调”、“海信冰箱”、“容声冰箱”、“科龙空调”均被国家质检总局授予“中国名牌”称号。因此，重组后海信科龙旗下的产品均在国内市场占据强势品牌地位。

##### （2）生产规模

重组后的海信科龙将拥有北京、营口（华北）、南京、扬州（华东）、顺德（华南）、成都（西南）等冰箱冷柜生产基地，整体产能超过 1000 万台/年；此外，海信科龙还将拥有青岛（华北）、浙江（华东）、广东（华南）三个空调生产基地，整体产能 600

万套/年。上述生产基地均合理分布在全国经济最发达、人口稠密、消费能力强的长三角、珠三角、环渤海地区，不仅使公司的生产能力得到充分的保障，亦将使重组后的海信科龙较同行业其他企业在区域市场覆盖、提高市场反应速度、减少采购和物流成本等诸多方面独具优势和竞争力。

### （3）营销渠道

本次拟购买的海信白电营销资产在直营零售渠道方面，经过多年的积累，已形成密集的零售网点，在全国拥有四十多个分公司，辐射数千家代理商、13,000 多个销售网点，与国美、苏宁、五星等国内连锁业巨头建立了良好的战略合作关系，网接单店效率在业内处于领先地位。本次重组完成后，海信白电营销渠道将大大弥补公司原有传统渠道的不足，使重组后公司拥有强大的国内分销网络，有效覆盖全国市场。

### （4）市场占有率

根据产业在线 2008 年度的市场统计数据模拟比较，本次重组完成后，海信科龙的冰箱产品在内销及出口市场的占有率均位居行业第二；空调产品在国产品牌的市场占有率将升至行业第五，市场地位进一步增强，其中海信变频空调产品更是连续多年以超过 50% 以上的市场占有率，位居变频空调市场第一位。

## 2、公司未来的发展战略

本次重组将消除海信科龙与控股股东及实际控制人之间存在的同业竞争，重组后海信科龙将成为海信集团旗下专注于冰箱、空调、冷柜、洗衣机等白色家电研发、制造、销售与产品服务的唯一平台。

### （1）市场营销

本次重组后，公司将拥有“海信”、“科龙”、“容声”三个中国名牌，根据不同品牌的定位，全面满足不同消费者的需求，公司更具品牌优势；公司将进一步理顺和巩固国内市场营销网络，发挥原两企业在不同营销渠道的优势，并重直营零售渠道和传统代理渠道，在实现各自纵深发展的同时实现有效结合，形成较其他厂家更具优势的营销渠道；在人才建设方面，通过两只营销队伍的优化和融合，集聚家电系统优秀人才，建设更有优势的营销队伍；同时，将进一步优化营销系统管理，减少和优化管理环节，降低营销管理费用。

### （2）技术研发

在技术研发方面，重组后海信科龙将一如既往的坚持技术领先战略和风格，充分融合两只开发队伍，巩固和提高原有产品的技术优势，进一步加大技术研发投入，保

持对世界家电制冷行业前沿技术的关注与研究，加强与国际先进公司的技术合作，继续提高制造水平和产品质量。

### （3）业务营运

在经营和业务运作方面，海信科龙于重组后将坚持稳健的财务战略，坚持“健康比速度更重要，利润比规模更重要”的理念，处理好规模与效益的关系；坚持优化发展产品战略，从研发、制造、市场、品牌等多方面强化产品经营理念，提高产品经营利润；坚持诚实守信，依法依规，规范运作；进一步加强与上下游之间的战略合作关系，实现多方共赢，促进产供销协调发展。

### （4）人力资源

在人力资源方面，海信科龙将树立人力资源是企业第一资源的理念，系统改善人力资源政策，培养员工的归属感、荣誉感和成就感，塑造一支热爱企业、忠于职守、业务能力强的员工队伍；将继续加大人才培养的投入，加大社会优秀人才、专业人才的引进力度，加强与外界人力资源机构的合作，确保公司增长的人才需求。

### （5）生产与质保

在生产制造和质量保证方面，在加强制造技术进步的基础上，海信科龙未来将适时对各主要生产基础进行技术改造，保证其良好的生产制造水平及质量保证能力，塑造产品优势，提升产品的市场美誉度。

重组后海信科龙将对两大白电业务在采购、市场营销、技术研发等领域展开实质性整合，并将于未来数年，在技术水平、产品档次、市场规模、品牌建设等方面着力打造中国白色家电综合实力最强企业。

## 三、交易完成后上市公司的财务状况、盈利能力分析

### （一）财务状况分析

#### 1、交易前后资产构成比较分析

根据海信科龙2008年年度审计报告及广东大华为本次交易出具的海信科龙截止2009年8月30日、2008年12月31日备考财务报表的审计报告（下同），公司于本次重组前后的资产构成情况对比如下：

单位：万元

资产项目	2008年12月31日 实际数		2008年12月31日 备考合并数		2009年8月31日 备考合并数	
	金额	比重（%）	金额	比重（%）	金额	比重（%）



<b>流动资产</b>	<b>178,497.23</b>	<b>47.23</b>	<b>286,379.11</b>	<b>48.29</b>	<b>346,657.79</b>	<b>53.00</b>
货币资金	13,345.59	3.53	22,974.00	3.87	44,879.51	6.86
应收票据	6,245.29	1.65	11,645.93	1.96	32,442.86	4.96
应收账款	66,922.15	17.71	84,543.63	14.25	107,286.30	16.40
预付款项	5,476.71	1.45	3,935.50	0.66	9,078.84	1.39
存货	50,552.83	13.38	88,816.96	14.98	115,357.78	17.64
<b>非流动资产：</b>	<b>199,411.61</b>	<b>52.77</b>	<b>306,709.66</b>	<b>51.71</b>	<b>307,398.49</b>	<b>47.00</b>
长期股权投资	14,120.56	3.74	25,549.58	4.31	37,242.81	5.69
固定资产	129,708.39	34.32	204,718.73	34.52	192,593.30	29.45
在建工程	6,593.53	1.74	12,329.05	2.08	14,439.49	2.21
无形资产	43,725.70	11.57	57,593.56	9.71	57,005.72	8.72
<b>资产总计</b>	<b>377,908.84</b>	<b>100.00</b>	<b>593,088.77</b>	<b>100.00</b>	<b>654,056.28</b>	<b>100.00</b>

如上表所示，本次交易完成后，备考公司的资产规模大幅增加。至2008年12月31日，公司资产总额由交易前的37.79亿元增加至59.31亿元，增幅为56.94%。备考公司流动资产占资产总额的比例较交易前略有上升，由47.23%上升至48.29%，其中应收账款占总资产比例下降3.46%，存货、货币资金占总资产比例分别提高1.6%和0.34%。非流动资产占总资产比例略有下降，主要因为无形资产占总资产比例降低1.86%。

截止2009年8月31日，上市公司备考流动资产占总资产比例进一步提高至53.00%，公司资产流动性进一步增强。

## 2、交易前后负债构成比较分析

公司于本次交易前后的负债构成对比如下：

单位：万元

负债项目	2008年12月31日 实际数		2008年12月31日 备考合并数		2009年8月31日 备考合并数	
	金额	比重（%）	金额	比重（%）	金额	比重（%）
<b>流动负债：</b>	<b>450,702.05</b>	<b>97.53</b>	<b>565,085.92</b>	<b>95.89</b>	<b>595,664.55</b>	<b>96.30%</b>
短期借款	181,494.87	39.27	191,294.87	32.46	129,301.29	20.90
应付票据	44,575.00	9.65	75,859.00	12.87	29,396.29	4.75
应付账款	87,826.66	19.01	123,320.72	20.93	246,693.13	39.88
预收款项	38,139.69	8.25	56,292.42	9.55	50,116.54	8.10
应付职工薪酬	9,768.86	2.11	12,341.52	2.09	16,177.20	2.62
其他应付款	60,747.86	13.15	69,062.88	11.72	65,622.91	10.61
<b>非流动负债：</b>	<b>11,421.54</b>	<b>2.47</b>	<b>24,208.06</b>	<b>4.11</b>	<b>22,893.67</b>	<b>3.70</b>

预计负债	11,421.54	2.47	19,865.25	3.37	19,454.27	3.15
<b>负债合计</b>	<b>462,123.60</b>	<b>100.00</b>	<b>589,293.99</b>	<b>100.00</b>	<b>618,558.22</b>	<b>100.00</b>

截至2008年12月31日，公司负债总额由交易前的46.21亿元增加至58.93亿元，增幅为27.52%，与备考后资产总额56.94%的增幅相比相对较小。备考公司的负债结构中流动负债、非流动负债占比与交易前相比基本稳定，无重大变化。备考公司2008年12月31日预计负债增加主要因为本次重组后公司主营业务规模增大，公司根据白电行业经验、历史销售数据、所提供的质量保证剩余年限、单位平均返修费用等因素谨慎的计提了产品保修准备。

### 3、交易前后偿债能力比较分析

本公司合并报表及备考公司合并报表的偿债能力指标如下表所示：

指标	2008年实际	2008年备考	2009年1月-8月备考
资产负债率	1.22	0.99	0.95
流动比率	0.40	0.51	0.58
速动比率	0.28	0.35	0.39

注：资产负债率=负债总额/资产总额；流动比率=流动资产/流动负债；速动比率=（流动资产-存货）/流动负债

通过本次交易，截止2008年12月31日，备考公司的偿债能力有较大幅度提升，资产负债率从原来的1.22下降至0.99，流动比率和速动比率分别较交易前上市公司提高27.5%和21.43%。截止2009年8月31日，备考公司偿债能力进一步提升，资产负债率下降至0.95，流动比例和速动比例相对于2008年备考公司分别提高14.83%和11.07%。资产负债率的降低、流动比率和速动比率的提高主要由于海信空调优质的、较高偿付能力的白色家电资产注入，对上市公司高资产负债率、低流动比率的现状有所改善。

