

本次股票发行后拟在创业板市场上市，该市场具有较高的投资风险。创业板公司具有业绩不稳定、经营风险高、退市风险大等特点，投资者面临较大的市场风险。投资者应充分了解创业板市场的投资风险及本公司所披露的风险因素，审慎作出投资决定。

太龙（福建）商业照明股份有限公司

TECNON (FUJIAN) COMMERCIAL LIGHTING CO.,LTD

（福建省漳州台商投资区角美镇文圃工业园）

**TECNON**
LIGHTING TECHNOLOGY

首次公开发行股票并在创业板上市

招股说明书

（申报稿）

保荐人（主承销商）



（湖北省武汉市东湖新技术开发区关东园路2号高科大厦四楼）

声明：本公司的发行申请尚未得到中国证监会核准。本招股说明书（申报稿）不具有据以发行股票的法律效力，仅供预先披露之用。投资者应当以正式公告的招股说明书作为投资决定的依据。

太龙（福建）商业照明股份有限公司 首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书

发行股票类型	人民币普通股（A股）
发行股数	公司本次发行不超过 1,578.70 万股，其中新股发行不超过 1,578.70 万股，公司股东公开发售不超过 300 万股且不超过自愿设定 12 个月及以上限售期的投资者获得配售股份的数量。 公司股东公开发售股份所得资金不归公司所有，请投资者在报价、申购过程中考虑公司股东公开发售股份的因素。
每股面值	人民币 1.00 元
每股发行价格	人民币 元
预计发行日期	年 月 日
拟上市证券交易所	深圳证券交易所
发行后总股本	不超过 6,314.80 万股
保荐人（主承销商）	天风证券股份有限公司
签署日期	年 月 日

发行人声明

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

发行人及全体董事、监事、高级管理人员、发行人的控股股东、实际控制人以及保荐人、承销的证券公司承诺因发行人招股说明书及其他信息披露资料有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券发行和交易中遭受损失的，将依法赔偿投资者损失。

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。

证券服务机构承诺因其为发行人本次公开发行制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给他人造成损失的，将依法赔偿投资者损失。

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

中国证监会对本次发行所作的任何决定或意见，均不表明其对发行人的盈利能力、投资价值或者对投资者的收益作出实质性判断或者保证。任何与之相反的声明均属虚假不实陈述。

根据《证券法》的规定，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；投资者自主判断发行人的投资价值，自主作出投资决策，自行承担股票依法发行后因发行人经营与收益变化或者股票价格变动引致的投资风险。

重大事项提示

本公司提请投资者注意，在作出投资决策之前，务必认真阅读本招股说明书“第四节 风险因素”的全部内容，并特别关注以下重大事项。

一、重要承诺事项

（一）股份流通限制、自愿锁定股份及延长锁定期限的承诺

本公司控股股东、实际控制人庄占龙承诺：自太龙照明首次向社会公开发行的股票在创业板上市之日起 36 个月内，不转让或者委托他人管理本人持有的太龙照明股份，也不由太龙照明回购本人所持有的股份。

本公司股东苏芳、黄国荣、向潜、孙洁晓、兰小华、庄跃龙、乾霸投资承诺：自太龙照明首次向社会公开发行的股票在创业板上市之日起 12 个月内，不转让或者委托他人管理本次发行前已持有的太龙照明股份，也不由太龙照明回购该部分股份。

本公司控股股东、董事长和总经理庄占龙，以及持有发行人股份的董事、高级管理人员苏芳、黄国荣、向潜、孙洁晓承诺：太龙照明上市后 6 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 6 个月期末收盘价低于发行价，本人所持有的太龙照明股票的锁定期限将自动延长 6 个月。如发行人上市后有权益分派、公积金转增股本、配股等除权除息事项的，上述发行价格亦将作相应调整。如本人违反股份锁定及减持承诺的，本人就发行人股票转让价与发行价的差价所获得的收益全部归属于发行人，本人持有的其余部分发行人股票的锁定期限自动延长 6 个月。本人不因本人离职或职务变更等原因而放弃履行上述承诺。

除上述承诺外，庄占龙、苏芳、黄国荣、向潜、孙洁晓、兰小华作为持有发行人股份的董事、监事、高级管理人员还承诺：本人在前述锁定期限满后每年转让的发行人股份不超过本人所持有发行人股份总数的 25%；在首次公开发行股票上市之日起 6 个月内申报离职的，自申报离职之日起 18 个月内不转让本

人直接或间接持有的发行人股份；在首次公开发行股票上市之日起第 7 个月至第 12 个月之间申报离职的，自申报离职之日起 12 个月内不转让本人直接或间接持有的发行人股份；在首次公开发行股票上市之日起 12 个月之后申报离职的，自申报离职之日起 6 个月内不得转让本人直接或间接持有的发行人股份。

（二）持股 5%以上股东持股意向及减持意向的承诺

本公司控股股东庄占龙及其他持股 5%以上股东苏芳、黄国荣、向潜、孙洁晓均为发行人董事和/或高级管理人员，上述人员就本人所持有的发行人股份在锁定期满后的减持事宜承诺如下：

1、减持需满足的条件

就本人所持有的发行人公开发行股票前已发行的股份，本人在前述锁定期满后两年内，在满足下述条件的情形下可转让发行人股票：自发行人首次公开发行股票并上市之日起，至本人就减持股份发布提示性公告之日，本人能够及时有效履行首次公开发行股票时公开承诺的各项义务，且如本人在减持时为持有发行人 5%股份的股东及/或董事、监事、高级管理人员，则本人还应不存在中国证监会发布的《上市公司大股东、董监高减持股份的若干规定》第六条和/或第七条规定的情形。

2、减持数量

在本人所持发行人股份的锁定期满后两年内，本人每年转让的发行人股份不超过本人直接或间接持有发行人股份总数的 20%。另外，如本人在减持时持有发行人 5%以上股份，则本人任意连续三个月内通过证券交易所集中竞价交易减持股份的总数，不超过发行人股份总数的百分之一，如本人通过协议转让方式减持股份并导致本人不再持有发行人 5%以上股份的，则本人在减持后六个月内将继续遵守该承诺。

3、减持方式

本人所持发行人股份将通过集中竞价交易、大宗交易、协议转让或其他合法方式进行减持，若本人实施减持的，将提前 3 个交易日予以公告。如本人在减持时持有发行人 5%以上股份，则：（1）若本人计划通过证券交易所集中竞价交易减持股份，则在首次卖出的 15 个交易日前预先披露减持计划，计划的内容

包括但不限于：拟减持股份的数量、来源、减持时间、方式、价格区间、减持原因；如本人通过协议转让方式减持股份并导致本人不再持有发行人 5%以上股份的，则本人在减持后六个月内仍将继续遵守上述承诺；（2）若本人通过协议转让方式减持股份，则单个受让方的受让比例不得低于 5%，转让价格范围下限比照大宗交易的规定执行，法律法规、部门规章及证券交易所业务规则另有规定的除外。

4、减持价格

本人在锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于发行人首次公开发行股票时的股票发行价。发行人发生派发股利、转增股本等除息、除权行为的，上述发行价格亦将作相应调整。

若本人违反上述减持承诺，本人该次减持股份所得收益将归发行人所有。

（三）稳定股价的承诺

1、公司稳定股价的措施

在本公司上市后三年内，若本公司股价连续 20 个交易日的收盘价（如发行人上市后发生权益分派、公积金转增股本、配股等除权除息事项的，上述收盘价亦将作相应调整，下同）均低于公司最近一期经审计的每股净资产且系非因不可抗力因素所致（以下简称为“启动股价稳定措施的条件”），本公司将实施以下具体的股价稳定措施：

本公司应在三个交易日内，根据当时有效的法律法规，与控股股东、董事、高级管理人员协商一致，提出稳定公司股价的具体方案，履行相应的审批程序和信息披露义务。股价稳定措施实施后，本公司的股权分布应当符合上市条件。

在启动股价稳定措施的条件满足时，可以视本公司实际情况、股票市场情况，以法律法规允许的方式向社会公众股东回购股份来稳定股价。若本公司决定采取回购股份方式稳定股价，本公司应在 5 个交易日内召开董事会，讨论本公司向社会公众股东回购本公司股份的方案，并提交股东大会审议。

本公司回购股份的资金为自有资金，回购股份的价格不超过上一个会计年度终了时经审计的每股净资产。本公司用于回购股份的资金金额不高于回购股

份事项发生时上一个会计年度经审计的归属于母公司股东净利润的 20%。超过上述标准的，有关稳定股价措施在当年度不再继续实施；但如下一年度继续出现需启动稳定股价措施的情形时，其将继续按照上述原则执行。

如果本公司股价已经不满足启动稳定公司股价措施的条件，本公司可不再实施向社会公众股东回购股份。

2、控股股东、实际控制人稳定公司股价的措施

如启动股价稳定措施的条件被触发，且发行人回购股份方案实施完毕之次日起连续 2 个交易日收盘价均低于发行人最近一期经审计的每股净资产，或发行人为稳定股价之目的回购股份方案实施完毕之次日起的 3 个月内，启动股价稳定措施的条件被再次触发时，本人将在发行人为稳定股价之回购股份方案实施完毕之日起 90 个自然日内，通过证券交易所集中竞价交易方式和/或大宗交易方式和/或其他合法方式增持发行人股份，单次用于增持股票的资金不低于人民币 200 万元，单次增持股份数量不超过发行人股份总数的 2%，连续 12 个月内增持股票累计不超过发行人股份总数的 5%，增持计划完成后的 6 个月内将不出售所增持的股份，增持后发行人的股权分布应当符合上市条件，增持股份行为及信息披露应当符合《公司法》、《证券法》、其他相关法律法规及深圳证券交易所相关业务规则的规定。如果发行人的股价已经不满足启动股价稳定措施的条件，本人可不再实施增持发行人股份的措施。

如本人在前述期限内未能履行稳定发行人股价的承诺，则发行人有权自该等期限届满后对本人的现金分红予以扣留，直至本人履行增持义务。

本人承诺，在发行人就回购股份事宜召开的股东大会、董事会会议上，对发行人承诺的回购股份方案的相关决议投赞成票。

3、公司其他董事（独立董事除外）及高级管理人员稳定公司股价的措施承诺

如启动股价稳定措施的条件被触发，且发行人控股股东、实际控制人为稳定股价之目的增持股份实施完毕之次日起的连续 2 个交易日发行人每日股票收盘价均低于发行人最近一期经审计的每股净资产，或发行人实际控制人为稳定股价之目的增持股份实施完毕之次日起的 3 个月内，启动股价稳定措施的条件

被再次触发时，本人将在发行人控股股东、实际控制人为稳定股价之目的增持股份实施完毕之次日起 90 个自然日内，通过证券交易所集中竞价交易方式和/或大宗交易方式和/或其他合法方式增持发行人股份，单次用于增持股票的资金不低于上一年度从公司所取得税后薪酬的 20%，全年不超过从公司所取得税后薪酬的 50%，增持计划完成后的六个月内将不出售所增持的股份，增持后发行人的股权分布应当符合上市条件，增持股份行为及信息披露应当符合《公司法》、《证券法》、其他相关法律法规及深圳证券交易所相关业务规则的规定。如果发行人的股价已经不能满足启动股价稳定措施的条件，本人可不再实施增持发行人股份的措施。

如本人在前述期限内未能履行稳定发行人股价的承诺，则发行人有权自该等期限届满后对本人的现金薪酬予以扣留，直至本人履行增持义务。

本人承诺，在发行人就回购股份事宜召开的股东大会、董事会会议上，对发行人承诺的回购股份方案的相关决议投赞成票。

对于未来新聘任的董事、高级管理人员，公司要求其履行公司上市时董事、高级管理人员已作出的相应承诺。

（四）股份回购的承诺

本公司承诺：本公司招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断本公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，本公司将依法回购首次公开发行的全部新股。回购价格按本公司首次公开发行股票的发价价格和有关违法事实被中国证监会认定之日前 30 个交易日公司股票交易均价的孰高确定，本公司上市后发生除权除息事项的，上述发行价格及回购股份数量作相应调整。

控股股东庄占龙承诺：发行人招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断发行人是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，本人将督促发行人依法回购首次公开发行的全部新股，本人亦将购回已转让的原限售股份。回购及购回价格按发行人首次公开发行股票的发价价格和有关违法事实被中国证券监督管理委员会认定之日前 30 个交易日发行人股票交易均价的孰高确定，发行人上市后发生除权除息事项的，上述发行价格及购回股份数量

作相应调整。

（五）依法承担赔偿责任或补偿责任的承诺

本公司承诺：发行人招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，将依法赔偿投资者损失。

公司控股股东、实际控制人庄占龙承诺：发行人招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，将依法赔偿投资者损失。在投资者损失数额确定前，本人不得转让发行人股份，发行人将应付本人薪金和现金分红予以扣留，直至本人实际履行上述承诺义务为止。

公司全体董事、监事、高级管理人员承诺：发行人招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，将依法赔偿投资者损失。在投资者损失数额确定前，本人不得转让发行人股份（如有），发行人将应付本人薪金和现金分红（如有）予以扣留，直至本人实际履行上述承诺义务为止。本人不会因离职或职务变更等原因而放弃履行本承诺。

本次发行的保荐机构（主承销商）天风证券承诺：因保荐机构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，给投资者造成损失的，将先行赔偿投资者损失。

本次发行的审计机构华普天健会计师、发行人律师君合律所分别承诺：因其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，给投资者造成损失的，将依法赔偿投资者损失。

二、本次新股公开发行和老股公开发售方案

（一）本次公开发行新股数量和股东拟公开发售股份数量

本次拟公开发行不超过 1,578.70 万股，占发行后总股本的 25%；其中，新股发行不超过 1,578.70 万股，公司股东公开发售不超过 300 万股且不超过自愿设定 12 个月及以上限售期的投资者获得配售股份的数量。

预计公司公开发行新股的数量为 1,578.70 万股，公司最终新股发行数量根据募集资金投资项目资金需求确定。根据询价结果，若发行募集资金额超过募

集资金投资项目所需资金总额，公司减少新股发行数量，同时调整公司股东公开发售股份的数量（不超过 300 万股且不超过自愿设定 12 个月及以上限售期的投资者获得配售股份的数量），且新股与公司股东公开发售股份的实际发行总量不超过 1,578.70 万股，公司本次发行新股数量与公司股东公开发售股份数量之和不低于本次发行后总股本的 25%。

（二）公司各股东公开发售股份的数量确定原则

本次发行时，乾霸投资不发售股份，公司其他股东将按照平等自愿原则共同协商确定本次发行时各自公开发售的股份数量。

单一股东可公开发售股份的数量=该股东发行前持有公司股份的数量÷拟公开发售的全体股东发行前持股总数×预计公司股东公开发售股份的数量上限；

若单一股东拟公开发售股份的数量低于其可公开发售股份的数量，差额部分的股份可由其他股东发售，若有两个以上股东愿意增加发售股份，则拟增加发售股份的股东协商确定各自增加发售股份的数量；协商不成的，按照发行前各自的持股数量占比确定各自增加发售股份的数量。

（三）拟公开发售股份的股东情况

本次拟公开发售股份的公司股东及持股情况如下：

股东名称	持股数量（万股）	持股比例	可公开发售股份数量（万股）
庄占龙	1,944.00	41.05%	129.60
苏芳	769.50	16.25%	51.30
黄国荣	769.50	16.25%	51.30
向潜	567.00	11.97%	37.80
孙洁晓	315.00	6.65%	21.00
兰小华	90.00	1.90%	6.00
庄跃龙	45.00	0.95%	3.00
合计	4,500.00	95.01%	300.00

（四）本次发行承销费用的分摊原则

如实际发生公司股东公开发售股份的情形，则公司按公开发行新股的数量占

本次公开发行股份的数量比例分摊承销费用；公开发售股份的股东按其发售股份的数量占本次公开发行股份的数量比例分摊承销费用；其他发行相关费用由发行人承担。

（五）股东公开发售股份对公司的影响

拟公开发售股份的股东中，庄占龙、苏芳、黄国荣、向潜、孙洁晓、兰小华为公司的董事、监事和高级管理人员，其中，庄占龙为公司控股股东、实际控制人，苏芳、黄国荣、向潜为持股 10%以上股东。

本次股东公开发售股份方案不会导致公司股权结构发生重大变化，不会导致公司控股股东及实际控制人发生变更，对公司治理结构及生产经营不存在重大影响。主要原因包括：公司股东拟公开发售股份是作为发行募集资金超过募集资金投资项目所需资金时的调整措施，且公司股东按照发行前各自的持股比例确定各自发售股份的上限；其次，公司股东拟公开发售股份的上限为 300 万股，占本次公司拟公开发行股份总量 1,578.70 万股的 19%，本次公开发行主要为新股发行。

经核查，保荐机构和发行人律师认为：发行人原股东公开发售股份方案符合相关法律、法规及《公司章程》的规定，已经发行人股东大会审议通过；发行人原股东拟公开发售的股份不存在权属纠纷或质押、查封、冻结等依法不得转让的情形；发行人原股东本次公开发售股份不会导致发行人的股权结构发生重大变化，不会导致发行人的实际控制人发生变更，亦不会对发行人治理结构及生产经营产生不利影响。

三、首次公开发行股票后公司填补被摊薄即期回报的措施及承诺

（一）公司填补被摊薄即期回报的具体措施

本次发行完成后，公司的股本规模、净资产规模较发行前将有较大幅度增长。由于募集资金投资项目建设需要一定周期，期间股东回报主要通过现有业务实现，导致公司每股收益和净资产收益率等指标可能在短期内出现一定幅度

的下降。公司为填补被摊薄的即期回报，将一方面通过大力发展公司现有业务，促进公司现有主营业务的发展，妥善应对各项潜在的经营风险，对外服务客户需求，提升市场份额，对内加强管理，降低运营成本，提升经营效率。另一方面，公司将加强募集资金管理，促使募投项目如期实现效益。公司还将完善利润分配政策，优化投资者回报机制，增强持续回报能力。具体措施如下：

1、服务客户需求，妥善应对风险，促进现有主营业务发展

公司已在包括时尚休闲、运动、商务等品牌服饰领域积累了大量优质客户，随着公司在该领域的持续深耕，市场规模及经营经验不断提升，运营状况良好，发展态势稳中有升。但公司仍然面临整体解决方案不完善、客户及行业集中、应收账款回收、原材料价格波动、劳动力成本上升等风险，公司的改进措施主要包括：

（1）通过完善业务流程、加强客户反馈、提升市场响应速度等措施，贯彻以客户需求为中心的经营策略，提升业务弹性和灵活性，保障在现有业务领域内的客户“商业照明整体外包”的需求得到有效满足。

（2）实施有效的市场开拓战略，在巩固现有品牌服饰市场份额的同时，不断挖掘和培育家居家纺、商超、餐饮等连锁销售领域的客户，增强应对行业和市场系统化风险的能力。

（3）紧密关注重要客户及市场环境的变化情况，从业务开拓、客户管理和财务管理等角度加强对于应收账款的监控，加强客户信用风险管理，加大应收账款控制力度，通过应收账款结构及财务政策的有效管理，加快应收账款的回收速度。

（4）完善供应商管理政策，扩充重要原材料的合格供应商名录，促进原材料供应商之间的合理竞争；加大研发投入，引领产品更新换代，合理降低重要原材料依存度，提升产品竞争力。

（5）提高工人薪酬待遇以吸引更多技术工人，同时注重产品的更新升级，提高高附加值产品的销售比重，通过提高设备自动化程度，提升生产效率，降低人工成本上升的影响。

2、加强经营管理，降低运营成本，提升经营效率和盈利能力

公司将进一步运用信息化技术提升研发、设计和服务能力，提高组织管理水平，利用自动化技术提升生产能力和制造的精益化程度。在日常运营效率上，一方面，公司在引进和利用现代化管理方法的基础上，加强市场响应速度，提高公司资产的利用效率和周转速度，提升精益化生产的水平；另一方面，公司将不断提升对流动资金的使用效率，科学选择合理的日常融资方式，降低综合资金使用成本，从而降低公司日常运营成本，提升整体的日常运营效率。随着商业照明产业基地的建设，研发、制造能力的加强，公司的品牌影响力和营业规模将进一步提高，促进公司规模效应的实现和盈利能力的提升。

3、加快募投项目实施进度，加强募集资金管理

本次募集资金投资项目紧紧围绕主营业务展开，其实施有利于提升公司竞争力和盈利能力。本次发行募集资金到位后，公司将加快推进募投项目建设，争取募投项目早日实现预期效益。同时，公司将根据上市后适用的《公司章程》、《募集资金专项存储及使用管理制度》及相关法律法规的要求，严格使用募集资金，以保证募集资金按照原定用途得到充分有效利用从而实现预期收益。

4、完善利润分配政策，优化投资者回报机制

为进一步增强现金分红的透明度，树立给予投资者合理回报的观念，公司根据《上市公司监管指引第3号——上市公司现金分红》的相关要求，制定了明确、清晰的股东回报规划和具体的现金分红政策，健全了公司利润分配政策的监督约束机制。公司将牢固树立回报股东的意识，注重对投资者积极、持续、稳定的回报，保证利润分配政策的连续性和稳定性。

本公司谨提醒投资者注意，公司制定填补被摊薄的即期回报的措施不等于对公司未来的利润作出保证。

（二）公司董事及高级管理人员关于切实履行填补回报措施的承诺

为进一步保护公司上市后投资者的权益，太龙照明全体董事和高级管理人

员，根据中国证监会于 2015 年 12 月 30 日发布的《关于首发及再融资、重大资产重组摊薄即期回报有关事项的指导意见》等相关规定要求，对公司填补回报措施能够得到切实履行做出如下承诺：

（一）本人承诺不无偿或以不公平条件向其他单位或者个人输送利益，也不采用其他方式损害公司利益。

（二）本人承诺对本人的职务消费行为进行约束。

（三）本人承诺不动用公司资产从事与本人履行职责无关的投资、消费活动。

（四）本人承诺由董事会或薪酬委员会制定的薪酬制度应当与公司填补回报措施的执行情况相挂钩。

（五）若公司后续推出公司股权激励政策，本人承诺拟公布的公司股权激励的行权条件应当与公司填补回报措施的执行情况相挂钩。

（六）自本承诺出具日至公司本次公开发行股票实施完毕前，若中国证监会做出关于填补回报措施及其承诺的其他新的监管规定的，且上述承诺不能满足中国证监会该等规定时，本人承诺届时将按照中国证监会的最新规定出具补充承诺。

（七）本人承诺切实履行公司制定的有关填补回报措施以及对此做出的任何有关填补回报措施的承诺，若违反该等承诺并给公司或者投资者造成损失的，本人愿意依法承担对公司或者投资者的补偿责任。

作为填补回报措施相关责任主体之一，若违反上述承诺或拒不履行上述承诺，本人同意按照中国证监会和深圳证券交易所等证券监管机构按照其制定或发布的有关规定、规则，对本人做出相关处罚或采取相关管理措施。”

经核查，保荐机构认为：太龙照明所预计的即期回报摊薄情况的合理性、填补即期回报措施及相关承诺主体的承诺事项，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》中关于保护中小投资者合法权益的精神，保护了中小投资者的合法权益。

四、滚存未分配利润分配方案

根据公司 2015 年第四次临时股东大会审议通过的《关于太龙（福建）商业照明股份有限公司在中国境内首次公开发行人民币普通股前的滚存未分配利润

分配方案的议案》，在本次发行完成之日前形成的滚存未分配利润，由本次发行完成后的新老股东按照本次发行完成后所持股份比例共同享有。

五、本次发行后公司股利分配政策和分红回报规划

（一）本次发行后的股利分配政策

公司 2015 年第四次临时股东大会审议通过了上市后适用的《公司章程（草案）》，股利分配政策相关主要规定如下：

1、利润分配政策

（1）股利分配原则：公司实行积极、持续、稳定的利润分配政策，公司应重视对投资者的合理投资回报并兼顾公司当年的实际经营情况和可持续发展；公司董事会和股东大会对利润分配政策的决策和论证应当充分考虑独立董事、监事会和公众投资者的意见。

（2）利润的分配形式：公司采取现金、股票或者现金股票相结合的方式或者法律、法规允许的其他方式分配利润，并优先考虑采取现金方式分配利润。利润分配不得超过累计可分配利润的范围，不得损害公司持续经营能力。公司可以根据公司盈利及资金需求情况进行中期现金分红。

（3）如无重大投资计划或重大现金支出发生，公司应当采取现金分配股利，公司每年以现金方式分配的利润不少于当年度实现的可分配利润的 20%。重大投资计划或重大现金支出是指以下情形之一：公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或购买设备累计支出达到或超过公司最近一期经审计净资产的 50%，且超过 3,000 万元；公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或者购买设备累计支出达到或超过公司最近一期经审计总资产的 30%。

（4）发放股票股利的条件：若公司有扩大股本规模需要，或者公司认为其他需要时，且应当具有公司成长性、每股净资产摊薄等真实合理因素，可以在上述现金股利分配之余，进行股票股利分配。

（5）公司董事会未做出现金利润分配预案的，应当在股东大会中说明原因，独立董事应当对此发表独立意见，监事会应当审核并对此发表意见。

（6）公司的控股子公司所执行的利润分配政策应能保证发行人未来具备现

金分红能力。

(7) 公司董事会应当综合考虑所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，区分下列情形，并按照章程规定的程序，实行差异化的现金分红政策：

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

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

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

公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，可以按照前项规定处理。

2、利润分配政策的调整

公司根据生产经营情况、投资规划和长期发展的需要，可以调整利润分配政策。

如公司需要调整利润分配政策，应由公司董事会根据实际情况提出利润分配政策调整议案，并详细论证和说明调整的原因，调整后的利润分配政策不得违反相关法律法规、规范性文件的有关规定。

独立董事应当对利润分配政策调整方案发表明确意见。有关调整利润分配政策的议案应由三分之二以上独立董事且经全体董事过半数以上表决同意后方可提交公司股东大会审议并经出席股东大会的股东所持表决权的 2/3 以上通过。

为充分听取中小股东意见，公司应通过提供网络投票等方式为社会公众股东参加股东大会提供便利，必要时独立董事可公开征集中小股东投票权。

3、利润分配应履行的程序

公司董事会根据公司的利润分配规划，结合公司当年的生产经营状况、现金流量状况、未来的业务发展规划和资金使用需求、以前年度亏损弥补状况等因素，以实现股东合理回报为出发点，制订公司当年的利润分配预案。

董事会在制定利润分配预案时，应当认真研究和论证公司现金分红的时

机、条件和最低比例、调整的条件及其决策程序要求等事宜。独立董事应对利润分配预案发表明确意见。

公司具体利润分配预案经董事会审议通过后提交股东大会表决，经出席股东大会的股东（包括股东代理人）所持表决权的二分之一以上审议通过。股东大会对现金分红预案进行审议时，应当通过多种渠道主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流，充分听取中小股东的意见和诉求，并及时答复中小股东关心的问题。

如果公司符合本章程规定的现金分红条件，但董事会没有作出现金分红预案的，应当在定期报告中披露原因、未用于分红的资金留存公司的用途，公司监事会、独立董事应当对此发表独立意见，并在股东大会审议相关议案时向股东提供网络形式的投票平台。

（二）公司上市后分红回报规划

公司 2015 年第四次临时股东大会审议通过了《关于制订〈太龙（福建）商业照明股份有限公司首次公开发行股票并上市后股东分红回报规划〉的议案》，其中规定：公司利润分配应高度重视对投资者的合理投资回报，牢固树立回报股东的意识，公司实行持续、稳定的利润分配政策，并兼顾公司的可持续发展；在保证公司可持续发展的前提下，充分维护公司股东依法享有的资产收益等权益，增加公司股利分配决策的透明度和可操作性。

1、分红回报规划的制定周期

公司应强化回报股东的意识，综合考虑公司盈利情况、资金需求、发展目标和股东合理回报等因素，以每三年为一个周期，制定周期内股东回报规划，明确三年分红的具体安排和形式，现金分红规划及期间间隔等内容。

2、上市后未来三年股东分红回报计划

公司采取现金、股票或者现金股票相结合的方式或者法律、法规允许的其他方式分配利润，并优先考虑采取现金方式分配利润。利润分配不得超过累计可分配利润的范围，不得损害公司持续经营能力。同时，公司可以根据公司盈利及资金需求情况进行中期现金分红。

如无重大投资计划或重大现金支出发生，公司应当采取现金分配股利，公

司每年以现金方式分配的利润不少于当年度实现的可分配利润的 20%。

若公司有扩大股本规模需要，或者公司认为其他需要时，且应当具有公司成长性、每股净资产摊薄等真实合理因素，可以在上述现金股利分配之余，进行股票股利分配。

六、本公司特别提醒投资者注意本招股说明书“第四节 风险因素”中的下列风险

（一）整体解决方案不完善的风险

在商业照明市场，公司抓住品牌客户具有品质要求高、单店规模不一、总量需求大、服务要求高等需求特点，提供商业照明整体解决方案，业务范围包括品牌照明形象设计、终端门店照明设计、个性化照明产品研发生产、终端门店全国配送和商业照明全程服务。通过在客户的照明应用中承担系统方案解决任务，公司在创造更高价值的同时，客户也在产品质量和服务效果上提出了更高层级的要求。

如果公司提供的整体解决方案中的部分环节不能达到客户预期，未能满足客户“商业照明整体外包”的需求，可能导致公司单个客户的流失和整体市场规模的下降。

（二）客户和行业集中风险

作为商业照明系统综合服务的倡导者，公司为客户提供包括照明设计、开发制造、系统综合服务为一体的商业照明整体解决方案，产品定位于中高端市场；主要客户为阿迪达斯、绫致时装、利郎、特步和安踏等知名品牌服饰商。

报告期内，公司对前十大客户的销售收入占比分别为 60.58%、60.98%和 58.60%，虽然长期稳定的合作关系有利于公司销售增长的稳定性和连续性，但如果公司与主要客户合作关系发生变化，或客户自身经营发生重大不利变化，将对公司生产经营和业务发展带来不利影响。

公司商业照明整体解决方案可以广泛应用于品牌服饰、家居家纺、商超、餐饮等连锁销售领域的实体门店。虽然实体门店在品牌建设、消费体验、衣着

试穿上有着不可替代的作用，但随着互联网的普及和电子商务的发展，近年来网络销售规模增长迅速。公司目前的营业收入仍集中于品牌服饰领域，报告期内，公司来自于品牌服饰客户的销售收入占比分别为 87.56%、78.85%和 73.54%。若品牌服饰行业的发展前景或品牌服饰行业的经营模式出现重大变化，则将对公司主营业务产生不利影响。

（三）应收账款回收风险

2014 年、2015 年和 2016 年末，公司应收账款净额分别为 6,818.48 万元、7,554.32 万元和 8,494.22 万元，占各期末资产总额的比例分别为 32.82%、29.95%和 27.57%。

报告期末，公司应收账款客户主要是阿迪达斯、绫致时装、利郎、安踏和匹克等知名品牌企业，客户整体实力较强，信誉良好。各报告期末，账龄在 1 年以内应收账款分别占总额的 98.18%、95.45%和 92.92%，应收账款账龄结构合理，总体质量良好。虽然公司已经根据内控管理的要求，从业务开拓、客户管理和财务管理等角度加强对于应收账款的监控，但应收账款余额仍会随着公司业务的发展进一步增长，若公司主要客户的经营状况发生不利变化，则可能导致该等应收账款不能按期或无法收回而发生坏账，将对公司的经营业绩产生不利影响。

（四）原材料价格波动风险

公司产品的主要原材料包括电光源、电器和配件。报告期内，原材料成本占主营业务成本的比重较高，其中光源和电器价格波动对生产成本变化影响较大。虽然 2016 年部分主要原材料价格有所下降，但是未来仍然存在原材料价格上涨的风险，若未来主要原材料价格出现大幅波动，将直接影响产品的生产成本、销售价格及毛利率等，导致公司经营业绩产生波动。

（五）劳动力成本上升风险

劳动力成本的上升是国内企业共同面临的问题。伴随我国工业化、城市化进程的推进，以及城市消费水平的提升，员工工资水平的持续提升有利于企业

的长期发展，也是企业社会责任的体现。近年来，公司注重提高工人薪酬待遇以吸引更多技术工人，同时，公司注重产品的更新升级，提高高附加值产品的销售比重，通过提高设备自动化程度，提升生产效率，降低人工成本上升的影响。但是如果国内劳动力成本持续上升，将对公司盈利能力产生不利影响。

七、保荐机构对发行人是否具备持续盈利能力的核查意见

发行人已分析并完整披露了对其持续盈利能力产生重大不利影响的所有因素，不存在下列对持续盈利能力构成重大不利影响的情形：

- 1、发行人的经营模式、产品或服务的品种结构已经或者将发生重大变化，并对发行人的持续盈利能力构成重大不利影响；
- 2、发行人的行业地位或发行人所处行业的经营环境已经或者将发生重大变化，并对发行人的持续盈利能力构成重大不利影响；
- 3、发行人在用的商标、专利、专有技术、特许经营权等重要资产或者技术的取得或者使用存在重大不利变化的风险；
- 4、发行人最近一年的营业收入或净利润对关联方或者有重大不确定性的客户存在重大依赖；
- 5、发行人最近一年的净利润主要来自合并财务报表范围以外的投资收益；
- 6、其他可能对发行人持续盈利能力构成重大不利影响的情形。

经核查，保荐机构认为：商业照明行业具有广阔的市场空间，发行人业务、财务状况良好，具备持续盈利能力。

目 录

发行人声明.....	3
重大事项提示.....	4
一、重要承诺事项.....	4
二、本次新股公开发行人和老股公开发售方案.....	9
三、首次公开发行股票后公司填补被摊薄即期回报的措施及承诺.....	11
四、滚存未分配利润分配方案.....	14
五、本次发行后公司股利分配政策和分红回报规划.....	15
六、本公司特别提醒投资者注意本招股说明书“第四节 风险因素”中的 下列风险.....	18
七、保荐机构对发行人是否具备持续盈利能力的核查意见.....	20
目 录.....	21
第一节 释义.....	26
第二节 概览.....	29
一、发行人简介.....	29
二、发行人控股股东、实际控制人情况.....	38
三、发行人近三年的主要财务数据和财务指标.....	38
四、本次发行募集资金用途.....	40
第三节 本次发行概况.....	41
一、本次发行的基本情况.....	41
二、本次发行的有关当事人.....	43
三、发行人与本次发行有关当事人之间的关系.....	45
四、本次发行上市的重要日期.....	45
第四节 风险因素.....	46
一、宏观经济波动风险.....	46
二、市场竞争风险.....	46
三、产品研发设计风险.....	47
四、经营风险.....	47

五、管理风险	49
六、人力资源风险	49
七、税收优惠政策变动风险	50
八、募集资金运用风险	50
第五节 发行人基本情况	52
一、发行人基本资料	52
二、发行人设立情况	52
三、发行人重大资产重组情况	54
四、发行人的股权结构和组织结构	57
五、发行人控股和参股子公司基本情况	59
六、持有发行人 5%以上股份的主要股东及实际控制人情况	59
七、发行人股本情况	61
八、董事、监事、高级管理人员、其他核心人员、员工实行的股权激励及其他制度安排和执行情况	64
九、发行人员工及社保和住房公积金缴纳情况	64
十、本次发行相关各方作出的重要承诺及承诺履行情况	68
第六节 业务和技术	73
一、发行人主营业务、主要产品及设立以来的变化情况	73
二、发行人所处行业基本情况	91
三、行业竞争格局和发行人的竞争地位	126
四、发行人主营业务情况	137
五、发行人主要固定资产和无形资产	170
六、发行人经营资质、特许经营权和取得荣誉情况	179
七、技术和研发情况	180
八、发行人主要产品和服务的质量控制状况	196
九、境外经营情况	198
十、发行人发展规划	198
第七节 同业竞争与关联交易	205
一、发行人的独立性	205

二、同业竞争	206
三、关联方、关联关系和关联交易	207
四、关联交易决策程序的履行情况及独立董事意见	210
五、发行人规范和减少关联交易的措施	211
第八节 董事、监事、高级管理人员与公司治理	212
一、董事、监事、高级管理人员与其他核心人员概况	212
二、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员持有发行人股份及对外投资情况	217
三、公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员薪酬情况	218
四、公司与董事、监事、高级管理人员及其他核心人员签定的协议及其履行情况	219
五、近两年公司董事、监事、高级管理人员的变动情况及原因	220
六、发行人股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书、董事会专门委员会制度的运行及履职情况	220
七、发行人管理层对内部控制的自我评估意见及注册会计师的鉴证意见	229
八、发行人近三年违法违规行为情况	229
九、发行人近三年资金占用和对外担保的情况	230
十、发行人资金管理、对外投资与担保事项的政策及制度安排、执行情况	230
十一、关于投资者权益保护的情况	233
第九节 财务会计信息与管理层分析	235
一、发行人财务报表	235
二、会计师事务所的审计意见	239
三、财务报表编制基础、合并报表范围及变化情况	239
四、影响发行人业绩的主要因素	240
五、财务报告基准日至招股说明书签署日之间的经营状况	241
六、主要会计政策和会计估计	241
七、主要税项	259
八、非经常性损益明细表	260

九、发行人报告期内主要财务指标	261
十、发行人盈利预测情况	263
十一、财务报表附注中的日后事项、或有事项及其他重要事项	263
十二、盈利能力分析	263
十三、财务状况分析	295
十四、现金流量分析	314
十五、本次募集资金到位当年的发行人即期回报被摊薄情况和填补措施及承诺	316
十六、发行人股利分配政策及分配情况	321
十七、发行前滚存利润的安排	321
第十节 募集资金运用	322
一、募集资金运用	322
二、项目实施的必要性和可行性	324
三、项目具体情况简介	333
四、固定资产变化与产能变动的匹配关系	341
五、募集资金投资项目新增产能消化措施	342
六、募集资金运用对公司财务状况和经营成果的影响	345
第十一节 其他重要事项	347
一、重要合同	347
二、发行人对外担保情况	352
三、诉讼及仲裁事项	352
第十二节 有关声明	356
一、发行人全体董事、监事、高级管理人员声明	356
二、保荐人（主承销商）声明	357
三、发行人律师声明	358
四、审计机构声明	359
五、评估机构声明	360
六、验资机构声明	361
第十三节 附件	363

一、备查文件	363
二、现场查阅时间和地址	363

第一节 释义

在本招股说明书中，除非另有说明，下列词汇具有如下意义：

常用词语释义		
公司、本公司、发行人、股份公司、太龙照明	指	太龙（福建）商业照明股份有限公司
太龙有限	指	太龙（漳州）照明工业有限公司，发行人前身
乾霁投资	指	上海乾霁投资合伙企业（有限合伙），本公司股东
悦森照明	指	悦森照明科技（上海）有限公司，发行人子公司
太龙至邦	指	太龙至邦（厦门）展览展示服务有限公司，发行人子公司
汉江金属	指	汉江（漳州）金属工业有限公司，发行人子公司，2011年12月被发行人吸收合并
太龙光电	指	太龙（漳州）光电有限公司，发行人子公司，2011年12月被发行人吸收合并
中国证监会	指	中国证券监督管理委员会
本次发行	指	公司本次首次公开发行人民币普通股的行为，包括公司新股发行和公司股东公开发售股份
公司法	指	中华人民共和国公司法
证券法	指	中华人民共和国证券法
公司章程	指	太龙（福建）商业照明股份有限公司章程
天风证券、保荐人、保荐机构	指	天风证券股份有限公司
君合律所、发行人律师	指	北京市君合律师事务所
华普天健会计师、申报会计师	指	华普天健会计师事务所（特殊普通合伙），或其前身华普天健会计师事务所（北京）有限公司
银信评估师	指	银信资产评估有限公司
近三年、报告期	指	2014年度、2015年度和2016年度
平米	指	平方米
元、万元	指	人民币元、人民币万元
客户简称		
阿迪达斯	指	阿迪达斯体育（中国）有限公司及其关联机构
耐克	指	耐克体育（中国）有限公司及其关联机构
绫致、绫致时装	指	绫致时装（天津）有限公司及其关联机构 ¹

¹关联机构指存在控制权关系的母子公司，或受同一控制的其他公司；不包括受加盟协议、特许协议等协议约束的代理商或经销商

特步	指	特步（中国）有限公司及其关联机构
利郎	指	利郎（中国）有限公司及其关联机构
匹克	指	匹克（中国）有限公司及其关联机构
哥伦比亚	指	哥伦比亚运动服装商贸（上海）有限公司及其关联机构
李宁	指	李宁（中国）体育用品有限公司及其关联机构
安踏	指	安踏（中国）有限公司及其关联机构
杰尼亚	指	杰尼亚（中国）商业有限公司及其关联机构
爱马仕	指	爱马仕（上海）商贸有限公司及其关联机构
都市丽人	指	深圳市都市丽人服装有限公司及其关联机构
美邦服饰	指	上海美特斯邦威服饰股份有限公司及其关联机构
拉夏贝尔	指	上海拉夏贝尔服饰股份有限公司及其关联机构
今誉服饰	指	广州市今誉服饰有限公司及其关联机构
宝姿	指	世纪宝姿（厦门）实业有限公司及其关联机构
七匹狼	指	福建七匹狼实业股份有限公司及其关联机构
柒牌	指	柒牌有限公司及其关联机构
爱步	指	爱步贸易（上海）有限公司及其关联机构
赫基服饰	指	珠海赫基服饰有限公司及其关联机构
爱依瑞斯	指	廊坊爱依瑞斯家具有限公司及其关联机构
金牌橱柜	指	厦门金牌厨柜股份有限公司及其关联机构
富安娜	指	深圳市富安娜家居用品股份有限公司及其关联机构
日春	指	日春股份公司及其关联机构
IBL	指	IBL Lighting Ltd及其关联机构
LDG	指	LICHTSPIEL Lichtprojekte und Design GmbH及其关联机构
国际光源电器企业		
飞利浦、Philips	指	飞利浦（中国）投资有限公司及其关联机构；飞利浦是一家涉及照明、家庭电器和医疗系统等多元化业务的大型跨国企业集团，总部位于荷兰
通用电气、GE	指	通用电气照明有限公司及其关联机构；通用电气是一家涉及器材、航空、商业等多元化业务的大型跨国企业集团，总部位于美国
欧司朗、Osram	指	欧司朗（中国）照明有限公司及其关联机构；欧司朗是一家大型照明公司，世界知名光源制造商，总部位于德国
锐高、Tridonic	指	锐高照明电子（上海）有限公司及其关联机构；锐高是一家大型照明电器、电子制造企业，总部位于奥地利
专业名词		
照明器具	指	由光源、灯具、电器和配件组成的成套设备

光源、电光源	指	将电能转变为光的器件；按发光原理可分为白炽灯、气体放电灯（如陶瓷金卤灯）和LED光源等
陶瓷金卤灯	指	以多晶氧化铝陶瓷制成电弧管管壳，依靠金属卤化物作为发光材料的一种节能光源，具有高光效、高显色的特点
LED	指	发光二极管，当被电流激发时通过传导电子和空穴的再复合产生自发辐射而发出非相干光的一种半导体二极管
LED光源	指	以LED为发光体的光源，由于具有效率高、寿命长的特点，将成为下一代照明的主流产品
COB光源	指	LED光源的一种，板上芯片光源（Chip On Board）的简称，是一种高功率集成面光源
灯具	指	由起支撑、固定、反射和保护作用的部件及联结光源所必须的电路辅助装置组合而成，将一个或多个光源发出的光进行控制分配或反射的装置
电器	指	采用电子技术驱动电光源，使之产生照明的电器附件，如LED照明中运用的LED驱动器，陶瓷金卤灯照明中运用的电子镇流器、电感整流器等
中国照明学会	指	中国科学技术协会所属全国性一级学会，同时也是在国际照明委员会中代表中国的唯一组织，主要从事照明技术的科研、教学、设计、生产、开发以及推广应用工作
绿色照明	指	通过科学的照明设计，采用效率高、寿命长、安全、稳定的节能照明产品，以达到高效、节能、安全的照明环境
光通量	指	光源在单位时间内向周围空间辐射并被眼睛接受的能量总和，单位为流明（LM）
流明	指	光通量的单位；发光强度为1坎德拉（CD）的点光源，在单位立体角内发出的光通量为1流明，英文缩写LM
光效	指	光源所发出的光通量（LM）与该光源所消耗的电功率（W）的比值
品牌商	指	品牌的持有者和运营者。品牌商的产品一般经过制造商、品牌总部、代理商/经销售、零售终端最终到达消费者手中。品牌商的主要价值包括品牌形象的建设，研发生产的控制，以及物流和销售渠道的维护
代理商/经销商	指	代理商指经过品牌商授权，在某区域范围内经营批发或零售业务的机构或个人，代理商可在品牌商授权的销售区域自行或发展经销商开设零售终端，销售品牌商的产品；经销商指向代理商购买品牌商产品，在指定区域内以经营加盟店的方式销售品牌商产品的商户
直营店/加盟店	指	零售终端按照品牌商对其控制方式分为直营店和加盟店。直营店是由品牌商控制和直接经营的零售终端；加盟店是由代理商、经销商控制和直接经营的零售终端

本招股说明书中若出现合计数的尾数与各分项数字之和的尾数不一致的情况，系由四舍五入的原因所引起。

第二节 概览

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

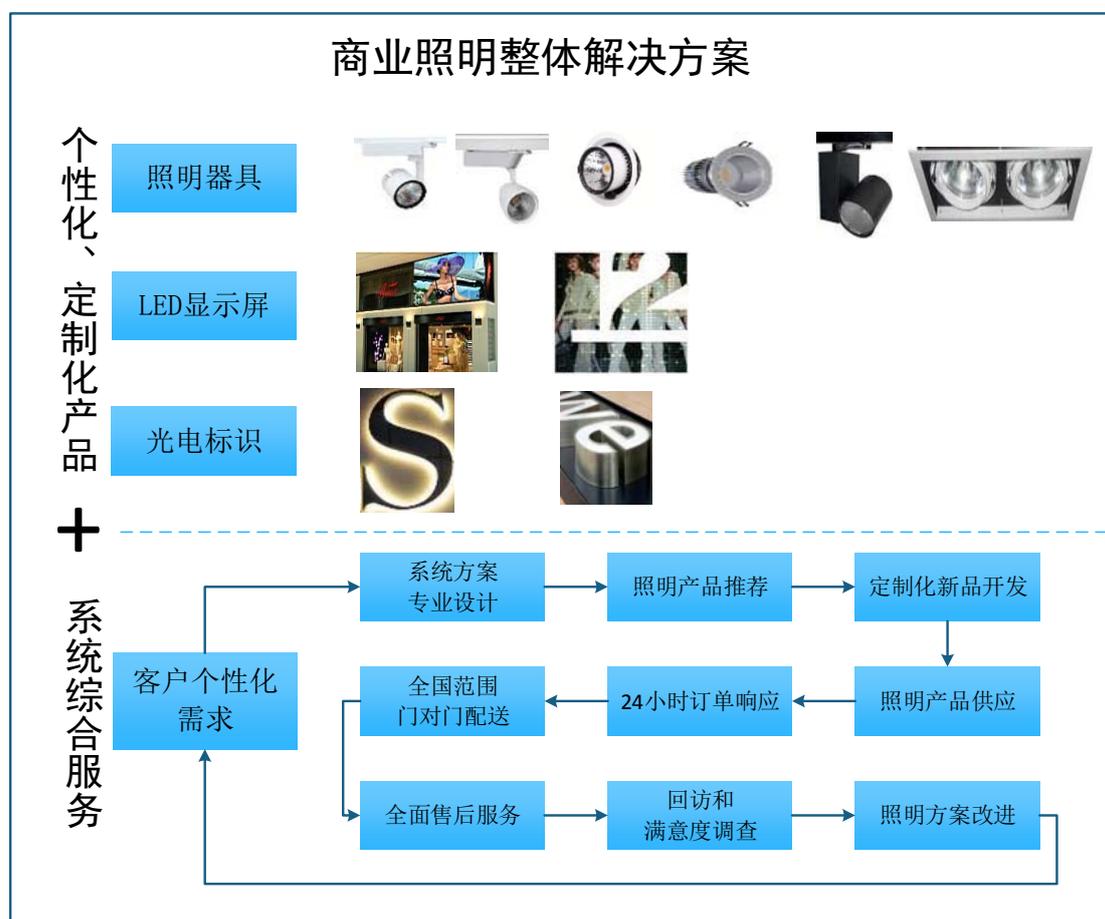
一、发行人简介

（一）公司概况

本公司系由太龙有限整体变更设立的股份有限公司。股份公司于2012年12月10日在福建省漳州市工商行政管理局注册登记。

公司注册资本为4,736.10万元，住所为福建省漳州台商投资区角美镇文圃工业园，法定代表人为庄占龙。

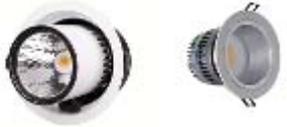
（二）主营业务和主要产品



作为专注于光影营造的商业照明整体解决方案服务商，公司依托创新的商业模式和成熟的业务体系，以个性化、定制化的照明产品为载体，提供包括照明设计、开发制造、系统综合服务为一体的商业照明整体解决方案，全面满足品牌客户终端门店对于环境营造和产品展示的照明需求，达到其提升消费体验和提高品牌形象的目标。

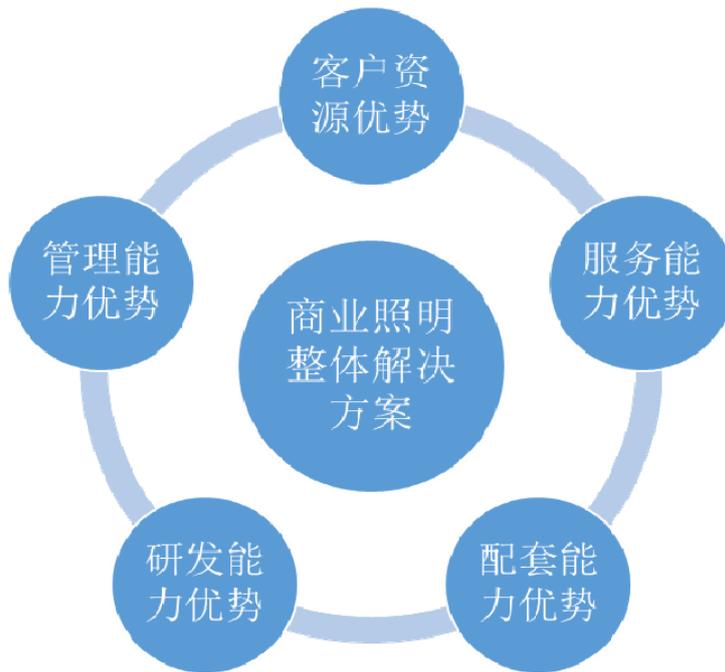
公司主要客户为阿迪达斯、绫致时装、利郎、特步和安踏等知名品牌服饰企业，并逐步向家居家纺、商超、餐饮等领域拓展业务。公司于行业内引领“总部提供专业化设计、照明器具定制化开发、品牌终端门对门服务”的商业模式，2010年以来已累计在全国范围内为超过100个知名品牌、6万余个零售终端提供了商业照明整体解决方案。

根据商业照明对于产品的需求特点，公司的主要产品包括照明器具、LED显示屏和光电标识等三类。

产品类别	产品系列	代表性产品	主要特点	产品用途
照明器具	LED照明器具	 固定式LED照明器具	1、高效节能，整灯最高光效可达110LM/W；寿命长，可达5万小时；光衰慢，可靠性高。 2、随着技术进步，散热问题解决，高功率产品逐渐广泛应用。 3、高品质的光色，细腻的细节表现能力，显色性能全面升级。	基础照明 重点照明 辅助照明
		 嵌入式LED照明器具		
陶瓷金卤灯具		 固定式陶瓷金卤灯具	1、显色性好，显色指数达90%，光色纯正柔和，具备出色的设计感和表现力。 2、技术和配套产品成熟、稳定，完美的重点照明产品。 3、光效高、寿命长，整灯光效和使用寿命最高分别可达90LM/W和2万小时，具有显著的节能效果。	基础照明 重点照明
		 嵌入式陶瓷金卤灯具		

其他 照明 器具 及配 件	 <p>吊装式节能照明器具</p>	良好的光效、寿命和显色性，技术成熟、成本较低。	基础照明 辅助照明
LED 显示屏	 <p>全彩显示屏异型屏</p>	1、高清、节能、全彩，满足品牌客户对于商业空间展示、体验、互动的需求。 2、含柔性屏、透明屏、LOGO 字体屏，形状各异的显示产品，彰显品牌个性。	形象展示 播放互动
光电标识	 <p>光电标识</p>	1、具有设计感和个性化的标识产品。 2、整体成型、布灯均匀、精细配光，具有高精度、高品质的标识产品。	标识照明 形象展示

（三）公司竞争优势



1、客户资源优势

公司有效满足品牌客户“引导消费行为”、“促进品牌建设”和“提供一体化服务”等方面的需求，已得到时尚休闲服饰、运动服饰、商务服饰领域内众多知名企业的认可。公司着力构建稳定、双赢的客户关系，积累了一批知名品牌商组

成的核心客户体系并形成品牌效应，为公司的长期健康发展奠定了基础。同时，公司保持对其他商业领域的开拓，并已在家居家纺、商超、餐饮等领域积累客户。

时尚休闲服饰领域的主要客户如下：

品牌商	旗下品牌	上市情况	品牌描述
绫致时装		---	成立于 1975 年的家族企业，总部位于丹麦，欧洲最大的时装集团之一
			
			
			
美邦服饰		2008 年深圳上市，股票代码 SZ. 002269	国内知名休闲服饰品牌，截至 2016 年 6 月末拥有约 3,800 多家零售终端
			
今誉服饰		---	国内大型女装服饰企业，旗下“阿依莲”品牌倡导“淑女造型”概念
			
都市丽人		2014 年香港上市，股票代码 HK. 02298	国内知名内衣品牌，致力于成为世界知名的快时尚内衣品牌，截至 2016 年 6 月末拥有约 8,300 多家零售终端
赫基服饰		---	拥有多品牌的国际时尚集团，成立于 1999 年，覆盖女装、男装及童装，目前拥有约 3,000 家店铺
			
			
爱步		---	休闲鞋类品牌，被誉为丹麦制鞋制革专家，世界知名鞋类品牌之一，涵盖休闲系列、正装系列等多个系列

运动服饰领域的主要客户如下：

品牌商	旗下品牌	上市情况	品牌描述
阿迪达斯		母公司 1995 年于德国上市，股票代码 DE. ADSGn	全球顶级运动用品制造商，世界两大运动品牌之一，2016 年 6 月末拥有约 1 万家门店
			
特步		2008 年香港上市，股票代码 HK. 01368	国内知名体育用品品牌企业，截至 2016 年 6 月末拥有约 7,400 多家零售终端

安踏		2007 年香港上市, 股票代码 HK. 02020	国内知名体育用品品牌企业（2009 年收购 FILA 中国业务），截至 2016 年 6 月末拥有 9,197 家零售终端
			
匹克		---	国内知名体育用品品牌企业，截至 2016 年 6 月末拥有约 6,000 家零售终端
哥伦比亚		---	全球最大的户外运动服饰品牌之一，创立于 1938 年，2015 年在华门店数量超过 600 家
耐克		母公司 1980 年在美国纽交所上市, 代码 NYSE:NKE	全球著名体育运动品牌，2016 年中国品牌服饰市场份额第一

商务服饰领域主要客户如下：

品牌商	旗下品牌	上市情况	品牌描述
利郎	LILANZ 利郎	2009 年香港上市, 股票代码 HK. 01234	知名国内男装品牌，着力打造“商务休闲”男装概念，截至 2016 年 6 月末拥有 2,900 多家零售终端
			
七匹狼		2004 年深圳上市, 股票代码 SZ. 002029	知名国内男装品牌，致力于提供满足现代多元化生活需求的高品质服装产品，截至 2016 年 6 月末拥有 2,200 多家零售终端
杰尼亚	Ermenegildo Zegna	---	意大利男装品牌，创建于 1910 年，全球知名时尚品牌之一
爱马仕		1993 年在巴黎证券交易所（现为泛欧证券交易所）上市，ISIN 码为 FR0000052292	具有悠久历史的世界著名奢侈品品牌，创建于 1837 年
宝姿	PORTS INTERNATIONAL	母公司 2003 年香港上市, 股票代码 HK. 00589	知名国际时装品牌，截至 2016 年 6 月末拥有 318 家零售终端
柒牌		---	以服饰研究、设计和制造为主，集销售为一体的综合性集团公司，其中中华立领系列产品已成为男装时尚中国化的代表

其他领域的知名客户包括：

品牌商	旗下品牌	所属行业	品牌描述
爱依瑞斯	ARIS 爱依瑞斯	家居家纺	软体家具知名品牌，以“制作最舒服的沙发”作为品牌座右铭
金牌厨柜		家居家纺	专业的高端厨柜品牌，拥有国家级“厨房工业设计中心”

富安娜	 富安娜家纺 Fuanna Home Textile	家居家纺	综合型家居家纺龙头企业，2009 年深圳上市，股票代码 SZ. 002327
日春		餐饮	定位于高端茶叶自主品牌供应商，坚持“直营保品质”的发展方针，注重直营专卖店的销售渠道

2、服务能力优势

公司在初创设计、终端设计和全面服务上持续积累服务能力优势，始终坚持提供包括产品和服务在内的商业照明整体解决方案，有效满足了商业企业对于照明系统外包的需求。

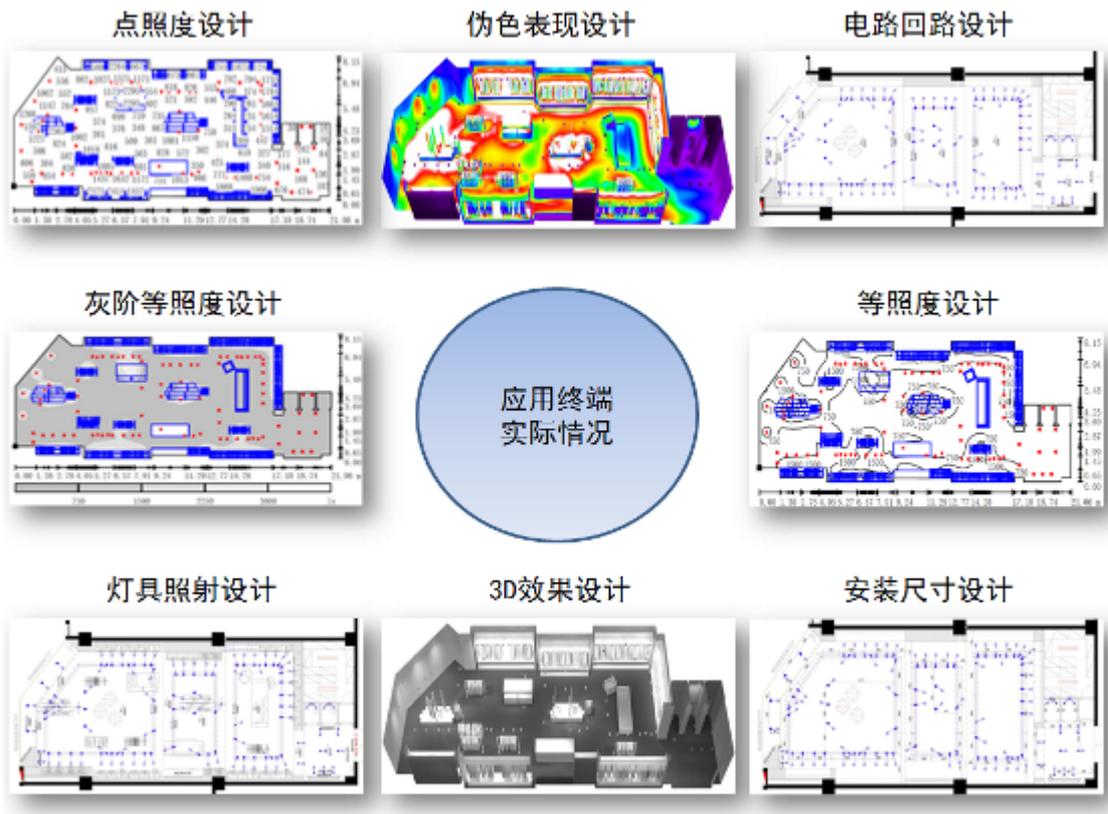
（1）初创设计能力

初创设计阶段主要是针对商业照明系统所营造光影效果的“模版”进行设计。公司首先与品牌客户总部进行沟通，设计符合客户品牌形象展示方案要求的光影效果，确保商业照明系统对客户品牌形象建设的促进作用；其次，公司根据最终光影效果设计照明方案，通过对色温、亮度、显色性等技术指标的细化，确定所选用的照明器具型号并开发符合设计方案要求的新型产品；最后，公司根据品牌消费特点，对各类照明产品在门店入口、橱窗、试衣间、收银台等特定区域的应用和布局做出细化，使整个照明设计方案符合终端形象需要，能够起到引导消费行为的作用。公司初创设计的方案，不仅为品牌服饰零售建立了良好的消费环境，更突出各个客户独特的品牌形象展示效果。



（2）终端设计能力

终端设计是根据初创设计的“模版”和终端门店的具体情况进行照明方案设计，是将商业照明“模版”的整体风格和指导思想，在终端应用的具体细化，是客户的品牌形象光影效果在终端门店的最终体现。因此，公司的终端设计不是简单的将“模版”进行复制，而是针对各门店的商业环境、营业面积、采光情况、人流密度、陈列方案等具体因素，个性化地考虑消费引导效果、商品重点展示效果、安装施工难易程度、后期维护成本高低、门店综合照明能耗等多方面情况，将初创设计的理念和效果在应用终端体现的过程，其具体设计内容如下所示：



(3) 全面服务体系

公司采取了“总部营销客服中心+办事处+售后工程师”的三级服务网络架构，在总部漳州台商投资区建立营销中心和客服中心，在北京、上海、广州、深圳等城市设立办事处配备销售服务人员，并在全国范围内根据服务需要配备维修工程师，建立了辐射超过 300 个城市的服务网络，为客户总部和终端门店提供优质的商业照明整体解决方案。

同时，公司将服务体系细化为售前服务、售中服务、售后服务和终端服务四个部分，着力细化服务内容。售前服务方面，公司根据客户品牌形象特点，优化

选择个性化产品，为客户终端提供点对点、定制化设计服务；售中服务方面，公司凭借完善的物流供应链为客户遍布全国的分支机构提供及时的物流配送服务；售后服务方面，公司依靠覆盖全国主要城市的售后网络实现了客户报修 24 小时内响应、48 小时内维修人员到位的服务效果；终端服务方面，执行公司客户分级管理的规定，推行终端门店开业前灯光调试、定期巡检、技术培训等服务项目，对终端门店的使用情况进行回访和满意度调查，主动发现并解决问题，对已设计并执行的照明方案进行评估分析，提出进一步改善方案，提升服务价值。

通过全面服务体系的建立，公司有效挖掘和服务了客户需求，加强了与客户合作关系的黏性，提高了客户的满意度和忠诚度。

3、配套能力优势

公司配套能力优势体现在丰富的配套产品体系、快速响应能力，以及柔性化的制造体系，是公司具体解决方案得以执行的基础。

（1）丰富的配套产品体系

公司形成了包含照明器具、LED 显示屏和光电标识的配套产品体系，可以满足客户的多元化需求，其中，照明器具应用于环境照明和重点照明，LED 显示屏应用于公司宣传和环境营造，光电标识应用于品牌 LOGO 展示。客户可以根据经营场所的品牌定位、风格特征、装修布局，结合配套产品的应用，通过对光影环境的整体建设来强化品牌特征，实现对整个消费环境的烘托和渲染，从而达到优化消费体验、促进品牌建设的目标。

（2）快速响应能力

品牌客户的形象推广和终端更新日趋频繁，客户要求商业照明服务商能及时配合零售终端光影环境的各种调整，对整体开发生产时间要求非常短。公司营销中心设计方案获得客户认可后，生产中心进行新品的开模、打样，客户确认后进行大批量生产，再由客服中心跟踪终端门对门物流配送。区别于经销商模式，公司将所有业务流程集中于企业内部进行，可以提供高效的全流程、全方位服务。

同时，公司采取灯具部件自制的后向一体化经营战略，已形成了涵盖灯具研发、样品制作、模具开发、压铸成型、精密加工、表面处理、成品总装等重要工序在内的完整配置。相对于生产外包而言，公司通过对生产链条进行有效整合，增强了生产制造系统的快速反应能力，对客户的定制化需求具有更快的响应速

度，可以快速整合内部资源完成客户订单，使公司在竞争中处于优势地位。

（3）柔性化的制造系统

公司通过建立集设备柔性、工艺柔性、产品柔性、生产能力柔性和扩展柔性于一体的柔性化制造体系，具备了针对不同光源电器、不同规格照明器具以及不同功能照明产品的柔性化生产能力。公司可以根据市场发展和客户需求对设备、工艺和人员调整，实现不同类型配套产品的快速转化，有效提高了公司定制化照明产品的配套能力。

4、研发能力优势

公司十分重视商业照明整体解决方案配套产品的开发和新型照明技术的研发，通过逐年提高的研发投入和日益深化的研发管理，将技术创新和产品创新作为公司持续发展的源动力。

（1）产品开发

公司不断设计和开发各类新型照明器具，以顺应下游市场的发展；同时，公司根据客户需求和照明设计方案的特点，为商业照明整体解决方案提供个性化、定制化的商业照明产品。2014年以来，公司已累计开发新款灯型 220 余套、打样新产品 7,100 余批，其中自主研发的“新型 LED 商业照明系统”被漳州市人民政府评为 2015 年漳州市科学技术进步奖三等奖，“TECNON 牌嵌入式灯具”和“TECNON 牌商业照明灯具（固定式）”分别于 2015 年和 2016 年被福建省人民政府评为“福建名牌产品”。2016 年，公司被福建省经济和信息化委员会、福建省科学技术厅、福建省财政厅等部门评选为“福建省省级企业工业设计中心”、“福建省省级创新型企业”和“福建省省级企业技术中心”，被中国照明网（金手指奖组委会）评选为“优秀室内照明产品供应商”。

（2）技术创新

公司结合市场发展以及商业照明整体解决方案需求，不断进行技术创新和应用实践，已累计获得 110 项专利技术。除掌握无频闪 LED 驱动和 LED 分段调光等行业成熟技术外，公司通过自主研发掌握了计算机三维设计技术、照明环境仿真技术等设计相关技术，嵌入式和固定式灯具多角度旋转技术、LED 灯具散热技术、灯具安全安装使用技术、LED 高导热模组技术、LED 自适应互动显示系统技术、小像素间距栅格显示屏幕技术、LED 异形屏幕技术、光电标识 LED 屏幕化应用技

术等产品开发技术。

5、管理能力优势

针对商业照明行业客户需求多样化、品牌形象标准化、照明产品个性化、零售终端分散化的特点，经过多年的经营积累和不断完善，公司在客户信息管理、供应链管理等方面建立起一整套完善的管理体系，促进公司持续提升商业照明整体解决方案的竞争力。

公司注重改善与客户的互动方式，持续梳理业务流程、完善资源调配，提高自动化程度。在订单沟通和计划编制方面，通过持续的信息沟通，跟踪客户的开店需求，提高对客户的维护服务水平；在照明设计方面，通过与客户相关部门或装饰公司的专业沟通，持续完善和提升解决方案；在合同执行方面，通过对订单发货、物流配送、收货管理的持续跟进，缩短交货期、提高服务时效。通过信息共享和协同运作，公司为客户提供更加快捷周到和优质高效的商业照明服务。

公司确定了以客户需求为导向的供应链管理理念，通过整合物料采购、库存管理、物流配送等环节，及时收集与反馈客户和供应商市场信息，以快速反应的服务，降低企业管理成本，提高供应链管理的效率和效果。公司高度重视与客户和供应商的协作，通过加强相互合作的紧密程度，增强供应链的集成度，实现整个供应链管理的价值优化，最终为客户提供优质快捷的整体解决方案。

二、发行人控股股东、实际控制人情况

截至本招股说明书签署日，庄占龙先生直接持有公司 1,944 万股股份，占本次发行前总股本的 41.05%，为公司的控股股东、实际控制人。

庄占龙先生：1968 年出生，中国国籍，无永久境外居留权，身份证号码为 35010419681027****，住所为厦门市思明区东浦路****。其基本情况详见本招股说明书“第八节 董事、监事、高级管理人员与公司治理”之“一、（一）董事会成员简历”。

三、发行人近三年的主要财务数据和财务指标

（一）合并利润表主要数据

单位：万元

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
营业收入	27,311.75	24,776.28	21,149.16
营业利润	4,621.02	4,115.58	3,299.93
利润总额	5,008.68	4,145.65	3,307.66
净利润	4,219.39	3,563.15	2,830.79
其中：归属于母公司股东的净利润	4,157.40	3,570.17	2,867.65
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	3,832.11	3,545.06	2,861.08

（二）合并资产负债表主要数据

单位：万元

项目	2016 年 12 月 31 日	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日
流动资产	18,688.27	16,957.38	13,161.62
非流动资产	12,119.79	8,264.85	7,614.44
资产合计	30,808.06	25,222.23	20,776.06
流动负债	7,633.16	6,474.09	7,765.97
非流动负债	425.08	217.70	71.85
负债合计	8,058.24	6,691.79	7,837.82
归属于母公司股东权益	22,546.73	18,389.33	12,825.11
少数股东权益	203.09	141.11	113.13
股东权益合计	22,749.82	18,530.44	12,938.24

（三）合并现金流量表主要数据

单位：万元

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
经营活动产生的现金流量净额	4,862.65	2,440.33	1,328.61
投资活动产生的现金流量净额	-4,938.67	-1,459.60	-1,640.96
筹资活动产生的现金流量净额	742.03	128.34	-228.27
汇率变动对现金及现金等价物的影响	2.60	15.49	-1.50
现金及现金等价物净增加额	668.60	1,124.57	-542.12
期末现金及现金等价物余额	3,398.40	2,729.80	1,605.23

（四）主要财务指标

财务指标	2016年 12月31日	2015年 12月31日	2014年 12月31日
流动比率（倍）	2.45	2.62	1.69
速动比率（倍）	1.85	1.89	1.17
资产负债率（母公司）	25.85%	26.00%	37.35%
无形资产（土地使用权、采矿权除外） 占净资产的比例	0.08%	0.05%	0.07%
归属于母公司股东每股净资产（元）	4.76	3.88	2.85
财务指标	2016年度	2015年度	2014年度
应收账款周转率（次/年）	3.18	3.25	3.51
存货周转率（次/年）	3.59	3.50	3.52
息税折旧摊销前利润（万元）	6,324.97	5,258.90	4,252.09
归属于发行人股东的净利润 （万元）	4,157.40	3,570.17	2,867.65
归属于发行人股东扣除非经常性损益 后的净利润（万元）	3,832.11	3,545.06	2,861.08
利息保障倍数（倍）	40.04	21.85	15.28
每股经营活动产生的现金流量（元）	1.03	0.52	0.30
每股净现金流量（元）	0.14	0.24	-0.12

四、本次发行募集资金用途

本次公开发行新股的募集资金全部用于公司主营业务，具体用途如下：

序号	项目名称	投资总额（万元）	募集资金投入（万元）
1	商业照明产业基地建设项目	25,763.26	25,763.26
2	设计研发中心建设项目	4,636.80	4,636.80
合计		30,400.06	30,400.06

若本次实际募集资金净额不能满足以上投资项目的资金需求，则不足部分由公司通过自筹资金解决；如果本次发行及上市募集资金到位时间与上述投资项目资金需求的时间要求不一致，公司可根据上述投资项目实际进度的需要，以自筹资金先行投入，待本次发行募集资金到位后予以置换公司先行投入的资金。

第三节 本次发行概况

一、本次发行的基本情况

(1) 股票种类：人民币普通股（A股）；

(2) 每股面值：人民币 1.00 元；

(3) 发行股数：本次拟公开发行不超过 1,578.70 万股，占发行后总股本的 25%；其中，新股发行不超过 1,578.70 万股，公司股东公开发售不超过 300 万股且不超过自愿设定 12 个月及以上限售期的投资者获得配售股份的数量。具体安排如下：

①预计公司公开发行新股的数量为 1,578.70 万股，公司最终新股发行数量根据募集资金投资项目资金需求确定。根据询价结果，若发行募资金额超过募集资金投资项目所需资金总额，公司减少新股发行数量，同时调整公司股东公开发售股份的数量（不超过 300 万股且不超过自愿设定 12 个月及以上限售期的投资者获得配售股份的数量），且新股与公司股东公开发售股份的实际发行总量不超过 1,578.70 万股，不低于发行后总股本的 25%；

②公司各股东公开发售股份的数量确定原则：

本次发行时，乾霸投资不发售股份，公司其他股东将按照平等自愿原则共同协商确定本次发行时各自公开发售的股份数量。

单一股东可公开发售股份的数量=该股东发行前持有公司股份的数量÷拟公开发售的全体股东发行前持股总数×预计公司股东公开发售股份的数量上限；

若单一股东拟公开发售股份的数量低于其可公开发售股份的数量，差额部分的股份可由其他股东发售，若有两个以上股东愿意增加发售股份，则拟增加发售股份的股东协商确定各自增加发售股份的数量；协商不成的，按照发行前各自的持股数量占比确定各自增加发售股份的数量。

本次拟公开发售股份的公司股东及持股情况如下：

股东名称	持股数量（万股）	持股比例	可公开发售股份数量（万股）
庄占龙	1,944.00	41.05%	129.60

苏芳	769.50	16.25%	51.30
黄国荣	769.50	16.25%	51.30
向潜	567.00	11.97%	37.80
孙洁晓	315.00	6.65%	21.00
兰小华	90.00	1.90%	6.00
庄跃龙	45.00	0.95%	3.00
合计	4,500.00	95.01%	300.00

(4) 每股发行价格：向网下投资者询价确定发行价格，或由发行人与主承销商协商确定发行价格等证券监管部门认可的其他方式；

(5) 发行市盈率： 倍（每股收益按照 2016 年度经审计的扣除非经常性损益前后孰低的净利润除以本次发行后总股本计算）；

(6) 发行前每股净资产：4.76 元（2016 年 12 月 31 日，全面摊薄）；

(7) 发行后每股净资产： 元（按照 2016 年 12 月 31 日经审计的净资产加上本次募集资金净额测算，全面摊薄）；

(8) 发行市净率： 倍（以发行后总股本全面摊薄净资产计算）；

(9) 发行方式：采用网下向投资者询价配售与网上按市值申购定价发行相结合的方式或证券监管部门认可的其他方式；

(10) 定价方式：向网下投资者询价确定发行价格，或由发行人与主承销商协商确定发行价格等证券监管部门认可的其他方式；

(11) 发行对象：符合资格的询价对象和在深圳证券交易所创业板开户的境内自然人、法人及其他机构（国家法律、法规禁止购买者除外）；

(12) 承销方式：余额包销；

(13) 募集资金总额：本次发行募集资金总额为[]万元，公司股东公开发售股份所得资金不归公司所有，归出售股份的公司股东所有；

(14) 预计募集资金净额：本次发行募集资金净额为[]万元；

(15) 发行费用概算：

单位：万元

项目	金额
承销及保荐费用	
审计费用	

律师费用	
用于本次发行的信息披露费	
发行手续费	
合计	

如实际发生公司股东公开发售股份的情形，则公司按公开发行新股的数量占本次公开发行股份的数量比例分摊承销费用；公开发售股份的股东按其发售股份的数量占本次公开发行股份的数量比例分摊承销费用；其他发行相关费用由发行人承担。

二、本次发行的有关当事人

1、保荐机构（主承销商）：	天风证券股份有限公司
法定代表人：	余磊
注册地址：	湖北省武汉市东湖新技术开发区关东园路2号高科大厦四楼
联系电话：	021-80165356
传真：	021-80167049
保荐代表人：	徐建豪、陈华
项目协办人：	许刚
项目组成员：	孔海宾、潘威敏、艾才春、尹晟
2、分销商：	
法定代表人：	
注册地址：	
联系电话：	
传真：	
联系人：	
3、发行人律师：	北京市君合律师事务所
负责人：	肖微
住所：	北京市建国门北大街8号华润大厦20层
联系电话：	010-85191300
传真：	010-85191350

经办律师:	黄晓莉、张焕彦
4、审计机构:	华普天健会计师事务所（特殊普通合伙）
法定代表人:	肖厚发
住所:	北京市西城区阜成门外大街22号外经贸大厦901-22至901-26
联系电话:	0551-63475800
传真:	0551-62652879
经办注册会计师:	朱艳、宛云龙、史少翔
5、验资机构:	华普天健会计师事务所（特殊普通合伙）
法定代表人:	肖厚发
住所:	北京市西城区阜成门外大街22号外经贸大厦901-22至901-26
联系电话:	0551-63475800
传真:	0551-62652879
经办注册会计师:	李友菊、朱艳
6、评估机构:	银信资产评估有限公司
法定代表人:	梅惠民
住所:	上海市嘉定工业区叶城路 1630 号 4 幢 1477 室
联系电话:	021-63392380
传真:	021-63391116
经办资产评估师:	杨建平、张萍
7、股票登记机构:	中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司
法定代表人:	周宁
住所:	深圳市福田区莲花街道深南大道 2012 号深圳证券交易所广场 25 楼
联系电话:	0755-25938000
传真:	0755-25988122
8、收款银行:	
账户名称	
账号	

三、发行人与本次发行有关当事人之间的关系

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

四、本次发行上市的重要日期

- 1、刊登发行公告日期： 年 月 日
- 2、开始询价推介日期： 年 月 日
- 3、刊登定价公告日期： 年 月 日
- 4、申购和缴款日期： 年 月 日
- 5、股票上市日期： 年 月 日

第四节 风险因素

投资者在评价本次发行的股票时，除公司提供的其他资料外，应特别认真地考虑下述各项风险因素。下述风险根据重要性原则或可能影响投资决策的程度大小排序，敬请投资者在购买本公司股票前逐项仔细阅读。

一、宏观经济波动风险

作为商业照明整体解决方案的服务商，公司产品主要应用于品牌服饰、家居家纺、商超和餐饮等商业领域。依赖于中国新型城镇化进程的推进，消费规模的提升和消费需求的升级将促进消费类企业发展，带动商业照明行业的发展。

国家宏观经济的波动和相关经济政策的调整将直接或间接影响商业领域的发展。如果发生宏观经济波动，影响了社会消费需求的增长和消费类企业的发展，将减少对商业照明的需求，从而给公司的生产经营带来不利影响。

二、市场竞争风险

随着近十年消费经济的发展和大众消费层次的提升，众多领域的品牌商通过新设形象店、旗舰店等业态开展品牌建设，对于商业照明解决方案的需求持续提升，品牌服饰、商超、酒店等各种专业领域的商业照明企业应运而生，但是普遍存在规模较小、定位不明确等问题，呈现出专业市场分散、竞争无序的特点。同时，随着商业照明行业的专业化发展，通用照明企业也持续通过收购商业照明企业的方式快速进入这一专业市场，导致市场竞争加剧。

公司顺应行业发展，从解决客户需求出发，采取差异化的竞争战略，为客户提供商业照明整体解决方案，一站式解决客户的商业照明需求。但若不能充分发挥商业照明整体解决方案的优势，持续为客户提供光学设计更科学、产品质量更稳定、综合服务更完备的商业照明整体解决方案，公司将处于不利的市场竞争地位。

三、产品研发设计风险

从上游行业的发展来看，技术进步促使电光源更新换代进程加快，新技术、新光源的涌现对于照明器具的研发不断提出新的要求；从下游行业的发展来看，新型城镇化和消费升级带动商业企业的快速发展，商业理念和商业环境的改变对于商业照明应用的需求不断提升。

作为商业照明整体解决方案的倡导者，如果公司不能把握行业、技术和产品的发展趋势，在新光源的研究、新灯具的开发和照明设计理念上保持领先优势，将面临核心竞争力下降的风险。

四、经营风险

（一）整体解决方案不完善的风险

在商业照明市场，公司抓住品牌客户具有品质要求高、单店规模不一、总量需求大、服务要求高等需求特点，提供商业照明整体解决方案，业务范围包括品牌照明形象设计、终端门店照明设计、个性化照明产品研发生产、终端门店全国配送和商业照明全程服务。通过在客户的照明应用中承担系统方案解决任务，公司在创造更高价值的同时，客户也在产品质量和服务效果上提出了更高层级的要求。

如果公司提供的整体解决方案中的部分环节不能达到客户预期，未能满足客户“商业照明整体外包”的需求，可能导致公司单个客户的流失和整体市场规模的下降。

（二）客户和行业集中风险

作为商业照明系统综合服务的倡导者，公司为客户提供包括照明设计、开发制造、系统综合服务为一体的商业照明整体解决方案，产品定位于中高端市场；主要客户为阿迪达斯、绫致时装、利郎、特步和安踏等知名品牌服饰商。

报告期内，公司对前十大客户的销售收入占比分别为 60.58%、60.98%和 58.60%，虽然长期稳定的合作关系有利于公司销售增长的稳定性和连续性，但

如果公司与主要客户合作关系发生变化，或客户自身经营发生重大不利变化，将对公司生产经营和业务发展带来不利影响。

公司商业照明整体解决方案可以广泛应用于品牌服饰、家居家纺、商超、餐饮等连锁销售领域的实体门店。虽然实体门店在品牌建设、消费体验、衣着试穿上有着不可替代的作用，但随着互联网的普及和电子商务的发展，近年来网络销售规模增长迅速。公司目前的营业收入仍集中于品牌服饰领域，报告期内，公司品牌服饰客户的销售收入占比分别为 87.56%、78.85%和 73.54%。若品牌服饰行业的发展前景或品牌服饰行业的经营模式出现重大变化，则将对公司主营业务产生不利影响。

（三）应收账款回收风险

2014 年、2015 年和 2016 年末，公司应收账款净额分别为 6,818.48 万元、7,554.32 万元和 8,494.22 万元，占各期末资产总额的比例分别为 32.82%、29.95%和 27.57%。

报告期末，公司应收账款客户主要是阿迪达斯、绫致时装、利郎、特步和安踏等知名品牌企业，客户整体实力较强，信誉良好。各报告期末，账龄在 1 年以内应收账款分别占总额的 98.18%、95.45%和 92.92%，应收账款账龄结构合理，总体质量良好。虽然公司已经根据内控管理的要求，从业务开拓、客户管理和财务管理等角度加强对于应收账款的监控，但应收账款余额仍会随着公司业务的发展进一步增长，若公司主要客户的经营状况发生不利变化，则可能导致该等应收账款不能按期或无法收回而发生坏账，将对公司的经营业绩产生不利影响。

（四）原材料价格波动风险

公司产品的主要原材料包括电光源、电器和配件。报告期内，原材料成本占主营业务成本的比重较高，其中光源和电器价格波动对生产成本变化影响较大。虽然 2016 年部分主要原材料价格有所下降，但是未来仍然存在原材料价格上涨的风险，若未来主要原材料价格出现大幅波动，将直接影响产品的生产成本、销售价格及毛利率等，导致公司经营业绩产生波动。

（五）劳动力成本上升风险

劳动力成本的上升是国内企业共同面临的问题。伴随我国工业化、城市化进程的推进，以及城市消费水平的提升，员工工资水平的持续提升有利于企业的长期发展，也是企业社会责任的体现。近年来，公司注重提高工人薪酬待遇以吸引更多技术工人，同时，公司注重产品的更新升级，提高高附加值产品的销售比重，通过提高设备自动化程度，提升生产效率，降低人工成本上升的影响。但是如果国内劳动力成本持续上升，将对公司盈利能力产生不利影响。

五、管理风险

公司自成立以来持续快速发展，经营规模持续扩张，机构设置和人员规模相应扩大；本次发行后，随着募集资金的到位和投资项目的实施，公司资产、业务、机构和人员将进一步扩张，公司在战略规划、制度建设、组织设置、运营管理、资金管理和内部控制等方面将面临更大的挑战。

公司经营规模的不断增长，给公司建立适应企业发展需要的管理体系、完善激励和约束机制带来管理方面的压力。尽管公司已建立了规范的法人治理结构和内部控制体系，并积累了丰富的企业管理经验，能保证目前公司经营的有序运行，但依然存在现有的管理体系不能完全适应未来公司快速扩张的可能性，给企业的经营运作带来风险，影响公司业务的可持续增长。

六、人力资源风险

商业照明行业光源电器不断更新换代、照明设计理念不断升级，对于人才的需求量大、专业技术要求高。针对行业人才紧缺现状，公司建立了一套成熟的人才引进和培养体系，可将工业设计、室内设计、市场营销等背景的人才培养成灯具设计师、照明设计师和售后工程师等商业照明专业人才。

由于商业照明行业迅速发展对人才需求激增，许多中小型企业自身没有人才培养能力，导致业内企业间的人才竞争较为激烈。虽然公司采用提升福利、定期加薪、完善晋升通道等多项措施激励人才，但随着市场竞争的不断加剧，

公司存在优秀人才流失的风险。

另外，随着公司的快速发展，特别是本次发行后，公司业务规模的扩大将进一步增加对专业人才的需求，公司将面临人才引进和培养跟不上业务发展需求的风险。

七、税收优惠政策变动风险

公司于 2014 年 9 月通过高新技术企业复审，并取得高新技术企业证书，有效期三年。根据《中华人民共和国企业所得税法》、《国家税务总局关于实施高新技术企业所得税优惠有关问题的通知》（国税函[2009]203 号）的相关规定，在主管税务机关批准的情况下，公司 2014-2016 年度按 15% 的优惠税率缴纳企业所得税。

若未来我国政府大幅提高高新技术企业的认定标准，或者取消对高新技术企业的税收优惠，将对公司的盈利能力产生不利影响。

八、募集资金运用风险

（一）募集资金投向风险

公司本次发行募集资金用于商业照明产业基地建设和设计研发中心建设，拟运用募集资金投资总额为 30,400.06 万元。

虽然公司已结合商业照明行业的发展前景、公司的经营现状和未来发展规划，在项目选择时进行了慎重的可行性研究论证，但由于项目的实施与国家产业政策、市场供求、行业竞争情况、公司人才储备等密切相关，上述因素的变动均可能影响募投项目的经济效益。

（二）产能扩张的市场开拓风险

项目达产后，公司商业照明产品的产能较目前有较大提升，其中，照明器具的产能新增 120 万套/年，LED 显示屏的产能新增 5,000 平米/年，光电标识的产能新增 6,000 套/年，将极大缓解公司目前产能负荷紧张的局面。

随着产能的逐步释放，公司满足品牌客户对于商业照明整体解决方案不断增长的需求的能力得到了进一步提升，为公司拓展经营规模、形成市场竞争力打下了良好的基础。但若未来市场开拓不利，可能导致公司新增产能无法消化，设备、产能闲置从而影响公司的盈利水平，公司存在产能扩张的市场开拓风险。

（三）净资产收益率下降的风险

2015 年和 2016 年发行人归属于母公司股东的每股收益分别为 0.79 元和 0.88 元，加权平均净资产收益率分别为 24.16%和 20.31%。本次发行后，公司股本和净资产规模将大幅增加，而募集资金投资项目需要约 1.5 年的建设期和 2.5 年的达产期，募集资金投资项目效益的实现需要一定的时间，因此公司存在短期内每股收益和净资产收益率下降的风险。

第五节 发行人基本情况

一、发行人基本资料

中文名称：太龙（福建）商业照明股份有限公司

英文名称：TECNON (FUJIAN) COMMERCIAL LIGHTING CO., LTD

注册资本：4,736.10 万元

法定代表人：庄占龙

公司成立日期：2007 年 9 月 11 日

股份公司设立日期：2012 年 12 月 10 日

公司住所、邮政编码：福建省漳州台商投资区角美镇文圃工业园，363107

联系电话、传真号码：0596-6783990 0596-6783878

互联网地址：www.tecnon.net

电子信箱：ir@tecnon.net

负责信息披露和投资者关系的部门、负责人：证券部 苏芳

二、发行人设立情况

发行人前身为太龙（漳州）照明工业有限公司，成立于 2007 年 9 月 11 日，并于 2012 年 12 月 10 日整体变更设立为股份有限公司。

（一）太龙有限的成立情况

2007 年 9 月，自然人庄占龙、苏芳、黄国荣、庄学峰和向潜以货币资金共同出资申请设立太龙（漳州）照明工业有限公司，注册资本为 270 万元。2007 年 9 月 6 日，厦门中兴会计师事务所有限公司对太龙有限的出资情况进行了验证，并出具了厦中兴会验字（2007）第 221 号《验资报告》。

2007 年 9 月 11 日，太龙有限在福建省龙海市工商行政管理局办理了公司设立登记手续，领取了注册号为 350681100001718 的《企业法人营业执照》。

太龙有限设立时的股权结构如下：

序号	股东姓名	出资额（万元）	出资比例
1	庄占龙	102.60	38.00%
2	苏芳	51.30	19.00%
3	黄国荣	51.30	19.00%
4	庄学峰	51.30	19.00%
5	向潜	13.50	5.00%
合计		270.00	100.00%

（二）股份公司的设立情况

2012年11月2日，太龙有限股东会决议通过：公司由有限责任公司整体变更为股份有限公司，整体变更的审计和评估基准日为2012年10月31日。

2012年11月21日，华普天健会计师出具了会审字[2012]第2249号《审计报告》，太龙有限截至2012年10月31日经审计净资产值为6,735.93万元；2012年11月22日，银信评估师出具了银信评报字（2012）第549号《评估报告》，太龙有限截至2012年10月31日净资产评估值为7,148.24万元。

2012年11月23日，太龙有限全体股东签署《发起人协议》，约定公司以截至2012年10月31日经审计净资产6,735.93万元为基础，按照1:0.6681的比例折为股份有限公司股本4,500万股，其余计入资本公积，整体变更设立太龙（福建）商业照明股份有限公司，各发起人按原出资比例持有股份公司股份。

