

广东皮阿诺科学艺术家居股份有限公司

(广东省中山市阜沙镇上南村、中山市阜沙镇安华路2号之一)



首次公开发行股票招股说明书

保荐人（主承销商）



(深圳市深南大道 6008 号深圳特区报业大厦 14、16-17 层)

发行概况

发行股票种类:	人民币普通股 A 股
发行股数:	本次拟向社会公众公开发行不超过 1,560 万股人民币普通股 (A 股), 占公司发行后总股本的比例不低于 25%。本次发行全部为新股, 不安排老股转让。
每股面值:	人民币 1.00 元
每股发行价格:	31.03 元
预计发行日期:	2017 年 2 月 24 日
拟上市的证券交易所:	深圳证券交易所
发行后总股本:	6,213.66 万股
本次发行前股东所持股份的流通限制和自愿锁定的承诺:	<p>1、公司控股股东和实际控制人马礼斌、公司股东盛和正道承诺, 自公司首次公开发行股票并上市之日起三十六个月内, 不转让或者委托他人管理其直接或间接持有的上市前已发行的公司股份, 也不由公司回购该等股份。</p> <p>2、公司股东魏来金、张开宇承诺, 自公司首次公开发行股票并上市之日起十二个月内, 不转让或者委托他人管理其直接或间接持有的上市前已发行的公司股份, 也不由公司回购该等股份。</p> <p>3、公司股东鼎锋明道、广发信德、珠海康远承诺, 自公司首次公开发行股票并上市之日起十二个月内且其持有公司股票之日 (以完成工商变更登记手续之日起为基准日, 即分别为 2014 年 9 月 30 日、2014 年 12 月 30 日、2014 年 12 月 30 日) 起三十六个月内, 不转让或者委托他人管理其直接或间接持有的上市前已发行的公司股份, 也不由公司回购该等股份。</p> <p>4、公司董事、监事、高级管理人员马礼斌、马瑜霖、魏来金、张开宇、魏茂芝承诺, 在上述承诺的限售期届满后, 在公司担任董事、监事、高级管理人员期间,</p>

	<p>将向公司申报其直接或间接持有的公司股份及其变动情况，在任职期间每年转让的股份比例不超过其直接或间接所持公司股份总数的 25%。自离职后半年内不转让其直接或间接持有的公司股份，自申报离任六个月后的十二个月内通过证券交易所挂牌交易出售的股份不得超过其直接或间接持有的公司股份总数的 50%。因公司进行权益分派等导致其直接或间接持有本公司股份发生变化的，仍应遵守上述规定。</p> <p>5、公司控股股东、实际控制人及董事、高级管理人员马礼斌、马瑜霖、魏来金、张开宇、魏茂芝承诺，其直接或间接所持公司股票在锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于发行价。公司股票上市后六个月内如公司股票连续二十个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后六个月期末收盘价低于发行价，其所持有公司股票的锁定期自动延长六个月。若公司股票在此期间发生除权、除息的，发行价格将作相应调整，其不因职务变更、离职等原因而放弃履行上述承诺。</p>
保荐人（主承销商）：	长城证券股份有限公司
招股说明书签署日期：	2017 年 2 月 22 日

声明及承诺

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

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

保荐人承诺因其为发行人首次公开发行股票制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将先行赔偿投资者损失。

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

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

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

重大事项提示

本重大事项提示仅对公司特别事项及重大风险做扼要提示。投资者应认真阅读本招股说明书“第四节 风险因素”的全部内容，对公司的风险做全面了解。

本公司提醒广大投资者注意以下重大事项：

一、本次发行方案

本次拟向社会公众公开发行不超过 1,560 万股人民币普通股（A 股），占公司发行后总股本的比例不低于 25%，采取公司公开发行新股的方式，不安排老股转让。

二、股份锁定承诺

（一）公司控股股东和实际控制人承诺

公司控股股东和实际控制人马礼斌承诺，自公司首次公开发行股票并上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理其直接或间接持有的上市前已发行的公司股份，也不由公司回购该等股份。

（二）公司其他股东承诺

公司股东盛和正道承诺，自公司首次公开发行股票并上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理其直接或间接持有的上市前已发行的公司股份，也不由公司回购该等股份。

公司股东魏来金、张开宇承诺，自公司首次公开发行股票并上市之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理其直接或间接持有的上市前已发行的公司股份，也不由公司回购该等股份。

公司股东鼎锋明道、广发信德、珠海康远承诺，自公司首次公开发行股票并上市之日起十二个月内且其持有公司股票之日（以完成工商变更登记手续之日起为基准日，即分别为 2014 年 9 月 30 日、2014 年 12 月 30 日、2014 年 12 月 30 日）起三十六个月内，不转让或者委托他人管理其直接或间接持有的上市前已发行的公司股份，也不由公司回购该等股份。

（三）公司董事、监事、高级管理人员承诺

公司董事、监事、高级管理人员马礼斌、马瑜霖、魏来金、张开宇、魏茂芝承诺，在上述承诺的限售期届满后，在公司担任董事、监事、高级管理人员期间，将向公司申报其直接或间接持有的公司股份及其变动情况，在任职期间每年转让的股份比例不超过其直接或间接所持公司股份总数的 25%。自离职后半年内不转让其直接或间接持有的公司股份，自申报离任六个月后的十二个月内通过证券交易所挂牌交易出售的股份不得超过其直接或间接持有的公司股份总数的 50%。因公司进行权益分派等导致其直接或间接持有本公司股份发生变化的，仍应遵守上述规定。

（四）公司控股股东和实际控制人、董事及高级管理人员承诺

公司控股股东和实际控制人、董事及高级管理人员马礼斌、马瑜霖、魏来金、张开宇、魏茂芝承诺，其直接或间接所持公司股票在锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于发行价。公司股票上市后六个月内如公司股票连续二十个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后六个月期末收盘价低于发行价，其直接或间接持有的股票的锁定期自动延长六个月。若公司股票在此期间发生除权、除息的，发行价格将作相应调整。其不因职务变更、离职等原因而放弃履行上述承诺。

三、关于实施上市后三年内稳定公司股价预案的承诺

为保护投资者利益，进一步明确上市后三年内公司股价低于每股净资产时稳定股价的具体措施，公司制定了《广东皮阿诺科学艺术家居股份有限公司上市后三年内稳定股价的预案》，公司、控股股东和实际控制人、董事（不包括独立董事）及高级管理人员承诺，如果公司首次公开发行上市后三年内公司股价（指收盘价）出现低于上一年度未经审计的每股净资产（若因除权除息等事项致使上述股票收盘价与公司上一会计年度未经审计的每股净资产不具可比性的，上述每股净资产应做相应调整，下同）的情况时，其将依据法律、法规及公司章程的规定，在不影响公司上市条件的前提下启动股价稳定的措施，且不因在股东大会审议稳定股价具体方案及方案实施期间内职务变更、离职等情形而拒绝实施上述稳定股价的措施。

稳定股价的预案具体如下：

（一）启动股价稳定措施的具体条件

1、预警条件

一旦出现公司股票连续5个交易日的收盘价低于上一年度未经审计的每股净资产的120%时，在10个工作日内召开情况说明会，与投资者就上市公司经营状况、财务指标、发展战略进行深入沟通。

2、启动条件

一旦出现公司股票连续20个交易日的收盘价低于上一年度未经审计的每股净资产时，应当在30日内开始实施相关稳定股价的方案，并应提前公告具体实施方案。

3、停止条件

在上述第2项稳定股价具体方案的实施期间内或是实施前，如公司股票连续20个交易日收盘价高于上一年度未经审计的每股净资产时，将停止实施股价稳定措施。上述第2项稳定股价具体方案实施完毕或停止实施后，如再次发生上述第2项的启动条件，则再次启动稳定股价措施。

（二）稳定股价的具体措施

当上述启动股价稳定措施的条件成就时，将依次开展公司回购，控股股东和实际控制人增持，董事（不包括独立董事）及高级管理人员增持等工作以稳定公司股价，回购或增持价格不超过公司上一年度未经审计的每股净资产，控股股东和实际控制人、董事（不包括独立董事）及高级管理人员在公司出现需稳定股价的情形时，必须履行所承诺的增持义务，在履行完强制增持义务后，可选择自愿增持。如该等方案、措施需要提交董事会、股东大会审议的，则控股股东和实际控制人以及其他担任董事、监事、高级管理人员的股东应予以支持。

1、公司回购股票

如公司出现连续20个交易日的收盘价低于上一年度经审计的净资产时，则公司可自愿采取回购股票的措施以稳定公司股价。

（1）公司为稳定股价之目的回购股份，应符合《上市公司回购社会公众股份管理办法（试行）》及《关于上市公司以集中竞价交易方式回购股份的补充规定》等相关法律、法规的规定，且不应导致公司股权分布不符合上市条件；

（2）公司股东大会对回购股份做出决议，须经出席会议的股东所持表决权的三分之二以上通过；

(3) 公司为稳定股价之目的进行股份回购的，除应符合相关法律法规之要求之外，还应符合下列各项：

① 公司单次回购股份数量最大限额为公司股本总额的1%；

② 12个月内发行人回购股份数量最大限额为公司股本总额的2%。

③ 公司董事会公告回购股份预案后，公司股票若连续 5 个交易日的收盘价超过公司上一财务年度经审计的除权后每股净资产值，公司董事会应做出决议终止本次回购股份事宜，且在未来 3 个月内不再启动股份回购事宜。

2、控股股东和实际控制人增持

在公司回购股票措施完成后，如仍未达到“公司股票连续5个交易日的收盘价均高于上一年度未经审计的每股净资产”，则启动公司控股股东和实际控制人增持股票：

(1) 公司控股股东和实际控制人应在符合《上市公司收购管理办法》等相关法律法规规定且不应导致公司股权分布不符合上市条件的前提下，对公司股票进行增持；

(2) 控股股东和实际控制人单次增持股份的金额不低于上年度自公司领取薪酬总和的30%与其上一年度获得的公司分红金额的50%之中的高者；

(3) 12 个月内控股股东和实际控制人增持股份的金额不低于上年度自公司领取薪酬总和的 60%与其上一年度获得的公司分红金额之中的高者。

3、董事及高级管理人员增持

在公司回购股票措施完成，且公司控股股东和实际控制人单次增持股份数量达到最大限额之日后，如仍未达到“公司股票连续5个交易日的收盘价均高于上一年度未经审计的每股净资产”，则启动董事（不包括独立董事）及高级管理人员增持：

(1) 在公司任职并领取薪酬的公司董事（不包括独立董事）、高级管理人员应在符合《上市公司收购管理办法》及《上市公司董事、监事和高级管理人员所持本公司股份及其变动管理规则》等法律法规的条件和要求的前提下，对公司股票进行增持；

(2) 有义务增持的公司董事（不包括独立董事）、高级管理人员承诺，其单次用于增持公司股份的金额不低于该董事（不包括独立董事）、高级管理人员上年度自公司领取薪酬总和的30%，12个月内不超过上年度自公司领取薪酬总和的60%，并

在股份增持完成后的6个月内将不出售所增持的股份；

(3) 若公司新聘任董事（不包括独立董事）、高级管理人员的，公司将要求该等新聘任的董事（不包括独立董事）、高级管理人员履行本公司上市时董事（不包括独立董事）、高级管理人员已作出的相应承诺。

（三）稳定股价措施的启动程序

1、公司回购

(1) 公司董事会应在上述公司回购启动条件触发之日起的10个交易日内做出是否回购股份的决议；

(2) 公司董事会应当在做出是否回购股份决议后的2个交易日内公告董事会决议，如不回购需公告理由，如回购还需公告回购股份预案，并发布召开股东大会的通知；

(3) 公司回购应在公司股东大会决议做出之日起次一交易日开始启动回购，并应在履行相关法定手续后，30个交易日内实施完毕；

(4) 公司回购方案实施完毕后，应在2个交易日内公告公司股份变动报告，并在10日内依法注销所回购的股份，办理工商变更登记手续。

2、控股股东和实际控制人、董事及高级管理人员增持

(1) 公司董事会应在控股股东和控股股东、董事（不包括独立董事）及高级管理人员增持启动条件触发之日起2个交易日内做出增持公告；

(2) 控股股东和实际控制人、董事（不包括独立董事）及高级管理人员应在增持公告做出之日起次一交易日开始启动增持，并应在履行相关法定手续后的30个交易日内实施完毕。

四、发行人各主体因信息披露重大违规涉及回购股份、赔偿损失承诺

（一）公司相关承诺

公司承诺，如公司招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断

公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，公司将依法回购首次公开发行的全部新股。公司董事会应当在前述行为被依法认定后5日内制定股份回购预案（预案内容包括回购股份数量、价格区间、完成时间等信息），并提交股东大会审议通过。公司已发行尚未上市的，回购价格为发行价并加算银行同期存款利息；公司已上市的，回购价格根据公司股票发行价格加计银行同期活期存款利息和市场价格孰高确定，若公司在该期间内发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项的，发行价应相应作除权除息处理；股份回购义务需在股东大会作出决议之日起3个月内完成。在实施上述股份回购时，如法律法规、公司章程等另有规定的从其规定。

如公司本次公开发行股票的招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，公司将依法赔偿投资者损失。

（二）股东相关承诺

公司股东马礼斌、魏来金承诺，如公司招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，本人将督促公司依法回购首次公开发行的全部新股，并依法购回公司首次公开发行股票时股东公开发售的股份（如有），公司已发行尚未上市的，回购价格为发行价并加算银行同期存款利息；公司已上市的，回购价格根据公司股票发行价格加计银行同期活期存款利息和市场价格孰高确定，股份回购义务需在股东大会作出决议之日起3个月内完成。在实施上述股份购回时，如法律法规、公司章程等另有规定的从其规定。

如公司本次公开发行股票的招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本人将依法赔偿投资者损失。

本人承诺不因职务变更、离职等原因而放弃履行已作出的承诺。

（三）公司全体董事、监事、高级管理人员关于赔偿投资者损失的承诺

公司全体董事、监事、高级管理人员承诺，如公司本次公开发行股票的招股说明书存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并因此给投资者造成直接损失的，本人将依法赔偿投资者损失。

本人承诺不因职务变更、离职等原因而放弃履行已作出的承诺。

五、公司发行前持股 5%以上股东的持股意向及减持意向承诺

（一）公司控股股东和实际控制人承诺

公司控股股东和实际控制人马礼斌承诺：本人直接、间接持有的本次发行前的公司股份在承诺的锁定期届满后，在满足以下条件的前提下，方可进行减持：

1、上述锁定期届满且没有延长锁定期的相关情形，如有锁定延长期，则顺延；

2、如发生本人需向投资者进行赔偿的情形，本人已经承担赔偿责任；本人直接、间接持有的本次公开发行前的公司股份在承诺的锁定期满后减持的，将提前3个交易日向公司提交减持原因、减持数量、未来减持计划、减持对公司治理结构及持续经营影响的说明，并由公司在减持前3个交易日予以公告。对于本人直接、间接持有的本次公开发行前的公司股份，本人将严格遵守已做出的关于所持公司股份流通限制及自愿锁定的承诺，在锁定期内不予以出售；如本人在上述锁定期满后两年内减持本人直接、间接持有的本次公开发行前的公司股份，每年转让的股份不超过本人持有的公司股份的15%，且减持价格不低于本次发行的发行价，如自公司首次公开发行股票至上述减持公告之日公司发生过派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项的，发行价格应相应调整；

3、本人减持公司股票时，将依照《公司法》、《证券法》、中国证监会和深交所的相关规定执行；本人不因职务变更、离职等原因，而放弃履行上述承诺。

（二）公司发行前持股5%以上的其他股东承诺

公司发行前持股5%以上的其他股东魏来金、盛和正道承诺：

本人/本合伙企业直接、间接持有的本次公开发行前的公司股份在承诺的锁定期满后减持的，将提前3个交易日向公司提交减持原因、减持数量、未来减持计划、减持对公司治理结构及持续经营影响的说明，并由公司在减持前3个交易日予以公告。对于本人/本合伙企业直接、间接持有的本次公开发行前的公司股份，本人/本合伙企业将严格遵守已做出的关于所持公司股份流通限制及自愿锁定的承诺，在锁定期内不予以出售；如本人/本合伙企业在上述锁定期满后两年内减持本人/本合伙企业直接、间接持有的本次公开发行前的公司股份，每年转让的股份不超过本人/本合伙

企业持有的公司股份的25%，且减持价格不低于本次发行的发行价，如自公司首次公开发行股票至上述减持公告之日公司发生过派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项的，发行价格应相应调整；同时，作为董事的股东魏来金承诺，本人不因职务变更、离职等原因，而放弃履行上述承诺。

公司发行前持股5%以上的其他股东广发信德及其员工跟投平台珠海康远承诺：

本公司/本合伙企业直接、间接持有的本次公开发行前的公司股份在承诺的锁定期满后减持的，将提前3个交易日向公司提交减持原因、减持数量、未来减持计划、减持对公司治理结构及持续经营影响的说明，并由公司在减持前3个交易日予以公告。对于本公司/本合伙企业直接、间接持有的本次公开发行前的公司股份，本公司/本合伙企业将严格遵守已做出的关于所持公司股份流通限制及自愿锁定的承诺，在锁定期内不予以出售；本公司/本合伙企业有意在锁定期满后12个月内减持完毕，但不排除根据本公司/本合伙企业自身资金需求、实现投资收益、公司股票价格波动等情况调整减持时间的可能性。

六、关于填补被摊薄即期回报的措施及承诺

公司首次公开发行股票并上市后，公司的总股本和净资产均将有较大幅度的增加，但本次募集资金项目的建设及产生效益还需要一定时间，公司的净利润可能难以实现同步大幅增长，本次发行将摊薄即期回报。

（一）发行人关于填补被摊薄即期回报的措施及承诺

公司承诺通过如下措施努力提升经营水平，增加未来收益，以填补被摊薄的即期回报：

1、公司现有业务板块运营状况，发展态势，面临的主要风险及改进措施

（1）公司现有业务板块运营情况及发展态势

公司专注于定制厨柜、定制衣柜及其配套家居产品的个性化定制和设计安装服务，最近三年，公司经营状况良好，营业收入和净利润稳定增长，成长性明显。公司最近三年的营业收入分别为50,293.25万元、51,201.03万元和63,038.28万元，近三年的复合增长率为11.96%；归属于母公司股东的净利润分别为6,419.26万元、6,852.81万元和8,753.99万元，近三年的复合增长率为16.78%；扣除非经常性损益后

归属于公司普通股股东的净利润分别为6,034.85万元、6,237.49万元和8,388.34万元，近三年的复合增长率为17.90%。

公司作为中国定制家居行业的领军品牌之一，在当前偏紧的经济形势下，与国内同行业公司相比较，公司报告期内业务发展稳健、盈利能力较强、财务结构合理、资产质量优良，今后公司将继续围绕全屋定制战略，保持稳健作风，进一步提升公司的竞争优势，增强公司经营管理水平，确保财务状况持续稳定健康，盈利水平进一步提高。

（2）公司面临的主要风险及改进措施

在当前偏紧的经济形势下，特别是国家对于房地产行业的宏观调控政策，短期内对公司所处定制家居行业形成一定的冲击，公司2015年度收入与利润的增速也略有下降，公司也面临着如本招股说明书之“第四节 风险因素”所述之经营、管理、市场等各类风险。

针对上述风险，公司承诺以下应对与改进措施：

①进一步细化公司的进销存管理，严控采购成本、人力成本。加强公司品牌运营与管理能力，增加公司品牌被抄袭、冒用，产品设计被模仿的维权力度。加大公司自主研发能力的资金投入，缩短公司产品的更新换代周期以满足各类消费者的需求；

②积极应对市场竞争加剧、房地产市场发展放缓给公司带来的各种不利影响，围绕全屋定制战略苦练内功，不断丰富公司产品种类，在稳步推进主要销售模式即经销模式的前提下，积极寻求在大宗工程领域、二次装修领域、存量房地产市场消化领域的零售业务机会，进一步夯实公司“中国定制家居行业的领军品牌之一”地位，进一步增强公司在细分领域的市场竞争力；

③进一步完善法人治理架构，加强风险管理和内控机制建设，使公司内控机制全面覆盖公司运营的各层面和各环节，形成有效的管理体系，以此应对因经营规模进一步扩大给公司带来的各种管理风险；

④本次公开发行募集资金到位后，公司将严格按照法律法规的规定，确保募集资金专户储存、专项使用，并努力提高募集资金的使用效率。在宏观经济环境、产业政策、行业发展状况、产品市场情况等方面没有发生重大变化的情况下，公司将

努力加快募投项目的投资进度，争取早日实现项目预期效益。

2、提高公司日常运营效率，降低公司运营成本，提升公司经营业绩的其他具体措施

(1) 公司将通过加大信息化投入、引进优秀管理人才等手段进一步提高公司管理水平和运营效率。持续通过生产精细化、自动化等手段提高公司的生产效率，在确保产品质量的前提下，严格控制和降低采购及生产成本。通过加强预算管理和内部监督等手段提高公司资金的使用效率，严控公司内部运营成本和期间费用的增加；

(2) 公司将立足于定制家居领域，不断的深耕细作，并利用本次募投项目的投建，使公司经营规模进一步扩大，市场占有率进一步提高，持续的提高公司未来的营业收入规模，增厚公司的每股收益，更好地回报投资者；

(3) 公司制定的上市后适用的《公司章程（草案）》以及《公司上市后股东分红回报规划》已对公司上市后利润分配政策特别是现金分红政策进行了明确规定。本次发行上市后，公司将严格依照相关法律法规、公司章程、分红回报规划的规定，完善董事会、股东大会对公司利润分配事项的决策程序和机制，制定明确的回报规划，充分维护公司股东依法享有的资产收益等权利，给予广大投资者合理的回报。

3、其他关于填补被摊薄即期回报合理可行的具体措施

公司未来将根据中国证监会、证券交易所等监管机构出台的具体细则及要求，并参照上市公司较为通行的惯例，积极落实《国务院关于进一步促进资本市场健康发展的若干意见》（国发[2014]17号）、《国务院办公厅关于进一步加强资本市场中小投资者合法权益保护工作的意见》（国办发[2013]110号）以及《关于首发及再融资、重大资产重组摊薄即期回报有关事项的指导意见》等文件的内容，继续补充、修订、完善公司投资者权益保护的各项制度并予以实施。

（二）发行人全体董事、高级管理人员关于填补被摊薄即期回报措施得以切实履行的承诺

公司全体董事、高级管理人员对公司上述填补被摊薄即期回报措施能够得到切实履行做出承诺如下：

1、本人承诺将不无偿或以不公平条件向其他单位或者个人输送利益，也不采用

其他方式损害公司利益；

2、本人将严格自律并积极使公司采取实际有效措施，对公司董事和高级管理人员的职务消费行为进行约束；

3、本人将不动用公司资产从事与本人履行职责无关的投资、消费活动；

4、本人将积极促使由公司董事会或薪酬委员会制定、修改的薪酬制度与上述公司填补回报措施的执行情况相挂钩；

5、本人将积极促使公司未来制定、修改的股权激励的行权条件与上述公司填补回报措施的执行情况相挂钩；

6、本人将根据未来中国证监会、证券交易所等监管机构出台的相关规定，积极采取一切必要、合理措施，使上述公司填补回报措施能够得到有效的实施；

7、如本人未能履行上述承诺，本人将积极采取措施，使上述承诺能够重新得到履行并使上述公司填补回报措施能够得到有效的实施，并在中国证监会指定网站上公开说明未能履行上述承诺的具体原因，并向股东及公众投资者道歉。

七、本次发行相关机构的承诺

（一）保荐机构长城证券股份有限公司承诺

如因发行人招股书及其他信息披露资料有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，致使投资者在证券发行和交易中遭受损失的，长城证券将依法赔偿投资者损失，但是长城证券能够证明自己没有过错的除外。

如因长城证券为本次首次公开发行制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，给投资者造成损失的，长城证券将依法赔偿投资者损失，但是长城证券能够证明自己没有过错的除外。

（二）审计及验资机构立信会计师事务所（特殊普通合伙）承诺

立信及签字注册会计师已阅读本次首次公开发行制作的招股说明书及其摘要，确认招股说明书及其摘要与立信出具的审计报告、内部控制鉴证报告及经立信核实的非经常性损益明细表无矛盾之处。

立信及签字注册会计师对招股说明书及其摘要中引用的审计报告、内部控制鉴

证报告及经本所核验的非经常性损益明细表的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

立信为本次首次公开发行制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将依法赔偿投资者损失。

（三）发行人律师国浩律师（深圳）事务所承诺

如因国浩为发行人首次公开发行股票制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，经司法机关生效判决认定后，国浩将依法赔偿投资者因本所制作、出具的文件所载内容有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏而遭受的损失。

（四）发行人资产评估机构银信资产评估有限公司承诺

如因银信出具文件的执业行为存在过错，违反了法律法规、本行业的业务标准和执业规范以及诚信公允的原则，从而导致相关文件中存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并由此给基于对该等文件的合理信赖而将其用于发行人股票投资决策的投资者造成损失的，银信将依照相关法律法规的规定对该等投资者承担相应的民事赔偿责任。

八、股利分配政策

（一）滚存利润的分配安排

2015年2月2日，经发行人2014年度股东大会审议通过，若公司本次首次公开发行股票（A股）并上市方案经中国证监会核准并得以实施，公司首次公开发行股票并上市前滚存的未分配利润，由新老股东按发行后的持股比例共享。

（二）本次发行上市后的股利分配政策

根据公司上市后适用的《公司章程（草案）》，本次发行上市后公司利润分配政策如下：

1、利润分配的原则和形式：公司的利润分配政策应保持连续性和稳定性，利润分配注重对股东合理的投资回报，按照同股同权、同股同利的原则，利润分配不得

超过累计可分配利润范围。公司遵循重视对投资者的合理回报并兼顾公司当年的实际经营情况和可持续发展的原则，采用现金、股票、现金与股票相结合或者法律、法规允许的其他方式分配利润。公司优先采用现金分红的利润分配方式。在满足上述现金分红条件情况下，公司将积极采取现金方式分配股利，公司董事会可以根据公司的资金需求状况提议公司进行中期现金分配。

2、现金分红的比例与时间：公司应保持利润分配政策的连续性与稳定性，每年以现金方式分配的利润应不低于当年实现的可分配利润的 15%。如有重大投资计划或重大现金支出安排，公司采用现金分配的利润不少于本次利润分配的 10%。重大投资计划或重大现金支出计划是指公司未来十二个月内拟建设项目、对外投资、收购资产或购买设备的累计支出达到或超过公司最近一期经审计净资产的 30%。公司董事会应当综合考虑所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，区分下列情形，并按照公司章程规定的程序，提出差异化的现金分红政策：

(1) 公司发展阶段属成熟期且无重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 80%；

(2) 公司发展阶段属成熟期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 40%；

(3) 公司发展阶段属成长期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 20%；

公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，可以按照前项规定处理。

(三) 上市后三年内的分红回报计划

根据公司 2014 年度股东大会审议通过的《广东皮阿诺科学艺术家居股份有限公司上市后股东分红回报规划》，公司上市后三年的分红回报规划如下：

公司上市后三年内，在公司当年盈利、累计未分配利润为正、满足公司正常生产经营的资金需求及审计机构对公司该年度财务报告出具标准无保留意见的审计报告情况下，在足额预留盈余公积金以后，公司每年以现金方式分配的利润不少于当年实现的可供分配利润的 20%。如有重大投资计划或重大现金支出安排，公司采用现金分配的利润不少于当年实现的可供分配利润的 15%。具体比例由董事会根据公

司实际情况制定后提交股东大会审议通过。

关于公司利润分配政策及股东未来分红回报规划的具体内容，请参阅本招股说明书之“第十一节 管理层讨论与分析”、“第十四节 股利分配政策”相关内容。

九、公司各主体关于未能履行承诺的约束措施

为本次首次公开发行股票并上市，公司各责任主体出具了前述相关公开承诺。如在实际执行过程中，上述责任主体违反首次公开发行股票并上市时已作出的公开承诺的，则采取或接受以下约束措施：

（一）关于稳定股价承诺的约束措施

1、公司自愿接受主管机关对其上述股价稳定措施的制定、实施等进行监督，并承担法律责任。

2、在启动股价稳定措施的前提条件满足时，如发行人、控股股东和实际控制人、董事（不包括独立董事）、高级管理人员未按照上述预案采取稳定股价的具体措施的，将在公司股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未采取上述稳定股价措施的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉；如果控股股东和实际控制人、董事（不包括独立董事）、高级管理人员未履行上述增持承诺的，则发行人可将其增持义务触发当年及后一年度的现金分红（如有），以及当年薪酬的50%予以扣留，同时其持有的公司股份将不得转让，直至其按上述预案的规定采取相应的稳定股价措施并实施完毕时为止。

3、公司应及时对稳定股价措施和实施方案进行公告，并将在定期报告中披露公司及其控股股东和实际控制人、董事、高级管理人员关于股价稳定措施的履行情况，及未履行股价稳定措施时的补救及改正情况。

4、公司将提示及督促公司未来新聘任的董事（不包括独立董事）、高级管理人员履行公司发行上市时董事、高级管理人员已作出的关于股价稳定措施的相应承诺要求。

（二）关于股份回购与赔偿承诺的约束措施

1、如公司违反股份回购与赔偿相关承诺，公司将在股东大会及中国证监会指定

报刊上公开就未履行上述回购股份及赔偿损失措施向股东和社会公众投资者道歉，并依法向投资者进行赔偿，并将在定期报告中披露公司关于回购股份、赔偿损失等承诺的履行情况以及未履行承诺时的补救及改正情况。

2、如公司全体董事、监事及高级管理人员违反股份回购与赔偿相关承诺，将在公司股东大会及中国证监会指定报刊上公开就未履行上述赔偿损失措施向公司股东和社会公众投资者道歉，由公司在定期报告中披露其关于赔偿损失承诺的履行情况以及未履行承诺时的补救及改正情况，并以其在违反上述承诺事实认定当年度及以后年度通过其持有公司股份所获得的现金分红，以及上年度自公司领取薪酬总和的100%或津贴作为上述承诺的履约担保，且其所持的公司股份不得转让，直至按上述承诺采取相应的赔偿措施并实施完毕时为止。

（三）关于发行前持股5%以上股东减持意向承诺的约束措施

公司发行前持股5%以上的股东马礼斌、魏来金、盛和正道、广发信德及其员工跟投平台珠海康远已就公司发行上市后的减持意向出具承诺，并承诺遵守如下约束措施：

本人/本公司/本合伙企业如未履行上述承诺出售股票，应将该部分出售股票所取得的收益，上缴公司所有；如本人/本公司/本合伙企业未上缴上述出售股票所获收益归公司所有，公司可扣留本人/本公司/本合伙企业当年薪酬及以后年度现金分红直至履行上缴上述收益的承诺。

十、本公司特别提醒投资者注意“风险因素”中的下列风险：

（一）主要原材料价格波动带来的风险

公司生产所需的主要原材料包括板材、台面、五金配件和外购厨电等，最近三年，直接材料占公司主营业务成本的比重较高，分别为71.11%、71.03%、74.06%，直接材料价格的波动对公司生产成本的影响较大。报告期内，公司主要原材料市场价格基本平稳。为了减少主要原材料价格波动对公司营业成本的影响，公司一方面通过采购成本控制、建立与供应商长期合作机制等手段来规避主要原材料价格波动的风险；另一方面通过不断改进生产工艺技术，提高生产的自动化水平，提高材料利用率，减少材料损耗率，以此降低主要原材料价格波动对产品成本的影响程度。

未来如果公司主要原材料价格出现大幅波动，导致公司生产成本发生较大变化，将对公司利润水平造成不利影响。

（二）市场竞争加剧带来的风险

经过多年的经营积累，公司经营规模不断扩大，产品设计、生产能力以及销售能力不断增强，售后服务水平持续提升，公司皮阿诺品牌已位列中国厨柜行业十大品牌之一，公司亦发展成为中国厨卫百强企业、厨柜十强领军企业之一。由于定制厨柜行业市场容量较大、发展前景良好，部分传统家具、地板等领域的企业相继进入，导致行业市场竞争开始加剧。随着行业发展日益成熟，定制厨柜行业面临的市场竞争已经逐步由发展之初的价格竞争转变为品牌、营销等方面的综合竞争。公司虽然目前已具备较强的市场竞争力，但如果不能在品牌、营销、渠道建设、产品设计、定制服务、信息化应用水平等方面不断创新和增强，并推出适应市场需求、符合市场发展潮流的新产品，公司面临的市场竞争风险将会加大，可能在日益激烈的竞争中处于不利地位。

（三）房地产宏观调控带来的风险

2010年以来，为了保持房地产市场的平稳健康发展，遏制投机性需求，抑制部分城市房价过快上涨的势头，国家先后出台了一系列房地产调控政策，导致我国房地产行业发展速度放缓。定制家居行业的发展与房地产行业的发展具有一定的相关性，国家对于房地产行业的宏观调控政策会对作为定制家居行业细分市场的定制厨柜、定制衣柜行业产生一定的影响。公司所处定制厨柜、定制衣柜行业属于新兴的家居行业细分市场，整体家居产品的消费不局限于新建商品住宅的装修，还包括存量新房的一次装修、存量住宅的二次装修等，在我国处于快速发展阶段，行业增速较快，市场容量较大，报告期内公司经营业绩呈持续增长趋势，房地产行业发展速度的放缓未对公司经营业绩产生明显不利影响。未来如果房地产行业景气度持续下降，从而最终影响到定制家居行业的发展，将对公司未来的生产经营产生负面影响。

（四）税收政策变化带来的风险

根据2008年1月1日起实施的《企业所得税法》的规定，国家需要重点扶持的高新技术企业，减按15%的税率征收企业所得税。根据广东省科学技术厅、广东省财政厅、广东省国家税务局和广东省地方税务局的联合认定，公司取得了编号为

GR201244000741的高新技术企业证书,公司自2012年度起,连续三年享受减按15%的税率缴纳企业所得税的优惠政策。2015年10月10日,公司通过广东省科学技术厅、广东省财政厅、广东省国家税务局和广东省地方税务局高新技术企业复审,取得编号为GF201544000337的《高新技术企业证书》,有效期三年,2015年至2017年享受15.00%的所得税优惠税率。

公司最近三年享受的所得税税收优惠分别为767.28万元、805.64万元、921.81万元,分别占公司税后利润的11.95%、11.76%、10.53%。

如果国家对高新技术企业的税收优惠政策发生变化,或者公司未来不能继续获得高新技术企业认定,将会对公司未来的经营业绩产生不利影响。

(五) 经销商稳定性带来的风险

报告期内,公司的销售模式以经销模式为主,最近三年,公司通过经销模式实现的收入分别为40,083.12万元、40,980.01万元、50,601.51万元,占公司主营业务收入的比例分别为80.45%、81.41%、81.69%。在可预见的未来,公司仍将保持以经销模式为主的销售模式,因此能否维持经销商体系的稳定性和经销商的持续发展是公司面临的重要风险。尽管公司经过多年的发展已经与主要的经销商建立了稳定的业务关系,但倘若主要经销商在未来经营活动中与公司的发展战略相违背,或经销商不能稳定持续成长,使双方未能保持稳定和持续的合作,可能会对公司的未来发展造成不利影响。

(六) 实际控制人持股集中和不当控制带来的风险

公司现任董事长及总经理马礼斌先生自创建公司起一直为公司控股股东和实际控制人,马礼斌直接和间接持有公司发行前81.95%的股份,占绝对控股地位。本次发行后公司的实际控制人马礼斌仍将处于绝对控股地位。虽然公司按照现代企业制度建立起较完善的法人治理结构以防范实际控制人侵害公司其他股东或公司利益情况的发生,但仍然不能完全杜绝马礼斌利用其控股股东地位,通过行使表决权或其他方式,对公司业务经营、投资决策、人事安排、利润分配等方面实施影响和控制,进而有可能存在损害到公司及公司其他股东利益的风险。

(七) 经营业绩季度间不均衡带来的风险

定制家居行业的销售呈现一定的季节性特征，该特征主要由春节假期、风俗习惯及各地气候差异等因素影响。由于春节假期处于每年的第一季度，导致消费者在该时段进行房屋装修的意愿较低；春节假期前后，工人及员工假期会影响公司接单、生产、运输等各个环节，亦会对定制家居企业的销售产生影响；此外，上半年我国北方地区较为寒冷，南方地区则受“回南天”影响，家庭装修更多集中在下半年进行。受上述因素的影响，公司的营业收入和利润呈现季节性波动的特征，销售旺季一般在下半年。报告期内，公司销售的季节性特征表现如下：

单位：万元

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
上半年营业收入	21,123.76	18,075.97	19,443.90
上半年净利润	1,560.60	1,396.96	2,105.00
全年营业收入	63,038.28	51,201.03	50,293.25
全年净利润	8,753.99	6,852.81	6,419.26
上半年营业收入占比	33.51%	35.30%	38.66%
上半年净利润占比	17.83%	20.39%	32.79%

由上表，最近三年，公司上半年的营业收入占全年营业收入的比例分别为38.66%、35.30%、33.51%，上半年净利润占全年净利润的比例分别为32.79%、20.39%、17.83%。虽然公司积极鼓励经销商在上半年通过让利促销等方式提高产品销量，但该等季节性波动仍会对公司上半年的财务指标产生一定的不利影响。

请投资者仔细阅读本招股说明书之“第四节 风险因素”章节全文，并特别关注上述风险。

十一、关于招股说明书财务报告审计截止日后经营状况的说明及 2017 年一季度业绩预期情况

财务报告审计截止日（2016 年 12 月 31 日）至本招股说明书签署日，公司生产经营状况正常，经营模式、主要原材料采购规模、采购价格、主要产品的生产、销售规模及销售价格、主要客户及供应商的构成、公司适用的税收政策等主要经营状况均未发生重大变化。

公司预计 2017 年一季度营业收入区间为 8,000 万元至 8,500 万元，较上年同期增长 16.55%至 23.84%；预计归属于母公司所有者的净利润区间为 100 万元至 500

万元，与上年同期相比扭亏为盈，公司所处的定制家居行业存在明显的季节性因素影响，一季度为销售淡季且受春节放假因素影响，一般利润较低。

上述有关公司 2017 年一季度业绩的预期仅为公司对业绩的展望，并不构成公司的盈利预测。

目 录

第一节 释义	27
一、一般术语	27
二、专业术语	29
第二节 概览	32
一、发行人简介	32
二、发行人控股股东和实际控制人简介	36
三、主要财务数据	36
四、本次发行情况	38
五、募集资金主要用途	39
第三节 本次发行概况	40
一、本次发行的基本情况	40
二、与本次发行有关的当事人	40
三、发行人与中介机构的关系说明	42
四、与本次发行上市有关的重要日期	42
第四节 风险因素	43
一、经营风险	43
二、市场风险	44
三、财务风险	45
四、募集资金投资项目风险	47
五、管理风险	48
第五节 发行人基本情况	49
一、发行人基本资料	49
二、发行人改制重组及设立情况	49
三、发行人的股本形成及变化情况	52
四、发行人历次验资情况	59
五、发行人重大资产重组情况	61
六、发行人股权关系与内部组织结构	61
七、发行人控股、参股子公司情况	66
八、持有发行人 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况	70
九、发行人股本情况	75
十、发行人内部职工股、工会持股、委托持股、信托持股等情况	77
十一、发行人员工及其社会保障情况	77
十二、发行人、主要股东及董事、监事、高级管理人员的重要承诺及履行情况	82
第六节 业务与技术	85
一、发行人的主营业务、主要产品及其变化情况	85
二、发行人所处行业的基本情况	86

三、发行人在行业中的竞争地位	106
四、发行人主营业务情况	110
五、发行人的主要固定资产和无形资产	162
六、特许经营权	176
七、发行人的技术与研发情况	177
八、发行人的境外经营情况	179
第七节 同业竞争与关联交易	180
一、同业竞争	180
二、关联方、关联关系及关联交易	182
第八节 董事、监事、高级管理人员与其他核心人员	202
一、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员简介	202
二、董事、监事、高管人员、其他核心人员及其近亲属直接或间接持有本公司股份及变动情况	206
三、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的其他对外投资情况	208
四、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员薪酬情况	208
五、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的兼职情况	209
六、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员之间存在的亲属关系	211
七、发行人与董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的相关协议、承诺及履行情况	211
八、董事、监事、高级管理人员任职资格情况	211
九、董事、监事、高级管理人员近三年的变动情况	211
第九节 公司治理	214
一、股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度的建立健全及运行情况	214
二、公司最近三年违法违规情况	225
三、公司最近三年资金占用和对外担保情况	225
四、公司内部控制制度自我评估及注册会计师的鉴证意见	225
第十节 财务会计信息	227
一、最近三年经审计的财务报表	227
二、财务报表的编制基础、合并财务报表范围及变化情况	235
三、审计意见	238
四、报告期内采用的主要会计政策和会计估计	239
五、发行人财务报告事项	266
六、最近三年主要财务指标	273
七、发行人盈利预测情况	275
八、发行人历次验资情况	275
九、发行人历次资产评估情况	276
第十一节 管理层讨论与分析	278
一、财务状况分析	278
二、盈利能力分析	308

三、现金流量分析.....	361
四、发行人资本性支出分析.....	363
五、财务报表附注中的日后事项、或有事项及其他重要事项.....	364
六、对发行人财务状况和盈利能力的未来趋势分析.....	366
七、公司未来分红回报规划及安排.....	367
第十二节 未来发展与规划.....	375
一、公司未来三年的发展规划及发展目标.....	375
二、募集资金运用对公司实现发展目标的作用.....	378
三、制定上述规划和目标所依据的假设条件和实施的主要困难.....	378
四、确保实现规划和目标拟采用的措施.....	379
五、公司业务发展规划与现有业务的关系.....	379
第十三节 募集资金运用.....	381
一、本次募集资金运用计划.....	381
二、本次募集资金投资项目的必要性.....	382
三、募集资金投资项目简介.....	386
四、新增固定资产投资与产能变化的匹配性及合理性分析.....	402
五、募集资金运用对发行人经营和财务状况的影响.....	402
第十四节 股利分配政策.....	405
一、股利分配.....	405
二、本次发行前滚存利润的安排.....	409
第十五节 其他重要事项.....	410
一、信息披露.....	410
二、发行人重大合同.....	410
三、对外担保情况.....	413
四、重大诉讼或仲裁事项.....	413
第十六节 董事、监事、高级管理人员及有关机构声明.....	417
一、发行人全体董事、监事、高级管理人员声明.....	417
二、保荐人（主承销商）声明.....	418
三、发行人律师声明.....	419
四、会计师事务所声明.....	420
五、评估机构声明.....	421
六、验资机构声明.....	422
第十七节 备查文件.....	423
一、备查文件目录.....	423
二、备查文件查阅时间.....	423
三、备查文件查阅地址.....	423

第一节 释义

在本招股说明书中，除非文意另有所指，下列词语或简称具有如下含义：

一、一般术语

公司、本公司、股份公司、发行人、皮阿诺	指	广东皮阿诺科学艺术家居股份有限公司
新山川、公司前身	指	中山市新山川实业有限公司，本公司前身
盛和正道	指	中山市盛和正道投资企业（有限合伙）
鼎锋明道	指	宁波鼎锋明道汇盈投资合伙企业（有限合伙）
广发信德	指	广发信德投资管理有限公司
珠海康远	指	珠海康远投资企业（有限合伙）
森王家居	指	中山森王木制家居用品有限公司
德宏厨卫	指	深圳市德宏厨卫有限公司
领锋电器	指	中山市领锋电器有限公司
赣州新山川	指	赣州新山川家居有限公司
万事达智能	指	广东万事达智能科技有限公司
清大制冷	指	中山市清大制冷设备有限公司
领先展示	指	广东领先展示股份有限公司
新地创建房地产	指	中山市新地创建房地产开发有限公司
新鸿发展房地产	指	中山市新鸿发展房地产开发有限公司
创力佳工艺制品	指	中山市创力佳工艺制品有限公司
龙岗皮阿诺	指	深圳市龙岗区皮阿诺橱柜经营部
宝安皮阿诺	指	深圳市宝安区西乡皮阿诺橱柜商行
中山丽得秀	指	中山丽得秀装饰设计工程有限公司
行者终端陈列	指	广州市行者终端陈列设计咨询有限公司
北京丽得秀	指	北京丽得秀陈列展示用品有限公司
中赣投资	指	广东中赣投资集团有限公司
弗拉里精密	指	中山弗拉里精密工具有限公司
领信实业	指	中山市领信实业投资企业（有限合伙）
领智实业	指	中山市领智实业投资企业（有限合伙）
臣机实业	指	上海臣机实业有限公司
艺邦展示制品	指	中山市艺邦展示制品有限公司

艺博展示制品	指	中山市艺博展示制品有限公司
福山泡沫	指	中山市福山泡沫塑料包装有限公司
隆海贸易	指	都安隆海贸易有限公司
天津皮阿诺	指	皮阿诺家居（天津）有限公司
捷迅家居	指	中山市捷迅家居安装有限公司
上海分公司	指	广东皮阿诺科学艺术家居股份有限公司上海分公司
上海宝山分公司	指	广东皮阿诺科学艺术家居股份有限公司上海宝山分公司
上海普陀分公司	指	广东皮阿诺科学艺术家居股份有限公司上海普陀分公司
中山分公司	指	广东皮阿诺科学艺术家居股份有限公司中山分公司
中山南区分公司	指	广东皮阿诺科学艺术家居股份有限公司中山南区分公司
重庆分公司	指	广东皮阿诺科学艺术家居股份有限公司重庆分公司
重庆江北分公司	指	广东皮阿诺科学艺术家居股份有限公司重庆江北分公司
重庆南坪分公司	指	广东皮阿诺科学艺术家居股份有限公司重庆南坪分公司
中山东区分公司	指	广东皮阿诺科学艺术家居股份有限公司中山东区分公司
上海广诺	指	上海广诺家居有限公司
欧派	指	欧派家居集团股份有限公司
金牌	指	厦门金牌厨柜股份有限公司
我乐	指	南京我乐家居股份有限公司
索菲亚	指	索菲亚家居股份有限公司
好莱客	指	广东好莱客创意家居股份有限公司
志邦	指	志邦厨柜股份有限公司
中国证监会	指	中国证券监督管理委员会
消费品工业司	指	中华人民共和国工业和信息化部消费品工业司
工信部	指	中华人民共和国工业和信息化部
商务部	指	中华人民共和国商务部
国务院	指	中华人民共和国国家事务管理院
深交所	指	深圳证券交易所
股票或 A 股	指	本公司发行的每股面值人民币 1.00 元的人民币普通股
本次发行	指	本公司向社会公开发行 1,560 万股 A 股的行为
保荐人、主承销商、 长城证券	指	长城证券股份有限公司
律师、国浩	指	国浩律师（深圳）事务所
立信、会计师、立 信会计师事务所	指	立信会计师事务所（特殊普通合伙）
银信、银信评估	指	银信资产评估有限公司

元、万元、亿元	指	人民币元、人民币万元、人民币亿元
《公司法》	指	《中华人民共和国公司法》
《证券法》	指	《中华人民共和国证券法》
《公司章程》	指	本公司的《公司章程（草案）》
最近三年、报告期	指	2014年、2015年、2016年

二、专业术语

定制家居	指	根据客户的需求进行设计、生产并能满足不同消费者对家具的不同个性需求的家具，区别于传统家居和改制家居。
定制厨柜/ 整体厨柜	指	由厨柜、电器、燃气具、厨房功能用具四位一体组成的厨柜组合。是将厨柜与操作台以及厨房电器和各种功能部件有机结合在一起，并按照消费者家中厨房结构、面积以及家庭成员的个性化需求，通过整体配置、整体设计、整体施工，最后形成成套产品，实现厨房工作每一道操作程序的整体协调，并营造出良好的家庭氛围以及浓厚的生活气息。
定制衣柜/ 整体衣柜	指	基于消费者空间布局、风格样式、环保健康等多方面的个性化需求特征进行量身定做、个性化设计、标准化和规模化生产的定制化衣柜产品。
中国环境 标志产品 认证	指	一种证明性标志，它作为官方标志表明获准使用该标志的产品不仅质量合格，而且在生产、使用和处理处置过程中符合环境保护要求，与同类产品相比，具有低毒少害，节约资源等环境优势。
ISO9001 质量管理 认证	指	依据 ISO9001 系列标准，由经过国家认可机构认可的权威机构，对企业的品质体系实施的合格评定活动，通过认证后可证明该组织在品质管理方面达到了国际水平，能够按照经过严格审核的国际标准化的品质体系进行品质管理。
E1 级板材	指	欧洲环保标准之一，在“穿孔萃取”测试法下甲醛含量小于 9mg/100g；在“干燥器”测试法下甲醛释放量小于 1.5mg/L，与我国 GB18580—2001 国家标准一致。欧盟 CE 认证所要求的甲醛释放量标准为 E1 标准，符合 E1 标准的板材可以直接用于室内。
人造板	指	利用木材在加工过程中产生的边角废料，添加化工胶粘剂制作成的板材。人造板材种类很多，常用的有刨花板、中密度板、细木工板（大芯板）、胶合板，以及防火板等装饰型人造板。
实木板	指	实木板是采用完整的木材制成的木板材。这些板材坚固耐用、纹路自然，是装修中优中之选。实木板一般按照板材实质名称分类。
刨花板	指	人造板材的一种，又称碎料板，是由木材碎料（木刨花、锯末或类似材料）或非木材植物碎料（亚麻屑、甘蔗渣、麦秸、稻草或类似材料）施加胶粘剂，热压制成的板材。

中纤板	指	中密度纤维板，是以木质（或非木质）纤维为原料，施加胶粘剂经铺装、热压等工序制成的一种“近似木材而优于木材”、密度为450~880 kg/m ³ 的纤维板材。中密度纤维板具有结构均匀、机械加工性能强、物理力学性能优良及易于进行板边和板面的型面加工等优点，广泛应用于木地板、家具制造、建筑装饰等行业。
三聚氰胺板	指	又称双饰面板，是免漆板的一种，亦称一次成型板。基材为刨花板和中纤板，由基材和表面粘合而成，经过防火、抗磨、防水浸泡处理。
UV板	指	表面经过UV处理保护的板材。UV漆即紫外光固化漆，在刨花板、密度板等板材上通过上UV漆，再经过UV光固化机干燥而形成的板材，其易加工，可实现工业化生产，色泽鲜艳，耐磨，抗化学性强，使用寿命长，抗潮湿抗变形。
吸塑板	指	以中密度板为基材，表面经真空吸塑而成或采用一次无缝PVC膜压成型工艺而成的板材，吸塑板作为新型绿色环保材料凭借其质轻、表面光泽、阻燃、耐热、防潮、防水，保温、隔音、减震、抗静电等特点已经广泛应用于广告装饰、室内装修等的吸塑包装等领域。
开料	指	根据柜体规格要求，用电子锯、推台锯等将标准板件裁切成所需要规格的切割工艺。
开槽	指	用于嵌入相应部件（如背板、隐形拉手等）而在板材上开出相应槽位。
封边	指	用封边机使封边条粘贴板边，对家具板边起到一定的装饰作用的操作过程。
排钻	指	加工出板件之间组合的工艺孔位（比如三合一偏心件孔位）的工序。
CNC	指	CNC(数控机床)是计算机数字控制机床(Computer numerical control)的简称，是一种由程序控制的自动化机床。该控制系统能够逻辑地处理具有控制编码或其他符号指令规定的程序，通过计算机将其译码，从而使机床执行规定好了的动作，通过刀具切削将毛坯料加工成半成品成品零件。
吊锣	指	用于加工门板边部造型或其他异型的工序。
吸塑	指	将已通过打磨、喷胶处理好的产品在高温、高压、真空的环境下，吸附上相应的PVC吸塑皮的工序。
打磨	指	通过使用砂纸加工产品表面，使其变得平整、光滑、细致的工序，通常出现在吸塑产品和烤漆产品中，比如烤漆产品中的封闭底漆打磨、底漆打磨及面漆打磨等。
抛光	指	利用柔性工具和磨料颗粒或其他介质对板件表面进行加工，使其光滑或达到镜面光泽效果，有时也用以消除光泽。通常以抛光轮作为工具。抛光轮一般用多层帆布、羊毛或其他材料叠制而成。
砂光	指	分原板砂光和底漆砂光，原板砂光指通过使用砂纸加工烤漆产品原板表面的三聚氰胺纸，使其由光滑变得粗糙，提高PE底漆跟

		板材之间的附着力。底漆砂光指使板材表面平整、光滑同时增加了表面的强度。
汽磨	指	使用气动砂纸机加工产品表面，使其变得平整、光滑、细致的工序。
面漆	指	是涂装的最上层涂层，是板件最后喷涂的一层。
喷 PE	指	PE 是不饱和聚酯漆的简称。喷 PE，即在打磨后的产品上面，喷涂不饱和聚酯漆，作用在于填平基材表面，连接面漆和基材。
皮革压贴	指	在板材的表面贴附皮革。
铝材锣铁	指	通过机器按设计要求加工铝材。
锣槽	指	在产品表面按设计要求用锣机加工出槽位。

除特别说明外，本招股说明书所有财务数值均保留二位小数，若出现总数与各项数值之和尾数不符，均为四舍五入原因所致。

第二节 概览

声明

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

一、发行人简介

（一）发行人概况

名称：广东皮阿诺科学艺术家居股份有限公司

英文名称：Guangdong Piano Customized Furniture Co., Ltd.

注册资本：4,653.66 万元

法定代表人：马礼斌

成立日期：2005 年 6 月 14 日

整体变更为股份有限公司日期：2014 年 5 月 26 日

注册地址：中山市阜沙镇上南村、中山市阜沙镇安华路 2 号之一

经营范围：设计、生产、加工、销售：家居用品、木制家具、厨房电器设备、五金配件、五金制品、有机工艺品、塑胶制品、玻璃制品；销售：日用杂品、日用百货、纸制品；货物进出口、技术进出口（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）。

（二）设立情况

公司前身为成立于2005年6月14日的中山市新山川实业有限公司，新山川以截至2014年2月28日经立信会计师事务所审计的净资产130,691,379.68元为基础，以整体变更的方式发起设立广东皮阿诺科学艺术家居股份有限公司，其中42,750,000.00元折为股份公司的总股本42,750,000股，每股面值1元，其余净资产 87,941,379.68元计入资本公积。

2014年5月8日，皮阿诺发起人召开了股份公司创立大会。新山川于2014年5月26日在中山市工商行政管理局正式办理了工商变更登记手续，公司名称变更为广东皮阿诺科学艺术家居股份有限公司，并领取了新的营业执照。股份公司设立时的注册资本为4,275万元，法定代表人为马礼斌先生。

（三）公司的业务和主要产品情况

公司主要从事定制厨柜、定制衣柜及其配套家居产品的个性化定制和设计安装服务，是中国定制家居行业的领军品牌之一。

公司致力于通过科学艺术设计为消费者提供个性化的定制家居解决方案，是科学艺术家居的倡导者和定制家居的践行者。公司凭借在定制厨柜、定制衣柜行业积累的专业优势与品牌形象，发挥公司的渠道优势、人才优势和资源优势，逐步将科学艺术家居方式延伸至家居的其他领域，致力于成为国内一流的综合型现代定制家居一体化服务供应商。

凭借过硬的生产能力与研发设计技术、良好的产品与服务质量，公司生产的“皮阿诺”品牌定制厨柜多次荣获中国厨柜行业十大品牌荣誉称号，公司通过了中国环境标志产品、ISO9001质量管理等权威认证。

公司产品定位于中高端消费市场，每类产品均具有不同的风格定位与文化内涵。经过多年打造，公司定制厨柜已形成豪华欧式宫廷系列、实木美式系列、一般简欧系列、印花烤漆系列、钢琴烤漆系列、现代吸塑系列等多个产品系列，定制衣柜已形成实木欧式、一般简欧、现代百叶、现代皮革、现代板式等多个产品系列，产品风格体系丰富，能够满足客户多样化的消费需求。

（四）公司的竞争优势

1、品牌优势

公司自成立以来，始终专注于定制厨柜、定制衣柜等定制家具领域，坚持自主品牌与原创设计，为全国工商联家具装饰业商会橱柜专业委员会执行会长和衣柜专业委员会副会长、中国五金制品协会厨房设备分会执行会长。

近几年，公司或公司产品、产品获得的主要荣誉情况如下：

序号	年度	评定/授予单位	认证/获奖名称
1	2009/2011/2012	中华人民共和国环境保护部	中国环境标志产品认证证书
2	2010	广东省工商行政管理局	广东省著名商标
3	2010	中国建筑装饰协会厨卫工程委员会	中国厨卫百强-橱柜领军企业 10 强
4	2011/2014	全国工商联家具装饰业商会、全国工商联家具装饰业商会橱柜专业委员会	中国橱柜行业时尚设计金奖
5	2011	全国工商联家具装饰业商会衣柜专业委员会	中国衣柜行业诚信服务时尚设计金奖
6	2011	国家科学技术奖励工作办公室、中国建筑材料流通协会	中国建筑材料流通协会科学技术奖
7	2011	广东省品牌产品评价中心	广东省名牌产品
8	2012/2013/2014	中国质量检验协会	全国质量诚信承诺优秀示范企业、全国质量检验稳定合格产品、全国质量诚信优秀典型企业
9	2012/2015	全国工商联家具装饰业商会	中国橱柜行业“创新 服务”体系建设双十大示范品牌、中国衣柜行业“质量服务”双十大示范品牌、中国橱柜行业“创新 发展”十大品牌、中国橱柜行业质量示范企业
10	2012/2014/2015	中华橱柜网	中国橱柜十大品牌、中国橱柜十佳品牌
11	2015	广东省家居业联合会、广东省家具商会	广东泛家居领域最具价值十强品牌、广东泛家居领域创新能力十强品牌

2、研发优势

经过多年的发展，公司已经从科研立项、科技经费申请、研发绩效考核、科技成果转化等方面，建立了较完善的研发管理体系。在自有研发设计的基础上，公司还积极构建“产-学-研”平台，成立了科学艺术厨房研究院。公司不断推出创新产品，引领市场消费风尚。截至本招股说明书签署日，公司共获得专利86项，其中发明专利2项、实用新型专利16项、外观设计专利68项。公司产品设计先后获得“中国橱柜行业时尚设计金奖”、“中国衣柜行业诚信服务时尚设计金奖”，橱柜烤漆印花工艺获得“中国建筑材料流通协会科学技术奖”。

3、营销服务网络优势

公司基于定制橱柜、定制衣柜独特的定制化生产经营模式，推行以市场为导向的市场战略，制定了以连锁经销为主、经销与直营相结合的渠道发展模式，在营销渠道方面深耕细作，经过多年来的发展，建立了与公司紧密合作、共同成长、遍布全国的营销服务网络。截至2016年12月31日，公司橱柜类经销商数量为591家，经销

商门店数量为658家；衣柜类经销商数量为290家，经销商门店数量为296家。同时，公司在重庆市及中山市设立了5家直营专卖店。目前公司定制厨柜、衣柜及其配套家居产品已完成了全国性的销售网络布局，为公司的快速发展奠定了坚实的市场基础。

4、生产制造优势

公司采用“标准件+非标件”相结合的复合生产模式，引进先进的柔性生产线，标准件规模化生产，非标件柔性化制造，兼顾个性化和高质量的同时形成规模生产，提升产品性价比。

在生产管理上，公司制定了详细的管理文件，规范了生产过程各环节，包括优化设计、板材利用率、生产效率、产品质量控制等，进一步提升制造和工艺基础，提高产品质量。

5、信息化技术应用优势

公司充分发挥信息技术的渗透性和创新性优势，引进SAP企业资源计划系统、“造易解决之道”订单管理系统、3D在线设计电子商务系统等，构建了符合公司精益管理、柔性生产特点的信息化系统，并不断摸索、研究和优化，实现了公司定制厨柜、定制衣柜产品个性化设计、规模化及标准化生产的一体化，对公司订单管理、工艺技术流程等进行了再造，在生产和服务的各个环节不断提高自动化、智能水平，提高产品质量，缩短生产周期。信息技术管理系统的全面应用对公司生产制造和经营管理形成了重要的技术支撑，形成了公司的信息技术优势。

6、经营团队和管理优势

公司拥有一支敬业务实的经营管理团队，核心管理层团队在定制家居行业有较长工作经验，对定制家居行业具有深刻的洞察和理解，对该行业的发展动态有着准确的把握。公司拥有一支生产、销售、技术研发、产品设计等专业人才队伍，能较好的把握不同客户及项目的消费偏好，并藉此开发出具有较强客户系统针对性的营销、服务流程。同时，公司在行业人才的招聘、引进、培养、激励等方面有着独到的系统方法，并以此构筑了公司的经营团队和管理优势。

（五）发行人的经营情况

报告期内，公司经营状况良好，营业收入和净利润稳定增长，成长性明显。公

司最近三年的营业收入分别为50,293.25万元、51,201.03万元和63,038.28万元，近三年的复合增长率为11.96%；归属于母公司股东的净利润分别为6,419.26万元、6,852.81万元和8,753.99万元，近三年的复合增长率为16.78%；扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润分别为6,034.85万元、6,237.49万元和8,388.34万元，近三年的复合增长率为17.90%。

二、发行人控股股东和实际控制人简介

公司目前的总股本为 4,653.66 万股，马礼斌先生直接持有 68.90%的股份，通过盛和正道间接持有 13.05%的股份，公司的控股股东和实际控制人为马礼斌先生。

马礼斌先生 1970 年 12 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，工商管理硕士，身份证号：360102197012*****。现任公司董事长、总经理。马礼斌先生详细简历请参见本招股说明书之“第八节 董事、监事、高级管理人员与其他核心人员”之“一、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员简介”之“（一）董事简介”。

三、主要财务数据

根据立信会计师事务所出具的“信会师报字[2017]第 ZI10039 号”《审计报告》，公司最近三年的主要财务数据及财务指标如下：

（一）合并资产负债表主要数据

单位：万元

项目	2016/12/31	2015/12/31	2014/12/31
流动资产	39,334.76	28,739.15	19,313.78
非流动资产	25,170.82	22,777.59	19,839.95
资产总额	64,505.58	51,516.73	39,153.73
流动负债	25,363.95	19,165.96	13,676.76
非流动负债	1,074.04	1,175.72	1,154.72
负债总额	26,437.99	20,341.67	14,831.48
股东权益合计	38,067.59	31,175.06	24,322.25

（二）合并利润表主要数据

单位：万元

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
营业收入	63,038.28	51,201.03	50,293.25
营业利润	9,698.37	7,310.43	6,616.37
利润总额	10,128.56	8,034.34	7,484.44
净利润	8,753.99	6,852.81	6,419.26
归属于母公司股东的净利润	8,753.99	6,852.81	6,419.26
归属于母公司股东扣除非经常性损益后的净利润	8,388.34	6,237.49	6,034.85
少数股东损益	-	-	-

（三）合并现金流量表主要数据

单位：万元

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
经营活动现金流量净额	9,859.33	12,844.13	3,785.08
投资活动现金流量净额	-2,755.64	-3,893.82	-3,421.90
筹资活动现金流量净额	-1,861.46	-81.53	4,543.61
汇率变动对现金及现金等价物的影响	-	-	-
现金及现金等价物净增加额	5,242.22	8,868.78	4,906.79
期末现金及现金等价物余额	24,250.57	19,008.35	10,139.57

（四）主要财务指标

1、净资产收益率和每股收益

期间	报告期利润计算口径	加权平均净资产收益率	每股收益（元）	
			基本每股收益	稀释每股收益
2016 年度	归属于公司普通股股东的净利润	25.75%	1.88	1.88
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	24.67%	1.80	1.80
2015 年度	归属于公司普通股股东的净利润	24.70%	1.47	1.47
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	22.48%	1.34	1.34

2014 年度	归属于公司普通股股东的净利润	41.54%	1.50	1.50
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	39.05%	1.41	1.41

2、其他主要财务指标

指标	2016/12/31	2015/12/31	2014/12/31
流动比率（倍）	1.55	1.50	1.41
速动比率（倍）	1.36	1.31	1.18
资产负债率（母公司）	37.55%	36.22%	34.79%
归属于母公司股东的每股净资产（元/股）	8.18	6.70	5.23
无形资产（扣除土地使用权、水面养殖权和采矿权后）占净资产的比例	0.43%	0.20%	0.18%
指标	2016 年度	2015 年度	2014 年度
应收账款周转率（次/年）	13.58	12.28	16.37
存货周转率（次/年）	9.36	8.88	9.02
息税折旧摊销前利润（万元）	12,143.77	9,971.26	9,224.34
归属于母公司股东的净利润（万元）	8,753.99	6,852.81	6,419.26
归属于母公司股东扣除非经常性损益后的净利润（万元）	8,388.34	6,237.49	6,034.85
利息保障倍数（倍）	-	698.05	76.11
每股经营活动产生的现金流量（元/股）	2.12	2.76	0.81
每股净现金流量（元/股）	1.13	1.91	1.05

四、本次发行情况

股票种类	人民币普通股（A股）
每股面值	人民币1.00元
发行股数	本次拟向社会公众公开发行不超过1,560万股人民币普通股（A股），占公司发行后总股本的比例不低于25%，本次发行股份全部为新股，不安排老股转让
每股发行价格	31.03元
发行方式	本次发行采用网上按市值申购向社会公众投资者直接定价发行（简称“网上发行”）的方式进行
发行对象	在深圳证券交易所开户的境内自然人、法人等投资者（国家法律、法规禁止购买者除外）
上市交易所	深圳证券交易所

承销方式	余额包销
------	------

五、募集资金主要用途

若本次股票发行成功，募集资金将用于投资下列项目：

项目名称	项目备案文号	拟投资额 (万元)	募集资金投资 净额(万元)
中山阜沙产能扩建项目	14200021101101329 号	14,486.83	14,486.83
天津静海产能建设项目一期	静发改许可[2014]266 号	18,849.17	17,199.34
一体化信息管理系统建设项目	14200021101101356 号	2,898.92	2,898.92
补充流动资金	-	10,000.00	10,000.00
合计	-	46,234.92	44,585.09

本次发行上市募集资金到位前，公司可根据各项目的实际进度，以自筹资金投资建设项目，本次发行上市募集资金到位后，公司将严格按照有关的制度使用募集资金，募集资金可用于置换前期投入募集资金投资项目的自筹资金；若本次发行实际募集资金低于募集资金项目投资额，公司将通过自筹资金解决。

第三节 本次发行概况

一、本次发行的基本情况

股票种类:	人民币普通股 (A 股)
每股面值:	1.00 元
发行股数:	本次拟向社会公众公开发行不超过 1,560 万股人民币普通股 (A 股), 占公司发行后总股本的比例不低于 25%, 本次发行股份全部为新股, 不安排老股转让
每股发行价:	31.03 元
发行市盈率:	22.99 倍 (按发行后总股本全面摊薄计算)
发行前每股净资产:	8.18 元 (以 2016 年 12 月 31 日经审计的归属于母公司的所有者权益除以本次发行前总股本计算)
发行后每股净资产:	13.30 元 (以 2016 年 12 月 31 日经审计的归属于母公司的所有者权益值加上本次募集资金净额之和除以本次发行后总股本计算)
发行市净率:	2.33 倍 (按发行后总股本全面摊薄计算)
发行方式:	本次发行采用网上按市值申购向社会公众投资者直接定价发行 (简称 “网上发行”) 的方式进行
发行对象:	在深圳证券交易所开户的境内自然人、法人等投资者 (国家法律、法规禁止购买者除外)
承销方式:	余额包销
募集资金总额:	募集资金总额为 48,406.80 万元
募集资金净额:	扣除发行费用以后的募集资金净额约为 44,585.09 万元
发行费用概算:	约 3,821.71 万元
其中: 承销保荐费用	2,545.98 万元
审计验资费用	545.16 万元
律师费用	353.75 万元
信息披露费用	350.00 万元
发行手续费用	26.82 万元

二、与本次发行有关的当事人

(一) 发行人: 广东皮阿诺科学艺术家居股份有限公司

法定代表人: 马礼斌

法定住所：广东省中山市阜沙镇上南村、中山市阜沙镇安华路2号之一

联系人：魏茂芝（董事会秘书）

电话号码：（0760）23633926

传真号码：（0760）23631880

（二）保荐人（主承销商）：长城证券股份有限公司

法定代表人：丁益

注册地址：深圳市深南大道6008号深圳特区报业大厦16-17层

联系电话：（0755）83515551

传 真：（0755）83516266

保荐代表人：张国连、林植

项目协办人：孙晓斌

项目组成员：孙晓斌、徐辉、孟祥、林文茂

（三）律师：国浩律师（深圳）事务所

负责人：张敬前

联系地址：深圳市深南大道6008号特区报业大厦22、24楼

联系电话：（0755）83515666

传 真：（0755）83515090

经办律师：何俊辉、丁明明

（四）会计师事务所：立信会计师事务所（特殊普通合伙）

法定代表人：朱建弟

联系地址：上海市南京东路61号黄浦金融大厦4楼

深圳办公地址：深圳市福田区香梅路1061号中投国际商务中心A栋8楼

联系电话：（0755）82584708

传 真：（0755）82584501

经办注册会计师：龙湖川、丘运良

（五）资产评估机构：银信资产评估有限公司

法定代表人：梅惠民

联系地址：上海市黄浦区九江路69号

联系电话：（021）63391558

传 真：（021）63391116

经办注册资产评估师：袁玮、嘉宁

（六）股票登记机构：中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司

联系地址：深圳市深南中路1093号中信大厦18楼

联系电话：（0755）25938000

传 真：（0755）25988122

（七）收款银行：兴业银行股份有限公司深圳分行

收款户名：长城证券股份有限公司

银行账号：338010100100011816

（八）申请上市证券交易所：深圳证券交易所

办公地址：深圳市福田区深南大道2012号

联系电话：（0755）88668888

三、发行人与中介机构的关系说明

公司与本次发行有关的中介机构不存在直接或间接的股权关系和其他任何权益关系；各中介机构负责人、高级管理人员及经办人员未持有公司股份，与公司也不存在其他权益关系。

四、与本次发行上市有关的重要日期

事 项	日 期
刊登发行公告日期	2017年2月23日
申购日期	2017年2月24日
网上中签结果刊登日期	2017年2月28日
缴款日期	2017年2月28日
发行结果公告刊登日期	2017年3月2日
预计股票上市日期	股票发行结束后将尽快申请在深圳证券交易所挂牌上市

第四节 风险因素


投资者在评价公司本次发行的股票时，除本招股书提供的其他资料外，应特别认真地考虑下述各项风险因素。下列风险是根据重要性原则或可能影响投资者投资决策程度大小排序，但该排序并不表示风险因素会依次发生。

一、经营风险

（一）主要原材料价格波动带来的风险

公司生产所需的主要原材料包括板材、台面、五金配件和外购厨电等，最近三年，直接材料占公司主营业务成本的比重较高，分别为71.11%、71.03%、74.06%，直接材料价格的波动对公司生产成本的影响较大。报告期内，公司主要原材料市场价格基本平稳。为了减少主要原材料价格波动对公司营业成本的影响，公司一方面通过采购成本控制、建立与供应商长期合作机制等手段来规避主要原材料价格波动的风险；另一方面通过不断改进生产工艺技术，提高生产的自动化水平，提高材料利用率，减少材料损耗率，以此降低主要原材料价格波动对产品成本的影响程度。未来如果公司主要原材料价格出现大幅波动，导致公司生产成本发生较大变化，将对公司利润水平造成不利影响。

（二）注册商标被侵犯、产品设计被模仿带来的风险

公司注册的“”商标为广东省著名商标，皮阿诺品牌厨柜是国内定制厨柜行业的十大品牌之一，公司高度重视皮阿诺品牌的推广、使用和维护。但由于定制厨柜行业市场容量较大、发展前景良好，一些家具、地板、衣柜等企业相继进入，小型定制厨柜企业的新进入者设计和创新能力较低，侵权意识薄弱，模仿抄袭成为行业中绝大部分中小定制厨柜企业研发设计的主要手段。如果一些无品牌的生产企业或手工作坊冒牌生产销售公司产品，将导致公司注册商标被侵犯、产品设计被模仿，公司经济利益将受到损害，公司品牌形象将受到影响，从而对公司生产经营带来不利影响。

（三）自主研发设计不能持续创新带来的风险

公司是行业内较早意识到研发设计创新重要性的企业之一，并始终如一地坚持

产品的自主研发设计。经过多年的发展，公司已在科研立项、科技经费申请、研发绩效考核、科技成果转化等方面，建立了完善的研发管理体系。公司的产品设计也先后获得“中国橱柜行业时尚设计金奖”、“中国衣柜行业诚信服务时尚设计金奖”，厨柜烤漆印花工艺获得“中国建筑材料流通协会科学技术奖”。如果公司不能保持研发设计的持续创新能力，公司的核心竞争力将无法继续维持，从而对公司的经营业绩和财务状况产生不利影响。

（四）劳动力价格上涨带来的风险

公司位于广东省中山市，具备良好的产业工人聚集效应。近年来，随着宏观经济形势的变化，人力资源成本呈逐年上升趋势。同时，随着国家地区经济发展政策的不断调整，南下广东的外出务工人员较以往减少，珠三角区域一度出现用工荒，可能造成公司阶段性用工短缺，不得不通过提高人力资源成本吸引劳动力。公司通过加强内部管理、提高生产自动化水平等方式来控制劳动力成本的上升，若未来国内劳动力成本不断上升或出现用工短缺等情形，公司将面临一定的人力资源成本风险，将对公司的生产经营造成不利影响。

（五）公司债权因涉诉带来的回收风险

报告期内，公司与 1 家原经销商、2 家原大宗客户之间存在诉讼，诉讼原因主要系对方拖欠公司借款或货款，涉诉债权金额共计 613.57 万元，占公司截至 2016 年 12 月 31 日经审计的净资产比重为 1.61%。如果公司胜诉但对方无可执行资产或公司败诉，上述债权存在无法收回或无法全额收回的风险，为此公司将积极应诉。同时为了进一步降低上述债权无法收回或无法全额收回对公司生产经营的影响，公司已对上述债权全额计提了坏账准备。未来公司将通过甄选优质客户、加强回款管理、进一步健全公司内部管理机制等措施降低和杜绝该等风险的持续发生及对公司生产经营的影响。

二、市场风险

（一）市场竞争加剧带来的风险

经过多年的经营积累，公司经营规模不断扩大，产品设计、生产能力以及销售能力不断增强，售后服务水平持续提升，公司皮阿诺品牌已位列中国厨柜行业十大

品牌之一，公司亦发展成为中国厨卫百强企业、厨柜十强领军企业之一。由于定制厨柜行业市场容量较大、发展前景良好，部分传统家具、地板等领域的企业相继进入，导致行业市场竞争开始加剧。随着行业发展日益成熟，定制厨柜行业面临的市场竞争已经逐步由发展之初的价格竞争转变为品牌、营销等方面的综合竞争。公司虽然目前已具备较强的市场竞争力，但如果不能在品牌、营销、渠道建设、产品设计、定制服务、信息化应用水平等方面不断创新和增强，并推出适应市场需求、符合市场发展潮流的新产品，公司面临的市场竞争风险将会加大，可能在日益激烈的竞争中处于不利地位。

（二）房地产宏观调控带来的风险

2010年以来，为了保持房地产市场的平稳健康发展，遏制投机性需求，抑制部分城市房价过快上涨的势头，国家先后出台了一系列房地产调控政策，导致我国房地产行业发展速度放缓。定制家居行业的发展与房地产行业的发展具有一定的相关性，国家对于房地产行业的宏观调控政策会对作为定制家居行业细分市场的定制厨柜、定制衣柜行业产生一定的影响。公司所处定制厨柜、定制衣柜行业属于新兴的家居行业细分市场，整体家居产品的消费不局限于新建商品住宅的装修，还包括存量新房的一次装修、存量住宅的二次装修等，在我国处于快速发展阶段，行业增速较快，市场容量较大，报告期内公司经营业绩呈持续增长趋势，房地产行业发展速度的放缓未对公司经营业绩产生明显不利影响。未来如果房地产行业景气度持续下降，从而最终影响到定制家居行业的发展，则将对公司未来的生产经营产生负面影响。

三、财务风险

（一）净资产收益率下降带来的风险

本次发行后，公司的净资产在现有基础上将大幅增长，同时，由于募集资金投资项目需要一定的建设周期，在短期内难以全部产生效益。尽管公司生产经营将继续保持良好发展态势，但因本次股票发行，短期内净利润增长幅度将小于净资产增长幅度，可能导致净资产收益率下降。

（二）经营业绩季度间不均衡带来的风险

定制家居行业的销售呈现一定的季节性特征，该特征主要由春节假期、风俗习

惯及各地气候差异等因素影响。由于春节假期处于每年的第一季度，导致消费者在该时段进行房屋装修的意愿较低；春节假期前后，工人及员工假期会影响公司接单、生产、运输等各个环节，亦会对定制家居企业的销售产生影响；此外，上半年我国北方地区较为寒冷，南方地区则受“回南天”影响，家庭装修更多集中在下半年进行。受上述因素的影响，公司的营业收入和利润呈现季节性波动的特征，销售旺季一般在下半年。报告期内，公司销售的季节性特征表现如下：

单位：万元

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
上半年营业收入	21,123.76	18,075.97	19,443.90
上半年净利润	1,560.60	1,396.96	2,105.00
全年营业收入	63,038.28	51,201.03	50,293.25
全年净利润	8,753.99	6,852.81	6,419.26
上半年营业收入占比	33.51%	35.30%	38.66%
上半年净利润占比	17.83%	20.39%	32.79%

由上表，最近三年，公司上半年的营业收入占全年营业收入的比例分别为38.66%、35.30%、33.51%，上半年净利润占全年净利润的比例分别为32.79%、20.39%、17.83%。虽然公司积极鼓励经销商在上半年通过让利促销等方式提高产品销量，但该等季节性波动仍会对公司上半年的财务指标产生一定的不利影响。

（三）税收优惠政策变化带来的风险

根据 2008 年 1 月 1 日起实施的《企业所得税法》的规定，国家需要重点扶持的高新技术企业，减按 15% 的税率征收企业所得税。根据广东省科学技术厅、广东省财政厅、广东省国家税务局和广东省地方税务局的联合认定，公司取得了编号为 GR201244000741 的高新技术企业证书，公司自 2012 年度起，连续三年享受减按 15% 的税率缴纳企业所得税的优惠政策。

2015 年 10 月 10 日，公司通过广东省科学技术厅、广东省财政厅、广东省国家税务局和广东省地方税务局高新技术企业复审，取得编号为 GF201544000337 的《高新技术企业证书》，有效期三年，2015 年至 2017 年享受 15.00% 的所得税优惠税率。

公司在报告期内享受的税收优惠情况如下：

单位：万元

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
高新技术企业所得税减免额	921.81	805.64	767.28
公司税后利润	8,753.99	6,852.81	6,419.26
税收优惠占税后利润的比例	10.53%	11.76%	11.95%

如果国家对高新技术企业的税收优惠政策发生变化，或者公司未来不能继续获得高新技术企业认定，将会对公司未来的经营业绩产生不利影响。

四、募集资金投资项目风险

（一）募投项目实施出现偏差带来的风险

本次募集资金投资项目可行性分析是基于当前的国内外市场环境、公司的设计能力和生产能力、市场未来拓展情况等因素做出。虽然公司对这些项目的技术、市场、管理等方面进行了慎重、充分的调研和论证，在决策过程中综合考虑了各方面的情况，并在技术、资质、人才等方面做了充分准备，认为募集资金投资项目有利于解决公司产能瓶颈、拓宽市场领域、增强公司未来的持续盈利能力，但项目在实施过程中可能受到市场环境变化、产业政策变化等因素的影响，致使项目的开始盈利时间和实际盈利水平与公司的预测出现差异，从而影响项目的投资收益。如果投资项目不能顺利实施，或实施后由于市场开拓不力投资收益无法达到预期，公司将面临投资项目失败的风险。

（二）募投项目新增产能不能及时消化带来的风险

随着公司募集资金投资项目的建成，公司的产能将迅速扩大，定制厨柜、定制衣柜将新增年产21万套左右的产能，将满足公司未来几年业务增长的需求。

公司募集资金投资项目已经经过充分的可行性研究论证，具有广阔的市场前景。但公司本次发行募集资金投资项目的可行性分析是基于当前国内市场环境、发展趋势、产品价格、原料供应和工艺技术水平等因素，由于市场情况不断发展变化，如果出现市场容量增速低于预期，或公司市场开拓不力等情况，则可能面临新增产能不能被及时消化的风险。

五、管理风险

（一）业务规模快速扩大带来的管理风险

报告期内公司业务规模一直保持稳定增长，经营业绩得到快速提升，公司组织架构和管理体系日益完善，公司已积累了较丰富的经营管理经验。本次发行后，公司净资产将大幅增加，公司业务将持续扩大，经营规模大幅扩张，对公司的经营管理能力、技术能力、市场营销能力、内控能力等提出更高的要求，因此，公司面临业务规模快速扩大带来的管理风险。

（二）经销商稳定性带来的风险

报告期内，公司的销售模式以经销模式为主，最近三年，公司通过经销模式实现的收入分别为40,083.12万元、40,980.01万元、50,601.51万元，占公司主营业务收入的比例分别为80.45%、81.41%、81.69%。在可预见的未来，公司仍将保持以经销模式为主的销售模式，因此能否维持经销商体系的稳定性和经销商的持续发展是公司面临的重要风险。尽管公司经过多年的发展已经与主要的经销商建立了稳定的业务关系，但倘若主要经销商在未来经营活动中与公司的发展战略相违背，或经销商不能稳定持续成长，使双方未能保持稳定和持续的合作，可能会对公司的未来发展造成不利影响。

（三）实际控制人持股集中和不当控制带来的风险

公司现任董事长及总经理马礼斌先生自创建公司起一直为公司控股股东和实际控制人，马礼斌直接和间接持有公司发行前81.95%的股份，占绝对控股地位，本次发行后公司的实际控制人马礼斌仍将处于绝对控股地位。虽然公司按照现代企业制度建立起较完善的法人治理结构以防范实际控制人侵害公司其他股东或公司利益情况的发生，但仍然不能完全杜绝马礼斌利用其控股股东地位，通过行使表决权或其他方式，对公司业务经营、投资决策、人事安排、利润分配等方面实施影响和控制，进而有可能存在损害到公司及公司其他股东利益的风险。

第五节 发行人基本情况

一、发行人基本资料

(一) 中文名称：广东皮阿诺科学艺术家居股份有限公司

英文名称：Guangdong Piano Customized Furniture Co., Ltd.

(二) 注册资本：4,653.66 万元

(三) 法定代表人：马礼斌

(四) 成立日期：2005 年 6 月 14 日

整体变更为股份公司日期：2014 年 5 月 26 日

(五) 注册地址：广东省中山市阜沙镇上南村、中山市阜沙镇安华路 2 号之一

邮政编码：528414

(六) 电话号码：(0760) 23631781

传真号码：(0760) 23631808

(七) 互联网网址：<http://www.pianor.com>

(八) 电子信箱：webmaster@pianor.com

(九) 负责信息披露和投资者关系的部门：董秘办

负责人：魏茂芝（董事会秘书）

电话号码：(0760) 23633926

二、发行人改制重组及设立情况

(一) 发行人设立方式

公司前身为2005年6月设立的新山川，根据立信会计师事务所出具的“信会师报字[2014]第310317号”《审计报告》，新山川截至2014年2月28日的净资产为130,691,379.68元，各发起人同意将上述净资产全部投入股份公司，其中42,750,000.00元折为总股本4,275万股，余额87,941,379.68元计入资本公积。股份公司设立时的注册资本为4,275万元，业经立信会计师事务所“信会师报字[2014]第310352号”《验资

报告》验证。

公司发起人于2014年5月8日召开股份公司创立大会，一致同意整体变更设立广东皮阿诺科学艺术家居股份有限公司。

2014年5月26日，股份公司取得了中山市工商行政管理局核发的注册号为442000000241313的《企业法人营业执照》，注册资本为4,275万元，法定代表人为马礼斌。

（二）发起人

股份公司的发起人为马礼斌、盛和正道、魏来金、张开宇。公司设立时各发起人持有公司的股份数量、持股比例以及股份性质如下：

序号	发起人	持股数量（股）	持股比例（%）	股份性质
1	马礼斌	32,062,500	75.00	自然人股
2	盛和正道	6,861,802	16.05	境内非法人股
3	魏来金	2,970,698	6.95	自然人股
4	张开宇	855,000	2.00	自然人股
合计		42,750,000	100.00	

（三）本公司改制设立前后主要发起人拥有的主要资产和从事的主要业务

本公司设立前后，主要发起人马礼斌先生拥有的主要资产和从事的主要业务如下表：

主要资产		主要业务	变化情况
设立前	设立后		
公司前身 75%的股权	公司 68.90%的股权	定制厨柜、定制衣柜及其配套家居产品	2014年9月、12月增资扩股后下降为 68.90%
盛和正道 95%的权益份额	盛和正道 88.50%的权益份额	对外投资	2014年9月部分权益转让下降为 88.50%
领锋电器 51%的股权	-	卫浴电器产品	2014年6月转让股权
新地创建房地产 13.8%的股权	新地创建房地产 13.8%的股权	房地产开发等	-

万事达工程 40%的股权	-	室内外装潢展示工程；展示道具等	2014年9月转让股权
万事达陈列用品 40%的股权	-	陈列展示制品等	2014年9月转让股权
创力佳工艺制品 90%的股权	创力佳工艺制品 90%的股权	广告制品等	2015年8月注销
龙岗皮阿诺（个体工商户）	-	厨柜零售	2015年7月注销
宝安皮阿诺（个体工商户）	-	厨柜零售	2015年4月注销
-	中赣投资 13.30%的股权	投资办商业、服务业、房地产业；企业投资管理咨询	2016年6月增资入股

盛和正道、领锋电器、创力佳工艺制品、龙岗皮阿诺、宝安皮阿诺的情况详见本节之“八、持有发行人5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况”之“（一）持有公司5%以上股份的股东简要情况”、“（三）控股股东和实际控制人控制的其他企业情况”。

（四）发行人设立时拥有的主要资产和实际从事的主要业务

公司设立时拥有的主要资产为整体变更设立股份有限公司时承继的新山川的整体资产，包括生产设备、存货、商标、专利、土地等所有资产。股份公司设立时承接了有限公司的全部业务，有限公司的主营业务为定制厨柜、定制衣柜及其配套家居产品的研发、生产和销售，公司的主营业务和经营模式在改制设立前后均未发生变化。

（五）公司设立前后业务流程情况及其联系

公司系由新山川整体变更设立，设立前后公司业务流程没有发生变化，业务流程详见本招股说明书“第六节 业务与技术”之“四、发行人主营业务情况”相关内容。

（六）公司设立后在生产经营方面与主要发起人的关联关系及演变情况

请参见本招股说明书之“第七节 同业竞争与关联交易”之“三、关联方、关联关系及关联交易”之“（一）关联方和关联关系”、“（二）关联交易”。

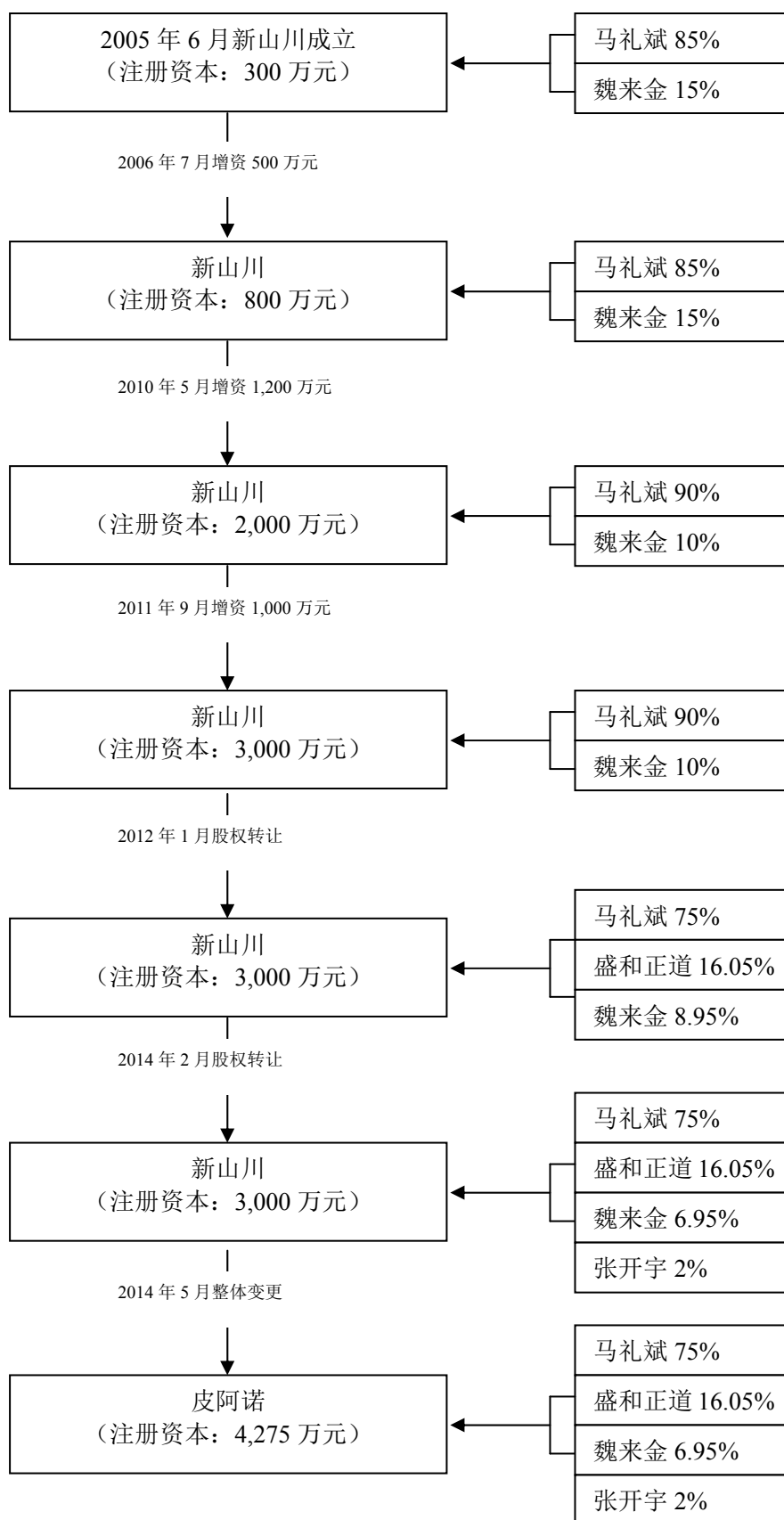
（七）发起人出资资产的产权变更情况

公司系由新山川整体变更设立的股份有限公司，新山川的所有资产、业务、人员和债权债务均由公司整体承继，发行人设立时注册资本已足额缴纳，发起人或者股东用作出资的资产的财产权转移手续已办理完毕，发行人的主要资产不存在重大权属纠纷。

三、发行人的股本形成及变化情况

（一）有限公司阶段实收资本形成及其变化情况

本公司由新山川整体变更而来，整体变更前股权结构变化过程如下图所示：



1、2005年6月新山川设立

2005年5月31日，马礼斌、魏来金签署《公司章程》，决定共同投资设立中山市新山川实业有限公司，注册资本为300万元，其中马礼斌以货币出资255万元，占注册资本的85%；魏来金以货币出资45万元，占注册资本的15%。

2005年6月9日，中山市中信会计师事务所有限公司出具了“中信验内字(2005)第071号”《验资报告》，截至2005年6月9日，新山川已收到全体股东以货币方式缴纳的注册资本合计300万元。

2005年6月14日，中山市工商行政管理局核准新山川设立登记，并核发了注册号为4420002206229的《企业法人营业执照》。

新山川设立时各股东的出资额及出资比例为：

单位：万元

序号	股东	认缴出资额	实缴出资额	占注册资本比例
1	马礼斌	255.00	255.00	85.00%
2	魏来金	45.00	45.00	15.00%
	合计	300.00	300.00	100.00%

2、2006年7月第一次增资

2006年7月6日，经公司股东会决议，一致同意将注册资本由300万元增加至800万元，并对《公司章程》进行相应修改。在该次增资中，马礼斌以货币方式增资425万元；魏来金以货币方式增资75万元。

2006年7月17日，中山市执信会计师事务所出具了“中执会验字(2006)第YY01261号”《验资报告》，截至2006年7月14日，新山川已收到全体股东以货币方式缴纳的注册资本合计500万元。

2006年7月28日，中山市工商行政管理局核准新山川变更登记，并核发了注册号为4420002206229的《企业法人营业执照》。

本次变更完成后，各股东的出资额及出资比例为：

单位：万元

序号	股东	认缴出资额	实缴出资额	占注册资本比例
1	马礼斌	680.00	680.00	85.00%
2	魏来金	120.00	120.00	15.00%
合计		800.00	800.00	100.00%

3、2010年5月第二次增资

2010年4月29日，经公司股东会决议，一致同意将注册资本由800万元增加至2,000万元，并对《公司章程》进行相应修改。在该次增资中，马礼斌以货币方式增资1,120万元；魏来金以货币方式增资80万元。

2010年5月11日，中山市中正联合会计师事务所有限公司出具了“中正会验字（2010）第YY00091号”《验资报告》，截至2010年5月11日，新山川已收到全体股东以货币方式缴纳的注册资本合计1,200万元。

2010年5月19日，中山市工商行政管理局核准新山川变更登记，并核发了注册号为442000000241313的《企业法人营业执照》。

本次变更完成后，各股东的出资额及出资比例为：

单位：万元

序号	股东	认缴出资额	实缴出资额	占注册资本比例
1	马礼斌	1,800.00	1,800.00	90.00%
2	魏来金	200.00	200.00	10.00%
合计		2,000.00	2,000.00	100.00%

4、2011年9月第三次增资

2011年9月15日，经公司股东会决议，一致同意将注册资本由2,000万元增加至3,000万元，并对《公司章程》进行相应修改。在该次增资中，马礼斌以货币方式增资900万元；魏来金以货币方式增资100万元。

2011年9月20日，中山市中正联合会计师事务所有限公司出具了“中正会验字（2011）第YY00136号”《验资报告》，截至2011年9月19日，新山川已收到全体股东以货币方式缴纳的注册资本合计1,000万元。

2011年9月21日，中山市工商行政管理局核准新山川变更登记，并核发了注

册号为 442000000241313 的《企业法人营业执照》。

本次变更完成后，各股东的出资额及出资比例为：

单位：万元

序号	股东	认缴出资额	实缴出资额	占注册资本比例
1	马礼斌	2,700.00	2,700.00	90.00%
2	魏来金	300.00	300.00	10.00%
合计		3,000.00	3,000.00	100.00

5、2012 年 1 月第一次股权转让

2012 年 1 月 4 日，新山川股东马礼斌与盛和正道签署《股权转让合同》，马礼斌将其所持新山川 15% 股权（450 万元出资额）转让给盛和正道，转让价格为每出资额 1 元；新山川股东魏来金与盛和正道签署《股权转让合同》，魏来金将其所持新山川 1.051%（31.53 万元出资额）股权转让给盛和正道，转让价格为每出资额 1 元。盛和正道为公司实际控制人控制的合伙企业，设立目的为实施公司管理层股权激励，因此，该次股权转让价格为每出资额 1 元。

2012 年 1 月 4 日，新山川作出股东会决议，一致同意马礼斌将其所持 15% 新山川股权转让给盛和正道，同意魏来金将其所持 1.051% 新山川股权转让给盛和正道。

2012 年 1 月 10 日，中山市工商行政管理局核准新山川变更登记，并核发了注册号为 442000000241313 的《企业法人营业执照》。

本次变更完成后，各股东的出资额及出资比例为：

单位：万元

序号	股东	认缴出资额	实缴出资额	占注册资本比例
1	马礼斌	2,250.00	2,250.00	75.00%
2	盛和正道	481.53	481.53	16.05%
3	魏来金	268.47	268.47	8.95%
合计		3,000.00	3,000.00	100.00%

6、2014 年 2 月第二次股权转让

张开宇系公司董事、副总经理，子公司捷迅家居执行董事、经理，为公司销售

渠道的建设和衣柜业务的发展起到了重要的作用；同时股东魏来金虽系公司创始人之一，但除担任公司董事外，未在公司担任其他具体职务。

经股东协商一致，2014年2月20日，新山川股东魏来金与张开宇签署《股权转让合同》，魏来金将其所持新山川2.00%股权（60万元出资额）作价260万元转让给张开宇，参考净资产协商确定的转让价格为每出资额4.33元。

2014年2月20日，新山川作出股东会决议，一致同意魏来金将其所持2.00%新山川股权转让给张开宇。

2014年2月27日，中山市工商行政管理局核准新山川变更登记，并核发了注册号为442000000241313的《企业法人营业执照》。

本次变更完成后，各股东的出资额及出资比例为：

单位：万元

序号	股东	认缴出资额	实缴出资额	占注册资本比例
1	马礼斌	2,250.00	2,250.00	75.00%
2	盛和正道	481.53	481.53	16.05%
3	魏来金	208.47	208.47	6.95%
4	张开宇	60.00	60.00	2.00%
合计		3,000.00	3,000.00	100.00%

（二）股份公司的股本形成及其变化情况

1、新山川整体变更为股份公司

2014年4月10日，新山川召开股东会，会议决议由有限公司的全体股东马礼斌、盛和正道、魏来金及张开宇作为发起人，将有限公司整体变更为广东皮阿诺科学艺术家居股份有限公司。2014年4月11日，四名发起人签署了发起人协议，并于2014年5月8日召开股份公司创立大会，一致同意整体变更设立广东皮阿诺科学艺术家居股份有限公司。上述整体变更的审计基准日为2014年2月28日，根据立信会计师事务所出具的“信会师报字[2014]第310317号”《审计报告》，有限公司经审计的账面净资产为130,691,379.68元，按1:0.3271的比例折合为股份公司份总额4,275万股，每股面值1元，剩余净资产87,941,379.68元计入资本公积金。发起人以其各自在新山川的出资比例，持有皮阿诺的股份。

2014年5月8日，立信会计师事务所出具了“信会师报字[2014]第310352号”的《验资报告》，验证公司的注册资本已由各发起人足额缴纳。

2014年5月26日，中山市工商行政管理局核准皮阿诺变更登记，并核发了注册号为“442000000241313”的《企业法人营业执照》。

整体变更完成后，公司的股权结构如下：

序号	股东	股份数（万股）	占股本总数比例
1	马礼斌	3,206.25	75.00%
2	盛和正道	686.18	16.05%
3	魏来金	297.07	6.95%
4	张开宇	85.50	2.00%
合计		4,275.00	100.00%

2、2014年9月，第四次增资

随着公司业务规模的逐步扩大，为进一步增强资金实力，优化股权结构，2014年9月23日，经公司2014年第三次临时股东大会决议，一致同意将注册资本由4,275万元增加至4,348.29万元，注册资本增加73.29万元。该次增资全部由宁波鼎锋明道汇盈投资合伙企业（有限合伙）以货币方式认缴，增资价格为16.37元/股。该价格系考虑公司业务现状、未来发展前景等因素，参考当时市场的市盈率水平，经双方协商确定。

立信会计师事务所出具了“信会师报字[2014]第310611号”《验资报告》，截至2014年9月25日，皮阿诺已收到鼎锋明道以货币方式缴纳的出资1,200万元，其中注册资本73.29万元。

2014年9月30日，中山市工商行政管理局核准皮阿诺变更登记，并核发了注册号为“442000000241313”的《企业法人营业执照》。

本次变更完成后，公司的股权结构如下：

序号	股东	股份数（万股）	占股本总数比例
1	马礼斌	3,206.25	73.74%
2	盛和正道	686.18	15.78%

3	魏来金	297.07	6.83%
4	张开宇	85.50	1.97%
5	鼎锋明道	73.29	1.68%
合计		4,348.29	100.00%

3、2014年12月，第五次增资

随着公司业务规模的逐步扩大，为进一步增强资金实力，优化股权结构，2014年12月26日，经公司2014年第四次临时股东大会决议，一致同意将注册资本由4,348.29万元增加至4,653.66万元，注册资本增加305.37万元。该次增资由广发信德投资管理有限公司、珠海康远投资企业（有限合伙）以货币方式认缴，增资价格为16.37元/股。该价格系考虑公司业务现状、未来发展前景等因素，参考当时市场的市盈率水平，经双方协商确定。

立信会计师事务所出具了“信会师报字[2014]第310687号”《验资报告》，截至2014年12月29日，皮阿诺已收到广发信德、珠海康远分别以货币方式缴纳的出资4,925.00万元、75.00万元，其中注册资本分别为300.78万元、4.59万元。

2014年12月30日，中山市工商行政管理局核准皮阿诺变更登记，并核发了注册号为“442000000241313”的《企业法人营业执照》。

本次变更完成后，公司的股权结构如下：

序号	股东	股份数（万股）	占股本总数比例
1	马礼斌	3,206.25	68.90%
2	盛和正道	686.18	14.75%
3	广发信德	300.78	6.46%
4	魏来金	297.07	6.38%
5	张开宇	85.50	1.84%
6	鼎锋明道	73.29	1.57%
7	珠海康远	4.59	0.10%
合计		4,653.66	100.00%

四、发行人历次验资情况

（一）新山川第一次验资

2005年6月，中山市中信会计师事务所有限公司出具了“中信验内字（2005）第071号”《验资报告》，截至2005年6月9日，新山川已收到全体股东以货币方式缴纳的注册资本合计300万元。

