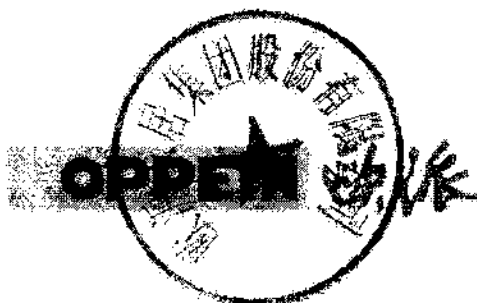


欧派家居集团股份有限公司

(住所: 广州市白云区广花三路 366 号)



首次公开发行股票招股意向书

保荐人 (主承销商)



国泰君安证券股份有限公司
GUOTAI JUNAN SECURITIES CO., LTD.

(上海市浦东新区商城路 618 号)

发行概况

发行股票类型	人民币普通股（A股）
发行股数	本次发行的股票均为公司公开发行的新股，公司股东不公开发售其持有的股份。本次发行股票数量为不超过 4,151 万股，最终发行数量由公司董事会根据相关规定及实际情况与主承销商协商确定
每股面值	1 元
每股发行价格	【】元
预计发行日期	2017 年 3 月 16 日
拟上市的证券交易所	上海证券交易所
发行后总股本	不超过 41,509.1112 万股

本次发行前股东所持股份的流通限制、股东对所持股份自愿锁定的承诺：

本公司控股股东姚良松和股东姚良柏承诺：（1）自公司股票上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理本人在本次公开发行完成后持有的公司股份，也不由公司回购该部分股份。本人在担任公司董事、监事、高级管理人员期间，每年转让本人持有的公司股份数量不超过本人持有公司股份总数的 25%，本人离职半年内，不转让本人所持有的公司股份；（2）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；（3）公司上市后六个月内如公司股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后六个月期末（如该日不是交易日，则为该日后第一个交易日）收盘价低于发行价，本人持有公司股票的锁定期限自动延长六个月。上述（2）、（3）承诺不因职务变更或离职等原因而终止履行。

本公司股东姚良胜、王欢、胡旭辉承诺：自公司股票上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理本人在本次公开发行完成后持有的公司股份，也不由公司回购该部分股份。

本公司股东红星喜兆、天欧投资、中天基业承诺：自公司股票上市之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理本公司（本企业）在本次公开发行完成后持有的公司股份，也不由公司回购该部分股份。

本公司股东刘莹（公司副董事长、总裁、行政总经理张金良之妻）承诺：（1）自公司股票上市之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理本人在本次公开发行完成后持有的公司股份，也不由公司回购该部分股份；本人配偶张金良在公司担任董事、监事、高级管理人员期间，每年转让持有的公司股份数量不超过本人持有公司股份总数的 25%，在本人配偶张金良离职半年内，不转让本人所持有的公司股份；自本公司股票上市之日起二十四个月内，本人转让的公司股份数量不超过本人持有公司股份总数的 50%；（2）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；（3）公司上市后六个月内如公司股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后六个月期末（如该日不是交易日，则为该日后第一个交易日）收盘价低于发行价，本人持有公司股票的锁定期限自动延长六个月。上述（2）、（3）承诺不因张金良职务变更或离职等原因而终止履行。

担任公司董事、高级管理人员的股东谭钦兴、杨耀兴、黄满祥承诺：（1）自公司股票上市之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理本人在本次公开发行完成后持有的公司股份，也不由公司回购该部分股份；本人在担任公司董事、监事、高级管理人员期间，每年转让本人持有的公司股份数量不超过本人持有公司股份总数的 25%，本人离职半年内，不转让本人所持有的公司股份；自本公司股票上市之日起二十四个月内，本人转让的公司股份数量不超过本人持有公司股份总数的 50%；（2）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；（3）公司上市后六个月内如公司股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后六个月期末（如该日不是交易日，则为该日后第一个交易日）收盘价低于发行价，本人持有公司股票的锁定期限自动延长六个月。上述（2）、（3）承诺不因职务变更或离职等原因而终止履行。

担任公司监事的股东钟华文承诺：自公司股票上市之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理本人在本次公开发行完成后持有的公司股份，也不由公司回

购该部分股份；本人在担任公司董事、监事、高级管理人员期间，每年转让本人持有的公司股份数量不超过本人持有公司股份总数的**25%**，本人离职半年内，不转让本人所持有的公司股份；自本公司股票上市之日起二十四个月内，本人转让的公司股份数量不超过本人持有公司股份总数的**50%**。

本公司其他自然人股东承诺：自公司股票上市之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理本人在本次公开发行完成后持有的公司股份，也不由公司回购该部分股份；自本公司股票上市之日起二十四个月内，本人转让的公司股份数量不超过本人持有公司股份总数的**50%**。

上述发行价指公司首次公开发行股票的发价价格，如果公司上市后因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，则按照证券交易所的有关规定作除权除息处理。

保荐人（主承销商）	国泰君安证券股份有限公司
招股意向书签署日期	2017年3月6日

发行人声明

发行人及其全体董事、监事、高级管理人员承诺招股意向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意向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所做的任何决定和意见，均不表明其对发行人股票的价值或投资者的收益做出实质性判断或者保证。任何与之相反的声明均属虚假不实陈述。

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

投资者若对本招股意向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

本公司特别提醒投资者注意，在作出投资决策之前，务必仔细阅读本招股意向书“风险因素”章节的内容全文，并应特别注意下列重大事项：

一、本次发行前未分配利润的处理

根据公司 2014 年第一次临时股东大会决议，发行人本次股票发行前的滚存未分配利润，由本次股票发行后的新老股东按照发行完成后的持股比例共享。

2015 年 7 月 22 日，公司召开了 2015 年第三次临时股东大会，审议通过了《关于延长公司申请首次公开发行人民币普通股股票并在上海证券交易所主板上市相关决议有效期的议案》，将《公司上市前滚存利润的分配方案》的有效期自 2015 年第三次临时股东大会审议通过之日起延长 24 个月。

2016 年 7 月 22 日，公司召开 2016 年第三次临时股东大会，再次审议通过了《关于延长公司申请首次公开发行人民币普通股股票并在上海证券交易所主板上市相关决议有效期的议案》，将《公司上市前滚存利润的分配方案》的有效期自该次股东大会审议通过之日起延长 12 个月，该议案的有效期限至 2017 年 7 月 22 日。

二、公司股东股份锁定及减持价格承诺

本公司控股股东姚良松和股东姚良柏承诺：（1）自公司股票上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理本人在本次公开发行完成后持有的公司股份，也不由公司回购该部分股份。本人在担任公司董事、监事、高级管理人员期间，每年转让本人持有的公司股份数量不超过本人持有公司股份总数的 25%，本人离职半年内，不转让本人所持有的公司股份；（2）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；（3）公司上市后六个月内如公司股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后六个月期末（如该日

不是交易日，则为该日后第一个交易日）收盘价低于发行价，本人持有公司股票的锁定期限自动延长六个月。上述（2）、（3）承诺不因职务变更或离职等原因而终止履行。

本公司股东姚良胜、王欢、胡旭辉承诺：自公司股票上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理本人在本次公开发行完成后持有的公司股份，也不由公司回购该部分股份。

本公司股东红星喜兆、天欧投资、中天基业承诺：自公司股票上市之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理本公司（本企业）在本次公开发行完成后持有的公司股份，也不由公司回购该部分股份。

本公司股东刘莹（公司副董事长、总裁、行政总经理张金良之妻）承诺：（1）自公司股票上市之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理本人在本次公开发行完成后持有的公司股份，也不由公司回购该部分股份；本人配偶张金良在公司担任董事、监事、高级管理人员期间，每年转让持有的公司股份数量不超过本人持有公司股份总数的 25%，在本人配偶张金良离职半年内，不转让本人所持有的公司股份；自本公司股票上市之日起二十四个月内，本人转让的公司股份数量不超过本人持有公司股份总数的 50%；（2）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；（3）公司上市后六个月内如公司股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后六个月期末（如该日不是交易日，则为该日后第一个交易日）收盘价低于发行价，本人持有公司股票的锁定期限自动延长六个月。上述（2）、（3）承诺不因张金良职务变更或离职等原因而终止履行。

担任公司董事、高级管理人员的股东谭钦兴、杨耀兴、黄满祥承诺：（1）自公司股票上市之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理本人在本次公开发行完成后持有的公司股份，也不由公司回购该部分股份；本人在担任公司董事、监事、高级管理人员期间，每年转让本人持有的公司股份数量不超过本人持有公司股份总数的 25%，本人离职半年内，不转让本人所持有的公司股份；自本公司股票上市之日起二十四个月内，本人转让的公司股份数量不超过本人持有公司股份总数的 50%；（2）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；（3）公司上市后六个月内如公司股票连续 20 个交易日的收盘价

均低于发行价，或者上市后六个月期末（如该日不是交易日，则为该日后第一个交易日）收盘价低于发行价，本人持有公司股票的锁定期限自动延长六个月。上述（2）、（3）承诺不因职务变更或离职等原因而终止履行。

担任公司监事的股东钟华文承诺：自公司股票上市之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理本人在本次公开发行完成后持有的公司股份，也不由公司回购该部分股份；本人在担任公司董事、监事、高级管理人员期间，每年转让本人持有的公司股份数量不超过本人持有公司股份总数的 25%，本人离职半年内，不转让本人所持有的公司股份；自本公司股票上市之日起二十四个月内，本人转让的公司股份数量不超过本人持有公司股份总数的 50%。

本公司其他自然人股东承诺：自公司股票上市之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理本人在本次公开发行完成后持有的公司股份，也不由公司回购该部分股份；自本公司股票上市之日起二十四个月内，本人转让的公司股份数量不超过本人持有公司股份总数的 50%。

上述发行价指公司首次公开发行股票的发价价格，如果公司上市后因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，则按照证券交易所的有关规定作除权除息处理。

三、公司上市后三年内稳定股价的预案及相关方的承诺

（一）公司稳定股价的预案

为维护公司股票上市后股价的稳定，充分保护公司股东特别是中小股东的权益，公司 2014 年第一次临时股东大会审议通过了《关于上市后三年内稳定公司股价的预案》，主要内容如下：

1、启动稳定股价措施的条件

公司股票自上市之日起三年内，一旦出现连续 20 个交易日公司股票收盘价均低于公司最近一期经审计的每股净资产时，则启动稳定股价措施。因利润分配、资本公积金转增股本、增发、配股等除息、除权行为导致公司净资产或股份总数出现变化的，每股净资产将相应进行调整。

2、稳定股价的具体措施

公司及相关责任主体将综合采用多种方案稳定股价，包括但不限于：

（1）公司稳定股价的措施

当触发上述股价稳定措施的启动条件时，经董事会、股东大会审议通过，在不影响公司正常生产经营的情况下，公司将通过证券交易所集中竞价的交易方式回购公司社会公众股份，用于回购股份的资金不低于上一年度经审计的可供分配利润的 20%。

公司董事会公告回购股份预案后，公司股票收盘价格连续 10 个交易日超过公司最近一期经审计的每股净资产的，公司董事会可以作出决议终止回购股份事宜。

（2）公司控股股东、公司董事、高级管理人员稳定股价的措施

当触发前述股价稳定措施的启动条件时，公司控股股东、董事（独立董事除外）、高级管理人员应按照法律、法规、规范性文件、《公司章程》及公司内部治理制度的规定和要求，积极配合并保证公司按照要求制定并启动稳定股价的预案。

1) 公司控股股东将在符合相关规定的前提下通过证券交易所集中竞价的交易方式增持公司社会公众股份，连续十二个月增持公司股份的数量不低于公司股份总数 1%，但不超过 2%。公司控股股东增持公司股份方案公告后，公司股票收盘价格连续 10 个交易日超过公司最近一期经审计的每股净资产的，公司控股股东可以终止增持股份，增持计划完成后的六个月内将不出售本次所增持的股份。

2) 公司董事（独立董事除外）、高级管理人员将在符合相关规定的前提下通过证券交易所集中竞价交易方式增持公司社会公众股份，用于增持公司股份的资金不低于本人上一年度从公司领取收入的 20%，但不高于 60%。公司董事（独立董事除外）、高级管理人员增持公司股份方案公告后，公司股票收盘价格连续 10 个交易日超过公司最近一期经审计的每股净资产的，相关董事、高级管理人员可以终止增持股份，增持计划完成后的六个月内将不出售本次所增持的股份。

3) 公司的控股股东、董事（独立董事除外）、高级管理人员不因在股东大会审议稳定股价具体方案及方案实施期间，不再作为控股股东或职务变更、离职等情形而拒绝实施上述股价稳定的措施。

(3) 公司、公司控股股东、董事（独立董事除外）、高级管理人员在履行上述增持或回购义务时，应按照证券交易所股票上市规则及其他适用的监管规定履行其相应的信息披露义务，提前公告具体实施方案。回购或增持后公司的股权分布应当符合上市条件。

(4) 公司在首次公开发行股票上市后三年内新聘任的董事（独立董事除外）和高级管理人员，应当遵守本预案并签署相关承诺。

(二) 相关方关于稳定股价的承诺

1、发行人的承诺

本公司将严格按照公司 2014 年第一次临时股东大会审议通过的《关于上市后三年内稳定公司股价的预案》的规定，全面且有效地履行本公司的各项义务和责任；同时，本公司将敦促其他相关方严格按照《关于上市后三年内稳定公司股价的预案》的规定，全面且有效地履行其各项义务和责任。

2、控股股东姚良松的承诺

本人将严格按照欧派集团 2014 年第一次临时股东大会审议通过的《关于上市后三年内稳定公司股价的预案》的规定，全面且有效地履行本人的各项义务和责任；同时，本人将敦促欧派集团及其他相关方严格按照《关于上市后三年内稳定公司股价的预案》的规定，全面且有效地履行其各项义务和责任。

3、董事（独立董事除外）、高级管理人员的承诺

本人将严格按照欧派集团 2014 年第一次临时股东大会审议通过的《关于上市后三年内稳定公司股价的预案》的规定，全面且有效地履行本人的各项义务和责任；同时，本人将敦促欧派集团及其他相关方严格按照《关于上市后三年内稳定公司股价的预案》的规定，全面且有效地履行其各项义务和责任。

2015 年 7 月 22 日，公司召开了 2015 年第三次临时股东大会，审议通过了

《关于延长公司申请首次公开发行人民币普通股股票并在上海证券交易所主板上市相关决议有效期的议案》，将《关于上市后三年内稳定公司股价的预案》的有效期限自 2015 年第三次临时股东大会审议通过之日起延长 24 个月。

2016 年 7 月 22 日，公司召开 2016 年第三次临时股东大会，再次审议通过了《关于延长公司申请首次公开发行人民币普通股股票并在上海证券交易所主板上市相关决议有效期的议案》，将《关于上市后三年内稳定公司股价的预案》的有效期限自该次股东大会审议通过之日起延长 12 个月，该议案的有效期限至 2017 年 7 月 22 日。

四、发行人及公司控股股东、董事、监事、高级管理人员关于招股意向书无虚假记载、误导性陈述或重大遗漏的承诺

（一）发行人的承诺

如公司招股意向书被相关监管机构认定存在虚假记载、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，公司将按发行价格依法购回首次公开发行的全部新股。具体程序按照中国证监会和上海证券交易所的规定办理。

如公司招股意向书有虚假记载、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，将依法赔偿投资者损失。有权获得赔偿的投资者资格、投资者损失的范围认定、赔偿主体之间的责任划分和免责事由按照《中华人民共和国证券法》、《最高人民法院关于审理证券市场因虚假陈述引发的民事赔偿案件的若干规定》（法释[2003]2 号）等相关法律法规的规定执行。

（二）控股股东姚良松的承诺

如公司招股意向书被相关监管机构认定存在虚假记载、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，本人将依法购回已转让的原限售股份。具体程序按照中国证监会和上海证券交易所的规

定办理。

如发行人招股意向书有虚假记载、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，本人将依法赔偿投资者的损失。有权获得赔偿的投资者资格、投资者损失的范围认定、赔偿主体之间的责任划分和免责事由按照《中华人民共和国证券法》、《最高人民法院关于审理证券市场因虚假陈述引发的民事赔偿案件的若干规定》（法释[2003]2号）等相关法律法规的规定执行。

（三）发行人董事、监事、高级管理人员的承诺

如公司招股意向书被相关监管机构认定存在虚假记载、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。

五、中介机构关于为公司首次公开发行制作、出具的文件无虚假记载、误导性陈述或重大遗漏的承诺

保荐人（主承销商）国泰君安证券股份有限公司承诺：如因本保荐机构的过错（包括未能勤勉尽责、未能保持职业审慎等）而导致为发行人本次发行制作、出具的文件存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，致使投资者在买卖发行人股票时遭受实际损失（包括投资者的投资差额损失、投资差额损失部分的佣金和印花税等），在该等事实被司法机关认定后，本保荐机构将按照《中华人民共和国证券法》、《最高人民法院关于审理证券市场因虚假陈述引发的民事赔偿案件的若干规定》（法释[2003]2号）等法律法规的规定与发行人及其他过错方向投资者依法承担损失赔偿责任，以确保投资者的合法权益得到保护。

为进一步保护投资者权益，国泰君安证券股份有限公司承诺：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。

审计机构、验资机构广东正中珠江会计师事务所（特殊普通合伙）承诺：本所为发行人首次公开发行所制作、出具的文件如有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，本所将依法赔偿投资者损失。

发行人律师广东信达律师事务所承诺：信达为发行人首次公开发行制作、出

具的文件不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏的情形，对其真实性、准确性和完整性承担法律责任。若信达未能依照法律法规及行业准则的要求勤勉尽责、存在过错致使信达为发行人首次公开发行制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成直接经济损失的，信达将依生效的仲裁裁决书或司法判决书赔偿投资者损失。

评估机构北京中天衡平国际资产评估有限公司承诺：本公司为发行人首次公开发行所制作、出具的文件如有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，本公司将依法赔偿投资者损失。

六、本次募集资金到位后即期回报被摊薄的相关情况分析

（一）本次募集资金后即期回报分析

公司本次募集资金项目有一定的建设期和达产期，且“欧派”品牌推广项目、信息化系统建设项目不直接产生效益。预计募集资金到位当年，除已进入达产期的项目将产生经济效益外，公司股东回报仍将通过现有业务产生的收入和利润来实现。报告期内公司业务经营稳定，预计2017年亦不会发生重大变化。按照本次发行4,151万股计算，发行完成后，公司总股本较2016年度将增加11.11%，预计募集资金到位当年，公司每股收益（扣除非经常性损益后的稀释每股收益）受股本摊薄影响，相比上一年度将会有所下降，从而导致公司即期回报摊薄。

（二）公司应对本次公开发行摊薄即期回报采取的措施

本公司采取以下措施来应对本次公开发行摊薄即期回报，但是需要提示投资者的是，制定填补回报措施不等于对本公司未来利润做出保证。

1、加强经营管理和内部控制

公司已根据法律法规和规范性文件的规定建立健全了股东大会、董事会及其各专门委员会、监事会、独立董事、董事会秘书和高级管理层的管理结构，夯实

了公司经营管理和内部控制的基础。未来几年,公司将进一步提高经营管理水平、加快项目建设周期,提升公司的整体盈利能力。

另外,公司将努力提高资金的使用效率,完善并强化投资决策程序,设计更为合理的资金使用方案,合理运用各种融资工具和渠道,控制公司资金成本,节省财务费用支出。同时,公司也将继续加强企业内部控制,加强成本管理并强化预算执行监督,全面有效地控制公司经营和管控风险。

2、加快募投项目投资进度

公司本次募集资金投资项目均围绕于主营业务,从现有业务出发,增强公司的经营能力。本次发行募集资金到位后,公司将加快推进募投项目建设,争取募投项目早日达产并实现预期效益。

本次募集资金投资项目可分为整体厨柜、整体衣柜、定制木门产品的产能扩充、“欧派”品牌建设和信息系统升级改造三个部分,主要目的在于扩大产品产能,提高品牌知名度和影响力以及增强公司信息化管理能力。随着本次募集资金投资项目的实施,公司的持续经营能力和盈利能力都将得到进一步增强。

3、强化投资者回报机制

为完善公司利润分配政策,增强利润分配的透明度,保护公众投资者的合法权益,公司已根据中国证监会下发的《上市公司监管指引第3号—上市公司现金分红》(证监会公告[2013]43号),对公司上市后适用的《章程(草案)》中关于利润分配政策条款进行了相应规定。

公司股东大会已对上市后股东分红回报规划事项进行了审议,强化对投资者的收益回报,建立了对股东持续、稳定、科学的回报规划与机制,对利润分配做出制度性安排,保证利润分配政策的连续性和稳定性。

(三) 董事、高级管理人员的承诺

公司全体董事、高级管理人员分别承诺将切实履行作为董事、高级管理人员的义务,忠实勤勉地履行职责,维护公司和全体股东的合法权益。具体如下:

“1、本人不会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、本人将严格遵守公司的预算管理，本人的任何职务消费行为均将在为履行本人职责之必须的范围内发生，并严格接受公司监督管理，避免浪费或超前消费。

3、本人不会动用公司资产从事与履行本人职责无关的投资、消费活动。

4、本人将尽责促使由董事会或薪酬委员会制定的薪酬制度与公司填补回报措施的执行情况相挂钩。

5、本人将尽责促使公司未来拟公布的公司股权激励的行权条件（如有）与公司填补回报措施的执行情况相挂钩。

6、本人将尽最大努力促使公司填补即期回报的措施实现，将支持与公司填补回报措施的执行情况相挂钩的相关议案，并愿意投赞成票（如有投票权）。

本承诺出具日后，如监管机构作出关于填补回报措施及其承诺的相关规定有其他要求的，且上述承诺不能满足监管机构的相关要求时，本人承诺届时将按照相关规定出具补充承诺。”

（四）保荐机构对发行人填补被摊薄即期回报措施的核查意见

经核查，保荐机构认为：发行人针对填补被摊薄即期回报的措施分别召开了第一届董事会第十四次会议、2016年第一次临时股东大会，履行了必要的程序。发行人制定了具体的填补被摊薄即期回报的措施，发行人董事、高级管理人员分别对发行人填补即期回报措施能够得到切实履行作出了的承诺，相关承诺主体对违反承诺制定了处理机制。发行人填补被摊薄即期回报的措施符合《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》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》中关于保护投资者权益的规定。

七、关于未能履行承诺的约束措施

对于发行人及其控股股东、公司董事及高级管理人员等作出的公开承诺事

项，相关责任主体均提出了未能履行承诺时的约束措施：

（一）发行人相关约束措施

公司保证将严格履行招股意向书披露的相关承诺事项，同时提出未能履行承诺时的约束措施如下：

如果公司未履行招股意向书披露的承诺事项，公司将在股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行承诺的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉，并向公司投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护投资者的权益。

如果因公司未履行相关承诺事项，致使投资者在证券交易中遭受损失的，公司将依法向投资者赔偿相关损失。在证券监督管理部门或其他有权部门认定公司招股意向书存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏等事项后 10 日内，公司将启动赔偿投资者损失的相关工作。投资者损失根据与投资者协商确定的金额，或者依据证券监督管理部门、司法机关认定的方式或金额确定。

（二）控股股东相关约束措施

公司控股股东姚良松保证将严格履行招股意向书披露的相关承诺事项，同时提出未能履行承诺时的约束措施如下：

如果本人未履行招股意向书披露的承诺事项，本人将在股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行承诺的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉，并向公司投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护投资者的权益。

如果因本人未履行相关承诺事项，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本人将依法向投资者赔偿相关损失。如果本人未承担前述赔偿责任，则本人持有的公司股份在本人履行完毕前述赔偿责任之前不得转让，同时公司有权扣减本人所获分配的现金分红用于承担前述赔偿责任。

本人在作为公司控股股东、实际控制人期间，公司若未履行招股意向书披露的承诺事项，给投资者造成损失的，本人承诺依法承担赔偿责任。

（三）董事、高级管理人员相关约束措施

公司董事、高级管理人员保证将严格履行招股意向书披露的相关承诺事项，同时提出未能履行承诺时的约束措施如下：

如果本人未履行招股意向书披露的承诺事项，本人将在股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行承诺的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉，并向公司投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护投资者的权益。

本人将在前述事项发生之日起 10 日内，开始停止从公司领取薪酬，同时本人持有的公司股份（若有）不得转让，直至相关承诺履行完毕。

如果因本人未履行相关承诺事项，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本人将依法向投资者赔偿相关损失。

八、持股 5%以上股东持股意向及减持意向

公司持股 5%以上股东有两名，为控股股东姚良松和股东姚良柏，姚良松和姚良柏就持股意向及减持意向分别出具承诺，具体如下：

- 1、本人拟长期持有公司股份；
- 2、如果在锁定期满后，本人拟减持股份的，将认真遵守中国证监会、交易所关于股东减持的相关规定，结合公司稳定股价、开展经营、资本运作的需要，审慎制定股份减持计划，在股票锁定期满后逐步减持；
- 3、本人减持公司股份应符合相关法律、法规、规章的规定，具体方式包括但不限于交易所集中竞价交易方式、大宗交易方式、协议转让方式等；
- 4、本人减持公司股份前，应提前三个交易日予以公告，并按照证券交易所的规则及时、准确地履行信息披露义务；本人持有公司股份低于 5%以下时除外；
- 5、如果在锁定期满后两年内，本人拟减持股份的，减持价格不低于发行价（指发行人首次公开发行股票的发行人价格，如果因公司上市后派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，则按照证券交易所的有关规定作除权除息处理）。锁定期满后两年内，本人每年减持所持有的公司股份数量合计不超过上一年度最后一个交易日登记在本人名下的股份总数的 9%。因公司进行权益分派、减资缩股等导致本人所持公司股份变化的，则相应年度转让股份

的基数做相应变更；

6、如果本人未履行上述减持意向，本人将在股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明未履行承诺的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉；

7、如果本人未履行上述减持意向，本人持有的公司股份自本人未履行上述减持意向之日起六个月内不得减持。

九、上市后的股利分配政策

公司在制定利润分配政策和具体方案时，应当重视投资者的合理投资回报，并兼顾公司的长远发展，保持利润分配的连续性和稳定性。在有条件的情况下，公司可以进行中期现金分红。

公司利润分配可采用现金、股票、现金与股票相结合或者法律、法规允许的其他方式。相较于股票股利方式，公司应优先采用现金分红方式进行利润分配。结合公司现金流状况、业务成长性、每股净资产规模等因素，公司可以采用股票股利方式进行利润分配。

在满足现金分红条件、保证公司正常经营和长远发展的前提下，公司原则上应在每年年度股东大会召开后进行一次现金分红，且以现金方式分配的利润应不少于当年实现的可分配利润的 20%；公司存在以前年度未弥补亏损的，以现金方式分配的利润应不少于弥补亏损后可分配利润的 20%；公司实施现金分红政策时，可以同时派发股票股利。

公司董事会应当综合考虑公司所处行业特点、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，按照前项规定处理。

本公司详细的股利分配政策请参见本招股意向书“第十四节 股利分配政策”。

十、审计截止日后的主要经营状况及 2017 年 1-3 月业绩预测

截至本招股意向书签署之日，公司生产、销售及采购等主要经营活动正常开展，没有明显迹象显示行业的景气指数已接近或处于顶峰，或已出现下滑趋势。公司所处行业周期性与国民经济整体发展的周期一致，未出现可能对发行人未来经营业绩产生不利影响的重大因素。

公司最近一期审计报告的审计截止日为 2016 年 12 月 31 日。截至本招股意向书签署之日，公司主营业务、主要产品、经营模式、主要供应商及客户的构成、税收政策方面均为未发生重大变化，亦未发生其他可能影响投资者判断的重大事项。

公司预计 2017 年 1-3 月营业收入区间为 12.6 亿元至 13.2 亿元，较 2016 年一季度增长幅度为 5%-10%之间。预计 2017 年一季度归属于母公司股东的净利润为 0.47 亿元至 0.51 亿元，较 2016 年一季度增长幅度为 5%-10%之间；2017 年一季度扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润为 0.47 亿元至 0.51 亿元，较 2016 年一季度增长幅度为 5%-10%之间。预计 2017 年一季度经营情况良好，与上年同期相比不存在业绩大幅下降的情形。（前述 2017 年一季度业绩预测未经注册会计师审核）

十一、本公司特别提醒投资者注意“风险因素”中的下列风险

（一）房地产行业调控的风险

整体家居产品需求受住宅房地产市场销售量、商品房交收和二手房交易等因素影响。2010年以来，我国政府陆续出台了一系列包括土地、信贷等在内的房地产宏观调控政策，有效调节了房地产市场的过热增长。2014年开始，国家房地产政策更趋稳健，更关注民生保障及行业整体的健康发展，行业增速回归理性。在国家政策的调控下，近年来我国房地产行业总体呈健康发展趋势。

整体家居行业主要定位于定制家具产品的个性化设计、规模化生产和标准化安装，属于家具行业新兴的细分领域，目前正处于快速发展阶段，市场容量较大，行业增速较快，短期内受房地产行业宏观调控、房地产市场波动及房地产投资增速下滑等因素的影响尚未明显显现。同时，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。报告期内，公司销售收入分别 473,105.08 万元、554,473.79 万元和 702,194.73 万元，销售收入一直保持稳定增长，国家对房地产行业的宏观调控和房地产市场的波动并未对公司的经营业绩产生明显不利影响。

但是，如果未来宏观调控、经济发展环境导致我国房地产市场持续低迷，整体家居行业仍将会受到一定的影响。因此，公司存在因房地产市场不景气导致业绩下滑的风险。

（二）市场竞争加剧的风险

公司所在的整体家居行业属于新兴细分行业，逐步兴起不过 20 年左右的时间。与传统家居行业相比，整体家居具有个性化设计、100%空间利用、美观时尚、环保节约、质量稳定、规模化生产等诸多优点。近些年来，随着我国城镇化发展、居民消费能力和绿色环保意识增强，国内整体家居行业开始持续快速发展，而公司在其中的整体厨柜领域一直保持行业龙头地位，并在整体衣柜、定制木门领域取得显著增长，在整体家居行业中具有较高的知名度与影响力。

由于整体家居行业市场前景广阔，已有部分传统家具制造企业转型整体家居市场，此外包括瓷砖、地板在内的不少企业亦看好整体家居行业的市场前景，纷纷涉足该行业，这些因素导致行业竞争将从起始的价格竞争进入到品牌、渠道、研发、服务、人才、管理等复合竞争层级上来，市场竞争的加剧可能导致行业平均利润率下降，从而影响未来公司的经营。

（三）原材料价格波动风险

报告期内，公司整体家居生产所需的原材料主要包括刨花板、中纤板、功能五金件、石英石板材及外购的部分电器。报告期内，公司直接材料成本占生产成本的比例分别为 79.20%、78.12%和 76.43%，直接材料价格对公司生产成本的影响较大。近年来，部分原材料价格存在一定的波动，若未来原材料采购价格发生剧烈波动，可能对公司经营产生负面影响。

（四）经销商管理风险

通过经销商专卖店销售是公司最主要的销售渠道，报告期内，公司通过经销商销售的收入占主营业务收入的比例为 85.21%、84.70%和 85.47%。经销商专卖店销售模式有利于公司借助经销商的区域资源优势拓展营销网络，并对各级市场进行有效渗透、提高产品的市场占有率。截至 2016 年 12 月 31 日，公司在我国国内已发展经销商 3,331 家，由经销商开设的经营“欧派”整体家居产品的专卖店为 4,710 家，公司与上述经销商签订年度区域合作协议，设定业绩目标，经销商通过自有销售终端销售本公司产品。

尽管公司与经销商建立了长期良好的合作关系，且在与经销商签订的合作协议中约定了经销商的权利和义务，在形象设计、人员培训、产品定价等方面对经销商进行了统一管理。但若个别经销商未按照合作协议的约定进行产品的销售和服务，或经营活动有悖于公司品牌的经营宗旨，将会对公司的市场形象产生负面影响。同时，公司亦无法保证经销商能够在签订合作协议后完成约定的业绩目标，如果在合作协议到期时，经销商无法按计划完成业绩目标，公司的经营业绩将受到不利影响。

目 录

发行概况.....	2
发行人声明.....	5
重大事项提示.....	6
目 录.....	22
第一节 释义.....	26
第二节 概览.....	33
一、发行人基本情况.....	33
二、发行人控股股东与实际控制人.....	34
三、发行人主要财务数据及财务指标.....	34
四、本次发行情况.....	36
五、募集资金用途.....	37
第三节 本次发行概况	38
一、本次发行的基本情况.....	38
二、本次发行的有关当事人.....	39
三、发行人与本次发行有关中介机构的关系.....	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、市场风险.....	43
二、经营风险.....	45
三、经销商管理风险.....	47
四、募集资金投向风险.....	48
五、税收政策风险.....	49
六、实际控制人不当控制风险.....	51
第五节 发行人基本情况	52
一、发行人概况.....	52
二、发行人改制重组情况.....	52
三、发行人股本结构的形成、变化及重大资产重组行为.....	55
四、历次验资情况.....	78
五、发行人组织结构.....	81
六、发行人分公司、控股子公司的简要情况.....	84
七、发起人、股东及实际控制人的基本情况.....	102
八、发行人股本情况.....	111
九、发行人员工及其社会保障情况.....	113
十、持有发行人 5%以上股份的主要股东以及作为股东的董事、监事、高级管理人员作出的重要承诺及其履行情况.....	133

第六节 业务与技术	136
一、公司主营业务、主要产品及变化情况.....	136
二、公司所处行业的基本情况.....	136
三、公司在行业中的竞争地位.....	155
四、公司主营业务的具体情况.....	161
五、主要固定资产及无形资产情况.....	225
六、公司拥有特许经营权的情况.....	275
七、公司主要生产技术及研发情况.....	275
八、公司境外经营或拥有资产情况.....	281
九、公司主要产品和服务的质量控制情况.....	281
十、北京欧派、武汉欧派及南京欧派转让前后资产负债及经营业绩的情况.....	289
第七节 同业竞争与关联交易	299
一、发行人独立情况.....	299
二、同业竞争.....	305
三、关联方及关联关系.....	306
四、关联交易.....	318
五、《公司章程》对于关联交易的有关规定.....	336
六、报告期内关联交易制度的执行情况及独立董事意见.....	338
七、控股股东、实际控制人及公司董事、监事、高级管理人员关于关联交易的承诺.....	338
八、控股股东、实际控制人关于避免占用资金的承诺.....	339
第八节 董事、监事、高级管理人员	340
一、董事、监事及高级管理人员简介.....	340
二、董事、监事、高级管理人员及其近亲属持股情况.....	344
三、董事、监事、高级管理人员的对外投资情况.....	346
四、董事、监事、高级管理人员最近一年从发行人及其关联企业领取收入的情况.....	346
五、董事、监事、高级管理人员相互之间的亲属关系和兼职情况.....	347
六、公司与董事、监事、高级管理人员的协议、承诺及其履行情况.....	348
七、董事、监事及高级管理人员的任职资格.....	349
八、董事、监事及高级管理人员报告期内变动情况.....	349
第九节 公司治理	352
一、公司股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度建立健全及运行情况.....	352
二、最近三年违法违规情况.....	365
三、最近三年资金占用及违规担保情况.....	365
四、内部控制制度有效性的自我评估和鉴证意见.....	365
第十节 财务会计信息	367
一、发行人最近三年的财务报表.....	367
二、财务报表的编制基础、合并报表范围及变化情况.....	389

三、注册会计师审计意见.....	389
四、主要会计政策、会计估计和前期差错.....	390
五、公司报告期内相关税收情况.....	418
六、分部信息.....	420
七、最近一年收购兼并情况.....	421
八、非经常性损益.....	421
九、发行人最近一年末的主要资产情况.....	423
十、发行人最近一年末的主要债项.....	425
十一、报告期内公司所有者权益情况.....	426
十二、报告期内公司主要财务指标.....	426
十三、发行人盈利预测报告披露情况.....	429
十四、资产评估情况.....	429
十五、历次验资情况.....	430
十六、报告期内会计报表附注中或有事项、期后事项及其他重要事项.....	430
第十一节 管理层讨论与分析	432
一、财务状况分析.....	432
二、盈利能力分析.....	475
三、现金流量及重大资本支出分析.....	523
四、财务状况和盈利能力的未来趋势分析.....	527
五、公司未来分红回报规划.....	529
六、重大会计政策或会计估计与可比上市公司的较大差异比较.....	531
七、发行人重大担保、诉讼、其他或有事项和重大期后事项.....	531
八、审计截止日后的主要经营状况及 2017 年 1-3 月业绩预测.....	532
九、募集资金到位当年每股收益情况.....	532
第十二节 业务发展目标	541
一、公司发展战略和主要目标.....	541
二、实现发展目标的具体计划.....	541
三、实施上述计划所依据的假设条件和面临的主要困难.....	543
四、上述业务发展计划与公司现有业务的关系.....	544
五、本次公开发行对公司实现未来发展计划的作用.....	544
第十三节 募集资金运用	546
一、本次发行募集资金运用概况.....	546
二、募集资金投资项目与公司现有业务及发展战略之间的关系.....	548
三、募集资金投资项目情况介绍.....	550
四、募集资金运用对公司财务和经营状况的影响.....	617
第十四节 股利分配政策	621
一、本次发行前的股利分配政策.....	621
二、本次发行后的股利分配政策.....	622
三、公司最近三年的股利分配情况.....	625
四、本次发行前滚存未分配利润的分配政策.....	625
第十五节 其他重要事项	627

一、信息披露和投资者服务的责任机构和相关人员.....	627
二、重要合同.....	627
三、对外担保情况.....	635
四、重大诉讼、仲裁及行政处罚事项.....	635
第十六节 董事、监事、高级管理人员及有关中介机构声明	638
一、发行人全体董事、监事、高级管理人员声明.....	638
二、保荐人（主承销商）声明.....	639
三、发行人律师声明.....	640
四、审计机构声明.....	641
五、资产评估机构（中天衡平）声明.....	642
六、验资机构声明.....	644
七、复核验资机构声明.....	645
八、资产评估机构（中广信）声明.....	646
第十七节 备查文件	647
一、备查文件.....	647
二、文件查阅地址、时间.....	647

第一节 释义

在本招股意向书中，除非文义另有所指，下列简称具有如下含义：

一、普通术语		
本公司、公司、发行人、股份公司、欧派集团	指	欧派家居集团股份有限公司
欧派有限	指	广东欧派家居集团有限公司
康洁厨房	指	欧派集团前身广州市康洁厨房设备有限公司
欧派厨柜企业	指	广州欧派厨柜企业有限公司
欧派厨柜	指	广州欧派厨柜设备有限公司
广东欧派	指	广东欧派集团有限公司
欧派集成	指	广州欧派集成家居有限公司
欧派卫浴	指	广州市欧派卫浴有限公司
香港欧派	指	欧派（香港）国际贸易有限公司
香港中辰	指	香港中辰国际有限公司
广州奥维	指	广州市奥维装饰材料有限公司
天津欧派	指	天津欧派集成家居有限公司
无锡欧派	指	江苏无锡欧派集成家居有限公司
欧派门业	指	广州欧派门业有限公司
清远欧派	指	清远欧派集成家居有限公司
欧派联合	指	欧派联合（天津）家居销售有限公司

欧派墙饰	指	广州欧派墙饰有限公司
欧派商厨	指	广州欧派商用厨房设备有限公司
意大利铂尼	指	铂尼家居有限公司
创意家居	指	广州欧派创意家居设计有限公司
成都欧派	指	成都欧派智能家居有限公司
欧尔本投资	指	广州欧尔本投资有限责任公司
绿海医疗	指	广州绿海医疗器械保健品有限公司
北京欧派	指	北京欧派厨柜有限公司，现更名为北京高氏橱柜有限公司
南京欧派	指	广东欧派家居南京有限公司，现更名为南京家爱派家居有限公司
武汉欧派	指	武汉欧派家居有限公司，现更名为武汉家爱派家居有限公司
广州航铝	指	广州航铝铝业有限公司
铂金装饰	指	广州铂金装饰有限公司
科宝·博洛尼	指	博洛尼家居用品（北京）股份有限公司
志邦厨柜	指	志邦厨柜股份有限公司
金牌厨柜	指	厦门金牌厨柜股份有限公司
红星喜兆	指	红星喜兆投资有限公司
天欧投资	指	赣州天欧投资合伙企业（有限合伙）
中天基业	指	北京中天基业投资管理有限公司
Metro	指	Metro Particle Co.,Ltd ，泰国公司，刨花板等木质类板材制造商

百隆	指	Julius Blum GmbH, 奥地利公司, 家具五金配件制造商
瑞好	指	Rehau Trading Co.,Ltd, 德国公司, 聚合物产品制造商
普陆洁尘	指	Blue-vent Pte Ltd, 新加坡公司, 工业除尘系统的设计开发及工业除尘设备的制造商
欧登多	指	Altendorf Machinery Manufacturing Co. Ltd., 德国公司, 木工机械制造商
豪迈	指	Homag Holzbearbeitungssysteme GmbH, 德国公司, 木工机械制造商
Makor	指	Makor s.r.l., 意大利公司, 家具线条类产品的涂装、金属框架制造商
Cefla	指	Cefla Società' Cooperativa, 意大利公司, 木材涂装设备制造商
南通路捷	指	南通路捷机械有限公司
铁哥	指	广州市铁哥木材加工机械有限公司
威尔特	指	青岛威尔特自动化设备技术有限公司
秋林	指	上海秋林机械有限公司
灿高	指	石家庄灿高高频机械有限公司
永泰木工	指	潍坊永泰木工机械有限公司
晋诚	指	东莞市晋诚机械有限公司
江山欧派	指	江山欧派门业股份有限公司
新农合	指	新型农村合作医疗, 由政府组织、农民自愿参加, 个人、集体和政府多方筹资, 以大病统筹为主的农民医疗互助共济制度

新农保	指	新型农村社会养老保险，以保障农村居民年老时的基本生活为目的，建立个人缴费、集体补助，政府补贴相结合的筹资模式
十二五	指	2011年3月14日十一届人大第四次会议审议批准通过的《中华人民共和国国民经济和社会发展第十二个五年规划纲要》
《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	现行的《欧派家居集团股份有限公司章程》
《公司章程（草案）》	指	经发行人2014年第一次临时股东大会审议通过并将于发行人首次公开发行股票并上市后正式生效的《欧派家居集团股份有限公司章程（草案）》
本次发行	指	发行人本次拟向社会公众公开发行不超过5,000万人民币普通股，公司股东不公开发售其原持有的股份
国务院	指	中华人民共和国国务院
中国证监会	指	中国证券监督管理委员会
交易所	指	上海证券交易所
工信部	指	中华人民共和国工业和信息化部
财经委	指	全国人民代表大会财政经济委员会
保荐机构、保荐人、主承销商、国泰君安证券	指	国泰君安证券股份有限公司
信达、发行人律师	指	广东信达律师事务所
正中珠江、发行人会计师	指	广东正中珠江会计师事务所(特殊普通合伙)
广东数诚	指	广东数诚会计师事务所有限公司

中天衡平	指	北京中天衡平国际资产评估有限公司
恒信德律	指	北京恒信德律资产评估有限公司
中广信	指	广东中广信资产评估有限公司
报告期	指	2014年、2015年、2016年
报告期期末	指	2016年12月31日
A股	指	中国境内公司发行的人民币普通股票
元、万元	指	人民币元、万元
二、专业术语		
整体家居	指	结合消费者个性化需求，对厨柜、衣柜、木门、浴室洁具、配饰等家居产品进行统筹配置与合理安排，以达到居室空间结构、色彩、功能协调统一的家居产品组合
整体厨柜	指	结合厨房空间结构与消费者个性化需求，将厨柜柜体、台面、厨房电器及其他功能部件统筹配置形成的成套厨柜产品
整体衣柜	指	结合居室空间结构与消费者个性化需求，将板材、推拉门、玻璃、射灯及其他功能部件统筹配置形成的成套衣柜产品
整体卫浴	指	结合浴室空间结构与消费者个性化需求，将卫浴洁具、浴室家具、龙头、瓷砖及其他功能配件统筹配置形成的成套卫浴产品
定制木门	指	结合居室环境与消费者个性化需求，就门板的材质、造型、尺寸、颜色、配饰等进行个性化搭配与设计的定制化木门产品
刨花板	指	将木材等原材料切削成一定规格的碎片，经过干燥，拌以胶黏剂、硬化剂、防水剂，在一定温度下压制而成的一种人造板材

中纤板	指	又称中密度纤维板，以木质纤维或者其他植物纤维为原料，经打碎、纤维分离、干燥后施加脲醛树脂或其他适用的胶黏剂，热压后形成的人造板材
踢脚板	指	一种置于地面与柜体相交处的构造件，用于遮盖地面与柜体的接缝
角码	指	一种在整体家居产品中用于连接相交构件的五金件
CNC	指	一种由程序控制的自动化机床
纵横锯	指	一种板材切割装置，可以实现校准定位，四周拉锯
电子板材开料锯	指	自动化设备、自动定位自动送料装置，人机一体化操作，工人输入开料所需的尺寸数据后，机器自动运行，对板材进行精准裁切
四端封	指	一种四端封边的防尘装置
推台锯	指	一种锯切木料快捷精准的装置，主要结构是滑动台、横档尺、溜板座、主锯、槽锯等
六排钻	指	一种钻孔装置，依据钻削孔径的大小及板质硬度，调整气流节流量选择钻削速度与深度
地辊线	指	利用按一定间距架设在固定支架上的若干个辊子来输送成件物品的输送机，分无动力和动力两种类型
砂光机	指	对一些不平整、厚度不均、不符合工艺要求的材料，通过砂布、砂轮、砂纸等物理去除方式，使物体光滑平整、厚度均匀的器械
砂边机	指	对厨柜、木门等板材边缘进行打磨的装置
吸塑机	指	将加热塑化的 PVC、PE、PP、PET 等热塑性塑料卷材吸制成各种形状的真空罩，贴附

		于各种形状产品表面的装置
水晶包覆	指	即用水晶板粘附其他板材包覆胶水，水晶板是 PVC 材料制作而成的板材，用水晶板粘附在其他板材上方，使板材更加耐热、耐寒、耐强酸、抗冲击、抗老化
四面刨	指	一种木工机床类的刨床产品，主要用于加工木方、木板、装饰木线条、木地板等木制品，对木材的上下及侧面进行抛光处理
E0	指	指甲醛释放限量等级，E0 标准的甲醛释放量 $\leq 0.5\text{mg} / \text{L}$
ABS 封边条	指	用 ABS 树脂制成的封边条，不掺杂碳酸钙，修边后透亮光滑
Oracle	指	甲骨文公司的一款关系数据库管理系统
BOM	指	物料清单，指产品所需要的零部件的清单及组成结构，即生产一件产品所需的子零件及其产品中零件数量的完全组合
HR	指	人力资源管理信息系统
OA	指	办公自动化系统
BizOrder	指	一款为销售前端店面管理、订单传递等提供规范流程的管理系统
MES	指	一款面向制造企业车间执行层的生产信息化管理系统

由于四舍五入的原因，本招股意向书中部分合计数与各加数直接相加之和在尾数上可能存在差异。

第二节 概览

本概览仅对招股意向书全文作扼要提示。投资者做出投资决策前，应认真阅读招股意向书全文。

一、发行人基本情况

(一) 发行人概况

公司名称	欧派家居集团股份有限公司
英文名称	Oppein Home Group Inc.
注册资本	373,581,112 元
法定代表人	姚良松
成立时间	1994 年 7 月 1 日
住 所	广州市白云区广花三路 366 号
邮政编码	510450
经营范围	主营经营项目：家具制造业。 一般经营项目：木质家具制造；竹、藤家具制造；金属家具制造；塑料家具制造；其他家具制造；锯材加工；木片加工；单板加工；其他木材加工；家具批发；家具设计服务；家具安装；家具和相关物品修理；家具零售；家用厨房电器具制造；厨房用具及日用杂品零售；厨房设备及厨房用品批发；家用电器批发；日用电器修理；家居饰品批发；建材、装饰材料批发；室内装饰、设计；商品批发贸易（许可审批类商品除外）；商品零售贸易（许可审批类商品除外）；货物进出口（专营专控商品除外）；技术进出口；家用制冷电器具制造；家用空气调节器制造；家用通风电器具制造；家用清洁卫生电器具制造；家用美容、保健电器具制造；家用电力器具专用配件制造；其他家用电力器具制造；燃气、太阳能及类似能源家用器具制造；其他非电力家用器具制造；电光源制造；照明灯具制

造；灯用电器附件及其他照明器具制造；床上用品制造；毛巾类制品制造；窗帘、布艺类产品制造；木门窗、楼梯制造；地板制造；其他仓储业（不含原油、成品油仓储、燃气仓储、危险品仓储）；装卸搬运；道路货物运输代理；打包、装卸、运输全套服务代理；物流代理服务；仓储代理服务；建筑用石加工；人造超硬材料制造；机用磨石、抛光石制造；超硬材料磨具制造；卫生盥洗设备及用具批发；灯具、装饰物品批发；化工产品批发（危险化学品除外）；化工产品零售（危险化学品除外）；金属制厨房用器具制造；商业、饮食、服务专用设备制造；灯具零售；卫生洁具零售；专用设备销售；软件服务；软件批发；软件零售；软件测试服务；软件开发；日用灯具零售；销售本公司生产的产品（国家法律法规禁止经营的项目除外；涉及许可经营的产品需取得许可证后方可经营）。
--

（二）发行人设立情况

本公司由欧派有限公司于 2013 年 10 月 12 日整体变更设立，《企业法人营业执照》编号为 01113014994，整体变更设立时注册资本为 32,000 万元。

（三）发行人主营业务情况

公司主要从事整体厨柜、整体衣柜、整体卫浴和定制木门等定制化整体家居产品的个性化设计、研发、生产、销售和安装服务。公司在整体厨柜领域一直保持行业龙头地位，并在整体衣柜、定制木门领域取得显著增长，在整体家居行业中具有较高的知名度与影响力。

二、发行人控股股东与实际控制人

姚良松直接持有公司 77.09%的股权，为公司实际控制人。姚良松的具体情况请参见本招股意向书“第八节 董事、监事、高级管理人员”之“一、董事、监事及高级管理人员简介”之“（一）董事会成员”。

三、发行人主要财务数据及财务指标

（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
资产合计	554,842.75	392,767.34	346,648.45
负债合计	266,557.05	198,898.62	189,628.60
股东权益合计	288,285.71	193,868.72	157,019.85
其中：			
归属于母公司所有者权益	288,204.55	193,225.06	156,307.09
少数股东权益	81.15	643.66	712.76

（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	713,413.06	560,708.97	475,108.00
营业利润	106,772.92	53,037.46	43,071.30
利润总额	112,185.43	57,119.47	44,977.61
净利润	94,340.74	48,289.90	38,539.63
其中：			
归属母公司股东净利润	94,956.21	48,849.00	38,531.64
归属于少数股东净利润	-615.47	-559.10	7.99

（三）主要财务指标

财务指标	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
流动比率（倍）	0.87	0.81	0.83
速动比率（倍）	0.55	0.54	0.62
母公司资产负债率	47.03%	47.08%	48.81%

合并报表资产负债率	48.04%	50.64%	54.70%
无形资产（扣除土地使用权和矿业权等后）占净资产的比例	0.88%	1.32%	1.01%
财务指标	2016年	2015年	2014年
应收账款周转率（次）	70.14	77.04	55.22
存货周转率（次）	7.32	9.10	9.55
息税折旧摊销前利润（万元）	130,063.53	70,985.78	56,687.60
利息保障倍数（倍）	173.22	41.80	21.41
每股净现金流量（元）	0.74	-0.35	0.71
每股经营活动产生的现金流量（元）	4.01	1.67	2.43
归属于母公司普通股股东的每股净资产（元）	7.71	5.17	4.18

四、本次发行情况

发行股票种类	人民币普通股（A股）
每股面值	1.00元
发行股数	本次计划发行数量为不超过 4,151 万股，均为公司公开发行的新股，公司股东不公开发售其原持有的股份
发行价格的确定	提请股东大会授权董事会根据其与主承销商参考通过向询价对象初步询价确定的发行价格区间并综合考虑公司的募集资金计划、公司业绩、可比公司估值水平及市场情况等因素确定发行价格；或采用中国证监会认可的其他定价方式
募集资金总额	约【】亿元
发行对象	符合资格的询价对象以及在上海证券交易所开户的境内自然人、法人等投资者（国家法律、法规禁止者除外）
发行方式	采用网下向询价对象配售与网上向社会公众投资者定价发行相结合的方式，或中国证监会要求或认可的其他方式（如相关法律法规、规范性文件对相关发行方式有所调整，亦随之调整）

承销方式	余额包销
拟上市的证券交易所	上海证券交易所

五、募集资金用途

本次发行成功后，发行募集资金扣除发行费用将投资于以下项目：

单位：万元

投资目的	募集资金使用项目	计划投资金额	募集资金拟投入
产能扩充	广州年产 15 万套厨柜生产线建设项目	29,445.70	15,000.00
	天津年产 15 万套厨柜生产线建设项目	29,244.36	29,000.00
	广州年产 30 万套衣柜生产线建设项目	34,098.27	29,000.00
	无锡生产基地（一期）建设项目	78,000.00	78,000.00
	年产 60 万樘木门生产线建设项目	28,298.47	15,000.00
品牌建设	“欧派”品牌推广项目	30,000.00	30,000.00
信息系统	信息化系统技术改造项目	3,928.36	3,132.08
合计		233,015.16	199,132.08

若实际募集资金不能满足上述全部项目投资需要，资金缺口由公司自筹解决。募集资金投资项目的详细情况请参见本招股意向书“第十三节 募集资金运用”。

第三节 本次发行概况

一、本次发行的基本情况

发行股票种类	人民币普通股（A股）
每股面值	1.00 元
发行股数	本次计划发行数量为不超过 4,151 万股，均为公司公开发行的新股，公司股东不公开发售其原持有的股份。
每股发行价格	提请股东大会授权董事会根据其 与主承销商参考通过向询价对象初步询价确定的发行价格区间综合考虑公司的募集资金计划、公司业绩、可比公司估值水平及市场情况等因素确定发行价格；或采用中国证监会认可的其他定价方式。
发行市盈率	【】倍（按发行后每股收益为基础计算）
发行后每股收益	【】元（根据 2016 年 12 月 31 日经审计的扣除非经常性损益前后孰低的归属于母公司股东的净利润除以发行后总股本计算）
发行前每股净资产	7.71 元（按截至 2016 年 12 月 31 日经审计的归属母公司股东的净资产除以发行前总股本计算）
发行后每股净资产	【】元（按本次发行后净资产除以发行后总股本计算，其中净资产按本公司截至 2016 年 12 月 31 日经审计的归属于母公司所有者权益和本次募集资金净额之和计算）
发行市净率	【】倍（按发行后每股净资产为基础计算）
发行方式	采用网下向询价对象配售与网上向社会公众投资者定价发行相结合的方式，或中国证监会要求或认可的其他方式（如相关法律法规、规范性文件对相关发行方式有所调整，亦随之调整）
发行对象	符合资格的询价对象以及在上海证券交易所开户的境内自然人、法人等投资者（国家法律、法规禁止者除外）
承销方式	余额包销

预计募集资金	本次发行预计募集资金总额【】亿元，扣除发行费用后预计募集资金净额【】亿元
发行费用概算	费用总额 8,750 万元，其中： 承销费用 7,300 万元 保荐费用 200 万元 审计、验资费用 480 万元 律师费用 160 万元 用于本次发行的信息披露费用 500 万元 股份登记费、上市初费、材料印刷费及摇号费等 110 万元

二、本次发行的有关当事人

(一) 发行人

名称：欧派家居集团股份有限公司
 法定代表人：姚良松
 注册地址：广州市白云区广花三路 366 号
 联系人：杨耀兴、欧盈盈、梁韵婷
 电话：020-36733399
 传真：020-36733645

(二) 保荐人（主承销商）

名称：国泰君安证券股份有限公司
 法定代表人：杨德红
 注册地址：上海市浦东新区商城路 618 号
 电话：0755-23976200
 传真：0755-23970200
 保荐代表人：郭威、张力

项目联系人： 杜昱、许磊、彭桂钊、强强、刘雨晴、张敖、夏祺、
赵宗辉

(三) 律师事务所

名称： 广东信达律师事务所
负责人： 张炯
注册地址： 福田区深南大道 4019 号航天大厦 24 层
电话： 0755-88265288
传真： 0755-83243108
经办律师： 任宝明、麻云燕、陈锦屏、蒋丹湄

(四) 审计机构

名称： 广东正中珠江会计师事务所（特殊普通合伙）
执行事务合伙人： 蒋洪峰
注册地址： 广州市越秀区东风东路 555 号 1001-1008 房
电话： 020-83939698
传真： 020-83800977
经办注册会计师： 王韶华、冯军

(五) 资产评估机构

名称： 北京中天衡平国际资产评估有限公司
法定代表人： 辛宝柱
注册地址： 北京市西城区华远北街 2 号通港大厦 708 室
电话： 010-66155779
传真： 010-66159096

经办注册评估师： 吕健、陈扬

(六) 验资机构、复核验资机构

名称： 广东正中珠江会计师事务所（特殊普通合伙）

执行事务合伙人： 蒋洪峰

注册地址： 广州市越秀区东风东路 555 号 1001-1008 房

电话： 020-83939698

传真： 020-83800977

经办注册会计师： 王韶华、洪文伟

(七) 股票登记机构

名称： 中国证券登记结算有限责任公司上海分公司

地址： 上海市浦东新区陆家嘴东路 166 号中国保险大厦 36 楼

电话： 021-58708888

传真： 021-58899400

(八) 申请上市的证券交易所

名称： 上海证券交易所

地址： 上海市浦东南路 528 号证券大厦

电话： 021-68808888

传真： 021-68804868

(九) 保荐人（主承销商）收款银行

收款银行： 中国建设银行上海市分行营业部

户名： 国泰君安证券股份有限公司

账号： 31001550400050009217

三、发行人与本次发行有关中介机构的关系

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

四、与本次发行上市有关的重要日期

初步询价时间：	2017年3月10日和2017年3月13日
定价公告刊登日期：	2017年3月15日
网上、网下申购日期：	2017年3月16日
网上、网下缴款日期：	2017年3月20日
预计股票上市日期：	本次股票发行结束后本公司将尽快申请 在上海证券交易所挂牌上市

第四节 风险因素

投资者在评价发行人本次公开发行的股票时，除本招股意向书提供的其他各项资料外，应特别考虑下述各项风险因素。下述风险因素是根据重要性原则和可能影响投资决策的程度大小排序，但该排序并不表示风险因素依次发生。发行人提请投资者仔细阅读本节全文。

一、市场风险

（一）房地产行业调控的风险

整体家居产品需求受住宅房地产市场销售量、商品房交收和二手房交易等因素影响。2010年以来，我国政府陆续出台了一系列包括土地、信贷等在内的房地产宏观调控政策，有效调节了房地产市场的过热增长。2014年开始，国家房地产政策更趋稳健，更关注民生保障及行业整体的健康发展，行业增速回归理性。在国家政策的调控下，近年来我国房地产行业总体呈健康发展趋势。

整体家居行业主要定位于定制家具产品的个性化设计、规模化生产和标准化安装，属于家具行业新兴的细分领域，目前正处于快速发展阶段，市场容量较大，行业增速较快，短期内受房地产行业宏观调控、房地产市场波动及房地产投资增速下滑等因素的影响尚未明显显现。同时，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。报告期内，公司销售收入分别为 473,105.08 万元、554,473.79 万元和 702,194.73 万元，销售收入一直保持稳定增长，国家对房地产行业的宏观调控和房地产市场的波动并未对公司的经营业绩产生明显不利影响。

但是，如果未来宏观调控、经济发展环境导致我国房地产市场持续低迷，整体家居行业仍将会受到一定的影响。因此，公司存在因房地产市场不景气导致业绩下滑的风险。

（二）市场竞争加剧的风险

公司所在的整体家居行业属于新兴细分行业，逐步兴起不过 20 年左右的时间。与传统家居行业相比，整体家居具有个性化设计、100%空间利用、美观时尚、环保节约、质量稳定、规模化生产等诸多优点。近些年来，随着我国城镇化发展、居民消费能力和绿色环保意识增强，国内整体家居行业开始持续快速发展，而公司在其中的整体厨柜领域一直保持行业龙头地位，并在整体衣柜、定制木门领域取得显著增长，在整体家居行业中具有较高的知名度与影响力。

由于整体家居行业市场前景广阔，已有部分传统家具制造企业转型整体家居市场，此外包括瓷砖、地板在内的不少企业亦看好整体家居行业的市场前景，纷纷涉足该行业，这些因素导致行业竞争将从初始的价格竞争进入到品牌、渠道、研发、服务、人才、管理等复合竞争层级上来，市场竞争的加剧可能导致行业平均利润率下降，从而影响未来公司的经营。

（三）品牌、产品设计被仿冒的风险

品牌是消费者购买整体家居产品的重要影响因素。公司先后获得“广东省名牌产品”、“中国名牌产品”、“中国驰名商标”、“中国厨房家具 20 年突出贡献奖”等殊荣，“欧派”品牌在国内整体家居市场上已具有较高的知名度和美誉度。若市场上某些不法厂商仿冒“欧派”进行非法生产销售，将对公司造成不利影响。

同时，国内中小型整体家居定制企业在产品研发与创新方面的基础较为薄弱，模仿抄袭成为部分中小型整体家居定制企业研发设计的主要手段，尽管公司积极采取多种措施保护自主知识产权，但仍无法及时获取所有侵权信息，如果未来公司产品被大量仿冒，将会影响公司的品牌形象及消费者对公司产品的消费意愿。另外，若公司品牌、注册商标等权益受到侵犯，公司将会依照法律途径进行维权，以保护本公司的合法权益，公司的维权行为可能需要耗费公司一定的财力、物力，从而可能对公司的正常生产经营产生不利影响。

（四）公司品牌、注册商标被侵权、侵害的风险

公司自 1997 年 5 月起至今一直在企业名称中使用“欧派”作为字号，“欧派”

品牌和以“欧派”、“OPPEIN”为主的注册商标为公司最重要的无形资产之一，代表着公司信誉、形象及产品质量。若上述品牌或注册商标受到他人的侵权或侵害，将会对公司品牌形象及公司产品的市场销售产生不利影响。

公司一直积极采取多种措施保护公司品牌和商标。2009年4月，公司名下的“欧派”商标被国家工商总局商标局认定为“中国驰名商标”，目前，公司已取得在整体厨柜、整体衣柜、整体卫浴等产品中“欧派”、“OPPEIN”字样的商标专有权，在定制木门产品中取得“欧铂恩”、“欧铂尼”及“OPPEIN”字样的商标专有权，公司在上述主营业务领域中使用对应的商标不存在法律风险且受法律保护。报告期内，公司存在与江山欧派有关的商标行政诉讼案件，该等商标行政诉讼主要在定制木门业务领域，定制木门业务非本公司的主要收入和利润来源，相关商标行政诉讼案件对公司生产经营及未来发展不存在重大影响。但是，若因他人的经营活动致使公司的“欧派”品牌价值遭受损害，则公司的经营业绩仍存在因品牌价值遭受损害而受到不利影响的风险。

二、经营风险

（一）原材料价格波动风险

报告期内，公司整体家居生产所需的原材料主要包括刨花板、中纤板、石英石板材、外购的部分电器及功能五金件等。报告期内，公司直接材料成本占生产成本的比例分别为79.20%、78.12%和76.43%，直接材料价格对公司生产成本的影响较大。近年来，部分原材料价格存在一定的波动，若未来原材料采购价格发生剧烈波动，可能对公司经营产生负面影响。

（二）劳动力成本上升风险

近年来，劳动力成本上升已成为我国经济发展中的一个重要特征，也成为我国众多制造型企业面临的共同难题。整体家居行业属于劳动相对较密集的行业，劳动力成本在生产成本中所占比重较大，劳动力成本的不断提高势必会对整体家居行业造成不利影响。报告期内，公司劳动力成本占生产成本的比重分别为

10.55%、11.22%和 12.08%，呈持续上升趋势，尽管公司通过加强内部管理、引进先进机器设备、提高生产自动化水平等方式来控制劳动力成本的上升，但未来如果劳动力成本增幅过快，公司将面临劳动力成本上升导致盈利能力下降的风险。

（三）人力资源风险

整体家居行业正步入快速成长阶段，由于行业发展时间不长，行业积累的人才已远远不能满足行业快速发展的需要，人才的吸纳、积累与培养将成为行业快速发展过程中面临的关键问题。

尽管公司一直坚持打造行业人才培养摇篮的理念，并培养出一批业务能力、管理能力出众的骨干型人才，但行业内竞争企业激烈的人才争夺策略，已开始对公司的人才优势构成威胁。如果未来公司在人员管理、业务培训、人才梯队建设等方面不能适应公司快速发展的需要，公司的经营扩张将受到不利影响。

（四）租赁物业的风险

截至本招股意向书签署之日，公司存在权属瑕疵的租赁房产用途为仓库及辅助性产品的生产用房，另有部分广州直营店、员工宿舍的出租方未取得房屋产权证书，该等房产建筑面积合计 108,477.04 平方米，公司自有及租赁房产的面积合计 1,055,436.03 平方米，存在权属瑕疵的租赁房产面积占比为 10.28%。

若上述房产不能继续租赁，公司需寻找替代房产，搬迁和重新租赁场地可能会增加公司的经营成本，从而对公司盈利能力构成不利影响。但该部分权属瑕疵房产不属于公司的主要生产经营场所，因此不会对公司的正常生产经营构成实质性障碍。同时，随着本次募集资金投资项目及清远基地的建成，公司权属规范的自有房产面积将大幅增加，租赁房产需求会有所减少，瑕疵房产面积占比将明显降低。

针对上述租赁的瑕疵房产，公司控股股东、实际控制人姚良松承诺：“在租赁期限内，若欧派集团或其下属子公司承租的房屋产生相关权属争议、整体规划

拆除、行政处罚或其他影响公司正常经营的情形，导致欧派集团或其下属子公司无法继续正常使用该等房屋或遭受损失，本人将承担欧派集团或下属子公司因此所致的损失，包括但不限于因进行诉讼或仲裁、停产或停业、寻找替代场所、搬迁或因被处罚所造成的一切直接和间接损失。”

（五）产品销售季节性波动风险

受国家节假日安排、区域气候及风俗习惯等因素影响，国内整体家居产品的销售旺季一般在下半年。2014年、2015年和2016年，公司下半年主营业务收入占全年主营业务收入的比例分别为59.94%、58.71%和59.73%，尽管公司鼓励和引导各地经销商采取广告宣传、降价促销等方式来提高产品在淡季的销售量，但仍无法避免公司产品销售的季节性波动，并对公司劳动力安排、存货管理、订单处理以及销售收入和现金流量稳定性产生一定的影响。

（六）产品质量风险

公司一直视产品质量为企业发展的基石，公司生产技术先进，工艺流程完善，质控标准严格，质控措施完备，产品出厂前均经过严格的质量检验，但这无法完全排除产品使用后发生质量问题的可能性。产品一旦发生质量问题，即便在非公司责任的情况下，消费者也可能与公司产生权益纠纷，这对公司产品未来的美誉度和信任度构成潜在风险，进而可能对公司产品的市场销售造成不利影响。

三、经销商管理风险

通过经销商专卖店销售是公司最主要的销售渠道，报告期内，公司通过经销商销售的收入占主营业务收入的比例为85.21%、84.70%和85.47%。经销商专卖店销售模式有利于公司借助经销商的区域资源优势拓展营销网络，并对各级市场进行有效渗透、提高产品的市场占有率。截至2016年12月31日，公司在我国国内已发展经销商3,331家，由经销商开设的经营“欧派”整体家居产品的专卖店为4,710家，公司与上述经销商签订年度区域合作协议，设定业绩目标，经销商通过自有销售终端销售本公司产品。

尽管公司与经销商建立了长期良好的合作关系，且在与经销商签订的合作协议中约定了经销商的权利和义务，在形象设计、人员培训、产品定价等方面对经销商进行了统一管理。但若个别经销商未按照合作协议的约定进行产品的销售和服务，或经营活动有悖于公司品牌的经营宗旨，将会对公司的市场形象产生负面影响。同时，公司亦无法保证经销商能够在签订合作协议后完成约定的业绩目标，如果在合作协议到期时，经销商无法按计划完成业绩目标，公司的经营业绩将受到不利影响。

四、募集资金投向风险

（一）募集资金投资项目新增产能不能及时消化的风险

本次募集资金投资项目投产后，公司整体厨柜产能将由 2016 年的 50 万套/年提升至 80 万套/年，整体衣柜产能将由 2016 年的 73 万套/年提升至 108 万套/年，定制木门产能将由 2016 年的 15 万樘/年提升至 75 万樘/年，公司各类产品的产能扩张幅度较大，这对公司市场开拓能力的要求将大幅提高。如果公司的市场开拓速度跟不上新增产能，或是市场容量增长速度低于预期，公司将面临募投资项目新增产能不能及时消化，产能利用率下降的风险。

（二）募集资金投资项目不能达到预期收益风险

基于当前宏观经济情况、市场环境、技术发展趋势及本公司现有技术基础与实际经营状况等因素，公司对本次募集资金投资项目进行充分的可行性研究论证，并对募集资金投资项目产生的经济效益进行了审慎测算，认为该等募投资项目收益良好，可行性强。但未来如果我国宏观经济运行出现较大波动，或整体家居行业市场环境发生重大变化，将会对募投资项目的投资回报和预期收益产生不利影响。

（三）募集资金投资项目建设风险

公司拥有丰富的项目建设经验，并已制定了详实的项目建设计划和严格的项

目工程质量、进度以及费用控制方案，力争早日完成项目建设并投入使用以获得最大的经济效益。但在项目建设过程中，可能会受到诸如国家宏观经济政策、市场环境、技术力量、资金投入、企业自身管理水平等外在与内在因素的影响，导致项目的实施条件发生变化而无法如期完成。因此，公司存在募集资金投资项目不能如期完成，从而影响公司经营业绩的风险。

（四）固定资产折旧大幅增加引致业绩下滑的风险

本次募集资金投资项目金额共计 233,015.16 万元，其中，公司新增固定资产 185,526.69 万元，项目达产后，公司每年新增折旧为 14,998.29 万元。如果募集资金投资项目不能如期顺利达产，或者达产后市场环境发生重大不利变化，公司将面临销售收入增长不能消化每年新增折旧及摊销费用而导致公司业绩下滑的风险。

（五）净资产收益率下降的风险

报告期内，公司实现净利润分别为 38,539.63 万元、48,289.90 万元和 94,340.74 万元，加权平均净资产收益率分别为 28.12%、28.44%和 39.45%。本次发行完成后，公司净资产将显著增加，鉴于募集资金投资项目获得收益需要一定的时间，如果公司净利润增长速度低于同期净资产增长速度，则可能导致净资产收益率较以前年度有所下降。

五、税收政策风险

（一）欧派集团的税收优惠情况

公司于 2011 年被认定为高新技术企业（粤科高字〔2012〕47 号），根据 2008 年开始施行的新《中华人民共和国企业所得税法》的相关规定，公司 2011-2013 年将减按 15% 税率计缴企业所得税。

根据广东省科学技术厅、广东省财政厅、广东省国家税务局、广东省地方税务局联合出具的《关于公布广东省 2014 年第一、二批通过复审高新技术企业名

单的通知》（粤科高字【2015】31号）及公司新获得的高新技术企业证书（证书编号：GF201444000002），公司已通过高新技术企业资格复审，公司2014-2016年将按15%的税率计缴企业所得税。

截至2016年12月31日，公司持有的编号为GF201444000002的《高新技术企业证书》已经到期。截至本招股意向书签署之日，相关高新技术企业认定复审工作正在办理中，在复审期间公司暂按15%税率计缴企业所得税。

（二）欧派集成的税收优惠情况

公司下属子公司欧派集成系2007年3月5日成立的中外合资企业，经广州市白云区国家税务局《减、免税批准通知书》（穗云国税五减[2008]186号）的批准，2008年度和2009年度免征企业所得税，2010年度至2012年度减半按12.5%的税率计缴企业所得税，2013年起按25%的税率计缴企业所得税。

欧派集成于2014年7月提交高新技术企业资格认定资料。根据广东省科学技术厅、广东省财政厅、广东省国家税务局、广东省地方税务局联合出具的《关于公布广东省2014年第一、二批高新技术企业名单的通知》（粤科高字【2015】30号）及欧派集成获得的高新技术企业证书（证书编号：GR201444000248），欧派集成高新技术企业资格申请已获得审核通过，欧派集成2014-2016年度将按15%的税率计缴企业所得税。

截至2016年12月31日，欧派集成持有的编号为GR201444000248的《高新技术企业证书》已经到期。截至本招股意向书签署之日，相关高新技术企业认定复审工作正在办理中，在复审期间欧派集成暂按15%税率计缴企业所得税。

（三）天津欧派的税收优惠情况

2016年11月24日，经天津市科学技术委员会、天津市财政局、天津市国家税务局、天津市地方税务局批准，天津欧派获得证书编号为GR201612000023的《高新技术企业证书》，有效期为三年。天津欧派已就该税收优惠事宜在天津市静海区国家税务局第一税务所办理备案登记。2016-2018年享受减按15%的税率征收企业所得税的税收优惠。

报告期内，公司因上述政策享受税收优惠的金额分别为 4,261.76 万元、4,730.48 万元和 10,188.28 万元，占当期净利润比例分别为 11.06%、9.80%和 10.81%。若未来高新技术企业税收优惠政策发生较大变化，公司的利润水平将可能受到不利影响。

六、实际控制人不当控制风险

本次发行前，姚良松持有公司 77.09%的股份，为公司控股股东、实际控制人。预计本次发行后，姚良松仍处于绝对控股地位。此外，姚良松在公司任董事长，若其利用对公司的控制地位，通过行使表决权及管理职能对公司的人事、经营管理和财务决策等予以不当控制，可能对公司和其他股东利益造成不利影响。

第五节 发行人基本情况

一、发行人概况

公司名称	欧派家居集团股份有限公司
英文名称	Oppein Home Group Inc.
注册资本	373,581,112 元
法定代表人	姚良松
成立时间	1994 年 7 月 1 日
住 所	广州市白云区广花三路 366 号
邮政编码	510450
联系电话	020-36733399
传真号码	020-36733645
互联网网址	www.oppein.com
电子信箱	Oppein999@126.com

二、发行人改制重组情况

(一) 设立方式

本公司系欧派有限整体变更设立的股份有限公司。2013 年 9 月 14 日，欧派有限股东姚良松、姚良柏共同签署《欧派家居集团股份有限公司发起人协议》，同日，欧派有限召开股东会会议，同意将有限公司整体变更为股份有限公司，根据正中珠江出具的广会所审字【2013】第 13000130012 号《审计报告》审定的截至 2013 年 8 月 31 日母公司的净资产 568,173,282.13 元，按 1: 0.5632 的比例折合股份总额 320,000,000 股。2013 年 9 月 30 日，正中珠江出具了广会所验字【2013】第 13000130023 号《验资报告》，对上述出资进行了审验。

2013 年 10 月 12 日，广州市工商行政管理局依法核准欧派有限整体变更为

欧派家居集团股份有限公司事项，并核发编号为 01113014994 的《企业法人营业执照》。

（二）发起人

本公司发起人为姚良松、姚良柏，本公司设立时的股本结构如下：

序号	发起人名称	出资额（元）	股份数（股）	持股比例（%）
1	姚良松	288,000,000	288,000,000	90.00
2	姚良柏	32,000,000	32,000,000	10.00
合计		320,000,000	320,000,000	100.00

上述发起人中，姚良松为姚良柏的长兄，两人的基本情况请参见本节之“七、发起人、股东及实际控制人的基本情况”之“（一）发起人”。

（三）股份公司设立前后，主要发起人拥有主要资产和实际从事的主要业务

公司发起人是姚良松和姚良柏，股份公司设立前后，发起人拥有的主要资产和从事的主要业务未发生变化。

1、姚良松

股份公司设立前，公司实际控制人姚良松拥有的主要资产除持有欧派有限的股权外，还持有绿海医疗 90%的股权，绿海医疗详细情况请参见本招股意向书“第七节 同业竞争与关联交易”之“三、关联方及关联关系”之“（四）公司控股股东和实际控制人控制的公司和参股公司”。股份公司设立后，姚良松将绿海医疗 90%的股权进行了转让。

2、姚良柏

股份公司设立前，姚良柏拥有的主要资产除持有欧派有限的股权外，直接持有绿海医疗 10%的股权，直接持有香港中辰 100%的股权，并通过香港中辰间接持有欧派集成 30%的股权，香港中辰详细情况请参见本招股意向书“第七节同

业竞争与关联交易”之“三、关联方及关联关系”之“（八）与公司实际控制人关系密切的家庭成员控制的公司”，欧派集成详细情况请参见本节之“六 发行人分公司、控股子公司的简要情况”之“（二）控股子公司”。股份公司设立后，欧派集团通过全资子公司香港欧派向香港中辰收购了其持有的欧派集成 30%的股权，同时，姚良柏将绿海医疗 10%的股权进行了转让。

（四）股份公司成立前后，发行人拥有的主要资产和实际从事的主要业务

发行人由欧派有限整体变更设立，改制前原企业的所有资产和业务全部进入了股份公司。公司继承了欧派有限的全部资产和负债。改制前后，公司的主营业务均为整体厨柜、整体衣柜、整体卫浴、定制木门等整体家居产品的个性化定制和设计安装服务，改制前后公司拥有的主要资产和从事的主要业务未发生变化。

（五）股份公司成立前后，发行人业务流程情况

发行人系由欧派有限整体变更设立，改制前后业务流程没有发生变化。发行人主要业务流程请参见本招股意向书“第六节 业务与技术”之“四、公司主营业务的具体情况”。

（六）股份公司成立以来，在生产经营方面与主要发起人的关联关系及演变情况

具体情况请参见本招股意向书“第七节 同业竞争与关联交易”之“四、关联交易”。

（七）发行人出资资产的产权变更手续办理情况

发行人系由欧派有限整体变更设立的股份公司。欧派有限的所有资产、业务、人员和债权、债务均由发行人承继。公司绝大部分土地、房屋、商标等权属已变更至欧派集团名下。

三、发行人股本结构的形成、变化及重大资产重组行为

(一) 发行人股本结构的形成及变化

1、1994 年 7 月，欧派集团前身康洁厨房设立

1994 年 6 月 15 日，胡旭辉、姚良柏签订《私营有限责任公司章程》，约定股东认缴出资额、出资比例及股东的权利和义务，法定代表人为胡旭辉。1994 年 9 月 9 日，广州经济技术开发区审计师事务所出具了穗开审事验字（94）第 69 号《企业法人验资证明书》，对康洁厨房办理登记注册的注册资金的真实性进行验证，确认康洁厨房注册资本为 50 万元，均为现金出资。

1994 年 7 月 1 日，广州市工商行政管理局核准康洁厨房设立，并颁发穗 SII000308 号《企业法人营业执照》。康洁厨房设立时的股权结构为：

序号	股东名称	注册资本（万元）	实收资本（万元）	出资比例
1	胡旭辉	45.00	45.00	90.00%
2	姚良柏	5.00	5.00	10.00%
合计		50.00	50.00	100.00%

康洁厨房的设立履行了股东共同制定章程、验资和工商登记等法定程序，其设立履行了必备的法律程序。

2、1997 年 5 月，康洁厨房注册资本增至 150 万元，变更公司名称及法定代表人、执行董事、监事

1997 年 5 月 2 日，康洁厨房股东胡旭辉、姚良柏与姚良松签订《增资协议书》，约定由姚良松增加注册资本 100 万元，增加公司注册资本至 150 万元；康洁厨房股东同时约定变更公司名称为广州欧派厨柜设备有限公司；法定代表人变更为姚良松，并由其担任欧派厨柜执行董事，姚良柏、胡旭辉任监事。

1997 年 5 月 6 日，天河会计师事务所出具穗天师验字（97）0198 号《验资报告》，对本次增资资金的真实性进行了验证。

1997 年 5 月 15 日，广州市工商行政管理局核准上述变更，并颁发注册号

为 44010100398 号《企业法人营业执照》。本次变更后公司的股权结构为：

序号	股东名称	注册资本（万元）	实收资本（万元）	出资比例
1	姚良松	100.00	100.00	66.67%
2	胡旭辉	45.00	45.00	30.00%
3	姚良柏	5.00	5.00	3.33%
合计		150.00	150.00	100.00%

3、1997 年 10 月，欧派厨柜股权转让，变更公司名称、住所及经营范围

1997 年 10 月 28 日，胡旭辉与姚良松、姚良柏签订股权转让协议，约定胡旭辉将其持有的欧派厨柜 30%股权转让给姚良松及姚良柏。由于经办人员疏忽，上述股权转让文件中未明确注明姚良松、姚良柏各自受让股权的比例。1997 年 11 月 21 日，经广州市工商局核准后的公司股权结构为：姚良松出资 135 万元，持股比例为 90%；姚良柏出资 15 万元，持股比例为 10%。

2013 年 11 月 1 日，胡旭辉与姚良松、姚良柏出具了《关于股权转让事宜的确认函》，确认根据当时各方的约定，系由胡旭辉将其持有的欧派厨柜 23.33%股权转让给姚良松，6.67%股权转让给姚良柏，转让价格系根据相应比例股权对应的注册资本价确定，各方对股权转让事宜无争议。

1997 年 10 月 28 日，欧派厨柜召开股东会，同意胡旭辉将其持有的欧派厨柜 30%股权转让给姚良松及姚良柏，同意将公司名称变更为广州欧派厨柜企业有限公司，将公司住所变更为广州市广花路鹤边桥三南加油站旁，将经营范围变更为厨房用具及材料研制、加工、制造、销售、维修；批发和零售贸易（国家专营专控商品除外）；室内装饰及设计服务。

1997 年 10 月，广州市工商行政管理局核准上述变更，并颁发注册号为 440102000398 号《企业法人营业执照》。本次变更后公司的股权结构为：

序号	股东名称	注册资本（万元）	实收资本（万元）	出资比例
1	姚良松	135.00	135.00	90.00%
2	姚良柏	15.00	15.00	10.00%
合计		150.00	150.00	100.00%

4、2001 年 7 月，欧派厨柜企业注册资本增至 800 万元

2001 年 7 月 2 日，欧派厨柜企业召开股东会，同意增加公司注册资本至 800 万元。

2001 年 7 月 4 日，广州中勤会计师事务所有限公司出具中勤验字【2001】第 578 号《验资报告》确认，截至 2001 年 7 月 3 日止，欧派厨柜企业增加注册资金 650 万元，实收资本为 800 万元；投资款 650 万元以货币资金 5,944,000 元和实物资产 556,000 元投入。姚良松用于出资的实物包括 KD67 全自动直线封边机 1 台（价值 44 万元）和推台锯 2 台（价值共计 11.6 万元）。2001 年 7 月 7 日，股东姚良松与姚良柏签订《增资协议书》，约定增加欧派厨柜企业注册资本至 800 万元，其中姚良松增资 585 万元，姚良柏增资 65 万元。

上述增资过程中的实物出资方姚良松用于增资的设备未经过评估即作为出资，不符合当时《公司法》的规定。因此，2013 年 5 月 6 日，欧派有限通过股东会决议，相关内容为：“因公司 2001 年 7 月将注册资本由 150 万元增加至 800 万元过程中，股东实物出资部分（对应出资金额）存在瑕疵，现同意由原实物出资方姚良松以货币资金人民币 55.6 万元，于 2013 年 5 月 15 日前对公司进行补足出资。”同时，姚良松、姚良柏作为公司股东承诺：“同意相互不予追究上述出资瑕疵的法律责任，认可本承诺出具之日前所有股东会决议（包括但不限于利润分配议案等）的法律效力；若第三方因上述出资瑕疵问题向公司追究法律责任的，由姚良松、姚良柏承担全部法律责任。”

2013 年 5 月 24 日，正中珠江出具广会所验字【2013】第 13003430018 号《验资报告》确认，截至 2013 年 5 月 14 日止，公司已收到姚良松缴纳的用于补足原实物出资的注册资本（实收资本）合计人民币 55.6 万元。

2001 年 7 月 11 日，广州市工商行政管理局核准上述变更，并颁发《企业法人营业执照》。本次变更后公司的股权结构为：

序号	股东名称	注册资本（万元）	实收资本（万元）	出资比例
1	姚良松	720.00	720.00	90.00%
2	姚良柏	80.00	80.00	10.00%

合计	800.00	800.00	100.00%
----	--------	--------	---------

5、2003年10月，欧派厨柜企业注册资本增至1,500万元，变更经营范围

2003年10月16日，欧派厨柜企业召开股东会，同意增加公司注册资本至1,500万元，将公司经营范围变更为：厨房用具及配件、家用电器研制、加工、制造、维修。批发和零售贸易（国家专营专控商品除外）。室内装饰及设计服务。经营本企业自产产品及相关技术的出口业务，经营本企业生产、科研所需的原辅材料、机械设备、仪器仪表、零配件及相关技术的进口业务，但国家限定公司经营或禁止进出口的商品及技术除外。

2003年10月17日，广东数诚出具粤数会验字【2003】3018号《验资报告》确认，截至2003年10月16日，欧派厨柜企业已收到股东新增注册资本700万元，其中，姚良松增资630万元，姚良柏增资70万元，均系货币出资。

2003年10月23日，广州市工商行政管理局核准上述变更，并颁发《企业法人营业执照》。本次变更后公司的股权结构为：

序号	股东名称	注册资本（万元）	实收资本（万元）	出资比例
1	姚良松	1,350.00	1,350.00	90.00%
2	姚良柏	150.00	150.00	10.00%
合计		1,500.00	1,500.00	100.00%

6、2006年1月，欧派厨柜企业注册资本增至3,000万元

2005年12月20日，欧派厨柜企业召开股东会，同意增加公司注册资本至3,000万元。

2005年12月27日，广东数诚出具粤数会验字【2005】3011号《验资报告》确认，截至2005年12月26日，欧派厨柜企业已收到股东新增注册资本1,500万元，其中姚良松增资1,350万元，姚良柏增资150万元，均系货币出资。

2006年1月12日，广州市工商行政管理局核准上述变更，并颁发《企业法人营业执照》。本次变更后公司的股权结构为：

序号	股东名称	注册资本（万元）	实收资本（万元）	出资比例
----	------	----------	----------	------

1	姚良松	2,700.00	2,700.00	90.00%
2	姚良柏	300.00	300.00	10.00%
合计		3,000.00	3,000.00	100.00%

7、2006年12月，欧派厨柜企业注册资本增至3,900万元

2006年12月14日，欧派厨柜企业召开股东会，同意增加公司注册资本至3,900万元。

2006年12月18日，广东数诚出具粤数会验字【2006】3013号《验资报告》确认，截至2005年12月14日，欧派厨柜企业已收到股东新增注册资本900万元，其中姚良松增资810万元，姚良柏增资90万元，均系货币出资。

2006年12月20日，广州市工商行政管理局核准上述变更，并颁发《企业法人营业执照》。本次变更后公司的股权结构为：

序号	股东名称	注册资本（万元）	实收资本（万元）	出资比例
1	姚良松	3,510.00	3,510.00	90.00%
2	姚良柏	390.00	390.00	10.00%
合计		3,900.00	3,900.00	100.00%

8、2008年12月，欧派厨柜企业注册资本增至5,000万元

2008年12月5日，欧派厨柜企业召开股东会，同意增加公司注册资本至5,000万元。

2008年12月10日，广东数诚出具粤数会验字【2008】3019号《验资报告》确认，截至2008年12月8日，欧派厨柜企业已收到股东新增注册资本1,100万元，其中姚良松增资990万元，姚良柏增资110万元，均系货币出资。

2008年12月22日，广州市工商行政管理局核准上述变更，并颁发《企业法人营业执照》。本次变更后公司的股权结构为：

序号	股东名称	注册资本（万元）	实收资本（万元）	出资比例
1	姚良松	4,500.00	4,500.00	90.00%

2	姚良柏	500.00	500.00	10.00%
合计		5,000.00	5,000.00	100.00%

9、2009年7月，欧派厨柜企业变更公司名称及经营期限

2009年6月28日，欧派厨柜企业召开股东会，同意变更公司名称为广东欧派集团有限公司，变更经营期限为1994年7月1日至长期。

2009年7月15日，广州市工商行政管理局核准上述变更，并颁发注册号为440101000002519号《企业法人营业执照》。

10、2010年7月，广东欧派注册资本增至8,000万元，同时变更公司名称、住所、法定代表人、经营范围及董事、监事

2010年7月5日，广东欧派召开股东会，决议同意增加注册资本至8,000万元；变更公司名称为广东欧派家居集团有限公司；变更公司住所为广州市白云区广花三路366号；变更公司经营范围为：研究、加工、制造、维修及安装：厨房用具及配件、家具、家用电器、建材。室内装饰及设计服务。批发和零售贸易（国家专营专控商品除外），经营本企业自产产品及相关技术的出口业务，经营本企业生产、科研所需的原辅材料、机械设备、仪器仪表、零配件及相关技术的进口业务，但国家限定公司经营或禁止进出口的商品及技术除外。另外，股东会决议同意变更公司法定代表人为姚良柏，并由其担任执行董事，选举谭钦兴为公司监事。

2010年7月19日，广东数诚出具粤数会验字【2010】3010号《验资报告》确认，截至2010年7月14日，欧派有限已收到股东新增注册资本3,000万元，其中姚良松增资2,700万元，姚良柏增资300万元，均系货币出资。

2010年7月29日，广州市工商行政管理局核准上述变更，并颁发《企业法人营业执照》。本次变更后公司的股权结构为：

序号	股东名称	注册资本（万元）	实收资本（万元）	出资比例
1	姚良松	7,200.00	7,200.00	90.00%
2	姚良柏	800.00	800.00	10.00%

合计	8,000.00	8,000.00	100.00%
----	----------	----------	---------

11、2011年2月，欧派有限注册资本增至10,000万元

2011年2月13日，欧派有限召开股东会，同意增加公司注册资本至10,000万元。

2011年2月16日，广东数诚出具粤数会验字【2011】3004号《验资报告》确认，截至2011年2月15日，欧派有限已收到股东新增注册资本2,000万元，其中姚良松增资1,800万元，姚良柏增资200万元，均系货币出资。

2011年2月22日，广州市工商行政管理局核准上述变更，并颁发《企业法人营业执照》。本次变更后公司的股权结构为：

序号	股东名称	注册资本（万元）	实收资本（万元）	出资比例
1	姚良松	9,000.00	9,000.00	90.00%
2	姚良柏	1,000.00	1,000.00	10.00%
合计		10,000.00	10,000.00	100.00%

12、2013年10月，欧派有限整体变更设立为股份有限公司

2013年9月14日，欧派有限股东会做出决议，同意欧派有限以截至2013年8月31日经审计的净资产进行折股，依法整体变更为股份公司。

2013年9月14日，姚良松、姚良柏签署《发起人协议》，同意根据正中珠江出具的广会所审字【2013】第13000130012号《审计报告》，以截至2013年8月31日公司经审计的母公司净资产人民币568,173,282.13元，按1:0.5632的比例折成32,000万股，每股面值1.00元，余额248,173,282.13元计入资本公积；欧派有限整体变更为股份公司，其债权、债务由变更后的股份公司欧派集团承继。

2013年9月30日，欧派家居集团股份有限公司召开创立大会，审议并通过了股份公司设立的相关议案。

2013年9月30日，正中珠江出具广会所验字【2013】第13000130023号《验资报告》，确认截至2013年9月30日，股份公司的注册资本已全部出资

到位。

2013年10月12日，广州市工商行政管理局依法核准欧派有限整体变更为欧派家居集团股份有限公司事项，并颁发《企业法人营业执照》。欧派集团各发起人股东持股情况如下：

序号	发起人名称	出资额（万元）	股份数（万股）	持股比例
1	姚良松	28,800.00	28,800.00	90.00%
2	姚良柏	3,200.00	3,200.00	10.00%
合计		32,000.00	32,000.00	100.00%

13、2013年11月，欧派集团注册资本增至343,503,096元

2013年10月20日，欧派集团召开股东大会，同意引入110名自然人股东，并同意姚良柏用厂房增资入股，公司注册资本增加至343,503,096元。同日，欧派集团与110名自然人股东及姚良柏签订增资协议书，约定以4.23元/股的价格对公司进行增资。谭钦兴等110位自然人与姚良柏增资情况如下表所示：

序号	股东名称	股本（万元）	增资方式	增资价格（元/股）	增资总额（万元）
1	谭钦兴等110名自然人股东	1,866.14	货币资金	4.23	7,893.79
2	姚良柏	484.17	房屋建筑物 土地使用权	4.23	2,048.02
合计		2,350.31	-	4.23	9,941.81

注1：恒信德律对姚良柏用于增资的资产进行评估，并于2013年5月23日出具京恒信德律评报字[2013]0047号《广东欧派家居集团有限公司拟同意股东对其位于广州白云区神山镇路雄丰村工业区房地产作价入股所涉及资产市场价值项目资产评估报告》确认：此次评估项目所涉及的房产委估宗地面积为10,727.50平方米，地上房屋建筑物建筑面积共11,546.39平方米，于评估基准日2012年12月31日的评估价值为2,048.02万元。2016年7月7日，中广信出具中广信评复报字[2016]第001号《广东欧派家居集团有限公司拟同意股东对其位于广州白云区神山镇雄丰村工业区房地产作价入股所涉及资产市场价值项目资产评估复核报告书》，对上述姚良柏用于增资的资产评估价值进行了复核；

注 2：上述 110 名自然人股东，除刘莹外的其余 109 名自然人全部为公司及下属子公司员工，刘莹为张金良之妻，张金良为加拿大国籍，现任欧派集团副董事长、董事、总裁、行政总经理。

2013 年 11 月 27 日，正中珠江出具广会所验字【2013】第 13000130090 号《验资报告》，确认截至 2013 年 11 月 27 日，公司已收到各股东缴纳的新增注册资本合计人民币 2,350.31 万元，各股东以货币出资 1,866.14 万元，房屋建筑物及土地使用权出资 484.17 万元。

2013 年 11 月 29 日，广州市工商行政管理局核准了上述增资，并颁发《企业法人营业执照》。本次增资后公司的股权结构为：

序号	股东名称	股份数量（股）	持股比例
1	姚良松	288,000,000	83.8420%
2	姚良柏	36,841,654	10.7254%
3	谭钦兴	1,125,345	0.3276%
4	刘莹	1,125,345	0.3276%
5	杨耀兴	679,133	0.1977%
6	钟华文	597,455	0.1739%
7	刘顺平	541,142	0.1575%
8	宁惠	477,486	0.1390%
9	邓发光	432,190	0.1258%
10	黄满祥	394,262	0.1148%
11	郭英强	346,121	0.1008%
12	张劲松	311,509	0.0907%
13	张金生	311,509	0.0907%
14	宋凤春	311,509	0.0907%
15	于晓波	295,116	0.0859%
16	胡旭辉	294,681	0.0858%
17	邹俊	287,715	0.0838%
18	李良辰	287,076	0.0836%

19	戴俊	277,156	0.0807%
20	牛有江	253,968	0.0739%
21	杨鑫	252,834	0.0736%
22	刘海旺	251,132	0.0731%
23	阮达群	240,588	0.0700%
24	吴廷山	226,113	0.0658%
25	刘军	225,042	0.0655%
26	于卫东	222,773	0.0649%
27	沈崇照	219,937	0.0640%
28	王欢	219,465	0.0639%
29	张子春	211,430	0.0616%
30	程华	210,232	0.0612%
31	冯红英	201,797	0.0587%
32	姚文烽	198,076	0.0577%
33	胡旭东	196,040	0.0571%
34	邱唐勋	189,814	0.0553%
35	冯绍平	179,763	0.0523%
36	蓝飞	176,440	0.0514%
37	曲锐	173,061	0.0504%
38	杨帆	172,963	0.0504%
39	阳永清	168,245	0.0490%
40	苏冠芳	167,852	0.0489%
41	上官生文	167,694	0.0488%
42	凌国珍	160,573	0.0467%
43	汪立新	160,038	0.0466%
44	袁施兰	150,582	0.0438%
45	张学良	147,328	0.0429%
46	徐颂海	146,677	0.0427%

47	藺茂春	138,595	0.0403%
48	曹露芬	135,876	0.0396%
49	肖伟	132,341	0.0385%
50	刘清明	132,341	0.0385%
51	李峰	132,341	0.0385%
52	赵昕	132,120	0.0385%
53	张秀珠	127,951	0.0372%
54	严恩雄	126,177	0.0367%
55	杨风雪	125,497	0.0365%
56	涂旺荣	124,483	0.0362%
57	朱建斌	118,350	0.0345%
58	牛岗	118,224	0.0344%
59	梁华蔚	118,224	0.0344%
60	甘伟玲	110,548	0.0322%
61	陈建彬	101,634	0.0296%
62	乔秀山	98,499	0.0287%
63	刘霏	97,023	0.0282%
64	张家朝	96,653	0.0281%
65	蔡志刚	96,653	0.0281%
66	阳勇	96,653	0.0281%
67	王来林	96,653	0.0281%
68	毛伟凯	96,483	0.0281%
69	胡文凡	96,321	0.0280%
70	李景行	94,756	0.0276%
71	刘国洪	94,756	0.0276%
72	杨辉	87,609	0.0255%
73	林玉平	82,890	0.0241%
74	任建军	82,845	0.0241%

75	张溢	82,757	0.0241%
76	姚锐	82,757	0.0241%
77	黎燕华	82,757	0.0241%
78	黄海鹏	82,757	0.0241%
79	刘忠会	82,757	0.0241%
80	廖泽鸿	82,757	0.0241%
81	焦自东	82,757	0.0241%
82	黄晓铃	82,757	0.0241%
83	何华	78,853	0.0230%
84	黄建军	77,000	0.0224%
85	付谦	72,631	0.0211%
86	许中昆	70,935	0.0207%
87	刘红波	70,935	0.0207%
88	张俊涛	70,000	0.0204%
89	赵家军	66,170	0.0193%
90	姜辉	64,790	0.0189%
91	王兆科	59,005	0.0172%
92	张杰	54,921	0.0160%
93	芦春亭	53,220	0.0155%
94	李华	51,518	0.0150%
95	池建成	50,000	0.0146%
96	刘耀斌	49,170	0.0143%
97	郑嘉辉	48,681	0.0142%
98	邵佳	48,597	0.0141%
99	陈华鸿	48,512	0.0141%
100	张耿林	47,264	0.0138%
101	周小平	44,400	0.0129%
102	刘志超	42,530	0.0124%

103	刘昊亮	42,530	0.0124%
104	贾志勇	41,423	0.0121%
105	熊家荣	39,636	0.0115%
106	郭振新	39,040	0.0114%
107	钟根长	39,040	0.0114%
108	曾向文	36,170	0.0105%
109	雍文	35,467	0.0103%
110	刘建晖	35,467	0.0103%
111	罗帮理	31,929	0.0093%
112	黄开勇	11,849	0.0034%
合计		343,503,096	100.0000%

除发起人以外其他自然人股东的身份信息、任职等具体情况请参见本节之“七、发起人、股东及实际控制人的基本情况”之“（二）发起人以外的其他股东”

2013年12月10日，蓝飞与姚良胜签订《股权转让协议书》，约定蓝飞将其持有的欧派集团176,440股股份(占发行人股本总额的0.0514%)以746,341.2元（每股4.23元）转让给姚良胜。根据本次股份转让的结果，发行人相应变更了股东名册。

14、2013年12月，欧派集团注册资本增至373,581,112元

2013年12月16日，欧派集团召开股东大会，同意引入红星喜兆、天欧投资和中天基业3名投资者，公司注册资本增加至373,581,112元。同日，欧派集团与3名投资者分别签订增资协议书，约定3名投资者以8.45元/股的价格对公司进行增资。

2013年12月25日，正中珠江出具广会所验字【2013】第13000130102号《验资报告》，确认截至2013年12月25日，公司已收到各股东缴纳的新增注册资本合计人民币30,078,016元。

2013年12月26日，广州市工商行政管理局核准了上述增资，并颁发《企

业法人营业执照》。本次增资后公司的股权结构为：

序号	股东名称	股份数量（股）	持股比例
1	姚良松	288,000,000	77.0917%
2	姚良柏	36,841,654	9.8618%
3	红星喜兆	18,641,697	4.9900%
4	天欧投资	7,886,872	2.1112%
5	中天基业	3,549,447	0.9501%
6	谭钦兴	1,125,345	0.3012%
7	刘莹	1,125,345	0.3012%
8	杨耀兴	679,133	0.1818%
9	钟华文	597,455	0.1599%
10	刘顺平	541,142	0.1449%
11	宁惠	477,486	0.1278%
12	邓发光	432,190	0.1157%
13	黄满祥	394,262	0.1055%
14	郭英强	346,121	0.0926%
15	张劲松	311,509	0.0834%
16	张金生	311,509	0.0834%
17	宋凤春	311,509	0.0834%
18	于晓波	295,116	0.0790%
19	胡旭辉	294,681	0.0789%
20	邹俊	287,715	0.0770%
21	李良辰	287,076	0.0768%
22	戴俊	277,156	0.0742%
23	牛有江	253,968	0.0680%
24	杨鑫	252,834	0.0677%
25	刘海旺	251,132	0.0672%
26	阮达群	240,588	0.0644%

27	吴廷山	226,113	0.0605%
28	刘军	225,042	0.0602%
29	于卫东	222,773	0.0596%
30	沈崇照	219,937	0.0589%
31	王欢	219,465	0.0587%
32	张子春	211,430	0.0566%
33	程华	210,232	0.0563%
34	冯红英	201,797	0.0540%
35	姚文烽	198,076	0.0530%
36	胡旭东	196,040	0.0525%
37	邱唐勋	189,814	0.0508%
38	冯绍平	179,763	0.0481%
39	姚良胜	176,440	0.0472%
40	曲锐	173,061	0.0463%
41	杨帆	172,963	0.0463%
42	阳永清	168,245	0.0450%
43	苏冠芳	167,852	0.0449%
44	上官生文	167,694	0.0449%
45	凌国珍	160,573	0.0430%
46	汪立新	160,038	0.0428%
47	袁施兰	150,582	0.0403%
48	张学良	147,328	0.0394%
49	徐颂海	146,677	0.0393%
50	蔺茂春	138,595	0.0371%
51	曹露芬	135,876	0.0364%
52	肖伟	132,341	0.0354%
53	刘清明	132,341	0.0354%
54	李峰	132,341	0.0354%

55	赵昕	132,120	0.0354%
56	张秀珠	127,951	0.0342%
57	严恩雄	126,177	0.0338%
58	杨风雪	125,497	0.0336%
59	涂旺荣	124,483	0.0333%
60	朱建斌	118,350	0.0317%
61	牛岗	118,224	0.0316%
62	梁华蔚	118,224	0.0316%
63	甘伟玲	110,548	0.0296%
64	陈建彬	101,634	0.0272%
65	乔秀山	98,499	0.0264%
66	刘霏	97,023	0.0260%
67	张家朝	96,653	0.0259%
68	蔡志刚	96,653	0.0259%
69	阳勇	96,653	0.0259%
70	王来林	96,653	0.0259%
71	毛伟凯	96,483	0.0258%
72	胡文凡	96,321	0.0258%
73	李景行	94,756	0.0254%
74	刘国洪	94,756	0.0254%
75	杨辉	87,609	0.0235%
76	林玉平	82,890	0.0222%
77	任建军	82,845	0.0222%
78	张溢	82,757	0.0222%
79	姚锐	82,757	0.0222%
80	黎燕华	82,757	0.0222%
81	黄海鹏	82,757	0.0222%
82	刘忠会	82,757	0.0222%

83	廖泽鸿	82,757	0.0222%
84	焦自东	82,757	0.0222%
85	黄晓铃	82,757	0.0222%
86	何华	78,853	0.0211%
87	黄建军	77,000	0.0206%
88	付谦	72,631	0.0194%
89	许中昆	70,935	0.0190%
90	刘红波	70,935	0.0190%
91	张俊涛	70,000	0.0187%
92	赵家军	66,170	0.0177%
93	姜辉	64,790	0.0173%
94	王兆科	59,005	0.0158%
95	张杰	54,921	0.0147%
96	芦春亭	53,220	0.0142%
97	李华	51,518	0.0138%
98	池建成	50,000	0.0134%
99	刘耀斌	49,170	0.0132%
100	郑嘉辉	48,681	0.0130%
101	邵佳	48,597	0.0130%
102	陈华鸿	48,512	0.0130%
103	张耿林	47,264	0.0127%
104	周小平	44,400	0.0119%
105	刘志超	42,530	0.0114%
106	刘昊亮	42,530	0.0114%
107	贾志勇	41,423	0.0111%
108	熊家荣	39,636	0.0106%
109	郭振新	39,040	0.0105%
110	钟根长	39,040	0.0105%

111	曾向文	36,170	0.0097%
112	雍文	35,467	0.0095%
113	刘建晖	35,467	0.0095%
114	罗帮理	31,929	0.0085%
115	黄开勇	11,849	0.0032%
合计		373,581,112	100.0000%

2014年2月24日，李华与姚良胜签订《股权转让协议书》，约定李华将其持有的欧派集团51,518股股份(占发行人股本总额的0.0138%)以217,921.14元(每股4.23元)转让给姚良胜。根据本次股份转让的结果，发行人相应变更了股东名册。

2014年7月9日，严恩雄与邓发光签订《股权转让协议书》，约定严恩雄将其持有的欧派集团126,177股股份(占发行人股本总额的0.0338%)以587,101.58元(每股4.65元)转让给邓发光。根据本次股份转让的结果，发行人相应变更了股东名册。

2014年12月26日，戴俊分别与上官生文、任建军签订《股份转让协议书》，约定戴俊将其持有的发行人股份138,578股(占发行人股本总额的0.0371%)以644,803.43元(每股4.65元)转让给上官生文；138,578股(占发行人股本总额的0.0371%)以644,803.43元(每股4.65元)转让给任建军。根据本次股份转让的结果，发行人相应变更了股东名册。

(二) 历次增资资金的来源、合法合规性

除姚良松、姚良柏以外，公司设立至今共有3名法人股东、110名自然人股东对公司进行过增资。

1、姚良松、姚良柏出资及增资资金来源

根据姚良松、姚良柏出具的声明，姚良松、姚良柏历次投资公司的资金来源于：1) 家庭收入及工资积累；2) 股东个人借款；3) 亲属资助；4) 经营绿海医疗等其他产业的收入等。资金来源真实、合法合规，至今未因资金来源问题发

生纠纷或受到有关部门的处罚。

2、其他增资主体资金来源

(1) 自然人股东资金来源

2013年11月，谭钦兴等110位自然人合计出资78,937,899.66元，认购公司增发的18,661,442股股份，认购价格均为4.23元/股。根据110位自然人股东出具的《调查表》，上述股东投资于公司的资金均来源于工资及家庭收入积累，为来源合法的自筹资金。

(2) 机构股东资金来源

2013年12月，红星喜兆、天欧投资、中天基业合计出资254,220,000元，认购公司增发的30,078,016股股份，认购价格均为8.45元/股。根据红星喜兆、天欧投资和中天基业出具的《调查表》，红星喜兆、天欧投资和中天基业投资于公司的资金均来源于股东或合伙人投资及企业经营所得，资金来源真实合法。

(三) 股东历次增资及股权转让的原因、价格、定价依据、价款支付情况

1、1997年5月，增资至150万元

(1) 增资原因

1997年5月，姚良松以货币方式对欧派有限进行增资，将欧派有限注册资本由50万元增加至150万元。根据姚良松出具的声明，本次增资的原因为：1) 姚良松看好厨柜行业未来发展前景，拟控股欧派有限开展厨柜业务；2) 原股东认可姚良松经营能力，同意姚良松对欧派有限进行增资并控股；3) 公司经营发展需增加资金投入。

(2) 增资价格、定价依据、款项支付情况

根据《增资协议书》及天河会计师事务所于1997年5月6日出具的穗天师验字(97)0198号《验资报告》，姚良松增资价格为1元/元注册资本；认缴出资100万元已足额缴纳。

2、1997 年 10 月，股权转让

(1) 股权转让原因

1997 年 10 月，胡旭辉将其持有的公司 23.33%、6.67%的股权分别转让给姚良松、姚良柏。本次股权转让系胡旭辉由于个人家庭开支原因，希望将其持有的欧派有限股权转让以获得现金。

(2) 股权转让价格、定价依据、款项支付情况

根据胡旭辉与姚良松、姚良柏签订的股权转让协议、《关于股权转让事宜的确认函》，股权转让价格分别为 34.995 万元、10.005 万元；股权转让款已足额支付，股权转让价格系根据相应比例股权对应的注册资本为依据，按 1 元/元注册资本确定。

3、2001 年 7 月，增资至 800 万元

(1) 增资原因

2001 年 7 月，姚良松以货币出资 529.4 万元，以实物出资 55.6 万元；姚良柏以货币出资 65 万元。2013 年 5 月 15 日，姚良松以货币 55.6 万元对公司进行补足出资。根据姚良松、姚良柏出具的《声明》，本次增资及补足出资的原因为：①2001 年 7 月出资系为满足公司发展扩大生产规模的需要，补充流动资金；②2013 年 5 月出资系对 2001 年股东实物出资未经评估作价的法律瑕疵进行纠正。

(2) 增资价格、定价依据、款项支付情况

根据姚良松、姚良柏与公司签订的《增资协议书》及广州中勤会计师事务所于 2001 年 7 月 4 日出具的中勤验字[2001]第 578 号《验资报告》，姚良松、姚良柏增资价格均为 1 元/元注册资本，货币出资部分均已足额缴纳，增资价格系参照欧派有限原股东出资定价的基础上经协商确定。根据正中珠江于 2013 年 5 月 24 日出具的广会所验字[2013]第 13003430018 号《验资报告》，姚良松用于补足原实物出资的注册资本（实收资本）55.6 万元已足额缴纳。

4、2003 年 10 月至 2011 年 2 月期间的增资情况

（1）增资原因

姚良松、姚良柏于 2003 年 10 月至 2011 年 2 月期间六次增资的原因为：① 补充流动资金、扩大生产规模；② 欧派有限为购买土地、房产等需要补充资金。

（2）增资价格、定价依据、款项支付情况

上述增资过程中姚良松、姚良柏六次增资的增资价格均为 1 元/元注册资本，认缴出资均已足额缴纳。

5、2013 年 11 月，增发股份 23,503,096 股

（1）增资原因

2013 年 10 月，公司增发 23,503,096 股。姚良柏以其名下的厂房经评估后作价 20,480,200 元作为出资，认购 4,841,654 股；谭钦兴等 110 位自然人合计以货币出资 78,937,900 元，认购 18,661,442 股。根据各方签订的《增资协议》，本次增资的原因为：1) 谭钦兴等 110 自然人为公司员工或员工的近亲属（刘莹系张金良之妻），该等人员入股有利于公司长远发展；2) 姚良柏用于实物出资的厂房长期以来由公司占有使用，为减少关联交易，增强公司的独立性，公司同意姚良柏将其个人名下的厂房评估作价认购公司股份。

（2）增资价格、定价依据、款项支付情况

根据各方签订的《增资协议书》及正中珠江于 2013 年 11 月 27 日出具的广会所验字【2013】第 13000130090 号《验资报告》，本次增资价格均为 4.23 元/股，其中，货币出资部分均已足额缴纳，实物出资部分的房屋产权已变更登记至公司名下，增资价格系以公司 2013 年预计的净利润及同行业市盈率为依据并经新老股东协商确定，本次增资后公司的股份总数为 343,503,096 股。

6、2013 年 12 月，股份转让

（1）股份转让原因

2013 年 12 月，蓝飞将其持有的公司 176,440 股（占公司股本总额的 0.0514%）股份转让给姚良胜，根据蓝飞出具的《承诺函》及姚良胜出具的《声明》，本次股权转让的原因为蓝飞从公司离职。

(2) 股份转让价格、定价依据、款项支付情况

根据蓝飞与姚良胜签订的股份转让协议，股份转让价款为 746,341.2 元；股份转让款已足额支付，股份转让价格系根据蓝飞 2013 年 11 月增资时的原价 4.23 元/股确定。

7、2013 年 12 月，增发股份 30,078,016 股

(1) 增资原因

2013 年 12 月，公司增发 30,078,016 股。红星喜兆以货币出资 157,560,000 元，认购 18,641,697 股；天欧投资以货币出资 66,660,000 元，认购 7,886,872 股；中天基业以货币出资 30,000,000 元，认购 3,549,447 股。本次增资的原因在于近年来公司主营业务高速发展，公司希望充实资本实力，降低财务风险，增强持续发展能力。

(2) 增资价格、定价依据、款项支付情况

根据各方签订的《增资协议书》及正中珠江于 2013 年 12 月 25 日出具的广会所验字【2013】第 13000130102《验资报告》，本次增资价格均为 8.45 元/股，认缴出资均已足额缴纳，增资价格系以公司 2013 年预计的净利润及同行业市盈率为依据并经新老股东协商确定，本轮增资后的股份总数为 373,581,112 股。

8、2014 年 2 月，股份转让

(1) 股份转让原因

2014 年 2 月，李华将其持有的公司 51,518 股（占公司股本总额的 0.0138%）股份转让给姚良胜。根据李华出具的《承诺函》及姚良胜出具的《声明》，本次股权转让的原因为李华从公司离职。

(2) 股份转让价格、定价依据、款项支付情况

1) 根据李华与姚良胜签订的股份转让协议、李华出具的《承诺函》，股份转让价格为 217,912.14 元；股份转让款已足额支付。

2) 经各方确认, 股份转让价格系根据李华 2013 年 11 月增资时的原价 4.23 元/股确定。

9、2014 年 7 月, 股份转让

(1) 股份转让原因

2014 年 7 月, 严恩雄将其持有的公司 126,177 股 (占公司股本总额的 0.0338%) 股份转让给邓发光。根据严恩雄出具的《承诺函》及邓发光出具的《声明》, 本次股权转让的原因为严恩雄从公司离职。

(2) 股份转让价格、定价依据、款项支付情况

1) 根据严恩雄与邓发光签订的股份转让协议、严恩雄出具的《承诺函》, 股份转让价格为 587,101.58 元; 股份转让款已足额支付。

2) 经各方确认, 股份转让价格系根据严恩雄 2013 年 11 月增资时的价格 4.23 元/股为基础, 由双方协商确定为 4.65 元/股。

10、2014 年 12 月, 股份转让

(1) 股份转让原因

2014 年 12 月, 戴俊将其持有的公司 138,578 股 (占公司股本总额的 0.0371%) 股份转让给上官生文, 138,578 股 (占公司股本总额的 0.0371%) 股份转让给任建军。根据戴俊出具的《承诺函》及上官生文、任建军出具的《声明》, 本次股权转让的原因为戴俊从公司离职。

(2) 股份转让价格、定价依据、款项支付情况

1) 根据戴俊与上官生文、任建军签订的股份转让协议、戴俊出具的《承诺函》, 上述股份转让价格均为 644,803.43 元; 股份转让款已足额支付。

2) 经各方确认, 股份转让价格系根据戴俊 2013 年 11 月增资时的价格 4.23 元/股为基础, 由双方协商确定为 4.65 元/股。

(四) 重大资产重组行为

无。

四、历次验资情况

公司设立以来共进行过 13 次验资，具体情况如下：

1、1994 年 7 月，公司前身康洁厨房设立

1994 年，康洁厨房设立，注册资本为 50 万元。1994 年 9 月 9 日，广州经济技术开发区审计师事务所出具穗开审事验字（94）第 69 号《企业法人注册资金见证书》，对康洁厨房办理登记注册的注册资金进行查验，确认康洁厨房注册资本为 50 万元，其中，胡旭辉以现金出资 45 万元，姚良柏以现金出资 5 万元。

2、1997 年 5 月，康洁厨房注册资本增至 150 万元

1997 年 5 月 2 日，康洁厨房股东胡旭辉、姚良柏与姚良松签订《增资协议书》，约定姚良松向公司增加注册资本 100 万元，公司注册资本增至 150 万元。1997 年 5 月 6 日，天河会计师事务所出具穗天师验字（97）0198 号《验资报告》确认，截至 1997 年 5 月 6 日，康洁厨房收到股东缴纳的新增注册资本 100 万元，全部以货币出资，本次增资后的累计注册资本实收金额为 150 万元。

3、2001 年 7 月，欧派厨柜企业注册资本增至 800 万元

2001 年 7 月 2 日，欧派厨柜企业召开股东会，同意增加公司注册资本至 800 万元。2001 年 7 月 4 日，广州中勤会计师事务所有限公司出具中勤验字【2001】第 578 号《验资报告》确认，截至 2001 年 7 月 3 日止，欧派厨柜企业增加注册资金 650 万元，实收资本为 800 万元；投资款 650 万元以货币资金 594.4 万元和实物资产 55.6 万元投入。

4、2003 年 10 月，欧派厨柜企业注册资本增至 1,500 万元

2003 年 10 月 16 日，欧派厨柜企业召开股东会，同意增加公司注册资本至 1,500 万元。2003 年 10 月 17 日，广东数诚出具粤数会验字【2003】3018 号《验资报告》确认，截至 2003 年 10 月 16 日止，欧派厨柜企业已收到股东新增注册资本 700 万元，其中，姚良松以货币出资 630 万元，姚良柏以货币出资 70

万元。

5、2005 年 12 月，欧派厨柜企业注册资本增至 3,000 万元

2005 年 12 月 20 日，欧派厨柜企业召开股东会，同意增加公司注册资本至 3,000 万元。2005 年 12 月 27 日，广东数诚出具粤数会验字【2005】3011 号《验资报告》确认，截至 2005 年 12 月 26 日，欧派厨柜企业已收到股东新增注册资本 1,500 万元，其中，姚良松以货币出资 1,350 万元，姚良柏以货币出资 150 万元。

6、2006 年 12 月，欧派厨柜企业注册资本增至 3,900 万元

2006 年 12 月 14 日，欧派厨柜企业召开股东会，同意增加公司注册资本至 3,900 万元。2006 年 12 月 18 日，广东数诚出具粤数会验字【2006】3013 号《验资报告》确认，截至 2005 年 12 月 14 日，欧派厨柜企业已收到股东新增注册资本 900 万元，其中，姚良松以货币出资 810 万元，姚良柏以货币出资 90 万元。

7、2008 年 12 月，欧派厨柜企业注册资本增至 5000 万元

2008 年 12 月 5 日，欧派厨柜企业召开股东会，同意增加公司注册资本至 5,000 万元。2008 年 12 月 10 日，广东数诚出具粤数会验字【2008】3019 号《验资报告》确认，截至 2008 年 12 月 8 日，欧派厨柜企业已收到股东新增注册资本 1,100 万元，其中，姚良松以货币出资 990 万元，姚良柏以货币出资 110 万元。

8、2010 年 7 月，广东欧派注册资本增至 8,000 万元

2010 年 7 月 5 日，广东欧派召开股东会，决议同意增加注册资本至 8,000 万元。2010 年 7 月 19 日，广东数诚出具粤数会验字【2010】3010 号《验资报告》确认，截至 2010 年 7 月 14 日，广东欧派已收到股东新增注册资本 3,000 万元，其中，姚良松以货币出资 2,700 万元，姚良柏以货币出资 300 万元。

9、2011 年 2 月，欧派有限注册资本增至 10,000 万元

2011 年 2 月 13 日，欧派有限召开股东会，同意增加公司注册资本至 10,000

万元。2011年2月16日，广东数诚出具粤数会验字【2011】3004号《验资报告》确认，截至2011年2月15日，欧派有限已收到股东新增注册资本2,000万元，其中，姚良松以货币出资1,800万元，姚良柏以货币出资200万元。

10、2013年5月，对2001年7月增资进行现金补充出资

2001年7月，欧派厨柜企业注册资本由150万元增加至800万元，新增投资款650万元以货币资金594.4万元和实物资产55.6万元投入，上述实物资产出资方姚良松用于增资的设备未经过评估即作为出资，不符合当时《公司法》的规定。2013年5月，姚良松以现金55.6万元进行补足出资。

2013年5月24日，正中珠江出具广会所验字【2013】第13003430018号《验资报告》确认，截至2013年5月14日止，公司已收到姚良松缴纳的用于补足原实物出资的注册资本（实收资本）合计人民币55.6万元。

11、2013年10月，欧派有限整体变更设立为股份公司

2013年9月14日，姚良松、姚良柏签署《发起人协议》，同意根据正中珠江出具的广会所审字【2013】第13000130012号《审计报告》，以截至2013年8月31日公司经审计的母公司净资产人民币568,173,282.13元，按1:0.5632的比例折成32,000万股，每股面值1.00元，余额248,173,282.13元计入资本公积。2013年9月30日，公司召开创立大会，审议并通过了股份公司设立的相关议案。

2013年9月30日，正中珠江出具广会所验字【2013】第13000130023号《验资报告》确认，截至2013年9月30日，股份公司的注册资本已全部出资到位。

12、2013年11月，欧派集团注册资本增至343,503,096元

2013年10月20日，欧派集团召开股东大会，同意引入110名自然人股东，并同意姚良柏用厂房增资入股，公司注册资本增加至343,503,096元，并相应修订公司章程。同日，欧派集团与110名自然人股东及姚良柏签订增资协议书，约定以4.23元/股的价格对公司进行增资。

2013年11月27日，正中珠江出具广会所验字【2013】第13000130090号《验资报告》，确认截至2013年11月27日，公司已收到各股东缴纳的新增注册资本合计人民币2,350.31万元，各股东以货币出资1,866.14万元，房屋建筑物及土地使用权出资484.17万元。

13、2013年12月，欧派集团注册资本增至373,581,112元

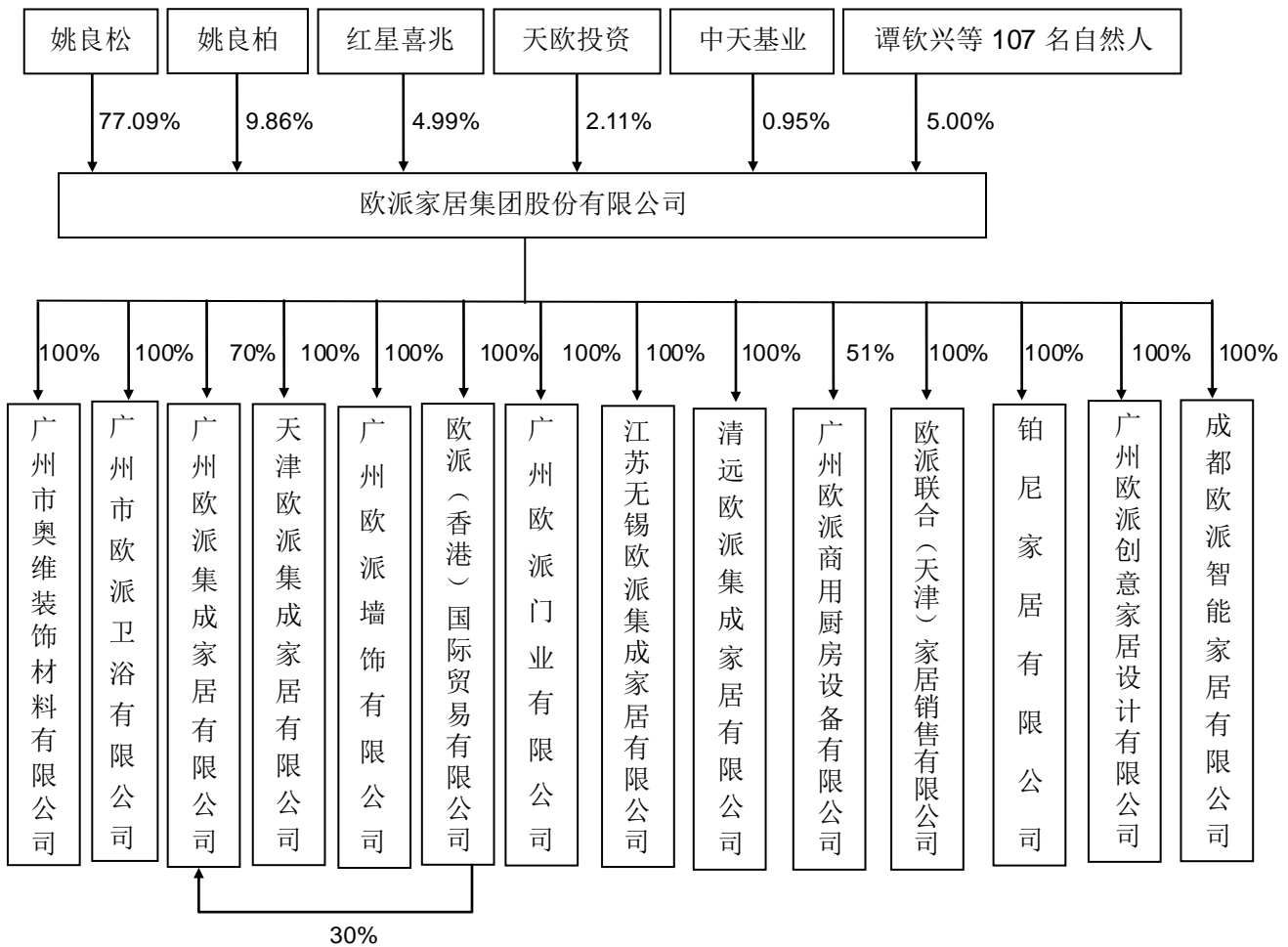
2013年12月16日，欧派集团召开股东大会，同意引入红星喜兆、天欧投资和中天基业3名投资者，公司注册资本增加至373,581,112元，并相应修订公司章程。同日，欧派集团与3名投资者分别签订增资协议书，约定3名投资者以8.45元/股的价格对公司进行增资。

2013年12月25日，正中珠江出具广会所验字【2013】第13000130102号《验资报告》，确认截至2013年12月25日，公司已收到各股东缴纳的新增注册资本合计人民币30,078,016元。

五、发行人组织结构

（一）发行人股权结构图

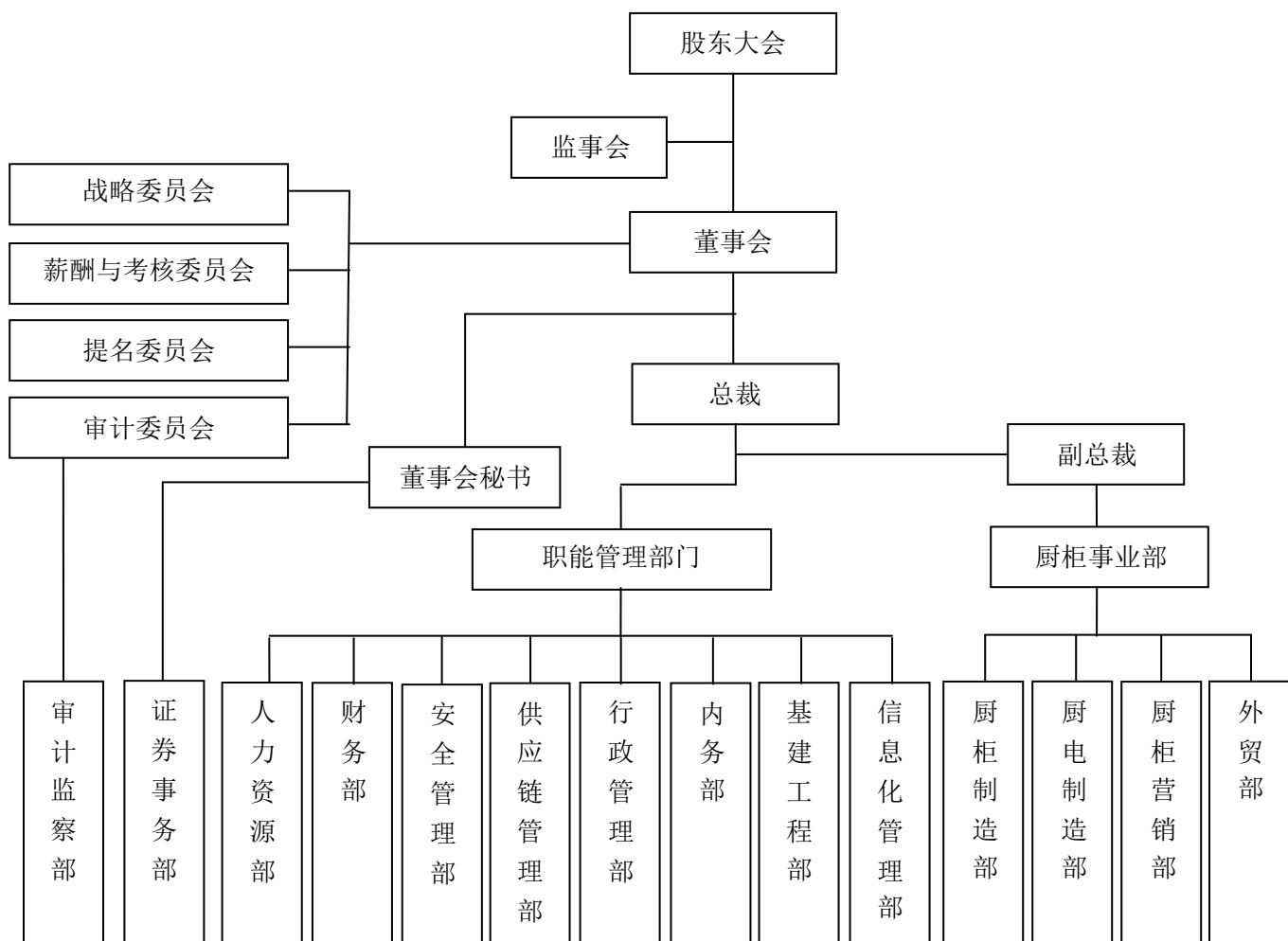
截至本招股意向书签署之日，公司的股权结构如下：



(二) 发行人组织结构图

公司的法人治理结构由股东大会、董事会和监事会构成。股东大会是公司的最高权力机构，董事会是公司的决策机构，监事会对公司董事会、高级管理人员以及公司的经营情况进行监督。

截至本招股意向书签署之日，公司的组织结构设置情况如下：



公司各职能部门具体职能如下：

序号	部门	主要职能
1	证券事务部	负责公司董事会会议、股东大会的筹备组织、文件起草、会议记录、资料管理工作；负责处理公司信息披露事务；负责投资者关系协调；负责公司证券事务；负责组织实施公司资本运作事宜。
2	审计监察部	负责建立、完善内部审计制度，负责公司内部稽核并对公司各部门、各子（分）公司经营的合规性，以及会计信息的真实合法、资产的安全、完整进行检查、监督和评价，保证相关会计控制制度的贯彻实施。审计监察部直接由董事会审计委员会领导，向董事会负责。
3	人力资源部	负责设计人力资源发展规划方案，制定人力资源相关制度，规范并优化人力资源各模块工作；负责员工招聘、调配、培训、绩效考核、薪酬福利等方案制订和实施；负责公司人力资源的有效提升和合理配置。
4	财务部	负责财务战略、财务政策的制定和组织实施，建立和完善财务会计管理制度；负责日常财务管理、成本测算、会计核算、会计监督和资金管理；负责为公司的经营决策提供真实、准确的财务资料。

5	安全管理部	负责生产安全事故、火灾事故、职业病事故的防范和宣传，提高员工安全生产意识和公司安全生产管理水平；负责加强和完善生产现场的管理规范，提升生产现场的作业标准。
6	供应链管理部	负责设计公司供应链发展规划方案；制定供应链管理相关制度及阶段工作计划；优化供应链各环节工作流程及工作标准；建立科学的采购开发与供应体系，实现公司采购资源的有效提升和合理配置。
7	行政管理部	负责公司日常行政事务工作、公司制度体系建设；负责对外联络及文件申报。
8	内务部	负责规划各项内务工作，制定内务管理相关制度；负责规范并提升内务各项服务，建立科学系统的内务管理体系。
9	基建工程部	负责参与制定各建设项目规划方案，通过组织建设工程施工管理，对各建设工程项目进度、质量、成本、安全进行控制。
10	信息化管理部	负责制定公司信息化管理规划，设计和建设业务信息系统、财务信息系统、管理信息系统、HR信息系统以及OA系统等企业信息系统，执行与实施公司信息化建设。
11	厨柜制造部	负责厨柜生产基地规划、订单管理、软件开发、组织生产、设备维护、流程优化、原料采购、物流管理等，保障生产订单及时、准确、完整的分解和安排，实现厨柜生产制造资源的充分利用。
12	厨电制造部	负责厨房电器的发展规划、生产管理、外协管理、产品检测等。
13	厨柜营销部	负责整体厨柜对外销售系统的整体运营，建立健全公司销售网络体系，包括各销售区域管理及跟进，经销商管理及业务开拓；负责拓展整体厨柜产品市场，公司产品的宣传与推广。
14	外贸部	海外市场销售，开发并维系海外客户。

六、发行人分公司、控股子公司的简要情况

截至本招股意向书签署之日，本公司共有 18 家分公司、14 家全资及控股子公司。

（一）分公司

本公司分公司基本情况如下：

1、欧派家居集团股份有限公司分公司

欧派家居集团股份有限公司分公司为广州直营店之一，主要从事整体家居产

品的销售，其基本情况如下：

成立时间	1994年9月28日
经营场所	广州市越秀区寺右新马路北三街四巷32号地07之三
负责人	姚良柏
经营范围	家具批发；家具设计服务；家具安装；家具零售；厨房设备及厨房用品批发；厨房用具及日用杂品零售；室内装饰、设计；建材、装饰材料批发；家用电器批发。

2、欧派家居集团股份有限公司天河分公司

欧派家居集团股份有限公司天河分公司为广州直营店之一，主要从事整体家居产品的销售，其基本情况如下：

成立时间	2001年8月31日
经营场所	广州市天河区黄埔大道中191、193号2楼
负责人	姚良柏
经营范围	家具批发；室内装饰、设计；建材、装饰材料批发；家具设计服务；家具安装；家具零售；厨房设备及厨房用品批发；厨房用具及日用杂品零售；家用电器批发。

3、欧派家居集团股份有限公司海珠分公司

欧派家居集团股份有限公司海珠分公司为广州直营店之一，主要从事整体家居产品的销售，其基本情况如下：

成立时间	2001年12月13日
经营场所	广州市海珠区宝岗大道279-281号百康居装饰材料广场三层自编C08铺
负责人	姚良柏
经营范围	家具批发；家具设计服务；家具安装；家具零售；厨房设备及厨房用品批发；厨房用具及日用杂品零售；室内装饰、设计；建材、装饰材料批发；家用电器批发。

4、欧派家居集团股份有限公司白云分公司

欧派家居集团股份有限公司白云分公司为广州直营店之一，主要从事整体家居产品的销售，其基本情况如下：

成立时间	2002年2月10日
经营场所	广州市白云区黄石东路22号安华装饰城A08-09铺
负责人	姚良柏
经营范围	家具批发；家具零售；家用电器批发；厨房用具及日用杂品零售；厨房设备及厨房用品批发；家具安装；家具设计服务；建材、装饰材料批发；室内装饰设计服务。

5、欧派家居集团股份有限公司黄埔分公司

欧派家居集团股份有限公司黄埔分公司为广州直营店之一，主要从事整体家居产品的销售，其基本情况如下：

成立时间	2008年4月22日
经营场所	广州市黄埔区黄埔东路195号
负责人	姚良柏
经营范围	家具批发；家具设计服务；家具安装；家具零售；厨房设备及厨房用品批发；厨房用具及日用杂品零售；家用电器批发；室内装饰、设计；建材、装饰材料批发。

6、欧派家居集团股份有限公司东圃分公司

欧派家居集团股份有限公司东圃分公司为广州直营店之一，主要从事整体家居产品的销售，其基本情况如下：

成立时间	2009年6月3日
经营场所	广州市天河区东圃镇黄村地段奥体南路12号花花世界购物中心中区2038房
负责人	姚良柏
经营范围	家具批发；家具设计服务；家具安装；家具零售；厨房设备及厨房用品批发；厨房用具及日用杂品零售；室内装饰、设计；建材、装饰材料批发；

	家用电器批发。
--	---------

7、欧派家居集团股份有限公司番禺分公司

欧派家居集团股份有限公司番禺分公司为广州直营店之一，主要从事整体家居产品的销售，其基本情况如下：

成立时间	2009年7月10日
经营场所	广州市番禺区市桥街清河东路203号汇珑商业中心四楼D01-05、D01-06
负责人	姚良柏
经营范围	家具批发；家具零售；家具设计服务；室内装饰、设计；厨房设备及厨房用品批发；厨房用具及日用杂品零售；建材、装饰材料批发；家用电器批发；家具安装。

8、欧派家居集团股份有限公司万博分公司

欧派家居集团股份有限公司万博分公司为广州直营店之一，主要从事整体家居产品的销售，其基本情况如下：

成立时间	2009年11月17日
经营场所	广州市番禺区南村镇官堂村、里仁洞村迎宾路东侧钢结构建筑物广州市番禺区吉盛伟邦家居展览中心分场二楼B2003
负责人	姚良柏
经营范围	家具批发；家具设计服务；家具安装；家具零售；厨房设备及厨房用品批发；厨房用具及日用杂品零售；家用电器批发；室内装饰、设计；建材、装饰材料批发。

9、欧派家居集团股份有限公司五洲分公司

欧派家居集团股份有限公司五洲分公司为广州直营店之一，主要从事整体家居产品的销售，其基本情况如下：

成立时间	2011年2月28日
经营场所	广州市番禺区洛溪新城迎宾路上漱村广州五洲城国际建材中西H2区二层A203、A205

负责人	姚良柏
经营范围	家具批发；家具设计服务；家具安装；家具零售；厨房设备及厨房用品批发；厨房用具及日用杂品零售；室内装饰、设计；建材、装饰材料批发；家用电器批发。

10、欧派家居集团股份有限公司马会分公司

欧派家居集团股份有限公司马会分公司为广州直营店之一，主要从事整体家居产品的销售，其基本情况如下：

成立时间	2011年4月6日
经营场所	广州市天河区黄埔大道西668号赛马场南门广州马会家居二层东区251、253铺
负责人	姚良柏
经营范围	家具批发；家具设计服务；家具安装；家具零售；室内装饰、设计；建材、装饰材料批发；厨房设备及厨房用品批发；厨房用具及日用杂品零售；家用电器批发。

11、欧派家居集团股份有限公司从化分公司

欧派家居集团股份有限公司从化分公司为广州直营店之一，主要从事整体家居产品的销售，其基本情况如下：

成立时间	2012年10月15日
经营场所	广州市从化从城大道89号A区A230、A234、A235、A236号商铺
负责人	姚良柏
经营范围	商品零售贸易（许可审批类商品除外）；室内装饰、设计；商品批发贸易（许可审批类商品除外）；家具安装。

12、欧派家居集团股份有限公司维家思分公司

欧派家居集团股份有限公司维家思分公司为广州直营店之一，主要从事整体家居产品的销售，其基本情况如下：

成立时间	2014年7月3日
------	-----------

经营场所	广州市天河区黄埔大道西路 188 号 2 层 295 号
负责人	刘军
经营范围	厨房设备及厨房用品批发;家具批发;室内装饰、设计;建材、装饰材料批发;家用电器批发;家具设计服务;家具零售;厨房用具及日用杂品零售;家具安装。

13、欧派家居集团股份有限公司家具生产厂

欧派家居集团股份有限公司家具生产厂主要从事整体衣柜产品的生产,其基本情况如下:

成立时间	2008 年 4 月 11 日
经营场所	广州市白云区江高镇雄丰工业区神山龙企业有限公司 1 号第 2、4、5、6、7、8、10、11 幢
负责人	姚良柏
经营范围	木质家具制造;竹、藤家具制造;金属家具制造;塑料家具制造;其他家具制造;家具设计服务;家具安装;家具和相关物品修理;家用厨房电器具制造;锯材加工;木片加工;单板加工;其他木材加工。

14、欧派家居集团股份有限公司台面生产车间

欧派家居集团股份有限公司台面生产车间主要从事石英石台面的生产,其基本情况如下:

成立时间	2005 年 12 月 30 日
经营场所	广州市白云区江高镇蓼江村公和市(土名)
负责人	李峰
经营范围	木质家具制造;竹、藤家具制造;金属家具制造;塑料家具制造;其他家具制造;家具设计服务;家具安装;家具和相关物品修理;家用厨房电器具制造;锯材加工;木片加工;单板加工;其他木材加工。

15、欧派家居集团股份有限公司长岗台面加工车间

欧派家居集团股份有限公司长岗台面加工车间主要从事整体厨柜中台面的

打磨、加工，其基本情况如下：

成立时间	2012年7月3日
经营场所	广州市白云区江高镇长岗村黄泥潭
负责人	姚良柏
经营范围	木质家具制造；竹、藤家具制造；金属家具制造；塑料家具制造；其他家具制造；家具设计服务；家具安装；家具和相关物品修理；家用厨房电器具制造；锯材加工；木片加工；单板加工；其他木材加工。

16、欧派家居集团股份有限公司电器厂

欧派家居集团股份有限公司电器厂主要从事整体厨柜中烟机的生产、加工，其基本情况如下：

成立时间	2015年6月2日
经营场所	广州市白云区江高镇江神路128号
负责人	姚良柏
经营范围	家用制冷电器具制造；家具设计服务；其他木材加工；锯材加工；单板加工；金属家具制造；木质家具制造；其他非电力家用器具制造；燃气、太阳能及类似能源家用器具制造；其他家用电力器具制造；家用电力器具专用配件制造；家用厨房电器具制造；家用美容、保健电器具制造；家用清洁卫生电器具制造；家用通风电器具制造；家用空气调节器制造；家具安装；木片加工；家具和相关物品修理。

17、欧派家居集团股份有限公司燃气灶具厂

欧派家居集团股份有限公司燃气灶具厂主要从事整体厨柜中燃气灶具的生产、加工，其基本情况如下：

成立时间	2015年7月2日
经营场所	广州市花都区梯面镇民安村自编2栋厂房B
负责人	姚良柏
经营范围	家用清洁卫生电器具制造；燃气、太阳能及类似能源家用器具制造；家用

	电力器具专用配件制造；金属制厨房用器具制造；家用制冷电器具制造；其他家用电力器具制造；家用厨房电器具制造；商业、饮食、服务专用设备制造；家用空气调节器制造；家用通风电器具制造；其他非电力家用电器具制造；家用美容、保健电器具制造；销售本公司生产的产品（国家法律法规禁止经营的项目除外；涉及许可经营的产品需取得许可证后方可经营）。
--	---

18、欧派家居集团股份有限公司黄埔大道分公司

欧派家居集团股份有限公司黄埔大道分公司为广州直营店之一，主要从事整体家居产品的销售，其基本情况如下：

成立时间	2016年3月3日
经营场所	广州市天河区黄埔大道东8号101、102、201、202、301房
负责人	姚良柏
经营范围	灯具、装饰物品批发；卫生盥洗设备及用具批发；建材、装饰材料批发；家用电器批发；厨房设备及厨房用品批发；家具批发；家具零售；家具设计服务；家具安装；家具和相关物品修理；厨房用具及日用杂品零售；日用电器修理；灯具零售；卫生洁具零售；室内装饰设计服务。

（二）控股子公司

1、广州市奥维装饰材料有限公司

广州奥维主要从事人造石材的加工、销售，其基本情况如下：

成立时间	2000年5月29日
注册资本	1,500万元
实收资本	1,500万元
住所	广州市白云区江高镇金沙北路2号综合楼B106房
股权结构	欧派集团持有100%股权
经营范围	建材、装饰材料批发；五金产品批发；五金零售；化工产品批发（危险化

	学品除外)；化工产品零售(危险化学品除外)；家具批发；家具零售；家用电器批发；建筑用石加工；其他家具制造；人造超硬材料制造；机用磨石、抛光石制造；木质家具制造；金属家具制造。
--	---

