

南京我乐家居股份有限公司

Nanjing OLO Home Furnishing Co.,Ltd.

(南京市江宁经济技术开发区清水亭西路 218 号)



首次公开发行股票并上市招股说明书



保荐人（主承销商）



(深圳市福田区益田路江苏大厦 A 座 38~45 楼)

本次发行概况

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全文作为作出投资决定的依据。

发行股票类型	人民币普通股（A股）
发行股数	4,000万股，均为新股发行，占发行后总股本的比例为25%
每股面值	人民币1.00元
每股发行价格	9.87元
预计发行日期	2017年5月18日
拟上市的证券交易所	上海证券交易所
发行后总股本	16,000万股（A股）
本次发行前股东所持股份的流通限制、股东对所持股份自愿锁定的承诺	<p>1、公司控股股东 NINA YANTI MIAO（缪妍缇），实际控制人 NINA YANTI MIAO（缪妍缇）、汪春俊夫妇承诺：（1）自公司首次公开发行的股票在证券交易所上市交易之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理其本次发行前直接和间接持有的公司股份，也不由公司回购其所持有的该股份；（2）上述承诺期限届满后，在公司任职期间，每年转让的股份不超过其持有公司股份总数的百分之二十五；离职后半年内，不转让其持有的公司股份；（3）本人所持股票在锁定期满后两年内减持的，其减持价格不低于发行价；公司上市后六个月内如公司股票连续二十个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后六个月期末收盘价低于发行价，持有公司股票的锁定期自动延长六个月。上述减持价格和股份锁定承诺不因本人不再作为公司控股股东或者职务变更、离职而终止；（4）自公司股票上市至其减持期间，公司如有派息、送股、资本公积金转增股本、配股等除权除息事项，减持底价下限和股份数将相应进行调整。</p> <p>2、公司股东瑞起投资、开盛投资承诺：（1）自公司首次公开发行的股票在证券交易所上市交易之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理本公司/本合伙企业本次发行前直接和间接持有的公司股份，也不由公司回购本公司/本合伙企业所持有的该股份；（2）本公司/本合伙企业所持股票在锁定期满后两年内减持的，其减持价格不低于发行价；公司上市后六个月内如公司股票连续二十个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后六个月期末收盘价低于发行价，持有公司股票的锁定期自动延长六个月。（3）自公司股票上市至其减持期间，公司如有派息、送股、资本公积金转增股本、配股等除权除息事项，减持底价下限和股份数将相应进行调整。</p> <p>3、公司股东祥禾涌安承诺：自我乐家居首次公开发行的股票在证券交易所上市交易之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理其本次发行前直接和间接持有的我乐家居股份，也不由我乐家</p>

	<p>居回购其所持有的该股份。</p> <p>4、作为公司董事、监事和高级管理的直接或间接持股人 NINA YANTI MIAO（缪妍缇）、汪春俊、张宪华、徐涛、黄宁泉、谢玉伟、方乐和王广云同时承诺：（1）自发行人 A 股股票上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理本人本次发行前已直接或间接持有的发行人股份，也不由发行人回购该部分股份；在上述期限届满之后，在公司任职期间，每年转让的股份不超过本人直接及间接持有公司股份总数的百分之二十五；离职后半年内，不转让本人直接及间接持有的公司股份；（2）本人所持股票在公司上市后两年内减持的，其减持价格不低于发行价；公司上市后六个月内如公司股票连续二十个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后六个月期末收盘价低于发行价，持有公司股票的锁定期限自动延长六个月。上述减持价格和股份锁定承诺不因本人职务变更、离职而终止；（3）自公司股票上市至其减持期间，公司如有派息、送股、资本公积金转增股本、配股等除权除息事项，减持底价下限和股份数将相应进行调整。</p>
保荐机构（主承销商）	招商证券股份有限公司
招股说明书签署日期	2017 年 5 月 16 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及其摘要不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。

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

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

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

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

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

重大事项提示

本公司提醒投资者需特别关注以下重大事项及公司风险,并提醒投资者认真阅读本招股说明书“第四节 风险因素”的全部内容。

一、股份限制流通及自愿锁定的承诺

1、公司控股股东 NINA YANTI MIAO (缪妍缇), 实际控制人 NINA YANTI MIAO (缪妍缇) 及汪春俊夫妇承诺:(1) 自公司首次公开发行的股票在证券交易所上市交易之日起三十六个月内, 不转让或者委托他人管理其本次发行前直接和间接持有的公司股份, 也不由公司回购其所持有的该股份;(2) 上述承诺期限届满后, 在公司任职期间, 每年转让的股份不超过其持有公司股份总数的百分之二十五; 离职后半年内, 不转让其持有的公司股份;(3) 本人所持股票在锁定期满后两年内减持的, 其减持价格不低于发行价; 公司上市后六个月内如公司股票连续二十个交易日的收盘价均低于发行价, 或者上市后六个月期末收盘价低于发行价, 持有公司股票的锁定期限自动延长六个月。上述减持价格和股份锁定承诺不因本人不再作为公司控股股东或者职务变更、离职而终止;(4) 自公司股票上市至其减持期间, 公司如有派息、送股、资本公积金转增股本、配股等除权除息事项, 减持底价下限和股份数将相应进行调整。

2、公司股东瑞起投资、开盛投资承诺:(1) 自公司首次公开发行的股票在证券交易所上市交易之日起三十六个月内, 不转让或者委托他人管理本公司/本合伙企业本次发行前直接和间接持有的公司股份, 也不由公司回购本公司/本合伙企业所持有的该股份;(2) 本公司/本合伙企业所持股票在锁定期满后两年内减持的, 其减持价格不低于发行价; 公司上市后六个月内如公司股票连续二十个交易日的收盘价均低于发行价, 或者上市后六个月期末收盘价低于发行价, 持有公司股票的锁定期限自动延长六个月。(3) 自公司股票上市至其减持期间, 公司如有派息、送股、资本公积金转增股本、配股等除权除息事项, 减持底价下限和股份数将相应进行调整。

3、公司股东祥禾涌安承诺: 自我乐家居首次公开发行的股票在证券交易所上市交易之日起十二个月内, 不转让或者委托他人管理其本次发行前直接和间接

持有的我乐家居股份，也不由我乐家居回购其所持有的该股份。

4、作为公司董事、监事和高级管理人员的直接或间接持股人 NINA YANTI MIAO（缪妍缇）、汪春俊、张宪华、徐涛、黄宁泉、谢玉伟、方乐和王广云同时承诺：（1）自发行人 A 股股票上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理本人本次发行前已直接或间接持有的发行人股份，也不由发行人回购该部分股份；在上述期限届满之后，在公司任职期间，每年转让的股份不超过本人直接及间接持有公司股份总数的百分之二十五；离职后半年内，不转让本人直接及间接持有的公司股份；（2）本人所持股票在公司上市后两年内减持的，其减持价格不低于发行价；公司上市后六个月内如公司股票连续二十个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后六个月期末收盘价低于发行价，持有公司股票的锁定期限自动延长六个月。上述减持价格和股份锁定承诺不因本人职务变更、离职而终止；（3）自公司股票上市至其减持期间，公司如有派息、送股、资本公积金转增股本、配股等除权除息事项，减持底价下限和股份数将相应进行调整。

二、5%以上股东持股意向及减持意向的承诺

公司直接或间接持股 5% 以上股东有两名，为控股股东 NINA YANTI MIAO（缪妍缇）和实际控制人之一汪春俊先生，NINA YANTI MIAO（缪妍缇）与汪春俊先生就持股意向及减持意向同时出具承诺，具体如下：

本人对于本次公开发行前所持有的公司股份，将严格遵守已做出的关于股份限售安排的承诺，在限售期内，不出售本次公开发行前持有的公司股份；限售期满后两年内，本人将根据自身需要，选择集中竞价、大宗交易及协议转让等法律、法规规定的方式减持，减持价格不低于本次公开发行时的发行价（如有除权、除息，将相应调整发行价）。本人保证减持发行人股份的行为将严格遵守中国证监会、证券交易所相关法律、法规的规定，并提前三个交易日公告。

三、上市后三年内稳定公司股价的相关措施

为维护公众投资者的利益，增强投资者信心，维护公司股价健康稳定，公司制定了《关于稳定公司股价的预案》，主要内容如下：

（一）启动股价稳定措施的条件及程序

1、启动稳定股价措施的具体条件

公司股票自挂牌上市之日起三年内，一旦出现连续二十个交易日公司股票收盘价均低于公司最近一期经审计每股净资产情形时（以下简称“稳定股价措施的启动条件”，若因除权除息事项致使上述股票收盘价与公司最近一期经审计每股净资产不具可比性的，上述每股净资产做相应调整），非因不可抗力因素所致，公司应当启动稳定股价措施。

公司或有关方采取稳定股价措施后，公司股票若连续 20 个交易日收盘价均高于公司最近一期经审计每股净资产，则可中止稳定股价措施。中止实施股价稳定方案后，自上述股价稳定方案通过并公告之日起 12 个月内，如再次出现公司股票收盘价格连续 20 个交易日低于公司最近一期经审计每股净资产的情况，则应继续实施上述股价稳定方案。稳定股价方案所涉及的各项措施实施完毕或稳定股价方案实施期限届满且处于中止状态的，则视为本轮稳定股价方案终止。

本轮稳定股价方案终止后，若公司股票自挂牌上市之日起三十六个月内再次触发稳定股价预案启动情形的，将按前款规定启动下一轮稳定股价预案。

2、稳定股价措施的具体程序

在公司出现应启动稳定股价预案情形时，公司稳定股价方案的具体决议程序如下：

公司董事会应当在上述启动稳定股价措施条件成就之日起 5 个工作日内召开董事会会议，审议通过相关稳定股价的具体预案后，公告预案内容。

（1）如预案内容不涉及公司回购股票，则有关方应在董事会决议公告后 12 个月内实施完毕。

（2）如预案内容涉及公司回购股票，则公司董事会应将稳定股价预案提交股东大会审议，在董事会决议公告同时发出召集股东大会的通知。具体回购程序如下：

①公司股票回购预案须经公司股东大会审议通过，履行相关法律法规、中国

证监会相关规定及其他对公司有约束力的规范性文件所规定的相关程序并取得所需的相关批准，其中股东大会决议须经出席会议的股东所持表决权的三分之二以上通过。公司股票回购预案经公司股东大会审议通过后，由公司授权董事会实施股票回购的相关决议并提前公告具体实施方案。公司实施股票回购方案时，应依法通知债权人，向证券监督管理部门、证券交易所等主管部门报送相关材料，办理审批或备案手续。

②公司将通过证券交易所依法回购股票。股票回购方案实施完毕后，公司应在 2 个工作日内公告公司股份变动报告，并在 10 日内依法注销所回购的股票，办理工商变更登记手续。

（二）稳定公司股价的措施

当上述启动股价稳定措施的条件成就时，公司及有关方将根据公司董事会或股东大会审议通过的稳定股价方案及时采取以下部分或全部措施稳定公司股价：

（1）公司回购股票；（2）公司控股股东增持公司股票；（3）公司董事（独立董事除外）、高级管理人员增持公司股票；（4）其他证券监管部门认可的方式。以上稳定股价措施的具体内容如下：

1、公司回购股票

稳定股价措施的启动条件成就之日起五个工作日内，召开董事会讨论稳定股价的具体方案，如董事会审议确定的稳定股价的具体方案拟要求公司回购股票的，董事会应当将公司回购股票的议案提交股东大会审议通过后实施。

公司股东大会审议通过包括股票回购方案在内的稳定股价具体方案并公告后十二个月内，公司将通过证券交易所依法回购股票，公司回购股票的价格不高于公司最近一期经审计的每股净资产（最近一期审计基准日后，因除权除息事项导致公司净资产、股份总数出现变化的，每股净资产相应进行调整）；用于回购股票的资金应为公司自有资金。

2、控股股东增持公司股票

若董事会或股东大会审议通过的稳定股价措施包括公司控股股东增持公司

股票，则公司控股股东 NINA YANTI MIAO（缪妍缇）将在具体股价稳定方案通过并公告之日起十二个月内通过证券交易所集中竞价方式及/或其他合法方式增持公司股票；用于股票增持的资金不少于上一会计年度从公司处领取的税后现金分红及税后薪酬之和的百分之二十（由于稳定股价措施中止导致稳定股价方案终止时实际增持金额低于上述标准的除外）。

3、董事、高级管理人员增持公司股票

若董事会或股东大会审议通过的稳定股价措施包括董事（独立董事除外）、高级管理人员增持公司股票，则公司董事（独立董事除外）、高级管理人员 NINA YANTI MIAO（缪妍缇）、汪春俊、吕云峰、徐涛、张宪华、黄宁泉、张祺、王务超将在具体股价稳定方案通过并公告之日起十二个月内通过证券交易所集中竞价方式及/或其他合法方式增持公司股票；用于股票增持的资金不少于上一会计年度从公司领取的税后薪酬的百分之二十（由于稳定股价措施中止导致稳定股价方案终止时实际增持金额低于上述标准的除外）。

如公司在上市后三年内拟新聘任董事、高级管理人员的，公司将在聘任同时要求其出具承诺函，承诺履行公司首次公开发行上市时董事、高级管理人员已作出的稳定公司股价承诺。

（三）履行稳定股价的约束措施

在启动股价稳定措施的条件满足时，如未采取上述稳定股价的具体措施，公司、控股股东、董事、高级管理人员分别承诺接受以下约束措施：

1、发行人承诺：

（1）公司将根据《稳定公司股价的预案》以及法律、法规、公司章程的规定，在稳定股价措施的启动条件成就之日起5个工作日内，召开董事会讨论稳定股价的具体方案，如董事会审议确定的稳定股价的具体方案拟要求公司回购股票的，董事会应当将公司回购股票的议案提交股东大会审议通过后实施。

公司股东大会审议通过包括股票回购方案在内的稳定股价具体方案公告后12个月内，公司将通过证券交易所依法回购股票，公司回购股票的价格不高于

公司最近一期经审计的每股净资产（最近一期审计基准日后，因除权除息事项导致公司净资产、股份总数出现变化的，每股净资产相应进行调整）；用于回购股票的资金应为公司自有资金。

（2）公司股票回购预案经公司股东大会审议通过后，由公司授权董事会实施股份回购的相关决议并提前公告具体实施方案。公司实施股票回购方案时，应依法通知债权人，向证券监督管理部门、证券交易所等主管部门报送相关材料，办理审批或备案手续。

公司将通过证券交易所依法回购股份。回购方案实施完毕后，公司应在 2 个工作日内公告公司股份变动报告，并在 10 日内依法注销所回购的股份，办理工商变更登记手续。

（3）自公司股票挂牌上市之日起三年内，如公司拟新聘任董事、高级管理人员的，公司将在聘任同时要求其出具承诺函，承诺履行公司首次公开发行上市时董事、高级管理人员已作出的稳定公司股价承诺。

（4）在《稳定公司股价的预案》规定的股价稳定措施启动条件满足时，如公司未采取上述稳定股价的具体措施，公司将在股东大会及信息披露指定媒体上公开说明未采取上述稳定股价措施的具体原因，并向股东和社会公众投资者道歉。

2、控股股东NINA YANTI MIAO（缪妍缇）的承诺：

（1）若发行人董事会或股东大会审议通过的稳定股价措施包括公司控股股东增持公司股票，本人将在具体股价稳定方案公告之日起 12 个月内通过证券交易所以集中竞价方式及/或其他合法方式增持发行人股票；用于股票增持的资金不少于上一会计年度从发行人处领取的税后现金分红及税后薪酬之和的 20%（由于稳定股价措施中止导致稳定股价方案终止时实际增持金额低于上述标准的除外）；增持后发行人股权分布应当符合上市条件；增持股份行为及信息披露应符合《公司法》、《证券法》及其他相关法律、行政法规的规定。

（2）在发行人就稳定股价的具体方案召开的董事会、股东大会上，将对制定发行人稳定股价方案的相关议案投赞成票。

(3) 在《稳定公司股价的预案》规定的启动股价稳定措施的前提条件满足时,如本人未能按照上述预案采取稳定股价的具体措施,将在发行人股东大会及信息披露指定媒体上公开说明未采取上述稳定股价措施的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉;如本人未能履行上述稳定股价的承诺,则发行人有权自董事会或股东大会审议通过股价稳定方案的决议公告之日起 12 个月届满后将对本人的现金分红(如有)、薪酬予以扣留,同时本人持有的发行人股份不得转让,直至履行增持义务。

3、发行人现任董事(独立董事除外)、高级管理人员承诺:

(1)若发行人董事会或股东大会审议通过的稳定股价措施包括公司董事(独立董事除外)、高级管理人员增持公司股票,本人将在具体股价稳定方案公告之日起 12 个月内通过证券交易所集中竞价方式及/或其他合法方式增持发行人股票,用于股票增持的资金不少于上一会计年度从发行人处领取的税后薪酬的 20% (由于稳定股价措施中止导致稳定股价方案终止时实际增持金额低于上述标准的除外);增持后发行人股权分布应当符合上市条件;增持股份行为及信息披露应符合《公司法》、《证券法》及其他相关法律、行政法规的规定。

(2)在发行人就稳定股价的具体方案召开的董事会、股东大会上,将对制定发行人稳定股价方案的相关议案投赞成票。

(3)在《稳定公司股价的预案》规定的启动股价稳定措施的前提条件满足时,如本人未能按照上述预案采取稳定股价的具体措施,将在发行人股东大会及信息披露指定媒体上公开说明未采取上述稳定股价措施的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉;如本人未能履行上述稳定股价的承诺,则发行人有权自董事会或股东大会审议通过股价稳定方案的决议公告之日起 12 个月届满后将对本人的现金分红(如有)、薪酬予以扣留,同时本人持有的发行人股份(如有)不得转让,直至履行增持义务。

四、关于首次公开发行股票招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏的承诺

(一) 发行人的承诺

1、如发行人《招股说明书》中存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏（以下简称“虚假陈述”），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，发行人将依法回购首次公开发行的全部新股（如发行人上市后发生除权事项的，上述回购数量相应调整）。发行人将在有权部门出具有关违法事实的认定结果后及时进行公告，并根据相关法律法规及《公司章程》的规定及时召开董事会审议股份回购具体方案，并提交股东大会。发行人将根据股东大会决议及有权部门的审批启动股份回购措施。发行人承诺回购价格将按照市场价格，如发行人启动股份回购措施时已停牌，则股份回购价格不低于停牌前一交易日平均交易价格（平均交易价格=当日总成交额/当日成交总量）。

2、因发行人《招股说明书》中存在的虚假陈述，致使投资者在证券交易中遭受损失的，发行人将依法赔偿因上述虚假陈述行为给投资者造成的直接经济损失，包括但不限于投资差额损失及相关佣金、印花税、资金占用利息等。

3、如发行人违反上述承诺，发行人将在股东大会及信息披露指定媒体上公开说明未采取上述股份回购措施的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉，并按有权部门认定的实际损失向投资者进行赔偿。

（二）控股股东及实际控制人的承诺

1、如发行人《招股说明书》中存在虚假陈述，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，承诺人将督促发行人依法回购首次公开发行的全部新股，同时承诺人也将购回发行人上市后其减持的原限售股份。承诺人将根据股东大会决议及相关有权部门审批通过的回购方案启动股份回购措施，承诺人承诺回购价格将按照市场价格，如启动股份回购措施时发行人已停牌，则股份回购价格不低于停牌前一交易日平均交易价格（平均交易价格=当日总成交额/当日成交总量）。

2、如因发行人《招股说明书》中存在的虚假陈述，致使投资者在证券交易中遭受损失的，承诺人将对发行人因上述违法行为引起的赔偿义务承担个别及连带责任。

3、如承诺人违反上述承诺，则将在发行人股东大会及信息披露指定媒体上

公开说明未采取上述股份回购措施的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉，并在违反上述承诺之日起停止在发行人处领薪及分红（如有），同时承诺人持有的发行人股份将不得转让，直至承诺人按照上述承诺采取的相应股份购回及赔偿措施实施完毕时为止。

（三）发行人董事、监事、高级管理人员的承诺

1、如发行人《招股说明书》中存在虚假陈述，致使投资者在证券交易中遭受损失的，承诺人将对发行人因上述违法行为引起的赔偿义务承担个别及连带责任。

2、如承诺人违反上述承诺，则将在发行人股东大会及信息披露指定媒体上公开说明未采取上述承诺措施的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉，并在违反上述承诺之日起停止在发行人处领薪及分红（如有），同时承诺人持有的发行人股份将不得转让，直至承诺人按照上述承诺采取相应赔偿措施并实施完毕时为止。

（四）中介机构的承诺

1、保荐机构（主承销商）承诺

发行人保荐机构招商证券承诺：本保荐机构为我乐家居首次公开发行并上市制作、出具的文件不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏的情形；若因本保荐机构为发行人首次公开发行并上市制作、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，本保荐机构将依法先行赔偿投资者损失。

2、发行人律师承诺

发行人律师北京德恒所承诺：本所为我乐家居首次公开发行制作、出具的文件不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏的情形；如因本所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，本所将依法赔偿投资者损失，但本所能够证明自己没有过错的除外。

3、发行人审计机构及验资机构承诺

发行人会计师事务所瑞华所承诺：本所为我乐家居首次公开发行制作、出具的文件不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏的情形；若因本所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，本所将依法赔偿投资者损失，但本所能够证明自己没有过错的除外。

4、发行人评估机构承诺

发行人评估机构北京中和谊资产评估有限公司承诺：本评估机构为我乐家居首次公开发行制作、出具的文件不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏的情形；若因本评估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，本评估机构将依法赔偿投资者损失，但本评估机构能够证明自己没有过错的除外。

五、关于被摊薄即期回报的措施及承诺

本次发行前，公司总股本为 12,000 万股。本次拟发行股票 4,000 万股，发行完成后公司总股本将增至 16,000 万股，较发行前增加 33.33%。本次发行后，随着募集资金的到位，公司的股本及净资产均将大幅增长。

由于募集资金投资项目的建设和实施需要一定的周期，首发后第一年的募投资项目利润可能无法完全体现。鉴于公司首发后增加股本为 33.33%与年度业务增长率的比较关系，假设首发当年业绩增长小于上一年度的 33.33%，将摊薄股东的即期回报。因此，本次发行将可能会摊薄股东的即期回报。

公司董事会就公司本次公开发行股票是否摊薄即期回报进行了分析，制定了填补即期回报措施，相关主体出具了承诺。公司第一届董事会第五次会议就上述事项通过了《关于填补被摊薄即期回报的措施及承诺的议案》，并提交公司 2016 年第一次临时股东大会审议通过。

为降低本次公开发行股票对公司即期回报摊薄的风险，公司拟通过大力发展现有业务提高公司整体盈利能力和市场竞争力、加强募集资金管理、完善利润分配等措施，以填补被摊薄即期回报。具体如下：

（一）填补被摊薄即期回报的具体措施

1、坚持公司发展战略，提升公司综合实力

公司秉持“设计让家更美，科技让美实现”理念和使命，致力于为消费者提供全面的家具解决方案和优美健康的家居环境。通过本次融资，公司将扩大生产规模，丰富产品品类，在继续扩大整体厨柜业务在行业内的优势的基础上，大力推动全屋定制业务的发展，两条业务线同时发展，互为补充、相互促进，进一步扩大公司产品的市场占有率，提升公司的品牌影响力。

同时，公司未来将借助资本市场的力量，适时采用收购兼并等多种方式，整合行业上下游企业或同行业企业资源，在进一步扩大成本优势的同时拓宽销售渠道，提高公司对产业链的把控能力，提升公司综合实力，从而增强公司盈利能力。

2、强化营销渠道，扩大销售规模

经过多年积累，公司已建立了较为广泛的销售渠道，公司优势产品整体厨柜在消费者中具有较高的知名度，成功推动公司业绩快速增长。并于 2015 年开始涉足全屋定制业务，产品范围扩大至卧室、客厅、餐厅、书房等定制家具产品。

公司将主要通过经销商渠道和直营渠道两个渠道实现全屋定制产品的销售：通过打造工厂旗舰店、在大型购物商场或大型建材商场等开设旗舰店方式建立直营渠道；同时，以原有优质经销商作为市场切入口，大力开拓新经销商，构建全屋定制产品自有经销商渠道。

未来公司将形成整体厨柜经销商体系及全屋定制经销商体系，二者互为补充，互相引流，共同扩大公司营销网络覆盖范围。另外，公司将大力发展电子商务渠道，使之成为经销商渠道和直营渠道的有效补充，通过各手机应用、社交软件等多种渠道与顾客互动，获取消费者的偏好、兴趣等重要数据，为公司产品发展战略提供重要参考，或是通过社交媒体与终端消费者建立联系，并基于消费者的社交圈构建起零售商的社交网络，扩大“我乐”品牌知名度，增强营销效果。通过着力建设营销渠道，公司有望进一步扩大整体厨柜产品销售规模，同时使全屋定制业务成为公司新的盈利增长点。

3、加强研发力度，不断推出具有竞争力的新产品

公司作为定制家具行业领先企业，研发设计能力较强，较早引入欧洲家居设

计风格，产品受到众多消费者的喜爱。经过多年的发展，公司已经建立了一支行业领先的设计师队伍，并通过与境外设计师合作的方式共同进行产品开发。受益于公司较强的研发设计能力，公司产品在同行业众多产品中脱颖而出，多个系列连续多年畅销。

公司未来将投资建设“研发中心及智能管理平台建设项目”，对目前的研发中心进行升级，构建具有行业领先水平的技术研发中心。研发中心将引进技术人才，对新技术、新工艺和新材料等进行研究开发；升级实验检测设备及仪器，提高产品质量检测标准；大力实施新品开发，不断推出引领家居生活潮流、具有竞争力的新产品。

4、升级信息系统，提高运营效率

公司信息化与自动化程度较高，荣获工信部 2015 年互联网与工业融合创新试点企业、2014 年江苏省信息化与工业化融合转型升级示范企业等多项荣誉。公司本次募集资金投资项目“工业 4.0 物料自动化流转项目”的投建，将升级公司目前的生产执行系统，构建生产执行系统与公司 ERP 系统集成，实现生产执行系统与公司供应链管理系统、客户管理系统协同，通过网络存储空间，实现多平台数据、信息、资源共享。另外，公司将引进 AGV 自动搬运机器人及其配套物流 PLC 控制软件，搭建自动化仓库，提升公司车间物流效率。

募投项目建成后，公司信息系统得到升级，集合销售、生产、物流、管理等职能的综合信息化系统将大幅提升公司运营效率，为公司进一步节省成本，从而提升公司综合实力与盈利能力。

5、强化募集资金管理，提高募集资金使用效率

公司本次发行股票募集资金投资项目符合国家产业政策和公司的发展战略，具有良好的市场前景和经济效益。随着项目逐步进入稳定回报期后，公司的盈利能力和经营业绩将会显著提升，有助于填补本次发行对股东即期回报的摊薄。公司将加快募集资金投资项目的建设速度，确保募投项目及建成并实现预期效益，增强以后年度的股东回报，降低本次发行导致的股东即期回报摊薄的风险。本次发行后，公司将依照《上海证券交易所上市公司募集资金管理办法》（2013

年修订)及公司制定的《募集资金使用管理制度》等相关规定,将募集资金存放于董事会指定的专项账户中,专户专储、专款专用,严格募集资金的使用管理,保证募集资金得到充分有效利用。

6、完善利润分配政策,强化投资者回报机制

为建立健全、科学、持续和稳定的分红决策和监督机制,积极回报投资者,引导投资者树立长期投资和理性投资的理念,增加利润分配政策决策的透明度和可操作性,切实维护公众投资者的合法权益,根据《中华人民共和国公司法》及中国证监会《关于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知》(证监发[2012]37号)、《上市公司监管指引第3号—上市公司现金分红》(证监会公告[2013]43号)等相关法律、法规、规范性文件的规定,公司制定的在首次公开发行并上市后适用的《公司章程(草案)》明确约定了利润分配及现金分红的相关内容,并综合考虑公司的盈利能力、经营发展规划、股东回报、社会资金成本以及外部融资环境等因素,由董事会及股东大会审议通过了首次公开发行并上市后未来三年分红回报规划。

在首次公开发行股票并上市后,公司将严格执行分红政策,在符合利润分配条件的情况下,积极对股东给予回报,降低本次发行对公司即期回报的摊薄,确保公司股东特别是中小股东的利益得到保护。

(二) 发行人控股股东的相关承诺

为降低本次发行摊薄即期回报的影响,公司将采取填补被摊薄即期回报的措施,为保障该等措施能够得到切实履行,公司控股股东及实际控制人承诺:

- 1、不越权干预公司经营管理活动,不侵占公司利益;
- 2、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上海证券交易所等证券监管机构制定或发布的有关规定、规则,对本人作出相关处罚或采取相关管理措施。

(三) 发行人董事、高级管理人员的相关承诺

公司董事及高级管理人员承诺:

1、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；

2、承诺对本人的职务消费行为进行约束；

3、承诺不动用公司资产从事与其履行职责无关的投资、消费活动；

4、承诺由董事会或薪酬与考核委员会制定的薪酬制度与公司填补回报措施的执行情况相挂钩；

5、承诺若公司实施股权激励，拟公布的公司股权激励的行权条件与公司填补回报措施的执行情况相挂钩；

6、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上海证券交易所等证券监管机构制定或发布的有关规定、规则，对本人作出相关处罚或采取相关管理措施。

六、未能履行承诺时的约束补救措施

发行人、发行人全体股东以及发行人全体董事、监事和高级管理人员对未能履行承诺时的约束补救措施承诺如下：

如在实际执行过程中，相关责任主体违反发行人首次公开发行上市时已作出的公开承诺的，则采取或接受以下措施：

1、在有关监管机关要求的期限内予以纠正；

2、给投资者造成直接损失的，依法赔偿损失；

3、有违法所得的，按相关法律法规处理；

4、如该违反的承诺属于可以继续履行的，将继续履行该承诺；

5、其他根据届时规定可以采取的其他措施。

七、本次发行方案

公司本次拟向社会公开发行 4,000 万股人民币普通股（A 股）股票，占公司发行后总股本的比例为 25%，采取公司公开发行新股的方式，不安排老股转让。

八、有关公司利润分配的安排

（一）发行前滚存利润的分配安排

经公司 2015 年第一次临时股东大会审议通过，公司首次公开发行股票前滚存的未分配利润在公司股票公开发行后由新老股东按持股比例共享。

（二）本次发行上市后的利润分配政策

公司重视对投资者的合理回报，着眼于公司的长远和可持续发展，2015 年 10 月 26 日，公司 2015 年第 1 次临时股东大会审议通过了《南京我乐家居股份有限公司上市后未来三年股东分红回报规划》，公司发行上市后的利润分配政策内容主要如下：

1、实施现金分红应当满足下列条件：

（1）公司该年度实现的可分配利润（即公司弥补亏损、提取公积金后所余的税后利润）为正值、且现金流充裕，实施现金分红不会影响公司后续持续经营；

（2）审计机构对公司的该年度财务报告出具标准无保留意见的审计报告。

2、具备现金分红条件的，公司应当优先采用现金分红进行利润分配，且每年以现金方式分配的利润应不低于当年实现的可分配利润的10%。

公司应保持利润分配政策的连续性与稳定性，并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，制定以下差异化的现金分红政策：

（1）当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）当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）当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。

3、其他利润分配方式

公司可以根据年度盈利情况及现金流状况，在保证最低现金分红比例和公司股本规模及股权结构合理的前提下，注重股本扩张与业绩增长保持同步，在确保足额现金分红的前提下，公司可以另行采取股票股利分配的方式进行利润分配。

4、利润分配的间隔时间

在符合现金分红条件情况下，公司原则上每年进行一次现金分红，公司董事会可以根据公司的盈利状况及资金需求状况提议公司进行中期现金分红。

关于公司发行上市后的利润分配政策、上市后前三年具体利润分配计划和长期回报规划的具体内容，请详细参阅本招股说明书“第十四节 股利分配政策”。

九、本公司特别提醒投资者关注“风险因素”中的下列风险

（一）房地产政策调控及市场波动风险

家具制造行业与房地产行业有一定的相关性，房地产市场繁荣程度在一定程度上影响家具产品的市场需求；但同时受消费升级等刺激，旧房重装为家具产品创造一定需求空间，故家具制造行业目前尚未与房地产行业同步波动。此外，定制家具行业尚处于快速发展阶段，市场容量较大，行业增速较快。

2016年以来，国家对房地产行业的宏观政策趋紧，限购、住房贷款等相关政策开始收紧，若未来国家宏观政策持续收紧导致房地产市场交易长期处于低迷状态，则会对公司经营业绩造成一定的不利影响。

（二）市场竞争风险

1、市场竞争加剧的风险

定制家具产品具有能够更好的满足消费者个性化需求、空间利用率较高等优点，越来越受到消费者的青睐，在与传统标准成品家具产品的竞争中市场份额不断扩大。定制家具行业广阔的市场空间吸引了部分标准成品家具企业、传统装饰

装修企业以及部分家用电器生产商的加入,使得市场竞争已经逐步由发展之初的价格竞争转变为品牌、渠道、人才等方面的综合竞争。虽然公司是定制家具行业领先企业,但随着市场竞争进一步加剧,公司的经营业绩仍可能受到一定影响。

2、精装修房普及度增加所可能带来的风险

近年来,随着精装修房的逐步普及,大宗客户销售渠道已成为定制家具销售的重要市场。报告期内,公司通过与房地产开发商等大宗客户合作实现的销售额分别为 8,367.89 万元、7,768.35 万元和 6,056.17 万元,分别占公司主营业务收入的 16.08%、13.42%和 8.96%。

一方面,因大宗客户销售渠道项目验收及回款周期相对较长,且部分大宗客户资信状况有所下滑,导致公司存在一定的坏账风险;另一方面,为避免上述可能的坏账风险,公司不断调整优化大宗客户销售渠道,未来将主要保持与少量优质大宗客户的战略合作,则公司可能面临定制家具产品在精装修房市场占有率降低的风险。

(三) 市场拓展风险

经过多年经营,公司已建立了较为广泛的销售渠道,营销网络已覆盖全国 30 个省市近 700 个城市。报告期内,整体厨柜为公司主要产品,成功推动公司业绩快速增长,并于 2015 年开始涉足全屋定制业务,产品范围扩大至卧室、客厅、餐厅、书房等定制家具产品。

虽然公司良好的品牌形象、较为广泛的销售网络为全屋定制家具产品的快速推广创造了有利条件,但全屋定制产品对公司的管理能力、设计能力、信息化系统水平以及大规模柔性定制生产能力等提出更高的要求。若公司未来全屋定制家具产品市场推广不达预期或公司上述能力无法充分满足市场需求,则可能对公司业务拓展造成负面影响。

(四) 经销商管理风险

报告期内,公司的销售模式以经销模式为主,且公司注重对经销商的管理与培训,在店面形象设计、产品定价、客户服务等方面对经销商进行了统一管理,

并不断通过培训加强经销商业务能力，增强经销商与公司之间相互促进、共同成长的战略合作关系。报告期内，公司通过经销模式实现的收入分别为 43,670.64 万元、50,120.90 万元和 59,338.19 万元，占公司主营业务收入的比例分别为 83.92%、86.58%和 87.78%。虽然报告期内公司与经销商建立了良好稳定的合作关系，但若经销商不遵守公司的管理制度或者无法完成约定的业绩目标，或由于自身原因不再与公司合作，则可能会对公司的品牌美誉度或经营业绩等造成不利影响。

十、财务报告审计截止日后主要财务信息、经营状况

随着消费观念的进一步升级，消费者对居住环境的要求不断提高，定制家具产品需求快速增长，2017 年 1-3 月，公司实现营业收入 11,969.95 万元，较去年同期增加 103.28%；得益于公司营业收入的大幅增长，2017 年 1-3 月公司扣除非经常性损益后的归属于母公司股东的净利润-207.18 万元，较去年同期减亏-459.66 万元。但受定制家具行业季节性因素影响，2017 年 1 季度实现的净利润仍为负。以上数据未经审计，但已经瑞华所审阅（瑞华阅字[2017]01710001 号）。

财务报告审计截止日（2016 年 12 月 31 日）至本招股说明书签署日，发行人主要经销商南京快特兰汀家居有限公司实际控制人周海波原拥有发行人兰州地区、沈阳地区、上海部分地区及南京地区的经销权，考虑周海波拟移民境外以及发行人自身经营需要，周海波除继续拥有兰州地区经销权外，不再拥有沈阳地区、上海地区及南京地区的经销权。其中沈阳地区经销权转由其他经销商负责，上海地区及南京地区转由发行人自行运营。截至本招股说明书签署之日，上述经销权转移接续手续已基本完成。上述部分区域经销权调整所涉金额及营业收入比例较小，不构成主要客户的重大变化。且交接后运营稳定，不构成重大不利影响。

除上述情况外，公司经营情况稳定，公司主要经营模式、主要原材料的采购规模和采购价格等未发生重大变化，主要产品的生产、销售价格，主要客户和供应商的构成以及税收政策和其他可能影响投资者判断的重大事项等方面均未发生重大变化。详细情况请参见本招股说明书“第十一节 管理层讨论与分析”之“六、财务报告审计截止日后主要财务信息及经营状况”。

十一、2017年上半年主要经营情况

2017年上半年公司所处行业处于正常发展状态，未出现重大的市场突变情形。公司经营情况稳定，主要原材料的采购规模及采购价格，主要产品的生产、销售规模及销售价格，主要客户及供应商的构成，税收政策以及其他可能影响投资者判断的重大事项等方面未发生重大不利变化。

根据2017年1-4月经营业绩情况、截至目前在手订单情况、经营情况及市场状况等方面，公司合理预计2017年1-6月营业收入31,000万元至33,000万元，较上年同期增长幅度在35%-43%之间；预计2017年1-6月扣除非经常性损益后的归属于母公司的净利润1,000万元至1,100万元，同比增长幅度在13.5倍-14倍之间，不存在重大不利变化。（上述数据未经审计，不构成盈利预测）

目 录

本次发行概况	1
重大事项提示	4
一、股份限制流通及自愿锁定的承诺	4
二、5%以上股东持股意向及减持意向的承诺	5
三、上市后三年内稳定公司股价的相关措施	5
四、关于首次公开发行股票招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏的承诺	10
五、关于被摊薄即期回报的措施及承诺	13
六、未能履行承诺时的约束补救措施	17
七、本次发行方案	17
八、有关公司利润分配的安排	18
九、本公司特别提醒投资者关注“风险因素”中的下列风险	19
十、财务报告审计截止日后主要财务信息、经营状况	21
十一、2017年上半年主要经营情况	22
目 录	23
第一节 释义	28
一、常用词语释义	28
二、专业术语释义	29
第二节 概览	32
一、发行人简介	32
二、控股股东和实际控制人	33
三、主要财务数据	34
四、本次发行情况	35
五、募集资金用途	36
第三节 本次发行概况	37
一、本次发行的基本情况	37
二、本次发行的有关机构	37
三、发行人与中介机构及相关人员的股权关系或其他权益关系	40
四、本次发行上市的重要日期	41