（二）新山川第二次验资

2006年7月，中山市执信会计师事务所出具了“中执会验字（2006）第YY01261号”《验资报告》，截至2006年7月14日，新山川已收到全体股东以货币方式缴纳的注册资本合计500万元。

（三）新山川第三次验资

2010年5月，中山市中正联合会计师事务所有限公司出具了“中正会验字（2010）第YY00091号”《验资报告》，截至2010年5月11日，新山川已收到全体股东以货币方式缴纳的注册资本合计1,200万元。

（四）新山川第四次验资

2011年9月，中山市中正联合会计师事务所有限公司出具了“中正会验字（2011）第YY00136号”《验资报告》，截至2011年9月19日，新山川已收到全体股东以货币方式缴纳的注册资本合计1,000万元。

（五）皮阿诺第一次验资

2014年5月，公司以2014年2月28日经审计的净资产130,691,379.68元为基数，折股为4,275万股，新山川整体变更为股份公司。2014年5月，立信会计师事务所出具了“信会师报字[2014]第310352号”的《验资报告》，验证公司的注册资本已由各发起人足额缴纳。

（六）皮阿诺第二次验资

2014年11月，立信会计师事务所出具了“信会师报字[2014]第310611号”的《验资报告》，截至2014年9月25日，皮阿诺已收到鼎锋明道以货币方式缴纳的出资1,200万元，其中注册资本73.29万元。

（七）皮阿诺第三次验资

2014年12月，立信会计师事务所出具了“信会师报字[2014]第310687号”的

《验资报告》，截至 2014 年 12 月 29 日，皮阿诺已收到广发信德、珠海康远分别以货币方式缴纳的出资 4,925.00 万元、75.00 万元，其中注册资本分别为 300.78 万元、4.59 万元。

五、发行人重大资产重组情况

公司自设立至本招股说明书签署日不存在重大资产重组情况。

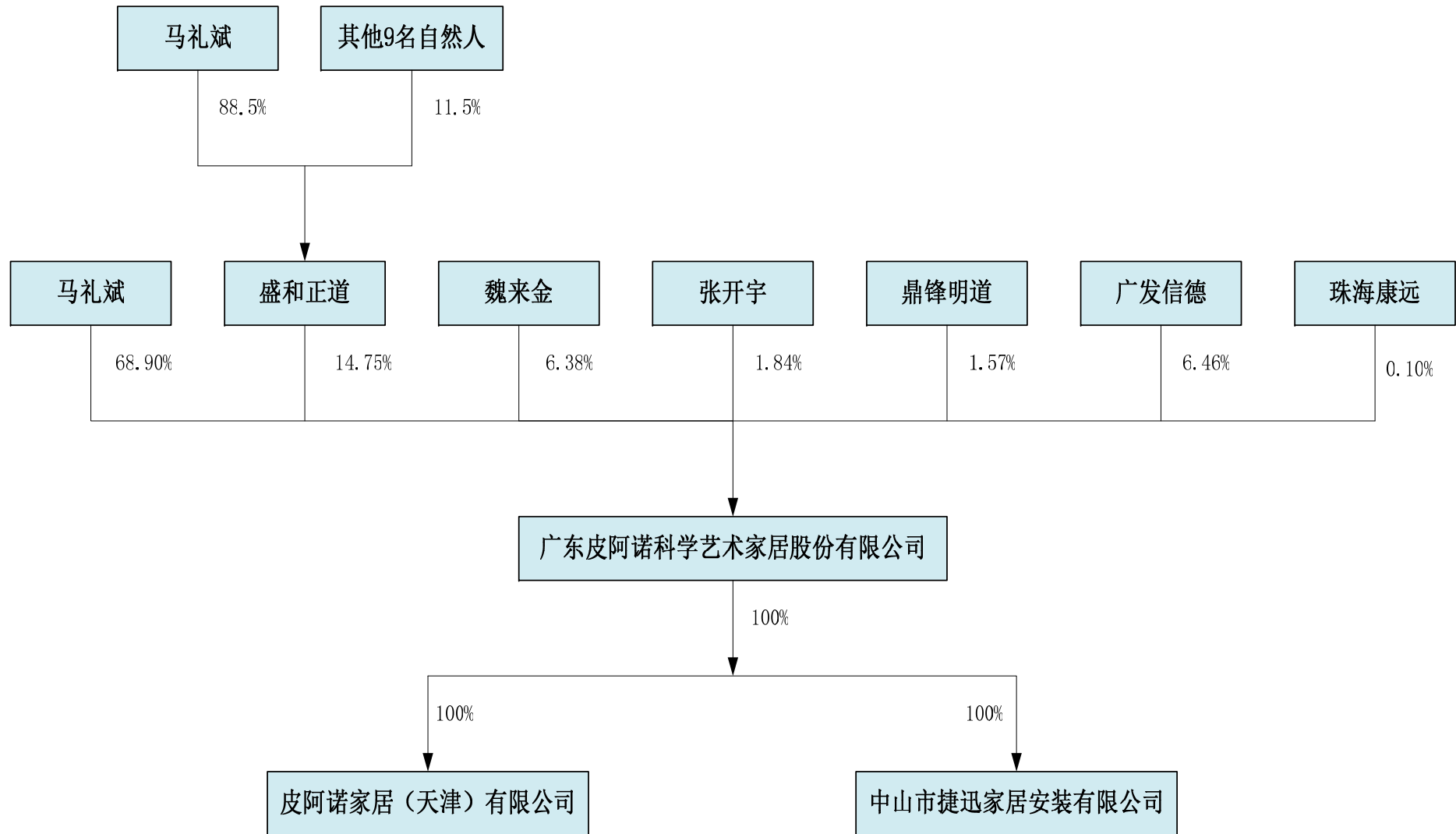
为了避免潜在的同业竞争、减少关联交易，公司自设立以来先后转让了持有的参股子公司深圳德宏、中山森王的股权，具体内容详见本节之“七、发行人控股、参股子公司情况”。

2016 年上半年公司直营战略调整，上海地区分公司所辖直营店逐步关闭，并转为经销模式进行，2016 年 7 月，公司将上海地区分公司剩余资产转让给上海广诺。具体内容详见本招股说明书之“第六节 业务与技术”之“四、发行人主营业务情况”之“（三）主要经营模式”相关内容。

六、发行人股权关系与内部组织结构

（一）发行人股权结构图

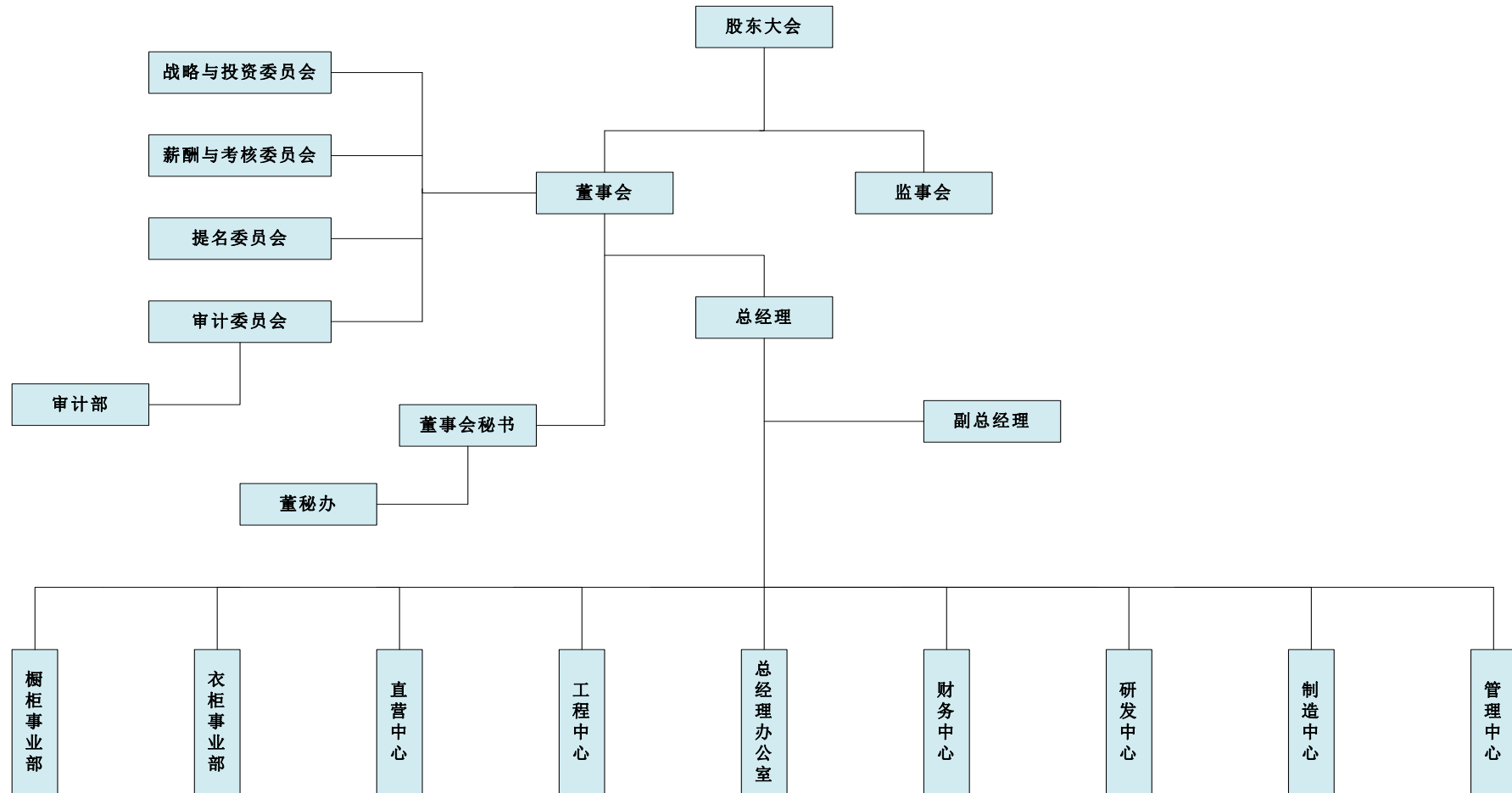
截至本招股说明书签署日，公司股权结构如下图：



（二）发行人内部组织结构

截至本招股说明书签署日，发行人组织机构设置如下图：

1、组织机构设置图



2、组织机构职责

部门名称	部门职责
董秘办	负责公司股东大会、董事会、监事会会务组织和会议文件起草工作；负责公司信息披露工作；负责股东大会、董事会、监事会档案材料的归整工作；负责投资者关系维护工作；负责公司证券事务。
总经理办公室	协助总经理制定公司发展方向、经营方针和经营形式；协助总经理召集、主持办公会议；检查、考核、督促和协调各部门的工作进展，并汇总各部门工作情况；负责公司外联工作；制定公司企业文化宣传策略与实施；审核以公司名义发出的文件，收发文件，做好档案管理工作；负责公司信息系统的建设规划制定、实施及日常维护管理；客服服务的整体工作管理与改进；供应商的开发、评估与管理，采购成本节约工作的推进。
审计部	负责对公司内、外部相关经济活动合法性、合规性、真实性和完整性进行审计，并协助建立健全反舞弊机制及监控其实施；向内部审计委员会报告内部审计计划的执行情况及工作中发现的问题。
直营中心	负责维护公司产品品牌形象及推广品牌理念；执行销售行为，协调公司内部各部门及外部新、老客户的关系，在直营区域内，执行与落实各直营店有效的产品拓展、市场销售策略，确保完成公司下达的直营销售目标。负责销售产品后资金的回笼。
厨柜事业部	负责塑造、维护公司厨柜品牌形象及推广品牌理念；执行厨柜销售行为，协调公司内部各部门及外部新、老客户的关系，制定有效的厨柜市场拓展销售策略和政策，确保完成公司下达的销售目标。负责销售产品后资金的回笼。
衣柜事业部	负责塑造、维护公司衣柜品牌形象及推广品牌理念；执行衣柜销售行为，协调公司内部各部门及外部新、老客户的关系，制定有效的衣柜市场拓展销售策略和政策，确保完成公司下达的销售目标。负责销售产品后资金的回笼。
工程中心	根据公司的营销战略目标，制定年度工程项目的销售目标并实施；负责工程项目的投标计划、策略的制定并参与实际投标工作；工程项目实施的具体计划制定，负责工程项目的质量、安全等事项，对工程项目的实施进行全方位的管理；建立工程项目实施相关的质量、进度、安全、设计等重要文档档案管理制度并实施。
制造中心	通过人、机、料、法、环、测 6 大方面的建设与管理，在控制成本、安全文明、符合工艺标准的前提下，进行合理生产调度与运作，确保公司生产任务达成，并能顺利、准时、准确的将优质产品提供给客户。
研发中心	负责公司新、旧产品研发规划，采用计划、组织实施、过程控制、设计评估等研发管理体系，确保公司的新、旧产品符合公司品牌及市场发展需求；负责制定研发中心年度设计费用预算及实施控制。
管理中心	负责人力资源管理体系（人才的招聘、培训、绩效、薪酬体系、福利、企业文化、劳资关系等）的规划、建立与发展完善；负责行政管理体系（环境、安全、设备设施、基建等）的规划、建立及改善。
财务中心	挖掘增收节支的潜力，合理使用资金，加强资金管理，做好结算工作，确保公司计划和利润指标的实现；按照国家有关会计制度的规定实施财务工作；实施公司会计凭证、账簿、报表等财务档案的管理工作；实施公司各项费用开支的审核、支付、监督、检查等工作；及时准确的提供核算资料和财务信息，做好公司各项财务管理工作，考核资金使用效果，发现经营管理中出现的问题，及时向公司提出合理化建议；拟定各项财务预算、计划，做好各项财务分析。

（三）发行人分公司情况

截至本招股说明书签署日，发行人共有9家分公司，主要业务均为公司自产产品销售，具体情况如下：

序号	名称	住所	成立时间	经营范围
1	上海分公司	嘉定区马陆镇嘉戩支路217号1幢1129室	2011.3.2	家居用品、木制家具、厨房电器设备、五金配件、五金制品、有机工艺品、塑胶制品、日用杂品、日用百货、纸制品的销售，货物进出口、技术进出口。[依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动]
2	上海宝山分公司	上海市宝山区沪太路1801号C8129-8131铺位	2013.9.5	家居用品、木质家具、厨房电器设备、五金配件、五金制品、工艺礼品、塑胶制品、玻璃制品的设计、销售；日用品、日用百货、纸制品（除专项）销售；从事货物及技术的进出口业务。[依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动]
3	上海普陀分公司	上海市普陀区真北路1208号二楼B8129、8122	2013.7.1	设计、销售：家居用品、木质家具、厨房电器设备、五金配件、五金制品、工艺品（除专项）、塑胶制品、玻璃制品，销售：日用杂品、日用百货、纸制品（除专项），从事货物及技术的进出口业务。[依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动]
4	中山分公司	中山市石岐区青溪路70号富逸装饰广场（第3号楼）首层19、20、21卡商铺	2011.11.11	设计、生产、加工、销售：家居用品、木制家具、厨房电器设备、五金配件、五金制品、有机工艺品、塑胶制品、玻璃制品；销售：日用杂品、日用百货、纸制品；货物进出口、技术进出口。
5	中山南区分公司	中山市南区永安一路18号（红星美凯龙一楼展厅A8053、8055、8056、8050、8051、8052号）	2013.6.25	在隶属公司经营范围内开展相关业务。
6	重庆分公司	重庆市江北区滨江路368号居然之家一号楼四层DS6-W-4006	2013.1.10	设计、生产、加工、销售家居用品、厨房电器设备、五金配件、五金制品、木制家具、有机工艺品、塑胶制品、玻璃制品、日用百货、日用杂品、纸制品，货物进出口、技术进出口。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动。）
7	重庆江北分公司	重庆市渝北区天宫殿接到新南路888号展位C8182.8173-8176	2013.5.20	设计、生产、加工、家居用品；销售：厨房电器设备、五金配件、五金制品木制家具、有机工艺品、塑胶制品、玻璃制品；销售：日用百货、日用杂品、纸制品；货物进出口、技术进出口。（以上经营范围国家法律、法规禁止经营的不得经营；应经审批而未获审批前不得经营）

8	重庆南坪分公司	重庆市南坪区南坪西路 58 号 A8189 展厅	2012.11.9	设计、生产、加工、销售家居用品、厨房电器设备、五金配件、五金制品、木制家具、有机工艺品（不含文物）、塑胶制品（不含危险化学品）、玻璃制品；销售日用杂品（不含烟花爆竹）、日用百货、纸制品；货物进出口、技术进出口。（法律、行政法规禁止的项目，不得经营；法律、行政法规规定应经审批或许可的项目，经批准后方可经营）。
9	中山东区分公司	中山市东区博爱六路 28 号远洋广场 3 幢购物中心简爱家居名店广场远洋店编号 108304 展位	2016.8.12	在隶属公司经营范围内开展业务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

七、发行人控股、参股子公司情况

截至本招股说明书签署日，发行人有 2 家控股子公司，报告期内曾拥有 2 家参股子公司。报告期内发行人控股子公司、参股子公司情况如下：

（一）控股子公司

1、天津皮阿诺基本情况

名称：皮阿诺家居（天津）有限公司

住所：天津市静海经济开发区北区 3 号路

注册资本：300 万元

实收资本：300 万元

法定代表人：马礼斌

成立时间：2012 年 4 月 27 日

经营范围：厨房电器设备、家居用品、五金配件及制品、木制家具、有机工艺品、塑胶制品、服装、纺织品、玻璃制品生产、设计、加工、销售；日用杂品、日用百货、纸制品销售；货物进出口、技术进出口（法律法规限制进出口的除外）。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）。

为建设华北生产基地，公司于 2012 年 4 月投资设立天津皮阿诺，公司持有其 100% 股权。

截至 2016 年 12 月 31 日，该公司的总资产为 11,508.01 万元，净资产为-263.40 万元，2016 年度净利润为-279.53 万元（财务数据经立信会计师事务所审计）。

2、捷迅家居基本情况

名称：中山市捷迅家居安装有限公司

住所：中山市石岐区海景路 1 号（三楼 A301）

注册资本：200 万元

实收资本：0 万元

法定代表人：张开宇

成立时间：2016 年 7 月 28 日

经营范围：室内装璜及设计；建筑装饰业；清洁服务；建筑安装业；批发业；零售业。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）。

为更好的服务大宗用户模式的安装业务，公司于 2016 年 7 月 28 日设立捷迅家居，公司持有其 100%股权。

截至 2016 年 12 月 31 日，该公司的总资产为 0.27 万元，净资产为-8.35 万元，2016 年度净利润为-8.35 万元（财务数据经立信会计师事务所审计）。

（二）报告期内曾拥有的参股子公司

1、森王家居基本情况

名称：中山森王木制家居用品有限公司

住所：中山市黄圃镇兴圃大道东 29 号 1-5 层

注册资本：300 万元

实收资本：300 万元

法定代表人：刘高云

成立时间：2011 年 10 月 27 日

经营范围：生产、加工、销售：家具、木工艺品、木门、木楼梯、厨柜、浴室柜；货物及技术进出口（法律、行政法规禁止的项目除外；法律、行政法规规定须

前置审批的项目取得许可后方可经营)

森王家居由发行人前身、刘高云、梅国芳于 2011 年 10 月出资设立，其中发行人前身出资 120 万元，占注册资本的 40%，刘高云出资 120 万元，占注册资本的 40%，梅国芳出资 60 万元，占注册资本的 20%。

森王家居主要业务为实木板材的生产和销售，为发行人的实木板材供应商之一。为减少关联交易，2014 年 2 月 19 日，经新山川股东会决议，一致同意将新山川持有的森王家居 40%股权转让给该公司的另一自然人股东刘高云，股权转让价格综合考虑转让时森王家居的财务状况和业务发展情况，经协商确定为 80.00 万元。本次股权转让于 2014 年 2 月 25 日完成了工商变更登记手续。股权转让后发行人不再持有森王家居股权。

本次股权转让价格为 80 万元，低于 2011 年 11 月设立时公司的参股成本 120 万元。由于森王家居成立时间较晚，实木板材的生产与加工对设备、工艺、技术等要求较高，2012-2013 年森王家居处于技术积累、工艺优化、市场开拓阶段，致使其耗用大量经营资金，且经营状况不佳，截至 2013 年末该公司净资产为 142.02 万元，公司 40%股权对应的净资产为 56.81 万元，最终经股权转让各方协商，确定本次股权转让价格为 80 万元。

上述股权转让价格是综合考虑转让时森王家居的财务状况和业务发展情况，并经双方协商确定的，上述股权转让价格的确定是交易双方真实意思的表示。

森王家居自 2011 年 10 月设立以来的财务状况及经营成果如下：

单位：万元

项 目	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31	2013.12.31	2012.12.31	2011.12.31
资产总额	594.22	1,052.00	430.91	394.31	255.96	442.99
净资产总额	235.45	191.72	166.01	142.02	196.97	300.00
项 目	2016 年度	2015 年度	2014 年度	2013 年度	2012 年度	2011 年 10-12 月
营业收入	3,052.00	2,541.18	1,832.72	1,365.06	596.65	-
净利润	59.88	25.70	24.00	-54.95	-103.03	-

森王家居生产经营保持整体稳定增长趋势，森王家居股权转让前后，其财务状况及经营成果未发生重大变化。

2014-2016 年，公司向森王家居的实木产品采购金额占其营业收入的比例分别为 32.88%、34.44%、30.69%，报告期公司向森王家居的采购总金额占其营业收入的

合计数的比例为 32.51%。

2、德宏厨卫基本情况

名称：深圳市德宏厨卫有限公司

住所：深圳市福田区八卦岭五街 543 栋 4 层 422/426 室

注册资本：280 万元

实收资本：280 万元

法定代表人：郭歆泉

成立时间：2011 年 11 月 28 日

经营范围：厨柜、橱柜、卫浴产品、电器、展示架、五金制品的销售；国内贸易，货物及技术进出口（法律、行政法规或者国务院决定禁止和规定在登记前须经批准的项目除外）

德宏厨卫由郭歆泉、费永康分别以货币方式出资 25.5 万元、24.5 万元于 2011 年 11 月 28 日设立。2012 年 11 月 1 日，德宏厨卫增资扩股，注册资本由 50 万元增至 300 万元，其中发行人前身出资 123.20 万元，占增资后注册资本的 44%，郭歆泉出资 126 万元，占增资后注册资本的 45%，梅国芳出资 30.80 万元，占增资后注册资本的 11%。

报告期内，德宏厨卫为发行人的定制厨柜经销商之一。为减少关联交易，2014 年 2 月 18 日，经新山川股东会决议，一致同意将新山川持有的德宏厨卫 44%股权转让给该公司第一大股东郭歆泉，股权转让价格综合考虑转让时德宏厨卫的财务状况和业务发展情况，经协商确定为 88.00 万元。本次股权转让于 2014 年 2 月 27 日完成了工商变更登记手续。股权转让后发行人不再持有德宏厨卫股权。

2012 年 11 月公司增资德宏厨卫，初始投资成本为 123.20 万元，2014 年 2 月股权转让价格为 88 万元，转让价格低于初始投资成本，高于该部分股权对应的净资产，主要原因为：

(1) 由于德宏厨卫成立时间较晚，2012 年-2013 年处于市场入驻、门店布局阶段，收入规模相对较低，而门店的租金、装修摊销、人工等运营成本较高，开店初期处于亏损阶段，截至 2013 年末该公司净资产为-168.95 万元，公司 44%股权对应

的净资产为-74.34 万元，因此双方商定的转让价格低于初始投资成本；

(2) 新开店面经过过渡期后，未来随着收入的增长，一般将步入业务发展期和盈利期，因此转让价格适当高于净资产具有合理性；

(3) 深圳市场潜力较大，是公司拟重点发展的重点城市之一，股权转让有利于进一步调动该经销商的经营积极性，加快市场的开拓，减少关联交易，公司收入提高，同时德宏厨卫股东未来预期收益提高，因此交易双方参考净资产、未来业务发展潜力等因素，以商定的双方均认可的合理价格交易该部分股权。

上述股权转让价格是综合考虑转让时德宏厨卫的财务状况和业务发展情况，并经双方协商确定的，上述股权转让价格的确定是交易双方真实意思的表示。

自 2011 年 11 月设立以来，德宏厨卫的财务状况及经营成果如下：

单位：万元

项 目	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31	2013.12.31	2012.12.31	2011.12.31
资产总额	1,417.45	1,042.24	1,079.25	1,160.92	974.09	528.03
净资产总额	-168.00	-258.10	-221.70	-168.95	246.00	278.77
项 目	2016 年度	2015 年度	2014 年度	2013 年度	2012 年度	2011 年 11-12 月
营业收入	3,238.30	1,288.07	1,095.74	253.59	65.60	-
净利润	90.10	-71.62	-52.75	-414.95	-32.78	-1.23

为了能够迅速抢占市场，提高市场占有率，在设立初期集中开设门店，店面前期开办费用、装修费以及广告宣传费等营运费用投入较大，造成德宏厨卫前期亏损金额较大。随着公司产品在市场知名度及行业影响力的提升，德宏厨卫营业收入、资产总额逐步增长，财务状况日渐改善。

由于前期累计亏损金额较大，2014 年 2 月德宏厨卫股权转让时，以前年度经营亏损仍未能得到全部弥补。本次股权转让后，德宏厨卫整体经营状况保持稳定，财务状况趋好。

八、持有发行人 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况

(一) 持有公司 5%以上股份的股东简要情况

1、马礼斌先生，1970 年 12 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号：

360102197012****, 北京大学北大国际 MBA 毕业。现任公司董事长、总经理, 持有公司股份 3,206.25 万股, 占总股本的 68.90%, 为本公司第一大股东, 实际控制人。马礼斌先生简历详见本招股说明书之“第八节 董事、监事、高级管理人员与其他核心人员”之“一、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员简介”之“(一) 董事简介”。

2、魏来金先生, 1972 年 7 月出生, 中国国籍, 无境外永久居留权, 身份证号码 362130197207****, 大专学历。现任公司董事, 持有公司股份 297.07 万股, 占总股本的 6.38%。魏来金先生简历详见本招股说明书之“第八节 董事、监事、高级管理人员与其他核心人员”之“一、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员简介”之“(一) 董事简介”。

3、中山市盛和正道投资企业(有限合伙)

执行事务合伙人: 马礼斌

住所: 中山市西区沙朗崇章路(崇章路 4 号)A 幢二层之二

注册号: 91442000586357014L

成立时间: 2011 年 11 月 17 日

经营范围: 投资办企业; 企业投资管理咨询(依法须经批准的项目, 经相关部门批准后方可开展经营活动)

截至本招股说明书签署日, 盛和正道的全体合伙人情况如下:

单位: 万元

序号	合伙人名称	合伙人性质	在公司所任职务	实缴出资额	权益占比
1	马礼斌	普通合伙人	董事长、总经理	426.1452	88.50%
2	马瑜霖	有限合伙人	董事、副总经理	24.0760	5.00%
3	魏茂芝	有限合伙人	副总经理、董秘	4.8152	1.00%
4	占海港	有限合伙人	部门负责人	4.8152	1.00%
5	熊信国	有限合伙人	部门负责人	4.8152	1.00%
6	黄飞勇	有限合伙人	部门负责人	4.8152	1.00%
7	杨海燕	有限合伙人	原部门负责人	4.8152	1.00%
8	黄霞	有限合伙人	部门负责人	2.4076	0.50%

9	孙晓阳	有限合伙人	部门负责人	2.4076	0.50%
10	张小林	有限合伙人	部门负责人	2.4076	0.50%
合计				481.52	100.00%

盛和正道持有公司股份 686.18 万股，占总股本的 14.75%，为公司第二大股东。

盛和正道除投资本公司外，未从事其他业务。截至 2016 年 12 月 31 日，该公司的总资产为 482.24 万元，净资产为 481.21 万元，2016 年度净利润为-0.03 万元（财务数据未经审计）。

4、广发信德投资管理有限公司

成立时间：2008 年 12 月 3 日

注册资本：28 亿元

实收资本：28 亿元

住所：乌鲁木齐经济技术开发区喀什西路 545 号美丽家园 3 层办公楼 45 号房间

主营业务：股权投资；为客户提供股权投资的财务顾问服务及证监会同意的其他业务。

截至本招股说明书签署日，广发证券股份有限公司持有广发信德 100% 股权。

截至 2016 年 12 月 31 日，该公司的总资产为 65.87 亿元，净资产为 45.38 亿元，2016 年度净利润为 2.16 亿元（财务数据未经审计）。

（二）实际控制人情况

本公司自设立以来，实际控制人一直为马礼斌，实际控制人没有发生变更。截至本招股说明书签署日，马礼斌直接持有公司 68.90% 的股份，通过盛和正道间接持有公司 13.05% 的股份，合计持有公司 81.95% 的股份。

（三）控股股东和实际控制人控制的其他企业情况

1、目前控制的企业情况

（1）盛和正道

盛和正道的情况详见本节之“八、持有发行人 5% 以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况”之“（一）持有公司 5% 以上股份的股东简要情况”。

2、报告期内曾控制的企业情况

(1) 领锋电器（已转让股权）

名称：中山市领锋电器有限公司

住所：中山市阜沙镇上南村

注册资本：500 万元

实收资本：500 万元

法定代表人：廖国明

成立时间：2011 年 4 月 26 日

经营范围：设计、生产、加工、销售：电热水器、水净化装置、厨房用抽油烟机、电加热装置、浴室装置、电暖器、点火器、照明灯具（法律、行政法规禁止的项目除外，法律、行政法规限制的项目须取得许可后方可经营）

领锋电器为报告期内发行人的控股股东、实际控制人马礼斌控制的其他公司（持有 51%的股权），该公司主要业务为电热水器的生产销售。为集中精力发展公司业务，2014 年 6 月，马礼斌已将所持领锋电器 51%的股权转让给该公司的另一自然人股东廖国明。

本次股权转让价格为 267.75 万元，高于 2011 年 4 月设立时马礼斌的入股成本 255 万元。截至 2013 年末该公司净资产为 508.07 万元，51%股权对应的净资产为 259.12 万元，最终经股权转让各方协商，确定本次股权转让价格为 267.75 万元。

上述股权转让价格是综合考虑转让时领锋电器的财务状况和业务发展情况，并经双方协商确定的，上述股权转让价格的确定是交易双方真实意思的表示。

领锋电器自 2011 年 4 月设立以来的财务状况及经营成果如下：

单位：万元

项目	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31	2013.12.31	2012.12.31	2011.12.31
资产总额	766.93	710.69	822.81	737.14	682.44	536.43
净资产总额	456.17	434.77	547.26	508.07	510.04	495.63
项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度	2013 年度	2012 年度	2011 年 4-12 月
营业收入	764.96	842.36	871.58	817.79	984.62	400.46
净利润	27.26	-112.49	41.91	-1.98	14.42	-4.37

领锋电器资产规模和营业收入总体稳定，股权转让前后，其财务状况及经营成

果未发生重大变化。

(2) 赣州新山川（已注销）

名称：赣州新山川家居有限公司

住所：赣州开发区天骄路与金门北路交汇处

注册资本：500 万元

实收资本：500 万元

法定代表人：马礼斌

成立时间：2011 年 1 月 26 日

经营范围：定制厨柜生产、销售；家居用品销售（从事以上经营项目国家法律、法规有专项规定的从其规定）

赣州新山川由发行人的控股股东、实际控制人马礼斌出资设立。赣州新山川成立后未实际开展业务，2014 年 1 月 8 日，赣州新山川已完成工商注销。

(3) 创力佳工艺制品（已注销）

名称：中山市创力佳工艺制品有限公司

住所：中山市东升镇同茂村第六经济合作社

注册资本：300 万元

实收资本：300 万元

法定代表人：魏朝胜

成立时间：2001 年 11 月 23 日

经营范围：加工、生产、销售：五金制品、有机工艺品；销售：广告礼品。

创力佳工艺制品为报告期内发行人的控股股东、实际控制人马礼斌控制的其他公司（持有 90%的股权）。2008 年-2011 年，创力佳工艺制品已连续三年没有实际业务发生，由于未及时办理工商年检，2011 年 6 月 15 日，创力佳工艺制品被中山市工商行政管理局吊销营业执照。截至本招股说明书签署日，创力佳工艺制品已注销。

马礼斌先生虽然持有创力佳工艺制品的控股权，但该公司法定代表人一直为魏朝胜，因此，该公司由于逾期未年检被中山市工商行政管理局吊销营业执照，不会

影响到马礼斌先生担任本公司董事和高级管理人员的任职资格。

(4) 宝安皮阿诺（已注销）

宝安皮阿诺系马礼斌于 2008 年 4 月 8 日设立的个体工商户，主要在深圳市宝安区家居建材市场从事厨柜零售业务，2012 年前已停止经营。2015 年 4 月，宝安皮阿诺已完成工商注销。

(5) 龙岗皮阿诺（已注销）

龙岗皮阿诺系马礼斌于 2008 年 4 月 21 日设立的个体工商户，自成立以来一直未实际经营。2015 年 7 月，龙岗皮阿诺已完成工商注销。

(四) 控股股东和实际控制人直接或间接持有发行人的股份是否存在质押或其他有争议的情况

截至本招股说明书签署日，公司控股股东和实际控制人持有的本公司股份不存在质押、冻结或其他有争议的情况。

九、发行人股本情况

(一) 发行人股本情况

本次发行前，公司总股本为 4,653.66 万股，本次公开发行新股不超过 1,560 万股，占发行后总股本的比例不低于 25%，发行后公司总股本不超过 6,213.66 万股。

本次发行前后，公司股本变动情况如下表：

股东名称	本次发行前股本结构		本次发行后股本结构	
	持股数量（股）	持股比例	持股数量（股）	持股比例
一、发行前股东	46,536,600	100.00%	46,536,600	74.89%
马礼斌	32,062,500	68.90%	32,062,500	51.60%
盛和正道	6,861,802	14.75%	6,861,802	11.04%
广发信德	3,007,800	6.46%	3,007,800	4.84%
魏来金	2,970,698	6.38%	2,970,698	4.78%
张开宇	855,000	1.84%	855,000	1.38%
鼎锋明道	732,900	1.57%	732,900	1.18%
珠海康远	45,900	0.10%	45,900	0.07%

二、社会公众股	-	-	15,600,000	25.11%
合计	46,536,600	100.00%	62,136,600	100.00%

（二）前十名股东及自然人股东在公司任职情况

本次公开发行前，公司前十名股东及自然人股东在公司任职的具体情况如下：

序号	股东名称	股份性质	自然人股东在公司任职情况
1	马礼斌	自然人股	董事长、总经理、法定代表人
2	盛和正道	境内非法人股	--
3	广发信德	境内法人股	--
4	魏来金	自然人股	董事
5	张开宇	自然人股	董事、副总经理
6	鼎锋明道	境内非法人股	--
7	珠海康远	境内非法人股	--

间接持有发行人股份的自然人股东在发行人处任职情况参阅本节之“八、持有发行人 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况”之“（一）持有公司 5%以上股份的股东简要情况”。

（三）国有股份、外资股份及战略投资者持股情况

截至本招股说明书签署日，发行人股东中无国有股东、外资股东及战略投资者。

（四）本次发行前各股东间的关联关系

本次发行前，除马礼斌与马瑜霖系兄妹关系，马礼斌、马瑜霖与黄霞系表兄妹、表姐妹关系，珠海康远系广发信德员工跟投合伙平台外，公司各股东均各自独立，不存在关联关系。

（五）发行前股东所持股份的限售安排和自愿锁定股份的承诺

公司的全体股东、董事、监事和高级管理人员所持股份的限售安排和自愿锁定股份的相关承诺详见本招股说明书之“重大事项提示”之“二、股份锁定承诺”。

十、发行人内部职工股、工会持股、委托持股、信托持股等情况

公司没有发行内部职工股，也不存在工会持股、委托持股、信托持股的情况。

十一、发行人员工及其社会保障情况

（一）公司员工人数

截至2016年12月31日，公司员工总数（合并口径）为1371人。

（二）公司员工结构情况

1、专业结构

专业结构	人数	占总员工比例（%）
销售人员	289	21.08
技术人员	229	16.70
财务人员	35	2.55
管理人员	63	4.60
生产人员	607	44.27
其他人员	148	10.80
合计	1371	100.00

2、受教育程度

受教育程度	人数	占总员工比例（%）
本科及以上学历	195	14.22
高中、中专和大专	694	50.62
初中及以下	482	35.16
合计	1371	100.00

3、年龄分布

年龄区间	人数	占总员工比例（%）
30岁以下（含30岁）	733	53.46
31-40岁	382	27.86
41-50岁	229	16.70

51 岁以上	27	1.98
合计	1371	100.00

（三）公司执行社会保障制度的情况

公司实行劳动合同制，按照《中华人民共和国劳动法》、《中华人民共和国劳动合同法》等国家有关法律法规和相关的规章制度，在平等自愿、协商一致的基础上与员工签订劳动合同，双方按照劳动合同履行相应的权利和义务。截至本招股说明书签署日，公司及下属子公司天津皮阿诺已为员工办理了养老保险、医疗保险、失业保险、工伤保险和生育保险在内的各项社会保险。并于 2014 年 6 月起为部分员工缴纳住房公积金。

1、社会保险、住房公积金缴纳人数情况

报告期内，公司及子公司缴纳社会保险、住房公积金的人数情况如下：

单位：人

项目	2016.12.31		2015.12.31		2014.12.31	
	实缴人数	员工总数	实缴人数	员工总数	实缴人数	员工总数
社会保险（五险）	1,307	1,371	1,272	1,362	1,251	1,344
住房公积金	804		697		277	

如上表所示，公司及子公司在报告期内实际缴纳社会保险的人数与当期员工总人数存在差异，存在差异的原因主要为新入职员工未及时办理社会保险缴存手续、少部分员工自行缴纳等。

如上表所示，公司及子公司在报告期内存在未给部分员工缴纳住房公积金的情况，主要因为公司部分农村户籍员工及外地员工认为现有住房公积金制度未实现全国统筹，缴纳、使用及提取住房公积金存在诸多限制，不利于其在户籍地或工作地置业安家，所以部分农村户籍员工及外地员工为取得更多现金，自愿放弃缴纳住房公积金。基于保护在职员工合法权利的目的，公司及子公司积极劝说未缴纳住房公积金员工进行缴纳，对于坚持不缴纳住房公积金的部分员工，公司及子公司通过提供免费住宿等方式最大程度保护该等员工的合法权利。

2、报告期内公司社会保险、住房公积金合法合规情况

中山市人力资源和社会保障局已出具相关证明，确认报告期内公司在中山市参加基本养老、医疗、失业、工伤和生育保险，不存在违反劳动保障法律法规的行为。

静海县人力资源和社会保障局已出具相关证明，确认报告期内天津皮阿诺依照国家及地方有关企业劳动方面的法律、法规、规章依法经营，不存在因违反国家、地方有关劳动方面的法律、法规、规章而受到行政处罚的情况。

中山市住房公积金管理中心、天津市住房公积金管理中心静海管理部已出具相关证明，确认报告期内公司未因违反相关的法律法规受到住房公积金管理机构的行政处罚。

3、社会保险、住房公积金可能存在的补缴金额及影响情况

未来如果社保政策出现重大变化，则公司可能存在补缴风险。报告期内，公司可能产生的社保补缴金额、占净利润比例情况如下：

单位：元

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度	合计
已实际缴纳的社会保险金额	7,191,135	6,973,633	4,401,662	18,566,430
按当地最低缴纳基数应为全体员工缴纳的社会保险金额	7,712,436	7,293,722	4,516,130	19,522,288
差额	521,301	320,089	114,468	955,858
扣除非经常性损益后归属于母公司普通股东的净利润	83,883,366	62,374,902	60,348,490	206,606,758
差额（扣税后）占净利润比例	0.62%	0.44%	0.16%	0.46%

注：①由于公司员工主要集中在中山地区，且集中在人员流动率较大的普通工人，因此以公司在报告期内按中山地区的缴费基数及缴费比例计算；

②差额=按照当地最低缴纳基数应为全体员工缴纳的社会保险金额-已实际缴纳的社会保险金额。

未来如果住房公积金政策出现重大变化，则公司可能存在补缴风险。报告期内，公司可能产生的住房公积金补缴金额、占净利润比例情况如下：

单位：元

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度	合计
已实际缴纳的住房公积金金额	656,761	347,660	50,077	1,054,498
按当地最低缴费基数应为全体员工缴纳的住房公积金金额	1,246,418	1,081,654	924,753	3,252,825
差额	589,657	733,994	874,676	2,198,327
扣除非经常性损益后归属于母公司普通股东的净利润	83,883,366	62,374,902	60,348,490	206,606,758
差额（扣税后）占净利润比例	0.70%	1.00%	1.23%	1.06%

注：①由于公司员工主要集中在中山地区，且集中在人员流动率较大的普通工人，因此以公司在报告期内按中山地区的缴费基数及缴费比例计算；

②差额=按照当地最低缴费基数应为全体员工缴纳的住房公积金金额-已实际缴纳的住房公积金金额。

截至本招股说明书签署日，公司及子公司所在地的社会保险、住房公积金部门未要求公司补缴上表中差额相应的社会保险及住房公积金。若公司需补缴社会保险及住房公积金，则公司在报告期内的扣除非经常性损益后的各期净利润将相应追溯扣减；经测算，扣除按最低缴费基数需补缴的社保及住房公积金差额之和，公司在报告期内仍持续盈利，且最近三个会计年度净利润累计超过3,000万元，仍然符合《证券法》、《管理办法》规定的发行条件。

公司控股股东和实际控制人马礼斌先生已就公司的社会保险及住房公积金的缴纳事项承诺如下：“如皮阿诺被社会保障部门或其他有权机关要求补缴其上市前年度有关的社会保险费、住房公积金；或皮阿诺因未足额缴纳以前年度的有关社会保险费、住房公积金而需缴纳滞纳金、被处以行政处罚；或因员工以任何方式向皮阿诺追偿未缴纳的社会保险费或住房公积金而发生需由皮阿诺承担损失责任的，本人将代皮阿诺承担该等需补缴的社会保险费、住房公积金、滞纳金、罚款及其他损失，且不向皮阿诺追偿，以确保皮阿诺不因此而受到任何损失。”

（四）劳务派遣情况

公司2014年1月存在少量劳务派遣用工情况，符合公司经营的需要，且劳务派遣用工时间不超过6个月，符合法律法规的规定。该部分劳务派遣用工的工作岗位为封边副手、普工、包装、拉车、推车等，劳务派遣人数占比情况如下：

单位：名

用工时间	劳务派遣用工人数	当期公司员工人数	比例
2014年1月	58	1100	5.27%

除此外，公司报告期内不存在其他劳务派遣用工情形。

（五）公司员工薪酬水平情况

1、公司员工总体收入水平情况

报告期各期公司员工工资薪金总体计提情况、平均薪酬及增长情况如下：

期间	2016年度	2015年度	2014年度
当期计提金额（万元）	10,006.25	9,390.02	8,010.48
员工平均人数（人）	1367	1353	1264

人均薪酬金额（万元）	7.32	6.94	6.34
较上年增加金额（万元）	0.38	0.60	0.42
较上年增加比例（%）	5.47	9.51	7.04

注：员工平均人数系各期期初、期末平均数，下同。

报告期内，公司用工成本增加，员工整体工资水平呈上升趋势。

2、公司各级别员工收入水平情况

薪酬情况		2016年	2015年	2014年
普通员工	薪酬总额（万元）	8,188.14	7,835.78	6,900.07
	平均员工数量（人）	1280	1278	1202
	平均薪酬（万元）	6.40	6.13	5.74
中层员工	薪酬总额（万元）	481.37	393.38	295.31
	平均员工数量（人）	47	41	33
	平均薪酬（万元）	10.24	9.59	8.95
高层员工	薪酬总额（万元）	1,336.74	1,160.86	815.1
	平均员工数量（人）	40	35	30
	平均薪酬（万元）	33.42	33.17	27.17

3、公司各类岗位员工收入水平情况

薪酬情况		2016年	2015年	2014年
销售人员	薪酬总额（万元）	2,444.18	2,325.90	1,908.16
	平均员工数量（人）	312	311	240
	平均薪酬（万元）	7.83	7.48	7.95
技术人员	薪酬总额（万元）	1,593.41	1,495.47	1,139.53
	平均员工数量（人）	237	227	190
	平均薪酬（万元）	6.74	6.59	6.00
财务人员	薪酬总额（万元）	203.51	229.80	192.76
	平均员工数量（人）	39	41	35
	平均薪酬（万元）	5.22	5.60	5.51
管理人员	薪酬总额（万元）	1,452.28	1,483.83	990.24
	平均员工数量（人）	66	69	64
	平均薪酬（万元）	22.17	21.50	15.47
生产人员	薪酬总额（万元）	3,381.02	3,007.34	2,819.29
	平均员工数量（人）	577	582	582
	平均薪酬（万元）	5.86	5.17	4.84
其他人员	薪酬总额（万元）	931.84	847.67	960.49
	平均员工数量（人）	137	124	155
	平均薪酬（万元）	6.80	6.84	6.20

注：表中销售人员薪酬总额与销售费用、管理费用中人员薪酬存在差异的原因系上表分类更细所致。

4、公司薪酬水平与同地区公司比较情况

公司名称	注册地区	项目	2016年度	2015年度	2014年度
华帝股份	中山	平均员工人数（人）	-	5133	6002

		工资及薪金（万元）	-	36,456.50	40,316.73
		平均年薪酬（万元）	-	7.10	6.72
长青集团	中山	平均员工人数（人）	-	1682	1,448
		工资及薪金（万元）	-	10,229.56	8,453.56
		平均年薪酬（万元）	-	6.08	5.84
中顺洁柔	中山	平均员工人数（人）	-	4120	3778
		工资及薪金（万元）	-	21,260.39	16,665.68
		平均年薪酬（万元）	-	5.16	4.41
全通教育	中山	平均员工人数（人）	-	2197	1,039
		工资及薪金（万元）	-	10,827.62	6,253.36
		平均年薪酬（万元）	-	4.93	6.02
达华智能	中山	平均员工人数（人）	-	2666	2053
		工资及薪金（万元）	-	17,633.60	12,929.33
		平均年薪酬（万元）	-	6.61	6.30
同地区公司年薪酬平均值			-	5.98	5.86
公司薪酬水平			7.32	6.94	6.34

注：同行业及同地区数据来源于其公开披露的信息，下同。

通过与同地区公司相比，公司工资水平高于同地区公司平均值，公司薪资水平处于合理范围内。

5、公司未来薪酬制度及水平变化趋势

报告期内，发行人薪酬制度未发生重大调整。未来公司将按照科学管理的原则，进一步优化薪酬体系，增加回款考核、扩大员工持股范围等激励措施，进一步提高员工工作积极性、忠诚度、薪资水平，吸纳行业优秀的人才加盟，共同推动和享有公司进一步成长带来的利益。

十二、发行人、主要股东及董事、监事、高级管理人员的重要承诺及履行情况

（一）关于股份锁定的承诺

公司全体股东已就股份锁定作了相关承诺，内容详见本招股说明书之“重大事项提示”之“二、股份锁定承诺”。

（二）关于实施上市后三年内稳定公司股价预案的承诺

公司及控股股东、实际控制人，董事（不包括独立董事）及高级管理人员已就实施上市后三年内稳定公司股价预案作了承诺，具体内容详见本招股说明书之“重大事项提示”之“三、关于实施上市后三年内稳定公司股价预案的承诺”。

公司及控股股东、实际控制人，董事（不包括独立董事）及高级管理人员已明确了不履行上市后三年内稳定公司股价预案的相关约束措施，并作了相关承诺，具体内容详见本招股说明书之“重大事项提示”之“九、公司各主体关于未能履行承诺的约束措施”。

（三）依法承担赔偿责任或者补偿责任的承诺

发行人、发行人相关股东、董事、监事、高级管理人员已就招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏作了承诺，具体内容详见本招股说明书之“重大事项提示”之“四、发行人各主体因信息披露重大违规涉及回购股份、赔偿损失承诺”。

发行人、发行人相关股东、董事、监事、高级管理人员已明确了不履行回购新股、购回股份、赔偿损失承诺的相关约束措施，并作了相关承诺，具体内容详见本招股说明书之“重大事项提示”之“九、公司各主体关于未能履行承诺的约束措施”。

保荐机构、发行人会计师、发行人律师及其他机构已就相关申报文件存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，致使投资者在证券发行和交易中遭受损失时，依法承担赔偿责任或补偿责任作了承诺，具体情况详见本招股说明书之“重大事项提示”之“七、本次发行相关机构的承诺”。

（四）公司发行前持股5%以上股东的持股意向及减持意向承诺

公司发行前持股5%以上的股东马礼斌、盛和正道、魏来金、广发信德、珠海康远已就持股意向及减持意向作了承诺，具体内容详见本招股说明书之“重大事项提示”之“五、公司发行前持股5%以上股东的持股意向及减持意向承诺”。

公司发行前持股5%以上的股东马礼斌、盛和正道、魏来金、广发信德、珠海康远已明确了不履行上述减持意向承诺的相关约束措施，并作了相关承诺，具体内容详见本招股说明书之“重大事项提示”之“九、公司各主体关于未能履行承诺的约束措施”。

（五）关于填补被摊薄即期回报的措施及承诺

公司已就填补被摊薄即期回报的措施出具了承诺，具体内容详见本招股说明书之“重大事项提示”之“六、关于填补被摊薄即期回报的措施及承诺”之“（一）

发行人关于填补被摊薄即期回报的措施及承诺”。

公司全体董事、高级管理人员已就关于填补被摊薄即期回报措施得以切实履行出具了承诺，具体内容详见本招股说明书之“重大事项提示”之“六、关于填补被摊薄即期回报的措施及承诺”之“（二）发行人全体董事、高级管理人员关于填补被摊薄即期回报措施得以切实履行的承诺”。

（六）关于股利分配政策的承诺

公司已就股利分配政策出具了承诺，具体内容详见本招股说明书之“重大事项提示”之“八、股利分配政策”。

（七）其他承诺事项

1、关于避免同业竞争的承诺

公司控股股东和实际控制人马礼斌已就避免同业竞争出具了承诺，具体内容详见本招股说明书之“第七节 同业竞争与关联交易”之“二、同业竞争”之“（二）避免同业竞争的承诺”。

2、关于规范和减少关联交易的承诺

公司控股股东和实际控制人马礼斌已就规范和减少关联交易出具了承诺，承诺将尽可能减少与公司之间的关联交易，具体内容详见本招股说明书之“第七节 同业竞争与关联交易”之“三、关联方、关联关系及关联交易”之“（六）减少关联交易的主要措施”。

3、关于公司缴纳社保及住房公积金的承诺

公司控股股东和实际控制人马礼斌已出具了关于公司缴纳社保及住房公积金的承诺，具体内容详见本节之“十一、发行人员工及其社会保障情况”之“（三）公司执行社会保障制度的情况”。

4、关于公司租赁房屋建筑物的承诺

公司控股股东和实际控制人马礼斌已出具了关于公司租赁房屋建筑物的承诺，具体内容详见本招股说明书之“第六节 业务与技术”之“五、发行人的主要固定资产和无形资产”之“（一）主要固定资产”。

第六节 业务与技术

一、发行人的主营业务、主要产品及其变化情况

（一）主营业务、主要产品

公司专业从事定制厨柜、衣柜及其配套家居产品的设计、生产和销售，是国内定制家居行业的领军品牌之一。公司致力于通过科学艺术设计为消费者提供个性化的家居装修解决方案，是科学艺术家居的倡导者和定制家居的践行者。

定制厨柜又称为整体厨柜，公司定制厨柜产品定位于中高端消费市场，经过多年打造，公司已形成豪华欧式宫廷系列、实木美式系列、一般简欧系列、印花烤漆系列、钢琴烤漆系列、现代吸塑系列等多个产品系列，各产品系列均具有不同的风格定位与文化内涵，产品风格体系丰富，能够满足不同客户多样化的消费需求。

在公司定制厨柜形成品牌效应，并形成一定的市场规模后，公司大力发展定制衣柜及其配套家居产品，并将其培育为公司新的业绩增长点。定制衣柜又称整体衣柜，截至目前，公司已形成实木欧式、一般简欧、现代百叶、现代皮革、现代板式等多个产品系列，能够满足不同客户多样化的消费需求。

经过多年的发展，公司凭借突出的产品设计能力和市场开拓能力，取得了良好的市场口碑和较高的品牌知名度，已成为国内领先的定制厨柜、衣柜及其配套家居产品企业之一。公司已建立起较完善的销售渠道网络，截至2016年12月31日，公司拥有经销商881家，经销商门店954家，直营店5家，公司销售网络已覆盖了国内大部分四线及以上主要城市，销售网络布局较为合理。

展望未来，公司将凭借在定制厨柜、定制衣柜行业积累的专业优势与品牌形象，通过自身积累的渠道优势、人才优势和资源优势，逐步将科学艺术家居方式延伸至定制家居的其他领域，致力于成为国内一流的综合型现代定制家居一体化服务供应商。

（二）主营业务、主要产品变化情况

公司自设立以来，主要业务和主要产品未发生过重大变化。

二、发行人所处行业的基本情况

公司主要从事定制厨柜、衣柜等定制家居产品的研发、设计、生产和销售。根据中国证监会《上市公司行业分类指引》（2012年修订），公司所处行业为“C21家具制造业”；根据国家统计局《国民经济行业分类》（GB/T4754-2011），公司所处行业为“C21家具制造业”中的“C2110木质家具制造业”，细分行业为定制家居行业中的定制厨柜和定制衣柜制造业。

（一）行业主管部门及监管体制

公司行业主管部门：工信部，具体负责部门为消费品工业司。

行业技术监管部门：国家质量监督检验检疫总局。

公司行业自律组织：全国工商联家具装饰业商会橱柜专业委员会、全国工商联家具装饰业商会衣柜专业委员会。

公司行业监管体制：国内定制家具行业基本上遵循市场化发展模式，各企业面向市场自主经营，政府职能部门进行产业宏观调控，行业协会进行自律规范。

（二）行业的主要法律法规及政策

1、行业主要法律法规及行业主要标准

序号	文件	实施年份
主要法律法规		
1	《中华人民共和国价格法》	1998年
2	《中华人民共和国产品质量法》	2000年
3	《中国家具协会家具设计保护试行办法》	2000年
4	《中华人民共和国商标法》	2014年
5	《中华人民共和国消费者权益保护法》	2014年
6	《中国家具协会中国家具行业知识产权保护办法》	2014年
主要行业标准		
1	GB/T3327—1997《家具-柜类主要尺寸》	1998年

序号	文件	实施年份
2	GB/T5849—1999《细木工板》	1999年
3	GB/T4897—2003《刨花板》	2003年
4	GB5296.6—2004《消费品说明 第6部分：家具》	2004年
5	HJ/T303-2006《环境标志产品技术要求 家具》	2007年
6	HJ/T432-2008《环境标志产品技术要求 厨柜》	2008年
7	GB/T3324—2008《木家具通用技术条件》	2009年
8	QB/T1951.1—2010《木家具 质量检验及质量评定》	2010年
9	GB/T11718—2009《中密度纤维板》	2010年
10	QB/T2530—2011《木制柜》	2011年
11	JG/T184-2011《住宅整体厨房》	2012年

2、行业相关政策

(1) 国家政策

①《轻工业调整和振兴规划》

2009年5月18日，国务院办公厅发布的《轻工业调整振兴规划》指出国家将加快家具行业重点专业市场建设作为产业调整和振兴的主要任务之一，要求加快市场需求信息传导，鼓励商贸企业扩大采购和销售轻工产品的规模。同时，该规划指出了包括家具在内的各个轻工业行业要致力于努力扩大城乡市场需求，巩固和开拓国际市场；加快自主创新，推动结构调整和产业升级，走绿色生态、质量安全和循环经济的新型发展之路。

②《中国家具行业“十二五”发展规划》

在“十二五”期间，我国家具产值和家具产量保持每年15%左右的增长速度；在“十二五”期间，我国家具出口保持年增长12%的速度；在“十二五”期间，家具行业将进一步完善家居产业链，优化产业结构，逐步实现专业化分工；在“十二五”期间，家具行业提高家具生产企业的整体管理水平，降低生产成本，提高产品质量，提高家具附加值；在“十二五”期间，加强家具产业基地建设，在全国建成

100 个具有一定产业规模家具产业基地。

③《关于“十二五”时期促进零售业发展的指导意见》

2012 年 1 月，商务部发布《关于“十二五”时期促进零售业发展的指导意见》，明确提出“‘十二五’时期，商品零售规模保持稳定较快增长，社会消费品零售总额年均增长 15%，零售业增加值年均增长 15%”的发展目标。

④《轻工业“十二五”发展规划》

2012 年 1 月 19 日，工信部发布的《轻工业“十二五”发展规划》明确了家具工业的发展方向：重点发展绿色环保、安全的家具产品，培育知名品牌，提高产品的附加值；加快绿色环保新材料、新技术的研发与应用，增强产品款式、功能、个性化研发设计能力，突出特色产品的技术和文化内涵；创新营销模式，推动家具营销由以经销商为主体，以集中卖场为流通平台的传统模式向发展电子商务、自建营销渠道等多元立体化模式发展；提升家具产业集群发展水平，主要家具产业集群创建国家级研发设计中心和公共信息服务平台。

⑤《服务业发展“十二五”规划》

2012 年 12 月，国务院印发《服务业发展“十二五”规划》指出，要以珠三角地区需求为导向，重点在服装、灯饰、家具、五金、皮革等产业，依托有集聚规模的专业镇，统筹规划建设生产性服务业集聚区。

⑥《国家新型城镇化规划（2014-2020 年）》

2014 年 3 月 16 号，国务院发布《国家新型城镇化规划（2014-2020）》提出，要稳步提升城镇化水平和质量，有序推进农业转移人口市民化，推进符合条件农业转移人口落户城镇，力争到 2020 年常住人口城镇化率达到 60%左右。

⑦《国务院办公厅关于转发发展改革委住房城乡建设部绿色建筑行动方案的通知》

2013 年 1 月 6 日，国务院转发了发展改革委、住房城乡建设部的《绿色建筑行动方案》，该方案中提出在全国推行绿色建筑行动，即最大限度地节约资源、保护环境和减少污染，为人们提供健康、适用和高效的适用空间。

⑧《关于加快发展生产性服务业促进产业结构调整升级的指导意见》

2014年8月6日，国务院发布《关于加快发展生产性服务业促进产业结构调整升级的指导意见》，该文件明确提出生产制造要与信息技术服务相融合，“运用互联网、大数据等信息技术，积极发展定制生产，满足多样化、个性化消费需求”。

⑨《中国制造 2025》

2015年5月19日，国务院正式印发《中国制造 2025》提出，加快推动新一代信息技术与制造技术融合发展，把智能制造作为两化深度融合的主攻方向；推进制造过程智能化；发展基于互联网的个性化定制、众包设计、云制造等新型制造模式，推动形成基于消费需求动态感知的研发、制造和产业组织方式。

⑩《关于发挥品牌引领作用推动供需结构升级的意见》

2016年6月10日，国务院办公厅印发《关于发挥品牌引领作用推动供需结构升级的意见》，提出鼓励家电、家具、汽车、电子等耐用消费品更新换代，适应绿色环保、方便快捷的生活需求。

(2) 地方政策

①《关于加快建设现代产业体系的决定》

中共广东省委、广东省人民政府于2008年7月2日发布了《关于加快建设现代产业体系的决定》，明确构建广东省现代产业体系的主体框架的6大产业，其中之一为发展以品牌带动的优势传统产业，包括以高新技术改造提升的产业（家电、家具、五金、纺织服装、食品饮料、陶瓷、建材等）。

②《关于实施扩大内需战略的决定》

中共广东省委、广东省人民政府于2010年1月5日发布了《关于实施扩大内需战略的决定》，决定推动产业升级，促进和引导消费，推动优势传统产业转型升级，着力打造一批具有国际影响力的区域品牌。

(三) 行业概况

1、定制橱柜行业

定制橱柜亦称为“整体厨房”或“整体厨柜”。与传统厨柜相比，定制橱柜是由厨柜、电器、燃气具、厨房功能用具四位一体组成的厨柜组合。其特点是将厨柜与

操作台以及厨房电器和各种功能部件有机结合在一起,并按照消费者家中厨房结构、面积,以及家庭成员的个性化需求,通过整体配置、整体设计、整体施工,实现厨房工作每一道操作程序的整体协调,并营造出良好的家庭氛围、浓厚的生活气息。

随着城市化进程的不断加快,人们生活质量和品位提高,高品质厨柜及厨电的市场需求逐渐增长,厨房已经倍受关注,厨房建设由功能型、配套型进入了生活舒适艺术型的发展阶段,厨房设备由简单的搭建进入到厨柜单元的专业化制作阶段。中国厨柜行业也迅速完成了与西方厨柜技术的借鉴与融合,进入个性化发展期,定制厨柜迅速在国内蓬勃发展,并形成了庞大的产业市场。

2、定制衣柜行业

在定制衣柜行业形成之前,我国家庭衣柜产品主要以手工打制衣柜及标准化成品衣柜为主。手工打制衣柜存在着材料与工艺品质难以保证,以及施工现场环境差、噪音影响、环境污染等多方面问题;成品衣柜由于设计相对标准化和大众化,因而很难满足消费者个性化需求,且容易造成空间利用的不合理。而定制衣柜结合了传统的成品衣柜和手工技术打制衣柜优势,具有整体性强、空间布局合理、款式风格多变、材料健康环保等特点。

定制衣柜又被称为“整体衣柜”,最早起源于欧美国家,已经有二三十年的发展历史。在我国,定制衣柜发展历史较短,只有十余年。随着居民对衣柜在空间布局、功能性、衣柜风格等多方面的个性化需求和对环保认识的不断深入,定制衣柜日渐成为众多家庭特别是80后、90后等新生代家庭的首选。

(四) 行业供求情况

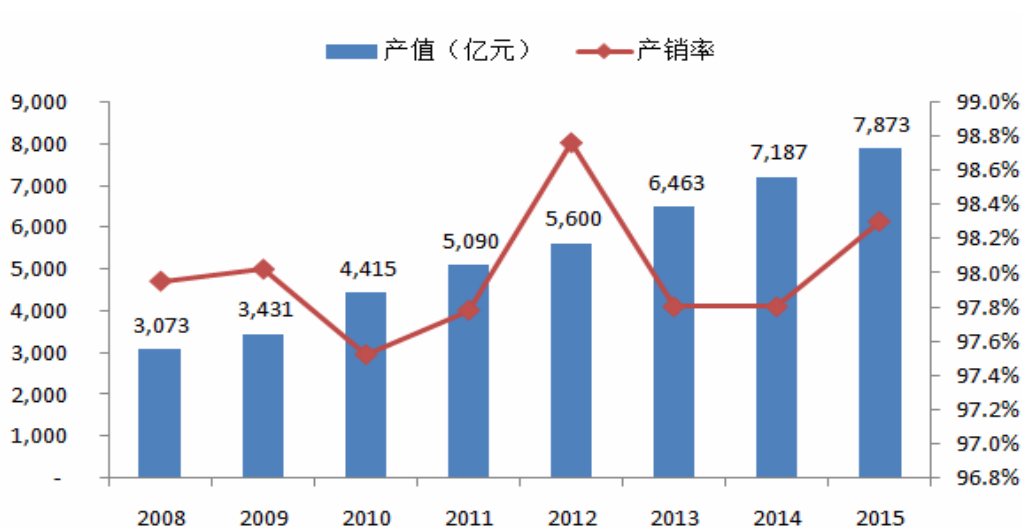
1、家具行业供求情况分析

(1) 我国家具行业发展迅速,保持产销两旺的格局

家具行业是我国轻工业重要的细分行业,同时也是我国具有比较优势的产业之一。近年来,我国家具行业发展迅速,并保持了产销两旺的格局,家具行业规模以上企业生产总值由2008年的3,072.8亿元增长到2015年的7,872.5亿元,年复合增长率达到14.38%,远高于同期GDP增速;在下游市场旺盛需求的推动下,近年来行业产销率一直保持在97%以上的较高水平。2015年度,家具制造业主营业务收入7,872.5亿元,累计同比增长9.3%;利润总额500.9亿元,累计同比增长14.0%;产

销率 98.3%，较 2014 年同期提高 0.5 个百分点。具体如下：

图表 中国家具行业发展情况

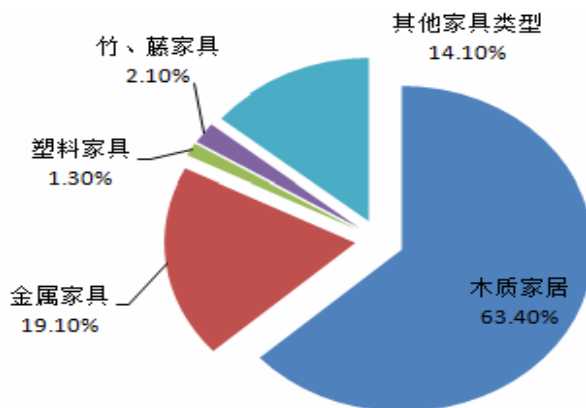


数据来源：《中国统计年鉴（2009-2015）》

我国家具行业的持续、快速成长，主要原因为：一方面，国内经济的持续成长、居民收入水平和城市化进程的提高为国内家具行业的快速发展提供了高速成长的动力；另一方面，我国具有较为丰富的原材料、劳动力资源，以及较为完善的产业链配套，使得全球家具产业链重心持续向我国转移。

从产品结构来看，木质家具仍是我国最重要的家具类型。按产值计算，2014 年我国木质家具总产值达到 4,556.81 亿元，占国内家具总产值的 63.4%。其次是金属家具，占当年国内家具总产值的 19.1%。

图表 中国家具行业产品结构



数据来源：WIND 资讯

（2）我国成为全球家具供应中心

随着经济全球化的快速发展，发达国家的家具产业向具有一定基础和比较优势的低成本发展中国家转移。中国凭借良好产业发展环境、突出的劳动力成本及原料成本、高效的生产效率、熟练的劳动技能以及相对集中产业集群与完善的产业配套等方面的相对优势，逐渐成为全球家具产品供应中心。

根据《中国家具年鉴（2013）》统计数据，2012年我国家具行业出口总值达到499.6亿美元，较2011年的388.7亿美元大幅提高约28.51%。2014年我国家具制造业出口交货值1,624.4亿元，同比增长4.9%。2015年我国家具制造业出口交货值1,720.1亿元，同比增长5.0%。全球家具供应中心的地位进一步巩固，中国已成为世界上最大的家具制造及出口国。

（3）个性化、健康化需求推动家具产业转型

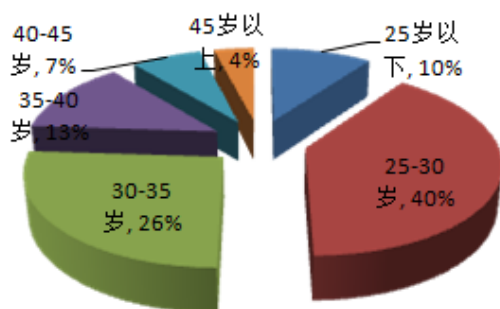
近年来，随着我国经济的快速增长、居民可支配收入水平的不断提高，人们的消费习惯逐渐由温饱消费向个性消费过度，人们对家具产品的需求已不仅仅满足其基本的使用功能，偏好在家居生活之中加入更多自主创意，更加关注设计理念、品牌内涵以及健康环保等因素，过于大众化和标准化的家具产品已经无法满足消费者的需求。目前，更趋于个性化和整体化的定制家具产品已经被消费者广泛接受，定制厨柜、定制衣柜等定制家居产品的社会认知度与市场需求不断提高。

为符合市场发展趋势和满足消费者需求，我国家具生产企业加大对原创设计的投入和开发，完善生产工艺水平，提高产品和基材的环保标准，增加品牌附加值、扩大品牌影响力，不断增强市场竞争力，并通过品牌化运行、设计和服务等手段，优化行业资源配置，推动行业转型升级。

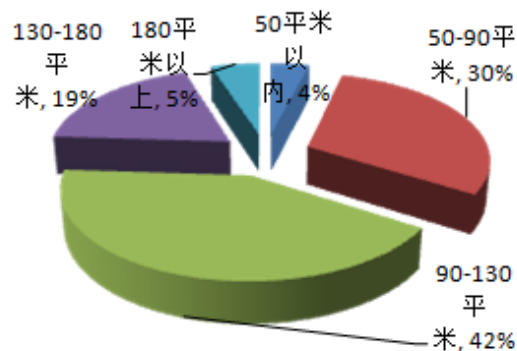
2、定制家居行业供求情况分析

（1）定制家居消费需求特征分析

中国家居消费群体年龄分布情况



中国消费者房屋装修面积情况



数据来源：根据搜房网数据整理

从家居消费的年龄特征来看，根据搜房家居研究中心的调查研究数据，中青年为家居消费的主流消费群体，家居消费群体年轻化趋势明显，25岁-35岁消费者占比合计为66%。由于年轻一代家居消费群体风格多样化、需求个性化特征日益明显，其不但注重家居产品的功能需要，也注重装饰美观、彰显个性的需要。成品家居产品由于设计相对标准化和大众化，难以满足消费者个性化需求；定制家居产品则可以最大程度的满足用户个性化需求，增加家居装饰的整体性和艺术感。因此，定制家居成为家居消费群体年轻化的最大受益者。

从装修房产面积来看，消费者装修面积以中小面积为主，调查数据显示，居室装修面积在50-130平方米之间的占比达到72%，其中，50-90平方米占30%，90-130平方米占42%。在中小户型占主导的背景下，消费者对空间利用率的要求提高。定制家居根据消费者室内空间布局特点进行产品设计，可以充分合理地利用有效的空间，定制家居市场需求不断提高。

（2）行业需求影响因素分析

伴随着消费者的家居装修理念从最初讲究“实惠”、“实用”到注重格调品位和整体风格协调和效果转变，人们对于家居装修的个性化要求越来越高，各种成品家居产品已经不能够完全迎合消费者的个性化需求；同时，随着住宅户型的更加多样化，市场上的成品家居产品与家居空间也越来越难以完全吻合。因此，定制家居成为众多消费者尤其是年轻一代消费者家居装修的选择。

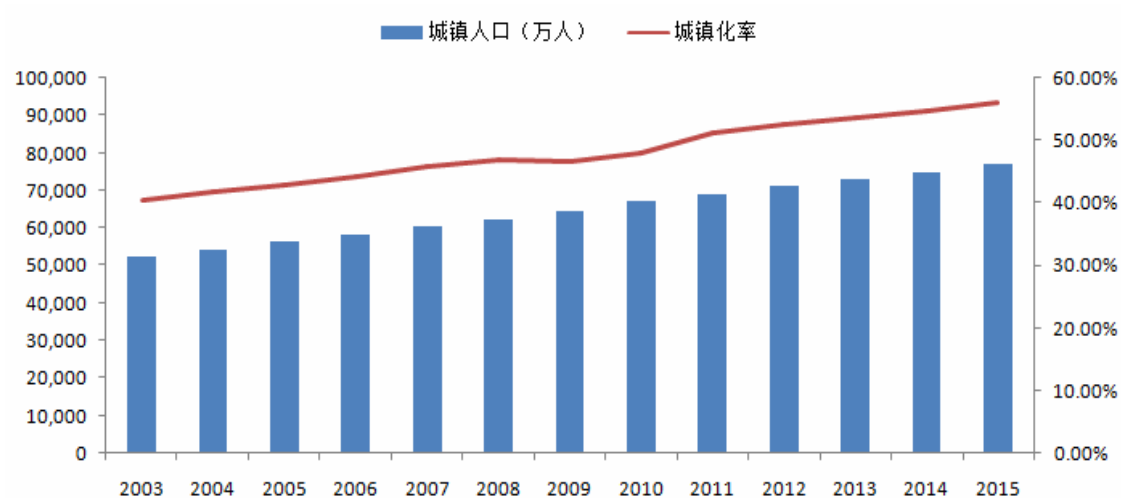
从行业发展的需求推动因素来看，定制家居行业的发展与中国的房地产业发展密切相关，又与存量城镇居民改善原有居住环境、提升居住品味有关。

①中国城镇化进程的加快推进为行业提供了广阔的市场空间

定制家居市场的快速发展与我国的城市化进程密不可分。一方面，城镇人口可支配收入相对较高，购买力强，城镇人口的增加使得购置新房添置新家具的需求增加；另一方面，城镇人口对流行时尚潮流更加敏感，对家具的品牌、质量选择更加注重，促使家具更新速度加快。

2003-2015年，我国城镇常住人口从52,376万人增加到77,116万人，城镇化率从40.53%提升到56.10%。与发达工业国家的80%左右相比，我国的城市化率仍有大幅度的提升空间。国务院发布的《国家新型城镇化规划（2014-2020）》提出，要稳步提升城镇化水平和质量，有序推进农业转移人口市民化，推进符合条件农业转移人口落户城镇，力争到2020年常住人口城镇化率达到60%左右。

图表 中国城镇人口及城市化率变化情况



数据来源：国家统计局

我国城市化进程的加快，带动城市基础设施建设和城镇住房建设投资大幅增长，城镇人口的快速增长带来了家居装修与定制家居产品的刚性需求，此外，二胎政策放开，有利于住房改善性需求增加，这都为定制家居行业的发展提供广阔的发展空间。

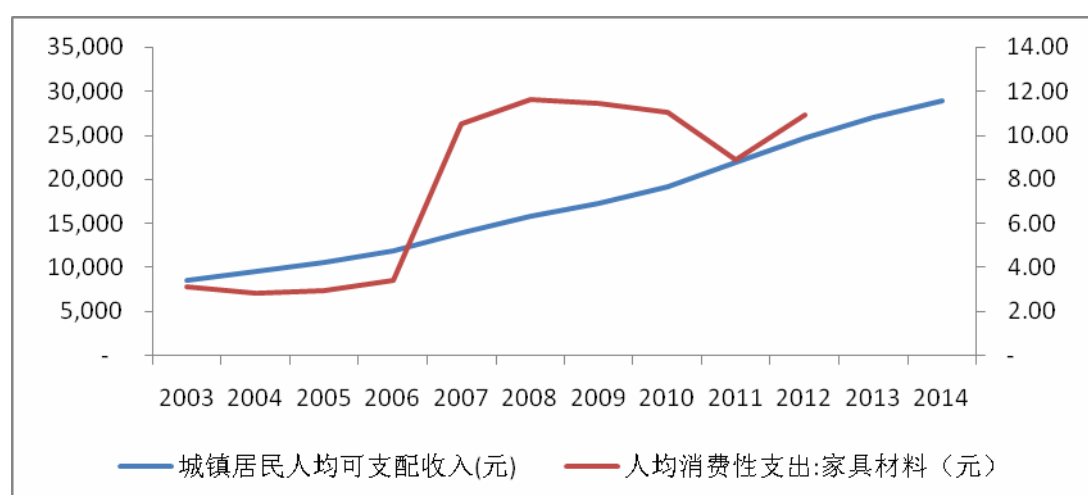
②城镇住宅投资持续增长促进行业的发展

定制家居行业下游面向国内购买商品住房和旧房二次装修的消费者，以及推出精装修商品住房的房地产企业和自建住宅装修。住房制度改革以来，我国城镇住宅建设投资取得较快发展，根据国家统计局数据，全国城镇住宅投资已从 2005 年的 12,825.76 亿元迅速增长至 2014 年的 72,728 亿元，期间复合增长达到 21.23%。在城镇住宅投资保持高速增长的同时，定制家居的市场需求也将获得快速增长。

③居民可支配收入持续增长消费升级定制家居行业发展提供了物质基础

从长期看，居民对家具需求的多少取决于居民收入水平的高低，收入水平越高，对居住条件改善的要求也越高，对中高端家具的需求也越大。随着经济的发展，我国城镇家庭人均可支配收入由 2003 年的 6,860 元上升至 2015 年的 31,195 元，年复合增长率达到 11.47%，消费能力大大提升，城镇居民消费性支出从 2003 年的 6,511 元增长至 2015 年的 21,392 元，年复合增长率为 10.42%。

图表 2003-2014年城镇家庭人均可支配收入及家具材料消费支出情况



数据来源：国家统计局

随着居民可支配收入的较快增长，人们更加注重提高生活质量，居民的消费需求逐步多元化和个性化，对家居空间的布置更加贴近自己的个性化需求和偏好，更愿意选择个性化定制家居产品。因此，居民可支配收入的提高以及消费理念的转变，促进了我国定制家居行业的发展。

④住宅精装修为行业提供广阔发展空间

我国住宅精装修尚处于起步阶段。1999 年建设部发布《关于推进住宅产业现代化提高住宅质量的若干意见》，首次提出一次性装修概念。2002 年建设部颁布了《商

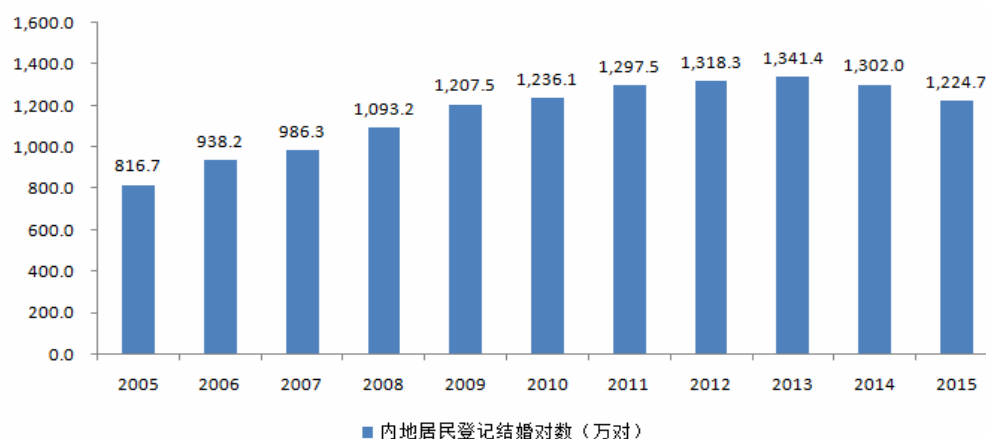
品住宅装修一次到位实施细则》，全国推广住宅商品房精装修。2008 年住房和城乡建设部发布《关于进一步加强住宅装饰装修管理的通知》，鼓励新建商品住宅一次装修到位或菜单式装修模式，要求各地根据实际情况，科学规划，分步实施，逐步取消毛坯房，直接向消费者提供全装修成品房的目标。2010 年以后，我国开始全面进入精装修时代。2011 年住房和城乡建设部颁布《建筑业“十二五”规划》，提出鼓励和推动新建保障性住房和商品住宅菜单式全装修交房。

目前，精装修住宅在我国的住宅总量中占比较低，根据中证网数据，全国住宅平均精装修比例不足 10%，而发达国家诸如日本、瑞典、法国、美国、德国等精装修住宅占比均达到了 80%以上。我国住宅精装修前景十分广阔，为定制家居产品提供了广阔的市场需求空间。

⑤巨大的婚育人口推动定制家居行业发展

婚育新装修住房是家具需求的重要来源之一。根据民政部统计数据，2015 年，我国内地居民登记结婚 1,224.7 万对，最近 11 年年均复合增长率为 4.13%。巨大的婚育人口，带来巨大的家具消费，而随着 70-90 平方米商品房数量的增多，定制家居凭借高空间利用率成为消费首选。另外，从年龄占比来看，办理结婚登记人口中，25-29 岁占比逐年上升，2014 年 25-29 岁办理结婚登记占结婚总人口比重最多，占到 39.4%，该年龄段的人群正是有着较强的消费能力、以个性化为特征的“80 后”消费群体。在消费升级的过程中，具有定制化、个性化设计特点与优势的定制家居产品将会成为主要受益者。

图表 2005-2015 年我国内地居民登记结婚对数



数据来源：民政部

⑥城镇家庭住房二次装修为定制家居行业带来巨大发展空间

根据国家统计局的数据，2015年我国城镇人口77,116万人，户均人口2.9人，共有26,592万城镇户，按照每十年更换一次家具测算，相当于每年有2,659万户更新家具；2005年-2009年为国内商品房销售快速增长期，以10年装修周期分析，目前国内已经进入了二次装修的高峰期。早期住宅小户型居多、结构合理性差，定制家居可在一定程度上弥补居住空间狭小的缺陷，充分有效利用居室空间。二次装修的改善型需求为定制家居行业带来巨大发展空间。

(3) 定制家居行业发展趋势

①定制家居客户群体趋于多元化

目前定制家居行业主要面向具有较高消费能力及对生活品质有较高追求的人群。随着“十二五”规划中收入倍增计划的稳步推进，国家为满足中低收入人群对居住环境的需求加大保障房和中小户型商品房的建设，以及居民消费理念的转变，将促使定制家居的消费群体逐步多元化。

②三、四、五线城市的定制家居市场潜力巨大

一、二线城市因城市经济发达、居民可支配收入高和房地产业发展较早等原因，定制家居行业发展较成熟。随着区域经济的发展，中国的三、四、五线城市正在进入一个快速发展的轨道，房地产开发投资增速与城镇化进程都明显加快，其快速发展也为我国定制家居行业带来良好发展空间。

③电子商务成为定制家居行业未来发展的新动力

近年来，随着电子商务的兴起，消费者的购物习惯也在发生改变。通过电子商务网站的平台，可以突破时间和空间的限制，全方位地向消费者清晰地展示样品，减少中间环节，降低销售成本，提高销售效率。未来，电子商务模式将成为定制家居行业现有实体门店销售模式的有效补充。

④品牌经营成为定制家居行业企业经营的核心和重点

品牌影响力是定制家居产品吸引消费者的关键因素之一，品牌在经过时间的积淀后，最终形成某种特有的时尚风格或代表某种生活方式，逐步被消费者接受和推崇。定制家居市场逐步向具有品牌影响力的企业集中，品牌经营已经成为行业内企

业经营的核心和重点。加强自主品牌管理和品牌建设，形成清晰的品牌定位和品牌价值内涵，提高产品的品牌附加值获取竞争优势，成为未来定制家居行业发展的重要趋势。

3、定制厨柜行业供求情况分析

(1) 定制厨柜行业发展历程

定制厨柜起源于欧美，于 20 世纪 80 年代末、90 年代初传入我国。随着改革开放的深入以及市场经济和城市化进程的不断深入，特别是房地产业的蓬勃发展，定制厨柜在我国逐渐形成了庞大的产业市场，并成为我国的朝阳行业之一。作为现代家居的一个重要元素，厨柜满足了人们追求舒适、轻松的厨房生活的要求，使得厨房已演变成一种情感空间，一种与人们居家生活息息相关的生活文化。

根据全国工商联家具装饰业商会发布的《2010 中国厨柜行业消费白皮书》，我国厨柜行业的发展历程，大体上经历了三个阶段：

①第一阶段：行业起步阶段。从 1980 年国家提出住房制度改革开始，我国房地产业开始发展，带动了我国厨柜行业的崛起。

②第二阶段：行业形成阶段。经过反复研究认证，国家建设部在 1989 年针对性地明确提出“厨房革命”，到上个世纪末，我国厨柜业已经初具规模。

③第三阶段：快速发展阶段。2000 年，国家住房制度改革的全面推行为厨柜行业的发展提供了快速增长的市场条件。2002 年，建设部第 108 号令《住宅室内装饰装修管理办法》以及《商品住宅装修一次性到位实施细则》等文件公布实施，加快了厨柜业发展。

(2) 定制厨柜行业发展现状与前景

近年来，我国房地产业的高速发展，带动了厨柜行业持续、健康、快速、稳定的发展。根据全国工商联家具装饰业商会发布的《2012 中国厨柜行业消费白皮书》的统计数据，到 2012 年 12 月止，国内的厨柜品牌已经超过 500 家，我国厨柜在设计、品质、功能上均得到极大提升。

从定制厨柜市场的消费需求结构来看，其市场需求包括商品房毛坯首次装修、精装房的配套装修需求和居民为改善居住环境进行的二次装修。根据全国工商联家

具装饰业商会发布的《2013 中国厨柜行业消费白皮书》：“近年来，中国厨柜的销量以平均每年 35%的速度上升。根据国务院发展中心研究办公室调查显示：在未来的 5 年内，我国将有 31.7%的家庭使用厨柜，每年的市场容量为 700 亿元，未来 10 年内厨柜消费将持续成为城乡居民消费的热点”。

4、定制衣柜行业供求情况分析

定制衣柜自本世纪初引入我国以来，因其个性化设计、100%空间利用率、美观时尚、环保及规模化生产保证质量等诸多优点而受到现代家庭消费者的重视。定制衣柜行业作为家具制造业中的集成创新行业，在我国发展仅 10 多年左右的时间，尚属成长期，增长空间巨大。

衣柜市场消费需求主要包括新增城镇住宅首次装修、居民为改善居住环境进行二次装修以及旧家具的更新换代。近年来，随着我国经济的稳定增长、居民消费水平的不断提高及对定制衣柜认知的不断深入，我国定制衣柜行业发展速度迅猛，定制逐渐取代成品衣柜及手工衣柜。

《中国人造板》杂志（主办单位：中国林业科学研究院木材工业研究所）的调查数据表明，2009 年，在衣柜整体市场份额中，成品衣柜、手工打制衣柜、定制衣柜三者市场的比例大致为 50%、35%、15%；预计未来 5 年，随着中国城市化进程的加快发展、商品房成交量的不断扩大，以及居民消费结构升级与消费观念向时尚、环保和多功能方向的转变，定制衣柜的市场比例将提高到 40%。

根据中银国际证券 2014 年 1 月份出具的研究报告，定制衣柜行业在未来三年的年均复合增长率将在 20%以上；按定制衣柜占衣柜市场 30%份额测算，2015 年定制衣柜市场容量将达到 813 亿元；在未来 2-3 年内，定制衣柜行业的市场规模在逐渐扩大，且增速较快，行业前景巨大。

（五）行业竞争格局

1、定制家居行业总体处于竞争初级阶段

从国内家具行业来看，普通民用家具行业竞争激烈，尤其是标准化的大众家具产品。但定制厨柜、定制衣柜等定制家居产品通过个性化设计与工业化、标准化、规模化生产相结合，产品的生产效率更高、产品质量更好、更加节省空间，其市场定位及盈利空间相对通用型家具产品更高，行业正处于行业快速发展阶段，行业内

部竞争总体还处于初级阶段，市场集中度相对较低。

2、定制厨柜、定制衣柜市场集中度不高，竞争态势趋于综合实力的比拼

定制厨柜、定制衣柜市场集中度不高源于我国定制家居行业为新兴行业及行业参与竞争者众多，且以中小型企业为主。定制厨柜、定制衣柜行业中小型生产企业主要集中于低端市场和区域性市场，产品同质化现象严重，市场竞争较为激烈；而具有品牌、渠道、规模优势的中高端产品市场因行业发展壁垒的因素，市场竞争则相对有限，产品定价能力较强。

在定制厨柜领域，随着消费者的认同度不断提高，新进入者不断加入，行业市场竞争日趋激烈，整个市场的竞争态势已经从产品价格的单一竞争逐步进入以品牌、网络、服务、人才和管理以及企业规模等多方面的综合水平竞争，定制厨柜的市场逐步向行业中的优势企业集中。目前，我国定制厨柜品牌企业区域布局主要围绕珠江三角洲、长江三角洲和环渤海三大经济圈，行业主要企业包括欧派、博洛尼家居用品（北京）股份有限公司、志邦、金牌、我乐、本公司等。

在定制衣柜领域，随着行业的快速发展，其良好的市场前景吸引了众多厨柜企业、实木家具企业、木地板企业等涉足，市场竞争开始加剧，中低端领域的竞争尤为激烈。随着居民消费结构的升级和对定制衣柜认知的深入，定制衣柜行业进入竞争整合阶段，部分定制衣柜企业凭借品牌建设、营销网络、产品设计、定制服务、企业规模等方面的综合领先优势，从激烈的市场竞争中脱颖而出，发展成为全国性的知名品牌。目前，定制衣柜行业主要企业包括索菲亚、欧派、好莱客、广东顶固集创家居股份有限公司、本公司等。

3、定制厨柜、定制衣柜进入品牌化竞争阶段，全国性品牌与区域性品牌共同竞争

随着新进入者的不断加入，定制厨柜、定制衣柜行业企业的竞争从产品本身逐步进入企业创新能力和品牌影响力的竞争阶段，品牌竞争的发展推动市场向业内具有较高品牌影响力的企业集中。

从品牌的区域性来看，定制厨柜、定制衣柜市场呈现少数全国性品牌和众多区域性品牌同台竞争的局面。全国性品牌拥有较大的生产规模和覆盖全国的营销网络，品牌知名度较高；区域性品牌则凭借贴近当地消费者需求、价格等方面与全国性品

牌展开差异化竞争。

4、定制厨柜、定制衣柜企业加速横向扩展，多品种运营品牌竞争优势凸显

随着行业发展的不断成熟，定制家具终端市场竞争日益加剧，同时消费者对定制家居认知的提升与需求不断增长，越来越多的定制家居企业横向拓展产品类别，如索菲亚从衣柜切入厨柜，广州欧派家居集团股份有限公司、本公司等从定制厨柜进入定制衣柜等。多品种运营可巩固与提升行业竞争地位，充分发挥规模效应和品牌效应，聚集更多客户资源，增加利润增长点。

（六）影响行业发展的有利和不利因素

1、有利因素

近年来，国家和地方先后颁布一系列鼓励性政策、中长期发展规划，支持本行业做大做强，国家和地方政策的支持为定制家居行业提供良好市场环境。国家和地方关于本行业的相关政策，详见本节之“（二）行业的主要法律法规及政策”之“2、行业相关政策”。

中国城镇化进程的加快推进、城镇住宅的刚性需求与热度持续增长、居民可支配收入持续增长和消费升级、住宅精装修需求、巨大的婚育人口、城镇家庭住房二次装修需求等为定制家居行业提供了广阔的市场空间，促进本行业发展。详细情况参见本节之“（四）行业供求情况”之“2、定制家居行业供求情况分析”之“（2）行业发展基础”。

2、不利因素

（1）行业标准不完善，规范程度有待进一步提高

我国定制家居行业只有约 20 年的历史，还处于行业发展初期。目前，除定制厨柜有《JGT184-201 住宅整体厨房》、《整体厨柜售后服务规范》等行业标准外，部分行业标准尚未起草，不利于行业的健康发展。

定制家居行业属于新兴行业，行业的自主创新能力相对较弱。定制家居行业大多数企业规模较小，营销能力和产品开发能力有限，主要依靠模仿少数知名品牌的企业的产品，产品档次和质量都比较低、产品同质化情况较严重，对定制家居行业的健康发展产生不利影响。

（2）定制家居的消费理念需要进一步引导

定制是一种新的消费趋势，定制家居为家居领域的创新型产品，需要加强宣传、引导，使广大消费者进一步认识和接受。倡导定制家居文化、引领消费时尚将是行业发展的一个重要主题。

（七）行业进入壁垒

1、品牌影响力

品牌是定制家居企业研发设计能力、产品质量、工艺技术、市场覆盖能力和售后服务等多方面的综合体现，是消费者选择商品的重要考虑因素之一。定制家居行业竞争已由产品本身转入品牌影响力竞争阶段，品牌知名度已成为消费者衡量产品质量、信誉和售后服务的重要因素。品牌塑造需要长期的投入、建设、管理和积累，需要持续的品牌内涵和品牌形象输出，行业新进入者通常很难在较短时间内建立起品牌优势。

2、设计研发能力

随着消费者需求越来越个性化、差异化，独特的创意设计能力已成为定制家居制造企业发展的重要动力和源泉。优质的设计需要兼顾产品美观、实用、耐用、环保等特点和要求，结合客户偏好及时尚设计风格，并与客户居室整体风格相协调。因此，创新的设计研发能力及完善的设计研发体系是定制家居行业竞争的重要要素之一，成为行业新进入者的壁垒之一。

3、营销网络体系

定制家居产品的个性化设计、规模化生产和专业化安装服务需求，决定了庞大、高效的营销服务体系是行业内企业发展和品牌建设的核心。建立全面、完善的销售网络与渠道管理机制，需要较大的资金投入，并在长期的经营过程中完善和积累渠道管理经验，新进入者很难在短时间内形成有效的营销网络服务体系。

4、信息化应用能力

信息管理系统是现代企业提高效率和强化管理的重要手段，对于“订单式”生产的定制家居企业而言，在设计开发、订单、采购、生产、销售、仓储物流等各个环节均离不开信息技术的应用，信息化应用是进入本行业并形成规模化发展的重要

壁垒。

5、供应链管理能力

供应链管理对以定制为核心、原材料品类众多、质量和环保等要求较高的定制家居生产企业而言非常重要。本行业的新进入者需要对供应链中各环节充分了解，具备相关行业经验和科学的规划管理能力。对供应链的管理能力将是本行业新进入者所面临的挑战之一。

（八）行业技术水平及技术特点

定制家居产品主要属于个性化定制产品，行业的技术水平主要体现在产品设计能力、信息技术应用、制造加工能力、环保材料使用、专业安装能力等方面。

1、产品设计研发

定制家居产品的设计研发需要对产品的材料、加工工艺、人体工程学、色彩学、平面构成、立体构成以及文化内涵等进行全面糅合，使得产品的功能性、工艺性、经济性和创新性得到统一。我国定制家居行业发展至今，设计研发方面目前还处于由借鉴向原创的过渡转型阶段，随着国内定制家居企业品牌意识和法制观念的增强，部分品牌家居企业不断增加在产品技术研发方面的投入，进入自主设计研发阶段，通过与国际知名设计师合作等方式，不断提升设计研发实力，逐步形成各自独特的设计风格。

2、信息技术应用

信息化的应用程度成为定制家居企业获得市场竞争优势的重要因素，企业需要建设一套能进行精细化管理的信息系统，以精简流程、降低库存、提高效率、缩短生产与交货周期、提高服务的准确度与及时性。目前国内定制家居行业中小型企业信息化程度较低，大型企业不断加大信息化建设力度，提高信息化应用水平。

3、制造加工能力

近年来，随着人工成本的不断提高，国内定制家居生产企业通过引进国外先进设备，不断改进和优化生产工艺流程，提升机械化水平和作业效率，降低生产成本并提高生产效率。

4、环保材料使用

定制家居产品与消费者的日常生活息息相关，近年来随着消费者环保意识的不断提高，以及我国推进产业升级、建设资源节约型和环境友好型社会相关政策的实施，环保指标受到广泛关注，企业在原材料选择、加工工艺等方面越来越关注环保性能。目前国内定制厨柜、定制衣柜市场上普遍采用 E1 级板材，环保材料使用成为行业发展趋势。

5、专业安装能力

2013 年 9 月，国家正式出台了《家居行业经营服务规范》，其中对家居安装服务进行了明确规定。行业内较规范的品牌企业愈来愈重视安装服务水平的提升，通过员工培训、岗位资格认证、制定安装服务流程和规范，以及客户满意度回访等方式不断提升安装服务水平，带动行业整体安装服务能力的提升。

（九）所处行业与上下游行业关系

定制厨柜、衣柜行业上游为板材、石材、厨电、五金配件等行业，下游用户为商品住房购买者、旧房二次装修消费者及推出精装修商品住房的房地产企业。

1、本行业与上游行业的关联性

近年来，定制厨柜、衣柜行业的快速发展带动了板材、石材、五金配件等原材料行业和厨电产品制造行业的快速发展。相关上游产品制造企业众多，市场供应充足，能够保障定制厨柜、衣柜行业发展的需要。由于板材、石材、五金配件及厨电产品等原材料在公司生产成本中比重较大，因此，上游行业价格波动会对本行业利润水平产生一定影响。

2、本行业与下游行业的关联性

国民经济的持续健康发展、居民可支配收入的不断提升和城镇化进程的加快推进，给我国定制厨柜、衣柜行业发展带来了良好的宏观经济环境，商品住房购买者、旧房二次装修消费者及推出精装修商品住房的房地产企业需求的快速增长直接带动了我国定制厨柜、衣柜行业的快速发展。

定制厨柜、衣柜作为个性化设计、标准化和规模化生产的行业，在我国处于快速发展阶段，行业增速较快，市场容量较大。受庞大的婚龄人口、改善性装修、住宅精装、保障房建设、三线和四线城市需求快速增长等因素的影响，定制厨柜、衣

柜发展前景非常广阔。同时，定制橱柜、衣柜对传统橱柜、衣柜市场具有一定的替代作用，替代需求市场空间也较大。因此，总体来看，目前定制橱柜、衣柜行业的发展受房地产行业调控政策影响不大。

（十）行业利润水平及变动趋势

受益于国内消费的持续旺盛和出口市场的增长，近年来我国家具行业整体盈利水平保持持续增长。根据国家统计局历年《中国统计年鉴》，2012年-2015年，我国家具行业规模以上企业主营业务收入分别为5,629.41亿元、6,462.8亿元、7,187.4亿元和7,872.5亿元，利润总额分别为407.15亿元、403.9亿元、441.9亿元和500.9亿元，税前利润率分别为7.27%、6.25%、6.15%及6.36%，保持较为稳定态势。

定制家居行业内企业的盈利水平与其设计研发实力、销售渠道资源、品牌影响力以及内部成本控制水平等有着直接的关系。一般而言，具备自主研发能力、品牌知名度高、销售渠道覆盖面广的定制家居企业利润率较高。

（十一）行业经营模式、周期性和季节性

1、行业经营模式

从整体经营模式来看，定制家居产品为个性化设计、规模化和标准化生产的产品，行业企业通常采取按客户订单安排生产的经营模式。店面接受客户订单，然后专业设计师上门测量并根据客户需求设计方案，待客户确认后，拆解订单、安排生产并进行安装及售后服务。

从具体经营模式来看，定制家居行业包括经销模式、直营模式、大宗客户模式三种类型。经销模式是定制家居企业通过经销商门店开展品牌定制家居产品零售业务，是目前国内定制家居企业的主要销售模式；直营模式是定制家居企业通过直营专卖店开展品牌定制家居产品零售业务；大宗用户模式是定制家居企业向房地产企业等大宗用户客户开展品牌定制家居产品销售。

2、周期性

定制家居应用于家居装修，其生产和销售会受到国民经济发展水平、居民可支配收入变化、房地产行业的景气程度以及消费习惯的转变等因素的影响，总的来说，定制家居行业的周期性与国民经济整体发展的周期一致。但是，由于国内定制家居

行业还处于行业快速发展的初期，市场基数小，新房装修和二次装修孕育着定制家居行业巨大的发展空间，因此，行业在现阶段的周期性并不明显。

3、区域性

定制家居的消费者主要面向国内市场普通消费者，不存在区域性限制。

4、季节性

定制家居行业的季节性与居民的商品住房购买和商品房的交房时间有关，也与居民旧房二次装修需求有关，由于气候差异对装修效果的影响以及春节因素影响，定制家居产品一般上半年属于销售淡季，下半年属于销售旺季。

三、发行人在行业中的竞争地位

（一）发行人行业地位

1、定制橱柜领域

在定制橱柜领域，公司融合世界厨房艺术精髓，兼顾中国家庭的传统烹饪习惯，在业内较早引入法式风格，实现本土渠道资源以及生产能力与国外先进定制橱柜理念的有机融合，打造“品味厨房”生活新风尚。公司作为定制橱柜行业的领军品牌之一，在品牌知名度、研发设计、营销网络、综合服务等方面竞争优势明显，市场影响力较强。

公司是全国工商联家具装饰业商会橱柜专业委员会执行会长和衣柜专业委员会副会长、中国五金制品协会厨房设备分会执行会长，是中国橱柜行业消费白皮书参编企业之一。公司皮阿诺商标和橱柜产品先后被认定为“广东省著名商标”、“广东省名牌产品”；皮阿诺橱柜品牌荣获“中国橱柜行业‘创新服务’体系建设双十大示范品牌”、“中国橱柜行业十大品牌”、“中国橱柜行业‘创新发展’十大品牌”等称号；橱柜产品设计先后获得“中国橱柜行业时尚设计金奖”、“中国建筑材料流通协会科学技术奖”等奖项。

2、定制衣柜领域

在公司定制橱柜形成品牌效应，并形成一定的市场规模后，公司凭借品牌优势、渠道优势、人才优势，涉足定制衣柜领域，公司是全国工商联家具装饰业商会衣柜

专业委员会副会长。公司敏捷把握市场动态和消费者需求特点，不断丰富产品内涵，塑造时尚、精致、高品位的定制衣柜产品，引领定制衣柜的市场潮流。公司皮阿诺衣柜品牌荣获“中国衣柜行业‘质量服务’双十大示范品牌”等称号；衣柜产品设计获得“中国衣柜行业诚信服务时尚设计金奖”等奖项。

（二）主要竞争对手

1、定制厨柜领域

公司在定制厨柜领域的主要竞争对手情况如下：

竞争对手名称	竞争对手简要情况
欧派	该公司的主要产品包括厨柜、衣柜、厨房电器、卫浴、木门、实体面材等。
博洛尼家居用品（北京）股份有限公司	该公司的主要产品包括整体厨房、内门移门系统、整体卫浴、板式家具、软体家具、地板楼梯、室内设计和装饰装修等。
志邦	该公司的主要产品为定制厨柜。
金牌	该公司的主要产品为定制厨柜。
我乐	该公司的主要产品为定制厨柜。

2、定制衣柜领域

定制衣柜领域的主要生产厂商情况如下：

生产厂商简称	生产厂商简要情况
索菲亚	该公司的主要产品为定制衣柜。
欧派	该公司的主要产品包括厨柜、衣柜、厨房电器、卫浴、木门、实体面材等。
好莱客	该公司的主要产品为定制衣柜。
广东顶固集创家居股份有限公司	该公司的主要产品包括衣柜、滑动门、生态门、五金等。
广州尚品宅配家居用品有限公司	该公司的主要产品包括厨柜、衣柜、书柜、厅柜、鞋柜等。

