

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摘要

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。

目 录

发行人声明.....	2
目 录.....	3
第一节 重大事项提示	5
一、本次发行前未分配利润的处理.....	5
二、公司股东股份锁定及减持价格承诺.....	5
三、公司上市后三年内稳定股价的预案及相关方的承诺.....	7
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.....	10
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.....	11
六、本次募集资金到位后即期回报被摊薄的相关情况分析.....	12
七、关于未能履行承诺的约束措施.....	15
八、持股 5%以上股东持股意向及减持意向.....	16
九、上市后的股利分配政策.....	17
十、本公司特别提醒投资者注意“风险因素”中的下列风险	18
第二节 本次发行概况	21
第三节 发行人基本情况	23
一、发行人概况.....	23
二、发行人改制重组情况.....	23
三、发行人股本情况.....	25
四、公司主要业务、主要产品和行业竞争地位.....	28
五、主要固定资产及无形资产情况.....	66
六、公司拥有特许经营权的情况.....	100
七、同业竞争与关联交易.....	101
八、董事、监事、高级管理人员.....	122
九、发行人控股股东及其实际控制人的简要情况.....	128
十、财务会计信息与管理层讨论与分析.....	129
十一、股利分配情况.....	236

十二、公司控股子公司基本情况.....	241
第四节 募集资金运用	252
一、本次发行募集资金运用概况.....	252
二、募集资金运用对公司财务和经营状况的影响.....	254
第五节 其他重要事项	257
一、信息披露和投资者服务的责任机构和相关人员.....	257
二、重要合同.....	257
三、对外担保情况.....	265
四、重大诉讼、仲裁及行政处罚事项.....	265
第六节 本次发行各方当事人和发行时间安排	267
一、本次发行各方当事人情况.....	267
二、与本次发行上市有关的重要日期.....	270
第七节 备查文件	271
一、备查文件.....	271
二、文件查阅地址、时间.....	271

第一节 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，务必仔细阅读招股意向书摘要“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以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以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以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

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。

十、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。

第二节 本次发行概况

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	<p>费用总额 8,750 万元，其中：</p> <p>承销费用 7,300 万元</p> <p>保荐费用 200 万元</p> <p>审计、验资费用 480 万元</p> <p>律师费用 160 万元</p> <p>用于本次发行的信息披露费用 500 万元</p> <p>股份登记费、上市初费、材料印刷费及摇号费等 110 万元</p>

第三节 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。

三、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。

四、公司主要业务、主要产品和行业竞争地位

（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。

（三）公司主要产品及其用途

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，主要用于家庭厨房、卧室、浴室等的物品收纳、日常居家使用。公司主要产品如下：

类别	产品图示	
整体厨柜		



(四) 产品销售方式和渠道

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、个人履历、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%。

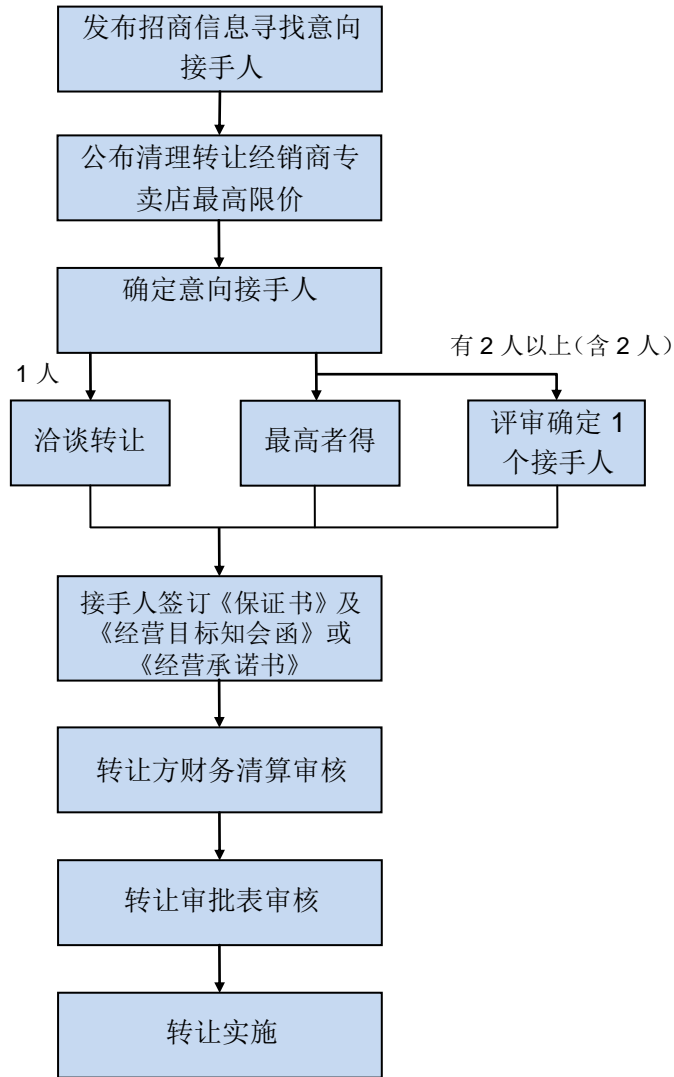
获得经销资格的经销商人选完成合作协议签署、保证金交纳（公司根据不同的市场级别向经销商收取 10,000-30,000 元的保证金，厨柜、衣柜、卫浴和木门相同）、经营计划书等程序后，方可获得正式经销商资格。