第四节 风险因素	42
一、房地产政策调控及市场波动风险.....	42
二、市场竞争风险.....	42
三、市场拓展风险.....	43
四、经销商管理风险.....	43
五、行业季节性波动风险.....	44
六、研发设计风险.....	44
七、原材料价格波动风险.....	44
八、人才流失风险.....	44
九、募集资金投资相关风险.....	45
十、净资产收益率降低风险.....	45
十一、实际控制人控制风险.....	46
十二、股市风险.....	46
第五节 发行人基本情况	47
一、发行人基本情况.....	47
二、发行人改制重组情况.....	47
三、发行人股本结构的形成及其变化情况.....	49
四、发行人设立以来重大资产重组情况.....	59
五、发行人历次验资情况及投入资产的计量属性.....	64
六、发行人的股权结构及组织架构.....	65
七、发行人控股子公司、参股子公司简要情况.....	68
八、发起人及实际控制人基本情况.....	69
九、发行人有关股本的情况.....	74
十、发行人内部职工股的情况.....	76
十一、工会持股、职工持股会持股、信托持股、委托持股及股东数量超过二百人等情况.....	76
十二、发行人员工及其社会保障情况.....	76
十三、发行人主要股东及作为股东的董事、监事、高级管理人员的重要承诺及其履行情况.....	85
第六节 业务与技术	90
一、发行人主营业务、主要产品及其变化情况.....	90

二、发行人所处行业的基本情况.....	90
三、发行人的竞争地位.....	116
四、发行人主营业务情况.....	121
五、发行人境外经营情况.....	184
六、发行人主要固定资产和无形资产.....	184
七、发行人技术水平与研发状况.....	195
八、发行人质量控制状况.....	198
九、发行人安全生产与环境保护状况.....	199
第七节 同业竞争与关联交易	202
一、发行人的独立运营情况.....	202
二、同业竞争.....	203
三、报告期内的关联方及关联关系.....	204
四、报告期内的关联交易.....	213
五、公司减少关联交易的措施.....	215
六、发行人最近三年关联交易的执行情况及公司独立董事、董事会、股东大会意见.....	217
七、规范关联交易的制度安排.....	218
第八节 董事、监事、高级管理人员	223
一、董事、监事及高级管理人员简介.....	223
二、董事、监事、高级管理人员及其近亲属持有发行人股份情况.....	227
三、董事、监事、高级管理人员对外投资情况.....	228
四、董事、监事、高级管理人员薪酬情况.....	229
五、董事、监事、高级管理人员兼职情况.....	230
六、董事、监事、高级管理人员之间存在的亲属关系.....	230
七、董事、监事、高级管理人员与公司签署协议及承诺情况.....	231
八、董事、监事、高级管理人员的任职资格.....	231
九、董事、监事、高级管理人员报告期内的变动情况.....	231
第九节 公司治理	234
一、公司治理制度及运行情况.....	234
二、公司报告期内违法违规情况.....	240
三、公司资金占用和对外担保情况.....	240

四、公司管理层对内控制度的评价及注册会计师的鉴证意见.....	241
第十节 财务会计信息	242
一、财务报表.....	242
二、审计意见.....	250
三、财务报表的编制基础、合并财务报表范围及变化情况.....	251
四、报告期内采用的主要会计政策和会计估计.....	252
五、最近一年及一期内收购兼并情况.....	285
六、报告期内非经常性损益情况.....	285
七、最近一期末主要固定资产情况.....	286
八、最近一期末长期股权投资情况.....	286
九、最近一期末无形资产情况.....	286
十、最近一期末的主要债项.....	286
十一、报告期各期末股东权益的情况.....	287
十二、报告期内现金流量情况.....	290
十三、或有事项、期后事项及其他重要事项.....	290
十四、公司主要财务指标.....	291
十五、公司历次资产评估及验资情况.....	292
第十一节 管理层讨论与分析	294
一、财务状况分析	294
二、盈利能力分析	326
三、现金流量分析	359
四、报告期内重大资本性支出情况	365
五、财务状况和盈利能力的未来趋势分析	366
六、财务报告审计截止日后主要财务信息及经营情况	367
七、公司未来分红回报规划	370
八、公开发行股票摊薄即期回报及填补措施	374
第十二节 业务发展目标	382
一、公司发展战略及计划.....	382
二、公司拟定上述计划所依据的假设条件和实施的主要困难.....	385
三、发行人确保实现上述计划拟采用的方式、方法或途径.....	385
四、上述业务发展计划与现有业务的联系.....	386

第十三节 募集资金运用	387
一、本次募集资金使用概况	387
二、本次募集资金投资项目情况	388
三、募集资金运用对公司财务状况和经营成果的影响	398
第十四节 股利分配政策	400
一、发行前的股利分配政策	400
二、发行人最近三年股利分配情况	400
三、利润共享安排	401
四、发行后的股利分配决策程序、股利分配政策及具体计划	401
第十五节 其他重要事项	405
一、信息披露和投资者关系相关情况	405
二、重大合同协议	405
三、本公司的对外担保情况	409
四、本公司的重大诉讼或仲裁事项	409
五、本公司控股股东、实际控制人及主要股东的重大诉讼或仲裁事项	417
六、本公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员重大诉讼或仲裁事项及刑事诉讼事项	417
第十六节 董事、监事、高级管理人员及有关中介机构声明	418
一、公司董事、监事及高级管理人员声明	418
二、保荐人（主承销商）声明	419
三、发行人律师声明	420
四、审计机构声明	421
五、资产评估机构声明	422
六、验资机构声明	423
第十七节 备查文件	425
一、备查文件	425
二、查阅时间及地点	425

第一节 释义

本招股说明书中，除非文义另有所指，下列简称具有如下特定含义：

一、常用词语释义

发行人、本公司、公司、股份公司、我乐家居	指	南京我乐家居股份有限公司
我乐制造	指	南京我乐家居制造有限公司，发行人前身
控股股东、MIAO女士	指	NINA YANTI MIAO（缪妍缇）
实际控制人	指	NINA YANTI MIAO（缪妍缇）和汪春俊夫妇
我乐家具	指	南京我乐家具有限公司，于2013年2月被发行人吸收合并
瑞起投资	指	南京瑞起投资管理有限公司，发行人股东
开盛投资	指	南京开盛投资中心（有限合伙），发行人股东，员工持股平台
祥禾涌安	指	上海祥禾涌安股权投资合伙企业（有限合伙），发行人股东
柏汇木业	指	南京柏汇木业有限公司，发行人关联方，现已注销
上海我乐	指	上海我乐家具有限公司，发行人关联方，现已注销
美乐橱柜	指	南京市秦淮区美乐橱柜经营中心，发行人关联方，现已注销
优仙美橱	指	南京优仙美橱家居有限公司，发行人全资子公司
我乐定制	指	南京我乐定制家具有限公司，发行人全资子公司
整体厨柜	指	发行人主要产品系列之一，该产品系列主要为消费者提供厨房整体风格设计、厨房空间规划、厨柜厨电和其他厨房配套产品及其安装服务等全套定制解决方案
全屋定制、全屋定制家具	指	发行人主要产品系列之一，该产品系列主要为消费者提供客厅、卧室、书房、活动室等房屋内任何可用空间的整体设计方案、空间布局规划、配套家具和周边相关产品及其安装等定制服务
本次发行	指	我乐家居首次公开发行4,000万股人民币普通股（A股）的行为
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》
保荐机构、主承销商、招商证券	指	招商证券股份有限公司

发行人审计机构、发行人会计师、瑞华所	指	瑞华会计师事务所（特殊普通合伙）
发行人律师、德恒所	指	北京德恒律师事务所
本评估机构	指	北京中和谊资产评估有限公司
三会	指	股东大会、董事会、监事会
元、万元、亿元	指	人民币元、人民币万元、人民币亿元
报告期	指	2014年、2015年、2016年

二、专业术语释义

信息产业部	指	中华人民共和国信息产业部
住建部、建设部	指	中华人民共和国住房和城乡建设部
国务院	指	中华人民共和国国务院
工信部	指	中华人民共和国工业和信息化部
科技部	指	中华人民共和国科学技术部
财政部	指	中华人民共和国财政部
商务部	指	中华人民共和国商务部
国资委	指	国务院国有资产监督管理委员会
发改委	指	中华人民共和国国家发展和改革委员会
质监总局	指	中华人民共和国国家质量监督检验检疫总局
国家统计局	指	中华人民共和国国家统计局
欧派集团	指	欧派家居集团股份有限公司
金牌厨柜	指	厦门金牌厨柜股份有限公司
志邦厨柜	指	志邦厨柜股份有限公司
皮阿诺	指	广东皮阿诺科学艺术家居股份有限公司
尚品宅配	指	广州尚品宅配家居股份有限公司
博洛尼	指	博洛尼家居用品（北京）股份有限公司
索菲亚	指	索菲亚家居股份有限公司（股票代码：002572）
威乃达集团	指	The Veneta Cucine Group，意大利厨柜制造商
阿尔诺集团	指	The ALNO Group，德国厨柜制造商
博德宝	指	Poggenpohl，瑞典厨柜制造商 Nobia 旗下高端厨柜品牌

柏丽	指	Nobilis, 德国厨柜制造商
广州恒大	指	广州恒大材料设备有限公司
中南集团	指	江苏中南建设集团股份有限公司
刨花板	指	将木材等原材料切削成一定规格的碎片, 经过干燥, 拌以胶黏剂、硬化剂、防水剂, 在一定温度下压制而成的一种人造板材
中纤板	指	又称中密度纤维板, 以木质纤维或者其他植物纤维为原料, 经打碎、纤维分离、干燥后施加脲醛树脂或其他适用的胶黏剂, 热压后形成的人造板材
台面	指	厨柜的台板, 安装在厨柜上作为操作台
厨电	指	厨房电器的简称, 包括排油烟机、燃气具、烤箱、微波炉等
经销商	指	公司的主要销售客户, 通过与公司签署经销协议及相关补充协议等方式形成合作关系, 根据终端客户需求以自己的名义向公司采购相关产品
大宗客户	指	公司的销售客户, 主要为地产公司, 为满足房地产开发之需, 从公司批量采购定制家具产品
O2O	指	Online To Offline, 将线下商务的机会与互联网结合在一起, 让互联网成为线下交易前台, 实现线上选购, 到店消费
E1 级环保标准	指	E1 级环保标准是国家强制性的健康标准, 是指物体释放甲醛含量的多少。对于胶合板、装饰单板贴面胶合板、细木工板等, 采用干燥器法测定的要求限量值为 $\leq 1.5\text{mg/L}$
“E0”级环保标准	指	E0 级环保标准是家具制造行业的健康标准, 非国家强制性健康标准, 通常指胶合板、装饰单板贴面胶合板、细木工板等材料采用干燥器法测定的限量值为 $\leq 0.5\text{mg/L}$ 释放甲醛含量的标准。
柔性化生产	指	柔性化生产是通过系统结构、人员组织、运作方式和市场营销等方面的改革, 使生产系统能对市场需求变化作出快速的适应, 能够进行多品种工件的加工, 同时消除冗余无用的损耗, 力求企业获得更大的效益。柔性化生产是全面的, 不仅是设备的柔性, 还包括管理、人员和软件的综合柔性
工业 4.0	指	即第四次工业革命, 由德国政府提出的高科技战略计划。主题体现在智能工厂、智能生产及智能物流三个方面。旨在提升制造业的智能化水平, 建立具有适应性、资源效率及人因工程学的智慧工厂, 在商业流程及价值流程中整合客户及商业伙伴。其技术基础是网络实体系统及物联网
揉单	指	定制家具企业在生产过程中综合考虑板材利用率、物料耗用量、生产时间等多种因素, 将多笔销售订单汇总, 统一安排生产, 从而使生产效率最大化的生产方式
硬装	指	室内装修中固定的、不能移动的装饰物, 以及必须满足的基础设施等。也包括为了满足房屋的结构、布局、功能、美观需要, 添加在建筑物表面或者内部的装饰物。通常硬装主要包括电线, 水管, 隔墙, 吊顶, 房门, 地板, 瓷砖, 墙面涂料等

采购寻源	指	根据具体物料需求进行市场调研，通过询报价或招标等方式产生的货源清单以及签订年度采购合同等采购信息记录
采购策略	指	根据物料组的属性及特性制定出的具体采购方案
CAD 软件	指	Computer Aided Drafting，计算机辅助设计软件
CRM 系统	指	Customer Relationship Management，是管理客户档案、销售线索、销售活动、业务报告、统计销售业绩的先进工具，适合企业销售部门办公和管理使用，协助销售经理和销售员快速管理客户、销售和业务的重要数据
ERP 系统	指	Enterprise Resource Planning，是针对物资资源管理（物流）、人力资源管理（人流）、财务资源管理（财流）、信息资源管理（信息流）集成一体化的企业管理软件
BOM	指	Bill of Material，物料清单
MES 系统	指	Manufacturing Execution System，是一套面向制造企业车间执行层的生产信息化管理系统。可以提供包括制造数据管理、计划排程管理、生产调度管理、库存管理、质量管理、人力资源管理、工作中心/设备管理、工具工装管理、采购管理、成本管理、项目看板管理、生产过程控制、底层数据集成分析、上层数据集成分解等管理模块
MRP	指	Material Requirement Planning，即 Material Requirement Planning，即物料需求计划，指根据产品结构各层次物品的从属和数量关系，以每个物品为计划对象，以完工时期为时间基准倒排计划，按提前期长短区别各个物品下达计划时间的先后顺序，是一种工业制造企业内物资计划
SRM	指	Supplier Relationship Management，即供应商关系管理，是 SAP 公司的 SAP Business Suite 业务应用程序中的一个解决方案，可自动化货物和服务从采购到付款的流程，帮助企业控制整个供应流程
OA	指	Office Automation，即办公自动化，可以实现流程审批、协同工作、公文管理、文档管理等多项功能的数字化办公系统
RFID	指	Radio Frequency Identification，即无线射频识别，是一种通信技术，可通过无线电信号识别特定目标并读写相关数据，而无需识别系统与特定目标之间建立机械或光学接触

注 1：本招股说明书中涉及相关宏观或行业方面的事实、统计和预测，包括本公司的市场地位等信息，来源于一般认为可靠的各种公开信息渠道，尽管本公司从上述信息来源使用时保持了合理的谨慎，但是由于编制方法可能存在潜在偏差，或理解存在差异，或基于其他原因，此等信息可能与国内或国外所编制的其他资料存在差异。

注 2：除特别说明外，本招股说明书中，部分合计数与相关数据直接加总数在尾数上可能存在细微差异，这些差异系四舍五入所致，敬请投资者留意。

第二节 概览

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

一、发行人简介

(一) 发行人基本情况

中文名称：南京我乐家居股份有限公司

英文名称：Nanjing OLO Home Furnishing Co.,Ltd.

注册资本：人民币 12,000 万元

法定代表人：NINA YANTI MIAO

成立日期：2006 年 6 月 19 日（2015 年 5 月 15 日整体变更设立股份公司）

住 所：南京市江宁经济技术开发区清水亭西路 218 号

经营范围：家具、厨房卫生间用具、家居装饰；新型建筑材料（轻质高强多功能墙体材料、高档环保型装饰装修材料、优质防水密封材料、高效保温材料）；日用品、配件和附件；木制品（木地板）；石英石台面的设计、生产；装饰材料、涂料、瓷砖；家用电器、燃气灶具、吸油烟机、消毒柜、燃气热水器、电热水器、电磁炉、烤箱、洗碗机、微波炉、水龙头、水槽（国家禁止和限制的产品除外）的委托生产及相关配套服务，销售自产产品。（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）

（二）业务概况

公司秉承“设计让家更美，科技让美实现”的理念和使命，致力于定制家具产品的设计、研发、生产、销售及相关服务的提供。公司较早提出并践行 E0 级高环保标准，为消费者提供安全、健康的家居环境；并通过不断升级完善“工业化”与“信息化”相结合的智能化工厂，为消费者提供设计精美、工艺精湛、质量可靠的定制家具产品。

报告期内，公司拥有整体厨柜、定制衣柜及全屋定制家具三大产品系列。其中整体厨柜为公司创立至今主要的业绩贡献产品，未来仍将为公司主打产品系列之一；定制衣柜系公司为满足客户需求配置的基本品类，未来拟逐步提升该板块销售规模；全屋定制家具系公司战略布局产品之一，有望成为公司的另一重要业绩增长贡献板块。

二、控股股东和实际控制人

（一）控股股东

本次发行前，NINA YANTI MIAO（缪妍缇）直接持有公司 10,322.40 万股，占公司总股本的 86.02%，为公司控股股东。

（二）实际控制人

公司实际控制人为 MIAO 女士和汪春俊夫妇，除 MIAO 女士上述持股外，汪春俊通过南京瑞起投资管理有限公司和南京开盛投资中心（有限合伙）分别控制公司 4.88%和 4.12%的股权。自公司创立至今，MIAO 女士一直担任公司董事长，汪春俊一直担任公司总经理，共同主导公司重要决策的制定和实施，为公司共同实际控制人。

NINA YANTI MIAO（缪妍缇）女士，公司董事长，美国国籍，护照号 45203****，1968 年出生，博士研究生学历。曾先后任美国朗讯科技贝尔实验室软件工程研究员、PacelineTechnologies.llp 创始团队成员、上海倍尔软件科技有限公司创始人兼 CEO、美会科技（上海）有限公司创始人兼总经理、我乐家具

董事。2006年创立我乐制造以来任董事长，2015年4月至今任本公司董事长。

汪春俊先生，公司董事兼总经理，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号11010819680226****，1968年出生，本科学历。曾先后任广州迪生电子有限公司分公司总经理、江苏君和商贸实业有限公司总经理、南京柏汇木业有限公司总经理、我乐家具董事长及总经理、上海我乐执行董事及总经理、瑞起投资执行董事。2006年创立我乐制造以来任董事兼总经理，2015年4月至今任本公司董事兼总经理。

三、主要财务数据

根据瑞华所出具的《审计报告》，公司最近三年的主要财务数据如下，相关财务指标依据有关数据计算得出。

（一）合并资产负债表主要数据

单位：万元

项目	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
资产总计	49,738.63	38,503.77	34,227.04
负债合计	19,335.47	14,239.42	20,108.02
归属于母公司股东权益合计	30,400.62	24,264.35	14,119.01
少数股东权益	2.54	-	-

（二）合并利润表主要数据

单位：万元

项目	2016年度	2015年度	2014年度
营业收入	67,619.81	57,893.03	52,038.53
营业利润	8,098.57	6,429.33	5,003.77
利润总额	8,072.39	6,596.93	5,314.25
净利润	6,866.64	5,645.33	3,742.54
归属于母公司股东的净利润	6,874.10	5,645.33	3,742.54

（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	14,541.91	8,085.36	5,601.43
投资活动产生的现金流量净额	-8,964.83	-3,646.29	-4,853.09
筹资活动产生的现金流量净额	-768.96	-2,824.18	-631.02
现金及现金等价物净增加额	4,809.69	1,615.88	117.89

（四）主要财务指标

编号	指标	2016 年度	2015 年度	2014 年度
1	资产负债率（合并）	38.87%	36.98%	58.75%
2	资产负债率（母公司）	36.52%	37.22%	58.74%
3	流动比率（倍）	1.18	1.32	1.01
4	速动比率（倍）	0.99	1.06	0.68
5	应收账款周转率（次/年）	18.55	15.39	14.20
6	存货周转率（次/年）	12.07	8.70	7.21
7	息税折旧摊销前利润（万元）	10,433.72	8,520.09	6,724.28
8	利息保障倍数（倍）	197.23	23.02	13.97
9	每股净资产（元/股）	2.53	2.02	-
10	每股经营活动产生的现金流量（元/股）	1.21	0.67	-
11	每股净现金流量（元/股）	0.401	0.135	-
12	无形资产（扣除土地使用权）占净资产的比例	2.86%	0.79%	1.23%

四、本次发行情况

发行股票类型	人民币普通股（A 股）。
发行股数	4,000 万股，均为新股发行，占发行后总股本的比例为 25%。
每股面值	人民币 1.00 元。
每股发行价格	9.87 元。
发行方式	采用网下向询价对象配售和网上资金申购定价发行相结合的方式，或采用中国证监会认可的其他发行方式。
发行对象	符合资格的询价对象和在中国证券登记结算有限责任公司上海分公司开设 A 股账户的境内自然人、法人等投资者（因国家法律、法规禁止购买者除外）。

承销方式	余额包销。
------	-------

五、募集资金用途

经 2015 年 10 月 26 日公司 2015 年第一次临时股东大会和 2017 年 5 月 3 日公司 2017 年第三次临时股东大会审议通过，本次募集资金扣除发行费用后，将投资于以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	项目总投资	拟使用募集资金金额	项目备案文号
1	全屋定制智能家居系统项目	40,485.17	36,606.51	溧发改审-1[2015]46 号
	合计	40,485.17	36,606.51	-

若本次发行募集资金净额小于上述投资项目的资金需求，资金缺口由公司通过自筹方式解决；本次募集资金到位后，将按项目的实施进度及轻重缓急安排使用。同时，为抢占市场先机，公司 2015 年第一次临时股东大会决议以自有资金先行启动募集资金投资项目，待本次发行募集资金到位后，公司将对先期投入资金予以置换。具体内容参见本招股说明书“第十三节 募集资金运用”。

第三节 本次发行概况

一、本次发行的基本情况

项目	基本情况
发行股票类型	人民币普通股（A股）
发行股数	4,000万股，均为新股发行，占发行后总股本的比例为25%
每股面值	人民币1.00元
每股发行价格	9.87元
发行市盈率	17.23倍（每股收益按照2016年经审计的扣除非经常性损益前后孰低的归属于母公司股东的净利润除以本次发行前总股本计算）
	22.97倍（每股收益按照2016年经审计的扣除非经常性损益前后孰低的归属于母公司股东的净利润除以本次发行后总股本计算）
发行后每股收益	0.4296元/股（以2016年经审计扣除非经常性损益前后孰低的归属于母公司所有者的净利润除以发行后总股本计算）
发行前每股净资产	2.53元/股（以截至2016年12月31日经审计的归属于母公司股东的净资产除以本次发行前总股本计算）
发行后每股净资产	1.90元/股（以截至2016年12月31日经审计的归属于母公司股东的净资产加上本次募集资金净额除以本次发行后总股本计算）
发行市净率	3.90倍（按本次每股发行价格除以发行前每股净资产计算）
	5.19倍（按本次每股发行价格除以发行后每股净资产计算）
发行方式	采用网下向询价对象配售和网上资金申购定价发行相结合的方式，或采用中国证监会认可的其他发行方式
发行对象	符合资格的询价对象和在中国证券登记结算有限责任公司上海分公司开设A股账户的境内自然人、法人等投资者（因国家法律、法规禁止购买者除外）
承销方式	余额包销
预计募资资金总额	39,480.00万元
预计募集资金净额	36,606.51万元
发行费用概算	共计2,873.49万元，其中： 保荐、承销费用2,169.81万元； 会计师费用188.68万元； 律师费用66.04万元； 用于本次发行的信息披露费用424.53万元； 发行手续费用等24.43万元。

二、本次发行的有关机构

（一）发行人：南京我乐家居股份有限公司

法定代表人： NINA YANTI MIAO

住 所： 南京市江宁经济技术开发区清水亭西路 218 号

电 话： 025-5271 8000

传 真： 025-5278 1102

联 系 人： 张宪华

（二）保荐机构（主承销商）：招商证券股份有限公司

法定代表人： 宫少林

住 所： 深圳市福田区益田路江苏大厦 A 座 38~45 楼

电 话： 0755-8294 3666

传 真： 0755-8294 3121

保荐代表人： 鄢坚、杨建斌

项目协办人： 张阳

其他项目组成员： 李莎、宗晓

（三）发行人律师：北京德恒律师事务所

负 责 人： 王丽

住 所： 北京西城区金融街 19 号富凯大厦 B 座 12 层

电 话： 021-6089 7070

传 真： 021-6089 7590

经 办 律 师： 李志宏、王雨微、王威

（四）发行人会计师：瑞华会计师事务所（特殊普通合伙）

负 责 人： 顾仁荣

住 所： 北京市东城区永定门西滨河路 8 号院 7 号楼中海地产广场西塔 5-11 层

电 话： 010-8809 5879

传 真： 010-8809 1190

经 办 会 计 师： 刘燃、王庆治

（五）资产评估机构：北京中和谊资产评估有限公司

负 责 人： 刘俊永

住 所： 北京市崇文门外大街 11 号新成文化大厦 A 座 1107 室

电 话： 010-6708 4615

传 真： -

经 办 评 估 师： 牛从然、孙珍果

（六）股票登记机构：中国证券登记结算有限责任公司上海分公司

地 址：上海市浦东新区陆家嘴东路 166 号中国保险大厦 36 号
电 话：021-6887 0587
传 真：021-5875 4185

（七）拟上市证券交易所：上海证券交易所

地 址：上海市浦东南路 528 号证券大厦
电 话：021-6880 8888
传 真：021-6880 4868

（八）保荐机构（主承销商）收款银行：招商银行深纺大厦支行

地 址：深圳市华强北路 3 号深纺大厦 B 座 1 楼
户 名：招商证券股份有限公司
账 号：819589051810001

人民银行大额支 308584001627
付系统号

三、发行人与中介机构及相关人员的股权关系或其他权益关系

发行人与中介机构及相关人员不存在任何股权关系或其他权益关系。

四、本次发行上市的重要日期

网下询价日期:	2017年5月12日
刊登发行公告日期:	2017年5月17日
申购日期	2017年5月18日
缴款日期:	2017年5月22日
股票上市日期:	发行后尽快安排上市

第四节 风险因素

投资者在评价公司本次发行及作出投资决定时，除本招股说明书已披露的其他信息外，应审慎考虑下述各项风险因素。以下风险因素可能直接或间接对发行人生产经营状况、财务状况和持续盈利能力产生不利影响。下述风险按照重要性原则或可能影响投资决策的程度大小排序，但该排序并不表示风险因素会依次发生。发行人提请投资者仔细阅读本节全文和其他公开披露的信息，自主判断企业的投资价值，自主做出投资决策，自行承担股票发行后因发行人经营与收益变化导致的风险。

一、房地产政策调控及市场波动风险

家具制造行业与房地产行业有一定的相关性，房地产市场繁荣程度在一定程度上影响家具产品的市场需求；但同时受消费升级等刺激，旧房重装为家具产品创造一定的需求空间，故家具制造行业目前尚未与房地产行业同步波动。此外，定制家具行业尚处于快速发展阶段，市场容量较大，行业增速较快。

2016年以来，国家对房地产行业的宏观政策趋紧，限购、住房贷款等相关政策开始收紧，若未来国家宏观政策持续收紧导致房地产市场交易长期处于低迷状态，则会对公司经营业绩造成一定的不利影响。

二、市场竞争风险

（一）市场竞争加剧的风险

定制家具产品具有能够更好的满足消费者个性化需求、空间利用率较高等优点，越来越受到消费者的青睐，在与传统标准成品家具产品的竞争中市场份额不断扩大。定制家具行业广阔的市场空间吸引了部分标准成品家具企业、传统装饰装修企业以及部分家用电器生产商的加入，使得市场竞争已经逐步由发展之初的价格竞争转变为品牌、渠道、人才等方面的综合竞争。虽然公司是定制家具行业领先企业，但随着市场竞争进一步加剧，公司的经营业绩仍可能受到一定影响。

（二）精装修房普及度增加所可能带来的风险

近年来，随着精装修房的逐步普及，大宗客户销售渠道已成为定制家具销售的重要市场。报告期内，公司通过与房地产开发商等大宗客户合作实现的销售额分别为 8,367.89 万元、7,768.35 万元和 6,056.17 万元，分别占公司主营业务收入的 16.08%、13.42% 和 8.96%。

一方面，因大宗客户销售渠道项目验收及回款周期相对较长，且部分大宗客户资信状况有所下滑，导致公司存在一定的坏账风险；另一方面，为避免上述可能的坏账风险，公司目前正调整优化大宗客户销售渠道，未来将主要保持与少量优质客户的战略合作，则公司可能面临定制家具产品在精装修房市场占有率降低的风险。

三、市场拓展风险

经过多年经营，公司已建立了较为广泛的销售渠道，营销网络已覆盖全国 30 个省市近 700 个城市。报告期内，整体厨柜为公司主要产品，成功推动公司业绩快速增长，并于 2015 年开始涉足全屋定制业务，产品范围扩大至卧室、客厅、餐厅、书房等定制家具产品。

虽然公司良好的品牌形象、较为广泛的销售网络为全屋定制家具产品的快速推广创造了有利条件，但全屋定制产品对公司的管理能力、设计能力、信息化系统水平以及大规模柔性定制生产能力等提出更高的要求。若公司未来全屋定制家具产品市场推广不达预期或公司上述能力无法充分满足市场需求，则可能对公司业务拓展造成负面影响。

四、经销商管理风险

报告期内，公司的销售模式以经销模式为主，且公司注重对经销商的管理与培训，在店面形象设计、产品定价、客户服务等方面对经销商进行了统一管理，并不断通过培训加强经销商业务能力，增强经销商与公司之间相互促进、共同成长战略合作关系。报告期内，公司通过经销模式实现的收入分别为 43,670.64 万元、50,120.90 万元和 59,338.19 万元，占公司主营业务收入的比例分别为

83.92%、86.58%和 87.78%。虽然报告期内公司与经销商建立了良好稳定的合作关系，但若经销商不遵守公司的管理制度或者无法完成约定的业绩目标，或由于自身原因不再与公司合作，则可能会对公司的品牌美誉度或经营业绩等造成不利影响。

五、行业季节性波动风险

受消费者消费习惯、区域气候及各地风俗习惯等因素影响，定制家具行业销售存在一定的季节性：通常在每年的一季度销售收入相对较低，二季度开始回升，三、四季度进入销售旺季，三、四季度实现的销售收入约占全年总收入的 60% 以上。定制家具行业季节性波动导致公司上半年经营业绩以及各项财务指标显著低于下半年。

六、研发设计风险

产品的研发设计是定制家具企业业务环节的核心，消费者的品味多元化且偏好不断变化。因此，定制家具企业需要准确把握流行趋势，推出符合市场潮流且有一定个性的产品，逐步形成自我品牌的独特设计风格，并不断积淀升华品牌内涵。虽然公司长期以来在新产品开发、新技术应用等方面持续投入，注重设计人才的培养和引进，但若未来公司不能及时把握消费者的需求变化趋势，新品研发和设计能力不能够满足消费者的需求，则存在公司竞争力下降的风险。

七、原材料价格波动风险

公司定制家具生产所需的原材料主要包括刨花板、中纤板和膜皮等。报告期内，公司直接材料成本占自制生产成本的比例分别为 71.10%、72.21%和 67.57%，直接材料价格对公司自制生产成本的影响较大。若未来原材料采购价格发生大幅波动，将不利于公司的成本控制，进而影响公司业绩。

八、人才流失风险

我国定制家具行业正处于快速成长期，人才需求量较大。公司长期以来一直重视人员的培训及人才的培养，通过多年积累，已培育出一批业务能力、管理能

力良好的优秀人才。但随着行业内竞争加剧，企业之间的人才争夺日益激烈，对公司的人才优势构成一定威胁。如果未来公司在人员管理、业务培训、人才梯队建设等方面不能适应公司快速发展的需要，公司的经营发展将受到不利影响。

九、募集资金投资相关风险

（一）募集资金投资项目新增产能不能及时消化风险

本次募集资金拟投资于“全屋定制智能家居系统项目”。募投项目投产后，公司整体厨柜、定制衣柜以及全屋定制产品产能均将有较大幅度提升，需要进一步加大市场开拓能力。虽然公司近年一直保持较高的销售增长速度，2014年、2015年以及2016年销售收入同比增长率分别为11.27%、11.25%和16.80%，且本次募集资金投资项目前期已经公司充分调研及论证，但如果未来公司的市场开拓不能满足产能扩张速度，或是市场空间增长速度低于预期，使得募投项目新增产能无法及时消化，则公司面临产能利用率下降的风险。

（二）募集资金投资项目不能达到预期收益风险

本次募集资金投资项目为公司根据当前经济形势和市场情况，结合自身发展需要和实际经营状况，经过较为充分的可行性研究论证及审慎测算后做出的投资决策。但若未来我国宏观经济运行出现较大波动，或是定制家具行业市场环境发生重大不利变化，将会对公司募投项目的投资回报和预期收益等产生一定影响。

（三）新增固定资产折旧风险

虽然公司本次募集资金投资项目已经过较为充分的论证，且根据可研报告测算项目完全达产达效后可新增收入约5.17亿元，新增净利润约9,871万元。但因本次募集资金投资项目完全达产达效后，公司将新增约3.86亿元的固定资产，使得每年将新增约2,683万元的折旧，故若未来募集资金投资项目达产后市场环境发生重大不利变化，或是公司市场开拓不利，则公司将面临销售收入增长不能消化每年新增折旧及摊销费用而导致公司业绩下滑的风险。

十、净资产收益率降低风险

此次募集资金到位后，本公司的净资产规模较发行前将出现大幅增长，而募集资金投资项目在建成达产需要一定的周期。因此，短期内，公司净利润增长幅度将小于净资产增长幅度，导致净资产收益率下降。故本公司存在净资产收益率下降引起的风险。

十一、实际控制人控制风险

本次发行前，MIAO女士与汪春俊夫妇通过直接和间接方式合计控制本公司95.02%的股权，为公司的实际控制人，具有直接影响公司重大经营决策的能力。虽然公司已根据《公司法》、《上海证券交易所上市规则》等有关法律法规建立健全三会、董事会专门委员会、独立董事等规范运行相关的制度以及内控制度，但如果MIAO女士与汪春俊夫妇利用其实际控制人地位和长期以来形成的影响力，通过行使表决权对公司经营管理、对外投资等重大事项实施不当控制，有可能损害本公司和中小股东的利益。

十二、股市风险

股票市场收益机会与投资风险并存，上市后公司股票的市场交易价格将受到公司的经营和财务状况以及国家宏观经济政策、国际和国内经济形势、资本市场走势、市场心理和各类重大突发事件等多方面因素的影响。因此，本公司提醒投资者，在投资本公司股票前，不但应了解本节所列明的与本公司相关的各项风险，还应当充分了解股票市场的风险，审慎做出投资决定。

第五节 发行人基本情况

一、发行人基本情况

中文名称：南京我乐家居股份有限公司

英文名称：Nanjing OLO Home Furnishing Co.,Ltd.