最近一年，广州奥维主要财务数据如下：

单位：万元

财务指标	2016.12.31
总资产	2,597.75
净资产	175.15
财务指标	2016 年度
净利润	-261.00

注：以上数据经正中珠江审计。

2、广州市欧派卫浴有限公司

欧派卫浴主要从事整体卫浴产品的生产经营，其基本情况如下：

成立时间	2003 年 8 月 11 日
注册资本	1,000 万元
实收资本	1,000 万元
住所	广州市花都区梯面镇民安村
股权结构	欧派集团持有 100%股权
经营范围	搪瓷卫生洁具制造；金属制厨房用器具制造；金属制卫生器具制造；卫生陶瓷制品制造；钢化玻璃制造；多层隔温、隔音玻璃制造；卫生盥洗设备及用具批发；卫生洁具零售；厨房用具及日用杂品零售；厨房设备及厨房用品批发；家具批发；木质家具制造；竹、藤家具制造；金属家具制造；塑料家具制造；其他家具制造；家具设计服务；家具安装；家具和相关物品修理；家具零售；家用电器批发；五金产品批发；五金零售；建材、装饰材料批发；日用玻璃制品制造；销售本公司生产的产品（国家法律法规禁止经营的项目除外；涉及许可经营的产品需取得许可证后方可经营）。

最近一年，欧派卫浴主要财务数据如下：

单位：万元

财务指标	2016.12.31
总资产	8,797.30
净资产	939.51
财务指标	2016 年度
净利润	-554.59

注：以上数据经正中珠江审计。

3、广州欧派集成家居有限公司

欧派集成主要从事整体衣柜产品的生产经营，其基本情况如下：

成立时间	2007 年 3 月 5 日
注册资本	1,000 万元
实收资本	1,000 万元
住所	广州市白云区江高镇金沙北路 2 号
股权结构	欧派集团持有 70% 股权、香港欧派持有 30% 股权
经营范围	木质家具制造；竹、藤家具制造；金属家具制造；塑料家具制造；其他家具制造；家用厨房电器具制造；金属制厨房用器具制造；日用玻璃制品制造；多层隔温、隔音玻璃制造；钢化玻璃制造；床上用品制造；销售本公司生产的产品（国家法律法规禁止经营的项目除外；涉及许可经营的产品需取得许可证后方可经营）；厨房设备及厨房用品批发；厨房用具及日用杂品零售；卫生盥洗设备及用具批发；卫生洁具零售；建材、装饰材料批发；木质装饰材料零售；陶瓷装饰材料零售；金属装饰材料零售；装饰石材零售；五金产品批发；五金零售；家具批发；家具零售；钢材零售；玻璃钢材料零售；玻璃钢制品零售；家用电器批发；日用家电设备零售；通用机械设备销售；仪器仪表批发；技术进出口；家具设计服务；室内装饰设计服务。

最近一年，欧派集成主要财务数据如下：

单位：万元

财务指标	2016.12.31
总资产	112,644.57
净资产	58,890.92
财务指标	2016 年度
净利润	25,635.37

注：以上数据经正中珠江审计。

4、天津欧派集成家居有限公司

天津欧派主要从事整体厨柜、整体衣柜等产品的生产经营，其基本情况如下：

成立时间	2010 年 4 月 23 日
注册资本	5,000 万元
实收资本	5,000 万元
住所	天津市静海经济开发区物海道 9 号
股权结构	欧派集团持有 100% 股权
经营范围	厨房用具及配件、金属家具、木质家具、藤制家具、家用电器研发、加工、制造、维修及安装服务；厨房用具、家用电器、家具批发零售；室内装饰及设计；货物进出口、技术进出口（法律法规限制进出口的除外）。（国家有专营专项规定的按专营专项规定办理）

最近一年，天津欧派主要财务数据如下：

单位：万元

财务指标	2016.12.31
总资产	108,908.22
净资产	20,452.05
财务指标	2016 年度
净利润	8,867.89

注：以上数据经正中珠江审计。

5、广州欧派墙饰有限公司

欧派墙饰主要从事墙饰产品的销售，其基本情况如下：

成立时间	2012年7月5日
注册资本	200万元
实收资本	200万元
住所	广州市白云区广花三路366号地块二自编3号楼
股权结构	欧派集团持有100%股权
经营范围	建材、装饰材料批发；五金产品批发；家居饰品批发；家具批发；家具零售；室内装饰、设计；木质装饰材料零售；陶瓷装饰材料零售；金属装饰材料零售；装饰用塑料、化纤、石膏、布料零售；装饰石材零售。

最近一年，欧派墙饰主要财务数据如下：

单位：万元

财务指标	2016.12.31
总资产	2,612.86
净资产	1,455.72
财务指标	2016年度
净利润	435.05

注：以上数据经正中珠江审计。

6、欧派（香港）国际贸易有限公司

香港欧派主要从事整体家居产品的出口销售，其基本情况如下：

成立时间	2012年10月5日
注册资本	2,723万港币
住所	九龙尖沙咀赫德道8-10号赫德道8号11楼D室（Room D,11/F.,8 Hart Avenue,8-10 Hart Avenue,Tsim Sha Tsui,Kowloon）
股权结构	欧派集团持有100%股权

最近一年，香港欧派主要财务数据如下：

单位：万元

财务指标	2016.12.31
总资产	1,827.18
净资产	1,799.32
财务指标	2016 年度
净利润	-23.18

注：以上数据经正中珠江审计。

根据香港廖国辉律师事务所出具的《法律意见书》，香港欧派依据香港《商业登记条例》办理商业登记，合法存续、合法经营。

7、广州欧派门业有限公司

欧派门业主要从事定制木门产品的生产经营，其基本情况如下：

成立时间	2013 年 7 月 19 日
注册资本	500 万元
实收资本	500 万元
住所	广州市花都区梯面镇民安村
股权结构	欧派集团持有 100% 股权
经营范围	锯材加工；木片加工；单板加工；其他木材加工；木门窗、楼梯制造；地板制造；木质家具制造；竹、藤家具制造；金属家具制造；塑料家具制造；其他家具制造；家具设计服务；建筑材料设计、咨询服务；家具批发；家具安装；家具和相关物品修理；家具零售；家用电器批发；建材、装饰材料批发；五金产品批发；五金零售；室内装饰、设计；商品批发贸易（许可审批类商品除外）；商品零售贸易（许可审批类商品除外）；货物进出口（专营专控商品除外）；技术进出口；销售本公司生产的产品（国家法律法规禁止经营的项目除外；涉及许可经营的产品需取得许可证后方可经营）。

最近一年，欧派门业主要财务数据如下：

单位：万元

财务指标	2016.12.31
------	------------

总资产	10,009.85
净资产	-704.88
财务指标	2016 年度
净利润	-425.75

注：以上数据经正中珠江审计。

8、江苏无锡欧派集成家居有限公司

无锡欧派主要从事整体厨柜、整体衣柜等产品的生产经营，其基本情况如下：

成立时间	2014 年 2 月 28 日
注册资本	5,000 万元
实收资本	5,000 万元
住所	无锡惠山经济开发区前洲配套区石洲路
股权结构	欧派集团持有 100% 股权
经营范围	厨房用具及配件、金属家具、木质家具、藤制家具、家用电器研发、加工、制造、维修及安装服务；厨房用具、家用电器、家具批发零售；室内装饰及设计；自营和代理各类商品及技术的进出口业务（国家限定企业经营或禁止进出口的商品和技术除外）。

最近一年，无锡欧派主要财务数据如下：

单位：万元

财务指标	2016.12.31
总资产	58,771.91
净资产	2,326.34
财务指标	2016 年度
净利润	-2,420.49

注：以上数据经正中珠江审计。

9、清远欧派集成家居有限公司

清远欧派主要从事整体厨柜、整体衣柜等产品的生产经营，目前尚处于筹建

阶段，其基本情况如下：

成立时间	2014年12月16日
注册资本	10,000万元
实收资本	10,000万元
住所	清远市清城区石角镇广州（清远）产业转移工业园广州路1号企业服务中心A栋四楼418室
股权结构	欧派集团持有100%股权
经营范围	研究、加工、制造、销售、维修及安装：厨房用具及配件、家具、家用电器、家居产品、建材；室内装饰及设计服务；批发和零售贸易；经营本企业自产产品及相关技术的出口业务；经营本企业生产、科研所需的原辅材料、机械设备、仪器仪表、零配件及相关技术的进口业务；普通货运；

最近一年，清远欧派主要财务数据如下：

单位：万元

财务指标	2016.12.31
总资产	70,579.53
净资产	9,714.50
财务指标	2016年度
净利润	-246.19

10、广州欧派商用厨房设备有限公司

欧派商厨主要从事商用厨房相关产品的生产经营，其基本情况如下：

成立时间	2009年9月8日
注册资本	600万元
实收资本	600万元
住所	广州市花都区梯面镇民安村欧派厂房
股权结构	欧派集团持有51%股权、陈春魁持有28.27%股权、夏家辉持有18.02%股权、吴斌持有2.71%股权

经营范围	食品、酒、饮料及茶生产专用设备制造；金属制厨房用器具制造；制冷、空调设备制造；金属家具制造；家用厨房电器具制造；噪音与振动控制设备制造；金属制卫浴水暖器具制造；室内装饰、装修；机电设备安装服务；专用设备安装（电梯、锅炉除外）；专用设备修理；建筑物空调设备、通风设备系统安装服务；建筑物自来水系统安装服务；建筑物排水系统安装服务；建筑物电力系统安装；厨房设备及厨房用品批发；专用设备销售；销售本公司生产的产品（国家法律法规禁止经营的项目除外；涉及许可经营的产品需取得许可证后方可经营）。
------	--

最近一年，欧派商厨主要财务数据如下：

单位：万元

财务指标	2016.12.31
总资产	817.31
净资产	165.62
财务指标	2016 年度
净利润	-291.76

注：以上数据经正中珠江审计。

11、欧派联合（天津）家居销售有限公司

欧派联合主要从事整体厨柜、整体衣柜柜身产品的销售，其基本情况如下：

成立时间	2015 年 9 月 7 日
注册资本	100 万元
实收资本	100 万元
住所	天津市静海经济开发区物海道 9 号
股权结构	欧派集团持有 100% 股权
经营范围	家具、家用电器、厨房用具及配件、卫生盥洗设备及用具、五金产品、床上用品、装饰材料、建筑材料批发零售；室内装饰及设计服务；厨房用具、家具及相关产品维修及安装服务。（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）

最近一年，欧派联合主要财务数据如下：

单位：万元

财务指标	2016.12.31
总资产	15,160.57
净资产	11,328.75
财务指标	2016 年度
净利润	9,225.56

注：以上数据经正中珠江审计。

12、铂尼家居有限公司

意大利铂尼 2016 年 2 月设立于意大利，主要从事整体家居产品的研发、设计、品牌管理和国际贸易，其基本情况如下：

成立时间	2016 年 2 月 16 日
注册资本	35 万欧元
住所	MILANO (MI) VIA SAN BARNABA 32 CAP 20122
股权结构	欧派集团持有 100% 股权
经营范围	进口-出口贸易和批发家具包括相关的搭建材料，大小型家用电器，以及生活日用品。

最近一年，意大利铂尼主要财务数据如下：

单位：万元

财务指标	2016.12.31
总资产	232.37
净资产	210.50
财务指标	2016 年度
净利润	-45.55

注：以上数据经正中珠江审计。

13、广州欧派创意家居设计有限公司

创意家居主要从事整体家居产品的设计，其基本情况如下：

成立时间	2016年6月14日
注册资本	1,000万元
实收资本	1,000万元
住所	广州市白云区广花三路366号地块二自编3号楼1层（仅限办公用途）
股权结构	欧派集团持有100%股权
经营范围	专业技术服务业（具体经营项目请登录广州市商事主体信息公示平台查询。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）

最近一年，创意家居主要财务数据如下：

单位：万元

财务指标	2016.12.31
总资产	1,278.68
净资产	-851.76
财务指标	2016年度
净利润	-951.76

注：以上数据经正中珠江审计。

14、成都欧派智能家居有限公司

成都欧派主要从事整体厨柜、整体衣柜等产品的生产经营，目前尚处于筹建阶段，其基本情况如下：

成立时间	2016年11月24日
注册资本	10,000万
实收资本	500万
住所	成都市双流区西南航空港经济开发区工业集中区内
股权结构	欧派集团持有100%股权
经营范围	厨房用具及配件、家具、家用电器、家居产品、建材研发、加工、制造、销售及技术服务；道路货物运输代理；仓储服务（不含危险品）；商务服

务（所有非生产性质活动仅限于企业本身生产配套）。（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）。

最近一年，成都欧派主要财务数据如下：

单位：万元

财务指标	2016.12.31
总资产	500.00
净资产	499.75
财务指标	2016 年度
净利润	-0.25

注：以上数据经正中珠江审计。

七、发起人、股东及实际控制人的基本情况

（一）发起人

公司为有限责任公司整体变更设立，变更设立前的自然人股东即为公司的发起人，其基本情况及目前持股情况如下：

姓名	性别	身份证号	住所	持股比例
姚良松	男	360203196408****1X	广州市白云区颐顺街	77.09%
姚良柏	男	440105196904****50	广州市天河区中山大道西	9.86%

姚良松和姚良柏为中国公民，无永久境外居留权。姚良松和姚良柏的简历请参见本招股意向书“第八节 董事、监事、高级管理人员”之“一、董事、监事及高级管理人员简介”之“（一）董事会成员”。

（二）发起人以外的其他股东

1、红星喜兆

红星喜兆目前持有本公司 18,641,697 股股票，股权比例为 4.99%。

(1) 红星喜兆的基本情况

红星喜兆主要从事股权投资业务，其基本情况如下：

成立时间	2013年12月12日
注册资本	10,000万元
实收资本	10,000万元
法定代表人	车建芳
住所	拉萨经济技术开发区A区西藏西海冷链物流公司312室
股权结构	红星美凯龙持有90%股权、自然人吴业添持有10%股权
经营范围	股权投资（不得从事担保和房地产业务）、实业投资；投资管理、投资咨询（不含金融和经纪业务）【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可经营该项目】

最近两年，红星喜兆主要财务数据如下：

单位：万元

财务指标	2016.12.31	2015.12.31
总资产	35,662.99	23,286.85
净资产	10,293.99	10,297.72
财务指标	2016年度	2015年度
净利润	-3.73	473.66

注：2015年度财务数据经审计，2016年度财务数据未经审计。

(2) 红星喜兆股东的基本情况

红星喜兆的股东为红星美凯龙家居集团股份有限公司和吴业添（红星美凯龙家居集团股份有限公司持股90%、吴业添持股10%），红星美凯龙家居集团股份有限公司主要从事家具卖场的经营管理业务。红星美凯龙家居集团股份有限公司已于2015年6月26日在香港联交所上市，股票代码为01528.HK，其基本情况如下：

成立时间	2007年6月18日
------	------------

注册资本	308,032.9038 万元
法定代表人	车建新
住所	上海市浦东新区临御路 518 号 6 楼 F801 室
经营范围	为所投资企业提供管理服务，企业管理咨询，商品信息咨询；为经营卖场提供设计规划及管理服务；家具、建筑材料（钢材除外）、装饰材料的批发，并提供相关配套服务。（涉及配额许可证管理、专项规定管理的商品按照国家有关规定办理）（涉及行政许可的凭许可证经营）

红星美凯龙的实际控制人为车建新，1966 年 6 月出生，中国国籍，无境外居留权，身份证号码为 320482196606****54，住所为江苏省金坛市尧塘镇水东村委夏家庄。车建新于 1986 年开始从事家具生产业务，于 1988 年创办红星家具总厂，于 1990 年创办常州市红星家具城，于 1992 年起在江苏省内主要城市开办家具城，于 1994 年创办常州红星家具集团公司，于 2007 年创办红星有限，现任红星美凯龙董事长兼总经理。

2、天欧投资（有限合伙）

天欧投资目前持有本公司 7,886,872 股股票，股权比例为 2.11%。天欧投资主要从事股权投资业务，其基本情况如下：

成立时间	2013 年 12 月 5 日
执行事务合伙人	吴志雄、邓良平
住所	江西省赣州市章贡区文明大道 34 号 105 室
经营范围	一般经营项目：以自有资金对外投资、投资管理、投资咨询（金融、保险、证券、期货除外）。

截至本招股意向书签署之日，天欧投资各合伙人列示如下：

序号	合伙人姓名	出资额（万元）	出资比例	合伙人性质
1	吴志雄	2,776	41.64%	普通合伙人
2	邓良平	1,900	28.50%	普通合伙人
3	刘卫康	1,000	15.00%	有限合伙人
4	李远海	390	5.85%	有限合伙人

5	徐瑞芝	300	4.50%	有限合伙人
6	王稚明	300	4.50%	有限合伙人
合计		6,666	100.00%	-

最近两年，天欧投资主要财务数据如下：

单位：万元

财务指标	2016.12.31	2015.12.31
总资产	6,684.32	6,737.10
净资产	6,654.99	6,657.30
财务指标	2016 年度	2015 年度
净利润	-2.31	251.12

注：2015 年度财务数据业经审计，2016 年度财务数据未经审计。

3、中天基业

中天基业目前持有本公司 3,549,447 股股票，股权比例为 0.95%。中天基业主要从事股权投资业务，其基本情况如下：

成立时间	2000 年 8 月 10 日
注册资本	2,000 万元
实收资本	2,000 万元
法定代表人	吴凤桥
住所	北京市海淀区三里河路 13 号 C 座 6002 室
经营范围	投资管理；组织展览展示活动；销售建筑材料设备、家具、仪器仪表、电子计算机

截至本招股意向书签署之日，中天基业的股权结构情况如下：

序号	股东名称	注册资本（万元）	实收资本（万元）	出资比例
1	吴凤桥	1,000	1,000	50%
2	许玉凤	1,000	1,000	50%
合计		2,000	2,000	100%

最近两年，中天基业主要财务数据如下：

单位：万元

财务指标	2016.12.31	2015.12.31
总资产	236,170.64	142,284.96
净资产	8,242.04	2,798.17
财务指标	2016 年度	2015 年度
净利润	396.47	115.36

注：以上数据未经审计。

4、其他自然人股东

除 2 名发起人股东外，截至本报告期末，公司共有 107 名自然人股东，其中 106 名自然人股东为公司及控股子公司的管理人员及技术人员（其中邹俊、程华、刘霏、张耿林四人因个人原因已于 2015 年下半年离职；肖伟、刘红波、姚良胜、曾向文、黄开勇五人因个人原因已于 2016 年离职）。107 名自然人股东的持股情况、身份信息及任职情况如下：

序号	姓名	持股数量（股）	持股比例	职务
1	谭钦兴	1,125,345	0.3012%	副董事长、董事、副总裁
2	刘莹	1,125,345	0.3012%	（注）
3	杨耀兴	679,133	0.1818%	行政副总经理、董事会秘书
4	钟华文	597,455	0.1599%	制造副总裁、欧派集成制造总经理、监事
5	邓发光	558,367	0.1495%	制造总裁助理
6	刘顺平	541,142	0.1449%	营销总经理
7	宁惠	477,486	0.1278%	清远基地制造总经理
8	黄满祥	394,262	0.1055%	财务负责人
9	郭英强	346,121	0.0926%	人力资源部总监
10	张劲松	311,509	0.0834%	欧派卫浴总经理
11	张金生	311,509	0.0834%	厨柜制造部厂长

12	宋凤春	311,509	0.0834%	木门制造副总经理
13	上官生文	306,272	0.0820%	外贸部营销总监
14	于晓波	295,116	0.0790%	供应链管理部部长
15	胡旭辉	294,681	0.0789%	内务部总监
16	邹俊	287,715	0.0770%	2015年12月离职，离职前任欧派集成寝具总经理
17	李良辰	287,076	0.0768%	电商事业线总经理
18	牛有江	253,968	0.0680%	卫浴制造总经理
19	杨鑫	252,834	0.0677%	欧派集成营销总经理
20	刘海旺	251,132	0.0672%	天津基地制造总经理助理
21	阮达群	240,588	0.0644%	营销督导总监
22	姚良胜	227,958	0.0610%	2016年2月离职，离职前任董事长特别助理
23	吴廷山	226,113	0.0605%	欧派集成厂长
24	刘军	225,042	0.0602%	(广州)分公司总经理
25	于卫东	222,773	0.0596%	厨柜制造部质量总监
26	任建军	221,423	0.0589%	外贸支持中心总监
27	沈崇照	219,937	0.0589%	董事长助理
28	王欢	219,465	0.0587%	财务部经理
29	张子春	211,430	0.0566%	厨柜制造部台面工艺技术部总监
30	程华	210,232	0.0563%	2015年7月离职，离职前任外贸部经理
31	冯红英	201,797	0.0540%	行政部总监
32	姚文烽	198,076	0.0530%	信息部总监
33	胡旭东	196,040	0.0525%	厨柜制造部物流经理
34	邱唐勋	189,814	0.0508%	欧派集成生产技术部总监
35	冯绍平	179,763	0.0481%	厨柜制造部厂长助理
36	曲锐	173,061	0.0463%	欧派集成营销总经理助理
37	杨帆	172,963	0.0463%	广州奥维总经理

38	阳永清	168,245	0.0450%	厨柜营销总经理
39	苏冠芳	167,852	0.0449%	厨柜制造部厂长
40	凌国珍	160,573	0.0430%	基建工程部经理
41	汪立新	160,038	0.0428%	厨柜营销总经理助理
42	袁施兰	150,582	0.0403%	厨柜营销内务支持部总监
43	张学良	147,328	0.0394%	大家居营销总经理
44	徐颂海	146,677	0.0393%	客户服务中心副经理
45	蔺茂春	138,595	0.0371%	欧派墙饰总经理
46	曹露芬	135,876	0.0364%	外贸支持中心项目经理
47	肖伟	132,341	0.0354%	2016年3月离职，离职前任基建工程部经理
48	刘清明	132,341	0.0354%	清远工艺部经理
49	李峰	132,341	0.0354%	工会主席
50	赵昕	132,120	0.0354%	厨柜制造部总监
51	张秀珠	127,951	0.0342%	厨柜经销六部营销总监
52	杨风雪	125,497	0.0336%	天津欧派行政人事部经理
53	涂旺荣	124,483	0.0333%	厨电制造部厂长
54	朱建斌	118,350	0.0317%	集团物流中心总监
55	牛岗	118,224	0.0316%	厨柜营销部工程经销一部总监
56	梁华蔚	118,224	0.0316%	厨柜展示设计部总监
57	甘伟玲	110,548	0.0296%	广州分公司总经理助理
58	陈建彬	101,634	0.0272%	欧派集成成本与物控管理部经理
59	乔秀山	98,499	0.0264%	欧派集成生产技术部物流分部副经理
60	刘霏	97,023	0.0260%	2015年12月离职，离职前任欧派集成家居营销总经理助理
61	张家朝	96,653	0.0259%	人力资源部规划招聘经理
62	蔡志刚	96,653	0.0259%	厨柜制造部厂长
63	阳勇	96,653	0.0259%	清远厨衣实木油漆厂副厂长
64	王来林	96,653	0.0259%	厨柜制造部厂长

65	毛伟凯	96,483	0.0258%	欧派门业质量部经理
66	胡文凡	96,321	0.0258%	大家居营销总经理助理
67	李景行	94,756	0.0254%	厨电制造部研发副经理
68	刘国洪	94,756	0.0254%	电器厂技术副厂长
69	杨辉	87,609	0.0235%	生产安全与环保管理部副经理
70	林玉平	82,890	0.0222%	厨电营销部总监
71	张溢	82,757	0.0222%	财务部副经理
72	姚锐	82,757	0.0222%	厨柜营销部工程经销二部经理
73	黎燕华	82,757	0.0222%	厨柜营销部工程销售服务部经理
74	黄海鹏	82,757	0.0222%	厨柜营销部售后服务分部经理
75	刘忠会	82,757	0.0222%	集团家居工艺技术中心总监
76	廖泽鸿	82,757	0.0222%	厨柜制造部工艺核算副经理
77	焦自东	82,757	0.0222%	天津欧派厨柜质量部副经理
78	黄晓铃	82,757	0.0222%	厨柜制造部产品规划与研发总监
79	何华	78,853	0.0211%	厨柜制造部厂长
80	黄建军	77,000	0.0206%	审计监察部总监
81	付谦	72,631	0.0194%	欧派集成家居展示设计部经理
82	许中昆	70,935	0.0190%	欧派集成产品规划与研发部副经理
83	刘红波	70,935	0.0190%	2016年4月离职，离职前任欧派集成厂长
84	张俊涛	70,000	0.0187%	欧派门业总经理
85	赵家军	66,170	0.0177%	天津欧派厂长
86	姜辉	64,790	0.0173%	集团家居工艺技术中心总监
87	王兆科	59,005	0.0158%	欧派门业经销部总监
88	张杰	54,921	0.0147%	欧派墙饰招商分部经理
89	芦春亭	53,220	0.0142%	欧派卫浴厂长
90	池建成	50,000	0.0134%	欧派门业招商分部经理
91	刘耀斌	49,170	0.0132%	厨电制造部烟机项目专家

92	郑嘉辉	48,681	0.0130%	大家居产品设计中心首席设计师
93	邵佳	48,597	0.0130%	欧派集成营销总经理助理
94	陈华鸿	48,512	0.0130%	人力资源部绩效副经理
95	张耿林	47,264	0.0127%	2015年11月离职，离职前任卫浴质量部经理助理
96	周小平	44,400	0.0119%	欧派门业研发部经理
97	刘志超	42,530	0.0114%	外贸营销总经理助理
98	刘昊亮	42,530	0.0114%	欧派集成培训部总监
99	贾志勇	41,423	0.0111%	欧派卫浴市场分部经理
100	熊家荣	39,636	0.0106%	欧派卫浴质量部经理助理
101	郭振新	39,040	0.0105%	广州奥维工艺技术部总监
102	钟根长	39,040	0.0105%	厨柜制造部车间主任
103	曾向文	36,170	0.0097%	2016年8月5日离职，离职前任内务部内勤管理副经理
104	雍文	35,467	0.0095%	欧派卫浴销售服务分部经理
105	刘建晖	35,467	0.0095%	欧派门业厂长
106	罗帮理	31,929	0.0085%	厨柜制造总经理助理
107	黄开勇	11,849	0.0032%	2016年7月29日离职，离职前任卫浴淋浴房研发分部经理
合计		18,661,442	4.9953%	-

注：刘莹为张金良之妻，张金良为加拿大国籍，现任公司副董事长、董事、总裁、行政总经理。

（三）实际控制人

姚良松直接持有公司 77.09%的股权，为公司实际控制人。

（四）控股股东和实际控制人控制的其他企业

截至本报告期末，除本公司及下属分、子公司外，控股股东、实际控制人姚良松持有欧尔本投资 50%的股权，欧尔本投资系姚良松与李义杰共同控制的投资公司，除上述情形外，姚良松未控制其他任何企业。

（五）控股股东、实际控制人所持股份质押或其他有争议的情况

截至本招股意向书签署之日，本公司控股股东、实际控制人姚良松持有公司 28,800 万股股份，占公司总股本的 77.09%，该部分股份不存在质押或其他有争议的情形。

八、发行人股本情况

（一）本次发行前后公司的股本情况

公司本次发行前总股本为 373,581,112 股，预计本次发行 4,151 万股 A 股股份，占发行后总股本的比例为 10.00%。本次发行完成前后股本结构如下：

序号	股东名称	发行前		发行后	
		持股数量(股)	持股比例	持股数量(股)	持股比例
1	姚良松	288,000,000	77.0917%	288,000,000	69.3824%
2	姚良柏	36,841,654	9.8618%	36,841,654	8.8756%
3	红星喜兆	18,641,697	4.9900%	18,641,697	4.4910%
4	天欧投资	7,886,872	2.1112%	7,886,872	1.9000%
5	中天基业	3,549,447	0.9501%	3,549,447	0.8551%
6	107 位自然人股东	18,661,442	4.9953%	18,661,442	4.4957%
	预计发行股份	-	-	41,510,000	10.0002%
	总计	373,581,112	100.00%	415,091,112	100.00%

注：上表假设公司公开发行 4,151 万股新股来计算本次发行后各股东持股数量及比例。本次发行完成后各股东的持股数量及比例最终以发行后的实际情况为准。

（二）前十名股东

本次发行前，公司前十名股东持股情况如下：

序号	股东名称/姓名	持股数量(股)	持股比例
----	---------	---------	------

1	姚良松	288,000,000	77.0917%
2	姚良柏	36,841,654	9.8618%
3	红星喜兆	18,641,697	4.9900%
4	天欧投资	7,886,872	2.1112%
5	中天基业	3,549,447	0.9501%
6	刘莹	1,125,345	0.3012%
7	谭钦兴	1,125,345	0.3012%
8	杨耀兴	679,133	0.1818%
9	钟华文	597,455	0.1599%
10	邓发光	558,367	0.1495%
总 计		359,005,315	96.0984%

(三) 前十名自然人股东及其在发行人担任的职务

序号	股东名称	持股数量（股）	持股比例	任职情况
1	姚良松	288,000,000	77.0917%	董事长
2	姚良柏	36,841,654	9.8618%	董事、行政副总经理
3	刘莹	1,125,345	0.3012%	-
4	谭钦兴	1,125,345	0.3012%	副董事长、董事、副总裁
5	杨耀兴	679,133	0.1818%	行政副总经理、董事会秘书
6	钟华文	597,455	0.1599%	制造副总裁、欧派集成制造总经理、监事
7	邓发光	558,367	0.1495%	制造总裁助理
8	刘顺平	541,142	0.1449%	营销总经理
9	宁惠	477,486	0.1278%	清远基地制造总经理
10	黄满祥	394,262	0.1055%	财务负责人
合计		330,214,012	88.3915%	-

(四) 发行人国有股份或外资股份的情况

本公司本次发行前的股东中无国有股份和外资股份。

（五）股东中战略投资者持股及其简况

本公司股东中无战略投资者。

（六）本次发行前各股东间的关联关系及关联股东的各自持股比例

本公司控股股东、实际控制人姚良松持有本公司发行前 77.09% 的股份，公司其他自然人股东中，姚良柏和姚良胜为姚良松之弟；王欢为姚良柏之妻，即姚良松的弟媳；胡旭辉为姚良松的妹夫；张劲松为袁施兰的丈夫，除此之外，未有其他关联关系。

（七）本次发行前所持股份流通限制和自愿锁定股份的承诺

具体情况请参见本招股意向书“重大事项提示”之“三、公司股东股份锁定及减持价格承诺”。

（八）公司内部职工股、工会持股、职工持股会持股、信托持股、委托持股等情况

公司未发行过内部职工股。公司不存在工会持股、职工持股会持股、信托持股、委托持股或股东数量超过二百人的情况。

九、发行人员工及其社会保障情况

（一）员工人数构成情况

1、员工人数及变化情况

报告期各期末，公司在册员工数量情况如下：

时 间	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
在册员工	15,349	8,665	7,167

2、员工专业结构

截至 2016 年 12 月 31 日，公司在册员工的专业结构情况如下：

项目	人数	占总人数比例
管理人员	795	5.18%
技术人员	2,079	13.54%
文职人员	2,076	13.53%
生产人员	9,404	61.27%
销售人员	995	6.48%
合计	15,349	100%

3、员工受教育程度

截至 2016 年 12 月 31 日，公司在册员工的受教育程度情况如下：

项目	人数	占总人数比例
硕士及以上	115	0.75%
本科	2,405	15.67%
大专	2,544	16.57%
高中及中专	1,589	10.35%
初中及以下	8,696	56.66%
合计	15,349	100.00%

4、员工年龄分布

截至 2016 年 12 月 31 日，公司在册员工的年龄分布情况如下：

项目	人数	占总人数比例
30 岁以下	7,961	51.87%
30-40 岁	5,569	36.28%

40-50 岁	1,707	11.12%
50 岁以上	112	0.73%
合计	15,349	100.00%

(二) 员工社会保障情况

1、员工社会保险缴纳情况

(1) 报告期内公司社会保险缴费比例

1) 广州地区社会保险缴费比例

项目	2016年		2015年		2014年	
	单位	个人	单位	个人	单位	个人
养老保险	14%	8%	14%	8%	12%	8%
失业保险	0.48%	0.2%	0.9%	0.5%	0.9%	0.5%
工伤保险	1.2%	-	1.05%	-	0.85%	-
生育保险	0.85%	-	0.85%	-	0.85%	-
医疗保险	7%	2%	8%	2%	4%	-

2) 天津地区社会保险缴费比例

项目	2016年		2015年		2014年	
	单位	个人	单位	个人	单位	个人
养老保险	19%	8%	20%	8%	20%	8%
失业保险	1%	0.5%	1%	1%	2%	1%
工伤保险	0.88%	-	1.1%	-	0.5%	-
生育保险	0.5%	-	0.5%	-	0.8%	-
医疗保险	11%	2%	11%	2%	10%	2%

(2) 报告期内公司及下属子公司社会保险缴纳情况

项目	2016年末			2015年末			2014年末		
	员工	实缴	缴纳	员工	实缴	缴纳	员工	实缴	缴纳

	人数	人数	比例	人数	人数	比例	人数	人数	比例
养老保险	15,349	14,788	96.35%	8,665	8,710	100.52%	7,167	7,105	99.13%
失业保险	15,349	11,908	77.58%	8,665	7,925	91.46%	7,167	6,638	92.62%
工伤保险	15,349	14,788	96.35%	8,665	8,710	100.52%	7,167	7,107	99.16%
生育保险	15,349	11,894	77.49%	8,665	7,910	91.45%	7,167	6,619	92.35%
医疗保险	15,349	14,788	96.35%	8,665	8,710	100.52%	7,167	7,104	99.12%

注：公司一般在当月 10 日前确定缴纳社保人员范围，在当月 15 日前完成社会保险费用的汇缴，而员工人数以月底人数为准，由于人员存在流动性，因此出现各期末员工人数和实缴人数不一致的情形，部分员工在公司为其缴纳社会保险后离职，因此出现了缴纳比例大于 100% 的情形。

报告期内，公司及其子公司未为部分员工缴纳社会保险的主要原因如下：

- 1) 属于劳动密集型企业，生产一线员工流动较为频繁。
- 2) 外来务工人员较多，部分员工不愿意缴纳社会保险，具体原因包括：①部分员工已在户口所在地参加“新农合”、“新农保”，不愿再重复缴纳社会保险；②因社会保险跨省流转所需办理手续较为繁琐、周期较长，不愿缴纳社会保险；③出于短期和综合利益考虑，不愿缴纳社会保险；④对缴纳社会保险的意义和重要性认识不够，不愿缴纳社会保险。
- 3) 个别员工为退休返聘人员，无须缴纳社会保险。
- 4) 部分新员工入职当月未及时或正在办理社会保险缴纳手续，自次月起缴纳。

2、员工社会保险合法合规情况

本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。截至本招股意向书签署之日，本公司及下属子公司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。

广州市人力资源和社会保障局已出具相关证明，确认欧派集团、欧派卫浴、广州奥维、欧派墙饰、欧派集成和欧派门业自 2014 年 1 月 1 日至 2016 年 12 月 31 日期间，在广州市参加基本养老、医疗、失业、工伤和生育保险，不存在因违反劳动保障法律法规而受到行政处罚的行为。

广州市花都区人力资源和社会保障局已出具相关证明，确认欧派商厨自 2014 年 1 月 1 日至 2016 年 12 月 31 日期间，未发生违反国家及地方劳动、社保方面的法律法规的情形，亦没有涉及任何劳动纠纷或被政府有关部门处罚或提起行政、民事诉讼的情形。

天津市静海县（区）人力资源和社会保障局已出具相关证明，确认天津欧派自 2014 年 1 月 1 日至 2016 年 12 月 31 日期间，一直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。

天津市静海县（区）人力资源和社会保障局已出具相关证明，确认欧派联合自 2015 年 7 月 1 日至 2016 年 12 月 31 日期间，一直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。

3、员工住房公积金缴纳情况

（1）报告期内公司住房公积金缴纳比例

1) 广州地区住房公积金缴纳比例

项目	2016 年末	2015 年末	2014 年末
单位	5%	5%	5%
个人	5%、8%、12% (三选一)	5%、8%、12%、20% (四选一)	5%/8%/12% (三选一)

2) 天津地区住房公积金缴纳比例

项目	2016 年末	2015 年末	2014 年末
单位	11%	11%	11%

个人	11%	11%	11%
----	-----	-----	-----

(2) 报告期内公司及下属子公司住房公积金缴纳情况

项目	2016 年末	2015 年末	2014 年末
员工人数	15,349	8,665	7,167
实缴人数	8,495	5,635	4,413

公司及其子公司未为部分员工缴纳住房公积金的主要原因是公司及其子公司部分外来务工人员为农民工或户籍不在当地的员工，在详细了解现行住房公积金制度的内容后，认为现有制度对住房公积金的缴纳、使用、提取存在诸多限制，对其未来在户籍所在地或其他工作地改变住房条件不能起到实质性作用。因此，部分员工不愿缴纳住房公积金。

在充分征求该部分人员的意见后，公司及其子公司根据自身实际情况采取了缴纳住房公积金、发放住房补贴及提供员工宿舍相结合的方式解决员工住房问题，具体为：为愿意缴纳住房公积金的员工缴纳住房公积金，为不愿缴纳住房公积金的员工发放住房补贴或以较低价格为其提供宿舍，公司及其子公司已经实际承担帮助员工在其工作场所附近解决住房问题的义务。

综上，公司及其子公司未为部分员工缴存住房公积金的主要原因是该等员工因各种原因不愿缴存，且公司及其子公司在与该等员工充分协商的基础上，已经采取了合理的替代方式给该等员工以补偿；公司及其子公司与该等员工之间不存在因缴存住房公积金问题而产生的纠纷。

控股股东、实际控制人姚良松出具了《关于欧派集团员工缴纳社保和住房公积金的承诺函》：“（1）本人将督促欧派集团及其下属子公司全面执行法律、法规及规章所规定的住房公积金、生育、养老、失业、工伤、医疗保险（以下简称‘五险一金’）有关制度，为欧派集团及下属子公司全体在册员工建立账户并缴存“五险一金”；（2）若欧派集团及其下属子公司被要求为其员工补缴未缴纳或者未足额缴纳的‘五险一金’，或因‘五险一金’缴纳问题受到有关政府部门的处罚，本人将全额承担该部分补缴款项或因被处罚造成的一切直接和间接损失，保证欧派集团及其下属子公司不因此遭受任何损失。”

4、公司社保及住房公积金可能产生的补缴金额及影响情况

未来如果社保和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，公司可能产生的社保补缴金额、住房公积金补缴金额及相应占利润总额的比例情况如下：

单位：万元

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
社保补缴金额	97.94	32.81	48.51
住房公积金补缴金额	411.18	336.78	256.10
合计	509.12	369.59	304.61
利润总额	112,185.43	57,119.47	44,977.61
应缴未缴金额占利润总额比例	0.45%	0.65%	0.68%

注：可能补缴社保和住房公积金的人员大部分在广州，且集中在人员流动率较大的普通工人，因此以平均的缴费基数，按广州的缴纳比例进行测算。

根据上表所述，报告期内公司补缴社保及住房公积金总额对当期利润总额的影响数分别为 304.61 万元、369.59 万元和 509.12 万元，占当期利润总额的比例为 0.68%、0.65%和 0.45%，按照企业所得税税率 15%计算，报告期内对公司净利润的影响金额分别为 258.92 万元、314.15 万元和 432.75 万元，对公司净利润影响较小，不会对公司生产经营和盈利能力产生重大不利影响。

（三）劳务派遣情况

1、劳务派遣基本情况

公司产品的订单存在季节性波动，同时公司存在部分流动性较高或专业技术要求不高的工作岗位，为了提高企业管理效率，公司对一些技术要求低的临时性、辅助性、可替代性生产岗位采取劳务派遣的形式用工，劳务派遣员工和在册员工在公司内同工同酬。

公司与广东方胜人力资源服务有限公司和广州仕邦人力资源有限公司两家劳务派遣公司签订了《劳务派遣服务合同》，公司及下属子公司通过上述两家公

司使用劳务派遣人员，并在《劳务派遣服务合同》中就派遣员工的选择、派遣人员的劳动关系、派遣人员的工作管理、派遣员工的生活管理、劳务费用（包括派遣服务费、社会保险费用、派遣员工的薪酬）的支付、劳动条件和劳动保护、违约责任等方面进行了约定，公司按照《劳务派遣服务合同》的约定支付派遣员工的劳务派遣、社会保险、薪酬等费用。

2、报告期内公司劳务派遣人员情况

项目	2016年末	2015年末	2014年末
劳务派遣人数	1,644	4,633	4,520
公司员工人数	15,349	8,665	7,167
公司员工与劳务派遣人员合计	16,993	13,298	11,687
劳务派遣人员占比	9.67%	34.84%	38.68%

报告期内，由于公司业务发展较快，主营业务产品的产能和产量大幅增加，公司员工人数呈现快速增长的趋势，员工人数从 2014 年末的 7,167 人增加至 2016 年末的 15,349 人，增幅为 114.16%。但公司严格控制劳务派遣人员数量，报告期内劳务派遣人员占比不断下降，由 2014 年末的 38.68% 下降至 2016 年末的 9.67%。

3、公司劳务派遣用工的合法合规性

（1）劳务派遣协议

报告期内，公司及子公司分别与广东方胜人力资源服务有限公司、广州仕邦人力资源有限公司签订了《劳务派遣服务合同》，约定了合同期限、派遣内容、派遣员工工资、派遣员工社会保险、费用结算流程以及违反协议的责任，《劳务派遣服务合同》合法有效。

（2）劳务派遣公司的基本情况和资质

1) 广东方胜持有广州市工商行政管理局颁发的《企业法人营业执照》，统一社会信用代码为 91440101677783051E，基本情况如下：

公司名称	广东方胜人力资源服务有限公司
------	----------------

住所	广州市天河区金穗路 3 号 1301-02、1303B、1102 房
法定代表人	刘明建
注册资本	1,000 万元
成立时间	2008 年 7 月 30 日
经营范围	<p>人事代理；人才租赁；人才招聘；劳务派遣服务；对外劳务合作；人才测评；人才推荐；代理记账服务；职业中介服务；非酒精饮料、茶叶批发；人才培训；劳动保障事务咨询服务；劳动保障事务代理服务；大学生就业推荐；流动人才人事档案及相关的人事行政关系管理；人才信息网络服务；人才引进；境外就业中介服务；人才资源开发与管理咨询；收集、整理、储存和发布人才供求信息；人才择业咨询指导；会议及展览服务；大型活动组织策划服务（大型活动指晚会、运动会、庆典、艺术和模特大赛、艺术节、电影节及公益演出、展览等，需专项审批的活动应在取得审批后方可经营）；企业管理咨询服务；市场调研服务；工商登记代理服务；社会法律咨询；法律文书代理；摄影服务；为公民出国定居、探亲、访友、继承财产和其它非公务活动提供信息介绍、法律咨询、沟通联系、境外安排、签证申请及相关的服务；策划创意服务；广告业；教育咨询服务；市场营销策划服务；人力资源外包；业务流程外包；软件开发；软件服务；软件测试服务；心理咨询服务（不含医学心理咨询、医学心理训练、医学心理辅导等医疗行为）；营养健康咨询服务；受金融企业委托提供非金融业务服务；商品零售贸易（许可审批类商品除外）；商品批发贸易（许可审批类商品除外）；小饰物、小礼品零售；服装批发；家用电器批发；文具用品批发；劳动防护用品批发；工艺品批发；职业技能培训（不包括需要取得许可审批方可经营的职业技能培训项目）；日用杂品综合零售；行李包裹寄存服务；票务服务；旅客票务代理；向游客提供旅游、交通、住宿、餐饮等代理服务（不涉及旅行社业务）；企业管理服务（涉及许可经营项目的除外）；信息技术咨询服务；档案管理服务；企业财务咨询服务；体育用品及器材批发。</p>

广东方胜持有广州市人力资源和社会保障局颁发的《劳务派遣经营许可证》，

编号为 440101130004, 有效期限自 2016 年 11 月 14 日至 2019 年 11 月 13 日。

2) 广州仕邦持有广州市工商行政管理局天河分局颁发的《企业法人营业执照》，统一社会信用代码为 91440106751975845D, 基本情况如下:

公司名称	广州仕邦人力资源有限公司
住所	广州市天河区天河北路 183-187 号 2101-2116 单元
法定代表人	张华
注册资本	2,000 万元
成立时间	2003 年 7 月 21 日
经营范围	收集、整理、储存和发布人才供求信息; 人才培养; 增值电信业务(业务种类以《增值电信业务经营许可证》载明内容为准); 人才租赁; 经营保险兼业代理业务(具体经营项目以保险监督管理委员会核发的《保险兼业代理业务许可证》为准); 人才测评; 呼叫中心; 劳务派遣服务; 人才招聘; 职业中介服务; 人才推荐; 劳动保障事务咨询服务; 劳动保障事务代理服务; 电子设备工程安装服务; 打包、装卸、运输全套服务代理; 安全技术防范系统设计、施工、维修; 包装服务; 生活清洗、消毒服务; 保安监控及防盗报警系统工程服务; 仓储代理服务; 建筑物清洁服务; 物流代理服务; 商品批发贸易(许可审批类商品除外); 商品零售贸易(许可审批类商品除外); 人力资源外包; 业务流程外包; 建筑物排水系统安装服务; 市政公用工程施工; 市政设施管理; 铁路、道路、隧道和桥梁工程建筑; 铁路工程建筑; 地基与基础工程专业承包; 其他合成材料制造(监控化学品、危险化学品除外); 轻质建筑材料制造; 五金配件制造、加工; 机械零部件加工; 其他金属加工机械制造; 广告业; 企业形象策划服务; 物业管理。

广州仕邦持有广州市天河区人力资源和社会保障局颁发的《劳务派遣经营许可证》，编号为 440106130001, 有效期限自 2016 年 11 月 20 日至 2019 年 11 月 19 日。

综上, 劳务派遣公司广东方胜和广州仕邦符合劳务派遣相关法律、法规关于劳务派遣单位经营资质的规定。

(3) 公司业务占广东方胜、广州仕邦业务的比例情况

根据广东方胜出具的书面《声明》，2014年、2015年、2016年，广东方胜的营业收入中来自欧派集团的营业收入占比分别为1.86%、4.77%、3.30%；广东方胜近年来向公司派遣员工的情况如下：

项目	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
广东方胜员工人数（人）	47,982	53,182	47,065
向欧派集团派遣员工人数（人）	1114	3,731	3,508
向欧派集团派遣员工人数占比（%）	2.32	7.02	7.45

根据广州仕邦出具的书面《声明》，2014年、2015年、2016年，广州仕邦的营业收入中来自欧派集团的营业收入占比分别为3.01%、1.68%、1.06%；广州仕邦近年来向公司派遣员工的情况如下：

项目	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
广东仕邦员工人数（人）	193,873	185,284	160,831
向欧派集团派遣员工人数（人）	530	902	1,012
向欧派集团派遣员工人数占比（%）	0.28	0.49	0.63

根据上述营业收入及派遣员工的占比情况，公司并非广东方胜、广州仕邦的主要业务来源和收入来源。

(4) 劳务派遣用工岗位及比例

公司及子公司存在部分流动性较高或专业技术要求不高的工作，属于临时性、辅助性、可替代性的生产岗位，符合劳务派遣相关法律、法规关于劳务派遣用工范围的规定。

报告期内，公司主要通过以下措施降低劳务派遣用工的比例：1）对于公司目前的劳务派遣员工，在用工期满后，公司将根据其意愿，按照该等员工工作时间、工作业绩给予较优的福利待遇，与该等员工直接建立劳动合同关系。严格限制劳务派遣用工人员仅限于在辅助性岗位、临时性岗位、替代性岗位工作；2）不满足公司招聘条件的员工，劳务派遣期满后不再续签，由劳务派遣公司自然辞退；3）拓展招工渠道，包括与人才市场、各地劳动保障部门、中等高等学校建

立联系等，在媒体加大宣传力度，以及有计划地定期举办招聘会，增加自行招工的员工比例。

2014年末、2015年末、2016年6月末、2016年11月末、2016年末，公司劳务派遣员工占比分别为43.35%、38.68%、34.84%、18.50%、9.84%、9.67%。2014年3月1日起施行的《劳务派遣暂行规定》给予使用劳务派遣员工的用工单位2年过渡期，要求2016年3月1日前将劳务派遣用工比例降至10%以下。2016年3月1日至2016年11月30日期间，公司存在劳务派遣用工比例超过10%违反《劳务派遣暂行规定》第四条关于“用工单位应当严格控制劳务派遣用工数量，使用的被派遣劳动者数量不得超过其用工总量的10%”的情形；2016年11月30日至今，公司劳务派遣用工符合《劳动合同法》和《劳务派遣暂行规定》等相关法律法规的规定，且公司承诺今后将严格依法依规使用劳务派遣用工。截至2016年12月31日，公司及子公司自有员工15,349人，劳务派遣人员1,644人，劳务派遣人员数量占公司及下属子公司用工总量的9.67%，符合《劳务派遣暂行规定》（2014年3月1日起施行）中关于劳务派遣用工比例不得超过其用工总量的10%的规定。

广州市白云区劳动保障监察大队出具证明，确认自2016年1月1日至2017年1月7日期间，未发现公司、欧派集成、奥维装饰、欧派墙饰、欧派创意因劳务派遣等劳动用工行为存在相关行政处罚，未发现该等公司存在违反劳动保障法律法规的行为。

《劳务派遣暂行规定》第二十条规定“劳务派遣单位、用工单位违反劳动合同法和劳动合同法实施条例有关劳务派遣规定的，按照劳动合同法第九十二条规定执行”；《劳动合同法》第九十二条规定“劳务派遣单位、用工单位违反本法有关劳务派遣规定的，由劳动行政部门责令限期改正；逾期不改正的，以每人五千元以上一万元以下的标准处以罚款，对劳务派遣单位，吊销其劳务派遣业务经营许可证。用工单位给被派遣劳动者造成损害的，劳务派遣单位与用工单位承担连带赔偿责任。”

根据上述规定，劳动行政部门如发现公司存在超比例使用劳务派遣员工的违规情形，应首先责令公司改正，逾期不改正的，才能处以罚款的处罚。2016年

3月1日至今，劳动行政部门没有向公司发出过责令改正的通知或要求，截至2016年12月31日，公司已经自行规范了超比例使用劳务派遣员工的违规情形，不存在逾期不改正的情形，且公司在使用劳务派遣员工的过程中，均依法足额、及时支付薪酬，不存在给劳务派遣员工造成损害的情形。

保荐机构认为，根据上述规定及广州市白云区劳动保障监察大队出具的证明文件，公司报告期内不会因劳务派遣用工不符合《劳务派遣暂行规定》而受到相关部门的处罚，不会对公司的首发上市构成实质性障碍。

2016年12月16日，公司实际控制人姚良松作出承诺：1）“本人将督促欧派集团及其下属子公司全面执行现行有效的《劳务派遣暂行规定》及相关法律、法规的相关规定”；2）“若欧派集团及其下属子公司因曾经或未来不符合《劳务派遣暂行规定》相关规定而受到有关政府部门的处罚，本人将全额承担其因被处罚而承担的一切直接和间接损失，保证欧派集团及其下属子公司不因此遭受任何损失。”

4、劳务派遣员工的社保和住房公积金缴纳情况

（1）社保缴纳情况

报告期内，劳务派遣员工社保缴纳情况如下：

项目	2016年末			2015年末			2014年末		
	员工人数	实缴人数	缴纳比例	员工人数	实缴人数	缴纳比例	员工人数	实缴人数	缴纳比例
广东方胜	1,114	1,140	102.33%	3,731	3,581	95.98%	3,508	3,320	94.64%
广州仕邦	530	530	100.00%	902	924	102.44%	1,012	979	96.74%
合计	1,644	1,670	101.58%	4,633	4,505	97.24%	4,520	4,299	95.11%

劳务派遣公司一般在当月5号前确定缴纳社保人员范围，在当月10号之前完成社会保险费用的汇缴，而员工人数以月底人数为准，由于劳务派遣人员存在一定的流动性，因此出现各期末员工人数和实缴人数不一致的情形。

（2）住房公积金缴纳情况

报告期内，在劳务派遣服务期间，广东方胜和广州仕邦为公司及子公司劳务

派遣人员按不低于 50 元/月/人的标准提供了住房补贴。

根据广东方胜和广州仕邦分别出具的证明，2014 年度至 2016 年度劳务派遣合同期间，已按照相关规定为公司及子公司员工缴纳养老保险、医疗保险、生育保险、工伤保险、失业保险。同时，在劳务派遣服务期间，为公司及子公司劳务派遣人员按不低于 50 元/月/人的标准提供了住房补贴。

广东方胜、广州仕邦以向劳务派遣人员按不低于 50 元/月/人的标准提供住房补贴代替为劳务派遣人员缴存住房公积金的做法不符合《劳动合同法》、《劳务派遣暂行规定》、《住房公积金管理条例》等相关法律法规和规范性文件的规定。

广东方胜、广州仕邦未依法为劳务派遣人员缴存住房公积金的违法行为可能受到劳动行政部门和当地住房公积金管理中心的处罚，也可能受到劳务派遣人员的追讨而承担补缴责任。但因为公司已经按照相关法律法规和劳务派遣协议的约定足额、及时向劳务派遣公司广东方胜、广州仕邦支付了所有费用，广东方胜、广州仕邦的违法违规行为与公司无关，不会对公司造成实质影响。如果广东方胜、广州仕邦因违法违规而丧失劳务派遣资格，公司可以与其他劳务派遣公司合作解决劳务派遣用工问题，不会对公司的生产经营造成重大不利影响。

2017 年 1 月 16 日，公司分别与广东方胜、广州仕邦签订《<劳务派遣服务合同>补充协议》，约定广东方胜、广州仕邦将根据公司的要求，为公司劳务派遣员工逐步缴纳住房公积金，相关费用由公司承担；确认为劳务派遣员工及时、足额缴纳社保、住房公积金系广东方胜、广州仕邦的法定义务，如因其未依法为劳务派遣员工及时、足额缴纳社保、住房公积金而导致公司被主管部门处以行政处罚的，广东方胜、广州仕邦同意赔偿公司因此所致的损失。

（四）公司员工薪酬水平情况

1、公司员工薪酬政策相关情况

（1）公司薪酬政策及主要内容

公司根据员工的工作岗位性质，分为计时与计件两类，计时类员工采用年薪

制模式，按照年薪分解到月发放，计件类员工采用计件工资制，多劳多得，公司每月按规定发放相应的工资与福利。

1) 公司工人薪酬主要为计件工资制。工人工资根据完成产品数量计算，鼓励多劳多得，提升工作效率。各工序计件标准根据标准工作时间的定额设定，另外根据完成产品的质量，公司给予工人一定的奖惩。

2) 公司职员薪酬为目标薪资制。职员考核年度的工资性目标收入，分为固定部分与浮动部分。其中，固定部分薪资通常占总薪资的 80%以上，与职员考核年度的绩效考核成绩挂钩；浮动部分薪资通常占总薪资的 20%以下，根据岗位不同略有差异，与公司或下属子公司、部门、区域的经济指标的目标达成情况挂钩。

3) 公司干部薪酬为年薪制

①营销系统

营销系统干部年薪根据所属公司或部门的经济目标达成情况与行为绩效考核结果确定。其中，与经济目标达成情况挂钩部分占比为 75%-90%，与行为绩效考核结果挂钩部分占比为 10%-25%。

年薪实得额=基本年薪×激励系数

激励系数分别根据公司或部门的目标增长率完成情况和行为绩效考核结果确定。

②制造系统

制造系统干部年薪根据所辖部门（车间）目标利润增长率、产品质量美誉度和绩效考核结果确定。其中，与目标利润增长率挂钩部分占比为 30%-50%，与产品质量美誉度挂钩部分占比为 30%左右，与绩效考核结构挂钩部分占比为 20%-40%。

年薪实得额 = 基本年薪×激励系数

激励系数分别根据所辖部门（车间）目标利润增长率、对于终端消费者和商

场调查得出产品美誉度的提升情况和绩效考核结果确定。

③ 职能系统

职能系统干部年薪制度实施联动模式，即职能部门负责人的平均激励系数根据负责人的指标达成情况确定，部门下属干部（主管级）的平均激励系数根据职能部门负责人的激励系数确定。个人在同一层级干部中考核结果所处的位置决定其激励系数是否高于或低于平均水平。

（2）上市前后高管薪酬安排

报告期内，公司实施的高管薪酬政策与上述员工薪酬政策一致。截至本招股意向书签署之日，公司未对上市后高管薪酬制度进行其他安排。

上市后，公司不排除对薪酬政策进行调整的可能，也不排除实施股权激励计划等激励机制，但上述薪酬政策的调整需要经过必要的公司程序和外部审批程序审核通过后实施。

（3）薪酬与考核委员会对工资奖金的规定

公司薪酬与考核委员会主要负责以下事宜：

1) 根据董事及高级管理人员管理岗位的主要范围、职责、重要性以及其他相关企业相关岗位的薪酬水平制定薪酬计划或方案；

2) 薪酬计划或方案主要包括但不限于绩效评价标准、程序及主要评价体系，奖励和惩罚的主要方案和制度等；

3) 审查公司董事（非独立董事）及高级管理人员的履行职责情况并对其进行年度绩效考评；

4) 负责对公司薪酬制度执行情况进行监督。

2014年7月6日，公司召开欧派家居集团股份有限公司第一届董事会薪酬与考核委员会2014年第一次会议，审议通过《关于公司薪酬制度的议案》，约定公司有关薪酬核定、薪酬计算、薪酬发放的相关制度，除另有规定外，一律按公司薪酬管理制度执行。

2、公司员工薪酬水平相关情况

(1) 公司普通、中层、高层员工薪酬水平

公司普通员工包括：普通职员、后勤人员、制造工人等。

公司中层员工主要为公司及子公司各部门主管级别的员工。

公司高层员工主要为公司及子公司各部门经理及以上级别的员工。

报告期内，公司普通、中层、高层员工平均人数如下：

	时间	普通员工	中层员工	高层员工	合计
2014年	1月末	5,020	423	136	5,579
	2月末	4,983	420	143	5,546
	3月末	5,454	438	149	6,041
	4月末	5,689	445	152	6,286
	5月末	5,890	468	153	6,511
	6月末	5,898	468	152	6,518
	7月末	6,371	467	153	6,991
	8月末	6,335	474	155	6,964
	9月末	6,349	472	162	6,983
	10月末	6,397	470	168	7,035
	11月末	6,428	463	168	7,059
	12月末	6,512	482	173	7,167
	平均	5,944	458	155	6,557
2015年	1月末	6,523	473	171	7,167
	2月末	6,390	482	173	7,045
	3月末	7,238	451	180	7,869
	4月末	7,254	519	186	7,959
	5月末	7,339	538	188	8,065
	6月末	7,331	544	187	8,062
	7月末	7,977	465	185	8,627
	8月末	7,913	543	185	8,641
	9月末	7,886	458	183	8,527
	10月末	7,939	454	187	8,580
	11月末	8,043	451	189	8,683
	12月末	8,013	460	192	8,665
	平均	7,487	487	184	8,158
2016年	1月末	8,797	496	194	9,487
	2月末	9,559	507	200	10,266
	3月末	9,915	517	211	10,643

	4月末	10,173	527	211	10,911
	5月末	10,499	539	212	11,250
	6月末	11,075	548	213	11,836
	7月末	11,972	545	217	12,734
	8月末	12,609	548	219	13,376
	9月末	13,326	560	224	14,110
	10月末	13,853	558	227	14,638
	11月末	14,658	562	228	15,448
	12月末	14,549	567	233	15,349
	平均	11,749	540	216	12,504

报告期内，公司普通、中层、高层员工薪酬水平如下：

薪酬情况		2016年	2015年	2014年
普通 员工	平均员工数量（人）	11,749	7,487	5,944
	薪酬总额（万元）	92,413.18	59,783.91	43,006.10
	平均薪酬（万元）	7.87	7.99	7.24
中层 员工	平均员工数量（人）	540	487	458
	薪酬总额（万元）	15,449.51	9,137.69	7,445.16
	平均薪酬（万元）	28.61	18.76	16.26
高层 员工	平均员工数量（人）	216	184	155
	薪酬总额（万元）	11,758.37	11,279.25	4,939.04
	平均薪酬（万元）	54.44	61.30	31.86

（2）公司员工薪酬总体情况

报告期各期工资薪金总体计提情况、平均薪酬及增长情况如下：

时间	2016年	2015年	2014年
当期计提金额（万元）	119,621.06	80,167.72	55,390.30
员工平均人数（人）	12,504	8,158	6,557
人均薪酬金额（万元）	9.57	9.83	8.45
较上年增加金额（万元）	39,453.34	24,777.42	15,633.88
较上年增加比例（%）	49.21%	44.73%	39.32%

（3）公司薪酬水平与同行业公司比较情况

公司名称	注册地区	项目	2015 年度	2014 年度	2013 年度
索菲亚	广东	平均员工人数 (人)	6,188	4,082	2,308
		工资及薪金 (万元)	57,925.89	36,377.79	17,464.40
		平均年薪酬 (万元)	9.36	8.91	7.57
喜临门	浙江	平均员工人数 (人)	3,088	2,837	2,602
		工资及薪金 (万元)	24,764.06	22,880.72	15,305.06
		平均年薪酬 (万元)	8.02	8.07	5.88
美克家居	新疆	平均员工人数 (人)	6,587	6,221	5,808
		工资及薪金 (万元)	86,966.53	86,828.64	70,040.95
		平均年薪酬 (万元)	13.20	13.96	12.06
宜华生活	广东	平均员工人数 (人)	5,979	5,974	5,679
		工资及薪金 (万元)	29,360.19	28,111.59	20,728.78
		平均年薪酬 (万元)	4.91	4.71	3.65
好莱客	广东	平均员工人数 (人)	2,134	1,736	1,493
		工资及薪金 (万元)	20,133.80	13,932.66	10,039.91
		平均年薪酬 (万元)	9.43	8.03	6.72
曲美家居	北京	平均员工人数 (人)	2,848	2,883	2,971
		工资及薪金 (万元)	28,183.87	24,392.98	22,928.68
		平均年薪酬 (万元)	9.90	8.46	7.72
欧派集团	广东	平均员工人数 (人)	8,158	6,557	4,671
		工资及薪金 (万元)	80,167.72	55,390.30	39,756.42
		平均年薪酬 (万元)	9.83	8.45	8.51

注：可比公司员工人数为其年报披露的年初人数和年末人数的平均值，好莱客、曲美家居为招股说明书披露数据，公司员工人数为各月平均数，因此存在一定误差。

(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	2015 年度	2014 年度	2013 年度
广州浪奇	广东	平均员工人数 (人)	725	722	760
		工资及薪金 (万元)	9,245.79	8,424.94	8,621.05
		平均年薪酬 (万元)	12.75	11.67	11.34
广汽集团	广东	平均员工人数 (人)	56,512	42,160	36,613
		工资及薪金 (万元)	317,717.02	276,172.24	216,566.88
		平均年薪酬 (万元)	5.62	6.55	5.92

中海达	广东	平均员工人数（人）	1,551	1,393	1,129
		工资及薪金（万元）	17,555.33	16,868.08	12,091.27
		平均年薪酬（万元）	11.32	12.11	10.71
海鸥卫浴	广东	平均员工人数（人）	3,771	3,856	3,088
		工资及薪金（万元）	34,981.75	37,698.59	33,095.37
		平均年薪酬（万元）	9.28	9.78	10.72
易尚展示	广东	平均员工人数（人）	820	777	696
		工资及薪金（万元）	7,226.18	6,210.35	4,646.18
		平均年薪酬（万元）	8.81	7.99	6.68
欧派集团	广东	平均员工人数（人）	8,158	6,557	4,671
		工资及薪金（万元）	80,167.72	55,390.30	39,756.42
		平均年薪酬（万元）	9.83	8.45	8.51

注：可比公司员工人数为其年报披露的年初人数和年末人数的平均值，公司员工人数为各月平均数，因此存在一定误差。

3、公司劳务派遣相关工资水平

报告期内，公司劳务派遣员工数量如下：

劳务派遣人数	2016年	2015年	2014年
1月末	3,218	4,352	4,186
2月末	3,160	4,028	4,424
3月末	2,967	4,801	4,438
4月末	2,871	4,729	4,222
5月末	2,741	4,621	4,035
6月末	2,686	4,548	4,143
7月末	2,629	4,755	4,256
8月末	2,546	4,820	4,424
9月末	2,457	4,855	4,543
10月末	2,393	5,051	4,677
11月末	1,686	5,082	4,613
12月末	1,644	4,633	4,520
平均	2,583	4,690	4,373

公司劳务派遣员工和在册员工同工同酬，报告期内，公司劳务派遣员工平均工资水平如下：

薪酬情况	2016年	2015年	2014年
------	-------	-------	-------

劳务派遣员工平均数量（人）	2,583	4,690	4,373
劳务派遣员工薪酬总额（万元）	16,943.73	28,015.91	23,636.92
劳务派遣员工平均薪酬（万元）	6.56	5.97	5.41

十、持有发行人 5%以上股份的主要股东以及作为股东的董事、监事、高级管理人员作出的重要承诺及其履行情况

（一）实际控制人、控股股东关于避免同业竞争的承诺

具体内容请参见本招股意向书“第七节 同业竞争与关联交易”之“二、同业竞争”之“（二）关于避免同业竞争的承诺”。

（二）股份的流通限制和自愿锁定股份、减持意向的承诺

具体内容请参见本招股意向书“重大事项提示”之“三、公司股东股份锁定及减持价格承诺”。

（三）控股股东、实际控制人关于缴纳社保和住房公积金的承诺

具体内容请参见本节之“九、发行人员工及其社会保障情况”。

（四）发行人及公司控股股东、董事、监事、高级管理人员关于招股意向书无虚假记载、误导性陈述或重大遗漏的承诺

具体内容请参见本招股意向书“重大事项提示”之“五、发行人及公司控股股东、董事、监事、高级管理人员关于招股意向书无虚假记载、误导性陈述或重大遗漏的承诺”。

（五）关于稳定公司股价的承诺

具体内容请参见本招股意向书“重大事项提示”之“四、关于上市后三年内稳定股价的预案及相关法的承诺”之“（二）相关方关于稳定股价的承诺”。

（六）未履行承诺的约束措施

具体内容请参见本招股意向书“重大事项提示”之“八、关于未履行承诺的约束措施”。

（七）全体董事、高级管理人员对本次公开发行摊薄即期回报采取的措施的承诺

具体内容请参见本招股意向书“重大事项提示”之“七、本次募集资金到位后即期回报被摊薄的相关情况分析”。

（八）控股股东、实际控制人关于无证建筑物的承诺

本公司控股股东、实际控制人姚良松租赁了公司厂区旁的 5.12 亩（3,411 平方米）、3.50 亩（2,333 平方米）土地，并建设了员工 3 号饭堂和员工宿舍，占地面积合计约 1,902 平方米。该 2 栋建筑物尚未办理房产证，针对上述情况，公司控股股东、实际控制人姚良松承诺：

“若发行人因该员工食堂和员工宿舍受到有关行政部门处罚，本人将无条件承担相关罚款或损失的偿付责任。”

（九）控股股东、实际控制人关于租赁物业的承诺

发行人及下属子公司租赁的部分房屋尚未取得房屋产权证书，或尚未办理房屋租赁备案登记，针对这一情况，本公司控股股东、实际控制人姚良松承诺：

“在租赁期限内，若欧派集团或其下属子公司承租的房屋产生相关权属争议、整体规划拆除、行政处罚或其他影响公司正常经营的情形，导致欧派集团或其下属子公司无法继续正常使用该等房屋或遭受损失，本人将承担欧派集团或下属子公司因此所致的损失，包括但不限于因进行诉讼或仲裁、停产或停业、寻找

替代场所、搬迁或因被处罚所造成的一切直接和间接损失。”

第六节 业务与技术

一、公司主营业务、主要产品及变化情况

（一）公司主营业务、主要产品

公司主要从事整体厨柜、整体衣柜、整体卫浴和定制木门等定制化整体家居产品的个性化设计、研发、生产、销售和安装服务。

（二）公司主营业务变化情况

公司自 1994 年成立以来，一直从事整体厨柜业务；2003 年起，公司开始经营整体卫浴业务；2005 年起，公司开始经营整体衣柜业务；2010 年起，公司开始经营定制木门业务。

二、公司所处行业的基本情况

（一）行业主管部门与管理体制

1、行业主管部门和管理体制

按照国家统计局 2011 年颁布的《国民经济行业分类》，公司所从事的行业为家具制造业（C21）中的木质家具制造业（C211）；按照中国证监会公布的《上市公司行业分类指引（2012 年修订）》，公司所从事的行业为制造业中的家具制造业。行业主管部门为工信部消费品工业司，行业技术监管部门为国家质量监督检验检疫总局，行业自律组织为中国家具协会、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等。

由于行业的市场化程度较高，企业自主经营能力强，政府部门和自律管理机构对行业的管理主要把控宏观层面，包括制定产业政策、规划行业发展战略、优化行业发展环境等，企业生产经营管理完全基于市场化方式。

2、行业主要法律、法规及行业标准

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	《商业特许经营备案管理办法》	2012 年
5	《中华人民共和国商标法》	2013 年
6	《中华人民共和国消费者权益保护法》	2014 年
主要行业标准		
1	GB 16410-2007 《家用燃气灶具》	2008 年
2	GB/T 13095-2008 《整体浴室》	2009 年
3	GB/T 15102-2006 《浸渍胶膜纸饰面人造板》	2009 年
4	GB/T 3324-2008 《木家具通用技术条件》	2009 年
5	GB/T 3325-2008 《金属家具通用技术条件》	2009 年
6	QB/T 1951.1-2010 《木家具 质量检验及质量评定》	2010 年
7	GB/T 11718-2009 《中密度纤维板》	2010 年
8	GB 24977-2010 《卫浴家具》	2011 年
9	JG/T 183-2011 《住宅整体卫浴间》	2011 年
10	GB/T 17713-2011 《吸油烟机》	2012 年
11	JG/T 184-2011 《住宅整体厨房》	2012 年
12	GB 4706.107-2012 《家用和类似用途电器的安全 整体厨房器具的特殊要求》	2013 年
13	JC 908-2013 《人造石》	2013 年
14	GB/T 28995-2012 《人造板饰面专用纸》	2013 年
15	QB/T 2454-2013 《家具五金 抽屉导轨》	2013 年
16	QB/T 4461-2013 《木家具表面涂装技术要求》	2013 年
17	QB/T 4463-2013 《家具用封边条技术要求》	2013 年
18	GB/T 10357.4-2013 《家具力学性能试验 第 4 部分：柜类稳定性》	2014 年

19	GB/T9846-2015 《胶合板》	2015 年
20	GB/T 4897-2015 《刨花板》	2016 年
21	GB/T 18884-2015 《家用厨房设备》	2016 年

3、有关整体家居行业的主要产业政策

(1) 《信息技术改造提升传统产业“十一五”专项规划》

信息产业部于 2008 年 1 月 10 日发布了《信息技术改造提升传统产业“十一五”专项规划》，要求坚持以信息化带动工业化，广泛应用高新技术和先进适用技术改造提升制造业，推进国民经济和社会信息化，切实走新型工业化道路。

(2) 《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六大产业，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）。

(3) 《关于进一步加强住宅装饰装修管理的通知》

我国住房和城乡建设部于 2008 年 7 月 29 日发布了《关于进一步加强住宅装饰装修管理的通知》，要求各地继续贯彻落实《关于推进住宅产业现代化提高住宅质量若干意见》（国办发〔1999〕72 号）和《商品住宅装修一次到位实施导则》（建住房〔2002〕190 号）的意见，制定出台相关扶持政策，引导和鼓励新建商品住宅一次装修到位或菜单式装修模式。

(4) 《轻工业调整和振兴规划》

国务院于 2009 年 5 月 18 日发布了《轻工业调整和振兴规划》，明确国家将加快家具行业重点专业市场建设作为轻工业产业调整和振兴的主要任务之一，同时该规划将加强家具行业的产品质量管理作为基本原则，通过不断完善标准和检测体系，打击制售假冒伪劣产品的违法行为，以保障产品使用安全。

(5) 《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。

(6) 《中国家具行业“十二五”发展规划》

中国家具协会于 2010 年 10 月发布《中国家具行业“十二五”发展规划》，明确提出推进家具市场建设，鼓励自主品牌，发展大型规模化家具企业，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。

(7) 《轻工业“十二五”发展规划》

工信部于 2012 年 1 月 19 日发布了《轻工业“十二五”发展规划》，明确将提高智能化家电、健康环保家具、安全清洁燃气具等耐用消费品的供给能力作为“十二五”期间的重点任务，并指出将重点发展绿色环保、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。

(8) 《国家新型城镇化规划（2014-2020 年）》

中共中央、国务院于 2014 年 3 月 16 日印发了《国家新型城镇化规划（2014-2020 年）》，提出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。

(二) 行业发展状况

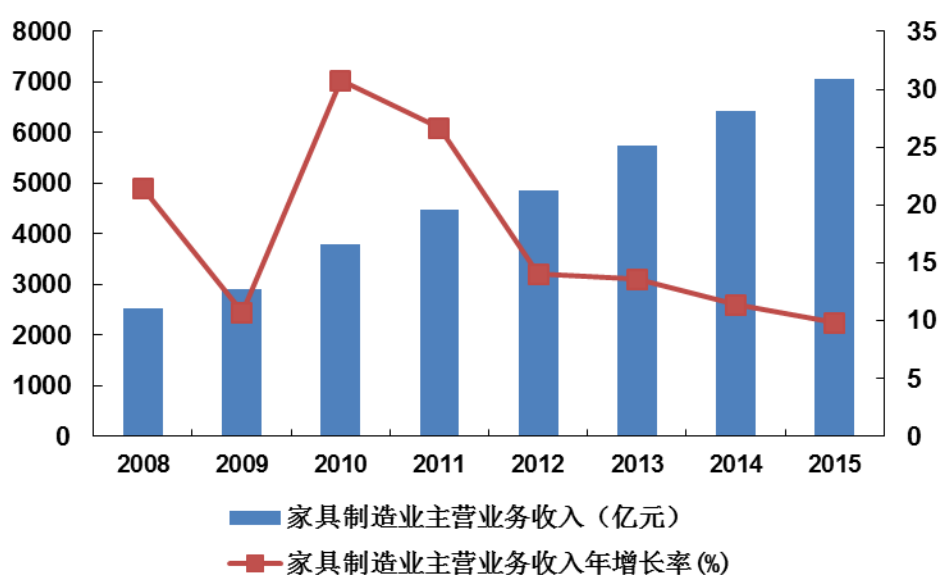
1、整体家居行业发展概况

整体家居是指结合消费者个性化需求，对厨柜、衣柜、木门、浴室洁具、配饰等家居产品进行统筹配置与合理安排，以达到居室空间结构、色彩、功能协调统一的家居产品组合，主要包括整体厨柜、整体衣柜、卫浴洁具、地板、墙纸、石材、室内门、装饰五金等产品。欧派集团主要经营整体家居产品中的整体厨柜、整体衣柜、整体卫浴和定制木门等。

(1) 我国家具行业发展状况

我国经济的持续快速发展为家具行业提供了良好的发展条件。经过多年的发展，我国家具行业已形成了一定的产业规模，行业内大部分企业已经实现了自动化或半自动化制造，生产工艺更加成熟，并出现了一些具有国际先进水平的家具明星企业和家具配套产业。我国家具企业在国际家具市场的地位正日渐提高，并逐步成为支撑国民经济、丰富国民生活的重要产业之一。根据国家统计局的统计，近年来我国家具制造业的主营业务收入继续保持高速增长，2008年至2015年，我国家具制造业主营业务收入值的年均复合增长率约为15.76%。

2008-2015年我国家具制造业主营业务收入图



数据来源：国家统计局

(2) 我国整体厨柜行业发展状况

随着城市化进程的不断加快，人们生活质量和品位提高，高品质整体厨柜(含厨房电器)的市场需求逐渐增长，我国整体厨柜行业在借鉴与融合西方厨柜技术之后，整体厨柜产品在设计、品质、功能上得到了极大提升，整体厨柜由功能性、配套性不断向舒适性、艺术性发展。目前，整体厨柜产品已经被消费者广泛接受，2012年8月，凤凰家居网公布整体厨柜消费市场调研数据，在购置厨柜的方式方面，69.20%的消费者选择购买整体厨柜，13%左右的消费者选择购买成品厨柜，10.70%左右的消费者选择自行聘请木工上门打造，另有7%左右的消费者选择已安装整体厨柜的精装住宅。

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》指出：“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。”整体厨柜行业呈现以下主要特点：

- 1) 市场发育趋向成熟，产品标准化程度提高；
- 2) 品牌企业认知度提高，品牌竞争力加强；
- 3) 行业人才队伍初步形成，人才管理体系促进行业发展；
- 4) 全方位服务质量促进品牌建设；
- 5) “厨房智能化”、“厨电一体化”趋势逐渐增强；
- 6) 发展健康、安全、低碳的环保厨房成为主流趋势。

(3) 我国整体衣柜行业发展状况

目前，我国衣柜行业已经发生了巨大的变化，整体衣柜形成了一种潮流，迎合了消费者的需求，同时也改变了消费者的生活习惯，许多实木衣柜也开始定制。全国工商联家具装饰业商会衣柜专委会发布的《2012 中国衣柜行业消费白皮书》指出：“至 2015 年整体衣柜市场需求量为 1,800 亿元，并以每年 20% 的增幅快速增长。”整体衣柜行业呈现以下主要特点：

- 1) 中高端消费群体比例不断增大，消费者的消费能力日渐增强；
- 2) 消费者对整体衣柜行业的认知度大幅提升；
- 3) 个性化需求逐渐加大，定制理念得到迅速提高；
- 4) 居民生活水平大幅提升，品牌消费观念加强；
- 5) 信息获取渠道宽广，消费逐渐理性；
- 6) 环保观念深入人心，健康环保成为消费者关注的焦点；
- 7) 法制建设步伐加快，消费者的维权意识加强；

8) 城市生活节奏加快, 服务质量要求提升。

2、整体家居行业发展前景

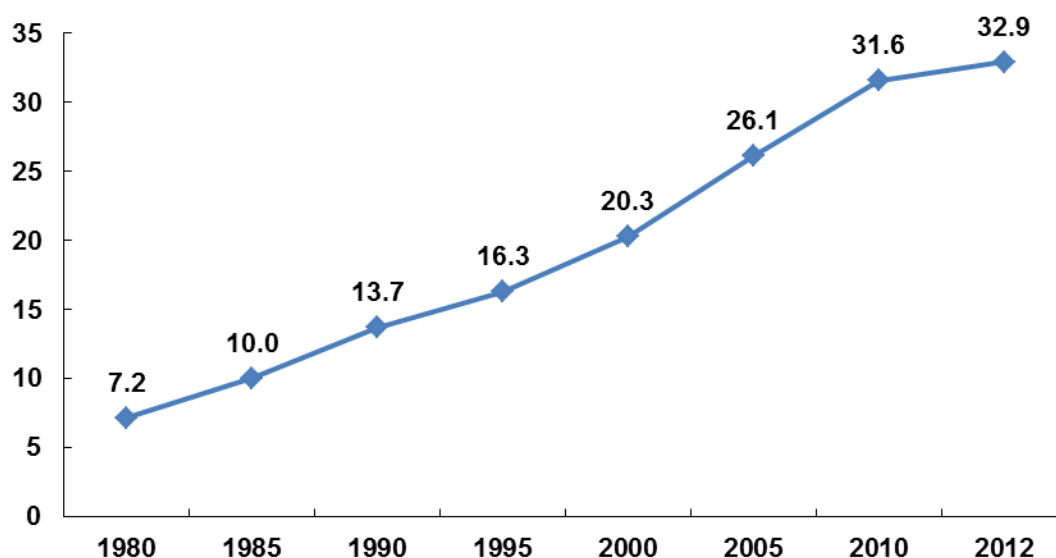
近年来, 由于整体家居产品所具备的个性化设计、100%空间利用、美观时尚、环保节约、质量稳定、规模化生产等诸多优点, 伴随着经济持续快速发展, 整体家居行业已经取得了长足的发展。未来, 随着社会认知度的不断提高, 市场需求的进一步释放, 整体家居行业将拥有需求旺盛、潜力巨大、空间广阔的发展前景。

(1) 居民居住条件的改善将刺激整体家居产品需求

根据国家统计局的统计, 2012 年城镇居民人均住宅建筑面积 32.91 平方米, 比 1978 年的 6.70 平方米增长了 26.21 平方米, 增长近 4 倍。随着我国住房建设的发展, 城镇居民居住面积的增加, 居民对各类家具产品的需求也不断提高, 这为整体家居产品的消费奠定了良好的市场基础。

根据中国社会科学院财经战略研究院 2013 年 12 月发布的《中国经济体制改革报告 2013》, 预计 2020 年中国城镇居民人均住房建筑面积将达到 35 平方米, 考虑到中国的消费增长和城镇化进程, 未来城镇住房面积需求仍将呈上升趋势。

1980-2012 年我国城镇居民人均居住面积情况 (单位: 平方米)

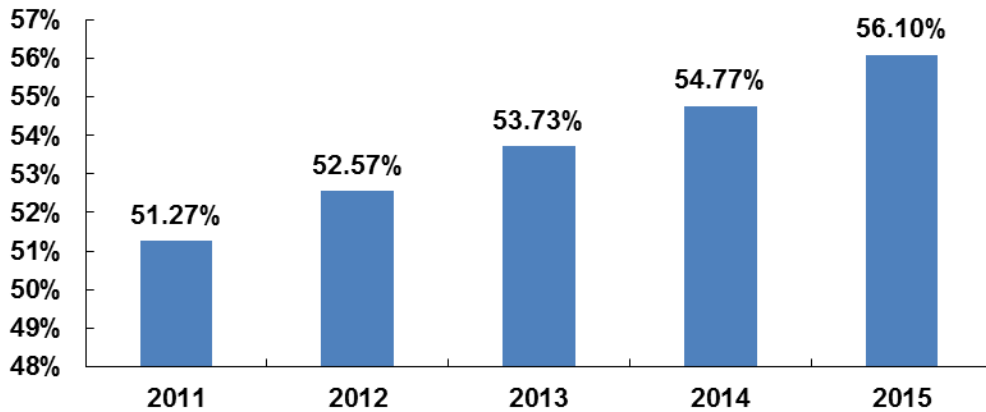


数据来源: 国家统计局、中国住房和城乡建设部

(2) 城镇化进程加快将促进整体家居行业发展

我国正处于城镇化快速发展时期，国家统计局数据显示，全国城镇化率（城镇人口占总人口比重）从 2011 年的 51.27% 提高到 2015 年的 56.10%，年均增加 1.2 个百分点。

2011-2015 年我国城镇化率情况



数据来源：国家统计局

根据 2013 年 10 月由东北亚开发研究院、中国社科院社会科学文献出版社、中小城市经济发展委员会等单位联合发布的《2013 中国中小城市绿皮书》，预计 2020 年中国城镇化率将达到 60.34%。

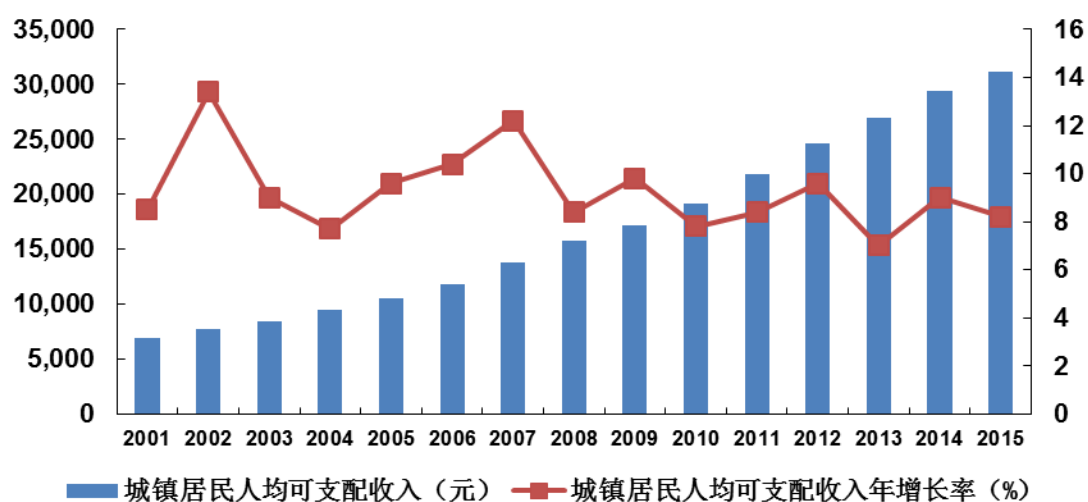
家具市场特别是整体家居市场的快速发展与我国的城镇化进程密不可分，一方面，城镇人口可支配收入相对较高、购买力强，城镇人口的增加尤其是新婚人口的增多使得购置新房后配置整体家居产品的需求增加；另一方面，城镇人口对流行时尚潮流更加敏感，对整体家居品牌、质量选择更加注重，促使行业更新速度加快。因此，我国城镇化进程的加快，将为整体家居行业的发展提供广阔的市场空间。

(3) 城镇居民可支配收入增长将带动整体家居的消费和升级

随着宏观经济的发展，我国城镇居民可支配收入持续增长，居民消费能力大大提升，根据国家统计局的统计，从 2001 年到 2015 年，中国城镇居民人均可

支配收入由 6,859.60 元上升至 31,195.00 元，年均复合增长率为 11.43%。随着可支配收入的提高，居民消费结构和消费理念也出现了一定的变化，影响居民消费行为的因素从单纯的价格因素逐渐发展到品牌、质量、信誉、服务以及购物环境等综合因素，这为整体家居行业迅速发展奠定了良好的基础，并带动整体家居行业的消费升级。

2001-2015 年我国城镇居民人均可支配收入情况

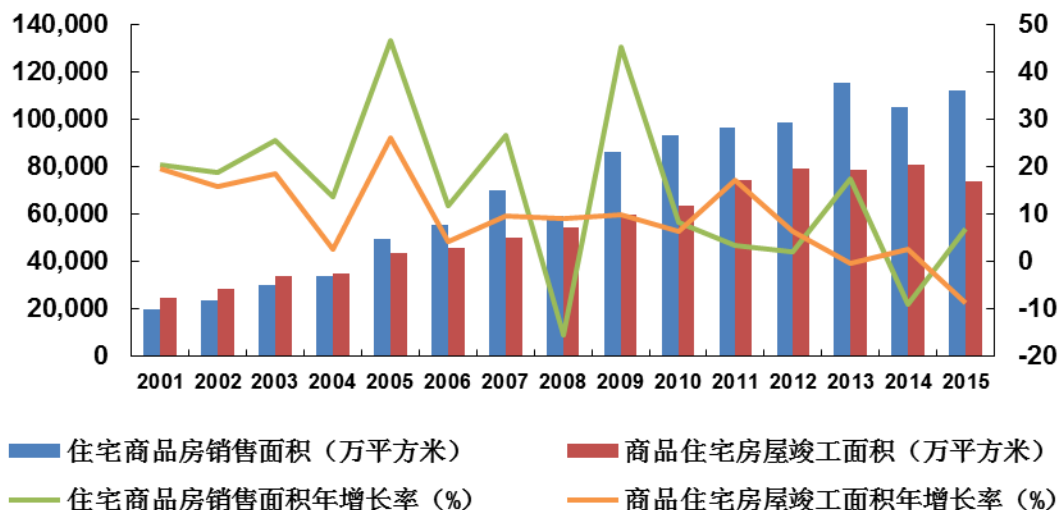


资料来源：国家统计局

(4) 房地产市场的稳健运行将为整体家居行业提供良好的发展空间

伴随着城镇化建设的推进，我国房地产市场一直保持稳定的增长势头。我国商品住宅房屋竣工面积从 2001 年的 2.46 亿平方米增至 2015 年的 7.38 亿平方米，年均复合增长率为 8.16%；住宅商品房销售面积从 2001 年的 1.99 亿平方米增至 2015 年的 11.24 亿平方米，年均复合增长率为 13.16%。住宅商品房销售面积的增长推动了整体家居市场不断扩大。

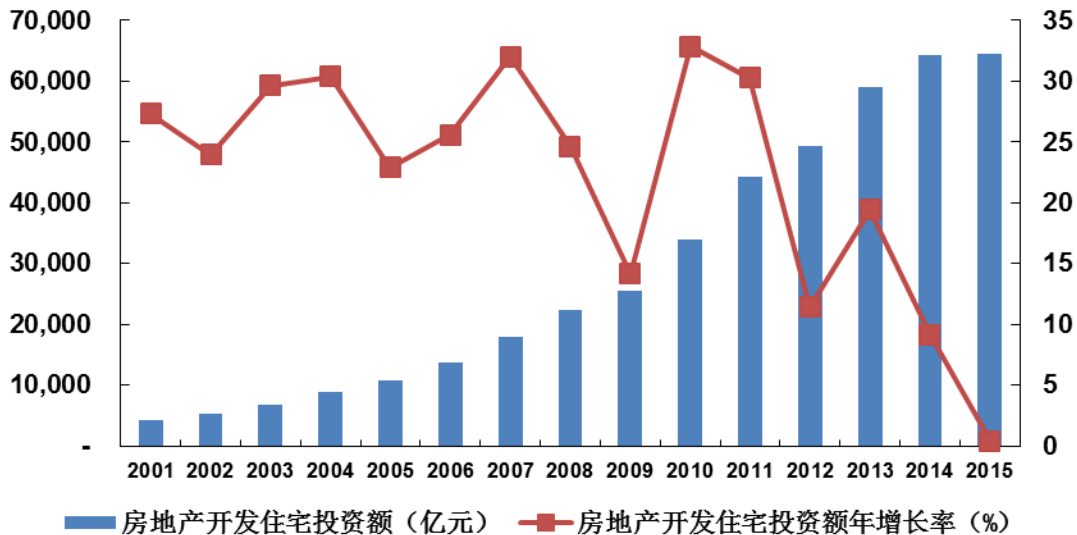
2001-2015 年住宅商品房销售面积及竣工面积情况



数据来源：国家统计局

2001年至2015年，我国房地产开发住宅投资额从4,216.68亿元增至64,595.00亿元，年均复合增长率达到21.52%。

2001-2015年房地产开发住宅投资额情况

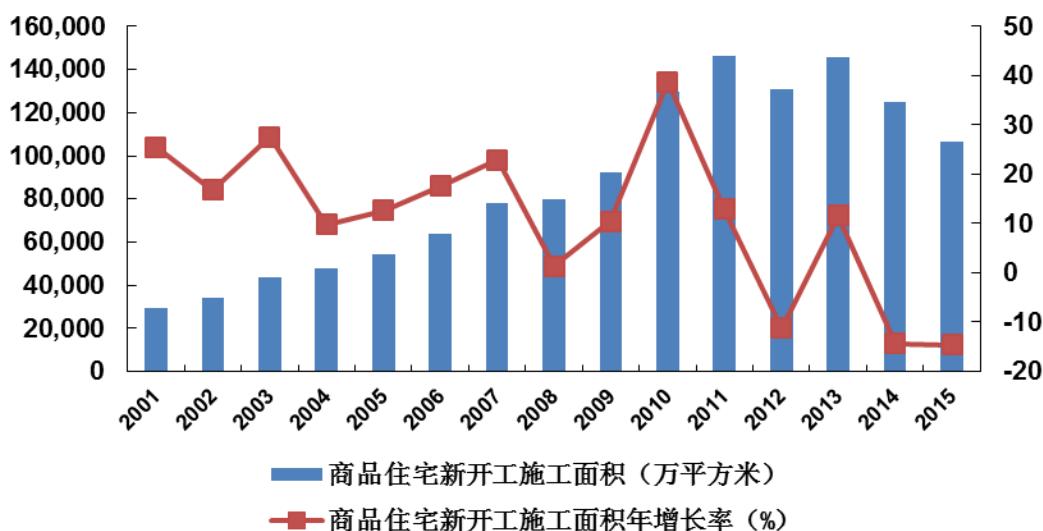


数据来源：国家统计局

同期，商品住宅新开工施工面积从2.93亿平方米增至10.67亿平方米，年均复合增长率达到9.67%。近年来，我国房地产住宅的新开工施工面积和投资额均维持在相对较高水平，在这种情况下，未来几年将会有相应数量的新建住宅商品房，这为整体家居行业提供了充足的市场容量，如果考虑到存量新房

的一次装修、存量住宅的二次装修等，整体家居产品的市场容量将进一步提高，因此，整体家居行业将具备良好的发展空间。

2001-2015 年商品住宅新开工施工面积情况

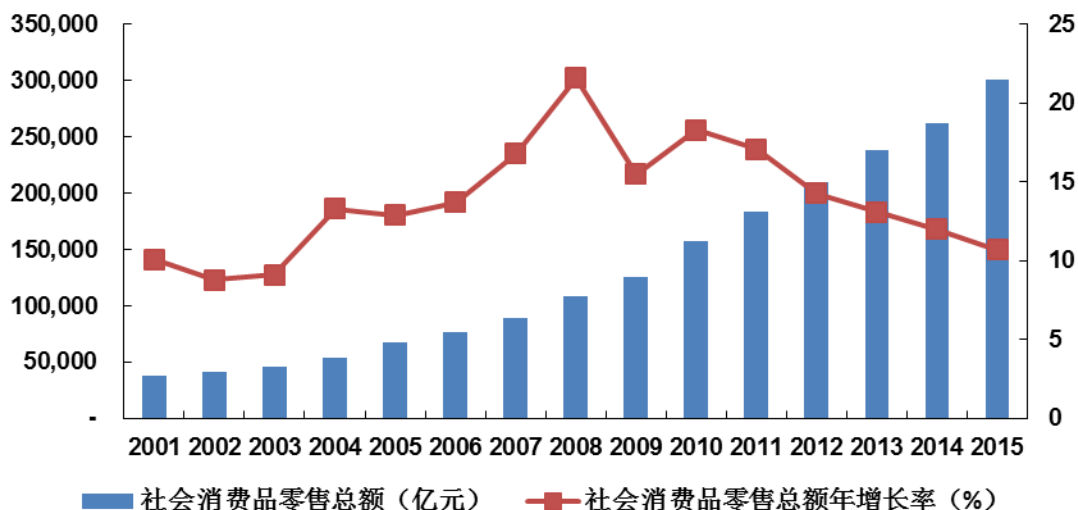


数据来源：国家统计局

(5) 居民消费潜力释放将拉动整体家居消费增长

多年以来，我国居民消费占 GDP 的比重一直低于欧美发达国家。随着抑制我国消费的因素逐渐消除，在消费升级和消费普及两种因素的共同作用下，我国居民的消费水平和消费规模将会获得长期、持续的增长，根据国家统计局的统计，2015 年全年社会消费品零售总额 300,931.00 亿元，比上年增长 10.70%，其中家具类增长 16.10%。在这样的大背景下，居民消费潜力具有很大的释放空间，并拉动整体家居消费的持续稳定增长。

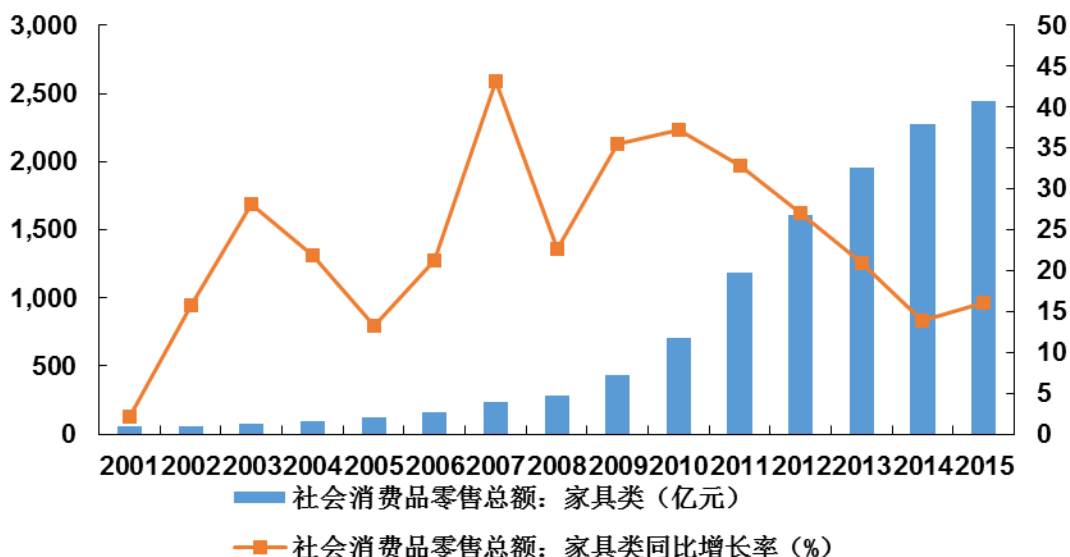
2001-2015 年中国社会消费品零售总额情况



数据来源：国家统计局

2015 年全年，全国社会消费品零售总额 300,931 亿元，比上年增长 10.7%。其中，限额以上单位消费品零售额 142,558 亿元，增长 7.8%。家具类全年零售额 2,445 亿元，同比增加 16.1%。家具类零售额在经历前期高速增长后回归合理增长区间，2015 年结束了连续四年的零售额增速下滑趋势，增速开始缓慢复苏，这将为家具市场未来的健康发展提供充足动力。

2001-2015 年中国家具类零售额情况



数据来源：国家统计局

(三) 行业竞争格局和市场化程度

1、行业竞争格局

我国整体家居行业正处于快速成长期，行业竞争既包括本行业与装饰装修行业、传统成品家具行业的竞争，也包括本行业内部的竞争。

（1）本行业与装饰装修行业、传统成品家具行业的竞争

整体家居行业的消费群体主要来源于装饰装修行业和传统成品家具行业的客户，因此整体家居行业面临与装饰装修行业和传统成品家具行业的竞争。

整体厨柜、整体衣柜、整体卫浴等产品将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，因此，整体家居行业从成长初期就具有天然的竞争优势。作为一个新兴的细分行业，目前，整体厨柜产品已经被消费者广泛接受，整体衣柜、整体卫浴等产品的社会认知度正不断提高，本行业在与装饰装修行业、传统成品家具行业的竞争中将具有明显优势。

（2）行业内部竞争

我国整体家居行业发展历史约 20 年，行业内部竞争总体还处于初级阶段。国外生产企业凭借品牌影响力占据高端市场，但市场份额并不大；而由于市场前景广阔，消费潜力巨大，很多传统家具企业开始进入整体家居产品领域，造成国内中小型生产企业数量众多，两极分化较为明显。中小型整体厨柜、整体衣柜生产企业主要集中于低端市场，低档产品产能过剩且同质化现象严重；具有品牌、渠道、规模优势的生产企业则主要竞争于中高端市场。

随着人民生活水平的提高，消费者对整体家居产品的要求也越来越高。品牌、研发、设计、质量和服务等非价格因素，在未来市场竞争中的重要性会逐渐显现，品牌竞争的发展将推动市场向具有品牌影响力的企业集中。

2、行业的市场化程度

整体家居行业主要以民营企业、中外合资企业为主。多数企业自成立起就建立了同市场机制相适应的管理体系，行业内的竞争机制、用人机制、激励机制、分配机制等已经完全市场化运作。

（四）进入本行业的主要壁垒

1、品牌知名度

品牌是整体家居产品吸引消费者的关键因素之一。由于行业进入门槛较低，中低端产品同质化现象严重，因此，品牌知名度成为消费者衡量产品质量、环保、信誉和售后服务的重要因素，消费者对知名品牌具有较高的忠诚度。而品牌知名度是企业在品牌建设、产品设计、产品质量、营销服务等多方面长期投入和积累的结果，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

随着消费者生活质量的提高，消费者对家居用品的舒适性、环保性、新颖性都提出了更高的要求。设计研发能力直接决定了产品品质、生产效率、风格特点和品牌个性，是整体家居企业建设品牌的基石。

设计研发要将产品的材料、加工工艺、人体工程学、色彩学、平面构成、立体构成以及传统文化进行完美糅合，使产品的功能性、工艺性、经济性、创新性达到完美统一，同时又要体现整体家居产品作为家具的一般特点和环保要求，这需要生产企业具有较强的研发创新能力。整体家居行业的发展历史只有约 20 年的时间，相关的研发设计人员较少，新进入者缺乏企业文化的沉淀与积累，也很难找到经验丰富的整体家居专业设计研发人才。

3、销售服务网络

整体家居产品的个性化设计需求、专业化安装服务需求以及独特的销售模式，决定了庞大高效、位置优越的销售服务网络是公司发展的核心。销售服务网络承载着广告宣传、个性化设计、运输安装、维修服务等众多功能，因此，销售服务网络的规模和质量对整体家居生产企业至关重要。

要建立广泛、高效、专业的销售服务网络，需要企业在长期的经营过程中逐步完善和积累，并需要建立一套科学的销售网络管理体系及制度，销售服务网络建设、人才储备、管理制度等也是进入整体家居行业的壁垒之一。

4、信息化应用能力

信息技术的全面应用是解决整体家居产品个性化设计、规模化和工业化生产的关键，整体厨柜、整体衣柜、整体卫浴、定制木门等产品从产品设计、订单报价、生产组织、包装物流到上门安装每一个环节都离不开信息技术的应用。随着企业规模的逐步扩大，信息技术应用需要企业长期不断的探索、研究、改进、完善。因此，信息技术的应用能力是新进入者规模化发展的重要壁垒。

5、管理能力

企业管理是一项系统工程，企业管理能力和精细程度决定了企业运作的效率和成本。对于整体家居生产企业而言，企业内部管理能力、供应链管理能力和销售网络管理能力等都需要较长时间的积累。提升管理能力和管理水平是新进入者必须面对的一个重要壁垒。

6、成本控制能力

目前，整体家居企业的利润水平日趋平均化，只有成本控制能力较好、具有规模优势的企业才能在激烈的竞争中生存下去。

（五）行业利润水平的变动趋势

本行业为家具行业中新兴的细分行业，行业发展快速，生产企业日渐增多，市场竞争有所加剧，但竞争更多的是集中在区域性的生产企业和中小企业之间。此外，本行业的企业经营依赖于区域经销商，因此各区域的市场竞争状况存在差异。不同的产品种类也面临各自的竞争态势。但总体而言，报告期内整体的行业利润率比较平稳。

（六）影响行业发展的主要因素

1、有利因素

（1）城镇化进程加快提供了广阔的市场空间

未来几年，我国将积极稳妥地推进城镇化建设，增强城镇综合承载能力，有序推进农业转移人口市民化，而城镇化的推进将带来大量新增住房需求，并为整

体家居行业提供广阔的市场空间。

（2）国家和地方政策支持提供良好的市场环境

国家和地方政策的支持，为整体家居行业的发展提供了极为有利的发展环境和发展空间。具体内容请参见本节之“二、公司所处行业的基本情况”之“（一）行业主管部门与管理体制”之“3、有关整体家居行业的主要产业政策”。

（3）宏观经济持续健康发展提供了良好的宏观经济环境

我国宏观经济一直保持稳步健康发展态势，居民收入水平不断提高，居民可支配收入不断提高，高收入人群不断增加，购买力水平大大提升，消费需求和消费层次不断提高，消费升级将推动整体家居行业向更高层次发展，为优秀的整体家居企业带来了巨大发展空间。

（4）成熟、完善的产业链为行业发展提供重要保障

我国家具行业经过多年的快速发展，已经形成了一条成熟、完整的产业链，充分满足上下游衔接和配套生产的需求，并能够基本涵盖整体家居产品各种原材料种类，这为整体家居行业发展提供了重要保障。

2、不利因素

（1）行业标准不完善

整体家居行业在中国约有 20 年的历史，还处于行业成长期。目前，除整体厨柜有《JGT 184-2011 住宅整体厨房》、《QBT 2531-2010 厨房家具》等行业标准，整体卫浴有《GB/T 13095-2008 整体浴室》国家标准，《JG/T 183-2011 住宅整体卫浴间》行业标准外，整体衣柜等其他行业尚未形成统一的行业标准。行业标准的不完善给整体家居企业在产品质量控制、产品原料选择、企业合法权益的维护、消费者维权等方面带来不利影响。

（2）国内竞争不规范

近年来，开始从事整体家居产品的企业众多，大多数企业规模较小，产品档次低、质量差，营销能力和产品开发能力有限，产品同质化情况较严重，大部分依靠价格战来争夺市场份额，产品价格的下降影响了行业的利润率水平。

（3）行业进入门槛较低、自主创新能力弱

整体家居行业虽然发展壁垒较高，但进入门槛较低。在行业同质化的趋势下，虽然优势企业将占据更多市场份额，但大量中小企业仍将继续存在，对优势企业构成价格竞争压力。由于整体家居行业属于新兴行业，行业的技术积累还不够，多数中小型生产企业主要依靠模仿少数知名品牌企业的设计产品，行业的自主创新能力较弱。

（七）行业技术水平及技术特点

整体家居产品主要属于个性化定制产品，经过多年的发展，行业内企业的技术水平有了很大提升，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。具体如下：

1、产品设计研发能力

随着经济的持续发展，居民物质文化生活大幅提升，消费者对于整体家居的需求日益扩大，在宏观环境持续优化的背景下，整体家居产品的设计研发取得了长足的发展。整体家居标杆企业为了提升企业的品牌影响力，稳固市场地位，提高市场占有率，实现设计研发的差异化，不断拓展与国际设计师合作的深度，将产品设计的功能性、艺术性以及工艺可行性等方面的特征进行了很好的诠释和糅合，此外，由于与国际设计师长期合作，并将国外先进的生产加工工艺和设计研发理念引入到国内，整体家居行业的产品设计研发水准得到了大幅提升。

2、信息技术应用

由于整体家居生产企业产品类别的多元性和订单结构的复杂性，信息技术的应用程度逐渐成为企业在市场竞争中胜出的关键。面对庞大的企业管理信息和生产管理数据，整体家居生产企业需要建设一套非常精细化的管理信息系统，达到流程精简、库存合理、效率提升、准确及时、生产精准和交货及时等各方面的要求。

3、制造加工能力

随着市场竞争的加剧，如何提高生产效率、提高板材利用率、降低出错率，

已成为整体家居生产企业最迫切解决的问题之一。行业内企业正采用自动化程度越来越高的生产设备，达到提高生产效率和产品质量的目的，另外，整体家居生产企业开始完善生产组织形式，采用更加科学合理的生产组织流程，实现原材料的节省和生产效率的提升，从而推动整个行业制造加工能力的提升。

4、环保材料使用

整体家居产品全部在家庭中使用，与消费者的日常生活息息相关。近年来随着国家和公众对环保日益重视，业内企业对消费者健康和一线生产工人身体健康也投入更多关注，在原材料选择、制作过程、加工工艺等方面越来越关注环保性能，如 E0 级板材、瑞好 ABS 封边条的使用。整体家居企业需要不断提高原材料标准，开发新的技术工艺，研发新的环保材料以适应日益提高的环保要求，确保消费者和生产工人的身体健康。

5、专业安装能力

2013 年 9 月，我国正式出台了《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：家居销售组织应向顾客明示服务承诺，建立完善的配送安装和售后服务措施；家居用品制造商提供的有关商品的安装使用保养说明等文件应具有可操作性；对于定制家居用品，家居销售组织应提供测量、安装和使用规范，明确质保期，有关收费应明码标价；涉及到家居装饰装修工程的商品，应提供安装或协助顾客安装等。

目前，整体家居行业较规范的品牌企业越来越重视安装服务水平的提升，并通过员工培训、岗位资格认证、制定安装服务流程和规范、客户满意度回访等多种方式不断提升安装服务水平。品牌企业对于安装服务的努力也带动了行业整体安装服务能力的提升。

（八）行业经营模式和行业周期性、区域性和季节性

1、行业的经营模式

整体家居产品以“量身定制”为核心，因此，生产模式上，本行业主要采用单一订单生产的方式，企业接受订单以后，通过手工方式、信息手段或专业软件

将订单拆分为各种组件，并逐一进行生产。

销售模式上，本行业主要采用直营店模式或经销商专卖店模式。

直营店模式是生产企业直接投资开设零售店面，采取纵向的管理方式，对直营店的经营活动实施统一管理。直营店模式的优点是生产企业可以更加有效地控制渠道，贯彻公司的发展战略；缺点是直营店的投入大、见效慢，后续管理成本较高。

经销商专卖店模式是生产企业将自己所拥有的品牌、商标等授予经销商使用，并适时给予经销商人员培训、经营管理等方面的帮助，由经销商设立专卖店销售企业生产的产品，并由经销商自行承担经营风险。经销商专卖店模式的优点是企业可以充分利用经销商的经验和社会资源，快速建设销售渠道，有利于企业迅速扩大市场份额；缺点是公司对经销商管理难度较大，经销商配合公司战略和政策的执行力难以得到保证。

2、行业的周期性、区域性或季节性特征

（1）行业的周期性

整体家居行业处于行业快速发展的初期，市场基数小、发展空间巨大，因此，行业在现阶段不存在周期性问题。但宏观经济发展周期、国民收入及消费者消费理念的变化会对整体家居行业产生一定的影响。

（2）行业的区域性

在生产领域和消费领域，整体家居行业没有明显的区域性特征。

（3）行业的季节性

整体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有关，同时，由于我国幅员辽阔，气候差异大，因此季节性与地域分布也存在一定的关联性。

根据公司多年的经验来看，东北、西北、新疆、西藏等地区每年 1 月至 2 月、6 月至 8 月属于淡季，每年 3 月至 5 月、9 月至 12 月属于旺季。华东、华北、华中、西南、东南、华南等地区每年 6 月至 8 月属于淡季，每年 3 月至 5

月、当年 9 月至次年 1 月属于旺季。综合来看，公司下半年的收入占比较大，2014 年、2015 年和 2016 年，公司下半年的主营业务收入占全年主营业务收入的比分别为 59.94%、58.71%和 59.73%。

（九）本行业与上、下游行业之间的关联性

整体家居行业的上游行业为人造板制造业（以中纤板、刨花板为主）、五金配件行业、建材行业和陶瓷加工行业，下游为商品住房购买者、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。

1、本行业与上游行业的关联性

整体家居行业与上游行业关系密切，目前上游行业基础扎实、行业工艺较成熟，能够持续稳定地提供设备和原辅材料，满足本行业快速发展的需求。由于生产中纤板、刨花板、五金配件、建材及陶瓷的企业众多，产能增加较快，本行业企业对其依赖性较小。同时，本行业内知名企业由于需求量大，具有很强的议价能力，可以从一定程度上消除上游行业波动造成的不利影响。

2、本行业与下游行业的关联性

整体家居行业的下游为商品住房购买者、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。整体家居行业尚处于行业快速发展的初期，市场基数小、发展空间巨大，因此，本行业现阶段受下游行业周期性的影响较小。

同时，我国城镇化建设正在稳步推进之中，城市住房的刚性需求没有减弱，政府也会适时出台相关政策平抑房地产行业的市场波动，因此，长期来看，房地产行业的波动对本行业的影响较小。

三、公司在行业中的竞争地位

（一）公司在行业中的地位

公司主要从事整体橱柜、整体衣柜、整体卫浴和定制木门等定制化整体家居产品的个性化设计、研发、生产、销售和安装服务。公司在整体橱柜领域一直保

持行业龙头地位，并在整体衣柜、定制木门领域取得显著增长，在整体家居行业中具有较高的知名度与影响力。

公司在上世纪九十年代率先将欧洲“整体厨房”概念引入中国，开创了我国工业化生产现代厨柜的先河。2014年，公司销售整体厨柜 33.58 万套，实现销售收入 34.29 亿元；2015年，公司销售整体厨柜 39.49 万套，实现销售收入 38.45 亿元；2016年，公司销售整体厨柜 45.72 万套，实现销售收入 43.69 亿元。截至 2016 年末已发展整体厨柜经销商 1,488 家，专卖店 2,088 家，通过公开信息比较，公司在销售量、经销商规模等指标上均大幅领先于科宝·博洛尼、志邦厨柜、金牌厨柜等国内主要竞争对手。

报告期内，公司依托在品牌、渠道、生产、制造、人才等方面的优势，在整体衣柜领域取得迅猛发展。报告期内，公司整体衣柜的销售收入分别为 9.92 亿元、13.37 亿元和 20.22 亿元，2014-2016 年复合增长率达到 42.74%，整体衣柜业务已成为公司重要的盈利增长点。

（二）主要竞争对手情况

公司在整体厨柜领域和整体衣柜领域的主要竞争对手如下表所示：

竞争对手简称	竞争对手的简要情况
整体厨柜领域	
德国柏丽厨具	德国柏丽厨具成立于 1945 年，是欧洲最大的厨柜生产企业之一。1997 年正式进入中国，中国总部位于上海市，致力于为中国的高端家庭带来一种生活方式的改变与提升。
科宝·博洛尼	科宝·博洛尼成立于 1992 年，总部位于北京市。1999 年进入整体厨柜行业，定位于国内的高端品牌，突出品牌文化建设和生活方式推广，以产品风格设计见长，采取与高端整体家装相结合的营销路线。
志邦厨柜	志邦厨柜股份有限公司成立于 1998 年，总部位于安徽省合肥市，是集产品研发、生产、销售为一体的专业化厨柜企业。2015 年营业收入 118,841.51 万元，净利润 13,238.23 万元。截至 2015 年 12 月 31 日，共有经销商 921 家，专卖店 1,146 家，直营店 14 家。
金牌厨柜	厦门金牌厨柜股份有限公司成立于 1999 年，总部位于福建省厦门市，致力于为消费者提供高品质的整体厨柜、厨房电器、厨具产品和厨房食品。目前在全

	国 700 多个大中城市设有近 1,000 家品牌专卖店，有厦门、北京、上海、广州、深圳等 13 个直营分公司。
整体衣柜领域	
索菲亚	索菲亚家居股份有限公司成立于 2003 年，总部位于广东省广州市，是一家专注于定制衣柜及其配套定制家具的研发、生产和销售的高新技术企业，于 2011 年 4 月在深圳证券交易所上市。2015 年营业收入 317,623.44 万元，净利润 45,189.03 万元。截至 2015 年 12 月 31 日，共有经销商 950 多家，专卖店近 1,600 家。
顶固	广东顶固集创家居股份有限公司成立于 2002 年 12 月，总部位于广东省中山市，主要产品包括五金、门业、衣柜，在全国拥有北京、中山、成都、昆山四个制造基地。2015 年营业收入 57,567.83 万元，净利润 1,887.62 万元，截至 2015 年 12 月 31 日，共有标准化终端门店 1,023 家。
好莱客	广州好莱客创意家居股份有限公司成立于 2002 年，总部位于广东省广州市，致力于整体衣柜领域的发展，于 2015 年 2 月在上海证券交易所上市。2015 年营业收入 108,198.21 万元，净利润 16,243.97 万元，截至 2015 年 12 月 31 日，共有经销商 926 家，专卖店 1,174 家。
尚品宅配	广州尚品宅配家居股份有限公司成立于 2004 年，总部位于广东省广州市，是一家引入全新数码技术和独特营销模式的整体定制家居企业，产品包括厨柜、衣柜、书柜等定制家具。截至 2015 年 12 月 31 日，尚品宅配在广州、上海、北京、南京、武汉、长春、厦门拥有 70 多家直营店，专卖店超过 900 家。

（三）公司的竞争优势

1、品牌优势

多年以来，公司以品牌建设为核心，以顾客价值为中心，以产品质量为保障，坚定不移地推动名牌战略，全面推进“欧派”品牌的建设。

目前，“欧派”品牌在广大消费者心目中已有相当的知名度和影响力，并正逐渐转化为美誉度和信任度，“有家 有爱 有欧派”的广告语已经深入人心。

“欧派”品牌以其深厚的文化底蕴、良好的品牌形象获得众多消费者的认同，公司为我国整体家居行业内同时获得“中国名牌产品”和“中国驰名商标”的企业，2005 年和 2011 年“欧派”整体厨柜被认定为“广东省名牌产品”，2007 年“欧派”整体厨柜荣获“中国名牌”，2009 年“欧派”商标被国家工商总局认定为“中国驰名商标”，2014 年，欧派整体衣柜被认定为“广东省名牌产品”，

2015年，“欧派”品牌被授予2014年广东泛家居领域最具价值十强品牌。2016年，公司被授予“中国品牌价值500强”和“中国行业标志性品牌”证书。

近几年公司所获主要荣誉如下：

序号	时间	评定/授予单位	认证/获奖名称
1	2005年/2011年	广东省名牌产品评价中心	广东省名牌产品
2	2007年	国家质量监督检验检疫总局	中国名牌产品
3	2009年	国家工商行政管理总局商标局	中国驰名商标
4	2009年	中国家具协会	中国厨房家具20年突出贡献奖
5	2011年	广东省经济和信息化委员会	广东省优势传统产业转型升级示范企业
6	2011年/2014年	广东省科学技术厅、财政厅、国税局、地税局	高新技术企业
7	2012年	全国工商联家具装饰业商会	中国家居业（11-12）双年总评榜十大建材品牌
8	2012年/2013年	中国建筑装饰协会	中国橱柜绿色环保产品
9	2013年	全国工商联家具装饰业商会、衣柜专业委员会	中国家居行业产品设计金奖
10	2014年	广东卓越质量品牌研究院	广东省名牌产品
11	2015年	广东省家居业联合会、广东省家具商会	2014年广东泛家居领域最具价值十强品牌
12	2015年	全国工商联家具装饰业商会	中国家居业（13-14）双年总评榜十大建材品牌
13	2015年	广州市人力资源和社会保障局 广州市总工会 广州市企业联合会/企业家协会 广州市工商业联合会	广州市劳动关系和谐企业AAA级
14	2016年	广东卓越质量品牌研究院	2015年广东省名牌产品“网络人气之星”
15	2016年	《品牌观察杂志社》、 中国品牌价值500强评审委员会	中国品牌价值500强证书
16	2016年	《品牌观察杂志社》、 中国行业标志性品牌评审委员会	中国行业标志性品牌证书
17	2016年	广州市工商行政管理局	广州市著名商标 oppein/欧派：餐具柜，家具（衣柜）
18	2016年	广州市工商行政管理局	广州市著名商标 oppein/欧派：厨房用抽油烟机，沐浴用设备
19	2016年	广东卓越质量品牌研究院	2015年广东省名牌产品“网络人气之星”

序号	时间	评定/授予单位	认证/获奖名称
20	2016 年	中国品牌价值 500 强评审委员会	中国品牌价值 500 强证书
21	2016 年	中国行业标志性品牌评审委员会	中国行业标志性品牌证书
22	2016 年	广东省先进家居行业研究院	2015 年度广东家居行业知识产权创新标杆企业
23	2016 年	中共广州市白云区委员、广州市白云区人民政府	广州市白云区 2015 年度经济贡献突出奖
24	2016 年	广州市工商联、广州市工商会	2011-2016 年度积极贡献企业
25	2016 年	广东省家具商会、广东省家居业联合会	首届中国家居行业匠心奖
26	2016 年	广州市工业和信息化委员会	市级工业设计中心

2、营销服务网络优势

整体家居产品的个性化设计需求和专业化安装服务需求，决定了营销服务网络是公司发展和品牌建设的核心。

公司自成立以来，以合作共赢为理念，依据相关的经销商管理制度、专卖店管理制度、经销商价格管理办法、区域市场分类定级办法、经销商经营管理综合评估办法、欧派家居代理招商管理办法、欧派家居终端用户投诉及售后服务管理办法等相关制度，建立了与欧派集团紧密合作、共同成长、遍布全国的整体家居行业内规模最大的营销服务网络。截至 2016 年 12 月 31 日，公司已经发展经销商 3,331 家，专卖店 4,710 家，直营店 19 家。经销商专卖店和公司直营店构成的销售网络已拥有超过 4 万名的专业设计人员和服务人员。

同时，公司拥有 155 名优秀的培训师，约 2,189 平方米的培训教室和模拟厨房训练场所，以及完善的网络学习平台（包括视频学习、考试认证等），为经销商、专卖店员工提供强大的培训服务支持。公司自主研发各类专业课程 1,600 多个，针对导购、设计、安装、经理和经销商等各类人员进行全方位的培训、考核，公司每年举办各类培训 3,700 余场，经销商和专卖店人员参训达 4 万多人次。经过多年的实践和努力，公司已经形成整体家居行业内较为成熟和先进的培训模式，一方面满足了经销商的多样化培训需求，另一方面可以吸引众多优秀培训人才加盟，持续为经销商提供优质的培训服务。强大的培训服务支持成为公司保持营销服务网络优势的重要支撑。

3、技术和产品创新优势

公司整体厨柜、整体衣柜、整体卫浴和定制木门均设有产品规划与研发部、工艺部，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，均建立了完善的产品规划和研发管理体系。公司坚持以创新促发展，不断自主研发，推陈出新，坚持不懈地研发技术含量高的新产品、新材料、新工艺、新技术，鼓励和支持公司科研人员参加标准组织及标准起草活动，以提升企业的技术水平和竞争力，使公司的创新技术水平始终处于行业前列。截至 2016 年 12 月 31 日，公司及下属子公司共拥有国家知识产权局授权专利 133 项，其中绝大部分已经应用于公司现有产品。

公司拥有资深的设计师队伍和行业先进的设计理念，研发和设计实力在国内同行业中处于前列。经过多年努力，公司设计、开发团队从众多个性化定制整体家居产品和客户多样化需求中，提炼并设计了尊贵系列、经典系列和时尚系列三种风格的整体厨柜、整体衣柜、整体卫浴和定制木门产品，组成了满足不同消费群体需求的产品矩阵，为整体家居产品的规模化、标准化生产打下了坚实的基础。

4、生产制造优势

公司拥有亚洲规模最大的整体厨柜制造基地，并拥有先进的整体衣柜生产基地。公司引进了德国豪迈柔性生产线，产品制造过程实现自动化、信息化和精细化，确保公司产品在设计、开料、裁切、处理、装配、运输、安装等每一环节。

公司自主研发的订单排产系统，能够以一个批次的生产容量为单位，不限类型和尺寸，为同批次板材制定科学的裁板方案，最大限度地提高每一块板材的使用率，使板材利用率达到 90%以上；公司板材排孔采用全自动数控系统，实现自动生成、自动识别、自动钻孔，解决了制约整体家居行业定制化生产的最大瓶颈。同时，公司具备完善的生产管理制度和生产工艺流程，以及优秀的工艺技术人员和专业的技术工人队伍。

5、信息化优势

公司以 **Oracle** 为数据基础平台，实现产品管理电子模数化、产销工艺执行同步化、产销连接无缝实时电子化，并利用信息化技术使产业链形成完全衔接，

实现资源的充分利用和全面共享。公司产品从产品设计、订单形成、订单审核、订单报价、订单扣款、订单排产、组织生产、成品出货等全面实现了信息技术的应用，客户在欧派经销商专卖店或者直营店店内确定设计方案，然后通过电子信息平台传送到公司，即时生成 BOM 清单，订单的审价、扣款、排产、加工等每一环节均能在电子信息平台进行显示。

信息技术的应用源于公司长期不断的摸索、研究和优化。公司充分发挥了信息技术的渗透性和创新性优势，在生产和服务的各个环节不断提高自动化、智能化水平，提高产品质量，缩短生产周期，提升产能规模。公司结合多年运行信息化积累，与软件合作方共同研发了一套符合自身精细化管理和柔性生产要求的软件系统，并进行持续完善，使公司信息化水平始终保持行业先进水平。

6、经营团队和管理优势

公司的管理团队，特别是核心管理层在整体家居行业有着丰富的行业经验，对行业的特点有着深刻的了解，对本行业的发展动态有着准确的把握，对行业人才的招聘、引进、培养、激励等有着自身独到、系统的方法。

（四）公司的竞争劣势

与国际知名整体家居企业相比，公司在品牌影响力、技术研发、业务规模、资本实力等方面都存在一定的差距，公司需进一步提高各方面的实力，以增强国际竞争力。

四、公司主营业务的具体情况

（一）主营产品及特点

公司产品包括整体厨柜、整体衣柜、整体卫浴、定制木门等，各产品主要分为尊贵系列、经典系列和时尚系列，组成了满足不同消费群体需求的产品矩阵。公司主要产品如下：

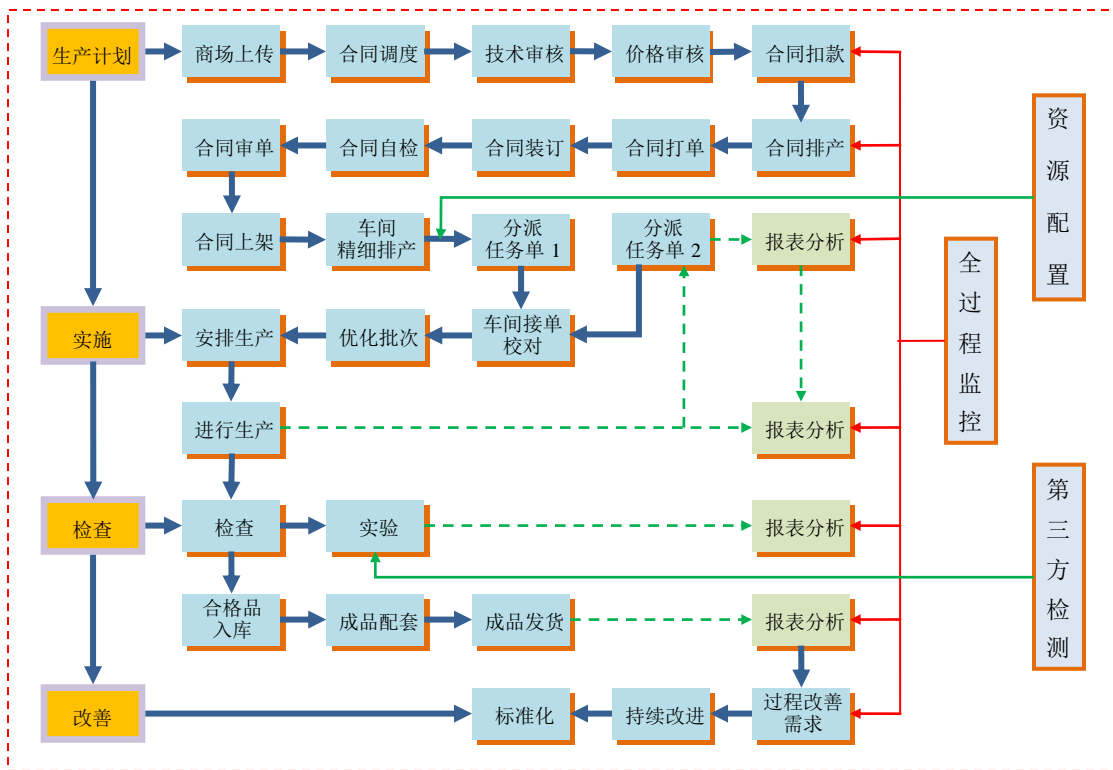
类别	产品图示	
整体厨柜		
整体衣柜		
整体卫浴		
定制木门		

(二) 产品生产过程及主要工艺流程

1、产品生产的整体流程

公司主要经营的整体厨柜、整体衣柜、整体卫浴和定制木门等产品全部采用订单式生产模式，“量身定制”是公司业务模式的核心。

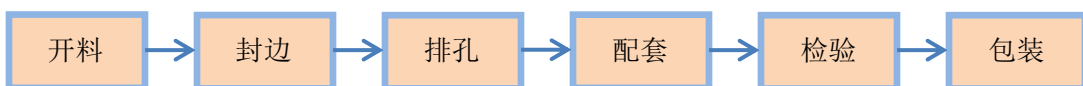
直营店或专卖店工作人员根据房间布局、客户需求、个性设计等确定订单方案，公司根据订单内容组织生产，公司产品均定制生产，直营店或经销商不需要提前储备库存商品。产品生产整体流程如下：



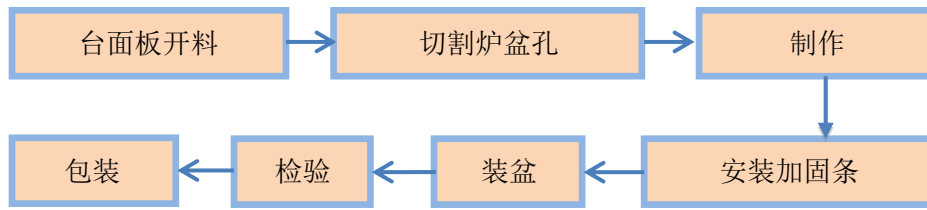
2、主要产品的工艺流程

公司主要产品的工艺流程包括柜身生产工艺流程、台面生产工艺流程、门板生产工艺流程、趟门生产工艺流程，具体如下：

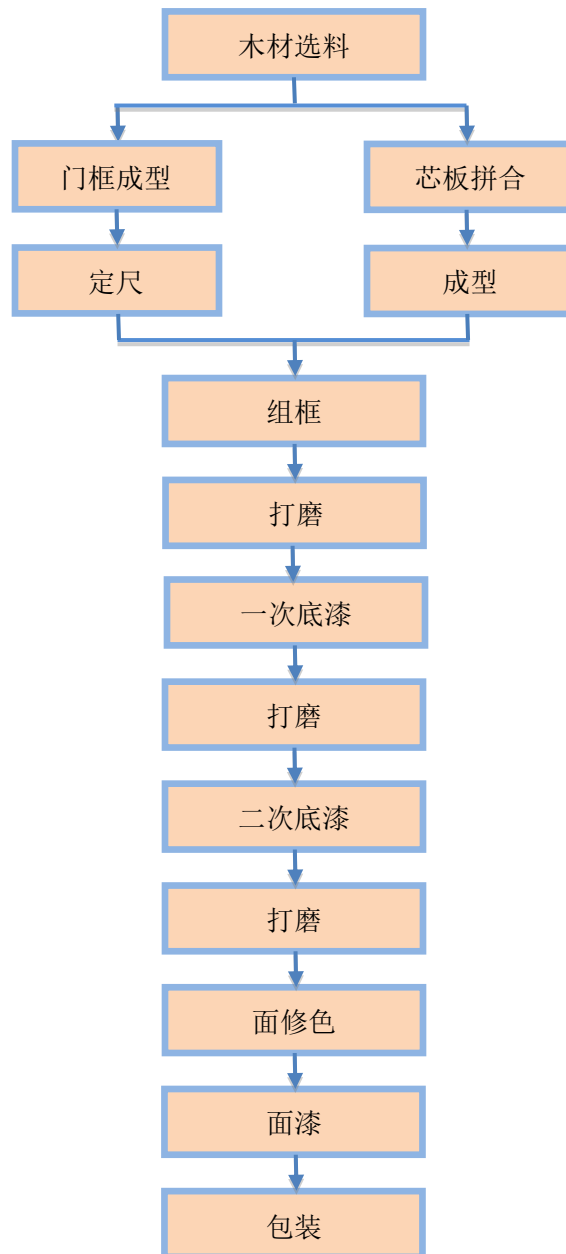
(1) 柜身（整体厨柜、整体衣柜、整体卫浴）生产工艺流程



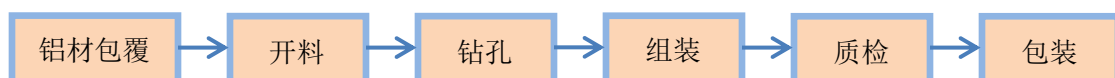
(2) 台面（整体厨柜、整体卫浴）生产工艺流程



(3) 实木门板（整体厨柜、整体衣柜、整体卫浴）生产工艺流程



(4) 趟门（整体衣柜）生产工艺流程



（三）主要经营模式

公司采取纵向一体化的业务模式，覆盖从品牌建设、设计开发、原料采购、生产制造到产品销售等各个环节，实现对整个产业链的有效控制。

1、采购模式

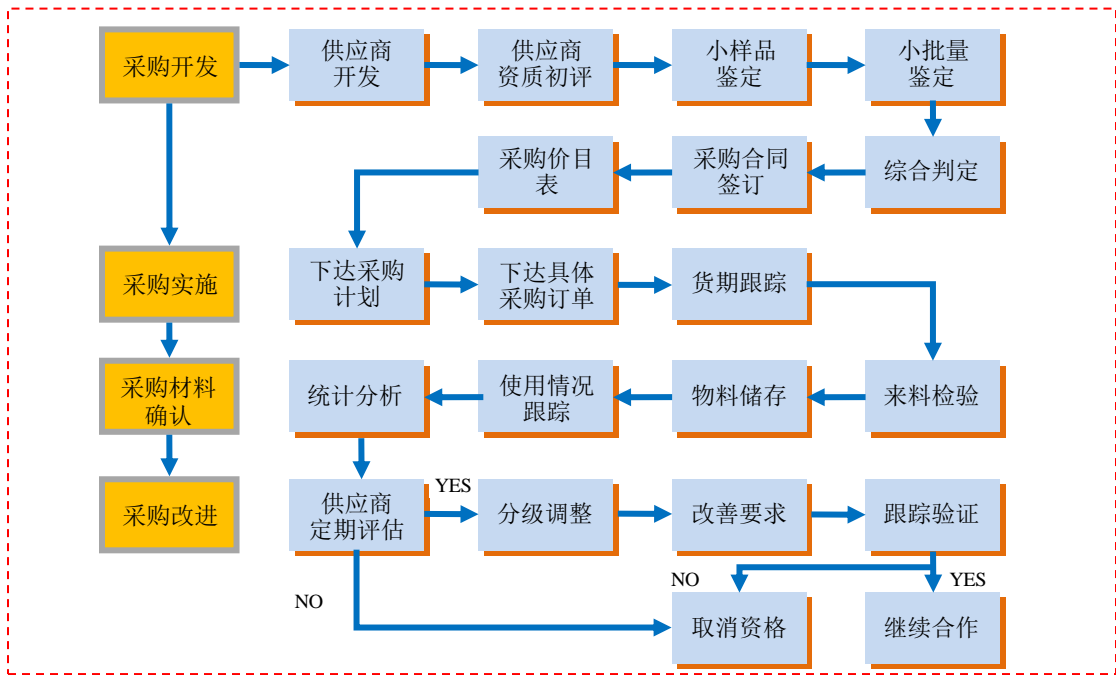
公司与采购相关的部门包括供应链管理部、公司及下属子公司各采购执行部门、质量部和供应链稽核支部，其中供应链管理部负责供应商选择、开发和商务洽谈（合同、价格确认）；采购执行部门负责执行采购行为、验收结算；质量部负责来料检验；供应链稽核支部负责对采购全过程涉及的各个部门进行日常化重点审计监察。

供应链管理部制定了完备的采购制度，生产部门将物料用量进行分类汇总，由公司进行集中采购，从而发挥采购的规模优势，实现各个业务板块同种物料同一供应渠道；对于年度用量达到一定规模的物料和设备，公司采用现场招标的方式，向符合欧派集团供货资质的供应商发出招标邀请，通过现场招标实现优中选优，达到预期采购目标。

同时，公司与供应商采取竞争性定价策略，与合格资质的供应商签订合同时，公司会与该供应商签订采购价格最惠协议条款，如欧派集团有证据证实未享受供应商“最惠公司”待遇，欧派集团有权取消该供应商的供应商资格。

报告期内，公司供应商超过 1,000 家，其中板材供应商主要为 Metro，功能五金件供应商主要为百隆，其他供应商主要集中在我国江浙地区和珠三角地区。

欧派集团采购流程图如下：



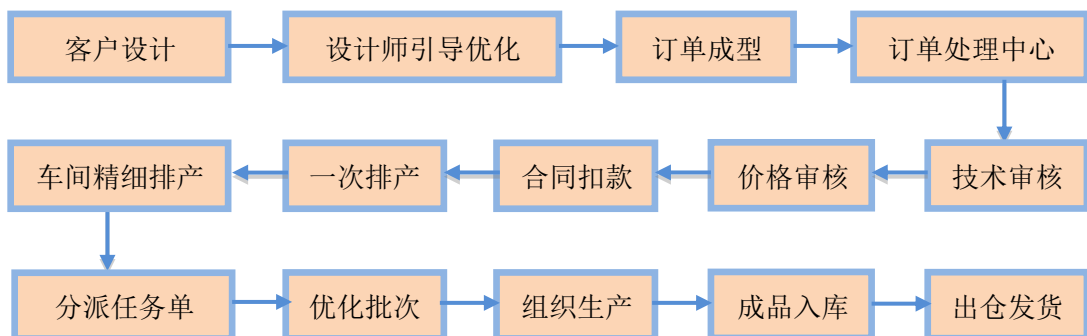
2、生产模式

公司的生产模式主要分为两种：一种是自行生产模式；另一种是 OEM 模式。

(1) 自行生产模式

自行生产是指公司自行采购原、辅材料，全部工序都利用自有的生产场地和生产设备进行生产，最后将生产的产品进行销售的生产方式。自行生产模式是公司的主要生产模式，公司的整体厨柜、整体衣柜、整体卫浴、定制木门均为自行生产，在生产实施过程中，公司实施全面质量管理，通过对原辅材料供应商的资质评估、现场随机抽检、原辅材料到货检验以及生产过程各工段的产品检验，确保生产全过程的产品质量。

公司自行生产主要流程示意图如下：



主要环节	情况介绍
客户设计	客户可以参考畅销款式设计符合自家尺寸的产品，也可以按照自身的意愿和需求设计个性化产品，还可以由专业设计人员为其量身定做
设计师引导优化	经公司培训的设计师引导客户对设计进行优化，使客户的设计更加科学、安全、美观、大方、整洁
订单成型	客户与经销商对设计方案、价格达成一致，客户确认、订单成型
订单处理中心	利用公司自行开发的软件系统，实时生成 BOM，按照产品生产车间、工序流程等规则自动生产任务单，并结合时段生产，任务单又分为标准件和非标准件，对非标件进行排序和优化，使板材利用率达到 90%以上
技术审核	专业技术人员对客户设计方案的加工工艺是否合理进行审核，确定非标加工材料、尺寸、工艺等
价格审核	对订单自动报价进行价格审核，确定价格，确保经销商定价符合公司的相关制度
合同扣款	经销商进行全额付款，客户对专卖店和直营店进行全部付款或部分付款
一次排产	对订单进行一次排产，排定总体时间
车间精细排产	对订单拆分后的任务单进行精细排产，根据车间产能、产品结构比例、工序流程、材料供应等排定精细计划，确定具体的计划需求达成和不同产品同步达成的节点
分派任务单	将任务单分派给各生产车间
优化批次	根据车间情况对任务单进行优化
组织生产	实施工艺、生产
成品入库	加工、生产完成后，将成品送入仓库
出仓发货	根据产品对应的订单信息，通过物流公司将产品发给各经销商或直营店

广州市内直营店的客户由公司安排专业安装人员上门安装；除广州市以外的全国其他地区，公司将产品发给相应的经销商后，由经销商的专业安装人员负责上门安装，按照产品图和说明书对客户定制的产品进行标准化安装。安装完毕后，进行自检，检查合格后由客户进行验收并填写验收单。

产品安装完成后，直营店或专卖店的客服（售后）人员需对客户进行电话回访，调查客户对产品质量和服务情况的反馈，跟进客户的反馈意见或建议并进行针对性的改善；产品出库一个半月后，欧派集团总部客服中心会对客户进行短信回访或电话回访，调查客户对产品质量和服务的满意度，对客户反馈的问题转相关责任部门跟进处理。

（2）OEM 模式

OEM 生产，即代工生产，是指品牌生产者不直接生产产品，而是利用自身掌握的核心技术进行设计、开发，由自己的销售渠道进行销售，具体加工任务通过合同订购的方式委托其他厂家生产，自己对委托生产产品的质量进行严格把关。

1) OEM 模式涉及产品类型

OEM 是公司的辅助生产模式，公司 OEM 产品主要为整体厨柜和整体卫浴产品的组成部件，并未涉及整套产品的全生产流程。相关 OEM 部件早已实现专业化、标准化、规模化生产，在珠三角、长三角等公司主要生产基地区域内的优质生产厂商众多，可为公司提供稳定、可靠、批量化、定制化的解决方案。公司 OEM 模式涉及主要产品为：

①整体厨柜组成部件：厨房电器中的消毒柜、烤箱、净水器、纯水机、微波炉、吸油烟机、炉具、水槽、拉篮等及厨柜台面；

②整体卫浴组成部件：卫浴产品中的蒸汽淋浴房、浴缸、陶瓷洁具、龙头、花洒、卫浴挂件等；

③墙饰产品中的壁纸。

2) OEM 生产模式仅为公司辅助生产模式的情况说明

①公司对部分配套产品采用 OEM 生产模式的原因

A、迅速提高产能和订单响应能力

整体厨柜市场正逐步提高厨房电器的配套比例，而公司自有厨房电器产能提升需要一定时间，采用 OEM 模式可迅速提高公司厨房电器的产能规模和订单响

应能力，更好更快地为客户提供厨房一体化解决方案。

B、快速拓展整体家居行业中的墙饰、卫浴市场

OEM 模式有利于节约资本投入，为公司在资金实力、人才和管理资源等受限的情况下介入上述市场提供条件。借助 OEM 模式解决整套产品的配套部件问题，可以使公司聚焦于设计开发、品牌维护和营销网络扩张等方面，不断提升核心竞争力，强化市场领导能力。另外，通过与 OEM 厂商的合作，公司也间接获得了墙饰、卫浴等市场的运营经验，为公司后续的业务拓展和快速发展奠定基础。

C、避免新建配套产品线的经营风险

相关 OEM 部件早已实现专业化、标准化、规模化生产，在珠三角、长三角等公司主要生产基地区域内的优质生产厂商众多，可为公司提供稳定、可靠、批量化、定制化的解决方案。若公司自建该等配套部件生产线将大量增加相关厂房、设备等固定资产投资，库存规模加大，资金周转速度减缓。通过 OEM 模式解决配套产品问题可有效降低公司的经营风险。

②OEM 生产模式的具体情况

公司生产销售整体厨柜、整体衣柜、整体卫浴产品的核心在于品牌形象、产品设计、营销服务、技术创新、柔性生产能力、产品质量、定制化生产的信息系统等诸多方面。

公司 OEM 生产模式涉及的产品主要为厨房电器中的消毒柜、烤箱、净水器、纯水机、微波炉、吸油烟机、炉具、水槽、拉篮等配件和厨柜台面；整体卫浴产品中的蒸汽淋浴房、浴缸、陶瓷洁具、龙头、花洒、卫浴挂件等。上述 OEM 配套产品均为充分市场竞争领域、可替代性较强，且主要为标准化产品，易于进行批量生产和批量采购。OEM 配套产品不涉及公司核心竞争能力，公司对 OEM 生产代工企业不存在重大依赖。

公司对配件 OEM 厂商的资质和市场评价进行全面了解，进而进行严格筛选，对相关配件的原材料、质量、生产效率和交货时间进行严格控制，确保产品质量和交期达到公司统一要求。同时，公司对配件 OEM 厂商的售后服务提出严格要求，一旦相关产品出现问题，必须迅速做出反应并及时采取纠正措施。双方必须

保持顺畅的沟通，积极沟通相关市场信息、服务反馈以及产品新动向等。

基于以上情况，OEM 生产模式主要针对整体厨柜、整体卫浴产品中的部分配套产品，可替代性强，未构成公司的整体家居产品生产销售的核心部分，仅为公司生产过程中的辅助部分。