### 4、交易前后资产周转能力比较分析

本公司合并报表与备考公司合并报表的主要资产周转能力指标对比如下：

指标	2008年实际	2008年备考
应收账款周转率	12.51	13.5
存货周转率	10.12	8.12
固定资产周转率	6.82	5.9

总资产周转率	2.11	1.84
--------	------	------

注：应收账款周转率=销售收入/平均应收账款；存货周转率=销售成本/平均存货；固定资产周转率=销售收入/平均固定资产；总资产周转率=销售收入/平均总资产

本次交易后，公司2008年备考周转能力指标除应收账款周转率外较交易前上市公司均有所降低。与同行业可比上市公司2008年主要资产周转能力指标对比如下：

证券代码	证券简称	存货 周转率	应收账款 周转率	固定资产 周转率	总资产 周转率
000521.SZ	美菱电器	5.65	17.13	9.17	1.37
600336.SH	澳柯玛	4.96	28.79	4.67	0.86
000527.SZ	美的电器	6.13	20.49	10.99	2.23
000651.SZ	格力电器	5.61	57.58	12.04	1.50
600690.SH	青岛海尔	9.78	44.28	12.63	2.60
平均值		<b>6.43</b>	<b>33.65</b>	<b>9.90</b>	<b>1.71</b>

在单项资产周转率对比中，备考公司的存货管理能力在同行业可比公司中处于较高水平，但固定资产周转率、应收账款周转率比行业平均水平低。但备考公司的总资产周转率较同行业可比公司平均水平高出0.13，说明备考公司整体资产周转及运营能力在行业中处于较高水平。

## （二）盈利能力分析

### 1、交易前后盈利规模比较分析

本公司合并报表及备考公司合并报表的利润表主要指标对比如下表所示：

单位：元

指标	2008年实际	2008年备考	2009年1月-8月备考
营业收入	8,635,475,359.75	12,864,923,398.92	9,231,698,064.88
营业利润	-309,300,868.04	-338,797,670.41	325,027,998.38
归属于母公司所有者的净利润	-226,701,628.18	-189,540,421.80	313,988,333.39

通过本次重组，备考公司营业收入和归属于母公司所有者的净利润均有较大幅度的提高，其中营业收入相比交易前增长达50%。根据2009年前八个月的模拟备考数据，公司主营业务发展势头良好，已累计实现营业收入92.32亿元、实现归属于母公司所有者的净利润3.14亿元。本次交易完成后，海信科龙与海信空调两大白电业务实质性整合所产生的协同效应将进一步降低成本、提高公司营运效率。

## 2、交易前后毛利率比较分析

本公司合并报表及备考公司合并报表的毛利率指标对比如下：

指标	2008年实际	2008年备考	2009年1月-8月备考
毛利率	15.41%	18.94%	25.16%

注：毛利率 = (主营业务收入 - 主营业务成本) / 主营业务收入

2008年度交易完成后，上市公司2008年备考毛利率从15.41%上升为18.94%，主要由于海信空调本次注入资产的毛利率高于海信科龙原有的毛利率。2009年前八个月备考毛利率进一步上升至25.16%。

同行业可比公司2008年毛利率指标对比情况如下表：

证券代码	证券简称	销售毛利率
000521.SZ	美菱电器	22.54
600336.SH	澳柯玛	19.49
000527.SZ	美的电器	19.16
000651.SZ	格力电器	19.74
600690.SH	青岛海尔	23.13
平均		20.81

本次交易后海信科龙2008年备考毛利率较交易前提高3.53%，但略低于同行业可比公司20.81%的平均毛利水平；公司2009年前四个月2009年前八个月的备考毛利率进一步提高至25.16%，已高于同行业可比公司2008年毛利率指标的平均水平。

## 3、交易前后期间费用比较分析

本公司合并报表及备考公司合并报表的期间费用对比如下表所示：

单位：万元

指标	2008年实际		2008年备考		2009年1月-8月备考	
	金额	费用占比 (%)	金额	费用占比 (%)	金额	费用占比 (%)
销售费用	108,149.85	68.89	199,802.95	74.61	152,874.76	80.79
管理费用	33,705.52	21.47	50,546.03	18.88	31,205.32	16.49
财务费用	15,126.92	9.64	17,442.02	6.51	5,136.56	2.71

合计	156,982.29	100.00	267,791.00	100.00	189,216.64	100.00
期间费用率	<b>18.18</b>		<b>20.82</b>		<b>20.50</b>	

注：期间费用率 = (销售费用+管理费用+财务费用) / 营业收入

本公司合并报表及备考公司合并报表的期间费用率对比如下表所示：

指标	2008年实际	2008年备考	2009年1月-8月备考
销售费用率	12.52%	15.53%	16.56%
管理费用率	3.90%	3.93%	3.38%
财务费用率	1.75%	1.36%	0.56%

注：销售费用率 = 销售费用/营业收入；管理费用率 = 管理费用/营业收入；财务费用率 = 财务费用/营业收入

本次交易后，公司2008年备考期间费用率对比交易前增加2.64%，主要是本次拟注入白电业务的销售费用率高于公司原有业务的销售费用率（主要原因是标的资产的销售方式系通过连锁系统销售比重大，连锁系统的销售费用偏高）。交易后公司与同行业可比上市公司2008年各项期间费用占营业总收入比率对比如下：

证券代码	证券简称	期间费用率（%）	销售费用率（%）	管理费用率（%）	财务费用率（%）
000521.SZ	美菱电器	21.23	16.77	3.30	1.16
600336.SH	澳柯玛	22.87	8.95	8.37	5.55
000527.SZ	美的电器	15.05	10.18	3.81	1.06
000651.SZ	格力电器	13.70	10.43	3.01	0.20
600690.SH	青岛海尔	19.30	13.40	5.56	0.34
平均		<b>18.43</b>	<b>11.95</b>	<b>4.81</b>	<b>1.66</b>

由上表对比可知，公司交易后2008年备考期间费用率20.82%较同行业可比公司平均水平18.43%略高，除销售费用率超出同行业可比公司平均水平3.58%外，管理费用率和财务费用率均优于同行业可比上市公司的平均水平。

#### 4、交易前后每股收益比较分析

本公司合并报表及备考公司合并报表的每股收益对比如下表所示：

指标	2008年实际	2008年备考
每股收益（基本）	-0.2285	-0.1400

根据公司 2008 年备考财务数据，本次交易完成后，上市公司 2008 年的每股收益较交易前提高 0.0885 元/股。

## 5、改善公司财务状况的进一步措施

（1）海信科龙由于历史原因，资产状况不理想，本次交易是股东、管理层改善海信科龙财务状况的重大措施之一。从前文的分析可以看出，本次交易可使海信科龙资产状况大幅度改善，对海信科龙有重要意义、具有必要性：

（2）本次交易完成后，根据广东大华出具的华德专审字[2009]491 号审计报告，截止 2009 年 8 月 31 日，海信科龙备考合并报表显示，归属母公司所有者权益仍为 -23,489.43 万元，虽然较资产注入前的 2008 年 12 月 31 日备考合并的 -32,776.39 万元大幅度增加了 9,286.96 万元，但资产状况仍有待进一步改善。海信科龙将主要采取如下措施进一步改善资产状况：

① 海信科龙将利用本次交易所形成的规模优势、产品优势、区位优势、资源优势和人才优势，充分发挥本次重组的协同效应，公司经营规模和经营利润将稳步提升。根据广东大华出具的华德[2009]专审字 328 号、494 号备考盈利预测审核报告，海信科龙 2009 年度、2010 年度将分别实现营业收入 1,160,609.80 万元和 1,284,390.24 万元；分别实现归属于母公司所有者净利润 11,277.69 万元和 15,076.38 万元。盈利能力增强的同时，预计将使海信科龙的资产负债率进一步改善 5 个百分点左右，从而进一步提高海信科龙的偿债能力。

② 发挥本次交易后的整合效应，改善资产结构。

海信科龙将对产、供、销体系进行有效整合，加强集中控制，提高营运资金使用管理效率，包括强化市场营销管理，降低应收账款；加强产品规模和产品线管理，优化销售结构与库存结构；优化采购流程，降低采购对流动资金的占用。通过上述（1）的分析，本次交易后的整合效应显著，加强运营和管理将会进一步促进整合效应的发挥，切实带来经营业绩的改善。

③ 同时，海信科龙还将利用大股东（实际控制人）的担保支持，积极调整银行汇票借款结构。实际控制人海信集团及其控制的海信集团财务有限公司承诺未来继续利用其现有资金实力及拥有财务公司的有利条件，在符合市场公平原则的前提下，继续为海信科龙提供贷款及信用担保等财务支持，促进海信科龙持续改善财务状况。海信科龙还将适时考虑其他多元的融资方式，如通过股本融资降低资产负债率，通过发行短期融资券等方式调整债务结构，以优化资本结构，降低负债规模，提升资产负债

率。

#### **四、本次交易完成后，管理层针对新增产能的消化、对经营与营销业务的整合、公司治理的完善问题拟采取的具体措施。**

白色家电行业为成熟行业，规模效应极为明显。本次重组后，随着海信、科龙双方白电业务的实质性合并，上市公司的业务规模将得以大幅度提升，由此所产生的规模协同效应将有助于降低本公司的采购成本、管理成本和运输成本，提升公司品牌知名度和市场综合竞争力。本次重组后，海信科龙将新增空调产能超过 350 万套/年，新增冰箱产能 180 万台/年，海信科龙的冰箱和空调产品的市场占有率将分别跃升至冰箱行业第二位和空调行业第四位。

对于海信科龙通过本次交易新增的产能：

1、白色家电行业生产的季节性明显，本次重组双方目前的产能并未形成剩余产能，反而均存在旺季生产能力不足的问题。

企业产能一般按照每年正常生产 12 个月进行计算，由于白色家电行业销售具有极为明显的季节性，一般情况下，应对旺季需求的生产能力才是白色家电企业的有效生产能力，而为了提高企业应对旺季需求的能力，白色家电企业必须提高在旺季几个月内的生产能力，由于计算的原因，这种旺季生产能力的提高，导致了企业年产能的成倍提高。因此企业所形成的生产能力一般大于实际的产销量，否则将无法满足旺季的生产需求或会导致必须在淡季生产从而形成大量不合理库存。本次拟购买的海信空调业务 2007 年、2008 年实际产量分别为 156.31 万套和 122.62 万套；海信冰箱业务 2007 年、2008 年实际产量分别为 130.76 万台和 131.29 万台；上述实际产量均小于海信空调及冰箱业务的产能，这正是应对白色家电行业季节性特点的表现。本次重组后，海信科龙白电产品的产能较重组前大幅提升，提高了海信科龙应对旺季市场需求的能力；此外海信科龙将视本次合并后双方业务实质性整合的进度和效果，并考虑其时的市场环境和竞争状况合理安排生产计划，以稳步提升重组后本公司的产销规模。