注册资本：人民币 12,000 万元

法定代表人：NINA YANTI MIAO

成立日期：2006 年 6 月 19 日（2015 年 5 月 15 日整体变更设立股份公司）

住所：南京市江宁经济技术开发区清水亭西路 218 号

邮政编码：211102

电话：025-5271 8000

传真：025-5278 1102

互联网网址：www.olokitchen.com

电子邮箱：olozq@olokitchen.com

二、发行人改制重组情况

（一）设立方式

公司系依照《公司法》和其他有关法律、行政法规的规定，经南京江宁经济技术开发区管委会[2015]078 号文批准，由我乐制造整体变更设立的股份有限公司。公司发起人为 NINA YANTI MIAO（缪妍缇）、瑞起投资、开盛投资及祥禾涌安。

我乐制造以截至 2015 年 2 月 28 日经审计的 188,017,348.11 元净资产为基础，按照 1:0.6382 的比例折合股份 12,000 万股，余额计入资本公积。

2015 年 5 月 15 日，公司取得江苏省南京市工商行政管理局核发《企业法人营业执照》（注册号：320100400034274），公司注册资本为 12,000 万元。

（二）发起人

股份公司设立时，各发起人持股数量及持股比例具体如下：

序号	股东名称	持股数量（万股）	持股比例（%）
内资股东			
1	祥禾涌安	597.60	4.98
2	瑞起投资	585.60	4.88
3	开盛投资	494.40	4.12
外资股东			
1	MIAO 女士	10,322.40	86.02
合计		12,000.00	100.00

发起人具体情况详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“八、发起人及实际控制人的基本情况”中“（一）发起人基本情况”部分。

（三）改制设立发行人前后，主要发起人拥有的主要资产和从事的主要业务

股份公司的主要发起人为 MIAO 女士。在公司改制前，MIAO 女士主要致力于发行人的经营、管理；其拥有的资产主要为发行人 86.02% 的股权。主要发起人 MIAO 女士拥有的主要资产及从事的主要业务在公司改制设立前后未发生重大变化。

（四）发行人设立时拥有的主要资产和实际从事的主要业务

本公司由我乐制造整体变更而来，继承了我乐制造的全部资产、负债及业务。改制设立前后，公司拥有的主要资产和主营业务未发生变化。

（五）改制前原企业的业务流程、改制后发行人的业务流程，以及原企业和发行人业务流程间的联系

公司系由我乐制造整体变更设立，改制前原企业的业务流程和改制后公司的业务流程无实质性变化。具体的业务流程请参见本招股说明书“第六节 业务与技术”之“四、发行人主营业务情况”的相关内容。

（六）发行人成立以来，在生产经营方面与主要发起人的关联关系及演变情况

发行人自成立以来，在生产经营方面独立运作，除任职关系、股权关系以及本招股说明书已经披露的关联关系和关联交易以外，在生产经营方面与主要发起人不存在其他的关联关系。

报告期内关联交易具体内容详见本招股说明书“第七节 同业竞争和关联交易”之“四、报告期内的关联交易”的相关内容。

（七）发起人出资资产的产权变更手续办理情况

本公司由我乐制造整体变更设立，原我乐制造的资产和人员全部进入股份公司。截至本招股说明书签署之日，与公司主营业务相关的房屋所有权、土地使用权、专利权等变更登记手续已办理完成，著作权、商标权等的权属变更登记手续尚在办理之中。

三、发行人股本结构的形成及其变化情况



（一）2006年6月，公司前身我乐制造设立

2006年5月18日，南京江宁经济技术开发区管理委员会出具《关于同意设立南京我乐家居制造有限公司的批复》（宁（江宁开发）外经资字[2006]第036号），同意由我乐家具与MIAO女士共同成立我乐制造，注册资本550万美元，投资总额1,250万美元。出资期限自领取营业执照之日起三个月内到位20%，其余在两年内缴清。经营期限为20年，营业范围为：新型建筑材料（轻质高强多功能墙体材料、高档环保型装饰装修材料、优质防水密封材料、高校保温材料）、配件和附件、台面的设计、生产，销售自产产品。

2006年5月18日，南京市人民政府核发《中华人民共和国外商投资企业批准证书》（商外资宁府合资字[2006]5042号）。

2006年6月19日，南京市工商行政管理局向我乐制造核发《企业法人营业执照》（注册号：企合苏宁总字第008108号），注册资本550万美元。

我乐制造成立时，其股权结构如下：

序号	股东名称	认缴注册资本（万美元）	认缴出资方式	出资比例（%）
1	MIAO 女士	500	货币	90.91
2	我乐家具	50	货币	9.09
合计		550	-	100.00

（二）2006年11月，延长出资期限

2006年9月7日，我乐制造董事会审议同意将公司营业执照有效期限延期至2007年3月8日，并同意修订公司章程。

2006年11月16日，南京市人民政府向我乐制造出具了《关于同意南京我乐家居制造有限公司延长出资期限及修改公司章程的批复》（宁府外经贸资审[2006]第17076号），同意我乐制造首期注册资本未到位部分110万美元的出资期限延长6个月，即从2006年9月7日延期至2007年3月7日，并同意公司章程的相应修改。

2006年11月23日，南京市工商行政管理局向我乐制造核发了变更后的《企业法人营业执照》（注册号：企合苏宁总字第008108号）。

（三）2007年6月，延长出资期限及变更实收资本

2007年5月8日，我乐制造董事会审议同意延长公司股东首期出资时间，并审议通过修订后的公司章程。

2007年5月22日，南京市人民政府向我乐制造出具了《关于同意南京我乐家居制造有限公司延长出资期限及修改公司章程的批复》（宁府外经贸资审[2007]第17130号），同意我乐制造首期注册资本未到位部分110万美元的出资期限延长3个月，即从2007年3月7日延期至2007年6月7日，并同意公司章程的相应修改。

2007年4月19日，江苏天目会计师事务所有限公司出具《验资报告》（苏天目验字（2007）168号），验证截至2007年4月18日，我乐制造已收到股东我乐家具首次缴纳出资49.6154万美元，出资形式为货币。

2007年4月24日，江苏省天目会计师事务所有限公司出具《验资报告》（苏天目验字（2007）182号），验证截至2007年4月24日止，我乐制造已收到股东我乐家具、MIAO女士共同缴纳的第二期出资60.3846万美元，其中我乐家具缴纳0.3846万美元，MIAO女士缴纳60万美元，出资形式均为货币。

2007年6月1日，南京市工商行政管理局向我乐制造核发了变更后的《企业法人营业执照》（注册号：企合苏宁总字第008108号）。

本次变更后，我乐制造的股东及出资比例如下：

序号	股东名称	认缴出资（万美元）	实缴出资（万美元）	认缴比例（%）
1	MIAO女士	500.00	60.00	90.91
2	我乐家具	50.00	50.00	9.09
	合计	550.00	110.00	100.00

（四）2008年4月，变更实收资本

2007年8月8日，江苏省天目会计师事务所有限公司出具《验资报告》（苏天目验字（2007）338号），验证截至2007年8月3日，我乐制造已收到股东MIAO女士缴纳的第三期出资25.328576万美元，出资形式为美元现汇。

2007年10月19日，江苏省天目会计师事务所有限公司出具《验资报告》（苏天目验字（2007）431号），验证截至2007年9月27日，我乐制造已收到股东MIAO女士缴纳的第四期出资28.169424万美元，出资形式为美元现汇。

2008年3月11日，江苏省天目会计师事务所有限公司出具《验资报告》（苏天目验字（2008）042号），验证截至2008年3月5日，我乐制造已收到股东MIAO女士缴纳的第五期出资7.4505万美元，出资形式为美元现汇。

2008年4月14日，南京市工商行政管理局向我乐制造核发了变更后的《企业法人营业执照》（注册号：320100400034274）。

本次缴纳实收资本后，我乐制造的出资情况如下：

序号	股东名称	认缴出资（万美元）	实缴出资（万美元）	认缴比例（%）
1	MIAO 女士	500.00	120.9485	90.91
2	我乐家具	50.00	50.0000	9.09
合计		550.00	170.9485	100.00

（五）2008年7月，第一次股权转让

2008年4月18日，我乐制造全体股东一致同意股东 MIAO 女士向汪春俊转让其所持我乐制造 34.46% 股权的决议，即 189.5257 万美元的未实缴出资额转让给汪春俊，并同意股东 MIAO 女士、汪春俊分别将未实缴出资 189.5258 万美元和 189.5257 万美元（合计 379.0515 万美元）由货币出资变更为无形资产出资。同日，我乐制造董事会决议通过该次转让，并通过公司章程的相应修订。2008年6月6日，MIAO 女士与汪春俊就上述股权转让事宜签署了《股权转让协议》。

2008年6月10日，南京市人民政府出具《关于同意南京我乐家居制造有限公司变更股权、出资方式及修改合同/章程的批复》（宁府外经贸资审[2008]第17083号），同意上述变更。2008年6月20日，南京市人民政府向我乐制造换发《中华人民共和国外商投资企业批准证书》（商外资宁府合资字[2006]5042号）。

2008年6月26日，南京江宁经济开发区管委会出具《关于同意南京我乐家居制造有限公司延长出资期限及修改公司章程的批复》（宁府外经贸资[2008]第17330号），同意公司尚未到位资金 379.0515 万美元延长出资期限，即从 2008年6月30日延长到 2009年12月31日，并同意公司章程等的相关修订。

2008年7月29日，南京市工商行政管理局向我乐制造核发变更后的《企业法人营业执照》（注册号：320100400034274）。

此次股权转让完成后，我乐制造股权结构如下：

序号	股东名称	认缴注册资本（万美元）	出资方式	认缴比例（%）
1	MIAO 女士	310.4743	120.9485 万美元：货币	56.45
			189.5258 万美元：无形资产	

序号	股东名称	认缴注册资本 (万美元)	出资方式	认缴比例 (%)
2	汪春俊	189.5257	无形资产	34.46
3	我乐家具	50.00	货币	9.09
合计		550.00	-	100.00

（六）2009年12月，减少注册资本、股东及实收资本变更

2009年10月28日，我乐制造召开董事会，审议通过如下决议：（1）投资总额由原来的1,250万美元调整至600万美元，注册资本由550万美元调整至300万美元，汪春俊先生不再作为公司股东，MIAO女士减少无形资产认缴金额60.4743万美元；（2）MIAO女士认缴的尚未缴纳注册资本129.0514万美元出资方式由无形资产出资变更为现汇出资。

2009年11月3日，我乐制造在扬子晚报公告减资事宜。2009年12月21日，股东MIAO女士及我乐家具出具《投资方债务担保证明》，承诺为我乐制造减资前后的债务承担连带责任。

2009年12月21日，江苏天目会计师事务所有限公司出具了《验资报告》（苏天目会验（2009）251号），验证截至2009年12月21日，我乐制造已累计收到全体股东缴纳的注册资本300万美元，其中MIAO女士缴纳250万美元，我乐家具缴纳50万美元。

2009年12月21日，南京市人民政府出具《关于同意南京我乐家居制造有限公司减资并修改公司章程的正式批复》（宁府外经贸资审[2009]第17280号），同意上述减资及出资方式变更事宜。2009年12月24日，南京市人民政府向我乐制造换发了《中华人民共和国外商投资企业批准证书》（商外资宁府合资字[2006]5042号）。

2009年12月29日，南京市工商行政管理局向我乐制造核发了变更的《企业法人营业执照》（注册号：320100400034274）。

此次变更后，我乐制造的股权结构如下：

序号	股东名称	认缴注册资本(万美元)	实缴注册资本(万美元)	出资方式	出资比例(%)
1	MIAO 女士	250	250	货币	83.33
2	我乐家具	50	50	货币	16.67
合计		300	300	-	100.00

(七) 2013年2月，吸收合并我乐家具

2011年12月20日，我乐制造和我乐家具分别召开董事会，审议通过我乐制造吸收合并我乐家具的相关事宜，即合并后我乐制造作为接纳方继续存续，我乐家具作为加入方将全部资产并入我乐制造后注销。合并后我乐制造投资总额变更为650万美元，注册资本变更为350万美元，其中MIAO女士出资326万美元，占比93.14%，瑞起投资出资24万美元，占比6.86%。

同日，我乐制造与我乐家具就本次吸收合并相关事宜签订合并协议，双方同时约定：自审批机关批准双方合并之日起，我乐家具资产、负债均即转归我乐制造所有，我乐制造按我乐家具截至2011年12月31日的下述审计数据入账：根据江苏天元会计师事务所2012年6月6日出具的《审计报告》(天元年审(2012)第083号)，截至2011年12月31日，我乐家具总资产共计人民币3,938.48万元，净资产共计人民币-215.3万元，负债为人民币4,153.78万元。

截至本次吸收合并前，我乐家具股权结构及出资情况如下：

序号	股东名称	认缴注册资本(万美元)	实缴注册资本(万美元)	出资方式	出资比例(%)
1	MIAO 女士	76	76	货币	76.00
2	瑞起投资	24	24	货币	24.00
合计		100	100	-	100.00

2011年12月30日，我乐制造在扬子晚报公告此次吸收合并以及债务承担等相关事宜。

2012年4月26日，南京市人民政府出具《关于同意南京我乐家居制造有限公司吸收合并南京我乐家具有限公司的批复》(宁府投促资审[2012]第17085号)，同意上述吸收合并事宜。2012年5月4日，南京市人民政府向我乐制造换发了

《中华人民共和国外商投资企业批准证书》（商外资宁府合资字[2006]5042号）。

2012年6月14日，江苏天元会计师事务所有限公司出具了《验资报告》（天元验字（2012）第032号），验证截至2012年6月14日，我乐制造已收到我乐家具移交的债权、债务清册，以股权换取股权的方式折合新增吸收合并注册资本合计50万美元，公司累计注册资本为350万美元，实收资本350万美元。

2013年2月4日，南京市工商行政管理局向我乐制造核发了变更的《企业法人营业执照》（注册号：320100400034274）。

本次吸收合并完成后，我乐制造股权结构如下：

序号	股东名称	认缴注册资本（万美元）	出资比例（%）
1	MIAO女士	326	93.14
2	瑞起投资	24	6.86
合计		350	100.00

（八）2014年12月，第二次股权转让及第一次增资

2014年12月10日，我乐制造董事会审议通过，瑞起投资将所持我乐制造1.57%股份作价193.50万元人民币转让给开盛投资。双方于2014年12月15日就此签订股权转让协议。

第二次股权转让完成后，公司股权结构如下：

序号	股东名称	认缴注册资本（万美元）	出资比例（%）
1	MIAO女士	326	93.14
2	瑞起投资	18.505	5.29
3	开盛投资	5.495	1.57
合计		350	100.00

2014年12月20日，我乐制造董事会审议通过，将注册资本由350万美元增加至360.1万美元，新增注册资本全部由股东开盛投资出资345万人民币认购，超出新增注册资本部分全部计入资本公积。

2014年12月25日，南京江宁经济技术开发区管理委员会出具了《关于同

意南京我乐家居制造有限公司股权转让、增资的批复》（宁经管委外资批[2014]第 250 号），同意上述股权转让、增资事宜。2014 年 12 月 26 日，南京市人民政府向我乐制造换发了《中华人民共和国外商投资企业批准证书》（商外资宁府合资字[2006]5042 号）。

本次增资完成后，我乐制造的股权结构如下：

序号	股东名称	认缴注册资本（万美元）	出资比例（%）
1	MIAO 女士	326.00	90.53
2	瑞起投资	18.505	5.14
3	开盛投资	15.595	4.33
合计		360.10	100.00

2014 年 12 月 29 日，南京市工商行政管理局向我乐制造核发了变更的《企业法人营业执照》（注册号：320100400034274）。

开盛投资系公司员工持股平台，本次股权转让及增资主要系公司对其核心人员实施股权激励，本次股权转让及增资价格系股东各方依据截至 2014 年 11 月末公司未经审计净资产协商确认。公司已比照 2015 年 2 月祥禾涌安增资入股价格确认股份支付费用 1,494.37 万元。

（九）2015年2月，第二次增资

2015 年 1 月 4 日，我乐制造董事会审议通过，将公司注册资本由 360.10 万美元增加至 378.975 万美元，新增注册资本全部由祥禾涌安以人民币 4,500 万元认购，超出新增注册资本部分全部计入资本公积。

2015 年 2 月 13 日，南京江宁经济技术开发区管理委员会出具了《关于同意南京我乐家居制造有限公司增资及修改公司章程的批复》（宁经管委外资批[2015]第 032 号），同意上述增资事宜。2015 年 2 月 16 日，南京市人民政府向我乐制造换发了《中华人民共和国外商投资企业批准证书》（商外资宁府合资字[2006]5042 号）。

第二次增资完成后，公司股权结构如下：

序号	股东名称	认缴注册资本（万美元）	出资比例（%）
1	MIAO 女士	326	86.02%
2	瑞起投资	18.505	4.88%
3	开盛投资	15.595	4.12%
4	祥禾涌安	18.875	4.98%
合计		378.975	100.00%

2015年2月25日，南京市工商行政管理局向我乐制造核发了变更的《企业法人营业执照》（注册号：320100400034274）。

本次增资主要系公司为满足生产经营需要，扩大经营规模，规范公司治理，引入外部投资者，本次增资价格系股东各方协商确定。

（十）2015年5月，整体变更设立为股份有限公司

2015年4月12日，我乐制造董事会决议，同意整体变更设立股份有限公司，并以截至2015年2月28日经瑞华所（瑞华审字[2015]01710020号审计报告）审计的净资产18,801.73万元，按1:0.6382的比例折合股份12,000万股，余额计入资本公积。同日，我乐制造全体股东一致决议同意此次变更。2015年4月28日，所有发起人股东签署了《南京我乐家居股份有限公司发起人协议》并拟定了公司章程。2015年5月12日，南京江宁经济技术开发区管理委员会出具了《关于同意南京我乐家居制造有限公司转制为外商投资股份有限公司的批复》（宁经管委外资批[2015]第078号），同意本次整体变更事项。2015年5月13日，南京市人民政府向我乐制造换发了《中华人民共和国外商投资企业批准证书》（商外资宁府合资字[2006]5042号）。

2015年4月12日，瑞华所出具了《验资报告》（瑞华验字[2015]第01710006号），对公司整体变更情况进行了审验。经其审验，截至2015年4月12日，公司已收到各发起人投入的股本12,000.00万元人民币，股本与净资产差额人民币6,801.73万元全部计入资本公积。

2015年4月28日，公司召开创立大会暨第一次临时股东大会，审议并通过了股份公司设立的相关议案，并选举产生了股份公司第一届董事会、监事会。整

体变更后，公司股权结构如下：

序号	股东名称	持股数量（万股）	持股比例（%）
1	MIAO 女士	10,322.40	86.02%
2	瑞起投资	585.60	4.88%
3	开盛投资	494.40	4.12%
4	祥禾涌安	597.60	4.98%
合计		12,000.00	100.00%

2015年5月13日，我乐家居取得了南京市人民政府换发的《中华人民共和国外商投资企业批准证书》（商外资宁府合资字[2006]5042号）。2015年5月15日，南京市工商行政管理局向我乐家居核发了变更的《企业法人营业执照》（注册号：320100400034274）。

此次变更完成后至本招股说明书签署之日，公司股份总额、股东及股权结构均未发生过任何变动。

四、发行人设立以来重大资产重组情况

发行人设立以来的重大资产重组主要为2013年2月吸收合并我乐家具。

（一）吸收合并前，我乐家具的股权变动情况

1、2002年12月，我乐家具设立

2002年11月22日，南京纺织产业（集团）有限公司出具《关于成立中美合资南京我乐家具有限公司可行性报告（含项目建议书）请示的批复》（宁纺司（2002）字第142号），同意由柏汇木业、上海我乐和MIAO女士共同成立我乐家具，注册资本100万美元，投资总额140万美元，出资方式均为货币出资。2002年11月25日，南京市人民政府核发《中华人民共和国外商投资企业批准证书》（外经贸宁府合资字（2002）4124号）。

2002年12月3日，南京市工商行政管理局向我乐家具核发《企业法人营业执照》（企合苏宁总字第006328号），注册资本100万美元，实收资本0万美元，经营期限自2002年12月3日至2003年3月2日。

我乐家具成立时，其股权结构如下：

序号	股东名称	认缴注册资本（万美元）	出资比例（%）
1	MIAO 女士	58.00	58.00
2	柏汇木业	24.00	24.00
3	上海我乐	18.00	18.00
合计		100.00	100.00

根据合资三方共同签署的合同及公司章程：合资公司注册资本的 15% 由合资三方按其出资比例从领取营业执照副本之日起三个月内到位，其余款项在领取营业执照副本之日起一年内缴清。

2、2003年6月，第一次变更实收资本及经营期限

2003 年 2 月 20 日，江苏苏亚金城会计师事务所有限公司出具《验资报告》（苏亚审验[2003]5 号），截至 2003 年 2 月 20 日，我乐家具收到各股东缴纳的注册资本 436,141.36 美元，均为货币出资。

2003 年 6 月 10 日，南京市工商行政管理局向我乐家具换发变更后的《企业法人营业执照》（注册号：企合苏宁总字第 006328 号），实收资本变更为 43.6141 万美元，经营期限自 2002 年 12 月 3 日至 2003 年 12 月 3 日。

3、2003年10月，第一次申请注册资本缴纳延期

2003 年 9 月 30 日，南京江宁经济技术开发区管理委员会出具的《关于同意修改公司章程的通知》（宁（江宁开发）外经发改字[2003]第 093 号），同意我乐家具延长注册资金到位期限，由原来的 2003 年 12 月 3 日延长至 2004 年 6 月 3 日。

2003 年 10 月 21 日，南京市工商行政管理局向公司核发变更后的《企业法人营业执照》，经营期限自 2002 年 12 月 3 日至 2004 年 6 月 3 日。

4、2004年6月，第二次申请注册资本缴纳延期

2004 年 5 月 25 日，南京江宁经济技术开发区管理委员会出具《关于同意修改公司章程的通知》（宁（江宁开发）外经资字[2004]第 060 号），同意我乐家具

延长资金到位期限至 2004 年 12 月。

2004 年 6 月 7 日，南京市工商行政管理局向我乐家具核发了变更后的《企业法人营业执照》(注册号：企合苏宁总字第 006328 号)，变更后经营期限自 2003 年 12 月 3 日至 2004 年 12 月 3 日。

5、2004年7月，第二次变更实收资本

根据江苏天目会计师事务所有限公司出具的《验资报告》(苏天目验[2004]249 号)，截至 2004 年 5 月 31 日，我乐家具累计收到各股东缴纳的注册资本合计 56.1985 万美元，其中 MIAO 女士缴纳 14.1985 万美元，上海我乐缴纳 18 万美元，柏汇木业缴纳 24 万美元。

2004 年 7 月 9 日，南京市工商行政管理局向我乐家具核发了变更注册资本后的《企业法人营业执照》，实收资本 56.1985 万美元。

7、2004年12月，第三次申请注册资本缴纳延期

2004 年 11 月 25 日，南京市江宁经济技术开发区管理委员会出具《关于同意修改合同章程的通知》(宁(江宁开发)外经资改字[2004]第 159 号)，同意我乐家具外资到位时间延期至 2005 年 6 月 30 日。

2004 年 12 月 1 日，南京市工商行政管理局向我乐家具核发了变更后的《企业法人营业执照》(注册号：企合苏宁总字第 006328 号)，经营期限自 2003 年 12 月 3 日至 2005 年 6 月 30 日。

8、2004年12月，第三次变更实收资本

根据江苏天目会计师事务所有限公司 2004 年 9 月 18 日出具的《验资报告》(苏天目验[2004]390 号)，截至 2004 年 9 月 3 日，我乐家具累计收到各股东缴纳的注册资本 63.699999 万美元。其中 MIAO 女士缴纳 21.699999 万美元，上海我乐缴纳 18 万美元，柏汇木业缴纳 24 万美元。

2004 年 12 月 13 日，南京市工商行政管理局向我乐家具核发了变更后的《企业法人营业执照》(注册号：企合苏宁总字第 006328 号)。

9、2005年5月，第四次变更实收资本及申请延期

根据 2005 年 3 月 28 日江苏天目会计师事务所有限公司出具的《验资报告》（苏天目验[2005]072 号），截至 2004 年 11 月 9 日，公司累计收到各股东缴纳的注册资本 68.698999 万美元，其中 MIAO 女士缴纳 26.698999 万美元，上海我乐缴纳 18 万美元，柏汇木业缴纳 24 万美元。

2005 年 5 月 12 日，南京市江宁经济技术开发区管理委员会出具《关于同意修改公司章程的通知》（宁（江宁开发）外经资改字[2005]第 076 号），同意我乐家具延长注册资本到位期限至 2005 年 9 月 30 日。

2005 年 5 月 16 日，南京市工商行政管理局向我乐家具核发变更后的《企业法人营业执照》（注册号：企合苏宁总字第 006328 号），实收资本变更为 68.698999 万美元，经营期限自 2002 年 12 月 3 日至 2005 年 9 月 30 日。

10、2005年8月，第五次变更实收资本及经营期限

根据江苏天目会计师事务所有限公司 2005 年 7 月 26 日出具的《验资报告》（苏天目验[2005]200 号），截至 2005 年 7 月 25 日，我乐家具已收到全体股东缴纳的注册资本合计 100 万美元。其中 MIAO 女士缴纳 58 万美元，上海我乐缴纳 18 万美元，柏汇木业缴纳 24 万美元。

2005 年 8 月 5 日，南京市工商行政管理局向我乐家具核发变更后的《企业法人营业执照》（注册号：企合苏宁总字第 006328 号），实收资本变更为 100 万美元，经营期限自 2002 年 12 月 3 日至 2012 年 12 月 2 日。

11、2006年4月，第六次变更经营期限

2006 年 4 月 17 日，我乐家具召开董事会，决议申请将公司企业法人营业执照经营期限延期至 2017 年 12 月 2 日，并于当日向南京市江宁经济技术开发区管理委员会提出申请。2006 年 4 月 8 日，南京市江宁经济技术开发区管理委员会出具《关于同意修改公司章程的通知》（宁（江宁开发）外经资改字[2006]第 076 号），同意公司将经营期限延期至 2017 年 12 月 2 日。

2006 年 4 月 16 日，南京市人民政府向我乐家具换发《中华人民共和国外商投资企业批准证书》。2006 年 4 月 20 日，南京市工商行政管理局向公司核发变更后的《企业法人营业执照》（注册号：企合苏宁总字第 006328 号），经营期限

自 2002 年 12 月 3 日至 2017 年 12 月 2 日。

12、2006年11月，第一次股权转让

2006 年 11 月 2 日，我乐家具召开董事会，审议同意上海我乐将其持有的我乐家具 18%的股权按注册资本转让给 MIAO 女士。2006 年 11 月 16 日，南京市人民政府出具《关于同意南京我乐家具有限公司股权转让及修改公司章程的批复》（宁府外经贸资审[2006]第 17075 号），同意本次转让事宜。2006 年 11 月 20 日，南京市人民政府向我乐家具换发《中华人民共和国外商投资企业批准证书》。2006 年 11 月 24 日，南京市工商行政管理局向我乐家具核发变更后的《企业法人营业执照》。

此次股权转让后，我乐家具的出资结构如下：

序号	股东名称	认缴注册资本（万美元）	出资比例（%）
1	MIAO 女士	76.00	76.00
2	柏汇木业	24.00	24.00
	合计	100.00	100.00

13、2011年11月，第二次股权转让

2011 年 10 月 18 日，经我乐家具董事会决议，同意柏汇木业将其所持有的我乐家具 24%的股权转让给瑞起投资。

2011 年 11 月 7 日，南京市人民政府出具《关于同意南京我乐家具有限公司股权变更及修改公司章程的批复》（宁府投促资审[2011]第 17260 号），同意柏汇木业将其所持 24%的股权转让给瑞起投资，转让价格为 24 万美元。2011 年 11 月 11 日，南京市人民政府换发《中华人民共和国外商投资企业批准证书》。

2011 年 11 月 22 日，南京市工商行政管理局向我乐家具核发变更后的《企业法人营业执照》。

本次股权转让完成后，其股权结构如下：

序号	股东名称	认缴注册资本（万美元）	出资比例（%）
1	MIAO 女士	76.00	76.00

序号	股东名称	认缴注册资本（万美元）	出资比例（%）
2	瑞起投资	24.00	24.00
合计		100.00	100.00

（二）我乐家具被我乐制造吸收合并的具体情况

本部分内容请参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“三、发行人股本结构的形成及其变化情况”之“（七）2013年2月，吸收合并我乐家具”。

五、发行人历次验资情况及投入资产的计量属性

（一）发行人历次验资情况

公司是由我乐制造整体变更设立，自成立以来一共进行了十一次验资，一次验资复核。

1、有限公司阶段的历次验资情况

序号	出资金额（万美元）	累计实收资本（万美元）	验资报告文号	验资报告出具日期
1	49.6154	49.6154	苏天目验字（2007）168号	2007.04.19
2	60.3846	110.00	苏天目验字（2007）182号	2007.04.24
3	25.3286	135.3286	苏天目验字（2007）338号	2007.08.08
4	28.1694	163.498	苏天目验字（2007）431号	2007.10.19
5	7.4505	170.9485	苏天目会验（2008）042号	2008.03.11
6	129.0515	300.00	苏天目会验（2009）250号	2009.12.18
7	-	300.00	苏天目会验（2009）251号	2009.12.21
8	50.00	350.00	天元验字（2012）第032号	2012.06.14
9	10.1	360.1	天元验字（2015）第003号	2015.01.15
10	18.875	378.975	天元验字（2015）第004号	2015.01.20

注：上述第7次验资系针对我乐制造注册资本由550万美元减资为300万美元的审验。

2、股改验资情况

根据瑞华所2015年4月12日出具的《验资报告》（瑞华验字[2015]01710006

号),截至2015年4月12日,公司已收到各发起人投入的股本12,000.00万元人民币,股本与净资产差额人民币6,801.73万元全部计入资本公积。

3、验资复核情况

2015年11月10日,瑞华所出具《实收资本复核报告》(瑞华核字[2015]01710013号),就江苏天元会计师事务所有限公司分别于2012年6月14日、2015年1月15日和2015年1月20日分别出具的,关于公司2012年6月注册资本从300万美元增资至350万美元、2015年1月注册资本从350万美元增资至360.1万美元、2015年1月注册资本从360.1万美元增资至378.975万美元的《验资报告》(天元验字(2012)第032号)、《验资报告》(天元验字(2015)第003号)、《验资报告》(天元验字(2015)第004号)进行复核。经其复核,江苏天元会计师事务所有限公司出具的上述验资报告在所有重大方面符合《中国注册会计师审计准则第1602号——验资》的要求。

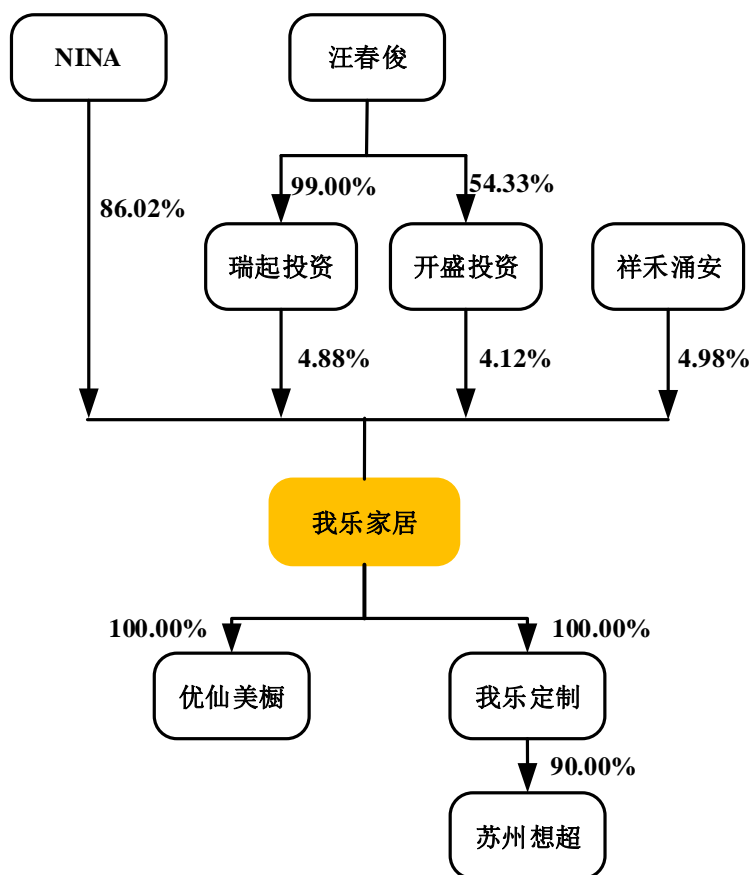
(二) 设立时发起人投入资产的计量属性

公司设立时,全体发起人的出资方式为经瑞华所审计净资产折股,投入资产的计量属性为历史成本,公司未按评估值调账,未改变其计量属性。

六、发行人的股权结构及组织架构

(一) 发行人的股权结构

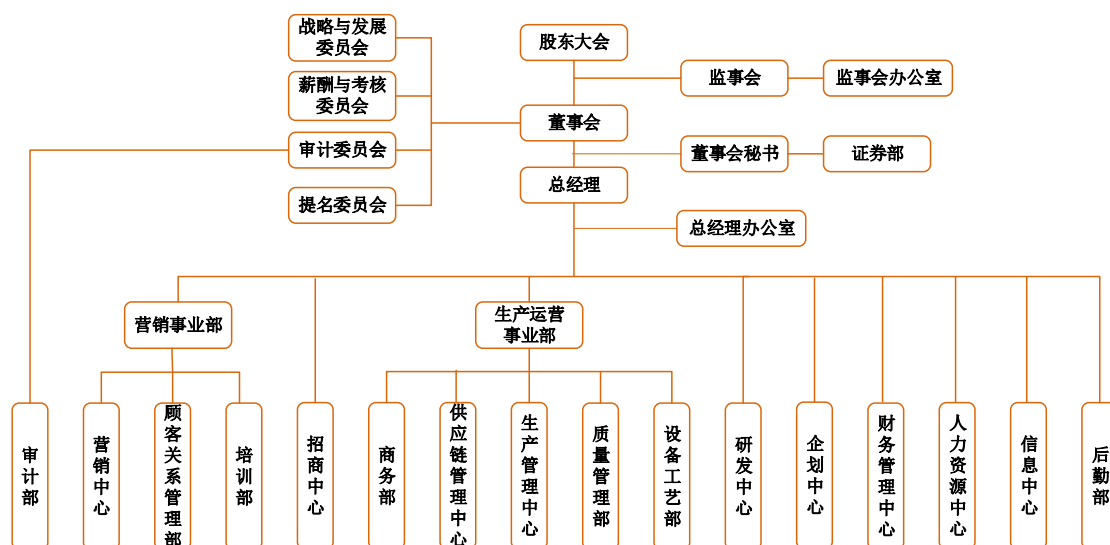
截至本招股说明书签署之日,公司的股权结构如下图所示:



(二) 发行人的组织架构

1、发行人现行组织架构图

根据《公司法》等有关法律法规规定并结合公司业务发展的需要，公司建立了规范的法人治理结构，具体如下图：



2、各部门主要职能

部门	主要职能
审计部	负责建立、完善内部审计制度，负责公司内部稽核并对公司各部门、各分公司经营的合规性，以及会计信息的真实合法、资产的安全、完整进行检查、监督，保证相关会计控制制度的贯彻实施。审计部直接由董事会审计委员会领导，向董事会负责。
证券部	负责公司董事会、股东大会等的筹备组织、文件起草、会议记录、资料管理工作；负责处理公司信息披露事务；负责投资者关系协调；负责公司证券事务；负责组织实施公司资本运作事宜。
总经理办公室	负责公司资质认证、内控体系、信息化系统等工作的实施与维护；负责公司总经理办公会的筹备、组织、文件起草、会议记录等。
招商中心	负责区域招商政策的优化和组织实施；负责总部招商任务的分析与组织实施，对经销商工作进行年度分析和评估。
营销事业部	负责对外销售系统的整体运营，建立健全公司销售网络体系，客户管理；负责公司厨柜、衣柜、全屋等各产品市场宣传与推广。
其中：营销中心	负责对外销售业务开拓、客户管理，电商运营、策划和推广，负责收集和分析市场信息，并根据竞争环境对公司品牌推广、渠道拓展、促销、产品等提供合理化建议。
顾客关系管理部	完成 400 来电的接听及问题处理；全国售后问题处理；负责安装完成后对顾客的回访工作。
培训部	建立健全培训制度，开发并组织有关产品研发、设计和销售等课程，组织对经销商设计、销售和售后等的培训。
生产运营事业部	负责生产基地规划，订单管理，组织生产、设备维护、流程优化、原料采购、物流管理等，保障生产订单的及时、准确、完整的进行，实现生产基地制造资源的充分利用。
其中：商务部	负责订单下单、审核、跟踪；负责公司和客户的良好沟通；负责产品售后服务。
供应链管理部	负责设计公司供应链发展规划方案；制定供应链管理相关制度及阶段工作计划；优化供应链各环节工作流程及工作标准；建立优良的采购开发与供应体系，实现公司采购资源的有效提升和合理配置。
生产管理中心	根据公司的经营目标和经营计划，从产品的品种、产量、质量、成本、交货期等要求出发，采取有效的方法和措施，对生产人员、材料、设备等资源进行调控，确保按计划生产出满足市场需求的产品。
质量管理部	制定检验方针及检验目标，指导各相关部门开展和实施产品品质管理工作，不断提升公司产品品质，最终满足经销商及终端客户对品质的需求，提升业内产品品质口碑。
设备工艺部	服务于生产设备维修保全、提高设备使用寿命、提高生产效率。及时组织对各类产品工艺的评估、培训和操作，同时负责合理布局设备等。
研发中心	负责公司产品的创意概念研发与设计，并监督指导产品设计的产业化，完成公司不同阶段的产品研发工作；负责提供公司技术发展线路，规划公司产品开发计划。
企划中心	负责公司品牌形象的制作与宣传，对行业的发展与动态进行深度分析；负责品牌的战略运营与具体的推广措施，制定品牌年度传播方案。
财务管理中心	负责财务战略、财务政策的制定和组织实施，建立和完善财务会计管理制度；负责日常财务管理、成本核算、成本测算、会计监督和资金管理；负责为公司的经营决策提供真实、准确的财务资料。

部门	主要职能
信息中心	负责制定公司信息化管理规划，设计和建设业务信息系统、财务信息系统、管理信息系统、HR 信息系统以及 K3、OA 系统等企业信息系统，执行与实施公司信息化建设。
人力资源管理中心	负责设计人力资源发展规划方案，制定人力资源相关制度，规范并优化人力资源各模块工作；负责员工招聘、培训、绩效考核、薪酬福利等方案制定和实施；负责公司人力资源的有效提升和合理配置。
后勤部	负责公司日常行政事务，公司员工宿舍、食堂的管理，负责公司车辆调度与管理，负责公司对外联络。

七、发行人控股子公司、参股子公司简要情况

截至本招股说明书签署之日，公司拥有 3 家控股子公司，无参股子公司。基本情况如下：

（一）优仙美橱

公司名称	南京优仙美橱家居有限公司	成立时间	2013.10.28	
注册资本	200 万元人民币			
注册地址及主要生产经营地	南京市江宁区清水亭西路 218 号			
法定代表人	汪春俊	统一社会信用代码	91320115080290684Y	
股东构成	股东名称	持股比例		
	我乐家居	100.00%		
	合计	100.00%		
主要财务数据 (单位: 万元) (已经瑞华所 审计)	截止日/期间	总资产	净资产	净利润
	2016.12.31/2016 年	1,861.17	248.22	20.73
主要业务定位	定制家具产品的销售			

（二）我乐定制

公司名称	南京我乐定制家具有限公司	成立时间	2015.08.06	
注册资本	5,000 万元人民币			
注册地址及主要生产经营地	南京市溧水经济开发区			

法定代表人	汪春俊	注册号	320124000113894		
股东构成	股东名称	持股比例			
	我乐家居	100.00%			
	合计	100.00%			
主要财务数据（单位：万元）（已经瑞华所审计）	截止日/期间	总资产	净资产	净利润	
	2016.12.31/2016年	8,137.33	5,343.46	346.05	
主要业务定位	定制家具产品研发、设计、生产及销售。				

注：上述主要财务数据均为我乐定制单体数据。

（三）苏州想超

公司名称	苏州想超家居有限责任公司	成立时间	2016.11.03		
注册资本	500 万元人民币				
注册地址及主要生产经营地	苏州市人民路 3188 号 19 幢商铺				
法定代表人	张祺	统一社会信用代码	91320508MA1MY31RX4		
股东构成	股东名称	持股比例			
	我乐定制	90.00%			
	李晓松	10.00%			
	合计	100.00%			
主要财务数据（单位：万元）（已经瑞华所审计）	截止日/期间	总资产	净资产	净利润	
	2016.12.31/2016年	320.75	25.45	-74.55	
主要业务定位	定制家具产品的销售				

八、发起人及实际控制人基本情况

（一）发起人基本情况

我乐家居共有 4 名发起人，其中 1 名境外自然人，1 名境内法人，2 名境内合伙企业。其基本情况如下：

1、NINA YANTI MIAO（缪妍缇）

MIAO 女士目前持有公司 10,322.40 万股，占公司总股本的 86.02%。MIAO

女士的简历请参见本招股说明书“第八节 董事、监事、高级管理人员”之“一、董事、监事、高级管理人员简介”之“（一）董事会成员”。

2、祥禾涌安

祥禾涌安持有公司 597.60 万股，占公司总股本的 4.98%。其基本情况如下：

公司全称	上海祥禾涌安股权投资合伙企业（有限合伙）	成立时间	2014.09.28	
统一社会信用代码	91310000312555830L			
注册地址	上海市浦东新区浦东大道 2123 号 3 层 3E-2194 室			
企业类型	有限合伙企业			
执行事务合伙人	上海济业投资合伙企业（有限合伙）（委派代表：章卫红）			
经营范围	股权投资，股权投资管理，投资咨询。			
主要财务数据 （单位：万元） （未经审计）	截止日/期间	总资产	净资产	净利润
	2016.12.31/2016 年	98,494.69	98,377.23	320.53

截至 2016 年 12 月 31 日，祥禾涌安由 1 名普通合伙人和 34 名有限合伙人设立，其合伙人的主要出资情况如下表：

序号	合伙人姓名	认缴出资额（万元）	出资比例	合伙人类型
1	上海济业投资合伙企业（有限合伙）	1	0.0010%	普通合伙人
2	涌金投资控股有限公司	22,200	22.1998%	有限合伙人
3	陈金霞	20,000	19.9998%	有限合伙人
4	昆山嘉成聚源投资中心（有限合伙）	8,000	7.9999%	有限合伙人
5	沈静	5,000	4.9999%	有限合伙人
6	上海涌嘉投资合伙企业（有限合伙）	3,500	3.5000%	有限合伙人
7	上海荣纪实业有限公司	3,000	3.0000%	有限合伙人
8	刘先震	3,000	3.0000%	有限合伙人
9	王晓斌	3,000	3.0000%	有限合伙人
10	刘亦君	2,000	2.0000%	有限合伙人
11	吴海龙	2,000	2.0000%	有限合伙人
12	李锦威	2,000	2.0000%	有限合伙人
13	刁志中	2,000	2.0000%	有限合伙人

序号	合伙人姓名	认缴出资额（万元）	出资比例	合伙人类型
14	嘉盛兴业（北京）投资有限公司	2,000	2.0000%	有限合伙人
15	杭州泰和房地产开发有限公司	2,000	2.0000%	有限合伙人
16	浙江大华技术股份有限公司	1,000	1.0000%	有限合伙人
17	上海海悦投资管理有限公司	1,000	1.0000%	有限合伙人
18	南国控股有限公司	1,000	1.0000%	有限合伙人
19	瑞元鼎实投资有限公司	1,000	1.0000%	有限合伙人
20	刘思川	1,000	1.0000%	有限合伙人
21	上海森马投资有限公司	1,000	1.0000%	有限合伙人
22	梁丽梅	1,300	1.3000%	有限合伙人
23	王健摄	1,000	1.0000%	有限合伙人
24	陈建敏	1,000	1.0000%	有限合伙人
25	耿永平	1,000	1.0000%	有限合伙人
26	马秀慧	1,000	1.0000%	有限合伙人
27	江伟强	1,000	1.0000%	有限合伙人
28	葛晓刚	1,000	1.0000%	有限合伙人
29	陈健辉	1,000	1.0000%	有限合伙人
30	陈勇辉	1,000	1.0000%	有限合伙人
31	漆洪波	1,000	1.0000%	有限合伙人
32	黄幼凤	1,000	1.0000%	有限合伙人
33	洪波	1,000	1.0000%	有限合伙人
34	沈军	1,000	1.0000%	有限合伙人
35	艾路明	1,000	1.0000%	有限合伙人
合计		100,001	100.00%	-