（三）发行人的竞争优势和劣势

1、竞争优势

（1）品牌优势

公司自成立以来，始终专注于定制厨柜、定制衣柜等定制家具领域，坚持自主品牌与原创设计，为全国工商联家具装饰业商会橱柜专业委员会执行会长和衣柜专业委员会副会长、中国五金制品协会厨房设备分会执行会长。

近几年，公司或公司产品、产品获得的主要荣誉情况如下：

序号	年度	评定/授予单位	认证/获奖名称
1	2009/2011/2012	中华人民共和国环境保护部	中国环境标志产品认证证书
2	2010	广东省工商行政管理局	广东省著名商标
3	2010	中国建筑装饰协会厨卫工程委员会	中国厨卫百强-橱柜领军企业 10 强
4	2011/2014	全国工商联家具装饰业商会、全国工商联家具装饰业商会橱柜专业委员会	中国橱柜行业时尚设计金奖
5	2011	全国工商联家具装饰业商会衣柜专业委员会	中国衣柜行业诚信服务时尚设计金奖
6	2011	国家科学技术奖励工作办公室、中国建筑材料流通协会	中国建筑材料流通协会科学技术奖
7	2011	广东省品牌产品评价中心	广东省名牌产品
8	2012/2013/2014	中国质量检验协会	全国质量诚信承诺优秀示范企业、全国质量检验稳定合格产品、全国质量诚信优秀典型企业
9	2012/2015	全国工商联家具装饰业商会	中国橱柜行业“创新 服务”体系建设双十大示范品牌、中国衣柜行业“质量服务”双十大示范品牌、中国橱柜行业“创新发展”十大品牌、中国橱柜行业质量示范企业
10	2012/2014/2015	中华橱柜网	中国橱柜十大品牌、中国橱柜十佳品牌
11	2015	广东省家居业联合会、广东省家具商会	广东泛家居领域最具价值十强品牌、广东泛家居领域创新能力十强品牌

（2）研发优势

经过多年的发展，公司已经从科研立项、科技经费申请、研发绩效考核、科技成果转化等方面，建立了较完善的研发管理体系。在自有研发设计的基础上，公司还积极构建“产-学-研”平台，成立了科学艺术厨房研究院。公司不断推出创新产品，引领市场消费风尚。截至本招股说明书签署日，公司共获得专利 86 项，其中发明专利 2 项、实用新型专利 16 项、外观设计专利 68 项。公司产品设计先后获得“中国橱柜行业时尚设计金奖”、“中国衣柜行业诚信服务时尚设计金奖”，厨柜烤漆印花工艺获得“中国建筑材料流通协会科学技术奖”。

（3）营销服务网络优势

公司基于定制厨柜、定制衣柜独特的定制化生产经营模式，推行以市场为导向的市场战略，制定了以连锁经销为主、经销与直营相结合的渠道发展模式，在营销渠道方面深耕细作，经过多年来的发展，建立了与公司紧密合作、共同成长、遍布全国的营销服务网络。截至 2016 年 12 月 31 日，公司厨柜类经销商数量为 591 家，经销商门店数量为 658 家；衣柜类经销商数量为 290 家，经销商门店数量为 296 家。同时，公司在重庆市及中山市设立了 5 家直营专卖店。目前公司定制厨柜、衣柜及其配套家居产品已完成了全国性的销售网络布局，为公司的快速发展奠定了坚实的市场基础。

（4）生产制造优势

公司采用“标准件+非标件”相结合的复合生产模式，引进先进的柔性生产线，标准件规模化生产，非标件柔性化制造，兼顾个性化和高质量的同时形成规模生产，提升产品性价比。

在生产管理上，公司制定了详细的管理文件，规范了生产过程各环节，包括优化设计、板材利用率、生产效率、产品质量控制等，进一步提升制造和工艺基础，提高产品质量。

（5）信息化技术应用优势

公司充分发挥信息技术的渗透性和创新性优势，引进 SAP 企业资源计划系统、“造易解决之道”订单管理系统、3D 在线设计电子商务系统等，构建了符合公司精益管理、柔性生产特点的信息化系统，并不断摸索、研究和优化，实现了公司定制厨柜、定制衣柜产品个性化设计、规模化及标准化生产的一体化，对公司订单管理、工艺技术等进行了再造，在生产和服务的各个环节不断提高自动化、智能水平，提高产品质量，缩短生产周期。信息技术管理系统的全面应用对公司生产制造和经营管理形成了重要的技术支撑，形成了公司的信息技术优势。

（6）经营团队和管理优势

公司拥有一支敬业务实的经营管理团队，核心管理层团队在定制家居行业有较长工作经验，对定制家居行业具有深刻的洞察和理解，对该行业的发展动态有着准确的把握。公司拥有一支生产、销售、技术研发、产品设计等专业人才队伍，能较

好的把握不同客户及项目的消费偏好，并藉此开发出具有较强客户系统针对性的营销、服务流程。同时，公司在行业人才的招聘、引进、培养、激励等方面有着独到的系统方法，并以此构筑了公司的经营团队和管理优势。

2、竞争劣势

（1）公司融资渠道单一，资金实力无法满足业务跨越性发展需要

近年来，伴随行业的快速发展，公司生产经营规模不断扩大，品牌知名度不断提高，为进一步提升公司市场地位，公司需要在产能扩建、技术升级、产品创新、广告投入等方面持续投入大量资金。但是，与同行业上市公司相比，公司融资渠道单一，公司只能通过内部利润积累和外部银行贷款融资等方式筹集资金，资金实力无法满足公司跨越性发展的需要。在本次股票发行及上市后，公司的资本规模、融资能力将得到改善，公司的快速发展将获得有力的资金支持。

（2）公司生产规模偏小

尽管公司在定制厨柜、定制衣柜领域已形成较强的品牌影响力，但因资金实力、融资渠道等制约，公司发展只能依靠自身积累，生产规模相对偏小，无法满足快速增长的市场需求，从而制约了公司的未来发展。

（3）营销网络有待进一步优化和扩大

尽管公司已经建设了较为完善的营销网络，但随着市场对“皮阿诺”品牌认可度以及对行业服务水平要求的提高，公司现有营销网络的规模与结构已无法满足快速增长的市场需求，并在一定程度上制约了公司的快速发展，公司迫切需要进一步优化和扩大营销网络。

四、发行人主营业务情况

（一）发行人的主要产品及用途


公司产品定位于中高端消费市场，每类产品均具有不同的风格定位与文化内涵。经过多年打造，公司定制厨柜已形成豪华欧式宫廷系列、实木美式系列、一般简欧系列、印花烤漆系列、钢琴烤漆系列、现代吸塑系列等多个产品系列，定制衣柜已形成实木欧式、一般简欧、现代百叶、现代皮革、现代板式等多个产品系列，产品风格体系丰富，能够满足中高端客户多样化的消费需求。

公司主要产品系列及代表作品列示如下：

产品名称	产品系列	产品描述	图片示例
定制 厨柜	豪华欧式宫廷 系列 代表：凡尔赛之 星	花色：米白色、描金 美学风格：古典法式 风格；豪华高雅。 产品主要特点：罗马 柱、雕花及门板装饰 体现法式宫廷艺术 魅力。	
	实木美式系列 代表：特拉斯堡	花色：棕色 美学风格：美式经典 风格。 产品主要特点：美式 文化内涵与艺术生 活相融，整体布局以 及罗马柱与门板设 计显示和谐和浪漫。	
	豪华欧式宫廷 系列 代表：金御王朝	花色：原木色 美学风格：欧式经典 风格。 产品主要特点：皮质 背板及装饰板；造 型、纹路、雕饰和色 调细腻高贵。	

产品名称	产品系列	产品描述	图片示例
	<p>钢琴烤漆系列</p> <p>代表：阿尔卑斯</p>	<p>花色：白色</p> <p>美学风格：后现代美学风格；流畅、高档。</p> <p>产品主要特点：采用高强度钢化玻璃台面；门板采用烤漆工艺技术。</p>	
	<p>印花烤漆系列</p> <p>代表：香雪</p>	<p>花色：白色</p> <p>美学风格：现代美学风格；时尚、简约。</p> <p>产品主要特点：陶瓷烤漆工艺搭配飘逸图案；大圆弧门型更具空间感。</p>	
	<p>钢琴烤漆系列</p> <p>代表：金色港湾</p>	<p>花色：金色</p> <p>美学风格：后现代风格；豪华、优雅。</p> <p>产品主要特点：一字型拉手，环保平贴板，嵌入式高柜。</p>	

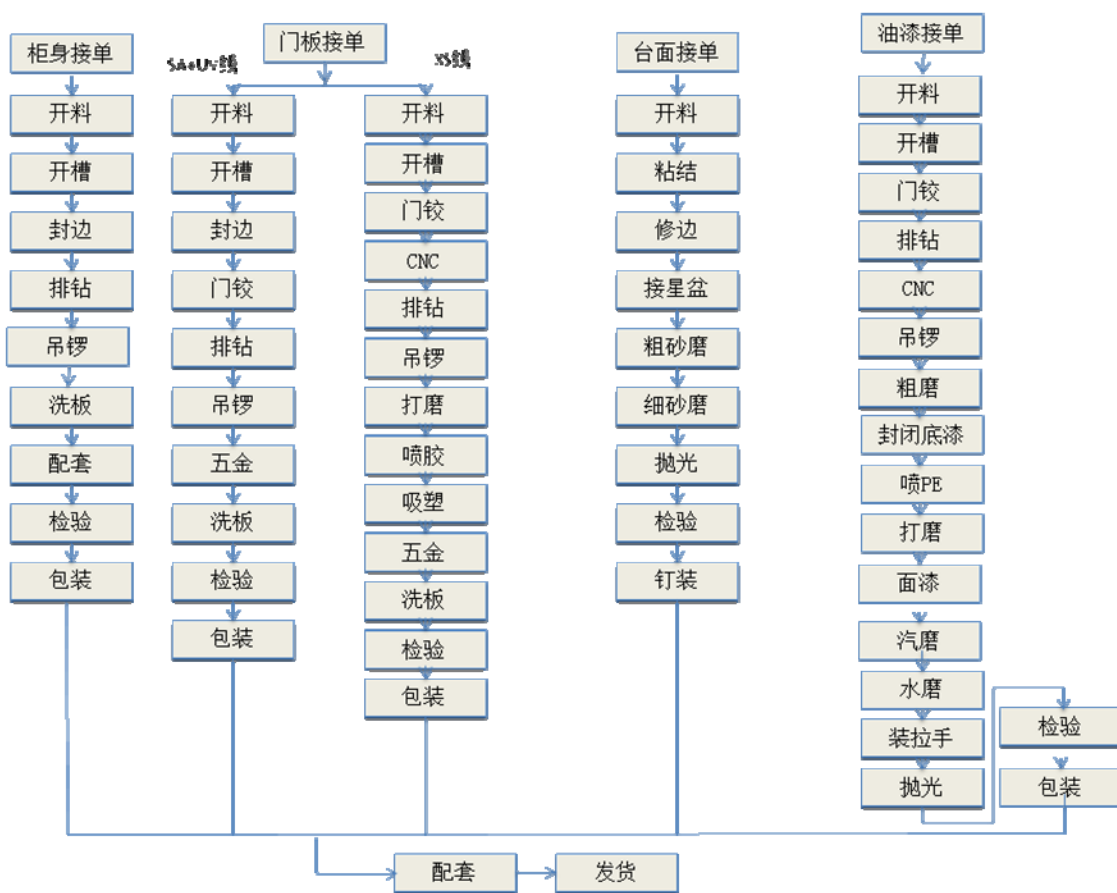
产品名称	产品系列	产品描述	图片示例
定制衣柜	欧式系列 代表：埃菲尔	花色：暖白色 美学风格：欧式古典风格；大气稳重。 产品主要特点：立体回型门板结合罗马柱的设计，点缀欧式古铜雕花拉手，立体感强。	
	一般简欧系列 代表：卢浮宫	花色：白色 美学风格：简欧田园风格；简约、流畅。 产品主要特点：百叶门配合简约的回字造型；拉手采用古铜与陶瓷相结合。	
	现代板式系列 代表：枫木印象	花色：白色 美学风格：现代美学风格；温馨、时尚。 产品主要特点：双饰面门板色彩温馨、淡雅；金属与皮革相结合的拉手，造型独特。	

产品名称	产品系列	产品描述	图片示例
	现代板式系列 代表：米白布纹	花色：米白色 美学风格：现代美学风格；时尚简约。 产品主要特点：布纹肌理板材及简约的设计风格；简单的线条与色调搭配塑造美感。	

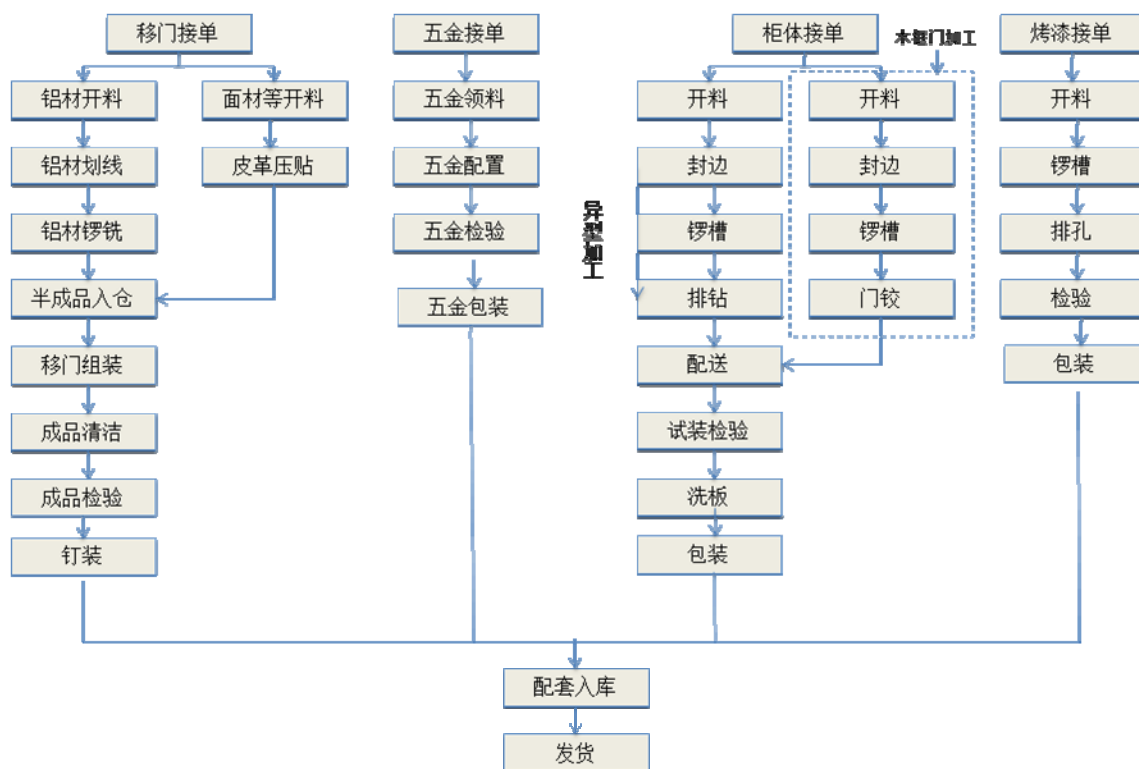
（二）主要产品的生产工艺流程

公司主要经营的定制厨柜、定制衣柜等产品采用订单式生产模式，公司建立健全了 ISO9001 质量管理体系，应用于公司生产的整个流程控制，实现了精细化生产管理。公司定制厨柜、定制衣柜的生产制造环节工艺流程图如下：

厨柜生产流程



衣柜生产流程

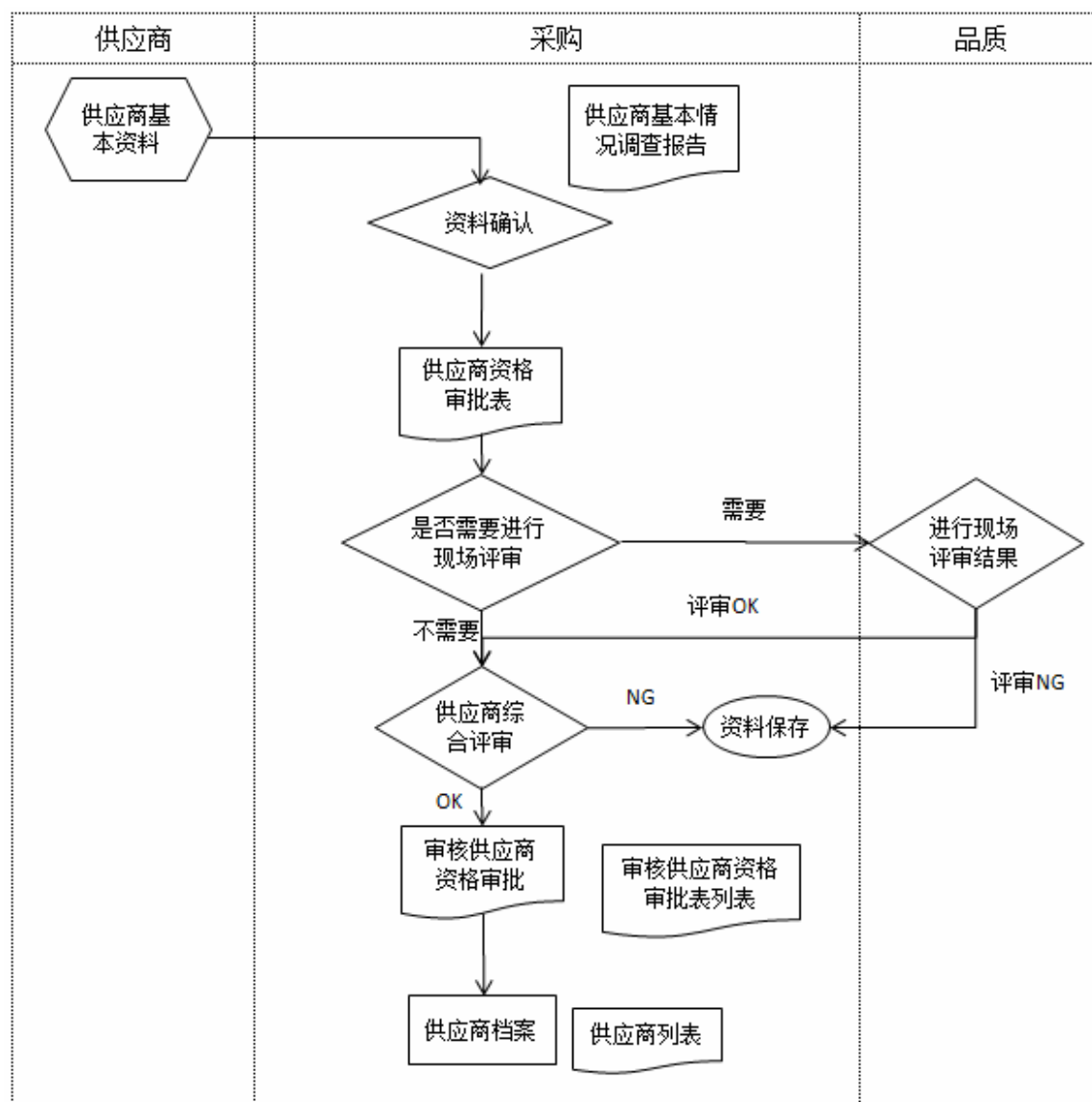


（三）主要经营模式

1、采购模式

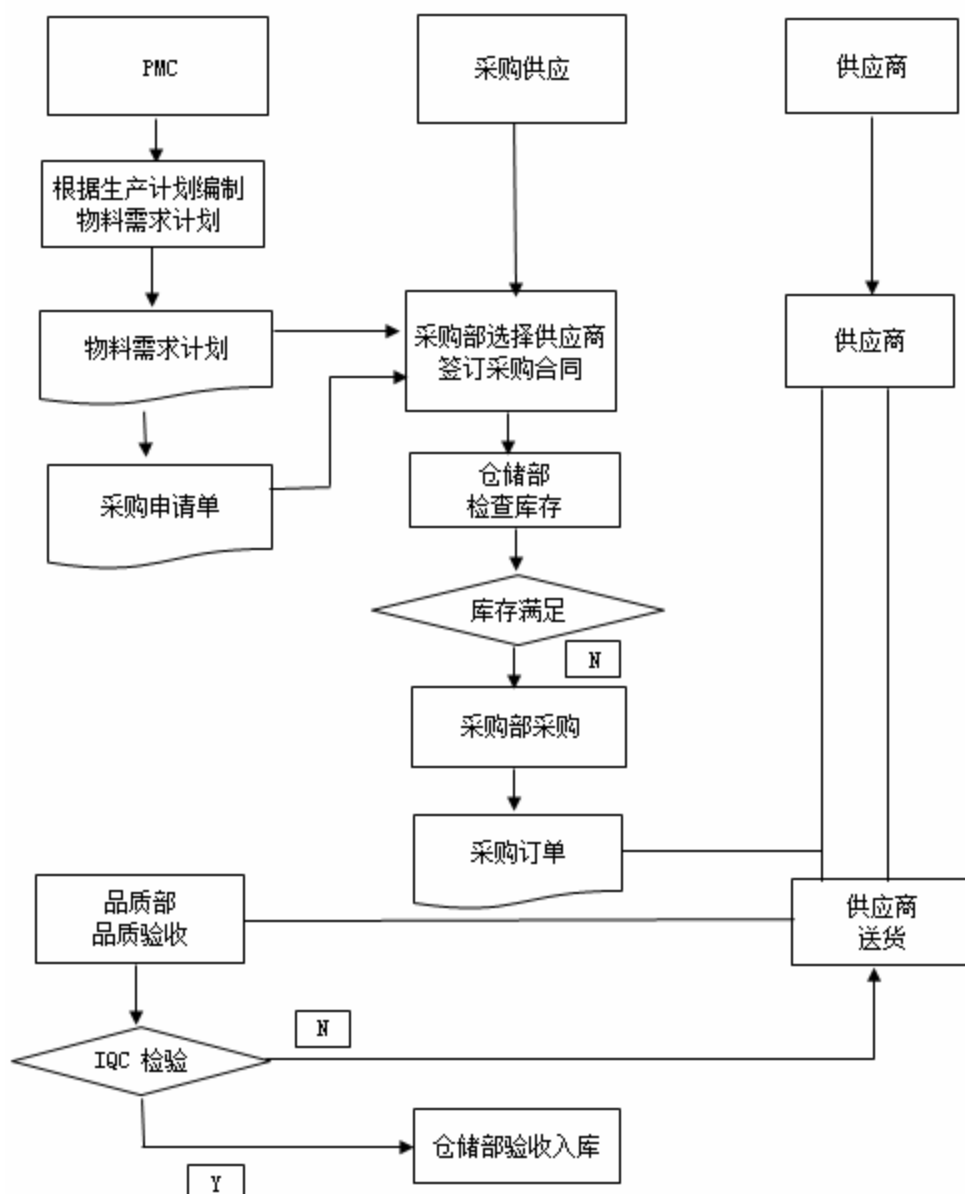
公司设置采购开发部，负责主要材料供应商的开发与管理，采购开发部会紧密关注公司所需主要物料国内供应商的变动情况，为了保障公司产品品质，在板材、台面、五金配件等方面，注重与国内排名靠前供应商建立合作机会。为保证产品品质及控制采购成本，采购开发部制定了严格的供应商管理控制程序，对于重要物料，需要经过实地评估和样品评估程序，经评估合格后，方可纳入合格供应商名录，采购开发部会每年对各类主要物料供应商进行招标，由供应商报价，并综合评审各供应商产品品质、市场声誉、创新能力、售后服务、价格等诸多因素后，各主要物料供应商一般选定 2-3 家，随后与之按年签订框架供货协议。

采购开发部的采购开发流程图如下：



公司设置采购供应部负责制定月材料采购计划，并组织贯彻执行；仓储部门负责公司原材料、半成品和产成品的出入库管理以及盘点工作；品管部门负责采购物料质量控制、供应商物料的质量检验及评定。公司采购的原材料主要包括板材、石材、五金配件、厨电产品以及其他辅助原材料（如包装材料等）。为保证公司采购适时、适量、适价，公司制定了严格的采购管理控制程序，以便于供应商及时并保质保量供货。

公司物料采购流程图如下：



2、生产模式

公司主要产品定制厨柜、定制衣柜以“量身定制”为核心，生产模式上，公司主要采用订单生产的方式进行自主生产。公司在接受订单以后，将订单拆分为各种组件，并根据客户订单及工程项目的需求和交货期限安排生产。

公司厨柜配套用厨电和部分组件（如板材压贴）等制造行业的技术及质量管理等方面较为成熟、完善，公司将该部分组件生产业务以外协或 OEM 外包方式进行生产，并制定了相关控制制度对外协或外包生产进行严格的流程及质量管控。

(1) 厨电 OEM

报告期内，公司向 OEM 供应商采购的厨电产品主要包括灶具、消毒柜、烟机

和烤箱。报告期各期，公司主要厨电 OEM 供应商及其变动情况如下：

2016 年度厨电 OEM 主要供应商					
序号	外协供应商名称	主要 OEM 内容	OEM 数量 (台)	OEM 金额 (万元)	占厨电 OEM 比例 (%)
1	中山日顺	烟机、除臭机	23,224	1,690.41	37.01
2	中山天隆	烤箱、消毒柜、灶具	18,106	1,430.16	31.32
3	中山华创	灶具	19,527	753.25	16.49
4	佛山日野	消毒柜、灶具	4,590	254.12	5.56
5	中山佳威路	烤箱、电蒸炉	1,184	145.71	3.19
合计			66,631	4,273.65	93.57
2015 年度厨电 OEM 主要供应商					
序号	外协供应商名称	主要 OEM 内容	OEM 数量 (台)	OEM 金额 (万元)	占厨电 OEM 比例 (%)
1	中山日顺	烟机	16,858	1,233.14	44.67
2	中山华创	灶具	15,295	600.74	21.76
3	佛山日野	消毒柜、灶具	6,171	327.76	11.87
4	中山天隆	消毒柜、灶具、烤箱	3,160	219.26	7.94
5	中山佳威路	烤箱、电蒸炉	1,172	144.57	5.24
合计			42,656	2,525.47	91.48
2014 年度厨电 OEM 主要供应商					
序号	外协供应商名称	主要 OEM 内容	OEM 数量 (台)	OEM 金额 (万元)	占厨电 OEM 比例 (%)
1	佛山日野	消毒柜、灶具	18,915	855.05	29.03
2	中山日顺	烟机	10,467	744.13	25.27
3	绍兴普力欧	烟机	5,735	414.91	14.09
4	浙江美多	烟机	4,057	297.80	10.11
5	中山华创	灶具	5,984	279.17	9.48
合计			45,158	2,591.06	87.98

注：中山天隆全称为“中山市天隆燃具电器有限公司”；中山华创全称为“中山市华创燃具制造有限公司”；中山日顺全称为“中山市日顺厨卫有限公司”；佛山日野全称为“佛山市顺德区日野电气有限公司”；绍兴普力欧全称为“绍兴市普力欧电器有限公司”；浙江美多全称为“浙江美多电器有限公司”；中山佳威路全称为“中山佳威路家用电器有限公司”，下同。

报告期内，公司主要厨电 OEM 供应商变动情况及原因如下：

①灶具的主要 OEM 供应商由佛山日野变为中山华创，主要基于质量稳定、运输距离等方面综合考虑。

②中山天隆排名跃居 2016 年第 2 名，主要与 2016 年上半年 315 消费者权益日和 51 假期的促销活动有关（烤箱赠送）。

报告期内，公司向同一厨电 OEM 供应商采购的厨电产品在不同年度间价格保持稳定，并总体呈小幅下降趋势。

报告期内，公司经产品质量、运输距离等因素综合考虑后，一类厨电产品一般集中于 1 家采购，另 1-2 家备选，由于不同供应商之间采购的产品具体型号、性能、

档次存在较明显差异，因此不同供应商之间的采购价格存在一定合理差异。

(2) 板材压贴

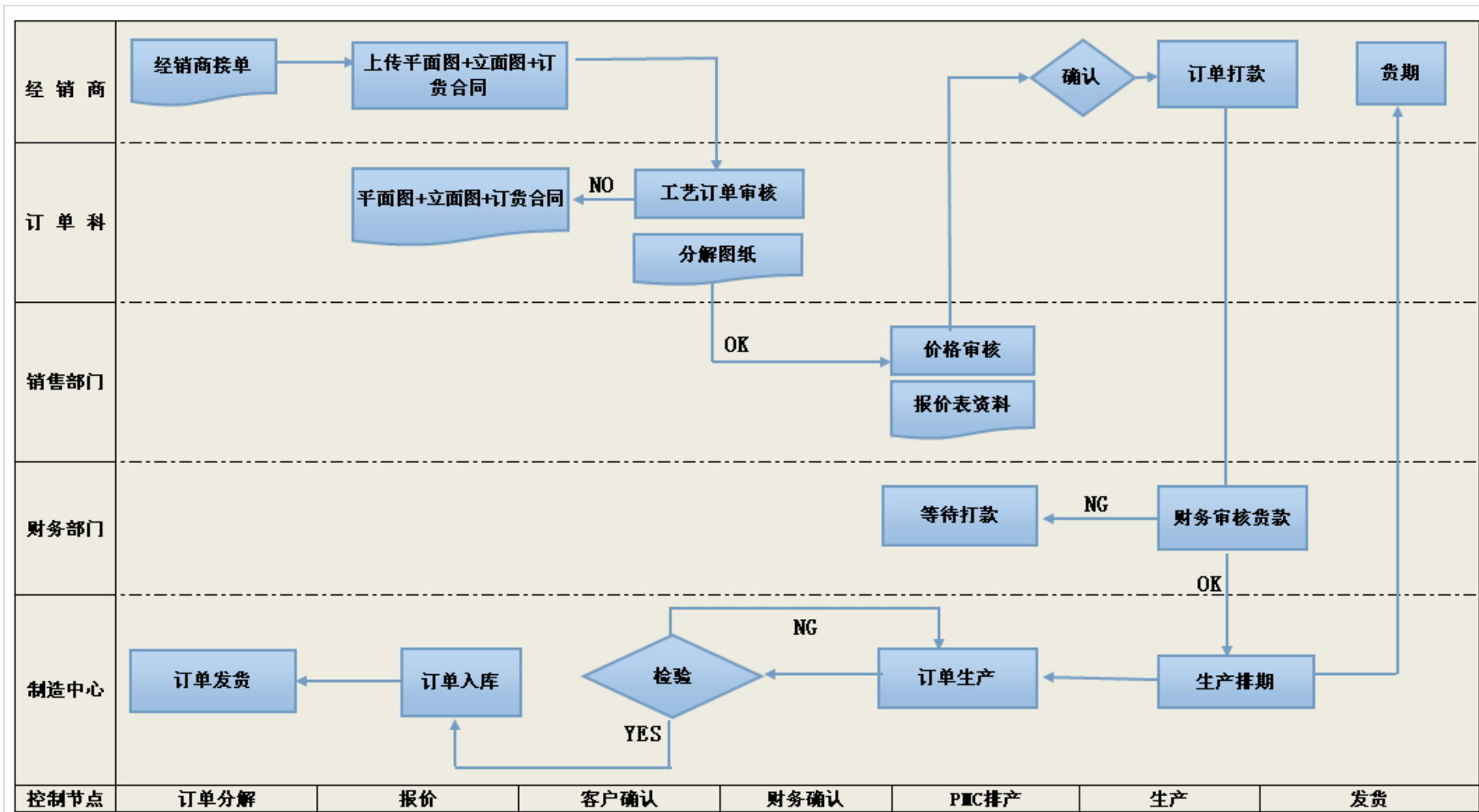
报告期各期，公司主要板材压贴外协供应商及其变动情况如下：

2016 年板材压贴外协主要供应商					
序号	外协供应商名称	外协内容	外协数量 (张)	外协金额 (万元)	占板材压贴外协比例 (%)
1	佛山粤山	板材压贴加工	249,084	637.64	43.59
2	东莞穗丰	板材压贴加工	326,253	566.57	38.73
合计			575,337	1,204.21	82.32
2015 年度板材压贴外协主要供应商					
序号	外协供应商名称	外协内容	外协数量 (张)	外协金额 (万元)	占板材压贴外协比例 (%)
1	东莞穗丰	板材压贴加工	244,517	436.07	53.21
2	佛山粤山	板材压贴加工	80,145	235.65	28.76
合计			324,662	671.73	81.97
2014 年度板材压贴外协主要供应商					
序号	外协供应商名称	外协内容	外协数量 (张)	外协金额 (万元)	占板材压贴外协比例 (%)
1	东莞穗丰	板材压贴加工	242,574	490.33	56.17
2	佛山粤山	板材压贴加工	75,703	214.90	24.62
合计			318,277	705.23	80.79

注：东莞穗丰全称为“东莞市穗丰装饰材料有限公司”；佛山粤山全称为“佛山市三水粤山装饰实业有限公司”，下同。

报告期内，公司主要板材压贴外协供应商为东莞穗丰、佛山粤山，未发生变化，同一板材压贴外协供应商不同年度的加工单价保持稳定，不同板材压贴外协供应商相同压贴工序的加工单价不存在明显价格差异。因成型板材价格升高，2016 年下半年公司购置衣柜素板交佛山粤山加工，佛山粤山的外协数量和金额增加较快。

公司总体生产流程图如下：



3、销售模式

公司设置直营中心、营销中心、工程中心，负责市场运作及销售管理工作，包括市场信息的收集分析、市场开拓、客户服务、销售计划、合同管理等。其中直营中心统一管理直营专卖店的经营工作；营销中心统一管理经销商销售渠道的各项工作；工程中心负责管理大宗用户类业务的各项工作。此外，公司设置衣柜事业部，负责定制衣柜及其配套家居产品的市场开拓、业务管理等相关工作。

公司采用以经销模式为主，直营模式、大宗用户模式为辅的销售模式。报告期内，公司经销销售模式实现的收入占公司主营业务销售收入的比例在 80%-89%之间。

(1) 经销模式

①经销商总体情况

经销模式是在指定的区域内，公司授权符合要求的经销商按照公司要求开设“皮阿诺”品牌定制厨柜、衣柜及配套家具产品零售业务的一种销售模式。

公司按加盟产品类型，分别统计厨柜、衣柜经销商数量，对于同时签订厨柜和衣柜经销商协议的经销商，公司按两家经销商统计数量。报告期内，公司皮阿诺品牌定制厨柜、衣柜经销商及其店面数量呈持续增长态势。截至 2016 年 12 月 31 日，公司拥有定制厨柜、衣柜经销商数量总计 881 家，经销商店面数量为 954 家，其中：定制厨柜经销商数量为 591 家，经销商店面数量为 658 家；定制衣柜经销商数量为 290 家，经销商店面数量为 296 家。剔除重叠经销商后，公司经销商数量为 739 家。

目前，公司销售网络已覆盖了国内大部分四线及以上主要城市，销售网络布局较为合理。

报告期各期末，各地区厨柜经销商及其店面情况具体如下：

区域	2016/12/31		2015/12/31		2014/12/31	
	经销商家数	经销商店面个数	经销商家数	经销商店面个数	经销商家数	经销商店面个数
东北	37	39	33	37	38	42
华北	81	93	73	83	74	83
华东	137	147	130	140	132	142
华南	70	77	66	80	56	69
华中	134	147	128	143	120	133

西北	48	58	39	48	31	37
西南	84	97	71	87	66	81
合计	591	658	540	618	517	587

报告期各期末，各地区衣柜经销商及其店面情况具体如下：

区域	2016/12/31		2015/12/31		2014/12/31	
	经销商家数	经销商店面个数	经销商家数	经销商店面个数	经销商家数	经销商店面个数
东北	22	22	19	19	16	16
华北	34	37	27	30	26	28
华东	70	71	59	61	50	50
华南	37	38	25	26	22	23
华中	48	48	46	46	49	49
西北	38	39	29	29	19	19
西南	41	41	35	35	30	30
合计	290	296	240	246	212	215

②经销商数量、收入区域分布及集中度分析

报告期各期，按区域划分经销商数量、经销商收入，各区域经销商平均收入情况具体如下：

单位：家、万元

区域	产品类别	2016 年度			2015 年度			2014 年度		
		期末数量	主营收入	平均主营收入	期末数量	主营收入	平均主营收入	期末数量	主营收入	平均主营收入
东北	厨柜	37	2,126.81	57.48	33	1,996.41	60.50	38	2,204.70	58.02
	衣柜	22	346.30	15.74	19	302.66	15.93	16	401.29	25.08
华北	厨柜	81	5,388.21	66.52	73	4,848.51	66.42	74	4,820.65	65.14
	衣柜	34	1,404.17	41.30	27	906.95	33.59	26	681.97	26.23
华东	厨柜	137	8,768.82	64.01	130	6,453.32	49.64	132	7,023.83	53.21
	衣柜	70	1,759.28	25.13	59	1,230.03	20.85	50	1,114.94	22.30
华南	厨柜	70	4,556.69	65.10	66	3,520.13	53.34	56	3,594.04	64.18
	衣柜	37	1,373.98	37.13	25	902.83	36.11	22	770.68	35.03
华中	厨柜	134	9,094.22	67.87	128	8,197.16	64.04	120	8,646.71	72.06
	衣柜	48	1,799.15	37.48	46	1,277.84	27.78	49	1,316.80	26.87
西北	厨柜	48	3,510.56	73.14	39	3,241.31	83.11	31	2,227.13	71.84
	衣柜	38	1,609.76	42.36	29	1,165.92	40.20	19	587.34	30.91
西南	厨柜	84	7,106.57	84.60	71	5,716.59	80.52	66	5,752.96	87.17
	衣柜	41	1,757.01	42.85	35	1,220.34	34.87	30	940.07	31.34
合计	厨柜	591	40,551.86	68.62	540	33,973.43	62.91	517	34,270.02	66.29
	衣柜	290	10,049.65	34.65	240	7,006.58	29.19	212	5,813.10	27.42

公司报告期厨柜经销商数量保持持续稳定增长趋势，截至 2016 年 12 月底已达 591 家，较 2014 年底增加 74 家。公司厨柜经销商主要集中于华东、华中和西南地区，报告期各期上述区域厨柜经销商数量占厨柜经销商总量的比例分别为 61.51%、60.93%和 60.07%，上述区域厨柜经销商收入占厨柜经销商总收入的比例分别为 62.51%、59.95%和 61.57%，这与区域的经济水平、定制家居市场竞争的整体状况和公司厨柜经销商的区域分布基本一致。公司 2014-2016 年度厨柜产品经销商平均收入分别为 66.29 万元、62.91 万元和 68.62 万元，整体呈上升趋势。

公司报告期衣柜经销商数量快速增长，截至 2016 年 12 月底已达 290 家，较 2014 年底增加 78 家。公司衣柜经销商主要集中于华东、华中和西南地区，报告期各期上述区域衣柜经销商数量占衣柜经销商总量的比例分别为 60.85%、58.33%和 54.83%，上述区域衣柜经销商收入占衣柜经销商总收入的比例分别为 58.00%、53.21%和 52.89%，这与区域的经济水平、定制家居市场竞争的整体状况和公司衣柜经销商的区域分布基本一致。公司 2014-2016 年度衣柜产品经销商平均收入分别为 27.42 万元、29.19 万元和 34.65 万元，保持整体稳定上升趋势。

报告期各期，按收入区间划分经销商数量、经销商收入分布情况具体如下：

单位：家、万元

收入区间	产品类别	2016 年度			2015 年度			2014 年度		
		数量	数量占比	主营收入	数量	数量占比	主营收入	数量	数量占比	主营收入
50 万以上	厨柜	262	44.33%	32,217.31	229	42.41%	25,754.54	227	43.91%	25,807.80
	衣柜	60	20.69%	6,107.33	41	17.08%	3,664.30	33	15.57%	2,582.09
30-50 万	厨柜	119	20.14%	4,763.08	102	18.89%	4,289.14	126	24.37%	5,307.37
	衣柜	45	15.52%	1,815.65	35	14.58%	1,427.57	35	16.51%	1,440.90
10-30 万	厨柜	144	24.37%	3,243.37	144	26.67%	3,554.00	124	23.98%	2,782.39
	衣柜	88	30.34%	1,777.70	71	29.58%	1,584.56	70	33.02%	1,410.96
10 万以下	厨柜	66	11.17%	328.12	65	12.04%	375.75	40	7.74%	372.46
	衣柜	97	33.45%	348.97	93	38.75%	330.15	74	34.91%	379.15
合 计	厨柜	591	100.00%	40,551.86	540	100.00%	33,973.43	517	100.00%	34,270.02
	衣柜	290	100.00%	10,049.65	240	100.00%	7,006.58	212	100.00%	5,813.10

公司 2014-2016 年厨柜经销商数量整体保持稳定增长趋势。2015 年度，公司当年收入 30 万以上的厨柜经销商数量略有下降，主要因为受宏观经济增长放缓的不利影响，公司厨柜经销收入小幅下降。公司 2014-2016 年各收入区间衣柜经销商数量均保持增长趋势，衣柜经销收入快速增长。

③近三年持续与公司存在业务往来的经销商情况

近三年，持续与公司存在业务往来的经销商的数量、收入及毛利率整体情况如下：

单位：家、万元

类别	经销商数量	2016 年度		2015 年度		2014 年度	
		主营收入	毛利率	主营收入	毛利率	主营收入	毛利率
厨柜	366	30,488.05	40.41%	28,161.04	39.31%	26,463.38	39.92%
衣柜	136	6,309.53	30.77%	4,885.73	29.85%	3,687.00	23.57%
合计	502	36,797.58	38.75%	33,046.77	37.91%	30,150.38	37.92%
所有经销商合计	685	50,601.51	37.65%	40,980.01	38.06%	40,083.12	37.59%
占比/差异	73.28%	72.72%	1.10%	80.64%	-0.15%	75.22%	0.33%

注 1：部分经销商分别与公司签订厨柜、衣柜经销合同，视同两家经销商。

注 2：所有经销商合计为截至 2014 年 1 月 1 日的厨柜、衣柜经销商合计数量。

报告期持续与公司存在业务往来的经销商数量占公司 2014 年初经销商数量总数的比例为 73.28%，公司经销商保持整体稳定；各期持续业务往来的经销商收入占经销总收入的比例均高于 70%，说明公司经销收入主要来源于长期合作的经销商，经销模式业务持续健康发展。报告期内，持续与公司存在业务往来的经销商毛利率与公司经销模式下整体毛利率基本一致，无明显差异。

近年来公司坚持“先款后货”为主的销售原则，报告期各期末应收账款余额很低，公司厨柜、衣柜经销商的应收账款主要来自德宏厨卫。

报告期各期，持续与公司存在业务往来的前 20 大经销商名称、对应的收入、期末应收账款的金额情况，具体如下：

A、2016 年度，持续经销商（前 20 大）的销售情况

单位：万元

序号	经销商名称	主营收入		应收账款余额
		厨柜	衣柜	
1	德宏厨卫	948.92	-	348.01
2	云南昆明-蒲娟	428.95	175.85	-
3	山东济南-孙岩	436.88	-	-
4	湖北恩施-黄金雷	382.65	-	-
5	新疆伊宁-牛卫红	236.06	141.30	-
6	河北承德-张丽燕	271.94	88.96	-
7	贵州遵义-黄建三	218.89	136.35	-
8	广东南海-梁雪洁	335.65	-	-
9	四川南充-田巧灵	21.54	296.54	-
10	山西太原-郭智文	310.34	-	-
11	湖北荆州-越普斌	-	269.17	-
12	内蒙古呼和浩特-武亮	76.45	191.68	-
13	四川攀枝花-严莉琼	266.42	-	-
14	四川成都-杨新明	230.98	23.63	-
15	河北沧州-芦凤艳	-	252.52	-
16	江苏常熟-周逸红	167.96	79.83	-
17	四川南充-赵洪平	245.65	-	-
18	四川乐山-李刚	200.26	41.19	-
19	湖北襄阳-张有刚	239.45	-	-
20	湖北荆州-宋家星	236.57	-	-
合计		5,255.56	1,697.02	348.01

B、2015 年度，持续经销商（前 20 大）的销售情况

单位：万元

序号	经销商名称	主营收入		应收账款余额
		厨柜	衣柜	
1	德宏厨卫	996.50	-	515.38

2	山东济南-孙岩	450.09	-	-
3	云南昆明-蒲娟	407.15	-	-
4	湖北恩施-黄金雷	388.45	-	-
5	四川成都-杨新明	371.49	-	-
6	贵州遵义-黄建三	178.69	148.85	-
7	湖北荆州-宋家星	309.21	-	-
8	山西太原-郭智文	301.88	-	-
9	四川攀枝花-严莉琼	266.62	-	-
10	四川乐山-李刚	248.34	13.78	-
11	新疆乌鲁木齐-冯瑞芳	183.20	71.93	-
12	陕西神木-臧建伟	247.90	-	-
13	湖北孝感-严俊峰	102.79	113.35	-
14	四川南充-田巧灵	-	214.76	-
15	河北承德-张丽燕	183.11	27.88	-
16	山东黄岛-宁永刚	209.31	-	-
17	贵州仁怀-陈小华	201.98	-	-
18	黑龙江大庆-黄萍	201.68	-	-
19	河北张家口-高中华	198.96	-	-
20	广东南海-梁雪洁	198.37	-	-
合 计		5,645.72	590.55	515.38

C、2014 年度，持续经销商（前 20 大）的销售情况

单位：万元

序号	经销商名称	主营收入		应收账款余额
		厨柜	衣柜	
1	德宏厨卫	788.54	6.05	795.99
2	四川成都-杨新明	549.59	-	-
3	湖北恩施-黄金雷	349.07	-	-
4	四川攀枝花-严莉琼	347.53	-	-
5	湖北荆州-宋家星	329.31	-	-
6	山东济南-孙岩	318.57	-	-
7	山东黄岛-宁永刚	311.80	-	-
8	贵州遵义-黄建三	175.11	112.88	-
9	黑龙江大庆-黄萍	285.85	-	-

10	四川乐山-李刚	260.48	9.83	-
11	四川南充-赵洪平	261.82	-	-
12	云南昆明-蒲娟	252.63	-	-
13	河南许昌-孙海波	196.91	45.21	-
14	青海西宁-李春林	219.95	20.16	-
15	河北张家口-高中华	239.31	-	-
16	湖南岳阳-漆云霞	235.04	-	-
17	河北承德-张丽燕	203.26	25.69	-
18	四川南充-田巧灵	-	218.49	-
19	山西长治-长治市中鼎实业有限公司	215.37	3.08	-
20	湖北襄阳-张有刚	216.87	-	-
合 计		5,757.01	441.38	795.99

④经销商新增、撤销情况

报告期内，公司厨柜、衣柜经销商数量总体变动情况如下：

单位：家

项目	2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	厨柜	衣柜	厨柜	衣柜	厨柜	衣柜
期初经销商数量	540	240	517	212	494	191
本期新增	154	120	80	61	63	46
本期撤销	103	70	57	33	40	25
其中：换商	23	14	23	8	17	11
期末经销商数量	591	290	540	240	517	212

注：换商是指经销商经得公司同意后，将店面转给其他人员经营，公司与其他人员签署经销协议。

2014-2016 年，公司通过加大内部招商奖励力度、外部经销商支持力度等政策，一直致力于经销渠道的拓展，公司年均新增厨柜、衣柜经销商数量为 175 家，经销商总数量也从 2014 年初的 685 家增加到 2016 年末的 881 家。

报告期内，由于少数经销商存在经营能力欠缺、未能完成业绩指标等原因，公司加强了对不合格经销商的裁撤力度。2014-2016 年，公司年均裁撤厨柜、衣柜不合格经销商数量（不含换商）为 77 家，占公司 2016 年 12 月底经销商数量的 8.74%，通过裁撤不合格经销商，提高了存续经销商的质量，有利于公司经销模式业务的健康发展。

总体来看，报告期内公司经销商数量呈逐年增长趋势，公司经销商质量不断提高。

按新增当年收入区间，报告期内公司新增经销商情况具体如下：

单位：万元

期间	新增当年收入情况		数量	当年主营收入	毛利率	年末应收账款
2016 年度	50 万以上	厨柜	12	2,468.25	43.47%	-
		衣柜	6	590.92	34.44%	-
	30-50 万	厨柜	24	883.30	37.07%	-
		衣柜	6	222.01	31.86%	-
	10-30 万	厨柜	64	1,278.77	36.98%	0.42
		衣柜	44	732.78	28.26%	0.27
	10 万以下	厨柜	54	109.62	36.26%	2.69
		衣柜	64	176.43	26.38%	0.09
	合 计	厨柜	154	4,739.95	40.36%	3.10
衣柜		120	1,722.14	30.65%	0.36	
厨柜、衣柜		274	6,326.25	37.77%	3.46	
2015 年度	50 万以上	厨柜	2	219.78	42.73%	-
		衣柜	1	67.24	27.24%	-
	30-50 万	厨柜	9	312.12	29.71%	-
		衣柜	2	78.28	33.44%	-
	10-30 万	厨柜	39	787.06	33.85%	0.62
		衣柜	14	228.82	28.60%	-
	10 万以下	厨柜	30	44.97	36.40%	0.19
		衣柜	44	112.61	28.99%	0.04
	合 计	厨柜	80	1,363.93	34.42%	0.81
衣柜		61	486.95	29.28%	0.04	
厨柜、衣柜		141	1,850.88	31.65%	0.85	
2014 年度	50 万以上	厨柜	3	280.02	35.75%	-
		衣柜	-	-	-	-
	30-50 万	厨柜	17	646.96	37.75%	-
		衣柜	4	158.11	22.94%	-
	10-30 万	厨柜	38	714.87	35.33%	-
		衣柜	13	214.81	22.15%	-
	10 万以下	厨柜	5	41.25	45.19%	-
		衣柜	29	46.74	24.71%	0.02
	合 计	厨柜	63	1,683.10	36.57%	-
衣柜		46	419.66	22.73%	0.02	
厨柜、衣柜		109	2,102.76	32.08%	0.02	

报告期各年公司新增厨柜经销商当年毛利率分别 36.57%、34.42%、40.36%，与报告期内经销模式下定制厨柜产品的毛利率 39.83%、39.67%、39.41%相比，由于新增经销商当年订单规模不大，部分新增经销商仅是毛利率较低的样品订单，因此 2014-2015 年度新增厨柜经销商当年毛利率整体低于同年经销模式下定制厨柜产品

的毛利率。2016 年度，公司新增厨柜经销商毛利率较高，主要因为新增厨柜经销商上海广诺当期单独采购毛利率较高的柜体金额较大，台面、厨电、配件等毛利率较低的配套设施采购量较少；上海地区经济发达，客户的个性化需求多，上海广诺定制的橱柜主要为非标柜体，非标产品毛利率高。

报告期各年公司新增衣柜经销商当年的毛利率分别 22.73%、29.28%、30.65%，与报告期内定制衣柜产品的毛利率 26.90%、31.20%、32.21%相比，保持相同的变动趋势，由于新增经销商当年订单规模不大，部分新增经销商仅为毛利率较低的样品订单，因此报告期各期新增衣柜经销商当年毛利率整体低于同年定制衣柜产品的毛利率。

报告期内，公司新增经销商区域分布情况具体如下：

单位：家

区域	2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	厨柜	衣柜	厨柜	衣柜	厨柜	衣柜
东北	10	9	3	4	7	4
华北	21	15	6	5	5	5
华东	35	33	14	16	16	11
华南	24	16	15	10	8	4
华中	26	18	18	7	11	8
西北	14	15	11	11	6	4
西南	24	14	13	8	10	10
合计	154	120	80	61	63	46

报告期各期新增经销商区域分布广泛，符合公司全国性经销网络布局的整体状况，在具体区域分布上，东北、华北、西北地区新增经销商数量相对较少，这与现阶段各地区经济发展水平和公司立足华南，辐射全国的状况相符。本次募集资金主要用于北方生产基地建设，公司未来将加大北方销售网络的建设力度，加快实现北方市场的业务拓展。

报告期各期，新增当年收入超过 30 万元的经销商的名称、对应的收入、期末应收账款的金额情况，具体如下：

A、2016 年度，大额新增经销商情况

单位：万元

序号	经销商名称	产品类型	主营收入	期末 应收账款
1	上海广诺	厨柜	857.25	-
		衣柜	333.77	-
2	生活家（北京）家居装饰有限公司	厨柜	627.21	-
3	广东安乐窝网络科技有限公司	厨柜	314.13	-
4	河北张家口-李亚茹	厨柜	108.07	-
		衣柜	57.86	-
5	湖北武汉（南国）-凌京州	厨柜	84.64	-
		衣柜	54.87	-
6	广东清远-温杏玲	厨柜	95.05	-
7	天津塘沽-李金林	厨柜	79.44	-
8	黑龙江齐齐哈尔-孙贵忠	厨柜	47.14	-
		衣柜	31.43	-
9	甘肃平凉-郑洪海	厨柜	54.63	-
		衣柜	23.63	-
10	陕西咸阳-梁晓东	厨柜	69.75	-
11	江苏淮安-王宇晗	厨柜	65.84	-
12	广东紫金-钟朵香	厨柜	47.35	-
		衣柜	17.23	-
13	四川南部-高艺	厨柜	61.83	-
14	陕西西安（南大明宫）-刘宏	厨柜	40.35	-
		衣柜	14.79	-
15	甘肃陇西-柴阿明	厨柜	30.94	-
		衣柜	23.67	-
16	山东德州-于明良	厨柜	50.41	-
17	云南大理-周圆圆	厨柜	35.10	-
		衣柜	14.72	-
18	甘肃高台-张俊亮	厨柜	41.50	-
		衣柜	7.91	-
19	湖北武汉-许杰	厨柜	48.07	-
20	云南普洱-王东云	厨柜	31.17	-
		衣柜	13.91	-
21	广东东莞万江-黄献杰	厨柜	30.20	-
		衣柜	14.72	-

22	浙江台州-陈守钱	厨柜	43.16	-
23	河北石家庄-张贵才	厨柜	40.40	-
24	四川泸州-林放明	厨柜	39.54	-
25	河北宣化-任国强	厨柜	29.56	-
		衣柜	8.36	-
26	甘肃山丹-张雄	厨柜	21.40	-
		衣柜	16.31	-
27	陕西渭南-冯亚江	厨柜	37.60	-
28	湖南嘉禾-曾海龙	厨柜	36.71	-
29	广西柳州-黄建辉	厨柜	36.30	-
30	河南项城-龙中华	厨柜	35.89	-
31	湖北枣阳-彭菊娥	厨柜	35.76	-
32	浙江安吉-王兴	厨柜	21.93	-
		衣柜	13.38	-
33	辽宁宽甸-王泽昆	厨柜	26.79	-
		衣柜	7.26	-
34	广东珠海-熊利萍	厨柜	33.77	-
35	湖北宣恩-刘金	厨柜	33.49	-
36	江苏南京-杨宗文	厨柜	33.33	-
37	辽宁大连-李月	厨柜	31.85	-
38	天津武清-魏萍	厨柜	31.55	-
39	湖南凤凰-邵智洁	厨柜	31.08	-
40	河南郑州-孙树坤	厨柜	31.04	-
41	山东禹城-郑红刚	厨柜	20.35	-
		衣柜	10.35	-
合 计			4,135.74	-

B、2015年度，大额新增经销商情况

单位：万元

序号	经销商名称	产品类型	主营收入	期末 应收账款
1	江苏泰兴-郑浪	厨柜	117.15	-
2	湖南湘乡-肖湘伟	厨柜	31.84	-
3	江西赣县-巫荣香	厨柜	33.62	-
4	四川安岳-胡宗林	厨柜	37.18	-

5	天津静海-董旭存	厨柜	39.37	-
6	湖北利川-余红丽	厨柜	31.07	-
7	湖南临湘-王天佑	厨柜	41.48	-
8	湖北武汉-彭磊	厨柜	30.53	-
9	新疆奎屯-林树斌	厨柜	34.34	-
10	新疆塔城-栗继锋	厨柜	32.69	-
11	河北邯郸-李存朝	厨柜	102.63	-
12	广东禅城-梁雪洁	衣柜	67.24	-
13	甘肃张掖-魏新萍	衣柜	47.75	-
合 计			646.89	-

C、2014年度，大额新增经销商情况

单位：万元

序号	经销商名称	产品类型	主营收入	期末 应收账款
1	四川资阳-吴远斌	厨柜	34.23	-
2	宁夏同心县-周杰	厨柜	36.71	-
3	江苏大丰-董梅	厨柜	47.98	-
4	江苏大丰-曹夕忠	衣柜	38.36	-
5	浙江永康-徐挺	厨柜	31.00	-
6	广东英德-张雪梅	厨柜	37.09	-
7	广东从化-邱燕玲	厨柜	34.86	-
8	江苏太仓-睦朝萍	厨柜	43.26	-
9	广东顺德-胡志锋	厨柜	51.77	-
10	湖南常宁-尹恒	厨柜	38.72	-
11	甘肃金昌-兰文军	厨柜	34.10	-
12	湖南零陵-毛俊忠	厨柜	36.09	-
13	河南淮阳-陈坤	厨柜	37.05	-
14	湖南沅江-黄新明	厨柜	35.22	-
15	贵州瓮安-罗春梅	厨柜	52.54	-
16	山东牟平-王娟娟	厨柜	36.61	-
17	山东威海-毕永旗	厨柜	45.24	-
18	江苏泗洪—许艳	厨柜	39.31	-
19	辽宁沈阳-李孔冠	厨柜	40.37	-
20	河南漯河-漯河市和顺家电有	厨柜	39.12	-

	限公司			
21	四川德阳-旌阳区金凯达厨柜经营部	厨柜	175.71	-
22	甘肃庆阳-王刚	衣柜	32.49	-
23	湖北黄石-石崇汉	衣柜	46.89	-
24	广东南海-朱春香	衣柜	40.37	-
合 计			1,085.09	-

按撤销当年收入区间划分情况，报告期内公司撤销经销商情况具体如下：

单位：万元

期间	撤销当年收入情况		数量	当年主营收入	毛利率	年末应收账款
2016 年度	50 万以上	厨柜	3	273.14	41.86%	-
		衣柜	1	56.77	34.49%	-
	30-50 万	厨柜	3	105.20	40.08%	-
		衣柜	1	31.89	31.08%	-
	10-30 万	厨柜	20	306.50	42.26%	0.45
		衣柜	10	169.66	31.60%	-
	10 万以下	厨柜	77	141.44	41.32%	4.33
		衣柜	58	98.97	32.08%	-
	合 计	厨柜	103	826.28	41.69%	4.78
	衣柜	70	357.29	32.15%		
	厨柜、衣柜	173	1,183.57	38.81%	4.78	
2015 年度	50 万以上	厨柜	-	-	-	-
		衣柜	-	-	-	-
	30-50 万	厨柜	-	-	-	-
		衣柜	1	46.03	26.95%	-
	10-30 万	厨柜	16	268.75	37.60%	3.18
		衣柜	8	138.77	27.01%	-
	10 万以下	厨柜	41	126.16	35.60%	1.23
		衣柜	24	23.07	27.22%	0.01
	合 计	厨柜	57	394.91	36.96%	4.41
	衣柜	33	207.87	27.02%	0.01	
	厨柜、衣柜	90	602.78	33.53%	4.42	
2014 年度	50 万以上	厨柜	2	292.26	39.59%	-
		衣柜	-	-	-	-
	30-50 万	厨柜	-	-	-	-
		衣柜	-	-	-	-
	10-30 万	厨柜	4	75.97	42.83%	-
		衣柜	3	59.16	20.71%	0.57
	10 万以下	厨柜	34	57.91	40.91%	4.09
		衣柜	22	35.77	23.40%	2.66
	合 计	厨柜	40	426.12	40.34%	4.09
	衣柜	25	94.93	21.72%	3.23	
	厨柜、衣柜	65	521.05	36.95%	7.32	

报告期各期公司撤销厨柜经销商撤销当年的毛利率分别 40.34%、36.96%、

41.69%，与公司报告期内经销模式下定制厨柜产品的毛利率 39.83%、39.67%、39.41% 相比，基本保持相同的变动趋势。

报告期各期公司撤销衣柜经销商撤销当年的毛利率分别 21.72%、27.02%、32.15%，与公司报告期内定制衣柜产品的毛利率 26.90%、31.20%、32.21%相比，均保持相同的变动趋势。由于撤销的经销商大多从公司采购的产品档次不高的低毛利率产品占比高，因此撤销衣柜经销商撤销当年的毛利率整体低于各年定制衣柜产品的毛利率。

报告期内，公司撤销经销商区域分布情况具体如下：

单位：家

区域	2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	厨柜	衣柜	厨柜	衣柜	厨柜	衣柜
东北	6	6	8	1	7	2
华北	15	8	7	4	2	0
华东	28	22	16	7	16	13
华南	20	4	5	7	1	4
华中	19	16	10	10	8	3
西北	5	6	3	1	0	0
西南	10	8	8	3	6	3
合计	103	70	57	33	40	25

与报告期各期新增经销商区域分布及报告期各期末存续经销商区域分布基本一致，公司经销商网点较少的东北、华北、西北地区报告期各期撤销数量较少，撤销数量较多的集中在公司经销商网点比较集中的区域，如华东、华中地区。

报告期各期，撤销当年收入超过 30 万元的经销商的名称、对应的收入、期末应收账款的金额情况具体如下：

单位：万元

期间	经销商名称	经销产品类型	主营收入	期末应收账款
2016 年度	河北张家口-高中华	橱柜	120.35	-
	四川泸州-汤丽	橱柜	84.07	-
	云南文山-张明琼	橱柜	68.72	-

	浙江宁波-孙淑花	橱柜	41.36	-
	广西柳州-安建华	橱柜	31.93	-
	湖北广水-龚维松	橱柜	31.91	-
	河北石家庄-赵平肖	衣柜	56.77	-
	山西长治-长治市中鼎实业有限公司	衣柜	31.89	-
2015 年度	湖北公安-辛华	衣柜	46.03	-
2014 年度	皮阿诺橱柜（北京）有限责任公司	橱柜	241.30	-
	辽宁沈阳-魏强	厨柜	50.96	-

上表中，公司撤销当年收入超过 30 万元的经销商的原因，具体如下：

A、经销商湖北公安-辛华、四川泸州—汤丽、云南文山-张明琼、浙江宁波—孙淑花、湖北广水—龚维松、河北石家庄-赵平肖、山西长治-长治市中鼎实业有限公司因未完成公司制定的销售任务，公司按《经销合同》约定终止与上述经销商合作；

B、经销商皮阿诺橱柜（北京）有限责任公司因拖欠公司借款，公司与该经销商全面停止业务合作关系，并就该经销商拖欠借款之事，于 2014 年 7 月向广东省中山市第一人民法院提起诉讼；

C、经销商辽宁沈阳-魏强违反《经销合同》规定，违规销售非皮阿诺品牌产品，且未完成公司制定的销售任务，公司按《经销合同》约定终止与上述经销商合作；

D、经销商河北张家口-高中华、广西柳州-安建华因内部合伙人发生调整，重新注册个体工商户，与公司签署《经销合同》。

⑤公司经销商管理情况

伴随公司经销商队伍的不断扩大，为加强管理，公司对经销商制定了切实有效的管理制度，如经销商的资格认定管理、经销店铺选址与设置、经销店面管理、经销商订货量管理、经销商评级管理、经销商退换货管理、经销商培训管理、货款结算管理等、产品安装及后续维修的责任归属、运输费用的承担、经销商保证金的缴纳等。

A、经销商资格认定管理

对于新经销商，公司收到申请人向公司提交资格认定申请后，公司的区域经理按既定的标准对申请人的经营理念、团队状况、店面位置、面积等进行综合考核，符合要求并报请经总经理审批后，方可获得经销资格。获得经销资格的经销商人选必须完成经销合同签署、保证金交纳、从业人员培训考核通过、门店确认按设计装修验收等程序后，方可获得正式经销商资格。

对于老经销商，公司在年度合同结束前一个月，对其经销资格进行考核和再认定。考核内容包括：完成年度销售任务；终端服务质量（包括售前、安装、售后）符合要求；专营状态没有改变；付款结算信用良好；无重大经营失误和社会投诉等。通过考核的经销商，经公司审定通过后，下一年度的经销资格可获得延续。

对于每年经资格认定后合格的新老经销商，公司与其签订年度产品经销合同，约定双方的权利、义务，明确经销商的销售区域和独家经销权，确定年度经销任务等。

B、经销商店铺选址与设置管理

经销商在选择店面位置时必须要向公司提出设店申请，由公司进行审核。为保证公司店面位置选择合适、门店数量布局合理，有效提升终端渠道的辐射能力和竞争水平，公司指派区域经理按公司的新店选址要求进行现场考察，为经销商选择门店地址和店面数量合理布局提供专业性指导，具体条件包括：区域经济水平发展较好、地理位置及交通状况良好、人口密度大、规模较大的专业家居建材市场、店面位置相对优越等。

店面具体位置选择方面，在当地有专业建材或家具卖场的城市，公司一般要求进驻当地高端的建材或家具卖场的专区；在没有统一建材卖场的中小城市，公司要求选址时选择建材一条街的临街店面。

公司在综合考核经济发展水平、商圈发展状况、店铺方位、面积等条件后，对于符合要求的经销商店面，由销售负责人予以审批，并由公司品牌中心按公司统一的品牌风格进行展示设计，经销商须按要求进行装修展示。

C、经销商订货量管理

根据人口、地域、GDP等情况，公司将全国经销商划分为五个市场级别。每年12月，公司制订经销商下一年度的订货量和任务。经销商每年的订货量完成率，是

下一年度年度经销商资格认定和经销合同续签的重要考量因素。

D、经销商退换货管理

本公司经销商专卖店销售模式为买断式销售。报告期内，公司存在少量退换货事项，主要为台面、柜体等在生产或运输过程中产生损坏或整体厨柜所配套的厨电产品因款式、型号不符等原因导致的退换货。报告期内公司退换货情况如下表：

单位：万元

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
退换货金额	475.17	366.80	369.42
主营业务收入	62,077.29	50,335.88	49,825.84
比例	0.77%	0.73%	0.74%

E、经销商培训管理

经销商终端店面员工是品牌的重要展示窗口。公司专门制定皮阿诺产品手册、安装手册、导购手册等培训资料，并向经销商销售、安装、设计员工提供品牌知识、销售技巧、店面管理、产品设计、安装及售后服务等课程的培训和考核。

F、经销商货款结算模式

公司对经销模式下的货款结算采取“经销商下订单→公司收款→安排生产→验收发货”的模式。

G、产品安装及后续维修的责任归属

经销商销售模式下，公司在收到经销商支付的货款后，按照经销商最终确认的图纸和订单组织生产，生产完工验收并发货，公司不负责产品的安装，经销商需自行组织安装。但公司通过以下方式提升经销商的安装实力，保证公司品牌的服务质量：

a、经销商在引入时，对安装工的配置有严格要求，一级市场需配备安装工 3 人（至少含 A 级 1 人、B 级 2 人）；二三级市场需配备安装工 2 人（至少含 A 级 1 人、B 级 1 人）；四五级市场需配备安装工 1 人（至少含 A 级 1 人）。

b、公司通过加大对经销商的培训，增强经销商的安装实力。公司对新引入的经销商进行全面的业务培训（导购培训、设计培训、安装培训等），根据培训考核结果

对新经销商进行评估。

c、公司通过每年的年终考核和终端消费者的投诉情况了解和控制经销商的产品安装情况。

公司为明确终端客户投诉的责任归属，确保售后服务的规范和高效，制定售后客诉、责任归属判定、补单、退货及物流索赔等一整套服务制度。公司在接到客户投诉单后，由客户服务部进行责任检查初步判定责任归属，对于责任归属于公司的投诉单，公司品管部门进行二次责任判定，保证售后的规范和高效。

H、经销商销售模式下运输费用的承担

2015年5月之前，公司商品实行统一配送，根据各经销商提供的物流公司信息，按照各物流公司的分布状况进行线路整合，由短途运输公司整车装运依次送至各物流公司指定交货地点，再由物流公司负责将货物运送给经销商，中山市区的短途运输费由公司承担，经销商承担物流点到经销商门店的运输费用。

2015年5月，公司为提升物流服务的质量和时效，加快订单的流通速度，缓解成品仓库存放订单堆积的压力，防范和控制损货、串货、遗失等运输问题，公司要求在厨柜成品订单入库后，经销商应及时安排物流提货，公司给予所有订单3天免费存储时间。即2015年5月始，公司不再承担厨柜经销商提货运费（即产品从工厂运出并交付至经销商指定物流点区间的运费）。

I、经销商保证金的缴纳

为维护公司品牌形象，规范经销商经营，保证最终客户的切实利益，公司向经销商收取品牌保证金、安装服务满意保证金等性质保证金。

a、品牌保证金

公司根据经销商所在区域的经济情况及公司精细化管理的需要，各年度调整经销商加盟品牌保证金，新加盟的经销商在签订经销商协议时缴纳加盟品牌保证金，经销商与公司合作终止后，品牌保证金予以退还。

公司报告期各期末品牌保证金余额如下：

单位：万元

分类	2016-12-31	2015-12-31	2014-12-31
----	------------	------------	------------

厨柜品牌保证金	795.90	706.09	652.86
衣柜品牌保证金	324.66	220.18	154.10
合计	1,120.57	926.27	806.96

b、安装服务满意保证金

为提升品牌形象，督促各地经销商提高售后服务质量，进行有效的客情维护和管理，以及对顾客重大投诉进行先行赔付等，公司在经销商下单时每单扣取 100 元作为安装服务满意度保证金。每年 1 月和 7 月，分别对上年 12 月 20 日和本年 6 月 20 号前的订单进行审核，对符合返款条件的订单予以返款。

公司报告期各期末品牌保证金余额如下：

单位：万元

项目	2016-12-31	2015-12-31	2014-12-31
安装服务满意保证金	718.19	609.34	539.64
合计	718.19	609.34	539.64

(2) 直营模式

直营模式是指公司在部分无经销商的重点城市大型家装卖场投资设立专卖店并销售公司产品。截至本招股说明书签署日，公司拥有 5 家直营专卖店，分布情况具体如下：

序号	城市	区域	门店数量(家)
1	重庆	西南	3
2	中山	华南	2
合计			5

注：直营专卖店店面租赁具体情况请参阅本招股说明书本节之“五、发行人的主要固定资产和无形资产”之“(一)主要固定资产”相关内容。

报告期内，公司直营专卖店数量变动情况具体如下：

项目	期初家数	新增家数	关闭家数	期末家数
2016年	17	-	12	5
2015年	17	1	1	17
2014年	14	5	2	17

2016 年上半年关闭上海地区 9 家直营专卖店情况：

①近几年，上海、重庆、中山直营店经营过程中，公司管理层逐渐意识到直营模式进行销售，管理半径过长，管理成本较高，同时直营模式也不能充分调动各区域销售人员的积极性，不利于市场开拓和市场竞争，虽然通过直营模式推广了公司的品牌，但不利于公司销售业绩和盈利水平的提升。2016年上半年，公司主动调整了直营战略，将上海地区直营模式调整为经销模式，2016年1至6月，公司已陆续关闭了上海宜山店、上海汶水店等9家直营专卖店。

②2016年7月，公司与上海广诺签订《资产收购协议》，约定将上海地区三家分公司的存货、样板、固定资产、店面装修费合计作价750万元转让给上海广诺，前述转让价格以2016年6月30日业经立信会计师审计结果782.90万元为基础，经交易双方协商确定。截至本招股说明书签署日，前述资产已移交，上海广诺依据协议约定的期限支付首期转让价款400万元。

③上海广诺基本情况

名称：上海广诺家居有限公司

住所：上海市普陀区同普路1130弄7号2楼200-131室

注册资本：500万元

法定代表人：徐敏华

成立时间：2016年3月10日

经营范围：从事货物及技术的进出口业务，销售：家居用品、家具、木制品、厨房电器设备、五金交电、工艺品（除专项）、塑胶制品、日用百货、纸制品（除专项）。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

上海广诺系皮阿诺原上海分公司经理杨海燕作为主要股东之一的一家公司，目前该公司主要由杨海燕负责具体经营管理，2016年上半年，上海广诺与公司签订《经销协议》，至此，上海广诺成为公司上海地区新的经销商。

最近三年，公司各直营专卖店的经营时间、经营地址、营业面积、经营收入情况具体如下：

单位：平方米、万元

序号	店名	开店时间	关店时间	营业面积	营业收入		
					2016年度	2015年度	2014年度
1	上海宜山店	2012.4	2016.6	501.39	306.97	990.45	1,662.02

2	上海真北厨柜店	2013.6	2016.6	323.50	206.79	863.14	1,288.65
3	上海汶水店	2012.3	2016.6	322.39	165.85	453.2	412.11
4	上海浦东店	2012.3	2016.6	339.90	275.61	660.77	676.62
5	上海南桥店	2012.7	2016.3	596.76	7.32	130.04	193
6	上海真北衣柜店	2015.3	2016.6	134.20	0.41	-	-
7	上海金桥店	2013.12	2016.6	215.63	54.61	171.39	239.49
8	上海金山店	2014.5	2016.6	256.68	31.46	119.78	89.86
9	上海浦江店	2014.9	2016.6	370.40	68.92	128.44	19.52
10	上海高桥店	2012.6	2013.12	180.00	-	-	-
11	重庆南坪店	2012.11	-	466.50	82.63	162.31	55.04
12	重庆江北店	2013.5	-	179.00	288.07	193.12	77.04
13	重庆金源店	2013.8	2016.12	236.20	160.22	631.12	38.43
14	重庆涪陵店	2014.11	-	397.80	47.36	33.86	-
15	重庆南坪独立店	2014.4	2016.2	361.21	0.70	1.10	-
16	重庆二郎店	2013.1	2015.7	258.60	-	44.07	27.14
17	中山富逸广场店	2011.11	-	222.12	576.68	323.21	196.86
18	中山远洋城店	2014.12	-	256.40	187.31	58.65	-
19	中山越秀店	2013.6	2016.12	470.40	210.88	129.75	-
20	广州天河百安居	2011.7	2013.7	25.00	-	-	-
21	广州海珠百安居	2011.7	2014.12	25.00	-	-	31.54
22	广州黄石直营店	2012.1	2013.11	25.00	-	-	-
23	深圳百安居	2011.7	2014.12	85.00	-	-	157.63
24	东莞南城华美乐	2011.7	2013.7	95.00	-	-	54.00
25	东莞长平华美乐	2011.7	2013.7	70.00	-	-	-
26	总部直营收入	-	-	-	102.77	42.00	136.76
	合计				2,774.56	5,136.39	5,355.71

(3) 大宗用户模式

大宗用户模式是公司向房屋精装修领域的大宗客户提供定制厨柜、衣柜及其配套家居产品的销售模式。公司设立工程中心，统一管理大宗用户业务的市场开拓和具体实施工作。

报告期内，公司重点推进以大型房地产项目精装修定制厨柜为主的大宗用户业务，并已与广州恒大材料设备有限公司（以下简称“广州恒大”）等大宗用户建立了战略合作关系。目前，公司大宗用户模式实现的收入占比不高，公司将加快推进大宗用户业务，培育成为公司新的利润增长点。

(4) 公司的定价机制

公司针对不同的系列产品制定建议零售价格，建议零售价格在不同业务模式上的运用情况如下：

①经销商供货价：一般按建议零售价格下调部分比例后执行；

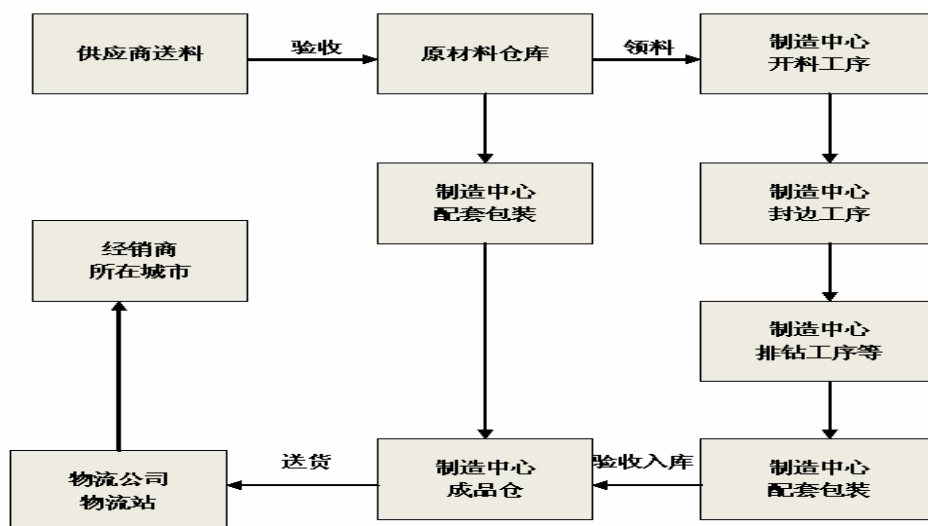
②直营专卖店零售价：一般严格按建议零售价执行；

③大宗用户供货价：取决于供货量、双方合作关系等综合因素，在建议零售价基础上下调执行。

为促进销售，提高市场占有率，公司会考虑以下各项因素，定期检查定价策略并作出调整：①产品的预期边际利润；②市场对建议零售价的反应；③销量；④竞争对手所定的价格；⑤预计市场趋势及预期顾客需求；⑥产品自身的生命周期等。产品的价格范围由公司总部统一制定。鉴于公司品牌的形象和影响，公司的产品价格调整和年度性促销一般由公司总部统一安排，未经公司批准，不允许经销商自行调整。

（5）实物与资金流转路径

报告期内，公司实物的流转路径如下：



报告期内，公司的直营模式、经销模式和大宗用户模式下的资金流转路径存在一些差异，具体情况如下：

直营模式：公司设计师在上门量尺和设计产品方案前，顾客需要交纳订金，待最终设计方案经客户确认并签订合同后，顾客需要交纳剩余的全部货款后，公司进

行排单生产。

经销模式：通常情况下，公司采取“先收款后发货”的货款结算模式。公司在收到经销商交纳的全部货款后方可排单生产；个别情况下，经销商如面临临时资金紧张等因素，经公司授权领导签字批准后，公司可先进行排单生产，但一般发货前经销商需交纳全部货款。

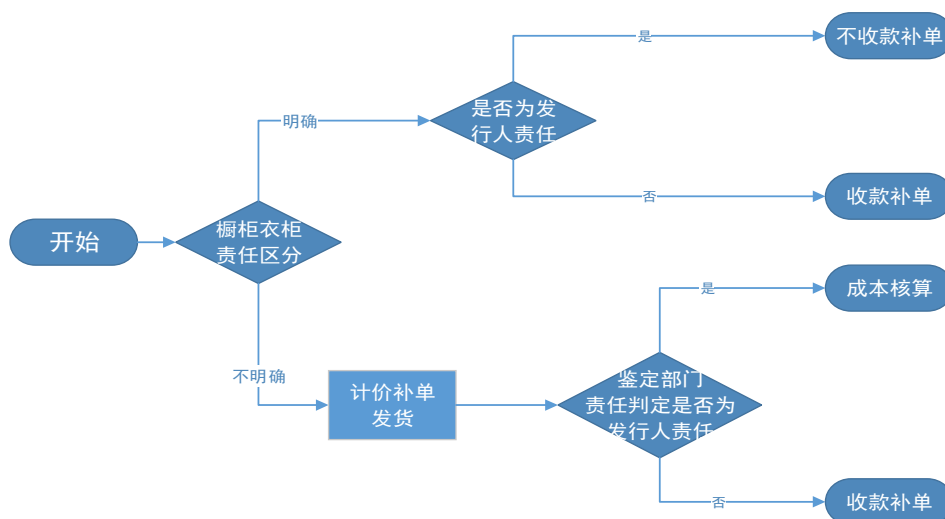
大宗用户模式：大宗用户需要先预付一定比例的合同款，然后根据工程进度结算除质保金外的剩余合同款，待工程验收后，通常情况下，大宗用户保留 5%左右的合同款作为质保金，待工程验收完工后 1-2 年内支付给公司。

(6) 产品售后政策及会计处理

报告期内，消费者对购买的皮阿诺定制厨柜、衣柜及其配套产品享受售后 6 年质保的政策，在质保期内，产品出现本身质量问题可免费更换。

在具体实施过程中，产品质量问题经公司售后服务人员专业判定后属于公司责任的，由公司下补单生产，不再收费，其生产所耗用的材料及生产成本，列入售后服务费用进行会计核算。若属于经销商或消费者自身责任的，公司将收取补单货款并计入营业收入，其其生产所耗用的材料及生产成本，列入营业成本进行会计核算。

售后服务具体流程如下：



报告期内，由于公司产品质量问题并由公司承担责任的售后服务费用金额如下：

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
----	---------	---------	---------

售后服务费用（万元）	86.56	39.17	56.72
占主营业务收入的比例	0.14%	0.08%	0.11%

报告期内，公司售后服务费用支出较少，且占主营业务收入的比例较低，对公司报告期各期的利润总额影响较小。

（四）报告期主要产品的产销情况

1、主要产品产能、产量、销量、产能利用率、产销率情况

产品	项目	2016年度	2015年度	2014年度
定制厨柜及其配套家居产品	产能（套）	65,000	65,000	65,000
	产量（套）	77,110	63,116	60,095
	销量（套）	75,553	61,762	62,676
	产能利用率	118.63%	97.10%	92.45%
	产销率	97.98%	97.85%	104.29%
定制衣柜及其配套家居产品	产能（套）	25,000	17,000	17,000
	产量（套）	28,107	18,768	15,886
	销量（套）	28,319	18,794	15,737
	产能利用率	112.43%	110.40%	93.45%
	产销率	100.75%	100.14%	99.06%

报告期内，公司采取增加生产班次、优化生产流程等方式增加产量，以满足不断增长的市场需求，因此，公司产品产量呈上升趋势。最近三年，公司产品销量总体呈上升趋势，定制厨柜销量复合增长率达 9.79%，定制衣柜销量复合增长率达 34.16%，增长较快。

公司目前的产能已无法满足公司未来三到五年的发展规划。本次发行，公司计划使用募集资金建设中山阜沙产能扩建项目、天津静海产能建设一期项目，完善区域布局并扩大产能，以满足定制家居市场的需求增长及公司业务快速发展的需求。

2、主要产品销售收入及价格情况

产品	项目	2016年度	2015年度	2014年度
定制厨柜及其配套家居产品	销售收入（元）	508,276,048.30	426,104,169.84	435,844,316.97
	销量（套）	75,553	61,762	62,676
	平均售价（元/套）	6,727.41	6,899.13	6,953.93

定制衣柜及其配套家居产品	销售收入（元）	112,496,811.51	77,254,636.29	62,414,127.94
	销量（套）	28,319	18,794	15,737
	平均售价（元/套）	3,972.48	4,110.60	3,966.08

报告期内，公司定制厨柜、衣柜产品平均售价总体稳定并存在小幅波动，主要原因有：

（1）公司通过原创设计，不断开发并推出新的附加值高的中高端系列产品，包括“凡尔赛之星”、“特拉斯堡”、“金御王朝”等为代表的各系列产品，从而使得报告期内产品平均价格总体呈稳定趋势。

（2）受整体经济形势影响，公司适当调整了销售策略，经济适用性厨柜产品销售占比有所提升，从而拉低了厨柜产品 2015 年、2016 年的平均价格。

（3）公司衣柜业务起步晚，报告期内规模小，衣柜产品平均价格总体稳定，随着公司大力发展全屋定制战略，床头柜、酒柜、电视柜等全屋配套产品销售的增加，使得衣柜产品平均价格产生一定幅度的波动。

3、分模式主要产品销售情况

单位：万元

项目	2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	金额	比例%	金额	比例%	金额	比例%
经销模式	50,601.51	81.69	40,980.01	81.41	40,083.12	80.45
直营模式	3,176.28	4.95	5,136.39	10.20	5,355.71	10.75
大宗用户模式	8,299.50	13.36	4,219.48	8.38	4,387.01	8.80
主营收入合计	62,077.29	100.00	50,335.88	100.00	49,825.84	100.00

报告期内，公司以经销模式为主，经销模式销售占比平均为 81.18%，近几年，随着公司直营销销售渠道的建设和大宗用户业务的开拓，直营模式和大宗用户模式实现的销售收入也占有一定的比重，成为公司经销模式外的重要补充。

4、分区域主要产品销售情况

单位：万元

地区名称	2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	金额	比例%	金额	比例%	金额	比例%
华东地区	15,719.06	25.32	13,063.57	25.95	14,638.61	29.38
华中地区	10,836.62	17.46	9,533.06	18.94	9,963.51	20.00
华南地区	11,631.76	18.74	6,465.52	12.84	7,377.73	14.81

华北地区	6,792.38	10.94	5,848.04	11.62	5,502.63	11.04
西南地区	9,441.85	15.21	8,221.77	16.33	6,922.91	13.89
东北地区	2,473.11	3.98	2,299.07	4.57	2,605.99	5.23
西北地区	5,182.50	8.35	4,904.84	9.74	2,814.47	5.65
主营收入合计	62,077.29	100.00	50,335.88	100.00	49,825.84	100.00

公司主要销售区域包括华东、华中、华南、华北、西南五大区域，报告期内五大区域销售收入合计占主营业务收入的比重分别达到 89.12%、85.69%、87.67%。

5、报告期内向前5名客户销售情况

报告期内，公司向主要客户销售产品情况如下（属于同一实际控制人的客户，合并计算销售金额）：

2016 年度			
序号	客户名称	销售金额（万元）	占当期营业收入比例（%）
1	广州恒大-大宗用户客户	3,746.36	5.94
2	上海广诺-上海经销商	1,594.47	2.53
3	上海张江万科房地产开发有限公司-大宗用户客户	1,236.31	1.96
4	德宏厨卫-深圳经销商	963.66	1.53
5	北京—安易通达（北京）商贸有限公司-北京经销商	704.74	1.12
	合计	8,245.55	13.08
2015 年度			
序号	客户名称	销售金额（万元）	占当期营业收入比例（%）
1	广州恒大-大宗用户客户	1,179.61	2.30
2	德宏厨卫-深圳经销商	1,023.40	2.00
3	上海金山石油化工有限公司-大宗用户客户	963.56	1.88
4	陕西云投置业有限公司-大宗用户客户	508.11	0.99
5	孙岩-山东济南经销商	454.11	0.89
	合计	4,128.79	8.06
2014 年度			
序号	客户名称	销售金额（万元）	占当期营业收入比例（%）
1	广州恒大-大宗用户客户	1,613.07	3.21

2	德宏厨卫-深圳经销商	803.35	1.60
3	上海恒申置业有限公司-大宗用户客户	558.95	1.11
4	杨新明-四川成都经销商	551.33	1.10
5	黄金雷-湖北恩施经销商	349.84	0.70
	合计	3,876.54	7.72

报告期内，公司不存在向单一销售客户或受同一实际控制人控制的客户累计销售比例超过总额 50% 的情形，也不存在严重依赖少数客户的情形。

公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员、主要关联方、持有公司 5% 以上股份的股东，在公司的主要客户中均不拥有任何权益，也不存在任何关联关系。

（五）主要原材料和能源供应情况

1、主要原材料和能源采购内容

公司主要产品使用的原材料种类较多，主要原材料包括板材、台面、厨电、五金配件、功能配件、油漆等。具体情况如下表：

名称	具体内容
板材	从功能角度划分，包括柜身板材、门板板材 从材质角度划分，包括人造板（刨花板、中纤板）、实木板 从工艺角度划分，包括三聚氰胺板、UV 板、吸塑板等 从产品角度划分，包括定制橱柜所用板材、定制衣柜所用板材
台面	具体包括玻璃台面、人造石台面、石英石台面、不锈钢台面等
厨电	主要包括消毒柜、烟机、炉头、烤箱、净水机、微波炉等
五金配件	主要包括拉手、支架、支撑及地脚线、门铰、路轨、连接件等
功能配件	拉篮、挂件、水槽、米箱、垃圾桶、灯具、刀具及刀叉盘类等
其他	包括吸塑皮、油漆等

针对生产所需的主要原材料，公司一般选择 2-3 家建立稳定的合作关系，广东及周边地区家居产品配套产业发达，公司原材料供应充足。本公司生产所需要的能源主要为电力，由当地电力部门供应。

2、主要原材料采购情况

时间	原材料	平均单价 (元/单位)	采购数量	采购金额 (万元)	占采购额 比例
2016 年	刨花板（张）	63.65	775,986	4,939.02	14.75%
	中纤板（张）	73.62	184,193	1,355.96	4.05%
	消毒柜/油烟机/炉头（台）	582.73	54,406	3,170.38	9.47%
	拉篮（套）	150.80	63,298	954.56	2.85%
	水槽（套）	239.75	41,019	983.44	2.94%

	龙头（套）	122.18	38,736	473.26	1.41%
	路轨类（付）	29.09	174,068	506.29	1.51%
	门铰类（付）	2.74	3,103,094	851.61	2.54%
	人造石台面（米）	261.10	23,715.20	619.20	1.85%
	石英石台面（米）	192.93	212,131.35	4,092.70	12.22%
2015年	刨花板（张）	56.92	488,122	2,778.59	11.15%
	中纤板（张）	73.43	135,538	995.19	3.99%
	消毒柜/油烟机/炉头（台）	578.93	43,914	2,542.33	10.20%
	拉篮（套）	150.17	58,487	878.29	3.52%
	水槽（套）	249.08	32,551	810.78	3.25%
	龙头（套）	130.28	31,367	408.66	1.64%
	路轨类（付）	33.48	131,763	441.17	1.77%
	门铰类（付）	2.83	2,291,712	649.69	2.61%
	人造石台面（米）	239.62	40,268.87	964.90	3.87%
	石英石台面（米）	176.51	168,295.72	2,970.56	11.92%
2014年	刨花板（张）	61.98	363,846	2,254.94	9.23%
	中纤板（张）	80.21	228,004	1,828.87	7.49%
	消毒柜/油烟机/炉头（台）	578.79	46,180	2,672.86	10.94%
	拉篮（套）	164.72	50,891	838.28	3.43%
	水槽（套）	265.82	34,518	917.54	3.76%
	龙头（套）	126.40	37,665	476.09	1.95%
	路轨类（付）	39.77	127,536	507.15	2.08%
	门铰类（付）	2.94	2,127,606	624.96	2.56%
	人造石台面（米）	233.40	35,704.34	833.32	3.41%
石英石台面（米）	174.87	151,459.28	2,648.57	10.84%	

近年来，大宗商品价格总体平稳。报告期内，公司主要原材料（板材类、台面类、厨电类）采购单价基本平稳，部分原材料呈小幅下降趋势。

（1）刨花板

报告期内，公司 16 厘、18 厘刨花板主要供应商如下：

单位：万元、张

2014 年度			
序号	供货单位	采购金额	采购数量
1	韶关市曲江翰森板材销售有限公司	920.86	155,395
2	广东始兴县华洲木业有限公司	662.45	112,746
3	佛山粤山	258.85	28,470
4	丰林亚创（惠州）人造板有限公司	103.55	17,091
5	东莞市汇锦装饰材料有限公司	78.26	15,134
	合计	2,023.97	328,836
2015 年度			
序号	供货单位	采购金额	采购数量
1	韶关市曲江翰森板材销售有限公司	1,780.48	308,862
2	广东始兴县华洲木业有限公司	218.84	34,706
3	丰林亚创（惠州）人造板有限公司	147.87	27,180
4	清远市上兴人造板有限公司	67.50	14,741

		合计	2,214.69	385,489
2016 年度				
序号	供货单位	采购金额	采购数量	
1	韶关市曲江翰森板材销售有限公司	1,706.76	277,201	
2	鸿伟木业（仁化）有限公司	1,081.11	201,329	
3	佛山市顺德区永茂板材装饰材料有限公司	490.67	55,727	
4	深圳市真好装饰材料有限公司	440.86	39,172	
合计		3,719.40	573,429	

注：广东始兴县华洲木业有限公司采购金额含同一控制人控制下的赣州市南康区华洲木业有限公司、广州华坊洲木业有限公司采购金额。佛山市顺德区永茂板材装饰材料有限公司采购金额含同一控制人控制下的佛山市永茂板饰有限公司采购金额。丰林亚创（惠州）人造板有限公司采购金额含同一控制人控制下的广西丰林木业集团股份有限公司采购金额，下同。

公司主要的刨花板供应商为韶关市曲江翰森板材销售有限公司、广东始兴县华洲木业有限公司和鸿伟木业（仁化）有限公司，除此外，其他刨花板供应商的变动与质量、价格等因素相关。

报告期内，公司向上述主要供应商采购同一规格刨花板的单价基本稳定，总体呈小幅下降趋势。不同供应商之间的单价因品牌、具体规格型号、素板或成品板等因素存在合理差异。

（2）中纤板

报告期内，公司 4 厘、18 厘中纤板主要供应商如下：

单位：万元、张

2014 年度			
序号	供货单位	采购金额	采购数量
1	佛山粤山	282.42	29,657
2	广东始兴县华洲木业有限公司	253.34	26,134
3	丰林亚创（惠州）人造板有限公司	240.66	26,870
4	东莞穗丰	226.64	53,228
5	罗宾有限公司	202.01	17,152
合计		1,205.07	153,041
2015 年度			
序号	供货单位	采购金额	采购数量
1	广东汉鸿木业有限公司	245.24	30,551
2	东莞穗丰	234.39	54,601
3	罗宾有限公司	203.59	17,286
合计		683.22	102,438
2016 年度			
序号	供货单位	采购金额	采购数量
1	广东汉鸿木业有限公司	466.92	57,357
2	罗宾有限公司	436.95	34,588
3	东莞穗丰	289.56	68,076

	合计	1,193.43	160,021
--	-----------	-----------------	----------------

2014年公司主要通过向佛山市三水粤山装饰实业有限公司、广东始兴县华洲木业有限公司采购成品中纤板，由于采购单价较高，自2015年始，公司调整为向广东汉鸿木业有限公司采购素板后，通过外协加工方式形成成品板。此外，东莞穗丰和罗宾有限公司也是公司报告期内主要的中纤板供应商。

报告期内，公司向上述主要供应商采购同一规格中纤板的单价基本稳定，总体呈小幅下降趋势。不同供应商之间的单价因品牌、具体规格型号、素板或成品板等因素存在合理差异，罗宾有限公司单价较高主要系基材为松木，材质细密，性能稳定，属于高级别中纤板所致。

(3) 消毒柜/烟机/灶具

报告期内，公司消毒柜、烟机和灶具主要通过OEM外包方式进行生产，主要供应商及采购情况详见本招股说明书之“第六节 业务与技术”之“四、发行人主营业务情况”之“（三）主要经营模式”之“2、生产模式”相关内容。

(4) 拉篮

报告期内，公司拉篮的主要供应商如下：

单位：万元、套

2014年度			
序号	供货单位	采购金额	采购数量
1	中山市新粤利家居用品有限公司	711.57	43,820
2	广州市诺米家居五金有限公司	121.84	6,941
	合计	833.41	50,761
2015年度			
序号	供货单位	采购金额	采购数量
1	中山市新粤利家居用品有限公司	616.61	40,440
2	广州市诺米家居五金有限公司	255.80	17,541
	合计	872.41	57,981
2016年度			
序号	供货单位	采购金额	采购数量
1	中山市新粤利家居用品有限公司	516.35	32,958
2	广州市诺米家居五金有限公司	436.34	30,290
	合计	952.69	63,248

注：中山市新粤利家居用品有限公司采购金额含同一控制人控制下的中山市新粤利实业有限公司的采购金额。

报告期内，公司拉篮的主要供应商为中山市新粤利家居用品有限公司和广州市诺米家居五金有限公司，未发生变化。

两家供应商的各自不同年度的供货单价总体呈下降趋势，两家供应商之间的采购单价存在一定差异，主要原因系公司向上述两家供应商采购拉篮种类的差异所致。

(5) 水槽

报告期内，公司水槽的主要供应商如下：

单位：万元、套

2014 年度			
序号	供货单位	采购金额	采购数量
1	中山市天河厨卫有限公司	440.46	18,691
2	中山市佳宝路厨卫产品有限公司	439.11	15,281
	合计	879.58	33,972
2015 年度			
序号	供货单位	采购金额	采购数量
1	中山市天河厨卫有限公司	423.82	19,016
2	中山市佳宝路厨卫产品有限公司	358.54	12,982
	合计	782.36	31,998
2016 年度			
序号	供货单位	采购金额	采购数量
1	中山市天河厨卫有限公司	480.55	22,578
2	中山市佳宝路厨卫产品有限公司	472.16	17,855
	合计	952.71	40,433

报告期内，公司水槽的主要供应商为中山市佳宝路厨卫产品有限公司和中山市天河厨卫有限公司，未发生变化。

两家供应商的各自不同年度的供货单价总体呈下降趋势，两家供应商之间的采购单价存在一定差异，系公司向上述两家供应商采购水槽种类的差异所致。

(6) 龙头

报告期内，公司龙头的主要供应商如下：

单位：万元、套

2014 年度			
序号	供货单位	采购金额	采购数量
1	鹤山市沃泰卫浴有限公司	419.93	35,311
	合计	419.93	35,311
2015 年度			
序号	供货单位	采购金额	采购数量
1	鹤山市沃泰卫浴有限公司	256.23	21,118
2	鹤山市三角洲建材实业有限公司	95.14	7,839
	合计	351.37	28,957
2016 年度			
序号	供货单位	采购金额	采购数量

1	鹤山市沃泰卫浴有限公司	280.94	23,968
2	鹤山市三角洲建材实业有限公司	141.23	12,240
	合计	422.17	36,208

报告期内，公司龙头的主要供应商为鹤山市沃泰卫浴有限公司和鹤山市三角洲建材实业有限公司，未发生变化。

两家供应商的各自不同年度的供货单价及两家供应商之间的供货单价总体呈稳定趋势，且不存在重大差异。

(7) 路轨

报告期内公司路轨的主要供应商情况如下：

单位：万元、付

2014 年度			
序号	供货单位	采购金额	采购数量
1	百隆家具配件（上海）有限公司	300.92	17,651
2	广东东泰五金精密制造有限公司	117.70	77,099
3	广州市番禺百汇企业有限公司	75.02	28,008
	合计	493.64	122,758
2015 年度			
序号	供货单位	采购金额	采购数量
1	百隆家具配件（上海）有限公司	246.32	16,254
2	广东东泰五金精密制造有限公司	175.49	106,113
	合计	421.81	122,367
2016 年度			
序号	供货单位	采购金额	采购数量
1	百隆家具配件（上海）有限公司	237.73	16,096
2	广东东泰五金精密制造有限公司	230.13	146,790
	合计	467.86	162,886

报告期内，公司主要的路轨供应商为百隆家具配件（上海）有限公司和广东东泰五金精密制造有限公司。综合考虑品质、价格因素后，公司向广州市番禺区百汇企业有限公司的采购量逐年减少，自 2015 年起不再向其采购路轨。

报告期内公司向上述供应商采购路轨的价格基本稳定，并呈小幅下降趋势；公司向百隆家具配件（上海）有限公司采购路轨的单价明显高于广东东泰五金精密制造有限公司，主要原因系其所供应路轨全部为进口路轨。

(8) 门铰

报告期内公司门铰的主要供应商情况如下：

单位：万元、付

2014 年度			
序号	供货单位	采购金额	采购数量
1	百隆家具配件（上海）有限公司	552.98	1,157,270
	合计	552.98	1,157,270
2015 年度			
序号	供货单位	采购金额	采购数量
1	百隆家具配件（上海）有限公司	544.19	1,215,646
	合计	544.19	1,215,646
2016 年度			
序号	供货单位	采购金额	采购数量
1	百隆家具配件（上海）有限公司	641.09	1,442,534
	合计	641.09	1,442,534

报告期内，公司主要向百隆家具配件（上海）有限公司采购门铰，采购单价基本稳定，并呈小幅下降趋势。

（9）人造石台面

报告期内，公司人造石台面（5系、7系毛板及成型台面）的主要供应商如下：

单位：万元、米

2014 年度			
序号	供货单位	采购金额	采购数量
1	广州市白云区玮康装饰材料制造厂	289.87	13,029.00
2	珠海宝丽石建材科技有限公司	277.67	14,339.89
3	上海树美装饰材料有限公司	79.65	2,915.77
4	广州市奥维装饰材料有限公司	49.41	1,156.23
	合计	696.60	31,440.89
2015 年度			
序号	供货单位	采购金额	采购数量
1	珠海宝丽石建材科技有限公司	231.00	10,951.94
2	上海树美装饰材料有限公司	208.03	6,807.82
3	广州市白云区玮康装饰材料制造厂	171.04	7,930.86
4	珠海色萨利健康石材有限公司	99.10	3,051.13
5	佛山市三水区得利佳之朋建材有限公司	93.93	4,477.00
	合计	803.10	33,218.75
2016 年度			
序号	供货单位	采购金额	采购数量
1	上海鑫玥装饰材料有限公司	124.89	4,350.78
2	珠海色萨利健康石材有限公司	106.75	3,286.79
3	珠海宝丽石建材科技有限公司	104.70	4,142.05
4	上海树美装饰材料有限公司	87.05	3,562.30
	合计	423.39	15,341.92