2012年12月8日，华普天健会计师出具了会验字[2012]2250号《验资报告》，对公司整体变更设立股份有限公司的注册资本实收情况进行了审验。

2012年12月8日，太龙照明召开创立大会暨2012年第一次股东大会，通过设立股份公司等相关决议。

2012年12月10日，公司在福建省漳州市工商行政管理局办理了股份有限公司设立的工商登记手续。

股份公司设立时的股权结构如下：

序号	股东名称	持股数（万股）	持股比例
1	庄占龙	1,944.00	43.20%
2	苏芳	769.50	17.10%
3	黄国荣	769.50	17.10%
4	向潜	567.00	12.60%

5	孙洁晓	315.00	7.00%
6	兰小华	90.00	2.00%
7	庄跃龙	45.00	1.00%
合计		4,500.00	100.00%

（三）股份公司设立后的股权演变情况

2015年11月6日，太龙照明2015年第三次临时股东大会决议通过：公司增加注册资本236.10万元，新增注册资本由乾霸投资以货币资金1,994.05万元认缴，增资完成后，公司注册资本变更为4,736.10万元。

2015年11月18日，公司在福建省漳州市工商行政管理局办理了本次增资的工商变更登记手续，换领了统一社会信用代码为9135060066509817X1的《营业执照》。

2015年11月24日，华普天健会计师出具会验字[2015]3851号《验资报告》，对本次新增注册资本实收情况进行了审验。

本次增资完成后，太龙照明股权结构如下：

序号	股东名称	持股数（万股）	持股比例
1	庄占龙	1,944.00	41.05%
2	苏芳	769.50	16.25%
3	黄国荣	769.50	16.25%
4	向潜	567.00	11.97%
5	孙洁晓	315.00	6.65%
6	乾霸投资	236.10	4.99%
7	兰小华	90.00	1.90%
8	庄跃龙	45.00	0.95%
合计		4,736.10	100.00%

本次增资完成后，公司股权结构未发生变化。

三、发行人重大资产重组情况

（一）重大资产重组情况

发行人自设立以来，未进行过重大资产重组；发行人最近一年内也不存在收购兼并其他企业资产（或股权）且被收购企业资产总额或营业收入或净利润超过收购前发行人相应项目 20%（含）的情形。

（二）其他资产重组情况

2011 年 12 月，为完善商业照明配套体系，增强公司的市场竞争力，实现公司主营业务的整体上市，发行人前身太龙有限通过收购少数股东股权和吸收合并的方式，完成了对汉江金属和太龙光电两家控股子公司的整合，具体情况如下：

1、控股子公司的基本情况

（1）汉江金属

汉江金属注册资本为 300 万元，由太龙有限和兰小华于 2009 年 4 月 1 日以货币资金出资设立。汉江金属自成立至被公司重组前，股权结构未发生变化，具体情况如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	太龙有限	180.00	60.00%
2	兰小华	120.00	40.00%
合计		300.00	100.00%

（2）太龙光电

太龙光电注册资本为 400 万元，由太龙有限和庄跃龙等 4 名自然人于 2010 年 3 月 31 日以货币资金出资设立。太龙光电自成立至被公司重组前，股权结构未发生变化，具体情况如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	太龙有限	176.00	44.00%
2	庄跃龙	140.00	35.00%
3	庄曙光	40.00	10.00%
4	庄汉鹏	26.00	6.50%
5	庄学进	18.00	4.50%
合计		400.00	100.00%

2、股权收购和吸收合并的过程

2011年9月30日，太龙有限、汉江金属和太龙光电分别召开股东会，审议通过了股权收购和吸收合并事项。同日，太龙有限与汉江金属、太龙光电签订了《合并协议》，约定：

（1）太龙有限以汉江金属、太龙光电评估净资产值为依据收购兰小华持有的汉江金属40%股权、庄跃龙等4人合计持有的太龙光电56%股权，评估基准日为2011年9月30日；

（2）太龙有限吸收合并汉江金属、太龙光电，吸收合并完成后太龙有限继续存在，汉江金属和太龙光电注销，其所有资产和负债并入太龙有限，其债权债务及相关业务全部由太龙有限承接；合并后，太龙有限的股权结构和注册资本保持不变。

2011年10月9日，太龙有限、汉江金属和太龙光电刊登了关于太龙有限吸收合并汉江金属和太龙光电的公告。

2011年10月21日，厦门市大学资产评估有限公司分别出具了厦大评估评报字（2011）第154号《汉江（漳州）金属工业有限公司企业合并项目股东全部权益评估报告书》和厦大评估评报字（2011）第153号《太龙（漳州）光电有限公司企业合并项目股东全部权益评估报告书》，汉江金属、太龙光电于评估基准日的净资产评估值分别为287.83万元和362.35万元。

2011年12月9日，华普天健会计师出具了会验字[2011]4706号《验资报告》，对太龙有限吸收合并汉江金属和太龙光电后注册资本的实收情况进行了审验。

2011年12月14日，太龙有限在福建省龙海市工商行政管理局办理了本次吸收合并的工商备案手续。

本次吸收合并前后，发行人的注册资本和股权结构未发生变化。

3、股权收购和吸收合并的目的和影响

汉江金属主要从事灯具铸件加工制造业务，包括模具设计、样品开发、压铸成型和精密加工等工序。在专业设计和定制开发的业务模式下，相关工序的技术水平和配套能力，对于公司能否快速响应客户需求有着较大影响。

太龙光电主要从事LED照明器具及显示屏的研发、生产和销售。其中，LED

照明引领了商业照明的发展，显示屏、光电标识等作为商业照明解决方案的配套产品，在增强消费体验和提高品牌建设上的价值也越来越得到客户的认可。

通过整合少数股东权益，公司加强了对主要子公司的管理，有助于公司形成完整的商业照明配套体系，增强公司的市场竞争力，对未来公司整体的经营状况和盈利能力产生积极有益的影响。

发行人对汉江金属、太龙光电重组前一个会计年度即 2010 年度，汉江金属、太龙光电的资产总额、营业收入、利润总额和净利润占发行人相应项目的比例列示如下：

单位：万元

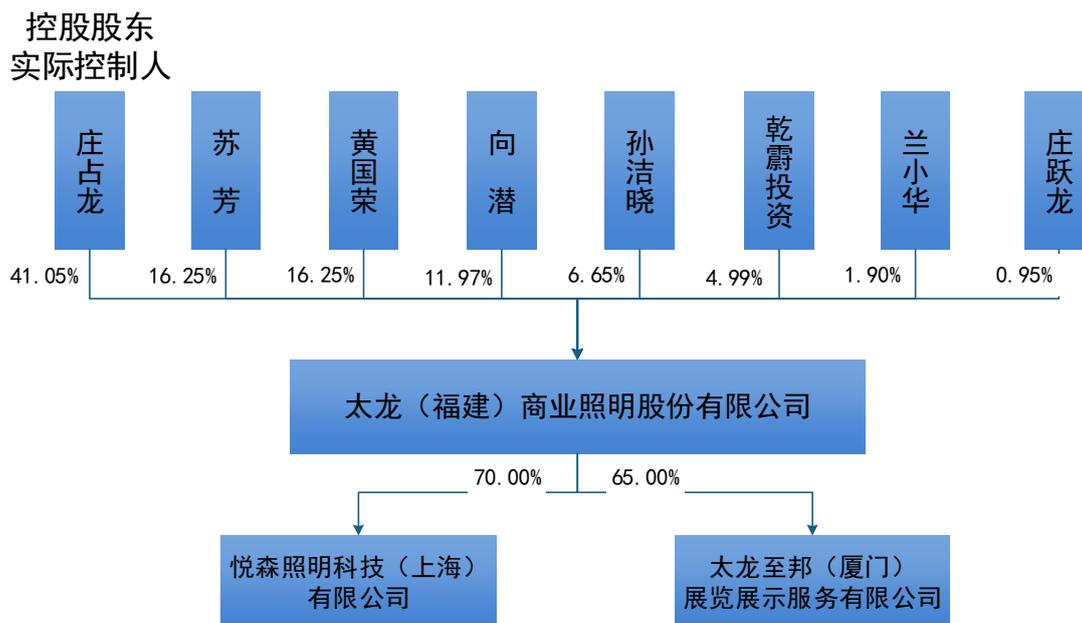
项目	2010 年度/2010 年 12 月 31 日			
	资产总额	营业收入	利润总额	净利润
汉江金属	569.67	566.29	19.12	17.05
太龙光电	607.42	172.46	-8.07	-8.07
小计	1,177.09	738.75	11.05	8.98
太龙有限	2,821.03	5,380.85	66.93	50.18
占太龙有限比例	41.73%	13.73%	16.51%	17.90%

由上表可见，发行人对汉江金属、太龙光电重组前一个会计年度即 2010 年度，汉江金属、太龙光电合计的资产总额超过重组前发行人相应项目 20%，但不超过 50%，但鉴于该次重组发生在报告期外，报告期初原汉江金属、太龙光电的资产、业务已被纳入合并报表范围之内，保荐机构和发行人律师已按照相关法律法规对首次公开发行主体的要求，将被重组方纳入尽职调查范围。

综上所述，公司报告期外发生的上述资产重组事项为公司与原控股子公司汉江金属、太龙光电之间进行股权、资产和业务整合的过程。重组完成后，公司将商业照明整体解决方案相关的生产配套体系纳入统一的经营管理架构，达到了简化管理层级、提高管理效率、优化企业资源的目的，有效提高了发行人的独立性，增强了发行人的资产完整性。

四、发行人的股权结构和组织结构

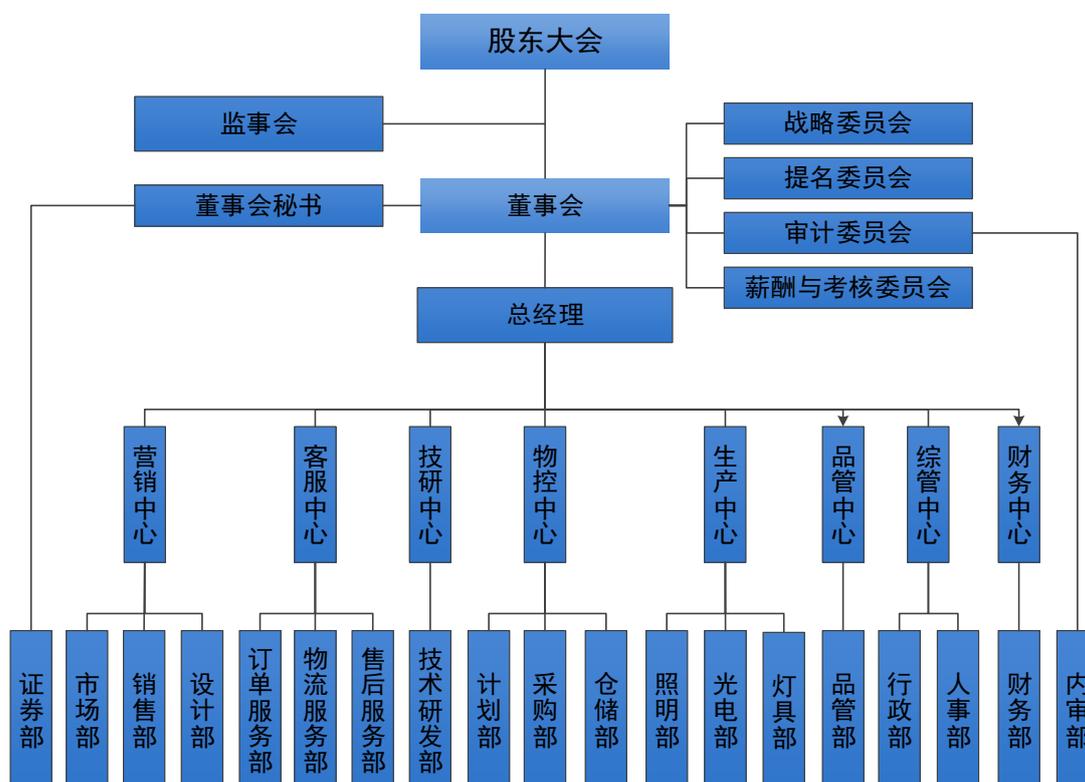
（一）发行人股权结构图



(二) 控股股东、实际控制人控制或投资的其他企业

截至本招股说明书签署日，公司控股股东、实际控制人庄占龙先生不存在控制或投资其他企业的情形。

(三) 发行人内部组织机构设置



五、发行人控股和参股子公司基本情况

（一）悦森照明科技（上海）有限公司

成立时间：2014年1月25日		
注册资本：500万元		
实收资本：500万元		
注册地址：中国（上海）自由贸易试验区德堡路38号2幢2层203-47室		
主要经营地：上海市		
股东构成及控制情况：悦森照明为公司控股子公司；公司持有其70.00%的股权，自然人李立文、王嘉和郭永华分别持有其17.00%、8.00%和5.00%的股权		
主营业务及与公司主营业务的关系：悦森照明主要从事商业照明的设计、研发和销售业务；悦森照明在高端服饰、星级酒店等领域，以差异化的品牌形象拓展商业照明业务。		
主要财务数据（万元）		
2016年12月31日总资产	2016年12月31日净资产	2016年度净利润
1,642.73	624.93	256.89

注：财务数据经华普天健会计师事务所审计

（二）太龙至邦（厦门）展览展示服务有限公司

成立时间：2015年6月11日		
注册资本：100万元		
实收资本：100万元		
注册地址：福建省厦门市思明区凤屿路10号一层1103号		
主要经营地：福建省厦门市		
股东构成及控制情况：太龙至邦为公司控股子公司；公司持有其65%的股权，自然人张俊德持有其35%的股权		
主营业务及与公司主营业务的关系：太龙至邦主要从事光电标识的设计、研发和销售业务；作为公司在厦门地区的子公司，太龙至邦负责拓展公司的光电标识业务。		
主要财务数据（万元）		
2016年12月31日总资产	2016年12月31日净资产	2016年度净利润
814.35	38.08	-46.43

注：财务数据经华普天健会计师事务所审计

六、持有发行人5%以上股份的主要股东及实际控制人情况

（一）持有发行人 5%以上股份的主要股东情况

持有公司 5%以上股份的主要股东包括庄占龙、苏芳、黄国荣、向潜和孙洁晓。

1、庄占龙

庄占龙先生，1968 年出生，中国国籍，无永久境外居留权，身份证号码为 35010419681027****，住所为厦门市思明区东浦路****。庄占龙先生持有公司 41.05%的股份，为公司的控股股东、实际控制人。

2、苏芳

苏芳先生，1971 年出生，中国国籍，无永久境外居留权，身份证号码为 35062119710829****，住所为厦门市思明区东浦路****。苏芳先生持有公司 16.25%的股份。

3、黄国荣

黄国荣先生，1968 年出生，中国国籍，无永久境外居留权，身份证号码为 35020319681223****，住所为厦门市思明区湖滨东路****。黄国荣先生持有公司 16.25%的股份。

4、向潜

向潜先生，1971 年出生，中国国籍，无永久境外居留权，身份证号码为 51292319710909****，住所为厦门市湖里区华荣路****。向潜先生持有公司 11.97%的股份。

5、孙洁晓

孙洁晓先生，1967 年出生，中国国籍，无永久境外居留权，身份证号码为 31010419670905****，住所为江苏省苏州市工业园区湖左岸花园****。孙洁晓先生直接持有公司 6.65%的股份，通过乾霖投资间接持有公司 0.39%的股份。

（二）发行人控股股东、实际控制人及其控制的其他企业

截至本招股说明书签署日，庄占龙先生直接持有公司 1,944 万股股份，占本次发行前总股本的 41.05%，为公司的控股股东、实际控制人。

截至本招股说明书签署日，公司控股股东、实际控制人庄占龙先生不存在控制和投资其他企业的情形。

（三）股份质押或其他有争议的情况

截止本招股说明书签署日，公司控股股东、实际控制人庄占龙先生持有的本公司股份不存在质押或其他有争议的情况。

七、发行人股本情况

（一）发行前后的股本情况

截至本招股说明书签署日，本公司发行前股本为 4,736.10 万股，本次拟公开发行不超过 1,578.70 万股，占发行后总股本的 25%；其中，新股发行不超过 1,578.70 万股，公司股东公开发售不超过 300 万股且不超过自愿设定 12 个月及以上限售期的投资者获得配售股份的数量。

假设公司本次公开发行股份为 1,578.70 万股，其中公司公开发行新股 1,578.70 万股，公司股东不公开发售股份，则发行前后的股本结构变化如下：

股份类别 (股东名称)	公开发行前		公开发行后	
	股份数量(万股)	股份比例	股份数量(万股)	股份比例
一、有限售条件流通股				
庄占龙	1,944.00	41.05%	1,944.00	30.78%
苏芳	769.50	16.25%	769.50	12.19%
黄国荣	769.50	16.25%	769.50	12.19%
向潜	567.00	11.97%	567.00	8.98%
孙洁晓	315.00	6.65%	315.00	4.99%
乾霸投资	236.10	4.99%	236.10	3.74%
兰小华	90.00	1.90%	90.00	1.43%
庄跃龙	45.00	0.95%	45.00	0.71%
二、本次发行流通股				
新股发行	-	-	1,578.70	25.00%
合计	4,736.10	100.00%	6,314.80	100.00%

假设公司本次公开发行股份为 1,578.70 万股，其中公司公开发行新股 1,278.70 万股，公司股东公开发售股份 300 万股，除乾霸投资外，其余各股东

按比例公开发售股份，则发行前后的股本结构变化如下：

股份类别 (股东名称)	公开发行前		公开发行后	
	股份数量(万股)	股份比例	股份数量(万股)	股份比例
一、有限售条件流通股				
庄占龙	1,944.00	41.05%	1,814.40	30.17%
苏芳	769.50	16.25%	718.20	11.94%
黄国荣	769.50	16.25%	718.20	11.94%
向潜	567.00	11.97%	529.20	8.80%
孙洁晓	315.00	6.65%	294.00	4.89%
乾霸投资	236.10	4.99%	236.10	3.93%
兰小华	90.00	1.90%	84.00	1.40%
庄跃龙	45.00	0.95%	42.00	0.70%
二、本次发行流通股				
新股发行	-	-	1,278.70	21.26%
公司股东公开发售股份	-	-	300.00	4.99%
合计	4,736.10	100.00%	6,014.80	100.00%

(二) 发行人前十名股东情况

本次发行前，发行人股东共 8 名，所持股份情况如下：

序号	股东名称	持股数量(万股)	持股比例
1	庄占龙	1,944.00	41.05%
2	苏芳	769.50	16.25%
3	黄国荣	769.50	16.25%
4	向潜	567.00	11.97%
5	孙洁晓	315.00	6.65%
6	乾霸投资	236.10	4.99%
7	兰小华	90.00	1.90%
8	庄跃龙	45.00	0.95%
	合计	4,736.10	100.00%

(三) 发行人前十名自然人股东及其在发行人处担任的职务

本次发行前，发行人共有 7 名自然人股东，其所持股份及在公司任职情况如下：

序号	姓名	持股数量(万股)	持股比例	公司任职情况
1	庄占龙	1,944.00	41.05%	董事长、总经理
2	苏芳	769.50	16.25%	董事、董事会秘书
3	黄国荣	769.50	16.25%	董事、副总经理
4	向潜	567.00	11.97%	董事、副总经理
5	孙洁晓	315.00	6.65%	董事
6	兰小华	90.00	1.90%	监事、技研中心总监
7	庄跃龙	45.00	0.95%	光电部总监
合计		4,500.00	95.01%	

(四) 申报前最近一年发行人新增股东的情况

为解决公司业务快速发展及募投项目先期投入可能带来的资金瓶颈，进一步优化公司股权结构，公司2015年11月股东大会决议通过：上海乾爵投资合伙企业(有限合伙)以货币资金1,994.05万元认缴公司新增注册资本236.10万元。本次增资参考公司经营状况和发展前景，协商确定增资价格为8.45元/股，对应PE为13.98倍（按照2014年扣非后归属于母公司净利润测算）。乾爵投资的基本情况如下：

乾爵投资成立于2015年11月5日，主要经营场所为上海市崇明县新申路921弄2号N区275室，合伙期限至2020年11月4日，执行事务合伙人为石河子市金海汇股权投资管理有限公司。乾爵投资主要从事投资管理及相关咨询业务。

截至本招股说明书签署日，乾爵投资各合伙人出资情况如下：

序号	合伙人名称/姓名	合伙人性质	认缴出资(万元)	认缴比例
1	石河子市金海汇股权投资管理有限公司	普通合伙人	800.00	6.25%
2	秦大乾	有限合伙人	5,000.00	39.06%
3	石河子市晓禹股权投资合伙企业(有限合伙)	有限合伙人	2,000.00	15.63%
4	张美萍	有限合伙人	2,000.00	15.63%
5	孙洁晓	有限合伙人	1,000.00	7.81%
6	张年飞	有限合伙人	1,000.00	7.81%
7	张萍	有限合伙人	1,000.00	7.81%
合计			12,800.00	100.00%

蒋泳为石河子市金海汇股权投资管理有限公司实际控制人，中国国籍，无永久境外居留权，身份证号码：33050119720603****。

（五）股东中的国有、外资以及战略投资者持股情况

公司股东中无国有股东、外资股东以及战略投资者股东。

（六）发行前各股东间的关联关系及关联股东的各自持股比例

公司股东孙洁晓同时为公司股东乾爵投资的有限合伙人，其中，孙洁晓直接持有公司 315.00 万股股份，占公司发行前股本的 6.65%；乾爵投资直接持有公司 236.10 万股股份，占公司发行前股本的 4.99%。除上述情况外，公司各股东之间不存在关联关系。

（七）股东公开发售股份对发行人的控制权、治理结构及生产经营产生的影响

股东公开发售股份不会导致公司股权结构发生重大变化，不会导致公司控股股东及实际控制人发生变更，对公司治理结构及生产经营不存在重大影响，详见本招股说明书“重大事项提示”之“二、（五）股东公开发售股份对公司的影响”。

八、董事、监事、高级管理人员、其他核心人员、员工实行的股权激励及其他制度安排和执行情况

截至本招股说明书签署日，公司不存在对董事、监事、高级管理人员、其他核心人员、员工实行的股权激励或其他制度安排。

九、发行人员工及社保和住房公积金缴纳情况

（一）员工人数及其变化情况

报告期内，随着公司业务的快速发展，员工人数呈逐年增加趋势。近三年

末公司员工人数分别为 496 人、575 人和 614 人。

（二）员工专业结构

截至 2016 年 12 月 31 日，公司员工按专业结构划分如下：

专业类别	人数	占员工总数比例
生产及其他辅助人员	359	58.47%
销售及客服人员	117	19.06%
研发设计人员	88	14.33%
行政管理人员	50	8.14%
合计	614	100.00%

（三）社保及住房公积金的缴纳情况

发行人及子公司已根据国家及地方有关法律法规及有关政策规定为员工办理了养老、医疗、失业、工伤和生育等社会保险。同时，发行人及子公司还根据《住房公积金管理条例》及地方政府相关政策规定建立了住房公积金制度，为员工缴纳住房公积金。

发行人及其子公司办理社保和缴纳住房公积金的起始日期如下：

公司名称	公司成立日期	办理起始日期	
		社保	住房公积金
太龙照明	2007年9月	社保	2010年4月
		住房公积金	2012年1月
悦森照明	2014年1月	社保	2014年3月
		住房公积金	2014年3月
太龙至邦	2015年6月	社保	2015年6月
		住房公积金	2015年10月

1、发行人及子公司社保和住房公积金缴费人数

报告期各期末，发行人及子公司的社保和住房公积金缴费人数情况如下：

社会保险	2016年12月31日		2015年12月31日		2014年12月31日	
	实缴人数	未缴人数	实缴人数	未缴人数	实缴人数	未缴人数
养老保险	579	35	489	86	433	63
医疗保险	583	31	482	93	434	62

失业保险	579	35	489	86	428	68
工伤保险	604	10	570	5	484	12
生育保险	583	31	482	93	429	67
住房公积金	585	29	498	77	437	59

报告期内，公司存在未为部分员工缴纳社会保险或住房公积金的情形。主要原因包括：（1）部分员工由于系农村户籍、外地户籍、外籍人士或军转自主择业人员，出于个人收入考虑或其他原因，自愿放弃缴纳；（2）部分员工由于新入职或尚在试用期，待缴纳手续办理完毕或转正后即开始缴纳。

截至 2016 年 12 月 31 日，公司部分员工未缴纳社会保险或住房公积金的原因如下：

险种	未缴纳人数	未缴纳原因
养老保险	35	6名员工新入职；4名外籍人士和1名自主择业军转干部员工出具声明自愿放弃缴纳；1名员工请长假未归；其他23名员工系农村户籍或外地户籍，出于个人收入考虑或其他原因出具声明自愿放弃缴纳。
失业保险		
医疗保险	31	6名员工新入职；4名外籍人士和1名自主择业军转干部员工出具声明自愿放弃缴纳；1名员工请长假未归；其他19名员工系农村户籍或外地户籍，出于个人收入考虑或其他原因出具声明自愿放弃缴纳。
生育保险		
工伤保险	10	6名员工新入职；4名外籍人士员工出具声明自愿放弃缴纳。
住房公积金	29	6名员工新入职；4名外籍人士员工出具声明自愿放弃缴纳；1名员工请长假未归；其他18名员工系农村户籍或外地户籍，出于个人收入考虑或其他原因出具声明自愿放弃缴纳。

2、发行人及子公司社保和住房公积金缴费金额

报告期内，发行人及其子公司社保缴费金额如下表：

单位：万元

公司名称	缴纳主体	2016年	2015年	2014年
太龙照明	企业缴纳	398.51	277.83	193.54
	个人缴纳	140.80	91.59	65.03
悦森照明	企业缴纳	50.21	40.33	26.32
	个人缴纳	16.11	11.16	7.02
太龙至邦	企业缴纳	5.33	1.20	-
	个人缴纳	2.79	0.55	-
合计		613.75	422.66	291.91

报告期内，发行人及其子公司住房公积金缴费金额如下表：

单位：万元

公司简称	缴纳主体	2016年	2015年	2014年
太龙照明	企业缴纳	44.57	32.20	25.10
	个人缴纳	41.03	31.51	24.44
悦森照明	企业缴纳	12.20	9.29	6.30
	个人缴纳	12.20	9.29	6.30
太龙至邦	企业缴纳	0.81	0.16	-
	个人缴纳	0.81	0.16	-
合计		111.62	82.61	62.14

3、需补缴的金额、补救措施及对发行人经营业绩的影响

报告期内，发行人及子公司能够按时为员工缴纳社保和住房公积金，存在少量需补缴金额主要是由于期末新员工入职时间与社保和住房公积金缴纳时间差异、员工自愿放弃缴纳造成的。假设发行人及子公司为应缴员工全部缴纳社保和住房公积金，其对发行人净利润的影响情况如下：

单位：万元

项目	2016年	2015年	2014年
实际缴纳金额	725.37	505.27	354.04
需补缴金额	52.17	61.88	38.89
净利润	4,219.39	3,563.15	2,830.79
需补缴金额占净利润比例	1.24%	1.74%	1.37%

发行人需要补缴的金额分别为38.89万元、61.88万元和52.17万元，占公司当期净利润的比例分别为1.37%、1.74%和1.24%，补缴金额占发行人净利润的比例较低，对发行人经营业绩不构成重大影响。

为了避免补缴社保和公积金可能给发行人带来的损失，2017年1月，发行人控股股东、实际控制人庄占龙出具承诺：如发行人及其控股子公司因在首次公开发行股票并上市之前的经营活动中未为员工缴纳社会保险或住房公积金、未在规定时间内办理社会保险或住房公积金登记等瑕疵问题而须补缴社会保险或住房公积金、承担任何罚款或遭受任何损失，本人将足额补偿发行人及其控股子公司因此发生的支出或承受的损失，且无需发行人及其控股子公司支付任何对价。

2017年1月，龙海市人力资源和社会保障局、龙海市医疗保障基金管理中心、厦门市社会保险管理中心和上海市社会保险事业管理中心分别出具《证明》，确认发行人及子公司依法为员工缴纳社会保险，无欠缴情况，也不存在因违反相关法律法规而被处罚的情形。

2017年1月，漳州市住房公积金管理中心龙海管理部、厦门市住房公积金管理中心和上海市公积金管理中心分别出具《证明》，确认发行人及子公司连续足额缴存住房公积金，符合住房公积金缴存规定，不存在因违反相关法律法规而被处罚的情形。

经核查，保荐机构和发行人律师认为：报告期内，由于部分员工无需缴纳或主动放弃社会保险和住房公积金，发行人及其子公司存在未为部分员工缴纳社会保险和住房公积金的情况，相关情况不会影响发行人的持续经营，对发行人本次发行上市不构成实质性障碍。

十、本次发行相关各方作出的重要承诺及承诺履行情况

（一）股份流通限制、自愿锁定股份及延长锁定期限的承诺

承诺的具体内容请参见本招股说明书“重大事项提示”之“一、（一）股份流通限制、自愿锁定股份及延长锁定期限的承诺”。

（二）持股5%以上股东持股意向及减持意向的承诺

承诺的具体内容请参见本招股说明书“重大事项提示”之“一、（二）持股5%以上股东持股意向及减持意向的承诺”。

（三）稳定股价的承诺

承诺的具体内容请参见本招股说明书“重大事项提示”之“一、（三）稳定股价的承诺”。

（四）股份回购的承诺

承诺的具体内容请参见本招股说明书“重大事项提示”之“一、（四）股份

回购的承诺”。

（五）依法承担赔偿责任或补偿责任的承诺

承诺的具体内容请参见本招股说明书“重大事项提示”之“一、（五）依法承担赔偿责任或补偿责任的承诺”。

（六）首次公开发行股票后公司填补被摊薄即期回报的措施及承诺

措施及承诺的具体内容请参见本招股说明书“重大事项提示”之“三、首次公开发行股票后公司填补被摊薄即期回报的措施及承诺”。

（七）本次发行后的股利分配政策

本次发行后的股利分配政策请参见本招股说明书“重大事项提示”之“五、（一）本次发行后的股利分配政策”。

（八）公司上市后分红回报规划

公司上市后分红回报规划请参见本招股说明书“重大事项提示”之“五、（二）公司上市后分红回报规划”。

（九）其他承诺事项

1、关于避免同业竞争的承诺

为避免同业竞争，公司控股股东、实际控制人庄占龙于 2015 年 9 月向太龙照明出具了《关于避免同业竞争的承诺函》，主要内容如下：

（1）截至本承诺函出具日，除发行人及其控股子公司外，本人不存在拥有其他具有实际控制权或重大影响的企业的情形，本人及其他关联方没有从事或投资与发行人及其控股子公司相同或相近的业务，与发行人及其控股子公司不存在同业竞争；

（2）自本承诺函签署之日起，本人及本人拥有实际控制权或重大影响的除发行人及其控股子公司外的其他公司及其他关联方不利用本人对发行人的控制

关系进行损害发行人及其中小股东、发行人控股子公司合法权益的经营活动；

(3) 自本承诺函签署之日起，本人及本人拥有实际控制权或重大影响的除发行人及其控股子公司外的其他公司及其他关联方不直接或间接从事、参与或进行与发行人或其控股子公司的业务存在竞争或可能构成竞争的任何业务及活动；不会直接或间接投资、收购与发行人及其控股子公司存在竞争关系或可能构成竞争关系的企业，不会持有与发行人及其控股子公司存在竞争关系或可能构成竞争关系的企业的任何股份、股权或权益；不会以任何方式为与发行人及其控股子公司存在竞争关系或可能构成竞争关系的企业提供业务上、财务上等其他方面的帮助；

(4) 自本承诺函签署之日起，本人及本人拥有实际控制权或重大影响的除发行人及其控股子公司外的其他公司及其他关联方不会利用从发行人或其控股子公司获取的信息从事或直接或间接参与与发行人或其控股子公司相竞争的业务，并不会进行任何损害或可能损害发行人及其中小股东、发行人控股子公司合法权益的行为或活动；

(5) 自本承诺函签署之日起，本人将严格按照有关法律法规及规范性文件的规定采取有效措施避免与发行人及其控股子公司产生同业竞争，承诺将促使本人拥有实际控制权或重大影响的除发行人及其控股子公司外的其他公司及其他关联方采取有效措施避免与发行人及其控股子公司产生同业竞争；

(6) 自本承诺函签署之日起，若本人及本人拥有实际控制权或重大影响的除发行人及其控股子公司外的其他公司或其他关联方获得与发行人及其控股子公司构成或可能构成同业竞争的业务机会，本人将尽最大努力，使该等业务机会具备转移给发行人或其控股子公司的条件（包括但不限于征得第三方同意），并优先提供给发行人或其控股子公司。若发行人及其控股子公司未获得该等业务机会，则本人承诺采取法律、法规及中国证监会许可的方式加以解决，且给予发行人选择权，由其选择公平、合理的解决方式；

(7) 如出现因本人违反上述承诺而导致发行人及其中小股东权益受到损害的情况，本人将依法承担相应的赔偿责任；

(8) 本承诺函有效期间自该承诺函签署之日起至本人不再系发行人的控股股东及实际控制人之日止。

2、关于规范关联交易的承诺

为了规范和减少关联交易，发行人控股股东、实际控制人庄占龙 2015 年 9 月出具承诺：

（1）本人按照证券监管法律、法规以及规范性文件的要求对关联方以及关联交易已进行了完整、详尽地披露，除发行人及其控股子公司外，本人不存在拥有其他具有实际控制权或重大影响的公司的公司的情形。除发行人本次发行上市相关文件中已经披露的关联交易外，本人与发行人及其控股子公司之间不存在其他任何依照法律法规和中国证券监督管理委员会、证券交易所的有关规定应披露而未披露的关联交易。

（2）本人及本人拥有实际控制权或重大影响的除发行人及其控股子公司外的其他公司及其他关联方将尽量避免与发行人及其控股子公司之间发生关联交易；对于确有必要且无法回避的关联交易，均按照公平、公允和等价有偿的原则进行，交易价格按市场公认的合理价格确定，并按相关法律、法规以及规范性文件的规定履行交易审批程序及信息披露义务，切实保护发行人及发行人其他股东利益。

（3）本人保证严格按照有关法律法规、中国证券监督管理委员会颁布的规章和规范性文件、深圳证券交易所颁布的业务规则及发行人制度的规定，依法行使股东权利、履行股东义务，不利用控股股东及实际控制人的地位谋取不当的利益，不损害发行人及发行人其他股东的合法权益。

（4）如违反上述承诺与发行人或其控股子公司进行交易而给发行人及其他股东及发行人控股子公司造成损失的，本人将依法承担相应的赔偿责任。

3、关于承担物业瑕疵风险的承诺

为了避免租赁物业存在瑕疵而给发行人带来损失，发行人控股股东、实际控制人庄占龙 2015 年 9 月出具承诺：

如发行人及其控股子公司因在首次公开发行股票并上市之前租赁的物业存在瑕疵而未能继续承租该等物业或承受任何损失，在发行人未获出租方补偿的情形下，本人将足额补偿发行人因此发生的搬迁费、基建费、装修费等支出费用或承受的损失，且毋需发行人及其控股子公司支付任何对价。

4、关于补缴社保和公积金的承诺

为了避免补缴社保和公积金而给发行人带来损失，发行人控股股东、实际控制人庄占龙 2017 年 1 月出具承诺：

如发行人及其控股子公司因在首次公开发行股票并上市之前的经营活动中未为员工缴纳社会保险或住房公积金、未在规定时限内办理社会保险或住房公积金登记等瑕疵问题而须补缴社会保险或住房公积金、承担任何罚款或遭受任何损失，本人将足额补偿发行人及其控股子公司因此发生的支出或承受的损失，且毋需发行人及其控股子公司支付任何对价。

（十）保荐机构、发行人律师关于相关责任主体承诺事项的核查意见

经核查，保荐机构认为：发行人及持股 5%以上的股东、实际控制人、董事、监事和高级管理人员、中介机构等相关责任主体作出的相关承诺合法、合理，所作出的确保履约措施和未能履行承诺时的约束措施等失信补救措施合法有效，具有可操作性，能够最大限度地约束其履行承诺，保护中小投资者的利益。

经核查，发行人律师认为：发行人及其控股股东、实际控制人、相关股东、董事、监事和高级管理人员等相关责任主体（以下合称“承诺人”）已就相关承诺事项签署相应的承诺函，承诺人为依法设立并有效存续的企业或具有完全民事行为能力的自然人，具备作出相关承诺的主体资格；承诺函已经承诺人适当签署；承诺函内容及其约束措施未违反相关法律、法规的禁止性规定。

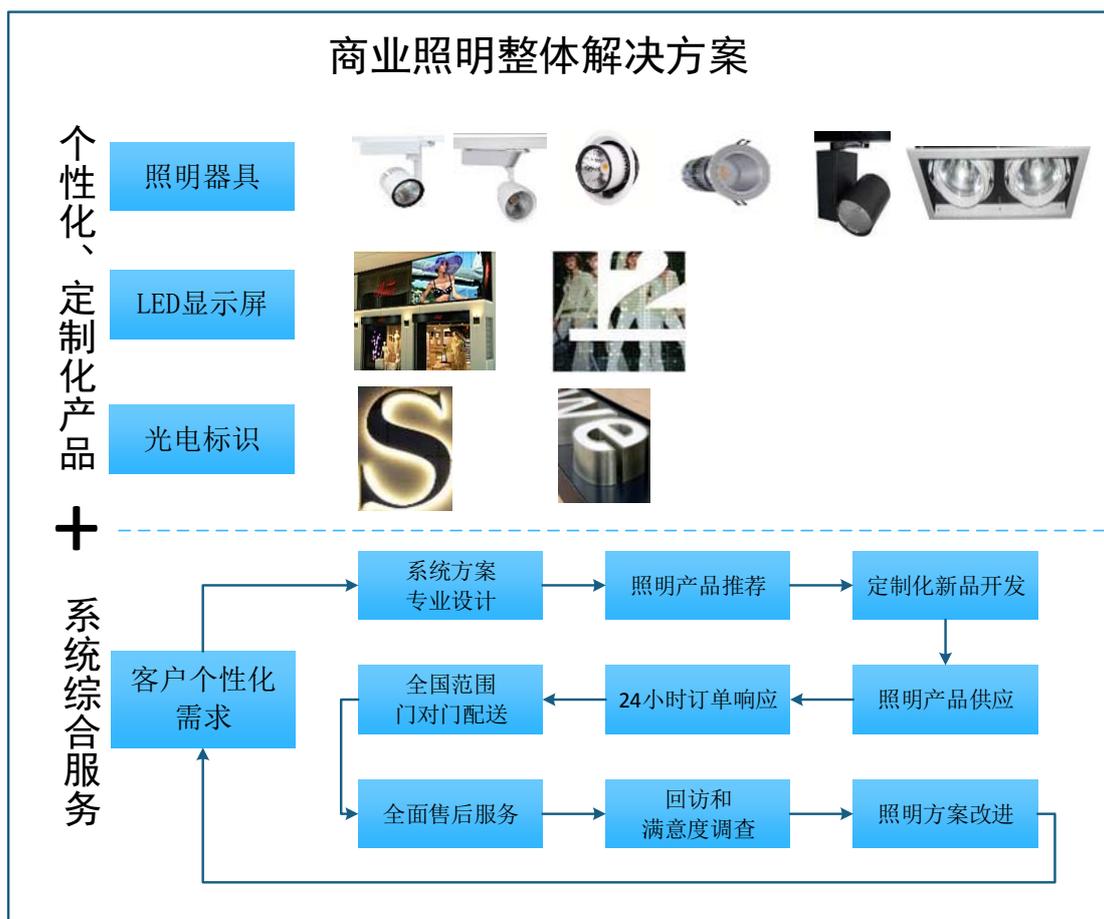
第六节 业务和技术

一、发行人主营业务、主要产品及设立以来的变化情况

（一）发行人的主营业务

公司主营业务为提供集照明设计、开发制造、系统综合服务于一体的商业照明整体解决方案，主要产品包括照明器具、LED显示屏和光电标识等三类。

作为专注于光影营造的商业照明整体解决方案服务商，公司依托创新的商业模式和成熟的业务体系，以个性化、定制化的照明产品为载体，全面满足品牌客户终端门店对于环境营造和产品展示的照明需求，达到其提升消费体验和提升品牌形象的目标。



公司于行业内引领“总部提供专业化设计、照明器具定制化开发、品牌终

端门对门服务”的商业模式，公司产品应用于品牌服饰、家居家纺、商超、餐饮等领域，并已与运动服饰领域的阿迪达斯、特步、安踏、哥伦比亚、耐克，时尚休闲服饰领域的绫致时装、美邦服饰、今誉服饰、都市丽人、赫基服饰、爱步，商务服饰领域的利郎、七匹狼、杰尼亚、爱马仕、宝姿、柒牌，以及其他领域的爱依瑞斯、金牌橱柜、富安娜、日春等知名企业建立业务合作关系，2010年以来已累计在全国范围内为超过100个知名品牌、6万余个零售终端提供了商业照明整体解决方案。

（二）发行人的主要产品

1、发行人主要产品具体情况及应用

根据商业照明对于产品的需求特点，公司的产品体系包括照明器具、LED显示屏和光电标识等三类。

产品类别	产品系列	代表性产品	主要特点	产品用途
照明器具	LED照明器具	 固定式LED照明器具	1、高效节能，整灯最高光效可达110LM/W；寿命长，可达5万小时；光衰慢，可靠性高。 2、随着技术进步，散热问题解决，高功率产品逐渐广泛应用。 3、高品质的光色，细腻的细节表现能力，显色性能全面升级。	基础照明 重点照明 辅助照明
		 嵌入式LED照明器具		
陶瓷金卤灯具	陶瓷金卤灯具	 固定式陶瓷金卤灯具	1、显色性好，显色指数达90%，光色纯正柔和，具备出色的设计感和表现力。 2、技术和配套产品成熟、稳定，完美的重点照明产品。 3、光效高、寿命长，整灯光效和使用寿命最高分别可达90LM/W和2万小时，具有显著的节能效果。	基础照明 重点照明
		 嵌入式陶瓷金卤灯具		

其他 照明 器具 及配 件	 <p>吊装式节能照明器具</p>	良好的光效、寿命和显色性，技术成熟、成本较低。	基础照明 辅助照明
LED 显示屏	 <p>全彩显示屏异型屏</p>	1、高清、节能、全彩，满足品牌客户对于商业空间展示、体验、互动的需求。 2、含柔性屏、透明屏、LOGO 字体屏，形状各异的显示产品，彰显品牌个性。	形象展示 播放互动
光电标识	 <p>光电标识</p>	1、具有设计感和个性化的标识产品。 2、整体成型、布灯均匀、精细配光，具有高精度、高品质的标识产品。	标示照明 形象展示

公司产品不仅为品牌零售终端建立良好的消费环境，更突出品牌客户独特的展示效果和品牌形象，公司部分商业照明系统综合运用情况如下所示：

	休闲服饰领域
	
	运动服饰领域
	

	商务服饰领域
	
	商务服饰领域
	
	家居家纺领域
	

2、发行人的照明产品不属于通用产品

(1) 定制化商业照明产品的市场需求

商业照明产品具有规格型号多样的特点，不同规格型号的照明产品适用于不同的品牌形象，并形成差异化的消费体验，个性化、定制化的商业照明产品具有契合品牌形象、满足个性化要求的功能。商业照明，特别是品牌服饰零售

终端的照明，对于环境营造和产品展示的照明要求较高，随着品牌商更加注重品牌形象的建立和终端消费体验的提升，品牌商对于定制化的商业照明产品的需求越来越高。

（2）定制化产品和通用产品的区别

定制化产品是指根据具体客户需求进行定制化设计、开发和生产的产品，客户参与了产品的设计和修改，产品会根据具体客户需求而调整；而通用产品则为相对标准化的产品，客户不参与产品的设计和修改，从既有产品型号中进行选择，产品不会根据具体客户需求而调整。另外，定制化产品在外观和性能、设计和生产、销售等方面均有所区别，对比如下：

主要区别	定制化产品	通用产品
是否根据客户需求调整产品	根据具体客户需求调整产品	不根据具体客户需求调整产品
外观和性能	个性化产品	标准化产品
设计和生产	个性化设计和小批量生产	标准化设计和大批量生产
销售的特点	直销	通过经销商销售
代表性企业	太龙照明、中山品上照明有限公司、 泉州市美菲电子照明有限公司	雷士照明、欧普照明

（3）太龙照明提供定制化产品的具体体现

公司向主要客户供应的照明产品型号多样，每年销售的照明器具型号数量繁多，且持续开发设计新产品，每年销售的新型号照明器具数量比例较高。

公司向客户销售的不同型号的产品体现在灯型不同（灯具的外观和内部结构）、光源电器规格型号不同（功率、色温、显色指数、厂商）、表面处理方式不同（颜色、处理工艺）和灯具聚光效果不同等方面。公司根据客户的个性化需求设计、开发新型号产品，主要客户中不存在销售同一款型号产品的情况。

①灯型不同

照明器具的灯型包括灯具的外观和内部结构两个方面，共同影响了照明器具的具体应用区域、应用方式和应用效果。照明器具定制化的外观体现在灯罩、电器箱、散热器、连接件、支架的结构，嵌入式和轨道式等固定方式；照明器具定制化的内部结构体现在内部布局、配件结构、线路布置等方面。

②光源电器型号不同

光源电器型号的不同体现在功率、色温和显色指数不同等方面，型号多

样，光源电器配套使用，影响了照明器具的光学参数和应用效果，且不同厂商同一规格的光源电器的实际性能效果也存在差异。

③表面处理方式和灯具聚光效果不同

照明器具的表面处理方式决定了照明器具的颜色等视觉感，需要和品牌商的整体装修风格保持一致；反光器具影响了照明产品的聚光效果和中心光强，需要和照明产品的具体应用区域保持一致。

太龙照明除向部分客户基本实现独家供应外，其他客户出于供应商管理的考虑，存在向公司竞争对手采购的情形。

经核查，保荐机构和发行人律师认为：发行人向主要客户供应的照明产品不属于通用产品，发行人客户出于供应商管理的考虑，存在向发行人竞争对手采购的情形。

（三）发行人主营业务收入构成

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
照明器具	LED 照明器具	19,722.14	72.61%	14,428.43	58.52%	5,224.59	24.77%
	陶瓷金卤灯具	1,111.85	4.09%	5,109.05	20.72%	12,106.18	57.40%
	其他照明器具	1,766.30	6.50%	1,339.26	5.43%	1,321.14	6.26%
	照明配件	2,407.30	8.86%	2,385.56	9.68%	1,741.79	8.26%
	小计	25,007.59	92.07%	23,262.30	94.35%	20,393.70	96.70%
	LED 显示屏	1,395.89	5.14%	1,135.04	4.60%	643.06	3.05%
	光电标识	759.48	2.80%	257.59	1.04%	53.86	0.26%
	合计	27,162.96	100.00%	24,654.93	100.00%	21,090.62	100.00%

（四）发行人的主要经营模式

公司于行业内引领“总部提供专业化设计、照明器具定制化开发、品牌终端门对门服务”的商业模式，通过照明设计、开发制造、系统综合服务三大业务体系的有机组合，构建了一体化商业照明服务平台，向客户提供专业化、一体化、全流程的商业照明整体解决方案。

公司通过照明设计切入销售，传递服务理念、提升产品价值；通过产品开发

将设计方案予以表达，通过产品制造及销售来实现公司价值；通过系统综合服务挖掘和服务客户需求，增强客户黏性。三个业务体系相辅相成，相互促进、协同发展。

公司的主要业务模式按运营环节可以分为设计和销售模式、采购模式、开发和生产模式、服务模式。

1、公司的设计和销售模式

商业照明的效果不仅取决于单个照明器具的品质，更需要组合产品设计和产品配套；客户对于商业照明的需求也不仅是照亮的需求，更是提升消费体验和塑造品牌形象的需求。作为商业照明整体解决方案的提供商，公司建立了以照明设计为切入点、将个性化设计和配套产品销售相融合的直接销售模式，致力于为品牌客户提供满足个性化要求、契合品牌形象和提升消费体验的商业照明整体解决方案。公司设计和销售流程如下：

（1）初创设计

公司设计部与品牌客户的空间设计中心进行对接，就客户品牌形象所要求的光影环境效果进行沟通，选择符合其品牌形象的照明产品，进行商业照明整体解决方案的初创设计暨“模板”设计，同时，公司技研中心和生产中心进行新品的设计和开发。

（2）终端设计及下单

初创设计后，公司设计部与客户的工程部或企划部对接，根据客户终端门店（包括直营门店和代理商/经销商门店）的商业环境、营业面积、采光情况、人流密度和陈列方案等具体因素，进行终端门店的照明设计。

终端门店的照明设计方案确认后，公司客服中心订单服务部与客户的采购部门对接，跟踪客户的开店进展，确认终端门店的订单需求，包括照明产品类型、数量、规格、交货日期、门店地点、运输方式及联系方式等。

（3）订单完成及配送

订单确认审核并完成生产后，由物控中心开具出库单，公司物流服务部负责安排配送至客户终端门店或其指定仓库；

产品送至订单指定地点后，针对照明器具等不需安装的产品，由客户进行签收确认后公司销售流程完成；针对部分 LED 显示屏和光电标识等需要安装的产

品，公司负责或指导安装、调试，由客户进行验收确认后公司销售流程完成。公司根据签收单或验收单和既定的销售价格，与品牌客户总部，或品牌客户的代理商/经销商结算款项。

2、公司的采购模式

（1）订单采购与安全库存相结合

公司采用“以销定产、以产定购”的采购方式，即主要根据销售订单或预测订单，并参考原材料价格、经济订货量、生产计划以及库存情况等因素制定采购计划。确定采购计划后，采购部门制订具体采购订单，按照比质比价原则向原材料供应商进行采购。公司根据销售订单或预测订单采购，避免因产品市场前景不明而积压库存的情况。

除按销售订单或预测订单采购外，为确保公司可在较低风险下快速响应终端客户的产品需求，针对单价较低的配件等通用原材料，公司根据生产需求及以往销售情况等经验数据，确定各类原材料的安全库存量，实施保证该库存量的常规采购。

（2）全程采购控制和供应商管理

公司的采购工作由物控中心下属的计划部和采购部负责，其中，计划部根据预测销售订单和分析库存数据，在保障安全库存的基础上，制定物料需求计划；采购部负责采购合同的谈判和制定，组织采购工作。

公司所应用的光源、电器通过代理商或品牌商购进，根据全面质量管理体系的要求，由品管中心负责原材料性能检验，由物控中心建立供应商动态评选制度，根据品质、价格和服务等因素共同制定合格供应商名录，限定原材料采购来源，控制原材料采购质量。

3、公司的开发和生产模式

作为商业照明整体解决方案的服务商，公司销售的照明产品主要为服务于品牌商的个性化产品，虽然同系列产品的核心组件具有相通性，但不同客户和同一客户不同系列门店的照明产品需求均不尽相同，具有多品种、定制化的特点。考虑品牌商对于门店装修的工期均有严格要求，对于商业照明产品配送的及时性要求较高，公司注重跟踪品牌商的开店计划，采用以产品开发为基础，以预测订单+储备生产为主的生产模式。

在产品开发过程中，研发部门根据客户的定制要求对灯具或配件进行开发设计，灯具部根据设计图纸进行样品制造，待客户确认后进行产品定型，并转化为模具图纸，经过开模、试模和首样确认后投入全面生产。

在预测订单+储备生产模式下，营销中心与品牌客户沟通其开店计划并进行产品需求预测，计划部结合库存情况制定储备生产计划，生产中心按照生产订单中确定的供货时间、产品规格和数量组织生产。

公司致力于提供商业照明整体解决方案和符合客户品牌形象特点的照明产品，逐步丰富公司的产品和制造体系，除了少量工序由于产能不足或工艺特点等原因委外加工以外，公司形成了从产品打样到模具开发、灯具制造、LED 模组生产和产品组装的完整生产制造体系，形成了满足客户快速响应需求的柔性化生产管理系统，保障了公司商业照明整体解决方案的产品配套供给能力。

4、公司的服务模式

公司的客服工作由客服中心下属的订单服务部、物流服务部和售后服务部主导，并由营销中心的销售部和设计部协助。在对超过 100 个知名品牌、6 万余个零售终端门店的服务过程中，公司逐步完善了以全面、专业、及时为核心理念的商业照明客户服务模式。

在服务资源配备上，公司在北京、上海、广州、深圳等城市设立办事处配备销售与服务人员，并在全国范围内根据服务需要配备维修工程师，建立了辐射超过 300 个城市的服务网络；另外，依靠不断完善的客服管理系统，公司建立了全面完整的订单和服务需求档案，并逐步实现和客户信息系统的对接，从而保证服务需求的及时传递和解决。

在服务体系建立上，公司将服务体系细化为售前服务、售中服务、售后服务和终端服务四个部分，注重对每一终端门店每一服务过程的实施跟踪和控制，保证服务的质量和效率：售前服务方面，公司根据客户品牌形象特点，优化选择个性化产品，为客户终端提供点对点、定制化设计服务；售中服务方面，公司凭借完善的物流供应链为客户遍布全国的分支机构提供及时的物流配送服务；售后服务方面，公司依靠覆盖全国主要城市的售后网络实现了客户报修 24 小时内响应、48 小时内维修人员到位的服务效果；终端服务方面，执行公司客户分级管理的规定，推行终端门店开业前灯光调试、定期巡检、技术培训等服务项目，对终端

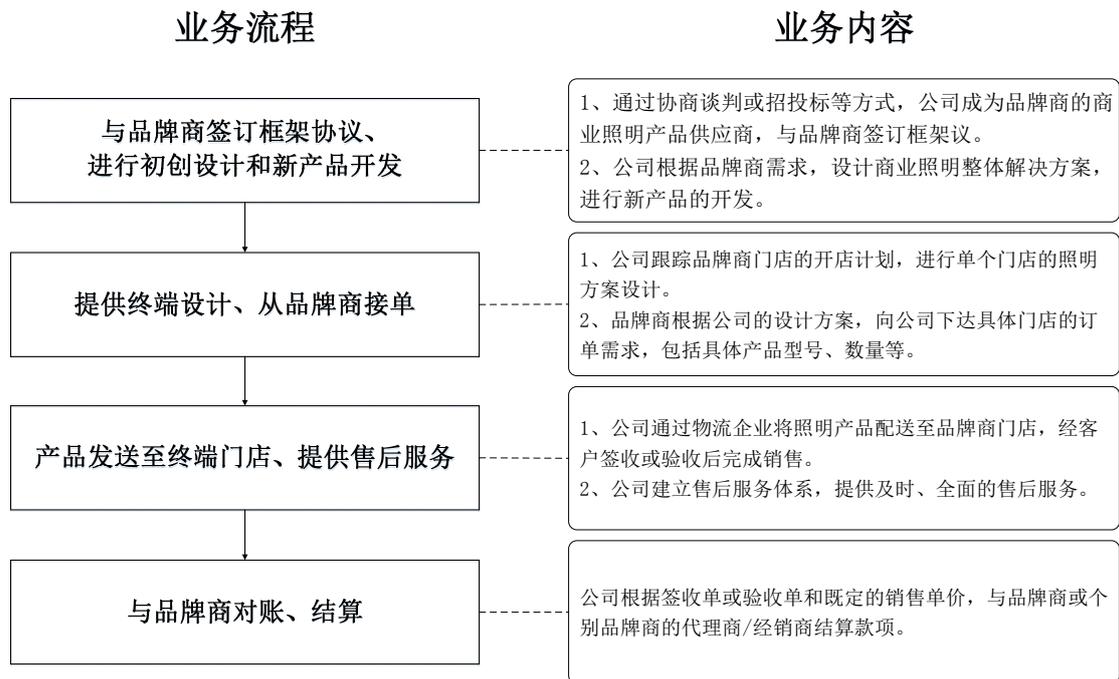
门店的使用情况进行回访和满意度调查，主动发现并解决问题，对已设计并执行的照明方案进行评估分析，提出进一步改善方案。通过综合服务体系的建立，公司有效挖掘和服务客户需求，增强了客户黏性，提高了客户的满意度和忠诚度。

（五）发行人与品牌商及其门店合作具体情况

1、发行人与品牌商及其门店的合作方式

门店是品牌商展示品牌形象和实现产品销售的重要渠道，而照明产品所营造的光影环境对于品牌形象有着重要影响，考虑各门店的地理位置分布相对分散，为了形成差异化的品牌形象和各门店一致的照明效果，品牌商具有指定统一照明产品供应商的需求。

公司把握品牌商的这一需求，于行业内引领“总部提供专业化设计、照明器具定制化开发、品牌终端门对门服务”的商业模式，向客户提供专业的商业照明整体解决方案。结合业务流程，具体合作方式如下：



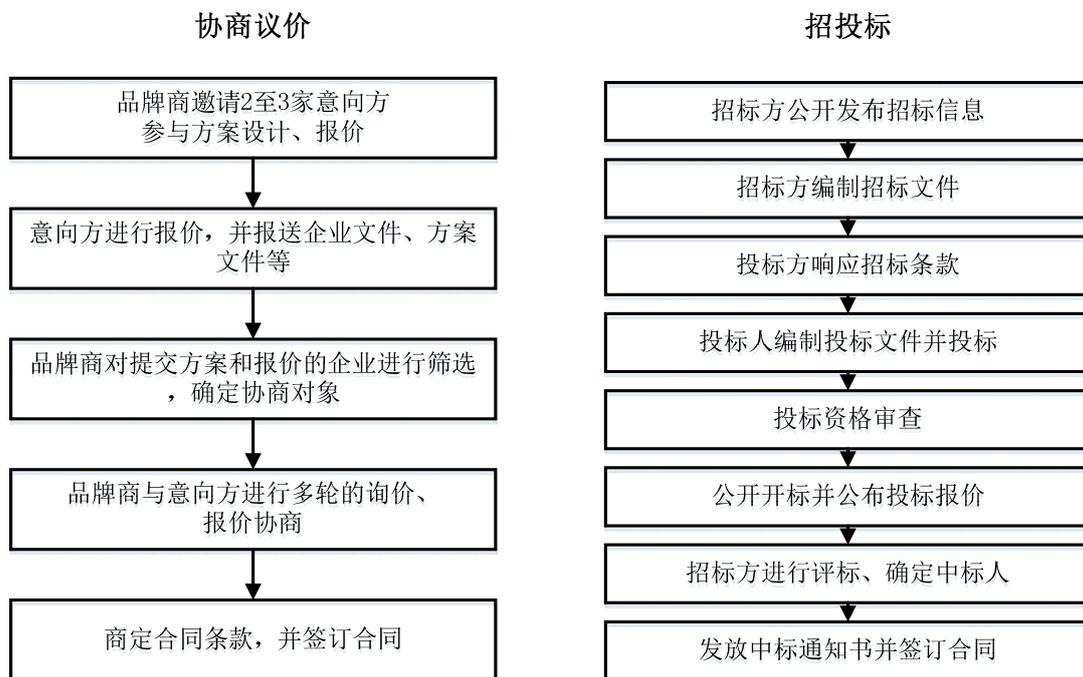
2、产品报价相关情况

（1）发行人以确定单个照明产品价格的形式报价，通过协商议价或招投标的方式进行

发行人的商业照明解决方案以照明器具、LED 显示屏和光电标识等照明产品

为载体，产品报价也以确定单个照明产品销售单价的方式进行，最终结算金额根据销售单价和实际配送的照明产品数量确定。

发行人部分客户的销售价格由双方协商议价确定，部分客户通过招投标的方式进行。品牌商采购照明产品不属于《招标投标法》和《招标投标法实施条例》规定的大型工程项目或其他政府采购，无强制招投标的要求。品牌商通过招投标的方式，综合产品质量、专业能力、行业经验和销售价格选择优秀供应商，公司能够从招投标竞争中获取更多的市场机会。公司与客户协商议价或招投标的主要过程如下：



公司报告期各年前十大客户共涉及 15 家客户，其具体报价方式如下：

序号	客户名称	报价方式	家数
1	阿迪达斯、安踏、美邦服饰、溪地服饰、拉夏贝尔、李宁	招投标	6
2	绫致时装、利郎、特步、IBL、LDG、七匹狼、匹克、杰尼亚、今誉服饰	协商议价	9
合计			15

(2) 对不同客户的销售单价情况

公司向不同客户销售产品的价格存在一定差异，且不同年度价格水平存在一定波动，主要原因为：

①与通用照明企业提供标准化的产品不同，公司为客户提供个性化和定制化

的产品，不同产品的灯型和内部结构、光源电器型号和厂商等方面有所不同，因此产品的开发制造成本不同。

②公司根据产品开发制造的成本，考虑客户采购规模、公司提供的服务内容、双方合作期限、竞争对手情况等因素进行产品的一对一协商定价或投标报价。

③公司向主要客户销售的产品均为不同型号的产品，各年度向同一客户销售的产品也根据持续的定制化开发需要而变化。

3、产品内容、规格、数量、价格、安装费用以及后续的维修、巡检费用的确定方式

（1）产品内容、规格、数量、价格的确定

双方以签署框架协议或补充协议的方式确定发行人提供的产品内容、规格和价格：发行人在与品牌商确定合作关系时，就客户品牌形象所要求的光影环境效果进行沟通，进行商业照明整体解决方案的初创设计，确定符合其品牌形象的照明产品，通过框架协议的方式确定产品的内容、规格和价格，并根据品牌商的需求或门店形象升级换代的需要持续开发新产品，针对新产品双方再以补充协议的方式确定价格。

品牌商以下达具体订单的方式确定每个门店的具体产品内容、规格和数量：在品牌商筹划新店开业或老店装修时，公司根据门店的商业环境、营业面积、采光情况、人流密度和陈列方案等具体因素，进行门店的照明方案设计，经品牌商确认后，品牌商以订单形式向公司下达采购需求，包括照明产品类型、数量、规格、交货日期、门店地点、运输方式及联系方式等。

（2）安装费用以及后续的维修、巡检费用的确定

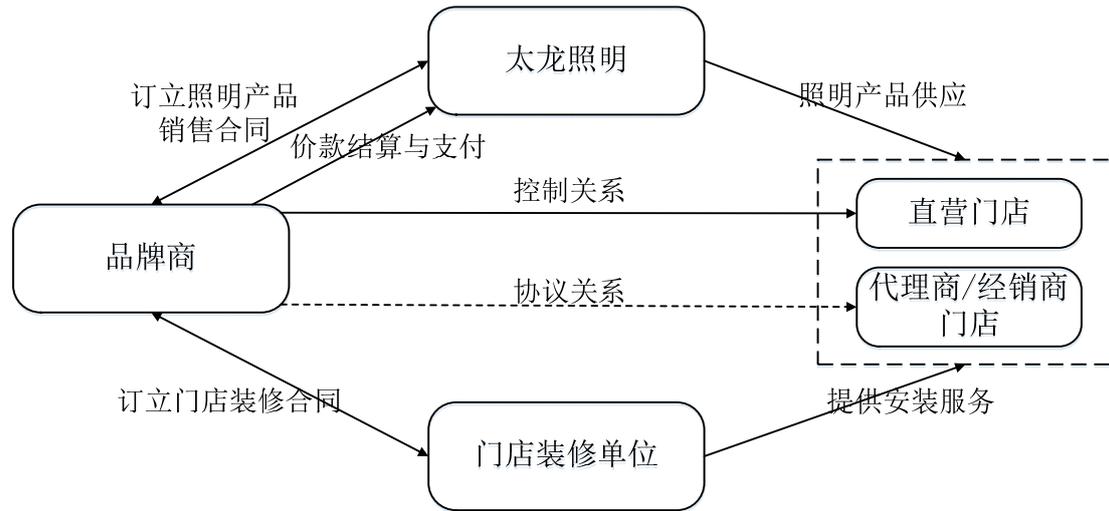
发行人在与品牌商的框架协议中就照明产品相关的安装、维修和巡检费用进行约定：

照明器具的安装由品牌商自行负责，大部分 LED 显示屏和少部分光电标识的安装由公司负责。由公司负责安装的安装费用反映在公司收取的产品价款中，不另行收费；由品牌商负责的安装工作一般由各品牌商或终端门店聘请的门店装修单位完成。

待照明产品安装完成后，太龙照明应不同门店具体要求，在陈列后开业前或正常经营过程中上门进行灯光调试、维修和巡检等工作；外销产品无维修、巡检

等义务。在产品保修期范围以内的维修、巡检费用由公司承担，不另行收费；超出保修期范围的维修、巡检费用，或在保修期范围内但非因产品质量问题产生的维修费用由客户承担。

4、合同签署主体与产品供应对象、施工监督主体、价款结算对象及各方的权利义务



(1) 太龙照明和各个品牌商以框架协议+具体订单的形式订立照明产品销售合同，明确双方的权利义务，其中，太龙照明为照明产品的供应商，各个品牌商为照明产品的采购方；

(2) 产品供应对象为各品牌商终端门店，包括直营门店和代理商/经销商门店。太龙照明接受来自品牌商总部的具体订单，按照订单约定向其门店配送产品并取得签收单或验收单。其中，终端门店包括品牌商控制的直营门店，或其代理商/经销商控制的门店，品牌商与代理商/经销商之间为特许经营的协议关系；

(3) 照明器具及部分简易安装的 LED 显示屏和光电标识由品牌商负责安装，部分 LED 显示屏和光电标识由公司负责安装。由品牌商负责的安装工作一般由其另外聘请的门店装修单位负责。

(4) 施工监督主体为品牌商的工程部。照明产品的安装不涉及复杂工程建设施工，在装修阶段完成，一般无需专门聘请监理单位。

(5) 价款结算对象一般为品牌商。太龙照明根据框架协议、具体订单和门店提供的签收单/验收单，直接与品牌商结算款项；少部分情况下太龙照明与代理商/经销商结算款项，主要是满足代理商/经销商门店的零星补货需求。另外，

对于阿迪达斯等少部分客户，根据品牌商的要求及相关合作协议的约定，太龙照明对其代理商/经销商门店的照明产品供货，太龙照明与代理商/经销商结算。

经核查，保荐机构和发行人律师认为：发行人已披露其与品牌商及其门店的具体合作方式，部分客户通过招投标进行，对不同客户销售单价的差异存在合理原因，发行人与其客户的相关权利义务已通过合同和订单的方式明确约定。

（六）发行人主要产品的生产过程

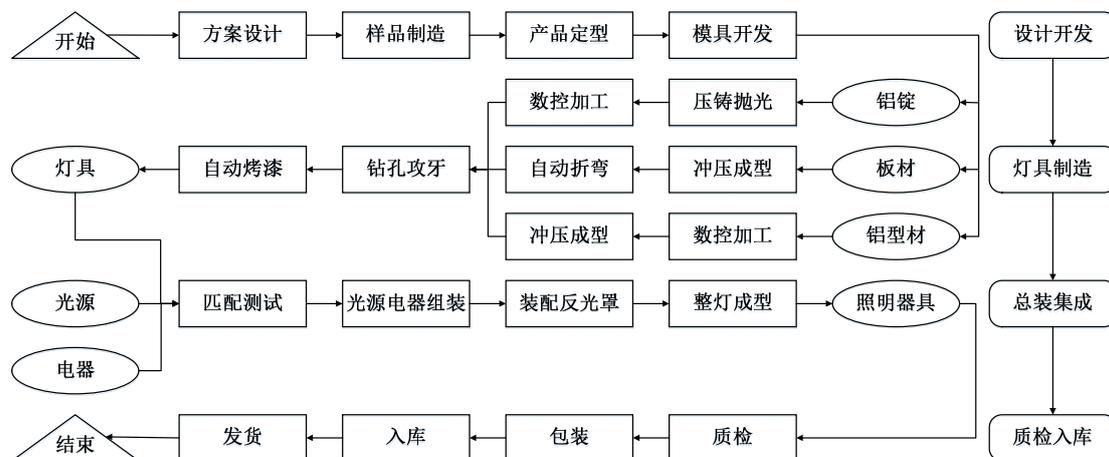
公司形成了包括生产中心、技研中心、物控中心和品管中心在内的生产体系，自主生产照明产品。同时，营销中心下属的设计部作为照明方案的设计部门，与生产体系相互配合，以满足品牌商个性化的照明方案需求。

针对照明器具、LED 显示屏和光电标识三类主要产品，公司的生产过程均主要包括设计开发、部件制造（包括灯具制造和模组生产等）、总装集成和质检入库四个环节，且不同产品拥有一致的设计开发和质检入库体系，但部件制造和总装集成的主要工艺和负责的职能部门存在差别，具体如下：

1、照明器具的生产过程

公司照明器具的主要制造环节为灯具及相关配件的制造，以及照明器具的组装。公司建设有涵盖灯具研发、样品制作、模具开发、压铸成型、精密加工、表面处理、成品总装等在内的完整生产体系，保障了生产制造系统对客户定制化需求的快速反应能力。

照明器具生产的工艺流程图如下：



照明器具生产的过程如下：

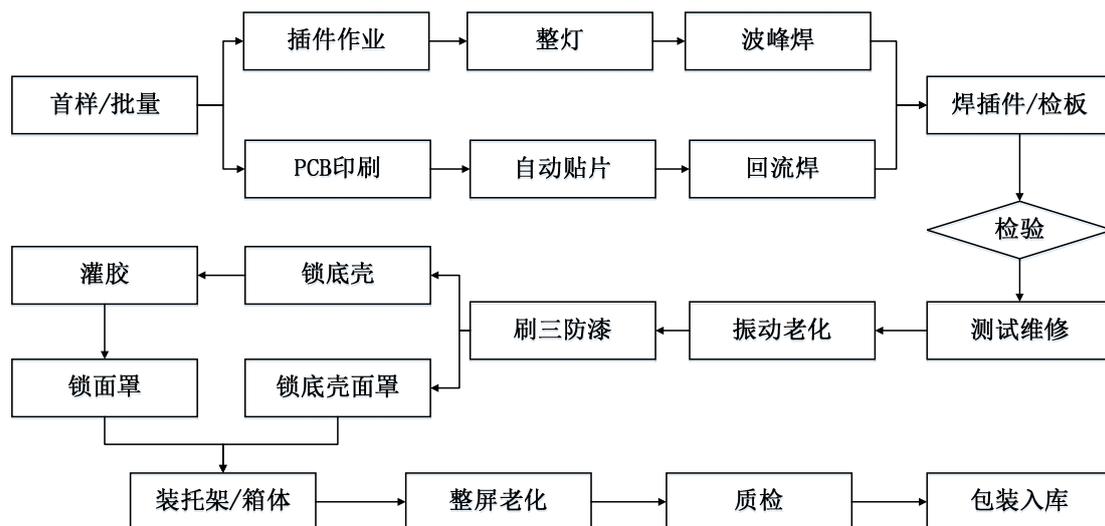
序号	主要流程	生产体系			人员数量	关键生产设备	生产过程		
		一级部门	二级部门	主要职能			主要工艺	生产投入	生产产出
1	设计开发	营销中心	设计部	提供商业照明解决方案和门店照明设计图纸	43人	卧式大型分布光度测试系统、热成像仪 数控车床、激光切割机、铣床	方案设计	-	-
		技研中心	技术研发部	照明产品开发和生产技术支持	36人		样品制造、模具开发	铝型材、模具钢、模架等	样品、模具
2	灯具制造	生产中心	灯具部	制造灯具相关金属件，协助模具开发	125人	压铸机、冲床、车床、铣床、钻床、自动烤漆流水线、组装流水线	压铸、冲压、精密加工、烤漆	铝锭、铝型材	灯罩、电器箱、散热器、连接件等灯具相关金属件
3	总装集成	生产中心	照明部	组装照明器具	137人		匹配测试、部件装配、整灯成型	光源、电器及灯具等相关配件	照明器具
4	质检入库	品管中心	品管部	产品检验和质量体系建立	10人	检测设备	质检入库	-	-

注：生产人员数量为2016年末数据

2、LED 显示屏的生产过程

公司 LED 显示屏的主要制造环节为模组生产以及 LED 显示屏的组装。公司建设了 LED 显示屏制造相关的完整生产体系，独立完成由 LED 灯珠到 LED 显示屏的生产制造。LED 显示屏作为商业照明的配套组成部分，在企业形象宣传和环境营造方面的效果正逐步受到高端品牌客户的认可。

LED 显示屏生产的工艺流程图如下：



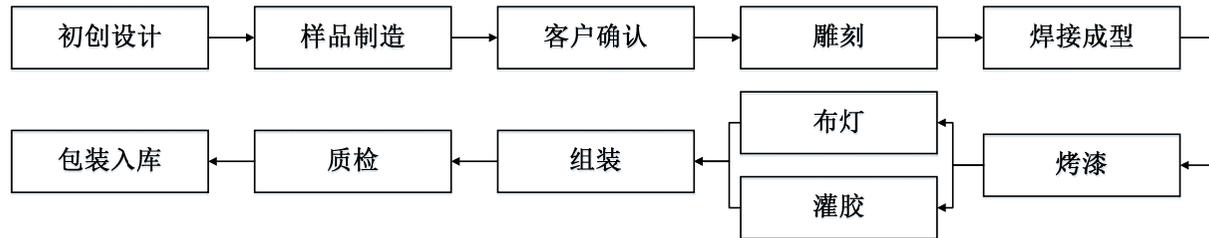
LED 显示屏生产的过程如下：

序号	主要流程	生产体系			人员数量	关键生产设备	生产过程		
		一级部门	二级部门	主要职能			主要工艺	生产投入	生产产出
1	设计开发	营销中心	设计部	提供商业照明解决方案和门店照明设计图纸	43 人	卧式大型分布光度测试系统	方案设计	-	-
		技研中心	技术研发部	LED 显示屏产品的结构设计、电路方案设计、控制方案与控制系统软件开发	7 人		样品制造	线路板、LED 灯珠、模组套件面罩、托架箱体	样品
2	模组生产	生产中心	光电部	生产光电模组	16 人	贴片机、LED 散料插件机、回流焊、波峰焊、组装流水线	插件、贴片、焊接、测试、灌胶	线路板、LED 灯珠	光电模组
3	总装集成	生产中心		制造 LED 显示屏	14 人		套件面罩固定、托架箱体装配、整屏全系统老化	光电模组、托架箱体、电源、导线、骨架、控制软件、控制设备	LED 显示屏
4	质检入库	品管中心	品管部	LED 显示屏产品的质量检验	2 人	振动台、振动机	质检入库	-	-

注：生产人员数量为 2016 年末数据

3、光电标识的生产过程

公司光电标识的主要制造环节为部件生产以及光电标识的组装。光电标识具有极强的个性化生产特点，自动化程度不高。光电标识生产的工艺流程图及生产过程如下：



序号	主要流程	生产体系			人员数量	关键生产设备	生产过程		
		一级部门	二级部门	主要职能			主要工艺	生产投入	生产产出
1	设计开发	营销中心	设计部	提供商业照明解决方案和门店照明设计图纸	43人	卧式大型分布光度测试系统	初创设计	-	-
		技研中心	技术研发部	照明产品开发和生产技术支持	2人		样品制造	LED灯带、亚克力板	样品
2	部件生产	生产中心	光电部	生产光电标识部件	13人	冲床、折弯机、剪板机、数控雕铣机、灌胶机、组装流水线	雕刻、焊接、烤漆	亚克力板、钢板	光电标识部件
3	总装集成	生产中心		制造光电标识	5人		布灯、灌胶、组装	光电标识部件、LED灯带	光电标识
4	质检入库	品管中心	品管部	光电标识产品的质量检验	2人	照度仪	质检入库	-	-

注：生产人员数量为2016年末数据

经核查，保荐机构和发行人律师认为：发行人已披露主要生产产品的生产过程。

（七）发行人主营业务变化情况

发行人自成立以来，致力于满足品牌客户对于环境营造和产品展示的照明需求，不断完善包括照明设计、开发制造、系统综合服务为一体的商业照明整体解决方案，主营业务未发生变化。

公司从满足客户个性化、定制化照明产品需求的角度出发，在以照明器具为核心产品的基础上，逐渐增加了 LED 显示屏和光电标识产品；同时，公司把握 LED 行业的技术进步，顺应推广绿色照明的产业政策引导，在照明器具中逐步提高了 LED 光源的应用。上述变化从丰富配套产品、推广绿色照明的角度，提高了公司商业照明整体解决方案的竞争力，也为公司业绩增长培育了新的增长点，提高了公司的持续盈利能力。

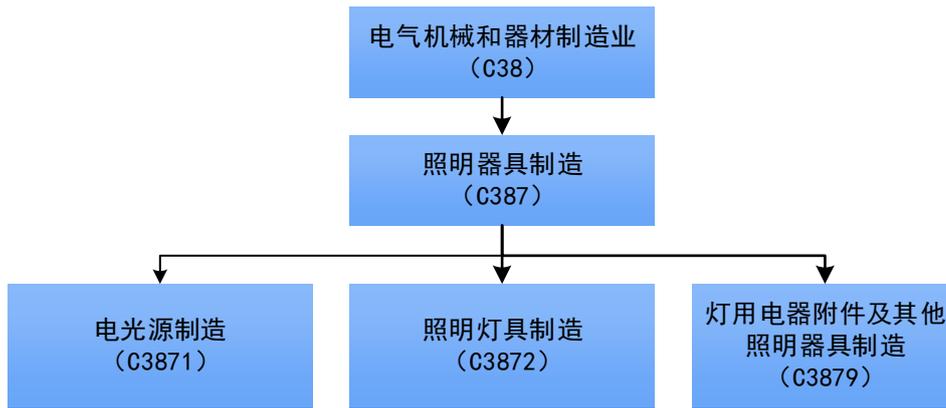
公司的经营模式是结合行业发展情况、品牌客户需求、公司竞争优势等综合因素形成的。报告期内，上述影响公司经营模式的关键因素未发生重大变化，在可预见的未来一定时期内公司的经营模式不会发生重大变化。

二、发行人所处行业基本情况

（一）行业的管理体制、主要法律法规和产业政策

1、发行人的行业类别

根据中国证监会颁布的《上市公司行业分类指引》，公司所属行业大类为制造业中的电气机械和器材制造业（分类编码：C38）；根据国家统计局发布的《国民经济行业分类与代码》（GB/T4754—2011），发行人所属行业为中类为“C387 照明器具制造业”；根据公司所从事的具体业务，发行人所属行业为商业照明行业。



2、行业管理体制

我国商业照明行业主管部门为国家发展和改革委员会以及工业和信息化部，自律组织包括中国照明电器协会等。上述政府部门和行业协会对行业的管理仅限于产业政策制定、行业发展规划、行业标准制定等宏观管理，商业照明行业内企业面向市场自主经营。各管理部门及行业协会职责具体如下：

部门	职责
国家发展和改革委员会	拟订并组织实施国民经济和社会发展战略、中长期规划和年度计划；统筹协调经济社会发展，研究分析国内外经济形势，提出国民经济发展、价格总水平调控和优化重大经济结构的目标、政策；提出综合运用各种经济手段和政策的建议；负责产业政策的研究制定、行业的管理与规划等。
工业和信息化部	提出新型工业化发展战略和政策；制定并组织实施工业的行业规划、计划和产业政策，提出优化产业布局、结构的政策建议，起草相关法律法规草案，制定规章；监测分析工业运行态势，统计并发布相关信息；负责中小企业发展的宏观指导，会同有关部门拟订促进中小企业发展和非国有经济发展的相关政策和措施，协调解决有关重大问题等。
中国照明电器协会	开展对国内外同行业发展状况的调查研究，向政府部门反映会员的愿望和要求，提出制定行业规划、政策、立法等方面的建议；开展行业调查统计，收集和发布行业信息；参与制订和修订行业的产品标准；组织本行业的产品展览和订货，开展技术交流合作；与国外同行业及相关组织建立联系，开展国际交流与合作；承办政府及有关部门委托的工作。

3、行业主要法律法规及产业政策情况

（1）主要法律法规

商业照明行业面临的主要法律法规及具备同等法律效力的政策有：国家人大常委会制定的《中华人民共和国产品质量法》、《中华人民共和国节约能源法》以及由国家标准化主管机构批准发布的针对商业照明行业和国家产品的国家标准。这些

法律法规政策对商业照明行业产品质量、节能要求等具备普遍约束力。

（2）主要产业政策

近年来国家制订了一系列产业政策，分别从产业配套和下游市场等方面大力扶持商业照明行业的发展。

①产业配套政策

在产业配套方面，国家鼓励高效节能的电光源、配套电器、绿色环保的气体放电灯和固态照明产品在商业照明中的应用，有效推动了商业照明系统配套器具的多样化、节能化发展，大大丰富了商业照明系统的照明手段；同时，国家鼓励制造业企业增加服务环节投入，鼓励制造与服务的协同发展，推动生产型制造向服务型制造转变。

时间	发布机构	政策性文件	主要相关内容
2017年1月	国家发展改革委	《战略性新兴产业重点产品和服务指导目录》（2016版）	将新型LED照明应用产品列为高效照明产品及系统（7.1.6）之一，引导全社会资源投向，并作为战略性新兴产业中的节能环保产业进行重点支持。
2016年8月	工业和信息化部等十一部门	《关于引导企业创新管理提质增效的指导意见》	鼓励企业建立能源管理体系，提高能源管理水平，积极利用先进适用的节能降耗技术，提高资源、能源利用效率。从客户需求出发，增加服务环节投入，推动企业向“微笑曲线”两端升级，延伸产业链，提升价值链；变销售产品为向客户交付使用价值，实现产品的服务化；有针对性地发展研发设计、技术支持等上游技术服务，以及总集成、总承包、综合解决方案等整合服务；适应服务化转型的需要，合理调整业务流程、组织架构和管理模式，面向行业提供社会化、专业化、规范化服务。
2016年3月	国家发展和改革委员会	《国民经济和社会发展的第十三个五年规划纲要》	推进能源消费革命，实施全民节能行动计划，推广半导体照明等成熟适用技术，组织绿色照明等重点工程；实施制造业创新中心建设工程，支持工业设计中心建设；推动制造业由生产型向生产服务型转变，引导制造企业延伸服务链条、促进服务增值。
2015年12月	国家发展和改革委员会	《国家重点节能低碳技术推广目录（2015年本，节能部分）》	国家重点推广的节能低碳技术包括：适用于标识系统、展览展示，基于LED发光特性的广告灯箱节能技术；适用于室内商业照明的陶瓷金卤灯高效照明系统，采用节能型电子镇流器，使得照明能耗降低；适用于公共场所照明的高强度气体放电灯用大功率电子镇流器新技术。
2015年5月	国务院	《中国制造2025》	提出了中国制造业强国建设三个十年的“三步走”战略，明确指出要“加强节能环保技术、工艺、装备推广应用”，“加快发展智能制造装备和产品”，“统筹布局和推动智能交通工具、智能工程机械、服务机器人、智能家电、智能照明电器、可穿戴设备等产品研发和产业化”，“加快制造与服务的协同发展，推动商业模式创新和业态创新，促进生产型制造向服务型制造转变”，“引导和支持制造业企业延伸服务链条，从主要提供产品制造向提供

			产品和服务转变；鼓励制造业企业增加服务环节投入，发展个性化定制服务、全生命周期管理、网络精准营销和在线支持服务等，支持有条件的企业由提供产品向提供整体解决方案转变。”
2014年12月	国家发改委、财政部、工信部、国管局、国家能源局等	《能效“领跑者”制度实施方案》	指出要“综合考虑产品的市场规模、节能潜力、技术发展趋势以及相关标准规范、检测能力等情况，选择……相关家电产品实施能效“领跑者”制度，以后逐步扩展到办公设备、商用设备、照明产品、工业设备以及交通运输工具等产品”。
2013年2月	国家发展和改革委员会	《半导体照明节能产业规划》	将“逐步推广应用技术成熟、节能效果明显的LED照明产品。优先推广室内商业照明产品及系统，积极推广室外公共照明产品及系统，适时推广家居照明产品，积极支持汽车、农业、医疗等领域的创新应用”等作为规划期间的主要任务，同时将“逐步加大财政补贴LED照明产品推广力度。在商业照明、工业照明及政府办公、公共照明等领域，重点开展LED筒灯、射灯等室内照明产品和系统的示范应用和推广”等列为重点工程。
2013年2月	国家发展和改革委员会	《产业结构调整指导目录（2011年本）》（2013年修订）	高效节能电光源（高、低气压放电灯和固态照明产品）技术开发、产品生产及半导体照明设备被列为鼓励类项目。

②下游行业政策

在下游市场方面，国家颁布一系列政策促进品牌服饰、品牌家居家纺、购物中心等行业优化产业结构、发展专业连锁、强化品牌建设，商业照明作为良好的品牌形象塑造媒介，将随着消费升级的加速、下游行业的发展和对于商业照明要求的提高，向着专业化、服务化的方向持续发展。

时间	发布机构	政策性文件	主要内容
2016年11月	国务院办公厅	《国务院办公厅关于推动实体零售创新转型的意见》	推动实体零售创新转型，释放发展活力，丰富体验业态，由传统销售场所向社交体验、家庭消费、时尚消费、文化消费中心等转变，推动连锁化、品牌化企业进入社区设立便利店和社区超市，引导企业改变千店一面、千店同品现象；支持龙头企业建立集中采购分销平台，整合采购、配送和服务资源，带动中小企业降本增效；鼓励线上线下优势企业通过战略合作、交叉持股、并购重组等多种形式整合市场资源，培育线上线下融合发展的新型市场主体；强化连锁经营企业总部管理责任，开展智慧商店、智慧商圈示范创建工作。
2016年5月	国务院办公厅	《关于开展消费品工业“三品”专项行动营造良好市场环境的若干意见》	鼓励企业围绕研发创新、设计创意、生产制造、质量管理和营销服务全过程制定品牌发展战略，构建管理体系，明确品牌定位，采用合理定价、差异发展等策略，整合渠道资源，提高品牌产品性价比。

2016年5月	国家发展改革委、工业和信息化部	《国家发展改革委、工业和信息化部关于实施制造业升级改造重大工程包的通知》	贯彻落实“十三五”规划纲要和《中国制造2025》，聚焦制造业高端化、智能化、绿色化、服务化，组织实施质量和品牌提升工程等10大重点工程；“加快家电、家具、制鞋、五金、纺织、食品等领域生产线智能化改造，适应市场多样化需求”，“推进企业个性化定制、柔性化生产，满足消费者差异化需要”，开展重点行业、重点领域的品牌企业营销网络建设，扩大市场覆盖面，提高企业影响力。
2015年11月	国务院	《关于积极发挥新消费引领作用加快培育形成新供给新动力的指导意见》	指出“模仿型排浪式消费阶段的基本结束，个性化多样化消费渐成主流，特别是年轻一代更加偏好体现个性特征的时尚品牌商品和服务，将推动与消费者体验、个性化设计、柔性制造等相关的产业加速发展”；引导企业更加积极主动适应市场需求变化，支持企业通过提高产品质量、维护良好信誉、打造知名品牌，培育提升核心竞争力；以产业转型升级需求为导向，着力发展工业设计、节能环保服务、现代流通、市场营销和售后服务等产业，积极培育新型服务业态，促进生产性服务业专业化发展、向价值链高端延伸，为制造业升级提供支撑。
2015年9月	国务院办公厅	《关于推进线上线下互动加快商贸流通创新发展转型升级的意见》	鼓励零售企业转变经营方式，支持实体店调整重组，提高自营商品比例，加大自主品牌、定制化商品比重，深入发展连锁经营；鼓励零售企业利用互联网技术推进实体店铺数字化改造，增强店面场景化、立体化、智能化展示功能，开展全渠道营销；鼓励大型实体店不断丰富消费体验，向智能化、多样化商业服务综合体转型，增加餐饮、休闲、娱乐、文化等设施，由商品销售为主转向“商品+服务”并重。
2014年3月	中共中央、国务院	《国家新型城镇化规划（2014—2020年）》	提出“稳步提升城镇化水平和质量，有序推进农业转移人口市民化，推进符合条件农业转移人口落户城镇，力争到2020年常住人口城镇化率达到60%左右，从而使城镇消费群体不断扩大、消费结构不断升级、消费潜力不断释放”，进而推动相关连锁零售、文化设施和公共设施的建设。

（二）商业照明行业概况

1、行业基本概念和内涵

（1）照明的概念和内涵

照明是指利用各种光源，营造工作和生活场所以及其中个别物体的光影效果的措施。从所用光源、照明理念、产业分工和应用领域的角度看，照明的发展史从一个侧面见证了人类文明的发展里程，反映了人类追求光明的脚步和科技发展的历程。

在所用光源方面，人类从利用阳光、月光、火光等“自然光源”照亮物体的阶段起步，伴随科学技术创新的步伐，发展到了目前可综合应用白炽灯、卤钨灯、

荧光灯、金属卤化物灯、LED 灯等各类不同发光原理的“电光源”营造光影效果的阶段。

在照明理念方面，“照亮环境和照亮物体”的照明理念已经远远无法满足现代社会的需求，照明已经在光学、电磁学、建筑学等自然学科的基础上，逐步与美术学、心理学等社会学科相结合，达到通过营造光影效果来满足人类环境美化、气氛渲染、理念传递等审美需求的阶段，并为实现这一理念发展出基础照明、分区基础照明、重点照明、混合照明等不同的照明方式。

照明方式	具体内容
基础照明	最为基础的照明方式，主要为整体环境提供基本的照亮功能
分区基础照明	在基础照明的基础上，将照明空间根据功能和要求的不同，分为若干区域，并分别针对每个区域的特点提供单独的、差别的分区基础照明
重点照明	也称为局部照明，指根据实际情况，以特定形式定向照射空间中某一区域或某一物体，以达到强调照明目标，吸引众人关注的效果
混合照明	根据照度均匀度、显色度、色温等照明指标和戏剧性、风格化等艺术性指标，综合运用以上两种或三种照明方式，形成统一的光影效果

在产业分工方面，照明产业中现已细化出光源生产、电器生产、灯具制造、综合应用等多种角色分工，体现了照明产业的精细化发展方向。其中光源生产、电器生产为产业发展提供了基础价值和源动力，而定制化的灯具制造和综合应用，则着力利用各种基础产品，通过产品研发和照明方案设计，提供符合先进照明理念的光影效果，是连接产业链上下游、创造产业附加价值的重要角色。