2、注入资产包含生产、销售完整产业链，不会给上市公司带来新增的销售负担。

本次资产注入前，本次交易的标的资产主要通过海信营销根据市场需要下达的订单进行生产，再由海信营销统一进行销售。本次交易标的资产的销售情况良好，海信

营销白电营销资产的销售渠道可以消化本次交易标的资产带给海信科龙的新增产能。

3、白电营销资产的注入，将进一步扩充上市公司的销售网点，提高公司整体销售规模，提高公司与连锁渠道及代理商议价能力，不但有利于新增产能的消化，还有利于提高海信科龙原有销售能力。

从销售渠道上来看，上市公司目前现有的白电销售渠道在南方市场及代理渠道销售上具有优势；而本次拟购买的海信白电业务的销售渠道在北方市场及大型连锁商销售方面具有优势；两者的销售渠道在区域和营销体系上具有较强的互补性。本次重组完成后，海信白电营销资产将一并注入上市公司，即新增产能的原有销售渠道也将一并注入上市公司。双方各自渠道大量不重叠的部分将大幅度扩大上市公司的渠道覆盖能力，双方重叠的部分将进行合并精简，不仅可保持原有渠道能力，并且由于双方销售均集中入上市公司，将提高公司与连锁渠道及代理商议价能力，有效降低渠道费用，提高盈利能力。

4、自从 2006 年海信空调收购本公司后，由于未能进行实质性资产重组，为保持上市公司独立性，在人员、资产、财务、机构、业务等各方面无法实现全方面整合，规模与整合效应无法实现。但双方业务已在同一管理模式下磨合已逾 3 年之久，本次获得批准后，双方可立即实施全面整合，多年磨合将使得整合得以迅速完成，不仅整合的风险小，整合效应也将迅速体现。

综上所述，本次科龙、海信两大白电业务合并后不仅不会对公司形成新增产能负担，两大营销渠道整合的优势互补还将进一步提高本公司的市场营销能力和盈利空间。

5、在公司治理方面，海信空调、海信集团共同承诺，严格遵守《公司法》以海信科龙《公司章程》，规范关联企业及海信科龙及其所控制企业之间的关联关系及关联交易，保持上市公司独立性。海信空调、海信集团向上市公司提出书面承诺及保证如下：

（1）本次交易完成后，海信集团和海信空调将继续严格按照《公司法》等法律法规以及海信科龙《公司章程》的有关规定行使股东或董事权利并履行股东或董事的义务，在股东大会以及董事会对有关涉及关联企业与海信科龙的关联交易进行表决时，履行回避表决的义务。



（2）本次交易完成后，关联企业将尽量减少与海信科龙的关联交易。在进行确有必要且无法规避的关联交易时，保证按市场化原则和公允价格进行公平操作，并按法律法规以及规范性文件和海信科龙《公司章程》的相关规定履行关联交易决策程序及其信息披露义务。

（3）如果海信集团和海信空调违反本函所作承诺及保证，将依法承担违约责任，并对由此造成海信科龙及其除海信空调以外其他股东的损失承担连带赔偿责任。

（4）本次重大资产出售后，海信空调、海信集团承诺与海信科龙在人员、资产、财务、机构、业务上做到“五分开”，保证海信科龙人员独立、资产独立、财务独立、机构独立和业务独立。

## 第十一节 财务会计信息

### 一、拟购买资产最近三年及近期的备考合并财务报表

广东大华就本次拟购买标的资产 2006 年、2007 年、2008 年、2009 年 1-4 月和 1-8 月备考合并财务报告（华德专审字[2009]324 号、490 号）出具了标准无保留意见的审计报告。

#### 1、拟购买标的资产备考合并资产负债表（中国会计准则）

单位：人民币元

项目	2009 年 8 月 31 日	2009 年 4 月 30 日	2008 年 12 月 31 日	2007 年 12 月 31 日	2006 年 12 月 31 日
<b>流动资产：</b>					
货币资金	250,250,857.06	88,360,557.08	96,284,101.53	64,110,041.21	29,157,056.85
交易性金融资产	-	-	-	-	-
应收票据	271,071,014.13	245,072,565.16	54,006,399.98	208,000,383.08	198,086,669.33
应收账款	455,442,474.24	556,173,842.13	243,183,882.42	338,975,940.87	173,852,503.11
预付款项	15,124,867.85	29,231,229.76	20,220,858.32	104,085,151.06	315,122,679.76
其他应收款	22,177,054.13	281,876,101.93	380,785,546.55	343,569,012.33	404,586,674.45
存货	510,949,471.67	620,963,217.00	390,076,408.10	549,921,968.17	433,742,353.79
其他流动资产	1,066,488.27	3,604,070.21	4,298,760.36	-	-
<b>流动资产合计</b>	<b>1,526,082,227.35</b>	<b>1,825,281,583.27</b>	<b>1,188,855,957.26</b>	<b>1,608,662,496.72</b>	<b>1,554,547,937.29</b>
<b>非流动资产：</b>					
可供出售金融资产	-	-	-	-	-
持有至到期投资	-	-	-	-	-
长期应收款	-	-	-	-	-
长期股权投资	149,586,310.29	118,100,679.88	114,290,200.13	76,042,678.30	53,502,388.44
投资性房地产	-	-	-	-	-
固定资产	740,587,813.40	753,632,887.38	750,103,409.74	746,558,258.25	733,508,127.31
在建工程	35,620,904.12	36,470,253.91	57,355,211.30	57,368,600.35	26,504,933.07
工程物资	-	-	-	-	-
固定资产清理	-	3,051.00	-	19,938.50	-
生产性生物资产	-	-	-	-	-
无形资产	131,988,647.43	135,775,867.58	138,678,564.76	133,731,885.85	130,583,977.95
开发支出	-	-	-	-	-
商誉	-	-	-	-	-
长期待摊费用	75,644.34	93,409.50	19,143.29	113,527.22	-

递延所得税资产	12,823,264.95	11,570,966.97	12,533,952.50	6,779,336.55	166,867.96
其他非流动资产	-	-	-	-	-
非流动资产合计	1,070,682,584.53	1,055,647,116.22	1,072,980,481.72	1,020,614,225.02	944,266,294.73
资产总计	2,596,764,811.88	2,880,928,699.49	2,261,836,438.98	2,629,276,721.74	2,498,814,232.02

项目	2009年8月31日	2009年4月30日	2008年12月31日	2007年12月31日	2006年12月31日
<b>流动负债：</b>					
短期借款	12,433,268.56	133,033,911.40	98,000,000.00	192,000,000.00	327,746,482.92
交易性金融负债	-	-	-	-	-
应付票据	-	55,000,000.00	312,840,000.00	218,400,000.00	250,767,322.72
应付账款	872,423,926.28	1,071,095,986.11	401,511,854.65	660,688,778.55	532,095,553.74
预收款项	202,735,369.57	181,315,492.57	208,681,522.05	180,058,816.29	252,982,128.38
应付职工薪酬	38,665,490.44	38,162,763.12	25,726,629.41	31,614,467.48	13,833,994.36
应交税费	(5,056,198.98)	-6,764,547.75	12,854,833.79	14,957,869.08	40,243,889.70
应付股利	18,502,535.36	19,917,896.13	24,456,093.34	26,773,225.85	1,219,422.82
其他应付款	104,958,026.43	201,586,805.16	112,026,800.66	257,889,109.86	195,337,190.96
一年内到期的非流动负债	-	18,000,000.00	12,000,000.00	10,000,000.00	4,000,000.00
其他流动负债	234,827,163.13	129,044,078.48	67,727,083.16	75,370,904.35	73,155,566.53
流动负债合计	1,479,489,580.79	1,840,392,385.22	1,275,824,817.06	1,667,753,171.46	1,691,381,552.13
<b>非流动负债：</b>					
长期借款	-	-	10,000,000.00	22,000,000.00	32,000,000.00
应付债券	-	-	-	-	-
长期应付款	-	-	-	-	-
专项应付款	-	-	-	-	-
预计负债	86,597,532.90	88,699,270.60	84,437,048.16	83,257,041.67	60,930,147.97
递延所得税负债	-	-	-	-	-
其他非流动负债	-	3,875,579.83	4,044,083.30	6,699,593.71	6,855,104.12
非流动负债合计	90,304,609.26	92,574,850.43	98,481,131.46	111,956,635.38	99,785,252.09
负债合计	1,569,794,190.05	1,932,967,235.65	1,374,305,948.52	1,779,709,806.84	1,791,166,804.22
<b>股东权益：</b>					
归属于母公司所有者权益	798,044,141.17	721,075,414.44	671,112,868.59	642,272,162.77	525,139,928.31
少数股东权益	228,926,480.66	226,886,049.40	216,417,621.87	207,294,752.13	182,507,499.49
股东权益合计	1,026,970,621.83	947,961,463.84	887,530,490.46	849,566,914.90	707,647,427.80
负债和股东权益总计	2,596,764,811.88	2,880,928,699.49	2,261,836,438.98	2,629,276,721.74	2,498,814,232.02