报告期内，公司主要的人造石台面供应商为珠海宝丽石建材科技有限公司，其向公司供应毛板台面和成型台面，其它各主要供应商仅向公司供应成型台面。

报告期内，公司向珠海宝丽石建材科技有限公司采购毛板台面的单价非常稳定；公司向其他各家供应商采购成型台面由于存在加工要求不一致因素，单价存在合理差异。

（10）石英石台面

报告期内，公司石英石台面（8系、9系毛板）的主要供应商如下：

单位：万元、米

2014 年度			
序号	供货单位	采购金额	采购数量
1	广东中旗新材料科技有限公司广州分公司	1,796.08	114,270.50
2	必图实业（东莞）有限公司	406.39	26,056.15
	合计	2,202.47	140,326.65
2015 年度			
序号	供货单位	采购金额	采购数量
1	广东中旗新材料科技有限公司广州分公司	2,029.05	129,536.76
2	必图实业（东莞）有限公司	337.82	21,315.00
	合计	2,366.87	150,851.76
2016 年度			
序号	供货单位	采购金额	采购数量
1	广东中旗新材料科技有限公司广州分公司	2,412.26	150,358.75
2	衡阳市雅典娜石英石有限公司	902.44	28,935.57
3	必图实业（东莞）有限公司	391.10	22,014.25
	合计	3,705.80	201,308.57

注：必图实业（东莞）有限公司采购金额含同一控制人控制下的湖北必图建材科技有限公司的采购金额。

报告期内，公司主要的石英石台面供应商为广东中旗新材料科技有限公司广州分公司和必图实业（东莞）有限公司，2016年，公司向衡阳市雅典娜石英石有限公司的采购金额较大，其主要向公司供应成型工程台面。

广东中旗新材料科技有限公司广州分公司和必图实业（东莞）有限公司的各自不同年度的供货单价基本稳定，总体呈小幅上升趋势。因花色等方面的因素，上述两家供应商的供货单价存在合理差异。

3、主要能源消耗情况

项目	2014 年度	2015 年度	2016 年度
加权平均电价（元/度）	0.75	0.73	0.69
用电量（万度）	597.77	597.27	692.87
电费支出（万元）	448.33	438.10	465.42
电费占生产成本的比例（%）	1.51	1.46	1.20

4、报告期内向前五名供应商采购原材料情况

报告期内，公司向前五名供应商采购原材料情况如下（属于同一实际控制人的供应商，合并计算采购金额）：

2016 年度				
序号	供货单位	金额(万元)	采购品种	采购比例(%)
1	广东中旗新材料科技有限公司广州分公司	2,410.19	台面	7.20
2	韶关市曲江瀚森板材销售有限公司	1,713.42	板材	5.12
3	中山日顺	1,690.41	厨电	5.05
4	中山市天隆燃具电器有限公司	1,433.78	烤箱、消毒柜、灶具	4.28
5	百隆家具配件（上海）有限公司	1,150.29	五金配件	3.43
	合计	8,398.08	-	25.08
2015 年度				
序号	供货单位	金额(万元)	采购品种	采购比例(%)
1	广东中旗新材料科技有限公司广州分公司	2,148.79	台面	8.62
2	韶关市曲江瀚森板材销售有限公司	1,976.92	板材	7.93
3	中山日顺	1,238.85	厨电	4.97
4	百隆家具配件（上海）有限公司	1,038.02	五金配件	4.17
5	森王家居	821.26	板材	3.30
	合计	7,223.84	-	28.99
2014 年度				
序号	供货单位	金额(万元)	采购品种	采购比例(%)
1	广东中旗新材料科技有限公司广州分公司	1,893.04	台面	7.75
2	百隆家具配件（上海）有限公司	1,161.17	五金配件	4.75
3	广东始兴县华洲木业有限公司（注）	1,115.59	板材	4.57
4	佛山粤山	1,043.88	板材	4.27
5	韶关市曲江瀚森板材销售有限公司	990.59	板材	4.06
	合计	6,204.27	-	25.40

注：广东始兴县华洲木业有限公司2014年采购金额含同一控制人控制下的赣州市南康区华洲木业有限公司、广州华坊洲木业有限公司采购金额。

报告期内，公司不存在向单一供应商或受同一实际控制人控制的供应商累计采

购比例超过总额 50%的情形，也不存在严重依赖少数供应商的情形。

公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员、主要关联方、持有公司 5% 以上股份的股东，在公司的主要供应商中均不拥有任何权益，也不存在任何关联关系。

5、主要原材料采购量与销售量的配比情况

(1) 报告期公司原材料采购总额与营业收入匹配分析

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
采购总额（万元）	33,489.93	24,921.39	24,423.55
营业收入（万元）	63,038.28	51,201.03	50,293.25
采购总额/营业收入	53.13%	48.67%	48.56%

2014、2015 年度，公司原材料采购总额占当期营业收入的比重较为稳定，2016 年度比重较高，主要系 2016 年度公司加大烤箱等厨电配套产品促销力度及板材价格有所上涨等因素所致。

(2) 报告期公司主要原材料采购量与销售量的配比分析

原材料类别	原材料名称	项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
板材类	刨花板	采购量（张）	775,986	488,122	363,846
		销售量（套）	113,524	80,556	77,997
		采购量/销售量	6.84	6.06	4.66
	中纤板	采购量（张）	184,193	135,538	228,004
		销售量（套）	113,524	80,556	77,997
		采购量/销售量	1.62	1.68	2.92
厨电类	消毒柜	采购量（台）	6,459	4,733	5,625
		销售量（套）	52,557	47,238	46,485
		采购量/销售量	0.12	0.10	0.12
	油烟机	采购量（台）	24,287	19,586	20,259
		销售量（套）	52,557	47,238	46,485
		采购量/销售量	0.46	0.41	0.44
	灶具	采购量（台）	23,660	19,595	20,296
		销售量（套）	52,557	47,238	46,485
		采购量/销售量	0.45	0.41	0.44
功能配件类	拉篮	采购量（套）	63,298	58,487	50,891
		销售量（套）	52,557	47,238	46,485
		采购量/销售量	1.20	1.24	1.09

	水槽	采购量（套）	41,019	32,551	34,518
		销售量（套）	52,557	47,238	46,485
		采购量/销售量	0.78	0.69	0.74
	龙头	采购量（套）	38,736	31,367	37,665
		销售量（套）	52,557	47,238	46,485
		采购量/销售量	0.74	0.66	0.81
五金配件类	路轨	采购量（付）	174,068	131,763	127,536
		销售量（套）	113,524	80,556	77,997
		采购量/销售量	1.53	1.64	1.64
	门铰	采购量（付）	3,103,094	2,291,712	2,127,606
		销售量（套）	113,524	80,556	77,997
		采购量/销售量	27.33	28.45	27.28
台面类	人造石台面	采购量（米）	23,715.20	40,268.87	35,704.34
		销售量（套）	85,205	61,762	62,260
		采购量/销售量	0.28	0.65	0.57
	石英石台面	采购量（米）	212,131.35	168,295.72	151,459.28
		销售量（套）	85,205	61,762	62,260
		采购量/销售量	2.49	2.72	2.43

注：由于刨花板、中纤板、路轨、门铰为厨柜和衣柜通用原材料，因此用于与其采购量进行配比分析的销售量为公司各期厨柜及衣柜销售量；人造石台面和石英石台面仅为厨柜原材料，因此用于与其采购量进行配比分析的销售量为公司各期厨柜销售量；消毒柜、油烟机、灶具、拉篮、水槽、龙头仅为厨柜原材料，且在公司大宗用户模式下所售厨柜一般不包括上述厨电和功能配件，因此用于与其采购量进行配比分析的销售量为公司各期不含大宗用户模式下的厨柜销售量。

板材类主要原材料中，公司每销售一套厨柜或衣柜所需采购的中纤板数量逐年降低，刨花板数量则逐年提高，主要原因系2014年底起，公司调整板材类原材料使用策略，在定制衣柜的生产过程中逐渐开始使用刨花板替代中纤板，导致公司报告期内中纤板和刨花板采购量呈反向变动所致。报告期各期刨花板、中纤板合计数量分别为591,850张、623,660张、960,179张，平均单套产品采购量（采购量/销售量）为7.59张、7.74张、8.46张，相对稳定。

厨电类主要原材料中，2014年-2015年，公司主要厨电采购数量、每销售一套厨柜所需采购的主要厨电量总体呈小幅下降趋势，主要是该类产品为非必需配置组件（部分终端消费者自行购置厨电，公司厨电产品销售受终端消费者接受度和各经销商推广能力等因素影响大），各年销售产品包含的主要厨电配套率有小幅下降趋势所致，变动幅度在合理范围之内；2016年度公司主要厨电的配比率均有所上升，主要是公司加强配套组件促销相应采购量增加所致。

功能配件类主要原材料中，2014年-2015年，每销售一套厨柜所需采购的功能

配件总体基本稳定，有小幅波动，主要原因是水槽、龙头等为非必需配置组件（部分终端消费者自行购置），各期配套率存在差异所致；2016 年度除拉篮外其他主要功能配件的配比率均有所上升，主要原因是公司加强配套组件考核相应采购增加致。

五金配件类主要原材料中，采购数量逐年增加。2014 年-2016 年每销售一套橱柜或衣柜所需采购的路轨和门铰基本稳定。

台面类主要原材料中，公司每销售一套厨柜所需采购的人造石台面数量总体呈下降趋势，主要系受到消费者对台面材料偏好的改变的影响；公司石英石台面采购数量逐年增加，每销售一套厨柜所需采购的石英石台面数量总体呈增长趋势。

综上，公司主要原材料采购量与销售匹配。

（六）产品质量控制情况

1、发行人执行的质量控制标准

报告期内，公司执行的主要质量控制标准如下表所示：

序号	文件	实施年份
1	GB/T3327—1997《家具-柜类主要尺寸》	1998 年
2	GB/T5849—1999《细木工板》	1999 年
3	GB/T4897—2003《刨花板》	2003 年
4	GB5296.6—2004《消费品说明 第 6 部分：家具》	2004 年
5	HJ/T303-2006《环境标志产品技术要求 家具》	2007 年
6	HJ/T432-2008《环境标志产品技术要求 厨柜》	2008 年
7	GB/T3324—2008《木家具通用技术条件》	2009 年
8	QB/T1951.1—2010《木家具 质量检验及质量评定》	2010 年
9	GB/T11718—2009《中密度纤维板》	2010 年
10	QB/T2530—2011《木制柜》	2011 年
11	JG/T184-2011《住宅整体厨房》	2012 年

2、发行人的质量控制措施

公司已通过 ISO9001:2008质量管理体系认证，严格执行国家、行业等相关标准。

公司已建立了以质量管理、质量监督和质量考核为主要内容的质量管理体系，制定了《不合格品控制程序》、《质量检验管理制度》、《市场质量调研管理制度》、《质量事故管理制度》等制度，在产品生产、销售等环节实施严格的质量控制措施并持续改进。

公司通过了“中国环境标志产品认证”，被中国质量检测协会评为“全国质量诚信承诺优秀示范企业”、“全国质量检验稳定合格产品”，先后被全国工商联家具装饰业商会认定为“产品质量双十大示范品牌”、“质量诚信体系建设低碳环保示范品牌”、“质量诚信体系建设双十大示范品牌”。

3、发行人的质量纠纷解决措施

产品质量是公司生存和发展的基石，公司在日常生产经营活动中十分注重产品的质量控制。报告期内，公司未发生因产品质量而引起的重大诉讼、仲裁或行政处罚。

（七）安全生产和环境保护

1、安全生产情况

公司严格按照相关要求进行安全生产，制定了《安全生产管理制度》，以贯彻落实“安全第一，预防为主”的安全生产方针，贯彻执行总经理责任制，坚持“管生产必须管安全”的原则，消除一切可能发生安全生产事故的隐患，实现安全生产和文明生产。根据中山市安全生产监督管理局出具的证明，报告期内，公司未发生重大安全生产事故，也未因违反安全生产法律法规而受到相关主管部门的行政处罚。

2、环境保护情况

公司严格遵守国家有关环境保护的法律法规，生产经营活动符合国家有关环保要求。公司专业从事定制厨柜、衣柜及其配套家居产品的研究、设计、开发、生产与销售，在整个生产经营过程中无重大污染。

五、发行人的主要固定资产和无形资产

（一）主要固定资产

截至2016年12月31日，公司固定资产原值为19,455.49万元，净额为15,603.11万

元，包括房屋建筑物、自有房产装修、办公设备、机器设备、运输工具及其他设备六大类，公司各类固定资产的状况如下：

单位：万元

固定资产类别	使用年限（年）	原值	净值	成新率
房屋建筑物	20	12,062.14	11,008.16	91.26%
自有房产装修	10	265.06	197.42	74.48%
办公设备	3	253.96	95.82	37.73%
机器设备	10	5,968.98	3,777.78	63.29%
运输设备	4	363.62	174.60	48.02%
其他设备	5	541.74	349.33	64.48%

截至本招股说明书签署日，公司的上述其他固定资产在生产经营中正常使用，且不存在抵押、质押及其他资产受限的情况。

1、主要设备

截至2016年12月31日，公司主要机器设备情况如下：

单位：万元

序号	资产名称及型号	数量	原值	净值	成新率
1	直线封边机 KHJWLE0179	1 台	37.00	5.07	13.71%
2	双端封边机 KAL526/6/A3/25	2 台	536.18	269.70	50.30%
3	双端封边机 KAL525/6/A3/15	2 台	440.67	253.52	57.53%
4	全方位异型真空热压成型模压机	1 台	70.09	28.47	40.63%
5	全自动直线封边机 KAL210/4/A3/S2	2 台	136.75	57.18	41.81%
6	全自动直线封边机 NKL210/5/A20/S2	2 台	135.04	72.50	53.69%
7	全自动直线专封边机 KAL210/6/A3/S2	3 台	281.58	97.35	34.57%
8	异形表面砂光机 BM8	1 台	102.56	42.48	41.42%
9	多功能表面砂光机 Mfa	1 台	153.85	64.94	42.21%
10	计算机数控多功能加工中心 PTP100PLUC	1 台	81.20	34.91	43.00%
11	全自动直线封边机 KAL310/7/A20/S2	1 台	143.59	61.74	43.00%
12	全自动计算机板材开料锯 HPL430/38/22	1 台	102.56	44.10	43.00%
13	全自动计算机板材开料锯 HPL380/38/22	1 台	126.50	76.42	60.42%
14	吸塑机 3D Eagle	1 台	189.74	99.62	52.50%
15	计算机数控加工中心 VANTAGE 200/510	2 套	179.49	115.54	64.37%
16	开料锯 PROFLHPL380/38/22	3 台	369.23	269.85	73.08%
17	纵横锯 HKL430/32/22	1 台	290.60	203.18	69.92%
18	封边机 NKR210/5/A20	3 台	204.19	142.76	69.92%

19	数控加工中心 BHX500	2 套	256.41	179.27	69.92%
20	六排钻 BST503	1 台	75.21	52.59	69.92%
21	双端纵向进料台 TBH250/D/25/12	1 台	145.98	102.07	69.92%
22	三维贴面压机 3DEAGLE8002	1 台	87.18	61.64	70.71%
23	无尘面漆喷涂设备	1 套	59.45	42.04	70.71%
24	滚筒流水线	1 套	57.93	40.96	70.71%
25	中央空调	1 套	78.03	54.55	69.91%
26	吸尘设备	1 套	197.62	127.43	69.92%
27	封边机 KDT-486JK	1 台	31.45	26.97	85.75%
28	全自动计算机板材开料锯	1 台	76.92	73.88	96.04%
29	钻铣加工中心	1 套	128.21	127.19	99.21%
30	通过式钻孔机	1 台	194.87	193.33	99.21%
31	电子锯	1 台	230.77	228.94	99.21%

2、房屋建筑物

(1) 自有房屋建筑物

截至2016年12月31日，公司自有房屋建筑物情况如下：

单位：万元

序号	产权证书号	坐落位置	建筑面积 (m ²)	原值	净值	成新率
1	粤房地权证中府字第 0114027050 号	中山市阜沙镇振联路 21 号	50,269.25	5,081.84	4,298.97	84.59%
2	-	天津市静海县经济开发区静霸公路联络线东侧	54,578.43	6,532.21	6,323.70	96.81%
3	粤（2015）中山市不动产权第 0043771 号	中山市阜沙镇前程路 5 号第 13 幢 502 房	79.59	20.41	19.45	95.25%
4	粤（2015）中山市不动产权第 0041429 号	中山市阜沙镇前程路 5 号第 13 幢 503 房	74.66	19.15	18.24	95.25%
5	粤（2015）中山市不动产权第 0044177 号	中山市阜沙镇前程路 5 号第 13 幢 504 房	73.81	18.93	18.03	95.25%
6	粤（2015）中山市不动产权第 0041443 号	中山市阜沙镇前程路 5 号第 14 幢 502 房	79.59	20.41	19.45	95.25%
7	粤（2015）中山市不动产权第 0043807 号	中山市阜沙镇前程路 5 号第 14 幢 503 房	73.83	18.94	18.04	95.25%
8	粤（2015）中山市	中山市阜沙镇前	74.64	19.15	18.24	95.25%

	不动产权第0043613号	程路5号第14幢504房				
9	粤(2015)中山市不动产权第0043712号	中山市阜沙镇前程路5号第15幢301房	79.59	20.41	19.45	95.25%
10	粤(2015)中山市不动产权第0042394号	中山市阜沙镇前程路5号第15幢302房	79.59	20.41	19.45	95.25%
11	粤(2015)中山市不动产权第0033226号	中山市阜沙镇前程路5号第15幢303房	73.83	18.94	18.04	95.25%
12	粤(2015)中山市不动产权第0040476号	中山市阜沙镇前程路5号第15幢304房	73.81	18.93	18.03	95.25%
13	粤(2015)中山市不动产权第0042744号	中山市阜沙镇前程路5号第15幢401房	79.59	20.41	19.45	95.25%
14	粤(2015)中山市不动产权第0033205号	中山市阜沙镇前程路5号第15幢402房	79.59	20.41	19.45	95.25%
15	粤(2015)中山市不动产权第0033202号	中山市阜沙镇前程路5号第15幢403房	73.83	18.94	18.04	95.25%
16	粤(2015)中山市不动产权第0040466号	中山市阜沙镇前程路5号第15幢404房	73.81	18.93	18.03	95.25%
17	粤(2015)中山市不动产权第0044190号	中山市阜沙镇前程路5号第15幢501房	79.59	20.41	19.45	95.25%
18	粤(2015)中山市不动产权第0043823号	中山市阜沙镇前程路5号第15幢502房	79.59	20.41	19.45	95.25%
19	粤(2015)中山市不动产权第0043571号	中山市阜沙镇前程路5号第15幢503房	73.83	18.94	18.04	95.25%
20	粤(2015)中山市不动产权第0033165号	中山市阜沙镇前程路5号第15幢504房	73.81	18.93	18.03	95.25%

上表中公司位于中山市阜沙镇的自建房屋已取得中山市城乡规划局于2012年3月12日核发的《建设用地规划许可》(编号:地字第2022201202006(补)号)、2012年6月11日核发的《建设工程规划许可证》(编号:建字第120042012060003号)及中山市住房和城乡建设局于2012年9月25日核发的《建设工程施工许可证》(编号:442000201209250345ZX3370),公司于2014年12月26日取得该处房屋的房产证书。

上表中公司位于天津静海的自建房屋已取得静海县规划局于2014年10月31日核发的《建设用地规划许可》(编号:2014静海地证0034)、2014年11月27日核发的《建

设工程规划许可证》（编号：2014静海建证0174）及静海县建设管理委员会于2014年12月31日核发的《建设工程施工许可证》（编号：1202232014123101111），截至本招股说明书签署日，已完成竣工验收，正在办理房产产权证书。

根据中山市土地房产产权档案馆打印的《中山市不动产登记资料证明表》、中山市国土资源局、天津市国土资源和房屋管理局静海县国土资源局、天津市静海经济开发区管理委员会出具的证明文件，公司及子公司的房产所有权不存在抵押、诉讼、纠纷等权利不确定性的情况。

（2）租用房屋建筑物

截至本招股说明书签署日，公司或分公司向第三方租用的房产情况如下：

序号	出租人	房屋地址	租赁面积	是否有 产权证明	租金（含管理费、服务费等）	租赁期限	用途
1	中山市人民政府石岐区办事处物业管理办公室	中山市石岐区海景路	6,434.55 m ²	有	第一、二年月租金为 8.36 万元，逐年递增	2012.10.1 至 2023.3.31	总部石岐办公室
2	陆惠容	中山市阜沙镇安化路 2 号之一	13,333.3 m ²	有	月租金为 8.61 万元	2016.8.1 至 2018.7.31	总部台面车间
3	杨静纯	中山市阜沙镇阜沙工业园内（上南村府对面）	6,726 m ²	有	第一年月租金 6.46 万元，逐年递增	2013.7.1 至 2023.6.30	总部阜沙宿舍
4	中山市人民政府石岐区办事处物业管理办公室	中山市海景路 6 号的员工宿舍楼以下房间：第 C 幢 2-7 层 42 套房，第 D 幢 2 层 2 套 212、213 房	1,672 m ²	有	月租金为 1.78 万元	2016.12.1 至 2017.3.31	总部员工宿舍
5	中山市人民政府石岐区办事处物业管理办公室	中山市海景路 6 号的员工宿舍楼以下房间：第 B 幢 408-412 共五套房	190 m ²	有	月租金为 0.2 万元	2016.12.1 至 2017.3.31	总部员工宿舍
6	梁玉莹	中山市阳光花地夏林阁 1 幢 501	123.31 m ²	有	月租金为 0.25 万元	2016.11.25 至 2017.11.24	总部员工宿舍
7	上海新曹杨（集团）有限公司	上海市普陀区怒江北路 598 号红星世贸大厦 19 层 1901 单元	198 m ²	有	年租金为 21.68 万元	2016.10.1 至 2017.9.30	华东工程部上海办公室
8	重庆红星美凯龙环球家居生活广场有限责任公司	重庆市南岸区南坪西路 58 号红星美凯龙生活广场展厅建材一楼 A8188、A8189 摊位	466.50 m ²	无	月租金为 7.51 万元	2016.9.1 至 2017.8.31	重庆南坪店店面
9	重庆红星美凯龙世博家居生活广场有限责任公司	重庆市渝北区天宫殿街道新南路 888 号综合馆二楼 C8116、C8117、C8118、C8119-2	275 m ²	无	月租金为 5.45 万元	2016.1.1 至 2016.12.31（注）	重庆江北店店面
10	重庆渝弟联盛实业有限公司涪陵居然之家家居建材分公司	重庆市涪陵区滨江大道二段 52 号（白鹤梁博物馆对面）一号馆三层	397.8 m ²	有	月租金 1.33 万元	2016.12.1 至 2018.11.30	重庆涪陵店店面
11	中山市华逸房地产有限公司	中山市青溪路 70 号富逸装饰广场（第 3 号楼）首层 19、20、21 卡	222.12 m ²	有	月租金为 0.84 万元	2015.4.1 至 2017.3.31	中山富逸广场店店面
12	中山简爱家居有限公司东区分公司	中山市东区大信简爱家居名店广场远洋店	256.4 m ²	无	月租金 2.56 万元	2014.12.28 至 2017.3.31	中山远洋城店店面

		108304 号展位						
13	梁雪萍	中山市西区岐港路1号星辰广场1号之四卡	170.00 m ²	有	月租金为0.26万元	2016.7.15 2018.1.14	至	中山分公司仓库
14	四川满城房地产经纪有限责任公司重庆财信城市国际分公司	渝北区金龙路259号财信城市国际1-31-6	—	有	月租金为0.17万元	2016.3.11 2017.3.10	至	重庆分公司宿舍
15	卢先艳	渝北区星湖路1号7栋13-4	81.39 m ²	有	月租金为0.28万元	2016.8.8 2017.8.7	至	重庆分公司员工宿舍
16	重庆喆春环保科技发展有限公司	渝北区万年路555号库房第内3-1号部分	600 m ²	无	月租金为1.14万元	2016.6.1 2017.5.31	至	重庆分公司仓库
17	重庆喆春环保科技发展有限公司	人和镇万年路555号希望饲料厂内（二楼办公室/中干楼3套宿舍）	—	无	月租金为0.31万元	2016.6.1 2017.5.31	至	重庆分公司办公室、宿舍
18	江苏博济堂科技创业服务有限公司	南京市江宁区清水亭西路长亭街9号俊杰科创大厦	55 m ²	无	月租金为0.28万元	2016.3.15 2018.4.30	至	华东工程部南京办公室
19	徐林根	苏州市吴中区宝带东路399号苏州中润中心2幢A座907室	63.19 m ²	无	月租金为0.34万元	2016.6.7 2018.6.6	至	华东工程部苏州办公室
20	杭州创微投资管理有限公司	杭州市江干区临丁路1191号1幢5层503号	61 m ²	无	月租金为0.33万元	2016.10.10 2017.10.9	至	华东工程部杭州办公室

注：截至本招股说明书签署日，该等房屋的续租协议尚在签署过程中。

公司及子公司承租的 20 处房产中：

①其中 12 处物业的出租方提供了出租物业的产权证明或授权证明，该等出租方有权出租相关物业，且相关租赁房产用途符合法律规定；其中 8 处物业的出租方未能提供出租物业的产权证明或授权证明，存在该等出租方无权出租相关物业或公司与该等出租方签订的房屋租赁协议被房屋所有权人认定无效的法律风险。

②公司租赁上表所列第 1 项、第 2 项房产用途分别为总部办公楼及台面车间，若无法租用，则对公司的品牌形象、生产经营带来比较大的影响，截至本招股说明书签署日，该等两项租赁物业的出租方均提供了房产证书，且房产用途符合法律规定，公司已与出租方签署了较长的租赁期限或保持了良好的租赁关系，因此无法租用的风险较低；除此外，上表中其他租赁房产主要为门店、员工宿舍、仓库，所租赁的面积较小，可替代性较高，无法租用前述房产对发行人经营生产的影响较小。

③除上表第 11 项房产办理租赁房屋备案以外，上表其他房产租赁合同均未办理房屋租赁登记备案手续。

公司控股股东/实际控制人马礼斌已出具承诺函，内容如下：“若发行人及/或其子公司、分支机构于上市前租赁的物业在租赁期内因权属问题无法继续正常使用，本人承诺将承担发行人及/或其子公司、分支机构由此实际遭受的经济损失，包括但不限于因进行诉讼或仲裁、罚款、停业、寻找替代场所以及搬迁所发生的一切损失和费用。”

（二）主要无形资产

1、商标

截至本招股说明书签署日，公司已注册的国内商标 52 项，具体情况如下：

序号	商 标	注册号/申请号	核定使用商品类别	取得方式	有效期
1		11229978	15	原始取得	2013.12.14 至 2023.12.13
2		11230091	18	原始取得	2014.4.21 至 2024.4.20
3		11234911	25	原始取得	2014.4.21 至 2024.4.20
4		11234962	27	原始取得	2014.1.21 至 2024.1.20

5		7139485	20	原始取得	2010.12.7 至 2020.12.6
6		10072613	11	原始取得	2012.12.14 至 2022.12.13
7		11234799	21	原始取得	2013.12.14 至 2023.12.13
8		11235360	42	原始取得	2013.12.28 至 2023.12.27
9		5675169	35	原始取得	2009.10.28 至 2019.10.27
10		7139484	20	原始取得	2010.12.7 至 2020.12.6
11		10072614	7	原始取得	2013.1.7 至 2023.1.6
12		3217362	20	继受取得	2013.10.21 至 2023.10.20
13		5675170	35	原始取得	2010.3.28 至 2020.3.27
14		5706929	11	继受取得	2009.9.7 至 2019.9.6
15		5706947	21	继受取得	2009.10.7 至 2019.10.6
16		5706949	11	继受取得	2009.9.7 至 2019.9.6
17		5893733	20	原始取得	2009.11.21 至 2019.11.20
18		5893734	11	原始取得	2009.12.7 至 2019.12.6
19		5893735	11	原始取得	2009.12.7 至 2019.12.6
20		5965057	20	原始取得	2009.12.14 至 2019.12.13
21		5965058	20	原始取得	2009.12.14 至 2019.12.13
22		7139486	11	原始取得	2010.11.28 至 2020.11.27
23		8497788	20	原始取得	2011.7.28 至 2021.7.27
24		8497789	11	原始取得	2011.8.7 至 2021.8.6
25		9860281	20	原始取得	2012.12.7 至 2022.12.6
26		10481028	21	原始取得	2013.6.14 至 2023.6.13
27		10481029	8	原始取得	2013.6.14 至 2023.6.13
28		11229784	7	原始取得	2014.5.28 至 2024.5.27
29		11229810	8	原始取得	2014.2.7 至 2024.2.6
30		11229856	9	原始取得	2014.2.14 至 2024.2.13
31		11229941	14	原始取得	2013.12.14 至 2023.12.13
32		11234649	19	原始取得	2013.12.28 至 2023.12.27
33		11235108	37	原始取得	2013.12.14 至 2023.12.13
34		11235335	40	原始取得	2013.12.14 至 2023.12.13

35		11270171	20	原始取得	2013.12.21 至 2023.12.20
36	PIANO皮阿诺	11229914	12	原始取得	2014.8.28 至 2024.8.27
37	PIANO皮阿诺	11234847	24	原始取得	2014.7.14 至 2024.7.13
38		13567349	11	原始取得	2015.3.14 至 2025.3.13
39	爱奇屋	14214712	20	原始取得	2015.4.28 至 2025.4.27
40	ichihome	14214662	11	原始取得	2015.4.28 至 2025.4.27
41	爱奇屋	14214677	11	原始取得	2015.4.28 至 2025.4.27
42	ichihome	14214725	20	原始取得	2015.4.28 至 2025.4.27
43	PIANO皮阿诺	11229477	3	原始取得	2015.4.7 至 2025.4.6
44	PIANO皮阿诺	11234714	20	原始取得	2015.4.7 至 2025.4.6
45		13664124	7	原始取得	2015.10.8 至 2025.10.7
46	GENE佳沐	13448831	11	原始取得	2015.8.21 至 2025.8.20
47	MOZO沐瑾	13448858	11	原始取得	2015.8.28 至 2025.8.27
48	ichihome	14214639	7	原始取得	2015.8.14 至 2025.8.13
49	PIANO皮阿诺	5706948	19	继受取得	2009.11.14 至 2019.11.13
50	PIANO皮阿诺	5706927	6	继受取得	2009.07.28 至 2019.07.27
51	PIANO皮阿诺	5706926	9	继受取得	2009.12.14 至 2019.12.13
52	PIANO皮阿诺	5706928	2	继受取得	2009.11.28 至 2019.11.27

目前，公司与领锋电器之间签署了《商标许可使用合同》，上表中注册号为5893734的商标已许可领锋电器使用。商标转让和许可使用情况请参见本招股说明书之“第七节 同业竞争与关联交易”之“三、关联方、关联关系及关联交易”之“（二）关联交易”。

马礼斌与公司于2014年9月28日签订《注册商标转让合同》，约定马礼斌将其拥有注册号为5706948、5706927、5706926、5706928的注册商标无偿转让给公司。上表所列第49至52项商标即马礼斌转让给公司的商标，已获得国家工商行政管理

总局商标局于 2016 年 7 月 13 日出具的《商标转让证明》。

2、专利

截至本招股说明书签署日，公司拥有专利共 86 项，具体情况如下：

序号	专利名称	专利号	授权日期	取得方式	专利权人	专利类型
1	橱柜台板的安装结构	ZL201110296610.7	2013.7.17	原始取得	发行人	发明
2	橱柜	ZL201110299932.7	2015.1.21	原始取得	发行人	发明
3	玻璃台面	ZL200730063918.1	2008.7.9	原始取得	发行人	外观设计
4	橱柜门板（印花烤漆）	ZL200830049062.7	2009.7.1	原始取得	发行人	外观设计
5	橱柜（印花烤漆）	ZL200830049061.2	2009.8.12	原始取得	发行人	外观设计
6	橱柜门板（内凹波浪纹）	ZL200830049055.7	2009.8.5	原始取得	发行人	外观设计
7	橱柜门板（格纹）	ZL200830049057.6	2009.8.12	原始取得	发行人	外观设计
8	橱柜门板（水晶森林 B）	ZL200930075865.4	2010.3.17	原始取得	发行人	外观设计
9	橱柜门板（水晶森林 A）	ZL200930075864.X	2010.4.7	原始取得	发行人	外观设计
10	组合橱柜（水晶森林）	ZL200930077094.2	2010.5.26	原始取得	发行人	外观设计
11	橱柜贴纸	ZL201230039507.X	2012.9.12	原始取得	发行人	外观设计
12	组合橱柜（金色探戈）	ZL201130356020.X	2012.5.16	原始取得	发行人	外观设计
13	组合橱柜（威克兰娜）	ZL201130356017.8	2012.5.23	原始取得	发行人	外观设计
14	橱柜门板（金色控戈）	ZL201130349477.8	2012.5.16	原始取得	发行人	外观设计
15	橱柜门板（威克兰娜）	ZL201130349155.3	2012.5.16	原始取得	发行人	外观设计
16	组合橱柜（博拉博拉）	ZL201230354900.8	2013.5.15	原始取得	发行人	外观设计
17	组合橱柜（格调）	ZL201230354803.9	2013.3.20	原始取得	发行人	外观设计
18	组合橱柜（巴伦西亚）	ZL201230354736.0	2013.3.20	原始取得	发行人	外观设计
19	组合橱柜（檀香）	ZL201230354700.2	2013.5.15	原始取得	发行人	外观设计
20	组合橱柜（哈姆比）	ZL201230354699.3	2013.3.20	原始取得	发行人	外观设计
21	组合橱柜（维特鲁威）	ZL201230354647.6	2013.5.15	原始取得	发行人	外观设计
22	组合橱柜（金色港湾）	ZL201230354584.4	2013.3.20	原始取得	发行人	外观设计
23	组合橱柜（极光）	ZL201230354383.4	2013.6.5	原始取得	发行人	外观设计
24	组合橱柜（卡布奇诺）	ZL201230354649.5	2013.11.6	原始取得	发行人	外观设计
25	可拆卸柜体防尘条	ZL201020200895.0	2011.2.9	继受取得	发行人	实用新型
26	厨房用地柜	ZL201120388786.0	2012.7.4	原始取得	发行人	实用新型
27	橱柜门	ZL201120388790.7	2012.7.4	原始取得	发行人	实用新型
28	多功能橱柜	ZL201120381787.2	2012.7.4	原始取得	发行人	实用新型
29	橱柜的把手	ZL201120379439.1	2012.7.25	原始取得	发行人	实用新型

30	厨房用拉篮	ZL201220444730.7	2013.6.5	原始取得	发行人	实用新型
31	一种厨房用拉篮	ZL201220442904.6	2013.4.10	原始取得	发行人	实用新型
32	橱柜底板的连接构件	ZL201220749741.6	2013.6.19	原始取得	发行人	实用新型
33	橱柜的连接组件	ZL201220749728.0	2013.6.19	原始取得	发行人	实用新型
34	橱柜的连接器	ZL201220749195.6	2013.6.19	原始取得	发行人	实用新型
35	组合式橱柜的连接件	ZL201220749658.9	2013.6.26	原始取得	发行人	实用新型
36	一种吸油烟机快速安装烟管结构	ZL201320393386.8	2013.12.18	原始取得	发行人	实用新型
37	带活动台面的橱柜	ZL201420589826.1	2015.4.8	原始取得	发行人	实用新型
38	橱柜	ZL201420590469.0	2015.4.8	原始取得	发行人	实用新型
39	一种橱柜	ZL201420590466.7	2015.4.8	原始取得	发行人	实用新型
40	组合橱柜（凡尔赛之星）	ZL201430365309.1	2015.4.29	原始取得	发行人	外观设计
41	组合橱柜（圣莫尼卡）	ZL201430365307.2	2015.4.29	原始取得	发行人	外观设计
42	组合橱柜（路易十四）	ZL201430365310.4	2015.4.29	原始取得	发行人	外观设计
43	组合橱柜（金棕魅影）	ZL201430365313.8	2015.4.29	原始取得	发行人	外观设计
44	组合橱柜（科罗拉多）	ZL201430365312.3	2015.4.29	原始取得	发行人	外观设计
45	橱柜门板	ZL201430356852.5	2015.6.3	原始取得	发行人	外观设计
46	橱柜把手	ZL201430356851.0	2015.5.27	原始取得	发行人	外观设计
47	电烤箱（KWS-200-613）	ZL201630305302.X	2016.11.30	原始取得	发行人	外观设计
48	吸油烟机（CXW-268-263）	ZL201630305304.9	2016.11.30	原始取得	发行人	外观设计
49	橱柜内置式拉手（欢乐时光）	ZL201630159458.1	2016.11.23	原始取得	发行人	外观设计
50	餐边柜（比特摩尔）	ZL201630259229.7	2016.11.23	原始取得	发行人	外观设计
51	组合家具（比特摩尔）	ZL201630259410.8	2016.11.23	原始取得	发行人	外观设计
52	儿童床（秋枫暖居）	ZL201630159442.0	2016.11.23	原始取得	发行人	外观设计
53	门厅柜（比特摩尔）	ZL201630259204.7	2016.10.12	原始取得	发行人	外观设计
54	酒柜（比特摩尔）	ZL201630259227.8	2016.10.12	原始取得	发行人	外观设计
55	电视柜（比特摩尔）	ZL201630259228.2	2016.10.12	原始取得	发行人	外观设计
56	玄关柜（秋枫暖居）	ZL201630159462.8	2016.10.12	原始取得	发行人	外观设计
57	鞋柜（秋枫暖居）	ZL201630159463.2	2016.10.12	原始取得	发行人	外观设计
58	梳妆台（秋枫暖居）	ZL201630159464.7	2016.10.12	原始取得	发行人	外观设计
59	书柜（秋枫暖居）	ZL201630159465.1	2016.10.12	原始取得	发行人	外观设计
60	门厅柜（秋枫暖居）	ZL201630159438.4	2016.10.12	原始取得	发行人	外观设计
61	酒柜（秋枫暖居）	ZL201630159441.6	2016.10.12	原始取得	发行人	外观设计

62	电视柜（秋枫暖居）	ZL201630159443.5	2016.10.12	原始取得	发行人	外观设计
63	茶几（秋枫暖居）	ZL201630159444.X	2016.10.12	原始取得	发行人	外观设计
64	门厅柜（布鲁斯）	ZL201630157708.8	2016.10.12	原始取得	发行人	外观设计
65	卧室电视柜（布鲁斯）	ZL201630157711.X	2016.10.12	原始取得	发行人	外观设计
66	书柜（布鲁斯）	ZL201630163984.5	2016.10.12	原始取得	发行人	外观设计
67	茶几（布鲁斯）	ZL201630163986.4	2016.10.12	原始取得	发行人	外观设计
68	餐边柜（布鲁斯）	ZL201630163987.9	2016.10.12	原始取得	发行人	外观设计
69	橱柜（云霄）	ZL201630163990.0	2016.10.12	原始取得	发行人	外观设计
70	橱柜（一米阳光）	ZL201630163997.2	2016.10.12	原始取得	发行人	外观设计
71	床头柜（布鲁斯）	ZL201630164002.4	2016.10.12	原始取得	发行人	外观设计
72	一种公共烟道快接防烟装置	ZL201620709219.3	2016.12.7	原始取得	发行人	实用新型
73	电烤箱（KWS-200-612）	ZL201630416990.7	2017.1.11	原始取得	发行人	外观设计
74	吸油烟机（CXW-200-236A）	ZL201630417056.7	2017.1.11	原始取得	发行人	外观设计
75	消毒柜（ZTD00L-818）	ZL201630305305.3	2017.1.11	原始取得	发行人	外观设计
76	灶具（JZY /T/R-327）	ZL201630416989.4	2017.1.11	原始取得	发行人	外观设计
77	橱柜拉手（A9093-64）	ZL200930075869.2	2010.4.7	原始取得	发行人	外观设计
78	橱柜拉手（A9093-32）	ZL200930075868.8	2010.4.14	原始取得	发行人	外观设计
79	橱柜拉手（A9094）	ZL200930075867.3	2010.4.14	原始取得	发行人	外观设计
80	组合橱柜（紫金伯爵）	ZL200930077090.4	2010.8.18	原始取得	发行人	外观设计
81	组合橱柜（卢浮魅影）	ZL200930077095.7	2010.4.14	原始取得	发行人	外观设计
82	组合橱柜（魅钻诱惑）	ZL201130097412.9	2011.11.2	原始取得	发行人	外观设计
83	橱柜（丹娜王后）	ZL201130097400.6	2011.11.2	原始取得	发行人	外观设计
84	橱柜门板（丹娜王后）	ZL201130087445.5	2011.11.2	原始取得	发行人	外观设计
85	橱柜门板（魅钻诱惑）	ZL201130087875.7	2011.11.2	原始取得	发行人	外观设计
86	橱柜门板（白金汉宫）	ZL201130087439.X	2011.11.2	原始取得	发行人	外观设计

除上述专利外，如下表所列 1 项外观设计专利已过专利年费补缴期限，公司已提出专利权恢复申请：

序号	专利名称	专利号	授权日期	取得方式	专利权人	专利类型
1	橱柜门板（卢浮魅影）	ZL200930075866.9	2010.4.7	原始取得	发行人	外观设计

上表中 1 项专利为 2010 年取得的外观设计专利，相关专利所对应的产品已全面

下架，该专利权是否能够恢复对公司的生产及经营不存在重大影响。

公司专利技术无许可他方使用情况。

3、软件著作权

截至本招股说明书签署日，公司拥有软件著作权共 11 项，具体情况如下：

序号	软件名称	证书编号	证书登记号	首次发表时间	取得方式
1	照明亮度智控软件 V1.0	软著登字第 0790397 号	2014SR121154	未发表	原始取得
2	嵌入式音响控制软件 V1.0	软著登字第 0790248 号	2014SR121005	未发表	原始取得
3	视频监控应用软件 V1.0	软著登字第 0791430 号	2014SR122187	未发表	原始取得
4	火灾监控报警软件 V1.0	软著登字第 0790390 号	2014SR121147	未发表	原始取得
5	烟雾报警控制软件 V1.0	软著登字第 0790330 号	2014SR121087	未发表	原始取得
6	智能温度监控软件 V1.0	软著登字第 0790372 号	2014SR121129	未发表	原始取得
7	新山川环境监测管理软件 V1.0	软著登字第 0353840 号	2011SR090166	2011.3.3	原始取得
8	新山川数据集成系统 V1.0	软著登字第 0354210 号	2011SR090536	2010.1.1	原始取得
9	新山川安全信息监控系统 V1.0	软著登字第 0354232 号	2011SR090558	2010.3.16	原始取得
10	新山川食品安全管理软件 V1.0	软著登字第 0354178 号	2011SR090504	2010.6.7	原始取得
11	新山川物联网远程监控终端软件 V1.0	软著登字第 0353922 号	2011SR090248	2010.10.31	原始取得

4、作品登记证书

截至本招股说明书签署日，公司拥有作品登记证书共 5 项，具体情况如下：

序号	作品名称	登记日期	创作完成时间	取得方式
1	香雪印花 WY02A	2016.3.24	2007.12.1	原始取得
2	香雪印花 WY02B	2016.3.24	2007.12.1	原始取得
3	香雪印花 WY02C	2016.3.24	2007.12.1	原始取得
4	香雪印花 WY03A	2016.3.24	2007.12.1	原始取得
5	香雪印花 WY03B	2016.3.24	2007.12.1	原始取得

5、土地使用权

截至本招股说明书签署日，公司共拥有面积合计为 172,107.50 平方米的国有土地使用权，具体情况如下：

序号	土地使用权证	地址	面积 (m ²)	地类 (用途)	终止日期	使用权类型
1	中府国用(2014)第0600466号	中山市阜沙镇上南村	33,333.30	工业	2062-1-12	出让
2	房地证津字第123051400484号	静海县经济开发区静霸公路联络线东侧	138,774.20	工业	2063-7-25	出让

其中中山土地：2011年12月14日，公司与中山市土地矿业权公开交易管理办公室签署了《建设用地使用权公开交易成交确认书（挂牌出让）》，确认公司在建设用地使用权挂牌出让活动中，竞得中山市阜沙镇上南村总面积33,333.3平方米的工业用地，成交总价为2,430万元。同日，公司与中山市国土资源局签署了《国有建设用地使用权出让合同》，载明公司受让位于中山市阜沙镇上南村、宗地编号为G06-11-0315、面积为33,333.3平方米的工业用地，国有建设用地使用权出让价格为2,430万元。公司已缴纳土地出让金及相关税费共计3,147.13万元，并取得了该宗土地的权属证书。

其中天津土地：2012年12月28日，天津皮阿诺与天津市国土资源和房屋管理局静海县国土资源分局、天津土地交易中心签署了《挂牌地块成交确认书》，确认天津皮阿诺在建设用地使用权公开挂牌出让中竞得静海县开发区静霸联络线东侧总面积138,774.20平方米的用地，总价为2,840万元。2013年5月29日，天津皮阿诺与天津市国土资源和房屋管理局静海县国土资源分局签署了《天津市国有建设用地使用权出让合同》，载明天津皮阿诺受让位于静海经济开发区静霸公路联络线东侧、宗地编号为津静（挂）G2012-025、面积为138,774.2平方米的工业用地，国有建设用地使用权出让价格为2,840万元。天津皮阿诺已缴纳土地出让金及相关税费共计3,999.67万元，并取得了该宗土地的权属证书。

根据中山市土地房产产权档案馆打印的《中山市不动产登记资料证明表》、天津市国土资源局和房屋管理局打印的《天津市不动产登记簿查询证明》、中山市国土资源局、天津市国土资源和房屋管理局静海县国土资源分局、天津市静海经济开发区管理委员会出具的证明文件，除土地证号为中府国用（2014）第0600466号的土地使用权已设置抵押外，公司及子公司的土地使用权不存在诉讼、纠纷等权利不确定性的情况。

六、特许经营权

截至本招股说明书签署日，公司不存在授权他人或被他人授权的特许经营权。

七、发行人的技术与研发情况

（一）主要产品的核心技术及所处阶段

公司主营产品为定制厨柜、定制衣柜及配套家具，目前整体生产工艺技术均已十分成熟，处于大批量生产阶段。

（二）发行人正在从事的研发项目情况

截至本招股说明书签署日，公司正在从事的研发项目如下：

	项目名称	应用领域	研发目标	进展情况
厨柜	智能厨房技术	厨柜设计	开发具有收纳、备菜、烹饪、清理、上网、人机互动及灯光展示效果等功能的智能厨房	小批量生产，处于升级改造阶段
	玻璃台面技术	台面生产	开发新型厨柜玻璃台面	升级改造阶段
	小户型厨房集成设计	厨柜设计	开发集成式高效厨柜系统	小批量生产阶段
	厨柜衣柜快速三维展示技术	门店展示	快速简历三维虚拟产品展示，向客户推销产品	小批量生产阶段
	柔性生产技术	厨柜生产	提升产品质量和生产效率	小批量生产阶段
	开放式和封闭式厨房可转换技术	厨柜设计	开发可以从开放式厨房向封闭式厨房转换的自动化系统	小批量生产阶段
	玻璃门板加工及丝印技术	厨柜设计	利用高端丝印技术开发具有高精度图案的玻璃门板	小批量生产阶段
衣柜	衣柜信息化生产管理系统	柜体生产	进一步提高衣柜生产信息化水平，提升产品质量和生产效率	小批量生产阶段
	移动互联智能家居技术	衣柜设计	开发和手机进行连接的移动互联技术，用来控制家居和电器等，实现远程控制和传输	项目研发阶段
	智能灯光可调节卧室系统	定制家居设计	开发智能物联的技术，根据人们起居的需要控制灯光、窗帘和不动色彩和灯光的技术	项目研发阶段
	整体全屋定制家居系统	全屋设计	开发适合不同户型的全屋的定制系统，有效解决不同群体生活需求和空间利用问题	项目研发阶段

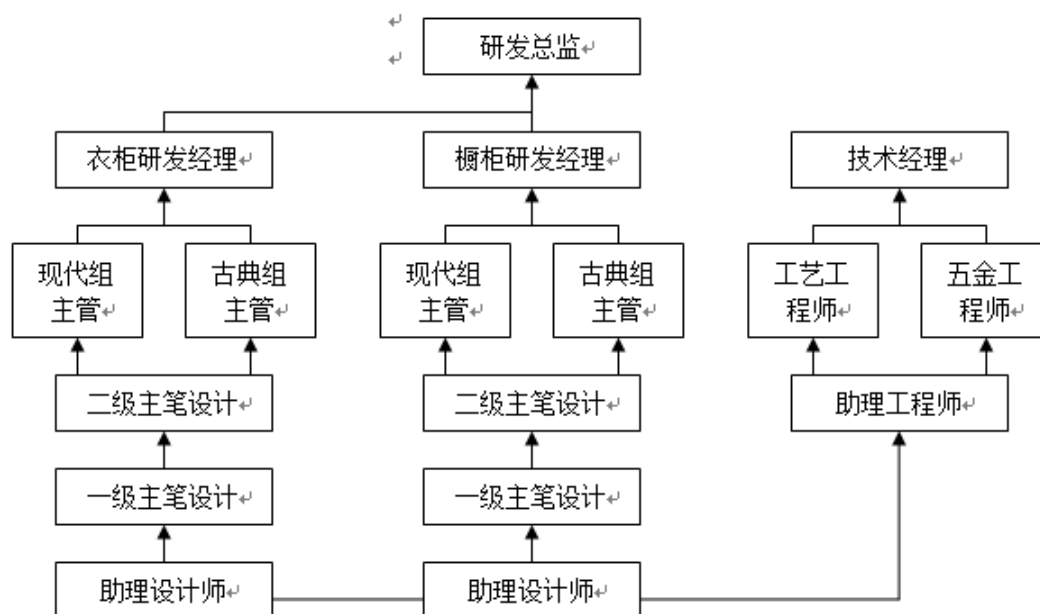
（三）研发费用投入情况

报告期内，公司研发费用占主营业务收入的比重情况如下表：

单位：万元

项 目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
营业收入	63,038.28	51,201.03	50,293.25
研发费用	1,978.50	1,642.20	1,631.56
研发费用占主营业务收入的比重 (%)	3.14	3.21	3.24

(四) 发行人研发机构设置情况



(五) 发行人的技术创新机制

公司较早意识到创新的重要性，坚持产品的自主研发设计，拥有一支高素质、年轻化、专业化的研发设计团队。公司经过多年来的发展，已经从科研立项、科技经费申请、研发绩效考核、科技成果转化等方面，建立了完善的研发管理体系，为公司技术创新和技术实力的提升提供良好的制度保证。在原有设计资源的基础上，公司还联合高等院校、专业机构以及国际知名设计师成立了具备国际设计能力的“科学艺术厨房研究院”。

公司通过完善的研发设计体系，将产品设计与技术开发进行规范化的流程体系化管理，并通过研发设计创新激励机制，保障公司创新、创意的驱动力。公司建立了较成熟的研发人员引进及培训机制，拥有工艺技术研发及创意设计两大团队，设计团队主要成员毕业于中央美术学院、鲁迅美术学院等国内知名工业设计院校。此外，公司建立了标准化、系统化的员工培训机制，让员工参与国内外考察学习、调研等

方式提高研发水平。

八、发行人的境外经营情况

截至本招股说明书签署日，公司未在境外从事生产经营活动，无境外资产。

第七节 同业竞争与关联交易

一、独立性

公司自成立以来，严格按照《公司法》、《证券法》等有关法律、法规和《公司章程》的要求规范运作。本公司产权明晰、权责明确、运作规范，业务、资产、人员、机构和财务与现有股东完全分开，拥有独立、完整的资产和业务体系，具备面向市场独立经营的能力。

（一）业务独立情况

公司具有独立的研发、生产、服务和营销的业务体系，拥有完整的法人财产权，能够独立支配和使用人、财、物等生产要素，顺利组织和实施生产经营活动，公司的业务独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业。公司自行取得了业务开展所需许可文件，独立与交易对方签署、履行业务合同和结算，并保存独立从事业务的相关业务资料，不存在对控股股东、实际控制人及其控制的其他企业的依赖，公司的业务与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业间不存在同业竞争或显失公平的关联交易的情形，公司主要股东已承诺不开展经营与公司可能发生同业竞争的业务。

（二）资产独立情况

公司系由新山川整体变更而来，原新山川的资产和人员全部进入股份公司，拥有独立完整的经营资产。整体变更后，公司依法办理相关资产和产权的变更登记，公司具备完整的与生产经营有关的生产经营性资产、相关生产技术和配套设施，具有独立的采购和产品销售系统，合法拥有与生产经营有关的主要土地、房产、机器设备以及商标、专利、非专利技术的所有权或使用权。公司资产与股东的资产严格分开，并完全独立运营，不存在与股东单位共用的情形，资产产权明晰。公司未以其资产、权益或信用为股东或股东控制的关联方的债务提供担保。公司对其资产拥有完全的控制和支配权，不存在资产、资金被股东占用而损害公司利益的情形。

（三）人员独立情况

公司的董事、监事、高级管理人员均依照《公司法》及《公司章程》等有关规

定产生，不存在股东超越公司董事会和股东大会作出人事任免决定的情况。

公司总经理、副总经理、财务负责人、董事会秘书等高级管理人员专职在公司工作并领取报酬，并且未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中担任除董事和监事外的其他职务，不在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业领薪，也未在与公司业务相同或相似、或存在其他利益冲突的企业任职。公司的财务人员不在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中兼职。

公司拥有独立、完整的人事管理体系，制定了独立的劳动人事管理制度，由公司独立与员工签订劳动合同。

（四）机构独立情况

公司根据《公司法》和《公司章程》的要求，设置股东大会作为权力机构、设置董事会为决策机构、设置监事会为监督机构，并设有相应的办公机构和经营部门，各职能部门分工协作，形成有机的独立运营主体，公司已建立健全内部经营管理机构，独立行使经营管理职权，不受控股股东和实际控制人的干预，与控股股东在机构设置、人员及办公场所等方面完全分开，与控股股东和实际控制人及其控制的其他企业间不存在混合经营、合署办公等机构混同的情况。

（五）财务独立情况

公司已建立独立的财务核算体系，独立进行财务决策，公司设立了独立的财务部门，配备了专职的财务人员并进行了适当的分工授权，拥有较完善的财务管理制度与会计核算体系，具有规范的财务会计制度和对分公司、子公司的财务管理制度。公司财务人员不存在对外兼职情况。公司依法独立纳税。公司已在中国工商银行中山分行城北支行开立了独立的银行基本账户，不存在与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业共用银行账户的情况。公司根据生产经营需要独立作出财务决策，不存在控股股东干预公司资金使用的情况。

经核查，保荐机构认为，发行人在上述资产、人员、财务、机构和业务等方面的内容描述真实、准确、完整。

二、同业竞争

（一）同业竞争情况

截至本招股说明书签署日，公司控股股东和实际控制人马礼斌除控制本公司和盛和正道，参股新地创建房产和中赣投资外，未控股和参股其他企业，亦未以任何形式直接或间接从事与本公司相同或相似的业务。本公司不存在与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业之间同业竞争的情形。

（二）避免同业竞争的承诺

为避免今后与公司之间可能出现同业竞争，维护公司的利益和保证公司的长期稳定发展，公司控股股东和实际控制人马礼斌出具了《关于避免同业竞争的承诺》，承诺如下：

1、截至本承诺书出具之日，本人持有皮阿诺（控股权）、皮阿诺境内非法人股东盛和正道（权益份额控制）以及新地创建房产（参股权）、中赣投资（参股权）的股权，且盛和正道、新地创建房产、中赣投资与皮阿诺之间不存在同业竞争。除此外，本人没有持有其他企业的股权，亦不存在本人可控制的其经营的业务可能会与公司经营的业务构成同业竞争的其他企业。

2、在公司本次公开发行股票并上市后，本人将不会通过自己或可控制的其他企业，进行与公司业务相同或相似的业务。如有这类业务，其所产生的收益归公司所有。

3、如果本人将来出现所投资的全资、控股、参股企业从事的业务与公司构成竞争的情况，本人同意通过有效方式将该等业务纳入公司经营以消除同业竞争的情形；公司有权随时要求本人出让在该等企业中的全部股份，本人给予公司对该等股份的优先购买权，并将尽最大努力促使有关交易的价格是公平合理的。

4、如违反上述承诺，本人愿意承担由此产生的全部责任，充分赔偿或补偿由此给公司造成的所有直接或间接损失。

5、上述承诺在本人对公司拥有由资本因素或非资本因素形成的直接或间接的控制权或对公司存在重大影响期间持续有效，且不可变更或撤销。

三、关联方、关联关系及关联交易

（一）关联方和关联关系

根据《公司法》、《企业会计准则》及相关法规的规定，经董事会确认，本公司的关联方具体情况如下：

关联方名称	关联关系	说明
①控股股东、实际控制人及其控制、共同控制或施加重大影响的其他公司		
马礼斌	控股股东和实际控制人	
盛和正道	实际控制人控制的其他企业	
领锋电器	实际控制人控制的其他公司	51%股权于2014年6月转让
赣州新山川	实际控制人控制的其他公司	该公司已于2014年1月注销
创力佳工艺制品	实际控制人控制的其他公司	该公司已于2015年8月注销
龙岗皮阿诺	实际控制人控制的个体工商户	该个体工商户已于2015年7月注销
宝安皮阿诺	实际控制人控制的个体工商户	该个体工商户已于2015年4月注销
万事达智能	实际控制人施加重大影响的其他公司	40%股权于2014年9月转让
清大制冷	实际控制人施加重大影响的其他公司	40%股权于2014年9月转让
领先展示	实际控制人施加重大影响的其他公司	37%股权于2014年1月转让
新地创建房地产	实际控制人施加重大影响的其他公司	
②其他持股5%以上股东及其中自然人股东控制、共同控制或施加重大影响的其他公司		
盛和正道	5%以上股东	
魏来金	5%以上股东	
广发信德	5%以上股东	
领先展示	5%以上股东魏来金控制的公司	
中山丽得秀	5%以上股东魏来金控制的公司	2015年7月股权转让后不再控制
行者终端陈列	5%以上股东魏来金控制的公司	2016年12月19日已注销
北京丽得秀	5%以上股东魏来金曾控制的公司	2015年10月股权转让后不再持有该公司股权
中赣投资	5%以上股东魏来金施加重大影响的其他公司	
弗拉里精密	5%以上股东魏来金施加重大影响的其他公司	45%股权于2014年8月转让
领信实业	5%以上股东魏来金控制的企业	
领智实业	5%以上股东魏来金控制的企业	
③其他公司董事、监事、高级管理人员控制、共同控制或施加重大影响的其他公司		
新鸿发展房地产	公司董事、高级管理人员马瑜霖施加重大影响的其他公司	
隆海贸易	公司高级管理人员罗晓雄控制的其他公司	
④控股子公司、合营、联营（参股）公司		
天津皮阿诺	控股子公司	
捷迅家居	控股子公司	
森王家居	联营公司	40%股权于2014年2月转让
德宏厨卫	联营公司	44%股权于2014年2月转让
⑤董事、监事、高级管理人员		
马礼斌	董事长、总经理	
魏来金	董事	
马瑜霖	董事、副总经理	

张开宇	董事、副总经理	
刘振林	独立董事	
刘剑华	独立董事	
邹晓冬	独立董事	
高琪	监事长	
王凤文	监事	
林文财	职工代表监事	
魏茂芝	副总经理、董事会秘书	
罗晓雄	财务总监	
⑥其他关联方		
胡展琳	公司控股股东和实际控制人关系密切的家庭成员（妻子）	
程艳	公司 5%以上股东、董事魏来金关系密切的家庭成员（妻子）	
马瑜霖	公司控股股东和实际控制人关系密切的家庭成员（妹妹）	
马礼兴	公司控股股东和实际控制人关系密切的家庭成员（弟弟）	
臣机实业	马礼兴控制的公司	95%股权于 2016 年 4 月转让
艺博展示制品	马礼兴控制的公司	
艺邦展示制品	马礼兴控制的公司	
福山泡沫	马瑜霖原配偶鲍玉山控制的公司	鲍玉山已于 2013 年 7 月将股权转让
上述未披尽的公司其他董事、监事、高级管理人员关系密切的家庭成员均为公司关联自然人		

（二）关联交易

报告期内，本公司与关联方发生关联交易的主要情况如下：

性质	关联方	交易方式	交易内容
经常性关联交易	森王家居	采购	板材
	德宏厨卫	销售	皮阿诺品牌厨柜
	马礼斌、胡展林、魏来金、程艳	接受担保	担保
	福山泡沫	采购	包装材料
	公司董事、监事、高级管理人员	支付报酬	薪酬
	领锋电器	授权、采购	授权使用商标、商标专利转让、电热水器购销
偶发性关联交易	万事达工程	采购	零星材料、零星加工
	马瑜霖	资金往来	资金往来
	马礼斌	转让	商标转让

1、经常性关联交易

（1）销售商品或提供劳务

单位：万元

关联方名称	2016 年度	2015 年度	2014 年度
-------	---------	---------	---------

	金额	占比	金额	占比	金额	占比
德宏厨卫	-	-	146.34	0.29%	803.35	1.60%

注：2014年2月公司将持有的德宏厨卫44%股权对外转让，德宏厨卫不再为公司关联方。根据《深圳证券交易所股票上市规则》的相关规定，关联方股权转让后12个月内发生的交易仍作为关联交易披露。下同。2015年度公司向德宏厨卫销售商品1,023.40万元，占同类交易金额的2.00%，其中1-2月份向德宏厨卫销售商品146.34万元作为关联交易披露，占同类交易金额的0.29%。2016年度公司向德宏厨卫销售商品963.66万元，占同类交易金额的1.53%。

德宏厨卫为公司定制厨柜经销商，2012年11月德宏厨卫增资扩股，公司参股该公司，为该公司的第二大股东。为减少关联交易，2014年2月公司将持有的德宏厨卫44%股权转让给该公司的自然人股东郭歆泉，转让后公司不再持有该公司股权。

公司向德宏厨卫销售定制厨柜，销售收入金额占同类型交易比例较小，对公司正常经营不构成重大影响。关联交易价格按照公司对经销商统一销售价格执行，与公司向独立第三方销售同类产品价格一致，交易价格公允。价格公允性具体情况请参阅本招股说明书本节之“三、关联方、关联关系及关联交易”之“(七)关联交易价格公允性具体情况”。

(2) 购买商品或接受劳务

单位：万元

关联方名称	2016年度		2015年度		2014年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
森王家居	-	-	54.74	0.22%	602.55	2.47%
福山泡沫	-	-	-	-	13.68	0.06%

注：2015年度公司向森王家居采购商品875.08万元，占同类交易金额的3.52%，其中1-2月份向森王家居采购商品54.74万元作为关联交易披露，占同类交易金额的0.22%。2016年度公司向森王家居采购商品936.54万元，占同类交易金额的2.80%。

公司持有森王家居40%股权，为该公司并列第一大股东。森王家居主要业务为实木板材的生产和销售，为发行人的实木板材供应商之一。为减少关联交易，2014年2月公司将持有的森王家居股权转让给该公司的另一自然人股东刘高云，转让后公司不再持有该公司股权。公司对森王家居的采购金额占总采购金额比例较小，对公司正常经营不构成重大影响；关联交易价格按照森王家居产品对外报价协商确定，与森王家居向无关联第三方销售的同类产品销售价格基本一致，交易价格公允。价格公允性具体情况请参阅本招股说明书本节之“三、关联方、关联关系及关联交易”之“(七)关联交易价格公允性具体情况”。

福山泡沫为公司董事、高级管理人员马瑜霖原配偶鲍玉山曾控制的公司，2013

年7月鲍玉山将所持福山泡沫股权对外转让。报告期公司向福山泡沫采购包装材料，采购金额占同类型交易比例较小，交易价格按市场公允价格执行。2014年2月后公司与福山泡沫不再发生交易。

（3）关联担保情况

2012年12月31日，公司控股股东、实际控制人马礼斌先生及其妻子胡展琳女士，持有公司5%以上股权的股东魏来金先生及其妻子程艳女士与中国工商银行股份有限公司中山城北支行签订了合同编号为“2013年[20110269G]字第[67902301]号”的最高额保证合同，合同约定，马礼斌夫妇及魏来金夫妇承担保证责任的方式为连带责任保证，所担保的主债权为自2013年1月1日至2023年1月1日期间，在人民币6,000.00万元的最高余额内，中国工商银行股份有限公司中山城北支行依据与公司签订的本外币借款合同、外汇转贷款合同等金融衍生类产品协议以及其他文件而享有的对债务人的债权，不论该债权在上述期间届满时是否已经到期。截至本招股说明书签署日，本公司已结清上述最高额保证合同项下的融资。经债权人、保证人充分协商，同意自2016年10月13日，终止履行合同编号为“2013年[20110269G]字第[67902301]号”的最高额保证合同。

最近三年，公司使用上述最高额保证合同额度分别为2,000.00万元、0万元、0万元。截至2014年12月31日、2015年12月31日、2016年12月31日，公司已使用上述最高额保证合同额度余额分别为100.00万元、0万元、0万元。

（4）董事、监事、高级管理人员薪酬

本公司董事、监事、高级管理人员的薪酬情况参见本招股说明书之“第八节 董事、监事、高级管理人员与其他核心人员”之“四、董事、监事、高级管理人员与其他核心人员薪酬情况”。

（5）其他经常性关联交易

最近三年，公司与领锋电器之间存在采购、品牌使用、代收代付电费等经常性关联交易，具体如下：

①采购电热水器

领锋电器主要业务为生产销售电热水器，报告期内公司曾于2014年向领锋电

器零星采购电热水器用于公司主营业务促销活动，采购金额为 27.74 万元。关联交易均按市场公允价格执行。价格公允性具体情况请参阅本招股说明书本节之“三、关联方、关联关系及关联交易”之“(七) 关联交易价格公允性具体情况”。公司未来拟不再与领锋电器发生此类采购交易。

②商标使用

报告期内，领锋电器持续使用公司与电热水器相关的“**PIANO皮阿诺**”（注册号 5893734）商标，公司未向领锋电器收取商标使用费。考虑到电热水器不属于厨柜配套产品和公司未来发展方向，为集中精力发展公司业务，公司控股股东和实际控制人马礼斌已于 2014 年 6 月将所持领锋电器控股权对外转让。为规范商标使用，公司与领锋电器签署了《商标使用许可合同》，合同约定许可使用期限为 2014 年 7 月 1 日起至 2017 年 6 月 30 日，合同期满，领锋电器应停止使用该商标。许可使用期间，领锋电器应逐步加强自有商标的使用，提高自有商标在其出售产品中的使用率，以降低其对该商标的依赖程度。三年的商标许可使用费分别按领锋电器营业额的 0%、1%、1.5% 计算收取。

③商标与专利转让

登记在公司名下的部分商标和专利与领锋电器的商号/产品有关，实际由领锋电器使用，具体包括：“**LEFLY领锋**”（注册号 8875616）、“LEFLY”（注册号 13519087）、“丽飞莱”（注册号 13519099）、“丽菲莱”（注册号 13519109）计 4 项商标；专利号分别为 ZL200730051368.1、ZL200730051369.6、ZL201020533940.4、ZL201020533770.X、ZL200820200368.2、ZL200720050360.8 计 6 项与电热水器相关的专利。

公司已与领锋电器签署了上述 4 项商标的无偿转让合同。截至本招股说明书签署日，相关商标的转让事宜已经办理完毕。

截至本招股说明书签署日，上述 6 项专利已无偿转让给领锋电器。

2、偶发性关联交易

(1) 与万事达工程之间的偶发性关联交易

2014 年、2015 年，公司与万事达工程之间发生关联交易分别为 6.84 万元、0.20

万元，系公司向万事达工程采购零星材料及零星加工。

(2) 与股东马礼斌之间的偶发性关联交易

目前，公司控股股东、实际控制人马礼斌名下存在注册号分别为 5706926、5706927、5706928、5706948 计 4 项商标与公司的商号/产品有关，截至本招股说明书签署日，公司已获得国家工商行政管理总局商标局出具的《商标转让证明》。

(三) 关联方应收应付款项余额

报告期各期末，公司与各关联方关联交易相关的债权、债务账面余额情况如下：

单位：万元

项目	2016/12/31	2015/12/31	2014/12/31
应收账款			
德宏厨卫	-	-	795.99
领锋电器	-	-	-
应付账款			
森王家居	-	-	-
万事达工程	-	-	1.82
预付账款			
森王家居	-	-	25.40

注：公司应收德宏厨卫 2015 年 12 月 31 日、2016 年 12 月 31 日的余额分别为 515.38 万元、348.01 万元；应收领锋电器 2015 年 12 月 31 日、2016 年 12 月 31 日的余额分别为 4.94 万元、0 元；公司应付森王家居 2015 年 12 月 31 日、2016 年 12 月 31 日的余额分别为 56.92 万元、68.61 万元。

(四) 规范关联交易的制度安排

为严格执行中国证监会有关规范关联交易行为的规定，保证公司与关联方之间签订的关联交易合同符合公平、公正、公开的原则，根据《公司法》、《证券法》、《企业会计准则第 36 号—关联方披露》等有关法律、法规，发行人在《公司章程》、《关联交易管理制度》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》等文件中对关联交易决策权利与程序作出了规定，从制度上保证了公司关联交易决策的公允性。

1、《公司章程》规定了关联交易的回避制度

《公司章程》第七十七条规定：股东大会审议有关关联交易事项时，关联股东不应当参与投票表决，其所代表的有表决权的股份数不计入有效表决总数；股东大会决议应当充分披露非关联股东的表决情况。

《公司章程》第八十五条规定：股东大会对提案进行表决前，应当推举两名股东代表参加计票和监票。审议事项与股东有利害关系的，相关股东及代理人不得参加计票、监票。

《公司章程》第一百一十六条规定：董事与董事会会议决议事项所涉及的企业有关联关系的,不得对该项决议行使表决权，也不得代理其他董事行使表决权。该董事会会议由过半数的无关联关系董事出席即可举行，董事会会议所作决议须经无关联关系董事过半数通过。出席董事会的无关联董事人数不足三人的，应将该事项提交股东大会审议。

2、《关联交易管理制度》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》及《总经理工作细则》规定了关联交易的决策程序

本公司根据《公司章程》制定了《关联交易管理制度》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》，该制度主要规定了关联交易的审核权限、审议程序等内容，具体如下：

（1）总经理有权判断并实施的关联交易

单笔或累计与关联自然人发生的交易金额低于人民币 30 万元，以及单笔或累计与关联法人发生的交易金额低于人民币 300 万元且占公司最近一期经审计净资产绝对值低于 0.5%的关联交易（公司提供担保除外）。

（2）董事会有权判断并实施的关联交易

公司与关联自然人发生的交易金额在 30 万元以上的关联交易或公司与关联法人发生的交易金额在 300 万元（含 300 万元）以上，且占公司最近一期经审计净资产绝对值 0.5%（含 0.5%）以上之间的关联交易。

（3）应由股东大会审议的关联交易

公司与关联人发生的交易（公司获赠现金资产和提供担保除外）金额在 3000 万元以上，且占公司最近一期经审计净资产绝对值 5%以上的关联交易；

公司为关联人提供担保的，不论数额大小，均应当在董事会审议通过后提交股东大会审议。

3、建立董事工作制度

本公司已建立独立董事制度,《公司章程》和《独立董事工作制度》赋予了独立董事重大关联交易的特别职权,即公司拟与关联人达成的总额高于 300 万元或高于公司最近经审计净资产值的 5%的重大关联交易,应由独立董事认可后,提交董事会讨论;独立董事作出判断前,可以聘请中介机构出具独立财务顾问报告作为其判断的依据。

(五) 关联交易程序的合法性及独立董事对关联交易的意见

本公司报告期内发生的关联交易均已履行了相关程序。针对本公司发生的关联交易事项,独立董事对上述关联交易履行的审议程序的合法性和交易价格的公允性已发表意见,皮阿诺报告期内与关联方发生的关联交易遵循了平等、自愿、等价、有偿的原则,关联交易定价公允,不存在损害公司及其他股东利益的情况。

(六) 减少关联交易的主要措施

本公司产供销系统独立、完整,生产经营上不存在依赖关联方的情形,最近三年本公司与关联方在购销业务方面发生的经常性关联交易占比较低,对公司财务状况没有实质性影响,不影响公司的独立经营。

本公司将进一步采取措施减少和避免关联交易,对于正常的、不可避免的且有利于公司发展的关联交易,公司将继续遵循公开、公平、公正的市场原则,严格按照相关法律、法规、《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《关联交易管理制度》及《独立董事工作制度》等有关规定,严格执行关联交易决策程序、回避制度、信息披露等措施来规范关联交易。

对于关联担保,随着公司经营业绩的进一步提升,自身实力的进一步增强,公司将积极争取银行的信用借款;同时,在公司成功发行上市之后,资金渠道得以拓宽,银行借款金额短期内将有所减少,亦将大大减少关联方担保。

公司控股股东和实际控制人马礼斌向公司出具了《关于规范和减少关联交易的承诺》,承诺如下:

1、截至本承诺书签署日,本人未控制除皮阿诺、皮阿诺境内非法人股东盛和正道以外的其他企业。在本承诺书有效期内,如本人控制了除皮阿诺、盛和正道以外的其他企业,本人承诺该等企业将尽量减少与皮阿诺及其下属公司之间发生关联交

易。

2、对于无法避免或有合理理由存在的关联交易，本人控制的其他企业将与皮阿诺依法签订规范的关联交易协议，关联交易价格依照与无关联关系的独立第三方进行相同或相似交易时的价格确定，保证关联交易价格具有公允性；并按照有关法律、法规、规章、其他规范性文件和皮阿诺公司章程的规定，履行关联交易决策、回避表决等公允程序，及时进行信息披露，保证不通过关联交易损害皮阿诺及皮阿诺除本人外的其他股东的合法权益。

3、本人保证不要求或接受皮阿诺在任何一项市场公平交易中给予本人所控制的其他企业优于给予第三者的条件。

4、本人保证将依照皮阿诺章程行使相应权利，承担相应义务，不利用实际控制人的身份谋取不正当利益，不利用关联交易非法转移皮阿诺的资金、利润，保证不损害皮阿诺除本人外的其他股东的合法权益。

5、本承诺书自本人签署之日起生效，至皮阿诺在深圳证券交易所上市且本人不再以直接或间接方式持有皮阿诺任何股份满三年之日终止。在前述期限内，本承诺书持续有效且不可撤销。如出现因本人违反上述承诺而导致皮阿诺或皮阿诺除本人外的其他股东权益受到损害的情形，本人将依法承担相应的法律责任。

（七）关联交易价格公允性具体情况

1、公司与森王家居关联交易价格公允性具体情况

（1）森王家居转让前后公司向森王家居采购价格情况、是否存在差异

公司主要从事个性化定制家居产品的生产和销售，采购的实木产品组件多为非标准化的产品，规格型号多。本次选取报告期内公司向森王家居采购金额前 30 大且占公司向森王家居采购总额 60%以上的产品组件进行比较，价格变动情况如下：

产品组件类别	单位	平均单价（元/单位）		
		2016 年度	2015 年度	2014 年度
顶线 DX34	米	-	120.00	120.00
顶线 60 高 DX11	米	92.00	92.00	90.46
顶线高 DX10	米	-	92.00	90.05
顶线高 DX42	米	103.00	103.00	-
踢脚线 PJX007	米	44.36	43.64	43.57
封板 PS008（宽<100CM）	米	70.00	70.00	70.00

封板 PS008 (宽>100CM)	平方	645.48	646	630.82
见光板	平方	325.93	320.71	305.84
见光板 PS008B	平方	367.00	-	370.56
罗马柱 PKY07	米	89.00	89.00	86.98
罗马柱 PKY20	米	89.00	89.00	87.30
罗马柱 PKY37	米	134.00	134.00	-
罗马柱 PYK28	米	220.00	220.00	220.00
门板 PS001	平方	615.00	615.00	598.72
门板 PS007	平方	635.00	635.00	621.05
门板 PS008	平方	646.00	646.00	631.86
门板 PS008B	平方	814.00	814.00	796.89
门板 PS011	平方	600.00	600.00	587.74
门板 PS017	平方	931.00	931.00	901.56
门板 PS017B	平方	785.00	-	-
门板 PS019	平方	502.00	502.00	490.47
门板 PS021	平方	720.00	720.00	-
门板 PS022	平方	750.00	750.00	750.00
门板 PS027	平方	600.00	600.00	-
门板-工程	平方	-	580.00	580.00
实双层碗碟开放柜 PWZ07	个	902.00	902.00	884.01
玻璃门配石头玻璃	平方	700.00	700.00	-
玻璃门 PMB-18	平方	799.07	795.63	797.01
网格门 PSM06	平方	838.00	838.00	821.02

注：对于宽>100CM的封板 PS008 使用平方作为计价单位，宽<100CM的封板 PS008 使用米作为计价单位，因此分开统计分析价格变动。

森王家居于 2014 年 7 月对包括公司在内的所有客户统一上调了大部分产品价格，导致产品平均单价在 2014-2015 年度呈整体上升趋势。除上述调价影响以外，转让前后，公司向森王家居采购的主要产品价格保持整体稳定。

(2) 报告期内公司向森王家居采购价格与非关联第三方价格比较情况

①公司向森王家居采购价格与向其他供应商采购价格比较

公司采购的实木产品组件具有非标准化定制的特点，实木产品对生产加工的要求较高，同时，实木产品组件品类繁多、总采购金额较小，公司综合考虑产品组件的质量和稳定性、规模化采购和采购效率等因素，集中向 3-4 家供应商采购实木产品组件，且就特定类别的产品组件集中向 1 家供应商采购，因此公司向不同供应商采购的主要产品组件的重合度较低，不具有可比性。

②森王家居向公司销售价格与向其他客户销售价格比较

森王家居向公司销售的主要实木产品组件与其向无关联第三方销售的相同或类似组件价格比较如下：

A、2016 年度，森王家居向公司销售价格与向其他客户销售价格的比较情况

组件名称	单位	皮阿诺		可比一	可比二	与可比一 差异	与可比二 差异
		单价 (元)	金额 (万元)	单价 (元)	单价 (元)		
门板 PS007	平方	635.00	1.71	657.00	-	-3.35%	-
门板 PS008	平方	646.00	57.50	671.00	685.00	-3.73%	-5.69%
门板 PS008B	平方	814.00	11.39	837.00	830.00	-2.75%	-1.93%
门板 PS011	平方	600.00	13.62	625.00	625.00	-4.00%	-4.00%
门板 PS019	平方	502.00	10.23	518.00	-	-3.09%	-
门板 PS021	平方	720.00	34.71	745.00	739.00	-3.36%	-2.57%
门板 PS021B	平方	650.00	7.51	675.00	-	-3.70%	-
门板 PS022	平方	750.00	64.40	785.00	770.00	-4.46%	-2.60%
门板 PS027	平方	600.00	114.50	625.00	625.00	-4.00%	-4.00%
玻璃门 PMB-18	平方	799.07	9.77	856.75	-	-6.73%	-
玻璃门 PMB-64 (BL-45)	平方	936.00	6.61	1,020.00	-	-8.24%	-
封板	米	70.00	36.80	73.00	-	-4.11%	-
见光板 PS008	平方	313.00	52.17	315.00	350.00	-0.63%	-10.57%
见光板	平方	350.00	22.09	369.00	395.00	-5.15%	-11.39%
罗马柱 PKY07	米	89.00	8.51	96.00	100.00	-7.29%	-11.00%
罗马柱 PKY37	米	134.00	26.70	138.00	-	-2.90%	-
罗马柱 PYK27	米	135.00	7.19	138.00	155.00	-2.17%	-12.90%
顶线 DX10	米	92.00	9.75	98.00	-	-6.12%	-
顶线 DX33	米	140.00	8.66	-	156.00	-	-10.26%
顶线高 DX42	米	103.00	23.47	105.00	-	-1.90%	-
实木顶线 DX34	米	120.00	12.30	125.00	-	-4.00%	-
踢脚线 PJX032	米	95.00	7.29	95.00	106.00	0.00%	-10.38%
踢脚线 PJX037	米	43.00	8.36	45.00	-	-4.44%	-
合计			555.24				
占公司向森王家居采购金额比例			50.67%				

注 1：销售价格为含税价格，下同。

注 2：可比一为中山宝洛德家居用品有限公司，可比二为中山盈德大自然家居有限公司。下同。

B、2015 年度，森王家居向公司销售价格与向其他客户销售价格的比较情况

组件名称	单位	皮阿诺		可比一	可比二	与可比一 差异	与可比二 差异
		单价 (元)	金额 (万元)	单价 (元)	单价 (元)		
门板 PS001	平方	615.00	7.03	643.00		-4.35%	
门板 PS007	平方	635.00	6.04	657.00		-3.35%	
门板 PS008	平方	646.00	67.55	671.00	685.00	-3.73%	-5.69%
门板 PS008B	平方	814.00	15.73	837.00	830.00	-2.75%	-1.93%
门板 PS011	平方	600.00	35.38	625.00	625.00	-4.00%	-4.00%
门板 PS016	平方	680.00	1.70	705.00		-3.55%	
门板 PS019	平方	502.00	11.64	518.00		-3.09%	
门板 PS021	平方	720.00	9.01	745.00		-3.36%	
门板 PS021B	平方	650.00	3.50	675.00		-3.70%	
门板 PS022	平方	750.00	62.62	785.00	770.00	-4.46%	-2.60%
门板 PS027	平方	600.00	80.36	625.00	625.00	-4.00%	-4.00%
门板 PSM07	平方	800.00	0.06		830.00		-3.61%
铜条玻璃门 PMB-71 (BL-53)	平方	600.00	12.81	625.00		-4.00%	
封板 PS008	米	70.00	5.02	73.00		-4.11%	
封板 PS022	米	70.00	3.57	73.00		-4.11%	
封板 PS027	米	70.00	5.99	73.00	-	-4.11%	-
见光板	平方	313.00	47.58	315.00	-	-0.63%	-
见光板	平方	350.00	14.02		350.00	-	0.00%
见光板 BB-16	平方	367.00	5.16	380.00	-	-3.42%	-
罗马柱 PKY07	米	89.00	10.88	96.00	-	-7.29%	-
罗马柱 PKY37	米	134.00	23.62	138.00	145.00	-2.90%	-7.59%
灯线 DX15	米	92.00	4.57	105.00	-	-12.38%	-
顶线	米	110.00	11.18	120.00	-	-8.33%	-
顶线 60 高 DX11	米	92.00	5.88	110.00	-	-16.36%	-
顶线 60 高 DX42	米	103.00	9.15	105.00	-	-1.90%	-
顶线高 DX10	米	92.00	11.22	105.00	-	-12.38%	-
顶线高 DX42	米	103.00	9.85	110.00	-	-6.36%	-
踢脚线 PJX007	米	43.00	4.96	45.00	-	-4.44%	-
踢脚线 PJX032	米	95.00	7.90	-	106.00		-10.38%
踢脚线 PJX037	米	43.00	6.50	45.00	-	-4.44%	-
合计			500.48				

组件名称	单位	皮阿诺		可比一	可比二	与可比一 差异	与可比二 差异
		单价 (元)	金额 (万元)	单价 (元)	单价 (元)		
占公司向森王家居采购金额比例		48.88%					

C、2014 年度，森王家居向公司销售价格与向其他客户销售价格的比较情况

组件名称	单位	皮阿诺		可比一	差异
		单价 (元)	金额 (万元)	单价 (元)	
门板 PS001	平方	615.00	8.02	643.00	-4.35%
门板 PS001	平方	586.00	9.37	612.00	-4.25%
门板 PS001	平方	580.00	0.28	612.00	-5.23%
门板 PS007	平方	635.00	3.71	657.00	-3.35%
门板 PS007	平方	605.00	3.48	626.00	-3.35%
门板 PS008	平方	646.00	50.33	671.00	-3.73%
门板 PS008	平方	616.00	36.85	639.00	-3.60%
门板 PS008	平方	597.00	2.63	639.00	-6.57%
门板 PS008B	平方	814.00	11.03	837.00	-2.75%
门板 PS008B	平方	776.00	8.61	797.00	-2.63%
门板 PS011	平方	600.00	39.81	625.00	-4.00%
门板 PS011	平方	572.00	27.06	595.00	-3.87%
门板 PS011	平方	545.00	0.88	595.00	-8.40%
门板 PS016	平方	680.00	0.98	705.00	-3.55%
门板 PS016	平方	648.00	0.58	671.00	-3.43%
门板 PS019	平方	502.00	4.87	518.00	-3.09%
门板 PS019	平方	478.00	2.52	518.00	-7.72%
门板 PS019	米	70.00	0.01	70.00	0.00%
门板 PS022	平方	750.00	1.16	785.00	-4.46%
玻璃门 PMB-18B	平方	1,008.00	2.90	1,088.10	-7.36%
网格门 PSM06	平方	838.00	4.98	837.00	0.12%
封板 PS008	米	70.00	6.82	73.00	-4.11%
封板 PS011	米	70.00	5.01	73.00	-4.11%
见光板	平方	313.00	20.99	315.00	-0.63%
见光板	平方	298.00	18.29	298.00	0.00%
罗马柱 PKY07	米	89.00	8.26	93.50	-4.81%

组件名称	单位	皮阿诺		可比一	差异
		单价 (元)	金额 (万元)	单价 (元)	
合计			279.43		
占公司向森王家居采购金额比例			39.64%		

由上表可见，森王家居向公司销售产品单价比向其他客户销售价格总体上基本一致，不存在较大差异。其中：公司采购价格一般较第三方低 2%-5%，主要因为与森王家居其他实木产品客户相比，公司经营规模大，自身有稳定的包装材料供应商，公司出于包装物规模采购、货物管理和物流方便等因素，提供了带有公司 LOGO 标志的包装材料，而第三方由森王家居提供包装；少部分品种的价格差异达到 10%左右，主要是森王家居根据具体实木品种、规格型号等确定统一对外报价表，该产品材质、款式、规格等具有可比性，但该产品一般用量少，在具体花色、工艺要求、加工难度等方面存在差异，导致价格有小幅差异。

综上，公司向森王家居的采购价格按照市场化原则定价，交易价格与无关联第三方价格基本一致，价格公允，不存在利益输送的情形。

2、公司与德宏厨卫关联交易价格公允性具体情况

(1) 德宏厨卫转让前后公司向德宏厨卫销售价格情况、是否存在差异

公司向德宏厨卫销售的产品为定制产品，属于非标准化产品，无法直接进行比较，因此按定制产品的组件对销售情况进行分析。报告期内公司向德宏厨卫累计销售金额前 50 大的产品组件价格变动情况如下：

产品组件名称	单位	平均单价（元/单位）		
		2016 年度	2015 年度	2014 年度
单订门板[地柜封板<柜身色>]	平方米	-	185.59	189.87
单门地柜[单门地柜 600 右]	个	-	294.49	311.21
单门地柜-右	个	268.64	262.90	-
单门地柜-左	个	270.21	273.61	-
单门吊柜-右	个	230.41	218.08	-
单门吊柜-左	个	232.06	220.29	-
单门深入地柜-右	个	503.36	502.93	-
单门深入地柜-左	个	501.65	500.55	-
地柜封板	平方米	23.29	23.42	-
地柜封板[18MM 平板门[PTPBM0001]]	平方米	-	21.61	22.38
地柜见光板[18MM 平板门[PTPBM0001]]	平方米	-	316.27	315.09
吊柜见光板[18MM 平板门[PTPBM0001]]	平方米	-	311.29	306.28
顶封板[18MM 平板门[PTPBM0001]]	平方米	-	296.93	299.27

对开门吊柜[对开门吊柜<700 高>1000]	个	-	442.19	453.79
单抽单拉篮地柜[单抽单拉篮地柜 800]	个	-	464.56	480.14
对开门吊柜[对开门吊柜<700 高>700]	个	-	340.18	322.63
对开门吊柜[对开门吊柜<700 高>800]	个	-	367.98	354.14
侧拉篮地柜	个	236.76	232.40	-
对开门吊柜[对开门吊柜<700 高>900]	个	-	376.96	389.94
对开门吊柜[对开门吊柜 1000]	个	-	490.36	495.24
枫丹白露、图尔风情顶线 DX01	米	-	89.58	84.33
见光板	平方米	331.75	319.79	348.40
毛板 PTSH806	张	-	771.04	750.47
毛板 PTSH901	张	785.59	910.00	906.82
毛板 PTSH904	张	-	910.00	900.25
毛板 PTSH905	张	815.14	952.00	945.62
三边碗盘拉篮 PA-LA080A[PA-LABXA0003]	个	-	284.14	293.75
石英石毛板 PTSH901	块	785.59	785.89	-
石英石毛板 PTSH904	块	783.86	783.93	-
石英石毛板 PTSH905	块	815.14	810.78	-
双抽地柜	个	559.90	541.45	-
双门地柜	个	417.1	448.99	-
双门地柜[双门地柜 1200]	个	-	523.26	485.20
双门吊柜	个	420.72	395.43	-
双门炉头地柜	个	434.61	445.43	-
双门深入星盆地柜[双开门深入星盆地柜 1200 右]	个	-	918.99	801.33
双门深入星盆地柜[双开门深入星盆地柜 1200 左]	个	-	972.23	830.64
双门深入星盆地柜-右	个	911.22	905.65	-
双门星盆地柜	个	549.97	558.61	-
双门星盆地柜[双门星盆地柜 1200]	个	-	634.61	597.91
双门星盆地柜[双门星盆地柜 800]	个	-	498.46	477.96
双门星盆地柜[双门星盆地柜 900]	个	-	597.54	548.17
水盆套餐 PAD2007-TC[SPTC0006]	套	-	1,672.04	1,711.47
水盆套餐 PAD2015-TC	套	566.54	661.25	-
水盆套餐 PAD2015-TC 新[SPTC0019]	套	-	763.64	771.40
水盆套餐 PAD3004B-TC	套	714.31	661.15	-
水盆套餐 PAD3004B-TC 新[SPTC0022]	套	-	795.00	816.87
消毒柜地柜	个	200.33	200.68	-
消毒柜地柜[消毒柜地柜 600]	个	-	196.41	195.38

报告期内，公司向德宏厨卫销售相同或类似产品的价格在不同年度存在一定差异，主要因为每年公司获得的订单对产品的具体要求不同（规格尺寸、加工工艺、花色款式等），及产品的持续更新换代，组件价格变动等因素影响所致。

（2）报告期内公司向德宏厨卫销售价格与非关联第三方价格比较情况

由于产品及其组件种类繁多，本次选取当期向德宏厨卫销售额前 30 大的产品组件，与可比经销商（不少于当期销售额前 10 大）进行对比。

A、2016 年度，公司向德宏厨卫销售价格与可比经销商价格比较情况

产品组件名称	单位	德宏			可比经销商			差异比率
		总数量 (单位)	总金额 (万元)	平均单价 (元)	总数量 (单位)	总金额 (万元)	平均单价 (元)	

双门吊柜	个	2,257.00	94.96	420.72	5,122.00	227.52	444.20	-5.58%
双门星盆地柜	个	1,013.00	55.71	549.97	2,154.00	123.18	571.88	-3.98%
石英石毛板 PTSH904	块	548.00	42.96	783.86	680.00	53.34	784.35	-0.06%
见光板	平方米	1,227.84	40.73	331.75	3,883.18	126.69	326.25	1.66%
石英石毛板 PTSH905	块	420.00	34.24	815.14	888.00	72.60	817.62	-0.30%
石英石毛板 PTSH901	块	405.00	31.82	785.59	723.00	56.36	779.48	0.78%
单门地柜-左	个	791.00	21.37	270.21	2,080.00	59.70	287.03	-6.22%
单门深入地柜-右	个	420.00	21.14	503.36	980.00	49.14	501.38	0.39%
单门深入地柜-左	个	416.00	20.87	501.65	1,041.00	52.99	509.05	-1.48%
单门地柜-右	个	752.00	20.20	268.64	2,136.00	61.09	286.00	-6.46%
双抽地柜	个	308.00	17.25	559.90	698.00	40.02	573.31	-2.40%
双门深入星盆地柜-右	个	172.00	15.67	911.22	428.00	42.64	996.37	-9.34%
顶封板	平方米	439.47	13.80	313.95	370.19	12.35	333.57	-6.25%
侧拉篮地柜	个	565.00	13.38	236.76	1,561.00	40.52	259.59	-9.64%
水盆套餐 PAD3004B-TC	套	185.00	13.21	714.31	820.00	59.41	724.50	-1.43%
地柜封板	块	5,542.00	12.90	23.29	8,711.00	18.36	21.08	9.49%
柜身封板	平方米	674.40	12.41	184.06	1,619.32	29.48	182.04	1.10%
双炉头拉篮地柜	个	293.00	11.74	400.72	545.00	23.90	438.46	-9.42%
单抽单拉篮地柜	个	240.00	11.59	482.84	1,204.00	59.01	490.08	-1.50%
石英石毛板 PTSH902	块	147.00	11.53	784.58	451.00	35.13	778.85	0.73%
三抽地柜<小大大>	个	115.00	7.63	663.09	629.00	42.34	673.14	-1.52%
石英石毛板 PTSH806	块	94.00	7.03	747.99	222.00	16.36	737.02	1.47%
顶线 DX01	米	720.00	6.68	92.84	1,255.10	10.92	87.01	6.28%
水槽篮 PA-SC01	个	593.00	6.22	104.91	387.00	4.05	104.73	0.17%
石英石毛板 PTSH903	块	77.00	5.98	776.69	126.00	10.44	828.24	-6.64%
水盆套餐 PAD1007-TC	套	97.00	5.48	565.00	34.00	1.92	565.00	-
吊柜封板	块	2,261.00	5.38	23.79	3,100.00	6.83	22.03	7.40%
CXW-200-232A	台	46.00	5.37	1,168.06	38.00	4.77	1,255.10	-7.45%
Y04A 拉手	米	1,267.10	5.32	41.99	1,887.02	7.92	41.99	-
KWS-200-615	台	46.00	4.93	1,071.93	758.00	77.04	1,016.32	5.19%

B、2015 年度，公司向德宏厨卫销售价格与可比经销商价格比较情况

产品组件名称	单位	德宏			可比经销商			差异比率
		总数量 (单位)	总金额 (万元)	平均单价 (元)	总数量 (单位)	总金额 (万元)	平均单价 (元)	
双门吊柜	个	868.00	34.32	395.43	1,922.00	79.86	415.48	-5.07%
毛板 PTSH901	张	302.00	27.48	910.00	71.00	6.46	910.00	-
双门星盆地柜	个	426.00	23.80	558.61	907.00	52.49	578.67	-3.59%
毛板 PTSH905	张	226.00	21.52	952.00	240.00	22.85	952.00	-
水盆套餐 PAD2015-TC	套	288.00	19.04	661.25	113.00	8.10	717.19	-8.46%
石英石毛板 PTSH901	块	238.00	18.70	785.89	178.00	13.92	782.19	0.47%
石英石毛板 PTSH904	块	205.00	16.07	783.93	436.00	34.28	786.23	-0.29%
石英石毛板 PTSH905	块	187.00	15.16	810.78	370.00	30.66	828.63	-2.20%
见光板	m ²	472.38	14.84	314.22	1,404.39	45.97	327.36	-4.18%
双门星盆地柜[双门星盆地柜 900]	个	231.00	13.80	597.54	574.00	33.91	590.74	1.14%
毛板 PTSH904	张	139.00	12.65	910.00	581.00	52.87	910.00	-

双门星盆地柜[双门星盆地柜 800]	个	220.00	10.97	498.46	245.00	11.65	475.49	4.61%
单门深入地柜-左	个	209.00	10.46	500.55	406.00	19.71	485.35	3.04%
水盆套餐 PAD2015-TC 新 [SPTC0019]	套	132.00	10.08	763.64	13.00	1.04	800.00	-4.76%
单门深入地柜-右	个	196.00	9.86	502.93	401.00	19.96	497.66	1.05%
消毒柜地柜[消毒柜地柜 600]	个	500.00	9.82	196.41	307.00	6.39	208.22	-6.01%
吊柜见光板[18MM 平板门[PTPBM0001]]	平方米	312.95	9.74	311.29	594.02	17.45	293.78	5.62%
单门吊柜-右	个	446.00	9.73	218.08	924.00	21.97	237.82	-9.05%
双门地柜	个	208.00	9.34	448.99	651.00	30.49	468.37	-4.32%
双门星盆地柜[双门星盆地柜 1200]	个	142.00	9.01	634.61	177.00	12.19	688.84	-8.55%
水盆套餐 PAD2015-TC[SPTC0019]	套	123.00	8.86	720.00	30.00	2.16	720.00	-
双门深入星盆地柜[双开门深入星盆地柜 1200 左]	个	91.00	8.85	972.23	111.00	10.47	943.55	2.95%
对开门吊柜[对开门吊柜<700 高>800]	个	229.00	8.43	367.98	510.00	19.67	385.77	-4.83%
单门地柜-右	个	307.00	8.07	262.90	961.00	27.10	281.97	-7.25%
单门深入地柜[单门深入地柜 1050 右]	个	147.00	7.74	526.82	224.00	12.34	550.88	-4.57%
单门地柜-左	个	282.00	7.72	273.61	915.00	25.92	283.23	-3.52%
地柜见光板[18MM 平板门[PTPBM0001]]	平方米	239.62	7.58	316.27	474.82	13.93	293.32	7.26%
消毒柜地柜	个	376.00	7.55	200.68	293.00	6.10	208.35	-3.82%
双门深入星盆地柜[双开门深入星盆地柜 1200 右]	个	80.00	7.35	918.99	149.00	13.33	894.40	2.68%
双抽地柜	个	132.00	7.15	541.45	238.00	13.53	568.56	-5.01%

C、2014 年度，公司向德宏厨卫销售价格与可比经销商比较情况

产品组件名称	单位	德宏			可比经销商			差异比率
		总数量 (单位)	总金额 (万元)	平均单价 (元)	总数量 (单位)	总金额 (万元)	平均单价 (元)	
水盆套餐 PAD3004B-TC 新 [SPTC0022]	套	508.00	41.50	816.87	1,661.00	133.08	801.23	1.91%
毛板 PTSH905	张	348.00	32.91	945.62	712.00	67.33	945.66	-
毛板 PTSH901	张	330.00	29.93	906.82	190.00	17.17	903.92	0.32%
毛板 PTSH904	张	323.00	29.08	900.25	880.00	79.64	904.95	-0.52%
水盆套餐 PAD2015-TC 新 [SPTC0019]	套	321.00	24.76	771.40	145.00	10.56	728.00	5.63%
双门星盆地柜[双门星 盆地柜 900]	个	371.00	20.34	548.17	1,106.00	59.17	535.00	2.40%
消毒柜地柜[消毒柜地 柜 600]	个	711.00	13.89	195.38	629.00	12.79	203.32	-4.06%
吊柜见光板[18MM 平 板门[PTPBM0001]]	平方 米	420.77	12.89	306.28	1,084.45	32.54	300.03	2.04%
双门星盆地柜[双门星 盆地柜 800]	个	262.00	12.52	477.96	415.00	18.87	454.68	4.87%
双门深入星盆地柜[双 开门深入星盆地柜 1200 右]	个	143.00	11.46	801.33	197.00	16.03	813.84	-1.56%
对开门吊柜[对开门吊 柜<700 高>800]	个	319.00	11.30	354.14	875.00	31.85	364.00	-2.78%
水盆套餐 PAD2007-TC[SPTC00 06]	套	58.00	9.93	1,711.47	136.00	23.46	1,724.96	-0.79%
三边碗盘拉篮 PA-LA080A[PA-LAB XA0003]	个	327.00	9.61	293.75	635.00	18.66	293.87	-0.04%
地柜见光板[18MM 平 板门[PTPBM0001]]	平方 米	280.28	8.83	315.09	854.40	25.15	294.34	6.59%
单抽单拉篮地柜[单抽 单拉篮地柜 800]	个	175.00	8.40	480.14	523.00	25.68	491.00	-2.26%
单开门深入地柜[单开 门深入地柜 1050 左]	个	151.00	8.13	538.46	302.00	16.75	554.55	-2.99%
单开门深入地柜[单开 门深入地柜 1050 右]	个	152.00	8.02	527.94	310.00	17.38	560.52	-6.17%
双门深入星盆地柜[双 开门深入星盆地柜 1200 左]	个	96.00	7.97	830.64	203.00	16.59	817.12	1.63%
毛板 PTSH903	张	85.00	7.74	910.00	311.00	27.98	899.65	1.14%
对开门吊柜[对开门吊 柜<700 高>700]	个	229.00	7.39	322.63	231.00	7.86	340.35	-5.49%
枫丹白露、图尔风情顶 线 DX01	米	881.40	7.38	83.75	1,961.60	16.23	82.74	1.21%
单订门板[地柜封板< 柜身色>]	平方 米	387.11	7.35	189.87	240.99	4.46	185.26	2.43%
双炉头拉篮地柜[双炉 头拉篮地柜 800]	个	165.00	7.04	426.68	324.00	15.12	466.56	-9.35%
对开门吊柜[对开门吊 柜<700 高>900]	个	179.00	6.98	389.94	814.00	34.10	418.90	-7.43%
多功能拉篮 PA-LD040A[PA-LDB	个	238.00	6.85	287.69	706.00	20.37	288.51	-0.29%

XD0003]								
单门地柜[单门地柜600右]	个	209.00	6.50	311.21	511.00	17.29	338.41	-8.74%
多功能拉篮PA-LD035A[PA-LDBXD0002]	个	234.00	6.28	268.45	326.00	8.76	268.75	-0.11%
双炉头拉篮地柜[双炉头拉篮地柜900]	个	132.00	6.14	464.78	277.00	13.63	492.16	-5.89%
对开门吊柜<Y120拉手>[对开门吊柜<700高,Y120拉手>1000]	个	108.00	5.99	554.83	82.00	4.70	573.41	-3.35%
水盆套餐PAD1007-TC[SPTC0002]	套	93.00	5.51	592.52	36.00	2.14	593.25	-0.12%