3) OEM 代工厂商名称、代工内容及其在公司产品中的具体环节

OEM 代工厂商名称、代工内容及其在公司主要产品中的具体环节如下表所示：

序号	代工厂商名称	代工产品	生产环节或应用产品
1	宁波安佳卫厨电器有限公司	消毒柜、烤箱、洗碗机	整体厨柜
2	中山市天隆燃具电器有限公司		
3	深圳市菲德实业有限公司		
4	中山市森耐电气有限公司		
5	中山市柠檬环境科技有限公司	净水器、纯水机	
6	宁波市清清环保电器有限公司		
7	深圳晶石电器制造有限公司	微波炉	
8	宁波市万茂电器有限公司	吸油烟机	
9	中山市日顺厨卫有限公司		
10	广东威霖电器有限公司		
11	宁波市万茂电器有限公司	炉具	
12	中山市天隆燃具电器有限公司		
13	深圳市菲德实业有限公司		
14	中山市新田五金有限公司	水槽	
15	珠海普乐美厨卫有限公司		
16	佛山市溢阳塑料电器有限公司		
17	中山市天河厨卫有限公司		
18	广州耐创家居用品有限公司		
19	蓬莱市华升电子有限公司	厨柜台面	
20	广东中旗新材料科技有限公司		
21	深圳市富力建材有限公司		
22	上海希瑞恺萨国际贸易有限公司		
23	佛山市高明金石建材有限公司		
24	江西省丽思顿实业有限公司		
25	广州戈兰迪新材料股份有限公司		
26	佛山德赛斯建材有限公司		
27	高新区腾飞装饰材料厂（普通合伙）		
28	杜邦贸易（上海）有限公司		
29	上海项美新材料科技有限公司		

30	中山市阿特斯蒂五金科技有限公司	拉篮	
31	中山市新田五金有限公司		
32	中山市新粤利实业有限公司		
33	广州市华氏五金电器有限公司		
34	佛山市顺德区悍高五金制品有限公司		
35	佛山市南海万斯敦卫浴有限公司	蒸汽淋浴房、浴缸、陶瓷洁具	
36	佛山市南海桑尼亚卫浴洁具有限公司		
37	广州市哈泳雅桑拿设备有限公司		
38	佛山市南海韩品卫浴有限公司		
39	佛山东鹏洁具股份有限公司		
40	佛山市新明珠卫浴有限公司		
41	任丘市喜彪洁具有限公司		
42	唐山中陶卫浴制造有限公司		
43	佛山市高明加美勒洁具有限公司		
44	厦门科牧智能技术有限公司		
45	开平市南珠卫浴科技有限公司		
46	开平市英朗卫浴有限公司		
47	福建省天力卫浴科技有限公司		
48	珠海威锦卫浴设备有限公司		
49	贝朗（中国）卫浴有限公司		
50	开平市雅致卫浴有限公司		
51	江门市烜鼎卫浴实业有限公司		
52	雅鼎创意家居股份有限公司		
53	开平市水口镇尚雅卫浴制品厂		
54	珠海普乐美厨卫有限公司	壁纸	墙饰产品
55	杭州尊尚壁装饰材料有限公司		
56	江苏金戈炜业环保科技股份有限公司		
57	北京特普丽装饰装帧材料有限公司		
58	北京德瑞壁纸有限公司		
59	广州市盛万装饰材料有限公司		
60	浙江雅琪诺装饰材料有限公司		
61	莹颐贸易（上海）有限公司		
62	桂林威迈壁纸有限公司		
63	杭州亚马逊壁纸有限公司		
64	浙江爱漫时壁纸有限公司		
65	浙江维涅斯装饰材料股份有限公司		
66	珠海新丽墙纸有限公司		
67	上海墙尚装饰材料有限公司		

4) 报告期内公司对主要代工厂商的采购情况

①2014 年前十大代工企业、代工产品的数量和金额

单位：万元

序号	代工企业名称	代工产品	数量(台/套)	金额	占采购总额比例
1	宁波市万茂电器有限公司	吸油烟机、炉具	475,056	13,238	30.07%
2	中山市天隆燃具电器有限公司	炉具、烤箱、消毒柜	161,520	8,230	18.69%
3	宁波安佳卫厨电器有限公司	消毒柜、烤箱	81,477	5,010	11.38%
4	中山市新粤利家居用品有限公司	拉篮	234,315	2,362	5.37%
5	开平市南珠卫浴科技有限公司	龙头、花洒、卫浴挂件	152,055	1,926	4.37%
6	开平市英朗卫浴有限公司	龙头、花洒、卫浴挂件	163,318	1,827	4.15%
7	深圳市诚德来实业有限公司	净水器、纯水机	46,438	1,468	3.33%
8	深圳晶石电器制造有限公司	微波炉	32,591	1,411	3.21%
9	江门市炬鼎卫浴实业有限公司	龙头、花洒、卫浴挂件	46,370	887	2.01%
10	中山市日顺厨卫有限公司	吸油烟机	33,774	854	1.94%
合计			-	37,213	84.53%

②2015年前十大代工企业、代工产品的数量和金额

单位：万元

序号	代工企业名称	代工产品	数量(台/套)	金额	占采购总额比例
1	宁波市万茂电器有限公司	烟机、炉具	497,989	14,879	19.55%
2	中山市天隆燃具电器有限公司	炉具、烤箱、消毒柜	170,271	8,373	11.00%
3	中山市新田五金有限公司	拉篮、水槽	512,866	7,218	9.48%
4	蓬莱市华升电子有限公司	厨柜台面	202,817	6,949	9.13%
5	广东中旗新材料科技有限公司	厨柜台面	205,050	5,865	7.71%
6	宁波安佳卫厨电器有限公司	消毒柜、烤箱	72,242	4,444	5.84%
7	中山市新粤利家居用品有限公司	拉篮	283,954	3,039	3.99%
8	开平市南珠卫浴科技有限公司	龙头、花洒、卫浴挂件	201,634	3,006	3.95%
9	江西省丽思顿实业有限公司	厨柜台面	50,136	2,890	3.80%
10	开平市英朗卫浴有限公司	龙头、花洒、卫浴挂件	203,786	2,256	2.96%
合计			-	58,919	77.42%

③2016年前十大代工企业、代工产品的数量和金额

单位：万元

序号	代工企业名称	代工产品	数量(台/套)	金额	占采购总额比例
1	宁波市万茂电器有限公司	烟机、炉具	257,897	6,432	15.30%
2	中山市天隆燃具电器有限公司	炉具、烤箱、消毒柜	61,427	3,151	7.50%
3	蓬莱市华升电子有限公司	厨柜台面	89,620	2,841	6.76%
4	中山市新田五金有限公司	拉篮,水槽	229,285	2,681	6.38%
5	宁波安佳卫厨电器有限公司	消毒柜、烤箱	37,739	2,278	5.42%

6	广东中旗新材料科技有限公司	厨柜台面	38,823	2,017	4.80%
7	开平市英朗卫浴有限公司	龙头、花洒、卫浴挂件	109,013	1,147	2.73%
8	开平市南珠卫浴科技有限公司	龙头、花洒、卫浴挂件	83,383	1,141	2.71%
9	峰峰矿区诚信物资有限责任公司	餐具	98,786	1,089	2.59%
10	深圳市富力建材有限公司	厨柜台面	26,090	993	2.36%
合计			-	23,770	56.56%

如上表所示，公司主要 OEM 供应商较为稳定；报告期内，随着公司销售规模扩大，公司对前十大 OEM 供应商的采购金额相应提高，但在公司 OEM 供应商逐步分散的情况下，公司对前十大 OEM 供应商的采购金额占各期采购总额的比例逐步降低。公司对主要 OEM 供应商不存在明显的依赖。

5) OEM 模式涉及产品的销售核算方式

①整体厨柜、整体卫浴等整体家居产品的组成部件

除壁纸可单独对外销售并进行计价核算外，其他 OEM 产品为公司整体厨柜、整体卫浴等整体家居产品的组成部件，与整套的整体厨柜、整体卫浴产品一并对外销售，其销售计价和销售毛利均已包含在整套整体家居产品中，未单独进行计价和利润核算。在计算 OEM 业务涉及产品的销售收入时，公司将相关整套的整体厨柜、整体卫浴产品销售收入均列为 OEM 业务涉及产品的销售收入，造成 OEM 业务涉及的产品销售收入金额较大、占比较高。

②壁纸产品

欧派墙饰的经营规模较小，尚未拥有独立的批量化生产线，其对外销售的壁纸产品主要采用 OEM 模式。报告期内，欧派墙饰采购的壁纸产品金额分别为 2,209.72 万元、1,154.58 万元和 1,007.89 万元，占公司采购总额的比例均低于 1%。报告期内，欧派墙饰对外销售的综合毛利率分别为 50.49%、45.49%和 43.91%；但由于该公司经营规模较小，运营费用较高，净利率较低，报告期内，欧派墙饰的净利率分别为 8.69%、3.54%和 8.15%。总体而言，欧派墙饰尚处于业务培育过程中，在综合考虑运营成本和拓展速度的情况下，公司采用 OEM 模式解决壁纸产品生产问题，但其采购金额较小，对公司整体生产经营的影响有限。

6) OEM 业务涉及产品销售数量和销售金额

公司 OEM 业务涉及的产品主要包括整体厨柜、整体卫浴、墙纸等，相关产品的销售数量和销售金额如下：

产品类型	2016年			2015年			2014年		
	数量 (套)	金额 (万元)	占比 (%)	数量 (套)	金额 (万元)	占比 (%)	数量 (套)	金额 (万元)	占比 (%)
整体厨柜	457,248	436,081.99	62.18	394,946	384,500.67	69.35	335,774	342,920.53	72.48
整体卫浴	107,923	24,165.17	3.45	87,618	14,818.71	2.67	70,750	13,993.72	2.96
墙纸(万卷)	44.82	4,923.96	0.69	37.83	3,873.98	0.70	32.93	4,052.66	0.86

上述 OEM 业务涉及产品的主要客户为公司整体厨柜、整体卫浴、墙纸的经销商。

7) OEM 产品采购金额

报告期内，公司向 OEM 产品供应商采购的主要产品、数量及金额情况如下表所示：

产品名称	2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	采购金额 (万元)	占生产成本比例	采购金额 (万元)	占生产成本比例	采购金额 (万元)	占生产成本比例
厨房电器	41,909.38	9.39%	31,735.06	8.38%	30,275.53	8.91%
厨柜台面	19,169.13	4.30%	15,703.76	4.15%	-	-
拉篮、水槽	14,467.07	3.24%	14,625.64	3.86%	2,916.62	0.86%
卫浴	9,838.51	2.20%	11,533.34	3.04%	8,621.07	2.54%
壁纸	2,096.28	0.47%	1,154.58	0.30%	2,209.72	0.65%
寝具	7,685.46	1.72%	1,351.12	0.36%	-	-
其他	10,624.78	2.38%	1,351.12	0.36%	-	-
合计	105,790.61	23.71%	76,103.50	20.09%	44,022.95	12.95%

注：上表中的“其他”主要为锅、餐具、套刀、寝具等产品。

如上表所示，报告期内，随着公司销售规模不断扩大、整体厨柜产品的厨房电器及厨具配套率逐步提高和公司不断拓展整体卫浴、墙饰等“大家居”细分市场，公司采购 OEM 产品的金额及占生产成本的比例相应增加。另外，报告期内，公司合计采购 OEM 产品金额占当期生产成本比例未曾超过 25%，采购单一类型 OEM 产品的金额、比例较低，且已有 OEM 供应商及可选择的供应商众多，在生产销售过程中不存在对 OEM 生产模式或 OEM 供应商的依赖。

8) 代工产品质量控制措施和责任分摊

代工产品质量控制措施和责任分摊主要包括如下几个方面：

①在开发选择供应商时，组织公司技术、质量、供应链管理的相关部门人员组成联合考察小组，对目标供应商进行实地考察和验证，重点考察其质量体系、生产体系和供应体系的运作，只有考核验证结果达到公司要求，才可引入正式供货，签署采购合同；

②签署合同时，供应链管理将研发技术部门提供的采购技术标准与商务条款一并写入合同文本，由双方签字盖章后生效；

③日常生产时，质量管理部门根据实际品质控制要求选派质检员驻厂检验（常驻供应商处，定期轮岗），对生产过程中和生产完工的产品进行初步检验；

④供应商按订单交货时，公司质量管理部门按进料检验程序开展进料检验和负责供应商质量异常的改善；

⑤经过检验后，属于供应商产品质量问题造成的质量责任，将由供应商承担，属于公司加工质量问题则由公司承担。

公司募投项目主要为整体厨柜、整体衣柜和定制木门的产能扩充建设、“欧派”品牌推广项目和信息化系统技术改造项目，上述募投项目实施后，公司生产模式、采购模式、销售模式均不发生重大变化，代工产品的生产模式也不发生变化。因此，募投项目的实施对上述代工产品的生产模式不会造成重大影响。

9) OEM 产品代工价格的公允性

①公司 OEM 产品的定价方式

公司与 OEM 代工厂商的定价采取成本加成的方式，公司在对相关产品供应商的原材料价格、人工成本、生产制造费用、管理费用、运输费、各种税费以及合理利润进行调查的基础上，结合代工厂商的产品品质、生产配合能力、交货期等因素谈判确定。在 OEM 代工厂商选择和定价过程中，公司对 OEM 代工厂商的资质、规模、质量管控有完整的考核体系，每年进行评分，符合标准才能成为公司 OEM 代工厂商。公司通常选择 3 家或 3 家以上的厂商进行公开招标，并进行 3 轮以上报价，通过比价和议价形成初步询价结果，再经公司供应链管理部门、

采购部门、管理层批准后确定最终价格。

公司与 OEM 产品代工厂商约定的供货价格一般是在合同期内采用固定价格结算,但在相关价格影响因素变化达到一定幅度时,双方协商调整材料采购价格。公司选取厨房电器、拉篮、水槽、水龙头等主要 OEM 产品在报告期内的结算价格变动情况进行说明,具体情况如下:

A、合同期内采用固定价格结算的情形

报告期内,公司合同期内采用固定价格结算的主要 OEM 产品有厨房电器、拉篮、水槽、水龙头等;这些产品采购价格与合同签订期间主要材料对应的大宗商品市场价格情况如下:

a、拉篮

公司采购的拉篮类材料主要为不锈钢类产品,一般使用不锈钢 202 卷材进行生产,报告期内拉篮采购价格与不锈钢 202 卷材价格对比如下:

项目	单位	2016 年度	2015 年度	2014 年度
202 卷材-联众	元/KG	10.30	14.30	14.53
LB080WLA 拉篮 800	元/个	86.00	114.30	114.30
LD040LB 拉篮 400	元/个	98.00	145.70	145.70

注:上表中用于对比的钢材(202 卷材)的市场价格来源于中国钢材价格网;LB080WLA 拉篮 800 是由中山市新田五金有限公司供货;LD040LB 拉篮 400 是由中山市新粤利家居用品有限公司供货。

由上表可见,报告期内公司拉篮类采购价格与不锈钢 202 卷材价格变动基本一致,2014 年至 2015 年不锈钢 202 卷材出现小幅的价格下降,考虑材料价格波动及供货稳定性,公司未相应调整采购价格,2016 年公司采购的产品相应进行了下调。

b、水槽

公司采购的水槽(水盆)主要是使用韩国浦项制铁出品的钢材板生产,报告期内水槽采购价格与张浦不锈钢板价格对比情况如下:

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

304 张浦-0.8MM	元/KG	11.94	16.35	16.80
304 张浦-0.9MM	元/KG	11.84	16.25	16.70
OPPS226 盆	元/个	92.00	101.28	101.28
OPPS329-TC 盆	元/个	184.00	208.00	210.20

注：上表中用于对比的张浦不锈钢的市场价格来源于中国钢材价格网，张浦不锈钢为韩国浦项制铁的子公司；OPPS226 盆是由中山市天河厨卫有限公司供货，OPPS329-TC 盆是由中山市新田五金有限公司供货。

由上表可见，报告期内公司水槽类采购价格与张浦不锈钢板价变动基本一致，2014 年至 2015 年度张浦不锈钢板出现了小幅的价格下降，考虑材料价格波动及供货稳定性，公司未相应调整采购价格，2016 年公司采购的水槽类价格相应进行了下调。

c、烟机

烟机所用材料种类较多，其中主要是使用不锈钢等钢类材料生产制造而成，报告期内公司烟机采购价格与 201#不锈钢各期价格对比情况如下：

项目	单位	2016 年度	2015 年度	2014 年度
201#不锈钢-0.6mm	元/吨	6,915.52	7,927.00	11,000.00
烟机 CXW-220-E304	元/台	750.00	750.00	792.00
烟机 CXW-220-E609	元/台	850.00	850.00	888.00

注：上表中用于对比的不锈钢 201 材料的市场价格来源于中国钢材价格网；烟机 CXW-220-E304、烟机 CXW-220-E609 均由宁波市万茂电器有限公司供货。

由上表可见，报告期内公司采购的烟机价格与 201#不锈钢价格变动基本一致，烟机采购价格变动低于 201#不锈钢价格变动，是由于烟机生产所需的材料及组件种类较多，生产工序相对复杂，影响烟机成本因素较多所致。

d、灶具

灶具所用材料种类较多，其中主要是使用不锈钢等钢类材料生产制造而成，报告期内公司炉具采购价格与 201#不锈钢各期价格对比情况如下：

项目	单位	2016 年度	2015 年度	2014 年度
201#不锈钢-0.6mm	元/吨	6,915.52	7,926.67	11,000.00
燃气灶 JZ (Y.T.R)-Q305A	元/台	413.00	413.00	427.00
燃气灶 JZ (Y.T.R)-Q623	元/台	524.00	524.00	551.00
燃气灶 JZD (Y.T) -Q618	元/台	781.00	781.00	790.00
燃气灶 JZD (Y.T) -Q628	元/台	843.00	843.00	860.00

注：上表中用于对比的不锈钢 201 材料的市场价格来源于中国钢材价格网；燃气灶 JZ (Y.T.R)-Q305A 和燃气灶 JZ (Y.T.R)-Q623 是由宁波市万茂电器有限公司供货，燃气灶 JZD (Y.T) -Q618 和燃气灶 JZD (Y.T) -Q628 是由中山市天隆燃具电器有限公司供货。

由上表可见，报告期内公司采购的灶具价格与 201#不锈钢价格变动基本一致，灶具采购价格变动低于 201#不锈钢价格变动，是由于灶具生产所需的材料及组件种类较多，生产工序相对复杂，影响灶具成本因素较多所致。

e、消毒柜

报告期内，公司消毒柜采购价格与 201#不锈钢各期价格对比情况如下：

项目	单位	2016 年度	2015 年度	2014 年度
201#不锈钢-0.6mm	元/吨	6,915.52	7,926.67	11,200.00
欧派 ZTD120-A628 消毒柜	元/台	1,005.00	1,005.00	1,020.00
欧派 ZTD90-A602B 消毒柜	元/台	830.00	830.00	850.00

注：上表中用于对比的不锈钢 201 材料的市场价格来源于中国钢材价格网； ZTD120-A628 消毒柜是由中山市天隆燃具电器有限公司供货， ZTD90-A602B 消毒柜是由宁波安佳卫厨电器有限公司供货。

由上表可见，报告期内公司采购的消毒柜价格与 201#不锈钢价格变动基本一致，消毒柜采购价格变动低于 201#不锈钢价格变动，是由于消毒柜生产所需的材料及组件种类较多，生产工序相对复杂，影响消毒柜成本因素较多所致。

f、水龙头

报告期内公司铜质水龙头采购价格与铜的市场价格对比情况如下：

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

SMM1#铜	元/KG	35.64	45.50	51.76
OP-ST02B 水龙头	元/个	154.00	169.30	155.70
OP-ST03B 水龙头	元/个	156.00	173.00	145.00

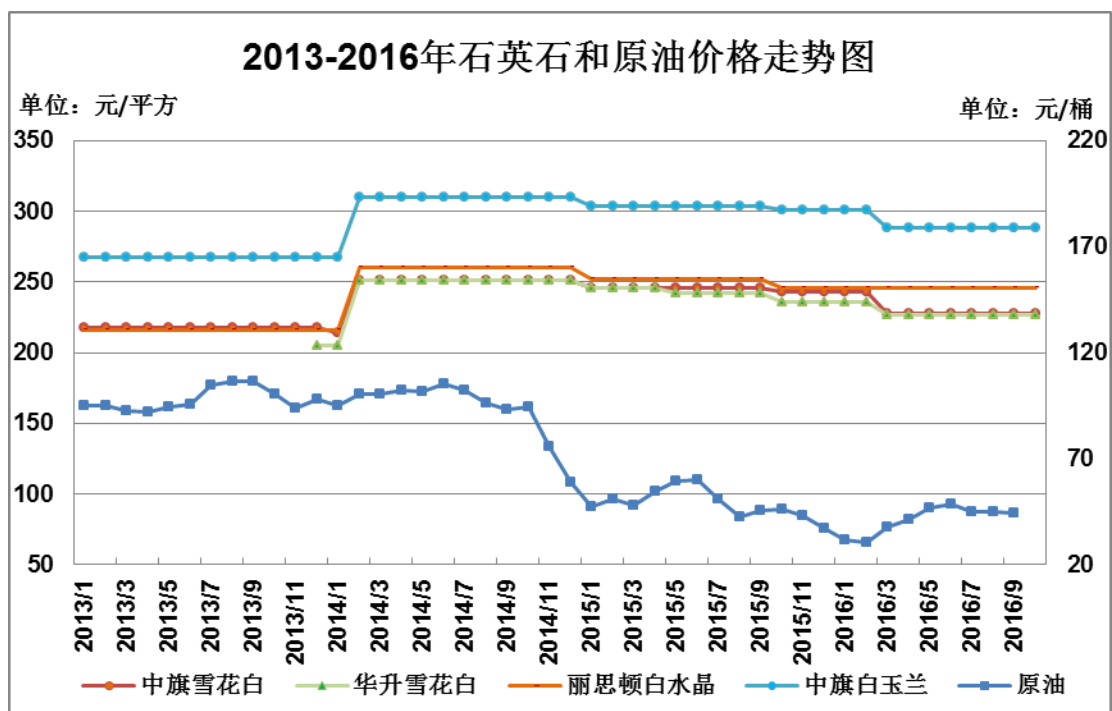
注：上表中用于对比的 SMM1#铜的市场价格来源于上海金属网；OP-ST02B 水龙头和 OP-ST03B 水龙头是由开平市南珠卫浴科技有限公司和开平市英郎卫浴有限公司共同供货。

由上表可见，报告期内公司采购的铜质水龙头价格与 SMM1#铜价格变动基本一致，2015 年公司铜质水龙头产品采购价格上涨主要为根据 2014 年 12 月国家公布的 GB18145-2014《陶瓷片密封水嘴》的规定，公司从 2015 年起铜质水龙头产品全面实施无铅铜材料所致。

公司按照合同期内固定结算价格方式采购的 OEM 产品，其主要原材料在签订合同时的价格变动总体趋势是一致的，由于公司采购的材料除受其主要材料价格变动影响外，还受材料品质要求、其他材料价格和人工费用等其他因素变化的影响。

B、价格影响因素变化达到一定程度时调整 OEM 产品采购价格的情形

合同期内价格影响因素发生较大变化时，公司与代工厂商协商调整供货价格方式采购的 OEM 产品主要有台面人造石板等。人造石英石的主要成分为合成树脂和石英砂等，合成树脂为原油石油化工产品。报告期内公司采购的石英石板材价格与原油价格走势情况如下图：



注：原油价格为 WTI 原油月平均价格；公司采购的石英石板为了保障较高的环保标准，生产过程中使用的石英砂纯度高，该类石英砂供应量较少，无权威公开市场价格。

由上图可见，报告期内公司采购的石英石板材价格与原油价格变动趋势基本一致。2014 年 2 月，公司石英石板材采购价格均大幅上调的主要原因为公司采购的石英石板厚度由 15mm 调整为 20mm。公司采用在价格影响因素变化达到一定程度时调整与供应商的结算价格进行 OEM 产品采购，该类 OEM 产品的采购价格调整方式符合双方约定，与相关价格影响因素的变化趋势一致。

报告期内，公司对所有供应商及 OEM 代工厂商采用统一管理和统一定价政策，均是以市场价格为基础确定的公允价格，结算价格的调整均根据市场价格变化而作出。

3、销售模式

公司销售管理体系由销售职能部门和区域营销中心共同组成。销售职能部门包括培训部、展示设计部、销售服务部、售后服务部、客服中心、督导部、市场部等，负责对各经销商提供业务培训、市场活动策划、广告制作、店面装修设计、订单及遗留单处理、客服满意度调查、投诉处理等工作，并对经销商专卖店的规范化运作进行监督指引；同时，公司根据销售区域划分了近 30 个区域营销中心，

负责营销渠道招商、促销活动支持、店面装修整改、服务标准化、专卖店经营指导等工作。

目前，公司销售模式分为直营店销售模式、经销商专卖店销售模式、大宗业务销售模式和出口销售模式四种模式。

(1) 直营店销售模式

直营店销售模式是指公司利用自有资金在大型卖场或独立店面开设“欧派”品牌专卖店销售本公司产品。报告期内，公司在广州直接开设销售店面，并在北京、武汉、南京等地通过设立控股子公司的方式开设销售店面，2013年公司将持有的北京欧派、武汉欧派和南京欧派的股权进行转让。目前，公司仅在广州实行直营店销售模式，报告期内广州直营店数量的变动情况如下：

项目	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
广州直营店数量（家）	19	16	16

截至2016年12月31日，公司共开设直营店19家，具体名单如下：

序号	商场	地址
1	员村旗舰店	广州市天河区黄埔大道中恒隆街5、9号首层
2	维家思店	广州市黄埔大道西188号“维家思广场”二层295号
3	五羊店	广州市寺右北三街32号地07、08、09、10地铺
4	马会店	广州市天河区黄埔大道西668号广州赛马场广州马会家居编号为2701、2101、2102的铺位
5	江南店	广州市宝岗大道271、275、281、285号二层B28及三层C30-C36、C61
6	新安居店	广州市番禺区清河东路新桥村段1/3号新安居建材家具中心二期第一层自编号A01和第二层自编号B02/03/04
7	花花店	广州市高德美居购物中心中区2048、2058、2098、2108
8	正佳店	广州市天河路228号正佳广场6F-6B029/6B048-51号
9	五洲店	广州市番禺区洛溪新城迎宾路140-214号广州五洲装饰世界H2区2层A203、A205
10	吉盛伟邦店	广州市番禺区迎宾路万博中心广州吉盛伟邦家具博览中心有限公司建材馆二楼B2003
11	香江店	广州市海珠区江南大道411号香江家居二楼C区二层A020035号场地

12	欧亚达店	广州市白云区黄石西路 222 号二楼 A2-31 号、A2-22 号铺位
13	从化店	从化市从城大道 89 号 A 区 230、A234、A235、236 号铺位
14	芳村店	广州市芳村乐怡居芳村金海马四楼 A 区四层 A040021 号场地
15	天香店	广州市越秀区广州大道中香江家居 A 区五层 A050021 铺位
16	琶洲店	广州市海珠区新港东路 1000 号广州吉盛伟邦负一楼建材馆东区 B1017 铺、B1009 铺
17	车陂店	广州市天河区黄埔大道东路 8 号 101/102/201/202/301 号
18	番禺奥园店	广州市番禺区桥南街南华路 331 号奥园广场二期步行街自编 329 号 303 商铺、桥南街福德路北侧 281/299/315 号奥园广场 3 楼 302 号
19	南沙万达店	广州市南沙区南沙街环市大道与双山大道交界处西北侧南沙区万达广场自编 B6-105 房、B6-106 房

(2) 经销商专卖店销售模式

通过经销商专卖店销售是公司最主要的销售渠道,该模式是指公司选择和培育具有品牌意识、资金实力雄厚、市场信誉良好、且具有丰富市场经验的经销商,与之签订《合作协议书》,授权其在特定区域内,按照公司要求开设“欧派”专卖店,建立经公司培训合格的服务队伍,独家销售“欧派”品牌的整体家居产品(包括欧派厨柜、欧派衣柜、欧派卫浴、欧铂尼木门等)的一种销售模式。

我国幅员辽阔,风俗多样,区域经济发展程度不同,消费习惯各异。公司坚持利益共享原则,采用经销商专卖店销售模式,由经销商经营以单个城市或特定地域为主的区域市场,充分利用经销商资源开拓并稳定市场,推进“欧派”品牌建设,做好售后服务工作,使公司能够集中更多资源于品牌、管理、制造、设计、研发等领域。

1) 经销商资格认定管理

① 经销商资格认定

公司制定了招商管理办法,先对经销商加盟申请人的文化程度、行业经验、个人简历、团队现状、资金实力、店面现状及社会资源等进行综合评价,由于公司经销商数量较多,公司将全国区域划分为九级,不同级别区域市场的经销商最终由不同层级人员商议确定,其中:C2、C3、C4 级市场的经销商由所辖营销部门总监确定最终人选;B1、B2、B3、C1 级市场的经销商由营销总经理确定最

终人选；A1、A2 级市场的经销商由公司董事长召集营销总经理和营销部门总监共同商议确定最终人选。

现有经销商申请成为下一级别市场经销商时，该经销商上一年度销售业绩必须在同级别所有经销商中排名前 40%；经营两个或两个以上区域的经销商再申请成为其他市场经销商时，该经销商上一年度销售业绩必须在同级别所有经销商中排名前 30%。

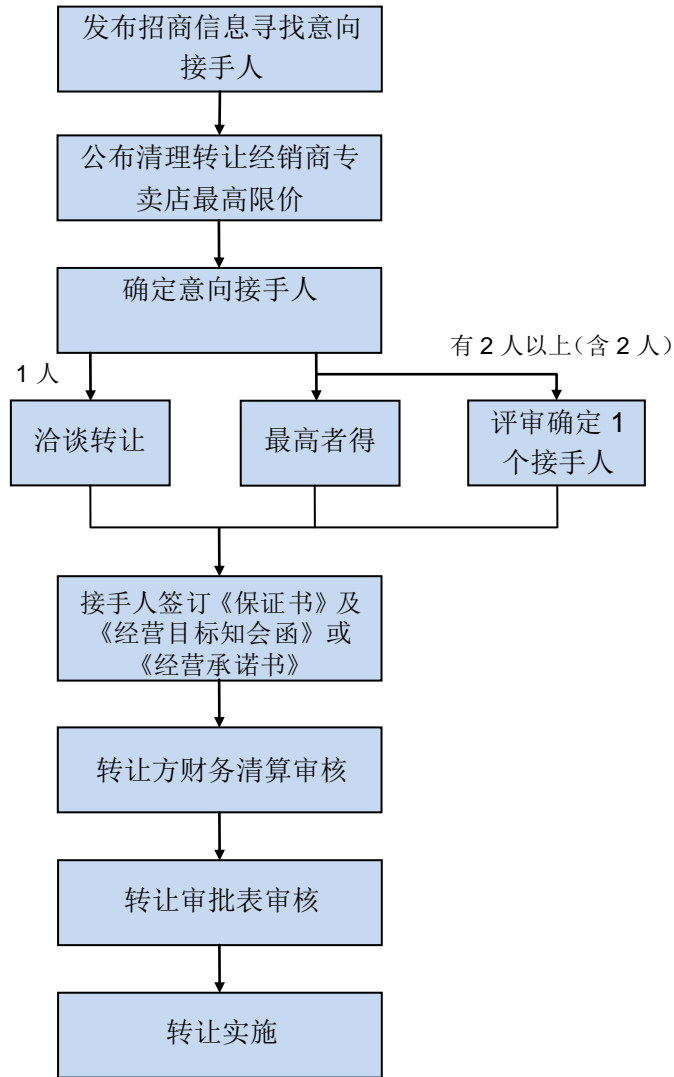
获得经销资格的经销商人选完成合作协议签署、保证金交纳（公司根据不同的市场级别向经销商收取 10,000-30,000 元的保证金，厨柜、衣柜、卫浴和木门相同）、经营计划书等程序后，方可获得正式经销商资格。

② 经销商资格转让

为了进一步提升欧派集团经销商的整体实力和市场竞争能力，淘汰不适应“欧派”品牌发展的经销商，同时降低各经销商投资风险，鼓励经销商持续稳健地投入并发展壮大，公司制定了经销商资格转让相关制度。

经销商资格转让分为自主转让和清理转让，其中：自主转让是经销商主动提出转让申请并经过公司批准进行转让的转让方式；清理转让是指经销商属于公司当年市场淘汰清理对象或该经销商有重大违规行为。公司每年根据同级别市场排名确定一定比例的淘汰对象，同时对于未完成年度经营目标的经销商，由公司组织“评审委员会”（评审委员会成员由公司相关管理人员和经销商代表组成，其中经销商代表由公司在全国经销商中临时选取，人数比例不低于 40%）对该经销商提交的资料进行评审并进行无记名投票，最终确定该经销商是否列为淘汰对象。清理转让对象由公司按照相关制度下达《终止合作函》并提出限期转让要求。

经销商资格转让流程图如下：



2) 经销商评级管理

为完善公司产品区域市场的管理，激励经销商更好地经营，公司制订了经销商市场分类定级管理办法。公司以国家统计局出版社出版的《中国区域市场经济统计年鉴》中相关指标为参考依据，对全国区域市场进行分类评定，将全国区域市场分九级，分类标准如下图所示：

市场级别	省会城市	副省级城市	地级市	县级(市)	区镇级	特殊情况增加
A1	2000 亿以上	深圳	-	-	-	-
A2	400 亿(含)到 2000 亿	2000 亿(含)以下	无锡、苏州、常州	-	-	-
B1	西宁、银川	-	297 亿(含)到 1580	顺德区	-	三亚

			亿			
B2	拉萨	-	120 亿(含)到 297 亿	380 亿(含)到 800 亿	-	140 亿(含)以上直辖市、省会、副省级城市直辖区：增城区、嘉定区、宝安区、龙岗区、江北区、花都区、松江区、黄岛区、万州区、永川区、涪陵区、江津区、合川区、高淳区
B3	-	-	120 亿以下	-	-	100-140 亿(含 100 亿)直辖市、省会、副省级城市直辖区：新都区、南沙区、龙泉驿区、长寿区、溧水区、双城区
C1	-	-	-	142 亿(含)到 380 亿	虎门镇、长安镇、塘厦镇、小榄镇、乐从镇、龙华镇、新塘镇、厚街镇、沙井镇、常平镇	仁怀市 100 亿以下直辖市、省会、副省级城市直辖区：东川区、万盛区、南川区、温江区、光明新区、黔江区
C2	-	-	-	80 亿(含)到 142 亿	其他区镇级代理全部为七级市场	-
C3	-	-	-	45 亿(含)到 80 亿	-	-
C4	-	-	-	45 亿以下	-	-

根据上述标准，公司将全国市场细分为九级，主要有几方面作用，具体如下：

① 根据市场级别和重要性水平，在经销商资格认定、资格转让、管理权限、广告宣传、培训支持等方面设定不同标准，有利于节约管理成本，提高管理效率；

② 进行市场开拓或开发时，可以根据市场级别进行统一调度和安排，从而使销售策略发挥更好的效果；

③ 有利于根据市场级别和消费水平，进行经销商结算价格、经销商销售价格体系管理；

④ 便于对经销商进行考核、进行横向评比、处罚和奖励，逐步淘汰落后的经销商，提高和优化“欧派”经销商的整体实力。

3) 专卖店店面管理

① 店面选址

专卖店的店面位置对公司品牌形象和产品市场销售都至关重要。公司制定了详细的制度，对经销商的店面选址、布局进行明确指引，公司一般要求经销商在该城市的主要建材市场，如居然之家、红星美凯龙、乐安居等知名建材城及行人流量密集的道路设立专卖店。同时，公司引导经销商在店面选址过程中综合考虑建材市场、行业集中度、目标客户群体消费模式、基础配套与人流量、地理位置、辐射范围、周边竞争环境、城市发展规划等因素，并针对大城市布局（A1、A2级市场）、中等城市及经济发展水平相对较高的县区镇布局（B1、B2、B3、C1级市场）、小城市及经济发展水平相对较低的县区镇布局（C2、C3、C4级市场）提出了差异化的建议和指导方案，具体店面类别包括旗舰店、小区店、高端体验店、时尚店（窗口店）、综合百货市场（城市综合体）展示店等。

② 设计装修

公司统一采用欧派标准店面设计方案，以“欧派”品牌主导风格为经销商的销售终端塑造品牌形象。在设计装修过程中，公司相关人员与经销商就店面色调、样品选型、规划布局、饰品陈列、材料选择、价格展示等进行充分沟通，同时协助经销商进行装修公司的选择，告知经销商避免装修过程中常犯的错误，并指导经销商进行施工监理，对每一家经销商专卖店从设计、施工、验收各个环节全程跟进，确保所有专卖店店面设计装修符合公司标准。公司对专卖店店面装修进行了严格要求，店面每2-3年必须进行全新装修，店面装修严格按照公司制定的标准进行设计和施工，对于店面装修需向公司采购的店面样品，公司给予经销商统一的样品订单优惠折扣结算系数为0.45。

③ 团队建设

根据各级市场经销商的不同发展阶段，公司制定了经销商团队与机制建设指导书，指导经销商梳理工作流程、构建组织架构、组建销售团队，包括：招聘方法、员工培训、员工激励、团队建设、成员融合等。公司还对经销商团队的薪酬激励和绩效考核提供了实用且有针对性的模板，以帮助经销商快速制定相应机制，建立稳固、专业、优秀的销售服务团队。

④ 广告宣传

根据经销商的市场级别、发展状况，公司会指导经销商建立当地特有的“欧派”品牌推广模式，包括户外广告推广、报纸电视广告、小区营销宣传、店面节日促销、联盟促销活动等，同时为了促进“欧派”品牌知名度、美誉度提升，提升产品销量，实现品牌价值，公司制定了详细的广告宣传管理制度，通过实施各类硬性广告、软性新闻宣传，参与各类公益性赞助活动，组织各类庆典、新闻发布会、促销推广、招商展览活动等，协助经销商进行广告宣传。报告期内，公司负责全国及跨区域性的广告宣传并承担相应的费用，公司在主要电视媒体如中央电视台及部分省市地方电视台进行了广告投放，随着网络新媒体的兴起，公司也越来越注重通过网络平台对公司品牌及产品进行宣传，以通过广告宣传协助经销商，使其广告效益最大化并获得良好销售效果。

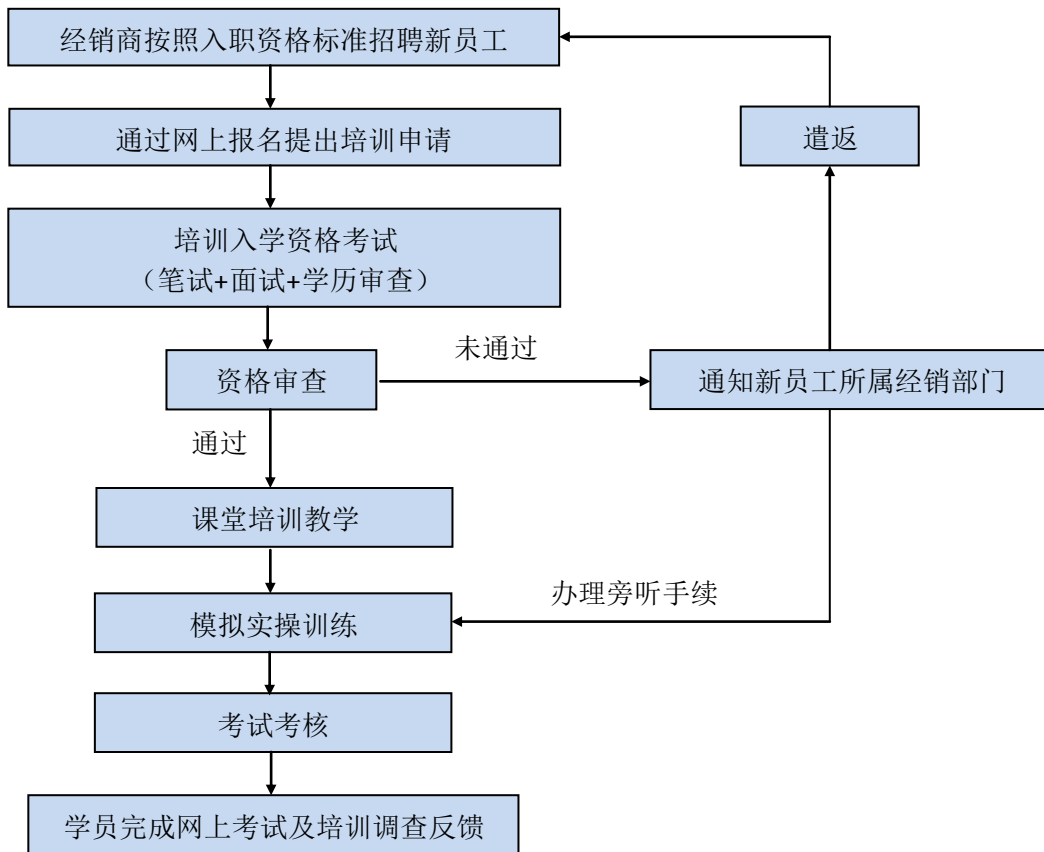
4) 经销商培训支持

为了给经销商提供更好的培训支持服务，为全国各经销商培养、输送各方面专业人才提供有利保障，使经销商经营团队保持较高素质，确保经销商在销售、设计、安装、售后服务等方面的质量，公司制定了经销商培训相关管理办法，公司成立了优秀的培训师队伍，建立了约 2,189 平方米的培训教室和模拟厨房训练场所，以及完善的网络学习平台（包括视频学习、考试认证等），为经销商、专卖店员工提供强大的培训服务支持，报告期内，培训师队伍的薪酬费用及培训师差旅费用均由公司承担。

培训服务支持具体内容如下：

① 基础入职培训

基础入职培训指每月定期在公司总部举办的经销商新入职员工培训，主要针对公司经营的整体厨柜和整体衣柜的设计、导购、安装等岗位。基础入职培训采取同类产品分班教学，每月各开办二期培训班，各岗位每月招收学员人数为 30-60 人不等，分别由不同的培训师授课带班，各经销商学员根据意愿选择不同的班级入学参训。基础入职培训实施流程如下：



② 高级提升培训

整体厨柜、整体衣柜高级提升培训在各区域举行，主要针对在专卖店各专业岗位入职六个月以上的人员，有助其专业能力的提升。公司每年 3 月 1 日前公布年度培训计划，各区域经理负责组织执行，经销商按自愿原则安排各岗位员工选择参加。

③ 专项培训

根据公司战略要求或针对重要项目、专业岗位设置的培训项目，由公司下发临时通知规定培训地点、培训对象、培训时长、费用标准，如经销商管理培训、职业经理人培训、专项店长培训等。

④ 其他培训

除基础入职培训、高级提升培训、专项培训以外，在区域举行的各专业培训项目，如点对点培训等。

5) 公司对经销商的支持的金额、确认依据及其完整性

① 报告期内，公司对经销商的支持金额如下：

单位：万元

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
广告宣传费	29,429.79	25,387.88	18,856.21
培训师费用	2,840.69	2,363.05	2,008.49
样品优惠金额	7,034.92	4,657.73	3,933.34
合计	39,305.40	32,408.66	24,798.04

注：培训师费用主要包括培训师的人工工资及其差旅费用，样品优惠金额=样品标准销售金额*（经销商平均结算系数-样品折扣系数）。

② 公司支持费用的确认依据及其完整性

A、公司广告宣传费用主要包括广告制作费用、广告发布费用、宣传材料费及广告代言人费用等。报告期内，具体费用确认如下：

a、广告制作费根据协议约定，广告制作商提供相关广告制作产品时，财务人员根据双方的广告制品交接单确认广告费用；

b、广告发布分为电视广播广告、网络广告、户外广告和平面广告等，各广告发布费用的确认具体如下：

电视广播广告发布，主要是通过国家和地方电视台媒介发布的广告，公司与电视台、广播台及电视广播传媒发布代理公司签订合同，合同中会明确约定广告播放时间段，播放频率及发布期间，并在广告发布完成后向公司提供发布证明；公司按照与电视广播发布合同约定，分月确认电视广播发布费用，待广告代理商提供实际发布证明文件资料及第三方检测报告办理结算时，根据最终结算金额调整公司广告发布期间已确认的广告发布费用。

网络广告发布，主要是通过网络媒介发布的广告，该类广告分为展示类广告，行动计费类广告，对于展示类广告公司根据合同约定按月确认广告费用，待办理最终结算时根据结算金额调整广告费用最终金额；对于行动计费广告，公司每月根据广告代理商提供的广告发布数据信息资料确认广告费用的发生。

户外广告发布，主要是在机场、高铁站等发布的广告，公司会与户外广告代

理商签订合同，明确约定户外广告的发布地点和发布期间，按照合同约定，一般广告代理商每月需向公司提供广告发布的照片和视频，每月公司根据经双方确认的广告发布照片视频单据及合同约定确认广告费用的发生。

平面广告发布，主要是在报纸和家具类刊物等上发布的广告，公司与平面媒体公司签订合同，约定广告在报纸等刊物的发布时间，平面媒体需在广告发布当天向公司提供刊物，公司根据合同和平面媒体提供的刊物确认广告费用的发生。

c、广告代言费用，主要是公司签约代言人需支付的费用，按照合同约定代言人费用在代言期内分年支付，每年的代言费需在年初支付，公司根据合同约定在代言费支付时确认广告费用的发生。

d、宣传材料费，主要是公司对外发放的宣传材料制作费用及发放费用，宣传材料制作费用及发放费用，在宣传材料领用发放时，根据领料单确认宣传材料费用；宣传材料聘请第三方进行对外发放，根据合同约定在宣传材料发放时确认发放费用，公司自行发放的，作为工资成本费用计入当月费用。

B、培训师费用主要为培训师工资和差旅费用，培训师工资根据工资表在当月确认工资薪酬费用，培训师差旅费用在费用发生当月根据费用报销单确认；

C、对经销商的样品支持，公司销售给经销商的样品在自提货经销商办理提货手续时或经销商安排外部物流公司办理货物交接的公司交给货运物流公司时，公司按照样品折扣系数计算确认收入，同时结转样品产品的成本。

报告期内，公司广告宣传费用和培训师费用在相关费用发生当月确认，样品在办理货运交接时确认相关收入和成本，公司各项费用的确认和样品的收入成本确认方式未发生变化，各项成本费用均完整及时入账。2013年、2014年、2015年及2016年1-6月，公司销售费用和管理费用占营业收入比例的变动趋势与同行业上市公司基本一致，具体如下：

项目	2016年1-6月		2015年度		2014年度		2013年度	
	金额 (万元)	占营业收入比例	金额 (万元)	占营业收入比例	金额 (万元)	占营业收入比例	金额 (万元)	占营业收入比例

索菲亚	32,250.57	19.32%	58,289.77	18.24%	48,005.25	20.33%	37,368.48	20.95%
好莱客	11,348.98	21.40%	21,611.09	19.97%	16,938.83	18.80%	11,995.93	18.46%
欧派集团	66,731.10	23.20%	119,526.03	21.32%	86,384.06	18.18%	82,692.97	20.70%

2013年、2014年、2015年及2016年1-6月，公司广告宣传费用占收入比例的变动趋势与同行业上市公司也基本一致，具体如下：

项目	2016年1-6月		2015年度		2014年度		2013年度	
	金额 (万元)	占营业收入比例	金额 (万元)	占营业收入比例	金额 (万元)	占营业收入比例	金额 (万元)	占营业收入比例
索菲亚	6,943.65	4.16%	13,402.52	4.19%	9,861.16	4.18%	8,271.45	4.64%
好莱客	2,625.43	4.95%	5,257.68	4.86%	6,042.53	6.71%	3,380.52	5.20%
欧派集团	16,061.93	5.58%	25,387.88	4.53%	18,856.21	3.97%	18,381.16	4.60%

由上表可知，2013年、2014年、2015年及2016年1-6月，公司销售费用和管理费用占营业收入的比例、广告宣传费用及占营业收入的比例变动趋势与同行业上市公司基本一致，报告期内公司销售费用、管理费用和广告宣传费用及占营业收入的比例逐年增长，主要原因为公司除进一步丰富产品线、加强木门、墙饰等产品管理和推广外，还推出了“欧铂丽”品牌和大家居发展战略，新产品、新品牌和新战略在业务开展前期所产生的销售费用及管理费用均较高。公司严格按照会计准则进行会计核算，公司对经销商的支持费用是完整的。

6) 经销商经营管理综合评估

为全面推进“欧派”的品牌建设，加强对公司经销商经营的规范化管理，引导和支持经销商加强商场经营管理及基础建设，以提升“欧派”的品牌形象，增强品牌的整体竞争力，公司制订了经销商经营管理综合评估办法。

公司对经销商经营业绩绝对值、经营业绩增长率、专卖店营业面积、专卖店设计装修、促销活动执行情况、客户遗留问题发生率、顾客满意度调查、顾客投诉率等方面设定不同的权重，并根据上述权重对经销商进行综合评分，评估总分为1,000分。

7) 产品结算价格的定价机制

公司经营的各类产品均制定了详细的定价制度，主要是根据该产品的分类、结构、组成，确定单位产品直接制造成本，再依据单位产品直接制造成本乘以各种调节系数，包括：公司品牌经营费分摊系数、产品价格系数、经销商激励系数、区域广告补贴系数等，最终确定公司产品的标准销售价格。

产品标准销售价格确定以后，公司对所有经销商依据上年度经销商经营管理综合评估进行评分，并根据评分在同级别市场的经销商进行排名，依据当年排名情况确定该经销商下一年度结算折扣系数，在同级别市场中排名越靠前，折扣系数越低。

① 经销商产品结算价格定价机制的执行情况

为提高经销商的销售积极性，督促其在所属经销区域内扩大业务规模，提升市场份额，公司每年都会更新制定《经销商经营管理综合评估及待遇级别设定管理办法》，该办法规定了经销商待遇级别享受的结算系数，并向所有经销商进行公布。报告期内经销商待遇级别结算系数具体情况如下：

A、报告期内整体厨柜经销商级别结算系数情况

待遇级别	2016 年度	2015 年度	2014 年度
A	0.48	0.48	0.47
B	0.49	0.49	0.48
C	0.50	0.50	0.49
D	0.51	0.51	0.50
E	0.52	0.52	0.51
F	0.53	0.53	0.52
G	0.54	0.54	0.53
H	0.55	0.55	0.54
I	0.56	0.56	0.55
J	-	-	0.56
K	-	-	0.57

在经销商电器配套率未达标时，经销商享受的待遇结算系数在上述整体厨柜结算系数的基础上调 0.005-0.03。

B、报告期内整体衣柜经销商分级结算系数情况

待遇级别	2016 年度	2015 年度	2014 年度
A	0.490	0.490	0.480
B	0.500	0.500	0.490
C	0.510	0.510	0.500
D	0.515	0.515	0.510
E	0.520	0.520	0.515
F	0.525	0.525	0.520
G	0.530	0.530	0.525
H	0.535	0.535	0.530
I	0.540	0.540	-

报告期内，公司严格按照《经销商经营管理综合评估及待遇级别设定管理办法》及规定的上述经销商结算系数对经销商进行考核评价，并将《经销商经营管理综合评估评分汇总表》以书面形式通知每个经销商，并同时在内部经销网络交流媒体平台对所有经销商的各分项评估得分进行公示，接受经销商监督及申诉。

② 报告期各期经销商平均销售结算价格折扣系数的变动情况、变动原因及对公司毛利率和经营业绩的影响

A、报告期内，整体厨柜经销商平均销售结算系数的变动情况及对公司毛利率和经营业绩的影响

单位：万元

项目	2016 年	2015 年	2014 年
整体厨柜经销商平均结算系数	0.5196	0.5184	0.5219
较上年度结算增加	0.0012	-0.0035	0.0021
结算系数环比增长率	0.23%	-0.67%	0.40%
结算系数累计增长率	-0.04%	-0.27%	0.40%

整体厨柜经销业务收入	342,397.82	309,427.47	281,273.37
结算系数环比变动影响收入金额	792.59	-2,075.10	1,136.35
结算系数累计变动影响收入金额	-131.74	-833.39	1,136.35

备注：结算系数累计增长率是以 2013 年结算系数为基数进行计算。

报告期内整体厨柜平均结算系数的变动主要是 2014 年公司为了对经销商待遇分级进行细化管理，将整体厨柜经销商待遇级别由 10 级调整成 11 级，2015 年又调整为 9 级，同时 2015 年对结算系数进行统一微调所致。

B、报告期内，整体衣柜经销商平均销售结算系数的变动情况及对公司毛利率和经营业绩的影响

单位：万元

项目	2016 年	2015 年	2014 年
整体衣柜经销商平均结算系数	0.5311	0.5236	0.5161
较上年度结算增加	0.0075	0.0075	-0.0005
结算系数环比增长率	1.43%	1.45%	-0.10%
结算系数累计增长率	2.81%	1.36%	-0.10%
整体衣柜经销业务收入	198,836.85	128,652.82	95,946.31
结算系数环比变动影响收入金额	2,848.12	1,865.47	-95.95
结算系数累计变动影响收入金额	5,580.98	1,743.26	-95.95

备注：结算系数累计增长率是以 2013 年结算系数为基数进行计算。

报告期内整体衣柜经销商平均结算系数变动的主要原因为：

a、2015 年以前，公司为促进整体衣柜市场开拓，通过确定较低的销售毛利，激发经销商营销的积极性。2014 年，公司整体衣柜毛利率为 31.15%，低于整体衣柜上市公司索菲亚和好莱客平均 37%左右的水平。

2015 年以后，随着公司整体衣柜品牌知名度及行业地位的提升，公司将整体衣柜经销商级别从 8 级调整为 9 级，同时略微提高公司整体衣柜经销商的结算系数，导致 2015 年公司平均结算系数较 2014 年增加了 1.45%。

2013 年、2014 年、2015 年及 2016 年 1-6 月公司与同行业整体衣柜上市公

司毛利率的对比情况如下：

项目	2016年1-6月	2015年	2014年	2013年
索菲亚	35.64%	37.65%	37.36%	36.93%
好莱客	39.22%	37.78%	37.34%	37.05%
欧派集团	36.61%	33.41%	28.71%	31.15%

b、2016年，公司新增较多整体衣柜经销商，截至2016年12月31日，公司整体衣柜经销商1,121家，较2015年末的1,018家增加103家，增幅为10.12%，由于新增经销商大多数位于欠发达市场，其结算系数相对于原有经销商较高，使公司2016年整体衣柜经销商平均结算系数较2015年提高了1.43%。

报告期内，衣柜经销商数量变动情况如下：

项目	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
整体衣柜经销商数量	1,121	1,018	1,076
较上期增加数量	103	-58	26
增加比率（%）	10.12	-5.39	2.48

报告期内，公司对经销商待遇分级进行精细化管理，同时根据市场情况对整体厨柜和整体衣柜经销商结算系数进行了微调，经销商结算系数的累积调整对报告期内利润的影响如下：

单位：万元

项目	2016年度	2015年度	2014年度
整体厨柜影响金额	-131.74	-833.39	1,136.35
整体衣柜影响金额	5,580.98	1,743.26	-95.95
合计	5,449.24	909.87	1,040.40
公司利润总额	112,185.43	57,119.47	44,977.61
占当期利润总额的比例	4.86%	1.59%	2.31%

8) 经销商销售价格管理

为了规范“欧派”产品终端市场价格，提升“欧派”品牌形象，公司制订了

经销商价格管理办法，对公司不同种类、不同风格产品的最高定价、最低销售折扣价及处罚措施都做出了明确规定。

9) 经销商和专卖店发展情况

① 经销商和专卖店发展概括

截至 2016 年 12 月 31 日，公司在国内已发展经销商 3,331 家，具体如下：

单位：家

经销商类型	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
厨柜（含厨衣综合）	1488	1,426	1,377
独立衣柜	570	365	313
卫浴	389	356	303
木门	556	339	254
墙饰	328	327	310
合计	3,331	2,813	2,557

② 经销商和专卖店的整体布局

公司销售网络已基本覆盖了我国一线、二线城市以及大多数的三线、四线城市，逐步形成布局合理的全国销售网络。截至 2016 年 12 月 31 日，我国国内由经销商开设的经营“欧派”整体家居产品的专卖店 4,710 家。

单位：家

地区	厨柜(含厨衣综合)		独立衣柜		卫浴		木门		墙饰	
	经销商	专卖店	经销商	专卖店	经销商	专卖店	经销商	专卖店	经销商	专卖店(展柜)
华东	347	524	156	347	105	95	136	125	71	67
华南	168	245	55	150	33	30	32	31	15	12
华中	315	396	148	286	63	59	140	122	28	21
华北	182	287	73	197	53	50	101	146	83	73
西北	118	160	27	115	33	25	40	41	45	45
西南	238	312	82	210	68	69	57	59	47	40

东北	120	164	29	89	34	25	50	54	39	39
合计	1,488	2,088	570	1,394	389	353	556	578	328	297

注：以上数据不包括广州设立的直营店。

报告期内，公司经销商体系不断优化、完善，以经销商专卖店为主的销售渠道稳步发展，这对公司经营业绩增长和市场占有率提升形成了有力保障。

10) 红星喜兆入股的原因及公司通过红星美凯龙销售的情况

①红星喜兆入股公司的原因

A、红星喜兆入股前，公司主营业务高速发展，公司希望通过资金的注入充实资本实力、扩大生产规模、降低财务风险、增强持续发展能力，因此希望通过增资方式引入投资者。

B、红星喜兆为红星美凯龙全资子公司，红星美凯龙为我国家居建材市场的龙头企业之一，经过行业内多年的合作，红星美凯龙对公司有较为深刻的了解，比较看好公司未来的发展前景，希望通过投资方式成为公司股东，分享公司快速发展和 IPO 上市的收益。

C、红星美凯龙通过红星喜兆增资入股成为公司股东，希望双方未来在家居行业领域实现更广泛的合作。

②红星美凯龙为公司经销商或直营店提供的服务

红星美凯龙主营业务为专业家居商场的经营、管理和专业咨询服务，为商户、消费者和投资商提供全方位的服务，主要表现在：为商户搭建统一的营销、展示平台；为消费者提供“家居一站式购物”的便利；为家居卖场投资商提供从选址到商场规划设计、招商、开业策划等全过程咨询服务和后续运营、管理服务。

因此，红星美凯龙主要为公司经销商和直营店在“红星美凯龙”家居商场内提供展位，搭建统一的营销、展示平台。

③经销商在红星美凯龙的主要销售方式

公司经销商在红星美凯龙家居卖场租赁门面和店铺，开设“欧派”品牌的整体厨柜、整体衣柜等专卖店，直接面向终端客户销售公司生产的整体家居产品。

④经销商在红星美凯龙的回款交货方式

公司经销商向终端客户销售产品后，经销商专卖店与客户签订定 / 销货单、开具结算单据，终端客户持结算单据在红星美凯龙家居卖场的结算中心支付货款。终端客户在结算中心支付货款一周后，经销商即可向红星美凯龙家居卖场财务部申请结账，要求红星美凯龙家居卖场财务部将终端客户支付的货款全额汇入该经销商指定的银行账户。

⑤公司经销商通过红星美凯龙实现销售的情况

截至 2016 年 12 月 31 日，由公司经销商在国内红星美凯龙开设的经营“欧派”整体家居产品的专卖店为 331 家，各地区分布情况如下：

单位：家

地区	整体厨柜	整体衣柜	整体卫浴	定制木门
华东	58	63	10	8
华南	3	7	2	0
华中	12	10	1	4
华北	31	27	3	9
西北	7	7	2	3
西南	10	14	4	7
东北	11	13	1	4
合计	132	141	23	35

报告期内，公司经销商通过红星美凯龙实现销售的情况如下：

产品类型	2016 年		2015 年		2014 年	
	销售数量 (套)	销售金额 (万元)	销售数量 (套)	销售金额 (万元)	销售数量 (套)	销售金额 (万元)
整体厨柜	34,910	80,414.90	30,628	66,781.09	20,709	50,775.67
整体衣柜	45,123	50,970.70	17,976	29,515.50	11,504	16,860.24
整体卫浴	3,233	2,381.00	5,816	2,111.69	2,875	1,748.71
定制木门	12,828	3,638.70	4,246	1,567.26	4,140	1,686.62

公司经销商通过红星美凯龙实现销售的销售成本、销售毛利与公司经销商平均水平相符。

⑥ 公司直营店通过红星美凯龙实现销售的情况

A、报告期内，广州直营店通过红星美凯龙实现销售的情况

2013年-2015年3月，公司在广州的直营店未入驻红星美凯龙，亦未通过红星美凯龙实现销售的情况。2015年3月，公司于广州红星美凯龙开设直营店并开始试营业，2015年6月公司对该直营店进行撤场。截至本招股意向书签署之日，公司无通过红星美凯龙进行销售的直营店。

2015年3-6月，公司广州直营店通过红星美凯龙实现销售的销售收入、销售成本、销售毛利、销售数量如下：

单位：元

产品类型	销售金额	销售成本	销售毛利	销售数量（套）
整体厨柜	346,617	128,411	218,206	17
整体衣柜	662,318	241,781	420,537	20
整体卫浴	89,070	38,733	50,337	11
定制木门	27,146	12,938	14,209	3

B、2013年1-6月，北京、武汉、南京直营店通过红星美凯龙实现销售的情况

2013年6月以前，公司在北京、武汉、南京等地通过控股子公司北京欧派、武汉欧派、南京欧派开设整体厨柜、整体衣柜专卖店面的方式进行销售，因此，2013年1-6月，公司在北京、武汉、南京等地直营店通过红星美凯龙实现销售的情况如下：

产品类型	2013年	
	销售数量（套）	销售金额（万元）
整体厨柜	721	2,037.43
整体衣柜	198	407.02

⑦ 经销商销售金额占比远高于经销商数量占比的详细原因

A、整体厨柜、整体衣柜为公司主要产品，整体厨柜和整体衣柜的产品单价、销售收入远高于整体卫浴、定制木门、墙饰产品等其他整体家居产品。报告期内，公司经销商通过红星美凯龙实现的销售收入中，整体厨柜和整体衣柜的销售收入分别为 67,635.91 万元、96,296.59 万元和 131,385.60 万元，占报告期各期的比重分别为 95.17%、96.42%和 95.62%，经销商通过红星美凯龙实现销售收入绝大部分为整体厨柜、整体衣柜产品。

截至 2016 年 12 月 31 日，公司经销商在国内红星美凯龙开设的 331 家专卖店中，整体厨柜、整体衣柜专卖店合计为 273 家，占比为 82.48%；公司 3,331 家经销商开设的 4,710 家专卖店中，整体厨柜和整体衣柜专卖店数量为 3,482 家，占比为 73.93%。公司经销商在红星美凯龙开设的整体厨柜、整体衣柜专卖店占比为 82.48%，高于公司所有经销商专卖店中整体厨柜、整体衣柜专卖店占比 73.93%，也是导致公司经销商通过在红星美凯龙开设的专卖店销售占比较高的原因之一。

B、截至 2016 年 12 月 31 日，公司经销商在红星美凯龙开设的专卖店为 331 家，公司全部经销商专卖店数量为 4,710 家，占比为 7.03%；公司经销商在国内红星美凯龙开设的整体厨柜、整体衣柜专卖店合计为 273 家，公司全部整体厨柜和整体衣柜专卖店合计为 3,565 家，占比为 7.84%。

报告期内，公司经销商通过红星美凯龙实现销售收入分别为 71,071.24 万元、99,975.54 万元和 137,405.30 万元，上述销售收入为经销商对终端客户实现的销售收入。报告期内，公司向整体厨柜经销商销售产品的平均价格折算系数平均值为 0.5196，公司向整体衣柜经销商销售产品的平均价格折算系数平均值为 0.5311。假设经销商向终端客户销售价格为公司产品终端标准销售价，并按照价格折算系数 0.52 进行测算，报告期内，公司经销商通过红星美凯龙实现销售的采购成本(即公司对上述经销商的销售收入)经测算分别为 36,957.04 万元、51,933.15 万元、71,450.76 万元，占公司国内经销商销售收入的比例分别为 9.17%、11.06%、11.91%。

C、截至 2016 年 12 月 31 日，经销商在国内红星美凯龙开设的 331 家专卖

店，共有 93 家厨柜经销商（含厨衣综合）、95 家衣柜经销商，21 家整体卫浴经销商和 28 家定制木门经销商。公司根据市场级别和重要性水平，将全国市场细分为九级，A1 为一级市场、A2 为二级市场、B1 为三级市场、B2 为四级市场、B3 为五级市场、C1 为六级市场、C2 为七级市场、C3 为八级市场、C4 为九级市场。

报告期内，在红星美凯龙开设整体厨柜专卖商店经销商均为 6 级以上市场级别的经销商，公司向 6 级市场以上整体厨柜经销商的销售情况如下：

单位：万元

市场级别	2016 年度								
	已在红星美凯龙开店经销商			总体经销商			未在红星美凯龙开店经销商		
	经销商数量	销售收入	平均销售收入	经销商数量	销售收入	平均销售收入	经销商数量	销售收入	平均销售收入
一级市场	10	44,584.50	4,458.45	14	56,967.53	4,069.11	4	12,383.04	3,095.76
二级市场	15	19,648.75	1,309.92	21	29,325.84	1,396.47	6	9,677.08	1,612.85
三级市场	36	25,554.10	709.84	68	50,692.67	745.48	32	25,138.57	785.58
四级市场	20	9,209.71	460.49	117	53,261.15	455.22	97	44,051.44	454.14
五级市场	7	2,393.80	341.97	115	32,598.63	283.47	108	30,204.83	279.67
六级市场	5	2,033.93	406.79	122	31,094.62	254.87	117	29,060.69	248.38
合计	93	103,424.79	1,112.09	457	253,940.43	555.67	364	150,515.65	413.50
市场级别	2015 年度								
	已在红星美凯龙开店经销商			总体经销商			未在红星美凯龙开店经销商		
	经销商数量	销售收入	平均销售收入	经销商数量	销售收入	平均销售收入	经销商数量	销售收入	平均销售收入
一级市场	11	42,510.16	3,864.56	14	51,142.61	3,653.04	3	8,632.45	2,877.48
二级市场	14	16,017.11	1,144.08	21	25,812.24	1,229.15	7	9,795.13	1,399.30
三级市场	34	20,587.26	605.51	66	41,032.34	621.70	32	20,445.08	638.91
四级市场	20	8,372.62	418.63	124	49,704.06	400.84	104	41,331.45	397.42
五级市场	7	1,940.35	277.19	114	28,437.69	249.45	107	26,497.34	247.64

六级市场	6	1,367.21	227.87	121	27,409.37	226.52	115	26,042.16	226.45
合计	92	90,794.71	986.90	460	223,538.31	485.95	368	132,743.61	360.72
市场级别	2014 年度								
	已在红星美凯龙开店经销商			总体经销商			未在红星美凯龙开店经销商		
	经销商数量	销售收入	平均销售收入	经销商数量	销售收入	平均销售收入	经销商数量	销售收入	平均销售收入
一级市场	9	33,531.80	3,725.76	12	44,340.34	3,695.03	3	10,808.54	3,602.85
二级市场	12	13,276.04	1,106.34	24	29,159.72	1,214.99	12	15,883.68	1,323.64
三级市场	25	13,920.29	556.81	58	34,138.16	588.59	33	20,217.87	612.66
四级市场	18	5,663.38	314.63	180	62,667.57	348.15	162	57,004.20	351.88
五级市场	6	1,771.39	295.23	213	40,024.27	187.91	207	38,252.88	184.80
六级市场	1	8.17	8.17	323	32,719.35	101.30	322	32,711.17	101.59
合计	71	68,171.07	960.16	810	243,049.41	300.06	739	174,878.34	236.64

报告期内,在红星美凯龙开设整体衣柜专卖商店经销商均为7级以上市场级别的经销商,公司向7级市场以上整体衣柜经销商的销售情况如下:

单位:万元

市场级别	2016 年度								
	已在红星美凯龙开店经销商			总体经销商			未在红星美凯龙开店经销商		
	经销商数量	销售收入	平均销售收入	经销商数量	销售收入	平均销售收入	经销商数量	销售收入	平均销售收入
一级市场	11	29,567.98	2,688.00	14	34,634.74	2,473.91	3	5,066.76	1,688.92
二级市场	15	11,141.18	742.75	22	17,904.35	813.83	7	6,763.17	966.17
三级市场	28	10,095.64	360.56	72	25,942.06	360.31	44	15,846.42	360.15
四级市场	20	5,063.47	253.17	121	29,353.12	242.59	101	24,289.65	240.49
五级市场	8	1,614.75	201.84	120	18,588.60	154.90	112	16,973.85	151.55
六级市场	7	1,351.04	193.01	122	16,575.66	135.87	115	15,224.61	132.39
七级市场	6	634.26	105.71	188	16,343.14	86.93	182	15,708.88	86.31
合计	95	59,468.32	625.98	659	159,341.65	241.79	564	99,873.34	177.08
市场级别	2015 年度								

	已在红星美凯龙开店经销商			总体经销商			未在红星美凯龙开店经销商		
	经销商数量	销售收入	平均销售收入	经销商数量	销售收入	平均销售收入	经销商数量	销售收入	平均销售收入
一级市场	10	17,726.04	1,772.60	14	22,074.38	1,576.74	4	4,348.35	1,087.09
二级市场	13	6,857.20	527.48	21	11,654.52	554.98	8	4,797.32	599.67
三级市场	27	7,278.51	269.57	66	16,294.58	246.89	39	9,016.06	231.18
四级市场	17	3,048.28	179.31	129	21,062.90	163.28	112	18,014.62	160.84
五级市场	6	658.95	109.82	116	11,990.37	103.37	110	11,331.42	103.01
六级市场	5	476.85	95.37	124	11,333.83	91.40	119	10,856.97	91.24
七级市场	2	122.09	61.04	202	10,424.11	51.60	200	10,302.03	51.51
合计	80	36,167.91	452.10	672	104,834.62	156.00	592	68,666.70	115.99
市场级别	2014 年度								
	已在红星美凯龙开店经销商			总体经销商			未在红星美凯龙开店经销商		
	经销商数量	销售收入	平均销售收入	经销商数量	销售收入	平均销售收入	经销商数量	销售收入	平均销售收入
一级市场	8	9,925.91	1,240.74	12	13,504.46	1,125.37	4	3,578.55	894.64
二级市场	10	3,796.51	379.65	23	8,957.91	389.47	13	5,161.40	397.03
三级市场	15	3,167.13	211.14	57	10,447.92	183.30	42	7,280.80	173.35
四级市场	12	1,156.22	96.35	229	21,780.31	95.11	217	20,624.09	95.04
五级市场	2	260.70	130.35	235	11,151.01	47.45	233	10,890.31	46.74
合计	47	18,306.46	389.50	556	65,841.61	118.42	509	47,535.15	93.39

根据上述分类统计信息，公司整体厨柜和整体衣柜经销商，除一级市场外，公司对于已在红星美凯龙开设经营店的经销商与未在红星美凯龙开设经营店的经销商平均销售收入差异不大，同一市场级别中销售收入的差异绝大部分在10%以内，说明经销商是否在红星美凯龙开设专卖店面，与公司对该经销商的销售收入不存在相关关系。

一级市场经销商销售收入差异较大，整体厨柜（含厨衣综合）一级市场经销商及销售收入情况如下：

单位：万元

经销商 区域	2014 年		2015 年		2016 年度		是否在红星美 凯龙开设店面
	市场 级别	销售收入	市场 级别	销售收入	市场 级别	销售收入	
北京	一级	13,546.22	一级	14,779.60	一级	17,710.89	有
长沙	二级	1,162.36	一级	1,502.64	一级	1,691.77	2015 年后有
成都	一级	3,269.89	一级	3,159.95	一级	3,958.83	有
哈尔滨	二级	3,685.49	一级	2,720.68	一级	2,694.52	无
杭州	一级	1,959.43	一级	2,392.48	一级	3,409.52	无
济南	一级	1,959.43	一级	2,299.12	一级	2,592.29	有
南京	一级	1,992.38	一级	1,744.68	一级	1,917.13	有
上海	一级	4,940.69	一级	5,044.98	一级	5,028.67	2015 年后有
深圳	一级	1,714.86	一级	2,149.14	一级	2,887.76	有
沈阳	一级	1,941.15	一级	1,840.43	一级	2,039.71	有
天津	一级	3,199.07	一级	3,018.94	一级	3,233.02	有
武汉	一级	3,908.42	一级	3,519.29	一级	3,391.24	无
西安	一级	3,508.43	一级	4,385.13	一级	3,222.55	有
重庆	一级	2,400.36	一级	2,585.56	一级	3,189.64	有
合计	-	49,188.18	-	51,142.62	-	56,967.54	-

整体衣柜（独立衣柜）一级市场经销商及销售收入情况如下：

单位：万元

经销商 区域	2014 年度		2015 年度		2016 年度		是否在红星 美凯龙开设 店面
	市场 级别	销售收入	市场 级别	销售收入	市场 级别	销售收入	
西安	一级	1,400.25	一级	1,808.55	一级	2,219.41	有
天津	一级	1,564.15	一级	1,701.80	一级	1,991.82	有
深圳	一级	757.39	一级	1,844.08	一级	3,515.11	2016 年后无
重庆	一级	553.54	一级	1,026.47	一级	1,451.44	2014 年后有

沈阳	一级	766.22	一级	795.91	一级	997.70	有
济南	一级	399.39	一级	664.06	一级	1,264.71	有
武汉	一级	1,272.05	一级	1,839.95	一级	2,458.11	无
上海	一级	1,667.78	一级	2,675.96	一级	3,921.38	2015年后有
北京	一级	3,826.85	一级	5,254.35	一级	10,649.90	有
南京	一级	454.50	一级	459.00	一级	1,024.63	2016年后有
成都	一级	658.11	一级	1,047.42	一级	1,413.72	有
杭州	一级	184.21	一级	470.55	一级	977.75	无
哈尔滨	二级	1,288.30	一级	1,578.84	一级	1,630.89	无
长沙	二级	545.19	一级	907.45	一级	1,118.16	2015年后有
合计	-	15,337.93	-	22,074.39	-	34,634.73	-

根据上述表格，公司将全国重要城市认定为一级市场，一级市场经销商的业务规模及增长变化受该城市人口规模、经济发展水平、消费水平及习惯、购买力水平等因素影响，一级市场各城市间上述因素差异较大，因此一级市场各经销商的销售收入差异也较大，这与经销商是否在红星美凯龙开设专卖店面不存在相关关系。

但是，根据上述表格可以看出，红星美凯龙家居建材市场主要开设在一、二线城市（即公司市场分类中的一级市场、二级市场、三级市场和四级市场），而公司经销商专卖店已基本覆盖了我国一线、二线城市以及大多数的三线、四线城市（即公司市场分类中的一级市场、二级市场、三级市场、四级市场、五级市场、六级市场、七级市场、八级市场和九级市场），一、二线城市的人口数量、终端客户数量、消费水平也明显高于全国平均水平，导致红星美凯龙单店销售金额较高。

D、红星美凯龙为我国家居建材市场的龙头企业之一，且定位较为高端。同一城市中，红星美凯龙家居建材市场的店面面积、客流量、客户质量、消费水平、品牌定位等一般均高于其他非知名品牌的家居建材市场。因此，同一经销商负责的区域内，红星美凯龙家居建材市场的专卖店面销售额一般也会高于其他品牌的家居建材市场。

11) 经销商返利情况

为提高经销商的销售积极性，督促其在所属经销区域内扩大业务规模，提升市场份额，公司主要采用每年对经销商进行排名进而调整下一年度结算折扣系数的激励方式。此外，公司在年度经销商大会上会对业绩排名靠前的经销商，颁发奖状及奖品。

① 对经销商实施的具体激励政策及会计处理

A、具体激励政策

为了规范“欧派”产品终端市场价格，提升“欧派”品牌形象，公司制订了经销商价格管理办法，按照产品品种划分产品线对经销商进行分类管理，并对公司不同种类、不同款式产品的最高定价、最低销售折扣价及处罚措施都做出了明确规定，经销商必须根据公司制定的终端市场价格政策进行销售。

同时公司为加强对经销商结算价格的管理，制定了《欧派代理商经营管理综合评估及待遇级别设定管理办法》。根据办法规定，公司根据经销商经销区域内经济发展情况，将经销商划分为不同的市场级别，每年根据上年度经销商销售业绩和经营管理情况对每一个经销商进行综合评价，分不同市场级别对经销商进行排名，并对不同名次区间范围规定了公司与经销商结算的折扣系数。经销商的排名结果直接决定其享受的结算价格折扣系数，产品标准售价乘以结算折扣系数就是公司与经销商最终结算价格，在同级别市场中评分排名越靠前，公司向其供货的折扣系数越低，经销商的结算价格也相应的越低，反之则相反。

B、相关会计处理

公司按照经销商的销售排名顺序对折扣系数进行调整，对公司与单一经销商的结算价格有影响，但由于经销商销售业绩排名的不确定性，以及各经销商销售排名顺序的变化，对公司与经销商的整体结算价格影响较小，因此公司未预计由于经销商当期业绩情况需在下一期间对经销商供货结算折扣系数调整的影响金额。公司在与经销商办理日常结算时，直接按照产品标准售价和当期经销商享受的结算折扣系数计算的供货金额，确认为对经销商实现销售收入的金额。

② 对经销商颁发奖状及奖品的激励政策

公司在年度经销商大会上，对实现业绩或业绩增长较好的经销商，给予颁发奖状及奖品等奖励。

公司在年度经销商大会上对经销商颁发奖状及奖品，公司将其作为经销大会费用，在经销大会召开时计入当期费用。

（3）大宗业务销售模式

近年来，随着住宅商品房精装修比例的不断提升，住宅精装修逐渐成为整体家居行业重要的利润增长点。目前，公司正大力发展整体家居产品的大宗业务，并鼓励各区域经销商在所在地开展大宗业务。报告期内，公司与保利地产、和记黄埔、华润等知名房地产商建立了合作关系，重点推进以大型房地产项目精装修配套整体厨柜、整体衣柜为主的大宗用户业务。

（4）出口销售模式

产品出口主要通过国外大宗业务销售和国外店面销售两种模式。国外大宗业务销售是指欧派集团自主参与国外零售、工程项目洽谈、合同订立和履约；国外店面销售是指公司选择国外经销商，授权其在特定国家或地区销售“欧派”品牌的整体家居产品。

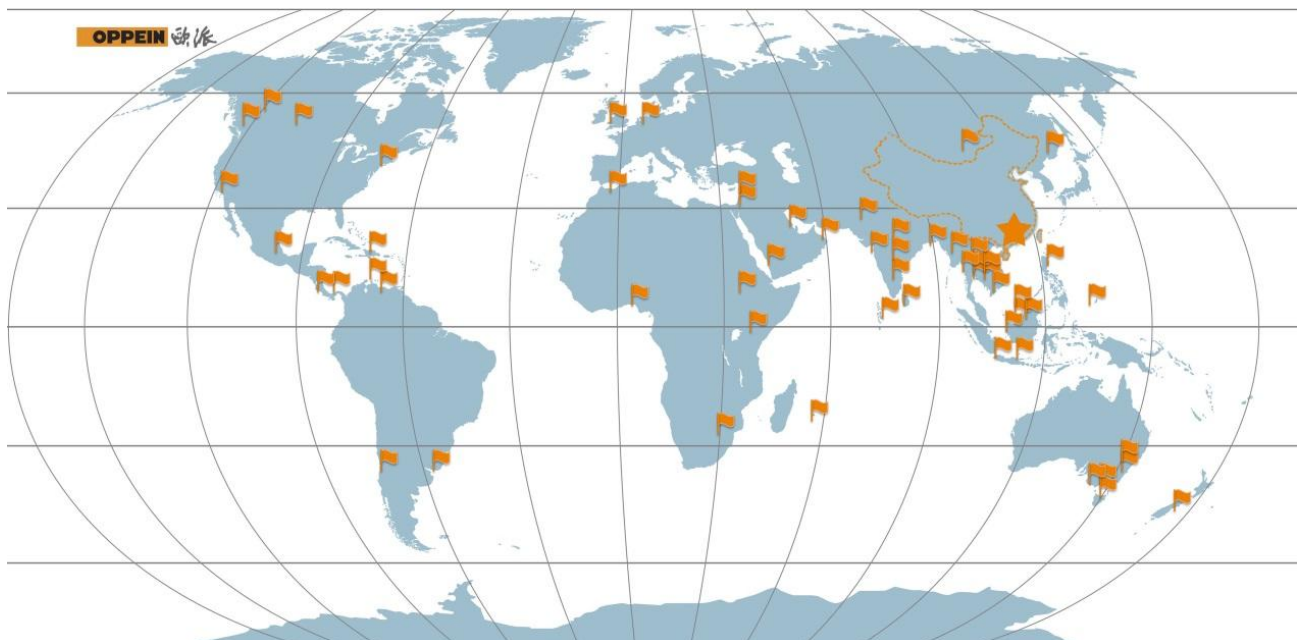
截至 2016 年 12 月 31 日，国外经销商在 48 个国家或地区，共开设了 91 家店面销售“欧派”品牌的整体家居产品，其中“欧派”品牌形象店 55 家、非“欧派”品牌形象店 36 家，具体如下：

序号	国家或地区	城市	销售产品	类型
1	澳大利亚	墨尔本	整体厨柜、整体衣柜、整体卫浴	欧派品牌形象店
		悉尼	整体厨柜	非品牌形象店
		悉尼	整体厨柜	非品牌形象店
		珀斯	整体厨柜	非品牌形象店
		墨尔本	整体厨柜	非品牌形象店
2	新西兰	奥克兰	整体厨柜、整体衣柜、整体卫浴	欧派品牌形象店
3	留尼旺	伯诺伊特	整体厨柜、整体衣柜、整体卫浴	欧派品牌形象店
4	南非	约翰尼斯堡	整体厨柜、整体衣柜、整	欧派品牌形象店

			体卫浴、定制木门、厨房用品	
5	苏丹	喀土穆	整体厨柜、整体衣柜	欧派品牌形象店
6	毛里求斯	路易港	整体厨柜	欧派品牌形象店
7	坦桑尼亚	达累斯萨拉姆	整体厨柜、整体衣柜、整体卫浴、定制木门、厨房用品	欧派品牌形象店
8	沙特阿拉伯	吉达	整体厨柜、整体衣柜、定制木门	欧派品牌形象店
		胡富夫	整体厨柜、整体卫浴	欧派品牌形象店
		利雅得	整体厨柜、整体衣柜、定制木门、整体卫浴	欧派品牌形象店
		卡西姆	整体厨柜	欧派品牌形象店
		艾卜哈	整体厨柜、整体衣柜、整体卫浴	欧派品牌形象店
		阿尔科巴	整体厨柜	非品牌形象店
9	阿曼	麦贝拉	整体厨柜、整体衣柜、定制木门	欧派品牌形象店
		马斯喀特	整体厨柜、整体衣柜	欧派品牌形象店
10	巴林	麦纳麦	整体厨柜	欧派品牌形象店
		麦纳麦	整体厨柜	非品牌形象店
		麦纳麦	整体厨柜	非品牌形象店
11	卡塔尔	多哈	整体厨柜、整体衣柜	欧派品牌形象店
		多哈	整体厨柜	非品牌形象店
12	埃塞俄比亚	亚的斯亚贝巴	整体厨柜、整体衣柜、定制木门、整体卫浴	欧派品牌形象店
13	俄罗斯	莫斯科	整体厨柜	欧派品牌形象店
		抚远	整体厨柜、整体衣柜	欧派品牌形象店
14	马来西亚	古晋	整体厨柜、整体衣柜	欧派品牌形象店
		哥打基纳巴卢	整体厨柜、整体衣柜、定制木门、整体卫浴	欧派品牌形象店
		山打根	整体厨柜、整体衣柜	欧派品牌形象店
		怡保	整体厨柜、整体衣柜	欧派品牌形象店
		八打灵再也	整体厨柜、整体衣柜	欧派品牌形象店
		森美兰州	整体厨柜、整体衣柜	欧派品牌形象店
		森美兰州	整体厨柜、整体衣柜	欧派品牌形象店
15	文莱	斯里巴加湾市	整体厨柜、整体衣柜	欧派品牌形象店
		文莱	整体厨柜、整体衣柜	非品牌形象店
16	越南	河内	整体厨柜、整体衣柜	欧派品牌形象店
17	圣马丁	菲利普斯堡	整体厨柜、整体衣柜、整体卫浴	欧派品牌形象店
18	缅甸	邦康	整体厨柜、整体衣柜	欧派品牌形象店
		仰光	整体厨柜、整体衣柜	欧派品牌形象店

		仰光	整体厨柜	非品牌形象店
19	印度尼西亚	泗水（苏腊巴亚）	整体厨柜、整体衣柜	欧派品牌形象店
		雅加达	整体厨柜、整体衣柜、定制木门、整体卫浴	欧派品牌形象店
		雅加达	整体厨柜、整体衣柜、定制木门、整体卫浴	欧派品牌形象店
		雅加达	整体厨柜	非品牌形象店
		雅加达	欧派全部产品	非品牌形象店
		雅加达	欧派全部产品	非品牌形象店
		万隆	欧派全部产品	非品牌形象店
20	菲律宾	宿雾市	整体厨柜、整体衣柜、整体卫浴	欧派品牌形象店
		马尼拉-帕赛市	整体厨柜、整体衣柜	非品牌形象店
		马尼拉-帕赛市	整体厨柜、整体衣柜	非品牌形象店
21	孟加拉国	达卡	整体厨柜、整体衣柜	欧派品牌形象店
22	马尔代夫	马勒	整体厨柜	欧派品牌形象店
23	柬埔寨	金边	整体厨柜、整体衣柜	欧派品牌形象店
24	韩国	首尔	整体厨柜、整体衣柜	欧派品牌形象店
25	巴基斯坦	伊斯兰堡	整体厨柜、整体衣柜、定制木门、整体卫浴	欧派品牌形象店
		卡拉奇	整体厨柜、整体衣柜、定制木门	欧派品牌形象店
26	印度	新德里	整体厨柜、整体衣柜、定制木门、整体卫浴	欧派品牌形象店
		海得拉巴	整体厨柜、整体衣柜	欧派品牌形象店
		莫哈利	整体厨柜、整体衣柜、整体卫浴	欧派品牌形象店
		班加罗尔	整体厨柜、整体衣柜	欧派品牌形象店
		班加罗尔	整体厨柜	非品牌形象店
27	比利时	布鲁塞尔	整体厨柜、整体衣柜	欧派品牌形象店
28	荷兰	克拉伦代克	整体厨柜、整体卫浴	欧派品牌形象店
29	委内瑞拉	加拉加斯	欧派全部产品	欧派品牌形象店
30	哥伦比亚	波哥大	整体厨柜、整体衣柜	欧派品牌形象店
31	乌拉圭	蒙得维的亚	整体厨柜、整体衣柜、整体卫浴	欧派品牌形象店
32	美国	迈阿密	整体厨柜	欧派品牌形象店
		纽约	整体厨柜	非品牌形象店
		芝加哥	欧派全部产品	欧派品牌形象店
		洛杉矶	整体厨柜	非品牌形象店
		西雅图	整体厨柜、整体衣柜	非品牌形象店
33	尼日利亚	拉格斯	整体厨柜	非品牌形象店
34	加纳	阿克拉	整体厨柜、整体衣柜	非品牌形象店

		阿克拉	整体厨柜、整体衣柜	非品牌形象店
35	安哥拉	罗安达	整体厨柜	非品牌形象店
36	黎巴嫩	贝鲁特	整体厨柜、整体衣柜	非品牌形象店
37	科威特	科威特城	整体厨柜、整体衣柜、定制木门	非品牌形象店
38	关岛	关岛	整体厨柜、整体衣柜	非品牌形象店
39	蒙古	乌兰巴托	整体厨柜	非品牌形象店
		乌兰巴托	欧派全部产品	欧派品牌形象店
40	泰国	苏梅岛	整体厨柜、整体衣柜	非品牌形象店
41	多米尼加	圣多明各	整体厨柜、整体衣柜、定制木门	非品牌形象店
42	巴拿马	巴拿马城	整体厨柜、整体衣柜	非品牌形象店
		科隆	整体厨柜、整体衣柜	非品牌形象店
43	阿鲁巴	阿鲁巴	整体厨柜、整体衣柜	非品牌形象店
44	哥斯达黎加	圣何塞	整体厨柜、定制木门、整体卫浴	非品牌形象店
45	法国	巴斯特尔	整体厨柜	非品牌形象店
46	英国	布里斯托尔	整体厨柜、整体衣柜、定制木门	非品牌形象店
47	斯里兰卡	科伦坡	整体厨柜、整体衣柜、整体卫浴	欧派品牌形象店
48	智利	圣地亚哥	整体厨柜	欧派品牌形象店



4、品牌建设模式

公司非常重视“欧派”品牌的建设，品牌建设主要通过几个方面：

(1) 通过广布的经销门店、统一整洁的设计装修和训练有素的专业人员展示公司整体形象，提高“欧派”品牌知名度和美誉度；

(2) 全面推行“10+1”终端经营模式。“10+1”代表终端经营过程中的若干关键环节，其中“1”指经销商，主要包括经销商个人的综合素质、管理能力、经营思路等，这是终端经营最核心的部分；“10”指经营过程中的 10 个方面，包括店面布局、装修展示、组建团队、机制建立、日常管理、客户服务、广告投放、促销活动、配套经营、市场拓展等；

(3) 公司对专卖店店面装修进行了严格要求，店面每 2-3 年必须进行全新装修，样品每年进行更换，店面装修严格按照公司制定的标准进行设计和施工；

(4) 广告宣传。公司制定了详细的广告宣传管理制度，广告宣传主要是在各类媒体（包括报纸、杂志、电视、电台、网站、户外等其他载体）实施各类硬性广告、软性新闻宣传，参与各类公益性赞助活动，组织各类庆典、新闻发布会、促销推广、招商展览活动等。报告期内，公司在主要电视媒体如中央电视台及部分省市地方电视台进行了广告投放，随着网络新媒体的兴起，公司也越来越注重通过网络平台对公司品牌及产品进行宣传，并获得良好效果。

5、销售物流、仓储模式及收入确认方式

(1) 销售物流模式

公司根据物流管理对产品完好性、发货及时性和准确性的要求制定了货物仓储的相关制度，并在制造部门下设立了物流管理部，负责产品物流管理。

公司商品实行统一配送（珠三角地区少数经销商除外），物流管理部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，由物流管理部下属的短途运输车队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，运输费用由经销商自行承担。公司经销商与全国多家物流公司保持合作关系。

珠三角地区的经销商根据自身资源配备条件，可选择自提货物，但货物超过 3 天公司将向经销商收取一定的仓储费，且 3 天以后仓储费每日累进翻倍收取。

报告期内公司向自提货经销商的销售情况如下：

单位：万元

产品类型	2016年		2015年		2014年	
	销售数量（套）	销售金额	销售数量（套）	销售金额	销售数量（套）	销售金额
整体厨柜	25,086	16,284.21	12,209	12,115.84	9,903	10,477.92
整体衣柜	38,508	11,234.97	19,190	5,862.08	9,772	3,076.71
整体卫浴	1,342	260.76	979	184.05	1,724	332.05
定制木门	1,138	180.50	237	48.30	-	-
合计	66,074	27,960.44	32,615	18,210.27	21,399	13,886.68

报告期内自提货销售收入分别占经销收入的 3.44%、3.88%和 4.66%。

广州直营店销售的产品由公司自行运输并上门安装。

（2）仓储模式

公司建立了严格的仓库管理制度，且大多数为立体仓库，通过库房系统实施信息化管理。

仓储管理主要分为入库、在库、出库等管理环节，每个环节均由专人负责核对、清点货物，进行库管和检查，相关数据及时、准确输入库房系统。入库管理环节，由专人负责与车间人员进行现场交接、核对，按库区划分将货物存入相应区位；在库管理环节，各区位安排区域责任人，由该责任人进行货物整理、维护、盘存，就发现的异常问题及时进行协调处理；出库管理环节，由区域责任人进行监督、整理，保证整个环节的账物相符性和规范性。

（3）收入确认方式

公司销售模式分为直营店销售模式、经销商专卖店销售模式、大宗业务销售模式和出口销售模式，四种销售模式下收入确认方式如下：

直营店销售模式：直营店在收取一定比例的定金后，将经客户确认的销售订单发送至公司，公司按照订单安排生产，直营店在收到客户余下的货款后通知公司发货，并由公司负责安装。公司收取全部货款后，在安装完成时确认收入。

经销商专卖店销售模式：经销商开设的专卖店接收客户订单，并向客户收取一定比例的定金后（定金比例由经销商自行决定），将经客户确认的销售订单发送至公司，并按照结算价格向公司支付全部货款，公司即开始根据订单组织生产。公司完成产品生产后，将产品运送至经销商对应的物流公司指定的交货地点，即确认销售收入；珠三角地区的经销商根据自身资源配备条件可选择自提产品，公司将产品交付时确认销售收入。

大宗业务销售模式：公司依据客户信用和资金实力等情况，先收取一定比例的货款，然后按照合同计划安排生产、发货、安装和收取货款。公司在产品安装完成，并且取得了索取货款依据时确认收入。

出口销售模式：公司在完成报关手续，货物已经越过船舷（合同约定按照离岸价成交），取得提单并向银行办妥交单手续时确认销售收入。

（四）报告期主要产品的产销情况

1、主要产品的产能、产量、产能利用率、销量、产销率

报告期内，公司主要产品的产能、产量、产能利用率、销量、产销率如下表所示：

单位：套/樘

时 间	产能	产量	产能利用率	销量	产销率
整体厨柜					
2016 年度	500,000	467,136	93.43%	457,248	97.88%
2015 年度	400,000	398,764	99.69%	394,946	99.04%
2014 年度	350,000	335,774	95.94%	337,731	100.58%
整体衣柜					
2016 年度	730,000	658,592	90.22%	657,552	99.84%
2015 年度	450,000	427,480	95.00%	425,033	99.43%
2014 年度	320,000	307,956	96.24%	301,427	97.88%
整体卫浴					

2016 年度	120,000	108,343	90.29%	107,923	99.61%
2015 年度	90,000	87,108	96.79%	87,618	100.01%
2014 年度	72,000	70,750	98.26%	70,373	99.47%
定制木门					
2016 年度	150,000	137,832	91.89%	134,809	97.81%
2015 年度	95,000	91,869	96.70%	92,283	100.01%
2014 年度	70,000	72,722	103.89%	71,922	98.90%

2、主要产品的销售情况

报告期内，公司主要产品的销售收入如下：

单位：万元

产品类别	2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
整体厨柜	436,939.64	62.22%	384,500.67	69.35%	342,920.53	72.48%
整体衣柜	202,202.61	28.80%	133,704.15	24.11%	99,248.52	20.98%
整体卫浴	24,165.17	3.44%	14,818.71	2.67%	13,993.72	2.96%
定制木门	20,842.71	2.97%	12,137.04	2.19%	8,528.96	1.80%
其他产品	18,044.60	2.57%	9,313.22	1.68%	8,413.36	1.78%
合计	702,194.73	100.00%	554,473.79	100.00%	473,105.08	100.00%

3、公司产品主要销售区域

报告期内，公司产品按销售区域市场分布情况如下：

单位：万元

地区	2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
华东	195,567	27.85%	145,767	26.29%	124,796	26.38%
华南	126,051	17.95%	100,388	18.11%	82,531	17.44%
华北	103,813	14.78%	78,270	14.12%	69,566	14.70%
华中	77,274	11.00%	69,007	12.45%	58,159	12.29%

西南	91,983	13.10%	70,102	12.64%	58,538	12.37%
东北	45,687	6.51%	39,913	7.20%	36,612	7.74%
西北	40,763	5.81%	32,036	5.78%	28,071	5.93%
境外	21,057	3.00%	18,991	3.43%	14,832	3.14%
合计	702,195	100.00%	554,474	100.00%	473,105	100.00%

4、公司产品主要销售方式

报告期内，公司产品销售情况按销售方式分类如下：

单位：万元

销售模式	2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
经销商专卖店销售	600,160.32	85.47%	469,663.34	84.70%	403,155.79	85.21%
直营店销售	23,750.29	3.38%	19,183.14	3.46%	17,555.52	3.71%
大宗业务销售	57,227.24	8.15%	46,636.22	8.41%	37,561.35	7.94%
出口销售	21,056.88	3.00%	18,991.09	3.43%	14,832.42	3.14%
合计	702,194.73	100.00%	554,473.79	100.00%	473,105.08	100.00%

5、前十大经销商情况

报告期内，公司对前十大经销商的销售收入情况如下：

单位：万元

时间	经销商名称	销售金额	占经销收入比例
2016 年度	北京高氏橱柜有限公司	28,360.79	4.73%
	丁国平	9,174.70	1.53%
	陈志刚	6,869.21	1.14%
	张昊	6,375.56	1.06%
	冷志亮	5,989.14	1.00%
	武汉家爱派家居有限公司	5,849.35	0.97%
	王刚	4,919.41	0.82%
	黄祚君	4,081.99	0.68%
	李伟	3,880.88	0.65%
	俞跃东	3,857.00	0.64%
	合计	79,358.03	13.22%
2015 年度	北京高氏橱柜有限公司	20,033.95	4.27%

	丁国平	7,751.31	1.65%
	张昊	6,571.18	1.40%
	武汉家爱派家居有限公司	5,359.23	1.14%
	李伟	5,020.62	1.07%
	冷志亮	4,825.57	1.03%
	陈志刚	4,127.06	0.88%
	黄祚君	3,176.12	0.68%
	王刚	3,147.20	0.67%
	俞跃东	2,963.17	0.63%
	合计	62,975.41	13.41%
2014 年度	北京高氏橱柜有限公司	17,373.07	4.31%
	张昊	8,353.92	2.07%
	丁国平	6,608.47	1.64%
	李伟	5,447.78	1.35%
	武汉家爱派家居有限公司	5,180.47	1.28%
	冷志亮	4,799.83	1.19%
	王刚	3,711.64	0.92%
	彭晓东	2,953.90	0.73%
	梁静	2,707.38	0.67%
	陈志刚	2,472.25	0.61%
	合计	59,608.72	14.79%

6、前五大大宗业务客户情况

报告期内，公司对前五大大宗业务客户的销售情况如下：

单位：万元

大宗业务客户	2016 年度	2015 年度	2014 年度
保利房地产（集团）股份有限公司及其关联方	7,254.52	5,190.19	7,060.97
广州市番禺祈福新邨房地产有限公司	3,714.27	2,333.34	1,077.40
广州城建开发装饰有限公司	2,156.26	1,441.68	2,005.83
中房（苏州）地产有限公司	763.58	149.60	-
广州南慧湾房地产开发有限公司	523.75	9.83	-
青岛胜喜路工程配套有限公司	420.37	1,192.75	373.63
成都创未来商贸有限公司	361.37	1,191.13	7.69
中铁地产有限公司及其关联方	1,401.59	393.33	899.59
珠海市时代丰卓投资有限公司及其关联方	244.54	20.44	61.45
苏州博邦装饰工程有限公司	0.18	138.78	786.32
深圳市精研装饰工程有限公司	-	52.67	83.29
合计	16,840.43	12,113.74	12,356.17

(五) 主要产品的原材料和能源及其供应情况

1、原材料

时间	原材料	平均单价 (元/单位)	采购数量	采购金额(万元)	占采购总 额比例
2016 年度	刨花板(张)	62.44	7,606,883.00	47,500.81	13.57%
	中纤板(张)	64.27	3,091,068.00	19,867.44	5.67%
	进口实木板(立方米)	4,386.49	8,485.51	3,722.16	1.06%
	石英石板(张)	817.33	195,858.05	16,008.04	4.57%
	炉具(台)	420.49	298,246.00	12,541.08	3.58%
	消毒柜(台)	681.80	85,491.00	5,828.79	1.66%
	烟机(台)	652.61	175,049.00	11,423.95	3.26%
	水槽(套)	173.27	439,670.00	7,618.21	2.18%
	铝材(支)	24.12	4,495,816.40	10,845.62	3.10%
	拉篮(套)	99.51	511,695.00	5,091.75	1.45%
	龙头(套)	130.89	437,443.00	5,725.89	1.64%
树脂(千克)	7.77	6,227,690.00	4,841.59	1.38%	
2015 年度	刨花板(张)	62.40	5,269,682.00	32,880.64	11.12%
	中纤板(张)	69.91	1,861,080.00	13,010.26	4.40%
	进口实木板(立方米)	4,595.73	9,020.47	4,145.56	1.39%
	石英石板(张)	704.77	257,895.74	18,175.66	6.09%
	炉具(台)	410.55	285,773.00	11,732.49	3.93%
	消毒柜(台)	657.71	90,287.00	5,938.27	1.99%
	烟机(台)	606.19	145,418.00	8,815.03	2.95%
	水槽(套)	180.36	372,971.00	6,726.95	2.25%
	铝材(支)	25.44	2,940,005.90	7,479.29	2.50%
	拉篮(套)	116.10	493,911.00	5,734.25	1.92%
	龙头(套)	132.43	430,575.45	5,702.13	1.91%
树脂(千克)	8.33	4,759,268.00	3,964.56	1.33%	

2014 年度	刨花板（张）	62.77	3,586,879	22,516.00	8.49%
	中纤板（张）	64.87	1,985,573	12,880.65	4.86%
	进口实木板（立方米）	4,620.37	12,166	5,621.19	2.12%
	石英石板（张）	744.37	282,577	21,034.19	7.93%
	炉具（台）	445.33	261,520	11,646.29	4.39%
	消毒柜（台）	674.60	96,646	6,519.73	2.46%
	烟机（台）	674.95	110,168	7,435.77	2.80%
	水槽（套）	195.39	315,917	6,172.86	2.33%
	铝材（支）	35.17	1,618,645	5,692.67	2.15%
	拉篮（套）	142.39	503,214	7,165.19	2.70%
	龙头（套）	119.19	377,167	4,495.62	1.70%
	树脂（千克）	10.84	4,321,487	4,684.12	1.77%

2、主要供应商情况

报告期内，公司前五大供应商及采购情况如下：

单位：万元

时间	供应商名称	采购金额	采购品种	占采购总额比例
2016 年度	宁波市万茂电器有限公司	17,926.23	电器	5.12%
	Metro	13,436.27	木质板材	3.84%
	百隆	11,187.03	功能五金件	3.20%
	佛山市三水正域铝型材制品有限公司	7,791.07	铝型材	2.23%
	HeveaBoardBerhad	7,063.80	木质板材	2.02%
	合计	57,404.40	-	16.41%
2015 年度	宁波市万茂电器有限公司	14,879.45	电器	5.03%
	百隆	8,680.18	功能五金件	2.94%
	Metro	8,590.97	木质板材	2.91%
	中山市天隆燃具电器有限公司	8,373.23	电器	2.83%
	Hevea Board Berhad	7,508.56	木质板材	2.54%
	合计	48,032.39	-	16.08%

2014 年度	宁波市万茂电器有限公司	13,237.96	电器	4.99%
	百隆	8,941.86	功能五金件	3.37%
	中山市天隆燃具电器有限公司	8,230.12	电器	3.10%
	广东中旗新材料科技有限公司	8,133.41	石英石板材	3.07%
	中山市新田五金有限公司	6,283.52	五金配件	2.37%
	合计	44,826.87	-	16.90%

报告期内，公司前五大供应商均为木质板材、电器、功能五金件、石英石板材及树脂的供应厂商。

报告期内，公司董事、监事、高级管理人员，主要关联方或持有公司 5%以上股份的股东未在公司前五名供应商中占有任何权益或存在关联关系。

3、能源供应情况

本公司生产经营所需要的主要能源为电力，由公司及各生产基地所在地供电局提供。报告期内，公司电力供应稳定、充足，能够满足生产经营需要，公司用电具体情况如下：

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
加权平均电价（元/度）	0.71	0.74	0.76
用电量（万度）	8,886.82	7,249.90	5,728.87
电费支出（万元）	6,274.33	5,360.22	4,376.03
电费占生产成本的比例（%）	1.41	1.42	1.29

4、主要原材料采购及能源使用的变动与公司产销量的匹配情况

（1）公司主要原材料采购情况

单位：万元

项目	2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	金额	同比变动	金额	同比变动	金额	同比变动
板材	87,098.45	22.71%	70,980.91	14.39%	62,052.03	21.97%
电器	29,793.82	12.49%	26,485.79	3.45%	25,601.79	8.90%

水槽	7,618.21	13.25%	6,726.95	8.98%	6,172.86	1.14%
铝材	10,845.62	45.01%	7,479.29	31.38%	5,692.67	4.52%
拉篮	5,091.75	-11.20%	5,734.25	-19.97%	7,165.19	81.99%
龙头	5,725.89	0.42%	5,702.13	26.84%	4,495.62	-10.95%
树脂	4,841.59	22.12%	3,964.56	-15.36%	4,684.12	-16.15%
合计	151,015.32	18.84%	127,073.88	9.67%	115,864.28	15.28%

(2) 公司用电情况

单位：万度

项目	2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	数量	同比变动	数量	同比变动	数量	同比变动
总用电量	8,886.82	22.58%	7,249.90	26.55%	5,728.87	8.76%
生产用电量	7,917.29	21.59%	6,511.71	29.92%	5,012.15	27.97%

(3) 公司主要产品产销量及销售收入变动情况

项目		2016 年度		2015 年度		2014 年度	
		数量/金额	同比变动	数量/金额	同比变动	数量/金额	同比变动
整体橱柜	产量(套)	467,136	17.15%	398,764	18.76%	335,774	9.83%
	销量(套)	457,248	15.77%	394,946	16.94%	337,731	11.35%
整体衣柜	产量(套)	658,592	54.06%	427,480	38.81%	307,956	45.73%
	销量(套)	657,552	54.71%	425,033	41.01%	301,427	43.00%
销售收入(万元)		713,413.06	27.23%	560,708.97	18.02%	475,108.00	18.92%

公司的主要产品为整体橱柜和整体衣柜，其中 70%左右的销售收入来源于整体橱柜产品，且其平均单套销售价格显著高于整体衣柜产品。因此，在报告期内，整体橱柜和整体衣柜的产销量变动情况差异较大，而销售收入的变动则综合了各类产品销售数量和平均销售单价的变动影响。

(4) 主要原材料采购及能源使用的变动与公司产销量的匹配情况

由上述表格可知，2014 年度、2015 年度及 2016 年度，公司的主要原材料

采购金额分别同比增长 15.28%、9.67%和 18.84%，生产用电量分别同比增长 27.97%、29.92%和 21.59%，主要产品产量分别同比增长 24.50%、28.35%和 36.25%，销售收入分别同比增长 18.92%、18.02%和 27.23%。

报告期内，直接材料占生产成本的比例接近 80%，2015 年度和 2016 年度公司主要原材料采购金额增长比例低于销售收入增长比例较多的主要原因为：

1、2016 年度，板材类原材料价格同比降幅较大，刨花板、中纤板和进口实木板平均采购单价较 2015 年度分别下降 1.85%、8.61%和 4.55%。2015 年度和 2016 年度公司主要原材料采购量分别同比增长 30.70%和 36.80%，与销售收入变动情况基本匹配。

2、2015 年末，公司考虑到生产规模扩大、春节假期等因素，原材料储备增加较多，2015 年末公司原材料账面余额较 2014 年末增加 32.53%。较多的原材料储备导致 2016 年度原材料采购金额增长比例进一步低于销售收入增长比例。

公司用电成本占生产成本比重不到 1.5%，生产用电量与公司主要产品产量的变动趋势较为接近。

（六）安全生产与环境保护

1、安全生产情况

为保证安全生产工作，公司成立了安全管理部，同时建立了覆盖全面、执行有效的安全生产管理制度，为各项生产工艺制定了相关安全操作规程，并形成了行之有效的安全生产管理网络。安全生产管理工作实行逐级责任制和问责制，由生产经理、各部门负责人和部门兼职安全员对各级安全工作负责。此外，公司还建立了事故应急预案制度，防范突发事件。公司各项安全生产管理制度和控制措施在日常工作中都得到了有效执行并取得良好效果。

报告期内，公司没有发生重大安全事故，也未出现由于安全生产受到处罚的情形。

2、公司的环保控制标准

（1）原材料国家环保标准及企业标准

公司生产过程中主要使用双饰面中纤板、双饰面刨花板、双饰面夹板、人造石、油漆、胶粘剂、PVC膜、封边带、皮革等原材料。公司非常重视环保材料的使用和管理，在原材料国家环保标准的基础上，制订了更加严格的企业标准，多项指标标准均优于国家标准，具体情况如下：

原材料	国家标准要求	欧派企业标准要求	对比
双饰面中纤板		CGKFB-Z-332《三聚氰胺双饰面中纤板技术质量要求》 E1级≤1.5mg/L	等同于国标
双饰面刨花板	GB 18580-2001《室内装饰装修材料人造板及其制品中甲醛释放量》 E1级≤1.5mg/L；E2级≤5mg/L	CGKFB-Z-210《双饰纸刨花板技术质量要求》 E1级≤1.5mg/L；E0级≤0.5mg/L	优于国标
双饰面夹板		CGKFB-Z-378《三聚氰胺双饰面夹板技术质量要求》 E1级≤1.5mg/L	等同于国标
人造石	GB 6566-2010《建筑材料放射性核素限量》 内照射指IRa≤1.0；外照射指IR≤1.3。	CGKFB-Z-261《亚克力人造板技术质量要求》 CGKFB-Z-260《国产石英石板材技术质量要求》 内照射指IRa≤0.6；外照射指IR≤0.8。	优于国标
油漆	GB 18581-2009《室内装饰装修材料溶剂型木器涂料中有害物质限量》 VOC：光泽度<80°时，≤670g/L，光泽度≥80°时，≤580g/L； 苯含量：≤0.3%； 甲苯+二甲苯+乙苯质量分数：≤30%； 游离甲苯二异氰酸酯：≤0.4%； 可溶性重金属：铅≤90mg/kg；镉≤75mg/kg； 铬≤60mg/kg；汞≤60mg/kg。	CGKFB-Z-341《PU油漆技术质量要求》CGKFB-Z-343 PE《油漆技术质量要求》CGKFB-Z-344 UV《油漆技术质量要求》 VOC：光泽度<80°时，≤650g/L，光泽度≥80°时，≤550g/L； 苯质量分数：≤0.05%； 甲苯+二甲苯+乙苯质量分数：≤25%； 游离甲苯二异氰酸酯：≤0.4%； 可溶性重金属：铅≤90mg/kg；镉≤75mg/kg；铬≤60mg/kg；汞≤60mg/kg。	优于国标
胶粘剂	GB 18583-2008《室内装饰装修材料胶粘剂中有害物质限量》 游离甲醛：≤0.5g/kg；苯含量：≤5g/kg；甲苯	CGKFB-Z-314《白乳胶技术质量要求》CGKFB-Z-310《拼板胶技术质量要求》CGKFB-Z-226《热熔胶技	优于国标

	+二甲苯：≤150g/kg；总挥发性有机物：≤700g/L。	术质量要求》 游离甲醛：≤0.1g/kg；苯含量：0.1g/kg；甲苯+二甲苯：≤0.5g/kg；卤代烃：≤0.5g/kg；总挥发性有机物：≤50g/L。	
PVC 膜	HJT 303-2006 《环境标志产品技术要求家具》 家具中不得使用含氯塑料；不得在塑料中添加含铅、铬、镉、汞及其化合物、卤代有机化合物或邻苯二甲酸酯的任何物质。	CGKFB-Z-319 《PVC 膜标准》 PVC 膜中不得使用含有铅、铬、镉、汞及其化合物、邻苯二甲酸酯的添加剂，不得含有卤代有机物，不得使用致癌、致敏、有毒性和生殖系统或遗传系统有害的药剂作为表面处理药剂。	优于国标
封边带	HJT 303-2006 《环境标志产品技术要求家具》 家具中不得使用含氯塑料；不得在塑料中添加含铅、铬、镉、汞及其化合物、卤代有机化合物或邻苯二甲酸酯的任何物质。	CGKFB-Z-215 《塑料封边条标准》 禁用物质：封边条中不得含有多溴联苯(PBB)、多溴联苯醚(PBDE)。 限量物质：封边条中甲醛释放量≤1.5mg/L；氯乙烯单体≤5mg/kg；可迁移元素(可溶性重金属)：铅(Pb)≤90mg/kg；镉(Cd)≤75mg/kg；铬(Cr)≤60mg/kg；汞(Hg)≤60mg/kg；砷(As)≤25mg/kg；钡(Ba)≤1000mg/kg；锑(Sb)≤60mg/kg；硒(Se)≤500mg/kg；邻苯二甲酸酯(DBP、BBP、DEHP、DNOP、DINP和DIDP的总量)≤0.1%。	优于国标
皮革	GB/T 16799-2008 《家具用皮革》 GB 20400 《皮革和毛皮有害物质限量》 禁用偶氮染料含量≤30mg/kg； 游离甲醛含量(分光光度法)≤75mg/kg； 可分解有害芳香胺染料≤30mg/kg。	JJZZ-CB-17-044 《车线皮纹采购技术标准》 JJZZ-CB-17-107 《平贴皮纹材料采购技术标准》 禁用偶氮染料含量≤30mg/kg； 游离甲醛含量(分光光度法)≤75mg/kg； 可分解有害芳香胺染料≤30mg/kg。	等同于国标

公司非常重视环保材料的使用和管理，在生产过程中主要使用的原材料均符合国家环保标准要求。

(2) 产品生产过程的环保控制标准

公司日常生产过程中产生的污染物(源)包括噪声、污水、固废、废气和粉尘等，相应的国家/地方环保控制标准如下：

序号	名称
1	GB12348-2008 《工业企业厂界噪声标准》
2	GB/T 31962-2015 《污水排入城镇下水道水质标准》
3	DB44/26-2001 《水污染物排放限值》
4	GB18599- 2001 《一般工业固体废物贮存、处置场污染控制标准》
5	GB16297-1996 《大气污染物综合排放标准》
6	DB44/27-2001 《大气污染物排放限值》

3、公司的环保控制措施

公司通过 ISO14001 环境管理体系认证、中国环境标志产品认证，公司主要的环保控制措施如下：

（1）原材料环保控制措施

类似于原材料质量控制措施，公司对每批次原材料均进行环保指标检测（如甲醛含量、甲醛释放量、挥发性物含量等指标），以保证产品符合环保标准要求。同时，对于经过合格检测的原材料，先进行小批量使用，制作成小样品后进行鉴定观察；全方位测试和评估确保未出现异常后才进行下单采购，从而确保原材料符合国家环保标准。

（2）生产过程环保控制措施

公司日常生产过程中产生的污染物（源）包括噪声、污水、固废、废气和粉尘等，针对不同的污染物（源），公司所采取的控制措施如下：

1) 噪声：采取消音、隔音、减震措施，降低设备噪声源，减少对环境的影响。公司对旧设备进行了噪音治理，新购进的设备均能达到环保要求，公司每年年初安排对噪声进行现场检测，以便及时发现和解决问题。生产设备噪音处理排放符合国家标准《工业企业厂界噪声标准》（GB12348-2008）。

2) 污水：公司建成了生活废水处理池，验收合格，达标排放。污水经处理后，满足《污水排入城镇下水道水质标准》（GB/T 31962-2015）和广东省地方标准《水污染物排放限值》（DB44/26-2001），排入市政污水管网，最后进入

污水处理厂。

3) 固废：生产过程中产生的废包装箱、废包装袋等在工厂内的指定地点存放，分类收集，回收利用。生活垃圾集中堆放、由环保部门运往垃圾处理厂统一处理。公司固废品的处置符合《一般工业固体废物贮存、处置场污染控制标准》（GB18599-2001）。

4) 废气和粉尘：公司建成了油漆废气处理系统，并安装了相应的除尘系统，符合《大气污染物综合排放标准》（GB16297-1996）和广东省地方标准《大气污染物排放限值》（DB44/27-2001）。

5) 生产、安装辅助材料、包装材料：公司在生产、安装过程中需要增加部分辅助材料，公司对辅助材料进行抽样检测，以确保辅助材料符合环保标准。包装过程需使用纸箱、泡沫盒、泡沫板等材料，公司采取绿色环保包装设计，优化包装结构，减少包装材料等措施，使产品包装达到绿色环保要求。

（3）定期进行产品环保检测

国家产品环保认证机构定期对公司板材类、油漆类、胶黏剂类等污染物料进行抽样检测，由外部权威检测机构对产品进行抽样检测，对产品达到环保标准起到更好的监督作用。

4、公司受到的环保纠纷及处罚情况

报告期内，公司及下属子公司不存在因产品未达到环保要求引起的纠纷、争议或受到相关处罚的情况。

五、主要固定资产及无形资产情况

（一）主要固定资产

1、固定资产总体情况

公司固定资产主要包括房屋建筑物、机器设备、运输设备、电子设备和其他设备，截至2016年12月31日，公司的主要固定资产情况如下：

单位：元

项目	资产原值	累计折旧	资产净值	成新率
房屋建筑物	871,071,631.55	130,021,111.61	741,050,519.94	85.07%
机器设备	982,628,810.48	254,843,551.43	727,785,259.05	74.07%
运输工具	28,991,276.70	18,068,256.90	10,923,019.80	37.68%
其他设备	116,803,155.08	53,648,108.08	63,155,047.00	54.07%
合计	1,999,494,873.81	456,581,028.02	1,542,913,845.79	77.17%

2、房屋建筑物

(1) 公司拥有的房屋建筑物

截至本报告期末，本公司及下属子公司拥有房屋建筑物共 18 处，房屋产权面积共计 868,728.60 平方米，公司及下属子公司拥有的房屋建筑物具体情况如下：

序号	权利人	房屋产权证号	坐落	建筑面积 (m²)	取得方式	土地使用权终止期限
1	发行人	粤(2015)广州市不动产权第 00211314 号	白云区广花三路 366 号地块二，自编 1 号楼	10,144.47	自建	2077-09-20
2	发行人	粤(2015)广州市不动产权第 00210972 号	白云区广花三路 366 号地块二，自编 2 号楼	7,178.51	自建	2057-09-20
3	发行人	粤(2015)广州市不动产权第 00211311 号	白云区广花三路 366 号地块二，自编 3 号楼	17,673.79	自建	2057-09-20
4	发行人	粤(2016)广州市不动产权第 04204143 号	白云区广花三路 366 号地块一，自编 4 号楼	33,026.96	自建	2056-07-15
5	发行人	粤(2016)广州市不动产权第 04204144 号	白云区广花三路 366 号地块一，自编 5 号楼	22,913.52	自建	2056-07-15
6	发行人	粤房地权证穗字第 0150327583 号	白云区江高镇金沙北 2 号自编 1 栋(工厂卫浴车间)	41,916.92	自建	2050-09-21
7	发行人	粤房地权证穗字第 0150327924 号	白云区江高镇金沙北 2 号自编 2 栋(单元样板车间)	4,274.06	自建	2050-09-21
8	发行人	粤(2016)广州市不动产权第 08217120 号	广州市花都区梯面镇梯和大道 18 号	34,788.72	新建	2053-09-02

9	发行人	粤房地权证穗字第 1050096027 号	白云区神山镇路雄丰村 工业区神山龙光企业有 限公司 1 号第 9 幢	2,994.25	购买	2056-10-17
10	发行人	粤房地权证穗字第 1050096099 号	白云区神山镇路雄丰村 工业区神山龙光企业有 限公司 1 号第 1 幢	1,122.73	购买	2056-10-17
11	发行人	粤房地权证穗字第 1050096067 号	白云区神山镇路雄丰村 工业区神山龙光企业有 限公司 1 号第 2, 4, 5, 6, 7, 8, 10, 11 幢	2,394.88	购买	2056-11-06 2076-11-06
12	发行人	粤房地权证穗字第 1050096026 号	白云区神山镇路雄丰村 工业区神山龙光企业有 限公司 1 号第 3 幢	5,034.53	购买	2056-10-17
13	天津欧派	房地证津字第 123011206554 号	静海县静海经济开发 区物海道 9 号	55,418.82	自建	2060-08-12
14	无锡欧派	苏(2016)无锡市不动 产权 0028858 号	惠山经济开发区前洲配 套区石洲路 1 号	86,095.71	自建	2064-10-31
15	欧派集成	粤(2016)广州市不动 产权第 08205725 号	广州市花都区梯面镇民 安村	54,048.79	购买	2051-08-29
16	清远欧派 集成家居 有限公司	粤(2016)清远市不动 产权第 0001330 号	清远市清城区石角镇广 清产业工业园园内	203,721.79	购买	2066-06-9
17	清远欧派 集成家居 有限公司	粤(2016)清远市不动 产权第 0008257 号	清远市清城区石角镇广 清产业工业园园内	266,238.15	购买	2066-12-22
18	发行人	不动产权第 00219030 号	海珠区新港东路以北、 琶洲大道以南、琶洲 A 区(琶洲 AH040218) 地块	19,742.00	购买	2061-06-27

(2) 公司租赁的房屋建筑物

1) 发行人厂房、宿舍的租赁情况

截至本报告期末，公司及下属子公司、孙公司共租赁 28 处房屋建筑物，作为厂房、员工宿舍或仓库，具体情况如下：

序号	承租方	出租方	租赁房产位置	建筑面积 (m ²)	租赁期限	用途
1	发行人	黄绍桃	广州市白云区江高镇长岗村黄泥潭	15,269.00	2015.06.16- 2018.06.15	厂房
2	发行人	梁泽汉	广州市白云区江高镇蓼江村公和市	19,251.97	2015.08.01- 2020.08.31	厂房

3	发行人	广州市白云区江高镇雄丰村民委员会	广州市白云区江高镇神山珠水路自编1号	8,205.00	2010.01.01-2029.12.31	厂房
4	发行人	李强	广州市白云区江高镇江神路128号	12,628.00	2015.09.15-2017.09.14	厂房
5	发行人	刘文湛	广州市白云区江高镇长岗村长太路6号	6,202.50	2014.03.15-2018.03.14	仓库
6	发行人	广州简杨企业管理有限公司	广州市白云区人和镇西湖村新镇埗	9711.00	2016.04.07-2018.10.06	仓库
7	发行人	江沛容	广州市白云区江高镇塘贝村路新镇庄西街33号	5,712.00	2014.09.01-2024.08.31	厂房及员工宿舍
8	发行人	何康林	广州市白云区路华灯街48号802房	93.26	2016.03.01-2017.06.30	员工宿舍
9	发行人	罗曾尚、郭素娟	广州市白云区路华灯街38号702房	93.04	2016.03.01-2017.06.30	员工宿舍
10	发行人	林镇余、江腊妹	广州市白云区路华灯街22号1502房	88.60	2016.04.01-2017.06.30	员工宿舍
11	发行人	张益	广州市白云区路华灯街14号906房	86.63	2016.03.13-2017.06.12	员工宿舍
12	发行人	齐河圣基新型建材有限责任公司	德州市齐河县表白寺镇建邦大道西	7,789.89	2015.05.20-2020.05.29	厂房
13	发行人	江西永通鞋业有限公司	江西省南昌市南昌县小蓝经济开发区福山大道555号永通工业城内	7,475.00	2015.04.01-2019.04.30	厂房
14	发行人	温艳芹	广州市白云区路华灯街18号503房	86.58	2016.02.20-2017.02.19	员工宿舍
15	发行人	叶瑜	广州市白云区路华灯街16号806房	86.63	2016.02.20-2017.02.19	员工宿舍
16	发行人	廖光文	广州市白云区路花语街78号903房	93.00	2016.02.20-2017.02.19	员工宿舍
17	发行人	吕成建、周丽云	广州市白云区路华灯街14号1506房	87.00	2016.02.20-2017.02.19	员工宿舍
18	欧派集成	广州盈泰环保科技有限公司	广州市花都区花东镇金谷工业区永大路3号	25,756.00	2013.11.25-2017.01.24	厂房
19	欧派墙饰	江演辉	广州市白云区江高镇江村村社北经济合作社冼田地块	2,950.00	2014.07.11-2019.07.10	仓库
20	常州欧派家居制品有限公司	常州宏达物业管理有限公司	常州武进高新区南区，出租方厂区大路西新厂房由南向北第6至第8跨合计三跨	7,051.00	2013.06.10-2018.06.09	厂房
21	武汉欧派明达家居制品有限公司	武汉鹏智汽车部件系统有限公司	武汉市庙山开发区	6,337.00	2013.11.15-2018.11.14	厂房

22	武汉欧派明达家居制品有限公司	武汉鹏智汽车部件系统有限公司	武汉市庙山开发区	689.00	2014.12.25-2018.11.25	厂房
23	武汉欧派明达家居制品有限公司	武汉鹏智汽车部件系统有限公司	武汉市庙山开发区	320.00	2015.03.15-2018.11.14	厂房
24	成都欧派家居制品有限公司	史元亮	成都市清泉水镇北宁村 7、8 组自建厂院	8,779.00	2013.08.15-2018.08.15	厂房
25	成都欧派家居制品有限公司	史元亮	成都市清泉水镇北宁村 7、8 组自建厂院	1,800.00	2015.08.20-2018.08.19	厂房
26	郑州欧派家居制品有限公司	郑州盈康实业有限公司	郑州市经济开发区九龙镇芦医庙乡能庄村东南郑州盈康实业有限公司厂内	7,619.00	2014.09.20-2018.09.19	厂房
27	西安欧联家居制品有限公司	西安祥森机械设备有限公司	西安市蓝田县西北家具工业园新港 3 号路 6 号场院	7,000.00	2014.01.01-2018.12.31	厂房
28	上海欧派家居制品有限公司	上海格旺自控仪表有限公司	上海市松江区新浜镇华冈路 78 号	7,240.00	2014.01.01-2017.02.28	厂房

注：常州欧派家居制品有限公司、武汉欧派明达家居制品有限公司、成都欧派家居制品有限公司、郑州欧派家居制品有限公司、西安欧联家居制品有限公司、上海欧派家居制品有限公司为发行人孙公司。

2) 发行人直营店的租赁情况

截至本报告期末，公司及下属子公司共租赁 27 处房屋建筑物作为公司直营店，销售公司整体家居产品，具体情况如下：

序号	承租方	出租方	租赁房产位置	建筑面积 (m ²)	租赁期限	用途
1	发行人	广州黄埔国际海员俱乐部	广州市寺右北三街 32 号地 07、08、09、10 铺	138.00	2014.09.01-2017.08.31	五羊店
2	发行人	梁家权、周安兵	广州市天河区黄埔大道中恒隆街 5、9 号首层	600.00	2016.05.01-2021.04.30	员村旗舰店
3	发行人	广州利宝置业管理有限公司	广州市宝岗大道 271、275、281、285 号二层 B28	150.00	2016.06.01-2017.12.31	江南店
4			广州市宝岗大道 271、275、281、285 号三层 C30、C31、C32、C33、C34、C35、C36	299.00	2016.04.01-2017.03.31	
5			广州市宝岗大道 271、275、281、285 号三层 C61	153.00	2016.04.01-2017.12.31	
6	发行人	广州市高德花花置业 有限公司	广州市高德美居购物中心中区 2048、2058	608.90	2016.05.01-2018.04.30	花花店
7	发行人		广州市高德美居购物中心中区 2098、2108	381.67	2016.01.01-2017.12.31	

8	发行人	广州吉盛伟邦家居博览中心有限公司	广州市番禺区迎宾路万博中心广州吉盛伟邦家具博览中心有限公司建材馆二楼B2003	362.00	2015.11.01-2017.10.31	吉盛伟邦店
9	发行人	广州市番禺五洲科技发展有限公司	广州市番禺区洛溪新城迎宾路140-214号广州五洲装饰世界H2区2层A203、A205	803.00	2016.07.28-2019.07.27	五洲店
10	发行人	广州市骏合展览策划有限公司	广州市天河区黄埔大道西668号广州赛马场广州马会家居编号为2701的铺位	545.00	2016.05.10-2019.12.31	马会店
11			广州市天河区黄埔大道西668号广州赛马场广州马会家居编号为2101、2102的铺位	761.00	2016.05.01-2019.12.31	
12	发行人	广州市香江家居有限公司江南大道香江家居广场	广州市海珠区江南大道411号香江家居二楼C区二层A020035号场地	187.74	2016.08.01-2017.07.31	香江店
13			广州市海珠区江南大道411号香江家居二楼A区一层A010012号场地	41.53	2016.08.01-2017.07.31	
14	发行人	广州建喜达家居市场管理有限公司	广州市白云区黄石西路222号二楼A2-31号铺位	383.87	2016.05.01-2017.04.30	欧亚达店
15			广州市白云区黄石西路222号二楼A2-22号铺位	317.20	2016.05.01-2017.04.30	
16	发行人	广州市金海马家居博览中心有限公司	广州市芳村乐怡居芳村金海马四楼A区四层A040021号场地	146.88	2016.09.01-2017.08.31	芳村店
17	发行人	从化市远达实业有限公司	从化市从城大道89号A区A230、A234、A235、A236号铺位	406.00	2014.01.01-2016.12.31	从化店
18	发行人	广州市珠江新城商贸广场有限公司	广州市黄埔大道西188号“维家思广场”二层295号	220.00	2016.05.01-2018.06.30	维家思店
19	发行人	广州市香江家具有限公司	广州市越秀区广州大道中香江家居A区五层A050021铺位	142.03	2016.11.01-2017.10.31	天香店
20	发行人	广州吉盛伟邦家居采购有限公司	广州市海珠区新港东路1000号广州吉盛伟邦负一楼建材馆东区B1017铺、B1009铺	768.00	2016.11.01-2017.10.31	琶洲店
21	发行人	广州市建材房地产开发有限公司	广州市天河区黄埔大道东路8号101、102、201、202、301号	1,954.52	2015.09.01-2021.02.28	车陂店
22	欧派集成	正佳企业集团有限公司	广州市天河路228号正佳广场6F-6B029/6B048-51号	495.20	2016.06.01-2018.05.31	正佳店

23	创意家居	郭梓宁	广州市番禺区桥南街南华路331号奥园广场二期步行街自编329号303商铺	152.90	2016.08.01-2019.07.31	番禺奥园店
24	创意家居	广州奥园资产经营管理有限公司	广州市番禺区桥南街福德路北侧281/299/315号奥园广场3楼302号	72.50	2016.08.01-2019.07.31	
25	创意家居	张璞	广州市南沙区南沙街环市大道与双山大道交界处西北侧南沙区万达广场自编B6-105房	167.89	2016.07.09-2019.07.08	南沙万达店
26	创意家居	陈树炼	广州市南沙区南沙街环市大道与双山大道交界处西北侧南沙区万达广场自编B6-106房	178.78	2016.07.09-2019.07.08	
27	创意家居	广州市新安物业拓展有限公司	广州市番禺区清河东路新桥村段1/3号新安居建材家具中心二期第一层自编号A01和第二层自编号B02/03/04	521.50	2017.01.01-2019.12.31	新安居店

注：从化店正在办理续签手续。

3) 发行人区域营销中心办公场所、员工宿舍的租赁情况

截至报告期末，公司及下属子公司共租赁60处房屋建筑物，作为公司广东省外区域营销中心的办公场所和员工宿舍，具体情况如下：

序号	承租方	出租方	租赁房产位置	建筑面积(m ²)	租赁期限	用途
1	发行人	林雪娇	福州市晋安区茶园街道北环中路316号天益小区1栋601室	167.46	2016.03.19-2017.03.18	办公场所、员工宿舍
2	发行人	尹建国	武汉市江汉区新华西路三金·鑫城国际一期5栋2单元601室	120.83	2016.05.04-2017.05.03	办公场所、员工宿舍
3	发行人	刘碧	长沙市芙蓉区人民东路1栋1401室	89.00	2016.03.20-2017.03.19	办公场所、员工宿舍
4	发行人	王煌	长沙市芙蓉区湘域熙岸5-2502	87.00	2016.03.15-2017.03.14	办公场所、员工宿舍
5	发行人	江莹	南昌红谷滩岭南路联发江岸汇景18幢一单元2702房	165.00	2016.05.01-2017.4.30	办公场所、员工宿舍
6	发行人	汪波	合肥市政务区东流路与翡翠路交叉口水墨兰庭四期38栋1501、1502室	125.24	2016.04.20-2017.04.19	办公场所、员工宿舍
7	发行人	覃泽礼	南宁市青秀区凤翔路6号蓝山上城2栋1单元0605房	113.90	2016.05.01-2017.04.30	办公场所、员工宿舍
8	发行人	向桂萍	南宁市青秀区厢竹大道30号广西水利	180.09	2016.04.03-	办公场所、

			电业基地住宅小区 3 号楼 1 单元 3-1-1001 号		2017.04.02	员工宿舍
9	发行人	赵雪晴	昆明市北辰小区桂花苑 22 幢一单元 502 室	128.00	2016.04.01-2017.04.01	办公场所、员工宿舍
10	发行人	谭春伟	昆明市北辰小区桂花苑 27 幢 1 单元 502 号	131.09	2016.04.01-2017.03.31	办公场所、员工宿舍
11	发行人	袁明清	成都市成华区建设路 1 号万科金域蓝湾 12 栋 606 号	85.73	2016.05.04-2017.05.03	办公场所、员工宿舍
12	发行人	王素芳	成都市成华区建设路 1 号 9 栋 1 单元 26 层 2604 号	84.60	2016.05.01-2017.04.30	办公场所、员工宿舍
13	发行人	郭玉树	呼和浩特市万达广场万达小区 7 号楼 2 单元 3003	133.00	2016.05.01-2017.04.30	办公场所、员工宿舍
14	发行人	张颜	寒罕区新华东街 26 号万达广场二期 3-4 号楼 16 层 1 单元 1603	92.40	2016.08.09-2017.08.08	办公场所、员工宿舍
15	发行人	焦华	西安市新城区金花北路 20 号 138 幢 1 单元 10801 室	170.46	2016.03.01-2017.02.28	办公场所、员工宿舍
16	发行人	胡洲云	贵阳市金阳区睿力上城 1-1-402	126.00	2016.02.08-2017.02.07	办公场所、员工宿舍
17	发行人	郑爱梅	重庆市江北区洋词路 2 号 10 栋 25 楼 4 号	126.47	2016.04.01-2017.03.31	办公场所、员工宿舍
18	发行人	杨波、龙治平	贵阳睿力上城 15 栋 (C-10 号楼) 1 单元 8 层 4 号房	126.64	2016.02.04-2017.02.04	办公场所、员工宿舍
19	发行人	武志红	甘肃省兰州市城关区雁滩乡雁北路 1634 号鸿运润园 C4-101 室	151.49	2016.03.15-2017.03.14	办公场所、员工宿舍
20	发行人	帅华	市中区第育路 18 号 1 幢 10 楼 5 号	105.26	2016.03.01-2017.03.01	办公场所、员工宿舍
21	发行人	陈述才	市中区长青路 18 号 2 幢 3 单元 19 楼 2 号	84.17	2016.09.12-2017.09.11	办公场所、员工宿舍
22	发行人	梁国钢	哈尔滨市道外区安华街 47 号上和城小区 6 号楼 3 单元 101 号	128.97	2016.11.01-2017.11.01	办公场所、员工宿舍
23	发行人	荣伟东	沈阳市铁西区北三路与爱工街交会赛斯家园 2-6-1	130.45	2016.02.16-2017.02.16	办公场所、员工宿舍
24	发行人	郑照峰	山西省太原市小店区人民北路 20 号 37 幢 3 单元 1 屋 1 号	82.24	2016.03.13-2017.03.12	办公场所、员工宿舍
25	发行人	王文彬	天津市河西区友谊南路与潭江道交口东南侧天淳园 5 幢 1303 室	151.67	2016.03.25-2017.03.24	办公场所、员工宿舍
26	发行人	史程	郑州市中原区棉纺西路 2 号院 6 号楼 1 单元 8 层 0801 号	115.41	2016.03.28-2017.03.27	办公场所、员工宿舍
27	发行人	杨忠相	杭州市滨江区长河路口白金海岸 1 栋 3 单元 202 室	147.00	2016.05.16-2017.05.15	办公场所、员工宿舍
28	发行人	陈红	济南市天桥区堤口路齐鲁花园 1 号楼 2 单元 1002 房	143.00	2016.04.10-2017.04.09	办公场所、员工宿舍
29	发行人	周政	常州市新北区时角花园 5-2-902	176.24	2016.03.28-	办公场所、

					2017.03.27	员工宿舍
30	发行人	蔡梓真 蔡杰	淮安市万达广场1期6号楼2902室	86.43	2016.03.01- 2017.02.28	办公场所、 员工宿舍
31	发行人	罗艳娣	淮安市万达广场1期5号楼305室	129.00	2016.03.01- 2017.02.28	办公场所、 员工宿舍
32	发行人	申岱昌	青岛市李沧区黑龙江中路中海国际社区 15号2804室	125.00	2016.03.05- 2017.03.04	办公场所、 员工宿舍
33	发行人	陈豪	宁波市海曙区丽雅苑16幢1205室	125.00	2016.03.01- 2017.02.28	办公场所、 员工宿舍
34	发行人	高静	沈阳市沈河区太清宫街24号(1-3-2)	129.00	2016.03.24- 2017.03.23	办公场所、 员工宿舍
35	发行人	喻淑芬	重庆市渝中区大坪正街88号附2号7 -8#	110.16	2016.03.12- 2017.03.11	办公场所、 员工宿舍
36	发行人	刘玉想	丰台区星河苑2号院5-6号楼9房四单 元902	135.22	2016.06.15- 2017.06.14	办公场所、 员工宿舍
37	发行人	吕芝芳	杭州市明月嘉苑三区13栋2单元902 室	120.33	2016.05.25 2017.05.24	办公场所、 员工宿舍
38	发行人	胡晓航	武汉市武昌区中北路1号楚天都市花园 3栋8楼3号	123.03	2016.06.05- 2017.06.04	办公场所、 员工宿舍
39	发行人	汤海成	西安市新城金花北路360号紫听花庭 5-2地601室	138.37	2016.06.06- 2017.05.31	办公场所、 员工宿舍
40	欧派 集成	陈和	福州市晋安区王庄街道福马路168号名 城花园25号楼405单元	128.16	2016.04.01- 2017.04.01	办公场所、 员工宿舍
41	欧派 集成	张慧芳	武汉市江汉区常青一路88号金色雅园 C区1栋5层1室	152.68	2016.03.15- 2017.03.15	办公场所、 员工宿舍
42	欧派 集成	赵坚	长沙市芙蓉区东屯渡农场东方新城E3 栋105房	123.74	2016.03.10- 2017.03.09	办公场所、 员工宿舍
43	欧派 集成	蔡恒玉	南昌市西湖区抚任路669号朝阳绿洲 7-B-2001	131.53	2016.03.15- 2017.03.15	办公场所、 员工宿舍
44	欧派 集成	潘微	安徽省合肥市政务区水墨兰庭39幢 201室、202室	125.00	2016.03.02- 2017.03.01	办公场所、 员工宿舍
45	欧派 集成	刘志刚	昆明市盘龙区北辰中路北辰小区樱花苑 69栋2单元301房	132.00	2016.03.01- 2017.02.28	办公场所、 员工宿舍
46	欧派 集成	黄东	广西省南宁市青秀区长湖路59号6 栋B单元0801房	101.72	2016.03.05- 2017.03.04	办公场所、 员工宿舍
47	欧派 集成	李娜	成都市成华区建设路1号万科金域蓝湾 16栋1单元26楼2605号	84.68	2016.03.01- 2017.02.28	办公场所、 员工宿舍
48	欧派 集成	周冬梅	西安市未央区凤城九路海荣名城63栋2 单元606室	122.60	2016.04.01- 2017.03.31	办公场所、 员工宿舍
49	欧派 集成	杨晓梅	贵阳市观山湖区世纪城龙泽苑22栋1 单元25层2号房	133.71	2015.03.25- 2017.03.24	办公场所、 员工宿舍
50	欧派 集成	张晓 丽、张	呼和浩特市赛罕区万达广场9号楼2单 元2503	92.15	2016.03.07- 2017.03.06	办公场所、 员工宿舍

		存杰				
51	欧派集成	杨宗树	重庆市南岸区珊瑚路 1 号 6 单元 11-3 号	88.14	2016.03.20-2017.03.19	办公场所、员工宿舍
52	欧派集成	王凤琴	兰州市城关区高新雁园路 638 号 1 单元 14 层 1401 室	91.86	2016.04.01-2017.03.31	办公场所、员工宿舍
53	欧派集成	古学梅	乐山市市中区长青路 18 号嘉州绿城 2 幢 3 单元 1804	122.78	2016.03.05-2017.03.04	办公场所、员工宿舍
54	欧派集成	阎旭峰	沈阳市沈河区奉天街 348-4 号 4-11-1	168.54	2016.03.07-2017.03.06	办公场所、员工宿舍
55	欧派集成	张常会	天鹅中路 79 号兴远现代城 1-1201	178.54	2015.03.08-2017.03.07	办公场所、员工宿舍
56	欧派集成	席韵果	魏都区文峰办事处莲城大道滨河名郡 6 幢本单元 7 层东南东户	106.62	2016.04.06-2017.04.06	办公场所、员工宿舍
57	欧派集成	李佳宁	太原小店区恒大绿洲 40 栋 1 单元 8 层 804 室	96.82	2016.03.17-2017.03.16	办公场所、员工宿舍
58	欧派集成	天宁区红梅欧景宾馆	常州市天宁区红梅街道飞龙东路 66 号红梅欧景宾馆	48.00	2016.03.23-2017.03.22	办公场所、员工宿舍
59	欧派集成	毛大庆	南京市江宁区汤山街道圣汤大道 1 号汤城东郡广场 03 幢 308 室	41.82	2016.03.15-2017.03.14	办公场所、员工宿舍
60	欧派集成	赵翠平	青岛市李沧区万年泉路 237 号中海国际社区一里城 10#1-1803	87.78	2016.03.25-2017.03.24	办公场所、员工宿舍

公司及下属子公司租赁的上述房屋建筑物，均与出租方签订了租赁合同。但部分房产出租方未提供房屋产权证书，或尚未办理房屋租赁备案登记。报告期内，上述租赁合同履行过程中，未出现因未办理备案登记或存在房屋权属瑕疵而被认定为无效或不能正常履行的情形。同时，公司控股股东、实际控制人姚良松承诺：“在租赁期限内，若欧派集团或其下属子公司承租的房屋产生相关权属争议、整体规划拆除、行政处罚或其他影响公司正常经营的情形，导致欧派集团或其下属子公司无法继续正常使用该等房屋或遭受损失，本人将承担欧派集团或下属子公司因此所致的损失，包括但不限于因进行诉讼或仲裁、停产或停业、寻找替代场所、搬迁或因被处罚所造成的一切直接和间接损失。”

4) 租赁使用的厂房、仓库等涉及的土地和房产取得过程及其履行的全部法定批准或备案等程序及权属瑕疵情况

①有房产证书的厂房及仓库租赁程序

公司及其子公司租赁使用的厂房中，部分已经依法取得了房屋产权证书，尚

有部分未取得房屋产权证书。

公司租赁有产权证书的厂房和仓库时，履行的程序主要是依法与该房产所有权人签署租赁合同，但未办理房屋租赁备案登记。根据《中华人民共和国合同法》及《最高人民法院关于适用〈中华人民共和国合同法〉若干问题的解释（一）》、《最高人民法院关于审理城镇房屋租赁合同纠纷案件具体应用法律若干问题的解释》等规定，房屋租赁合同没有办理租赁登记手续不影响租赁合同的法律效力，房屋租赁关系合法有效，不存在纠纷和潜在法律风险。

②无产权证书的厂房及仓库租赁程序

公司租赁无产权证书的厂房和仓库时，履行的主要程序如下：

A、根据该房产及房产所涉及土地的各项资料（如土地权属证书、房产建设规划许可证、建设许可证、消防验收报告等）判断该房产是否合法建设（或是否符合当地相应历史阶段的土地房产政策），是否可以出租使用；