## 2、拟购买标的资产备考合并利润表（中国会计准则）

单位：人民币元

项目	2009年1-8月	2009年1-4月	2008年度	2007年度	2006年度
一、营业收入	4,054,026,350.32	1,703,769,977.96	5,488,141,369.99	6,124,951,533.80	5,587,973,488.77
减：营业成本	3,171,297,770.57	1,327,335,636.18	4,430,231,396.28	4,855,868,259.27	4,382,464,062.38
营业税金及附加	16,801,082.80	5,531,795.90	24,445,857.20	19,557,661.31	20,157,834.94
销售费用	651,020,976.00	261,272,125.99	916,531,021.92	971,516,117.11	939,957,040.08
管理费用	107,908,101.84	54,213,087.12	168,405,016.03	156,894,377.49	119,625,191.53
财务费用	4,672,281.95	1,114,866.18	23,151,002.21	11,293,610.01	14,341,270.52
资产减值损失	(4,130,175.46)	2,004,564.53	-2,908,952.00	-1,410,895.27	2,841,103.83
加：公允价值变动收益	-	-	-	-	-
投资收益	47,230,755.61	13,610,479.75	43,147,521.84	31,618,521.70	15,588,421.61
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	45,096,110.16	13,610,479.75	43,147,521.84	32,643,563.57	15,588,421.61
汇兑收益	-	-	-	-	-
二、营业利润	153,687,068.23	65,908,381.81	-28,566,449.81	142,850,925.58	124,175,407.10
加：营业外收入	26,953,022.24	20,017,008.90	79,724,075.67	78,427,485.49	44,597,793.01
减：营业外支出	7,575,347.77	1,125,622.03	6,758,120.40	4,766,952.08	9,494,110.41
其中：非流动资产处置损失	942,665.45	285,877.70	3,151,901.70	456,799.48	2,623,038.57
三、利润总额	173,064,742.70	84,799,768.68	44,399,505.46	216,511,458.99	159,279,089.70
减：所得税费用	19,838,042.33	14,568,795.30	-6,188,411.01	51,949,824.65	43,585,378.36
四、净利润	153,226,700.37	70,230,973.38	50,587,916.47	164,561,634.34	115,693,711.34
同一控制下被合并方在合并前实现的净利润	-	-	-	-	-
归属于母公司所有者的净利润	136,731,272.58	59,762,545.84	38,091,558.94	123,676,084.87	100,806,337.87
少数股东损益	16,495,427.79	10,468,427.54	12,496,357.53	40,885,549.47	14,887,373.47
五、每股收益：					
（一）基本每股收益	0.37	0.17	0.11	0.34	0.28
（二）稀释每股收益	0.37	0.17	0.11	0.34	0.28

## 二、上市公司根据重组方案编制的最近一年及近期的备考财务报表

根据广东大华华德[2009]专审字 326 号、491 号标准无保留意见审计报告，假设本次交易于 2008 年 1 月 1 日完成，上市公司财务报表情况如下：

### 1、备考合并资产负债表（中国会计准则）

单位：人民币元

资产	2009 年 8 月 31 日	2009 年 4 月 30 日	2008 年 12 月 31 日
<b>流动资产：</b>			
货币资金	448,795,084.02	287,586,938.37	229,739,994.61
交易性金融资产	-	4,181,584.13	6,018,689.45
应收票据	324,428,563.95	276,954,151.23	116,459,296.49
应收账款	1,072,862,964.49	1,325,145,364.33	845,436,319.10
预付款项	90,788,375.01	85,985,094.24	39,354,954.38
其他应收款	340,088,286.09	610,784,346.13	714,582,579.62
存货	1,153,577,787.59	1,368,821,216.34	888,169,570.26
一年内到期的非流动资产	-	-	-
其他流动资产	36,036,858.46	26,530,120.94	24,029,670.17
流动资产合计	3,466,577,919.61	3,985,988,815.71	2,863,791,074.08
<b>非流动资产：</b>			
可供出售金融资产	-	-	-
持有至到期投资	-	-	-
长期应收款	-	-	-
长期股权投资	372,428,065.47	260,238,869.80	255,495,774.61
投资性房地产	34,579,366.81	35,279,823.33	35,564,782.86
固定资产	1,925,933,033.72	2,018,571,844.15	2,047,187,280.43
在建工程	144,394,938.97	133,941,329.46	123,290,465.83
工程物资	-	-	-
固定资产清理	1,489,667.55	306,935.93	55,316.42
生产性生物资产	-	-	-
无形资产	570,057,237.79	566,472,270.08	575,935,601.07
开发支出	-	-	-

商誉	-	-	-
长期待摊费用	3,227,251.12	3,273,580.91	3,386,640.16
递延所得税资产	21,875,299.38	20,627,465.63	26,180,734.84
其他非流动资产	-	-	-
非流动资产合计	3,073,984,860.81	3,038,712,119.29	3,067,096,596.22
资产总计	6,540,562,780.42	7,024,700,935.00	5,930,887,670.30

负债和股东权益	2009年8月31日	2009年4月30日	2008年12月31日
<b>流动负债：</b>			
短期借款	1,293,012,915.94	1,811,384,503.20	1,912,948,725.08
交易性金融负债	3,471,646.49	3,895,777.16	13,610,671.47
应付票据	293,962,887.91	391,162,887.91	758,590,000.00
应付账款	2,466,931,328.33	2,513,160,603.79	1,233,207,213.98
预收款项	501,165,423.66	499,100,550.32	562,924,243.58
应付职工薪酬	161,772,036.85	147,526,999.35	123,415,192.63
应交税费	(49,430,912.91)	(60,129,429.32)	(5,630,858.56)
应付利息	2,232,002.54	2,232,002.54	3,079,013.16
应付股利	18,504,602.38	19,919,963.15	24,458,160.36
其他应付款	656,229,108.25	751,896,664.39	690,628,761.76
一年内到期的非流动负债	-	18,000,000.00	12,000,000.00
其他流动负债	608,794,447.29	529,652,519.11	321,628,103.91
流动负债合计	5,956,645,486.73	6,627,803,041.60	5,650,859,227.37
<b>非流动负债：</b>			
长期借款	-	-	10,000,000.00
应付债券	-	-	-
长期应付款	-	-	-
专项应付款	-	-	-
预计负债	194,542,744.48	199,097,160.65	198,652,492.25
递延所得税负债	-	-	-
递延收益	34,393,925.26	35,712,428.73	33,428,132.20

非流动负债合计	228,936,669.74	234,809,589.38	242,080,624.45
负债合计	6,185,582,156.47	6,862,612,630.98	5,892,939,851.82
股东权益：			
归属于母公司所有者权益	(23,489,428.87)	(214,695,370.67)	(327,763,900.76)
少数股东权益	378,470,052.82	376,783,674.69	365,711,719.24
股东权益合计	354,980,623.95	162,088,304.02	37,947,818.48
负债和股东权益总计	6,540,562,780.42	7,024,700,935.00	5,930,887,670.30

## 2、备考合并利润表（中国会计准则）

单位：人民币元

项目	2009年1-8月	2009年1-4月	2008年度
一、营业收入	9,231,698,064.88	3,934,916,450.00	12,864,923,398.92
减：营业成本	7,034,709,466.09	2,920,335,920.68	10,485,494,471.51
营业税金及附加	18,589,127.78	6,096,537.14	25,744,732.75
销售费用	1,528,747,610.93	697,697,938.11	1,998,029,473.47
管理费用	312,053,173.61	152,673,923.53	505,460,260.57
财务费用	51,365,645.99	32,231,320.22	174,420,236.88
资产减值损失	14,067,793.03	16,551,235.03	26,930,600.12
加：公允价值变动收益	3,197,292.32	7,968,033.91	(11,058,654.62)
投资收益	49,665,458.61	6,097,946.45	23,417,360.59
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	55,697,751.57	14,533,592.35	47,344,713.79
汇兑收益	-	-	-
二、营业利润	325,027,998.38	123,395,555.65	(338,797,670.41)
加：营业外收入	71,945,231.76	43,640,677.57	186,069,169.93
减：营业外支出	25,906,941.34	14,115,495.39	32,043,694.35
其中：非流动资产处置损失	11,683,961.76	11,212,384.93	12,777,116.06
三、利润总额	371,066,288.80	152,920,737.83	(184,772,194.83)
减：所得税费用	40,333,052.83	19,170,980.76	(2,103,683.75)
四、净利润	330,733,235.97	133,749,757.07	(182,668,511.08)
同一控制下被合并方在合并前实现的净利润	-	-	-

归属于母公司所有者的净利润	313,988,333.39	122,677,801.62	(189,540,421.80)
少数股东损益	16,744,902.59	11,071,955.45	6,871,910.72
五、每股收益：			
（一）基本每股收益	0.23	0.0906	-0.1400
（二）稀释每股收益	0.23	0.0906	-0.1400

### 三、本次交易完成后的备考盈利预测

根据广东大华出具的华德[2009]专审字 328 号、494 号审核报告，上市公司 2009 年度、2010 年度备考盈利预测情况如下：

单位：人民币万元

项 目	上年已审实现数	2009 年预测数			2010 年预测数
		1-4 月已审实现数	5-12 月预测数	合计	
一、营业收入	1,286,492.34	393,491.65	767,118.16	1,160,609.80	1,284,390.24
减：营业成本	1,048,549.45	292,033.59	602,781.57	894,815.17	998,360.59
营业税金及附加	2,574.47	609.65	1,719.20	2,328.85	3,088.98
销售费用	199,802.95	69,769.79	122,755.19	192,524.98	205,396.80
管理费用	50,546.03	15,267.39	31,777.57	47,044.96	48,395.17
财务费用	17,442.02	3,223.13	8,001.08	11,224.21	11,590.86
资产减值损失	2,693.06	1,655.12	972.57	2,627.69	1,768.61
加：公允价值变动收益	-1,105.87	796.80	0.00	796.80	-
投资收益	2,341.74	609.79	996.30	1,606.10	2,600.22
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	4,734.47	1,453.36	996.30	2,449.66	2,600.22
二、营业利润	-33,879.77	12,339.56	107.27	12,446.83	18,389.43
加：营业外收入	18,606.92	4,364.07	1,416.75	5,780.82	2,865.73
减：营业外支出	3,204.37	1,411.55	263.81	1,675.36	253.99
其中：非流动资产处置损失	1,277.71	1,121.24	68.31	1,189.55	94.52
三、利润总额	-18,477.22	15,292.07	1,260.22	16,552.29	21,001.17
减：所得税费用	-210.37	1,917.10	848.09	2,765.19	2,590.44
四、净利润	-18,266.85	13,374.98	412.12	13,787.10	18,410.73
同一控制下被合并方在合并前实现的净利润	0.00	0.00	0.00	0.00	
归属于母公司所有者的净利润	-18,954.04	12,267.78	-990.09	11,277.69	15,076.38
少数股东损益	687.19	1,107.20	1,402.22	2,509.41	3,334.35
五、每股收益：（元）					
（一）基本每股收益	-0.14	0.09	-0.01	0.08	0.1113
（二）稀释每股收益	-0.14	0.09	-0.01	0.08	0.1113



## 第十二节 同业竞争与关联交易

### 一、同业竞争

#### （一）本次重组前的同业竞争说明

本次重组前，海信空调及其实际控制人海信集团旗下拥有包括海信山东、海信浙江、海信北京、海信南京、海信日立、海信模具以及海信营销白电营销资产在内的白电资产；而海信科龙的主营业务也为冰箱、空调、冷柜、小家电等电器及相应配件产品的开发、制造、内外销售和提供售后服务等。因此，两者之间在业务范围上存在着同业竞争关系。