公司按对外报价手册向经销商统一定价，公司向德宏厨卫销售价格与向其他经销商销售价格基本一致，价格公允。部分组件价格有小幅差异，主要是可比组件在具体规格、花色款式等方面不完全相同等因素所致，差异处于合理区间。

综合以上，公司向德宏厨卫销售价格与公司统一的经销商销售价格政策一致，价格公允，不存在利益输送的情况。

3、公司与领锋电器关联交易价格公允性具体情况

报告期内，公司于2014年向领锋电器采购了1100套“小厨宝”热水器作为当年产品促销的赠品，采购金额为27.74万元（单价为252.14元/套），占当年公司采购总额的0.11%。除此外，公司再未向领锋电器采购相关产品用于促销或其他经营活动。公司向领锋电器采购价格与第三方可比价格差异较小，在合理范围之内，为综合考虑产品采购量、配置及功能等因素，按照市场化原则确定，交易价格公允。

第八节 董事、监事、高级管理人员与其他核心人员

一、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员简介

公司董事、监事、高级管理人员、其他核心人员名单如下：

序号	类别	姓名	职务
1	董事	马礼斌	董事长
2		魏来金	董事
3		马瑜霖	董事
4		张开宇	董事
5		刘振林	独立董事
6		刘剑华	独立董事
7		邹晓冬	独立董事
8	监事	高琪	监事会主席
9		王凤文	监事
10		林文财	职工代表监事
11	高级管理人员	马礼斌	总经理
12		张开宇	副总经理
13		马瑜霖	副总经理
14		魏茂芝	副总经理、董事会秘书
15		罗晓雄	财务总监
16	其他核心人员	马礼斌	董事长、总经理
17		高琪	研发中心总监

（一）董事简介

1、马礼斌先生

1970年12月出生，中国国籍，无境外永久居留权，北京大学北大国际MBA毕业。曾荣获“中山市百佳雇主”等荣誉称号，现任全国工商联家具装饰业商会橱柜专业委员会执行会长、中国五金制品协会厨房设备分会执行会长。马礼斌先生为中山市新山川实业有限公司主要创始人，曾任中山市新山川实业有限公司执行董事、总裁，并兼任中山市领锋电器有限公司监事，中山市万事达展示工程有限公司监事，中山市万事达陈列用品有限公司监事等职务。现任本公司董事长、总经理，天津皮

阿诺执行董事，中山市盛和正道投资企业（有限合伙）执行合伙人，并兼任中山市新地创建房地产开发有限公司监事。

2、魏来金先生

1972年7月出生，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历。魏来金先生曾任中山市诚信办公设备有限公司业务经理、中山市山川礼品有限公司业务经理等职务，并曾兼任中山市新山川实业有限公司监事。现任广东领先展示股份有限公司董事长、经理，广东中赣投资集团有限公司董事长，中山市领智实业投资企业（有限合伙）执行事务合伙人，并兼任本公司董事，天津皮阿诺监事。

3、马瑜霖女士

1976年7月出生，中国国籍，无境外永久居留权，高中学历。曾任中山市新山川实业有限公司财务经理，现任本公司董事、副总经理，天津皮阿诺经理，捷迅家居监事，并兼任中山市新鸿发展房地产开发有限公司监事。

4、张开宇先生

1967年1月出生，中国国籍，无境外永久居留权，专科学历。曾任中山市嘉华电子有限公司销售部经理，广东美的电器集团有限公司上海分公司销售部经理，广州飞达音响器材有限公司营销总监，中山唐龙音响有限公司总经理，深圳市尊威音响有限公司营销总监，中山市新山川实业有限公司衣柜事业部总经理，现任本公司董事、副总经理，捷迅家居执行董事、经理。

5、刘振林先生

1971年9月出生，中国国籍，无境外永久居留权，博士。曾任江西师范大学商学院讲师、系主任，江西财经大学国际经贸学院系主任，现任本公司独立董事，江西财经大学国际经贸学院教授，并兼任中国世界经济学会理事，江西省政府发展研究中心特约研究员。

6、刘剑华先生

1974年4月出生，中国国籍，无境外永久居留权，硕士，注册会计师，现任本公司独立董事，瑞华会计师事务所（特殊普通合伙）合伙人，并兼任广东骏亚电子科技股份有限公司独立董事。拥有丰富的上市公司审计、企业筹备上市、资产重组

等实际操作经验，涉及的行业包括高科技、电子等。

7、邹晓冬先生

1974年11月出生，中国国籍，无境外永久居留权，硕士，曾任职于通威股份有限公司、中兴通讯股份有限公司、广东金唐律师事务所、北京市中伦（深圳）律师事务所，现任本公司独立董事，上海市锦天城（深圳）律师事务所合伙人，并兼任西藏卫信康医药股份有限公司独立董事、广东乐心医疗电子股份有限公司独立董事。

（二）监事简介

1、高琪先生

1974年9月出生，中国国籍，无境外永久居留权，硕士。曾任广东美的集团设计经理，零点研究咨询集团咨询经理，中山市新山川实业有限公司研发总监，现任本公司监事会主席、研发总监、直营中心总监。高琪先生在担任本公司研发总监期间，组织并参与了多项公司专利技术的研发工作。

2、王凤文先生

1975年9月出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。曾任北京汇源土特产品有限公司培训专员，力劲机械厂（中山）有限公司行政人事主管，中山现代山禾玩具制品有限公司人力资源部长，巴洛克木业（中山）有限公司综合管理部经理，中山市新山川实业有限公司管理中心总监，现任本公司监事、总经理助理。

3、林文财先生

1970年9月出生，中国国籍，无境外永久居留权，硕士。曾任日本东光电子制造有限公司生产主管，奥林巴斯（深圳）工业有限公司生产主管、生产部门经理、管理部门经理、行政经理、人力资源经理，现任本公司监事、管理中心总监。

（三）高级管理人员简介

1、马礼斌先生

现任本公司总经理，简历详见前述“（一）董事简介”。

2、张开宇先生

现任本公司副总经理，简历详见前述“（一）董事简介”。

3、马瑜霖女士

现任本公司副总经理，简历详见前述“（一）董事简介”。

4、魏茂芝先生

1978年9月出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。曾任职湖南正虹科技股份有限公司财务主管、证券事务代表，珠海格力电器股份有限公司下属公司财务负责人，中山市新山川实业有限公司财务总监。现任本公司副总经理兼董事会秘书。

5、罗晓雄先生

1980年9月出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。曾任广州海鸥卫浴用品股份有限公司财务长助理、首席内审师，贝朗（中国）卫浴有限公司财务副总监。现任本公司财务总监，捷迅家居财务负责人。并兼任隆海贸易执行董事、总经理。

（四）核心技术人员简介

1、马礼斌先生

马礼斌先生简历详见前述“（一）董事简介”。

2、高琪先生

高琪先生简历详见前述“（二）监事简介”。

（五）董事、监事的提名和选举情况

1、董事的提名和选聘情况

本公司第一届董事会由7名董事组成，其中独立董事3名。本届董事会全体成员任期均为三年。具体选聘情况如下：

2014年5月8日，公司创立大会审议通过《关于选举广东皮阿诺科学艺术家居股份有限公司第一届董事会董事的议案》，选举马礼斌、马瑜霖、魏来金、张开宇、刘振林为公司董事；其中刘振林为独立董事。

同日，股份公司第一届董事会第一次会议选举马礼斌为公司董事长。

2014年6月27日，公司召开2014年第一次临时股东大会，选举刘剑华、刘文金为独立董事。

2016年12月23日，公司召开2016年第三次临时股东大会，同意免去刘文金独立董事，选举邹晓冬为独立董事。

2、监事的提名和选举情况

本公司第一届监事会由3名监事组成，其中林文财为职工代表监事，经职工代表大会选举产生；高琪、王凤文为股东代表监事，经公司创立大会选举产生。本届监事会成员任期三年。具体选举情况如下：

2014年5月5日，公司召开职工代表大会，选举林文财为公司第一届监事会职工代表监事。

2014年5月8日，公司创立大会审议通过《关于选举广东皮阿诺科学艺术家居股份有限公司第一届监事会股东代表担任的监事的议案》，选举高琪、王凤文为公司第一届监事会股东代表监事；与职工代表大会选举的职工代表监事林文财共同组成公司第一届监事会。

同日，发行人召开第一届监事会第一次会议，会议选举高琪为监事会主席。

二、董事、监事、高管人员、其他核心人员及其近亲属直接或间接持有本公司股份及变动情况

（一）直接持股情况

截至本招股说明书签署日，本公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员直接持有本公司股份的情况如下：

姓名	在本公司任职情况	持股数（股）	持股比例
马礼斌	董事长、总经理	32,062,500	68.90%
魏来金	董事	2,970,698	6.38%
张开宇	董事、副总经理	855,000	1.84%

（二）间接持股情况

截至本招股说明书签署日，本公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员中马礼斌、马瑜霖、魏茂芝等通过盛和正道间接持有本公司股份，具体情况参见本招股说明书之“第五节 发行人基本情况”之“八、持有发行人5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况”之“（一）持有公司5%以上股份的股东简要情况”。

截至本招股说明书签署日，本公司不存在董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的近亲属报告期内直接或间接持有本公司股份的情况。

除上述人员持有本公司股份外，本公司其他董事、监事、高级管理人员、其他核心人员不存在直接或间接持有公司股票的情况。

（三）股份变动情况

报告期内，本公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员直接持有本公司股份的变动情况如下：

姓名	在本公司担任的职务	2016/12/31		2015/12/31		2014/12/31	
		持股数 (万股)	持股 比例	持股数 (万股)	持股 比例	持股数 (万股)	持股 比例
马礼斌	董事长、 总经理	3,206.25	68.90%	3,206.25	68.90%	3,206.25	68.90%
魏来金	董事	297.07	6.38%	297.07	6.38%	297.07	6.38%
张开宇	董事、副 总经理	85.50	1.84%	85.50	1.84%	85.50	1.84%

报告期内，本公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员间接持有本公司股份的变动情况如下：

姓名	在本公司担任的职务	2016/12/31		2015/12/31		2014/12/31	
		持股数 (万股)	持股 比例	持股数 (万股)	持股 比例	持股数 (万股)	持股 比例
马礼斌	董事长、 总经理	607.27	13.05%	607.27	13.05%	607.27	13.05%
马瑜霖	董事、副 总经理	34.31	0.74%	34.31	0.74%	34.31	0.74%
魏茂芝	副 总 经 理、董秘	6.86	0.15%	6.86	0.15%	6.86	0.15%

上述董事、监事、高级管理人员及其他核心人员持有本公司的股份不存在质押、

冻结或权属不清的情况。

三、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的其他对外投资情况

公司董事长、总经理马礼斌除持有本公司股份外，其他的对外投资情况详见本招股说明书之“第五节 发行人基本情况”之“八、持有发行人5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况”之“（三）控股股东和实际控制人控制和投资的其他企业情况”。

公司董事魏来金除持有本公司股份外，报告期内，其他的对外投资情况如下：

被投资企业	任职	注册资本(万元)	持股比例
领先展示	董事长、经理	3,000	直接持有 56.66%，间接持有 9.41%
中山丽得秀	-	100	间接持有 70%股权，2015 年 7 月股权转让后不再持有股份
中赣投资	董事长	3,500	17.90%
行者终端陈列	监事	50	间接持有 100%股权，2016 年 12 月 19 日已注销
北京丽得秀	-	100	间接持有 90%股权，2014 年 11 月股权转让后直接持有 15%，2015 年 10 月股权转让后不再持有该公司股权
弗拉里精密	-	500	45%股权已于 2014 年 8 月转出
领信实业	-	500	40.40%
领智实业	执行事务合伙人	500	95.00%

公司财务总监罗晓雄对外投资情况如下：

被投资企业	任职	注册资本(万元)	持股比例
隆海贸易	执行董事、总经理	300	100.00%

除上述情况外，公司其他董事、监事、高级管理人员及其他核心人员无其他对外投资情况。

四、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员薪酬情况

（一）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员最近一年的薪酬情况

公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员 2016 年度从公司领取薪酬情况如下：

序号	类别	姓名	职务	薪酬（万元）	是否在本公司专职工作
1	董事	马礼斌	董事长	57.83	是
2		魏来金	董事	未在发行人处领薪	否
3		马瑜霖	董事	39.74	是
4		张开宇	董事	44.84	是
5		刘振林	独立董事	5.00	否
6		刘剑华	独立董事	5.00	否
7		邹晓冬	独立董事	0.42	否
8	监事	高琪	监事会主席	36.56	是
9		王凤文	监事	33.29	是
10		林文财	职工代表监事	39.89	是
11	高级管理人员	马礼斌	总经理	57.83	是
12		张开宇	副总经理	44.84	是
13		马瑜霖	副总经理	39.74	是
14		魏茂芝	副总经理、董事会秘书	40.13	是
15		罗晓雄	财务总监	30.76	是
16	其他核心人员	马礼斌	董事长、总经理	57.83	是
17		高琪	研发总监	36.56	是

除上述薪酬及魏来金在其控制的公司领取薪酬外，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员未在公司享受其他待遇和退休金计划，也未在其他关联企业领取薪酬，享受其他待遇或退休金计划。

（二）独立董事津贴政策

本公司独立董事津贴标准为：每人每年5万元（含税）。此外，独立董事出席本公司董事会和股东大会的差旅费及按《公司章程》行使职权所需的合理费用据实报销。

五、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的兼职情况

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员在其他企业的兼职情况如下：

姓名	本公司职务	兼职单位	兼职单位职务	兼职单位与本公司关系
马礼斌	董事长、总经理	全国工商联家具装饰业商会橱柜专业委员会	执行会长	无关联
		中国五金制品协会厨房设备分会	执行会长	
		盛和正道	执行合伙人	本公司股东
		天津皮阿诺	执行董事	子公司
		新地创建房地产	监事	实际控制人施加重大影响的其他公司
魏来金	董事	领先展示	董事长、经理	5%以上股东控制的公司
		中赣投资	董事长	5%以上股东施加重大影响的其他公司
		领智实业	执行事务合伙人	5%以上股东控制的企业
		天津皮阿诺	监事	子公司
马瑜霖	董事、副总经理	新鸿发展房地产	监事	董事施加重大影响的其他公司
		天津皮阿诺	经理	子公司
		捷迅家居	监事	子公司
张开宇	董事、副总经理	捷迅家居	执行董事、经理	子公司
罗晓雄	财务总监	隆海贸易	执行董事、总经理	高管控制的其他公司
		捷迅家居	财务负责人	子公司
刘振林	独立董事	江西财经大学国际经贸学院	教授	无关联
		中国世界经济学会	理事	
		江西省政府发展研究中心	特约研究员	
邹晓冬	独立董事	上海市锦天城（深圳）律师事务所	合伙人	无关联
		西藏卫信康医药股份有限公司	独立董事	
		广东乐心医疗电子股份有限公司	独立董事	
刘剑华	独立董事	瑞华会计师事务所（特殊普通合伙）	合伙人	无关联
		广东骏亚电子科技股份有限公司	独立董事	

除上述情况外，本公司现任董事、监事、高级管理人员及其他核心人员不存在在其他单位兼职情况。

六、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员之间存在的亲属关系

本公司董事马礼斌与马瑜霖系兄妹关系，除此而外，本公司其他董事、监事、高级管理人员及其他核心人员之间不存在亲属关系。

七、发行人与董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的相关协议、承诺及履行情况

截至本招股说明书签署日，本公司与任职董事、监事、高级管理人员及其他核心人员均签署了劳动合同。除此之外，本公司的董事、监事、高级管理人员及其他核心人员未与本公司签订其他任何担保等重大商业协议。

董事、监事及高级管理人员及其他核心人员作出其他重要承诺具体见本招股说明书之“第五节 发行人基本情况”之“十二、发行人、主要股东及董事、监事、高级管理人员的重要承诺及履行情况”。

八、董事、监事、高级管理人员任职资格情况

公司董事、监事、高级管理人员均符合法律法规的要求，具备担任相应职务的资格。独立董事任职亦符合中组部以及教育部办公厅关于党政领导干部在企业兼职（任职）问题的相关规定。公司董事、监事、高级管理人员由公司董事会、股东大会和职工代表大会依法定程序产生，不存在违反法律法规和公司章程规定的任职资格的情形。

九、董事、监事、高级管理人员近三年的变动情况

截至本招股说明书签署日，公司历次董事、监事及高级管理人员变动均履行了《公司章程》所规定的程序。近三年，公司董事、监事及高级管理人员变动情况如下：

（一）董事变动情况

公司第一届董事会由七名董事组成，其中独立董事三名。近三年董事人员变化情况如下：

1、2013年1月1日至2014年5月7日，马礼斌担任新山川执行董事。

2、2014年5月8日，发行人创立大会选举马礼斌、马瑜霖、魏来金、张开宇、刘振林共5人为第一届董事会成员。同日，发行人第一届董事会第一次会议选举马礼斌为董事长。

3、2014年6月27日，公司召开2014年第一次临时股东大会，选举刘剑华、刘文金为独立董事。

4、2016年12月23日，公司召开2016年第三次临时股东大会，同意免去刘文金独立董事，选举邹晓冬为独立董事。此次变更后公司董事至今没有变化。

发行人最近三年内董事的上述变化，主要是由于整体变更设立股份有限公司及规范公司经营管理而进行的必要调整，且发行人董事长未发生变化。

发行人董事的上述变化不属于最近三年发生重大变化的情况。

（二）监事变动情况

公司第一届监事会由三名监事组成，近三年监事人员变化情况如下：

1、2013年1月1日至2014年5月7日，魏来金担任新山川监事。

2、2014年5月5日，公司召开职工代表大会，选举林文财担任发行人职工代表监事；2014年5月8日，发行人召开创立大会，会议选举高琪、王凤文为股东代表监事；同日，发行人召开第一届监事会第一次会议，会议选举高琪为监事会主席。此次变更后公司监事至今没有变化。

（三）高级管理人员变动情况

截至本招股说明书签署日，公司高级管理人员由四名人员组成。公司近三年高级管理人员变化情况如下：

1、2013年1月1日至2014年5月7日，马礼斌担任新山川总经理。

2、2014年5月8日，发行人召开第一届董事会第一次会议，决议聘任马礼斌为总经理，张开宇为副总经理，魏茂芝为财务总监兼董事会秘书。

3、2015年1月12日，发行人召开第一届董事会第六次会议，决议聘任马瑜霖为副总经理。

4、2016年6月12日，发行人召开第一届董事会第十二次会议，决议聘任魏茂芝为副总经理，罗晓雄为公司财务总监。此次变更后公司高级管理人员至今没有变化。

发行人最近三年高级管理人员的上述变化，主要是由于设立股份公司及规范公司管理而进行的必要调整，总经理马礼斌未发生变化。

发行人高级管理人员的上述变化不属于最近三年发生重大变化的情况。

第九节 公司治理

本公司按照“三会分设、三权分开、有效制约、协调发展”的标准，完善了由公司股东大会、董事会、监事会和高级管理人员组成的治理架构，形成了权力机构、决策机构、监督机构和管理层之间的相互协调和相互制衡机制，为本公司高效经营提供了制度保证。本公司根据《公司法》、《上市公司章程指引》、《上市公司治理准则》等法律、法规的规定建立了法人治理结构，制定了《公司章程》。同时根据有关法律、法规及《公司章程》，公司制订了《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》、《独立董事工作制度》、《关联交易管理制度》、《对外投资管理制度》等一系列公司治理及财务内部控制方面规章制度。本公司还聘任了3名专业人士担任公司独立董事，参与决策和监督，增强董事会决策的客观性、科学性。

此外，本公司加强了风险管理和内控机制建设，构建了职责明确、控制有力的风险管理体系和决策机制，完善了真实、透明的信息披露制度，建立了适应行业未来发展的人力资源制度和有效激励约束制度，同时建立了独立的稽核体系，有效保证了本公司各项内控制度的有效实施和对董事、监事及高管人员的监督和管理。

自公司设立以来，公司股东大会、董事会、监事会均能按照有关法律法规和《公司章程》的相关规定独立规范运作，切实履行各自的权利和义务，没有重大违法违规的情形发生。

一、股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度的建立健全及运行情况

（一）股东大会制度建立健全及运行情况

股东大会是公司最高权力机构，由全体股东组成。股东大会依法履行了《公司法》、《公司章程》所赋予的权利和义务，并制订了《股东大会议事规则》，股东大会严格按照有关法律、法规、规范性文件、《公司章程》和《股东大会议事规则》的规定行使权利。

1、股东大会的职权

根据《公司章程》第三十九条规定，股东大会依法行使下列职权：

- (1) 决定公司的经营方针和投资计划；
- (2) 选举和更换非由职工代表担任的董事、监事，决定有关董事、监事的报酬事项；
- (3) 审议批准董事会的报告；
- (4) 审议批准监事会的报告；
- (5) 审议批准公司的年度财务预算方案、决算方案；
- (6) 审议批准公司的利润分配方案和弥补亏损方案；
- (7) 对公司增加或者减少注册资本作出决议；
- (8) 对发行公司债券作出决议；
- (9) 对公司合并、分立、解散、清算或者变更公司形式作出决议；
- (10) 修改公司章程；
- (11) 对公司聘用、解聘会计师事务所作出决议；
- (12) 审议批准公司章程第四十条规定的担保事项；
- (13) 审议公司在一年内购买、出售重大资产超过公司最近一期经审计总资产30%的事项；
- (14) 审议批准变更募集资金用途事项；
- (15) 审议股权激励计划；
- (16) 审议法律、行政法规、部门规章或本章程规定应当由股东大会决定的其他事项。

2、股东大会的召开

股东大会分为年度股东大会和临时股东大会。年度股东大会每年召开一次，应当于上一会计年度结束后的6个月内举行。临时股东大会不定期召开，出现下列情形时之一，公司应当在2个月内召开：

(1) 董事人数不足《公司法》规定的法定最低人数或者《公司章程》所定人数的三分之二时；

(2) 公司未弥补的亏损达实收股本总额的三分之一时；

(3) 单独或者合计持有公司百分之十以上股份的股东书面请求时；

(4) 董事会认为必要时；

(5) 监事会提议召开时；

(6) 法律、行政法规、部门规章或《公司章程》规定的其他情形。

召开股东大会，召集人应当在年度股东大会召开20日前以专人送出、邮件、公告等方式通知各股东，临时股东大会应当于会议召开15日前通知各股东。

3、股东大会的表决和决议

股东（包括股东代理人）以其所代表的有表决权的股份数额行使表决权，每一股份享有一票表决权。公司持有的本公司股份没有表决权，且该部分股份不计入出席股东大会有表决权的股份总数。董事会、独立董事和符合相关规定条件的股东可以征集股东投票权。

股东大会对表决通过的事项应形成会议决议。股东大会决议分为普通决议和特别决议。股东大会作出普通决议，应当由出席股东大会的股东（包括股东代理人）所持表决权二分之一以上通过。股东大会作出特别决议，应当由出席股东大会的股东（包括股东代理人）所持表决权的三分之二以上通过。

4、股东大会运行情况

自公司成立至本招股说明书签署之日，公司先后共召开12次股东大会（含创立大会）。历次股东大会的召集、提案、出席、议事、表决、决议及会议记录规范，对公司董事、监事和独立董事的选举，利润分配、公司章程及其他主要管理制度的制订和修改、首次公开发行的决策和募集资金投向等重大事宜作出了有效决议。

目前公司已按照《公司章程》执行相关规定，切实保障中小股东利益。

（二）董事会制度建立健全及运行情况

1、董事的任职资格

公司董事为自然人，《公司法》第 147 条规定的情形以及被中国证监会处以证券市场禁入处罚且期限未满的人员不得担任公司的董事。董事由股东大会选举或更换，任期 3 年。董事任期届满，可连选连任。但独立董事连续任期不得超过六年。董事在任期届满以前，股东大会不得无故解除其职务。董事任期从就任之日起计算，至本届董事会任期届满时为止。董事可以由总经理或者其他高级管理人员兼任，但兼任总经理或者其他高级管理人员职务的董事以及由职工代表担任的董事，总计不得超过公司董事总数的 1/2。

2、董事会构成

根据《公司章程》和《董事会议事规则》的规定，公司设董事会，对股东大会负责。董事会由七名董事组成，其中独立董事三名。公司设董事长一人，董事长由董事会以全体董事的过半数选举产生。董事会下设审计委员会、战略委员会、提名委员会和薪酬与考核委员会。

3、董事会职权

董事会行使下列职权：

- (1) 召集股东大会，并向股东大会报告工作；
- (2) 执行股东大会的决议；
- (3) 决定公司的经营计划和投资方案；
- (4) 制订公司的年度财务预算方案、决算方案；
- (5) 制订公司的利润分配方案和弥补亏损方案；
- (6) 制订公司增加或者减少注册资本、发行股票、债券或其他证券及上市方案；
- (7) 拟订公司重大收购、收购本公司股票或者合并、分立、解散及变更公司形式的方案；
- (8) 在股东大会授权范围内，决定公司对外投资、收购出售资产、资产抵押、对外担保事项、委托理财、关联交易等事项；
- (9) 决定公司内部管理机构的设置；
- (10) 聘任或者解聘公司总经理、董事会秘书，根据总经理的提名，聘任或者

解聘公司副总经理、财务总监等高级管理人员，并决定其报酬事项和奖惩事项；

- (11) 制订公司的基本管理制度；
- (12) 制订本章程的修改方案；
- (13) 管理公司信息披露事项；
- (14) 向股东大会提请聘请或更换为公司审计的会计师事务所；
- (15) 听取公司总经理的工作汇报并检查总经理的工作；
- (16) 法律、行政法规、部门规章或本章程授予的其他职权。

4、董事会的召开

董事会会议分为定期会议和临时会议。董事会定期会议每年召开二次，由董事长召集，于会议召开十日以前书面通知全体董事和监事。有下列情形之一的，董事会应当召开临时会议：

- (1) 代表十分之一以上表决权的股东提议时；
- (2) 三分之一以上董事联名提议时；
- (3) 监事会提议时；
- (4) 董事长认为必要时；
- (5) 二分之一以上独立董事提议时；
- (6) 总经理提议时；
- (7) 证券监管部门要求召开时；
- (8) 法律、法规、规范性文件及《公司章程》规定的其他情形。

董事长应当自接到提议后十日内，召集和主持董事会会议。定期会议的通知应提前十日以书面的方式通知到所有参会人员，临时会议的通知应提前三日采用信函和传真等方式通知所有参会人员。

5、董事会的表决和决议

董事会会议应当有过半数的董事出席方可举行。董事会的表决实行一人一票，以计名方式进行。除《公司章程》、《董事会议事规则》另有明确规定外，董事会

作出决议，必须经全体董事的过半数通过。

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

6、董事会运行情况

自公司成立至本招股说明书签署之日，公司先后共召开15次董事会。自2014年5月8日第一届董事会成立以来，历次会议的召集、提案、出席、议事、表决、决议及会议记录规范，对公司高级管理人员的考核选聘、公司重大生产经营决策、公司主要管理制度的制定、重大项目的投向等重大事宜作出了有效决议。

（三）监事会制度建立健全及运行情况

1、监事任职资格

监事由股东代表和公司职工代表担任。公司职工代表担任的监事不得少于监事人数的 1/3。《公司法》第 147 条规定的情形；被中国证监会处以证券市场禁入处罚且期限未满的人员；被证券交易所公开认定不适合担任上市公司董事、监事和高级管理人员；最近三年内受到证券交易所公开谴责；因涉嫌犯罪被司法机关立案侦查或者涉嫌违法违规被中国证监会立案调查，尚未有明确结论意见的人员不得担任公司的监事。董事、总经理和其他高级管理人员不得兼任监事。监事每届任期 3 年，可以连选连任。

2、监事会构成

公司设监事会，监事会应对公司全体股东负责，维护公司及股东的合法权益。监事会由三名监事组成，其中职工代表监事一名。监事会设主席一名，监事会主席由全体监事过半数选举产生。监事会中的职工代表监事由公司职工代表大会民主选举产生。

3、监事会的职权

监事会行使下列职权：

- (1) 应当对董事会编制的公司定期报告进行审核并提出书面审核意见；

(2) 检查公司财务；

(3) 对董事、高级管理人员执行公司职务的行为进行监督，对违反法律、行政法规、本章程或者股东大会决议的董事、高级管理人员提出罢免的建议；

(4) 当董事、高级管理人员的行为损害公司的利益时，要求董事、高级管理人员予以纠正；

(5) 提议召开临时股东大会，在董事会不履行《公司法》规定的召集和主持股东大会职责时召集和主持股东大会；

(6) 向股东大会提出提案；

(7) 依照《公司法》第一百五十二条的规定，对董事、高级管理人员提起诉讼；

(8) 发现公司经营情况异常，可以进行调查；必要时，可以聘请会计师事务所、律师事务所等专业机构协助其工作，费用由公司承担。

4、监事会的召开

监事会会议分为定期会议和临时会议。定期会议每六个月至少召开一次。出现下列情况之一的，监事会应当在十日内召开临时会议：

(1) 任何监事提议召开时；

(2) 股东大会、董事会会议通过了违反法律、法规、规章、监管部门的各种规定和要求、公司章程、公司股东大会决议和其他有关规定的决议时；

(3) 董事和高级管理人员的不当行为可能给公司造成重大损害或者在市场中造成恶劣影响时；

(4) 公司、董事、监事、高级管理人员被股东提起诉讼时；

(5) 公司、董事、监事、高级管理人员受到证券监管部门处罚或者被上海证券交易所公开谴责时；

(6) 证券监管部门要求召开时；

(7) 法律、法规、规范性文件及《公司章程》规定的其他情形。

监事会主席应当自接到提议后十日内，召集和主持监事会会议。定期会议的通知应提前十日以书面的方式通知到所有参会人员，临时会议的通知应提前五日通知

所有参会人员。

5、监事会的表决和决议

监事会会议的表决实行一人一票，监事会作出决议应当经全体监事的过半数通过。

6、监事会运行情况

自公司成立至本招股说明书签署之日，公司先后共召开7次监事会。自2014年5月8日第一届监事会产生以来，历次会议的召集、提案、出席、议事、表决、决议及会议记录规范，对公司董事会工作的监督、高级管理人员的考核、公司重大生产经营决策、关联交易的执行、主要管理制度的制定、重大项目的投向等重大事宜实施了有效监督。

（四）独立董事制度建立健全及运行情况

1、独立董事构成

本公司的三位独立董事刘振林、邹晓冬及刘剑华由公司股东大会选举产生，其中刘剑华为会计专业人士。独立董事符合相关法律法规中规定的公司董事任职资格，符合《关于在上市公司建立独立董事制度的指导意见》中规定的独立性及任期要求。

独立董事对公司及全体股东负有诚信和勤勉义务。独立董事应当按照相关法律法规和《公司章程》的要求，认真履行职责，维护公司整体利益，尤其要关注中小股东的合法权益不受损害。独立董事应当独立公正地履行职责，不受公司主要股东、实际控制人或者其他与公司存在利害关系的单位或个人的影响。

2、独立董事的提名和选举

公司聘任具备任职条件的自然人担任独立董事，其中至少包括一名会计专业人士（会计专业人士是指具有高级职称或注册会计师资格的人士）。独立董事在公司董事会的审计、提名、考核与薪酬专门委员会中，应占多数，并担任召集人。

公司董事会、监事会、单独或者合并持有公司发行在外有表决权股份总数的1%以上的股东可以提出独立董事候选人，并经股东大会选举决定。独立董事的提名人在提名前应当征得被提名人的同意。提名人应当充分了解被提名人职业、学历、职称、详细的工作经历、全部兼职等情况，并对其担任独立董事的资格和独立性发表

意见，被提名人应当就其本人与公司之间不存在任何影响其独立客观判断的关系发表公开声明。在选举独立董事的股东大会召开前，公司董事会应当向公司全体股东公布上述内容。

独立董事每届任期与公司其他董事任期相同，任期届满，可以连选连任，但是连任时间不得超过6年。

独立董事连续3次未亲自出席董事会会议的，由董事会提请股东大会予以撤换。

3、独立董事职权

根据《独立董事工作制度》的规定，独立董事除应当具有《公司法》、《公司章程》及其他有关法律、法规赋予董事的职权外，还具有以下特别权利：

(1) 重大关联交易（指公司拟与关联人达成的总额高于300万元或高于公司最近经审计净资产值的5%的关联交易）应由独立董事认可后，提交董事会讨论；独立董事作出判断前，可以聘请中介机构出具独立财务顾问报告，作为其判断的依据。

(2) 向董事会提议聘用或解聘会计师事务所；

(3) 向董事会提请召开临时股东大会；

(4) 提议召开董事会；

(5) 独立聘请外部审计机构和咨询机构；

(6) 可以在股东大会召开前公开向股东征集投票权。

《独立董事工作制度》除了赋予独立董事上述职权外，还明确规定了独立董事应当对公司一些特定重大事项向董事会或股东大会发表独立意见，并且规定公司应当为独立董事提供的必要条件，以保证独立董事有效行使职权。

4、独立董事实际发挥作用情况

自被本公司聘任以来，公司独立董事依照有关法律、法规、《公司章程》及《独立董事工作制度》认真、勤勉尽职地履行职责，参与了公司重大经营决策，为公司完善治理结构和规范运作起到了积极作用。

（五）董事会秘书制度建立健全及运行情况

1、董事会秘书设置

公司董事会设董事会秘书。董事会秘书是公司高级管理人员，承担法律、法规及《公司章程》对公司高级管理人员所要求的义务，享有相应的工作职权，并获取相应的报酬。董事会秘书对公司和董事会负责。

公司的目前董事会秘书魏茂芝先生由公司第一届董事会第一次会议聘任。

2、董事会秘书职权

根据公司的《董事会秘书工作细则》的规定，公司董事会秘书的职责如下：

(1) 负责公司信息披露事务，协调公司信息披露工作，组织制定公司信息披露事务管理制度，督促公司及相关信息披露义务人遵守信息披露相关规定；

(2) 负责公司投资者关系管理和股东资料管理工作，协调公司与证券监管机构、股东及实际控制人、保荐人、证券服务机构、媒体等之间的信息沟通；

(3) 组织筹备董事会会议和股东大会，参加股东大会、董事会会议、监事会会议及高级管理人员相关会议，负责董事会会议记录工作并签字；

(4) 负责公司信息披露的保密工作，在未公开重大信息出现泄露时，及时向深圳证券交易所报告并公告；

(5) 关注媒体报道并主动求证真实情况，督促董事会及时回复深圳证券交易所所有问询；

(6) 组织董事、监事和高级管理人员进行证券法律法规、《交易规则》及证券交易所其他相关规定的培训，协助前述人员了解各自在信息披露中的权利和义务；

(7) 督促董事、监事和高级管理人员遵守证券法律法规、《交易规则》及证券交易所其他相关规定及《公司章程》，切实履行其所作出的承诺；在知悉公司做出或可能做出违反有关规定的决议时，应予以提醒并立即如实地向深圳证券交易所报告；

(8) 《公司法》、《证券法》、中国证监会和深圳证券交易所要求履行的其他职责。

3、董事会秘书实际发挥作用情况

自被本公司选举产生以来，公司的董事会秘书严格按照《公司章程》和《董事

会秘书工作细则》的有关规定开展工作，出席了公司历次董事会和股东大会，并按照《公司章程》的有关规定完成历次会议记录，认真履行了相关职责。

（六）董事会专门委员会的设置情况

公司《关于设立董事会审计委员会的议案》、《关于设立董事会提名委员会的议案》、《关于设立董事会薪酬与考核委员会委员的议案》、《关于设立董事会战略委员会的议案》及相关议事规则具体情况如下表：

专门委员会	召集人	成员
战略委员会	马礼斌	马礼斌、张开宇、邹晓冬（独董）
审计委员会	刘剑华（独董）	刘剑华（独董）、刘振林（独董）、魏来金
提名委员会	邹晓冬（独董）	刘振林（独董）、邹晓冬（独董）、马瑜霖
薪酬与考核委员会	刘振林（独董）	刘振林（独董）、刘剑华（独董）、马礼斌

（七）审计委员会运行情况

1、审计委员会的构成

公司审计委员会委员由三名董事组成，其中独立董事二名，有一名独立董事为会计专业人士。审计委员会委员应由董事长、二分之一以上独立董事或全体董事三分之一以上提名，并由董事会选举产生。公司审计委员会由刘剑华、刘振林和魏来金组成，其中刘剑华为会计专业人士，任审计委员会主任委员及召集人。上述三人的简历详见本招股说明书之“第八节 董事、监事、高级管理人员与其他核心人员”之“一、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员简介”。

2、审计委员会会议事规则

根据公司《董事会审计委员会会议事规则》规定，审计委员会的议事规则如下：

（1）审计委员会每季度至少召开一次会议。二分之一以上独立董事或全体董事的三分之一以上、审计委员会委员可提议召开审计委员会临时会议；召集人无正当理由，不得拒绝前述董事、委员提出的召开临时会议的要求；

（2）审计委员会会议可采用现场会议形式，也可采用非现场会议的通讯表决方式；

(3) 审计委员会定期会议应于会议召开前5日（不包括开会当日）发出会议通知，临时会议应于会议召开前3日（不包括开会当日）发出会议通知；经审计委员会全体委员一致同意，可免除前述通知期限要求；

(4) 审计委员会会议可采用传真、电子邮件、电话、以专人或邮件送出等方式进行通知。采用电话、电子邮件等通知方式时，若自发出通知之日起2日内未接到被通知人书面异议，则视为被通知人已收到会议通知。

3、审计委员会运行情况

审计委员会成立以来，严格按照《董事会审计委员会议事规则》的有关规定履行职责，审查公司内控制度，监督内部审计工作，负责与申报会计师的沟通。审计委员会会议通知、召开、表决方式符合规定，会议记录完整规范，运行情况良好。

二、公司最近三年违法违规情况

公司已依法建立健全股东大会、董事会、监事会、独立董事制度，公司及其董事、监事和高级管理人员严格按照《公司章程》及相关法律法规的规定开展经营，报告期内公司不存在重大违法违规行为。

三、公司最近三年资金占用和对外担保情况

截至本招股说明书签署日，公司不存在资金被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业占用的情况。

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

四、公司内部控制制度自我评估及注册会计师的鉴证意见

（一）公司管理层对内部控制完整性、合理性及有效性的评价

本公司管理层认为，公司现有的内部控制制度已基本覆盖了公司运营的各层面和各环节，形成了较规范的管理体系，能够预防和及时发现、纠正公司运营过程中可能出现的重要错误和舞弊，保护公司资产的安全和完整，保证会计记录和会计信息的真实性、准确性、及时性，在完整性、合理性及有效性方面不存在重大缺陷，在所有重大方面保持了与财务报表相关的有效的内部控制。随着公司业务的不断发展，

内部控制制度还需不断修订和完善。

（二）注册会计师对公司内部控制的鉴证意见

立信会计师事务所对本公司内部控制制度进行了审核，出具了“信会师报字【2017】第ZI10041号”《内部控制鉴证报告》，认为公司按照财政部等五部委颁发的《企业内部控制基本规范》及相关规定于2016年12月31日在所有重大方面保持了与财务报表相关的有效的内部控制。

第十节 财务会计信息

公司聘请的立信会计师事务所审计了公司最近三年的财务报表，并出具了“信会师报字[2017]第 ZI10039 号”标准无保留意见的审计报告。

本章财务会计数据及相关分析反映了公司最近三年经审计的财务状况，所引用的财务会计数据，非经特别说明，均出自公司最近三年经审计的财务报表。投资人欲对公司的财务状况、经营成果和现金流量等进行更详细的了解，应当认真阅读本招股说明书备查文件《财务报表及审计报告》。

一、最近三年经审计的财务报表

(一) 合并资产负债表

单位：元

项目	2016/12/31	2015/12/31	2014/12/31
流动资产：			
货币资金	242,842,593.18	190,420,114.91	104,621,641.00
交易性金融资产	-	-	-
应收票据	40,514,463.04	10,833,289.67	3,728,326.88
应收账款	44,509,377.04	37,479,142.81	39,438,758.39
预付款项	7,996,785.25	6,408,143.25	9,388,697.96
应收利息	-	-	-
应收股利	-	-	-
其他应收款	9,879,608.73	6,157,792.56	4,498,657.19
存货	47,604,805.52	36,088,158.49	31,461,710.26
一年内到期的非流动资产	-	-	-
其他流动资产	-	4,831.31	-
流动资产合计	393,347,632.76	287,391,473.00	193,137,791.68
非流动资产：			
可供出售金融资产	-	-	-
持有至到期投资	-	-	-
长期应收款	-	-	-
长期股权投资	-	-	-
投资性房地产	-	-	-
固定资产	156,031,069.05	120,885,970.72	92,435,952.19
在建工程	671,991.04	9,375,476.00	16,512,336.15

工程物资	-	-	-
固定资产清理	-	-	-
生产性生物资产	-	-	-
油气资产	-	-	-
无形资产	67,126,285.07	67,538,118.89	68,784,067.99
开发支出	-	-	-
商誉	-	-	-
长期待摊费用	11,969,049.93	15,641,540.51	15,582,694.30
递延所得税资产	3,963,696.11	3,882,138.47	3,612,763.49
其他非流动资产	11,946,083.94	10,452,625.81	1,471,698.11
非流动资产合计	251,708,175.14	227,775,870.40	198,399,512.23
资产总计	645,055,807.90	515,167,343.40	391,537,303.91

(二) 合并资产负债表 (续)

单位: 元

项目	2016/12/31	2015/12/31	2014/12/31
流动负债:			
短期借款	-	-	1,000,000.00
交易性金融负债	-	-	-
应付票据	10,980,036.19	-	-
应付账款	124,554,972.65	84,738,043.95	45,153,869.40
预收款项	56,975,588.88	47,980,149.60	35,332,947.87
应付职工薪酬	16,784,862.32	16,024,604.49	15,818,658.00
应交税费	10,058,169.94	10,750,783.06	12,807,801.78
应付利息	-	-	-
应付股利	-	-	-
其他应付款	34,285,866.36	32,165,988.09	26,654,358.09
一年内到期的非流动负债	-	-	-
其他流动负债	-	-	-
流动负债合计	253,639,496.34	191,659,569.19	136,767,635.14
非流动负债:			
长期借款	-	-	-
应付债券	-	-	-
长期应付款	-	-	-
预计负债	-	-	-
递延所得税负债	-	-	-

递延收益	10,740,392.96	11,757,165.12	11,547,165.12
其他非流动负债	-	-	-
非流动负债合计	10,740,392.96	11,757,165.12	11,547,165.12
负债合计	264,379,889.30	203,416,734.31	148,314,800.26
股东权益：			
股本	46,536,600.00	46,536,600.00	46,536,600.00
资本公积	150,856,080.63	150,856,080.63	150,856,080.63
盈余公积	21,783,398.66	12,741,518.36	5,727,311.43
未分配利润	161,499,839.31	101,616,410.10	40,102,511.59
归属于母公司股东权益合计	380,675,918.60	311,750,609.09	243,222,503.65
少数股东权益	-	-	-
股东权益合计	380,675,918.60	311,750,609.09	243,222,503.65
负债和股东权益总计	645,055,807.90	515,167,343.40	391,537,303.91

(三) 合并利润表

单位：元

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
一、营业收入	630,382,823.29	512,010,284.87	502,932,457.40
减：营业成本	391,751,873.84	299,991,890.96	300,766,130.31
营业税金及附加	4,990,407.42	4,278,139.15	3,705,091.01
销售费用	95,162,356.97	94,109,375.70	89,328,392.26
管理费用	43,199,929.91	38,215,846.32	40,382,513.03
财务费用（收益以“-”号填列）	-3,293,909.18	-333,642.40	809,885.58
资产减值损失	1,588,434.49	2,644,366.95	3,149,451.66
加：公允价值变动净收益（损失以“-”号填列）	-	-	-
投资收益（损失以“-”号填列）	-	-	1,372,687.19
其中：对联营和合营企业的投资收益	-	-	1,111,927.01
二、营业利润（亏损以“-”号填列）	96,983,729.84	73,104,308.19	66,163,680.74
加：营业外收入	4,445,087.60	7,262,677.78	8,734,416.59
减：营业外支出	143,224.60	23,615.15	53,647.78
其中：非流动资产处置损失	23,075.31	3,319.88	7,271.69
三、利润总额（亏损总额以“-”号填列）	101,285,592.84	80,343,370.82	74,844,449.55
减：所得税费用	13,745,643.33	11,815,265.38	10,651,822.91

四、净利润（净亏损以“-”号填列）	87,539,949.51	68,528,105.44	64,192,626.64
归属于母公司股东的净利润	87,539,949.51	68,528,105.44	64,192,626.64
少数股东损益	-	-	-
五、每股收益：	-	-	-
（一）基本每股收益	1.88	1.47	1.50
（二）稀释每股收益	1.88	1.47	1.50
六、其他综合收益	-	-	-
七、综合收益总额	87,539,949.51	68,528,105.44	64,192,626.64
归属于母公司股东的综合收益总额	87,539,949.51	68,528,105.44	64,192,626.64
归属于少数股东的综合收益总额	-	-	-

（四）合并现金流量表

单位：元

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
一、经营活动产生的现金流量：			
销售商品、提供劳务收到的现金	677,994,220.37	605,711,459.68	534,610,545.94
收到的税费返还	-	-	-
收到的其他与经营活动有关的现金	18,265,050.47	17,552,589.33	9,839,234.51
经营活动现金流入小计	696,259,270.84	623,264,049.01	544,449,780.45
购买商品、接受劳务支付的现金	354,459,288.51	267,710,710.20	306,535,055.45
支付给职工以及为职工支付的现金	113,774,041.84	106,556,006.03	85,725,008.96
支付的各项税费	66,436,499.07	61,746,845.87	53,707,513.79
支付的其他与经营活动有关的现金	62,996,152.24	58,809,155.59	60,631,392.80
经营活动现金流出小计	597,665,981.66	494,822,717.69	506,598,971.00
经营活动产生的现金流量净额	98,593,289.18	128,441,331.32	37,850,809.45
二、投资活动产生的现金流量：			
收回投资收到的现金	-	-	1,680,000.00
取得投资收益收到的现金	-	-	260,760.18
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	1,750.00	3,970.08	29,253.00
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	-	-	-
收到其他与投资活动有关的现金	-	-	32,200,000.00
投资活动现金流入小计	1,750.00	3,970.08	34,170,013.18
购置固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	27,558,197.32	38,942,207.83	45,189,048.37
投资支付的现金	-	-	-
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	-	-
支付其他与投资活动有关的现金	-	-	23,200,000.00
投资活动现金流出小计	27,558,197.32	38,942,207.83	68,389,048.37

投资活动产生的现金流量净额	-27,556,447.32	-38,938,237.75	-34,219,035.19
三、筹资活动产生的现金流量：			
吸收投资收到的现金	-	-	62,000,000.00
取得借款收到的现金	-	-	20,000,000.00
收到其他与筹资活动有关的现金	-	300,000.00	-
筹资活动现金流入小计	-	300,000.00	82,000,000.00
偿还债务支付的现金	-	1,000,000.00	20,000,000.00
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	18,614,640.00	115,262.50	16,563,908.34
支付其他与筹资活动有关的现金	-	-	-
筹资活动现金流出小计	18,614,640.00	1,115,262.50	36,563,908.34
筹资活动产生的现金流量净额	-18,614,640.00	-815,262.50	45,436,091.66
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	-	-	-
五、现金及现金等价物净增加额	52,422,201.86	88,687,831.07	49,067,865.92
加：期初现金及现金等价物余额	190,083,498.39	101,395,667.32	52,327,801.40
六、期末现金及现金等价物余额	242,505,700.25	190,083,498.39	101,395,667.32

（五）母公司资产负债表

单位：元

项目	2016/12/31	2015/12/31	2014/12/31
流动资产：			
货币资金	242,327,760.71	189,586,096.87	100,356,038.80
交易性金融资产	-	-	-
应收票据	40,514,463.04	10,833,289.67	3,728,326.88
应收账款	44,509,377.04	37,479,142.81	39,438,758.39
预付款项	7,720,799.45	6,408,143.25	9,388,697.96
应收利息	-	-	-
应收股利	-	-	-
其他应收款	95,371,071.28	64,883,890.47	46,303,359.00
存货	44,419,635.70	36,088,158.49	31,461,710.26
一年内到期的非流动资产	-	-	-
其他流动资产	-	4,831.31	-
流动资产合计	474,863,107.22	345,283,552.87	230,676,891.29
非流动资产：			
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	3,000,000.00	3,000,000.00	3,000,000.00
投资性房地产	-	-	-
固定资产	85,570,250.40	88,138,026.22	92,432,984.19

在建工程	-	-	806,736.66
工程物资	-	-	-
固定资产清理	-	-	-
生产性生物资产	-	-	-
油气资产	-	-	-
无形资产	29,915,956.61	29,527,568.45	29,973,295.39
开发支出	-	-	-
商誉	-	-	-
长期待摊费用	11,969,049.93	15,641,540.51	15,582,694.30
递延所得税资产	1,434,222.87	1,195,972.19	926,597.21
其他非流动资产	11,946,083.94	10,452,625.81	1,471,698.11
非流动资产合计	143,835,563.75	147,955,733.18	144,194,005.86
资产总计	618,698,670.97	493,239,286.05	374,870,897.15

(六) 母公司资产负债表 (续)

单位: 元

项目	2016/12/31	2015/12/31	2014/12/31
流动负债:			
短期借款	-	-	1,000,000.00
交易性金融负债	-	-	-
应付票据	10,980,036.19	-	-
应付账款	106,391,865.25	77,912,095.18	45,153,869.40
预收款项	56,975,588.88	47,980,149.60	35,332,947.87
应付职工薪酬	16,709,862.32	16,006,384.49	15,809,938.00
应交税费	9,938,860.77	10,750,456.72	10,366,775.43
应付利息	-	-	-
应付股利	-	-	-
其他应付款	30,686,482.05	24,988,387.55	21,957,623.21
一年内到期的非流动负债	-	-	-
其他流动负债	-	-	-
流动负债合计	231,682,695.46	177,637,473.54	129,621,153.91
非流动负债:			
长期借款	-	-	-
应付债券	-	-	-
长期应付款	-	-	-
预计负债	-	-	-

递延所得税负债	-	-	-
递延收益	622,500.00	1,012,500.00	802,500.00
其他非流动负债	-	-	-
非流动负债合计	622,500.00	1,012,500.00	802,500.00
负债合计	232,305,195.46	178,649,973.54	130,423,653.91
股东权益：			
股本	46,536,600.00	46,536,600.00	46,536,600.00
资本公积	150,856,080.63	150,856,080.63	150,856,080.63
盈余公积	21,783,398.66	12,741,518.36	5,727,311.43
未分配利润	167,217,396.22	104,455,113.52	41,327,251.18
股东权益合计	386,393,475.51	314,589,312.51	244,447,243.24
负债和股东权益总计	618,698,670.97	493,239,286.05	374,870,897.15

(七) 母公司利润表

单位：元

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
一、营业收入	630,381,189.31	512,010,284.87	502,932,457.40
减：营业成本	391,729,047.16	299,991,890.96	300,766,130.31
营业税金及附加	4,675,633.17	4,278,139.15	3,705,091.01
销售费用	95,078,182.75	94,109,375.70	89,328,392.26
管理费用	40,273,975.59	36,609,617.86	39,334,144.49
财务费用（收益以“-”号填列）	-3,296,649.61	-338,857.05	819,310.40
资产减值损失	1,588,337.80	2,642,115.28	3,149,451.66
加：公允价值变动净收益（损失以“-”号填列）	-	-	-
投资收益（损失以“-”号填列）	-	-	1,372,687.19
其中：对联营和合营企业的投资收益	-	-	1,111,927.01
二、营业利润（亏损以“-”号填列）	100,332,662.45	74,718,002.97	67,202,624.46
加：营业外收入	3,818,315.44	7,262,677.78	8,734,416.59
减：营业外支出	143,224.60	23,346.10	53,647.78
其中：非流动资产处置损失	23,075.31	3,319.88	7,271.69
三、利润总额（亏损总额以“-”号填列）	104,007,753.29	81,957,334.65	75,883,393.27
减：所得税费用	13,588,950.29	11,815,265.38	10,911,558.84
四、净利润（净亏损以“-”号填列）	90,418,803.00	70,142,069.27	64,971,834.43

五、其他综合收益	-	-	-
六、综合收益总额	90,418,803.00	70,142,069.27	64,971,834.43

(八) 母公司现金流量表

单位：元

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
一、经营活动产生的现金流量：			
销售商品、提供劳务收到的现金	677,827,254.84	605,711,459.68	534,610,545.94
收到的税费返还	-	-	-
收到的其他与经营活动有关的现金	11,632,693.01	23,199,167.66	9,724,307.27
经营活动现金流入小计	689,459,947.85	628,910,627.34	544,334,853.21
购买商品、接受劳务支付的现金	345,695,978.82	267,838,237.97	306,535,055.45
支付给职工以及为职工支付的现金	113,503,843.38	106,430,135.40	85,715,809.96
支付的各项税费	66,225,546.07	59,095,295.22	53,590,666.70
支付的其他与经营活动有关的现金	79,796,376.23	82,623,440.42	62,845,499.48
经营活动现金流出小计	605,221,744.50	515,987,109.01	508,687,031.59
经营活动产生的现金流量净额	84,238,203.35	112,923,518.33	35,647,821.62
二、投资活动产生的现金流量：			
收回投资收到的现金	-	-	1,680,000.00
取得投资收益收到的现金	-	-	260,760.18
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	1,750.00	3,970.08	29,253.00
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	-	-	-
收到其他与投资活动有关的现金	-	-	32,200,000.00
投资活动现金流入小计	1,750.00	3,970.08	34,170,013.18
购置固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	12,883,649.51	21,717,587.68	45,189,048.37
投资支付的现金	-	-	-
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	-	-
支付其他与投资活动有关的现金	-	-	23,200,000.00
投资活动现金流出小计	12,883,649.51	21,717,587.68	68,389,048.37
投资活动产生的现金流量净额	-12,881,899.51	-21,713,617.60	-34,219,035.19
三、筹资活动产生的现金流量：			
吸收投资收到的现金	-	-	62,000,000.00
取得借款收到的现金	-	-	20,000,000.00
收到其他与筹资活动有关的现金	-	300,000.00	-
筹资活动现金流入小计	-	300,000.00	82,000,000.00
偿还债务支付的现金	-	1,000,000.00	20,000,000.00
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	18,614,640.00	115,262.50	16,563,908.34
支付其他与筹资活动有关的现金	-	-	-
筹资活动现金流出小计	18,614,640.00	1,115,262.50	36,563,908.34
筹资活动产生的现金流量净额	-18,614,640.00	-815,262.50	45,436,091.66
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	-	-	-

五、现金及现金等价物净增加额	52,741,663.84	90,394,638.23	46,864,878.09
加：期初现金及现金等价物余额	189,586,096.87	99,191,458.64	52,326,580.55
六、期末现金及现金等价物余额	242,327,760.71	189,586,096.87	99,191,458.64

二、财务报表的编制基础、合并财务报表范围及变化情况

（一）财务报表的编制基础

公司以持续经营为基础，根据实际发生的交易和事项，按照财政部颁布的《企业会计准则——基本准则》和具体会计准则、企业会计准则应用指南、企业会计准则解释及其他相关规定（以下合称“企业会计准则”），以及中国证券监督管理委员会《公开发行证券的公司信息披露编报规则第15号——财务报告的一般规定》的披露规定编制财务报表。

（二）合并财务报表的编制方法

1、合并范围

公司合并财务报表的合并范围以控制为基础确定，所有子公司（包括公司所控制的单独主体）均纳入合并财务报表。

控制，是指公司拥有对被投资方的权力，通过参与被投资方的相关活动而享有可变回报，并且有能力运用对被投资方的权力影响公司的回报金额。相关活动，是指对被投资方的回报产生重大影响的活动，根据具体情况进行判断，通常包括商品或劳务的销售和购买、金融资产的管理、资产的购买和处置、研究与开发活动以及融资活动等。公司在综合考虑所有相关事实和情况的基础上对是否控制被投资方进行判断。一旦相关事实和情况变化导致对控制所涉及的相关要素发生变化，则进行重新评估。

2、合并程序

公司以自身和各子公司的财务报表为基础，根据其他有关资料，编制合并财务报表。公司编制合并财务报表，将整个企业集团视为一个会计主体，依据相关企业会计准则的确认、计量和列报要求，按照统一的会计政策，反映本企业集团整体财务状况、经营成果和现金流量。

所有纳入合并财务报表合并范围的子公司所采用的会计政策、会计期间与公司

一致，如子公司采用的会计政策、会计期间与公司不一致的，在编制合并财务报表时，按公司的会计政策、会计期间进行必要的调整。对于非同一控制下企业合并取得的子公司，以购买日可辨认净资产公允价值为基础对其财务报表进行调整。对于同一控制下企业合并取得的子公司，以其资产、负债（包括最终控制方收购该子公司而形成的商誉）在最终控制方财务报表中的账面价值为基础对其财务报表进行调整。

子公司所有者权益、当期净损益和当期综合收益中属于少数股东的份额分别在合并资产负债表中所有者权益项目下、合并利润表中净利润项目下和综合收益总额项目下单独列示。子公司少数股东分担的当期亏损超过了少数股东在该子公司期初所有者权益中所享有份额而形成的余额，冲减少数股东权益。

（1）增加子公司或业务

在报告期内，若因同一控制下企业合并增加子公司或业务的，则调整合并资产负债表的期初数；将子公司或业务合并当期期初至报告期末的收入、费用、利润纳入合并利润表；将子公司或业务合并当期期初至报告期末的现金流量纳入合并现金流量表，同时对比较报表的相关项目进行调整，视同合并后的报告主体自最终控制方开始控制时点起一直存在。

因追加投资等原因能够对同一控制下的被投资方实施控制的，视同参与合并的各方在最终控制方开始控制时即以目前的状态存在进行调整。在取得被合并方控制权之前持有的股权投资，在取得原股权之日与合并方和被合并方同处于同一控制之日孰晚日起至合并日之间已确认有关损益、其他综合收益以及其他净资产变动，分别冲减比较报表期间的期初留存收益或当期损益。

在报告期内，若因非同一控制下企业合并增加子公司或业务的，则不调整合并资产负债表期初数；将该子公司或业务自购买日至报告期末的收入、费用、利润纳入合并利润表；该子公司或业务自购买日至报告期末的现金流量纳入合并现金流量表。

因追加投资等原因能够对非同一控制下的被投资方实施控制的，对于购买日之前持有的被购买方的股权，公司按照该股权在购买日的公允价值进行重新计量，公允价值与其账面价值的差额计入当期投资收益。购买日之前持有的被购买方的股权

涉及权益法核算下的其他综合收益以及除净损益、其他综合收益和利润分配之外的其他所有者权益变动的，与其相关的其他综合收益、其他所有者权益变动转为购买日所属当期投资收益。

（2）处置子公司或业务

①一般处理方法

在报告期内，公司处置子公司或业务，则该子公司或业务期初至处置日的收入、费用、利润纳入合并利润表；该子公司或业务期初至处置日的现金流量纳入合并现金流量表。

因处置部分股权投资或其他原因丧失了对被投资方控制权时，对于处置后的剩余股权投资，公司按照其在丧失控制权日的公允价值进行重新计量。处置股权取得的对价与剩余股权公允价值之和，减去按原持股比例计算应享有原有子公司自购买日或合并日开始持续计算的净资产的份额与商誉之和的差额，计入丧失控制权当期的投资收益。与原有子公司股权投资相关的其他综合收益或除净损益、其他综合收益及利润分配之外的其他所有者权益变动，在丧失控制权时转为当期投资收益。

② 分步处置子公司

通过多次交易分步处置对子公司股权投资直至丧失控制权的，处置对子公司股权投资的各项交易的条款、条件以及经济影响符合以下一种或多种情况，通常表明应将多次交易事项作为一揽子交易进行会计处理：

- A、这些交易是同时或者在考虑了彼此影响的情况下订立的；
- B、这些交易整体才能达成一项完整的商业结果；
- C、一项交易的发生取决于其他至少一项交易的发生；
- D、一项交易单独看是不经济的，但是和其他交易一并考虑时是经济的。

处置对子公司股权投资直至丧失控制权的各项交易属于一揽子交易的，本公司将各项交易作为一项处置子公司并丧失控制权的交易进行会计处理；但是，在丧失控制权之前每一次处置价款与处置投资对应的享有该子公司净资产份额的差额，在合并财务报表中确认为其他综合收益，在丧失控制权时一并转入丧失控制权当期的损益。

处置对子公司股权投资直至丧失控制权的各项交易不属于一揽子交易的，在丧失控制权之前，按不丧失控制权的情况下部分处置对子公司的股权投资的相关政策进行会计处理；在丧失控制权时，按处置子公司一般处理方法进行会计处理。

(3) 购买子公司少数股权

公司因购买少数股权新取得的长期股权投资与按照新增持股比例计算应享有子公司自购买日（或合并日）开始持续计算的净资产份额之间的差额，调整合并资产负债表中的资本公积中的股本溢价，资本公积中的股本溢价不足冲减的，调整留存收益。

(4) 不丧失控制权的情况下部分处置对子公司的股权投资

在不丧失控制权的情况下因部分处置对子公司的长期股权投资而取得的处置价款与处置长期股权投资相对应享有子公司自购买日或合并日开始持续计算的净资产份额之间的差额，调整合并资产负债表中的资本公积中的股本溢价，资本公积中的股本溢价不足冲减的，调整留存收益。

(三) 合并财务报表范围及变化情况

序号	子公司名称	是否合并		
		2016 年度	2015 年度	2014 年度
1	天津皮阿诺	是	是	是
2	捷迅家居	是	否	否

注：天津皮阿诺系本公司于 2012 年 4 月 27 日新设的子公司，从 2012 年度起纳入合并报表范围；捷迅家居系本公司于 2016 年 7 月 28 日新设的子公司，从 2016 年度起纳入合并报表范围；天津皮阿诺、捷迅家居的具体情况参阅本招股说明书之“第五节 发行人基本情况”之“七、发行人控股、参股子公司情况”。

三、 审计意见

立信会计师事务所接受本公司的委托，对本公司截至 2014 年 12 月 31 日、2015 年 12 月 31 日、2016 年 12 月 31 日公司及合并的资产负债表和 2014 年度、2015 年度、2016 年度公司及合并的利润表、现金流量表和所有者权益变动表以及财务报表附注进行了审计，并出具了标准无保留意见审计报告（信会师报字[2017]第 ZI10039 号）。审计意见如下：

“我们认为，皮阿诺财务报表在所有重大方面按照企业会计准则的规定编制，公允反映了贵公司 2014 年 12 月 31 日、2015 年 12 月 31 日、2016 年 12 月 31 日的

合并及公司财务状况以及 2014 年度、2015 年度、2016 年度的合并及公司经营成果和现金流量。”

四、报告期内采用的主要会计政策和会计估计

（一）会计期间

自公历 1 月 1 日至 12 月 31 日止为一个会计年度。

（二）记账本位币

公司以人民币为记账本位币。

（三）同一控制下和非同一控制下企业合并的会计处理方法

1、同一控制下的企业合并

公司在企业合并中取得的资产和负债，按照合并日在被合并方的账面价值计量。被合并各方采用的会计政策与公司不一致的，公司在合并日按照公司会计政策进行调整，在此基础上按照调整后的账面价值确认。

在合并中取得的净资产账面价值与支付的合并对价账面价值（或发行股份面值总额）的差额，调整资本公积中的股本溢价，资本公积中的股本溢价不足冲减的，调整留存收益。

公司为进行企业合并而发生的各项直接相关费用，包括为进行企业合并而支付的审计费用、评估费用、法律服务费等，于发生时计入当期损益。

企业合并中发行权益性证券发生的手续费、佣金等，抵减权益性证券溢价收入，溢价收入不足冲减的，冲减留存收益。

2、非同一控制下的企业合并

公司在购买日对作为企业合并对价付出的资产、发生或承担的负债按照公允价值计量。公允价值与其账面价值的差额，计入当期损益。

公司在购买日对合并成本进行分配，确认所取得的被购买方各项可辨认资产、负债及或有负债的公允价值。

公司对合并成本大于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差

额，确认为商誉；合并成本小于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额，经复核后，计入当期损益。

企业合并中取得的被购买方除无形资产外的其他各项资产（不仅限于被购买方原已确认的资产），其所带来的经济利益很可能流入公司且公允价值能够可靠计量的，单独确认并按公允价值计量；公允价值能够可靠计量的无形资产，单独确认为无形资产并按公允价值计量；取得的被购买方除或有负债以外的其他各项负债，履行有关义务很可能导致经济利益流出本公司且公允价值能够可靠计量的，单独确认并按照公允价值计量；取得的被购买方或有负债，其公允价值能可靠计量的，单独确认为负债并按照公允价值计量。

公司在企业合并中取得的被购买方的可抵扣暂时性差异，在购买日不符合递延所得税资产确认条件的，不予以确认。购买日后 12 个月内，如取得新的或进一步的信息表明购买日的相关情况已经存在，预期被购买方在购买日可抵扣暂时性差异带来的经济利益能够实现的，确认相关的递延所得税资产，同时减少商誉，商誉不足冲减的，差额部分确认为当期损益；除上述情况以外，确认与企业合并相关的递延所得税资产，计入当期损益。

非同一控制下企业合并，购买方为企业合并发生的审计、法律服务、评估咨询等中介费用以及其他相关管理费用，应当于发生时计入当期损益；购买方作为合并对价发行的权益性证券或债务性证券的交易费用，应当计入权益性证券或债务性证券的初始确认金额。

（四）现金及现金等价物的确定标准

在编制现金流量表时，将公司库存现金以及可以随时用于支付的存款确认为现金。将同时具备期限短（从购买日起三个月内到期）、流动性强、易于转换为已知现金、价值变动风险很小四个条件的投资，确定为现金等价物。

（五）外币交易及外币财务报表折算

1、外币业务

外币业务采用交易发生日的即期汇率作为折算汇率将外币金额折合成人民币记账。

外币货币性项目余额按资产负债表日即期汇率折算，由此产生的汇兑差额，除属于与购建符合资本化条件的资产相关的外币专门借款产生的汇兑差额按照借款费用资本化的原则处理外，均计入当期损益。以历史成本计量的外币非货币性项目，仍采用交易发生日的即期汇率折算，不改变其记账本位币金额。以公允价值计量的外币非货币性项目，采用公允价值确定日的即期汇率折算，由此产生的汇兑差额计入当期损益或资本公积。

2、外币财务报表的折算

资产负债表中的资产和负债项目，采用资产负债表日的即期汇率折算；所有者权益项目除“未分配利润”项目外，其他项目采用发生时的即期汇率折算。利润表中的收入和费用项目，采用交易发生日的即期汇率折算。按照上述折算产生的外币财务报表折算差额，在资产负债表所有者权益项目下单独列示。

处置境外经营时，将资产负债表中所有者权益项目下列示的、与该境外经营相关的外币财务报表折算差额，自所有者权益项目转入处置当期损益；部分处置境外经营的，按处置的比例计算处置部分的外币财务报表折算差额，转入处置当期损益。

（六）金融工具

金融工具包括金融资产、金融负债和权益工具。

1、金融工具的分类

管理层按照取得持有金融资产和承担金融负债的目的，将其划分为：以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产或金融负债，包括交易性金融资产或金融负债；持有至到期投资；应收款项；可供出售金融资产；其他金融负债等。

2、金融工具的确认依据和计量方法

（1）以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产（金融负债）

取得时以公允价值（扣除已宣告但尚未发放的现金股利或已到付息期但尚未领取的债券利息）作为初始确认金额，相关的交易费用计入当期损益。

持有期间将取得的利息或现金股利确认为投资收益，期末将公允价值变动计入当期损益。

处置时，其公允价值与初始入账金额之间的差额确认为投资收益，同时调整公允价值变动损益。

（2）持有至到期投资

取得时按公允价值（扣除已到付息期但尚未领取的债券利息）和相关交易费用之和作为初始确认金额。

持有期间按照摊余成本和实际利率计算确认利息收入，计入投资收益。实际利率在取得时确定，在该预期存续期间或适用的更短期间内保持不变。

处置时，将所取得价款与该投资账面价值之间的差额计入投资收益。

（3）应收款项

公司对外销售商品或提供劳务形成的应收债权，以及公司持有的其他企业的不包括在活跃市场上有报价的债务工具的债权，包括应收账款、其他应收款、应收票据、预付账款等，以向购货方应收的合同或协议价款作为初始确认金额；具有融资性质的，按其现值进行初始确认。

收回或处置时，将取得的价款与该应收款项账面价值之间的差额计入当期损益。

（4）可供出售金融资产

取得时按公允价值（扣除已宣告但尚未发放的现金股利或已到付息期但尚未领取的债券利息）和相关交易费用之和作为初始确认金额。

持有期间将取得的利息或现金股利确认为投资收益。期末以公允价值计量且将公允价值变动计入资本公积（其他资本公积）。

处置时，将取得的价款与该金融资产账面价值之间的差额，计入投资损益；同时，将原直接计入所有者权益的公允价值变动累计额对应处置部分的金额转出，计入投资损益。

（5）其他金融负债

按其公允价值和相关交易费用之和作为初始确认金额。采用摊余成本进行后续计量。

3、金融资产转移的确认依据和计量方法

公司发生金融资产转移时，如已将金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬转移给转入方，则终止确认该金融资产；如保留了金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，则不终止确认该金融资产。

在判断金融资产转移是否满足上述金融资产终止确认条件时，采用实质重于形式的原则。公司将金融资产转移区分为金融资产整体转移和部分转移。金融资产整体转移满足终止确认条件的，将下列两项金额的差额计入当期损益：

(1) 所转移金融资产的账面价值；

(2) 因转移而收到的对价，与原直接计入所有者权益的公允价值变动累计额（涉及转移的金融资产为可供出售金融资产的情形）之和。

金融资产部分转移满足终止确认条件的，将所转移金融资产整体的账面价值，在终止确认部分和未终止确认部分之间，按照各自的相对公允价值进行分摊，并将下列两项金额的差额计入当期损益：

(1) 终止确认部分的账面价值；

(2) 终止确认部分的对价，与原直接计入所有者权益的公允价值变动累计额中对应终止确认部分的金额（涉及转移的金融资产为可供出售金融资产的情形）之和。

金融资产转移不满足终止确认条件的，继续确认该金融资产，所收到的对价确认为一项金融负债。

4、金融负债终止确认条件

金融负债的现时义务全部或部分已经解除的，则终止确认该金融负债或其一部分；公司若与债权人签定协议，以承担新金融负债方式替换现存金融负债，且新金融负债与现存金融负债的合同条款实质上不同的，则终止确认现存金融负债，并同时确认新金融负债。

对现存金融负债全部或部分合同条款作出实质性修改的，则终止确认现存金融负债或其一部分，同时将修改条款后的金融负债确认为一项新金融负债。

金融负债全部或部分终止确认时，终止确认的金融负债账面价值与支付对价（包括转出的非现金资产或承担的新金融负债）之间的差额，计入当期损益。

公司若回购部分金融负债的，在回购日按照继续确认部分与终止确认部分的相

对公允价值，将该金融负债整体的账面价值进行分配。分配给终止确认部分的账面价值与支付的对价（包括转出的非现金资产或承担的新金融负债）之间的差额，计入当期损益。

5、金融资产和金融负债公允价值的确定方法

公司采用公允价值计量的金融资产和金融负债全部直接参考活跃市场中的报价。

6、金融资产（不含应收款项）减值准备计提

除以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产外，公司于资产负债表日对金融资产的账面价值进行检查，如果有客观证据表明某项金融资产发生减值的，计提减值准备。

（1）可供出售金融资产的减值准备：

期末如果可供出售金融资产的公允价值发生较大幅度下降，或在综合考虑各种相关因素后，预期这种下降趋势属于非暂时性的，就认定其已发生减值，将原直接计入所有者权益的公允价值下降形成的累计损失一并转出，确认减值损失。

对于已确认减值损失的可供出售债务工具，在随后的会计期间公允价值已上升且客观上与确认原减值损失确认后发生的事项有关的，原确认的减值损失予以转回，计入当期损益。

可供出售权益工具投资发生的减值损失，不得通过损益转回。

（2）持有至到期投资的减值准备：

持有至到期投资减值损失的计量比照应收款项减值损失计量方法处理。

（七）应收款项

公司应收款项（包括应收账款和其他应收款等）按合同或协议价款作为初始入账金额。凡因债务人破产，依照法律清偿程序清偿后仍无法收回；或因债务人死亡，既无遗产可供清偿，又无义务承担人，确实无法收回；或因债务人逾期未能履行偿债义务，经法定程序审核批准，该等应收账款列为坏账损失。

1、单项金额重大的应收款项坏账准备的确认标准和计提方法

单项金额重大的判断依据或金额标准：金额 200 万元以上（含）的款项。

单项金额重大并单项计提坏账准备的计提方法：单独进行减值测试，如有客观证据表明其已发生减值，按预计未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备，计入当期损益。单独测试未发生减值的应收款项，将其归入相应组合计提坏账准备。

2、按组合计提坏账准备应收款项

确定组合的依据	
账龄组合	无明显减值迹象的应收款项，相同账龄的应收款项具有类似信用风险特征
内部业务组合	受本公司控制的子公司的应收款项不计提坏账准备
按组合计提坏账准备的计提方法	
账龄组合	按账龄分析法计提坏账准备

组合中，采用账龄分析法计提坏账准备的：

账龄	计提比例	
	应收账款（%）	其他应收款（%）
1 年以内	1	1
1—2 年	5	5
2—3 年	50	50
3 年以上	100	100

3、单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的应收账款

（1）单项计提坏账准备的理由

单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的应收款项是指单项金额虽不重大但已涉及诉讼事项或已有客观证据表明很有可能形成损失的应收款项。

（2）坏账准备的计提方法

对单项金额虽不重大但已涉及诉讼事项或已有客观证据表明很有可能形成损失的应收款项需单独进行减值测试，根据其预计未来现金流量（不包括尚未发生的未来信用损失）按原实际利率折现的现值低于其账面价值的差额，确认为减值损失，计入当期损益。

（3）其他说明

坏账损失确认标准：A、债务人破产或死亡，以其破产财产或遗产依法清偿后，仍然不能收回的款项。B、债务人逾期未履行偿债义务，并且具有明显特征表明确实不能收回的款项。

以上确实不能收回的款项，报经董事会批准后作为坏账转销。

（八）存货

1、存货的分类

公司的存货包括原材料、库存商品、发出商品、低值易耗品、包装物、在产品、半成品、委托加工物资等。

2、发出存货的计价方法

购入原材料、低值易耗品等按实际成本入账，发出时的成本采用加权平均法核算。

3、存货可变现净值的确定依据及存货跌价准备的计提方法

期末对存货进行全面清查后，按存货的成本与可变现净值孰低提取或调整存货跌价准备。

产成品、库存商品和用于出售的材料等直接用于出售的商品存货，在正常生产经营过程中，以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值；需要经过加工的材料存货，在正常生产经营过程中，以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值；为执行销售合同或者劳务合同而持有的存货，其可变现净值以合同价格为基础计算，若持有存货的数量多于销售合同订购数量的，超出部分的存货的可变现净值以一般销售价格为基础计算。

期末按照单个存货项目计提存货跌价准备；但对于数量繁多、单价较低的存货，按照存货类别计提存货跌价准备；与在同一地区生产和销售的产品系列相关、具有相同或类似最终用途或目的，且难以与其他项目分开计量的存货，则合并计提存货跌价准备。

以前减记存货价值的影响因素已经消失的，减记的金额予以恢复，并在原已计提的存货跌价准备金额内转回，转回的金额计入当期损益。

4、存货的盘存制度

公司的存货盘存制度为永续盘存制。公司定期对存货进行清查，盘盈利得和盘亏损失计入当期损益。

5、低值易耗品和包装物的摊销方法

- (1) 低值易耗品采用一次转销法；
- (2) 包装物采用一次转销法。

(九) 长期股权投资

1、投资成本的确定

(1) 企业合并形成的长期股权投资

同一控制下的企业合并：公司以支付现金、转让非现金资产或承担债务方式以及以发行权益性证券作为合并对价的，在合并日按照取得被合并方所有者权益在最终控制方合并财务报表中的账面价值的份额作为长期股权投资的初始投资成本。长期股权投资初始投资成本与支付的现金、转让的非现金资产、所承担债务账面价值以及发行股份的面值总额之间的差额，调整资本公积中的股本溢价；资本公积中的股本溢价不足冲减的，调整留存收益。因追加投资等原因能够对同一控制下的被投资单位实施控制的，在合并日根据合并后应享有被合并方净资产在最终控制方合并财务报表中的账面价值的份额，确定长期股权投资的初始投资成本。合并日长期股权投资的初始投资成本，与达到合并前的长期股权投资账面价值加上合并日进一步取得股份新支付对价的账面价值之和的差额，调整股本溢价，股本溢价不足冲减的，冲减留存收益。

非同一控制下的企业合并：公司按照购买日确定的合并成本作为长期股权投资的初始投资成本。因追加投资等原因能够对非同一控制下的被投资单位实施控制的，按照原持有的股权投资账面价值加上新增投资成本之和，作为改按成本法核算的初始投资成本。

为企业合并而发生的审计、法律服务、评估咨询等中介费用以及其他相关管理费用于发生时计入当期损益；作为合并对价发行的权益性证券或债务性证券的交易费用，计入权益性证券或债务性证券的初始确认金额。

(2) 其他方式取得的长期股权投资

以支付现金方式取得的长期股权投资，按照实际支付的购买价款作为初始投资成本。

以发行权益性证券取得的长期股权投资，按照发行权益性证券的公允价值作为初始投资成本。

在非货币性资产交换具备商业实质和换入资产或换出资产的公允价值能够可靠计量的前提下，非货币性资产交换换入的长期股权投资以换出资产的公允价值和应支付的相关税费确定其初始投资成本，除非有确凿证据表明换入资产的公允价值更加可靠；不满足上述前提的非货币性资产交换，以换出资产的账面价值和应支付的相关税费作为换入长期股权投资的初始投资成本。

通过债务重组取得的长期股权投资，其初始投资成本按照公允价值为基础确定。

2、后续计量及损益确认

(1) 成本法核算的长期股权投资

公司对子公司的长期股权投资，采用成本法核算。除取得投资时实际支付的价款或对价中包含的已宣告但尚未发放的现金股利或利润外，公司按照享有被投资单位宣告发放的现金股利或利润确认当期投资收益。

(2) 权益法核算的长期股权投资

对联营企业和合营企业的长期股权投资，采用权益法核算。初始投资成本大于投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值份额的差额，不调整长期股权投资的初始投资成本；初始投资成本小于投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值份额的差额，计入当期损益。公司按照应享有或应分担的被投资单位实现的净损益和其他综合收益的份额，分别确认投资收益和其他综合收益，同时调整长期股权投资的账面价值；按照被投资单位宣告分派的利润或现金股利计算应享有的部分，相应减少长期股权投资的账面价值；对于被投资单位除净损益、其他综合收益和利润分配以外所有者权益的其他变动，调整长期股权投资的账面价值并计入所有者权益。

在确认应享有被投资单位净损益的份额时，以取得投资时被投资单位可辨认净

资产的公允价值为基础，并按照公司的会计政策及会计期间，对被投资单位的净利润进行调整后确认。在持有投资期间，被投资单位编制合并财务报表的，以合并财务报表中的净利润、其他综合收益和其他所有者权益变动中归属于被投资单位的金额为基础进行核算。

公司与联营企业、合营企业之间发生的未实现内部交易损益按照应享有的比例计算归属于公司的部分，予以抵销，在此基础上确认投资收益。与被投资单位发生的未实现内部交易损失，属于资产减值损失的，全额确认。公司与联营企业、合营企业之间发生投出或出售资产的交易，该资产构成业务的，按照本节之“二、财务报表的编制基础、合并财务报表范围及变化情况”之“(二)合并财务报表的编制方法”、“四、报告期内采用的主要会计政策和会计估计”之“(三)同一控制下和非同一控制下企业合并的会计处理方法”的相关政策进行会计处理。

在公司确认应分担被投资单位发生的亏损时，按照以下顺序进行处理：首先，冲减长期股权投资的账面价值。其次，长期股权投资的账面价值不足以冲减的，以其他实质上构成对被投资单位净投资的长期权益账面价值为限继续确认投资损失，冲减长期应收项目等的账面价值。最后，经过上述处理，按照投资或协议约定企业仍承担额外义务的，按预计承担的义务确认预计负债，计入当期投资损失。被投资单位以后期间实现盈利的，公司在扣除未确认的亏损分担额后，按与上述相反的顺序处理，减记已确认预计负债的账面余额、恢复其他实质上构成对被投资单位净投资的长期权益及长期股权投资的账面价值，同时确认投资收益。

(3) 长期股权投资的处置

处置长期股权投资，其账面价值与实际取得价款的差额，计入当期损益。

采用权益法核算的长期股权投资，在处置该项投资时，采用与被投资单位直接处置相关资产或负债相同的基础，按相应比例对原计入其他综合收益的部分进行会计处理。因被投资单位除净损益、其他综合收益和利润分配以外的其他所有者权益变动而确认的所有者权益，按比例结转入当期损益。

因处置部分股权投资等原因丧失了对被投资单位的共同控制或重大影响的，处置后的剩余股权改按金融工具确认和计量准则核算，其在丧失共同控制或重大影响之日的公允价值与账面价值之间的差额计入当期损益。原股权投资因采用权益法核

算而确认的其他综合收益，在终止采用权益法核算时采用与被投资单位直接处置相关资产或负债相同的基础进行会计处理。因被投资方除净损益、其他综合收益和利润分配以外的其他所有者权益变动而确认的所有者权益，在终止采用权益法核算时全部转入当期损益。

因处置部分股权投资等原因丧失了对被投资单位控制权的，在编制个别财务报表时，处置后的剩余股权能够对被投资单位实施共同控制或重大影响的，改按权益法核算，并对该剩余股权视同自取得时即采用权益法核算进行调整；处置后的剩余股权不能对被投资单位实施共同控制或施加重大影响的，改按金融工具确认和计量准则的有关规定进行会计处理，其在丧失控制之日的公允价值与账面价值间的差额计入当期损益。

处置的股权是因追加投资等原因通过企业合并取得的，在编制个别财务报表时，处置后的剩余股权采用成本法或权益法核算的，购买日之前持有的股权投资因采用权益法核算而确认的其他综合收益和其他所有者权益按比例结转；处置后的剩余股权改按金融工具确认和计量准则进行会计处理的，其他综合收益和其他所有者权益全部结转。

3、确定对被投资单位具有共同控制、重大影响的依据

共同控制，是指按照相关约定对某项安排所共有的控制，并且该安排的相关活动必须经过分享控制权的参与方一致同意后才能决策。公司与其他合营方一同对被投资单位实施共同控制且对被投资单位净资产享有权利的，被投资单位为公司的合营企业。

重大影响，是指对一个企业的财务和经营决策有参与决策的权力，但并不能够控制或者与其他方一起共同控制这些政策的制定。投资企业能够对被投资单位施加重大影响的，被投资单位为公司的联营企业。

4、减值测试方法及减值准备计提方法

于资产负债表日长期股权投资存在减值迹象的，进行减值测试。对可收回金额低于长期股权投资账面价值的，计提减值准备。长期股权投资减值损失一经确认，不再转回。

(十) 固定资产

1、固定资产确认条件

固定资产指为生产商品、提供劳务、出租或经营管理而持有，并且使用寿命超过一个会计年度的有形资产。固定资产在同时满足下列条件时予以确认：

- (1) 与该固定资产有关的经济利益很可能流入企业；
- (2) 该固定资产的成本能够可靠地计量。

固定资产通常按照实际成本作为计量，购买固定资产的价款超过正常信用条件延期支付，实质上具有融资性质的，固定资产的成本以购买价款的现值为基础确定。债务重组取得债务人用以抵债的固定资产，以该固定资产的公允价值为基础确定其入账价值，并将重组债务的账面价值与该用以抵债的固定资产公允价值之间的差额，计入当期损益；在非货币性资产交换具备商业实质和换入资产或换出资产的公允价值能够可靠计量的前提下，非货币性资产交换换入的固定资产通常以换出资产的公允价值为基础确定其入账价值，除非有确凿证据表明换入资产的公允价值更加可靠；不满足上述前提的非货币性资产交换，以换出资产的账面价值和应支付的相关税费作为换入固定资产的成本，不确认损益。

2、各类固定资产的折旧方法

固定资产折旧采用年限平均法分类计提，根据固定资产类别、预计使用寿命和预计净残值率确定折旧率。如固定资产各组成部分的使用寿命不同或者以不同方式为企业提供经济利益，则选择不同折旧率或折旧方法，分别计提折旧。

融资租赁方式租入的固定资产，能合理确定租赁期届满时将会取得租赁资产所有权的，在租赁资产尚可使用年限内计提折旧；无法合理确定租赁期届满时能够取得租赁资产所有权的，在租赁期与租赁资产尚可使用年限两者中较短的期间内计提折旧。

各类固定资产折旧年限和年折旧率如下：

固定资产类别	折旧年限（年）	残值率（%）	年折旧率（%）
房屋建筑物	20	5.00	4.75
自有房产装修	10	-	10.00
机器设备	10	5.00	9.50
其他设备	5	5.00	19.00

固定资产类别	折旧年限（年）	残值率（%）	年折旧率（%）
运输工具	4	5.00	23.80
办公设备	3	5.00	31.70

3、固定资产的减值测试方法、减值准备的计提方法

公司在每期末判断固定资产是否存在可能发生减值的迹象。

固定资产存在减值迹象的，估计其可收回金额。可收回金额根据固定资产的公允价值减去处置费用后的净额与固定资产预计未来现金流量的现值两者之间较高者确定。

当固定资产的可收回金额低于其账面价值的，将固定资产的账面价值减记至可收回金额，减记的金额确认为固定资产减值损失，计入当期损益，同时计提相应的固定资产减值准备。

固定资产减值损失确认后，减值固定资产的折旧在未来期间作相应调整，以使该固定资产在剩余使用寿命内，系统地分摊调整后的固定资产账面价值（扣除预计净残值）。

固定资产的减值损失一经确认，在以后会计期间不再转回。

有迹象表明一项固定资产可能发生减值的，企业以单项固定资产为基础估计其可收回金额。企业难以对单项固定资产的可收回金额进行估计的，以该固定资产所属的资产组为基础确定资产组的可收回金额。

4、融资租入固定资产的认定依据、计价方法

融资租赁是指实质上转移了与资产所有权有关的全部风险和报酬的租赁。

满足以下一项或数项标准的租赁，应当认定为融资租赁：

- （1）在租赁期届满时，租赁资产的所有权转移给承租人；
- （2）承租人有购买租赁资产的选择权，所订立的购买价款预计将远低于行使选择权时租赁资产的公允价值，因而在租赁开始日就可以合理确定承租人将会行使这种选择权。
- （3）即使资产的所有权不转移，但租赁期占租赁资产使用寿命的大部分，通常

是租赁期大于、等于资产使用年限的 75%，但若标的物系在租赁开始日已使用期限达到可使用期限 75%以上的旧资产则不适用此标准；

(4) 承租人在租赁开始日的最低租赁付款额现值，几乎相当于租赁开始日租赁资产公允价值；出租人在租赁开始日的最低租赁收款额现值，几乎相当于租赁开始日租赁资产公允价值。通常是租赁最低付款额的现值大于、等于资产公允价值的 90%；

(5) 租赁资产性质特殊，如果不作较大改造，只有承租人才能使用。

融资租入固定资产的计价方法：按照实质重于法律形式的要求，企业应将融资租入资产作为一项固定资产计价入账，同时确认相应的负债，并计提固定资产的折旧。在租赁期开始日，承租人应当将租赁开始日租赁资产公允价值与最低租赁付款额现值两者中较低者作为租入资产的入账价值；承租人在租赁谈判和签订租赁合同过程中发生的，可归属于租赁项目的手续费、律师费、差旅费、印花税等初始直接费用也计入资产的价值。

(十一) 在建工程

1、在建工程的分类

在建工程以立项项目分类核算。

2、在建工程结转为固定资产的时点

在建工程项目按建造该项资产达到预定可使用状态前所发生的全部支出，作为固定资产的入账价值。所建造的固定资产在建工程已达到预定可使用状态，但尚未办理竣工决算的，自达到预定可使用状态之日起，根据工程预算、造价或者工程实际成本等，按估计的价值转入固定资产，并按本公司固定资产折旧政策计提固定资产的折旧，待办理竣工决算后，再按实际成本调整原来的暂估价值，但不调整原已计提的折旧额。

3、在建工程减值准备的确认标准、计提方法

公司在每期末判断在建工程是否存在可能发生减值的迹象。

在建工程存在减值迹象的，估计其可收回金额。有迹象表明一项在建工程可能发生减值的，企业以单项在建工程为基础估计其可收回金额。企业难以对单项在建

工程的可收回金额进行估计的，以该在建工程所属的资产组为基础确定资产组的可收回金额。

可收回金额根据在建工程的公允价值减去处置费用后的净额与在建工程预计未来现金流量的现值两者之间较高者确定。

当在建工程的可收回金额低于其账面价值的，将在建工程的账面价值减记至可收回金额，减记的金额确认为在建工程减值损失，计入当期损益，同时计提相应的在建工程减值准备。

在建工程的减值损失一经确认，在以后会计期间不再转回。

（十二）借款费用

1、借款费用资本化的确认原则

借款费用，包括借款利息、折价或者溢价的摊销、辅助费用以及因外币借款而发生的汇兑差额等。

公司发生的借款费用，可直接归属于符合资本化条件的资产的购建或者生产的，予以资本化，计入相关资产成本；其他借款费用，在发生时根据其发生额确认为费用，计入当期损益。

符合资本化条件的资产，是指需要经过相当长时间的购建或者生产活动才能达到预定可使用或者可销售状态的固定资产、投资性房地产和存货等资产。

借款费用同时满足下列条件时开始资本化：

（1）资产支出已经发生，资产支出包括为购建或者生产符合资本化条件的资产而以支付现金、转移非现金资产或者承担带息债务形式发生的支出；

（2）借款费用已经发生；

（3）为使资产达到预定可使用或者可销售状态所必要的购建或者生产活动已经开始。

2、借款费用资本化期间

资本化期间，指从借款费用开始资本化时点到停止资本化时点的期间，借款费用暂停资本化的期间不包括在内。

当购建或者生产符合资本化条件的资产达到预定可使用或者可销售状态时，借款费用停止资本化。

当购建或者生产符合资本化条件的资产中部分项目分别完工且可单独使用时，该部分资产借款费用停止资本化。

购建或者生产的资产各部分分别完工，但必须等到整体完工后才可使用或可对外销售的，在该资产整体完工时停止借款费用资本化。

3、暂停资本化期间

符合资本化条件的资产在购建或生产过程中发生的非正常中断、且中断时间连续超过 3 个月的，则借款费用暂停资本化；该项中断如是所购建或生产的符合资本化条件的资产达到预定可使用状态或者可销售状态必要的程序，则借款费用继续资本化。在中断期间发生的借款费用确认为当期损益，直至资产的购建或者生产活动重新开始后借款费用继续资本化。

4、借款费用资本化金额计算方法

对于为购建或者生产符合资本化条件的资产而借入的专门借款，以专门借款当期实际发生的借款费用，减去尚未动用的借款资金存入银行取得的利息收入或进行暂时性投资取得的投资收益后的金额，来确定借款费用的资本化金额。

对于为购建或者生产符合资本化条件的资产而占用的一般借款，根据累计资产支出超过专门借款部分的资产支出加权平均数乘以所占用一般借款的资本化率，计算确定一般借款应予资本化的利息金额。资本化率根据一般借款加权平均利率计算确定。

借款存在折价或者溢价的，按照实际利率法确定每一会计期间应摊销的折价或者溢价金额，调整每期利息金额。

（十三）无形资产

1、无形资产的计价方法

（1）公司取得无形资产时按成本进行初始计量；

外购无形资产的成本，包括购买价款、相关税费以及直接归属于使该项资产达

到预定用途所发生的其他支出。购买无形资产的价款超过正常信用条件延期支付，实质上具有融资性质的，无形资产的成本以购买价款的现值为基础确定。

债务重组取得债务人用以抵债的无形资产，以该无形资产的公允价值为基础确定其入账价值，并将重组债务的账面价值与该用以抵债的无形资产公允价值之间的差额，计入当期损益；

在非货币性资产交换具备商业实质且换入资产或换出资产的公允价值能够可靠计量的前提下，非货币性资产交换换入的无形资产以换出资产的公允价值为基础确定其入账价值，除非有确凿证据表明换入资产的公允价值更加可靠；不满足上述前提的非货币性资产交换，以换出资产的账面价值和应支付的相关税费作为换入无形资产的成本，不确认损益。

以同一控制下的企业吸收合并方式取得的无形资产按被合并方的账面价值确定其入账价值；以非同一控制下的企业吸收合并方式取得的无形资产按公允价值确定其入账价值。

内部自行开发的无形资产，其成本包括：开发该无形资产时耗用的材料、劳务成本、注册费、在开发过程中使用的其他专利权和特许权的摊销以及满足资本化条件的利息费用，以及为使该无形资产达到预定用途前所发生的其他直接费用。

(2) 后续计量

在取得无形资产时分析判断其使用寿命。

对于使用寿命有限的无形资产，在为企业带来经济利益的期限内按直线法摊销；无法预见无形资产为企业带来经济利益期限的，视为使用寿命不确定的无形资产，不予摊销。

2、使用寿命有限的无形资产的使用寿命估计情况

项目	预计使用寿命（年）	依据
土地使用权	50	土地使用权证对应年限
软件	3-10	预计使用年限

每期末，对使用寿命有限的无形资产的使用寿命及摊销方法进行复核。

3、使用寿命不确定的无形资产的判断依据

截至资产负债表日，公司没有使用寿命不确定的无形资产。

4、无形资产减值准备的计提

对于使用寿命确定的无形资产，如有明显减值迹象的，期末进行减值测试。

对于使用寿命不确定的无形资产，每期末进行减值测试。

对无形资产进行减值测试，估计其可收回金额。有迹象表明一项无形资产可能发生减值的，公司以单项无形资产为基础估计其可收回金额。公司难以对单项资产的可收回金额进行估计的，以该无形资产所属的资产组为基础确定无形资产组的可收回金额。

可收回金额根据无形资产的公允价值减去处置费用后的净额与无形资产预计未来现金流量的现值两者之间较高者确定。

当无形资产的可收回金额低于其账面价值的，将无形资产的账面价值减记至可收回金额，减记的金额确认为无形资产减值损失，计入当期损益，同时计提相应的无形资产减值准备。

无形资产减值损失确认后，减值无形资产的折耗或者摊销费用在未来期间作相应调整，以使该无形资产在剩余使用寿命内，系统地分摊调整后的无形资产账面价值（扣除预计净残值）。

无形资产的减值损失一经确认，在以后会计期间不再转回。

5、无形资产支出满足资本化的条件

公司内部研究开发项目开发阶段的支出，符合下列各项时，确认为无形资产：

- (1) 从技术上来讲，完成该无形资产以使其能够使用或出售具有可行性。
- (2) 具有完成该无形资产并使用或出售的意图。
- (3) 无形资产产生未来经济利益的方式，包括能够证明运用该无形资产生产的产品存在市场或无形资产自身存在市场；无形资产将在内部使用时，证明其有用性。
- (4) 有足够的技术、财务资源和其他资源支持，以完成该无形资产的开发，并有能力使用或出售该无形资产。
- (5) 归属于该无形资产开发阶段的支出能够可靠计量。

（十四）长期待摊费用

公司的长期待摊费用是指已经支出,但应由当期及以后各期承担的摊销期限在 1 年以上(不含 1 年)的各项费用,该等费用在受益期内平均摊销。如果长期待摊费用项目不能使以后会计期间受益,则将尚未摊销的该项目的摊余价值全部转入当期损益。

1、摊销方法

长期待摊费用在受益期内平均摊销。

2、摊销年限

长期待摊费用的摊销方法为在预计的使用年限内采用直线法进行摊销。

（十五）预计负债

公司涉及诉讼、债务担保、亏损合同、重组事项时,如该等事项很可能需要未来以交付资产或提供劳务、其金额能够可靠计量的,确认为预计负债。

1、预计负债的确认标准

与或有事项相关的义务同时满足下列条件时,公司确认为预计负债:

- （1）该义务是本公司承担的现时义务；
- （2）履行该义务很可能导致经济利益流出本公司；
- （3）该义务的金额能够可靠地计量。

2、预计负债的计量方法

公司预计负债按履行相关现时义务所需的支出的最佳估计数进行初始计量。

本公司在确定最佳估计数时,综合考虑与或有事项有关的风险、不确定性和货币时间价值等因素。对于货币时间价值影响重大的,通过对相关未来现金流出进行折现后确定最佳估计数。

最佳估计数分别以下情况处理:

所需支出存在一个连续范围(或区间),且该范围内各种结果发生的可能性相同的,则最佳估计数按照该范围的中间值即上下限金额的平均数确定。

所需支出不存在一个连续范围(或区间),或虽然存在一个连续范围但该范围内

各种结果发生的可能性不相同的，如或有事项涉及单个项目的，则最佳估计数按照最可能发生金额确定；如或有事项涉及多个项目的，则最佳估计数按各种可能结果及相关概率计算确定。

公司清偿预计负债所需支出全部或部分预期由第三方补偿的，补偿金额在基本确定能够收到时，作为资产单独确认，确认的补偿金额不超过预计负债的账面价值。

（十六）资产减值

资产负债表日，公司资产负债表中除存货、采用公允价值模式计量的投资性房地产、递延所得税资产、金融资产等按其专门规定处理减值以外的其他资产，有迹象表明发生减值的，以单项资产为基础估计其可收回金额；难以对单项资产的可收回金额进行估计的，以该资产所属的资产组或资产组组合为基础确定其可收回金额。资产的可收回金额低于其账面价值的，将资产的账面价值减记至可收回金额，减记的金额确认为资产减值损失，计入当期损益，同时计提相应的资产减值准备。这些资产减值损失一经确认，在以后会计期间不予转回。

可收回金额根据资产的公允价值减去处置费用后的净额与资产预计未来现金流量的现值两者之间较高者确定。

因企业合并所形成的商誉和使用寿命不确定的无形资产，无论是否存在减值迹象，每年都应进行减值测试。

（十七）职工薪酬

1、短期薪酬

公司在职工为本公司提供服务的会计期间，将实际发生的短期薪酬确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。

公司为职工缴纳的社会保险费和住房公积金，以及按规定提取的工会经费和职工教育经费，在职工为公司提供服务的会计期间，根据规定的计提基础和计提比例计算确定相应的职工薪酬金额。

职工福利费为非货币性福利的，按照公允价值计量。

2、辞退福利

公司在不能单方面撤回因解除劳动关系计划或裁减建议所提供的辞退福利时，或确认与涉及支付辞退福利的重组相关的成本或费用时（两者孰早），确认辞退福利产生的职工薪酬负债，并计入当期损益。

3、离职后福利

（1）设定提存计划

公司按当地政府的相关规定为职工缴纳基本养老保险和失业保险，在职工为公司提供服务的会计期间，按以当地规定的缴纳基数和比例计算应缴纳金额，确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。

（2）设定受益计划

公司根据预期累计福利单位法确定的公式将设定受益计划产生的福利义务归属于职工提供服务的期间，并计入当期损益或相关资产成本。

设定受益计划义务现值减去设定受益计划资产公允价值所形成的赤字或盈余确认为一项设定受益计划净负债或净资产。设定受益计划存在盈余的，公司以设定受益计划的盈余和资产上限两项的孰低者计量设定受益计划净资产。

所有设定受益计划义务，包括预期在职工提供服务的年度报告期间结束后的十二个月内支付的义务，根据资产负债表日与设定受益计划义务期限和币种相匹配的国债或活跃市场上的高质量公司债券的市场收益率予以折现。

设定受益计划产生的服务成本和设定受益计划净负债或净资产的利息净额计入当期损益或相关资产成本；重新计量设定受益计划净负债或净资产所产生的变动计入其他综合收益，并且在后续会计期间不转回至损益。

在设定受益计划结算时，按在结算日确定的设定受益计划义务现值和结算价格两者的差额，确认结算利得或损失。

（十八）收入

1、销售商品

公司销售的商品在同时满足下列条件时，按从购货方已收或应收的合同或协议价款的金额确认销售商品收入：

- (1) 已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方；
- (2) 既没有保留通常与所有权相联系的继续管理权，也没有对已售出的商品实施有效控制；
- (3) 收入的金额能够可靠地计量；
- (4) 相关的经济利益很可能流入企业；
- (5) 相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量。

2、提供劳务

在提供劳务交易的结果能够可靠估计的情况下，公司于资产负债表日按完工百分比法确认相关的劳务收入。如提供劳务交易结果不能够可靠估计的，应当分别处理：

- (1) 已经发生的劳务成本预计能够得到补偿的，按照已经发生的劳务成本金额确认提供劳务收入，并按相同金额结转劳务成本；
- (2) 已经发生的劳务成本预计不能够得到补偿的，应当将已经发生的劳务成本计入当期损益，不确认提供劳务收入。

提供劳务交易的结果能够可靠估计是指：

- (1) 收入金额能够可靠计量；
- (2) 相关经济利益很可能流入公司；
- (3) 交易的完工进度能够可靠地确定；
- (4) 交易已发生和将发生的成本能够可靠计量。