在应用领域方面，照明已经从无差别地对生活、工作的场所提供照亮功能的阶段，发展为根据应用领域对光影环境的特别要求，区分出商业照明、办公照明、家居照明、户外照明、建筑照明、工业照明等相对独立的照明细分市场。

（2）商业照明的概念和内涵

商业照明的产生源于公共商业场所的诞生，是一种为服务于商业场所的照明需要而产生的照明系统。最初的商业照明与其他如家居、工厂、学校、办公楼等领域的照明系统差别不大，具有通用性；随着近十年来消费层次的提高，众多不同领域的消费类产品都在通过终端门店大力推广品牌建设，形象店、旗舰店等业态不断涌现，其中，照明方案对于消费者的感官具有直接、全面的影响。在此背景下，商业照明产业急速发展壮大，现代商业照明这一概念也逐渐明晰起来。在

传统商业照明的基础上，融合现代照明对于照明方案设计、消费体验提升、品牌形象展示、智能系统控制、全面综合服务要素则构成了现代商业照明系统。

商业照明是指营造商业场所光影环境，用以满足照亮空间、产品展示等基础性需求，以及氛围渲染、品牌提升等功能性需求的照明系统，广泛地运用于品牌零售终端、购物中心、超级市场等以销售产品为目标的商品式商业领域和星级酒店、主题公园、娱乐会所等以提供服务为目标的体验式商业领域。

商业照明的应用领域



2、商业照明的行业特点

作为照明的重要分支，商业照明除具备“综合使用各类电光源”、“照明理念满足审美需求”等一般特征外，还因专注于营造商业光影环境，区别于其他照明细分领域，具有“引导消费行为”、“促进品牌建设”和“提供一体化服务”的特点。

(1) 引导消费行为

商业照明除完成空间照明和环境美化的职能外，最为重要的作用就是通过光影环境的营造，提升顾客消费舒适度，引导其消费行为，具体表现为：通过外部光影环境的营造，吸引消费者注意力，激发其入店选购或体验的兴趣；通过内部

舒适的照明效果，提升消费体验，延长消费者选购和体验时间，增加其消费机率；通过重点照明或混合照明，促使消费者特别关注重点推荐的产品或服务项目，引导消费目标。

（2）促进品牌建设

品牌建设在突出商品或服务的唯一性、提高商品或服务的附加值、提高客户忠诚度等方面意义重大，品牌形象的维护也越来越受到品牌商的重视。商业场所作为品牌商与其客户最直接有效的沟通平台，是其展示品牌形象的重要媒介；而商业场所中的光影效果则是极具体验感的因素，是其展示品牌形象的重要渠道。因此，品牌商要求商业照明所营造的光影环境在风格、亮度、色彩、效果等方面与其品牌理念完整契合，形成鲜明、独特的品牌形象，从而达到吸引潜在消费者的目的。

（3）提供一体化服务

商业照明下游客户的核心业务为销售商品和提供服务，在产业细分日益深入的今天，外包商业照明业务成为其专注核心业务、提高运营效率的内生要求。基于商业照明“引导消费行为”的特点，一体化服务必须具备专注于商业照明领域的专业设计能力；其次，品牌商连锁经营的商业模式，要求一体化服务必须在全国范围内为其直营店、加盟商/代理商的店铺提供风格统一化、配置定制化的商业照明系统；再次，瞬息万变的商业市场要求一体化服务必须具备快速的系统设计、新品开发、照明器具供给和物流配送能力，满足其持续调整经营策略和更新业务布局的要求；最后，一体化服务还必须提供良好的售后服务，保障商业照明系统的稳定运行，解决零售终端在光影环境维护上的“后顾之忧”。

3、行业技术水平

商业照明综合利用各类电光源开发照明产品，进而形成符合系统设计方案要求的商业照明系统，近年来行业技术水平的发展主要可以反映在以下方面：

（1）电光源应用技术

随着科技进步，商业照明所应用的电光源也呈多元化发展趋势，在照明手段大大丰富的同时，所用电光源光效、寿命、显色性等技术指标也日益提高。其中高光效特点能够保证照明系统具备足够的亮度以及良好的节能性，长寿命特点能够保证照明系统具备足够的稳定性和耐久性，良好显色性的特点能够保证照明系

统具备较强的色彩还原能力。

商业照明综合应用各类电光源，大大提高了商业照明系统的最终应用效果。其中，以陶瓷金属卤化物灯为代表的气体放电发光光源，具有显色性好、性能稳定等特点；而以 LED 灯为代表的固体发光光源则具备节能环保、发光效率高、光衰慢、光效可变、易于智能控制等特点。

（2）灯具开发技术

灯具作为实现对电光源和电器的固定和保护，用以实现光效空间分布的装置，是电光源在照明系统中得到有效应用的必备部件，是照明器具的重要组成部分。

随着绿色光源出现以及节能环保趋势发展，灯具在材料选择、结构设计和散热措施上都要积极考虑与电光源的良好结合，从而更好的实现节能环保要求；同时，灯具设计逐渐强调通过对光影形式、范围、亮度、颜色等要素进行调整来营造舒适的视觉环境，从而使灯具开发向注重综合运用的方向发展；另外，通过声控、感应等各种技术手段实现光源效果的智能控制，从而满足人们追求便利、提高体验的需求也已成为灯具设计发展的重点。

（3）商业照明系统应用技术

随着电光源和灯具的不断发展以及智能化技术日趋成熟，商业照明系统应用智能化已成为未来重要发展方向，进而促进了行业整体技术含量和产品服务附加值的提高。商业照明系统应用智能化体现在全自动调光、自然光源利用、照度一致性控制、光影环境场景智能转换、运行节能、延长光源寿命等几个方面。

在全自动调光方面，智能照明控制系统能够按预先设定的时间相互自动切换，并将照度自动调整到最适宜水平，实现系统全自动状态工作；在自然光源利用方面，智能照明系统能够通过连接控光系统和灯光系统实现自动调节，从而在场景发生变化时，保证室内照度维持在预先设定水平；在照度一致性控制方面，智能照明系统可按照预先设置的标准亮度使照明区域保持恒定照度，而不受灯具效率降低和墙面反射率衰减影响；在光影环境场景智能控制方面，智能照明控制系统可预先设置不同的场景模块，并根据需要对场景进行实时调节以适应不同要求；在运行节能方面，智能照明控制系统能够通过通过对大多数灯具进行智能调光，从而达到其运行节能效果；在延长光源寿命方面，智能照明系统可通过采用软启

动方式控制电网冲击电压和浪涌电压，同时可限制灯具再启动的间隔时间，大大增加灯具的寿命。

4、行业和产品发展历程

（1）行业发展历程

商业照明行业依据行业参与者的性质和产品服务提供方式的演变，大致经历了三个发展阶段。

早期商业照明行业的主要参与者为通用照明企业，其主要职责是通过照明器具照亮展示空间和商品，实现对商业经营场所的基本照明，该阶段商业照明系统多以提供各类标准化照明器具为主，商业照明行业的产品导向性明显。

随着行业的不断发展，通用照明企业逐步开始考虑照明效果是否恰当地塑造了空间形态、照明数量与质量是否有效地配合了作业功能、灯光是否对消费者生理和心理产生积极影响等因素，该阶段由于系统设计介入程度的增加，使得商业照明的服务属性开始浮现，但这种设计服务仅仅局限于少数核心客户和大型商业照明项目上，产品导向仍然是商业照明行业的主导。

随着下游客户品牌竞争不断加剧，商业照明系统不仅要考虑到环境氛围、消费者心理等因素，还要承担促进商业品牌建设责任，并逐步成为下游客户品牌管理的重要组成部分。业内企业不仅要在系统设计方面与品牌客户总部保持一致，更需要为客户不断调整的商业终端提供个性化服务，这对前期沟通、设计，中期生产制造、物流配送、技术指导，后期快速响应、维修保养等售前、售中、售后服务提出了更高的要求，专业的商业照明企业应运而生。从消除客户后顾之忧到实现为品牌加分，商业照明行业已经进入以服务为导向的全新发展阶段。

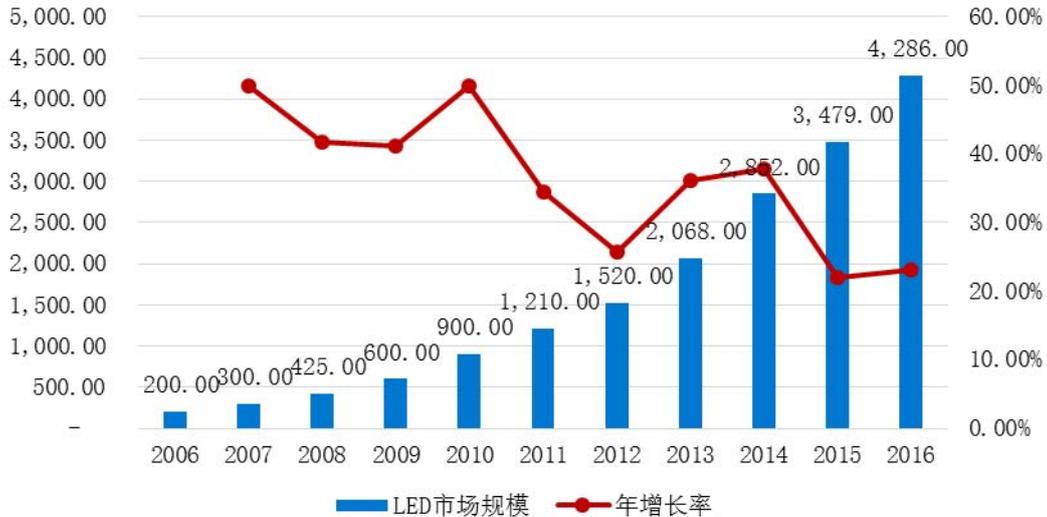
（2）产品发展历程

商业照明企业所提供的产品和服务也随着产业技术进步、国家政策引导以及市场客户需求而不断革新，作为商业照明行业产品和服务的具体载体，近年来，商业照明器具主要经历了从第二代荧光灯器具，过渡到第三代陶瓷金卤灯具，并在近几年向第四代 LED 照明器具大规模转换的过程。

产业技术进步使得新的照明器具成本更低，也更加节能环保；国家发改委发布的《关于加大工作力度确保实现 2013 年节能减排目标任务的通知》标志着

绿色照明财政补贴从荧光灯转向 LED 等高效照明产品，促进了新型产品在商业照明行业的广泛普及；LED 产品在显色性、光衰等商业照明关键参数上也正在逐步赶超，其标准化芯片设计、与可编程传感器的结合也使得 LED 在智能照明系统的广泛推广成为可能，出于对成本节约、产品特性及智能照明需求的考虑，2012 年以来，LED 应用规模快速增长。

2006-2016 年我国 LED 应用规模及增长情况（单位：亿元）



数据来源：国家半导体照明工程研发及产业联盟（同花顺 iFinD）

5、行业的经营模式、行业的周期性、季节性和区域性特征

（1）行业经营模式

①从单纯的产品制造模式向“产品+服务”模式转变

早期行业中的通用照明企业以区域经销商面对下游市场，以渠道建设为主要营销手段，通过批发、零售的方式为市场提供标准化、通用化的照明器具。随着行业的逐步发展，下游客户的需求越来越多元化，专业的商业照明企业应运而生，并直接面对下游市场，商业照明行业开始从单纯的产品制造模式，转变为“产品+服务”的模式，以提供服务为主要营销手段，既提供有形的定制化照明产品，又提供无形的专业建议、方案设计、新品开发、系统综合服务等的专业服务。

②企业要具备柔性生产能力

商业照明行业下游客户出于市场竞争的需要，其产品需求具有非标准化、小批量、灵活多样且交货期紧迫的特点，为满足市场和客户的需求，商业照明产品生产企业必须具备快速的响应能力和较为灵活的柔性生产体系，在原材料采购、

模具开发、样品试样、生产加工、质量检测、产品组装及跟踪服务方面建立快速响应机制，这对企业的经营管理能力提出了较高的要求。

（2）行业的区域性

商业照明行业的最终服务对象主要是下游客户在全国范围内的终端门店，因此没有明显区域性特征。相对而言，华东、华南等经济较发达地区由于居民收入水平较高，商业市场较为发达，无论是商品式商业还是体验式商业，均在经营场所数量、规模和档次上处在较高水平，从而对商业照明有较大的市场需求。

（3）行业周期性和季节性

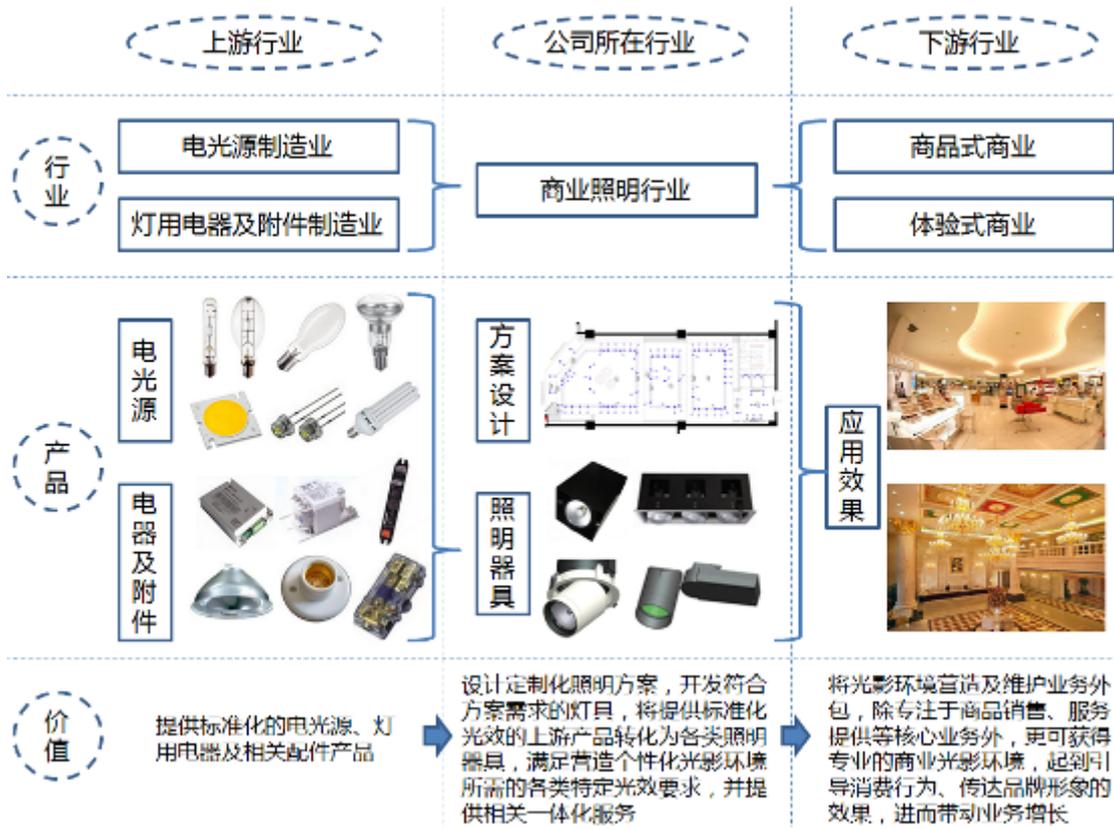
商业照明具有顺应经济发展的行业周期性特征。随着经济转型的深化和消费升级的加速，特别是下游客户在功能上更加强调品牌档次提升和消费体验营造，商业照明系统的应用价值不断提高，促使商业照明市场持续增长。

受传统消费习惯因素影响，每年“五一”、“十一”、“圣诞、元旦、春节”是消费旺季，品牌商往往在消费旺季前一到三个月实施零售终端扩张或店面形象升级计划，在销售旺季来临时完成开店准备工作，对应商业照明行业第二、第三、第四季度的经营旺季。其中，“十一”前的第三季度装修比重较高，“圣诞、元旦、春节”前的第四季度和“五一”前的第二季度装修比重次之，第一季度装修比重最低。总体来说，商业照明行业存在一定的季节性特征。

6、发行人所处行业与上、下游行业的关系

（1）产业链分析

发行人所处商业照明行业的上游行业为电光源制造业、灯用电器及附件制造业，下游行业为商品式商业和体验式商业等商业企业。从产业价值链的角度看，上游制造业提供标准化的电光源、灯用电器及相关配件产品，是整个产业链条中价值产生的源头；公司所处商业照明行业，通过设计照明方案、开发符合方案要求的灯具，将上游标准化的产品转化为各类照明器具并综合应用于终端客户，营造个性化的光影环境，是产业链条中价值再创造和向下游传递的核心；下游商品式商业和体验式商业中的客户应用商业照明系统，达到良好的经营环境、实现更好的经营业绩，是产业价值的最终体现。



(2) 与上游行业的关联性及影响

①电光源制造业

随着全球产业转移的进行，我国现已成为世界上最重要的电光源生产基地之一，电光源产品供给充足。特别是在商业照明迅速普及应用的 LED 电光源方面，我国半导体产业近年来发展迅猛，现已形成了涵盖外延芯片、器件封装、综合应用在内的完整产业链条。其中在器件封装领域，随着外延芯片国产化进程的推进，我国 LED 封装产值从 2006 年的 146 亿元增长至 2015 年的 642 亿元（数据来源：国家半导体照明工程研发及产业联盟），带动我国 LED 电光源供给量持续提高。与此同时，随着欧美日韩台等领先的 LED 企业在中国投资设厂带来的技术转移，我国 LED 技术尤其是封装领域技术进步明显，已达到国际领先水平，LED 电光源在光效、寿命等方面日益增强，为商业照明企业对其的综合应用奠定了良好基础。

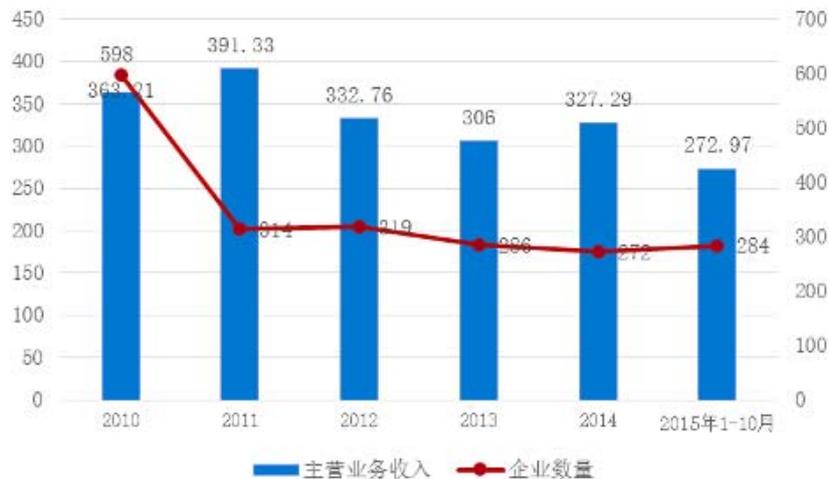
尽管我国电光源制造企业在产能扩张的同时，积极引进、学习国外先进技术，国内外电光源基础差距有逐步减小的势头，但飞利浦、GE、欧司朗等跨国大型企业仍然在市场竞争中仍享有技术优势。

②灯用电器及附件制造业

我国灯用电器及附件制造业近年来呈市场集中度提高、行业逐步规范的发展

展态势。据东方财富 Choice 数据库的数据显示，2015 年 1-10 月份我国灯用电器及附件制造业实现主营业务收入 272.97 亿元，而业内企业数量则由 2010 年的 598 家减少为同期的 284 家，降幅达到 52.51%。这一情况表明，业内优质企业正在逐步做强做大，市场集中度显著提升，行业规范程度更为良好，对商业照明行业获得稳定、优质的产品与服务起到了积极作用。

2010-2015 年 1-10 月我国灯用电器及附件制造业主营业务收入及企业数量情况
(单位：亿元)



数据来源：东方财富 Choice 数据

(3) 与下游行业的关联性影响

商业照明广泛地运用于品牌零售终端、购物中心、超级市场等以销售产品为目标的商品式商业领域，以及星级酒店、主题公园、娱乐会所等以提供服务为目标的体验式商业领域。根据国家统计局数据，2013-2016 年，全国居民恩格尔系数从 31.2% 下降至 30.1%，接近联合国划分的 20%-30% 的富足标准，其中，城镇居民恩格尔系数从 2013 年的 30.1% 下降至 2016 年的 29.3%，农村居民恩格尔系数从 2013 年的 34.1% 下降至 2016 年的 32.2%。在消费规模快速扩张的同时，消费层次由温饱型向全面小康型转变，消费品质由中低端向中高端转变，消费形态由物质型向服务型转变，消费行为由从众模仿型向个性体验型转变。持续的消费升级为具备一站式服务和较高消费体验的商业市场获得良好发展机遇，为本行业的发展提供了坚实的基础。

另外，我国商业市场蓬勃发展的同时，行业竞争日趋激烈。品牌在突出商品或服务的唯一性、维系消费群体、提高商品或服务的附加值方面意义重大，因而

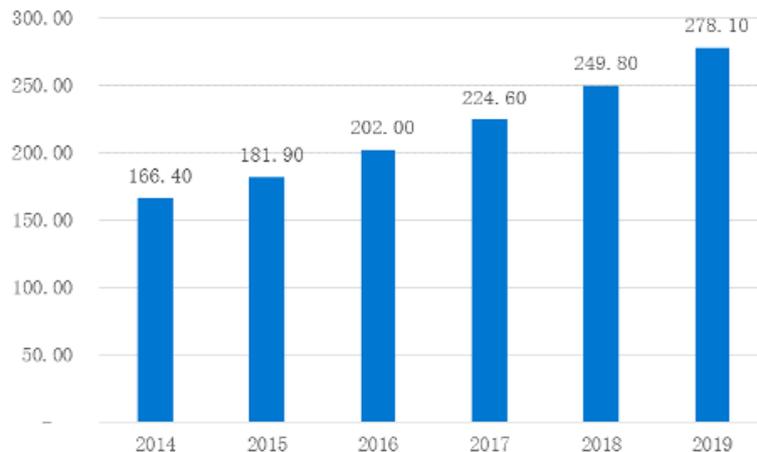
品牌的竞争逐渐成为商业竞争的核心。商业照明以光影环境为媒介，营造与其品牌形象相契合的消费环境，对于树立品牌形象、提升消费体验有着重要的价值，因此无论商品式或是体验式商业均对商业照明产生了巨大的需求，带动商业照明行业快速发展。

（三）行业市场规模或市场需求

1、照明市场整体规模

随着全球照明产业战略转移，我国照明产业获得良好发展机遇，近年来保持了快速发展的态势，逐渐成为世界照明产业的重要力量。在城镇化进程加速、人民生活水平提高等宏观因素的带动下，我国照明行业市场规模不断扩大。据 Technavio 研究数据²显示，我国照明行业的市场规模 2014 年已达 166.40 亿美元，占据全球照明市场 21% 的市场份额，预计至 2019 年，我国照明行业市场规模将达到 278.10 亿美元，期间复合增长率达 10.82%。

2014-2019 年国内照明行业市场规模及预测情况（单位：亿美元）



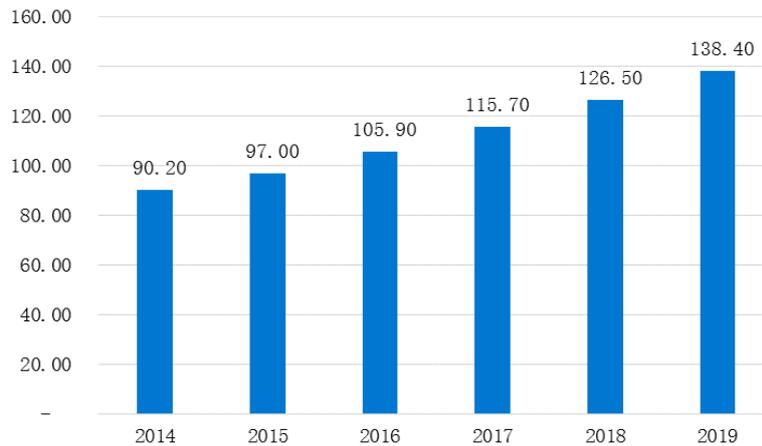
数据来源：Technavio

2、商业照明市场规模

据 Technavio 研究数据显示，2014 年我国商业照明市场规模为 90.20 亿美元，预计 2019 年该市场规模将达到 138.40 亿美元，期间复合增长率达 8.94%。

² Technavio 是全球性的市场研究公司，成立于 2003 年，总部位于伦敦，研究范围覆盖 50 个国家的 100 个细分行业市场。

2014-2019 年我国商业照明市场规模及预测情况（单位：亿美元）



数据来源：Technavio

3、商业照明显细分领域的市场规模或市场需求

(1) 品牌服饰零售终端

① 品牌服饰零售终端的商业照明市场规模

品牌服饰零售终端指以销售品牌服饰为目的，以专卖店、旗舰店、形象店等业态存在的实体门店，品牌服饰零售终端是商品式商业照明市场主要细分市场之一。根据国家统计局我国服饰行业规模以上门店每年度平均坪效（2016 年度平均坪效以 2015 年度为基础）以及 Euromonitor International³我国服饰市场销售规模及网络购物占比的数据计算，2012-2016 年间，我国品牌服饰市场总经营面积分别为 6,317.54 万平方米、9,782.23 万平方米、9,744.81 万平方米、10,002.47 万平方米和 9,757.04 万平方米。

2012-2016 年我国品牌服饰市场销售额、网络购物占比及经营面积情况

指标	2012 年	2013 年	2014 年	2015 年	2016 年
服饰市场销售额（亿元）	17,086	18,488	19,644	20,704	21,586
网络购物占比	7.50%	10.90%	15.60%	20.80%	25.90%
总经营面积（万平方米）	6,317.54	9,782.23	9,744.81	10,002.47	9,757.04

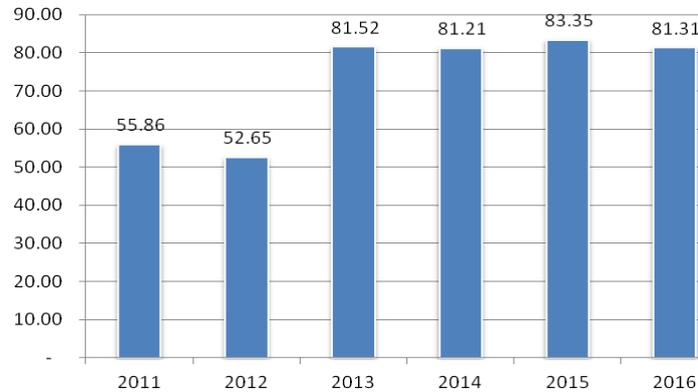
数据来源：国家统计局，Euromonitor International

据我国品牌服装市场上零售门店平均 2-3 年翻新一次（数据来源：国泰君安研究中心）以及该领域每平方米在商业照明方面投入 250 元的数据测算，2016

³ Euromonitor International 是全球性的市场研究公司，成立于 1972 年，总部位于伦敦，研究范围主要包括快速消费品行业以及国家支柱产业，覆盖包括全球 80 多个国家和地区。

年我国品牌服饰零售终端对商业照明的市场需求超过 80 亿元且趋于稳定。

2011-2016 年我国品牌服饰零售终端的商业照明市场规模测算（单位：亿元）



②品牌服饰零售终端对商业照明的需求

服饰消费注重“试穿”、“手感”等消费体验的特点决定了零售终端在品牌服饰销售渠道中的重要性，品牌服饰企业主要通过直营店、加盟店等连锁形式进行产品销售；同时，经历过终端门店的快速扩张和网络购物的冲击，品牌服饰企业从注重渠道推广、产品批发，转移到更加注重建立品牌形象和提升终端消费体验上来，旗舰店、形象店、体验店等大型零售终端持续推出，商业照明在品牌服饰零售终端的市场需求稳定而具有潜力。

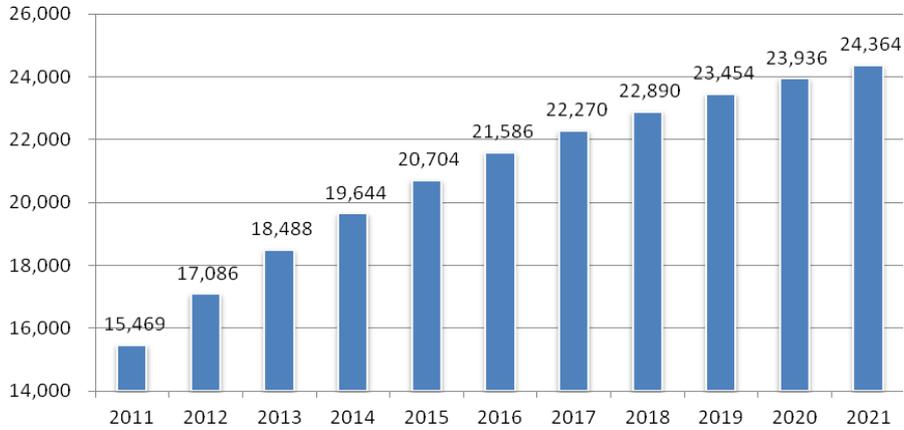
类别	具体需求
引导消费行为	入口处突出橱窗展示效果，通过富有色彩感和明亮度的光效，营造服装立体展示的效果，激起消费者入店选购的兴趣；店内通过重点照明在陈列柜的应用，突出新品服饰、促销服饰等重点推介的产品，引导消费者购物路线；试衣间根据所售服饰的具体风格，营造高显色性、合理色温和亮度的光环境，重点突出服饰与消费者的契合性，促使消费者做出购买决定。
促进品牌建设	通过以重点照明带动基础照明的方式促进品牌建设，其中重点照明突出高显色性，在表现服饰自身质地、颜色和品质的基础上，传达服饰内在品牌风格；基础照明则通过高档男女装及运动休闲服饰不同的亮度选择，搭配相应色温，营造符合品牌理念的整体门店光影形象。
提供一体化服务	单店规模不一、门店数量众多的特点，要求统一提供标准化的商业照明系统；开店准备周期短、门店分散的特点，要求快速将标准化产品和个性化服务辐射至各品牌终端门店。

③服饰市场规模

随着大众消费意识和消费水平的提升，服饰市场持续发展，以体育服饰为例，随着居民体育健身意识不断增强，跑步鞋、篮球服等体育服饰消费处于快速增长

状态。根据 Euromonitor International 研究数据显示，2011 年我国服饰市场销售规模为 15,469 亿元，至 2016 年则增长至 21,586 亿元，预计未来我国服饰市场销售规模将保持较高的增长速度，至 2021 年将达到 24,364 亿元。

2011-2021 年我国服饰市场销售规模及预测情况（单位：亿元）



数据来源：Euromonitor International

④品牌服饰公司对于零售终端的扩张或装修计划

公司服务的品牌服饰行业上市公司披露了报告期终端门店的开设情况，根据公开信息统计如下：

单位：家

品牌商	2016 年 6 月 30 日	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日
阿迪达斯 (DE. ADSGn)	约 10,000	约 9,000	约 8,000
利郎 (HK. 01234)	2,935	2,985	3,079
特步 (HK. 01368)	约 7,440	约 7,600	7,610
安踏 (HK. 02020)	9,197	9,080	7,622
美邦服饰 (SZ. 002269)	约 3,800	约 3,700	约 4,000
七匹狼 (SZ. 002029)	约 2,200	约 2,636	2,821
拉夏贝尔 (HK. 06116)	8,483	8,396	6,887
匹克	6,001	5,999	6,004
李宁 (HK. 02331)	6,169	6,133	5,626

注：（1）数据来源于上市公司年报、研究报告或公开媒体报道，匹克 2016 年 11 月从港交所退市；

（2）上市公司 2016 年报尚未完全披露，故选用 2016 年半年报数据；未见阿迪达斯截至 2016 年半年末数据，以 2016 年 9 月 30 日数据替代；未见七匹狼 2015 年末数据，以 2015 年 6 月 30 日数据替代。

在上述品牌服饰行业公司中，除了七匹狼因关闭无效店铺的战略导致报告期门店数量持续下降以外，其他客户虽然存在关闭部分门店的情况，但也持续改造现有门店和新增门店，不断拓展销售网络、强化销售渠道，进而达到抢占市场份额、提升销售业绩的目的，门店数量相对稳定或持续增长。在此情况下，新增门店的装修需求将有效拉动商业照明的市场需求。

由于品牌竞争的加剧和网络购物的倒逼效应，品牌服饰企业为保证其经营策略的调整可以有效地体现于零售终端并引导消费者的选购行为，在对未来开店数量进行规划的同时，主要客户均注重提升单店的品牌形象，加强购物体验来提升业绩。为了积极应对来自竞争对手和在线销售渠道的压力，部分主要客户关闭业绩较差门店的同时，对提升单店购物体验和经营绩效进行战略规划，从陈列搭配、主题色彩等多方面打造适合自身的门店经营策略。作为单店形象提升的重要组成部分，主要客户通过商业照明解决方案建立差异化竞争优势的同时，也将为公司未来业绩提升奠定基础。在此情况下，品牌服饰企业对现有门店的重新装修，提升包括照明体验在内的单店购物体验，也进一步提升了商业照明的市场空间。

2016年部分品牌服饰公司未来门店规划情况

品牌商	未来门店数量规划	未来门店效率提升规划
阿迪达斯 (DE. ADSGn)	目前大中华区门店数量已超过10,000家，预计在2020年增加至12,000家	通过未来5年的努力在2020年成为大中华区“最佳运动品牌”
利郎 (HK. 01234)	维持审慎的开店计划，主品牌“LILANZ”保持目前的店铺数量，继续优化店铺网络，并透过一级分销商在合适地段开店，尤其是增加在省会和地级市购物商场开设大店	通过提升产品力及渠道管理，使零售门店能继续录得同店销售增长
特步 (HK. 01368)	在高市场潜力的新区开设新店及关闭表现欠佳的零售店	在零售店层面增加各店的经营效率
安踏 (HK. 02020)	优化零售管理能力，进一步完善零售渠道建设	采用最新店铺装潢、翻新店铺等帮助零售渠道提升盈利能力和促进店铺效益
美邦服饰 (SZ. 002269)	在重点一线城市建立销售子公司并开设直营店的方式，有效地提升品牌的影响力和知名度，辐射一线城市周边和二、三线市场	直营和加盟渠道开始全面实施的终端形象升级、店铺管理标准化、精细化、促销管理精细化
七匹狼 (SZ. 002029)	继续关闭部分无效店铺，对部	对终端渠道分类定位，核心商

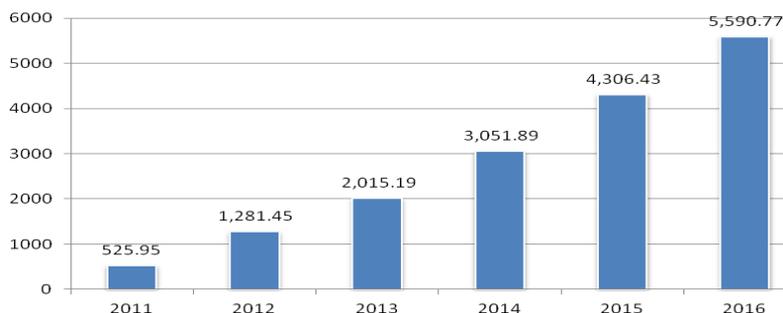
	分不符合定位的店铺进行改造，新设部分店铺，实现公司渠道终端的全面改造和有效布局	圈的品牌形象店注重提高品牌服务、保证品牌形象，辐射周边商圈的优厂速购店销售平价基本款，提升终端店铺盈利
拉夏贝尔 (HK. 06116)	持续优化渠道结构，增加体验型购物中心渠道比重	持续加大对新品牌的扶持力度，提升其竞争力并提高其对公司的贡献度，持续通过投资增加服饰及融合新型生活方式的相关品牌
匹克	业务重心将继续投放在中国二、三线城市与海外市场	持续对品牌形象、产品研发、海外分销及行销管理进行优化和调整，加速转型
李宁 (HK. 02331)	继续推进多品牌发展战略；优化销售网络渠道，维持 2016 年计划净增销售点 300-500 个目标不变	灵活有效的根据店铺形象和级别制定店内推广方案及陈列指引，达到店铺类型、产品组货、市场推广及店面陈列高度匹配，突出主题，强调色彩、系列和搭配，带动新品销售最大化

注：数据来源于上市公司年报、研究报告或公开媒体报道

⑤网络购物对服饰市场的影响

随着技术水平和互联网普及率的不断提高，我国服饰市场中网络购物规模在近年来呈快速增长的态势。据 Euromonitor International 统计数据显示，2011 年我国服饰市场中网络购物规模仅为 525.95 亿元，而至 2016 年这一规模则增长至 5,590.77 亿元。

2011-2016 年我国服饰市场中网络购物规模情况（单位：亿元）



数据来源：Euromonitor International

尽管网络购物规模在我国服饰市场销售总额中的占比由 2011 年的 3.4% 提升至 2016 年的 25.90%，但网络购物主要是满足采购方便的需求，在服饰材料质地、衣着试穿效果、家庭休闲购物等方面的消费体验则相对较弱。随着家庭活动的增

多和体验消费时代的到来，购物从以获取商品为目的，逐渐演变为集休闲娱乐、餐饮消费于一体的家庭活动，家庭休闲购物正在逐渐成为主流。虽然网络购物的发展一定程度上减少了品牌服饰企业通过零售终端销售商品的需求，但突出消费体验效果的零售终端在未来依然是服饰零售的最主要方式。

一方面，传统品牌服饰企业越来越重视通过实体门店推广品牌形象和提升消费体验，并通过建设网络购物平台扩大其品牌影响力，从而在市场竞争中占据主动。另一方面，网络服饰品牌也意识到实体门店在提升品牌形象和消费体验上的重要作用，通过线上和线下的有机结合，促进了服饰行业的发展，也对商业照明在引导消费行为、促进品牌建设和提供一体化服务上提出了更高的要求，促进了商业照明行业的发展。

（2）品牌家居家纺零售终端

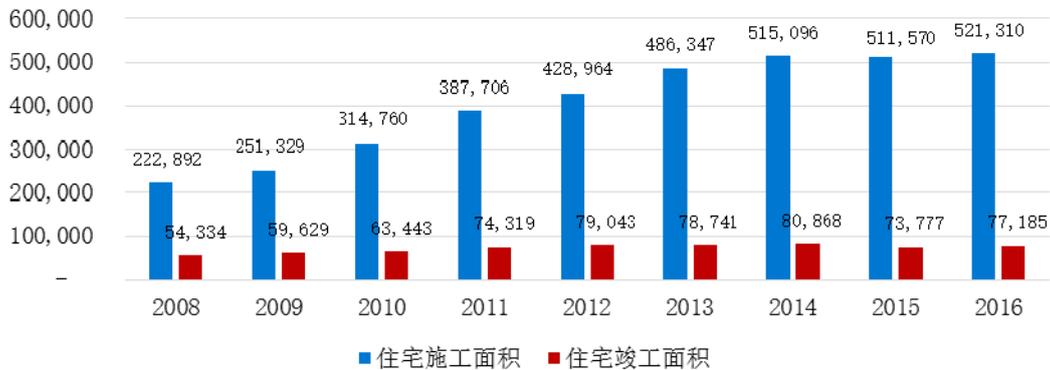
品牌家居家纺零售终端指以销售品牌家居和家纺产品为目的，以专卖店、专业店等业态存在的实体门店。商业照明在为该类实体门店“提供一体化服务”，实现“引导消费行为”、“促进品牌建设”方面，具有显著效果，市场需求随我国家居家纺行业的发展而不断增长。

项目	具体需求
引导消费行为	入口处主要以光影渲染品牌标识及透明橱窗反映出的店内整体效果，吸引消费者入店选购；店内以分区基础照明模拟卧室、客厅、书房、餐厅等家居光影环境，重点照明力求使家居、家纺融入所处环境，引导消费者在体验式购物的销售形态中，更多关注、采购系列产品，而非购买单品家居家纺。
促进品牌建设	通过以分区基础照明带动重点照明的方式促进品牌建设，其中分区基础照明根据品牌风格、产品档次及分区中系列家居或家纺的设计理念，营造品牌形象的整体光影效果；重点照明则使用均匀的垂直照度、水平照度和较好的显色性，在表现家居、家纺立体感和表面质地的基础上，避免强烈的对比，使所照射的产品融合于门店光影环境的氛围中、保持门店整体品牌形象的光影效果布局和谐统一。
提供一体化服务	根据系列家居、家纺呈现的照明分区较多，既要考虑品牌整体光影效果的展示，又要兼顾各系产品间设计风格对光效需求的差别，要求较强的照明设计专业经验；终端门店分散，要求所有店面光影环境、售后服务统一化、标准化。

近年来，我国城镇化进程稳步推进，城镇化率已由2008年的46.99%提升至2016年的57.35%，进而带动我国商品住宅总量不断增加。据中经网统计数据显示，2008年我国商品住宅施工面积222,892万平方米、住宅竣工面积54,334万

平方米，至 2016 年则分别达到 521,310 万平方米和 77,185 万平方米。

2008-2016 年我国商品住宅施工及竣工面积情况（单位：万平方米）



数据来源：国家统计局和中经网统计数据库

在新增住宅总量不断攀升的基础上，我国居民随着生活水平的日益提高，其美化家居环境、追求更高生活品质的诉求对家具、家纺等家居生活必须品的需求也逐步增长。

在家居市场方面，根据国家统计局的数据显示，我国家具制造业主营业务收入由 2011 年的 4,992.30 亿元，增至 2016 年的 8,559.50 亿元，期间复合增长率高达 11.39%。

2011-2016 年我国家具制造业主营业务收入情况（单位：亿元）

项目	2011 年	2012 年	2013 年	2014 年	2015 年	2016 年
主营业务收入情况	4,992.30	5,438.90	6,462.75	7,187.35	7,872.50	8,559.50

数据来源：国家统计局

在家纺市场方面，根据国家统计局和中经网产业数据库数据显示，2011 年以来，我国家纺行业规模以上企业营业收入总体上呈增长趋势，市场规模较大。

2011-2015 年 10 月我国家纺行业规模以上企业主营业务收入（单位：亿元）



数据来源：国家统计局和中经网产业数据库

在我国家居家纺行业呈现良好发展态势的同时，该领域内品牌竞争程度日益激烈，品牌竞争带来的市场份额集中，将带动我国品牌家居家纺企业加大门店形象建设方面的投入，进而推动商业照明市场需求的进一步提升。

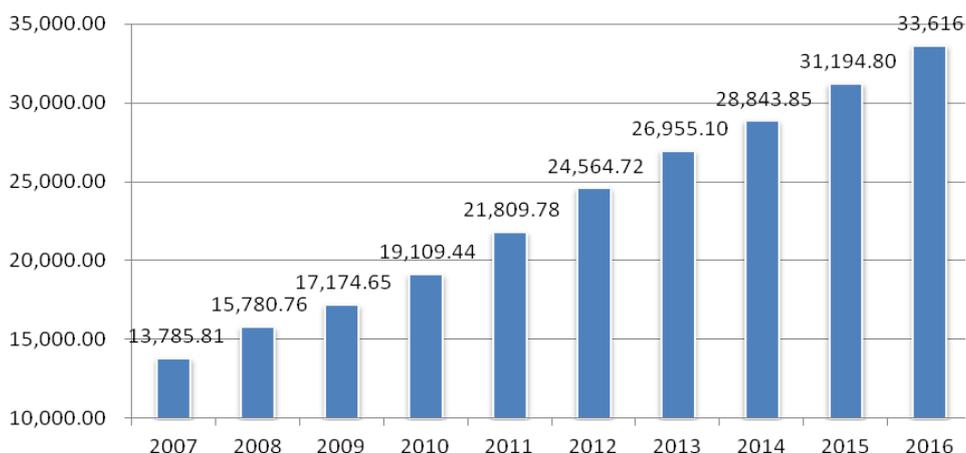
（3）购物中心

商业照明对于购物中心营造良好的购物氛围、树立鲜明的品牌形象、提高物业管理效率具有显著的促进作用，其市场需求随我国购物中心经营规模的扩大而不断增长。

项目	具体需求
引导消费行为	通过外部重点照明激发消费者入店选购的兴趣，通过内部基础照明营造温馨舒适的光影环境，延长消费者购物时间，进而增加其消费机率
促进品牌建设	营造购物中心内统一的光影环境体现其品牌定位，使消费者在同品牌的各个购物中心内获得相同的消费体验效果，进而增强消费者对购物中心品牌的忠实程度
提供一体化服务	购物中心客流量大、经营时间长，要求对商业照明系统维护、检修力度较大；所用照明器具较多、照明亮度较大，除对光影环境的专业设计高要求外，对照明系统节能设计的要求程度也较高

近年来，我国居民收入水平在国内经济健康发展的同时日益提高。据中经网统计数据库显示，2007 年我国城镇家庭年人均可支配收入 13,785.81 元，2016 年已增长至 33,616 元，增长幅度超过了一倍。

2007-2016 年我国城镇家庭年人均可支配收入（单位：元）



数据来源：中经网统计数据库和国家统计局

随着可支配收入的提高，我国居民对于高档商品的消费需求也不断增长，购物中心经营规模日益扩大。据中经网统计数据库显示，2007 年我国购物中心经

营面积为 940.17 万平方米，至 2015 年已经达到 2,104.38 万平方米，增长态势显著。随着经营规模的扩大和品牌建设工作的加强，商业照明在购物中心内的应用空间进一步扩大。

2007-2015 年我国限额以上购物中心经营面积



数据来源：中经网统计数据库

(4) 餐饮服务

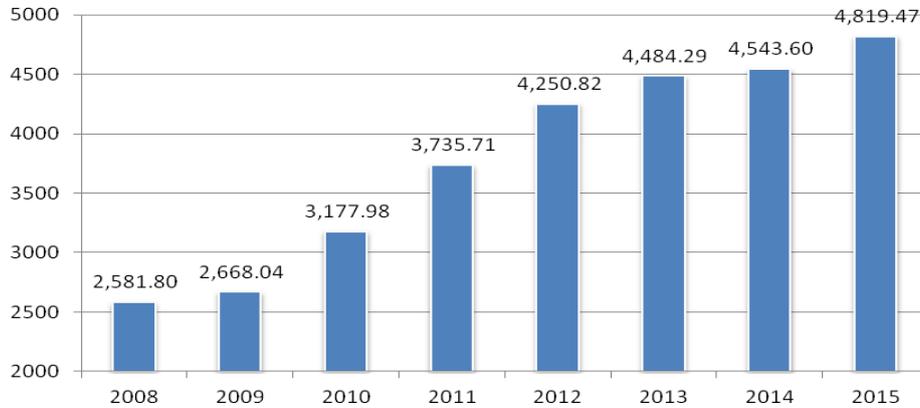
商业照明对于餐饮服务企业树立品牌影响力、改善就餐环境、提高消费感受、增强客户忠诚度具有显著的促进作用，其市场需求随着我国餐饮市场的发展而不断提高。

项目	具体需求
引导消费行为	店外主要突出品牌 LOGO 及店外灯光效果吸引消费者入店消费；客户入店后，根据品牌定位的差别选取差异化的光影方案引导消费者行为，如连锁餐饮企业则突出光影环境敞亮、明快、以缩短消费者用餐时间、提高翻台率；而高档餐饮企业主要打造舒适的用餐环境、以引导消费者增加用餐时间、提高单台消费额度。
促进品牌建设	利用光影效果突出品牌特色及菜品风格，如快餐连锁类餐饮企业，在菜系、菜品差异较小的情况下，更主要通过统一的光影色系、色调，在全国范围内强调品牌的独立性；高档餐饮企业重点突出用餐环境和情调的渲染，在菜系、菜品的基础上进一步强调企业品牌定位。
提供一体化服务	餐饮企业尤其是连锁餐饮企业遍布全国各地，光影方案须协调、统一；另外，餐厅内部按功能区域划分，用餐区、等待区、收银台、后厨对光影效果的需求各有差异，要求较强的光影设计能力和较高的商业照明整体服务能力。

随着我国居民生活水平的日益提高，我国餐饮业获得了良好的发展空间。据国家统计局数据显示，2008 年我国限额以上餐饮业主营业务收入为 2,581.80

亿元，至 2015 年已经达到 4,819.47 亿元，期间复合增长率达 9.33%。

2008-2015 年我国限额以上餐饮业主营业务收入（单位：亿元）



数据来源：国家统计局

未来，在消费需求日益提高的情况下，单纯满足消费者对菜品味觉的享受的经营策略已无法满足市场竞争的要求，以菜品特色为基础，打造独特的用餐环境、提高消费者消费体验进而增强客户忠诚度，并将统一的菜品、光影、服务标准复制全国的连锁经营模式，已经成为高档餐厅、快餐餐厅和饮料、冷饮店等各类餐饮业态发展经营的共识，这将进一步提高餐饮业，尤其是连锁餐饮业对商业照明的需求。

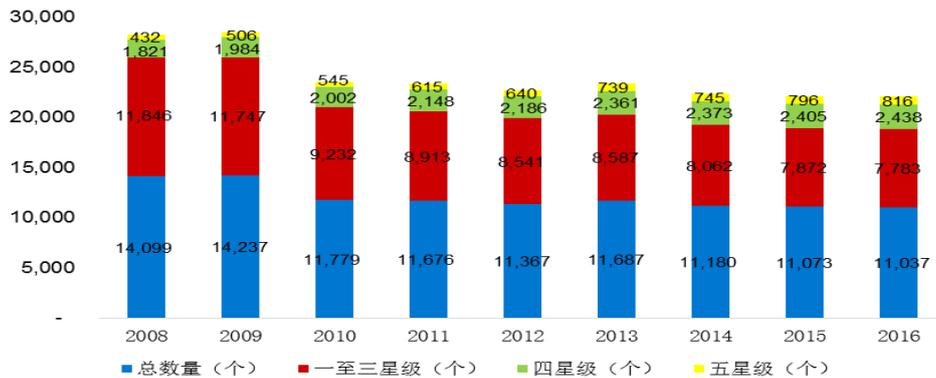
（5）星级酒店

商业照明可通过营造集功能性、舒适性、艺术性、统一性于一体的光影环境，彰显星级酒店的高端定位和品牌特征，其市场需求与我国星级酒店数量和档次高低紧密相关。

项目	具体需求
引导消费行为	营造客房、大堂、餐厅、会议室、娱乐场所等对光影环境要求不一的众多商业照明子系统，并将功能不尽相同的子系统统一于酒店整体照明系统框架内，带动消费者在酒店内的各类消费
促进品牌建设	商业照明的艺术性特征与星级酒店品牌理念相符，如“圣·瑞吉斯”品牌代表高端私人服务，商业照明效果强调私密性；“万豪”品牌强调与所在地的融合，商业照明效果要突出酒店所在地文化特征；“四季”品牌强调休闲概念，商业照明效果应着重反映其轻松愉快的特征
提供一体化服务	商业照明涉及多个子照明系统的独立和统一运作，要求专业的商业照明设计能力；酒店 24 小时营业，要求照明器具检修维护定期化、故障排除即时化

据国家旅游局数据显示，2008-2016 年一季度期间我国星级酒店总数由 14,099 个减少至 11,037 个，但对光影环境要求较高、投入较大的五星级酒店、四星级酒店数量分别由 432 个、1,821 个增加至 816 个、2,438 个。高端星级酒店的建设加速将为该领域内商业照明的应用提供可观的市场空间。

2008-2016 年一季度我国星级酒店数量及分布情况



数据来源：国家旅游局

(6) 主题公园

商业照明所营造的光影效果对提升主题公园娱乐项目的美观性、互动性和趣味性意义重大，其市场需求随着我国主题公园总量增加及其愈加细致化的娱乐概念区分而日益提高。

项目	具体需求
引导消费行为	重点在于通过基础照明和重点照明引导消费者游玩路线，并通过光影效果与消费者的互动产生良好的消费体验，激起其二次游玩的兴趣
促进品牌建设	光影效果要符合主题公园的品牌概念，如“锦绣中华”主打民俗娱乐概念，商业照明强调光影效果的民族性；“迪斯尼”主打童话概念、商业照明要更多使用魔幻的光影效果；“世界之窗”突出各地名胜景观，商业照明效果要实现多元化
提供一体化服务	由于光影环境与消费者互动性要求水平较高，对商业照明的控制系统方面的设计要求远高于其他领域；照明器具与独特的娱乐项目相契合，对其定制化开发的要求较高

在居民人均收入水平不断增长、高速交通等配套支撑体系不断完善、旅游商业模式不断创新的背景下，我国旅游产业得到高速发展，据国际主题景点业内权威组织 Themed Entertainment Association 及顾问集团 AECOM Economics 联合发布的《2015 年主题公园报告和博物馆报告：全球主题景点游客报告》显示，中国共有 13 家主题公园进入亚太地区主题公园前 20 的榜单。该 13 家主题

公园 2015 年游客接待量达到 6,204.10 万人次，较 2014 年上升 16.58%。在巨大的休闲娱乐市场的带动下，我国主题公园发展迅速，一批规模较大、具有重大影响力的主题公园项目陆续建设，持续促进商业照明行业的发展。

（四）进入行业的主要壁垒

1、设计能力壁垒

由于商业照明需要满足客户“引导消费行为”和“促进品牌建设”的特殊需求，因此行业设计必须在充分了解电光源、灯用电器器的性能参数、照明效果、应用寿命等技术指标的基础上，综合考虑下游客户所处行业、业务特点、应用环境、消费者行为特征等因素，进行商业照明设计。因此，本行业潜在进入者即使在照明器具的产品设计方面具备一定技术和经验储备，还尚需经过长时间对所服务下游行业经营特点进行经验积累，方可满足客户对商业照明的综合设计能力要求，其进入本行业存在设计能力壁垒。

2、配套能力壁垒

优良的商业照明设计方案，需要依靠高品质的照明产品配套方可实现；下游客户对商业照明产品的配套能力要求也日益提高，既需要定制化地提供符合商业照明设计方案的个性化照明产品，又需在配套速度和配套规模方面满足客户需要。对于行业潜在进入者来说，即使其具备标准化照明器具生产制造的经验，但在定制化生产的前提下，如何保证多批次、小批量、多型号产品的快速配套，仍然存在较高的进入壁垒。

3、技术水平壁垒

定制化、快速化、规模化的商业照明配套能力，对照明器具生产制造的技术水平要求严格。行业内企业持续增加投入，提高其新品开发、制造工艺改进、前瞻性技术研发的能力，使得行业内优质企业具备较强的技术水平，并进一步稳步提高。因此，本行业潜在进入者对技术积累不足，在市场竞争中往往较现有优质企业处于劣势地位，其进入本行业存在技术水平壁垒。

4、服务能力壁垒

商业照明企业需在全国范围内为客户提供高品质的一体化服务，这要求其建

设服务网络并配备专业服务团队，在照明环境实地考察、照明方案设计、产品质量售后保障、客户满意度定期回访等方面给予全程服务。在销售分散的情况下，建设服务网络的前期资金投入相对较大，而且专业服务团队需要长期培养过程，行业潜在进入者难以在短期实现，导致其服务质量在市场竞争中处劣势地位，进而形成服务能力壁垒。

5、客户认证壁垒

随着光影环境打造趋向专业化，越来越多商业企业选择商业照明供应商为其提供专业服务，但品牌客户对照明供应商的认证比较严格。从认证内容上看，一般包括供应商设计水平、制造能力、响应速度、及时交货率、企业管理水平、员工劳动保护等方面；从认证过程上看，一般要经历文件审核、现场评审、样品试产、单店实验、区域性推广到全国覆盖的过程。本行业潜在进入者难以短期内达到上述验证标准，从而在争取优质客户方面处于劣势，进而形成客户认证壁垒。

（五）行业利润水平变动情况

本行业下游应用领域广泛，市场需求旺盛，行业的整体利润水平保持平稳。本行业利润水平主要取决于以下因素：

1、整体解决方案设计能力

商业照明具有“引导消费行为”、“促进品牌建设”的特征，其整体解决方案设计能力的高低，直接决定了下游客户商业场所内光影环境的质量高低。高水平的商业照明设计，可帮助客户树立鲜明的品牌形象、提高消费付费意愿、提升消费者品牌忠实程度，有效提高下游客户经营业绩。因此商业照明企业整体解决方案设计能力越高，客户需求越强烈，相应地其所提供的商业照明产品和服务的附加值就越高。此外，为保证商业照明设计的高质量，商业照明企业一般与下游客户总部直接接洽沟通，这大幅降低了商业照明企业维护客户的营销成本，进一步增强了商业照明行业的盈利能力。

2、照明产品配套能力

高水平的照明产品配套能力要求商业照明企业具备相对完整的制造业务体系，减少委外加工过程、有效控制外协成本，加强生产制造统筹管理，提高对生

产制造中间环节的成本控制能力，并且在小批量、多种类的订单模式下，形成规模化的照明产品配套能力，有效降低生产制造费用。因此，行业内企业照明产品配套能力越完善，企业利润水平也相应越高。

3、下游客户质量

商业照明企业服务的下游客户质量的不同，也是造成其利润水平差别的重要因素。一般来说，服务细分行业龙头企业的商业照明企业能够取得较高及稳定的利润率水平。首先，该类优质客户盈利能力较高，在品牌建设和经营环境优化方面具有较高的标准，有意愿为实现高品质的商业光影环境投入更高预算，服务该类客户的商业照明企业利润空间较大；其次，该类优质客户对专业的商业照明服务依赖较强，一般不会轻易更换深入理解其品牌形象、经营特点的照明系统供应商，服务该类客户的商业照明企业业务持续、利润水平相对更趋稳定。

（六）影响行业发展的有利和不利因素

1、行业发展的有利因素

（1）政策鼓励与支持为本行业带来良好的政策环境

从节能环保和提高制造业核心竞争力的角度出发，国家大力扶持本行业的发展，先后出台了多项产业政策分别在产业配套以及下游市场等方面给予行业支持和鼓励，为商业照明行业的发展创造了良好的政策环境。

在产业配套方面，国家先后颁布了《产业结构调整指导目录（2011年本）》（2013年修订）、《半导体照明节能产业规划》、《能效“领跑者”制度实施方案》、《中国制造2025》、《国家重点节能低碳技术推广目录（2015年本，节能部分）》、《国民经济和社会发展第十三个五年规划纲要》、《关于引导企业创新管理提质增效的指导意见》以及《战略性新兴产业重点产品和服务指导目录》（2016版）等产业政策，有效推动了商业照明节能化、多样化、系统化发展。

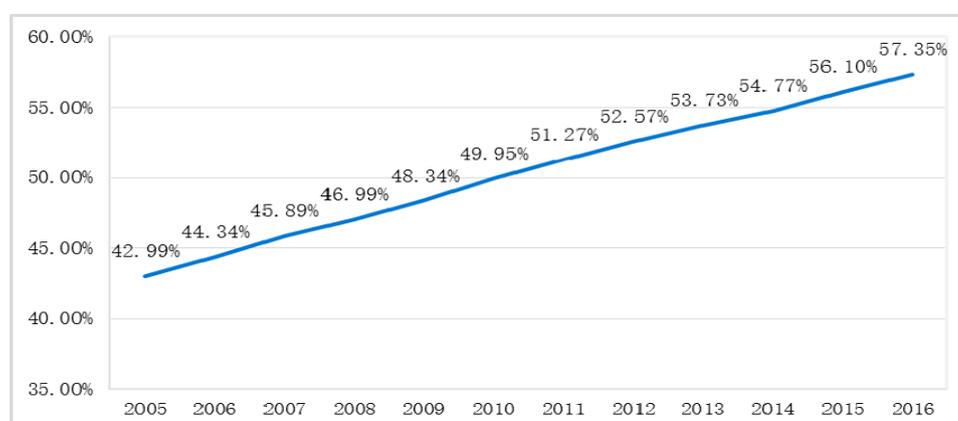
在下游市场方面，国家先后颁布了《国家新型城镇化规划（2014—2020年）》、《关于推进线上线下互动加快商贸流通创新发展转型升级的意见》、《关于积极发挥新消费引领作用加快培育形成新供给新动力的指导意见》、《国家发展改革委、工业和信息化部关于实施制造业升级改造重大工程包的通知》、《关于开展消费品工业“三品”专项行动营造良好市场环境的若干意见》、《国务院

办公厅关于推动实体零售创新转型的意见》等一系列政策，促进品牌服饰、品牌家居家纺、购物中心、主题公园等行业优化产业结构、强化品牌建设、发展专业连锁，推动了商品式、体验式商业照明在下游市场的应用，有效促进了商业照明行业的健康发展。

(2) 各种商品式、体验式商业经营面积快速增加为商业照明行业的发展奠定了基础

随着城镇基础设施建设和产业布局调整，我国城镇化水平进入快速发展的时期，城镇化率由 2005 年的 42.99% 提升至 2016 年的 57.35%。

2005-2016 年我国城镇化率



数据来源：国家统计局

城镇化水平的提高，带动了区域经济持续发展，各种商品式、体验式商业市场迅速成长，零售业、酒店业、餐饮业、娱乐业等所属经营面积快速增加，其装修和后续经营为商业照明行业的发展奠定了坚实基础。据中经网统计数据库显示，2008 年我国商业营业用房新开工面积为 9,321.15 万平方米，至 2016 年已增长到 22,316.63 万平方米；2008 年我国商业营业用房竣工面积为 5,488.58 万平方米，至 2016 年已经达到 12,518.08 万平方米。

2008-2016 年我国商业营业用房竣工面积及新开工面积情况

(单位：万平方米)



数据来源：国家统计局和中经网统计数据库

随着商业经营场所的不断增多，在消费者更加注重消费体验、追求品牌和文化内涵等因素的推动下，各类企业逐步将品牌建设作为其经营管理重点，着重提升品牌档次和打造完善的消费体验环境，进一步刺激了商业照明的市场需求。

(3) 商业企业竞争的激烈化，为专业商业照明企业提供市场需求

生活水平的提高和消费需求的升级，带动了商业行业竞争日益激烈化。以服饰行业为例，根据 Euromonitor International 统计数据显示，2016 年中国服装市场前 30 大企业市场占比 17.6%，其他企业占比 82.4%，服装行业市场中大量企业充分竞争，集中度较低，不断涌现的品牌服饰企业以个性化的品牌形象和产品满足细分市场的客户需求。

商业照明以系统照明设计为核心，根据经营场所的品牌定位、风格特征、装修布局，结合照明系统配套产品的应用，通过对光影环境的整体建设来强化品牌特征，并实现对整个消费环境和重点产品的烘托和渲染，从而达到提升品牌形象、优化消费体验的目标。随着商业企业竞争的日益激烈，越来越多的商业企业重视到商业照明通过光影环境的营造在提升品牌形象、展现产品特点上的重要性，对照明效果提出了更高的专业化要求，促进商业照明行业的发展。

(4) 商业照明行业专业化，为整体解决方案服务商带来发展机遇

传统的商业照明采用由商业企业自行采购照明产品并安装的操作模式，因经营场所数量少、照明设计要求低、照明产品种类有限等原因，这种零散的操

作模式可以满足当时的商业照明需求。

随着商业竞争的激烈化和商业经营的规模化发展，对经营场所统一、鲜明的品牌形象提出了更高的要求，也对商业照明服务效率和效果提出更大的挑战，商业照明开始关注于营造舒适的消费和体验环境，逐渐形成“引导消费行为”、“促进品牌建设”、“提供一体化服务”等显著有别于其他照明显分领域的专业化特点。商业照明设计涉及大量专业知识，不仅要求掌握专业的设计技巧，还要了解配套产品的技术参数，同时优质的售前沟通、物流配送、安装指导和售后服务也是确保照明效果的前提，能够为客户提供全国范围内的包括照明系统方案设计、商业照明技术研发、配套灯具生产制造、产品物流配送、售后技术服务支持的一体化服务的供应商成为了商业企业的首选。

（5）科学技术的进步，为商业照明行业未来发展提供了强劲动力

随着技术的进步，商业照明系统设计、系统配套产品呈现专业化和多元化的发展趋势，同时商业照明系统呈现多功能化、节能化、环保化、智能化的发展趋势，从技术层面为商业照明行业的快速发展提供了强劲的动力。

①商业照明系统设计方面

20世纪80、90年代的商业照明是以货品的照明为设计核心内容的“照明产品”，随着商业照明客户需求的变化，商业照明系统设计更加侧重通过光影效果的塑造来提高服务水平和展示品牌形象，强调室内设计和照明设计与品牌形象建设和营销策略的联系，即“照明环境”。在将来，随着商业市场的充分竞争，商业照明将不仅局限于照明产品和环境，而将更多地考虑将照明与消费者本身的表现和互动结合起来，照明设计将更多地从系统角度去考虑光线的变化和控制，巧妙地将照明的技术和艺术相结合，展现出众的光影效果，在整个消费和体验过程中起着重要的促进作用，即“照明顾客”和“照明过程”。

②商业照明系统配套产品方面

商业照明系统配套产品伴随着技术的进步和新材料的应用，从产品类型上，经历了从单纯的照明器具到以照明器具为主配合显示屏和光电标识产品的发展历程；从产品光源上，呈现出LED灯、陶瓷金卤灯和荧光灯等多种电光源并存的格局。多元化的配套产品丰富了商业照明系统的实现手段，系统提供商可以结合不同配套产品和电光源的特点，通过配套使用为客户提供多元化的商业照明整体

解决方案，满足客户经营场所和商品展示的多元化需求。

同时，以飞利浦、GE 和欧司朗为代表的跨国光源电器制造企业和欧美日韩台等领先的 LED 企业逐步在中国建立生产基地，本土 LED 龙头企业也在市场竞争中逐渐积累规模和技术优势，有效完善了商业照明行业的上游产业配套体系，使得行业中企业可以稳定地获得各类高性价比的电光源、灯用电器及配件，有效保证了商业照明系统的品质、降低了上游部件采购成本，为行业的发展带来了新的发展机遇。

③商业照明系统方面

商业竞争的深化在促使商业企业以品牌化、差异化策略赢得市场竞争的同时，还提高了其加强日常经营成本控制的动力。商业照明的采购成本、电费 etc 运营成本，以及售后维修的采购成本和时间成本是照明方案总成本中的重要构成，因此商业照明系统的节能化和服务化将更能符合下游客户的使用需求，带动商业照明行业向更高端的服务模式发展。从技术层面更加匹配下游客户照明需求，增加所提供的照明产品和照明服务的技术含量和附加值，商业照明系统解决方案的需求为行业的长期发展带来动力。

2、行业发展的不利因素

（1）资金来源渠道有限，后续发展潜力受到制约

商业照明行业内企业绝大多数为民营企业，资金来源主要为企业留存收益的滚动投入和银行间接融资，融资渠道单一，导致企业规模不能持续扩张，较好的投资项目实施较为困难，行业内企业的后续发展潜力受到制约。同时，由于企业的资金短缺，行业内企业的新产品开发、新技术研发水平也较难以与下游客户日新月异的需求达到同步，对行业内企业的中长期发展形成瓶颈。

（2）缺乏规模优势及产业链协同效应

目前，本行业市场集中度较低，大多数企业产能规模均较小，整个行业内具有规模优势的企业相对较少，且只有少数企业具备较强研发设计、技术创新、定制化制造和全程化技术服务能力。因此，行业整体难以获得产业链协同效应，不利于行业整体竞争力的提升。

（七）行业发展趋势

1、下游客户对商业照明专业设计水平的要求日益提高

商业照明行业面对下游商品式商业、体验式商业的众多细分市场，由于各细分市场商业模式、经营业态的不同，商业照明如何在各细分市场实现“引导消费行为”的方式也大相径庭。例如在品牌零售领域，重点在于如何突出商品展示效果；在购物中心领域，重点在于如何构建舒适的购物环境来保持人流量；在星级酒店领域，重点在于如何分别满足住宿、用餐、会议、娱乐等各区域照明需求并使之融于统一的酒店风格下。细分市场的照明要求，在丰富商业照明设计内涵同时，进一步细化了不同应用领域对商业照明系统的专业化设计要求。因此，下游客户要求供应商不仅要保证所提供照明器具的技术指标和质量要求，还要具备对下游细分市场的深入了解，进而提供符合其需求的专业化商业照明设计方案。

2、日趋激烈的品牌竞争要求商业照明企业具备更高的快速响应能力

商业品牌的市场竞争瞬息万变，无论商品式商业、体验式商业均必须随时根据市场情况调整其品牌战略和经营策略，尤其是品牌零售行业，其消费群体面临替代商品和品牌较多，品牌零售企业更要根据竞争对手情况和市场需求情况，快速对其零售终端数量、店面形象升级做出适时调整，避免错失市场机遇。在此情况下，商业照明企业一方面要根据客户需求迅速提供与其品牌形象相契合的照明设计方案，并为之推荐适合的照明器具，另一方面要保证快速的产品供应、物流配送和技术指导，促使客户品牌战略和经营策略的调整可以于第一时间在光影效果营造方面得到落实和体现。因此，未来具备更高快速响应能力的商业照明企业，将进一步受到下游客户的青睐。

3、下游一体化服务需求导致商业照明企业与客户关系更为紧密

本行业的发展是产业分工的必然结果，下游客户所需的商业照明一体化服务将使之与商业照明企业的合作关系更加稳定。首先，细化分工使下游客户将主要精力投入到商品销售、服务提供和品牌维护等核心业务，一方面可有效降低其整体经营成本、提高企业运营效率，另一方面可获得更为专业的商业照明服务，下游客户一般有意愿选择专业的商业照明企业为其提供服务；其次，下游客户在选择商业照明供应企业时往往要对其进行苛刻的供应商资格认证，这种认证的程序严格、时间较长且认证成本较高；最后，随着认证完成，二者对品牌建设所需照

明效果的沟通、后续服务方式的确认还需要较长时间的磨合期，下游客户更换商品照明供应商的机会成本较大，客户黏性较大。

4、照明产品配套能力的重要性日益凸显

高水准的商业照明设计理念和方案，需要依托高质量的照明产品实现。在照明器具质量方面，商业照明企业需要建立高质量的供应商体系，保证采购的光源电器等部件符合下游客户质量要求；在照明产品生产方面，商业照明企业需要在内部建立起高标准的灯具生产体系，保证上游标准化的部件可以高质高效地转化为符合设计方案个性化要求的照明产品，同时，即使是同一家客户的同一张订单，具体产品的种类、型号、标准依然不尽相同，商业照明企业还必须具备柔性化生产、全面化供给的能力；在供给规模方面，商业照明企业必须具备一定的生产规模，从而保证产品供给、降低生产成本，为下游客户提供更大价值。因此，照明产品配套能力的高低，直接影响了商业照明企业设计水平的落实程度和最终服务质量，其重要性日益凸显。

5、商业照明的节能、绿色、环保、智能特性将更受市场关注

商业照明客户对节能、绿色、环保、智能的特性要求日益提高。出于下游客户成本控制的要求，行业内企业需加大力度综合应用 LED、陶瓷金卤灯等高效光源，突出商业照明系统整体的节能环保属性，有效降低客户运营成本；同时，针对消费体验要求的提升，行业内企业需在光源应用方法创新、定制化灯具开发等方面，突出绿色环保属性，避免光污染、热辐射、材料污染等对最终消费环境的影响，进而打造节能、绿色、环保、智能的商业光影环境。

从能源成本角度看，LED 照明器具和陶瓷金卤灯具、传统白炽灯相比，经济优势较为明显，促使其未来在下游客户的大规模推广使用成为一个趋势。在保持同等店铺照度的前提下，以一个 200 平方米的零售店铺商业照明能源成本为例，可简要测算如下：

项目		注释	白炽灯	陶瓷金卤灯	LED 灯
店 铺	店铺面积(平方米)	A	200.00	200.00	200.00
	店铺平均照度(LUX)		800.00	800.00	800.00
	照明器具整灯功率(瓦,注1)	B	100.00	78.00	42.00
	单灯光通量(LM)		1,000.00	4,300.00	3,500.00

	布灯系数（注 2）	C	2.00	0.47	0.60
	照明器具数量（个）	$D=A*C$	400.00	94.00	120.00
能源 成本 计算	店铺总功率（瓦）	$E=B*D$	40,000.00	7,332.00	5,040.00
	每年照明小时数（小时，注 3）	F	4,400.00	4,400.00	4,400.00
	消耗电量（千瓦时）	$G=E*F$ /1000	176,000.00	32,260.80	22,176.00
	商业用电单价（元/千万时，注 4）	H	1.00	1.00	1.00
	年均总电力成本（元）	$I=G*H$	176,000.00	32,260.80	22,176.00

注 1：不同灯具的功率依据当前市场上的品牌客户店铺主流灯型确定。

注 2：在保持店铺照度一致的前提下，依据不同灯具的单灯光通量，由公司专业设计人员确定布灯系数。

注 3：根据店铺每天经营时间 12 小时进行测算，全年照明小时数约 4,400 小时。

注 4：商业用电单价以 1 元每度为基础进行测算。

三、行业竞争格局和发行人的竞争地位

（一）行业竞争格局

商业照明市场中存在以太龙照明为代表的商业照明企业和以雷士照明、欧普照明为代表的通用照明企业两类竞争主体，行业竞争体现在商业照明企业之间的竞争，以及通用照明企业与商业照明企业之间的竞争两个方面。

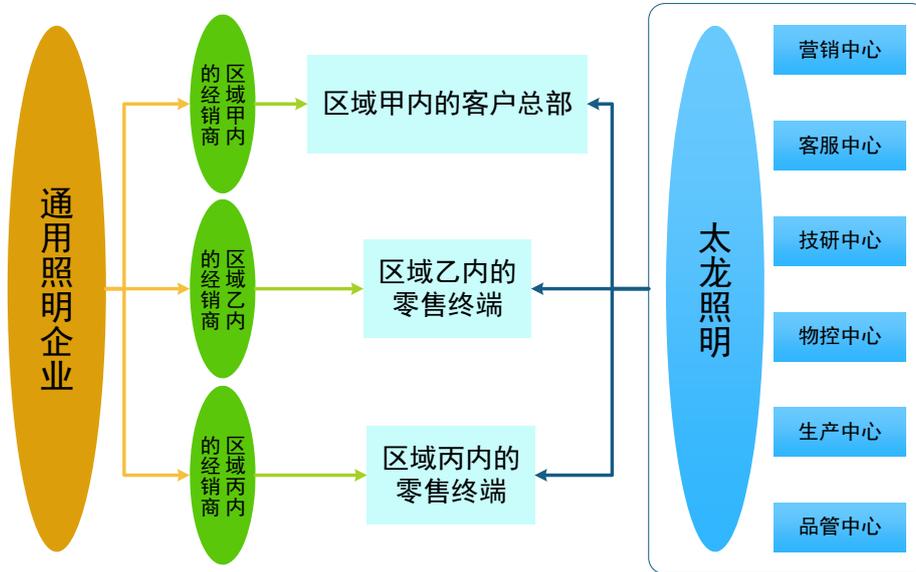
1、商业照明企业间的竞争

商业照明企业间的竞争主要体现在设计开发能力、响应速度和售后服务三个方面。商业照明企业具有专业化设计和定制化开发能力，可使最终光影效果更为符合客户品牌形象展示的要求，更容易获得客户青睐；客户响应速度涉及方案设计和样品开发效率、客户总部和零售终端跟踪效率、订单处理效率、配送和服务效率等方面，更快的响应速度能够减少客户终端门店装修所承担的时间和机会成本，提高客户效益；更全面的售后服务，既包括辐射全国的服务网络布局，又包括网络内专业的服务团队，可挖掘和服务客户需求，提高客户满意程度，保持客户群体稳定。

因此，商业照明企业之间，定制化能力越高、响应速度越快、售后服务越全面的企业，越容易在市场竞争中取得优势地位。

2、通用照明企业与商业照明企业的竞争

以雷士照明、欧普照明为代表的通用照明企业，和以太龙照明为代表的专业商业照明企业，采用不同的商业模式，服务于下游和最终客户。



(1) 通用照明企业以经销商模式面对下游市场，通过批发为主、零售为辅的方式为市场提供相对标准化、通用化的产品，企业规模相对较大；商业照明企业以直销模式直接面对和服务最终客户，提供相对个性化、定制化的产品，企业规模相对较小。

(2) 通用照明企业最终客户的选择空间较大，会根据性价比在不同产品之间转换选择产品；商业照明企业对于专业化设计、定制化开发和全面服务的依赖性较大，最终客户的黏性较大。

(3) 通用照明企业在核心竞争力上追求光源、电器的技术革新和性能提升；商业照明企业在核心竞争力上追求根据客户需求提供完善的解决方案，一体化、一站式解决客户及其零售终端的商业照明需求。

(二) 发行人在行业中的竞争地位

1、发行人在商业照明行业中的市场地位

作为专业的商业照明企业，公司解决了品牌商的终端门店照明需求，公司的行业地位主要体现在公司服务的品牌商的广度和知名度。

2010年以来，公司已累计在全国范围内为超过100个知名品牌、6万余个零

售终端提供了商业照明整体解决方案，公司产品应用于品牌服饰、家居家纺、商超、餐饮等领域，并积累了一批稳定的高端客户群，多数已建立长期合作伙伴关系。在运动服饰领域内，公司积累了阿迪达斯（DE. ADSGn）、特步（HK. 01368）、安踏（HK. 02020）、哥伦比亚（Columbia）等优质客户，并在2016年拓展成为耐克（NYSE:NKE）的照明供应商；在时尚休闲服饰领域内，公司积累了绫致时装（ONLY、VERO MODA、JACK&JONES、SELECTED）、美邦服饰（SZ. 002269）、今誉服饰（Ayilian）、都市丽人（HK. 02298）、赫基服饰（Ochirly）、爱步（ECCO）等优质客户；在商务服饰领域，公司积累了利郎（HK. 01234）、七匹狼（SZ. 002029）、杰尼亚（Ermenegildo Zegna）、爱马仕（Hermes）、宝姿（HK. 00589）、柒牌（SEVEN）等优质客户，另外，公司报告期内为爱依瑞斯、金牌橱柜、富安娜、日春等客户提供了商业照明整体解决方案。

根据 Euromonitor International 统计的中国品牌服饰市场份额数据，公司在报告期内分别与前30大品牌服饰客户中的14家、13家和16家建立了业务关系，并于2016年向耐克、绫致时装和阿迪达斯，即中国品牌服饰市场份额前三位的品牌商提供商业照明解决方案。

2、发行人在行业内的主要竞争对手

发行人在商业照明行业内的竞争对手，主要包括雷士照明控股有限公司、欧普照明股份有限公司、中山品上照明有限公司、中山市嘉成照明电器有限公司和泉州市美菲电子照明有限公司等，各公司基本情况如下：

（1）雷士照明控股有限公司

雷士照明控股有限公司成立于1998年，2010年5月于香港联交所主板上市，股票代码 HK. 02222。雷士照明现拥有广东、重庆、浙江、上海等生产基地并在惠州设有研发中心，旗下主要产品为光源电器及各类照明器具，业务范围涵盖室内、商业、办公、建筑、工业等众多照明应用领域。

（2）欧普照明股份有限公司

欧普照明股份有限公司成立于2008年，2016年8月于上交所主板上市，股票代码（SH. 603515），总部位于上海，是一家集研发、生产和销售于一体的综合型照明企业，现有中山工业园、吴江工业园等生产基地，主要从事照明光源、灯具、控制类产品的研发、生产和销售，业务范围涵盖家居、办公、商业、工业等

众多照明应用领域。

（3）中山品上照明有限公司

中山品上照明有限公司成立于 2004 年，总部位于广东中山，是一家集生产、研发、销售于一体的专业照明公司，产品涵盖商业照明、LED 照明、建筑电气、户外照明、光源电器，主要服务领域为星级酒店、大型商场、服装连锁和精装地产照明。2014 年 5 月珈伟股份(SZ. 300317)现金收购中山品上照明有限公司 100% 股权。

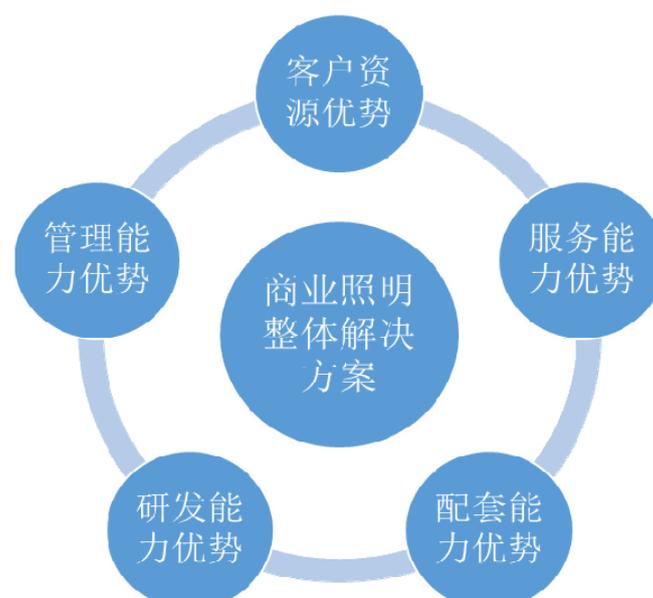
（4）中山市嘉成照明电器有限公司

中山市嘉成照明电器有限公司成立于 2002 年，总部位于广东中山，是一家专业商业照明制造商，配备研发、营销和服务团队，具有自主开发和生产能力，产品销往国内及德国、意大利等世界多个国家。

（5）泉州市美菲电子照明有限公司

泉州市美菲电子照明有限公司成立于 2006 年，总部位于福建泉州，旗下产品涵盖灯具和光源电器等，主营业务为品牌服饰连锁企业提供商业照明设计、配套灯具及售后服务。

（三）发行人的竞争优势



1、客户资源优势

公司有效满足品牌客户“引导消费行为”、“促进品牌建设”和“提供一体化

服务”等方面的需求，已得到时尚休闲服饰、运动服饰、商务服饰领域内众多知名企业的认可。公司着力构建稳定、双赢的客户关系，积累了一批知名品牌商组成的核心客户体系并形成品牌效应，为公司的长期健康发展奠定了基础。同时，公司保持对其他商业领域的开拓，并已在家纺、商超、餐饮等领域积累客户。

时尚休闲服饰领域的主要客户包括：

品牌商	旗下品牌	上市情况	品牌描述
绫致时装	ONLY	---	成立于 1975 年的家族企业，总部位于丹麦，欧洲最大的时装集团之一
	JACK & JONES		
	VERO MODA		
	SELECTED		
	J. LINDBERG		
美邦服饰	Metersbonwe	2008 年深圳上市，股票代码 SZ. 002269	国内知名休闲服饰品牌，截至 2016 年 6 月末拥有约 3,800 多家零售终端
	ME&CITY		
今誉服饰	a.YiLian 阿依莲	---	国内大型女装服饰企业，旗下“阿依莲”品牌倡导“淑女造型”概念
	ayilian girl		
都市丽人		2014 年香港上市，股票代码 HK. 02298	国内知名内衣品牌，致力于成为世界知名的快时尚内衣品牌，截至 2016 年 6 月末拥有约 8,300 多家零售终端
赫基服饰	ochirly	---	拥有多品牌的国际时尚集团，成立于 1999 年，覆盖女装、男装及童装，目前拥有约 3,000 家店铺
	Five Plus		
	COVEN GARDEN		
爱步	ECCO	---	休闲鞋类品牌，被誉为丹麦制鞋制革专家，世界知名鞋类品牌之一，涵盖休闲系列、正装系列等多个系列

运动服饰领域的主要客户如下：

品牌商	旗下品牌	上市情况	品牌描述
阿迪达斯		母公司 1995 年于德国上市，股票代码 DE. ADSGn	全球顶级运动用品制造商，世界两大运动品牌之一，2016 年 6 月末拥有约 1 万家门店
			

特步		2008年香港上市, 股票代码 HK. 01368	国内知名体育用品品牌企业, 截至2016年6月末拥有约7,400多家零售终端
安踏		2007年香港上市, 股票代码 HK. 02020	国内知名体育用品品牌企业(2009年收购FILA中国业务), 截至2016年6月末拥有9,197家零售终端
			
匹克		---	国内知名体育用品品牌企业, 截至2016年6月末拥有约6,000家零售终端
哥伦比亚		---	全球最大的户外运动服饰品牌之一, 创立于1938年, 2015年在华门店数量超过600家
耐克		母公司1980年在美国纽交所上市, 代码 NYSE:NKE	全球著名体育运动品牌, 2016年中国品牌服饰市场份额第一

商务服饰领域主要客户如下:

品牌商	旗下品牌	上市情况	品牌描述
利郎	LILANZ利郎	2009年香港上市, 股票代码 HK. 01234	知名国内男装品牌, 着力打造“商务休闲”男装概念, 截至2016年6月末拥有2,900多家零售终端
			
七匹狼		2004年深圳上市, 股票代码 SZ. 002029	知名国内男装品牌, 致力于提供满足现代多元化生活需求的高品质服装产品, 截至2016年6月末拥有2,200多家零售终端
杰尼亚	Ermenegildo Zegna	---	意大利男装品牌, 创建于1910年, 全球知名时尚品牌之一
爱马仕		1993年在巴黎证券交易所(现为泛欧证券交易所)上市, ISIN 码为 FR0000052292	具有悠久历史的世界著名奢侈品品牌, 创建于1837年
宝姿	PORTS[®] INTERNATIONAL	母公司2003年香港上市, 股票代码 HK. 00589	知名国际时装品牌, 截至2016年6月末拥有318家零售终端
柒牌		---	以服饰研究、设计和制造为主, 集销售为一体的综合性集团公司, 其中中华立领系列产品已成为男装时尚中国化的代表

其他领域的知名客户包括:

品牌商	旗下品牌	所属行业	品牌描述
爱依瑞斯	ARIS爱依瑞斯	家居家纺	软体家具知名品牌, 以“制作最舒服的沙发”作为品牌座右铭

金牌厨柜		家居家纺	专业的高端厨柜品牌，拥有国家级“厨房工业设计中心”
富安娜		家居家纺	综合型家居家纺龙头企业，2009年深圳上市，股票代码SZ. 002327
日春		餐饮	定位于高端茶叶自主品牌供应商，坚持“直营保品质”的发展方针，注重直营专卖店的销售渠道

2、服务能力优势

公司在初创设计、终端设计和全面服务上持续积累服务能力优势，始终坚持提供包括产品和服务在内的商业照明整体解决方案，有效满足了商业企业对于照明系统外包的需求。

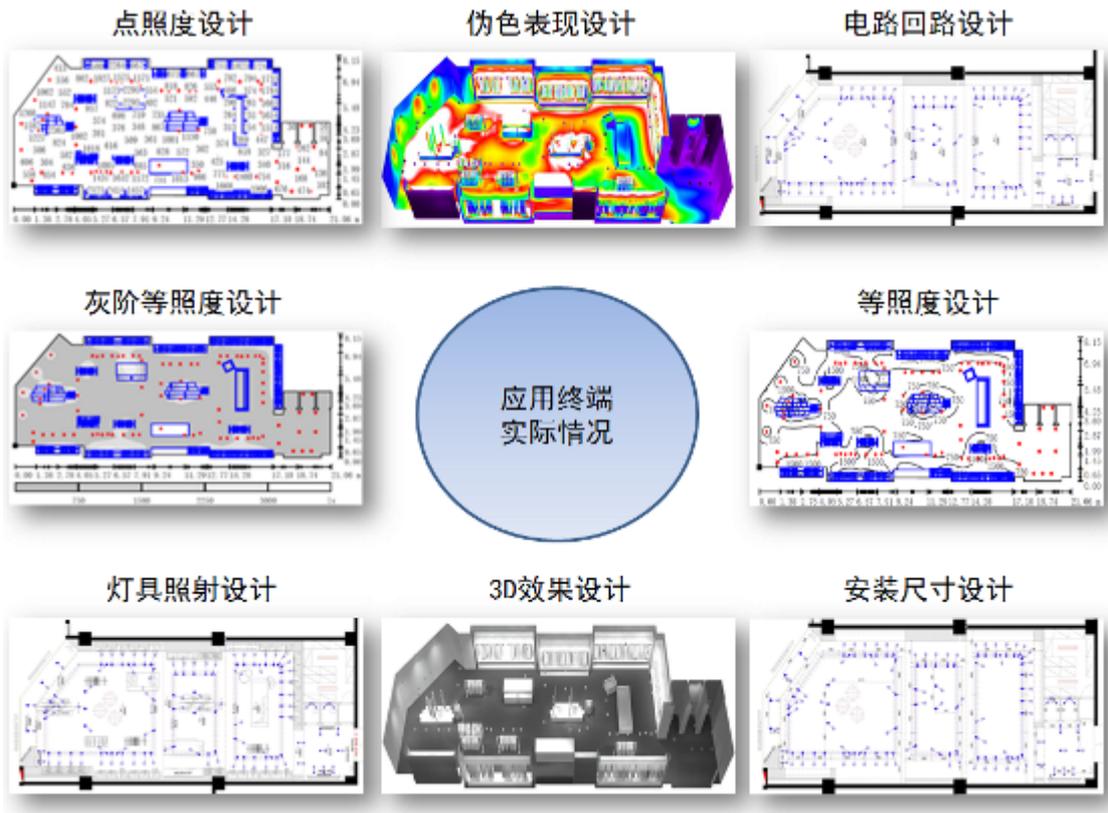
（1）初创设计能力

初创设计阶段主要是针对商业照明系统所营造光影效果的“模版”进行设计。公司首选与品牌客户总部进行沟通，设计符合客户品牌形象展示方案要求的光影效果，确保商业照明系统对客户品牌形象建设的促进作用；其次，公司根据最终光影效果设计照明方案，通过对色温、亮度、显色性等技术指标的细化，确定所选用的照明器具型号并开发符合设计方案要求的新型产品；最后，公司根据品牌消费特点，对各类照明产品在门店入口、橱窗、试衣间、收银台等特定区域的应用和布局做出细化，使整个照明设计方案符合终端形象需要，能够起到引导消费行为的作用。公司初创设计的方案，不仅为品牌服饰零售建立了良好的消费环境，更突出各个客户独特的品牌形象展示效果。