祥禾涌安作为私募投资基金已经于2015年4月13日在中国证券投资基金业协会备案登记，备案编码：S29452；其管理人上海济业投资合伙企业（有限合伙）已依据《私募投资基金监督管理暂行办法》等相关法律法规的要求办理了私募投资基金管理人登记手续，登记编号：P1002867。

3、瑞起投资

瑞起投资持有公司 585.60 万股，占公司总股本的 4.88%。截至 2016 年 12 月 31 日，其基本情况如下：

公司全称	南京瑞起投资管理有限公司	成立时间	2011.10.09	
注册资本	300 万元人民币	实收资本	300 万元人民币	
注册地址	南京市江宁经济技术开发区清水亭西路 218 号			
注册号	320121000207310			
法定代表人	庄春虎			
企业类型	有限责任公司			
股东构成	股东名称	持股比例		
	汪春俊	99.00%		
	张宪华	1.00%		
	合计	100.00%		
经营范围	投资管理、投资咨询。			
主要财务数据 (单位: 万元) (未经审计)	截止日/期间	总资产	净资产	净利润
	2016.12.31/2016 年	549.89	541.86	21.40

根据瑞起投资的经营范围及股东情况,瑞起投资不属于以非公开方式向合格投资者募集资金并以投资为目的设立的私募投资基金,亦不涉及从事私募投资基金管理活动的情形,无需办理私募投资基金或私募投资基金管理人备案登记手续。

4、开盛投资

开盛投资持有公司 494.40 万股,占公司总股本的 4.12%。其基本情况如下:

公司全称	南京开盛投资中心(有限合伙)	成立时间	2013.11.19	
注册号	913201000877515868			
注册地址	南京市江宁区秣陵街道清水亭西路 218 号 1 幢			
企业类型	有限合伙企业			
执行事务合伙人	庄春虎			
经营范围	实业投资;投资管理;企业管理咨询。			
主要财务数据 (单位: 万元) (未经审计)	截止日/期间	总资产	净资产	净利润
	2016.12.31/2016 年	539.17	539.17	-0.16

截至 2016 年 12 月 31 日,开盛投资由 2 名普通合伙人和 23 名有限合伙人设

立，其合伙人的主要出资情况如下表：

序号	合伙人姓名	在发行人及其子公司处任职	认缴出资额 (万元)	出资比例	合伙人类型
1	汪春俊	董事、总经理；我乐定制执行董事	293.40	54.33%	普通合伙人
2	庄春虎	后勤部经理	19.8	3.67%	普通合伙人
3	徐涛	董事、副总经理；我乐定制监事	50.4	9.33%	有限合伙人
4	张宪华	董事会秘书、总经理助理；优仙美橱监事	32.4	6.00%	有限合伙人
5	黄宁泉	财务总监	18	3.33%	有限合伙人
6	谢玉伟	监事会主席、研发总监	13.5	2.50%	有限合伙人
7	方乐	监事、大区销售总监	9	1.67%	有限合伙人
8	邵倩	人力资源管理部总监	9	1.67%	有限合伙人
9	王涛	研发经理	9	1.67%	有限合伙人
10	程光辉	生产经理	8.1	1.50%	有限合伙人
11	雷锦海	设备工程师	7.2	1.33%	有限合伙人
12	王广云	商务部经理、职工监事	7.2	1.33%	有限合伙人
13	洪静	工艺工程师	7.2	1.33%	有限合伙人
14	赵长根	业务经理	6.3	1.17%	有限合伙人
15	毕长虎	生产经理	6.3	1.17%	有限合伙人
16	徐邦明	业务部经理	6.3	1.17%	有限合伙人
17	蔡万金	生产经理	5.4	1.00%	有限合伙人
18	陈园园	品牌部总监	5.4	1.00%	有限合伙人
19	张震	业务部经理	4.5	0.83%	有限合伙人
20	严清	工艺工程师	3.6	0.67%	有限合伙人
21	韩恭华	IT 部经理	3.6	0.67%	有限合伙人
22	陈刚	业务部经理	3.6	0.67%	有限合伙人
23	刘剑	供应链经理	3.6	0.67%	有限合伙人
24	朱志钧	业务部经理	3.6	0.67%	有限合伙人
25	俞雯	联管中心经理	3.6	0.67%	有限合伙人
合计			540	100.00%	-

根据开盛投资的经营范围及股东情况，开盛投资的合伙人均为发行人员工，其不属于以非公开方式向合格投资者募集资金并以投资为目的设立的私募投资基金，亦不涉及从事私募投资基金管理活动的情形，无需办理私募投资基金或私

募投资基金管理人备案登记手续。

（二）实际控制人基本情况

MIAO 女士直接持有公司 86.02%的股份，汪春俊先生通过瑞起投资与开盛投资分别控制公司 4.88%和 4.12%的股份。本次发行前，MIAO 女士与汪春俊夫妇合计控制公司 95.02%的股份，是公司的实际控制人。

关于 MIAO 女士、汪春俊的具体情况请参见本招股说明书之“第八节 董事、监事、高级管理人员”之“一、董事、监事、高级管理人员简介”之“（一）董事会成员”。

（三）控股股东和实际控制人控制的其他企业的基本情况

截至本招股说明书签署之日，控股股东和实际控制人控制的其他企业参见本招股说明书“第七节 同业竞争与关联交易”之“二、报告期内的关联方及关联关系”中的“（三）控股股东、实际控制人控制的其他企业”。

（四）股份质押或其他争议情况

截至本招股说明书签署之日，公司股东和实际控制人直接或间接持有的公司股份均不存在被质押或冻结的情形，也不存在其他有争议的情况。

九、发行人有关股本的情况

（一）本次发行前后发行人股本变化情况

本次发行前，公司总股本为 12,000 万股，本次拟向社会公众发行 4,000 万股人民币普通股，本次发行的股份占发行后总股本的 25%。在本次发行均为新股且发行 4,000 万股的情况下，发行前后公司股本结构情况如下：

序号	股东名称	发行前		发行后	
		股份（万股）	持股比例	股份（万股）	持股比例
一、发行前股东					
1	MIAO 女士	10,322.40	86.02%	10,322.40	64.52%

序号	股东名称	发行前		发行后	
		股份（万股）	持股比例	股份（万股）	持股比例
2	祥禾涌安	597.60	4.98%	597.60	3.74%
3	瑞起投资	585.60	4.88%	585.60	3.66%
4	开盛投资	494.40	4.12%	494.40	3.09%
二、社会公众股		-	-	4,000.00	25.00%
合计		12,000.00	100.00%	16,000.00	100.00%

（二）公司前十名股东

本次发行前，本公司共有四名股东，持股情况如下：

序号	股东名称	持股数量（万股）	持股比例（%）
内资股东			
1	祥禾涌安	597.60	4.98
2	瑞起投资	585.60	4.88
3	开盛投资	494.40	4.12
外资股东			
1	MIAO 女士	10,322.40	86.02
合计		12,000.00	100.00

（三）公司前十名自然人股东及其在发行人处担任的职务

序号	股东名称	持股数量（万股）	持股比例（%）	任职情况
1	MIAO 女士	10,322.40	86.02	董事长

（四）发行人国有股份或外资股份的情况

本次发行前，公司不存在国有股份。

本次发行前，MIAO 女士所持有的本公司股份为境外自然人股。

（五）股东中的战略投资者持股及其概况

本次发行前，公司的股东中无战略投资者。

（六）本次发行前各股东间的关联关系及关联股东的各自持股比例

本次发行前下列股东之间存在关联关系，其关联关系及关联股东的各自持股情况如下：

序号	关联股东	持有公司股份比例	关联股东自身的股权结构/出资比例	关联股东之间的关联关系说明
1	MIAO 女士	86.02%	-	MIAO 女士与汪春俊夫妇为公司实际控制人，同时汪春俊为瑞起投资的控股股东及开盛投资的普通合伙人。
2	瑞起投资	4.88%	汪春俊：99.00% 张宪华：1.00%	
3	开盛投资	4.12%	汪春俊：54.33% 庄春虎：3.67% 其他 23 名自然人：42.00%	

汪春俊和庄春虎为兄弟关系，两人均在发行人处任职，汪春俊任董事兼总经理，庄春虎任后勤部经理。
庄春虎为开盛投资普通合伙人之一及开盛投资的执行事务合伙人。

（七）本次发行前股东所持股份的流通限制和自愿锁定股份的承诺

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

十、发行人内部职工股的情况

公司没有发行过内部职工股。

十一、工会持股、职工持股会持股、信托持股、委托持股及股东数量超过二百人等情况

公司不曾存在工会持股、职工持股会持股、信托持股、委托持股或股东数量超过 200 人的情况。

十二、发行人员工及其社会保障情况

2014年末、2015年末及2016年末，公司在册员工人数分别是700人、915人和1,042人。

2015年随着公司全屋定制家具业务的逐步推进，公司相应增加设计师团队以及销售团队，并配置了相应生产人员，故整体人员逐期增加。

（一）员工结构情况

1、公司员工情况

截至2016年12月31日，本公司及控股子公司在册员工人数总计1,042，其专业结构、受教育程度、年龄分布情况如下：

时间 构成	2016.12.31	
	人数（人）	占员工人数比例（%）
员工总人数	1,042	100
专业构成		
管理人员	54	5.18
技术人员	121	11.61
销售人员	263	25.24
生产人员	604	57.97
文化程度构成		
大专及以上	378	36.28
中专及高中	455	43.67
高中以下	209	20.06
年龄构成		
30岁以下	632	60.65
30~39岁	304	29.17
40~49岁	103	9.88
50岁以上	3	0.29

根据《中华人民共和国劳动合同法》的相关规定，公司与上述员工均签订了劳动合同，双方按照劳动合同约定享受权利和承担义务。截至2016年12月末，

公司无劳务派遣用工人员。

2、劳务派遣情况

发行人在报告期内主要与南京顺通人力资源开发服务有限公司、南京鹏达劳务咨询服务有限公司、南京子恒人力资源服务有限公司分别相应建立了劳务派遣服务关系，约定上述劳务派遣公司为发行人提供劳务派遣用工。发行人在报告期内的劳务派遣员工主要在包装、开料、打磨等临时性、辅助性、可替代性较强的岗位工作，不涉及厨柜生产的核心环节或公司经营管理工作，不存在违反《中华人民共和国劳动合同法》、《劳务派遣暂行规定》等相关法律法规规定的情况。

(1) 劳务派遣人数情况

经核查，发行人在报告期使用劳务派遣用工人数情况如下：

时间	劳务派遣用工人数（人）	公司员工总数（人，含劳务派遣）	劳务派遣用工人数占公司员工总数比例（%）
截至 2016 年 12 月 31 日	-	1,042	-
截至 2015 年 12 月 31 日	32	947	3.38
截至 2014 年 12 月 31 日	74	714	10.36

发行人自 2014 年下半年即着手调整劳务派遣用工情况，逐步减少劳务派遣用工数量及比例，并相应调整为劳动合同用工。截至 2016 年 12 月 31 日，发行人已无劳务派遣人员。

(2) 劳务派遣单位情况

发行人在报告期内的主要劳务派遣公司截至 2016 年 12 月 31 日基本情况如下：

①南京顺通人力资源开发服务有限公司

名称	南京顺通人力资源开发服务有限公司
注册资本（万元）	201.00

类型	有限责任公司(自然人投资或控股)
统一社会信用代码	913201155894410276
法定代表人	甘正阳
住所	南京市江宁区林陵街道汇金九龙商业街7幢209
成立日期	2012年03月23日
经营期限	至2032年03月22日
经营范围	劳务派遣；职业中介；人力资源服务外包；劳动与社会保障事务代理；物业管理服务；汽车租赁服务；会务及礼仪服务；企业管理咨询；以服务外包方式从事汽车配件、电子产品、光电元器件、太阳能组件的研发、加工及销售；文具、办公用品批发销售；建筑智能化建设工程专业施工；装卸搬运；保洁服务；园林绿化工程施工；普通货运；货物运输代理服务。（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）

②南京鹏达劳务咨询服务有限公司

名称	南京鹏达劳务咨询服务有限公司
注册资本（万元）	300.00
类型	有限责任公司(自然人投资或控股)
统一社会信用代码	91320115730579026B
法定代表人	熊开贵
住所	南京市江宁经济技术开发区胜太东路36号胜泰华府02幢104室
成立日期	2001年10月10日
经营期限	至2021年10月09日
经营范围	人力资源服务外包（按许可证所列范围经营）；劳动力经纪、劳动和社会保障事务代理、国内劳务派遣；仓储服务；包装服务；物业管理；保洁服务；以人力资源外包方式从事汽车零部件、金属制品、电子产品、工程设备、电线电缆、机电设备、电动工具、仪器仪表、普通机械设备、电力、电器（气）、冶金、石化产品加工；玻璃制品包装、木器容器、纸盒纸板容器、金属包装容器加工；塑料制品销售；供应链管理和技术咨询；包装设计服务。（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）

③南京子恒人力资源服务有限公司

名称	南京子恒人力资源服务有限公司
----	----------------

注册资本（万元）	205.00
类型	有限责任公司(自然人投资或控股)
统一社会信用代码	913201155935428834
法定代表人	傅守晋
住所	南京市江宁区林陵街道诚信大道 699 号汇金九龙商业街 4 幢 212 室
成立日期	2012 年 05 月 31 日
经营期限	至 2032 年 05 月 30 日
经营范围	劳务派遣；物业管理；汽车租赁；社会与劳动保障事务代理；人力资源服务外包；商务信息咨询；以服务外包方式从事汽车配件、塑料制品、食品、电子产品、光电元器件、太阳能组件的加工、研发、销售及生产流程外包；文具、办公用品批发销售；劳保用品批发销售；工作服、净化服、净化鞋、口罩批发销售；建筑智能化建设工程专业施工；装卸搬运服务；保洁服务；园林绿化工程施工；普通货运；货物运输代理服务。（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）

经核查，上述劳务派遣公司具有劳务派遣的相关资质，且与发行人及其子公司、实际控制人、董事、监事、高级管理人员等均不存在关联关系。

（二）公司执行社会保障制度、住房制度改革情况

1、发行人报告期内社保和住房公积金的缴纳情况

本公司及各子公司依据国家的相关法律、法规及政策的规定，为员工办理了各项社会保险和其他保障，包括基本养老保险、基本医疗保险、失业保险、工伤保险、生育保险、住房公积金。

报告期内，本公司及子公司为在册员工缴纳社保和住房公积金的情况如下：

单位：人

项目	2016 年 12 月 31 日		2015 年 12 月 31 日		2014 年 12 月 31 日	
	在册人数	缴纳人数	在册人数	缴纳人数	在册人数	缴纳人数
养老保险	1,042	991	915	841	700	458
医疗保险	1,042	991	915	841	700	458
失业保险	1,042	991	915	841	700	458
工伤保险	1,042	991	915	841	700	458

项目	2016年12月31日		2015年12月31日		2014年12月31日	
	在册人数	缴纳人数	在册人数	缴纳人数	在册人数	缴纳人数
生育保险	1,042	991	915	841	700	458
住房公积金	1,042	942	915	819	700	323

报告期内，公司逐步规范提高对员工的社会保障等相关福利，截至2016年12月31日，公司在册员工社保缴纳比例已达到95.11%，住房公积金缴纳比例已达到90.40%。其中未缴纳部分主要系社保、公积金转移接续手续未办妥或入职时间较短使得缴纳手续尚未办理完毕所致。

2、发行人执行社会保障制度、住房制度改革的合规情况

截至2016年12月31日，发行人不存在因违反社会保障制度、住房公积金等相关法律法规而受到行政处罚的情形。

3、报告期内发行人应缴未缴社保及公积金数额及其对公司财务的影响

(1) 缴纳基数及缴纳比例假设

经查阅发行人所在地社保公积金相关制度规定，以及发行人为员工缴纳社保公积金的凭证等相关文件，报告期内，发行人为员工缴纳各项社保及公积金的最低基数和缴纳比例均不低于南京市规定的最低标准，故按发行人为员工缴纳社保和公积金的最低水平进行测算。

报告期各期，发行人为员工缴纳各项社会保险的最低基数及缴纳比例如下：

时间	项目	养老保险	医疗保险	工伤保险	生育保险	失业保险
2016年8-12月	缴纳基数(元)	2,628	2,628	2,628	2,628	2,628
	发行人缴纳比例	19.00%	9.00%	1.10%	0.50%	1.00%
2016年4-7月	缴纳基数(元)	2,628	2,628	2,628	2,628	2,628
	发行人缴纳比例	20.00%	9.00%	1.10%	0.50%	1.00%
2016年3月	缴纳基数(元)	2,628	2,628	2,628	2,628	2,628
	发行人缴纳比例	20.00%	9.00%	1.10%	0.50%	1.50%
2015年7-12	缴纳基数(元)	2,628	2,628	2,628	2,628	2,628

时间	项目	养老保险	医疗保险	工伤保险	生育保险	失业保险
2016年1-2月	发行人缴纳比例	20.00%	9.00%	0.80%	0.50%	1.50%
2015年3-6月	缴纳基数(元)	2,400	2,400	2,400	2,400	2,400
	发行人缴纳比例	20.00%	9.00%	0.80%	0.50%	1.50%
2015年1-2月	缴纳基数(元)	2,400	2,400	2,400	2,400	2,400
	发行人缴纳比例	20.00%	9.00%	1.00%	0.50%	1.50%
2014年7-12月	缴纳基数(元)	2,400	2,400	2,400	2,400	2,400
	发行人缴纳比例	20.00%	9.00%	1.00%	1.00%	1.50%
2014年1-6月	缴纳基数(元)	2,200	2,200	2,200	2,200	2,200
	发行人缴纳比例	20.00%	9.00%	1.00%	1.00%	1.50%

报告期各期，发行人为员工缴纳的住房公积金最低基数及缴纳比例如下：

项目	2016年7-12月		2016年1-6月		2014年11-12月及 2015年1-12月		2014年度1-10月	
	缴纳基数(元)	发行人缴纳比例(%)	缴纳基数(元)	发行人缴纳比例(%)	缴纳基数(元)	发行人缴纳比例(%)	缴纳基数(元)	发行人缴纳比例(%)
住房公积金	1,780	10.00	1,770	10.00	1,630	10.00	1,500	10.00

(2) 其他测算数据假设

应缴未缴人数：按发行人各期末应缴未缴人数进行测算。

所得税税率：2014年25%测算，2015年和2016年按15%测算。

(3) 影响测算

项目	公式	2016年	2015年	2014年
社保等五险应缴未缴金额(万元)	A=应缴未缴人数×发行人为员工缴纳社保的测算标准	50.27	71.06	217.07
住房公积金应缴未缴金额	B=应缴未缴人数×发行人为	21.30	18.78	68.84

项目	公式	2016年	2015年	2014年
(万元)	员工缴纳公积金的测算标准			
合计(万元)	$C=A+B$	71.57	89.84	285.91
减: 所得税影响(万元)	$D=C \times \text{所得税税率}$	10.74	13.48	71.48
对公司合并净利润的影响(万元)	$E=C-D$	60.84	76.36	214.44
各年净利润(万元)	F	6,866.64	5,645.33	3,742.54
影响占比(%)	$G=E \div F$	0.89	1.35	5.73

根据上述测算,发行人各期应缴未缴社保和公积金金额占发行人各期净利润的比例均较小,对发行人业绩影响较小。且报告期内应缴未缴社保和公积金金额及占比均明显呈逐年下降趋势,对发行人业绩的影响逐年亦随之降低。

4、报告期员工流动性情况

(1) 发行人报告期内员工流动性情况

报告期内,发行人员工存在一定的流动性,尤其是生产人员流动性较大,但报告期内发行人员工稳定性逐步增强。报告期各期,发行人入职不满1年员工离职各年累计情况如下:

截止时间	人员结构	入职不满1年离职员工累计人数	当年累计离职员工占当年度期末员工总数的比例
2016年	生产	170	16.31%
	销售	25	2.40%
	管理	47	1.15%
	技术	12	1.15%
	小计	254	24.38%
2015年	生产	155	16.94%
	销售	49	5.36%
	管理	47	1.53%
	技术	18	1.97%

截止时间	人员结构	入职不满1年离职员工累计人数	当年累计离职员工占当年度期末员工总数的比例
	小计	269	29.40%
2014年	生产	255	36.43%
	销售	36	5.14%
	管理	49	2.71%
	技术	18	2.57%
	小计	358	51.14%

注：上表中管理人员中流动性较高的主要为后勤服务人员，管理层人员较为稳定。

(2) 发行人在报告期内未为员工缴纳社会保险原因及具体情况

报告期内，因部分员工社保、公积金转移接续手续未办妥或入职时间较短使得缴纳手续尚未办理完毕以及个人申请不缴纳等原因，发行人存在未为其缴纳社保和住房公积金的情况，具体如下：

时间	项目	未缴纳人数合计	入职尚未满一个月	移接续手续尚未办妥	不愿意缴纳
2016年12月31日	社会保险	51	15	5	31
	住房公积金	100	23	45	32
2015年12月31日	社会保险	74	30	11	33
	住房公积金	96	44	21	31
2014年12月31日	社会保险	242	49	46	147
	住房公积金	377	38	74	265

对于因入职尚未满一个月、移接续手续尚未办妥导致发行人未能及时为其缴纳社会保险、住房公积金的员工，在其相应完成办理相关手续后，公司将为该等员工及时缴纳相应的社会保险及住房公积金；其他不愿意缴纳社会保险、住房公积金员工，主要属于发行人一线生产性员工，其大部分属于农村户籍，其部分已在户籍地缴纳新型农村养老保险、新型农村合作医疗保险，且考虑办理社会保险转移手续存在诸多障碍，同时因其个人亦需承担相应社会保险、住房公积金的缴纳，从而一定程度降低其实际取得收入，在主观上不愿意缴纳社会保险、住房公

积金，但该等人员占比报告期内已明显降低。此外，发行人对不愿意缴纳住房公积金员工等按其需要提供宿舍。

5、发行人控股股东、实际控制人做出的相关承诺

发行人控股股东 MIAO 女士、实际控制人 MIAO 女士与汪春俊夫妇就本公司缴纳员工社会保险及住房公积金的事项分别作出如下承诺：

“本人在作为南京我乐家居股份有限公司实际控制人和不担任实际控制人后的任何期间内，若社会保障及住房公积金主管部门因为南京我乐家居股份有限公司上市前未依法为员工足额缴纳各项社会保险费及住房公积金而对南京我乐家居股份有限公司进行处罚或追缴，本人将无条件地全额承担补缴的金额，并赔偿因此而给南京我乐家居股份有限公司造成的损失。”

十三、发行人主要股东及作为股东的董事、监事、高级管理人员的重要承诺及其履行情况

（一）避免同业竞争的承诺

公司控股股东 MIAO 女士，公司实际控制人 MIAO 女士与汪春俊夫妇分别向公司出具了《关于避免与南京我乐家居股份有限公司同业竞争的承诺函》，具体内容请参见本招股说明书“第七节 同业竞争与关联交易”之“一、同业竞争”中的“（二）控股股东及实际控制人作出的避免同业竞争的承诺”的相关内容。

（二）规范关联交易的承诺

公司控股股东 MIAO 女士，公司实际控制人 MIAO 女士与汪春俊夫妇为了规范与公司之间的关联交易，分别向公司出具了《关于规范与南京我乐家居股份有限公司关联交易的承诺函》，具体内容请参见本招股说明书“第七节 同业竞争与关联交易”之“四、公司减少关联交易的措施”的相关内容。

（三）有关股份锁定承诺

公司股东有关股份锁定的承诺具体内容请参见本招股说明书“重大事项提

示”之“三、公司股东股份锁定及减持价格承诺”的相关内容。

作为公司董事、监事、高级管理人员的直接或间接持股人员 MIAO 女士、汪春俊、徐涛、谢玉伟、方乐、王广云、张宪华、黄宁泉同时还承诺：（1）自公司首次公开发行的股票上市之日起三十六个月内，不转让或委托他人管理本次发行前已直接或间接持有的公司股份，也不由公司收购该部分股份；在上述期限届满之后，在任职期间每年转让的公司股份不超过其直接或间接持有的公司股份总数的百分之二十五，并且离职后六个月内，不转让其直接或间接持有的公司股份；

（2）自公司上市后六个月内如其股票连续二十个交易日的收盘价（如果因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，按有关规定进行相应调整，下同）均低于发行价，或者上市后六个月期末（如该日不是交易日，则为该日后的第一个交易日）收盘价低于发行价，本人持有公司股票锁定期限自动延长六个月。

（四）5%以上股东持股意向及减持意向的承诺

公司直接或间接持股 5% 以上股东有两名，为控股股东 MIAO 女士和实际控制人之一汪春俊先生，MIAO 女士与汪春俊先生就持股意向及减持意向同时出具承诺，具体如下：

本人对于本次公开发行前所持有的公司股份，将严格遵守已做出的关于股份限售安排的承诺，在限售期内，不出售本次公开发行前持有的公司股份；限售期满后两年内，本人将根据自身需要，选择集中竞价、大宗交易及协议转让等法律、法规规定的方式减持，减持价格不低于本次公开发行时的发行价（如有除权、除息，将相应调整发行价）。本人保证减持发行人股份的行为将严格遵守中国证监会、证券交易所相关法律、法规的规定，并提前三个交易日公告。

（五）稳定公司股价措施的承诺

1、公司控股股东 MIAO 女士承诺：

（1）若发行人董事会或股东大会审议通过的稳定股价措施包括公司控股股东增持公司股票，本人将在具体股价稳定方案公告之日起 12 个月内通过证券交

易所以集中竞价方式及/或其他合法方式增持发行人股票；用于股票增持的资金不少于上一会计年度从发行人处领取的税后现金分红及税后薪酬之和的 20%（由于稳定股价措施中止导致稳定股价方案终止时实际增持金额低于上述标准的除外）；增持后发行人股权分布应当符合上市条件；增持股份行为及信息披露应符合《公司法》、《证券法》及其他相关法律、行政法规的规定。

（2）在发行人就稳定股价的具体方案召开的董事会、股东大会上，将对制定发行人稳定股价方案的相关议案投赞成票。

（3）在《稳定公司股价的预案》规定的启动股价稳定措施的前提条件满足时，如本人未能按照上述预案采取稳定股价的具体措施，将在发行人股东大会及信息披露指定媒体上公开说明未采取上述稳定股价措施的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉；如本人未能履行上述稳定股价的承诺，则发行人有权自董事会或股东大会审议通过股价稳定方案的决议公告之日起 12 个月届满后将对本人的现金分红（如有）、薪酬予以扣留，同时本人持有的发行人股份不得转让，直至履行增持义务。

2、公司现任董事（独立董事除外）和高级管理人员 MIAO 女士、汪春俊、吕云峰、徐涛、张宪华、黄宁泉、张祺、王务超承诺：

（1）若发行人董事会或股东大会审议通过的稳定股价措施包括公司董事（独立董事除外）、高级管理人员增持公司股票，本人将在具体股价稳定方案公告之日起 12 个月内通过证券交易所以集中竞价方式及/或其他合法方式增持发行人股票，用于股票增持的资金不少于上一会计年度从发行人处领取的税后薪酬的 20%（由于稳定股价措施中止导致稳定股价方案终止时实际增持金额低于上述标准的除外）；增持后发行人股权分布应当符合上市条件；增持股份行为及信息披露应符合《公司法》、《证券法》及其他相关法律、行政法规的规定。

（2）在发行人就稳定股价具体方案召开的董事会、股东大会上，将对制定发行人稳定股价方案的相关议案投赞成票。

（3）在《稳定公司股价的预案》规定的启动股价稳定措施的前提条件满足时，如本人未能按照上述预案采取稳定股价的具体措施，将在发行人股东大会及

信息披露指定媒体上公开说明未采取上述稳定股价措施的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉；如本人未能履行上述稳定股价的承诺，则发行人有权自董事会或股东大会审议通过股价稳定方案的决议公告之日起 12 个月届满后将对本人的现金分红（如有）、薪酬予以扣留，同时本人持有的发行人股份（如有）不得转让，直至履行增持义务。

（六）控股股东关于被摊薄即期回报填补措施的相关承诺

为降低本次发行摊薄即期回报的影响，公司将采取填补被摊薄即期回报的措施，为保障该等措施能够得到切实履行，公司控股股东及实际控制人承诺：

- 1、不越权干预公司经营管理活动，不侵占公司利益；
- 2、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上海证券交易所等证券监管机构制定或发布的有关规定、规则，对本人作出相关处罚或采取相关管理措施。

（七）公司董事、高级管理人员关于被摊薄即期回报填补措施的相关承诺

公司董事及高级管理人员承诺：

- 1、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；
- 2、承诺对本人的职务消费行为进行约束；
- 3、承诺不动用公司资产从事与其履行职责无关的投资、消费活动；
- 4、承诺由董事会或薪酬与考核委员会制定的薪酬制度与公司填补回报措施的执行情况相挂钩；
- 5、承诺若公司实施股权激励，拟公布的公司股权激励的行权条件与公司填补回报措施的执行情况相挂钩；
- 6、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上海证券交易所等证券监管机构制定或发布的有关规定、规则，对本人作出相关处罚或采取相关管理措施。

（八）承担补缴社会保险及住房公积金的承诺

公司控股股东和实际控制人出具了承担补缴社会保险及住房公积金的承诺，具体内容请参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“十三、发行人员工及其社会保障情况”中的“（二）公司执行社会保障制度、住房制度改革、医疗制度改革情况”的相关内容。

（九）其他重要承诺

发行人全体董事、监事和高级管理人员向公司出具《忠实义务的承诺函》，承诺：

“1、保守南京我乐家居股份有限公司的商业机密，在任职期间及离职后十二个月内不从事与南京我乐家居股份有限公司有竞争关系的业务或在与南京我乐家居股份有限公司有竞争关系的机构任职；

2、除已披露的对外投资外，无其他对外投资情况。本人现有的对外投资，不存在与南京我乐家居股份有限公司利益发生冲突的情况；

3、不利用职务便利为自己或者他人谋取属于南京我乐家居股份有限公司的商业机会，自营或者为他人经营与南京我乐家居股份有限公司同类的业务。”

此外，公司实际控制人、控股股东、董事、监事及高级管理人员就失信补救措施出具相应的承诺：承诺将严格履行其有关我乐家居首次公开发行并上市的相关承诺，如未能履行、确已无法履行或无法按期履行（相关法律法规、政策变化、自然灾害及其他不可抗力等无法控制的客观原因导致的除外），将采取相应的措施并承担责任。

截至本招股说明书签署之日，上述承诺均得到严格履行，未出现违反承诺的情形。

第六节 业务与技术

一、发行人主营业务、主要产品及其变化情况

（一）主营业务及主要产品

公司秉承“设计让家更美，科技让美实现”的理念和使命，致力于定制家具产品的设计、研发、生产、销售及相关服务的提供。公司较早提出并践行 E0 级高环保标准，为消费者提供安全、健康的家居环境；并通过不断升级完善“工业化”与“信息化”相结合的智能化工厂，为消费者提供设计精美、工艺精湛、质量可靠的定制家具产品。

报告期内，公司拥有整体厨柜、定制衣柜及全屋定制家具三大产品系列。其中整体厨柜为公司创立至今主要的业绩贡献产品，未来仍将为公司主打产品系列之一；定制衣柜系公司为满足客户需求配置的基本品类，未来拟逐步提升该板块销售规模；全屋定制家具系公司战略布局产品之一，有望成为公司的另一重要业绩增长贡献板块。本节将主要介绍整体厨柜和全屋定制家具相关内容。

整体厨柜主要立足于为消费者提供厨房整体风格设计、厨房空间规划、厨柜厨电和其他厨房配套产品及其安装服务等全套定制解决方案；全屋定制家具则主要为消费者提供客厅、卧室、书房、活动室等房屋内任何可用空间的整体设计方案、空间布局规划、配套家具和周边相关产品及其安装等定制服务。

（二）主营业务变化情况

公司自成立以来主营业务未发生过重大变化，主要产品品类有所扩充。

二、发行人所处行业的基本情况

（一）行业主管部门及管理体制

1、行业主管部门和管理体制

按照国家统计局 2011 年颁布的《国民经济行业分类》，公司所从事的行业为

“C21 家具制造业”中的“C2110 木质家具制造业”；按照中国证监会公布的《上市公司行业分类指引（2012 年修订）》，公司所从事的行业为“C 制造业”中的“C21 家具制造业”。

行业主管部门为工信部消费品工业司，行业技术监管部门为国家质量监督检验检疫总局，行业自律组织为中国家具协会、全国工商联家具装饰业商会厨柜专业委员会、全国工商联家具装饰业商会衣柜专业委员会、全国工商联家具装饰业商会定制家居专业委员会、中国五金制品协会厨房设备分会等。

家具行业市场化程度较高，政府部门主要在宏观层面对行业进行引导，具体包括制定产业政策、规划行业发展战略、优化行业发展环境等方面。行业自律组织主要通过制定行业标准、组织行业培训、组织行业年会等方式促进行业内企业交流，进而促进行业持续、健康、快速发展。

2、行业主要法律、法规及其他规范性文件

序号	法律、法规名称	发布单位	发布/修订时间
1	《中华人民共和国价格法》	全国人大常委会	1997 年
2	《中华人民共和国产品质量法》	全国人大常委会	2000 年
3	《中国家具协会家具设计保护试行办法》	中国家具协会	2000 年
4	《商业特许经营备案管理办法》	商务部	2011 年
5	《中华人民共和国商标法》	全国人大常委会	2013 年
6	《中华人民共和国消费者权益保护法》	全国人大常委会	2014 年

（二）行业主要政策及标准

1、主要政策

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

序号	政策名称	发布时间	发布单位	主要内容
2	《关于进一步加强住宅装饰装修管理的通知》	2008年	住房和城乡建设部	要求各地继续贯彻落实《关于推进住宅产业现代化提高住宅质量若干意见》（国办发〔1999〕72号）和《商品住宅装修一次到位实施导则》（建住房〔2002〕190号）的意见，制定出台相关扶持政策，引导和鼓励新建商品住宅一次装修到位或菜单式装修模式。
3	《轻工业调整和振兴规划》	2009年	国务院	明确国家将加快家具行业重点专业市场建设作为轻工业产业调整和振兴的主要任务之一，同时该规划将加强家具行业的产品质量管理作为基本原则，通过不断完善标准和检测体系，打击制售假冒伪劣产品的违法行为，以保障产品使用安全。
4	《中国家具行业“十二五”发展规划》	2010年	中国家具协会	提出推进家具市场建设，鼓励自主品牌，发展大型规模化家具企业，在“十二五”期间，我国家具产值和家具产量保持每年15%左右的增长速度。
5	《全国林业发展“十二五”规划》	2011年	国家林业局	大力发展木制家具等现代家居产品；引导木材制品向绿色安全健康方向发展。
6	《建筑业发展“十二五”规划》	2011年	住建部	研究和推动部件标准化；提高建筑构配件的工业化制造水平，促进集成化、模块化生产；鼓励和推动新建保障性住房和商品住宅菜单式全装修交房。
7	《住宅室内装饰装修管理办法》	2002年	住建部	对住宅室内装修的对施工标准、室内环境质量、工程竣工与保修等多个方面做出规定，对住宅室内装修的总体作业标准进行了规范。
8	《商品住宅装修一次性到位实施细则》	2002年	住建部	提出“逐步取消毛坯房，直接向消费者提供全装修商品房；规范装修市场，促使住宅装修生产从无序走向有序。坚持技术创新和可持续发展的原则，贯彻节能、节水、节材和环保方针，鼓励开发住宅装修新材料新品，带动相关产业发展，提高效率，缩短工期，保证质量，降低造价”。
9	《关于加快推进信息化与工业化深度融合的若干意见》	2011年	工信部、科技部、财政部、商务部、国资委	到2015年，信息化与工业化深度融合取得重大突破，信息技术在企业生产经营与管理的重要领域、主要环节得到充分有效应用。

序号	政策名称	发布时间	发布单位	主要内容
10	《产业结构调整指导目录（2011年本）》	2011年	国务院、发改委	鼓励预制装配式整体卫生间和厨房标准化、模数化技术开发与推广；工厂化全装修技术推广。
11	《轻工业“十二五”发展规划》	2012年	工信部	明确将提高智能化家电、健康环保家具、安全清洁燃气具等耐用消费品的供给能力作为“十二五”期间的重点任务，并指出将重点发展绿色环保、安全的家具产品，培育知名品牌，提高产品的附加值。加快绿色环保新材料、新技术的研发与应用，增强产品款式、功能、个性化研发设计能力，突出特色产品的技术和文化内涵。
12	《关于加快推动我国绿色建筑发展的实施意见》	2012年	财政部、住建部	实现住宅部品通用化，大力推广住宅全装修，推行新建住宅一次装修到位或菜单式装修。
13	《国家新型城镇化规划（2014-2020年）》	2014年	国务院	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。
14	《关于加快发展生产性服务业促进产业结构调整升级的指导意见》	2014年	国务院	运用互联网、大数据等信息技术，积极发展定制生产，满足多样化、个性化消费需求。
15	《中国制造2025》	2015年	国务院	加快推动新一代信息技术与制造技术融合发展，把智能制造作为两化深度融合的主攻方向……推进制造过程智能化。在重点领域试点建设智能工厂/数字化车间，加快人机智能交互、工业机器人、智能物流管理、增材制造等技术和装备在生产过程中的应用，促进制造工艺的仿真优化、数字化控制、状态信息实时监测和自适应控制……发展基于互联网的个性化定制、众包设计、云制造等新型制造模式，推动形成基于消费需求动态感知的研发、制造和产业组织方式。

2、主要行业标准

序号	标准名称	标准号	发布单位
1	家用燃气灶具	GB16410-2007	中国国家标准化管理委员会、质监总局
2	吸油烟机	GB17713-2011	中国国家标准化管理委员会、质监总局
3	室内装饰装修材料胶粘剂中有害物质限量	GB18583-2008	中国国家标准化管理委员会、质监总局
4	家用和类似用途电器的安全-整体厨房器具的特殊要求	GB4706.107-2012	中国国家标准化管理委员会、质监总局
5	家用和类似用途电器的安全第 1 部分：通用要求	GB4706.1-2005	中国国家标准化管理委员会、质监总局
6	家用和类似用途电器的安全-厨房机械的特殊要求	GB4706.30-2008	中国国家标准化管理委员会、质监总局
7	家具力学性能试验第四部分：柜类稳定性	GB/T10357.4-2013	中国国家标准化管理委员会、质监总局
8	住宅厨房及相关设备基本参数	GB/T11228-2008	中国国家标准化管理委员会、质监总局
9	中密度纤维板	GB/T11718-2009	中国国家标准化管理委员会、质监总局
10	浸渍胶膜纸饰面人造板	GB/T15102-2006	中国国家标准化管理委员会、质监总局
11	家具工业术语	GB/T28202-2011	中国国家标准化管理委员会、质监总局
12	木家具通用技术条件	GB/T3324-2008	中国国家标准化管理委员会、质监总局
13	家用厨房设备第 2 部分：通用技术要求	GB/T18884.2-2002	质检总局
14	室内装饰装修材料木家具中有害物质限量	GB18584-2001	质监总局
15	家用厨房设备第 1 部分：术语	GB/T18884.1-2002	质监总局
16	家用厨房设备第 3 部分：试验方法与检验规则	GB/T18884.3-2002	质监总局
17	家用厨房设备第 4 部分：设计与安装	GB/T18884.4-2002	质监总局
18	住宅厨房家具及厨房设备模数系列	JG/T219-2007	建设部
19	人造石	JC/T908-2013	工信部
20	木家具质量检验及质量评定	QB/T1951.1-2010	工信部
21	木制柜	QB/T2530-2011	工信部