#### （二）本次重组后的同业竞争说明

通过本次交易，海信集团旗下全部白色家电资产将一并注入海信科龙，海信集团的其它业务（电视机等多媒体业务、通讯业务、房地产业务）均与海信科龙无同业竞争关系，亦不存在与海信科龙相同主营业务的业务及资产，其中，海信集团所属上市公司海信电器主营的电视机等多媒体业务，与海信科龙主营的冰箱、空调等白色家电业务，在国家行业分类与管理、产品上游供应链、产品生产手段、产品技术、产品服务手段等主要方面均存在着明显的区别，本次重组将从根本上消除海信空调及海信集团与海信科龙目前存在的同业竞争情形。

#### （三）避免同业竞争的措施

为保证本次重组后海信科龙的正常生产经营，维护海信科龙及其他股东的合法权益，控股股东海信空调和实际控制人海信集团就避免与海信科龙之间发生同业竞争之事宜，特做出如下安排及承诺：

“1、本次交易完成后，海信空调、海信集团及其所控制的企业与白电相关的全部资产和业务已注入海信科龙，海信空调、海信集团及其所控制的企业所保留的其他资产和业务与海信科龙及其所控制的企业不存在同业竞争。

2、在未来发展中，海信空调、海信集团及其所控制的企业如取得任何适合海信科龙及其所控制的企业从事业务的发展机会，海信科龙及其所控制的企业可以根据需要选择发展；海信空调、海信集团及其所控制的企业将给予必要的支持和协助。

3、在海信空调为海信科龙控股股东及海信集团为海信科龙实际控制人期间，海

信空调、海信集团及其所控制的企业将不会在中国境内及境外发展任何与海信科龙及其所控制的企业从事业务相同或相近的业务或项目；亦不再谋求通过与任何第三人合资、合作、联营或采取租赁经营、承包经营、委托管理等方式直接或间接从事与海信科龙及其所控制的企业构成竞争的业务。

4、海信空调、海信集团不会利用对海信科龙直接或间接控股优势地位从事任何损害海信科龙及其他股东，特别是中小股东利益的行为。

5、海信空调、海信集团违反上述承诺与保证的，将立即停止与海信科龙及其所控制的企业构成竞争业务，并采取必要措施予以纠正补救；同时须对违反上述承诺与保证导致海信科龙及其所控制的企业之一切损失和后果承担连带赔偿责任。”

## 二、关联交易

### （一）本公司主要关联方及关联关系

截至 2008 年 12 月 31 日，本公司的主要关联方及关联关系如下：

#### （1）存在控制关系的关联公司

关联公司名称	企业类型	法定代表人	注册资本	业务范围	所持股份或权益	与本公司关系
海信空调	中外合资企业	汤业国	674,790,000	生产空调、模具及售后服务	25.22%	控股股东
海信集团	国有独资	周厚健	806,170,000	国有资产委托营运，家电产品、通讯产品等的制造、销售和服务	---	实际控制人
康拜恩	有限责任公司	方志国	20,000,000	研发、生产与销售空调设备、家用电器及售后服务	55.00%	本公司未合并之子公司

#### （2）不存在控制关系的关联公司

关联公司名称	与本公司的关系
华意压缩机股份有限公司（“华意压缩”）	公司之联营公司
重庆容声(科龙)冰箱销售有限公司（“重庆容声”）	公司之联营公司
安泰达	公司之联营公司
西安高科(集团)公司	西安科龙的少数股东
加西贝拉压缩机有限公司（“加西贝拉”）	联营公司之子公司
顺德市运龙咨询服务有限公司（“顺德运龙咨询”）	华傲电子之少数股东
海信营销	控股股东之子公司
海信浙江	控股股东之子公司



海信 南京	采购冰 箱产成 品	公平合理原则 经双方协商确 定			24,694.76	3.62%
海信 南京	采购冰 箱材料	公平合理原则 经双方协商确 定			61.55	0.01%
海信 南京	销售冰 箱产成 品	公平合理原则 经双方协商确 定	3,535.62	0.44%		
海信 北京	采购冰 箱产成 品	公平合理原则 经双方协商确 定			8,833.18	1.30%
海信 北京	采购冰 箱材料	公平合理原则 经双方协商确 定			32.81	0.00%
海信 北京	销售冰 箱产成 品	公平合理原则 经双方协商确 定	16,536.50	2.05%		
海信 香港	销售冰 箱产成 品	公平合理原则 经双方协商确 定	883.69	0.11%		
海信 香港	销售空 调产成 品	公平合理原则 经双方协商确 定	972.63	0.12%		
海信 香港	销售冷 柜产成 品	公平合理原则 经双方协商确 定	29.38	0.00%		
海信 模具	销售模 具	公平合理原则 经双方协商确 定	296.98	0.04%		
海信 浙江	销售模 具	公平合理原则 经双方协商确 定	103.20	0.01%		
海信 山东	销售模 具	公平合理原则 经双方协商确 定	272.35	0.03%		
海信 南京	销售模 具	公平合理原则 经双方协商确 定	217.26	0.03%		
海信 北京	销售模 具	公平合理原则 经双方协商确 定	129.40	0.02%		
<b>合计</b>			<b>34,648.67</b>	<b>4.30%</b>	<b>94,125.57</b>	<b>13.82%</b>

## 2、2009 年度预计日常性关联交易

2009 年 3 月 25 日，本公司召开的 2009 年第二次临时股东大会审议通过了海信科龙与海信集团及其关联方签署的《业务合作框架协议》以及在该项协议下拟进行的关联交易。2009 年 5 月 19 日，公司根据与海信关联方对部分类型业务的关联交易年

度交易金额作了补充预计，并就此于同海信关联方签署了《〈业务合作框架协议〉补充协议》。根据上述两份协议，2009年度本公司与海信集团及其关联方预计发生的日常关联交易如下表：

单位：万元（含增值税）

关联交易类别	按产品或劳务等进一步划分	关联人	预计2009年全年发生金额
销售产品及材料	海信科龙销售定制冰箱	海信空调	79,792
	海信科龙销售定制空调	海信空调	10,000
	海信科龙销售零部件、原材料	海信空调	12,180
		青岛赛维	130
		海信电器	50
	海信科龙出售设备	海信空调	2,400
	海信科龙代理采购并销售原材料	海信空调	10,000
	海信科龙销售出口产品	海信国际营销	34,660
	海信科龙销售模具	海信模具	400
		海信空调	1,300
提供服务	海信科龙提供物业服务	海信电器	38
		海信空调	150
采购产品或商品	海信科龙采购电器配件、原材料	海信空调	2,754
		青岛赛维	130
	海信科龙采购定制冰箱	海信空调	82,000
	海信科龙采购定制空调	海信空调	48,000
接受劳务	海信科龙接受服务	海信空调	3,100
		青岛赛维	1,740
		海信电子	1,050
合计			<b>289,874</b>

由上表，随着本公司与海信集团及其关联企业之间业务往来的日益频繁，2009年度预计关联交易总金额将达到289,874万元。

### （三）本次重组完成后本公司与海信集团及其关联企业的关联交易情况

本次重组完成后，公司的资产边界将发生变化，重组前本公司及附属公司与本次拟购买标的资产与之间的关联交易将转化为本公司的内部交易。本次重组后海信集团及其关联企业与本公司的关联关系及关联交易情况如下：

#### 1、关联方—海信集团及其关联企业

公司名称	与本公司的关系
海信集团	公司实际控制人
海信空调	控股股东
青岛赛维电子信息服务股份有限公司（“青岛赛维”）	实际控制人之子公司

青岛海信网络科技股份有限公司（“海信网络”）	实际控制人之子公司
青岛海信实业股份有限公司家电分公司（“海信实业”）	实际控制人之子公司
青岛海信光学有限公司（“海信光学”）	实际控制人之子公司
青岛海信房地产股份有限公司（“海信房地产”）	实际控制人之子公司
青岛海信电子技术服务有限公司（“海信电子”）	实际控制人之子公司
淄博海信电子有限公司（“淄博海信”）	实际控制人之子公司
海信香港	实际控制人之子公司
海信电器	实际控制人之子公司
海信电子控股	实际控制人之子公司
海信进出口	实际控制人之子公司
青岛海信软件开发有限公司（“海信软件”）	实际控制人之子公司
青岛海信国际营销股份有限公司（“海信国际营销”）	实际控制人之子公司
广东海信多媒体有限公司（“海信多媒体”）	实际控制人之子公司
山东海信环保有限公司（“海信环保”）	实际控制人之子公司
青岛海信建筑设计院有限公司（“海信设计院”）	实际控制人之子公司
青岛海信网络科技股份有限公司（“海信网络”）	实际控制人之子公司
海信营销	实际控制人之子公司
海信集团财务有限公司（“海信财务”）	实际控制人之子公司

## 2、重组后与海信集团及其关联方的关联交易

### （1）经常性关联交易

公司名称	项目	2009年1-4月			2008年度		
		金额	占全部同类交易比例	定价政策	金额	占全部同类交易比例	定价政策
海信进出口	采购货物	2,760,310.98	1.05%	协议定价	21,553,962.78	3.91%	协议定价
青岛赛维	采购货物	91,841.62	0.03%	---	462,028.83	---	协议定价
海信香港	采购货物	38,458,579.46	14.57%	协议定价	53,025,650.28	9.63%	协议定价
淄博海信	采购货物	143,184.43	0.05%	协议定价	526,654.39	0.10%	协议定价
海信电器	采购货物	204,625.72	0.08%	协议定价	549,859.97	0.10%	协议定价
海信软件	采购固定资产	---	---	---	2,889,699.92	57.36%	协议定价
海信光学	采购固定资产	---	---	---	2,148,498.40	42.64%	协议定价
青岛赛维	销售货物	683,931.98	0.39%	协议定价	3,531,080.05	0.54%	协议定价