（2）终端设计能力

终端设计是根据初创设计的“模版”和终端门店的具体情况进行照明方案设计,是将商业照明“模版”的整体风格和指导思想,在终端应用的具体细化,是客户的品牌形象光影效果在终端门店的最终体现。因此,公司的终端设计不是简单的将“模版”进行复制,而是针对各门店的商业环境、营业面积、采光情况、人流密度、陈列方案等具体因素,个性化地考虑消费引导效果、商品重点展示效果、安装施工难易程度、后期维护成本高低、门店综合照明能耗等多方面情况,将初创设计的理念和效果在应用终端体现的过程,其具体设计内容如下所示:



（3）全面服务体系

公司采取了“总部营销客服中心+办事处+售后工程师”的三级服务网络架构,在总部漳州台商投资区建立营销中心和客服中心,在北京、上海、广州、深圳等城市设立办事处配备销售服务人员,并在全国范围内根据服务需要配备维修工程师,建立了辐射超过 300 个城市的服务网络,为客户总部和终端门店提供优质的商业照明整体解决方案。

同时,公司将服务体系细化为售前服务、售中服务、售后服务和终端服务四

个部分，着力细化服务内容。售前服务方面，公司根据客户品牌形象特点，优化选择个性化产品，为客户终端提供点对点、定制化设计服务；售中服务方面，公司凭借完善的物流供应链为客户遍布全国的分支机构提供及时的物流配送服务；售后服务方面，公司依靠覆盖全国主要城市的售后网络实现了客户报修 24 小时内响应、48 小时内维修人员到位的服务效果；终端服务方面，执行公司客户分级管理的规定，推行终端门店开业前灯光调试、定期巡检、技术培训等服务项目，对终端门店的使用情况进行回访和满意度调查，主动发现并解决问题，对已设计并执行的照明方案进行评估分析，提出进一步改善方案，提升服务价值。

通过全面服务体系的建立，公司有效挖掘和服务了客户需求，加强了与客户合作关系的黏性，提高了客户的满意度和忠诚度。

3、配套能力优势

公司配套能力优势体现在丰富的配套产品体系、快速响应能力，以及柔性化的制造体系，是公司具体解决方案得以执行的基础。

（1）丰富的配套产品体系

公司形成了包含照明器具、LED 显示屏和光电标识的配套产品体系，可以满足客户的多元化需求，其中，照明器具应用于环境照明和重点照明，LED 显示屏应用于公司宣传和环境营造，光电标识应用于品牌 LOGO 展示。客户可以根据经营场所的品牌定位、风格特征、装修布局，结合配套产品的应用，通过对光影环境的整体建设来强化品牌特征，实现对整个消费环境的烘托和渲染，从而达到优化消费体验、促进品牌建设的目标。

（2）快速响应能力

品牌客户的形象推广和终端更新日趋频繁，客户要求商业照明服务商能及时配合零售终端光影环境的各种调整，对整体开发生产时间要求非常短。公司营销中心设计方案获得客户认可后，生产中心进行新品的开模、打样，客户确认后进行大批量生产，再由客服中心跟踪终端门对门物流配送。区别于经销商模式，公司将所有业务流程集中于企业内部进行，可以提供高效的全流程、全方位服务。

同时，公司采取灯具部件自制的后向一体化经营战略，已形成了涵盖灯具研发、样品制作、模具开发、压铸成型、精密加工、表面处理、成品总装等重要工序在内的完整配置。相对于生产外包而言，公司通过对生产链条进行有效整合，

增强了生产制造系统的快速反应能力，对客户的定制化需求具有更快的响应速度，可以快速整合内部资源完成客户订单，使公司在竞争中处于优势地位。

（3）柔性化的制造系统

公司通过建立集设备柔性、工艺柔性、产品柔性、生产能力柔性和扩展柔性于一体的柔性化制造体系，具备了针对不同光源电器、不同规格照明器具以及不同功能照明产品的柔性化生产能力。公司可以根据市场发展和客户需求对设备、工艺和人员调整，实现不同类型配套产品的快速转化，有效提高了公司定制化照明产品的配套能力。

4、研发能力优势

公司十分重视商业照明整体解决方案配套产品的开发和新型照明技术的研发，通过逐年提高的研发投入和日益深化的研发管理，将技术创新和产品创新作为公司持续发展的源动力。

（1）产品开发

公司不断设计和开发各类新型照明器具，以顺应下游市场的发展；同时，公司根据客户需求和照明设计方案的特点，为商业照明整体解决方案提供个性化、定制化的商业照明产品。2014年以来，公司已累计开发新款灯型 220 余套、打样新产品 7,100 余批，其中自主研发的“新型 LED 商业照明系统”被漳州市人民政府评为 2015 年漳州市科学技术进步奖三等奖，“TECNON 牌嵌入式灯具”和“TECNON 牌商业照明灯具（固定式）”分别于 2015 年和 2016 年被福建省人民政府评为“福建名牌产品”。2016 年，公司被福建省经济和信息化委员会、福建省科学技术厅、福建省财政厅等部门评选为“福建省省级企业工业设计中心”、“福建省省级创新型企业”和“福建省省级企业技术中心”，被中国照明网（金手指奖组委会）评选为“优秀室内照明产品供应商”。

（2）技术创新

公司结合市场发展以及商业照明整体解决方案需求，不断进行技术创新和应用实践，已累计获得 110 项专利技术。除掌握无频闪 LED 驱动和 LED 分段调光等行业成熟技术外，公司通过自主研发掌握了计算机三维设计技术、照明环境仿真技术等设计相关技术，嵌入式和固定式灯具多角度旋转技术、LED 灯具散热技术、灯具安全安装使用技术、LED 高导热模组技术、LED 自适应互动显示系统技术、

小像素间距栅格显示屏幕技术、LED 异形屏幕技术、光电标识 LED 屏幕化应用技术等产品开发技术。

5、管理能力优势

针对商业照明行业客户需求多样化、品牌形象标准化、照明产品个性化、零售终端分散化的特点，经过多年的经营积累和不断完善，公司在客户信息管理、供应链管理等方面建立起一整套完善的管理体系，促进公司持续提升商业照明整体解决方案的竞争力。

公司注重改善与客户的互动方式，持续梳理业务流程、完善资源调配，提高自动化程度。在订单沟通和计划编制方面，通过持续的信息沟通，跟踪客户的开店需求，提高对客户的维护服务水平；在照明设计方面，通过与客户相关部门或装饰公司的专业沟通，持续完善和提升解决方案；在合同执行方面，通过对订单发货、物流配送、收货管理的持续跟进，缩短交货期、提高服务时效。通过信息共享和协同运作，公司为客户提供更加快捷周到和优质高效的商业照明服务。

公司确定了以客户需求为导向的供应链管理理念，通过整合物料采购、库存管理、物流配送等环节，及时收集与反馈客户和供应商市场信息，以快速反应的服务，降低企业管理成本，提高供应链管理的效率和效果。公司高度重视与客户和供应商的协作，通过加强相互合作的紧密程度，增强供应链的集成度，实现整个供应链管理的价值优化，最终为客户提供优质快捷的整体解决方案。

（四）发行人的竞争劣势

1、配套规模不足

公司具有优秀的商业照明设计能力和稳定的照明产品质量，但随着业务规模扩大、方案设计水平和商照系统性能持续提升，公司现有配套规模已不能满足日益增长的市场需求。面对逐年上升的产品和服务需求量，配套规模成为影响公司快速发展的重要因素，削弱公司未来在商业照明市场的核心竞争力。

2、资金实力不足

公司目前资金实力不强，且融资渠道较单一。资金瓶颈导致公司客户资源、服务能力、配套能力、研发能力和管理能力等各方面优势无法在市场竞争中得到

进一步的释放和提升，对公司未来发展产生一定影响。

四、发行人主营业务情况

（一）主要产品的产销情况

1、主要产品产能、产量以及销量情况

主要产品	项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
照明器具 (单位: 万套)	产能	120.00	100.00	70.00
	产量	122.01	99.95	74.02
	其中: LED 照明器具	100.52	68.42	23.15
	陶瓷金卤灯具	4.35	17.78	40.49
	其他照明器具	17.14	13.75	10.38
	外购量	16.46	12.55	11.74
	销量	134.84	108.81	83.82
	其中: LED 照明器具	104.28	68.00	22.72
	陶瓷金卤灯具	4.88	19.14	43.33
	其他照明器具	25.68	21.66	17.77
	产能利用率	101.67%	99.95%	105.75%
	产销率	97.38%	96.73%	97.74%
LED 显示屏 (单位: 平方米)	产能	2,500.00	1,000.00	400.00
	产量	2,434.19	1,006.70	442.15
	外购量	42.34	-	-
	销量	2,141.65	1,152.58	319.50
	产能利用率	97.37%	100.67%	110.54%
	产销率	86.48%	114.49%	72.26%
光电标识 (单位: 套)	产能	2,500.00	800.00	150.00
	产量	2,716.00	788.00	136.00
	外购量	105.00	60.00	32.00
	销量	2,549.00	725.00	147.00
	产能利用率	108.64%	98.50%	90.67%
	产销率	90.36%	85.50%	87.50%

经核查，保荐机构和申报会计师认为：发行人主要产品的产能、产能利用率符合公司实际情况。

2、主要产品的销售情况

单位：万元

项目		2016 年度		2015 年度		2014 年度	
		金额	比例	金额	比例	金额	比例
照明器具	LED 照明器具	19,722.14	72.61%	14,428.43	58.52%	5,224.59	24.77%
	陶瓷金卤灯具	1,111.85	4.09%	5,109.05	20.72%	12,106.18	57.40%
	其他照明器具	1,766.30	6.50%	1,339.26	5.43%	1,321.14	6.26%
	照明配件	2,407.30	8.86%	2,385.56	9.68%	1,741.79	8.26%
	小计	25,007.59	92.07%	23,262.30	94.35%	20,393.70	96.70%
LED 显示屏		1,395.89	5.14%	1,135.04	4.60%	643.06	3.05%
光电标识		759.48	2.80%	257.59	1.04%	53.86	0.26%
合计		27,162.96	100.00%	24,654.93	100.00%	21,090.62	100.00%

3、主要产品的销售价格情况

公司主要产品包括照明器具、LED 显示屏和光电标识三大类。公司通过个性化产品来满足品牌客户营造门店自有形象的需求，且光源、电器等核心原材料的规格型号众多，导致公司终端产品型号多样、产品价格差异较大。

产品类别		2016 年度	2015 年度	2014 年度
照明器具	LED 照明器具（元/套）	189.13	212.17	229.97
	陶瓷金卤灯具（元/套）	227.94	266.87	279.41
	其他照明器具（元/套）	68.78	61.83	74.33
LED 显示屏（元/平方米）		6,517.81	9,847.81	20,126.99
光电标识（元/套）		2,979.51	3,553.00	3,664.16

4、按销售区域分布

根据公司产品所配送的终端地址（直营门店和代理商/经销商门店地址，而非品牌客户的注册地址），公司主营业务收入区域分布如下：

单位：万元

地区	2016年		2015年		2014年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
华东	10,120.85	37.26%	8,915.93	36.16%	6,912.27	32.77%
华北	3,654.76	13.45%	3,440.44	13.95%	3,071.73	14.56%
华南	2,430.82	8.95%	2,913.30	11.82%	2,712.81	12.86%
华中	2,440.65	8.99%	2,503.34	10.15%	2,423.87	11.49%
西南	2,565.69	9.45%	2,202.71	8.93%	2,439.53	11.57%
东北	1,876.23	6.91%	1,763.69	7.15%	1,841.30	8.73%
西北	1,188.85	4.38%	1,327.92	5.39%	982.89	4.66%
国内合计	24,277.85	89.38%	23,067.34	93.56%	20,384.40	96.65%
国外（含港澳台）	2,885.11	10.62%	1,587.59	6.44%	706.22	3.35%
合计	27,162.96	100.00%	24,654.93	100.00%	21,090.62	100.00%

5、报告期前十名客户销售情况

（1）报告期前十名客户的销售金额

公司主要是与各品牌商直接进行合同签署、订单沟通和货款结算，产品应用终端包括品牌商的直营门店和代理商/经销商门店。

报告期前十名客户中，除了公司与阿迪达斯的代理商/经销商的结算规模相对较大以外，公司与其他客户的代理商/经销商的结算金额较小，主要是满足代理商/经销商门店的零星补货需求。

单位：万元

年度	客户	销售金额	占比	
2016年度	阿迪达斯体育（中国）有限公司	品牌商结算	1,375.37	5.04%
		代理商/经销商结算	1,858.42	6.80%
		小计	3,233.79	11.84%
	绫致时装（天津）有限公司	品牌商结算	3,215.13	11.77%
		代理商/经销商结算	0.11	0.00%
		小计	3,215.23	11.77%
	利郎（中国）有限公司	品牌商结算	2,416.75	8.85%
		代理商/经销商结算	4.17	0.02%
		小计	2,420.92	8.86%
	特步（中国）有限	品牌商结算	1,924.67	7.05%

年度	客户		销售金额	占比
	公司	代理商/经销商结算	15.87	0.06%
		小计	1,940.55	7.11%
	安踏（中国）有限公司	品牌商结算	1,482.56	5.43%
		代理商/经销商结算	4.35	0.02%
		小计	1,486.90	5.44%
	IBL Lighting Ltd		1,146.30	4.20%
	上海美特斯邦威服饰股份有限公司	品牌商结算	1,002.73	3.67%
		代理商/经销商结算	4.68	0.02%
		小计	1,007.42	3.69%
	LICHTSPIEL Lichtprojekte und Design GmbH		688.64	2.52%
	溪地服饰(上海)有限公司	品牌商结算	439.04	1.61%
	福建七匹狼实业股份有限公司	品牌商结算	422.98	1.55%
		代理商/经销商结算	1.70	0.01%
		小计	424.69	1.55%
	合计		16,003.47	58.60%
2015 年度	绫致时装（天津）有限公司	品牌商结算	3,702.93	14.95%
		代理商/经销商结算	2.42	0.01%
		小计	3,705.35	14.96%
	特步（中国）有限公司	品牌商结算	2,396.66	9.67%
		代理商/经销商结算	10.46	0.04%
		小计	2,407.12	9.72%
	阿迪达斯体育（中国）有限公司	品牌商结算	756.14	3.05%
		代理商/经销商结算	1,125.62	4.54%
		小计	1,881.76	7.60%
	利郎（中国）有限公司	品牌商结算	1,730.67	6.99%
		代理商/经销商结算	4.04	0.02%
		小计	1,734.71	7.00%
	上海拉夏贝尔服饰股份有限公司	品牌商结算	1,404.94	5.67%
		代理商/经销商结算	0.91	0.00%
		小计	1,405.85	5.67%
	安踏（中国）有限公司	品牌商结算	1,001.73	4.04%
		代理商/经销商结算	2.99	0.01%

年度	客户		销售金额	占比
		小计	1,004.73	4.06%
	匹克（中国）有限公司	品牌商结算	946.34	3.82%
		代理商/经销商结算	0.16	0.00%
		小计	946.49	3.82%
	李宁（中国）体育用品有限公司	品牌商结算	786.30	3.17%
		代理商/经销商结算	3.98	0.02%
		小计	790.28	3.19%
	LICHTSPIEL Lichtprojekte und Design GmbH		662.53	2.67%
	杰尼亚（中国）商业有限公司	品牌商结算	570.71	2.30%
	合计		15,109.53	60.98%
2014 年度	绫致时装(天津)有限公司	品牌商结算	2,752.16	13.01%
		代理商/经销商结算	35.61	0.17%
		小计	2,787.77	13.18%
	阿迪达斯体育（中国）有限公司	品牌商结算	1,029.27	4.87%
		代理商/经销商结算	1,112.08	5.26%
		小计	2,141.35	10.12%
	利郎（中国）有限公司	品牌商结算	1,705.86	8.07%
		代理商/经销商结算	7.78	0.04%
		小计	1,713.65	8.10%
	特步（中国）有限公司	品牌商结算	1,422.54	6.73%
		代理商/经销商结算	2.40	0.01%
		小计	1,424.94	6.74%
	上海拉夏贝尔服饰股份有限公司	品牌商结算	944.92	4.47%
		代理商/经销商结算	0.02	0.00%
		小计	944.94	4.47%
	匹克（中国）有限公司	品牌商结算	866.17	4.10%
		代理商/经销商结算	16.66	0.08%
		小计	882.83	4.17%
	安踏（中国）有限公司	品牌商结算	824.88	3.90%
		代理商/经销商结算	1.98	0.01%
小计		826.85	3.91%	
广州市今誉服饰有	品牌商结算	717.36	3.39%	

年度	客户		销售金额	占比
	限公司	代理商/经销商结算	3.21	0.02%
		小计	720.57	3.41%
	杰尼亚（中国）商业有限公司	品牌商结算	689.13	3.26%
		李宁（中国）体育用品有限公司	品牌商结算	670.88
	代理商/经销商结算		9.35	0.04%
	小计		680.22	3.22%
	合计		12,812.27	60.58%

注：（1）品牌商结算金额指受同一品牌商实际控制的关联公司销售金额；（2）代理商/经销商结算金额指受同一品牌商加盟约束的代理商/经销商销售金额

最近三年公司不存在向前十大客户中任一单个客户的销售比例超过 50%的情况。本公司董事、监事、高级管理人员和其他核心人员及其关联方和持有本公司 5%以上的股东未在上述前十名客户中占有任何权益。

（2）报告期内前十名客户的基本情况

① 阿迪达斯体育（中国）有限公司

名称：	阿迪达斯体育（中国）有限公司
注册时间：	2007 年 04 月 18 日
注册地：	苏州工业园区现代大道 88 号普洛斯物流园区 C21 号
经营范围：	运动服饰、体育用品、眼镜、手表、化妆品、电子产品以及相关原材料和零配件的批发、零售、进出口和佣金代理及相关配套业务（包括：存货管理、整批货物的集中、分类和分级，整批货物的拆包和拆零，送货服务，存贮、仓储服务，促销、营销、安装及包括维修和培训服务在内的售后服务及相关的产品服务），向关联公司提供咨询服务。（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）
股权结构：	ADIDAS BETEILIGUNGSGESELLSCHAFT MBH 持有 100% 股权
合作历史：	2011 年开始合作

② 绫致时装(天津)有限公司

名称：	绫致时装(天津)有限公司
注册时间：	1997 年 2 月 28 日
注册地：	天津新技术产业园区武清开发区泉秀路 9 号
经营范围：	生产、加工、销售服装、服饰、手袋、鞋帽、皮带、眼镜、手镯、项链、耳环、手表、陈列模特、装饰材料、家具、厨房卫生间用具及日用杂货、化妆品及卫生用品、办公用品、体育用

	品、首饰、工艺品、五金、交电制品、电子产品、通讯设备、计算机及其软件和辅助设备及自己品牌的相关产品；上述产品及钟表、电池、灯具、蜡烛、烛台、玩具、纺织品、针织品的批发、零售、进出口及相关配套业务（上述涉及配额许可证管理、专项规定管理的商品按照国家有关规定办理）；仓储服务（易制毒、危险化学品除外）、物流配送（运输除外）、经营场地出租（限分支机构经营）；自有设备租赁。（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）
股权结构：	香港绫致时装集团中国有限公司持有 100% 股权
实际控制人：	丹麦 Povlsen 家族
合作历史：	2012 年开始合作

③ 利郎（中国）有限公司

名称：	利郎（中国）有限公司
注册时间：	2005 年 3 月 25 日
注册地：	晋江市科技工业园区
经营范围：	从事服装文化、设计、研发；生产加工针纺织品、纺织原料、化纤原料；服装、服饰、各种鞋、家私、五金（不含电镀）、塑料制品的生产、批发、零售（以上商品进出口不涉及国营贸易、进出口配额许可证、出口配额招标、出口许可证等专项管理的商品）。（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）
股权结构：	香港利郎国际有限公司持有 100% 股权
实际控制人：	王良星
合作历史：	2007 年开始合作

④ 特步（中国）有限公司

名称：	特步（中国）有限公司
注册时间：	2002 年 2 月 7 日
注册地：	泉州经济技术开发区清濛园区 7 号街坊 9(C) 号地块
经营范围：	生产纺织品、服装、皮革服饰、家具、陶瓷洁具、五金配件、运动鞋、运动器材及相关技术的交流和推广（出口不含配额许可证管理品种）。（产品 50% 外销）。（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）
股权结构：	香港特步企业有限公司持有 100% 股权
实际控制人：	丁水波
合作历史：	2007 年开始合作

⑤ 安踏（中国）有限公司

名称:	安踏（中国）有限公司
注册时间:	2000年8月16日
注册地:	晋江市池店镇东山工业区
经营范围:	生产鞋（运动鞋、塑料鞋、橡胶鞋靴），针织品、编织品，服装、帽，皮箱、包（袋），体育用品、鞋材，鞋与服装设计配套服务（不含漂染及配额许可证管理品种）的相关业务，电子产品批发，自营和代理各类商品和技术的进出口，但涉及前置许可，国家限定公司经营或禁止进出口的商品和技术除外。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
股权结构:	安踏体育用品集团有限公司持有100%股权
实际控制人:	丁世忠
合作历史:	2007年开始合作

⑥ IBL Lighting Ltd

名称:	IBL Lighting Ltd
注册时间:	2007年10月18日
注册地:	香港, Unit B, G/F., Shing Fung Industrial Park, Hong Kin Road, DD212 L8, Sai Kung, New Territories
经营范围:	照明产品销售
股权结构:	IBL International Pty 持有54%股权, Andrew Penfold 持有27.5%股权, Alistair Smith 持有18.5%股权
实际控制人:	Andrew Penfold
合作历史:	2015年开始合作

⑦ 上海美特斯邦威服饰股份有限公司

名称:	上海美特斯邦威服饰股份有限公司
注册时间:	2000年12月6日
注册地:	中国（上海）自由贸易试验区康桥东路800号
经营范围:	服装制造加工，服装、鞋、针纺织品、皮革制品、羽绒制品、箱包、玩具、饰品、工艺品、木制品、电子设备、五金交电、礼品、建筑材料、纸制品，日用百货，钟表眼镜，化妆品，电子产品，家用电器，文具体育用品的销售，从事货物及技术的进出口业务，附设分支机构。（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）
股权结构:	上海华服投资有限公司持有50.38%股份，胡佳佳持有8.91%股份，其他为持股5%以下股东 （上市公司公开信息，截至2016年9月30日）
实际控制人:	周成建

合作历史:	2008 年开始合作
-------	------------

⑧ LDG

名称:	LICHTSPIEL Lichtprojekte und Design GmbH
注册时间:	1994 年 2 月 17 日
注册地:	德国, Peutestr. 51a, D 20539 Hamburg
经营范围:	灯具产品的销售及相关工程设计和应用
股权结构:	ITAB Prolight Germany GmbH 持股 100%
实际控制人:	ITAB Prolight Germany GmbH 为瑞典斯德哥尔摩证券交易所上市公司 ITAB Shop Concept AB 之子公司。Fredrik Rapp、Anna Benjamin、Petter Fägersten、Sune Lantz、Anders Moberg、Stig-Olof Simonsson、Lottie Svedenstedt 为 ITAB Shop Concept AB 的主要股东和董事
合作历史:	2009 年开始合作

⑨ 溪地服饰（上海）有限公司

名称:	溪地服饰（上海）有限公司
注册时间:	2014 年 4 月 15 日
注册地:	上海市徐汇区龙吴路 777 号 401 室
经营范围:	服装服饰、纺织品、皮革制品、鞋帽、床上用品、箱包、工艺品、玻璃制品、木制品、家具、塑料制品、化妆品、日用百货、办公用品的销售，计算机图文设计制作，食品流通，服装制造经营。（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）
股权结构:	陈雅卿持有 41% 股权，崔洋持有 36% 股权，邓祖勇持有 15% 股权，刘松持有 8% 股权
实际控制人:	陈雅卿
合作历史:	2015 年开始合作

⑩ 福建七匹狼实业股份有限公司

名称:	福建七匹狼实业股份有限公司
注册时间:	2001 年 7 月 23 日
注册地:	福建晋江市金井镇南工业区
经营范围:	服装服饰产品及服装原辅材料的研发设计、制造及销售，机绣制品、印花的加工，物业管理，房屋租赁，销售培训、销售咨询，室内装潢，建筑材料、五金交电、百货销售，计算机软硬件服务，对外贸易，对制造业、批发和零售业的投资。（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）

股权结构:	福建七匹狼集团有限公司持有 34.29%股份,厦门市高鑫泓股权投资有限公司持有 8.63%股份,其他为持股 5%以下股东 (上市公司公开信息,截至 2016 年 9 月 30 日)
实际控制人:	周氏家族成员(周永伟、周少雄、周少明、陈鹏玲)
合作历史:	2014 年开始合作

⑪ 上海拉夏贝尔服饰股份有限公司

名称:	上海拉夏贝尔服饰股份有限公司
注册时间:	2001 年 3 月 14 日
注册地:	上海市漕溪路 270 号 1 幢 3 层 3300 室
经营范围:	服装、服饰、鞋帽、皮革、箱包、面料、辅料、针织纺织、日用百货、床上用品、钟表眼镜(除角膜接触镜及护理液)、化妆品、工艺礼品(除文物)、玻璃制品、体育用品、办公用品、木制品家具、花卉的批发、零售、进出口、佣金代理(拍卖除外)及提供相关的配套服务;企业形象策划咨询,从事服装技术、新材料科技、计算机网络领域内技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务。(不涉及国营贸易管理商品,涉及配额、许可证管理的,按国家有关规定办理申请)。(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)
股权结构:	邢加兴持有 28.78%股份, H 股公众股东持有 26.00%股份, GOOD FACTOR LIMITED 持有 17.57%股份, 上海合夏投资有限公司持有 9.17%股份,其他为 5%以下股东(预披露招股说明书数据,截至 2015 年 9 月)
实际控制人:	邢加兴
合作历史:	2013 年开始合作

⑫ 匹克(中国)有限公司

名称:	匹克(中国)有限公司
注册时间:	2007 年 1 月 29 日
注册地:	泉州市惠安县城南工业区
经营范围:	生产各种服装、鞋帽、体育运动用品、纺织织造品及其相关配套产品。
股权结构:	匹克(香港)国际有限公司持有 100%股权
实际控制人:	许景南
合作历史:	2008 年开始合作

⑬ 李宁(中国)体育用品有限公司

名称:	李宁(中国)体育用品有限公司
注册时间:	2007 年 07 月 06 日

注册地:	北京市通州区中关村科技园区通州园光机电一体化产业基地兴光五街8号
经营范围:	运动鞋、运动服装的生产；服装、鞋类及其原辅料、针纺织品、帽、旅行及运动包袋、游泳服装及装备配件、皮包、皮具及皮制配件、体育用品、器材及配件等商品的研究、开发、设计，从事上述产品的批发、进出口、市场营销管理；提供相关的售后服务、商务咨询、技术咨询；出租办公用房；策划和推广活动。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动。）
股权结构:	李宁体育（香港）有限公司持有100%股权
实际控制人:	李宁
合作历史:	2010年开始合作

⑭ 杰尼亚（中国）商业有限公司

名称:	杰尼亚（中国）商业有限公司
注册时间:	2006年5月22日
注册地:	上海市黄浦区淮海中路222号力宝广场地上1层104号
经营范围:	从事服装、服饰、首饰（毛钻、裸钻除外）、化妆品、钟表和眼镜、箱包、鞋帽袜、皮革制品、香水、护肤品、通讯产品、家具、玩具、家居用品、文具、工艺品和服装面料、辅料和配件的零售、批发、佣金代理（拍卖除外），进出口及其他相关配套业务和管理咨询。（不涉及国营贸易管理商品，涉及配额、许可证管理商品的，按照国家有关规定办理申请）。（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）
股权结构:	杰尼亚控股公司 ERMENEGILDO ZEGNA HOLDITALIA S. P. A. 100%
实际控制人:	ZEGNA 家族
合作历史:	2008年开始合作

⑮ 广州市今誉服饰有限公司

名称:	广州市今誉服饰有限公司
注册时间:	2008年12月3日
注册地:	广州市天河区珠吉路17号A座515房
经营范围:	服饰制造；时装设计服务；商品批发贸易（许可审批类商品除外）；商品零售贸易（许可审批类商品除外）；（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）
股权结构:	侯勇持有80%股权，杨兵持有20%股权
实际控制人:	侯勇
合作历史:	2012年开始合作

(3) 报告期内前十大客户类型、销售方式等情况

序号	客户名称	客户类型	销售方式	分布情况	获取方式	产品内容	发行人产品最终用途
1	阿迪达斯	终端用户	直销	国内	招投标	照明器具及LED显示屏	终端门店装修
2	绫致时装	终端用户	直销	国内	商务谈判	照明器具及LED显示屏	
3	利郎	终端用户	直销	国内	商务谈判	照明器具、LED显示屏及光电标识	
4	特步	终端用户	直销	国内	商务谈判		
5	安踏	终端用户	直销	国内	招投标		
6	IBL	照明企业	直销	英国、澳大利亚等地	商务谈判	照明器具	酒店等商业空间装修
7	美邦服饰	终端用户	直销	国内	招投标	照明器具及LED显示屏	终端门店装修
8	LDG	装修装饰企业	直销	德国	商务谈判	照明器具	商场、超市等商业空间装修
9	溪地服饰	终端用户	直销	国内	招投标	照明器具	终端门店装修
10	七匹狼	终端用户	直销	国内	商务谈判	照明器具	
11	拉夏贝尔	终端用户	直销	国内	招投标	照明器具及光电标识	
12	匹克	终端用户	直销	国内	商务谈判	照明器具及LED显示屏	
13	李宁	终端用户	直销	国内	招投标	照明器具	
14	杰尼亚	终端用户	直销	国内及新加坡等地	商务谈判	照明器具及LED显示屏	
15	今誉服饰	终端用户	直销	国内	商务谈判	照明器具	

报告期内，除了 IBL 和 LDG 两个外销客户外，公司 13 家前十大客户均为品牌商，品牌商为终端用户，公司以直销方式向其销售产品，并最终用于其国内终端门店的装修，公司亦向杰尼亚的境外门店少量供货；外销客户 IBL 为照明产品的品牌商，属于照明企业，公司以直销方式向其销售产品，并最终用于酒店等商业空间装修，主要分布于英国、澳大利亚等地；外销客户 LDG 属于装修装饰企业，公司以直销方式向其销售产品，并最终用于商场、超市等商业空间装修，主

要分布于德国。

公司客户的获取方式包括招投标和商务谈判，销售的产品包括照明器具、LED显示屏和光电标识。公司对于不同客户的定价政策相同，均以产品开发制造的成本为基础，考虑客户采购规模、公司提供的服务内容、双方合作期限、竞争对手情况等因素进行产品投标报价或一对一协商定价。

经核查，保荐机构和申报会计师认为：发行人关于前十大客户相关披露信息真实、准确、完整。

经核查，保荐机构和发行人律师认为：发行人报告期内主要客户与发行人及其董监高、股东不存在关联关系。

（二）主要原材料及能源采购情况

1、原材料及能源占主营业务成本的比重

公司原材料分为光源、电器、各种配件及辅材，致力于满足客户个性化和系统化的照明需求，公司原材料的品种、型号、规格较多；由于交期紧张，或者个性化照明方案需要，公司存在少量外购灯具的情况。

单位：万元

类别		2016 年度		2015 年度		2014 年度	
		金额	比重	金额	比重	金额	比重
光源	COB 光源	2,252.41	13.29%	1,715.24	11.10%	507.10	3.76%
	陶瓷金卤灯光源	409.72	2.42%	1,692.45	10.96%	3,054.03	22.63%
	其他光源	611.06	3.60%	579.01	3.75%	475.16	3.52%
	小计	3,273.19	19.31%	3,986.70	25.81%	4,036.28	29.91%
电器	LED 驱动	2,112.95	12.47%	1,454.47	9.42%	627.02	4.65%
	电子镇流器	367.61	2.17%	1,571.99	10.18%	3,158.99	23.41%
	其他电器	245.15	1.45%	148.94	0.96%	174.13	1.29%
	小计	2,725.71	16.08%	3,175.39	20.56%	3,960.14	29.34%
配件及辅材	铝锭	596.96	3.52%	330.62	2.14%	316.69	2.35%
	拉伸铝	1,008.50	5.95%	763.12	4.94%	383.61	2.84%
	反光器具	487.02	2.87%	333.50	2.16%	227.80	1.69%
	其他	3,773.51	22.26%	2,866.52	18.56%	1,684.29	12.48%
	小计	5,865.99	34.61%	4,293.76	27.80%	2,612.39	19.36%

外购灯具	1,079.47	6.37%	949.72	6.15%	764.65	5.67%
直接材料合计	12,944.35	76.37%	12,405.57	80.31%	11,373.46	84.28%
电	188.63	1.11%	172.81	1.12%	147.92	1.10%
燃气	99.97	0.59%	80.93	0.52%	57.35	0.42%
能源合计	288.60	1.70%	253.73	1.64%	205.27	1.52%
总计	13,232.95	78.07%	12,659.30	81.96%	11,578.73	85.80%

2、主要原材料及能源采购数量和金额情况

公司主要原材料包括光源中的 COB 光源和陶瓷金卤灯光源，电器中的 LED 驱动和电子镇流器，配件和辅材中的铝锭、拉伸铝和反光器具；公司主要能源包括电和燃气。

报告期内，公司把握 LED 行业的技术进步，顺应推广绿色照明的产业政策引导，在照明器具中逐步提高了 LED 产品的比重，导致 LED 照明器具相关的 COB 光源和 LED 驱动采购增长较快，陶瓷金卤灯具相关的陶瓷金卤灯光源和电子镇流器采购规模下降。

年度	项目		数量单位	采购数量	采购金额 (万元)
2016 年度	光源	COB 光源	万件	105.69	2,252.57
		陶瓷金卤灯光源	万件	7.03	450.31
	电器	LED 驱动	万件	92.94	2,188.32
		电子镇流器	万件	6.66	484.99
	配件和辅材	铝锭	万千克	54.26	641.29
		拉伸铝	万千克	52.65	1,044.20
		反光器具	万件	101.68	484.93
	能源	电	万千瓦时	245.85	188.63
燃气		万立方米	28.02	99.97	
2015 年度	光源	COB 光源	万件	66.71	2,016.46
		陶瓷金卤灯光源	万件	25.94	1,649.77
	电器	LED 驱动	万件	59.13	1,731.90
		电子镇流器	万件	20.74	1,432.56
	配件和辅材	铝锭	万千克	30.35	357.00
		拉伸铝	万千克	48.62	869.33
		反光器具	万件	82.79	367.27

	能源	电	万千瓦时	220.87	172.81
		燃气	万立方米	19.76	80.93
2014 年度	光源	COB 光源	万件	19.19	641.00
		陶瓷金卤灯光源	万件	47.77	3,061.52
	电器	LED 驱动	万件	20.13	809.40
		电子镇流器	万件	43.93	3,203.55
	配件和辅材	铝锭	万千克	24.88	320.46
		拉伸铝	万千克	24.95	432.81
		反光器具	万件	78.88	255.22
	能源	电	万千瓦时	178.30	147.92
		燃气	万立方米	13.67	57.35

3、主要原材料及能源采购单价变动情况

类别	2016 年度		2015 年度		2014 年度
	单价	变动幅度	单价	变动幅度	单价
COB 光源(元/件)	21.31	-29.49%	30.23	-9.49%	33.40
陶瓷金卤灯光源(元/件)	64.05	0.73%	63.59	-0.79%	64.09
LED 驱动(元/件)	23.55	-19.61%	29.29	-27.17%	40.22
电子镇流器(元/件)	72.83	5.45%	69.06	-5.30%	72.93
铝锭(元/千克)	11.82	0.49%	11.76	-8.67%	12.88
拉伸铝(元/千克)	19.83	10.92%	17.88	3.06%	17.35
反光器具(元/件)	4.77	7.50%	4.44	37.11%	3.24
电(元/千瓦时)	0.77	-1.93%	0.78	-5.69%	0.83
燃气(元/立方米)	3.57	-12.86%	4.10	-2.41%	4.20

4、外协加工情况

(1) 报告期内外协加工的基本情况，前十大外协厂商的外协内容、外协加工总额及占营业成本比

公司从提高供货速度和保证产品质量的角度出发，建立了涵盖灯具研发、样品制作、模具开发、压铸成型、精密加工、表面处理、成品总装等重要工序在内的完整生产体系。同时，公司从提高整体经济效益出发，合理配置各工序的产能，但由于市场需求持续提升、交期紧张、产品工艺等原因，部分工序采用外协加工。

公司涉及外协加工的工序均为灯具相关的机加工或表面处理工序，具体包括车床加工、铣床加工、压铸、冲压、钻孔攻牙、抛光、电火花、阳极处理、烤漆、线材加工等，其中抛光、阳极处理两道工序的投资较大，在公司需求量不大的情况下，基于经济效益考虑一般在外协厂商进行外，其他工序仅在公司自身产能不能满足订单需求时部分采用外协加工。

报告期内，公司外协加工总额及占营业成本比例如下：

单位：万元

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
外协加工金额	908.84	732.80	366.55
主营业务成本	16,950.53	15,446.36	13,495.63
外协加工占主营业务成本比例	5.36%	4.74%	2.72%

其中，报告期内前十大外协厂商的外协内容、外协金额情况如下：

单位：万元

年度	外协厂商	外协内容	外协金额	占外协总额比例
2016 年度	漳州市盈鑫盟五金有限公司	抛光	204.39	22.49%
	漳州吉合金属制品有限公司	车床加工	142.20	15.65%
	福建欧仕儿童用品股份有限公司	阳极处理	78.61	8.65%
	漳州三鑫金属制品有限公司	压铸	69.98	7.70%
	漳州台商投资区角美精成五金加工店	车床加工	50.79	5.59%
	漳州市龙东五金制品有限公司	压铸	45.77	5.04%
	厦门昇平云工贸有限公司	烤漆	44.65	4.91%
	厦门升益美金属制品有限公司	压铸	42.77	4.71%
	余姚市跃鸿电器厂	线材加工	39.04	4.30%
	厦门盛达鑫工贸有限公司	车床加工、铣床加工	28.66	3.15%
	小计		746.86	82.18%
2015 年度	漳州市盈鑫盟五金有限公司	抛光	169.94	23.19%
	厦门盛达鑫工贸有限公司	车床加工、铣床加工	143.40	19.57%
	福建欧仕儿童用品股份有限公司	阳极处理	84.64	11.55%
	漳州吉合金属制品有限公司	车床加工	61.44	8.38%
	漳州台商投资区角美精成五金加工店	车床加工	40.81	5.57%
	漳州合诚金属制品有限公司	压铸	30.66	4.18%
	龙海市角美剑工机械场	电火花	29.81	4.07%

	厦门市九能工贸有限公司	阳极处理	25.83	3.53%
	厦门市华福鑫工贸有限公司	铣床加工	25.16	3.43%
	刘才锋	钻孔攻牙	24.50	3.34%
	小计		636.19	86.82%
2014 年度	漳州市盈鑫盟五金有限公司	抛光	58.00	15.82%
	厦门盛达鑫工贸有限公司	车床加工	52.69	14.38%
	漳州台商投资区角美精成五金加工店	车床加工	49.43	13.48%
	厦门市九能工贸有限公司	阳极处理	33.94	9.26%
	龙海市角美剑工机械场	电火花	20.42	5.57%
	刘才锋	钻孔攻牙	19.06	5.20%
	厦门蕴龙五金制品有限公司	冲压	18.87	5.15%
	龙海市角美新晟液压气动店	车床加工	13.64	3.72%
	厦门市湖里区代创机械加工厂	铣床加工	11.96	3.26%
	宏武智能科技（厦门）有限公司	铣床加工	11.79	3.22%
		小计		289.79

(2) 报告期内前十大外协厂商的基本情况

序号	名称	主营业务	股权结构	注册时间	注册地点	注册资本	合作历史
1	漳州市盈鑫盟五金有限公司	五金制品、塑料制品加工、销售	刘长伟持有 60%股权；徐梅持有 40%股权	2014 年 3 月 18 日	福建省漳州台商投资区角美镇文圃工业园角嵩路 62-1 号	100 万元	2014 年开始合作
2	漳州吉合金属制品有限公司	金属制品、塑料制品、模具生产、加工、销售	庄小彬持有 52%股权；胡锦涛持有 18%股权；张中良持有 15%股权；王立持有 15%股权	2015 年 11 月 25 日	福建省漳州台商投资区角美镇锦宅村长门社 11 号	100 万元	2014 年开始合作[注]
3	福建欧仕儿童用品股份有限公司	婴童产品的设计、研发、制造、加工及销售	厦门咕比投资管理有限公司持有 47.99%股份；许丽玉持有 31.99%股份；新余市睿翔投资管理中心（有限合伙）持有 6.45%股份；新余市睿森投资管理中心（有限合伙）持有 5.63%股份；新余睿晟投资管理中心（有限合伙）持有 5.14%股份；厦门三君资产管理有限公司持有 2.80%股份	2006 年 11 月 21 日	长泰县兴泰工业区	5,350 万元	2014 年开始合作
4	漳州三鑫金属制品有限公司	铝合金、锌合金制品制造、销售	徐兴强持有 90%股权；李孝生持有 10%股权	2015 年 9 月 30 日	福建省漳州台商投资区角美镇锦宅村军民文明路部队旁边	50 万元	2016 年开始合作
5	漳州台商投资区角美精成五金加工店	五金加工	个体工商户（江秀英）	2015 年 7 月 23 日	福建省漳州台商投资区角美镇锦宅村 665 号	不适用	2011 年开始合作
6	漳州市龙东五金制品有限公司	五金制品、机械零部件、模具加工、销售；金属材料批发、零售	林秋杰持有 50%股权；林森洲持有 50%股权	2015 年 6 月 19 日	福建省漳州台商投资区角美镇福龙工业园英明路 9 号厂房	50 万元	2016 年开始合作
7	厦门昇平云工贸有限	机械零部件加工；五金	夏志云持有 100%股权	2016 年 4	厦门市海沧区东孚街道	100 万元	2016 年开

序号	名称	主营业务	股权结构	注册时间	注册地点	注册资本	合作历史
	公司	产品批发		月 1 日	过坂村大溪社 66 号		始合作
8	厦门升益美金属制品有限公司	金属制品制造及五金产品批发	吕苏芹持有 34% 股权；邱德贵持有 33% 股权；张元金持有 33% 股权	2014 年 3 月 10 日	厦门市海沧区青礁村大路 102 号	100 万元	2016 年开始合作
9	余姚市跃鸿电器厂	家用电器、电源线、插头、插座、塑料制品的制造、加工	个体工商户（徐晓明）	2013 年 11 月 7 日	余姚市泗门镇光明北路	不适用	2015 年开始合作
10	厦门盛达鑫工贸有限公司	加工、销售：机械设备、五金制品、金属制品、通用零部件、电气机械及器材、电子产品及配件	朱应森持有 50% 股权；朱应增持有 30% 股权；朱应兴持有 20% 股权	2011 年 6 月 28 日	厦门市集美区马銮路 21 号（厂房）一层之一	100 万元	2013 年开始合作
11	漳州合诚金属制品有限公司	铝合金、锌合金制品制造；自营和代理商品及技术的进出口业务	刘汉强持有 93% 股权；王小斌持有 5% 股权；陈三春持有 2% 股权	2011 年 11 月 18 日	漳州台商投资区龙池开发区灿坤工业园 B4 栋二期	158 万元	2015 年开始合作
12	龙海市角美剑工机械场	非标机械制作	个体工商户（康绍荣）	2010 年 8 月 16 日	龙海市角美镇锦宅村马坑路边	不适用	2011 年开始合作
13	厦门市九能工贸有限公司	五金制品的加工、制造、销售；金属表面处理；模具设计、制作；批发零售：五金交电、电子产品、金属材料	杨艺锋持有 70% 股权；彭党高持有 30% 股权	2012 年 5 月 30 日	厦门市海沧区海沧街道新大街 29 号 804 室	100 万元	2012 年开始合作
14	厦门市华福鑫工贸有限公司	金属切削机床制造；金属切割及焊接设备制造；机床附件制造；其	吴正华持有 90% 股权；左志强持有 10% 股权	2015 年 3 月 4 日	厦门市湖里区火炬东路 32 号综合楼一楼之四	100 万元	2015 年开始合作

序号	名称	主营业务	股权结构	注册时间	注册地点	注册资本	合作历史
		他金属加工机械制造					
15	刘才锋	五金加工	个人	不适用	不适用	不适用	2011年开始合作
16	厦门蕴龙五金制品有限公司	制造、加工机械设备、冲压模具	陈新平持有 95%股权； 崔敬红持有 5%股权	2011年7月19日	厦门市海沧区东孚镇莲花村汤岸社 18 号之二	100 万元	2013年开始合作
17	龙海市角美新晟液压气动店	液压元件、气动元件、五金、机电、水暖器材、阀门、卫生洁具、防盗器材配件零售；机械设备配件加工	个体工商户（卓金帮）	2010年9月29日	龙海市角美镇温泉花园 6 幢 6 号门市	不适用	2012年开始合作
18	厦门市湖里区代创机械加工厂	机械加工	个体工商户（代创）	2005年11月8日	厦门市湖里区枋湖北二路 788 号	不适用	2011年开始合作
19	宏武智能科技(厦门)有限公司	生产、批发、零售：自动化设备、五金制品、工装夹具、模具等	吴以武持有 90%股权； 李志兰持有 10%股权	2011年9月28日	厦门火炬高新区创业大厦 125 室	200 万元	2013年开始合作

注：公司分别于 2015 年和 2014 年与漳州吉合金属制品有限公司和漳州台商投资区角美锦龙五金加工厂开展业务合作，上述两家机构同受庄小彬控制，故合并计算，且认定为公司 2014 年起与之开始合作。

发行人及其关联方与上述外协厂商均不存在关联关系。

（3）外协加工费定价依据及其公允性

对于外协加工费的定价，公司按照自身加工该工序所需的人工和设备折旧测算出成本，在此基础上综合考虑税费、管理费等因素后，与外协厂商协商确定加工费；对于抛光、阳极处理等公司全部委外加工的工序，公司根据工艺难度、设备成本、所需人工工时等因素与外协厂商协商确定委外加工价格。

公司在综合考虑质量、成本、供货效率等因素后，确定外协加工厂商。由于外协供应商候选数量较多，公司具备一定的议价优势。公司与外协厂商之间均不存在关联关系，定价按照独立公平的市场原则。

报告期内，公司主要外协加工供应商的平均单价水平情况如下：

工序	供应商	单位	2016 年度	2015 年度	2014 年度
压铸	漳州三鑫金属制品有限公司	元/ 件	1.88	-	-
	厦门升益美金属制品有限公司		1.50	-	-
	漳州市龙东五金制品有限公司		0.82	-	-
	漳州合诚金属制品有限公司		-	0.94	-
车床加工	漳州吉合金属制品有限公司		1.54	1.05	0.42
	龙海市角美新晟液压气动店		-	1.67	1.19
	漳州台商投资区角美精成五金加工店		0.99	0.68	0.62
铣床加工	厦门盛达鑫工贸有限公司		3.83	3.88	3.98
	厦门市华福鑫工贸有限公司		4.67	4.96	-
	宏武智能科技（厦门）有限公司		-	-	5.02
阳极处理	福建欧仕儿童用品股份有限公司		1.25	1.32	2.35
	厦门市九能工贸有限公司		0.83	1.07	1.76
烤漆	厦门昇平云工贸有限公司		1.01	-	-
抛光	漳州市盈鑫盟五金有限公司		0.47	0.60	0.30
钻孔攻牙	刘才锋		0.28	0.48	0.36
线材加工	余姚市跃鸿电器厂		0.59	0.57	-
烤漆	厦门昇平云工贸有限公司	1.01	-	-	
冲压	厦门蕴龙五金制品有限公司	-	-	0.33	
电火花（模具）	龙海市角美剑工机械场	元/ 套	182.64	176.82	95.04
铣床加工（模具）	宏武智能科技（厦门）有限公司	套	-	425.49	538.53

由上表可以看出，报告期内，各工序的外协加工供应商的平均单价在合理

范围内波动，具体分析如下：

①压铸工序中，漳州三鑫金属制品有限公司和厦门升益美金属制品有限公司主要进行灯具主体的压铸，工序相对复杂，而漳州市龙东五金制品有限公司和漳州合诚金属制品有限公司主要进行电器盒的压铸，工序相对简单，因此后者的平均单价较低；

②车床加工工序中，加工难度与具体加工对象的特点相关，价格会有所波动；总体来看，拉伸铝的加工难度与铸件相比较，报告期内漳州吉合金属制品有限公司和龙海市角美新晟液压气动店主要进行拉伸铝的加工，漳州台商投资区角美精成五金加工店主要进行铸件的加工，因此后者平均单价相对较低；

③铣床加工工序的加工费单价报告期内基本保持稳定，其中厦门盛达鑫工贸有限公司同时为公司进行一部分车床加工，车床加工单价低于铣床加工，因此其平均单价相对较低；

④阳极处理工序报告期内平均单价呈下降趋势，主要原因为公司阳极处理的加工量不断增加，由于规模效应，平均单价呈下降趋势；另外，由于不同厂商的阳极处理工艺和加工成本存在差别，报告期内厦门市九能工贸有限公司的平均单价相对较低；

⑤对于抛光工序，为了提高产品品质、满足客户需求，2015 年度开始公司增加了对相关配件进行精抛的比例，导致当年平均单价较高，2016 年度公司加强了成本管理，控制了精抛的比例，平均单价有所下降；

⑥钻孔攻牙工序中，加工难度与零部件所需的钻孔攻牙个数相关，由于灯具制造中不同零部件所需的钻孔攻牙个数差异较大，报告期内平均加工费随着公司采用外协的配件类型变化而有所波动；

⑦报告期内，由于公司产能受限，在模具的后续管理中会对部分模具的维修采用进行外协加工，由于单套模具价值远高于每件普通灯具配件，加工时长加高较长，因此加工单价较高。

综上所述，公司对外协厂商的定价依据全面考虑了外协工序的必需成本及供应商的质量和效率因素，定价依据合理，定价公允。

（4）公司对外协厂商不存在技术依赖

①公司具备完整的生产制造体系，基于经济效益考虑采用少量外协加工

公司在自有厂区内从事商业照明产品的制造业务，拥有生产经营所需的独立的生产设备，以及完整的商业照明研发、设计、生产、销售和服务体系，能够完成从设计开发，到生产制造和产品交付的全套生产流程。

报告期内，随着太龙照明的销售规模不断上升，照明产品的产能呈饱和状态，同时照明灯具部分生产工序非生产制造核心工序，为了有效缓解客户需求提升带来的交期紧张，为核心生产工序保留产能空间，公司将部分工序外协加工。

②外协工序非公司生产经营的核心工序

公司的制造能力主要体现在以较强的设计开发能力为基础，向客户及时提供个性化、定制化的照明产品。公司的照明器具生产过程分为设计开发、灯具制造、总装集成和质检入库等环节，其中核心技术主要体现在设计开发、灯具制造及质检入库等环节中，核心技术均由公司内部掌握，其实现方式与公司人员体系、设备体系和客户定制化需求紧密结合。

灯具制造环节主要的工作量由公司自身完成，外协成本占公司总体营业成本的比重较低。公司将外协加工作为灯具制造环节的辅助和补充，不存在将完整生产制造流程委外的情形。

公司外协加工工序中，抛光和阳极处理工序虽仅在外协厂商进行，但作为常见的表面处理工序，具备相关加工能力的厂商众多，公司不存在对特定外协厂商的技术依赖。

③候选外协厂商较多，可替代性强

公司地处漳州台商投资区，周边具备数量较多的五金加工和制造供应商，候选外协供应商较多，外协加工商的可替代性强。公司综合考虑供应商的加工能力、加工工艺、加工质量和加工报价等因素选择供应商，不存在对个别外协厂商重大依赖的情形。

综上所述，公司对外协厂商不存在技术依赖。

经核查，保荐机构和申报会计师认为：发行人与外协厂商之间不存在关联关系，外协加工费定价公允，发行人对外协厂商不存在技术依赖。

5、主要供应商采购情况

（1）报告期内前十大供应商名单

报告期内的前十大供应商如下：

单位：万元

序号	供应商名称	主要采购品种	采购金额	占采购总额比例
2016 年度				
1	飞利浦（中国）投资有限公司	COB 光源、LED 驱动	1,390.83	9.63%
2	汕头市胜达电器有限公司	陶瓷金卤灯光源、电子镇流器	848.79	5.87%
3	锐高照明电子（上海）有限公司	LED 驱动、COB 光源	839.45	5.81%
4	漳州新格有色金属有限公司	铝锭	641.29	4.44%
5	厦门盛达鑫工贸有限公司	拉伸铝	437.60	3.03%
6	伊戈尔电气股份有限公司	LED 驱动	270.99	1.88%
7	珠海市乐盈照明器材有限公司	COB 光源	253.25	1.75%
8	东南铝业有限公司	拉伸铝	243.50	1.69%
9	深圳市晶台光电有限公司	其他光源	243.24	1.68%
10	佛山市顺德区百宏五金制品有限公司	反光器具	233.89	1.62%
合计			5,402.81	37.39%
2015 年度				
1	汕头市胜达电器有限公司	陶瓷金卤灯光源、电子镇流器	1,453.72	10.27%
2	厦门建益达有限公司	LED 驱动、电子镇流器	693.17	4.90%
3	珠海市乐盈照明器材有限公司	COB 光源、陶瓷金卤灯光源	663.63	4.69%
4	飞利浦（中国）投资有限公司	COB 光源、LED 驱动	646.87	4.57%
5	佛山市南海优之光照明科技有限公司	电子镇流器、陶瓷金卤灯光源	608.42	4.30%
6	锐高照明电子（上海）有限公司	LED 驱动、电子镇流器	559.35	3.95%
7	深圳市海明光电子有限公司	COB 光源、LED 驱动	544.74	3.85%
8	伊戈尔电气股份有限公司	LED 驱动	482.17	3.41%
9	中国大恒（集团）有限公司	陶瓷金卤灯光源、电子镇流器、其他灯具	428.37	3.03%
10	广东会丰铝业有限公司	拉伸铝	403.78	2.85%
合计			6,484.21	45.82%
2014 年度				

1	汕头市胜达电器有限公司	陶瓷金卤灯光源、电子镇流器	2,297.41	17.86%
2	锐高照明电子（上海）有限公司	电子镇流器、LED 驱动	1,889.00	14.68%
3	佛山市光通亮照明灯具有限公司	陶瓷金卤灯光源、电子镇流器	857.84	6.67%
4	中国大恒（集团）有限公司	陶瓷金卤灯光源、电子镇流器	848.49	6.60%
5	珠海市乐盈照明器材有限公司	COB 光源、陶瓷金卤灯光源	629.79	4.90%
6	通用电气照明有限公司	电子镇流器、陶瓷金卤灯光源	539.45	4.19%
7	漳州新格有色金属有限公司	铝锭	313.94	2.44%
8	深圳市海明光电子有限公司	COB 光源	224.10	1.74%
9	东南铝业有限公司	拉伸铝	207.51	1.61%
10	佛山市南海曹边协丰五金厂	配件	180.63	1.40%
合计			7,988.17	62.09%

注：受同一实际控制人控制的供应商合并计算。

（2）报告期内前十大供应商基本情况

① 飞利浦（中国）投资有限公司

名称	飞利浦（中国）投资有限公司
注册时间	1990年8月8日
注册地	上海市天目西路218号1602-1605
经营范围	（一）从事电子工业领域和国家鼓励和允许外商投资的其他领域的投资；（二）受皇家飞利浦电子股份有限公司和/或其关联公司（以下简称飞利浦），以及飞利浦在中国已投资或将投资企业（以下简称所投资企业）的书面委托（经董事会一致通过），向其提供下列服务：1、协助或代理飞利浦或所投资企业从国内外采购该企业自用的机器设备、办公设备和生产所需原材料、元器件、零部件；2、在国内外市场以经销的方式销售飞利浦或所投资企业生产的产品，并为这些企业的产品和从飞利浦进口的产品提供售后服务；3、为飞利浦或所投资企业提供或安排相关仓储、运输等综合服务；4、为飞利浦或所投资企业提供产品生产、销售和市场开发过程中的技术支持、员工培训、企业内部人事管理等服务；5、协助所投资企业寻求贷款担保；6、在外汇管理部门的同意和监督下，在所投资企业之间平衡外汇；（三）从事电子技术，家用电器及电子产品，照明，母婴产品，化妆品和医疗器械领域的研究和开发、培训和其他相关的配套服务；计算机软、硬件（含医疗行业相关计算机软、硬件）的研制、开发、销售、安装、调试和其他相关服务；在中国境内设立科研开发中心或部门，从事新产品及高新技术的研究开发，转让其研究开发成果，并

	提供相应的技术服务；(四)为飞利浦或所投资企业产品的国内经销商、代理商以及与飞利浦签有技术转让协议的国内公司、企业提供或安排相关的技术培训；(五)以代理、经销或设立出口采购机构的方式出口不涉及出口配额、许可证管理的国内商品；(六)提供经营性租赁服务；(七)为公司投资者提供咨询服务,为其关联公司提供与其投资有关的市场信息,投资政策等咨询服务；(八)进口并在国内销售(不含店铺零售)飞利浦的产品；(九)承接境内外企业的服务外包业务；(十)根据有关规定,从事物流配送服务；(十一)经中国银行业监督管理委员会批准,设立财务公司,向所投资企业提供相关财务服务；(十二)经商务部批准,从事境外工程承包业务和境外投资,设立融资租赁公司并提供相关服务；(十三)委托境内其他企业生产/加工公司产品或飞利浦的产品并在国内外销售；(十四)从事家用电器及电子产品、照明产品、母婴用品、化妆品及医疗器械设备及相关零部件、配套件的批发、佣金代理(拍卖除外)、进出口并提供市场推广及其他相关配套业务(不涉及国营贸易管理商品,涉及配额、许可证管理的商品,按国家有关规定办理申请)；(十五)以网络销售方式销售家用电器及电子产品等详见批准证书。(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)
股权结构	飞利浦电子中国有限公司持有 100%股权
合作历史	2013 年开始合作

② 汕头市胜达电器有限公司

名称	汕头市胜达电器有限公司
注册时间	1999 年 10 月 19 日
注册地	汕头市杏花路 2 号一至二层
经营范围	销售:家用电器,电子元件,照明电器,五金工具,建筑五金,水暖器材,塑料制品,日用百货,金属材料,制冷空调设备,不锈钢制品,汽车零部件;汽车销售;房地产开发经营,投资管理,展览展示服务,货运经营。(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)
股权结构	袁乐辉持有 90%股权,袁素娟持有 10%股权
实际控制人	袁乐辉
合作历史	2007 年开始合作

③ 锐高照明电子（上海）有限公司

名称	锐高照明电子（上海）有限公司
注册时间	2005 年 9 月 8 日
注册地	中国（上海）自由贸易试验区富特北路 215 号第二层 F12 部位
经营范围	电子及电感照明部件为主的批发、佣金代理（拍卖除外）、进出口及其它相关配套业务；区内以电子及电感照明部件为主的仓储、分拨业务以及相关产品的售后服务、技术支持；国际贸易、转口贸易、区内企业间的贸易及区内贸易代理；区内商业性简单加工；区内贸易咨询服务。（依法须经批准的项目

	目，经相关部门批准后方可开展经营活动)
股权结构	TRIDONICATCO HONG KONG LIMITED 持有 100%股权
实际控制人	奥德堡家族
合作历史	2012 年开始合作

④ 漳州新格有色金属有限公司

名称	漳州新格有色金属有限公司
注册时间	2007 年 1 月 31 日
注册地	漳州台商投资区龙池工业园
经营范围	生产制造铝、锌、铜合金产品及有色金属铸造、挤压、压延产品；销售自产产品；上述同类商品的批发、进出口、提供相关的配套服务(涉及环保等相关行政许可的，须获得许可后方可经营)。(未取得前置审批项目的批准文件、证件，不得从事该项目的生产经营)
股权结构	英属维京群岛新格投资有限公司持有 100%股权
实际控制人	黄耀滨
合作历史	2012 年开始合作

⑤ 厦门盛达鑫工贸有限公司

名称	厦门盛达鑫工贸有限公司
注册时间	2011 年 6 月 28 日
注册地	厦门市集美区马銮路 21 号（厂房）一层之一
经营范围	加工、销售：机械设备、五金制品、金属制品、通用零部件、电气机械及器材、电子产品及配件。
股权结构	朱应增持有 50%股权，朱应森持有 30%股权，朱应兴持有 20%股权
实际控制人	朱应增
合作历史	2013 年开始合作

⑥ 伊戈尔电气股份有限公司

名称	伊戈尔电气股份有限公司
注册时间	1999 年 10 月 15 日
注册地	佛山市南海区简平路桂城科技园 A3 号
经营范围	生产和销售变压器、电源类及灯具产品；货物进出口、技术进出口。(依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动)
股权结构	佛山市麦格斯投资有限公司持有 60.70%股份 佛山市英威投资有限公司持有 23.60%股份 佛山市凯诺特投资咨询有限公司持有 5.70%股份

	其他 5%以下股东合计持有 10%股份
实际控制人	肖俊承
合作历史	2007 年开始合作

⑦ 珠海市乐盈照明器材有限公司

名称	珠海市乐盈照明器材有限公司
注册时间	2008 年 4 月 1 日
注册地	珠海市吉大情侣中路 68 号 4、5 栋二层 202-1 号商场
经营范围	照明器材、水处理设备及其它商业批发、零售（不含许可经营项目）；水处理设备的租赁。（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）
股权结构	张继军持有 41%股权，孙晋荣持有 39%股权，周礼虹持有 20%股权
实际控制人	张继军
合作历史	2008 年开始合作

⑧ 东南铝业有限公司

名称	东南铝业有限公司
注册时间	1984 年 8 月 14 日
注册地	厦门市湖里区华昌路 125 号
经营范围	生产和销售各种规格的铝型材及制品，承包或分包各类建筑幕墙和铝合金门窗工程的设计、制作和安装业务；兼营挤压模具及经营范围内相关的机器设备的设计、制作、生产和销售业务。
股权结构	EAGLE PACIFIC TRADE AND DEVELOPEMENT CORP 持有 100%股权
实际控制人	庄啤仔
合作历史	2007 年开始合作

⑨ 深圳市晶台股份有限公司

名称	深圳市晶台股份有限公司
注册时间	2008 年 8 月 13 日
注册地	深圳市宝安区福永街道（福园一路西侧）润恒工业厂区 4#厂房
经营范围	贴片式发光二极管、LED 产品、照明灯饰的销售；国内商业、物资供销业；货物及技术进出口。（以上均不含法律、行政法规、国务院决定规定需前置审批和禁止的项目）贴片式发光二极管、LED 产品、照明灯饰的生产。
股权结构	吴保珍持有 34.57%股份，湛治军持有 30.14%股份，龚文持有 17.73%股份，南海成长精选（天津）股权投资基金合伙企业（有限合伙）持有 8.5%股份，其他股东合计持有 9.06%股份

实际控制人	龚文
合作历史	2011 年开始合作

⑩ 佛山市顺德区百宏五金制品有限公司

名称	佛山市顺德区百宏五金制品有限公司
注册时间	2007 年 5 月 8 日
注册地	佛山市顺德区勒流清源工业区二路
经营范围	加工、产销：五金制品、照明器材、日用电器、模具；经营和代理各类商品的进出口业务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
股权结构	施金龙持有 50%股权，吴乌也持有 50%股权
实际控制人	施金龙、吴乌也
合作历史	2008 年开始合作

⑪ 深圳市海明光电子有限公司

名称	深圳市海明光电子有限公司
注册时间	2011 年 7 月 1 日
注册地	深圳市南山区高新南一道 009 号中国科技开发院孵化大楼 303、308 室
经营范围	发光二极管、集成电路、灯具照明产品的研发；国内贸易；经营进出口业务（以上均不含法律、行政法规、国务院决定规定需前置审批和禁止的项目）。
股权结构	彭国政持有 90%股权，张慧芳持有 10%股权
实际控制人	彭国政
合作历史	2013 年开始合作

⑫ 厦门建益达有限公司

名称	厦门建益达有限公司
注册时间	1996 年 4 月 1 日
注册地	厦门市思明区环岛东路 1699 号建发国际大厦 19 楼 A 单元
经营范围	经营各类商品和技术的进出口（不另附进出口商品目录），但国家限定公司经营或禁止进出口的商品及技术除外；电气设备批发；通讯及广播电视设备批发；通信设备零售；计算机、软件及辅助设备批发；计算机、软件及辅助设备零售；灯具、装饰物品批发；灯具零售；家用电器批发；日用家电设备零售；其他机械设备及电子产品批发；其他电子产品零售；金属及金属矿批发（不含危险化学品和监控化学品）；电气设备修理；其他机械和设备修理业；仪器仪表修理；通用设备修理；其他未列明专业设备修理（不含需经许可审批的项目）；通信系统设备制造；通信终端设备制造；光电子器件及其他电子器件制造；其他电子设备制造；电光源制造；照明灯具制造；灯用电

	器附件及其他照明器具制造；其他未列明电气机械及器材制造；电子元件及组件制造；印制电路板制造；信息技术咨询服务；软件开发；信息系统集成服务；集成电路设计；第二、三类医疗器械批发；第二、三类医疗器械零售。
股权结构	厦门建发股份有限公司持有 95% 股权，建发（上海）有限公司持有 5% 股权
实际控制人	厦门市人民政府国有资产监督管理委员会
合作历史	2015 年开始合作

⑬ 佛山市南海优之光照明科技有限公司

名称	佛山市南海优之光照明科技有限公司
注册时间	2015 年 1 月 9 日
注册地	佛山市南海区狮山镇横岗工业区北区自编 1 号
经营范围	研发、生产、销售、设计、维修：照明灯具、电气制品、电子光源及配件；照明电器工程安装；研发：光电显示工程、光电照明工程；技术进出口、货物进出口（佛山市企业投资准入负面清单禁止类和限制类项目除外）。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动。）
股权结构	高永康持有 90% 股权，宗玉华持有 10% 股权
实际控制人	高永康
合作历史	2015 年开始合作

⑭ 中国大恒（集团）有限公司

名称	中国大恒（集团）有限公司
注册时间	1987 年 8 月 27 日
注册地	北京市海淀区北四环西路 51--1 号
经营范围	经营 II 类医用电子仪器设备（有效期至 2016 年 04 月 19 日）；光学、激光、红外设备、计算机软硬件、多媒体产品、办公自动化设备、音视频设备、通信、精密机械、自动化控制、精细化工及生物工程设备、电光源产品和建筑材料的研制、生产、销售；技术咨询、技术服务；进出口业务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动。）
股权结构	大恒新纪元科技股份有限公司持有 72.7% 股权，中科实业集团（控股）有限公司持有 27.3% 股权
实际控制人	周骐
合作历史	2010 年开始合作

⑮ 广东会丰铝业有限公司

名称	广东会丰铝业有限公司
注册时间	2001 年 1 月 3 日
注册地	四会市大沙镇南江工业园兴旺路 2 号

经营范围	铝型材、铜型材、不锈钢型材、铝塑钢型材及其制品的熔炼、着色、制造、销售；经营本企业自产产品及技术的出口业务；经营本企业生产所需的原辅材料、仪器仪表、机械设备、零配件及技术的进口业务（国家限定公司经营和国家禁止进出口的商品除外；不单列贸易方式）。（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）
股权结构	梁湛豪持有 50%股权，潘振兴持有 50%股权
实际控制人	梁湛豪、潘振兴
合作历史	2012 年开始合作

⑩ 佛山市光通亮照明灯具有限公司

名称	佛山市光通亮照明灯具有限公司
注册时间	2006 年 4 月 6 日
注册地	佛山市禅城区城北综合批发市场(华南五金电器城)C 区 1-3 号铺
经营范围	销售：照明灯具及配件，电器产品。 (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)
股权结构	黄国明持有 80%股权，黄玉珍持有 20%股权
实际控制人	黄国明
合作历史	2007 年开始合作

⑪ 通用电气照明有限公司

名称	通用电气照明有限公司
注册时间	1994 年 6 月 6 日
注册地	上海市嘉定区沪宜公路 1517 弄 88 号
经营范围	开发、设计、制造照明产品和部件，销售自产产品和从事非配额许可证管理、非专营商品的收购出口业务。照明产品、电气设备及其零部件的批发、佣金代理（拍卖除外）、进出口及相关配套业务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
股权结构	通用电气太平洋私人有限公司持有 100%股权
合作历史	2011 年开始合作

⑫ 佛山市南海曹边协丰五金厂

名称	佛山市南海曹边协丰五金厂
注册时间	1997 年 07 月 21 日
注册地	佛山市南海区大沥曹边工业区
经营范围	加工、产销：钢窗、五金杂件。（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。）

股权结构	曹杜康持有 100% 股权
实际控制人	曹杜康
合作历史	2007 年开始合作

报告期内，前十大供应商与发行人及其董事、监事和高级管理人员、股东不存在关联关系；报告期内，除正常采购商品货款结算外，公司与前十大供应商不存在其他资金往来情况。

（3）报告期内前十大供应商变化的原因

① 报告期内公司主要产品更新换代，LED 照明器具占比不断上升

陶瓷金卤灯具的生产过程中需要的主要原材料包括陶瓷金卤灯光源和电子镇流器，而 LED 照明器具的生产过程中需要的主要原材料为 COB 光源和 LED 驱动。报告期内，公司的主要产品由陶瓷金卤灯具转变为 LED 照明器具，公司向供应商采购的主要原材料也相应发生改变，陶瓷金卤灯光源、电子镇流器采购逐步下降，而 LED 光源、LED 驱动的采购逐步上升。

因此，报告期内以汕头市胜达电器有限公司、佛山市光通亮照明灯具有限公司和中国大恒（集团）有限公司为代表的陶瓷金卤灯光源供应商的比重发生下降或退出前十大，而以飞利浦为代表的 COB 光源供应商则相应比重上升。

② LED 照明器具主要材料单价相比陶瓷金卤灯具较低

LED 照明器具的光源和电器单价均低于陶瓷金卤灯具。随着公司主要产品逐步转换为 LED 照明器具，对于主要原材料的采购金额占比也随之下降，因此导致了公司向汕头市胜达电器有限公司、珠海市乐盈照明器材有限公司等为代表光源、电器供应商占比逐年下降。相应地，漳州新格有色金属有限公司、厦门盛达鑫工贸有限公司等辅材供应商占比上升。

另外，陶瓷金卤灯具和 LED 照明器具生产过程中，均需要铝锭加工成灯具主体和内部的一些结构件，而对于 LED 照明器具中，则还需使用拉伸铝加工成散热器。因此，随着公司 LED 照明器具产品的上升，对于以厦门盛达鑫工贸有限公司、东南铝业有限公司为代表的拉伸铝供应商占比上升。

③ 报告期内公司加强了向光源品牌厂商的直接采购

发行人采购光源和电器通过两种途径完成：一种是直接从品牌商采购，如飞利浦（中国）投资有限公司、锐高照明电子（上海）有限公司及通用电气照明

有限公司等；另一种是从品牌商的代理商采购，如汕头市胜达电器有限公司、厦门建益达有限公司、深圳市海明光电子有限公司、珠海市乐盈照明器材有限公司、佛山市南海优之光照明科技有限公司、中国大恒（集团）有限公司、佛山市光通亮照明灯具有限公司等。

陶瓷金卤灯具的原材料供应中，材料种类、型号相对稳定，公司通过各品牌代理商/经销商进行采购，既能满足公司对于不同产品的需求，又能以量的优势获取更为优惠的价格。而随着商业照明行业的发展，在 LED 照明器具的原材料供应中，以飞利浦为代表光源品牌厂商更主动拓展与专业商业照明企业直接合作。

同时，随着公司业务规模的扩大和成熟，为保证产品的质量以及降低原材料流通环节的成本，报告期内尤其是 2015-2016 年度，公司不断加强与光源品牌厂商的直接合作。因此，公司向飞利浦、锐高等光源电器品牌厂商的采购占比增加，而厦门建益达有限公司、珠海市乐盈照明器材有限公司、深圳市海明光电子有限公司等光源经销商的采购占比则发生下降或于 2016 年退出前十大供应商。

经核查，保荐机构和申报会计师认为：发行人关于前十大供应商相关披露信息真实、准确、完整，发行人与前十大供应商之间不存在关联关系及关联方资金往来。

经核查，保荐机构和发行人律师认为：发行人报告期内主要供应商与发行人及其董监高、股东不存在关联关系。

6、报告期内既是客户又是供应商的情形

（1）报告期内既是客户又是供应商的情形

单位：万元

公司名称	销售金额			采购金额		
	2016 年度	2015 年度	2014 年度	2016 年度	2015 年度	2014 年度
通用电气照明有限公司	330.33	324.15	157.44	131.60	106.53	539.45
珠海市乐盈照明器材有限公司	54.31	-	-	253.25	663.63	629.79
飞利浦（中国）投资有限公司	3.43	7.49	12.41	1,350.21	641.98	96.44

（2）上述交易产生的原因、交易对手基本情况、是否与发行人存在关联关系

通用电气照明有限公司、珠海市乐盈照明器材有限公司和飞利浦（中国）投资有限公司的基本情况详见本节之“四、（二）5、主要供应商采购情况”。

报告期内，既是客户又是供应商的企业与发行人不存在关联关系。

上述交易产生的原因如下：

①通用电气照明有限公司

通用电气是一家涉及器材、航空、商业等多元化业务的大型跨国企业集团。通用电气照明有限公司作为陶瓷金卤灯的主要品牌商之一，在陶瓷金卤灯材料上具备较好的品牌效应，公司根据自身对材料的要求、客户需求等因素向通用电气照明有限公司采购陶瓷金卤灯光源、电子镇流器等材料。同时，通用电气照明有限公司作为照明综合类企业，拥有广泛的客户资源，客户需求多样，为满足其客户对照明器具的需求，通用电气照明有限公司向公司采购 LED 照明器具及相关配件。

②珠海市乐盈照明器材有限公司

珠海市乐盈照明器材有限公司（以下简称“乐盈照明”）主要从事照明器材的经销。报告期内，公司向其采购的主要内容从陶瓷金卤灯光源逐渐转换为 COB 光源。2016 年，针对乐盈照明的特定客户需求，乐盈照明从成本效益考量，从公司购买了部分特定型号的 COB 光源和 LED 驱动。

③飞利浦（中国）投资有限公司

飞利浦是一家涉及照明、家庭电器和医疗系统等多元化业务的大型跨国企业集团。飞利浦（中国）投资有限公司作为著名照明产品供应商，在光源、电器具有良好的口碑和优质的产品。随着商业照明行业由陶瓷金卤灯向 LED 照明产品的转变，飞利浦更加注重与专业商业照明企业的合作，公司主要向飞利浦采购 COB 光源、LED 驱动。同时，飞利浦作为照明产品的品牌商，也经营照明灯具的销售，公司产品属于个性化、定制化的产品，飞利浦出于其自身需求向公司采购少量照明器具。

经核查，保荐机构和申报会计师认为：报告期内发行人存在既是客户又是供应商的情形，符合公司实际经营情况，交易对方与公司不存在关联关系。

五、发行人主要固定资产和无形资产

（一）主要固定资产情况

公司经营使用的固定资产主要为房屋建筑物、办公设备、机器设备、运输设备、电子设备及模具，资产使用状况良好。截至 2016 年 12 月 31 日，公司固定资产净值为 7,813.05 万元，固定资产状况具体如下：

单位：万元

类别	取得方式	折旧年限 (年)	原值	净值	成新率
房屋建筑物	外购及自建	10-20	7,369.78	6,077.58	82.47%
办公设备	外购	5	66.17	42.86	64.78%
机器设备	外购	10-15	1,215.15	795.62	65.48%
运输设备	外购	5-8	712.89	241.50	33.88%
电子设备	外购	3-5	242.24	113.65	46.92%
模具	外购及自制	3	1,593.01	541.83	34.01%
合计			11,199.24	7,813.05	69.76%

母公司太龙照明在位于漳州市角美镇文圃工业园的自有厂区内从事商业照明产品的制造业务，并拥有独立的生产设备，以及完整的商业照明研发、设计、生产、销售和服务体系；子公司悦森照明和太龙至邦分别在位于上海和厦门的租赁场所内从事商业照明产品的研发、设计和销售业务，未拥有生产设备和自有房屋建筑物。其中，悦森照明租用母公司在上海购置的写字楼作为办公用房，太龙至邦已预付款项用于购置房产。

1、主要生产设备

截至 2016 年 12 月 31 日，公司主要生产设备及成新率情况如下：

单位：万元

序号	资产名称	数量	原值	净值	成新率
1	压铸机	4	115.38	62.36	54.04%
2	粉体涂装设备	1	112.82	74.44	65.98%
3	贴片机	2	103.42	69.88	67.57%
4	激光切割机	1	91.45	79.89	87.35%
5	数控车床	5	38.46	30.87	80.26%
6	冲床	13	30.03	15.81	52.65%
7	折弯机	5	29.06	21.93	75.46%
8	立式加工中心	1	23.93	12.57	52.52%

9	LED 散料插件机	1	21.37	12.74	59.65%
10	流水线	11	17.99	12.35	68.64%
11	印刷机	3	16.09	14.39	89.40%
12	线切割机床	4	13.76	9.03	65.62%
13	剪板机	2	12.82	9.17	71.56%
14	卧式大型分布光度测试系统	1	12.82	5.01	39.06%
15	灌胶机	2	12.39	9.10	73.40%
16	回流焊	1	11.54	6.06	52.52%
17	螺杆机	3	11.47	8.32	72.55%
18	发泡袋包装机	1	11.11	9.35	84.19%
19	数控雕铣机	1	10.94	5.75	52.52%
20	波峰焊	1	10.26	5.39	52.52%
21	自动转盘式喷砂机	1	10.26	8.88	86.56%
22	铣床	3	7.22	4.70	65.07%
23	热成像仪	1	4.19	2.73	65.21%
24	钻床	4	2.09	1.87	89.89%

2、房屋建筑物情况

截至本招股说明书签署日，公司拥有的房屋建筑物的基本情况如下：

序号	房产证号	房屋坐落	建筑面积 (平方米)
1	漳房权证台字第 20130816 号	漳州市角美镇文圃工业园厂区内厂 1、 厂房 2、宿舍楼	14,308.32
2	漳房权证台字第 20130670 号	漳州市角美镇文圃工业园厂区内厂房 3	2,537.36
3	漳房权证台字第 20131046 号	漳州市角美镇文圃工业园厂区内厂房 4	11,087.25
4	漳房权证台字第 20130671 号	漳州市角美镇文圃工业园厂区内厂房 5	1,971.76
5	厦国土房证第 01033698 号	厦门市湖里区安岭路 999 号 701 室	1,924.15
6	厦国土房证第 01126602、 01126608、01126612、01126617、 01127027、01127029、01127031、 01127032、01127040 号	厦门市湖里区安岭路 1003 号地下一层 6-8, 17-19, 38-40 号车位	349.83
7	沪房地普字（2016）第 023507、 023509、023510、023511、 023512、023513 号	上海市丹巴路 99 号 B3 幢 301-303 室， 305-307 室	718.29
合计			32,896.96

（二）租赁房产情况

公司在异地租赁场所主要用于市场人员办公或公司产品展示，公司对外租赁的经营用房产如下：

序号	承租方	出租方	租赁房产位置	面积 (平米)	合同约定用途/实际用途	租赁期限
1	发行人	艾洪军	北京市光华路15号院4号楼17层1705室	138.49	办公/办公	2015.9.25-2018.9.24
2	发行人	广州远洋建设实业公司	广东省广州市天河区天河北路423号402	105.71	办公/办公	2016.12.1-2018.11.30
3	发行人	厦门夏商集团有限公司	福建省厦门市凤屿路10号一层1103号	40.60	店面/店面	2016.10.1-2018.9.30
4	发行人	陈严	广东省深圳市福田区天安高尔夫花园翠景阁6层F单位	140.29	办公/办公	2015.11.23-2017.11.22
5	发行人	孙金利	山东省济南市市中区舜耕路217号九城尚都办公楼616室	51.14	办公/办公	2016.10.15-2018.10.14
6	发行人	厦门航空酒店管理有限公司泉州航空酒店	福建省泉州市丰泽街339号五楼506房	60.00	办公/办公	2017.1.1-2017.12.31
7	悦森照明	深圳市博华物业管理有限公司	广东省深圳市罗湖笋岗东路2121号华凯大厦2310房	45.00	办公/办公	2016.8.16-2017.8.15
8	悦森照明	上海沐远实业投资有限公司	中国（上海）自由贸易区德堡路38号2幢楼2层203-47室	21.00	办公/注册地	2014.12.28-2017.12.27
9	太龙至邦	厦门夏商集团有限公司	福建省厦门市凤屿路10号一层1103号之一	17.40	店面/店面	2016.10.1-2018.9.30

公司部分物业的租赁合同未经办理租赁登记/备案手续，部分物业的实际用途与证载用途不符，部分出租方未能提供该等物业的权属证明或报建文件，公司存在无法继续承租该等房屋的风险。

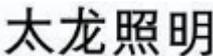
鉴于公司物业租赁总面积仅约占发行人全部生产经营用房面积的 3%，比例较低，且该等承租物业租期约定通常较短，对场地无特殊要求，可替代性强，如无法继续承租可在短时间内寻找替换场所，因此该等承租物业瑕疵不会对公司的持续经营造成重大不利影响。

发行人控股股东庄占龙出具承诺函，承诺如发行人及其控股子公司因在首次公开发行股票并上市之前租赁的物业存在瑕疵而未能继续承租该等物业或承受任何损失，在发行人未获出租方补偿的情形下，其将足额补偿发行人因此发生的搬迁费、基建费、装修费等支出费用或承受的损失，且毋需发行人及其控股子公司支付任何对价。

（三）主要无形资产情况

1、商标权

截至 2016 年 12 月 31 日，公司拥有 4 项国内注册商标的合法所有权，具体情况如下：

序号	注册人	商标	注册证号	类别	取得方式	核准注册日
1	太龙照明		10864132	11	申请	2013年8月7日
2	太龙照明		6687840	11	受让	2010年5月28日
3	太龙照明		5192277	11	受让	2009年3月28日
4	悦森照明		14402820	11	申请	2015年6月21日

注：1、根据我国《商标法》的规定，注册商标的有效期限为 10 年，自核准注册之日起计算。

2、2016 年 12 月 6 日，国家工商行政管理总局商标局向公司出具《关于提供注册商标使用证据的通知》（撤三 20160000029880CSTG），赞托贝尔照明有限公司以连续三年未使用为由，申请撤销公司第 6687840 号“TECNON”商标在第 11 类“电灯”等全部核定使用商品上的注册。目前该商标异议仍在处理过程中，截至上述商标异议裁定之前，该商标维持有效。

2、专利权

截至 2016 年 12 月 31 日，公司共拥有 110 项已获授权专利，其中发明专利 1 项，实用新型专利 36 项，外观设计专利 73 项，专利权人均为太龙照明及其子公司（其中“ZL201630376704.9”专利权人为悦森照明，其他为太龙照明），具体情况如下：

序号	专利名称	类别	专利号	取得方式	申请日
1	一种灯具轨道的快速警示系统	发明专利	ZL201310297618.4	申请	2013 年 7 月 16 日
2	一种可快速更换 COB 模组	实用新型	ZL201620620196.9	申请	2016 年 6 月 22 日
3	一种可伸缩 LED 灯具转轴结构	实用新型	ZL201620620162.X	申请	2016 年 6 月 22 日
4	一种 LED 灯具斜口前罩可旋转结构	实用新型	ZL201620620676.5	申请	2016 年 6 月 22 日
5	一种防漏光的 LED 灯具结构	实用新型	ZL201620620176.1	申请	2016 年 6 月 22 日
6	一种 LED 防眩圈深度调节装置	实用新型	ZL201521040873.1	申请	2015 年 12 月 15 日
7	一种新型 LED 灯具转动发声结构	实用新型	ZL201521021843.6	申请	2015 年 12 月 10 日
8	一种新型 LED 长条灯具结构	实用新型	ZL201521021854.4	申请	2015 年 12 月 10 日
9	一种新型 LED 灯具双行程转动结构	实用新型	ZL201521021847.4	申请	2015 年 12 月 10 日
10	一种带警示系统的灯具轨道头	实用新型	ZL201521016752.3	申请	2015 年 12 月 9 日
11	一种新型 LED 灯具连接结构	实用新型	ZL201520612091.4	申请	2015 年 8 月 14 日
12	一种防止前罩脱落的结构	实用新型	ZL201520612024.2	申请	2015 年 8 月 14 日
13	一种 LED 灯具的多方位旋转结构	实用新型	ZL201520612210.6	申请	2015 年 8 月 14 日
14	一种自适应互动显示系统	实用新型	ZL201520596101.X	申请	2015 年 8 月 10 日
15	一种小像素间距栅格显示屏幕	实用新型	ZL201520595988.0	申请	2015 年 8 月 10 日
16	一种 LED 发光模组	实用新型	ZL201520596142.9	申请	2015 年 8 月 10 日
17	一种高导热 LED 模组	实用新型	ZL201420171398.0	申请	2014 年 4 月 10 日
18	一种 LED 散热装置	实用新型	ZL201320871733.3	申请	2013 年 12 月 27 日
19	一种伸缩型嵌入式射灯	实用新型	ZL201320862489.4	申请	2013 年 12 月 25 日
20	一种嵌入式 LED 灯具	实用新型	ZL201320862391.9	申请	2013 年 12 月 25 日
21	一种导轨射灯旋转装置	实用新型	ZL201320862578.9	申请	2013 年 12 月 25 日
22	一种新型 LED 被动散热装置	实用新型	ZL201320528732.9	申请	2013 年 8 月 28 日
23	一种 LED 被动散热装置	实用新型	ZL201320528878.3	申请	2013 年 8 月 28 日
24	一种新型 LED 散热装置	实用新型	ZL201320511896.0	申请	2013 年 8 月 21 日
25	方形固定式灯具	实用新型	ZL201320421728.2	申请	2013 年 7 月 16 日
26	一种新型固定式灯具旋转装置	实用新型	ZL201220364953.2	申请	2012 年 7 月 26 日

27	一种 LED 模块散热装置	实用新型	ZL201220364975.9	申请	2012 年 7 月 26 日
28	一种固定式灯具旋转装置	实用新型	ZL201220365014.X	申请	2012 年 7 月 26 日
29	一种灯座固定装置	实用新型	ZL201220364994.1	申请	2012 年 7 月 26 日
30	嵌入式灯具	实用新型	ZL201120313107.3	申请	2011 年 8 月 26 日
31	可多角度旋转的嵌入式灯具	实用新型	ZL201120313488.5	申请	2011 年 8 月 26 日
32	一种嵌入式可旋转灯具	实用新型	ZL201120314230.7	申请	2011 年 8 月 26 日
33	一种新型嵌入式灯具	实用新型	ZL201120314236.4	申请	2011 年 8 月 26 日
34	新型灯具	实用新型	ZL201120265494.8	申请	2011 年 7 月 26 日
35	一种新型固定式灯具	实用新型	ZL201120263149.0	申请	2011 年 7 月 25 日
36	一种适用于三面翻广告牌的 LED 模组	实用新型	ZL200920181371.9	受让	2009 年 11 月 19 日
37	一种带磁性喷绘面板的 LED 模组	实用新型	ZL200920181377.6	受让	2009 年 11 月 19 日
38	LED 灯具 (TN-1609)	外观设计	ZL201630375180.1	申请	2016 年 8 月 9 日
39	LED 灯具 (TN-2630)	外观设计	ZL201630375178.4	申请	2016 年 8 月 9 日
40	LED 灯具 (TN-2639)	外观设计	ZL201630375174.6	申请	2016 年 8 月 9 日
41	LED 灯具 (TS-3)	外观设计	ZL201630375154.9	申请	2016 年 8 月 9 日
42	LED 灯具 (TS-4)	外观设计	ZL201630375173.1	申请	2016 年 8 月 9 日
43	LED 灯具 (TS-5)	外观设计	ZL201630375175.0	申请	2016 年 8 月 9 日
44	LED 灯具 (RLR364)	外观设计	ZL201630376704.9	申请	2016 年 8 月 9 日
45	LED 灯具 (TN-1302)	外观设计	ZL201630365045.9	申请	2016 年 8 月 3 日
46	LED 灯具 (TN-1413)	外观设计	ZL201630365047.8	申请	2016 年 8 月 3 日
47	LED 灯具 (TN-1485)	外观设计	ZL201630365035.5	申请	2016 年 8 月 3 日
48	LED 灯具 (TN-1533)	外观设计	ZL201630365218.7	申请	2016 年 8 月 3 日
49	LED 灯具 (TN-1622)	外观设计	ZL201630365217.2	申请	2016 年 8 月 3 日
50	LED 灯具 (TN-1425)	外观设计	ZL201630365210.0	申请	2016 年 8 月 3 日
51	LED 灯具 (TN-1513)	外观设计	ZL201630365044.4	申请	2016 年 8 月 3 日
52	LED 灯具 (TN-2450)	外观设计	ZL201630365220.4	申请	2016 年 8 月 3 日
53	LED 灯具 (TN-1363)	外观设计	ZL201630365051.4	申请	2016 年 8 月 3 日
54	LED 灯具 (TN-1620 1625 系列)	外观设计	ZL201630276862.7	申请	2016 年 6 月 24 日
55	LED 灯具 (TN-1621)	外观设计	ZL201630277233.6	申请	2016 年 6 月 24 日
56	LED 灯具 (TN-1206-1、1301 系列)	外观设计	ZL201630276860.8	申请	2016 年 6 月 24 日
57	LED 灯具 (TN-1468)	外观设计	ZL201630276859.5	申请	2016 年 6 月 24 日
58	LED 灯具 (TN-1536、1552)	外观设计	ZL201630276849.1	申请	2016 年 6 月 24 日
59	LED 灯具 (TN-2634、2667)	外观设计	ZL201630276873.5	申请	2016 年 6 月 24 日