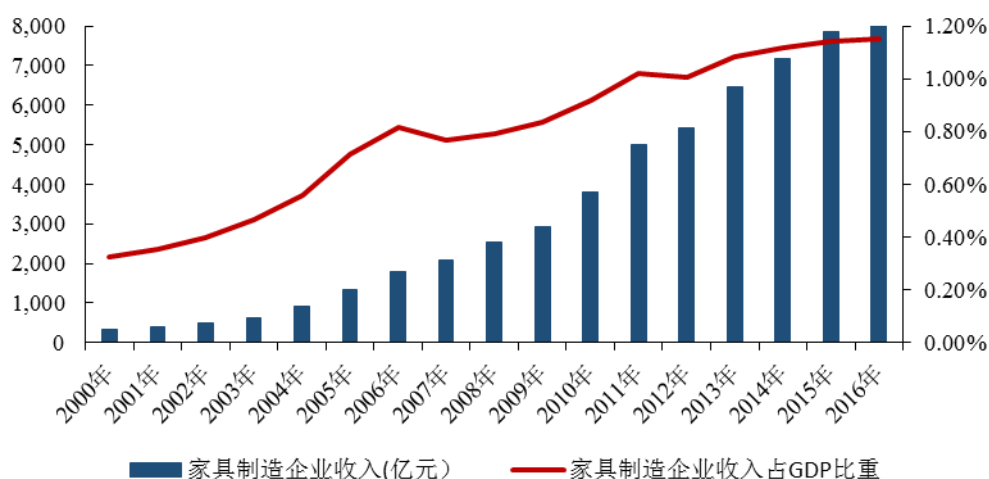
序号	标准名称	标准号	发布单位
22	厨房家具	QB/T2531-2010	工信部
23	环保型建材及装饰材料技术要求	SB/T 10727-2012	商务部

（三）行业发展状况

1、我国家具行业发展状况

近年来，我国经济持续快速发展，人民生活水平逐渐提高，家具制造行业得到较快发展，行业内企业收入规模增长迅速：2000年我国规模以上家具制造企业收入为327.50亿元，占GDP的比重为0.33%；至2016年末达到8,559.50亿元，占当年GDP比重为1.15%。2000年~2016年，我国规模以上家具制造业企业收入复合增长率为22.62%，增长速度较快。

我国规模以上家具制造企业收入与占GDP的比重



数据来源：Wind 资讯

未来随着我国城镇化水平的不断提高、国民消费能力的提升、对生活品质追求的提升、主要消费群体消费观念的转变以及对健康环保的关注等，我国家具消费水平有望进一步提升。

2、我国定制家具行业发展状况

定制家具行业系家具制造行业的子行业，相较传统成品家具，具有如下优势：一方面尺寸可以做到与每一户的房屋空间完全契合，另一方面款式可以根据消费

者家庭整体装修风格设计，凸显个性化。为消费者提供“量身定做”服务的个性化定制家具，包括整体厨柜、整体衣柜、整体书柜、步入式衣帽间、入墙衣柜等产品更能贴合消费者需求，更受消费者喜欢。

同时，我国一线城市房价较高，中小户型更受到消费者青睐，2015 年开始，90 平方米以下的户型同比增速远高于高档住宅以及全部住宅的增速，达到 30% 左右。随着中小户型房型的普及，消费者对于空间的需求将更为强烈，此时定制家具“量身定做”的服务理念将通过折叠、与房型完美契合等方式实现客户的空间需求。

未来，随着我国居民的平均可支配收入水平不断提高，人们对生活品质的要求亦不断提高，对定制家具需求不断扩大，定制家具产品市场有望逐渐成为未来家具市场的领军产品。而随着定制家具市场成熟度的上升，品牌知名度较高、产品质量较好、综合服务能力较高、销售渠道较为广泛的定制家具领先企业的市场占有率将进一步提高，成长空间较大。

（1）整体厨柜发展状况

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

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

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

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

③第三阶段：快速发展阶段。2000 年，国家住房制度改革的全面推行为厨柜行业的发展提供了快速增长的市场条件。2002 年，建设部第 108 号令《住宅

室内装饰装修管理办法》以及《商品住宅装修一次性到位实施细则》等文件公布实施，加快了厨柜业发展。

从整体厨柜市场的消费需求结构来看，其市场需求包括商品房毛坯首次装修需求、精装房的配套装修需求和居民为改善居住环境进行的二次装修需求。全国工商联家具装饰业商会发布的《2013 中国厨柜行业消费白皮书》指出：近年来，中国厨柜的销量以平均每年 35% 的速度上升，每年的市场容量约为 700 亿元。根据国务院发展中心研究办公室的调查显示：我国使用厨柜的家庭比例 2002 年为 1.2%，至 2015 年有超过 30% 的家庭使用厨柜。

（2）全屋定制家具发展状况

全屋定制家具强调通过风格定制、颜色定制、空间定制、功能定制等为消费者提供全套个性化家具解决方案。与传统标准成品家具行业相比，全屋定制家具可以满足消费者独特的需求：根据不同房屋结构及个性喜好设计出不同的家具方案，实现空间利用最大化，并最大限度地贴合消费者的审美观。与传统装饰装修公司手工打造的家具相比，全屋定制家具一方面满足了消费者对于家具产品“私人定制”的心理需求，另一方面具有设计感较强、风格匹配一致、产品误差较小、完工时间较短等优点。

全屋定制业务在我国刚刚兴起，但市场普及较为迅速。尚品宅配等为较早开始推行全屋定制业务的企业之一，目前国内部分整体厨柜、定制衣柜等行业知名品牌如本公司、欧派集团、博洛尼、索菲亚等均已开始布局全屋定制业务。全屋定制销售规模目前在我国家具行业销售规模中所占比重较低，未来有较大增长潜力：

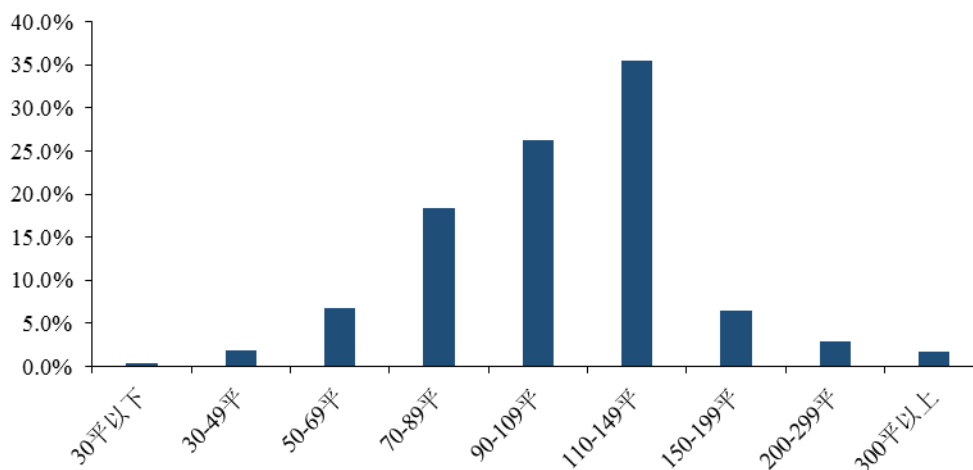
第一，满足消费者一站式购物需求。传统的装修模式下，消费者需要在建材市场和家具市场等多地进行多次往返以采购所需物品，并与装修公司多次沟通以求达到预期的家居环境。这种装修模式耗费较多的时间和精力，随着人们生活节奏逐渐加快，消费者对装修的便利性、快捷性要求提高，一站式购物需求逐渐增长。全屋定制家具较好地满足了消费者的一站式购物需求：①针对每个消费者的情况进行专属设计，提供包括家具产品组合、空间布局规划、色彩搭配等多方面的整体设计方案。消费者只需与提供全屋定制家具服务的企业对接，根据自身的

审美和生活习惯对产品的风格、功能、颜色、尺寸等方面进行调整即可实现对整体家具装修效果的把控，装修便利性大幅提高。②经过专业化训练的安装队伍对产品和服务流程熟悉度较高，能够高质量、高效率按照设计方案施工，使装修时间大幅缩短，较传统装修模式更为快捷。全屋定制这种全新的家具装修方式，为消费者节省了大量时间与精力，未来有望受到更多消费者的青睐。

第二，消费观念的改变推动家具行业消费升级。随着居民收入水平的提高，消费者对生活品质的要求逐渐提高，在家具消费方面的关注点逐渐从产品性价比、实用性等方面向产品外观设计、功能性等方面转移。全屋定制家具产品的核心为个性化定制，主要包括外观定制及功能定制两方面。外观定制包括整体家具的风格定制、每一件产品的颜色定制、尺寸定制等方面，通过外观定制可以实现整体家具风格和谐统一而细节富于变化。外观定制给予消费者较大的设计自由，能够充分满足消费者对于“个性化”的需求。功能定制则由设计师根据消费者喜好、房屋布局、空间构造等情况赋予家具产品额外的收纳、储藏或特殊功能。全屋定制模式符合家具行业的消费升级趋势，未来普及度提升空间较大。

第三，全屋定制模式强调空间定制，通过对房屋进行整体规划、贴合设计等可以减少空间浪费，最大化房屋的空间利用率。根据中国建筑装饰协会厨卫工程委员会的抽样调查结果《2016 大数据下的厨卫消费行为趋势研究报告》显示：2015 年消费者装修的房屋面积 89%集中于 150 平米以下的户型，其中 110 平米以下户型占比达 53.6%。110 平米以下户型对房屋空间利用率要求较高，因此全屋定制在该等户型中的应用潜力较大。全屋定制模式目前尚处于初步发展的阶段，随着这一模式未来在消费者中普及度上升，中小型户型装修市场有望向全屋定制模式发展，因此全屋定制模式拥有较大潜在市场规模。

2015年消费者装修房屋的面积分布（抽样调查）



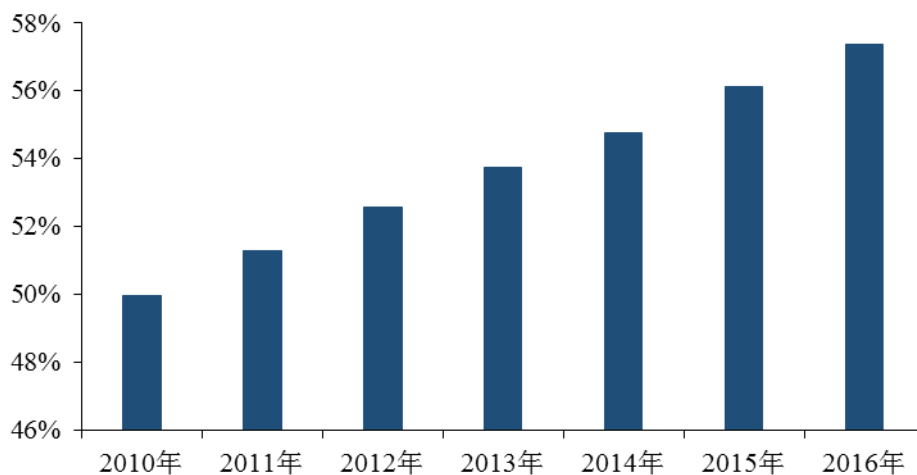
数据来源：《2016 大数据下的厨卫消费行为趋势研究报告》

3、我国定制家具行业发展前景

(1) 城镇化进程加快为家具行业提供了广阔的市场空间

近年来，我国城镇化进程稳步推进。2014年3月，国务院印发《国家新型城镇化规划（2014~2020年）》，其中提出发展目标为，2020年常住人口城镇化率达到60%左右，户籍人口城镇化率达到45%左右，努力实现1亿左右农业人口转移和其他常住人口在城镇落户。根据国家统计局公布的数据，2016年我国城镇常住人口占总人口比重为57.35%，未来将持续有大量农业人口向城镇转移，由此带来的新增住房需求较大，进而带动家具行业消费增长。

2010年-2016年城镇常住人口占总人口比重

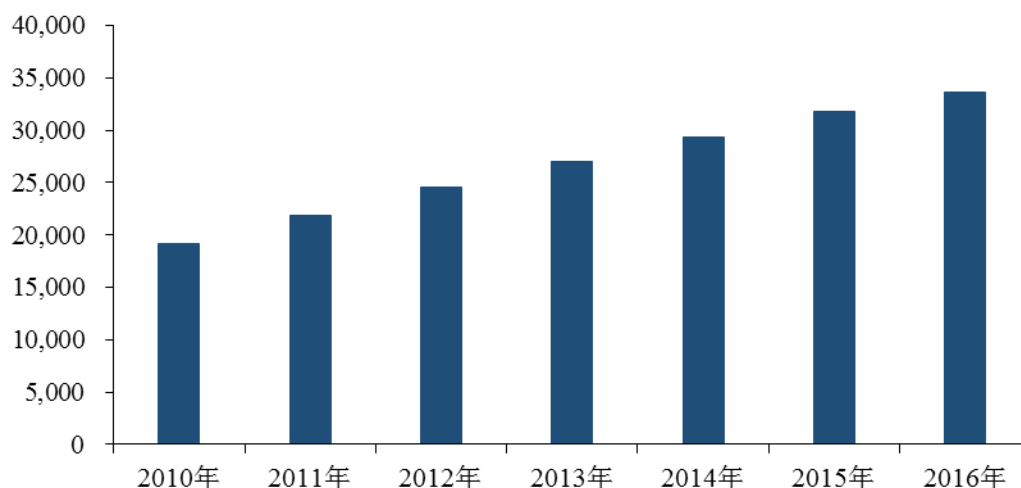


数据来源：国家统计局

（2）居民可支配收入增长为定制家具制造行业持续增长创造了必要条件

随着经济发展，我国居民的平均可支配收入水平不断提高，对生活品质的要求亦不断提高，居住条件的改善性消费成为居民的主要消费之一。消费者对家具产品的诉求已超越功能需求，更多地追求美观舒适、环保健康、时尚个性，定制家具由此愈发受到消费者的青睐。随着收入的不断增加，人们对定制家具产品的价格接受能力增加，消费理念转向品牌消费，为具有品牌优势的定制家具制造企业带来了较大的发展空间。

2010年-2016年城镇居民家庭
人均年可支配收入（元）

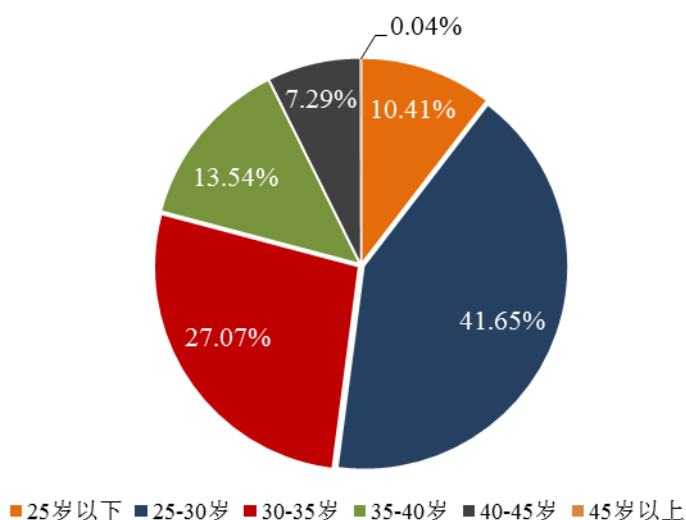


数据来源：国家统计局

（3）主要消费人群增长推动定制家具行业发展

家具类产品的主要消费群体为 25-35 岁人群，根据 Wind 资讯统计，2014 年 25-35 岁人群家具类产品消费额占所有年龄阶段人群消费总额的 68.72%。

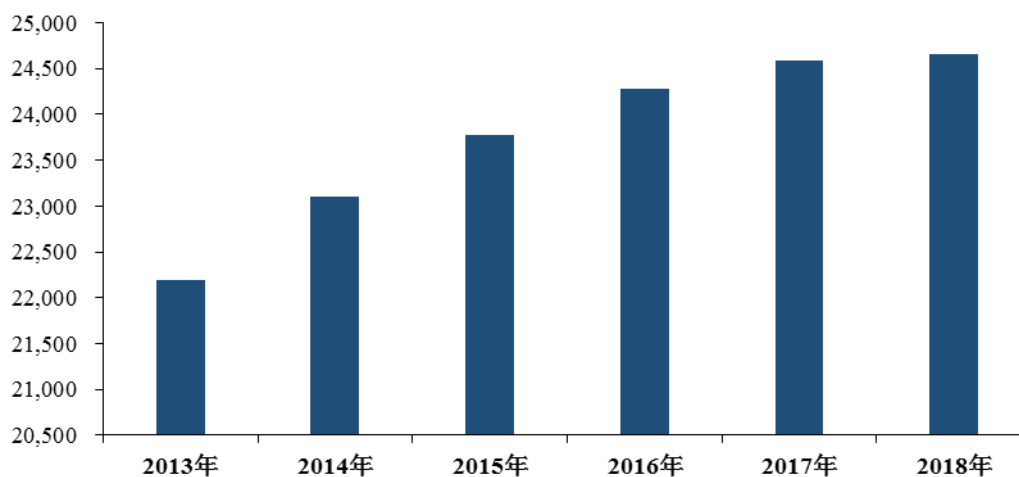
2014年家具消费年龄分布



数据来源：Wind 资讯

一方面，这部分人群具有追求时尚、崇尚个性的特点，在家庭装修上参与程度较高，有一定自主设计的意愿，且偏好具有一定特色的家具产品，不喜过于大众化的装修风格，因此较为青睐定制家具产品；另一方面，面对我国住宅用商品房价格不断上涨的趋势，25-35岁人群中选择中小型户型的人群居多，因此对有限空间的最大化利用是提高生活品质的重要手段，定制家具产品能够较好地满足这一需求。根据OECD预测，我国25-34岁人群至2018年都将持续呈增长态势，主要消费群体的人数增长将带来定制家具产品的消费增长，从而推动定制家具行业进一步发展。

2013年~2018年中国25-34岁人口总数预测（万人）

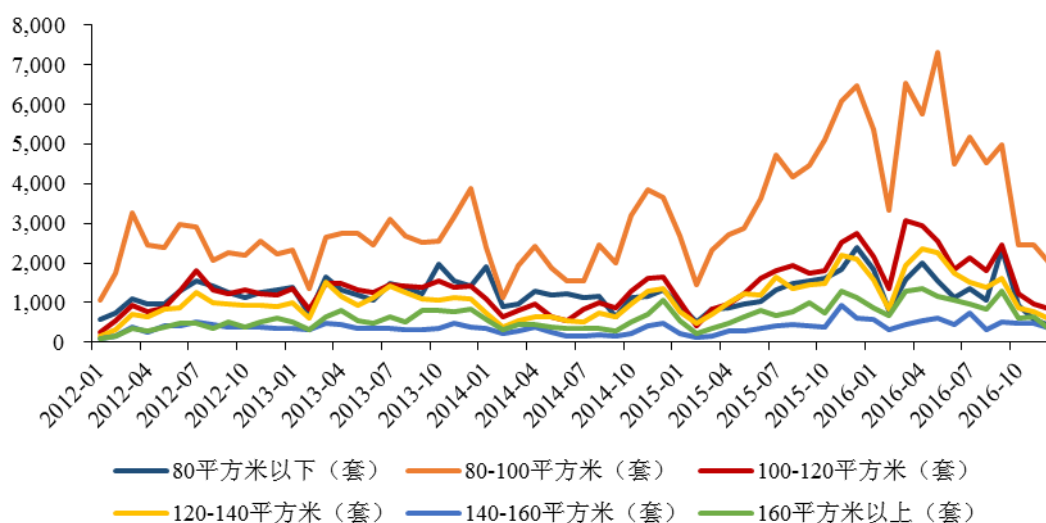


数据来源：OECD 数据库

(4) 中小户型需求增加拉动家具定制需求

鉴于我国一、二线城市房价偏高，中小户型一定程度上受到消费者青睐。根据国家统计局数据显示，近年来，这些地区 120 平方米以下的户型销售套数明显高于 120 平方米以上户型的销售数量。以发行人所在地南京为例，2012 年至今，各年 120 平方米以下的房型销售套数占全部房型销售套数比例基本在 70% 以上。

2012年-2016年南京商品房月度成交套数面积分布



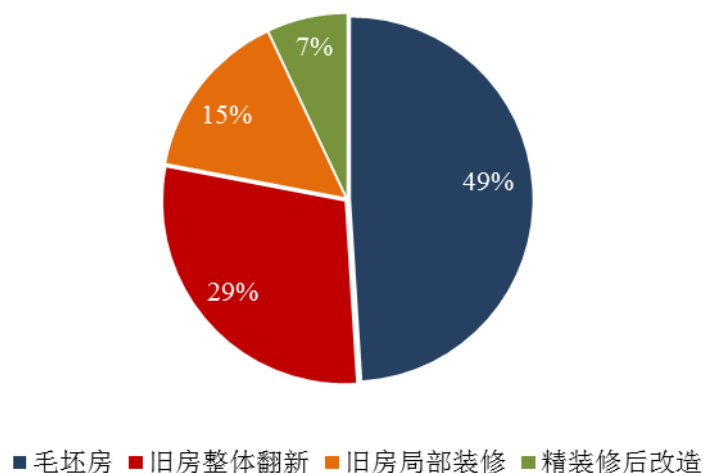
数据来源：国家统计局、wind 资讯

鉴于上述 120 平方米以下户型消费者对空间的利用效率追求更高，而定制家具由于根据房型“量身定做”，可以实现与房型完美契合，并可同时满足消费者个性化的空间需求。由此，随着该等户型销售的增加，有望拉动定制家具的市场需求。

(5) 受房地产行业影响状况

消费者对于家具产品的需求主要来源于两个方面：一方面源自住宅用新房装修产生的家具产品需求，新房装修主要包括对毛坯房的装修及对精装修新房的改造等；另一方面源自住宅用旧房重新装修带来的家具产品置换需求，旧房重新装修主要包括旧房整体翻新及旧房局部装修等。根据 Wind 资讯统计数据，2014 年新房装修带来的家具消费需求占家具消费市场的 56%，旧房重新装修带来的家具需求则占家具消费市场的 44%。

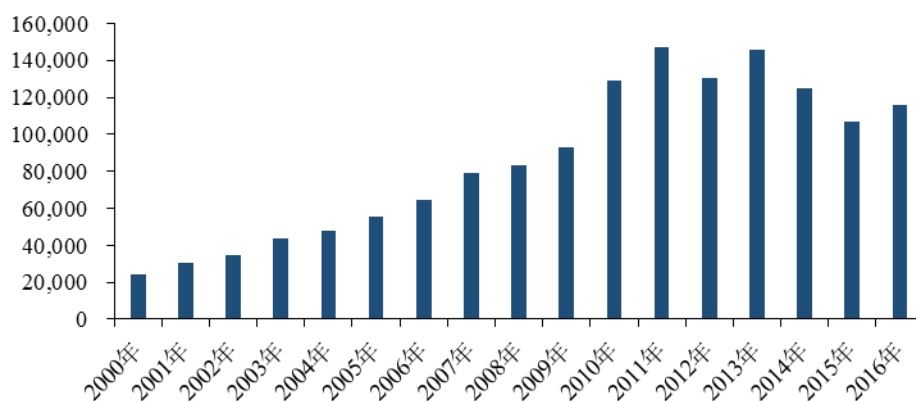
2014年家具消费装修状态



数据来源：Wind 资讯

近年来，随着城镇化进程加快，我国住宅用房屋新开工面积不断增长。2000年至2016年我国住宅用房屋新开工面积从2.44亿平方米增至11.59亿平方米，复合增长率为10.23%。新建住宅用房屋面积的增长带动了消费者对新房装修的需求，而在此期间内，家具制造行业也呈现高速发展态势，2000年行业内规模以上企业收入为327.50亿元，至2016年已达8,559.50亿元，复合增长率达22.62%。

2000年-2016年房地产开发企业住宅用房屋新开工面积（万平方米）

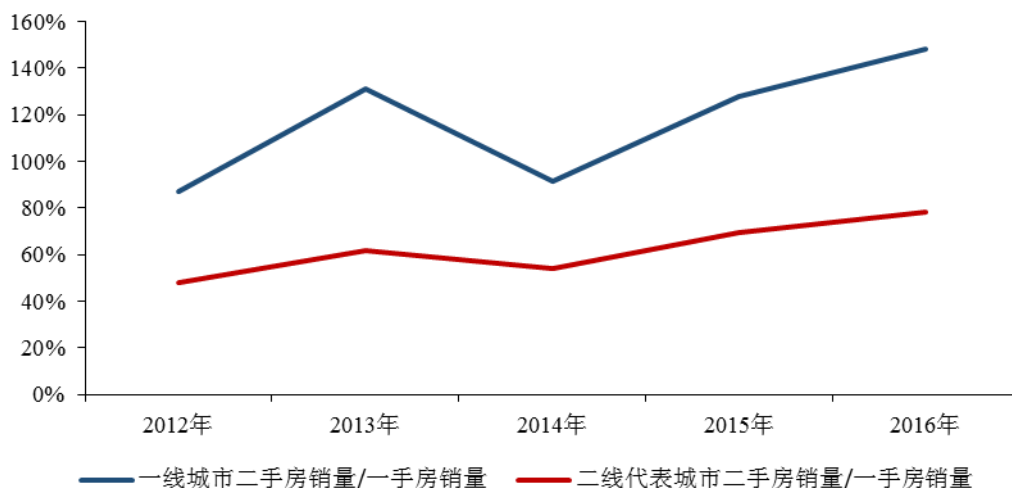


数据来源：wind 资讯

除此之外，住宅用旧房重新装修为家具行业稳定增长提供较为可靠的支持。

受到居民改善居住环境需求及二手房交易市场推动，消费者对于旧房重新装修的需求大幅提升。根据 CREIS 中指数据房地产数据信息系统的统计数据显示，2012年至 2016 年，我国一线城市、二线代表城市二手房销量相对于一手房销量增长幅度明显。

2012年-2016年一线城市与二线代表城市二手房销量与一手房销量比



数据来源：CREIS 中指数据房地产数据信息系统

一般而言，每 10 年为一个家具翻新、房屋重新装修周期，10 年以上房龄住宅用商品房具有较大的家具翻新或整屋重新装修需求。从 2000 年起国内商品房销售进入了快速增长期，由此推断目前国内二次装修需求相对较高，未来消费者旧房重新装修需求将带动家具产品需求快速增长，进而带动家具制造行业的整体快速增长。

4、我国定制家具行业的发展趋势

(1) 定制家具普及度有望进一步提升，行业发展有望加速

整体而言，定制家具在我国发展时间较短，故目前来说，市场普及度还不高。我国一、二线城市因经济较为发达，居民收入水平较高以及生活节奏较快等原因，定制家具产品普及度相对较高。未来随着居民收入水平和对生活品质追求等的进一步提高，以及三、四线等城市的经济发展加快、消费能力释放等因素，定制家具在我国的市场普及度有望逐步提升，行业发展有望加速。

(2) 全屋定制成为行业发展主流趋势，竞争加剧

随着人们对生活品质追求的提升，对居住环境舒适、个性化要求的加强，以及对家装便利性等要求的提高等，消费者对全屋定制的需求亦日益增强，全屋定制成为家具定制行业发展主流趋势。目前行业内知名企业均已启动或准备向全屋定制进军，行业呈现百家争鸣状态，竞争将进一步加剧。

(3) O2O 成为未来定制家具行业发展新动力

当今时代，互联网的普及和电子商务的兴起使传统消费模式发生了巨大的改变。网络为消费者和生产者提供了高效的交流平台，降低了沟通成本，大大提高了销售效率。O2O 模式下，定制家具企业可以通过“线上展示+线下体验下单”的方式，多平台、全方位、全细节地向消费者展示所有产品，后续则根据消费者的独特需求制作或采购相关产品，并派出专业人员负责产品安装，保证最终产品效果与消费者所看到的 3D 效果图高度一致，真正达到消费者“所见即所得”。未来，O2O 将成为未来定制家具行业发展新动力。

(4) 更为关注家居产品材质的健康环保

定制家具产品常规采用中纤板，行业内品牌影响力较强的企业对基材环保标准要求比较高。随着人们生活水平的提高，人们对健康的重视程度日益提高，在家具产品方面，环保、健康成为人们家具产品的首选指标。甲醛释放量为家具产品最重要的环保指标之一，行业目前普遍使用的环保标准为国家环保标准 E1 级，标准要求的甲醛释放量为 $\leq 1.5\text{mg/l}$ 。行业内部分企业，如本公司，通过重新研究设计作业流程与施工标准规范等方式避免基材外露，确保密封性更好、减少有害气体外泄，并防止板材受潮变形，已能够做到使产品的甲醛释放量减小到 $\leq 0.5\text{mg/l}$ ，使消费者接触到的甲醛进一步减少，该等级的环保标准在家具制造行业内被称为“E0”级别环保标准。未来随着行业内企业技术水平不断提高，家居产品的环保标准将进一步提高。

(5) 行业集中度逐步提升，品牌成为经营重点

目前，我国家具企业众多，行业集中度较低，未来随着家具行业不断发展，行业集中度将逐步提高，优势品牌将占据市场主导地位。未来，品牌将成为定制

家具产品吸引消费者的关键因素之一，因此品牌经营是行业内企业经营的核心和重点。加强自主品牌管理和品牌建设，形成清晰的品牌定位和品牌内涵，提升产品竞争力和品牌附加值，成为未来定制家具行业发展的重要趋势。

(6) 自主设计研发能力主导溢价能力

随着消费者家具装修理念的转变，其对家具产品的关注点从最初讲究“实惠”、“实用”，逐渐提升到注重产品“格调品位”、“时尚性”、“个性化”和“文化内涵”等方面。功能完善、外观出众且具有较高品牌知名度的定制家具产品溢价能力较强。部分国外厨柜厂商如威乃达集团、阿尔诺集团等，成立时间较长，自身设计研发能力较为雄厚，产品外观有较强的竞争力，且具有较高的品牌附加值，产品溢价能力较强。我国定制家具行业虽然起步较晚，但发展迅速，目前已出现了一批以本公司、欧派集团、金牌厨柜等企业为代表的品牌定制家具企业。未来随着消费者消费观念的升级，品牌定制家具企业的自主设计研发水平将直接主导其产品的溢价能力。

(7) 智能化生产成为行业发展目标

定制家具行业产品类别的多元性和订单结构的复杂性，使得信息技术的应用程度逐渐成为企业在市场竞争中胜出的关键。目前以本公司为代表的部分企业已具备较高的信息化水平，能够进行大规模柔性化生产，实现定制产品的批量生产。然而在以德国为代表的发达国家，其定制家具企业已开始实践智能化制造，在节约人力成本的同时，生产效率得到大幅提高，产品品质得到较高的保障。未来随着国际竞争的加剧和劳动力成本的上升，我国定制家具企业对设备效率、制造成本、产品质量的要求不断提高，定制家具行业企业将进一步提高自身信息化和自动化程度，努力自主创新，最终向智能化制造发展。

(四) 行业竞争状况分析

1、行业竞争格局

(1) 整体厨柜竞争格局

我国整体厨柜行业正处于快速成长期，行业内企业众多，且行业集中度较低，

市场化程度较高，竞争较为激烈。根据厨柜产品的价格定位，我国整体厨柜企业可分为三类：

第一类为境外高端厨柜品牌企业。境外高端厨柜品牌企业如 Nobia 公司、威乃达集团、阿尔诺集团等厂商，具有较长的品牌历史，在其本国具有领先的行业地位，此类企业生产规模、设计水平及工艺水平等都居世界前列。由于此类品牌产品定价较高，主要面向富裕阶层消费者，因此在我国厨柜市场所占市场份额较小。

第二类为境内规模较大厨柜品牌企业。境内中高端厨柜品牌如我乐家居、欧派集团、博洛尼、金牌厨柜、志邦厨柜等品牌，产品价格较境外高端厨柜品牌较低，但仍处于相对较高的价位，定位中产阶级家庭消费者，相对于境外高端厨柜品牌，境内中高端厨柜品牌在我国厨柜市场拥有较高的市场占有率。

第三类为小规模厨柜生产企业。小规模厨柜生产企业数量众多，分布广泛，产品价格较低，同质化严重，且主要覆盖企业所在区域。其中一部分企业在当地有一定品牌影响力；另一部分企业自主品牌优势不突出，主要通过价格优势取得市场份额。数量众多的小规模厨柜生产企业占据着我国厨柜市场的大部分市场份额，未来随着行业集中度的提高，这类企业的数量及其所占的市场份额将会减少。

（2）全屋定制竞争格局

定制家具概念的兴起，源自整体厨柜、定制衣柜领域，由于国外流行的整体厨房、壁柜移门的传入，以及消费者对房屋空间利用的要求越来越高等原因，整体厨柜、定制衣柜逐渐开始普及。随着家具企业生产技术的提高和我国居民家具消费理念的成熟，定制家具范围逐步拓展到卧室、书房、客厅、餐厅等领域，至今形成全屋定制这种新型的业务模式。

全屋定制业务模式正处于起步阶段，市场前景广阔，有望成为未来定制家具行业发展方向。目前全屋定制行业尚未形成明显行业格局，除尚品宅配等较早开始推行全屋定制的企业在行业内知名度较高以外，以本公司为代表的部分定制家具、整体厨柜、定制衣柜行业企业亦已开始布局全屋定制业务，品牌知名度也在逐渐提高。全屋定制对企业的信息技术实力、工艺技术实力、大规模柔性化生产

能力等也具有较高的要求，以本公司为代表的部分定制家具企业，可以依托自身多年积累的设计研发能力、信息化生产能力等，未来在全屋定制业务中占据有利的地位。

2、行业竞争状况

定制家具行业竞争较为激烈，一方面源自与传统标准成品家具制造企业及装饰装修行业企业的竞争；另一方面源自行业内部各品牌、生产商之间的竞争。

(1) 与传统标准成品家具制造、装饰装修行业的竞争情况

定制家具行业的消费群体与传统标准成品家具行业和装饰装修行业的消费群体有较大部分的重合，因此定制家具行业、装饰装修行业和传统标准成品家具行业存在一定的竞争。但与此同时，定制家具企业通过资源整合，为消费者提供一站式家居服务，从而与传统标准成品家具公司以及装饰装修公司存在一定的合作关系。

项目		定制家具行业	标准成品家具行业	装饰装修行业
整体厨柜	合作	厨房装修的前端需要装修公司对燃气管道、水管排线、电路排布等方面进行处理；整体厨柜企业则负责厨房整体风格设计、收纳方案设计、厨柜功能设计以及厨柜厨电和其他厨房配套产品及其安装服务等方面；标准成品家具企业则为消费者提供部分厨房常用家具等。整体厨柜企业可通过与装修公司以及标准成品家具公司战略合作的方式，一站式解决消费者厨柜装修需求。		
	竞争	通过与厨房电器及厨房用品提供商进行合作逐渐完善其业务范围，形成整体厨房+配套厨房电器+配套常用家具的全套解决方案，抢占了标准成品家具企业及装饰装修企业的市场份额。	针对消费者日渐增长的对于整体厨房的定制化需求，开始自主研发整体厨柜，与定制家具行业企业构成竞争。	为消费者提供“硬装”部分后，由装修工人及木工制作人员在装修现场为消费者手工打造厨柜、堆砌灶台并为消费者安装厨房电器从而完成厨房装修，与定制家具企业及标准成品家具企业在厨房装修市场竞争。
全屋定制家具	合作	装修公司处理房屋装修前端的埋线、水管及电器的接口等部分；全屋定制家具企业负责客厅、卧室、书房、活动室等的整体风格设计、空间布局、功能规划以及相关产品的提供和安装等；标准成品家具企业提供如沙发、床等配套家具产品。全屋定制家具企业可通过与装修公司以及标准成品家具公司战略合作的方式，一站式解决消费者需求。		

项目		定制家具行业	标准成品家具行业	装饰装修行业
	竞争	通过不断完善自身业务范围,已开始具备为消费者提供涵盖厨房、客厅、卧室、书房及浴室的整体家具解决方案。全屋定制家具整体风格统一,空间利用率高,设计感强和富于个性化的特点逐渐受到消费者青睐,市场份额不断扩大,不断占据传统装饰装修公司的市场份额,同时通过提供配套小件家具的方式,占据了标准成品家具企业的市场份额。	传统标准成品家具由于其材质多样化,即买即用,可以任意搭配的特点,仍然占据较大市场份额。同时标准成品家具企业也通过积极拓展定制业务与定制家具企业和装饰装修企业进行竞争。	装饰装修行业企业通常可以为消费者提供手工打造家具的服务,从而构成与定制家具企业和标准成品家具企业的竞争。现场打造的家具一般可以做到尺寸精确和个性化设计,受到部分消费者的喜爱,但存在产品质量不稳定且噪音较大、并存在一定环保隐患等缺点。

整体厨柜行业经过约 20 年的发展,在消费者中有一定普及度;全屋定制业务虽然兴起时间不久,但由于其自身优势明显,已受到消费者的广泛关注与青睐,未来有望成为定制家具行业的发展趋势。

(2) 定制家具行业内部竞争情况

定制家具行业内部竞争总体还处于初级阶段。部分国外品牌凭借品牌影响力占据高端市场,但市场份额尚较小;国内定制家具行业中小型生产企业数量众多,但市场份额分散,品牌影响力较小,这部分厂商生产的产品价格较低,产品同质化严重;另外一部分具有品牌、渠道、规模优势的定制家具企业竞争则主要集中于中高端市场。未来随着人民生活水平的提高,消费结构升级,消费者对定制家具产品的品牌、设计和质量要求逐步提升,行业发展将推动市场向具有品牌影响力的企业集中。

3、行业利润水平的变动趋势

定制家具行业为家具行业中的细分行业,正处于高速发展期,行业内企业众多、集中度低。行业呈现两极分化:品牌定位明确,自主研发设计能力突出,拥有大规模定制能力且营销网络完善的企业在竞争中脱颖而出,拥有较高的利润率;而规模较小,自主设计研发能力较弱,缺乏自有品牌的企业则利润率较低。未来,随着定制家具行业的发展,行业竞争将进一步体现为以品牌为核心的综合

实力竞争，品牌影响力大、综合服务能力强的企业享有更高的品牌溢价，获得更多消费者的认可，利润空间有望进一步扩大。

4、主要行业壁垒

(1) 品牌壁垒

定制家具行业进入门槛较低，低端产品同质化严重，价格竞争激烈，大部分小微企业难以占据有利市场地位。只有通过长期耕耘而培育出具有一定品牌知名度的企业才能在竞争中脱颖而出。优秀的品牌能够为消费者所信赖，成为消费者衡量产品质量、售后服务水平等的标准，从而使企业在竞争中占据有利地位。由于品牌知名度需要通过长期积累，并需要企业在产品研发设计、产品质量管控、生产工艺技术、营销网络建设、专业人才培养等多个方面长期投入，行业新进入者较难在短时间内有效建立起品牌优势。因此定制家具行业存在一定品牌壁垒。