B、根据房产相关资料判断出租方是否系出租房产的实际权利人，是否有权出租该房产，是否有权签署租赁协议；

C、根据房产相关资料判断该房产是否稳定，租赁期内或合理期限内是否有拆除可能；

D、如经过上述判断，如认为该等房产可以承租，则公司或其子公司与该房产实际权利人签署租赁协议。

公司租赁的上述无产权证书的房产，不同程度地存在权属瑕疵的情形，存在发生纠纷和潜在法律风险的可能。为避免纠纷和减少法律风险，公司租赁上述无证房产时，履行了审核程序。因此，报告期内，上述租赁合同履行过程中，未出现因未办理备案登记或存在房屋权属瑕疵而被认定为无效或不能正常履行的情形，也未出现纠纷。公司租赁的上述无证房产即使属于违法建筑或存在其他违法违规行，也属于出租方的违法违规行为，公司作为承租方不会因为租赁该等房产而构成违法违规。

公司的主要经营场所为自有房产，公司租赁的上述无证房产占公司生产

和仓库用房的比例较低，即使因房产权属瑕疵不能继续使用，也不会对公司的生产经营和盈利能力构成重大不利影响。

为避免公司因租赁无证房产而造成损失，公司控股股东、实际控制人姚良松承诺：“在租赁期限内，若欧派集团或其下属子公司承租的房屋产生相关权属争议、整体规划拆除、行政处罚或其他影响公司正常经营的情形，导致欧派集团或其下属子公司无法继续正常使用该等房屋或遭受损失，本人将承担欧派集团或下属子公司因此所致的损失，包括但不限于因进行诉讼或仲裁、停产或停业、寻找替代场所、搬迁或因被处罚所造成的一切直接和间接损失。”

综上，公司租赁上述无证房产的行为虽然存在发生纠纷和潜在法律风险的可能，但风险较小；不会因此构成公司的违法违规，不会影响公司的独立性和持续合法生产，不会对公司的生产经营和盈利产生重大不利影响。

5) 租赁的权属瑕疵房产情况

①权属瑕疵房产的面积、占比、用途

A、截至本招股意向书签署之日，公司存在权属瑕疵的租赁房产主要为厂房、仓库用途，另有部分广州直营店、员工宿舍的出租方未取得房屋产权证书，该等房产建筑面积合计 108,477.04 m²，公司自有及租赁房产的面积合计 1,055,436.03 m²，存在权属瑕疵的租赁房产建筑面积占自有及租赁房产面积的 10.28%。租赁的权属瑕疵房产主要用作仓库和辅助性产品的生产用房，不属于公司的主要生产经营场所。

②权属瑕疵房产不能继续租赁的影响

如果上述权属瑕疵房产不能继续租赁，根据双方租赁协议的约定和市场惯例，出租方一般会给予承租方合理的搬迁过渡期；因该等权属瑕疵房产主要用作仓库和辅助性产品的生产用房，公司寻找替代房产不存在障碍，不会对公司的生产经营造成实质性影响，但因搬迁和重新租赁场地，可能增加公司的经营成本。

③搬迁所涉及的成本

如果公司无法继续租赁使用上述权属瑕疵房产而需要搬迁，除租赁新的房产

租金费用外，预计可能涉及的财务成本如下：

A、厂房部分：公司于租赁厂房内使用的机械设备均系可拆卸设备，在搬迁过程中，如搬迁人员采取安全防护措施，则不会造成机械设备的损失减值；在搬迁过程中，主要产生运输费、拆卸安装调试费；

B、仓库部分：公司租赁使用的仓库主要用于存放厨柜、厨电、墙纸类产品的货架、原材料或产成品，在搬迁过程中，主要产生运输费。

欧派卫浴于 2015 年搬迁生产线过程中，涉及厂房建筑面积约 3.90 万平方米，支付搬迁费用合计 51.55 万元。根据欧派卫浴于上述搬迁过程中与广州市支点装卸搬运有限公司签订的《搬迁协议》，搬迁内容涉及设备类（包括但不限于电子锯、冷压机、推台锯、打槽机、封边机、除尘机、打磨台等）和物料类物资，厂房物资搬迁费用高于仓库物资搬迁费用。参照欧派卫浴上述搬迁情况，若以生产线搬迁价格为基础，统一核算上述厂房和仓库相应面积的搬迁费用，预计上述厂房、仓库搬迁所涉成本不超过 200 万元。

④公司拟采取的应对措施

A、发行股票募集资金自行建设厂房

根据本招股意向书披露的募集资金投资项目，该等项目中涉及在公司自有土地使用权范围内新建房产的规划情况如下：

序号	项目名称	项目位置	拟新建房产建筑面积（m ² ）
1	广州年产 15 万套厨柜生产线建设项目	广东省广州市高新技术产业开发区民营科技园居家用品园内	81,000
2	广州年产 30 万套衣柜生产线建设项目	广州市花都区梯面镇民安村欧派工业园	32,000
3	无锡生产基地（一期）建设项目	无锡市惠山经济开发区前洲配套区石洲路厂区	280,000
4	广州年产 60 万樘木门生产线建设项目	广州市白云区新广花公路塘贝地段以东西湖村自编 1 号地块	42,200
合计			435,200

上述募投项目分别建成后，公司及下属子公司将新增自有房产建筑面积

435,200 m²；此外，根据清远欧派现已取得的《建设工程规划许可证》，预计清远基地建成后，清远欧派将新增自有房产建筑面积合计 363,552.10 m²；公司及子公司自有房产建筑面积将由 868,728.60 m²增加至 1,667,480.70 m²。届时，上述存在权属瑕疵的租赁房产建筑面积占公司自有及租赁房产面积的比例将降低至 6.51%；此外，上述建设项目分别建成后，发行人租赁厂房、仓库的需求将大幅度减少。

B、租赁有合法权属证书的房产替代权属瑕疵房产

在新建厂房投入使用前，公司计划积极寻找、租赁有合法权属证书的房产，逐步替代权属瑕疵房产，降低生产经营的风险。

C、与租赁房产出租房确认权属瑕疵房产的拆除风险，提前准备应对方案

公司为降低权属瑕疵房产的使用风险，与该等房产所在地的主管机构或权利人分别确认了短期内是否有拆除风险，以便提前准备应对方案，降低损失和对正常生产经营的影响。

根据江高镇规划建设和城镇管理办公室、广州市白云区江高镇蓼江村民委员会、广州市白云区人和镇西湖村民委员会分别于 2017 年 1 月 16 日出具的证明，公司承租的位于广州市内的厂房、仓库目前未纳入拆迁范围。

D、公司实际控制人姚良松承诺

针对上述租赁瑕疵，公司控股股东、实际控制人姚良松承诺：“在租赁期限内，若欧派集团或其下属子公司承租的房屋产生相关权属争议、整体规划拆除、行政处罚或其他影响公司正常经营的情形，导致欧派集团或其下属子公司无法继续正常使用该等房屋或遭受损失，本人将承担欧派集团或下属子公司因此所致的损失，包括但不限于因进行诉讼或仲裁、停产或停业、寻找替代场所、搬迁或因被处罚所造成的一切直接和间接损失。”

综上所述，公司采取的应对措施可以有效降低租赁权属瑕疵房产的风险。公司租赁上述权属瑕疵房产不会对公司的正常生产经营造成重大影响。

3、生产设备

截至 2016 年 12 月 31 日，公司主要生产设备情况如下：

序号	设备名称	数量(台)	资产原值(元)	资产净值(元)	成新率
1	封边设备	244	171,527,485.27	128,844,204.20	75.12%
2	开料设备	694	168,722,155.64	124,795,992.48	73.97%
3	排孔设备	238	78,448,715.86	58,206,241.28	74.20%
4	抛光设备	185	88,925,826.46	63,817,747.41	71.77%
5	喷涂设备	302	84,774,570.06	63,425,040.76	74.82%
6	数控加工中心	99	88,341,882.32	69,373,670.16	78.53%
7	吸尘设备	314	56,431,691.24	42,854,872.06	75.94%
8	压贴设备	263	45,924,206.18	33,748,899.51	73.49%
9	造型设备	584	66,114,155.91	42,051,566.21	63.60%

(二) 主要无形资产

公司的无形资产主要包括土地使用权、商标权、专利权和著作权等。

1、土地使用权

截至本报告期末，发行人及其子公司共持有 5 宗土地的土地使用权证书，具体情况如下：

序号	使用权人	土地使用权证号	面积(m ²)	土地用途	坐落	终止日期	取得方式
1	发行人	粤(2016)广州市不动产权00219030号	19,742.00	商务金融用地	海珠区新港东路以北、琶洲大道以南、琶洲A区(琶洲AH040218)地块	2061.06.27	出让
2	发行人	穗府国用(2014)第06110019号	81,126.00	工业用地	白云区新广花公路塘贝地段以东(西湖村自编1号)	2064.01.20	出让
3	天津欧派	房地证津字第123051300101号	85,521.50	工业用地	静海县经济开发区物海道西侧	2062.12.24	出让
4	无锡欧派	苏(2016)无锡市不动产权0032275号	139,054.80	仓储用地	无锡市惠山区前洲街道石洲路东侧、钱皋路西侧	2066.01.29	出让
5	清远欧派	清远市国用(2015)第01566号	29,969.93	工业用地	清远市清城区石角镇广清产业园园区内	2065.9.28	出让

此外，发行人的控股股东、实际控制人姚良松于 2008 年 1 月和 2011 年 6 月向白云区人和镇西湖村第一经济合作社（以下简称“第一合作社”）租赁了公司厂区旁的 5.12 亩（3,411 平方米）、3.50 亩（2,333 平方米）土地，并建设了员工 3 号饭堂和员工宿舍，占地面积合计约 1,902 平方米。虽然上述两宗土地实际系姚良松个人从第一合作社租赁，并实际由姚良松个人向出租方缴纳租金，但为满足第一合作社签署土地租赁合同对主体方的要求，欧派有限代姚良松与第一合作社签订了土地租赁协议，但实际的承租方、租金缴纳方、建设方均为姚良松个人。

由于上述土地租赁协议的名义签约主体为欧派有限而不是姚良松，2012 年 5 月 21 日，广州市国土房管局做出云国土行处（2011）544 号《土地违法案件行政处罚决定书》，以公司未经国土管理部门批准非法占地 1,681 平方米，在第一合作社“新镇庄”（土名）原有厂房上建设员工宿舍为由，对欧派有限罚款 50,430 元，并责令拆除新建建筑物、恢复土地原状。

欧派有限以该行政处罚错误为由提出申诉，未拆除相关建筑物，但按要求缴纳了 50,430 元罚款；2012 年 12 月 26 日，广州市国土房管局向广州市白云区人民法院（以下简称“白云区法院”）申请强制执行；2013 年 6 月 16 日，白云区法院做出（2013）穗云法行非诉审字第 56 号《行政裁定书》，以广州市国土房管局做出的行政处罚认定事实不清为由，裁定不准予强制执行。截至本招股意向书签署之日，广州市国土房管局未再次提出强制执行申请。

截至本招股意向书签署之日，公司实际控制人姚良松租赁土地涉及的员工宿舍仍由公司员工居住；上述土地涉及的食堂由无关联的第三方承包经营。上述员工宿舍及食堂目前仍由公司员工实际使用。

广州国土房管局于 2012 年 5 月 21 日作出的云国土行处（2011）544 号《土地违法案件行政处罚决定书》已经发生法律效力，截至本招股意向书签署之日，上述行政处罚未被撤销或变更，其法律效力仍属有效。鉴于上述员工宿舍、食堂仍然处于使用状态，上述不符合法律法规的行为仍在持续。

2016 年 12 月 1 日，广州市白云区国土资源和规划局出具《关于欧派家居集团股份有限公司土地使用情况的说明》，确认：“2011 年，欧派家居集团股份

有限公司未经批准在我区人和镇西湖村第一经济合作社租借土地建设员工宿舍，被原白云区国土房管分局作出行政处罚（云国土行处（2011）544号）。经查证，该处罚地块为建设用地和未利地，按自由裁量权相关文件规定，相关违法行为属于一般违法情节。”

因此，根据广州市白云区国土资源和规划局出具的说明文件，上述行政处罚不属于情节严重的行政处罚；截至本招股意向书签署之日，公司不存在重大违法违规行为。

为进一步明确该土地租赁关系，2017年1月6日，公司、姚良松、第一合作社签署了《三方协议》，明确约定原欧派有限与第一合作社“新镇庄”（土名）签署的原协议中租赁方的所有权利、义务全部由姚良松享有和承担。

虽然《土地违法案件行政处罚决定书》（云国土行处【2011】544号）所涉土地的租赁协议的签约主体为欧派有限和第一合作社“新镇庄”（土名），但经检查公司固定资产明细表，固定资产明细表中无上述房产；经检查上述员工宿舍及食堂在建设期间及建设完成前后1年公司现金及银行明细账，无上述房产承担租赁和建设费用的支付记录，根据出租方第一合作社和姚良松书面确认，该土地历年的租赁租金实际全部由姚良松个人承担，该租赁土地上的员工宿舍和食堂也全部由姚良松个人出资建设；土地租赁协议的实际权利和义务全部由姚良松个人享有和承担，公司并未基于公司与第一合作社之间的租赁合同实际享有或承担任何权利、义务。此外，公司从未向姚良松支付过租赁费用，在该地块的建设行为被处以行政处罚的背景下，各方没有变更长期以来实际形成的欧派有限签订租赁协议，但由姚良松承担租赁费用的租赁关系，故认定上述土地租赁关系的租赁方为公司实际控制人姚良松。


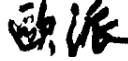
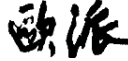




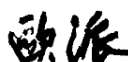








2014年7月23日，姚良松做出书面承诺：“若发行人因该员工饭堂和员工宿舍受到有关行政部门处罚，本人将无条件承担相关罚款或损失的偿付责任。”

目前，发行人已足额缴纳上述罚款，该饭堂和员工宿舍仍然维持原状，继续由发行人员工使用，土地租赁费用仍由姚良松个人缴纳。该饭堂和员工宿舍占地面积占公司生产经营用地总面积的比例不到1%，且属于辅助性设施，居住和就餐的员工人数较少，即使未来有关部门予以强制拆除，亦不会对公司生产经营构

成重大不利影响。报告期内，不存在其他由公司签订房屋租赁合同，而由实际控制人使用的情形。

2、商标

截至本招股意向书签署之日，发行人及其子公司在中国境内共拥有注册商标 147 项，具体情况如下：

序号	注册证号	商标名称	权利人	核定类别	注册日期
1	1128213		发行人	20	1997.11.21
2	1137521		发行人	11	1997.12.21
3	1140106		发行人	21	1998.01.07
4	4180312		发行人	20	2007.05.14
5	4378572		发行人	11	2007.06.07
6	4592969		发行人	6	2008.02.14
7	4378575		发行人	37	2008.05.28
8	4378577		发行人	36	2008.05.28
9	4378578		发行人	43	2008.08.14
10	4378576		发行人	37	2009.02.28
11	4378573		发行人	11	2009.05.21
12	4378574		发行人	21	2009.05.21
13	4986020		发行人	19	2009.09.21
14	4986021		发行人	19	2009.09.21
15	7174046		发行人	21	2010.11.14
16	7731875		发行人	19	2010.11.21

17	7731878	OPPEIN	发行人	6	2010.12.14
18	7844352	铂金	发行人	27	2010.12.28
19	7731870	OPPEIN	发行人	42	2011.01.07
20	7731872	OPPEIN	发行人	35	2011.01.14
21	7731873	OPPEIN	发行人	21	2011.01.14
22	7731874	OPPEIN	发行人	20	2011.01.14
23	7731871	OPPEIN	发行人	37	2011.01.21
24	8077765	Fitzcarl	发行人	20	2011.02.28
25	8077767	菲思卡尔	发行人	20	2011.02.28
26	8077800	OLLBO	发行人	19	2011.02.28
27	8077807	福伦蒂	发行人	19	2011.02.28
28	8077815	OLLBO	发行人	6	2011.03.07
29	7731876	OPPEIN	发行人	11	2011.03.14
30	7731877	OPPEIN	发行人	8	2011.03.14
31	8184556	FITZZ	发行人	20	2011.04.07
32	8184618	Obben	发行人	19	2011.04.07
33	8184705	Obben	发行人	6	2011.04.07
34	8184797	KEISS	发行人	19	2011.04.07
35	8077783	Prelmann	发行人	11	2011.04.28
36	8184855	Pourmann	发行人	11	2011.05.07

37	8077804	奥铂	发行人	19	2011.05.21
38	8077818	奥铂	发行人	6	2011.12.14
39	8077786	波尔曼	发行人	11	2012.03.28
40	9272440	OPPEIN	发行人	2	2012.04.07
41	9272862	OPPEIN	发行人	18	2012.04.07
42	9272863	OPPEIN	发行人	17	2012.04.07
43	9272864	OPPEIN	发行人	16	2012.04.07
44	9272865	OPPEIN	发行人	15	2012.04.07
45	9272866	OPPEIN	发行人	14	2012.04.07
46	9272867	OPPEIN	发行人	13	2012.04.07
47	9272868	OPPEIN	发行人	12	2012.04.07
48	9272869	OPPEIN	发行人	10	2012.04.07
49	9272902	OPPEIN	发行人	45	2012.04.07
50	9272903	OPPEIN	发行人	44	2012.04.07
51	9272904	OPPEIN	发行人	43	2012.04.07
52	9272905	OPPEIN	发行人	41	2012.04.07
53	9272906	OPPEIN	发行人	40	2012.04.07
54	9272907	OPPEIN	发行人	39	2012.04.07
55	9272908	OPPEIN	发行人	38	2012.04.07
56	9272909	OPPEIN	发行人	36	2012.04.07
57	9272910	OPPEIN	发行人	1	2012.04.07

58	9273002		发行人	34	2012.04.07
59	9273003		发行人	33	2012.04.07
60	9273005		发行人	29	2012.04.07
61	9273006		发行人	28	2012.04.07
62	9273007		发行人	26	2012.04.07
63	9273008		发行人	25	2012.04.07
64	9273010		发行人	23	2012.04.07
65	9273011		发行人	22	2012.04.07
66	9273004		发行人	31	2012.04.21
67	9272870		发行人	5	2012.05.14
68	9273009		发行人	24	2012.05.14
69	9552853	OPTIMA	发行人	27	2012.07.21
70	9552854	欧派金典	发行人	27	2012.07.21
71	9552855	欧派铂金	发行人	27	2012.07.21
72	3974212	GURU	广州奥维	19	2007.04.28
73	7495421	 奥维 OWELL	广州奥维	19	2010.12.28
74	8583131	 OWELL	广州奥维	1	2011.08.28
75	8583166	 OWELL	广州奥维	2	2011.08.28
76	8583255	 OWELL	广州奥维	19	2011.11.07
77	5030698	欧派	发行人	24	2009.09.28
78	5030700	欧派	发行人	27	2009.07.07

79	8184772	凯斯	发行人	19	2014.05.07
80	12018026	欧铂恩	发行人	6	2014.06.28
81	12018027	欧铂尼	发行人	6	2014.06.28
82	12018028	欧铂恩	发行人	19	2014.06.28
83	12018029	欧铂尼	发行人	19	2014.06.28
84	12088111	OPPEIN	发行人	20	2014.07.14
85	12729127	欧派铂金	发行人	24	2014.11.28
86	12729133	欧派经典	发行人	11	2014.11.28
87	12729132	欧派国际	发行人	11	2014.12.07
88	12349029	欧派	发行人	27	2014.12.14
89	13994055	OPPEIN	发行人	6	2015.03.14
90	13994054	OPPEIN	发行人	8	2015.03.14
91	13994052	OPPEIN	发行人	19	2015.03.14
92	13994051	OPPEIN	发行人	20	2015.03.14
93	13994049	OPPEIN	发行人	25	2015.03.14
94	12088112	欧派	发行人	20	2015.03.21
95	12729129	欧派铂金	发行人	21	2015.03.21
96	13994050	OPPEIN	发行人	21	2015.04.28
97	16024286	OPPEIN	发行人	20	2016.02.28

98	16024285	OPPEIN	发行人	20	2016.02.28
99	16024284	OPPEIN	发行人	24	2016.02.28
100	16024283	OPPEIN	发行人	24	2016.02.28
101	12729126	欧派金典	发行人	24	2016.01.21
102	12729130	欧派经典	发行人	20	2015.08.28
103	12729143	欧派铂金	发行人	1	2015.08.28
104	12729141	欧派金典	发行人	1	2015.08.28
105	12729140	欧派铂金	发行人	2	2015.08.21
106	12729139	欧派经典	发行人	2	2015.08.21
107	12729138	欧派金典	发行人	2	2015.08.21
108	12729142	欧派经典	发行人	1	2015.08.21
109	12729128	欧派经典	发行人	21	2015.08.21
110	11728543	欧派	发行人	27	2015.08.21
111	13994053	OPPEIN	发行人	11	2015.06.14
112	9590055	欧派凯思	发行人	19	2012.07.14
113	16862089	欧铂丽	发行人	19	2016.7.28
114	16862087	欧铂丽	发行人	20	2016.6.28
115	16862092	欧·图	发行人	6	2016.6.28
116	16862090	欧·图	发行人	19	2016.6.28
117	17026360	欧铂尼	发行人	8	2016.7.28
118	17026357	欧铂尼	发行人	21	2016.7.28
119	17026356	欧铂尼	发行人	24	2016.7.28
120	17026355	欧铂尼	发行人	27	2016.7.28
121	17026354	欧铂尼	发行人	35	2016.7.28


122	17026353	欧铂尼	发行人	37	2016.7.28
123	17060884	欧铂恩	发行人	8	2016.8.14
124	17060883	欧铂恩	发行人	11	2016.8.14
125	17060882	欧铂恩	发行人	20	2016.8.14
126	17060881	欧铂恩	发行人	21	2016.8.14
127	17060880	欧铂恩	发行人	24	2016.8.14
128	17060879	欧铂恩	发行人	27	2016.8.14
129	17060878	欧铂恩	发行人	35	2016.8.14
130	17060877	欧铂恩	发行人	37	2016.8.14
131	12729131	欧派铂金	发行人	20	2016.5.28
132	17026359	欧铂尼	发行人	11	2016.8.28
133	17026358	欧铂尼	发行人	20	2016.8.28
134	1724872	为爱而开	发行人	6	2016.8.28
135	17248778	为爱而开	发行人	19	2016.8.28
136	17248779	Open for love	发行人	6	2016.8.28
137	17248775	Open for love	发行人	19	2016.8.28
138	17248777	欧铂尼	发行人	19	2016.8.28
139	17248776	欧铂尼	发行人	19	2016.8.28
140	17432394	OPPEIN	发行人	27	2016.9.14
141	17432401	oppolia	发行人	6	2016.9.14
142	17432400	oppolia	发行人	11	2016.9.14
143	17432399	oppolia	发行人	19	2016.9.14
144	17432398	oppolia	发行人	20	2016.9.14

145	17432397	oppolia	发行人	21	2016.9.14
146	17432396	oppolia	发行人	24	2016.9.14
147	17432395	oppolia	发行人	27	2016.9.14

截至本报告期末，发行人及其子公司在中国境外共拥有注册商标 45 项，具体情况如下：

序号	注册证号	商标名称	权利人	核定类别	注册日期	注册地
1	933191		广州欧派 橱柜企业 有限公司	20	2007.07.27	土耳其
2					2007.10.27	英国
3					2007.07.27	挪威
4					2007.09.13	西班牙
5					2008.05.15	日本
6	768782		广州欧派 橱柜企业 有限公司	20	2007.05.22	新西兰
7	958062		发行人	20	2012.05.01	
8	990251		发行人	10	2013.12.10	
9	134622		广州欧派 橱柜企业 有限公司	20	2007.07.01	阿联酋
10	01562606		广州欧派 橱柜企业 有限公司	20	2007.05.28	印度
11	1064386		广州欧派 橱柜企业 有限公司	20	2008.07.28	墨西哥
12	236491		广州欧派 橱柜企业 有限公司	20	2007.05.17	巴基斯坦
13	288580		欧派有限		2010.09.08	
14	2010016857		欧派有限	20	2010.09.07	马来西亚
15	4085979		广东欧派	20	2012.01.17	美国

16	1083547	OPPEIN	发行人	11、20、21	2011.06.15	澳大利亚
17						俄罗斯
18						埃及
19						肯尼亚
20	155156	OPPEIN	欧派有限	20	2012.05.09	阿联酋
21	IDM000355011	OPPEIN	欧派有限	20	2012.05.04	印度尼西亚
22	01484871	OPPEIN	发行人	20	2011.11.16	台湾
23	817139	OPPEIN	发行人	20	2012.02.08	加拿大
24	T1203619J	OPPEIN 欧派	发行人	20	2012.03.16	新加坡
25	302187892	OPPEIN	发行人	20	2012.03.12	香港
26	7798	OPPEIN	发行人	20	2012.06.12	埃塞俄比亚
27	21263601	OPPEIN 欧派	发行人	20	2012.05.25	巴拿马
28	2012/07094	OPPEIN 欧派	发行人	20	2012.03.19	南非
29	1128114	OPPEIN	发行人	11、20、21	2012.07.18	阿尔及利亚
30						伊朗
31				日本		
32				阿曼		
33				加纳		
34	2091168	OPPEIN	欧派有限	20	2011.01.28	印度
35	4-2012-003625	OPPEIN 欧派	发行人	20	2012.06.07	菲律宾
36	2863/2014	OPPEIN	发行人	20	2014.03.11	缅甸
37	99490	OPPEIN 欧派	欧派有限	20	2012.03.23	尼日利亚
38	210359	OPPEIN	发行人	20	2014.04.02	多米尼加

39	Kor381204		欧派有限	20	2012.04.11	泰国
40	1094959		欧派有限	20	2014.04.15	智利
41	44550		发行人	20	2013.11.30	文莱
42	31167		发行人	20	2014.12.18	老挝
43	2013/34861		发行人	20	2013.12.12	南非
44	245075		发行人	20	2014.01.09	越南
45	P345361		发行人	20	2015.02.08	委内瑞拉

3、专利

截至本报告期末，发行人及其子公司共拥有专利 133 项，具体情况如下：

序号	专利名称	发明人/设计人	专利权人	专利号	类型	申请日	证书号
1	带嵌件的门结构	刘光南	发行人	ZL200720050889.X	实用新型	2007.04.28	第 1076495 号
2	一种烟机烟管结构	刘顺平	发行人	ZL200820189011.9	实用新型	2008.08.22	第 1245495 号
3	一种门拉手安装结构	刘保安	发行人	ZL200920238673.5	实用新型	2009.11.06	第 1633682 号
4	一种后置式下水器	刘顺平	发行人	ZL201120214737.5	实用新型	2011.06.23	第 2112459 号
5	下水器用五通	刘顺平	发行人	ZL201120215428.X	实用新型	2011.06.23	第 2134753 号
6	吸油烟机安装结构	徐云生	发行人	ZL201320010304.7	实用新型	2013.01.09	第 3034700 号
7	吸油烟机	徐云生	发行人	ZL201320021818.2	实用新型	2013.01.15	第 3034545 号
8	组合式浴缸	欧阳志朋	发行人	ZL201320040670.7	实用新型	2013.01.24	第 3134027 号
9	可调脚立杆	张子春	发行人	ZL201320135005.6	实用新型	2013.03.22	第 3211099 号
10	可调脚螺母	张子春	发行人	ZL201320135097.8	实用新型	2013.03.22	第 3212466 号
11	可调脚支座	张子春	发行人	ZL201320138217.X	实用新型	2013.03.25	第 3211111 号
12	可调脚组件	张子春	发行人	ZL201320138209.5	实用新型	2013.03.25	第 3211494 号
13	带边框的门结构	黄教涤	发行人	ZL201320250272.8	实用新型	2013.05.09	第 3245602 号
14	面板自动开合的吸油烟机	刘耀斌、黄孝峻	发行人	ZL201320678254.X	实用新型	2013.10.30	第 3536576 号
15	恒流量风机	杨辉	发行人	ZL201320893526.8	实用新型	2013.12.31	第 3837540 号
16	面板	李添华	发行人	ZL201420062718.9	实用新型	2014.02.11	第 3694547 号
17	烫衣柜	陈志富、邵佳	发行人	ZL2014200630779	实用新型	2014.02.12	第 3678042 号
18	消毒柜	卢建东	发行人	ZL201420065158.2	实用新型	2014.02.13	第 3694561 号
19	一种油烟机滤网沉积物的清除装置	姚良松、吴鹰飞	发行人	ZL201420213793.0	实用新型	2014.04.30	第 3815925 号

20	油烟机滤网沉积物的流体清洗装置	吴鹰飞	发行人	ZL201420320504.7	实用新型	2014.06.16	第 3933443 号
21	组合柜	张友彪	发行人	ZL201420352628.3	实用新型	2014.06.27	第 3950915 号
22	一种封边条及设有该封边条的家具	曾凡平	发行人	ZL201420353462.7	实用新型	2014.06.27	第 3911985 号
23	防撞颗粒及设有该防撞颗粒的橱柜	刘忠会	发行人	ZL201420353463.1	实用新型	2014.06.27	第 3613800 号
24	风机及吸油烟机	刘耀斌	发行人	ZL201420867379.1	实用新型	2014.12.29	第 4440113 号
25	吸油烟机	刘耀斌	发行人	ZL201420868370.2	实用新型	2014.12.30	第 4439075 号
26	门板 (YMK21)	刘光南	发行人	ZL200830040153.4	外观设计	2008.01.17	第 922889 号
27	柜身板 (小方格)	刘光南	发行人	ZL200830043888.2	外观设计	2008.03.20	第 1375260 号
28	门 (英郡年华-X108)	孙志强、 邓晓倩	发行人	ZL201130080369.5	外观设计	2011.04.19	第 1797588 号
29	组合橱柜 (帕格尼宗塔)	埃迪迈克 尔·纳迪 托尼特	发行人	ZL201230473100.8	外观设计	2012.09.29	第 2335358 号
30	组合橱柜 (罗马帝国)	周红杰	发行人	ZL201230473389.3	外观设计	2012.09.29	第 2453742 号
31	灶具	陈耀权	发行人	ZL201330019866.3	外观设计	2013.01.23	第 2452612 号
32	吸油烟机 (嵌入式)	陈耀权	发行人	ZL201330019761.8	外观设计	2013.01.23	第 2452807 号
33	消毒柜 (双抽屉)	陈耀权	发行人	ZL201330019940.1	外观设计	2013.01.23	第 2480094 号
34	吸油烟机 (半嵌入式)	陈耀权	发行人	ZL201330019680.8	外观设计	2013.01.23	第 2454197 号
35	木门 (汉风-MSZY01)	周小平	发行人	ZL201330029412.4	外观设计	2013.01.30	第 2454153 号
36	木门 (星语-MSPD23)	周小平	发行人	ZL201330029500.4	外观设计	2013.01.30	第 2453755 号
37	木门 (未来-MSPD21)	谭勇	发行人	ZL201330029379.5	外观设计	2013.01.30	第 2453875 号
38	木门 (忆江南-MSPD28)	谭勇	发行人	ZL201330029388.4	外观设计	2013.01.30	第 2453100 号
39	橱柜 (OP13-264 巴黎圣日)	邓越	发行人	ZL201330486689.X	外观设计	2013.10.15	第 2813143 号
40	橱柜 (OP13-341 塞纳阳光)	陆娟	发行人	ZL201330515934.5	外观设计	2013.10.30	第 2896052 号
41	灯带侧吸油烟机	陈耀权	发行人	ZL201330519543.0	外观设计	2013.10.31	第 2855525 号
42	橱柜 (书香古韵—岛台)	陈佳春	发行人	ZL201330545320.1	外观设计	2013.11.14	第 2813091 号
43	橱柜 (书香古韵—1)	陈佳春	发行人	ZL201330545426.1	外观设计	2013.11.14	第 2813183 号
44	橱柜 (书香古韵—2)	陈佳春	发行人	ZL201330545723.6	外观设计	2013.11.14	第 2813623 号
45	橱柜 (圣卡罗)	陈佳春	发行人	ZL201430156586.1	外观设计	2014.05.29	第 2966837 号
46	岛台 (那不勒斯)	黄晓铃、 卡罗·提 纳尼	发行人	ZL201430156638.5	外观设计	2014.05.29	第 2965995 号
47	橱柜 (那不勒斯)	黄晓铃、 卡罗·提 纳尼	发行人	ZL201430156631.3	外观设计	2014.05.29	第 2966790 号
48	拉手	黄晓铃、 卡罗·提 纳尼	发行人	ZL201430156662.9	外观设计	2014.05.29	第 2965817 号
49	岛台 (卡布里)	黄晓铃、 卡罗·提	发行人	ZL201430156594.6	外观设计	2014.05.29	第 2966010 号

		纳尼					
50	橱柜（卡布里）	黄晓铃、 卡罗·提纳尼	发行人	ZL201430156607.X	外观设计	2014.05.29	第 2950063 号
51	岛台（圣尼科洛）	黄晓铃、 卡罗·提纳尼	发行人	ZL201430176741.6	外观设计	2014.06.11	第 2983945 号
52	橱柜（圣尼科洛）	黄晓铃、 卡罗·提纳尼	发行人	ZL201430176908.9	外观设计	2014.06.11	第 2982877 号
53	面板及其粘接方法	李添华	发行人	ZL201410047953.3	发明	2014.02.11	第 1932983 号
54	吸油烟机	刘耀斌	发行人	ZL201520553450.3	实用新型	2015.07.27	第 4970414 号
55	吸油烟机及其油网	武洪舟、 冯向阳	发行人	ZL201520699762.5	实用新型	2015.09.09	第 4971166 号
56	风机及使用该风机的吸油烟机	刘耀斌	发行人	ZL201520190647.5	实用新型	2015.03.31	第 4594861 号
57	搁板支架	张友彪	发行人	ZL201520191707.5	实用新型	2015.03.31	第 4616094 号
58	反弹器及扣手结构	黄晓铃、 陈辉、 赛乔·卡斯蒂利亚	发行人	ZL201520285366.8	实用新型	2015.05.04	第 4614545 号
59	一种家用燃气灶的燃烧器	徐洪辉	发行人	ZL201520202421.2	实用新型	2015.04.03	第 4584323 号
60	一种家用燃气灶的燃烧器	徐洪辉	发行人	ZL201520203827.2	实用新型	2015.04.03	第 4586395 号
61	一种家用燃气灶的燃烧器	徐洪辉	发行人	ZL201520203880.2	实用新型	2015.04.03	第 4614493 号
62	灶具点火装置	易强	发行人	ZL201520241810.6	实用新型	2015.04.20	第 4585299 号
63	灶具点火器及灶具	易强、 徐洪辉	发行人	ZL201520241809.3	实用新型	2015.04.20	第 4613549 号
64	灶具燃烧器及灶具	易强	发行人	ZL201520240452.7	实用新型	2015.04.20	第 4613214 号
65	消毒柜（A635）	陈耀权	发行人	ZL201530264317.1	外观设计	2015.07.21	第 3577808 号
66	灶具（Q635）	陈耀权	发行人	ZL201530264492.0	外观设计	2015.07.21	第 3577456 号
67	烤箱（K635）	陈耀权	发行人	ZL201530264553.3	外观设计	2015.07.21	第 3578062 号
68	侧吸油烟机（E635）	陈耀权	发行人	ZL201530264493.5	外观设计	2015.07.21	第 3577307 号
69	组合柜（OP15-054 泰兰德）	黄晓铃、 艾托雷·提纳尼	发行人	ZL201530053362.2	外观设计	2015.03.04	第 3329553 号
70	组合柜（OP15-056 埃斯特庄园）	黄晓铃、 卡罗·提纳尼	发行人	ZL201530053488.X	外观设计	2015.03.04	第 3329419 号
71	岛台(OP15-057 斯图加特)	黄晓铃、 艾托雷·提纳尼	发行人	ZL201530053363.7	外观设计	2015.03.04	第 3329620 号
72	橱柜（OP15-057 斯图加特一字型）	黄晓铃、 艾托雷·提	发行人	ZL201530053583.X	外观设计	2015.03.04	第 3329567 号

		纳尼					
73	岛台 (OP15-058 卡米诺)	黄晓铃、 赛乔.卡斯蒂利亚	发行人	ZL201530053349.7	外观设计	2015.03.04	第 3383483 号
74	橱柜 (OP15-058 卡米诺-L 字型)	黄晓铃、 赛乔.卡斯蒂利亚	发行人	ZL201530053576.X	外观设计	2015.03.04	第 3329823 号
75	石板材 (红樱桃)	杨帆、 郭振新、 李喜嘉、 范金养	发行人	ZL201530004184.4	外观设计	2015.01.07	第 3270407 号
76	石板材 (流星)	杨帆、 郭振新、 李喜嘉、 吴作栋	发行人	ZL201530004256.5	外观设计	2015.01.07	第 3270311 号
77	石板材 (雪影)	杨帆、 郭振新、 李喜嘉、 吴作栋	发行人	ZL201530004287.0	外观设计	2015.01.07	第 3269235 号
78	恒流量风机及其控制方法	杨辉、 黄孝峻、 徐云生、 杨武	发行人	ZL201310752612.1	发明	2013.12.31	第 1949721 号
79	吸油烟机清洗系统	武洪舟、 刘耀斌、 李一萍、 冯向阳	发行人	ZL2015206970232	实用新型	2015.09.09	第 5092899 号
80	吸油烟机	刘鑫	发行人	ZL2015211431966	实用新型	2015.12.31	第 5261502 号
81	台面结构及设有该台面结构的组合柜	张子春	发行人	ZL2015209263125	实用新型	2015.11.18	第 5142492 号
82	石英石板材及其制备方法	杨帆、 郭振新、 李喜嘉、 吴作栋	发行人	ZL201510014605.0	发明	2015.01.12	第 2104518 号
83	石英石板材预压模具	杨帆、 郭振新、 李喜嘉	发行人	ZL2015209887773	实用新型	2015.12.01	第 5273556 号
84	橱柜 (OP16-117 泰勒一字型)	黄晓铃、 马西莫	发行人	ZL 201630056727.1	外观设计	2016.03.01	第 3745976 号
85	岛台 (OP16-118 科尔缔纳)	黄晓铃、 赛乔.卡斯蒂利亚	发行人	ZL 201630056760.4	外观设计	2016.03.01	第 3763780 号
86	橱柜 (OP16-120B 安纳西小)	黄晓铃、	发行人	ZL201630056725.2	外观设计	2016.03.01	第 3744256 号

	镇 L 字型)	艾托雷.提纳尼					
87	餐边柜 (OP16-122B 流光溢彩)	黄晓铃, 马克	发行人	ZL201630056735.6	外观设计	2016.03.01	第 3741761 号
88	橱柜 (OP16-122B 流光溢彩 L 字型)	黄晓铃, 马克	发行人	ZL201630056731.8	外观设计	2016.03.01	第 3745952 号
89	酒柜 (OP16-121B 曼彻斯特)	黄晓铃, 艾托雷.提纳尼	发行人	ZL201630056730.3	外观设计	2016.03.01	第 3808071 号
90	岛台 (OP16-117 泰勒)	黄晓铃, 马西莫	发行人	ZL201630056726.7	外观设计	2016.03.01	第 3843602 号
91	橱柜 (OP16-118 科尔缔纳 L 字型)	黄晓铃, 赛乔.卡斯蒂利亚	发行人	ZL201630056759.1	外观设计	2016.03.01	第 3838257 号
92	组合橱柜 (OP16-119 梅尔斯堡)	黄晓铃, 艾托雷.提纳尼	发行人	ZL201630056761.9	外观设计	2016.03.01	第 3838815 号
93	岛台 (OP16-120B 安纳西小镇)	黄晓铃, 艾托雷.提纳尼	发行人	ZL201630056732.2	外观设计	2016.03.01	第 3843603 号
94	组合橱柜 (OP16-121B 曼彻斯特 L 字型)	黄晓铃, 艾托雷.提纳尼	发行人	ZL201630056758.7	外观设计	2016.03.01	第 3838188 号
95	防油烟倒灌装置及其安装转接头	徐云生	发行人	ZL201620275706.3	实用新型	2016.03.31	第 5523353 号
96	防油烟倒灌装置系统及其防油烟倒灌装置	徐云生	发行人	ZL201620305846.0	实用新型	2016.04.12	第 5521362 号
97	装饰顶线阳角连接件	张友彪	发行人	ZL2016205327457	实用新型	2016.06.01	第 5804879 号
98	装饰顶线阴角连接件	张友彪	发行人	ZL2016205326810	实用新型	2016.06.01	第 5804850 号
99	五角柜	依文斌, 张其俊	发行人	ZL 2016205352124	实用新型	2016.06.03	第 5805902 号
100	排气系统及消毒柜	依文斌, 张其俊	发行人	ZL 2016205401934	实用新型	2016.06.03	第 5805929 号
101	移门双向阻尼器及移门双向阻尼方法	严恩雄、孙志龙、黄高华	欧派集成	ZL201310078928.7	发明	2013.03.12	第 1747673 号
102	趟门衣柜	严恩雄	欧派集成	ZL201220366811.X	实用新型	2012.07.26	第 2775430 号
103	导轨装置	严恩雄	欧派集成	ZL201220370091.4	实用新型	2012.07.27	第 2774645 号
104	推拉移门锁	严恩雄、孙志龙、黄高华	欧派集成	ZL201220726148.X	实用新型	2012.12.25	第 3033424 号
105	趟门下导轨组件	严恩雄、黄高华、	欧派集成	ZL201320507446.4	实用新型	2013.08.19	第 3477009 号

		李友邦					
106	隐藏式连接部件及组合框架	严恩雄、 孙志龙、 黄高华	欧派集成	ZL201420161480.5	实用新型	2014.04.03	第 3812280 号
107	连接部件及组合框架	严恩雄、 孙志龙、 黄高华	欧派集成	ZL201420161994.0	实用新型	2014.04.03	第 3838889 号
108	遮缝条及百叶门	严恩雄、 李友帮、 孙志龙	欧派集成	ZL201420403756.6	实用新型	2014.07.21	第 3949332 号
109	组合支架	严恩雄、 孙志龙、 李友帮	欧派集成	ZL201420404394.2	实用新型	2014.07.21	第 3951198 号
110	可旋转抽屉柜	严恩雄、 李友帮、 孙志龙	欧派集成	ZL201420403684.5	实用新型	2014.07.21	第 3950542 号
111	一种玻璃门连接结构以及玻璃门	李友帮	欧派集成	ZL201520103446.7	实用新型	2015.02.10	第 4508904 号
112	一种瓶子支撑结构及酒瓶柜	李友帮	欧派集成	ZL201520099293.3	实用新型	2015.02.10	第 4507343 号
113	型材 (YL8905A)	严恩雄、 黄高华	欧派集成	ZL201230651190.5	外观设计	2012.12.25	第 2428622 号
114	浴室柜 (OP11-021-435)	秦香菇	欧派卫浴	ZL201230378619.8	外观设计	2012.08.13	第 2677468 号
115	浴室柜 (OP12-019-420)	张海霞	欧派卫浴	ZL201230378757.6	外观设计	2012.08.13	第 2508236 号
116	连体坐便器 (OP-W7065)	刘俊雪	欧派卫浴	ZL201530097044.6	外观设计	2015.04.14	第 3368257 号
117	连体坐便器 (OP-W7066)	刘俊雪	欧派卫浴	ZL201530096947.2	外观设计	2015.04.14	第 3368255 号
118	安装装置及磁悬浮门装置	冯光存	欧派卫浴	ZL201620241240.5	实用新型	2016.03.24	第 5523999 号
119	门 (时光)	崔希明	欧派门业	ZL201530081778.5	外观设计	2015.03.31	第 3368086 号
120	门 (普罗旺斯)	周小平	欧派门业	ZL201530081756.9	外观设计	2015.03.31	第 3366590 号
121	门 (安吉拉)	颜涛	欧派门业	ZL201530081706.0	外观设计	2015.03.31	第 3368299 号
122	门 (律动)	颜涛	欧派门业	ZL201530081799.7	外观设计	2015.03.31	第 3329318 号
123	可调式锁挡装置	周小平	欧派门业	ZL201520247623.9	实用新型	2015.04.22	第 4586921 号
124	橱柜 (巴洛克印象)	李秋丽	天津欧派	ZL201030241583.X	外观设计	2010.07.16	第 1482668 号
125	带压条的门板	陈燕微	天津欧派	ZL201320249968.9	实用新型	2013.05.09	第 3243916 号
126	板式家具及其高度调节脚	严恩雄、 孙志龙	天津欧派	ZL201420159345.7	实用新型	2014.04.02	第 3811452 号
127	衣柜及其侧板连接部件和连接件	严恩雄、 孙志龙、 周传阜	天津欧派	ZL201420159280.6	实用新型	2014.04.02	第 3810738 号
128	挡缝条	严恩雄、 李友帮、 周传阜	天津欧派	ZL201420159388.5	实用新型	2014.04.02	第 3812017 号
129	层板加固装置	严恩雄、 黄高华、	天津欧派	ZL201420159343.8	实用新型	2014.04.02	第 3812241 号

		孙志龙					
130	连接角码	严恩雄、 李友帮、 孙志龙	天津欧派	ZL201420404391.9	实用新型	2014.07.21	第 3950873 号
131	用于固定玻璃的压条及其玻璃固定结构	伍伟杰、 曾凡平、 贺进	天津欧派	ZL201520528987.4	实用新型	2015.07.20	第 4970986 号
132	平开门锁结构及平开门柜	刘忠会、 李友帮	天津欧派	ZL201520556636.4	实用新型	2015.07.28	第 4970842 号
133	家具连接件及家具	刘忠会、 孙志龙、 李友帮、 覃晓敏	天津欧派	ZL2015208788183	实用新型	2015.11.05	第 5123727 号

4、著作权

截至本报告期末，发行人及下属子公司拥有经登记的著作权共 21 项，具体情况如下：

序号	作品类型	作品名称	权利人	证书号	登记号	登记日期/首次发表日期
1	美术作品		发行人	GDZB20150300000538	19-2015-F-00001907 号	2015.03.24/ 1996.08.10
2	计算机软件	MES 工厂订单处理及进度跟踪系统 V1.0	发行人	软著登字第 0305701 号	2011SR042027	2010.01.01
3	计算机软件	大批量个性化 OBA 物料(BOM) 实时解析系统 V1.0	发行人	软著登字第 0305742 号	2011SR042068	2009.01.01
4	计算机软件	多功能复合条码驱动双面数控孔位 CNC 自动连接系统 V1.0	发行人	软著登字第 0305744 号	2011SR042070	2011.01.01
5	计算机软件	OPPEIN-FCA 工艺技术审核及价格审核系统 V1.0	发行人	软著登字第 0305814 号	2011SR042140	2010.01.01
6	计算机软件	优化及自动连接设备驱动生成条码锯料系统 V1.0	发行人	软著登字第 0305816 号	2011SR042142	2010.01.01
7	计算机软件	OPPEIN 商场前端设计及内外自动报价系统 V1.0	发行人	软著登字第 0305904 号	2011SR042230	2009.01.01
8	计算机软件	OPPEIN-WPC 扫描监测采集包装系统 V1.0	发行人	软著登字第 0305905 号	2011SR042231	2011.01.01
9	计算机软件	OPPEIN-E 平台电子商务系统 V1.0	发行人	软著登字第 0305952 号	2011SR042278	2011.01.01

10	计算机软件	多库房与车间配套集成管理系统 V1.0	发行人	软著登字第 0305954 号	2011SR042280	2011.01.01
11	计算机软件	个性化定制衣柜制造一体化自动集成系统 V1.0	欧派集成	软著登字第 0745178 号	2014SR075934	2013.10.28
12	计算机软件	衣柜自动化制作、排程设计系统 V1.0	欧派集成	软著登字第 0745168 号	2014SR075924	2013.10.29
13	计算机软件	衣柜综合设计管理系统 V1.0	欧派集成	软著登字第 0745165 号	2014SR075921	2013.11.06
14	计算机软件	衣柜高度个性化定制设计系统 V1.0	欧派集成	软著登字第 0745161 号	2014SR075917	2013.10.22
15	计算机软件	衣柜订单信息化技术应用系统 V1.0	欧派集成	软著登字第 0745130 号	2014SR075886	2013.11.20
16	计算机软件	订单生产工序及进度追踪信息系统 V1.0	欧派集成	软著登字第 0745127 号	2014SR075883	2013.12.04
17	计算机软件	云渲染管理服务系统 V1.0	发行人、天津欧派	软著登字第 1299191 号	2016SR120574	2015.08.15
18	计算机软件	OPPEIN 协同办公及 HR 管理系统【简称：协同办公平台】V1.0	发行人、天津欧派	软著登字第 1299181 号	2016SR120564	2015.12.10
19	计算机软件	终端效果可视化营销管理系统 V1.0	发行人、天津欧派	软著登字第 1299185 号	2016SR120568	2015.10.20
20	计算机软件	供应链管理及财务核算系统【简称：K3CLOUD】V1.0	发行人、天津欧派	软著登字第 1300147 号	2016SR121530	2015.08.20
21	计算机软件	OPPEIN 营销终端设计系统【简称：MTDS】V1.0	发行人、天津欧派	软著登字第 1300138 号	2016SR121521	2015.05.16

5、字号

(1) 公司由设立至今，企业字号注册情况如下：

序号	核准日期	企业名称
1	1994 年 7 月设立	广州市康洁厨房设备有限公司
2	1997 年 5 月	广州欧派厨柜设备有限公司
3	1997 年 11 月	广州欧派厨柜企业有限公司
4	2009 年 7 月	广东欧派集团有限公司
5	2010 年 7 月	广东欧派家居集团有限公司
6	2013 年 10 月	欧派家居集团股份有限公司

公司自 1997 年 5 月起至今一直在企业名称中使用“欧派”作为字号，符合

《公司法》、《公司登记管理条例》等相关法律法规及规范性文件的规定；公司以“欧派”作为核心字号使用合法、合规，截至本招股意向书签署之日，公司与第三方没有发生过争议。

（2）商标、字号的管理制度

目前，公司非常重视商标、字号保护工作，为对公司商标、字号、专利等知识产权进行有效管理，制定了一系列的规章制度和内控制度，具体如下：

1) 制定并实施了《欧派家居集团法律事务管理制度》、《欧派家居集团知识产权管理规定》，对商标的注册申请、合法使用、许可使用、期满续期、维权等事项做出了详细的规定。

2) 公司在法律事务部专门设置了知识产权法务专员岗位，制定了《法律事务部知识产权法务专员岗位职责》，2名知识产权法务专员具体负责公司包括商标、字号在内的知识产权相关工作。

3) 公司外聘了北京集佳知识产权代理有限公司作为公司的知识产权顾问，为公司提供商标申请、变更、续期、维权等专业法律服务，为公司提供商标、字号等知识产权相关的专业咨询服务。

4) 公司与经销商、供应商等合作单位所签署的业务合同，都需要经过公司知识产权法务专员的审核，合同必须明确约定知识产权保护事项，保证业务合同中对商标、字号的使用合法合规，并有效保护公司商标、字号不受损害。

综上，公司已经制定了并实施了有效的具体规章制度和内控制度，能够有效保护公司的商标和字号等知识产权，并避免侵犯他人知识产权。

（3）商标、字号的法律状态

1) 字号的法律状态

根据《企业法人登记管理条例》、《企业名称登记管理规定》、《企业名称登记管理实施办法》等相关法律法规及规范性文件的规定，经核准注册的企业名称不存在使用期限的限制。公司自1997年5月起至今一直在企业名称中使用“欧派”作为字号，不存在被工商部门或人民法院认定不准予使用的情形。因此，公

司在企业名称中使用“欧派”作为字号，合法、合规，不存在有效期限的限制。

2) 商标的法律状态

截至本招股意向书签署之日，公司在中国境内已经取得了 147 项注册商标，该等注册商标目前均处于有效状态。

《商标法》第三十九条规定“注册商标的有效期为十年，自核准注册之日起计算”；第四十条规定“注册商标有效期满，需要继续使用的，商标注册人应当在期满前十二个月内按照规定办理续展手续；在此期间未能办理的，可以给予六个月的宽展期。每次续展注册的有效期为十年，自该商标上一届有效期满次日起计算。期满未办理续展手续的，注销其注册商标。”

根据《商标法》第三十九条、第四十条的规定，注册商标的有效期为十年，十年期满后可以续展，每次续展有效期延长十年，可以通过多次续展的方式保持注册商标永久有效。

3) 公司拟采取的措施


对于公司已经取得的 147 项注册商标，目前均在有效期内（十年期满后已经续展有效期或尚未满十年），可以通过在规定时间内续展保持注册商标永久有效；公司有专门的部门和人员（知识产权法务专员）及外聘知识产权服务机构负责注册商标的续展工作，可以有效维持注册商标的长期有效。

6、发行人与江山欧派相同或相似的商标或字号情况

(1) 商标

公司与江山欧派相同或相似的商标主要为核定类别为第 6、19 类的注册商标，根据江山欧派于 2016 年 11 月更新披露的《招股说明书》，该等相同或相似的商标及其使用内容和范围情况如下：

1) 发行人

序号	注册证号	商标名称	核定类别	核定使用商品/服务项目
1	11795709		19	木地板、人造石、石膏板、非金属地板砖、非金属耐火建筑材料、防水卷材、非金属简易小浴室、建筑玻璃

2	9781430		19	地板、石板、石膏板、非金属地板砖、非金属耐火建筑材料、防水卷材、非金属简易小浴室、建筑玻璃
3	11676323		19	木地板、人造石、石膏板、非金属地板砖、非金属耐火建筑材料、防水卷材、非金属简易小浴室、建筑玻璃
4	9590055		19	木材、地板、石板、石膏板、石棉水泥、水泥板、非金属耐火建筑材料、防水卷材、非金属简易小浴室、建筑玻璃、涂层（建筑材料）、石头、混凝土或大理石艺术品、非金属纪念碑、石料粘合剂

上表中第 1、2、3 项商标在申请过程时，由于与江山欧派拥有的第 4411926 号、第 7109873 号注册商标中有关指定商品属于类似商品，且构成近似商标，因此商标局决定不予核准公司在上表第 1、2、3 项商标在“非金属门；塑钢门窗”商品上的注册，但在其余商品上准予注册，具体情况如下：

A、第 11795709 号“欧派凡帝尼”商标

2015 年 9 月 9 日，商标局作出“（2015）商标异字第 0000037304 号”《第 11795709 号“欧派凡帝尼”商标在部分商品上不予注册的决定》，认定发行人申请注册的第 11795709 号“欧派凡帝尼”商标的注册申请中所涉指定商品“非金属门；塑钢门窗”与江山欧派拥有的第 4411926 号、第 7109873 号注册商标中有关指定商品属于类似商品，且构成近似商标，决定不予核准发行人第 11795709 号“欧派凡帝尼”商标在“非金属门；塑钢门窗”商品上的注册，在其余商品上准予注册。

B、第 9781430 号“欧派·凡帝尼”商标

2015 年 9 月 9 日，国家工商行政管理总局商标局（以下简称“商标局”）作出“（2015）商标异字第 0000037323 号”《第 9781430 号“欧派·凡帝尼”商标在部分商品上不予注册的决定》，认定发行人申请注册的第 9781430 号“欧派·凡帝尼”商标的注册申请中所涉指定商品“非金属门；塑钢门窗”与江山欧派拥有的第 4411926 号注册商标中有关指定商品属于类似商品，且构成近似商标，决定不予核准发行人第 9781430 号“欧派凡帝尼”商标在“非金属门；塑钢门窗”商品上的注册，在其余商品上准予注册。

C、第 11676323 号“欧派凡帝尼”商标

2015年10月16日，商标局作出“（2015）商标异字第0000046165号”《第11676323号“欧派凡帝尼”商标在部分商品上不予注册的决定》，认定发行人申请注册的第11676323号“欧派凡帝尼”商标的注册申请中所涉指定商品“非金属门；塑钢门窗”与江山欧派拥有的第4411926号、第7109873号注册商标中有关指定商品属于类似商品，且构成近似商标，决定不予核准发行人第11676323号“欧派凡帝尼”商标在“非金属门；塑钢门窗”商品上的注册，在其余商品上准予注册。

因此，上述表格中4项商标，核定类别均为第19类，核定使用商品/服务项目主要为“木地板、人造石、石膏板、非金属地板砖”等，不包括“非金属门、塑钢门窗”。此外，截至本招股意向书签署之日，公司曾获授权的一项注册商标被商标局认定为无效。具体情况如下：

2015年9月25日，国家工商行政管理总局商标局（以下简称“商标局”）作出“（2015）商标异字第0000041885号”《第11930958号“欧派凡帝尼”商标准予注册的决定》，认定发行人申请注册的第11930958号“欧派凡帝尼”商标与异议人江山欧派拥有的第4411926号、第7109873号、第3134909号注册商标中有关指定商品未构成类似商品上的近似商标，决定准予发行人第11930958号“欧派凡帝尼”商标的注册，核准使用商品/服务项目为：木地板；人造石；石膏板；非金属地板砖；非金属耐火建筑材料；防水卷材；非金属门；塑钢门窗；非金属简易小浴室、建筑玻璃。

2016年1月4日，江山欧派对第11930958号“欧派凡帝尼”商标提出无效宣告请求。2016年10月27日，商标评审委作出“商评字[2016]第0000091731号”《关于第11930958号“欧派凡帝尼”商标无效宣告请求裁定书》，认定发行人拥有的第11930958号“欧派凡帝尼”与江山欧派在先注册的第4411926号注册商标构成在相同或类似商品上的近似商标，裁定宣告第11930958号商标无效。

2) 江山欧派

序号	注册证号	商标名称	核定类别	核定使用商品/服务项目
----	------	------	------	-------------

1	3134909		6	金属门、金属门框、金属窗框、金属铰链、关门器（非电动）、吊窗滑轮
2	4411926	欧派 OUPAI	19	栏杆、非金属折门、非金属门、非金属窗、非金属百叶窗、建筑用非金属门廊、非金属门、非金属门板、非金属门框、非金属门框架
3	7109873		19	栏杆、非金属折门、非金属门、非金属窗、非金属百叶窗、建筑用非金属门廊、非金属大门、非金属门板、非金属门框、非金属门框架
4	10196432		19	非金属天花板、非金属集成吊顶、非金属门、非金属隔板、非金属建筑材料、非金属楼梯、非金属建筑物遮盖物、非金属园艺格架、非金属槽
5	10196433	欧派 OUPAI	19	非金属天花板、非金属集成吊顶、非金属门、非金属隔板、非金属建筑材料、非金属楼梯、非金属建筑物遮盖物、非金属园艺格架、非金属槽
6	10196434		19	非金属天花板、非金属集成吊顶、非金属门、非金属隔板、非金属建筑材料、非金属楼梯、非金属建筑物遮盖物、非金属园艺格架、非金属槽
7	10196437		6	金属天花板、金属集成吊顶、金属楼梯、金属简易小浴室、金属建筑物、金属栅栏、金属建筑材料、金属门、金属隔板(建筑)、家具用金属附件
8	10865295	欧派爱宠	6	金属天花板、金属栅栏、金属集成吊顶、金属建筑材料、金属楼梯、金属门、金属制简易小屋、金属隔板、金属建筑物、金属门框、金属窗框、金属铰链、吊窗滑轮、关门器(非电动)、家具用金属附件
9	11630249		19	建筑用非金属外表面；非金属护壁板
10	11630241		19	建筑用非金属外表面；非金属护壁板
11	11629093	欧派	6	金属门、金属门框、金属窗框、金属铰链、关门器（非电动）、吊窗滑轮
12	11629097	欧派	19	栏杆、非金属折门、非金属门、非金属窗、非金属百叶窗、建筑用非金属门廊、非金属大门、非金属门板、非金属门框、非金属门框架
13	10196431		19	非金属天花板、栏杆、非金属门、非金属隔板、非金属建筑材料、非金属门框、非金属折门、非金属百叶窗、非金属门板、非金属楼梯、非金属建筑物遮盖物、非金属园艺格架、非金属槽、非金属窗、建筑用非金属门廊、非金属门框架、非金属集成吊顶
14	10865297		6	金属铰链、吊窗滑轮、关门器(非电动)、家具用金属附件

15	15410733		6	金属建筑材料、金属地板、金属百叶窗、金属楼梯、金属窗、金属天花板、金属栅栏、金属建筑物、金属隔板、金属合页
16	15410724		19	非金属栅栏、非金属檐槽、非金属天花板、非金属隔板、建筑用非金属框、非金属建筑材料、非金属搁栅、建筑用非金属遮盖物、非金属楼梯、非金属支架
17	15666828	经典欧派	6	金属门、金属天花板、金属楼梯、金属建筑物、金属建筑材料、金属隔板、金属窗框、金属栅栏、家具用金属附件
18	15666875	经典欧派	19	非金属门、非金属折门、非金属门板、非金属门框、非金属隔板、非金属窗、非金属建筑材料、非金属天花板、非金属楼梯
19	15666271		6	金属门、金属天花板、金属楼梯、金属建筑物、金属建筑材料、金属隔板、金属窗框、金属栅栏
20	15666397		19	非金属门、非金属折门、非金属门板、非金属门框、非金属隔板、非金属窗、非金属建筑材料、非金属天花板、非金属楼梯

截至本招股意向书签署之日，公司已取得 147 项境内商标，45 项境外商标中，核定类别包括第 1、2、5、6、8、10、11、12、13、14、15、16、17、18、19、20、21、22、23、24、25、26、27、28、29、31、33、34、35、36、37、38、39、40、41、42、43、44、45 类，而公司与江山欧派各自拥有的上述商标的汉字部分存在相同、相似的情形主要集中在核定类别第 6、19 类，但二者经核准的使用商品或服务项目存在显著区别；公司子公司欧派门业在木门类产品的包装、标示、广告宣传中主要使用的系发行人名下的注册商标“欧铂恩”、“欧铂尼”及“OPPEIN”。根据江山欧派更新披露的《招股说明书》，江山欧派在其主要产品（实木复合门和夹板模压门）上使用的注册商标，其主要构成部分为汉字“欧派”等。因此，双方在同类产品上使用的商标在文字构成、读音、整体外观上区别明显，未构成近似商标。

（2）字号

公司自 1997 年 5 月起至今一直在企业名称中使用“欧派”作为字号；此外，公司名下的“欧派”商标于 2009 年 4 月被国家工商总局商标局认定为“中国驰名商标”。

根据江山欧派更新披露的《招股说明书》，江山欧派自 2006 年 7 月 31 日

设立时起在企业名称中使用“欧派”字号。

7、使用相同或相似商标对公司财务的影响

报告期内，公司主营业务收入分产品的销售金额、构成和变动幅度如下：

单位：万元

产品类别	2016 年度			2015 年度			2014 年度		
	金额	占比	增长率	金额	占比	增长率	金额	占比	增长率
整体厨柜	436,939.64	62.22%	13.64%	384,500.67	69.35%	12.13%	342,920.53	72.48%	15.53%
整体衣柜	202,202.61	28.80%	51.23%	133,704.15	24.11%	34.72%	99,248.52	20.98%	32.42%
整体卫浴	24,165.17	3.44%	63.07%	14,818.71	2.67%	5.90%	13,993.72	2.96%	-2.51%
定制木门	20,842.71	2.97%	71.73%	12,137.04	2.19%	42.30%	8,528.96	1.80%	63.76%
其他	18,044.60	2.57%	93.75%	9,313.22	1.68%	10.70%	8,413.36	1.78%	39.31%
合计	702,194.73	100.00%	26.49%	554,473.79	100.00%	17.20%	473,105.08	100.00%	19.05%

报告期内，公司利润的主要构成如下：

单位：万元

产品类别	2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
主营业务毛利	255,919.04	98.15%	175,667.60	99.00%	133,255.58	99.35%
整体厨柜	166,631.99	63.91%	123,172.53	69.41%	99,330.78	74.05%
整体衣柜	74,463.98	28.56%	44,668.49	25.17%	28,498.88	21.25%
整体卫浴	4,678.83	1.79%	2,519.99	1.42%	1,939.84	1.45%
定制木门	3,537.02	1.36%	1,977.06	1.11%	337.76	0.25%
其他	6,607.21	2.53%	3,329.53	1.88%	3,148.33	2.35%
其他业务毛利	4,813.14	1.85%	1,778.88	1.00%	876.69	0.65%
综合毛利	260,732.18	100.00%	177,446.48	100.00%	134,132.27	100.00%
营业利润	106,772.92	95.18%	53,037.46	92.85%	43,071.30	95.76%
营业外收支净额	5,412.52	4.82%	4,082.01	7.15%	1,906.31	4.24%
利润总额	112,185.43	100.00%	57,119.47	100.00%	44,977.61	100.00%

如上两个表格所示，整体厨柜和整体衣柜销售收入是公司报告期内主营业务

收入的主要来源，整体厨柜和整体衣柜合计占公司报告期内主营业务收入比例为 93.46%、93.46%和 91.02%。报告期内，定制木门销售收入占本公司营业收入的比例均在 3%以下，定制木门利润总额占本公司利润总额的比例均在 1.4%以下，定制木门业务非本公司主要收入来源和利润来源。

根据江山欧派更新披露的《招股说明书》，江山欧派主要产品为实木复合门和夹板模压门，不包括整体厨柜、整体衣柜、卫浴类产品。

综上，公司在整体厨柜、整体衣柜、整体卫浴类产品中使用包含汉字“欧派”的商标不存在法律风险，定制木门业务非本公司主要收入和利润来源，无论公司是否在木门类产品中使用与江山欧派相同或相似的注册商标，均不会对公司正常生产经营、盈利能力和持续发展构成实质性影响。

8、发行人与江山欧派是否曾因或正在因商标、商号或字号发生过纠纷或争议

公司存在与江山欧派有关的两项商标行政诉讼案件，具体情况如下：

(1) 第 9707058 号“欧派凡帝尼”商标

2015 年 4 月 24 日，国家工商行政管理总局商标评审委员会作出“商评字（2015）第 0000031001 号”《关于第 9707058 号“欧派凡帝尼”商标异议复审裁定书》，认定公司申请注册的第 9707058 号“欧派凡帝尼”商标的注册申请中所涉指定商品“非金属门、塑钢门窗”与江山欧派拥有的第 4411926 号、第 7109873 号注册商标中有关指定商品属于同一种或类似商品，且构成近似商标，裁定不予核准公司第 9707058 号“欧派凡帝尼”商标在“非金属门、塑钢门窗”商品的注册。

公司不服上述裁定结果，以商标评审委为被告，于法定期限内向北京知识产权法院提起行政诉讼，请求该院撤销商标评审委该复审裁定，并责令该委重新作出裁定，江山欧派系该案第三人。

2016 年 7 月 22 日，北京知识产权法院作出“（2015）京知行初字第 3262 号”《行政判决书》，驳回公司的诉讼请求。2016 年 8 月 12 日，公司向北京市高级人民法院提起上诉。

2017年1月17日，北京市高级人民法院作出“（2016）京行终5653号”《行政判决书》，驳回公司的诉讼请求，维持原判。

（2）第9722997号“欧派凡帝尼”商标

2014年11月13日，国家工商行政管理总局商标评审委员会作出“商评字（2014）第0000075181号”《关于第9722997号“欧派凡帝尼”商标异议复审裁定书》，认定公司申请注册的第9722997号“欧派凡帝尼”商标的注册申请中所涉指定商品“金属门、金属窗、金属家具部件”与江山欧派拥有的第3134909号注册商标中有关指定商品属于类似商品，且构成近似商标，裁定不予核准公司第9722997号“欧派凡帝尼”商标在“金属门、金属窗、金属家具部件”商品的注册。

公司因不服上述裁定结果，以商标评审委为被告，于法定期限内向北京知识产权法院提起行政诉讼，请求该院撤销商标评审委该复审裁定并责令该委重新作出裁定，江山欧派系该案第三人。

2015年11月间，北京知识产权法院作出“（2015）京知行初字第88号”《行政判决书》，判决撤销商标评审委员上述复审裁定书，并判决该委重新作出裁定。截至目前，江山欧派已向北京市高级人民法院提起上诉。

截至本招股意向书签署之日，上述案件尚未了结。

上述两项正在进行的商标行政诉讼案件系公司与行政部门在商标申请过程中发生的行政诉讼案件，并非公司与江山欧派之间发生的商标侵权纠纷。截至本招股意向书签署之日，公司与江山欧派之间未发生商标侵权纠纷。

（3）关于上述行政诉讼案件的风险及对公司的影响

对于上述两项行政诉讼案件，如最终裁决结果为不予核准公司“欧派凡帝尼”商标在“金属门、金属窗、金属家具部件”、“非金属门、塑钢门窗”商品的注册，则公司存在不得在“金属门、金属窗、金属家具部件”、“非金属门、塑钢门窗”的商品或服务项目中使用“欧派凡帝尼”商标的风险。

截至本招股意向书签署之日，公司子公司欧派门业在木门类产品的包装、标示、广告宣传中主要使用公司名下的注册商标“欧铂恩”、“欧铂尼”及“OPPEIN”，

上述注册商标不存在被第三方提出无效宣告的情形；同时，定制木门业务并非公司主要收入来源和利润来源。

综上所述，即使公司未能在“金属门、金属窗、金属家具部件”、“非金属门、塑钢门窗”类别商品或服务项目上成功注册“欧派凡帝尼”商标，也不会对公司生产经营和盈利能力构成实质性影响。

9、公司及经销商现有商标和商号使用的合法性、将来在新业务、新产品、新加入经销商或门店等扩大范围继续使用“欧派”及类似商标或字眼是否受到限制

公司自 1997 年 5 月起至今在企业名称中一直持续使用“欧派”作为字号，不存在侵犯第三方字号、注册商标专有权的情形。2009 年 4 月，本公司名下的注册商标“欧派”被国家工商总局商标局认定为“中国驰名商标”。根据《商标法》第十三条第三款的规定，“就不相同或者不相类似商品申请注册的商标是复制、摹仿或者翻译他人已经在中国注册的驰名商标，误导公众，致使该驰名商标注册人的利益可能受到损害的，不予注册并禁止使用。”因此，未来公司有权禁止第三方在不相同或者不相类似商品上注册或使用“欧派”驰名商标。

根据公司及子公司与经销商签订的《合作协议书》，公司商标、商号、经营模式等知识产权和无形资产仅在协议生效期间并在协议授权范围内由公司授权经销商合理使用，经销商无权转让或授权他方使用。新加入的经销商或门店将会签订统一版本的《合作协议书》，在约定的时间、范围内合理使用公司商标、商号。

如公司未来开展新业务、新产品，可在相应类别商品或服务中继续使用已获授权的注册商标，或向国家工商行政管理总局商标局重新申请注册新的商标。

因此，公司名称使用的现有字号合法、有效，公司在整体厨柜、整体衣柜、整体卫浴中使用或授权经销商使用注册商标“欧派”不存在法律障碍；如公司将未来开拓新业务、新产品，将根据经营需要，在相应类别的产品或服务上申请注册“欧派”或类似商标或字眼。

10、是否有发生纠纷或争议的潜在风险

(1) 公司与江山欧派之间未发生在同类产品上使用相同或相似商标（第 6、19 类）而引起诉讼或仲裁的情况

截至本招股意向书签署之日，公司与江山欧派暂未发生在同类产品上使用相同或相似商标的情况。根据广东省高级人民法院“广东法院司法公开平台”（<http://www.gdcourts.gov.cn>）、浙江省高级人民法院“诉讼案件信息查询”（<http://www.zjsfgkw.cn>）的公开记录以及江山欧派更新披露的《招股说明书》，截止本招股意向书签署之日，公司与江山欧派之间未发生商标、商号或字号侵权纠纷。

(2) 公司与江山欧派在商标申请与使用上存在潜在纠纷的风险

目前，公司在厨柜、衣柜、卫浴、墙饰等产品的包装、标示、广告宣传中主要使用的注册商标为“欧派”，在门业类产品上主要使用的商标为“欧铂恩”、“欧铂尼”及“OPPEIN”；根据江山欧派更新披露的《招股说明书》，江山欧派在门业类产品上主要使用的商标为“欧派 OUPAI”。由于公司与江山欧派同属家具制造类行业，部分产品类型重合，且商标所用文字、图案设计等较为接近，因此在商标（特别是分类号为第 6、19 类的商标）申请及使用过程中存在潜在纠纷的风险。

报告期内，公司整体厨柜和整体衣柜的主营业务收入占比合计为 93.46%、93.46%和 91.02%。公司在整体厨柜、整体衣柜、整体卫浴类产品中使用“欧派”商标不存在法律风险，定制木门业务非公司的主要收入和利润来源，因此，商标的潜在纠纷风险不会对公司正常生产经营、盈利能力和持续发展构成实质性不利影响，但不排除因他人经营活动导致公司的“欧派”商标品牌价值受到损害，从而对公司产品销售产生负面影响。

11、除上述两起商标、字号诉讼案件外，其他注销、终止、被第三方提起异议或无效宣告等异常情况

(1) 已披露的商标异议案件

除上述两起商标行政诉讼案件外，公司与江山欧派之间曾经存在三项商标异议案件，具体情况如下：

1) 第 11795709 号“欧派凡帝尼”商标

2014年6月，江山欧派就公司向商标局申请注册的第11795709号“欧派凡帝尼”商标（第19类）提出异议申请。

2015年9月9日，商标局作出“（2015）商标异字第0000037304号”《第11795709号“欧派凡帝尼”商标在部分商品上不予注册的决定》，认定公司申请注册的第11795709号“欧派凡帝尼”商标的注册申请中所涉指定商品“非金属门；塑钢门窗”与江山欧派拥有的第4411926号、第7109873号注册商标中有关指定商品属于类似商品，且构成近似商标，决定不予核准公司第11795709号“欧派凡帝尼”商标在“非金属门；塑钢门窗”商品上的注册，在其余商品上准予注册。

2) 第9781430号“欧派·凡帝尼”商标

2014年6月，江山欧派就公司向商标局申请注册的第9781430号“欧派·凡帝尼”商标（第19类）提出异议申请。

2015年9月9日，商标局作出“（2015）商标异字第0000037323号”《第9781430号“欧派·凡帝尼”商标在部分商品上不予注册的决定》，认定公司申请注册的第9781430号“欧派·凡帝尼”商标的注册申请中所涉指定商品“非金属门；塑钢门窗”与江山欧派拥有的第4411926号注册商标中有关指定商品属于类似商品，且构成近似商标，决定不予核准公司第9781430号“欧派凡帝尼”商标在“非金属门；塑钢门窗”商品上的注册，在其余商品上准予注册。

3) 第11676323号“欧派凡帝尼”商标

2014年6月，江山欧派就公司向商标局申请注册的第11676323号“欧派凡帝尼”商标（第19类）提出异议申请。

2015年10月16日，商标局作出“（2015）商标异字第0000046165号”《第11676323号“欧派凡帝尼”商标在部分商品上不予注册的决定》，认定公司申请注册的第11676323号“欧派凡帝尼”商标的注册申请中所涉指定商品“非金属门；塑钢门窗”与江山欧派拥有的第4411926号、第7109873号注册商标中有关指定商品属于类似商品，且构成近似商标，决定不予核准公司第11676323号“欧派凡帝尼”商标在“非金属门；塑钢门窗”商品上的注册，在其余商品上准予注册。

（2）已披露的商标无效宣告案件

2014年4月，江山欧派就公司向商标局申请注册的第11930958号“欧派凡帝尼”商标（第19类）提出异议申请。

2015年9月25日，商标局作出“（2015）商标异字第0000041885号”《第11930958号“欧派凡帝尼”商标准予注册的决定》，认定公司申请注册的第11930958号“欧派凡帝尼”商标与异议人江山欧派拥有的第4411926号、第7109873号、第3134909号注册商标中有关指定商品未构成类似商品上的近似商标，决定准予公司第11930958号“欧派凡帝尼”商标的注册，核准使用商品/服务项目为：木地板；人造石；石膏板；非金属地板砖；非金属耐火建筑材料；防水卷材；非金属门；塑钢门窗；非金属简易小浴室、建筑玻璃。

2016年1月4日，江山欧派对第11930958号“欧派凡帝尼”商标提出无效宣告请求。2016年10月27日，商标评审委作出“商评字[2016]第0000091731号”《关于第11930958号“欧派凡帝尼”商标无效宣告请求裁定书》，认定公司拥有的第11930958号“欧派凡帝尼”与江山欧派在先注册的第4411926号注册商标构成在相同或类似商品上的近似商标，裁定宣告第11930958号商标无效。

（3）补充披露的商标异议案件

除上述商标异议案件以外，公司在报告期内曾经还存在下列商标异议案件：

1）第9590055号“欧派凯思”商标

2012年，江山欧派就公司向商标局申请注册的第9590055号“欧派凯思”商标（第19类）提出异议申请。

2013年4月1日，商标局作出“（2013）商标异字第08401号”《“欧派凯思”商标异议裁定书》，认定江山欧派所提异议理由不成立，核准被异议商标注册。

2013年4月23日，江山欧派不服上述异议裁定书，向商标评审委申请复审。

2014年11月25日，商标评审委作出“商评字[2014]第0000086948号”《关于第9590055号“欧派凯思”商标异议复审裁定书》，裁定被异议商标在非金属门、非金属天花板、塑钢门窗商品上不予核准注册，在其余复审商品上予以核准注册。

2) 第 13994048 号“OPPEIN”商标

2015 年，北京欧派优家装饰有限公司就公司向商标局申请注册的第 13994048 号“OPPEIN”商标（第 27 类）提出异议申请。

2016 年 12 月 3 日，商标评审委作出“（2016）商标异字第 0000043581 号”《第 13994048 号“OPPEIN”商标准予注册的决定》，认定北京欧派优家装饰有限公司所提异议理由不成立，核准被异议商标注册。

3) 第 8666265 号“OPPEIN”商标

2016 年 7 月，欧普照明股份有限公司就公司向商标局申请注册的第 8666265 号“OPPEIN”商标（第 27 类）提出异议申请，请求裁定被异议商标（第 27 类）在所指定使用商品项目上（地毯、席、枕席、地板覆盖物、防滑垫、墙纸、汽车毡垫、塑料或橡胶地板砖、非纺织品制墙帷、非纺织品壁挂）不予注册。

截至本招股意向书签署之日，上述商标异议案件尚未了结。

（4）补充披露的商标无效案件

除上述商标无效宣告案件以外，公司在报告期内曾经还存在下列商标无效宣告案件：

2011 年 12 月 14 日，公司经核准注册第 8077818 号“奥铂”商标（第 6 类）。

2013 年 10 月 28 日，中山奥铂金属制品有限公司向商标评审委申请撤销上述商标。

2014 年 12 月 23 日，商标评审委作出“商评字[2014]第 0000106542 号”《关于第 8077818 号“奥铂”商标无效宣告请求裁定书》，裁定争议商标在金属天花板、金属建筑材料、五金器具（小）、金属陈列架、未加工或半加工普通金属商品上予以无效宣告，在其余商品上予以维持。

（5）补充披露的知识产权纠纷诉讼案件

截至本招股意向书签署之日，公司存在下列审理中的知识产权纠纷诉讼案件：

2016年11月，佛山市顺德区韩太橱柜有限公司以公司作为被告，向佛山市禅城区人民法院提起诉讼，主张公司在微信公众平台使用原告拥有权利的图片作为广告宣传照，请求判令被告停止利用原告广告图作为不正当竞争手段的一切行为；在全国范围内通过各大媒体消除影响，公开向原告赔礼道歉；象征性赔偿原告1元，赔偿原告为制止侵权支出的律师费、公证费4,400元；承担诉讼费。上述案件尚在审理过程中。

上述不正当竞争纠纷诉讼案件涉诉标的金额较小，且不涉及公司核心知识产权，不属于重大诉讼案件，不属于应当披露的“尚未了结的或可预见的重大诉讼、仲裁及行政处罚案件”。

截至本招股意向书签署之日，除上述商标行政诉讼、商标异议、商标无效宣告、知识产权诉讼案件以外，不存在其他注销、终止、被第三方提起异议或无效宣告等异常情况，不存在其他知识产权争议或纠纷。

12、相关注册商标和字号争议和诉讼的具体时间和进展

报告期内，公司涉及的商标行政诉讼案件、商标异议案件及商标无效宣告案件，第三方提起异议的请求均为：请求不准予核准被异议商标；第三方提起异议的原因或依据主要为：（1）被异议商标与江山欧派在先注册使用的引证商标构成近似；（2）被异议商标被核准注册使用易造成消费者的混淆。截至本招股意向书签署之日，公司相关注册商标诉讼和争议的具体时间、相关判决或裁定结果、进展情况具体如下：

序号	案件名称	重要时间节点	判决或裁定结果	进展情况
1	第9707058号“欧派凡帝尼”商标行政诉讼案件	2012年6月，江山欧派提起商标异议； 2014年4月，商标局出具商标异议裁定书； 2014年，江山欧派提起商标异议复审申请； 2015年4月，商标评审委出具异议复审裁定书； 2015年5月，公司提起行政诉讼；	2014年4月，商标局裁定异议理由不成立，核准商标注册； 2015年4月，商标评审委裁定被异议商标在“地板、石板、石膏板、非金属地板砖、非金属耐火建筑材料、防水卷材、非金属简易小浴室、建筑玻璃”	维持原判

		2016年7月,北京知识产权法院出具一审判决; 2016年8月,公司提起上诉。	商品上准予注册,在其余商品上不予核准注册。 2016年7月,北京知识产权法院判决驳回公司诉讼请求。 2017年1月,北京市高级人民法院作出“(2016)京行终5653号”《行政判决书》,驳回公司的诉讼请求,维持原判。	
2	第9722997号 “欧派凡帝尼”商标行政诉讼案件	2012年6月,江山欧派提起商标异议; 2013年8月,商标局出具商标异议裁定书; 2013年9月,江山欧派提起商标异议复审申请; 2014年11月,商标评审委出具异议复审裁定书; 2014年12月,公司提起行政诉讼; 2015年11月,北京知识产权法院出具一审判决; 根据江山欧派更新披露的招股说明书,江山欧派已提起上诉。	2013年8月,商标局裁定异议理由不成立,核准商标注册; 2014年11月,商标评审委裁定被异议商标在金属门、金属窗、金属家具部件商品上不予注册,在其余商品上予以核准注册; 2015年11月,北京知识产权法院判决撤销商标复审裁定,由商标评审委重新作出决定	公司至今尚未收到二审诉讼文件
3	第11795709号 “欧派凡帝尼”商标异议案件	2014年6月,江山欧派提起商标异议; 2015年9月,商标局出具商标异议裁定书。	2015年9月,商标局裁定被异议商标在“非金属门、塑钢门窗”商品上不予注册,在其余商品上准予注册	已结案
4	第9781430号 “欧派·凡帝尼”商标异议案件	2014年6月,江山欧派提起商标异议; 2015年9月,商标局出具商标异议裁定书。	2015年9月,商标局裁定被异议商标在“非金属门、塑钢门窗”商品上不予注册,在其余商品上准予注册;	已结案
5	第11676323号 “欧派凡帝尼”商标异议案件	2014年6月,江山欧派提起商标异议; 2015年,商标局出具商标异议裁定书。	2015年,商标局裁定被异议商标在“非金属门、塑钢门窗”商品上不予注册,在其余商品上准予注册;	已结案
6	第9590055号 “欧派凯思”商标异议案件	2012年,江山欧派提起商标异议; 2013年4月,商标局出具商标异议裁定书; 2013年4月,江山欧派提起商标复审; 2014年11月,商标评审委出具商标异议复审裁定书。	2013年4月,商标局裁定江山欧派异议理由不成立,核准被异议商标注册; 2014年11月,商标评审委裁定被异议商标在非金属门、非金属天花板、塑钢门窗商品上不予核准注册,在其余复审商品上予以核准注册。	已结案
7	第13994048号 “OPPEIN”商标异议案件	2015年,北京欧派优家装饰有限公司提起商标异议; 2016年12月,商标局出具商标异议裁	2016年12月,商标局裁定北京欧派优家装饰有限公司所提异议理由不成立,核准被异	已结案

		定书。	议商标注册。	
8	第 8666265 号“OPPEIN”商标异议案件	2016 年 7 月，欧普照明股份有限公司向商标局提起商标异议。	截至本招股意向书签署之日，公司尚未收到商标局出具的商标异议裁定书。	进行中
9	第 11930958 号“欧派凡帝尼”商标无效宣告案件	2014 年 4 月，江山欧派提起商标异议； 2015 年 9 月，商标局出具商标准予注册的决定； 2015 年 12 月，江山欧派提起商标宣告无效申请； 2016 年 10 月，商标评审委出具无效宣告请求裁定书。	2015 年 9 月，商标局裁定被异议商标准予注册； 2016 年 10 月，商标评审委裁定争议商标予以无效宣告。	已结案
10	第 8077818 号“奥铂”商标无效宣告案件	2013 年 10 月，中山市奥铂金属制品有限公司提起商标争议申请； 2014 年 12 月，商标评审委出具无效宣告请求裁定书。	2014 年 12 月，商标评审委裁定争议商标在金属天花板、金属建筑材料、五金器具（小）、金属陈列架、未加工或半加工普通金属商品上予以无效宣告，在其余商品上予以维持。	已结案

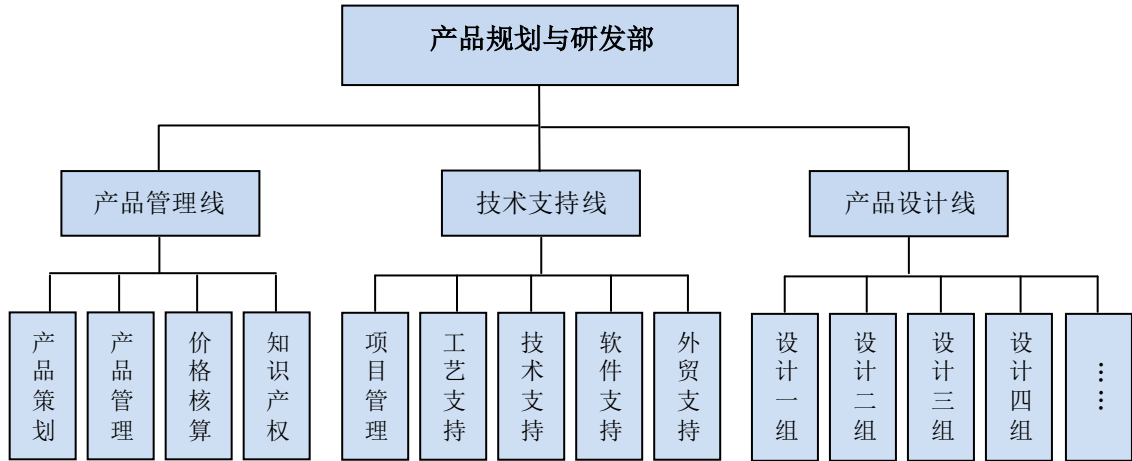
六、公司拥有特许经营权的情况

无。

七、公司主要生产技术及研发情况

（一）技术与研发的组织体系

公司的整体厨柜、整体衣柜、整体卫浴、定制木门等各业务板块均设有独立的产品规划与研发部。各业务板块根据业务需要主要下辖产品管理线、技术支持线、产品设计线等 3 条管理线，产品规划与研发的组织体系如下所示：

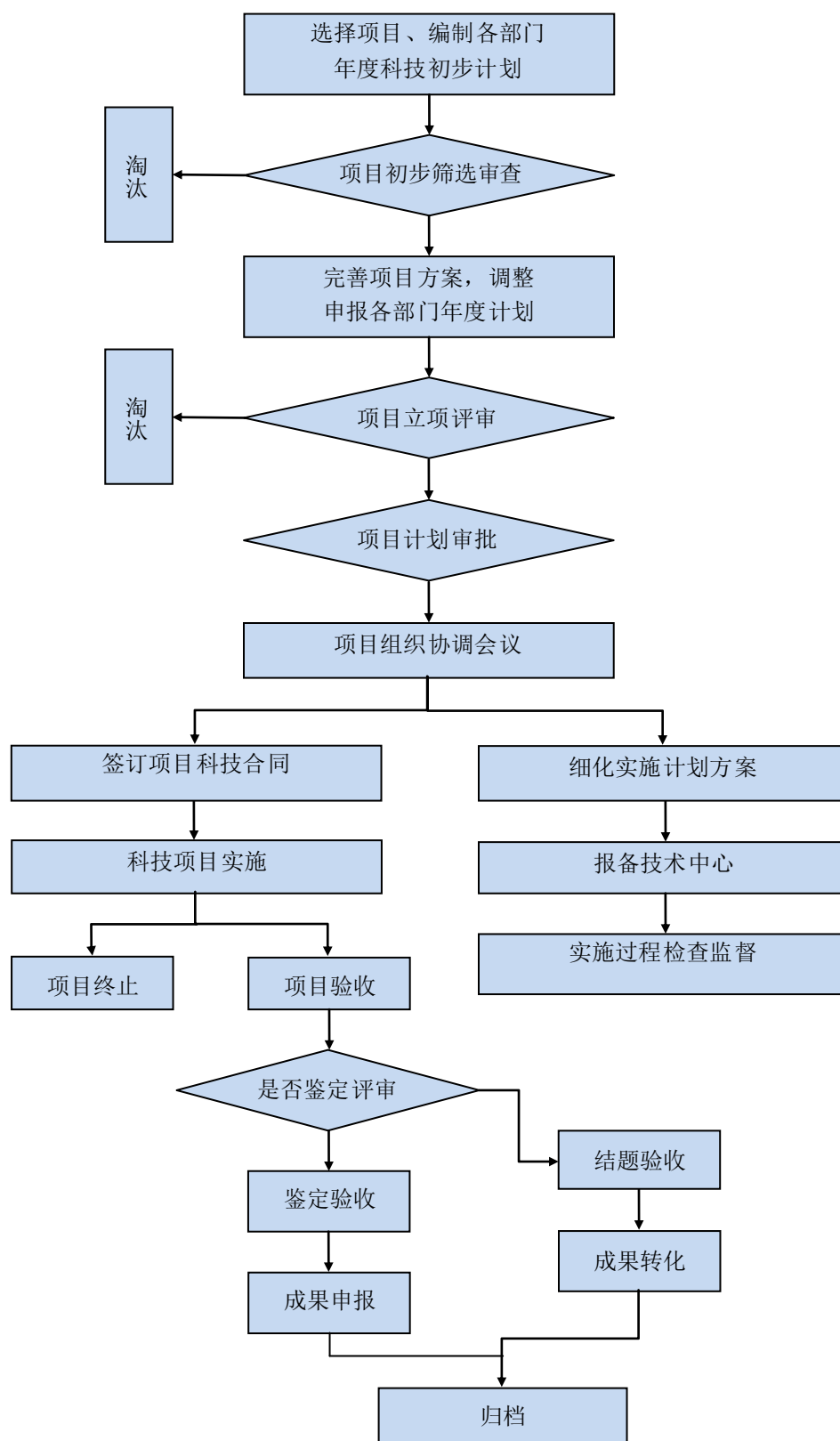


管理线	工作分类	工作简介
产品管理线	产品策划	市场调研、竞品信息收集、用户需求收集、产品策划、产品宣传与推广
	产品管理	在售产品材料、工艺、产品体系的管理、销售技术手册及新样品设计指导讲解书的编制
	价格核算	日常价格核算管控、编码规则的制定与维护、订单审批、价格体系的制定与管理、价格手册的制定、新样品价格培训
	知识产权	外观专利、实用型专利的申请
技术支持线	技术支持	新增材料采购技术标准的制定、首样确认、材料封样、对色签样、新样品图纸资料审核、新样品试制进度跟进与问题反馈、新样品工艺培训、在售产品图纸类技术通知的编制与发布
	外贸支持	出口业务价格体系的制定与维护、相关软件的维护、出口业务价格的特殊审批、出口产品的技术支持及协调通知制定与发布
	软件支持	软件及数据库的维护与管理
	项目管理	组织公司新样品的战略材料评审、战略工艺评审、效果图评审、实物评审、新样品节点掌控及研发资料库的管理
	工艺支持	新样品制作过程中特殊工艺的试制和相关工艺的验证
产品设计线	-	研发资料的收集、产品方案的设计、新样品试制过程中的进度跟进、样品推出后的推广宣传

(二) 科技项目管理规范化流程

为加强科技项目的管理，实现管理的科技化、规范化、制度化，有效利用公

司科技资源进行技术创新，提升公司竞争力，公司制定了科技项目管理规范化流程，具体如下：



（三）主要产品工艺技术及所处阶段

公司历来十分重视企业的生产技术及研发能力，拥有国内一流的生产体系，公司的主要产品整体厨柜的柜体、门板、台面，整体衣柜的柜体、趟门、抽屉，整体卫浴的柜体，以及定制木门的门体生产技术均处于大批量生产阶段，技术成熟稳定，且属于国内领先水平。

（四）正在研发的主要项目情况

截至本报告期末，公司正在研发的主要项目如下表：

项目名称	应用领域	研发目标	进展情况	
整体厨柜	自动化加工技术	台面	提高台面生产加工效率	30%设备及软件投产，70%设备方案设计完成，进入可行性分析论证阶段；软件进入功能设计及可行性分析论证阶段
	柔性化制造技术	柜体	提高加工柔性化和生产效率	项目试运行阶段
	无缝封边技术	门板	提高封边质量外观	项目研发阶段
	智能制造技术	厨柜	使用智能化转运机器人代替人	项目研发阶段
信息系统	物流信息系统开发应用	物流	物流信息系统开发	项目系统功能开发阶段
	PLM 研发应用软件	研发工艺	建立产品研发工艺信息化平台	项目验收阶段
	数据服务管理平台	系统集成	采用企业服务总线将所有系统集成成为一个整体	项目立项阶段
整体衣柜	小板条加工技术	柜体	提升产品质量和加工效率	项目验收阶段
	Insight 订单信息管理系统	衣柜	提升信息沟通效率	项目验收阶段
	趟门加工自动化技术	趟门	提升趟门加工自动化和效率	项目验收阶段
	意式底着色涂装技术	实木门板	提升产品外观质量	项目验收阶段
	高效节能包覆技术	趟门	提升产品加工质量和生产效率	项目验收阶段
	柔性化制造技术	衣柜	提高加工柔性化和生产效率	项目验收阶段
	智能家居研发	家居	项目实施阶段	项目调研阶段
整体卫浴	木榫加胶柜体组装技术	装配	提升使用可靠性和外观效果	项目立项阶段
定制木门	新型涂装技术	木门	提升木门涂装质量和效果	项目推广应用阶段

木皮预油漆处理技术	木门	提升产能和加工可靠性	项目试行阶段
木门信息化实施	木门	提升订单处理、信息沟通效率	项目实施阶段
设备自动化加工	木门	自动化加工、提高生产力	项目实施阶段

（五）公司报告期内研发投入情况

报告期内，公司研发投入情况如下表：

单位：万元

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
研发投入	24,925.04	23,457.65	20,899.40
营业收入	713,413.06	560,708.97	475,108.00
研发投入占比	3.49%	4.18%	4.40%

（六）公司的技术创新能力

1、公司技术创新情况

根据 2006 年国务院公布的《国家中长期科学和技术发展规划纲要》中对自主创新的相关描述，自主创新可根据其创新方式分为原始创新、集成创新和引进消化吸收再创新。公司已经走过了引进消化吸收再创新的阶段，目前，公司的创新方式主要表现在集成创新，并逐步走向原始创新。

公司的整体厨柜、整体衣柜等产品定位于中高端市场，产品的个性化强、技术含量高。一直以来，技术创新都是公司最核心的竞争力之一，公司通过持续的创新，取得了自成立以来的高速发展。未来，公司仍然将坚持以创新促发展，不断自主研发技术含量高的新产品、新材料、新工艺、新技术，提升企业的技术水平和竞争力，使公司的技术水平始终处于行业前列。

公司建立了多个国内先进专用实验室，包括工艺实验室、质量实验室、电器测试室、风量测试室、包装测试室、环境测试室、寿命测试室等，并配备整套实验设备，为产品开发和技术研究提供设施保障，并为产品质量提供可靠的检测手段，公司已被认定为省级企业技术中心。

2、技术创新机制

公司在技术创新机制方面，主要采取了以下措施：

（1）加强研发组织机构建设，强化组织保障

公司拥有成熟的技术团队，建立了完善的产品和技术信息收集分析体系，负责收集国内外行业科技信息，定期召开技术开发会议，分析当前国内外同行业的技术发展状况。采用标杆学习法，评估公司现有技术水平及未来技术的发展方向，提出公司的技术优势和差距，调整和完善技术发展战略。

（2）加大研发费用投入

公司一直非常重视研发费用的投入，在营业收入不断增长的情况下，公司每年按照营业收入的一定比例进行预提并投入研发活动，保证研发费用的正常投入，经过多年积累，公司在研发方面取得了可喜的成绩，为产品更新换代提供了有力保障，为企业的可持续发展奠定了坚实基础。

（3）建立技术部门与市场人员的定期交流与培训制度

为确保公司研发的技术能够满足客户的需求，公司技术研发部门与市场营销部门定期召开交流会及技术培训会，以提升公司的技术研发水平，并使技术人员更加贴近市场，市场人员更加了解行业技术的发展状况和趋势。

（4）人才激励机制

为使研发设计的产品更具有市场竞争力，激发研发人员的工作积极性、创新性，使产品研发与市场需求紧密结合，公司出台了相应的薪酬激励管理办法，并对研发技术人员实施了一系列有效的激励措施。

（5）坚持走产学研结合的技术发展道路

公司与部分专业院校进行长期的人才和技术合作，如北京航空航天大学、华中科技大学、中南林业科技大学、北京林业大学、东北林业大学、广西大学、华南农业大学等，积极开展产学研活动。

（6）加强研发部门与国外同行之间的交流

公司每年安排相关员工到欧美等发达国家参观学习，收集欧美产品技术和市场信息资料进行学习研究，分享国际先进的技术经验，并与国际著名的设计公司、国际行业专家保持密切的交流合作，及时运用到公司技术改进，提高公司的技术水平。

八、公司境外经营或拥有资产情况

公司未拥有境外资产。报告期内，公司除有部分产品对境外销售外，不存在其他境外经营情况。

九、公司主要产品和服务的质量控制情况

产品质量是公司生存和发展的基础，是公司品牌建设的基石。提供优质的产品和服务，是公司对消费者的郑重承诺。公司重视产品的质量控制，严格遵守质量控制和检测标准，执行多种有效的质量控制和检测措施，质量控制效果良好。

（一）质量控制标准

公司主要产品执行的国家标准和企业标准如下：

序号	名称
国家标准	
1	GB/T 3326—1997 《家具桌、椅、凳等主要尺寸》
2	GB/T 3327—1997 《家具 柜类主要尺寸》
3	GB/T5849—1999 《细木工板》
4	GB 18584—2001 《室内装饰装修材料木家具中有害物质限量》
5	GB 18580—2001 《室内装饰装修材料、人造板及其制品中甲醛释放限量》
6	GB/T 18884-2002 《家用厨房设备》
7	GB/T4897—2003 《刨花板》
8	GB 5296.6—2004 《消费品说明 第6部分：家具》
9	HJ/T 303-2006 《环境标志产品技术要求 家具》

10	HJ/T 432-2008 《环境标志产品技术要求 厨柜》
11	GB 16410-2007 《家用燃气灶具》
12	GB/T 15102—2006 《浸渍胶膜纸饰面人造板》
13	GB/T 3324—2008 《木家具通用技术条件》
14	GB/T 3325—2008 《金属家具通用技术条件》
15	QB/T 1951.1—2010 《木家具 质量检验及质量评定》
16	GB/T 11718—2009 《中密度纤维板》
17	QB/T 2531-2011 《厨房家具》
18	GB 24977—2010 《卫浴家具》
19	QB/T 2530—2011 《木制柜》
20	GB/T 17713-2011 《吸油烟机》
21	JG/T 184-2011 《住宅整体厨房》
22	GB 4706.107-2012 《家用和类似用途电器的安全 整体厨房器具的特殊要求》

企业标准

1	JJZLB-B-023 《衣柜及非衣柜类柜身成品检验标准》
2	JJZLB-B-010 《趟门、铝框平开门成品检验标准》
3	YGZLB-B-037 《非衣柜成品（木类）质量检验标准》
4	CGZLB-B-112 《柜身标准板抽查检验标准》
5	CGZLB-B-115 《柜身非标板抽查检验标准》
6	WYZLB-B-136 《便器水箱质量检验标准》
7	WYZLB-B-120 《电脑蒸汽房检验标准》
8	WYZLB-B-156 《蹲便器质量检验标准》
9	WYZLB-B-132 《浴室柜成品质量检验标准》
10	WYJZLB-B-176 《浴室柜机加工序质量检验标准》
11	JJZLB-B-066 《实木门板、板件、饰件成品检验标准》
12	CGZLB-B-031 《人造石台面成品质量判定标准》
13	CGZLB-B-121 《石英石台面成品质量判定标准》
14	CGZLB-B-123 《防火门板金属饰面板成品质量检验标准》
15	CGZLB-B-001 《实木门板成品质量检验标准》

发行人在遵守和参考国家质量控制标准的基础上，制定了公司质量控制标准，发行人质量控制标准对物料的各项指标要求均优于国家质量控制标准，具体情况如下：

物料名称	检验项目	国家标准	发行人标准	对比
刨花素板	静曲强度	板厚： >13~20mm: ≥11.0MPa; >20~25mm: ≥10.5MPa	平均值≥13.0MPa 最小值≥12.5MPa	优于国标
	吸水厚度膨胀率（2h）	≤8.0%	≤4.0%	优于国标
镂型用中纤素板	密度	≥0.68g/cm ³	≥0.72g/cm ³	优于国标
	含水率	3~13%	6~13%	优于国标
	内结合强度	板厚： ≤9mm: ≥0.6Mpa; >9~13mm: ≥0.5Mpa; >13~22mm: ≥0.45Mpa; >22mm: ≥0.4Mpa;	平均值≥0.80Mpa 最小值≥0.72Mpa	优于国标
夹板素板	静曲强度	无要求	板厚： 15mm、16mm： ≥26N/mm ² 18mm： ≥35N/mm ²	优于国标
	表面胶合强度	≥0.7MPa	≥0.8MPa	优于国标
	吸水厚度膨胀率	无要求	≤6%（24h）	优于国标
导轨	承重	无要求	承重 30KG 状态下推拉，滑动顺畅，无明显摩擦声和卡渍现象	优于国标
石英石	冲击韧性	无要求	石材为中、大颗粒时： 冲击韧性≥4.6kJ/m ² ； 石材为小颗粒时： 冲击韧性≥5.2kJ/m ²	优于国标
	弯曲弹性模量	无要求	≥20GPa	优于国标
PVC 膜 封边条等	背涂胶做达因笔测试	无要求	不低于 38	优于国标
胶水	冷热循环实验	无要求	-20℃/4H, 65℃/4H 做四次冷热循环测试后无开胶现象	优于国标

PVC	冷热循环实验	无要求	-20℃/4H, 75℃/4H 做四次冷热循环测试后无开胶现象且收缩<3mm	优于国标
封边条	冷热循环实验	无要求	-20℃/4H, 65℃/4H 做四次冷热循环测试后无龟裂、鼓泡、变色、起皱现象	优于国标

发行人非常重视产品质量，产品均严格遵照国家质量控制标准及企业质量控制标准进行有效控制。

（二）质量控制措施

发行人通过了 ISO9001 国际质量体系认证，并在原材料采购、产品生产、售后服务等方面执行了严格的产品质量控制措施，具体如下：

1、原材料的质量控制措施

（1）供应商选择

发行人对供应商实行严格的筛选与评审，对供应商的考核涵盖产品生产场所、生产设备、产品品质控制、合理产能、产量稳定性、仓储、消防等模块，由专业的评审小组进行全方位评估和不定期稽查，定期对供应商进行综合评价并适当淘汰，以保证筛选出优质的原材料供应商。

（2）拟采购原材料的性能指标检测

发行人对拟采购原材料进行性能指标检测，保证拟采购原材料符合质量指标要求。测试项目包括恒温恒湿试验/冷热循环、盐雾腐蚀实验、静曲强度、弯曲弹性模量、胶合强度、吸水厚度膨胀率、表面耐磨性能、表面耐污染性能、破裂强度测试等。

（3）原材料质量指标鉴定

发行人对检测合格的原材料先进行小批量采购，制作成为样品后进行鉴定；经质量部门、工艺部门、研发部门等多部门流转观察、检查，对产品外观、性能

等指标进行全方位测试和评估，确保未出现异常后由质量部门、工艺部门和研发部门进行封样，然后与供应商签署大批量采购合同，明确原材料的质量标准要求。

(4) 日常进料抽检

发行人对日常采购的原材料进行全方位性能指标抽检。在检测频率上，板材类原材料每批抽检，其它原材料定期抽检，保证原材料抽检合格之后才投入使用。

2、生产过程的质量控制措施

(1) 生产现场的质量控制情况

发行人对生产现场的质量控制覆盖了自检、互检、首检、巡检、终检等多个环节，由工程师进行全过程稽查，对关键指标及关键控制点加大检查频次，使生产过程主要环节始终处于受控状态。

(2) 对生产过程中的半成品、产成品进行定期抽样监控

发行人定期对生产过程中的半成品、产成品进行抽样监控，主要检测项目如下：

物料名称	检验项目	参考标准
饰面刨花板造型处封边	(65℃4 小时, -20℃4 小时) 冷热循环, 共 4 个循环	造型处封边无开胶
饰面刨花板板件封边		
标准封边小样板	3 小时浸泡实验	3 小时膨胀率≤1.05%范围内
非标封边小样板		
彩晶板封边条和板面	(65℃4 小时, -20℃4 小时) 冷热循环, 共 4 个循环	面板与封边条之间有无缝隙
防火门板小样板	(65℃4 小时, -20℃4 小时) 冷热循环, 共 4 个循环	无开胶, 无收缩
吸塑门板小样板	(75℃4 小时, -20℃4 小时) 冷热循环, 共 4 个循环	边部无开胶、无收缩, 造型处无鼓泡
包覆门板小样板	(65℃4 小时, -20℃4 小时) 冷热循环, 共 4 个循环	无开胶, 无收缩
实木门板	(65℃, 湿度 80% 4 小时, -20℃ 4 小时) 冷热循环共 4 个循环	无开胶、无开裂、无变形
光油	耐黄变性能测试	6 小时耐黄变程度≤3.0
	附着力测试	附着力试验 0-1 级

UV 漆	附着力测试	附着力试验 0-1 级
实木门角	拉力测试	最大拉力 \geq 2000N; 木材裂, 合角未开

若上述在产品、产成品出现检测不合格的情况, 则发行人相应生产线将进行停机整改, 检测人员讨论分析问题可能出现的原因并及时进行针对性处理, 对相关责任人员同时进行批评处罚。

(3) 定期开展产品质量持续改善及检讨评估会议

发行人定期开展产品质量持续改善及检讨评估会议, 采取月度质量检讨会、遗留问题季度检讨会、攻关项目成果发布会、专项质量问题改善会等多种形式进行, 以不断地完善产品质量, 具体情况如下:

1) 月度质量检讨会

发行人每月组织召开生产过程内部质量数据检讨会, 梳理主要的质量问题, 制定改善计划并加以实施。

2) 遗留问题季度检讨会

发行人每季度召开市场遗留质量检讨会, 针对市场质量数据进行系统分析并制定改善对策并加以实施。

3) 项目攻关成果发布会

发行人每年定期召开质量改善项目定期检讨和成果发布会, 定期分享质量改善项目的攻坚成果。

4) 专项质量问题改善会

若发生突发的重大质量问题, 发行人将立即组织成立专项质量控制小组, 召开应对改善会议, 对重大质量问题加以处理解决。

3、产品定期接受外部权威机构检测

发行人与国家家具产品质量监督检验中心、SGS (全球领先的检验、鉴定、测试和认证机构) 等权威检测机构达成长期合作关系, 每年定期将产品送至外部权威机构检测, 为产品检测和质量监督提供了专业的保障。

4、售后服务过程的质量控制措施

(1) 发行人售后服务体系

服务类型	服务方式	服务内容
客户投诉	400 全国服务热线 电话回访 公司网站反馈 经销商调查	投诉单 危机投诉事件
客户满意度	终端客户：短信回访+电话回访 经销商：电话回访、邮件、问卷调查、网络平台反馈	消费者意见 经销商意见
市场遗留	商场反馈 市场走访	售服单/售服报告 市场走访报告

发行人建立了较为完善的市场质量保障体系，通过 400 全国服务热线、电话回访、公司网站反馈、经销商调查四大服务方式收集终端客户的投诉意见和建议；同时，发行人通过商场反馈和市场走访两大渠道收集市场遗留问题信息，了解市场对于产品质量方面的要求。根据上述两大售后服务体系收集的质量信息，发行人进行持续改进，并将质量问题融入到新产品的设计与开发之中，不断优化生产系统，以提高顾客对产品质量的满意度。

(2) 发行人售后服务处理

针对客户投诉情况，发行人售后服务部门会立即安排专人负责处理，并在 2 个工作日以后再次跟踪该投诉处理情况及客户满意程度，直至妥善处理顾客问题，从而也减少和避免了不必要的产品质量纠纷。

报告期内，发行人客户中心每年收到的投诉次数约为 1500 次-2000 次，其中关于发行人产品质量的投诉次数约为 20 次-100 次，除产品质量外的投诉全部为对经销商或直营店服务态度、服务质量、业务技能、延迟送货、产品安装等方面的投诉，上述投诉绝大部分针对经销商，且要求经销商退换货或改进服务质量。

（三）出现的质量纠纷及处罚情况

报告期内，发行人不存在因产品质量问题引起重大纠纷、诉讼或仲裁的情况。报告期内，发行人控股子公司欧派商厨因产品质量问题受到 1 次行政处罚，具体如下：

2015 年 7 月 9 日，花都区质监局作出（穗花）质监罚字[2015]第 0709702 号《行政处罚决定书》，以欧派商厨生产的电平扒炉（OPPEIN 欧派 OP-818）抽检不合格为由，责令欧派商厨停止生产、销售不符合保障人体健康和人身、财产安全国家标准的电平扒炉，处罚款 1,600 元。

对于上述行政处罚，广州市花都区质监局分别于 2014 年 6 月 30 日、2015 年 8 月 13 日、2016 年 2 月 24 日、2016 年 8 月 8 日、2017 年 1 月 18 日出具《证明》，对上述行政处罚进行了确认，并确认自 2014 年 1 月 1 日至 2016 年 12 月 31 日期间，欧派商厨不存在被该局因违反产品质量和技术监督方面法律法规且情节严重而给予行政处罚的情形。

报告期内，欧派商厨的产品主要分为中厨产品（加工中餐用的厨房设备，主要是燃气类为主的产品）和西厨产品（加工西餐用的厨房设备，主要是电热类为主的产品）。欧派商厨主要的产品和收入均为中厨产品，西厨产品占发行人营业收入的比例较小。自 2014 年以来受到处罚的问题产品属于“工业和商用电热食品加工设备”类，即属于西厨产品。报告期内，发行人产品按中厨产品和西厨产品的销售收入如下：

单位：万元

产品类型	2016 年	2015 年	2014 年
中厨产品	2,347.95	2,452.85	1,248.22
西厨产品	-	-	-
合计	2,347.95	2,452.85	1,248.22

注：欧派商厨的西厨产品自 2012 年开始已逐渐降低生产比例，2014 年起完全停止生产；2015 年 7 月受处罚时，其抽检不合格的电平扒炉为已停产的存货产品。

针对西厨产品的产品质量问题，欧派商厨采取了以下应对措施：

(1) 对问题产品涉及到的所有产品进行检查和整改，达到检验合格的要求；

(2) 2013 年已逐渐降低西厨产品的生产销售比例，并于 2014 年开始完全停止西厨产品的生产和销售；

(3) 加强公司技术人员和质控人员对各产品国家执行标准的学习，必要时请质检部门人员到公司进行培训，使相关人员熟悉各产品国家标准的要求，确保公司产品各项技术性能指标符合国家标准的要求；

(4) 落实各质量管理岗位的相关职责，实施产品质量标准化管理，努力提高所有员工的产品质量意识，确保产品质量标准得到执行；

(5) 加强产品和原材料的进厂检验，有效控制原材料入库质量，做好产品的过程检验和进仓检验，每年度送产品到相关产品检测部门进行产品委托检验，做到及时发现问题并及时完善。

除欧派商厨外，发行人及其他子公司不存在因产品质量问题而受到相关处罚的情况，与发行人产品质量相关的处罚情况已充分披露。

(四) 因产品质量问题可能引发的风险

发行人一直非常重视产品质量，产品原材料和生产过程均建立了严格的质量控制措施并坚持执行，产品出厂前经过严格的质量抽检，但这无法完全排除产品使用后发生质量问题的可能性。同时，随着发行人产品生产及销售规模的不断扩大，产品质量的管控难度也有所增加，产品一旦发生质量问题，即便在非发行人责任的情况下，消费者也可能与发行人产生权益纠纷，这对发行人产品未来的美誉度和信任度构成潜在风险，进而可能对发行人产品的市场销售造成不利影响。

十、北京欧派、武汉欧派及南京欧派转让前后资产负债及经营业绩的情况

(一) 2013 年 6 月 30 日北京欧派资产的构成情况、转让前资不抵债的原因

2013年6月30日，北京欧派资产负债的构成情况如下：

单位：万元

项目	2013.6.30	
	金额	占比(%)
流动资产：	11,872.13	96.16
其中：货币资金	3,129.46	25.35
预付款项	4,012.44	32.50
其他应收款	180.48	1.46
存货	4,549.75	36.85
非流动资产：	474.31	3.84
其中：固定资产	85.23	0.69
长期待摊费用	385.36	3.12
递延所得税资产	3.72	0.03
资产总额	12,346.44	100.00
流动负债：	12,488.15	101.15
其中：预收款项	12,172.38	98.59
应交税费	298.89	2.42
其他负债	16.88	0.14
负债总额	12,488.15	101.15

作为公司的直营店，北京欧派主要负责客户产品设计、客户合同洽谈、收取客户货款、向公司发出生产订单、产品安装、客户结算、售后服务等业务。其转让时的主要资产为存放于银行收讫客户的货款，向公司预付的订单款，未安装、正在安装及已完成安装但客户未验收的产品及相关备品备件等存货资产，以及在规定的摊销年限内尚未摊销的店面装修费；主要负债为办理最终结算前预收客户的货款。北京欧派的主要资产、负债及相应构成与其经营业务一致。

北京欧派于2009年3月成立，注册资本为100万元，为了能够迅速抢占市场，提高市场占有率，北京欧派在成立初期集中开设门店，并调整原北京市场店面的布局，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

成北京欧派前期亏损金额较大。

1、北京欧派成立初期新开店面情况

项目	2009 年度	2010 年度	2011 年度	2012 年度
新开专卖店数量 (个)	2	4	7	4
累计专卖店数量 (个)	2	6	13	17
新开专卖店面积 (m ²)	462.80	876.90	1,089.45	1,060.77
累计专卖店面积 (m ²)	462.80	1,339.70	2,429.15	3,489.92

2、北京欧派成立初期的店面运营投入情况

单位：万元

项目	2009 年度	2010 年度	2011 年度	2012 年度
销售费用	436.86	1,397.17	2,225.46	3,249.86
管理费用	137.83	1,207.38	2,396.03	3,269.13
销售费用、管理费用合计	574.69	2,604.55	4,621.49	6,518.99
实际运营店面数量 (注)	1	4	9.5	15
平均单店运营费用	574.69	651.14	486.47	434.60

注：实际运营店面数量=期初已开店数量+当期新开店数量/2

随着北京欧派店面布局的完善，公司产品在市场知名度及行业影响力的提升，北京欧派平均单店运营费用减少，单店效益逐渐提升，北京欧派从 2012 年度开始实现盈利，2013 年 1-6 月虽实现了盈利，但受产品较强的季节性影响，2013 年 6 月北京欧派股权转让时，以前年度经营亏损仍未能得到全部弥补，净资产仍为-141.71 万元，从 2013 年下半年开始，北京欧派财务状况逐渐好转，截至 2013 年末北京欧派的净资产为 119.24 万元。

(二) 北京欧派、武汉欧派及南京欧派转让前后各期末资产负债及经营业绩情况

1、北京欧派转让前后各期末资产负债及经营业绩情况

北京欧派厨柜有限公司 2013 年 6 月转让后，更名为北京高氏橱柜有限公司，注册资本为人民币 100 万元，股东为高进，法定代表人：高进。

2013-2016 年度，北京欧派各期资产、负债及净资产情况如下：

单位：万元

项目	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31	2013.12.31
资产总额	22,408.45	18,948.01	14,091.06	11,352.15
其中：流动资产	20,885.93	17,562.63	12,788.73	10,866.47
非流动资产	1,522.52	1,385.38	1,302.33	485.68
负债总额	20,856.20	18,168.55	13,693.59	11,232.91
净资产总额	1,552.24	779.46	397.47	119.24

2013-2016 年度，北京欧派各期经营情况如下：

单位：万元

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度	2013 年度
营业收入	49,818.89	34,332.99	29,619.72	26,381.63
营业成本	29,748.78	20,952.79	18,751.78	16,791.41
综合毛利率	40.29%	38.97%	36.69%	36.35%
净利润	772.79	381.98	337.13	310.88

北京欧派转让后主要经营业务及经营方式未发生重大变化，随着其经营业务的发展，盈利能力得到持续提升。

2、武汉欧派转让前后各期末资产负债及经营业绩情况

武汉欧派家居有限公司 2013 年 6 月转让后，更名为武汉家爱派家居有限公司，注册资本为人民币 100 万元，股东为高进（持股 85%）和姚刚（持股 15%），法定代表人：高进。

2013-2016 年度，武汉欧派各期资产、负债及净资产情况如下：

单位：万元

项目	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31	2013.12.31
资产总额	2,822.06	2,212.60	1,798.46	1,785.32
其中：流动资产	2,816.91	2,204.85	1,788.83	1,766.45

非流动资产	5.15	7.75	9.63	18.87
负债总额	2,584.29	2,044.27	1,676.13	1,650.52
净资产总额	237.77	168.33	122.33	134.80

2013-2016 年度，武汉欧派各期经营情况如下：

单位：万元

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度	2013 年度
营业收入	7,812.89	7,652.88	7,512.67	5,047.11
营业成本	5,067.61	5,025.39	4,943.72	3,310.07
综合毛利率	35.14%	34.33%	34.19%	34.42%
净利润	69.44	46.00	47.59	18.22

武汉欧派转让后主要经营业务及经营方式未发生重大变化，随着其经营业务的发展，盈利能力得到持续提升。

3、南京欧派转让前后各期末资产负债及经营业绩情况

广东欧派家居南京有限公司 2013 年 6 月转让后，更名为南京家爱派家居有限公司，注册资本为人民币 100 万元，股东为高进（持股 85%）和姚刚（持股 15%），法定代表人：高进。

2013-2016 年度，南京欧派各期资产、负债及净资产情况如下：

单位：万元

项目	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31	2013.12.31
资产总额	1,254.44	745.87	434.69	447.90
其中：流动资产	1,242.89	720.06	393.29	389.86
非流动资产	11.54	25.81	41.40	58.04
负债总额	1,491.70	1,031.71	722.39	689.27
净资产总额	-237.27	-285.84	-287.70	-241.37

2013-2016 年度，南京欧派各期经营情况如下：

单位：万元

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度	2013 年度
营业收入	2,664.81	3,003.28	3,576.47	1,273.80
营业成本	1,616.38	1,927.15	2,448.27	884.73
综合毛利率	39.34%	35.83%	31.55%	30.54%
净利润	48.58	1.85	-46.33	-341.36

南京欧派转让后，由于经营区域竞争较为激烈，盈利情况未达预期。南京欧派于 2015 年 6 月将南京市区域内的整体衣柜专卖业务转让给杜瑜平，经营仅剩整体厨柜业务。整体衣柜专卖业务转让后，南京欧派盈利能力得到较大提升。

（三）北京欧派、武汉欧派及南京欧派与广州直营店的经营情况对比

1、转让后公司直营店及北京欧派、武汉欧派、南京欧派业务均出现较快增长，盈利能力持续增强

公司广州直营店未成立独立法人，其财务核算纳入母公司核算。为了便于与北京欧派、武汉欧派、南京欧派的经营数据对比，此处对广州直营店的经营业务按照经销商模式进行了模拟测算。

报告期内，公司广州直营店与北京欧派、武汉欧派、南京欧派的经营情况对比如下：

单位：万元

公司	项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
北京欧派	销售收入	49,818.89	34,332.99	29,619.72
	销售成本	29,748.78	20,952.79	18,751.78
	销售毛利率	40.29%	38.97%	36.69%
	运营费用	18,977.50	12,431.94	10,205.28
	利润总额	1,030.39	722.26	449.51
武汉欧派	销售收入	7,812.89	7,652.88	7,512.67
	销售成本	5,067.61	5,025.39	4,943.72
	销售毛利率	35.14%	34.33%	34.19%
	运营费用	2,629.59	2,512.86	2,469.38
	利润总额	69.48	62.13	52.77
南京欧派	销售收入	2,664.81	3,003.28	3,576.47
	销售成本	1,616.38	1,927.15	2,448.27
	销售毛利率	39.34%	35.83%	31.55%
	运营费用	981.11	303.17	1,149.48

	利润总额		48.58	1.85	-46.33
	销售收入		16,330.91	13,718.36	10,442.96
	工厂生产成本	①	6,401.19	5,579.93	4,653.15
	经销业务厨柜衣柜 平均毛利率	②	36.81%	31.30%	27.73%
	模拟工厂销售毛利	③=①/ (1- ②) *②	3,728.33	2,541.87	1,785.43
广州直营店	按照经销业务毛利 率计算的 成本	④=①+③	10,129.52	8,121.80	6,438.58
	按照经销商模式 结算的 毛利率		37.97%	40.80%	38.35%
	运营费用		5,133.36	4,823.60	3,264.61
	按照经销商模式 计算的 利润总额		1,048.17	772.96	739.78

注：广州直营店运营费用主要包括的是直营店人工薪酬、店面租金、店面装修费、安装费等，不包含公司整体层面的运营管理费用。

报告期内，公司广州直营店及北京欧派、武汉欧派、南京欧派的整体厨柜销售订单对比情况如下：

单位：套

公司	2016 年度	2015 年度	2014 年度
北京欧派	18,532	13,603	11,875
武汉欧派	3,967	4,017	4,092
南京欧派	1,802	1,463	1,711
总计	24,301	19,083	17,678
广州直营店	8,308	5,212	3,612

报告期内，公司广州直营店及北京欧派、武汉欧派、南京欧派的整体衣柜销售订单对比情况如下：

单位：套

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
北京欧派	30,007	14,639	9,736
武汉欧派	7,305	5,441	3,843
南京欧派	-	501	1,010
总计	37,312	20,581	14,589

广州直营店	9,440	8,727	6,376
-------	-------	-------	-------

由上表可见，报告期内，北京欧派、武汉欧派整体厨柜、整体衣柜的总体销售订单增长趋势与公司广州直营店的销售订单增长趋势基本一致，南京欧派2015年整体厨柜、整体衣柜的销售订单较2014年有所下滑，主要系南京经营区域竞争激烈，其盈利能力未达预期，南京欧派于2015年转让了整体衣柜经销业务所致。

（四）公司与北京欧派、武汉欧派及南京欧派的交易的情况

报告期内，股权转让后，公司向北京欧派、武汉欧派及南京欧派销售产品情况如下：

单位：万元

项目	交易内容	2016年度	2015年度	2014年度
北京欧派	整体厨柜、整体衣柜	28,360.79	20,033.95	17,373.07
武汉欧派	整体厨柜、整体衣柜	5,849.35	5,359.23	5,180.47
南京欧派	整体厨柜、整体衣柜	1,917.13	1,887.07	2,303.27
合计	-	36,127.27	27,280.25	24,856.81

报告期内，股权转让后，北京欧派、武汉欧派及南京欧派向公司退换部件情况如下：

单位：万元

项目	2016年度	2015年度	2014年度
北京欧派	19.61	33.74	40.05
武汉欧派	16.87	7.90	5.58
南京欧派	6.68	12.53	3.69
合计	43.16	54.17	49.32
占对三家公司收入比例	0.12%	0.20%	0.20%

股权转让后，三家公司退换货金额较小，占经销收入比例较低，退换货均是正常业务过程中对销售订单产品的部件维修和部件的更换，不存在人为调节销售收入而调整发、换、退货的情况。

经销商与客户签订合同时一般明确了最终送货和安装时间(经销商一般在产品运输到达后即与客户联系上门进行安装),还约定了延迟送货安装的赔偿条款。为使经销商能够准确控制向客户送货安装的时间,公司与经销商约定了各类产品从公司接受订单到将产品交给自提货经销商或第三方物流公司的时间,同时也约定若由于公司原因造成无法按照约定时间完成产品交付的,公司需承担违约责任,给予经销商产品价格折扣。

因此,为了保障供货的稳定性和及时性,公司在合理安排生产及发货时间的同时,尽可能的保持一贯性的做法,在约定期限内交货;同时为了经销商能够及时掌握产品物流运输情况,公司办理货物出仓后会将每一个订单的物流公司货物单号反馈给经销商,以便经销商跟踪产品运输,公司亦留存每一个订单的物流运输信息;同时,公司为了了解终端客户对经销商服务质量、公司产品质量、经销商产品安装质量等评价情况,公司客服中心一般会在货物出仓后一个半月对终端客户进行回访。

经销商期末结存的产品主要包括三类,具体如下:1、公司已发货,尚未送达至经销商的在途运输产品;2、经销商已收货,未配送安装的产品;3、经销商已配送到客户指定地址,尚未完成安装的产品。上述经销商期末库存均是由于业务环节的时间安排所致,该时间安排也往往受到客户的时间要求限制,经销商为了更好的服务客户,以及防止合同违约,会尽可能的提前完成产品送货和安装。由于产品的定制属性,经销商不存在积压存货的情况。

北京欧派、武汉欧派、南京欧派向公司下达的订单均经过客户确认认可、经销商严格审核及公司核实等多重控制环节,每个合同订单均是有真实客户需求的订单;公司为了保障供货的稳定性和及时性,合理安排生产及发货时间;北京欧派、武汉欧派、南京欧派期末结存的产品是由于业务环节的时间安排所致,不存在期末公司故意向三家公司压货,造成三家公司期末存货积压的情况,相关的交易均为真实、公允的。

(五)北京欧派、武汉欧派及南京欧派销售公司产品的盈亏情况、费用分担及其他利益安排情况

报告期内,北京欧派、武汉欧派和南京欧派业务均有所增长,盈利能力持续

增强，除南京欧派 2014 年度因经营区域竞争激烈，且尚处于运营初期，业务规模小、固定成本较高出现亏损外，三家公司各年度均实现盈利。

公司与北京欧派、武汉欧派、南京欧派签订的《合作协议书》与公司同其他经销商签订的《合作协议书》中关于双方权利义务条款的约定完全一致，均为由经销商开设专卖店接收客户订单，经销商负责尺寸测量、产品设计、安装、售后服务及经销区域内产品推广，经销商承担产品设计、物流、安装、售后服务的人工和费用以及区域内推广费用。北京欧派、武汉欧派、南京欧派与其他经销商一样均采用公司收到经销商全款后组织生产的结算模式，三家公司及其他经销商的销售结算系数均根据公司经销商经营管理综合评估及待遇级别设定管理办法的评价结果确定，并对所有经销商进行公布。公司与北京欧派、武汉欧派、南京欧派签订的协议中不存在与其他经销商协议区别对待的条款约定，报告期内公司与北京欧派、武汉欧派、南京欧派签订的《合作协议书》中双方权利义务条款未发生过变化；公司与北京欧派、武汉欧派、南京欧派实际结算严格按照协议约定执行，不存在与协议约定或其他经销商不一致的情形。

报告期内公司与北京欧派、武汉欧派及南京欧派不存在相互分担费用及其他的利益安排。

第七节 同业竞争与关联交易

一、发行人独立情况

本公司的控股股东姚良松即为实际控制人。公司自成立以来，坚持按照法律法规规范运作，建立健全法人治理结构，在业务、资产、人员、机构和财务方面均与实际控制人及其控制的其他企业相互独立，具有独立完整的业务体系及面向市场独立经营的能力。

1、业务独立情况

公司专注于整体厨柜、整体衣柜、整体卫浴、定制木门等整体家居产品的个性化定制和设计安装服务，拥有完整的产品研发设计、原材料采购、产品生产和销售体系。公司从事的经营业务独立于实际控制人及其控制的其他企业，与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。本公司的实际控制人已向本公司出具了《关于避免同业竞争的承诺函》，承诺不直接或间接从事与本公司现在和将来业务范围相同、相似或构成实际竞争的业务。

2、资产独立情况和完整性

发行人整体变更为股份公司后，欧派有限各项资产权利由股份公司依法承继。公司与实际控制人及其控制的其他企业的资产产权界定明确。公司拥有完整的与生产经营相关的生产系统、辅助生产系统和配套设施，合法拥有与生产经营有关的土地、厂房、机器设备以及商标、专利、非专利技术的所有权和使用权，具有独立的原料采购和产品销售系统。本公司未以资产、权益或信誉为股东或股东控制的关联方的债务提供担保。

3、人员独立情况

本公司所有员工均独立于公司实际控制人及其控制的其他企业，公司的总裁、副总裁、财务负责人、董事会秘书、行政总经理、行政副总经理等高级管理人员均专职在公司工作并领取薪酬，未在实际控制人及其控制的其他企业中担任除董事、监事以外的其他职务，未在实际控制人及其控制的其他企业领取薪酬。

本公司的财务人员未在实际控制人及其控制的其他企业中兼职。

本公司的董事、股东代表监事由股东大会选举产生，职工监事由职工代表大会选举产生，总裁由董事会聘任，副总裁、财务负责人、行政总经理、行政副总经理等高级管理人员由总裁提名并经董事会聘任，董事会秘书由董事长提名、董事会聘任。

本公司建立了人事聘用和任免制度以及考核、奖惩制度，与公司员工签订了劳动合同，建立了独立的工资管理、福利与社会保障体系。

4、机构独立情况

本公司按照《公司法》、《公司章程》及其他相关法律、法规及规范性文件的规定建立了股东大会、董事会及其下属各专业委员会、监事会、经营管理层等决策、经营管理及监督机构，明确了各机构的职权范围，建立了规范、有效的法人治理结构和适合自身业务特点及业务发展需要的组织结构，拥有独立的职能部门，各职能部门之间分工明确、各司其职、相互配合，保证了公司的规范运作。

本公司的机构与实际控制人及其控制的其他企业分开且独立运作，拥有机构设置自主权，不存在与实际控制人及其控制的其他企业混合经营、合署办公的情况。

5、财务独立情况

本公司设置了独立的财务部门，配备了独立的财务人员，并建立健全了独立的财务核算体系，独立进行财务决策，具有规范的财务会计制度和对分公司、子公司的财务管理制度。本公司开设独立的银行账户，不存在与实际控制人及其控制的其他企业共用银行账户的情况。公司独立办理纳税登记，依法独立纳税。本公司不存在货币资金或其他资产被实际控制人及其控制的其他企业占用的情况，也不存在为实际控制人及其控制的其他企业提供担保的情况。

公司建立健全了法人治理机构，明确了股东、股东会、董事会、监事会、董事长、总经理各自的权利职责；公司为了完善公司治理结构，提高股东会和董事会对管理团队监督的有效性，保证权力的平衡、职责分清和各权力部门能有效发挥作用，公司除设置监事会和聘任独立董事外，还将控股股东、董事长与总经理

进行了角色分离，分别由两个人担任。控股股东、董事长在其职责范围内行使其股东及董事、董事长职责权利；总经理在董事会的授权下，组建必要的职能部门，聘任管理人员，形成一个以总经理为中心的组织、管理、领导体系，实施对公司的有效管理，负责公司日常业务的经营管理。

报告期公司控股股东、实际控制人在业务、资产、人员、机构和财务方面与公司相互独立，公司不存在资金、资产及其他资源被实际控制人占用的情况。公司实际控制人、控股股东不存在直接干预公司生产经营活动的情况。董事、监事和经理候选人的提名严格按照公司章程进行，公司各部门的任职按照公司人事制度任免，直接对总经理负责，不存在大股东、实际控制人越过高级管理层的权限做出人事任免决定的情况。

公司根据《企业会计准则》建立了会计核算制度，设有独立的财务部，配备专职人员，建立了独立的会计核算体系，财务制度规定财务部在总经理和财务负责人的直接领导下，遵照公司的各项规章制度，执行财经纪律，严格把好财经关，协助总经理、财务负责人合理安排资金和使用好各项资金，增收节支，提高资金的使用效率；负责做好公司的财务收支、财务核算以及财务的预、决算工作，对各项经费开支的计划性、合理性、可行性、实效性进行分析，严格按照公司规定标准、范围及审批权限，认真审核报销凭证，对报销单的真实性、合法性、合理性向总经理负责；财务经理主要负责主持财务部的日常工作，负责公司资金、资产的管理、资金的调配、成本的核算、会计的核算和分析工作，组织、督促财会人员正确、及时、完整地处理账务，办理现金收支和银行结算等业务，及时进行账务登记；认真履行财务收支审批手续和费用报销制度，组织编制公司年、季度成本、利润、资金、费用等有关的财务指标计划，定期检查、监督、考核计划的执行情况，及时调整和控制计划的实施。协助财务负责人开展财务部与内外的沟通与协调工作。

公司按照《内部会计控制规范》制定了公司内部审计等各项财务内控制度，设立了审计监察部，配备了专职审计人员，审计监察部直接对董事会审计委员会负责，独立客观地行使内部审计职权。审计监察部对公司及其所属单位的财务计划、财务收支、财务预算、财务决算、资产质量、经营绩效、劳务支出、物资采

购、经济合同、对外投资、内部控制、基建工程的决算以及其他有关的经济活动进行审计监督，并对部门、工作人员在贯彻执行公司各项规章制度的情况进行监督检查，强化对内部权力运行的有效制约，促进部门、人员健全自我约束机制，防止和制止违纪违规和违反企业规章制度行为的发生，使已经发生的问题及时得以纠正和处理，保证企业生产经营活动有序地运行和发展。

报告期内公司财会管理、财务核算、财务监督分工明确，各岗位能够起到互相牵制的作用，相关业务的批准、执行、记账和监督等关键职能由相关的被授权人员分工进行。公司资金存储均以公司名义开设银行账户，不存在与控股股东、股东单位或其他任何单位或个人共用银行账号、资金或其他资产被股东单位或其他关联方占用的情况，公司资金收支需按照公司资金管理制度流程由各相互牵制岗位分别审批、审核后方可执行，审计监察部对执行情况进行审计监督。

公司为防范与控制财务收付、结算等经营管理风险，除建立健全了人事、财务及审计监察等内部控制激励与约束机制外，还在采购、销售和资产管理等业务运营环节，将各责任单位、部门和人员重点内部控制目标的实施情况纳入绩效考评体系，促进内部控制的有效实施，明确了相关部门和岗位的职责、权限，确保不相容岗位的相互分离、制约和监督，确保控制措施能被有效地执行，公司经营业务管理过程中制定的主要控制制度和流程具体如下：

1) 销售与收款

公司制定了《欧派营销终端制度汇编》、《营销线主动营销工作开展管理办法》、《欧派集团代理商销售结算制度》等管理制度对销售与收款业务进行规范与控制，明确了相关部门和岗位的职责分工与权限、销售政策与信用管理流程、销售与发货、收款的控制，建立了从销售计划管理、客户开发信用管理、销售定价、销售合同订立、发货管理、货款回收、客户动态管理、会计系统控制等完整的全程业务跟踪管理机制，并形成了一系列适用的销售政策和管理办法。

公司与经销商实行“先款后货”制度，经销商需在下单前向公司支付货款。经销商通过银行存款汇货款的，须在汇款单上写明款项用途，汇入公司指定账户，并由公司经销部审价员确认。经销部按照财务部定期发布的银行到账信息和经销商提供的汇款凭据确认收到货款后，将收款信息提供给财务部。代理商还可以通

过现金、支票及 POS 机刷卡等方式支付货款，但必须自行到公司财务部办理并索取收据。

公司所建立的销售与收款方面的管理规定和流程控制确保了公司有效地开拓市场，并以个性化产品及优质的服务为客户提供服务，同时确保应收账款记录的正确、完整以及安全性。报告期内，销售与收款所涉及的部门及人员均能严格按照相关管理制度的规定进行业务操作，各环节的控制措施能被有效地执行。

2) 采购与付款

公司制定了《欧派集团供应链管理制度》、《欧派集团与供应商对账管理制度》、《欧派集团供应链稽核管理制度（试行）》等管理制度，对相关部门和岗位的职责分工和权限、请购审批、货物验收、采购付款、退货处理、仓储等环节作出了明确规定，内容涵盖了供应商开发选择、评定、价格核定、合同管理、物料计划管控、采购执行、质量管控等多个重要控制环节。公司严格审核支付申请、支付审核、支付批准、支付内容、支付金额、收款单位、开户行和账号等付款内容以保证准确性、真实性。

公司《欧派集团借支报账及资金支付管理制度》明确规定了与外部各类供应商现金结算和非现金结算的款项范围，并规定现金和非现金支付均应保证与采购合同、发票、送货清单相匹配，在办理付款前，采购部必须与供应商对账确认；内部资金调度应由经过审核的资金调拨单的支持。对违反款项支付流程办理支付的，公司也建立了相关惩罚制度。

公司所建立的采购与付款方面的制度，为实现在采购付款过程中采购价格的合理公允、采购数量和采购结算金额的真实完整、付款及欠款的准确提供了保障，报告期内，采购与付款所涉及的部门及人员均能严格按照相关管理制度的规定进行业务操作，各环节的控制措施能被有效地执行。

3) 资产、资金管理

为了提高公司资产资金使用效率，保证资产安全，根据有关法律法规和公司的实际情况，公司建立了各项资产管理制度，在各类资产控制、预算控制等方面作了细致的规定。

①存货、固定资产管理

公司根据生产经营计划和市场供求等因素，建立了科学的存货流转制度；制定了固定资产管理和核算制度，严格规范了固定资产的取得、验收、使用、维护、处置和转移等环节的控制流程，对固定资产成本核算、计提折旧、减值准备和处置等会计处理有明确的规定；制定了固定资产日常维修和年度大修理计划。

②无形资产管理

公司制定了《欧派集团知识产权管理制度》对品牌、专有技术等无形资产权益进行保护，设立了专门的部门，严格核心技术的保密要求，有效地防范了各类侵权行为的发生。

③货币资金管理

公司制定了《资金支付审批制度》、《银行存款、现金和票据管理制度》、《印章管理制度》、《出纳岗位管理办法》、对办理货币资金和票据支付业务过程中的支付申请、支付审核、支付批准等程序进行了规定；对现金、银行存款明确日清月结，对现金、银行存款、票据的收支及余额定期进行核对和盘点，银行印章实行分开管理等相关业务均作了详细的规定。公司《出纳岗位管理办法》强调一切收支必须取得合法的原始凭证、发票或收据，票据上单位公章及经手人、有权人签章必须全面和清晰，票据粘贴规范，对于零乱且不合法的票据，出纳有权拒付。

公司所建立的资产管理方面的制度保证公司资产的取得、处置过程能够完整、准确的进行记录，保障资产的安全和完整，充分发挥资产使用效能。报告期内，资产管理所涉及的部门及人员均能严格按照相关管理制度的规定进行业务操作，各环节的控制措施能被有效地执行。

公司建立健全了相关管理控制制度，对实际控制人股东、董事会、监事会、总经理、其他高管及各部门的工作职责范围和权力范围均做出了明确规定，就不相容职务人员进行了严格分离，为保障相关人员在职责和权利范围内实施自己的权利和承担责任，公司建立了审计监督制度，并定期对制度的执行情况进行监督。相关制度的制定和执行，可有效防范单一人员对公司财务收付、结算等内部

控制产生的不利影响。

保荐机构认为：发行人资产完整,在人员、财务、机构、业务等方面与股东之间相互独立，具有完整的业务体系和直接面向市场独立经营的能力，上述独立性内容真实、准确、完整。

二、同业竞争

（一）实际控制人、控股股东及其控制的其他企业的情况

截至本招股意向书签署之日，姚良松直接持有公司 77.09%股权，为公司的实际控制人。

截至本报告期末，除本公司及下属分、子公司外，实际控制人姚良松还持有欧尔本投资 50%股权。欧尔本投资主要从事自有资金投资，其基本情况如下：

成立时间	2016 年 03 月 29 日
注册资本	1,000 万元
住所	广州市天河区珠江西路 17 号 4001 房自编之十二房号（仅限办公用途）
股权结构	姚良松持有 50%股权、李义杰持有 50%股权
经营范围	企业自有资金投资；（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）

欧尔本投资自设立以来未从事实际经营活动，其业务范围与本公司不存在相同或类似的情况。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从事相同、相似业务的情况，不存在同业竞争。

（二）关于避免同业竞争的承诺

公司实际控制人姚良松及其弟姚良柏、姚良胜已出具《关于避免同业竞争的承诺函》，做出以下承诺：

1、在本承诺函签署之日，本人及本人的直系亲属/本人及本人的直系亲属控制的其他经济实体均未生产、开发任何与欧派集团及其下属子公司生产的产品构

成竞争或潜在竞争的产品；未直接或间接经营任何与欧派集团及下属子公司现有业务构成竞争或潜在竞争的业务；亦未投资任何与欧派集团及其下属子公司现有业务及产品构成竞争或潜在竞争的其他企业。

2、自本承诺函签署之日起，本人及本人的直系亲属/本人及本人的直系亲属控制的其他经济实体将不生产、开发任何与欧派集团及其下属子公司生产的产品构成竞争或潜在竞争的产品；不直接或间接经营任何与欧派集团及下属子公司经营业务构成竞争或潜在竞争的业务；也不参与投资任何与欧派集团及其下属子公司产品或经营业务构成竞争或潜在竞争的其他企业。

3、自本承诺函签署之日起，如欧派集团及其下属子公司未来进一步拓展产品和业务范围，且拓展后的产品与业务范围和本人及本人的直系亲属/本人及本人的直系亲属控制的其他经济实体在产品或业务方面存在竞争，则本人及本人的直系亲属/本人及本人的直系亲属控制的其他经济实体将积极采取下列措施以避免同业竞争的发生：

- (1) 停止生产存在竞争或潜在竞争的产品；
- (2) 停止经营存在竞争或潜在竞争的业务；
- (3) 将存在竞争或潜在竞争的业务纳入欧派集团的经营体系；
- (4) 将存在竞争或潜在竞争的业务转让给无关联关系的独立第三方经营。

4、本承诺函自签署之日起正式生效，在姚良松作为欧派集团实际控制人期间持续有效且不可变更或撤销。如因本人及本人的直系亲属/本人及本人的直系亲属控制的其他经济实体违反上述承诺而导致欧派集团的利益及其它股东权益受到损害，本人同意承担相应的损害赔偿责任。

三、关联方及关联关系

根据《公司法》和《企业会计准则》等相关法规的规定，公司关联方情况如下：

(一) 控股股东及其实际控制人

姚良松直接持有公司 77.09% 股权，为公司的实际控制人。

（二）其他持有公司 5% 以上股权的股东

其他持有公司 5% 以上股权的股东为姚良柏，具体请参见本招股意向书“第五节 发行人基本情况”之“七、发起人、股东及实际控制人的基本情况”之“（一）发起人”。

（三）控股子公司和参股公司

公司控股子公司包括欧派卫浴、天津欧派、广州奥维、欧派墙饰、欧派门业、香港欧派、欧派集成、无锡欧派、清远欧派、欧派商厨、欧派联合、创意家居、意大利铂尼和成都欧派，参股公司为广州农村商业银行股份有限公司。具体情况请参见本招股意向书“第五节 发行人基本情况”之“六、发行人分公司、控股子公司的简要情况”之“（二）控股子公司”。

（四）公司控股股东和实际控制人控制的公司和参股公司

1、公司实际控制人控制的公司和参股公司

截至本报告期末，除本公司外，公司实际控制人姚良松还持有欧尔本投资 50% 股权。欧尔本投资的基本情况请参见本节之“二、同业竞争”之“（一）实际控制人、控股股东及其控制的其他企业的情况”。