3、让渡资产使用权

本公司在与让渡资产使用权相关的经济利益能够流入和收入的金额能够可靠的计量时确认让渡资产使用权收入。

利息收入按使用货币资金的使用时间和适用利率计算确定。使用费收入金额，按照有关合同或协议约定的收费时间和方法计算确定。

4、销售收入的具体确认方法

报告期内，公司主要经营定制厨柜、衣柜及其配套家居产品的设计、生产和销售，并以经销模式为主，积极并努力开拓直营模式、大宗用户模式为辅的销售方式进行。

(1) 经销模式及其收入确认方法

经销模式是公司通过经销商专卖店开展定制厨柜、衣柜及其配套家居产品零售业务的一种销售模式。公司在收到经销商支付的货款后，按照经销商最终确认的图纸和订单组织生产，生产完工验收并发货至经销商指定物流点后确认收入。个别情况下，经销商如面临临时资金紧张等因素，经公司总经理签字批准后，公司安排订单生产，生产完工验收并发货至经销商指定物流点后确认收入。

由于经销模式下，公司一般采取先收款后发货的方式，并且产品的最终安装不由公司负责。当公司将货物出库或运输至经销商指定的物流点，并办理完货物托运手续后，商品所有权上的主要风险和报酬已转移给经销商，公司既没有保留通常与所有权相联系的继续管理权，也没有对已售出的商品实施有效控制。同时，收入的金额能够可靠计量，相关经济利益已经流入公司，相关的、已发生的或将发生的成本能够可靠计量。因此，公司经销模式下收入确认政策符合企业会计准则关于收入确认的条件，符合公司实际情况，是合理的。

(2) 直营模式及其收入确认方法

直营模式是公司通过直营专卖店开展定制厨柜、衣柜及其配套家居产品零售业务的一种销售模式。公司在收到客户支付的货款后，按照经客户确认的订单组织生产，生产完工验收并发货至客户，安装完成并验收合格后确认销售收入。

由于直营模式下，公司采取先收款后发货和安装的方式。安装和验收是销售合同的重要组成部分，当公司销售的产品交付给客户并安装完毕、验收合格后，商品所有权上的主要风险和报酬已转移给客户，公司既没有保留通常与所有权相联系的继续管理权，也没有对已售出的商品实施有效控制。同时，收入的金额能够可靠计量，相关经济利益已经流入公司，相关的、已发生的或将发生的成本能够可靠计量。因此，公司直营模式下收入确认政策符合企业会计准则关于收入确认的条件，符合公司实际情况，是合理的。

(3) 大宗用户模式及其收入确认方法

大宗用户模式是公司向大宗客户开展定制厨柜、衣柜及其配套家居产品的一种销售模式。公司与大宗客户签约并收取部分定金后，按照经大宗客户最终确认的订单组织生产，生产完工验收并发货至客户，安装完成并经客户验收后确认销售收入。

由于大宗用户模式下，安装和验收是销售合同的重要组成部分，当公司销售的产品交付给客户并安装完毕、验收合格后，商品所有权上的主要风险和报酬已转移给客户，公司既没有保留通常与所有权相联系的继续管理权，也没有对已售出的商品实施有效控制。同时，收入的金额能够可靠计量，相关经济利益很可能流入公司，相关的、已发生的或将发生的成本能够可靠计量。因此，公司大宗用户模式下收入确认政策符合企业会计准则关于收入确认的条件，符合公司实际情况，是合理的。

（十九）政府补助

政府补助是指公司从政府无偿取得货币性资产和非货币性资产，不包括政府作为所有者投入的资本。政府补助分为与资产相关的政府补助和与收益相关的政府补助。政府补助在能够满足政府补助所附的条件，且能够收到时确认。

政府补助为货币性资产的，按照收到或应收的金额计量。政府补助为非货币性资产的，按照公允价值计量；公允价值不能够可靠取得的，按照名义金额计量。按照名义金额计量的政府补助，直接计入当期损益。

与资产相关的政府补助，确认为递延收益，并在相关资产的使用寿命内平均分配计入当期损益。与收益相关的政府补助，用于补偿以后期间的相关费用和损失的，确认为递延收益，并在确认相关费用的期间计入当期损益；用于补偿已经发生的相关费用和损失的，直接计入当期损益。

已确认的政府补助需要返还时，存在相关递延收益余额的，冲减相关递延收益账面余额，超出部分计入当期损益；不存在相关递延收益的，直接计入当期损益。

（二十）递延所得税资产/递延所得税负债

所得税费用的会计处理采用资产负债表债务法核算。资产负债表日，公司按照可抵扣暂时性差异与适用所得税税率计算的结果，确认递延所得税资产及相应的递延所得税收益；按照应纳税暂时性差异与适用企业所得税税率计算的结果，确认递延所得税负债及相应的递延所得税费用。

1、递延所得税资产的确认

公司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，确认由可抵扣暂时性差异产生的递延所得税资产。但是同时具有下列特征的交易中因资产或负债的初始确认所产生的递延所得税资产会计处理采用资产负债表债务法核算。资产负债表日，公司按照可抵扣暂时性差异与适用所得税税率计算的结果不予确认：

- (1) 该项交易不是企业合并；
- (2) 交易发生时既不影响会计利润也不影响应纳税所得额（或可抵扣亏损）。

公司对与子公司、联营公司及合营企业投资相关的可抵扣暂时性差异，同时满足下列条件的，确认相应的递延所得税资产：暂时性差异在可预见的未来很可能转回；未来很可能获得用来抵扣暂时性差异的应纳税所得额。

公司对于能够结转以后年度的可抵扣亏损和税款抵减，以很可能获得用来抵扣可抵扣亏损和税款抵减的未来应纳税所得额为限，确认相应的递延所得税资产。

2、递延所得税负债的确认

除下列情况产生的递延所得税负债以外，本公司确认所有应纳税暂时性差异产生的递延所得税负债：

- (1) 商誉的初始确认；
- (2) 同时满足具有下列特征的交易中产生的资产或负债的初始确认：
 - ① 该项交易不是企业合并；
 - ② 交易发生时既不影响会计利润也不影响应纳税所得额（或可抵扣亏损）。

(3) 公司对与子公司、联营公司及合营企业投资产生相关的应纳税暂时性差异，同时满足下列条件的：

- ① 投资企业能够控制暂时性差异的转回的时间；
- ② 该暂时性差异在可预见的未来很可能不会转回。

3、所得税费用计量

公司将当期所得税和递延所得税作为所得税费用或收益计入当期损益，但不包括下列情况产生的所得税：

- (1) 企业合并；
- (2) 直接在所有者权益中确认的交易或事项。

(二十一) 经营租赁、融资租赁

1、融资租赁的主要会计处理

承租人的会计处理：在租赁期开始日，将租赁开始日租赁资产公允价值与最低租赁付款额现值两者中较低者作为租入资产的入账价值，将最低租赁付款额作为长期应付款的入账价值，其差额作为未确认融资费用。在租赁谈判和签订租赁合同过程中发生的，可归属于租赁项目的手续费、律师费、差旅费、印花税等初始直接费用（下同），计入租入资产价值。在计算最低租赁付款额的现值时，能够取得出租人租赁内含利率的，采用租赁内含利率作为折现率；否则，采用租赁合同规定的利率作为折现率。无法取得出租人的租赁内含利率且租赁合同没有规定利率的，采用同期银行贷款利率作为折现率。未确认融资费用在租赁期内按照实际利率法计算确认当期的融资费用。本公司采用与自有固定资产相一致的折旧政策计提租赁资产折旧。能够合理确定租赁期届满时取得租赁资产所有权的，在租赁资产使用寿命内计提折旧。无法合理确定租赁期届满时能够取得租赁资产所有权的，在租赁期与租赁资产使用寿命两者中较短的期间内计提折旧。或有租金在实际发生时计入当期损益。

出租人的会计处理：在租赁期开始日，出租人将租赁开始日最低租赁收款额与初始直接费用之和作为应收融资租赁款的入账价值，同时记录未担保余值；将最低租赁收款额、初始直接费用及未担保余值之和与其现值之和的差额确认为未实现融资收益。未实现融资收益在租赁期内按照实际利率法计算确认当期的融资收入。或有租金在实际发生时计入当期损益。

2、经营租赁的主要会计处理

(1) 公司租入资产所支付的租赁费，在不扣除免租期的整个租赁期内，按直线法进行分摊，计入当期费用。公司支付的与租赁交易相关的初始直接费用，计入当期费用。

资产出租方承担了应由公司承担的与租赁相关的费用时，公司将该部分费用从租金总额中扣除，按扣除后的租金费用在租赁期内分摊，计入当期费用。

(2) 公司出租资产所收取的租赁费，在不扣除免租期的整个租赁期内，按直线法进行分摊，确认为租赁收入。公司支付的与租赁交易相关的初始直接费用，计入当期费用；如金额较大的，则予以资本化，在整个租赁期间内按照与租赁收入确认相同的基础分期计入当期收益。

公司承担了应由承租方承担的与租赁相关的费用时，公司将该部分费用从租金收入总额中扣除，按扣除后的租金费用在租赁期内分配。

(二十二) 主要会计政策、会计估计的变更

公司已执行财政部于 2014 年颁布的下列新的及修订的企业会计准则：《企业会计准则—基本准则》（修订）、《企业会计准则第 2 号——长期股权投资》（修订）、《企业会计准则第 9 号——职工薪酬》（修订）、《企业会计准则第 30 号——财务报表列报》（修订）、《企业会计准则第 33 号——合并财务报表》（修订）、《企业会计准则第 37 号——金融工具列报》（修订）、《企业会计准则第 39 号——公允价值计量》、《企业会计准则第 40 号——合营安排》、《企业会计准则第 41 号——在其他主体中权益的披露》。

(二十三) 前期会计差错更正

公司报告期内不存在前期会计差错更正。

五、发行人财务报告事项

以下所引用数据如无特别说明均出自合并报表。

(一) 适用的税率及税收优惠

1、公司适用的主要税种和法定税率

税种	税率	计税基数
增值税	17%、3%	应税销售额
营业税	5%	应税营业额
城市维护建设税	1%、5%、7%	应缴流转税额
教育附加费	3%	应缴流转税额
地方教育费附加	2%	应缴流转税额

企业所得税	15%、25%	应纳税所得额
-------	---------	--------

2、公司享受的税收优惠政策

公司于2012年取得了广东省科学技术厅、广东省财政厅、广东省国家税务局和广东省地方税务局联合颁发的编号为GR201244000741的《高新技术企业证书》，公司被认定为高新技术企业，有效期为三年。根据企业所得税法有关规定，公司2012年度、2013年及2014年度享受国家重点扶持的高新技术企业所得税的优惠政策，企业所得税减按15%征收。

2015年10月10日，公司通过广东省科学技术厅、广东省财政厅、广东省国家税务局和广东省地方税务局高新技术企业复审，取得编号为GF201544000337的《高新技术企业证书》，有效期三年，2015年至2017年享受15.00%的所得税优惠税率。

（二）最近一年收购兼并情况

公司最近一年无收购兼并事项。

（三）最近三年非经常性损益

根据中国证监会《公开发行证券的公司信息披露解释性公告第1号—非经常性损益》（“中国证券监督管理委员会公告[2008]43号”），公司非经常性损益如下：

单位：万元

项目	2016年度	2015年度	2014年度
1、非流动资产处置损益，包括已计提资产减值准备的冲销部分	104.13	0.07	111.54
2、计入当期损益的政府补助（与企业业务密切相关，按照国家统一标准定额或定量享受的政府补助除外）	298.78	721.45	827.25
3、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	-	-	26.08
4、除上述各项之外的其他营业外收入和支出	27.27	2.39	40.48
5、其他符合非经常性损益定义的损益项目（注）	-	-	-470.13
6、所得税影响额	-64.53	-108.58	-150.80
7、少数股东权益影响额（税后）	-	-	-
8、扣除所得税和少数股东损益后非经常性损益合计	365.66	615.32	384.41

9、归属于母公司股东的净利润	8,753.99	6,852.81	6,419.26
10、扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	8,388.34	6,237.49	6,034.85

注：为股份支付产生的损益金额。

（四）主要资产情况

截至 2016 年 12 月 31 日，公司总资产为 64,505.58 万元，主要包括货币资金、固定资产、无形资产等。

1、固定资产

截至 2016 年 12 月 31 日，公司固定资产情况如下：

单位：万元

类别	原值	累计折旧	净值	净值占比 (%)	折旧年限
房屋、建筑物	12,062.14	1,053.98	11,008.16	91.26	20
自有房产装修	265.06	67.64	197.42	74.48	10
机器设备	5,968.98	2,191.20	3,777.78	63.29	10
运输设备	363.62	189.02	174.60	48.02	4
办公设备	253.96	158.14	95.82	37.73	3
其他设备	541.74	192.41	349.33	64.48	5
合计	19,455.49	3,852.38	15,603.11	80.20	

2、无形资产

截至 2016 年 12 月 31 日，公司无形资产情况如下：

单位：万元

类别	初始金额	累计摊销	摊余价值	取得方式	摊销年限	摊余年限
阜沙土地使用权	3,147.13	319.23	2,827.91	购置	50	44.9 年
静海土地使用权	3,999.67	278.63	3,721.03	购置	50	46.5 年
软件	275.86	112.17	163.69	购置	3-10	
合计	7,422.67	710.03	6,712.63			

（五）主要债项情况

截至 2016 年 12 月 31 日，公司总负债为 26,437.99 万元，主要包括预收款项、应付账款、其他应付款等。

1、预收款项

截至 2016 年 12 月 31 日，公司预收款项余额为 5,697.56 万元，全部为按合同预收的销售货款，无预收关联方的货款，具体内容如下：

单位：万元

项目	2016/12/31	
	余额	占比 (%)
经销商货款	4,958.72	87.03
大宗用户货款	278.69	4.89
零售货款	460.14	8.08
合计	5,697.56	100.00

2、应付账款

截至 2016 年 12 月 31 日，公司应付账款余额为 12,455.50 万元，主要为应付供应商材料款、工程款等款项，无欠付关联方的款项。具体内容如下：

单位：万元

项目	2016/12/31	
	余额	占比 (%)
应付材料款	9,392.23	75.41
应付工程款	2,176.98	17.48
应付其他	886.29	7.12
合计	12,455.50	100.00

3、其他应付款

截至 2016 年 12 月 31 日，公司其他应付款余额为 3,428.59 万元，主要为应付经销商和供应商的保证金、押金等款项，无欠付关联方的款项。具体内容如下：

单位：万元

项目	2016/12/31	
	余额	占比 (%)
押金、诚意金、保证金、质保金	2,651.68	77.34
天津市静海经济开发区管理委员会代垫的项目建设资金	359.67	10.49
其他	417.23	12.17
合计	3,428.59	100.00

(六) 股东权益情况

1、股本

单位：万股

股东名称	2016/12/31	2015/12/31	2014/12/31
马礼斌	3,206.25	3,206.25	3,206.25
盛和正道	686.18	686.18	686.18
广发信德	300.78	300.78	300.78
魏来金	297.07	297.07	297.07

张开宇	85.50	85.50	85.50
鼎锋明道	73.29	73.29	73.29
珠海康远	4.59	4.59	4.59
合计	4,653.66	4,653.66	4,653.66

2014年2月20日，新山川股东魏来金与张开宇签署《股权转让合同》，魏来金将其所持新山川2.00%股权（60万元出资额）作价260万元转让给张开宇，参考净资产协商确定的转让价格为4.33元/出资额。

2014年5月8日，公司创立大会通过决议，将新山川截至2014年2月28日的净资产13,069.14万元，折为股本总额4,275.00万元，余额8,794.14万元计入资本公积，上述注册资本的实收情况业经立信会计师事务所审验并出具验资报告（信会师报字[2014]第310352号）。

2014年9月23日，经公司2014年第三次临时股东大会决议，一致同意鼎锋明道以货币方式增资73.29万元（每股价格为16.37元，溢价1,126.71万元计入资本公积），增资完成后公司注册资本由4,275万元增加至4,348.29万元，上述注册资本的实收情况业经立信会计师事务所审验并出具验资报告（信会师报字[2014]第310611号）。

2014年12月26日，经公司2014年第四次临时股东大会决议，一致同意广发信德、珠海康远分别以货币方式增资300.78万元、4.59万元（每股价格为16.37元，溢价4,694.63万元计入资本公积），增资完成后公司注册资本由4,348.29万元增加至4,653.66万元，上述注册资本的实收情况业经立信会计师事务所审验并出具验资报告（信会师报字[2014]第310687号）。

2、资本公积

（1）2014年资本公积变动情况

单位：万元

项目	2013/12/31	本期增加	本期减少	2014/12/31
资本溢价	-	14,615.48	-	14,615.48
其他资本公积	-	470.13	-	470.13
合计	-	15,085.61	-	15,085.61

本期资本溢价增加中8,794.14万元系2014年5月公司整体变更折股影响，5,780.37万元系2014年9月和12月增资扩股影响。

本期其他资本公积增加 470.13 万元系 2014 年 9 月公司中高层管理人员股权激励而产生的股份支付费用确认所致。

(2) 2015 年、2016 年资本公积无变动。

3、盈余公积

(1) 2016 年盈余公积变动情况

单位：万元

项目	2015/12/31	本期增加	本期减少	2016/12/31
法定盈余公积	1,274.15	904.19	-	2,178.34
任意盈余公积	-	-	-	-
合计	1,274.15	904.19	-	2,178.34

本期增加系公司按税后利润的 10% 计提的法定盈余公积。

(2) 2015 年盈余公积变动情况

单位：万元

项目	2014/12/31	本期增加	本期减少	2015/12/31
法定盈余公积	572.73	701.42	-	1,274.15
任意盈余公积	-	-	-	-
合计	572.73	701.42	-	1,274.15

本期增加系公司按税后利润的 10% 计提的法定盈余公积。

(3) 2014 年盈余公积变动情况

单位：万元

项目	2013/12/31	本期增加	本期减少	2014/12/31
法定盈余公积	969.68	649.71	1,046.66	572.73
任意盈余公积	-	-	-	-
合计	969.68	649.71	1,046.66	572.73

本期减少 1,046.66 万元系 2014 年 4 月公司整体变更时折股影响；本期增加系公司按税后利润的 10% 计提的法定盈余公积。

各年增加系公司按税后利润的 10% 计提的法定盈余公积。

4、未分配利润

公司最近三年未分配利润情况如下：

单位：万元

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
----	---------	---------	---------

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
年初未分配利润	10,161.64	4,010.25	8,331.93
加：归属母公司所有者的净利润	8,753.99	6,852.81	6,419.26
减：提取法定盈余公积	904.19	701.42	649.71
应付普通股股利	1,861.46	-	1,068.75
转增资本	-	-	9,022.47
期末未分配利润	16,149.98	10,161.64	4,010.25

2014 年 8 月 26 日，经皮阿诺 2014 年第二次临时股东大会决议，公司以 2014 年 6 月 30 日的会计报表为基础进行中期分红，分配现金股利 1,068.75 万元。

2016 年 1 月 26 日，经皮阿诺 2016 年第一次临时股东大会决议，公司以现有股本 4,653.66 万股为基数，进行利润分配，向全体股东以每 1 股派人民币 0.4 元（含税）的比例分派现金红利，分配现金股利 1,861.46 万元。

（七）现金流量情况

公司报告期内现金流量的主要情况如下：

单位：万元

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
经营活动产生的现金流量净额	9,859.33	12,844.13	3,785.08
投资活动产生的现金流量净额	-2,755.64	-3,893.82	-3,421.90
筹资活动产生的现金流量净额	-1,861.46	-81.53	4,543.61
汇率变动对现金及现金等价物的影响	-	-	-
现金及现金等价物净增加额	5,242.22	8,868.78	4,906.79
期末现金及现金等价物余额	24,250.57	19,008.35	10,139.57

报告期内，本公司不存在不涉及现金收支的重大投资和筹资活动。

（八）或有事项

公司诉鲍新涛、皮阿诺橱柜（北京）有限责任公司、鲍新红民间借贷纠纷一案已受广东省中山市第一人民法院受理，法院一审判决作出被告鲍新涛向公司偿还借款本金 206 万元，鲍新红对上述债务承担连带清偿责任。截至目前，鲍新涛已提起上诉，二审已于 2016 年 9 月 7 日开庭审理，尚未判决。

公司诉常州鸿瑞祥隆商贸有限公司（以下简称“鸿瑞祥隆商贸”）、常州泰和置业发展有限公司（以下简称“泰和置业”）买卖合同纠纷一案已受常州市武进区人民法院受理，截至目前，该案件已被法院裁定为撤回诉讼处理。

公司诉珠海市富景居投资有限公司（以下简称“富景居投资”）买卖合同纠纷一

案已受珠海市香洲区人民法院受理，截至目前，该案件已判决公司胜诉，并进入执行阶段。

（九）资产负债表日后事项

公司无需要披露的日后事项。

（十）其他重要事项

公司无应披露未披露的其他重要事项。

六、最近三年主要财务指标

（一）净资产收益率和每股收益

根据中国证监会《公开发行证券公司信息编报规则第9号——净资产收益率和每股收益的计算及披露》（2010年修订）的规定，报告期内公司净资产收益率及每股收益如下：

报告期利润	报告期间	净资产收益率 (ROE) (%)	每股收益 (EPS) (元/股)	
		加权平均	基本每股收益	稀释每股收益
归属于公司普通股股东的净利润	2016年度	25.75	1.88	1.88
	2015年度	24.70	1.47	1.47
	2014年度	41.54	1.50	1.50
扣除非经常性损益后归属于普通股股东的净利润	2016年度	24.67	1.80	1.80
	2015年度	22.48	1.34	1.34
	2014年度	39.05	1.41	1.41

报告期内，公司未发行可转换债券、认股权等潜在普通股，稀释每股收益同基本每股收益。

上述指标的计算公式如下：

$$\text{加权平均净资产收益率} = P_0 / (E_0 + NP \div 2 + E_i \times M_i \div M_0 - E_j \times M_j \div M_0 \pm E_k \times M_k \div M_0)$$

其中：P₀ 分别对应于归属于公司普通股股东的净利润、扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润；NP 为归属于公司普通股股东的净利润；E₀ 为归属于公司普通股股东的期初净资产；E_i 为报告期发行新股或债转股等新增的、归属于公司普通股股东的净资产；E_j 为报告期回购或现金分红等减少的、归属于公司普通股股东的净资产；M₀ 为报告期月份数；M_i 为新增净资产次月起至报告期期末的累

计月数； M_j 为减少净资产次月起至报告期期末的累计月数； E_k 为因其他交易或事项引起的、归属于公司普通股股东的净资产增减变动； M_k 为发生其他净资产增减变动次月起至报告期期末的累计月数。

$$\text{基本每股收益} = P_0 \div S$$

$$S = S_0 + S_1 + S_i \times M_i \div M_0 - S_j \times M_j \div M_0 - S_k$$

其中： P_0 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于普通股股东的净利润； S 为发行在外的普通股加权平均数； S_0 为期初股份总数； S_1 为报告期因公积金转增股本或股票股利分配等增加股份数； S_i 为报告期因发行新股或债转股等增加股份数； S_j 为报告期因回购等减少股份数； S_k 为报告期缩股数； M_0 报告期月份数； M_i 为增加股份次月起至报告期期末的累计月数； M_j 为减少股份次月起至报告期期末的累计月数。

稀释每股收益 = $P_1 / (S_0 + S_1 + S_i \times M_i \div M_0 - S_j \times M_j \div M_0 - S_k + \text{认股权证、股份期权、可转换债券等增加的普通股加权平均数})$

其中， P_1 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润，并考虑稀释性潜在普通股对其影响，按《企业会计准则》及有关规定进行调整。

（二）其他财务指标

公司最近三年其他财务指标如下：

指标	2016/12/31	2015/12/31	2014/12/31
流动比率（倍）	1.55	1.50	1.41
速动比率（倍）	1.36	1.31	1.18
资产负债率（母公司）	37.55%	36.22%	34.79%
归属于母公司股东的每股净资产（元/股）	8.18	6.70	5.23
无形资产（扣除土地使用权、水面养殖权和采矿权后）占净资产的比例	0.43%	0.20%	0.18%
指标	2016 年度	2015 年度	2014 年度
应收账款周转率（次/年）	13.58	12.28	16.37
存货周转率（次/年）	9.36	8.88	9.02

息税折旧摊销前利润（万元）	12,143.77	9,971.26	9,224.34
归属于母公司股东的净利润（万元）	8,753.99	6,852.81	6,419.26
归属于母公司股东扣除非经常性损益后的净利润（万元）	8,388.34	6,237.49	6,034.85
利息保障倍数（倍）	-	698.05	76.11
每股经营活动产生的现金流量（元/股）	2.12	2.76	0.81
每股净现金流量（元/股）	1.13	1.91	1.05

上述指标的计算公式如下：

流动比率=流动资产/流动负债；

速动比率=速动资产/流动负债；

资产负债率（母公司）=总负债/总资产；

归属于母公司股东的每股净资产=期末归属于母公司股东权益/期末股本总额；

无形资产（扣除土地使用权、水面养殖权和采矿权等后）占净资产的比例=（无形资产（除土地使用权、水面养殖权和采矿权等后）+开发支出）/期末净资产；

应收账款周转率=营业收入/应收账款平均余额；

存货周转率=营业成本/存货平均余额；

息税折旧摊销前利润=净利润+所得税+利息费用+折旧+摊销；

归属于母公司股东扣除非经常性损益后的净利润=归属于母公司股东的净利润-影响归属于母公司股东净利润的非经常性损益；

利息保障倍数=息税前利润/利息费用；

每股经营活动产生的现金流量=经营活动产生的现金流量净额/期末股本总额；

每股净现金流量=现金及现金等价物净增加额/期末股本总额。

七、发行人盈利预测情况

发行人未制作盈利预测报告。

八、发行人历次验资情况

公司历次验资情况参阅本招股说明书之“第五节 发行人基本情况”之“四、发

行人历次验资情况”。

九、发行人历次资产评估情况

（一）发行人设立时的评估情况

2014年5月，新山川以经审计的净资产为基础折股整体变更为股份公司。根据银信资产评估有限公司2014年4月19日出具的《中山市新山川实业有限公司股份制改制净资产公允价值评估报告》（银信评报字【2014】沪第0169号），评估情况如下：

1、评估对象和范围

本次评估对象为新山川截止2014年2月28日的股东全部权益。本次评估范围为新山川截止2014年2月28日的全部资产和相关负债，包括流动资产、非流动资产及流动负债、非流动负债。

2、评估基准日

本次评估基准日为2014年2月28日。

3、评估目的和方法

本次评估目的系为新山川股份制改制设立股份公司提供净资产公允价值作价依据。本次评估采取资产基础法。

4、评估结论

单位：万元

项目	账面价值	评估价值	增值率
资产总计	26,511.81	27,246.16	2.77%
负债总计	13,442.67	13,442.67	-
股东权益价值	13,069.14	13,803.48	5.62%

评估增值的资产主要为房屋建筑物及土地使用权。

5、评估调整情况

本次评估仅作为折股参考依据，公司未根据评估结果进行账务处理。

（二）发行人报告期内的其他评估情况

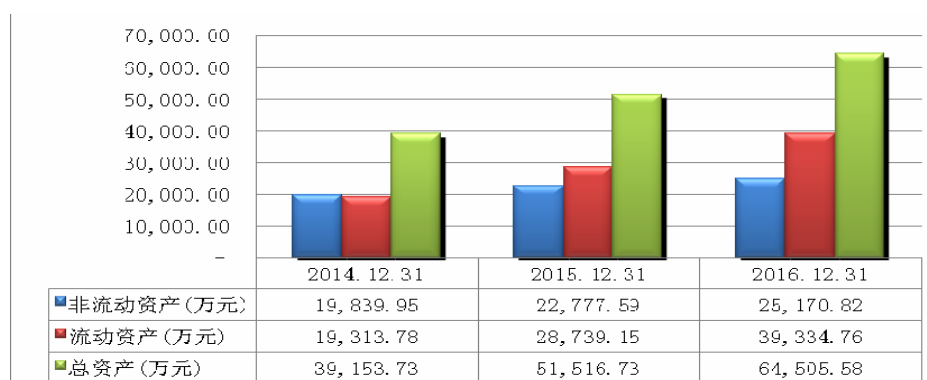
发行人报告期内除设立时外未有其他资产评估情况。

第十一节 管理层讨论与分析

一、财务状况分析

(一) 资产的主要构成及减值准备计提情况

1、报告期内资产变化趋势



公司近年来一直致力于定制厨柜、衣柜及其配套家居产品的研发、生产和销售，随着业务规模的扩大，报告期内公司流动资产、非流动资产及总资产均快速增长。

最近三年公司流动资产、非流动资产、总资产年均复合增长率分别达到 42.71%、12.64%、28.35%，主要驱动因素是随着城镇化进程的不断加快，人民生活质量和品位的提高，高品质定制家居市场的需求不断增加，公司经营规模扩大。经营规模和资产规模增长趋势良好，表明公司经营管理能力较强、成长性良好。

2、资产结构总体分析

报告期内，公司资产规模和资产构成如下表所示：

单位：万元

项目	2016/12/31		2015/12/31		2014/12/31	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
流动资产	39,334.76	60.98	28,739.15	55.79	19,313.78	49.33
非流动资产	25,170.82	39.02	22,777.59	44.21	19,839.95	50.67
合计	64,505.58	100.00	51,516.73	100.00	39,153.73	100.00
增长	12,988.85	25.21	12,363.00	31.58	6,938.53	21.54

从资产规模变化趋势来看，报告期内，随着业务规模扩大、经营成果的循环投

入及股东资本投入的增加，公司总资产持续增长。

从资产规模各年变化情况来看，2014年末、2015年末、2016年末，总资产分别较上年末增加6,938.53万元、12,363.00万元、12,988.85万元，增幅分别为21.54%、31.58%、25.21%，主要原因为营业收入的增长、经营成果的积累，阜沙生产基地的建成和投入使用，天津生产基地的土地款项及基建投入以及股东的资本投入。最近三年，公司资产规模的变化，表明了公司报告期内主营业务处于持续的快速发展阶段。

从资产构成情况来看，2014-2016年，由于股东资本的投入以及公司经营积累所得，公司流动资产增速高于非流动资产，流动资产余额占比提升。总体而言，报告期内，公司非流动资产得到夯实，生产能力得到加强，股东的资本投入又使得公司资产流动性良好，未来发展空间得以保障。

3、流动资产分析

报告期内，公司流动资产金额及构成如下：

单位：万元

项目	2016/12/31		2015/12/31		2014/12/31	
	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)
货币资金	24,284.26	61.74	19,042.01	66.26	10,462.16	54.17
应收票据	4,051.45	10.30	1,083.33	3.77	372.83	1.93
应收账款	4,450.94	11.32	3,747.91	13.04	3,943.88	20.42
预付款项	799.68	2.03	640.81	2.23	938.87	4.86
存货	4,760.48	12.10	3,608.82	12.56	3,146.17	16.29
其他应收款	987.96	2.51	615.78	2.14	449.87	2.33
其他流动资产	-	-	0.48	0.00	-	-
合计	39,334.76	100.00	28,739.15	100.00	19,313.78	100.00

报告期内，公司流动资产各项目构成及变动情况分析如下：

(1) 货币资金

报告期内，货币资金期末余额及构成如下：

单位：万元

项目	2016/12/31	2015/12/31	2014/12/31
----	------------	------------	------------

库存现金	0.21	0.37	0.53
银行存款	24,030.72	19,007.98	10,139.04
其他货币资金	253.32	33.66	322.60
合计	24,284.26	19,042.01	10,462.16

公司的货币资金主要是银行存款，除其他货币资金外，不存在其他因抵押或冻结等对使用有限制、存放在境外、有潜在回收风险的款项。其他货币资金系公司按规定支付的工程施工工人工资保证金和票据保证金。

2014-2016年各年末，公司的货币资金余额呈逐年上升趋势，主要原因为报告期内公司经营活动净现金流的增加、2014年股东的资本投入。货币资金余额的逐年增长，表明公司主营业务处于健康、快速的发展阶段。

报告期各期末，公司货币资金余额占流动资产余额的比例平均为60.72%。公司所处行业为资金密集型行业，在发展初期可以通过租赁生产厂房、经营成果的循环投入使用等方式，优化使用运营资金，提高资金使用效率。随着公司阜沙生产基地的建成和投产，产能扩大资金需求相应增加，同时2014年下半年公司天津静海生产基地开始建设，虽然2014年公司股东增加了资本投入以及公司经营活动获取了较高的净现金流，但公司管理层预计未来对资金的需求量仍将进一步增加。

(2) 应收票据

报告期内各期末，公司应收票据余额分别为372.83万元、1,083.33万元、4,051.45万元，大部分为大宗用户类客户广州恒大开出的承兑汇票，报告期各期，公司确认的广州恒大大宗项目含税收入分别为1,887.29万元、1,380.14万元、4,383.24万元，上述承兑汇票不存在未到期已经质押的情形，报告期内公司也未有因票据引发的坏账损失。

截至2016年12月31日，公司应收票据余额具体情况及期后情况如下：

序号	出票日	到期日	出票人	金额(万元)	备注	承兑或背书日
1	2016/1/26	2017/1/26	广州恒大	285.28	承兑	2017/1/26
2	2016/03/21	2017/03/21	广州恒大	100.51	承兑	2017/03/22
3	2016/03/29	2017/03/29	广州恒大	105.54	承兑	2017/03/30
4	2016/04/25	2017/04/25	广州恒大	106.83	承兑	2017/04/26
5	2016/05/31	2017/05/31	广州恒大	241.83	承兑	2017/06/1
6	2016/06/23	2017/06/23	广州恒大	258.24	承兑	2017/06/24
7	2016/07/26	2017/07/26	广州恒大	467.79	承兑	2017/07/27

8	2016/08/23	2017/08/23	广州恒大	443.47	承兑	2017/08/24
9	2016/09/22	2017/09/22	广州恒大	279.07	承兑	2017/09/23
10	2016/10/26	2017/10/26	广州恒大	520.40	承兑	2017/10/27
11	2016/11/22	2017/11/22	广州恒大	547.11	承兑	2017/11/23
12	2016/12/24	2017/12/24	广州恒大	695.38	承兑	2017/12/25
商业承兑汇票小计				4,051.45	-	-
合计				4,051.45	-	-

在日常经营中，公司为了优化财务资金管理，在采购原材料时亦将应收票据作为支付手段进行背书转让。

(3) 应收账款

①应收账款余额及变动原因总体分析

单位：万元

项目	2016/12/31	2015/12/31	2014/12/31
应收账款余额	5,100.43	4,186.23	4,149.48
较上年末增加额	914.20	36.75	2,154.25
较上年末变动幅度	21.84%	0.89%	107.97%
营业收入	63,038.28	51,201.03	50,293.25
较上年变动幅度	23.12%	1.80%	19.64%
资产总额	64,505.58	51,516.73	39,153.73
应收账款余额占营业收入比例	8.09%	8.18%	8.25%
应收账款余额占资产总额比例	7.91%	8.13%	10.60%

由上表可见：

A、最近三年末，公司应收账款余额占各年营业收入、资产总额的比例总体保持在较低水平，主要原因为公司报告期内以经销模式为主，公司对经销商的销售主要为“先款后货”结算方式。

B、报告期各期末，公司应收账款余额占当期营业收入比例、占资产总额比例均呈逐年下降趋势，主要系公司业务规模扩大、经营积累、股东投入、加强应收账款催收等因素所致。

②应收账款余额及变动原因具体分析

报告期各期末，公司应收账款余额按销售渠道分类总体情况如下：

单位：万元

期间	销售渠道	金额	1年以内	1—2年	2—3年	3年以上	逾期金额
2016.12.31	经销类	362.94	360.12	2.82	-	-	362.94
	直营类	348.41	341.26	2.00	-	5.15	307.07

	大宗客户	4,389.07	3,334.17	300.43	483.96	270.52	2,113.24
	合计	5,100.43	4,035.55	305.25	483.96	275.67	2,783.25
2015.12.31	经销类	531.77	531.77	-	-	-	531.77
	直营类	884.45	866.78	14.23	3.44	-	59.67
	大宗客户	2,770.01	1,816.18	624.92	321.91	7.00	1,014.85
	合计	4,186.23	3,214.73	639.15	325.35	7.00	1,606.29
2014.12.31	经销类	867.69	837.55	11.71	17.14	1.29	867.69
	直营类	773.80	760.72	9.66	3.42	-	65.57
	大宗客户	2,507.99	2,130.42	326.57	51.00	-	631.50
	合计	4,149.48	3,728.69	347.94	71.56	1.29	1,564.76

截至本招股说明书签署日，经销类逾期货款主要为德宏厨卫欠款，德宏厨卫已按还款协议如期还款；直营类逾期货款公司已加紧对账，并逐步收回；大宗客户类逾期货款除涉诉款项（已全额计提坏账准备）外，大部分已期后收回。具体情况如下：

A、经销类

最近三年，应收账款余额中经销商类余额分别为 867.69 万元、531.77 万元及 362.94 万元，其中深圳经销商德宏厨卫欠款余额分别为 795.99 万元、515.38 万元及 348.01 万元，占比分别为 91.74%、96.92%及 95.89%。根据公司经销模式下先款后货的政策，前述应收账款余额均属逾期金额。

德宏厨卫系公司在报告期内曾经的参股经销商，主要负责深圳、广州区域内皮阿诺定制厨柜的销售。深圳作为较大城市是公司重点拓展的市场之一，且德宏厨卫为公司参股子公司，公司通过延长货款结算期限的形式给予德宏厨卫扶持政策，支持其加快门店建设。从 2014 年 3 月开始，公司已调整对德宏厨卫的结算政策，严格按公司对经销商“先款后货”的结算政策执行。

德宏厨卫成立至 2014 年 2 月末，公司与德宏厨卫之间的结算额（含税）、回款额、回款率及欠款情况如下：

单位：万元

项目	2012 年度 (2012-12-31)	2013 年度 (2013-12-31)	2014 年 1-2 月 (2014-2-28)	合计
结算额（含税）	398.52	544.28	68.10	1,010.91
回款额	104.01	13.95	61.16	179.12
回款率	26.10%	2.56%	89.81%	17.72%
欠款余额	294.51	824.85	831.79	-

由于德宏厨卫报告期内门店拓展速度较快，耗用大量经营资金，且其主要门店入驻的建材家居卖场代收的销售货款存在一定结算周期，因此对于截至 2014 年 2 月 28 日共计 831.79 万元的货款欠款，德宏厨卫无法短期内一次性给予清偿。2014 年 1 月，公司与德宏厨卫已签订还款协议，约定德宏厨卫于 2017 年底前分批偿还欠款，具体还款进度要求如下：2015 年末欠款余额不高于 650 万元，2016 年末欠款余额不高于 350 万元，2017 年末全部还清。

协议签署后，德宏厨卫实际还款情况如下：

单位：万元

项目	2014 年 3-12 月 (2014-12-31)	2015 年度 (2015-12-31)	2016 年度 (2016-12-31)	合计
2014 年 2 月末欠款	831.79	831.79	831.79	-
结算额(含税)	871.82	1,196.93	1,127.49	3,196.24
回款额	907.62	1,477.54	1,294.86	3,680.02
回款率	104.11%	123.44%	114.84%	114.13%
欠款余额	795.99	515.38	348.01	-

根据上表实际还款情况，截至 2016 年 12 月 31 日，德宏厨卫欠款余额为 348.01 万元，在还款协议约定的期限和范围内，德宏厨卫已按还款协议履行其还款义务，未来公司仍将加大欠款催收力度，确保上述欠款余额如期收回。

根据德宏厨卫提供的财务报表，德宏厨卫目前经营状况趋于稳定，已度过店面布局阶段的资金短缺期，德宏厨卫剩余欠款形成大额坏账的可能性较低，为进一步降低德宏厨卫欠款无法收回对公司业绩的影响，公司已依据账龄情况对德宏厨卫欠款余额计提了足额的坏账准备。

除上述德宏厨卫欠款外，截至 2016 年 12 月 31 日，公司应收账款-经销类余额中不存在因信用期发生变化产生的大额欠款余额。

B、大宗用户类

公司大宗用户主要包括房地产开发商、建筑装饰及其他安装工程类客户，根据公司与大宗用户签订的合同信用期条款约定，合同签署后公司需预收部分定金，产品安装并经验收合格，公司与客户进行账单核对并开具发票后，收取 95%左右的货款（公司开票、客户核对账单及付款一般需一个月左右），剩余 5%质保金于质保期（一般为 2 年）满后收取。报告期内，上述信用期政策未发生过重大调整，公司也未对任一大宗用户信用期进行过放宽、延期等调整。

报告期各期末，公司应收账款余额中大宗客户类金额分别为 2,507.99 万元、2,770.01 万元及 4,389.07 万元，逾期金额（不含未逾期质保金）分别为 631.50 万元、1,014.85 万元及 2,113.24 万元，主要逾期客户明细情况如下：

单位：万元

客户名称	2014.12.31	2015.12.31	2016.12.31	期后回款
常州鸿瑞祥隆商贸有限公司	256.40	255.12	255.12	-
珠海市富景居投资有限公司	152.61	152.61	152.46	-
上海恒申置业有限公司	-	236.80	159.07	33.00
扬州市安装防腐工程有限公司珠海分公司	103.82	48.82	8.68	-
上海张江万科房地产开发有限公司	-	-	686.09	666.02
苏州中南世纪城房地产开发有限公司	-	-	268.43	255.07
上海立臣建筑装饰工程有限公司	-	-	112.90	75.74
合计	512.83	693.35	1,642.75	1,029.83

a、常州鸿瑞祥隆商贸有限公司、珠海市富景居投资有限公司款项

2012 年 11 月公司与常州鸿瑞祥隆商贸有限公司签订《常州泰和之春一期橱柜/衣柜制作及安装工程合同》，合同约定总价 440 万元，2013 年 12 月 17 日工程完工。截至本招股说明书签署日，该公司剩余应收货款 255.12 万元（包含 11 万元质保金）未再进行后续支付。公司于 2015 年诉该公司案件被常州市武进区人民法院于 2015 年 11 月裁定撤诉后未再进一步起诉。为避免该公司欠款对公司业绩的影响，公司已对该公司欠款全额计提了坏账准备。

2014 年 5 月 28 日公司与珠海市富景居投资有限公司签订《富景华庭工程合同》，并于 2015 年 5 月 20 日办理工程结算，结算总价款为 187.69 万元，富景居投资实际支付货款 37.44 万元，此后未再支付剩余货款 152.61 万元（包含质保金 11.60 万元）。由于该公司拖欠货款及财务状况恶化，公司于 2015 年就拖欠货款事项向法院提起诉讼，并判决公司胜诉，目前已进入强制执行阶段，为避免该公司欠款无法收回对公司业绩的影响，公司已对该公司欠款全额计提了坏账准备。

b、上海恒申置业有限公司款项

2013 年 12 月 30 日公司与上海恒申置业有限公司签订《上海市杨浦新江湾城 03 号地块商品房项目设计、供应及安装交付区橱柜工程合同文件》，合同约定固定总价 653.97 万元。2014 年 12 月 17 日完成 404 套橱柜安装验收，截至本招股说明书签署日，该公司剩余 126.07 万元货款尚未支付，对于未支付部分，公司相关部门积极的

已进行了贷款的催讨，预计期后能够收回。为进一步降低上述款项无法收回对公司业绩的影响，公司已按坏账政策足额计提了坏账准备。

c、上海张江万科房地产开发有限公司、苏州中南世纪城房地产开发有限公司、上海立臣建筑装饰工程有限公司款项

上述公司的工程完工时间分别为2016年12月15日、2016年10月30日和2016年12月15日。工程完工后，开具发票、核对账单及客户付款等事项均存在一定周期，因此上述三家公司未能及时付款并形成逾期。截至本招股说明书签署日，三家公司均已支付了大部分货款。

C、直营类

公司直营类客户应收账款余额主要包括直营店入驻商场代收未结的货款、直营渠道中应收家装公司的货款。根据公司与入驻商场签署的《战略集采协议》约定，入驻商场代收的货款结算方式一般为月结。根据公司与家装公司签署的《供销合作协议》约定，家装公司货款结算方式一般为1-2个月结算。报告期内，上述信用政策未发生过重大调整，公司也未对任一商场或家装公司信用期进行过放宽、延期等调整。

最近三年，公司直营模式销售收入分别为5,355.71万元、5,136.39万元及3,176.28万元，报告期各期末，公司应收账款余额中直营类金额分别为773.80万元、884.45万元及348.41万元，占当年直营模式销售收入比重分别为14.45%、17.22%及10.97%，2015年占比较2014年提升的原因系入驻商场逐步采取代收模式及家装公司业务增加所致；由于2016年上海地区直营店关闭及家装业务下降，导致2016年应收账款余额中直营类金额及占比较2015年下降较多。

截至2016年12月末主要逾期客户明细情况如下：

单位：万元

客户名称	2016.12.31
波涛建筑装潢（上海）有限公司	57.63
上海帝涵装饰设计工程有限公司	55.11
上海统帅建筑装潢有限公司	39.36
上海知贤装饰设计有限公司	38.04
上海星杰装饰有限公司	24.98
上海奥邦装饰设计有限公司	21.95
上海聚通装饰集团有限公司	20.68

上海辰歌建筑装饰有限公司	14.67
上海紫苹果装饰工程有限公司	12.02
其他单家余额较小家装公司汇总数	22.63
合计	307.07

由于公司在提供产品并完成安装时，终端客户已把全额货款支付给家装公司，因此家装公司不能向公司全额付款的可能性较小，目前，公司已在加紧与家装公司对账，并及时收回剩余货款，截至本招股说明书签署日，已累计期后回款 50.06 万元。为了进一步降低该等款项不能全额收取对公司业绩的影响，公司已按坏账政策对该部分款项计提了足额的坏账准备。

公司管理层认为，随着公司销售渠道的多样化以及销售规模的增长，公司报告期内应收账款余额总体呈上升趋势，但公司已制定了严格的信用政策、货款催收政策及坏账计提政策，公司的销售以预收款为主，应收账款余额总体维持在较低的水平，以上应收账款余额及逾期情况在可预料和可控制范围内，不会对公司经营产生重大不利影响。

③应收账款账龄分析

报告期内，应收账款账龄及坏账准备计提情况如下：

单位：万元

账龄	2016/12/31		2015/12/31		2014/12/31	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
1 年以内	4,035.55	86.58	3,214.74	76.79	3,728.69	89.86
1 年-2 年	457.71	3.48	639.15	15.27	347.94	8.39
2 年-3 年	331.50	9.49	325.35	7.77	71.56	1.72
3 年以上	275.67	0.44	7.00	0.17	1.29	0.03
合计	5,100.43	100.00	4,186.23	100.00	4,149.48	100.00
坏账准备	649.49	-	438.32	-	205.60	-
净额	4,450.94	-	3,747.91	-	3,943.88	-

由上表，报告期内公司应收账款主要集中在 1 年以内，2015 年 1 年以内应收账款占比较 2014 年大幅下降，主要原因为：

A、2015 年末 1 年以内应收账款账龄自然延长影响金额 329.24 万元，主要为大宗用户欠款，包括上海恒申置业有限公司 259.07 万元；

B、2015 年末经销模式应收账款较上年大幅减少，主要为德宏厨卫 2015 年还款 280.61 万元所致。

④应收账款坏账准备计提政策分析

公司根据自身的销售收款政策、历年的销售回款情况等制定了合理的坏账准备计提政策，并在各会计期末按照账龄分析情况充分计提坏账准备，公司管理层认为目前所制定的计提比例符合谨慎性原则。

与可比公司应收款项坏账计提政策比较如下：

账龄	欧派 (%)	金牌 (%)	我乐 (%)	索菲亚 (%)	好莱客 (%)	志邦 (%)	本公司 (%)
1年以内(含1年)	5	5	5	1	2	5	1
1-2年	20	20	10	5	10	20	5
2-3年	50	40	20	50	50	50	50
3-4年	80	60	30	100	100	80	100
4-5年	100	80	50	100	100	100	100
5年以上	100	100	100	100	100	100	100

由上表可见，公司各个账龄段的应收账款坏账准备计提比例与可比公司较为接近，符合行业特点。

⑤主要债务人情况

截至2016年12月31日，应收账款前五名客户明细如下：

单位：万元

单位名称	关系或性质	金额	账龄	占应收账款总额的比例 (%)
上海张江万科房地产开发有限公司	大宗用户客户	974.97	1年以内	19.12
广州恒大	大宗用户客户	579.58	1年以内	11.36
上海立臣建筑装饰工程有限公司	大宗用户客户	372.24	1年以内	7.30
德宏厨卫	经销商	348.01	1年以内	6.82
苏州中南世纪城房地产开发有限公司	大宗用户客户	346.23	1年以内	6.79
合计		2,621.02		51.39

截至2016年12月31日，公司应收账款余额中无持有公司5%（含5%）以上表决权股份的股东单位及其他关联方的欠款。

(4) 预付款项

报告期内各期末，公司预付账款余额账龄结构如下：

单位：万元

账龄	2016/12/31	2015/12/31	2014/12/31

	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
1 年以内	765.05	95.67	640.76	99.99	936.33	99.73
1-2 年	34.63	4.33	0.06	0.01	2.54	0.27
合计	799.68	100.00	640.81	100.00	938.87	100.00

报告期内，公司预付账款主要内容为预付的材料款、市场推广费用、跨年度的租金等。公司预付账款的账龄良好，主要集中在 1 年以内。

截至 2016 年 12 月 31 日，公司预付账款前五名情况如下：

单位：万元

单位名称	金额	账龄	未结算原因	占总额比例 (%)
上海红星美凯龙商务咨询有限公司	135.00	1 年以内	合同约定结算方式	16.88
北京声达广告有限公司	50.40	1 年以内	合同约定结算方式	6.30
浙江天猫技术有限公司	32.14	1 年以内	合同约定结算方式	4.02
广州航铁传媒有限公司	28.80	1 年以内	合同约定结算方式	3.60
罗宾有限公司	22.45	1 年以内	合同约定结算方式	2.81
合计	268.79			33.61

截至 2016 年 12 月 31 日，公司预付款项余额中无持有本公司 5%（含 5%）以上表决权股份的股东单位及其他关联方的欠款。

（5）其他应收款

报告期各期末，其他应收款账龄结构和坏账准备计提情况如下：

单位：万元

账龄	2016/12/31		2015/12/31		2014/12/31	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
1 年以内	855.24	66.05	473.61	48.58	354.33	45.32
1 年-2 年	132.99	10.27	139.21	14.28	61.32	7.84
2 年-3 年	29.87	2.31	29.29	3.00	81.31	10.40
3 年以上	276.76	21.37	332.90	34.14	284.78	36.43
合计	1,294.86	100.00	975.00	100.00	781.75	100.00
坏账准备	306.90		359.22		331.88	
净额	987.96		615.78		449.87	

公司其他应收款主要为押金（门店、办公场所等租赁）、保证金（门店入驻、投标等）、员工备用金借款、非关联方借款等。具体如下：

单位：万元

项目	2016/12/31	2015/12/31	2014/12/31
员工备用金	85.55	176.60	195.98

各类押金、保证金	440.09	432.54	286.68
非关联方借款	206.00	236.96	241.00
其他	563.22	128.90	58.09
合计	1,294.86	975.00	781.75

截至 2016 年末，上表中非关联方借款为应收原北京经销商-皮阿诺橱柜（北京）有限责任公司借款，公司已全额计提坏账准备。北京作为一线城市是报告期内公司重点拓展的市场之一，由于北京市场竞争激烈，为了更好的开辟北京地区的市场，公司决定向北京经销商鲍新涛提供资金支持，用以其在北京地区开设门店。

北京经销商借、还款明细情况：

单位：万元

借/还款时间	借款金额	还款金额	余额	借款利率	备注
2011 年度	220.00	-	220.00	第一年免息，第二年按月计息，月息 7.5‰	
2013 年 5 月-2014 年 6 月	-	14.00	206.00	月息 7.5‰	按《还款计划书》执行
2014 年 7 月-至今	-	-	206.00	月息 7.5‰	违约，未支付借款和利息

截至本招股说明书签署日，公司与该经销商已全面停止业务合作关系，公司已将上述应收欠款余额 206 万元列为债权之一，向广东省中山市第一人民法院提起诉讼，法院一审判决作出被告鲍新涛向公司偿还借款本金 206 万元，鲍新红对上述债务承担连带清偿责任。截至本招股说明书签署日，鲍新涛已提起上诉，二审尚在审理过程中。

截至 2016 年末，上表中其他主要为应收上海广诺资产处置余款。

截至 2016 年 12 月 31 日，其他应收款前五名明细如下：

单位：万元

单位名称	欠款金额	账龄	欠款原因	占总额比例 (%)
上海广诺	438.19	1 年以内	资产处置余款	33.84
皮阿诺橱柜（北京）有限责任公司	206.00	3 年以上	逾期借款、诉讼债权，已全额计提坏账准备	15.91
南通鸿升达贸易有限公司	25.00	1 年以内、1-2 年	保证金	1.93
上海家饰佳商业经营管理有限公司	23.31	1-2 年、2-3 年	押金	1.80
江苏新城地产股份有限公司	20.00	1 年以内	保证金	1.54

合计	712.50			55.03
----	--------	--	--	-------

截至 2016 年 12 月 31 日，公司其他应收款余额中无持有公司 5%（含 5%）以上表决权股份的股东及其他关联方的欠款。

（6）存货

报告期各期末，公司存货分类明细情况如下：

单位：万元

存货项目	2016/12/31		2015/12/31		2014/12/31	
	金额	占比（%）	金额	占比（%）	金额	占比（%）
库存商品	249.01	5.23	948.71	26.29	699.97	22.25
发出商品	734.63	15.43	451.68	12.52	226.78	7.21
原材料	1,583.88	33.27	1,292.00	35.80	1,346.80	42.81
包装物	5.41	0.11	2.59	0.07	3.10	0.10
委托加工物资	775.36	16.29	229.39	6.36	270.47	8.60
低值易耗品	165.27	3.47	93.21	2.58	77.05	2.45
在产品	1,091.87	22.94	452.79	12.55	333.05	10.59
半成品	155.05	3.26	138.45	3.84	188.94	6.01
合计	4,760.48	100.00	3,608.82	100.00	3,146.17	100.00

报告期各年末，公司存货余额占流动资产的比例分别为 16.30%、12.56%、12.10%，占比较高。公司的存货主要由库存商品、发出商品、原材料、委托加工物资、在产品、半成品构成，合计占存货余额的 95%以上。

公司采用订单模式进行生产，原材料的采购主要是依据销售订单、生产计划合理确定采购及库存量，公司报告期各期末，公司原材料和委托加工物资合计余额分别为 1,617.27 万元、1,521.39 万元及 2,359.24 万元，总体呈增长趋势，主要系公司报告期内生产经营规模不断扩大及 2016 年板材市场需求增加，板材价格有所上升，公司增加了原材料备货所致。报告期内，公司主要原材料（板材类、台面类、厨电类）采购单价基本平稳，详见本招股说明书之“第六节 业务与技术”之“四、发行人主营业务情况”之“（五）主要原材料和能源供应情况”相关内容。

公司报告期内按订单进行排班和生产，订单生产周期一般在 1 个月内。公司库存商品、发出商品（大宗用户类业务或直营类业务已发货尚未经客户验收）、在产

品、半成品除部分规格件库存外，均与销售订单对应，报告期各期末库存商品、发出商品、在产品、半成品合计余额分别为 1,448.74 万元、1,991.63 万元，2,230.56 万元。

其中库存商品：公司属于定制家居行业，采用订单模式进行生产，成品库存较少，报告期各期末库存商品中的各直营店、总部样品成本分别为 472.64 万元、558.51 万元及 140.42 万元，扣除样品成本后，报告期各期末与订单相关，尚未出库的成品成本分别为 227.33 万元、390.20 万元及 108.59 万元。

其中发出商品：大宗用户模式是公司报告期内重点开拓的业务，在大宗用户模式下，安装和验收是销售合同的重要组成部分，是商品所有权上的主要风险和报酬是否转移给客户的重要标志，因此在安装和验收完成前，公司将已出库尚未安装或已安装但尚未验收的产品成本计入发出商品核算，报告期各期末发出商品余额中大宗用户模式的余额，分别为 164.95 万元、420.36 万元及 625.28 万元，占比分别为 72.74%、93.07%及 85.11%，剩余部分为直营模式下已发货期末尚未安装完工的产品。

其中在产品、半成品：报告期各期末在产品 and 半成品合计余额分别为 521.99 万元、591.24 万元及 1,246.92 万元，2014 年末和 2015 年末基本持平，2016 年末大幅增加，主要系年末订单较多等因素所致。

公司期末存货按成本与可变现净值孰低原则计价，对于存货因遭受毁损、全部或部分陈旧过时或低于销售价格低于成本等原因，预计其成本不可收回的部分，计提存货跌价准备。报告期各期末公司主要存货项目货龄均在合理期限内，公司存货可变现净值不存在低于账面价值的情况，无需计提存货跌价准备。

4、非流动资产分析

报告期内，公司非流动资产金额及构成如下：

单位：万元

项目	2016/12/31		2015/12/31		2014/12/31	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
固定资产	15,603.11	61.99	12,088.60	53.07	9,243.60	46.59
在建工程	67.20	0.27	937.55	4.12	1,651.23	8.32
无形资产	6,712.63	26.67	6,753.81	29.65	6,878.41	34.67
长期待摊费用	1,196.90	4.76	1,564.15	6.87	1,558.27	7.85

递延所得税资产	396.37	1.57	388.21	1.70	361.28	1.82
其他非流动资产	1,194.61	4.75	1,045.26	4.59	147.17	0.74
合计	25,170.82	100.00	22,777.59	100.00	19,839.95	100.00

报告期内，随着公司阜沙生产基地的建成并投产以及天津生产基地开始建设，在建工程、固定资产及无形资产金额增长较快。非流动资产中的长期待摊费用主要为经营用固定资产如租赁的管理用办公楼、直营专卖店的装修费用。总体来看，各项非流动资产与公司业务匹配程度高，符合行业特点及公司现阶段的发展状况。非流动资产的明细内容如下：

(1) 固定资产

报告期内，固定资产原值、折旧、账面价值及财务成新率情况如下：

单位：万元

项目名称	2016/12/31	2015/12/31	2014/12/31
一、原价合计	19,455.49	14,883.64	11,128.79
房屋建筑物	12,062.14	8,477.75	5,036.40
自有房产装修	265.06	265.06	265.06
办公设备	253.96	217.66	193.81
机器设备	5,968.98	5,158.61	5,048.58
运输工具	363.62	324.79	223.86
其他设备	541.74	439.78	361.08
二、累计折旧合计	3,852.38	2,795.05	1,885.19
房屋建筑物	1,053.98	643.64	368.88
自有房产装修	67.64	43.51	30.26
办公设备	158.14	130.42	95.59
机器设备	2,191.20	1,703.96	1,214.49
运输工具	189.02	134.82	91.50
其他设备	192.41	138.69	84.47
三、减值准备合计	-	-	-
房屋建筑物	-	-	-
自有房产装修	-	-	-
办公设备	-	-	-
机器设备	-	-	-

运输工具	-	-	-
其他设备	-	-	-
四、账面价值合计	15,603.11	12,088.60	9,243.60
房屋建筑物	11,008.16	7,834.11	4,667.52
自有房产装修	197.42	221.55	234.80
办公设备	95.82	87.24	98.22
机器设备	3,777.78	3,454.65	3,834.09
运输工具	174.60	189.97	132.36
其他设备	349.33	301.09	276.61
五、财务成新率（%）	80.20	81.22	83.06
房屋建筑物	91.26	92.41	92.68
自有房产装修	74.48	83.59	88.59
办公设备	37.73	40.08	50.68
机器设备	63.29	66.97	75.94
运输工具	48.02	58.49	59.13
其他设备	64.48	68.46	76.61

公司的固定资产主要为房屋建筑物及机器设备，购置及建成的时间短，成新率高。

报告期内，公司固定资产呈逐年上升趋势，其中 2015 年末、2016 年末，公司的固定资产净值分别较上年增长 30.78%和 29.07%，主要是由于 2015 年、2016 年天津生产基地部分厂房和基础设施的建成并转固所致。

公司报告期内固定资产的状况良好，运行稳定，无需计提减值准备。

（2）在建工程

报告期各期末，公司在建工程内容如下：

单位：万元

项目	2016/12/31				2015/12/31				2014/12/31			
	预算数	期末余额	工程累计投入占预算比例(%)	工程进度	预算数	期末余额	工程累计投入占预算比例(%)	工程进度	预算数	期末余额	工程累计投入占预算比例(%)	工程进度
一、天津厂房												
-厂房	-	-	-	-	-	-	-	-	2,790.96	1,180.67	42.30	在建
-宿舍	-	-	-	-	1,057.54	690.13	65.26	在建	1,057.54	196.62	17.49	在建
-道路工程	-	-	-	-	179.97	157.18	87.34	在建	-	-	-	-
-待摊投资支出	-	-	-	-	-	90.23	-	在建	-	193.27	-	在建
-天津生产基地燃气工程	-	67.20	-	在建	-	-	-	-	-	-	-	-
二、阜沙生产基地建设项目	-	-	-	-	-	-	-	-	-	53.96	-	在建
三、SAP 软件项目	-	-	-	-	-	-	-	-	-	26.72	-	在建
合计	-	67.20	-	-	-	937.55	-	-	-	1,651.23	-	-

注：待摊投资支出主要指工程建造过程中监理费、勘察费、测绘费等。

报告期内，公司重大在建项目为天津生产基地一期建设项目，项目于2014年10月开始建设，其中厂房主体建设已于2015年10月完工并结转固定资产，宿舍主体建设已于2016年10月完工并结转固定资产。报告期内公司在建项目完工并达到预定可使用状态时结转固定资产，报告期各期末不存在应转固未转固情形。

公司报告期内在建工程的状况良好，无需计提减值准备。

(3) 无形资产

公司的无形资产主要为土地使用权和软件，报告期各期末，无形资产明细如下：

单位：万元

项目	2016/12/31	2015/12/31	2014/12/31
一、原价合计	7,422.67	7,268.82	7,233.55
1、土地使用权	7,146.80	7,146.80	7,146.80
2、软件	275.86	122.02	86.75
二、累计摊销额合计	710.04	515.01	355.14
1、土地使用权	597.86	454.90	311.93
2、软件	112.17	60.11	43.21
三、账面净值合计	6,712.63	6,753.81	6,878.41
1、土地使用权	6,548.94	6,691.90	6,834.87
2、软件	163.69	61.91	43.54
四、减值准备合计	-	-	-
1、土地使用权	-	-	-
2、软件	-	-	-
五、账面价值合计	6,712.63	6,753.81	6,878.41
1、土地使用权	6,548.94	6,691.90	6,834.87
2、软件	163.69	61.91	43.54

公司的无形资产主要为购置的阜沙生产基地和天津生产基地国有土地使用权。截至2016年12月31日，阜沙生产基地国有土地使用权已抵押给中国工商银行股份有限公司中山城北支行，抵押合同详情请参见本招股说明书之“第十五节 其他重要事项”之“二、发行人重大合同”之“（三）重大银行授信合同”。

公司报告期各期末不存在无形资产可收回金额低于账面价值而需计提减值准备的情形。

(4) 长期待摊费用

公司的长期待摊费用主要为经营用固定资产如租赁的管理用办公楼、直营专卖

店的装修费，报告期内，长期待摊费用明细如下：

单位：万元

项目	2016/12/31	2015/12/31	2014/12/31
一、期初金额合计	1,564.15	1,558.27	1,144.65
1、装修费	1,435.17	1,442.72	1,052.66
2、其他	128.98	115.55	91.99
二、本期增加额合计	523.78	857.61	948.28
1、装修费	388.52	496.78	812.68
2、其他	135.26	360.83	135.60
三、本期摊销额合计	737.65	851.73	534.65
1、装修费	505.97	504.33	422.62
2、其他	231.68	347.40	112.03
四、其他减少	153.37	-	-
1、装修费	153.37	-	-
2、其他	-	-	-
五、摊余价值合计	1,196.90	1,564.15	1,558.27
1、装修费	1,164.34	1,435.17	1,442.72
2、其他	32.56	128.98	115.55
六、摊销年限	-	-	-
1、装修费	2-10年	2-10年	2-10年
2、其他	2-3年	2-3年	2-3年

其他减少系 2016 年公司整体转让上海直营资产所致。

(5) 其他非流动资产

报告期各期末，公司其他非流动资产内容如下：

项目	2016/12/31	2015/12/31	2014/12/31
预付设备款	318.69	-	-
上市费用	475.91	292.17	147.17
预付购房款	-	353.09	-

预付土地款	400.00	400.00	-
合计	1,194.61	1,045.26	147.17

(6) 递延所得税资产

公司的递延所得税资产为计提坏账准备等而导致的资产账面价值与计税基础不同，进而产生的可抵减暂时性差异。按《企业会计准则》的规定计算产生，可在未来的预计期间内逐年转回。

单位：万元

项目	2016/12/31	2015/12/31	2014/12/31
资产减值准备	143.42	119.60	80.62
递延收益	252.95	268.62	280.65
合计	396.37	388.21	361.28

5、资产减值准备计提情况

报告期内，公司资产减值准备余额如下：

单位：万元

项目	2016/12/31	2015/12/31	2014/12/31
坏账准备			
其中：应收账款	649.49	438.32	205.60
其他应收款	306.90	359.22	331.88
合计	956.38	797.54	537.48

(1) 存货跌价准备的计提

资产负债表日，存货按照成本与可变现净值孰低计量，并按单个存货项目确定存货的可变现净值。存货成本高于其可变现净值的，按其差额计提存货跌价准备，计入当期损益。以后期间存货价值恢复的，在原已计提的存货跌价准备金额内予以转回，转回的金额计入当期损益。

截至报告期各期末，公司未对报告期内存货余额计提存货跌价准备。

下表是可比公司存货跌价准备计提情况：

单位：万元

项目	欧派	金牌	我乐	索菲亚	好莱客	志邦
2014年12月31日						
存货跌价准备	-	79.21	-	286.25	-	426.40

存货原值	36,201.75	9,794.84	5,324.10	14,530.37	3,352.72	7,509.30
存货跌价比率	-	0.81%	-	1.97%	-	5.68%
2015年12月31日						
存货跌价准备	-	-	-	945.53	111.29	443.96
存货原值	48,013.14	-	-	20,648.73	3,709.90	8,755.97
存货跌价比率	-	-	-	4.58%	3.00%	5.07%
2016年12月31日						
存货跌价准备	-	124.32	-	814.50	101.84	-
存货原值	-	13,651.30	-	22,144.16	3,664.15	-
存货跌价比率	-	0.91%	-	3.68%	2.78%	-

注：金牌、索菲亚、好莱客指标为2016年6月30日数据，与其他年度指标不具可比性，为保持指标披露延续性，仍在此列示。

由上表可见，可比公司存货跌价比率均较低，公司的生产规模不及上述可比公司，存货规模较小，且主要存货项目均与销售订单对应，存货周转率较高，不存在存货成本高于其可变现净值的情形，因此公司未计提存货跌价准备，符合行业特点及自身生产模式。

(2) 固定资产、在建工程、无形资产等长期资产减值准备的计提

经测试，公司固定资产、在建工程、无形资产等长期资产均运行良好，不存在减值迹象，因此报告期内未对上述长期资产计提减值准备。

公司已按《企业会计准则》的规定，制订了计提资产减值准备的会计政策，符合谨慎性和公允性的要求；报告期内公司已足额计提了相应的减值准备，主要资产减值准备计提情况与资产质量实际状况相符，不存在潜在资产损失及未予计提减值准备而导致的财务风险。

(二) 负债的主要构成及其变化情况

1、报告期内负债变化趋势



报告期内，随着公司营业规模、资产规模的扩大，公司的流动负债、负债总额

均快速增长。

2、负债构成情况分析

公司最近三年及一期负债构成情况如下：

单位：万元

项目	2016/12/31		2015/12/31		2014/12/31	
	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)
短期借款	-	-	-	-	100.00	0.67
应付票据	1,098.00	4.15	-	-	-	-
应付账款	12,455.50	47.11	8,473.80	41.66	4,515.39	30.44
预收款项	5,697.56	21.55	4,798.01	23.59	3,533.29	23.82
应付职工薪酬	1,678.49	6.35	1,602.46	7.88	1,581.87	10.67
应交税费	1,005.82	3.80	1,075.08	5.29	1,280.78	8.64
其他应付款	3,428.59	12.97	3,216.60	15.81	2,665.44	17.97
流动负债合计	25,363.95	95.94	19,165.96	94.22	13,676.76	92.21
其他非流动负债	1,074.04	4.06	1,175.72	5.78	1,154.72	7.79
非流动负债合计	1,074.04	4.06	1,175.72	5.78	1,154.72	7.79
负债合计	26,437.99	100.00	20,341.67	100.00	14,831.48	100.00

从报告期内公司负债构成情况来看，公司的负债构成稳定且以流动负债为主，报告期各期末，公司流动负债余额占总负债余额的比重分别达到 92.21%、94.22%、95.94%。报告期内公司的非流动负债余额主要为公司 2014 年经天津市静海经济开发区管理委员会确认的项目建设扶持资金。

3、流动负债的构成及其变化情况

(1) 短期借款

截至 2014 年末，公司短期借款余额 100.00 万元系中国工商银行股份有限公司中山城北支行借款，该借款为抵押借款，并由公司控股股东、实际控制人马礼斌及其妻子、公司主要股东魏来金及其妻子提供连带责任担保。

截至 2015 年末、2016 年末，公司短期借款余额为 0。

(2) 应付票据

截至 2016 年末，应付票据余额 1,098 万元系公司开出的银行承兑汇票，用于支

付供应商款项。

(3) 应付账款

公司应付账款内容主要包括材料款、工程款、租金、固定资产采购款等。公司的原材料采购主要包括板材、台面、五金配件、厨电产品，一般情况下，供应商要求的付款账期最长为 3 个月，因此，公司应付账款余额主要集中在一年以内。公司报告期内主要采用银行存款支付，较少使用商业汇票。

报告期内，公司应付账款各期末余额的具体账龄情况如下：

单位：万元

账龄	2016/12/31		2015/12/31		2014/12/31	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
1 年以内	12,226.38	98.16	8,148.61	96.16	4,281.17	94.81
1-2 年	207.91	1.67	191.93	2.26	205.72	4.56
2-3 年	21.21	0.17	123.08	1.45	14.01	0.31
3 年以上	-	-	10.19	0.12	14.49	0.32
合计	12,455.50	100.00	8,473.80	100.00	4,515.39	100.00

报告期内各期末，公司应付账款余额按款项内容区分的具体情况如下：

单位：万元

项目	2016/12/31	2015/12/31	2014/12/31
应付材料款	9,392.23	6,793.21	3,876.85
应付工程款	2,176.98	972.37	271.52
应付其他	886.29	708.22	367.02
合计	12,455.50	8,473.80	4,515.39

报告期各期末，应付账款在总负债中所占比重分别为 30.44%、41.66%、47.11%，比重较高且占比逐年上升，主要系报告期内公司生产规模及固定资产投资规模扩大所致。

2015 年末、2016 年末，应付账款余额分别较上年末增加 3,958.41 万元、3,981.70 万元，增幅分别为 87.67%、46.99%，主要原因包括：

①公司属于定制家居行业，存在明显的季节性特征，下半年开始生产经营进入旺季，且持续到年末，报告期内，随着公司生产规模的不断扩大，各年末公司订单数量呈增长趋势，从而使得公司年末应支付的材料款逐年增加；

②随着公司经营规模的不断扩大，公司向上游供应商的延期付款能力逐步加强，报告期内，公司结合生产经营的资金需求，在一定程度上延长了对上游供应商的付款周期，从而使得公司各年末应付供应商材料款余额有所增加；

③报告期内，随着公司天津生产基地一期工程的逐步开建，报告期各年末公司应付工程款项逐年增加。

截至2016年12月31日，公司应付账款前五名如下：

单位：万元

单位名称	款项内容	金额	账龄	欠款原因	占总额比例(%)
中国第四冶金建设有限责任公司	工程款	1,541.51	1年以内	未到结算期	12.38
广东中旗新材料科技有限公司广州分公司	材料款	672.85	1年以内	未到结算期	5.40
中山日顺	材料款	477.80	1年以内	未到结算期	3.84
衡阳市雅典娜石英石有限公司	材料款	446.18	1年以内	未到结算期	3.58
中山市新裕包装印刷有限公司	材料款	363.86	1年以内	未到结算期	2.92
合计		3,502.19			28.12

截至2016年12月31日，公司应付账款余额中无持有公司5%（含5%）以上表决权股份的股东单位及其他关联方的欠款。

（4）预收款项

公司预收款项主要为预收的货款。报告期内，公司各期末的预收款项账龄主要在一年以内，具体如下：

单位：万元

账龄	2016/12/31		2015/12/31		2014/12/31	
	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)
1年以内	5,483.40	93.72	4,798.01	100.00	3,428.81	97.04
1-2年	214.16	6.28	-	-	60.58	1.71
2-3年	-	-	-	-	43.91	1.24
合计	5,697.56	100.00	4,798.01	100.00	3,533.29	100.00

报告期各期末，预收款项在总负债中所占比重分别为23.82%、23.59%、21.55%，比重较高，主要系公司定制厨柜、衣柜产品的销售以经销为主，且对经销商采取预收货款的收款模式所致。报告期内，随着公司的销售规模的逐步扩大，各年末公司预收货款规模逐年增加。

截至 2016 年 12 月 31 日，公司预收款项前五名如下：

单位：万元

单位名称	款项内容	金额	账龄	占总额比例 (%)
珠海市碧海山景房地产开发有限公司	货款	143.65	1 年以内	2.52
成都市生活家装饰工程有限公司	货款	89.19	1 年以内	1.57
云南昆明 2 加盟店 1 星-蒲娟	货款	52.48	1 年以内	0.92
山东济南加盟店 1 星-孙岩	货款	45.76	1 年以内	0.80
广东佛山加盟店 1 星-梁雪洁	货款	5.68	1 年以内	0.80
合计		376.76		6.61

截至 2016 年 12 月 31 日，预收账款中无预收持有公司 5%（含 5%）以上表决权股份的股东单位及其他关联方的款项。

（5）应付职工薪酬

报告期内，公司各年应付职工薪酬计提、支付及结余情况如下：

单位：万元

项目	2014/1/1	本期增加	本期支付	2014/12/31
一、工资、奖金、津贴和补贴	1,168.38	8,010.48	7,607.56	1,571.30
二、职工福利费	-	553.59	543.02	10.57
三、社会保险费	-	446.01	446.01	-
其中：医疗保险费	-	84.06	84.06	-
生育保险	-	3.38	3.38	-
基本养老保险费	-	305.01	305.01	-
工伤保险费	-	25.11	25.11	-
失业保险费	-	28.45	28.45	-
四、住房公积金	-	8.56	8.56	-
五、工会经费和职工教育经费	-	47.10	47.10	-
合计	1,168.38	9,065.74	8,652.25	1,581.87

项目	2015/1/1	本期增加	本期支付	2015/12/31
一、工资、奖金、津贴和补贴	1,571.30	9,390.02	9,362.45	1,598.87
二、职工福利费	10.57	428.09	435.37	3.29
三、社会保险费	-	745.16	745.16	-

其中：医疗保险费	-	148.77	148.77	-
生育保险		6.88	6.88	-
基本养老保险费	-	507.80	507.80	-
工伤保险费	-	38.94	38.94	-
失业保险费	-	42.77	42.77	-
四、住房公积金	-	57.78	57.78	-
五、工会经费和职工教育经费	-	55.15	54.85	0.31
合计	1,581.87	10,676.20	10,655.60	1,602.46

项目	2016/1/1	本期增加	本期支付	2016/12/31
一、工资、奖金、津贴和补贴	1,598.87	10,006.25	9,931.52	1,673.60
二、职工福利费	3.29	528.87	528.87	3.29
三、社会保险费	-	774.12	774.12	-
其中：医疗保险费	-	111.37	111.37	-
生育保险	-	32.28	32.28	-
基本养老保险费	-	570.73	570.73	-
工伤保险费	-	26.09	26.09	-
失业保险费	-	33.65	33.65	-
四、住房公积金	-	77.04	77.04	-
五、工会经费和职工教育经费	0.31	67.15	65.85	1.60
合计	1,602.46	11,453.43	11,377.40	1,678.49

报告期内，随着公司业务规模的扩大以及用工成本的提高，公司支付给员工的薪酬水平呈逐年上升趋势。

(6) 应交税费

报告期各期末，应交税费明细如下：

单位：万元

税种	2016/12/31	2015/12/31	2014/12/31
增值税	231.33	293.93	488.52
城市维护建设税	11.79	15.47	24.94
教育费附加（含地方）	11.79	15.16	24.73
堤围费	-	5.33	5.00
企业所得税	626.57	643.53	643.50

个人所得税	50.72	38.58	27.91
印花税	0.13	-	1.44
房产税	65.14	54.73	51.89
其他	8.34	8.33	12.85
合计	1,005.82	1,075.08	1,280.78

报告期内，公司缴纳的税款主要为增值税和企业所得税。

(7) 其他应付款

公司其他应付款主要为应付经销商和供应商的保证金、押金等，政府往来款及天津市静海经济开发区管理委员会代垫的项目建设资金等内容。

报告期内，公司其他应付款各期末余额的具体账龄情况如下：

单位：万元

账龄	2016/12/31		2015/12/31		2014/12/31	
	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)
1年以内	1,116.77	32.57	1,641.44	51.03	1,363.46	51.15
1-2年	1,371.35	40.00	771.28	23.98	361.91	13.58
2-3年	654.71	19.10	285.76	8.88	598.11	22.44
3年以上	285.76	8.33	518.12	16.11	341.96	12.83
合计	3,428.59	100.00	3,216.60	100.00	2,665.44	100.00

报告期内，公司其他应付款各期末余额按款项内容区分的具体情况如下：

单位：万元

项目	2016/12/31	2015/12/31	2014/12/31
押金、诚意金、保证金、质保金	2,651.68	2,521.93	2,108.59
代垫的项目建设资金	359.67	419.67	419.67
其他	417.23	275.00	137.18
合计	3,428.59	3,216.60	2,665.44

代垫的项目建设资金系2012年、2013年公司购置天津生产基地所用土地时，当地管理委员会代垫的项目建设相关资金，截至2014年末，其中的1,074.47万元已确认为项目建设扶持资金，转入递延收益，并作为与资产相关的政府补助收入核算。

截至2016年12月31日，公司其他应付款余额中无持有公司5%（含5%）以上表决权股份的股东单位及其他关联方的欠款。

4、递延收益的构成及其变化情况

报告期内，公司的递延收益的具体情况如下：

单位：万元

项目	2016/12/31	2015/12/31	2014/12/31
集成橱柜生产技术改造项目补助	62.25	71.25	80.25
天津生产基地项目建设扶持资金	1,011.79	1,074.47	1,074.47
中山市文化产业专项资金扶持	-	30.00	-
合计	1,074.04	1,175.72	1,154.72

公司在报告期内产生的递延收益系已收到款项需分期计入当期损益的政府补助。

其中集成橱柜生产技术改造项目补助系根据《关于下达中山市 2012 年工业发展专项资金项目（第一批）资助计划的通知》（中经信【2012】659 号文）对本公司集成橱柜生产技术改造项目的拨款；

其中天津生产基地项目建设扶持资金情况详见本节之“3、流动负债的构成及其变化情况”之“（7）其他应付款”。

其中中山市文化产业专项扶持资金系根据《中山市文化产业专项资金管理暂行办法》对公司新一代中国式智能娱乐休闲厨房系统创意与实施的项目的资助。

（三）偿债能力分析

报告期内，公司偿债能力指标如下：

指标	2016/12/31	2015/12/31	2014/12/31
流动比率（倍）	1.55	1.50	1.41
速动比率（倍）	1.36	1.31	1.18
资产负债率（母公司）	37.55%	36.22%	34.79%
息税折旧摊销前利润（万元）	12,143.77	9,971.26	9,224.34
利息保障倍数（倍）	-	698.05	76.11

1、流动比率及速动比率

公司与可比公司流动比率和速动比率比较表如下：

公司名称	2016/12/31		2015/12/31		2014/12/31	
	流动	速动	流动	速动	流动	速动

	比率	比率	比率	比率	比率	比率
欧派	-	-	0.81	0.54	0.83	0.62
金牌	0.72	0.44	-	-	0.81	0.52
我乐	-	-	-	-	1.01	0.68
索菲亚	2.51	2.30	2.21	1.91	3.64	3.30
好莱客	2.22	2.11	2.79	2.62	1.93	1.73
志邦	-	-	1.13	0.94	1.15	0.99
平均值	1.82	1.62	1.74	1.50	1.56	1.31
本公司	1.55	1.36	1.50	1.31	1.41	1.18

注：金牌指标为2016年6月30日数据，索菲亚、好莱客指标为2016年9月30日数据，与其他年度指标不具可比性，为保持指标披露延续性，仍在此列示。

由上表可见：

报告期内，公司的流动比率和速动比率逐年上升，主要原因为公司经营性现金流良好，公司货币资金余额增加。

与可比公司平均值相比，公司流动比率、速动比率相对较低，主要是可比上市公司由于募集资金到位，导致流动比率、速动比率大幅提升。报告期内，公司流动比率、速动比率变动趋势与可比公司一致，公司流动比率和速动比率的变化情况符合公司所处发展阶段及行业特点。

2、资产负债率

报告期各期末，母公司的资产负债率分别为34.79%、36.22%、37.55%，总体稳定，略有上升。

未来随着公司的营业收入和盈利能力的持续提升，以及募集资金的到位，公司的资产负债率将进一步降低。

3、息税折旧摊销前利润及利息保障倍数

报告期内，公司息税折旧前利润随着经营业绩的增长而大幅增加。由于公司经营所需流动资金主要依赖于经营成果的循环使用及股东的原始投入，报告期内公司利息支出金额较小，公司有足够的盈利来偿还借款利息。

4、影响偿债能力的其他因素分析

公司银行资信状况良好，在银行无任何不良记录，亦无或有负债、表外融资等其他影响偿债能力的事项。

综合以上偿债能力指标分析、报告期内银行资信状况和借款使用情况，公司管

理层认为，公司总体负债水平符合公司现阶段的发展状况，与行业情况相符，负债结构合理。公司盈利能力较强，业绩逐年稳健增长，经营活动现金流量情况良好，为公司偿付债务提供了充分保障。

（四）资产周转能力分析

报告期内，公司的应收账款周转率和存货周转率情况如下：

指标	2016 年度	2015 年度	2014 年度
应收账款周转率（次/年）	13.58	12.28	16.37
存货周转率（次/年）	9.36	8.88	9.02

1、应收账款周转率

公司 2015 年、2016 年应收账款周转率低于 2014 年，主要原因为：公司报告期内大宗用户业务发展较快，应收大宗用户类业务货款收取存在一定滞后性；为了开拓深圳市场，公司重点扶持的经销商德宏厨卫货款延期支付，导致应收账款增加。

2、存货周转率

最近三年，公司的存货周转率分别为 9.02 次/年、8.88 次/年、9.36 次/年，基本保持稳定，最近三年存货平均周转天数约 40 天，与公司的产品生产周期吻合。

3、资产周转率的比较

最近三年，公司的应收账款周转率、存货周转率指标与可比公司对比如下表所示：

公司名称	应收账款周转率（次/年）			存货周转率（次/年）		
	2016 年度	2015 年度	2014 年度	2016 年度	2015 年度	2014 年度
欧派	-	65.42	48.36	-	9.10	9.55
金牌	45.14	114.26	51.71	2.44	5.06	4.63
我乐	-	-	14.20	-	-	7.21
索菲亚	34.52	43.32	39.54	8.67	11.30	10.42
好莱客	219.15	132.44	131.05	15.43	18.95	18.77
志邦	-	14.10	20.09	-	9.10	8.26
平均值	99.60	73.91	50.83	8.85	10.70	9.81
本公司	13.58	12.28	16.37	9.36	8.88	9.02

注：金牌指标为 2016 年 1-6 月数据，索菲亚、好莱客指标为 2016 年 1-9 月数据，与其他年

度指标不具可比性，为保持指标披露延续性，仍在此列示。

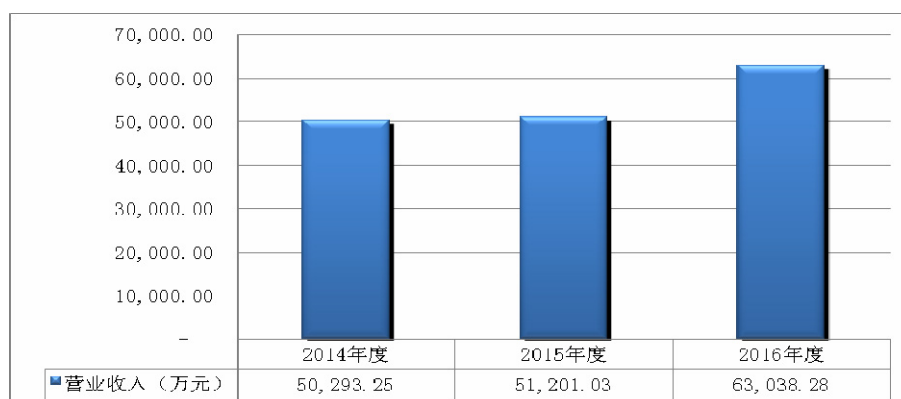
由上表可见，报告期内公司应收账款周转率低于可比公司平均值，主要系可比公司大宗业务销售占比低于公司等原因所致。公司的应收账款周转率与采取同样销售模式和收款政策的我乐、志邦相近；报告期内公司存货周转率与可比公司平均值相近。

总体而言，报告期内，公司存货周转率、应收账款周转率及其变动情况，符合公司业务模式及所处发展阶段，与所处细分行业、经营模式相同的可比公司较接近，公司的存货和应收账款管理能力良好。

二、盈利能力分析

（一）营业收入的构成及变化分析

1、报告期内营业收入总体变动趋势



最近三年，公司营业收入保持持续增长态势，近三年复合增长率为 11.96%。

2、营业收入构成及变动原因分析

报告期内，公司营业收入的构成情况如下：

单位：万元

项目	2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
主营业务收入	62,077.29	98.48	50,335.88	98.31	49,825.84	99.07
其他业务收入	961.00	1.52	865.15	1.69	467.40	0.93
合计	63,038.28	100.00	51,201.03	100.00	50,293.25	100.00

公司主营业务突出，主营业务收入平均占营业收入的比重为 98.62%，少量的其

他业务收入为材料销售收入、广告物料收入及其他收入。

最近三年公司营业收入呈逐年持续稳健增长态势，2015年、2016年分别同比增长1.80%和23.12%，同期公司主营业务收入增长幅度分别为1.02%和23.33%，因此，最近三年公司营业收入持续增长的主要原因是公司主营业务收入的增加。

报告期内公司主营业务收入按产品类别增减变动情况如下：

单位：万元

产品类别	2016年度		2015年度		2014年度
	收入	变动(%)	收入	变动(%)	收入
定制厨柜及其配套家居产品	50,827.60	19.28	42,610.42	-2.23	43,584.43
定制衣柜及其配套家居产品	11,249.68	45.62	7,725.46	23.78	6,241.41
合计	62,077.29	23.33	50,335.88	1.02	49,825.84

报告期内公司定制厨柜、定制衣柜及其配套家居产品销量如下：

单位：套

产品类别	2016年度		2015年度		2014年度
	销量	变动(%)	销量	变动(%)	销量
定制厨柜及其配套家居产品	75,553	22.33	61,762	-1.46	62,676
定制衣柜及其配套家居产品	28,319	50.68	18,794	19.43	15,737
合计	103,872	28.94	80,556	2.73	78,413

最近三年内公司定制厨柜、定制衣柜产品销量、收入总体呈持续增长趋势，近三年复合增长率分别为15.09%、11.62%，保持了良好的增长趋势，主要原因分析如下：

(1) 定制家居行业发展空间广阔，产品需求快速增长

定制厨柜、定制衣柜行业为家具制造行业的细分市场，近年来，国家和地方先后颁布一系列鼓励性政策、中长期发展规划，支持本行业做大做强，行业发展速度较快。随着居民收入水平的提升和城镇化的推进，人们消费理念不断升级，人们更加注重生活品位的提升，更加关注自身居住环境个性化、健康化，定制家居产品因其高空间利用率、个性化创意与特色、环保等优势，日益受到居民的青睐。定制家居产品改变了以往人们选用木工手制产品或标准化成品的传统，因全新的量身定做和个性化设计理念而倍受现代家庭消费者欢迎，新房装修和二次装修对定制家居产品的需求快速增长，行业步入了快速成长期。

(2) 公司生产能力不断提高

报告期内，公司通过生产场所和工艺改造，不断配备自动化程度更高、性能更优越的加工设备。此外，公司采取增加生产班次、优化生产流程等方式增加产量，上述措施有效提升了公司的生产能力，满足不断增长的市场需求，保障了公司经营规模的不断扩大。

(3) 公司原创设计能力强，品牌认知度不断提高

公司重视产品研发，具备较强的原创设计能力，产品风格体系丰富，能够满足不同客户的个性化需求，产品符合市场发展的需求。经过多年的发展，“皮阿诺”产品或品牌被认定为“广东省著名商标”、“广东省名牌产品”、“中国厨柜行业十大品牌”等。公司不断加大品牌培育投入，“皮阿诺”产品在消费者心中形成了较高的知名度和良好的美誉度，形成了明显的品牌竞争优势，促进了公司产品销售。

(4) 营销网络进一步完善，直营类收入与大宗用户类收入逐步提升

经过多年的耕耘，公司已建立了与公司紧密合作、共同成长、遍布全国的营销服务网络。截至2016年12月31日，公司拥有定制厨柜、衣柜经销商数量为881家，经销店面数量为954家，公司的销售网络已覆盖了国内大部分四线及以上城市，全国性销售网络布局业已形成，公司经销模式销售收入稳步提升。

此外，公司积极拓展直营渠道和大宗用户类业务，最近三年公司直营模式、大宗用户模式合计销售收入从2014年的9,742.73万元增加到2016年的11,475.77万元，三年复合增长率为8.53%。

3、主营业务收入构成及价格变化情况分析

(1) 收入构成按产品销售模式分析

报告期内，主营业务收入分模式明细情况如下：

单位：万元

项目	2016年度		2015年度		2014年度	
	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)
经销模式	50,601.51	81.51	40,980.01	81.42	40,083.12	80.45
直营模式	3,176.28	5.12	5,136.39	10.20	5,355.71	10.75
大宗用户模式	8,299.49	13.37	4,219.48	8.38	4,387.01	8.80
合计	62,077.29	100.00	50,335.88	100.00	49,825.84	100.00

①公司在成立初期，受限于品牌、资金与人力资源，公司主要通过在各地区的招商，发展经销商专卖店，通过经销商逐渐建立起销售网络及品牌建设。报告期内，公司主要通过各地经销商实现产品的销售，最近三年经销模式实现的收入分别为40,083.12万元、40,980.01万元、50,601.51万元，占主营业务收入的比例均在80%以上。随着市场需求不断增长和公司整体品牌提升及服务优化，最近三年公司向经销商专卖店的单店平均销售额分别为47.06万元、47.43万元、53.04万元，复合增长率为6.17%。

②公司主要以设立分公司的形式进驻大型家居卖场开设直营专卖店，截至本招股说明书签署日，公司已在中山、重庆两地共开设了5家直营专卖店，直营店兼有形象展示和新产品发布的功能，提升了公司品牌形象和市场占有率。

③随着公司全国性经销商销售网络的布局 and 直营系统的建立，公司成立了工程中心，以拓展大宗用户项目市场，目标群体主要是大型房地产开发商和房产装饰公司。最近三年大宗用户类业务销售占比分别为8.80%、8.38%、13.37%。随着城镇化率的进一步提高，公司预计该类业务将成为公司未来的重要利润增长点之一。

(2) 收入构成按产品类别分析

报告期内，主营业务收入分产品明细情况如下：

单位：万元

产品名称	2016年度		2015年度		2014年度	
	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)
定制厨柜及其配套家居产品	50,827.60	81.88	42,610.42	84.65	43,584.43	87.47
定制衣柜及其配套家居产品	11,249.68	18.12	7,725.46	15.35	6,241.41	12.53
合计	62,077.29	100.00	50,335.88	100.00	49,825.84	100.00

①从产品用途来看，报告期内定制厨柜产品占主营业务收入比重平均为84.67%，核心地位突出。同时，为配合公司全屋定制的发展战略，公司逐步提升了定制衣柜产品设计、生产和销售。报告期内定制衣柜产品占主营业务收入的比重分别为12.53%、15.35%、18.12%，占比呈提升趋势。

报告期内公司主要产品定制厨柜、衣柜产品销售收入保持了良好的增长趋势，表明公司的设计、生产、销售能力稳步增强，整体成长性良好。

②从定制厨柜产品的构成情况分析，报告期内各类定制厨柜产品销售收入总体稳步提升，定制厨柜产品主要为烤漆类、三聚氰胺类、吸塑类，实木类产品价格及档次较高，为前三类产品提供了有益的补充，总体而言，报告期内公司生产经营策略无重大调整，核心产品结构无重大变化。

(3) 分模式定制厨柜产品收入及价格变动情况分析

报告期内，公司定制厨柜产品分模式价格变动情况如下：

模式	项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
经销模式	收入（万元）	40,551.86	33,973.43	34,272.63
	销量（套）	50,410	44,504	44,659
	平均售价（元/套）	8,044.41	7,633.79	7,674.29
直营模式	收入（万元）	2,621.46	4,566.08	4,926.58
	销量（套）	2,147	2,734	2,242
	平均售价（元/套）	12,209.87	16,701.09	21,974.03
大宗用户模式	收入（万元）	7,654.28	4,070.90	4,385.22
	销量（套）	22,996	14,524	15,775
	平均售价（元/套）	3,328.53	2,802.88	2,779.85
合计	收入（万元）	50,827.60	42,610.42	43,584.43
	销量（套）	75,553	61,762	62,676
	平均售价（元/套）	6,727.41	6,899.13	6,953.93

报告期三年内，公司定制厨柜产品的销售收入总体呈增长趋势，近三年复合增长率为 7.99%，保持了良好的增长趋势。

报告期内，公司定制厨柜产品平均售价总体保持稳定，略有下降，这主要与公司不断推出新的附加值高的中高端系列产品、甄选优质大宗业务及产品促销活动等因素相关。

(4) 分模式定制衣柜产品收入及价格变动情况分析

报告期内，公司定制衣柜产品分模式价格变动情况如下：

模式	项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
经销模式	收入（万元）	10,049.65	7,006.58	5,810.48
	销量（套）	25,851	17,910	15,303
	平均售价（元/套）	3,887.53	3,912.10	3,796.96
直营模式	收入（万元）	554.82	570.32	429.14
	销量（套）	1,081	610	430

	平均售价（元/套）	5,132.47	9,349.44	9,979.90
大宗用户模式	收入（万元）	645.21	148.57	1.79
	销量（套）	1,387	274	4
	平均售价（元/套）	4,651.84	5,422.36	4,480.56
合计	收入（万元）	11,249.68	7,725.46	6,241.41
	销量（套）	28,319	18,794	15,737
	平均售价（元/套）	3,972.48	4,110.60	3,966.08

报告期三年内，公司定制衣柜产品的销售收入呈逐年增长趋势，近三年复合增长率为 34.25%，保持了良好的增长趋势。

报告期内，公司定制衣柜产品平均售价总体稳定，小幅波动，这主要与公司定制衣柜业务起步较晚、不断开发并推出新的附加值高的中高端系列产品及逐步提高衣柜配套产品销售相关。

（5）分模式各类定制厨柜产品收入及价格变动具体情况

公司定制厨柜及其配套家居产品按产品档次主要分为三聚氢氨类、平贴板类、UV 烤漆类、吸塑类、单面烤漆类、实木类，最近三年，公司定制厨柜产品按上述类别统计的收入及价格变动情况如下：

单位：套、万元、元/套

	产品类别	2016年			2015年			2014年		
		数量	金额	平均单价	数量	金额	平均单价	数量	金额	平均单价
经销模式	UV 烤漆	344	163.73	4,759.71	144	67.83	4,710.49	181	79.44	4,389.05
	单面烤漆	13,920	8,729.18	6,270.96	14,722	8,960.30	6,086.34	17,263	10,253.53	5,939.60
	平贴板	1,094	584.04	5,338.57	1,107	560.36	5,061.94	1,334	626.88	4,699.27
	三聚氢氨	20,865	7,802.55	3,739.54	16,315	5,697.43	3,492.14	13,648	4,783.61	3,504.99
	实木	1,700	2,492.81	14,663.61	1,393	2,237.46	16,062.19	1,394	2,449.55	17,572.06
	吸塑	12,487	7,438.71	5,957.17	10,823	6,238.75	5,764.34	10,839	5,758.33	5,312.60
	组件	-	13,340.84	-	-	10,211.30	-	-	10,321.29	-
	小计	50,410	40,551.86	8,044.41	44,504	33,973.43	7,633.79	44,659	34,272.63	7,674.29
直营模式	UV 烤漆	22	22.24	10,108.93	9	9.45	10,503.67	22	29.14	13,244.83
	单面烤漆	642	781.08	12,166.36	702	1,365.79	19,455.68	725	1,728.49	23,841.20
	平贴板	205	236.14	11,518.93	235	414.42	17,635.00	244	551.67	22,609.43
	三聚氢氨	777	604.22	7,776.37	1,056	1,093.21	10,352.39	537	750.70	13,979.56
	实木	55	110.59	20,106.97	166	537.62	32,386.94	115	502.81	43,722.50
	吸塑	446	587.40	13,170.43	566	1,109.98	19,610.90	599	1,363.77	22,767.47
	组件	-	279.79	-	-	35.61	-	-	-	-
	小计	2147	2,621.46	12,209.88	2,734	4,566.08	16,701.09	2,242	4,926.58	21,974.03
大宗用户模式	UV 烤漆	-	-	-	-	-	-	2	0.96	4,802.14
	单面烤漆	2,658.00	898.72	3,381.20	874	357.05	4,085.20	1,049	1,099.40	10,480.42
	平贴板	9.00	5.48	6,085.00	1	1.78	17,823.93	1	0.54	5,420.51
	三聚氢氨	3,463.00	853.46	2,464.52	2,490	674.07	2,707.11	1,628	372.18	2,286.15
	实木	148.00	115.64	7,813.54	470	440.60	9,374.51	9	11.58	12,862.29
	吸塑	16,718.00	5,434.47	3,250.67	10,689	2,437.00	2,279.91	13,086	2,740.07	2,093.89
	组件	-	346.51	-	-	160.41	-	-	160.49	-
	小计	22,996.00	7,654.28	3,328.53	14,524	4,070.90	2,802.88	15,775	4,385.22	2,779.85
合计	75,553.00	50,827.60	6,277.41	61,762	42,610.42	6,899.13	62,676	43,584.43	6,953.93	

注：组件包括与订单相对应的配套厨电，经销商采购的批量台面、厨电，与订单相关的各类计价补单等内容。

①分模式各类定制厨柜产品收入变动具体情况分析

公司 2013 年四季度搬迁至阜沙新生产基地，公司产能得以扩大，订单生产周期和产品交付时间缩短，加上市场需求不断增长、公司整体品牌提升及服务优化、公司订单承接能力的加强，报告期内，公司定制厨柜产品销售收入总体保持上升态势，2016 年较 2014 年增长 7,243.17 万元，增幅 16.62%。

A、收入变动分模式具体分析

受整体经济形势影响，公司 2015 年度定制厨柜产品销售增速放缓，销售收入较 2014 年度下降 974.01 万元，降幅 2.23%，公司适时调整了销售策略，加大经济适用性厨柜产品的销售力度，最大程度的弥补了整体经济形势下调对公司定制厨柜业务的影响，具体分析如下：

经销模式下，2015 年度各类定制厨柜产品合计收入较 2014 年度下降 299.20 万元，降幅 0.87%，主要系 2015 年度经销模式下，单面烤漆类、实木类定制厨柜产品销售较 2014 年度下降 1,505.32 万元，三聚氰胺类、吸塑类定制厨柜产品销售较 2014 年度增长 1,394.24 万元综合影响所致；直营模式下，2015 年度各类定制厨柜产品合计收入较 2014 年度下降 360.50 万元，降幅 7.32%，主要系 2015 年度直营模式下，单面烤漆类定制厨柜产品销售较 2014 年度下降 362.70 万元所致；大宗用户模式下，2015 年度各类定制厨柜产品合计收入较 2014 年度下降 314.32 万元，降幅 7.17%，主要系 2015 年度大宗用户模式下，单面烤漆类、吸塑类定制厨柜产品销售较 2014 年度下降 1,045.42 万元，三聚氰胺类、实木类定制厨柜产品销售较 2014 年度增长 730.91 万元所致。

经销模式下，2016 年度各类定制厨柜产品合计收入较 2015 年度增长 6,578.43 万元，增幅 19.36%，主要系 2016 年度经销模式下，除单面烤漆外其他各类定制厨柜产品收入均较 2015 年度有不同程度的上涨所致；直营模式下，2016 年度各类定制厨柜产品合计收入较 2015 年度下降 1,944.62 万元，降幅 42.59%，主要系 2016 年公司主动调整直营战略，先后关闭、转让上海地区直营专卖店所致；大宗用户模式下，2016 年度各类定制厨柜产品合计收入较 2015 年度增长 3,583.38 万元，增幅 88.02%，主要系 2016 年度大宗用户模式下，单面烤漆类、吸塑类定制厨柜产品销售较 2015