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。

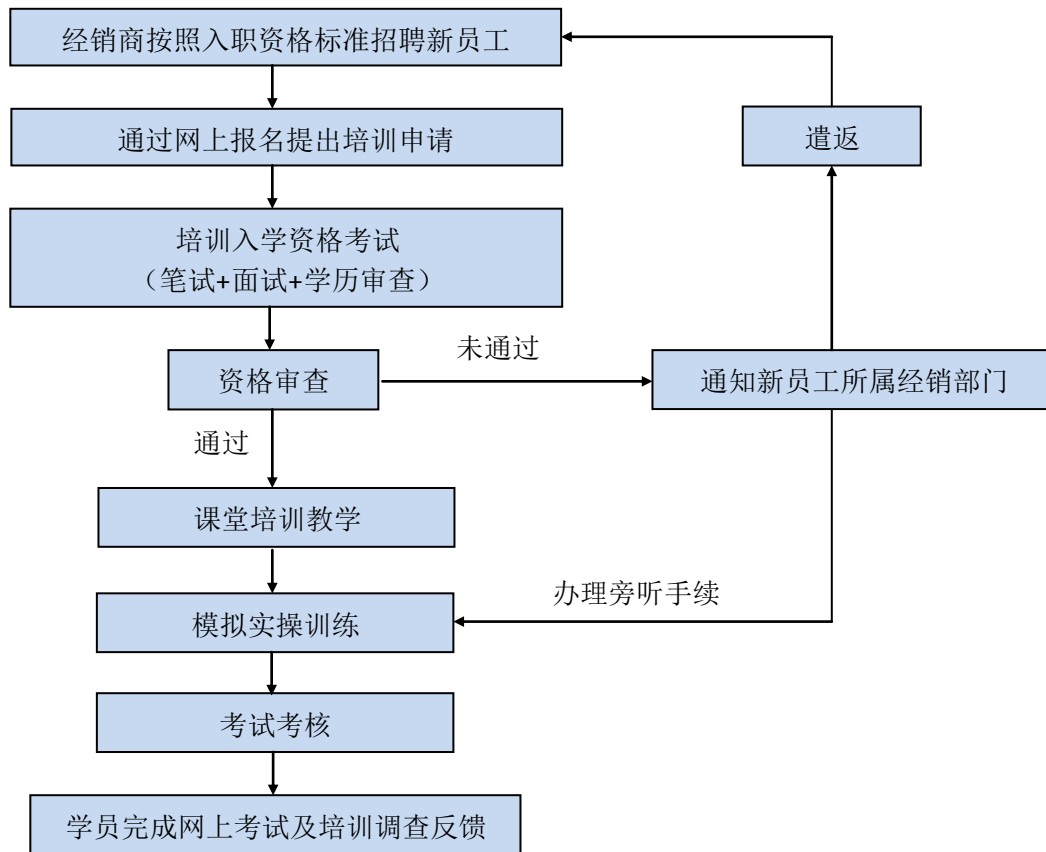
(4) 经销商培训支持

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

① 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。

② 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；

③ 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：

① 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。

② 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

① 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。

② 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

① 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。

② 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。

③ 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

① 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。

② 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。

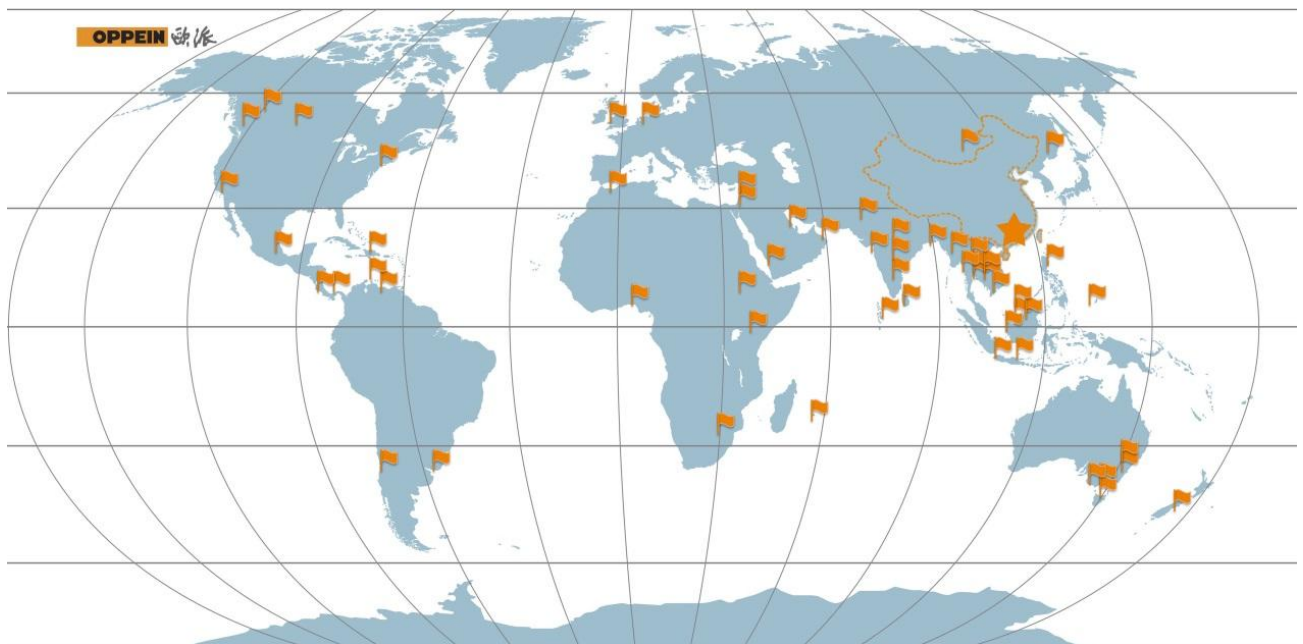
截至 2016 年 12 月 31 日，国外经销商在 48 个国家或地区，共开设了 91 家店面销售“欧派”品牌的整体家居产品，其中“欧派”品牌形象店 55 家、非“欧派”品牌形象店 36 家，具体如下：

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、整体卫浴、定制木门、厨房用品	欧派品牌形象店
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	欧派品牌形象店

			体卫浴	
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



（五）主要原材料

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%，公司具有多年整体家居产品的生产经验，凭借良好的经营业绩和信誉建立了较为稳定的供货渠道，能为公司提供生产所需的原材料。

（六）行业竞争格局及公司竞争地位

1、公司在行业中的地位

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。

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。

2、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
整体橱柜领域	
德国柏丽厨具	德国柏丽厨具成立于 1945 年，是欧洲最大的橱柜生产企业之一。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 年进入整体橱柜行业，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。
志邦橱柜	志邦橱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橱柜企业。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。
金牌橱柜	厦门金牌橱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橱柜、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，产品包括橱柜、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。

3、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

序号	时间	评定/授予单位	认证/获奖名称
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”
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、广州市工商联	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。