2、公司控股股东和实际控制人曾经控制的主要公司和参股公司

（1）广州奥维

广州奥维成立于 2000 年，主要从事人造板材的加工与销售。2013 年 7 月，姚良松、姚良胜分别将其所持有广州奥维的 90% 和 10% 股权转让给欧派有限。广州奥维的基本情况请参见本招股意向书“第五节 发行人基本情况”之“六、发行人分公司、控股子公司的简要情况”之“（二）控股子公司”之“3、广州市奥维装饰材料有限公司”。

广州奥维的历史沿革请参见本节之“四、关联交易”之“（二）2013年发生的偶发性关联交易”之“1、收购股权”之“（4）购买广州奥维100%股权”。

（2）欧派卫浴

欧派卫浴成立于2003年，主要从事浴室柜、整体淋浴房、豪华蒸汽房和浴缸等整体卫浴产品的生产与销售。2013年6月，姚良松将其所持有欧派卫浴45%股权转让给欧派有限。欧派卫浴的基本情况请参见本招股意向书“第五节 发行人基本情况”之“六、发行人分公司、控股子公司的简要情况”之“（二）控股子公司”之“1、广州市欧派卫浴有限公司”。

欧派卫浴的历史沿革请参见本节之“四、关联交易”之“（二）2013年发生的偶发性关联交易”之“1、收购股权”之“（2）购买欧派卫浴45%股权”。

（3）天津欧派

天津欧派成立于2010年，主要从事整体厨柜、整体衣柜等整体家居产品的生产与销售。2013年6月，姚良松将其所持有天津欧派40%转让给欧派有限。天津欧派的基本情况请参见本招股意向书“第五节 发行人基本情况”之“六、发行人分公司、控股子公司的简要情况”之“（二）控股子公司”之“2、天津欧派集成家居有限公司”。

天津欧派的历史沿革请参见本节之“四、关联交易”之“（二）2013年发生的偶发性关联交易”之“1、收购股权”之“（3）购买天津欧派40%股权”。

（4）绿海医疗

绿海医疗成立于1996年，主要从事家用医疗器械和保健用品的研发、生产和销售，不存在与欧派集团经营相同或类似业务的情况。2014年6月30日，姚良松、姚良柏将其持有的绿海医疗90%股权和10%股权分别转让给郭强和曾庆忠。截至2015年6月末，绿海医疗的基本信息如下：

成立时间：1996年2月8日

注册资本：50万元

实收资本：50万元

法定代表人：郭强

注册地址：广州市白云区江高镇金沙北 2 号

经营范围：机械治疗及病房护理设备制造；化工产品批发（危险化学品除外）；家用美容、保健电器具制造；建材、装饰材料批发；电子产品批发；非许可类医疗器械经营（即不需申请《医疗器械经营企业许可证》即可经营的医疗器械，包括第一类医疗器械和国家规定不需申请《医疗器械经营企业许可证》即可经营的第二类医疗器械）。

股权结构：

序号	股东名称	注册资本（万元）	实收资本（万元）	出资比例
1	郭强	45.00	45.00	90.00%
2	曾庆忠	5.00	5.00	10.00%
合计		50.00	50.00	100.00%

1) 绿海医疗的历史沿革

1996 年 1 月 3 日，邓发光与张勇如共同签订《有限责任公司章程》，约定分别以现金出资 30 万元和 20 万元，共同投资设立绿海医疗，并约定股东的权利和义务。1996 年 2 月 5 日，越秀会计师事务所出具穗（越证）字（96）2226 号《企业法人注册资金见证书》，对绿海医疗截至 1996 年 2 月 5 日止申请设立登记的注册资本实收情况进行审验，确认截至 1996 年 2 月 5 日止绿海医疗已收到全体股东缴纳的注册资本（实收资本）合计人民币 50 万元，均为货币出资。

1996 年 2 月 8 日，广州市工商行政管理局核准绿海医疗设立，并颁发穗 SII000566 号《企业法人营业执照》，绿海医疗设立时的股权结构为：

序号	股东名称	注册资本（万元）	实收资本（万元）	出资比例
1	邓发光	30.00	30.00	60.00%
2	张勇如	20.00	20.00	40.00%
合计		50.00	50.00	100.00%

1997 年 10 月 28 日，邓发光、张勇如与姚良松、姚良柏签署《股东转让协

议书》并约定，邓发光将其持有绿海医疗的 60%股权转让给姚良松；张勇如将其持有绿海医疗的 30%股权转让给姚良松，剩余 10%股权转让给姚良柏。

1997 年 11 月 21 日，广州市工商行政管理局核准了上述工商变更登记事项并颁发编号为 44010101179 的《企业法人营业执照》。本次股权转让完成后，绿海医疗的股权结构为：

序号	股东名称	注册资本（万元）	实收资本（万元）	出资比例
1	姚良松	45.00	45.00	90.00%
2	姚良柏	5.00	5.00	10.00%
合计		50.00	50.00	100.00%

2) 绿海医疗的股权转让情况

2014 年 6 月 30 日，姚良松、姚良柏分别与郭强、曾庆忠签订《股权转让合同》，约定姚良松将其持有的绿海医疗 90%股权以 45 万元转让给郭强，姚良柏将其持有的绿海医疗 10%股权以 5 万元转让给曾庆忠。郭强、曾庆忠与本公司及实际控制人姚良松不存在关联关系。

2014 年 7 月 31 日，广州市工商行政管理局白云分局核准了本次工商变更登记事项。本次股权转让完成后，绿海医疗股权结构如下表所示：

序号	股东名称	注册资本（万元）	实收资本（万元）	出资比例
1	郭强	45.00	45.00	90.00%
2	曾庆忠	5.00	5.00	10.00%
合计		50.00	50.00	100.00%

3) 绿海医疗的财务数据

单位：万元

项目	2015.6.30	2014.12.31	2013.12.31
总资产	881.50	580.57	648.03
净资产	29.41	44.33	92.91
项目	2015 年 1-6 月	2014 年	2013 年
净利润	-7.46	1.78	-36.87

注：以上数据均未经审计。

（五）关键管理人员

公司的关键管理人员是指能对公司财务和生产经营决策产生重大影响的个人，包括公司的董事、监事和高级管理人员。公司董事、监事和高级管理人员的基本情况请参见本招股意向书“第八节 董事、监事、高级管理人员”。

（六）关键管理人员直接控制的其他企业

除姚良柏外，其他关键管理人员未直接或间接控制其他企业。报告期内，姚良柏控制的公司为香港中辰，其情况请参见本节“三、关联方与关联关系”之“（八）与公司实际控制人关系密切的家庭成员控制的公司”。

（七）与公司实际控制人关系密切的家庭成员

与公司实际控制人关系密切的家庭成员包括姚良松的配偶张秋芳、年满 18 周岁的子女及其配偶、父母及配偶的父母、兄弟姐妹及其配偶、配偶的兄弟姐妹、子女配偶的父母等。与姚良松关系密切的家庭成员持有公司股权的情况如下表所示：

序号	姓名	与控股股东的关系	股份数量（股）	持股比例
1	姚良柏	姚良松之弟	36,841,654	9.8618%
2	王欢	姚良松之弟媳，姚良柏之妻	219,465	0.0587%
3	胡旭辉	姚良松之妹夫，姚桂兰之夫	294,681	0.0789%
4	姚良胜	姚良松与姚良柏之弟	227,958	0.0610%

（八）与公司实际控制人关系密切的家庭成员控制的公司

报告期内，与公司实际控制人关系密切的家庭成员控制的公司为姚良柏持有 100% 股权的香港中辰。香港中辰于 2006 年 12 月 12 日取得香港公司注册处核发的第 1094845 号《公司注册证书》，注册地址为 UNIT 2209 2/F WU CHUNG

HOUSE 213 QUEEN' S ROAD EAST WANCHAI HK, 已发行股份总面值为港币 1 万元, 英文名称为 HK JUNSUN INTERNATIONAL LIMITED, 公司董事为姚良柏。

根据香港公司注册处于 2015 年 3 月 27 日向香港中辰(姚良柏持股 100%, 担任董事职务)签发的通知书, “该公司的注册已根据《公司条例》第 751 条经 2015 年 3 月 27 日刊登的第 2483 号宪报公告宣布撤销, 而该公司亦由上述宪报公告刊登当日予以解散”。

2007 年至 2013 年 8 月, 香港中辰曾持有欧派集成 30% 股权。2013 年 9 月, 香港中辰将其所持欧派集成 30% 股权转让给香港欧派, 2013 年 9 月以后香港中辰不再持有欧派集成股权。香港中辰持有欧派集成股权和转让的情况请参见本节之“四、关联交易”之“(二) 2013 年发生的偶发性关联交易事项”之“1、收购股权”之“(5) 购买欧派集成 30% 股权”。

(九) 报告期内曾经存在关联关系的主要关联方

1、北京欧派、武汉欧派及南京欧派

(1) 北京欧派、武汉欧派及南京欧派股权转让的基本情况

2009 年 3 月, 欧派厨柜企业与高进分别以现金出资人民币 70 万元和 30 万元, 共同投资设立北京欧派, 主要销售公司生产的整体家居产品, 是公司在北京区域的销售子公司。高进按照实际出资额持有北京欧派 30% 股权, 并担任该公司的执行董事、经理。

2011 年 3 月, 欧派有限与高进分别以现金出资人民币 51 万元和 49 万元, 共同投资设立武汉欧派, 主要销售公司生产的整体家居产品, 是公司在武汉区域的销售子公司。高进按照实际出资额持有武汉欧派 49% 股权, 并担任该公司的执行董事、总经理。

2013 年 3 月, 欧派有限与高进分别以现金出资人民币 51 万元和 49 万元, 共同投资设立南京欧派, 主要销售公司生产的整体家居产品, 是公司在南京区域的销售子公司。高进按照实际出资额持有南京欧派 49% 股权, 并担任该公司的

执行董事、总经理。

北京欧派、武汉欧派和南京欧派为公司的重要区域市场设立的销售子公司，其对外销售收入占公司合并销售收入的比例超过 5%，系对本公司具有重要影响的控股子公司。

2013 年 5 月，欧派有限将其所持有的北京欧派、武汉欧派、南京欧派股权转让给高进，具体转让过程请参见本节之“四、关联交易”之“（二）偶发性关联交易事项”之“2、出售资产”。

上述股权转让完成后，欧派有限不再持有北京欧派、武汉欧派、南京欧派的股权。因此，在公司持有北京欧派、武汉欧派、南京欧派股权期间，高进持有公司具有重要影响的控股子公司 10%以上股权，系曾经存在关联关系的主要关联方。

（2）2013 年将北京欧派、武汉欧派及南京欧派转让给高进及姚刚的原因及其合理性和真实性

随着业务规模的扩大，公司为了能够将更多精力专注于产品的研发、设计、生产和制造，并充分调动店面管理人员及营销人员的积极性，促进市场开拓和市场竞争，进而促进专卖店销售收入及盈利水平的提高，实现公司整体业务规模的增长，同时也便于公司对经销商的统一管理与考核，公司于 2013 年考虑将北京欧派、武汉欧派、南京欧派由原来的控股子公司模式转变为经销商模式。

高进为北京欧派、武汉欧派、南京欧派的股东，一直负责三家公司的经营管理。高进曾于 2000 年成为公司在太原地区的经销商，2005 年起的连续三年，太原地区均为公司全体二级市场的销售增长冠军。高进在加入北京欧派后，较短时间内即迅速提高公司在北京地区的销售额，增加了欧派产品在北京地区的市场份额及产品影响力。武汉欧派的业务在成立后也实现了较快增长。

高进在负责北京欧派、武汉欧派及南京欧派的经营期间，初步组建了营销团队，同时高进本人对于三地的未来经营前景较为看好，从而有受让上述公司股权的意愿。公司参照经销商转让制度的相关要求，在包括高进在内的若干人选中，从营销能力、管理能力、行业经验、文化程度、任职经历、团队现状及社会资源

等方面进行了综合评定，认为高进是较为合适的经销商人选。最后，公司与高进双方协商后，将持有的北京欧派、武汉欧派及南京欧派股权转让给高进，由其作为北京地区、武汉地区及南京地区的经销商。

姚刚为高进管理经营团队的重要成员，2010 年加入高进管理团队，为保持团队的稳定性，激励其积极性，姚刚受让了武汉欧派及南京欧派各 15%的股权。

(3) 2013 年北京欧派、武汉欧派及南京欧派股权转让价格的公允性

1) 北京欧派、武汉欧派及南京欧派转让价格情况

北京欧派和武汉欧派已经营多年，业务已形成规模且稳步发展，两家公司于 2012 年均实现了盈利，综合考虑两家公司的发展潜力，经与高进、姚刚协商，公司将北京欧派 70%股权、武汉欧派 51%股权，分别以 500 万元、200 万元的价格转让给高进和姚刚。

南京欧派于 2013 年成立，转让时其刚开始经营，经与高进协商，公司按照出资额将南京欧派 51%的股权以 51 万元转让给高进和姚刚。

上述股权转让价格综合考虑了公司的前期投入及受让企业的未来发展，经双方协商达成。该转让价格合理公允。

2) 北京欧派、武汉欧派及南京欧派受让后的盈利情况

北京欧派、武汉欧派及南京欧派股权转让后，北京欧派、武汉欧派的业务规模逐步扩大，盈利情况良好。而南京欧派由于经营区域竞争较为激烈，盈利情况未达预期，同时 2015 年南京欧派也转让了整体衣柜的经销业务。报告期内，北京欧派、武汉欧派、南京欧派的经营情况如下：

单位：万元

项目		合计	2016 年度	2015 年度	2014 年度	2013 年度
北京	营业收入	140,153.23	49,818.89	34,332.99	29,619.72	26,381.63
	净利润	1,802.78	772.79	381.98	337.13	310.88
武汉	营业收入	28,025.55	7,812.89	7,652.88	7,512.67	5,047.11
	净利润	181.25	69.44	46	47.59	18.22

南京	营业收入	10,518.36	2,664.81	3,003.28	3,576.47	1,273.80
	净利润	-337.26	48.58	1.85	-46.33	-341.36

由上表可见，高进和姚刚受让三家公司后，北京欧派、武汉欧派的业务收入有所增长、盈利状况良好，而南京欧派发展相对较慢。

公司将所持北京欧派、武汉欧派和南京欧派的股权转让给高进及姚刚系公司考虑北京、武汉、南京地区业务发展的需要，是双方的真实意向，股权转让真实合理；转让价格由双方根据公司未来的持续发展和盈利能力协商后确定，其价格是公允的，且双方不存在其他利益安排的约定，更不存在应披露而未披露的事项。

(4) 高进及姚刚的基本情况

北京欧派、武汉欧派及南京欧派的股权受让方是自然人高进、姚刚，其基本情况如下：

1) 高进

山西太原人，1990 年从北京经济管理学院企业管理专业（获管理学学士学位）毕业后，在太原市从事皮具经营，2000 年成为公司在太原地区的经销商。2009 年，公司与高进合资成立北京欧派，公司持有 70% 股权，高进持有 30% 股权，高进任总经理。2011 年 3 月、2013 年 3 月，高进与公司分别合资成立了武汉欧派及南京欧派，公司持有武汉欧派、南京欧派各 51% 股权，高进持有 49% 股权，运营管理由高进负责。2013 年 7 月，高进受让了北京欧派 70% 的股权，武汉欧派及南京欧派各 36% 的股权。高进现担任北京高氏橱柜有限公司总经理及武汉家爱派家居有限公司、南京家爱派家居有限公司的执行董事及总经理职务。

2) 姚刚

湖南常德人，1997 年从湖南商学院毕业后，先后在湖南迅达集团、浙江德意集团从事营销管理工作，2006 年加入欧派集团工作，2010 年加入北京欧派。公司转让北京欧派、武汉欧派、南京欧派后，分别担任北京高氏橱柜有限公司、武汉家爱派家居有限公司和南京家爱派家居有限公司副总经理。

(5) 高进及姚刚的对外投资情况

报告期内，除对北京高氏橱柜有限公司、武汉家爱派家居有限公司、南京家爱派家居有限公司的投资外，高进及姚刚无其他对外投资情况。

根据公司对经销商的管理制度，公司禁止经营欧派产品的经销商存在他卖（同时经营其他整体厨柜、整体衣柜品牌）行为，经销商不得销售非欧派生产或提供的产品。高进、姚刚在担任欧派经销商后，未经营其他产品或再投资其他公司。

(6) 公司与高进及姚刚存在的关联关系或其他利益约定情况

公司将北京欧派、武汉欧派、南京欧派的股权转让给高进团队，是公司调整广州区域外的产品销售模式的结果，希望高进团队未来能够充分发挥股东的积极性，实现公司在受让区域内的业务更快发展。该股权转让行为是双方真实意愿的表示，不存在虚假转让和股权代持情况。股权转让后，公司与北京欧派、武汉欧派、南京欧派之间的交易，其交易条款和相关约定与其他经销商完全一致，不存在关联交易非关联化的情形。

公司及子公司、公司的实际控制人及其他股东、董事、监事、高级管理人员、核心技术人员与高进、姚刚均不存在关联关系。2013 年度的股权转让后，除与公司正常购销业务外，公司及子公司未与高进、姚刚进行其他任何交易往来，达成其他利益约定。

(7) 北京欧派、武汉欧派及南京欧派的违法违规情况

公司转让北京欧派、武汉欧派及南京欧派前，三家公司在纳税及环境保护方面均不存在违法违规行为。公司获取了北京市丰台区国家税务局、北京市丰台区地方税务局出具的北京欧派在 2011 年 1 月 1 日起至 2013 年 7 月 31 日之间无欠税及行政处罚信息的证明，以及北京市丰台区环境保护局出具的北京欧派从 2011 年 9 月至 2014 年 9 月 29 日未因违反环保法律法规受过行政处罚的说明。

公司获取了武汉市江汉区国家税务局、武汉市江汉区地方税务局出具的武汉欧派在 2012 年 1 月 1 日起至 2013 年 8 月 31 日之间无欠税及行政处罚信息的证明，以及武汉市环境保护局出具的武汉欧派从 2011 年 3 月起至 2014 年 9 月

20 日未因违反环保法律法规受过行政处罚的说明。

公司获取了南京市建邺区国家税务局、南京市建邺区地方税务局出具的南京欧派在 2013 年 4 月 1 日起至 2013 年 7 月 31 日之间无欠税及行政处罚信息的证明，以及南京市建邺区环境保护局出具的南京欧派从 2013 年 3 月 4 日起至 2014 年 9 月 25 日未因违反环保法律法规受到过行政处罚的说明。

2、与公司实际控制人关系密切的家庭成员参股的企业

广州航铝成立于 2010 年 8 月 16 日，注册资本为 100 万元，公司住所为广州市花都区炭步镇黄村工业区，法定代表人为钟亮达，经营范围为生产、加工、销售：铝型材、五金、塑料制品。广州航铝设立时的股东为姚凤祥、钟亮达，注册资本为 100 万元，姚凤祥与钟亮达分别出资 50 万元，各持有公司 50% 股权。2011 年 6 月，姚凤祥、钟亮达分别将其持有的广州航铝 16.67% 股权转让给姚良胜。本次股权转让完成后，姚良胜持有广州航铝 33.33% 股权。

2013 年 8 月，姚良胜将其持有的广州航铝 33.33% 股权转让给颜宪芹。因此，在姚良胜持有广州航铝股权期间，广州航铝为与公司实际控制人关系密切的家庭成员参股的企业，系曾经存在关联关系的关联方。

3、其他曾经存在关联关系的主要关联方

2009 年 10 月，广东欧派与林东山、胡旭辉、赖吉胜、王睿共同出资设立铂金装饰并持有其 2% 的股权。2012 年 6 月 13 日，欧派有限与姚良柏签订《股东转让出资合同书》，约定欧派有限将其持有的铂金装饰 2% 的股权以 50 万元转让给姚良柏，具体情况请参见本节之“四、关联交易”之“（二）2013 年发生的偶发性关联交易事项”之“2、出售资产”之“（2）转让铂金装饰 2% 股权”。2013 年 9 月 3 日，姚良柏、胡旭辉与林绪福签订《股权转让协议》，约定姚良柏、胡旭辉将其持有铂金装饰 2% 和 29% 的股权转让给林绪福。

因此，在 2012 年 6 月之前，铂金装饰为公司及关联自然人胡旭辉共同参股的企业；2012 年 7 月至 2013 年 9 月，铂金装饰为关联自然人胡旭辉、姚良柏共同参股的企业。铂金装饰为曾经与本公司存在关联关系的关联方。

四、关联交易

（一）经常性关联交易事项

1、关联方采购

报告期内，本公司对关联方采购的情况如下表所示：

单位：万元

期间	关联方名称	定价原则	金额	占当期材料采购的比例	占当期营业成本的比重
2014 年度	广州航铝	市场化协商定价	959.83	0.36%	0.28%

注：自 2014 年末以后，公司与广州航铝之间的采购交易不再构成关联交易。

（1）关联采购的内容

报告期内，公司向广州航铝采购的产品为用于生产整体厨柜产品的台面铝垫条、踢脚板和角码等五金件。

（2）关联采购的原因

公司根据所生产整体家居产品的外观、性能匹配性、客户定制要求进行原材料采购。根据公司的采购管理制度，公司在选择某项原材料的供应商时，需经过选样试用、跟踪评价、对比参考等环节，并且会同时选择 2-3 家供应商供应同一种类或类型的原材料。公司选择广州航铝作为台面铝垫条、踢脚板和角码等铝制五金件的供应商之一，是经过正常招标、市场化定价和公平选择程序而发生的市场交易行为。另外，除广州航铝外，本公司还向佛山市南海金露铝制品有限公司、佛山市三水正域铝型材制品有限公司采购同类型原材料。

（3）关联采购价格

报告期内，根据相关的型号规格，公司向广州航铝关联采购的台面铝垫条、踢脚板和角码的金额及与其他供应商对比情况如下：

年度	原材料类别	采购金额 (万元)	采购价格(元 /件)	其他供应商可 比价格(元/件)	价格差异 (元/件)	影响金额 (万元)	差异率
2014 年度	台面铝垫条	639.29	6.97-14.59	7.03-14.12	0-0.20	-4.66	-0.73%

	踢脚板	155.82	7.47-8.01	7.47-7.91	0-0.10	1.52	0.98%
	角码	68.07	1.57-1.80	2.09-2.17	0-0.46	-5.60	-8.23%
	合计	863.18	-	-	-	-8.74	-1.01%

如上表所示，本公司向广州航铝采购原材料时按照市场化原则商定采购价格，对于同种类型原材料而言，与向其他供应商的采购价格相比差异较小。另外，本公司对广州航铝采购原材料金额占当期原材料采购金额和营业成本比例均不足 1%。因此，上述关联采购对公司经营业绩的影响极低。

(4) 关联方采购的变动趋势

2013 年 8 月，姚良胜将其持有的广州航铝 33.33%股权转让给颜宪芹。截至目前，姚良胜不再持有广州航铝的股权。因此，自 2014 年末以后，公司与广州航铝之间的采购交易不再构成关联交易。

2、关联租赁

(1) 关联租赁的内容、原因及定价公允性

2013 年 5 月 24 日，绿海医疗与欧派集团签署《房屋租赁合同》，约定绿海医疗租用欧派集团所拥有的广州市白云区金沙北路 2 号房产（房地产权证号码 1050014664）作为生产场所，租赁面积为 1,990 平方米，租赁期限为 10 年，租赁费用为 9,950 元/月，上述租赁费用按照市场价格进行定价结算。

由于绿海医疗所租用的生产场所为欧派集团所拥有房产的一部分，绿海医疗无法在供电局单独设立电表支付电费，因此，公司在供电局向本公司开具收费明细后向绿海医疗收取相应电费。报告期内，欧派集团共向绿海医疗收取电费 18.03 万元，收取电费系按照供电局所开具收费明细进行结算。

(2) 关联租赁变动趋势

2014 年 7 月，姚良松、姚良柏分别与郭强、曾庆忠签订《股权转让合同》，约定姚良松将其持有的绿海医疗 90%股权以 45 万元转让给郭强，姚良柏将其持有的绿海医疗 10%股权以 5 万元转让给曾庆忠。郭强、曾庆忠与本公司及实际控制人姚良松不存在关联关系。因此，自 2015 年 8 月起，公司与绿海医疗之间

的租赁行为不再构成关联交易。

3、关联方销售

报告期内，本公司向关联方销售的情况如下表所示：

单位：万元

期间	关联方名称	定价原则	销售收入	占当期销售 收入的比例	销售毛利	占当期销售 毛利的比重
2014年 1-6月	北京欧派	按照公司的 销售定价政 策进行市场 化协商定价	7,482.08	3.93%	2,203.22	4.06%
	武汉欧派		1,987.27	1.04%	584.97	1.08%
	南京欧派		822.92	0.43%	242.58	0.45%
	合计		10,292.26	5.40%	3,030.77	5.58%

(1) 关联销售的内容

2014年1月至2014年6月，公司向北京欧派、武汉欧派、南京欧派销售的产品为公司所生产的整体厨柜、整体衣柜产品。

(2) 关联销售的原因及定价情况

2013年6月及以前，北京欧派、武汉欧派与南京欧派为本公司的控股子公司，是公司在北京市、武汉市和南京市的销售公司，负责对当地终端用户的销售业务。2013年6月以后，北京欧派、武汉欧派和南京欧派不再是本公司的控股子公司，但仍在高进的实际控制下从事欧派集团产品的销售业务，为本公司在当地的经销商。

因此，2014年1月至2014年6月，本公司对北京欧派、武汉欧派和南京欧派的销售仍属于关联交易。2013年7月以后，本公司按照经销商管理制度和定价制度确定与上述三家公司的结算价格，并按照公司统一政策进行货款结算。另外，本公司对三家公司的销售收入和毛利占当期营业收入和销售毛利总额的比例较低，对公司经营业绩影响较小。

(二) 2013年发生的偶发性关联交易事项

公司2013年发生的偶发性关联交易主要为收购股权、出售资产，具体情况

如下：

1、收购股权

(1) 购买欧派商厨 20.89%股权

1) 欧派商厨的历史沿革

①欧派商厨的设立

2009年8月，夏家辉、姚良胜、欧派有限、吴斌共同签订欧派商厨《有限责任公司章程》，约定股东认缴出资额、出资比例及股东的权利和义务。2009年8月27日，广东数诚出具粤数会验字[2009]3011号《验资报告》，对欧派商厨截至2009年8月26日止申请设立登记的注册资本的实收情况进行审验，确认欧派商厨注册资本和实收资本为600万元，均为货币出资。

2009年9月8日，广州市工商行政管理局白云分局核准欧派商厨的设立登记申请，并颁发编号为11109010307的《企业法人营业执照》。欧派商厨设立时的股权结构为：

序号	股东名称	注册资本（万元）	实收资本（万元）	出资比例
1	夏家辉	240.00	240.00	40.00%
2	姚良胜	204.00	204.00	34.00%
3	欧派有限	120.00	120.00	20.00%
4	吴斌	36.00	36.00	6.00%
合计		600.00	600.00	100.00%

②2012年股权转让

2012年11月，夏家辉、姚良胜、欧派有限、吴斌分别与陈春魁签署《股东转让出资合同书》，约定将各自所持有的欧派商厨部分股权以注册资本作价转让给陈春魁，本次股权转让情况如下：

序号	股东名称	转让前		转让/购买出资额（万元）	转让后	
		出资额（万元）	持股比例		出资额（万元）	持股比例
1	夏家辉	240.00	40.00%	92.52	147.48	24.58%

2	姚良胜	204.00	34.00%	78.66	125.34	20.89%
3	欧派有限	120.00	20.00%	46.26	73.74	12.29%
4	吴斌	36.00	6.00%	13.86	22.14	3.69%
5	陈春魁	-	-	231.30	231.30	38.55%

2) 本公司购买欧派商厨 20.89%股权的情况

2013年5月6日，姚良胜与欧派有限签订《股东转让出资合同书》，约定姚良胜将其持有的欧派商厨20.89%的股权以125.34万元转让给欧派有限。2013年5月22日，广州市工商行政管理局花都分局核准了上述工商变更登记事项。

欧派商厨2013年1-8月、2013年度、2014年度、2015年度及2016年度财务报表已经正中珠江审计，其主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31	2013.12.31	2013.8.31
资产总额	817.31	1,314.24	997.64	690.13	827.95
净资产	165.62	457.38	518.67	438.30	475.61
项目	2016年度	2015年度	2014年度	2013年度	2013年1-8月
净利润	-291.76	-61.29	80.37	-30.34	6.46

因欧派有限的实际控制人为姚良松，姚良胜与姚良松系兄弟关系，本次股权转让过程中，股权转让双方按照转让股权对应的注册资本确定股权转让的价格，股权转让时姚良胜持有欧派商厨20.89%的股权对应的注册资本为125.34万元，故该部分股权的作价为125.34万元。

3) 本公司向无关联股东购买欧派商厨股权的情况

2013年6月，陈春魁、吴斌、夏家辉分别与欧派有限签署《股东转让出资合同书》，约定将各自所持有的欧派商厨部分股权以注册资本作价转让给欧派有限，本次股权转让情况如下：

序号	股东名称	转让前		转让/购买出资额（万元）	转让后	
		出资额（万元）	持股比例		出资额（万元）	持股比例

1	陈春魁	231.30	38.55%	61.68	169.62	28.27%
2	欧派有限	199.08	33.18%	106.92	306.00	51.00%
3	夏家辉	147.48	24.58%	39.36	108.12	18.02%
4	吴斌	22.14	3.69%	5.88	16.26	2.71%

经过上述股权让，欧派商厨成为公司的控股子公司，且陈春魁、夏家辉、吴斌与本公司均不存在关联关系。

(2) 购买欧派卫浴 45%股权

1) 欧派卫浴的历史沿革

①欧派卫浴设立

2003年7月，姚良松、李峰、姚良柏与欧派厨柜企业共同签订《广州市欧派卫浴有限责任公司章程》，约定股东认缴出资额、出资比例及股东的权利和义务。2003年7月24日，广东数诚出具粤数会验字[2003]3014号《验资报告》，对欧派卫浴截至2003年7月22日止申请设立登记的注册资本的实收情况进行审验，确认欧派卫浴注册资本和实收资本为200万元，均为货币出资。

2003年8月11日，广州市工商行政管理局核准欧派卫浴设立，并颁发4401111100992号《企业法人营业执照》。欧派卫浴设立时的股权结构为：

序号	股东名称	注册资本（万元）	实收资本（万元）	出资比例
1	姚良松	130.00	130.00	65.00%
2	李峰	28.00	28.00	14.00%
3	姚良柏	16.00	16.00	8.00%
4	欧派厨柜企业	26.00	26.00	13.00%
合计		200.00	200.00	100.00%

②2006年股权转让与增资

2006年12月12日，欧派卫浴召开股东会并形成决议，同意李峰将其所持有欧派卫浴14%股权全部转让给姚良柏，转让完成后，李峰不再持有欧派卫浴的股权；同意欧派卫浴将注册资本由200万元增至600万元。

2006年12月13日，李峰与姚良柏签署《股权转让协议书》，李峰同意将其持有欧派卫浴14%的股权以人民币28万元转让给姚良柏。

2006年12月18日，广东数诚出具粤数会验字[2006]3014号《验资报告》，对欧派卫浴截至2006年12月14日止新增注册资本的实收情况进行审验，确认欧派卫浴已收到姚良松、姚良柏和欧派厨柜企业缴纳的新增注册资本合计人民币400万元，均为货币出资。

2006年12月27日，广州市工商行政管理局核准欧派卫浴变更登记事项，并出具《变更登记核准通知书》。本次变更后欧派卫浴的股权结构为：

序号	股东名称	注册资本（万元）	实收资本（万元）	出资比例
1	姚良松	390.00	390.00	65.00%
2	姚良柏	132.00	132.00	22.00%
3	欧派厨柜企业	78.00	78.00	13.00%
合计		600.00	600.00	100.00%

③2009年股权转让

2009年5月12日，姚良松、姚良柏分别与欧派厨柜企业签署《广州市欧派卫浴有限公司股权转让合同》，约定姚良松将其所持有欧派卫浴20%股权以120万元转让给欧派厨柜企业，姚良柏将其所持有的欧派卫浴22%股权以132万元转让给欧派厨柜企业。2009年5月21日，广州市工商行政管理局白云分局核准欧派卫浴本次变更登记事项，并出具《变更登记核准通知书》。本次变更后欧派卫浴的股权结构为：

序号	股东名称	注册资本（万元）	实收资本（万元）	出资比例
1	姚良松	270.00	270.00	45.00%
2	欧派厨柜企业	330.00	330.00	55.00%
合计		600.00	600.00	100.00%

2) 本公司收购欧派卫浴45%股权的情况

2013年6月18日，姚良松与欧派有限签订《股权转让协议书》，约定姚良松将其持有的欧派卫浴45%的股权以270万元转让给欧派有限。2013年7月

3日，广州市工商行政管理局花都分局核准了本次变更。本次股权转让完成后，欧派卫浴成为欧派有限的全资子公司。

欧派卫浴 2013 年 1-8 月、2013 年度、2014 年度、2015 年度及 2016 年度合并财务报表已经正中珠江审计，其主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31	2013.12.31	2013.8.31
资产总额	8,797.30	7,431.46	8,400.64	4,945.84	4,037.70
净资产	939.51	1,494.10	975.75	1,185.62	1,050.04
项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度	2013 年度	2013 年 1-8 月
净利润	-554.59	118.35	-209.87	-182.68	56.64

因欧派有限和欧派卫浴的实际控制人均为姚良松，股权转让双方按照转让股权对应的注册资本确定股权转让的价格，股权转让时姚良松持有欧派卫浴 45% 的股权对应的注册资本为 270 万元，故该部分股权的作价为 270 万元。

(3) 购买天津欧派 40% 股权

1) 天津欧派的设立情况

2010 年 4 月 22 日，广东欧派与姚良松共同签订《天津欧派集成家居有限公司章程》，约定股东认缴出资额、出资比例及股东的权利和义务。2010 年 4 月 20 日，天津天通泰和会计师事务所有限公司出具津天通泰和验内设字(2010)第 111 号《验资报告》，对天津欧派截至 2010 年 4 月 20 日止申请设立登记的注册资本实收情况进行审验，确认天津欧派注册资本 5,000 万元已由广东欧派和姚良松于 2010 年 4 月 20 日之前一次缴足，均为货币出资。

2010 年 4 月 23 日，天津市工商行政管理局静海分局核准天津欧派设立，并颁发 120223000047271 号《企业法人营业执照》。天津欧派设立时的股权结构为：

序号	股东名称	注册资本(万元)	实收资本(万元)	出资比例
1	广东欧派	3,000.00	3,000.00	60.00%

2	姚良松	2,000.00	2,000.00	40.00%
合计		5,000.00	5,000.00	100.00%

2) 本公司购买天津欧派 40%股权的情况

2013年6月18日，姚良松与欧派有限签订《股权转让协议书》，约定姚良松将其持有的天津欧派40%的股权以2,000万元转让给欧派有限。2013年7月10日，天津市工商行政管理局静海分局核准了上述变更。本次股权转让完成后，天津欧派成为欧派有限的全资子公司。

天津欧派2013年1-8月、2013年度、2014年度、2015年度及2016年1-6月财务报表已经正中珠江审计，其主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31	2013.12.31	2013.8.31
资产总额	108,908.22	94,425.40	68,466.36	49,462.47	44,333.41
净资产	20,452.05	11,584.15	8,852.61	7,011.47	5,934.55
项目	2016年度	2015年度	2014年度	2013年度	2013年1-8月
净利润	8,867.89	2,731.55	1,841.14	1,978.73	1,088.68

因欧派有限和天津欧派的实际控制人均为姚良松，股权转让双方按照转让股权对应的注册资本确定股权转让价格，股权转让时姚良松持有天津欧派40%的股权对应的注册资本为2,000万元，故该部分股权的作价为2,000万元。

(4) 购买广州奥维 100%股权

1) 广州奥维的历史沿革

①广州奥维设立

2000年5月18日，姚良松、姚良胜共同签订《广州奥维装饰材料有限责任公司章程》，约定股东认缴出资额、出资比例及股东的权利和义务。2000年5月17日，广东金五羊会计师事务所有限公司出具金五羊验字(2000)第2047号《验资报告》，对拟设立广州奥维截至2000年5月16日止的实收资本及相关的资产和负债的真实性和合法性进行审验，确认广州奥维注册资本与实收资本

为 50 万元，均为货币出资。

2000 年 5 月 29 日，广州市工商行政管理局核准广州奥维设立，并颁发 4401012025264 号《企业法人营业执照》。广州奥维设立时的股权结构为：

序号	股东名称	注册资本（万元）	实收资本（万元）	出资比例
1	姚良松	45.00	45.00	90.00%
2	姚良胜	5.00	5.00	10.00%
合计		50.00	50.00	100.00%

②2011 年增资

2011 年 1 月 5 日，广州奥维召开股东会并形成决议，同意公司注册资本和实收资本由 50 万元变更为 300 万元，姚良松出资额由 45 万元变更为 270 万元，姚良胜出资额由 5 万元变更为 30 万元。

2011 年 1 月 18 日，广东数诚出具粤数会验字[2011]3001 号《验资报告》，对广州奥维截至 2011 年 1 月 18 日止新增注册资本及实收资本情况进行审验，确认广州奥维已收到姚良松、姚良胜缴纳的新增注册资本合计人民币 250 万元，均为货币出资。

2011 年 1 月 25 日，广州市工商行政管理局白云分局核准广州奥维变更登记事项，并颁发 440111000086305 号《企业法人营业执照》。本次变更后广州奥维的股权结构为：

序号	股东名称	注册资本（万元）	实收资本（万元）	出资比例
1	姚良松	270.00	270.00	90.00%
2	姚良胜	30.00	30.00	10.00%
合计		300.00	300.00	100.00%

2) 本公司购买广州奥维 100%股权的情况

2013 年 7 月，姚良松、姚良胜与欧派有限签订《股权转让协议书》，约定姚良松将其持有的广州奥维 90%的股权以人民币 270 万元转让给欧派有限，姚良胜将其持有的广州奥维 10%的股权以人民币 30 万元转让给欧派有限。2013

年 8 月 6 日，广州市工商行政管理局白云分局核准了上述工商变更登记事项。本次股权转让完成后，广州奥维成为欧派有限的全资子公司。

广州奥维 2013 年 1-8 月、2013 年度、2014 年度、2015 年度及 2016 年度财务报表已经正中珠江审计，其主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31	2013.12.31	2013.8.31
资产总额	2,597.75	2,712.79	3,805.20	2,191.79	2,172.37
净资产	175.15	436.15	365.60	1,453.95	1,413.46
项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度	2013 年度	2013 年 1-8 月
净利润	-261.00	70.55	-1,088.35	-28.64	-13.28

因欧派有限和广州奥维的实际控制人均为姚良松，姚良胜与姚良松系兄弟关系，股权转让双方按照转让股权对应的注册资本确定股权转让的价格，股权转让时姚良松持有广州奥维 90%的股权对应的注册资本为 270 万元，故该部分股权的作价为 270 万元，姚良胜持有广州奥维 10%的股权对应的注册资本为 30 万元，故该部分股权的作价为 30 万元。

(5) 购买欧派集成 30%股权

1) 欧派集成的历史沿革

① 欧派集成设立

2006 年 12 月 16 日，香港中辰与欧派厨柜企业签署《中外合资经营企业合同》，约定双方共同投资举办合资经营企业—广州欧派集成家居有限公司，合营公司注册资本为人民币 500 万元。其中，香港中辰以相当于人民币 125 万元的港币现金出资，汇率以汇入日的汇率计算，占注册资本的 25%，欧派厨柜企业以人民币现金出资 375 万元，占注册资本的 75%。2007 年 2 月 13 日，广州市白云区对外贸易经济合作局出具《关于建立合资企业“广州欧派集成家居有限公司”的批复》（穗云外经贸业[2007]25 号），同意欧派厨柜企业与香港中辰在广州市白云区以合资方式建立“广州欧派集成家居有限公司”。2007 年 2 月 14 日，广州市人民政府向欧派集成颁发了“商外资穗云合资证字[2007]0008 号”

中华人民共和国台港澳侨投资企业批准证书。2007年3月5日，广州市工商行政管理局核准欧派集成的设立登记申请，并颁发企合粤穗总字第009936号《企业法人营业执照》。

② 2007年增资

2007年7月5日，欧派集成召开董事会会议并通过决议，同意增加投资总额500万元人民币，其中欧派厨柜企业增加出资额325万元，香港中辰以相当于人民币175万元的港币增加出资额。2007年7月12日，广州市白云区对外贸易经济合作局出具《关于合资企业“广州欧派集成家居有限公司”增资的批复》（穗云外经贸业[2007]117号），同意欧派集成增资500万元人民币。2007年7月16日，广州市人民政府向欧派集成颁发了“商外资穗云合资证字[2007]0008号”中华人民共和国台港澳侨投资企业批准证书。2007年9月11日，广州市工商行政管理局核准欧派集成的注册资本变更申请，并颁发企合粤穗总字第009936号《企业法人营业执照》。本次增资完成后，香港中辰持有欧派集成30%的股权。

2) 香港欧派购买欧派集成30%股权的情况

2013年8月28日，欧派集成召开董事会会议，同意香港中辰以欧派集成截至2013年7月31日的净资产人民币4,736.73万元（未经审计）为依据，将其所持有的30%的股权以人民币1,421.02万元转让给香港欧派。

2013年8月28日，香港中辰与香港欧派签订《股权转让协议》，约定香港中辰将其持有的欧派集成30%的股权以1,421.02万元转让给香港欧派。2013年9月11日，广州市对外贸易经济合作局出具了穗外经贸云资批[2013]103号《广州市外经贸局关于中外合资企业广州欧派集成家居有限公司股权转让的批复》，核准了上述股权转让。2013年10月9日，广州市工商行政管理局核准了上述工商变更登记事项。

2、出售资产

（1）转让北京欧派70%股权

1) 北京欧派的基本情况

2009年3月6日,欧派有限与高进共同签订《北京欧派厨柜有限公司章程》,约定股东认缴出资额、出资比例及股东的权利和义务。2011年3月23日,北京建宏会计师事务所有限责任公司出具(2009)京建会验B字第654号《验资报告》,对北京欧派截至2009年3月6日止申请设立登记的注册资本实收情况进行审验,确认截至2009年3月6日止北京欧派已收到全体股东缴纳的注册资本(实收资本)合计人民币100万元,均为货币出资。

2009年3月20日,北京市工商行政管理局丰台分局核准北京欧派设立,并颁发110106011767119号《企业法人营业执照》,北京欧派设立时的股权结构为:

序号	股东名称	注册资本(万元)	实收资本(万元)	出资比例
1	欧派有限	70.00	70.00	70.00%
2	高进	30.00	30.00	30.00%
合计		100.00	100.00	100.00%

2) 北京欧派的财务数据

根据已经正中珠江审计的2012年度财务报表和未经审计的2013年1-6月财务报表,北京欧派主要财务数据如下:

单位:万元

项目	2013.6.30	2012.12.31
资产总额	12,346.44	7,596.07
净资产	-141.71	-198.00

项目	2013年1-6月	2012年度
净利润	56.29	33.96

3) 转让北京欧派股权的情况

欧派有限与高进按照转让股权比例对应的净资产值为基础,综合考虑北京市场的销售规模和发展潜力,协商确定股权转让金额为500万元。2013年5月26日,欧派有限与高进签订《股权转让协议》,约定欧派有限将其持有的北京欧派70%的股权以500万元转让给高进。2013年5月27日,欧派有限与高进签订

《股权转让补充协议书》，约定以 2013 年 6 月 30 日为本次股权转让的财务结算日。

2013 年 10 月 8 日，北京市工商行政管理局丰台分局核准了上述工商变更登记事项。本次股权转让完成后，欧派有限不再持有北京欧派的股权。

(2) 转让武汉欧派 36%股权

1) 武汉欧派的基本情况

2011 年 3 月 28 日，欧派有限与高进共同签订《武汉欧派家居有限公司章程》，约定股东认缴出资额、出资比例及股东的权利和义务。2011 年 3 月 23 日，武汉恒通会计师事务所出具恒通验字[2011]3-465 号《验资报告》，对武汉欧派截至 2011 年 3 月 23 日止申请设立登记的注册资本实收情况进行审验，确认截至 2011 年 3 月 23 日止武汉欧派已收到全体股东缴纳的注册资本合计人民币 100 万元，均为货币出资。

2011 年 3 月 28 日，武汉市工商行政管理局武昌分局核准武汉欧派设立，并颁发 420106000168743 号《企业法人营业执照》，武汉欧派设立时的股权结构为：

序号	股东名称	注册资本（万元）	实收资本（万元）	出资比例
1	欧派有限	51.00	51.00	51.00%
2	高进	49.00	49.00	49.00%
合计		100.00	100.00	100.00%

2) 武汉欧派的财务数据

根据已经正中珠江审计的 2012 年度财务报表和未经审计的 2013 年 1-6 月财务报表，武汉欧派主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2013.6.30	2012.12.31
资产总额	1,195.03	806.87
净资产	34.92	111.19

项目	2013年1-6月	2012年度
净利润	-76.27	22.42

3) 转让武汉欧派股权的情况

欧派有限与高进、姚刚按照转让股权比例对应的净资产值为基础，综合考虑武汉市场的销售规模和发展潜力，协商确定股权转让金额。2013年7月26日，欧派有限与高进、姚刚签订《股权转让协议》，约定欧派有限将其持有的武汉欧派51%的股权转让给高进和姚刚。其中，欧派有限将其所持有的武汉欧派36%股权以141.18万元转让给高进，将其所持有的武汉欧派15%股权以58.82万元转让给姚刚。2013年7月26日，欧派有限与高进、姚刚签订《股权转让补充协议书》，约定以2013年6月30日为本次股权转让的财务结算日。

2013年9月11日，武汉市工商行政管理局江汉分局核准了上述工商变更登记事项。本次股权转让完成后，欧派有限不再持有武汉欧派的股权。

(3) 转让南京欧派36%股权

1) 南京欧派的基本情况

2013年2月27日，欧派有限与高进共同签订《广东欧派家居南京有限公司章程》，约定股东认缴出资额、出资比例及股东的权利和义务。2013年3月1日，江苏天宁会计师事务所有限公司出具苏宁验(2003)V-006号《验资报告》，对南京欧派截至2013年2月27日止申请设立登记的注册资本实收情况进行审验，确认截至2013年2月27日止南京欧派已收到全体股东缴纳的注册资本(实收资本)100万元，均为货币出资。

2013年3月4日，南京市工商行政管理局建邺分局核准南京欧派设立，并颁发320105000165212号《企业法人营业执照》，南京欧派设立时的股权结构为：

序号	股东名称	注册资本(万元)	实收资本(万元)	出资比例
1	欧派有限	51.00	51.00	51.00%
2	高进	49.00	49.00	49.00%

合计	100.00	100.00	100.00%
----	--------	--------	---------

2) 南京欧派的财务数据

根据南京欧派未经审计的 2013 年 1-6 月财务报表，截至 2013 年 6 月 30 日，该公司资产总额为 367.47 万元，净资产为-45.24 万元；2013 年 1-6 月，该公司的净利润为-145.24 万元。

3) 转让南京欧派股权的情况

由于南京欧派成立时间较短，经营规模较小，欧派有限与高进、姚刚按照转让股权比例对应的注册资本确定股权转让金额。2013 年 7 月 26 日，欧派有限分别与高进、姚刚签订《股权转让协议》，约定欧派有限将其持有的南京欧派 36%的股权以 36 万元转让给高进，15%的股权以 15 万元转让给姚刚。2013 年 7 月 26 日，欧派有限与高进、姚刚签订《股权转让补充协议书》，约定以 2013 年 6 月 30 日为本次股权转让的财务结算日。

2013 年 9 月 26 日，南京市工商行政管理局建邺分局核准了上述工商变更登记事项并核准南京欧派变更公司名称为南京家爱派家居有限公司。本次股权转让完成后，欧派有限不再持有南京欧派的股权。

(4) 转让铂金装饰 2%股权

1) 铂金装饰的基本情况

2009 年 10 月 13 日，广东欧派、胡旭辉、林东山、赖吉胜和王睿共同签订铂金装饰的《有限责任公司章程》，约定股东认缴出资额、出资比例及股东的权利和义务。2009 年 10 月 13 日，广州中庆会计师事务所出具中庆验字 20090202832 号《验资报告》，对拟设立铂金装饰截至 2009 年 10 月 13 日止的注册资本和实收资本情况进行审验，确认截至 2009 年 10 月 13 日止铂金装饰已收到各股东按照出资比例共同缴纳的注册资本 100 万元，均为货币出资。

2009 年 11 月 3 日，广州悦禾会计师事务所出具穗禾验字[2009]第 A1279 号《验资报告》，对铂金装饰截至 2009 年 11 月 3 日止已登记的注册资本第二期实收情况进行审验，确认铂金装饰已于 2009 年 11 月 3 日前收到全体股东缴

纳的第二期注册资本（实收资本）合计人民币 400 万元整，各股东均以货币出资。

2009 年 10 月 15 日，广州市工商行政管理局白云分局核准铂金装饰设立，并颁发 440111000050595 号《企业法人营业执照》，铂金装饰设立时的股权结构为：

序号	股东名称	注册资本（万元）	实收资本（万元）	出资比例
1	林东山	145.00	145.00	29.00%
2	胡旭辉	145.00	145.00	29.00%
3	赖吉胜	100.00	100.00	20.00%
4	王睿	100.00	100.00	20.00%
5	广东欧派	10.00	10.00	2.00%
合计		500.00	500.00	100.00%

2) 铂金装饰的股权转让情况

2012 年 6 月 13 日，欧派有限与姚良柏签订《股东转让出资合同书》，约定欧派有限将其持有的铂金装饰 2% 的股权以 50 万元转让给姚良柏。2012 年 7 月 3 日，广州市工商行政管理局白云分局核准了上述工商变更登记事项。本次股权转让完成后，欧派有限不再持有铂金装饰的股权。

2013 年 9 月 3 日，姚良柏、胡旭辉与林绪福签订《股权转让协议》，约定姚良柏、胡旭辉将其持有铂金装饰 2% 和 29% 的股权转让给林绪福。本次股权转让完成后，欧派有限与铂金装饰不存在关联关系。

（三）关联担保事项

截至 2016 年 12 月 31 日，关联方为欧派集团及子公司的银行借款、银行承兑汇票、信用证提供了担保，具体情况如下：

1、2014 年 2 月 14 日，姚良松、姚良柏、张秋芳、王欢分别与中国工商银行股份有限公司广州天平架支行签署《最高额保证合同》（合同编号：2014 年天平（保）字 0007 号、2014 年天平（保）字 0008 号、2014 年天平（保）字

0009号、2014年天平（保）字0010号），为欧派集团与中国工商银行股份有限公司广州天平架支行签署的《流动资金借款合同》（合同编号：2016（贷款）00106号）提供保证担保。截至2016年12月31日，欧派集团向中国工商银行股份有限公司广州天平架支行借款5,000.00万元，申请开立银行承兑汇票5,673.47万元，由姚良松、姚良柏、张秋芳、王欢按照上述担保合同提供连带责任保证担保。

2、2016年5月25日，欧派集成、欧派卫浴及姚良松分别与中国银行股份有限公司广州白云支行订立了《最高额保证合同》（合同编号：GBZ476100120160050、GBZ476100120160051、GBZ476100120160049），为公司与中国银行股份有限公司广州白云支行订立的《流动资金借款合同》（合同编号：GDK476100120160061）和《授信额度协议》（合同编号：GEX476100120160022）提供连带责任保证担保。截至2016年12月31日，公司向中国银行股份有限公司广州白云支行借款5,000.00万元，申请开立银行承兑汇票10,719.61万元及远期信用证1,604.93元，由欧派集成、欧派卫浴及姚良松按照上述担保合同提供保证担保。

3、2014年2月24日，姚良松、姚良柏与广州农村商业银行股份有限公司人和支行订立了《最高额保证合同》（合同编号：2308073201400005），为公司与广州农村商业银行股份有限公司人和支行订立的《最高额借款合同》（合同编号：2308008201400002）提供连带责任保证担保。截至2016年12月31日，公司无向广州农村商业银行股份有限公司人和支行的借款。

4、2016年4月22日，公司与渤海银行股份有限公司天津自由贸易试验区分行订立了《最高额保证协议》（合同编号：渤自贸分最高保（2016）第1号），为天津欧派与渤海银行股份有限公司天津自由贸易试验区分行订立的《开立进口信用证协议》（编号：渤自贸分信用证（2016）第1号）提供最高额连带责任保证担保。截至2016年12月31日，公司无向渤海银行股份有限公司天津自由贸易试验区分行申请开立的信用证。

（四）关联方应收应付款项

1、公司应收关联方款项

单位：万元

项目	关联方	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
其他应收款	绿海医疗	-	-	9.95

注：自 2015 年 8 月起，绿海医疗不再构成公司的关联方。

2、公司应付关联方款项

单位：万元

项目	关联方	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
应付账款	广州航铝	-	-	84.56
预收账款	绿海医疗	-	6.66	0.45
	北京欧派	-	3,445.17	1,802.19
	南京欧派	-	309.08	518.00
	武汉欧派	-	1,146.38	1,099.76
其他应付款	绿海医疗	-	1.50	-
	广州航铝	-	10.00	10.00

注 1：自 2014 年 9 月起，广州航铝不再构成公司的关联方。

注 2：自 2014 年 7 月起，北京欧派、武汉欧派和南京欧派不再构成公司的关联方。

注 3：自 2015 年 8 月起，绿海医疗不再构成公司的关联方。

自股份公司成立以来，公司已建立《关联交易管理制度》等管理规章，对关联交易决策权限、决策程序、关联方的回避措施等进行了严格规定，同时在公司运作过程中严格执行该等制度，有效杜绝了关联方占用公司资金的行为。截至本招股意向书签署之日，公司不存在资金被股东及其关联方占用的情况。

五、《公司章程》对于关联交易的有关规定

《公司章程》中对关联交易决策权力、决策程序、关联股东和利益冲突董事在关联交易表决中的回避制度做出了明确的规定，相关内容包括：

公司的控股股东、实际控制人员不得利用其关联关系损害公司利益。违反规

定给公司造成损失的，应当承担赔偿责任。

控股股东及其他关联方与公司发生的经营性资金往来中，应当严格限制占用公司资金。

公司对股东、实际控制人及其关联方提供的担保行为，须经股东大会审议通过。

股东大会就关联交易进行表决时，涉及关联交易的各股东，应当回避表决，上述股东所持表决权的股份数不计入有效表决股份总数。

除公司处于危机等特殊情况下，非经股东大会以特别决议批准，公司将不与董事、经理和其它高级管理人员以外的人订立将公司全部或者重要业务的管理交予该人负责的合同。

董事应当遵守法律、行政法规和本章程，对公司负有忠实义务，不得利用其关联关系损害公司利益。

公司不得直接或者通过子公司向董事、监事、高级管理人员提供借款；公司与关联自然人发生的交易金额在 30 万元人民币以上的关联交易，公司与关联法人达成的总额高于 300 万元且占上市公司最近一期经审计净资产绝对值 0.5% 以上的关联交易，由公司董事会审议批准；公司与关联方发生的交易（公司获赠现金资产和提供担保除外）金额在 3,000 万元以上，且占公司最近一期经审计净资产绝对值 5% 以上的关联交易，由股东大会审议批准。

公司重大关联交易（指公司拟与关联自然人发生的交易金额在 30 万元人民币以上的关联交易，或者公司拟与关联法人达成的总额高于 300 万元且占公司最近一期经审计净资产绝对值 0.5% 以上的关联交易）应由独立董事认可后，提交董事会讨论。

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

监事不得利用其关联关系损害公司利益，若给公司造成损失的，应当承担赔偿责任。

六、报告期内关联交易制度的执行情况及独立董事意见

（一）报告期内关联交易制度的执行情况

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；报告期内公司的关联交易均严格履行了《公司章程》等有关制度的规定，不存在损害中小股东利益的情形。

（二）独立董事关于关联交易的意见

独立董事对公司报告期内关联交易进行了审查，经充分讨论，就上述关联交易所涉及的事宜发表独立意见如下：

2014年度、2015年度和2016年度，公司与关联方之间发生的关联交易执行了市场定价原则，定价合理；交易过程公平、公正，且均已按照公司当时的有效章程及决策程序履行了相关审批程序；公司与关联方之间发生的关联交易真实、有效，关联人为公司借款提供的担保均未向公司收取担保费，不存在通过关联交易操纵公司利润的情形，亦不存在损害公司利益及其他股东利益之情形。

七、控股股东、实际控制人及公司董事、监事、高级管理人员关于关联交易的承诺

为确保欧派集团持续、健康、稳定地发展，避免关联自然人及其直系亲属/关联自然人及其直系亲属控制的其他经济实体通过关联交易损害欧派集团利益及其他股东的合法权益，公司实际控制人姚良松及其他董事、监事、高级管理人员特向欧派集团承诺如下：

1、本人及本人的直系亲属/本人及本人的直系亲属控制的其他经济实体将尽量避免和减少与欧派集团发生关联交易；

2、对于无法避免或者有合理原因而发生的关联交易，本人及本人的直系亲属/本人及本人的直系亲属控制的其他经济实体将遵循平等、自愿、等价和有偿的商业原则，严格按照《欧派家居集团股份有限公司章程（草案）》、《关联交易管理办法》等法律法规和规范性文件中对关联交易的相关规定执行，通过与欧派集团签订正式的关联交易协议，确保关联交易价格公允，使交易在公平合理和正常的商业交易条件下进行。本人及本人的直系亲属/本人及本人的直系亲属控制的其他经济实体在交易过程中将不会要求或接受欧派集团提供比独立第三方更优惠的交易条件，切实维护欧派集团及其他股东的实际利益。

3、本人保证不利用自身在欧派集团的职务便利，通过关联交易损害欧派集团利益及其他股东的合法权益。

4、如本人及本人的直系亲属/本人及本人的直系亲属控制的其他经济实体违反上述承诺而导致欧派集团利益或其他股东的合法权益受到损害，本人将依法承担相应的赔偿责任。在本人为欧派集团实际控制人/在欧派集团任职期间，上述承诺持续有效。

八、控股股东、实际控制人关于避免占用资金的承诺

姚良松作为欧派集团的实际控制人，就避免占用欧派集团资金问题，做出如下承诺：

本人将严格遵守有关法律、法规、规范性文件及公司章程的要求及规定，确保不以任何方式（包括但不限于借款、代偿债务、代垫款项等）占用或转移欧派集团的资产和资源。本人将促使本人直接或间接控制的其他经济实体（如有）遵守上述承诺。如本人或本人控制的其他经济实体违反上述承诺，导致欧派集团或其股东的权益受到损害，本人将依法承担相应的赔偿责任。在本人为欧派集团控股股东、实际控制人期间，上述承诺持续有效。

本承诺函适用中华人民共和国法律，自签署之日起正式生效，在本人为欧派集团实际控制人期间持续有效且不可撤销。

第八节 董事、监事、高级管理人员

一、董事、监事及高级管理人员简介

(一) 董事会成员

截至本招股意向书签署之日，公司共有董事 7 名，其中独立董事 3 名。公司董事全部由股东大会选举产生，任期三年，任期届满可连选连任。公司现任董事的基本情况如下表所示：

姓名	职务	任期
姚良松	董事长	2016 年 9 月 30 日至 2019 年 9 月 29 日
张金良	副董事长、总裁、行政总经理	2016 年 9 月 30 日至 2019 年 9 月 29 日
谭钦兴	副董事长、副总裁	2016 年 9 月 30 日至 2019 年 9 月 29 日
姚良柏	董事、行政副总经理	2016 年 9 月 30 日至 2019 年 9 月 29 日
杨建军	独立董事	2016 年 9 月 30 日至 2019 年 9 月 29 日
钟淑琴	独立董事	2016 年 9 月 30 日至 2019 年 9 月 29 日
孔东梅	独立董事	2016 年 9 月 30 日至 2019 年 9 月 29 日

公司现任董事简历如下：

姚良松，男，1964 年 8 月出生，中国国籍，无永久境外居留权，汉族，1986 年毕业于北京航空航天大学，机械制造学士，高级经营师。曾任江西景德镇昌河飞机制造厂技校教师，西安阎良无线电厂广州办事处主任，广州科信新技术发展公司董事长，欧派厨柜董事长，欧派厨柜企业董事长，广州奥维董事长，绿海医疗董事长，欧派卫浴董事长，全国工商联家具装饰商会橱柜专业委员会第一届会长。现任欧派集团董事长、欧派集成董事长、欧派卫浴监事；另担任广州市白云区政协副主席、全国工商联家具装饰业商会执行会长、全国工商联家具装饰商会橱柜专业委员会第二届会长、中国建筑装饰协会厨卫工程委员会会长、广东省家居业联合会第一届理事会会长、广州市总商会副会长。曾获广州市优秀中国特色社会主义事业建设者、广东十大经济风云人物、广东省劳动模范、广州市精神文

明建设先进工作者、“全国就业创业优秀个人”等称号。

张金良，男，1965年9月出生，加拿大籍，有永久境外居留权，蒙族，材料科学与工程硕士。曾任沈阳航空工业部六零六研究所助理工程师，中国航空技术进出口广州公司外贸经理，欧派厨柜企业执行董事、经理，广东欧派执行董事、经理。现任欧派集团副董事长、董事、总裁、行政总经理，欧派集成副董事长、总经理，欧派卫浴执行董事、经理。

谭钦兴，男，1964年4月出生，中国国籍，无永久境外居留权，汉族，飞机制造工程学士。曾任江西景德镇昌河飞机工业公司飞机工艺处副处长、高级工程师。现任欧派集团副董事长、董事、副总裁，欧派集成副总经理，欧派门业、天津欧派、欧派联合（天津）监事。

姚良柏，男，1969年4月出生，中国国籍，无永久境外居留权，汉族，哲学学士。曾任广东民族学院教师，欧派厨柜、欧派厨柜企业、广东欧派监事。现任欧派集团董事、行政副总经理，无锡欧派、欧派创意家居执行董事、总经理，欧派墙饰、清远欧派执行董事、总经理，欧派门业、天津欧派、欧派联合（天津）执行董事，欧派集成、香港欧派董事，另担任中国共产党广州市白云区第十一届人大代表。

杨建军，男，1960年11月出生，中国国籍，无永久境外居留权，汉族，机械制造专业硕士，教授，博士生导师。曾任北京航空航天大学制造系统研究所副所长，工业与制造系统工程系主任、机械工程及自动化学院副院长，现任数字化设计制造北京市重点实验室主任，欧派集团独立董事。

钟淑琴，女，1970年4月出生，中国国籍，无永久境外居留权，汉族，经济管理学士，注册会计师、注册税务师、会计师、经济师、助理统计师。曾任佛山市南海区水利局财务主管，东莞市中联会计师事务所有限公司审计主管，广州德安税务师事务所有限公司鉴证部经理，广东数诚会计师事务所有限公司审计部经理，广州知仁税务师事务所有限公司鉴证部经理。现任广州大为会计师事务所有限公司审计部经理，广州中领税务师事务所有限公司鉴证部经理，欧派集团独立董事。

孔东梅，女，1972年1月生，中国国籍，无永久境外居留权，汉族，硕士，博士研究生在读。曾任泰康人寿保险股份有限公司经理，现任北京东润菊香书屋有限公司董事长，东润公益基金会理事长，欧派集团独立董事。

（二）监事会成员

本公司现任监事3名，其中股东代表监事2名，职工代表监事1名。股东代表监事由股东大会选举产生，职工代表监事由职工通过民主方式推举产生。监事任期三年，任期届满可连选连任。本公司监事基本情况如下表所示：

姓名	职务	任期
钟华文	监事会主席、 厨柜制造部总经理	2016年9月30日至2019年9月29日
陈世杰	监事	2016年9月30日至2019年9月29日
黎兰	监事（职工监事）	2016年9月30日至2019年9月29日

公司现任监事简历如下：

钟华文，男，1968年3月出生，中国国籍，无永久境外居留权，汉族，机械制造工艺及设备学士。曾任四川航天局长征机械厂技术主任，香港庆发灯饰有限公司厂长，江门亿都半导体有限公司生产部经理。现任欧派集团监事、厨柜制造部总经理。

陈世杰，男，1971年9月出生，大学本科学历，厦门大学EMBA（论文待答辩）。历任北京集美家居市场集团厦门店（项目公司：厦门东南湾投资股份有限公司）执行总经理；现任红星美凯龙家居集团股份有限公司投融资基金事业部投资发展部总经理。

黎兰，女，1981年12月出生，中国国籍，无永久境外居留权，汉族，经济学学士。曾任欧派有限厨柜物控主管，欧派有限供应链管理部行政内务主管。现任欧派集团监事、供应链开发部行政内务副经理。

（三）高级管理人员

截至本招股意向书签署之日，本公司的高级管理人员共 5 名，基本情况如下表所示：

姓名	职务	任期
张金良	副董事长、总裁、行政总经理	2016 年 9 月 30 日至 2019 年 9 月 29 日
谭钦兴	副董事长、副总裁	2016 年 9 月 30 日至 2019 年 9 月 29 日
姚良柏	董事、行政副总经理	2016 年 9 月 30 日至 2019 年 9 月 29 日
杨耀兴	行政副总经理、董事会秘书	2016 年 9 月 30 日至 2019 年 9 月 29 日
黄满祥	财务负责人	2016 年 9 月 30 日至 2019 年 9 月 29 日

公司现任高级管理人员的基本情况如下：

张金良，男，总裁，简历请参见本节之“一、董事、监事及高级管理人员简介”之“董事会成员”。

谭钦兴，男，副总裁，简历请参见本节之“一、董事、监事及高级管理人员简介”之“董事会成员”。

姚良柏，男，行政副总经理，简历请参见本节之“一、董事、监事及高级管理人员简介”之“董事会成员”。

杨耀兴，男，1964 年 4 月出生，中国国籍，无永久境外居留权，汉族，工商管理硕士，工程师，高级经济师。曾任广州钢铁股份有限公司计控处工程师、党委办公室秘书、证券部副经理、总经理办公室副主任、董事会工作部部长、董事会秘书。现任欧派集团行政副总经理、董事会秘书。

黄满祥，男，1965 年 10 月出生，中国国籍，无永久境外居留权，汉族，材料科学与工程学士，中级会计师、中级审计师，中共党员。曾任广州炭素厂生产工艺管理、综合统计核算，广州钢管厂有限公司财务副科长。现任欧派集团财务负责人。

（四）董事、监事的提名和选聘情况

1、董事的提名和选聘情况

2016年9月29日，第一届董事会任期届满。选举了由股东姚良松和姚良柏共同提名的姚良松、姚良柏、张金良、谭钦兴、杨建军（独立董事）、钟淑琴（独立董事）、孔东梅（独立董事）为公司第二届董事会成员。

2、监事的提名和选聘情况

2016年9月29日，第一届监事会任期届满。选举了由股东姚良松、姚良柏、红星喜兆提名的钟华文、陈世杰为公司第二届监事会监事，并与通过职工民主方式推举的职工代表监事黎兰共同组成公司第二届监事会。

二、董事、监事、高级管理人员及其近亲属持股情况

（一）董事、监事、高级管理人员直接、间接持有公司股份及其变动情况

1、董事、监事、高级管理人员直接、间接持股情况

截至本招股意向书签署之日，公司董事、监事、高级管理人员直接或间接持有公司股份如下表所示：

姓名	职务	直接持股数量（股）	间接持股数量（股）	持股比例
姚良松	董事长	288,000,000	-	77.0917%
姚良柏	董事、行政副总经理	36,841,654	-	9.8618%
谭钦兴	董事、副总裁	1,125,345	-	0.3012%
杨耀兴	行政副总经理、董事会秘书	679,133	-	0.1818%
钟华文	监事	597,455	-	0.1599%
黄满祥	财务负责人	394,262	-	0.1055%

公司董事、监事、高级管理人员中，除上述人员直接持有本公司股份外，其他董事、监事、高级管理人员不存在直接、间接持有本公司股份的情况。

2、董事、监事、高级管理人员报告期内持股比例变动情况

截至本招股意向书签署之日，公司董事、监事、高级管理人员报告期内持股比例变动情况如下：

姓名	职务	持股方式	持股比例			
			2014年末	2015年末	2016年末	发行前
姚良松	董事长	直接持股	77.0917%	77.0917%	77.0917%	77.0917%
姚良柏	董事、行政副总经理	直接持股	9.8618%	9.8618%	9.8618%	9.8618%
谭钦兴	董事、副总裁	直接持股	0.3012%	0.3012%	0.3012%	0.3012%
杨耀兴	行政副总经理、董事会秘书	直接持股	0.1818%	0.1818%	0.1818%	0.1818%
钟华文	监事	直接持股	0.1599%	0.1599%	0.1599%	0.1599%
黄满祥	财务负责人	直接持股	0.1055%	0.1055%	0.1055%	0.1055%

（二）董事、监事、高级管理人员近亲属持股情况

截至本招股意向书签署之日，公司董事、监事、高级管理人员近亲属持股及变动情况如下表所示：

姓名	关联关系	持股方式	2014年末		2015年末	
			持股数量(股)	持股比例(%)	持股数量(股)	持股比例(%)
姚良胜	姚良松、姚良柏之弟	直接持有	227,958	0.0610	227,958	0.0610
王欢	姚良柏之妻	直接持有	219,465	0.0587	219,465	0.0587
胡旭辉	姚良松、姚良柏之妹夫	直接持有	294,681	0.0788	294,681	0.0788
刘莹	张金良之妻	直接持有	1,125,345	0.3012	1,125,345	0.3012
姓名	关联关系	持股方式	2016年末		本次发行前	
			持股数量(股)	持股比例(%)	持股数量(股)	持股比例(%)
姚良胜	姚良松、姚良柏之弟	直接持有	227,958	0.0610	227,958	0.0610
王欢	姚良柏之妻	直接持有	219,465	0.0587	219,465	0.0587

胡旭辉	姚良松、姚良柏之妹夫	直接持有	294,681	0.0788	294,681	0.0788
刘莹	张金良之妻	直接持有	1,125,345	0.3012	1,125,345	0.3012

公司董事、监事、高级管理人员的近亲属中，除上述持股情况以外，不存在以其他方式直接或间接持有本公司股份的情况。

（三）股份质押或冻结情况

截至本招股意向书签署之日，公司董事、监事、高级管理人员及其近亲属所持有的本公司股份不存在质押或冻结的情况。

三、董事、监事、高级管理人员的对外投资情况

报告期内，公司董事、监事、高级管理人员的其他对外投资情况如下：

姓名	投资公司名称	出资金额	持有权益比例
姚良柏	香港中辰	10,000（港元）	100%

2015年3月27日，根据香港公司注册处向香港中辰签发的通知书，香港中辰已根据《公司条例》第751条的规定登报宣布撤销，并于登报当日解散。

截至本招股意向书签署之日，除本公司实际控制人姚良松持有欧尔本投资50%股权外，公司董事、监事、高级管理人员均不存在其他对外投资，亦无与公司存在利益冲突的投资。

四、董事、监事、高级管理人员最近一年从发行人及其关联企业领取收入的情况

（一）董事、监事及高级管理人员 2016 年度薪酬情况

公司董事、监事、高级管理人员 2016 年度从本公司领取薪酬的情况如下：

单位：万元

姓名	职务	薪酬	领薪单位
姚良松	董事长	96.12	公司
张金良	副董事长、总裁、行政总经理	152.31	公司
谭钦兴	副董事长、副总裁	139.53	公司
姚良柏	董事、行政副总经理	117.86	公司
杨建军	独立董事	10.00	公司
钟淑琴	独立董事	10.00	公司
孔东梅	独立董事	10.00	公司
钟华文	监事会主席	67.11	公司
陈世杰	监事	--	公司
黎兰	监事	34.53	公司
杨耀兴	行政副总经理、董事会秘书	59.67	公司
黄满祥	财务负责人	94.52	公司

（二）上述人员享受的其他待遇和退休金计划

除以上薪酬和津贴外，上述人员未享受其他待遇。公司为属于公司员工的董事、监事及高级管理人员依法缴纳了养老保险、医疗保险等社会保险，不存在其他退休金计划。

五、董事、监事、高级管理人员相互之间的亲属关系和兼职情况

（一）董事、监事、高级管理人员相互之间的亲属关系

截至本招股意向书签署之日，除公司董事长姚良松与董事姚良柏为兄弟关系外，本公司其他董事、监事及高级管理人员相互之间不存在亲属关系。

（二）董事、监事、高级管理人员的兼职情况

截至本招股意向书签署之日，董事、监事、高级管理人员的兼职情况如下表所示：

姓名	公司职务	关联企业	在关联企业任职情况	关联企业与本公司的关系
杨建军	独立董事	数字化设计制造北京市重点实验室	主任	无关联关系
钟淑琴	独立董事	广州知仁税务师事务所有限公司	鉴证部经理	无关联关系
孔东梅	独立董事	北京东润菊香书屋有限公司	董事长	无关联关系

除上述披露情形外，本公司其他董事、监事、高级管理人员不存在在其他企业任职的情况。

六、公司与董事、监事、高级管理人员的协议、承诺及其履行情况

（一）公司与董事、监事及高级管理人员签订的协议

公司董事、监事、高级管理人员除了与公司签署劳动合同之外，未与公司签有任何担保、借款等重大商业协议等事项。

（二）董事、监事、高级管理人员作出的重要承诺

公司董事、监事及高级管理人员作出的重要承诺主要包括：

1、持股锁定承诺，具体请参阅“第五节 发行人基本情况”之“十、持有发行人5%以上股份的主要股东以及作为股东的董事、监事、高级管理人员的重要承诺及其履行情况”。

2、避免同业竞争的承诺，具体请参阅“第七节 同业竞争与关联交易”之“二、同业竞争”之“（三）关于避免同业竞争的承诺”。

3、规范和减少关联交易的承诺，具体请参阅“第七节 同业竞争与关联交易”之“七、控股股东、实际控制人及公司董事、监事、高级管理人员关于关联交易

的承诺”。

七、董事、监事及高级管理人员的任职资格

本公司独立董事杨建军曾任北京航空航天大学机械工程及自动化学院副院长职务，根据北航组任字【2014】1号文件，杨建军2014年1月已辞去北京航空航天大学机械工程及自动化学院副院长职务。

同时，中共北京航空航天大学委员会组织部于2017年1月13日出具《关于杨建军教授兼职的有关说明》：“杨建军教授自2014年1月起不再担任机械学院副院长，不保留副处级待遇，由我校按照教师身份进行管理，这是学校双肩挑干部的惯例，不受干部兼职管理规定的约束，不受干部离职三年内延伸管理要求的限制。同意杨建军同志在欧派家居集团股份有限公司兼职。”

根据上述文件，杨建军担任公司独立董事未违反《关于加强高等学校反腐倡廉建设的意见》、《关于进一步规范党政领导干部在企业兼职（任职）问题的意见》等中国共产党组织、国家教育部关于党政干部、高校教师兼任上市公司独立董事的相关规定。

本公司董事、监事及高级管理人员符合《公司法》、《首次公开发行股票并上市管理办法》及其他法律、行政法规和规章规定的任职资格，且不存在中国证监会规定的其他不允许担任上市公司董事、监事、高级管理人员的情况。

八、董事、监事及高级管理人员报告期内变动情况

（一）董事会成员的变动情况

报告期内，公司董事会成员未发生重大变化，具体变动情况如下：

2013年1月至2013年9月，欧派有限未设立董事会，由姚良柏担任执行董事，张金良担任总经理；

2013年9月30日，公司召开创立大会选举姚良松、姚良柏、张金良、谭钦兴为董事、选举杨建军、钟淑琴为独立董事；2013年10月20日，公司2013

年第一次临时股东大会增选孔东梅为独立董事。

2016年9月30日，公司召开股东大会，选举了由股东姚良松和姚良柏共同提名的姚良松、姚良柏、张金良、谭钦兴、杨建军（独立董事）、钟淑琴（独立董事）、孔东梅（独立董事）为公司第二届董事会成员。

截至本招股意向书签署之日，公司共有董事7名，分别是姚良松、姚良柏、张金良、谭钦兴、杨建军（独立董事）、钟淑琴（独立董事）、孔东梅（独立董事）。

（二）监事会成员的变动情况

报告期内，公司监事会成员未发生重大变化，具体变动情况如下：

2013年1月至2013年9月，欧派有限未设立监事会，由谭钦兴担任监事；

2013年9月30日，公司召开创立大会选举钟华文、沈崇照为第一届监事会成员，与公司职工代表大会选举产生的职工监事黎兰共同组成公司第一届监事会。

2016年2月17日，公司监事会收到监事沈崇照先生的辞职信，沈崇照先生因工作需要辞去监事一职，鉴于沈崇照先生的辞职导致公司监事会人数低于法定最低人数要求，根据《公司法》、《公司章程》有关规定，沈崇照先生的辞职申请将在公司股东大会选举产生新任监事补其缺额后生效，在此之前仍需继续履行监事的职责。

为保证公司监事会的正常运作，经公司股东红星喜兆投资有限公司推荐，拟选举陈世杰先生为公司第一届监事会监事，任期自股东大会审议通过之日起至第一届监事会届满之日止。该议案经2016年2月23日召开的第一届监事会第七次会议审议通过、2016年4月20日召开的2015年度股东大会审议通过。

2016年9月30日，公司召开股东大会，选举了由股东姚良松、姚良柏、红星喜兆提名的钟华文、陈世杰为公司第二届监事会监事，并与通过职工民主方式推举的职工代表监事黎兰共同组成公司第二届监事会。

截至本招股意向书签署之日，公司的监事共 3 名，分别是钟华文、陈世杰、黎兰。

（三）高级管理人员的变动情况

报告期内，公司高级管理人员未发生重大变化，具体变动情况如下：

2013 年 1 月至 2013 年 9 月，姚良柏任欧派有限执行董事、张金良任总经理、谭钦兴任监事、黄满祥任财务总监、杨耀兴任总裁助理。

2013 年 9 月 30 日，公司第一届董事会第一次会议聘任张金良为公司总裁、行政总经理，谭钦兴为公司副总裁，姚良柏为公司行政副总经理，杨耀兴为公司行政副总经理、董事会秘书、上市筹备办主任，黄满祥为公司财务负责人。

2016 年 9 月 30 日，公司第二届董事会第一次会议聘任张金良为公司总裁、行政总经理，谭钦兴为公司副总裁，姚良柏为公司行政副总经理，杨耀兴为公司行政副总经理、董事会秘书，黄满祥为公司财务负责人。

除上述情况外，公司董事、监事和高级管理人员在报告期内不存在其他变动情况。

第九节 公司治理

公司设立以来，按照《公司法》、《证券法》等相关法律、法规和规范性文件的要求，逐步制定并完善了《公司章程》，建立了由股东大会、董事会、监事会和经营管理层组成的公司治理架构，形成了权力机构、决策机构、监督机构和管理层之间权责明确、运作规范的相互协调和相互制衡机制。公司股东大会、董事会、监事会及高级管理人员均根据《公司法》、《证券法》、《公司章程》行使职权和履行义务。

根据相关法律、法规及《公司章程》，公司制定了《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》、《董事会秘书工作制度》、《战略委员会工作细则》、《薪酬与考核委员会工作细则》、《审计委员会工作细则》、《提名委员会工作细则》、《审计工作管理制度》、《关联交易管理制度》、《对外担保管理制度》等公司治理制度，上述制度为公司法人治理的规范化运行提供了一系列制度保证。

一、公司股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度建立健全及运行情况

（一）股东大会制度的建立健全及运行情况

根据《公司法》及有关规定，本公司于 2013 年 9 月 30 日召开创立大会审议通过了《欧派家居集团股份有限公司章程》，并于 2013 年 10 月 20 日召开 2013 年第一次临时股东大会，审议通过修改后的《公司章程》。本公司股东大会规范运行。

1、股东权利和义务

根据《公司章程》第三十一条规定，公司股东享有下列权利：

- （1）依照其所持有的股份份额获得股利和其他形式的利益分配；

(2) 依法请求、召集、主持、参加或者委派股东代理人参加股东大会，并行使相应的表决权；

(3) 对公司的经营进行监督，提出建议或者质询；

(4) 依照法律、行政法规及本章程的规定转让、赠与或质押其所持有的股份；

(5) 查阅本章程、股东名册、公司债券存根、股东大会会议记录、董事会会议决议、监事会会议决议、财务会计报告；

(6) 公司终止或者清算时，按其所持有的股份份额参加公司剩余财产的分配；

(7) 对股东大会作出的公司合并、分立决议持异议的股东，要求公司收购其股份；

(8) 法律、行政法规、部门规章或本章程规定的其他权利。

根据《公司章程》第三十六条规定，公司股东承担下列义务：

(1) 遵守法律、行政法规及本章程；

(2) 依其所认购的股份和入股方式缴纳股金；

(3) 除法律、法规规定的情形外，不得退股；

(4) 不得滥用股东权利损害公司或者其他股东的利益；不得滥用公司法人独立地位和股东有限责任损害公司债权人的利益；公司股东滥用股东权利给公司或者其他股东造成损失的，应当依法承担赔偿责任。公司股东滥用公司法人独立地位和股东有限责任，逃避债务，严重损害公司债权人利益的，应当对公司债务承担连带责任；

(5) 法律、行政法规及本章程规定应当承担的其他义务。

2、股东大会职权

根据《公司章程》第四十三条规定，股东大会依法行使下列职权：

- (1) 决定公司经营方针和投资计划；
- (2) 选举和更换董事，决定有关董事的报酬事项；
- (3) 选举和更换非由职工代表出任的监事，决定有关监事的报酬事项；
- (4) 审议批准董事会的报告；
- (5) 审议批准监事会报告；
- (6) 审议批准公司的年度财务预算方案、决算方案；
- (7) 审议批准公司的利润分配方案和弥补亏损方案；
- (8) 对公司增加或者减少注册资本作出决议；
- (9) 对发行公司债券作出决议；
- (10) 对公司合并、分立、解散、清算或者变更公司形式作出决议；
- (11) 修改公司章程；
- (12) 对公司聘用、解聘会计师事务所作出决议；
- (13) 审议批准下列担保事项：
 - 1) 单笔担保额超过公司最近一期经审计净资产百分之十的担保；
 - 2) 公司及其控股子公司的对外担保总额，超过公司最近一期经审计净资产百分之五十以后提供的任何担保；
 - 3) 为资产负债率超过百分之七十的担保对象提供的担保；
 - 4) 按照担保金额连续十二个月内累计计算原则，超过公司最近一期经审计总资产百分之三十的担保；
 - 5) 按照担保金额连续十二个月内累计计算原则，超过公司最近一期经审计净资产的百分之五十，且绝对金额超过五千万元以上；
 - 6) 公司的对外担保总额，达到或超过最近一期经审计总资产的百分之三十以后提供的任何担保；

7) 对股东、实际控制人及其关联方提供的担保；

(14) 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百分之三十的事项；

(15) 审议批准变更募集资金用途事项；

(16) 审议股权激励计划；

(17) 审议法律、行政法规、部门规章或公司章程规定应当由股东大会决定的其他事项。

3、股东大会议事规则

股东大会分为年度股东大会和临时股东大会。年度股东大会每年召开一次，应当于上一会计年度结束后的六个月内举行。出现有下列情形之一的，公司在事实发生之日起二个月以内召开临时股东大会：

(1) 董事人数不足《公司法》规定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。

单独或者合计持有公司百分之三以上股份的股东，可以在股东大会召开十日前提出临时提案并书面提交召集人。召集人应当在收到提案后二日内发出股东大会补充通知，披露提出临时提案的股东姓名或者名称、持股比例和新增提案的内容。除此之外，召集人在发出股东大会通知后，不得修改股东大会通知中已列明的提案或增加新的提案。否则，有关变更应当被视为一个新的提案，不得在本次股东大会上进行表决。

股东可以亲自出席股东大会，也可以委托代理人代为出席和在授权范围内行

使表决权。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。但是，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。同一表决权只能选择现场、网络或其他表决方式中的一种。同一表决权出现重复表决的以第一次投票结果为准。

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。股东大会就选举董事、监事进行表决时实行累积投票制。除累积投票制外，股东大会将对所有提案进行逐项表决，对同一事项有不同提案的，将按提案提出的时间顺序进行表决。除因不可抗力等特殊原因导致股东大会中止或不能作出决议外，股东大会将不会对提案进行搁置或不予表决。

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。

4、股东大会运行情况

自股份公司设立以来，股东大会一直根据《公司法》、《公司章程》和《股东大会议事规则》的规定规范运作。截至本招股意向书签署之日，本公司共召开了 17 次股东大会。

（二）董事会制度的建立健全及运行情况

2013 年 9 月 30 日公司召开的创立大会审议批准了《董事会议事规则》。公司董事会严格按照《公司章程》和《董事会议事规则》的规定行使权利。

1、董事会的构成

公司现任董事会由七名董事组成，其中设董事长一名，副董事长二名，独立董事三名，全部由股东大会选举产生。董事由股东大会选举或更换，任期三年。董事任期届满，可连选连任。董事在任期届满以前，股东大会不能无故解除其职务。

2、董事会的职权

根据《公司章程》第一百零九条规定，董事会行使下列职权：

- (1) 负责召集股东大会，并向大会报告工作；
- (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、分立和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、委托理财、关联交易事项；
- (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、行政总经理、行政副总经理、财务负责人等高级管理人员，并决定其报酬和奖惩事项；
- (11) 制订公司的基本管理制度；
- (12) 制订公司章程的修改方案；
- (13) 向股东大会提请聘请或更换为公司审计的会计师事务所；
- (14) 听取公司总经理的工作汇报并检查总经理的工作；
- (15) 法律、法规或本章程规定，以及股东大会授予的其他职权。

3、董事会的议事规则

董事会会议分为定期会议和临时会议。董事会每年至少召开两次定期会议，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。董事会召开临时董事会会议的通知方式为：以专人、邮件、电话或本章程规定的其他形式送达；

通知时限为：不少于会议召开前五天。

董事会会议应有过半数的董事出席方可举行。董事会会议作出决议，必须经全体董事的过半数通过。董事会决议的表决，实行一人一票。监事可以列席董事会会议；经理和董事会秘书应当列席董事会会议。会议主持人认为有必要的，可以通知其他有关人员列席董事会会议。董事与董事会会议决议事项所涉及的企业有关联关系的，不得对该项决议行使表决权，也不得代理其他董事行使表决权。该董事会会议由过半数的无关联关系董事出席即可举行，董事会会议所作决议须经无关联关系董事过半数通过。出席董事会会议的无关联董事人数不足三人的，应将该事项提交股东大会审议。

4、董事会的运行情况

自股份公司设立以来，董事会一直根据《公司法》、《公司章程》和《董事会议事规则》的规定规范运作。截至本招股意向书签署之日，本公司共召开了22次董事会会议。

（三）董事会专门委员会

2013年10月5日，经公司第一届董事会第二次会议审议，公司设立了战略委员会、提名委员会、审计委员会、薪酬与考核委员会四个专门委员会，通过了《董事会战略委员会工作细则》、《董事会提名委员会工作细则》、《董事会审计委员会工作细则》、《董事会薪酬与考核委员会工作细则》。目前董事会专门委员会人员构成如下：

委员会名称	主任	其他委员
战略委员会	姚良松	张金良、孔东梅（独立董事）
提名委员会	孔东梅（独立董事）	姚良松、杨建军（独立董事）
审计委员会	钟淑琴（独立董事）	张金良、杨建军（独立董事）
薪酬与考核委员会	杨建军（独立董事）	谭钦兴、钟淑琴（独立董事）

公司董事会专门委员会的职责如下：

1、战略委员会的主要职责是：

(1) 对公司长期发展战略规划进行研究并提出建议；

(2) 对《公司章程》规定须经董事会批准的重大投资融资方案进行研究并提出建议；

(3) 对《公司章程》规定须经董事会批准的重大资本运作、资产经营项目进行研究并提出建议；

(4) 对其他影响公司发展的重大事项进行研究并提出建议；

(5) 对以上事项的实施进行检查；

(6) 董事会授权的其他事宜。

2、审计委员会的主要职责是：

(1) 提议聘请或更换外部审计机构；

(2) 监督公司的内部审计制度及其实施；

(3) 负责内部审计与外部审计之间的沟通；

(4) 审核公司的财务信息及其披露；

(5) 审查公司的内控制度，对重大关联交易进行审计；

(6) 公司董事会授予的其他事宜。

3、薪酬和考核委员会的主要职责是：

(1) 根据董事及高级管理人员管理岗位的主要范围、职责、重要性以及其他相关企业相关岗位的薪酬水平制定薪酬计划或方案；

(2) 薪酬计划或方案主要包括但不限于绩效评价标准、程序及主要评价体系，奖励和惩罚的主要方案和制度等；

(3) 审查公司董事（非独立董事）及高级管理人员的履行职责情况并对其进行年度绩效考评；

(4) 负责对公司薪酬制度执行情况进行监督；

(5) 董事会授权的其他事宜。

4、提名委员会的主要职责是：

(1) 根据公司经营活动情况、资产规模和股权结构对董事会的规模和构成向董事会提出建议；

(2) 研究董事、经理人员的选择标准和程序，并向董事会提出建议；

(3) 广泛搜寻合格的董事和经理人员的人选；

(4) 对董事候选人和经理人选进行审查并提出建议；

(5) 对须提请董事会聘任的其他高级管理人员进行审查并提出建议；

(6) 董事会授权的其他事宜。

(四) 监事会制度的建立健全及运行情况

1、监事会构成

2016年9月30日，公司召开的股东大会选举产生了公司第二届监事会成员。公司监事会由三名监事组成，监事会包括二名股东代表监事和一名职工代表监事，职工代表监事由公司职工以民主方式推选产生，二名股东代表监事由公司股东大会选举产生。公司监事会设监事会主席一名，监事会主席由全体监事过半数选举产生。

2、监事会的职权

依据《公司章程》第一百四十六条，监事会行使下列职权：

(1) 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) 检查公司的财务；

(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，要求其予以纠正；

(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。

3、监事会的议事规则

监事会主席召集和主持监事会会议；监事会主席不能履行职务或者不履行职务的，由监事会副主席（若设置）召集和主持监事会会议；监事会副主席不能履行职务或者不履行职务的，由半数以上监事共同推举一名监事召集和主持监事会会议。

监事会每六个月至少召开一次会议。监事可以提议召开临时监事会会议。监事会决议应当经半数以上监事通过。

4、监事会的运行情况

自股份公司设立以来，监事会一直根据《公司法》、《公司章程》和《监事会议事规则》的规定规范运作。截至本招股意向书签署之日，本公司共召开了 11 次监事会会议。

(五) 独立董事制度的建立健全及运行情况

1、独立董事制度及独立董事人员构成

公司 2016 年 9 月 30 日召开股东大会，选举杨建军、钟淑琴、孔东梅为第二届董事会独立董事，在公司的三名独立董事中，钟淑琴为会计专业人士。

2、独立董事的提名、选举、聘任和更换

公司董事会、监事会、单独或者合并持有公司已发行股份 1% 以上的股东可

以提出独立董事候选人，并经股东大会选举决定。独立董事每届任期与该公司其他董事任期相同，任期届满，连选可以连任，但是连任时间不得超过六年。独立董事连续三次未亲自出席董事会会议的，由董事会提请股东大会予以撤换。除出现上述情况及《公司法》中规定的不得担任董事的情形外，独立董事任期届满前不得无故被免职。独立董事在任期届满前可以提出辞职。独立董事辞职应向董事会提交书面辞职报告，对任何与其辞职有关或其认为有必要引起公司股东和债权人注意的情况进行说明。

3、独立董事的职权

公司独立董事除应当具有《公司法》、《公司章程》和其他相关法律、法规赋予董事的职权外，还具有以下特别职权：

- (1) 行使重大关联交易事项的事先认可权；
- (2) 聘用或解聘会计师事务所的提议与事先认可权；
- (3) 就公司的重大事项发表独立意见；
- (4) 召开临时股东大会的提议权；
- (5) 召开董事会会议的提议权；
- (6) 召开仅由独立董事参加的会议的提议权；
- (7) 在股东大会召开前向股东征集投票权；
- (8) 就特别关注事项独立聘请中介服务机构。

独立董事除履行上述职责外，还应对以下事项向董事会或股东大会发表独立意见：

- (1) 提名、任免董事；
- (2) 聘任、解聘高级管理人员；
- (3) 公司董事、高级管理人员的薪酬；
- (4) 公司当年盈利但年度董事会未提出包含现金分红的利润分配预案；

(5) 需要披露的关联交易、对外担保（不含对合并报表范围内子公司提供担保）、委托理财、对外提供财务资助、变更募集资金用途、股票及其衍生品种投资等重大事项；

(6) 重大资产重组方案、股权激励计划；

(7) 公司的坏账核销；

(8) 独立董事认为可能损害中小股东权益的事项；

(9) 有关法律、法规、规范性文件、《公司章程》规定的其他事项；

公司应保证独立董事享有与其他董事同等的知情权，凡须经董事会决策的事项，按法定时间提前通知独立董事并同时提供足够的资料。公司应提供独立董事履行职责所必需的工作条件；公司董事会秘书应积极为独立董事履行职责提供协助，如介绍情况、提供材料等。独立董事行使职权时，公司有关人员应当积极配合，不得拒绝或隐瞒，不得干预其独立行使职权。独立董事聘请中介机构的费用及其他行使职权时所需的费用由公司承担。公司根据独立董事的工作表现给予年度补贴和会议津贴；年度补贴和会议津贴的标准应当由董事会制订预案，股东大会审议通过，并在公司年报中进行披露；除上述补贴、津贴外，独立董事不应从公司及其主要股东或有利害关系的机构和人员取得额外的、未予披露的其他利益。

4、独立董事实际发挥作用的情况

公司独立董事自任职以来，依据《公司章程》、《独立董事工作制度》等要求积极参与公司决策，发挥了在财务、法律及战略决策等方面的专业特长，维护了全体股东的利益，促使公司治理结构有了较大改善。独立董事就报告期内公司的关联交易发表了独立意见，请参见本招股意向书“第七节 同业竞争与关联交易”之“六、公司最近三年关联交易决策程序的执行情况及独立董事意见”，同时，公司独立董事参与了公司本次发行方案、本次发行募集资金投资方案的决策，并利用他们的专业知识，对本次发行方案和募集资金投资方案提出了意见。

(六) 董事会秘书制度的建立健全及运行情况

1、董事会秘书的设置

2016年9月30日，公司第二届董事会第一次会议同意聘任杨耀兴为公司董事会秘书。

2、董事会秘书的职权

依据公司《董事会秘书工作细则》，董事会秘书为公司高级管理人员，对董事会负责，其主要职责是：

(1) 负责公司和相关当事人与监管机构之间的沟通和联络，公司股东大会和董事会议的筹措、文件保管、处理公司信息披露事务；

(2) 协调公司与投资者关系，接待投资者来访，回答投资者咨询，向投资者提供公司披露的资料；

(3) 按照法定程序筹备董事会会议和股东大会，准备和提交拟审议的董事会和股东大会的文件；

(4) 参加董事会会议，制作会议记录并签字；

(5) 负责与公司信息披露有关的保密工作，制定保密措施，促使公司董事会全体成员及相关知情人在有关信息正式披露前保守秘密，并在内幕信息泄露时，及时采取补救措施并向交易所报告；

(6) 负责保管公司股东名册、董事名册、控股股东及董事、监事、高级管理人员持有公司股票的资料，以及董事会、股东大会的会议文件和会议记录等；

(7) 协助董事、监事和其他高级管理人员了解信息披露相关法律、行政法规、部门规章、《上市规则》、交易所其他规定和《公司章程》，以及上市协议对其设定的责任；促使董事会依法行使职权；

(8) 《公司法》及其他法规、制度要求履行的其他职责。

3、董事会秘书履行职责情况

公司董事会秘书自任职以来，依法筹备了历次董事会会议及股东大会，确保了公司董事会会议和股东大会的依法召开，在改善公司治理上发挥了重要作用，

促进了公司的规范运作。

二、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、董事会秘书制度。自成立至今，公司及其董事、监事和高级管理人员严格按照相关法律法规及《公司章程》的规定开展经营活动，不存在重大违法违规行为。

三、最近三年资金占用及违规担保情况

报告期内，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以借款、代偿债务、代垫款项或其他方式占用的情形。《公司章程》、《对外担保管理制度》中已明确对外担保的审批权限和审议程序，公司不存在为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业进行担保的情形。

四、内部控制制度有效性的自我评估和鉴证意见

（一）公司管理层对内部控制制度的评估意见

公司管理层认为：公司自成立以来，建立并逐步健全了法人治理结构，内部控制制度也不断完善并已得到有效运行。内部控制制度有力地保证了公司业务经营的有效进行，保护了公司资产的安全和完整，能够防止并及时发现、纠正错误，保证了公司财务资料的真实、合法、完整，促进了公司经营效率的提高和经营目标的实现，符合公司发展的要求，能够保证内部控制目标的达成。公司将根据业务发展和内部机构调整的需要，及时补充完善内部控制制度，使公司内部控制制度不断改进、充实和完善，促进公司持续、稳健发展。整体来看，公司内部控制制度完整、合理、有效，不存在重大缺陷。

（二）注册会计师对内部控制制度的评价报告

正中珠江为本公司出具了广会专字[2017]G14000180416号《内部控制鉴证

报告》，对于公司内部控制制度的结论性评价意见为：“我们认为，欧派家居集团股份有限公司按照《企业内部控制基本规范》以及其他控制标准于 2016 年 12 月 31 日在所有重大方面保持了与财务报告编制相关的有效的内部控制。”

第十节 财务会计信息

一、发行人最近三年的财务报表

(一) 最近三年合并财务报表

1、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	1,145,432,265.69	902,406,855.86	981,620,968.15
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产	-	-	-
衍生金融资产	-	-	-
应收票据	7,214,669.01	4,691,127.54	16,249,156.38
应收账款	129,455,668.73	73,969,066.28	71,599,295.82
预付账款	77,237,961.53	46,409,880.86	49,464,727.01
应收利息	-	-	-
应收股利	-	-	-
其他应收款	34,057,411.61	19,265,127.74	23,094,218.79
存货	756,942,167.86	480,131,392.69	362,017,496.98
划分为持有待售的资产	-	-	-
一年内到期的非流动资产	-	-	-
其他流动资产	48,571,523.86	30,954,651.28	12,508,705.30
流动资产合计	2,198,911,668.29	1,557,828,102.25	1,516,554,568.43
非流动资产			
可供出售金融资产	1,015,000.00	1,015,000.00	1,015,000.00
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	1,542,913,845.79	1,288,330,509.38	972,596,364.31
在建工程	570,091,397.52	170,134,291.11	142,545,148.53
工程物资	-	-	-
固定资产清理	-	-	-
无形资产	1,024,725,769.99	754,882,577.47	746,901,214.90
开发支出	-	-	-
商誉	-	-	-
长期待摊费用	3,391,805.81	2,022,710.00	70,000.00
递延所得税资产	32,669,432.70	25,165,015.12	22,151,920.91
其他非流动资产	174,708,605.11	128,295,238.82	64,650,279.73
非流动资产合计	3,349,515,856.92	2,369,845,341.90	1,949,929,928.38
资产总计	5,548,427,525.21	3,927,673,444.15	3,466,484,496.81
流动负债			
短期借款	103,443,464.00	212,302,685.55	220,000,000.00
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债	-	-	-
应付票据	216,377,183.73	167,749,183.86	207,460,731.92
应付账款	472,548,912.85	404,045,721.42	260,708,383.47
预收账款	1,079,793,769.38	750,940,139.43	831,066,381.60
应付职工薪酬	264,790,393.59	180,727,364.89	108,128,808.36
应交税费	134,916,666.12	32,954,470.00	51,664,994.02
应付利息	-	-	-
应付股利	-	-	-
其他应付款	264,767,058.33	177,531,553.77	150,751,897.56
划分为持有待售的负债	-	-	-
一年内到期的非流动负债	-	-	-
其他流动负债	-	-	-
流动负债合计	2,536,637,448.00	1,926,251,118.92	1,829,781,196.93

非流动负债			
长期借款	20,228,588.91	-	-
应付债券	-	-	-
其中：优先股	-	-	-
永续债	-	-	-
长期应付款	-	-	-
长期应付职工薪酬	-	-	-
专项应付款	-	-	-
预计负债	-	-	-
递延收益	108,704,434.73	62,735,090.56	66,504,776.68
递延所得税负债	-	-	-
其他非流动负债	-	-	-
非流动负债合计	128,933,023.64	62,735,090.56	66,504,776.68
负债合计	2,665,570,471.64	1,988,986,209.48	1,896,285,973.61
所有者权益			
股本	373,581,112.00	373,581,112.00	373,581,112.00
其他权益工具	-	-	-
其中：优先股	-	-	-
永续债	-	-	-
资本公积	650,226,205.94	650,226,205.94	650,226,205.94
减：库存股	-	-	-
其他综合收益	410,285.37	177,515.02	-58,125.37
盈余公积	124,338,966.09	68,941,564.49	39,345,421.62
未分配利润	1,733,488,946.95	839,324,219.45	499,976,322.03
归属母公司所有者权益合计	2,882,045,516.35	1,932,250,616.90	1,563,070,936.22
少数股东权益	811,537.22	6,436,617.77	7,127,586.98
所有者权益合计	2,882,857,053.57	1,938,687,234.67	1,570,198,523.20
负债和所有者权益总计	5,548,427,525.21	3,927,673,444.15	3,466,484,496.81

2、合并利润表

单位：元

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
一、营业收入	7,134,130,645.32	5,607,089,738.84	4,751,079,982.62
减：营业成本	4,526,808,838.34	3,832,624,962.44	3,409,757,233.47
营业税金及附加	71,317,341.83	46,036,973.11	33,765,141.51
销售费用	815,911,910.19	665,517,959.10	462,451,389.61
管理费用	653,038,752.00	529,742,297.70	401,389,150.57
财务费用	-9,483,413.10	9,717.06	13,635,373.62
资产减值损失	9,161,126.05	3,067,434.94	-377,547.02
加：公允价值变动收益	-	-	-
投资收益（损失以“-”号填列）	353,080.34	284,200.00	253,750.00
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	-	-	-
二、营业利润	1,067,729,170.35	530,374,594.49	430,712,990.86
加：营业外收入	58,161,101.09	47,297,871.49	22,931,190.85
其中：非流动资产处置利得	342,713.04	44,446.10	1,720,457.57
减：营业外支出	4,035,922.11	6,477,751.69	3,868,107.52
其中：非流动资产处置损失	1,847,735.38	3,477,771.19	70.20
三、利润总额	1,121,854,349.33	571,194,714.29	449,776,074.19
减：所得税费用	178,446,904.41	88,295,687.37	64,379,801.93
四、净利润	943,407,444.92	482,899,026.92	385,396,272.26
归属母公司所有者的净利润	949,562,129.10	488,489,996.13	385,316,369.65
少数股东损益	-6,154,684.18	-5,590,969.21	79,902.61
五、其他综合收益的税后金额	232,770.35	235,640.39	30,101.14
归属母公司股东的其他综合收益的税后净额	232,770.35	235,640.39	30,101.14
（一）以后不能重分类进损益的其他综合收益	-	-	-
（二）以后将重分类进损益的其他综合收益	232,770.35	235,640.39	30,101.14

1、外币财务报表折算差额	232,770.35	235,640.39	30,101.14
归属少数股东的其他综合收益的税后净额	-	-	-
六、综合收益总额	943,640,215.27	483,134,667.31	385,426,373.40
归属于母公司所有者的综合收益总额	949,794,899.45	488,725,636.52	385,346,470.79
归属于少数股东的综合收益总额	-6,154,684.18	-5,590,969.21	79,902.61
七、每股收益			
(一)基本每股收益(元/股)	2.5400	1.3100	1.0300
(二)稀释每股收益(元/股)	2.5418	1.3076	1.0314

3、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	8,590,390,564.50	6,456,546,416.59	5,814,330,755.39
收到的税费返还	-	2,578,952.77	-
收到的其他与经营活动有关的现金	137,426,000.58	90,318,971.71	34,313,618.26
经营活动现金流入小计	8,727,816,565.08	6,549,444,341.07	5,848,644,373.65
购买商品、接受劳务支付的现金	4,539,826,253.61	3,706,633,855.02	3,288,916,605.58
支付给职工以及为职工支付的现金	1,424,975,780.81	1,135,261,874.56	855,391,097.61
支付的各项税费	609,097,435.38	536,217,783.16	401,032,740.31
支付的其他与经营活动有关的现金	657,146,251.88	546,405,989.28	397,051,100.41
经营活动现金流出小计	7,231,045,721.68	5,924,519,502.02	4,942,391,543.91
经营活动产生的现金流量净额	1,496,770,843.40	624,924,839.05	906,252,829.74
二、投资活动产生的现金流量			
收回投资所收到的现金	-	-	-
取得投资收益所收到的现金	203,000.00	284,200.00	253,750.00
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	6,221,446.62	56,071.42	2,813,333.48

处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	-	-	-
收到的其他与投资活动有关的现金	50,242,056.00	-	26,877,316.00
投资活动现金流入小计	56,666,502.62	340,271.42	29,944,399.48
购建固定资产、无形资产和其他长期资产所支付的现金	1,222,077,273.54	568,675,294.40	438,954,893.80
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	-	-	-
支付的其他与投资活动有关的现金	-	-	-
投资活动现金流出小计	1,222,077,273.54	568,675,294.40	438,954,893.80
投资活动产生的现金流量净额	-1,165,410,770.92	-568,335,022.98	-409,010,494.32
三、筹资活动产生的现金流量			
吸收投资所收到的现金	-	4,900,000.00	4,900,000.00
其中：子公司吸收少数股东投资收到的现金	-	4,900,000.00	4,900,000.00
取得借款收到的现金	75,141,497.10	423,589,197.68	350,000,000.00
发行债券收到的现金	-	-	-
收到其他与筹资活动有关的现金	39,402,745.76	-	-
筹资活动现金流入小计	114,544,242.86	428,489,197.68	354,900,000.00
偿还债务支付的现金	164,158,600.76	431,286,512.13	550,000,000.00
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	6,390,817.01	133,545,289.42	22,032,995.67
其中：子公司支付给少数股东的股利、利润	-	-	-
支付其他与筹资活动有关的现金	-	51,806,436.60	15,332,664.66
筹资活动现金流出小计	170,549,417.77	616,638,238.15	587,365,660.33
筹资活动产生的现金流量净额	-56,005,174.91	-188,149,040.47	-232,465,660.33
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	7,073,258.02	538,675.51	30,101.14
五、现金及现金等价物净增加额	282,428,155.59	-131,020,548.89	264,806,776.23
加：期初现金及现金等价物余额	816,691,285.47	947,711,834.36	682,905,058.13
六、期末现金及现金等价物余额	1,099,119,441.06	816,691,285.47	947,711,834.36

4、合并所有者权益变动表

单位：元

项目	2016年度										
	归属于母公司股东权益								少数股东权益	所有者权益合计	
	股本	其他权益工具			资本公积	减：库存股	其他综合收益	盈余公积			未分配利润
		优先股	永续债	其他							
一、上年年末余额	373,581,112.00	-	-	-	650,226,205.94	-	177,515.02	68,941,564.49	839,324,219.45	6,436,617.77	1,938,687,234.67
加：会计政策变更	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
前期差错更正	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
二、本年初余额	373,581,112.00	-	-	-	650,226,205.94	-	177,515.02	68,941,564.49	839,324,219.45	6,436,617.77	1,938,687,234.67
三、本年增减变动金额（减少以“-”号填列）	-	-	-	-	-	-	232,770.35	55,397,401.60	894,164,727.50	-5,625,080.55	944,169,818.90
（一）综合收益总额	-	-	-	-	-	-	232,770.35	-	949,562,129.10	-6,154,684.18	943,640,215.27
（二）股东投入和减少资本	-	-	-	-	-	-	-	-	-	529,603.63	529,603.63
1、股东投入股本（资本）	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2、其他权益工具持有者投入资本	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3、股份支付计入股东权益的金额	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

4、其他	-	-	-	-	-	-	-	-	-	529,603.63	529,603.63
(三) 利润分配	-	-	-	-	-	-	-	55,397,401.60	-55,397,401.60	-	-
1、提取盈余公积	-	-	-	-	-	-	-	55,397,401.60	-55,397,401.60	-	-
2、对所有者（或股东）的分配	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3、其他	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
(四) 股东权益内部结转	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
1、资本公积转增资本（或股本）	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2、盈余公积转增资本（或股本）	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3、盈余公积弥补亏损	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
4、其他	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
(五) 其他	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
四、本期期末余额	373,581,112.00	-	-	-	650,226,205.94	-	410,285.37	124,338,966.09	1,733,488,946.95	811,537.22	2,882,857,053.57

项目	2015 年度										少数股东权益	所有者权益合计
	归属于母公司股东权益									未分配利润		
	股本	其他权益工具			资本公积	减：库存股	其他综合收益	盈余公积				
		优先股	永续债	其他								

一、上年年末余额	373,581,112.00	-	-	-	650,226,205.94	-	-58,125.37	39,345,421.62	499,976,322.03	7,127,586.98	1,570,198,523.20
加：会计政策变更	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
前期差错更正	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
二、本年初余额	373,581,112.00	-	-	-	650,226,205.94	-	-58,125.37	39,345,421.62	499,976,322.03	7,127,586.98	1,570,198,523.20
三、本年增减变动金额（减少以“-”号填列）	-	-	-	-	-	-	235,640.39	29,596,142.87	339,347,897.42	-690,969.21	368,488,711.47
（一）综合收益总额	-	-	-	-	-	-	235,640.39	-	488,489,996.13	-5,590,969.21	483,134,667.31
（二）股东投入和减少资本	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4,900,000.00	4,900,000.00
1、股东投入股本（资本）	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4,900,000.00	4,900,000.00
2、其他权益工具持有者投入资本	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3、股份支付计入股东权益的金额	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
4、其他	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
（三）利润分配	-	-	-	-	-	-	-	29,596,142.87	-149,142,098.71	-	-119,545,955.84
1、提取盈余公积	-	-	-	-	-	-	-	29,596,142.87	-29,596,142.87	-	-
2、对所有者（或股东）的分配	-	-	-	-	-	-	-	-	-119,545,955.84	-	-119,545,955.84
3、其他	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
（四）股东权益内部结转	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
1、资本公积转增资本（或股本）	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

2、盈余公积转增资本（或股本）	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3、盈余公积弥补亏损	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
4、其他	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
（五）其他	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
四、本期期末余额	373,581,112.00	-	-	-	650,226,205.94	-	177,515.02	68,941,564.49	839,324,219.45	6,436,617.77	1,938,687,234.67

项目	2014年度										
	归属于母公司股东权益									少数股东权益	所有者权益合计
	股本	其他权益工具			资本公积	减：库存股	其他综合收益	盈余公积	未分配利润		
优先股		永续债	其他								
一、上年年末余额	373,581,112.00	-	-	-	650,226,205.94	-	-88,226.51	10,611,157.18	143,394,216.82	2,147,684.37	1,179,872,149.80
加：会计政策变更	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
前期差错更正	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
二、本年初余额	373,581,112.00	-	-	-	650,226,205.94	-	-88,226.51	10,611,157.18	143,394,216.82	2,147,684.37	1,179,872,149.80
三、本年增减变动金额（减少以“-”号填列）	-	-	-	-	-	-	30,101.14	28,734,264.44	356,582,105.21	4,979,902.61	390,326,373.40
（一）综合收益总额	-	-	-	-	-	-	30,101.14	-	385,316,369.65	79,902.61	385,426,373.40
（二）股东投入和减少资本	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4,900,000.00	4,900,000.00

1、股东投入股本（资本）	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4,900,000.00	4,900,000.00
2、其他权益工具持有者投入资本	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3、股份支付计入股东权益的金额	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
4、其他	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
（三）利润分配	-	-	-	-	-	-	-	28,734,264.44	-28,734,264.44	-	-
1、提取盈余公积	-	-	-	-	-	-	-	28,734,264.44	-28,734,264.44	-	-
2、对所有者（或股东）的分配	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3、其他	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
（四）股东权益内部结转	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
1、资本公积转增资本（或股本）	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2、盈余公积转增资本（或股本）	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3、盈余公积弥补亏损	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
4、其他	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
（五）其他	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
四、本期期末余额	373,581,112.00	-	-	-	650,226,205.94	-	-58,125.37	39,345,421.62	499,976,322.03	7,127,586.98	1,570,198,523.20

(二) 最近三年母公司财务报表

1、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	473,302,235.06	438,486,832.80	648,260,094.16
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产	-	-	-
衍生金融资产	-	-	-
应收票据	5,860,036.01	4,120,567.49	12,702,852.68
应收账款	121,733,632.27	69,026,788.75	65,435,861.85
预付账款	46,709,066.86	25,498,218.03	28,496,653.35
应收利息	-	-	-
应收股利	-	-	-
其他应收款	1,633,220,716.31	848,785,138.56	551,245,915.95
存货	333,238,415.34	224,199,834.67	178,086,301.39
划分为持有待售的资产	-	-	-
一年内到期的非流动资产	-	-	-
其他流动资产	-	-	-
流动资产合计	2,614,064,101.85	1,610,117,380.30	1,484,227,679.38
非流动资产			
可供出售金融资产	1,015,000.00	1,015,000.00	1,015,000.00
持有至到期投资	-	-	-
长期应收款	-	-	-
长期股权投资	311,785,838.20	225,216,943.20	198,216,943.20
投资性房地产	-	-	-
固定资产	411,358,365.07	455,306,543.96	365,214,190.79
在建工程	99,529,845.73	60,358,099.04	66,593,338.03
工程物资	-	-	-

固定资产清理	-	-	-
无形资产	601,356,707.27	616,663,089.10	625,086,154.82
开发支出	-	-	-
商誉	-	-	-
长期待摊费用	-	-	70,000.00
递延所得税资产	3,293,979.74	2,409,612.66	11,735,267.26
其他非流动资产	6,708,067.62	34,919,325.29	11,049,825.11
非流动资产合计	1,435,047,803.63	1,395,888,613.25	1,278,980,719.21
资产总计	4,049,111,905.48	3,006,005,993.55	2,763,208,398.59
流动负债			
短期借款	102,088,831.00	150,000,000.00	220,000,000.00
以公允价值计量且其变动 计入当期损益的金融负债	-	-	-
应付票据	179,980,095.74	202,178,192.75	169,261,346.06
应付账款	229,953,804.27	219,935,372.89	168,136,497.96
预收账款	743,828,957.33	508,352,023.54	570,598,879.33
应付职工薪酬	131,417,945.42	96,215,883.84	65,382,481.39
应交税费	72,426,509.66	12,693,897.95	35,450,165.84
应付利息	-	-	-
应付股利	-	-	-
其他应付款	444,577,610.06	225,766,486.60	119,930,364.90
划分为持有待售的负债	-	-	-
一年内到期的非流动负债	-	-	-
其他流动负债	-	-	-
流动负债合计	1,904,273,753.48	1,415,141,857.57	1,348,759,735.48
非流动负债			
长期借款	-	-	-
应付债券	-	-	-
其中：优先股	-	-	-
永续债	-	-	-

长期应付款	-	-	-
长期应付职工薪酬	-	-	-
专项应付款	-	-	-
预计负债	-	-	-
递延收益	-	-	-
递延所得税负债	-	-	-
其他非流动负债	-	-	-
非流动负债合计	-	-	-
负债合计	1,904,273,753.48	1,415,141,857.57	1,348,759,735.48
所有者权益			
股本	373,581,112.00	373,581,112.00	373,581,112.00
其他权益工具	-	-	-
其中：优先股	-	-	-
永续债	-	-	-
资本公积	647,413,334.91	647,413,334.91	647,413,334.91
减：库存股	-	-	-
其他综合收益	-	-	-
盈余公积	124,338,966.09	68,941,564.49	39,345,421.62
未分配利润	999,504,739.00	500,928,124.58	354,108,794.58
所有者权益合计	2,144,838,152.00	1,590,864,135.98	1,414,448,663.11
负债和所有者权益总计	4,049,111,905.48	3,006,005,993.55	2,763,208,398.59

2、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	4,816,944,717.11	4,071,399,327.82	3,551,607,468.12
减：营业成本	3,321,195,185.68	2,961,324,343.82	2,598,523,525.31
营业税金及附加	38,075,858.31	25,828,112.87	22,504,357.20
销售费用	463,688,165.86	401,757,916.74	324,546,092.33

管理费用	366,860,257.05	355,516,005.74	284,828,815.31
财务费用	-5,443,095.05	923,506.37	2,130,941.70
资产减值损失	6,959,750.60	3,211,450.80	-877,294.01
加：公允价值变动收益	-	-	-
投资收益	203,000.00	284,200.00	253,750.00
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	-	-	-
二、营业利润	625,811,594.66	323,122,191.48	320,204,780.28
加：营业外收入	29,817,568.08	27,199,527.70	18,054,531.17
其中：非流动资产处置利得	15,909.00	6,703.50	1,720,457.57
减：营业外支出	2,483,950.40	5,514,646.35	3,813,656.19
其中：非流动资产处置损失	1,085,275.22	3,465,910.12	70.20
三、利润总额	653,145,212.34	344,807,072.83	334,445,655.26
减：所得税费用	99,171,196.32	48,845,644.12	47,103,010.82
四、净利润	553,974,016.02	295,961,428.71	287,342,644.44
五、其他综合收益的税后净额	-	-	-
（一）以后不能重分类进损益的其他综合收益	-	-	-
（二）以后将重分类进损益的其他综合收益	-	-	-
六、综合收益总额	553,974,016.02	295,961,428.71	287,342,644.44

3、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	5,776,367,325.69	4,669,508,746.90	4,285,343,024.60
收到的税费返还	-	2,578,952.77	-
收到的其他与经营活动有关的现金	37,041,151.97	37,334,926.99	23,731,570.96
经营活动现金流入小计	5,813,408,477.66	4,709,422,626.66	4,309,074,595.56
购买商品、接受劳务支付的现	3,698,813,497.53	3,100,404,216.55	2,677,429,540.80

金			
支付给职工以及为职工支付的现金	640,496,693.85	596,194,665.67	478,621,005.77
支付的各项税费	322,879,502.56	282,346,413.73	261,915,958.27
支付的其他与经营活动有关的现金	942,929,896.19	534,409,344.61	526,918,719.48
经营活动现金流出小计	5,605,119,590.13	4,513,354,640.56	3,944,885,224.32
经营活动产生的现金流量净额	208,288,887.53	196,067,986.10	364,189,371.24
二、投资活动产生的现金流量			
收回投资所收到的现金	-	-	-
取得投资收益所收到的现金	203,000.00	284,200.00	253,750.00
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	58,081,342.40	1,115,267.29	12,681,149.28
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	-	-	-
收到的其他与投资活动有关的现金	-	-	-
投资活动现金流入小计	58,284,342.40	1,399,467.29	12,934,899.28
购建固定资产、无形资产和其他长期资产所支付的现金	99,348,161.46	180,813,811.94	129,278,362.93
投资支付的现金	86,568,895.00	27,000,000.00	50,000,000.00
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	-	-
支付的其他与投资活动有关的现金	-	-	-
投资活动现金流出小计	185,917,056.46	207,813,811.94	179,278,362.93
投资活动产生的现金流量净额	-127,632,714.06	-206,414,344.65	-166,343,463.65
三、筹资活动产生的现金流量			
吸收投资收到的现金		-	-
其中：子公司吸收少数股东投资收到的现金		-	-
取得借款收到的现金	115,860,960.74	361,286,512.13	320,000,000.00
发行债券收到的现金		-	-
收到其他与筹资活动有关的现金	57,834,912.08	-	-
筹资活动现金流入小计	173,695,872.82	361,286,512.13	320,000,000.00

偿还债务支付的现金	164,158,600.76	431,286,512.13	340,000,000.00
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	5,081,205.90	129,840,934.10	9,325,526.70
其中：子公司支付给少数股东的股利、利润	-	-	-
支付的其他与筹资活动有关的现金	-	49,077,011.67	11,488,819.59
筹资活动现金流出小计	169,239,806.66	610,204,457.90	360,814,346.29
筹资活动产生的现金流量净额	4,456,066.16	-248,917,945.77	-40,814,346.29
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	7,538,074.71	414,031.29	-
五、现金及现金等价物净增加额	92,650,314.34	-258,850,273.03	157,031,561.30
加：期初现金及现金等价物余额	363,399,532.41	622,249,805.44	465,218,244.14
六、期末现金及现金等价物余额	456,049,846.75	363,399,532.41	622,249,805.44

4、母公司所有者权益变动表

单位：元

项 目	2016年度									
	股本(实收资本)	其他权益工具			资本公积	减：库存股	其他综合收益	盈余公积	未分配利润	股东权益合计
		优先股	永续债	其 他						
一、上年期末余额	373,581,112.00	-	-	-	647,413,334.91	-	-	68,941,564.49	500,928,124.58	1,590,864,135.98
加：会计政策变更	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
前期差错更正	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
二、本年期初余额	373,581,112.00	-	-	-	647,413,334.91	-	-	68,941,564.49	500,928,124.58	1,590,864,135.98
三、本期增减变动金额（减少以“-”号填列）	-	-	-	-	-	-	-	55,397,401.60	498,576,614.42	553,974,016.02
（一）综合收益总额	-	-	-	-	-	-	-	-	553,974,016.02	553,974,016.02
（二）股东投入和减少资本	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
1.股东投入股本（资本）	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2.其他权益工具持有者投入资本	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3.股份支付计入股东权益的金额	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
4.其他	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

(三) 利润分配	-	-	-	-	-	-	-	55,397,401.60	-55,397,401.60	-
1.提取盈余公积	-	-	-	-	-	-	-	55,397,401.60	-55,397,401.60	-
2.对所有者(或股东)的分配	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3.其他	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
(四) 股东权益内部结转	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
1.资本公积转增资本(或股本)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2.盈余公积转增资本(或股本)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3.盈余公积弥补亏损	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
4.其他	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
(五) 其他	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
四、本年期末余额	373,581,112.00	-	-	-	647,413,334.91	-	-	124,338,966.09	999,504,739.00	2,144,838,152.00

项 目	2015 年度									
	股本(实收资本)	其他权益工具			资本公积	减：库存股	其他综合收益	盈余公积	未分配利润	股东权益合计
		优先股	永续债	其 他						
一、上年期末余额	373,581,112.00	-	-	-	647,413,334.91	-	-	39,345,421.62	354,108,794.58	1,414,448,663.11

加：会计政策变更	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
前期差错更正	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
二、本年期初余额	373,581,112.00	-	-	-	647,413,334.91	-	-	39,345,421.62	354,108,794.58	1,414,448,663.11
三、本期增减变动金额（减少以“-”号填列）	-	-	-	-	-	-	-	29,596,142.87	146,819,330.00	176,415,472.87
（一）综合收益总额	-	-	-	-	-	-	-	-	295,961,428.71	295,961,428.71
（二）股东投入和减少资本	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
1.股东投入股本（资本）	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2.其他权益工具持有者投入资本	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3.股份支付计入股东权益的金额	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
4.其他	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
（三）利润分配	-	-	-	-	-	-	-	29,596,142.87	-149,142,098.71	-119,545,955.84
1.提取盈余公积	-	-	-	-	-	-	-	29,596,142.87	-29,596,142.87	-
2.对所有者（或股东）的分配	-	-	-	-	-	-	-	-	-119,545,955.84	-119,545,955.84
3.其他	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
（四）股东权益内部结转	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
1.资本公积转增资本（或股本）	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2.盈余公积转增资本（或股本）	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

3.盈余公积弥补亏损	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
4.其他	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
(五) 其他	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
四、本年期末余额	373,581,112.00	-	-	-	647,413,334.91	-	-	68,941,564.49	500,928,124.58	1,590,864,135.98

项 目	2014 年度									
	股本(实收资本)	其他权益工具			资本公积	减：库存股	其他综合收益	盈余公积	未分配利润	股东权益合计
		优先股	永续债	其 他						
一、上年期末余额	373,581,112.00	-	-	-	647,413,334.91	-	-	10,611,157.18	95,500,414.58	1,127,106,018.67
加：会计政策变更	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
前期差错更正	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
二、本年期初余额	373,581,112.00	-	-	-	647,413,334.91	-	-	10,611,157.18	95,500,414.58	1,127,106,018.67
三、本期增减变动金额(减少以“-”号填列)	-	-	-	-	-	-	-	28,734,264.44	258,608,380.00	287,342,644.44
(一) 综合收益总额	-	-	-	-	-	-	-	-	287,342,644.44	287,342,644.44
(二) 股东投入和减少资本	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
1. 股东投入股本(资本)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2. 其他权益工具持有者投入资本	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

3.股份支付计入股东权益的金额	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
4.其他	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
(三) 利润分配	-	-	-	-	-	-	-	28,734,264.44	-28,734,264.44	-
1.提取盈余公积	-	-	-	-	-	-	-	28,734,264.44	-28,734,264.44	-
2.对所有者（或股东）的分配	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3.其他	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
(四) 股东权益内部结转	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
1.资本公积转增资本（或股本）	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2.盈余公积转增资本（或股本）	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3.盈余公积弥补亏损	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
4.其他	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
(五) 其他	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
四、本年期末余额	373,581,112.00	-	-	-	647,413,334.91	-	-	39,345,421.62	354,108,794.58	1,414,448,663.11

二、财务报表的编制基础、合并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-财务报表的一般规定》（2014年修订）的披露规定编制财务报表。

（二）报告期内合并报表范围及变化情况

子公司名称	注册资本（万元）	持股比例	合并期间	变更原因
欧派卫浴	600.00	100.00%	2014年1月至2016年12月	无
天津欧派	5,000.00	100.00%	2014年1月至2016年12月	无
广州奥维	1,500.00	100.00%	2014年1月至2016年12月	无
欧派墙饰	200.00	100.00%	2014年1月至2016年12月	无
欧派门业	500.00	100.00%	2014年1月至2016年12月	无
香港欧派	港币 1,945.00	100.00%	2014年1月至2016年12月	无
欧派集成	1,000.00	100.00%	2014年1月至2016年12月	无
欧派商厨	600.00	51.00%	2014年1月至2016年12月	无
无锡欧派	5,000.00	100.00%	2014年2月至2016年12月	新设成立
清远欧派	10,000.00	100.00%	2014年12月至2016年12月	新设成立
欧派联合	100.00	100.00%	2015年9月至2016年12月	新设成立
创意家居	1,000.00	100.00%	2016年6月至2016年12月	新设成立
意大利铂尼	欧元 35.00	100.00%	2016年2月至2016年12月	新设成立
成都欧派	10,000.00	100.00%	2016年12月	新设成立

三、注册会计师审计意见

广东正中珠江会计师事务所（特殊普通合伙）接受委托，审计了公司的财务

报表，包括 2014 年 12 月 31 日、2015 年 12 月 31 日、2016 年 12 月 31 日的合并及母公司资产负债表，2014 年度、2015 年度、2016 年度的合并及母公司利润表、合并及母公司现金流量表、合并及母公司股东权益变动表以及财务报表附注，并出具了广会审字[2017]G14000180405 号标准无保留意见的审计报告。审计意见摘录如下：

“我们认为，欧派家居集团股份有限公司财务报表在所有重大方面按照企业会计准则的规定编制，公允反映了欧派家居集团股份有限公司 2014 年 12 月 31 日、2015 年 12 月 31 日和 2016 年 12 月 31 日的财务状况以及 2014、2015 和 2016 年度的经营成果和现金流量。”

四、主要会计政策、会计估计和前期差错

（一）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

参与合并的企业在合并前后均受同一方或相同的多方最终控制，且该控制并非暂时性的，为同一控制下的企业合并。在合并日取得对其他参与合并企业控制权的一方为合并方，参与合并的其他企业为被合并方。

对于同一控制下的企业合并，合并方在企业合并中取得的资产和负债，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计量。合并方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；资本公积不足冲减的，调整留存收益。

2、非同一控制下的企业合并

参与合并的企业在合并前后不受同一方或相同的多方最终控制，为非同一控制下的企业合并。在合并日取得对其他参与合并企业控制权的一方为合并方，参与合并的其他企业为被合并方。

对于非同一控制下的企业合并，合并成本为购买方在购买日为取得对被购买方的控制权而付出的资产、发生或承担的负债以及发行的权益性证券的公允价

值。通过多次交换交易分步实现的企业合并，合并成本为每一单项交易成本之和。购买方为进行企业合并发生的各项直接相关费用计入当期损益；为企业合并而发行权益性证券的交易费用，冲减权益。

购买方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。购买方对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，经复核后合并成本仍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，计入当期损益。

（二）合并财务报表的编制方法

参与合并的企业在合并前后不受同一方或相同的多方最终控制，为非同一控制下的企业合并。在合并日取得对其他参与合并企业控制权的一方为合并方，参与合并的其他企业为被合并方。

公司合并会计报表的编制方法为按照《企业会计准则第 33 号—合并财务报表》的要求，以母公司和纳入合并范围的子公司的个别会计报表及其他相关资料为依据，在抵销母公司与子公司、子公司相互间的债权与债务项目、内部销售收入和未实现的内部销售利润等项目，以及母公司对子公司权益性资本投资项目的数额与子公司所有者权益中母公司所持有的份额的基础上，合并各报表项目数额编制。少数股东权益、少数股东损益在合并报表中单独列示。子公司的主要会计政策按照母公司统一选用的会计政策确定。

子公司当期净损益中属于少数股东权益的份额，在合并利润表中净利润项目下以“少数股东损益”项列示。子公司所有者权益中属于少数股东权益的份额，在合并资产负债表中所有者权益项目下以“少数股东权益”项目列示。

在报告期内，因同一控制下企业合并增加的子公司，将该子公司在合并当期的期初至报告期末的收入、成本、费用、利润纳入合并利润表。因非同一控制下企业合并增加的子公司，将该子公司自购买日至报告期末的收入、成本、费用、利润纳入合并利润表。

在报告期内，处置子公司，将该子公司期初至处置日的收入、成本、费用、

利润纳入合并利润表。

（三）合营安排分类及共同经营会计处理方法

合营安排是指一项由两个或两个以上的参与方共同控制的安排，分为共同经营和合营企业。当公司为共同经营的合营方时，确认与共同经营利益份额相关的下列项目：

- （1）确认单独所持有的资产，以及按持有份额确认共同持有的资产；
- （2）确认单独所承担的负债，以及按持有份额确认共同承担的负债；
- （3）确认出售公司享有的共同经营产出份额所产生的收入；
- （4）按公司持有份额确认共同经营因出售资产所产生的收入；
- （5）确认单独所发生的费用，以及按公司持有份额确认共同经营发生的费用。

当公司为合营企业的合营方时，将对合营企业的投资确认为长期股权投资，并按照本财务报表附注长期股权投资所述方法进行核算。

（四）现金及现金等价物的确定标准

公司根据《企业会计准则——现金流量表》的规定，将库存现金以及可以随时用于支付的银行存款确认为现金，将持有时间短（一般不超过 3 个月）、流动性强、可随时变现、价值变动风险很小的短期投资，确认为现金等价物。

（五）外币业务和外币财务报表折算

对发生的非本位币经济业务，公司按业务发生当日中国人民银行公布的市场汇价的中间价折合为本位币记账；月终对外币的货币项目余额按期末中国人民银行公布的市场汇价的中间价进行调整。按照期末汇率折合的记账本位币金额与账面记账本位币金额之间的差额作为“财务费用-汇兑损益”计入当期损益；属于与购建固定资产有关的借款产生的汇兑损益，按照借款费用资本化的原则进行处

理。

若公司境外经营子公司、合营企业、联营企业和分支机构采用与公司不同的记账本位币，在将公司境外经营通过合并报表、权益法核算等纳入到公司的财务报表中时，需要将境外经营的财务报表折算为以公司记账本位币反映。在对其进行折算前，公司调整境外经营的会计期间和会计政策，使之与公司会计期间和会计政策相一致，根据调整后会计政策及会计期间编制相应货币的财务报表，再按照以下方法对境外经营财务报表进行折算：

1、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。

2、利润表中的收入和费用项目，采用交易发生日的即期汇率或即期汇率的近似汇率折算。

3、产生的外币财务报表折算差额，在编制合并财务报表时，在合并资产负债表中所有者权益项目下“其他综合收益”项目列示。

（六）金融资产和金融负债的核算方法

1、金融资产的分类、确认和计量

公司根据持有资产的目的、业务本身性质及风险管理要求，将金融资产在初始确认时划分为四类：

（1）以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产：指持有的主要目的为短期内出售的金融资产，包括交易性金融资产，或是初始确认时就被管理层指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产按公允价值进行后续计量，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形成的利得或损失计入当期损益。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：公司将管理层有明确意图并有能力持有至到期，到期日固定、回收金额固定或可确定的非衍生金融资产划分为持有至到期投资。持

有至到期投资按实际利率法，以摊余成本进行后续计量，在终止确认、发生减值或摊销时产生的利得或损失，计入当期损益。

(3) 应收款项：公司将在活跃市场中没有报价、回收金额固定或可确定的非衍生金融资产划分为贷款和应收款项。贷款和应收款项按实际利率法，以摊余成本进行后续计量，在终止确认、发生减值或摊销时产生的利得或损失，计入当期损益。

(4) 可供出售金融资产：公司可供出售金融资产指初始确认时即被指定为可供出售的非衍生金融资产，以及除贷款和应收款项、持有至到期投资、交易性金融资产以外的非衍生金融资产。可供出售金融资产按公允价值进行后续计量，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形成的利得或损失直接计入所有者权益，直到该金融资产终止确认或发生减值时再转出，计入当期损益。

2、金融负债的分类、确认和计量

公司根据业务本身性质及风险管理要求，将金融负债在初始确认时划分为两类：以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债、其他金融负债。金融负债初始确认时按公允价值计量。对于以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债，相关交易费用直接计入当期损益；对于其他金融负债，相关交易费用计入初始确认金额。

(1) 以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债，包括交易性金融负债和初始确认时指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债，按照公允价值进行后续计量，公允价值变动形成的利得或损失，计入当期损益。

(2) 其他金融负债，其他金融负债按实际利率法，以摊余成本进行后续计量，在终止确认或摊销时产生的利得或损失，计入当期损益。

3、金融负债终止确认条件

金融负债的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。

4、金融资产转移的确认依据和计量方法

（1）公司已将金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬转移给了转入方的，终止确认该金融资产；保留了金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，继续确认所转移的金融资产，并将收到的对价确认为一项金融负债。公司既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，分别下列情况处理：

1) 放弃了对该金融资产控制的，终止确认该金融资产；

2) 未放弃对该金融资产控制的，按照继续涉入所转移金融资产的程度确认有关金融资产，并相应确认有关负债。

（2）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之和。

（3）金融资产部分转移满足终止确认条件的，应当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之和。

(4) 金融工具公允价值确定：金融工具存在活跃市场的，以活跃市场中的报价确定其公允价值；金融工具不存在活跃市场的，采用估值技术确定其公允价值。估值技术包括参考熟悉情况并自愿交易的各方最近进行的市场交易中使用的价格、参照实质上相同的其他金融工具当前的公允价值、现金流量折现法和期权定价模型等。

5、金融资产减值测试及减值准备计提办法

公司在资产负债表日对交易性金融资产以外的金融资产的账面价值进行检查，有客观证据表明该金融资产发生减值的，计提减值准备。

(1) 可供出售金融资产：如果有客观证据表明可供出售金融资产发生减值，即使该金融资产没有终止确认，原直接计入所有者权益的公允价值下降形成的累计损失，予以转出计入当期损益。累计损失是该可供出售金融资产的初始取得成本，扣除已收回本金和摊销金额、发生减值时的公允价值和原计入损益的减值损失后的净额。

(2) 以摊余成本计量的金融资产减值的计量：如果有客观证据表明以摊余成本计量的金融资产发生减值，则将该金融资产的账面价值减记至预计未来现金流量（不包括尚未发生的未来信用损失）现值，减记的金额确认为资产减值损失，计入当期损益。公司对单项金额重大的金融资产单独进行减值测试；对单项金额不重大的金融资产从单项或组合的角度进行减值测试，对已确定不存在减值客观证据的单项金额资产，再与具有类似信用风险特性的金融资产构成一个组合进行减值测试，对已以单项为基础计提减值准备的金融资产，不再纳入组合中进行减值测试。在后续期间，如有客观证据表明该金融资产价值已恢复，且客观上与确认该损失后发生的事项有关，原确认的减值损失应当予以转回，计入当期损益。但转回后的账面价值不应当超过假定不计提减值准备情况下该金融资产在转回日的摊余成本。按摊余成本计量的金融资产实际发生损失时，冲减已计提的相关减值准备。

（七）应收款项坏账准备的确认标准和计提方法

坏账损失采用备抵法核算。公司将应收款项划分为单项金额重大并单项计提坏账准备的应收款项、按信用风险特征组合计提坏账准备的应收款项以及单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的应收款项。

1、单项金额重大并单项计提坏账准备的应收款项

（1）单项金额重大的判断依据或金额标准：单项金额重大是指应收款项余额占公司合并报表应收账款余额 10%以上的款项。

（2）单项金额重大并单项计提坏账准备的计提方法：期末对于单项金额重大的应收款项单独进行减值测试，如有客观证据表明其发生了减值的，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额，确认减值损失，计提坏账准备。经单独进行减值测试未发生减值的，参照信用风险组合以账龄分析法计提坏账准备。

2、按组合计提坏账准备的应收款项

组合名称	确定组合的依据	按组合计提坏账准备的计提方法
账龄组合	相同账龄的应收款项具有类似信用风险特征	账龄分析法
关联方业务组合	合并财务报表范围之内内部关联业务形成的应收款项具有类似信用风险特征	除存在客观证据表明无法收回外，不对应收关联方账款计提坏账准备

以账龄为信用风险组合的应收款项坏账准备计提方法：

账 龄	应收账款计提比例	其他应收款计提比例
1 年以内	5%	5%
1-2 年	20%	20%
2-3 年	50%	50%
3-4 年	80%	80%
4 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款项

对有客观证据表明其已发生减值的单项非重大应收款项，单独进行减值测

试，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备。

对应收票据和预付款项，公司单独进行减值测试，有客观证据表明其发生了减值的，根据未来现金流量现值低于其账面价值的差额确认为减值损失，计提减值准备。

应收款项计提坏账准备后，有客观证据表明该金融资产价值已恢复，且客观上与确认该损失后发生的事项有关，原确认的坏账准备应当予以转回，计入当期损益。

（八）存货核算方法

存货分类：原材料、自制半成品、在产品、产成品、发出商品、包装物及低值易耗品等。

存货的核算：原材料购进及产成品入库按实际成本核算，领用或发出时按加权平均成本法核算。低值易耗品采用一次性摊销方法核算。

存货的盘存制度：采用永续盘存制。存货定期盘点，盘点结果如果与账面记录不符，于期末前查明原因，并根据企业的管理权限，经董事会批准后，在期末结账前处理完毕。

存货跌价准备的确认和计提：按账面成本与可变现净值孰低法计价，将单个存货项目的账面成本与可变现净值进行比较，按可变现净值低于账面成本的差额计提存货跌价准备列入当期损益。

（九）划分为持有待售资产及终止经营

同时满足下列条件的非流动资产或公司某一组成部分划分为持有待售：

- 1、公司已经就处置该非流动资产或该组成部分作出决议；
- 2、该组成部分必须在其当前状况下仅根据出售此类组成部分的惯常条款即可立即出售；
- 3、公司已经与受让方签订了不可撤销的转让协议；

4、该项转让将在一年内完成。

符合持有待售条件的非流动资产(不包括金融资产及递延所得税资产),以账面价值与公允价值减去处置费用孰低的金额列示为划分为持有待售资产。公允价值减去处置费用低于原账面价值的金额,确认为资产减值损失。终止经营为已被处置或被划归为持有待售的、于经营上和编制财务报表时能够在本公司内单独区分的组成部分。

(十) 长期股权投资核算方法

1、长期股权投资的计价

(1) 与同一控制下的企业合并,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,为企业合并发生的直接相关费用计入当期损益。

(2) 与非同一控制下的企业合并,合并成本为公司在购买日为取得对方的控制权而付出的资产、发生或承担的负债以及发行的权益性证券的公允价值,为企业合并发生的直接相关费用计入当期损益。在合并合同或协议中对可能影响合并成本的未来事项作出约定的,购买日如果估计未来事项很可能发生并且对合并成本的影响金额能够可靠计量的,公司将其计入投资成本。

(3) 以支付现金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。初始投资成本包括与取得长期股权投资直接相关的费用、税金及其他必要支出。

(4) 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。

(5) 通过非货币性资产交换(该项交换具有商业实质)取得的长期股权投资,其初始投资成本以该项投资的公允价值和应支付的相关税费作为换入资产的成本。

(6) 通过债务重组取得的长期股权投资,债权人将享有股份的公允价值确认为对债务人的投资。

2、长期股权投资后续计量及损益确认方法

(1) 公司能够对被投资单位实施控制的长期股权投资采用成本法核算。被投资单位宣告发放的现金股利或利润确认为当期投资收益；

(2) 公司对联营企业和合营企业的长期股权投资，采用权益法核算。长期股权投资的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，不调整长期股权投资的初始投资成本；

(3) 长期股权投资的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，其差额计入当期损益，同时调整长期股权投资的成本。确认被投资单位发生的净亏损，以长期股权投资的账面价值以及实质上构成对被投资单位净投资的长期权益减记至零为限（公司负有承担额外损失义务的除外）。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各项可辨认资产的公允价值为基础，对被投资单位的净利润进行调整后确认。

3、长期股权投资减值准备

公司在报告期末对长期股权投资逐项进行检查，如果由于市价持续下跌或被投资单位经营状况恶化等原因导致其可收回金额低于账面价值，并且这种降低的价值在可预计的未来期间内不可能恢复，则将可收回金额低于长期股权投资账面价值的差额作为长期股权投资减值准备。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。长期股权投资减值损失一经确认，在以后会计期间不得转回。

(十一) 固定资产及其折旧核算方法

1、固定资产标准

为生产商品、提供劳务、出租或经营管理而持有的，使用年限超过一年的有形资产。

2、固定资产的分类

房屋及建筑物、机器设备、运输设备、其他设备。

3、固定资产计价

在取得时按实际成本计价。

4、固定资产折旧

公司各类固定资产折旧年限、估计残值率和年折旧率如下：

资产类别	折旧年限	净残值率	年折旧率
房屋及建筑物	20 年	3%-10%	4.5%-4.85%
机器设备	10 年	3%-10%	9%-9.7%
运输设备	5 年	3%-10%	18%-19.4%
其他设备	5 年	3%-10%	18%-19.4%

5、固定资产减值准备

公司于资产负债表日对固定资产逐项进行检查，如果由于市价持续下跌，或技术陈旧、损坏、长期闲置等原因导致其可回收金额低于账面价值的，则按照其差额计提固定资产减值准备，固定资产减值损失一经确认，在以后会计期间不再转回。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。资产未来现金流量的现值则按照资产在持续使用过程中和最终处置时所产生的预计未来现金流量，选择恰当的折现率对其进行折现后的金额加以确定。

（十二）在建工程核算方法

在建工程以实际成本计价，并于达到预定可使用状态时转作固定资产。购建或者生产符合资本化条件的资产而借入的专门借款或占用了一般借款发生的借款利息以及专门借款发生的辅助费用，在所购建或者生产的符合资本化条件的资产达到预定可使用或者可销售状态之前根据其发生额予以资本化。

公司于资产负债表日对在建工程进行全面检查，如果有证据表明在建工程已经发生了减值，则计提减值准备。在建工程减值损失一经确认，在以后会计期间不得转回。存在以下一项或若干项情况时，计提在建工程减值准备：

