报告期内，公司实现营业收入27,947.50万元，同比增长17.16%；归属于母公司股东的净利润1，668.59万元，同比增长25.98%。公司所生产的微电声产品包括微型扬声器和受话器主要供应PC（主要为笔记本）和手持电话（包括手机和无绳电话）厂商。2009年上半年，国际金融危机依然对公司下游的消费电子领域有较大的影响，而下半年开始恢复增长。根据IDC的数据，全球PC市场在2009年三季度见底，四季度则持续向好。全球全年PC市场出货量比2008年上升2.3%。从产品形态来看，笔记本增长突出，而传统台式机仍然处于下滑状态。IDC的数据还显示，全球手机市场直到2009年四季度才扭转了连续5个季度的下滑，全球全年手机市场出货量比2008年下滑5.2%。从产品形态看，智能手机出货量占全部手机出货量的比重达到14%，比上一年增长2个百分点。相比上年同期，公司主营业务最大的变化是公司生产的笔记本电脑用微型音箱（归入微型扬声器大类）在2008年还未形成批量生产的基础上，2009年取得突破，实现营业收入4,621.40万元，带动微型扬声器实现营业收入14，651.26万元,比上年同期增长26.51%,超越受话器成为公司营业收入最大的产品。报告期内，公司还通过控股子公司河源新凌嘉电音有限公司及浙江新力光电科技有限公司进入了手机用锂离子电池芯和TFT液晶模组领域，上述业务合计取得营业收入1,642.37万元。而2008年同期没有此项收入。上述产品结构的调整推动公司综合毛利率回升,由上年同期的22.27%回升至25.35%，并由此带动公司营业利润大幅度增长87.74%。能够在行业形势相对严峻的情势下取得这样的经营成绩，除了2008年公司各项经营指标受金融危机影响基数较低的原因之外，还要归因于两个方面。一方面，公司首发上市以来，经营管理更加规范，募集资金项目的开展使得公司开发新产品的能力得到加强，公司总体上管理风险的能力强于过往。另一方面，在最困难的时候，公司董事会积极响应国家应对全球金融危机的“保增长，调结构”的国策，果断地提出“紧紧把握行业发展趋势，抢抓国家宏观政策机遇，着力优化产业结构，攻坚克难保证增长”的应对策略,在调整客户和产品结构上做文章，在稳定老客户老产品的基础上，积极开发新客户新产品。报告期内，营业收入较上年同期增加4092.43万元，较上年同比增长17.16％，主要是随着募投项目的实施，公司积极调整产品结构，同时，2009年下半年，全球经济止跌回稳，公司订单逐季回升，使公司营业收入稳定增长。报告期内，营业利润较上年同期增加1039.66万元，较上年同比增长87.74％，主要是报告期内公司产品综合毛利率由上年22.27%提升至25.35%，上升了38个百分点。同时，在营业收入增长的双重带动下，使得本期营业利润较上年同期大幅增长。报告期内，经营活动产生的现金流量净额较上年同期减少3,427.60万元，较上年同比下降141.29％。上年末正处于全球金融危机的高峰期，行业上下游企业预期都比较谨慎，相应的，公司存货和应收应付帐款也处于较低的水平，而本期末行业上下游企业预期都相对上年末远为乐观，公司存货和应收应付因而有较大的上升。本期期末存货及经营性应收应付帐款相对上年末分别增加1,963.22万元和2,430.37万元。上述变动是公司本期经营活动产生的现金流量净额与上年同期相比减少141.29%的主要原因。董事会认为，前述的行业竞争将是一种考验公司综合能力的竞争，我们不会回避竞争，反而要把压力转化为企业发展的动力。公司将结合公司第三个五年发展规划的制定，紧紧围绕“全面提升主业整体竞争力和积极探索新的发展增长领域”两个工作重心，落实说“三稳三进”的策略。即在稳定老客户老产品的同时发展新客户新产品；在稳定生产、强化质量的同时坚持客户导向和服务导向，站在生产性服务业的角度给企业全新的定位；在稳定发展外销市场的同时，在总营业收入稳步上升的前提下持续提升内销产品的份额。2010年既是公司上一个五年发展规划的收官之年，又是下一个五年发展的起步之年。延续去年以来产品结构调整的势头，公司将进一步提升笔记本电脑用扬声器的市场份额，巩固其他微电声产品的市场份额，2010年的经营目标是营业收入与净利润双双比2009年有25%左右的增长。