4、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。

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 (m ²)	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	93.00	2016.02.20-	员工宿舍

			903 房		2017.02.19	
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 北经济合作社畚田地块	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	广州市黄埔大道西188号“维	220.00	2016.05.01-	维家思店

		广场有限公司	家思广场”二层 295 号		2018.06.30	
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	120.83	2016.05.04-	办公场所、

			一期5栋2单元601室		2017.05.03	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 电业基地住宅小区3号楼1单元 3-1-1001号	180.09	2016.04.03- 2017.04.02	办公场所、 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	130.45	2016.02.16-	办公场所、

			家园 2-6-1		2017.02.16	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	2016.03.28-2017.03.27	办公场所、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	西安市新城区金花北路 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、张存杰	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
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无房产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。

公司租赁的上述无房产证书的房产，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，公司作为承租方不会因为租赁该等房产而构成违法违规。

公司的主要生产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。

① 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	亚克美	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	OPPEIN	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		发行人	39	2012.04.07
55	9272908		发行人	38	2012.04.07
56	9272909		发行人	36	2012.04.07
57	9272910		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		广州奥维	19	2010.12.28
74	8583131		广州奥维	1	2011.08.28

75	8583166		广州奥维	2	2011.08.28
76	8583255		广州奥维	19	2011.11.07
77	5030698		发行人	24	2009.09.28
78	5030700		发行人	27	2009.07.07
79	8184772		发行人	19	2014.05.07
80	12018026		发行人	6	2014.06.28
81	12018027		发行人	6	2014.06.28
82	12018028		发行人	19	2014.06.28
83	12018029		发行人	19	2014.06.28
84	12088111		发行人	20	2014.07.14
85	12729127		发行人	24	2014.11.28
86	12729133		发行人	11	2014.11.28
87	12729132		发行人	11	2014.12.07
88	12349029		发行人	27	2014.12.14
89	13994055		发行人	6	2015.03.14
90	13994054		发行人	8	2015.03.14
91	13994052		发行人	19	2015.03.14
92	13994051		发行人	20	2015.03.14
93	13994049		发行人	25	2015.03.14
94	12088112		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	OPPEIN 欧派	发行人	20	2012.05.01	
8	990251	OPPEIN	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		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		欧派有限	20	2012.05.09	阿联酋
21	IDM000355011		欧派有限	20	2012.05.04	印度尼西亚
22	01484871		发行人	20	2011.11.16	台湾
23	817139		发行人	20	2012.02.08	加拿大
24	T1203619J		发行人	20	2012.03.16	新加坡
25	302187892		发行人	20	2012.03.12	香港
26	7798		发行人	20	2012.06.12	埃塞俄比亚
27	21263601		发行人	20	2012.05.25	巴拿马
28	2012/07094		发行人	20	2012.03.19	南非
29	1128114		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		欧派有限	20	2011.01.28	印度

35	4-2012-003625		发行人	20	2012.06.07	菲律宾
36	2863/2014		发行人	20	2014.03.11	缅甸
37	99490		欧派有限	20	2012.03.23	尼日利亚
38	210359		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	黄教涂	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、	发行人	ZL201320678254.X	实用新型	2013.10.30	第 3536576 号

		黄孝峻					
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 纳尼	发行人	ZL201430156594.6	外观设计	2014.05.29	第 2966010 号
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.提纳尼	发行人	ZL201530053583.X	外观设计	2015.03.04	第 3329567 号
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、	发行人	ZL2015209887773	实用新型	2015.12.01	第 5273556 号

		郭振新、李喜嘉					
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 安娜西小镇 L 字型)	黄晓铃, 艾托雷.提纳尼	发行人	ZL201630056725.2	外观设计	2016.03.01	第 3744256 号
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 安娜西小镇)	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、	欧派集成	ZL201310078928.7	发明	2013.03.12	第 1747673 号

		黄高华					
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、 李友邦	欧派集成	ZL201320507446.4	实用新型	2013.08.19	第 3477009 号
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、孙志龙	天津欧派	ZL201420159343.8	实用新型	2014.04.02	第 3812241 号
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。