长期停建并且预计在未来 3 年内不会重新再开工的在建工程；所建项目无论在性能上，还是在技术上已经落后，并且给企业带来的经济利益具有很大的不确定性；其他足以证明在建工程已经发生减值的情形。

（十三）无形资产核算办法

1、无形资产计价

（1）外购无形资产的成本，按使该项资产达到预定用途所发生的实际支出计价。

（2）内部研究开发项目研究阶段的支出，于发生时计入当期损益，开发阶段的支出，能够符合资本化条件的，确认为无形资产成本。

（3）投资者投入的无形资产，按照投资合同或协议约定的价值作为成本，但合同或协议约定价值不公允的除外。

（4）接受债务人以非现金资产抵偿债务方式取得的无形资产，或以应收债权换入无形资产的，按换入无形资产的公允价值入账。

（5）非货币性交易投入的无形资产，以该项无形资产的公允价值和应支付的相关税费作为入账成本。

（6）接受捐赠的无形资产，捐赠方提供了有关凭据的，按凭据上标明的金额加上应支付的相关税费计价；捐赠方没有提供有关凭据的，如果同类或类似无形资产存在活跃市场的，按同类或类似无形资产的市场价格估计的金额，加上应支付的相关税费，作为实际成本；如果同类或类似无形资产不存在活跃市场的，按接受捐赠的无形资产的预计未来现金流量现值，作为实际成本；自行开发并按法律程序申请取得的无形资产，按依法取得时发生的注册费，聘请律师费等费用，作为实际成本。

2、无形资产摊销

使用寿命有限的无形资产，在估计该使用寿命的年限内按直线法摊销；无法预见无形资产为公司带来未来经济利益的期限的，视为使用寿命不确定的无形资

产，使用寿命不确定的无形资产不进行摊销。

3、无形资产减值准备

公司于资产负债表日检查各项无形资产预计给企业带来未来经济利益的能力，对预计可收回金额低于其账面价值的，按单项预计可收回金额与账面价值差额计提减值准备。无形资产减值损失一经确认，在以后会计期间不得转回。

4、公司内部研究开发项目开发阶段的支出满足资本化的条件

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。

具有完成该无形资产并使用或出售的意图。

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。

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。

归属于该无形资产开发阶段的支出能够可靠计量。

（十四）长期待摊费用摊销方法

长期待摊费用按照实际发生额入账，采用直线法在受益期或规定的摊销年限内摊销。

长期待摊的费用项目不能使以后会计期间受益的，将尚未摊销的该项目的摊余价值全部转入当期损益。

（十五）借款费用核算方法

购建或者生产符合资本化条件的资产而借入的专门借款或占用了一般借款发生的借款利息以及专门借款发生的辅助费用，在所购建或者生产的符合资本化条件的资产达到预定可使用或者可销售状态之前，根据其资本化率计算的发生额予以资本化。除此以外的其它借款费用在发生时计入当期损益。符合资本化条件

的资产，是指需要经过相当长时间的购建活动才能达到预定可使用状态的固定资产、投资性房地产等资产。同时满足下列条件时，借款费用开始资本化：

- 1、资产支出已经发生，资产支出包括为购建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状态所必要的购建或者生产活动已经开始。

为购建或者生产符合资本化条件的资产而借入专门借款的，以专门借款当期实际发生的利息费用，减去将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确定为应予以资本化的费用。

为购建或者生产符合资本化条件的资产而占用了一般借款的，公司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。

符合资本化条件的资产在购建过程中发生非正常中断、且中断时间连续超过3个月的，暂停借款费用的资本化。在中断期间发生的借款费用确认为费用，计入当期损益，直至资产的购建活动重新开始。如果中断是所购建的符合资本化条件的资产达到预定可使用状态必要的程序，借款费用继续资本化。

购建符合资本化条件的资产达到预定可使用状态时，停止借款费用资本化。

（十六）职工薪酬核算方法

1、职工薪酬的范围

职工薪酬，是指公司为获得职工提供的服务或解除劳动关系而给予的各种形式的报酬或补偿。职工薪酬包括短期薪酬、离职后福利、辞退福利和其他长期职工福利。公司提供给职工配偶、子女、受赡养人、已故员工遗属及其他受益人等的福利，也属于职工薪酬。

本公司在职工提供相关服务的会计期间，将实际发生的职工工资、奖金、津

贴和补贴，职工福利费，医疗保险费、工伤保险费和生育保险费等社会保险费，住房公积金，工会经费和职工教育经费等确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。如果该负债预期在职工提供相关服务的年度报告期结束后十二个月内不能完全支付，且财务影响重大的，则该负债将以折现后的金额计量。

2、离职后福利

离职后福利，是指公司为获得职工提供的服务而在职工退休或与公司解除劳动关系后，提供的各种形式的报酬和福利，短期薪酬和辞退福利除外。本公司将离职后福利计划分类为设定提存计划和设定受益计划：（1）设定提存计划：公司向独立的基金缴存固定费用后，公司不再承担进一步支付义务的离职后福利计划。包含基本养老保险、失业保险等，在职工为其提供服务的会计期间，将根据设定提存计划计算的应缴存金额确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。

（2）设定受益计划：除设定提存计划以外的离职后福利计划。

3、辞退福利

辞退福利是指公司在职工劳动合同到期之前解除与职工的劳动关系，或者为鼓励职工自愿接受裁减而给予职工的补偿。公司向职工提供辞退福利的，在下列两者孰早日确认辞退福利产生的职工薪酬负债，并计入当期损益：（一）公司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。（二）公司确认与涉及支付辞退福利的重组相关的成本或费用时。

实行职工内部退休计划的，在正式退休日之前的经济补偿，属于辞退福利，自职工停止提供服务日至正常退休日期间，拟支付的内退职工工资和缴纳的社会保险费等一次性计入当期损益。正式退休日之后的经济补偿（如正常养老退休金），按照离职后福利处理。

（十七）预计负债核算方法

公司发生与或有事项相关的义务并同时符合以下条件时，在资产负债表中确认为预计负债：

该义务是公司承担的现时义务；该义务的履行很可能导致经济利益流出企

业；该义务的金额能够可靠地计量。

在资产负债表日，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，按照履行相关现时义务所需支出的最佳估计数对预计负债进行计量。

如果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，且确认的补偿金额不超过预计负债的账面价值。

（十八）股份支付及权益工具

1、股份支付的种类

股份支付包括以权益结算的股份支付和以现金结算的股份支付。

2、权益工具公允价值的确定方法

（1）存在活跃市场的，按照活跃市场中的报价确定。

（2）不存在活跃市场的，采用估值技术确定，包括参考熟悉情况并自愿交易的各方最近进行的市场交易中使用的价格、参照实质上相同的其他金融工具的当前公允价值、现金流量折现法和期权定价模型等。

3、确认可行权权益工具最佳估计的依据

等待期内每个资产负债表日，公司根据最新取得的可行权职工人数变动等后续信息作出最佳估计，修正预计可行权的权益工具数量。在可行权日，最终预计可行权权益工具的数量应当与实际可行权数量一致。

4、实施、修改、终止股份支付计划的相关会计处理

（1）以权益结算的股份支付

1) 授予后可立即行权的换取职工服务的以权益结算的股份支付，在授予日按照权益工具的公允价值计入相关成本或费用，相应调整资本公积。完成等待期内的服务或达到规定业绩条件才可行权的换取职工服务的以权益结算的股份支付，在等待期内的每个资产负债表日，以对可行权权益工具数量的最佳估计为基

础，按权益工具授予日的公允价值，将当期取得的服务计入相关成本或费用，相应调整资本公积。

2) 换取其他方服务的权益结算的股份支付，如果其他方服务的公允价值能够可靠计量的，按照其他方服务在取得日的公允价值计量；如果其他方服务的公允价值不能可靠计量，但权益工具的公允价值能够可靠计量的，按照权益工具在服务取得日的公允价值计量，计入相关成本或费用，相应增加所有者权益。

(2) 以现金结算的股份支付

授予后可立即行权的换取职工服务的以现金结算的股份支付，在授予日按公司承担负债的公允价值计入相关成本或费用，相应增加负债。完成等待期内的服务或达到规定业绩条件才可行权的换取职工服务的以现金结算的股份支付，在等待期内的每个资产负债表日，以对可行权情况的最佳估计为基础，按公司承担负债的公允价值，将当期取得的服务计入相关成本或费用和相应的负债。

(3) 修改、终止股份支付计划

1) 如果修改增加了所授予的权益工具的公允价值，公司按照权益工具公允价值的增加相应地确认取得服务的增加；如果修改增加了所授予的权益工具的数量，公司将增加的权益工具的公允价值相应地确认为取得服务的增加；如果公司按照有利于职工的方式修改可行权条件，公司在处理可行权条件时，考虑修改后的可行权条件。

2) 如果修改减少了授予的权益工具的公允价值，公司继续以权益工具在授予日的公允价值为基础，确认取得服务的金额，而不考虑权益工具公允价值的减少；如果修改减少了授予的权益工具的数量，公司将减少部分作为已授予的权益工具的取消来进行处理；如果以不利于职工的方式修改了可行权条件，在处理可行权条件时，不考虑修改后的可行权条件。

3) 如果公司在等待期内取消了所授予的权益工具或结算了所授予的权益工具（因未满足可行权条件而被取消的除外），则将取消或结算作为加速可行权处理，立即确认原本在剩余等待期内确认的金额。

(十九) 收入确认方法

1、销售商品的收入的确认方法

(1) 销售商品同时满足下列条件时，确认收入实现：

- 1) 公司已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购买方；
- 2) 公司既没有保留与所有权相联系的继续管理权，也没有对已售出的商品实施有效控制；
- 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公司；
- 5) 相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量。

(2) 公司销售模式主要分为经销商专卖店销售、直营店销售、大宗业务销售和出口销售四种模式，销售收入确认具体方法如下：

1) 直营店销售模式收入确认

①公司直营店业务模式

直营店销售模式，是由公司开立直营专卖店，并配备相应的设计、安装、导购、结算等人员，负责承接客户订单，在收取客户部分订金后，安排设计师上门排尺，绘制初步设计图，量精尺，调整设计图纸，与客户签订合同并按合同约定收取货款后，下单员向公司下单生产，产品生产完工后与客户约定送货并安排安装，安装人员一般在送货后三天内上门安装，现场客户签字确认安装完成并对安装效果做出评价，客服一般在安装完成一周内对客户随机进行电话回访。

②公司直营店收入确认和合同约定一致性

公司在收取全部货款后，产品安装完成时确认收入，该收入确认与相关约定保持一致。报告期内公司（甲方）与所有的直营店客户（乙方）签订统一版本的《欧派集团订货合同书》，合同中对款项支付、产品交付、风险转移、退货及价格结算等相关条款所作约定如下：

A、价格结算条款

设计图纸（包括设计方案、报价、方案确认单、效果图等）和方案确认单是

本购货合同重要组成部分，请乙方仔细阅读并签名确认。图纸签名后，甲、乙双方不得单方随意变更，经双方同意更改的需重新出具图纸并签名，否则因变更图纸造成的延期责任和费用由更改方承担。

B、货款支付条款

乙方在签订合同时，应付所购货物的全款共计 **xx** 元（合计大写金额为 **xx** 元）给予甲方，甲方根据合同产品预计交货日期组织生产。

C、货物交付条款

本合同产品甲方预计送货日期为：**xx**。甲方在此日期送货前一天与乙方电话联系，确认具体的上门送货日期和时间。预约送货日期为交货日期，安装日期于送货后三天内（从送货后次日起计）双方确认完成。

甲方送货后，双方清点验收货物件数及确认包装完整，验收完毕后，乙方负责签收及保管，如在安装前由丢失或损坏现象，由乙方负责。

d、产品维修与更换条款

如因甲方原因需对产品返工维修，返工维修重新送货的时间由双方另外约定（返工时间不属于推迟送货），并由乙方重新验收。返工维修期间，乙方有义务负责保管好安装完成的产品，返工维修所发生的费用由甲方承担。

如因乙方原因需要对部分产品返工处理，返工维修重新送货时间由双方另行约定，其返工费用由乙方承担。

本合同产品属于乙方要求所定制产品，故定制产品若非整体质量问题（指所有组成部分如柜体、门板），甲方不接受整体退换。合同产品出现瑕疵（包括送货、安装过程中发生的损伤），甲方负责对质量有瑕疵的部分进行返工维修，如返工维修后仍无法正常合理使用，乙方可以对存在质量问题的部分要求退换。

综上，根据公司与直营店客户合同约定，公司在与客户签订相关产品订单时其金额已经确定，并收取了相应的货款；公司在生产过程中实施了严格的产品质量控制，公司产品发生质量问题的情况较少，公司将相关产品生产完工后，运送至客户并完成安装，产品所有权上的主要风险和报酬已经转移，公司既不再保留

通常与所有权相联系的继续管理权，也不再对已发出的产品实施控制；相关产品的已发生或将发生的成本能够可靠地计量，因此公司将产品运送至客户并完成安装时确认销售收入，并核算和结转相关订单产品的成本，符合《企业会计准则》收入确认的规定，且收入确认与相关合同约定的条件一致。

2) 经销商专卖店销售模式收入确认

①经销商专卖店销售模式

公司通过公开方式在各区域范围内招募经销商，经销商在其负责的区域开设经销产品的专卖店，经销商专卖店配备相应的设计、安装、导购、结算等人员，相关人员配备欧派的统一着装，专卖店人员负责承接客户订单、收取定金、上门排尺、绘制设计图和与客户签订合同等，经销商一般安排专员向公司下单，产品的运输和安装由经销商负责，公司客服一般会对经销商承接的客户随机进行电话回访。

②公司收入确认和合同约定一致性

经销商根据自身资源配备条件选择由公司将产品运送至经销商对应的物流公司指定的交货地点或选择自提产品，公司将产品交付时确认收入，该收入确认与相关合同约定保持一致。报告期内，公司与所有的经销商签订统一版本的合作协议书，根据公司（甲方）与经销商（乙方）签订的《合作协议书》，其中对款项支付、产品交付、风险转移、退货及价格结算等相关条款所作约定如下：

A、价格结算的相关条款

a、乙方开设加盟店/商场/专卖店的一切税与费（包括但不限于开办费、税、宣传、交通、通讯等产生的相关费用）均由乙方负责，甲方厨柜（衣柜、卫浴、木门）产品按照甲方标准销售价格乘以待遇结算系数作为供货价向乙方供货，待遇结算系数按照《欧派厨柜/衣柜/卫浴市场分类定级管理办法》、《欧派厨柜/衣柜/卫浴/木门代理商经营管理综合评估及待遇级别设定管理办法》最新版本执行，遗留单和甲方颁布的《价格手册》中特殊加收项目按照实际公布价格为准。

b、百货产品按甲方每年公布的实际结算价格结算。

c、每年新上样的厨柜样品（不包含外购台面、百货产品、五金配件及饰品等）按照甲方标准售价的 4.5 折一次性提供给乙方（不包含样品补单），材料样品（如小样品等）按照成本价供给乙方。

d、甲方标准售价按照甲方每年公布的《价格手册》以及相关补充通知执行，甲方应保证价格的相对稳定。如材料或其他生产成本增加，甲方有权调整价格并知会乙方，乙方应按照调整后价格执行。

B、货款支付的相关条款

乙方应将相应订货合同的应付款项支付至甲方提供给乙方的指定账户上（或到甲方指定地点进行现金结算），到账或结算后甲方才对乙方订货合同组织生产及物流发货，并按照甲方规定的交货周期准时交货。同时乙方需将电汇凭证（或交款凭据复印件）传真或直接交给甲方审价员，否则甲方有权顺延发货。

C、货物交付的相关条款

乙方有权要求甲方根据正常生产周期按时供货。甲方未按时供货的，乙方应在正常供货期届满当天向甲方提出书面异议，否则视为乙方同意甲方的供货行为。

D、产品维修与更换的相关条款

a、乙方有权要求甲方按照质量标准（质量标准以甲方样品、下发的质量标准和广州地方相关机构检测标准）供货，否则可以要求甲方进行维修或更换产品，直至符合质量标准。

b、由于乙方设计错误、下单错误、安装错误等原因造成的损失由乙方负责。

E、业务费用及服务相关条款

a、产品运输、安装、维保等费用由乙方负责。

b、乙方需做好产品的售后服务工作，包括免费保修项目和有偿维修项目，并按照规定做好《欧派产品使用说明书》的发放和管理工作。

根据公司与经销商的合同约定，公司在接受经销商相关产品订单时其金额已

经确定，并收取了相应的货款；相关产品生产完工时，产品相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量，在公司将货物交给物流公司或经销商后，相关业务由经销商负责，产品所有权上的主要风险和报酬已经转移；公司既不再保留通常与所有权相联系的继续管理权，也不再对已发出的产品实施控制；因此公司将产品交付给物流公司或经销商到厂区提货时确认收入，并核算和结转相关产品成本，符合《企业会计准则》收入确认的规定，且收入确认与相关合同约定的条件一致。

3) 大宗业务销售模式收入确认

①大宗业务销售模式

大宗业务是指公司承接整栋楼盘，甚至整个新建小区的厨柜、衣柜等产品的生产销售，该类业务主要由公司与房地产开发商或工程承包商签订厨柜、衣柜等产品的供货安装合同，公司再将相关产品的设计、运输、安装和售后等业务分包由工程承包商负责。由于除产品生产外，其他服务环节由工程承包商负责，为保证服务质量，承接相应服务的工程承包商均需对公司尚未收到的净应收货款（公司应收货款扣除支付工程承包商服务费后所剩金额）提供相应等额的保证金。

②大宗业务收入确认和合同约定一致性

报告期内，公司在大宗业务产品安装完成，并取得索取货款依据时确认销售收入，与大宗业务销售合同约定保持一致。报告期内公司（乙方）与房地产开发商或工程承包商（甲方）签订的产品供应及安装合同中对款项支付、产品交付、风险转移、退货及价格结算等条款的约定具体如下：

A、价格结算及货款支付的相关条款

- a、签订合同后 xx 天内，支付合同总造价的 xx%作为工程款；
- b、货到工地后 xx 天内，支付合同总造价的 xx%；
- c、安装完成及通过验收结算后 xx 天内，支付合同总造价的 xx%；
- d、剩余合同货款的 xx%作为质量保证金，自该项目经甲方验收合格之日起 xx 年质保期满后 xx 天内向乙方支付。
- e、通过支票方式；支票收款人为：欧派家居集团股份有限公司（广东欧派

家居集团有限公司)

f、通过银行转账方式：收款单位为：欧派家居集团股份有限公司（广东欧派家居集团有限公司）

B、货物的交付相关条款

乙方负责产品的安装，安装完成后通知甲方验收，甲方应在接到通知后 xx 天内完成产品质量、数量的验收，甲方未在规定时间内完成验收的视同数量属实。验收标准以乙方出样经甲方验收确认的样板为准。

C、产品维修与更换的相关条款

验收不合格，由乙方负责整改，验收合格后，在质保期内若出现质量问题，乙方负责免费维修，乙方未及时维修的，甲方委托其他人维修的，所发生的费用由乙方支付，甲方可以从未付款项中直接扣除此维修费用。

公司将大宗业务涉及的设计、安装及售后服务交由工程承接商负责，为保证业务质量和货款的回收，工程承接商除先行承担设计、安装及售后服务发生的所有相关费用外，还需为该项目中公司尚未收到的净应收货款（公司应收货款扣除支付工程承接商服务费后所剩金额）提供相应等额的保证金，公司生产过程中实施了严格的产品质量控制，公司产品发生质量问题的情况较少，安装验收完成后，产品所有权上的主要风险责任已经转移，公司不再负有产品其他责任和风险，因此公司确认大宗业务销售收入，并核算和结转相关产品的成本，符合《企业会计准则》收入确认的规定，且收入确认与相关合同约定的条件一致。

4) 出口销售模式收入确认

①出口销售模式

出口销售模式是指公司承接境外厨柜、衣柜等产品经营企业、经营个人或终端客户的订单从而实现销售的模式。产品经营企业、经营个人一般直接提供产品设计图纸，而终端客户一般提供房屋图纸由公司提供产品设计方案。出口销售一般采用 **FOB** 方式结算，发货前客户须支付全额货款，公司按照合同约定期限完成生产报关，产品的安装一般由境外的经营企业或个人负责。

②公司出口销售收入确认和合同约定一致性

公司在完成出口报关手续，货物已经越过船舷（按照合同约定的 FOB 价格成交），取得提单并向银行办妥交单手续时确认收入，该收入确认与相关约定是一致的。报告期内主要出口项目，公司（甲方）与出口客户（乙方）签订产品供应及安装合同中对款项支付、产品交付、风险转移、退货及价格结算等条款的一般约定具体分别如下：

A、价格结算及货物交付的相关条款

甲方按照以下价款条件向乙方供货（均为 FOB 广州黄埔港船上交货价）：合同成交价格为基准售价的 xx%，展厅样品成交价格为基准售价的 xx%。

B、货款支付的相关条款

乙方应在合同确立后的两个工作日内电汇合同金额的 xx%到甲方指定账户；合同余款必须在发货前电汇到甲方指定的账户。

C、产品维修与更换的相关条款

在质保期内，乙方对甲方供货的产品质量有异议时，经双方共同取证后，认定确属于公司原因，甲方将承担产品成本。

综上，公司与境外客户签订合同时，相关产品订单金额已经确定，并在发货报关前收取全部货款；公司与境外客户主要采用 FOB 价格模式结算，产品完成出口报关手续且越过船舷后，其所有权上的主要风险和报酬已经转移，公司既不再保留与所有权相联系的继续管理权，也不再对已发出的产品实施控制；相关产品的已发生或将发生的成本能够可靠地计量，因此公司将产品运送海关并完成报关手续时确认销售收入，并核算和结转相关产品的成本，符合《企业会计准则》收入确认的规定，且收入确认与相关合同约定的条件一致。

2、提供劳务取得的收入的确认方法

在下列条件均能满足时采用完工百分比法予以确认：收入的金额能够可靠地计量；与交易相关的经济利益很可能流入；交易中的完工进度能够可靠地确定；交易中已发生和将发生的成本能够可靠地计量。如提供劳务交易的结果不能够可

靠估计且已经发生的劳务成本预计能够得到补偿的，按已经发生的劳务成本金额确认收入；发生的劳务成本预计不能够全部得到补偿的，按能够得到补偿的劳务成本金额确认收入；发生的劳务成本预计全部不能够得到补偿的，不确认收入。

3、提供他人使用公司资产取得收入的确认方法

在下列条件均能满足时予以确认：与交易相关的经济利益能够流入公司；收入的金额能够可靠地计量。提供他人使用公司的资产等而应收的使用费收入，按有关合同、协议规定的收费时间和方法计算确认营业收入。

（二十）政府补助核算方法

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。

（二十一）所得税的会计处理方法

1、所得税的会计处理方法

所得税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。

2、递延所得税资产的确认

确认由可抵扣暂时性差异产生的递延所得税资产时，应当以未来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，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)。

3、递延所得税负债的确认

除下列交易中产生的递延所得税负债以外，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、联营企业及合营企业投资相关的应纳税暂时性差异，应当确认相应的递延所得税负债。但是，同时满足下列条件的除外：
 - 1) 投资企业能够控制暂时性差异转回的时间；
 - 2) 该暂时性差异在可预见的未来很可能不会转回。

(二十二) 其他综合收益

其他综合收益，是指公司根据其他会计准则规定未在当期损益中确认的各项利得和损失。分为下列两类列报：

1、以后会计期间不能重分类进损益的其他综合收益项目，主要包括重新计量设定收益计划净负债或净资产导致的变动、按照权益法核算的在被投资单位以后会计期间不能重分类进损益的其他综合收益中所享有的份额等。

2、以后会计期间在满足规定条件时将重分类进损益的其他综合收益项目，主要包括按照权益法核算的在被投资单位以后会计期间在满足规定条件时将重分类进损益的其他综合收益中所享有的份额、可供出售金融资产公允价值变动形成的利得或损失、持有至到期投资重分类为可供出售金融资产形成的利得或损失、现金流量套期工具产生的利得或损失中属于有效套期的部分、外币财务报表折算差额等。

(二十三) 重要会计政策、会计估计变更

1、重要会计政策变更

公司已执行财政部于 2014 年颁布的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》。

2、重要会计估计变更

报告期内公司主要会计估计未发生变更。

(二十四) 前期会计差错更正

报告期内公司无重大前期会计差错。

五、公司报告期内相关税收情况

（一）公司适用的主要税种及税率

税种	计税依据	税率
增值税	服务收入、销售收入	6%、17%
城市建设维护税	应缴流转税额	5%、7%
教育费附加	应缴流转税额	3%
地方教育附加	应缴流转税额	2%
企业所得税	应纳税所得额	15%、16.5%、25%、27.5%

报告期内，公司及子公司企业所得税税率如下：

公司名称	2016年度	2015年度	2014年度
欧派集团	15%	15%	15%
欧派集成	15%	15%	15%
天津欧派	15%	25%	25%
欧派卫浴、欧派门业、欧派墙饰、欧派商厨、广州奥维、北京欧派、南京欧派、武汉欧派、无锡欧派、清远欧派、欧派联合、创意家居、成都欧派	25%	25%	25%
香港欧派	16.5%	16.5%	16.5%
意大利铂尼	27.5%	-	-

（二）公司适用的所得税税收优惠

1、欧派集团的税收优惠情况

公司于 2011 年被认定为高新技术企业（粤科高字〔2012〕47 号），根据 2008 年开始施行的新《中华人民共和国企业所得税法》的相关规定，公司 2011-2013 年将减按 15%税率计缴企业所得税。

根据广东省科学技术厅、广东省财政厅、广东省国家税务局、广东省地方税务局联合出具的《关于公布广东省 2014 年第一、二批通过复审高新技术企业名单的通知》（粤科高字【2015】31 号）及公司新获得的高新技术企业证书（证书编号：GF201444000002），公司已通过高新技术企业资格复审，公司 2014-2016 年将按 15%的税率计缴企业所得税。

截至 2016 年 12 月 31 日，公司持有的编号为 GF201444000002 的《高新技术企业证书》已经到期。截至本招股意向书签署之日，相关高新技术企业认定复审工作正在办理中，在复审期间公司暂按 15%税率计缴企业所得税。

2、欧派集成的税收优惠情况

公司下属子公司欧派集成系 2007 年 3 月 5 日成立的中外合资企业，经广州市白云区国家税务局《减、免税批准通知书》（穗云国税五减[2008]186 号）的批准，2008 年度和 2009 年度免征企业所得税，2010 年度至 2012 年度减半按 12.5%的税率计缴企业所得税，2013 年起按 25%的税率计缴企业所得税。

欧派集成于 2014 年 7 月提交高新技术企业资格认定资料。根据广东省科学技术厅、广东省财政厅、广东省国家税务局、广东省地方税务局联合出具的《关于公布广东省 2014 年第一、二批高新技术企业名单的通知》（粤科高字【2015】30 号）及欧派集成获得的高新技术企业证书（证书编号：GR201444000248），欧派集成高新技术企业资格申请已获得审核通过，欧派集成 2014-2016 年度将按 15%的税率计缴企业所得税。

截至 2016 年 12 月 31 日，欧派集成持有的编号为 GR201444000248 的《高新技术企业证书》已经到期。截至本招股意向书签署之日，相关高新技术企业认定复审工作正在办理中，在复审期间欧派集成暂按 15%税率计缴企业所得税。

3、天津欧派的税收优惠情况

2016 年 11 月 24 日，经天津市科学技术委员会、天津市财政局、天津市国家税务局、天津市地方税务局批准，天津欧派获得证书编号为 GR201612000023 的《高新技术企业证书》，有效期为三年。天津欧派已就该税收优惠事宜在天津市静海区国家税务局第一税务所办理备案登记，2016-2018 年享受减按 15%的

税率征收企业所得税的税收优惠。

六、分部信息

(一) 产品分部

1、营业收入及营业成本分类列示

单位：万元

项目	2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	收入	成本	收入	成本	收入	成本
主营业务	702,194.73	446,275.69	554,473.79	378,806.19	473,105.08	339,849.50
其他业务	11,218.33	6,405.19	6,235.19	4,456.31	2,002.92	1,126.22
合计	713,413.06	452,680.88	560,708.97	383,262.50	475,108.00	340,975.72

2、主营业务收入、成本按产品类别列示

单位：万元

项目	2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	收入	成本	收入	成本	收入	成本
整体厨柜	436,939.64	270,307.64	384,500.67	261,328.15	342,920.53	243,589.75
整体衣柜	202,202.61	127,738.62	133,704.15	89,035.66	99,248.52	70,749.63
整体卫浴	24,165.17	19,486.34	14,818.71	12,298.72	13,993.72	12,053.89
定制木门	20,842.71	17,305.69	12,137.04	10,159.98	8,528.96	8,191.20
其他	18,044.60	11,437.39	9,313.22	5,983.69	8,413.36	5,265.04
合计	702,194.73	446,275.69	554,473.79	378,806.19	473,105.08	339,849.50

(二) 主营业务收入按销售模式分部

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

经销商专卖店销售	600,160.32	85.47%	469,663.34	84.70%	403,155.79	85.21%
直营店销售	23,750.29	3.38%	19,183.14	3.46%	17,555.52	3.71%
大宗业务销售	57,227.24	8.15%	46,636.22	8.41%	37,561.35	7.94%
出口销售	21,056.88	3.00%	18,991.09	3.43%	14,832.42	3.14%
合计	702,194.73	100.00%	554,473.79	100.00%	473,105.08	100.00%

(三) 主营业务收入按地区分部

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
华东地区	195,567.16	27.85%	145,766.96	26.29%	124,796.31	26.38%
华南地区	126,051.43	17.95%	100,388.40	18.11%	82,530.79	17.44%
华北地区	103,813.04	14.78%	78,270.68	14.12%	69,565.84	14.70%
华中地区	77,273.55	11.00%	69,006.64	12.45%	58,159.31	12.29%
西南地区	91,982.53	13.10%	70,101.51	12.64%	58,537.75	12.37%
东北地区	45,687.45	6.51%	39,912.95	7.20%	36,611.60	7.74%
西北地区	40,762.69	5.81%	32,035.55	5.78%	28,071.07	5.93%
境外地区	21,056.88	3.00%	18,991.09	3.43%	14,832.42	3.14%
合计	702,194.73	100.00%	554,473.79	100.00%	473,105.08	100.00%

七、最近一年收购兼并情况

最近一年，公司无收购兼并资产总额、营业收入及净利润超过相应项目 20% 的情形。

八、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》的有关规定，公司报告期内非经常性损益及扣除非经常性损益后的净

利润如下：

单位：元

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
1、非流动性资产处置损益	-1,354,942.00	-3,433,325.09	1,720,387.37
2、越权审批，或无正式批准文件，或偶发性的税收返还、减免	-	-	-
3、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）	49,399,319.64	35,475,596.12	15,303,258.19
4、计入当期损益的对非金融企业收取的资金占用费	-	-	-
5、企业取得子公司、联营企业及合营企业的投资成本小于取得投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值产生的收益	-	-	-
6、非货币性资产交换损益	-	-	-
7、委托他人投资或管理资产的损益	-	-	-
8、因不可抗力因素，如遭受自然灾害而计提的各项资产减值准备	-	-	-
9、债务重组损益	-	-	-
10、企业重组费用，如安置职工的支出、整合费用等	-	-	-
11、交易价格显失公允的交易产生的超过公允价值部分的损益	-	-	-
12、同一控制下企业合并产生的子公司期初至合并日的当期净损益	-	-	-
13、与公司正常经营业务无关的或有事项产生的损益	-	-	-
14、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	-	-	-
15、单独进行减值测试的应收款项减值准备转回	-	-	-
16、对外委托贷款取得的损益	-	-	-

17、采用公允价值模式进行后续计量的投资性房地产公允价值变动产生的损益	-	-	-
18、根据税收、会计等法律、法规的要求对当期损益进行一次性调整对当期损益的影响	-	-	-
19、受托经营取得的托管费收入	-	-	-
20、除上述各项之外的其他营业外收入和支出	6,230,881.68	8,777,848.77	2,039,437.77
21、其他符合非经常性损益定义的损益项目	-	-	-
小 计	54,275,259.32	40,820,119.80	19,063,083.33
减：非经常性损益相应的所得税	8,841,347.20	7,366,797.84	3,450,251.36
减：少数股东损益影响数	605.60	-414.47	0.03
非经常性损益影响的净利润	45,433,306.52	33,453,736.43	15,612,831.94
归属于母公司普通股股东的净利润	949,562,129.10	488,489,996.13	385,316,369.65
扣除非经常性损益后的归属于母公司普通股股东净利润	904,128,822.58	455,036,259.70	369,703,537.71

九、发行人最近一年末的主要资产情况

截至 2016 年 12 月 31 日，公司总资产为 5,548,427,525.21 元，主要包括货币资金、存货、固定资产及无形资产等，其中固定资产与无形资产的情况如下：

（一）固定资产

截至 2016 年 12 月 31 日，公司的固定资产主要是房屋建筑物、机器设备、运输工具和其他设备，固定资产原值 199,949.49 万元，累计折旧 45,658.10 万元，固定资产净值 154,291.38 万元，固定资产净值占总资产的 27.81%。

截至 2016 年 12 月 31 日，公司固定资产情况如下：

单位：元

项目	原值	累计折旧	减值准备	账面价值	成新率
房屋建筑物	871,071,631.55	130,021,111.61	-	741,050,519.94	85.07%

机器设备	982,628,810.48	254,843,551.43	-	727,785,259.05	74.07%
运输工具	28,991,276.70	18,068,256.90	-	10,923,019.80	37.68%
其他设备	116,803,155.08	53,648,108.08	-	63,155,047.00	54.07%
合计	1,999,494,873.81	456,581,028.02	-	1,542,913,845.79	77.17%

注：成新率=固定资产净值/固定资产原值。

公司于报告期末对固定资产进行逐项检查，未发现固定资产存在需计提固定资产减值准备的情形。

（二）无形资产

截至 2016 年 12 月 31 日，公司无形资产账面价值为 102,472.58 万元，主要包括土地使用权和软件，具体情况如下：

单位：元

项目	原值	摊销年限 (年)	累计摊销	减值 准备	账面价值	剩余摊销年 限(年)
土地使用权	1,077,371,077.92	-	78,052,645.27	-	999,318,432.65	-
其中：琶洲地 块	522,803,394.00	50 年	52,897,476.64	-	469,905,917.36	45.92
西湖村地块	85,232,500.00	50 年	5,113,950.04	-	80,118,549.96	48.50
无锡地块一期	88,559,531.00	50 年	2,306,214.59	-	86,253,316.41	47.92
天津地块一期	46,243,140.00	50 年	5,946,007.74	-	40,297,132.26	43.67
无锡地块二期	41,249,215.00	50 年	722,862.47	-	40,526,352.53	49.08
广花三路地块	36,155,568.00	50 年	6,688,780.08	-	29,466,787.92	42.25
天津地块二期	26,259,929.92	50 年	2,221,240.29	-	24,038,689.63	46.00
神山厂房地块	7,831,600.00	50 年	576,745.73	-	7,254,854.27	41.33
清远地块-西 区生活区	13,884,400.00	50 年	323,969.38	-	13,560,430.62	48.66
清远地块-广 清园一期用地	90,681,200.00	50 年	1,057,947.31	-	89,623,252.69	49.42
清远地块-广 清园二期用地	118,470,600.00	50 年	197,451.00	-	118,273,149.00	49.92
软件	64,283,733.30	-	38,876,395.96	-	25,407,337.34	

合计	1,141,654,811.22	-	116,929,041.23	-	1,024,725,769.99	-
----	------------------	---	----------------	---	------------------	---

十、发行人最近一年末的主要债项

截至 2016 年 12 月 31 日，本公司负债合计为 2,665,570,471.64 元，主要为预收款项、短期借款、应付账款和应付票据等。

（一）预收款项

公司预收款项主要为预收经销商货款。报告期内，各期末的预收款项金额分别为 831,066,381.60 元、750,940,139.43 元和 1,079,793,769.38 元。截至 2016 年 12 月 31 日，预收款项余额中无账龄超过 1 年的大额款项或预收持有公司 5%（含 5%）以上表决权股份股东的款项。

（二）短期借款

截至 2016 年 12 月 31 日，本公司短期借款余额为 103,443,464.00 元，相关明细如下表所示：

贷款银行	利率	借款金额（元）	到期日	担保方式
中国银行股份有限公司广州白云支行	3.9150%	50,000,000.00	2017 年 2 月 29 日	资产抵押担保、连带责任保证
中国工商银行广州天平架支行	3.9150%	50,000,000.00	2017 年 3 月 1 日	资产抵押担保、连带责任保证
中信银行股份有限公司广州分行	4.5000%	2,088,831.00	2017 年 1 月 18 日	质押
招商银行股份有限公司成都分行	3.2000%	1,354,633.00	2017 年 10 月 19 日	质押
合计	-	103,443,464.00	-	-

截至 2016 年 12 月 31 日，公司不存在已到期尚未偿还的短期借款。

（三）应付账款

公司应付账款主要为应付原材料供应商采购款。截至 2016 年 12 月 31 日，

公司应付账款余额为 472,548,912.85 元，无账龄超过 1 年的大额款项或应付持有公司 5%以上（含 5%）以上表决权股份股东的款项。

（四）对内部人员债务情况

截至 2016 年 12 月 31 日，除应付职工薪酬外，本公司无其他对内部人员债务。

（五）对关联方债务情况

截至 2016 年 12 月 31 日，公司对关联方债务请参见本招股意向书“第七节 同业竞争与关联交易”之“四、关联交易”之“（三）关联方应收应付款项”之“2、公司应付关联方款项”。

十一、报告期内公司所有者权益情况

报告期内各期末股东权益项目的变动情况请参见本节之“一、发行人最近三年的财务报表”之“（一）最近三年合并财务报表”之“4、合并所有者权益变动表”。

报告期内各期末股东权益项目的具体情况请参见本招股意向书“第十一节 管理层讨论与分析”之“一、财务状况分析”之“（三）所有者权益分析”。

十二、报告期内公司主要财务指标

1、基本财务指标

财务指标	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
流动比率（倍）	0.87	0.81	0.83
速动比率（倍）	0.55	0.54	0.62
资产负债率（%）（母公司）	47.03	47.08	48.81
应收账款周转率（次/年）	70.14	77.04	55.22

存货周转率（次/年）	7.32	9.10	9.55
归属于母公司普通股股东的每股净资产（元）	7.71	5.17	4.18
无形资产（扣除土地使用权）占净资产比率（%）	0.88	1.32	1.01
财务指标	2016 年度	2015 年度	2014 年度
息税折旧摊销前利润（万元）	130,063.53	70,985.78	56,687.60
归属于母公司普通股股东的净利润（万元）	94,956.21	48,849.00	38,531.64
扣除非经常性损益后归属于母公司普通股股东的净利润（万元）	90,412.88	45,503.63	36,970.35
利息保障倍数（倍）	173.22	41.80	21.41
每股净现金流量（元）	0.74	-0.35	0.71
每股经营活动产生的现金流量（元）	4.01	1.67	2.43

注 1：除资产负债率外，上述指标的计算均以公司合并财务报表的数据为基础；

注 2：应收账款周转率以营业收入和应收账款平均余额为基础进行计算；

注 3：计算每股经营活动现金流量、每股净现金流量和归属于发行人股东的每股净资产等指标时，分母为当期发行在外的普通股加权平均数。

2、净资产收益率和每股收益

根据《公开发行证券公司信息披露编报规则第 9 号——净资产收益率和每股收益的计算及披露》（2010 年修订）计算的报告期内公司净资产收益率及每股收益如下表：

年度	财务指标	加权平均净资产收益率	每股收益（元/股）	
			基本	稀释
2016 年	归属于公司普通股股东的净利润	39.45%	2.54	2.54
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	38.63%	2.49	2.49
2015 年	归属于公司普通股股东的净利润	28.44%	1.31	1.31
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	26.49%	1.22	1.22
2014 年	归属于公司普通股股东的净利润	28.12%	1.03	1.03

扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	26.98%	0.99	0.99
-------------------------	--------	------	------

注1：上述每股收益系根据《公开发行证券公司信息披露编报规则第9号—净资产收益率和每股收益的计算和披露》（2010年修订）计算。其中公司2013年10月整体变更为股份公司，当年的期初股本数按折股时股本320,000,000股计算。

注2：指标计算公式

1) 加权平均净资产收益率

$$\text{加权平均净资产收益率} = P_0 / (E_0 + NP \div 2 + E_i \times M_i \div M_0 - E_j \times M_j \div M_0 \pm E_k \times M_k \div M_0)$$

其中， P_0 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； E_0 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； M_0 为报告期月份数； M_i 为新增净资产下一月份起至报告期期末的月份数； M_j 为减少净资产下一月份起至报告期期末的月份数； E_k 为因其他交易或事项引起的净资产增减变动； M_k 为发生其他净资产增减变动下一月份起至报告期期末的月份数。

2) 基本每股收益

$$\text{基本每股收益} = P_0 \div S$$

$$S = S_0 + S_1 + S_i \times M_i \div M_0 - S_j \times M_j \div M_0 - S_k$$

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 为报告期月份数； M_i 为增加股份下一月份至报告期期末的月份数； M_j 为减少股份下一月份起至报告期期末的月份数。

3) 稀释每股收益

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。公司在计算稀释每股收益时，应考虑所有稀释性潜在普通股对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和加权平均股数的影响，按照其稀

释程度从大到小的顺序计入稀释每股收益，直至稀释每股收益达到最小值。

十三、发行人盈利预测报告披露情况

公司未编制盈利预测报告。

十四、资产评估情况

1、2013年10月，公司整体变更时的资产评估情况

2013年10月，欧派有限整体变更为股份公司时，中天衡平接受本公司委托，采用资产基础法对公司截至评估基准日2013年8月31日的净资产价值进行评估，并于2013年9月12日出具了“中天衡平评字[2013] 064号”《资产评估报告书》。主要评估结果如下：

单位：万元

项目	账面价值	评估价值	增减值	增减率
流动资产	119,478.66	119,755.46	276.80	0.23%
非流动资产	95,326.59	122,210.79	26,884.20	28.20%
其中：长期股权投资	9,214.64	17,732.59	8,517.95	92.44%
固定资产	29,659.61	34,506.64	4,847.03	16.34%
无形资产	54,314.04	67,815.26	13,501.22	24.86%
资产总计	214,805.26	241,966.24	27,160.98	12.64%
流动负债	157,987.93	157,987.93	-	-
非流动负债	-	-	-	-
负债总计	157,987.93	157,987.93	-	-
净资产（所有者权益）	56,817.33	83,978.32	27,160.99	47.80%

如上表所示，净资产评估增值47.80%，主要为房屋建筑物与土地使用权市场价格上涨所造成的固定资产、无形资产与长期股权投资评估增值。本公司以经审计的净资产作为入账价值，未按照上述评估结果进行账务调整。

2、2013年11月，姚良柏以位于广州白云区神山镇路雄丰村工业区房地产

作价增资时的资产评估情况

北京恒信德律资产评估有限公司接受本公司委托采用成本法对姚良柏所持有拟用于向本公司增资的位于广州白云区神山镇路雄丰村工业区内的房地产截至评估基准日 2012 年 12 月 31 日的市场价值进行评估，并于 2013 年 5 月 23 日出具了“京恒信德律评报字[2013]0047 号”《资产评估报告书》，主要评估结论如下：

此次评估项目所涉及的神山镇路雄丰村工业区厂区的委估宗地面积为 10,727.50 平方米，地上房屋建筑物建筑面积共 11,546.39 平方米，于评估基准日 2012 年 12 月 31 日委估房地产的评估价值为 20,480,200.00 元（取整）。

本公司以上述资产评估结果作为 2013 年 11 月姚良柏对本公司进行增资的入账价值。

2016 年 7 月 7 日，中广信出具中广信评复报字[2016]第 001 号《广东欧派家居集团有限公司拟同意股东对其位于广州白云区神山镇雄丰村工业区房地产作价入股所涉及资产市场价值项目资产评估复核报告书》，对上述姚良柏用于增资的资产评估价值进行了复核。

十五、历次验资情况

请参见本招股意向书“第五节 发行人基本情况”之“四、历次验资情况”。

十六、报告期内会计报表附注中或有事项、期后事项及其他重要事项

投资者在阅读本招股意向书时，请关注财务报表附注中的期后事项、或有事项及其他重要事项。

1、或有事项

截至本招股意向书签署之日，公司无需要披露的或有事项。

2、资产负债表日后事项

截至本招股意向书签署之日，公司无需要披露的资产负债表日后事项。

3、其他重要事项

截至本招股意向书签署之日，公司无需要披露的其他重要事项。

第十一节 管理层讨论与分析

根据公司最近三年经审计的财务报告，公司管理层作出如下分析。非经特别说明，以下数据均为合并会计报表口径。

一、财务状况分析

(一) 资产构成与主要项目分析

1、资产构成情况

报告期内各期末，公司主要资产金额及占总资产的比例情况如下表：

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：	219,891.17	39.63%	155,782.81	39.66%	151,655.46	43.75%
其中：货币资金	114,543.23	20.64%	90,240.69	22.98%	98,162.10	28.32%
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产	-	-	-	-	-	-
应收票据	721.47	0.13%	469.11	0.12%	1,624.92	0.47%
应收账款	12,945.57	2.33%	7,396.91	1.88%	7,159.93	2.07%
预付账款	7,723.80	1.39%	4,640.99	1.18%	4,946.47	1.43%
其他应收款	3,405.74	0.61%	1,926.51	0.49%	2,309.42	0.67%
存货	75,694.22	13.64%	48,013.14	12.22%	36,201.75	10.44%
其他流动资产	4,857.15	0.88%	3,095.47	0.79%	1,250.87	0.36%
非流动资产：	334,951.59	60.37%	236,984.53	60.34%	194,992.99	56.25%
其中：可供出售金融资产	101.50	0.02%	101.50	0.03%	101.50	0.03%
固定资产	154,291.38	27.81%	128,833.05	32.80%	97,259.64	28.06%
在建工程	57,009.14	10.27%	17,013.43	4.33%	14,254.51	4.11%

无形资产	102,472.58	18.47%	75,488.26	19.22%	74,690.12	21.55%
长期待摊费用	339.18	0.06%	202.27	0.05%	7.00	0.00%
递延所得税资产	3,266.94	0.59%	2,516.50	0.64%	2,215.19	0.64%
其他非流动资产	17,470.86	3.15%	12,829.52	3.27%	6,465.03	1.87%
资产合计	554,842.75	100.00%	392,767.34	100.00%	346,648.45	100.00%

2、主要资产项目分析

(1) 货币资金分析

报告期内各期末，公司货币资金分别为 98,162.10 万元、90,240.69 万元和 114,543.23 万元。

2015 年末，公司货币资金较 2014 年末减少 7,921.41 万元，主要原因为：
①公司 2015 年度支付给员工的薪酬、支付的各项税费及广告展销费、业务办公费等支付的其他与经营活动有关的现金增幅较大，导致经营活动产生的现金流量净额减少；②公司持续进行资本性投入以扩大产能，导致投资活动产生的现金净流出增加。

2016 年末，公司货币资金较 2015 年末增加 24,302.54 万元，主要系公司业务规模持续增长所致。

(2) 应收账款分析

1) 应收账款规模及变动情况

单位：万元

项目	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
应收账款账面价值	12,945.57	7,396.91	7,159.93
较上期末增幅 (%)	75.01	3.31	-28.74
占流动资产比例 (%)	5.89	4.75	4.72
占营业收入比例 (%)	1.81	1.32	1.51
占大宗业务销售收入比例 (%)	22.62	15.86	19.06
营业收入同比增幅 (%)	27.23	18.02	18.92

大宗业务销售收入同比增幅（%）	22.71	24.16	-10.24
-----------------	-------	-------	--------

公司的应收账款主要是应收房地产开发商等大宗业务客户的销售货款。公司在与该等客户签订业务合同时预收一定比例货款，并根据客户的信用和资金实力等情况，在产品安装完毕和销售结算后给予客户一定的信用付款期。

公司目前的大宗业务由经销商负责业务开拓和产品安装；在公司与经销商、大宗客户签订业务订单后，除大宗业务客户向公司支付一定比例的货款外，经销商需按照销售货款扣除安装费用和预收大宗客户货款后的差额向公司支付保证金。公司在安排大宗客户业务订单生产时实际已收到全额货款，相关应收账款基本不存在坏账损失风险。

2015 年末，公司应收账款账面价值较 2014 年末增长 236.98 万元，增幅为 3.31%，变动幅度较小。公司大宗业务销售收入较上年增长 24.16%，应收账款增幅小于大宗业务销售收入增幅的主要原因为经销商继续加大应收账款催收力度，销售回款情况良好。

2016 年末，公司应收账款账面价值较 2015 年末增长 5,548.66 万元，增幅为 75.01%，增长幅度较大，主要系公司新增“大家居”业务以及大宗业务客户工程进度结算时点靠近年末所致：①“大家居”业务指为消费者提供一站式自主选材、个性化整体设计与全程管家服务的欧派全屋定制业务模式。为鼓励开展新业务，公司对于各经销商新开设的“大家居”业务旗舰店中的样品一般给予一年的信用付款期，截至 2016 年 12 月 31 日，已开展业务的“大家居”旗舰店共 52 家，新增应收账款 2,196.80 万元；②公司根据与大宗业务客户的约定，在各工程进度节点完成时确认相应的应收账款，2016 年部分大宗业务客户有较大金额的项目进度结算时点在三、四季度，截至 2016 年 12 月 31 日，该部分项目所形成的应收账款尚在信用期内，导致期末应收账款余额较大。

2014 年末、2015 年末和 2016 年末，公司应收账款净额分别为 7,159.93 万元、7,396.91 万元和 12,945.57 万元，占流动资产的比例分别为 4.72%、4.75% 和 5.89%，占营业收入的比例分别为 1.51%、1.32%和 1.81%，在流动资产、营业收入中的占比较低。

2) 应收账款信用期及账龄情况

报告期内，公司不断加强对应收账款的管理，各期末公司的应收账款主要是账龄在一年以内的应收款项。但由于房地产开发商等大型客户销售商品房周期长短不一，其向公司偿付货款的时间与商品房销售周期密切联系，故公司少量应收账款账龄较长。

考虑到公司的大宗业务客户主要为房地产开发商，其采购整体家居产品时已处于建设装修周期的末段，资金回笼压力不大，故应收账款发生坏账损失的风险较小。对于账龄超过一年，尤其是按信用风险特征组合后该组合风险较大的应收账款，公司已充分考虑其性质和收回的可能性，根据坏账准备计提政策提取了足额的坏账准备。

报告期内，公司各期末应收账款情况如下：

单位：万元

日期	账龄	账面原值	占比	坏账准备	账面价值
2016.12.31	1年以内（含1年）	11,863.58	79.57%	593.09	11,270.49
	1-2年（含2年）	1,435.74	9.63%	287.15	1,148.59
	2-3年（含3年）	868.88	5.83%	434.44	434.44
	3-4年（含4年）	460.23	3.08%	368.18	92.05
	4年以上	281.59	1.89%	281.59	-
	合计	14,910.01	100.00%	1,964.44	12,945.57
2015.12.31	1年以内（含1年）	6,159.41	69.65%	307.97	5,851.44
	1-2年（含2年）	1,291.26	14.60%	258.25	1,033.01
	2-3年（含3年）	898.97	10.17%	449.49	449.49
	3-4年（含4年）	314.90	3.56%	251.92	62.98
	4年以上	178.78	2.02%	178.78	-
	合计	8,843.31	100.00%	1,446.41	7,396.91
2014.12.31	1年以内（含1年）	6,061.13	73.06%	303.06	5,758.07
	1-2年（含2年）	1,429.13	17.22%	285.83	1,143.30
	2-3年（含3年）	444.25	5.35%	222.13	222.13

	3-4年(含4年)	182.14	2.20%	145.71	36.43
	4年以上	180.66	2.17%	180.66	-
	合计	8,297.31	100.00%	1,137.38	7,159.93

3) 应收账款前五名情况

单位：万元

日期	序号	客户名称	是否为公司关联方	期末应收账款原值	占应收账款总额的比例
2016.12.31	1	运亿置业(秦皇岛)有限公司	否	555.39	3.72%
	2	保利房地产(集团)股份有限公司	否	500.69	3.36%
	3	珠海市锦荣房地产开发有限公司	否	485.44	3.26%
	4	中建二局第三建筑工程有限公司	否	396.25	2.66%
	5	成都创未来商贸有限公司	否	326.10	2.19%
2015.12.31	1	保利房地产(集团)股份有限公司	否	355.68	4.02%
	2	广州富利建筑安装工程有限公司	否	290.59	3.29%
	3	成都创未来商贸有限公司	否	263.93	2.98%
	4	北京中关村开发建设股份有限公司	否	225.00	2.54%
	5	广州市程海贸易有限公司	否	195.84	2.21%
2014.12.31	1	惠州市好的板科技有限公司	否	506.49	6.10%
	2	广州市番禺祈福新邨房地产有限公司	否	504.22	6.08%
	3	珠海景润房地产开发有限公司	否	331.23	3.99%
	4	广州天朗商贸有限公司	否	271.27	3.27%
	5	保利房地产(集团)股份有限公司	否	214.07	2.58%

(3) 预付账款

预付账款主要为公司预付厂房租金、向境外原材料供应商采购时预先支付的部分货款及其他预付款项。报告期各期末，按账龄列示预付账款如下：

单位：万元

账龄	2016.12.31		2015.12.31		2014.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比

1年以内(含1年)	7,403.78	95.86%	4,315.71	92.99%	4,439.82	89.75%
1至2年(含2年)	146.28	1.89%	141.00	3.04%	463.40	9.37%
2至3年(含3年)	4.80	0.06%	181.07	3.90%	37.87	0.77%
3年以上	168.94	2.19%	3.20	0.07%	5.38	0.11%
合计	7,723.80	100.00%	4,640.99	100.00%	4,946.47	100.00%

2015年末,公司预付账款余额较上年末减少305.48万元,降幅为6.18%,主要为公司业务规模不断发展,在采购过程中逐渐减少采用预付货款的结算模式所致。

2016年末,公司预付账款余额较上年末增加3,082.81万元,增幅为66.43%,增长幅度较大,主要原因为随着公司产能扩大,公司原材料采购规模增长较大,导致预先支付的部分采购货款相应增加。

截至2016年12月31日,公司期末预付账款中无持有本公司5%以上(含5%)股权的股东或其他关联方的欠款。

(4) 其他应收款

报告期各期末,公司其他应收款按账龄列示如下:

单位:万元

日期	账龄	账面原值	占比	坏账准备	账面价值
2016.12.31	1年以内(含1年)	2,919.55	73.43%	145.51	2,774.04
	1-2年(含2年)	547.56	13.77%	109.51	438.05
	2-3年(含3年)	335.28	8.43%	167.64	167.64
	3-4年(含4年)	130.04	3.27%	104.03	26.01
	4年以上	43.60	1.10%	43.60	-
	合计	3,976.03	100.00%	570.29	3,405.74
2015.12.31	1年以内(含1年)	1,580.87	71.56%	79.04	1,501.83
	1-2年(含2年)	429.64	19.45%	85.93	343.71
	2-3年(含3年)	155.14	7.02%	77.57	77.57
	3-4年(含4年)	17.02	0.77%	13.62	3.40
	4年以上	26.58	1.20%	26.58	-
	合计	2,209.25	100.00%	282.74	1,926.51

2014.12.31	1年以内(含1年)	1,865.32	70.91%	93.27	1,772.06
	1-2年(含2年)	600.22	22.81%	120.04	480.18
	2-3年(含3年)	103.71	3.94%	51.85	51.85
	3-4年(含4年)	26.67	1.01%	21.34	5.33
	4年以上	35.00	1.33%	35.00	-
	合计	2,630.92	100.00%	321.50	2,309.42

报告期各期末，公司其他应收款主要是向大宗业务客户支付的工程保证金、押金和员工备用金。报告期各期末，其他应收款账面净额分别为 2,309.42 万元、1,926.51 万元和 3,405.74 万元，占流动资产的比例分别为 1.52%、1.24%和 1.55%，其他应收款占流动资产的比例较低。

(5) 存货

1) 存货规模及变动情况

报告期内，公司期末存货规模及变动情况如下：

项目	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
存货账面价值(万元)	75,694.22	48,013.14	36,201.75
较上期末增长(%)	57.65	32.63	2.73
占流动资产比例(%)	34.42	30.82	23.87
占营业成本比例(%)	16.72	12.53	10.62
营业收入同比增幅(%)	27.23	18.02	18.92
营业成本同比增幅(%)	18.11	12.40	21.68

报告期内各期末，公司存货账面价值分别为 36,201.75 万元、48,013.14 万元和 75,694.22 万元。

2015 年末和 2016 年末，公司存货账面价值较上年度分别增加 11,811.39 万元和 27,681.08 万元，变动幅度为 32.63%和 57.65%，主要原因为报告期内天津欧派、无锡欧派生产基地新增厨柜、衣柜、木门等生产线，公司生产规模不断扩大，规划产能不断增加，导致报告期内原材料采购量和年末储备量均有所增长。同时，公司全新品牌“欧铂丽”业务不断发展，丰富了公司的产品层次，也使得

期末的原材料账面价值有所增长。

2) 存货的具体构成

报告期内，公司各期末存货具体构成如下：

单位：万元

类别	2016.12.31		2015.12.31		2014.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
原材料	48,873.94	64.57%	30,123.09	62.74%	22,729.98	62.79%
产成品与库存商品	19,456.71	25.70%	12,886.91	26.84%	8,815.23	24.35%
在产品与半成品	7,363.57	9.73%	5,003.14	10.42%	4,656.54	12.86%
合计	75,694.22	100.00%	48,013.14	100.00%	36,201.75	100.00%

公司生产经营主要有如下特点：①订单式生产销售模式，公司生产的整体橱柜、整体衣柜等整体家居产品均为高度定制化产品，具有产品种类多、原材料采购量大、完工后销售周期短等特点；②生产销售具有季节性，每年9月至12月为公司各个销售区域的销售旺季。

报告期内，受上述因素的影响，公司年末存货结构有如下特点：

① 原材料占比最大。为满足生产集中期的用料需求，公司提前采购原材料，以避免因集中紧急采购引致的成本增加，使得期末原材料库存金额较大。报告期内，公司各期末原材料占存货余额的比例分别为62.79%、62.74%和64.57%。

② 产成品与库存商品金额较大。报告期内各期末，产成品与库存商品的金额分别为8,815.23万元、12,886.91万元和19,456.71万元，为存货构成中的另一主要部分。公司在报告期内不断优化供应链流程，在保证正常生产和发货的同时力求降低库存。

2015年末和2016年末，产成品和库存商品余额为12,886.91万元和19,456.71万元，较上年末分别增长46.19%和50.98%，但报告期内产成品和库存商品占存货余额的比例分别为24.35%、26.84%和25.70%，变动幅度较小。

3) 存货跌价准备

报告期内，公司于各期末对存货进行全面清查，未发现由于遭受毁损、陈旧过时或市价低于成本等原因而需计提跌价准备的情形，故不予计提存货跌价准备。

4) 存货库龄情况及订单支持情况

公司建立了严格的存货管理制度，各期末对存货进行盘点，对盘点过程中发现过期变质、损坏或毁损丧失使用价值的存货，质检部门认定后当期申报报废处理；每年年初和年中由技术质量部组织财务部、质检人员、仓管人员对所有存货进行检查，检查过程中如发现存储超过6个月以上积压的存货，则由积压存货所在部门报总经理室批复后，及时转为他用或者变卖处理，报告期各期末公司存货的库龄情况如下：

单位：万元

库龄	2016.12.31		2015.12.31		2014.12.31	
	金额	占比(%)	金额	占比(%)	金额	占比(%)
6个月以内	73,120.82	96.60	45,997.74	95.80	33,821.40	93.42
7-12月	1,859.61	2.46	1,254.31	2.61	1,806.13	4.99
1-2年	545.53	0.72	652.76	1.36	566.02	1.56
2年以上	168.26	0.22	108.33	0.23	8.21	0.02
合计	75,694.22	100.00	48,013.14	100.00	36,201.75	100.00

公司与主要材料供应商均签订了年度供货合同，公司根据接受产品销售订单情况及产品生产计划安排，向供应商下单进行材料采购，公司采购的材料均为已接受订单生产需要而订购的材料或通用材料，报告期各期末公司未结算销售订单情况如下：

项目	2016.12.31		2015.12.31		2014.12.31	
	数量(套/樘)	金额(万元)	数量(套/樘)	金额(万元)	数量(套/樘)	金额(万元)
整体厨柜	56,012	61,663.40	36,983	43,486.86	31,453	45,095.21
整体衣柜	68,263	26,251.58	44,698	17,286.06	44,916	19,125.31
定制木门	10,655	2,342.81	9,679	1,771.22	9,513	1,500.16

整体卫浴	5,992	1,513.64	4,762	1,279.83	5,634	1,307.52
合计	140,922	91,771.43	96,122	63,823.96	91,516	67,028.20

由上表可见，随着公司经营业绩的逐渐增长，公司未结算订单数量和金额均呈现增长趋势，同时受各年度春节时点及销售季节性因素的影响，报告期各期末未结算销售订单量存在一定波动，但公司销售订单金额均超过公司各期末存货库存金额。

报告期内，公司根据生产需要及经营安全性，组织原材料采购和产品生产，存货管理良好，各期末仅有少量库龄超过 1 年以上的存货，残次冷背的存货已经进行了及时处理，同时报告期内公司主要产品的市场销售状况良好，产品毛利率未发生不利变化，各期末生产订单充足，公司存货不存在减值迹象。

5) 结合生产周期及销售周期对各期末在产品及库存商品的分析

①公司的生产模式与生产周期

A、生产模式

公司的生产模式主要分为两种，自行生产模式和 OEM 模式。

a、自行生产模式

自行生产是指公司自行采购原辅材料，全部工序都利用自有的生产场地和生产设备进行生产，最后将产品进行销售的生产方式。自行生产模式是公司的主要生产模式，公司的整体厨柜、整体衣柜、整体卫浴、定制木门均为自行生产，在生产实施过程中，公司实施全面质量管理，通过对原辅材料供应商的资质评估、现场随机抽检、原辅材料到货检验以及生产过程各工段的产品检验，确保生产全过程的产品质量。

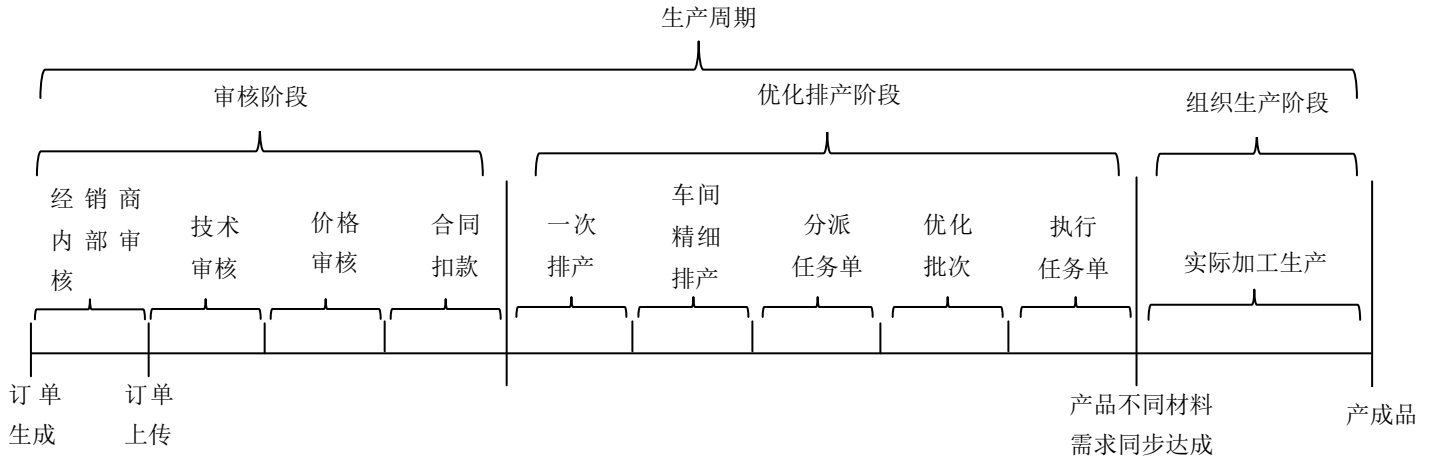
b、OEM 模式

OEM 是公司的辅助生产模式，公司的墙饰产品、部分卫浴产品、部分厨房电器和部分厨柜台面采用 OEM 模式。公司与 OEM 厂商签订合同，对代工厂商的资质和市场评价进行严格筛选，对代工产品的原材料、质量、生产效率和交货时间进行严格控制，确保产品质量达到公司标准。

B、生产周期

a、生产周期示意图

报告期内，公司产品的生产周期示意图如下所示：



生产周期中各个主要环节的具体工作内容如下：

主要环节	工作内容
订单生成	客户与经销商对设计方案、价格达成一致，客户确认、订单成型
经销商内部审核	设计师再次修图确认，经销商内部再次进行价格核对，经销商财务人员进行账务处理，内部进行签批手续等
订单上传	经销商通过软件系统将订单信息上传至公司综合订单管理系统，由公司对该订单进行信息处理
技术审核	专业技术人员对客户设计方案的加工工艺是否合理进行审核，确定非标加工材料、尺寸、工艺等
价格审核	对订单自动报价进行价格审核，确定价格，确保经销商定价符合公司的相关制度
合同扣款	经销商进行全额付款，客户对专卖店和直营店进行全部付款或部分付款
一次排产	对订单进行一次排产，排定总体时间
车间精细排产	对订单拆分后的任务单进行精细排产，根据车间产能、产品结构比例、工序流程、材料供应等排定精细计划，确定具体的生产计划和产品不同

	材料需求同步达成的节点
分派任务单	将任务单分派给各生产车间
优化批次	根据车间情况对任务单进行优化，任务单分为标准件和非标准件，对非标准件进行排序和优化，使板材利用率达到 90%以上。鉴于目前公司产能特别是衣柜产能较为紧张，排产过程中，一般需要等待以前订单生产完成才能进入后续订单的生产，因此需要一定的等待期
执行任务单	各车间根据优化批次的结果，准备不同需求下的产品材料
产品不同材料需求同步达成	根据产品需求的不同，相应材料均已准备完毕，准备进入组织生产阶段，进入实际的加工生产
实际加工生产	实施加工、生产
产成品	加工生产完成后，材料已变成产成品，准备入库

基于公司生产环节多，产品品种多样，主要生产车间产能接近满负荷使用，且公司注重提高板材利用率，前续订单少量积压需等待消化等原因，公司审核阶段及优化排产阶段所需时间较长，而实际加工生产时间较短。一般而言，整体厨柜审核阶段周期约为 3-4 天，优化排产阶段约为 8-9 天，组织生产阶段约为 4-5 天，即整体厨柜一般生产周期约为 15-18 天；整体衣柜审核阶段周期约为 3-4 天，优化排产阶段约为 12-14 天，组织生产阶段约为 5-7 天，即整体衣柜一般生产周期约为 20-25 天。

b、整体厨柜产品的生产周期情况

报告期内，整体厨柜产品的实际加工生产期及生产周期情况如下：

单位：天

项目		2016 年度	2015 年度	2014 年度
板式材料	实际加工生产期	3-4	4-5	5-6
	生产周期	14-17	15-18	16-19
吸塑材料	实际加工生产期	4-5	5-6	6-7
	生产周期	17-19	19-20	19-21
油漆材料	实际加工生产期	10-12	12-14	12-14

	生产周期	21-25	23-27	26-30
实木材料	实际加工生产期	18-20	15-18	18-20
	生产周期	30-33	27-31	32-35
加权平均生产周期		16-19	17-19	18-21

注：加权平均生产周期=（板式材料生产周期天数*板式材料订单数量+吸塑材料生产周期天数*吸塑材料订单数量+油漆材料生产周期天数*油漆材料订单数量+实木材料生产周期天数*实木材料订单数量）/总订单数量。

c、整体衣柜产品的生产周期情况

报告期内，公司整体衣柜产品的实际加工生产期及生产周期情况如下：

单位：天

项目		2016 年度	2015 年度	2014 年度
板式材料	实际加工生产期	4-5	4-5	6-7
	生产周期	16-19	17-19	20-22
吸塑材料	实际加工生产期	5-6	5-6	5-6
	生产周期	26-28	26-28	27-29
油漆材料	实际加工生产期	12-15	12-15	14-17
	生产周期	27-30	27-31	30-34
实木材料	实际加工生产期	18-20	16-19	18-20
	生产周期	31-35	34-37	38-40
加权平均生产周期		22-23	22-24	23-25

注：加权平均生产周期=（板式材料生产周期天数*板式材料订单数量+吸塑材料生产周期天数*吸塑材料订单数量+油漆材料生产周期天数*油漆材料订单数量+实木材料生产周期天数*实木材料订单数量）/总订单数量。

②公司的销售模式与销售周期

A、销售模式

公司销售模式分为直营店销售模式、经销商专卖店销售模式、大宗业务销售模式和出口销售模式四种模式。

a、直营店销售模式

直营店销售模式是指公司利用自有资金在大型卖场或独立店面开设“欧派”品牌专卖店销售公司产品，产品销售后由公司安排专业安装人员上门安装，安装完成后确认收入。

b、经销商专卖店销售模式

经销商专卖店销售模式是指公司选择和培育具有品牌意识、资金实力雄厚、市场信誉良好且具有丰富市场经验的经销商，授权其在特定区域内，按照公司要求开设欧派专卖店，独家销售欧派品牌的整体家居产品的一种销售模式。

经销商接收客户订单并收取定金后，将经客户确认的销售订单发送至公司，按照结算价格向公司支付全部货款，公司即开始组织生产。产品生产后，公司将产品运送至经销商对应的物流公司指定的交货地点，交货后确认销售收入。珠三角地区的经销商根据自身资源配备条件可选择自提产品，经销商到达厂区办理提货，仓库管理员按照调度单办理产品出库及装车，经销商办理装车后确认收入。

c、大宗业务销售模式

大宗业务销售模式是指公司与知名房地产商等建立合作关系，为房地产项目精装修配套整体厨柜、整体衣柜等产品的业务模式。公司依据大宗业务客户信用和资金实力等情况，先收取一定比例的货款，然后按照合同计划安排生产、发货、安装，在产品安装完成，并且取得索取货款依据时确认收入。

d、出口销售模式

出口销售模式是指公司承接境外厨柜、衣柜等产品经营企业、经营个人或终端客户的订单从而实现销售的模式；产品经营企业、经营个人一般直接提供产品设计图纸，而终端客户一般提供房屋图纸由公司提供产品设计方案。出口销售一般采用 **FOB** 方式结算，发货前客户须支付全额货款，公司按照合同约定期限完成生产报关，产品的安装一般由境外的经营企业或个人负责。公司在完成报关手续，货物已经越过船舷，取得提单并向银行办妥交单手续时确认销售收入。

B、销售周期

销售周期是指产品生产完成入库至产品风险转移至第三方且确认销售收入的过程。报告期内，公司的收入确认原则未发生变化，在不同的销售模式下，公司的收入确认原则有所不同，销售周期有所差异。报告期内，不同销售模式下，产品的销售周期情况如下：

单位：天

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
直营店销售模式	20-25	18-20	19-20
经销商专卖店销售模式	2-10	2-4	2-4
大宗业务销售模式	22-28	21-25	20-22
出口销售模式	20-30	16-19	17-20
加权平均销售周期	4-13	5-7	5-6

注：加权平均销售周期=（直营店模式销售周期天数*直营店模式销售收入+经销商模式销售周期天数*经销商模式销售收入+大宗业务模式销售周期天数*大宗业务模式销售收入+出口模式销售周期天数*出口模式销售收入）/主营业务收入。

③公司的在产品与库存商品情况

A、公司在产品及库存商品情况

报告期内，公司各期末在产品与库存商品情况如下：

单位：万元

类别	2016.12.31		2015.12.31		2014.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
原材料	48,873.94	64.57%	30,123.09	62.74%	22,729.98	62.79%
产成品与库存商品	19,456.71	25.70%	12,886.91	26.84%	8,815.23	24.35%
在产品与半成品	7,363.57	9.73%	5,003.14	10.42%	4,656.54	12.86%
存货合计	75,694.22	100.00%	48,013.14	100.00%	36,201.75	100.00%

B、报告期内公司在产品及库存商品账面值较低的原因

报告期内，公司在产品与半成品占存货的比例约为 10%-13%，产成品与库存商品占存货的比例约为 24%-27%；相比原材料而言，在产品与半成品、产成

品与库存商品在存货中占比均较低。

在产品与半成品在存货中占比较低的原因：在公司完整的生产周期中，审核阶段和优化排产阶段时间较长，组织生产阶段时间较短，在产品不同材料需求未同步达成，即产品未进入组织生产阶段时，生产产品所需的材料归集于原材料科目列示，造成在产品与半成品占比较低。

产成品与库存商品在存货中占比较低的原因：报告期内，公司通过经销商实现的销售收入占比在 80%以上，经销商专卖店销售模式为公司最主要的销售模式，该模式下产品的销售周期较短，一般为 2-10 天。因此，产品生产完成至风险完全转移且公司确认收入的时间较短，造成产成品与库存商品占比较低。

C、同行业上市公司在产品、库存商品及存货的占比分析

报告期内，公司销售收入与销售利润最重要的来源是整体厨柜和整体衣柜产品。同行业上市公司中没有主要经营整体厨柜产品的企业，整体衣柜的可比上市公司为索菲亚和好莱客。2013 年末、2014 年末、2015 年末及 2016 年 6 月末，公司与索菲亚和好莱客的在产品、库存商品及存货占比对比如下：

单位：万元

上市公司	类别	2016.06.30		2015.12.31		2014.12.31		2013.12.31	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
欧派集团 (整体厨柜)	原材料	13,035.29	61.02%	17,205.79	66.15%	16,011.83	70.64%	13,720.68	68.80%
	产成品与库存商品	4,347.69	20.35%	5,199.76	19.99%	3,519.46	15.53%	2,507.03	12.57%
	在产品与半成品	3,979.08	18.63%	3,603.42	13.85%	3,136.87	14.68%	3,714.26	17.39%
	存货合计	21,362.06	100.00%	26,008.97	100.00%	22,668.16	100.00%	19,941.97	100.00%
欧派集团 (整体衣柜)	原材料	6,424.87	66.24%	7,406.72	61.92%	3,033.15	49.14%	11,306.57	91.20%
	产成品与库存商品	2,250.06	23.20%	3,775.31	31.56%	2,438.73	39.51%	637.87	5.14%
	在产品与半成品	1,024.13	10.56%	779.37	6.52%	700.78	7.23%	453.6	4.68%
	存货合计	9,699.06	100.00%	11,961.40	100.00%	6,172.66	100.00%	12,398.04	100.00%
索菲亚	原材料	14,176.02	66.46%	12,812.82	65.03%	11,517.72	80.86%	11,515.71	84.11%

	产成品与库存商品	7,113.01	33.35%	6,856.74	34.80%	2,628.99	18.46%	2,150.89	15.71%
	在产品与半成品	40.63	0.19%	33.63	0.17%	97.41	0.68%	24.78	0.18%
	存货合计	21,329.66	100.00%	19,703.19	100.00%	14,244.12	100.00%	13,691.38	100.00%
好莱客	原材料	2,559.62	71.85%	2,571.93	71.47%	3,020.63	90.09%	2,381.94	89.46%
	产成品与库存商品	961.22	26.98%	1,003.44	27.88%	275.63	8.22%	218.53	8.21%
	在产品与半成品	40.82	1.15%	19.03	0.53%	36.59	1.09%	57.24	2.15%
	委托加工物资	0.66	0.02%	4.21	0.12%	19.87	0.59%	4.78	0.18%
	存货合计	3,562.32	100.00%	3,598.61	100.00%	3,352.72	100.00%	2,662.49	100.00%

2013 年末、2014 年末、2015 年末及 2016 年 6 月末，公司与索菲亚、好莱客的存货构成中，在产品与半成品占比、产成品与库存商品占比均较低，原材料的占比均较高，存货构成情况一致。

公司与索菲亚、好莱客均采用柔性制造模式，产品系为客户量身定制，产品在尺寸、用料、颜色、规格、样式设计等方面均存在个性化差异。在柔性制造模式下，产品并非大批量规模化生产，而是根据每个订单的不同而有所不同。因此，原材料占比较高，而半成品及产成品的占比较少。同时，为了提高材料的利用率，一般需对订单进行优化排产，优化排产阶段耗时较长，而实际加工生产时间较短；产品生产完工后不久即进行发货或安装处理。因此公司存货构成中，在产品与半成品、产成品与库存商品占比较低，而原材料占比较高，该现象符合柔性制造模式企业的特点，也符合公司的实际生产经营情况。

D、关于公司在产品及库存商品真实性、合理性的说明

a、关于在产品真实合理的说明

在优化排产阶段，公司依据车间产能、已接订单数量、原材料供应、所需产品工艺等情况排定精细计划，安排生产所需材料；而实际加工生产期，公司在产品不同材料需求同步达成的条件下，利用自身先进的生产机器设备进行加工生产。根据所需材料的不同，实际加工生产期有所不同，整体厨柜一般为 4-5 天；整体衣柜一般为 5-7 天。报告期内，在产品及半成品与成本的匹配关系如下：

单位：万元

项目	2016年度 /2016.12.31	2015年度 /2015.12.31	2014年度 /2014.12.31
整体厨柜成本	270,307.64	261,328.15	243,589.75
整体衣柜成本	127,738.62	89,035.66	70,749.63
整体厨柜、整体衣柜成本合计	398,046.26	350,363.81	314,339.38
整体厨柜、整体衣柜成本合计/330天（A）	1,206.20	1,061.71	952.54
整体厨柜在产品及半成品	4,727.97	3,603.42	3,136.87
整体衣柜在产品及半成品	1,230.89	779.37	700.78
整体厨柜、整体衣柜在产品及半成品合计（B）	5,958.86	4,382.79	3,837.65
B/A（天）	4.94	4.12	4.03

从会计科目核算上看，在产品与半成品科目对应的核算区间为产品的实际加工生产期，即在产品与半成品账面值与产品的实际加工生产期具有相关性。根据表格，2014-2016年，整体厨柜与整体衣柜合计每天结转的成本约为900-1,200万元，假设将整体厨柜及整体衣柜期末在产品与半成品结转为成本，其天数约为4.03-4.94天，与公司整体厨柜或整体衣柜产品的实际加工生产期基本吻合。同时，由于实际加工生产期时间较短，因此报告期内在产品与半成品账面值较小，在存货构成中占比较小，这符合公司的实际情况且较为合理。

b、关于产成品真实合理的说明

报告期内，根据销售模式的不同，公司产品的销售周期有所不同，公司的加权平均销售周期约为4-13天。2014-2016年，产成品及库存商品与成本的匹配关系如下：

单位：万元

项目	2016年度 /2016.12.31	2015年度 /2015.12.31	2014年度 /2014.12.31
整体厨柜成本	270,307.64	261,328.15	243,589.75
整体衣柜成本	127,738.62	89,035.66	70,749.63
整体厨柜、整体衣柜成本合计	398,046.26	350,363.81	314,339.38
整体厨柜、整体衣柜成本合计/330天（C）	1,206.20	1,061.71	952.54

整体厨柜产成品及库存商品	9,993.20	5,199.76	3,519.46
整体衣柜产成品及库存商品	7,790.18	3,775.31	2,438.73
整体厨柜、整体衣柜产成品及库存商品合计(D)	17,783.38	8,975.07	5,958.19
D/C (天)	14.74	8.45	6.26

从会计科目核算上看，产成品及库存商品科目对应的核算区间为产品入库至风险转移且确认销售收入的时间，即产成品及库存商品账面值与产品的销售周期具有相关性。根据表格，2014-2016年，整体厨柜与整体衣柜合计每天结转的成本约为900-1,200万元，假设整体厨柜及整体衣柜期末产成品及库存商品对外销售并结转成本，其天数约6.26-14.74天，与公司的加权平均销售周期基本吻合。同时，由于产品销售周期较短，因此产成品及库存商品的账面值较小，在存货构成中占比较小，这符合公司的实际情况且较为合理。

(6) 其他流动资产

报告期内各期末，公司其他流动资产主要是待认证尚未抵扣的增值税进项税额，分别为1,250.87万元、3,095.47万元和4,857.15万元，占资产总额的比例分别为0.36%、0.79%和0.88%，在资产总额中所占比例较低。

(7) 固定资产

截至2016年12月31日，公司固定资产原值为199,949.49万元，净值为154,291.38万元，成新率为77.17%。固定资产主要是房屋建筑物与生产设备等经营所必备的资产，均为公司所拥有并已取得相关权属证明，各类固定资产维护和运行状况良好。

1) 报告期内，期末固定资产具体构成

单位：万元

项目	2016.12.31		2015.12.31		2014.12.31	
	账面价值	比例	账面价值	比例	账面价值	比例
房屋及建筑物	74,105.05	48.03%	62,687.85	48.66%	48,791.57	50.17%
机器设备	72,658.53	47.09%	61,552.26	47.78%	44,994.27	46.26%
运输工具	1,142.30	0.74%	1,022.53	0.79%	801.37	0.82%

办公设备	6,385.50	4.14%	3,570.41	2.77%	2,672.42	2.75%
合计	154,291.38	100.00%	128,833.05	100.00%	97,259.64	100.00%

2) 报告期内，固定资产变动情况

单位：万元

项目	2016.12.31		2015.12.31		2014.12.31	
	原值	变动	原值	变动	原值	变动
房屋及建筑物	87,107.16	15,417.18	71,689.98	15,908.78	55,781.20	15,161.59
机器设备	98,262.88	18,168.05	80,094.83	22,442.55	57,652.28	17,886.54
运输工具	2,899.13	283.85	2,615.28	440.61	2,174.67	390.61
办公设备	11,680.32	4,185.54	7,494.78	1,893.81	5,600.97	1,289.28
合计	199,949.49	38,054.63	161,894.86	40,685.73	121,209.13	34,728.03

报告期内，公司房屋及建筑物、机器设备的增加主要是公司扩大生产，购买生产用机器设备并扩建生产设施所致。

3) 报告期内，固定资产计提减值准备情况

报告期内，公司于各期末对固定资产进行逐项检查，未发现由于遭受毁损而不具备生产能力和转让价值、长期闲置或技术落后受淘汰等原因而需计提减值准备的情形，故不计提固定资产减值准备。

(8) 在建工程

截至 2016 年 12 月 31 日，公司在建工程的账面价值为 57,009.14 万元，占资产总额的比重为 10.27%，主要是公司利用自筹资金进行的工程建设项目投入结余金额。报告期内，各期末公司主要在建工程情况如下：

单位：万元

工程项目	2016.12.31		2015.12.31		2014.12.31	
	原值	变动	原值	变动	原值	变动
天津工程项目	22.10	-2,219.39	2,241.49	-5,208.89	7,450.38	-4,692.65
江高工程项目	378.14	378.14	-	-4,992.75	4,992.75	2,021.69

琶洲工程项目	695.45	208.25	487.20	-	487.20	321.96
无锡工程项目	14,289.93	5,991.02	8,298.91	8,154.11	144.80	144.80
梯面工程项目	-	-	-	-	-	-
欧派家居产业园工程项目	8,879.40	3,330.79	5,548.61	4,369.23	1,179.38	1,026.69
清远工程项目	32,744.12	32,306.90	437.22	437.22	-	-
合计	57,009.14	39,995.71	17,013.43	2,758.92	14,254.51	-1,177.51

(9) 无形资产

截至 2016 年 12 月 31 日，公司无形资产净值为 102,472.58 万元，占总资产的比例为 18.47%，主要为土地使用权和软件，具体情况如下：

单位：万元

项目	原值	累计摊销	账面价值
土地使用权	107,737.11	7,805.26	99,931.84
软件	6,428.37	3,887.64	2,540.73
合计	114,165.48	11,692.90	102,472.58

其中，公司持有的土地使用权情况如下：

单位：万元

项目	原值	累计摊销	账面价值	摊销年限	剩余摊销年限
琶洲地块	52,280.34	5,289.75	46,990.59	49.42	45.92
西湖村地块	8,523.25	511.40	8,011.85	50.00	48.50
无锡地块一期	8,855.95	230.62	8,625.33	50.00	47.92
天津地块一期	4,624.31	594.60	4,029.71	50.00	43.67
无锡地块二期	4,124.92	72.29	4,052.64	50.00	49.08
广花三路地块	3,615.56	668.88	2,946.68	50.00	42.25
天津地块二期	2,625.99	222.12	2,403.87	50.00	46.00
神山厂房地块	783.16	57.67	725.49	43.00	41.33
清远地块-西区生活区	1,388.44	32.40	1,356.04	49.83	48.66
清远地块-广清园一期用地	9,068.12	105.79	8,962.33	50.00	49.42

清远地块-广清园二期用地	11,847.06	19.75	11,827.31	50.00	49.92
--------------	-----------	-------	-----------	-------	-------

(10) 递延所得税资产

报告期各期末，公司递延所得税资产形成的原因及金额如下：

单位：万元

项目	2016.12.31		2015.12.31		2014.12.31	
	暂时性差异	递延所得税资产	暂时性差异	递延所得税资产	暂时性差异	递延所得税资产
资产减值准备	2,525.22	396.37	1,725.12	266.23	1,458.28	228.45
预提费用	-	-	-	-	9,405.56	1,512.32
可抵扣亏损	8,018.70	1,986.09	2,727.58	681.89	1,897.70	474.42
递延收益	5,896.54	884.48	6,273.51	1,568.38	-	-
合计	16,440.46	3,266.94	10,726.21	2,516.50	12,761.54	2,215.19

公司递延所得税资产主要来源于资产减值准备、下属子公司可抵扣以前年度亏损、其他预提费用和递延收益等由会计处理与税收政策的差异而产生的可抵扣暂时性差异。其中，报告期各期末，本公司及合并范围内的子公司计算递延所得税资产的未来适用税率请参见本招股意向书“第十节 财务会计信息”之“五、公司报告期内相关税收情况”之“（一）公司适用的主要税种及税率”。

(11) 其他非流动资产

2014年末、2015年末和2016年末，公司其他非流动资产账面价值分别为6,465.03万元、12,829.52万元和17,470.86万元。2014年末，公司其他非流动资产余额为预先支付设备供应商的设备采购款。

2015年末，其他非流动资产较2014年末增加6,364.49万元，增长98.44%，增长部分主要为公司年末预付设备采购款增加2,469.17万元及新增预付土地款3,754.48万元。

2016年末，其他非流动资产较2015年末增加5,714.25万元，增长53.27%，主要为预付设备采购款增加7,811.76万元及新增预付工程款355.47万元所致。

1) 报告期内预付设备款的具体对象和金额如下：

单位：万元

序号	设备供应商	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
1	东莞金田豪迈木工机械贸易有限公司	10,345.50	7,002.39	3,576.68
2	北京普陆洁尘商贸有限公司	2,069.39	405.58	-
3	佛山慧谷机械有限公司	644.13	191.46	271.51
4	BRETON S.P.A.	368.19	-	-
5	青岛华世洁环保科技有限公司	258.00	-	-
6	意美吉铝型材设备（苏州）有限公司	180.31	-	161.00
7	广东富全来恩机械有限公司	155.07	120.26	-
8	欧登多（秦皇岛）机械制造有限公司	-	26.16	-
9	东莞市慧达环保有限公司	56.40	-	200.00
10	广州威亚特机械设备有限公司	11.46	26.65	96.69
11	柏司得环保科技（上海）有限公司	12.04	100.72	-
12	上海翔旭机械设备有限公司	38.57	80.66	563.80
13	北京盛达联创节能环保设备制造有限公司	-	48.76	-
14	济南星辉数控机械科技有限公司	2.64	19.86	-
15	南京大地水刀股份有限公司	36.71	78.54	21.74
16	佛山市奥通工业设备有限公司	-	-	135.84
17	赛福徠涂装设备（苏州）有限公司	506.75	-	264.00
18	江苏省电力公司无锡供电公司（东亭）	-	263.29	-
19	广东威得利电梯有限公司	-	259.10	207.28
20	广东富山玻璃机械有限公司	-	-	118.07
21	佛山市顺德区凯硕精密模具 自动化科技有限公司	-	-	116.49
22	菱王电梯股份有限公司	657.56	-	-
23	广州帝福尼电子科技有限公司	99.79	-	-
24	其他设备供应商	1,303.44	310.76	731.93
	合计	16,745.95	8,934.19	6,465.03

注：表格中的主要设备供应商由报告期各期前十大设备供应商汇总所得。

2) 报告期内预付土地款、预付工程款和预付软件款的具体对象和金额如下：

单位：万元

序号	预付土地款对象	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
1	无锡惠山经济开发区前洲配套区管理委员会	-	3,754.48	-
序号	预付工程款对象	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
1	快意电梯股份有限公司	124.09	-	-
2	广州市水电设备安装有限公司	120.00	-	-
3	无锡市阿里山电气安装工程有限公司	100.00	-	-
4	清远市供水拓展有限责任公司	11.38	-	-
序号	预付软件款对象	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31

1	四川长虹佳华信息产品有限责任公司	-	-	-
2	上海尔凌软件科技有限公司	-	84.87	-
3	杭州阿里妈妈软件服务有限公司	-	55.98	-
4	山东远程宽带技术有限公司	369.44	-	-
合计		724.91	3,895.33	-

(12) 可供出售金融资产

2014年末、2015年末和2016年末，公司可供出售金融资产均为按照成本计量的对其他企业投资，系公司对广州农村商业银行股份有限公司的投资。2009年，本公司以自有资金101.50万元投资广州农村商业银行股份有限公司。截至2016年12月31日，广州农村商业银行股份有限公司注册资本为815,341.85万元。报告期内，本公司仅按照出资比例获得广州农村商业银行股份有限公司的现金分红，原始投资成本未发生变化。

截至2016年12月末，公司不存在需计提可供出售金融资产减值准备的情形。

3、资产减值准备分析

单位：万元

项目	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
坏账准备	2,534.73	1,729.15	1,458.88
其中：应收账款	1,964.44	1,446.41	1,137.38
其他应收款	570.29	282.74	321.50
存货跌价准备	-	-	-
合计	2,534.73	1,729.15	1,458.88

公司已按会计准则的规定制定了计提资产减值准备的会计政策，该政策符合稳健性和公允性的要求；报告期内公司已按上述会计政策足额计提了相应的减值准备，不存在影响公司持续经营能力的情况。

4、资产结构变化分析

(1) 资产总体变化趋势及流动性结构变化分析

报告期内，公司资产规模不断扩大，2015年末、2016年末分别较上年末增

长 13.30%和 41.26%；而公司 2015 年度和 2016 年度营业收入同比增幅分别为 18.92%和 27.23%。可见，随着业务的不断发展，公司资产规模不断扩张，资产规模在总体上与公司生产经营相适应，保证了公司正常发展的需要。

报告期内各期末，非流动资产在公司资产总额中占比较高，其主要为固定资产、在建工程、无形资产和其他非流动资产。2014 年末、2015 年末和 2016 年末，固定资产、在建工程、无形资产和其他非流动资产合计占资产总额的比例分别为 55.58%、59.62%和 59.70%。

2014 年末、2015 年末和 2016 年末，公司流动资产金额分别为 151,655.46 万元、155,782.81 万元和 219,891.17 万元，占总资产比例分别为 43.75%、39.66%和 39.63%。2015 年末和 2016 年末，公司流动资产增长比例分别为 2.72%和 41.15%，非流动资产增长比例分别为 21.53%和 41.34%。

2015 年末和 2016 年末，公司流动资产较上年末分别增加 2.72%和 41.15%，非流动资产分别增加 21.53%和 41.34%，非流动资产占比进一步提高，主要原因为公司资本性支出增加导致固定资产与在建工程账面价值随之增加。

（2）资产结构重大变化情况

报告期内，各资产构成项目占资产总额的比例基本稳定。其中，变动超过 5%的主要有：

1) 货币资金

2014 年末、2015 年末和 2016 年末，公司的货币资金余额分别为 98,162.10 万元、90,240.69 万元和 114,543.23 万元，占资产总额的比例分别为 28.32%、22.98%和 20.64%。其中，2015 年末，公司的货币资金占资产总额比例较 2014 年末减少 5.34%，主要原因请参见本节之“一、财务状况分析”之“（一）资产构成与主要项目分析”之“2、主要资产项目分析”之“（1）货币资金”。

2) 在建工程

2014 年末、2015 年末和 2016 年末，公司的在建工程余额分别为 14,254.51 万元、17,013.43 万元和 57,009.14 万元，占资产总额的比例分别为 4.11%、4.33%

和 10.27%。其中，2016 年末，公司在建工程占资产总额比例较 2015 年末增加 5.94%，主要原因请参见本节之“一、财务状况分析”之“（一）资产构成与主要项目分析”之“2、主要资产项目分析”之“（8）在建工程”。

（二）负债构成与主要项目分析

1、负债构成情况

报告期内，公司各期末主要负债金额及占总负债的比例情况如下表：

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
流动负债：	253,663.74	95.16%	192,625.11	96.85%	182,978.12	96.49%
其中：短期借款	10,344.35	3.88%	21,230.27	10.67%	22,000.00	11.60%
应付票据	21,637.72	8.12%	16,774.92	8.43%	20,746.07	10.94%
应付账款	47,254.89	17.73%	40,404.57	20.31%	26,070.84	13.75%
预收款项	107,979.38	40.51%	75,094.01	37.75%	83,106.64	43.83%
应付职工薪酬	26,479.04	9.93%	18,072.74	9.09%	10,812.88	5.70%
应交税费	13,491.67	5.06%	3,295.45	1.66%	5,166.50	2.72%
应付利息	-	-	-	-	-	-
应付股利	-	-	-	-	-	-
其他应付款	26,476.71	9.93%	17,753.16	8.93%	15,075.19	7.95%
其他流动负债	-	-	-	-	-	-
非流动负债：	12,893.30	4.84%	6,273.51	3.15%	6,650.48	3.51%
其中：长期借款	2,022.86	0.76%	-	-	-	-
递延所得税负债	-	-	-	-	-	-
递延收益	10,870.44	4.08%	6,273.51	3.15%	6,650.48	3.51%
其他非流动负债	-	-	-	-	-	-
负债合计	266,557.05	100.00%	198,898.62	100.00%	189,628.60	100.00%

2、主要负债项目分析

(1) 短期借款

报告期内各期末，公司短期借款金额分别为 22,000.00 万元、21,230.27 万元和 10,344.35 万元，占负债总额比例分别为 11.60%、10.67%和 3.88%。短期借款均为本公司和各子公司向商业银行等金融机构借入的担保借款、抵押借款及质押借款，并根据对营运资金的需求和资金存量对短期借款规模进行调整。其中，2015 年末，公司短期借款金额较 2014 年末减少 769.73 万元，降幅为 3.50%，变动比例较小。2016 年末，公司短期借款金额较 2015 年末减少 10,885.92 万元，降幅为 51.28%，主要原因为随着业务规模、盈利能力的提升，公司营运资金相应增加，营运资金增加后，公司根据资金预算和融资成本调整借款计划，归还部分短期借款。

截至 2016 年 12 月末，公司的短期借款情况请参见本招股意向书“第十节 财务会计信息”之“十、发行人最近一期末的主要债项”之“（二）短期借款”。

截至 2016 年 12 月 31 日，公司无已到期未偿还的短期借款。

(2) 应付票据

单位：万元

项目	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
银行承兑汇票	18,989.37	14,371.98	18,743.85
远期信用证	2,648.35	2,402.94	2,002.23
合计	21,637.72	16,774.92	20,746.07

1) 截至 2016 年 12 月 31 日，公司应付票据余额中无应付持公司 5%（含 5%）以上股权的股东或其他关联方款项。

2) 2015 年末和 2016 年末，公司的银行承兑汇票余额较上年末分别减少 4,371.87 万元和增加 4,617.39 万元，变动比例分别为-23.32%和 32.13%，主要系公司根据融资成本的变动相应调整原材料采购结算方式所致。

2014 年末，公司的信用证余额为 2,002.23 万元，全部用于支付进口原材料和设备采购款项。该项信用证由本公司及下属子公司提供 499.91 万元保证金，并提供房屋建筑物及土地使用权抵押担保，另由欧派集成和欧派卫浴、姚良松、

张秋芳、姚良柏、王欢共同提供连带责任保证担保。

2015年末，公司的信用证余额为2,402.94万元，其中公司开立的远期信用证1,286.84万元，除由公司提供14.50万元保证金外，由公司以房产及土地提供抵押担保，并由欧派集成、欧派卫浴和姚良松共同提供连带责任保证担保；下属子公司天津欧派开立的远期信用证1,116.09万元，除由天津欧派提供887.50万元保证金外，由公司提供连带责任保证担保。

2016年末，公司的信用证余额为2,648.35万元，其中公司开立的远期信用证1,604.93万元，由公司以房产及土地提供抵押担保，并由欧派集成、欧派卫浴和姚良松共同提供连带责任保证担保；下属子公司天津欧派开立的远期信用证737.35万元，除由天津欧派提供1,880.50万元保证金外，由公司提供连带责任保证担保；下属子公司天津欧派开立的远期信用证306.07万元，除由天津欧派提供685.03万元保证金质押外，由公司提供连带责任保证担保。

(3) 应付账款

1) 应付账款规模及变动情况

报告期各期末，公司应付账款规模及变动情况如下表所示：

单位：万元

项目	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
应付账款账面价值	47,254.89	40,404.57	26,070.84
较上期末增长(%)	16.95	54.98	-6.54
占流动负债比例(%)	18.63	20.98	14.25
占营业成本比例(%)	10.44	10.54	7.65
营业成本同比增幅(%)	18.11	12.40	21.68
营业收入同比增幅(%)	27.23	18.02	18.92

随着业务规模的扩大，报告期内各期末，公司应付账款账面价值有所变动。其中，2015年末，公司应付账款账面价值较2014年末增加14,333.73万元，增长比例为54.98%，主要原因一方面为公司在主营业务规模增长、产线增加的情况下，采购规模增大，期末未结算货款增加；另一方面，公司2015年度采用

银行承兑汇票结算方式有所减少。

2016年末，公司应付账款账面价值较2015年末增加6,850.32万元，增长比例为16.95%，主要原因为随着公司业务规模不断扩大，期末信用期内未结算货款持续增长。

截至2016年12月31日，公司欠付供应商的应付账款均处于信用期以内，没有账龄超过1年的大额应付款项。公司与供应商互信合作，不存在故意拖欠情形。

2) 应付账款账龄情况

报告期内，公司各期末应付账款的账龄情况如下：

单位：万元

账龄	2016.12.31		2015.12.31		2014.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
1年以内(含1年)	46,828.17	99.00%	39,658.83	98.15%	25,669.66	98.46%
1至2年(含2年)	351.71	1.00%	703.41	1.74%	266.46	1.02%
2至3年(含3年)	59.28	0.00%	42.21	0.10%	106.86	0.41%
3年以上	15.73	0.00%	0.12	0.00%	27.86	0.11%
合计	47,254.89	100.00%	40,404.57	100.00%	26,070.84	100.00%

3) 应付账款前五名情况

单位：万元

年度	序号	供应商名称	是否为公司关联方	期末应付账款余额	占应付账款总额的比例
2016.12.31	1	宁波市万茂电器有限公司	否	1,892.69	4.01%
	2	北京东兴茂木制品有限公司	否	1,494.12	3.16%
	3	佛山市三水正域铝型材制品有限公司	否	1,131.32	2.39%
	4	宁波安佳卫厨电器有限公司	否	857.93	1.82%
	5	中山市新田五金有限公司	否	835.88	1.77%
2015.12.31	1	宁波市万茂电器有限公司	否	2,427.57	6.01%

	2	蓬莱市华升电子有限公司	否	1,048.04	2.59%
	3	北京东兴茂木制品有限公司	否	1,029.64	2.55%
	4	天津市森达装饰材料有限公司	否	900.05	2.23%
	5	深圳市富力建材有限公司	否	863.50	2.14%
2014.12.31	1	深圳市富力建材有限公司	否	1,763.82	6.77%
	2	宁波市万茂电器有限公司	否	1,353.66	5.19%
	3	广东中旗新材料科技有限公司	否	884.97	3.39%
	4	中山市天隆燃具电器有限公司	否	785.29	3.01%
	5	上海希瑞恺萨国际贸易有限公司	否	769.62	2.95%

截至 2016 年 12 月 31 日，公司应付账款余额中应付持有公司 5%（含 5%）以上表决权股份的股东或其他关联方的款项请参见本招股意向书“第七节 同业竞争与关联交易”之“四、关联交易”之“（三）关联方应收应付款项”之“2、公司应付关联方款项”。

（4）预收账款

1) 预收账款期末余额变动情况

根据销售结算政策，本公司主要对经销商专卖店销售、直营店销售两种销售模式采用“先款后货”的方式进行销售货款结算，收到经客户确认的销售订单和按照结算价格向客户收取全部货款后，公司即开始根据订单组织生产。报告期各期末，公司预收账款与经销商专卖店销售收入、直营店销售收入如下表所示：

单位：万元

项目	2016.12.31		2015.12.31		2014.12.31
	金额	变动比例	金额	变动比例	金额
预收账款	107,979.38	43.79%	75,094.01	-9.64%	83,106.64
项目	2016 年度		2015 年度		2014 年度
	金额	变动比例	金额	变动比例	金额
经销商专卖店销售收入	600,160.32	27.79%	469,663.34	16.50%	403,155.79
直营店销售收入	23,750.29	23.81%	19,183.14	9.27%	17,555.52

小 计	623,910.61	27.63%	488,846.48	16.20%	420,711.32
预收账款占专卖店销售收入比例	17.31%	1.95%	15.36%	-4.39%	19.75%

根据上表所示，2014 年度、2015 年度和 2016 年度，公司专卖店销售收入分别为 420,711.32 万元、488,846.48 万元和 623,910.61 万元。其中，2015 年度和 2016 年度分别较上年度增长 16.20%和 27.63%，但 2015 年末和 2016 年末，公司预收账款余额分别下降 9.64%和增长 43.79%。

2015 年末公司预收账款余额与专卖店销售收入变动趋势不一致的主要原因为：公司的生产销售具有季节性，春节假期前为公司的销售旺季，公司年末所收到订单数量与次年初春节假期时间具有一定的关联性。2016 年春节时间相对较早（2015 年春节为 2015 年 2 月 19 日，2016 年春节为 2016 年 2 月 8 日），因此 2015 年末公司接到的订单数量较少，相应收到经销商的预收账款金额有所减少。

2016 年末，公司预收账款余额较上年末增长幅度较大的主要原因一方面为公司业务规模不断扩大，预收账款年末余额随专卖店销售收入的大幅增长而有所增加；另一方面，公司 2016 年度生产规模扩大，规划产能增加，交货周期有所延长，因此公司 2016 年末接到订单尚未安排生产或已生产尚未完工的订单数量相对较多，相应收到经销商的预收账款金额增加。

通过经销商专卖店销售是公司最主要的销售渠道，2016 年末，经销商数量由 2014 年初的 2,210 家净增加至 3,331 家，经销商专卖店数量增加至 4,710 个。在严格的“先款后货”结算政策下，产品销售收入的增长带动预收账款增加，但公司同时加强了对预收货款后生产交货周期的控制，尽可能减少由于尚未交货而占用客户预支货款的金额和其占销售收入的比例。报告期内，公司预收账款占专卖店销售收入比例分别为 19.75%、15.36%和 17.31%，变动幅度较小。

2) 预收账款前五大客户情况

单位：万元

年度	序号	客户名称	是否为公司关联方	期末预收账款原值	占预收账款总额的比例
----	----	------	----------	----------	------------

2016.12.31	1	北京欧派	曾经的子公司	4,733.50	4.59%
	2	丁国平	否	2,412.30	1.56%
	3	陈志刚	否	1,959.06	1.53%
	4	冷志亮	否	1,170.85	1.45%
	5	张昊	否	1,076.30	1.25%
2015.12.31	1	北京欧派	曾经的子公司	3,445.17	4.59%
	2	丁国平	否	1,168.95	1.56%
	3	武汉欧派	曾经的子公司	1,146.38	1.53%
	4	陈志刚	否	1,088.99	1.45%
	5	三亚百适家居有限公司	否	942.00	1.25%
2014.12.31	1	北京欧派	曾经的子公司	1,802.19	2.17%
	2	武汉欧派	曾经的子公司	1,099.76	1.32%
	3	张昊	否	1,082.18	1.30%
	4	陈志刚	否	910.69	1.10%
	5	梁静	否	828.91	1.00%

注：以上自然人和法人均为本公司各个区域的经销商。

截至 2016 年 12 月 31 日，预收账款中无预收一年以上的大额预收款项，无预收持有公司 5%（含 5%）以上表决权股份的股东单位或其他关联方款项。

（5）应付职工薪酬

公司应付职工薪酬余额均为年末尚未实际发放给员工的工资、奖金、津贴和补贴。2014 年末、2015 年末和 2016 年末，公司应付职工薪酬金额分别为 10,812.88 万元、18,072.74 万元和 26,479.04 万元，占负债总额比例分别为 5.70%、9.09%和 9.93%。2016 年末，公司应付职工薪酬金额较 2015 年末增加 8,406.30 万元，增长 46.51%，主要原因为随着公司经营规模扩大及经营业绩增长，公司 2016 年员工人数持续增长，工资奖金有较大幅度上升。报告期内各期末，公司均不存在拖欠员工薪酬福利的情况。

（6）应交税费

报告期内，各期末的应交税费明细如下表所示：

单位：万元

税费项目	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
增值税	4,150.55	286.82	1,168.57
企业所得税	7,722.31	2,531.00	3,383.95
城市维护建设税	324.82	53.50	135.90
教育费附加	232.14	38.90	97.14
个人所得税	563.09	370.98	296.29
其他	498.76	14.25	84.65
合计	13,491.67	3,295.45	5,166.50

(7) 其他应付款

公司的其他应付款主要包括经销商大宗业务保证金、经销商履约金和供应商质保金等。

1) 账龄及规模变动情况

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(含1年)	16,359.26	61.79%	9,692.56	54.60%	9,696.26	64.32%
1至2年(含2年)	5,403.58	20.41%	4,572.99	25.76%	4,953.40	32.86%
2至3年(含3年)	1,535.76	5.80%	3,237.42	18.24%	97.60	0.65%
3年以上	3,178.11	12.00%	250.19	1.41%	327.92	2.18%
合计	26,476.71	100.00%	17,753.16	100.00%	15,075.19	100.00%

2014年末、2015年末和2016年末，公司其他应付款金额分别较上年末增长1,593.56万元、2,677.97万元和8,723.55万元，增长幅度分别为11.82%、17.76%和49.14%，主要系随着公司主营业务规模扩大，公司收取供应商、经销商的业务押金和保证金增加所致。

2) 截至2016年12月31日，公司其他应付款前五名情况

单位：万元

序号	对方名称	性质或内容	金额	账龄	占比
1	广州思杰装饰工程有限公司	业务保证金	1,223.19	4 年以内	4.62%
2	广州威厦建材有限公司	业务保证金	730.00	1 年以内	2.76%
3	秦皇岛欧派经贸有限公司	业务保证金	591.35	4 年以内	2.23%
4	天津新宇建筑工程公司	工程质保金	548.33	1 年以内	2.07%
5	广州欧曼德装饰工程有限公司	业务保证金	489.58	4 年以内	1.85%

上述其他应付款主要为根据合同约定由经销商支付的大宗客户业务保证金。

3) 需向关联方支付的其他应付款

其他应付款期末余额中应付持有公司 5%（含 5%）以上表决权股份的股东单位及其他关联方款项请参见本招股意向书“第七节 同业竞争与关联交易”之“四、关联交易”之“（三）关联方应收应付款项”之“2、公司应付关联方款项”。

（8）递延收益

2014 年末、2015 年末和 2016 年末，公司递延收益分别为 6,650.48 万元、6,273.51 万元和 12,333.45 万元，占负债总额的比例分别为 3.51%、3.15%和 4.63%，主要系子公司天津欧派收到的建设扶持资金被确认为与资产相关的政府补助。

根据公司与天津市静海经济开发区管理委员会签订的《投资协议书》，截至 2016 年末，公司报告期内累计收到政府返还的项目建设扶持资金 7,309.25 万元，划分为与资产相关的政府补助。上述补助自项目投产起按 20 年平均分配计入营业外收入，2014 年度、2015 年度和 2016 年度，公司分别确认营业外收入 291.26 万元、376.97 万元和 376.97 万元。

（9）或有负债或逾期未偿还债务情况

报告期内，公司不存在因票据贴现、抵押及担保形成的或有负债或逾期未偿还债项的情况。

3、负债结构变化分析

(1) 负债总体变化趋势及流动性结构变化分析

在业务和资产规模扩张的同时，公司负债亦呈现一定程度的增长。2014 年末、2015 年末和 2016 年末，公司负债总额较上年年末分别增长 11.97%、4.89% 和 34.02%，负债总额的增长主要为公司生产销售规模扩大所致。

报告期内，公司负债构成以流动性负债为主，主要是因为：公司主要依靠自身盈利的积累实现规模扩张和资产积累，负债增加主要来自于生产经营过程中产生的应付票据、应付账款、预收账款和应付职工薪酬等经营性流动负债。

(2) 负债结构重大变化情况

报告期内，各负债构成项目占负债总额的比例基本稳定。其中，变动超过 5%的主要有：

1) 短期借款

2014 年末、2015 年末和 2016 年末，公司短期借款金额分别为 22,000.00 万元、21,230.27 万元和 10,344.35 万元，占负债总额的比例分别为 11.60%、10.67%和 3.88%。2016 年末，短期借款金额及占负债总额比例较 2015 年末波动较大，主要原因请参见本节之“一、财务状况分析”之“（二）负债构成与主要项目分析”之“2、主要负债项目分析”之“（1）短期借款”。

2) 应付账款

2014 年末、2015 年末和 2016 年末，公司应付账款金额分别为 26,070.84 万元、40,404.57 万元和 47,254.89 万元，占负债总额的比例分别为 13.75%、20.31%和 17.73%。2015 年末，应付账款金额及其占负债总额比例波动较大，主要原因请参见本节之“一、财务状况分析”之“（二）负债构成与主要项目分析”之“2、主要负债项目分析”之“（3）应付账款”。

3) 预收账款

报告期各期末，公司预收账款分别为 83,106.64 万元、75,094.01 万元和 107,979.38 万元，占负债总额的比例分别为 43.83%、37.75%和 40.51%，2014

年末和 2015 年末，预收账款金额及占负债总额比例波动较大，主要原因请参见本节之“一、财务状况分析”之“（二）负债构成与主要项目分析”之“2、主要负债项目分析”之“（4）预收账款”。

（三）所有者权益分析

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
股本	37,358.11	12.96%	37,358.11	19.27%	37,358.11	23.79%
资本公积	65,022.62	22.55%	65,022.62	33.54%	65,022.62	41.41%
盈余公积	12,433.90	4.31%	6,894.16	3.56%	3,934.54	2.51%
未分配利润	173,348.89	60.13%	83,932.42	43.29%	49,997.63	31.84%
其他综合收益	41.03	0.01%	17.75	0.01%	-5.81	-0.00%
归属母公司所有者权益合计	288,204.55	99.97%	193,225.06	99.67%	156,307.09	99.55%
所有者权益合计	288,285.71	100.00%	193,868.72	100.00%	157,019.85	100.00%

1、股本变动情况

公司报告期内股本及股权结构未发生变动，具体情况如下：

单位：万股

股东	2016.12.31		2015.12.31		2014.12.31	
	股份	占比	股份	占比	股份	占比
姚良松	28,800.00	77.09%	28,800.00	77.09%	28,800.00	77.09%
姚良柏	3,684.17	9.86%	3,684.17	9.86%	3,684.17	9.86%
红星喜兆	1,864.17	4.99%	1,864.17	4.99%	1,864.17	4.99%
天欧投资	788.69	2.11%	788.69	2.11%	788.69	2.11%
中天基业	354.94	0.95%	354.94	0.95%	354.94	0.95%
其他自然人股东	1,866.14	5.00%	1,866.14	5.00%	1,866.14	5.00%
合计	37,358.11	100.00%	37,358.11	100.00%	37,358.11	100.00%

2、资本公积

报告期内，公司资本公积未发生变动。

3、盈余公积

报告期内，公司盈余公积变动情况如下：

单位：万元

项目	2014.1.1	增（减）变动			2016.12.31
		2014 年度	2015 年度	2016 年度	
法定盈余公积	1,061.11	2,873.43	2,959.61	5,539.74	12,433.90
合计	1,061.11	2,873.43	2,959.61	5,539.74	12,433.90

报告期内，公司按照母公司净利润的 10%计提法定盈余公积金。

4、未分配利润

报告期内，公司未分配利润的变动情况如下：

单位：万元

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
一、期初未分配利润	83,932.42	49,997.63	14,339.42
二、本期增加数	94,956.21	48,849.00	38,531.64
其中：本期实现归属于 母公司股东的净利润	-	48,849.00	38,531.64
三、本期减少数	5,539.74	14,914.21	2,873.43
（一）提取盈余公积	5,539.74	2,959.61	2,873.43
（二）分配普通股股利	-	11,954.60	-
（三）未分配利润转增股本	-	-	-
四、期末未分配利润	173,348.89	83,932.42	49,997.63

2015 年 3 月 16 日，欧派集团召开 2014 年度股东大会，审议通过《2014 年度利润分配方案》，同意向全体股东派发现金股利 11,954.60 万元。2015 年 5 月 15 日，公司将现金股利一次性派发至全体股东。

5、其他综合收益

报告期各期末，公司其他综合收益余额分别为-5.81 万元、17.75 万元和 41.03 万元，均为公司在合并报表中确认的外币财务报表折算差额。

（四）相关财务指标分析

1、偿债能力分析

（1）公司主要偿债能力指标

财务指标	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
流动比率（倍）	0.87	0.81	0.83
速动比率（倍）	0.55	0.54	0.62
资产负债率（母公司）	47.03%	47.08%	48.81%
资产负债率（合并报表）	48.04%	50.64%	54.70%
财务指标	2016年度	2015年度	2014年度
息税折旧摊销前利润（万元）	130,063.53	70,985.78	56,687.60
利息保障倍数（倍）	173.22	41.80	21.41

如上表所示，2015 年末，公司短期偿债能力指标中，流动比率与 2014 年末基本保持一致，速动比率有所下降；公司长期偿债能力指标较 2014 年末进一步优化。2016 年末，公司流动比率较 2015 年末有所上升，速动比率与 2015 年末基本保持一致，资产负债率进一步降低。

2015 年末，公司速动比率有所下降，主要由于 2015 年末存货余额占流动资产比例显著提高所致，具体原因请参见本节之“一、财务状况分析”之“（一）资产构成与主要项目分析”之“2、主要资产项目分析”之“（5）存货”。

2016 年末，公司流动比率有所上升，主要原因为 2016 年末公司流动资产规模增加，公司短期偿债能力指标较 2015 年末进一步优化。

息税折旧摊销前利润和利息保障倍数不断提高的主要原因为：2015 年度和 2016 年度，公司利润总额分别为 57,119.47 万元和 112,185.43 万元，分别同比增长 27.00%和 96.40%；2015 年度和 2016 年度，公司的利息支出金额分别为 1,399.93 万元和 651.35 万元，分别较上年减少 36.46%和 53.47%。

(2) 与同行业可比公司的比较情况

时 间	指 标	索菲亚	喜临门	美克家居	宜华生活	顾家家居	好莱客	曲美家具	平均值	欧派集团
2016.6.30	流动比率（倍）	1.58	0.74	1.55	1.55	1.01	2.16	3.81	1.77	0.78
	速动比率（倍）	1.34	0.56	0.49	1.10	0.60	2.06	3.24	1.34	0.59
	资产负债率	19.38%	54.80%	47.92%	47.65%	52.35%	25.54%	22.68%	38.62%	45.58%
2015.12.31	流动比率（倍）	2.21	0.87	1.71	1.82	0.95	2.79	3.80	2.20	0.81
	速动比率（倍）	1.91	0.65	0.58	1.30	0.57	2.62	3.18	1.71	0.54
	资产负债率	16.93%	53.02%	43.52%	45.25%	42.04%	17.85%	23.89%	33.41%	47.08%
2014.12.31	流动比率（倍）	3.64	1.08	2.22	1.57	1.19	1.93	2.03	1.94	0.83
	速动比率（倍）	3.30	0.83	0.69	1.08	0.61	1.73	1.36	1.37	0.62
	资产负债率	14.20%	37.36%	36.00%	33.70%	53.79%	31.39%	44.63%	35.87%	48.81%
2013.12.31	流动比率（倍）	6.52	1.87	1.99	1.13	1.38	1.68	1.72	2.33	0.77
	速动比率（倍）	4.56	1.53	0.83	0.76	0.86	1.51	1.27	1.62	0.55
	资产负债率	14.08%	27.32%	28.26%	45.84%	45.66%	36.74%	53.08%	35.85%	53.02%

注 1：上表内资产负债率均为母公司资产负债率；

注 2：上表中可比上市公司数据均来源于各家上市公司公开披露的定期报告，拟上市公司数据来源于其已披露的招股说明书（申报稿）。

如上表所示，欧派集团的偿债能力指标显著低于同行业可比公司平均水平，主要原因包括：

1) “先款后货” 结算方式的影响

公司主要采用经销商专卖店销售模式和直营店销售模式，为保证货款回收的及时性和资产安全性，有效降低坏账风险的不利影响，本公司在经销商专卖店销售模式和直营店销售模式中采取“先款后货”的结算模式，而上述可比公司的货款结算方式不尽相同。2013 年末、2014 年末、2015 年末和 2016 年 6 月末，本公司及可比公司预收账款与应收账款对比情况和预收账款占营业收入比例如下表：

时 间	指 标	索菲亚	喜临门	美克家居	宜华生活	顾家家居	好莱客	曲美家具	平均值	欧派集团
2016.6.30	预收账款/ 应收账款	3.89	0.10	3.88	0.08	1.00	15.92	1.58	3.78	7.33

	预收账款/ 营业收入	14.81%	6.34%	26.80%	3.73%	13.06%	20.75%	5.99%	13.07%	28.50%
2015.12.31	预收账款/ 应收账款	1.68	0.06	2.97	0.05	-	21.42	1.97	4.69	10.15
	预收账款/ 营业收入	3.73%	2.03%	11.00%	1.33%	-	7.71%	3.97%	4.96%	13.39%
2014.12.31	预收账款/ 应收账款	1.19	0.07	2.62	0.06	0.99	10.49	1.17	2.37	11.61
	预收账款/ 营业收入	3.12%	1.81%	14.03%	1.69%	5.49%	8.41%	2.59%	5.31%	17.49%
2013.12.31	预收账款/ 应收账款	1.10	0.11	2.45	0.04	1.92	11.07	1.27	2.57	5.71
	预收账款/ 营业收入	3.02%	2.69%	14.39%	0.95%	7.48%	11.12%	3.19%	6.12%	14.35%

由上表可知，本公司“预收账款/应收账款”、“预收账款/营业收入”比例均远高于同行业公司平均水平。“先款后货”结算方式对公司期末财务指标的影响比同行业可比公司都更加显著。与本公司销售模式较为接近的索菲亚与好莱客主要从事整体衣柜产品的生产与销售，其生产周期短于整体厨柜产品的生产与销售，期末由于尚未发货而留存的预收货款金额显著低于本公司，“先款后货”结算方式对其期末财务指标的影响较小。

2013年末、2014年末、2015年末和2016年6月末，本公司预收账款金额较大，但由于本公司基本不存在退、换货的情况，预收账款被追回的风险极小，若扣除预收账款金额，则本公司与可比公司相关偿债能力指标如下表所示：

财务指标	2016.06.30		2015.12.31	
	欧派集团	可比公司算术平均值	欧派集团	可比公司算术平均值
流动比率（倍）	1.30	1.77	1.33	2.20
速动比率（倍）	0.97	1.34	0.89	1.71
资产负债率（母公司）	29.56%	38.62%	30.17%	33.41%
资产负债率（合并报表）	29.66%	39.05%	31.52%	33.41%
财务指标	2014.12.31		2013.12.31	
	欧派集团	可比公司算术平均值	欧派集团	可比公司算术平均值
流动比率（倍）	1.52	1.94	1.18	2.33

速动比率（倍）	1.16	1.37	0.85	1.62
资产负债率（母公司）	28.16%	35.87%	34.67%	35.85%
资产负债率（合并报表）	30.73%	34.79%	38.98%	34.38%

由上表可知，扣除预收账款金额对期末财务指标的影响后，本公司资产负债率与同行业公司平均水平更为接近，长期偿债能力差异不大。

2) 资产流动性对公司偿债能力的影响

2013 年末、2014 年末、2015 年末和 2016 年 6 月末，本公司流动比率与速动比率低于同行业可比公司平均水平，主要是由于本公司不断以自有资金购建生产用厂房、建筑物、土地使用权等长期资产，使得公司固定资产、在建工程、无形资产等非流动资产占比较高。2013 年末、2014 年末、2015 年末和 2016 年 6 月末，本公司流动资产占资产总额的比例分别为 44.24%、43.75%、39.66% 和 36.82%，而可比公司流动资产占资产总额比例的算术平均值分别为 52.57%、51.67%、50.93% 和 49.78%。因此，本公司流动资产占资产总额的比例显著低于同行业公司平均水平，导致本公司的流动比率和速动比率与同行业公司相比较低。

3) 可比上市公司获得募集资金补充

索菲亚于 2011 年 4 月发行上市，实际募集资金 11.61 亿元，超募约 9.33 亿元，流动资金较为充裕，导致其流动比率、速动比率和资产负债率等偿债能力指标显著优于本公司及其他同行业可比公司。

4) 公司预收款占营业收入的比例高于同行业上市公司的原因

①公司的货款结算方式

公司所生产产品个人定制化程度较高，无法进行批量化生产和销售，直接退换的难度大。整体厨柜、整体衣柜等整体家居产品的单套价格高，若采用赊销方式将大幅度提高企业生产资金占用数额和资金成本。另外，公司主要采用经销商销售模式，未直接向终端用户销售，预收货款有利于避免经销商管理风险或财务风险对公司正常业务运营造成的潜在不利影响。

基于上述原因，报告期内，公司对经销商专卖店销售、直营店销售两种销售模式采用“先款后货”的方式进行销售货款结算，收到经客户确认的销售订单和按照结算价格向客户收取全部货款后，公司即开始根据订单组织生产。按照上述两种销售模式实现的收入占比计算，报告期内，公司 85%以上的营业收入系按照“先款后货”的方式进行货款结算。

②公司产品特点

报告期内，公司约 60%-70%的收入来源于整体厨柜产品的销售，与公司销售模式较为接近的索菲亚与好莱客主要从事整体衣柜产品的生产与销售。相对于其他整体家居产品，整体厨柜产品的组成部件较多、生产工艺较为复杂、单套价格较高。公司报告期内整体厨柜的平均销售单价约 1 万元/套，明显高于公司整体衣柜约 0.31 万元/套的平均销售单价。另外，公司厨柜产品的生产周期明显长于索菲亚和好莱客，每年年末收到款项但尚未生产完成或尚未安排生产的订单金额较大。

2、资产周转能力分析

(1) 公司的资产周转能力指标

报告期内，公司应收账款周转率、存货周转率和流动资产周转率的指标数据如下表：

项目	2016年度	2015年度	2014年度
应收账款周转率（次/年）	70.14	77.04	55.22
存货周转率（次/年）	7.32	9.10	9.55
流动资产周转率（次/年）	3.80	3.65	3.41

注 1：应收账款周转率=营业收入/（期初应收账款账面价值+期末应收账款账面价值）
×2；

注 2：存货周转率=营业成本/（期初存货账面价值+期末存货账面价值）×2；

注 3：流动资产周转率=营业收入/（期初流动资产账面价值+期末流动资产账面价值）
×2。

如上表所示，2015 年度，公司应收账款周转率有所上升，主要原因为：2015

年度公司营业收入增长 18.02%；但公司不断加强应收账款管理，2015 年末，公司的应收账款增加 3.31%，显著低于公司营业收入的增幅，使得应收账款周转率有所上升。2016 年度，公司应收账款周转率较 2015 年度有小幅下降，主要原因为公司 2016 年新增“大家居”业务产生的应收账款及大宗业务销售产生的信用付款期内的应收账款增幅较大，使得应收账款周转率小幅下降。

报告期内，因公司业务持续增长、生产规模不断扩大，公司各期末存货余额逐年上升，导致公司存货周转率呈逐年下降趋势。

公司 2015 年度流动资产周转率较 2014 年度变动幅度较小。2016 年度，由于公司经营活动现金净流量随着业务规模扩大而快速增长，公司货币资金和流动资产数额快速增长，导致流动资产周转率有所下降。

(2) 与同行业可比公司的比较

期间	指标	索菲亚	喜临门	美克家居	宜华生活	顾家家居	好莱客	曲美家具	平均值	欧派集团
2016 年 1-6 月	应收账款周转率	24.81	1.50	14.25	1.94	8.38	98.15	26.65	25.10	30.96
	存货周转率	5.24	1.51	0.33	0.74	2.45	8.98	2.90	3.16	4.17
	流动资产周转率	1.15	0.59	0.57	0.34	1.70	0.80	0.75	0.84	1.82
2015 年度	应收账款周转率	48.10	4.01	22.75	3.80	-	194.65	50.80	54.02	77.04
	存货周转率	11.71	3.84	0.70	1.65	-	19.25	6.06	7.20	9.10
	流动资产周转率	2.15	1.53	1.21	0.73	-	2.34	2.06	1.67	3.65
2014 年度	应收账款周转率	42.67	4.65	17.93	4.21	22.85	131.05	44.08	38.21	55.22
	存货周转率	10.59	4.66	0.88	1.85	4.27	18.77	6.20	6.75	9.55
	流动资产周转率	1.61	1.54	1.35	0.90	3.15	2.97	2.87	2.06	3.41
2013 年度	应收账款周转率	37.86	4.55	15.18	4.31	27.75	116.16	43.64	35.64	43.83
	存货周转率	10.35	5.07	1.14	2.04	4.28	17.05	5.65	6.51	8.26
	流动资产周转率	1.31	1.22	1.39	1.04	2.90	3.15	2.97	2.00	4.02

如上表所示，2013 年度、2014 年度、2015 年度和 2016 年 1-6 月，欧派集团的应收账款周转率、存货周转率、流动资产周转率等资产周转能力指标均显著优于同行业可比公司的平均水平，主要原因包括：

1) 公司品牌知名度较高, 市场需求量大, 产能利用率较高, 营运管理能力较强, 且公司所销售产品为高度定制化的整体家居产品, 库存商品金额相对较低, 可有效提高存货周转率和流动资产周转率。

2) 经销商按照公司统一政策, 在订单确定前即向公司预付货款, 导致公司的存货与应收账款数额相对较小。因此, 公司的存货周转率与流动资产周转率均显著高于同行业可比公司。

3) 与已披露大宗业务销售相关数据的上市公司相比, 本公司对大宗业务销售货款回收管理较为严格, 大宗业务销售所对应之应收账款周转率较高。

(五) 公司持有的金融资产及其他财务性投资

截至 2016 年 12 月 31 日, 除对广州农村商业银行股份有限公司的股权投资外, 公司未持有以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产、可供出售金融资产、借与他人款项、委托理财等财务性投资。

二、盈利能力分析

(一) 营业收入分析

公司主要从事整体家居产品的个性化定制和设计安装服务, 主要产品包括整体厨柜、整体衣柜、整体卫浴和定制木门等。2014 年度、2015 年度和 2016 年度, 公司的营业收入分别为 475,108.00 万元、560,708.97 万元和 713,413.06 万元, 其中, 2015 年度和 2016 年度, 公司营业收入分别较上年同期增长 18.02% 和 27.23%。

1、收入确认的具体标准及合理性

(1) 经销商专卖店销售的收入确认原则

经销商开设的专卖店接收客户订单, 并向客户收取一定比例的定金后(定金比例由经销商自行决定), 将经客户确认的销售订单发送至公司, 并按照结算价格向公司支付全部货款, 公司即开始根据订单组织生产。公司完成产品生产后,

将产品运送至经销商对应的物流公司指定的交货地点，即确认销售收入。珠三角地区的经销商根据自身资源配备条件可选择自提产品，公司将产品交付时确认销售收入，即指经销商到达厂区办理提货，仓库管理员按照调度单办理产品出库及装车，经销商办理装车后确认收入，产品销售过程中发生的运费及安装费等费用由经销商负担。

（2）直营店销售的收入确认原则

直营店在收取一定比例的定金后，将经客户确认的销售订单发送至公司，公司按照订单安排生产。直营店在收到客户余下的货款后通知公司发货，并由公司负责安装。公司收取全部货款后，在安装完成时确认收入。

（3）大宗业务销售的收入确认原则

公司依据客户信用和资金实力等情况，先收取一定比例的货款，然后按照合同计划安排生产、发货、安装和收取货款。公司在产品安装完成，并且取得了索取货款依据时确认收入。

公司的大宗业务由经销商负责业务开拓和产品安装，在公司与经销商、大宗客户签订业务订单后，除大宗业务客户向公司支付一定比例的货款外，经销商需按照销售货款扣除安装费用和预收大宗客户货款后的差额向公司支付保证金。

（4）出口销售的收入确认原则

公司在已完成报关手续，货物已经越过船舷（合同约定按照离岸价成交），取得提单并向银行办妥交单手续时确认销售收入。

按照上述收入确认原则，本公司所销售商品的主要风险报酬已经转移，相关收入的金额能够可靠计量，相关的经济利益很可能流入企业，且相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量，符合《企业会计准则》关于收入确认的相关要求。

2、营业收入构成及比例分析

公司营业收入 98%以上来自于主营业务收入。2014 年度、2015 年度和 2016 年度，主营业务收入占营业收入的比例分别为 99.58%、98.89%和 98.43%。其他业务收入主要为向经销商或终端客户销售的其在售后所需之维修配件的收入。

公司最近三年营业收入具体如下：

单位：万元

项目	2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
主营业务收入	702,194.73	98.43%	554,473.79	98.89%	473,105.08	99.58%
其他业务收入	11,218.33	1.57%	6,235.19	1.11%	2,002.92	0.42%
营业收入	713,413.06	100.00%	560,708.97	100.00%	475,108.00	100.00%

2014 年度、2015 年度和 2016 年度，公司主营业务收入分别为 473,105.08 万元、554,473.79 万元和 702,194.73 万元，三年复合增长率为 21.83%。

(1) 按产品类别分析主营业务收入

报告期内，公司主营业务收入分产品的销售金额、构成和变动幅度如下：

单位：万元

产品类别	2016 年度			2015 年度			2014 年度	
	金额	占比	增长率	金额	占比	增长率	金额	占比
整体厨柜	436,939.64	62.22%	13.64%	384,500.67	69.35%	12.13%	342,920.53	72.48%
整体衣柜	202,202.61	28.80%	51.23%	133,704.15	24.11%	34.72%	99,248.52	20.98%
整体卫浴	24,165.17	3.44%	63.07%	14,818.71	2.67%	5.90%	13,993.72	2.96%
定制木门	20,842.71	2.97%	71.73%	12,137.04	2.19%	42.30%	8,528.96	1.80%
其他	18,044.60	2.57%	93.75%	9,313.22	1.68%	10.70%	8,413.36	1.78%
合计	702,194.73	100.00%	26.64%	554,473.79	100.00%	17.20%	473,105.08	100.00%

2014 年度、2015 年度和 2016 年度，整体厨柜和整体衣柜销售收入是公司主营业务收入的主要来源，二者合计占主营业务收入比例为 93.46%、93.46%和 91.02%，其中，整体厨柜产品是公司最重要的收入来源。

1) 整体厨柜是公司最重要的收入来源

2014 年度、2015 年度和 2016 年度，公司整体厨柜产品销售收入占主营业务收入比例分别为 72.48%、69.35%和 62.22%，是公司最重要的收入来源。另外，2015 年度和 2016 年度，公司整体厨柜产品销售收入同比增长 12.13%和

13.64%，是公司主营业务收入能够保持高速增长的主要原因。

2) 整体衣柜是公司新的收入增长点

2014 年度、2015 年度和 2016 年度，公司整体衣柜产品销售收入占主营业务收入比例分别为 20.98%、24.11%和 28.80%，是除整体厨柜以外最主要的收入来源。整体衣柜作为公司实现“大家居”战略规划的重要一环，是公司近几年重点发展的整体家居产品，2015 年和 2016 年分别同比增长 34.72%和 51.23%，是公司新的收入增长点。目前，公司整体衣柜产品生产规模有限，而市场订单量大，产能不足的问题较整体厨柜更为突出。

3) 定制木门和整体卫浴的快速增长

2014 年度、2015 年度和 2016 年度，公司整体卫浴和定制木门产品合计销售收入仅占主营业务收入的 4.76%、4.86%和 6.41%，占比较低。但在公司实现“大家居”战略规划的过程中，整体卫浴和定制木门是对整体厨柜和整体衣柜的重要补充，特别是定制木门产品，在 2015 年度和 2016 年度的销售收入分别同比增长 42.30%和 71.73%。

(2) 按地区类别分析主营业务收入

报告期内，公司主营业务收入分销售区域的销售金额和构成比例如下：

单位：万元

销售区域	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	195,567.16	27.85%	145,766.96	26.29%	124,796.31	26.38%
华南地区	126,051.43	17.95%	100,388.40	18.11%	82,530.79	17.44%
华北地区	103,813.04	14.78%	78,270.68	14.12%	69,565.84	14.70%
华中地区	77,273.55	11.00%	69,006.64	12.45%	58,159.31	12.29%
西南地区	91,982.53	13.10%	70,101.51	12.64%	58,537.75	12.37%
东北地区	45,687.45	6.51%	39,912.95	7.20%	36,611.60	7.74%
西北地区	40,762.69	5.81%	32,035.55	5.78%	28,071.07	5.93%
境内销售合计	681,137.85	97.00%	535,482.70	96.57%	458,272.66	96.86%

境外销售合计	21,056.88	3.00%	18,991.09	3.43%	14,832.42	3.14%
合计	702,194.73	100.00%	554,473.79	100.00%	473,105.08	100%

公司产品以国内销售为主。另外，得益于公司销售网络在全国的全面布局，报告期内，公司在各地区的销售收入构成比例比较稳定且相对平衡，除东北地区和西北地区销售收入占比较低以外，公司对其他地区的销售收入占比情况基本与该地区的经济发展水平和居民消费能力相匹配。华东、华南、华北地区对公司产品的需求量最大，报告期内合计占比保持在 60%左右，其中，华东地区的销售金额占公司主营业务收入比重最高且显著高于其他地区。因此，在现有华南、华北生产基地基础上，公司拟利用本次募集资金在无锡市投资建设华东生产基地，降低公司产品在华东地区的物流成本，进一步提高产品的市场竞争力。

(3) 按销售模式分析主营业务收入

报告期内，公司主营业务收入分销售模式的销售金额和构成比例如下：

单位：万元

销售模式	2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
经销商专卖店销售	600,160.32	85.47%	469,663.34	84.70%	403,155.79	85.21%
直营店销售	23,750.29	3.38%	19,183.14	3.46%	17,555.52	3.71%
大宗业务销售	57,227.24	8.15%	46,636.22	8.41%	37,561.35	7.94%
出口销售	21,056.88	3.00%	18,991.09	3.43%	14,832.42	3.14%
合计	702,194.73	100.00%	554,473.79	100.00%	473,105.08	100.00%

如上表所示，经销商销售模式是公司最主要的销售模式，在主营业务收入中占比最高。

1) 经销商专卖店销售模式

在长期发展过程中，公司建立了遍布全国的营销服务网络。报告期内，随着“欧派”整体品牌价值的不断提升，公司经销商体系仍在不断扩大，公司通过经销商专卖店实现的销售收入明显增长。

2014 年度、2015 年度和 2016 年度，公司通过经销商专卖店实现销售收入

403,155.79 万元、469,663.34 万元和 600,160.32 万元，2015 年度和 2016 年度分别同比增长 16.50%和 27.79%。报告期内，公司经销商数量和单个经销商平均销售额如下表所示：

项目	2016 年度		2015 年度		2014 年度
	数量/金额	增长率	数量/金额	增长率	数量/金额
期末经销商数量（个）	3,331	18.41%	2,813	10.01%	2,557
单个经销商平均销售额（万元）	180.17	7.91%	166.96	5.89%	157.67
经销商专卖店销售收入（万元）	600,160.32	27.79%	469,663.34	16.50%	403,155.79

2015 年度和 2016 年度，公司对单个经销商的平均销售额分别为 166.96 万元和 180.17 万元，分别同比增长 5.89%和 7.91%。随着“欧派”品牌影响力和美誉度的逐渐提升，公司经销商营销网络的不断优化和提高，公司通过经销商专卖店销售模式实现的销售收入仍将保持较快的增长。

①报告期内前十大经销商及公司对其销售金额

单位：万元

期 间	序号	经销商名称	销售金额	占经销商专卖店 销售收入比例
2016 年度	1	北京欧派	28,360.79	4.73%
	2	丁国平	9,174.70	1.53%
	3	陈志刚	6,869.21	1.14%
	4	张昊	6,375.56	1.06%
	5	冷志亮	5,989.14	1.00%
	6	武汉欧派	5,849.35	0.97%
	7	王刚	4,919.41	0.82%
	8	黄祚君	4,081.99	0.68%
	9	李伟	3,880.88	0.65%
	10	俞跃东	3,857.00	0.64%
		小 计	79,358.03	13.22%
	经销商专卖店销售收入	600,160.32	100.00%	

2015 年度	1	北京欧派	20,033.95	4.27%
	2	丁国平	7,751.31	1.65%
	3	张昊	6,571.18	1.40%
	4	武汉欧派	5,359.23	1.14%
	5	李伟	5,020.62	1.07%
	6	冷志亮	4,825.57	1.03%
	7	陈志刚	4,273.83	0.91%
	8	黄祚君	3,756.23	0.80%
	9	王刚	3,176.12	0.68%
	10	俞跃东	2,963.17	0.63%
	小 计		63,731.21	13.57%
	经销商专卖店销售收入		469,663.34	100.00%
	2014 年度	1	北京欧派	17,373.07
2		张昊	8,353.92	2.07%
3		丁国平	6,608.47	1.64%
4		李伟	5,447.78	1.35%
5		武汉欧派	5,180.47	1.28%
6		冷志亮	4,799.83	1.19%
7		彭晓东	2,953.90	0.73%
8		梁静	2,707.38	0.67%
9		陈志刚	2,472.25	0.61%
10		俞跃东	2,358.81	0.59%
小 计		58,255.89	14.45%	
经销商专卖店销售收入		403,155.79	100.00%	

②经销商退、换货情况

本公司经销商专卖店销售模式为买断式销售，根据本公司与经销商签署之《合作协议书》，本公司需按照所提供样品、下发的质量标准和广州相关地方机构检测标准等质量标准向经销商供货，若相关产品存在质量问题，公司需维修或更换产品，直至符合质量标准。但由于经销商为终端用户提供之设计方案等原因

造成的损失由经销商承担；由于运输原因造成的产品破损或毁坏由经销商雇佣之运输单位承担。

报告期内，本公司未发生整套产品的退回或换货情况，不会作为资产负债表日后调整事项处理，其对报告期内的经营业绩无重大不利影响。

③经销商最终销售实现情况

本公司实行订单式生产，经销商通过本公司统一的信息管理系统向公司发送终端用户的订单需求并进行采购订货。通常情况下，除经销商专卖店展示所用样品外经销商无需保有库存产品。因此，除专卖店展示样品和极少量的备货外，经销商自本公司所采购产品均已实现最终销售。

④报告期内经销商增减变动情况及增减原因、平均每个经销商的销售金额、成本及毛利的变化情况

A、报告期内，经销商增减变动情况及原因

报告期内，各期末各类产品经销商增减变动情况如下：

单位：家

产品类别	2016 年末		2015 年末		2014 年末
	数量	变动比例	数量	变动比例	数量
整体厨柜	1,488	4.35%	1,426	3.56%	1,377
整体衣柜	1,121	10.12%	1,018	-5.39%	1,076
整体卫浴	389	9.27%	356	17.49%	303
定制木门	556	64.01%	339	33.46%	254
墙饰	328	0.31%	327	5.48%	310

注：整体厨柜经销商包括厨衣综合经销商和独立厨柜经销商；整体衣柜经销商包括厨衣综合经销商和独立衣柜经销商。

公司整体厨柜、整体衣柜经销商覆盖全国一线、二线城市以及大多数的三线、四线城市，已逐步形成布局合理的全国销售网络，经销商数量众多。公司在拓展市场的过程中，谨慎选择新进入的经销商，同时定期对经销商进行业绩考核和末位淘汰。报告期内，公司经销商体系不断优化、完善，以经销商专卖店为主的销售渠道稳步发展，整体厨柜、整体衣柜经销商数量相对稳定并呈上升趋势。2015

年度，公司根据整体衣柜市场发展状况与经销商考核情况，对于部分整体衣柜经销商进行了更换和取消，导致经销商数量较 2014 年略有下降，但整体衣柜产品经营业绩仍有较大程度提升。2016 年度，整体衣柜经销商数量显著回升。

2015 年度和 2016 年度整体卫浴经销商数量稳步增长，整体卫浴销售收入逐年提升。

公司的定制木门业务起步较晚，报告期内发展较快，公司对申请加入的定制木门经销商进行严格筛选，按照一定的选取比例建立合作关系，经销商数量不断增加。

B、平均每个经销商的销售金额、成本及毛利的变化情况

单位：万元

项目	2016 年度			2015 年度			2014 年度		
	收入	成本	毛利	收入	成本	毛利	收入	成本	毛利
整体厨柜	230.11	145.41	84.70	216.99	149.98	67.01	204.96	147.50	57.46
整体衣柜	177.37	112.90	64.48	126.38	85.57	40.81	89.17	64.60	24.57
整体卫浴	58.51	47.09	11.42	38.69	32.03	6.66	42.83	36.78	6.04
定制木门	37.49	31.13	6.36	34.15	29.61	4.54	31.29	32.25	-0.96

如上表所示，报告期内，在公司对经销商规范管理和合理扩张的情况下，随着公司品牌知名度和影响力的不断提升，公司各类产品对各经销商的平均毛利逐年上升。

2015 年度和 2016 年度，公司对整体厨柜经销商的平均毛利快速增长，分别较上一年度增长 16.62%和 26.40%。其中，2015 年度平均毛利增长主要为公司主要原材料市场价格下降，使得单套产品所耗用直接材料的成本下降所致。2016 年度平均毛利增长幅度较大，主要原因为：①2016 年度，中纤板、实木板、铝材、拉篮及部分电器等主要原材料的市场价格较 2015 年进一步下降，公司主要产品所耗用直接材料的成本进一步下降；②2016 年度，公司生产规模进一步扩大，规模效应显著，单位产品所耗用的人工和分摊的制造费用进一步减少。

2015 年度和 2016 年度，公司对整体衣柜经销商的平均毛利分别较上一年

度增长 66.10%和 57.99%，平均毛利快速增长，主要原因一方面为公司主要原材料市场价格下降、天津欧派生产基地产量增长的规模效应导致单套整体衣柜产品成本下降；另一方面，报告期内，公司根据整体衣柜市场发展状况与经销商考核情况，对于部分经销商进行了更换和取消，导致经销商保持相对稳定，而整体衣柜销售收入仍维持较快增长，因此平均毛利增长幅度较大。

报告期内，公司合理调整整体卫浴产品定价策略和销售价格，更换或取消销售业绩不佳的经销商，公司定制木门产品产量及销量进一步增加，使得对整体卫浴和定制木门经销商平均毛利逐年上升。