60	LED 灯具 (TN-1206-2)	外观设计	ZL201630277032.6	申请	2016 年 6 月 24 日
61	LED 灯具 (TN-1515)	外观设计	ZL201630277234.0	申请	2016 年 6 月 24 日
62	LED 灯具 (TN-1528)	外观设计	ZL201630276861.2	申请	2016 年 6 月 24 日
63	LED 灯具 (TN-1555)	外观设计	ZL201630277213.9	申请	2016 年 6 月 24 日
64	LED 灯具 (TN-1574)	外观设计	ZL201630276863.1	申请	2016 年 6 月 24 日
65	LED 灯具 (TN-1579)	外观设计	ZL201630276864.6	申请	2016 年 6 月 24 日
66	LED 灯具 (TN-1584)	外观设计	ZL201630276856.1	申请	2016 年 6 月 24 日
67	LED 灯具 (TN-1586)	外观设计	ZL201630277235.5	申请	2016 年 6 月 24 日
68	LED 灯具 (TN-1605)	外观设计	ZL201630276858.0	申请	2016 年 6 月 24 日
69	LED 灯具 (TN-1612)	外观设计	ZL201630276871.6	申请	2016 年 6 月 24 日
70	LED 灯具 (TN-1363)	外观设计	ZL201630038626.1	申请	2016 年 2 月 2 日
71	LED 灯具 (TN-1464)	外观设计	ZL201630038612.X	申请	2016 年 2 月 2 日
72	LED 灯具 (TN-1527)	外观设计	ZL201630038617.2	申请	2016 年 2 月 2 日
73	LED 灯具 (吊装双管)	外观设计	ZL201630038606.4	申请	2016 年 2 月 2 日
74	LED 轨道灯 (TN-1393)	外观设计	ZL201530305409.X	申请	2015 年 8 月 14 日
75	LED 灯具 (TN-1311)	外观设计	ZL201430023928.2	申请	2014 年 1 月 28 日
76	LED 灯具 (TN-1316)	外观设计	ZL201430023934.8	申请	2014 年 1 月 28 日
77	LED 灯具 (TN-1317)	外观设计	ZL201430023882.4	申请	2014 年 1 月 28 日
78	LED 灯具 (TN-1322)	外观设计	ZL201430023880.5	申请	2014 年 1 月 28 日
79	LED 灯具 (TN-1324)	外观设计	ZL201430023935.2	申请	2014 年 1 月 28 日
80	嵌入式灯具 (TN-2372、2373、2374)	外观设计	ZL201430030214.4	申请	2014 年 2 月 19 日
81	LED 灯具 (TN-2365)	外观设计	ZL201430030149.5	申请	2014 年 2 月 19 日
82	LED 灯具 (TN-2366)	外观设计	ZL201430030128.3	申请	2014 年 2 月 19 日
83	LED 灯具 (TN-2367)	外观设计	ZL201430030212.5	申请	2014 年 2 月 19 日
84	LED 灯具 (TN-2368)	外观设计	ZL201430030213.X	申请	2014 年 2 月 19 日
85	LED 灯具 (TN-135LED)	外观设计	ZL201430030112.2	申请	2014 年 2 月 19 日
86	LED 灯 (TN-2352)	外观设计	ZL201430004032.X	申请	2014 年 1 月 7 日
87	LED 灯具 (TN-1310)	外观设计	ZL201330651325.2	申请	2013 年 12 月 27 日
88	轨道射灯 (TN-135)	外观设计	ZL201330604328.0	申请	2013 年 12 月 6 日
89	LED 射灯 (TN-1272)	外观设计	ZL201330404967.2	申请	2013 年 8 月 23 日
90	LED 射灯 (TN-1276)	外观设计	ZL201330404992.0	申请	2013 年 8 月 23 日
91	LED 导轨射灯 (TN-1282)	外观设计	ZL201330405406.4	申请	2013 年 8 月 23 日
92	LED 导轨射灯 (TN-1274)	外观设计	ZL201330405056.1	申请	2013 年 8 月 23 日

93	LED灯 (TN-1159)	外观设计	ZL201230351392.8	申请	2013年7月30日
94	LED灯 (TN-134)	外观设计	ZL201230349932.9	申请	2013年7月30日
95	LED灯 (TN-1186)	外观设计	ZL201230345465.2	申请	2012年7月27日
96	固定式灯具 (TN-269)	外观设计	ZL201130280228.8	申请	2011年8月19日
97	嵌入式灯具 (TN-2109)	外观设计	ZL201130280180.0	申请	2011年8月19日
98	嵌入式灯具 (TN-2172)	外观设计	ZL201130280202.3	申请	2011年8月19日
99	嵌入式灯具 (TN-291)	外观设计	ZL201130280209.5	申请	2011年8月19日
100	嵌入式灯具 (TN-2117)	外观设计	ZL201130280205.7	申请	2011年8月19日
101	固定式灯具 (TN-245)	外观设计	ZL201130281587.5	申请	2011年8月19日
102	嵌入式灯具 (TN-2123)	外观设计	ZL201130280203.8	申请	2011年8月19日
103	嵌入式灯具 (TN-2192)	外观设计	ZL201130280227.3	申请	2011年8月19日
104	嵌入式灯具 (TN-2193)	外观设计	ZL201130280197.6	申请	2011年8月19日
105	嵌入式灯具 (TN-2163)	外观设计	ZL201130280201.9	申请	2011年8月19日
106	固定式灯具 (TN-185)	外观设计	ZL201130223778.6	申请	2011年7月14日
107	固定式灯具 (TN-1148)	外观设计	ZL201130223786.0	申请	2011年7月14日
108	固定式灯具 (TN-1139)	外观设计	ZL201130223776.7	申请	2011年7月14日
109	嵌入式灯具 (TN-229)	外观设计	ZL201130223784.1	申请	2011年7月14日
110	嵌入式灯具 (TN-285)	外观设计	ZL201130223785.6	申请	2011年7月14日

注：根据我国《专利法》的规定，发明专利权的期限为二十年，实用新型专利权和外观设计专利权的期限均为十年，自申请日起计算。

3、土地使用权

截至2016年12月31日，公司拥有的土地使用权的基本情况如下：

序号	土地使用权人	国有土地使用证号	土地坐落	面积 (平方米)	用途	使用权 类型	终止日期
1	太龙照明	漳台国用(2016)第01797号	角美镇吴宅村	27,860.00	工业	出让	2066年2月24日
2	太龙照明	漳台国用(2016)第01798号	角美镇吴宅村福井村	27,857.00	工业	出让	2066年2月24日
3	太龙照明	沪房地普字(2016)第023507、023509、023510、023511、023512、023513号	上海市普陀区丹巴路99号B3幢301-303室，305-307室	-	商办	出让	2060年4月12日
4	太龙照明	漳台国用(2013)第1523号	漳州市角美镇文圃工业园	20,306.00	工业	出让	2058年8月2日
5	太龙照明	厦国土房证第01033698	厦门市湖里区安	-	办公	出让	2057年

		号	岭路 999 号 701 室				6 月 30 日
6	太龙照明	厦 国 土 房 证 第 01126602、01126608、 01126612、01126617、 01127027、01127029、 01127031、01127032、 01127040 号	厦门市湖里区安 岭路 1003 号地下 一层 6-8, 17-19, 38-40 号车位	-	车库	出让	2057 年 6 月 30 日

（四）许可或被许可使用资源要素的情况

公司不存在许可他人使用自己所有的资源要素，或作为被许可方使用他人资源要素的情况。

六、发行人经营资质、特许经营权和取得荣誉情况

1、海关报关单位注册登记证书

公司持有中华人民共和国漳州海关颁发的《中华人民共和国海关报关单位注册登记证书》（海关注册编码：3506961237），获准经营进出口业务，有效期为长期。

公司控股子公司悦森照明持有中华人民共和国上海外高桥保税区海关颁发的《中华人民共和国海关报关单位注册登记证书》（海关注册编码：31224609KF），获准经营进出口业务，有效期为长期。

2、对外贸易经营者备案登记表

公司持有漳州台商投资区外经贸主管部门出具的《对外贸易经营者备案登记表》（备案登记表编号：01459838），进出口企业代码为 350066509817X。

公司控股子公司悦森照明持有上海外经贸主管部门出具的《对外贸易经营者备案登记表》（备案登记表编号：02233828），统一信用证企业代码为 913101150918441523。

3、特许经营权情况

公司不存在拥有特许经营权的情况。

4、公司所获荣誉情况

序号	所获荣誉	颁布时间	颁布单位
1	优秀室内照明产品供应商	2016年12月	中国照明网（金手指奖组委会）
2	福建省著名商标	2016年12月	福建省工商行政管理局
3	福建省省级企业技术中心	2016年12月	福建省经济和信息化委员会、福建省科学技术厅、福建省财政厅、福建省国家税务局、福建省地方税务局、福州海关、厦门海关
4	福建省省级创新型企业	2016年9月	福建省科学技术厅、福建省经济和信息化委员会、福建省人民政府国有资产监督管理委员会、福建省总工会
5	福建省省级企业工业设计中心	2016年7月	福建省经济和信息化委员会
6	2016年福建省科技小巨人领军企业	2016年6月	福建省科学技术厅、福建省发展和改革委员会、福建省经济和信息化委员会、福建省财政厅
7	福建省品牌建设促进会常务理事单位	2016年3月	福建省品牌建设促进会
8	“TECNON牌商业照明灯具（固定式）”被评为“福建名牌产品”	2016年3月	福建省人民政府
9	“新型LED商业照明系统”被评为2015年漳州市科学技术进步奖三等奖	2016年1月	漳州市人民政府
10	优秀室内照明产品供应商	2015年12月	中国照明学会中国照明网
11	市级工业设计中心	2015年12月	漳州市经济和信息化委员会
12	市级工业龙头企业	2015年10月	漳州市人民政府
13	福建省科技型企业	2015年9月	福建省科学技术厅
14	“TECNON牌嵌入式灯具”被评为“福建名牌产品”	2015年2月	福建省人民政府
15	市级企业技术中心	2014年12月	漳州市经济贸易委员会、漳州市科学技术局、漳州市财政局
16	十大优秀照明设计公司	2014年12月	中国照明学会中国照明网
17	高新技术企业	2014年9月	福建省科学技术厅、福建省财政厅、福建省国家税务局、福建省地方税务局

七、技术和研发情况

（一）发行人拥有的核心技术及其来源情况

公司提供包括照明设计、开发制造、系统综合服务为一体的商业照明整体解决方案。其中，产品开发制造需要核心技术来保障产品质量和科技含量，满足照明设计方案的需求；照明设计需要相关核心技术来保障照明方案的功能性和美观性，满足客户提高消费体验和提升品牌形象的需求。相应地，公司的核心技术可

分为与产品相关的核心技术和与设计相关的核心技术。

1、与产品相关的核心技术及来源

（1）嵌入式和固定式灯具多角度旋转技术

嵌入式灯具多角度旋转技术是一种针对嵌入式灯具的技术。通过将筒形灯具主体机构中部外侧与后罩铰接，并将后罩套置于环形面板内，利用后罩绕环形面板中心轴心线的旋转，从而实现灯具的多角度旋转调节，以满足照明效果的角度要求。

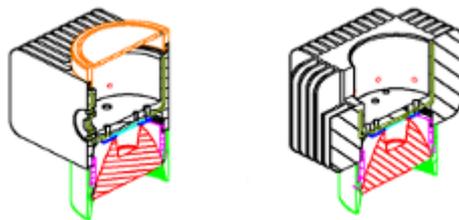
固定式灯具多角度旋转技术是一种针对固定式灯具的技术。通过对轨道头、轨道、铝盒的结构设计使主体能相对铝盒做水平旋转和垂直旋转并定位，从而可通过调整灯具的光照角度来扩大灯具的光照空间，提高灯具的使用范围。

上述技术能够极大满足客户根据实际需要灵活调整店铺布局的需求。

（2）LED 灯具散热技术

本技术为实现 LED 灯具的有效散热，进行了如下创新：首先，散热主体与后盖、前罩之间的连接都采用螺纹连接，这种连接方式能使相关部件紧密相连，散热主体上面的热量能有效传递到后盖和前罩上面，大大增加了散热主体的散热面积；其次，散热主体采用两面带叶片和四面带叶片两种形状，其散热主体四周设有多个通孔，利于空气对流，使散热主体内腔的热空气能通过通孔流到外面，从而降低散热主体内腔温度，增加灯体整体散热效果；最后，在材料选用上，利用铜的超强导热性和铝的易加工性，使铜套嵌入在铝制散热器中，铜铝结合，达到有效散热的目的。

两面带叶片和四面带叶片结构对比图



（3）灯具安全安装使用技术

本技术是一种灯具轨道的快速警示系统，包括照明器具、导轨单元、连接器及警示装置。警示装置安装在连接器中，连接器用于相邻导轨单元的连接，照明器具安装在导轨单元中。本技术可通过警示装置快速准确判断导轨单元与连接器

连接不正常的位置，进行快速更换，无需借助任何专业测试仪器及测试工具，实现操作非专业化，降低安装、使用及维护成本。

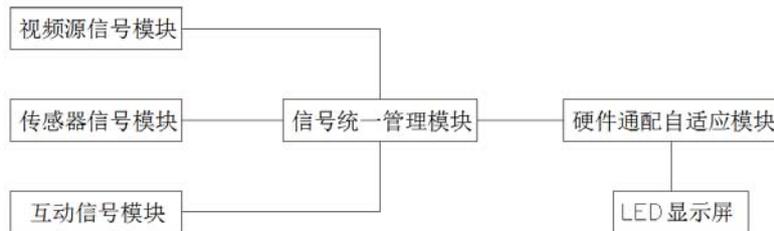
（4）LED 高导热模组技术

本技术将基板加工成型为槽状，基板的底部贴焊 LED 灯珠及其控制电路，而将槽状基板内侧壁设置为反光面，槽状基板外壁直接成为外壳，无需另外安装塑料外壳及金属外壳，可直接作为光源使用。该技术提高了光源自身的导热能力，增加导热与散热面积；该技术也减少了加工配套工序与成本，最大限度地缩小了外部尺寸，相同尺寸上也能使用更大功率的 LED 器件；该技术还解决了现有产品在高低温或其他极端环境下，外壳与 LED 模组存在的剥离和变形问题。

（5）LED 自适应互动显示系统技术

该技术包含信号统一管理模块和硬件通配自适应模块。信号统一管理模块分别与视频源信号模块、传感器信号模块和互动信号模块连接，用于协调所述各个信号源并进行统一编码和发布；硬件通配自适应模块一端与信号统一管理模块连接，另一端与 LED 显示屏连接，用于通配不同厂家的控制系统的接口。该技术使得 LED 显示屏的使用变得便利，仅使用一套控制系统即可完成对 LED 显示屏的播放、控制和交互，极大地增加了设备的兼容性。

LED 屏自适应互动显示系统技术逻辑结构



（6）小像素间距栅格显示屏幕技术

户外有阳光直射使得 LED 户外显示屏的亮度要求较高，因而功耗较大，发热量较高，因此散热处理要求高。LED 格栅屏由于可以透光，不影响通风和采光，重量轻、风荷载小、安装灵活，市场需求越来越大。然而，现有技术下的栅格化的 LED 显示屏的像素间距都比较大，图像画面显示效果差，亮度也较低，仅可在夜晚和光线较暗的环境下使用。

有鉴于此，公司研发了小像素间距栅格显示屏幕技术。该技术包括长条状电路板、驱动电路和 LED 灯珠等。通过将驱动电路设置在电路板侧边，在长条状电

路板的正面和背面分别设置焊盘，贴焊多排成矩阵状的 LED 灯珠。正面多排成矩阵状的 LED 灯珠与背面多排成矩阵状的 LED 灯珠错开设置，形成双层交错“品”字结构。该技术研发的 LED 显示屏像素间距小，散热效果好，而且亮度较高。

（7）LED 异形屏幕技术

现有 LED 显示屏产品大多相对规则，不规则的 LED 显示屏产品则存在密度较小的缺点，且无法适用于任意形状。另外，不规则 LED 显示屏产品多为实验室或概念产品，批量生产难度较大。

本技术通过提出一个小型标准单元，缩短产品的设计周期，增强产品批量生产的可行性，产品能够达到最小 6MM 的点间距，并且使得外形的锯齿状边缘像素分布得到较好的控制，可以适用更近的观看距离。针对客户想要多样化的 LED 显示屏表现方式，使用本产品是一个较好的选择。

（8）光电标识 LED 屏幕化应用技术

该技术通过对 LOGO 光源采用整体 PCB 板贴、插技术，很好的解决了特殊字形、形状差异大与曲线狭窄造型的 LOGO 标识的均匀配光要求。实现了制作字体状 PCB 板、灌胶密封、发光面的多种展示方式等工艺的突破，字体形式可以延伸到迷你字、灌胶字、平板字、背光字。该技术使得产品可以根据客户需求，将 LOGO 实现 LED 屏幕化，满足客户对 LOGO 形象的多种个性化、定制化的需求，使得产品 LOGO 更加现代时尚，设计感强烈。

（9）商业照明器具老化检测技术

本技术通过对于检测手段的创新，减少了传统老化检测中对于场地、人工和电力的大量耗费，具有快速、省电和准确的特点，大幅减少配套产品由于材料或者制造工艺的原因造成的早期失效和较大的偏差。

公司上述与产品有关的核心技术均为公司通过自主研发取得。

2、与设计相关的核心技术及来源

公司现有的与设计相关的核心技术主要分为两类：一类是照明方案的设计能力，对应公司照明方案设计原创能力；另一类是公司照明方案的实现能力，对应计算机三维设计技术和照明环境仿真设计技术。与同行业竞争对手相比，公司设计方案产品自给率高，设计工具和手段精确度高，设计方案实现效果与理想预期效果差异小，客户满意度高。

（1）照明方案设计原创能力

公司主要客户对其自身商业空间有着个性化的要求，在照明解决方案中，对灯具结构、照明色温、显色性、空间照度、眩光等方面有着不同的要求。

经过多年的行业耕耘和业务积累，公司在多位具备丰富行业经验的核心技术人才的带领下，在时尚休闲服饰、商务服饰、运动服饰及其他客户终端都有成熟的照明方案设计作品。在充分考虑客户终端地理位置、面积大小、人流密度、品牌形象和其他环境因素的基础上，融合设计人员创意和行业经验，公司设计人员设计出兼具功能性、美观性、节能性和新颖性的照明解决方案，代表了公司在匹配市场和客户需求的同时，融合技术创新的优秀的照明方案设计原创能力。



宝姿终端店铺照明解决方案设计



利郎/L2 终端店铺照明解决方案设计



特步终端店铺照明解决方案设计



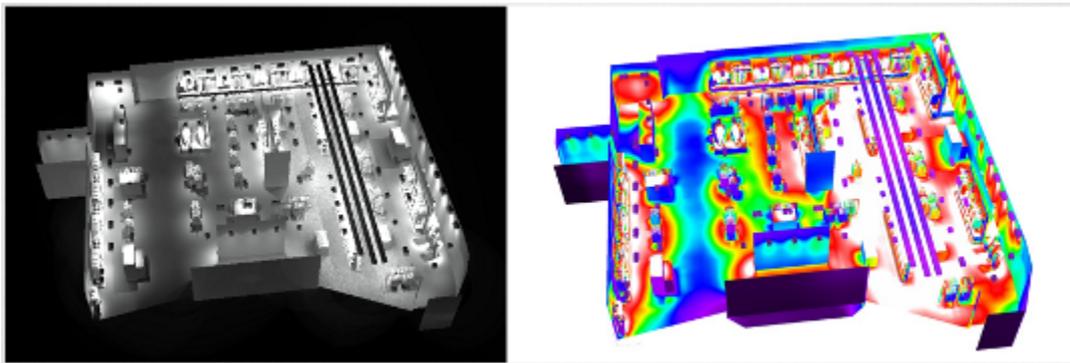
金牌橱柜终端店铺照明解决方案设计

（2）计算机三维设计技术

本技术利用三维计算机软件取代传统的二维设计开发流程来完成整体解决方案的设计，实现设计过程中快速捕捉构思，将多种设计理念和概念草图快速转换成设计方案，该技术的运用极大提高了设计准确率，缩短了设计周期。

（3）照明环境仿真设计技术

本技术通过使用卧式大型分布光度测试系统，模拟照明使用环境，完成空间光强度分布曲线、任意截面光强分布曲线、等照度分布曲线、亮度限制曲线、区域光通量、灯具效率、眩光等级、灯具的总光通量、有效光通量、利用系数等各项指标的测定，进而实现照明器具使用效果的仿真模拟，并在此基础上进行系统方案设计。



模拟使用环境下设计出的效果图

为了激发和提高照明解决方案原创能力，公司配备照明体验店，通过现场展示的方式，公司的设计人员与市场和客户保持良好沟通互动，使照明解决方案设计能力真正做到植根于用户需求。

公司与设计相关的核心技术均为自主研发取得。

3、正在研发的核心技术

随着 LED 在商业照明领域应用的加速推广，以及客户对于商业照明需求的不断提升，公司研究重点逐渐聚焦 LED 在商业照明领域的应用技术。在此基础上，公司区分研究项目和技术不同层级，一方面对与具体订单和应用有关的外观设计研发项目进行持续投入，增强商业照明整体解决方案的技术含量，持续打造和沉淀差异化竞争优势；另一方面，密切关注行业前沿技术，在模块化、智能化、互联网化等方面下工夫，进行前瞻性研究和布局。目前公司在研项目和核心技术情况如下：

技术名称	技术描述	目前阶段	拟达到的目标
照明器具创新设计持续研究	商业照明器具包括外观在内的创新设计与应用场景、应用目的等要素密切相关，是公司照明解决方案的重要组成部分，也是构成太龙照明差异化竞争优势的关键因素。为保障公司不断开发、设计和生产符合当下市场和客户需求的照明器具产品，公司同时进行若干灯型创新设计相关的研发及专利申请等工作，保持高度市场嗅觉，密切关注客户需求变化，使公司照明产品不断引领节能化、智能化、定制化的潮流。公司对照明器具创新设计进行持续投入，已成常态化。目前已形成多项照明器具专利，通过不断的优化工业设计、调整模具结构、提升烤漆工艺、改进光源电气组合、合理配置光效色温等持续的研发设计，使其在外观、布局、散热、安全等方面有效满足了客户日益增长和不断变化的需求。	前期研究 / 打样试制 / 小批量生产 / 大批量生产阶段	大批量生产，持续满足客户差异化需求
遥控自动追光照明技术	在使用时为了追求效果，具有高度聚光的照明器具需要把中心光斑覆盖在被照物体上，以达到突出照明的目的。但在安装之后，经常由于安装高度和安装位置的限制，不方便甚至不能再进行调整照射的方向。特别是在一些经常需要调整照射方向的场合，遥控自动追光技术具有较大应用空间。公司创新的提出一种使用外部小面积的光斑作为标记点的产品，通过摄像头识别并利用传动装置自动追寻标记点，达到调整照射方向的目的。	前期研究阶段	大批量生产
LED 照明器具灯具和 LED 屏幕无线供电和无线连接技术	LED 照明器具和 LED 屏幕的诸多优点使得其应用范围和应用场景越来越多样化，但是部分应用环境的物理条件比较苛刻，为 LED 照明器具和 LED 屏幕的无线供电和无线连接技术的应用提供了空间。公司正在研发采用无线供电和无线传输技术的 LED 照明器具和屏幕产品，照明器具、屏幕模组或箱体可以灵活拼接、全无线连接，适用于各种有接线安全限制、防电防爆要求或要求随意灵活拼图的特殊环境。	试制阶段	大批量生产
LED 智能模块化延伸技术	LED 有多种不同的应用领域和细分市场，但往往因初期产品设计的局限，在增加功能时面临重新开发的问题，影响产品寿命和市场开拓。	前期研究阶段	大批量生产

	本技术以 LED 系统模块化为主轴，通过成熟的应用电源模块及散热结构模块相互搭配，衍生出工作灯、安全灯及感应灯等系列灯具；相关 LED 部件模块化后，也可作为配件导入 DIY 市场，客户可自由选择购买部件进行组装，使 LED 市场领域扩大；另外，利用感应模块进行技术创新，通过智能手机或平板电脑的 APP 进行控制，增强了照明器具的智能化水平。		
LED 色温调节技术	为了使 LED 产品达到一致的色温，现行的生产工艺通常使用分光分色的方式，将产品分成多个范围值的区间来实现。该方法无法满足高端商业照明对色温一致的需求，也无法保证多个批次生产的产品达到一致性，同时对仓库的库存、产品的更换维修造成很大不便，也存在原材料浪费的情况。 公司研发的 LED 色温调节技术，由多个模块组合而成。通过比较灯具数据与基准数据是否存在偏差并进行修正，有效保证了出货后色温的一致性。	前期研究阶段	大批量生产
结构件模具开发技术	本技术通过对于模具材料、制造工艺的综合运用，提供模具结构的可替换性，结合使用 CNC 数控铣床和数控雕铣机，来快速、精确地完成不同型号的模具开发过程。针对不同大小和精度要求的模具，分别由 CNC 数控铣床和数控雕铣机，通过数字控制系统控制机床自动选择主轴转速和运动轨迹，完成立体的、多工序的一次性精加工，以提高产品的快速量产能力。	前期研究阶段	缩短开发周期，提升新型灯具开发效率，持续降低生产成本
窄贴片焊接工艺技术	LED 照明或显示一般为在线路板正面或背面进行贴片或依靠插件的显示单元，其适用的范围仅限于使用空间较大场合，电路板通常为标准的长方形或多边形。当需要在狭小空间使用 LED 进行照明或显示内容时，现有技术就无法满足需求。公司正在研发一种窄边贴片焊接工艺用于解决上述问题。本技术使用夹板分别在电路板的正面和背面设置容纳槽，通过印刷锡膏的方式填充容纳槽，利用夹具将 LED 灯珠放置于电路板的窄边上，从而实现贴片回流的完整工艺，解决狭小空间的照明或显示问题。	产品试制阶段	大批量生产
商业照明互变灯具技术	商业照明领域中对照明器具自动化和智能化的要求越来越高，公司密切把握未来商业照明的需求点，通过革新灯具结构设计，对互变灯具技术进行技术储备研发。 该技术通过创新的结构设计，针对商业照明场景和环境不断变换、灯光需要因时、因地调整的客观需求，对固定式/吸顶式互变灯具技术进行研发。该技术模糊了固定式导轨射灯与吸顶式灯具的类别界限，集合二种灯具的优点，将光学系统配置和结构部件设计相结合，使商业照明器具的功能更能满足不断变化的商业照明客户的需求。	前期研究阶段	大批量生产
LED 显示屏播放集成控制技术	由于不同客户对 LED 显示屏产品存在高度定制化的客观需求，在其实际使用过程中，往往存在因为视频源信号、硬件接口、画面素材、尺寸等的不同使得 LED 显示屏播放控制系统存在通用性较低的问题。另外，对每一个产品单独设置播放和控制系统，存在定制化成本；客户对 LED 显示屏播放控	小批量生产	大批量生产

	<p>制操作需要专门培训或学习，一定程度上影响了客户的使用体验。</p> <p>公司针对上述问题，投入研发资源和人员，对LED显示屏播放集成控制技术进行开发。通过编写在应用层上直接面向客户、在物理和硬件层上兼容不同规格型号的LED显示屏底层接口的计算机程序，配备针对公司LED显示屏产品进行定制开发的智能播放器，力求实现客户简易操作、支持多信号源无损输入、兼容不同媒体素材、支持无线热点传输及移动终端云控制功能的目标，为客户提供高度集成化、人机交互友好的LED显示屏播放解决方案。</p>		
--	--	--	--

（二）核心技术在生产过程中的体现

发行人的核心技术可分为与设计相关的核心技术，以及和产品相关的核心技术，其中，与设计相关的核心技术主要体现在优质、高效的为客户提供终端门店照明方案，并为产品选型和设计提供指导。与产品相关的核心技术则可以区分不同照明产品，并在不同产品的生产过程中得到应用，具体如下：

核心技术类别	照明器具	LED显示屏	光电标识
与设计有关的核心技术	1、照明方案设计原创能力；2、计算机三维设计技术；3、照明环境仿真设计技术		
与产品有关的核心技术	1、嵌入式和固定式灯具多角度旋转技术； 2、LED灯具散热技术 3、灯具安全安装使用技术； 4、商业照明器具老化检测技术	1、LED高导热模组技术； 2、LED自适应互动显示系统技术； 3、小像素间距栅格显示屏技术； 4、LED异形屏幕技术	光电标识LED屏幕化应用技术

1、与设计有关的核心技术及在生产过程中的应用

在设计环节，公司设计人员运用照明方案原创设计能力、计算机三维设计技术、照明环境仿真设计技术等核心技术，实现照明效果的仿真模拟，高效的为客户提供兼具功能性、美观性、节能性和新颖性的照明解决方案。以达到预定光影效果和照明体验为目标，公司提供与之配套的定制化照明产品，并反映为照明产品的生产。

2、照明器具制造环节的核心技术体现

公司与照明产品相关的核心技术主要包括嵌入式和固定式灯具多角度旋转技术、LED灯具散热技术、灯具安全安装使用技术和商业照明器具老化检测技术。

(1) 在灯具的制造过程中，公司运用嵌入式和固定式灯具多角度旋转技术和 LED 灯具散热技术等核心技术，能够极大满足客户根据实际需要灵活调整店铺布局的需求，且解决了店铺照明中 LED 照明器具使用时间长、灯具分布较为密集、散热环境不佳的问题，增强了公司照明产品的可靠性和使用寿命。

(2) 在照明器具总装、质检环节，公司运用灯具安全安装使用技术和商业照明器具老化检测技术，通过照明器具结构和配件的设计，降低了照明器具安装、使用及维护的成本；通过对于检测手段的创新，减少了传统老化检测中对于场地、人工和电力的大量耗费，实现了快速、节能和高效的特点，为实现大量定制化照明产品检测和快速交货创造了条件。

3、LED 显示屏制造环节的核心技术体现

公司与 LED 显示屏相关的核心技术主要包括 LED 高导热模组技术、LED 自适应互动显示系统技术、小像素间距栅格显示屏幕技术和 LED 异形屏幕技术。

(1) 为解决 LED 显示屏在散热、变形等方面存在的普遍问题，公司开发了 LED 高导热模组技术及小像素间距栅格显示屏幕技术。通过生产和制造工艺的创新，提高了光源自身的导热能力，也降低了加工配套工序与成本，解决了 LED 显示屏在应用场景较为苛刻的环境中可能存在的剥离、变形等问题，提升了产品的质量和使用寿命；

(2) 为使 LED 显示屏的操作更加简便和人性化，公司开发了 LED 自适应互动显示系统技术，并在生产制造过程中逐步实现，利用一套控制系统即可完成对 LED 显示屏的播放、控制和交互，极大地增加了设备的兼容性；通过对 LED 显示屏的标准单元尺寸的创新，公司将 LED 异形屏幕技术应用于 LED 显示屏的生产制造中，提升了 LED 显示屏产品的定制化程度。

4、光电标识制造环节的核心技术体现

公司与光电标识相关的核心技术主要为光电标识 LED 屏幕化应用技术。

为满足客户对于光电标识屏幕化、个性化和定制化需求，公司开发了光电标识 LED 屏幕化应用技术。在光电标识制造过程中，通过对光电标识所用的光源采用整体 PCB 板贴、插技术，并在字体状 PCB 板、灌胶密封、发光面等方面进行创新，有效满足了客户对光电标识产品设计感的定制化需求。

经核查，保荐机构和发行人律师认为：发行人已披露主要产品相对应的核心

技术。

（三）核心技术与已取得或在申请专利的对应关系

技术名称	专利号（申请号）
嵌入式灯具多角度旋转技术	ZL201120314236.4 ZL201120314230.7 ZL201120313488.5 ZL201120313107.3 ZL201320862489.4 ZL201320862391.9
固定式灯具多角度旋转技术	ZL201320862578.9 ZL201120265494.8 ZL201120263149.0 ZL201220365014.X ZL201220364953.2 ZL201320421728.2 ZL201520612210.6 ZL201520612091.4 ZL201520612024.2 ZL201521021843.6 ZL201521021854.4 ZL201521021847.4 ZL201521040873.1 ZL201521021847.4 ZL201620620176.1 ZL201620620676.5 ZL201620620162.X 201510931334.5（发明专利申请号） 201510910193.9（发明专利申请号）
LED 灯具散热技术	ZL201320528878.3 ZL201320528732.9 ZL201320511896.0
灯具安装安全使用技术	ZL201310297618.4 ZL201521016752.3
LED 高导热模组技术	ZL201420171398.0
LED 自适应互动显示系统技术	ZL201520596101.X
小像素间距栅格显示屏幕技术	ZL201520595988.0 ZL201520596142.9 201510635874.9（发明专利申请号）

（四）核心技术产品收入占营业收入的比例

公司核心技术在主营业务中有广泛的应用，覆盖从研发、设计到主要生产产品的生产制造等，主要应用产品包括 LED 照明器具、陶瓷金卤灯具及其他照明器具，以及 LED 显示屏和光电标识产品。上述核心技术产品收入占营业收入比例情况如下：

单位：万元

年份	2016 年	2015 年	2014 年
LED 照明器具	19,722.14	14,428.43	5,224.59
陶瓷金卤灯具	1,111.85	5,109.05	12,106.18
其他照明器具	1,766.30	1,339.26	1,321.14
LED 显示屏	1,395.89	1,135.04	643.06
光电标识	759.48	257.59	53.86
核心技术产品收入合计	27,311.75	22,269.37	19,348.83
占营业收入比重	90.64%	89.88%	91.49%

（五）研发费用情况

公司将提高研发设计能力作为提升公司综合竞争力、实现公司发展战略的重要途径，多年来一直注重研发投入。公司通过改善技术设备和科研条件，引进高技术人才，加大对照明设计、产品研发、模具开发和生产工艺等方面的投入，使得公司技术实力一直保持行业的领先地位。报告期内，公司的研发投入情况如下：

单位：万元

年份	2016 年	2015 年	2014 年
研发费用	1,193.79	1,070.42	944.88
占营业收入比例	4.37%	4.32%	4.47%

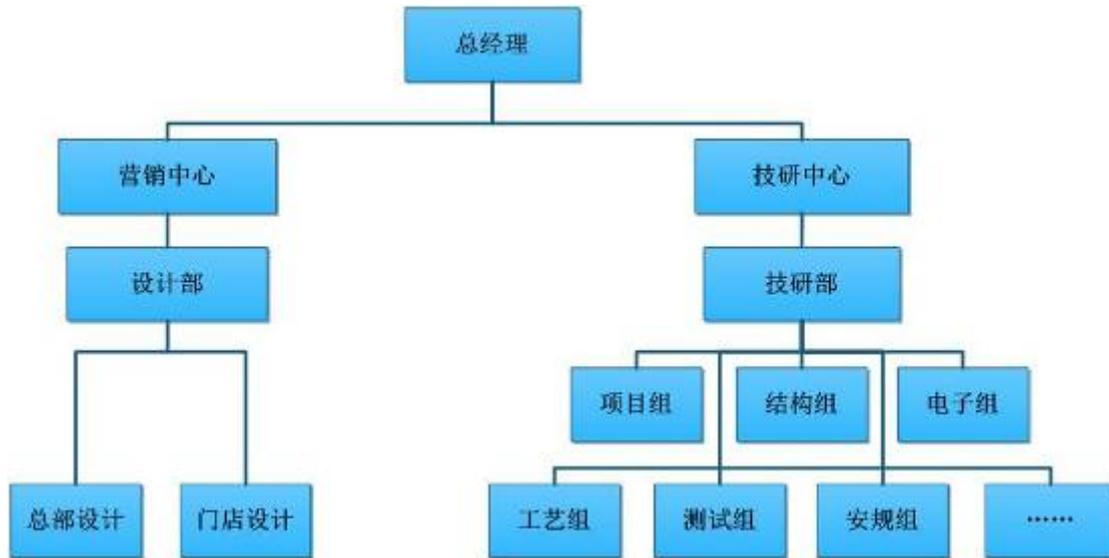
（六）技术开发体制与核心技术人员情况

1、公司技术开发的机构设置

作为商业照明整体解决方案的服务商，为了及时响应、全面解决客户的个性化需求，在研发目标上，公司需要掌握照明器具的应用特点、契合客户的照明需求和把控照明解决方案的发展趋势；在研发能力上，公司需要积累丰富的整体解决方案的设计能力和强大的个性化产品的开发能力。

公司建立了由总经理负责，营销中心和技研中心主管，设计部和技研部具体

负责的研发机构。其中，考虑到设计服务是商业照明整体解决方案的关键部分，主要的设计工作和产品需求的开发体现在合作洽谈的初创设计和订单下达前的门店设计阶段，公司将设计部归口在营销中心管理，便于在销售阶段即全面、及时掌握客户需求，提供个性化的设计方案。



设计部下设总部设计和门店设计两个小组，各小组任务分别是：

（1）总部设计：配合销售部进行市场开拓，推广商业照明整体解决方案的设计理念，提供新客户的照明方案设计；跟踪客户的照明应用情况，为长期客户提供持续更新的商业照明设计。

（2）门店设计：负责与客户的空间设计中心或拓展部沟通，确认客户的照明需求，提供门店照明设计图纸。

技研部下设项目组、结构组、电子组和工艺组等多个小组，各主要小组任务分别是：

（1）项目组：整体负责新产品的研发和设计，旧产品的改进。

（2）结构组：负责产品外观设计、结构设计，以及装配图、零件图纸和产品首样的制作。

（3）电子组：负责电器配件和控制系统选型、测试和更新，提供现场工程技术支持。

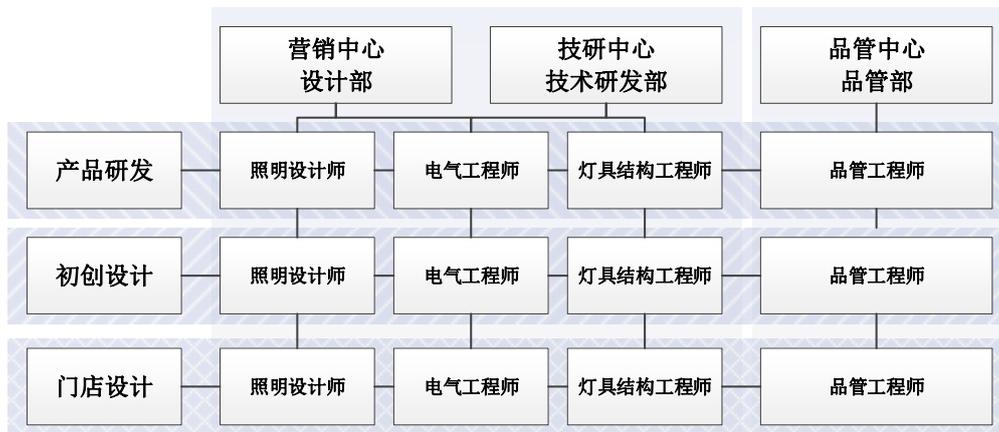
（4）工艺组：负责产品生产工艺标准制定、作业指导书编制以及生产工艺流程培训，对接生产中出现问题的分析、解决及改善。

(5) 测试组：负责新产品检验标准、测试标准的制定；负责产品的机械构造性能、电气性能和光学性能的鉴定试验。

(6) 安规组：负责制定产品电器安规标准，配合结构工程师完成灯具电气方面的设计，提供现场工程技术支持。

2、公司的技术开发体系

作为商业照明整体解决方案的倡导者，为快速响应客户的个性化需求，公司建立了矩阵式的研发体系，公司技术开发的组织架构体系如下：



纵向按业务需求分为产品研发、初创设计和门店设计，其中，产品研发是指为满足客户对于个性化灯具或者是公司扩产产品线的需求，开发不同种类、型号和规格的新产品，从而为公司的商照系统提供更多可选择的配套产品；初创设计指在合作洽谈阶段，公司根据品牌客户的需求进行的照明方案整体设计，侧重于品牌形象的表达、照明效果的演绎和空间方案的设计；门店设计是指在客户订单下达前，公司根据具体终端门店的需求进行的照明设计，侧重于根据门店的具体情况布灯设计、照度设计和电路控制等设计。

横向按专业职能分为照明设计师、电气工程师、灯具结构工程师和品管工程师，其中，照明设计师主要负责照明效果设计、照明器具选型和照明方案图纸绘制等内容，电气工程师主要负责电器产品电路设计、配电和控制系统设计等内容，灯具结构工程师主要负责照明器具的设计、产品 BOM 的建立和工艺工序的制定，品管工程师负责整个开发过程的质量控制。

在具体的计划开发活动中，业务需求线上由项目小组主导，在专业上接受营销中心、技研中心和品管中心的指导，考核由项目小组和三大中心共同参与，保证专业评价和工作成绩的平衡，最终实现业务需求和专业职能的相互融合。

3、公司核心技术人员及其变动情况

自成立起，公司一直高度重视研究开发人才的引进、培养和储备。2010 年以来已累计在全国范围内为超过 100 个知名品牌、6 万余个零售终端提供了商业照明整体解决方案，作为商业照明整体解决方案的倡导者，业务规模的快速发展，在促使公司不断加大研发团队建设投入的同时，也为公司培育了一批专业的商业照明研发设计人才，构成了公司业务不断发展的基石。

截至 2016 年 12 月 31 日，公司专业研发设计人员 88 名，其中，核心技术人员 9 名，包括陈国辉等 5 名专注于研发的核心技术人员，以及林汉国等 4 名专注于照明解决方案设计的核心技术人员。

公司的核心技术人员包括电气工程师、结构工程师和照明设计师等专业人才，在产品研发、模具开发和照明设计等领域有着丰富的经验，在商业照明整体解决方案的设计、开发和应用方面具有较高的水平。2014 年和 2015 年，公司核心技术人员分别获得“第一届中国照明产品造型艺术设计大赛”室内照明灯具产品设计类一等奖和“金手指奖”——优秀灯具设计师。

最近两年，公司的核心技术人员较为稳定，未发生重大变动。

（七）技术创新机制与保密措施

1、公司的技术创新机制

（1）创新文化及战略把握

“探索光明，点亮心灵”作为公司核心企业文化，体现了公司不断开拓、不断创新的企业精神。公司一直努力营造一个支持创新、激励创新、保护创新的工作氛围和文化环境，最大限度地调动企业创新资源，促使创新思想发挥效应，让创新活动得到认同。

企业自 2007 年成立以来，成长较快，产品和服务能够得到市场和客户的认可，与公司一直坚持的以市场为导向的创新精神紧密相联，这一点不仅在公司的管理层中间，更在公司基层研发人员和其他员工中间得到广泛认同。创新活动和创新精神事关公司未来发展，因此公司在战略上对创新给予了大量支持。在人才、资金、激励机制上都做了前瞻性考虑，保障公司创新精神永葆活力。

（2）市场需求外在驱动与公司盈利内在驱动共同推动

市场需求对商业照明解决方案有其自身的创新需求，科技含量更高、节能效果更好、更能匹配客户需求的商业照明解决方案具备更好的竞争优势。公司在研发创新上，采取营销中心、技研中心和品管中心共同参与、共同指导的方式，保证市场和客户对创新的外在需求能够直接传导至公司的研发创新团队，从而驱动公司的团队为满足市场需要而进行富有针对性的、市场导向的创新。

另一方面，公司内部设置了科学合理的研发机构，在管理制度上对创新带来的品质提升和成本节约进行了强调，创新成果的经济价值为公司全体管理层和研发人员所重视。公司盈利规模的上升为未来创新投入提供了物质保障，从而使公司内部盈利驱动成为公司可持续创新的源动力。

（3）完善的用人机制和充分的资金保障

公司根据商业照明业务和技术发展的需要，采取有效措施，不断强化技术人才工程建设。在人才引进上，公司提供具有竞争力的待遇吸引创新人才的加入；在人才培养上，公司注重对员工的再教育，通过培训、交流和考察等方式提高员工的创新素质；在人事管理上，公司在评选晋升、教育培训、绩效考核等方面给予创新人才以优惠，提高创新人才的工作热情。

在每年的资金预算中，公司均预留研发投入资金，明确研发投入规模；在经营运作中，公司优先保障研发项目的资金投入安排。近年来，公司研发投入逐年增长，满足了公司在方案设计和产品研发过程中的资金需求，为保持公司的创新能力和提高技术优势提供了充足的资金保障。

（4）评价和激励机制

公司建立了规范健全的研发管理制度，对方案设计和产品研发的全过程进行控制；在此基础上，公司在绩效考评中重点考虑各技术人员创新的意愿、能力以及成果，对具有重大创新成果的技术人员给予重点激励。

2、保密措施

公司制定了较为完善的保密和信息安全措施，主要包括：与关键研发人员签订保密协议方式，对相关的技术保密责任、方式作出了明确约定；在内部管理上，公司关键的研发文档资料等集中存放于公司内部的独立局域网内，由专人负责，每个技术人员凭自身分配到的唯一账号获取资料，资料的来源和访问记录有完善记载；针对研发资料的不同类别和重要性程度，公司为不同级别和不同职能的研

发人员分配了技术文档和资料的访问权限，保证了重要技术资料的及时备份存档，也完善了公司的信息安全管理与保密性。

八、发行人主要产品和服务的质量控制状况

公司已经通过 ISO9001 质量管理体系认证，在公司范围内推进全面质量管理。公司产品获得包括 3C、CE、CB、KC、SASO 和 UL 等在内的多个认证，为公司开拓国内和海外市场奠定了良好的基础。在内部管理上，公司秉承质量为本、服务为先的经营理念，严格依照国家、行业标准以及目标市场地区的要求选择合格供应商、生产产品和提供服务，产品和服务的质量赋予了公司参与市场竞争的优势，也塑造了良好的公司品牌形象，为公司进一步提升市场份额提供了坚实保障。

（一）质量控制标准

公司生产的产品及提供的服务严格遵循主管部门、机构及行业协会等制定的质量和安全标准。其中，由国家标准化管理委员会和国家质量监督检验检疫总局发布的国家标准主要情况如下：

标准编号	标准名称	实施日期
GBT4857.5-92	运输包装件跌落试验方法	1992年10月1日
GBT6461-2002	金属基体上金属和其他无机覆盖层经腐蚀试验后的试样和试件的评级	2003年4月1日
GB7000.7-2005	投光灯具安全要求	2005年8月1日
GB4706.1-2005	家用和类似用途电器的安全第1部分：通用要求	2006年8月1日
GBT16842-2008	外壳对人和设备的防护：检验用试具	2008年9月1日
GBT9468-2008	灯具分布光度测量的一般要求	2009年5月1日
GB17743-2007	电气照明和类似设备的无线电骚扰特性的限值和测量方法	2009年11月1日
GB4208-2008	外壳防护等级（IP代码）	2009年1月1日
GB7000.1-2007	灯具第1部分：一般要求与试验	2009年1月1日
GB7000.201-2008	灯具第2-1部分：特殊要求固定式通用灯具	2010年2月1日
GB7000.202-2008	灯具第2-2部分：特殊要求嵌入式灯具	2010年2月1日
GB7000.204-2008	灯具第2-4部分：特殊要求可移式通用灯具	2010年2月1日

GB19510.1-2009	灯的控制装置第1部分：一般要求和安全要求	2010年12月1日
GB19510.14-2009	灯的控制装置第14部分：LED模块用直流或交流电子控制装置的特殊要求	2010年12月1日
GBT30413-2013	嵌入式LED灯具性能要求	2014年12月1日
GB19510.14-2009	灯的控制装置第2-10部分：高频冷启动管形放电灯（霓虹灯）用电子换流器和变频器的特殊要求	2015年7月1日

除以上国家标准之外，其他机构及相关行业协会也制定了质量管理标准和规范，具体情况如下：

标准编号	发布机构	标准名称	实施日期
CNCA-01C-022:2007	中国国家认证认可监督管理委员会	电器电子产品强制性认证实施规则：照明电器	2007年8月15日
CQC12-461224-2011	中国质量认证中心	LED用直流/交流电子控制器安全与电磁兼容认证规则	2011年4月28日
CNCA-C01-01:2014	中国国家认证认可监督管理委员会	强制性产品认证实施规则：照明电器	2014年9月1日
CQC-C1001-2014	中国质量认证中心	强制性产品认证实施细则：照明电器	2014年9月1日
CSA030-2014	国家半导体照明工程研发及产业联盟	LED照明光组件体系分类	2014年8月15日
CSA027-2014	国家半导体照明工程研发及产业联盟	户外技术防雷技术要求	2014年8月15日

（二）质量控制部门和流程

公司重视产品和服务的质量管理，从全员性、预防性和服务性的角度划分具体部门的质量管理责任，设计了具体和可操作性较强的质量控制制度和流程，制定了《太龙质量手册》。通过设计和利用科学的质量管理工具和程序，公司的产品和服务的质量得到了有效的保障，不仅有效降低了生产经营的质量成本，也提升了客户对产品和服务质量的满意程度。

公司设置了专门的品管中心，下设品管部，用以制定和维护公司质量管理的制度和流程。同时，生产中心、物控中心、技研中心及客服中心均有具体的质量控制制度和内部流程，保证质量控制过程的全员参与。从原材料的采购，到存货的物流、仓储保管，到具体的生产制造，到技术和研发过程，直至最终将产品和服务交付客户并提供完善的售后及客户满意度管理等，公司均有具体制度、程序或规范可循。公司的质量管理参与部门及其对应的主要质量管理制

度、程序及规范如下：

部门	质量控制制度、程序及规范
品管中心	质量文件控制程序；质量记录控制程序；质量管理评审程序；内部质量审核控制程序；应急准备与响应控制程序等
物控中心	采购管理制度；仓库管理规定；进料检验规范；入库和出库检验规范；特别采购管理规定；外协加工管理程序等
生产中心	灯具成品通用检验标准；制程检验规范；不合格品控制程序；纠正和预防措施控制程序；检测设备控制程序等
技研中心	研发部管理制度；产品开发与设计程序；样品管理办法；技术文件管理规定等
客服中心	客户服务手册；售后服务管理规定；巡店管理规定；客户满意度调查程序等

（三）产品质量纠纷情况

公司以“安全、创新、共赢、满意”为质量管理方针，严格落实质量控制责任和流程。报告期内，公司未出现重大产品质量纠纷，也未出现因产品质量问题受到相关主管质量技术监督部门的处罚的情况。

九、境外经营情况

截至本招股说明书签署之日，公司将部分产品出售到境外。除此之外，公司未在境外开展生产经营活动，不存在境外拥有资产的情况。

十、发行人发展规划

（一）公司发行当年及未来三年发展规划

1、公司未来发展战略

公司专业为客户提供集照明设计、开发制造、系统综合服务于一体的商业照明整体解决方案。历经多年发展，公司已在包括时尚休闲、运动、商务等在内的品牌服饰领域建立了广阔的市场基础，并形成品牌效应，同时已开始向品牌家居家纺等其他商业照明市场进行拓展。

未来的经营中，公司将继续强化在品牌服饰领域商业照明的领先地位，并向

包括品牌家居家纺、商超、餐饮、购物中心、星级酒店、主题公园等其他领域的商业照明市场拓展。首先，公司将持续深化技术水平，通过资金及人员的扩充，实现照明设计、模具开发、产品研发方面的技术升级；其次，公司将充分了解客户需求，加强已有技术的成果转化，继续为客户提供高性价比的商业照明整体解决方案；再次，公司将丰富现有配套产品种类，为客户提供多元化的系统配套产品，为客户提供优质的商业照明整体解决方案，同时保持敏锐市场嗅觉，探索开发便携式灯具等细分照明器具，适度增强公司产品和下游市场的多样性；最后，公司将依托现有营销和服务网络，通过信息化管理，进一步提升服务能力，增加客户与公司的合作黏性，进一步扩大公司的品牌影响力。

2、公司发行当年和未来三年的发展规划

根据上述发展战略，公司将以主营业务发展为核心，逐步提升产品营销、方案设计、产品开发、生产制造和售后服务能力。通过贯彻企业文化，强化职能部门管理，树立良好的服务口碑，力争把公司打造成为行业内效益最好、综合服务能力最强的企业，以实现主营业务收入与利润快速增长的经营目标，提升公司的行业地位。

（二）公司拟采取的业务发展计划

1、商业照明系统配套产品产能提升规划

公司根据商业照明增长的需求制定了系统配套产品的产能扩充规划，以满足下游市场的商品展示需求。

商业照明器具产品方面，公司拥有 LED 照明器具、陶瓷金卤灯具等一系列受到客户广泛认同的产品。未来公司将继续强化在照明器具领域的产品地位，加强新技术的投入使用，扩大照明器具产品的生产规模，进一步增强公司的配套产品供应能力，提升公司市场份额的同时，拓展品牌覆盖能力。公司计划建设“商业照明产业基地项目”，其中照明器具年产能将扩大 120 万套，以满足商业照明行业日益增长的市场需求。

商业照明显示屏方面，公司凭借良好的产品质量及超高的性价比，不断赢得客户好评。未来公司将大规模扩大 LED 显示屏产品的生产能力，并迅速抢占市场份额，提升公司盈利能力。公司计划建设“商业照明产业基地项目”，其中 LED

显示屏产品年产能将新增 5,000 平米，项目的建设符合市场对显示屏产品的需求，可以优化公司产品结构，有效提高项目中标率。

2、商业照明系统配套产品种类多元化规划

优秀的照明设计需要结合电光源和电器市场的技术走向，为客户提供定制化的照明系统配套产品。随着照明光源的多样化发展，客户品牌建设和消费体验等营销的需要，包括 LED 照明器具、陶瓷金卤灯具在内的多类照明器具得到快速发展，系统配套 LED 显示屏和光电标识产品也应运而生。

目前公司已全面生产各类照明器具及显示屏产品，同时计划通过建设“商业照明产业基地项目”，使光电标识产品年产能新增 6,000 套，以在公司现有配套产品种类基础上，进一步完善系统配套产品种类。同时，公司将紧跟主要电光源的技术发展，展开产品应用研究，结合客户照明需求，通过柔性化的生产制造体系，丰富商业照明系统配套产品种类，为客户提供优质的商业照明整体解决方案和服务。

3、技术开发规划

公司将本着中长期规划和近期目标相结合、前瞻性技术研究和产品应用开发相结合的原则，以技术中心为平台，以市场需求为导向，以产品推广为目标，进行技术开发和产品创新，健全和完善技术创新机制，从人、财、物和管理机制等方面确保公司的持续创新能力，努力实现公司产品生产工艺规范化、生产装备智能化、产品质量性能国际化。具体计划如下：

（1）积极申请专利

行业内企业对知识产权的保护非常重视，目前公司拥有已授权国家专利 110 项。未来公司通过设计研发中心的建设，将会有更多的自主创新技术输出，公司将通过专利申请的方式保护专有技术，不断提升公司的盈利能力。

（2）拓展产学研合作

公司将加强与高等院校、研发机构的合作与交流，整合产、学、研资源优势，通过自主研发与合作开发并举的方式，持续提升公司技术研发水平、强化公司产品竞争力，并有效吸纳合作院校的突出性人才，为技术中心的持续发展提供人才保障。

4、市场和业务开拓规划

未来公司将采取深耕品牌服饰领域市场、广拓其他商业照明领域市场的营销服务规划。一方面，通过完善照明配套产品种类，实现对现有品牌服饰领域商业照明客户配套产品的全面覆盖，并积极开拓潜在的品牌服饰客户，提高公司在品牌服饰领域商业照明市场的占有率；另一方面，借助现有领域丰富的经验和良好的口碑，广拓包括品牌家居家纺、商超、餐饮、购物中心、星级酒店、主题公园等其他领域的商业照明市场，实现公司业务领域的迅速扩张。

同时，公司将更加注重售后服务市场，为客户提供专业的商业照明售后服务。一方面，可以通过提供日常的照明维修和配件更换，提高售后服务和配件销售的收入，进一步增加公司整体收入的规模，提高盈利水平；另一方面，可以通过为客户提供更加深入和优质的服务来提高客户满意度，提高客户黏性，为持续获得现有客户订单奠定基础。

5、人才发展规划

人才是公司发展的核心资源，为了实现公司总体战略目标，公司将健全人力资源管理体系，制定一系列科学的人力资源开发计划，进一步建立完善的培训、薪酬、绩效和激励机制，最大限度的发挥人力资源的潜力，为公司的可持续发展提供人才保障。

（1）加快人才引进

公司将立足于未来发展需要，进一步加快人才引进。通过专业化的人力资源服务和评估机制，满足公司的发展需要。一方面，公司将根据不同部门职能，有针对性的招聘专业化人才；管理方面，公司将建立规范化的内部控制体系，根据需要招聘行业内部专业的管理人才，提升公司整体管理水平；技术方面，公司将设计研发中心的建立为契机，引进国内外顶尖技术人才，提升公司的技术创新性，增加公司核心技术储备，并有效转化科技成果；营销方面，随着公司营销服务网络的全面铺开，公司将大量吸纳具有专业经验的营销及售后服务人才，确保公司营销服务的顺利开展。另一方面，公司将建立人才梯队，以培养管理和技术骨干为重点，有计划地吸纳各类专业人才进入公司，形成高、中、初级人才的塔式人才结构，为公司的长远发展储备力量。

（2）强化人才培养

培训是企业人才资源整合的重要途径，未来公司将强化现有培训体系的建

设，建立和完善培训制度的同时，针对不同岗位的员工制定科学的培训计划，并根据公司的发展要求及员工的发展意愿，制定员工的职业生涯规划。采用内部交流课程和先进企业考察等多种培训方式提高员工技能，通过强化人才培养将大幅提升员工的整体素质，促使员工队伍进一步适应公司的快速发展步伐。

（3）推行激励政策

公司将制定符合公司文化特色、具有市场竞争力的薪酬结构，制定和实施有利于人才培养的激励政策。根据员工的服务年限及贡献，逐步提高员工待遇，进一步激发员工的创造性和主动性，为员工提供良好的用人机制和广阔的发展空间，全力打造出团结协作、拼搏进取、敬业爱岗、开拓创新的员工队伍，从而有效提高公司凝聚力和市场竞争力。

6、管理体系规划

完善的管理体系流程，是企业在日趋激烈的市场中生存和发展的关键因素之一。为此，公司针对现有管理体系进行了以下规划：

（1）完善以计划管理为中心的生产管理体系

公司将根据客户的需求，以制造计划为指导：在确保高质量、低库存、低成本的前提下，实现生产时间最短化及满足客户需求最大化的战略目标。进一步强化计划管理，提高计划编制的科学性、预见性和指导性，在重策划、重成本控制的前提下，实行全厂定置管理，规范而有效利用资源，提高效率并控制成本。

（2）完善财务核算及财务管理体系

公司将进一步加强财务核算的基础工作，提高会计信息质量，完善各项会计核算、预算、成本控制、审计及内控制度，充分发挥财务在预测、决策、计划、控制、考核等方面的作用，为财务管理和企业决策奠定良好的基础。

（3）建立有效的内控及风险防范制度

为依法维护股东的合法权益，保障公司重大经营和管理活动的合法性和有效性，有效防范经营风险，公司将进一步完善公司内部审计、风险控制机制、责任追究制度、风险预防和保障体系，制定并完善管理标准、管理流程及管理制度，按照分级分类的原则，形成一套规避经营风险的机制，提高公司经营水平。

（三）发展规划所依据的假设条件和面临的主要困难

1、发展规划所依据的假设条件

(1) 公司所处的宏观经济、政治、法律和社会环境比较稳定，在计划期内没有对公司发展产生重大不利的事件出现；

(2) 公司所在行业处于正常发展状态，没有出现对公司发展产生重大影响的不可抗力事件；

(3) 本次公司股票发行上市能够成功，募集资金顺利到位；

(4) 募集资金投资项目能够顺利实施，并取得预期收益；

(5) 公司能够持续保持现有管理层、核心技术人员的稳定性和连续性；

(6) 公司产品的市场需求、经营所需原材料的供应和能源供应不会出现重大的突发性变化。

2、实施过程中可能面临的主要困难

(1) 公司自有资金难以满足上述规划的需要

根据市场需求和公司发展规划，公司将实施商业照明产业基地建设项目和设计研发中心建设项目等投资项目，需要进行固定资产投资；同时，公司目前正处于业务快速发展阶段，对于流动资金也存在较高需求。但是，公司短期内依靠经营积累和银行贷款进一步获取资金的规模相对有限，现有融资渠道不能满足公司经营发展的需要。因此本次公开发行股票并上市对公司实现各项业务发展的计划、目标以及整体业务的可持续发展十分重要。

(2) 经营管理水平需进一步提升

根据公司的发展规划，未来几年内公司的资产规模、业务规模、人员规模、资金运用规模都将有较大幅度的增长。随着业务和规模的快速发展，公司的管理水平将面临较大的考验，尤其在公司迅速扩大经营规模后，公司的组织结构和管理体系将进一步复杂化，在战略规划、组织设计、资源配置、营销策略、资金管理和内部控制等问题上都将面临新的挑战。另外，公司未来的迅速扩张将对高级管理人才、营销人才、设计人才、研发人才和服务人才的引进和培养提出更高要求，公司需进一步提高管理应对能力，才能保持持续发展，实现业务发展目标。

(四) 确保实现上述发展计划拟采用的方式、方法或途径

1、多元化融资方式

公司将采取多元化的融资方式，来满足各项发展规划的资金需求。首先是做好本次发行上市工作，利用好募集资金实现产能规模扩大、核心零部件配套和提升生产技术的规划。在未来融资方面，公司将根据资金、市场的具体情况，择时通过银行贷款、配股、增发和发行可转换债券等方式合理安排制定融资方案，进一步优化资本结构，筹集推动公司发展所需资金。

2、加快对优秀人才的培养和引进

公司将加快对各方面优秀人才的引进和培养，同时加大对人才的资金投入并建立有效的激励机制，确保公司发展规划和目标的实现。一方面，公司将继续加强员工培训，加快培育一批素质高、业务强的技术人才、营销人才、设计人才、服务人才、管理人才；对技术人员定期进行新工艺、新技术知识更新，对营销人员进行沟通与营销技巧方面的培训，对设计人员进行商业照明效果展示方面的培训，对服务人员进行售后服务相关培训，对管理人员进行现代企业管理方法的教育。另一方面，不断引进外部人才。对于行业技术专家、管理经验杰出的高端人才，加大引进力度，保持核心人才的竞争力。其三，逐步建立完善包括直接物质奖励、职业生涯规划等多层次的激励机制，充分调动员工的积极性、创造性，提升员工对企业的忠诚度。

3、深化改革和组织机构调整计划

公司将严格按照《公司法》、《证券法》等法律法规对上市公司的要求规范运作，进一步完善公司的法人治理结构，建立适应现代企业制度要求的决策和用人机制，充分发挥董事会在重大决策、选择经理人员等方面的作用。

公司将进一步完善内部决策程序和内部控制制度，强化各项决策的科学性和透明度，保证财务运作合理、合法、有效。公司将根据客观条件和自身业务的变化，及时调整组织结构和促进公司的机制创新。

（五）公司关于公告规划实施和目标实现情况的声明

本次发行上市后，公司将通过定期报告持续公告规划的实施情况。

第七节 同业竞争与关联交易

一、发行人的独立性

（一）资产完整

公司主营业务为提供集照明设计、开发制造、系统综合服务于一体的商业照明整体解决方案，主要产品包括照明器具、LED 显示屏和光电标识等三类。作为生产型企业，公司具备与生产经营有关的主要生产系统、辅助生产系统和配套设施，合法拥有与生产经营有关的主要土地、厂房、机器设备以及商标、专利等的所有权或者使用权，具有独立的原料采购和产品销售系统。公司的资产完整。

（二）人员独立

公司的总经理、副总经理、财务负责人和董事会秘书等高级管理人员不在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中担任职务，也不在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业领薪；公司的财务人员不在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中兼职。公司的人员独立。

（三）财务独立性

公司已建立了独立的财务核算体系，能够独立作出财务决策，具有规范的财务会计制度和对其子公司的财务管理制度；公司不存在与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业共用银行账户的情形。公司的财务独立。

（四）机构独立

公司已建立健全内部经营管理机构，独立行使经营管理职权，与控股股东和实际控制人及其控制的其他企业间不存在机构混同的情形。公司的机构独立。

（五）业务独立

公司的业务独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业，与控股股东、

实际控制人及其控制的其他企业间不存在同业竞争或者显失公平的关联交易。公司的业务独立。

经核查，保荐机构认为：发行人成立以来，严格按照《公司法》、《证券法》等有关法律、法规和《公司章程》的要求规范运作、独立经营，在资产、人员、财务、机构、业务等方面独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业，具有独立完整的经营资产、业务体系及面向市场自主经营的能力。发行人在招股说明书中关于自身独立经营情况的表述内容真实、准确、完整。

二、同业竞争

（一）同业竞争情况

截至本招股说明书签署日，庄占龙先生直接持有公司 1,944 万股股份，占本次发行前总股本的 41.05%，为公司的控股股东、实际控制人。

截至本招股说明书签署日，公司控股股东、实际控制人庄占龙先生除投资本公司外，不存在控制或投资其他企业的情形，也未以其他任何形式直接或间接从事与本公司相同或相似的业务。公司控股股东、实际控制人庄占龙与发行人不存在同业竞争。

（二）控股股东、实际控制人作出的避免同业竞争的承诺

为避免同业竞争，公司控股股东、实际控制人庄占龙已于 2015 年 9 月向太龙照明出具了《关于避免同业竞争的承诺函》，主要内容如下：

（1）截至本承诺函出具日，除发行人及其控股子公司外，本人不存在拥有其他具有实际控制权或重大影响的企业的情形，本人及其他关联方没有从事或投资与发行人及其控股子公司相同或相近的业务，与发行人及其控股子公司不存在同业竞争；

（2）自本承诺函签署之日起，本人及本人拥有实际控制权或重大影响的除发行人及其控股子公司外的其他公司及其他关联方不利用本人对发行人的控制关系进行损害发行人及其中小股东、发行人控股子公司合法权益的经营活动；

（3）自本承诺函签署之日起，本人及本人拥有实际控制权或重大影响的除

发行人及其控股子公司外的其他公司及其他关联方不直接或间接从事、参与或进行与发行人或其控股子公司的业务存在竞争或可能构成竞争的任何业务及活动；不会直接或间接投资、收购与发行人及其控股子公司存在竞争关系或可能构成竞争关系的企业，不会持有与发行人及其控股子公司存在竞争关系或可能构成竞争关系的企业的任何股份、股权或权益；不会以任何方式为与发行人及其控股子公司存在竞争关系或可能构成竞争关系的企业提供业务上、财务上等其他方面的帮助；

（4）自本承诺函签署之日起，本人及本人拥有实际控制权或重大影响的除发行人及其控股子公司外的其他公司及其他关联方不会利用从发行人或其控股子公司获取的信息从事或直接或间接参与与发行人或其控股子公司相竞争的业务，并不会进行任何损害或可能损害发行人及其中小股东、发行人控股子公司合法权益的行为或活动；

（5）自本承诺函签署之日起，本人将严格按照有关法律法规及规范性文件的规定采取有效措施避免与发行人及其控股子公司产生同业竞争，承诺将促使本人拥有实际控制权或重大影响的除发行人及其控股子公司外的其他公司及其他关联方采取有效措施避免与发行人及其控股子公司产生同业竞争；

（6）自本承诺函签署之日起，若本人及本人拥有实际控制权或重大影响的除发行人及其控股子公司外的其他公司或其他关联方获得与发行人及其控股子公司构成或可能构成同业竞争的业务机会，本人将尽最大努力，使该等业务机会具备转移给发行人或其控股子公司的条件（包括但不限于征得第三方同意），并优先提供给发行人或其控股子公司。若发行人及其控股子公司未获得该等业务机会，则本人承诺采取法律、法规及中国证监会许可的方式加以解决，且给予发行人选择权，由其选择公平、合理的解决方式；

（7）如出现因本人违反上述承诺而导致发行人及其中小股东权益受到损害的情况，本人将依法承担相应的赔偿责任；

（8）本承诺函有效期间自该承诺函签署之日起至本人不再系发行人的控股股东及实际控制人之日止。

三、关联方、关联关系和关联交易

（一）关联方和关联关系

1、存在控制关系的关联方

关联方名称	关联关系
庄占龙	公司控股股东、实际控制人，任公司董事长、总经理
悦森照明	公司控股子公司，持有其 70%股权
太龙至邦	公司控股子公司，持有其 65%股权

2、不存在控制关系的关联方

关联方名称	关联关系
关联自然人	
苏芳	公司董事、董事会秘书，持有公司 5%以上股份
黄国荣、向潜	公司董事、副总经理，持有公司 5%以上股份
孙洁晓	公司董事，持有公司 5%以上股份
庄宗明、陈朝、许中兴	公司独立董事
庄汉鹏、兰小华、许晓峰	公司监事
黄国卿	公司财务总监
关联法人	
苏州春兴精工股份有限公司 (SZ. 002547) 苏州云普通讯技术有限公司 遵义桦坤节能设备有限公司 上海春蔚投资合伙企业（有限合伙） 苏州工业园区蓝山物业服务有限公司 威马智慧出行科技（上海）有限公司	持有公司 5%以上股份的股东孙洁晓控制和/或担任董事、高级管理人员的企业
厦门中圣会计师事务所有限公司	公司独立董事许中兴担任高级管理人员的企业
厦门市佳音在线股份有限公司	公司独立董事庄宗明担任董事的企业

（二）关联交易

1、报告期内发行人关联交易汇总

关联交易类型	2016 年度	2015 年度	2014 年度
一、经常性关联交易			
1、支付关键管理人	报告期内，公司向关键管理人员（包括公司的董事和高级管理人员）		

员薪酬	支付薪酬。		
2、关联销售	-	-	-
二、偶发性关联交易			
1、为公司借款提供担保	报告期内，公司控股股东、实际控制人庄占龙，以及主要股东苏芳、黄国荣为公司借款提供担保		

2、经常性关联交易

报告期内，公司向关键管理人员支付薪酬，该关联交易未来仍将持续。

2014年度、2015年度及2016年度，公司向关键管理人员支付薪酬总额分别为103.16万元、133.36万元和142.77万元。

3、偶发性关联交易

报告期内，公司发生的偶发性关联交易为控股股东、实际控制人庄占龙，以及主要股东苏芳、黄国荣为公司借款提供担保，具体情况如下：

2013年3月26日，庄占龙作为保证人与建行漳州角美支行签署《最高额保证合同（自然人版）》（2013年建漳美高保字6号），约定为建行漳州角美支行对本公司发放人民币/外币贷款授信业务而签订的主合同提供连带责任保证，相应主合同为主债务人本公司与债权人建行漳州角美支行于2013年3月26日至2015年3月26日期间签订的人民币资金借款合同、外汇资金借款合同、银行承兑协议、信用证开证合同、出具保函协议及/或其他法律性文件，保证责任最高限额为1,615万元。

2015年7月7日，庄占龙作为保证人与建行漳州角美支行签署《最高额保证合同（自然人版）》（2015年建漳美高保字12号），约定为建行漳州角美支行对发行人发放人民币/外币贷款授信业务而签订的主合同提供连带责任保证，相应主合同为主债务人发行人与债权人建行漳州角美支行于2015年7月7日至2017年7月7日期间签订的人民币资金借款合同、外汇资金借款合同、银行承兑协议、信用证开证合同、出具保函协议及/或其他法律性文件，保证责任最高限额为1,800万元。

2016年3月27日，庄占龙、苏芳、黄国荣作为保证人分别与兴业银行漳州分行签订《最高额保证合同》（合同编号：兴银漳企（台）2016第0120A号、0120B号、0120C号），约定为兴业银行漳州分行对发行人发放人民币/外币贷款授信

业务而签订的主合同提供连带责任保证，相应主合同为发行人与债权人兴业银行漳州分行于 2016 年 3 月 27 日至 2017 年 3 月 27 日期间签订的本外币借款、拆借、贸易融资、银行承兑协议、贴现、票据回购、担保等融资业务而形成的债权，保证责任最高限额为 5,000 万元。

4、关联交易对本公司财务状况和经营成果的影响

公司向关键管理人员支付报酬，属于正常经营需要，遵循了公允性原则，对公司的财务状况和经营成果没有重大影响。

公司控股股东、实际控制人及主要股东为公司借款提供担保，有利于公司扩大融资规模、降低融资成本、改善财务状况，对于提升公司经营成果具有积极影响。

（三）关联方应收应付款项余额

报告期各期末，公司无应收应付关联方款项余额。

四、关联交易决策程序的履行情况及独立董事意见

（一）关联交易履行程序情况

自股份公司设立以来，公司所发生的关联交易事项均严格履行了相关规定的程序，交易过程遵循了平等、自愿的原则，交易定价公允，不存在损害公司及其他股东利益的情形。

（二）独立董事对关联交易的意见

对于报告期内关联交易，公司独立董事根据《公司法》等有关法律、法规和《公司章程》的规定发表了如下意见：

公司在 2014 年度、2015 年度和 2016 年度内所发生的关联交易事项均属合理、必要，交易过程遵循了平等、自愿、等价的原则，有关协议所确定的条款是公允、合理的，关联交易定价合理、客观、公允，体现了市场定价的原则，不存在损害公司及其他股东利益的情形。

五、发行人规范和减少关联交易的措施

为规范和减少关联交易，保证关联交易的公开、公平、公正，公司在《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《独立董事工作制度》、《关联交易管理制度》等制度中，对关联交易的决策权限和程序以及关联股东或利益冲突的董事在关联交易回避表决制度进行了详细的规定，以保证公司董事会、股东大会关联交易决策对其他股东利益的公允性。

为了规范和减少关联交易，发行人控股股东、实际控制人庄占龙出具承诺：

（1）本人按照证券监管法律、法规以及规范性文件的要求对关联方以及关联交易已进行了完整、详尽地披露，除发行人及其控股子公司外，本人不存在拥有其他具有实际控制权或重大影响的公司的其他情形。除发行人本次发行上市相关文件中已经披露的关联交易外，本人与发行人及其控股子公司之间不存在其他任何依照法律法规和中国证券监督管理委员会、证券交易所的有关规定应披露而未披露的关联交易。

（2）本人及本人拥有实际控制权或重大影响的除发行人及其控股子公司外的其他公司及其他关联方将尽量避免与发行人及其控股子公司之间发生关联交易；对于确有必要且无法回避的关联交易，均按照公平、公允和等价有偿的原则进行，交易价格按市场公认的合理价格确定，并按相关法律、法规以及规范性文件的规定履行交易审批程序及信息披露义务，切实保护发行人及发行人其他股东利益。

（3）本人保证严格按照有关法律法规、中国证券监督管理委员会颁布的规章和规范性文件、深圳证券交易所颁布的业务规则及发行人制度的规定，依法行使股东权利、履行股东义务，不利用控股股东及实际控制人的地位谋取不当的利益，不损害发行人及发行人其他股东的合法权益。

（4）如违反上述承诺与发行人或其控股子公司进行交易而给发行人及其他股东及发行人控股子公司造成损失的，本人将依法承担相应的赔偿责任。

第八节 董事、监事、高级管理人员与公司治理

一、董事、监事、高级管理人员与其他核心人员概况

公司董事会由8名董事组成，其中包括3名独立董事；监事会由3名监事组成，其中包括1名职工代表监事；高级管理人员5名，其中包括1名总经理、2名副总经理、1名董事会秘书和1名财务总监。

（一）董事会成员简历

公司董事由股东大会选举产生，任期三年，具体提名和选聘情况如下：

姓名	职务	任期	提名人	选聘会议
庄占龙	董事长	2015年11月6日至2018年11月5日	第二届董事会	2015年第三次临时股东大会
苏芳	董事	2015年11月6日至2018年11月5日	第二届董事会	2015年第三次临时股东大会
黄国荣	董事	2015年11月6日至2018年11月5日	第二届董事会	2015年第三次临时股东大会
向潜	董事	2015年11月6日至2018年11月5日	第二届董事会	2015年第三次临时股东大会
孙洁晓	董事	2015年11月6日至2018年11月5日	第二届董事会	2015年第三次临时股东大会
庄宗明	独立董事	2015年11月6日至2018年11月5日	第二届董事会	2015年第三次临时股东大会
陈朝	独立董事	2016年2月15日至2018年11月5日	第二届董事会	2015年年度股东大会
许中兴	独立董事	2015年11月6日至2018年11月5日	第二届董事会	2015年第三次临时股东大会

庄占龙先生：1968年10月出生，中国国籍，无永久境外居留权，本科学历；1990年8月至2002年6月历任福建省农科院稻麦研究所助理研究员、厦门外商投资服务中心经理，2002年6月至2011年12月任厦门太龙照明科技有限公司执行董事兼经理、厦门中加进出口有限公司执行董事兼经理，2007年9月至2012年12月任太龙有限执行董事兼经理，2012年12月至今任本公司董事长、总经理。庄占龙先生在商业照明行业有超过10年的从业经历，有着丰富的企业管理经验，对行业有着深刻的理解。庄占龙先生引领“总部提供专业化设计、照明器具定制化开发、品牌终端门对门服务”的商业模式，促进了商业照明行业的发展。

苏芳先生：1971年8月出生，中国国籍，无永久境外居留权，本科学历；

1993年8月至2002年7月任厦门市外商投资服务中心经理，2002年7月至2011年12月任厦门太龙照明科技有限公司监事、汉江金属监事、太龙光电董事长，2007年9月至2012年12月任太龙有限监事，2012年12月至今任本公司董事、董事会秘书。

黄国荣先生：1968年12月出生，中国国籍，无永久境外居留权，研究生学历；1990年8月至2001年6月曾任厦门特贸有限公司能源化工进口部经理、厦门国际石油化工公司总经理，2004年5月至2015年4月曾任厦门恒晟贸易有限公司执行董事、经理、监事等职务，2006年6月至2011年12月任厦门太龙照明科技有限公司监事，2007年9月至2012年12月任太龙有限副总经理，2012年12月至今任本公司董事、副总经理。

向潜先生：1971年9月出生，中国国籍，无永久境外居留权，本科学历；2002年4月至2006年6月曾任厦门太龙照明科技有限公司监事，2007年9月至2012年12月任太龙有限副总经理，2012年12月至今任本公司董事、副总经理。

孙洁晓先生：1967年9月出生，中国国籍，无永久境外居留权，本科学历；1991年7月至2008年12月曾任南京轮胎厂工程师、上海欧乐-B公司生产经理、上海崇明春兴电器厂经理、上海春兴电器有限公司董事长兼总经理、苏州春兴精工有限公司董事长兼总经理，现任苏州春兴精工股份有限公司董事长兼总经理、苏州工业园区蓝山物业服务有限公司董事；2012年12月至今任本公司董事。

庄宗明先生：1951年8月出生，中国国籍，无永久境外居留权，博士，厦门大学教授、博士生导师；1975年8月至2011年10月历任厦门大学经济系助教、厦门大学经济学院讲师、副教授、教授、厦门大学校长助理，现任厦门大学经济学院教授，兼任厦门市佳音在线股份有限公司独立董事；2012年12月至今任本公司独立董事。

陈朝先生：1943年10月出生，中国国籍，无永久境外居留权，本科学历，厦门大学教授、博士生导师；1965年8月至2003年10月历任厦门大学物理与机电学院讲师、副教授、教授和博士生导师，现任厦门大学能源学院教授、博士生导师，兼任厦门城市职业学院教授，福建省和厦门市光电行业协会专家顾问，

福建省第三届信息产业专家委员会委员；2016年2月至今任本公司独立董事。

许中兴先生：1969年8月出生，中国国籍，无永久境外居留权，专科学历，中国注册会计师。1994年5月至2004年6月历任漳州罐头总厂财务科长、厦门首信会计师事务所部门经理、厦门实立会计师事务所和福建弘审会计师事务所高级项目经理，2004年至今任厦门中圣会计师事务所有限公司副主任会计师；2015年3月至今任本公司独立董事。

（二）监事会成员简历

公司非职工代表监事由股东大会选举产生，职工代表监事由职工代表大会选举产生，任期均三年，具体提名和选聘情况如下：

姓名	职务	任期	提名人	选聘会议
庄汉鹏	监事会主席	2015年11月6日至2018年11月5日	监事会	2015年第三次临时股东大会
兰小华	监事	2015年11月6日至2018年11月5日	监事会	2015年第三次临时股东大会
许晓峰	职工代表监事	2015年11月6日至2018年11月5日	职工代表大会	2015年第一次职工代表大会

庄汉鹏先生：1965年5月出生，中国国籍，无永久境外居留权，研究生学历；1988年7月至2011年12月曾任厦门中山医院药剂师、厦门友利贸易有限公司进出口八部经理助理、万博（漳州）房地产开发有限公司副总经理、厦门市盛富资本管理顾问有限公司副总经理、太龙光电董事，2010年1月至2012年12月任太龙有限行政主管，2012年12月至今任本公司监事会主席。

兰小华先生：1968年2月出生，中国国籍，无永久境外居留权，专科学历；1983年9月至2011年12月曾任汉中国营千山电子仪器厂技术员、厦门市科力士仪器有限公司设计员、晋江雨山电机有限公司副总经理兼技术总监、泉州三鑫模具有限公司总经理助理、厦门汉江工贸有限公司执行董事兼经理、汉江金属执行董事兼经理，2011年12月至2012年12月任太龙有限灯具部总监，2012年12月至今任本公司监事、技研中心总监。

许晓峰先生：1966年10月出生，中国国籍，无永久境外居留权，专科学历；1988年6月至2002年7月曾任福建日立电视机厂和泉州天泉电冰箱厂职工、泉州市惠安县螺阳镇金山村党支部书记、泉州市惠安县电力公司调度员，2002年8月至2007年8月任厦门太龙照明科技有限公司技术负责人，2007年9月至2012年12月任太龙有限技术负责人，2012年12月至今任本公司职工代表

监事、技术负责人。

（三）高级管理人员简历

庄占龙先生：公司总经理，简历请参见本节“一、董事、监事、高级管理人员与其他核心人员概况”之“（一）董事会成员简历”。

黄国荣先生：公司副总经理，简历请参见本节“一、董事、监事、高级管理人员与其他核心人员概况”之“（一）董事会成员简历”。

向潜先生：公司副总经理，简历请参见本节“一、董事、监事、高级管理人员与其他核心人员概况”之“（一）董事会成员简历”。

苏芳先生：公司董事会秘书，简历请参见本节“一、董事、监事、高级管理人员与其他核心人员概况”之“（一）董事会成员简历”。

黄国卿先生：公司财务总监，1971年12月出生，中国国籍，无永久境外居留权，研究生学历，中国注册会计师；1992年8月至2011年7月任厦门航空有限公司高级会计师，2011年8月至2012年12月任太龙有限财务总监，2012年12月至今任本公司财务总监。

（四）其他核心人员简历

林汉国先生：1985年2月出生，中国国籍，无永久境外居留权，专科学历；2003年10月至2005年3月任厦门市日昌名办公家具有限公司设计师，2005年4月至2007年8月任厦门太龙照明科技有限公司设计师，2007年9月至2012年12月任太龙有限设计部经理，2012年12月至今任本公司设计部经理。林汉国先生擅长商业照明解决方案的整体设计及对灯光效果的具体应用，所领导的公司设计团队2010年以来已累计在全国范围内为超过100个知名品牌、6万余个零售终端提供了商业照明整体解决方案。

陈国辉先生：1977年12月出生，中国国籍，无永久境外居留权，专科学历；2003年1月至2007年1月任厦门耐斯体育用品有限公司产品研发工程师，2007年2月至2007年8月任厦门太龙照明科技有限公司研发工程师，2007年9月至2012年12月任太龙有限技研部经理，2012年12月至今任本公司技研中心经理。陈国辉先生擅长照明器具的功能开发及外观设计，作为发明人为公司申

请获得多项商业照明相关专利。

赵燕彬女士：1980年6月出生，中国国籍，无永久境外居留权，本科学历；2000年4月至2005年4月曾任长天科技有限公司项目助理、厦门长蓝软件有限公司项目实施顾问，2005年4月至2007年8月任厦门太龙照明科技有限公司客户服务部专员、经理，2007年9月至2012年12月任太龙有限客户服务部经理，2012年12月至今任本公司客服中心经理。赵燕彬女士担任客服中心经理期间，建立了客户回访和上门服务机制，完善了客户服务管理制度和公司售后服务网络，有效提升了公司客户服务水平，促进了商业照明整体解决方案的推广应用。

（五）董事、监事、高级管理人员和其他核心人员兼职情况

截至本招股说明书签署日，本公司董事、监事、高级管理人员与其他核心人员兼职情况如下：

姓名	公司职务	兼职单位	兼职情况	兼职单位与本公司关系
孙洁晓	董事	苏州春兴精工股份有限公司	董事长兼总经理	无其他关联关系
		威马智慧出行科技（上海）有限公司	董事	无其他关联关系
		上海春蔚投资合伙企业（有限合伙）	执行事务合伙人	无其他关联关系
		苏州工业园区蓝山物业服务服务有限公司	董事	无其他关联关系
庄宗明	独立董事	厦门大学经济学院	教授	无其他关联关系
		厦门市佳音在线股份有限公司	独立董事	无其他关联关系
陈朝	独立董事	厦门大学能源学院	教授	无其他关联关系
		厦门城市职业学院	教授	无其他关联关系
许中兴	独立董事	厦门中圣会计师事务所有限公司	副主任会计师	无其他关联关系

（六）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员相互之间的关系

公司董事、副总经理黄国荣与公司财务总监黄国卿为兄弟关系。除此之外，公司董事、监事、高级管理人员与其他核心人员相互之间不存在亲属关系。

（七）董事、监事、高级管理人员了解股票发行上市相关法律法规及其法定义务责任的情况

公司董事、监事、高级管理人员通过接受保荐机构、发行人律师、发行人会计师等机构的辅导和培训、自学和集中讨论等方式，学习了发行上市相关法律法规及其法定义务责任。本公司董事、监事、高级管理人员已知悉股票发行上市的相关法律法规及其法定义务责任。

二、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员持有发行人股份及对外投资情况

（一）董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属持有发行人股份的情况

截至本招股说明书签署日，本公司董事、监事、高级管理人员与其他核心人员持有本公司股份情况如下：

姓名	职务	持股数量（万股）	持股比例
庄占龙	董事长、总经理	1,944.00	41.05%
苏芳	董事、董事会秘书	769.50	16.25%
黄国荣	董事、副总经理	769.50	16.25%
向潜	董事、副总经理	567.00	11.97%
孙洁晓	董事	333.45	7.04%
兰小华	监事	90.00	1.90%

注：本次公开发行前，孙洁晓直接持有公司 315.00 万股股份，通过乾霸投资按出资比例间接持有公司 18.45 万股股份，合计持有公司 333.45 万股股份，占公司发行前股本总额的 7.04%。

公司财务总监黄国卿的兄弟黄国荣担任公司董事、副总经理，并持有本公司股份；除此之外，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的近亲属未以任何方式直接或间接持有本公司股份。

截至本招股说明书签署日，上述股东持有的本公司股份不存在质押或者冻结的情况。

（二）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员其他对外投资情况

截至本招股说明书签署日，除了对本公司的投资以外，本公司董事、监事、高级管理人员与其他核心人员的其他对外投资情况如下：

姓名	公司职务	被投资企业名称	出资金额 (万元)	出资比例
孙洁晓	董事	苏州春兴精工股份有限公司	44,346.41	39.31%
		上海春蔚投资合伙企业（有限合伙）	6,460.00	95.00%
		遵义桦坤节能设备有限公司	1,500.00	30.00%
		苏州云普通讯技术有限公司	1,200.00	60.00%
		乾霁投资	1,000.00	7.81%
		威马智慧出行科技（上海）有限公司	2,519.30	25.19%
		苏州工业园区蓝山物业服务服务有限公司	54.00	18.00%
		苏州威马投资管理合伙企业（普通合伙）	35.00	35.00%
许中兴	独立董事	厦门中圣会计师事务所有限公司	32.00	32.00%
陈朝	独立董事	福州多晶光电技术开发有限公司	15.00	30.00%

上述对外投资不存在与公司利益冲突的情况；除上述对外投资情况外，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员不存在其他对外投资。

三、公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员薪酬情况

（一）薪酬的组成、确定依据、所履行的程序及其比重

除外部董事、独立董事外，本公司董事、监事、高级管理人员和其他核心人员的薪酬由基本工资和绩效奖金组成，依据公司的薪酬管理制度确定；公司独立董事领取固定津贴，津贴金额由公司股东大会批准确定。

本公司最近三年董事、监事、高级管理人员和其他核心人员的薪酬总额分别为 174.82 万元、224.62 万元和 208.74 万元，占本公司各期利润总额的比重分别为 5.29%、5.42%和 4.17%。

（二）最近一年从发行人处领取薪酬的情况

本公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员 2016 年从本公司领取薪酬情况如下：

姓名	公司职务	薪酬/津贴（万元）	领薪单位
庄占龙	董事长、总经理	33.77	本公司
苏芳	董事、董事会秘书	23.88	本公司
黄国荣	董事、副总经理	24.73	本公司
向潜	董事、副总经理	24.52	本公司
孙洁晓	董事	-	未在本公司领薪
庄宗明	独立董事	4.00	本公司
许中兴		4.00	本公司
陈朝		3.50	本公司
庄汉鹏	监事会主席	12.87	本公司
兰小华	监事	12.87	本公司
许晓峰		12.47	本公司
黄国卿	财务总监	23.88	本公司
林汉国	其他核心人员	8.72	本公司
陈国辉		10.40	本公司
赵燕彬		8.64	本公司