六、公司拥有特许经营权的情况

无。

七、同业竞争与关联交易

（一）同业竞争

1、实际控制人、控股股东及其控制的其他企业的情况

截至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。

2、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。

(二) 关联交易

1、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。

2、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

A. 欧派商厨的设立

22009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%

B. 2012 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

A. 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%

B. 2006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%

C. 2009 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

A. 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%

B. 2011 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

A. 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》。

B. 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。

(3) 关联担保

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。

3、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。

4、关联交易对经营状况和财务状况的影响

公司具有独立的采购、生产与销售系统，具有完整的业务体系及面向市场独立经营的能力，不存在依赖主要股东及其控制的其他企业的情况。报告期内，本公司与关联方发生的关联交易定价公允，不存在损害公司及其他非关联股东利益的情况，对公司的财务状况和经营成果未产生重大影响。

5、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。

八、董事、监事、高级管理人员

姓名	职务	性别	年龄	任期	简要经历	兼职情况	2016年薪酬（万元）	持有公司股份数量（股）	与公司的其他利益关系
姚良松	董事长	男	52	2016年9月30日至2019年9月29日	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	无	96.12	288,000,000	无

					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	副董事长、总裁、行政总经理	男	51	2016年9月30日至2019年9月29日	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。	无	152.31	-	无
谭钦兴	副董事长、副总裁	男	52	2016年9月30日至2019年9月29日	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。	无	139.53	1,125,345	无
姚良柏	董事、行政副总	男	47	2016年9月30日至	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	香港中辰	117.86	36,841,654	无

	经理			2019年9月29日	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。	董事			
杨建军	独立董事	男	56	2016年9月30日至2019年9月29日	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。	数字化设计制造北京市重点实验室主任	10.00	-	无
钟淑琴	独立董事	女	46	2016年9月30日至2019年9月29日	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	广州大为会计师事务所有限公司审计部经理、广州中领	10.00	-	无

					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。	税务师事务所有限公司鉴证部经理			
孔东梅	独立董事	女	44	2016年9月30日至2019年9月29日	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。	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	10.00	-	无
钟华文	监事会主席、厨柜制造部总	男	48	2016年9月30日至2019年9月29日	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。	无	67.11	597,455	无

	经理								
陈世杰	监事	男	45	2016年9月30日至2019年9月29日	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。	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	-	-	无
黎兰	监事（职工监事）	女	35	2016年9月30日至2019年9月29日	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。	无	34.53	-	无
杨耀兴	行政副总经理、	男	52	2016年9月30日至	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	无	59.67	679,133	无

	董事会 秘书			2019年9 月29日	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	财务负 责人	男	51	2016年9 月30日至 2019年9 月29日	材料科学与工程学士，中级会计师、中级审计师。现任 欧派集团财务负责人。	无	94.52	394,262	无