年度增长 3,539.14 万元所致。

B、收入变动结构分析

2014-2016 年度，公司橱柜产品中单面烤漆、三聚氰胺和吸塑类产品占橱柜产品营业收入总额的比例分别为 66.19%、65.56%和 65.18%，总体保持稳定。

公司 2015-2016 年度单面烤漆类产品营业收入占橱柜营业收入总额的比例下降，同时三聚氰胺类产品营业收入占橱柜营业收入总额的比例上升，主要因为公司适时调整市场策略，加大了对单价较低的三聚氰胺类中低端产品的推广力度，以适应市场需求的结构性变化。

2016 年公司橱柜产品组件的营业收入占橱柜产品营业收入总额的比例呈上升，主要是公司加大了厨电产品的促销和优惠力度。

②分模式各类定制橱柜产品单价变动具体情况分析

公司属定制家居领域，定制橱柜的单价受销售模式、产品规格型号、用料质地、尺寸大小、加工工艺要求、市场竞争等诸多因素影响，从而使得报告期内公司分模式各类定制橱柜产品的单价存在一定范围的波动，具体分析如下：

经销模式下，2015 年度各类定制橱柜产品平均单价较 2014 年度下降 40.50 元，降幅不大；直营模式下，2015 年度各类定制橱柜产品平均单价较 2014 年度下降 5,272.94 元，降幅 24%，主要系 2015 年度直营模式下，吸塑类、单面烤漆类、三聚氰胺类定制橱柜产品单价分别较 2014 年度下降 3,156.57 元、4,385.52 元和 3,627.17 元所致；大宗用户模式下，2015 年度各类定制橱柜产品平均单价较 2014 年度提升 23.03 元，增幅不大。

经销模式下，2016 年各类定制橱柜产品平均单价较 2015 年度上升 410.62 元，增幅 5.38%，主要系 315 消费者权益日和 51 假期的促销活动中 7400 套烤箱赠送（公司以成本价向经销商供货），使得 2016 年经销模式下除实木外各类定制橱柜产品单价较 2015 年度均有不同程度提升所致；直营模式下，2016 年各类定制橱柜产品平均单价较 2015 年度下降 4,491.21 元，降幅 26.89%，主要系上海直营店陆续关闭，仅保留重庆和中山两地平均单套售价不高的直营店，低价格的三聚氢氨类产品销售占比提高，从而使得 2016 年直营模式下各类定制橱柜产品单价较 2015 年度均有不同程度下降所致；大宗用户模式下，2016 年各类定制橱柜产品平均单价较 2015 年度提

升 525.65 元，增幅 18.75%，主要系 2016 年大宗用户模式下，吸塑类定制厨柜产品单价较 2015 年度提升 42.58%所致。

(6) 分模式各类定制衣柜产品收入及价格变动具体情况

公司定制衣柜及其配套家居产品按类别主要分为饰面板衣柜、包覆门衣柜、实木衣柜、装饰柜-书柜酒柜、装饰柜-榻榻米、装饰柜-其它。最近三年，公司定制衣柜产品按上述类别统计的收入及价格变动情况如下：

单位：套、万元、元/套

模式	产品类别	2016年			2015年			2014年		
		数量	金额	平均单价	数量	金额	平均单价	数量	金额	平均单价
经销模式	包覆门衣柜	1,545	787.14	5,094.75	1,312	694.54	5,293.74	1,104	610.94	5,533.88
	实木衣柜	10	22.49	22,487.15	28	50.18	17,921.61	43	84.41	19,631.35
	饰面板衣柜	17,880	4,946.13	2,766.29	13,163	3,692.77	2,805.42	11,644	3,223.66	2,768.52
	装饰柜-书柜酒柜	4,541	1,234.99	2,719.64	2,053	587.46	2,861.49	1,459	402.82	2,760.90
	装饰柜-榻榻米	1,059	255.04	2,408.31	542	129.79	2,394.74	107	21.96	2,052.10
	装饰柜-其它	809	252.77	3,124.47	812	216.53	2,666.62	946	226.16	2,390.68
	组件		2,543.79		-	1,635.30	-	-	1,240.54	-
	小计	25,841	10,049.65	3,889.03	17,910	7,006.58	3,912.10	15,303	5,810.48	3,796.96
直营模式	包覆门衣柜	50	35.54	7,108.00	84	89.86	10,698.15	63	97.32	15,448.21
	实木衣柜				1	2.20	21,961.03	-	-	-
	饰面板衣柜	786	314.95	4,007.00	399	320.24	8,025.98	297	249.41	8,397.79
	装饰柜-书柜酒柜	154	63.85	4,146.10	67	28.55	4,261.24	44	22.28	5,063.49
	装饰柜-榻榻米	47	16.30	3,468.09	16	6.48	4,050.38	2	0.57	2,834.57
	装饰柜-其它	44	84.94	19,304.55	43	16.38	3,808.24	24	6.40	2,668.20
	组件		39.24		-	106.61	-	-	53.16	-
	小计	1,081	554.82	5,132.44	610	570.32	9,349.44	430	429.14	9,979.90
大宗用户模式	包覆门衣柜	3	1.72	5,733.33	17	8.10	4,763.45	1	0.53	5,285.47
	实木衣柜				-	-	-	-	-	-
	饰面板衣柜	1,236	582.19	4,710.28	118	78.95	6,690.29	3	1.26	4,212.25
	装饰柜-书柜酒柜	4	1.09	2,725.10	31	18.47	5,958.42	-	-	-
	装饰柜-榻榻米				-	-	-	-	-	-
	装饰柜-其它	144	42.29	2,936.81	108	39.68	3,674.47	-	-	-
	组件		17.92		-	3.37	-	-	-	-
	小计	1,387	645.21	4,651.84	274	148.57	5,422.36	4	1.79	4,480.56
合计	28,319	11,249.68	3,972.48	18,794	7,725.46	4,110.60	15,737	6,241.41	3,966.08	

注：组件包括单价低于 1500 元/套的鞋柜、电视柜等其他柜体，与订单相关的各类计价补单等内容。

①分模式各类定制衣柜产品收入变动具体情况分析

自 2012 年始，公司开始进入定制衣柜领域，并着力打造全屋定制的发展战略，提升定制衣柜及其配套家居产品的设计、生产和销售能力。2013 年四季度搬迁至阜沙新生产基地，公司增设了衣柜生产线，随着衣柜经销商数量的不断增加，公司定制衣柜产品的销售收入逐年增长，近三年分别为 6,241.41 万元、7,725.46 万元、11,249.68 万元，近三年复合增长率为 34.25%，增长趋势良好，具体分析如下：

2015 年度各类定制衣柜产品合计收入较上年度增长 1,484.05 万元，增幅 23.78%，主要系经销模式下定制衣柜产品销售增长所致。2015 年经销模式下，除实木衣柜外其他各类定制衣柜产品收入均较 2014 年有不同程度上涨，从而使得 2015 年度经销模式下各类定制衣柜产品合计收入较 2014 年度增长 1,196.10 万元，增幅 20.59%。

2016 年度各类定制衣柜产品合计收入较上年度增长 3,524.22 万元，增幅 45.62%，主要系经销模式下定制衣柜产品销售增长所致。2016 年经销模式下，除实木衣柜外其他各类定制衣柜产品收入均较 2015 年有不同程度上涨，从而使得 2016 年度经销模式下各类定制衣柜产品合计收入较 2015 年度增长 3,043.07 万元，增幅 43.43%。

②分产品各类定制衣柜产品收入变动结构分析

报告期内公司饰面板、包覆门衣柜产品营业收入占衣柜营业收入总额的比例不断下降，由 2014 年度的 67.02%下降至 2016 年的 59.27%，同时公司各类装饰柜、组件产品的营业收入占衣柜营业收入总额的比例稳步上升，由 2014 年度的 31.63%上升至 2016 年度的 40.47%。变动原因主要为公司实施全屋定制策略，加强衣柜配套产品的研发和推广所致。

③分模式各类定制衣柜产品单价变动具体情况分析

公司定制衣柜业务从 2012 年开始，整体规模较小，随着高附加值定制衣柜产品的推出，公司各类衣柜产品单价总体稳定，为了配合公司全屋定制战略的实施，最近几年公司加大了定制衣柜业务相关的配套产品销售，这在一定程度上造成了定制衣柜产品平均单价的波动，具体分析如下：

经销模式下，2015 年度各类定制衣柜产品平均单价较 2014 年度提升 115.14 元，

增幅 3.03%，主要系 2015 年度经销模式下，各类装饰柜单价较 2014 年度有所上升及组件收入较 2014 年度增长 394.76 万元所致；经销模式下，2016 年度各类定制衣柜产品平均单价较 2015 年度下降 3.36%，降幅不大。

报告期内，由于公司直营模式和大宗用户模式下定制衣柜销售规模较小，各期产品类型、结构对年度的平均单价影响较明显，从而使得公司报告期内直营模式和大宗用户模式下各类定制衣柜产品平均单价存在一定波动。

(7) 收入构成按产品销售区域分析

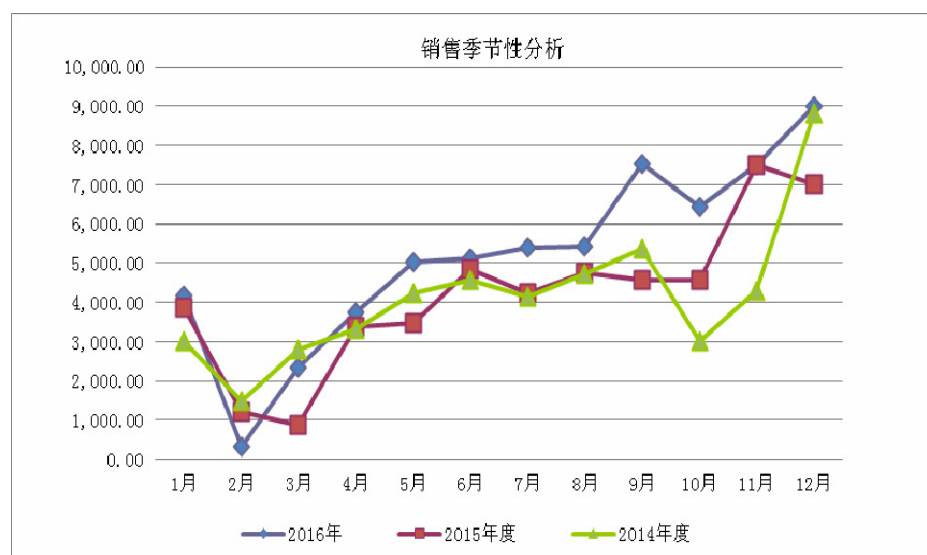
报告期内，主营业务收入分销售区域明细情况如下：

单位：万元

地区名称	2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
华东地区	15,719.06	25.32	13,063.57	25.95	14,638.61	29.38
华中地区	10,836.62	17.46	9,533.06	18.94	9,963.51	20.00
华南地区	11,631.76	18.74	6,465.52	12.84	7,377.73	14.81
华北地区	6,792.38	10.94	5,848.04	11.62	5,502.63	11.04
西南地区	9,441.85	15.21	8,221.77	16.33	6,922.91	13.89
东北地区	2,473.11	3.98	2,299.07	4.57	2,605.99	5.23
西北地区	5,182.50	8.35	4,904.84	9.74	2,814.47	5.65
合计	62,077.29	100.00	50,335.88	100.00	49,825.84	100.00

由上表可见，公司主要销售区域包括华东、华中、华南、华北、西南五大区域，报告期内五大区域销售收入合计占主营业务收入的比重分别达到 89.12%、85.69%、87.67%。随着公司市场拓展力度的加大，经销商销售网络的全国性布局，目前公司定制厨柜、衣柜及其配套家居产品已完成了全国性布局，未来几年公司将进一步拓展营销网络的广度和深度。

(8) 主营业务销售季节性分析



公司主营业务收入存在明显的季节性特征。通常在每年的一季度销售收入相对较低，二季度开始销售收入逐步增长，三、四季度进入销售旺季，销售收入相对较高，且四季度收入通常是全年的最高点，并持续至第二年春节前。

公司主营业务收入的季节性波动与公司产品特性及消费者的消费习惯密切相关，公司产品为木质家具，喜干怕湿，作为大件耐用消费品，消费者常将厨柜等家具的购置计划与家居装修计划一并考虑，因而销售淡旺季常与家居装修的淡旺季相契合。一、二季度天气渐潮、雨水较多，且春节在一季度，因此这两个季节添购家具相对较少；而三、四季度天气渐干，为家居装修的最佳季节，也是房地产行业交付新房的高峰期，家居产品进入消费旺季。最近三年，公司下半年主营业务收入较高，占全年主营业务收入的比例分别为 60.97%、64.87%、66.53%。

公司主营业务收入的季节性波动对公司整体的业务及持续盈利能力不构成重大不利影响。

(9) 报告期内个人客户销售收入占全部销售收入的比例

单位：万元

项目	2016年	2015年度	2014年度
个人客户销售收入	49,303.58	43,543.70	42,993.90
主营业务收入总额	62,077.29	50,335.88	49,825.84
比例	79.42%	86.51%	86.29%

注：个人客户包括非法人经销客户、直营店的个人客户。

2016年度，个人客户销售收入占全年销售收入的比例较2014、2015年度有所下

降，主要原因为：2016 年公司调整了直营战略，关闭了上海地区直营业务，使得 2016 年公司直营收入下降，同时 2016 年公司大宗用户（全部为法人客户）收入较 2015 年有较大幅度上升。

(10) 报告期内主营业务现金交易占营业收入的比例

最近三年，公司的销售货款绝大部分以银行转账方式进行收款，仅在直营店面收取消费者部分购买诚意金、收取经销商现场培训费等特殊情况下存在现金交易，报告期各期现金交易的金额及所占比例较低，具体如下：

单位：万元

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
消费者购买诚意金	1.29	35.14	13.55
经销商现场培训费	70.15	39.64	46.31
现金交易金额小计	71.44	74.78	59.86
营业收入	63,038.28	51,201.03	50,293.25
现金交易占比	0.11%	0.15%	0.12%

如上表，报告期各期公司现金交易金额占营业收入比例分别为 0.12%、0.15%、0.11%，占比较低。

4、报告期各期收入增长与同行业上市公司营业收入对比情况

(1) 主营业务收入与同行业上市公司对比情况

单位：万元

公司名称	2016年度		2015年度		2014年度
	收入	增长率	收入	增长率	收入
欧派	-	-	554,473.79	17.20%	473,105.08
金牌	39,840.68	-	76,562.12	4.39%	73,343.35
索菲亚	166,048.02	44.23%	317,623.44	35.37%	234,627.63
好莱客	52,476.61	27.15%	108,198.21	20.08%	90,102.79
我乐			-	-	52,038.53
志邦			114,247.87	12.14%	101,877.93
平均	-	39.72%	-	17.84%	-
公司	62,077.29	23.33%	50,335.88	1.02%	49,825.84

注：同行业公司数据来源于其公开披露信息，其中，金牌、索菲亚、好莱客指标为 2016 年 1-6 月数据，其增长率系与上年同期相比数，同行业公司平均值系同行业公司收入汇总数计算，下同。

报告期三年内公司主营业务收入呈逐年上升趋势，2015 年、2016 年同比分别增长 1.02%、23.33%，同行业平均增长率分别为 17.84%、39.72%。公司主营业务收入变动趋势与同行业一致，均保持增长，2015 年增长率较低，2016 年同比增速提

升；与同行业相比，公司增速低于同行业公司，主要系公司天津生产基地尚在建设过程中，目前产能已充分利用，同时与欧派、索菲亚、好莱客、志邦等同行业公司相比，公司资金实力、经营规模相对较小，品牌推广相对不足也影响了公司的增长速度。

(2) 按产品类别与同行业上市公司对比情况

单位：万元

产品类别	公司名称	2016年度		2015年度		2014年度
		收入	增长率	收入	增长率	收入
定制厨柜及其配套家居产品	欧派	-	-	384,500.66	12.13%	342,920.53
	金牌	-	-	-	-	67,229.83
	索菲亚	11,022.85	392.28%	8,666.07	604.17%	1,230.69
	好莱客	-	-	-	-	-
	我乐	-	-	-	-	52,038.53
	志邦	-	-	111,857.59	10.03%	101,664.34
	平均	-	392.28%	-	13.28%	-
	公司	50,827.60	19.28%	42,610.42	-2.23%	43,584.43
定制衣柜及其配套家居产品	欧派	-	-	133,704.15	34.72%	99,248.52
	金牌	-	-	-	-	-
	索菲亚	149,453.63	33.47%	307,380.16	33.28%	230,624.11
	好莱客	52,476.61	27.15%	106,421.55	19.70%	88,909.91
	我乐	-	-	-	-	-
	志邦	-	-	2,244.44	-	-
	平均	-	31.77%	-	30.74%	-
	公司	11,249.68	45.62%	7,725.46	23.78%	6,241.41

报告期三年内公司定制厨柜产品收入总体呈增长趋势，公司定制厨柜产品收入同比分别增长-2.23%、19.28%，同行业平均增长率分别 13.28%、392.28%，公司定制厨柜产品收入变动趋势与同行业一致，总体保持增长，2015年略有回调，2016年同比增速提升；与同行业相比，公司增速低于同行业公司，主要系公司天津生产基地尚在建设过程中，目前产能已充分利用，衣柜的增长限制了厨柜的产能，同时与欧派、索菲亚等同行业公司相比，公司资金实力、经营规模相对较小，品牌推广相对不足也影响了公司的增长速度。

报告期三年内公司定制衣柜产品收入呈逐年上升趋势，2015年、2016年同比

分别增长 23.78%、45.62%，同行业平均增长率分别为 30.74%、31.77%。与同行业平均增长率相比，公司定制衣柜产品收入均保持增长，且增长率提速，这与公司定制衣柜业务整体规模较小相关，与欧派、索菲亚、好莱客等同行业公司相比，由于公司资金实力、经营规模相对较小，品牌推广相对不足，也使得公司定制衣柜产品的整体增速低于行业平均增长率。

（二）营业成本的构成及变化分析

报告期内，公司营业成本的构成情况如下：

单位：万元

项目	2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)
主营业务成本	38,667.32	98.70	29,687.22	98.96	29,784.84	99.03
其他业务成本	507.87	1.30	311.97	1.04	291.78	0.97
合计	39,175.19	100.00	29,999.19	100.00	30,076.61	100.00

与营业收入的结构相对应，报告期公司主营业务成本占营业成本的比重平均为 98.90%。

1、主营业务成本构成及变动原因分析

（1）按成本性质分析

报告期，公司主营业务成本按性质明细如下：

单位：万元

项目	2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)
直接材料	28,636.12	74.06	21,087.12	71.03	21,180.03	71.11
直接人工	2,642.47	6.83	2,173.70	7.32	2,212.08	7.43
制造费用	7,388.72	19.11	6,426.39	21.65	6,392.73	21.46
合计	38,667.32	100.00	29,687.22	100.00	29,784.84	100.00

由上表可见：

①公司主营业务成本结构较稳定，原材料等直接材料成本是主营业务成本的最主要组成部分，最近三年，直接材料成本占总成本的比例分别为 71.11%、71.03%、74.06%，2014-2015 年占比较稳定，2016 年占比较 2015 年有所提高，主要原因是

公司 2016 年厨电等配套产品销售增加及 2016 年板材市场价格有所上涨所致。

报告期内，公司主要原材料采购单价变动情况详见本招股说明书之“第六节 业务与技术”之“四、发行人主营业务情况”之“（五）主要原材料和能源供应情况”相关内容。

②报告期内，直接人工成本占总成本的比例分别为 7.43%、7.32%、6.83%，2014-2015 年占比较稳定，2016 年占比较 2015 年有所下降，主要是公司直接材料成本增长速度大于人工成本的增长，导致直接人工占比降低。

③报告期内，制造费用占总成本的比例分别为 21.46%、21.65%、19.11%，2014-2015 年占比较稳定，2016 年占比较 2015 年有所下降，主要是公司直接材料成本增长速度大于制造费用的增长，导致制造费用占比降低。

（2）按产品类别分析

报告期内，主营业务成本分产品明细情况如下：

单位：万元

产品名称	2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
定制厨柜及其配套家居产品	31,041.38	80.28	24,371.74	82.10	25,222.05	84.68
定制衣柜及其配套家居产品	7,625.94	19.72	5,315.48	17.90	4,562.78	15.32
合计	38,667.32	100.00	29,687.22	100.00	29,784.84	100.00

公司分产品主营业务成本的构成及变动与主营业务收入总体匹配，具体分析请参见本节之“（三）毛利及毛利率变动分析”。

2、主营业务成本敏感性分析

（1）主营业务成本对原材料价格的敏感性分析

报告期内，原材料价格变动对主营业务成本的影响如下：

单位：万元

分析项目		2016 年度	2015 年度	2014 年度
原材料价格上升 1%	主营业务成本影响额	286.36	210.87	211.80
	主营业务成本的变动率 (%)	0.74	0.71	0.71
原材料价格下降 1%	主营业务成本影响额	-286.36	-210.87	-211.80

	主营业务成本的变动率 (%)	-0.74	-0.71	-0.71
--	----------------	-------	-------	-------

从上表可见，原材料价格每变动 1%，对公司 2016 年度、2015 年度、2014 年度、2013 年度主营业务成本的影响金额分别为 286.36 万元、210.87 万元、211.80 万元。

(2) 主营业务成本对直接人工成本的敏感性分析

报告期内，直接人工成本占主营业务成本的比例总体呈稳定趋势，分别为 7.43%、7.32%、6.83%。直接人工成本上升 1%，对主营业务成本的影响如下：

直接人工成本上升	对主营业务成本的影响		
	2016 年度	2015 年度	2014 年度
1%	0.07%	0.07%	0.07%

(三) 毛利及毛利率变动分析

1、毛利构成情况分析

报告期内，公司毛利构成情况如下：

单位：万元

项目	2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
主营业务毛利	23,409.97	98.10	20,648.67	97.39	20,041.01	99.13
其他业务毛利	453.13	1.90	553.17	2.61	175.63	0.87
合计	23,863.09	100.00	21,201.84	100.00	20,216.64	100.00

从上表可见，报告期内，公司主营业务毛利占毛利总额的比例分别为 99.13%、97.39%、98.10%，因此，公司毛利主要来源于主营业务，其他业务毛利贡献率较小。

报告期内，公司主营业务毛利按产品分类构成情况如下：

单位：万元

产品名称	2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
定制橱柜及其配套家居产品	19,786.22	84.92	18,238.68	88.33	18,362.38	91.62
定制衣柜及其配套家居产品	3,623.74	15.48	2,409.99	11.67	1,678.63	8.38
合计	23,409.97	100.00	20,648.67	100.00	20,041.01	100.00

从上表可见：报告期内，公司主营业务毛利呈持续增长趋势，主要系公司专注于主业，经营规模扩大，销售收入不断增长，公司主营业务毛利全部来自公司定制厨柜、衣柜及其配套家居产品。

2、综合毛利率情况分析

项目	2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	毛利率 (%)	毛利占比 (%)	毛利率 (%)	毛利占比 (%)	毛利率 (%)	毛利占比 (%)
主营业务毛利率	37.71	98.10	41.02	97.39	40.22	99.13
其他业务毛利率	47.15	1.90	63.94	2.61	37.57	0.87
综合毛利率	37.85		41.41		40.20	

从上表可见，报告期内，公司其他业务毛利由于占比极低，因此对公司综合毛利率的影响较小，公司综合毛利率变动趋势、变动原因与主营业务毛利率保持一致。公司综合毛利率 2015 年较 2014 年提高主要原因如下：

(1) 公司重视原创设计能力的提高，近年来，公司瞄准中高端的市场定位，通过原创设计，不断开发并推出高附加值的系列产品，如“凡尔赛之星”、“特拉斯堡”、“金御王朝”、“枫丹白露”、“阿尔卑斯”、“香雪”、“金色港湾”等为代表的各系列产品，并致力于毛利率较高的产品销售比重的提升，高附加值产品的推出提升了综合毛利率水平。此外，公司能够根据原材料价格的波动、市场销售行情、市场竞争状况等因素及时调整产品价格，保证公司合理的毛利率水平。

(2) 近年来，国际大宗商品价格总体呈下降趋势，公司部分原材料价格小幅下降。此外，公司采取多种措施进行成本控制，主要包括：优化各类生产管理流程，提高生产效率和材料利用率；通过招标采购、集中批量采购、合理安排采购周期等方式控制原材料采购成本等。

公司 2016 年综合毛利率较 2015 年有所下降，主要原因如下：

(1) 2016 年公司对直营模式进行调整，上海直营店陆续关闭，导致公司直营业务收入占主营业务收入比重由 2015 年的 10.20% 下降为 2016 年的 5.12%。由于直营模式针对终端客户，销售毛利率较高，其销售占比的下降拉低了公司主营业务毛利率。报告期内，公司直营模式销售毛利率对主营业务毛利率的贡献分别为 7.19%、6.63%、1.96%。

(2) 2016 年公司加大了厨电等配套产品的促销和优惠力度，厨电配套率的提升在一定程度上拉低了公司 2015 年综合毛利率。

(3) 2016 年公司定制衣柜产品销售占比上升，2015、2016 年主营业务收入中定制衣柜产品的销售占比分别为 15.35%、18.12%，由于公司衣柜业务起步较晚，整体毛利率水平低于厨柜产品，2016 年衣柜产品销售占比的提升，进一步拉低了公司 2016 年综合毛利率。

3、分产品毛利率情况及变动原因总体分析

报告期内，公司不同产品的毛利率及销售占比情况如下：

项目	2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	毛利率	销售比重	毛利率	销售比重	毛利率	销售比重
定制厨柜及其配套家居产品	38.93%	81.88%	42.80%	84.65%	42.13%	87.47%
定制衣柜及其配套家居产品	32.21%	18.12%	31.20%	15.35%	26.90%	12.53%
主营业务毛利率	37.71%		41.02%		40.22%	

从上表可见，定制厨柜在报告期内的销售比重较高，且毛利率良好，对主营业务毛利率的贡献率最大。

主营业务毛利率的水平由公司产品收入结构和各产品毛利率水平所决定，具体情况如下：

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
主营业务毛利率 (%)	37.71	41.02	40.22
主营业务毛利率较上年变化 (百分点)	-3.31	0.80	
其中：各产品收入结构变动的影响 (百分点)	-0.32	-0.43	
各产品毛利率变动的影响 (百分点)	-2.99	1.23	

其中，各产品毛利率变动对主营业务毛利率变动的影响情况如下：

产品类型	2016 年度		2015 年度		2014 年度
	毛利率 (%)	影响毛利率百分点	毛利率 (%)	影响毛利率百分点	毛利率 (%)
定制厨柜及其配套家居产品	38.93	-3.17	42.80	0.57	42.13
定制衣柜及其配套家居产品	32.21	0.18	31.20	0.66	26.90

合计	37.71	-2.99	-	1.23	40.22
----	-------	-------	---	------	-------

从上表可见，2016 年公司主营业务毛利率较上年下降 3.31 个百分点，主要原因为 2016 年定制厨柜产品毛利率较上年下降使得 2016 年主营业务毛利率下降了 3.17 个百分点；2015 年公司主营业务毛利率较上年上升 0.80 个百分点，主要原因为 2015 年定制厨柜、衣柜产品毛利率较上年上升使得本年度主营业务毛利率上升 1.23 个百分点。

4、分销售模式毛利率情况及变动原因总体分析

报告期内，公司不同模式的毛利率及销售占比情况如下：

项目	2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	毛利率	销售比重	毛利率	销售比重	毛利率	销售比重
经销模式	37.65%	81.51%	38.06%	81.41%	37.59%	80.45%
直营模式	53.92%	5.12%	64.93%	10.20%	66.89%	10.75%
大宗用户模式	37.88%	13.37%	40.66%	8.38%	31.71%	8.80%
主营业务毛利率	37.71%		41.02%		40.22%	

注：上表中直营模式毛利率已扣除 2016 年公司处置上海直营资产中样品的收入与成本后计算，下同。

从上表可见：（1）经销模式在报告期内的销售比重较高，且毛利率良好，总体呈稳步提升趋势，对主营业务毛利率的贡献率最大；（2）直营模式由于针对终端客户销售，近三年及一期平均毛利率为 61.91%，大幅高于其他模式毛利率；（3）随着公司产品逐渐被房屋精装修领域的大宗客户认可，以及公司逐步主动放弃低利润率项目的竞标，报告期内公司大宗用户模式毛利率总体呈上升趋势。

各模式收入结构及各模式毛利率变动对主营业务毛利率的影响情况如下：

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
主营业务毛利率（%）	37.71	41.02	40.22
主营业务毛利率较上年变化（百分点）	-3.31	0.80	
其中：各模式收入结构变动的的影响（百分点）	-1.23	-0.13	
各模式毛利率变动的的影响（百分点）	-2.08	0.93	

其中，各模式收入结构变动对主营业务毛利率变动的的影响情况如下：

产品类型	2016 年度	2015 年度	2014 年度
------	---------	---------	---------

	收入结构 (%)	影响毛利率百分点	收入结构 (%)	影响毛利率百分点	收入结构 (%)
经销模式	81.51	0.04	81.41	0.37	80.45
直营模式	5.12	-3.30	10.20	-0.37	10.75
大宗用户模式	13.37	2.03	8.38	-0.13	8.80
合计	100.00	-1.23	100.00	-0.13	100.00

其中，各模式毛利率变动对主营业务毛利率变动的影响情况如下：

产品类型	2016 年度		2015 年度		2014 年度
	毛利率 (%)	影响毛利率百分点	毛利率 (%)	影响毛利率百分点	毛利率 (%)
经销模式	37.65	-0.33	38.06	0.38	37.59
直营模式	53.92	-1.37	64.93	-0.20	66.89
大宗用户模式	37.88	-0.37	40.66	0.75	31.71
合计	-	-2.08	-	0.93	-

从上表可见，2016 年公司主营业务毛利率较上年下降 3.31 个百分点，主要原因为：（1）2016 年经销模式、大宗模式销售占比上升，直营模式销售占比下降，各模式收入结构的变动导致主营业务毛利率下降 1.23 个百分点；（2）2016 年经销、直营、大宗模式毛利率较上年均有所下降，使得 2016 年主营业务毛利率下降 2.08 个百分点。

从上表可见，2015 年公司主营业务毛利率较上年上升 0.80 个百分点，主要原因为：（1）2015 年经销模式销售占比上升，直营模式、大宗用户模式销售占比下降，各模式收入结构的变动导致主营业务毛利率下降 0.13 个百分点；（2）2015 年经销模式、大宗用户模式毛利率较上年有所上升，直营模式毛利率较上年有所下降，使得 2015 年主营业务毛利率上升 0.93 个百分点。

5、分产品毛利率变动具体分析

（1）定制厨柜毛利率变动具体分析

①经销模式下定制厨柜毛利率变动具体分析

报告期内，公司经销模式下定制厨柜产品毛利率分别为 39.83%、39.67%、39.41%。报告期内，公司经销模式下定制厨柜产品的单位售价与成本情况如下：

单位：元/套

影响因素	2016 年度	2015 年度	2014 年度

	金额	变动幅度	对毛利率变动百分点的影响	金额	变动幅度	对毛利率变动百分点的影响	金额
单位售价	8,044.41	5.38%	3.08	7,633.79	-0.53%	-0.32	7,674.29
单位成本	4,873.79	5.82%	-3.33	4,605.71	-0.26%	0.16	4,617.62
其中：直接材料	3,578.51	7.83%	-3.23	3,318.70	-0.96%	0.42	3,350.88
直接人工	316.28	8.52%	-0.31	291.46	-6.89%	0.28	313.04
制造费用	979.00	-1.66%	0.21	995.55	4.39%	-0.54	953.69

由上表可见，报告期内经销模式下定制厨柜毛利率变动的具体原因如下：

A、单位售价的变动

最近三年，公司经销模式下定制厨柜产品的单位售价分别为 7,674.29 元/套、7,633.79 元/套、8,044.41 元/套。

受整体经济形势影响，2015 年度经济适用型产品销售占比上升，公司 2015 年度经销模式下定制厨柜单套产品售价较上年下降 0.53%，从而使得公司 2015 年度经销模式下定制厨柜产品的销售毛利率较上年下降 0.32 个百分点。

2016 年，公司以单套含税价 999 元的价格采购了 7400 套烤箱，并以平价方式销售给经销商，用于经销渠道厨柜产品的 315 消费者权益日和 51 假期的促销活动（终端客户购买厨柜免费赠送烤箱），公司 2016 年经销模式下定制厨柜产品的单套产品售价较上年提高 5.38%，从而使得公司 2016 年经销模式下定制厨柜产品的销售毛利率较上年上升 3.08 个百分点。

B、单位成本的变动

单套直接材料耗用成本的变动：受经济适用型产品销售占比上升及原材料采购成本控制等因素影响，公司 2015 年度单套直接材料耗用成本较 2014 年度下降了 0.96%，从而使得 2015 年度公司经销模式下定制厨柜产品的销售毛利率上升了 0.42 个百分点。受 2016 年经销渠道厨柜产品的 315 消费者权益日和 51 假期促销活动及 2016 年板材价格有所上涨等因素影响，公司 2016 年单套直接材料耗用成本较 2015 年度上升了 7.83%，从而使得 2016 年公司经销模式下定制厨柜产品的销售毛利率下降了 3.23 个百分点。

单套直接人工耗用成本的变动：报告期内，随着用工成本的提高，公司单套定

制厨柜产品所耗用的直接人工成本总体呈上升趋势，从而使得 2016 年经销模式下定制厨柜产品的销售毛利率较上年下降了 0.31 个百分点。2015 年度，公司通过岗位合并、学徒工保底工资期限缩短、生产流程精细化管理等措施，有效的控制了生产人员数量和生产人员人工成本，单套定制厨柜产品所耗用的直接人工成本较上年有所下降，从而使得公司 2015 年度经销模式下定制厨柜产品的销售毛利率较上年上升了 0.28 个百分点。

单套制造费用耗用成本的变动：2013 年 4 季度公司阜沙生产基地建成，公司搬迁进入新生产基地，2015 年随着阜沙房产和新增生产设备全年折旧费用的计提，公司生产单套定制厨柜产品所耗用的制造费用同比上升 4.39%，从而使得公司 2015 年经销模式下定制厨柜产品的销售毛利率同比降低 0.54 个百分点。2016 年单套定制厨柜产品所耗用的制造费用比上年下降 1.66%，从而使得公司 2016 年经销模式下定制厨柜产品的销售毛利率比上年上升 0.21 个百分点。

C、按产品档次分经销模式下定制厨柜产品毛利率变动具体分析

按产品档次区分，公司定制厨柜产品包括三聚氢氨类、平贴板类、UV 烤漆类、吸塑类、单面烤漆类、实木类。报告期内，经销模式下上述各类定制厨柜产品毛利率（各类定制厨柜产品已扣除厨电等组件）结合单位售价、单位成本变化情况（料、工、费的变化）具体如下：

单位：元/套

类别	影响因素	2016 年度			2015 年度			2014 年度
		金额	变动幅度	对毛利率变动百分点的影响	金额	变动幅度	对毛利率变动百分点的影响	金额
实木	单位售价	14,663.61	-8.71%	-6.57%	16,062.19	-8.59%	-5.38	17,572.06
	单位成本	9,314.43	-15.80%	11.92%	11,062.01	9.94%	-6.23	10,061.52
	其中：直接材料	7,243.98	-18.01%	10.85%	8,834.73	7.83%	-3.99	8,193.10
	直接人工	375.24	3.37%	-0.08%	363.00	0.22%	-0.00	362.22
	制造费用	1,695.21	-9.07%	1.15%	1,864.28	23.77%	-2.23	1,506.20
	毛利率	36.48%			31.13%			42.74%
单面烤漆	单位售价	6,270.96	3.03%	1.60%	6,086.34	2.47%	1.41	5,939.60
	单位成本	3,355.06	1.30%	-0.68%	3,312.12	-4.41%	2.51	3,465.02
	其中：直接材料	1,823.63	-0.12%	0.04%	1,825.85	-5.68%	1.81	1,935.76
	直接人工	467.96	11.59%	-0.78%	419.35	-7.10%	0.53	451.38
	制造费用	1,063.87	-0.29%	0.06%	1,066.92	-1.02%	0.18	1,077.88
	毛利率	46.50%			45.58%			41.66%
吸塑	单位售价	5,957.17	3.35%	1.93%	5,764.34	8.50%	4.53	5,312.60
	单位成本	3,485.77	1.58%	-0.91%	3,431.43	11.78%	-6.27	3,069.74
	其中：直接材料	2,226.08	2.26%	-0.83%	2,176.89	6.62%	-2.35	2,041.65
	直接人工	313.72	12.05%	-0.57%	279.97	7.57%	-0.34	260.26
	制造费用	945.96	-2.94%	0.48%	974.57	26.93%	-3.59	767.83

类别	影响因素	2016 年度			2015 年度			2014 年度
		金额	变动幅度	对毛利率变动百分点的影响	金额	变动幅度	对毛利率变动百分点的影响	金额
	毛利率	41.49%			40.47%			42.22%
UV 烤漆	单位售价	4,759.71	1.04%	0.69%	4,710.49	7.32%	4.59	4,389.05
	单位成本	2,862.97	-8.30%	5.44%	3,122.00	5.72%	-3.59	2,953.09
	其中：直接材料	1,820.57	-4.84%	1.95%	1,913.20	-0.66%	0.27	1,925.87
	直接人工	260.70	-0.56%	0.03%	262.16	-0.19%	0.01	262.65
	制造费用	781.70	-17.42%	3.47%	946.64	23.81%	-3.87	764.57
	毛利率	39.85%			33.72%			32.72%
平贴板	单位售价	5,338.57	5.46%	3.45%	5,061.94	7.72%	4.74	4,699.27
	单位成本	3,518.70	4.50%	-2.84%	3,367.11	8.21%	-5.05	3,111.63
	其中：直接材料	2,102.34	1.23%	-0.48%	2,076.77	2.48%	-0.99	2,026.49
	直接人工	339.03	18.13%	-0.97%	286.99	5.09%	-0.27	273.10
	制造费用	1,077.34	7.37%	-1.38%	1,003.36	23.56%	-3.78	812.04
	毛利率	34.09%			33.48%			33.78%
三聚氰胺	单位售价	3,739.54	7.08%	4.05%	3,492.14	-0.37%	-0.22	3,504.99
	单位成本	2,247.58	5.32%	-3.04%	2,133.95	2.07%	-1.24	2,090.59
	其中：直接材料	1,418.63	4.05%	-1.48%	1,363.45	-2.85%	1.15	1,403.47
	直接人工	198.83	17.65%	-0.80%	169.00	-0.07%	0.00	169.12
	制造费用	630.12	4.76%	-0.76%	601.50	16.12%	-2.39	518.00

类别	影响因素	2016 年度			2015 年度			2014 年度
		金额	变动幅度	对毛利率变动百分点的影响	金额	变动幅度	对毛利率变动百分点的影响	金额
	毛利率	39.90%			38.89%			40.35%

根据上表：

a、报告期内，公司经销模式下实木类定制厨柜产品毛利率分别为 42.74%、31.13%及 36.48%，总体呈下降趋势，且波动幅度较大：

2015 年实木产品单套直接材料成本较 2014 年提升，主要原因系实木板材市场价格向上走势及森王家居对包括公司在内的客户于 2014 年 7 月调价影响所致；

受整体经济形势影响，中高端定制厨柜产品销售放缓，公司也适时调整销售策略，通过降低中高端定制厨柜产品的配置和售价，以满足市场需求。报告期内，实木类厨柜产品单套售价呈逐年下降趋势，从而在 2014 基础上进一步拉低了实木类定制厨柜产品的毛利率。

b、报告期内，公司经销模式下单面烤漆类定制厨柜产品毛利率分别为 41.66%、45.58%及 46.50%，逐年稳步提升。其中 2015 较 2014 提高较多，主要系公司 2015 年引进管理顾问公司对烤漆工艺以及油漆材料领用管理进行优化，使公司 2015 年烤漆类产品耗油漆材料费从 2014 年的 87.856 元/平方米下降到 65.74 元/平方米，降幅 25.17%所致。

c、报告期内，公司经销模式下吸塑类定制厨柜产品毛利率分别为 42.22%、40.47% 及 41.49%，平均为 41.39%，各年波动不大。

d、报告期内，公司经销模式下 UV 烤漆类定制厨柜产品毛利率分别为 32.72%、33.72% 及 39.85%，平均为 35.43%，毛利率逐年提升，2016 年较 2015 年提升较多，其中单位直接材料成本下降 4.84%，提升毛利率 1.95%，单位制造费用下降 17.42%，提升毛利率 3.47%。

e、报告期内，公司经销模式下平贴板类定制厨柜产品毛利率分别为 33.78%、33.48% 及 34.09%，平均为 33.78%，各年波动不大。

f、报告期内，公司经销模式下三聚氰胺类定制厨柜产品毛利率分别为 40.35%、38.89% 及 39.90%，平均为 39.71%，各年波动不大。

②直营模式下定制厨柜毛利率变动具体分析

直营销销售模式具有管理半径长、管理成本高等缺点，不利于充分调动各区域销售人员的积极性，不利于公司销售业绩和盈利水平的提升。报告期内，公司对直营战略进行了调整，并于 2016 年先后关闭、转让了部分直营专卖店，使得公司直营模式定制厨柜实现的收入从 2014 年的 4,927.47 万元减少到 2016 年的 2,621.46 万元。直营模式由于直接面对终端客户，因此，对于相同产品，直营模式的单套销售价格远高于经销模式的单套供货价格。报告期内，公司直营模式下定制厨柜毛利率分别为 67.41%、69.99%、53.92%，其中 2016 年有所下降，主要原因为：

A、受整体经济形势影响，中高端定制厨柜产品销售放缓，公司也适时调整销售策略，加大中低端产品的促销力度，以满足市场需求。

B、为应对零售业务的竞争，加快门店零售业务销量的增加，公司近两年特别是 2016 年，加强了门店零售业务的推广促销力度，在零售价格上给予门店更多的自主权，由此降低了 2016 年的直营销售单价，从而使得 2016 年直营模式毛利率较 2015 年度下降较多。2016 年公司主要三大类产品（单面烤漆类、三聚氰胺类、吸塑类）直营模式下的平均单套售价分别为 12,166.36 元、7,776.37 元、13,170.43 元，分别较 2015 年平均单套售价 19,455.68 元、10,352.39 元、19,610.90 元下降 37.47%、24.88%、32.84%。

③大宗用户模式下定制厨柜毛利率变动具体分析

目前，精装修住宅在我国的住宅总量中占比较低，随着国家鼓励新建保障性住房和商品住宅精装修政策的推动，我国住宅精装修前景十分广阔，为定制家居产品提供了广阔的市场需求空间。大宗用户模式虽然毛利率较低，但具有量大、收益相对稳定、未来空间巨大等优点，因此，大力发展大宗用户模式符合公司中长期发展战略。

公司于2013年开始大力拓展大宗用户，虽然大宗业务公司需承担运输和安装，但开拓初期为快速赢得市场、提升知名度并为建立长期合作关系培育客户，公司采取低毛利率定价策略，随着公司产品逐渐被房屋精装修领域的大宗客户认可，公司大宗业务管理经验的积累、运营效率的提升和规模化效应的体现，以及公司逐步主动放弃低利润率项目的竞标，最近三年，公司大宗用户模式下定制厨柜毛利率分别为31.71%、38.49%、37.36%，总体呈上升趋势。

(2) 定制衣柜毛利率变动具体分析

报告期内，公司定制衣柜及其配套家居产品毛利率分别 26.90%、31.20%、32.21%。报告期内，公司定制衣柜产品的单位售价与成本情况如下：

单位：元/套

影响因素	2016 年度			2015 年度			2014 年度
	金额	变动幅度	对毛利率变动百分点的影响	金额	变动幅度	对毛利率变动百分点的影响	金额
单位售价	3,972.49	-3.36%	-2.39	4,110.60	3.64%	2.57	3,966.08
单位成本	2,692.87	-4.79%	3.41	2,828.28	-2.45%	1.73	2,899.40

由上表可见，报告期内公司定制衣柜毛利率波动的具体原因如下：

①单位售价的变动

最近三年，公司定制衣柜产品的单位售价分别为 3,966.08 元/套、4,110.60 元/套、3,972.49 元/套。2015 年度单位售价提高 3.64%，2016 年度单位售价下降 3.36%，从而使得公司定制衣柜产品的销售毛利率分别上升 2.57 个百分点和下降 2.39 个百分点。

报告期内，公司定制衣柜产品的单位售价总体稳定并呈小幅波动，主要原因为：

(1) 近年来，公司逐步开发并推出高附加值定制衣柜产品，从而使得报告期内

衣柜产品平均价格总体呈稳定趋势。

(2) 随着公司大力发展全屋定制战略，床头柜、酒柜、电视柜等全屋配套产品销售增加，使得衣柜产品平均价格产生一定幅度的波动。

②单套成本的变动

2015年、2016年定制衣柜及其配套家居产品单套成本分别较上年末下降2.45%、4.79%，从而使得公司定制衣柜及其配套家居产品的销售毛利率上升了1.73个百分点、3.41个百分点。单套成本下降的主要原因系定制衣柜产品工艺调整，刨花板使用比例提高、材料损耗定额考核及配套组件占比提升等原因所致。

③按产品类别分定制衣柜产品毛利率变动具体分析

公司定制衣柜及其配套家居产品按类别主要分为饰面板衣柜、包覆门衣柜、实木衣柜、装饰柜-书柜酒柜、装饰柜-榻榻米、装饰柜-其它。其中饰面板衣柜、包覆门衣柜最近三年的合计销售收入分别为4,183.31万元、4,884.46万元及6,667.68万元，占各年定制衣柜及其配套家居产品合计收入的比重分别为67.03%、63.23%及59.27%，系公司定制衣柜及其配套家居业务的主要产品；装饰柜-书柜酒柜、装饰柜-其他最近三年的合计销售收入分别为657.66万元、907.07万元及1,679.93万元，占各年定制衣柜及其配套家居产品合计收入的比重分别为10.54%、11.74%及14.93%，以这两类为代表的配套柜体收入及占比逐年提升，丰富了公司定制衣柜及其配套家居产品的产品类型。

报告期内，上述四类定制衣柜产品毛利率结合单位售价、单位成本变化情况具体如下：

单位：元/套

类别	影响因素	2016 年度			2015 年度			2014 年度
		金额	变动幅度	对毛利率变动百分点的影响	金额	变动幅度	对毛利率变动百分点的影响	金额
包覆门衣柜	单位售价	5,158.98	-8.02%	-5.59%	5,608.64	-7.58%	-5.61	6,068.43
	单位成本	3,391.11	-5.58%	3.89%	3,591.44	-13.45%	9.95	4,149.58
	毛利率	34.27%			35.97%			31.62%
饰面板衣柜	单位售价	2,936.02	-1.84%	-1.33%	2,991.19	2.83%	2.06	2,908.86
	单位成本	2,009.71	-5.68%	4.12%	2,130.79	-2.26%	1.65	2,180.06
	毛利率	31.55%			28.76%			25.05%
装饰柜-书柜酒柜	单位售价	2,766.40	-6.21%	-4.18%	2,949.72	4.29%	2.78	2,828.31
	单位成本	1,861.06	-0.03%	0.02%	1,861.62	-2.57%	1.66	1,910.69
	毛利率	32.73%			36.89%			32.44%
装饰柜-其他	单位售价	3,811.42	34.65%	16.12%	2,830.63	18.06%	10.55	2,397.55
	单位成本	2,435.65	37.35%	-17.37%	1,773.37	7.24%	-4.23	1,653.68
	毛利率	36.10%			37.35%			31.03%

上表中饰面板衣柜报告期内单位售价、单位成本、毛利率变动情况与定制衣柜综合毛利率波动趋势保持一致；包覆门衣柜 2015 年度毛利率较 2014 年度提升 4.35%，其中由于产品规格原因使得单位售价较 2014 年度下降 7.58%，从而拉低 2015 年度毛利率 5.61 个百分点，由于 2015 年度衣柜主要板材由中纤板调整为刨花板使得单位成本较 2014 年度下降 13.45%，从而提高 2015 年度毛利率 9.95 个百分点。包覆门衣柜 2016 年度毛利率较 2015 年度下降 1.71%，主要是由于产品规格原因导致单位售价和单位成本有所变动。上表中装饰柜-书柜酒柜、装饰柜-其他最近三年的收入保持了良好的增长趋势，成为公司定制家居产品利润的有益补充。

6、综合毛利率比较情况

公司名称	2016 年度	2015 年度	2014 年度
欧派	-	31.65%	28.23%
金牌	35.93%	40.08%	40.84%
我乐	-	-	34.17%
索菲亚	36.38%	37.80%	37.36%
好莱客	39.65%	38.17%	37.34%
志邦	-	37.74%	38.12%
平均值	37.32%	36.34%	36.01%
公司	37.85%	41.41%	40.20%

注：金牌指标为 2016 年 1-6 月数据，索菲亚、好莱客指标为 2016 年 1-9 月数据，与其他年度指标不具可比性，为保持指标披露延续性，仍在此列示。

2014 年-2016 年，同行业中，好莱客、欧派的毛利率均保持持续增长或总体增长趋势，同行业毛利率平均值保持持续增长趋势。公司 2015 年毛利率较 2014 年有所增长，与同行业公司毛利率变动趋势一致，2016 年毛利率较 2015 年有所降低，2016 年公司毛利率与同行业平均水平基本持平。

2014 年-2016 年，公司产品毛利率与金牌相近，高于索菲亚、好莱客、欧派、我乐和志邦，主要原因为：

(1) 销售策略差异。终端产品销售价格主要由市场竞争、产品品质等因素确定，品牌生产商控制力弱。品牌生产商对经销商的供货价格，自主决定权大，因品牌生产商在各细分地区仅有 1 家经销商，经销商自主选择代理品牌的选择余地小，经销商只能接受品牌生产商的报价，因此品牌生产商对供货价格决定权大，公司因产能有限、主推优势品种，以保证公司利润率水平目标高于规模扩张目标，因此毛利率略高。同行业中，公司与金牌毛利率水平可比；根据欧派招股说明书披露，其产品毛利率水平低是其一贯坚持的向经销商让利销售策略的体现，通过适当降低对经销商的销售毛利，激励经销商开拓市场的积极性，加快产品销售收入的增长。

(2) 产品差异。公司、金牌、我乐、志邦产品主要为定制厨柜，索菲亚、好莱客主要为定制衣柜。欧派除这两类收入外，还包括定制卫浴和定制木门，其毛利率普遍较低，在一定程度上影响了欧派的综合毛利率。

(3) 销售模式差异。直营模式毛利率高于其他模式毛利率，可比公司中欧派、

好莱客直营模式收入占比较低，总体低于公司，我乐无直营收入，欧派、好莱客、我乐报告期可比期间综合毛利率低于公司。

(4) 主导产品差异。公司注重研发，每年研发投入大，不断推出创新产品，引领市场消费风尚，公司烤漆类产品和吸塑类产品市场竞争力强，其中烤漆类产品的烤漆印花工艺获得“中国建筑材料流通协会科学技术奖”。烤漆类产品和吸塑类产品市场需求良好，公司定位其为公司主导产品，公司产品定价时对主导产品要求的毛利率高，因此，烤漆类产品和吸塑类产品的高毛利率提升了公司综合毛利率。

(5) 材料选用、生产工艺和流程的优化提升了毛利率。公司加强研发和信息化管理，不断对材料、工艺和流程等进行优化，如：保证产品质量和性能的情况下选用高性能刨花板替代中纤板；2015年公司引进管理顾问公司进行优化，降低物耗，其中烤漆类产品耗油漆材料费从2014年的87.856元/平方米下降到2015年的65.74元/平方米；信息化应用和流程优化适度降低成本。材料、工艺和流程优化等降低成本，提高了公司的毛利率。

7、主要原材料价格变动对毛利率敏感性分析

公司产品生产成本主要为原材料，占生产成本的比例超过70%。其中主要原材料为板材、台面、厨电及五金配件，报告期内该4类主要原材料成本占主营业务成本的比例超过70%。

假定其他条件不变，选择原材料成本作为变量，以公司最近三年主营业务收入、主营业务成本、原材料成本占主营业务成本的比重为基数，板材、台面、厨电及五金配件价格对公司利润的敏感性分析如下表：

原材料	价格波动率%	2016年度(%)	2015年(%)	2014年(%)	平均(%)
板材	-10	4.49	4.08	4.19	4.25
	0	-	-	-	-
	10	-4.49	-4.08	-4.19	-4.25
	敏感系数	-0.4498	-0.4084	-0.4192	-0.4258
台面	-10	1.76	1.77	1.89	1.81
	0	-	-	-	-
	10	-1.76	-1.77	-1.89	-1.81
	敏感系数	-0.1764	-0.1773	-0.1894	-0.1810
厨电	-10	2.87	2.88	3.01	2.92
	0	-	-	-	-
	10	-2.87	-2.88	-3.01	-2.92
	敏感系数	-0.2871	-0.2876	-0.3007	-0.2918
五金配件	-10	1.83	1.85	1.92	1.87

	0	-	-	-	-
	10	-1.83	-1.85	-1.92	-1.87
	敏感系数	-0.1826	-0.1853	-0.1918	-0.1866

由上表可见，板材和厨电的价格变动对公司利润的影响敏感程度最高。

（四）利润的主要来源分析及可能影响发行人盈利能力连续性和稳定性的主要因素

公司报告期内简要合并利润表的情况如下：

单位：万元

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
营业收入	63,038.28	51,201.03	50,293.25
营业成本	39,175.19	29,999.19	30,076.61
营业税金及附加	499.04	427.81	370.51
销售费用	9,516.24	9,410.94	8,932.84
管理费用	4,319.99	3,821.58	4,038.25
财务费用	-329.39	-33.36	80.99
资产减值损失	158.84	264.44	314.95
投资收益	-	-	137.27
营业利润	9,698.37	7,310.43	6,616.37
营业外收入	444.51	726.27	873.44
营业外支出	14.32	2.36	5.36
利润总额	10,128.56	8,034.34	7,484.44
所得税费用	1,374.56	1,181.53	1,065.18
净利润	8,753.99	6,852.81	6,419.26
归属母公司股东的净利润	8,753.99	6,852.81	6,419.26
扣除非经常性损益后归属于母公司的净利润	8,388.34	6,237.49	6,034.85

1、经营成果变化总体分析

最近三年，公司经营状况良好，营业收入和利润持续增长，成长性良好。公司最近三年的营业收入分别为 50,293.25 万元、51,201.03 万元、63,038.28 万元；归属于母公司股东的净利润分别为 6,419.26 万元、6,852.81 万元、8,753.99 万元；扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润分别为 6,034.85 万元、6,237.49 万元、

8,388.34 万元。业绩呈稳健增长趋势。

报告期内，营业利润为公司利润总额的主要来源，最近三年，营业利润占利润总额的比重分别为 88.40%、90.99%、95.75%，公司经营成果主要来自主营业务。

公司经过近几年的不断积累，已步入快速成长期，公司在产品品牌、创新能力、制造工艺、信息化应用及销售服务网络、团队管理等诸方面的优势得以显现。随着国家城镇化产业政策的进一步深入，人民生活水平的不断提高，消费者对定制家居产品的个性化需求日益增长，将引发定制家居行业的快速发展，市场空间将更加广阔。公司未来经营成果有望继续保持稳定增长趋势。

2、可能影响发行人盈利能力连续性和稳定性的主要因素

公司致力于定制家居行业特别是定制厨柜、衣柜细分行业的开拓，经过多年的发展，公司凭借突出的产品设计能力和市场开拓能力，取得了良好的市场口碑和较高的品牌知名度，截至本招股说明书签署日，公司已建立起了全国性的销售渠道网络，并拥有超过 900 家的专卖店，公司已成为国内领先的定制家居企业之一。报告期内，随着我国定制家居市场的快速发展，公司业务规模大幅增长。公司管理层认为，根据公司目前的经营模式、设计、生产和销售能力，本公司在未来几年内可以保持盈利能力的持续性与稳定性，但下列因素对确保公司长远稳定发展将产生重要影响：

(1) 产业政策的进一步扶持，宏观经济的持续平稳健康发展及定制厨柜、衣柜市场需求的稳步增长

近年来，国家和地方先后颁布一系列鼓励性政策、中长期发展规划，支持本行业做大做强。国家和地方在本行业的相关政策，详见本招股说明书“第六节 业务与技术”之“二、发行人所处行业的基本情况”之“（二）行业的主要法律法规及政策”之“2、行业相关政策”。若鼓励行业发展的产业政策发生重大不利调整，则将对公司未来长远稳定发展造成不利影响。

随着我国宏观经济的平稳健康发展，城镇居民可支配收入稳步增长，人们消费理念不断升级，人们更加注重生活品位的提升，更加关注自身居住环境个性化、健康化，居民的消费升级将不断推进，进而带动定制家居产品需求的提高。若我国宏观经济不能持续健康发展，城镇居民可支配收入不能持续稳步增长，则将对公司未

来长远稳定发展造成不利影响。

据搜狐家居网统计数据，目前我国城市居民家庭中，定制家居拥有率仅在 6.8% 左右，远低于欧美发达国家 72% 的平均水平。据新浪网调查显示，约有 29% 的城市居民家庭表示将在未来 3-5 年内购置定制家居产品。随着消费者对定制家居的认知水平提高，定制家居的市场替代需求将会出现快速增长。定制厨柜、衣柜及其配套家居产品的市场容量详情参见本招股说明书“第六节 业务与技术”之“二、发行人所处行业的基本情况”之“（四）行业供求情况”之“3、定制厨柜行业供求情况分析”、“4、定制衣柜行业供求情况分析”。若定制厨柜、衣柜市场容量未能达到预期，则将对公司未来长远稳定发展造成不利影响。

（2）持续保持目前公司的竞争优势，优化经营模式，进一步深化研发设计和售后服务创新机制

经过多年的深耕细作，公司已成为国内定制家居领域的领先企业之一，“皮阿诺”现已成为国内领先的定制厨柜、定制衣柜品牌，在消费者心中形成了较高的知名度和良好的美誉度，形成了明显的品牌竞争优势。截至目前，公司已建立了与皮阿诺紧密合作、共同成长、遍布全国的定制家居行业内营销服务网络，并在设计研发、售后服务、信息化管理等方面建立了较强的竞争优势。若公司无法保持目前的竞争优势，则将对公司未来长远稳定发展造成不利影响。

（3）资本市场融资注入，募集资金投资项目发挥效益

本次公开发行股票，募集资金项目的建设将进一步扩大公司的资产规模，改善资产负债结构并进一步扩大产能，增强公司盈利能力。但如果投资项目未能实现预期收益，公司收入增长幅度较小，增加的折旧、摊销费用将对公司未来盈利能力产生一定影响。

（4）市场拓展及内部管理能力的进一步增强

虽然公司在目前所从事的业务领域已取得了较强的竞争地位，但随着未来市场竞争的加剧，竞争对手可能会进一步加大市场投入。为应对竞争，公司在深耕重点市场的基础上，将积极拓展更广阔的市场覆盖面，建立更发达的营销覆盖体系；随着公司发行上市，资产和经营规模将不断扩大，人员也会迅速增加，将会使得公司的组织架构、管理体系趋于复杂，对公司的管理能力形成一定的挑战，公司必须提高

运营体系的执行能力，提高人力资源管理水平，加大信息化系统的建设，才能确保盈利能力的持续性和稳定性。

（5）税收优惠变化

根据 2008 年 1 月 1 日起实施的《企业所得税法》的规定，国家需要重点扶持的高新技术企业，减按 15% 的税率征收企业所得税。公司于 2012 年取得了广东省科学技术厅、广东省财政厅、广东省国家税务局和广东省地方税务局联合颁发的编号为 GR201244000741 的《高新技术企业证书》，被认定为高新技术企业，有效期为三年。2013 年度、2014 年度公司执行 15% 的所得税优惠税率。2015 年 10 月 10 日，公司通过广东省科学技术厅、广东省财政厅、广东省国家税务局和广东省地方税务局高新技术企业复审，取得编号为 GF201544000337 的《高新技术企业证书》，有效期三年，2015 年至 2017 年享受 15.00% 的所得税优惠税率。如果未来税收优惠政策发生变化或者本公司不能继续享受 15% 的优惠税率，将会对公司净利润产生一定影响。

3、报告期内公司经营成果变动情况分析

最近三年，公司净利润与营业收入增幅对比如下：

单位：万元

项目	2016 年度		2015 年度		2014 年度
	金额	增幅 (%)	金额	增幅 (%)	金额
营业收入	63,038.28	23.12	51,201.03	1.80	50,293.25
净利润	8,753.99	27.74	6,852.81	6.75	6,419.26

由上表可见，2015 年公司营业收入较上年增长 1.80%，净利润较上年增加 6.75%，公司 2015 年净利润增长幅度略高于营业收入增长幅度主要系毛利率提升影响。2016 年公司营业收入较上年增长 23.12%，净利润较上年增加 27.74%，公司 2016 年净利润增长幅度高于营业收入增长幅度主要系期间费用率降低影响。

4、期间费用分析

公司的期间费用为管理费用、销售费用及财务费用，报告期内的明细情况如下：

单位：万元

项目	2016 年度		2015 年度		2014 年度
	金额	增幅 (%)	金额	增幅 (%)	金额
销售费用	9,516.24	1.12	9,410.94	5.35	8,932.84

销售费用率 (%)	15.10	-	18.38	-	17.76
管理费用	4,319.99	13.04	3,821.58	-5.37	4,038.25
管理费用率 (%)	6.85	-	7.46	-	8.03
财务费用	-329.39	-887.38	-33.36	-141.20	80.99
财务费用率 (%)	-0.52	-	-0.07	-	0.16
期间费用合计	13,506.84	2.33	13,199.16	1.13	13,052.08
期间费用率合计 (%)	21.43	-	25.78	-	25.95

由上表可见，随着公司销售和经营规模的增加，公司报告期三年内期间费用绝对值同步增长，报告期内期间费用率保持在 21%-25%之间，期间费用率逐年下降。报告期内，期间费用具体情况如下：

(1) 销售费用

随着公司销售和经营规模的扩大，公司报告期三年内销售费用绝对值同步增长，报告期三年内销售费用率保持在 15%-18%之间，2015 年销售费用率略有上升，2016 年有所下降。报告期各期，期间费用明细情况如下：

单位：万元

项目	2016 年度			2015 年度			2014 年度		
	金额	结构比率	占营收比率	金额	结构比率	占营收比率	金额	结构比率	占营收比率
职工薪酬费用	4,025.12	42.30%	6.39%	3,945.16	41.92%	7.71%	2,959.18	33.13%	5.88%
广告宣传费	456.74	4.80%	0.72%	577.53	6.14%	1.13%	1,431.89	16.03%	2.85%
租金	627.49	6.59%	1.00%	1,039.02	11.04%	2.03%	806.03	9.02%	1.60%
运输费	380.75	4.00%	0.60%	333.40	3.54%	0.65%	688.76	7.71%	1.37%
工程安装费用	756.07	7.95%	1.20%	359.74	3.82%	0.70%	550.90	6.17%	1.10%
差旅费	732.15	7.69%	1.16%	815.88	8.67%	1.59%	487.23	5.45%	0.97%
业务推广费用	1,019.19	10.71%	1.62%	746.65	7.93%	1.46%	452.44	5.06%	0.90%
展览展销费	203.96	2.14%	0.32%	216.61	2.30%	0.42%	221.22	2.48%	0.44%
折旧费	65.46	0.69%	0.10%	61.20	0.65%	0.12%	32.01	0.36%	0.06%
售后服务费用	86.56	0.91%	0.14%	39.17	0.42%	0.08%	56.72	0.63%	0.11%
交际应酬费	117.28	1.23%	0.19%	101.94	1.08%	0.20%	60.60	0.68%	0.12%
工程样品费	57.14	0.60%	0.09%	37.75	0.40%	0.07%	121.69	1.36%	0.24%
装修费	323.77	3.40%	0.51%	385.05	4.09%	0.75%	288.06	3.22%	0.57%
加盟商费用	81.45	0.86%	0.13%	54.33	0.58%	0.11%	96.20	1.08%	0.19%
中介服务费	280.94	2.95%	0.45%	86.61	0.92%	0.17%	78.38	0.88%	0.16%
办公费	154.32	1.62%	0.24%	228.51	2.43%	0.45%	191.26	2.14%	0.38%
其他	147.84	1.55%	0.23%	382.39	4.07%	0.74%	410.27	4.60%	0.82%
合计	9,516.24	100.00%	15.10%	9,410.94	100.00%	18.38%	8,932.84	100.00%	17.76%

公司销售费用主要项目包括销售人员工资及提成、市场推广费用（广告宣传、业务推广、展览展销）、租赁费、运输费、安装费、差旅费。最近三年，该六项金额合计占销售费用总额的比例分别为 85.05%、85.37%、86.18%。其中：

①销售人员工资及提成

随着公司经营规模的扩大，报告期三年内，销售人员工资及提成分别为 2,959.18 万元、3,945.16 万元、4,025.12 万元，绝对值呈逐年上升趋势；最近三年，销售人员工资及提成占营业收入的比例分别为 5.88%、7.71%、6.39%，总体呈上升趋势，反映了近年来公司用工成本和销售激励水平的提高；最近三年，销售人员工资及提成占销售费用的比例分别为 33.13%、41.92%、42.30%，呈上升趋势，反映了公司在其他销售费用如市场推广费用、运输费等方面的控制措施得力。

②市场推广费用

报告期三年内，市场推广费用总额分别为 2,105.55 万元、1,540.79 万元、1,679.89 万元，最近三年，市场推广费用总额占营业收入的比例分别为 4.19%、3.01%、2.66%，占销售费用的比例分别为 23.57%、16.37%、17.65%。公司 2015 年、2016 年市场推广费用绝对值、营业额占比、结构比均较 2014 年下降，主要原因系公司市场推广政策的调整。

报告期内，公司市场推广费用主要包括广告宣传费、业务推广费、展览展销费。广告宣传费主要为电视、广播等公共媒体的广告支出，业务推广费主要为终端市场的推广活动费用支出，展览展销费主要为参加国内外定制家居产品博览会的相关费用，最近三年上述费用发生额及变动情况如下：

单位：万元

项目	2016 年度		2015 年度		2014 年度
	金额	变动率	金额	变动率	金额
广告宣传费	456.74	-20.91%	577.53	-59.67%	1,431.89
业务推广费	1,019.19	36.50%	746.65	65.03%	452.44
展览展销费	203.96	-5.84%	216.61	-2.08%	221.22
合计	1,679.89	9.03%	1,540.79	-26.82%	2,105.55

自 2015 年度开始，公司逐步缩减了电视、广播等广告宣传费用预算，导致 2015 年、2016 年广告宣传费较上年下降；为了保持公司品牌和产品的市场竞争力，公司持续加强终端市场的活动推广支出，报告期最近三年内，业务推广费用呈逐年上升

趋势。

③租金

租金主要为公司直营模式下店面租赁费用支出，报告期三年内，直营店租赁支出分别为 806.03 万元、1,039.02 万元、627.49 万元，最近三年，直营店租赁支出占营业收入的比例分别为 1.60%、2.03%、1.00%，占销售费用的比例分别为 9.02%、11.04%、6.59%，公司 2015 年直营店租赁支出的绝对值、营业额占比、结构比较 2014 年有所上升，主要原因系公司增设直营门店所致；2016 年，公司调整了直营战略，关闭、转让了上海地区直营专卖店，导致公司直营店租赁支出的绝对值、营业额占比、结构比均出现下降。

④运输费

运输费主要为公司各种销售模式下承担的产品运输费用，报告期三年内，运输费支出分别为 688.76 万元、333.40 万元、380.75 万元，最近三年，运输费支出占营业收入的比例分别为 1.37%、0.65%、0.60%，占销售费用的比例分别为 7.71%、3.54%、4.00%，2015 年，运输费支出的绝对值、营业额占比、结构比较上年度均有较大幅度的下降，主要原因系公司 2015 年度起调整了厨柜经销模式下的运费承担模式，即 2015 年 5 月前，由公司负责将产品运输至经销商指定物流公司，2015 年 5 月始，公司不再承担该部分运输费用，全部由经销商或其指定物流公司自行上门提货。

⑤工程安装费用

工程安装费主要为公司直营和大宗客户销售模式下的与产品销售相关的安装费用，报告期三年内，工程安装费支出分别为 550.90 万元、359.74 万元、756.07 万元，最近三年，工程安装费支出占营业收入的比例分别为 1.10%、0.70%、1.20%，占销售费用的比例分别为 6.17%、3.83%、7.95%，公司 2015 年工程安装费支出的绝对值、营业额占比、结构比较 2014 年度均有较大幅度的下降，主要原因系公司出于成本与效率的考虑，不断加强自身安装能力，2015 年始，基本取消了单价较高的直营业务零售订单的外包安装，转为自己安装。2016 年公司工程安装费较 2015 年增长 396.33 万元，增长较快，主要是大宗客户销售收入快速增长所致。公司 2015 年、2016 年工程安装费占大宗收入的比例分别为 8.53%和 9.11%，基本保持稳定。

⑥差旅费

差旅费主要为公司销售人员招商、巡店、谈判等业务所产生的出差费用，报告期三年内，差旅费支出分别为 487.23 万元、815.88 万元、732.15 万元，最近三年，差旅费支出占营业收入的比例分别为 0.97%、1.59%、1.16%，占销售费用的比例分别为 5.45%、8.67%、7.69%，差旅费支出的绝对值、营业额占比、结构比总体呈上升趋势，主要原因系公司销售规模的扩大和招商、巡店力度的增加所致。

（2）管理费用

随着公司经营规模的扩大，公司报告期三年内管理费用绝对值（不考虑 2014 年度股份支付费用）同步增长，报告期三年内管理费用率（不考虑 2014 年度股份支付费用）保持在 6%-7%之间，小幅波动。报告期各期，期间费用明细情况如下：

单位：万元

项目	2016 年度			2015 年度			2014 年度		
	金额	结构比	占营收比例	金额	结构比	占营收比例	金额	结构比	占营收比例
职工薪酬费用	943.39	21.84%	1.50%	948.80	24.83%	1.85%	862.68	21.36%	1.72%
租金	102.89	2.38%	0.16%	102.36	2.68%	0.20%	112.36	2.78%	0.22%
装修费	277.18	6.42%	0.44%	123.78	3.24%	0.24%	94.68	2.34%	0.19%
税金	82.40	1.91%	0.13%	117.03	3.06%	0.23%	104.17	2.58%	0.21%
差旅费	62.62	1.45%	0.10%	58.57	1.53%	0.11%	79.33	1.96%	0.16%
折旧摊销费用	361.29	8.36%	0.57%	216.91	5.68%	0.42%	207.23	5.13%	0.41%
咨询费	124.98	2.89%	0.20%	132.75	3.47%	0.26%	60.53	1.50%	0.12%
办公费	60.93	1.41%	0.10%	46.79	1.22%	0.09%	59.87	1.48%	0.12%
股份支付费用	-	-	-	-	-	-	470.13	11.64%	0.93%
开发研究费	1,978.50	45.80%	3.14%	1,642.20	42.97%	3.21%	1,631.56	40.40%	3.24%
软件费用摊销	67.79	1.57%	0.11%	63.04	1.65%	0.12%	58.34	1.44%	0.12%
招聘培训费	40.82	0.94%	0.06%	74.61	1.95%	0.15%	64.09	1.59%	0.13%
年审费	5.68	0.13%	0.01%	73.59	1.93%	0.14%	50.86	1.26%	0.10%
交际应酬费	28.05	0.65%	0.04%	17.68	0.46%	0.03%	16.16	0.40%	0.03%
其他	183.47	4.25%	0.29%	203.47	5.32%	0.41%	166.26	4.12%	0.33%
合计	4,319.99	100.00%	6.85%	3,821.58	100.00%	7.46%	4,038.25	100.00%	8.03%
合计（不考虑 2014 年度股份支付）	4,319.99	100.00%	6.85%	3,821.58	100.00%	7.46%	3,568.12	100.00%	7.09%

不考虑股份支付因素，报告期内，公司管理费用主要包括人员薪酬、研发费用、折旧摊销费用。报告期内，该三项金额合计占管理费用总额（不考虑股份支付因素）的比例分别为 75.71%、73.48%、76.00%。其中：

①人员薪酬

随着公司经营规模的扩大，报告期三年内，管理人员薪酬支出分别为 862.68 万元、948.80 万元、943.39 万元，绝对值呈总体上升趋势；最近三年，管理人员薪酬支出占营业收入的比例分别为 1.72%、1.85%、1.50%，管理人员薪酬支出占管理费用（不考虑 2014 年度股份支付费用）的比例分别为 24.18%、24.83%、21.84%，2016 年比前两年均有所下降，反映了随着公司规模扩大，管理效率有所提升。

②研发费用

报告期三年内，研发费用支出分别为 1,631.56 万元、1,642.20 万元、1,978.50 万元，最近三年，研发费用支出占营业收入的比例分别为 3.24%、3.21%、3.14%，占管理费用（不考虑 2014 年度股份支付费用）的比例分别为 45.73%、42.97%、45.80%，研发费用支出的绝对值呈逐年上升趋势，主要原因系公司重视新产品的研发投入所致。

③折旧摊销费用

折旧摊销费用主要为公司管理部门用办公场地的租金、装修摊销、管理用设备的折旧等支出，报告期三年内，折旧摊销费用支出分别为 207.23 万元、216.91 万元、361.29 万元，最近三年，折旧摊销费用支出占营业收入的比例分别为 0.41%、0.42%、0.57%，占管理费用（不考虑 2014 年度股份支付费用）的比例分别为 5.81%、5.68%、8.36%，折旧摊销费用支出的绝对值、营业额占比、结构比总体呈上升趋势，2016 年增长较快，主要原因系公司 2016 年启用 SAP 软件支出摊销所致。

除上述主要费用外，2014 年 9 月，公司实施了股权激励方案，公司控股股东、实际控制人马礼斌将其占盛和正道 6.5% 的出资额作价 260 万元，分别转让予公司的 8 名中高层人员，其中：魏茂芝、王增毅、熊信国、黄飞勇、杨海燕各占 1%，黄霞、孙晓阳、张小林各占 0.5%。本次股权激励实施时，盛和正道持有公司股份数为 686.1802 万股，盛和正道 6.5% 的出资额对应公司的股份数为 44.6017 万股，因此本次股权激励价格为 5.83 元/股，与 2014 年 9 月鼎锋明道的增资价格 16.37 元/股相比，

价差为 470.13 万元，公司全部计入管理费用。

(3) 财务费用

报告期各期，公司财务费用明细构成情况如下：

单位：万元

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
利息支出	-	11.53	99.64
减：利息收入	342.95	63.37	41.81
手续费支出	13.56	18.48	23.16
合计	-329.39	-33.36	80.99

2014 年度，公司利息支出远高于 2015 年度及 2016 年度，主要系报告期期初，为了建造阜沙生产基地及满足运营资金所需，公司通过股东担保、土地质押的方式借入贷款，随着 2013 年末阜沙生产基地的建成和投产，以及依靠股东投入和经营积累，公司于 2015 年度已还清所有贷款。

公司 2016 年利息收入较大，主要系公司将部分闲置营运资金用于购买七天存款等高利息产品，从而增加了利息收入。

(4) 期间费用率与可比公司比较

公司名称	期间费用率 (%)		
	2016 年度	2015 年度	2014 年度
欧派	-	21.32	18.47
金牌	30.76	33.69	34.32
我乐	-	-	23.59
索菲亚	17.55	17.85	19.70
好莱客	18.27	19.78	18.62
志邦	-	23.64	25.02
平均值	22.19	23.26	23.29
本公司	21.43	25.78	25.95

注：金牌指标为 2016 年 1-6 月数据，索菲亚、好莱客指标为 2016 年 1-9 月数据，与其他年度指标不具可比性，为保持指标披露延续性，仍在此列示。

由上表可见，公司、金牌、我乐、志邦期间费用率高于欧派、索菲亚、好莱客，主要原因为：欧派、索菲亚、好莱客经过多年的发展，具有稳定的市场占有率，资产规模和经营规模较大，规模效应明显，而公司、金牌、我乐、志邦尚处于快速发展阶段，在市场开拓、企业内部管理等方面仍需持续加大投资。

5、主要运输物流公司情况及运费与收入配比情况分析

(1) 公司报告期各期运输物流公司情况

①公司销售业务的运费承担情况

2015年5月前，公司经销模式下所销售的皮阿诺品牌定制厨柜及其配套家居产品的经销商提货运费（即产品从工厂运出并交付至经销商指定物流点区间的运费）由公司承担，2015年5月始该段运费调整为经销商承担。

报告期内，公司经销模式下所销售的皮阿诺品牌定制衣柜及其配套家居产品的经销商提货运费（即产品从工厂运出并交付至经销商指定物流点区间的运费）均由公司承担。

报告期内，公司经销模式下所销售的皮阿诺品牌定制厨柜、衣柜及其配套家居产品从经销商指定物流点至经销商所在区域的运费均由经销商自行承担。

除经销模式外，报告期内公司直营模式、大宗用户模式下所销售的皮阿诺品牌定制厨柜、衣柜及其配套家居产品的运费均由公司承担。

②公司报告期各期运输物流公司情况

报告期各期，与公司存在业务往来的运输服务机构分别为58家、100家、61家。报告期主要运输服务供应商情况具体如下：

单位：件、万元

2016 年度					
序号	供应商名称	运量	金额	占比	备注
1	广州市丰豪物流有限公司	167 (车)	103.95	27.30%	工程
2	上海生宁物流有限公司	219 (车)	93.80	24.64%	工程
3	广州实赣佳物流有限公司	71 (车)	34.45	9.05%	工程
4	中山市小榄镇连佳货运部	16,680	27.52	7.23%	
5	黄朝辉	45,925	20.30	5.33%	
小计			280.02	73.54%	
2015 年度					
序号	供应商名称	运量	金额	占比	
1	上海生宁物流有限公司	59(车)	59.89	17.96%	工程
2	中山市小榄镇连佳货运部	31,812	59.40	17.82%	
3	广州市丰豪物流有限公司	58(车)	43.32	12.99%	工程
4	成都市大信物流有限公司	15,702	36.04	10.81%	
5	广州实赣佳物流有限公司	44(车)	21.62	6.48%	工程
小计			220.27	66.07%	
2014 年度					
序号	供应商名称	运量	金额	占比	
1	上海成耀物流股份有限公司	90,425	141.19	20.50%	
2	上海罗捷物流有限公司	41(车)	69.17	10.04%	工程
3	中山市小榄镇连佳货运部	28,342	44.33	6.44%	

4	石城县世明物流有限公司	24,445	42.07	6.11%	
5	中山市信江货运代理有限公司	20(车)	26.36	3.83%	工程
小计			323.12	46.92%	

注：公司产品运输一般按照单件计算运费；部分运输按照车次支付运费，主要是大宗用户业务。

(2) 报告期各期公司主要运输服务供应商变化的原因

①公司2014年向上海成耀物流有限公司（以下简称“上海成耀”）物流采购金额较高，主要原因为2014年上海分公司业务收入增长较快，因此运费相应增加。为进一步提高运输效率与质量，自2014年起，公司逐步引入小榄连佳等物流公司承担上海地区客户的运输工作，并从2015年起全面停止了与上海成耀的运输合作。

②2015年公司经综合考评选择上海生宁物流有限公司承担华东大宗业务运输，上海罗捷物流有限公司不再为主要运输商。

③2016年公司大宗业务收入较上年增长4,080.01万元，增长率为96.69%，增长速度较快，因此主要负责大宗客户运输的广州市丰豪物流有限公司、上海生宁物流有限公司、广州实赣佳物流有限公司运量、运费均出现较大增长。

公司始终注重考察物流服务质量 and 成本的控制，定期对运输服务供应商进行考评，选择服务质量良好、物流成本相对合理的物流公司合作，因此报告期公司运输服务供应商有所变化。

综上，报告期公司主要运输服务供应商存在一定的变动具有合理性。

(3) 报告期各期运量、运费与营业收入、销售量之间的配比关系情况

①运费与营业收入之间的关系

报告期各期，公司运输服务供应商运费与营业收入情况如下：

产品类别	2016 年度		2015 年度		2014 年度
	金额	变动%	金额	变动%	金额
销售产品运输费（万元）	380.75	14.20	333.40	-51.59	688.76
营业收入（万元）	63,038.28	23.12	51,201.03	1.80	50,293.25
每万元收入运费（元）	60.40	-7.25	65.12	-52.45	136.95

A、2015年较2014年变动分析

由上表，2015年营业收入较2014年增加1.80%，但运费指标为下降51.59%；每万元收入运费从2014年的136.95元下降到2015年的65.12元，变动幅度为-52.45%。变动

趋势不一致原因分析：从2015年5月始，公司不再承担经销模式下定制厨柜产品经销商提货运费（即工厂至经销商指定物流点段区间的运费），在2015年营业收入及收入结构与2014年相比变动不大的情况下，公司2015年5月-12月经销模式下定制厨柜产品销售收入为27,588.21万元，导致2015年全年需承担运输费用的产品销售收入下降54.85%，与上述指标变动吻合。

B、2016年较2015年变动分析

由上表，公司2016年营业收入增长23.12%，运费增长14.20%，每万元收入运费较上年下降7.25%，主要原因系公司2015年调整了经销模式下定制厨柜产品运费承担方式，不再承担经销商提货运费所致。

综上，报告期内，公司运输费用与营业收入关系配比、每万元运费指标变动合理，符合公司实际经营情况。

②运量与销售量之间的关系

由于大宗用户模式运费计量单位主要为车次，区别于直营模式和经销模式运费主要计量单位件，以下区分大宗用户模式与经销和直营模式，进行运量与销售量配比关系变动分析。

A、经销、直营模式

报告期内，公司经销、直营模式运输服务供应商运量与经销、直营销售模式合计销售量情况如下：

产品类别	2016 年度		2015 年度		2014 年度
	数额	变动%	数额	变动%	数额
运量（万件）	27.39	-12.88	31.44	-66.22	93.07
销售量（万套）	7.95	20.82	6.58	4.94	6.27
单套件数	3	-27.89	5	-67.79	15

a、2015年较2014年变动分析

由上表，2015年销售量较2014年增加4.94%，但运量指标为下降-66.22%；单套件数从2014年的15件下降到2015年的5件，变动幅度为-67.79%。变动趋势不一致原因分析：从2015年5月始，公司不再承担经销模式下定制厨柜产品经销商提货运费（即工厂至经销商指定物流点段区间的运费），若2015年5月-12月经销模式下定制厨柜产品仍然需要承担运费，假设2015年单套件数维持2014年水平，按2015年销售量测算

2015年全年运量为97.65万件，较2014年全年运量增加4.92%，与2015年销售量增加4.94%吻合。

b、2016年较2015年变动分析

由上表，2016年销售量较2015年增加20.82%，但运量指标为下降12.88%；单套件数从2015年的5件下降到2016年的3件，变动幅度为27.89%。从2015年5月始，公司不再承担经销模式下定制厨柜产品经销商提货运费（即工厂至经销商指定物流点段区间的运费），公司厨柜收入占比较高，因此公司2016年销量与运量的变动趋势不一致。

综上，2015年5月运费政策调整因素影响后，报告期内，公司经销、直营模式下运量与销售量关系配比、单套件数指标变动合理，符合公司实际经营情况。

B、大宗用户模式

报告期内，公司大宗用户模式运输服务供应商运量与大宗用户销售模式销售量情况如下：

产品类别	2016 年度		2015 年度		2014 年度
	数额	变动%	数额	变动%	数额
运量（车）	457	173.65	167	14.38	146
销售量（套）	24,383	64.77	14,798	-6.22	15,779
单车套数	53	-39.79	89	-17.59	108
9.6 米及以上大车占比（%）	43.33	-	54.49	-	83.56

注：运量（车）未包含零担。

a、2015年较2014年变动分析

由上表，2015年销售量较2014年下降6.22%，但运量指标为增加14.38%，变动趋势不一致原因系2015年9.6米及以上大车占比及单车套数低于2014年所致。

b、2016年较2015年变动分析

由上表，2016年运量较2015年增长173.65%，销售量指标为增加64.77%，两项指标均出现大幅增长，主要是公司2016年大宗业务收入增长较快所致。销量与运量增长幅度存在差异的原因系2016年9.6米及以上大车占比及单车套数低于2015年所致。

综上，报告期内，公司大宗用户模式下运量与销售量关系配比、单车套数指标变动合理，符合公司实际经营情况。

6、资产减值损失

单位：万元

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
坏账损失	158.84	264.44	314.95
合计	158.84	264.44	314.95

报告期内，公司资产减值损失主要为应收款项和其他应收款的坏账准备损失，呈逐年下降趋势，主要原因为报告期内公司加强了应收账款催收力度，并逐步优化客户结构，挑选信誉良好的客户进行合作所致。

7、投资收益

单位：万元

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
按权益法核算的长期股权投资	-	-	111.19
银行理财产品收益	-	-	26.08
合计	-	-	137.27

报告期内，投资收益主要包括：（1）对参股子公司森王家居、德宏厨卫长期股权投资的权益法核算及处置收益核算；（2）银行理财产品的固定收益确认。

8、营业外收支

（1）营业外收入

公司报告期内营业外收入具体明细内容如下：

单位：万元

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
处置固定资产利得	106.44	0.40	1.08
政府补助收入	298.78	721.45	827.25
其他	39.29	4.42	45.12
合计	444.51	726.27	873.44

报告期内计入营业外收入的政府补助明细内容如下：

单位：万元

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
天津生产基地项目建设扶持资金	62.68	-	-
中山市文化产业专项资金扶持项目资金	30.00	-	-

中山市高新技术企业奖励资金	5.40	-	-
中山市 2015 年技术改造专项资金（总部企业经营贡献奖专题）资助	-	110.84	-
中山市市级工程技术研发中心补助	-	10.00	-
高成长中小企业（民营企业）奖励资金	-	20.00	-
中山市企业上市奖励专项资金	-	100.00	500.00
中山市阜沙镇企业上市特别奖励	-	353.09	300.00
集成厨柜生产技术改造项目补助	9.00	9.00	9.75
中山财政局返新三百企业退堤围费奖励	-	-	4.96
中山市财政局研发费补助	30.00	115.92	7.94
中山市技术改造专项资金	54.05	-	-
广东省企业研发费用补助	94.68	-	-
专利补贴	-	0.90	-
其他财政补贴	12.97	1.70	4.60
合计	298.78	721.45	827.25

（2）营业外支出

公司报告期内营业外支出金额较小，主要为少量的固定资产处置损失、公益性捐赠支出及其他，对经营成果无重大影响，明细内容如下：

单位：万元

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
固定资产处置损失	2.31	0.33	0.73
捐赠支出	10.10	1.50	4.50
其他	1.91	0.53	0.13
合计	14.32	2.36	5.36

9、所得税费用

报告期内，公司所得税费用情况如下：

单位：万元

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
当期所得税费用	1,382.72	1,208.47	1,393.56
递延所得税费用	-8.16	-26.94	-328.38
所得税费用合计	1,374.56	1,181.53	1,065.18

利润总额	10,128.56	8,034.34	7,484.44
------	-----------	----------	----------

最近三年，公司所得税费用逐年增加，主要是由于公司经营规模不断扩大，公司利润总额增长导致当期所得税费用相应增加所致。公司于2012年取得了广东省科学技术厅、广东省财政厅、广东省国家税务局和广东省地方税务局联合颁发的编号为GR201244000741的《高新技术企业证书》，被认定为高新技术企业，有效期为三年。根据企业所得税法有关规定，公司2013年、2014年度享受国家重点扶持的高新技术企业所得税的优惠政策，企业所得税减按15%征收。2015年10月10日，公司通过广东省科学技术厅、广东省财政厅、广东省国家税务局和广东省地方税务局高新技术企业复审，取得编号为GF201544000337的《高新技术企业证书》，有效期三年，2015年至2017年享受15.00%的所得税优惠税率。

（五）报告期非经常性损益对公司经营成果的影响

单位：万元

项 目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
1、非流动资产处置损益，包括已计提资产减值准备的冲销部分	104.13	0.07	111.54
2、计入当期损益的政府补助（与企业业务密切相关，按照国家统一标准定额或定量享受的政府补助除外）	298.78	721.45	827.25
3、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	-	-	26.08
4、除上述各项之外的其他营业外收入和支出	27.27	2.39	40.48
5、其他符合非经常性损益定义的损益项目（注）		-	-470.13
6、所得税影响额	-64.53	-108.58	-150.80
7、少数股东权益影响额（税后）	-	-	-
合计	365.66	615.32	384.41

注：为股份支付产生的损益金额。

报告期内，非经常性损益内容主要为计入当期损益的政府补助及交易性金融资产公允价值变动损益及处置损益。具体内容详见本节之“二、盈利能力分析”之“（四）利润的主要来源分析及可能影响发行人盈利能力连续性和稳定性的主要因素”之“7、投资收益”、“8、营业外收支”。

（六）公司盈利能力与可比公司比较

公司名称	加权平均净资产收益率（%）			加权平均净资产收益率 (扣除非经常性损益后)（%）		
	2016年度	2015年度	2014年度	2016年度	2015年度	2014年度
欧派	-	28.44	28.12	-	26.49	26.98
金牌	-	-	27.90	-	-	23.56
我乐	-	-	35.47	-	-	46.34
索菲亚	-	21.85	18.20	-	21.45	17.86
好莱客	-	20.17	42.93	-	19.02	42.16
志邦	-	28.25	47.47	-	26.70	58.19
平均值	-	24.68	33.35	-	23.42	35.85
本公司	25.75	24.70	41.54	24.67	22.48	39.05

由上表可见，可比期间公司加权平均净资产收益率（扣非前后）总体高于可比公司平均值，表明公司具有较强的盈利能力。可比公司中索菲亚盈利指标略低，主要原因为索菲亚上市后，净资产大幅增加，短期内净利润增长幅度小于净资产增长幅度，致使净资产收益率下降。

三、现金流量分析

最近三年，公司的现金流量情况如下：

单位：万元

现金流量项目	2016年度	2015年度	2014年度
经营活动产生的现金流量净额	9,859.33	12,844.13	3,785.08
投资活动产生的现金流量净额	-2,755.64	-3,893.82	-3,421.90
筹资活动产生的现金流量净额	-1,861.46	-81.53	4,543.61
汇率变动对现金及现金等价物的影响	-	-	-
现金及现金等价物净增加额	5,242.22	8,868.78	4,906.79
期初现金及现金等价物余额	19,008.35	10,139.57	5,232.78
期末现金和现金等价物余额	24,250.57	19,008.35	10,139.57

（一）经营活动现金流分析

最近三年，公司销售回款及经营活动现金流量净额情况分析如下：

单位：万元

项目	2016年度	2015年度	2014年度
销售商品、提供劳务收到的现金	67,799.42	60,571.15	53,461.05

含税营业收入	73,754.79	59,905.20	58,843.10
销售商品、提供劳务收到的现金/含税营业收入	91.93%	101.11%	90.85%
经营活动产生的现金流量净额	9,859.33	12,844.13	3,785.08
净利润	8,753.99	6,852.81	6,419.26
经营活动产生的现金流量净额/净利润	112.63%	187.43%	58.96%

由上表可见，报告期内，公司销售商品、提供劳务收到的现金与各期含增值税营业收入的比例分别为 90.85%、101.11%、91.93%；公司经营活动产生的现金流量净额与各期净利润的比例分别为 58.96%、187.43%、112.63%，受益于公司经销模式下先款后货的收款政策，公司报告期内销售收入回款总体状况良好，经营活动获取现金的能力较强。

2015 年经营活动产生的现金流量净额与当期净利润的比例较 2014 年有所提高，主要原因为：

(1) 公司 2015 年加强了收款的管理，在公司销售规模保持稳中有升的基础上，应收账款和应收票据总体保持稳定；同时公司期末订单量增加，预收账款也较 2014 年末恢复性增加 1,264.72 万元，上升幅度 35.79%。

(2) 由于 2015 年末订单数量较 2014 年末有所上升，公司年末需增加材料采购，同时 2015 年末公司付款账期有所延长，以上因素使得公司 2015 年末的应付材料款余额较 2014 年末余额大幅增加 2,916.36 万元，上升幅度 75.22%。

2016 年公司经营活动产生的现金流量净额与当期净利润的比例下降，主要原因系 2016 年公司大宗业务快速发展，大宗收入占比提升，导致应收账款、应收票据有所增长。2016 年末应收账款、应收票据合计较 2015 年末增加 3,671.14 万元，占营业收入的比例从 2015 年的 9.44% 提升至 2016 年的 13.49%。

(二) 投资活动现金流分析

最近三年，公司投资活动产生的现金流量净额分别为-3,421.90 万元、-3,893.82 万元、-2,755.64 万元，主要系购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金。近年来，公司业务发展较快，为适应不断增加的市场需求，公司陆续投建阜沙生产基地及天津生产基地以适应销售规模的增长，上述资产的购建为公司后续发展提供了坚实的物质基础和保障。各年度投资活动主要支出情况详见本节之“四、发行人

资本性支出分析”之“（一）最近三年重大资本性支出”。

（三）筹资活动现金流分析

最近三年，公司筹资活动产生的现金流量净额分别为 4,543.61 万元、-81.53 万元、-1,861.46 万元。筹资活动现金流入项目主要为银行借款及股东投入款项，现金流出主要为偿还借款及公司分配的现金股利。2014 年筹资活动产生的现金流量净额较高，主要原因为 2014 年 9 月及 12 月鼎锋明道、广发信德、珠海康远对公司的增资扩股。2016 年筹资活动产生的现金流量为公司分配的现金股利。

（四）现金和现金等价物余额与资产负债表“货币资金”项目存在差异的原因

报告期内公司合并现金流量表“期末现金和现金等价物余额”与合并资产负债表“货币资金”科目的差异情况如下表：

单位：万元

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
合并现金流量表中的期末现金和现金等价物余额	24,250.57	19,008.35	10,139.57
合并资产负债表中的货币资金余额	24,284.26	19,042.01	10,462.16
二者差额	-33.69	-33.66	-322.60
合并资产负债表中的货币资金之其他货币资金-工人工资保证金	33.69	33.66	322.60

从上表可见，报告期内合并现金流量表“期末现金和现金等价物余额”与合并资产负债表“货币资金”科目的差异是货币资金中的其他货币资金（工人工资保证金），由于该等其他货币资金使用受限，未能列入现金及现金等价物，故导致与资产负债表中的货币资金余额出现差异。

（五）不涉及现金收支的重大投资和筹资活动分析

报告期内公司不存在不涉及现金收支的重大投资和筹资活动。

四、发行人资本性支出分析

（一）最近三年重大资本性支出

报告期内，公司的资本性支出主要为购置固定资产、无形资产、在建工程及长

期待摊费用支出。最近三年，公司用于购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金分别为 4,518.90 万元、3,894.22 万元、2,755.82 万元。主要构成项目如下：

单位：万元

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
1、固定资产	1,375.89	958.19	1,493.07
2、无形资产	153.85	400.00	-
3、在建工程	737.82	1,909.38	2,061.50
4、长期待摊费用	488.26	626.65	964.10
合计	2,755.82	3,894.22	4,518.67

上述资本性支出有利于改善公司的生产条件，为公司持续的发展奠定了良好基础。

（二）未来可预见的重大资本性支出计划

截至本招股说明书签署日，公司未来可预见的重大资本性支出主要为本次募集资金投资项目投资支出，具体情况请参见本招股说明书之“第十三节 募集资金运用”之“三、募集资金投资项目简介”。

五、财务报表附注中的日后事项、或有事项及其他重要事项

（一）日后事项

公司无需要披露的日后事项。

（二）或有事项

1、公司与鲍新涛民间借贷纠纷诉讼

2011 年 8 月 29 日，鲍新涛、鲍新红（担保人）与本公司签订借款合同，向本公司借款用于其设立的皮阿诺橱柜（北京）有限责任公司的经营，实际借款金额为 220 万元，借款期限为 2011 年 9 月 1 日至 2013 年 8 月 31 日，合同约定：2011 年 9 月 1 日至 2012 年 8 月 31 日为免息借款，2012 年 9 月 1 日起按月计息，年利率为 9%；鲍新涛以其名下的北京所有皮阿诺橱柜专卖店产权作为抵押物。截至财务报表批准报出日，鲍新涛仅归还 14 万元。本公司于 2014 年 7 月 24 日向广东省中山市第一人民法院起诉，请求判令解除双方借款合同，并归还 206 万元借款及 114,450.00 元利息，并返还其店面促销向本公司的借款 45 万元，广东省中山市第一人民法院立案并出具（2014）中一法民一初字第 2050 号受理通知书。上述诉讼已于 2015 年 8 月 27

日开庭审理，法院一审判决作出被告鲍新涛向公司偿还借款本金 206 万元，鲍新红对上述债务承担连带清偿责任。截至财务报表批准报出日，鲍新涛已提起上诉，二审尚在审理过程中。2016 年 12 月 31 日止，本公司已按照坏账政策对该欠款全额计提了坏账准备。

2、公司与常州鸿瑞祥隆商贸有限公司、常州泰和置业发展有限公司买卖合同纠纷诉讼

本公司与被告鸿瑞祥隆商贸于 2012 年 11 月 8 日签署了《常州泰和之春一期橱柜/衣柜制作及安装工程合同》，合同约定总价 440 万元（实际结算价格为 476.40 万元）。2013 年 12 月 17 日，产品及工程已经项目施工方、监理单位、泰和置业验收合格。在合同履行过程中本公司已向鸿瑞祥隆商贸开具了相应发票，鸿瑞祥隆实际支付货款 220 万元后，未再支付剩余货款。该合同的实际执行人为泰和置业，且鸿瑞祥隆商贸与泰和置业的法定代表人为同一人，两者系关联公司。

本公司于 2015 年 6 月 12 日向常州市武进区人民法院递交了《民事起诉书》，要求被告鸿瑞祥隆商贸、泰和置业支付剩余货款 245.40 万元（已扣工程质保金）。截至财务报表批准报出日，该诉讼已被常州市武进区人民法院裁定为撤诉。截至财务报表批准报出日，公司未就上述合同纠纷再次提起诉讼。

2016 年 12 月 31 日止，本公司已按照坏账政策对该欠款全额计提了坏账准备。

3、公司与珠海市富景居投资有限公司投资买卖合同纠纷诉讼

本公司与被告富景居投资于 2014 年 5 月 28 日签署了《富景华庭工程合同》，合同约定总价 449.56 万元（实际结算价格为 184.73 万元）。2015 年 5 月 20 日，合同双方办理了竣工结算手续。在合同履行过程中富景居投资实际支付货款 36.44 万元后，未再支付剩余货款。同时，本公司还为被告加工安装了其他四套样板房产品，价款总计 2.96 万元，被告实际支付 1 万元，剩余款项未予支付。

公司于 2015 年 7 月 1 日向珠海市香洲区人民法院递交了《民事起诉状》，要求被告富景居投资支付剩余货款 141.01 万元（已扣工程质保金）。截至财务报表批准报出日，珠海市香洲区人民法院已审理并判决公司胜诉，目前判决结果正在执行。

2016 年 12 月 31 日止，本公司已按照坏账政策对该欠款全额计提了坏账准备。

（三）其他重要事项

公司无应披露未披露的其他重要事项。

六、对发行人财务状况和盈利能力的未来趋势分析

（一）主要财务优势和困难

1、财务优势

（1）资产质量良好、资产负债结构合理

近年来公司坚持“先款后货”为主的销售原则，应收账款周转速度较高，最近三年末，应收账款余额占当期营业收入的平均比例为 8.17%，有效降低了坏账风险，从而保障了资产质量；公司管理层极为重视存货管理，在保障生产需要、降低采购成本的前提下，尽可能控制库存，使得经营资金得到充分的运用；报告期内随着公司盈利积累以及股东增资，公司资产负债率较平稳，最近三年平均资产负债率（母公司）为 36.19%，资产负债率合理。良好的公司资产质量和合理的资产负债结构为公司实现长期持续发展提供了保障。

（2）经营活动现金流量充沛

公司经营活动的现金流量情况良好，最近三年，销售商品现金流入与含税营业收入的比例分别为 90.85%、101.11%、91.93%，良好的销售回款速度保障了盈利质量。

（3）盈利能力较强

公司近年经营业绩快速增长，最近三年的营业收入复合增长率为 11.96%，净利润与扣除非经常性损益后的净利润复合增长率分别达到 16.78%和 17.90%；加权平均净资产收益率分别为 41.54%、24.70%、25.75%，扣除非经常性损益后的加权平均净资产收益率分别为 39.05%、22.48%、24.67%，盈利能力较强，且收入和盈利具有连续性和稳定性。

2、财务困难

公司处于快速发展阶段，资金需求逐步增加，日常经营所需流动资金基本可以通过股东原始投入、盈利成果积累以及部分短期银行借款取得，但未来几年公司仍

将保持快速发展态势，将处于经营业绩提升的关键时期，仅靠自身积累滚动式发展将难以支撑公司后续资本项目的投资，从而制约公司的进一步发展。为此，公司准备通过公开发行股票并上市，从资本市场募集发展所需要的资金，尽快地将公司做大做强。