注：2016 年 1 月陈忠因个人原因辞去公司独立董事职务，2016 年 2 月公司聘请陈朝为公司独立董事。

截至本招股说明书签署日，除上述薪酬和津贴外，公司董事（独立董事、外部董事除外）、监事、高级管理人员及其他核心人员未在公司及公司关联方享受其他待遇和退休金计划。

四、公司与董事、监事、高级管理人员及其他核心人员签定的协议及其履行情况

本公司已与董事、监事、高级管理人员及其他核心人员签订了《聘任合同》、《保密协议》或《劳动合同》，对相关权利义务作出了约定。

截至本招股说明书签署日，上述协议、合同等均正常履行，不存在违约情形。

五、近两年公司董事、监事、高级管理人员的变动情况及原因

2015年3月，为进一步完善公司治理结构，公司召开2015年第二次临时股东大会，选举陈忠、许中兴为公司独立董事，公司董事由6人增加至8人。

2016年1月，公司独立董事陈忠因个人原因辞职并向董事会提交了辞职报告。为保持公司治理结构合法合规，公司在2015年年度股东大会上，选举陈朝为独立董事，公司董事人数仍为8人。

除此之外，公司近两年董事、监事和高级管理人员未发生变化。

六、发行人股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书、董事会专门委员会制度的运行及履职情况

自股份公司设立以来，公司逐步建立健全了股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书和董事会专门委员会相关制度，符合《公司法》、《证券法》等法律法规和规范性文件的规定。公司制订了《公司章程》及三会议事规则，明确了股东大会、董事会、监事会的权责，形成了股东大会、董事会、监事会和经理层之间有效制衡的法人治理结构，股东大会、董事会、监事会和经理层能够按照《公司章程》和相关法律法规的规定履行职权、规范运作，不存在董事会、管理层等违反《公司法》、公司章程及相关制度等要求行使职权的行为；公司制定了《独立董事工作制度》和《董事会秘书工作细则》，在独立董事产生办法、董事会秘书发挥作用等方面进行了具体规定，独立董事和董事会秘书能够严格按照相关法规的规定出席相关会议并积极履行职责；公司董事会内部设置了战略、审计、提名、薪酬与考核等四个专门委员会，并实际发挥作用。公司治理不存在重大缺陷。

（一）股东大会运行情况

自股份公司设立以来，公司共召开14次股东大会。公司股东大会根据《公司法》、《公司章程》和《股东大会议事规则》的规定规范运作，历次股东大会的召集、提案、出席、议事、表决、决议及会议记录均符合有关法律、法规和

《公司章程》、《股东大会议事规则》的规定。公司历次股东大会召开时间、出席会议情况及决策事项如下：

序号	会议编号	召开时间	股东出席情况	决策事项
1	2012年第一次股东大会	2012年12月8日	全体出席	审议通过了《关于太龙（福建）商业照明股份有限公司筹办情况的报告》、《关于设立太龙（福建）商业照明股份有限公司的议案》等议案
2	2013年第一次临时股东大会	2013年3月20日	全体出席	审议通过了《关于公司向建设银行角美支行申请一年内借款不超过1500万元并由公司及关联方提供相应担保的议案》
3	2012年年度股东大会	2013年6月15日	全体出席	审议通过了《关于公司2012年度董事会工作报告的议案》、《关于公司2012年度监事会工作报告的议案》等议案
4	2014年第一次临时股东大会	2014年2月28日	全体出席	审议通过了《关于增加公司经营范围的议案》、《修改公司章程的议案》等议案
5	2013年年度股东大会	2014年4月28日	全体出席	审议通过了《关于公司2013年度董事会工作报告的议案》、《关于公司2013年度监事会工作报告的议案》等议案
6	2015年第一次临时股东大会	2015年1月15日	全体出席	审议通过了《关于变更公司经营范围的议案》、《关于修改公司章程的议案》等议案
7	2015年第二次临时股东大会	2015年3月3日	全体出席	审议通过了《关于公司向建设银行漳州角美支行申请一年内借款不超过1500万元并由公司及关联方提供相应担保的议案》、《关于选举许中兴为公司第一届董事会董事（独立董事）的议案》、《关于选举陈忠为公司第一届董事会董事（独立董事）的议案》等议案
8	2014年年度股东大会	2015年5月16日	全体出席	审议通过了《关于公司2014年度董事会工作报告的议案》、《关于公司2014年度监事会工作报告的议案》等议案
9	2015年第三次临时股东大会	2015年11月6日	全体出席	审议通过了《关于选举庄占龙为公司第二届董事会组成人员的议案》、《关于选举苏芳为公司第二届董事会组成人员的议案》等议案
10	2015年第四次临时股东大会	2015年11月25日	全体出席	审议通过了《关于太龙（福建）商业照明股份有限公司申请在中国境内首次公开发行人民币普通股并在创业板上市的议案》、《关于太龙（福建）商业照明股份有限公司在中国境内首次公开发行人民币普通股募集资金运用可行性的议案》、《关于太龙（福建）商业照明股份有限公

				司在中国境内首次公开发行人民币普通股前的滚存未分配利润分配方案的议案》等议案
11	2015 年年度股东大会	2016 年 2 月 15 日	全体出席	审议通过了《关于公司 2015 年度董事会工作报告的议案》、《关于公司 2015 年度监事会工作报告的议案》、《关于选举陈朝为公司第二届董事会董事（独立董事）的议案》、《关于太龙（福建）商业照明股份有限公司首次公开发行股票完成后即期回报摊薄的风险分析及填补被摊薄即期回报的措施和承诺的议案》等议案
12	2016 年第一次临时股东大会	2016 年 4 月 20 日	全体出席	审议通过了《关于太龙（福建）商业照明股份有限公司购买房产的议案》和《关于控股子公司太龙至邦（厦门）展览展示服务有限公司购买房产的议案》
13	2016 年第二次临时股东大会	2016 年 8 月 19 日	全体出席	审议通过了《关于确认太龙（福建）商业照明股份有限公司 2016 年 1-6 月关联交易的议案》
14	2016 年年度股东大会	2017 年 3 月 5 日	全体出席	审议通过了《关于太龙（福建）商业照明股份有限公司 2016 年度董事会工作报告的议案》、《关于太龙（福建）商业照明股份有限公司 2016 年度监事会工作报告的议案》、《关于确认太龙（福建）商业照明股份有限公司 2016 年度关联交易的议案》等议案

（二）董事会运行情况

自股份公司设立以来，公司共召开 19 次董事会会议。公司董事会一直根据《公司法》、《公司章程》和《董事会议事规则》的规定规范运作，历次董事会的召集、提案、出席、议事、表决、决议及会议记录均符合法律、法规和《公司章程》、《董事会议事规则》的规定，公司董事会规范运作，依法履行了《公司法》、《公司章程》赋予的权利和义务。公司历次董事会召开时间、出席会议情况及决策事项如下：

序号	会议编号	召开时间	董事出席情况	决策事项
1	第一届董事会第一次会议	2012 年 12 月 8 日	全体出席	审议通过了《关于选举庄占龙为太龙（福建）商业照明股份有限公司第一届董事会

序号	会议编号	召开时间	董事出席情况	决策事项
				董事长的议案》、《关于聘任庄占龙为太龙（福建）商业照明股份有限公司总经理的议案》等议案
2	第一届董事会第二次会议	2013年3月5日	全体出席	审议通过了《关于公司向兴业银行漳州分行申请一年内借款不超过2500万元并由公司提供相应担保的议案》、《关于公司向建设银行角美支行申请一年内借款不超过1500万元并由公司及关联方提供相应担保的议案》等议案
3	第一届董事会第三次会议	2013年5月25日	全体出席	审议通过了《关于公司2012年度总经理工作报告的议案》、《关于公司2012年度董事会工作报告的议案》等议案
4	第一届董事会第四次会议	2013年12月10日	全体出席	审议通过了《关于公司投资设立悦森照明科技（上海）有限公司的议案》
5	第一届董事会第五次会议	2014年2月10日	全体出席	审议通过了《关于增加公司经营范围的议案》、《关于修改公司章程的议案》等议案
6	第一届董事会第六次会议	2014年4月8日	全体出席	审议通过了《关于公司2013年度总经理工作报告的议案》、《关于公司2013年度董事会工作报告的议案》等议案
7	第一届董事会第七次会议	2014年12月30日	全体出席	审议通过了《关于变更公司经营范围的议案》、《关于修改公司章程的议案》等议案
8	第一届董事会第八次会议	2015年2月13日	全体出席	审议通过了《关于公司向兴业银行漳州角美支行申请一年内借款不超过3,500万元并由公司提供相应担保的议案》、《关于公司向建设银行漳州角美支行申请一年内借款不超过1,500万元并由公司及关联方提供相应担保的议案》、《关于公司参与竞买漳州台商投资区内土地使用权的议案》、《关于选举许中兴为公司第一届董事会董事（独立董事）的议案》、《关于选举陈忠为公司第一届董事会董事（独立董事）的议案》等议案
9	第一届董事会第九次会议	2015年3月6日	全体出席	审议通过了《关于选举公司董事会专门委员会委员的议案》、《关于制定〈董事会审计委员会工作制度〉的议案》、《关于制定〈董事会提名委员会工作制度〉的议案》、《关于制定〈董事会战略委员会工作制度〉的议案》、《关于制定〈董事会薪酬与考核委员会工作制度〉的议案》等议案

序号	会议编号	召开时间	董事出席情况	决策事项
10	第一届董事会第十次会议	2015年4月25日	全体出席	审议通过了《关于公司2014年度总经理工作报告的议案》、《关于公司2014年度董事会工作报告的议案》、《关于设立太龙至邦（厦门）展览展示服务有限公司的议案》等议案
11	第一届董事会第十一次会议	2015年9月14日	全体出席	审议通过了《关于确认公司2012年度、2013年度、2014年度及2015年1-6月财务报表的议案》、《关于编制公司内部控制的自我评价报告的议案》等议案
12	第一届董事会第十二次会议	2015年10月20日	全体出席	审议通过了《关于选举庄占龙为公司第二届董事会组成人员的议案》、《关于选举苏芳为公司第二届董事会组成人员的议案》等议案
13	第二届董事会第一次会议	2015年11月6日	全体出席	审议通过了《关于选举庄占龙为公司第二届董事会董事长的议案》、《关于选举公司董事会专门委员会委员的议案》等议案
14	第二届董事会第二次会议	2015年11月9日	全体出席	审议通过了《关于太龙（福建）商业照明股份有限公司申请在中国境内首次公开发行人民币普通股并在创业板上市的议案》、《关于太龙（福建）商业照明股份有限公司在中国境内首次公开发行人民币普通股募集资金运用可行性的议案》、《关于太龙（福建）商业照明股份有限公司在中国境内首次公开发行人民币普通股前的滚存未分配利润分配方案的议案》等相关议案
15	第二届董事会第三次会议	2016年1月25日	全体出席	审议通过了《关于公司2015年度总经理工作报告的议案》、《关于公司2015年度董事会工作报告的议案》、《关于选举陈朝为公司第二届董事会董事（独立董事）的议案》、《关于太龙（福建）商业照明股份有限公司首次公开发行股票完成后即期回报摊薄的风险分析及填补被摊薄即期回报的措施和承诺的议案》等议案
16	第二届董事会第四次会议	2016年2月15日	全体出席	审议通过了《关于选举公司董事会专门委员会委员的议案》
17	第二届董事会第五次会议	2016年4月5日	全体出席	审议通过了《关于太龙（福建）商业照明股份有限公司购买房产的议案》、《关于控股子公司太龙至邦（厦门）展览展示服务有限公司购买房产的议案》等议案

序号	会议编号	召开时间	董事出席情况	决策事项
18	第二届董事会第六次会议	2016年8月4日	全体出席	审议通过了《关于确认太龙（福建）商业照明股份有限公司2013年度、2014年度、2015年度和2016年1-6月财务报表的议案》、《关于编制〈太龙（福建）商业照明股份有限公司内部控制的自我评价报告〉的议案》等议案
19	第二届董事会第七次会议	2017年2月13日	全体出席	审议通过了《关于太龙（福建）商业照明股份有限公司2016年度董事会工作报告的议案》、《关于太龙（福建）商业照明股份有限公司2016年度监事会工作报告的议案》、《关于太龙（福建）商业照明股份有限公司2016年度利润分配预案的议案》、《关于确认太龙（福建）商业照明股份有限公司2016年度关联交易的议案》等议案

（三）监事会运行情况

自股份公司设立以来，公司共召开13次监事会会议，公司历次监事会均按照《公司章程》、《监事会议事规则》的规定规范运作，公司历次监事会的召集、提案、出席、议事、表决、决议及会议记录均符合法律、法规和《公司章程》、《监事会议事规则》的规定，公司监事会规范运作，依法履行了《公司法》、《公司章程》赋予的权利和义务。公司历次监事会召开时间、出席会议情况及决策事项如下：

序号	会议编号	召开时间	监事出席情况	决策事项
1	第一届监事会第一次会议	2012年12月8日	全体出席	审议通过了《关于选举庄汉鹏先生为太龙（福建）商业照明股份有限公司第一届监事会主席的议案》
2	第一届监事会第二次会议	2013年5月25日	全体出席	审议通过了《关于公司2012年度监事会工作报告的议案》、《关于公司2012年度财务决算报告的议案》
3	第一届监事会第三次会议	2013年7月25日	全体出席	审议通过了《关于公司2013年半年度财务报表的议案》
4	第一届监事会第四次会议	2014年4月8日	全体出席	审议通过了《关于公司2013年度监事会工作报告的议案》、《关于公司2013年度财务决算报告的议案》
5	第一届监事会第五次会议	2014年7月30日	全体出席	审议通过了《关于公司2014年半年度财务报表的议案》

6	第一届监事会第六次会议	2015年4月25日	全体出席	审议通过了《关于公司2014年度监事会工作报告的议案》、《关于公司2014年度财务决算报告的议案》
7	第一届监事会第七次会议	2015年9月14日	全体出席	审议通过了《关于确认公司2012年度、2013年度、2014年度和2015年1-6月财务报表的议案》
8	第一届监事会第八次会议	2015年10月20日	全体出席	审议通过了《关于选举庄汉鹏为公司第二届监事会组成人员的议案》、《关于选举兰小华为公司第二届监事会组成人员的议案》
9	第二届监事会第一次会议	2015年11月6日	全体出席	审议通过了《关于选举庄汉鹏为公司第二届监事会主席的议案》
10	第二届监事会第二次会议	2015年11月9日	全体出席	审议通过了《关于确认公司2012年度、2013年度、2014年度、2015年1-6月关联交易的议案》、《关于制订〈太龙（福建）商业照明股份有限公司监事会议事规则（草案）〉》的议案》、《关于制订〈太龙（福建）商业照明股份有限公司首次公开发行股票并上市后股东分红回报规划〉的议案》
11	第二届监事会第三次会议	2016年1月25日	全体出席	审议通过了《关于公司2015年度监事会工作报告的议案》、《关于公司2015年度财务决算报告的议案》等议案
12	第二届监事会第四次会议	2016年8月4日	全体出席	审议通过了《关于确认太龙（福建）商业照明股份有限公司2013年度、2014年度、2015年度和2016年1-6月财务报表的议案》和《关于确认太龙（福建）商业照明股份有限公司2016年1-6月关联交易的议案》
13	第二届监事会第五次会议	2017年2月13日	全体出席	审议通过了《关于确认太龙（福建）商业照明股份有限公司2014年度、2015年度和2016年度财务报表的议案》、《关于太龙（福建）商业照明股份有限公司2016年度监事会工作报告的议案》、《关于太龙（福建）商业照明股份有限公司2016年度财务决算报告的议案》、《关于确认太龙（福建）商业照明股份有限公司2016年度关联交易的议案》等议案

（四）独立董事履职情况

公司董事会成员中设3名独立董事（其中包括一名会计专业人士）。公司独立董事的提名与任职符合相关法律法规及《公司章程》的规定。公司制定了《独

立董事工作制度》，对独立董事任职资格、选聘、任期、享有职权、发表独立意见等作出了详细的规定。

公司独立董事自任职以来，出席了公司历次董事会，勤勉尽责，在公司规范运作、重大事项的决策、公司经营管理及发展战略的选择、募集资金投资项目的确定等方面发挥了积极作用，保障了公司经营决策的科学性和公正性。

截至本招股说明书签署日，独立董事未曾对董事会的历次决议或有关决策事项提出异议。

（五）董事会秘书履职情况

公司设董事会秘书 1 名，董事会秘书为公司高级管理人员，负责公司股东大会和董事会会议的筹备、文件保管以及公司股东资料管理，办理信息披露事务等事宜。公司制订了《董事会秘书工作细则》，董事会秘书应遵守法律、行政法规、部门规章及公司章程的有关规定。

公司董事会秘书按照《公司章程》、《董事会秘书工作细则》等有关规定开展工作，出席了公司历次董事会、股东大会，并记载相关会议记录；历次董事会、股东大会召开前，董事会秘书均按照《公司章程》的有关规定为独立董事及其他董事提供会议材料、会议通知等相关文件，较好地履行了《公司章程》规定的相关职责。董事会秘书在公司法人治理结构的完善、与中介机构的配合协调、与监管部门的沟通协调、公司重大生产经营决策、主要管理制度的制定等方面亦发挥了重大作用。

（六）董事会各专门委员会的设置及运行情况

2015 年 3 月 3 日，公司召开 2015 年第二次临时股东大会，决议通过在董事会下设审计委员会、提名委员会、战略委员会、薪酬与考核委员会共四个专门委员会；2015 年 3 月 6 日，公司召开第一届董事会第九次会议，审议通过了《关于选举公司董事会专门委员会委员的议案》，并通过了《审计委员会工作制度》、《提名委员会工作制度》、《战略委员会工作制度》、《薪酬与考核委员会工作制度》，对专门委员会人员构成、职责权限、决策程序、议事规则等进行了规定。

截至目前，董事会各专门委员会的构成情况如下：

董事会专门委员会	主任委员	委员	
		独立董事	董事
审计委员会	许中兴（会计专业人士、独立董事）	许中兴、庄宗明	苏芳
提名委员会	庄宗明（独立董事）	庄宗明、陈朝	庄占龙
战略委员会	庄占龙（董事长）	陈朝	庄占龙、黄国荣
薪酬与考核委员会	陈朝（独立董事）	陈朝、许中兴	向潜

1、审计委员会设置及运行情况

审计委员会由许中兴、庄宗明和苏芳担任委员，其中许中兴和庄宗明为独立董事，许中兴为召集人（主任委员）。

自建立以来，公司审计委员会共召开 4 次会议，严格按照《公司章程》、《审计委员会工作制度》的规定对职权范围内的公司事务进行讨论决策，依法履行了《公司法》、《公司章程》赋予的责任，运行情况良好。

2、提名委员会设置及运行情况

提名委员会由庄宗明、陈朝和庄占龙担任委员，其中庄宗明和陈朝为独立董事，庄宗明为召集人（主任委员）。

自建立以来，公司提名委员会共召开 3 次会议，严格按照《公司章程》、《提名委员会工作制度》的规定对职权范围内的公司事务进行讨论决策，依法履行了《公司法》、《公司章程》赋予的责任，运行情况良好。

3、战略委员会设置及运行情况

战略委员会由庄占龙、陈朝和黄国荣担任委员，其中陈朝为独立董事，庄占龙为召集人（主任委员）。

自建立以来，公司战略委员会共召开 4 次会议，严格按照《公司章程》、《战略委员会工作制度》的规定对职权范围内的公司事务进行讨论决策，依法履行了《公司法》、《公司章程》赋予的责任，运行情况良好。

4、薪酬与考核委员会设置及运行情况

薪酬与考核委员会由陈朝、许中兴和向潜担任委员，其中陈朝和许中兴为独立董事，陈朝为召集人（主任委员）。

自建立以来，公司薪酬与考核委员会共召开 3 次会议，严格按照《公司章程》、《薪酬与考核委员会工作制度》的规定对职权范围内的公司事务进行讨论决策，依法履行了《公司法》、《公司章程》赋予的责任，运行情况良好。

七、发行人管理层对内部控制的自我评估意见及注册会计师的鉴证意见

（一）公司管理层对内部控制制度的自我评估意见

公司已按照既定内部控制检查监督的计划完成工作，内部控制检查监督的工作计划涵盖了内部控制的主要方面和全部过程，为内部控制制度执行、反馈、完善提供了合理的保证。

公司按照逐步完善和满足公司持续发展需要的要求判断公司的内部控制制度的设计是否完整和合理，内部控制的执行是否有效。判断分别按照内部环境、风险评估、控制活动、信息与沟通、内部监督等要素进行。

公司在内部控制建立过程中，充分考虑了行业特点和公司多年的管理经验，保证了内部控制符合公司生产经营需要，对经营风险起到了有效控制作用；公司制订内部控制制度以来，各项制度均得到有效执行，对公司加强管理、规范运作、提高经济效益以及公司长远发展起到了积极有效的作用。

公司董事会认为：公司已按《企业内部控制基本规范》的要求在所有重大方面有效保持了与财务报告相关的内部控制。

（二）会计师事务所对本公司内部控制制度的评价

2017 年 2 月 13 日，华普天健会计师为发行人出具了会专字[2017] 0207 号《内部控制鉴证报告》，报告结论意见如下：我们认为，太龙照明根据财政部颁发的《企业内部控制基本规范》及相关规范建立的与财务报告相关的内部控制于 2016 年 12 月 31 日在所有重大方面是有效的。

八、发行人近三年违法违规行为情况

近三年，公司及其董事、监事和高级管理人员均严格按照相关法律法规、公司章程和内控制度的规定依法经营、规范运作，不存在重大违法违规行为。

九、发行人近三年资金占用和对外担保的情况

近三年，公司不存在资金被控股股东、实际控制人及其控制的企业占用的情况，也不存在为控股股东、实际控制人及其控制的企业提供担保的情况。

十、发行人资金管理、对外投资与担保事项的政策及制度安排、执行情况

根据《公司章程》、《对外投资管理制度》、《对外担保管理制度》、《独立董事工作制度》及其他相关内控制度，发行人资金管理、对外投资与担保事项相关主要政策及制度安排如下：

（一）资金管理政策及制度安排

1、股东大会是公司的权力机构，依法行使决定公司投资计划以及审议批准对外投资和对外担保事项的职权。

2、董事会决定公司的投资方案，在股东大会授权范围内，决定公司对外投资和对外担保等事项，重大投资项目应报股东大会批准。

3、总经理应当根据董事会或者监事会的要求，向董事会或者监事会报告公司资金运用情况。

4、控股股东应严格依法行使出资人的权利，不得利用资金占用、对外投资、借款担保等方式损害公司和其他股东的合法权益。

5、董事对公司负有忠实义务，不得将公司资产或者资金以其个人名义或者其他个人名义开立账户存储，不得未经股东大会或董事会同意，将公司资金借贷给他人或者以公司财产为他人提供担保。

6、公司的股东、实际控制人及其关联企业对公司现有或新发生的总额高于人民币 300 万元或高于公司最近一期经审计净资产值的 5%的借款或其他资金往来，公司独立董事应当发表独立意见。

（二）对外投资政策及制度安排

公司股东大会、董事会为公司投资的决策机构，各自在其权限范围内，依法对公司的投资作出决策。公司投资项目的审批应严格按照《公司法》和其他法律、法规以及《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》和公司财务管理制度等公司制度规定的权限履行审批程序。公司的投资构成关联交易的，应按照《关联交易管理制度》的有关规定审批。为进一步有效防范公司对外投资风险，确保公司资产安全，维护投资者利益，公司还制定了上市后适用的《对外投资管理制度》。

1、公司发生向其他企业投资等对外投资事项，达到下列标准之一的，应经董事会审议通过后，提交股东大会审议，并应及时披露：

（1）交易涉及的资产总额占公司最近一期经审计总资产的 50%以上的或公司在一年内购买、出售重大资产、对其他企业投资总额超过公司最近一期经审计总资产 30%的，该交易涉及的资产总额同时存在账面值和评估值的，以较高者为计算数据；

（2）交易标的（如股权）在最近一个会计年度相关的营业收入占公司最近一个会计年度经审计营业收入的 50%以上，且绝对金额超过 3,000 万元；

（3）交易标的（如股权）在最近一个会计年度相关的净利润占公司最近一个会计年度经审计净利润的 50%以上，且绝对金额超过 300 万元；

（4）交易的成交金额（含承担债务和费用）占公司最近一期经审计净资产的 50%以上，且绝对金额超过 3,000 万元；

（5）交易产生的利润占公司最近一个会计年度经审计净利润的 50%以上，且绝对金额超过 300 万元；

（6）交易标的为“购买或出售资产”时，应以资产总额和成交金额中的较高者作为计算标准，并按交易事项的类型在连续十二个月内累计计算，经累计计算达到公司最近一期经审计总资产 30%的事项，应提交股东大会审议，并经出席会议的股东所持表决权的三分之二以上通过。

上述指标计算中涉及的数据如为负值，取其绝对值计算。

2、公司发生向其他企业投资等对外投资事项，未达到上述标准之一的，应经董事会审议通过，并及时披露。

3、公司全资子公司、控股子公司发生的对外投资事项达到上述标准之一的，应当先由本公司董事会、股东大会审议通过后，再由该全资子公司、控股子公司依其内部决策程序最终批准后实施。

（三）对外担保政策及制度安排

1、应由股东大会审批的对外担保，必须经董事会审议通过后，方可提交股东大会审批。公司下列对外担保行为，应提交股东大会审议通过：

（1）公司及其控股子公司的对外担保总额，超过公司最近一期经审计净资产 50%以后提供的任何担保；

（2）公司在连续十二个月内担保金额超过公司最近一期经审计总资产 30% 的担保；

（3）公司在连续十二个月内担保金额超过公司最近一期经审计净资产的 50%且绝对金额超过人民币 3,000 万元的担保；

（4）为资产负债率超过 70%的担保对象提供的担保；

（5）单笔担保额超过公司最近一期经审计净资产 10%的担保；

（6）对股东、实际控制人及其关联人（公司及公司控股子公司除外）提供的担保；

（7）法律、行政法规、部门规章和公司章程规定的需提交股东大会审议通过的其他担保；

股东大会审议第（2）项担保事项时，应经出席会议的股东所持表决权的三分之二以上通过。

2、除公司章程及《对外担保管理制度》规定的必须提交股东大会审议通过的对外担保之外的其他对外担保事项由公司董事会审议通过。董事会审议担保事项时，除应当经全体董事的过半数通过外，必须经出席董事会会议的三分之二以上董事审议同意。

3、在股东大会审议为股东、实际控制人及其关联方提供的担保议案时，该股东或受该实际控制人支配的股东，不得参与该项表决，该项议案须由出席股东大会的其他股东所持表决权的半数以上通过。

（四）近三年公司上述制度的执行情况

近三年，公司不存在资金被控股股东、实际控制人占用的情况，不存在对外担保的情况，公司所有对外投资事项均严格按照《公司章程》及相关内控制度的规定，严格履行了相关的决策程序。

十一、关于投资者权益保护的情况

为了切实规范公司运作，保护投资者尤其是中小投资者的合法权益，公司按照《公司法》、《证券法》、《上市公司信息披露管理办法》、《深圳证券交易所创业板股票上市规则》等有关规定，制定了上市后适用的《公司章程（草案）》、《信息披露管理制度（草案）》，充分保障投资者尤其是中小投资者依法享有获取公司信息、享有资产收益、参与重大决策和选择管理者等权利。

（一）建立健全内部信息披露制度和流程

2015年11月9日，公司召开第二届董事会第二次会议，审议通过了《信息披露管理制度（草案）》，对公司的信息披露原则、信息披露的范围和内容、信息披露的程序、信息披露的管理和保密措施、信息内部报告管理、档案管理、责任追究，以及股东、控股股东、董事、监事、高级管理人员相关义务等方面进行了详细的规定。

（二）保障投资者享有资产收益的权利

公司根据中国证监会《上市公司监管指引第3号——上市公司现金分红》、《关于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知》相关规定，制定了上市后适用的《公司章程（草案）》，充分保障投资者收益分配权，具体见本招股说明书“重大事项提示”之“五、本次发行后公司股利分配政策和分红回报规划”。

（三）保护投资者参与决策的权利

公司在《公司章程（草案）》中完善了股东大会制度，充分保障中小投资者享有的股东大会召集请求权、提案权、投票权：

- 1、股东大会会议由董事会召集。董事会不能履行或者不履行召集股东大会

会议职责的，监事会应当及时召集和主持；监事会不召集和主持的，连续九十日以上单独或者合计持有公司百分之十以上股份的股东可以自行召集和主持。

2、单独或者合计持有公司 3%以上股份的股东，有权向公司提出提案。单独或者合计持有公司 3%以上股份的股东，可以在股东大会召开十日前提出临时提案并书面提交召集人。

3、股东(包括股东代理人)以其所代表的有表决权的股份数额行使表决权，每一股份享有一票表决权。股东大会审议影响中小投资者利益的重大事项时，对中小投资者表决应当单独计票。单独计票结果应当及时公开披露。

4、公司应在保证股东大会合法、有效的前提下，通过各种方式和途径，包括提供网络形式的投票平台等现代信息技术手段，为股东参加股东大会提供便利。

（四）保障投资者选择管理者的权利

公司在《公司章程（草案）》中完善了董事、监事的提名和选聘程序，充分保障中小投资者享有的选择管理者的权利：

1、公司非独立董事候选人由董事会、单独或者合并持有公司百分之三以上股份的股东提出，由股东大会选举产生或变更。

2、公司独立董事候选人由公司董事会、监事会、单独或者合并持有公司已发行股份百分之一以上的股东提出，由股东大会选举产生或变更。

3、公司监事候选人中由股东代表担任的，由单独或者合并持有公司 3%以上股份的股东或监事会提出，由股东大会选举决定产生或变更。

4、股东大会选举董事、监事应当采取累积投票制。累积投票制是指股东大会选举董事或者监事时，每一股份拥有与应选董事或者监事人数相同的表决权，股东拥有的表决权可以集中使用。

第九节 财务会计信息与管理层分析

本节披露了公司最近三年经审计的财务状况、经营成果及现金流量情况。本节引用的财务会计数据，如未作特别说明，均引自经华普天健会计师事务所审计的财务报告或根据其中相关数据计算得出。本公司提醒投资者仔细阅读公司经审计的财务报告全文，以更为详细地了解本公司的财务状况、经营成果及现金流量等财务会计信息。

一、发行人财务报表

（一）合并资产负债表

单位：元

资产	2016年 12月31日	2015年 12月31日	2014年 12月31日
流动资产：			
货币资金	33,983,998.02	27,297,981.97	16,052,309.71
应收票据	13,200,000.00	12,620,000.00	920,000.00
应收账款	84,942,197.20	75,543,186.93	68,184,771.12
预付款项	3,935,007.02	2,647,700.14	1,405,175.46
其他应收款	4,865,310.12	4,132,116.26	4,040,615.78
存货	45,413,141.82	47,291,063.87	41,013,326.10
其他流动资产	543,019.82	41,795.89	-
流动资产合计	186,882,674.00	169,573,845.06	131,616,198.17
非流动资产：			
投资性房地产	15,736,511.59	16,264,650.12	17,321,934.97
固定资产	78,130,458.13	56,342,730.08	51,204,444.53
在建工程	2,549,759.59	-	2,372,353.20
无形资产	16,548,274.72	3,791,644.04	3,873,106.56
长期待摊费用	287,116.74	533,216.70	-
递延所得税资产	2,454,025.96	1,744,772.41	1,125,940.06
其他非流动资产	5,491,800.24	3,971,443.29	246,624.79
非流动资产合计	121,197,946.97	82,648,456.64	76,144,404.11
资产总计	308,080,620.97	252,222,301.70	207,760,602.28

（一）合并资产负债表（续）

单位：元

负债和所有者权益	2016年 12月31日	2015年 12月31日	2014年 12月31日
流动负债：			
短期借款	26,000,000.00	19,000,000.00	36,000,000.00
应付账款	30,242,688.57	29,954,120.46	28,295,610.29
预收款项	6,942,897.13	6,298,738.45	5,507,047.44
应付职工薪酬	4,926,142.66	4,442,768.81	3,768,149.08
应交税费	6,714,619.38	3,481,156.46	2,767,345.21
其他应付款	1,505,273.37	1,564,082.97	1,321,529.28
流动负债合计	76,331,621.11	64,740,867.15	77,659,681.30
非流动负债：			
预计负债	1,130,752.31	917,043.30	718,480.57
递延收益	3,120,000.00	1,260,000.00	-
非流动负债合计	4,250,752.31	2,177,043.30	718,480.57
负债合计	80,582,373.42	66,917,910.45	78,378,161.87
所有者权益：			
股本	47,361,000.00	47,361,000.00	45,000,000.00
资本公积	39,938,764.30	39,938,764.30	22,359,264.30
盈余公积	13,736,554.42	9,759,672.99	6,184,195.29
未分配利润	124,431,018.62	86,833,877.10	54,707,636.22
归属于母公司所有者权益	225,467,337.34	183,893,314.39	128,251,095.81
少数股东权益	2,030,910.21	1,411,076.86	1,131,344.60
所有者权益合计	227,498,247.55	185,304,391.25	129,382,440.41
负债和所有者权益总计	308,080,620.97	252,222,301.70	207,760,602.28

（二）合并利润表

单位：元

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
一、营业总收入	273,117,534.19	247,762,827.04	211,491,621.13
其中：营业收入	273,117,534.19	247,762,827.04	211,491,621.13
二、营业总成本	226,907,378.25	206,607,023.35	178,492,328.14
其中：营业成本	170,964,238.75	155,675,323.70	135,540,736.39
营业税金及附加	2,785,149.44	1,823,598.15	1,409,942.11
销售费用	20,975,127.01	20,406,791.64	16,421,981.64
管理费用	28,193,455.09	24,312,864.27	20,618,770.90
财务费用	1,400,045.54	2,302,196.45	2,881,527.38
资产减值损失	2,589,362.42	2,086,249.14	1,619,369.72
三、营业利润	46,210,155.94	41,155,803.69	32,999,292.99
加：营业外收入	4,166,138.07	341,500.00	127,906.00
其中：非流动资产处置利得	5,231.07	-	-
减：营业外支出	289,445.13	40,778.71	50,553.30
其中：非流动资产处置损失	-	10,778.71	50,553.30
四、利润总额	50,086,848.88	41,456,524.98	33,076,645.69
减：所得税费用	7,892,992.58	5,825,074.14	4,768,763.62
五、净利润	42,193,856.30	35,631,450.84	28,307,882.07
归属于母公司所有者净利润	41,574,022.95	35,701,718.58	28,676,537.47
少数股东损益	619,833.35	-70,267.74	-368,655.40
六、每股收益：			
（一）基本每股收益	0.88	0.79	0.64
（二）稀释每股收益	0.88	0.79	0.64
七、其他综合收益	-	-	-
八、综合收益总额	42,193,856.30	35,631,450.84	28,307,882.07
归属于母公司所有者的综合收益总额	41,574,022.95	35,701,718.58	28,676,537.47
归属于少数股东的综合收益总额	619,833.35	-70,267.74	-368,655.40

（三）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	303,139,052.41	266,739,035.84	227,966,428.13
收到其他与经营活动有关的现金	5,285,170.44	1,699,083.03	568,840.94
经营活动现金流入小计	308,424,222.85	268,438,118.87	228,535,269.07
购买商品、接受劳务支付的现金	173,572,194.63	169,759,406.76	157,417,365.76
支付给职工以及为职工支付的现金	40,312,204.27	33,191,475.76	26,226,572.41
支付的各项税费	25,569,575.08	22,829,385.85	19,099,274.22
支付其他与经营活动有关的现金	20,343,761.66	18,254,527.07	12,505,922.06
经营活动现金流出小计	259,797,735.64	244,034,795.44	215,249,134.45
经营活动产生的现金流量净额	48,626,487.21	24,403,323.43	13,286,134.62
二、投资活动产生的现金流量			
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	9,788.45	6,722.20	134,427.35
收到其他与投资活动有关的现金	31,180.16	25,381.55	27,473.13
投资活动现金流入小计	40,968.61	32,103.75	161,900.48
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	49,427,674.73	14,628,086.85	16,571,519.97
支付其他与投资活动有关的现金	-	-	-
投资活动现金流出小计	49,427,674.73	14,628,086.85	16,571,519.97
投资活动产生的现金流量净额	-49,386,706.12	-14,595,983.10	-16,409,619.49
三、筹资活动产生的现金流量			
吸收投资收到的现金	-	20,290,500.00	1,500,000.00
其中：子公司吸收少数股东投资收到的现金	-	350,000.00	1,500,000.00
取得借款收到的现金	26,000,000.00	33,000,000.00	45,000,000.00
收到其他与筹资活动有关的现金	2,000,000.00	1,400,000.00	-
筹资活动现金流入小计	28,000,000.00	54,690,500.00	46,500,000.00
偿还债务支付的现金	19,000,000.00	50,000,000.00	46,000,000.00
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	1,579,732.09	2,407,076.65	2,782,721.88
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	-	1,000,000.00	-
筹资活动现金流出小计	20,579,732.09	53,407,076.65	48,782,721.88

筹资活动产生的现金流量净额	7,420,267.91	1,283,423.35	-2,282,721.88
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	25,967.05	154,908.58	-15,015.46
五、现金及现金等价物净增加额	6,686,016.05	11,245,672.26	-5,421,222.21
加：期初现金及现金等价物余额	27,297,981.97	16,052,309.71	21,473,531.92
六、期末现金及现金等价物余额	33,983,998.02	27,297,981.97	16,052,309.71

二、会计师事务所的审计意见

华普天健会计师对本公司 2014 年 12 月 31 日、2015 年 12 月 31 日和 2016 年 12 月 31 日的合并及母公司资产负债表，2014 年度、2015 年度和 2016 年度的合并及母公司利润表、现金流量表、所有者权益变动表以及财务报表附注进行了审计，并出具了标准无保留意见的审计报告（会审字[2017]0206 号），认为公司财务报表已在所有重大方面按照企业会计准则的规定编制，公允反映了公司 2014 年 12 月 31 日、2015 年 12 月 31 日和 2016 年 12 月 31 日的财务状况以及 2014 年度、2015 年度和 2016 年度的经营成果和现金流量。

三、财务报表编制基础、合并报表范围及变化情况

（一）财务报表的编制基础

公司以持续经营为基础，根据实际发生的交易和事项，按照企业会计准则及其应用指南和准则解释的规定进行确认和计量，并在此基础上编制财务报表。

（二）合并财务报表范围及变化情况

报告期内，公司设立了悦森照明和太龙至邦两家子公司，具体情况如下：

子公司名称	注册地点	主营业务	注册资本	成立日期	合并期间	公司持股比例
悦森照明	上海	照明产品的设计、研发和销售	500 万元	2014 年 1 月 25 日	2014 年 1 月 -2016 年 12 月	70%
太龙至邦	厦门	光电标识的设计、研发和销售	100 万元	2015 年 6 月 11 日	2015 年 6 月 -2016 年 12 月	65%

四、影响发行人业绩的主要因素

（一）影响收入、成本、费用和利润的主要因素

1、公司产品体系包括照明器具、LED 显示屏和光电标识，依托创新的商业模式和成熟的业务体系，以个性化、定制化的照明产品为载体，公司提供包括照明设计、开发制造、系统综合服务为一体的商业照明整体解决方案。公司目前立足品牌服饰零售终端领域，并逐步拓展家居家纺、商超和餐饮等领域。影响公司收入的主要因素是下游市场的需求情况、公司的市场开拓能力、照明解决方案的设计开发能力和产品的销售价格等。

2、报告期内，直接材料占主营业务成本的比重分别为 84.28%、80.31%和 76.37%，占比较高，公司直接材料主要由光源、电器，以及种类多样的配件和辅材构成，光源、电器的价格变动对于公司成本的影响较大；报告期内，直接人工占主营业务成本的比例分别为 8.44%、9.85%和 11.81%，受人工成本上升和员工数量增长的影响，直接人工占公司主营业务成本比重增长较快，对于公司成本影响相对较大。

3、公司期间费用总额占营业收入的比例分别为 18.88%、18.98%和 18.52%，保持稳定。报告期内，公司销售费用占营业收入的比例分别为 7.76%、8.24%和 7.68%，相对稳定；公司管理费用占营业收入的比例分别为 9.75%、9.81%和 10.32%，其中，研发支出和职工薪酬占管理费用的比例约为 70%，占比较高。公司致力于提高设计、开发和服务在公司产品中的价值，推广商业照明整体解决方案的应用，公司设计、开发、客服和销售相关职能的人力和经费投入加强，销售费用率和管理费用率相对较高。

4、影响公司利润的主要因素是主营业务收入和主营业务毛利率。2014 年、2015 年和 2016 年，公司主营业务收入呈稳定增长趋势，分别为 21,090.62 万元、24,654.93 万元和 27,162.96 万元；公司主营业务毛利率分别为 36.01%、37.35%和 37.60%，相对稳定。公司照明器具产品主要为 LED 照明器具和陶瓷金卤灯具，其中，LED 照明器具毛利率水平相对较高，随着 LED 照明器具销售收入占比逐渐增大，公司报告期内综合毛利率小幅上升，2016 年 LED 照明器具占主营业务收入比重已经超过 70%。

（二）发行人具有核心意义、或其变动对业绩变动具有较强预示作用的财务或非财务指标分析

对公司具有核心意义、或其变动对业绩变动具有较强预示作用的指标包括客户质量和数量、主营业务收入、主营业务毛利率、净利润和经营活动产生的现金流量净额。

报告期内，公司前五大客户包括阿迪达斯（DE. ADSGn）、绫致时装（欧洲最大时装集团之一）、利郎（HK. 01234）、特步（HK. 01368）、安踏（HK. 02020）、拉夏贝尔（HK. 06116）；报告期内公司主营业务收入稳步增长，毛利率水平稳定，反映公司商业照明整体解决方案的理念和价值得到了众多知名品牌商的认同，公司业务模式具有进一步开拓应用的市场基础。

2014年、2015年和2016年，公司归属于母公司股东的净利润分别为2,867.65万元、3,570.17万元和4,175.40万元，经营活动现金流量净额分别为1,328.61万元、2,440.33万元和4,862.65万元。随着公司业务规模及营业收入的稳步增加，公司因销售商品而取得的经营活动现金流入逐年增加，因此经营活动产生的现金流量净额增长较快。

五、财务报告基准日至招股说明书签署日之间的经营状况

2016年12月31日至本招股说明书签署日，公司经营情况正常，所处行业未出现重大不利变化，不存在可能导致公司业绩异常波动的重大不利因素。

六、主要会计政策和会计估计

（一）收入和成本确认原则

公司的营业收入主要包括销售商品收入和让渡资产使用权收入。公司销售包括照明器具、LED显示屏和光电标识等三类商业照明产品，并主要应用于品牌企业的零售终端。

照明器具以及部分LED显示屏和光电标识的安装相对简易，由品牌企业聘

请的门店装修单位负责，装修单位安装完毕后，公司在门店开业前后进行照明器具调试，主要工作内容为灯光调试和照明效果测试；部分 LED 显示屏和光电标识的安装由公司负责，主要安装工序为在固定结构上完成拼装、通电和调试，其中部分产品的固定结构为钢架结构件和铝塑板，需向第三方定制采购，第三方负责钢架结构件或铝塑板的制作安装和公司产品的拼装固定，公司在此基础上完成 LED 显示屏和光电标识的通电和调试。

公司负责的安装调试业务操作简单，不属于《建筑法》和《建设工程质量管理条例》规定的安装工程或装修工程，不属于工程施工业务范畴。

公司收入确认原则如下：

1、销售商品收入

公司已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购买方；公司既没有保留与所有权相联系的继续管理权，也没有对已售出的商品实施有效控制；收入的金额能够可靠地计量；相关的经济利益很可能流入企业；相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量时，确认商品销售收入实现。公司具体的产品销售收入确认政策为：

（1）国内销售：针对照明器具等不需安装产品，公司将产品运至买方指定的地点并经买方签收后确认收入的实现；针对部分 LED 显示屏和光电标识等需要安装产品，公司向客户发货、安装调试完成并由对方验收合格后确认收入的实现。

（2）出口销售：以离岸价格（FOB）作为货物出口的贸易方式，公司将产品在装运港装箱上船并越过船舷时确认收入的实现，具体确认时点为报关单据上记载的出口日期。

2、让渡资产使用权收入

与交易相关的经济利益很可能流入企业，收入的金额能够可靠地计量时，分别下列情况确定让渡资产使用权收入金额：

（1）利息收入金额，按照他人使用本企业货币资金的时间和实际利率计算确定。

（2）使用费收入金额，按照有关合同或协议约定的收费时间和方法计算确定。

3、不同销售模式下，发行人收入确认的时点、方法及结算的具体过程

公司主营业务收入包括照明产品销售收入，其他业务收入包括房屋租赁收入和废料销售收入。不同类型收入的确认时点、方法及结算过程说明如下：

(1) 照明产品销售收入的确认时点、方法和结算过程

①公司销售方式均为直销，不存在经销或代销的情况

报告期内，公司主营业务收入按客户类型分类如下：

单位：万元

类型	2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
品牌服饰客户	19,976.67	73.54%	19,440.11	78.85%	18,467.67	87.56%
其中：时尚休闲服饰	8,345.48	30.72%	9,282.72	37.65%	9,408.88	44.61%
运动服饰	7,609.57	28.01%	7,370.70	29.90%	6,385.97	30.28%
商务服饰	4,021.62	14.81%	2,786.70	11.30%	2,672.82	12.67%
装修装饰企业	2,274.05	8.37%	1,946.07	7.89%	945.87	4.48%
照明企业	2,263.40	8.33%	1,207.64	4.90%	545.54	2.59%
家居家纺企业	649.09	2.39%	504.83	2.05%	348.07	1.65%
其他客户	1,999.75	7.36%	1,556.29	6.31%	783.47	3.71%
合计	27,162.96	100%	24,654.93	100%	21,090.62	100%

②不同销售模式下的收入确认情况

公司主要销售照明器具、LED 显示屏和光电标识三种产品，销售区域包括国内销售和国外销售。其中，国内销售的产品，公司负责部分 LED 显示屏和光电标识的安装，不负责照明器具的安装；海外销售的主要为照明器具产品，且采取 FOB 交易模式，公司不负责安装。区分销售区域，以及公司是否负责安装，各产品的收入确认时点、方法及结算过程如下：

收入类别	确认时点	确认方法	结算的具体过程
国内照明产品销售收入	1、针对照明器具等不需安装产品，公司将产品运至买方指定的地点并经买方签收作为收入确认时点； 2、针对 LED 显示屏和光电标识等需要安装产品，公司	在取得经客户签收的签收单或验收单后，按合同或订单约定价格计量确认收入	1、公司与客户定期进行对账，开具销售发票提供给客户；客户收到发票后，按照对账确认的货款金额向公司付款。 2、公司针对小型零散客

	向客户发货、安装调试完成并由对方验收合格作为收入确认时点。		户，以及部分 LED 显示屏和光电标识客户采取预收款模式销售。
国外照明产品销售收入	公司将产品在装运港装箱上船并越过船舷时确认收入的实现，具体确认时点为报关单据上记载的出口日期	在取得经海关审验的产品出口报关单和货代公司出具的货运提单后，按照合同或订单约定价格计量确认收入	出口货款结算主要包括款到发货、预收部分货款+发货后结清尾款两种方式

（2）其他业务收入的确认时点、方法和结算过程

报告期内，公司存在将部分办公用房对外出租而获取的房屋租赁收入，以及将部分边角废料对外销售而获取的废料销售收入。报告期内，公司相关收入合计分别为 58.54 万元、121.35 万元和 148.80 万元，规模相对较小。

收入类别	确认时点	确认方法	结算的具体过程
房屋租赁收入	租赁期间内每月末按月确认	按照租赁合同约定租金总额在租赁期间内按月平均确认租金收入	公司采取提前预收租金的方式与客户结算
废料销售收入	边角废料交付买方时确认	根据双方约定的实际销售金额确认收入	交付后根据实际销售金额结算

4、公司收入确认的时点和方法恰当，符合《企业会计准则》的规定

（1）照明器具调试属于公司提供的终端售后服务，不属于发行人收入确认的前提条件

根据公司与客户签订的经济合同，公司不负责照明器具的安装，客户负责照明器具的安装，调试不属于合同约定的必备内容。照明器具调试属于公司提供的终端售后服务，在客户安装完毕照明器具后，公司根据客户的要求提供照明器具的调试，调试的主要内容为灯光调试和照明效果测试，调试的时间发生在门店开业前后。

照明器具是否经调试不影响其点亮等功能的实现，调试目的在于保证照明效果的稳定性和一致性，属于公司提供的终端售后服务；客户签收确认照明器具后，公司已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给客户，不存在调试过程中发生不确定因素影响销售收入实现的情况。因此，照明器具的调试不属于发行人收入确认的前提条件。

（2）发行人收入确认时点准确，不存在提前确认照明器具收入的情况

国内销售时，针对照明器具等不需要安装的产品，发行人将产品运至买方

指定的地点并经买方签收作为收入确认时点，符合《企业会计准则》的规定，具体说明如下：

①公司根据经济合同的约定将产品配送至指定地点，并由客户签收，公司与客户以签收单为依据定期进行对账，核对一致后开具销售发票提供给客户，客户收到发票后，按照对账确认的货款金额向公司付款。因此，客户签收后已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给客户。

②公司将货物运至合同指定地点并由客户签收后，发生损坏或丢失的风险由客户承担，公司没有保留通常与所有权相联系的继续管理权，也没有对已售出的商品实施有效控制。

③公司产品销售价格在双方签订的框架合同或补充协议中予以明确，产品销售数量根据签收单确认的实际发货数量予以明确。报告期内，公司期后退换货金额占当期主营业务收入的比例分别为 0.63%、0.76%和 0.51%，占比较低，且主要为客户完成装修后的多余产品的协商退回。在客户签收时，公司收入的金额能够合理估计。

④公司根据经济合同的约定保质保量提供照明产品，结合和客户交往的经验，销售商品价款回收的可能性大于不能回收的可能性，相关的经济利益很可能流入企业。

⑤公司建立完善的财务核算体系，销售商品相关的库存商品的成本、商品运输费用能够准确核算，相关成本能够可靠计量。

综上，照明器具的调试不属于发行人收入确认的前提条件，发行人以客户签收作为照明器具的收入确认时点，不存在提前确认照明器具收入的情况，符合《企业会计准则》的规定。

(3) 与同行业上市公司收入确认政策不存在显著差异

同行业可比公司的收入确认政策如下：

单位	销售模式	确认时点、方法
雷士照明 (HK. 02222)	国内销售	销售货品的收入于货品拥有权的绝大部分风险及回报已转移至买方时（通常指发货时）确认，前提是本集团既没有保留通常与所有权相联系的继续管理权，又没有对已售货物实施有效控制。
欧普照明 (SH. 603515)	经销商销售	根据合同约定，按经销商的订单需求发货，在客户自提货物或交将货物交付物流配送方后，公司确认销售收入的实现。

	直营客户销售	根据合同和客户订单，将产品送至指定地点，在客户收货并对产品验收合格后，公司据此确认销售收入的实现。
	出口销售	办理完毕货物报关手续，取得报关单，货物实际交付时确认销售收入的实现。
	电子商务销售	在确认订单后，商品出库、办理完毕物流公司配送后，确认销售收入的实现。
阳光照明 (SH. 600261)	国内销售	商品销售收入同时满足下列条件时予以确认：(1) 公司已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购买方；(2) 公司既没有保留与所有权相联系的继续管理权，也没有对已售出的商品实施有效控制；(3) 收入的金额能够可靠地计量；(4) 相关的经济利益很可能流入企业；(5) 相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量时
佛山照明 (SZ. 000541)	国内销售	按购货方要求将检验合格的产品交付给购货方；收入金额已确定并开具销售发票，已收讫货款或预计可以收回货款
	出口销售	按购货方合同规定的要求生产产品，经验检合格后办妥出口报关金额，货运公司已将产品装运，收入金额已经确定开具出口销售发票，已收讫货款或预计可以收回货款
勤上光电 (SZ. 002638)	直销模式	直销模式下直接将商品销售给终端用户，商品通过物流公司或自运的方式交付客户，待客户验收确认并出具证明时即转移了商品所有权上的主要风险和报酬，也未对已售出商品实施有效控制
	经销模式	发行人与经销商签订的是买断合同，国内经销与直销的销售方式类同，通过物流或自运的方式交付至经销商，待经销商验收确认并出具验收证，明后即确认收入并计量。
	出口销售	出口销售时经销商通常到发行人生产工厂仓库验货，合格后即进行报关手续办理，在中国大陆港口办理完报关手续并将商品交付到指定位置后即将商品的所有权上的主要风险和报酬转移给购货方
三雄极光 (SZ. 300625)	国内销售	以货物送达、客户签收为销售收入确认时点。
	出口销售	货物经检验合格后办妥出口报关手续，货运公司已将产品装运，收入金额已确定，收讫货款或预计可以收回货款为出口销售收入确认时点。
得邦照明 (SH. 603303)	国内销售	根据合同或订单约定在所有权和管理权发生转移时点确认产品收入具体收入，确认时点为货物发出、并由客户确认后确认为产品销售收入。
	出口销售	根据合同或订单约定在所有权和管理权发生转移时点确认产品收入具体收入，一般情况下在出口业务办妥报关出口手续并交付船运机构后确认产品销售收入。

公司不同销售模式下收入确认的方法和时点符合公司实际经营情况和经济合同的约定，符合《企业会计准则》的规定，且与行业惯例一致，与同行业上市公司收入确认政策不存在显著差异。

5、成本确认的具体原则符合《企业会计准则》的相关规定

（1）采购成本的确认

公司采购成本包括所采购物资从采购到入库前所发生的全部支出，包括购买价款、相关税费、运输费、装卸费、保险费以及其他可归属于存货采购成本的费用。月末针对货到票未到存货，根据订单约定单价进行暂估入账，在收到发票之后冲销暂估并以发票金额入账。

（2）生产成本的确认

公司生产成本系为生产产品所发生的各项直接支出，主要包括：①直接材料，是指构成产品实体的原材料以及有助于产品形成的主要材料和辅助材料，公司产品的主要原材料包括光源、电器、配件及辅材；②直接人工，是指直接从事产品生产的工人的职工薪酬，主要包括各生产车间生产人员的工资、社保、奖金等薪酬支出；③制造费用，是指企业为生产产品和提供劳务而发生的各项间接费用，主要包括车间管理人员工资、模具折旧费、固定资产折旧费、能源费和外协加工费等。

生产部门根据生产通知单分解到具体制令单，以制令单为单位，根据工序先后，按照BOM单生成相应的领料单，并以BOM单为基础，根据生产制令单、领料单将直接材料成本归集到具体产品，确认生产成本的直接材料成本。

生产人员薪酬按照产品和工序特点实行计件或计时两种计薪方式，生产部门每月对车间各员工当月产量或工时进行统计和考勤，车间和人事部门根据各车间各人当月产量或工时计算当月工资，并按照产品耗用的材料成本分配至具体产品，确认生产成本的直接人工成本。

制造费用主要包括车间管理人员工资、模具折旧费、固定资产折旧费、能源费和外协加工费等。车间管理人员工资根据人事部门核算的工资表确认，各项摊销、折旧按确定的政策和期限分摊计入，其他各项生产相关的费用按权责发生制计入到对应期间的制造费用，并按月分摊到具体产成品，确认生产成本的制造费用。

公司产品成本采用分品种、分步骤核算，为保证成本归集的相关性、准确性，根据具体产品和工序对应的生产车间分设10个成本中心，各成本中心的成本核算互相独立，分别归集和分配。在组织生产开始，每种产品都会对应生产

制令单，在生产过程中的原材料的领用以该生产制令单为对象，根据各产品BOM清单生成的生产领料单进行材料成本的归集和分配，完工产品材料成本包括直接归集的主材成本和分摊的辅材成本，月末未完工产品成本包括直接归集的主材成本；直接人工及制造费用按照实际发生进行归集，并依据产品耗用的材料成本全部在完工产品之间进行分配，在产品不分配人工和制造费用；各月计算各产品各步骤成本，最后根据当月完工产品的产品入库单结转产成品成本。各成本中心在产品生产过程中将发生的支出分别按“生产成本-直接材料”、“生产成本-直接人工”、“制造费用”项目进行归集和分配，制造费用下设工资、低值易耗品、折旧费、模具折旧费、水电费等科目进行核算。

（3）营业成本的确认

国内销售：针对照明器具等不需安装产品，公司将产品运至买方指定的地点并经买方签收后确认收入的实现，并结转相应成本；针对LED显示屏和光电标识等需要安装产品，公司向客户发货、安装调试完成并由对方验收合格后确认收入的实现，并结转相应成本。

出口销售：以离岸价格（FOB）作为货物出口的贸易方式，公司将产品在装运港装箱上船并越过船舷时确认收入的实现，并结转相应成本。

库存商品和发出商品实现销售时，根据每月销售数量和当月加权平均单价计算结转销售产品成本。

综上，公司结合企业的实际生产经营情况，制定了成本确认的具体原则，符合《企业会计准则》的相关规定。

（二）应收款项

在资产负债表日对应收款项的账面价值进行检查，有客观证据表明其发生减值的，计提减值准备。

1、单项金额重大并单项计提坏账准备的应收款项

单项金额重大的判断依据或金额标准：公司将100万元以上应收账款、其他应收款确定为单项金额重大。

单项金额重大并单项计提坏账准备的计提方法：对于单项金额重大的应收款项，单独进行减值测试。有客观证据表明其发生了减值的，根据其未来现金

流量现值低于其账面价值的差额，确认减值损失，并据此计提相应的坏账准备。

2、按组合计提坏账准备的应收款项

确定组合的依据：对单项金额重大单独测试未发生减值的应收款项汇同单项金额不重大的应收款项，公司以账龄作为信用风险特征组合。

按组合计提坏账准备的计提方法：账龄分析法。

公司根据以前年度按账龄划分的各段应收款项实际损失率作为基础，结合现时情况确定本年各账龄段应收款项组合计提坏账准备的比例，据此计算本年应计提的坏账准备。各账龄段应收款项组合计提坏账准备的比例具体如下：

账龄组合	应收账款计提比例	其他应收款计提比例
1年以内	5%	5%
1-2年	10%	10%
2-3年	50%	50%
3年以上	100%	100%

3、单项金额不重大但单项计提坏账准备的应收款项

对单项金额不重大但个别信用风险特征明显不同，已有客观证据表明其发生了减值的应收款项，按账龄分析法计提的坏账准备不能反映实际情况，公司单独进行减值测试，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额，确认减值损失，并据此计提相应的坏账准备。

（三）存货

公司存货包括原材料、库存商品、发出商品、半成品、在产品和周转材料。

公司存货采用永续盘存制，存货发出时采用加权平均法计价，低值易耗品和包装物等周转材料在领用时采用一次转销法计入成本费用。

存货在资产负债表日按成本与可变现净值孰低计量，存货成本高于其可变现净值的，计提存货跌价准备，计入当期损益。在确定存货的可变现净值时，以取得的可靠证据为基础，并且考虑持有存货的目的、资产负债表日后事项的影响等因素：

(1) 产成品、商品和用于出售的材料等直接用于出售的存货，在正常生产经营过程中，以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值。为执行销售合同或者劳务合同而持有的存货，以合同价格作为其可变现净值的计量基础；如果持有存货的数量多于销售合同订购数量，超出部分的存货可变现净值以一般销售价格为计量基础。用于出售的材料等，以市场价格作为其可变现净值的计量基础。

(2) 需要经过加工的材料存货，在正常生产经营过程中，以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值。如果用其生产的产成品的可变现净值高于成本，则该材料按成本计量；如果材料价格的下降表明产成品的可变现净值低于成本，则该材料按可变现净值计量，按其差额计提存货跌价准备。

(3) 存货跌价准备一般按单个存货项目计提；对于数量繁多、单价较低的存货，按存货类别计提。

(4) 资产负债表日如果以前减记存货价值的影响因素已经消失，则减记的金额予以恢复，并在原已计提的存货跌价准备的金额内转回，转回的金额计入当期损益。

（四）长期股权投资

公司长期股权投资包括对被投资单位实施控制、重大影响的权益性投资，以及对合营企业的权益性投资。公司能够对被投资单位施加重大影响的，为公司的联营企业。

1、确定对被投资单位具有共同控制、重大影响的依据

共同控制，是指按照相关约定对某项安排所共有的控制，并且该安排的相关活动必须经过分享控制权的参与方一致同意后才能决策。在判断是否存在共同控制时，首先判断所有参与方或参与方组合是否集体控制该安排，如果所有参与方或一组参与方必须一致行动才能决定某项安排的相关活动，则认为所有参与方或一组参与方集体控制该安排。其次再判断该安排相关活动的决策是否必须经过这些集体控制该安排的参与方一致同意。如果存在两个或两个以上的参与方组合能够集体控制某项安排的，不构成共同控制。判断是否存在共同控

制时，不考虑享有的保护性权利。

重大影响，是指投资方对被投资单位的财务和经营政策有参与决策的权力，但并不能够控制或者与其他方一起共同控制这些政策的制定。在确定能否对被投资单位施加重大影响时，考虑投资方直接或间接持有被投资单位的表决权股份以及投资方及其他方持有的当期可执行潜在表决权在假定转换为对被投资方单位的股权后产生的影响，包括被投资单位发行的当期可转换的认股权证、股份期权及可转换公司债券等的影响。

当公司直接或通过子公司间接拥有被投资单位 20%（含 20%）以上但低于 50% 的表决权股份时，一般认为对被投资单位具有重大影响，除非有明确证据表明该种情况下不能参与被投资单位的生产经营决策，不形成重大影响。

2、初始投资成本确定

企业合并形成的长期股权投资，按照下列规定确定其投资成本：

（1）同一控制下的企业合并，合并方以支付现金、转让非现金资产或承担债务方式作为合并对价的，在合并日按照被合并方所有者权益在最终控制方合并财务报表中的账面价值的份额作为长期股权投资的初始投资成本。长期股权投资初始投资成本与支付的现金、转让的非现金资产以及所承担债务账面价值之间的差额，调整资本公积；资本公积不足冲减的，调整留存收益；

（2）同一控制下的企业合并，合并方以发行权益性证券作为合并对价的，在合并日按照被合并方所有者权益在最终控制方合并财务报表中的账面价值的份额作为长期股权投资的初始投资成本。按照发行股份的面值总额作为股本，长期股权投资初始投资成本与所发行股份面值总额之间的差额，调整资本公积；资本公积不足冲减的，调整留存收益；

（3）非同一控制下的企业合并，以购买日为取得对被购买方的控制权而付出的资产、发生或承担的负债以及发行的权益性证券的公允价值确定为合并成本作为长期股权投资的初始投资成本。合并方为企业合并发生的审计、法律服务、评估咨询等中介费用以及其他相关管理费用，于发生时计入当期损益。

除企业合并形成的长期股权投资以外，其他方式取得的长期股权投资，按照下列规定确定其投资成本：

（1）以支付现金取得的长期股权投资，按照实际支付的购买价款作为投资

成本。初始投资成本包括与取得长期股权投资直接相关的费用、税金及其他必要支出；

（2）以发行权益性证券取得的长期股权投资，按照发行权益性证券的公允价值作为初始投资成本；

（3）通过非货币性资产交换取得的长期股权投资，如果该项交换具有商业实质且换入资产或换出资产的公允价值能可靠计量，则以换出资产的公允价值和相关税费作为初始投资成本，换出资产的公允价值与账面价值之间的差额计入当期损益；若非货币资产交换不同时具备上述两个条件，则按换出资产的账面价值和相关税费作为初始投资成本。

（4）通过债务重组取得的长期股权投资，按取得的股权的公允价值作为初始投资成本，初始投资成本与债权账面价值之间的差额计入当期损益。

3、后续计量及损益确认方法

公司能够对被投资单位实施控制的长期股权投资采用成本法核算；对联营企业和合营企业的长期股权投资采用权益法核算。

（1）成本法

采用成本法核算的长期股权投资，追加或收回投资时调整长期股权投资的成本；被投资单位宣告分派的现金股利或利润，确认为当期投资收益。

（2）权益法

按照权益法核算的长期股权投资，一般会计处理为：

公司长期股权投资的投资成本大于投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值份额的，不调整长期股权投资的初始投资成本；长期股权投资的初始投资成本小于投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值份额的，其差额计入当期损益，同时调整长期股权投资的成本。

公司按照应享有或应分担的被投资单位实现的净损益和其他综合收益的份额，分别确认投资收益和其他综合收益，同时调整长期股权投资的账面价值；公司按照被投资单位宣告分派的利润或现金股利计算应享有的部分，相应减少长期股权投资的账面价值；被投资单位除净损益、其他综合收益和利润分配以外所有者权益的其他变动，调整长期股权投资的账面价值并计入所有者权益。在确认应享有被投资单位净损益的份额时，以取得投资时被投资单位可辨认净

资产的公允价值为基础，对被投资单位的净利润进行调整后确认。被投资单位采用的会计政策及会计期间与公司不一致的，应按照公司的会计政策及会计期间对被投资单位的财务报表进行调整，并据以确认投资收益和其他综合收益等。公司与联营企业及合营企业之间发生的未实现内部交易损益按照享有的比例计算归属于公司的部分予以抵销，在此基础上确认投资损益。公司与被投资单位发生的未实现内部交易损失属于资产减值损失的，应全额确认。

因追加投资等原因能够对被投资单位施加重大影响或实施共同控制但不构成控制的，按照原持有的股权投资的公允价值加上新增投资成本之和，作为改按权益法核算的初始投资成本。原持有的股权投资分类为可供出售金融资产的，其公允价值与账面价值之间的差额，以及原计入其他综合收益的累计公允价值变动应当转入改按权益法核算的当期损益。

因处置部分股权投资等原因丧失了对被投资单位的共同控制或重大影响的，处置后的剩余股权改按公允价值计量，其在丧失共同控制或重大影响之日的公允价值与账面价值之间的差额计入当期损益。原股权投资因采用权益法核算而确认的其他综合收益，在终止采用权益法核算时采用与被投资单位直接处置相关资产或负债相同的基础进行会计处理。

（五）投资性房地产

1、投资性房地产的分类

投资性房地产是指为赚取租金或资本增值，或两者兼有而持有的房地产。公司持有的投资性房地产为已出租的建筑物。

2、投资性房地产的计量模式

公司采用成本模式对投资性房地产进行后续计量。

公司对投资性房地产成本减累计减值及净残值后按直线法计算折旧或摊销，按投资性房地产的类别、估计的经济使用年限和预计的净残值率分别确定折旧年限和年折旧率如下：

类别	净残值率	折旧年限	年折旧率
房屋、建筑物	5%	10-20年	9.50%-4.75%

（六）固定资产

1、确认条件

固定资产是指为生产商品、提供劳务、出租或经营管理而持有的使用年限超过一年的单位价值较高的有形资产。固定资产在同时满足下列条件时，按取得时的实际成本予以确认：与该固定资产有关的经济利益很可能流入企业、该固定资产的成本能够可靠地计量。公司固定资产包括房屋及建筑物、办公设备、机器设备、运输设备、电子设备及模具。

固定资产发生的后续支出，符合固定资产确认条件的计入固定资产成本；不符合固定资产确认条件的在发生时计入当期损益。

2、各类固定资产的折旧方法

公司从固定资产达到预定可使用状态的次月起按年限平均法计提折旧，按固定资产的类别、估计的经济使用年限和预计的净残值分别确定折旧年限和年折旧率如下

类别	净残值率	折旧年限	年折旧率
房屋及建筑物	5%	10-20年	9.50%-4.75%
办公设备	5%	5年	19.00%
机器设备	5%	10-15年	9.50%-6.33%
运输设备	5%	5-8年	19.00%-11.87%
电子设备	5%	3-5年	31.67%-19.00%
模具	-	3年	33.33%

对于已经计提减值准备的固定资产，在计提折旧时扣除已计提的固定资产减值准备。

每年年度终了，公司对固定资产的使用寿命、预计净残值和折旧方法进行复核，若有变化做会计估计变更。

（七）在建工程

在建工程项目按建造该项资产达到预定可使用状态前所发生的全部支出，作为固定资产的入账价值，包括建筑费用、机器设备原价、其他为使在建工程达到预定可使用状态所发生的必要支出以及在资产达到预定可使用状态之前为该

项目专门借款所发生的借款费用及占用的一般借款发生的借款费用。

公司在工程安装或建设完成达到预定可使用状态时将在建工程转入固定资产。所建造的已达到预定可使用状态、但尚未办理竣工决算的固定资产，自达到预定可使用状态之日起，根据工程预算、造价或者工程实际成本等，按估计的价值转入固定资产，并按公司固定资产折旧政策计提固定资产的折旧，待办理竣工决算后，再按实际成本调整原来的暂估价值，但不调整原已计提的折旧额。

（八）无形资产

公司无形资产包括土地使用权和计算机软件，均为使用寿命有限的无形资产，使用寿命估计情况如下：

项目	预计使用寿命	依据
土地使用权	50年	法定使用权
计算机软件	5年	参考能为公司带来经济利益的期限确定使用寿命

对于使用寿命有限的无形资产，公司在取得时判定其使用寿命，在使用寿命内系统合理摊销，摊销金额按受益项目计入当期损益。具体应摊销金额为其成本扣除预计残值后的金额。已计提减值准备的无形资产，还应扣除已计提的无形资产减值准备累计金额，残值为零。但下列情况除外：有第三方承诺在无形资产使用寿命结束时购买该无形资产或可以根据活跃市场得到预计残值信息，并且该市场在无形资产使用寿命结束时很可能存在。

每年年度终了，公司对使用寿命有限的无形资产的使用寿命及摊销方法进行复核。

（九）长期资产减值

1、长期股权投资减值测试方法及会计处理方法

公司在资产负债表日对长期股权投资进行逐项检查，根据被投资单位经营政策、法律环境、市场需求、行业及盈利能力等的各种变化判断长期股权投资是否存在减值迹象。当长期股权投资可收回金额低于账面价值时，将可收回金额低于长期股权投资账面价值的差额作为长期股权投资减值准备予以计提。资

产减值损失一经确认，在以后会计期间不再转回。

2、固定资产的减值测试方法及会计处理方法

公司在资产负债表日对各项固定资产进行判断，当存在减值迹象，估计可收回金额低于其账面价值时，账面价值减记至可收回金额，减记的金额确认为资产减值损失，计入当期损益，同时计提相应的资产减值准备。资产减值损失一经确认，在以后会计期间不再转回。当存在下列迹象的，按固定资产单项项目全额计提减值准备：

(1) 长期闲置不用，在可预见的未来不会再使用，且已无转让价值的固定资产；

(2) 由于技术进步等原因，已不可使用的固定资产；

(3) 虽然固定资产尚可使用，但使用后产生大量不合格品的固定资产；

(4) 已遭毁损，以至于不再具有使用价值和转让价值的固定资产；

(5) 其他实质上已经不能再给公司带来经济利益的固定资产。

3、在建工程减值测试方法及会计处理方法

公司于资产负债表日对在建工程进行全面检查，如果有证据表明在建工程已经发生了减值，估计可收回金额低于其账面价值时，账面价值减记至可收回金额，减记的金额确认为资产减值损失，计入当期损益，同时计提相应的资产减值准备。资产减值损失一经确认，在以后会计期间不再转回。存在下列一项或若干项情况的，对在建工程进行减值测试：

(1) 长期停建并且预计在未来3年内不会重新开工的在建工程；

(2) 所建项目无论在性能上，还是在技术上已经落后，并且给企业带来的经济利益具有很大的不确定性；

(3) 其他足以证明在建工程已经发生减值的情形。

4、无形资产减值测试方法及会计处理方法

当无形资产的可收回金额低于其账面价值时，将资产的账面价值减记至可收回金额，减记的金额确认为资产减值损失，计入当期损益，同时计提相应的无形资产减值准备。无形资产减值损失一经确认，在以后会计期间不再转回。存在下列一项或多项以下情况的，对无形资产进行减值测试：

(1) 该无形资产已被其他新技术等所替代，使其为企业创造经济利益的能力受到重大不利影响；

(2) 该无形资产的市价在当期大幅下跌，并在剩余年限内可能不会回升；

(3) 其他足以表明该无形资产的账面价值已超过可收回金额的情况。

（十）长期待摊费用

公司长期待摊费用是指已经支出，但应由当期及以后各期承担的摊销期限在1年以上（不含1年）的各项费用，该等费用在受益期内平均摊销，如果长期待摊费用项目不能使以后会计期间受益，则将尚未摊销的该项目的摊余价值全部转入当期损益。其中经营租赁方式租入的固定资产改良支出，在经营租赁固定资产的租赁期间进行摊销。

（十一）预计负债

1、预计负债的确认标准

如果与或有事项相关的义务同时符合以下条件，公司将其确认为预计负债：

- (1) 该义务是公司承担的现时义务；
- (2) 该义务的履行很可能导致经济利益流出公司；
- (3) 该义务的金额能够可靠地计量。

2、预计负债的计量方法

预计负债按照履行相关现时义务所需支出的最佳估计数进行初始计量，并综合考虑与或有事项有关的风险、不确定性和货币时间价值等因素。每个资产负债表日对预计负债的账面价值进行复核。有确凿证据表明该账面价值不能反映当前最佳估计数的，按照当前最佳估计数对该账面价值进行调整。

（十二）政府补助

公司将从政府无偿取得货币性资产或非货币性资产，但不包括政府作为企业所有者投入的资本作为政府补助核算。

政府补助分为与资产相关的政府补助和与收益相关的政府补助。

1、与资产相关的政府补助判断依据及会计处理方法

公司从政府取得的、用于购建或以其他方式形成长期资产的补助，确认为与资产相关的政府补助。

与资产相关的政府补助，确认为递延收益，并在相关资产使用寿命内平均分配，计入当期损益。但是，以名义金额计量的政府补助，直接计入当期损益。

2、与收益相关的政府补助判断依据及会计处理方法

公司将从政府取得的各种奖励、定额补贴、财政贴息、拨付的研发经费（不包括购建固定资产）等与资产相关的政府补助之外的政府补助，确认为与收益相关的政府补助。

与收益相关的政府补助，分别按下列情况处理：

（1）用于补偿公司以后期间的相关费用或损失的，确认为递延收益，并在确认相关费用的期间，计入当期损益；

（2）用于补偿公司已发生的相关费用或损失的，计入当期损益。

（十三）递延所得税资产和递延所得税负债

公司根据资产与负债在资产负债表日的账面价值与计税基础之间的暂时性差异，采用资产负债表债务法将应纳税暂时性差异或可抵扣暂时性差异对所得税的影响额确认和计量递延所得税负债或递延所得税资产。公司不对递延所得税资产和递延所得税负债进行折现。

对于可抵扣暂时性差异，其对所得税的影响额按预计转回期间的所得税税率计算，并将该影响额确认为递延所得税资产，但是以公司很可能取得用来抵扣可抵扣暂时性差异、可抵扣亏损和税款抵减的未来应纳税所得额为限。

公司对与子公司、合营企业及联营企业投资相关的应纳税暂时性差异，其对所得税的影响额一般确认为递延所得税负债，但同时满足以下两项条件的除外：公司能够控制暂时性差异转回的时间、该暂时性差异在可预见的未来很可能不会转回。

对于按照税法规定可以结转以后年度的未弥补亏损（可抵扣亏损）和税款抵减，视同可抵扣暂时性差异处理。在预计可利用可弥补亏损或税款抵减的未来

期间内很可能取得足够的应纳税所得额时，以很可能取得的应纳税所得额为限，确认相应的递延所得税资产，同时减少当期利润表中的所得税费用。

公司在编制合并财务报表时，因抵销未实现内部销售损益导致合并资产负债表中资产、负债的账面价值与其在所属纳税主体的计税基础之间产生暂时性差异的，在合并资产负债表中确认递延所得税资产或递延所得税负债，同时调整合并利润表中的所得税费用，但与直接计入所有者权益的交易或事项及企业合并相关的递延所得税除外。

（十四）重要会计政策和会计估计的变更

1、重要会计政策变更

2014年1月至7月，财政部发布了《企业会计准则第2号——长期股权投资》（修订）、《企业会计准则第9号——职工薪酬》（修订）、《企业会计准则第30号——财务报表列报》（修订）、《企业会计准则第33号——合并财务报表》（修订）、《企业会计准则第37号——金融工具列报》（修订）、《企业会计准则第39号——公允价值计量》、《企业会计准则第40号——合营安排》、《企业会计准则第41号——在其他主体中权益的披露》等8项会计准则。除《企业会计准则第37号——金融工具列报》（修订）在2014年度及以后期间的财务报告中使用外，上述其他会计准则于2014年7月1日起施行。

公司于2014年7月1日开始执行前述除金融工具列报准则以外的7项新颁布或修订的企业会计准则，在编制2014年年度财务报告时开始执行金融工具列报准则，并对可比年度财务报表附注的披露进行了相应调整。

2016年12月3日，财政部发布了《增值税会计处理规定》（财会【2016】22号文），该规定自发布之日起施行。2016年5月1日至该规定施行之间发生的交易由于该规定而影响资产、负债等金额的，按该规定调整。公司于2016年12月3日开始执行该规定。

2、重要会计估计变更

本报告期内，公司无重大会计估计变更。

七、主要税项

（一）企业所得税

公司	2016 年度	2015 年度	2014 年度
太龙照明	15%	15%	15%
悦森照明	25%	25%	25%
太龙至邦	25%	25%	-

太龙照明于 2014 年 9 月 23 日经过高新技术企业复审，并取得福建省科学技术厅、福建省财政厅、福建省国家税务局、福建省地方税务局重新核发的高新技术企业证书，证书号 GF201435000089，有效期三年。依据《中华人民共和国企业所得税法》和《中华人民共和国企业所得税实施条例》相关规定，太龙照明 2014 年度、2015 年度及 2016 年度享受 15%的企业所得税优惠税率。

（二）流转税及附加税费

税种	计税依据	税率
增值税	应税收入	5%、6%、17%
城市维护建设税	流转税额	1%、5%、7%
教育费附加	流转税额	3%
地方教育费附加	流转税额	2%

八、非经常性损益明细表

根据中国证监会发布的《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》（2008 年修订），公司最近三年经注册会计师核验的非经常性损益具体情况如下：

单位：万元

非经常性损益明细项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
（一）非流动性资产处置损益，包括已计提资产减值准备的冲销部分	0.52	-1.08	-5.06
（二）越权审批，或无正式批准文件，或偶发性的税收返还、减免	-	-	-
（三）计入当期损益的政府补助，但与公司正常经营业务密切相关，符合国家政策规定、按照一定标准定额或定量持续享受的政府补助除外	416.09	34.15	12.79

（四）除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-28.94	-3.00	-
税前非经常性损益合计	387.67	30.07	7.74
减：非经常性损益的所得税影响数	59.45	4.96	1.16
税后非经常性损益	328.22	25.11	6.57
减：归属于少数股东的税后非经常性损益	2.93	-	-
归属于母公司股东的税后非经常性损益	325.29	25.11	6.57
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	3,832.11	3,545.06	2,861.08

九、发行人报告期内主要财务指标

（一）报告期内主要财务指标

财务指标	2016年 12月31日	2015年 12月31日	2014年 12月31日
流动比率（倍）	2.45	2.62	1.69
速动比率（倍）	1.85	1.89	1.17
资产负债率（母公司）	25.85%	26.00%	37.35%
无形资产（土地使用权、采矿权除外）占净资产的比例	0.08%	0.05%	0.07%
归属于母公司股东每股净资产（元）	4.76	3.88	2.85
财务指标	2016年度	2015年度	2014年度
应收账款周转率（次/年）	3.18	3.25	3.51
存货周转率（次/年）	3.59	3.50	3.52
息税折旧摊销前利润（万元）	6,324.97	5,258.90	4,252.09
归属于发行人股东的净利润（万元）	4,157.40	3,570.17	2,867.65
归属于发行人股东扣除非经常性损益后的净利润（万元）	3,832.11	3,545.06	2,861.08
利息保障倍数（倍）	40.04	21.85	15.28
每股经营活动产生的现金流量（元）	1.03	0.52	0.30
每股净现金流量（元）	0.14	0.24	-0.12

注：财务指标计算如下：

- 1、流动比率=流动资产/流动负债
- 2、速动比率=速动资产/流动负债

- 3、资产负债率=母公司口径总负债/母公司口径总资产
- 4、无形资产占净资产的比例=无形资产（不含土地使用权、采矿权）/归属于母公司所有者权益
- 5、每股净资产=归属于母公司所有者的权益/总股本
- 6、应收账款周转率=营业总收入/应收账款平均余额
- 7、存货周转率=营业成本/存货平均余额
- 8、息税折旧摊销前利润=税前利润+计入财务费用的利息支出+折旧费用+摊销费用
- 9、利息保障倍数=息税折旧摊销前利润/（计入财务费用的利息支出+资本化利息金额）
- 10、每股经营活动产生的现金流量=经营活动产生的现金流量净额/总股本
- 11、每股净现金流量=现金及现金等价物净增加额/总股本

（二）净资产收益率和每股收益

根据中国证监会发布的《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），公司报告期内的净资产收益率和每股收益如下：

1、净资产收益率

期间	2016年度	2015年度	2014年度
归属于公司普通股股东的净利润	20.31%	24.16%	25.17%
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	18.72%	23.99%	25.12%

注：加权平均净资产收益率 = $P_0 \div (E_0 + NP \div 2 + E_i \times M_i \div M_0 - E_j \times M_j \div M_0 \pm E_k \times M_k \div M_0)$ 。

其中：P₀ 分别对应于归属于公司普通股股东的净利润、扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润；NP 为归属于公司普通股股东的净利润；E₀ 为归属于公司普通股股东的期初净资产；E_i 为报告期发行新股或债转股等新增的、归属于公司普通股股东的净资产；E_j 为报告期回购或现金分红等减少的、归属于公司普通股股东的净资产；M₀ 为报告期月份数；M_i 为新增净资产次月起至报告期期末的累计月数；M_j 为减少净资产次月起至报告期期末的累计月数；E_k 为因其他交易或事项引起的净资产增减变动；M_k 为发生其他净资产增减变动次月起至报告期期末的累计月数。

2、每股收益

单位：元/股

期间	2016年度		2015年度		2014年度	
	基本	稀释	基本	稀释	基本	稀释

	每股收益	每股收益	每股收益	每股收益	每股收益	每股收益
归属于公司普通股股东的净利润	0.88	0.88	0.79	0.79	0.64	0.64
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	0.81	0.81	0.78	0.78	0.64	0.64

注：基本每股收益= $P0 \div S$ ， $S = S0 + S1 + Si \times Mi \div M0 - Sj \times Mj \div M0 - Sk$ ；稀释每股收益= $[P0 + (\text{已确认为费用的稀释性潜在普通股利息} - \text{转换费用}) \times (1 - \text{所得税率})] / (S0 + S1 + Si \times Mi \div M0 - Sj \times Mj \div M0 - Sk + \text{认股权证、股份期权、可转换债券等增加的普通股加权平均数})$ 。其中：P0 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；S0 为期初股份总数；S1 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；Si 为报告期因发行新股或债转股等增加股份数；Sj 为报告期因回购等减少股份数；Sk 为报告期缩股数；M0 为报告期月份数；Mi 为增加股份次月起至报告期期末的累计月数；Mj 为减少股份次月起至报告期期末的累计月数。

十、发行人盈利预测情况

公司未编制盈利预测报告。

十一、财务报表附注中的日后事项、或有事项及其他重要事项

（一）日后事项

截至审计报告出具日，公司无需要披露的资产负债表日后事项。

（二）或有事项

截至 2016 年 12 月 31 日，公司无需要披露的或有事项。

（三）其他重要事项

截至 2016 年 12 月 31 日，公司无需要披露的其他重要事项。

十二、盈利能力分析

单位：万元

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
一、营业总收入	27,311.75	24,776.28	21,149.16
二、营业总成本	22,690.74	20,660.70	17,849.23
三、营业利润	4,621.02	4,115.58	3,299.93
四、利润总额	5,008.68	4,145.65	3,307.66
五、净利润	4,219.39	3,563.15	2,830.79
其中：归属于母公司所有者的净利润	4,157.40	3,570.17	2,867.65
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者净利润	3,832.11	3,545.06	2,861.08

2014 年-2016 年，公司营业收入分别为 21,149.16 万元、24,776.28 万元和 27,311.75 万元，年均复合增长率为 13.64%；扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润分别为 2,861.08 万元、3,545.06 万元和 3,832.11 万元，年均复合增长率为 15.73%。公司营业收入及盈利规模稳步增长。

（一）营业收入分析

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
主营业务收入	27,162.96	99.46%	24,654.93	99.51%	21,090.62	99.72%
其他业务收入	148.80	0.54%	121.35	0.49%	58.54	0.28%
合计	27,311.75	100.00%	24,776.28	100.00%	21,149.16	100.00%

公司以个性化、定制化的照明器具、LED 显示屏和光电标识等照明产品为载体，为下游客户提供集照明设计、开发制造、系统综合服务于一体的商业照明整体解决方案。报告期内，公司主营业务收入占比超过 99%，主营业务突出，其他业务收入系房屋租赁收入和废料销售收入，收入金额和占比较低。

1、主营业务收入整体变动分析

2014-2016 年，公司主营业务收入分别为 21,090.62 万元、24,654.93 万元和 27,162.96 万元，持续增长的主要原因包括：

（1）LED 商业照明和商业照明整体解决方案符合国家产业政策导向

近年来，在 LED 技术突破和价格下降的背景下，国家制订了一系列产业政

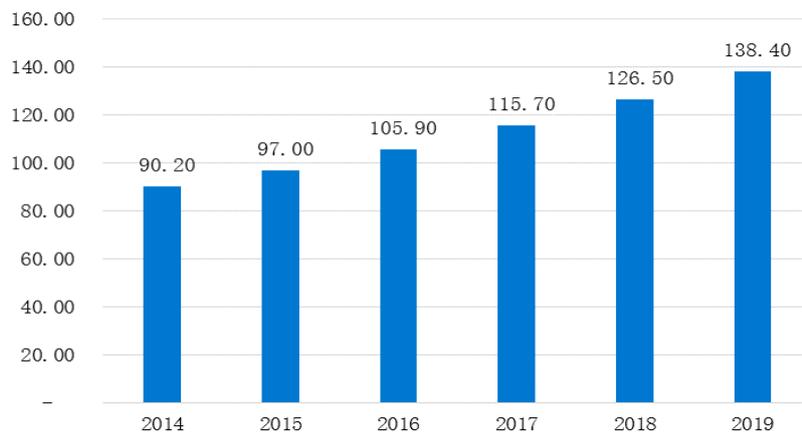
策，大力扶持 LED 商业照明行业的发展：2013 年 2 月，国家发改委发布《半导体照明节能产业规划》，提出将逐步推广应用技术成熟、节能效果明显的 LED 照明产品，优先推广室内商业照明产品及系统；2015 年 5 月，国务院印发《中国制造 2025》，提出加强节能环保技术、工艺的推广应用，加快制造与服务的协同发展，推动商业模式创新和业态创新，促进生产型制造向服务型制造转变，鼓励制造业企业增加服务环节投入，发展个性化定制服务，支持有条件的企业由提供产品向提供整体解决方案转变；2016 年 3 月，国家发改委发布《国民经济和社会发展第十三个五年规划纲要》，推进能源消费革命，实施全民节能行动计划，推广半导体照明等成熟适用技术，组织绿色照明等重点工程，实施制造业创新中心建设工程，支持工业设计中心建设，推动制造业由生产型向生产服务型转变，引导制造企业延伸服务链条、促进服务增值。

报告期内，公司抓住国家政策驱动、LED 商业照明推广的市场契机，持续投入资源进行 LED 商业照明产品的开发和商业照明整体解决方案的完善，推动公司市场地位的提升和收入的持续增长。

（2）国内商业照明市场持续发展，市场容量较大

据 Technavio⁴研究数据显示，2014 年我国商业照明市场规模为 90.20 亿美元，预计 2019 年该市场规模将达到 138.40 亿美元，期间复合增长率达 8.94%。

2014-2019 年我国商业照明市场规模及预测情况（单位：亿美元）



数据来源：Technavio

商业照明市场的应用包括品牌服饰零售终端、品牌家居家纺零售终端、购物中心、餐饮服务行业、星级酒店、主题公园等领域，其中公司最主要的收入

⁴ Technavio 是全球性的市场研究公司，成立于 2003 年，总部位于伦敦，研究范围覆盖 50 个国家的 100 个细分行业市场。

来源为品牌服饰零售终端。其中，品牌服饰零售终端指以销售品牌服饰为目的，以专卖店、旗舰店、形象店等业态存在的实体门店，是商品式商业照明市场主要细分市场之一。根据国家统计局我国服饰行业规模以上门店每年度平均坪效（2016年度平均坪效以2015年度为基础）以及Euromonitor International⁵我国服饰市场销售规模及网络购物占比的数据计算，2012-2016年间，我国品牌服饰市场总经营面积分别为6,317.54万平方米、9,782.23万平方米、9,744.81万平方米、10,002.47万平方米和9,757.04万平方米。

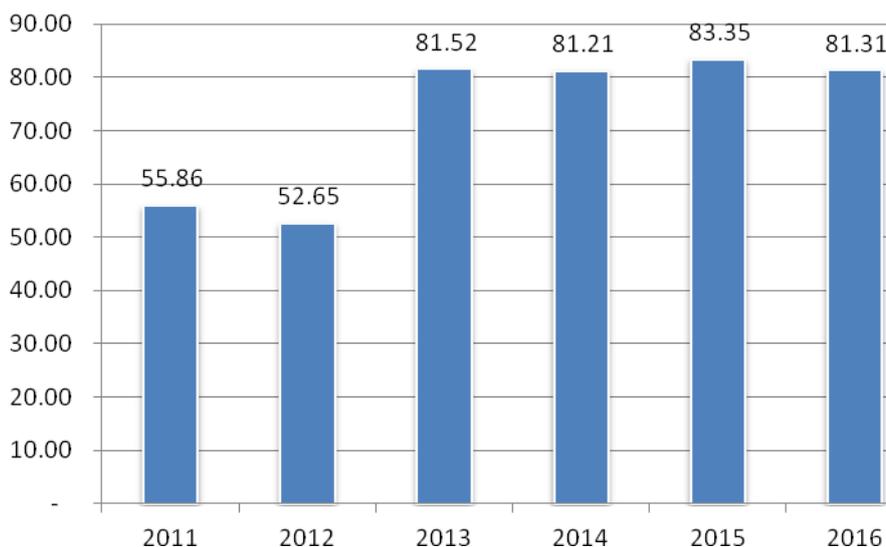
2012-2016年我国品牌服饰市场销售额、网络购物占比及经营面积情况

指标	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年
服饰市场销售额（亿元）	17,086	18,488	19,644	20,704	21,586
网络购物占比	7.50%	10.90%	15.60%	20.80%	25.90%
总经营面积（万平方米）	6,317.54	9,782.23	9,744.81	10,002.47	9,757.04