九、发行人控股股东及其实际控制人的简要情况

截至招股意向书签署日，姚良松直接持有公司 77.09%的股权，为公司控股股东及实际控制人。姚良松简历如下：

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。

十、财务会计信息与管理层讨论与分析

(一) 报告期合并财务报表

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

(二) 报告期内非经常性损益明细表

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

（三）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。

（四）发行人盈利预测报告披露情况

公司未编制盈利预测报告。

（五）管理层讨论与分析

1、财务状况分析

（1）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：

A. 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；B. 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

A. 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。

B. 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

C. 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

A. 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。

B. 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：

a. 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%。

b. 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。

C. 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。

D. 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。

E. 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

a. 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。

i 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。

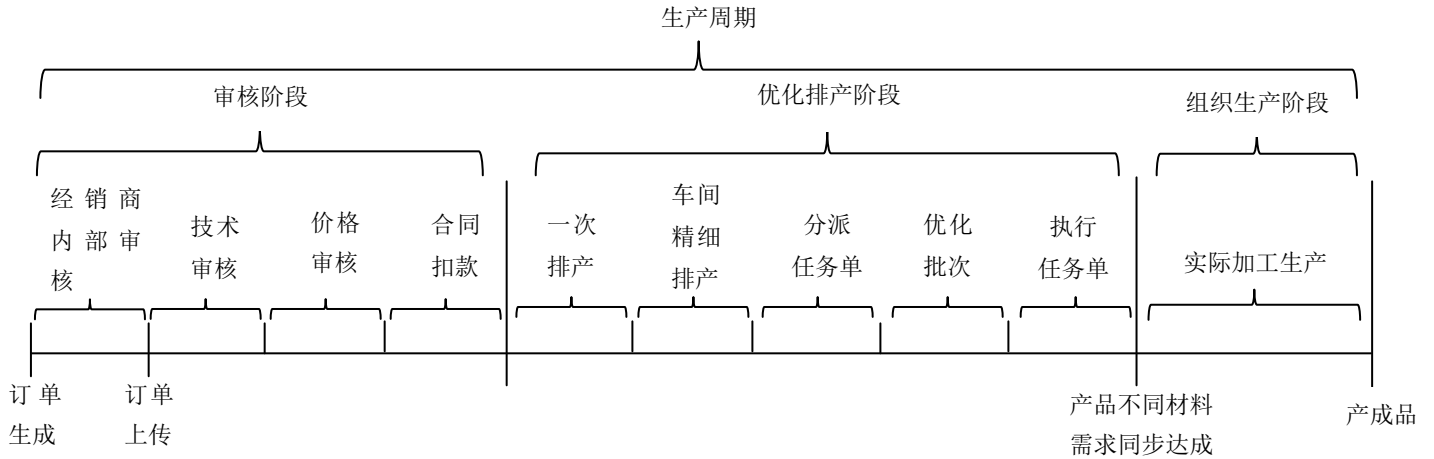
ii OEM 模式

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

i 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。

ii 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。

iii 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。

b 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。

i 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。

ii 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。

iii 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。

iv 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。

c 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

i 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。

ii 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。

A 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%

B 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。

C 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。

A 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。

B 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：

A 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”。

B 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”。

（2）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

A. 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。

B. 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

A. 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。

B. 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%

C. 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

A. 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。

B. 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。

A. 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。

B. 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。

C. 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：

A. 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”。

B. 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”。

C. 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”。

（3）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。

(4) 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：

A. “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。

B. 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。

C. 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。

D. 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

a. 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。

b. 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：

A. 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。

B. 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。

c. 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。

(5) 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。

2、盈利能力分析

(1) 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。

A. 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。

B. 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。

C. 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。

A. 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。

a. 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	4.31%
	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%

b. 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。

c. 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。

d. 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。

e. 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(%)
整体厨柜	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。