(2) 设计研发能力壁垒

设计研发能力是定制家具行业企业最核心的能力之一。定制家具产品需要依照消费者的个性化要求，根据房屋现有空间结构，灵活运用色彩学、平面构成、立体构成、材料力学、人体功能学等多种设计学原理，为消费者提供风格统一、体感舒适、空间利用最大化的整体家居体验。由于国内定制家具发展历史只有约20年，行业尚处于快速发展期，经验丰富的定制家具专业设计研发人员较为缺乏，行业新进入者缺乏长期积累，自身设计研发水平较低，而又难以在短时间内找到合适的专业人才，因此较难与行业内知名品牌企业竞争。

(3) 销售服务网络壁垒

定制家具产品强调个性化定制及专业化服务，二者均需依托覆盖广泛、运作高效的营销服务网络才能实现。销售服务网络承载着广告宣传、运输安装、维修售后等众多功能，是定制家具行业企业发展的核心。建立全面、完善的销售服务网络，需要较大的资金投入，并需要对下游经销商进行长期的培训，使其理解并认同企业的公司文化、服务宗旨，从而为终端消费者提供更好的服务。行业新进入者很难在短时间内布局广泛而有效的营销网络服务体系。

(4) 信息化应用能力壁垒

定制家具产品多采用订单式生产，信息化应用能力是行业内企业统一协调设计开发、订单管理、采购管理、规模化生产、终端销售跟踪等环节的关键所在。随着企业规模及客户群体的不断扩大，销售服务网络愈发广泛，企业的信息技术应用能力需要相应提高以支撑自身规模的扩张。标准化的信息技术系统无法适应每个企业自身的独特需求，企业需要长期探索，通过自主研发和不断改进，完善信息技术系统，方能拥有高效且符合自身特色的管理系统。因此，信息化应用能力是进入本行业并形成规模化发展的重要壁垒。

(5) 大规模柔性化定制能力壁垒

定制家具行业强调产品的独特性，因此产品订单个性化、非标准化。行业内具有一定规模的定制家具企业能够实现标准件的规模化生产，从而在一定程度上达到规模效应；但对于非标准件的生产，由于缺乏柔性化制造能力，无法进行规模化生产。以本公司为代表的行业内少数企业能够依托自身多年积累的信息化技术达到较高的柔性化定制水平，对包括标准件和非标准件在内的所有零部件均实现大规模柔性化定制生产，从而降低生产成本，提升竞争能力。新进企业由于自身技术、资金局限，生产效率较低且产品品质较难保证，这导致新进企业的利润率偏低，进而限制了其扩大生产规模的能力。因此大规模柔性化定制能力为定制家具行业的壁垒之一。

(五) 行业经营模式

1、生产模式

国内定制家具企业生产模式主要有两种：第一种为单个订单生产模式，即单个订单拆解，单个订单生产，一次只生产一个订单，该模式生产效率较低，但无需后续的分拣包装流程，对信息系统建设要求不高，适合规模较小、订单量有限的企业；第二种为合并订单及标准配件预库存相结合生产模式，即合并相似订单，进行统一生产，一次生产多个订单，并配合标准配件预库存，该模式生产效率较高，但对订单前期分拆及后期合并的能力要求较高，要求企业具有较高的信息化水平，适合规模较大企业。

2、销售模式

定制家具行业包括经销模式、直营模式、大宗客户模式以及 O2O 模式四种类型。经销模式下定制家具企业通过经销商门店开展品牌定制家具产品零售业务，是目前国内定制家具企业的主要销售模式；直营模式是定制家具企业通过直营专卖店开展品牌定制家具产品零售业务；大宗客户模式是定制家具企业向房地产企业等大宗客户开展品牌定制家具产品销售；O2O 模式将线下商务机会与互联网有效结合，让互联网成为线下交易的前台，为消费者提供了更好的消费体验：消费者可以线上浏览产品信息，并通过系统生成的 3D 展示图对相应产品及最终家居效果图有直观的了解，足不出户即可对比各家产品，并可于线下实体店体验。

（六）影响本行业发展的有利和不利因素

1、有利因素

（1）宏观经济稳健发展为行业发展提供了良好的经济环境

我国宏观经济呈现稳步增长的态势，居民收入水平不断提高，消费水平提升，消费结构不断升级，有利于家具制造行业的发展。未来我国宏观经济运行稳定的态势将有利于行业内企业保持其收入增长态势。

（2）城镇化进程加快为家居行业提供了广阔的市场空间

近年来，我国城镇化进程稳步推进。未来将持续有大量农业人口向城镇转移，由此带来的新增住房需求较大，进而带动定制家具行业消费增长。

（3）居民可支配收入增长为家具制造行业持续增长创造了必要条件

随着经济发展，我国居民的平均可支配收入水平不断提高，其对生活品质的要求亦不断提高。随着消费者消费需求和消费层次的不断提高，其对家具产品的个性化、独特性要求将会提升，由此为定制家具行业带来较大的发展空间。

（4）成熟的产业链有利于行业发展

我国定制家具行业经过多年发展，已形成一条较为成熟的产业链。上游原材料、生产设备供应较为充足，分布较为广泛，能够较好的满足定制家具行业企业的采购需求；下游消费者及房地产开发商等对定制家具理念及其产品的接受度逐步提高，销售渠道畅通。完善的产业链有利于降低采购成本和提高物流效率，对

定制家具行业的发展起到促进作用。

2、不利因素

(1) 行业竞争不规范

定制家具行业进入门槛较低，且目前行业集中度较低，存在较多规模较小的企业。部分企业为夺取市场份额，采用以次充好、低价竞争的策略，扰乱了正常的竞争秩序，对行业利润水平产生了不利影响。

(2) 行业标准不完善

定制家具行业作为家具行业的新兴子行业，目前行业标准尚待完善。定制化产品的多样性导致定制家具行业企业在产品原料选择、工艺流程选择等方面存在多样性，从而导致最终产品规格各异。由于行业标准不完善，部分企业在产品的质量控制方面不甚严格，节省了一定成本，从而使其相对于质量控制较为严格的企业存在价格优势。

行业标准的不完善给行业内企业的质量控制及消费者售后维权等方面带来不利影响，不利于行业健康发展。

(3) 行业自主设计研发能力薄弱

我国定制家具企业与国外相比，设计研发能力尚较为薄弱，除部分具有自主品牌的厂商之外，大量中小型企业产品同质化严重，款式冗余或是对品牌厂商的产品进行仿制。这使得行业内缺乏创新的动力，对行业吸引人才造成一定不利影响。

(七) 公司所处行业与上下游行业的关联性

1、上游行业

定制家具行业的上游行业主要包括木材加工业、人造板制造业、人造石制造业、五金行业及建材行业等。定制家具行业与上游行业关系密切，上游行业产品的价格波动会对定制家具企业的毛利率水平产生一定影响。但目前上游行业企业众多，竞争较为激烈，生产工艺成熟，能够稳定的供应原材料。定制家具行业企

业对上游行业企业依赖程度较小，部分大型企业对上流供应商有较强的议价能力，可以减少上游行业波动带来的不利影响。

2、下游行业

定制家具行业的下游主要包括商品房购买者、旧房二次装修消费者、精装修楼盘的房地产开发商等。房地产行业的波动一定程度上会对厨柜行业的需求端造成影响，但一方面定制家具行业尚处于行业快速发展期，消费者消费观念的改变带来的市场容量较大；另一方面，我国城镇化建设正在稳步推进之中，城市住房的刚性需求没有减弱，对定制家具产品需求相对稳定。因此，本行业现阶段受下游行业周期性的影响较小。

（八）行业技术水平及技术特点

定制家具行业结合了个性化设计、标准化生产和专业化组合安装服务，兼具现代制造业和现代服务业的特点。我国定制家具行业经过多年发展，行业整体技术水平得到较大提升，但行业内企业的技术水平差距较大。定制家具行业技术特点主要体现在如下方面：

1、绿色环保要求日益严格

随着人们生活水平的提高和环保意识的增强，消费者逐渐要求定制家具产品不仅要外观精美、结实耐用，更要对人体无毒害作用、对环境友好。所选材料和生产工艺是决定家居产品环保性的最大因素，因此符合国际绿色标准的绿色环保材料越来越多的为定制家具行业企业所采用，生产工艺上也力求最大限度降低化工品的残留，努力为消费者提供绿色家居产品，营造健康家居环境。目前定制家具行业对于主要材料——板材，普遍使用 E1 级环保标准，未来将会向更高级别的环保标准看齐。

2、研发设计能力日益重要

随着消费者生活质量的提高，消费者对家居用品的时尚性、功能性、舒适性、环保性、新颖性等多个方面都提出了更高的要求。未来定制家具企业的设计研发能力将直接影响产品风格特点和品牌个性，进而决定产品的市场，因此设计研发

能力是定制家具企业建设品牌的基石。

整体厨柜方面，设计研发重点在于不断开发出耐热性更强、防渗水性更好以及更为环保等各方面性能更强的新型材料，为消费者提供功能性更强的厨房家具材料，同时需要结合产品本身色彩、韧度等多方面打造功能性与美观性完美揉合的整体厨柜产品，才能使产品始终能够满足消费者不断提升的消费品味。

全屋定制家具方面，由于产品面积较大且涉及不同房型/房间，消费者对全屋定制家具产品将更为挑剔。设计研发重点一方面在于全屋定制家具产品对立体空间的开发利用，增强房屋收纳功能，充分利用有效的房屋布局并最大限度减小空间浪费等；另一方面要求设计者艺术品位较高，全局把控能力较高，从而使房屋整体风格统一，拥有较高的时尚性、独特性、美观性及艺术性，方能满足消费者对于全屋定制的要求。

我国定制家具行业发展不到 20 年，行业内企业设计研发能力尚有较大提升空间，未来随着人们生活水平的提高以及消费品味的不断提升，定制家具行业企业的设计研发能力将愈发重要，最终成为决定行业内企业发展状况的关键能力。

3、信息化技术贯穿营运全流程

定制家具行业产品类别的多元性和订单结构的复杂性使得企业必须具备较高水平的信息化程度，一方面需实现信息从前端客户下单至生产、出库、物流、售后等全程追踪监控；一方面需实现现代工业化与信息化的有效融合：大规模定制生产流程较为复杂，必须使用自动化生产设备进行生产，并通过信息系统对生产流程、产品品质和生产效率进行把控，才能实现精准生产及精细化管理。

4、综合服务能力成为行业竞争重点

定制家具行业的综合服务能力包括售前产品设计及家具规划等能力，售中产品跟踪及专业安装等能力，以及售后维护能力及客户培训等能力。2013 年 9 月，《家居行业经营服务规范》出台，其中对家居安装服务、售后服务措施等方面进行了明确规定。定制家具行业兼具制造业和服务业的特点，未来行业竞争不仅在于产品的竞争，更在于综合服务能力的竞争。能够为消费者提供更好的设计方案、更精准的产品安装以及更全面、及时的售后服务的企业将受到消费者的信赖，从

而扩大自身市场份额，占据有利竞争地位。

目前，包括本公司在内的部分定制家具行业品牌企业越来越重视自身综合服务能力，努力通过培训、考核等方式提高自身员工、经销商等的服务水平。品牌企业在综合服务能力方面的努力也带动了行业整体服务能力的提升。

（九）行业的周期性、区域性、季节性

1、行业的周期性

定制家具行业与宏观经济发展状况、居民可支配收入水平及房地产行业发展情况相关度较高，但因目前定制家具正处于市场普及的高速发展阶段，且下游市场需求较为旺盛，加之旧房装修需求等因素的影响，现阶段行业周期性不明显。

2、行业的区域性

定制家具行业没有明显的区域性特征，但由于家具类消费与人民可支配收入水平相关度较高，因此呈现城市地区、东部发达地区定制家具产品销售规模较大的情况。

3、行业的季节性

行业季节性与商品房交易和家庭装修的季节性直接相关。一般而言，2月至5月属于销售淡季，9月至12月为行业销售旺季。受季节性影响，公司下半年主营业务收入占比较高，一般在60%左右。

三、发行人的竞争地位

（一）公司的行业地位

本公司是定制家具行业领先企业，秉承“设计让家更美，科技让美实现”的理念和使命，为消费者提供外观精美与功能完善的整体家具解决方案。公司目前已建立较为广泛的营销网络，具有较强的综合服务能力。公司成立以来荣获了众多荣誉：2013年至2014年被全国工商联家具装饰业商会评为“十大建材品牌”，厨柜类产品入选2015年中国房地产开发企业500强首选供应商品牌等。公司拥有现代化的生产工厂，2014年被江苏省经济和信息化委员会评为“江苏

省信息化与工业化融合示范企业”；2015年入选工信部“互联网与工业融合创新试点企业”。公司综合服务实力、品牌影响力不断提升，2016年入选江苏省服务型制造示范企业和示范培育企业，获得全国工商业家具装饰业商会“2016中国橱柜行业重塑产业价值‘创新·发展’体系建设十大品牌”，以及中国建筑装饰协会评选“2016整体橱柜领军企业10强”；公司使用在家具、床垫等商品及服务上的注册证号为3475986的商标被认定为江苏省著名商标、南京市著名商标。

（二）主要竞争对手

1、国外主要竞争对手

名称	国家	企业简介
Nobilis	德国	德国柏丽成立于1946年，是世界上最大的专业厨具生产商和行业引导者，拥有世界最大、最现代化、最有效率的厨具生产基地，致力于为追求高品质生活的家庭带来全新的幸福生活理念。
VenetaCucine	意大利	意大利威乃达集团，始建于1967年，在全球各地42个国家拥有1200多家经销商，是橱柜行业中最具影响力的品牌之一，是行业内的高端奢侈品牌。
ALNO	德国	德国阿尔诺集团，创立于1927年，至今82年的历史，是欧洲最大的专业厨卫产品生产厂商之一。旗下拥有五个子公司，分别是ALNO、IMPULS、PURIS、PINO、WELLMANN。
Nobia	瑞典	瑞典Nobia公司成立于1996年，是欧洲领先的橱柜制造商，总部位于斯德哥尔摩，拥有6,200名员工，现已在纳斯达克交易所上市。旗下著名高端品牌为Poggenpohl（博德宝）。

注：以上介绍均基于企业公开信息，介绍顺序不代表企业在行业内的排名。

2、国内主要竞争对手

名称	企业简介
欧派集团	成立于1994年，主要从事整体橱柜、定制衣柜、整体卫浴和定制木门整体家居的个性化设计、研发、生产、销售和安装服务。
金牌橱柜	成立于1999年，致力于为消费者提供高品质的整体橱柜、厨房电器、厨具产品。
博洛尼	成立于1992年，1999年进入整体橱柜行业，定位于国内的高端品牌，突出品牌文化建设和生活方式推广，以产品风格设计见长，采取与高端整体家装相结合的营销路线。
志邦橱柜	成立于1998年，是集产品研发、生产、销售为一体的专业化橱柜企业。

名称	企业简介
皮阿诺	成立于 2005 年，专业从事整体厨柜、定制衣柜及其配套家居产品的设计、生产和销售。
尚品宅配	成立于 2004 年，主要从事全屋板式家具的定制生产及销售、配套家居产品的销售，并向家具行业企业提供设计软件及信息化整体解决方案的设计、研发和技术服务。
索菲亚	成立于 2003 年，主要从事定制衣柜及其配套定制家具的研发、生产和销售。

注：以上介绍均基于企业公开信息，介绍顺序不代表企业在行业内的排名。

（三）公司的竞争优势和劣势

1、竞争优势

（1）品牌优势

公司自成立以来一直从事定制家具产品的设计、研发、生产、制造和销售等，并着力培育“我乐”品牌，经过近 10 年的市场开拓，“我乐”品牌已成为定制家具行业的知名品牌，在消费者中有较高的知名度和美誉度，成为公司的核心优势之一。“我乐”品牌风格时尚，在消费者中拥有较高口碑，曾荣获“中国驰名商标”、“江苏省名牌”、“江苏省著名商标”等多项荣誉。公司早期业务主要集中于整体厨柜产品，凭借精湛的工艺及优美的外形，“我乐厨柜”已成为整体厨柜行业著名品牌；2014 年，公司开始布局全屋定制业务，目前“我乐”品牌全屋定制家具产品已在业内获得较高认可。公司是定制家具行业较为年轻的品种，成长迅速，目前销售规模已位居行业前列，成为我国定制家具行业的领先品牌之一。

（2）设计研发优势

公司秉承“设计让家更美，科技让美实现”的理念和使命，较早引入欧洲家居设计风格，产品设计风格受到众多消费者的喜爱。经过多年的发展，公司已经建立了一支行业领先的设计师队伍，并通过与境外设计师合作的方式共同进行产品开发。受益于公司较强的研发设计能力，公司目前已推出的托斯卡纳系列、丝丽卡系列、简爱系列等多个系列的整体厨柜在同行业众多产品中脱颖而出，连续多年成为公司畅销系列。截至 2016 年 12 月末，公司拥有以“我乐”为代表的商标权 74 项，专利权 49 项，著作权 14 项，研发设计能力处于行业前列。

（3）大规模柔性化定制优势

公司作为行业内少数拥有大规模柔性化定制生产能力的企业之一，拥有高度信息化、自动化的工厂以及高效的生产管理系统。在订单下达至生产部门后，系统根据最佳揉单方案将一定数量同类板材的订单揉合成一个加工批次统一进行加工，同时将标准件及非标准件模块化拆分，多个车间配合生产，实现内部的专业化分工，形成了高度柔性的生产体系；利用先进的德国豪迈生产线设备，实现了标准件板材生产线全流程自动化。同时，公司致力于对生产流程进行持续改造和升级，在仓储环节使用自主研发的自动化立体仓库，在提高出入库效率的同时节约仓储空间，实现了同等面积下平面仓库数倍的储存量。公司高度信息化、自动化的工厂大幅提高了生产效率，使大规模定制化生产成为可能，解决了定制家具产品个性化与规模化生产矛盾的难题。

（4）信息化技术优势

本公司作为定制家具行业领导者之一，信息化与自动化程度较高，荣获工信部 2015 年互联网与工业融合创新试点企业、2014 年江苏省信息化与工业化融合转型升级示范企业等多项荣誉。通过信息化与工业化的深度融合，公司已完成从销售端开始的全流程信息化管理。

在产品销售端，行业内大部分企业一般采用 CAD 等软件制作出产品效果图，与客户签订合同后，由解图员将产品效果图转换为具有工艺参数的工程图，系统再根据工程图进行拆单。本公司通过自主研发设计的“我乐橱柜设计软件”，有效实现效果图与具备工艺参数工程图的自动融合，在实现产品设计的同时直接生成订单并进行订单拆解。同时，公司打通了“我乐橱柜设计软件”与 ERP 系统的数据集成，经过拆分的销售订单进入 ERP 系统运算出物料需求并形成汇总生产订单，再导入到公司生产物流管理系统，即可下达生产指令。依托公司强大的信息系统，销售端与生产端实现了信息化衔接，为公司节省了大量人力成本，且大幅提高了工作效率。

（5）综合服务优势

定制家具行业兼具制造业与服务业的行业特征，综合服务能力是影响定制家

具行业企业核心竞争力的重要因素。公司秉承客户至上的服务理念，长期以来在经销商管理和持续提高智能化生产水平两个方面发力，致力于成立最专业的服务队伍以及最高效的生产工厂，努力做到优质服务贯穿整个产品销售过程。公司的综合服务能力居于行业前列，为公司业务的扩张奠定了基础。

(6) 经营管理优势

公司主要经营管理人员均已在业内从事多年经营活动，具备丰富的管理经验，并对定制家具行业有较为深刻的认识，有助于公司未来发展战略的清晰规划。公司建立完善的管理机制及培训机制：公司于 2014 年成立我乐商学院，其学员主要为公司中高层人员以及公司业务、研发、开发等骨干人员。我乐商学院通过定期或不定期地开展宣讲、竞赛、阅读、分享及户外拉练等形式传达公司重大战略，实践市场和管理前沿理论，并对员工销售能力、专业水平、服务素质等多个方面进行系统性培训。我乐商学院是公司管理人才的储备基地，也是公司企业文化的传播平台，通过长期的培训，公司一方面可以不断提高公司中高层及重要骨干人员的业务素质、管理能力、团队凝聚力，为培养、发展和选拔中高层管理人员等做好长期准备；另一方面为公司战略的推行提供有效手段。

2、竞争劣势

(1) 融资渠道单一

“我乐”是一个快速成长的品牌，成立不到 10 年的时间，公司的销售规模已达到行业前列，成为了老牌定制家具企业的有力竞争对手，未来有较大的发展潜力。然而我国定制家具行业集中度低，各品牌竞争激烈，公司为增强综合竞争力、巩固行业领先优势，迫切需要资金的支持以进一步扩充产能，开拓市场。

公司目前融资主要依靠银行贷款，不能满足公司发展的资金需求，严重制约了公司的长远发展。因此，公司需要利用各种融资方式增强资本实力，加大固定资产投资，及时扩大产能，支持公司进一步发展。

(2) 营销网络有待进一步扩张和优化

公司目前已建立了较为完善的营销网络，但随着公司业务规模的扩大，品牌知名度的不断提升，以及公司对优质服务能力的不断追求，均要求公司进一步扩

大和优化营销网络才能满足快速增长的市场需求和公司自身快速发展的需求。

四、发行人主营业务情况

（一）主要产品介绍

报告期内，发行人主要拥有整体厨柜、定制衣柜和全屋定制三大产品系列。截至 2016 年 12 月末，公司已拥有二十余款整体厨柜系列产品、十余款定制衣柜系列产品，及十余款全屋定制家具系列产品，风格多样、个性化突出，满足了不同消费群体的需求。

发行人全屋定制家具产品通常由家具主体及其配套产品构成，主要分为木作类产品、五金配件、配套家具产品，以及其他产品等。木作类产品主要包括地柜、书柜、吊柜等各类柜体，以及相应门板等；五金配件主要系与木作部分配套的铰链、气撑、拉手等产品；配套家具产品主要系沙发、餐桌椅、茶几、床及床垫等产品；其他产品主要系其他家用物件，如挂件、收纳用具、照明灯具、洁具以及家用电器等产品。

公司目前的主要产品展示如下：

整体厨柜系列产品：

OLO 我乐

整体厨柜 | 全屋定制



意大利原创设计，选材考究，色调庄重，打造优雅欧式风情。

托斯卡纳

纯粹的设计、流畅简洁的线条，用美学概念营造舒适生活。

丝丽卡



白色经典搭配多重门型工艺，呈现完美欧式设计。

简爱

厨柜系列产品

OLO 我乐

整体厨柜 | 全屋定制

门板的有序排列，拉手的巧妙设计，犹如刚升起的一道地平线。

地平线



回归朴质的设计，用心雕琢生活，留住活色生香的时光。

雕刻时光

来自意大利设计师的精雕细琢，让厨房成为简洁、温暖的地方。

雷尔诺



厨柜系列产品

OLO 我乐

整体厨柜 | 全屋定制



利落清爽的现代工业极简风，都市精英追求笃定的生活表现。

欢乐颂

古有雅士曲水流觞，今有厨房古色古香，在传统文化的韵味中享受生活意境。

禅风



世界游戏的中心！仿佛成为莎士比亚的局中人，精彩无处不在。

纸牌屋

厨柜系列产品

定制衣柜系列产品：

OLO 我乐

整体厨柜 | 全屋定制

现代风格，呵护每一寸空间，时尚感鲜明。

米尔



线条极具张力，强调空间实用性和灵活性。

库特

注重色彩与款式搭配，向经典致敬，无可挑剔。

爱丽丝



衣柜系列产品

全屋定制家具系列产品：

OLO 我乐

整体厨柜 | 全屋定制



线条式软装搭配，低奢演绎深色流年，打造出现代低奢的视觉享受。

禅风新中式客厅

古色古香的书房，饱含文人墨客的情怀，览物之情，得无异乎？

禅风新中式书卧



相较于欧式的纷繁复杂，新中式的沉静更是别有一番滋味。

禅风新中式主卧

全屋系列产品

OLO 我乐

整体厨柜 | 全屋定制

经典融合创新优雅的套间设计，彰显不凡的生活品味。

维多利亚餐厅



有一种优雅是化繁为简的收纳空间艺术。

维多利亚书房

木纹搭配古董白恰到好处，舒适优雅的维多利亚卧室，充满着恬淡怡然的人文之风。

维多利亚主卧



全屋系列产品

OLO 我乐

整体厨柜 | 全屋定制

将古典建筑的艺术融于生活，形成“品味与舒适并存”的设计理念。

拉德芳斯



清新纯美的田园风格诠释一种简单无忧、轻松慵懒的生活方式。

普罗旺斯

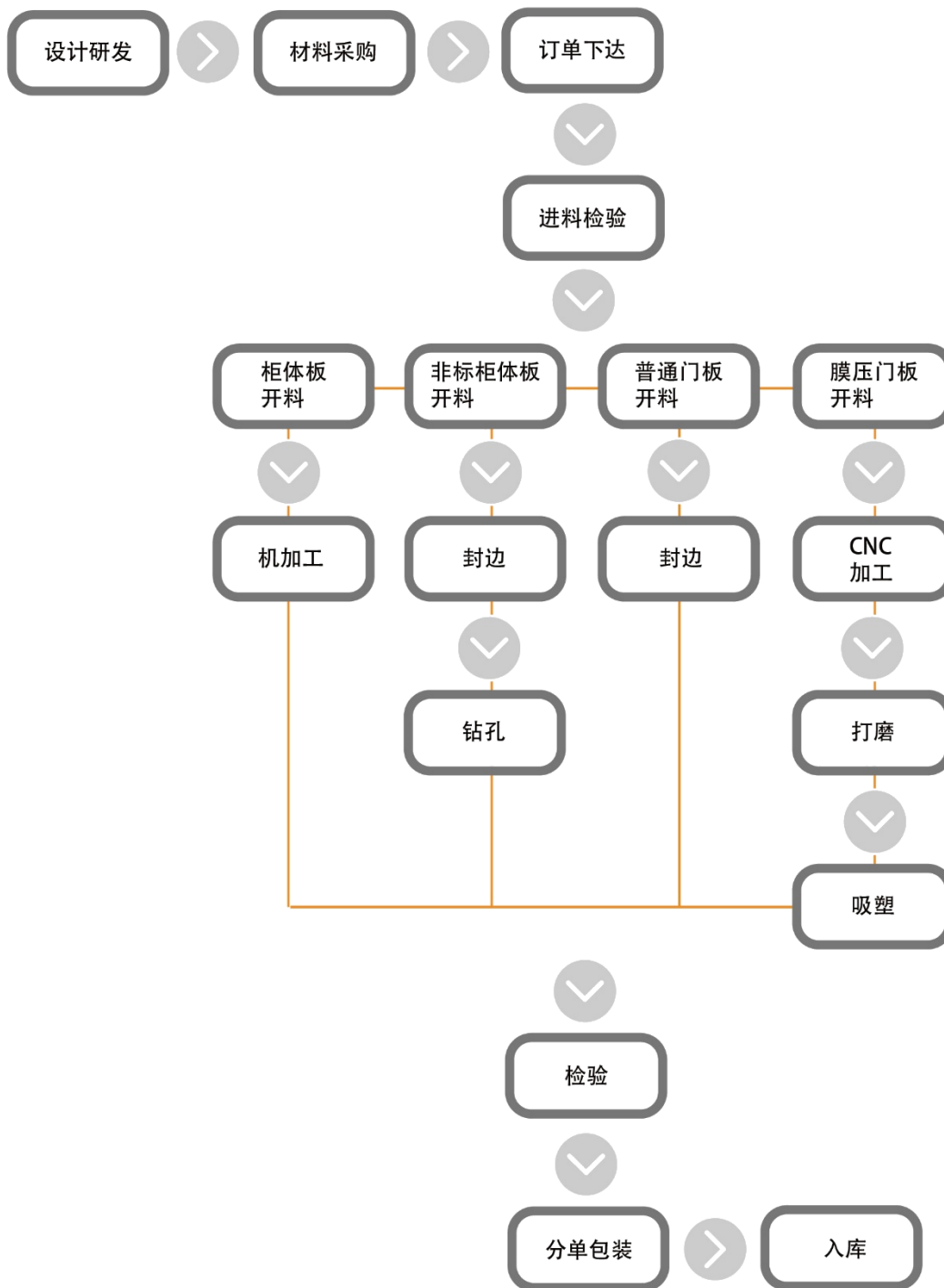
自然纹理与简明线条，勾勒安逸家居空间。

波尔多



全屋系列产品

(二) 主要产品的工艺流程图



（三）主要经营模式

1、采购模式

公司采购包括原材料采购及成品采购。原材料采购主要为刨花板、中纤板、铝材和膜皮等，成品采购主要为电器、五金、灶具、配套家居等产品。

（1）供应商管理

公司制定有《年度招标管理规定》以及配套评标、开标规则等，且同时制定有《供应商管理政策》以及配套的管理程序、评审等配套规则文件。根据上述规定，公司单类物料（如台面、板材原料、铝材等）年采购金额大于或等于 30 万人民币的正常要求执行招投标流程，中标供应商均需通过公司供应商评选程序，成为公司合格供应商。

公司设有合格供应商名册库，并构建了较为完整的供应商分析考核体系：按照不同产品类别、不同供应商分类设定不同的供应商绩效评估模板，公司设供应链管理中心、生产管理中心、财务管理中心及质量管理部等部门分别对供应商进行各自职责范围内的评估。对评价不合格的供应商将及时从名册中移除予以淘汰。同时公司制定了《供应商年度考核表》，每年对现有供应商的价格、交付及时率、事故率等多个方面进行考核，对于考核达标的供应商，公司将与之继续合作，对于考核不达标的供应商，公司将依据情况选择是否淘汰。

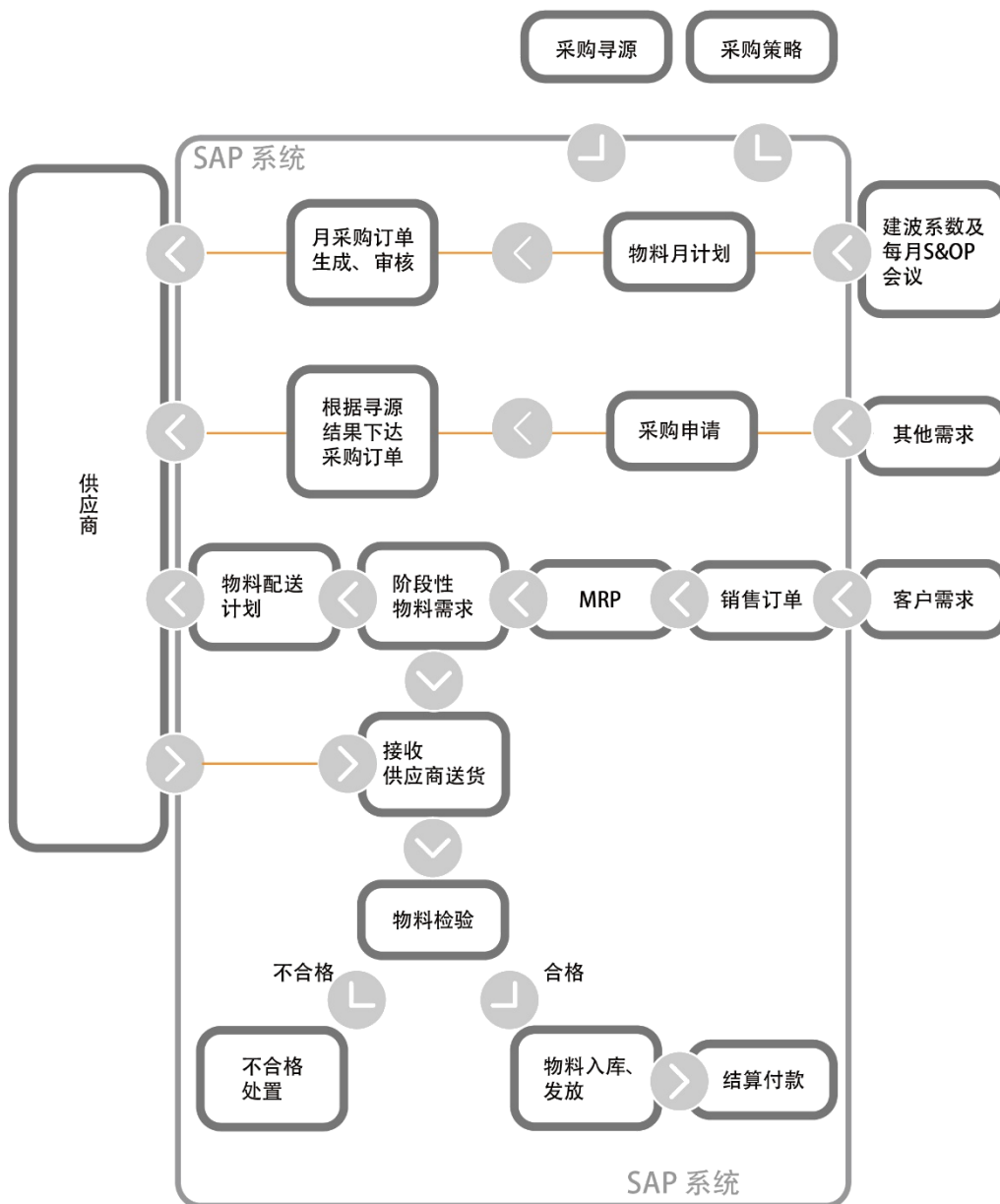
（2）采购执行管理

报告期内发行人与各渠道客户签订的销售合同中，部分工程客户会指定重要原材料的供货方，经销商渠道客户与直营渠道客户不指定发行人原材料供货方。报告期内各渠道客户基本不对原材料存放、原材料交付和原材料款支付时点作出要求。公司根据销售情况、原材料库存情况等自主执行采购流程。

公司主要原材料采购品为刨花板、中纤板和膜皮、抽屉、铝材及 UV 板等。同时，公司还主要采购厨房电器、灶具等其他产成品。对于规格统一的材料或发行人需求量较大的材料，如刨花板、中纤板、膜皮、台面等，公司对外采购额根据采购月度计划确定：采购月度计划由当月《物料需求表》和标准件库存情况等

确定。供应链管理中心根据公司前三月销售情况结合生产管理中心提供的《物料需求表》对本月的采购需求进行预测，同时根据标准件的库存与安全库存比例预测生产标准件所需的原材料需求，下达采购指令，按当月所需向供应商进行采购。对于部分定制材料，如印有“我乐”商标的包装材料，或是部分当季较为紧缺的材料、交期较长的材料等，公司通常一次性采购约三个月的库存。

公司供应链管理中心、生产管理中心、财务管理中心及质量管理部等部门共同对采购过程进行监控和管理。供应链管理中心负责供应商资讯收集、供应商甄选和合同谈判，并负责制定《月度采购计划表》和采购执行；生产管理中心负责根据生产排产等提供《物料需求表》；财务管理中心负责核定采购价格及最终付款；质量管理部负责对采购产品进行检验，合格产品予以入库。公司具体采购流程如下：



（3）发行人自制产品与外购产品采购模式

①发行人自制产品与外购产品范围

报告期内发行人自制产品主要为整体厨柜、定制衣柜及全屋定制家具产品的柜体及门板，即板件部分：如厨柜柜体、地柜、吊柜、衣柜柜体、厨柜门板、衣柜门板、移门等；发行人外购产品主要为其他非板件类的配套产品：如与厨柜柜体配套的台面、水槽、拉篮，与各类板件配套的五金配件例如铰链、气撑等，家用电器如烟机、灶具等，以及部分家具产品如沙发、床、桌椅等，另外还有部分其他物件如收纳用品、垃圾桶等产品。

②发行人自制产品与外购产品的业务模式

对于自制产品，发行人向合格供应商进行原材料采购，相应原材料主要为刨花板、中纤板、膜皮等。原材料采购流程结束，相应材料经检验合格后进入发行人原材料仓库，等待后续生产过程。公司接到销售订单后，进入生产流程，SAP系统进行运算并生成BOM表，生产工人根据BOM表至原材料仓库领料，开始生产执行流程。产品生产完毕后，SAP系统中生产订单关闭，相应产品进入发行人成品仓库，等待后续备货、发货。

对于外购产品，发行人向各类产品的合格供应商进行采购，公司通常结合安全库存情况、产品紧缺度、销售预测情况进行采购。采购流程结束，相应产品经检验合格后进入发行人成品仓库。公司接到销售订单后，对于涉及的外购产品，于最终备货时，从成品仓库出库，与其余自制产品一同备货，备货完毕后统一发货。

2、生产模式

公司的生产模式包括自主生产及委外加工两种模式，其中委外加工主要为工序委外。

（1）自主生产

对于整体厨柜和定制衣柜产品，公司采用自主生产的方式进行生产，主要生产流程分为订单拆分、自动化生产及集中发货三个部分。

①订单拆分

定制家具产品订单结构及产品结构较为复杂，公司在销售端通过自主开发升级后的“我乐橱柜设计软件”实现定制化设计和订单拆解，并通过其与 SAP 等的系统集成，将经过拆解且自带工艺参数的销售订单导入到公司 SAP 系统，由 SAP 系统将订单进一步分解至生产板件并生成 BOM 表。不同类型的产品归入不同的订单结构，在同一发货日期的要求下，各个订单结构分别执行不同业务流程，减少因不同类产品备货时间不一致而造成的产能浪费，具体如下：

订单结构	订单产品举例	业务流程
库存类产品	标准柜体、标准五金件	在订单发货日期确定后，直接通过仓库管理配货发货
采购类产品	烟机、灶具、水槽、床垫	以销定采，通过独立结构标示，由采购部门直接汇总采购需求进行采购，以满足订单需求
生产类产品	非标柜体、门板	由生产部门根据车间划分、发货时间要求、工艺要求等因素安排生产

按照产品属性的不同将产品归入不同的订单结构进行流程处理，有利于细化供应链管理流程。不同类产品在同一发货时间的要求下，分别进行生产、采购、备库，只需要在发货步骤时集中，有利于减少不同类产品间因为生产周期的不同而互相等待的情况，减少产能浪费，提高供应链效率。同时，对于非标准件，公司采用大规模柔性化生产方式进行生产，将多个非标准件订单以最大效率合并制造，实现较高原材料利用率。