海信电子控股	销售货物	377,393.16	0.22%	协议定价	3,999,829.07	0.61%	协议定价
海信进出口	销售货物	135,655,889.28	78.06%	协议定价	362,038,051.36	55.59%	协议定价
淄博海信	销售货物	128.8	0.00%	协议定价	3,993.57	0.00%	协议定价
海信香港	销售货物	16,834,692.55	9.69%	协议定价	18,857,003.32	2.89%	协议定价
海信多媒体	销售货物	22,892.16	0.01%	协议定价	572,920.97	0.09%	协议定价
海信电器	销售货物	10,771,002.77	6.20%	---	243,535,408.76	37.38%	协议定价
海信光学	销售货物	---	---	---	463,717.43	0.07%	协议定价
海信国际营销	销售货物	7,118,697.51	4.10%	协议定价	---	---	---
海信网络	销售货物	---	---	---	32,726.39	0.01%	协议定价
海信电器	销售固定资产	---	---	---	39,903,023.73	99.99%	协议定价
海信光学	销售固定资产	---	---	---	4,111.89	0.01%	协议定价
青岛赛维	提供劳务	3,846.15	100%	协议定价	11,593,508.14	81.34%	协议定价
海信电子	提供劳务	---	---	---	2,660,238.04	18.66%	协议定价
海信集团	研发服务	---	---	---	18,000,000.00	100%	协议定价
海信多媒体	管理费	100,500.80	100.00%	协议定价	---	---	---
海信电器	租赁	146,103.73	2.13%	协议定价	---	---	---
海信电子控股	商标使用费	633,859.67	100.00%	协议定价	1,850,000.00	100.00%	协议定价
海信财务	贴现息	---	---	---	4,492,833.35	100.00%	协议定价
青岛赛维	接受劳务	6,611,198.88	75.92%	协议定价	14,676,953.27	95.74%	协议定价
海信电子	接受劳务	2,097,288.03	24.08%	协议定价	652,576.69	4.26%	协议定价
<b>合计</b>		<b>222,715,967.68</b>			<b>808,024,330.60</b>		

注：2008年度，海信模具与海信电器因销售货物产生的关联交易金额为243,535,408.76元；2008年9月22日，海信模具已将机壳加工业务出售给海信电器；预计2009年度海信模具与海信电器之间的关联交易金额将大幅减少至6,000万元（海信电器2009年日常关联交易公告）。

## （2）关联方往来

往来项目	关联公司名称	经济内容	2009年4月30日	2008年12月31日
------	--------	------	------------	-------------

应收账款	海信进出口	销售货物	18,592,863.87	23,914,715.87
	海信电器	销售货物	2,124,429.32	2,462,043.64
	海信多媒体	销售货物	23,685.61	229,976.38
	海信香港	销售货物	22,698,184.72	8,104,358.70
	青岛赛维	销售货物	---	3,238.42
	<b>小计</b>		<b>43,439,163.52</b>	<b>34,714,333.01</b>
预付款项	青岛赛维	服务费	131,524.47	27,690.38
	海信电器	采购货物	---	48,534.57
	<b>小计</b>		<b>131,524.47</b>	<b>76,224.95</b>
其他应收款	海信集团	往来款	3,832,568.93	81,031,695.92
	海信光学	费用	4,111.89	---
	海信营销	营销公司内部往来	261,685,973.30	258,978,682.45
	<b>小计</b>		<b>265,522,654.12</b>	<b>340,010,378.37</b>
应付账款	海信光学	销售及采购	---	2,672,763.24
	海信房地产	销售及采购	2,972,720.50	2,972,720.50
	海信香港	采购	25,912,488.02	1,798,716.82
	淄博海信	采购	68,247.22	872.14
	海信实业	采购	30,650.00	---
	海信环保	采购	2,715,198.71	---
	海信设计院	采购	200,000.00	---
	<b>小计</b>		<b>31,899,304.45</b>	<b>7,445,072.70</b>
预收账款	海信电子控股	销售货物	78,910.00	7,810.00
	海信电器	销售货物	9,739,800.00	8,156,000.00
	海信进出口	销售货物	5,540,823.99	10,471,418.14
	海信电子	销售货物	20,590.00	---
	海信多媒体	销售货物	141,000.00	---
	<b>小计</b>		<b>15,521,123.99</b>	<b>18,635,228.14</b>
其他应付款	海信集团	借款及费用	102,712,094.95	---
	青岛赛维	费用	38,280.00	148,953.10
	海信光学	销售及采购	---	538,437.50
	海信房地产	费用	20,219.22	20,219.22
	海信电子控股	销售及采购	2,753,859.67	1,060,000.00
	青岛赛维	物流管理费	558,402.10	461,935.97
	<b>小计</b>		<b>106,082,855.94</b>	<b>2,229,545.79</b>
应收票据	海信电器	销售货物	---	1,917,706.63
	海信进出口	销售货物	59,695,085.28	21,292,759.82
	海信集团	往来款	55,000,000.00	---
	海信多媒体	销售货物	141,000.00	---
	海信国际营销	销售货物	1,252,003.72	---
	<b>小计</b>		<b>116,088,089.00</b>	<b>23,210,466.45</b>
应付股利	海信电子控股	尚未支付股利	3,415,360.77	3,415,360.77



海信空调	尚未支付股利	9,076,394.46	13,614,591.67
小计		<b>12,491,755.23</b>	<b>17,029,952.44</b>

注：2009年6月26日，海信营销董事会决议将海信营销截至2009年6月26日所收到的海信集团有限公司财务中心贷款261,685,973.30元作为海信营销非白电业务归还白电业务欠款，该贷款由非白电承担，到期由非白电偿还。

### （3）担保、存款及借款

#### ①海信财务对本公司的授信情况

关联方	被授信方	综合授信额度	授信期间	担保
海信财务	海信科龙	50,000万元	2008年12月18日 至2009年12月18日	海信集团为海信科龙提供担保
海信财务	科龙冰箱(海信科龙子公司)	30,000万元	2008年11月18日 至2009年11月18日	海信科龙为科龙冰箱提供担保
海信财务	海信北京	10,000万元	—	—
海信财务	海信南京	10,000万元	—	—

#### ②贷款及存款

单位：万元

贷款人/存款人	关联公司名称	内容	2009年1月-4月	2008年度
	海信财务	借款	11,876.00	47,000.00
	海信财务	支付利息	667.52	274.10
	海信集团	支付利息	173.94	946.03
海信科龙及其子公司	关联公司名称	存/贷款余额	截至2009年4月30日	截至2008年12月31日
	海信财务	贷款余额	47,376.00	35,500.00
	海信财务	存款余额	340.50	2,936.41

由上表，2009年1-4月，本公司及子公司实际向海信财务借款人民币11,876万元，2009年1-4月向海信财务支付贷款利息667.52万元；本公司及子公司向海信集团借款的利息支出为173.94万元；

截至2009年4月30日止，本公司及子公司在海信财务贷款余额47,376.00万元，贷款利率为4.536%；本公司及子公司在海信财务存款余额340.50万元。

综上所述，本次重组将大幅降低本公司与海信集团及其关联企业因产品采购和销

售而发生的大额日常关联交易。

#### **（四）规范和减少关联交易的措施**

##### **1、公司相关管理制度对关联交易的规范**

公司《公司章程》以及《关联交易管理办法》对关联交易的决策制度和程序做出了相应规范。

##### **2、控股股东及实际控制人为规范和减少关联交易拟采取的措施**

为规范和减少海信集团及其关联企业在本次重组后可能与海信科龙发生的关联交易，海信集团和海信空调特做出承诺如下：

“1、本次交易完成后，海信集团和海信空调将继续严格按照《公司法》等法律法规以及海信科龙《公司章程》的有关规定行使股东或董事权利并履行股东或董事的义务，在股东大会以及董事会对有关涉及关联企业与海信科龙的关联交易进行表决时，履行回避表决的义务。

2、本次交易完成后，关联企业将尽量减少与海信科龙的关联交易。在进行确有必要且无法规避的关联交易时，保证按市场化原则和公允价格进行公平操作，并按法律法规以及规范性文件和海信科龙《公司章程》的相关规定履行关联交易决策程序及其信息披露义务。

3、如果海信集团和海信空调违反本函所作承诺及保证，将依法承担违约责任，并对由此造成海信科龙及其除海信空调以外其他股东的损失承担连带赔偿责任。”

## 第十三节 本次交易完成后的情况说明

### 一、上市公司是否存在资金、资产被实际控制人或其它关联人占用的情形

本次交易前，本公司与前任大股东——广东格林柯尔企业发展有限公司及其关联方（以下简称“格林柯尔系公司”）或其通过第三方公司在 2001 年至 2005 年期间发生了一系列关联交易及不正常现金流入流出，上述交易与资金的不正常流入流出，以及涉嫌资金挪用行为已被有关部门立案调查。截止 2008 年 12 月 31 日，本公司对格林柯尔系公司和上述特定第三方公司应收款项余额为 6.51 亿元，本公司对此计提了 3.65 亿元的坏账准备。

针对上述情况，本公司年报审计机构广东大华认为“仍无法采取适当的审计程序，以获取充分、适当的审计证据，以判断该笔款项所作估计坏账准备是否合理，应收款项的计价认定是否合理”，为公司 2008 年度财务报表出具了保留意见的审计报告。

对于该保留意见，公司董事会认为该项保留事项涉及公司前大股东广东格林柯尔企业发展有限公司及其关联企业对公司资产占用的历史遗留问题，该部分资金占用是否全额追回并不影响公司当前正常的生产经营。

本公司根据目前所了解的案件信息对格林柯尔系公司及特定第三方的应收款项的可收回金额进行估计，估计依据包括：本公司申请法院对格林柯尔系公司财产的查封冻结资料以及本公司聘请的案件律师对上述资金占用所作的初步分析报告。经本案律师分析，格林柯尔系公司可供清欠财产价值约为人民币 10 亿元，格林柯尔系公司在法院被诉总债权金额约为人民币 24 亿元，本公司对格林柯尔系公司资金侵占的起诉标的额为 7.91 亿元，并存在努力争取按照格林柯尔系公司可供清偿财产与债务的比例对本公司的债权进行清偿。本公司根据估计的清偿比例并考虑案件尚在审理过程中，法院对本公司债权金额尚未确认，本公司董事会作出了可收回债权金额的估计，并计提了坏账准备人民币 3.65 亿元。

本公司董事会认为，坏帐准备的计提是一项会计估计，公司对此项应收款的帐务处理没有违反企业会计制度的有关规定，虽然相关法院已对本公司起诉格林柯尔系公司及其特定第三方案件的十七项诉讼作出一审判决，本公司均胜诉（其中判决已生效的有十三项诉讼）。由于法院尚未对上述案件中被查封财产确定分配方案，公司目前