B. 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。

C. 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%。

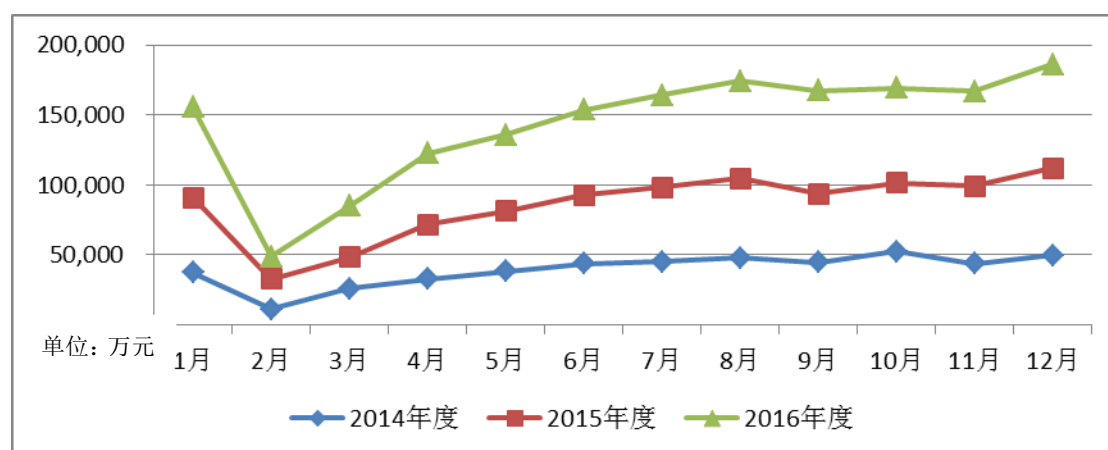
3) 营业收入变动的季节性分析

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的原因

A. 整体厨柜、整体衣柜销售数量及价格的变动情况

a. 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。

b. 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。

B. 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

C. 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

A. 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。

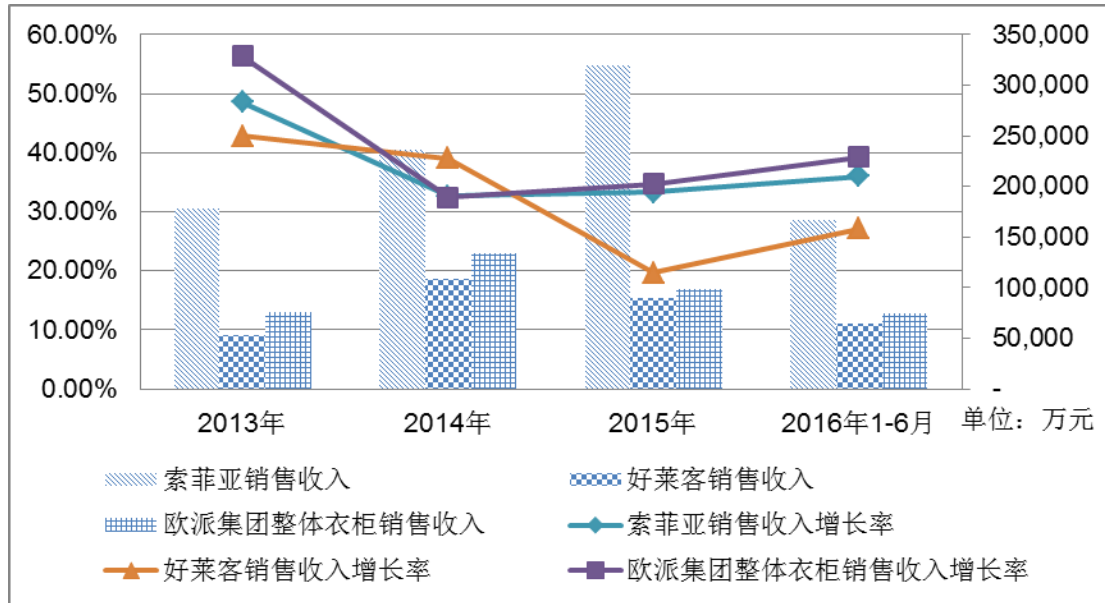
B. 20 大中城市二手房交易情况统计

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%

C. 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。

(2) 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：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

A.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%

2014 年度	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%
	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。

B.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		26.72%

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。

（3）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%
整体橱柜	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：

A. 销售价格的变动

a. 2015 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。

b. 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。

B. 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。

C. 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：

A. 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。

B. 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。

C. 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：

A. 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：

a. 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；

b. 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；

c. 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；

d. 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。

B. 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。

C. 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。

(4) 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

A. 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。

B. 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。

C. 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。

(5) 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

A. 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人员薪酬费用较高，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。

B. 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

A. 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。

B. 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-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-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《广州市经委、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45万套整体橱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通知》
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。

（6）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。

3、现金流量及重大资本支出分析

（1）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	639.08	13,354.53	2,203.30

的现金			
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。

(2) 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”。

4、财务状况和盈利能力的未来趋势分析

(1) 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建筑物和机器设备等，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。

(2) 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。

（3）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。

十一、股利分配情况

（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：

1、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。

2、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。

3、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。

4、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。

5、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。

6、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。

十二、公司控股子公司基本情况

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。

第四节 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 万套橱柜生产线建设项目	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 万套橱柜生产线建设项目	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 万樘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限公司	厨柜、厨电、浴室柜配套产品	3,412.93

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	5,208

				端封边机、柔性封边机连线、通过式加工中心生产线等设备	
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，合同编号：DGJT2016083	4,789

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	360 日历天, 开工日期以	1,528

			司	楼工程	现场签证具体日期为准	
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。

第六节 本次发行各方当事人和发行时间安排

一、本次发行各方当事人情况

(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

二、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。

（此页无正文，为《欧派家居集团股份有限公司首次公开发行股票招股意向书摘要》之签署页）



2017年3月6日