⑥经销模式下个体工商户的产品类型、销售数量、销售金额、现金结算金额及占比情况，公司与现金相关的内部控制设计合理、运行有效、能有效防止舞弊风险

A、经销模式下个体工商户的产品类型、销售数量、销售金额、现金结算金额及占比情况

公司的经销商除北京欧派、武汉欧派、南京欧派外，均为个体工商户，报告期内经销模式下公司对个体工商户主要产品销售情况如下：

单位：万元

项目	2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	数量(套)	金额	数量(套)	金额	数量(套)	金额
整体厨柜	354,657	319,378.56	293,395	289,383.90	255,424	261,826.34
整体衣柜	594,118	185,728.84	395,876	121,416.14	284,515	90,536.52
整体卫浴	103,459	22,759.65	83,630	13,773.73	70,039	12,976.45
定制木门	131,709	20,842.71	88,197	11,576.85	62,975	8,528.96
其他	-	15,323.27	-	6,232.47	-	4,430.71
合计	1,183,943	564,033.05	861,098	442,383.09	672,953	378,298.98

报告期内个体工商户现金结算金额及占比情况如下：

单位：万元

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

	金额	占比(%)	金额	占比(%)	金额	占比(%)
整体橱柜	8.38	0.00	6.22	0.00	44.26	0.02
整体衣柜	4.68	0.00	12.91	0.01	13.29	0.01
整体卫浴	0.21	0.00	65.31	0.47	16.17	0.12
定制木门	8.22	0.04	12.61	0.11	25.83	0.30
其他	2.08	0.01	1.46	0.02	30.57	0.69
合计	23.57	0.00	98.52	0.02	130.12	0.03

注：个体工商户现金结算金额占比=各产品个体工商户现金结算金额/各产品销售收入。

B、公司与现金相关的内部控制设计合理、运行有效、能有效防止舞弊风险

公司经销商销售结算制度和经销商合作协议中，对经销业务过程的销售与收款进行了规范与控制，明确经销商及公司相关部门资金结算具体操作环节，经销商支付结算款需直接支付到公司向经销商公开的公司及下属子公司银行账户；经销商需要支付现金的，需自行到公司及公司下属子公司财务部门交纳，公司及公司下属子公司财务部收到货款后，向经销商开具收据。

经销商根据银行汇款回单或公司财务部开据的现金收据向公司销售部门进行下单申请，同时公司还对内部各部门作出规定，除公司财务部门外，其他部门或个人不允许直接向经销商收取任何现金款项，也不允许任何部门或个人为经销商代收代付款项。

报告期内，公司与经销商现金结算金额较小，且均由经销商直接支付，不存在公司及下属子公司其他业务部门或个人收取、代收代付现金结算款的情况。经销商销售结算制度和经销商合作协议对现金结算进行了规定，将收款与下单结算独立划分，经销商货款支付单据是公司安排订单生产的重要依据，公司能够有效管控收款、业务生产和订单结算过程；同时，公司规定除财务部门外，其他部门或个人不允许直接向经销商收取任何现金货款，不允许任何部门或个人代经销商代收代付货款，有效防范了相关业务部门或个人通过资金环节发生舞弊的风险。

2) 直营店销售模式

公司曾在北京、武汉、南京设立子公司，通过上述子公司开设直营店进行销售。2013年5月和7月，公司分别将所持北京欧派、武汉欧派和南京欧派的股权进行了转让，目前公司的直营店主要布局在广州市各个区县内。2014年度、

2015 年度和 2016 度，公司通过直营店销售模式实现销售收入分别为 17,555.52 万元、19,183.14 万元和 23,750.29 万元。

3) 大宗业务销售模式

公司在完善经销商市场销售网络的建设和发展后，自 2003 年开始拓展大宗用户市场，主要面向房地产开发商，针对其开发销售的精装商品房楼盘提供整体家居产品。报告期内，该项业务销售收入占主营业务收入比例不高，呈逐年上升趋势，2015 年度和 2016 年度分别同比上升 24.16%和 22.71%。

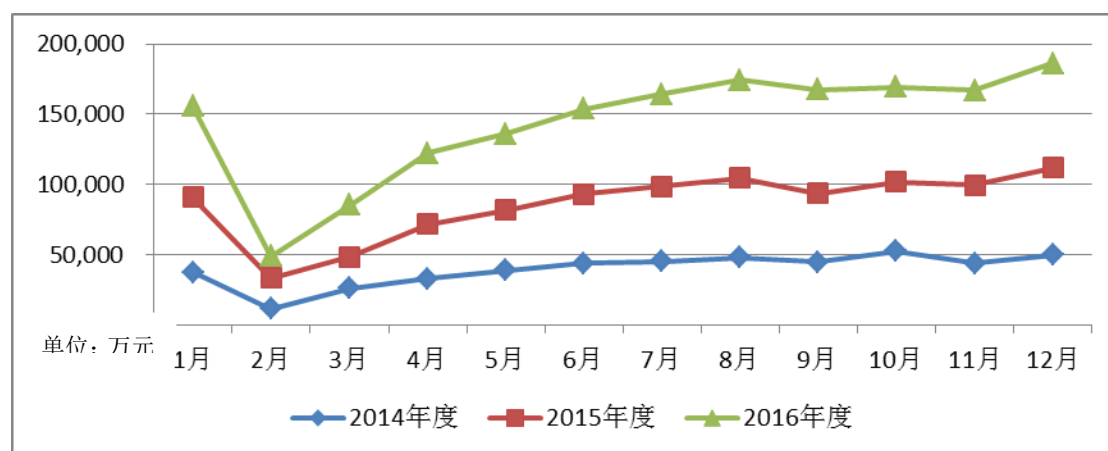
3、营业收入变动的季节性分析

报告期内，公司各季度主营业务收入构成情况如下表：

单位：万元

季度	2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
第一季度	116,955.01	16.66%	97,991.58	17.67%	74,445.18	15.74%
第二季度	165,807.07	23.61%	130,955.44	23.62%	115,060.47	24.32%
第三季度	209,349.47	29.81%	158,428.04	28.57%	137,981.84	29.17%
第四季度	210,083.18	29.92%	167,098.73	30.14%	145,617.59	30.78%
合计	702,194.73	100.00%	554,473.79	100.00%	473,105.08	100.00%

报告期内，公司主营业务收入季节变动趋势如下图所示：



如以上图表所示，2014 年度至 2016 年度，公司的主营业务收入存在明显

的季节性特征，下半年的销售收入相对较高，占全年销售收入的比例分别为 59.94%、58.71%和 59.73%，其中，第四季度为全年销售收入最高的季节。

本公司销售收入的季节性与居民商品房购置和交房时间、旧房二次装修时间及地域分布有关。公司根据多年的经营经验，合理安排销售、生产计划，降低季节性对销售收入及现金流量稳定性的影响。总体而言，公司主营业务收入的季节性特征对公司经营业绩和持续盈利能力不构成重大不利影响。

4、营业收入与同行业公司的比较分析

单位：万元

公司简称	2016年 1-6月		2015年度		2014年度		2013年度
	营业收入	增长率	营业收入	增长率	营业收入	增长率	营业收入
索菲亚	166,940.44	44.10%	319,573.87	35.35%	236,108.44	32.39%	178,347.76
喜临门	78,669.71	22.97%	168,743.71	30.75%	129,055.30	26.29%	102,189.42
美克家居	148,570.60	15.28%	285,881.97	5.34%	271,377.15	1.44%	267,515.93
宜华生活	224,333.32	10.32%	459,166.76	3.73%	442,662.87	8.21%	409,095.47
顾家家居	201,194.77	-	368,484.60	13.74%	323,971.39	20.81%	268,174.82
好莱客	53,042.81	26.10%	108,198.21	20.08%	90,102.79	38.69%	64,966.58
曲美家居	68,013.67	25.07%	125,546.35	14.78%	109,375.96	7.54%	101,706.92
算术平均值	134,395.05	23.97%	262,227.92	17.68%	228,950.56	15.13%	198,856.70
欧派集团	287,679.00	25.05%	560,708.97	18.02%	475,108.00	18.92%	399,521.58

注：上表中可比上市公司数据均来源于各家上市公司公开披露的定期报告，拟上市公司数据来源于其已披露的招股说明书（申报稿）。

本公司主要从事整体家居产品的个性化定制和设计安装服务，主要产品包括整体厨柜、整体衣柜、整体卫浴和定制木门等，其中，整体厨柜为本公司营业收入的最主要来源。索菲亚与好莱客的主要产品为整体衣柜，喜临门的主要产品为床垫与软床，宜华生活的主要产品为实木家具，美克家居与曲美家居的主要产品为成套民用家具，顾家家居的主要产品为沙发、软床、餐椅和配套产品。

2014年度、2015年度和2016年1-6月，上述可比公司的营业收入多数保

持续增长。受益于国民经济的持续发展、居民消费水平的提高和消费意愿的增强，报告期内，欧派集团的整体厨柜和整体衣柜产品销售收入增长较快，营业收入增长趋势符合可比公司营业收入的整体上升趋势。

5、公司报告期内营业收入的变动情况、房地产市场交易数据变动与公司厨柜及衣柜销售数据变动的一致性情况

(1) 从整体厨柜和整体衣柜销售数量及价格的变动情况、下游市场需求变化情况分析披露营业收入变动的原因

1) 整体厨柜、整体衣柜销售数量及价格的变动情况

①整体厨柜产品销售数量及价格的变动情况

项目	2016 年度		2015 年度		2014 年度
	数量/金额	同比变动	数量/金额	同比变动	数量/金额
销售数量（套）	457,248	15.77%	394,946	16.94%	337,731
平均价格（元/套）	9,555.86	-1.85%	9,735.53	-4.12%	10,153.66
营业收入（万元）	436,939.64	13.64%	384,500.67	12.13%	342,920.53

根据上表数据，2015 年度和 2016 年度，公司整体厨柜产品的销售数量分别同比增长 16.94%和 15.77%，是整体厨柜产品销售收入增长的重要驱动因素。另外，2015 年度，公司大宗业务销售量和三级以下市场销售量增长幅度较大，而该类订单单值稍低，对产品平均价格有所影响。2016 年度，单位产品销售价格与 2015 年基本一致，略有下降，主要受定制化厨柜产品订单大小影响，2016 年度小型号产品销售比例有所提升，加之新上市“欧铂丽”产品定价相对较低，导致厨柜平均价格略有下降。

②整体衣柜产品销售数量及价格的变动情况

项目	2016 年度		2015 年度		2014 年度
	数量/金额	同比变动	数量/金额	同比变动	数量/金额
销售数量（套）	657,552	54.88%	424,544	40.84%	301,427
平均价格（元/套）	3,075.08	-2.25%	3,145.74	-4.46%	3,292.62
营业收入（万元）	202,202.61	51.23%	133,704.15	34.72%	99,248.52

根据上表数据，2015 年度和 2016 年度，公司整体衣柜产品销售数量分别同

比增长 40.84%和 54.88%，是整体衣柜产品销售收入增长的决定因素。另外，报告期内，由于体积较小的产品销售比例不断提升，整体衣柜单位销售价格呈下降趋势。

2) 下游市场需求变化情况

项目		2016 年度		2015 年度		2014 年度	
		整体厨柜	整体衣柜	整体厨柜	整体衣柜	整体厨柜	整体衣柜
华东	销售数量（套）	129,323	195,844	107,446	121,837	87,883	90,059
	接单数量（套）	136,822	202,531	107,149	118,924	89,236	97,150
华南	销售数量（套）	83,512	97,426	80,285	60,629	68,148	40,699
	接单数量（套）	84,000	105,602	83,744	62,469	71,291	44,458
华中	销售数量（套）	51,468	90,474	45,070	63,996	39,562	46,260
	接单数量（套）	53,376	91,133	46,407	64,458	39,576	49,865
华北	销售数量（套）	66,036	95,995	52,924	57,845	46,607	40,177
	接单数量（套）	68,848	102,008	54,020	57,530	45,853	43,026
西北	销售数量（套）	22,910	43,476	20,411	30,099	19,355	20,698
	接单数量（套）	24,444	44,686	20,380	30,184	19,493	22,078
西南	销售数量（套）	63,325	88,646	53,758	57,309	42,445	39,339
	接单数量（套）	68,057	90,966	54,500	58,606	43,337	42,584
东北	销售数量（套）	27,554	40,623	24,559	33,318	23,416	24,195
	接单数量（套）	28,247	41,649	24,946	32,331	22,678	25,836

3) 上述因素对公司营业收入变动的的影响

公司主要经营的整体厨柜、整体衣柜、整体卫浴和定制木门等产品全部采用订单式生产模式，“量身定制”是公司业务模式的核心。直营店或专卖店工作人员根据房间布局、客户需求、个性设计等确定订单方案，公司根据订单内容组织生产。

根据以上数据，报告期内，在整体厨柜、整体衣柜订单数量持续增长的情况下，公司逐步扩充产能以满足订单需求，销售数量显著提升，是营业收入不断提高的主要驱动因素。另外，受到市场需求影响，报告期内，公司整体厨柜、整体衣柜产品平均销售价格有所变动，但总体保持平稳，相比销售数量，对营业收入影响有限。

(2) 房地产市场相关交易数据变动情况

1) 30 大中城市商品房销售情况统计

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
销售套数 (套)	2,646,197	2,264,731	1,882,724
销售套数同比变动	16.84%	20.29%	-9.60%
交房套数 (套)	2,264,281	2,012,915	2,009,009
交房套数同比变动	12.49%	0.19%	11.53%

注 1: 上表中 30 大中城市商品房销售套数数据来源于国家统计局;

注 2: 上表中 30 大中城市商品房交房套数按照“当年现房交易量+上年期房交易量*0.7+前年期房交易量*0.3”估算所得。

2) 20 大中城市二手房交易情况统计

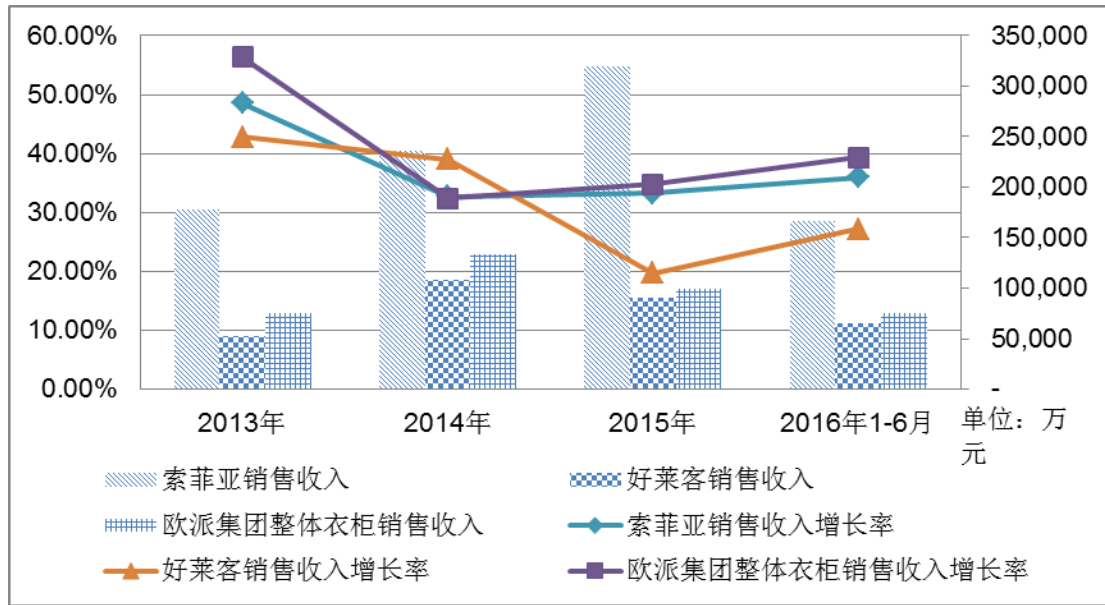
项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
成交套数 (套)	2,330,372.00	1,987,693.00	1,551,218.00
成交面积 (万平方米)	23,281.46	19,450.06	14,879.27
成交套数变动	17.24%	28.14%	-13.34%
成交面积变动	19.70%	30.72%	-12.05%

3) 房地产市场相关交易数据变动与公司厨柜及衣柜销售数据的匹配情况

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
新房销售套数同比变动	16.84%	20.29%	-9.60%
新房交房套数同比变动	12.49%	0.19%	11.53%
二手房成交套数变动	17.24%	28.14%	-13.34%
二手房成交面积变动	19.70%	30.72%	-12.05%
公司整体厨柜销售数量变动比例	16.01%	16.70%	11.35%
公司整体衣柜销售数量变动比例	54.88%	40.84%	43.00%

由上表可知, 公司整体厨柜产品销售数量变动趋势与新房、二手房交易数量的变动趋势存在一定相关性, 而整体衣柜产品销售数量一直保持相对较高的增长, 与房地产市场的变化趋势相关性较弱。公司、索菲亚、好莱客的整体衣柜产

品销售收入变动对比情况如下：



由上述图表可知，公司与其他整体衣柜生产商的整体衣柜销售收入均保持较高增长。

公司整体厨柜业务发展较为成熟，销售收入基数大，收入增长率相对较低，而整体衣柜业务正处于成长期，销售收入基数相对较小；同时整体衣柜的市场空间大，外延品种多，除衣柜产品外，整体衣柜还包括鞋柜、酒柜、书柜、床头柜等其他产品种类可供选择。因此，相比整体厨柜，整体衣柜销售收入增长率能维持在较高水平。公司整体衣柜所处的发展阶段及整体衣柜行业的市场空间也使得整体衣柜受房地产市场的影响程度相对较小。

（二）营业成本及生产成本分析

1、营业成本构成分析

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	446,275.69	98.59%	378,806.19	98.84%	339,849.50	99.67%
整体厨柜	270,307.64	59.71%	261,328.15	68.19%	243,589.75	71.44%

整体衣柜	127,738.62	28.22%	89,035.66	23.23%	70,749.63	20.75%
整体卫浴	19,486.34	4.30%	12,298.72	3.21%	12,053.89	3.54%
定制木门	17,305.69	3.82%	10,159.98	2.65%	8,191.20	2.40%
其他	11,437.39	2.53%	5,983.69	1.56%	5,265.04	1.54%
其他业务成本	6,405.19	1.41%	4,456.31	1.16%	1,126.22	0.33%
合计	452,680.88	100.00%	383,262.50	100.00%	340,975.72	100.00%

由上表可知，报告期内，主营业务成本占营业成本的比例在 98%以上，其中，整体厨柜与整体衣柜产品的销售成本合计占营业成本的比例分别为 92.19%、91.42%和 87.93%，是营业成本最主要的构成部分。

2、生产成本分析

(1) 生产成本构成分析

报告期内，公司生产成本的具体构成情况如下：

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
直接材料	341,100.18	76.43%	295,921.52	78.12%	269,172.20	79.20%
直接人工	53,921.06	12.08%	42,483.47	11.22%	35,849.00	10.55%
制造费用	51,254.45	11.48%	40,401.20	10.67%	34,828.30	10.25%
合计	446,275.69	100.00%	378,806.19	100.00%	339,849.50	100.00%

报告期内，板材、电器等直接材料占生产成本的比例较高，分别为 79.20%、78.12%和 76.43%，直接材料采购价格变动对公司生产成本和主营业务成本将产生较大影响。2014 年度、2015 年度和 2016 年度，公司生产成本构成总体保持稳定。

2015 年度，直接材料占生产成本比重较上年下降 1.08 个百分点，直接人工和制造费用占生产成本比重分别较上年上升 0.67 个百分点和 0.42 个百分点，主要原因为：2015 年度公司主要原材料如刨花板、实木板材、石英石板材、炉具等市场价格较 2014 年度有所下降，另一方面公司生产人员工资及制造费用均有

所上升。

2016 年度，直接材料占生产成本比重较上年下降 1.69 个百分点，直接人工和制造费用占生产成本比重分别较上年上升 0.86 个百分点和 0.81 个百分点，主要原因为：①2016 年度公司主要原材料市场价格基本保持稳定或进一步下降，②公司生产人工成本和设备折旧等不断增加，使得直接人工和制造费用占比进一步提高。

(2) 主要原材料和能源的供应情况

①主要原材料的采购情况

时 间	原材料	平均单价 (元/单位)	采购数量	采购金额 (万元)	占采购总额比例
2016 年度	刨花板（张）	62.44	7,606,883.00	47,500.81	13.57%
	中纤板（张）	64.27	3,091,068.00	19,867.44	5.67%
	进口实木板（立方米）	4,386.49	8,485.51	3,722.16	1.06%
	石英石板（张）	817.33	195,858.05	16,008.04	4.57%
	炉具（台）	420.49	298,246.00	12,541.08	3.58%
	消毒柜（台）	681.80	85,491.00	5,828.79	1.66%
	烟机（台）	652.61	175,049.00	11,423.95	3.26%
	水槽（套）	173.27	439,670.00	7,618.21	2.18%
	铝材（支）	24.12	4,495,816.40	10,845.62	3.10%
	拉篮（套）	99.51	511,695.00	5,091.75	1.45%
	龙头（套）	130.89	437,443.00	5,725.89	1.64%
	树脂（千克）	7.77	6,227,690.00	4,841.59	1.38%
2015 年度	刨花板（张）	62.40	5,269,682.00	32,880.64	11.12%
	中纤板（张）	69.91	1,861,080.00	13,010.26	4.40%
	进口实木板（立方米）	4,595.73	9,020.47	4,145.56	1.39%
	石英石板（张）	704.77	257,895.74	18,175.66	6.09%
	炉具（台）	410.55	285,773.00	11,732.49	3.93%
	消毒柜（台）	657.71	90,287.00	5,938.27	1.99%

	烟机（台）	606.19	145,418.00	8,815.03	2.95%
	水槽（套）	180.36	372,971.00	6,726.95	2.25%
	铝材（支）	25.44	2,940,005.90	7,479.29	2.50%
	拉篮（套）	116.10	493,911.00	5,734.25	1.92%
	龙头（套）	132.43	430,575.45	5,702.13	1.91%
	树脂（千克）	8.33	4,759,268.00	3,964.56	1.33%
2014 年度	刨花板（张）	62.77	3,586,879.00	22,516.00	8.49%
	中纤板（张）	64.87	1,985,573.00	12,880.65	4.86%
	进口实木板（立方米）	4,620.37	12,166.11	5,621.19	2.12%
	石英石板（张）	744.37	282,577.00	21,034.19	7.93%
	炉具（台）	445.33	261,520.00	11,646.29	4.39%
	消毒柜（台）	674.60	96,646.00	6,519.73	2.46%
	烟机（台）	674.95	110,168.00	7,435.77	2.80%
	水槽（套）	195.39	315,917.00	6,172.86	2.33%
	铝材（支）	35.17	1,618,645.00	5,692.67	2.15%
	拉篮（套）	142.39	503,214.00	7,165.19	2.70%
	龙头（套）	119.194	377,167.00	4,495.62	1.70%
	树脂（千克）	10.84	4,321,487.00	4,684.12	1.77%

2014 年度、2015 年度和 2016 年度，板材、电器、水槽、铝材、拉篮、龙头及树脂等直接材料采购金额占采购总额的比例较高，分别为 43.70%、42.05% 和 43.14%。另外，本公司对整体采购统筹安排，采购成本控制良好，主要原材料的采购单价均基本保持稳定或有所下降。

②主要能源供应情况

本公司生产经营所需要的主要能源为电力，由公司及各生产基地所在地供电局提供。报告期内，公司电力供应稳定、充足，能够满足生产经营需要，公司用电具体情况如下：

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

加权平均电价（元/度）	0.71	0.74	0.76
用电量（万度）	8,886.82	7,249.90	5,728.87
电费支出（万元）	6,274.33	5,360.22	4,376.03
电费占生产成本的比例（%）	1.41	1.42	1.29

（3）公司对主要供应商的采购情况

报告期内，公司通过公开招标方式公平、公正选择原材料供应商，且与主要供应商合作关系稳定。报告期内，公司对前十大供应商采购情况如下表所示：

单位：万元

时间	供应商名称	采购金额	采购品种	占采购总额比例
2016 年度	宁波市万茂电器有限公司	17,926.23	电器	5.12%
	Metro	13,436.27	木质板材	3.84%
	百隆	11,187.03	功能五金件	3.20%
	佛山市三水正域铝型材制品有限公司	7,791.07	铝型材	2.23%
	HeveaBoardBerhad	7,063.80	木质板材	2.02%
	中山市天隆燃具电器有限公司	7,060.61	电器	2.02%
	中山市新田五金有限公司	6,983.15	五金配件	1.99%
	蓬莱市华升电子有限公司	6,829.51	石英石板材	1.95%
	宁波安佳卫厨电器有限公司	6,443.98	电器	1.84%
	上海德硅贸易有限公司	5,681.21	吸塑膜	1.62%
	合计	90,402.86		25.82%
2015 年度	宁波市万茂电器有限公司	14,879.45	电器	5.03%
	百隆	8,680.18	功能五金件	2.94%
	Metro	8,590.97	木质板材	2.91%
	中山市天隆燃具电器有限公司	8,373.23	电器	2.83%
	HeveaBoardBerhad	7,508.56	木质板材	2.54%
	中山市新田五金有限公司	7,217.77	五金配件	2.44%
	蓬莱市华升电子有限公司	6,948.58	石英石板材	2.35%
	上海杰天装饰材料有限公司	6,381.02	木质板材	2.16%

	佛山市三水正域铝型材制品有限公司	6,329.37	铝型材	2.14%
	广东中旗新材料科技有限公司	5,865.49	石英石板材	1.98%
	合计	80,774.62		27.32%
2014 年度	宁波市万茂电器有限公司	13,237.96	电器	4.99%
	百隆	8,941.86	功能五金件	3.37%
	中山市天隆燃具电器有限公司	8,230.12	电器	3.10%
	广东中旗新材料科技有限公司	8,133.41	石英石板材	3.07%
	中山市新田五金有限公司	6,283.52	五金配件	2.37%
	Metro	5,918.75	木质板材	2.23%
	佛山市三水正域铝型材制品有限公司	5,700.51	铝型材	2.15%
	宁波安佳厨房系统有限公司	5,009.58	电器	1.89%
	上海德硅贸易有限公司	4,893.37	PVC 膜、胶水等	1.85%
	VinaEcoBoardVietnam	4,512.13	木质板材	1.70%
		合计	70,861.22	

如上表所示，报告期内，公司前十大供应商均为木质板材、石英石板材、电器、功能五金件、五金配件、树脂及铝型材的供应厂商，对前十大供应商采购原材料种类及采购金额占采购总额的比例相对稳定。

报告期内，公司主要供应商的变动情况及变动原因如下：

单位：万元

主要供应商	采购种类	2016 年度	2015 年度	2014 年度
宁波市万茂电器有限公司	电器	17,926.23	14,879.45	13,237.96
百隆	功能五金件	11,187.03	8,680.18	8,941.86
Metro	刨花板	13,436.27	8,590.97	5,918.75
Hevea Board Berhad	刨花板	7,063.80	7,508.56	3,821.79
中山市天隆燃具电器有限公司	电器	7,060.61	8,373.23	8,230.12
佛山市三水正域铝型材制品有限公司	铝材	7,791.07	6,329.37	5,700.51
蓬莱市华升电子有限公司	石英石板材	6,829.51	6,948.58	3,362.05
中山市新田五金有限公司	五金配件	6,983.15	7,217.77	6,283.52
上海杰天装饰材料有限公司	石英石板材	5,160.66	6,381.02	2,667.78
宁波安佳卫厨电器有限公司	电器	6,443.98	4,443.83	5,009.58

上海德硅贸易有限公司	PVC 膜	5,681.21	4,263.10	4,893.37
广东中旗新材料科技有限公司	板材	4,304.94	5,865.49	8,133.41
深圳市富力建材有限公司	台面	2,532.42	2,934.15	4,070.52
Vina Eco Board Vietnam	木质板材	313.65	203.66	4,512.13
合计	-	102,714.53	92,619.37	84,783.35

注：表格中的主要供应商由报告期各期前十大供应商汇总所得。

报告期内，公司对主要供应商进行原材料采购的种类及金额保持稳定，未出现异常波动的情形。2015 年度，公司对 Vina Eco Board Vietnam 的采购金额发生明显变化，具体原因如下：

2014-2016 年，公司向 Vina Eco Board Vietnam 采购的金额分别为 4,512.13 万元、203.66 万元和 313.65 万元，出现该波动的原因 2014 年公司与其正式确立合作关系，进行大批量采购；2015 年，Vina Eco Board Vietnam 坚持要求提高材料采购价格，在充分协商仍无法达成一致意见的情况下，公司随即降低了对其材料的采购规模。

除上述个别供应商外，报告期内公司对其他主要供应商的原材料采购种类及金额均较为稳定，未出现异常波动的情形。

总体而言，报告期内公司生产成本结构较为合理。另外，公司不断加强产品创新和研发设计，提高产品附加值、自动化生产水平和板材利用率，严格进行生产管理和采购管理，确保公司整体盈利水平持续上升，原材料和用工成本的变动未对公司生产经营产生不利影响。

（三）销售毛利分析

1、公司报告期内毛利率变动情况

产品类别	2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	毛利率	销售占比	毛利率	销售占比	毛利率	销售占比
主营业务	36.45%	98.43%	31.68%	98.89%	28.17%	99.58%
整体厨柜	38.14%	61.25%	32.03%	69.35%	28.97%	72.48%
整体衣柜	36.83%	28.34%	33.41%	24.11%	28.71%	20.98%

整体卫浴	19.36%	3.39%	17.01%	2.67%	13.86%	2.96%
定制木门	16.97%	2.92%	16.29%	2.19%	3.96%	1.80%
其他	36.62%	2.53%	35.75%	1.68%	37.42%	1.78%
其他业务	42.90%	1.57%	28.53%	1.11%	43.77%	0.42%
综合毛利率	36.55%		31.65%		28.23%	

如上表所示，随着公司销售规模的不断扩大和品牌影响力的提高，公司综合销售毛利率总体保持平稳上升趋势，2014年度、2015年度和2016年度，公司销售的综合毛利率分别为28.23%、31.65%和36.55%。

报告期内，公司销售毛利率总体保持平稳上升趋势，公司所采取的销售定价模式、成本控制及节能降耗措施如下：

（1）采用成本加成的销售定价模式

公司根据不同产品的种类、结构及部件组成确定其直接制造成本，并在此基础上按照一定的加成比例确定其销售价格。在该定价模式下，公司根据原材料价格的波动、市场销售行情、市场竞争状况确定合理的销售价格，既充分保障各经销商的利益，又保证了公司长期稳定的盈利能力。

（2）成本控制和节能降耗措施

公司下属各生产单位通过以下措施进行成本控制和节能降耗，从而有效降低公司的生产成本：1）不断改进生产工艺流程，提高各类材料的利用率；2）优化各类生产管理流程，提高生产效率；3）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。

另外，公司营业收入构成中，主营业务收入占比在98%以上。其中，整体厨柜产品为公司最重要的利润来源，其毛利率变动是综合毛利率变动的主要原因。

2、分产品毛利率变动分析

（1）整体厨柜产品毛利率变动情况分析

2014年度、2015年度和2016年度，公司整体厨柜产品毛利率分别为

28.97%、32.03%和 38.14%，总体呈上升趋势。报告期内，公司整体厨柜产品的单位价格与成本情况如下：

单位：元/套

项目	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
单位产品价格	9,555.86	-1.85%	-1.14	9,735.53	-4.12%	-2.80	10,153.66
单位产品成本	5,911.62	-10.66%	7.24	6,616.81	-8.26%	5.87	7,212.54
其中：直接材料	4,727.96	-12.19%	6.74	5,384.56	-9.34%	5.46	5,939.34
直接人工	664.63	-3.38%	0.24	687.88	-1.79%	0.12	700.40
制造费用	519.03	-4.65%	0.26	544.37	-4.96%	0.28	572.79

如上表所示，影响整体厨柜产品毛利率变动的因素主要有：

1) 销售价格的变动

①2015 年度，公司大宗业务销售和三级以下市场销售增长幅度较大，该类订单单价较低，导致单位产品价格有所下降。2016 年度，公司整体厨柜产品销售单价较 2015 年度变化较小，受各市场级别经销商数量及整体销售策略的影响，略有下降。

②公司作为整体厨柜市场的龙头企业，能够根据原材料变动、市场销售、市场竞争等情况，综合考虑产品的市场定位，及时调整产品价格，保证公司的长期盈利能力。

2014 年度、2015 年度和 2016 年度，公司整体厨柜产品的单位销售价格分别为 10,153.66 元/套、9,735.53 元/套和 9,555.86 元/套。2015 年度和 2016 年度，公司整体厨柜产品销售价格分别降低 4.12%和 1.85%，从而使得整体厨柜产品的销售毛利率分别下降 2.80 个百分点和 1.14 个百分点。

2) 单位产品耗用原材料金额的变动

2015 年度，公司主要原材料如刨花板、实木板材、石英石板材、炉具等市场价格较 2014 年度有所下降，使得单套整体厨柜产品所耗用直接材料的成本下

降。2016 年度，中纤板、实木板、铝材、拉篮及部分电器等主要原材料的市场价格较 2015 年有所下降，导致单套整体厨柜产品所耗用直接材料的成本进一步下降。

2015 年度和 2016 年度，生产单套整体厨柜产品所耗用直接材料的成本分别较上年下降 9.34%和 12.19%，从而使得整体厨柜毛利率分别上升 5.46 个百分点和 6.74 个百分点。

3) 单位产品耗用人工成本、分摊制造费用的变动

2015 年度，公司销售规模持续提升，单位产品所耗用的人工和分摊的制造费用分别较上年减少 1.79%和 4.96%，使得整体厨柜毛利率上升 0.12 个百分点和 0.28 个百分点。

2016 年度，公司生产规模进一步扩大，规模效应显著，单位产品所耗用的人工和分摊的制造费用分别较上年减少 3.38%和 4.65%，使得整体厨柜毛利率上升 0.24 个百分点和 0.26 个百分点。

(2) 整体衣柜产品毛利率变动情况

2014 年度、2015 年度和 2016 年度，公司整体衣柜产品毛利率分别为 28.71%、33.41%和 36.83%。报告期内，公司整体衣柜产品的单位价格与成本情况如下：

单位：元/套

项目	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
单位产品价格	3,075.08	-2.25%	-1.42	3,145.74	-4.46%	-2.97	3,292.62
单位产品成本	1,942.64	-7.26%	4.84	2,094.79	-10.75%	7.66	2,347.16
其中：直接材料	1,359.06	-8.14%	3.83	1,479.52	-10.69%	5.38	1,656.58
直接人工	266.94	-4.61%	0.41	279.83	-4.30%	0.38	292.39
制造费用	316.64	-5.60%	0.60	335.44	-15.76%	1.91	398.18

如上表所示，影响整体衣柜产品毛利率变动的因素主要包括：

1) 销售价格的变动

报告期内，整体衣柜市场上体积较小的产品需求比例逐渐提升，公司在逐步加大对整体衣柜产品推广力度的过程中，为了尽快提高整体衣柜销售规模并占领市场，所销售体积较小的整体衣柜产品比例有所提升，单位销售价格整体呈下降趋势。

2015 年度和 2016 年度，单位整体衣柜产品销售价格分别较上年下降 4.46% 和 2.25%，从而使整体衣柜产品毛利率下降 2.97 个百分点和 1.42 个百分点。

2) 单位整体衣柜产品耗用直接材料金额的变动

报告期内，本公司生产整体衣柜所耗用主要原材料的采购价格总体保持稳中有降的趋势；另外，由于体积较小的整体衣柜产品生产销售比例逐步提升，公司通过引进先进生产设备和改进制造工艺，不断提高生产效率和原材料利用率。因此，报告期内，单套整体衣柜产品耗用直接材料的金额持续下降。

2015 年度和 2016 年度，单位整体衣柜产品耗用直接材料分别较上年下降 10.69% 和 7.26%，从而使整体衣柜产品毛利率上升 5.38 个百分点和 4.84 个百分点。

3) 单位产品耗用人工成本、分摊制造费用的变动

2015 年度和 2016 年度，随着公司销售规模大幅提升，天津欧派生产基地产量的逐渐增长，单位产品所需耗用的人工成本、分摊的制造费用较上年有所减少。其中，2015 年度和 2016 年度，单位整体衣柜产品耗用人工成本较上年分别下降 4.30% 和 4.61%，使毛利率较上年上升 0.38 个百分点和 0.41 个百分点；单位整体衣柜产品分摊制造费用分别较上年下降 15.76% 和 5.60%，使毛利率较上年上升 1.91 个百分点和 0.60 个百分点。

(3) 其他产品毛利率变动情况

2014 年度、2015 年度和 2016 年度，公司整体卫浴产品毛利率分别为 13.86%、17.01% 和 19.36%。2014 年度，欧派卫浴在综合市场竞争环境和销售目标的情况下适当调整定价策略和销售价格，导致毛利率较低。2015 年度和

2016 年度，公司对于销售情况较差的卫浴经销商进行了淘汰和更换，整体卫浴产品毛利率有所回升。

2014 年度、2015 年度和 2016 年度，公司定制木门产品毛利率分别为 3.96%、16.29%和 16.97%。报告期内，公司为尽快抢占市场份额，销售定价较低。2015 年度，公司定制木门产品产量及销量增加，同比分别增长 26.33%和 28.31%，在单位售价小幅上升的情况下单位固定成本下降，导致毛利率明显增长。2016 年度，部分定制木门产品打折让利销售，销售收入进一步增加，但毛利率与 2015 年基本保持一致，仅有小幅增长。

3、与同行业公司毛利率指标的比较情况

2013 年度、2014 年度、2015 年度及 2016 年 1-6 月，公司与家居类同行业上市公司的毛利率指标比较情况如下：

单位：万元

公司名称	项目	2016年 1-6月	2015 年度	2014 年度	2013 年度
索菲亚	主营业务毛利率	35.64%	37.65%	37.36%	36.93%
	营业收入增长率	44.10%	35.35%	32.39%	45.98%
	营业收入	166,940.44	319,573.87	236,108.44	178,347.76
喜临门	主营业务毛利率	37.46%	39.19%	39.82%	38.70%
	营业收入增长率	22.97%	30.75%	26.29%	13.91%
	营业收入	78,669.71	168,743.71	129,055.30	102,189.42
美克家居	主营业务毛利率	60.95%	61.48%	58.82%	52.18%
	营业收入增长率	15.28%	5.34%	1.44%	1.68%
	营业收入	148,570.60	285,881.97	271,377.15	267,515.93
宜华生活	主营业务毛利率	36.55%	32.77%	34.25%	31.05%
	营业收入增长率	10.32%	3.73%	8.21%	22.20%
	营业收入	224,333.32	459,166.76	442,662.87	409,095.47
好莱客	主营业务毛利率	39.22%	37.78%	37.34%	37.05%
	营业收入增长率	26.10%	20.08%	38.69%	42.71%
	营业收入	53,042.81	108,198.21	90,102.79	64,966.58
曲美家居	主营业务毛利率	39.05%	37.37%	36.22%	39.23%
	营业收入增长率	25.07%	14.78%	7.54%	10.14%

	营业收入	68,013.67	125,546.35	109,375.96	101,706.92
欧派集团	整体厨柜毛利率	38.23%	32.03%	28.97%	30.50%
	整体衣柜毛利率	36.61%	33.41%	28.71%	31.15%
	主营业务毛利率	36.26%	31.68%	28.17%	29.78%
	营业收入增长率	25.05%	18.02%	18.92%	38.78%
	营业收入	287,679.00	560,708.97	475,108.00	399,521.58

报告期内，公司的收入与利润主要来源于整体厨柜和整体衣柜产品的销售。在同行业上市公司中，没有主要经营整体厨柜产品的企业。公司整体衣柜毛利率略低于以整体衣柜为主营产品的索菲亚和好莱客，主要原因为公司一贯坚持向经销商让利，通过适当降低对经销商的销售毛利，以激发经销商开拓市场的积极性，有助于与经销商长期稳定互利合作关系的建立及良好销售网络渠道的构建，从而促进销售收入的增长。报告期内，得益于营销网络与品牌建设的成效、规模效应提升以及市场采购成本降低，公司整体衣柜毛利率乃至综合毛利率与同类上市公司的差距在迅速拉近。

4、公司综合毛利率略低于同行业上市公司的原因分析

(1) 公司主要产品的定价机制

报告期内，公司整体厨柜、整体衣柜的销售收入占营业收入比例超过 90%，销售毛利占综合毛利的比例为 95%左右，是影响公司综合毛利率的主要产品类型。而公司 80%以上的收入来源于经销商销售，为公司最重要的销售模式。公司对整体厨柜、整体衣柜产品的定价机制如下：

1) 终端标准销售价的制定

产品终端标准销售价由相关产品的直接材料成本、直接人工成本、制造费用以及产品销售系数四部分组成，即标准销售价=（直接材料成本+直接人工成本+制造费用）×产品销售系数，各部分的核定方式如下：

①直接材料成本

供应链开发部根据市场情况制定并审核现行原材料市场价格，经总经理室批准后形成计划价；各产品分部根据上一年度材料用量对各项原材料计划价进行加权平均，从而确定相关产品的原材料核算成本；

②直接人工成本

各产品分部根据上一年度生产的直接人工费用和实际产量核算单件人工成本，并在准确计量相关产品用件数量的基础上确定其直接人工成本；

③制造费用

汇总计算相关产品线的设备折旧、环保能耗、低值易耗品及包装物等物料消耗、水电费、修理费、劳动保护费等；

④产品销售系数

在前述成本项目基础上的终端销售价格调节系数，包括产品销售价格系数、公司品牌经营费分摊系数、经销商激励系数、区域广告补贴系数等。

2) 对经销商的销售定价方式

公司主要通过经销商专卖店销售整体家居产品，对经销商销售价=终端标准销售价×结算折扣系数。

公司根据各个区域市场的经济发展水平、人口规模、人均消费水平等指标将全国的经销商划分九个级别，并确定各个级别经销商从公司采购产品所适用的结算折扣系数（即公司销售价/终端标准销售价）区间。公司对所有经销商依据上年度经销商经营管理综合评估进行评分，并根据评分在同级别市场的经销商进行排名，依据当年排名情况确定该经销商下一年度结算折扣系数，在同级别市场中排名越靠前，折扣系数越低。

3) 市场竞争状况对公司销售定价机制的影响

公司是整体厨柜领域的龙头企业，产品定位于中高端市场，也是其他同类竞争产品的指向标；公司在整体衣柜领域已处于国内领先地位，销售规模稳步增长。公司对经销商秉承公平、合作的经营理念，以实际成本费用为核算基础，保证稳定的利润空间，合理制定各类产品的终端标准售价和经销商结算折扣系数，提高产品市场竞争力和占有率。但在产品定价过程中，公司不会刻意压低产品销售定价水平以应对竞争对手。

(2) 公司与同行业上市公司主要业务指标的比较情况

2014年、2015年及2016年1-6月，公司与同行业上市公司主要业务指标对比情况如下：

项目	欧派集团	索菲亚	好莱客	喜临门	宜华生活	曲美家居
主要经营产品	整体厨柜、整体衣柜、整体卫浴、定制木门、墙饰等	定制衣柜及其配套定制家具、地板及其配件、定制厨柜	整体衣柜及配套家具	床垫、软床及其配套产品	实木家具、软体沙发、地板等	实木类家具、人造板类家具和综合类家具
2014年度销售收入（万元）	475,108.00	236,108.44	90,102.79	129,055.30	442,662.87	109,375.96
2015年度销售收入（万元）	560,708.97	319,573.87	108,198.21	168,743.71	459,166.76	125,546.35
2016年1-6月销售收入（万元）	287,679.00	166,940.44	53,042.81	78,669.71	224,333.32	68,013.67
2014年度销售收入同比增速	18.92%	32.39%	38.69%	26.29%	8.21%	7.54%
2015年度销售收入同比增速	18.02%	35.35%	20.08%	30.75%	3.73%	14.78%
2016年1-6月销售收入同比增速	25.05%	44.10%	26.10%	22.97%	10.32%	25.07%

公司以整体厨柜和整体衣柜为主要产品，同时还涵盖整体卫浴、定制木门、墙饰等其他家居产品。同行业上市公司中，索菲亚和好莱客以定制衣柜产品为主，喜临门以床垫、沙发等软体家具为主，宜华生活及曲美家居以实木类家居产品为主，本公司相较其他同行业上市公司，产品线更为丰富。另外，受益于一贯坚持向经销商让利的销售策略，公司的经销商数量、收入规模均远高于其他同行业上市公司，并且保持着较为平稳的收入增速。

（四）报告期内利润主要来源及可能影响发行人盈利能力持续性和稳定性的主要因素

1、报告期内利润的主要来源

报告期内，公司利润的主要构成如下：

单位：万元

产品类别	2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
主营业务毛利	255,919.04	98.15%	175,667.60	99.00%	133,255.58	99.35%
整体厨柜	166,631.99	63.91%	123,172.53	69.41%	99,330.78	74.05%
整体衣柜	74,463.98	28.56%	44,668.49	25.17%	28,498.88	21.25%
整体卫浴	4,678.83	1.79%	2,519.99	1.42%	1,939.84	1.45%
定制木门	3,537.02	1.36%	1,977.06	1.11%	337.76	0.25%
其他	6,607.21	2.53%	3,329.53	1.88%	3,148.33	2.35%
其他业务毛利	4,813.14	1.85%	1,778.88	1.00%	876.69	0.65%
综合毛利	260,732.18	100.00%	177,446.48	100.00%	134,132.27	100.00%
营业利润	106,772.92	95.18%	53,037.46	92.85%	43,071.30	95.76%
营业外收支净额	5,412.52	4.82%	4,082.01	7.15%	1,906.31	4.24%
利润总额	112,185.43	100.00%	57,119.47	100.00%	44,977.61	100.00%

注：上表中“主营业务毛利”与“其他业务毛利”占比为其在“综合毛利”中占比，“营业利润”与“营业外收支净额”占比为其在利润总额中占比。

报告期内，公司实现的利润主要来自于营业利润，而营业利润主要来源于主营业务。2014 年度、2015 年度和 2016 年度，主营业务毛利占综合毛利的比例分别为 99.35%、99.00%和 98.15%，占比均达 98%以上，其中，整体厨柜和整体衣柜产品销售毛利贡献了综合毛利的 95.30%、94.59%和 92.47%，是公司利润的主要来源。2014 年度、2015 年度和 2016 年度，整体厨柜产品贡献了综合毛利的 74.05%、69.41%和 63.91%。

2、可能影响发行人盈利能力持续性和稳定性的主要因素

公司管理层认为，根据目前的经营模式和生产、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）市场需求的稳步增长

1) 整体厨柜等整体家居行业的发展与我国房地产行业发展状况密切相关。我国商品住宅房屋竣工面积从 2001 年的 2.46 亿平方米增至 2015 年的 7.38 亿

平方米，年均复合增长率为 8.16%；住宅商品房销售面积从 2001 年的 1.99 亿平方米增至 2015 年的 11.24 亿平方米，年均复合增长率为 13.16%。住宅商品房竣工销售面积的增长为未来一手住宅的装修装饰提供了较为广阔的市场空间，也为整体厨柜等整体家居产品提供了广泛的市场基础。

2) 我国正处于婚育适龄人口高峰和城市化进程加速相结合的阶段，大量婚育人口对首次购房和改善性住房存在刚性需求，同时大量转入城镇居住的原农村居民也需要新购住房。这些社会因素也为整体家居产品市场提供了广泛的消费群体。

3) 随着社会经济总量和人民生活水平的提高，我国居民的住房条件得到明显改善，对生活空间的品味和环保要求不断提升，改善原有居住环境的家庭二次装修需求也日益突出，整体厨柜、整体衣柜和其他整体家居产品的市场潜力巨大。

(2) 技术与服务的持续创新

自成立以来，公司一直非常重视技术和服务的持续创新，不断推陈出新，每年均推出多款新型产品。从公司开创性地将“整体厨柜”概念引入我国以来，经过多年的发展，公司已成为整体厨柜领域的龙头企业，但行业的快速成长和相对较低的进入门槛吸引了越来越多的竞争者加入。在愈加激烈的市场竞争中，各企业的竞争焦点已集中到企业的品牌影响力和产品创新力方面，其关键就在于技术与服务的持续创新。目前，公司的创新机制健全，产品研发战略清晰，未来将继续不断地推出受市场和消费者青睐的新型产品，不断提高公司的销售规模和市场占有率。

(3) 市场开拓和销售网络管理能力

突出的市场开拓能力和卓越的销售网络管理能力是公司销售收入持续增长、利润水平不断提高的重要保证。经过多年来对销售网络的精耕细作，公司已建立完善的经销商管理制度，获得了成功的市场开拓和渠道建设经验，有力地实现了对销售网络的管控和优化，同时显著提升了经销商运营能力和专卖店销售能力。报告期内，公司的经销商数量由 2014 年初的 2,210 家增至 2016 年末的 3,331 家，经销商专卖店增至 4,710 家，同时公司不断提高经销商选择标准，强化经销

商经营质量，完善营销网络布局，努力保持营销网络始终处于行业领导地位，这为公司销售规模的进一步扩大和经营业绩的持续增长提供了坚实的渠道支持。

本次募集资金投资项目的实施，将突破制约公司发展的产能瓶颈，进一步提高公司的生产制造能力、信息化管理能力和一体化运作水平，同时有效支持产品技术和服务的持续创新，扩大市场占有率，增强核心竞争力，并使公司在未来继续保持较强的盈利能力。

（五）经营成果变化趋势分析

1、营业收入、营业成本、营业税金及附加分析

单位：万元

项目	2016 年度		2015 年度		2014 年度
	金额	增减	金额	增减	金额
营业收入	713,413.06	27.23%	560,708.97	18.02%	475,108.00
营业成本	452,680.88	18.11%	383,262.50	12.40%	340,975.72
营业税金及附加	7,131.73	54.91%	4,603.70	36.34%	3,376.51

（1）营业收入分析

2014 年度、2015 年度和 2016 年度，公司实现的营业收入分别为 475,108.00 万元、560,708.97 万元和 713,413.06 万元，呈逐年增加趋势，年均复合增长率达 21.83%；公司营业收入的增加主要来自于主营业务，具体分析请参见本节之“二、盈利能力分析”之“（一）营业收入的构成及季节性分析”。

（2）营业成本分析

随着公司营业收入的增长，营业成本也有相应幅度的上升。2015 年度和 2016 年度，营业成本分别较上年增长 12.40%和 18.11%，年均复合增长率为 15.22%，与营业收入的年均复合增长率基本一致。2014 年度、2015 年度和 2016 年度，公司的综合毛利率分别为 28.23%、31.65%和 36.55%，总体保持稳定上升趋势，公司盈利能力较强。报告期内，本公司主要产品的营业成本情况请参见本节之“二、盈利能力分析”之“（四）毛利率变化趋势及原因分析”。

(3) 营业税金及附加分析

单位：万元

项目	2016 年度		2015 年度		2014 年度
	金额	增减	金额	增减	金额
城市维护建设税	3,329.05	27.40%	2,613.08	34.96%	1,936.24
教育费附加	2,384.01	21.40%	1,963.82	39.46%	1,408.20
其他税费	1,418.67	5,195.16%	26.79	-16.46%	32.07
合计	7,131.73	54.91%	4,603.70	36.34%	3,376.51

2015 年度和 2016 年度，营业税金及附加分别较上年增长 36.34%和 54.91%。公司的营业税金及附加主要系城市维护建设税和教育费附加，其根据当期缴纳增值税的 7%和 5%计算缴纳。2014 年度、2015 年度和 2016 年度，本公司增值税计缴情况如下表所示：

单位：万元

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
期初余额	-2,803.93	1,168.57	2,113.16
本期应交税额	43,153.74	33,709.77	25,728.77
本期已交税额	40,733.87	37,682.27	26,673.36
期末余额	-384.06	-2,803.93	1,168.57

如上表所示，2015 年度和 2016 年度，公司经营规模持续增长，应缴增值税额相应增加。

2、期间费用分析

报告期内，公司期间费用及占营业收入的比例如下：

单位：万元

项目	2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例
销售费用	81,591.19	11.42%	66,551.80	11.87%	46,245.14	9.73%

管理费用	65,303.88	9.14%	52,974.23	9.45%	40,138.92	8.45%
财务费用	-948.34	-0.13%	0.97	0.00%	1,363.54	0.29%
期间费用合计	145,946.73	20.43%	119,527.00	21.32%	87,747.59	18.47%

2013 年度、2014 年度、2015 年度及 2016 年 1-6 月，本公司与同行业公司期间费用率比较情况如下：

可比公司名称	2016 年 1-6 月	2015 年度	2014 年度	2013 年度
索菲亚	19.25%	17.85%	19.70%	19.46%
喜临门	27.08%	24.10%	28.14%	21.78%
美克家居	48.35%	47.14%	46.70%	43.13%
宜华生活	15.81%	15.97%	18.52%	18.67%
顾家家居	24.31%	24.72%	23.60%	22.16%
好莱客	21.23%	19.78%	18.62%	18.43%
曲美家居	24.56%	25.41%	23.73%	24.71%
算术平均值	25.80%	25.00%	25.57%	24.05%
欧派集团	23.18%	21.32%	18.47%	21.33%

注：上表中可比上市公司数据均来源于各家上市公司公开披露的定期报告，拟上市公司数据来源于其已披露的招股说明书（申报稿）。

如上表所示，2013 年度、2014 年度、2015 年度和 2016 年 1-6 月，本公司期间费用占营业收入的比例分别为 21.33%、18.47%、21.32%和 23.18%，总体保持稳定，且略低于同行业公司平均水平。期间费用的变化与外部经济环境及公司实际经营情况相关，期间费用占营业收入比例处于较为合理的水平。

（1）销售费用

①销售费用构成与变动情况分析

报告期内，公司销售费用构成与变动情况如下：

单位：万元

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

	金额	占比	增长率	金额	占比	增长率	金额	占比
广告展销费	31,195.27	38.23%	22.87%	25,387.88	38.15%	34.64%	18,856.21	40.77%
职工薪酬	29,239.31	35.84%	25.20%	23,354.42	35.09%	43.95%	16,224.07	35.08%
业务办公费	9,334.06	11.44%	10.48%	8,448.94	12.70%	61.67%	5,225.94	11.30%
租赁装修费	8,142.78	9.98%	31.55%	6,189.64	9.30%	66.93%	3,707.94	8.02%
运输费	1,168.66	1.43%	28.86%	906.93	1.36%	33.07%	681.55	1.47%
出口费用	719.26	0.88%	7.41%	669.62	1.01%	54.84%	432.47	0.94%
汽车使用费	584.36	0.72%	-5.93%	621.21	0.93%	90.34%	326.37	0.71%
其他	1,207.49	1.48%	24.08%	973.14	1.46%	23.09%	790.60	1.71%
合计	81,591.19	100.00%	22.60%	66,551.80	100.00%	43.91%	46,245.14	100.00%

如上表所示，公司销售费用主要为广告展销费、销售人员薪酬、业务办公费和租赁装修费等支出，报告期内，前述四项费用合计占当年销售费用的比例分别为 95.18%、95.24%和 95.49%。公司的整体家居产品主要面向国内市场销售，广告展销费用及销售费用薪酬费用较高，且随着市场竞争的不断加剧而逐年增长。但公司的销售政策较为完善，费用支出控制较为合理，报告期内，销售费用占营业收入比例相对稳定，销售费用使用效率较高。2015 年度销售费用占营业收入比例同比有所上升，一方面原因为公司为继续扩大经营规模，相应增加营销广告费用；另一方面原因为公司销售人员工资奖金增加。2016 年，销售费用占营业收入比例与 2015 年度基本一致。

②与同行业公司销售费用率的比较

2013 年、2014 年、2015 年和 2016 年 1-6 月，本公司与同行业公司的销售费用率情况如下表所示：

可比公司名称	2016 年 1-6 月	2015 年度	2014 年度	2013 年度
索菲亚	9.75%	9.64%	9.58%	9.03%
喜临门	14.36%	14.54%	18.28%	13.95%
美克家居	36.63%	35.73%	35.79%	32.91%
宜华生活	5.06%	5.85%	7.42%	6.44%
顾家家居	20.12%	20.89%	20.05%	18.66%

好莱客	14.91%	14.25%	13.92%	13.71%
曲美家居	17.03%	15.61%	14.34%	15.01%
算术平均值	16.84%	16.64%	17.05%	15.67%
欧派集团	12.39%	11.87%	9.73%	10.05%

注：上表中可比上市公司数据均来源于各家上市公司公开披露的定期报告，拟上市公司数据来源于其已披露的招股说明书（申报稿）。

如上表所示，本公司销售费用率低于同行业公司的平均水平，与索菲亚、好莱客、喜临门的销售费用率较为接近。这主要是公司通过多年的积累和投入，已在整体家居市场拥有较高的行业地位、品牌知名度、美誉度和市场影响力，公司在合理制定营销策略的同时有效控制销售费用支出。另外，公司主要采用经销商专卖店销售模式进行产品销售，根据公司与经销商签署之《合作协议书》约定，经销商需负责在代理区域内进行品牌宣传，每年需按照其销售金额的一定比例进行广告投入，而公司主要负责全国范围内的广告投放。

（2）管理费用

1) 公司管理费用变动情况

报告期内，公司管理费用构成与变动情况如下：

单位：万元

项目	2016 年度			2015 年度			2014 年度	
	金额	占比	增长率	金额	占比	增长率	金额	占比
职工薪酬	44,460.10	68.08%	24.17%	35,806.92	67.59%	40.63%	25,461.72	63.43%
办公经费	8,230.42	12.60%	16.40%	7,070.67	13.35%	23.07%	5,745.17	14.31%
折旧摊销费	7,529.51	11.53%	48.30%	5,077.20	9.58%	13.16%	4,486.83	11.18%
税费	252.99	0.39%	-77.14%	1,106.90	2.09%	-16.70%	1,328.79	3.31%
汽车使用费	950.13	1.45%	15.03%	825.97	1.56%	29.11%	639.73	1.59%
其他	3,880.72	5.94%	25.73%	3,086.56	5.83%	24.63%	2,476.68	6.17%
合计	65,303.88	100.00%	23.27%	52,974.23	100.00%	31.98%	40,138.92	100.00%

如上表所示，公司管理费用主要为职工薪酬、股权激励费用、办公经费和折

旧摊销费用，报告期内，前述费用合计占当年管理费用的比例分别为 88.93%、90.52%和 92.22%。公司拥有较为完善的内部管理体系和技术开发制度，重视中高层管理团队对企业成长的价值和作用，同时公司作为高新技术企业，重视新产品、新技术、新工艺的持续创新和研发，因此公司的管理、技术人员薪酬和技术开发费用较高，这也是导致公司管理费用不断增长的主要因素之一。

2015 年度和 2016 年度，公司管理费用同比增长 31.98%和 23.27%，系随着公司经营规模的扩大，各项管理费用支出金额相应增加所致。

2) 公司管理费用率变动的原因及合理性、与营业收入变动情况的匹配性

2013 年、2014 年、2015 年和 2016 年 1-6 月，公司与同行业公司的管理费用率情况如下表所示：

可比公司名称	2016 年 1-6 月	2015 年度	2014 年度	2013 年度
索菲亚	9.57%	8.60%	10.75%	11.92%
喜临门	9.29%	7.99%	9.11%	8.45%
美克家居	9.78%	10.00%	10.14%	9.02%
宜华生活	6.02%	6.07%	5.61%	5.28%
顾家家居	3.65%	3.41%	3.12%	3.07%
好莱客	6.49%	5.72%	4.88%	4.75%
曲美家居	7.59%	9.53%	8.44%	8.52%
算术平均值	7.48%	7.33%	7.44%	7.29%
欧派集团	10.81%	9.45%	8.45%	10.65%

注：上表中可比上市公司数据均来源于各家上市公司公开披露的定期报告，拟上市公司数据来源于其已披露的招股说明书（申报稿）。

如上表所示，2013 年、2014 年、2015 年和 2016 年 1-6 月，公司管理费用率总体保持平稳，与同行业可比公司的管理费用率变动趋势保持一致；公司的管理费用率略高于同行业可比公司的平均水平。

2015 年度和 2016 年度，公司营业收入分别同比增长 18.02%和 27.23%。随着公司营业收入的快速增长，公司管理费用率每年略有上升，主要原因系随着

公司经营规模不断扩大，公司中高层管理人员、行政人员的薪酬及办公费用相应增加。

(3) 财务费用

公司财务费用包括利息支出、汇兑损益和支付的各项银行手续费。报告期内，公司财务费用占营业收入的比重较低，公司财务费用负担较轻。报告期内，公司财务费用具体情况如下：

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
利息支出	639.09	-67.39%	1,399.93	144,069.64%	2,203.30	161.59%
减：利息收入	1,427.60	-150.54%	1,593.89	164,030.50%	924.84	67.83%
汇兑损益	-407.33	42.95%	-20.52	-2,112.22%	-128.44	-9.42%
其他	247.50	-26.10%	215.46	22,173.08%	213.51	15.66%
合计	-948.34	100.00%	0.97	100.00%	1,363.54	100.00%

公司财务费用主要是短期借款利息支出。2014 年度，公司通过主营业务经营积累和外部股东增资大量补充营运资金，相对减少了短期贷款融资规模，短期借款利息费用支出有所下降。2015 年度和 2016 年度，公司财务费用同比减少幅度较大，主要原因为公司短期贷款融资规模进一步降低导致利息支出减少，另一方面，公司销售情况良好，销售收入提升带来的预收款增加导致利息收入进一步增加。

3、资产减值损失、投资收益及营业外收支

(1) 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	916.11	306.74	-37.75
合计	916.11	306.74	-37.75

报告期内，公司资产减值损失全部为对应收账款、其他应收款计提坏账准备

确认的坏账损失。

(2) 投资收益

单位：万元

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
处置以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产取得的投资收益	-	-	-
可供出售金融资产取得的投资收益	20.30	28.42	25.38
长期股权投资收益		-	-
其中：权益法核算确认的投资收益		-	-
成本法核算单位分回的股利或利润		-	-
转让长期股权投资取得的收益	15.01	-	-
合计	35.31	28.42	25.38

2014 年度、2015 年度和 2016 年度，公司投资收益分别为 25.38 万元、28.42 万元和 35.31 万元，主要为公司投资广州农村商业银行股份有限公司获得的年度现金分红收益。

(3) 营业外收入

报告期内，公司的营业外收入情况如下表所示：

单位：万元

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
政府补助	4,939.93	3,547.56	1,530.33
处置非流动资产净收益	34.27	4.44	172.05
业务赔罚款收入	529.73	600.33	347.45
其他	312.18	577.45	243.30
合计	5,816.11	4,729.79	2,293.12

报告期内，公司营业外收入主要来自于以下政府补助：

年度	项目名称	金额（万元）	文件依据
2016 年度	项目建设扶持资金及税收奖励	1,770.89	天津市静海经济开发区管理委员会《投资协议书》

税收奖励款	459.35	天津市静海经济开发区管理委员会《投资协议书补充协议》
“大家居”全屋定制板式家具生产线技术改造项目	300.00	穗工信函[2016]398号《广州市工信委、广州市财政局关于下达2016年市工业转型升级专项资金技术改造项目计划的通知》
2015 省企业研究开发补助	260.22	粤财工[2015]291号《广东省财政厅关于预安排2015年省财政企业研究开发补助资金的通知》、穗财教[2015]年334号《广州市财政局关于预安排2015年省财政企业研究开发补助资金的通知》
税收奖励款	125.00	江高(2011)132号《江高镇企业财政税收奖励返还协议书》
企业上市扶持奖励资金	100.00	云府15届102次[2015]22号《区政府常务会议纪要》
省级工业与信息化发展专项资金(企业技术改造方向-事后奖补专题)项目	650.80	穗工信函[2016]1499号《市工信委 市财政局关于下达2016年省级工业与信息化发展专项资金(企业技术改造方向-事后奖补专题)安排计划的通知》
市工业转型升级专项资金(企业技术改造方向一事事后奖补专题)项目	487.38	穗工信函[2016]1498号《市工信委 市财政局关于下达2016年市工业转型升级专项资金(企业技术改造方向一事事后奖补专题)项目计划的通知》
2015 年度研发后补助款	138.52	穗财教[2015]334号《广州市财政局关于预安排2015年省财政企业研究开发补助资金的通知》
欧派家居集团家具产品设计中心建设项目	100.00	穗工信函(2015年)454号《广州市工信委、广州市财政局关于下达2015年生产服务业发展专项资金的通知》
广州市工业和信息化委员会2016年工业转型升级专项骨干企业专题	100.00	穗工信函[2016]920号《市工信委 市财政局关于下达2016年市工业转型升级专项资金骨干企业专题计划的通知》
广州市交通委员会2024年现代物流发展专项资金扶持项目资金	100.00	穗交【2016】554号《广州市交通委员会、广州市财政局关于下达2016年广州市现代物流发展专项资金扶持项目计划的通知》
2016 广州市新业态发展专项资金(花都区财政局)	100.00	穗工信函【2016】377号《广州市工信委 广州市财政局关于下达2016广州市新业态发展专项资金项目计划的通知》
产业园转移补助	55.00	广清管(2015)12号关于印发《广清产业园企业筹建奖励暂行办法》的通知
项目建设扶持资金	50.30	无锡市惠山区人民政府《投资协议书》

	企业筹建奖	45.00	广州（清远）产业转移工业园管理委员会《关于对广清产业园筹建企业进行奖励的通报》
	名牌产品和驰名商标奖励经费	11.00	云市监【2016】62号《关于开展广州市白云区新获2015广东省名牌产品奖励申报的通知》
	2014年广州市商务发展资金扶持项目	10.00	穗经贸函【2014】911号《广州市经外贸、财政局关于下达2014年广州市商务发展资金扶持项目的通知》
	广州市工业和信息化委员会小升规奖励项目（财政局国库）	10.00	穗工信函【2016】230号《市工信委 市财政局关于征集2016年市促进中小微企业发展专项资金》
	小计	4,913.46	-
2015年度	研发补助奖励款	825.17	穗科信（2014）2号《广州市科技和信息化局、广州市财政局、广州市统计局、广州市国家税务局、广州市地方税务局关于印发广州市企业研发经费投入后补助实施方案的通知》
	项目建设扶持资金及税收奖励	727.35	天津市静海经济开发区管理委员会《投资协议书》
	2015年市民营企业奖励专项资金	400.00	穗工信函（2015年）445号《广州市工信委广州市财政局关于下达2015年市民营企业奖励专项资金通知》
	石英石台面柔性制造生产线智能化订制升级改造项目	300.00	穗工信函（2015年）1095号《广州市工信委、广州市财政局关于下达2015年市工业转型升级专项资金机器人及智能装备项目通知》
	高端卫浴产品扩大生产技术改造项目款	300.00	穗工信函（2015）995号-《广州市工业和信息化委、广州市财政局关于下达2015年市工业转型升级专项资金第一批技术改造项目计划的通知》
	广州市商务委员会第三批广州市电子商务示范企业奖励	200.00	粤商务电字（2015）24号《广东省商务厅关于公布广东省电子商务示范基地和2015-2016年度广东省电子商务示范企业名单通知》
	广州市工业和信息化委员会2015年广州市工业转型升级专项资金年产45万套整体厨柜扩产建设技术改造项目	155.00	穗工信函（2015）955号《广州市工业和信息化委、广州市财政局关于下达2015年市工业转型升级专项资金第一批技术改造项目计划的通知》
	2014年度税收奖励	100.00	江高（2011）132号《江高镇企业财政税收奖励返还协议书》

	个性化定制家居产品网上设计销售下单项目	100.00	穗工信函（2015年）1090号《广州市工信委、广州市财政局关于下达2015年广州市电子商务发展资金（工业和信息化领域）项目计划的通知》
	欧派家居集团家具产品设计中心建设项目	100.00	穗工信函（2015年）454号《广州市工信委 广州市财政局关于下达2015年生产服务业发展专项资金的通知》
	个性化定制家居产品网上设计、销售、下单管理平台建设项目	61.95	粤经信生产（2014）468号《广东省经济和信息化委、广东省财政厅关于下达2014年省级工业设计发展专项项目计划（第一批）的通知》
	2014年静海县工业技术改造项目财政补助	50.00	静工经字（2014）31号《天津市静海县工委、县财政局关于2014年静海县工业技术改造项目专项资金申报工作的通知》
	欧派衣柜产品设计、生产、销售系统智能化改造项目	50.00	穗工信函（2015）1120号《广州市工信委广州市财政局关于下达2015年市工业转型升级专项资金行业领先企业专题项目计划的通知》
	2015年度广州市总部企业地方经济发展贡献奖励	50.00	穗发改（2015）411号《广州市发展改革委、市财政局关于下达2015年度广州市总部经济企业奖励补贴资金安排计划（第二批）的通知》
	欧派整体厨柜门扣手结构技术改造提升项目	50.00	天津市中小企业发展促进局、天津市财政局津中小企（2015）43号《市中小企业局市财政局关于开展天津市中小企业专精特新产品（技术）技术改造项目资金申报的通知》
	纳税表彰贡献奖	40.00	中共广州市白云区委广州市白云区人民政府云委（2015）13号《关于表彰白云区2014年度经济发展先进企业的通报》
	家具（非标）产品设计、制造、销售大型综合信息化管理系统	30.00	静工经字（2015）51号《天津市静海区工业经济委员会、天津市静海区财政局关于下达2015年度静海区两化融合示范项目财政专项资金计划的通知》
	小计	3,539.46	-
2014年度	财政税收奖励资金	463.68	广州市白云区江高镇人民政府《江高镇企业财政税收奖励返还协议书》
	2014年市民营企业奖励资金	401.45	广州市经贸委 广州市财政局穗经贸函【2014】511号《关于申报2014年市民营企业奖励专项奖金项目的通知》
	项目建设扶持资金	291.26	天津市静海经济开发区管理委员会《投资协议书》

广州市经济贸易委员会总部企业地方经济发展贡献奖励贡献前十名	149.31	穗发改服〔2014〕12号-《广州市发展和改革委员会 广州市财政局关于下达广州市 2014 年度总部经济奖励补贴资金使用计划的通知》
十五届中国专利奖奖金	50.30	粤知规(2014)172号-《广州市知识产权局关于拨付十五届中国专利奖奖励资金的通知》
中国南方人才市场广利委员会办公室高层次人才专项资金	50.00	广州市人力资源和社会保障局穗人社发【2013】95号《关于广州汽车集团股份有限公司等 21 个单位批准设立博士后科研工作站的公告》
非标准家居产品（厨柜、衣柜）网上设计、销售一体化电子商务系统电子商务经费	40.00	穗经贸函(2014)911号-《广州市经贸委、财政局关于下达 2014 年广州市电子商务发展资金扶持项目的通知》
质量强区专项资助奖励资金	25.50	广州市白云区人民政府文件云府【2014】16号《印发广州市白云区关于质量强区的若干措施及其配套文件通知》
2013 年度纳税大户企业奖金	25.00	中国共产党广州市白云区委员会云委【2014】11号《关于表彰白云区 2013 年度发展经济先进单位的决定》
2014 年促进进口专项资金鼓励重要物资进口贴息项目（第一期）	14.24	粤商务管字(2014)17号-广东省商务厅财政厅关于做好 2014 年鼓励重要物资进口贴息资金申报的通知
广州市知识产权局第十四届中国专利优秀奖配套奖	10.00	广州市人民政府文件穗府【2014】4号《广州市人民政府关于授予第二届广州市专利奖的通报》
小计	1,520.74	-

（4）营业外支出

2014 年度、2015 年度和 2016 年度，公司营业外支出为 386.81 万元、647.78 万元和 403.59 万元，占利润总额的比例分别为 0.86%、1.13%和 0.36%，主要是公司对外捐赠支出。

4、所得税费用分析

（1）公司所得税费用的计缴情况

报告期内，公司的所得税费用计缴情况如下表所示：

单位：万元

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
期初未交数	2,526.28	3,383.95	4,659.87
本期应交数	18,635.35	9,130.88	7,134.09
本期已交数	14,651.17	9,988.55	8,410.01
期末未交数	6,510.46	2,526.28	3,383.95

(2) 所得税费用与净利润分析

报告期内，公司所得税费用与利润总额的对比关系如下表所示：

单位：万元

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度	
利润总额	112,185.43	57,119.47	44,977.61	
加：纳税调整	-3,840.24	1,856.92	-1,671.51	
应纳税所得额	108,345.19	58,976.39	43,306.10	
适用税率	欧派集团	15.00%	15.00%	15.00%
	欧派集成	15.00%	15.00%	15.00%
	天津欧派	15.00%	25.00%	25.00%
	欧派卫浴、欧派门业、欧派墙饰、欧派商厨、广州奥维、北京欧派、南京欧派、武汉欧派、无锡欧派、清远欧派、欧派联合、创意家居、成都欧派	25.00%	25.00%	25.00%
	香港欧派	16.50%	16.50%	16.50%
	意大利铂尼	27.50%	-	-
应纳所得税额	18,635.35	9,130.88	7,134.09	
递延所得税影响	-790.66	-301.31	-696.11	
所得税费用	17,844.69	8,829.57	6,437.98	
净利润	94,340.74	48,289.90	38,539.63	
应纳税所得额占利润总额的比例	114.84%	122.13%	112.37%	
所得税费用占利润总额的比例	15.91%	15.46%	14.31%	

如上表所示，报告期内，本公司及各子公司的所得税率较为稳定，具体变动情况请参见本招股意向书“第十节 财务会计信息”之“五、公司报告期内的相关税收情况”；本公司所得税费用的上升主要源于经营业绩的持续上升。

5、与同行业公司的盈利能力指标对比情况

2013年、2014年、2015年和2016年1-6月，欧派集团与同行业公司的盈利能力指标对比如下表：

公司名称	2016年1-6月			2015年度		
	综合毛利率	营业利润率	净利率	综合毛利率	营业利润率	净利率
索菲亚	35.66%	15.51%	10.68%	37.80%	18.77%	14.14%
喜临门	36.70%	9.20%	7.94%	39.61%	13.85%	11.27%
美克家居	60.85%	11.08%	8.86%	61.28%	13.02%	10.52%
宜华生活	36.55%	20.75%	17.30%	32.75%	15.76%	13.30%
顾家家居	42.08%	16.16%	13.66%	41.13%	14.88%	13.31%
好莱客	39.39%	17.77%	13.09%	38.17%	17.30%	15.01%
曲美家居	39.43%	14.41%	10.68%	37.59%	12.02%	9.31%
算术平均值	41.52%	14.98%	11.74%	41.19%	15.09%	12.41%
欧派集团	36.16%	12.04%	10.73%	31.65%	9.46%	8.61%
公司名称	2014年度			2013年度		
	综合毛利率	营业利润率	净利率	综合毛利率	营业利润率	净利率
索菲亚	37.36%	16.77%	14.00%	37.05%	16.78%	14.20%
喜临门	37.53%	8.32%	7.22%	37.03%	14.40%	11.75%
美克家居	58.70%	10.92%	8.61%	52.43%	8.09%	6.43%
宜华生活	34.21%	14.30%	11.91%	31.57%	12.06%	10.02%
顾家家居	40.75%	16.22%	12.97%	40.00%	19.69%	14.94%
好莱客	37.34%	17.80%	15.69%	37.60%	18.16%	15.48%
曲美家居	36.48%	12.22%	9.19%	39.42%	13.86%	11.12%
算术平均值	40.34%	13.79%	11.37%	39.30%	14.72%	11.99%
欧派集团	28.23%	9.07%	8.11%	29.86%	7.70%	6.17%

注：上表中可比上市公司数据均来源于各家上市公司公开披露的定期报告，拟上市公司数据来源于其已披露的招股说明书（申报稿）。

如上表所示，2013 年度、2014 年度、2015 年度和 2016 年 1-6 月，本公司与同行业可比公司主要盈利能力指标的变动趋势基本一致，但综合毛利率、营业利润率和净利率均略低于同行业上市公司的平均水平，主要原因包括：

1) 产品结构的差异

公司的主要产品为整体厨柜、整体衣柜、整体卫浴和定制木门等整体家居产品，公司整体厨柜产品销售收入占主营业务收入的 70%左右，而上述可比公司中没有主要经营整体厨柜的公司。报告期内，公司整体衣柜的毛利率水平总体高于整体厨柜，但 2016 年度，公司整体厨柜毛利率水平增幅较大，使得公司主要盈利能力指标有较大幅度提升。与可比公司索菲亚、好莱客的具体分析请参见本节之“二、盈利能力分析”之“（三）销售毛利分析”之“3、与同行业公司毛利率指标的比较情况”。

近三年，公司的整体卫浴和定制木门产品销售收入约占主营业务收入的 5%左右，由于相关产品市场竞争较为激烈，公司的销售规模较小，其毛利率大幅低于整体厨柜、整体衣柜产品的毛利率水平，从而拉低了公司的综合毛利率水平。

2) 不同的销售模式和策略

以上可比公司中，索菲亚、好莱客和曲美家居主要采取经销商销售模式。经销商销售模式一般会拉低毛利率水平，但完善的经销网络有利于销售市场的扩张，从而影响盈利的绝对额。同时，公司一贯遵循让利销售策略，以更好地激励经销商。不同的销售模式和策略造成综合毛利率水平的差异。

近三年，随着公司销售规模的扩大，本公司的营业利润率、净利率均持续上升。本次公开发行股票募集资金投资项目成功实施后，公司的销售规模将大幅增长，相关盈利能力指标也将进一步提升。

（六）非经常性损益分析

公司报告期内非经常性损益的具体情况请参见本节之“第十节 财务会计信

息”之“（八）非经常性损益”。报告期内非经常性损益对归属于公司净利润的影响如下所示：

单位：万元

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
归属于母公司的非经常性损益影响数（税后）	4,543.33	3,345.37	1,561.28
其中：对中高层管理人员的股权激励费用(税后)	-	-	-
归属母公司的非经常性损益（扣除对中高层管理人员的股权激励费用的影响）	4,543.33	3,345.37	1,561.28
扣除非经常性损益后归属母公司所有者的净利润	90,412.88	45,503.63	36,970.35
非经常性损益（扣除对中高层管理人员的股权激励费用的影响）占扣除非经常性损益后归属母公司所有者的净利润的比例	5.03%	7.35%	4.22%

2014 年度、2015 年度和 2016 年度，公司税后归属于母公司的非经常性损益金额分别为 1,561.28 万元、3,345.37 万元和 4,543.33 万元。占扣除非经常性损益后归属母公司所有者的净利润的比例分别为 4.22%、7.35%和 5.03%，对公司盈利能力的影响较小。

三、现金流量及重大资本支出分析

（一）现金流量分析

报告期内，公司现金流量情况如下：

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	149,677.08	62,492.48	90,625.28
投资活动产生的现金流量净额	-116,541.08	-56,833.50	-40,901.05
筹资活动产生的现金流量净额	-5,600.52	-18,814.90	-23,246.57
汇率变动对现金及现金等价物的影响	707.33	53.87	3.01

现金及现金等价物净增加额	28,242.82	-13,102.05	26,480.68
--------------	-----------	------------	-----------

报告期内，公司经营情况良好，营业规模不断扩大，经营活动现金流量持续为正，投资活动产生的现金流量因资本性支出持续为负，符合公司目前处于高速增长及扩张期间的资金运作特点。

1、经营活动产生的现金流量净额分析

单位：万元

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
营业收入	713,413.06	560,708.97	475,108.00
销售商品、提供劳务收到的现金	859,039.06	645,654.64	581,433.08
净利润	94,340.74	48,289.90	38,539.63
经营活动产生的现金流量净额	149,677.08	62,492.48	90,625.28

报告期内，公司销售商品、提供劳务收到的现金基本与含增值税营业收入持平。公司经营活动产生的现金流量净额显著大于净利润，主要原因为：公司销售收入的主要来源为经销商专卖店和直营店销售，公司对这两种销售模式严格采用“先款后货”的货款结算方式，随着公司销售规模的扩大，经营活动产生的现金流量净额中含有年末预收但尚未实现销售的货款。其中，2015 年度和 2016 年度，经营活动产生的现金流量净额较上年分别减少 31.04%和增加 139.51%。2015 年度，经营活动产生的现金流量净额同比减少，主要原因为：随着公司经营规模扩大及经营业绩增长，公司 2015 年度支付给员工的薪酬、支付的各项税费及广告展销费、业务办公费等支出增加，增幅超过公司收到销售货款、业务押金和保证金等的增幅。2016 年度，经营活动产生的现金流量净额同比增幅较大，主要原因为本年度公司销售规模大幅增长，销售数量快速增加，加之公司主要采取“先款后货”的货款结算方式，使得本年度销售商品、提供劳务收到的现金增长幅度较大，经营活动产生的现金流量净额同比增长较多。

2、投资活动产生的现金流量

单位：万元

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
收回投资所收到的现金	-	-	-
取得投资收益收到的现金	20.30	28.42	25.38
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	622.14	5.61	281.33
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	5,024.21	-	2,687.73
投资活动现金流入小计	5,666.65	34.03	2,994.44
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	122,207.73	56,867.53	43,895.49
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	-	-	-
投资活动现金流出小计	122,207.73	56,867.53	43,895.49
投资活动产生的现金流量净额	-116,541.08	-56,833.50	-40,901.05

报告期内，公司投资活动产生的现金流量净额均为负。2014 年度、2015 年度和 2016 年度，公司购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金分别为 43,895.49 万元、56,867.53 万元和 122,207.73 万元，主要是公司为适应业务规模的扩大，持续进行资本性投入以扩大产能所致。

2014 年度，公司收到其他与投资活动有关的现金为 2,687.73 万元，系子公司天津欧派收到的建设项目扶持资金。2016 年度，公司收到其他与投资活动有关的现金为 5,024.21 万元，系下属子公司无锡欧派、清远欧派收到的项目建设扶持资金 402.42 万元和 1,000.00 万元。

3、筹资活动产生的现金流量

单位：万元

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
吸收投资收到的现金	-	490.00	490.00
其中：子公司吸收少数股东投资收到的现金	-	490.00	490.00

取得借款收到的现金	7,514.15	42,358.92	35,000.00
发行债券收到的现金	-	-	-
收到其他与筹资活动有关的现金	3,940.27	-	-
筹资活动现金流入小计	11,454.42	42,848.92	35,490.00
偿还债务支付的现金	16,415.86	43,128.65	55,000.00
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	639.08	13,354.53	2,203.30
其中：子公司支付给少数股东的股利、利润	-	-	-
支付其他与筹资活动有关的现金	-	5,180.64	1,533.27
筹资活动现金流出小计	17,054.94	61,663.82	58,736.57
筹资活动产生的现金流量净额	-5,600.52	-18,814.90	-23,246.57

公司筹资活动的现金流入主要为吸收投资和新增借款，现金流出主要是分配股利、偿还到期债务和偿付利息。

2014年度支付其他与筹资活动有关的现金 1,533.27 万元为公司支付的融资保证金。2015年度，支付其他与筹资活动有关的现金中的 5,180.64 万元为公司银行承兑汇票保证金、借款保证金和信用证保证金。2016年度收到其他与筹资活动有关的现金 3,940.27 万元主要为收到的融资保证金。

（二）资本性支出

1、报告期内重大资本性支出

报告期内，公司不断加大资本性投入以满足生产经营快速发展的需要，累计资本性支出 222,970.75 万元，主要为购建固定资产、无形资产和其他长期资产。各期情况如下：

单位：万元

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
资本性支出	122,207.73	56,867.53	43,895.49

2、未来可预见的重大资本性支出计划

截至本报告期末，除本次发行募集资金拟投资项目和现有未完工在建工程

的持续投入外，公司无其他可预见的重大资本性支出。本次发行募集资金拟投资项目的详细情况请参见本招股意向书“第十三节 募集资金的运用”之“一、本次发行募集资金运用概况”。

四、财务状况和盈利能力的未来趋势分析

（一）公司主要优势

1、公司主营业务突出，持续盈利能力强

公司主要从事整体厨柜、整体衣柜等整体家居产品的生产与销售。报告期内，公司主营业务收入占营业收入的比例分别为 99.58%、98.89%和 98.43%；整体厨柜和整体衣柜销售收入占主营业务收入的比例分别为 93.46%、93.46%和 91.02%，公司主营业务突出。

报告期内，公司利润水平实现了持续快速增长，2014 年度至 2016 年度，营业利润、利润总额和净利润年均复合增长率分别达 57.45%、57.93%和 56.46%，持续盈利能力较强。

2、公司资产质量和现金流量良好

公司产品主要销往国内市场，主要采用经销商销售模式、直营店销售模式和大宗业务销售模式进行销售。公司对于经销商和直营店销售模式均严格采用“先款后货”的货款结算方式，在客户向公司发出订单时即可收到全部货款；只对大型地产开发商等大宗用户销售时给予一定账期。因此，公司的应收账款金额较小，货款无法收回的风险较小，大部分货款在收到订单时均已收齐，经营活动现金净流量较为丰厚。

另外，报告期内各期末，母公司资产负债率分别为 48.81%、47.08%和 47.03%，但扣除预收货款的影响后，母公司资产负债率分别为 28.16%、30.17%和 28.66%，公司的偿债能力良好，财务风险较小。

报告期内，公司各期末存货余额占总资产的比例分别为 10.44%、12.22%和 13.64%，占比不高。公司在订单式生产模式和生产经营季节性因素的影响下，

较好地控制了存货余额对公司营运资金的占用，运营效率较高。另外，公司的产品均为高度个性的定制化产品，不存在滞销的问题。

报告期内，固定资产主要是房屋建及筑物和机器设备等，均为公司合法拥有、经营所必备的资产，各类固定资产维修和运行状况良好。关键生产设备处于国内领先水平，不存在闲置、报废、淘汰及被其他设备替代的情况。

（二）主要困难

首先，随着整体厨柜、整体衣柜等整体家居产品市场规模的不断扩大，公司现有的产能已经不能满足日益增长的市场需求，急需扩充产能。其次，为发挥现有技术优势，实现产品升级战略，优化产品结构，打造新的利润增长点，公司需大力发展整体衣柜产品和定制木门产品。再次，公司现有信息管理系统在公司经营规模进一步扩大后将无法满足相关信息一体化管理需要，需要公司进一步加大信息化系统建设投入，提高管理效率。

（三）本次股权融资的重要意义

1、本次股权融资有助于公司扩充产能，培育新的利润增长点，为未来的持续快速发展打下基础

本次发行后，募集资金投资项目的实施将扩大公司整体厨柜、整体衣柜和定制木门产品的生产规模，完善公司生产基地布局，加强公司产品的辐射能力，提高公司整体运营效率，进一步提升公司整体厨柜产品的市场占有率，巩固公司的行业龙头地位，提高公司在整体衣柜市场的竞争力和行业地位，扩大定制木门产品市场份额，加快实现“大家居”的战略规划。信息化系统建设项目的实施将会在现有信息化系统基础上，加强供应链采购分销管理能力和对上下游资源的管理控制能力，完善销售渠道和客户管理体系，为公司战略目标的实现提供有力保障。

2、利用股权融资可以降低财务风险和经营风险

截至 2016 年 12 月 31 日，公司的流动比率有所提升，由 0.83 提升至 0.87，但速动比率有所下降，由 0.62 下降至 0.55，与同行业上市公司相比，短期偿债

能力有所不足。如果公司仅依靠短期借款和自身经营积累满足大额资本支出需求，资金成本相对较高，积累资金时间相对较长，可能因此错失市场机遇和投资机会。公司通过公开发行股票直接融资获得发展资金，有利于降低经营风险、加快发展步伐，最终实现股东利益的最大化。

3、本次股权融资的其他重要意义

本次发行上市，除募集必要的资金进行项目投资，降低财务风险和经营风险，保证公司未来持续快速发展和较高的盈利能力，以实现股东利益最大化外，对公司未来发展的重大意义还包括：进一步完善公司的治理结构，建立规范高效的企业运作机制；树立良好的市场形象，有利于公司的品牌建设，为公司募集资金投资项目的顺利实施完善信息化管理平台；吸引人才、建立激励机制，为公司长期发展提供优质人力资源环境。

五、公司未来分红回报规划

（一）上市后的分红回报规划

本公司在本次发行上市后将采取现金、股票或其他符合法律法规规定的方式分配股利，并根据公司经营情况进行中期现金分红。本公司的利润分配政策将重视对投资者合理投资回报，并保持利润分配政策的连续性和稳定性。在公司盈利、现金流充足并可满足公司正常经营和中长期发展战略需要的前提下，本公司将积极实施现金股利分配政策。

在满足现金分红条件、保证公司正常经营和长远发展的前提下，公司原则上应在每年年度股东大会召开后进行一次现金分红，且以现金方式分配的利润应不少于当年实现的可分配利润的 20%；公司存在以前年度未弥补亏损的，以现金方式分配的利润应不少于弥补亏损后可分配利润的 20%；公司实施现金分红政策时，可以同时派发股票股利。

此外，公司董事会也会综合考虑公司所处行业特点、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，区分不同情形，并按照《公司章程》规定的程序，提出差异化的现金分红政策，具体情况请参见本招股意向

书“第十四节 股利分配政策”之“二、本次发行后的股利分配政策”之“（三）差异化的现金分红政策”。

（二）分红回报规划的制定依据及可行性

本公司未来分红回报规划着眼于公司的长远规划和可持续发展，是在综合分析公司经营发展实际、股东要求和意愿、社会资金成本、外部融资环境等因素，充分考虑公司目前及未来盈利规模、现金流状况、发展所处阶段、项目投资资金需求等情况，平衡股东的短期利益和长期利益基础上制定的。

本公司最近三年的股利分配情况如下：

单位：万元

利润所属期间	当期注册资本	分红金额	当期净利润	年度分红比例（%）
2014 年度	37,358.11	11,954.60	38,539.63	31.02
2015 年度	37,358.11	0.00	48,289.90	0.00
2016 年度	37,358.11	0.00	94,340.74	0.00
合计		11,954.60	181,170.27	6.60

注：当期净利润引自审计报告之合并数。

截至 2016 年末，本公司经审计的母公司累计未分配利润为 173,348.89 万元，具备进行持续、稳定利润分配的基础。另外，本次发行上市完成后，公司资金实力将大大增强，降低了公司营运资金的需求压力，并有利于改善公司的资本结构，为公司进一步通过债务融资方式补充公司营运资金创造了有利条件。因此，本公司未来分红回报规划是根据公司的利润分配政策制定的，符合公司的业务发展实际和财务状况，具有较强的可行性。

（三）公司未来三年剩余未分配利润的用途

结合公司所处的行业特点及未来业务发展规划，本公司未来三年未分配利润除用于发放现金股利和股票股利外主要用于以下方面：

1、产能扩充

本公司将按照投资计划，继续投入资金建设位于广州、天津和无锡的整体家居产品生产基地，提升公司整体家居产品生产能力。

2、品牌建设

本公司将在原有品牌建设的基础上继续加大投入，进一步提升“欧派”品牌价值，加强品牌的美誉度和信任度建设，推动产品销售额与市场占有率的增長，保持公司在行业内的龙头地位和品牌影响力。

3、信息系统建设

在现有信息化系统基础上，本公司将继续对信息系统建设增加投入，提高供应链采购分销管理能力和对上下游资源的管理控制能力，完善销售渠道和客户管理体系，为公司战略目标的实现提供有力保障。

六、重大会计政策或会计估计与可比上市公司的较大差异比较

报告期内，本公司重大会计政策或会计估计与可比上市公司不存在较大差异。

七、发行人重大担保、诉讼、其他或有事项和重大期后事项

截至本招股意向书签署之日，本公司不存在应予披露的重大担保、诉讼、其他或有事项和重大期后事项。

八、审计截止日后的主要经营状况及 2017 年 1-3 月业绩预测

截至本招股意向书签署之日，公司生产、销售及采购等主要经营活动正常开展，没有明显迹象显示行业的景气指数已接近或处于顶峰，或已出现下滑趋势。公司所处行业周期性与国民经济整体发展的周期一致，未出现可能对发行人未来经营业绩产生不利影响的重大因素。

公司最近一期审计报告的审计截止日为 2016 年 12 月 31 日。截至本招股意向书签署之日，公司主营业务、主要产品、经营模式、主要供应商及客户的构成、税收政策方面均为未发生重大变化，亦未发生其他可能影响投资者判断的重大事项。

公司预计 2017 年 1-3 月营业收入区间为 12.6 亿元至 13.2 亿元，较 2016 年一季度增长幅度为 5%-10%之间。预计 2017 年一季度归属于母公司股东的净利润为 0.47 亿元至 0.51 亿元，较 2016 年一季度增长幅度为 5%-10%之间；2017 年一季度扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润为 0.47 亿元至 0.51 亿元，较 2016 年一季度增长幅度为 5%-10%之间。预计 2017 年一季度经营情况良好，与上年同期相比不存在业绩大幅下降的情形。（前述 2017 年一季度业绩预测未经注册会计师审核）

九、募集资金到位当年每股收益情况

公司本次募集资金项目有一定的建设期和达产期，且“欧派”品牌推广项目、信息化系统建设项目不直接产生效益，预计募集资金到位当年，除已进入达产期的募投项目将产生经济效益外，公司股东回报仍将通过现有业务产生的收入和利润来实现。2017年公司业务经营稳定，预计不会发生重大变化。按照本次发行 4,151万股，发行完成后，公司总股本较2016年度将增加11.11%，预计募集资金到位当年，公司每股收益（扣除非经常性损益后的稀释每股收益）受股本摊薄影响，相比上一年度将会有所下降，从而导致公司即期回报摊薄。

（一）董事会选择本次融资的必要性和合理性分析

公司本次募集资金的募集资金投资项目全部围绕主营业务进行，可分为整体厨柜、整体衣柜、定制木门产品的产能扩充、“欧派”品牌建设和信息系统升级改造三个部分，主要目的在于扩大产品产能，提高品牌知名度和影响力以及增强公司信息化管理能力。本次融资必要性和合理性分析如下：

1、突破产能瓶颈并满足迅速增长的市场需求的需要

随着“欧派”品牌知名度的不断提升，公司的整体厨柜产品已为越来越多的消费者所熟悉，市场需求持续增长，相比之下，公司现有产能不足的问题日益凸显。报告期内，公司各个生产基地在每年生产旺季的综合产能利用率基本保持在90%以上。产能不足已成为制约公司在整体厨柜、整体衣柜、定制木门领域高速发展的首要因素。

通过本次募投项目的实施，公司将迅速扩大广州、天津生产基地的生产规模并新建无锡生产基地，突破产能瓶颈，进一步释放整体厨柜、整体衣柜、定制木门等产品的增长动能，更好地满足市场消费需求，提高公司的市场竞争力。

2、实现全国战略布局的需要

近年来，公司结合自身发展状况及区域性市场需求变化，制定了“巩固华南地区，重点拓展华东、华中市场，逐步向华北、东北、西北、西南推进”的战略布局规划，并凭借已有的品牌、技术及渠道优势，不断加强对新兴区域市场的开发力度并已取得显著成效。报告期内，公司整体厨柜、整体衣柜产品在东北、西北区域市场的销售额快速增长。公司需从广州、天津生产基地向全国其他区域发送产品，而天津生产基地产能不足以完全满足华北、东北、西北等北方区域市场的订单需求，公司仍需由广州生产基地向北方市场补充发送产品。长距离的物流运输成本高，在一定程度上影响了公司产品的价格竞争力，同时，在原材料供应较为便利的区域内新建生产基地，就近满足区域销售市场的订单需求，能有效减少交货时间，提高效率。

3、公司构建“大家居”战略规划的需要

2011年，欧派集团正式启动“大家居”战略规划，该战略于2015年开始试行，公司旨在打造以整体厨柜为核心，涵盖整体衣柜、定制木门、厨房电器、整体卫浴、墙饰壁纸、实体面材、商用厨具等多类家居产品的现代“大家居”产品供应商。报告期内，公司整体厨柜、整体衣柜产品保持平稳较快增长，定制木门产品自面世以来，获得了市场和客户的广泛认可。木门产品市场发展情况与未来增长预期良好，已成为公司下一步拟重点发展的产品类型。公司需通过本次募投项目的实施扩大整体厨柜、整体衣柜、定制木门的业务规模，提升欧派的品牌影响力，牢牢把握市场发展机遇，为提高市场占有率做好充分准备，为公司实现“大家居”战略规划深耕布局。

4、应对行业内品牌竞争的需要

欧派集团自成立之初即非常重视品牌建设，近几年来制定了详尽的品牌推广计划并严格贯彻实施，“欧派”品牌的知名度、美誉度及市场影响力得到显著提升。但随着整体家居行业的快速发展，同行业其他品牌也在不断加大品牌建设投入并全方位地积极参与品牌竞争。因此，欧派集团需在原有品牌建设的基础上继续加大投入，进一步提高“欧派”品牌价值，提升品牌竞争力并有效应对与竞争对手之间的市场竞争。

5、提升公司内部运营管理能力的需要

目前，公司已通过财务管理系统、OPPEIN 商场前端设计及内外自动报价系统、OPPEIN-E 平台电子商务系统、OPPEIN-FCA 工艺技术审核及价格审核系统等基本解决大型传统制造业为适应市场而导向个性化订制、规模化产品生产所面对的主要问题。但是随着公司业务的加速扩张、订单数量的大幅增长以及移动终端即时通讯时代的来临，销售网点数量增加、生产基地扩充新建、各工序扫描端口增加，都对现有信息化系统的拓展升级存在迫切要求。

信息化系统建设项目实施完成后，改进的信息管理系统将具备全面集成的特性和功能，优化公司业务流程，提高内部营运管理能力，实现业务数据集中统一管理，提升产品设计制造效率，加快制造系统反应速度，强化柔性制造能力并构建更加经济、高效的业务体系，为公司下一阶段的发展打下坚实的基础。

（二）本次募集资金投资项目与公司现有业务的关系及公司从事募投项目的人员、技术、市场等方面的储备情况

1、本次募集资金投资项目与公司现有业务的关系

（1）整体厨柜

广州年产15万套厨柜生产线建设、天津年产15万套厨柜生产线建设与无锡新建年产10万套厨柜生产线和新建年产50万套抽油烟机、50万套燃气灶生产线，主要是为了扩大公司生产规模，提高整体厨柜产品一体化程度，完善公司生产基地布局，加强公司产品的辐射能力。

（2）整体衣柜

广州年产 30 万套衣柜生产线建设项目和无锡年产 30 万套衣柜生产线的实施，主要是为了解决公司整体衣柜产品需求量大幅增长的情况下所面临的产能不足问题，同时就近满足重要区域市场的订单需求，加快整体衣柜业务的发展速度，进一步提高公司在整体衣柜市场的行业地位。

（3）定制木门

年产60万樘木门生产线建设项目的实施将显著提升公司定制木门产品的产能规模，满足迅速扩大的订单需求。

（4）品牌建设

欧派集团自成立之初即非常重视“欧派”品牌的建设和培育，近几年制定了详尽的品牌推广计划并严格贯彻实施，“欧派”品牌知名度、美誉度及市场影响力得到显著提升。但随着整体家居行业的快速发展，同行业品牌也在不断加大品牌建设投入并全方位积极参与品牌竞争。因此，欧派集团需在原有整体厨柜领导品牌建设的基础上继续加大投入，进一步提升“欧派”品牌价值，加强品牌的美誉度和信任度建设。

（5）信息化系统建设

信息化系统建设项目主要是针对公司现有信息管理系统中的厨柜业务板块综合管理系统、衣柜业务板块综合管理系统两个子系统进行升级改造，同时增加木门业务板块生产经营管理信息系统，满足募投项目实施后整体厨柜、整体衣柜和定制木门产销量大幅度提高的信息化管理配套需求。另外，该项目的实施将会在现有信息化系统基础上，加强供应链采购分销管理能力和对上下游资源的管理控制能力，完善销售渠道和客户管理体系，为公司战略目标的实现提供有力保障。

2、公司从事募投项目的人员、技术、市场等方面的储备情况

(1) 目标市场潜力巨大

随着我国国民经济水平的迅速提高，城市居民对住宅环境的要求越来越高，同时受欧美国家消费习惯和审美理念的影响，整体家居产品的巨大市场快速发展。华南、华东等南方地区的城市人口较为密集，高档家居用品需求最为旺盛，并已成为最主要的高档整体家居产品市场。另外，我国近年来不断推出区域振兴规划，以此带动北方及西部地区的城镇化步伐。内地及中西部地区整体家居市场也随之迅速崛起，吸引越来越多的知名品牌企业将发展重心向其转移。目标销售区域经济的发展与我国城镇化进程的推进为广州、天津、无锡生产基地的新增产能提供了良好的市场基础。

(2) 公司具备优秀的员工、高效的管理、先进的技术

公司多年发展过程中积累了丰富的生产管理经验，不但拥有一大批优秀的生产管理人员和熟练操作工人，还建立起由信息控制系统、物料储运系统和数字控制加工设备组成的自动化柔性制造系统，能够适应不同类型加工对象的变换，柔性生产能力优势突出。同时，公司采用标准化制造流程，制定详细的管理文件，规范生产过程中优化设计、板材利用率、生产效率、产品质量控制等细节的处理方式。

公司坚持以创新促发展，重视对研发工作的持续投入，不断自主研发技术含量高的新产品、新材料、新工艺、新技术，提升生产管理水平和产品竞争力，使公司整体厨柜生产技术始终处于行业内最前列。目前，公司已通过省级企业技术中心认定，同时已建立工艺实验室、质量实验室、电器测试室、风量测试室、包

装测试室、环境测试室、寿命测试室等多个国内先进的专用实验室，为技术研究、技术开发和产品质量提供硬件保障。

（3）公司具备完善且强大的营销服务网络

整体家居产品是个性化设计、规模化生产、标准化安装的产品，其生产和销售模式的定制化已决定强大的销售网络是企业生存与发展的关键。公司制定了详尽的经销商管理制度、加盟店管理制度、经销商价格管理办法、区域市场分类定级办法、经销商经营管理综合评估办法、欧派家居代理招商管理办法、欧派家居终端用户投诉及售后服务管理办法等相关制度，在此基础上建立了国内最大的整体家居营销服务网络，使经销商与公司紧密合作、共同成长。

截至 2016 年 12 月 31 日，公司已经发展经销商 3,331 家，专卖店 4,710 个，经销商专卖店和公司直营店组成的销售网络已拥有专业设计人员和服务人员超过 4 万名。强大的销售网络不仅承担着公司整体厨柜产品的个性化设计工作，为公司产品的营销、宣传、运输、安装、维护和售后服务提供有力支持，也为本次募投项目的实施提供强有力的渠道保障。

（4）明确的品牌战略和优质的品牌形象

公司自成立以来，一直注重品牌建设，以顾客价值为中心，以产品质量为保障，全面打造“欧派”高端品牌形象。为有效实施品牌战略，公司组织专人负责品牌宣传策略的制定与实施，除大型展销会和折扣促销活动等推广方式之外，公司邀请知名公众人物作为形象代言人，借助其在华人世界的广泛知名度，通过中央电视台等主流电视媒体有力宣传，逐步建立了优质的品牌形象。2005 年“欧派”整体厨柜被认定为“广东省名牌产品”，2007 年“欧派”整体厨柜荣获“中国名牌”。通过多年的积累和努力，“欧派”品牌已获得众多消费者的认同，并已拥有相当的知名度和影响力，且逐渐转化为美誉度和客户忠诚度，为公司进一步扩大市场份额提供品牌优势。

（三）填补股东即期回报的具体措施

本公司采取以下措施来应对本次公开发行摊薄即期回报，但是需要提示投资者的是，制定填补回报措施不等于对本公司未来利润做出保证。

1、加强经营管理和内部控制

公司已根据法律法规和规范性文件的规定建立健全了股东大会、董事会及其各专门委员会、监事会、独立董事、董事会秘书和高级管理层的管理结构，夯实了公司经营管理和内部控制的基础。未来几年，公司将进一步提高经营管理水平、加快项目建设周期，提升公司的整体盈利能力。

另外，公司将努力提高资金的使用效率，完善并强化投资决策程序，设计更为合理的资金使用方案，合理运用各种融资工具和渠道，控制公司资金成本，节省财务费用支出。同时，公司也将继续加强企业内部控制，加强成本管理并强化预算执行监督，全面有效地控制公司经营和管控风险。

2、加快募投项目投资进度

公司本次募集资金投资项目均围绕于主营业务，从现有业务出发，增强公司的经营能力。本次发行募集资金到位后，公司将加快推进募投项目建设，争取募投项目早日达产并实现预期效益。

本次募集资金投资项目可分为整体厨柜、整体衣柜、定制木门产品的产能扩充、“欧派”品牌建设和信息系统升级改造三个部分，主要目的在于扩大产品产能，提高品牌知名度和影响力以及增强公司信息化管理能力。随着本次募集资金投资项目的实施，公司的持续经营能力和盈利能力都将得到进一步增强。

3、强化投资者回报机制

为完善公司利润分配政策，增强利润分配的透明度，保护公众投资者的合法权益，公司已根据中国证监会下发的《上市公司监管指引第3号—上市公司现金分红》（证监会公告[2013]43号），对公司上市后适用的《章程（草案）》中关于利润分配政策条款进行了相应规定。

公司股东大会已对上市后股东分红回报规划事项进行了审议，强化对投资者的收益回报，建立了对股东持续、稳定、科学的回报规划与机制，对利润分配做出制度性安排，保证利润分配政策的连续性和稳定性。

（四）全体董事、高级管理人员填补即期回报的承诺

公司全体董事、高级管理人员分别承诺将切实履行作为董事、高级管理人员的义务，忠实勤勉地履行职责，维护公司和全体股东的合法权益。具体如下：

“1、本人不会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、本人将严格遵守公司的预算管理，本人的任何职务消费行为均将在为履行本人职责之必须的范围内发生，并严格接受公司监督管理，避免浪费或超前消费。

3、本人不会动用公司资产从事与履行本人职责无关的投资、消费活动。

4、本人将尽责促使由董事会或薪酬委员会制定的薪酬制度与公司填补回报措施的执行情况相挂钩。

5、本人将尽责促使公司未来拟公布的公司股权激励的行权条件（如有）与公司填补回报措施的执行情况相挂钩。

6、本人将尽最大努力促使公司填补即期回报的措施实现，将支持与公司填补回报措施的执行情况相挂钩的相关议案，并愿意投赞成票（如有投票权）。

本承诺出具日后，如监管机构作出关于填补回报措施及其承诺的相关规定有其他要求的，且上述承诺不能满足监管机构的相关要求时，本人承诺届时将按照相关规定出具补充承诺。”

（五）保荐机构对发行人填补被摊薄即期回报措施的核查意见

经核查，保荐机构认为：发行人针对填补被摊薄即期回报的措施分别召开了第一届董事会第十四次会议、2016年第一次临时股东大会，履行了必要的程序。

发行人制定了具体的填补被摊薄即期回报的措施，发行人董事、高级管理人员分别对发行人填补即期回报措施能够得到切实履行作出了的承诺，相关承诺主体对违反承诺制定了处理机制。发行人填补被摊薄即期回报的措施符合《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》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》中关于保护投资者权益的规定。

第十二节 业务发展目标

一、公司发展战略和主要目标

公司坚持以“改变家居文化、提高生活品质”为使命，以现代企业理念为导向，以“追求完美”的精神不断创新超越、不断提升企业核心竞争优势，致力于为全球家庭提供世界一流的个性化的家居产品和服务，努力将公司打造成为一个受人尊敬、受人爱戴的、中国著名并具有国际影响力的现代创意家居产业集团。

二、实现发展目标的具体计划

（一）品牌发展规划

公司将继续以“欧派”为核心品牌，进一步巩固公司在整体厨柜行业的市场地位，同时加大在整体衣柜、整体卫浴、定制木门等领域的投入，使之成为企业新的利润增长点，为公司未来可持续发展奠定基础，并不断提高公司在国际、国内的知名度，实现“欧派”品牌的价值最大化。

截至本招股意向书签署之日，公司正在申请“欧铂丽”商标，“欧铂丽”为公司定位于年轻消费群体的中端品牌。公司拟通过“欧铂丽”进军巨大的年轻消费群体市场，未来三年力争新开 1,200 家专卖店，将其打造为公司未来业绩的重要增长点，助力开拓全新市场疆域。通过高端产品“欧派”品牌和年轻化产品“欧铂丽”品牌在不同层级市场的策应和配合，进一步巩固和扩大公司在我国家居行业的市场份额和竞争优势。

（二）产能扩充计划

报告期内，公司整体厨柜、整体衣柜的销量一直保持稳定的高速增长，定制木门自 2011 年以来呈现爆发式增长态势，公司各产品的产能利用率一直保持在较高水平，随着市场需求的进一步增加，公司需要相应扩张产能。

公司将重点在整体厨柜（含厨房电器）、整体衣柜和定制木门三个业务领域扩大产能，加强天津和无锡生产基地的建设，并结合信息化系统的升级改造，完善公司在全国范围内的产能布局，以便进一步满足持续增长的市场需求。

（三）产品研发规划

公司制定了切实可行的产品研发和创新计划。首先，公司将不断引进和培养专业人才，扩大专业研发团队，并与各大专业院校进行长期的人才和技术合作，如北京航空航天大学、华中科技大学、中南林业科技大学、北京林业大学、东北林业大学、广西大学、华南农业大学等，积极开展产学研活动；其次，公司将继续加强国际技术合作，收集欧美产品技术和市场信息资料，及时运用到公司技术改进，提高公司的技术水平，并与国际设计师、行业专家保持密切交流；再次，公司将持续加大科研经费投入，运用新技术、新工艺、新材料，不断开发适应市场的新产品。通过上述方面，使公司的研发水平和创新能力始终处于整体家居行业的前列。

（四）营销网络优化计划

公司将继续加强对经销商的管理，提高经销商选择标准，强化经销商经营质量，完善营销网络布局，努力保持营销网络的持续竞争能力。

（五）信息系统建设计划

公司将建立统一的信息化平台，实现公司各部门、各分（子）公司的集成管理，提高公司职能管理部门与业务部门的运营效率，实现诸多业务板块的协调管理，为公司庞大的个性化订单处理系统提供有力的技术支撑，最终实现信息技术与公司管理的有效融合。

（六）人才培养及扩充计划

人力资源是公司可持续发展的重要保障，公司将从几个方面进行人才队伍的培养和建设，从而提高人力资源总体水平，优化人才梯队结构，进行人才战略

性储备：

1、建立有效的招聘途径和合理的录用机制。随着公司业务的快速发展，公司不仅需要引进一系列优秀的复合型管理人才及研发人才，也需要引进年轻、有激情、有冲劲、有创新精神的人才。因此，公司在现有《欧派家居集团招聘录用应届毕业生、实习生管理制度》、《欧派家居集团员工职业发展与任职资格管理制度》的基础上，将进一步完善人才招聘、录用和培养的相关制度，营造良好的人才成长环境，调动员工积极性，吸引和寻找最适合公司发展的优秀人才；

2、进一步建立和完善人才培养和开发系统。不断优化人才梯队结构，建立员工职业发展双通道（管理通道和专业技术通道），通过任职资格等级标准的引导，构建员工规范化、职业化、多元化的职业发展路径，同时继续完善公司内部培训系统，从管理、生产、研发、营销等各个方面，分层次、分专业进行系统培训，以满足公司发展对人才的需要；

3、进一步选拔和建立人才储备体系。建立完善合理的人才评估机制，充分挖掘内部人才潜能，选拔优秀人才。公司将定期进行校园演讲和招聘，继续选拔如清华大学、北京航空航天大学、武汉大学等名牌大学的优秀应届毕业生，充实到生产、营销一线，完善人才结构，提高人才竞争力，为公司建立战略性的人才储备体系；

4、进一步完善公司激励体系，提高员工待遇，激发员工工作积极性和创造性，保证企业和员工的共同发展。

三、实施上述计划所依据的假设条件和面临的主要困难

（一）实施上述计划所依据的假设条件

公司上述发展计划是基于本公司现有业务规模、市场地位、发展趋势等各方面因素综合制定的，主要依据以下假设条件：

1、国家宏观经济平稳正常发展，政治和社会环境稳定，整体家居行业不出现重大变化；

2、本公司所在行业及相关领域的法律、法规、国家政策没有发生不利于本公司经营活动的重大变化；

3、本公司股票发行与上市工作进展顺利，募集资金及时到位，募集资金投资项目如期实施；

4、不会发生重大经营决策失误和足以严重影响本公司正常运转的人事变化；

5、无不可抗力、其他不可预见因素或突发事件造成重大不利影响。

（二）实施上述计划所面临的主要困难

根据公司未来业务发展计划，公司将进一步扩大生产规模，需要较多的资金投入。同时，公司生产规模的扩大，对公司机制建立、战略规划、组织设计、信息系统建设、运营管理、资金管理、内部控制等方面，特别是高级管理人员、生产和营销人员的能力提出了更高的要求。如果资金供给以及公司各方面的管理配套跟不上业务发展的速度，将影响公司未来业务发展计划的实施。

四、上述业务发展计划与公司现有业务的关系

公司上述业务发展计划是在公司对现有业务发展状况、公司在整体家居行业的经营经验和市场地位进行深入研究和分析的基础上，充分考虑行业发展状况和趋势拟定的。公司现有业务发展情况及趋势是制定公司业务发展规划的重要依据，也是公司业务发展规划顺利实现的基础。

上述发展计划的实施，将有力推动公司现有业务发展、提升公司管理水平、提高产品开发和生产能力、优化营销网络布局、提升信息化水平，进一步巩固和提高公司在整体家居行业的市场地位，对公司进一步提升品牌形象，提高核心竞争力，增强综合实力，实现公司的长期可持续发展起着十分重要的作用。

五、本次公开发行对公司实现未来发展计划的作用

本次公开发行对公司实现未来发展计划有着至关重要的作用，主要体现在：

- 1、为公司扩大规模化经营提供充沛的资金来源；
- 2、为公司未来在资本市场的再融资建立了通道；
- 3、本次发行将增强公司员工的凝聚力，增加公司对优秀人才的吸引力，提高公司的人才竞争优势，更有利于未来计划的实现；
- 4、本次发行将极大地提高公司的社会知名度和市场影响力，进一步提升公司品牌的定位，以促进未来计划的实现；
- 5、公司上市后将被纳入证券监管机构、社会投资者等的直接监督之下，将促进公司进一步完善法人治理结构，提升高级管理人员管理水平，增强运营效率，降低公司经营决策的风险。

因此，本次公开发行对实现公司业务发展目标具有关键性的作用。

第十三节 募集资金运用

一、本次发行募集资金运用概况

(一) 募集资金运用方案

本公司本次拟公开发行股票数量为 4,151 万股，实际募集资金扣除发行费用后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。

本公司募集资金存放于董事会决定的专户集中管理，做到专款专用。本次募集资金投资项目经公司 2014 年第一次临时股东大会审议确定，由董事会根据项目的轻重缓急情况负责实施，具体如下：

单位：万元

投资目的	募集资金使用项目	投资金额	募集资金拟投入	核准/备案情况	环评批复	实施主体
产能扩充	广州年产 15 万套厨柜生产线建设项目	29,445.70	15,000.00	广州市发展和改革委员会 140101211010334 号备案证	云环保建[2014]78 号	欧派集团
	天津年产 15 万套厨柜生产线建设项目	29,244.36	29,000.00	静发改许可[2014]48 号	静环保许可表 [2014]0040 号	天津欧派
	广州年产 30 万套衣柜生产线建设项目	34,098.27	29,000.00	广州市发展和改革委员会 140101211010333 号备案证	花环监字[2014]103 号	欧派集成
	无锡生产基地（一期）建设项目	78,000.00	78,000.00	无锡市惠山区发展和改革局 20140141 号备案通知书	惠环审[2014]325 号	无锡欧派
	年产 60 万樘木门生产线建设项目	28,298.47	15,000.00	广州市发展和改革委员会 140101211010334 号备案证	云环保建[2014]133 号	欧派门业
品牌建设	“欧派”品牌推广项目	30,000.00	30,000.00	-	-	欧派集团
信息系统	信息化系统技术改造项目	3,928.36	3,132.08	广州市白云区经济贸易局 14011121103000256 号备案证	-	欧派集团
合计		233,015.16	199,132.08	-	-	-

在完成本次公开发行股票并上市前，公司将根据实际生产经营需要，以自有资金对上述项目进行前期投入，募集资金到位后，将使用募集资金置换该部分自

有资金。

公司将严格按照已经建立的募集资金专项账户管理制度使用募集资金。若本次发行的实际募集资金总额无法满足上述拟投资项目的资金需求，则不足部分由公司通过自筹方式解决。

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

本公司募集资金投资项目立项均履行了相关手续，取得了相应的批复或备案文件，具体内容参见本节之“一、本次发行募集资金运用概况”之“（一）募集资金运用方案”。

除“欧派”品牌推广项目无需办理项目立项备案及取得环评批复、信息化系统技术改造项目无需取得环评批复外，公司其他募集资金投资项目均已进行合法有效的备案及取得环评批复。

经核查，保荐机构认为：发行人募集资金投资项目符合国家产业政策、投资管理、环境保护、土地管理以及其他法律、法规和规章的规定。

（三）募集资金专户存储安排

2014年7月23日，公司2014年第一次临时股东大会审议通过了《欧派家居集团股份有限公司募集资金管理制度》。

根据《欧派家居集团股份有限公司募集资金管理制度》明确规定，公司上市后建立募集资金专户存储制度，将募集资金存放于董事会决定的专项账户集中管理，主要内容有：除募集资金专用账户外，公司不得将募集资金存储于其他银行账户（包括但不限于基本账户、其他专用账户、临时账户）；公司亦不得将生产经营资金、银行借款等其他资金存储于募集资金专用账户，募集资金专用账户数量原则上不得超过募集资金投资项目的个数；公司应当在募集资金到位后一个月内与保荐机构、存放募集资金的商业银行签订三方监管协议；若商业银行连续三次未及时向保荐机构出具对账单或通知专用账户大额支取情况，以及存在未配合

保荐机构查询与调查专用账户资料情形的，公司需终止协议并注销该募集资金专用账户。公司本次募集资金存放于公司董事会决定的专户集中管理，做到专款专用。

二、募集资金投资项目与公司现有业务及发展战略之间的关系

本次募集资金投资项目全部围绕主营业务进行，可分为整体厨柜、整体衣柜、定制木门产品的产能扩充、“欧派”品牌建设和信息系统升级改造三个部分，主要目的在于扩大产品产能，提高品牌知名度和影响力以及增强公司信息化管理能力。本次募集资金投资项目与公司现有业务及发展战略之间的关系如下：

（一）产能扩充

1、整体厨柜

广州年产 15 万套厨柜生产线建设、天津年产 15 万套厨柜生产线建设与无锡新建年产 10 万套厨柜生产线和新建年产 50 万套抽油烟机、50 万套燃气灶生产线，主要是为了扩大公司生产规模，提高整体厨柜产品一体化程度，完善公司生产基地布局，加强公司产品的辐射能力，提升整体运营效率。相关项目的实施将增强公司在整体厨柜产品市场的竞争力，提升公司整体厨柜产品的市场占有率，巩固公司在整体厨柜产品市场的龙头企业地位。

2、整体衣柜

广州年产 30 万套衣柜生产线建设项目和无锡年产 30 万套衣柜生产线的实施，主要是为了解决公司整体衣柜产品需求量大幅增长的情况下所面临的产能不足问题，同时就近满足重要区域市场的订单需求，加快整体衣柜业务的发展速度，进一步提高公司在整体衣柜市场的行业地位。

3、定制木门

定制木门产品是欧派集团“大家居”战略规划中不可或缺的构成部分，其消

费需求较其他家具产品更为刚性，市场空间更为广阔。同时，我国木门市场正处在由“上门手工制作”向“规模化定制”转型的阶段，品牌影响力在市场竞争中的作用日益凸显。因此，公司从2010年开始正式进军定制木门领域，并推出以欧铂尼为品牌的定制木门产品。目前，公司已经完成产品研发、生产制造、市场营销、产品运营等各方面的基础体系建设，并已发展欧铂尼木门独立经销商556家。公司的定制木门业务已经进入快速发展期。

2014年度、2015年和2016年，公司生产销售定制木门产品的数量分别为62,975 樘、92,283 樘和134,809 樘。根据欧派集团战略发展规划，考虑到2010年以来欧铂尼木门市场销量的增长速度和独立经销商体系的发展状况，公司预计未来几年定制木门产品的销售量会大幅增加，届时木门生产线现有产能配置将远远无法满足市场需求，产能不足将成为制约公司定制木门产业发展壮大的主要因素。因此，年产60万樘木门生产线建设项目的实施将显著提升公司定制木门产品的产能规模，满足迅速扩大的订单需求。

（二）品牌建设

我国市场经济的日益成熟推动传统行业进入“品牌竞争时代”。品牌竞争已演变为产品质量、消费体验、售后服务、客户关系和市场形象等多方面的综合竞争。欧派集团自成立之初即非常重视“欧派”品牌的建设和培育，近几年制定了详尽的品牌推广计划并严格贯彻实施。“欧派”品牌的知名度、美誉度及市场影响力已经得到显著提升。但随着整体家居行业的快速发展，同行业品牌也在不断加大品牌建设投入并全方位积极参与品牌竞争。因此，欧派集团需在原有整体厨柜领导品牌建设的基础上继续加大投入，进一步提升“欧派”品牌价值，加强品牌的美誉度和信任度建设，配合整体衣柜、定制木门等各类产品的发展规划，推动整体厨柜产品、整体衣柜、定制木门等整体家居产品销售额与市场占有率的共同增长，保持公司在行业内的龙头地位和品牌影响力。

（三）信息系统

公司主营业务为定制化整体厨柜、整体衣柜、整体卫浴和定制木门等整体家

居产品的生产与销售，从客户个性化需求下单、产品设计、组织生产到交货安装都需要信息系统的有力支持，提高客户对定制化产品的满意度并降低设计生产过程中的出错率。随着业务规模的不断扩大，公司越来越重视信息化技术应用对提升公司管理水平和核心竞争力的作用。

信息化系统建设项目主要是针对公司现有信息管理系统中的厨柜业务板块综合管理系统、衣柜业务板块综合管理系统两个子系统进行升级改造，同时增加木门业务板块生产经营管理信息系统，满足募投项目实施后整体厨柜、整体衣柜和定制木门产销量大幅度提高的信息化管理配套需求。另外，该项目的实施将会在现有信息化系统基础上，加强供应链采购分销管理能力和对上下游资源的管理控制能力，完善销售渠道和客户管理体系，为公司战略目标的实现提供有力保障。

三、募集资金投资项目情况介绍

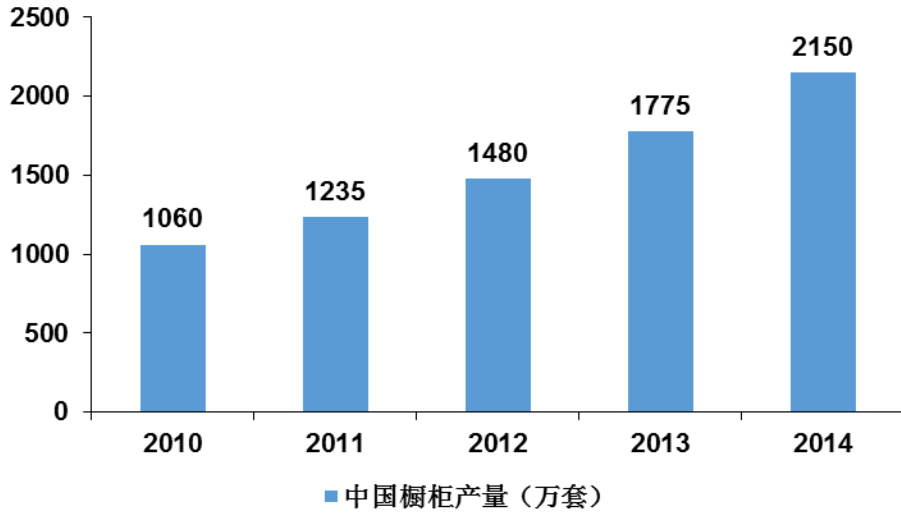
（一）整体厨柜生产线建设项目

1、项目实施的背景与市场容量

随着消费能力的提升和消费观念的转变，国内消费者对整体厨柜等整体家居产品的需求越来越大，带动市场消费额快速增长。同时，随着近年来我国房地产刚性需求不断释放，整体厨柜市场持续快速发展。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》指出：“近年来，中国厨柜的销量以平均每年 35%的速度上升。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”。

博思数据发布的《2015-2020 年中国整体厨柜市场分析与投资前景研究报告》表明：目前在我国城市居民家庭中，整体厨柜家具拥有率仅有 6.8%，该数字远远低于欧美发达国家 35%的平均水平。在未来城市家装的消费中，厨房装修费用将占到 30%以上，而厨柜家具又将占这项费用的 60%。随着整体厨房概念的普及，加之我国《住宅整体厨房行业标准》的正式实施，都给厨柜行业带来了新的契机。在未来五年时间内，我国将有 3,000 万套整体厨房家具的市场容量，

平均每年约 600 万套。



数据来源：博思数据研究中心

2、项目实施的必要性

(1) 突破产能瓶颈并满足迅速增长的市场需求的需要

随着“欧派”品牌知名度的不断提升，公司的整体厨柜产品已为越来越多的消费者所熟悉，市场需求持续增长，相比之下，公司现有产能不足的问题日益凸显。2014 年度、2015 年度和 2016 年度，本公司整体厨柜产品销售收入分别为 342,920.53 万元、384,500.67 万元和 436,939.64 万元，三年复合增长率达到 12.88%。公司为满足整体厨柜产品销售规模的快速增长，不断扩大广州生产基地和天津生产基地的产能，从 2014 年的 35 万套提升至 2016 年的 50 万套。但由于订单持续快速增长，报告期内，公司各个生产基地在每年生产旺季的综合产能利用率基本保持在 90%以上。产能不足已成为制约公司在整体厨柜领域高速发展的首要因素。

通过本次募投项目的实施，公司将迅速扩大广州、天津整体厨柜生产基地的生产规模并新建无锡生产基地，突破产能瓶颈，进一步释放整体厨柜产品增长动能，更好地满足整体厨柜市场消费需求，提高公司的市场竞争力。

(2) 实现全国战略布局的需要

近年来，公司结合自身发展状况及区域性市场需求变化，制定了“巩固华南地区，重点拓展华东、华中市场，逐步向华北、东北、西北、西南推进”的战略布局规划，并凭借已有的品牌、技术及渠道优势，不断加强对新兴区域市场的开发力度并已取得显著成效。报告期内，公司整体厨柜产品在东北、西北区域市场的销售额快速增长。公司需从广州、天津生产基地向全国其他区域发送产品，而天津生产基地产能不足以完全满足华北、东北、西北等北方区域市场的订单需求，公司仍需由广州生产基地向北方市场补充发送产品。由于整体厨柜产品体积与重量较大，较长距离的物流运输成本高，在一定程度上影响了公司产品的价格竞争力。

另外，截至 2016 年 12 月 31 日，公司资产负债率为 48.04%，其中预收销售货款占负债总额比例为 40.51%。若部分产品生产、运输周期较长，经销商集中催货，公司将面临无法及时交货的违约风险。因此，为解决上述问题，公司需扩大现有生产基地的生产规模，减少订制产品的排产等待时间；同时完善生产区域布局，在原材料供应较为便利的区域内新建生产基地，就近满足区域销售市场的订单需求，有效减少交货时间。

（3）提升生产效率的需要

公司在生产技术方面拥有较为深厚的积累，并不断地进行工艺改进和设备更新，以持续提高生产效率和产品质量，在同行业竞争中赢得先机。本次募投项目实施过程中，公司将在以下方面进行设备更新和改进：

①在封边工序中，公司将引进进口自动直线封边机，其封边速度高达 30 米/分钟，较普通直线封边机效率更高且封边质量更好；

②在打孔工序中，公司将使用相当于普通排钻 3 倍速度的进口自动打孔设备（加工中心），以显著提高加工精度与打孔效率；

③公司将应用先进的电子开料锯，其开料效率较一般开料锯效率提高 5 倍以上，板材标准件的利用率高达 90%以上，可有效降低废品率和单套产品耗用的材料成本。

3、项目实施的可行性

（1）目标市场潜力巨大

随着我国国民经济水平的迅速提高，城市居民对住宅环境的要求越来越高，同时受欧美国家消费习惯和审美理念的影响，整体厨柜等整体家居产品的巨大市场快速发展。华南、华东等南方地区的城市人口较为密集，高档家居用品需求最为旺盛，并已成为最主要的高档整体厨柜市场。另外，我国近年来不断推出区域振兴规划，以此带动北方及西部地区的城镇化步伐。内地及中西部地区整体家居市场也随之迅速崛起，吸引越来越多的知名品牌企业将发展重心向其转移。目标销售区域经济的发展与我国城镇化进程的推进为广州、天津、无锡生产基地的新增产能提供了良好的市场基础。

（2）完善且强大的营销服务网络

整体厨柜是个性化设计、规模化生产、标准化安装的产品，其生产和销售模式的定制化已决定强大的销售网络是企业生存与发展的关键。公司制定了详尽的经销商管理制度、加盟店管理制度、经销商价格管理办法、区域市场分类定级办法、经销商经营管理综合评估办法、欧派家居代理招商管理办法、欧派家居终端用户投诉及售后服务管理办法等相关制度，在此基础上建立了国内最大的整体家居营销服务网络，使经销商与公司紧密合作、共同成长。

截至 2016 年 12 月 31 日，公司已经发展整体厨柜经销商 1,488 家，专卖店 2,088 个，经销商专卖店和公司直营店组成的销售网络已拥有专业设计人员和服务人员超过 4 万名。强大的销售网络不仅承担着公司整体厨柜产品的个性化设计工作，为公司产品的营销、宣传、运输、安装、维护和售后服务提供有力支持，也为本次募投项目的实施提供强有力的渠道保障。

（3）明确的品牌战略和优质的品牌形象

公司自成立以来，一直注重品牌建设，以顾客价值为中心，以产品质量为保障，全面打造“欧派”高端品牌形象。为有效实施品牌战略，公司组织专人负责品牌宣传策略的制定与实施，除大型展销会和折扣促销活动等推广方式之外，公司邀请知名公众人物作为形象代言人，借助其在华人世界的广泛知名度，通过中央电视台等主流电视媒体有力宣传，逐步建立了优质的品牌形象。2005 年“欧

派”整体厨柜被认定为“广东省名牌产品”，2007年“欧派”整体厨柜荣获“中国名牌”。通过多年的积累和努力，“欧派”品牌已获得众多消费者的认同，并已拥有相当的知名度和影响力，且逐渐转化为美誉度和客户忠诚度，为公司进一步扩大市场份额提供品牌优势。

（4）制造工艺基础和技术创新能力

公司多年发展过程中积累了丰富的生产管理经验，不但拥有一大批优秀的生产管理人员和熟练操作工人，还建立起由信息控制系统、物料储运系统和数字控制加工设备组成的自动化柔性制造系统，能够适应不同类型加工对象的变换，柔性生产能力优势突出。同时，公司采用标准化制造流程，制定详细的管理文件，规范生产过程中优化设计、板材利用率、生产效率、产品质量控制等细节的处理方式，确立了每一个岗位的职责。

另外，公司坚持以创新促发展，重视对研发工作的持续投入，不断自主研发技术含量高的新产品、新材料、新工艺、新技术，提升生产管理水平和产品竞争力，使公司整体厨柜生产技术始终处于行业内最前列。目前，公司已通过省级企业技术中心认定，同时已建立工艺实验室、质量实验室、电器测试室、风量测试室、包装测试室、环境测试室、寿命测试室等多个国内先进的专用实验室，为技术研究、技术开发和产品质量提供硬件保障。

（5）生产原材料供应便利

公司的主要原材料为刨花板、中纤板、铝材、五金配件及厨房电器等。公司采购刨花板的主要供应商为 Metro，功能五金件的主要供应商为百隆，而广州、天津、无锡生产基地均毗邻国际海运港口，进口原材料运输较为便利。另外，公司其他原材料的供应商主要集中于我国长三角、珠三角地区，且工艺技术水平较高，产品质量较为稳定。因此，广州、天津、无锡生产基地布局为公司提供了可靠的原材料保障。

4、整体厨柜生产线建设项目的具体情况介绍

（1）广州年产 15 万套厨柜生产线建设项目

1) 项目建设内容

公司拟在广东省广州市高新技术产业开发区民营科技园居家用品园内新建年产 15 万套整体厨柜产品的生产线及配套设施。本项目占地总面积 6.29 万平方米，拟新建生产车间、配套工程设施及购置生产设备等，总建筑面积 8.10 万平方米。

2) 项目工艺流程

整体厨柜产品的工艺流程请参见本招股意向书“第六节 业务和技术”之“四、公司主营业务的具体情况”之“（二）主要产品的生产工艺流程”。

3) 主要原辅材料及能源供应

本项目所需主要原材料包括台面板材、柜身板材、五金配件及厨房电器等，市场货源充足，供应商供货稳定，可以满足本项目的需要。本项目电力供应由广州供电局有限公司提供，有良好的保障。

4) 投资概算

本项目总投资 29,445.70 万元，其中建筑工程费 12,669.25 万元，占比 43.03%；生产设备购置费 12,959.00 万元，占比 44.00%；硬件设备安装费用 920.50 万元，占比 3.13%；铺底流动资金 2,896.95 万元，占比 9.84%。具体项目投资构成如下：

序号	投资内容	投资总金额 (万元)	第一年		第二年	
			投资金额 (万元)	占比 (%)	投资金额 (万元)	占比 (%)
1	固定资产投资	26,548.75	22,388.25	76.03	4,160.50	14.13
2	土建工程费用	12,669.25	12,669.25	43.03	-	-
3	设备购置费用	12,959.00	9,009.00	30.60	3,950.00	13.41
4	设备安装费用	920.5	710.00	2.41	210.50	0.71
5	铺底流动资金	2,896.95	-	-	2,896.95	9.84
合计		29,445.70	22,388.25	76.03	7,057.45	23.97

其中，设备购置费用明细表如下：

序号	设备名称	型号/规格/产地	数量	单价(万元)	金额(万元)
----	------	----------	----	--------	--------

一、新建日产 400 套厨柜工程柜体生产线

1	纵横锯	HKL430	1	220.00	220.00
2	全自动电子板材开料锯	HPL38038PC	2	140.00	280.00
3	四端封	KFL526	2	500	1000.00
4	直线封边机	KAL310/3/A3	6	100	600.00
5	推台锯	F92T	4	9.00	36.00
6	计算机数控钻孔加工中心	PTP160	12	70.00	840.00
7	计算机数控钻孔加工中心	ABD-150	4	50.00	200.00
8	六排钻	BST503	6	77.00	462.00
9	组装机	MDE150	6	150.00	900.00
10	地辊线及其它国产设备	定制	1	120.00	120.00
11	中央吸尘系统	普陆洁尘	1	400.00	400.00
小 计			45	-	5,058.00

二、新建日产 200 套吸塑门板生产线

1	电子开料锯	HPL380	1	140.00	140.00
2	CNC	BHP210/37/15/R	4	120.00	480.00
3	推台锯	F92X	2	9.00	18.00
4	异型砂光机	BM-8	1	150.00	150.00
5	砂边机	COMPACT36NND	1	35.00	35.00
6	自动喷胶机	CEFLA	2	230.00	460.00
7	吸塑机	BTF1534-1400	2	50.00	100.00
8	排钻	ABD150	2	150.00	300.00
9	封边机	210	2	230.00	460.00
10	砂光机	CL	1	100.00	100.00
11	修理清洁机	CBS2800	1	150.00	150.00
12	地辊线及其它国产设备	定制	1	150.00	150.00
小 计			19	-	2,413.00

三、新建日产 200 套防火门板生产线

1	全自动数控板材开料锯	HPP380/31/31	1	140.00	140.00
---	------------	--------------	---	--------	--------

2	欧登多推台锯	F92NT	2	9.00	18.00
3	全自动直线封边机	KAL210/6/A3	4	180.00	720.00
4	钻	ABD150	2	20.00	40.00
5	门铰孔打孔中心	进口	2	200.00	400.00
6	中央吸尘系统	普陆洁尘	1	100.00	100.00
7	地辊线及国产设备	定制	1	120.00	120.00
小 计			13	-	1,538.00

四、新建日产 200 套厨柜门板生产线

1	CNC	BHP210/37/15/R	1	120.00	120.00
2	自动喷胶机	CEFLA	2	300.00	600.00
3	吸塑机	BTF1534-1400	1	230.00	230.00
4	砂光机	吸塑防火	2	100.00	200.00
5	修理清洁机	德国	1	150.00	150.00
6	线条砂光机	台湾	3	30.00	90.00
7	激光封边机	豪迈	2	300.00	600.00
8	水晶抛边机	台湾	3	70.00	210.00
9	亚克力封边机	台湾	2	70.00	140.00
10	门铰孔打孔中心	豪迈	4	150.00	600.00
11	排孔加工中心	豪迈	6	70.00	420.00
12	仓储系统	豪迈	1	250.00	250.00
13	电子开料锯	水晶包覆	2	140.00	280.00
14	砂边机	台湾	2	30.00	60.00
小 计			32	-	3,950.00
合计			109	-	12,959.00

5) 项目环保措施

公司注重环境保护，将加强项目实施区域的绿化工作，并采取积极有效的措施对各项污染源进行处理，使环境各因素均符合国家相关规定，具体措施如下：

①建设期

A、噪声

该项目建设施工期间，公司将严格执行夜间禁止施工措施，使施工场地噪声满足《建筑施工场界噪声限值》（GB12523—90）中昼间 $\leq 75\text{dB}(\text{A})$ 、夜间 $\leq 55\text{dB}(\text{A})$ 的限值。

B、废水

该项目建设期废水量较小，不会对环境造成影响，经处理后达到 GB8978-96《污水综合排放标准》中三级排放标准后排入污水管网。

C、粉尘

该项目建设施工期间，扬尘产生量随天气条件和施工期不同而不断变化，难以量化。因此，公司在施工过程中将加强对土石方、建材定点堆放的管理，及时对施工作业面和道路洒水，有效防止扬尘的产生，减轻扬尘对环境的影响。另外，公司将对施工车辆定期检修保养，使尾气达标排放，将施工期废气排放对环境的影响降到最低程度。

②营运期

A、噪声

为使项目正常运转后的噪声值能够满足《工业企业厂界环境噪声排放标准》（GB 12348—2008）中 2 类区的标准限值，公司将采取措施控制噪声污染，包括在设备选型过程中选用加工精度高、运行噪声低的设备；厂房内设备安装整体设计时将高噪声设备布置于车间中部，将噪声值较低的设备布置于车间四周；定期维护设备以减少设备老化引起的噪声。

B、废水

本项目排水系统采用雨污分流制。其中，雨水经厂区内管道收集后排入附近河流，职工生活污水经化粪池处理至达到《污水综合排放标准》（GB8978-1996）三级标准后排入市政污水管道进行综合处理。另外，喷漆过程中产生的废水经废水处理设备处理达到国家三类水标准后，再循环使用。

C、粉尘

公司将加强粉尘源头控制，保持厂区地面清洁，同时控制机动车速度，加强车间内的通风换气和粉尘清扫，保持环境清洁卫生。另外，公司将加强车间操作工人的自我防范教育，配备口罩、眼镜等必要的劳保用品，降低废气对工人的影响。经综合处理后，本项目营运期间排放的废气质量符合《环境空气质量标准》（GB3095-1996）二类标准，对周边大气环境影响较小。

D、固体废料

公司将固体废料归集后出售给相关回收单位，对废机械油及废抹布手套进行统一处理，由当地环卫部门统一收集职工生产垃圾后进行卫生填埋处理。经过综合处理后项目将实现零排放，对周围环境没有影响。

E、废气

公司将设置独立的喷漆车间，配置废气处理设备，处理喷涂过程中产生的废气达标后再排放。同时，喷漆车间采用上进风下出风、正负压相结合的通风方式，保证空气新鲜通畅和毒物及时排出。另外，公司将设置独立的涂胶和晾漆车间，与其他工序作业分离，并设置通风排毒设施。

③环保设备投入情况

针对本项目运作期间对环境保护工作的要求，公司对相关生产车间的环保设备进行了配套规划，拟投入 500.00 万元，购置两台环保系统设备，以确保项目实施过程中各项环境保护安全达到国家相关指标的要求，相关环保设备清单如下：

序号	设备名称	型号	数量(台/套)	单价(万元)	金额(万元)
1	门板生产线中央吸尘系统	普陆洁尘	1	100.00	100.00
2	柜体生产线中央吸尘系统	普陆洁尘	1	400.00	400.00
合计			2	-	500.00

2014年5月15日，广州市白云区环境保护局出具了《关于广州年产15万套整体橱柜生产线建设项目环境影响报告表的批复》（云环保建[2014]78号），同意该项目的建设。

6) 项目选址和建设用地

2013年9月29日，本公司与广州市国土资源和房屋管理局签署合同编号为44111-2013-000019的《国有建设用地使用权出让合同（广州市白云区新广花公路塘贝地段以东西湖村自编1号地块）》，以协议出让方式购买本项目所用地块土地使用权，宗地面积81,126平方米，规划用途为工业用地。本公司按照前述合同约定缴纳土地出让金并履行合法程序后取得该项土地使用权，并于2014年3月28日取得广州市人民政府颁发的“穗府国用2014第06110019号”国有土地使用证。

本项目用地位于广东省广州市高新技术产业开发区民营科技园居家用品园内。该园区位于江高镇塘贝村位于新广花路两侧，目前已有欧派家居集团股份有限公司、霸王（国际）化妆品公司、广州好迪化妆品有限公司等一批优质企业入驻，已初步形成产业集群效应。另外，园区的供水供电及通讯等基础配套设施较为完善。

7) 项目实施进度

本项目建设周期为2年，已完成项目前期的考察论证、选址、可行性研究报告及生产线设计等工作，并已取得广州市发展和改革委员会出具的140101211010334号基本建设投资项目备案证，项目建成后即可完全达产。目前部分厂房和样板车间的主体工程已完工，尚未购买机器设备进行安装。相关实施进度安排如下：

项目	进度（月）																							
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
厂房及配套实施建设	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■						
仪器、设备采购															■	■	■	■	■	■				
设备安装调试															■	■	■							
系统流程建立																	■	■	■	■	■	■		
人员调动、招募及培训																	■	■	■					

4) 投资概算

本项目总投资 29,244.36 万元，其中土建工程费用 15,729.00 万元，占比 53.78%；机械设备购置费 10,118.50 万元，占比 34.60%；设备安装费用 505.93 万元，占比 1.73%；铺底流动资金 2,890.93 万元，占比 9.89%。具体项目投资构成如下：

序号	投资内容	投资总金额 (万元)	第一年		第二年	
			投资金额 (万元)	占比 (%)	投资金额 (万元)	占比 (%)
1	固定资产投资	26,353.43	23,994.08	82.05	2,359.35	8.07
1.1	土建工程费用	15,729.00	15,729.00	53.78	-	-
1.2	机械设备购置费用	10,118.50	7,871.50	26.92	2,247.00	7.68
1.3	设备安装费用	505.93	393.58	1.35	112.35	0.38
2	铺底流动资金	2,890.93	-	-	2,890.93	9.89
合计		29,244.36	23,994.08	82.05	5,250.28	17.95

其中，设备购置费用明细表如下：

单位：万元

序号	设备名称	型号/规格/产地	数量	单价	金额
一、新建日产 200 套油漆门板生产线					
1	电子开料锯	豪迈 380 开料锯	1	139.50	139.50
2	CNC 加工中心	豪迈 VANTAGE 31S	2	120.00	240.00
3	推台锯	欧登多 F92T	4	9.00	36.00
4	UV 淋涂生产线	BURKLE	1	50.00	50.00
5	自动涂边机	Makor	2	300.00	600.00
6	自动砂边机	台湾	2	30.00	60.00
7	自动抛边机	MakorCOMPACT80 LUX	1	150.00	150.00
8	自动抛面机	MakorL.B.A 1350	2	90.00	180.00
9	底漆定厚砂光机	MFA6 CLCC	1	200.00	200.00
10	高光面漆砂光机	MFA-10	1	180.00	180.00