数据来源：国家统计局，EuromonitorInternational

据我国品牌服装市场上零售门店平均2-3年翻新一次（数据来源：国泰君安研究中心）以及该领域每平方米在商业照明方面投入250元的数据测算，2016年我国品牌服饰零售终端对商业照明的市场需求超过80亿元且趋于稳定，未来品牌服饰零售终端对商业照明的市场需求仍有望维持在较大规模。

2011-2016年我国品牌服饰零售终端的商业照明市场规模测算（单位：亿元）



(3) 发行人主要客户需求稳定，为公司业务发展奠定基础

⁵ Euromonitor International 是全球性的市场研究公司，成立于1972年，总部位于伦敦，研究范围主要包括快速消费品行业以及国家支柱产业，覆盖包括全球80多个国家和地区。

公司报告期客户主要为时尚休闲、运动、商务等服饰领域的品牌企业。品牌企业在市场竞争中不断壮大和发展，衍生出持续的新店开店需求和老店装修需求，同时，品牌企业提升客户消费体验和品牌形象的诉求提高了对照明整体解决方案的要求，持续推动商业照明行业的发展。

公司报告期前十大客户共涉及 15 家公司，其中 9 家为上市公司，其公开信息披露的报告期内门店建设数量及收入规模如下：

品牌商	指标	2016 年 6 月 30 日 /2016 半年度	2015 年 12 月 31 日 /2015 年度	2014 年 12 月 31 日 /2014 年度
阿迪达斯 (DE. ADSGn)	零售终端数量 (家)	约 10,000	约 9,000	约 8,000
	营业收入 (亿欧元)	14.47	24.69	18.11
利郎 (HK. 01234)	零售终端数量 (家)	2,935	2,985	3,079
	营业收入 (亿元)	11.74	26.89	24.33
特步 (HK. 01368)	零售终端数量 (家)	约 7,440	约 7,600	7,610
	营业收入 (亿元)	25.35	52.95	47.78
安踏 (HK. 02020)	零售终端数量 (家)	9,197	9,080	7,622
	营业收入 (亿元)	61.43	111.26	89.23
美邦服饰 (SZ. 002269)	零售终端数量 (家)	约 3,800	约 3,700	约 4,000
	营业收入 (亿元)	30.74	62.95	66.21
七匹狼 (SZ. 002029)	零售终端数量 (家)	约 2,200	约 2,636	2,821
	营业收入 (亿元)	11.44	24.86	23.91
拉夏贝尔 (HK. 06116)	零售终端数量 (家)	8,483	8,396	6,887
	营业收入 (亿元)	48.09	90.96	78.14
匹克	零售终端数量 (家)	6,001	5,999	6,004
	营业收入 (亿元)	12.98	31.08	28.41
李宁 (HK. 02331)	零售终端数量 (家)	6,169	6,133	5,626
	营业收入 (亿元)	35.96	70.89	60.47

注：（1）数据来源于上市公司年报、研究报告或公开媒体报道，其中，匹克于 2016 年 11 月从港交所退市，阿迪达斯为大中华区数据。

（2）上市公司 2016 年报尚未完全披露，故选用 2016 年半年报数据；未见阿迪达斯截至 2016 年半年末数据，以 2016 年 9 月 30 日数据替代；未见七匹狼 2015 年末数据，以 2015 年 6 月 30 日数据替代。

从报告期公司主要客户的门店数量变动趋势来看，公司主要客户作为行业内的知名品牌企业，除了七匹狼因关闭无效店铺的战略导致报告期门店数量持续下

降以外，大部分客户虽然存在关闭部分门店的情况，但也持续改造现有门店和新增门店，不断拓展销售网络、强化销售渠道，进而达到抢占市场份额、提升销售业绩的目的，门店数量相对稳定或持续增长，经营规模持续提升。

报告期内，国内体育用品企业经历了去库存的调整、国内品牌服饰企业经历了网络购物的冲击，一个重要自身原因，即是其在品牌快速发展过程中重视渠道的布局和品牌的推广，而忽视了对于零售终端的建设和品牌形象的提升。经历调整，运动和商务等品牌服饰领域的领军企业在品牌建设、库存和渠道管理上积累了丰富的经验，并进一步提高了市场占有率和巩固了行业地位，提高消费体验和提升品牌形象的需求将进一步促进商业照明行业的发展。虽然网络购物在我国服饰市场销售总额中比例逐渐提高，但突出消费体验效果的实体门店在未来依然将是服饰零售的最主要渠道。

(4) 公司的商业照明解决方案满足了客户需求，在市场竞争中逐步发展

作为照明的重要分支，商业照明除了需满足综合运用各种光源满足照亮的基本功能要求以外，区别于其他照明细分领域，还因专注于营造商业光影环境营造，具有引导消费行为、促进品牌建设和提供一体化服务的特点。公司依托成熟的业务与服务体系，以个性化、定制化的照明产品为载体，提供包括照明设计、开发制造、系统综合服务为一体的商业照明整体解决方案，全面满足品牌客户终端门店对于环境营造和产品展示的照明需求，达到其提升消费体验和品牌形象的目标。公司凭借优良的方案设计、过硬的照明器具品质和完善的系统综合服务，已成为众多品牌商的商业照明服务商，产品已应用于品牌服饰、家居家纺、商超、餐饮等领域，2010年以来已累计在全国范围内为超过100个知名品牌、6万余个零售终端提供了商业照明整体解决方案，先后获得中国照明学会中国照明网颁发的“优秀照明设计工程案例”、“十大优秀照明设计公司奖”和“优秀室内照明产品供应商”。

发行人在商业照明行业内的竞争对手，主要包括雷士照明和欧普照明等通用照明企业，以及中山品上照明有限公司、中山市嘉成照明电器有限公司和泉州市美菲电子照明有限公司等商业照明企业，公司作为规模化的专业的商业照明企业，在初创设计、终端设计和全面服务体系上提升公司的服务能力，在产品体系配套、快速响应和柔性化制造等方面提升公司的配套能力优势，通过持续的客户

开拓和口碑积累，在市场竞争中逐渐提升经营规模、发展壮大。

2、主营业务收入产品构成分析

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
照明器具	LED 照明器具	19,722.14	72.61%	14,428.43	58.52%	5,224.59	24.77%
	陶瓷金卤灯具	1,111.85	4.09%	5,109.05	20.72%	12,106.18	57.40%
	其他照明器具	1,766.30	6.50%	1,339.26	5.43%	1,321.14	6.26%
	照明配件	2,407.30	8.86%	2,385.56	9.68%	1,741.79	8.26%
	小计	25,007.59	92.07%	23,262.30	94.35%	20,393.70	96.70%
	LED 显示屏	1,395.89	5.14%	1,135.04	4.60%	643.06	3.05%
	光电标识	759.48	2.80%	257.59	1.04%	53.86	0.26%
	合计	27,162.96	100%	24,654.93	100%	21,090.62	100%

报告期内，照明器具占主营业务收入比例超过 90%，是公司的主要产品，照明器具主要包括 LED 照明器具、陶瓷金卤灯具，单独销售的光源、电器、轨道和附件等照明配件，以及部分其他照明器具；LED 显示屏和光电标识作为公司商业照明配套产品体系的组成部分，业务规模相对较小，但发展较快。

（1）LED 照明器具

LED 照明具有高光效、寿命长、光衰慢等节能环保的特点，随着 LED 技术的进步，同等照明效果下 LED 光源、LED 驱动器等主要材料价格相对较低，成本优势明显。在国家产业政策引导和 LED 照明行业技术进步的背景下，LED 照明器具正成为新一代商业照明市场的主力产品。公司把握行业发展契机，基于成熟的技术储备和丰富的开发经验，大力推动 LED 照明器具在商业照明领域的应用，并得到了客户的广泛认同，LED 照明器具销售额从 2014 年的 5,224.59 万元增长至 2016 年的 19,722.14 万元，2016 年 LED 照明器具销售占公司主营业务收入比例为 72.61%，为公司最主要产品。

（2）陶瓷金卤灯具

相对于普通的照明器具，陶瓷金卤灯具具有光效高、寿命长、显色性好的特点，具备显著的节能效果；相对于 LED 照明器具，陶瓷金卤灯具有着更加出色的色彩还原能力，在注重显色性、表现力的服饰照明领域，陶瓷金卤灯具仍具

有一定市场空间。随着市场需求变动和公司产品的更新换代，公司陶瓷金卤灯具销售规模持续下降，2016年主营业务收入占比下降至4.09%。

（3）其他照明器具和照明配件

①其他照明器具收入的构成情况

报告期内其他照明器具的销售收入分别为1,321.14万元、1,339.26万元和1,766.30万元，销售金额相对较低，具体构成如下：

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
灯带灯条	640.49	36.26%	314.73	23.50%	130.46	9.88%
普通节能灯和贴片灯	540.94	30.63%	298.29	22.27%	359.50	27.21%
T管灯	357.04	20.21%	466.82	34.86%	230.92	17.48%
分离式灯具	58.16	3.29%	59.42	4.44%	400.26	30.30%
其他灯具	169.68	9.61%	200.01	14.93%	200.00	15.14%
合计	1,766.30	100.00%	1,339.26	100.00%	1,321.14	100.00%

其他照明器具用于辅助性照明或装饰照明，包括灯带灯条、普通节能灯和贴片灯、T管灯、分离式灯具等，其中，随着公司销售规模的增加，作为辅助性照明产品，灯带灯条、普通节能灯和贴片灯、T管灯的销售规模逐步提高；分离式灯具为公司提供给客户供其自行装配光源的灯具，随着LED光源的应用，该类产品的销售规模降低；其他灯具系公司为满足终端门店装饰性效果需求以及部分客户特殊要求而提供的各类灯具。

②照明配件的收入构成情况

报告期内公司照明配件的销售额分别为1,741.79万元、2,385.56万元和2,407.30万元，销售规模稳定增长，具体构成如下：

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
轨道及轨道配件	1,106.37	45.96%	950.36	39.84%	703.82	40.41%
光源	424.77	17.64%	705.69	29.58%	536.99	30.83%
电器	403.03	16.74%	447.85	18.77%	299.39	17.19%
其他配件	473.14	19.65%	281.66	11.81%	201.58	11.57%
合计	2,407.30	100.00%	2,385.56	100.00%	1,741.79	100.00%

照明配件用于照明器具的配套或维修，包括公司自主开发生产的轨道和轨道头等轨道配件，以及客户单独采购的光源、电器等。公司注重满足客户需求和提升服务价值，持续为客户提供配套照明产品，其中，轨道作为轨道式灯具安装的重要配件，报告期内在照明配件中销售占比较高；为满足客户的维修等不同需求，公司向部分客户单独销售光源、电器；其他配件为照明器具的配套或维修所需的各类零星配件。

（4）LED 显示屏

LED 显示屏主要包括全彩显示屏和异形屏等，为多分辨率、高对比度和亮度的产品系列，能够满足客户对于商业空间展示、体验、互动的需求。报告期内公司 LED 显示屏的销售额分别为 643.06 万元、1,135.04 万元、1,395.89 万元，销售规模稳定增长。依托于公司在照明器具领域积累的客户资源，发挥公司定制化、个性化的产品特点，未来公司将扩大 LED 显示屏产品的生产能力，重点推广 LED 显示屏在品牌客户零售终端的应用，扩大市场份额，提升公司盈利能力。

（5）光电标识

光电标识是具有设计感和个性化的标示产品，可用于标示照明及形象照明。公司致力于成为系统照明解决方案的服务商，形成照明器具、LED 显示屏和光电标识为一体的系统性照明产品。2014 年公司正式推出光电标识产品，2014 年度至 2016 年分别实现收入 53.86 万元、257.59 万元和 759.48 万元，规模相对较小，但作为零售终端的配套照明产品，现有客户均是公司潜在服务对象，该项业务具有广阔的市场空间，报告期内收入增长趋势较为明显。

3、主要产品的销售价格和数量变动分析

（1）公司主要产品的销售单价及变动情况

项目		2016 年度		2015 年度		2014 年度
		销售单价	变动率	销售单价	变动率	销售单价
照明器具	LED 照明器具（元/套）	189.13	-10.86%	212.17	-7.74%	229.97
	陶瓷金卤灯具（元/套）	227.94	-14.59%	266.87	-4.49%	279.41
	其他照明器具（元/套）	68.78	11.23%	61.83	-16.81%	74.33
LED 显示屏（元/平米）		6,517.81	-33.81%	9,847.81	-51.07%	20,126.99
光电标识（元/套）		2,979.51	-16.14%	3,553.00	-3.03%	3,664.16

报告期内，作为公司的主要产品，LED 照明器具和陶瓷金卤灯具的销售单价呈持续下降的趋势，且价格相对较低的 LED 照明器具的销售占比增长较快，一定程度上降低了公司营业收入规模的增长速度。各产品具体的价格变动趋势分析如下：

①LED 照明器具相对陶瓷金卤灯具价格较低，主要原因为 COB 光源和 LED 驱动作为 LED 照明器具两项主要原材料，其价格低于陶瓷金卤灯具运用的陶瓷金卤灯光源和电子镇流器的价格。报告期内，受主要原材料价格持续下降的影响，公司相应调整 LED 照明器具的价格，LED 照明器具的平均价格水平下降。

②报告期内，受到价格相对较低的 LED 照明器具的影响，陶瓷金卤灯具产品价格水平整体呈下降趋势；其他照明器具品类较多，2015 年度受价格相对较低的 T 管灯、灯带灯条等产品销售占比增加的影响，平均销售单价有所下降，而 2016 年受价格相对较高的普通节能灯和贴片灯销售占比增加的影响，平均销售单价相应上升。

③公司 LED 显示屏为定制化的产品，除了受原材料价格波动和客户议价能力等因素的影响外，销售价格受产品结构、性能指标、设计方案等因素的影响，每平方米单位售价的变动较大。

公司根据 LED 显示屏中 LED 灯珠的像素间距，将其分为从 P1 到 P33 不等，例如 P4 表示 LED 灯珠的间距为 4mm，P33 表示 LED 灯珠的间距为 33mm，间距越小的产品像素越高。

报告期内，公司的 LED 显示屏按照像素间距分类的销售数量和单价情况如下：

像素间距	2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	销售数量 (m ²)	平均单价 (元/m ²)	销售数量 (m ²)	平均单价 (元/m ²)	销售数量 (m ²)	平均单价 (元/m ²)
x < P8	1,132.49	9,851.70	648.06	13,840.00	206.35	27,785.40
P8 ≤ x < P16	90.67	7,399.57	479.86	4,629.37	54.96	8,095.36
x ≥ P16	918.49	2,320.12	24.66	6,478.74	58.20	4,332.20
合计	2,141.65	6,517.81	1,152.58	9,847.81	319.50	20,126.99

报告期内，公司销售的 LED 显示屏的平均单价持续下降，主要原因如下：

A. 报告期内，LED 显示屏的主要原材料 LED 灯珠价格不断下降，从而带动产

品售价的普遍下降；

B. 报告期内公司开发生产的低像素产品不断增加，其中 2015 年像素间距介于 P8 与 P16 之间的销售数量占比大幅提升，2016 年像素间距大于 P16 的销售数量占比大幅上升，而像素间距越大的 LED 显示屏，每平方米所需 LED 灯珠数越低，因此，报告期内 LED 显示屏的平均销售单价不断下降。

④公司光电标识生产规模较小，受产品用材、大小、工艺等因素影响，价格水平存在一定波动，2016 年公司开发生产较多单价较低的灯箱、灌胶字类产品，导致当年平均价格水平下降。

(2) 公司主要产品的销售数量及变动情况

项目		2016 年度		2015 年度		2014 年度
		销售数量	变动率	销售数量	变动率	销售数量
照 明 器 具 (万 套)	LED 照明器具	104.28	53.34%	68.00	199.34%	22.72
	陶瓷金卤灯具	4.88	-74.52%	19.14	-55.81%	43.33
	其他照明器具	25.68	18.57%	21.66	21.86%	17.77
	合计	134.84	23.92%	108.81	29.81%	83.82
LED 显示屏 (平方米)		2,141.65	85.81%	1,152.58	260.74%	319.50
光电标识 (套)		2,549.00	251.59%	725.00	390.20%	147.00

报告期内，公司照明器具的整体销量分别为 83.82 万套、108.81 万套和 134.84 万套，照明器具的销量增长是公司主营业务收入增长的主要原因。

公司照明器具主要包括 LED 照明器具和陶瓷金卤灯具，受产业政策推动、LED 商照技术成熟和高性价比等因素的推动，报告期内，公司 LED 照明器具销量分别为 22.72 万套、68.00 万套和 104.28 万套，增长迅速，并已成为公司主要产品；受 LED 照明应用推广的影响，陶瓷金卤灯具的应用相对下降，报告期内的销量分别为 43.33 万套、19.14 万套和 4.88 万套；根据客户整体照明的需要，公司销售部分如灯带灯条、T 管灯等其他照明器具产品，型号相对较多、规模相对较小。

报告期内，公司 LED 显示屏的销量分别为 319.50 平米、1,152.58 平米和 2,141.65 平米。2015 年以来公司销售面积增长较大，主要为低像素产品销售面积增加较大。

光电标识产品作为公司商业照明整体解决方案的一部分，自 2014 年推向市

场以来，销售增幅较为明显，但销售规模仍然相对较小。

(3) 公司主要产品的销售变动及其对收入变动的影响

报告期内，公司主营业务收入的产品构成如下：

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
照明器具	LED 照明器具	19,722.14	72.61%	14,428.43	58.52%	5,224.59	24.77%
	陶瓷金卤灯具	1,111.85	4.09%	5,109.05	20.72%	12,106.18	57.40%
	其他照明器具	1,766.30	6.50%	1,339.26	5.43%	1,321.14	6.26%
	照明配件	2,407.30	8.86%	2,385.56	9.68%	1,741.79	8.26%
	小计	25,007.59	92.07%	23,262.30	94.35%	20,393.70	96.70%
	LED 显示屏	1,395.89	5.14%	1,135.04	4.60%	643.06	3.05%
	光电标识	759.48	2.80%	257.59	1.04%	53.86	0.26%
	合计	27,162.96	100%	24,654.93	100%	21,090.62	100%

2015 年度和 2016 年度，公司主营业务收入分别较上一年增长 3,564.32 万元和 2,508.02 万元，其中，照明器具的销售收入分别较上一年增长 2,868.60 万元和 1,745.28 万元，是公司主营业务收入增长的主要原因。

报告期内，公司 LED 显示屏和光电标识的销售规模较低，但增长较快，其中，LED 显示屏的销售占比分别为 3.05%、4.60%和 5.14%，光电标识的销售占比分别为 0.26%、1.04%和 2.80%。LED 显示屏和光电标识业务的快速发展，促进了公司主营业务规模的增长。

2014-2016 年度，公司 LED 照明器具的销售占比分别为 24.77%、58.52%和 72.61%，销售占比持续提升，陶瓷金卤灯具的销售占比分别为 57.40%、20.72%和 4.09%，销售占比快速下降。2015 年度和 2016 年度，公司 LED 照明器具的销售收入分别较上一年增长 9,203.84 万元和 5,293.71 万元，陶瓷金卤灯具的销售收入分别较上一年减少 6,997.13 万元和 3,997.20 万元。报告期内，公司完成了陶瓷金卤灯产品向 LED 照明器具的转型，且 LED 照明器具的增长金额超过了陶瓷金卤灯具的减少金额，促进了公司照明器具业务的发展和主营业务规模的增长。

(4) 销售单价、产品结构变动对收入变动的影响

根据双因素分析法，各产品销售数量和平均销售单价变动对销售收入变动的的影响如下：

单位：万元

项目		2016年度与2015年度相比			2015年度与2014年度相比		
		销售数量变动的 影响	销售单价变动的 影响	销售收入的 变动	销售数量变动的 影响	销售单价变动的 影响	销售收入的 变动
照明器具	LED照明器具	6,860.37	-1,566.66	5,293.71	9,608.32	-404.48	9,203.84
	陶瓷金卤灯具	-3,252.02	-745.19	-3,997.20	-6,453.68	-543.45	-6,997.13
	其他照明器具	276.61	150.43	427.04	240.25	-222.12	18.12
	照明配件	10.87	10.87	21.74	321.89	321.89	643.77
	小计	3,895.83	-2,150.55	1,745.28	3,716.77	-848.17	2,868.60
LED显示屏		644.66	-383.81	260.85	820.40	-328.42	491.98
光电标识		543.76	-41.88	501.89	205.29	-1.56	203.73
合计		5,084.25	-2,576.23	2,508.02	4,742.46	-1,178.15	3,564.32

注：（1）销售数量变动的影响=本年较上年的销售数量变动×本年的销售单价；（2）销售单价变动的影响=本年较上年的销售单价变动×上年的销售数量；（3）对于照明配件，由于型号繁多、不存在平均销售单价，故假设销售数量变动的影响等于销售单价变动的影响。

报告期内，虽然公司主要产品的销售单价呈下降趋势，但公司主要产品的销售数量增长，带动公司主营业务收入的增加。2015年度与2014年度相比，公司主营业务收入增加3,564.32万元，其中销售数量的增加导致公司主营业务收入增加4,742.46万元，销售单价的下降导致公司主营业务收入减少1,178.15万元；2016年度与2015年度相比，公司主营业务收入增加2,508.02万元，其中销售数量的增加导致公司主营业务收入增加5,084.25万元，销售单价的下降导致公司主营业务收入减少2,576.23万元。

报告期内，公司完成了主要产品由陶瓷金卤灯具向LED照明器具的转换，虽然陶瓷金卤灯具和LED照明器具的销售单价均呈下降趋势，但LED照明器具的销量持续增长，抵消了陶瓷金卤灯具销量下降的影响，带动了公司主营业务收入的增加。2015年度与2014年度相比，LED照明器具销量增加导致公司主营业务收入增加9,608.32万元，陶瓷金卤灯具销量下降导致公司主营业务收入减少6,453.68万元；2016年度与2015年度相比，LED照明器具销量增加导致公司主营业务收入增加6,860.37万元，陶瓷金卤灯具销量下降导致公司主营业务收入减少3,252.02万元。

报告期内，公司LED显示屏销售数量持续增长，促进公司主营业务收入规模的增长，但LED显示屏的平均单价下降相对较大，一定程度上降低了LED显示屏

的收入增长规模。2015 年度与 2014 年度相比，LED 显示屏销量增加导致公司主营业务收入增加 820.40 万元，LED 显示屏销售单价下降导致公司主营业务收入减少 328.42 万元；2016 年度与 2015 年度相比，LED 显示屏销量增加导致公司主营业务收入增加 644.66 万元，LED 显示屏销售单价下降导致公司主营业务收入减少 383.81 万元。

报告期内，公司光电标识销售数量也持续增长，促进公司的收入增长，光电标识平均单价下降对收入的影响相对较小。2015 年度与 2014 年度相比，2016 年度与 2015 年度相比，光电标识销量增加分别导致公司主营业务收入增加 205.29 万元和 543.76 万元。

综上所述，报告期内随着公司 LED 照明器具业务的快速发展，以及 LED 显示屏和光电标识产品等配套产品体系的完善和发展，公司主营业务收入持续增长。

4、主营业务按客户类型分析

单位：万元

类型	2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
品牌服饰客户	19,976.67	73.54%	19,440.11	78.85%	18,467.67	87.56%
其中：时尚休闲服饰	8,345.48	30.72%	9,282.72	37.65%	9,408.88	44.61%
运动服饰	7,609.57	28.01%	7,370.70	29.90%	6,385.97	30.28%
商务服饰	4,021.62	14.81%	2,786.70	11.30%	2,672.82	12.67%
装修装饰企业	2,274.05	8.37%	1,946.07	7.89%	945.87	4.48%
照明企业	2,263.40	8.33%	1,207.64	4.90%	545.54	2.59%
家居家纺	649.09	2.39%	504.83	2.05%	348.07	1.65%
其他	1,999.75	7.36%	1,556.29	6.31%	783.47	3.71%
合计	27,162.96	100%	24,654.93	100%	21,090.62	100%

报告期内，品牌服饰客户占公司主营业务收入的比例在 70%以上，品牌服饰客户的零售终端是公司最主要的产品应用领域。首先，照明产品的应用对于服饰品质、颜色的展示有着重要影响，品牌服饰客户对于商业照明的需求等级较高；其次，在统一零售终端形象的基本需求基础上，品牌服饰客户越来越注重商业照明在展示品牌形象、提高消费体验、促进消费达成上的功能和价值，

商业照明在品牌服饰的应用相对领先。

另外，公司部分客户群体为装修装饰企业，主要原因为部分品牌客户的零售终端门店装修由其相对固定的装修装饰类供应商负责，该类供应商直接与公司进行照明产品的购买和价款的结算。公司注重与该类企业加强合作，为品牌客户提供更加优质的整体解决方案，报告期内，装修装饰企业占公司主营业务收入的比例分别为 4.48%、7.89%和 8.37%，呈增长趋势。

同时，公司在巩固品牌服饰行业竞争优势的同时，也积极拓展其他销售渠道或市场领域，提高公司销售规模，包括与行业内照明企业合作，向家居家纺、商超、餐饮等领域拓展等。随着公司在各领域上的积极拓展以及与各领域客户合作的深入，报告期内公司其他领域销售收入逐步提高。

5、公司主营业务收入区域性分布

根据公司产品所配送的终端地址（主要为品牌商所属直营门店和代理商/经销商门店地址，而非品牌客户总部的注册地址），公司主营业务收入分布如下：

单位：万元

地区	2016 年		2015 年		2014 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
华东	10,120.85	37.26%	8,915.93	36.16%	6,912.27	32.77%
华北	3,654.76	13.45%	3,440.44	13.95%	3,071.73	14.56%
华南	2,430.82	8.95%	2,913.30	11.82%	2,712.81	12.86%
华中	2,440.65	8.99%	2,503.34	10.15%	2,423.87	11.49%
西南	2,565.69	9.45%	2,202.71	8.93%	2,439.53	11.57%
东北	1,876.23	6.91%	1,763.69	7.15%	1,841.30	8.73%
西北	1,188.85	4.38%	1,327.92	5.39%	982.89	4.66%
国内合计	24,277.85	89.38%	23,067.34	93.56%	20,384.40	96.65%
国外（含港澳台）	2,885.11	10.62%	1,587.59	6.44%	706.22	3.35%
合计	27,162.96	100.00%	24,654.93	100.00%	21,090.62	100.00%

公司产品销售以国内市场为主，覆盖华东、华北、华南、华中、西南、东北和西北地区。报告期内，华东地区平均销售占比为 35.40%，相对较高，主要原因为公司主要客户为知名品牌服饰企业，华东地区人口集中、消费能力强，品牌服饰门店相对集中；华北、华南、华中、西南地区的销售占比在 10%-15%左右，

东北、西北地区的销售占比在 5%-10%左右，相对较低。

报告期内，公司国外市场销售占比分别为 3.35%、6.44%和 10.62%，虽然占比相对较小，但随着国外市场的开拓，公司外销占比逐步提高，增长较为明显。

6、公司主营业务收入季节性分布

单位：万元

主营业务 收入	2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
一季度	3,792.32	13.96%	3,441.63	13.96%	2,566.94	12.17%
二季度	6,159.79	22.68%	6,261.98	25.40%	5,494.31	26.05%
三季度	8,425.91	31.02%	8,383.60	34.00%	6,729.56	31.91%
四季度	8,784.94	32.34%	6,567.73	26.64%	6,299.81	29.87%
合计	27,162.96	100.00%	24,654.93	100.00%	21,090.62	100.00%

商业企业一般选择在消费旺季来临前 1-3 个月的消费淡季进行新店布局和老店装修，在销售旺季来临时完成开店准备工作，其中，“十一”前的第三季度装修比重较高，“圣诞、元旦、春节”前的第四季度和“五一”前的第二季度装修比重次之，第一季度装修比重最低，从而造成公司收入的季节性波动。

经核查，保荐机构和申报会计师认为：报告期内发行人营业收入真实，增长合理；发行人对其他照明器具收入和照明配件收入的披露真实、准确。

（二）营业成本分析

1、营业成本整体情况

报告期内，公司营业成本构成情况如下：

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
主营业务成本	16,950.53	99.15%	15,446.36	99.22%	13,495.63	99.57%
其他业务成本	145.90	0.85%	121.18	0.78%	58.44	0.43%
合计	17,096.42	100.00%	15,567.53	100.00%	13,554.07	100.00%

公司营业成本由主营业务成本和其他业务成本构成，主营业务成本占营业成本的比例分别为 99.57%、99.22%和 99.15%，占比较高，为公司营业成本的主

要构成；其他业务成本主要为出租房产的折旧支出，绝对金额和相对占比均较小。

报告期内，公司各项营业成本的变动情况如下：

单位：万元

项目	2016年度与2015年度相比		2015年度与2014年度相比	
	增加金额	增长率	增加金额	增长率
主营业务成本	1,504.17	9.74%	1,950.73	14.45%
其他业务成本	24.72	20.40%	62.74	107.36%
合计	1,528.89	9.82%	2,013.46	14.86%

2015年度营业成本较2014年度增加2,013.46万元，增幅14.86%，2016年度营业成本较2015年度增加1,528.89万元，增幅9.82%，均主要系主营业务成本增长所致。报告期内，公司主营业务成本持续增长，主要原因为公司大力推广LED照明器具，由于LED照明器具具有高光效、寿命长、光衰慢等节能环保的特点，随着LED技术的进步，同等照明效果下LED光源、LED驱动器等主要材料价格相对较低，成本优势明显，越来越多的品牌商逐渐认可LED照明器具，公司相应的产品订单和产销量保持稳步增长。

2015年度其他业务成本有较大幅度增长，主要系发行人自2014年8月份开始将部分房产对外出租所致。

2、主营业务成本构成情况

(1) 主营业务成本按产品种类构成及变动情况

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	
照明器具	LED照明器具	11,622.99	68.57%	8,067.52	52.23%	2,848.00	21.10%
	陶瓷金卤灯具	859.92	5.07%	3,715.94	24.06%	8,091.77	59.96%
	其他照明器具	1,244.93	7.34%	953.17	6.17%	928.89	6.88%
	照明配件	1,616.22	9.53%	1,708.77	11.06%	1,139.78	8.45%
	小计	15,344.06	90.52%	14,445.39	93.52%	13,008.44	96.39%
LED显示屏	988.32	5.83%	779.02	5.04%	439.15	3.25%	
光电标识	618.14	3.65%	221.94	1.44%	48.03	0.36%	
合计	16,950.53	100.00%	15,446.36	100.00%	13,495.63	100.00%	

报告期内，照明器具占主营业务成本的比例分别为 96.39%、93.52%和 90.52%，是影响公司主营业务成本的主要因素；随着公司 LED 显示屏业务和光电标识业务的发展，LED 显示屏和光电标识的成本规模及占比持续提升，对于公司主营业务成本的影响逐渐增大。

单位：万元

项目		2016 年度与 2015 年度相比		2015 年度与 2014 年度相比	
		增加金额	增长率	增加金额	增长率
照明器具	LED 照明器具	3,555.47	44.07%	5,219.52	183.27%
	陶瓷金卤灯具	-2,856.02	-76.86%	-4,375.83	-54.08%
	其他照明器具	291.76	30.61%	24.28	2.61%
	照明配件	-92.54	-5.42%	568.99	49.92%
	小计	898.67	6.22%	1,436.95	11.05%
LED 显示屏		209.30	26.87%	339.87	77.39%
光电标识		396.20	178.52%	173.90	362.04%
合计		1,504.17	9.74%	1,950.73	14.45%

2015 年度主营业务成本较 2014 年度增加 1,950.73 万元，增幅 14.45%，主要系照明器具增长所致。其中 LED 照明器具增加 5,219.52 万元，增幅 183.27%，主要原因为 LED 照明器具的性能和成本优势，公司大力推广 LED 照明器具，并得到了客户的广泛认同，产品销量大幅增加；陶瓷金卤灯具减少 4,375.83 万元，降幅 54.08%，主要原因为随着市场需求变动和公司产品的更新换代，公司陶瓷金卤灯具销售规模持续下降；照明配件增加 568.99 万元，增幅 49.92%，主要原因为公司自产轨道的增加，以及部分客户单独采购光源和电器的量较大。

2016 年度主营业务成本较 2015 年度增加 1,504.17 万元，增幅 9.74%。其中，随着公司主要产品由陶瓷金卤灯向 LED 照明器具转换的深入，LED 照明器具的主营业务成本继续上升，陶瓷金卤灯具的主营业务成本继续下降。另外，随着公司产品体系的丰富和完善，其他照明器具、LED 显示屏和光电标识的销售规模提升，主营业务成本分别增加 291.76 万元、209.30 万元和 396.20 万元。

（2）主营业务成本按成本类型构成及变动情况

单位：万元

项目	2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
直接材料	12,944.35	76.37%	12,405.57	80.31%	11,373.46	84.28%
直接人工	2,002.46	11.81%	1,520.92	9.85%	1,138.79	8.44%
制造费用	2,003.71	11.82%	1,519.87	9.84%	983.38	7.29%
合计	16,950.53	100.00%	15,446.36	100.00%	13,495.63	100.00%

报告期内，直接材料占主营业务成本的平均比例为 80.32%，是影响公司主营业务成本的主要因素。受原材料价格下降、人工成本和制造费用上升，以及公司持续提高关键工序和部分配件自主生产能力等因素的影响，直接材料占成本的比例呈下降趋势。

报告期内，直接人工占主营业务成本的比例分别为 8.44%、9.85%和 11.81%，增长较快，主要原因包括：①公司采取灯具部件自制的后向一体化经营战略，报告期内新增了喷涂生产线、轨道生产线、光电标识生产线、电器生产线等，以提高生产制造系统的快速反应能力和多样化产品供给能力，导致公司人工规模增长；②受我国工业化、城市化进程的推进，以及城市消费水平的提升的影响，公司工人工资水平的上涨导致公司人工成本的上升。

报告期内，制造费用占主营业务成本的比例分别为 7.29%、9.84%和 11.82%，呈增长趋势。公司制造费用主要包括车间管理员工资、模具折旧费、固定资产折旧费、能源费和外协加工费等，制造费用增长的主要原因包括：①公司持续通过扩增产线、改进工艺等方式丰富配套产品体系，提升自主生产能力，固定资产折旧和能源费用持续增加；②为配合 LED 照明产品的推广应用，公司新品开发投入加大，相关模具折旧费用增加；③LED 照明产品对于机加工和表面处理的要求提升，公司相关设备和产能有限，外协加工的规模提升。

经核查，保荐机构和申报会计师认为：报告期内，发行人成本确认和计量符合《企业会计准则》的规定。

（三）主营业务毛利和毛利率分析

单位：万元

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
主营业务收入	27,162.96	24,654.93	21,090.62
主营业务成本	16,950.53	15,446.36	13,495.63
主营业务毛利	10,212.43	9,208.57	7,594.99
主营业务毛利率	37.60%	37.35%	36.01%

报告期内，公司把握 LED 在商业照明领域推广应用的契机，以 LED 照明器具、LED 显示屏和光电标识等多样化的产品为载体，推动公司商业照明整体解决方案的应用，带动公司主营业务毛利的增长。由于 LED 照明器具的毛利率高于陶瓷金卤灯具，随着产品的更新换代，LED 照明器具销售占比逐步扩大，2014 年至 2016 年公司的主营业务毛利率呈上升趋势。

1、主要产品毛利额分析

单位：万元

项目		2016 年度		2015 年度		2014 年度	
		毛利额	占比	毛利额	占比	毛利额	占比
照明器具	LED 照明器具	8,099.15	79.31%	6,360.91	69.08%	2,376.59	31.29%
	陶瓷金卤灯具	251.93	2.47%	1,393.11	15.13%	4,014.41	52.86%
	其他照明器具	521.37	5.11%	386.09	4.19%	392.25	5.16%
	照明配件	791.08	7.75%	676.79	7.35%	602.01	7.93%
	小计	9,663.53	94.63%	8,816.91	95.75%	7,385.26	97.24%
LED 显示屏		407.56	3.99%	356.01	3.87%	203.90	2.68%
光电标识		141.33	1.38%	35.65	0.39%	5.83	0.08%
合计		10,212.43	100.00%	9,208.57	100.00%	7,594.99	100.00%

2014 年至 2016 年，公司毛利主要来源于照明器具中的 LED 照明器具和陶瓷金卤灯具，两者合计约贡献公司主营业务毛利的 83%。随着公司 LED 照明器具销售占比的提升，LED 照明器具成为公司最主要的毛利来源，2016 年以来，随着陶瓷金卤灯具销量的下降，陶瓷金卤灯具对公司的毛利贡献下降到较低水平。

另外，LED 显示屏和光电标识作为公司持续丰富的商业照明产品体系的组成部分，报告期的毛利贡献均呈增长趋势。

公司在具备成熟技术储备的基础上，通过围绕商业照明体系，不断开发应用新型产品，结合良好的市场开发和挖掘客户需求的能力，持续提升公司的盈

利能力。

2、主要产品毛利率分析

项目		2016 年度	2015 年度	2014 年度
照明器具	LED 照明器具	41.07%	44.09%	45.49%
	陶瓷金卤灯具	22.66%	27.27%	33.16%
	其他照明器具	29.52%	28.83%	29.69%
	照明配件	32.86%	28.37%	34.56%
	小计	38.64%	37.90%	36.21%
LED 显示屏		29.20%	31.37%	31.71%
光电标识		18.61%	13.84%	10.82%
合计		37.60%	37.35%	36.01%

（1）LED 照明器具

报告期内，公司 LED 照明器具毛利率分别为 45.49%、44.09%和 41.07%，呈下降趋势。

2015 年和 2016 年，公司 LED 照明器具毛利率分别较前期下降 1.40 和 3.02 个百分点，其中 2016 年毛利率下降幅度相对较大，主要原因包括：①随着 LED 商业照明市场逐步成熟，COB 光源、LED 驱动等主要原材料价格的下降及时反映到 LED 照明器具的售价，降低了公司的利润空间；②LED 照明器具所需的 COB 光源和 LED 驱动的采购单价较低，因此辅材和配件的比重相对较高。LED 照明器具生产中过程中需要的辅材和配件包括铝锭、拉伸铝和反光器具，报告期内拉伸铝和反光器具的采购单价均上升，从而降低了 LED 照明器具的毛利率。

（2）陶瓷金卤灯具

报告期内，公司陶瓷金卤灯具的毛利率分别为 33.16%、27.27%和 22.66%，呈下降趋势，主要原因为：①陶瓷金卤灯产品的显色性仍具有一定的性能优势，公司在大力开拓 LED 商业照明应用的同时，为满足部分客户的偏好和商业照明方案的整体设计需求，仍保持对于陶瓷金卤灯产品的供应，但 2014 年至 2016 年陶瓷金卤灯具的销售占比快速下降，分别为 57.40%、20.72%和 4.09%，2016 年的销售规模降至 1,111.85 万元，规模较低，由于规模效应下降和部分低毛利型号产品销售占比相对提升，导致陶瓷金卤灯具毛利率水平下降；②受到价格相对较低的 LED 照明器具的影响，陶瓷金卤灯具销售单价相应下降，因此降低了其

毛利率水平。

（3）其他照明器具

报告期内，其他照明器具毛利率分别为 29.69%、28.83%和 29.52%，相对较为稳定。其他照明器具主要是公司为满足客户个性化商业照明解决方案的需求，而生产销售的辅助性照明或装饰照明产品，生产规模相对较低，且存在一定比例外购的情况，导致毛利率相对较低。但其他照明器具销售金额相对较小，对公司整体毛利率影响较小。

（4）照明配件

公司销售的照明配件主要包括光源、电器、轨道和各种配件。报告期内，公司逐渐实现轨道、电器等部分配件的自产，在保持公司整体盈利水平的前提下，2015 年，公司对照明配件采购量相对较大的客户主动调整价格，以较为优惠价格销售部分公司自主开发生产的配件以拓展市场，从而造成毛利率下降。2016 年，随着公司业务规模的增加，公司相应恢复了部分照明配件的销售价格，照明配件整体毛利有所上升。

（5）LED 显示屏和光电标识

报告期内，公司 LED 显示屏的销售规模相对较小，并主要根据制造成本调整销售价格，产品毛利率整体维持在稳定的水平。

光电标识属于定制化产品，在批量化生产前单位成本相对较高，随着光电标识产销量的提升，边际效益增加，报告期内毛利率有所上升。报告期内，公司光电标识销售金额较小，产品毛利率较低，对公司整体毛利影响较小。

随着公司客户对于商业照明整体解决方案的需求进一步提升，对于公司产品配套体系的进一步认同，LED 显示屏和光电标识产品将成为公司未来新的利润增长点。

3、主营业务毛利率变动分析

报告期内，公司分产品毛利率变动和收入占比变动对主营业务毛利率影响情况如下：

项目	2016年			2015年			2014年			
	毛利率变动影响额	收入占比变动影响额	小计	毛利率变动影响额	收入占比变动影响额	小计	毛利率变动影响额	收入占比变动影响额	小计	
照明器具	LED 照明器具	-2.19%	6.21%	4.02%	-0.82%	15.35%	14.53%	0.42%	8.38%	8.80%
	陶瓷金卤灯具	-0.19%	-4.53%	-4.72%	-1.22%	-12.16%	-13.38%	-0.25%	-6.73%	-6.99%
	其他照明器具	0.04%	0.31%	0.35%	-0.05%	-0.25%	-0.29%	-0.02%	-0.28%	-0.30%
	照明配件	0.40%	-0.23%	0.17%	-0.60%	0.49%	-0.11%	-0.47%	0.53%	0.06%
	小计	-1.94%	1.75%	-0.19%	-2.69%	3.43%	0.74%	-0.33%	1.90%	1.58%
LED 显示屏	-0.11%	0.17%	0.06%	-0.02%	0.49%	0.48%	0.03%	0.08%	0.11%	
光电标识	0.13%	0.24%	0.38%	0.03%	0.09%	0.12%	0.03%	0.00%	0.03%	
合计	-1.92%	2.16%	0.25%	-2.67%	4.01%	1.34%	-0.27%	1.98%	1.71%	

注：（1）各产品毛利率变动影响额=（各产品本期毛利率-上期毛利率）×各产品本期销售收入占本期主营业务收入的比例；（2）各产品收入占比变动影响额=（各产品本期销售收入占本期主营业务收入比例-上期销售收入占上期主营业务收入比例）×各产品上期的毛利率

报告期内，公司主营业务毛利率的变动数分别是 1.71%、1.34%、0.25%，其中，照明器具对于主营业务毛利率变动的的影响数分别是 1.58%、0.74%、-0.19%，是导致公司前期主营业务毛利率变动的主要原因。

随着公司产品结构的调整，LED 照明器具销售占比提升、陶瓷金卤灯具销售占比下降对公司毛利率变动的的影响逐渐加大，其中，LED 照明器具收入占比变动对公司主营业务毛利率变动的的影响数分别是 8.38%、15.35%和 6.21%，陶瓷金卤灯具的收入占比变动对公司主营业务毛利率变动的的影响数分别是-6.73%、-12.16%和-4.53%。

各产品毛利率变动对公司主营业务毛利率变动影响的合计数分别为-0.27%、-2.67%和-1.92%，其中，2015 年陶瓷金卤灯具毛利率下降和 2016 年 LED 照明器具毛利率下降对整体主营业务毛利率变动的的影响数分别为-1.22%和-2.19%，是导致当期产品毛利率变动影响为负的主要原因。

4、主营业务毛利率对主要原材料价格变动的敏感性分析

假设产品售价、产品结构和其他成本因素不变，某类原材料价格变动导致的主营业务毛利率波动情况如下：

项目	平均价格变动幅度	主营业务毛利率变动百分点		
		2016 年度	2015 年度	2014 年度
COB 光源	-10%	0.83	0.70	0.24
陶瓷金卤灯光源	-10%	0.15	0.69	1.45
LED 驱动	-10%	0.78	0.59	0.30
电子镇流器	-10%	0.14	0.64	1.50
铝锭	-10%	0.22	0.13	0.15
拉伸铝	-10%	0.37	0.31	0.18
反光器具	-10%	0.18	0.14	0.11

报告期内，随着 LED 产品在商业照明领域应用的逐渐成熟，公司产品售价和主要原材料采购价格的联动越发紧密，且公司不断开发新产品为客户提供个性化、定制化的商业照明整体解决方案，虽然公司主要原材料价格呈下降趋势，但同期公司主营业务毛利率未呈现出同比例变动。

5、可比公司毛利率对比分析

2014 年度和 2015 年度，公司与同行业可比公司主营业务毛利率比较情况如下：

综合毛利率	2015 年度	2014 年度
雷士照明（HK. 02222）	23.43%	21.36%
欧普照明（SH. 603515）	38.59%	36.07%
阳光照明（SH. 600261）	25.03%	23.85%
佛山照明（SZ. 000541）	23.97%	26.64%
勤上光电（SZ. 002638）	29.14%	20.93%
三雄极光（SZ. 300625）	32.96%	31.79%
得邦照明（SH. 603303）	20.05%	22.45%
平均值	27.60%	26.16%
太龙照明	37.35%	36.01%

雷士照明和欧普照明主要以经销商模式销售各类照明产品，其中，雷士照明以室内照明、商业照明和办公照明为主，欧普照明以家居照明、光源销售、商业照明为主；阳光照明和佛山照明以制造各种电光源为核心，其中，阳光照明从光源和办公照明向商业照明和户外照明领域拓展，佛山照明则以光源、民用和办公照明为主；勤上光电主要从事 LED 照明产品的研发生产，主要包括户

外照明、景观照明、室内照明、显示屏等领域；三雄极光从事绿色照明灯具、照明光源及照明控制类产品的研发、生产和销售，产品涵盖商业照明、办公照明、工业照明、家居照明、户外照明等领域；得邦照明的产品包括节能灯、LED 灯泡和 LED 室内应用灯具、照明电子产品、户外照明灯具四大类绿色照明产品。公司毛利率水平相对较高，与欧普照明最为接近，主要原因包括：

（1）与雷士照明、欧普照明等通用照明企业相比，通用照明企业注重渠道建设，并主要通过经销商开发、沟通客户，留存了部分利润在经销商处，而公司作为商业照明整体解决方案的倡导者，减少中间流通环节，直接承担了市场开发、终端配送、售后维修、综合服务责任；

（2）作为专业的商业照明企业，公司引领“总部提供专业化设计、照明器具定制化开发、品牌终端门对门服务”的商业模式，在满足客户对于照明产品基本需求的基础上，以照明产品为载体，提供了个性化设计、定制化开发、全方位服务的整体解决方案，全面满足了品牌客户终端门店对于环境营造和产品展示的照明需求，与单纯提供光源或照明器具产品相比，公司产品附加值相对较高。

（四）期间费用分析

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	2,097.51	7.68%	2,040.68	8.24%	1,642.20	7.76%
管理费用	2,819.35	10.32%	2,431.29	9.81%	2,061.88	9.75%
财务费用	140.00	0.51%	230.22	0.93%	288.15	1.36%
合计	5,056.86	18.52%	4,702.19	18.98%	3,992.23	18.88%

报告期内，公司期间费用以销售费用和管理费用为主，由于公司规模扩大、业务量增长、持续研发投入和职工薪酬增加等原因，公司期间费用规模呈增长趋势，期间费用占营业收入比例小幅增长。

1、销售费用

报告期内，公司各期销售费用构成如下：

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
职工薪酬	734.73	35.03%	706.25	34.61%	594.31	36.19%
运输物流费	500.10	23.84%	494.82	24.25%	324.69	19.77%
交通差旅费	202.25	9.64%	208.82	10.23%	162.37	9.89%
办公费	155.13	7.40%	159.67	7.82%	143.34	8.73%
展览推广费	83.27	3.97%	100.92	4.95%	68.84	4.19%
业务招待费	175.63	8.37%	131.02	6.42%	103.75	6.32%
售后维修费	135.81	6.48%	123.27	6.04%	105.45	6.42%
折旧摊销	56.51	2.69%	56.28	2.76%	94.47	5.75%
通讯费	33.18	1.58%	34.19	1.68%	30.31	1.85%
其他	20.91	1.00%	25.43	1.25%	14.66	0.89%
合计	2,097.51	100.00%	2,040.68	100.00%	1,642.20	100.00%

报告期内公司销售费用总额及占营业收入比例均呈现递增趋势，具体分析如下：

①职工薪酬：包括公司营销中心、客服中心人员工资、奖金等。公司以照明设计切入销售，除传统销售部以外，营销中心涵括设计部，为客户提供个性化的照明方案设计；同时，客服中心涵括订单服务部等部门，跟踪订单流转、物流配送和终端门店的售后服务，职工薪酬占销售费用比例较高。

②运输物流费：根据公司与部分主要客户签订的协议，产品运费由公司承担，并且产品直接运送至客户各地区终端门店，地区较为分散，因而运费水平较高。报告期内，随着营业收入的增加，运输物流费相应增加，运输物流费占公司营业收入比例分别为 1.54%、2.00%和 1.83%，2015 年单位运费上升，主要原因为运费计价主要考虑货物体积、重量和运送距离，而报告期内公司产品的平均售价整体呈下降趋势，导致单位销售金额对应的运费呈增长趋势；2016 年单位运费略有下降，主要原因为随着公司业务量的增长，公司注重运费管理，降低了空运支出和公司承担的港杂报关费用，提高了运输效率。

③售后维修费：根据公司与客户签订的协议，公司在一定期限内负有保修义务；同时公司基于“总部提供专业化设计、照明器具定制化开发、品牌终端门对门服务”的商业模式，致力于为客户提供更加全面的售后服务。因此，公

司根据历史经验，以当期主营业务收入为基数按 0.5%的比例计提售后维修服务费，用于承担售后上门维修相关费用。报告期内，公司计提及实际发生的售后维修服务情况如下：

单位：万元

期间	期初预提余额	本期预提	本期使用	期末预提余额
2014 年度	65.51	105.45	99.12	71.85
2015 年度	71.85	123.27	103.42	91.70
2016 年度	91.70	135.81	114.44	113.08

2、管理费用

报告期内，公司各期管理费用构成如下：

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
研发支出	1,193.79	42.34%	1,070.42	44.03%	944.88	45.83%
职工薪酬	797.86	28.30%	638.54	26.26%	567.51	27.52%
折旧摊销	271.74	9.64%	178.61	7.35%	149.75	7.26%
税费	17.48	0.62%	95.06	3.91%	98.98	4.80%
办公费	100.66	3.57%	92.42	3.80%	102.74	4.98%
业务招待费	146.21	5.19%	82.62	3.40%	60.40	2.93%
中介机构费	110.76	3.93%	148.51	6.11%	39.10	1.90%
交通差旅费	97.79	3.47%	65.65	2.70%	62.92	3.05%
其他	83.06	2.95%	59.47	2.45%	35.59	1.73%
合计	2,819.35	100.00%	2,431.29	100.00%	2,061.88	100.00%

公司管理费用主要由研发支出、职工薪酬和折旧摊销构成。报告期内公司管理费用总额呈现递增趋势，具体原因如下：

①研发支出：基于“总部提供专业化设计、照明器具定制化开发、品牌终端门对门服务”的商业模式，拥有强有力的研发能力对公司保持竞争优势至关重要。公司研发支出主要由职工薪酬、折旧费用和材料费等构成，为提高公司产品附加值，增强公司产品竞争力，突出公司竞争优势，公司注重研发投入，研发人员职工薪酬不断增加，相应投入的试验材料也不断增加。报告期内，研发支出主要构成项目情况如下：

单位：万元

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
研发支出	1,193.79	1,070.42	944.88
其中：材料费	570.15	561.75	497.69
职工薪酬	505.87	409.10	371.98
折旧费用	63.88	64.42	45.65

②职工薪酬：公司管理费用中职工薪酬系公司管理人员工资、奖金等，报告期内逐年递增，主要原因为员工人数的增长和薪酬福利的提升。

③折旧摊销：折旧摊销系公司固定资产折旧、无形资产摊销金额，主要来源于公司办公楼、办公设备及无形资产，折旧摊销金额随着公司资产的增加而增长，报告期内折旧摊销金额占管理费用比例呈小幅增长趋势。

3、财务费用

报告期内，公司各期财务费用构成如下：

单位：万元

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
利息支出	157.97	240.71	278.27
其他	-17.97	-10.49	9.88
合计	140.00	230.22	288.15

报告期内，公司财务费用分别为 288.15 万元、230.22 万元和 140.00 万元，占营业收入比例分别为 1.36%、0.93%和 0.51%。公司财务费用主要为利息支出，系公司短期借款所产生的利息。2016 年度的利息支出较低，主要原因为公司 2016 年度的平均借款规模发生下降，且报告期内人民银行公布的人民币贷款基准利率持续下降，随着公司的业绩不断提升，与银行新签订的借款合同中约定的基准利率上浮水平有所下降。

4、期间费用率与同行业可比公司的比较情况

公司期间费用率与同行业可比公司对比情况如下：

项目	公司名称	2015 年度	2014 年度
销售费用率	雷士照明 (HK. 02222)	9.67%	11.14%
	欧普照明 (SH. 603515)	22.57%	20.96%
	阳光照明 (SH. 600261)	2.96%	4.09%

	佛山照明 (SZ.000541)	7.06%	6.77%
	勤上光电 (SZ.002638)	9.25%	8.62%
	三雄极光 (SZ.300625)	12.36%	11.46%
	得邦照明 (SH.603303)	1.70%	3.47%
	平均值	9.37%	9.50%
	太龙照明	8.24%	7.76%
管理 费用率	雷士照明 (HK.02222)	9.62%	12.28%
	欧普照明 (SH.603515)	6.44%	7.40%
	阳光照明 (SH.600261)	11.88%	9.36%
	佛山照明 (SZ.000541)	8.40%	7.70%
	勤上光电 (SZ.002638)	9.37%	8.82%
	三雄极光 (SZ.300625)	7.97%	7.15%
	得邦照明 (SH.603303)	6.26%	6.21%
	平均值	8.61%	8.49%
	太龙照明	9.81%	9.75%
财务 费用率	雷士照明 (HK.02222)	0.14%	-0.05%
	欧普照明 (SH.603515)	0.06%	0.04%
	阳光照明 (SH.600261)	-2.36%	-0.51%
	佛山照明 (SZ.000541)	-1.00%	-0.31%
	勤上光电 (SZ.002638)	-3.60%	-3.27%
	三雄极光 (SZ.300625)	0.25%	0.65%
	得邦照明 (SH.603303)	-1.46%	-0.55%
	平均值	-1.14%	-0.56%
	太龙照明	0.93%	1.36%

公司销售费用率处于行业中游水平，因为欧普照明销售费用率较高而拉高了同业平均水平。与阳光照明、佛山照明等光源制造为核心的企业相比，公司以产品为媒介，提供涵括照明设计、开发制造、系统综合服务的商业照明整体解决方案，照明设计、订单跟踪、物流配送、售后维修等销售相关支出相对较高，销售费用率相对较高；与雷士照明、欧普照明等经销商销售模式相比，公司直接面对终端品牌客户，在渠道建设、市场推广等方面的支出相对较少，销售费用率相对较低。

公司管理费用率略高于与同行业可比公司平均水平，主要原因为公司规模

相对较小，可比公司多为通用照明企业或规模化的光源制造企业，因为销售规模较大而具有规模优势，管理费用率相对较低。

公司财务费用率高于同行业可比公司平均水平，主要原因为可比公司多为已上市公司，通过股权融资可获得较多生产经营所需资金，而公司融资渠道相对有限，随着公司规模扩大，自有资金无法满足公司生产经营对于资金的需求，主要通过银行融资获得借款，导致财务费用率略高。

（五）资产减值损失分析

报告期内，公司资产减值损失由坏账损失和存货跌价损失构成，具体情况如下：

单位：万元

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
坏账损失	140.59	137.29	161.94
存货跌价损失	118.34	71.34	-
合计	258.94	208.62	161.94

随着公司应收账款余额的增长，报告期内，公司按单项和组合相结合计提坏账准备，坏账准备余额增长，相应确认坏账损失。

2015 年度和 2016 年度，公司对于周转速度下降的部分原材料、半成品和客户需求萎缩的库存商品计提存货跌价准备，相应确认存货跌价损失。

（六）营业外收支分析

报告期内，公司营业外收支具体情况如下：

单位：万元

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
营业外收入	416.61	34.15	12.79
其中：政府补助	416.09	34.15	12.79
营业外支出	28.94	4.08	5.06
营业外收支净额	387.67	30.07	7.74
占利润总额的比例	7.74%	0.73%	0.23%

公司的营业外收入主要为政府补助。报告期内，公司的营业外收入分别为 12.79 万元、34.15 万元和 416.61 万元，增长较快，主要原因为公司 2016 年度

取得了较多的与收益相关的政府补助，包括漳州市上市申报奖励 200 万元和漳州市 2015 年度市级工业龙头企业奖励 100 万元。报告期内，营业外支出主要包括诉讼赔偿支出和非流动资产处置损失，金额均较小。

报告期内，公司取得的政府补助主要为政策性补贴、税收返还和改制上市等项目的奖励、扶持资金，单笔20万元以上的政府补助项目如下：

单位：万元

年度	项目	证明文件	金额	备注
2016 年度	上市申报奖励	《漳州市金融和上市工作领导小组办公室关于兑换 13 家企业上市（挂牌）市级奖励的通知》（漳金融上市办[2016]1 号）	200.00	收益 相关
	设计研发中心 建设项目补助	《漳州市发展和改革委员会关于转下达 2016 年省级服务业发展引导资金重大项目补助资金的通知》（漳发改产业[2016]13 号）	200.00	资产 相关
	2015 年度市级 工业龙头企业 奖励	《漳州市人民政府关于认定 2015 年度市级工业龙头企业的通知》（漳政综[2015]179 号）	100.00	收益 相关
	工业设计奖励	《福建省经济和信息化委员会关于公布第四批福建省省级工业设计中心名单的通知》（闽经信服务[2016]399 号）	50.00	收益 相关
2015 年度	技术改造固定 资产投资补助	《关于下达2014年省级工商发展四个专项资金的通知》（漳经贸投资[2014]463号）	140.00	资产 相关

其中，2015 年 1 月，公司收到政府下发的技术改造固定资产投资补助资金 140.00 万元，公司将该专项资金作为与资产相关的政府补助计入递延收益，按对应资产预计使用年限 10 年分摊计入各期的营业外收入，2015 年度和 2016 年度分别确认营业外收入 14.00 万元和 14.00 万元，余额 112.00 万元计入递延收益。2016 年 12 月，公司收到政府下发的设计研发中心建设项目补助资金 200.00 万元，鉴于公司设计研发中心建设项目尚未完工，公司将其全部计入递延收益。递延收益确认情况参见本招股说明书“第九节 财务会计信息与管理层分析”之“十三、（二）负债结构及变动分析”。

（七）利润来源分析

报告期内，公司主营业务稳定，营业收入及盈利规模稳步增长，具体情况如下：

单位：万元

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
一、营业利润	4,621.02	4,115.58	3,299.93
加：营业外收支净额	387.67	30.07	7.74
二、利润总额	5,008.68	4,145.65	3,307.66
三、净利润	4,219.39	3,563.15	2,830.79
其中：归属于母公司所有者的净利润	4,157.40	3,570.17	2,867.65

报告期内，公司主要利润来源于营业利润，营业利润占同期利润总额的比例分别为 99.77%、99.27%和 92.26%，2014 年至 2015 年，营业外收支净额对于公司利润影响较小，2016 年公司收到的政府补助提升了公司利润水平。

公司主营业务突出并且发展稳定，营业利润主要来自照明器具所形成的收入，同时公司不断拓展 LED 显示屏和光电标识等产品，为客户提供更为全面和系统的照明产品，扩大公司收入来源。

（八）非经常性损益情况分析

单位：万元

非经常性损益明细项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
非流动性资产处置损益	0.52	-1.08	-5.06
税收返还	-	-	-
计入当期损益的政府补助	416.09	34.15	12.79
其他营业外收入和支出	-28.94	-3.00	-
税前非经常性损益合计	387.67	30.07	7.74
减：非经常性损益的所得税影响数	59.45	4.96	1.16
税后非经常性损益	328.22	25.11	6.57
减：归属于少数股东的税后非经常性损益	2.93	-	-
归属于母公司股东的税后非经常性损益	325.29	25.11	6.57
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	3,832.11	3,545.06	2,861.08

报告期内，公司税前非经常性损益分别为 7.74 万元、30.07 万元和 387.67 万元，2014 年至 2015 年，非经常性损益整体金额较小，对公司经营成果影响较小，2016 年公司收到的政府补助提升了公司利润水平。

（九）缴纳的税额及所得税费用与会计利润的影响

1、公司最近三年实际缴纳的主要税额

单位：万元

税种	2016 年度	2015 年度	2014 年度
企业所得税	656.86	653.97	519.16
增值税	1,606.59	1,436.41	1,212.06
合计	2,263.45	2,090.39	1,731.22

2、公司最近三年所得税费用和会计利润的关系

单位：万元

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
所得税费用	789.30	582.51	476.88
利润总额	5,008.68	4,145.65	3,307.66
所得税费用/会计利润总额	15.76%	14.05%	14.42%

报告期内，公司所得税费用分别为 476.88 万元、582.51 万元和 789.30 万元，所得税费用随着公司利润总额的变化而变动。

十三、财务状况分析

（一）资产结构分析

单位：万元

项目	2016 年 12 月 31 日		2015 年 12 月 31 日		2014 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
流动资产	18,688.27	60.66%	16,957.38	67.23%	13,161.62	63.35%
非流动资产	12,119.79	39.34%	8,264.85	32.77%	7,614.44	36.65%
总计	30,808.06	100.00%	25,222.23	100.00%	20,776.06	100.00%

报告期内，源于公司持续经营积累，公司资产总额快速增长，从 2014 年末的 20,776.06 万元增长至 2016 年末的 30,808.06 万元。

从资产结构来看，报告期内公司流动资产占总资产的比例为 63.35%、67.23%和 60.66%，非流动资产占总资产的比例为 36.65%、32.77%和 39.34%。公司主营业务为提供集照明设计、开发制造、系统综合服务为一体的商业照明整体

解决方案，主要的开发制造环节包括设计开发、灯具制造、模组生产和总装集成，光源、电器主要来自外购，相对于以光源、电器制造为主营业务的上游企业，公司的固定资产投资投入相对较低。报告期内，公司专注于主营业务的持续健康发展，根据市场需求合理扩充产能，流动资产占比相对较大，与公司业务特点相吻合。

1、流动资产分析

报告期各期末，公司的流动资产具体结构如下：

单位：万元

项目	2016年12月31日		2015年12月31日		2014年12月31日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
货币资金	3,398.40	18.18%	2,729.80	16.10%	1,605.23	12.20%
应收票据	1,320.00	7.06%	1,262.00	7.44%	92.00	0.70%
应收账款	8,494.22	45.45%	7,554.32	44.55%	6,818.48	51.81%
预付款项	393.50	2.11%	264.77	1.56%	140.52	1.07%
其他应收款	486.53	2.60%	413.21	2.44%	404.06	3.07%
存货	4,541.31	24.30%	4,729.11	27.89%	4,101.33	31.16%
其他流动资产	54.30	0.29%	4.18	0.02%	-	-
合计	18,688.27	100.00%	16,957.38	100.00%	13,161.62	100.00%

公司期末流动资产总额分别为13,161.62万元、16,957.38万元和18,688.27万元，流动资产规模稳步增长。

(1) 货币资金

公司持有货币资金主要用于支付供应商货款、职工薪酬等经营过程中的资金周转。报告期内，公司主营业务呈现良好发展趋势，以满足正常经营周转为目的，公司保持适度货币资金规模以提高资金使用效率。报告期内，公司货币资金以银行存款为主，具体构成如下：

单位：万元

项目	2016年12月31日		2015年12月31日		2014年12月31日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
现金	1.97	0.06%	2.30	0.08%	3.52	0.22%
银行存款	3,396.43	99.94%	2,727.50	99.92%	1,601.71	99.78%
合计	3,398.40	100.00%	2,729.80	100.00%	1,605.23	100.00%

（2）应收票据

公司采取以银行收款为主、承兑汇票为辅的货款结算方式，报告期各期末，公司应收票据余额分别为 92.00 万元、1,262.00 万元和 1,320.00 万元，应收票据期末余额相对较小，且全部为银行承兑汇票。2015 年以来，随着客户采用票据方式结算的金额增加，公司期末应收票据增加。

（3）应收账款

公司应收账款主要为应收客户照明器具销售款，报告期内，公司主营业务持续发展，受公司业务模式和结算模式的影响，公司期末应收账款余额较高、增长较快。

①应收账款变动分析

报告期各期末公司应收账款余额及占主营业务收入比例如下：

单位：万元

项目	2016 年 12 月 31 日	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日
应收账款余额	9,133.47	8,069.06	7,198.50
主营业务收入	27,162.96	24,654.93	21,090.62
应收账款余额占当期主营业务收入的比例	33.62%	32.73%	34.13%

针对照明器具等主要产品的大部分客户，公司采取赊销模式，并给予 1-3 个月的信用期。随着公司主营业务的发展，公司业务规模的增长导致期末应收账款增加，2014 年至 2016 年，公司四季度的销售金额分别为 6,299.81 万元、6,567.73 万元和 8,784.94 万元，占当期主营业务收入的比例分别为 29.87%、26.64%和 32.34%。

同时，公司将照明器具等主要产品运至买方指定的地点并经买方签收后确认收入和应收账款，账龄即开始起算；但根据公司和客户的协议约定，一般情况下当月发货项目下月进行双方对账，对账一致后公司开具发票，客户于收到发票后在信用期内付款。公司一般给予客户 1-3 个月的信用期，但信用期的起始时间多为客户收到发票时间，受客户与公司对账时间和发票开具时间影响较大，特别是由于部分客户对账涉及到客户总部与其各零售终端门店的确认，受客户内部管理因素影响较大，导致公司实际账期受到影响。

②应收账款坏账和账龄分析

报告期内，公司应收账款的余额分布及坏账计提如下表所示：

单位：万元

计提依据	项目	账面余额		坏账准备		账面金额
		金额	比例	计提金额	计提比例	
2016年12月31日						
按账龄计提	1年以内	8,486.85	92.92%	424.34	5%	8,062.51
	1至2年	444.97	4.87%	44.50	10%	400.47
	2至3年	62.48	0.68%	31.24	50%	31.24
	3年以上	25.69	0.28%	25.69	100%	-
	小计	9,019.99	98.76%	525.77	5.83%	8,494.22
按单项计提	小计	113.47	1.24%	113.47	100%	-
合计		9,133.47	100.00%	639.25	7.00%	8,494.22
2015年12月31日						
按账龄计提	1年以内	7,701.81	95.45%	385.09	5%	7,316.72
	1至2年	239.25	2.97%	23.92	10%	215.32
	2至3年	44.54	0.55%	22.27	50%	22.27
	3年以上	1.69	0.02%	1.69	100%	-
	小计	7,987.29	98.99%	432.97	5.42%	7,554.32
按单项计提	小计	81.76	1.01%	81.76	100%	-
合计		8,069.06	100.00%	514.74	6.38%	7,554.32
2014年12月31日						
按账龄计提	1年以内	7,067.81	98.18%	353.39	5%	6,714.42
	1至2年	96.78	1.34%	9.68	10%	87.10
	2至3年	33.91	0.47%	16.96	50%	16.96
	3年以上	-	-	-	100%	-
	小计	7,198.50	100.00%	380.02	5.18%	6,818.48
按单项计提	小计	-	-	-	-	-
合计		7,198.50	100.00%	380.02	5.18%	6,818.48

公司对应收账款采用单项和组合的方式进行减值测试，将100万元以上应收账款判断为单项重大的应收账款并单独进行减值测试，对单项金额不重大但个别信用风险特征明显不同，已有客观证据表明其发生了减值的应收款项，公司也单独进行减值测试；公司以应收账款的账龄为信用风险特征划分组合，在以前年度各段应收款项实际损失率的基础上，确定各账龄段应收款项组合计提坏账准

备的比例。

2016年末，公司单项计提坏账准备的应收款项合计113.47万元，主要为应收中宇建材集团有限公司的货款76.45万元，公司预计上述款项难以收回，将其确认为单项金额不重大但单项计提减值测试的应收款项，并全额计提了坏账准备。关于中宇建材集团有限公司应付公司货款一案，福建省泉州市中级人民法院已作出支持公司请求的二审判决，福建省南安市人民法院已受理公司强制执行判决的申请。另外，根据福建省泉州市中级人民法院的相关裁定，中宇建材集团有限公司已进入破产清算程序，公司已出席了中宇建材集团有限公司合并重整案第一次债权人会议。相关诉讼的具体情况请参见本招股说明书“第十一节 其他重要事项”之“三、（一）公司诉讼及仲裁事项”。

报告期内，公司应收账款余额呈增长趋势，但1年以内应收账款余额占比超过90%，与公司给予主要客户的信用政策相吻合，公司坏账准备计提充分，应收账款质量较高。

③应收账款客户分析

截至2016年12月31日，公司应收账款前十名客户情况如下：

单位：万元

序号	单位名称	账面余额	占应收账款余额比例	其中：账龄一年以内应收账款余额
1	阿迪达斯 (DE. ADSGn)	1,261.10	13.81%	1,113.43
2	绫致时装	1,074.90	11.77%	734.54
3	利郎 (HK. 01234)	951.34	10.42%	633.90
4	安踏 (HK. 02020)	542.52	5.94%	445.60
5	匹克	436.74	4.78%	280.84
6	美邦服饰 (SZ. 002269)	357.17	3.91%	373.12
7	特步 (HK. 01368)	328.74	3.60%	358.15
8	赫基服饰	268.09	2.94%	308.58
9	IBL	237.26	2.60%	269.67
10	七匹狼 (SZ. 002029)	156.01	1.71%	207.46
	合计	5,613.87	61.46%	4,725.29

2016年末，公司前十大应收账款客户合计占期末应收账款余额的61.46%，该部分客户对账期和信用期合计集中在3-5个月，随着公司业务的发展，该部

分客户应收账款期末余额较高，造成公司期末应收账款增长较快。公司主要应收账款客户基本为公司国内外知名品牌企业，且大部分为上市公司，企业实力较强、信誉良好，且与公司形成了稳定的合作伙伴关系，公司应收账款可收回性较高，发生回收风险的概率较低。

（4）预付款项

报告期各期末，公司预付账款余额分别为 140.52 万元、264.77 万元和 393.50 万元。公司预付款项主要为预付材料供应商采购款及预付中介费用，公司与主要供应商形成了良好的业务合作关系，并采用先发货后付款的结算方式，期末预付账款余额较小，随着公司业务规模的扩大，公司预付款项有所增加。

（5）其他应收款

公司其他应收款主要由项目建设履约保证金、投标/履约保证金和员工备用金构成。其中项目建设履约保证金为公司被确定为土地成交单位后，根据《漳州台商投资区项目建设履约保证金管理办法》缴纳的项目建设履约保证金，投标/履约保证金系部分客户在招投标时要求缴纳一定金额的投标保证金，中标后归还或转做履约保证金。

报告期各期末，其他应收款余额分别为 404.06 万元、413.21 万元和 486.53 万元。2016 年末，按欠款方归集的前五名其他应收款如下：

单位：万元

单位名称	款项性质	账龄	余额	占其他应收款余额的比例
漳州台商投资区土地收购储备中心	土地建设履约保证金	1-2 年	250.00	46.30%
阿迪达斯	投标/履约保证金	1 年以内、2-3 年	40.00	7.41%
溪地服饰（上海）有限公司	投标/履约保证金	1 年以内	30.00	5.56%
都市丽人	投标/履约保证金	1-2 年	20.00	3.70%
中石化森美（福建）石油有限公司漳州分公司	油卡充值余额	1 年以内	11.66	2.16%
合计			351.66	65.13%

（6）存货

报告期各期末，公司存货金额分别为 4,101.33 万元、4,729.11 万元和

4,541.31万元，占流动资产的比例分别为31.16%、27.89%和24.30%。公司各期末存货的具体构成如下：

单位：万元

项目	2016年12月31日		2015年12月31日		2014年12月31日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
原材料	1,598.28	35.19%	1,828.06	38.66%	1,939.80	47.30%
库存商品	1,332.57	29.34%	1,493.15	31.57%	988.82	24.11%
发出商品	904.14	19.91%	581.14	12.29%	475.09	11.58%
半成品	448.50	9.88%	497.94	10.53%	451.37	11.01%
在产品	229.28	5.05%	295.69	6.25%	212.98	5.19%
周转材料	28.55	0.63%	33.12	0.70%	33.28	0.81%
合计	4,541.31	100.00%	4,729.11	100%	4,101.33	100%

①原材料

公司原材料主要包括光源、电器和各种配件及辅材。致力于满足客户个性化、定制化的照明需求，公司原材料的品种、型号、规格较多，造成期末原材料规模相对较大。

单位：万元

项目	2016年12月31日		2015年12月31日		2014年12月31日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
光源	393.83	24.64%	427.82	23.40%	666.84	34.38%
电器	399.39	24.99%	308.73	16.89%	495.68	25.55%
配件及辅材	805.05	50.37%	1,091.52	59.71%	777.27	40.07%
合计	1,598.28	100.00%	1,828.06	100.00%	1,939.80	100.00%

针对单位价值较高的光源、电器，公司主要根据销售订单或预测订单，参考原材料价格、经济订货量、生产计划以及库存情况等因素制定采购计划，期末库存水平受公司整体业务规模和预测订单规模影响较大；针对单位价值较低的配件及辅材，在各类产品的运用中具有通用性，公司根据生产需求及以往销售情况等经验数据，确定各类原材料的安全库存量，期末库存水平受公司整体业务规模影响较大。

2014年至2016年末，公司原材料金额呈逐年小幅下降的趋势，主要原因为报告期内公司主要产品更新换代，LED照明器具的订单不断上升，而陶瓷金卤

灯具的订单不断下降。因此，公司减少了陶瓷金卤灯具相关的陶瓷金卤灯光源、电子镇流器的库存，并增加了LED照明器具相关的COB光源和LED驱动的库存，而LED照明器具相关原材料的单价明显低于陶瓷金卤灯具相关原材料的单价，故报告期内原材料的库存金额不断下降。

②库存商品

作为商业照明整体解决方案的供应商，公司以产品开发为基础，采用“预测订单+储备生产”的生产模式。针对某一款或几款照明产品，客户在一定期间内的照明产品需求具有稳定性，同时，客户与公司签订框架协议后，按终端门店下达订单，具有单笔订单采购量小、发货及时性要求高的特点。为能够及时满足客户订单需求，公司每月与客户保持沟通，了解客户未来装修计划，并基于客户装修计划和预测订单进行储备生产。

在这种生产模式下，公司各期末库存商品维持在一定水平。报告期内，公司主营业务规模持续增长，期末库存商品金额分别为988.82万元、1,493.15万元和1,332.57万元，其中，2015年末和2016年末的库存商品相较于2014年上升较多，主要系公司业务规模扩大，订单量不断上升所致。另外，随着LED照明器具的大规模推广以及公司存货管理水平的提升，公司预测订单的准确性不断上升，因此库存商品余额在2016年末实现小幅下降。

③发出商品

公司产品需配送至品牌商指定的位于全国各地的零售终端并由其签收确认，存在部分产品处于发货途中或已运至门店而尚未签收确认的情况，公司将该部分产品列示为发出商品。公司加强对于物流配送的管理和客户签收的跟踪，报告期内，在主营业务规模增长的情况下，发出商品规模分别为475.09万元、581.14万元和904.14万元，其中，2016年末金额较高系公司向漳州市建筑工程有限公司销售的产品尚未验收而作为发出商品核算所致。

④半成品、在产品、周转材料

公司存货中半成品、在产品和周转材料金额相对较小，报告期内总体保持稳定，其中，2016年公司合理安排生产计划，有效控制了半成品、在产品和周转材料的规模，期末金额小幅下降。

⑤存货跌价准备情况

公司在报告期各期末对公司存货进行了减值测试，并相应确定是否需要计提跌价准备及计提金额。报告期各期末，公司存货跌价准备情况如下：

单位：万元

项目	2016年 12月31日	2015年 12月31日	2014年 12月31日
库存商品	85.52	62.12	-
原材料	67.50	9.22	-
半成品	17.52	-	-
合计	170.55	71.34	-

公司采用“以销定产、以产订购”的采购方式，根据销售订单或预测订单采购，避免因产品市场前景不明而积压原材料的情况；同时，公司注重跟踪品牌商的开店计划，采用“预测订单+储备生产”的生产模式，根据客户的实际或预测产品需求安排生产。另外，考虑到照明器具成品的拆解成本相对较低，而光源、电器等主要原材料具备一定的通用性，在产品存在较大利润空间的情况下，公司发生因为长期闲置而导致存货减值的可能性较低。

2015年末以来，考虑到公司主要产品由陶瓷金卤灯具转换为LED照明器具，根据《企业会计准则》有关存货计提跌价准备的规定和谨慎性原则，公司主要对部分周转速度下降的原材料、半成品，以及客户需求萎缩的部分陶瓷金卤灯具产品计提了存货跌价准备。

（7）其他流动资产

2015年末和2016年末，公司其他流动资产余额分别为4.18万元和54.30万元，系公司待抵扣进项税和待认证进项税。

2、非流动资产分析

报告期各期末，公司非流动资产具体结构如下：

单位：万元

项目	2016年12月31日		2015年12月31日		2014年12月31日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
投资性房地产	1,573.65	12.98%	1,626.47	19.68%	1,732.19	22.75%
固定资产	7,813.05	64.47%	5,634.27	68.17%	5,120.44	67.25%
在建工程	254.98	2.10%	-	-	237.24	3.12%
无形资产	1,654.83	13.65%	379.16	4.59%	387.31	5.09%

长期待摊费用	28.71	0.24%	53.32	0.65%	-	-
递延所得税资产	245.40	2.02%	174.48	2.11%	112.59	1.48%
其他非流动资产	549.18	4.53%	397.14	4.81%	24.66	0.32%
合计	12,119.79	100.00%	8,264.85	100.00%	7,614.44	100.00%

报告期内，公司非流动资产稳步增长，最近三年，非流动资产余额分别为7,614.44万元、8,264.85万元和12,119.79万元。

（1）投资性房地产

公司投资性房地产为位于厦门市湖里区的办公用房和车库。公司为配合企业发展、吸引更多优秀人才，原计划在厦门建立研发、营销等职能中心，于2013年购入该房产并计入固定资产；2014年下半年，公司出于成本效益考虑，仍将上述职能中心留在公司注册地，将该房产对外出租，并自固定资产转入投资性房地产。

截至2016年12月31日，投资性房地产原值1,945.66万元，累计折旧372.01万元，账面价值1,573.65万元，整体成新率为80.88%。

（2）固定资产

报告期内，公司固定资产主要是与生产经营相关的房屋建筑物、机器设备、运输设备和模具。公司各期末固定资产账面价值的具体构成如下：

单位：万元

项目	2016年12月31日		2015年12月31日		2014年12月31日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
房屋及建筑物	6,077.58	77.79%	3,932.31	69.79%	3,728.18	72.81%
办公设备	42.86	0.55%	35.29	0.63%	35.42	0.69%
机器设备	795.62	10.18%	790.80	14.04%	572.68	11.18%
运输设备	241.50	3.09%	179.56	3.19%	274.26	5.36%
电子设备	113.65	1.45%	82.09	1.46%	96.12	1.88%
模具	541.83	6.93%	614.21	10.90%	413.79	8.08%
合计	7,813.05	100.00%	5,634.27	100.00%	5,120.44	100.00%

报告期内，公司通过对现有厂房装修改造、购置机器设备等方式，持续扩充公司产品生产体系，增加公司产能，为公司主营业务的发展奠定基础。报告期内，公司固定资产整体使用状况良好，不存在减值迹象。截至2016年12月31日，公司固定资产原值11,199.24万元，累计折旧3,386.19万元，账面价值

7,813.05 万元，总体成新率 69.76%。具体情况如下：

单位：万元

项目	原值	折旧年限	累计折旧	账面价值	成新率
房屋及建筑物	7,369.78	10-20 年	1,292.19	6,077.58	82.47%
办公设备	66.17	5 年	23.30	42.86	64.78%
机器设备	1,215.15	10-15 年	419.53	795.62	65.48%
运输设备	712.89	5-8 年	471.39	241.50	33.88%
电子设备	242.24	3-5 年	128.59	113.65	46.92%
模具	1,593.01	3 年	1,051.18	541.83	34.01%
合计	11,199.24		3,386.19	7,813.05	69.76%

公司主要设备、房屋建筑物等固定资产的具体情况，包括取得和使用情况、尚可使用年限等，请参见本招股说明书“第六节 业务和技术”之“五、（一）主要固定资产情况”。

（3）在建工程

2014 年末和 2016 年末，公司在建工程余额分别为 237.24 万元和 254.98 万元，占非流动资产比例为 3.12%和 2.10%。2014 年末在建工程余额为提升办公场所功能的装修支出，已于 2015 年完工。2016 年末在建工程为公司为募投项目建设的前期投入。

（4）无形资产

报告期内，公司无形资产包括土地使用权和软件及其他，具体结构如下：

单位：万元

项目	2016 年 12 月 31 日		2015 年 12 月 31 日		2014 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
土地使用权	1,636.67	98.90%	369.92	97.56%	378.51	97.73%
软件及其他	18.16	1.10%	9.24	2.44%	8.80	2.27%
合计	1,654.83	100.00%	379.16	100.00%	387.31	100.00%

公司无形资产主要为土地使用权，系公司现有厂房办公楼所对应的土地使用权，土地使用权证号为漳台国用（2013）第 1523 号，本期新增的土地使用权为公司募投项目用地所对应的土地使用权，土地使用权证号为漳台国用（2016）第 01797 号和漳台国用（2016）第 01798 号。

截至 2016 年 12 月 31 日，公司无形资产原值 1,772.84 万元，累计摊销

118.01 万元，账面价值 1,654.83 万元，具体情况如下：

单位：万元

项目	原值	折旧年限	累计摊销	减值准备	账面价值
土地使用权	1,728.46	50 年	91.79	-	1,636.67
软件及其他	44.37	5 年	26.22	-	18.16
合计	1,772.84		118.01	-	1,654.83

（5）长期待摊费用

截至 2016 年 12 月 31 日，公司长期待摊费用余额为 28.71 万元，系公司为扩大品牌影响力，对公司位于厦门市凤屿路的租赁店面的装修费用。

（6）递延所得税资产

报告期内，公司的递延所得税资产来源于计提资产减值准备、预提费用、未弥补亏损、折旧费用、政府补助及未实现内部利润等产生的可抵扣暂时性差异。报告期各期末，公司递延所得税资产余额分别为 112.59 万元、174.48 万元、245.40 万元，占公司非流动资产的比例分别为 1.48%、2.11%和 2.02%，具体构成如下：

单位：万元

项目	2016 年 12 月 31 日	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日
资产减值准备	135.78	96.19	63.65
预提维修费	17.04	13.76	10.78
未弥补亏损	18.94	34.15	36.09
折旧费	17.76	7.76	2.07
政府补助	46.80	18.90	-
未实现内部利润	9.08	3.72	-
合计	245.40	174.48	112.59

（7）其他非流动资产

报告期各期末，公司其他非流动资产余额分别为 24.66 万元、397.14 万元、549.18 万元，占非流动资产比例分别为 0.32%、4.81%、4.53%。

2015 年末公司其他非流动资产中，377.66 万元为公司支付的与受让募投项目用地相关的土地竞买、申请保证金等，已在 2016 年确认为无形资产。2016 年末，其他非流动资产主要为公司子公司太龙至邦为购置办公用房产所预付的购房

款。

3、主要资产的期末减值准备计提情况分析

公司已按会计准则的规定建立了各项资产减值准备的计提制度。报告期内，公司主要就应收账款、其他应收款和存货等流动资产计提了资产减值准备，其他资产如长期股权投资、固定资产、在建工程、无形资产不存在减值情形，未计提减值准备。具体情况如下：

单位：万元

项目	2016年 12月31日	2015年 12月31日	2014年 12月31日
坏账准备	692.61	552.02	414.73
其中：应收账款	639.25	514.74	380.02
其他应收款	53.37	37.28	34.71
存货跌价准备	170.55	71.34	-
合计	863.16	623.36	414.73

报告期各期末，公司90%以上的应收账款账龄在1年以内，且主要应收账款客户为知名品牌客户，应收账款回收风险较小，应收款项坏账准备的计提符合公司应收款项资产质量的实际情况。公司对应收账款坏账准备计提的具体情况，详见本节“十三、（一）资产结构分析”之“1、（3）应收账款”。

报告期内，公司对存货计提了跌价准备，具体情况详见本节“十三、（一）资产结构分析”之“1、（6）存货”。

（二）负债结构分析

单位：万元

项目	2016年12月31日		2015年12月31日		2014年12月31日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
短期借款	2,600.00	32.27%	1,900.00	28.39%	3,600.00	45.93%
应付账款	3,024.27	37.53%	2,995.41	45.76%	2,829.56	36.10%
预收款项	694.29	8.62%	629.87	9.41%	550.70	7.03%
应付职工薪酬	492.61	6.11%	444.28	6.64%	376.81	4.81%
应交税费	671.46	8.33%	348.12	5.20%	276.73	3.53%
其他应付款	150.53	1.87%	156.41	2.34%	132.15	1.69%
流动负债合计	7,633.16	94.72%	6,474.09	96.75%	7,765.97	99.08%

预计负债	113.08	1.40%	91.70	1.37%	71.85	0.92%
递延收益	312.00	3.87%	126.00	1.88%	-	-
非流动负债合计	425.08	5.28%	217.70	3.25%	71.85	0.92%
合计	8,058.24	100.00%	6,691.79	100.00%	7,837.82	100.00%

报告期内，公司负债规模基本稳定，报告期内波动主要原因为短期借款的变动；公司负债以流动负债为主，主要负债为短期借款和应付账款，非流动负债包括预计负债和递延收益，规模较小。

1、短期借款

公司短期借款均为银行借款，包括抵押借款和保证借款，具体情况如下：

单位：万元

项目	2016年 12月31日	2015年 12月31日	2014年 12月31日
抵押借款	-	1,500.00	3,000.00
抵押及保证借款	2,600.00	400.00	600.00
合计	2,600.00	1,900.00	3,600.00

截至2016年12月31日，公司短期借款中无到期未偿还的借款。

2、应付账款

报告期各期末，公司应付账款余额分别为2,829.56万元、2,995.41万元和3,024.27万元。公司与主要供应商之间建立了稳定的合作关系，主要供应商均给予一定期限的付款信用期；同时，公司在采购议价中注重信用期长短和采购价格水平之间的平衡，注重商业信誉的建立，款项支付较为及时，期末应付账款余额水平相对稳定。

3、预收账款

报告期内，公司预收账款主要为预收客户货款。报告期各期末，公司预收账款余额分别为550.70万元、629.87万元和694.29万元。公司针对小型零散客户，以及部分外销、LED显示屏和光电标识客户采取预收款模式销售，期末预收账款余额较小。

4、应付职工薪酬

应付职工薪酬为公司已计提尚未支付的工资、奖金和社会保险费用等。报

报告期各期末，公司应付职工薪酬余额分别为 376.81 万元、444.28 万元和 492.61 万元，余额逐年增加的主要原因为随着公司业务规模扩大，员工人数不断增加，同时随着人力成本的增加以及公司效益的提升，公司员工薪酬水平提升。

5、应交税费

报告期各期末，公司应交税费余额分别为 276.73 万元、348.12 万元和 671.46 万元，主要由应交企业所得税和增值税构成，具体情况如下：

单位：万元

项目	2016 年 12 月 31 日	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日
企业所得税	318.33	114.96	124.55
增值税	285.97	168.48	130.83
其他	67.16	64.68	21.36
合计	671.46	348.12	276.73

2016 年末应交税费余额较 2015 年末增长较大，主要系本期公司收入、利润增加，导致所得税、增值税相应增加。

6、其他应付款

报告期各期末，公司其他应付款余额分别为 132.15 万元、156.41 万元和 150.53 万元。根据公司与部分主要客户签订的协议，产品运费由公司承担，期末已发生未支付运费是公司其他应付款的主要构成。

截止 2016 年 12 月 31 日，公司其他应付款中无应付持有公司 5%（含 5%）以上表决权股份的股东单位的情况，无应付其他关联方的款项。

7、预计负债

报告期各期末，公司预计负债余额分别为 71.85 万元、91.70 万元和 113.08 万元，为公司预提售后维修服务费。公司以当期主营业务收入为基数按 0.5% 比例预提售后维修服务费。

随着收入的增长，报告期各期末预计负债呈现递增趋势，但余额较小，占负债总额比例较低。售后维修费的具体计提使用情况参见本招股说明书“第九节 财务会计信息与管理层分析”之“十二、（四）1、销售费用”。

8、递延收益

2015 年上半年，公司收到政府下发的技术改造固定资产投资补助资金 140 万元，公司将该专项资金作为与资产相关的政府补助计入递延收益，按对应资产预计使用年限 10 年分摊计入各期的营业外收入，2015 年和 2016 年分别计入营业外收入 14 万元，余额 112 万元计入递延收益。2016 年 12 月 26 日，公司收到政府下发的设计研发中心建设项目补助资金 200.00 万元，鉴于公司设计研发中心建设项目尚未完工，公司将其全部计入递延收益。