尚无法明确对前述债权的受偿率。本公司待上述债权清偿比例明确后，根据确定的可收回债权比例追溯调整 2005 年度资产负债表、利润表，并调整 2006 年 12 月 31 日、2007 年 12 月 31 日、2008 年 12 月 31 日资产负债表的相关科目，但不会影响公司未来年度的当期损益。

综上，公司 2008 年度审计报告保留意见所涉事项为公司历史遗留问题所致，但该保留意见不会对公司正常的生产经营造成影响，也不会影响公司未来年度的当期损益。

除上述情况外，截至本重组报告书之日，本公司现任大股东海信空调与本公司之间除正常的经营性往来外，不存在资金占用及违规担保事项。

## 二、上市公司的负债结构合理性说明

根据广东大华出具的华德股审字[2009]第 28 号审计报告，截止 2008 年 12 月 31 日，海信科龙的负债总额 462,123.60 万元，资产负债率为 122.28%。根据广东大华出具的华德专审字[2009]第 324 号审计报告，截止 2008 年 12 月 31 日，海信科龙拟购买的标的资产的负债总额为 137,430.59 万元，资产负债率为 60.76%，远低于海信科龙本次交易前的资产负债率。根据广东大华出具的华德专审字[2009]326 号和 491 号审计报告，假设本次资产重组于 2008 年 1 月 1 日实施完毕，上市公司截止 2009 年 4 月 30 日的经审计的模拟备考财务数据，海信科龙的备考负债总额 686,261.26 万元，备考资产负债率为 97.69%，截止 2009 年 8 月 31 日的经审计的模拟备考财务数据，海信科龙的备考负债总额 618,558.22 万元，备考资产负债率为 94.57%。本次资产重组实施完毕后大大降低海信科龙原有的资产负债率。

## 三、本次交易对上市公司治理机制的影响

本次交易前，本公司已经按照有关法律法规的规定清晰界定资产，建立规范的法人治理结构和独立运营的公司管理体制，做到了业务独立、资产独立、财务独立、机构独立和人员独立。

本次交易完成后，海信空调持有本公司的股份比例将进一步提升。公司将继续积极督促控股股东严格按照《公司法》、《证券法》、《上市公司内部控制指引》等文件要求依法行使出资人的权利并承担义务，切实履行对公司及其他股东的诚信义务，不直接或间接干预公司的决策和生产经营活动，不利用其控股地位谋取额外的利益，

以维护广大中小股东的合法权益。

此外，本次交易消除了本公司与海信空调之间的同业竞争，大大减少了公司与海信空调及其关联方之间的关联交易，进一步夯实了公司的主营业务基础，本公司的资产质量和持续发展力将进一步增强，公司治理结构将继续得到完善。

## 第十四节 其他重要事项说明

### 一、本公司在最近 12 个月内发生重大购买、出售、置换资产情况说明

截至本报告书签署日，公司在最近 12 个月内未发生重大购买、出售、置换资产的情况。

### 二、独立非执行董事对本次发行股份购买资产的意见

根据《深圳证券交易所股票上市规则》、《关于在上市公司建立独立董事制度的指导意见》规定，公司的三名独立董事张圣平、路清、张睿佳就公司本次发行股份购买资产事宜发表独立意见如下：

“1、公司本次非公开发行 A 股股份购买资产构成重大资产重组事项，同时构成关联交易。董事会在本次审议相关议案时，关联董事全部回避表决，董事会召开、表决程序符合有关法律、法规和公司章程的规定。

2、通过本次交易，控股股东青岛海信空调有限公司「海信空调」将与白色家电相关的主营业务及资产注入本公司，从根本上避免了海信空调与公司之间的同业竞争，并能够大量减少海信空调及其关联方与本公司之间的关联交易。本次交易的实施，将有利于化解公司面临的财务、经营风险，改善公司财务状况、增强持续发展力，公司的核心竞争力将得到加强，有利于公司的长远发展，符合公司全体股东的利益，不存在损害本公司和股东合法权益的情形。

3、中联资产评估有限公司「中联评估」对公司本次发行股份购买的目标资产进行了评估，并出具了中联评报字[2009]第 240 号、中联评报字[2009]第 241 号、中联评报字[2009]第 242 号、中联评报字[2009]第 243 号、中联评报字[2009]第 244 号、中联评报字[2009]第 245 号《资产评估报告书》。中联评估为具备证券业务资格的专业评估机构，除业务关系外，中联评估与本公司及海信空调无关联关系，亦不存在现实的及预期的利益或冲突，具有独立性。评估报告的假设前提能按照国家有关法规和规定执行、遵循了市场通用的惯例或准则、符合评估对象的实际情况，评估假设前提具有合理性。评估机构实际评估的资产范围与委托评估的资产范围一致；评估机构在评估过程中实施了相应的评估程序，遵循了独立性、客观性、科学性、公正性等原则，运用了合规且符合目标资产实际情况的评估方法，选用的参照数据、资料可靠；资产评估价值公允、准确。

因此，我们认为对公司本次非公开发行股份购买资产进行评估的评估机构具有独

立性，评估假设前提合理，评估方法与评估目的相关一致，评估定价公允。

4、本次交易价格以评估结果为依据，本次交易价格的定价原则符合相关法律法规的规定。本次交易是公开、公平、合理的，符合本公司和全体股东的利益。

5、本次交易以及签订的相关协议，符合《公司法》、《证券法》、《上市公司重大资产重组管理办法》、《上市公司证券发行管理办法》及其他有关法律、法规和中国证监会颁布的规范性文件的规定，本次交易具备可操作性。”

### 三、本次交易对非关联股东权益的保护措施

在本次交易设计和实施的过程中将主要采取以下保护非关联股东权益的措施：

#### 1、股份锁定的承诺

根据《发行管理办法》、《重组办法》和《收购管理办法》的要求，海信空调承诺及保证通过本次非公开发行获得的海信科龙新增股份自过户至名下之日起36个月不转让，原持有海信科龙股份与本次认购的股份自登记至本公司名下之日全部重新锁定36个月不转让。

#### 2、依法履行程序，关联方对本次交易回避表决

本次重组将依法进行，由公司董事会提出方案，聘请有关中介机构根据有关规定提出审计、评估、法律等相关报告，并按程序报有关监管部门审批。在交易中涉及到关联交易的处理遵循公开、公平、公正的原则并履行合法程序，有关关联方在董事会及股东大会上回避表决，以充分保护全体股东，特别是中小股东的利益。

#### 3、采用类别表决制度、提供A股股东网络投票平台

为保护社会公众股股东的利益，本次重组方案须由A股和H股全体股东召开股东大会做出决议，并经出席会议的A股和H股全体股东所持表决权的三分之二以上通过；同时还须经A股股东、H股股东分类表决通过。

同时，根据中国证监会《关于加强社会公众股股东权益保护的若干规定》等有关规定，为给参加股东大会的A股股东提供便利，就本次重组方案的表决提供网络投票平台，A股股东可以直接通过网络进行投票表决。

#### 4、严格履行信息披露制度

为了保护投资者合法权益、维护证券市场秩序，防止股价出现异常波动，按照《上市公司信息披露管理办法》、《关于规范上市公司信息披露及相关各方行为的通知》

等法律、法规要求，对本次重组方案采取严格的保密措施，对相关信息的披露做到完整、准确、及时。

同时，为保证本次重组工作的公平，公正、合法、高效地展开，公司聘请了境内外具有专业资格的财务顾问机构、律师事务所、会计师事务所、评估机构等中介对本次重组方案及全过程进行监督并出具专业核查意见。

#### 四、相关人员买卖上市公司股票的情况

##### （一）买卖海信科龙股票自查情况

根据《中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司证券变更信息》、《中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司信息披露义务人持股及变更查询证明》，在2008年10月8日至2009年7月15日期间内，海信日立董事兼总经理费立成之配偶邢丽雯女士于2009年5月14日买入海信科龙股票2,000股，2009年5月15日卖出海信科龙股票2,000股；海信南京副总经理李雪鹏先生于2009年2月17日买入海信科龙2,500股，2009年2月20日卖出海信科龙股票2,500股；海信南京副总经理刘书斋先生于2009年4月3号卖出海信科龙股票89,004股；担任本次交易审计工作的广东大华德律会计师事务所王艳女士之配偶陈志君先生于2009年2月10日至2009年3月13日卖出海信科龙股票1,927股。

根据费立成的书面说明，“本人配偶邢丽雯于2009年5月14日买进2,000股海信科龙电器股份有限公司A股股票并于2009年5月15日卖出的行为，本人于2009年7月17日接获科龙证券部关于买卖股票的核查时才获知。本人除知悉《海信科龙电器股份有限公司非公开发行股份（A股）购买资产暨关联交易预案》所公布之内容外，并不知悉海信科龙电器股份有限公司重组事宜的其他安排和进展情况。本人一直秉承应有的职业操守，从未泄漏有关本人职权范围内所知悉的内幕信息或者建议他人买卖ST科龙股票。”

根据邢丽雯的书面说明，“本人于2009年5月14日买进2,000股海信科龙电器股份有限公司A股股票并于2009年5月15日卖出。在此次买卖股票过程中，除《海信科龙电器股份有限公司非公开发行股份（A股）购买资产暨关联交易预案》所公布之内容外，本人并不知悉任何与海信科龙电器股份有限公司重组有关的其他事宜。因本人不熟悉相关的证券法规，在证券公司的强烈推荐下，同时考虑到家电下乡和重组题材等利好因素，而ST科龙股票价格便宜，因此进行了上述买卖行为。本人前述股票买卖行为不



属于知悉、利用内幕信息并进行内幕交易的情况。”

根据刘书斋的书面说明，“本人在2009年4月3日卖出89,004股海信科龙电器股份有限公司A股股票的行为，本人事前并不知悉海信科龙电器股份有限公司计划启动重组事宜。本人持有的89,004股ST科龙股票系2008年买入的，考虑到全球经济环境不好，个人判断家电行业短期扭转下滑趋势的可能性较小，所以将ST科龙股票全部出售。本人前述股票买卖行为不属于知悉、利用内幕信息并进行内幕交易的情况。”