②自动化生产

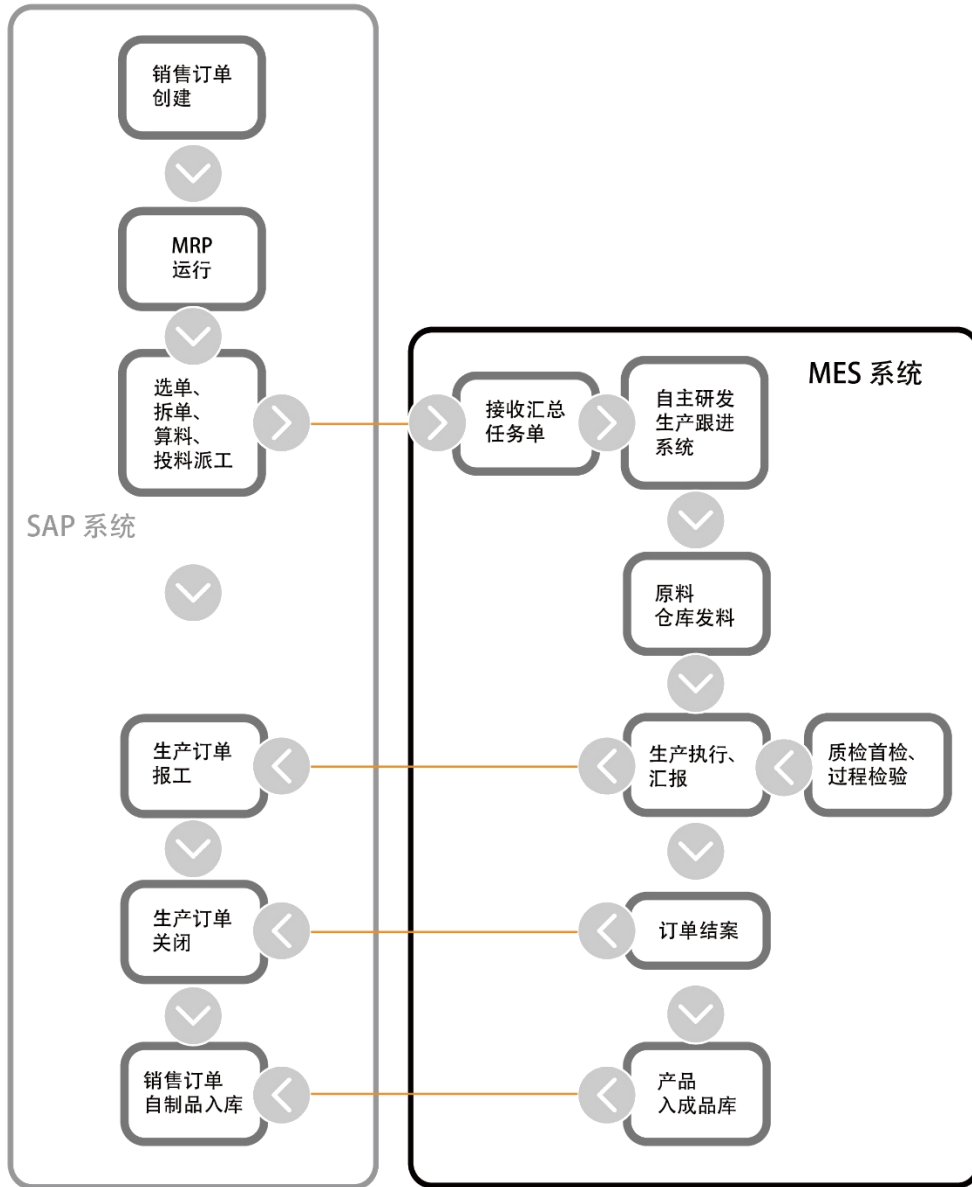
公司生产过程较为信息化、自动化和智能化，为行业内较早推行“工业 4.0”的公司之一。公司目前所有材料部件已基本实现了条码化管理，通过多软件多系统集成，搭建了高效的生产协作平台，可最大限度的发挥自动化生产设备作用。

公司的自动排产平台具备识别、归集和快速重新排产的能力：通过自动识别不同结构、不同批次等产品所需产线，将其按照产线的生产能力和排产效益等进行排产；通过将符合一定条件的材料进行归集，例如同种花色、材质等，在一定程度上实现批量生产，有效提高材料利用程度；通过快速重新排产以应对加急单、材料短缺等不确定因素，避免突发状况引起的生产混乱。

③生产流程

公司拥有自主开发设计的“我乐橱柜设计软件”，该软件在销售订单下达后自动进行拆单，通过与 SAP 系统的数据集成，将经过拆解且自带工艺参数的销售订单导入到公司 SAP 系统，分解的订单进入系统后通过 MRP 运算，将订单进一步分解至生产板件并生成 BOM 表，并将不同类型的产品归入不同的订单结构，在同一发货日期的要求下，各个订单结构分别执行不同业务流程。订单结构形成后导入 MES 系统，MES 系统进行生产任务排产、原材料仓库发料、生产执行等流程。产品生产完毕并通过质量检验后，MES 系统形成生产结果汇报，并反映至 SAP 系统中，相应生产订单随即关闭，产成品入库。产品存入公司成品仓库之后，由备货人员依据订单和条码备货。系统综合订单交期、运输目的地及发货数量等多个因素，选择最优策略将数个订单集中发货。发货同时系统自动通知收货人，使收货人能够实时跟踪货品。

公司生产流程图如下：



④集中发货

生产完成之后，产品存入公司成品仓库之内，由备货人员依据订单和条码备货。系统综合订单交期、运输目的地及发货数量等多个因素，选择最优策略将数个订单集中发货。发货同时系统自动通知收货人，使收货人能够实时跟踪货品。

(2) 委外加工生产

报告期内公司存在委外加工生产模式，采用委外加工生产的主要为公司未自主生产的非主要工序如压贴工艺等。报告期内，公司各年委外加工金额分别为73.04万元、71.76万元和109.55万元，金额较小。

公司对委外加工厂商采取同一般物资供应商一致的严格甄选、考核及质量控制程序。

①委外加工供应商、加工材料及委外加工费情况介绍

报告期内，发行人委外加工情况如下：

受托加工方名称	加工内容	委外加工原因	2016年度加工费（万元）	2015年度加工费（万元）	2014年度加工费（万元）
南京豪发木业有限公司	中纤板贴面	公司不具备生产条件	70.79	46.94	-
南京市江宁区富玖荣家居用品销售中心	中纤板贴面	公司不具备生产条件	-	1.63	57.92
南京木立方装饰材料有限公司	中纤板贴面	公司不具备生产条件	14.58	12.45	7.42
南京莱赛装饰材料有限公司	中纤板贴面	公司不具备生产条件	22.43	10.74	7.70
南京金东亚办公设备有限公司	中纤板贴面	公司不具备生产条件	1.74	-	-
合计	-	-	109.55	71.76	73.04

报告期内发行人委外加工的主要内容系中纤板贴面工序，公司将该工序委外加工，主要基于如下考虑：A.控制原材料材质：为确保中纤板材质符合公司要求的E0标准以及其他标准，基于公司自身具有较强的检测能力，公司对于中纤板基板主要通过自主采购方式实现，同时，对于部分特殊要求的贴纸公司亦需自主

采购；B.经济合理性：由于中纤板贴面工序工艺简单，自动化程度较低，主要由人工完成，且具有该种工序能力的供应商数量较多，通过委外加工方式具有经济合理性以及现实可行性。

②委外加工费定价原则

报告期内发行人委外加工厂商需要通过发行人供应商评选程序，符合公司《供应商管理政策》及配套管理程序、评审规则文件，并需通过公司招标程序，方能成为发行人合格供应商。委外加工费的定价过程为：公司于年末对次年委外加工厂商进行招标，委外加工厂商需向公司提供竞标文件，其中包括详细报价，报价表中包含较为细化的成本分析报价表，列示相关人工费用、包装费用、运输费用及税费等相关费用明细；发行人在对比不同委外加工厂商的报价情况并综合考虑委外加工厂商的供货能力、交货时间、加工质量、经营规模等因素的基础上与委外加工厂商谈判，从而形成最终的加工费定价基础。

③委外加工模式对发行人生产模式的影响

报告期各年发行人委外加工费占主营业务成本的比重较小，且发行人委外加工内容主要为中纤板贴面工序，非发行人核心生产工序，因此对发行人生产经营影响相对较小。

项目	2016年	2015年	2014年
委托加工费（万元）	109.55	71.76	73.04
主营业务成本（万元）	44,138.18	39,525.01	34,258.69
委托加工费占主营业务成本的比例	0.25%	0.18%	0.21%

3、销售模式

公司目前的销售渠道主要有经销商渠道、大宗客户渠道、直营渠道和外销渠道，同时为提升盈利能力，发行人不断拓展销售网络以及销售渠道等，并通过电子商务平台、公众号等拓宽客户引流方式。

经销商渠道一直以来均系发行人主要销售渠道，报告期内各年占发行人主营业务收入的比例均在80%以上；大宗客户渠道系发行人重要销售渠道，该渠道下发行人客户主要系房地产开发企业，与该等企业合作有益于提升发行人行业内品

牌知名度；直营销销售渠道系发行人未来重点发展的销售渠道，发行人于 2016 年正式开展直营销销售渠道，直营销销售渠道的建立有利于发行人进一步完善营销网络，丰富销售渠道；为拓宽销售渠道，发行人亦于 2016 年开始拓展外销业务。

同时，除传统的口碑引流、广告引流以及活动引流等方式外，发行人近年来亦根据市场需求通过电子商务平台以及公众号等方式拓宽引流方式。发行人主要通过其在天猫平台开设的旗舰店、微信公众号等进行网上产品展示并开展客户引流，有购买意向的消费者，线上缴纳部分意向金之后发行人根据消费者地址匹配线下适格经销商，后续设计、测量、下单、安装验收以及销售结算等均由该经销商直接负责。通过发行人电子商务平台引流完成的销售订单由经销商负责维护，销售收入亦通过经销商实现。

报告期内，各销售渠道的收入构成情况如下：

销售渠道	2016 年		2015 年		2014 年	
	销售额 (万元)	占各渠道总收入比例 (%)	销售额 (万元)	占各渠道总收入比例 (%)	销售额 (万元)	占各渠道总收入比例 (%)
经销渠道	59,338.19	87.78	50,120.90	86.58	43,670.64	83.92
大宗客户渠道	6,056.17	8.96	7,768.35	13.42	8,367.89	16.08
外销渠道	32.47	0.05	-	-	-	-
直营渠道	2,170.62	3.21	-	-	-	-
合计	67,597.45	100.00	57,889.25	100.00	52,038.53	100.00

发行人经销商分布在国内 30 个省市近 700 个城市，系发行人主要销售渠道。自 2015 年开始，发行人筹备全屋定制业务，2016 年起，为快速有效推进全屋定制业务，发行人于南京开立了南京万达直营店以及工厂店，在原有经销商渠道、大宗客户渠道外开展直营渠道销售。此外，公司已在现有线下渠道的基础上积极拓展线上销售渠道，逐步形成 O2O 销售模式，打造全渠道多维度的销售网络。

报告期内，发行人销售渠道的拓宽、丰富和调整等主要系发行人根据市场需求以及发展阶段等，不断完善、优化销售渠道的结果，其主要销售模式仍以经销商渠道为主，销售模式不存在重大变更。公司不同渠道下的销售流程如下：

(1) 销售流程

①发行人产品报价模式

发行人主营业务产品系定制产品，每一套整体厨柜、定制衣柜或全屋定制家具产品中的所有部件均为单独报价，具体报价模式为：

A 发行人产品报价逻辑

发行人报告期内主要拥有整体厨柜、定制衣柜和全屋定制家具三大产品系列。截至 2016 年 12 月末，公司已推出二十余款整体厨柜系列产品、十余款定制衣柜系列产品，及十余款全屋定制家具系列产品。

消费者可根据各类产品的展示图，首先挑选某一风格系列的产品。同时，发行人报告期内各年均均有较为详细的产品目录，产品目录对每一个产品部件均有详细报价。设计师通过“我乐橱柜设计软件”为消费者进行定制化设计的过程中，消费者可依据自身喜好，在发行人产品目录中对整套产品中的细节进行调整、定制，或选配相应产品：例如要求升高或降低某一柜体或一系列柜体的高度，增加或减少柜体中的抽屉数量，更换台面颜色，增加水槽数量，更换厨柜、衣柜门板颜色，更换门型，增加顶柜、吊柜，更换铰链等。由于发行人“我乐橱柜设计软件”对于整套产品中的每一个部件都单独定价，不同厚度、面积、花纹的板件，不同品牌、功能的铰链、拉篮等五金件，不同颜色、长宽的台面，不同品牌的各类电器、其他家用品配件等均有详细的报价，因此当消费者更换、选配任何发行人产品目录中的产品时，系统根据各个部件的价格汇总形成最终整套产品的报价。

由于发行人产品高度定制化，因此同一风格系列的整体厨柜、定制衣柜或全屋定制家具产品亦会由于消费者房间大小不同，选配、更换的部件不同，柜体多少、尺寸等的不同而导致最终整套产品的报价不同。发行人亦凭借“我乐橱柜设计软件”与生产系统的衔接，拥有为每个客户按需定制相应产品的能力。

B 不同销售模式下的报价情况

发行人各年产品目录以及“我乐橱柜设计软件”中提供的报价系零售指导价，该价格报告期内较为稳定，波动较小。在零售指导价的基础上，通常会进行一定的折扣，最后形成对消费者的产品报价。

经销商模式下，由于终端消费者系发行人经销商的客户，因此经销商设计师负责为终端消费者进行设计、测量等工作，并使用“我乐橱柜设计软件”为消费者提供报价。经销商对终端消费者的销售折扣由经销商在公司销售指导价范围内自行决定。经销商与客户签订合同后，通过“我乐橱柜设计软件”向发行人下达订单，该销售订单将在发行人系统中通过相同的报价逻辑另形成“订单金额”，该订单金额系经销商向发行人的提货金额。经销商足额支付该笔订单金额后，发行人即开始后续生产流程。

直营模式下，由于终端消费者系发行人的客户，因此由发行人设计师负责为终端消费者进行设计、测量等工作，并使用“我乐橱柜设计软件”为消费者提供报价。在“我乐橱柜设计软件”计算出的全套产品的零售指导价的基础上，发行人通常会根据当时的市场推广活动情况，进行一定折扣，折扣后金额为对终端消费者的最终报价。发行人与终端客户签订销售合同后，通过“我乐橱柜设计软件”下达订单，该销售订单将在系统中将折扣因素纳入后，形成“订单金额”，该订单金额即发行人对终端消费者的报价金额。消费者足额支付该笔订单金额后，发行人即开始后续生产流程。

大宗客户模式下，发行人客户系房地产开发商等企业，该企业通常对拟建楼盘的整体厨柜产品进行招标，招标过程中该企业对产品风格设计、各产品部件报价、产品质量口碑、交货时间、投标企业品牌美誉度等多个方面进行考核后，选定其整体厨柜供应商，并签订销售合同。公司对大宗客户的报价模式为毛利加成模式，即根据投标的一套或几套整体厨柜设计方案中各个部件的成本明细，加上相应毛利率，向大宗客户进行报价。通过筛选中标后，公司与大宗客户签订销售合同，公司设计师随后进行实地测量、设计等过程，并与客户共同确定最终产品方案。

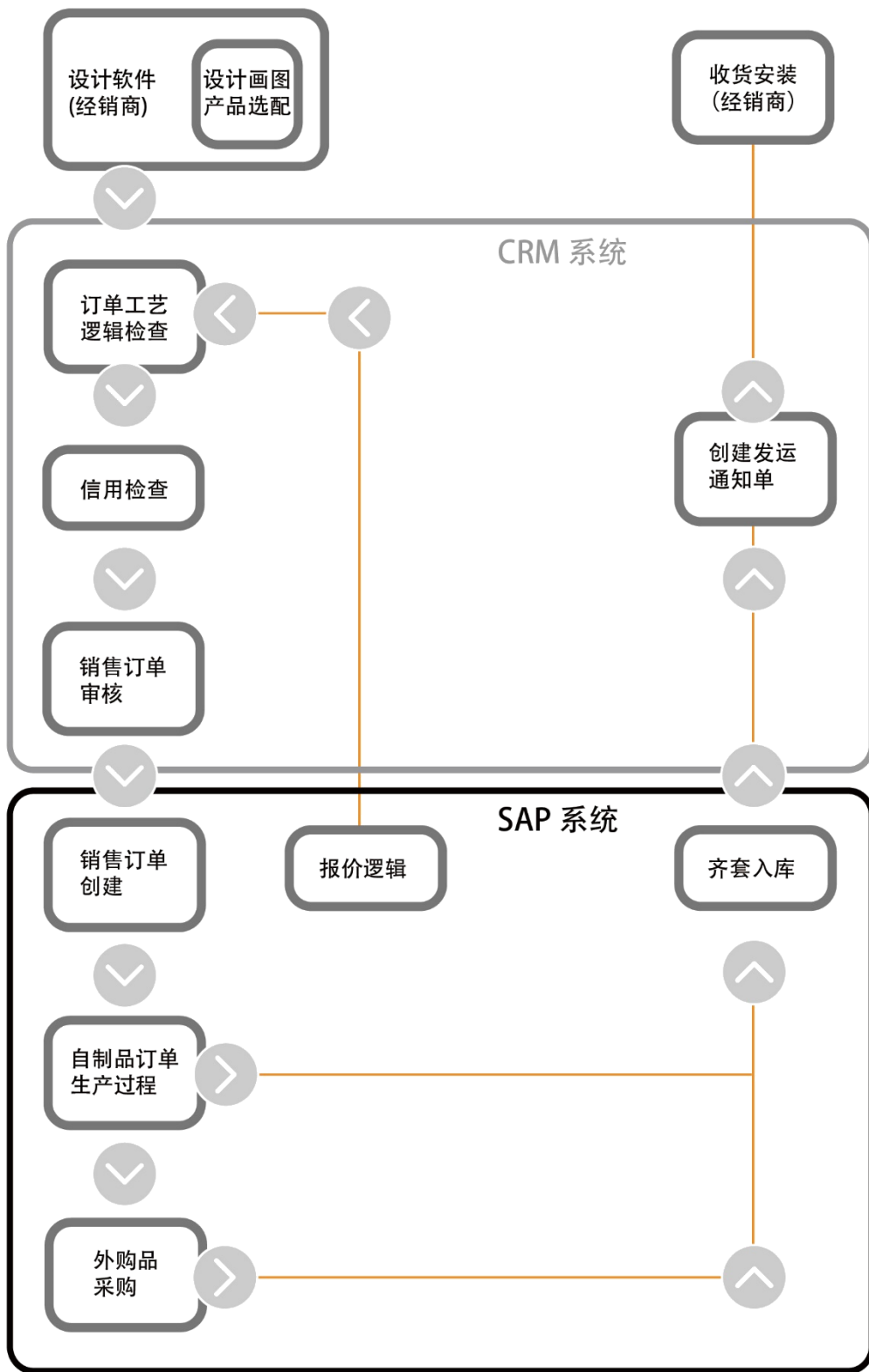
② 经销商模式下的销售流程

公司拥有优秀的设计能力、高水平的信息系统及现代化的工厂。公司在销售前端为客户提供针对其特定需求的产品设计方案、房屋规划方案，设计师上门进行房屋测量并与客户沟通提出方案的修正等；凭借公司高度工业化与信息化的工厂以及完善的生产管理系统，销售中端对订单全程条码化跟踪管理，产品发货即

时通知，并由经销商提供专业化安装服务；销售后端，公司通过广泛的销售网络，经过长期培训的经销商能够为客户提供优质的售后服务，包括产品终身保修、产品保养知识传授、家居环保知识传授、客户反馈及意见交流等多个方面。

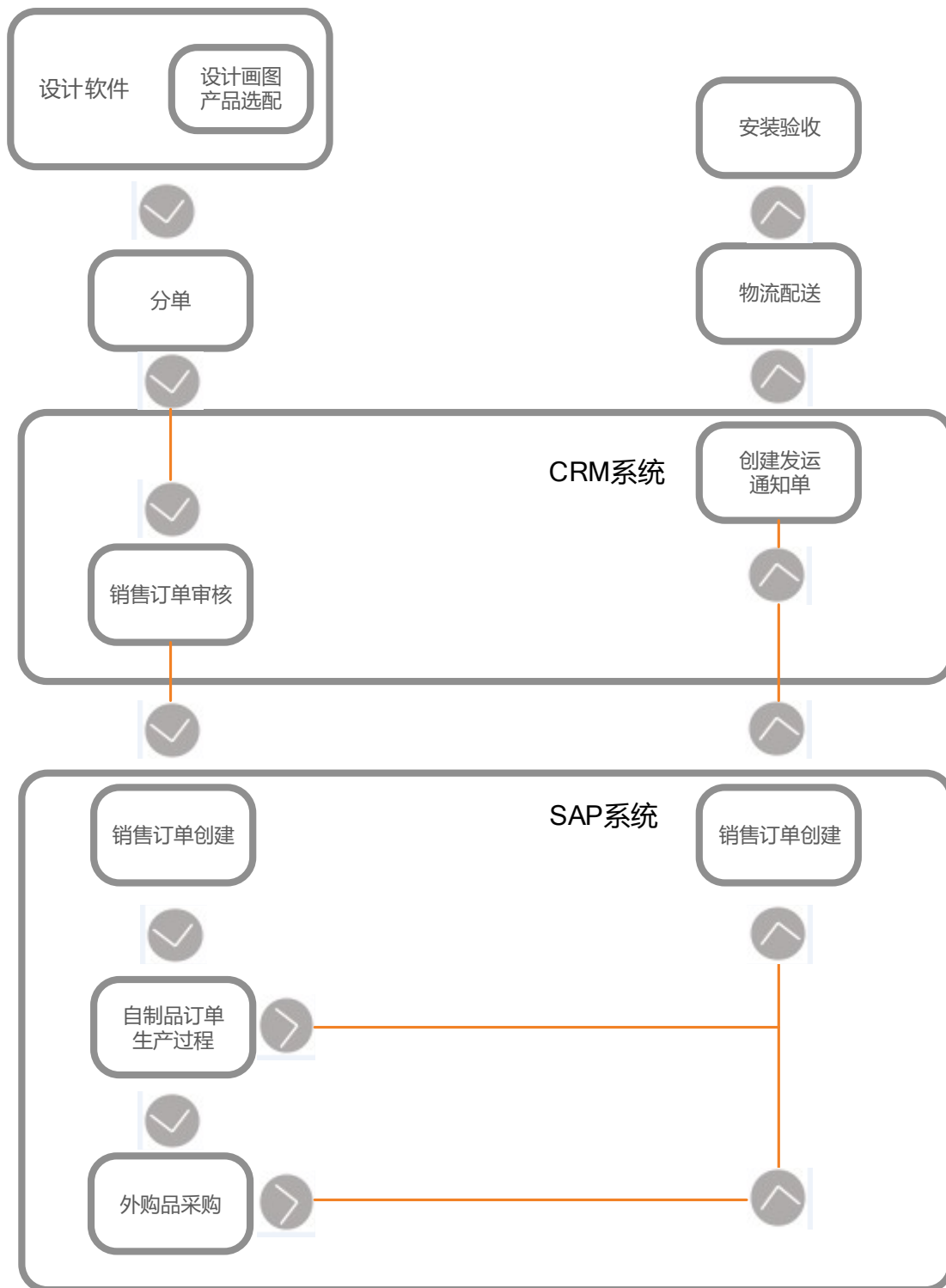
经销商模式下，终端消费者完成测量、设计等流程并确定产品方案后，通过经销商下达销售订单，相应销售订单随即通过“我乐橱柜设计软件”自动拆单后导入 CRM 系统中进行订单工艺逻辑检查流程，并形成报价。报价形成后 CRM 系统对该经销商客户进行信用检查，若该经销商未全额支付该笔订单款项，则系统不予通过该笔订单。经销商全额支付订单款项后，CRM 系统通过该笔订单的审核，并将该笔订单导入 SAP 系统中，随后进入生产流程。产品生产完毕后 SAP 系统中生产订单关闭，产品入库，备货人员将订单中涉及的所有板件、相应配套产品等备齐后，在 CRM 系统中形成发运通知单并等待发货，货物发运后自动通知收货人。

公司的销售流程图如下：



③大宗客户模式下的销售流程

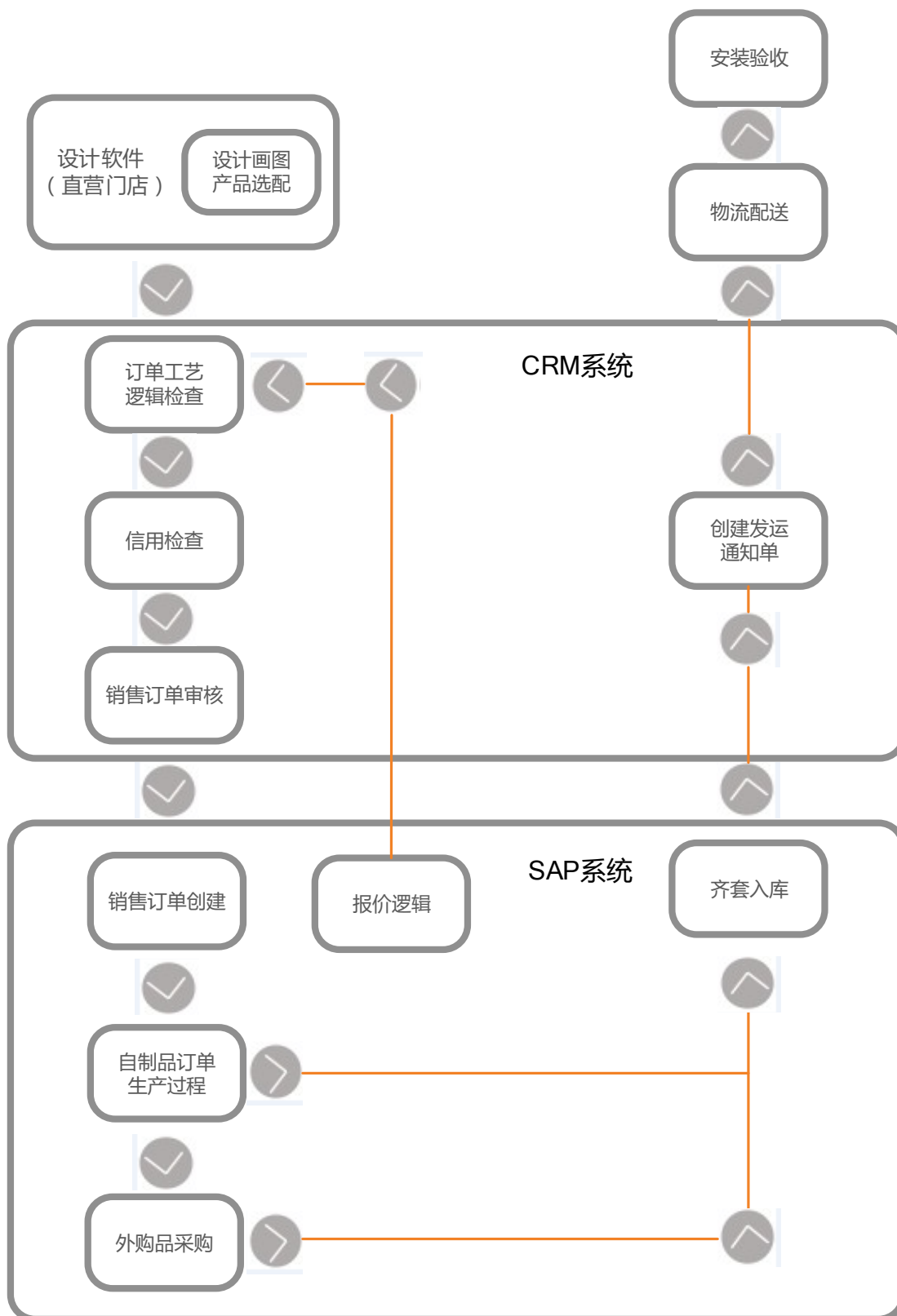
大宗客户模式下，公司与大宗客户签订框架合同，客户通知公司设计师至相关工程项目现场完成测量、设计等流程并确定产品方案后，下达订单。大宗客户订单通常为统一规格的多套产品，订单由公司设计人员拆单后经 CRM 系统审核，导入 SAP 系统中，随后进入生产流程。产品生产完毕后 SAP 系统中生产订单关闭，产品入库，备货人员将该订单中涉及的每一套产品的所有板件、相应配套产品等全部备齐后，公司通过物流公司将该订单涉及的全部板件统一发货至大宗客户制定的地点，后续根据客户指示为其进行安装。安装完毕后，依据合同经过客户验收或客户与终端消费者的共同验收之后，大宗客户向公司出具验收合格单，公司凭验收合格单确认相应销售收入。



④直销模式下的销售流程

直营模式下，公司直营门店设计师为终端消费者完成测量、设计等流程并确定产品方案后，下达销售订单，订单经过“我乐橱柜设计软件”自动拆单后导入CRM系统中进行订单工艺逻辑检查流程，并形成报价。报价形成后公司直营门

店向终端消费者收取商品全款，终端客户支付相应款项后，订单信息导入 SAP 系统中，随后进入生产流程。产品生产完毕后 SAP 系统中生产订单关闭，产品入库，备货人员将订单中涉及的所有板件、相应配套产品等备齐后，公司将全套产品通过物流公司送达终端消费者，并为其进行安装。安装完毕后，终端消费者进行验收，并向公司出具验收合格单，公司凭验收合格单确认相应销售收入。



(2) 经销模式

①经销商情况

经销模式是公司主要的销售方式。公司选择品牌意识较强、市场开拓能力较强、销售能力较强、资金实力雄厚且信誉良好的经销商与之签订《经销商合同》，授权其在一定区域范围内销售公司产品。经过多年耕耘，截至2016年12月底，公司已拥有700余家经销商，销售网络已覆盖了我国30个省市近700个城市。广泛的销售渠道使公司能够充分利用经销商资源迅速开拓市场、扩大市场份额，同时也能广泛收集市场信息，了解消费者需求变化，不断增强公司综合服务能力。公司根据销售区域划分7个大区，每个大区报告期内经销商情况如下：

区域	2016/12/31	2015/12/31	2014/12/31
	经销商数	经销商数	经销商数
华东	266	302	307
华北	134	164	150
华中	112	125	119
华南	21	22	18
西南	68	71	70
西北	56	61	59
东北	49	62	61
合计	706	807	784

报告期内，发行人经销商中个体工商户及法人的数量、销售收入情况具体如下表：

单位：万元

项目	2016年度		2015年度		2014年度	
	数量(个)	销售收入	数量(个)	销售收入	数量(个)	销售收入
个体工商户	686	53,733.09	781	44,611.64	759	38,717.01
法人	20	5,605.10	26	5,509.26	25	4,953.63

报告期内，发行人经销商主要为个体工商户，因为发行人大部分经销商主要为家庭经营模式，普遍规模较小，并仅限于在当地营业，不涉及跨区经营情况，使得经销商更倾向于选择个体工商户的方式。

②报告期内，发行人经销商变化情况

报告期内，发行人经销商变化情况具体如下表：

单位：家

项目名称	2016年	2015年	2014年
经销商数量	706	807	784
退出家数	201	101	79
小于等于10万	132	84	57
大于10万小于等于50万	53	16	15
大于50万	16	1	7
新进家数	100	124	210
小于等于10万	10	30	38
大于10万小于等于50万	60	62	137
大于50万	30	32	35

注：退出经销商销售收入为上一年销售收入，即2016年退出的经销商销售收入为其2015年销售收入。

2015年之前，发行人主要致力于经销商渠道广度以及区域覆盖等方面的拓展，加大经销商招商力度，使得经销商数量逐年增长。2015年开始，发行人渠道完善的重点转向进一步提升品牌形象、增强经销商服务品质等，由此，经销商渠道的发展重心从增加经销商数量转变为提高经销商质量。一方面在不断强化经销商培训的同时严格执行对经销商的考核标准，对于考核不达标经销商直接终止合作；另一方面对于经销商的招商标准及审核均相应提升。上述调整使得报告期内新增经销商数量逐年减少，撤销经销商数量逐年增加，但经过上述调整，单个经销商收入明显增加，从2014年平均55.63万元上升至2016年平均83.91万元。

③报告期内，发行人新增经销商情况

报告期内，发行人新增经销商占经销商渠道收入比例如下：

单位：万元

项目	2016年	2015年	2014年
新增经销商收入	4,825.62	4,922.72	6,974.78
经销商渠道销售收入	59,338.19	50,120.90	43,670.64

项目	2016年	2015年	2014年
占比(%)	8.13	9.82	15.97

A. 按收入区间划分，新增经销商情况

按照新增当年收入区间，报告期内发行人新增经销商情况如下：

单位：万元

时间	新增当年收入区间	数量(家)	当年销售收入	毛利率	年末应收账款
2016年度	小于10万	10	45.28	36.17%	-
	10~50万	60	1,942.48	29.13%	10.64
	大于50万	30	2,837.86	32.89%	-
	合计	100	4,825.62	31.41%	10.64
2015年度	小于10万	30	103.36	12.88%	1.30
	10~50万	62	1,829.29	29.31%	7.95
	大于50万	32	2,990.08	35.40%	7.19
	合计	124	4,922.72	32.66%	16.44
2014年度	小于10万	38	111.57	16.02%	0.12
	10~50万	137	3,361.20	26.12%	27.67
	大于50万	35	3,502.00	33.93%	4.93
	合计	210	6,974.78	29.88%	32.72

报告期内，发行人新增经销商毛利率分别为 29.88%、32.66%及 31.41%，同期发行人经销渠道毛利率分别为 37.44%、34.12%及 35.00%，新增经销商毛利率较低的主要原因系根据发行人招商政策，新增经销商当年可以享有 3-5 万元开店返利，该返利直接冲抵样品款，另外发行人给予新增经销商部分样品折扣，所以使得新增经销商当年销售毛利率低于平均水平。2016 年小于 10 万新增经销商的毛利率为 36.17%，相对较高，主要是因为当年该些新增经销商多数系 12 月份新增，当年主要是向发行人购买装修配件，尚未实现样品销售，无法使用开店返利所致。

B. 按区域划分，新增经销商情况

报告期内，发行人新增经销商区域分布情况具体如下：

单位：家

区域	2016年	2015年	2014年
东北	4	7	19
华北	15	29	48
华东	40	38	65
华南	5	6	4
华中	17	24	30
西北	8	9	17
西南	11	11	27
合计	100	124	210

报告期内新增经销商区域分布广泛，符合发行人全国性经销网络布局的整体状况，在具体区域分布上，东北、华南、西北地区新增经销商数量相对较少，这主要是考虑当地经济发展水平及竞争状况，亦与发行人立足华东辐射全国的区域布局策略相符。

C. 前十大新增经销商情况

报告期内，发行人前十大新增经销商收入、毛利率及期末应收账款情况如下：

经销商名称	销售金额（万元）	毛利率（%）	期末应收账款（万元）
2016年度			
重庆主城我乐厨柜（陈璞）	178.41	35.30	-
山东日照我乐厨柜（丁兆鹤）	166.10	29.64	-
江苏无锡我乐厨柜（党勇强）	164.39	35.08	-
湖北荆门我乐厨柜（彭强）	157.00	33.18	-
贵州福泉我乐厨柜（董文碧）	146.40	32.53	-
山东乐元家居有限公司	133.19	38.75	-
温州致达建材有限公司	132.71	38.35	-
浙江柯桥我乐厨柜（王金波）	129.02	42.93	-

经销商名称	销售金额（万元）	毛利率（%）	期末应收账款（万元）
贵州独山我乐厨柜（廖健）	103.50	37.29	-
广东中山我乐厨柜（罗锐）	102.33	30.45	-
合计	1,413.05	35.19	-
2015 年度			
新疆乌鲁木齐我乐厨柜（冯世君）	458.54	34.87	-
江苏淮安我乐厨柜（王萍）	208.40	32.59	-
青海西宁我乐厨柜（宁艳荣）	184.09	39.76	-
安徽滁州我乐厨柜（陶锋）	137.48	39.69	-
江苏扬州我乐厨柜（杨志东）	106.75	38.80	7.19
湖北武汉我乐厨柜（孙佩鹏）	100.81	34.12	-
陕西安康我乐厨柜（陈善宏）	99.13	39.04	-
江苏宜兴我乐厨柜（刘志福）	97.37	32.72	-
驻马店市卡玛奇家具有限公司	95.29	38.53	-
黑龙江大庆我乐厨柜（刘加龙）	89.36	40.66	-
合计	1,577.22	36.46	7.19
2014 年度			
河北石家庄我乐厨柜（张晓辉）	474.21	33.66	-
新疆乌鲁木齐我乐厨柜（高永胜）	290.38	37.43	-
吉林长春我乐厨柜（陈丽丽）	264.63	30.09	-
新疆哈密我乐厨柜（周梅）	158.96	35.46	-
山东莱钢我乐厨柜（刘振博）	148.17	41.71	-
天津我乐厨柜（陆保建）	131.94	33.33	-
湖南长沙我乐厨柜（张贵）	125.33	28.47	-
安徽宣城我乐厨柜（隆学华）	102.20	35.56	2.75
江苏海安我乐厨柜（薛向东）	89.36	37.81	-
靖江市我乐家居贸易有限公司	86.55	37.28	-
合计	1,871.73	34.63	2.75

④报告期内，发行人撤销经销商情况

A. 按收入区间划分，撤销经销商情况

按照新增当年收入区间，报告期内发行人撤销经销商情况如下：

单位：万元

时间	撤销前一年收入区间	数量（家）	前一年销售收入	前一年毛利率	当年末应收账款
2016 年度	小于 10 万	132	400.18	34.33%	-
	10~50 万	53	1,238.43	36.20%	-
	大于 50 万	16	1,123.35	33.94%	11.70
	合计	201	2,761.96	35.01%	11.70
2015 年度	小于 10 万	84	164.99	38.54%	-
	10~50 万	16	313.36	35.61%	-
	大于 50 万	1	65.49	38.69%	-
	合计	101	543.84	36.87%	-
2014 年度	小于 10 万	57	103.47	37.98%	-
	10~50 万	15	416.41	37.80%	-
	大于 50 万	7	498.90	34.27%	-
	合计	79	1,018.78	36.09%	-

2014 年、2015 年及 2016 年撤销经销商前一年销售收入合计分别为 1,018.78 万元、543.84 万元和 2,761.96 万元，占当年经销商渠道销售收入比例分别为 2.76%、1.25%和 5.51%，占比较小，不会对发行人经营产生不利影响。

发行人 2016 年撤销经销商 2015 年销售毛利率为 35.01%，同期发行人经销渠道毛利率为 34.12%；2015 年撤销经销商 2014 年销售毛利率为 36.87%，同期发行人经销渠道毛利率为 37.44%；2014 年撤销经销商 2013 年销售毛利率为 36.09%，同期发行人经销商渠道毛利率为 35.94%，基本一致；。

B. 按区域划分，撤销经销商情况

报告期内，发行人撤销经销商区域分布情况具体如下：

单位：家

区域	2016 年	2015 年	2014 年
东北	17	6	4
华北	45	15	8

区域	2016年	2015年	2014年
华东	76	43	37
华南	6	2	1
华中	30	18	20
西北	13	7	2
西南	14	10	7
合计	201	101	79

报告期内，撤销经销商数量较多的区域主要集中在华东、华北、华中等发行人经销商较为集中的地区。

C. 前十大撤销经销商情况

报告期内，发行人前十大撤销经销商收入、毛利率及期末应收账款情况如下：

经销商名称	前一年度销售金额(万元)	前一年度毛利率(%)	期末应收账款(万元)
2016年度			
天津我乐厨柜(陆保健)	107.76	38.34	-
湖北武汉我乐厨柜(李牛佳)	101.78	35.13	11.70
陕西安康我乐厨柜(金碧君)	87.69	30.17	-
山西阳泉我乐厨柜(王通源)	87.31	36.29	-
甘肃庆阳我乐厨柜(王敏)	79.96	39.40	-
秦皇岛岚禾商贸有限公司(方鹏)	79.27	38.27	-
南京雷诺丽特厨柜有限公司	75.07	6.97	-
安徽马鞍山优仙美橱专卖店(尹道华)	64.30	19.92	-
湖北荆门我乐厨柜(李枝虎)	60.85	37.79	-
内蒙古乌兰察布我乐厨柜(刘美枝)	56.97	41.77	-
合计	800.96	32.70	11.70
2015年度			
福建福州我乐厨柜(游兰芳)	65.49	38.69	-
新疆阿克苏我乐厨柜(刘正卫)	33.24	38.60	-
山西太原优仙美橱专卖店(张林)	31.23	14.94	-
云南曲靖我乐厨柜(陆汉云)	25.82	42.59	-