（三）偿债能力分析

1、偿债能力指标情况

报告期内，公司主要偿债能力指标如下：

财务指标	2016 年 12 月 31 日	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日
流动比率（倍）	2.45	2.62	1.69
速动比率（倍）	1.85	1.89	1.17
资产负债率 （母公司）	25.85%	26.00%	37.35%
财务指标	2016 年度	2015 年度	2014 年度
息税折旧摊销前利润 （万元）	6,324.97	5,258.90	4,252.09
利息保障倍数（倍）	40.04	21.85	15.28

（1）流动比率及速动比率分析

最近三年，公司的流动比率分别为 1.69 倍、2.62 倍和 2.45 倍，速动比率分别为 1.17 倍、1.89 倍和 1.85 倍，维持在较高的水平。

报告期内，随着主营业务的发展，公司流动资产规模持续增长；作为负债的主要项目，公司短期借款余额 2015 年有所下降，而应付账款各年总体稳定，流动负债规模有所下降，使得公司流动比率和速动比率保持增长趋势，2016 年随着公司短期借款的增加，流动比率和速动比率有所下降。

从流动比率、速动比率等短期偿债能力指标来看，公司资产具有较高的流动性，货币资金、应收票据、应收账款等变现能力较高的流动资产基本能够覆盖流动负债。并且随着公司业务的发展，公司流动比率和速动比率逐年优化，有效地降低了公司短期偿债风险，为公司经营活动的顺利开展提供了有利条

件。综上所述，公司具有较强的短期偿债能力。

（2）资产负债率分析

最近三年，母公司口径的资产负债率分别为 37.35%、26.00%和 25.85%，财务状况较为稳健。报告期内，公司主要通过经营积累实现资产总额的快速增长，并维持相对稳定的负债水平，资产负债率呈现逐年下降的趋势，公司长期偿债能力良好。

（3）利息保障倍数分析

报告期内，公司利息保障倍数分别为 15.28 倍、21.85 倍和 40.04 倍。公司利息支出主要为短期借款利息支出，利息保障倍数维持在较高的水平。

综合以上指标，公司资产流动性较高，资产负债水平合理，利息偿付能力较强，总体偿债能力较好。

2、与同行业公司比较分析

截至 2015 年末，公司上述指标与同行业内可比公司比较情况如下：

公司名称	流动比率（倍）	速动比率（倍）	资产负债率
雷士照明（HK. 02222）	2.78	2.40	29.00%
欧普照明（SH. 603515）	1.32	1.04	37.01%
阳光照明（SH. 600261）	1.90	1.55	25.12%
佛山照明（SZ. 000541）	3.70	2.75	18.72%
勤上光电（SZ. 002638）	5.64	5.05	30.02%
三雄极光（SZ. 300625）	1.68	1.23	26.56%
得邦照明（SH. 603303）	1.46	1.18	39.34%
平均值	2.64	2.17	29.40%
太龙照明	2.62	1.89	26.00%

与同行业可比公司相比，公司流动比率和速动比较相对较低，资产负债率略低于同行业平均水平，主要原因包括：

①从企业规模和发展阶段看，相比于可比公司，公司业务规模和资产规模相对较小，业务快速发展对流动资金的需求相对较高，公司注重对货币资金、应收账款和存货等主要流动资产规模的控制，流动资产和速动资产的规模相对较低。

②从融资渠道和资本结构角度看，与上市公司通过股权融资筹措资金相

比，公司主要通过商业信用及短期借款进行外部融资，公司注重控制经营风险和加强资金运用管理，合理控制借款规模，资产负债率相对较低。

（四）资产周转能力分析

报告期内，公司主要资产周转能力指标如下：

财务指标	2016 年度	2015 年度	2014 年度
应收账款周转率（次/年）	3.18	3.25	3.51
存货周转率（次/年）	3.59	3.50	3.52

1、应收账款周转率分析

随着公司主营业务的发展，公司业务规模的增长导致期末应收账款增加；同时，受收入季节性、公司业务模式和客户结算模式等因素的影响，报告期内公司期末应收账款保持增长趋势。报告期内，公司应收账款周转率分别为 3.51、3.25 和 3.18，呈下降趋势。

2、存货周转率分析

2014 年至 2016 年期间，公司存货周转率分别为 3.52、3.50 和 3.59，维持在较为稳定水平。报告期内，公司产品种类包括照明器具、LED 显示屏和光电标识，主要产品由陶瓷金卤灯具变更为 LED 照明器具，在销售规模增长和存货类别变更的情况下，公司保持相对稳定的存货周转率，反映公司存货管理较为稳健。

3、与同行业可比公司比较分析

公司采用直接销售的模式，以个性化、定制化的商业照明解决方案服务于品牌客户，与同行业可比公司较多采用经销模式，或销售相对标准化的光源、电器产品相比，销售和生产模式存在较大差异。

公司的应收账款周转率略低于同行业平均水平，但相比于经销商客户，公司客户多为知名品牌客户，客户资信和应收账款质量相对较高；公司在提供多样化、定制化产品的开发生产模式下，存货周转率处于行业平均水平，反映了公司良好的订单预测跟踪能力和库存管理能力。

项目	2015 年 12 月 31 日		2014 年 12 月 31 日	
	应收账款 周转率	存货 周转率	应收账款 周转率	存货 周转率
雷士照明（HK.02222）	3.19	4.97	6.26	3.07

欧普照明 (SH. 603515)	21.04	6.10	27.24	6.30
阳光照明 (SH. 600261)	4.11	4.71	3.98	2.05
佛山照明 (SZ. 000541)	8.35	3.69	8.61	4.17
勤上光电 (SZ. 002638)	1.35	2.32	1.63	5.26
三雄极光 (SZ. 300625)	9.41	4.42	11.66	3.69
得邦照明 (SH. 603303)	5.46	8.43	5.45	6.87
平均值	7.56	4.95	9.26	4.49
平均值 (剔除欧普照明)	5.31	4.76	6.27	4.19
太龙照明	3.25	3.50	3.51	3.52

(五) 所有者权益变动情况

报告期各期末，公司的所有者权益的构成情况如下：

单位：万元

财务指标	2016年 12月31日	2015年 12月31日	2014年 12月31日
股本	4,736.10	4,736.10	4,500.00
资本公积	3,993.88	3,993.88	2,235.93
盈余公积	1,373.66	975.97	618.42
未分配利润	12,443.10	8,683.39	5,470.76
归属于母公司所有者权益合计	22,546.73	18,389.33	12,825.11
少数股东权益	203.09	141.11	113.13
所有者权益合计	22,749.82	18,530.44	12,938.24

公司资本公积全部为股本溢价，系公司2012年整体变更为股份公司及2015年增资形成：2012年11月23日，太龙有限全体股东签署《发起人协议》，以截至2012年10月31日经审计的净资产6,735.93万元为基础，按照1:0.6681的比例折成股份公司股本4,500万股，整体变更设立股份公司，变更后公司的注册资本为4,500万元，资本公积为2,235.93万元。2015年11月6日，太龙照明2015年第三次临时股东大会决议通过：公司增加注册资本236.10万元，新增注册资本由乾霁投资以货币资金1,994.05万元认缴，增资完成后，公司注册资本变更为4,736.10万元，新增资本公积1,757.95万元。

报告期内，公司根据《公司法》及《公司章程》的相关规定，按照净利润的10%提取法定盈余公积金，未提取任意盈余公积金，未进行利润分配。

十四、现金流量分析

（一）经营活动现金流量分析

1、经营活动现金流量状况

报告期内，公司经营活动产生的现金流情况如下：

单位：万元

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
销售商品、提供劳务收到的现金	30,313.91	26,673.90	22,796.64
收到其他与经营活动有关的现金	528.52	169.91	56.88
经营活动现金流入小计	30,842.42	26,843.81	22,853.53
购买商品、接受劳务支付的现金	17,357.22	16,975.94	15,741.74
支付给职工以及为职工支付的现金	4,031.22	3,319.15	2,622.66
支付的各项税费	2,556.96	2,282.94	1,909.93
支付其他与经营活动有关的现金	2,034.38	1,825.45	1,250.59
经营活动现金流出小计	25,979.77	24,403.48	21,524.91
经营活动产生的现金流量净额	4,862.65	2,440.33	1,328.61

公司经营活动现金流入主要来自公司实现产品销售而取得的货款，其他经营性现金流入为公司取得的补贴收入和其他与经营有关的现金流入。报告期内，公司经营活动现金流入与营业收入的增长趋势保持基本一致，随着公司业务增长而增长。

公司经营活动现金流出主要为购买商品、接受劳务支付的现金和支付给职工以及为职工支付的现金，随着公司经营规模的扩大，总额每年呈递增趋势。

2、经营活动现金净流量状况

2014 年度、2015 年度和 2016 年度，公司经营活动产生的现金流量净额分别为 1,328.61 万元、2,440.33 万元和 4,862.65 万元，呈逐年增加的趋势。主要原因为公司尚处于业务开拓和快速发展期，规模经济效应较为明显，经营活动现金流出的增长比例要低于经营活动现金流入。

报告期内，将净利润调节为经营活动产生的现金流量净额的情况如下：

单位：万元

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
净利润	4,219.39	3,563.15	2,830.79
加：资产减值准备	258.94	208.62	161.94
固定资产折旧、油气资产折耗、生产性生物资产折旧	1,085.62	837.28	654.93
无形资产摊销	48.06	14.75	11.23
长期待摊费用摊销	24.61	20.51	-
处置固定资产、无形资产和其他长期资产的损失	-0.52	1.08	5.06
财务费用	152.26	222.68	277.03
递延所得税资产减少	-70.93	-61.88	-64.85
存货的减少	69.45	-699.11	-509.84
经营性应收项目的减少	-1,369.66	-2,080.71	-2,165.15
经营性应付项目的增加	445.44	413.97	127.49
经营活动产生的现金流量净额	4,862.65	2,440.33	1,328.61

报告期内，公司净利润加上减值准备、折旧摊销、财务费用、资产减值损失和递延所得税等不导致现金流出的原因后，高于当年经营活动现金流量净额的主要原因在于期末应收账款余额的增长。报告期内，应收账款账面余额分别为 7,198.50 万元、8,069.06 万元和 9,133.47 万元，公司应收账款余额的增加反映公司实现的收入未能及时转化为公司现金流入，但从增长幅度来看，报告期内公司应收账款年复合增长率为 12.64%，增长幅度保持在合理水平。

（二）投资活动现金流量分析

2014 年度、2015 年度和 2016 年度，公司投资活动现金净流量分别为 -1,640.96 万元、-1,459.60 万元和 -4,938.67 万元。公司投资活动现金流出主要为购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金，这与公司目前所处发展状况相吻合。随着公司的发展及业务规模的扩大，公司保持对长期资产的投入，以满足生产经营的需求。

公司 2016 年度投资活动现金净流出较大的原因为本期公司购置长期资产的金额较大，包括坐落于上海市丹巴路 99 号的写字楼，以及商业照明产业基地建设项目土地使用权、前期工程款支出。

（三）筹资活动现金流量分析

报告期内，公司筹资活动产生的现金流情况如下：

单位：万元

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
吸收投资收到的现金	-	2,029.05	150.00
其中：子公司吸收少数股东投资收到的现金	-	35.00	150.00
取得借款收到的现金	2,600.00	3,300.00	4,500.00
收到其他与筹资活动有关的现金	200.00	140.00	-
筹资活动现金流入小计	2,800.00	5,469.05	4,650.00
偿还债务支付的现金	1,900.00	5,000.00	4,600.00
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	157.91	240.71	278.27
支付其他与筹资活动有关的现金	-	100.00	-
筹资活动现金流出小计	2,057.97	5,340.71	4,878.27
筹资活动产生的现金流量净额	742.03	128.34	-228.27

报告期内，公司筹资活动现金净流量分别为-228.27 万元、128.34 万元和 742.03 万元。公司筹资活动现金流入主要来源于银行短期借款。由于公司信誉良好，通过抵押和担保方式从银行获得一定额度短期借款，以满足生产经营所需资金。

（四）未来可预见的重大资本性支出计划及资金需求量

截止本招股说明书签署日，公司未来可预见的重大资本性支出主要为本次募集资金投资项目投资支出，具体情况请参见本招股说明书“第十节 募集资金运用”。

十五、本次募集资金到位当年的发行人即期回报被摊薄情况和填补措施及承诺

（一）募集资金到位当年的基本每股收益和稀释每股收益变动趋势

1、发行人 2016 年度的主要财务指标

公司首次公开发行前的总股本为 4,736.10 万股，本次预计公开发行 1,578.70 万股，公司最终新股发行数量根据募集资金投资项目资金需求确定。若按新股发行上限发行，发行完成后，公司的总股本将增加至 6,314.80 万股。公司 2016 年年报所列示扣除非经常性损益后的主要财务指标如下：

项目	2016 年度
归属于母公司股东的权益（万元）	22,546.73
归属于母公司股东的净利润（万元）	3,832.11
基本每股收益（元/股）	0.81
稀释每股收益（元/股）	0.81
每股净资产（元）	4.76
加权平均净资产收益率（%）	18.72%

2、募集资金到位当年基本每股收益和稀释每股收益的变动趋势

计算本次公开发行后募集资金到位当年的基本每股收益和稀释每股收益所依赖的假设如下：

①宏观经济环境、产业政策、行业发展状况、产品市场情况等方面没有发生重大变化；

②本次公开发行股票于 2017 年 1 月 1 日实施完毕，且募集资金在 2017 年 1 月 1 日到位，但考虑募投项目实施需要时间，募投项目尚无法在 2017 年提供新增效益；

③本次公开发行股票数量为 1,578.70 万股，募集资金总额 30,400.06 万元（不考虑发行费用）；

④计算时不考虑非经常性损益对公司财务状况的影响；

⑤计算时不考虑募集资金到账后对公司财务状况（如财务费用、投资收益）等的影响；

⑥计算每股收益时，仅考虑本次发行对总股本的影响；

⑦在预测公司发行后净资产时，未考虑除募集资金、净利润之外的其他因素对净资产的影响。

上述假设仅为计算本次公开发行股票后募集资金到位当年的公司每股收益的变动趋势，不代表公司对 2017 年经营情况和趋势的判断，不构成盈利预测。

投资者不应据此作出投资决策。投资者若据此作出决策导致投资损失的，本公司不承担赔偿责任。

基于以上 2016 年度财务指标和假设，计算结果如下：

项目	2016 年度或 2016 年 12 月 31 日	2017 年度或 2017 年 12 月 31 日 (本次发行前)	2017 年度或 2017 年 12 月 31 日 (本次发行后)
总股本 (万股)	4,736.10	4,736.10	6,314.80
本次发行募集资金总额 (万元)	-	-	30,400.06
假定本次发行完成时间	2017 年 1 月 1 日	2017 年 1 月 1 日	2017 年 1 月 1 日
情形 1: 2017 年归属于母公司的净利润与 2016 年持平			
归属于母公司股东的净利润 (万元)	3,832.11	3,832.11	3,832.11
期末归属于母公司股东权益 (万元)	22,546.73	26,378.84	56,778.90
基本每股收益 (元/股)	0.81	0.81	0.61
稀释每股收益 (元/股)	0.81	0.81	0.61
每股净资产 (元)	4.76	5.57	8.99
加权平均净资产收益率 (%)	18.72%	15.67%	6.53%
情形 2: 2017 年归属于母公司的净利润较 2016 年增长 10%			
归属于母公司股东的净利润 (万元)	3,832.11	4,215.32	4,215.32
期末归属于母公司股东权益 (万元)	22,546.73	26,762.05	57,162.11
基本每股收益 (元/股)	0.81	0.89	0.67
稀释每股收益 (元/股)	0.81	0.89	0.67
每股净资产 (元)	4.76	5.65	9.05
加权平均净资产收益率 (%)	18.72%	17.10%	7.11%
情形 3: 2017 年归属于母公司的净利润较 2016 年增长 20%			
归属于母公司股东的净利润 (万元)	3,832.11	4,598.53	4,598.53
期末归属于母公司股东权益 (万元)	22,546.73	27,145.26	57,545.32
基本每股收益 (元/股)	0.81	0.97	0.73
稀释每股收益 (元/股)	0.81	0.97	0.73
每股净资产 (元)	4.76	5.73	9.11

加权平均净资产收益率 (%)	18.72%	18.51%	7.68%
-------------------	--------	--------	-------

本次发行方案实施后，公司总股本将较发行前有所增加，公司净资产规模也将大幅提高，所有者权益将明显增加。由于本次公开发行募集资金投资项目存在一定的建设周期，项目建设期内的经济效益存在一定的滞后性。因此，在募集资金到位当年，公司股东即期回报将因本次发行而有所摊薄，基本每股收益和稀释每股收益为下降趋势。

（二）董事会选择本次融资的必要性和合理性

1、本次融资的必要性

本次发行募集资金将用于商业照明产业基地建设项目和设计研发中心建设项目的建设。商业照明产业基地建设项目的实施，一方面可以缓解目前较为紧张的产能，另一方面可以优化生产工艺、提升产品品质、改善产品结构，进一步提高公司在商业照明领域的综合竞争力；设计研发中心建设项目的实施将增强公司技术研发实力，进一步巩固公司在商业照明领域的优势地位，公司原始创新、集成创新和引进消化吸收再创新能力将得到进一步强化，实现公司可持续发展。

2、本次融资的合理性

本次公开发行完成后，公司的净资产及总资产规模均将有较大幅度的提高，资产负债率将有所下降，整体财务状况将得到进一步改善。本次发行募集资金收购及投资项目各项经济指标良好，随着募集资金投资项目的逐步实施，公司的收入水平将稳步增长，盈利能力将得到进一步提升。

关于本次融资的必要性和合理性的具体分析，请参见本招股说明书“第十节 募集资金运用”之“二、项目实施的必要性和可行性”的内容。

（三）募集资金投资项目与现有业务的关系及人员、技术、市场储备情况

本次募集资金投资项目紧紧围绕公司现有业务展开，关于募集资金投资项目与现有业务的具体关系，请参见本招股说明书“第十节 募集资金运用”之“一、

（四）本次募集资金运用项目与公司现有业务的关系”的内容。

发行人已就本次募集资金投资项目在人员、技术、市场等方面进行了充足的储备，具体储备情况请参见本招股说明书“第十节 募集资金运用”之“二、（三）募集资金投资项目与公司现状的适应性分析”以及“五、募集资金投资项目新增产能消化措施”的内容。

（四）公司填补被摊薄即期回报的具体措施

本次发行完成后，公司的股本规模、净资产规模较发行前将有较大幅度增长。由于募集资金投资项目建设需要一定周期，期间股东回报主要通过现有业务实现，导致公司每股收益和净资产收益率等指标可能在短期内出现一定幅度的下降。公司为填补被摊薄的即期回报，将一方面通过大力发展公司现有业务，促进公司现有主营业务的发展，妥善应对各项潜在的经营风险，对外服务客户需求，提升市场份额，对内加强管理，降低运营成本，提升经营效率。另一方面，公司将加强募集资金管理，促使募投项目如期实现效益。公司还将完善利润分配政策，优化投资者回报机制，增强持续回报能力。

关于发行人填补被摊薄即期回报的具体措施，请参见本招股说明书“重大事项提示”之“三、（一）公司填补被摊薄即期回报的具体措施”的内容。

（五）公司董事及高级管理人员关于切实履行填补回报措施的承诺

为进一步保护公司上市后投资者的权益，太龙照明全体董事和高级管理人员，根据中国证监会于2015年12月30日发布的《关于首发及再融资、重大资产重组摊薄即期回报有关事项的指导意见》等相关规定要求，对公司填补回报措施能够得到切实履行做出了承诺。

关于承诺的具体内容，请参见本招股说明书“重大事项提示”之“三、（二）公司董事及高级管理人员关于切实履行填补回报措施的承诺”的内容。

经核查，保荐机构认为：太龙照明所预计的即期回报摊薄情况的合理性、填补即期回报措施及相关承诺主体的承诺事项，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》中关于保护中小投资者合法权益的精神，保护了中小投资者的合法权益。

十六、发行人股利分配政策及分配情况

（一）报告期内股利分配情况

报告期内，公司未进行股利分配。

（二）发行后的股利分配政策

公司 2015 年第四次临时股东大会审议通过了上市后适用的《公司章程（草案）》和《太龙（福建）商业照明股份有限公司首次公开发行股票并上市后股东分红回报规划》，明确了本次发行后的公司股利分配政策和分红回报规划，详见本招股说明书“重大事项提示”之“五、本次发行后公司股利分配政策和分红回报规划”。

十七、发行前滚存利润的安排

根据公司召开的 2015 年第四次临时股东大会会议决议，公司首次公开发行股票前的滚存未分配利润由本次发行完后的新老股东按照本次发行完后所持有股份比例共同享有。

第十节 募集资金运用

一、募集资金运用

（一）募集资金数额及专户存储安排

公司本次拟向社会公开发行股票不超过 1,578.70 万股，其中，新股发行不超过 1,578.70 万股，公司股东公开发售不超过 300 万股且不超过自愿设定 12 个月及以上限售期的投资者获得配售股份的数量，公司股东公开发售股份所得资金不归公司所有，实际募集资金扣除发行费用后的净额将全部用于公司主营业务相关的项目。

公司募集资金存放于董事会决定的募集资金专户集中管理，做到专款专用。开户银行为[]，银行账户为[]。

（二）募集资金运用计划及备案审批情况

本次募集资金投向经公司 2015 年第四次临时股东大会审议通过，由董事会负责实施。本次募集资金拟投资于以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	投资总额	募集资金投入	备案编号	环评批复
1	商业照明产业基地建设项目	25,763.26	25,763.26	漳台经备[2015]90号	漳台环审[2015]15号
2	设计研发中心建设项目	4,636.80	4,636.80	漳台经备[2015]89号	漳台环审[2015]B73号
合计		30,400.06	30,400.06	-	-

若实际募集资金不能满足上述项目的投资需要，资金缺口将通过自筹资金予以解决，以保证项目顺利进行。在募集资金到位前，公司将依据投资项目的建设进度和资金需求，先行以自筹资金投入并实施上述项目。待募集资金到位后，按募集资金使用管理的相关规定置换本次发行前已投入使用的自筹资金。

（三）募集资金投资项目投资进度安排

单位：万元

序号	项目名称	投资进度安排			
		建设期	T+1	T+2	合计
1	商业照明产业基地建设项目	16,226.94	7,791.06	1,745.26	25,763.26
2	设计研发中心建设项目	3,530.10	515.00	591.70	4,636.80
合计		19,757.04	8,306.06	2,336.96	30,400.06

（四）本次募集资金运用项目与公司现有业务的关系

公司专业为品牌客户提供集照明系统方案设计、商业照明技术研发、配套灯具生产制造、产品物流配送、售后技术服务支持于一体的商业照明整体解决方案和服务。本次募集资金投向包括商业照明产业基地和设计研发中心两个建设项目，均紧紧围绕公司现有业务开展。

1、商业照明产业基地建设项目

本项目计划通过商业照明产业基地的建设，提升公司在商业照明系统配套产品的产能，从而进一步增强公司在商业照明行业的竞争能力。项目达产之后，公司照明器具产能将新增120万套/年，显示屏产能将新增5,000平米/年，光电标识产能将新增6,000套/年。通过不断丰富公司在照明器具、LED显示屏及光电标识等各个商业照明领域的产品线，公司将进一步巩固在商业照明领域的市场地位，提升公司对市场的响应速度，不断完善和增强公司的核心竞争能力。

通过新增灯具车间、喷涂车间、显示屏和光电标识生产车间及装配车间，引进国内外先进生产设备，本项目的实施将提升公司的生产技术和制造水平。一方面，产能的扩大为公司提供多样化、定制化的产品和商业照明解决方案提供了物质基础和规模基础，从而带来成本上的规模化效应；另一方面，随着商业照明行业的发展，以及公司的客户群体从现在的品牌服饰市场占主导转向更加多样化的领域，商业照明产业基地的建设将显著提升公司应对未来市场扩大的能力，保持行业领先地位。

2、设计研发中心建设项目

本项目计划通过建设专门的设计研发中心、购置先进的研发检验设备、增加研发人员数量等手段，发展和建造模拟实验室、结构设计室、老化测试室、

展示厅和资料中心等公司未来发展必备的研发资源，为公司未来试制新产品、测试相关照明解决方案、培养公司自身的研发队伍提供必需的物质基础条件。

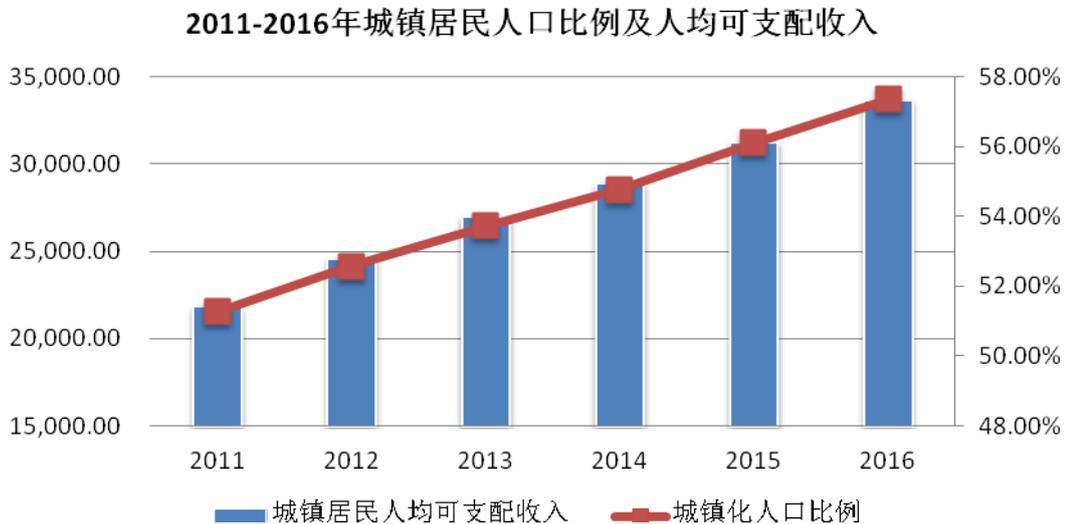
本项目重点针对商业照明系统全方位检测体系、商照系统配套灯具模块化设计技术、生产线自动化改造技术、LED 照明系统性能优化技术、智能化商业照明整体解决方案等前瞻性技术课题进行研发攻关。通过实施本项目，公司能够显著提升科研成果培育水平，促进技术成果向经营效益转化，实现以研促产，产、研、销良性互动的可持续发展。

二、项目实施的必要性和可行性

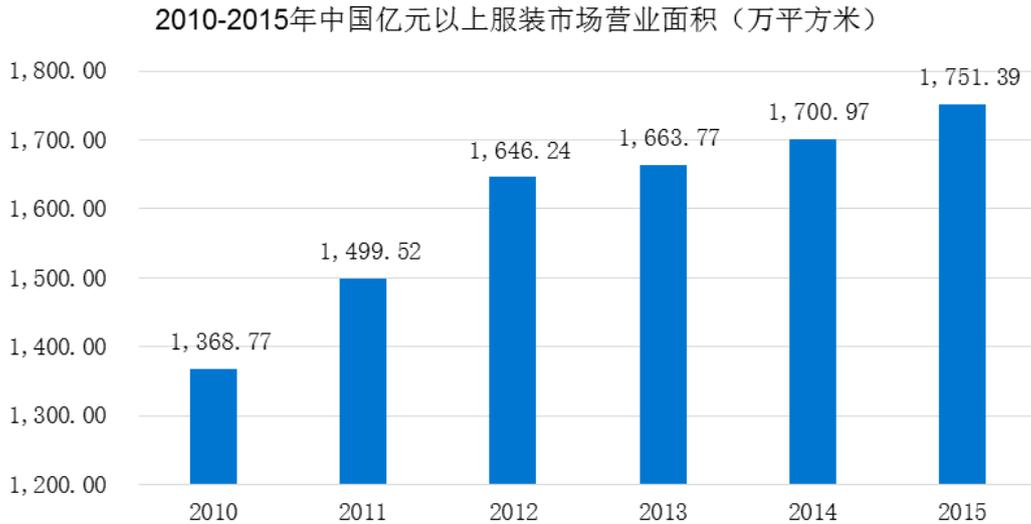
（一）项目实施的必要性

1、商业照明市场需求不断增长

受益于中国城镇化水平的不断提升和居民可支配收入的不断增长，公司所面对的下行业，即服装、鞋帽等商品式及体验式商业的市场规模也处于不断增长之中，从而持续驱动下游行业对于商业照明的市场需求上升。



数据来源：国家统计局



数据来源：国家统计局和东方财富 Choice 数据

城镇化水平的不断提升以及居民收入水平的不断增长带来消费升级，对于商业零售的购物环境和体验的要求持续上升。商家为了吸引更多消费者，打造自身品牌形象，营造个性化的用户体验，开展有效的差异化竞争，对店铺灯光环境设计提出了更高的要求，因此，商业照明市场需求处于不断上升状态。

商业照明总体市场需求上升以及公司市场规模的不断扩大，对公司的生产能力提出了更高的要求。目前公司商业照明配套产品产能已经接近饱和，预计未来较长时间内，公司商业照明整体解决方案需求仍将保持较快增长，如果公司产能不能得到有效扩张，将成为未来制约公司发展的瓶颈。

本项目的实施将新建商业照明产品生产基地，发挥公司生产管理和规模经济优势，提高公司生产能力，解决下游需求快速增长带来的产品产能瓶颈，进一步提升公司商业照明整体解决方案竞争力。

2、提升产品多样化水平，提高产品附加值，增强公司盈利能力

商业照明市场发展规律及公司市场营销经验证明：商业照明解决方案是系统化、综合化的产品服务结合体，在商业照明整体解决方案投标中，具备规模化、多元化的系统配套能力，并且可以在全国范围内提供一体化服务的能力是品牌客户选择供应商时的重要考量因素。目前，公司虽已初步具备生产各类配套产品的能力，但在随着客户对个性化照明解决方案需求的不断上升，公司急需提升不同照明产品类别的生产能力，才能不断为不同品牌、不同行业的客户贡献商业价值，满足他们对一站式照明解决方案的巨大需求。

本项目的实施，将提高照明器具、LED 显示屏和光电标识的生产能力，进一步丰富现有系统配套产品种类，更好地为客户提供覆盖商业照明系统全部产品的解决方案和服务，满足客户品牌建设和增强消费体验的需要，扩大公司在商业照明行业的市场份额，同时通过提升商业照明整体解决方案的附加值，进一步提升公司整体盈利水平。

3、提升设备自动化水平，降低公司运营成本，提升公司快速响应能力

随着商业照明“提升消费体验”和“促进品牌建设”作用的逐渐凸显，下游市场定制化和个性化的需求日益增强，要求商业照明系统提供商在保证服务质量的同时提供快速的一体化服务。企业在控制成本的前提下，快速响应能力和快速定制能力成为公司维持市场地位、提升客户满意度的关键，而快速响应与高度定制成为企业必须平衡的两个方面。

本项目拟引进国内外先进的全自动压铸机、光纤式激光切割机、高速立式自动插件机、中速自动贴片机、数控冲床及其他设备，全面提升模具开发、五金加工、显示屏和光电标识的加工精确度以及自动化水平，提高同时间消化处理多批次订单的能力，实现快速的交货。项目实施后，公司将显著提高工效，提高运营效率；而通过产业基地建设项目，新增扩建厂房和生产设备，公司的规模化竞争优势将得到强化，从而充分满足下游市场对商业照明整体解决方案的需求。同时，规模化生产进一步提升成本领先优势，从而增强投标优势，有助于公司对现有重点客户商业照明整体解决方案订单需求的再开发和新客户的拓展，维护公司现有市场地位。

4、吸引和培育业内高端技术人才，提升产品检测试验能力，推动公司技术进步的需要

首先，技术水平是公司维护品牌形象、巩固现有市场地位和竞争优势、提升可持续增长能力的重要因素，公司需要持续提升研究设计的硬件配置和软实力水平，加强培育和引进业内高端技术人才。其次，为确保产品性能及质量满足客户照明需求、符合国家标准，在产品开发阶段，公司需要反复进行标准化试验及精细化检测，在产品质检入库阶段，公司需要进行全部产品的老化测试，随着公司

业务规模的不断扩大，公司需要扩建产品检测试验和老化测试场地。

本项目实施之后，将购置先进的检测设备，扩大老化测试室面积，提升公司精细化检验及标准化试验能力。项目实施对改善公司研发环境，不断吸引和培育高素质人才，提高公司的技术水平具有重要意义。首先，设计研发中心项目的建设将提升研发硬件水平，为吸引和培育人才创造物质条件，解决业务快速发展与设计研发人员不足之间的矛盾。其次，设计研发中心项目将有效整合公司现有的研发资源，改变现有技术人员和技术力量相对分散和独立的格局，不仅有利于共享公司的研发资源，节约研发经费，也将促进部门沟通和协调，提高公司研发效率。建立软硬件更加完善的技术研发场地，能提供良好的工作环境，为开发设计人才施展才华创造良好的平台，使公司研发活动进入研发实力提升与吸引人才加入互相促进的良性循环，从而实现公司长期发展战略。

5、深入研究行业前沿技术，提升公司的核心竞争力的需要

商业照明市场的竞争正逐渐步入精细化竞争阶段，研发设计优势在核心竞争力中占的地位越来越重要。本次募集资金投资项目的实施通过新增研发人员、增加研发设备、完善研发机制，对商业照明系统全方位检测体系的研究、商照系统配套灯具模块化设计技术、生产线自动化改造技术、LED 照明系统性能优化技术、智能化商业照明整体解决方案五个前沿技术课题，进行关键性、前瞻性研究，保持公司技术处于行业发展前列。公司采用新理念、新设计，在保证质量的同时合理有效的降低成本，提高服务的性价比，保持成本优势，有效拉动收入增长，促进公司经济效益水平的提升，将公司技术优势转化为盈利能力；另一方面公司通过吸收行业领先技术，对关键核心技术持续研究，攻克行业内技术难题，使公司始终处于行业的技术前沿，提高客户服务水平，提升公司的市场竞争力，巩固公司在行业的领先地位。

项目实施后，公司研发设计的原始创新、集成创新和引进消化吸收再创新能力将得到进一步强化，有效提升公司核心竞争力。

（二）项目实施的可行性

1、未来市场需求广阔

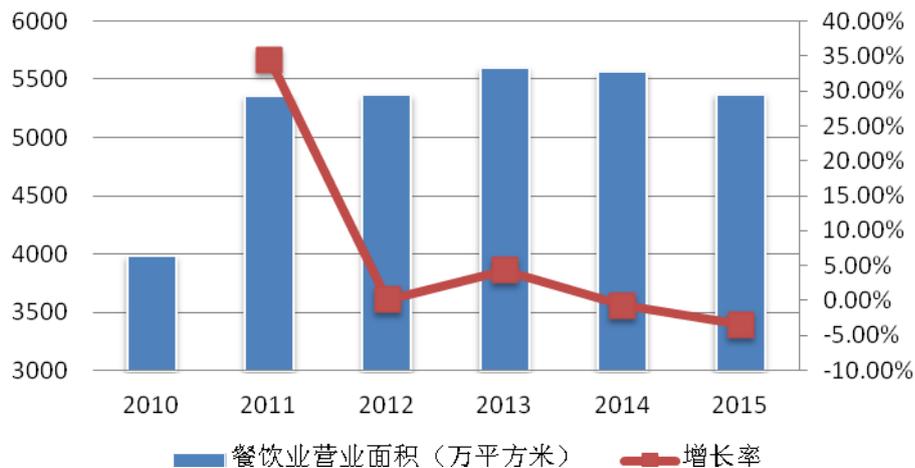
伴随着我国市场经济快速发展和城镇化的逐步推进，各种商业业态迅速成

长，我国商业行业保持较快发展速度，催生了对商业照明的巨大需求，促使商业照明行业不断进步，市场不断扩大。随着消费者更加注重消费体验以及追求品牌和文化内涵，各类业态的商业企业也将品牌建设作为其经营管理重点，着重提升品牌档次和打造完善的消费体验过程，从而对商业照明的需求和依赖度大大提高。

以公司目前主要客户所在的品牌服饰商业照明市场为例，随着该市场整合程度的加深，大型服饰品牌一方面保持对于市场的有效开拓，一方面不断以形象店、旗舰店等业态对存量门店进行升级。而根据品牌服饰行业规律，存量门店每 2-3 年为一个翻新周期，加上每年新增门店对商业照明解决方案的需求，公司的存量客户的总体市场需求将稳步上升。

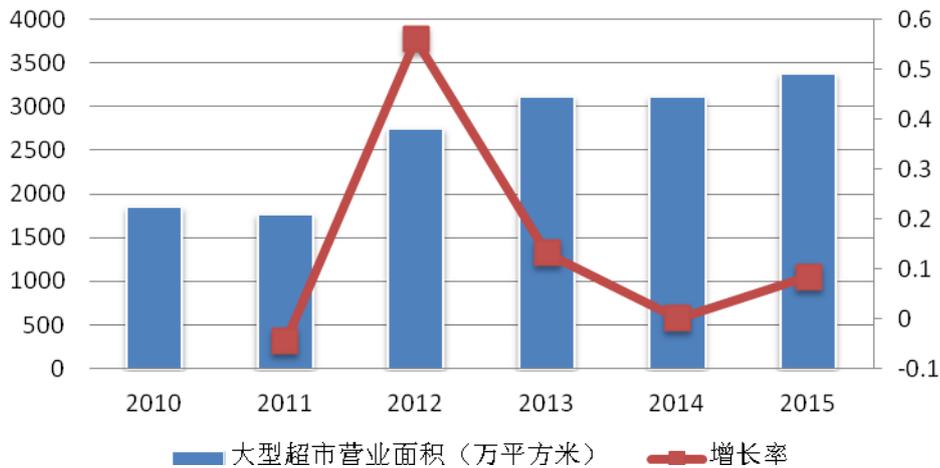
除存量客户需求增长之外，公司也在其他细分市场领域积极拓展份额。在家居、商超、餐饮等领域，营业面积及终端数量也处于不断增长之中，随着公司逐步进入这些细分行业，未来公司产品和服务的市场需求将会得到进一步的拉动。

全国餐饮业营业面积及增长情况



数据来源：国家统计局和中经网统计数据库

全国大型超市营业面积及增长状况



数据来源：国家统计局和中经网统计数据库

据 Technavio 研究数据显示,2014 年我国商业照明市场规模为 90.20 亿美元,预计 2019 年该市场规模将达到 138.40 亿美元,期间复合增长率达 8.94%。良好的市场前景为项目的实施提供了广阔的需求空间,是项目实施的根本前提。

2、客户资源质量优秀

公司采取了“总部营销服务中心+办事处+售后工程师”的三级服务网络架构,在总部漳州台商投资区建立营销服务中心,在北京、上海、广州、深圳等城市设立办事处配备销售服务人员,并在全国范围内根据服务需要配备维修工程师,建立了辐射超过 300 个城市的服务网络,为客户总部和终端门店提供优质的商业照明整体解决方案,有效提高了公司服务的辐射能力和渗透力度。

经过多年的市场开拓和一体化服务,公司与包括阿迪达斯、绫致时装、利郎、特步、安踏等知名大型品牌连锁企业建立了长期的合作关系,并赢得客户广泛赞誉,充分证明了公司优秀的服务能力和营销能力。同时公司在现有领域累积的客户资源和品牌口碑为其他领域的市场开拓也奠定良好的基础,目前公司已经向家居家纺等领域扩展,并已为包括爱依瑞斯、金牌橱柜、富安娜、日春等客户提供了商业照明整体解决方案。

随着市场竞争激烈化,品牌企业多通过连锁扩张方式来迅速抢占市场,增加市场份额、提升品牌知名度,进而带来了大量的商业照明新增需求。同时为了适应快速增长的消费需求,客户出于品牌建设和形象更新的目的,每 2 至 3 年即需要对包括商业照明在内的整体形象进行更新,进而产生大量的商业照明更新

需求。公司一体化服务积累的优质客户资源为项目的实施提供了重要的基础。

3、研发力量有保障

技术研发是企业激烈的技术竞争中赖以生存和发展的命脉，公司始终重视对新技术、新产品、新材料的研究开发，及商业照明方案设计的经验积累，形成了强大的技术研发和解决方案设计能力。

（1）研发投入

作为高新技术企业，公司掌握多项商业照明行业核心技术。近年来，公司不断加大对研发的投入力度，在 2014-2016 年的研发费用投入如下：

单位：万元

年份	2016 年	2015 年	2014 年
研发费用	1,193.79	1,070.42	944.88
占营业收入比例	4.37%	4.32%	4.47%

（2）科技成果转化能力

公司拥有优秀的科技成果转化能力，形成了多元化的照明产品体系，为商业照明整体解决方案提供了灵活的实施手段。2014 年以来，公司已累计开发新款灯型 220 余套、打样新产品 7,100 余批，其中自主研发的“新型 LED 商业照明系统”被漳州市人民政府评为 2015 年漳州市科学技术进步奖三等奖，“TECNON 牌嵌入式灯具”和“TECNON 牌商业照明灯具（固定式）”分别于 2015 年和 2016 年被福建省人民政府评为“福建名牌产品”。2016 年，公司被福建省经济和信息化委员会、福建省科学技术厅、福建省财政厅等部门评选为“福建省省级企业工业设计中心”、“福建省省级创新型企业”和“福建省省级企业技术中心”，被中国照明网（金手指奖组委会）评选为“优秀室内照明产品供应商”。

（3）解决方案设计能力

公司具备优秀的商业照明整体解决方案设计能力以及丰富的设计经验，经过多年经营积累，现已为全国范围内为超过 100 个知名品牌、6 万余个零售终端提供了商业照明整体解决方案。2014 年和 2015 年，公司分别获得“十大优秀照明设计公司奖”和“优秀室内照明产品供应商”，公司核心技术人员分别获得“第一届中国照明产品造型艺术设计大赛”室内照明灯具产品设计类一等奖和“金手指奖”——优秀灯具设计师。

强大的技术研发实力和设计能力是公司保持商业照明整体解决方案竞争力的重要保证，公司凭借原有的技术累积和设计经验，在项目建成投产之后，将进一步提升公司研发和设计实力，为项目设计产能的有效利用提供动力。

4、管理经验丰富

公司自成立以来，专业为国内外知名客户提供了优质的商业照明整体解决方案，在质量管理和供应链管理方面积累丰富的管理经验。

（1）质量管理

公司始终坚持“安全、创新、共赢、满意”的质量方针，目前已通过 ISO9001 质量管理体系认证，并根据质量管理体系的要求，结合公司实际情况，制定了《太龙质量手册》。管理体系由总经理负责，品管部主导，其他各部门遵照质量控制程序执行，对客户沟通、订单评审、方案设计、物料采购、样品制造、模具开发、产品生产、成品入库、成品出库、物流配送、客户使用、售后服务、客户满意度管理等各环节进行严格的质量控制，以确保与质量体系有关的各过程运行的有效性，使质量职能发挥更高的效率，从而确保公司整体解决方案的实施质量。

（2）供应链管理

公司确定了以客户需求为导向的供应链管理理念，通过整合物料采购、库存管理、物流配送等环节，及时收集与反馈客户和供应商市场信息，以快速反应的服务，降低企业管理成本，提高供应链管理的效率和效果。公司高度重视与客户和供应商的协作，通过加强相互合作的紧密程度，增强供应链的集成度，实现整个供应链管理的价值优化，最终为客户提供优质快捷的整体解决方案。

因此，公司在质量管理控制和供应链管理方面拥有多年管理经验，为公司整体解决方案和服务提供了全过程的监控和指导，确立了公司在商业照明领域领先的市场地位，为项目的实施提供了有力保证。

（三）募集资金投资项目与公司现状的适应性分析

本次募集资金所投资项目的选取是在客观分析公司现状之后经合理论证得出，项目与公司现阶段的生产规模、财务状况、技术水平与管理能力相适应。

1、生产规模

公司目前总体产能负荷较高，随着公司市场销售规模的不断扩大，以及客户

对商业照明整体解决方案需求的不断提升，现有的车间场地以及生产设备将不能满足未来公司业务发展的需要。待本次募集资金项目达产之后，公司将新增 120 万套/年照明器具的产能，将极大缓解公司现阶段产能利用率高，产能负荷紧张的局面。

在商业照明 LED 显示屏方面，公司凭借良好的产品质量及良好的性价比，不断赢得品牌客户好评。本次募集资金投资项目的实施，将增加 LED 显示屏产能 5,000 平方米/年，对公司提升商业照明整体解决方案的配套能力，增强公司竞争力有重要作用。另外，公司将扩大光电标识产品的生产能力，并迅速增加市场份额，提升公司商业照明整体解决方案的配套能力。

未来，公司将继续强化在照明器具领域的行业地位，加强新技术的开发应用，扩大照明器具产品的生产规模，进一步完善公司的配套产品，提升公司产品的市场份额，覆盖更多不同领域的品牌客户。

综上所述，本次募集资金投资项目是公司结合行业发展趋势、公司自身增长速度以及自身产能利用率等作出的决策，与公司目前生产规模相适应。

2、财务状况

公司本次计划发行新股不超过 1,578.70 万股，根据商业照明产业基地和设计研发中心的建设需要，确定募集资金投资总额为 30,400.06 万元。本次募集资金项目实施之后，公司的主要客户、供应链体系不会发生变化，库存管理方式、应收账款回收、采购政策方面保持稳定。随着公司规模的不壮大，规模化效应带来更具竞争力的成本优势，公司的获利能力将进一步增强。

综上所述，本次募集资金投资项目与公司目前的财务状况相适应。

3、技术水平

公司具有商业照明领域相关的技术和人才储备，能够满足不同品牌及不同定制化水平的需求，提供客户满意、成本竞争力强的商业照明整体解决方案。公司的研发和设计能力已被多年来的大规模应用所验证，同时，本次募集资金投向均围绕公司现有产品体系，因此，公司目前的技术水平能够为募集资金投资项目提供技术支撑，满足项目的需要。

4、管理能力

本次募集资金投资项目均紧紧围绕公司现有主营业务，也将延续公司现有的管理架构和管理人员安排。经过多年的发展，公司已经建立了结构合理、执行高效的管理架构，研发、设计、采购、生产、销售、财务及行政等各个职能岗位设置科学合理，人员配置高效有力。同时，公司主要创始股东目前均在公司担任高管职务，既在商业照明领域具备领先的战略视角，又在企业经营上具备丰富的管理实践，相互之间分工合理、配合默契。因此，公司的管理能力与募集资金投资项目相匹配。

三、项目具体情况简介

（一）商业照明产业基地建设项目

1、项目内容

本项目通过新增灯具车间、喷涂车间、显示屏和光电标识生产车间及装配车间，引进国内外先进生产设备，提升生产技术和制造水平，实现商业照明系统配套产品的产能提升，增强公司商业照明整体解决方案的竞争力。项目达产后，商业照明系统配套照明器具的产能将新增 120 万套/年，LED 显示屏的产能将新增 5,000 平米/年，光电标识的产能将新增 6,000 套/年。

项目通过配套产品的产能提升和种类丰富，为品牌客户提供多样化的商业照明整体解决方案组合和定制化的客户服务。

2、投资概算

本项目拟投资 25,763.26 万元，其中包含土地投资 1,200.00 万元，建设投资 14,311.37 万元，设备投资 5,540.50 万元，预备费 992.59 万元以及铺底流动资金 3,718.79 万元。具体占比情况如下表所示：

单位：万元

项目	投资金额	占比
土地投资	1,200.00	4.66%
建设投资	14,311.37	55.55%
设备投资	5,540.50	21.51%
预备费	992.59	3.85%
铺底流动资金	3,718.79	14.43%
合计	25,763.26	100.00%

（1）土地投资

本项目通过挂牌出让方式获得位于漳州台商投资区吴宅工业园的土地使用权，占地面积 83.58 亩，用地性质为工业用地，出让价款为 1,260.70 万元。

（2）建设投资

本项目建筑面积 73,765.20 平方米，建设投资 14,311.37 万元。根据生产工艺流程及厂区规划要求，规划厂区划分为：光电标识和显示屏生产车间各 7,602 平方米，灯具车间和喷涂车间共 10,000 平方米，总装车间 22,587.90 平方米，仓库 10,752 平方米，其他配套设施 15,221.30 平方米。

（3）设备投资

本项目的设备投资按照设备类别划分的明细如下：

单位：万元

设备类别	采购总价	占比
模具设备	434.00	7.83%
机加设备	2,778.50	50.15%
显示屏生产设备	1,410.00	25.45%
光电标识生产设备	254.00	4.58%
总装车间设备	164.00	2.96%
信息系统	500.00	9.02%
合计	5,540.50	100.00%

其中，采购总价在 100 万元以上的设备共计 3,594 万元，明细如下：

设备名称	规格型号	数量	单位	单价 (万元)	总价 (万元)	产地
一、模具设备						
数控加工中心	MY860	1	台	110	110	日本
二、机加设备						
烤漆生产线	定制	1	条	300	300	国产
数控冲床	村田 M044EZ	2	台	125	250	日本
光纤式激光切割机	TQ5030	1	台	185	185	国产
全自动压铸机	力劲 DCC400	2	台	70	140	国产
全自动压铸机	力劲 DCC630	1	台	120	120	国产
全自动压铸机	力劲 DCC2800	2	台	56	112	国产
全自动高速数控旋压机	250 型	6	台	22	132	国产

普通数控车床	CW6140*750	10	台	28	280	国产
高速 CNC（四轴）	F850	2	台	65	130	台湾
高速 CNC（四轴）	F650	2	台	60	120	台湾
高速数钻攻中心	F350	7	台	35	245	国产
三、显示屏生产设备						
高速立式自动插件机	环球/松下	2	套	150	300	美国/日本
中速自动贴片机	50000-70000PCS/H	2	套	120	240	日本
灯条贴片机	JUKIFUJI	2	套	100	200	日本
箱体加工线	定制：高密度 LED 箱体	1	套	120	120	国产
四、光电标识生产设备						
激光切割机	大族激光 G3015F	1	台	110	110	国产
五、信息系统						
ERP 系统软件及服务器		1	套	500	500	国产

（4）预备费及铺底流动资金

预备费按照建设投资和设备投资总额的 5%测算；铺底流动资金按照项目生产期所需流动资金的 30%测算，剩余所需流动资金由企业通过留存收益或其他方式筹措。

3、项目相关土地取得情况

募投项目国有土地使用权由漳州市国土资源局台商投资区分局挂牌出让，公司已获得国有土地使用权证。

4、募集资金投入和项目实施进度安排

本项目建设期为 1.5 年（第一年和第二年），达产期为 2.5 年（第二年、第三年和第四年），具体资金使用计划如下：

单位：万元

项目	第一年	第二年	第三年	合计
土地投资	1,200.00	-	-	1,200.00
建设投资	14,311.37	-	-	14,311.37
设备投资	-	3,878.35	1,662.15	5,540.50
预备费	715.57	193.92	83.11	992.59
铺底流动资金	-	3,718.79	-	3,718.79
合计	16,226.94	7,791.06	1,745.26	25,763.26

本项目建设期共 18 个月，计划分如下五个阶段实施，具体进度安排如下：

实施阶段	第一年												第二年					
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6
研究与设计	■	■	■															
工程施工				■	■	■	■	■	■	■	■	■						
设备采购													■	■	■	■		
人员招聘及培训																■	■	
设备调试、试产																	■	■

5、项目环保评价及环保措施

项目施工建设过程中产生的污染物主要包括施工扬尘、噪声、生活污水、建筑固体废物；项目运营过程中产生的污染物包括废水、废气、噪声以及少量的固体废弃物等：废水来源于生产人员的生活污水和前处理工序中产生的废水，废气包括喷涂粉尘、焊烟、铝锭融化产生的烟尘，噪声主要来源于冲压工艺、生产设备产生的机械振动噪音以及车间通风设备运行时产生的噪音，固体废物包括五金边角料、五金碎屑、一般包装废弃物、化学品包装废弃物、前处理中产生的残渣及生活垃圾等。

公司将严格按照相关法规与政策的要求落实环保设施建设，采取有效的废水、废气、噪声及固体废弃物处理措施防治污染。

本项目已取得漳州台商投资区环境保护和安全生产监督管理局出具的《关于〈太龙（福建）商业照明股份有限公司商业照明产业基地建设项目环境影响报告书〉的批复》（漳台环审[2015]15号）。

6、募投项目预期投资效益分析

项目完全达产后，年均营业收入为 33,700.00 万元，税前利润为 6,257.56 万元，净利润为 5,318.92 万元。项目投资经济评价指标如下：

项目	所得税后	所得税前
净现值（Ic=12%，万元）	7,371.13	11,486.59
内部收益率	17.58%	20.62%
投资回收期（年）	6.92	6.28

（二）设计研发中心建设项目

1、项目内容

本项目通过购置先进的研发检验设备、增加研发人员数量等手段，建成集模拟实验室、结构设计室、老化测试室、展示厅和资料中心等功能于一体的现代化设计研发中心。项目建成后，公司新技术研发、新产品开发和试验等能力将得到大幅度提升。

本项目将重点针对商业照明系统全方位检测体系的研究、商照系统配套灯具模块化设计技术、生产线自动化改造技术、LED 照明系统性能优化技术、智能化商业照明整体解决方案等前瞻性技术课题进行研发攻关。

2、研发课题介绍

研发课题	研发内容
商业照明系统全方位检测体系的研究	本课题将继续深化公司在商业照明系统领域的检测能力，建立集视觉效果、性能、老化、防护及故障等方面于一体的全方位检测体系。该课题的研究将有效提升公司照明系统的检测能力，有助于提升公司一体化服务效率，提高服务质量。
商照系统配套灯具模块化设计技术	本课题是在公司多年的商照系统配套灯具研发、设计的基础上，对灯具的内部机械要求、外部防护等级、电气安装布局模式及应用场合等情况进行归纳、总结，同时吸纳国外先进的设计特点，进而创新性地满足不同需求、不同配置的灯具结构进行模块化分类和个性化组合，形成可以满足各类客户要求的灯具设计技术。该课题的研发，可有效降低公司灯具研发及设计的定制化压力。
生产线自动化改造技术	本课题针对商照系统配套灯具生产线自动化改造中的共性问题，就 CNC 数控编程管理、材料管理、钣金成型工艺对接、波峰焊工艺、金属表面处理技术等整个流程进行优化和创新，通过提升现有工艺的自动化水平来优化资源配置、降低人员依赖、稳定产品质量、提高劳动效率，进而减少生产成本支出。
LED 照明系统性能优化技术	本课题针对目前 LED 照明系统尚未能完全满足商业照明系统技术要求的现状，在吸收国内外先进经验的基础上，通过光学系统、电气配件、散热措施和机械结构等方面的创新性设计，进一步提高 LED 照明系统的发光效率和使用寿命，使公司的商业照明整体解决方案在应用 LED 光源时更加得心应手，进而丰富公司商业照明整体解决方案的配套内容。
智能化商业照明整体解决方案	本课题针对传统商业照明系统智能化控制缺失的现状，在充分分析各类应用环境下光照点照度数据的基础上，基于对系统程序的编程来修订、增加照明模式，进而研发一种可通过模式选取，智能化地调控区域内照度，进而达到无阶跃的光亮度调节效果的智能化商业照明整体解决方案。

3、投资概算

项目投资预算总额为 4,636.80 万元，包含建设投资 1,580.00 万元，设备投

资 1,782.00 万元，预备费 168.10 万元，研发费用 1,106.70 万元。具体占比情况如下表所示：

单位：万元

项目	投资金额	占比
建设投资	1,580.00	34.08%
设备投资	1,782.00	38.43%
预备费	168.10	3.63%
研发费用	1,106.70	23.87%
总投资金额	4,636.80	100.00%

（1）建设投资

本项目建筑面积 5,500 平米，其中包括模拟实验室、结构设计室和老化测试室各 1,500 平米，展示厅和资料中心各 500 平米，建设投资共 1,580.00 万元。

（2）设备投资

本项目设备购置投资共计 1,782.00 万元，具体购置设备如下：

序号	设备名称	型号规格	数量	单位	单价 (万元)	总价 (万元)	产地
1	EMI 辐射测试系统	EMC 天线 (30M-3GHZ) 型号: 3142E26MHz-6GHz	1	台	250.00	250.00	国内
2		辐射电波暗室 7m*4m*3m	1	台			国内
3		频谱仪 U34719KHz-3GHz	1	台			国内
4		转动控制器	1	台			国内
5	湿热箱	DL	2	台	120.00	240.00	国内
6	亮度/色度逐点校正系统	RadiantIC-PMI16	2	套	80.00	160.00	国内
7	自动光学检测仪 (AOI) 设备	AMT-1010	3	台	50.00	150.00	国产
8	高低温试验检测	KQ-TH 系列	2	套	60.00	120.00	国内
9	半电波暗室	3 米法/10 米法电波暗室	1	台	100.00	100.00	国内
10	光度分布计	G0-R5000	1	套	100.00	100.00	国内
11	功率分析仪	WT1800	3	台	30.00	90.00	日本
12	LED 屏幕老化房	定制: 自动控制、冲击	1	套	80.00	80.00	国内
13	盐雾试验机	KD-300	2	套	40.00	80.00	国内

14	防水试验线	定制	1	套	60.00	60.00	国内
15	LED 综合测试系统	远方	1	套	50.00	50.00	国内
16	振动测试机	JQ	2	套	25.00	50.00	国内
17	EMI 接收机	ESPI9KHz-3GHz	1	台	40.00	40.00	国内
18	积分球系统 2M	φ 2.0m 积分球	1	套	40.00	40.00	国内
19	X 射线荧光光谱仪	华唯 Ux-220	1	台	30.00	30.00	国内
20	示波器	DS07034B	3	台	9.00	27.00	美国
21	耐压测试仪	TOS5052	5	台	4.00	20.00	日本
22	电性能综合测试系统	ZHZ36	2	套	9.00	18.00	国内
23	屏蔽室	XH-733 屏蔽室	1	套	15.00	15.00	国内
24	场景配光系统	Lustre2008 数字调色配光系统	1	套	12.00	12.00	国内
25	光谱分析系统	HSP5000	2	套	6.00	12.00	国内
26	信号发生仪	N5182A	1	台	10.00	10.00	国内
27	接地电阻测试仪	GPT-9804	5	台	2.00	10.00	台湾
28	配光曲线测试系统	HPG1900B	1	套	9.00	9.00	国内
29	泄露电流测试仪	3156	3	台	3.00	9.00	日本
合计			48			1,782.00	

（3）预备费

本项目预备费投资 168.10 万元，按照建设投资和设备投资总额的 5%测算。

（4）研发费用

研发费用投资为 1,106.70 万元，研发费用主要用于员工薪酬、专利申请、技术交流等方面的投入。研发费用的投资概算明细如下：

单位：万元

序号	项目	合计
1	人员招聘培训	676.70
2	申请专利费用	80.00
3	技术交流费用	130.00
4	试验材料费用	220.00
合计		1,106.70

4、项目相关土地取得情况

本项目与商业照明产业基地建设项目共用土地，详细信息请参见本节之

“三、（一）3、项目相关土地取得情况”。

5、募集资金投入和项目实施进度安排

本项目拟在启动后 18 个月内全部完成并投入使用，建设投资在建设期第一年投入，设备投资在建设期第二年投入，研发费用投资周期为两年。

单位：万元

项目	第一年	第二年	投资金额
建设投资	1,580.00	-	1,580.00
设备投资	-	1,782.00	1,782.00
预备费	79.00	89.10	168.10
研发费用	515.00	591.70	1,106.70
总投资金额	2,174.00	2,462.80	4,636.80

本项目建设期共 18 个月，计划分如下五个阶段实施，具体进度安排如下：

实施阶段	第一年												第二年					
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6
调研及工程设计	■	■																
施工准备		■	■															
工程施工				■	■	■	■	■	■	■	■	■						
设备采购及施工安装													■	■	■	■		
设备调试、试运行																	■	■

6、项目环保评价及环保措施

项目施工建设过程中产生的污染物主要包括施工扬尘、噪声、生活污水、建筑固体废物；项目运营过程中产生的主要污染物是生活污水。

公司将采用完善的废水、废气、噪声及固体废弃物处理措施，严格按照相关法规与政策的要求采取必要的环保措施。

本项目已取得漳州台商投资区环境保护和安全生产监督管理局出具的《关于〈太龙（福建）商业照明股份有限公司设计研发中心建设项目环境影响报告表〉的批复》（漳台环审[2015]B73号）。

7、募投项目预期投资效益分析

本项目不直接生产产品，其效益将从公司研发新产品和提供设计支持中间接体现。本项目的实施将显著提升公司自主研发能力和科技成果转化能力，切

实增强公司技术水平，提升配套产品质量，满足市场对商业照明整体解决方案的需求，有效提升公司在商业照明市场的核心竞争力，巩固和增强公司在行业中的地位。

四、固定资产变化与产能变动的匹配关系

商业照明产业基地建设项目相关指标与公司现有的单位固定资产收入、单位固定资产净利润等指标的对比情况如下表：

项目	募集资金投资项目达产后	2016年度或 2016年12月31日
年均收入（万元）	33,700.00	27,311.75
年均净利润（万元）	5,318.92	4,219.39
固定资产原值（万元）	19,046.84	11,199.24
单位固定资产收入 (年均收入/固定资产原值)	1.77	2.44
单位固定资产净利润 (年均净利润/固定资产)	0.28	0.38

商业照明产业基地建设项目投产之后，新增的固定资产原值为 19,046.84 万元，整体固定资产规模较 2016 年增加较大。与 2016 年相比，公司现有固定资产的投入产出比高于本次募集资金投资项目固定资产的投入产出比，主要原因包括：

1、现阶段固定资产原值相对较低

截至 2016 年 12 月 31 日的固定资产中，有部分固定资产为 2012 年之前取得，购置时间较早，账面原值相对较低。与之相对应的是，本次募集资金投资项目将通过新建厂房，并采购全新的全自动压铸机、光纤式激光切割机等大型设备来提升公司生产自动化水平，固定资产投资相对较高。

2、现阶段固定资产投资相对较少

公司在发展初期，受制于资金和厂区面积的限制，企业的固定资产投入规模相对较小。公司的厂区空间和生产线产能接近或超过满负荷状态，并从保证生产的角度出发购置了部分紧缺设备。随着公司市场销售规模的不断扩大，公司的固定资产的投入速度落后于客户对产品、产能的需求，如不能继续扩大产

能、提高配套能力，将不能满足快速增长的客户需求。

3、本次募集资金投资项目固定资产投资规模相对较大

商业照明产业基地建设项目的固定资产投资包括建设投资及设备采购支出，分别为 14,311.37 万元和 5,540.50 万元，相对较高。具体原因包括：

（1）公司从中长期发展角度出发，在新增用地上建设商业照明产业基地，厂区布局更加科学合理，更加符合公司提供商业照明整体解决方案的需要，建设面积相对较大；同时，随着 LED 技术在商业照明应用领域的推广，公司募投项目将重点增加 LED 照明器具的产能，而 LED 照明器具生产对于环境的防尘防电等级要求较高，建设单价相对较高。

（2）为了提高公司生产的效率，降低人工成本上升对于公司经营业绩的影响，公司在募投项目中增加了对于自动化设备的投资，设备价值相对较高；

（3）为了丰富公司的商业照明配套产品体系，公司增加了对未来具有广阔市场前景的 LED 显示屏生产设备和光电标识生产设备的投资，其中 LED 显示屏生产的车间规模和设备投资规模相对较高；

（4）为进一步提升公司整体解决方案的服务能力和公司管理的信息化水平，本次募投项目也将对 ERP 系统软件和服务器进行一定规模的投资。

总体来看，本次募集资金固定资产投入较高，是公司在充分考虑了行业发展前景、公司产品特点、生产经营需要而作出的决策，有利于提高公司的生产制造水平，增强公司的核心竞争力和持续盈利能力，促进公司的长期健康发展。

五、募集资金投资项目新增产能消化措施

本次募集资金投资项目达产后，公司商业照明系统配套照明器具的产能将新增 120 万套/年，LED 显示屏的产能将新增 5,000 平米/年，光电标识的产能将新增 6,000 套/年。为了保证募集资金投资项目新增产能能够顺利消化，公司拟采取如下营销策略进行业务开拓：

（一）服务核心客户，攫取更大市场份额

公司提供的商业照明整体解决方案致力于有效满足客户“引导消费行为”、“促进品牌建设”和“提供一体化服务”方面的定制化需求，已得到众多知名品牌企业的认可。公司着力构建稳定、双赢的客户关系，在核心客户体系的基础上不断拓展，攫取更大市场份额。

首先，公司现有客户质量较高，门店数量众多，其持续的新店开张和老店装修成为公司稳定而持续的收入来源；其次，公司通过为知名品牌客户提供优质的商业照明解决方案，积累了良好的行业口碑，为其他潜在客户带来示范效应，促进公司客户群体的不断拓展；另外，随着消费升级的加速和网络购物扩张到一定阶段，品牌商将从注重“渠道”转向更加注重“零售”，要求零售终端不断强化提高消费体验和促进品牌建设的功能，奠定了商业照明整体解决方案稳定增长的基础。

（二）开拓多样销售渠道，积极发展客户

首先，商业照明领域有北京照明展、上海照明展、广州照明展、香港照明展、德国照明展等众多高水平展览会，吸引业内知名品牌公司和潜在客户参与；品牌服饰企业则一般通过订货会的方式吸引其代理商、经销商集中订货，是服装企业主要的运营方式。公司将通过积极参加行业展会、客户订货会等方式，增加与潜在客户的沟通接触，通过参与目标客户的供应商招投标程序，赢得客户更多订单。

其次，商业照明整体解决方案的前期设计和后续服务的价值越来越得到客户的认同，公司在厂区总部和客户集中区域试点开设照明体验店，以先进的产品、技术和服务方案吸引客户上门体验，在有效展示公司商业照明整体解决方案的同时，通过与客户的沟通深入了解市场需求和行业趋势，促进公司业务的持续开拓。

另外，在国内，公司将不断加强与行业内优质店铺设计公司 and 工程公司之间的沟通合作，通过更早更深的参与终端门店的设计和装修工作，在更好满足客户门店建设需求的同时，更多体现公司在商业照明专业设计和配套综合服务方面的能力和价值，促进公司不断开拓新客户和实现高效益；同时，公司正积极开拓海外业务，通过与海外设计公司或工程公司合作，或者与照明行业国际

知名品牌合作，发挥公司在产品开发制造方面的优势，走出国门，开拓新的市场。

（三）发挥公司竞争优势，培育多领域客户

公司的商业模式具有“总部提供专业化设计、照明器具定制化开发、品牌终端门对门服务”的特点，可满足客户统一提升零售终端形象的需求，连锁模式销售的品牌企业均是公司的潜在客户。

公司目前主要深耕商业照明市场中的品牌服饰领域，积累了较强的竞争优势，奠定了细分市场的竞争地位，同时，公司积极拓展家居家纺、商超、餐饮等客户领域，将商业照明整体解决方案的概念在更多的业务领域进行推广。未来，随着其他领域细分市场需求的不断释放，公司商业照明整体解决方案的应用范围将更加宽广，从而带动项目设计产能的有效消化和利用。

（四）丰富配套产品体系，多元化产品服务客户

随着商业照明市场的不断成熟和技术进步，产品和服务也随着客户需求而不断变化，定制化程度更高、用户体验更好的照明方案越来越受到客户和消费者的认可，同时，LED 显示屏和光电标识产品具有营造店铺氛围、烘托和展示品牌形象的独特价值，也受到越来越多的欢迎。

公司本次募集资金项目中增加了 LED 显示屏和光电标识的产能。依托公司与客户之间积累的长期稳定合作关系，LED 显示屏和光电标识产品能够作为商业照明解决方案的组成部分应用到品牌客户终端门店，并增强公司与品牌客户之间的黏性，从而不断推动公司业务的发展。

（五）提升设计开发能力，促进设计、开发和销售的良性互动

在商业照明解决方案中，设计、开发水准越来越受到客户的重视，同时也成为客户评价供应商的重要标准。本次募集资金投资项目实施以后，在现有研发队伍和设施的基础上，新增了设计研发中心并购置了先进的生产和检测设备，公司的整体技术水平将得到显著的提升。公司的设计开发流程贴近客户需求，紧扣商业照明发展的脉搏，将提升公司的设计开发能力和科研成果转化能

力，提升产品和服务的附加价值。设计开发能力的提升带动公司销售的增长，反过来，销售收入的增长将为开发设计提供更好的物质基础，从而形成可持续的良性互动，促进公司整体销售规模的增长。

六、募集资金运用对公司财务状况和经营成果的影响

（一）对公司财务状况和经营成果的影响

1、对公司财务状况的影响

公司目前处于快速成长阶段，市场开拓、客户培育、提升市场响应能力和设计开发能力，以及扩大生产规模均需要良好的财务基础。本次募集资金完成之后，公司的总资产和净资产规模将显著增加，降低了企业的总体资产负债率，提升了公司的资本实力和抗风险能力，使得公司能够可持续的获得财务资源以支持公司未来业务的不断发展。

2、对每股净资产的影响

募集资金到位之后，公司的总资产规模提升，每股净资产也将出现显著提高，整体的公司资产规模将得到进一步优化，从而为公司不断给股东创造价值奠定良好的基础。

3、对净资产收益率和盈利能力的影响

募集资金到位后，由于公司净资产规模上升，公司的净资产收益率将出现一定程度的下降；待募投项目建设期完成并逐渐达产后，项目投资效益将逐渐实现，从而提高公司整体的净资产收益率和盈利水平。

（二）新增固定资产折旧对经营业绩的影响

公司本次募集资金投向的两个项目，新增固定资产及相关折旧情况如下：

单位：万元

项目	固定资产类别	投资金额	折旧年限	残值率	折旧金额
商业照明产业基地 建设项目	建设投资	14,311.37	20	5%	679.79
	设备投资	4,735.47	10	5%	449.87
设计研发中心	建设投资	1,580.00	20	5%	75.05

	设备投资	1,782.00	10	5%	169.29
合计		22,408.84			1,374.00

注：设备投资金额为采购成本剔除相关增值税后的金额

本次募集资金项目涉及固定资产投资共计 22,408.84 万元,项目建成之后,公司的固定资产将有大幅度的增长。按照公司对固定资产计提折旧的政策,募集资金项目建成投产后,每年新增固定资产折旧金额为 1,374.00 万元。

根据募集资金投资项目预测经济效益数据,商业照明产业基地建设项目达产后,可实现年均营业收入 33,700.00 万元,年均税前利润 6,257.56 万元。在项目产能完全消化的情况下,项目新增利润可以完全覆盖新增固定资产折旧金额,本次募集资金投资项目新增固定资产折旧对公司未来经营成果的影响相对有限。

第十一节 其他重要事项

一、重要合同

截至本招股说明书签署日，本公司正在履行的合同的金额或交易金额、所产生的营业收入或毛利额相应占公司最近一个会计年度经审计的营业收入或营业利润的 10%以上的合同以及其他对公司生产经营活动、未来发展或财务状况具有重要影响的合同如下：

（一）销售合同

序号	客户名称	客户类别	协议期间	合同主要条款
1	阿迪达斯	运动服饰	已中标，合同续约中	公司按约定标准和价格向客户提供照明器具产品，产品数量及交货期限以客户发出的具体订单为准；产品到达客户的店铺并验收合格后进行结算。（续约合同拟定中，阿迪达斯目前以订单形式持续采购照明产品）。
2	绫致时装	时尚服饰	2016年10月27日至 2017年10月26日	公司按约定标准和价格向客户提供照明器具产品，产品数量及交货期限以客户发出的具体订单为准；产品到达客户的店铺并验收合格后进行结算。
3	利郎	商务服饰	2016年10月1日至 2019年9月30日	公司为其利郎第六代、轻商务专卖店供应照明产品，产品价格以双方的明细报价单约定价格为准；产品的运输由公司负责，安装由利郎自行负责，双方按月对账，并结算款项。
4	特步	运动服饰	2016年11月30日起 长期有效	公司为其专卖店、产品展示会和订货会等提供光影/标识产品技术咨询、照明方案设计和策划服务，进行产品及相关配件的生产、配送、安装指导，并持续提供全面服务。公司根据合同约定收取货款和服务费用
5	安踏	运动服饰	2017年1月1日至 2017年12月31日	公司为安踏的零售店铺供应符合协议约定的照明产品，双方在《灯具订单》中约定产品的名称、数量及交货时间；双方按月核对《月度对账单》并据此结算款项。

6	匹克	运动服饰	2016年5月30日起 长期有效	公司为其专卖店、产品展示会、订货会提供光影/标识产品技术咨询、照明方案设计和策划服务，进行产品及相关配件的生产、配送、安装指导，并持续提供售后服务。匹克应于收到货物后及时检验，发货对账单经双方对账并确认后结算款项。
7	杰尼亚	商务服饰	2015年10月1日起 长期有效	公司为其专卖店、产品展示会和订货会等提供光影/标识产品技术咨询、照明方案设计和策划服务，进行产品及相关配件的生产、配送、安装指导，并持续提供售后服务。中国境内配送由公司承担运费，中国境外区域运费由杰尼亚承担。发货对账单经杰尼亚确认后支付款项。
8	IBL	照明企业	2016年8月19日 至 2017年8月19日	公司为 IBL 提供技术咨询和产品设计开发及生产服务，双方按照合同约定的报价及结算方式结算款项。
9	LDG	专业照明 咨询和设 计企业	2015年10月28日 至 2018年10月28日	LDG 为位于德国的照明方案提供商，公司以协议约定价格向 LDG 销售 LED 照明产品。
10	七匹狼	商务服饰	2016年8月1日 至 2017年7月31日	公司按照协议约定价格向七匹狼销售照明产品，具体交货时间、地点和数量以具体订单为准；双方按月进行对账，在协议约定的期限内进行货款结算。

（二）采购合同

序号	供应商名称	合同或协议期限	合同或协议主要条款
1	飞利浦（中国）投资有限公司 （简称“飞利浦”）	2016年2月1日 至 2017年3月31日	飞利浦向公司供应光源及其配套电器等，供货价格为飞利浦的工厂交货价。结算方式为：第一次交易在款项到账后飞利浦发货，合同前6个月使用现金方式付款，无信用额度，从第7个月开始，公司可根据信用政策申请信用额度和信用周期。
2	通用电气企业发展 （上海）有限公司， 通用电气照明有限 公司 （合称“通用电气”）	2015年1月1日 至 2017年12月31日	通用电气向公司供应光源及其配套电器等。产品价格由通用电气的产品价目表确定，产品交付以“工厂交货”条件确定，结算条款为货物发运前付清全部货款。
3	欧司朗（中国）照明 有限公司 （简称“欧司朗”）	自2015年3月21日 签订之日起持续有 效	公司向欧司朗购买光源及其配套电器等，具体产品品种以双方确认的书面订单为准。产品交付以公司收货确认为准。一般结算方式为公司在双方同意的交付日期前向欧司朗全额支付货款，基于业务需要，公司享有50万元人民币的信用贷款额度，相

			应货款自产品发出当月最后一日起 15 天内支付。
4	锐高照明电子（上海）有限公司 （简称“锐高”）	2016年3月9日 至 2018年3月8日	锐高向公司供应照明光源电器、电子元器件及灯具相关配件，并按协议约定的条件优先保证提供货物给公司。
5	汕头市胜达电器有限公司 （简称“胜达电器”）	2016年1月13日 至 2018年1月12日	公司从胜达电器采购照明光源电器、电子元器件以及灯具相关配件，同等条件下公司采购货物价格不高于其供给第三方同样货物的价格。
6	漳州新格有色金属有限公司	2015年5月27日 至 2017年5月27日	公司从漳州新格有色金属有限公司采购各类金属原材料，同等条件下公司采购货物价格不高于其供给第三方同样货物的价格。
7	厦门盛达鑫工贸有限公司	2016年1月4日 至 2018年1月4日	公司从厦门盛达鑫工贸有限公司采购各类金属原材料及加工制品，同等条件下公司采购货物价格不高于其供给第三方同样货物的价格。

（三）银行融资合同

1、担保合同

序号	合同编号	签订日期	担保权人	担保方	抵押物	担保形式	担保限额	担保额度有效期
1	2016 年建漳美高抵字 2 号	2016 年 4 月 7 日	建设银行漳州角美支行	公司	房地产 (厦国土房证第 01033698 号)	最高额抵押合同	2,432.21 万元	2016 年 4 月 7 日至 2018 年 4 月 7 日
2	兴银漳企(台)2016 第 0159 号	2016 年 6 月 1 日	兴业银行漳州分行	公司	房地产 (漳房权证台字第 20130816、20130671、20130670、20131046 号；漳台国用(2013)第 1523 号)	最高额抵押合同	5,000 万元	2016 年 6 月 1 日至 2021 年 6 月 1 日

2、流动资金借款合同

序号	合同编号	签订日期	贷款银行	贷款金额	贷款期限	利率	对应担保合同
1	兴银漳企（台） 2016第0120号	2016年3月 29日	兴业银行漳州分 行	500万元	2016年3月29日至 2017年3月29日	全国银行间同业拆借中心基于报价行 自主报出的最优贷款利率计算并发布的 当日贷款基准利率一年期档+0.70%	兴银漳企 （台）2016第 0159号
2	兴银漳企（台） 2016第0135号	2016年4月 18日	兴业银行漳州分 行	500万元	2016年4月18日至 2017年4月18日	全国银行间同业拆借中心基于报价行 自主报出的最优贷款利率计算并发布的 当日贷款基准利率一年期档+0.70%	兴银漳企 （台）2016第 0159号
3	2016年建漳美流 贷字10号	2016年4月 21日	建设银行漳州角 美支行	500万元	2016年4月21日至 2017年4月21日	起息日前一个工作日全国银行间同业 拆借中心公布的一年期人民币贷款基 础利率+48.5基点	2016年建漳美 高抵字2号
4	兴银漳企（台） 2016第0153号	2016年5月 4日	兴业银行漳州分 行	500万元	2016年5月4日至2017 年5月4日	全国银行间同业拆借中心基于报价行 自主报出的最优贷款利率计算并发布的 当日贷款基准利率一年期档+0.70%	兴银漳企 （台）2016第 0159号
5	2016年建漳美流 贷字18号	2016年6月 16日	建设银行漳州角 美支行	600万元	2016年6月16日至 2017年6月16日	起息日前一个工作日全国银行间同业 拆借中心公布的一年期人民币贷款基 础利率+48.5基点	2016年建漳美 高抵字2号

二、发行人对外担保情况

截至本招股说明书签署日，本公司不存在对外担保事项。

三、诉讼及仲裁事项

（一）公司诉讼及仲裁事项

1、与中字建材集团有限公司的诉讼情况

公司因与中字建材集团有限公司买卖合同纠纷，于2015年5月22日向福建省南安市人民法院提起诉讼，请求法院判令中字建材集团有限公司支付货款及利息并承担该案诉讼费用。2015年6月24日，福建省南安市人民法院作出（2015）南民初字第4177号《民事判决书》，判令中字建材集团有限公司自一审判决生效后10日内支付尚欠公司的货款人民币764,460元及利息，并承担案件受理费。中字建材集团有限公司不服该一审判决，于2015年7月10日向福建省泉州市中级人民法院提起上诉。2015年9月8日福建省泉州市中级人民法院作出（2015）民中字第3487号《民事裁定书》，裁定各方按福建省南安市人民法院的民事判决书（2015）南民初字第4177号）执行。公司已向福建省南安市人民法院申请强制执行上述判决，福建省南安市人民法院于2016年1月29日出具了（2016）闽0583执638号《受理执行案件通知书》予以立案执行。2016年5月27日，福建省泉州市中级人民法院作出（2016）闽05民破4号《民事裁定书》，裁定受理厦门弘信博格融资租赁有限公司对中字建材集团有限公司的破产重整申请一案，中字建材集团有限公司进入破产清算程序；同日，福建省泉州市中级人民法院作出（2016）闽05民破4号《决定书》，指定中字建材集团有限公司清算组担任中字建材集团有限公司管理人。2016年7月12日，福建省泉州市中级人民法院作出（2016）闽05民破4号公告，要求中字建材集团有限公司的债权人于2016年9月12日前向中字建材集团有限公司管理人申报债权。2016年9月1日，公司已向中字建材集团有限公司管理人申报债权。2016年9月23日，中字建材集团有限公司管理人制定《中字系企业重组案债权人会议手册（第

一次)》，确认公司对中字建材集团有限公司的债权金额为 835,652,96 元。

2、与广州市格森电器制造有限公司的诉讼情况

(1) 诉讼事项的起因与进展

2016 年 3 月 28 日，广州格森电器就其与公司侵害外观设计专利权纠纷向广州知识产权法院提起诉讼，请求判令公司立即停止制造、销售侵犯其第 201430021133.8 号、201330468766.9 号和 201230642645.7 号专利的行为，销毁侵权产品、半成品及用于生产侵权产品的模具；请求判令公司赔偿其经济损失合计 90 万元；请求判令公司赔偿其为制止侵权行为所支付的合理开支合计 6 万元；请求判定公司承担本案诉讼费用。

2016 年 8 月 31 日，广州知识产权法院作出(2016)粤 73 民初 416 号、(2016)粤 73 民初 417 号和 (2016)粤 73 民初 418 号《民事判决书》，判决被告太龙照明于该判决发生法律效力之日起立即停止制造、销售侵犯原告广州格森电器专利号为 ZL201430021133.8、ZL201330468766.9、ZL201230642645.7，名称为导轨射灯 (TAE-TR(T07))、导轨射灯 (TAA-TR(T09))、导轨射灯 (TAK-TR) 外观设计专利权的产品，并销毁库存侵权产品；判决太龙照明于该判决发生法律效力之日起十日内赔偿广州格森电器经济损失及合理费用合计 15 万元；驳回广州格森电器的其他诉讼请求；案件受理费合计 1.83 万元，广州格森电器负担 1.51 万元，太龙照明负担 0.32 万元。如不服判决，可在判决书送达之日起 15 日内，上诉于广东省高级人民法院。

2016 年 10 月 20 日，广州知识产权法院出具 (2016)粤 73 民初 416-418 号《裁判文书生效证明》，上述判决已于 2016 年 10 月 14 日发生法律效力。

发行人已于 2016 年 10 月 24 日向广州格森电器支付赔偿款合计 15 万元，并于 2016 年 12 月 31 日支付案件受理费 0.32 万元。

(2) 所涉及的发行人产品

上述诉讼事项所涉及的发行人产品情况如下：

序号	涉案外观设计专利号	涉及侵犯产品	对应发行人产品型号
1	ZL201430021133.8	导轨射灯 (TAE-TR(T07))	TN-1423
2	ZL201330468766.9	导轨射灯 (TAA-TR(T09))	TN-1497
3	ZL201230642645.7	导轨射灯 (TAK-TR)	TN-1411

（3）报告期内相关产品的销售情况

发行人涉诉产品自 2015 年起开始销售，其 2015 年度、2016 年度销售收入分别为 19.62 万元和 28.84 万元，分别占 2015 年度、2016 年度营业收入的 0.08%、0.11%，比重较低。

（4）败诉对发行人财务数据的影响

广州知识产权法院于 2016 年 8 月 31 日作出（2016）粤 73 民初 416 号、417 号和 418 号《民事判决书》，上述判决已于 2016 年 10 月 14 日发生法律效力。截至案件判决生效日，发行人涉诉产品的库存金额为 2.97 万元，涉及专用模具金额为 10.97 万元。

故败诉对发行人财务数据的影响如下：

序号	判决书概要	影响分析		
		影响项目	当期影响金额	期后影响
1	赔偿经济损失及合理费用合计 15 万元，承担案件受理费 0.32 万元	赔偿和案件受理费支出	15.32 万元	-
2	停止制造侵权产品，并销毁库存侵权产品	成品和半成品销毁	2.97 万元	-
		模具销毁	10.97 万元	-
		小计	13.94 万元	
3	停止销售侵权产品	涉诉产品销售占比较低，停止销售对发行人的销售业绩不具有重要影响		

因此，该事项对发行人财务数据不构成重大影响。

（5）该诉讼事项对发行人本次发行上市不构成实质性障碍

发行人已支付赔偿款和案件受理费，涉诉产品相关的成品、半成品和模具已销毁，合计减少 2016 年度利润总额 29.26 万元。另外，涉诉产品销售占比较低，停止销售该产品对发行人未来的销售业绩不具有重要影响。

经核查，保荐机构认为：诉讼事项涉及的发行人产品销售在报告期内占同期销售金额比例较小，对发行人财务数据的影响较小。上述纠纷不会对发行人财务状况、经营成果和持续盈利能力产生重大不利影响，对发行人本次发行上市不构成实质性障碍。

经核查，申报会计师认为：诉讼事项涉及的发行人产品销售在报告期内占同期销售金额比例较小，对发行人财务数据的影响较小。

经核查，发行人律师认为：上述纠纷不会对发行人财务状况、经营成果和

持续盈利能力产生重大不利影响，对发行人本次发行上市不构成实质性障碍。

（二）关联方诉讼及仲裁事项

截至本招股说明书签署日，不存在公司控股股东、实际控制人、控股子公司，公司董事、监事、高级管理人员和其他核心人员作为一方当事人的重大诉讼或仲裁事项。

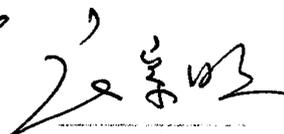
公司控股股东、实际控制人最近三年内不存在重大违法行为。

第十二节 有关声明

一、发行人全体董事、监事、高级管理人员声明

本公司全体董事、监事、高级管理人员承诺本招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性、及时性承担个别和连带的法律责任。

董事签名：
 庄山
 苏芳
 黄国荣

 向潜
 孙洁晓
 庄宗明

 陈朝
 许中兴

监事签名：
 庄汉鹏
 兰小华
 许晓峰

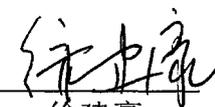
其他高级管理人员签名：
 黄国卿

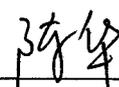


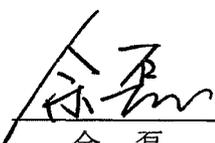
二、保荐人（主承销商）声明

本公司已对招股说明书进行了核查，确认不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性、及时性承担相应的法律责任。

项目协办人： 
许 刚

保荐代表人： 
徐建豪


陈 华

法定代表人： 
余 磊


天风证券股份有限公司
2017年3月16日

三、发行人律师声明

本所及经办律师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本所出具的法律意见书和律师工作报告无矛盾之处。本所及经办律师对发行人在招股说明书中引用的法律意见书和律师工作报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性、及时性承担相应的法律责任。

经办律师： 黄晓莉
黄晓莉

张焕彦
张焕彦

律师事务所负责人： 肖微
肖微

北京市君合律师事务所

2017 年 3 月 16 日

四、 审计机构声明

本所及签字注册会计师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本所出具的审计报告、内部控制鉴证报告及经本所鉴证的非经常性损益明细表无矛盾之处。本所及签字注册会计师对发行人在招股说明书中引用的审计报告、内部控制鉴证报告及经本所鉴证的非经常性损益明细表的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性、及时性承担相应的法律责任。

签字注册会计师： 朱艳 
朱艳

宛云龙 
宛云龙

史少翔 
史少翔

会计师事务所负责人： 肖厚发 
肖厚发

华普天健会计师事务所（普通合伙）

2017年 月 16 日

五、评估机构声明

本机构及签字注册资产评估师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本机构出具的资产评估报告无矛盾之处。本机构及签字注册资产评估师对发行人在招股说明书中引用的资产评估报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性、及时性承担相应的法律责任。

签字注册资产评估师：  
杨建平

 
张萍

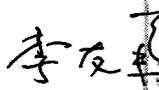
法定代表人： 
梅惠民



2017 年 3 月 18 日

六、验资机构声明

本所及签字注册会计师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本所出具的验资报告无矛盾之处。本所及签字注册会计师对发行人在招股说明书中引用的验资报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性、及时性承担相应的法律责任。

签字注册会计师：   李友菊
李友菊

  朱艳
朱艳

会计师事务所负责人：   肖厚发
肖厚发

华普天健会计师事务所(特殊普通合伙)

 31010201079912 月 16 日

验资机构关于名称变更情况的说明

根据《关于印发〈财政部、工商总局关于推动大中型会计师事务所采用特殊普通合伙组织形式的暂行规定〉的通知》（财会[2010]12号）的规定，经北京市财政局批复，华普天健会计师事务所（北京）有限公司于2013年12月10日完成特殊普通合伙会计师事务所转制工作，并更名为华普天健会计师事务所（特殊普通合伙）。

特此说明。

华普天健会计师事务所（特殊普通合伙）



2013年12月16日

第十三节 附件

一、备查文件

投资者可以在巨潮资讯网 (<http://www.cninfo.com.cn>) 查阅与本次发行有关的所有正式法律文件，具体包括：

- （一）发行保荐书（附：发行人成长性专项意见）及发行保荐工作报告；
- （二）发行人关于公司设立以来股本演变情况的说明及其董事、监事、高级管理人员的确认意见；
- （三）发行人控股股东、实际控制人对招股说明书的确认意见；
- （四）财务报表及审计报告；
- （五）发行人审计报告基准日至招股说明书签署日之间的相关财务报表及审阅报告（如有）；
- （六）内部控制鉴证报告；
- （七）经注册会计师鉴证的非经常性损益明细表；
- （八）法律意见书及律师工作报告；
- （九）公司章程（草案）；
- （十）中国证监会核准本次发行的文件；
- （十一）其他与本次发行有关的重要文件。

二、现场查阅时间和地址

前述与本次公开发行有关的正式法律文件，除在指定网站披露外，存放在发行人和保荐人（主承销商）的办公地点，以备投资者查阅。

（一）查阅时间

工作日上午 9：00~12:00；下午 13:00~17:00

（二）查阅地址

- 1、发行人：太龙（福建）商业照明股份有限公司
联系地址：福建省漳州台商投资区角美镇文圃工业园

电话：0596-6783990

联系人：苏芳 庄汉鹏

2、保荐机构（主承销商）：天风证券股份有限公司

联系地址：上海市浦东新区兰花路 333 号 333 世纪大厦 10 楼

电话：021-80167049

联系人：徐建豪 孔海宾 潘威敏 艾才春 尹晟