（二）财务状况及未来趋势分析

报告期内，随着经营规模的大幅增加，公司的资产、负债规模均增长迅速，且资产、负债结构基本稳定，资产流动性较高，偿债能力较强。

未来几年，公司仍将保持快速发展态势，处于经营业绩提升的关键时期，仅仅依靠自身积累难以满足公司后续资本项目投资的资金需求，将制约公司的进一步发展，从而使公司在竞争中处于不利地位。为此，公司拟通过公开发行股票并上市，本次公开成功发行后，公司总资产将大幅增加，资产负债率将有所降低，偿债能力将进一步提高，流动资产比例短期内将大幅上升。随着募集资金的逐步投入，固定资产的规模将逐步增加，非流动资产在总资产中所占比例将会明显上升，资产结构将更加稳定，能有效的解决公司产能瓶颈问题，进一步提高公司的信息化管理水平，并在一定程度上缓解公司营运资金不足，资产负债率略高的困境，通过募集资金投资项目的实施，公司的核心竞争优势将更加突出，从而使得公司处于良性的可持续成长状态，财务状况将更为良好，资本结构将更为合理，为公司的快速发展奠定基础。

（三）盈利能力及未来趋势分析

公司近年经营业绩快速增长，最近三年的营业收入复合增长率为 11.96%，净利润与扣除非经常性损益后的净利润复合增长率达到 16.78%和 17.90%；加权平均净资产收益率分别为 41.54%、24.70%、25.75%，扣除非经常性损益后的加权平均净资产收益率分别为 39.05%、22.48%、24.67%。

影响公司盈利能力的主要因素请参见本节之“二、盈利能力分析”之“（四）利润的主要来源分析及可能影响发行人盈利能力连续性和稳定性的主要因素”。

七、公司未来分红回报规划及安排

（一）公司股东分红回报规划

为了明确本次发行后对新老股东权益分红的回报，公司进一步细化《公司章程（草案）》中关于股利分配政策的条款，增加股利分配决策透明度和可操作性，便于股东对公司经营和分配进行监督。公司 2014 年度股东大会审议通过了《广东皮阿诺科学艺术家居股份有限公司上市后股东分红回报规划》（以下简称《分红规划》），具体要点如下：

1、股东分红回报规划制定考虑因素

在综合分析企业经营发展实际、股东要求和意愿、社会资金成本、外部融资环境等因素的基础上，充分考虑公司发展所处阶段、项目投资资金需求、银行信贷及债权融资环境、未来盈利规模、现金流量状况等情况，建立对投资者持续、稳定、科学的回报机制，保持股利分配政策的连续性和稳定性。

2、股东分红回报规划制定原则

公司股东回报规划充分考虑和听取股东特别是中小股东的要求和意愿，在保证公司正常经营业务发展及遵循相关法律、法规及规范性文件的前提下，坚持现金分红为主的基本原则。

3、公司上市后 3 年具体股利分配计划

公司遵循重视对投资者的合理回报并兼顾公司当年的实际经营情况和可持续发展的原则，采用现金、股票、现金与股票相结合或者法律、法规允许的其他方式分配利润。公司优先采用现金分红的利润分配方式。

在满足公司章程规定的现金分红条件的情况下，公司采取现金方式分配股利。公司应保持利润分配政策的连续性与稳定性，每年以现金方式分配的利润应不低于当年实现的可分配利润的 20%。如有重大投资计划或重大现金支出安排，公司采用现金分配的利润不少于本次利润分配的 15%。

重大投资计划或重大现金支出计划是指公司未来十二个月内拟建设项目、对外投资、收购资产或购买设备的累计支出达到或超过公司最近一期经审计净资产的 30%。

公司可以根据累计可供分配利润、公积金及现金流状况，并结合公司成长性、每股净资产的摊薄等真实合理因素，在保证最低现金分红比例和公司股本规模合理

的前提下，公司可以采用股票股利方式进行利润分配。

公司董事会应当综合考虑所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，区分下列情形，并按照公司章程规定的程序，提出差异化的现金分红政策：

（1）公司发展阶段属成熟期且无重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 80%；

（2）公司发展阶段属成熟期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 40%；

（3）公司发展阶段属成长期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 20%；

公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，可以按照前项规定处理。

4、公司上市后三年股东分红回报具体计划的变更

公司的股东分红回报计划不得随意变更。公司根据生产经营情况、投资规划和长期发展的需要，需调整利润分配政策的，调整后的利润分配政策不得违反中国证监会和证券交易所的有关规定。公司应当按照《公司章程（草案）》的约定履行相应的程序。

5、股东分红回报规划制定周期及调整程序

公司至少每三年重新制定股东分红回报规划，重新制定的分红规划，其现金分红比例不低于公司章程规定的分红比例。公司在重新制定分红规划时应当在总结之前三年股东回报规划执行情况的基础上，充分考虑股东（特别是中小股东）、独立董事和监事的意见。

分红回报规划的重新制定应由公司董事会提出，并在董事会审议通过后提交股东大会审议；公司在拟定具体方案时应当听取有关各方的意见，包括但不限于通过公开征集意见、召开论证会、电话、传真、邮件等方式，与股东特别是持有公司股份的机构投资者、中小股东就现金分红方案进行充分讨论和交流；涉及股价敏感信息的，公司还应当及时进行信息披露。

（二）股东回报规划的合理性分析

公司根据总体发展战略、未来经营发展规划及可预见的重大资本性支出情况，结合本次发行融资及银行贷款等债权融资环境及成本的分析，在综合考虑了公司现金流状况、目前及未来盈利情况、日常经营所需资金及公司所处的发展阶段带来的投资需求等因素后，制订了具体回报规划，是具备可行性的。

1、公司历史分红水平：最近三年，公司累计现金分红金额为 2,930.21 万元，公司根据盈利情况保持了良好的现金分红比例。

2、公司现金流状况：公司销售收款方式主要为先款后货方式，现金流状况较好，公司具备实施每年现金分红金额占当年实现的可分配利润比例 20%的能力。最近三年公司年均经营性现金流量净额为 8,829.51 万元，占三年平均净利润金额的 120.26%，远高于当年实现的可供分配利润的 20%。根据目前经营情况和未来发展规划，公司仍将和主要客户、主要供应商保持紧密合作关系，对客户和供应商的结算方式不会发生变化，销售和采购政策亦不会发生明显变化。

3、公司未来资本性支出情况：公司未来在固定资产方面的投入主要是募投项目的实施。根据募集资金投资项目可行性研究报告，随着未来募集资金投资项目的实施，公司的销售净利率、经营性现金净流量占净利润比率等指标不会发生明显变化，因此未来现金分红计划的实施有可靠的资金保障。公司偿债能力较强，支付现金股利不会对公司的生产经营和未来发展造成不利影响。

4、所处的融资环境及状况：公司本身资产负债率合理，生产经营较为稳健，本次增发上市后整体实力将进一步提升，通过日常积累、信贷支持可以获得足量发展资金。在可预见的将来，公司不会出现需要其它超额资金的情形。

综上所述，公司未来分红回报规划结合了历史现金分红水平，并充分考虑了公司实际经营情况、未来投资资金需求及外部融资环境，具有可行性和合理性。

八、摊薄即期回报分析

（一）每股收益变动趋势

1、假设条件

（1）本次公开发行不超过 1,560 万股人民币普通股（A 股），且不存在股东公开发售股份；

(2) 本次公开发行人民币普通股（A股）于2017年3月底实施完毕（该完成时间仅为预计时间，最终以中国证监会核准并实际发行完成时间为准）；

(3) 宏观经济环境、产业政策、行业发展状况、产品市场情况等方面没有发生重大变化；

(4) 2016年度公司经审计的归属于母公司股东的净利润为87,539,949.51元，归属于母公司股东扣除非经常性损益后的净利润为83,883,365.96元，假设2017年度上述盈利指标均较2016年增长10%，2018年度上述盈利指标均较2017年度增长5%，则公司2017年度、2018年度归属于母公司股东的净利润分别为96,293,944.46元、101,108,641.68元，归属于母公司股东扣除非经常性损益后的净利润分别为92,271,702.56元、96,885,287.68元。

(5) 公司对2017年度、2018年度上述盈利指标的假设分析仅为方便计算本次募集资金到位当年发行人每股收益，并便于理解本次公开发行对即期回报摊薄的影响，不构成公司2017年、2018年的盈利预测和业绩承诺，投资者不应据此进行投资决策，投资者据此进行投资决策造成损失的，公司不承担赔偿责任。

2、每股收益变动趋势

基于上述假设，公司测算了本次公开发行摊薄即期回报对募集资金到位当年发行人每股收益较上年度每股收益的变动影响，并区分扣除非经常性损益前后列示如下：

项目	2017年度/ 2017年12月31日	2018年度/ 2018年12月31日	变动趋势
总股本（股）	62,136,600	62,136,600	-
基本每股收益（元）	1.65	1.63	-1.59%
稀释每股收益（元）	1.65	1.63	-1.59%
扣除非经常性损益后基本每股收益（元）	1.58	1.56	-1.59%
扣除非经常性损益后稀释每股收益（元）	1.58	1.56	-1.59%

根据上述测算，本次发行后，公司总股本和净资产将会相应增加，但本次募集资金项目的建设及产生效益还需要一定时间，公司的净利润可能难以实现同步大幅增长，从而使公司扣除非经常性损益前后的基本每股收益、稀释每股收益在短期内

出现下降，股东即期回报存在被摊薄的风险。

（二）即期回报被摊薄的合理性分析

1、董事会选择本次融资的必要性和合理性

本次公开发行股票不超过 1,560 万股人民币普通股（A 股），募集资金总额在扣除发行费用后将用于中山阜沙产能扩建项目、天津静海产能建设项目一期、一体化信息管理系统建设项目及补充流动资金。

其中中山阜沙产能扩建项目、天津静海产能建设项目一期实施的必要性及合理性详见本招股说明书之“第十三节 募集资金运用”之“二、本次募集资金投资项目的必要性”之“（一）中山阜沙产能扩建项目、天津静海产能建设项目一期实施必要性”。

其中一体化信息管理系统建设项目实施的必要性及合理性详见本招股说明书之“第十三节 募集资金运用”之“二、本次募集资金投资项目的必要性”之“（二）一体化信息管理系统建设项目实施必要性”。

其中补充流动资金必要性及合理性详见本招股说明书之“第十三节 募集资金运用”之“三、募集资金投资项目简介”之“（四）补充流动资金”之“2、补充流动资金的必要性和合理性”。

2、本次募集资金投资项目与发行人现有业务的关系，发行人从事募集资金项目在人员、技术、市场等方面的储备情况

（1）本次募集资金投资项目与发行人现有业务的关系

本次募集资金投资项目均符合公司主营业务的发展方向，有利于进一步提升公司的技术创新能力，解决产能瓶颈，提升产品质量，提高服务水平和市场份额，增强公司核心竞争力和盈利能力。本次公开发行募集资金投资项目与公司现有业务的关系详见本招股说明书之“第十三节 募集资金运用”之“一、本次募集资金运用计划”之“（四）募集资金投资项目与公司现有业务的关系”。

（2）发行人从事募集资金项目在人员、技术、市场等方面的储备情况

①中山阜沙产能扩建项目及天津静海产能建设项目一期

本次公开发行募集资金拟投入的“中山阜沙产能扩建项目”、“天津静海产能建设项目一期”所采用的技术均为公司自有的成熟技术，在国内同类产品中处于先进水平。公司立足于定制家居领域发展多年，已培养和积累的一大批经验丰富的管理与技术人才，上述项目建成后，除部分管理岗位人员和技术岗位人员由公司内部调岗到位外，其他岗位员工的上岗都将通过社会招聘方式实现。因此，上述项目具备顺利实施的人员和技术基础。

经过多年的发展，公司凭借突出的产品设计能力和市场开拓能力，取得了良好的市场口碑和较高的品牌知名度，已成为国内领先的定制厨柜、衣柜及其配套家居产品企业之一。截至2016年12月31日，公司拥有经销商881家，经销商门店954家，直营店5家，公司销售网络已覆盖了国内大部分四线及以上主要城市，公司已建立起较完善的销售渠道网络。因此，上述项目具备顺利实施的市场基础。

②一体化信息管理系统建设项目

本次公开发行募集资金拟投入的“一体化信息管理系统建设项目”主要针对公司现有“SAP企业资源计划系统”、“造易订单管理系统”两大核心管理系统进行的优化、二次开发及有效集成，不存在新的技术需要研发和使用。项目实施完成后，新增技术人员将通过社会招聘方式实现。因此，本项目具备顺利实施的人员和技术基础。

本项目顺利实施并投入运行后，不直接产生经济收入，但将大幅度提高公司决策能力和运营管理效率，提升信息、数据收集和分析能力，强化业务操作透明度和公司监管纵深，为公司业务的持续快速扩张提供强力支撑。

（三）填补回报的具体措施

公司已就填补被摊薄即期回报的措施出具了承诺，具体内容详见本招股说明书之“重大事项提示”之“六、关于填补被摊薄即期回报的措施及承诺”之“（一）发行人关于填补被摊薄即期回报的措施及承诺”。

上述措施和承诺已经公司第一届董事会第十次会议和2016年第一次临时股东大会审议通过。

公司制定的以上填补回报措施不构成对公司未来利润的承诺，投资者不应据此进行投资决策，投资者据此进行投资决策造成损失的，公司不承担赔偿责任。

（四）发行人董事、高级管理人员对公司填补回报措施能够得到切实履行作出的承诺

公司全体董事、高级管理人员已就关于填补被摊薄即期回报措施得以切实履行出具了承诺，具体内容详见本招股说明书之“重大事项提示”之“六、关于填补被摊薄即期回报的措施及承诺”之“（二）发行人全体董事、高级管理人员关于填补被摊薄即期回报措施得以切实履行的承诺”。

上述承诺已经公司第一届董事会第十次会议和2016年第一次临时股东大会审议通过。

第十二节 未来发展与规划

本业务发展规划是公司在当前经济形势和市场环境下，对可预见的未来做出的计划和安排。投资者不应该排除公司根据经济形势变化和经营实际情况对本业务发展规划进行修正、调整和完善的可能性。

一、公司未来三年的发展规划及发展目标

（一）发展战略

本公司将秉承“真实自然、积极进取、成长成才、负责感恩”的核心价值观，继续专注于定制家居行业，凭借在规模、技术与研发、质量与品牌、客户等方面积累的核心优势，拓展应用领域，进一步把定制家居市场做深、做透，扩大公司在定制家居市场的份额，保持公司快速良性发展。

在上述发展战略的指引下，公司将持续优化生产工艺，使用先进生产技术，不断提高材料利用率，降低材料损耗率，进一步提升生产效率。公司将持续完善生产基地布局、现有生产基地技术改造升级，并在细化和深化现有营销网络的同时，稳步增加营销网点数量，增强售后服务能力，进一步强化信息化管理能力，持续保持公司在生产、营销、售后等方面的优势；公司将继续加大研发、设计投入，研究新材料、新工艺、新技术在定制家居产品领域的应用，持续推出更科学、环保、人性化的定制家居产品。

（二）发展目标

在未来三到五年间，公司的整体经营目标是继续保持公司持续快速增长态势，着力向专业的定制厨柜、衣柜高端品牌迈进，逐步扩大公司产品的销售规模，成为国内全屋定制行业的领导品牌之一。

在保持主营业务快速增长的同时，公司将严格控制风险，不断强化内部控制制度，提高公司治理水平。

（三）具体的发展计划

1、研发、设计创新计划

公司将秉持“科学艺术家居”的设计理念，始终坚持自主创新的原则，不断加

强研发、设计创新能力，走专业化设计之路。公司将进一步完善研发体制、研发机构的设置、激励制度，加大研发经费的投入，计划每年研发费用投入不低于当年营业收入的 3%；积极引进和培养高端研发人才；加大与国内知名的设计院所、机构以及国际知名设计师的合作力度，积极引进和吸收国内外先进设计理念，采用新工艺、新技术、新材料在定制家具产品中的使用，不断提高所推产品的科学性、艺术性、环保性。公司将针对不同的方向和领域设立专门的设计小组进行产品研发，以紧跟目标市场的流行趋势，并紧贴客户需求。

2、产品开发计划

在持续保持研发、设计创新能力的基础上，公司将进一步强化定制家具领域新产品的研发、设计能力，未来三年公司产品开发计划具体方向如下：

（1）智能厨房研发课题

本课题整合了现有的 LED 照明技术、带智能管控的信息化技术以及消费型电子和自动化技术，使其在厨房中得到合理应用，开发适合中国消费者的智能厨房系统。

（2）新型除油烟型厨柜研发课题

该课题主要利用现有机械和家具制造技术，结合创新理念和先进制造手段，改善现有厨房电器应用效果不佳的问题，通过创新改进有效提高油烟吸收效率。

（3）新一代多功能衣柜研发课题

该课题将集成智能控制技术、环保技术、防潮技术、智能安全防范技术等，开发多功能衣帽间，包括日常收纳、收藏室等功能，以及提供时尚、天气信息等功能。

3、人力资源发展计划

人力资源是公司最重要的战略资源，是公司最核心的生产要素。为实现公司总体战略目标，公司将加强人力资源的开发和配置，完善人才选拔、培养和引进机制。

（1）在未来的发展中，公司将以“创业人为本”的理念，按照现代企业制度的要求建立人力资源开发管理体系，逐步实现各类人才的合理梯度配置。

（2）公司将认真做好人才规划和人才开发工作，进一步优化员工结构，抓好员工素质建设，完善用人制度；认真做好人才引进工作，大力培养高素质、复合型的营销、技术、管理人才，打造一支认同公司企业文化、富有责任感、具有协作精神、

善于学习和敢于创新的一流人才队伍。

(3) 公司将建立和完善适应公司发展的人才培训机制，采用内外培训的方式，全面提升员工的文化水平和业务素质，为员工设计全面的职业发展规划，以人为本建设和谐企业，让员工充分分享企业发展成果。

(4) 公司将建立和完善符合上市公司要求的薪酬管理体系，设计对各类人才具有持久吸引力、创造力的激励机制，确保人力资源充足稳定，增强公司持续发展的动力。

4、市场开发及营销网络开拓计划

公司将进一步完善和拓展现有全国性营销网络，树立全员营销意识，加大产品销售广度和力度，提高产品质量，保障一流的服务。具体计划如下：

(1) 在现有全国性营销网络体系的基础上，进一步衍生和拓展，力争五年内达到 2,000 个经销商营销网点；在现有直营销售体系的基础上，优化和控制直营旗舰店、专卖店的布局与开设数量；在完善线下营销网络的同时，公司将积极拓展电商销售、互联网销售。

(2) 进一步完善公司市场服务体系，不断规范和完善营销管理和营销政策，为客户提供全方位的技术及产品服务，提高公司市场竞争力；持续加大对营销体系销售人员和技术服务人员的引进培养力度，大力开展内部培训工作，建设专业化、技术型营销队伍。

(3) 加大力度打造产品品牌，提升公司形象。公司计划未来三年内进一步加大品牌和公司的宣传力度，具体包括电视台、电台、广告牌、网络及地方性媒体如报纸广告、地方户外形象广告等，持续提升公司的品牌和公司形象，塑造国内一流、国际有一定影响力的优质品牌和企业形象。

5、生产规模建设计划

未来三年，公司将通过募集资金和自筹资金扩建中山阜沙生产基地和建设天津静海生产基地，该等产能扩建项目的完成将扩大公司的生产规模，突破公司产能瓶颈。

6、筹资计划

公司将根据业务发展及优化资本结构的需要，选择适当的股权融资和债权融资组合，满足公司可持续发展所需要的资金。公司计划近期通过首次公开发行募集资金提高公司资本实力，同时公司将视具体情况，综合利用银行贷款、公司债券等债权融资方式融资，以保持公司合理的资本结构。

7、兼并收购计划

公司将根据发展战略，紧紧围绕自身核心业务，以增强公司中长期战略竞争能力为目的，积极寻求核心业务的稳步扩展，进行适度的优势互补的收购兼并稳步实现公司业务和市场规模的扩张。

二、募集资金运用对公司实现发展目标的作用

本次募集资金投资项目的实施将对公司的未来发展产生重要影响，可以有效提高公司的产品产能、产品营销能力及业务管控能力，补充公司所需营运资金，加大公司新产品创新设计投入，进一步提升公司产品的市场占有率和市场竞争力，提升品牌知名度，为公司未来业务发展提供保障，对公司未来发展及在增强成长性和自主创新能力方面具有积极的影响。

三、制定上述规划和目标所依据的假设条件和实施的主要困难

（一）制定上述计划所依据的条件

- 1、公司所遵循的国家和地方现行有关法律、法规和经济政策无重大改变；
- 2、国家宏观经济继续平稳发展；
- 3、本次公司股票发行上市能够成功，募集资金顺利到位；
- 4、募集资金投资项目能够顺利实施，并取得预期收益；
- 5、公司所处行业与市场环境不会发生重大恶化；
- 6、公司无重大经营决策失误和足以严重影响公司正常运转的人事变动；
- 7、不会发生对公司正常经营造成重大不利影响的突发性事件或其它不可抗力因素。

（二）实施过程中可能面临的主要困难

1、自有资金难以满足上述计划的需要

目前公司的技术创新、新产品开发、规模化生产需要大量的资金，但由于公司规模较小，融资能力有限，难以满足公司发展的需要，因此急需拓展融资渠道。

2、经营管理快速提升面临较大挑战

公司在较大规模资金运用和业务进一步拓展的背景下，公司的发展战略、组织设计、机制建立、资源配置及运营管理，特别是资金管理和内部控制等方面，均将面临新的挑战。

3、高素质的技术人才和管理人才不足

随着公司的快速发展，经营规模的迅速扩大，需要更多的技术人员、管理人员、销售人员等，若人才招聘和培训速度无法匹配，可能影响项目的顺利实施，进而影响企业发展计划的实现。

四、确保实现规划和目标拟采用的措施

1、如果本次公司能够上市成功，募集资金顺利到位，将从根本上解决公司业务发展的资金瓶颈问题。本次募集资金到位后，公司将审核合理的安排募集资金投资计划，强化募投项目实施管理，切实提高募集资金使用效率。

2、公司将按照《公司法》、《证券法》以及《上市公司治理准则》等法律法规要求，不断完善公司治理结构以及公司内部控制制度，同时将不断优化组织架构，提升管理水平。

3、公司将继续坚持“以人为本”的经营理念，进一步健全公司激励考核制度，持续加强对公司员工的培训，通过多种渠道招聘高素质人才，形成与公司业务发展相适应的人才发展体系。

4、充分发挥公司在定制厨柜行业的竞争优势，推行规范化管理和标准化生产，从而提高公司的管理效率、降低生产成本。

五、公司业务发展规划与现有业务的关系

公司上述业务发展规划立足于公司现有主营业务，并充分考虑了国家产业政策

和行业发展趋势对公司业务的影响，按照公司发展战略要求制定。

公司近年来形成的品牌、研发和渠道等优势为后续发展奠定基础，上述发展规划的实施将扩大完善主要产品的性能，提高产品的技术含量和附加值，丰富产品结构，完善营销网络，将有效地提升公司的核心优势和持续发展能力。

募集资金所投资的项目是以公司现有业务为基础的技术更新和规模化扩张，发展计划的实施与现有业务具有十分紧密的一致性和连续性。

第十三节 募集资金运用

一、本次募集资金运用计划

(一) 本次募集资金预计及专户储存安排

经股东大会批准，公司本次拟向社会公众公开发行人民币普通股不超过 1,560 万股，占公司发行后总股本的比例不低于 25%，采取公司公开发行新股的方式，不安排老股转让。本次发行采用网上按市值申购向社会公众投资者直接定价发行。

根据《募集资金管理制度》的规定，本次发行募集资金将存放于董事会决定的专项账户集中管理，募集资金专户数量（包括公司的子公司或公司控制的其他企业设置的专户）原则上不得超过募投项目的个数；公司应当在募集资金到位后 1 个月内与保荐人、存放募集资金的商业银行签订三方监管协议；公司应积极督促商业银行履行协议。商业银行连续三次未及时向保荐人出具对账单或通知专户大额支取情况，以及存在未配合保荐人查询与调查专户资料情形的，公司可以终止协议并注销该募集资金专户。

(二) 募集资金投资项目概况

本次募集资金投向经公司股东大会审议确定，由董事会负责实施。实际募集资金扣除发行费用后的净额全部用于公司主营业务相关的项目及主营业务发展所需的营运资金，公司拟投入以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	实施主体	总投资	拟投入募集资金	募集资金投资净额
1	中山阜沙产能扩建项目	皮阿诺	15,430.93	14,486.83	14,486.83
2	天津静海产能建设项目一期	天津皮阿诺	20,422.30	18,849.17	17,199.34
3	一体化信息管理系统建设项目	皮阿诺	2,898.92	2,898.92	2,898.92
4	补充流动资金	皮阿诺	10,000.00	10,000.00	10,000.00
合计			48,752.15	46,234.92	44,585.09

注：公司以出让方式取得了位于中山市阜沙镇上南村和天津市静海县经济开发区静霸公路联络线东侧的二宗土地使用权，用于本次募集资金投资项目的土地使用权成本分别为944.10万元和1,573.13万元，该部分资金已由自有资金投入，不再使用本次募集资金进行投入。

本次发行上市募集资金到位前，公司可根据项目建设需要适当以自筹资金先行投入；本次发行上市募集资金到位后，公司将严格按照有关的制度使用募集资金，募集资金可用于置换前期投入募集资金投资项目的自筹资金以及支付项目剩余款项，若本次发行实际募集资金低于募集资金项目投资额，公司将通过自筹资金解决。

（三）本次募投项目批准、核准程序情况

本次募集资金投资项目的环评及备案情况如下：

序号	项目名称	项目环评情况	项目备案情况
1	中山阜沙产能扩建项目	中（阜）环建表[2014]0016号	14200021101101329号
2	天津静海产能建设项目一期	静环环保许可表[2014]0173号	静发改许可[2014]266号
3	一体化信息管理系统建设项目	-	14200021101101356号

（四）募集资金投资项目与公司现有业务的关系

本次募集资金投资项目均符合公司主营业务的发展方向，有利于进一步提升公司的技术创新能力，解决产能瓶颈，提升产品质量，提高服务水平和市场份额，增强公司核心竞争力和盈利能力。

本次发行募集资金拟投入的“中山阜沙产能扩建项目”、“天津静海产能建设项目一期”主要是扩大公司现有定制厨柜、衣柜及其配套家居产品的产能，进一步提高生产工艺及产品品质，解决产能不足问题，巩固公司在定制家具领域综合竞争实力、提升行业竞争地位。

本次发行募集资金拟投入的“一体化信息管理系统建设项目”将全面启用和实现公司供、销、人、财、物信息化集成管理，通过信息化手段节约供应链成本、快速反应，并为公司战略管理提供有效的决策支持信息，项目建成后可提高企业运营效率和效益，为公司“直营+经销”、“线上+线下”双轮驱动的经营模式在全国范围内进行标准化复制与快速低成本扩张提供有力的支撑。

二、本次募集资金投资项目的必要性

（一）中山阜沙产能扩建项目、天津静海产能建设项目一期实施必要性

1、项目的实施适应行业发展和市场需求

作为公司的核心产品，定制厨柜的销售收入从 2014 年的 43,584.43 万元增长到 2016 年的 50,827.60 万元，年复合增长率为 7.99%，报告期内公司核心产品定制厨柜保持了良好的增长速度。根据全国工商联家具装饰业商会发布的《2013 中国厨柜行业消费白皮书》，随着城市化进程的不断加快，人们生活质量和品位提高，高品质厨柜及厨电的市场需求逐渐增长，厨房已经倍受关注。厨房建设由功能型、配套型进入了生活舒适艺术型的发展阶段，厨房设备由简单的搭建进入到厨柜单元的专业化制作阶段。近年来，中国厨柜的销量以平均每年 35% 的速度上升。根据国务院发展中心研究办公室调查显示，未来 5 年内，我国将有 31.7% 的家庭使用厨柜，每年的市场容量为 700 亿元，未来 10 年内厨柜消费将持续成为城乡居民消费的热点。

作为公司的重点发展产品，定制衣柜的销售收入从 2014 年的 6,241.41 万元增长到 2016 年的 11,249.69 万元，年复合增长率为 34.25%。根据中银国际证券 2014 年 1 月份出具的研究报告，在我国城市居民家庭中，定制衣柜的拥有率还不及 7%，远低于欧美发达国家 70% 以上的平均水平，随着中国城市化进程的加快发展、商品房成交量的不断扩大，以及居民消费结构升级与消费观念向时尚、环保和多功能方向的转变，定制衣柜行业在未来三年的年均复合增长率将不低于 20%，定制衣柜行业巨大的市场空间已经打开。

本次募投项目建成后，将新增定制厨柜产能 12 万套，定制衣柜产能 9 万套，项目全部达产后，将新增年产值 108,642.90 万元。本次募投项目的实施，是公司适应行业发展和市场需求，进一步扩大市场占有率，提高公司在行业的领导地位的重要举措。

2、摆脱产能困境，提升供货效率，提高市场份额

近年来公司业务快速增长，原有的设备生产效率已不能满足业务发展的需要。最近三年，公司营业收入从 5.03 亿元增长到 6.30 亿元，年复合增长率达到 11.96%，同时，最近三年公司定制厨柜的产能利用率平均已达 102.73%，定制衣柜的产能利用率平均已达 105.43%，公司生产设备长期高负荷运作，亟需新建产能以满足未来三到五年不断增长的市场需求。

此外，作为公司的快速发展业务，大宗用户类业务收入从 2014 年的 4,387.01

万元，增长到 2016 年的 8,299.50 万元，已成为公司新的利润增长点，发展潜力巨大。大宗用户类业务单个订单需要的产品数量较多，公司现有的生产线配置无法安排工程类订单单线专项生产。公司现有产能和生产线配置的不足，制约了公司大量承接大宗用户类订单能力，公司亟需扩建产能提升大宗用户类订单的供货能力和效率。

3、满足公司发展战略的需要

行业内不同企业间产品品类相互渗透，未来定制家居市场将朝全屋定制方向发展，公司的未来战略也将围绕全屋定制展开。公司现有产品以厨柜为主，为配合全屋定制的发展战略，其他产品如衣柜、鞋柜、床头柜等需要提高生产能力，现有产能限制了公司全屋定制战略的实施。因此，本次募投项目在进一步扩增公司核心产品定制厨柜产能的同时，对现有定制衣柜产能进行了较大扩充。

4、提升品牌影响力，巩固行业地位需要

目前国内厨柜企业众多，市场集中度不高，市场竞争日益加剧，品牌和渠道在竞争中的作用越来越明显。为巩固公司在中国定制家居行业的领先地位，扩充产能是提升公司品牌影响力、扩大销售渠道和提高市场竞争力的基础。

（二）一体化信息管理系统建设项目实施必要性

1、建立集成的企业信息管理系统，增强公司整体运营管理能力

随着家居行业竞争的日益激烈，家居产品制造企业需及时根据市场需求迅速组织研发、采购、生产、配送、销售和服务，对企业的信息化系统提出了更高的要求，信息化系统需要将不同业务系统内的数据进行有效集成、管理和控制。

目前，公司的信息化管理系统两大核心系统为 SAP 企业资源计划系统和“造易解决之道”订单管理系统。随着公司业务的迅猛增长，公司现有信息系统存在功能实现不够灵活、较多功能模块尚未开发使用以及模块之间缺乏有效集成等缺点，在稳定性、准确性和及时性等方面均需改进。

本项目的顺利实施，将使公司信息管理系统具备全面集成的特性和功能，有助于公司建立现代化的管理模式，提高内部营运管理能力，优化完善业务流程，实现业务数据集中统一管理，规范业务操作流程，保证服务品质，提升产品设计效率，提高快速制造系统反应速度，强化柔性制造能力；公司的决策层也可通过改进后的

信息管理系统提供的综合分析，更加及时、科学、有效的决策。

2、提升公司研发、采购、生产、销售、服务一体化能力，提高协同管理水平

本项目对公司业务流程管理系统进行全面改造升级，通过加入全新移动办公系统、设计研发管理系统及档案管理系统来增强公司业务支撑模块，减少错漏并提高效率；通过升级改造厨柜、衣柜生产线综合管理系统，形成专门的流程管控模块，将整体生产流程柔性化，减少和并行相关环节，以有效应对定制家居产品的多品种、小批量以及快速化的市场需求。同时，信息的一体化集成促进各个部门摆脱时间和地域的限制，加强相互之间的信息和工作沟通，实现协同工作与知识管理，降低运营成本并提高管理效率。

3、完善公司渠道及客户管理系统、提升服务能力

作为行业内领先企业，公司营销网络覆盖全国大部分区域，市场终端多、市场区域跨度大，公司现有的信息管理系统导致公司经营管理难以与市场需求及时有效结合。本项目将建设全新的店网一体化渠道管理平台，在原有的企业门户网站的基础上强化线上 3D 效果展示功能，建立渠道综合管理系统，通过信息技术全面贯彻公司“直营+经销”、“线上+线下”相结合的双轮驱动营销模式，从售前的专业咨询，到售中的线下体验式营销、展示推广，到售后客户管理系统进行全面改造升级，形成“皮阿诺店网一体化”的多元营销服务模式，为公司的市场营销、客户关系管理提供强有力的信息技术支持；同时还能规范营销和服务操作流程，与供应链系统有效协同。此外，本项目还将通过移动办公系统，通过移动终端及时发掘市场，收集客户市场反馈，加快客户服务与支持响应速度，增强内部员工管理体验。

4、提升公司供应链管理水平和

本项目将为公司新增一套完善的供应商信息管理系统平台，从评审考核、培训支持以及综合管理等方面进行全面管控，进一步优化企业业务流程，提升公司对物流、资金流、信息流等的管理效率。通过信息化的手段整合公司供应端相关业务，将供应商与公司自动化、规范化的工作流程有机融合，实现业务过程的实时监控、跟踪，解决多岗位、多部门、多地域之间的有效协同作业。另外，在保持企业供应链体系顺畅运行的前提下，降低商品的消耗和库存积压，同时与供应商实现更广泛、有效的信息共享，从而缩短从需求到供应的响应时间，提高运营效率，降低库存风

险及供应链成本。

三、募集资金投资项目简介

(一) 中山阜沙产能扩建项目

1、项目简介

项目预计投资总额为 15,430.93 万元，计划在中山市阜沙镇上南村建造生产厂房 50,625 平方米，其中包含厂房、仓库等生产设施。

通过本项目的建设，公司将增加 4 万套定制厨柜/年以及 4 万套定制衣柜/年的产能，包括新建生产车间、配套工程设施及购置生产设备等。项目将迅速扩大公司产能规模，提高生产效率，提升公司在定制厨柜产品市场的竞争力和市场占有率。

2、投资概算

本项目总投资 15,430.93 万元，其中拟使用募集资金投入 14,486.83 万元。总投资的构成情况如下：

单位：万元

序号	名称	金额	比例
1	建设投资总额	13,401.47	86.85%
1.1	土地购置费	944.10	6.12%
1.2	建筑工程费	5,473.50	35.47%
1.3	设备购置及安装费	6,345.70	41.12%
1.4	预备费	638.17	4.14%
2	铺底流动资金	2,029.46	13.15%
	合计	15,430.93	100.00%

3、项目建设主要内容

序号	项目	建筑面积 (m ²)	建筑工程费 (万元)
1	厂房及仓库	50,625.00	5,062.50
2	其他配套	-	160.00
	合计	50,625.00	5,222.50

4、技术、设备方案

(1) 项目技术水平

本项目技术为现有成熟技术。项目产品所采用的原理、设计和工艺为公司自有技术，在国内同类产品中处于先进水平。

(2) 产品工艺流程

本项目具体生产工艺流程见本招股说明书“第六节 业务与技术”之“四、发行人主营业务情况”之“（二）主要产品的生产工艺流程”。

(3) 主要设备选择

本项目所需设备的选用遵循质量可靠、先进适用、工艺成熟的原则，选取技术先进、生产过程自动化程度高、材料损耗率较低的设备。本项目购置的主要设备如下：

序号	名称	型号	单位	数量	单价 (万元)	总价 (万元)
1	厨柜柜身车间					869.40
1.1	开料锯	HPL380/38/22	台	2	148.00	296.00
1.2	推台锯(锯王)	F92X	台	2	9.70	19.40
1.3	全自动直线封边机	NKL210/5/A20/S2	台	4	78.00	312.00
1.4	六排钻	BST503	台	1	92.00	92.00
1.5	自动钻孔机	BHX500	台	1	150.00	150.00
2	厨柜门板车间					603.40
2.1	开料锯	HPL380/38/22	台	1	148.00	148.00
2.2	推台锯(锯王)	F92X	台	2	9.70	19.40
2.3	全自动直线封边机	KAL310/7/A20/S2	台	2	128.00	256.00
2.4	加工中心	VANTAGE200	套	2	90.00	180.00
3	厨柜油漆车间					2,331.00
3.1	开料锯	HPL380/38/22	台	1	148.00	148.00
3.2	加工中心	VANTAGE200	套	2	90.00	180.00
3.3	底漆砂光机	国产	台	1	138.00	138.00
3.4	底漆喷涂机	KRONOS	台	1	165.00	165.00
3.5	自动喷涂线	VEN SPARY COMP	台	1	1,000.00	1,000.00
3.6	自动抛光机	L.B.A.1350	台	2	260.00	520.00
3.7	自动砂光机	MFA10	台	1	180.00	180.00
4	衣柜机加车间					1,169.20
4.1	开料锯	PROFLHPL380/38/22	台	2	148.00	296.00
4.2	推台锯(锯王)	F92X	台	1	9.70	9.70
4.3	全自动直线封边机	NKL210/5/A20/S2	台	4	78.00	312.00
4.4	自动钻孔机	BHX500	台	2	150.00	300.00
4.4	三排钻	BS3	台	3	4.50	13.50
4.5	比雅斯加工中心	Rover C Edge	套	1	238.00	238.00
5	衣柜包覆车间					711.70
5.1	推台锯(锯王)	F92X	台	1	9.70	9.70
5.2	四面刨	KWF150-23	台	1	160.00	160.00
5.3	自动砂光机	MA10	台	1	180.00	180.00

5.4	自动切角机	V2015NC	台	1	38.00	38.00
5.5	温康纳吸塑机	国产	台	1	128.00	128.00
5.6	包覆机	Menegatto	台	2	80.00	160.00
5.7	高频组框机	国产	台	2	18.00	36.00
6	衣柜移门车间					20.00
6.1	铝材切割机		台	2	10.00	20.00
7	其他生产配套设备					520.00
7.1	货架	国产	套	2	25.00	50.00
7.2	链条式升降机	国产	台	6	15.00	90.00
7.3	中央吸尘	慧达	套	5	43.00	215.00
7.4	空压机系统	凌格风	套	1	65.00	65.00
7.5	变压及配电设备	国产	套	2	50.00	100.00
8	办公设备					121.00
8.1	电脑		台	220	0.50	110.00
8.2	复印打印一体机		台	11	0.50	5.50
8.3	彩色打印机		台	11	0.50	5.50
合计						6,345.70

5、项目实施计划

本项目计划建设期为 24 个月，投产当年生产负荷达到设计能力的 50%，第二年达到设计能力的 70%，第三年达到设计能力的 100%。

6、人员计划

项目建成后，公司将增加阜沙生产基地的人员配置，计划配置人员 670 名，除部分管理岗位人员和技术岗位人员由公司内部调岗到位外，其他岗位员工的上岗都将通过社会招聘方式实现。

7、项目选址

本项目建设地点位于广东省中山市阜沙镇上南村，项目建设区周边环境好，交通条件优越，区域内其它配套条件齐全。目前，公司已经取得了该项目用地的土地使用权，土地使用权证书编号为“中府国用（2014）第 0600466 号”，取得方式为出让，土地用途为工业用地，面积为 33,333.30 平方米。

8、环境保护

本项目执行《声环境质量标准》（GB 3096-2008）、《城镇污水处理厂污染物排放标准》（GB18918-2002）、《一般工业废物贮存、处理场污染控制标准》（GB18599-2001）等环保标准。

本项目建成后，运营阶段产生的主要污染物及治理措施如下：

(1) 废气

主要来源于生产车间的木制粉尘、少量废气。木制粉尘可在车间内设置气力除尘运输设备进行处理；废气通过各岗位设置抽气设备收集，通过集气管道统一汇入活性炭吸附系统进行处理。

(2) 噪音

公司合理化布局噪音源，对于产生噪音的主要生产设备，选取低噪音产品；门窗部位采用隔声措施尽量消除噪音影响，噪音值达标。

(3) 废水

本项目不产生生产工业废水。生活污水经化粪池处理后进入现有的污水处理厂处理，达到标准排入市政污水管网。

(4) 固体废弃物

对于项目投入使用后产生的固体废弃物进行分类搜集。废弃金属材料、非金属材料等进行集中回收；生活垃圾由环卫部门清运处置。

本项目建成后，运营阶段产生的主要污染物如上述的废气、噪音、废水、固体废弃物，对环境的负面影响较小。广东省中山市环境保护局已对本项目的环保情况进行了核查，并于2014年12月16日出具了《关于<广东皮阿诺科学艺术家居股份有限公司年产8万套橱柜和衣柜生产项目环境影响报告表>的批复》（中（阜）环建表[2014]0016号）。

9、主要原材料及能源的供应情况

本项目生产过程中所需板材、台面、厨电、五金配件等原材料市场供应充足，不存在采购困难；公司已有的材料供应渠道可满足本建设项目的材料需求。项目主要消耗能源为自来水和电力，供应充足。

10、项目经济效益分析

本项目经济效益良好，项目建成达产后主要经济指标如下：

序号	指标名称	数值
1	年销售收入（万元）	39,628.11

2	年净利润（万元）	5,609.34
3	税后内部收益率	29.93%
4	税后投资回收期（含建设期）（年）	5.19

（二）天津静海产能建设项目一期

1、项目简介

项目预计投资总额为 20,422.30 万元，计划在天津市静海县经济开发区建造生产厂房 54,578.43 平方米，其中包含厂房、仓库等生产设施及职工宿舍等生活配套。公司中山市阜沙生产基地定制厨柜的门板加工及烤漆工序生产能力充足，天津静海产能建设项目一期不对厨柜门板加工设备和烤漆工序设备进行投资。

通过本项目的建设，公司将增加 8 万套定制厨柜/年以及 5 万套定制衣柜/年的产能。项目建设将迅速扩大公司产能规模，有效提升公司在定制厨柜产品市场的竞争力和市场占有率。

2、投资概算

本项目总投资 20,422.30 万元，其中拟使用募集资金投入 18,849.17 万元。总投资的构成情况如下：

单位：万元

序号	名称	金额	比例
1	建设投资总额	17,383.22	85.12%
1.1	土地购置费	1,573.13	7.70%
1.2	建筑工程费	7,683.92	37.63%
1.3	设备购置及安装费	7,298.40	35.74%
1.4	预备费	827.77	4.05%
2	铺底流动资金	3,039.08	14.88%
	合计	20,422.30	100.00%

3、项目建设的主要内容

序号	项目	建筑面积 (m ²)	建筑工程费 (万元)
1	厂房及仓库	47,192.03	6,134.96
2	生活配套	7,386.40	1,107.96
3	其他配套	-	160.00

合计	54,578.43	7,402.92
----	-----------	----------

4、技术、设备方案

(1) 项目技术水平

本项目技术为现有成熟技术，在国内同类产品中处于先进水平。

(2) 产品工艺流程

本项目具体生产工艺流程见本招股说明书“第六节 业务与技术”之“四、发行人主营业务情况”之“（二）主要产品的生产工艺流程”。

(3) 主要设备选择

本项目所需设备的选用遵循质量可靠、先进适用、工艺成熟的原则，选取技术先进、生产过程自动化程度高、材料损耗率较低的设备。本项目购置的主要设备如下：

序号	名称	品牌	单位	数量	单价 (万元)	总价 (万元)
1	厨柜柜身车间					3,119.40
1.1	纵横锯	HKL430/32/22	台	1	350.00	350.00
1.2	开料锯	PROFLHPL380/38/22	台	2	148.00	296.00
1.3	推台锯(锯王)	F92X	台	2	9.70	19.40
1.4	双端封边机	KAL526/6/A3/25	台	4	250.00	1,000.00
1.5	连线封边机	国产	台	2	238.00	476.00
1.6	全自动直线封边机	NKL210/5/A20/S2	台	2	78.00	156.00
1.7	六排钻	BST503	台	2	92.00	184.00
1.8	钻孔机	ABD	台	2	50.00	100.00
1.9	自动钻孔机	BHX500	台	2	150.00	300.00
1.10	比雅斯加工中心	Rover C Edge	套	1	238.00	238.00
2	衣柜机加车间					2,429.10
2.1	平面仓库	TLF210	套	1	230.00	230.00
2.2	开料锯	PROFLHPL380/38/22	台	3	148.00	444.00
2.3	推台锯(锯王)	F92X	台	3	9.70	29.10
2.4	全自动直线封边机	NKL210/5/A20/S2	台	4	78.00	312.00
2.5	连线封边机	国产	台	2	238.00	476.00
2.6	自动钻孔机	BHX500	台	2	150.00	300.00
2.7	比雅斯加工中心	Rover C Edge	套	1	238.00	238.00
2.8	自动钻孔中心	ABL220	套	1	200.00	200.00
2.9	自动钻孔中心	BHH400	套	1	200.00	200.00
3	衣柜包覆车间					909.70
3.1	推台锯(锯王)	F92X	台	1	9.70	9.70
3.2	四面刨	KWF150-23	台	2	160.00	320.00
3.3	自动砂光机	MA10	台	1	180.00	180.00

3.4	自动切角机	V2015NC	台	2	38.00	76.00
3.5	温康纳吸塑机	国产	台	1	128.00	128.00
3.6	包覆机	Menegatto	台	2	80.00	160.00
3.7	高频组框机	国产	台	2	18.00	36.00
4	衣柜移门车间					20.00
4.1	铝材切割机		台	2	10.00	20.00
5	其他生产配套设备					675.00
5.1	货架	国产	套	2	25.00	50.00
5.2	中央吸尘	慧达	套	2	230.00	460.00
5.3	空压机系统	凌格风	套	1	65.00	65.00
5.4	变压及配电设备	国产	套	2	50.00	100.00
6	办公设备					145.20
6.1	电脑		台	264	0.50	132.00
6.2	复印打印一体机		台	13	0.50	6.60
6.3	彩色打印机		台	13	0.50	6.60
合计						7,298.40

5、项目实施计划和建设进度

本项目计划建设期为 24 个月，投产当年生产负荷达到设计能力的 50%，第二年达到设计能力的 70%，第三年达到设计能力的 100%。项目由公司全资子公司天津皮阿诺实施。

截至 2016 年 12 月 31 日，公司已投入自筹资金 5,391.11 万元用于该项目的主体厂房和配套设施等项目的建设。

6、人员计划

项目建成后，公司将增加静海生产基地的人员配置，计划配置人员 704 名，除部分管理岗位人员和技术岗位人员由公司内部调岗到位外，其他岗位员工的上岗都将通过社会招聘方式实现。

7、项目选址

本项目建设地点位于天津市静海县经济开发区，项目建设区周边环境好，交通条件优越，区域内其它配套条件齐全。目前，公司已经取得了该项目用地的土地使用权，土地使用权证书编号为“房地证津字第 123051400484 号”，取得方式为出让，土地用途为工业用地，面积为 138,774.20 平方米。

8、环境保护

本项目执行《声环境质量标准》（GB 3096-2008）、《城镇污水处理厂污染物

排放标准》（GB18918-2002）、《一般工业废物贮存、处理场污染控制标准》（GB18599-2001）等环保标准。

本项目建成后，运营阶段产生的主要污染物及治理措施如下：

（1）废气

主要来源于生产车间的木制粉尘、少量废气。木制粉尘可在车间内设置气力除尘运输设备进行处理；废气通过各岗位设置抽气设备收集，通过集气管道统一汇入活性炭吸附系统进行处理。

（2）噪音

公司合理化布局噪音源，对于产生噪音的主要生产设备，选取低噪音产品；门窗部位采用隔声措施尽量消除噪音影响，噪音值达标。

（3）废水

本项目不产生生产工业废水。生活污水经化粪池处理后进入现有的污水处理厂处理，达到标准排入市政污水管网。

（4）固体废弃物

对于项目投入使用后产生的固体废弃物进行分类搜集。废弃金属材料、非金属材料等进行集中回收；生活垃圾由环卫部门清运处置。

天津市静海县环境保护局已对本项目的环保情况进行了核查，并于 2014 年 10 月 31 日出具了《关于对皮阿诺家居（天津）有限公司家具制造项目环境影响报告表的批复》（静环保许可表[2014]0173 号）。

9、主要原材料及能源的供应情况

本项目生产过程中所需板材、台面、厨电、五金配件等原材料市场供应充足，不存在采购困难；公司已有的材料供应渠道可满足本建设项目的材料需求。项目主要消耗能源为自来水和电力，供应充足。

10、项目经济效益分析

项目完全达产后主要经济指标如下：

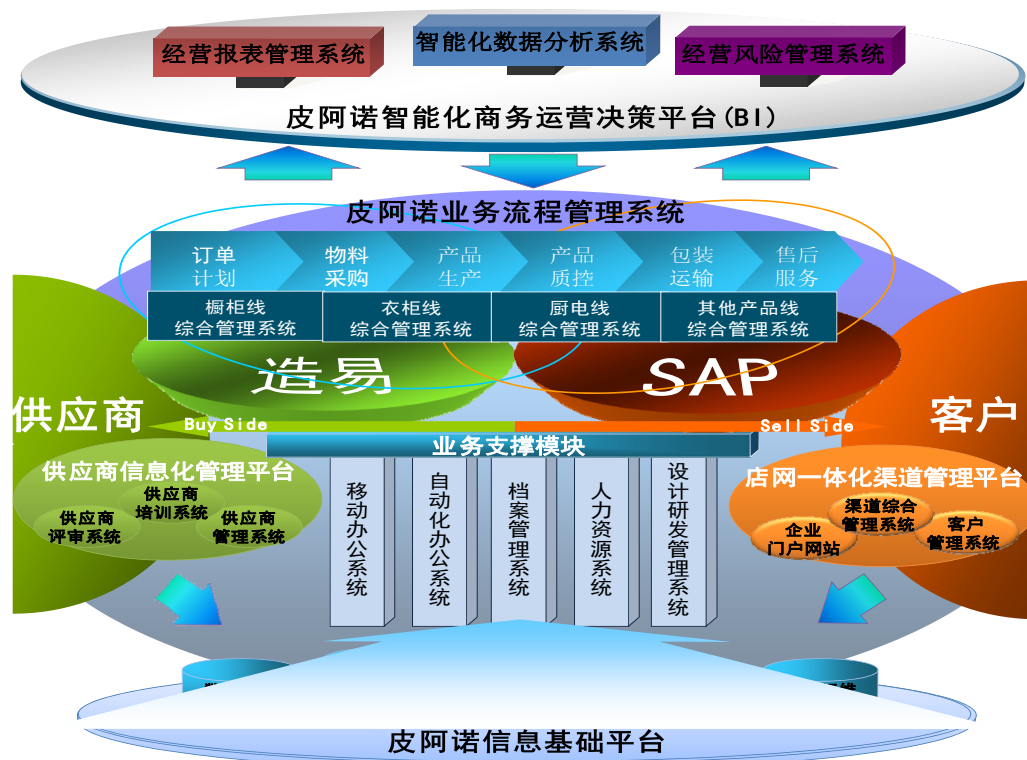
序号	指标名称	数值
----	------	----

1	年销售收入（万元）	69,014.79
2	年净利润（万元）	9,709.33
3	税后内部收益率	37.15%
4	税后投资回收期（含建设期）（年）	4.68

（三）一体化信息管理系统建设项目

1、项目简介

项目预计投资总额为 2,898.92 万元,公司拟采用智能化商务运营决策系统(BI),加载原有的订单管理系统(造易解决之道)、企业资源计划系统(SAP),再通过增设采购供应端及客户需求端管理平台,以及对信息化基础建设的改造升级,形成一套在整个公司(包括母公司及所属各分支公司)范围内运作的具有统一集成、灵活、高效、协同、多维分析的信息管理系统平台,使其成为公司重要的经营决策和管理工具。



本项目建设完成并投入运行后,信息系统本身不直接产生经济收入,但通过该系统的运行,将大幅度提高公司决策能力和运营管理效率,提升信息、数据收集和分析能力,强化业务操作透明度和公司监管纵深,为公司业务的持续快速扩张提供强力支撑。

2、投资概算

本项目总投资 2,898.92 万元，拟全部使用募集资金投入。总投资的构成情况如下：

单位：万元

序号	名称	金额	比例
1	工程建设费用	207.00	7.14%
1.1	机房建设	207.00	7.14%
2	设备投资费用	2,424.35	83.63%
2.1	硬件投资	933.85	32.21%
2.2	软件投资	1,490.50	51.42%
3	项目实施费用	136.00	4.69%
4	预备费	131.57	4.54%
	合计	2,898.92	100.00%

3、项目建设的主要内容

本项目建设的主要内容具体如下：

核心系统平台	子系统与设施	功能描述	建设投资内容
信息基础平台	数据储备服务器	为公司提供生产、销售、采购、财务等重要数据存储、数据日常备份、数据异地容灾备份等功能。	新增，通过机房建设实现
	数据处理系统	将公司经营、生产过程中的所有数据进行有效加工、整理，并计算各项分析指标，形成分析数据、图标等易接受形式并将处理后的信息进行有序贮存，随时、随地供其他系统调用。	新增
	基础网络设施	实现公司内部日常运作及外部信息输入输出的最根本的基础设施，是整个信息系统运行的保障设施。	通过加大网络带宽、提高服务器链路的容量、增加路由器与提高防火墙等管理等级，从而实现公司网络优化等方面的升级改造
	信息安全体系	用于防御病毒攻击，商业黑客入侵等信息安全管理，加强内网网络管控。	新增
	数据运维系统	用于监控及维护公司信息管理系统故障问题，确保计算机系统、网络和应用连续、可靠、安全运行，降低发生故障的可能性。	新增

核心系统平台	子系统与设施	功能描述	建设投资内容
业务流程管理系统	橱柜线综合管理系统	用于公司橱柜产品线的综合管理，包括前端设计下单并上传后经系统拆单分解，财务扣款下达任务单至各车间，各车间按任务单进行生产，生产完毕扫描进入包装，并扫描出入库，同时客户可通过系统实时查询订单状态。	延用公司原有系统，主要通过造易订单管理系统及SAP企业资源管理系统综合运作、管理
	衣柜线综合管理系统	用于公司衣柜产品线的综合管理，包括前端设计下单并上传后经系统拆单分解，财务扣款下达任务单至各车间，各车间按任务单进行生产，生产完毕扫描进入包装，并扫描出入库，同时客户可通过系统实时查询订单状态。	延用公司原有系统，主要通过造易订单管理系统及SAP企业资源管理系统综合运作、管理
	厨电线综合管理系统	用于公司厨电产品线的综合管理，包括前端设计下单并上传后经系统拆单分解，财务扣款下达任务单至各车间，各车间按任务单进行生产，生产完毕扫描进入包装，并扫描出入库，同时客户可通过系统实时查询订单状态。	延用公司原有系统，主要通过造易订单管理系统及SAP企业资源管理系统综合运作、管理
	其他产品线综合管理系统	用于公司其他类产品线的综合管理，包括前端设计下单并上传后经系统拆单分解，财务扣款下达任务单至各车间，各车间按任务单进行生产，生产完毕扫描进入包装，并扫描出入库，同时客户可通过系统实时查询订单状态。	延用公司原有系统，主要通过造易订单管理系统及SAP企业资源管理系统综合运作、管理
	移动办公系统	以手机等便携终端为载体实现的移动信息化系统，连接公司主要内部系统，包括OA、邮件、订单管理、库存管理等，使帮助公司摆脱时间和空间的限制，使管理、销售及生产等公司员工随时随地随意处理工作，提高效率、增强协作。	新增
	自动化办公系统(OA)	实现统一办公平台，流程处理、工作汇报、项目管理、制度发布等日常办公平台。	将原有系统的各个功能模块进行二次改造升级，实现公司各个业务系统有机关联，整合业务相关单据的签核等方面功能，使所有的办公人员都在集成的且个性化的信息环境中处理业务，摆脱时间和地域的限制，实现协同工作与知识管理，彻底消除了企业内部存在的信息不对称、信息孤岛等问题
	档案管理系统	归档整理公司ISO、管理制度、技术文档、通知公告，做到文件无纸化办公并方便日后查询。	新增

核心系统平台	子系统与设施	功能描述	建设投资内容
	人力资源管理系统	人事、薪酬、培训、绩效、餐饮、后勤等统一管理。对企业人力资源动态进行分析、规划、调整等、提高企业人力资源管理水平。	通过加入计件薪资计算、员工出入门禁管控等功能模块进行升级改造
	设计研发管理系统	实现产品配方管理的全数字化，产品数据的集成和共享，实现从研发设计到工艺制造过程的实时监控，实现业务流程的优化，提高产品研发的效率。	新增
供应商信息化管理平台	供应商评审系统	将公司原有的供应商考核制度信息化、自动化，实现供应商财务、库存、资金实力等方面的智能化考核，减少采购环节，提高采购效率。	新增
	供应商培训系统	将公司原有的供应商培训机制信息化、自动化，实现供应商管理电子化，规范化，降低供应商对公司各方面的风险。	新增
	供应商管理系统	通过构建电子沟通平台，实现与供应商的信息互通共享，并实时了解供应商的库存、生产等方面情况。	新增
店网一体化渠道管理平台	企业门户网站	将公司各种应用系统、数据资源和互联网资源集成到一个信息管理平台之上，并以统一的用户界面提供给用户，并建立企业对客户、企业对内部员工和企业对企业的信息通道，使企业能够释放存储在企业内部和外部的各种信息。	延用公司原有企业门户网站系统，通过研发解决公司内外部各系统接入、输出兼容问题
	渠道综合管理系统	将公司直营店、经销商、电子商务及工程项目等渠道的信息化功能全面融会贯通，不仅能实现一般的销售计划、销售流程、订单管理、渠道管理、项目管理等信息化管理功能，还能将公司原有的电商销售订单（已交付定金或全款）中量尺、设计、送货、安装等服务等分配到直营店和经销商的整体业务整体业务流程中去，并在系统内进行销售分成结算最终形成报表，同时还能对订单进行实时跟踪，从而将公司实现真正意义上的“直营+经销”、“线上‘020’和线下展示体验”完美结合的双轮驱动营销模式。	将公司原有的直营店、经销商、电子商务以及工程项目等核心渠道原有的相互割裂的系统有机整合起来，形成一个完整的、集销售预测分析、业务销售分析、渠道分析等功能为一体的综合管理系统，从而实现良好协作，提升服务客户的综合能力

核心系统平台	子系统与设施	功能描述	建设投资内容
	客户管理系统	构建一整套以客户为中心的有关客户、营销、销售、服务与支持信息的数据库，帮助市场人员了解渠道，建立和优化前端业务流程，对收集的信息进行深层次分析和挖掘，发现最有价值的客户、潜在的客户和新的市场，创造业务良机。可以与造易、SAP 等系统无缝集成，实现实时的数据交换，增强公司与合作伙伴、客户间的联系，加快客户服务与支持响应速度，增强企业在电子商务时代的竞争优势。	新增
智能化商务运营决策平台 (BI)	经营报表管理系统	协助企业科学、全面、高效地进行常用报表制作和管理。	新增
	智能化数据分析系统	实现灵活的企业运营指标监控、报表查询和综合分析等功能，同时通过大数据分析技术、多维图形展示和多种预警方式等信息工具，帮助企业管理者及时、直观地了解企业各环节的运行状况，实时发现公司经营中的异常，及时洞察市场发展趋势，准确把握产品生命周期，并快速做出决策，把握企业未来增长和盈利的机会。	新增
	经营风险管理系统	为公司管理层打造一个高效、协同的风险管理工作信息平台，覆盖风险信息收集、风险识别与评估、风险应对、风险报告和风险管理持续优化等环节，全面落实企业全面风险管理相关制度，规范企业风险管理基本流程，通过与业务系统的集成监控风险指标并及时报警，从而帮助企业更及时发现和应对风险，降低风险、减少损失，全面提升公司的风险管理能力和水平。	新增

4、主要硬件、软件设备配置

公司将根据一体化信息管理系统建设项目先进、适用的原则，选择国内外先进的硬件和软件，具体如下：

(1) 主要硬件配置

序号	硬件设备名称	拟选品牌与型号	数量 (台、套)	单价 (万元)	合计
1	中心机房设备		708		856.35
1.1	服务器	IBM Power740	4	45.00	180.00
1.2	服务器	IBM Power750	1	140.00	140.00
1.3	服务器	IBM X3850X5(71452rc)	12	8.30	99.60
1.4	存储系统	IBM V7000	2	45.00	90.00
1.5	UPS	APC SY16K48H-PD	3	20.00	60.00

序号	硬件设备名称	拟选品牌与型号	数量 (台、套)	单价 (万元)	合计
1.6	网络交换机	H3C S9303	2	2.00	4.00
1.7	网络交换机	H3C S2700	50	0.20	10.00
1.8	上网行为管理	深信服 AC-1200	1	3.00	3.00
1.9	负载均衡设备	A10network	2	15.00	30.00
1.10	网络机柜及配件	图腾	4	2.00	8.00
1.11	服务器机柜及配件	图腾	6	0.50	3.00
1.12	防毒墙	赛门铁克	3	15.00	45.00
1.13	路由器防火墙	深信服 AF-1520	3	10.00	30.00
1.14	企业级无线办公设备	深信服	615	0.25	153.75
2	分支机构设备		153		77.50
2.1	路由器	艾泰 4240G	50	0.50	25.00
2.2	虚拟门店展示设备	IPAD AIR (16G)	95	0.30	28.50
2.3	VPN	深信服	8	3.00	24.00
合计			861		933.85

(2) 主要软件配置

序号	核心系统层	功能模块	软件名称	合计金额 (万元)
1	业务流程管理系统	移动办公、自动化办公(OA)、档案管理、人力资源管理、设计研发管理、数据安全体系、数据安全体系	移动办公、自动化办公(OA)升级、档案管理系统、计件薪资计算、员工出入门禁管控、产品生命周期管理平台、文档加密系统、MSSQLSERVER	222.50
2	供应商信息化管理平台	供应商评审、培训、管理及端口	供应商管理系统、MSSQLSERVER	110.00
3	店网一体化渠道管理平台	企业门户网站、直营管理、经销管理、电子商务、工程项目管理、客户管理及端口	企业门户网站系统升级、销售一体化管理系统、CRM 系统、MSSQLSERVER	340.00
4	智能化商务运营决策平台	经营报表管理、智能化数据分析、经营风险管理及端口	BI 系统、MSSQLSERVER	450.00
5	系统集成及其他相关软件	基础软件费用	设计开发软件、操作系统、数据库软件、企业版杀毒软件、办公应用软件	368.00
合计				1,490.50

5、项目实施计划

本项目计划建设期为 24 个月，由公司实施。

6、人员计划

本项目计划增加 17 名技术人员，拟通过社会招聘。

7、项目选址

本项目选址位于公司本部，无需新增用地。

8、环境保护

本项目以信息系统升级改造为目的，项目运作过程中无持续性、规模性污染物排放。

（四）补充流动资金

1、补充流动资金使用安排

公司拟使用 10,000.00 万元募集资金补充流动资金，用于支持公司生产经营资金需要。本次补充流动资金将有效满足公司经营规模迅速扩张所带来的资金需求，增强公司的资金实力并提升公司的市场竞争力。

2、补充流动资金的必要性和合理性

（1）行业发展迅速，公司存在较大的运营资金需求

公司所处行业目前处于高速发展阶段，市场竞争日趋激烈，公司需要把握先发优势及发展时机尽快扩大生产规模，满足市场需求并提升经营业务；同时，为提高市场竞争力，提升品牌知名度，公司还需加大研发、品牌推广、销售网络建设等资金投入，公司运营资金增长需求十分迫切。

最近三年末，公司运营资金余额分别 5,637.02 万元、9,573.19 万元、13,970.81 万元，营运资金占营业收入比例分别为 11.21%、18.70%、22.16%。虽然公司运营资金较充裕，但目前的产能已严重限制了公司的进一步发展，公司管理层预计，伴随着未来募投项目的持续投入以及经营规模的扩大，公司对营运资金的需求将进一步增加。

公司营运资金情况与可比公司比较情况如下：

项目	2016/12/31	2015/12/31	2014/12/31
公司营运资金及营运资金/营业收入情况			
流动资产	39,334.76	28,739.15	19,313.78
流动负债	25,363.95	19,165.96	13,676.76

营运资金	13,970.81	9,573.19	5,637.02
营运资金/营业收入	22.16%	18.70%	11.21%
可比公司营运资金/营业收入情况			
欧派	-	-6.57%	-6.59%
金牌	-	-	-8.67%
我乐	-	-	0.16%
索菲亚	-	25.13%	46.01%
好莱客	-	34.99%	17.88%
志邦	-	5.51%	6.44%
平均值	-	14.76%	9.20%

(2) 提高公司短期偿债能力，降低公司资产负债率

报告期各期末，公司的资产负债率（母公司）分别为 34.79%、36.22%、37.55%，报告期资产负债率（母公司）平均为 36.19%；报告期各期末，公司流动比率分别为 1.41 倍、1.50 倍、1.55 倍，速动比率分别为 1.18 倍、1.31 倍、1.36 倍，报告期平均流动比率、速动比率分别为 1.49 倍、1.28 倍，补充流动资金可降低公司资产负债率，进一步提高公司短期偿债能力。

报告期各期末，公司与可比公司流动比率和速动比率比较表如下：

公司名称	2016/12/31		2015/12/31		2014/12/31	
	流动比率	速动比率	流动比率	速动比率	流动比率	速动比率
欧派	-	-	0.81	0.54	0.83	0.62
金牌	-	-	-	-	0.81	0.52
我乐	-	-	-	-	1.01	0.68
索菲亚	-	-	2.21	1.91	3.64	3.30
好莱客	-	-	2.79	2.62	1.93	1.73
志邦	-	-	1.13	0.94	1.15	0.99
平均值	-	-	1.74	1.50	1.56	1.31
本公司	1.55	1.36	1.50	1.31	1.41	1.18

报告期各期末，公司与可比公司资产负债率比较情况如下：

公司名称	资产负债率（母公司）（%）		
	2016/12/31	2015/12/31	2014/12/31
欧派	-	47.08	48.81
金牌	-	-	59.40
我乐	-	-	58.10
索菲亚	-	16.93	14.20
好莱客	-	17.85	31.39
志邦	-	49.08	50.85
平均值	-	32.74	43.79

本公司	37.55	36.22	34.79
------------	--------------	--------------	--------------

(3) 公司研发和品牌推广资金需求较大

定制家居产品以个性化设计、标准化和规模化生产为主要特征，研发设计对行业发展至关重要，产品既要符合环保健康的要求，注重与家居环境风格的融合，而且还需要符合家居时尚的变动趋向。作为行业技术领先企业，公司坚持自主研发和原创设计，已形成较完善的研发体系。为巩固行业地位，提高产品竞争力，未来几年，公司仍需进一步加大研发及创新力度，引进国际先进研发设备和中高级技术人才，研发投入资金需求较大。

品牌在消费者购买决策中占据重要地位，促进消费者形成对产品的偏好。目前，定制家居行业正逐渐由基础产品消费时代转变为品牌消费时代，品牌有助于企业扩大市场，成熟品牌的形成需要长时间的推广和积累。定制家居行业竞争日趋激烈，公司需加大投入，增强线上与线下相结合的广告投放，通过持续的品牌推广，提升品牌影响力和美誉度，扩大品牌影响的广度和深度，从而巩固并提升公司市场地位。

四、新增固定资产投资与产能变化的匹配性及合理性分析

公司本次产能扩建募投项目即中山阜沙产能扩建项目、天津静海产能建设项目一期的固定资产投资与产能变化匹配情况见下表：

项目	2016年末不含募投预先投入固定资产原值 (万元)	2016年不含天津新增定制厨柜、衣柜合计 产能(万套)	单位产能固定资产投资 (元/套)
公司原固定资产	12,193.35	8.20	1,486.99
项目	固定资产投资(万元)	定制厨柜、衣柜设计 产能(万套)	单位产能固定资产投资 (元/套)
本次募投产能扩建项目新增固定资产	29,465.35	21.00	1,403.11

由上表可见，本次募投产能扩建项目单位产能固定资产投资为1,403.11元/套，与公司现有产能截至2016年末单位固定资产投资1,486.99元/套匹配。

五、募集资金运用对发行人经营和财务状况的影响

(一) 募集资金运用对发行人生产经营的影响

公司本次募集资金运用均围绕主营业务展开，并结合未来市场发展趋势及公司

业务发展所需，在扩大产能、改进信息化管理能力、补充流动资金等方面展开。本次募集资金产能扩建项目投产后，将较大程度的缓解产能瓶颈对公司发展的制约；一体化信息管理系统的建成，将进一步改善公司信息化管理水平，提高公司生产、管理效率。同时，补充流动资金项目的实施将进一步增强公司的资金实力和产品推广能力，缓解公司营运资金短缺的困局，公司的核心竞争力将得到进一步提升。

本次募集资金主要应用于公司现有主要产品产能的扩大，销售能力的提升，公司在生产、销售等方面将延续原来的模式，不会发生较大的变化。

本次募集资金投资项目实施后不会产生同业竞争，也不会对发行人的独立性产生不利影响。

（二）本次募集资金项目对公司财务状况的影响

1、对公司净资产、每股净资产及资产结构的影响

募集资金到位后，公司货币资金和股东权益将大幅增加，净资产总额与每股净资产均大幅增加。募集资金到位后，公司的资产负债率将会下降，这有利于增强公司的偿债能力及抗风险能力。

2、对公司盈利水平的影响

本次募集资金投资项目投产后，将进一步提升公司在定制家居行业的核心竞争优势，扩大产品的生产及营销服务能力，从而进一步提高公司的营业收入，扩大公司的市场份额，巩固公司在定制家居行业的市场地位。

本次募集资金产能扩建项目建成并完全达产后，将为公司每年新增营业收入108,642.90万元。

按照公司现行固定资产折旧政策、无形资产摊销政策，本次募集资金项目建成后新增固定资产、无形资产折旧（摊销）额情况如下：

序号	项目名称	年折旧、摊销金额（万元）				
		房屋建筑物	机器设备	电子设备	软件	合计
1	中山阜沙产能扩建项目	274.03	623.90	38.36	-	936.28
2	天津静海产能建设项目一期	385.15	717.86	46.03	-	1,149.04
3	一体化信息管理系统建设	10.32	-	310.83	313.01	634.16

项目					
合计	669.50	1,341.76	395.22	313.01	2,719.48

由上表可知，项目全部建成后，新增折旧（摊销）额 2,719.48 万元/年，占产能扩建项目新增销售收入的 2.50%。因此，在项目建设完成后，新增固定资产、无形资产、长期待摊费用折旧（摊销）额不会对公司盈利能力构成不利影响。

3、对净资产收益率的影响

完成本次发行后，公司的净资产在现有基础上将大幅增长。从短期来看，由于募集资金投资项目需要一定的建设周期，在短期内难以全部产生效益，会导致公司的净资产收益率在短期内出现下降的情形；从中期来看，募集资金投资项目具有良好的投资回报率，随着项目的实施投产，公司的净资产收益率将得到有效提升；从长期来看，募集资金到位不仅使公司自有资本规模扩大，而且增强了公司的间接融资能力，有利于优化产品结构，实现规模经济效率，增强竞争优势。

公司董事会认为，本次发行募集资金数额和投资项目与公司现有生产经营规模、财务状况、技术水平和管理能力等相适应。

六、保荐人及发行人律师对募集资金投资项目是否符合国家产业政策等的结论性意见

经核查，保荐机构及发行人律师认为：公司本次募集资金投资项目业已通过公司内部决策程序，并经公司第一届董事会第六次会议及 2014 年度股东大会审议通过。本次募集资金投资项目已取得了中山市发展和改革局、天津市静海县发展和改革委员会的立项备案文件，项目符合国家有关产业政策；项目在公司现有土地上实施，所需土地均为公司及其子公司前期取得的出让土地，符合原用地规划及国家有关土地管理的法律法规及规章的规定；本次募集资金投资项目已分别取得了中山市环境保护局、天津市静海县环境保护局出具的项目环境影响评价批复文件，符合国家有关环境保护的法律法规及规章的规定；发行人本次募集资金投资项目符合国家产业政策、环境保护、土地管理以及其他法律、法规和规章规定。

第十四节 股利分配政策

一、股利分配

(一) 发行前后股利分配政策情况

1、本次发行前公司的股利分配政策

公司采取现金或者股票方式分配股利。

(1) 公司分配当年税后利润时,应当提取利润的百分之十列入公司法定公积金。公司法定公积金累计额为公司注册资本的百分之五十以上的,可以不再提取;

(2) 公司的法定公积金不足以弥补以前年度亏损的,在依照前款规定提取法定公积金之前,应当先用当年利润弥补亏损;

(3) 公司从税后利润中提取法定公积金后,经股东大会决议,还可以从税后利润中提取任意公积金;

(4) 公司弥补亏损和提取公积金后所余税后利润,按照股东持有的股份比例分配,但本章程规定不按持股比例分配的除外。股东大会违反前款规定,在公司弥补亏损和提取法定公积金之前向股东分配利润的,股东必须将违反规定分配的利润退还公司。公司持有的本公司股份不参与分配利润;

(5) 公司的公积金用于弥补公司的亏损、扩大公司生产经营或者转为增加公司资本。但是,资本公积金将不用于弥补公司的亏损。法定公积金转为资本时,所留存的该项公积金将不少于转增前公司注册资本的百分之二十五;

(6) 公司股东大会对利润分配方案作出决议后,公司董事会须在股东大会召开后二个月内完成股利(或股份)的派发事项;

(7) 公司应当每三年制定一次股东分红回报规划。制定股东分红回报规划时,应根据股东(特别是公众投资者)、独立董事和监事的意见,对公司正在实施的股利分配政策作出适当且必要的修改。股东分红回报规划须经全体董事过半数同意及公司二分之一以上独立董事、过半数监事同意;

(8) 在公司现金流满足公司正常经营和发展规划的前提下,如无重大投资计划或重大现金支出,公司每年以现金方式累计分配的利润应不少于当年实现可分配利

润的百分之十，具体分红比例由公司董事会根据有关规定和公司实际情况拟定。在有条件的情况下，公司可以进行中期现金分红；

(9) 公司董事会未做出现金利润分配预案的，应当在定期报告中披露原因，独立董事应当对此发表独立意见。独立董事应当就利润分配方案的合理性发表独立意见，在审议公司利润分配方案的董事会、监事会会议上，需经全体董事过半数同意，并分别经公司二分之一以上独立董事、过半数监事同意，最终由公司股东大会审议决定；

(10) 如公司需调整利润分配政策，应由公司董事会根据实际情况提出利润分配政策调整议案，利润分配政策调整议案需经二分之一以上独立董事表决通过并经半数以上监事表决通过。董事会需在股东大会提案中详细论证和说明原因，独立董事、监事会应当对利润分配政策调整方案发表意见，并最终提交公司股东大会审议通过；

(11) 存在股东违规占用公司资金情况的，公司将扣减该股东所分配的现金红利，以偿还其占用的资金。

2、本次发行后公司的股利分配政策

根据公司上市后适用的《公司章程（草案）》，本次发行上市后公司利润分配政策如下：

(1) 利润分配的原则和形式：公司的利润分配政策应保持连续性和稳定性，利润分配注重对股东合理的投资回报，按照同股同权、同股同利的原则，利润分配不得超过累计可分配利润范围。公司遵循重视对投资者的合理回报并兼顾公司当年的实际经营情况和可持续发展的原则，采用现金、股票、现金与股票相结合或者法律、法规允许的其他方式分配利润。公司优先采用现金分红的利润分配方式。在满足上述现金分红条件情况下，公司将积极采取现金方式分配股利，公司董事会可以根据公司的资金需求状况提议公司进行中期现金分配。

(2) 现金分红的条件：

①公司该年度实现盈利，且该年度实现的可分配利润（即公司弥补亏损、提取公积金后的税后利润）、累计可分配利润均为正值且满足公司正常生产经营的资金需求；

②审计机构对公司该年度财务报告出具标准无保留意见的审计报告。

(3) 现金分红的比例与时间：公司应保持利润分配政策的连续性与稳定性，每年以现金方式分配的利润应不低于当年实现的可分配利润的 15%。如有重大投资计划或重大现金支出安排，公司采用现金分配的利润不少于本次利润分配的 10%。重大投资计划或重大现金支出计划是指公司未来十二个月内拟建设项目、对外投资、收购资产或购买设备的累计支出达到或超过公司最近一期经审计净资产的 30%。公司董事会应当综合考虑所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，区分下列情形，并按照公司章程规定的程序，提出差异化的现金分红政策：

①公司发展阶段属成熟期且无重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 80%；

②公司发展阶段属成熟期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 40%；

③公司发展阶段属成长期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 20%；

公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，可以按照前项规定处理。

(4) 股票股利分配的条件：公司可以根据累计可供分配利润、公积金及现金流状况，在保证最低现金分红比例和公司股本规模合理的前提下，为保持股本扩张与业绩增长相适应，公司可以采用股票股利方式进行利润分配。

(5) 利润分配的决策程序和机制：

①公司每年利润分配预案由公司董事会结合公司章程的规定、盈利情况、资金供给和需求情况提出、拟订。

②独立董事及监事会应对提请股东大会审议的利润分配预案进行审核并出具书面意见。

③董事会审议现金分红具体方案时，应当认真研究和论证公司现金分红的时机、条件和最低比例、调整的条件及其决策程序要求等事宜。独立董事应对利润分配预案发表明确的独立意见。分红预案经董事会审议通过，方可提交股东大会审议。在

审议公司利润分配方案的董事会、监事会议上，需经全体董事过半数同意，并分别经公司 1/2 以上独立董事、1/2 以上监事同意，方能提交公司股东大会审议。

④股东大会对现金分红具体方案进行审议时，应当通过多种渠道主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流，充分听取中小股东的意见和诉求，并及时答复中小股东关心的问题。分红预案应由出席股东大会的股东或股东代理人以所持二分之一以上的表决权通过。

(6) 有关利润分配的信息披露：

①公司应在定期报告中披露利润分配方案、公积金转增股本方案，独立董事应当对此发表独立意见。

②公司应在定期报告中披露报告期实施的利润分配方案、公积金转增股本方案或发行新股方案的执行情况。

③公司当年盈利，董事会未作出现金利润分配预案的，应当在定期报告中披露原因，还应说明原因，未用于分红的资金留存公司的用途和使用计划，并由独立董事发表独立意见，同时在召开股东大会时，公司应当提供网络投票等方式以方便中小股东参与股东大会表决。

④公司应当在年度报告中详细披露现金分红政策的制定及执行情况，并对下列事项进行专项说明：

A、是否符合公司章程的规定或者股东大会决议的要求；

B、分红标准和比例是否明确和清晰；

C、相关的决策程序和机制是否完备；

D、独立董事是否履职尽责并发挥了应有的作用；

E、中小股东是否有充分表达意见和诉求的机会，中小股东的合法权益是否得到了充分保护等。

对现金分红政策进行调整或变更的，还应对调整或变更的条件及程序是否合规和透明等进行详细说明。

(7) 利润分配政策的调整原则：公司根据生产经营情况、投资规划和长期发展

的需要，需调整利润分配政策的，应以股东权益保护为出发点，调整后的利润分配政策不违反相关法律法规、规范性文件及本章程的规定；有关调整利润分配政策的议案，由独立董事、监事会发表意见，经公司董事会审议后提交公司股东大会批准，并经出席股东大会的股东所持表决权的 2/3 以上通过。公司同时应当提供网络投票方式以方便中小股东参与股东大会表决。

(8) 其他：监事会应对董事会和管理层执行公司利润分配政策和股东回报规划的情况及决策程序进行监督，并应对年度内盈利但未提出利润分配的预案，就相关政策、规划执行情况发表专项说明和意见。存在股东违规占用公司资金情况的，公司应当扣减该股东所分配的现金红利，以偿还其占用的资金。

为了明确本次发行后对新老股东权益分红的回报，进一步细化《公司章程（草案）》中关于股利分配原则的条款，增加股利分配决策透明度和可操作性，便于股东对公司经营和分配进行监督，公司制定了《广东皮阿诺科学艺术家居股份有限公司上市后股东分红回报规划》。具体内容请参见本招股说明书之“第十一节 管理层讨论与分析”之“七、公司未来分红回报规划及安排”。

（二）发行人最近三年股利分配情况

报告期内，公司股利分配均为现金分红，具体情况如下：

序号	决议日期	批准	分红金额（含税）	支付情况
1	2014.8.26	皮阿诺 2014 年第二次临时股东大会	10,687,500.00	已支付
2	2016.1.26	皮阿诺 2016 年第一次临时股东大会	18,614,640.00	已支付

二、本次发行前滚存利润的安排

根据公司 2014 年度股东大会决议，为兼顾新老股东的利益，在本次发行完成后，由本公司新老股东共同享有本次首次公开发行股票前的滚存的未分配利润。

第十五节 其他重要事项

一、信息披露

根据相关法律法规的要求，本公司已建立与信息披露和投资者关系相关的管理制度，以确保信息披露和投资者关系管理系统化。

公司负责信息披露和为投资者服务的部门为董事会办公室，董事会秘书魏茂芝先生负责本公司的信息披露工作，联系电话为 0760-23633926，传真为 0760-23631880，邮箱为 wmz@pianor.com。

二、发行人重大合同

截至本招股书签署之日，公司正在履行或将要履行的重要合同（交易金额在 500 万元以上）或者虽然未达到前述标准但对生产经营活动、未来发展或财务状况具有重要影响的合同内容如下：

（一）产品销售合同

发行人通过与不同区域的经销商签署经销合同销售公司产品，合同签署情况如下：

1、合同主要条款

经销合同（以下公司称“甲方”，经销商称“乙方”）由公司提供格式合同样本，其内容简要情况如下：

（1）甲方在合同有效期内授权乙方在授权经销区域内销售皮阿诺厨柜/衣柜类产品，甲方不得将该经销区域的销售权再授予第三方或直接向该区域出售批量产品（工程单除外）。同时，乙方不得在未经甲方同意的情况下将销售权转让给第三者或向授权区域外销售产品，并且乙方不得在未经甲方同意的情况下，经营或代理其他同类厨柜/衣柜产品。否则违约方将承担违约责任，并赔偿对方损失。

（2）乙方如需开设新店，需事先申报甲方，甲方经过了解实际情况后审批，乙方新店相关事宜方可实施。乙方不得出现假冒、仿制甲方产品及跨区域进行销售的行为，一经发现，甲方有权立即取消乙方经销资格，同时罚没乙方保证金，并处以

十万元/每次的罚款，并保留追究乙方法律责任的权利。

(3) “皮阿诺”品牌标识属甲方所有，未经甲方许可，乙方不可使用甲方提供的“皮阿诺”品牌用于本合同规定范围以外的任何交易，若乙方违反规定，甲方有权单方面终止合同，并要求乙方赔偿甲方一切损失。甲方承诺在本协议有效期内，乙方可以在专卖店中或经甲方批准的户外广告、促销推广资料中使用“皮阿诺”标识，但必须严格遵照甲方标识使用规范及方法。

(4) 甲方协助乙方店面选址、店面策划，乙方有权享有甲方提供的全国统一的形象设计、门头设计、店面装修设计、VI 形象及装饰喷绘设计等。乙方专卖店样板必须按甲方要求配置台面、五金、电器，如有特殊原因不配置甲方台面、五金、电器，必须得到甲方的书面批准，否则甲方保留对乙方涨价供货和处罚的权利，情节严重的直至取消乙方的经销权。

(5) 乙方必须保证产品市场标价不超过甲方所规定的市场指导价，并维护甲方的价格体系，如乙方零售价格不按甲方指定的最低、最高限价标价，甲方保留对乙方涨价供货和处罚的权利，情节严重的直至取消乙方的经销权。

(6) 乙方在甲方下单生产之前应支付全部货款，甲方才予以下单生产并发货，甲方的交货地点为甲方工厂，甲方交货地点的城区内甲方指定物流点由甲方尽量免费送货，乙方可委托甲方办理运输或自提，乙方无论以何种形式接货及运输，其运输费、保险费均由乙方承担。

(7) 合同期限届满后，如双方不再续约，则本合同自动终止。

2、重要的产品经销合同

序号	签约时间	经销商（签约方）	商品名称	2017年约定销售任务	合同有效期
1	2016.1.1	德宏厨卫-深圳经销商	厨柜	1,350 万元	至 2017 年底
2	2016.7.23	安易通达（北京）商贸有限公司-北京经销商	厨柜	1,400 万元	至 2017 年底
3	2016.3.1	孙岩-济南经销商	厨柜	600 万元	至 2017 年底
4	2016.1.19	蒲娟-昆明经销商	厨柜	680 万元	至 2017 年底
5	2017.1.1	郭智文-太原经销商	厨柜	500 万元	至 2017 年底
6	2016.3.26	上海广诺家居有限公司-上海经销商	厨柜、衣柜	预计超过 500 万元	至 2017 年底

3、大宗用户业务销售合同

序号	签约时间	客户名称	商品名称	金额
1	2016.11.25	广州恒大	厨柜	2016年对该公司销售额为3,746.36万元
2	2016.7.12	上海天同房地产开发有限公司	厨柜、卫浴柜、玄关柜	合同金额 609.43 万元（含税）
3	2016.9.26	珠海市碧海山景房地产开发有限公司	厨柜	合同金额 910.22 万元（含税）
4	2016.11	广东宏鼎房地产投资发展集团有限公司	厨柜、浴室柜	合同金额 536.24 万元（含税）

（二）重大采购合同

1、原材料采购合同

公司与主要供应商每年签订原材料采购的框架性协议，采购发生时，供需双方依据框架协议，以订单或传真的方式确定具体的数量及单价等条款。

序号	签约时间	供应商名称	商品名称	期限	结算方式
1	2016.12.28	广东中旗新材料科技有限公司广州分公司	台面	2017.1.1 至 2018.1.1	月结
2	2017.1.1	百隆家具配件（上海）有限公司	五金配件	2017.1.1 至 2017.12.31	60 天结算并限额
3	2015.12.8	佛山市三水粤山装饰实业有限公司	板材外协	2016.1.1 至 2017.12.31	月结
4	2015.12.18	韶关市曲江瀚森板材销售有限公司	板材	2016.1.1 至 2017.12.31	月结
5	2016.3.15	中山市华创燃具制造有限公司	厨电	2016.4.1 至 2017.3.31	月结
6	2016.3.21	中山市日顺厨卫有限公司	厨电	2016.4.1 至 2017.3.31	月结
7	2016.12.20	东莞穗丰装饰材料有限公司	板材外协	2017.1.1 至 2018.1.1	月结
8	2017.1.1	佛山市顺德区瑞铿玻璃有限公司	台面加工	2017.1.1 至 2018.1.1	月结
9	2015.12.7	中山市森王木制家居有限公司	板材	2016.1.1 至 2017.12.31	月结
10	2016.11.23	中山市新裕包装印刷有限公司	包装材料	2017.1.1 至 2017.12.31	月结
11	2016.3.22	中山市新粤利家居用品有限公司	五金配件	2016.4.1 至 2017.3.31	月结
12	2016.3.4	中山市天隆燃具电器有限公司	厨电	2016.4.1 至 2017.3.31	月结
13	2016.3.21	鸿伟木业（仁化）有限公司	板材	2016.3.21 至 2017.3.21	月结
14	2016.11.8	衡阳市雅典娜石英石有限公司	台面	2017.1.1 至 2018.1.1	月结

（三）重大银行授信合同

截至本招股说明书签署日，公司正在执行的银行授信合同情况如下：

2012年6月14日，中国工商银行股份有限公司中山城北支行与发行人签订编号为“[2012]年[20110269H]字第[67902301]号”的最高额抵押合同，合同约定，发行人所担保的主债权为自2012年6月14日至2017年6月14日期间，在人民币2,400.00万元的最高额度内，中国工商银行股份有限公司中山城北支行依据与公司签订的本外币借款合同、外汇转贷款合同、银行承兑协议、信用证开证协议/合同、开立担保协议、国际国内贸易融资协议、远期结售汇协议等金融衍生类产品协议以及其他文件而享有的对债务人的债权，不论该债权在上述期间届满时是否已经到期，也不论该债权是否在最高额抵押权设立前已经产生。

（四）其他重要合同

本公司与长城证券股份有限公司于2015年2月2日签署了《首次公开发行股票并上市之承销协议》和《首次公开发行股票并上市之保荐协议》，聘请长城证券股份有限公司担任本次发行的保荐人和主承销商。

三、对外担保情况

截至本招股说明书签署日，本公司不存在对外担保事项。

四、重大诉讼或仲裁事项

1、公司与鲍新涛民间借贷纠纷诉讼

（1）公司诉鲍新涛、皮阿诺橱柜（北京）有限责任公司、鲍新红民间借贷纠纷

截至本招股说明书签署日，公司诉鲍新涛、皮阿诺橱柜（北京）有限责任公司、鲍新红民间借贷纠纷已受广东省中山市第一人民法院受理，并已于2015年8月27日开庭审理，法院一审判决作出被告鲍新涛向公司偿还借款本金206万元，鲍新红对上述债务承担连带清偿责任。截至目前，鲍新涛已提起上诉，二审已于2016年9月7日开庭审理，尚未判决。具体情况如下：

原告皮阿诺、被告鲍新涛、鲍新红于2011年8月29日签署了《借款合同书》，根据该《借款合同书》之约定，皮阿诺向鲍新涛提供借款人民币300万元，用于鲍新涛独资设立的皮阿诺橱柜（北京）有限责任公司经营，鲍新涛以其名下的北京所

有皮阿诺橱柜专卖店产权作为抵押物，借款期限为2011年9月1日至2013年8月31日，共两年，第一年免息，第二年按月计息，年息为9%；担保人鲍新红作为保证人，承担保证责任。《借款合同书》签署后，皮阿诺实际借款人民币220万元（包括借款和部分货款转借款）。截至2014年12月31日，尚欠206万元未还。此外，被告鲍新涛为进行店面促销，于2013年向皮阿诺申请借款人民币45万元（以货款支持的方式进行）。

公司于2014年7月24日向广东省中山市第一人民法院递交了《民事起诉状》，要求被告鲍新涛、皮阿诺橱柜（北京）有限责任公司、鲍新红归还欠款本金人民币251万元，借款利息人民币11.445万元，合计人民币262.445万元。截至本招股说明书签署日，公司已取得（2014）中一法民一初字第2050号受理案件通知书，并已于2015年8月27日开庭审理，法院一审判决作出被告鲍新涛向公司偿还借款本金206万元，鲍新红对上述债务承担连带清偿责任。截至本招股说明书签署日，鲍新涛已提起上诉，二审已于2016年9月7日开庭审理，尚未判决。

（2）鲍新涛诉公司民间借贷纠纷

2016年8月19日，鲍新涛向北京市丰台区人民法院递交《起诉书》，要求解除其与公司于2011年8月29日签署的《借款合同书》，法院于同日立案。

2016年11月2日，北京市丰台区人民法院作出“（2016）京0106民初17788号”《民事裁定书》，认为鲍新涛以公司变更前名称“中山市新山川实业有限公司”提起诉讼，主体不适格，不符合起诉条件，裁定驳回鲍新涛的起诉。

公司管理层认为，公司已按照坏账政策对相关借款全额计提坏账准备，上述诉讼不会对公司经营造成重大影响，也不会对本次发行上市构成实质性障碍。

2、公司与魏强经销权解除纠纷诉讼

公司原沈阳地区经销商魏强以公司提前解除其沈阳地区独家经销权造成损失为由，向辽宁省沈阳市铁西区人民法院递交《民事起诉状》，要求公司赔偿其各项损失人民币159.3633万元，因实现债权产生的交通费、食宿费等费用，以及诉讼费。2015年3月2日，公司收到沈阳市铁西区人民法院（2015）铁西民三初字第164号开庭传票。因管辖权原因，该诉讼已移送至中山市第二人民法院审理，并已于2015年6月9日第一次、2015年7月8日第二次开庭审理，2016年1月15日，中山市

第二人民法院以（2015）中二法东民二初字第 229 号《民事判决书》作出判决，驳回原告魏强全部诉讼请求。魏强提起上诉申请，申请撤销“（2015）中二法东民二初字第 229 号”《民事判决书》并支持其上诉请求，2016 年 5 月 23 日，广东省中山市中级人民法院作出上诉人魏强自动撤回上诉处理的终审裁定。

公司管理层认为，该经销商未能完成销售任务且未专注皮阿诺品牌产品的经营，公司经与该经销商沟通后撤销其经销商资格，符合双方签订的经销合同的约定和公司对该经销商的管理规定，截至本招股说明书签署日，公司已终审胜诉，该诉讼不会对公司经营造成重大影响，也不会对本次发行上市构成实质性障碍。

3、公司与鸿瑞祥隆商贸、泰和置业买卖合同纠纷诉讼

截至本招股说明书签署日，公司诉鸿瑞祥隆商贸、泰和置业买卖合同纠纷已被常州市武进区人民法院撤诉处理，具体情况如下：

原告皮阿诺、被告鸿瑞祥隆商贸于 2012 年 11 月 8 日签署了《常州泰和之春一期橱柜/衣柜制作及安装工程合同》，合同约定总价 440 万元（实际结算价格为 476.40 万元）。2013 年 12 月 17 日，产品及工程已经项目施工方、监理单位、泰和置业验收合格。在合同履行过程中皮阿诺已向鸿瑞祥隆商贸开具了相应发票，鸿瑞祥隆实际支付货款 220 万元后，未再支付剩余货款。该合同的实际执行人为泰和置业，且鸿瑞祥隆商贸与泰和置业的法定代表人为同一人，两者系关联公司。

公司于 2015 年 6 月 12 日向常州市武进区人民法院递交了《民事起诉书》，要求被告鸿瑞祥隆商贸、泰和置业支付剩余货款 245.40 万元（已扣工程质保金），并已取得（2015）武商初字第 821 号受理案件通知书。

公司于 2015 年 7 月 28 日收到常州市武进区人民法院定于 2015 年 11 月 3 日开庭受理的传票，2015 年 11 月 3 日，常州市武进区人民法院作出“（2015）武商初字第 821 号”民事裁定书，裁定本案撤回诉讼处理。

截至本招股说明书签署日，公司未就上述合同纠纷再次提起诉讼。公司管理层认为，公司已按照坏账政策对相关欠款计提了坏账准备，上述诉讼不会对公司经营造成重大影响，也不会对本次发行上市构成实质性障碍。

4、公司与富景居投资买卖合同纠纷诉讼

截至本招股说明书签署日，公司诉富景居投资买卖合同纠纷已于 2015 年 9 月 30 日判决公司胜诉，目前已进入执行阶段，具体情况如下：

原告皮阿诺、被告富景居投资于 2014 年 5 月 28 日签署了《富景华庭工程合同》，合同约定总价 449.56 万元（实际结算价格为 184.73 万元）。2015 年 5 月 20 日，合同双方办理了竣工结算手续。在合同履行过程中富景居投资实际支付货款 36.44 万元后，未再支付剩余货款。同时，皮阿诺还为被告加工安装了其他四套样板房产品，价款总计 2.96 万元，被告实际支付 1 万元，剩余款项未予支付。

公司于 2015 年 7 月 1 日向珠海市香洲区人民法院递交了《民事起诉状》，要求被告富景居投资支付剩余货款 141.01 万元（已扣工程质保金）。截至本招股说明书签署日，公司已取得（2015）珠香法民三初字第 1195 号受理案件通知书，并已于 2015 年 8 月 25 日开庭审理，2015 年 9 月 30 日，珠海市香洲区人民法院作出“（2015）珠香法民三初字第 1195 号”民事判决书，对富景居投资应支付公司的货款 141.01 万元予以支持，目前判决结果正在执行中。

公司管理层认为，公司已按照坏账政策对相关欠款计提了坏账准备，上述诉讼不会对公司经营造成重大影响，也不会对本次发行上市构成实质性障碍。

截至本招股说明书签署日，公司控股股东和实际控制人、公司控股子公司、董事、监事、高级管理人员和其他核心人员均不存在作为一方当事人的重大诉讼或仲裁事项。董事、监事、高级管理人员和其他核心人员无涉及刑事诉讼的情况。


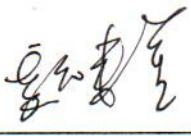

最近三年，本公司控股股东和实际控制人无重大违法行为。


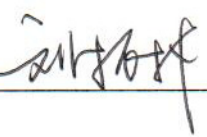
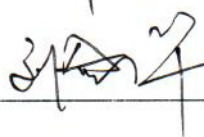
第十六节 董事、监事、高级管理人员及有关机构声明

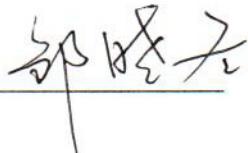
一、发行人全体董事、监事、高级管理人员声明

本公司全体董事、监事、高级管理人员承诺本招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。

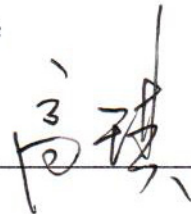
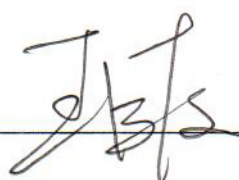

全体董事：

马礼斌  魏来金  马瑜霖 

张开宇  刘振林  刘剑华 

邹晓冬 

全体监事：

高琪  王夙文  林文财 

全体高级管理人员：

马礼斌  张开宇  魏茂芝 

马瑜霖  罗晓雄 

广东皮阿诺科学艺术家居股份有限公司（公章）

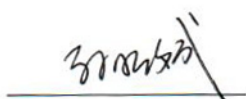


2017年2月22日

二、保荐人（主承销商）声明

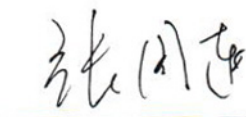
本公司已对招股说明书进行了核查，确认不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

项目协办人签字：

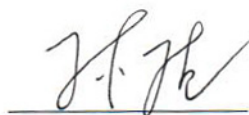


孙晓斌

保荐代表人签字：



张国连



林植

法定代表人签字：



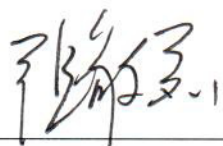
丁益



三、发行人律师声明

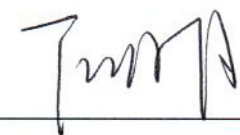
本所及经办律师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本所出具的法律意见书和律师工作报告无矛盾之处。本所及经办律师对发行人在招股说明书中引用的法律意见书和律师工作报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性、及时性承担相应的法律责任。

律师事务所负责人（签名）：




张敬前

经办律师（签名）：



丁明明



何俊辉



四、会计师事务所声明

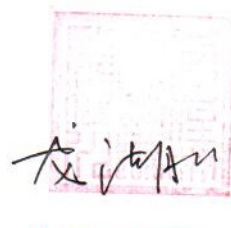
本所及签字注册会计师已阅读广东皮阿诺科学艺术家居股份有限公司（以下简称“发行人”）招股说明书及其摘要，确认招股说明书及其摘要与本所出具的审计报告、盈利预测审核报告、内部控制鉴证报告及经本所核验的非经常性损益明细表无矛盾之处。

本所及签字注册会计师对发行人在招股说明书及其摘要中引用的审计报告、盈利预测审核报告、内部控制鉴证报告及经本所核验的非经常性损益明细表的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

本声明仅供广东皮阿诺科学艺术家居股份有限公司申请向境内社会公众公开发行人民币普通股股票之用，并不适用于其他目的，且不得用作其他任何用途。

签字注册会计师：龙湖川

签名：



签字注册会计师：丘运良

签名：



首席合伙人：朱建弟


签名：



五、评估机构声明

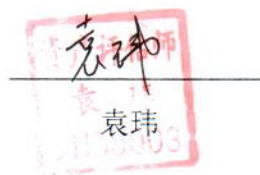
本机构及签字注册资产评估师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本机构出具的资产评估报告无矛盾之处。本机构及签字注册资产评估师对发行人在招股说明书中引用的资产评估报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

评估机构法定代表授权人签名：



梅惠民

注册评估师签名：



袁玮



嘉宁

银信资产评估有限公司（公章）

2017年 2月 22日

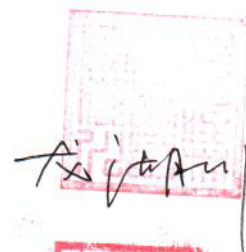
六、验资机构声明

本机构及签字注册会计师已阅读招股说明书及其摘要，确认招股说明书及其摘要与本机构出具的验资报告无矛盾之处。

本机构及签字注册会计师对发行人在招股说明书及其摘要中引用的验资报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

签字注册会计师：龙湖川

签名：



签字注册会计师：丘运良

签名：



首席合伙人：朱建弟

签名：



立信会计师事务所
(特殊普通合伙)
(公章)

2017年2月22日

第十七节 备查文件

一、备查文件目录

- (一) 发行保荐书及发行保荐工作报告；
- (二) 财务报表及审计报告；
- (三) 内部控制审核报告；
- (四) 经注册会计师核验的非经常性损益明细表；
- (五) 法律意见书及律师工作报告；
- (六) 公司章程（草案）；
- (七) 中国证监会核准本次发行的文件；
- (八) 其他与本次发行有关的重要文件。

二、备查文件查阅时间

查阅时间为周一至周五，上午 9:00-下午 5:00。备查文件同时将在深圳证券交易所指定披露网站(www.cninfo.com.cn)上披露。

三、备查文件查阅地址

发行人：广东皮阿诺科学艺术家居股份有限公司

地 址：广东省中山市阜沙镇上南村、中山市阜沙镇安华路2号之一

电话号码：（0760）23631781 传真号码：（0760）23631808

保荐机构（主承销商）：长城证券股份有限公司

办公地址：深圳市深南大道6008号深圳特区报业大厦14楼

电话号码：（0755）83515551 传真号码：（0755）8351626666