根据李雪鹏的书面说明，“本人于2009年2月17日买进2,500股海信科龙电器股份有限公司A股股票并于2009年2月20日卖出的行为，由于本人初次涉足股市，买卖ST科龙股票是考虑到ST科龙股票价位较低，所以做了个短线操作。相关情况已于2009年5月份海信科龙电器股份有限公司所开展的买卖股票自查中反馈。本人前述股票买卖之前，事前并不知悉海信科龙电器股份有限公司启动重组的计划，也不属于知悉、利用内幕信息并进行内幕交易的情况。”

根据陈志君的书面说明，“本人在2009年2月10日至2009年3月13日期间，共分6次卖出1,927股海信科龙电器股份有限公司A股股票的行为（全部系亏损出售，目前持有100股海信科龙电器股份有限公司A股股票），本人事前并不知悉海信科龙电器股份有限公司计划启动重组事宜以及发布《海信科龙电器股份有限公司非公开发行股份（A股）购买资产暨关联交易预案》。本人因为考虑到整个经济大环境不好，长期持有股票不会有盈利，只会占用资金，谨慎起见，将ST科龙股票全部出售，购买的其他股票也基本卖出。本人承诺在海信科龙电器股份有限公司本次重大资产重组完成前或2010年3月1日前不会卖出所持有的100股ST科龙股票。本人前述股票买卖行为不属于知悉、利用内幕信息并进行内幕交易的情况。”

经查，李雪鹏于2009年2月17日买入2500股，价格3.28元，2月20日一次性卖出，价格2.05，交易亏损575元；刘书斋于2009年4月3日全部一次性卖出所持89004股，当日最高价为3.57元，买卖为亏损；邢丽雯2009年5月14日买入2000股，价格4.56元，次日卖出，价格4.79元，毛盈利460元（未扣除交易手续费）；陈志君分别于2月10、16、26日，3月5、9、13日卖出1927股，卖出价格均未超过3.27元，交易为亏损。海信科龙已采取措施加强了本次重组相关知情人员对相关法律法规的学习，上述人员已承诺在本次重组完成前不会再进行买卖海信科龙公司股票的交易。另外，为充分保护上市公司利益，海信科龙没收了邢丽雯在本次重组期间买卖股票的盈利所得计460元。

就上述人员买卖股票行为，天银律师事务所律师认为，刘书斋、李雪鹏以及陈志君买卖海信科龙股票行为均发生在2009年5月11日海信科龙发布第六届董事会2009年第九次会议决议公告前六个月内发生；邢丽雯买卖海信科龙股票发生在重组预案公告之后，根据其书面说明，除知悉重组预案内容之外，其并不知悉任何与海信科龙重组有关的其他事宜。上述人士已声明其买卖海信科龙股票行为系在未获知本次重大资产重组有关内幕信息的情况下进行的；该等人士买卖海信科龙股票的行为不属于利用内幕信息从事证券交易的活动，对本次交易不构成实质性法律障碍。

## 第十五节 中介机构对本次交易出具的结论意见

### 一、独立财务顾问的意见

本次交易的境内独立财务顾问认为：

“（一）海信科龙本次交易方案符合《公司法》、《证券法》、《收购管理办法》、《重组办法》等法律、法规和规范性文件的规定；

（二）本次交易后，海信科龙仍具备股票上市的条件；

（三）海信科龙本次非公开发行股份购买资产的发行定价符合《重组办法》的相关规定；拟购买资产的交易定价根据具有证券从业资格的评估机构的评估结果并经交易各方协商确定，标的资产评估方法选取适当、评估假设前提合理、评估结果公平、合理，有效地保证了上市公司本次交易定价的公允性。

（四）本次交易将彻底解决海信空调、海信集团与上市公司之间的同业竞争，减少上市公司的关联交易；本次交易完成后，上市公司的业务规模和市场地位将进一步增强，公司资产质量和财务状况将得到明显改善，符合上市公司及全体股东的利益；

（五）本次交易后，上市公司将保持健全有效的法人治理结构，控股股东海信空调及实际控制人海信集团承诺将与上市公司在业务、资产、财务、人员、机构方面保持独立，符合中国证监会关于上市公司独立性的相关规定；

（六）本次交易所涉及的交易合同及程序合理合法，在重组各方履行本次重组的相关协议的情况下，不存在上市公司交付资产后不能及时获得相应对价的情形。”

### 二、法律顾问的意见

本次交易的境内法律顾问律师认为：本次交易双方具有相应的主体资格、依法有效存续；本次交易的相关协议合法、有效；本次交易标的资产权属清晰；海信科龙2009年4月30日的《审计报告》被会计师出具保留意见系历史遗留问题，该保留意见不会对海信科龙正常的生产经营造成影响，也不会影响对海信科龙未来年度的当期损益，除此之外，本次交易符合《重组办法》和相关规范性文件规定的原则和实质性条件。本次交易已取得现阶段必要且合法有效的批准或授权，已依法履行现阶段必要的信息披露和关联交易的审议批准程序，在取得法律意见书“三、本次交易的批准和授权”

所述的所有批准和许可后，海信科龙实施本次向海信空调发行股份（A股）购买资产的行为不存在法律障碍。

## 第十六节 与本次交易有关的当事人

### 一、上市公司

名称：海信科龙电器股份有限公司  
地址：广东省佛山市顺德区容桂街道容港路 8 号  
法定代表人：汤业国  
电话：0757-28362570  
传真：0757-28361055  
联系人：余玩丽

### 二、拟购买资产的出售方

名称：青岛海信空调有限公司  
地址：青岛市高科技工业园长沙路  
法定代表人：汤业国  
电话：0532-80878054  
传真：0532-83872882  
联系人：孙红喜

### 三、独立财务顾问

名称：平安证券有限责任公司  
法定代表人：杨宇翔  
地址：深圳市福田区金田南路大中华国际交易广场 8 楼平安证券投行部  
电话：4008866338  
传真：0755-25325499  
联系人：邱鸣、王超伟、雷宇、肖婷

### 四、境内审计机构

名称：广东大华德律会计师事务所  
地址：深圳福田区滨河大道 5022 号联合广场 B 座 11 楼  
法定代表人：邬建辉

电 话：0755—82900952

传 真：0755—82900965

联系人：王艳、涂海川、褚伟晋、许榕

## 五、资产评估机构

名称：中联资产评估有限公司

地 址：北京市西城区复兴门内大街 28 号凯晨世贸中心东座 F4 层

法定代表人：沈琦

电 话：010-88000066

传 真：010-88000006

联系人：苏诚、卢青

## 六、境内法律顾问

名 称：北京市天银律师事务所

地 址：北京市海淀区高粱桥斜街 59 号中坤大厦 15 层

负责人：朱玉栓

电 话：010-62159696

传 真：010-88381869

联系人：仇钢、朱振武

## 第十七节 备查文件

### 一、 备查文件

- 1、海信科龙第七届董事会第二次会议决议
- 2、海信科龙电器股份有限公司 2009 年第四次临时股东大会决议、H 股 2009 年第一次临时股东大会决议、内资股 2009 年第一次临时股东大会决议
- 3、海信科龙独立董事就本次交易发表的独立董事意见
- 4、交易对方转让标的资产的内部决策文件
- 5、海信科龙与海信空调签署的《海信科龙电器股份有限公司以新增股份（A 股）购买青岛海信空调有限公司白电资产之框架协议》
- 6、海信科龙与海信空调签署的《发行股份购买资产协议》
- 7、海信科龙与海信空调签署的《白电营销资产收购协议》
- 8、海信空调和海信集团关于避免与海信科龙同业竞争的承诺及保证函
- 9、海信空调、海信集团关于规范与海信科龙之间关联交易的承诺及保证函
- 10、海信空调、海信集团关于保持海信科龙独立性的承诺与保证函
- 11、海信空调关于股份锁定的承诺函
- 12、广东大华德律会计师事务所出具的华德专审字[2009]317 号、华德专审字[2009]318 号、华德专审字[2009]319 号、华德专审字[2009]320 号、华德专审字[2009]321 号、华德专审字[2009]322 号、华德专审字[2009]323 号、华德专审字[2009]324 号、华德专审字[2009]325 号、华德专审字[2009]326 号《审计报告》、华德专审字[2009]490 号《审计报告》、华德专审字[2009]491 号《审计报告》、华德专审字[2009]492 号《审计报告》
- 13、广东大华德律会计师事务所出具的华德专审字[2009]327 号、华德专审字[2009]328 号、华德专审字[2009]493 号、华德专审字[2009]494 号盈利预测审核报告
- 14、中联资产评估有限公司出具的中联评报字[2009]第 240 号、中联评报字[2009]第 241 号、中联评报字[2009]第 242 号、中联评报字[2009]第 243 号、中联评报字[2009]第 244 号、中联评报字[2009]第 245 号《资产评估报告书》
- 15、北京市天银律师事务所出具的《关于海信科龙电器股份有限公司向特定对象发行股份（A 股）购买资产暨重大资产重组之法律意见书》

16、平安证券有限责任公司出具的《关于海信科龙电器股份有限公司非公开发行股份（A 股）购买资产暨关联交易之独立财务顾问报告》

17、海信科龙和相关中介机构以及其他知悉本次交易内幕信息的法人和自然人在买卖海信科龙股票情况的自查报告

18、青岛市国资委关于本次重组的批复

19、青岛市国资委关于本次重组所涉资产评估结果的备案表

## 二、 备查地点

投资者可在本报告书刊登后至本次交易完成前的每周一至周五上午 9:00—11:00，下午 3:00—5:00，于下列地点查阅上述文件。

1、海信科龙电器股份有限公司

地 址：广东省佛山市顺德区容桂街道容港路 8 号

电 话：0757-28362570

传 真：0757-28361055

联系人：余玩丽

2、平安证券有限责任公司

地 址：深圳市福田区金田南路大中华国际交易广场 8 楼平安证券投行部

电 话：4008866338

传 真：0755-25325499

联系人：邱鸣、王超伟、雷宇、肖婷

3、指定信息披露报刊

中国证券报 证券时报

4、指定信息披露网址：[www.cninfo.com.cn](http://www.cninfo.com.cn)



（本页无正文，为《海信科龙电器股份有限公司非公开发行股份（A股）购买资产暨关联交易报告书（草案）》之签字盖章页）

海信科龙电器股份有限公司

2010年3月26日