11	自动喷柜	-	2	400.00	800.00
12	中央吸尘系统	普陆洁尘	1	300.00	300.00
13	打磨吸尘系统	普陆洁尘	1	100.00	100.00
14	地辊线及国产设备	定制	1	200.00	200.00
小计			22		3,235.50

二、新建日产 250 套吸塑门板生产线

1	CNC	BHP210/37/15/R	4	120.00	480.00
2	推台锯	F92X	1	9.00	9.00
3	自动喷胶机	CEFLA	2	200.00	400.00
4	吸塑机	BTF1534-1400	2	230.00	460.00
5	砂光机	CL	1	100.00	100.00
6	修理清洁机	CBS2800	2	150.00	300.00
7	地辊线及国产设备	定制	1	100.00	100.00
小计			13	-	1,849.00

三、新建日产 500 套柜体生产线

1	纵横锯	HKL430	1	220.00	220.00
2	全自动电子板材开料锯	HPL38038PC	1	140.00	140.00
3	双端封	KFL526	1	250.00	250.00
4	直线封边机	KAL310/3/A3	2	100.00	200.00
5	推台锯	F92T	2	9.00	18.00
6	计算机数控钻孔加工中心	PTP160	4	70.00	280.00
7	六排钻	BST503	1	77.00	77.00
8	地辊线及其它国产设备	定制	1	50.00	50.00
小计			13	-	1,235.00

四、新建日产 150 套实木门板生产线

1	多片锯	威力	1	100.00	100.00
2	芯板高频拼板机	豪迈 PL/9 cs	4	100.00	400.00
3	电子开料锯	豪迈 180	1	50.00	50.00
4	推台锯	欧登多 F92T	2	10.00	20.00

5	高频组框机	灿高 CGPB-20X	2	10.00	20.00
6	往复锯	马氏 MJ6225	1	7.00	7.00
7	封边机	豪迈 KDN/210	1	150.00	150.00
8	排孔加工中心	PTP160	1	50.00	50.00
9	砂光机	豪迈	2	100.00	200.00
10	正负热压机	秋林	1	10.00	10.00
11	CNC 加工中心	豪迈	1	150.00	150.00
12	优选锯	威力	1	100.00	100.00
13	指接机	威力	1	150.00	150.00
14	线条砂光机	台湾	2	30.00	60.00
15	缝皮机	KUPRE	1	20.00	20.00
16	自动喷漆线	豪迈	1	400.00	400.00
17	喷漆吊挂线	豪迈	1	400.00	400.00
18	油漆处理设备	CEFLA	2	150.00	300.00
19	地辊线及其它国产设备	定制	1	200.00	200.00
小计			27	-	2,787.00

五、新建日产 300 套防火门生产线

1	全自动数控板材开料锯	HPP380/31/31	1	140.00	140.00
2	推台锯	欧登多 F92NT	2	9.00	18.00
3	全自动直线封边机	KAL210/6/A3	1	180.00	180.00
4	仓储系统	TLF210	1	250.00	250.00
5	门铰孔打孔中心	进口	1	200.00	200.00
6	地辊线及国产设备	定制	1	50.00	50.00
小计			7	-	838.00

六、新建日产 80 套包覆生产线

1	包覆机	铁哥	3	5.00	15.00
2	芯板平贴机	南通路捷	1	15.00	15.00
3	推台锯	F92T	1	9.00	9.00
4	45 度锯	意大利	1	15.00	15.00

5	90 精截锯	意大利	1	15.00	15.00
6	法氏切角锯	意大利	2	10.00	20.00
7	热转印机	威尔特	1	5.00	5.00
8	排孔	ABD150	1	50.00	50.00
9	组框机	灿高	1	15.00	15.00
10	地辊线及国产设备	定制	1	15.00	15.00
小计			13	-	174.00
合计			95	-	10,118.50

5) 项目环保措施

公司注重环境保护，将加强项目实施区域的绿化工作，并采取积极有效的措施对各项污染源进行处理，使环境各因素均符合国家相关规定，建设期与运营期的具体措施请参见本节之“三、募集资金投资项目情况介绍”之“（一）整体厨柜生产线扩产及新建项目”之“4、整体厨柜生产线扩产及新建项目的具体情况介绍”之“（1）广州年产 15 万套厨柜扩产建设项目”之“5）项目环保措施”。

另外，针对本项目运作期间对环境保护工作的要求，公司对相关生产车间的环保设备进行了配套规划，拟投入 400.00 万元，购置两台环保系统设备，以确保项目实施过程中各项环境保护安全达到国家相关指标的要求，相关环保设备清单如下：

序号	设备名称	型号	数量（台/套）	单价（万元）	金额（万元）
1	中央吸尘系统	普陆洁尘	1	300.00	300.00
2	油漆打磨吸尘系统	普陆洁尘	1	100.00	100.00
合计			2	-	400.00

2014 年 5 月 7 日，天津市静海县环境保护局出具了《关于欧派家居集团股份有限公司天津公司年产 15 万套整体厨柜项目环境影响报告表的批复》（静环保许可表【2014】0040 号），同意该项目的建设。

6) 项目选址和建设用地

本项目拟建于天津欧派所在地——天津市静海经济开发区物海道 9 号区。

2010年8月13日和2012年11月15日,天津欧派与天津市国土资源和房屋管理局静海县国土资源局分别签署10222010125号和TJ10222012115号《天津市国有建设用地使用权出让合同》,以协议出让方式购买宗地编号为津静(挂)G2010-055号地块和津静(挂)G2011-263号地块的土地使用权,宗地面积共计238,011.70平方米,规划用途均为工业用地。本公司按照前述合同约定缴纳土地出让金并履行合法程序后取得房地证津字第123011206554号和房地证津字第123051300101号《天津市房地产权证》。

本项目所在的静海开发区位于天津市区西南部,京沪高速静海出口南侧,北京至上海的京沪铁路纵贯区旁,年吞吐量150万吨的铁路货场紧邻开发区;北京至福州的高速公路依区而过,辐射华东、华南、华北等地区,交通极为便利。另外,静海经济开发区已实现包括供水、供电、供气、供汽、供热、排水、排污、道路、通讯、场地平整在内的“九通一平”,为入驻区内企业提供了完善的配套基础设置。

7) 项目实施进度

本项目建设周期为2年,已取得天津市静海县发展和改革委员会出具的《关于同意欧派家居集团股份有限公司天津公司年产15万套整体厨柜项目备案的通知》(静发改许可[2014]48号),建成后即可完全达产。相关实施进度安排如下:

项目	进度(月)																							
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
厂房及配套实施建设	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■						
仪器、设备采购															■	■	■	■	■	■				
设备安装调试															■	■	■							
系统流程建立																	■	■	■	■	■	■		
人员调动、招募及培训																	■	■	■					
产品试生产																			■	■	■	■	■	■

截至2016年12月31日,本项目部分厂房已竣工并投产,尚有小部分厂房

处于待建状态，本项目已投资自有资金约 30,543 万元。

8) 投资项目的效益分析

本项目达产后，预计新增年均销售收入 84,000.00 万元，新增年均净利润 6,626.72 万元，盈亏平衡点为 72.70%，其他主要财务指标如下：

指标名称	单位	所得税前	所得税后	备注
静态投资回收期	年	4.33	4.77	含建设期 2 年
动态投资回收期	年	5.28	6.12	含建设期 2 年
财务内部收益率	%	31.60	26.30	-
累计财务净现值	万元	26,608.65	18,237.46	折现率 I=12%

(3) 无锡生产基地（一期）之年产 10 万套厨柜生产线的情况

本公司拟以募集资金在无锡建设年产 10 万套厨柜产品生产线的情况请参见本节之“三、募集资金投资项目情况介绍”之“（三）无锡生产基地（一期）建设项目”。

(二) 整体衣柜生产线建设项目

1、项目实施的背景与市场容量

随着消费者消费能力的提升和消费观念的转变，国内消费者对整体衣柜产品的需求越来越大。根据凤凰网 2012 年 8 月整体衣柜消费市场调研数据，选购衣柜的消费者中高达 62.80% 的受访消费者会选择整体衣柜，目前整体衣柜在满足消费者需求和对空间的有效利用方面较成品衣柜和传统手工打造衣柜存在显著优势，并已被消费者普遍接受。

整体衣柜行业在我国发展时间较短，目前我国城市居民家庭整体衣柜平均拥有率仍不足 10%，显著低于欧美发达国家 80% 的平均水平，我国整体衣柜行业存在巨大的发展空间。近年来，我国新房装修与旧房更新需求旺盛，家具行业稳定增长，企业生产方式加速转变，整体衣柜市场持续快速发展。全国工商联家具装饰业商会衣柜专委会发布的《2012 中国衣柜行业消费白皮书》指出：“至 2015 年整体衣柜市场需求量为 1,800 亿元，并以每年 20% 的增幅快速增长。” 2013

年 11 月，中国木业网和全国工商联衣柜专委会公布数据显示，在未来 4、5 年中，我国整体衣柜市场将有 2,000 万套以上市场容量，年均销售可达 500 万套，粗略估算产值约为 4,000 亿元。

但是，与国际品牌相比，我国整体衣柜产品在设计理念、品牌层次、科技含量和附加值等方面都存在较大差距，产品同质化严重、人力成本与材料成本不断攀升、企业经营效率低下等问题显著存在。随着国内整体衣柜行业市场竞争的不断加剧，消费者环保意识和对整体衣柜产品环保要求的不断提高，互联网快速发展推动电子商务销售模式的兴起，在生产组织和销售模式方面加快转型升级已成为整体衣柜企业持续发展的必由之路。

基于以上情况，公司拟利用本次募集资金投资建设广州年产 30 万套衣柜生产线和无锡年产 30 万套衣柜生产线。

2、项目实施的必要性

(1) 适应行业发展和市场需求的需要

伴随消费能力的提升和消费观念的转变，国内消费者对整体衣柜产品的需求越来越大，市场消费额快速增长。作为国内整体家居行业的龙头企业，欧派集团凭借多年来对整体家居产品的专业研究和对广大消费者消费习惯的深入理解，于 2005 年进军整体衣柜领域。公司在广泛吸收国内外同类企业技术优势和风格特点的基础上，严格选用符合欧洲环保标准的进口板材，不断创新设计风格和工艺技术，发挥公司成熟、完善的经销商销售体系优势，使“欧派衣柜”逐渐成长为整体衣柜领域的知名品牌。2014 年度、2015 年度和 2016 年度，公司整体衣柜产品的销售额增长迅猛，销售收入分别为 99,248.52 万元、133,704.15 万元和 202,202.61 万元，三年年均复合增长率达到 42.74%。本次募投项目的实施，是公司适应行业发展和市场需求，进一步扩大整体衣柜产品市场占有率，提高公司在整体衣柜领域市场地位和竞争力的重要举措。

(2) 解决广州生产基地产能不足问题的需要

近年来，公司对整体衣柜市场开拓战略与品牌推广措施得到有效实施，整体衣柜产品销售能力不断增强，但产能不足的问题也较为显著。2016 年，公司整

体衣柜设计年产能为 73.00 万套，而实际年产量已经达到 65.86 万套，产能利用率达 90.22%，逐渐无法满足日益增长的订单需求，产品交货周期有所延长，不利于公司整体衣柜产品销售收入的进一步提升。

本次募投项目的成功实施将使公司迅速提高整体衣柜的生产能力，有效解决整体衣柜产能不足的问题，突破产能瓶颈，提高公司在整体衣柜领域的竞争力与市场地位。

（3）进一步完善整体衣柜生产基地全国布局的需要

公司结合自身发展状况及区域市场需求变化，制定了“巩固华南地区，重点拓展华东、华中市场，逐步向华北、东北、西北、西南推进”的战略布局规划，凭借已有的品牌、技术及渠道优势，不断加强对新兴区域市场的开发力度。公司以广州整体衣柜生产基地为中心，在巩固华南地区市场地位的同时，不断加强对东北、西北、西南等区域市场的拓展，并已取得显著成效。因此，公司需从广州、天津生产基地向全国其他区域市场发送完工的整体衣柜产品。而天津生产基地产能不足以完全满足华北、东北、西北等北方区域市场的订单需求，公司仍需由广州生产基地向北方市场补充供货。由于整体衣柜产品体积较大，较长距离的物流运输成本高且周期长，在一定程度上影响了公司产品的价格竞争力。

另外，公司销售主要采用先款后货的销售结算方式，年末预收账款金额较大，若部分产品交货周期较长，经销商集中催货，公司将面临无法及时交货的违约风险。因此，为解决上述问题，公司需扩大现有整体衣柜生产基地的生产规模，减少定制产品的排产等待时间；同时完善生产区域布局，在原材料供应较为便利的区域内新建生产基地，就近满足区域销售市场的订单需求，有效减少交货时间。

（4）优化生产设备和降低生产成本的需要

公司在整体家居产品生产技术方面拥有较为深厚的积累，并不断地进行工艺改进和设备更新。本次募投项目实施过程中，公司将直线封边机、打孔设备及电子开料锯等设备进行更新和改进，以持续提高生产效率和产品质量。

3、项目实施的可行性

（1）优质的品牌形象和广泛的品牌知名度

通过多年来的品牌建设投入和积累,公司已通过整体厨柜产品建立起“欧派”高端整体家居品牌形象,获得众多消费者的认同,拥有相当的知名度和影响力,并已逐渐转化为美誉度和客户忠诚度,为公司衍生相关产品类型奠定了良好的品牌优势基础。

(2) 较为完善的终端销售体系

整体衣柜产品个性化设计、规模化生产、标准化组装等特点决定了销售网络对企业生存与发展的重要性。截至 2016 年 12 月 31 日,公司已发展较大规模的整体厨柜、整体衣柜综合经销商和综合专卖店,并发展整体衣柜独立经销商 570 家,独立衣柜专卖店 1,394 家。完善的终端销售网络为本次募投项目实施后的产品销售提供了渠道保障。

(3) 公司拥有较强的生产制造能力

自 2005 年进军整体衣柜领域后,公司不断做大做强“欧派衣柜”,拥有一大批优秀的生产管理人员和熟练操作工人,积累了丰富的生产管理经验,建立起由信息控制系统、物料储运系统和数字控制加工设备组成的自动化机械制造系统,形成优势突出的柔性生产能力。

(4) 优秀的设计开发能力

公司设有独立的整体衣柜产品规划与研发部门,并已建立较为完善的研发管理体系。同时,公司与国内外优秀的设计团队保持合作关系,聘用欧洲优秀技术、设计专家参与每年的新样品设计与制作,力求达到衣柜产品设计的最高水准。另外,公司引进和积累了一系列行业领先的生产技术,如德国豪迈衣柜生产线技术、意大利全自动油漆生产线技术、计算机数控多功能加工中心技术、全自动数控板材开料锯技术、计算机数控铣型开料技术等,为新型整体衣柜产品的开发提供了较为可靠的技术基础。

4、整体衣柜生产线建设项目的具体情况介绍

(1) 广州年产 30 万套衣柜生产线建设项目

1) 项目建设内容

公司拟在广州市花都区梯面镇民安村欧派工业园新建年产 30 万套整体衣柜产品的生产基地，包括新建生产车间、配套工程设施及购置生产设备等。本项目占地总面积 0.86 万平方米，计划新建一座四层厂房及生产线所需配套设施，总建筑面积 3.20 万平方米。

2) 项目工艺流程

整体衣柜产品的工艺流程请参见本招股意向书“第六节 业务和技术”之“四、公司主营业务的具体情况”之“（二）主要产品的生产工艺流程”。

3) 主要原辅材料及能源供应

本项目所需主要原材料包括刨花板、铝材、玻璃、热熔胶和门铰拉手等，市场货源充足，供应商供货稳定，可以充分满足本项目的需要。另外，本项目投产后，将全面使用 E0 级板材全面替代原有的 E1 级板材。E0 级板材甲醛释放量 $\leq 0.5\text{mg/L}$ ，是欧盟国家积极推广采用的一种环保型材料，深受消费者青睐。使用 E0 级板材将会使板材部分原材料成本较以往提高 3%-5%，但对本项目的盈利水平影响较小。

项目所在地广州市花都区梯面镇民安村欧派工业园供电电源由广州花都梯面供电所提供，供电电压为 10KV，可满足项目生产及生活用电需求。

4) 投资概算

本项目总投资 34,098.27 万元，其中土建工程费用 5,880.00 万元，占比 17.24%；机械设备购置费 24,106.95 万元，占比 70.70%；设备安装费用 1,205.35 万元，占比 3.53%；铺底流动资金 2,905.97 万元，占比 8.52%。具体项目投资构成如下：

序号	投资内容	投资总金额 (万元)	第一年		第二年	
			投资金额 (万元)	占比 (%)	投资金额 (万元)	占比 (%)
1	固定资产投资	31,192.30	24,035.36	70.49	7,156.94	20.99
1.1	土建工程费用	5,880.00	5,880.00	17.24	-	-
1.2	机械设备购置费用	24,106.95	17,290.82	50.71	6,816.13	19.99

1.3	设备安装费用	1,205.35	864.54	2.54	340.81	1.00
2	铺底流动资金	2,905.97	-	-	2,905.97	8.52
合计		34,098.27	24,035.36	70.49	10,062.91	29.51

其中，设备购置费用明细表如下：

序号	设备名称	型号/规格	数量	单价（万元）	金额（万元）
一、柜身生产线设备					
1	自动板材仓储系统	TPL210	1	220.00	220.00
2	电子锯	HPL380/28/22	12	139.50	1,674.00
3	电子锯	HPL350/32/32	4	81.50	326.00
4	推台锯	F92	12	5.78	69.36
5	侧上料自动输送台	定制	12	1.75	21.00
6	窄板封边机	KAR330/7	2	570.00	1,140.00
7	直线封边机	KAL310/6/A3	4	125.00	500.00
8	直线封边机	KAL310/4/A3	7	96.00	672.00
9	U型回转输送线	定制	4	15.00	60.00
10	直线封边机	KAR310/4/A3	4	96.00	384.00
11	柔性封边联机装置	定制	4	20.00	80.00
12	高自动化柔性直线封边线	KAR350+KAL350	3	1,000.00	3,000.00
13	手动封边机	F-220A	4	1.70	6.80
14	滚筒自动升降工作台	定制	9	1.35	12.15
15	空盒滚筒自动回笼线	定制	1	13.30	13.30
16	数控加工中心	BHX055	7	49.00	343.00
17	数控加工中心	PTP160	4	58.00	232.00
18	数控加工中心	ABD150	11	46.00	506.00
19	数控加工中心	ABD250	5	53.80	269.00
20	通过式排孔中心	BHH400+ABL220	6	480.00	2,880.00
21	数控加工中心	BHX500	2	143.00	286.00
22	数控加工中心	BMG311 VENTURE320L	2	260.00	520.00

23	多轴木工钻床	MZ4214	3	3.14	9.42
24	吊锣	MX5068	5	1.20	6.00
25	小平锣	MXS5115A	2	0.41	0.82
26	万能圆盘锯	MJ143	2	0.39	0.78
27	自动送料机	MX48B	2	0.30	0.60
28	全自动打包机	TW-101B	4	2.35	9.40
29	自动包装机	MK-LS3	3	8.25	24.75
30	半自动包装线	定制	1	746.50	746.50
31	螺杆空压机	L45-8	6	5.30	31.80
32	中央吸尘系统	定制	1	400.00	400.00
小计			149	-	14,444.68

二、实木油漆生产线设备

1	UV 自动线	定制	2	800.00	1,600.00
2	涂边线	定制	1	200.00	200.00
3	异型砂光机	PEGASO	1	130.00	130.00
4	打磨台	定制	65	0.68	44.20
5	喷涂柜	定制	6	15.00	90.00
6	精切锯	HOMAG	2	15.00	30.00
7	指接机	威力	1	5.00	5.00
8	齿牙隼机	定制	2	45.00	90.00
9	推台锯	F92X	1	9.00	9.00
10	双面刨	永泰木工	2	11.00	22.00
11	高频拼板机	PPL II 2500	3	120.00	360.00
12	过胶机	定制	2	4.00	8.00
13	数控加工中心	BHC260	1	110.00	110.00
14	双头锯立轴铣	FPL266/4/25	1	90.00	90.00
15	定厚砂光机	SWT 335 RRL	2	38.00	76.00
16	异形砂光机	HEESEMANN BM8	3	120.00	360.00
17	自动喷涂着色线	定制	1	300.00	300.00

18	打磨台	定制	20	19.20	384.00
19	三轴平面砂光机	MFA Impression-CLLd	2	160.00	320.00
20	四面刨	Unimat318	1	80.00	80.00
21	雕刻机	定制	1	20.00	20.00
22	高频组框机	定制	2	150.00	300.00
23	横断锯	MJ274	3	15.00	45.00
24	立轴铣	MX5116/T	3	2.00	6.00
25	木皮切割机	定制	1	13.00	13.00
26	木皮缝皮机	定制	1	50.00	50.00
27	热压机	定制	1	15.00	15.00
28	封边机	KAL210	1	120.00	120.00
29	数控加工中心	HPL380	1	80.00	80.00
30	电子锯	威力 310M	1	160.00	160.00
31	优选锯	HOMAG 双台面 311	1	105.00	105.00
32	加工中心	SWT 335 RRL	1	90.00	90.00
33	砂光机	F92T	3	66.70	200.10
34	推台锯	MX5117B	1	6.00	6.00
35	加工中心	定制	2	80.00	160.00
36	立铣机	KAL210	1	6.00	6.00
37	曲风机	HPL380	1	5.00	5.00
38	中央吸尘系统	慧达	2	250.00	500.00
小计			146	-	6,189.30

三、趟门线设备

1	冷压机	TA48B-80T/10	2	3.90	7.80
2	精密推台锯	WA8nt	3	10.00	30.00
3	往复锯	定制	3	25.00	75.00
4	电子开料锯	HPP180	2	45.00	90.00
5	数控铝材电子开料锯	定制	2	50.00	100.00
6	数控双头锯	KT-383B/D	2	10.30	20.60

7	45 度切割机	晋诚 JC-420-2A	1	4.30	4.30
8	中粤介铝机	中粤 1232B	1	0.20	0.20
9	电动冲压机	力拓 LNA203-125	1	0.60	0.60
10	铝材 CNC 加工钻孔	定制	6	85.00	510.00
11	钻铣机	ZX50F	1	11.00	11.00
12	台钻	ZQ4125	1	0.30	0.30
13	双头钻	ZXSM-45A	1	1.90	1.90
14	铝材冲床	定制	5	10.00	50.00
15	端头切割机	中粤 J1 X-YZ-305	1	0.40	0.40
16	气动液压开料大介床	KH0024B	3	2.00	6.00
17	吊锣	MX5068	1	1.03	1.03
18	圆盘锯	MJ113T	2	0.75	1.50
19	组装流水线	定制	4	4.00	16.00
20	螺杆式空压机	L37G-8	1	6.00	6.00
21	干燥机	定制	1	2.50	2.50
22	储气罐	定制	1	2.00	2.00
23	分切机	铁哥 1350B	1	1.70	1.70
24	冷包覆机	铁哥 FMB300	4	10.00	40.00
25	热熔胶包覆机	诺信 PUR	2	24.00	48.00
26	热包覆机	巴贝兰 PUR-33-C	2	46.00	92.00
27	空调	定制	4	2.00	8.00
小计			58	-	1,126.83

四、吸塑生产线设备

1	电子锯	HPL380	1	139.50	139.50
2	推台锯	F92	2	5.78	11.56
3	数控锣铣机	BHP200	3	260.00	780.00
4	四面刨	Unimat318	1	80.00	80.00
5	吊锣	MX5068	2	1.20	2.40
6	立铣机	MX5116	1	1.00	1.00

7	手锣机	Makita3612	1	1.00	1.00
8	自动砂边机	Compact 36tnnd	1	40.00	40.00
9	磨砂机	Mm2617	2	10.00	20.00
10	砂光机	BM8	1	120.00	120.00
11	门铰机	M24214	2	3.14	6.28
12	三排钻	MZ73213D	1	30.00	30.00
13	真空吸塑机	BTF-1534-1400	2	300.00	600.00
14	往复锯	MJ6225	1	10.00	10.00
15	封边机	KAL210	1	120.00	120.00
16	冷压机	TA4SB-80T/10	2	4.25	8.50
17	全自动打包机	TW-101B	2	2.35	4.70
18	中央吸尘系统	慧达	2	185.60	371.20
小计			28	-	2,346.14
合计			381	-	24,106.95

5) 项目环保措施

公司注重环境保护，将加强项目实施区域的绿化工作，并采取积极有效的措施对各项污染源进行处理，使环境各因素均符合国家相关规定，建设期与运营期的具体措施请参见本节之“三、募集资金投资项目情况介绍”之“（一）整体厨柜生产线扩产及新建项目”之“4、整体厨柜生产线扩产及新建项目的具体情况介绍”之“（1）广州年产15万套厨柜扩产建设项目”之“5）项目环保措施”。

另外，针对本项目运作期间对环境保护工作的要求，公司对相关生产车间的环保设备进行了配套规划，拟投入1,271.20万元，购置五台环保系统设备，以确保项目实施过程中各项环境保护安全达到国家相关指标的要求，相关环保设备清单如下：

序号	设备名称	品牌/型号	数量（台/套）	单价(万元)	金额（万元）
1	吸塑生产线中央吸尘系统	慧达	2	185.60	371.20
2	油漆生产线中央吸尘系统	慧达	2	250.00	500.00
3	柜身生产线中央吸尘系统	定制	1	400.00	400.00

合计	5	-	1,271.20
----	---	---	----------

6) 项目选址和建设用地

本项目拟建于广州市花都区梯面镇民安村欧派工业园，该区域拥有较为完善的工业配套基础设施，交通较为便利，毗邻广清高速、京珠高速、新机场高速、北二环高速、环珠三角高速等五条高速公路和 105、106、107 三条国道。另外，广州市花都区建有广州北站并拟建广州铁路集装箱结点站。

2009 年 6 月 9 日，欧派集成与广州晓诗纸品有限公司签署《房地产转让协议》，购买后者所拥有的坐落于广州市花都区梯面镇民安村房地产项目，用地面积为 103,005.68 平方米，已建成建筑物共七栋，总建筑面积为 54,862 平方米。公司按照前述协议约定支付全部转让价款并于 2009 年 11 月 4 日取得变更后的房地产权证，编号为粤房地权证穗花字第 0309001678 号。截至本招股意向书签署之日，欧派集成合法拥有该地块的土地使用权和上盖建筑物的所有权。

7) 项目实施进度

本项目建设周期为 2 年，目前已完成项目前期的考察论证、选址、可行性研究报告及生产线设计等工作，并已取得广州市发展和改革委员会出具的 140101211010333 号项目备案证，项目建成后即可完全达产。目前该项目尚未动工，相关实施进度安排如下：

项目	进度 (月)																							
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
厂房及配套实施建设	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■						
仪器、设备采购															■	■	■	■	■	■				
设备安装调试															■	■	■							
系统流程建立																	■	■	■	■	■	■		
人员调动、招募及培训																	■	■	■					
产品试生产																			■	■	■	■	■	■

8) 投资项目的效益分析

本项目达产后，预计新增年均销售收入 78,900.00 万元，新增年均净利润 6,237.14 万元，盈亏平衡点为 68.57%，其他主要财务指标如下：

指标名称	单位	所得税前	所得税后	备注
静态投资回收期	年	4.58	5.04	含建设期 2 年
动态投资回收期	年	5.61	6.56	含建设期 2 年
财务内部收益率	%	29.07	24.11	-
累计财务净现值	万元	24,272.80	16,244.07	折现率 I=12%

(2) 无锡生产基地（一期）之年产 30 万套衣柜生产线的情况

本公司拟以募集资金在无锡建设年产 30 万套衣柜产品生产线的情况请参见本节之“三、募集资金投资项目情况介绍”之“（三）无锡生产基地（一期）建设项目”。

(三) 无锡生产基地（一期）建设项目

1、项目的实施背景与市场容量

该项目实施背景与市场容量分析请参见本节之“三、募集资金投资项目情况介绍”之“（一）整体厨柜生产线建设项目”之“1、项目实施的背景与市场容量”与“三、募集资金投资项目情况介绍”之“（二）整体衣柜生产线建设项目”之“1、项目实施的背景与市场容量”。另外，现阶段公司整体厨柜产品所用之抽油烟机与燃气灶等厨房电器大部分通过 OEM 方式满足配套销售需要。本次募集资金投资项目实施完成后，公司整体厨柜产品产能将由 50 万套/年提升至 80 万套/年，现有 OEM 方式将难以满足新增产能配套销售的需要。因此，公司拟于无锡生产基地（一期）场地内新建年产 50 万套抽油烟机、50 万套燃气灶生产车间，满足整体厨柜产品配套销售需要，提高厨房电器与整体厨柜的一体化程度，减少厨房电器的外购数量。

2、项目实施的必要性与可行性

该项目的实施是公司完善全国生产基地战略布局的需要，也是解决公司产能不足并进行产品升级和设备更新的需要，具体分析请参见本节之“三、募集资金

投资项目情况介绍”之“（一）整体厨柜生产线建设项目”之“2、项目实施的必要性”、“3、项目实施的可行性”和“（二）整体衣柜生产线建设项目”之“2、项目实施的必要性”、“3、项目实施的可行性”。

3、无锡生产基地（一期）建设项目的具体情况介绍

（1）项目建设内容

公司拟于无锡市惠山经济开发区前洲配套区石洲路厂区建设无锡生产基地（一期），包括：新建年产 10 万套厨柜生产车间，新建年产 30 万套衣柜生产车间，新建年产 50 万套抽油烟机、50 万套燃气灶生产车间，购置配套生产设备，新建 1 栋办公楼与 4 栋宿舍楼等配套设施。本项目占地总面积 16.77 万平方米，总建筑面积 28 万平方米，共计 3 栋厂房、1 栋办公楼和 4 栋宿舍楼。

2) 项目工艺流程

整体厨柜产品的工艺流程请参见本招股意向书“第六节 业务和技术”之“四、公司主营业务的具体情况”之“（二）主要产品的生产工艺流程”。

3) 主要原辅材料及能源供应

本项目所需主要原材料包括台面板材、柜身板材和五金配件及其他部分，市场货源充足，供应商供货稳定，可以充分满足本项目的需要。项目所在地无锡市惠山开发区内热电厂、污水处理厂、自来水厂等配套基础设施完善，能够有效确保新建生产基地的基本能源供应。

4) 投资概算

本项目总投资 78,000.00 万元，其中土建工程费用 31,416.82 万元，占比 40.28%；机械设备购置费 38,394.60 万元，占比 49.22%；设备安装费用 1,919.88 万元，占比 2.46%；铺底流动资金 6,268.71 万元，占比 8.04%。具体项目投资构成如下：

序号	投资内容	投资总金额 (万元)	第一年		第二年	
			投资金额(万元)	占比 (%)	投资金额(万元)	占比 (%)
1	固定资产投资	71,731.30	53,158.39	68.15	18,572.91	23.81

1.1	土建工程费用	31,416.82	27,209.06	34.88	4,207.76	5.39
1.2	设备购置费用	38,394.60	24,713.61	31.68	13,680.99	17.54
1.3	设备安装费用	1,919.88	1,235.72	1.58	684.16	0.88
2	铺底流动资金	6,268.70	-	0.00	6,268.70	8.04
合计		78,000.00	53,158.39	68.15	24,841.61	31.85

其中，设备购置费用明细表如下：

序号	设备名称	型号/规格/产地	数量	单价（万元）	金额（万元）
----	------	----------	----	--------	--------

一、新建年产 10 万套厨柜生产车间

（一）新建日产 400 套厨柜工程柜体生产线

1	纵横锯	HKL430	1	220.00	220.00
2	全自动电子板材开料锯	HPL38038PC	2	140.00	280.00
3	四端封	KFL526	1	500.00	500.00
4	直线封边机	KAL310/3/A3	1	100.00	100.00
5	推台锯	F92T	4	9.00	36.00
6	计算机数控钻孔加工中心	PTP160	6	70.00	420.00
7	计算机数控钻孔加工中心	ABD-150	2	50.00	100.00
8	六排钻	BST503	3	77.00	231.00
9	组装机	MDE150	3	150.00	450.00
10	地辊线及其它国产设备	定制	1	100.00	100.00
11	中央吸尘系统	普陆洁尘	1	300.00	300.00
小 计			25	-	2,737.00

（二）新建日产 200 套吸塑门板生产线

1	电子开料锯	HPL380	1	140.00	140.00
2	CNC	BHP210/37/15/R	2	120.00	240.00
3	推台锯	F92X	2	9.00	18.00
4	异型砂光机	BM-8	1	150.00	150.00
5	砂边机	COMPACT36NND	1	35.00	35.00
6	自动喷胶机	CEFLA	1	200.00	200.00
7	吸塑机	BTF1534-1400	1	200.00	200.00

8	排钻	ABD150	1	51.00	51.00
9	封边机	210	1	150.00	150.00
10	砂光机	CL	1	100.00	100.00
11	修理清洁机	CBS2800	1	150.00	150.00
12	地辊线及其它国产设备	定制	1	150.00	150.00
小 计			14	-	1,584.00

(三) 新建日产 200 套防火门板生产线

1	全自动数控板材开料锯	HPP380/31/31	1	140.00	140.00
2	推台锯	欧登多 F92NT	3	8.00	24.00
3	全自动直线封边机	KAL210/6/A3	2	180.00	360.00
4	钻	ABD150	2	20.00	40.00
5	门铰孔打孔中心	进口	1	200.00	200.00
6	中央吸尘系统	普陆洁尘	1	400.00	400.00
7	地辊线及国产设备	定制	1	100.00	100.00
小 计			11	-	1,264.00

(四) 新建日产 200 套厨柜门板生产线

1	CNC	BHP210/37/15/R	1	115.50	115.50
2	自动喷胶机	CEFLA	1	200.00	200.00
3	吸塑机	BTF1534-1400	1	200.00	200.00
4	砂光机	吸塑防火	1	100.00	100.00
5	修理清洁机	德国	2	150.00	300.00
6	线条砂光机	台湾	3	30.00	90.00
7	激光封边机	豪迈	1	300.00	300.00
8	水晶抛边机	台湾	3	70.00	210.00
9	亚克力封边机	台湾	1	70.00	70.00
10	门铰孔打孔中心	豪迈	2	150.00	300.00
11	排孔加工中心	豪迈	3	70.00	210.00
12	仓储系统	豪迈	1	250.00	250.00
13	电子开料锯	水晶包覆	1	140.00	140.00

14	砂边机	台湾	2	30.00	60.00
小计			23	-	2,545.50
合计			73	-	8,130.50

二、新建年产 30 万套衣柜生产车间

(一) 柜身生产线设备

1	自动板材仓储系统	TPL210	1	220.00	220.00
2	电子锯	HPL380/28/22	12	139.50	1,674.00
3	电子锯	HPL350/32/32	4	81.50	326.00
4	推台锯	F92	12	5.78	69.36
5	侧上料自动输送台	定制	12	1.75	21.00
6	窄板封边机	KAR330/7	2	570.00	1,140.00
7	直线封边机	KAL310/6/A3	4	125.00	500.00
8	直线封边机	KAL310/4/A3	7	96.00	672.00
9	U型回转输送线	定制	4	15.00	60.00
10	直线封边机	KAR310/4/A3	4	96.00	384.00
11	柔性封边联机装置	定制	4	20.00	80.00
12	高自动化柔性直线封边线	KAR350+KAL350	3	1,000.00	3,000.00
13	手动封边机	F-220A	4	1.70	6.80
14	滚筒自动升降工作台	定制	9	1.35	12.15
15	空盒滚筒自动回笼线	定制	1	13.30	13.30
16	数控加工中心	BHX055	7	49.00	343.00
17	数控加工中心	PTP160	4	58.00	232.00
18	数控加工中心	ABD150	11	46.00	506.00
19	数控加工中心	ABD250	5	53.80	269.00
20	通过式排孔中心	BHH400+ABL220	6	480.00	2,880.00
21	数控加工中心	BHX500	2	143.00	286.00
22	数控加工中心	BMG311 VENTURE320L	2	260.00	520.00
23	多轴木工钻床	MZ4214	3	3.14	9.42
24	吊锣	MX5068	5	1.20	6.00

25	小平镟	MXS5115A	2	0.41	0.82
26	万能圆盘锯	MJ143	2	0.39	0.78
27	自动送料机	MX48B	2	0.30	0.60
28	全自动打包机	TW-101B	4	2.35	9.40
29	自动包装机	MK-LS3	3	8.25	24.75
30	半自动包装线	定制	1	746.50	746.50
31	螺杆空压机	L45-8	6	5.30	31.80
32	中央吸尘系统	定制	1	400.00	400.00
小计			149	-	14,444.68

(二) 实木油漆生产线设备

1	UV 自动线	定制	2	800.00	1,600.00
2	涂边线	定制	1	200.00	200.00
3	异型砂光机	PEGASO	1	130.00	130.00
4	打磨台	定制	65	0.68	44.20
5	喷涂柜	定制	6	15.00	90.00
6	精切锯	HOMAG	2	15.00	30.00
7	指接机	威力	1	5.00	5.00
8	齿牙隼机	定制	2	45.00	90.00
9	推台锯	F92X	1	9.00	9.00
10	双面刨	永泰木工	2	11.00	22.00
11	高频拼板机	PPL II 2500	3	120.00	360.00
12	过胶机	定制	2	4.00	8.00
13	数控加工中心	BHC260	1	110.00	110.00
14	双头锯立轴铣	FPL266/4/25	1	90.00	90.00
15	定厚砂光机	SWT 335 RRL	2	38.00	76.00
16	异形砂光机	HEESEMANN BM8	3	120.00	360.00
17	自动喷涂着色线	定制	1	300.00	300.00
18	打磨台	定制	20	19.20	384.00
19	三轴平面砂光机	MFA Impression-CLLd	2	160.00	320.00

20	四面刨	Unimat318	1	80.00	80.00
21	雕刻机	定制	1	20.00	20.00
22	高频组框机	定制	2	150.00	300.00
23	横断锯	MJ274	3	15.00	45.00
24	立轴铣	MX5116/T	3	2.00	6.00
25	木皮切割机	定制	1	13.00	13.00
26	木皮缝皮机	定制	1	50.00	50.00
27	热压机	定制	1	15.00	15.00
28	封边机	KAL210	1	120.00	120.00
29	数控加工中心	HPL380	1	80.00	80.00
30	电子锯	威力 310M	1	160.00	160.00
31	优选锯	HOMAG 双台面 311	1	105.00	105.00
32	加工中心	SWT 335 RRL	1	90.00	90.00
33	砂光机	F92T	3	66.70	200.10
34	推台锯	MX5117B	1	6.00	6.00
35	加工中心	定制	2	80.00	160.00
36	立铣机	KAL210	1	6.00	6.00
37	曲风机	HPL380	1	5.00	5.00
38	中央吸尘系统	定制	2	250.00	500.00
小 计			146	-	6,189.30

(三) 趟门线设备

1	冷压机	TA48B-80T/10	2	3.90	7.80
2	精密推台锯	WA8nt	3	10.00	30.00
3	往复锯	定制	3	25.00	75.00
4	电子开料锯	HPP180	2	45.00	90.00
5	数控铝材电子开料锯	定制	2	50.00	100.00
6	数控双头锯	KT-383B/D	2	10.30	20.60
7	45 度切割机	晋诚 JC-420-2A	1	4.30	4.30
8	中粤介铝机	中粤 1232B	1	0.20	0.20

9	电动冲压机	力拓 LNA203-125	1	0.60	0.60
10	铝材 CNC 加工钻孔	定制	6	85.00	510.00
11	钻铣机	ZX50F	1	11.00	11.00
12	台钻	ZQ4125	1	0.30	0.30
13	双头钻	ZXSM-45A	1	1.90	1.90
14	铝材冲床	定制	5	10.00	50.00
15	端头切割机	中粤 J1X-YZ-305	1	0.40	0.40
16	气动液压开料大介床	KH0024B	3	2.00	6.00
17	吊钩	MX5068	1	1.03	1.03
18	圆盘锯	MJ113T	2	0.75	1.50
19	组装流水线	定制	4	4.00	16.00
20	螺杆式空压机	L37G-8	1	6.00	6.00
21	干燥机	定制	1	2.50	2.50
22	储气罐	定制	1	2.00	2.00
23	分切机	铁哥 1350B	1	1.70	1.70
24	冷包覆机	铁哥 FMB300	4	10.00	40.00
25	热熔胶包覆机	诺信 PUR	2	24.00	48.00
26	热包覆机	巴贝兰 PUR-33-C	2	46.00	92.00
27	空调	定制	4	2.00	8.00
小 计			58	-	1,126.83

（四）吸塑生产线设备

1	电子锯	HPL380	1	139.50	139.50
2	推台锯	F92	2	5.78	11.56
3	数控锣铣机	BHP200	3	260.00	780.00
4	四面刨	Unimat318	1	80.00	80.00
5	吊钩	MX5068	2	1.20	2.40
6	立铣机	MX5116	1	1.00	1.00
7	手锣机	Makita3612	1	1.00	1.00
8	自动砂边机	Compact 36tnnd	1	40.00	40.00

9	磨砂机	Mm2617	2	10.00	20.00
10	砂光机	BM8	1	120.00	120.00
11	门铰机	M24214	2	3.14	6.28
12	三排钻	MZ73213D	1	30.00	30.00
13	真空吸塑机	BTF-1534-1400	2	300.00	600.00
14	往复锯	MJ6225	1	10.00	10.00
15	封边机	KAL210	1	120.00	120.00
16	冷压机	TA4SB-80T/10	2	4.25	8.50
17	全自动打包机	TW-101B	2	2.35	4.70
18	中央吸尘系统	定制	2	186.60	371.20
小计			28	-	2,346.14
合计			381	-	24,106.95

三、新建年产 50 万套抽油烟机、50 万套燃气灶生产车间

(一) 冲压车间生产设备

1	数控冲床（台励福）	HPS1250X	1	130.00	130.00
2	数控冲床（AMADA）	AE 2510NT	1	190.00	190.00
3	激光切割机	定制	2	350.00	700.00
4	数控折弯机	DA65W/YCN-6020	12	45.00	540.00
5	315T 闭式冲床	JB36-315	1	84.80	84.80
6	630T 冲床	JB36-630	4	171.00	684.00
7	110T 冲床	JH21-110	4	23.06	92.23
8	80T 冲床	JH21-80	4	16.98	67.91
9	63T 冲床	JH21-63	4	13.98	55.94
10	45T 冲床	JH21-45	6	11.47	68.80
11	25T 冲床	JH21-25	3	9.04	27.13
12	160T 冲床	JH21-160	24	31.25	749.89
13	125T 冲床	JH21-125	3	24.10	72.30
14	250T 四柱油压机	YA28-250	1	36.77	36.77
15	500T 四柱油压机	YA28-500	1	55.96	55.96

16	630T 双缸四柱油压机	THP27-630	4	136.00	544.00
17	数控剪板机	S6-30/68	2	18.30	36.60
18	小剪板机	Q11-3X1501	1	1.60	1.60
19	攻丝机	SWJ-6	15	0.35	5.20
20	脚踏点焊机	DFN-35 (35KVA)	13	0.75	9.75
21	碰焊皮带线	定制	2	3.50	7.00
22	风柜、背板焊接专机	定制	4	36.00	144.00
23	冷水塔 1	8T	2	0.57	1.14
24	行车	定制	3	15.00	45.00
25	杭州叉车	CPC30HB	4	6.30	25.20
小 计			121	-	4,375.20

(二) 焊接车间生产设备

1	机器人+激光焊专机+冷水机	WF-310	6	51.00	306.00
2	进口拉丝打磨专机	定制	4	161.00	644.00
3	激光点焊机	WF-310	3	35.00	105.00
4	TIG 手工焊机 (YC-315TX)	YC-315TX	5	1.54	7.70
5	TIG 手工焊机 (YC-200TX)	YC-200BL	21	1.13	23.65
6	电容储能点焊机	1500J	3	2.90	8.70
7	抛光机	定制	5	0.35	1.75
8	吸尘设备	MPDC-30F	2	19.00	38.00
小 计			49	-	1,134.80

(三) 总装车间生产设备

1	旧装配生产线	定制	1	22.00	22.00
2	烟机综合测试机	定制	1	6.60	6.60
3	灶具装配线	定制	3	50.00	150.00
4	新装配生产线 (新)	定制	3	82.00	246.00
5	丝印烘炉	H1300-W200	1	1.63	1.63
6	激光打标机	--	6	18.00	108.00
7	打包机	MH-101B	2	1.70	3.40

小 计			17	-	537.63
(四) 磨具维修车间及共用生产设备					
1	车床	南方 C6132A	1	2.93	2.93
2	铣床	华东 M4(方轨)X6325	1	2.69	2.69
3	手摇磨床	TK-618	1	3.90	3.90
4	平面磨床	MQ7160-GM	1	11.00	11.00
5	钻床	沈六 3040*13	1	2.18	2.18
6	台钻	Z516-2A	1	0.20	0.20
7	砂轮机	S3ST-250 立式	1	0.08	0.08
8	TZL1 电瓶叉车	FB15	1	9.18	9.18
9	线割设备	--	1	50.00	50.00
10	空气压缩机 (50P)	L37D-8.5	6	4.56	27.36
11	冷干机	--	6		
小 计			21	-	109.52
合 计			208	-	6,157.15
总 计			662	-	38,394.60

5) 项目环保措施

公司注重环境保护，将加强项目实施区域的绿化工作，并采取积极有效的措施对各项污染源进行处理，使环境各因素均符合国家相关规定，建设期与运营期的具体措施请参见本节之“三、募集资金投资项目情况介绍”之“（一）整体厨柜生产线扩产及新建项目”之“4、整体厨柜生产线扩产及新建项目的具体情况介绍”之“（1）广州年产 15 万套厨柜扩产建设项目”之“5）项目环保措施”。

另外，针对本项目运作期间对环境保护工作的要求，公司对相关生产车间的环保设备进行了配套规划，拟投入 2,009.20 万元，购置 9 台环保系统设备，以确保项目实施过程中各项环境保护安全达到国家相关指标的要求，相关环保设备清单如下：

序号	设备名称	型号/产地	数量	单价 (万元)	金额 (万元)
1	柜体生产线中央吸尘系统	普陆洁尘	1	300.00	300.00

2	门板生产线中央吸尘系统	普陆洁尘	1	400.00	400.00
3	柜身生产线中央吸尘系统	进口	1	400.00	400.00
4	油漆生产线中央吸尘系统	国产	2	250.00	500.00
5	吸塑生产线中央吸尘系统	国产	2	185.60	371.20
6	焊接车间吸尘设备	MPDC-30F	2	19.00	38.00
合计			9	-	2,009.20

6) 项目选址和建设用地

本项目拟建于无锡市惠山经济开发区前洲配套区石洲路厂区。该项目所在惠山经济开发区是经江苏省政府批准的省级经济开发区，总体规划面积 76 平方公里，自 2002 年开始投入建设已累计投入约 64 亿元，建成高标准立体式的基础设施配套体系，重点推进传感信息、风电新能源、软件和服务外包、创意动漫、生物医药、汽车及零部件、先进装备、新材料、总部经济等新兴产业，并已初步形成“四园二基地一中心”的产业发展格局。

2014 年 11 月 1 日，无锡欧派与无锡市国土资源局签署 3202842014CR0071 号《国有建设用地使用权出让合同》，以协议出让方式购买宗地编号为 900-101002-016 号地块的土地使用权，宗地面积共计 167,729 平方米，规划用途均为仓储用地（兼容工业用地）。本公司按照前述合同约定缴纳土地出让金并履行合法程序后取得锡惠国用（2014）第 019750 号《国有土地使用证》。

7) 项目实施进度

本项目建设周期为 2 年，已完成项目前期的考察论证、选址、可行性研究报告及生产线设计等工作，并已取得无锡市惠山区发展和改革局出具的 20140141 号《企业投资项目备案通知书》，项目建成后即可完全达产。截至目前，部分厂房与样板车间已投入使用，尚有部分厂房及综合服务楼正在建设中。相关实施进度安排如下：

项目	进度（月）																							
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
厂房及配套实施建设	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■						

截至 2012 年，我国规模以上木门制造企业约 1,500 家，生产员工近 20 万人，工业销售产值超过 1,000 亿元，同比增长 22.25%，资产总值同比增长 16.63%，主营业务收入同比增长 19.37%，利润总额同比增长 25.15%。

经过近十年左右的高速发展，我国木门行业日趋成熟，企业管理、生产技术、产品质量显著提高，市场意识、品牌意识、服务意识明显增强，企业集群化趋势明显，33%左右的企业集中于广东珠三角地区，25%左右的企业集中于江浙地区，19%左右的企业集中于环渤海地区，10%左右的企业集中于东北地区，13%左右的企业分散于西部地区，但行业内尚无龙头领军企业。

（2）定制木门行业的市场容量

根据中国林产工业协会公布数据，按照每 100 平方米建筑面积需要 7 樘门计算，2013-2020 年城镇新建商品房对定制木门的年平均需求量将不低于 7,000 万樘；目前全国已有住房 140 亿平方米，按 15-20 年进行再次装修，对定制木门的年均需求量将不低于 5,000 万樘；同时我国每年出口定制木门产品约 1,000 万樘。预计“十二五”规划完成时，我国定制木门产量将达 2 亿樘，按照平均每樘 1,200 元计算，总产值将达 2,400 亿元。

因此，我国定制木门行业正处于快速成长期，市场容量较大，发展前景广阔。但国内定制木门行业已从产品价格的单一竞争逐步转变为品牌、网络、服务、人才、管理以及企业规模等多方面的综合竞争，而且市场竞争程度不断加剧。另外，定制木门行业内的生产企业规模优势逐渐凸显，占据绝对优势的品牌格局正在逐步形成。行业内的领先企业大多已同时具备优秀的柔性制造和产品开发设计能力，品牌、销售、服务网络健全，发展思路明晰。同时，消费者环保意识和对定制木门产品环保要求的不断提高，互联网快速发展推动电子商务销售模式的兴起等外部环境的变化都在推动定制木门行业的加速发展和竞争加剧。

2、项目实施的必要性

（1）提高定制木门产品市场占有率的需要

目前，我国的木门行业仍处于成长阶段，行业内企业众多且集中度较低，行业竞争日趋激烈，且生产模式正在由“木匠上门”手工制作向“规模化定制设计”

方向转变。在这种行业背景下，公司准确把握此次行业发展机遇，借助“欧派”品牌影响力、覆盖全国的销售网络和规模化生产优势进军定制木门市场。自“欧派-凡帝尼”定制木门产品 2010 年问世以来，其“智能化、美学化、环保化”未来家居概念和多样化的品类风格满足了广大消费者多元化的定制消费需求，更得到经销商和终端用户的广泛认同，其销售额也在报告期内实现大幅增长。2014 年度、2015 年度和 2016 年度，公司定制木门产品销售收入分别为 8,528.96 万元、12,137.04 万元和 20,842.71 万元，三年复合增长率高达 56.33%。

面对强劲的市场需求和销售额的快速增长，公司准备进一步拓展定制木门产品市场，但公司定制木门产品目前的产能仅为 15 万樘，2016 年定制木门产品的实际产量为 13.78 万樘，产能利用率已达 91.89%。因此，公司拟实施年产 60 万樘木门生产线建设项目，从而有效补充定制木门产品产能，为该产品销售收入的持续增长和市场占有率的快速提升提供基本保障。

（2）满足新兴市场领域消费需求的需要

相对于整体厨柜、整体衣柜等体积较大和个性化订制程度较高的整体家居产品，定制木门产品的标准化生产程度更高，生产周期更短，单位产品的运输成本更低，更容易融入电子商务等新兴销售领域。欧铂尼木门已搭建起产品研发、生产运营和市场营销体系，并在 2016 年 12 月末将木门经销商队伍发展至 556 家，同时取得客户对产品的广泛认可，但销售渠道仍主要依赖经销商销售。公司计划在进一步扩大经销商队伍的同时，加快对大宗用户业务、外贸出口业务和电子商务销售的扩张，加快定制木门产品销售与新兴市场领域的融合，迅速占领新兴市场并尽快扩大定制木门产品销售规模。因此，公司需通过本次募投项目的实施扩大定制木门产品的生产规模，从而为向新兴市场扩张奠定基础。

（3）公司构建“大家居”战略规划的需要

2011 年，欧派集团正式启动“大家居”战略规划，旨在将公司打造成为以整体厨柜为核心，涵盖整体衣柜、定制木门、厨房电器、整体卫浴、墙饰壁纸、实体面材、商用厨具等多类家居产品的现代“大家居”产品供应商。自问世以来，公司的定制木门产品已获得市场和客户的广泛认可，为公司创造了新的收入增长点，且其市场发展情况与未来增长预期较好。因此，定制木门已成为公司下一步

需要重点发展的产品类型。公司需通过本次募投项目的实施扩大定制木门业务规模，提升欧铂尼木门品牌影响力，把握市场发展机遇并提高市场占有率，实现公司制定的“大家居”战略规划。

3、项目实施的可行性

(1) 优质的品牌形象和广泛的品牌知名度

通过多年来的品牌建设投入和积累，公司已通过整体厨柜产品建立起“欧派”高端整体家居品牌形象，获得众多消费者的认同，拥有相当的知名度和影响力，且逐渐转化为美誉度和客户忠诚度，为公司衍生相关产品类型奠定了良好的品牌优势基础。

(2) 强大的销售网络建设能力

公司拥有在整体厨柜、整体衣柜等整体家居领域建立和发展销售网络的成功经验，并已建立完善的经销商管理制度体系，可在其他整体家居产品领域进行有效复制。自欧派门业成立以来，其已发展欧铂尼定制木门经销商 556 家，并有近 1,000 家备选经销商正在考察中。因此，公司拥有定制木门产品销售额大幅度增长的销售渠道保障，可消化本次募投项目实施后新增的产能。

(3) 公司拥有突出的生产制造能力

公司在欧铂尼木门系列产品开发过程中秉持“高起点、高价值、稳发展”的战略方针，引进国际一流的高自动化生产设备、检验仪器，融合高品位的设计理念，在制造工艺方面不断改进与创新，部分制造工艺水平已达行业前列。由于木门产品的油漆喷涂和打磨环节高度依赖熟练技术工人手工操作，产品质量不够稳定，公司在业内率先完成技术突破，实现了喷涂、打磨环节的规模化机械操作，显著提高定制木门产品质量。另外，木门产品普遍存在由于木质原料“干缩湿胀”特性而造成的开裂问题，公司通过严格管理木质原材料选用、油漆后组装工艺和结构化处理方式有效解决了该问题。因此，公司已具备规模化生产定制木门产品的生产制造能力和工艺技术基础。

(4) 公司拥有优秀的研发设计能力

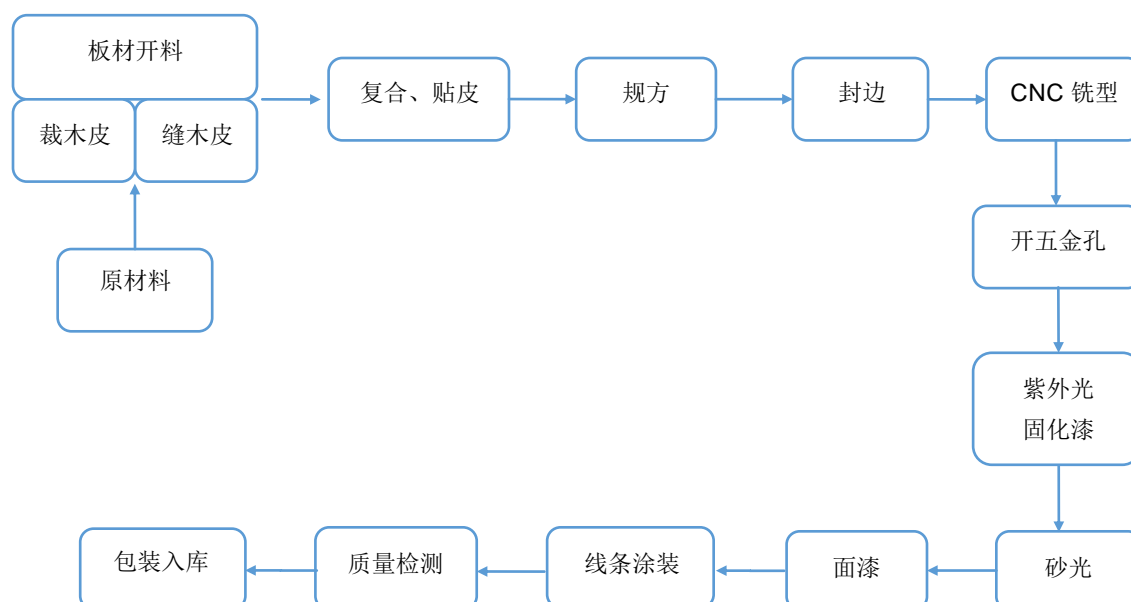
公司已建立较为完善的研发管理体系，并投资 2,000 万元建立了中国首个定制木门产品研发中心。同时，公司每年安排研发团队赴世界各地调研世界建筑、服装、文化等艺术形式，把握国际流行设计趋势。另外，公司与意大利 Studio Tinagli Design 设计公司及中南林业科技大学建立合作关系，通过联合开发、技术引进、人才培养等方式建立高水平的研发设计团队，提升公司的研发创新能力。通过上述方式，公司已确立欧铂尼木门的产品研发设计居于业内领先地位，并多次获得中国木门协会颁发的产品外观设计及功能设计金奖，同时拥有多项自主知识产权。

4、项目建设内容

公司拟在广州市白云区新广花公路塘贝地段以东西湖村自编 1 号地块新建年产 60 万樘定制木门产品的生产基地，包括新建生产车间、配套工程设施及购置生产设备等。本项目计划新建一座厂房及生产线所需配套设施，总建筑面积 4.22 万平方米。

5、项目工艺流程

定制木门产品的工艺流程具体如下：



6、主要原辅材料及能源供应

本项目所需主要原材料包括刨花板、中纤板和门铰、拉手等，市场货源充足，

供应商供货稳定，可以满足本项目的需要。本项目为欧派集团现有基地扩建项目，建设用地紧邻现有基地，高压供电电缆、污水管道、雨水管道及通信电缆等基础设施配套齐全，新建项目所需相关配套设施只需接入相关管路、网路即可。

7、投资概算

本项目总投资 28,298.47 万元，其中土建工程费用 8,648.64 万元，占比 30.56%；机械设备购置费 16,648.60 万元，占比 58.83%；设备安装费用 832.43 万元，占比 2.94%；铺底流动资金 2,168.80 万元，占比 7.66%。具体项目投资构成如下：

序号	投资内容	投资总金额 (万元)	第一年		第二年	
			投资金额 (万元)	占比 (%)	投资金额 (万元)	占比 (%)
1	固定资产投资	26,129.67	17,389.16	61.45	8,740.52	30.89
1.1	土建工程费用	8,648.64	8,648.64	30.56	-	-
1.2	机械设备购置费用	16,648.60	8,324.30	29.42	8,324.30	29.42
1.3	设备安装费用	832.43	416.22	1.47	416.22	1.47
2	铺底流动资金	2,168.80	-	-	2,168.80	7.66
合计		28,298.47	17,389.16	61.45	10,909.31	38.55

其中，设备购置费用明细表如下：

序号	设备名称	规格/型号	数量	单价(万元)	金额(万元)
一、门扇机械加工车间设备					
1	冷压机	TA48-80T/10	3	4.00	12.00
2	多片锯	K34G/1500	1	180.00	180.00
3	优选锯	T522 SNC	1	125.00	125.00
4	自动码框生产线	定制	1	140.00	140.00
5	加工中心	E3	1	25.00	25.00
6	自动压贴线	定制	1	1,400.00	1,400.00
7	门扇规方封边生产线	定制	1	1,100.00	1,100.00
8	定厚砂光生产线	定制	1	250.00	250.00

9	门扇开孔铣型生产线	定制	2	500.00	1,000.00
10	电子开料锯	HPL 330/32/22	2	150.00	300.00
11	自动上下料机	MS-D-AS124	1	80.00	80.00
12	门套自动封边线	定制	2	400.00	800.00
小计			17	-	5,412.00

二、门扇油漆车间设备

1	UV 线升级	BUKLE	1	150.00	150.00
2	白茬砂光生产线	GOLD IMPRESSLL	1	120.00	120.00
3	自动着色线	定制	1	750.00	750.00
4	底漆自动喷涂线	CEFLA	1	850.00	850.00
5	单边铣	定制	2	4.00	8.00
6	底漆砂光生产线	HESSMAN	1	250.00	250.00
7	门套面漆自动喷涂线	定制	1	800.00	800.00
8	门套打孔加工生产线	定制	1	500.00	500.00
9	钉角机	AUT 2112	2	38.00	76.00
10	喷漆晾干房	定制	1	8.00	8.00
11	油泵、喷枪	GRACO 、 G15C29	2	3.00	6.00
12	自动包装线	定制	1	800.00	800.00
小计			15	-	4,318.00

三、门套车间设备

1	冷压机	TA48-80T/10	6	4.00	24.00
2	多片锯	K34G/1500	1	180.00	180.00
3	电子开料锯	HPL 300/32/22	1	150.00	150.00
4	木条封边机	巴贝兰 CA	1	50.00	50.00
5	四面刨	Powermat 1200	2	200.00	400.00
6	包覆机	巴贝兰 PUR-33-L	2	65.00	130.00
7	加工中心	E6	1	42.00	42.00
8	线条喷涂线	MAKOR 定制	1	900.00	900.00

9	喷漆房	定制	2	5.00	10.00
10	油泵、喷枪	GRACO G15C29	3	3.00	9.00
11	45度门套切角加工机	定制	1	220.00	220.00
12	90度门套切角加工机	定制	1	200.00	200.00
13	自动定位导尺	FP4000	2	10.00	20.00
14	裁皮机	CasatiGOH2650	4	40.00	160.00
15	缝皮机	KUPUFL/INNOVATION	2	100.00	200.00
16	木皮指接生产线	定制	1	100.00	100.00
17	木皮备布生产线	定制	1	80.00	80.00
18	木皮砂光生产线	定制	1	60.00	60.00
小计			33	-	2,935.00

四、免漆门车间设备

1	电子开料锯	HPP 180	1	50.00	50.00
2	三层热压机	BY214*8/16 (3) HRC-A1	1	22.00	22.00
3	推台锯	MJ32-7	2	5.00	10.00
4	冷压机	TA48-80T/10	4	4.00	16.00
5	涂胶机	同安 MH6213	2	1.70	3.40
6	电子开料锯	HPL 300/32/22	2	150.00	300.00
7	门横挺加工线	跃通 MSK800	1	165.00	165.00
8	门边开榫加工机	跃通 MDK9120	5	25.00	125.00
9	加工中心	AP 311	2	190.00	380.00
10	高频组框机	CGPZ-35-CM	2	35.00	70.00
11	组框机	同安 TA480A-2	2	6.00	12.00
12	自动纸箱加工机	LIGMATECH VKS250	1	200.00	200.00
13	烤漆房	定制	1	50.00	50.00
14	油泵、喷枪	GRACO ; G15C29	3	3.00	9.00
15	加工中心	AP 211	1	150.00	150.00
16	砂光线	定制	1	160.00	160.00
17	加工中心	E6	2	42.00	84.00

小计			33	-	1,806.40
五、公用设备					
1	刀、刀具一批	-	1	150.00	150.00
2	叉车	CPC30HB-G6	8	30.00	240.00
3	其他小设备、工具、工装夹具	-	1	390.00	390.00
4	木粉尘除尘系统	定制	1	300.00	300.00
5	油漆粉尘中压除尘系统	定制	1	120.00	120.00
6	油漆粉尘高负压除尘系统	定制	3	50.00	150.00
7	油漆漆雾处理系统	定制	1	80.00	80.00
8	油漆污水处理系统	AT-DJ-001E	1	120.00	120.00
9	仓库货架	定制	1	80.00	80.00
10	地辊线	定制-	1	150.00	150.00
11	空压机	凌格风 S37-8	3	8.00	24.00
12	储气罐	定制	4	0.80	3.20
13	电梯	威得利 WH5005	10	32.00	320.00
14	压缩空气线线路	定制	1	50.00	50.00
小计			37	-	2,177.20
合计			135	-	16,648.60

8、项目环保措施

公司注重环境保护，将加强项目实施区域的绿化工作，并采取积极有效的措施对各项污染源进行处理，使各环境因素均符合国家相关规定，建设期与运营期的具体措施请参见本节“三、募集资金投资项目情况介绍”之“（一）整体厨柜生产线扩产及新建项目”之“4、整体厨柜生产线扩产及新建项目的具体情况介绍”之“（1）广州年产15万套厨柜扩产建设项目”之“5）项目环保措施”。

另外，针对本项目运作期间对环境保护工作的要求，公司对相关生产车间的环保设备进行了配套规划，拟投入770万元，购置七台环保系统设备，以确保项目实施过程中各项环境保护安全达到国家相关指标的要求，相关环保设备清单

如下：

单位：万元

序号	设备名称	数量	单价	金额
1	木粉尘除尘系统	1	300.00	300.00
2	油漆粉尘中压除尘系统	1	120.00	120.00
3	油漆粉尘高负压除尘系统	3	50.00	150.00
4	油漆漆雾处理系统	1	80.00	80.00
5	油漆污水处理系统	1	120.00	120.00
合计		7	-	770.00

9、项目选址和建设用地

本项目选址和建设用地情况请参见本节之“三、募集资金投资项目情况介绍”之“（一）整体厨柜生产线建设项目”之“4、整体厨柜生产线建设项目的具体情况介绍”之“6）项目选址和建设用地”。

10、项目实施进度

本项目建设周期为2年，已完成项目前期的考察论证、选址、可行性研究报告及生产线设计等工作，并已取得广州市发展和改革委员会出具的140101211010333号项目备案证，项目建成后即可完全达产。目前部分厂房和样板车间的主体工程已完工，尚未购买机器设备进行安装。相关实施进度安排如下：

项目	进度（月）																							
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
厂房及配套实施建设	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■						
仪器、设备采购															■	■	■	■	■	■				
设备安装调试																■	■	■						
系统流程建立																	■	■	■	■	■	■		
人员调动、招募及培训																	■	■	■					

入并全方位地积极参与品牌竞争。因此，欧派集团需在原有品牌建设的基础上继续加大投入，进一步提高“欧派”品牌价值，提升品牌竞争力并有效应对与竞争对手之间的市场竞争。

（2）巩固公司行业地位并进一步提高市场占有率的需要

欧派集团通过多年的行业积累、品牌投入和渠道建设，打造了“欧派”这一知名品牌，并逐步成长为整体家居行业的龙头企业。目前，我国整体家居行业正处于快速发展阶段，一方面，部分优秀企业已经成功打造自有品牌并形成一定的生产、销售规模，竞争和扩张成为现阶段行业发展的主题；另一方面，产品、服务和渠道的同质化导致整体家居行业内的全方位竞争异常激烈。因此，品牌影响力对公司进一步巩固行业地位并提升市场占有率具有非常重要的现实意义，这需要公司在品牌推广和广告营销方面进一步投入，扩大“欧派”品牌的知名度，并逐渐向美誉度和信任度转化。

（3）公司战略发展的需要

公司“大家居”战略构想的实现离不开对品牌的有效建设和持续投入，这不但有助于产品知名度、美誉度、市场占有率和销售额的提升，也有助于公司市场形象的成功建立。通过对品牌形象的推广和品牌价值的提升，公司将加快“欧派”由家居制造品牌向现代创意家居集团品牌的转型，实现打造受人尊敬、受人爱戴、中国著名并具有国际影响力的现代创意家居产业集团的战略愿景。

3、项目实施的可行性

公司自成立以来，一直注重自有品牌建设的投入和公司市场形象的建立。公司综合利用主流电视媒体、电台、网络、报刊杂志、户外广告等多种媒体资源，结合形象公关、主题推广及终端促销等活动的实施，对公司的产品与服务进行立体式宣传。

通过多年的积累、投入与努力，公司相继获得“国家监督检测产品质量十佳放心品牌”、“质量可靠、消费者放心产品”、“中国著名品牌”、“中国厨柜市场产品质量消费者满意最喜爱第一品牌”、“中国厨柜行业领军品牌”、“中国名牌产品”、“中国驰名商标”等诸多荣誉。“欧派”品牌也已获得众多消费

者的广泛认同，拥有较高的知名度和市场影响力，为本次品牌推广项目的实施提供了良好的基础。

同时，公司聘请了优秀的品牌策划、公共关系管理人才，建立了品牌推广队伍，并不断加强与国内外优秀品牌管理、公共关系管理、终端陈列设计专业公司的合作，通过内外结合的方式提升公司的品牌推广水平。公司的品牌推广团队在品牌定位、设计、活动策划与推广方面具备丰富的管理经验，并已经对公司未来几年的品牌建设进行了详细规划，为本次品牌推广项目的实施提供了有力保障。

4、欧派家居品牌推广项目的具体情况介绍

(1) 品牌推广项目的实施策略

品牌推广是公司树立自身品牌、企业形象并赢取消费者认同的重要营销方式，需突出品牌的核心特点，加强消费者对企业产品核心要素、核心内容的理解，凸显公司的核心竞争优势。

公司将以中央电视台与主流地方卫视等电视媒体为主体，同时覆盖报刊杂志、电台、网络、户外广告等宣传媒介，通过广告、微电影、宣传片、主题推广、终端促销、售后服务活动及公益活动宣传“欧派”品牌，传递公司的核心价值理念。

(2) 品牌推广项目的投资概算

本项目实施的投资概算如下表所示：

单位：万元

项目	T年	T+1年	T+2年	小计
媒介广告推广费	4,800.00	6,000.00	7,200.00	18,000.00
主题活动推广费	1,600.00	2,000.00	2,400.00	6,000.00
促销活动推广费	1,600.00	2,000.00	2,400.00	6,000.00
合计	8,000.00	10,000.00	12,000.00	30,000.00

其中，各项推广费用支出的具体情况包括：

①媒体广告推广，主要用于向电视、报刊杂志、电台、户外、网络等媒介进

行广告投放,与专业机构合作制作优质的广告宣传片并通过合适的渠道进行品牌推广,相关费用明细如下表所示:

单位:万元

类型		媒介选择	T年	T+1年	T+2年	小计
电视	央视	CCTV1、CCTV2、CCTV3、CCTV13	1,200.00	1,600.00	1,800.00	4,600.00
	卫视	湖南卫视、江苏卫视、山东卫视、凤凰卫视	720.00	800.00	1,080.00	2,600.00
报刊杂志		《瑞丽家居》、《时尚家居》、《周末画报》、《第一财经》	160.00	200.00	240.00	600.00
电台		《中国之声》	160.00	200.00	240.00	600.00
户外		机场广告、高铁广告、道路广告	1,600.00	2,000.00	2,400.00	6,000.00
网络		搜房网、搜狐、百度、大众点评网、团购类网站	960.00	1,200.00	1,440.00	3,600.00
合计			4,800.00	6,000.00	7,200.00	18,000.00

②主题活动推广,用于公益主题活动、研讨会、讲座、微电影拍摄、举办相关活动等方面投入,相关费用明细如下表所示:

单位:万元

内容	T年	T+1年	T+2年	小计
形象公关活动	400.00	500.00	600.00	1,500.00
主题活动推广	1,200.00	1,500.00	1,800.00	4,500.00
合计	1,600.00	2,000.00	2,400.00	6,000.00

③促销活动推广,用于促销活动策划、展厅产品推广、终端促销活动的投入,包括给予各地经销商必要的户外广告补贴与活动策划、筹备补贴,相关费用明细如下表所示:

单位:万元

内容	T年	T+1年	T+2年	小计
活动策划	80.00	100.00	120.00	300.00
展厅产品推广活动	320.00	400.00	480.00	1,200.00
终端促销活动	1,200.00	1,500.00	1,800.00	4,500.00
合计	1,600.00	2,000.00	2,400.00	6,000.00

5、欧派家居品牌推广项目的效益分析

本次品牌推广项目的实施，将加深消费者对“欧派”品牌高雅、时尚和国际化的认知与理解，提升“欧派”品牌在市场的知名度、美誉度和客户忠诚度，增强消费者对公司产品的信任和支持，带动公司产品销售收入与市场占有率的提升，实现“欧派”品牌价值提升，并为公司持续、健康、稳定的发展奠定坚实的基础。

（六）信息化系统建设项目

1、项目的实施背景

（1）信息化已成为制造业发展的必然趋势

上世纪 80 年代以来，发达国家高度重视通过应用信息技术大力推进制造业发展，加快企业管理信息化进程，以提升制造业企业的核心竞争力和国际竞争力。目前我国正处于产业转型的关键时期，面临着以信息化带动工业化、以工业化促进信息化，走新型工业化道路的必然选择。我国企业整体信息化水平正在不断提高，多数先进的制造业企业已全面进入信息化技术全面应用的阶段。另外，《中国家具产业升级指导意见》也提出，要推动生产改造，促进产业提升，提倡广泛应用现代信息化技术，以信息化改造来提升家具制造业是家具产业提升的重要环节。从原材料采购，家具生产管理，产品订货管理，产品发送管理，到市场营销都要应用信息化技术。

（2）规模化、定制式生产模式在家具制造业的广泛应用

现代家具企业以大规模定制的理念、整体优化的观点，充分整合已有的各种资源，运用现代设计方法，在信息技术和先进制造技术的支持下，根据客户的多

样化、个性化需求，用大批量生产的成本、质量，有效率地为客户提供个性化需求产品和服务。这种先进生产模式的核心是产品品种的多样化和个性化定制产品的大规模生产。这种先进的生产模式需要得到现代生产、管理、组织、信息、营销等技术平台的支持。

（3）信息化建设推动我国家具制造业的转型升级

信息化建设使家具制造业走向成熟，并引发信息产业与家具制造业之间的互动反应，推动新型经营模式的产生。通过信息化建设，家具制造企业可在信息化平台建立产品设计制造的资源库、知识库和相关应用工具，并发展异地协同设计系统、资源共享与协作系统、区域制造中心全球采购系统和现代物流配送系统等应用系统，从而提高行业创新能力，发挥区域优势，促进产业链整合，提高资源空间配置效率，加强不同区域制造中心的联合与协作，全方位支持具有竞争优势的产业集群的形成，推动我国家具制造业的转型升级。

2、项目实施的必要性与可行性分析

（1）项目实施的必要性分析

1) 适应行业发展趋势和提升市场竞争力的需要

近年来，随着家具行业竞争的日益激烈，消费者对家具产品的要求不断提高，企业需要及时洞悉市场和流行趋势的变化，迅速组织产品的生产、运输、配送和销售，这对家具制造企业的信息化管理水平提出了更高要求。对自主品牌而言，信息化将有力推动经营规模的快速扩张和企业管理水平的提高。而越来越多的国内家具企业已开始紧跟国际步伐，加大力度完善和升级其信息管理系统。因此，公司实施信息化系统建设项目是适应行业发展趋势和提升市场竞争力的需要。

2) 提升客户服务能力的需要

近年来，公司十分重视信息系统的建设，对获取客户服务信息的准确性和及时性提出较高要求，需在原有基础上进一步加强信息化系统建设，以获得即时的市场需求信息，合理安排生产流程进度，整体把握公司整体运营情况。公司在定制化整体厨柜、整体衣柜和定制木门等整体家居产品的生产与销售过程中，客户个性化需求下单、产品设计、组织生产及交货安装等流程都需要信息系统的有力

支持，提高客户对定制化产品的满意度并降低设计生产过程中的出错率。信息化系统建设项目主要是针对公司现有信息管理系统中的厨柜业务板块综合管理系统、衣柜业务板块综合管理系统两个子系统进行升级改造，同时增加定制木门业务板块生产经营管理信息系统，满足募投项目实施后整体厨柜、整体衣柜和定制木门产销量大幅度提高的信息化管理配套需求。

3) 提升公司内部运营管理能力的需要

目前，公司已通过财务管理系统、OPPEIN 商场前端设计及内外自动报价系统、OPPEIN-E 平台电子商务系统、OPPEIN-FCA 工艺技术审核及价格审核系统等基本解决大型传统制造业为适应市场而导向个性化订制、规模化产品生产所面对的主要问题。但是随着公司业务的加速扩张、订单数量的大幅增长以及移动终端即时通讯时代的来临，销售网点数量增加、生产基地扩充新建、各工序扫描端口增加，都对现有信息化系统的拓展升级存在迫切要求。

本项目实施完成后，改进的信息管理系统将具备全面集成的特性和功能，优化公司业务流程，提高内部营运管理能力，实现业务数据集中统一管理，提升产品设计制造效率，加快制造系统反应速度，强化柔性制造能力并构建更加经济、高效的业务体系，为公司下一阶段的发展打下坚实的基础。

(2) 项目实施的可行性分析

1) 信息技术与社会信息服务体系的日益完善

从 20 世纪末开始，计算机和通信技术已经逐步渗透到我国社会的各个方面，并逐渐成为人们工作和生活必不可少的组成部分。计算机及通信的硬件、软件技术都已较为成熟，制造厂商为数众多。特别是在软件方面，各种类型的企业信息应用软件技术日益成熟，应用范围已经从单一的财务管理领域向全产业链扩展，并能够根据企业实际需求定制个性化模块，形成了促进行业交流与企业发展的内在动力。另外，随着各种企业对信息技术服务的迫切需求，一批信息咨询服务机构在不同区域、不同专业领域涌现出来，形成深入、专业、针对性较强的信息技术服务平台，为企业提供全方位的信息技术咨询与服务。计算机和通信技术的发展成熟以及社会信息服务体系的日益完善，为本项目的实施提供了基本保证。

2) 公司所拥有的信息化建设机制和经验

通过近年来的发展，公司在项目管理、财务管理、人力资源管理等内部信息化运营管理方面已基本形成较为成熟的规范和制度，相关人员对工作流程、工作权限、工作标准都较为熟悉。另外，公司从 2003 年开始推进企业信息化建设，已逐步建立网络支撑系统、办公自动化应用系统、金蝶 K3 财务—采购—供应链管理系统、欧派展示设计系统、欧派综合订单管理系统、欧派培训系统，并在后续发展过程中进行过多次的升级改造。公司多年来对信息化系统建设的机制和经验将从项目管理、网络运维、系统管理、规划与选型等方面为本项目的顺利实施提供有力支持。

3、项目概况

随着产品线的丰富和销售网络的扩充，公司日常经营对信息化管理手段和工具存在迫切需求。公司计划全面启动产、供、销、人、财、物集成管理，整合供应链，为业务渠道创新、管理和运营创新、战略与商业模式创新提供平台，从而提高企业运营效率和效益，为公司在全国范围内进行信息管理的标准化复制与经营成本控制提供有力支持。

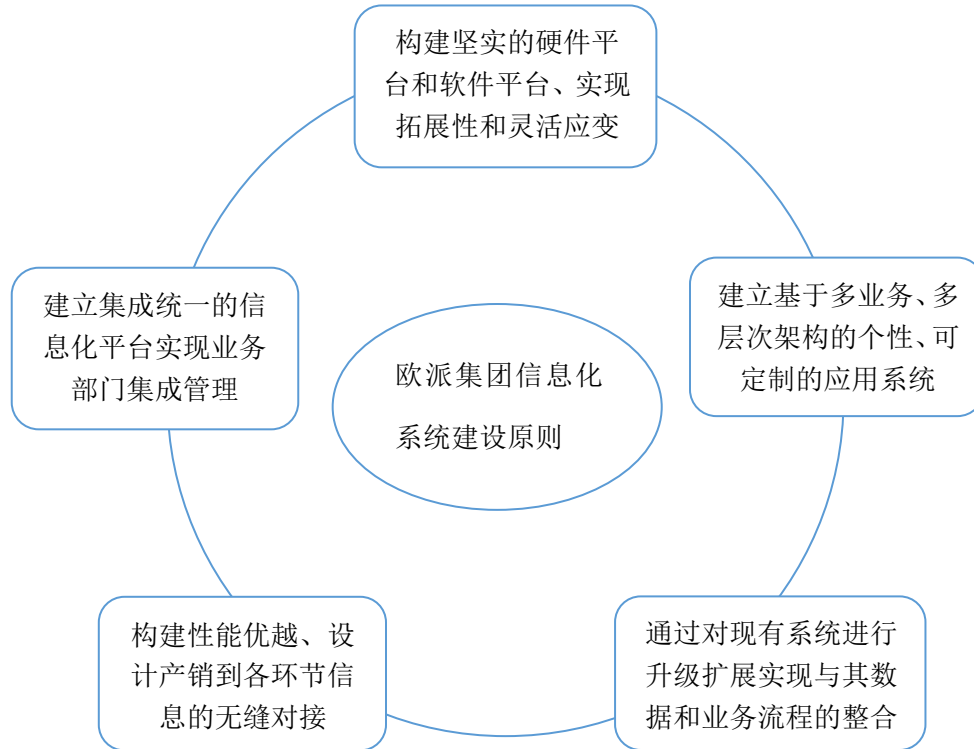
公司将根据信息化建设和运营的现状，结合公司长期发展战略对信息化建设的需求，对现有的厨柜线综合管理系统进行升级改造，包括综合订单管理平台全程智能辅助升级、自动化智能化排产系统升级、集成数控柔性制造管理系统升级、物流仓储管理系统升级等内容；对现有的衣柜线综合管理系统进行升级改造，包括建立 2020 产品设计报价系统、BizOrder 电子商务平台、产品多系统无缝对接平台和优化计料生产等内容；同时增加木门业务板块生产经营管理信息系统。

本项目总投资 3,928.36 万元，其中，建设投资为 3,167.64 万元，主要用于机房硬件建设、其他硬件和软件购置；安装工程费包括建设单位管理费用、装修费用，共计 403.60 万元；培训费用 357.12 万元。本项目完成后，公司将拥有行业领先水平的信息管理系统，解决传统非标准定制化产品在信息化时代批量生产和销售的信息化处理问题。

4、项目建设方案

(1) 本项目的建设原则

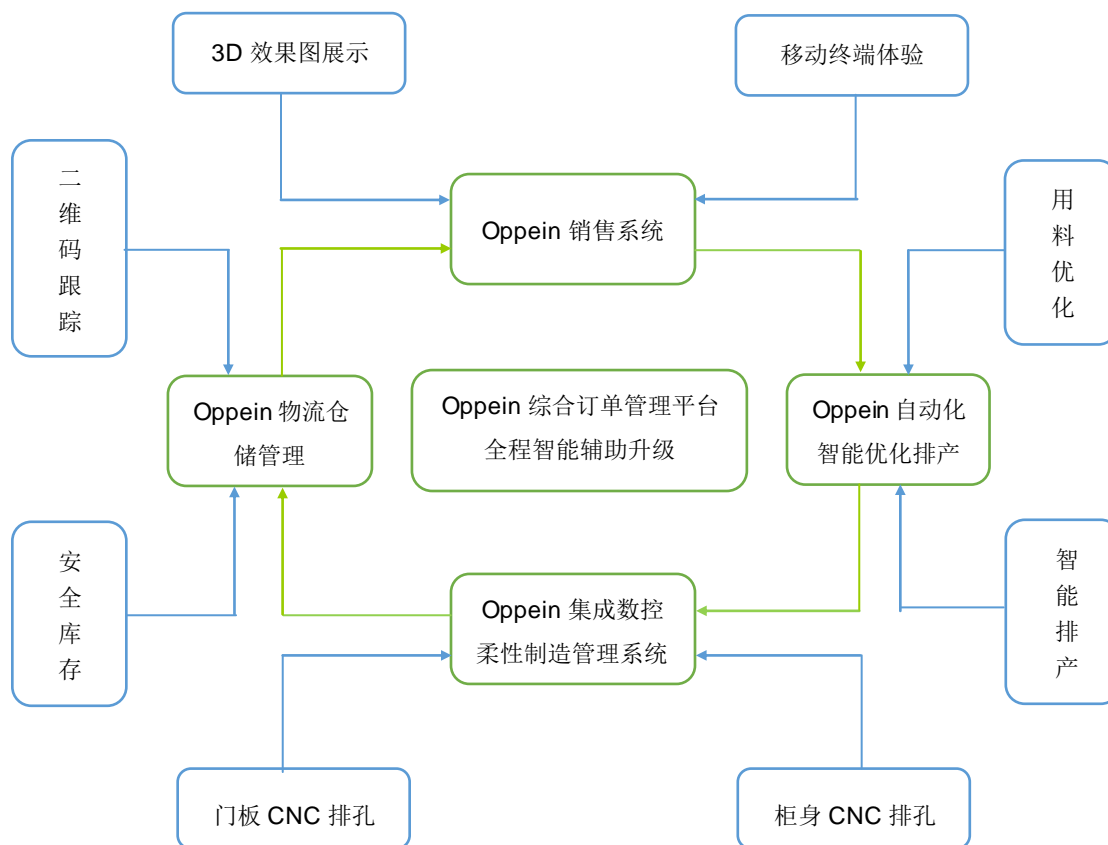
信息化系统建设项目的建设原则如下图所示：



(2) 本项目的具体建设内容

本项目拟升级改造的整体厨柜综合管理系统与整体衣柜综合管理系统主要功能模块介绍如下：

1) 整体厨柜综合管理系统



① Oppein 自动化智能化排产系统

建立产地审核与自动排产两大功能，其中，自动排产功能将包含工厂和车间配置，加盟商组、工艺组与车间的配置，假期、生产周期、参考点的配置。

② Oppein 销售系统

解决大批量、多元化、定制化个性产品售后订单的生成、确认、快速响应、电子传单、信息快速、实时回应，使售后服务快速响应，在线跟进受理过程、结果，同步问题分类、原因分析和责任分摊，优化流程，减少和并行相关环节，为终端客户提供优质高效的服务。

③ Oppein 物流仓储管理

通过条码技术对订单生产的各工序进行条码扫描，显示订单生产过程中在物料投放、产成入库、库存调配、配送检验等环节的数据变化，以便于相关部门对订单的订购、排产、出货、物流配送等全过程进行跟踪和控制。

④ 用料优化

在台面 BOM 产生后，研究各类台面板、挡水、裙边、炉孔、盆孔等大料、小料的最优成本组合规划，建立适应台面产品质量体系升级的各类数控设备管理系统。

⑤ 门板 CNC 排孔

通过对柜身 CNC 排孔的研究和运用，优化整体厨柜产品的各类孔位信息管理，同时与德国豪迈等国际大型制造设备厂商研究适合门板高效 CNC 排孔的各类控制程序，以便对接各类数控生产设备。

⑥ 柜身 CNC 排孔

通过 PDM 底层平台的升级，满足不同产品系列、产品规格、产品工艺所需要的参数支持，在原有基础上实现所有产品完全自动化扫描排孔。

⑦ 二维码跟踪

实现品牌展示二维码跟踪，建立适应全民信息化的终端客户对个人所购买产品的跟踪、查伪体系的综合平台。

⑧ 安全库存

在现有标准件人工管理基础上，开发未来适用公司各个产业基地、不同车间、不同产品标准件的“进、销、存”安全预警和生产管理系统。

⑨ 3D 效果图展示

研发能够快速设计生成、更换材料和风格，又能达到逼真效果的 3D 效果展示软件，为终端客户实现更强大的视觉、感观体验。

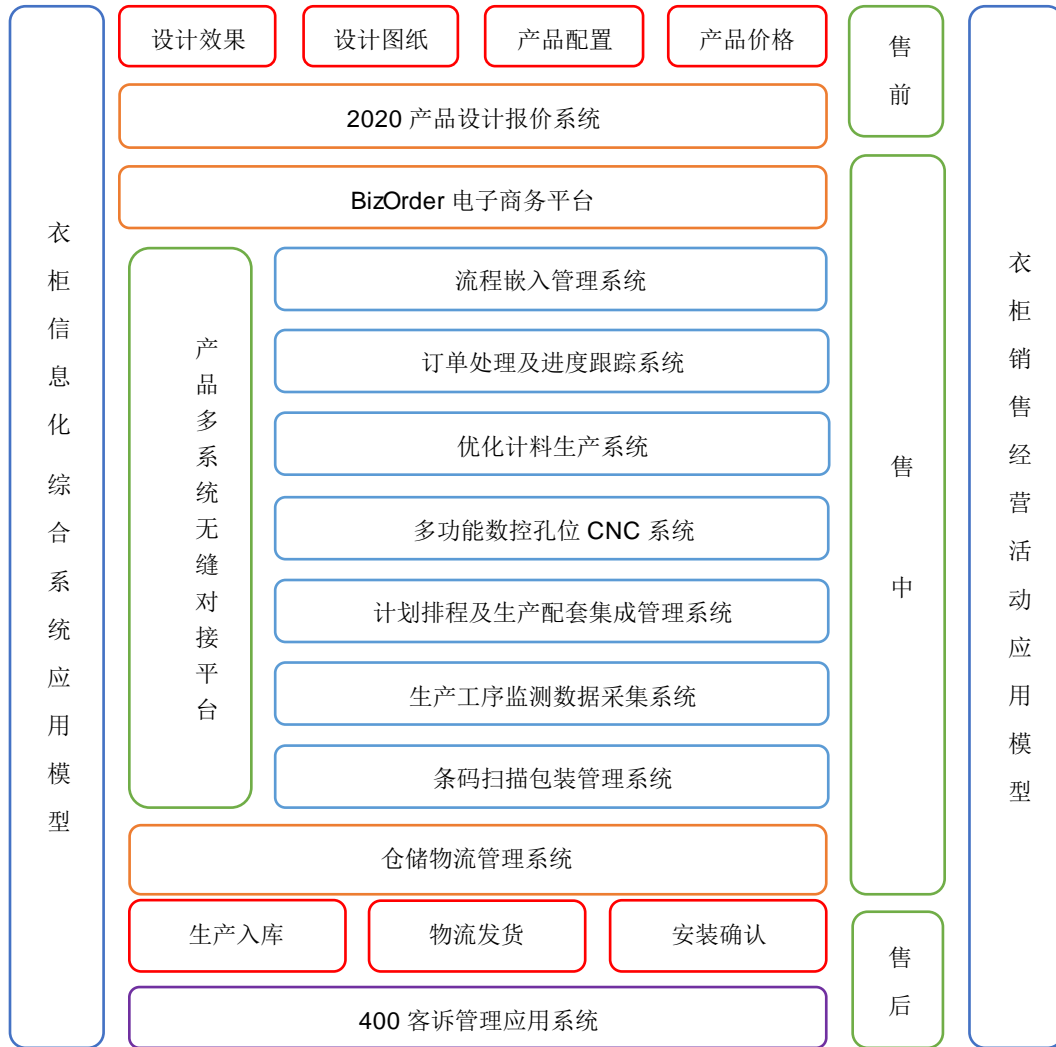
⑩ 应用能力培训

结合软件综合升级，完善软件操作功能，持续对终端设计人员的推广培训和奖励、一对一设计师案例指导，提升设计师对最新产品、工艺、功能操作的掌握。

2) 整体衣柜综合管理系统

该系统是集产品销售终端设计到下单、生产、发货、售后服务等业务流程的电子商务平台，在国内同行业中处于领先地位。衣柜综合管理系统将信息技术统

筹应用于衣柜产品的设计、销售过程,将彻底改变传统家具行业的销售管理模式,大幅提高销售及产品流通效率,拓宽销售渠道,推进传统家具制造企业的信息化改造和转型升级,其主要内容如下图所示:



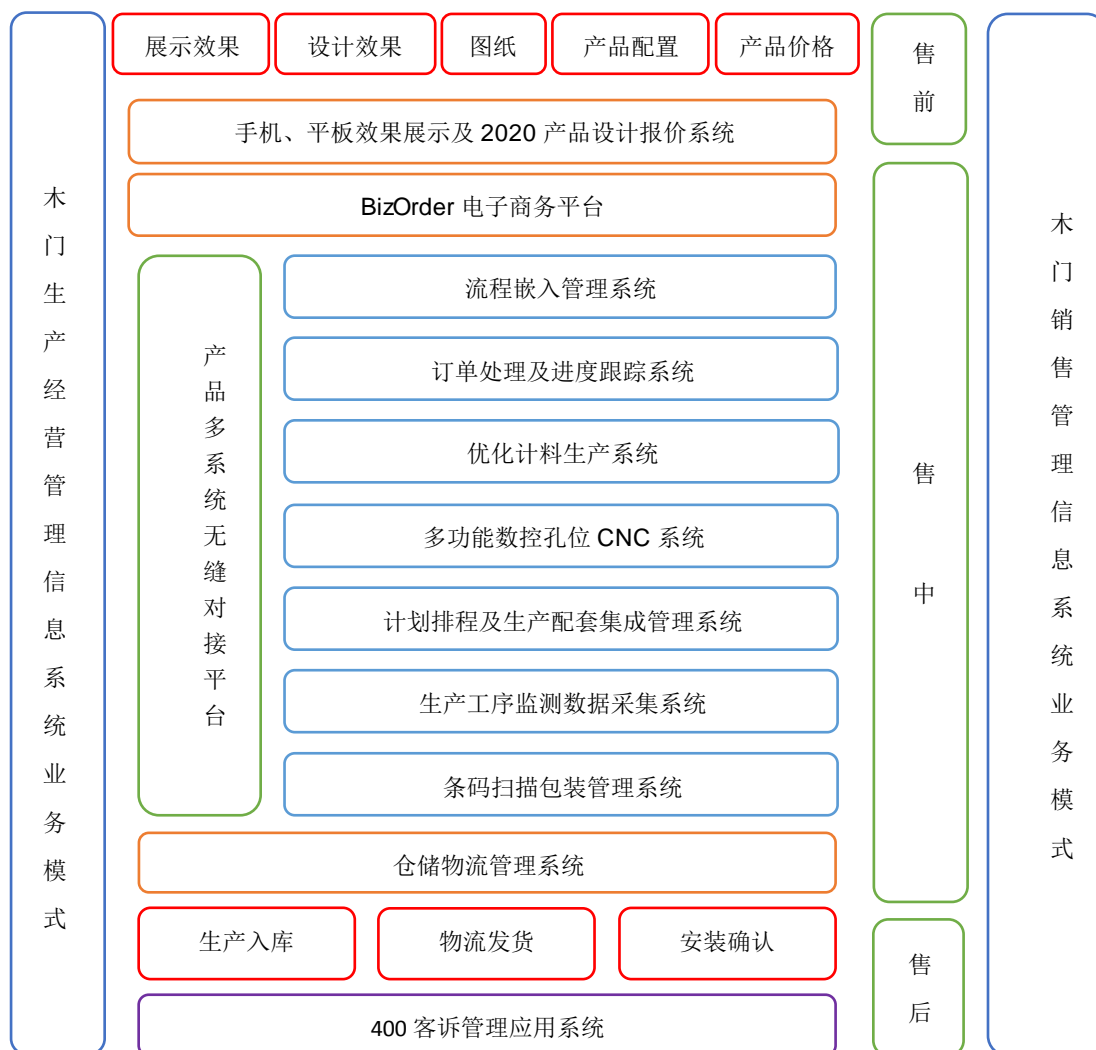
上图中的各组成部分与其功能如下表所示:

序号	组成部分	功能
1	2020 产品设计报价系统	为销售前端设计、自动报价提供专业化后台支持
2	BizOrder 电子商务平台	为销售前端店面管理、订单传递等提供规范的店面销售管理流程
3	产品多系统无缝对接平台	把商场设计图纸直接转换给生产环节所需的信息
4	流程嵌入系统	为公司衣柜产品业务提供工作流程制定、修改的相关工具
5	订单处理及进度跟踪系统	为所有专业系统提供集成基础资料管理、控制,发

		出和收集信息，同时为订单流程处理提供服务
6	优化计料生产系统	电子化订单数据与德国先进设备的集成对接开发，形成优化锯料方案，提高原材料利用率、设备效能使用率及加工精度
7	多功能数控孔位 CNC 系统	电子化订单 CNC 信息与德国先进 PTP 加工中心集成对接开发，实现加工设备自动化连接和条码驱动加工
8	计划排程及生产配套集成管理系统	为各个车间、厂区产品排程，提供衔接前配套车间与后成品库房的多产品、多车间、多流程、集成化管理服务
9	生产工序监测数据采集系统	为所有现场工序节点提供扫描、监测、进度跟踪等实时化服务
10	条码扫描包装管理系统	提供扫描包装等实时化服务

3) 木门生产经营管理信息系统

该系统是集定制木门产品的销售终端展示、设计、订单拆分、下单、生产现场管理、发货及售后服务等业务流程的综合系统平台，在国内同行业内处于领先地位。定制木门生产经营管理信息系统将信息技术统筹应用于定制木门产品的卖场展示、设计、销售过程，将彻底改变传统木门行业的销售管理模式，大幅提高销售及产品流通效率，拓宽销售渠道，推进传统木门制造企业的信息化改造和转型升级，其主要内容如下图所示：



上图中的各组成部分与其功能如下表所示：

序号	组成部分	功能
1	手机、平板设备端效果展示系统、2020 产品设计报价系统	为销售前端的产品展示、体验、设计、自动报价提供专业化后台支持
2	BizOrder 电子商务平台	为销售前端店面管理、订单传递等提供规范的店面销售管理流程
3	产品多系统无缝对接平台	把商场设计图纸直接转换给生产环节所需的信息
4	流程嵌入系统	为公司木门产品业务提供工作流程制定、修改的相关工具
5	订单处理及进度跟踪系统	为所有专业系统提供集成基础资料管理、控制，发出和收集信息，同时为订单流程处理提供服务
6	优化计料生产系统	电子化订单数据与德国先进设备的集成对接开发，形成优化锯料方案，提高原材料利用率、设备效能使用率及加工精度
7	多功能数控孔位 CNC 系统	电子化订单 CNC 信息与德国先进 PTP 加工中心

		集成对接开发，实现加工设备自动化连接和条码驱动加工
8	计划排程及生产配套集成管理系统	为各个车间、厂区产品排程，提供衔接前配套车间与后成品库房的多产品、多车间、多流程、集成化管理服务
9	生产工序监测数据采集系统	为所有现场工序节点提供扫描、监测、进度跟踪等实时化服务
10	条码扫描包装管理系统	提供扫描包装等实时化服务

5、投资概算

本项目募集资金总量为 3,928.36 万元，其中，建设投资为 3,167.64 万元，主要用于机房硬件建设、其他硬件和软件购置；安装工程费包括建设单位管理费用、装修费用，共计 403.60 万元；培训费用 357.12 万元。具体项目投资构成如下：

投资内容	投资金额（万元）	占总投资的比例
一、建设投资	3,167.64	80.64%
1、硬件购置费	617.64	15.72%
2、软件购置费	2,550.00	64.91%
二、安装工程费	403.60	10.27%
三、实施培训推广费用	357.12	9.09%
合计	3,928.36	100.00%

6、设备方案

（1）硬件设备建设投资

本项目硬件设备建设投资主要包括数据服务器、应用服务器、存储设备、存储交换机，各营销网点的终端服务器、产品展示设备、PC 机、条码扫描设备等。投资金额跟据目标硬件提供商的报价及市场价格估算，具体投资内容请见下表：

序号	平台、模块及其他	金额（万元）
1	木门业务板块的生产管理系统使用的网络设备、光纤专线及服务交换设备	170.00
2	广州基地中心机房硬件网络以及服务器改造	130.00
3	天津基地 insight 系统模块应用的网络设备及容灾备	120.00

	份设备	
4	购买 insight 系统使用的存储设备及工作站等	86.90
5	广州 insight 原材料及采购模块辅助的系统条码扫描设备	80.00
6	工厂生产设备 FXM 解析模块硬件及配套接口	30.74
合计		617.64

(2) 软件设备建设投资

本项目应用软件系统建设包括购置 OPPEIN 销售系统、OPPEIN 集成数控柔性制造管理系统、OPPEIN 自动化智能优化排产系统、OPPEIN 综合订单管理系统平台全面升级、标准件库存系统、家居 3D 效果图展示软件、移动终端 APP 体验系统和木门业务板块生产经营管理信息系统等。投资金额跟据目标软件提供商的报价及市场价格估算，具体投资内容请见下表：

序号	平台、模块及其他	金额（万元）
1	家居 3D 效果图展示	500.00
2	木门业务板块生产经营管理信息系统	500.00
3	应用能力培训	300.00
4	OPPEIN 综合订单管理系统平台全面升级	270.00
5	门板 CNC 排孔	200.00
6	移动终端 APP 体验系统	200.00
7	柜身 CNC 排孔	150.00
8	用料优化	100.00
9	标准件库存系统	100.00
10	OPPEIN 集成数控柔性制造管理系统	80.00
11	OPPEIN 销售系统	70.00
12	二维码跟踪	50.00
13	OPPEIN 自动化智能优化排产系统	30.00
合计		2,550.00

7、项目选址和建设用地

本项目将在公司总部驻地广州市白云区广花三路 366 号及各生产基地区域

内进行建设。

8、项目实施进度

本项目建设周期为3年，已完成项目前期的考察论证、可行性研究报告及规划设计等工作，并已取得广州市白云区经济贸易局出具的14011121103000256号项目备案证。近半年来，公司开展了整体厨柜综合管理系统及木门信息系统的网络带宽、服务器等支撑系统的存储备份平台建设；整体厨柜综合管理系统E5最新版本的软件系统已经部署在实际环境应用中，目前已全部切换至新版本，大部分模块应用顺畅，个别模块尚在进一步优化中；对衣柜生产系统的BIZORDER进行了全面的升级和替换，优化了整个订单传送流程；物流系统的实施和部署工作已经开展，预计2017年初开始上线使用，成功使用后将整个集团的物流体系进行全面的整合。

项目实施进度具体如下：

序号	项目实施	第一年		第二年		第三年	
		1-6月	7-12月	1-6月	7-12月	1-6月	7-12月
1	项目筹备						
2	设备招标并签订采购合同						
3	机房设备安装及调试						
4	终端设备安装及调试						
5	基础平台、网络平台、容灾平台安装及调试						
6	系统平台、网站平台、安全平台安装及调试						
7	系统集成						
8	信息化试运行						
9	项目建成投入使用						

9、投资项目的效益分析

本项目建设完成并投入运行后，本身不直接产生经济收入，但该系统的运行将大幅度提高集团公司决策能力和运营管理效率，提升信息收集和分析能力，强化业务操作透明度，为公司的业务扩张提供强力支持。具体表现在以下方面：

（1）优化企业全产业链运作

本项目的实施将有效降低存货周转时间、库存盘点误差、原材料库存成本，提高存货周转率、订单达成率与响应速度，进而降低业务营运成本和闲置资金数量，高效合理地利用供应链资源，显著降低流通成本，为公司减少加班工时 10%，减少缺件 15%，提高生产率 15%，降低管理成本 5%左右，显著提高公司盈利水平。同时，管理信息系统的完善将有效加强公司财务监管，提高应收账款的周转率和加快货款回收，优化公司资金管控能力，提升公司的盈利能力和经营活动现金流量，配合建立公司内部全方位的财务管理和监控体系，发挥信息管理系统的集成管理能力。

（2）提高公司生产的规模化、定制化水平

本次信息化系统升级改造完成后，公司产品的设计效率将得到显著提高，经销商商场接单成功率提高 25%以上，产品开发技术准备周期及制造周期缩短 10%~20%，接单后的交货周期减少 2 天以上，交货履约率得到进一步提升。另外，本项目的实施将使公司在国内同行业企业中率先开发和使用衣柜产品专用软件，提高产品设计个性化水平和客户信息反馈速度，加速转变衣柜产品传统运营模式，有效配合公司产能和销售额的快速增长。

四、募集资金运用对公司财务和经营状况的影响

（一）改善公司财务状况，提高公司盈利水平

本次募集资金投资项目实施后，公司的资产规模将大幅增加，资产负债率和财务风险将大幅降低，偿债能力和资产流动性将显著提升。

本次募集资金全部投向主营业务，根据项目可行性研究报告，假设行业生产经营环境、国家产业政策和宏观经济不发生大的变化，以广州年产 15 万套厨柜扩产建设项目、天津年产 15 万套厨柜扩产建设项目、广州年产 30 万套衣柜生产线建设项目、无锡生产基地（一期）建设项目和年产 60 万橡木门生产线建设项目测算，项目全部达产后，公司平均每年可新增销售收入 556,000.00 万元，扣除相关期间费用和折旧，平均每年新增利润总额 52,467.38 万元，盈利水平大

幅提高。

（二）净资产规模大幅增长，净资产收益率短期内下降

本次发行后，公司净资产将大幅增长，截至 2016 年 12 月 31 日，公司归属于母公司所有者权益为 288,204.55 万元。本次募集资到位后，净资产规模增幅较大。在募集资金投资项目达产前，公司的净资产收益率可能有所降低。

（三）固定资产扩张与各产品产能的配比情况

以广州年产 15 万套厨柜扩产建设项目、天津年产 15 万套厨柜扩产建设项目、广州年产 30 万套衣柜生产线建设项目、无锡生产基地（一期）建设项目和年产 60 万樘木门生产线建设项目测算，公司主要产品现有产能及上述项目募集资金投资新增产能数据如下：

产品	2016 年产能	投资项目新增产能	增幅
广州年产 15 万套厨柜扩产建设项目	50.00 万套/年	30.00 万套/年 (注)	60.00%
天津年产 15 万套厨柜扩产建设项目			
无锡生产基地（一期）建设项目之年产 10 万套厨柜生产线			
广州年产 30 万套衣柜生产线建设项目	73.00 万套/年	55.00 万套/年	75.34%
无锡生产基地（一期）建设项目之年产 30 万套衣柜生产线			
年产 60 万樘木门生产线建设项目	15.00 万樘/年	60.00 万樘/年	400.00%

注：截至 2016 年 12 月 31 日，天津 15 万套厨柜、无锡 10 万套厨柜及 30 万套衣柜募投项目中部分厂房已投产，2016 年产能中已涵盖了部分天津及无锡募投项目的产能，因此，募投项目新增的产能有所减少。

本次公开发行募集资金投资新增固定资产总额和截至 2016 年 12 月 31 日公司合并报表中固定资产原值的数据如下：

固定资产	现有固定资产原值 (万元)	募集资金投资新增 固定资产 (万元)	增幅
房屋建筑物	87,107.16	74,343.71	85.35%

机器设备	98,262.88	107,611.74	109.51%
运输工具	2,899.13	-	-
其他设备	11,680.32	3,571.24	30.57%
合计	199,949.49	185,526	92.79%

以全部募集资金投资项目合计测算，公司各主要产品产能的增加主要与房屋建筑物和机器设备相关，从上表可以看出，上述项目募集资金主要用于房屋建筑和购置机器设备。

（四）新增固定资产折旧对公司未来经营成果的影响

本次发行募集资金投资项目中有六个项目涉及固定资产投资，固定资产投资总额为 185,526.69 万元，六个项目全部建成以后，固定资产投资年折旧额总计为 14,998.29 万元，将导致公司未来固定资产折旧的大幅增加。以现行固定资产折旧政策，募集资金投资项目建成后固定资产投资年折旧明细情况如下：

单位：万元

项目名称	预计固定资产金额	预计固定资产年折旧
广州年产 15 万套厨柜扩产建设项目	26,548.75	1,952.45
天津年产 15 万套厨柜扩产建设项目	26,353.43	1,788.71
广州年产 30 万套衣柜生产线建设项目	31,192.30	2,740.47
无锡生产基地（一期）建设项目	71,731.70	5,726.20
年产 60 万樘木门生产线建设项目	26,129.67	2,097.64
信息化系统建设项目	3,571.24	692.82
合计	185,526.69	14,998.29

同时，根据上述项目的投资建设规划，上述项目建设期只有 2 至 3 年，广州年产 15 万套厨柜扩产建设项目、天津年产 15 万套厨柜扩产建设项目、广州年产 30 万套衣柜生产线建设项目、无锡生产基地（一期）建设项目和年产 60 万樘木门生产线建设项目实施完成后第三年将完全达产并实现盈利，上述项目完全达产后，每年税后利润预计可增加 42,149.67 万元（已考虑增加固定资产投资年折旧额的影响）。因此新增折旧和摊销不仅不会降低公司整体盈利能力，还可

在现有水平上大幅提升。

第十四节 股利分配政策

一、本次发行前的股利分配政策

本公司按照自身业务发展需要制定每年的利润分配计划，并采用现金、股份、现金与股份相结合或者法律许可的其他方式等多种方式进行利润分配。每年的利润分配方案由董事会拟定，经本公司股东大会审议通过后执行。本公司缴纳所得税后的利润，按下列顺序分配：

1、公司分配当年税后利润时，应当提取税后利润的 10%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 50%以上的，可以不再提取。公司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。

2、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。

3、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。

公司的公积金可以用于弥补公司亏损、扩大公司生产经营或者转增公司资本。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 25%。

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 2 个月内完成股利（或股份）的派发事项。

二、本次发行后的股利分配政策

为保障本公司股东的合法权益、为股东提供稳定持续的投资回报，实现本公司价值和股东收益的最大化，公司根据《公司法》和《公司章程（草案）》中有关利润分配政策的相关规定，在综合分析公司实际情况、股东意愿、外部融资环境等因素的基础上，制定本次发行后的股利分配政策，具体如下：

（一）利润分配原则

公司在制定利润分配政策和具体方案时，应当重视投资者的合理投资回报，并兼顾公司的长远发展，保持利润分配的连续性和稳定性。在有条件的情况下，公司可以进行中期现金分红。

（二）利润分配方式

公司利润分配可采用现金、股票、现金与股票相结合或者法律、法规允许的其他方式。相较于股票股利方式，公司应优先采用现金分红方式进行利润分配。结合公司现金流状况、业务成长性、每股净资产规模等因素，公司可以采用股票股利方式进行利润分配。

（三）差异化的现金分红政策

在满足现金分红条件、保证公司正常经营和长远发展的前提下，公司原则上应在每年年度股东大会召开后进行一次现金分红，且以现金方式分配的利润应不少于当年实现的可分配利润的 20%；公司存在以前年度未弥补亏损的，以现金方式分配的利润应不少于弥补亏损后可分配利润的 20%；公司实施现金分红政策时，可以同时派发股票股利。

公司董事会应当综合考虑公司所处行业特点、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，按照前项规定处理。

(四) 利润分配方案的决策程序和机制

(1) 公司每年的利润分配方案由董事会结合《公司章程》的规定、盈利情况、资金供给和需求情况提出、拟订。董事会会议审议具体现金分红方案时，应当认真研究和论证公司现金分红的时机、条件、最低比例、调整的条件及决策程序要求等事宜，独立董事应对利润分配方案进行审核并发表独立明确的意见，监事会应对利润分配方案进行审核并提出书面审核意见，董事会将经董事会会议和监事会会议审议通过并经独立董事发表独立意见后的利润分配方案提交股东大会审议批准。

独立董事可以征集中小股东的意见，提出分红提案，并直接提交董事会审议。

股东大会对现金分红具体方案进行审议时，应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。

(2) 公司因特殊情况不进行现金分红或者现金分红水平较低时，公司应在董事会决议公告和年报全文中披露未进行现金分红或现金分配低于规定比例的原因，并对公司留存收益的确切用途及预计投资收益等事项进行专项说明，经独立董事发表意见后提交股东大会审议。

(3) 董事会会议审议制定利润分配相关方案时，须经全体董事过半数表决通过方可提交股东大会审议；股东大会审议制定利润分配相关政策时，须经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表决通过。

(4) 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现金股利（或股票股利）的派发事项。

(5) 股东存在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股利，以偿还其占用的资金。

(五) 利润分配政策的调整

当公司外部经营环境或自身状况发生重大变化，或根据投资计划和长期发展需要确需对利润分配政策进行调整时，可以对政策进行相应调整，但调整后的利润分配政策不得违反中国证监会和上海证券交易所的有关规定。

(1) 董事会应对修改利润分配政策事项进行详细论证，制定利润分配政策修改方案；独立董事应对利润分配政策修改方案进行审核并发表独立意见；监事会应对利润分配政策修改方案进行审核并提出书面审核意见；董事会将经董事会会议和监事会会议审议通过并经独立董事发表独立意见后的利润分配政策修改方案提交股东大会审议批准。

(2) 股东大会审议利润分配政策修改方案时，公司应当提供网络投票等方式以方便社会公众股东参与股东大会表决，经出席股东大会的股东所持表决权的三分之二以上审议通过后，修订《公司章程》中关于利润分配的相关政策。

(六) 利润分配方案的披露

公司应当在年度报告中详细披露利润分配方案的制定及执行情况，并对下列事项进行专项说明：

- (1) 是否符合《公司章程》的规定或者股东大会决议的要求；
- (2) 现金分红标准和比例是否明确和清晰；
- (3) 相关决策程序是否完备；
- (4) 独立董事是否充分履职并发挥应有的作用；
- (5) 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充分保护等。

如涉及利润分配方案进行调整或变更的，还要详细说明调整或变更的条件和程序是否合规和透明等。

三、公司最近三年的股利分配情况

公司最近三年的股利分配情况如下：

单位：万元

利润所属期间	当期注册资本	分红金额	当期净利润	年度分红比例（%）
2014 年度	37,358.11	11,954.60	38,539.63	31.02
2015 年度	37,358.11	0.00	48,289.90	0.00
2016 年度	37,358.11	0.00	94,340.74	0.00
合计		11,954.60	181,170.27	6.60

注：当期净利润引自审计报告之合并数。

2014 年 3 月 19 日，欧派集团召开 2013 年度股东大会，审议通过《2013 年度利润分配方案》，考虑到公司将加快华南、北部、东部、西部等生产基地建设，预计资金需求量将大幅增加，为使公司能够稳定发展，公司 2013 年度不进行股利分配。

2015 年 3 月 16 日，欧派集团召开 2014 年度股东大会，审议通过《2014 年度利润分配方案》，同意向全体股东派发现金股利 11,954.60 万元。

2016 年 4 月 15 日，欧派集团召开 2015 年度股东大会，审议通过了《2015 年度利润分配方案》，同意 2015 年度不进行利润分配。

2017 年 2 月 8 日，欧派集团召开 2016 年度股东大会，审议通过了《2016 年度利润分配方案》，同意 2016 年度不进行利润分配。

四、本次发行前滚存未分配利润的分配政策

根据公司 2014 年第一次临时股东大会决议，公司本次股票发行前的滚存未分配利润，由本次股票发行后的新老股东按照发行完成后的持股比例共享。

鉴于 2014 年第一次临时股东大会决议有效期为一年。2015 年 7 月 22 日，公司召开了 2015 年第三次临时股东大会，审议通过了《关于延长公司申请首次公开发行人民币普通股股票并在上海证券交易所主板上市相关决议有效期的议

案》，将《公司上市前滚存利润的分配方案》的有效期自 2015 年第三次临时股东大会审议通过之日起延长 24 个月。

2016 年 7 月 22 日，公司召开 2016 年第三次临时股东大会，再次审议通过了《关于延长公司申请首次公开发行人民币普通股股票并在上海证券交易所主板上市相关决议有效期的议案》，将《公司上市前滚存利润的分配方案》的有效期自该次股东大会审议通过之日起延长 12 个月，该议案的有效期至 2017 年 7 月 22 日。

第十五节 其他重要事项

一、信息披露和投资者服务的责任机构和相关人员

为了加强公司与投资者之间的信息沟通，完善公司治理结构，切实保护投资者特别是社会公众投资者的合法权益，根据有关法律法规，公司制定了《信息披露管理制度》及《投资者关系管理制度》，本公司此次公开发行股票并上市后，将按照法律、法规的规定真实、准确、完整、及时地报送及披露信息。

公司设置证券事务部，负责信息披露和投资者关系管理，联系方式如下：

负责人：董事会秘书 杨耀兴

电话：020-36733399

传真：020-36733645

电子信箱：oppein999@126.com

二、重要合同

截至 2016 年 12 月 31 日，本公司及本公司主要子公司正在执行的重大合同如下：

（一）产品销售合同

1、经销商合作协议

发行人及下属子公司与不同区域的经销商签订的《合作协议书》（发行人及其子公司简称“甲方”，经销商简称“乙方”）均为甲方提供的格式合同，甲方授权乙方在特定区域内开设“欧派”专卖店，独家销售“欧派”品牌的整体家居产品（分为整体厨柜、整体衣柜、整体卫浴、定制木门等）。《合作协议书》主要内容如下：

(1) 甲方在合作期限内授权乙方在授权区域范围独家经营“欧派”品牌的整体家居产品。未经甲方书面同意，乙方不得向第三方转让经销商资格，不得在经营过程中销售或展示非甲方产品，不得经营同类其他品牌产品，否则将向甲方承担违约责任。

(2) 未经甲方书面同意，乙方不得跨区域经营。乙方在同一经营年度中第一次、第二次和第三次跨区域经营的，需分别按该等合同约定之甲方结算额的三倍、五倍和十倍的标准，向甲方支付违约金，甲方收取违约金后将转付给被侵权区域的经销商。乙方在同一经营年度中出现三次（含）以上跨区域经营的，甲方有权取消乙方的经销商资格，并没收履约保证金。

(3) 甲方提供订货合同的格式合同样本，乙方将经终端客户确认的订货合同发送至甲方，订货合同明确约定具体的产品品名、型号、数量、交货时间等。甲方每年颁布《价格手册》确定产品的价格。乙方将订货合同相应的款项支付至甲方指定账户后，甲方根据订货合同组织生产，并按照订货合同约定的交货日期准时交货。

(4) 《合作协议书》对合作期限、履约保证金、业绩目标、经销商店面装修、样品更换、知识产权、违约责任等进行了详细约定。

截至报告期末，发行人共有经销商 3,331 家，无正在履行的金额超过 500 万元的销售订单。

2、工程客户销售合同

单位：万元

序号	签订时间	销售客户	销售产品	合同金额
1	2014.11.14	江苏保利宁恒房地产开发有限公司	厨柜	1,158.07
2	2015.06.11	中房（苏州）地产有限公司	厨柜、卫浴柜	2,938.92
3	2015.06.24	广州地铁物资有限公司	厨柜	1,945.13
4	2015.06.24	广州地铁物资有限公司	木门	3,094.28
5	2015.10.26	深圳市龙盛豪庭投资有限公司	厨柜、卫浴柜等	1,027.60
6	2016.03.21	国基建设集团有限公司	厨柜、浴室柜	1,172.15
7	2016.05.03	广州市番禺祈福新邨房地产有	厨柜、厨电、浴	3,412.93

		限公司	室柜配套产品	
8	2016.05.17	广州城建开发装饰有限公司	厨柜	1,756.78
9	2016.10.21	广州市番禺祈福新邨房地产有限公司	厨柜、厨电、浴室柜及其他配套产品	5,686.39
10	2016.10.24	佛山市南海区景元房地产有限公司	厨柜	1,036.90
11	2016.11.07	天津市凯泰建材经营有限公司	厨柜、水槽及龙头	1,104.95
12	2016.12.10	太原长风置业有限公司	厨房设备	1,110.14

(二) 原材料采购合作协议

序号	签订时间	供应商	采购原材料品种	有效期至	结算方式
1	2015.04.01	宁波市万茂电器有限公司	燃气灶、吸油烟机	2017.04.01	每月结算一次
2	2014.03.10	百隆家具配件(上海)有限公司	五金件产品	2017.03.31	每月结算一次
3	2016.03.01	Metro Particle Co.,Ltd	刨花板	2016.07.30	100%信用证付款
4	2015.08.27	Hevea Board Berhad	刨花板	2016.07.28	100%信用证付款
5	2015.04.01	中山市天隆燃具电器有限公司	消毒柜、燃气灶、电烤箱	2017.04.01	每月结算一次
6	2015.08.02	佛山市三水正域铝型材制品有限公司	拉手和铝型材料	2017.08.01	每月结算一次
7	2016.05.20	蓬莱市华升电子有限公司	石英石板和耐火装饰板(俗称防火板)	2019.05.19	每月结算一次
8	2015.04.01	中山市新田五金有限公司	拉篮五金产品、水槽	2017.04.01	每月结算一次
9	2015.05.20	上海杰天装饰材料有限公司	金丝绒双饰板	2017.05.19	每月结算一次
10	2015.04.01	宁波安佳卫厨电器电器有限公司	消毒柜、蒸汽炉、电烤箱	2017.04.01	每月结算一次

注：上述部分《采购协议》的合作期限已经届满，合同双方目前正在办理续签手续。

(三) 设备采购协议

单位：万元

序号	签订时间	采购方	供应商	设备名称	合同金额
----	------	-----	-----	------	------

1	2015.12.09	无锡欧派	东莞金田豪迈木工机械贸易有限公司	全自动计算机板材开料锯、全自动计算机板材纵横开料锯、四端封边生产线、全自动双端封边机、柔性封边机连线、通过式加工中心生产线等设备	5,208
2	2015.11.06	天津欧派	东莞金田豪迈木工机械贸易有限公司	通过式 CNC 钻孔中心、计算机数控多功能加工中心、全自动数控板材开料锯、三维贴面压机、专用双角切角锯配数控挡尺、包覆生产线等设备	1,060.36
3	2015.11.05	发行人	东莞金田豪迈木工机械贸易有限公司	全自动计算机板材开料锯、全自动直线封边机、窄板封边机连线、双端窄板钻孔机、数控钻孔机、全自动直线封边机等设备	1,007
4	2016.04.21	清远欧派	东莞金田豪迈木工机械贸易有限公司	全自动计算机板材开料锯、柔性封边机连线、通过式 CNC 加工中心	3,231
5	2016.12.23	清远欧派	东莞金田豪迈木工机械贸易有限公司	电子开料锯、柜身左右封边机连线、柜身左右封边机加宽连线、窄板封边机连线、柜身封边机、小板排孔加工中心、通过式排钻、纵横锯、六排钻、通过式排钻，合同编号为：DGJT2017002	3,009
6	2016.12.23	清远欧派	东莞金田豪迈木工机械贸易有限公司	电子开料锯、窄板封边机连线、柜身左右封边机连线、柜身左右封边机加宽连线、柜身封边机、门板封边机、小板排孔加工中心、通过式排钻，合同编号为：DGJT2017001	2,260
7	2016.09.06	清远欧派	东莞金田豪迈木工机械贸易有限公司	电子开料锯、数控铣型加工中心(通过式含进出料)、数控铣型加工中心、带 PIN 系统吸塑机(温康纳)、门板封边机、异型数控加工中心、小板排孔加工中心，合同编号为：DGJT2016206	2,250
8	2016.09.12	清远欧派	东莞金田豪迈木工机械贸易有限公司	全自动计算机板材开料锯 HPL300/38/22、全自动计算机板材开料锯 HPP300/32/22、全自动直线封边机-柜身、全自动直线封边机-门板、窄板封边机连线、柜身左右封边机加宽连线、柜身左右封边机加宽连线、通过式 CNC 钻孔中心、多功能数控加工中心、数控点对点钻孔加工中心、计算机数控多功能加工中心、全自动电子开料锯（项目机）、全自动计算机板材开料锯、柜身左右封边机加宽连线、全自动直线封边机-柜身、全自动直线封边机-门板、窄板封边机连线、数控点对点钻孔加工中心、计算机数控多功能加工中心、全自动计算机板材开料锯、全自动直线封边机-门板、全自动直线封边机-柜身、计算机数控加工中心，合同编号：DGJT2016202	6,980
9	2016.05.03	清远欧派	东莞金田豪迈木工机械贸易有限公司	板材仓储系统、电子开料锯、柔性封边四条机连线、通过式打孔机、加工中心，合同编	4,789

				号: DGJT2016083	
10	2016.09.12	清远欧派	东莞金田豪迈木工机械贸易有限公司	激光封边机、电子开料锯、双面排孔中心、加工中心、窄边封边机、左右封边机加宽连线等,合同编号: DGJT2016210	5,278
11	2016.12.24	欧派集成	东莞金田豪迈木工机械贸易有限公司	电子开料锯、门板封边机、窄板封边机、柜身左右封边机加宽连线、通过式排钻、数控加工中心、小板排孔加工中心, 合同编号: DGJT2017008	1,672
12	2016.01.18	无锡欧派	东莞金田豪迈木工机械贸易有限公司	自动开料锯、全自动封边机、钻孔中心等, 合同编号: DGJT2016026	1,938
13	2016.05.03	无锡欧派	东莞金田豪迈木工机械贸易有限公司	双面自动排钻、通过式钻孔连线、柔性封边连线、以及全自动电子开料锯等, 合同编号: DGJT2016081	4,260
14	2016.09.21	无锡欧派	东莞金田豪迈木工机械贸易有限公司	全自动数控开料锯、直线封边机、数控加工中心、数控钻孔机等, 合同编号: DGJT2016143	1,817
15	2016.09.12	无锡欧派	东莞金田豪迈木工机械贸易有限公司	开料锯、直线封边机、数控点对点钻孔加工中心、左右封边机加宽连线等, 合同编号: DGJT2016204	1,133
16	2016.10.06	清远欧派	北京普陆洁尘商贸有限公司	B 栋中央除尘系统等, 合同编号: 16-09-610B123	1,312
17	2016.12.26	天津欧派	东莞金田豪迈木工机械贸易有限公司	全自动计算机板材开料锯、窄板封边机连线、数控点对点钻孔加工中心、定制家具包装线、全自动直线封边机、全自动直接封边机-门板、通过式 CNC 钻孔中心、计算机数控多功能加工中心等, 合同编号: DGJT2017005	2,151

(四) 建设工程施工合同

单位: 万元

序号	签订时间	发包方	承包方	项目名称	施工时间	预计金额
1	2015.11.09	清远欧派	广东省冶金建筑安装有限公司	清远欧派(南方基地) 厂区厂房 A、厂房 B 工程	2015.11.10-2016.11.04	12,138
2	2015.11.09	清远欧派	广东华樵建筑工程有限公司	清远欧派(南方基地) 厂区厂房 D、厂房 E 工程	2015.11.10-2016.11.04	9,884
3	2015.11.10	清远欧派	广州市第三市政工程有限公司	清远欧派(南方基地) 厂区西 2、西 4 宿舍楼、西 6 综合楼工程	2015.11.15-2016.11.09	6,868

4	2016.01.19	清远欧派	广州市第三市政工程有限公司	清远欧派(南方基地)厂区西3宿舍楼工程	360日历天, 开工日期以现场签证具体日期为准	1,528
5	2016.04.10	无锡欧派	无锡市前洲建筑安装有限公司	无锡欧派厂房A工程	2016.04.10-2017.04.05	7,260
6	2016.04.10	无锡欧派	无锡市亨利富建设发展有限公司	无锡欧派人才综合服务楼B、C工程	2016.04.10-2017.04.05	5,600
7	2016.04.06	无锡欧派	盐城市苏厦建设集团有限公司	无锡欧派厂房E工程	2016.04.10-2017.03.05	5,800
8	2016.04.16	无锡欧派	无锡赛孚建设工程有限公司	无锡欧派厂房A、厂房E、人才综合服务楼B和人才综合服务楼C消防工程	总体验收20日前完工, 开工日期为2016年4月20日	2,000
9	2016.08.02	无锡欧派	无锡市阿里山电气安装工程有限公司	无锡欧派厂区35kV变电所安装(主供容量24050KVA, 备供容量3250KVA)项目	2016.06.01-2016.12.31	998
10	2016.09.01	清远欧派	广东省冶金建筑安装有限公司	清远欧派(南方基地)厂区厂房C工程	工期270日历天, 从2016年9月1日开始施工	5,310
11	2016.10.20	无锡欧派	无锡市前洲建筑安装有限公司	无锡欧派家居产业园厂房C工程	2016.10.25-2017.10.20	7,080
12	2016.11.09	清远欧派	广东华樵建筑工程有限公司	清远欧派(南方基地)厂区一期市政道路及管线工程	2016.11.01-2017.02.01	1,000
13	2016.11.26	清远欧派	广州市第三市政工程有限公司	清远欧派(南方基地)建设工程-西区1栋宿舍、西区5东宿舍	2017.11.01为竣工日期	4,628
14	2016.12.12	无锡欧派	无锡赛孚建设工程有限公司	江苏无锡欧派集成家居有限公司厂房C消防工程	2016.12.12为开工日期, 具体工期由签约方协商	1,035

（五）广告协议

单位：万元

序号	签订时间	委托方	合同对方	内容	广告期限	合同金额
1	2016.12.31	欧派联合	喀什银松文化传媒 有限公司	CCTV-13 新闻频道《东 方时空》贴片	2017.01.01- 2017.12.31	1,186.13
2	2015.04.15	发行人	北京海润时代演 艺经纪有限公 司；上海孙俪影 视文化工作室	广告活动策划及宣传推 广	2015.04.15- 2017.04.14	2,500.00

（六）授信及借款合同

1、2016年2月26日，发行人与中国工商银行股份有限公司广州天平架支行签订《流动资金借款合同》（编号：2016（贷款）00106号）；借款金额为5,000万元；借款用途为支付货款；借款期限为一年，自实际提款日起算；利率为每笔借款发放日前一工作日全国银行间拆借中心公布的一年期贷款基础利率减0.385%。姚良松、张秋芳、姚良柏、王欢分别为本借款合同提供最高额保证担保（《最高额保证合同》编号：2014年天平（保）字0007号、2014年天平（保）字0008号、2014年天平（保）字0009号、2014年天平（保）字0010号）。发行人以其名下位于广州市白云区广花三路366号地块一之自编1号楼房产（粤房地权证穗字第1050116314号）、自编2号楼房产（粤房地权证穗字第1050116322号）、自编3号楼房产（粤房地权证穗字第1050116323号）提供最高额抵押担保（《最高额抵押合同》编号：2015天平（抵）字151101号）。

2、2016年5月25日，发行人与中国银行白云支行签订《授信额度协议》（编号：GEX476100120160022），约定中国银行白云支行授予发行人35,000万元的授信额度。针对《授信额度协议》下的借款，欧派集成、欧派卫浴及姚良松提供最高额保证担保（《最高额保证合同》编号：GBZ476100120160050、GBZ476100120160051、GBZ476100120160049）；发行人以其名下位于广州市白云区广花三路366号地块一之自编4号楼房产（粤房地权证穗字第1050116325号）、自编5号楼房产（粤房地权证穗字第1050115655号）提供

最高额抵押担保（《最高额抵押合同》编号：GDY476100120160005）；发行人以其名下位于广州市白云区神山镇路雄丰村工业区神山龙光企业有限公司 1 号第 1 幢房产（粤房地权证穗字第 1050096099 号）、第 3 幢房产（粤房地权证穗字第 1050096026 号）、第 2、4、5、6、7、8、10、11 幢房产（粤房地权证穗字第 1050096067 号）、第 9 幢房产（粤房地权证穗字第 1050096027 号）提供最高额抵押担保（《最高额抵押合同》编号：GDY476100120110014）。

上述《授信额度协议》下的具体借款合同如下：

2016 年 2 月 29 日，发行人与中国银行白云支行签订《流动资金借款合同》（编号：GDK476100120160061）；借款金额为 5,000 万元；用途为支付货款等；期限 12 个月，自提款日起算。

3、2014 年 2 月 24 日，发行人与广州农村商业银行股份有限公司人和支行（以下简称“广州农商行人和支行”）签订《综合授信合同》（编号：2308001201400001），约定广州农商行人和支行授予发行人 35,000 万元的授信额度，授信有效期为 2014 年 2 月 24 日至 2017 年 2 月 23 日。

2014 年 2 月 24 日，发行人与广州农商行人和支行签订《最高额借款合同》（编号：2308008201400002）；约定发行人在 2014 年 2 月 24 日至 2017 年 2 月 23 日期间，在最高借款本金余额 30,000 万元以内，根据需要分次借款，双方不再逐笔签订借款合同；每笔借款金额、期限、利率、用途等以借款借据为准。针对《最高额借款合同》下的借款，欧派集成、姚良松、姚良柏提供最高额保证担保（《最高额保证合同》编号：2308073201400005）。

4、2016 年 4 月 22 日，天津欧派与渤海银行股份有限公司天津自由贸易试验区分行（以下简称“渤海银行自贸区分行”）签订《开立进口信用证协议》（编号：渤自贸分信用证（2016）第 1 号），约定渤海银行自贸区分行授予天津欧派开立进口信用证额度为人民币 7,000 万元，用途仅限于采购原材料。发行人为上述协议人民币 3000 万元敞口部分额度提供最高连带责任保证担保（《最高额保证协议》编号：渤自贸分最高保（2016）第 1 号）

5、2016 年 7 月 8 日，天津欧派与中国银行股份有限公司天津静海支行（以

下简称“中行静海支行”)签订《授信额度协议》(编号:津中银司授 R2016001 静海),约定中行静海支行授予天津欧派 3,000 万元的授信额度,授信有效期为 2016 年 7 月 8 日至 2017 年 5 月 15 日。发行人为上述授信提供最高额保证担保(《最高额保证合同》编号:津中银司授 R2016001 静海-B)。天津欧派为上述授信提供保证金质押担保(《保证金质押总协议》编号:津中银司授 R2016001 静海-Z)。

6、2016 年 7 月 14 日,清远欧派与广发银行股份有限公司清远分行(以下简称“广发银行清远分行”)签订《固定资产项目贷款合同》(编号:116001160042),约定广发银行清远分行向清远欧派提供借款金额 30,000 万元,贷款期限为 2016 年 7 月 14 日至 2021 年 7 月 13 日,借款用途为“清远欧派(南方基地)”项目建设。发行人为上述借款提供最高额保证担保(《最高额保证合同》编号:116001160042-01);清远欧派以其名下位于清远市清城区石角镇广清产业园内的土地使用权(清远市国用(2015)第 01566 号)为上述借款提供最高额抵押担保(《最高额保证合同》编号:116001160042-02)。

三、对外担保情况

截至本招股意向书签署之日,公司不存在对外担保事项。

四、重大诉讼、仲裁及行政处罚事项

(一) 本公司重大诉讼或仲裁事项

截至本招股意向书签署之日,本公司不存在对财务状况、经营成果、声誉、业务活动、未来前景等可能产生较大影响的诉讼或仲裁事项。

(二) 涉及关联方的重大诉讼或仲裁事项

经本公司征询,截至本招股意向书签署之日,公司控股股东或实际控制人、控股子公司,不存在对本公司财务状况、经营成果、声誉、业务活动、未来前景

等可能产生较大影响的诉讼或仲裁事项。

（三）董事、监事和高级管理人员涉及刑事诉讼的情况

根据公司全体董事、监事和高级管理人员的声明，截至本招股意向书签署之日，本公司董事、监事和高级管理人员均未涉及任何作为一方当事人的诉讼或仲裁事项；本公司董事、监事和高级管理人员均未涉及任何刑事诉讼事项。

截至本招股意向书签署之日，公司实际控制人姚良松不存在“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”规定的情形，亦不存在“损害投资者合法权益和社会公共利益的重大违法行为”的情形，不违反《首发管理办法》的相关规定。公司申请首次公开发行并上市符合《证券法》和《首发管理办法》等相关法律法规的规定。

（四）报告期内公司受到的行政处罚情况

1、广州市花都区质量技术监督局（以下简称“花都质监局”）对欧派商厨作出的行政处罚

2015年7月9日，花都区质监局作出（穗花）质监罚字[2015]第0709702号《行政处罚决定书》，以欧派商厨生产的电平扒炉（OPPEIN 欧派 OP-818）抽检不合格为由，责令欧派商厨停止生产、销售不符合保障人体健康和人身、财产安全国家标准的电平扒炉，处罚款1,600元。

花都质监局于2014年6月30日、2015年8月13日、2016年2月24日、2016年8月8日和2017年1月18日分别出具了《证明》，对上述行政处罚进行了确认，并确认自2014年1月1日至2016年12月31日期间，欧派商厨不存在被该局因违反产品质量和技术监督方面法律法规且情节严重而给予行政处罚的情形；此外，欧派商厨已于2011年7月14日取得关于相关产品的《全国工业产品生产许可证》；已将所生产产品执行的标准报花都质监局登记。

综上，欧派商厨受到的上述行政处罚不属于情节严重的行政处罚。此外，欧派商厨已经取得相关产品的《全国工业产品生产许可证》，已经按照花都质监局


的要求将所生产产品执行的标准报花都质监局登记，可以依法开展生产。

第十六节 董事、监事、高级管理人员及有关中介机构声明

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意向书及其摘要不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。

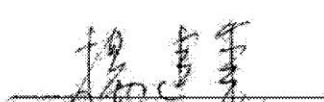
全体董事签名：


姚良松


张金良


覃钦兴


姚良强


杨建军


钟淑琴


孔东梅

全体监事签名：


钟华文


陈世杰


黎兰

未担任董事的高级管理人员签名：


杨耀兴

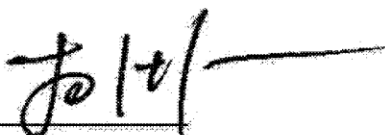

黄满祥



二、保荐人（主承销商）声明

本公司已对招股意向书及其摘要进行了核查，确认不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

法定代表人：



杨德红

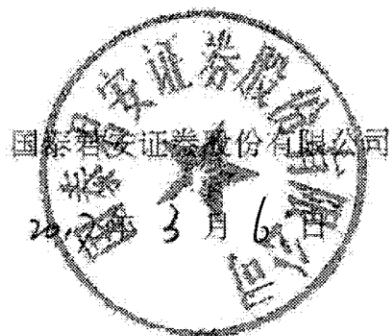
保荐代表人：



郭威



张力



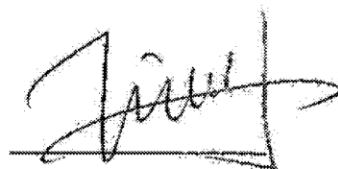
三、发行人律师声明

本所及经办律师已阅读招股意向书及其摘要，确认招股意向书及其摘要与本所出具的法律意见书和律师工作报告无矛盾之处。本所及经办律师对发行人在招股意向书及其摘要中引用的法律意见书与律师工作报告的内容无异议，确认招股意向书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述及重要遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

经办律师（签字）：



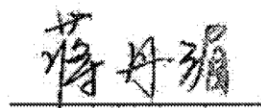
麻云燕



任宝明

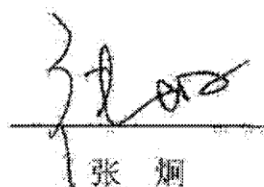


陈锦屏

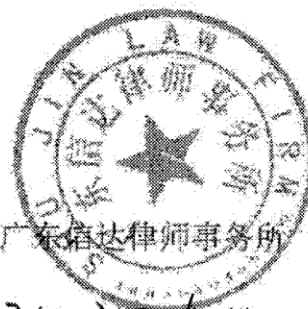


蒋丹滢

律师事务所负责人：



张 炯


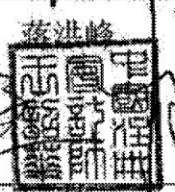


2017年3月6日

四、审计机构声明



本所及签字注册会计师已阅读招股意向书及其摘要，确认招股意向书及其摘要与本所出具的审计报告、内部控制鉴证报告及经本所核验的非经常性损益明细表无矛盾之处。本所及签字注册会计师对发行人在招股意向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，确认招股意向书及其摘要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。

执行事务合伙人：

王韶华

签字注册会计师：

冯军



广东正中珠江会计师事务所
2017年3月6日

五、资产评估机构（中天衡平）声明

本机构及签字注册资产评估师已阅读招股意向书及其摘要，确认招股意向书及其摘要与本机构出具的资产评估报告无矛盾之处。本机构及签字注册资产评估师对发行人在招股意向书及其摘要中引用的资产评估报告的内容无异议，确认招股意向书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

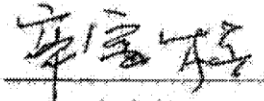
经办注册资产评估师：



吕健

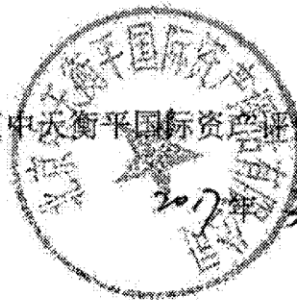
陈扬

法定代表人：



辛宝柱

北京中天衡平国际资产评估有限公司



2017年3月6日

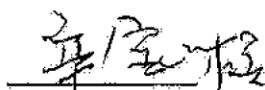
发行人资产评估机构

关于承担评估业务的签字注册评估师离职的声明

本机构出具的《广东欧派家居集团有限公司拟整体变更为股份有限公司涉及广东欧派家居集团有限公司资产与负债评估项目资产评估报告》（中天衡平评字[2013] 064号），由注册资产评估师吕健、陈扬签字。其中，陈扬已于2014年12月从本机构离职。

特此声明。

资产评估机构负责人：



辛宝柱

北京中天衡平国际资产评估有限公司

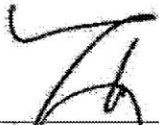
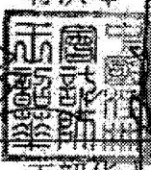


2017年8月6日


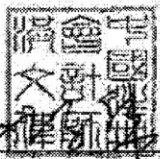
六、验资机构声明

本机构及签字注册会计师已阅读招股意向书及其摘要，确认招股意向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意向书及其摘要中引用的验资报告的内容无异议，确认招股意向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。

执行事务合伙人：


蒋洪峰

王韶华

签字注册会计师：


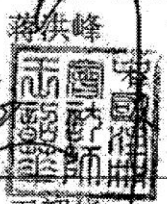


洪文伟


广东正中珠江会计师事务所
2017年3月6日

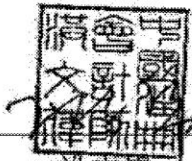
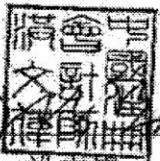
七、复核验资机构声明


本机构及签字注册会计师已阅读招股说明书及其摘要，确认招股意向书及其摘要与本机构出具的复核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意向书及其摘要中引用的验资报告的内容无异议，确认招股意向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。

执行事务合伙人：


蒋洪峰

王韶华

签字注册会计师：


洪文伟

洪文伟


广东正中珠江会计师事务所
2007年3月6日


八、资产评估机构（中广信）声明

本机构及签字注册资产评估师已阅读招股意向书及其摘要，确认招股意向书及其摘要与本机构出具的资产评估复核报告无矛盾之处。本机构及签字注册资产评估师对发行人在招股意向书及其摘要中引用的资产评估复核报告的内容无异议，确认招股意向书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

经办注册资产评估师：

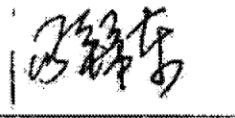


肖浩

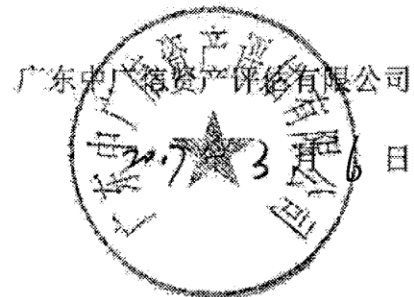


林巧萍

法定代表人：



汤维东



第十七节 备查文件

一、备查文件

- 1、发行保荐书；
- 2、财务报表及审计报告；
- 3、内部控制鉴证报告；
- 4、经注册会计师核验的非经常性损益明细表；
- 5、法律意见书及律师工作报告；
- 6、《公司章程（草案）》；
- 7、中国证监会核准本次发行的文件。

二、文件查阅地址、时间

投资者可于本次发行期间到本公司及保荐人（主承销商）办公地查阅，该等文件也在指定网站披露。

发行人：欧派家居集团股份有限公司

地址：广州市白云区广花三路 366 号

电话：020-36733399

联系人：杨耀兴、欧盈盈、梁韵婷

保荐机构：国泰君安证券股份有限公司

地址：深圳市益田路 6009 号新世界中心 35 楼

电话：0755-23976200

联系人：郭威、许磊、彭桂钊、强强、刘雨晴、张敖、夏祺、赵宗辉

每周一至周五 9: 30-11: 30, 13: 30-17: 00, 法定节假日除外。