经销商名称	前一年度销售金额(万元)	前一年度毛利率(%)	期末应收账款(万元)
浙江绍兴我乐厨柜(陈乔)	25.40	33.40	-
辽阳优仙美橱专卖店(段秀萍)	23.77	23.25	-
陕西渭南我乐厨柜(杨方信)	23.01	40.39	-
湖北荆州我乐厨柜(潘丽华)	22.49	41.30	-
江苏常州我乐厨柜(杨宇鹏)	17.36	41.58	-
广东深圳宝安我乐厨柜(金淑)	16.25	35.47	-
合计	284.06	34.99	-
2014年度			
天津我乐厨柜(李富贵)	111.71	35.29	-
湖北黄石我乐厨柜(冯咏波)	102.83	38.18	-
天津我乐厨柜红星店(李嘉明)	69.84	25.05	-
湖北武汉金盛我乐厨柜(王李)	61.14	32.25	-
江苏靖江我乐厨柜(张云)	51.65	25.56	-
浙江舟山我乐厨柜(王英)	51.32	37.30	-
安徽宣城我乐厨柜(赵云)	50.41	39.15	-
甘肃酒泉我乐厨柜(高义)	49.23	34.16	-
湖北荆州我乐厨柜(邓进生)	44.57	41.48	-
湖南常德我乐厨柜(王慧)	44.01	44.23	-
合计	636.71	34.98	-

⑤经销商门店情况

报告期各期, 发行人经销商店面数分别为 760 个、787 个及 731 个, 各区域店面数量、销售收入、平均单店收入具体如下:

区域	2016 年度			2015 年度			2014 年度		
	店面数 (个)	销售收入 (万元)	平均单店收入 (万元/个)	店面数 (个)	销售收入 (万元)	平均单店收入 (万元/个)	店面数 (个)	销售收入 (万元)	平均单店收入 (万元/个)
华东	282	27,578.61	97.80	288	22,658.72	78.68	290	20,443.78	70.50
华北	137	9,373.62	68.42	162	7,760.56	47.90	143	6,893.31	48.20
华中	109	6,258.97	57.42	123	5,768.89	46.90	116	5,329.62	45.95
华南	21	1,511.13	71.96	22	1,199.17	54.51	20	1,136.07	56.80
西南	70	5,354.03	76.49	70	4,729.23	67.56	70	3,635.26	51.93
西北	58	4,587.54	79.10	59	4,463.00	75.64	57	3,455.45	60.62
东北	54	4,674.29	86.56	63	3,541.33	56.21	64	2,777.15	43.39
合计	731	59,338.19	81.17	787	50,120.90	63.69	760	43,670.64	57.46

⑥ 新进经销商对应门店情况

年份	项目	数量（个）	销售收入（万元）	平均销售收入（万元/个）
2016 年度	新进经销商	100	4,825.62	48.26
	对应店面数	102	4,825.62	47.31
	其中：新开店面	41	1,825.81	44.53
	承接老店	61	2,999.81	49.18
2015 年度	新进经销商	124	4,922.72	39.70
	对应店面数	131	4,922.72	37.58
	其中：新开店面	37	982.22	26.55
	承接老店	94	3,940.50	41.92
2014 年度	新进经销商	210	6,974.78	33.21
	对应店面数	212	6,974.78	32.90
	其中：新开店面	110	2,612.73	23.75
	承接老店	102	4,362.05	42.77

报告期内，发行人新进经销商开店主要存在两种情况，一种是承接其他经销商原有店面，另一种则是自己新开店面。承接老店的平均单店收入明显高于新开店面平均单店收入是因为承接老店可以立刻开始实现销售，新开店面则需要一定时间进行装修、宣传引流等前期准备事项。

总体而言，新进经销商对应店面的平均单店收入低于发行人当年全部经销商店面的平均单店收入，主要是因为新进经销商一方面运营时间不满一年，另一方面则是存在一定市场拓展及培育时间。

⑦ 退出经销商对应门店情况

年份	项目	数量（个）	前一年度销售收入（万元）	前一年度平均销售收入（万元/个）
2016 年度	退出经销商	201	2,761.96	13.74
	对应店面数	202	2,761.96	13.67
	其中：取消店面	132	1,651.28	12.51
	转让店面	70	1,110.67	15.87
2015 年度	退出经销商	101	543.84	5.38
	对应店面数	101	543.84	5.38
	其中：取消店面	52	336.90	6.48

年份	项目	数量 (个)	前一年度销售收入 (万元)	前一年度平均销售收入 (万元/个)
	转让店面	49	206.94	4.22
2014 年度	退出经销商	79	1,018.78	12.90
	对应店面数	80	1,018.78	12.73
	其中: 取消店面	53	720.48	13.59
	转让店面	27	298.30	11.05

2015 年之前, 发行人主要致力于经销商渠道广度以及区域覆盖等方面的拓展, 退出经销商主要系因为无法继续经营, 故平均单店收入较小。

2015 年开始, 发行人渠道完善的重点转向进一步提升品牌形象、增强经销商服务品质等, 由此, 经销商渠道的发展重心从增加经销商数量转变为提高经销商质量。发行人严格执行对经销商的考核标准, 对于考核不达标经销商直接终止合作, 故部分销售收入较高的经销商由于考核不达标而被终止, 使得退出店面平均单店收入明显增长。

⑧主要店面情况

A. 2016 年度单店收入排名前十

经销商名称	店面位置	店面面积 (m ²)	开店时间	销售收入 (万元)
浙江宁波我乐厨柜 (钱小兵)	宁波市现代商城国际厨柜馆 A 馆 6 楼 F21	390	2013.11.01	549.31
吉林长春我乐厨柜 (陈丽丽)	长春市渤海大街 015 号欧亚卖场负 1 楼	570	2014.06.01	487.01
南京快特兰汀家居有限公司	南京市雨花区卡子门大街 29 号红星美凯龙负 1 层	290	2013.01.01	460.78
南京快特兰汀家居有限公司	南京市建邺区江东中路 80 号 1 楼	290	2013.01.01	445.42
安徽芜湖我乐厨柜 (汪金林)	芜湖市红星美凯龙建材馆 4 楼	600	2015.03.01	327.11
河北廊坊我乐厨柜 (张晓东)	廊坊市丽都鑫潮 2 期 3 楼 A11	320	2013.07.01	314.93
浙江嘉兴我乐厨柜 (孟丽燕)	嘉兴市红星美凯龙 A8139-8141 一楼正对南门	200	2009.10.01	311.99
浙江台州我乐厨柜 (董月青)	台州市椒江区洪家红星美凯龙商场 4 楼	236	2014.07.01	302.31
江苏吴江我乐厨柜 (沈玲玲)	苏州市吴江区红星美凯龙 2 楼我乐厨柜	300	2010.06.01	301.56

经销商名称	店面位置	店面面积 (m ²)	开店时间	销售收入 (万元)
安徽马鞍山我乐厨柜 (吴安所)	马鞍上是花山路东源美家乐负 1 层	220	2015.03.01	298.89

B. 2015 年度单店收入排名前十

经销商名称	店面位置	店面面积 (m ²)	开店时间	销售收入 (万元)
南京快特兰汀家居有限公司	南京市雨花区卡子门大街 29 号红星美凯龙负 1 层	290	2013.01.01	422.97
南京快特兰汀家居有限公司	南京市建邺区江东中路 80 号 1 楼	290	2013.01.01	408.87
吉林长春我乐厨柜 (陈丽丽)	长春市渤海大街 015 号欧亚卖场负 1 楼	570	2014.06.01	345.00
浙江宁波我乐厨柜 (钱小兵)	宁波市现代商城国际厨柜馆 A 馆 6 楼 F21	390	2013.11.01	343.93
浙江杭州我乐厨柜 (李庆忠)	杭州市古墩路 808 号新时代家居生活广场 E 座 3 楼 40 号	180	2013.03.01	339.36
山东济南我乐厨柜 (刘霞)	济南市北园路红星美凯龙东厅 2 楼	300	2014.04.01	319.48
江苏南京大厂我乐厨柜 (黄华)	南京市大厂区园西路 152 号	150	2007.08.01	288.22
江西上饶我乐厨柜 (张兴生)	上饶市红星建材家居博览中心 3 楼	190	2014.07.01	272.67
安徽芜湖我乐厨柜 (汪金林)	芜湖市红星美凯龙建材馆 4 楼	600	2015.03.01	263.16
浙江台州我乐厨柜 (董月青)	台州市椒江区洪家红星美凯龙商场 4 楼	236	2014.07.01	237.72

C. 2014 年度单店收入排名前十

经销商名称	店面位置	店面面积 (m ²)	开店时间	销售收入 (万元)
南京快特兰汀家居有限公司	南京市雨花区卡子门大街 29 号红星美凯龙负 1 层	290	2013.01.01	443.25
南京快特兰汀家居有限公司	南京市建邺区江东中路 80 号 1 楼	290	2013.01.01	428.48
浙江宁波我乐厨柜 (钱小兵)	宁波市现代商城国际厨柜馆 A 馆 6 楼 F21	390	2013.11.01	422.73
四川成都我乐厨柜 (古代英)	成都市武侯区都会路 99 号富森美建材馆	200	2013.10.01	378.67
苏州我乐家居用品有限公司 (孟月华)	苏州市新区红星美凯龙 2 楼	150	2007.08.01	297.80
吉林长春我乐厨柜 (陈丽丽)	长春市渤海大街 015 号欧亚卖场负 1 楼	570	2014.06.01	264.63

经销商名称	店面位置	店面面积 (m ²)	开店时间	销售收入 (万元)
江苏镇江我乐厨柜 (胡杰)	镇江市润州区天桥路 8 号月星九润国际家具城 2 楼	190	2011.03.01	234.47
湖北恩施我乐厨柜 (陈海燕)	恩施市金桂大道红美凯龙 1 楼	280	2008.06.01	223.19
贵州贵阳我乐厨柜 (李强)	贵阳市油榨街红星美凯龙	200	2010.09.01	222.51
河北廊坊我乐厨柜 (张晓东)	廊坊市丽都鑫潮 2 期 3 楼 A11	320	2013.07.01	222.38

⑨经销商管理政策

随着发行人经销商队伍的不断扩大,为加强管理,发行人对经销商制定了切实有效的管理制度,如经销商资格认定管理、经销商订货和结算管理、经销商销售价格管理、运输费用的承担、保证金的缴纳比例、经销商门店装修和运营管理及费用的承担、广告宣传费用的承担、经销商培训管理及费用的承担、退换货政策等经销商管理政策。

A. 经销商资格认定管理

公司将全国城市分为一级到六级城市共六个级别,对经销商实行分级管理。招商经理对有意向的投资人的店面面积、所在位置、团队能力及资金能力进行评估,其中店铺面积按照《品牌纪律表》的规定,根据所在城市级别确定最小店铺面积;店铺所在位置则要求在区域经济水平发展较好、地理位置及交通状况良好、人口密度大、规模较大的专业家居建材市场;投资人团队应有相关经验和管理能力,以及一定的资金实力,以便投资后的发展能够符合公司业务的需要。经评估合格后,投资人缴纳保证金,签署经销商政策、经销商合同后,成为正式经销商。

在每年年末,公司会对原有经销商的年度销售任务完成情况、店面运营状态、资金能力等进行评估,通过评估后,与经销商续签下一年度经销商合同,制定下一年度销售目标。

B. 经销商订货和结算

公司对经销商普遍采用“先款后货”模式,在经销商向公司下订单时,需缴纳订单全款,公司进行订单审核后,安排下单排产以及后续交货。

C. 经销商销售价格管理

为了规范公司产品市场销售价格,提升公司品牌形象,公司每年均会制定《我乐产品目录》,明确规定各产品指导销售价格。经销商可根据当地市场情况,在产品指导销售价格的基础上给予一定折扣,但折扣标准需在公司规定的范围内。

D. 运输费用的承担

公司与经销商签订的《年度经销商合同》中明确约定,经销商提货地点为公司仓库,经销商如无法上门提货,可委托物流公司到公司仓库提货,物流公司收货后出具的快递单封面或签收的公司出库单视为经销商提货完成,经销商委托物流公司产生的货物运输费用由经销商承担。

E. 保证金的缴纳比例

为维护公司品牌形象,规范经销商经营,保证最终客户的切实利益,公司向经销商收取一定品牌保证金。为了保证经销商关店后,对终端客户的售后服务质量,公司对品牌保证金退还进行了规定,若经销商经营满3年且终止合作关店后1年无息退还;若经营不满3年,自合作之日起满3年或关店后1年孰长时间后无息退还;若因售假或恶劣服务原因被取消的,保证金罚没。

F. 经销商门店装修和运营管理及费用的承担

公司在综合考核经济发展水平、商圈发展状况、店铺方位、面积等条件后,对于符合要求的经销商店面,由招商经理提出申请,公司应用设计部按统一品牌风格进行设计及报价,店面装修费用由经销商承担。经销商店面装修必须严格按照公司制定的设计方案施工。为监督经销商店面结构、内外装饰符合规定的标准,公司同时可以根据需要指派专人在店面装修时进行现场指导,确保店面符合公司装修设计标准。对于新加盟经销商,公司将给予一定样品补贴及装修补贴。另外公司协助经销商进行门店的运营与管理:**a.**公司制定经销商人力资源标准模板供经销商使用,提升经销商人力资源管理能力;**b.**公司对经销商实行分区域管理,区域经理及大区经理对经销商的门店进行定期巡查,并对其门店管理、运营管理进行上门指导,并组织当地经销商进行异业联盟、展览展示、大型促销活动等,帮助经销商提升销售运营能力;**c.**公司制定店面考核标准,要求全国各店面严格执行,同时成立店面巡查组对各店进行巡查,对不达标的店面要求进行整改;**d.**

对于顾客满意度进行监督，如因经销商主观原因导致消费者恶性投诉，公司有权从区域保证金中扣款。

G. 广告宣传费用的承担

为了提升品牌知名度及影响力，公司持续进行广告投入，投放方式主要分为公司直接在全国范围内投放广告以及经销商在当地投放广告，为了鼓励经销商在当地加大广告投入，一方面公司在经销商考核标准中要求，经销商当地广告投入不得低于销售额的5%；另一方面公司对于经销商广告投入给予一定支持。

对于公司直接在全国范围内投放广告，费用由公司承担。对于经销商在当地投放广告，公司制定了广告补贴政策。

H. 经销商培训管理

经销商终端店面是品牌的重要展示窗口。公司专门制定了完整的经销商培训手册、销售培训手册等文件，并定期或不定期对经销商投资人、店长、导购、业务员等开展培训或辅导，以提升销售拓展及服务能力。公司根据不同参训对象拟定不同培训内容及培训活动，主要培训内容包括但不限于店面运营管理、营销活动策划、销售能力、产品知识、设计安装服务能力等。

经销商培训费按照培训方式不同，费用承担人亦也有所不同，主要如下：

公司总部培训：经销商承担参与培训人员来往公司总部的交通费，公司承担会务费等以及培训人员在公司总部发生的住宿费、餐饮费及其他费用。

经销商实地培训：经销商承担培训会务费，参与培训人员的交通费、住宿费、餐饮费及其他费用，公司承担培训师来往交通费。

I. 退换货政策

公司对经销商提供的产品为定制化产品，销售模式为买断式销售，公司仅承担因质量原因造成的产品退换货。经销商退货前会按公司要求填写《退换货登记表》，在登记表上描述退换货的详细信息，此表随退货同时发往公司。公司收到后由质检部对退换货进行质量认定，符合退换条件办理退款或者换货手续，不符合退换货要求则由客服人员通知经销商将退货发还给经销商，不做退货处理。

⑩发行人对经销商的财务支持

2014年及2015年发行人存在对经销商财务支持的情形,均为对其提供借款,该借款仅能用于支付发行人货款,无法挪为它用。报告期内,发行人对经销商财务支持情况具体如下表:

项目	2016年	2015年	2014年
借款经销商数量(家)	-	11	8
借款金额(万元)	-	338	149.96
借款利率	-	8%或0%	8%或0%
利息收入(万元)	-	13.49	4.32

2016年开始,公司加强资金管理,不再对经销商提供借款。

⑪发行人对经销商的样品销售情况及销售政策

A. 报告期内发行人对经销商样品销售情况

报告期内各年,发行人对经销商的销售收入中包含有部分样品销售,公司对于向经销商销售的样品通常会给予一定折扣。报告期内发行人对经销商的样品销售情况如下:

项目	2016年	2015年	2014年
经销商渠道销售收入(万元)	59,338.19	50,120.90	43,670.64
对经销商样品销售收入(万元)	5,462.48	4,616.30	5,144.84
样品收入占经销商渠道销售收入的比例	9.21%	9.21%	11.78%

2014年、2015年和2016年,发行人对经销商的样品销售收入分别为5,144.84万元、4,616.30万元和5,462.48万元,占各年经销商渠道销售收入的11.78%、9.21%和9.21%,各年对经销商的样品销售占比较为稳定。发行人对经销商的样品销售收入主要受经销商新开店面情况以及样品更新情况等影响。

B. 报告期内发行人对经销商样品销售收入变动情况说明

2014年、2015年、2016年发行人新增经销商数量分别为210家、124家和100家。2014年由于新增经销商数量较多,新开店面数量较多,因此当年发行人

对经销商的样品销售收入较高；2015 年新增经销商数量有所下降，因此当年发行人对经销商的样品销售收入随之下降；2016 年发行人新增经销商数量虽然较 2015 年有所下降，但由于当年发行人大力推广全屋定制家具业务，发行人原有部分经销商新开全屋定制店或原店新增加全屋定制家具样品用于店面展示，同时由于单套全屋定制家具样品价值与整体厨柜样品、定制衣柜样品相比较为高，因此当年对经销商样品销售收入较 2015 年有所增加。

C. 报告期内发行人对经销商销售的样品的所有权

报告期内发行人向经销商销售的样品，与发行人对经销商销售的一般产品相同，均为买断式销售。样品的所有权属于经销商，其处置权亦归经销商所有。样品的销售流程等与一般产品无差别，不同之处在于样品在销售时所对应的终端客户即为该经销商。

根据公司招商政策，经销商需不断对店面样品进行更新换代，样品更新时，原样品由经销商自行处理，发行人不予退货亦不提供回收服务等。

D. 经销商更新店面时样品的处理方式

保荐机构通过现场走访、对经销商进行访谈、对公司财务总监、销售总监、招商经理及有关业务人员进行访谈，知悉经销商对于更换的样品通常有如下处理方式：

a. 折价销售

对于外观、功能等各方面尚完好的样品，经销商通常将其折价销售：经销商与终端消费者达成一致后，经销商设计师至消费者家中完成测量、绘图等步骤，若店面内的样品通过少量切割、板件补充等方式能够与该消费者房型契合，并能够在其家中再次组装，则经销商通常通过较低的折扣将该样品销售给终端消费者。折价销售是经销商对于更换下的样品较为普遍的处理方式。

b. 样品作废

对于有损坏，或是由于多次组装等原因，板件已发生形变无法再次组装、无法销售的样品，经销商通常将该样品分拆为板件，做作废处理。

（3）大宗客户业务模式

随着精装修住宅商品房的逐步普及，以房地产开发商等为客户主体，大型房地产项目房屋精装修为主要服务内容的大宗客户业务渠道已成为定制家具行业的重要销售渠道。公司于 2012 年开始推进大宗客户业务，且报告期内，已与广州恒大材料设备有限公司、江苏中南建设集团股份有限公司及绿地集团马鞍山置业有限公司等多家知名房地产商开展过合作。考虑到大宗客户业务模式回款周期较经销商模式更长，且部分房地产商资信状况不稳定，以及发行人自身产能供应情况等因素，近年来，发行人正逐步调整优化该业务模式，主要保持与少量优质大宗客户的战略合作。

（4）直营销售模式

公司依托自身品牌优势、综合服务能力优势等，于 2015 年开始筹建直营销售渠道。截至本招股说明书签署之日，公司已在南京推出“我乐工厂店”和“万达店”，在苏州推出“万达店”等集产品实景展示、设计咨询、下单制造、售后服务等功能于一体的综合性旗舰直营店，并正在重要战略城市筹备增加直营网点。未来公司将根据业务发展规划，逐步增加直营店面覆盖的广度和深度，拓展直营销售渠道。截至本招股说明书签署之日发行人直营门店具体情况如下：

直营门店	开店时间	店面地址	面积(平方米)	2016 年销售收入(万元)
南京江宁工厂店	2016-3	南京市江宁区清水亭西路 218 号	500	1,818.81
南京万达店	2016-7	南京建邺区万达百货五楼	1,300	351.41
苏州万达店	2017-3	苏州市人民路 318 号万达广场	2,341.43	-

2016 年发行人南京江宁工厂店与南京万达店均系对外销售全屋定制家具产品，苏州万达店尚未开始营业。

①报告期内，发行人与自然人销售交易情况

报告期内，发行人存在与自然人销售交易的情况，主要系 2016 年开始，发行人通过打造工厂旗舰店、在大型购物商场或大型建材商场等开设旗舰店方式，建立并开拓直营渠道开拓全屋定制产品，这些直营渠道主要客户均为自然人。

2016 年发行人与自然人交易金额为 2,203.09 万元，占当年营业收入比例仅为 3.26%。

②自然人交易相关内控制度及执行情况

A. 直营业务内控制度

发行人针对直营业务制定了整套管理制度，包括直营门店交易制度、资金管理辦法、费用支出管理辦法等，主要内容如下：

a. 交易流程

导购（设计师）在与客户签订销售合同时，要求客户必须支付全部货款，销售合同签订后，在 45 日内应完成上门安装，安装完成后客服中心应及时回访。

b. 收入货款管理规定

直营公司根据总公司管理的要求在各地所在银行开设“销售收款专户”，作为货款存入与资金收集账户，未经许可不得多头开户。根据目前客户支付习惯的改变，公司同时开立了对公支付宝账户与对公微信客户端，用于收款。

直营公司每天店面收入的营业款，一般收款方式为 POS、支付宝、微信等方式，每天上午 10 点前由当地财务部门直接在收银系统中导出前一日收款数据，由财务部汇总当地各直营门店营业额报表与各类收款账户核对无误后上报至总公司财务共享中心。

直营公司如涉及收入现金的情况，由店长汇总后当日存入“销售收款专户”，每天上午 10 点前由店长将前一日收款的现金报表发送给当地财务部门进行核对，不得隐瞒、截留、坐支或设置账外和小金库，一经发现视为挪用公款处理。2016 年公司开展直营模式以来，现金收款金额较小，当年直营模式现金收款金额为 15.69 万元，主要系发行人举办各类团购展会时，消费者缴纳的现金订货款。

由直营店进驻商场或合作的小区物业等统一结算的款项，按合同约定进行对账及结算，结算款全部汇入“销售收款专户”。

“销售收款专户”上所有资金每日将自动归集至总公司专有结算账户，不留存任何资金。

c. 退货款管理规定

直营公司退款单由导购（设计师）申请办理，退款单上必须有店长与当地子分公司总经理签字确认，并注明退款原因后当地财务部方能办理退款，当地财务人员将单据整理齐全并上传 OA 系统交于总公司财务结算中心在“销售付款专户”中办理退款。

直营公司财务、导购（设计师）、店长等人员不得在当日营业款中办理退款坐支行为。

B. 直营业务内控制度执行情况

发行人开展直营业务以来，严格按照规章制度执行，未发生客户拖欠货款的情形，未出现重大纠纷事项。

（5）主要客户的销售金额、内容、占比、客户性质等信息及变化原因；

①发行人主要客户情况

报告期内，发行人前十大客户具体如下：

客户名称	主要销售产品	金额(万元)	销售占比(%)	客户性质
2016 年度				
广州恒大材料设备有限公司	定制家具及配套产品	5,839.12	8.64	大宗客户
南京快特兰汀家居有限公司	定制家具及配套产品	3,379.07	5.00	经销商
四川成都我乐厨柜（古代英）	定制家具及配套产品	929.38	1.37	经销商
苏州我乐家居用品有限公司（孟月华）	定制家具及配套产品	862.87	1.28	经销商
河北石家庄我乐厨柜（张晓辉）	定制家具及配套产品	825.81	1.22	经销商
吉林长春我乐厨柜（陈丽丽）	定制家具及配套产品	695.72	1.03	经销商
黑龙江哈尔滨我乐厨柜（苏洪新）	定制家具及配套产品	555.64	0.82	经销商
浙江宁波我乐厨柜（钱小兵）	定制家具及配套产品	549.31	0.81	经销商
山西晋城我乐厨柜（申军）	定制家具及配套产品	456.22	0.67	经销商
浙江杭州我乐厨柜（李庆忠）	定制家具及配套产品	422.32	0.62	经销商
合计		14,515.46	21.47	-
2015 年度				
广州恒大材料设备有限公司	定制家具及配套产品	4,491.53	7.76	大宗客户

客户名称	主要销售产品	金额(万元)	销售占比(%)	客户性质
南京快特兰汀家居有限公司	定制家具及配套产品	3,101.77	5.36	经销商
江苏中南建设集团股份有限公司	定制家具及配套产品	1,224.60	2.12	大宗客户
四川成都我乐厨柜(古代英)	定制家具及配套产品	855.76	1.48	经销商
苏州我乐家居用品有限公司(孟月华)	定制家具及配套产品	547.46	0.95	经销商
吉林长春我乐厨柜(陈丽丽)	定制家具及配套产品	492.86	0.85	经销商
新疆乌鲁木齐我乐厨柜(冯世君)	定制家具及配套产品	458.54	0.79	经销商
南京卧龙湖置业有限公司	定制家具及配套产品	446.86	0.77	大宗客户
荣盛房地产发展股份有限公司	定制家具及配套产品	443.90	0.77	大宗客户
北京微利伟业商贸有限公司	定制家具及配套产品	407.94	0.70	经销商
合计		12,471.22	21.54	-
2014年度				
广州恒大材料设备有限公司	定制家具及配套产品	4,927.30	9.47	大宗客户
南京快特兰汀家居有限公司	定制家具及配套产品	3,250.51	6.25	经销商
四川成都我乐厨柜(古代英)	定制家具及配套产品	757.34	1.46	经销商
苏州我乐家居用品有限公司(孟月华)	定制家具及配套产品	744.50	1.43	经销商
绿地集团马鞍山置业有限公司	定制家具及配套产品	738.05	1.42	大宗客户
江苏中南建设集团股份有限公司	定制家具及配套产品	556.59	1.07	大宗客户
河北石家庄我乐厨柜(张晓辉)	定制家具及配套产品	474.21	0.91	经销商
朗诗集团股份有限公司	定制家具及配套产品	472.12	0.91	大宗客户
浙江宁波我乐厨柜(钱小兵)	定制家具及配套产品	422.73	0.81	经销商
湖北武汉我乐厨柜(李牛佳)	定制家具及配套产品	352.67	0.68	经销商
合计		12,696.02	24.40	-

注1：为便于各期数据对比分析，上表中已将同一实际控制人控制下的客户予以合并。其中“广州恒大材料设备有限公司”、“江苏中南建设集团股份有限公司”、“绿地集团马鞍山置业有限公司”、“朗诗集团股份有限公司”、“荣盛房地产发展股份有限公司”等包含其自身及其子公司等；“南京快特兰汀家居有限公司”同时将同一实际控制人控制下的“兰州伊腾嘉俊商贸有限责任公司”、“沈阳汀佳家具有限公司”、“甘肃兰州我乐厨柜(周海波)”、“上海闸北区红星我乐厨柜(周海波)”、“江苏浦口优仙美橱专卖店(周海波)”等相关数据予以合并。

注2：周海波因2017年初移民境外，故其原主要负责的经销区域发生相关调整。详见本招股说明书“第六节 业务与技术”之“四、发行人主营业务情况”之“(三) 主要经营模式”之“3、销售模式”之“(5) 主要客户的销售金额、内容、占比、客户性质等信息及变化原因”。

②报告期内公司主要客户变化原因

报告期内销售前十大客户较为稳定:2016年与2015年有5家客户保持不变,2015年与2014年有5家客户保持不变,2014年、2015年及2016年共有4家客户保持不变。具体变动情况如下:

客户名称	2016年排名	2015年排名	2014年排名
广州恒大材料设备有限公司	1	1	1
南京快特兰汀家居有限公司	2	2	2
四川成都我乐厨柜(古代英)	3	4	3
苏州我乐家居用品有限公司(孟月华)	4	5	4
河北石家庄我乐厨柜(张晓辉)	5	16	7
吉林长春我乐厨柜(陈丽丽)	6	6	19
黑龙江哈尔滨我乐厨柜(苏洪新)	7	21	16
浙江宁波我乐厨柜(钱小兵)	8	13	9
山西晋城我乐厨柜(申军)	9	17	11
浙江杭州我乐厨柜(李庆忠)	10	14	37
江苏中南建设集团股份有限公司	252	3	6
新疆乌鲁木齐我乐厨柜(冯世君)	13	7	无
荣盛房地产发展股份有限公司	无	9	无
北京微利伟业商贸有限公司	11	10	17
南京卧龙湖置业有限公司	无	8	无
绿地集团马鞍山置业有限公司	无	555	5
朗诗集团股份有限公司	无	无	8
湖北武汉我乐厨柜(李牛佳)	无	135	10

注:为便于各期数据对比分析,上表中已将同一实际控制人控制下的客户予以合并。“南京快特兰汀家居有限公司”同时将同一实际控制人控制下的“兰州伊腾嘉俊商贸有限责任公司”、“沈阳汀佳家具有限公司”、“甘肃兰州我乐厨柜(周海波)”、“上海闸北区红星我乐厨柜(周海波)”、“江苏浦口优仙美橱专卖店(周海波)”等相关数据予以合并,下同。

如上表所示,报告期内公司主要客户基本稳定。

A. 2016年前十大客户变化情况

2016年前十大客户均为2015年主要客户。

B. 2015年前十大客户变化情况

2015年前十大客户中新疆乌鲁木齐我乐厨柜（冯世君）、南京卧龙湖置业有限公司及荣盛房地产发展股份有限公司为新增客户；江苏中南建设集团股份有限公司于2016年大幅减少，南京卧龙湖置业有限公司及荣盛房地产发展股份有限公司于2016年退出。上述客户发生变化的主要原因系：

a. 新疆乌鲁木齐我乐厨柜的业主冯世君一直在当地经营装修公司，并且代理建材品牌，具备一定客户资源以及行业经验，在2015年成为发行人经销商后，业务发展速度较快，使得当年进入发行人前十大客户。

b. 江苏中南建设集团股份有限公司为大宗客户，2016年对该公司的销售收入大幅下降是因为发行人需与其各地项目子公司分别结算，致使回款周期长于其他大宗客户，发行人决定调整与该客户的合作规模，故原合同履行完毕后，自2016年起不再与其合作。

c. 南京卧龙湖置业有限公司于2015年新进入前十大客户，并于2016年退出，是因为发行人分别于2013年10月、2014年11月与南京卧龙湖置业有限公司签署施工合同，合同金额（含税）分别为242.28万元、287.65万元，项目与2014年末全部验收完毕，暂无后续合作项目。

d. 荣盛房地产发展股份有限公司于2015年新增进入前十大客户，并于2016年退出，是因为发行人于2014年中标荣盛房地产发展股份有限公司邯郸阿尔卡迪亚阳光苑精装修项目，合同总金额为519.36万元（含税），该项目于2015年完成验收，暂无后续合作项目。

C. 2014年前十大客户变化情况

2014年前十大客户中朗诗集团股份有限公司于2015年退出；绿地集团马鞍山置业有限公司及湖北武汉我乐厨柜（李牛佳）于2015年销售收入大幅下降，并于2016年退出合作。上述客户发生变化的主要原因系：

a. 朗诗集团股份有限公司于2015年退出，是因为发行人战略性调整大宗客户业务渠道，故原来项目合作完成后未再继续与其合作。

b. 发行人对绿地集团马鞍山置业有限公司于 2015 年销售收入大幅下降，并于 2016 年退出是因为 2013 年发行人中标马鞍山绿地世纪城 6#地块全装修房厨柜成品项目，合同总价 271.50 万元（含税），并于 2013 年 11 月、2014 年 5 月、2014 年 8 月及 2014 年 12 月签署补充协议，分别增加采购款 303.86 万元（含税）、294.46 万元（含税）、9.11 万元（含税）及 13.24 万元（含税），项目于 2014 年开始验收，2015 年验收完毕，暂无后续合作项目。

c. 湖北武汉我乐厨柜（李牛佳）因自身资金紧缺，2015 年起订单金额大幅下降，2016 年公司与该经销商全面停止合作关系。

③主要经销商周海波 2017 年初调整情况说明

南京快特兰汀家居有限公司等相关公司实际控制人周海波系发行人兰州、沈阳、南京和上海地区的主要经销商，2017 年初，周海波出于自身考虑，拟移民国外。鉴于移民后对国内事业兼顾的精力受限，周海波拟将其负责的沈阳区域经销权予以让渡，并向公司提出申请。发行人考虑周海波移民后对其经销业务的影响，并考虑自身经营以及业务拓展需要，经与周海波协商一致，收回其沈阳、南京和上海区域的经销权。截至本招股说明书签署之日，上述区域均已基本完成交接，且交接过程中相关店面均正常经营，交接后亦运行正常，具体如下：

A. 兰州地区经销工作情况说明

2014 年至 2016 年，发行人对周海波兰州区域确认的销售收入分别为 980.11 万元、921.09 万元和 923.15 万元。该地区仍由周海波及其原有团队负责运营，发行人已与周海波签署 2017 年兰州地区经销合同。2017 年 1 季度，周海波所负责的兰州区域向发行人下单金额为 112.68 万元，较 2016 年 1 季度下单金额 98.46 万元，增加 14.44%，该区域运营正常。

B. 沈阳地区经销接续工作情况说明

周海波在沈阳地区拥有四家经销店面，自其提出转移需求后，发行人协助周海波经多方招募，在有意向承接周海波沈阳各店面的投资者中，经对区域、经营实力、经济状况等多方面考核筛选后，决定由现有经销商“内蒙古乌兰浩特（谢小军）”承接。周海波与发行人内蒙古乌兰浩特经销商谢小军已于 2017 年 1 月

17 日签署转让合同并于其后陆续完成交接事宜，发行人随后与谢小军就沈阳地区全屋和厨柜经销事宜分别签署经销合同，将沈阳区域的经销权授予谢小军。

2014 年至 2016 年，发行人对周海波所负责沈阳区域确认的销售收入分别为 371.64 万元、391.87 万元和 579.00 万元。2017 年 1 季度，交接前周海波所负责沈阳区域向发行人下单金额为 49.88 万元，交接后谢小军向发行人下单金额为 98.66 万元，两者合计向发行人下单金额为 148.54 万元，较 2016 年 1 季度周海波运营期间下单金额 106.06 万元，实现 40.05% 的增长。

谢小军系发行人 2014 年引入的经销商，其原所负责的内蒙古乌兰浩特区域报告期内运营良好，具有较为丰富的运营经验，且本次业务交接时谢小军亦承接了沈阳各相关店面原主要销售运营人员，有利于业务的正常持续运行。由此，本次经销权调整以及两位经销商的交接并未对当地经销业务构成重大不利影响，交接前后店面均正常运营，且沈阳地区 2017 年 1 季度订单量较去年同期实现一定的增长。

C. 南京地区经销接续工作安排

周海波在南京的经销权限主要限于整体厨柜及定制衣柜，而南京系发行人公司所在地以及生产基地所在地，考虑到近年来周海波在南京区域的销售一直稳定在 1,500 万左右，未充分发挥区位优势，同时，考虑到发行人目前在南京已开展全屋定制产品的直营销售，为更好地发挥门店之间的协同作用，提升整体竞争优势，发行人将收回周海波南京区域经销权，转为直营。2017 年 3 月 8 日，双方已就南京区域经销门店相关经销事宜签署终止合同，并于随后陆续完成订单、店面样品、装修物料、人员及办公用品等的清点交接，截至本招股说明书签署之日，除少量零星物品尚未交接完成外，其他已基本完成交接。

2014 年至 2016 年，发行人对周海波负责南京区域确认的收入金额分别为 1,628.31 万元、1,458.55 万元和 1,517.54 万元。2017 年 1 季度，交接前周海波所负责的南京区域下单金额为 445.86 万元，交接后发行人直营接单金额为 46.34 万元，合计订单金额为 492.20 万元，较 2016 年 1 季度的 225.61 万元增长 118.17%。发行人与周海波洽谈南京区域业务交接期间以及后续业务基本交接完成后，店面均正常运营，运营团队亦实现平稳转移接续，对发行人南京区域销售未构成重大

不利影响。

D. 上海地区经销接续工作安排

周海波在上海地区共有 2 家经销门店，由于上海区域竞争较为激烈，近年来周海波在上海的经销状况较为一般，发行人报告期各年对周海波上海地区实现的销售收入分别为 270.45 万元、330.25 万元和 359.37 万元。为更好地培育上海市场，且考虑上海较南京地理位置较为接近，故发行人本次借机收回上海区域的经销权，转为直营。2017 年 3 月 8 日，双方已就上海区域相关经销事宜签署终止合同，并于随后陆续完成订单、店面样品、装修物料、人员及办公用品等的清点交接，截至本招股说明书签署之日，除少量零星物品尚未交接完成外，其他已基本完成交接。

2017 年 1 季度，交接前周海波所负责的上海区域下单金额为 57.94 万元，交接后发行人直营接单金额为 4.04 万元，合计订单金额为 61.98 万元，较 2016 年 1 季度的 59.76 万元增长 3.71%。发行人与周海波就上海区域业务交接期间，店面正常运营，运营团队亦实现平稳转移接续，对发行人上海区域销售未构成重大不利影响。

保荐机构经核查后认为，上述沈阳、上海和南京经销权限的调整，系发行人经销商的正常变动，符合发行人战略布局，交接前后各店面主要销售运营团队未发生重大变动，交接前后以及交接期间各相关店面均正常运营，且拟变更经销权限的区域收入合计占发行人各期销售收入比例较低，本次调整不会对发行人造成重大不利影响。

4、各销售渠道下的安装服务

发行人主要销售的产品均为定制类产品，且为使产品达到预定使用状态均需提供安装等配套服务。对于安装服务，经销商渠道下由经销商负责，大宗客户渠道、直营渠道和外销渠道下均由发行人提供，但均不向客户单独收取安装服务费用，而是仅依据客户所选购的发行人产品收取对价。发行人主营业务收入均按照 17% 的增值税税率缴纳增值税。

对于发行人提供安装服务的，安装成本核算方式如下：

(1) 大宗客户渠道下，发行人安装服务主要通过外包方式实现，考虑到该种渠道下验收周期较长，销售收入需于验收时确认，但发行人向外包方支付费用的时间通常于安装完毕后较短时间内完成，为与销售收入相匹配，将工程安装费用计入成本并在成本构成中单独列示。且发行人工程安装成本根据各工程项目分项目归集，计入成本亦有利于项目考核。

(2) 直营渠道和外销渠道下，发行人安装服务主要通过自有销售服务团队实现，并辅之少量外包方式。对于自有销售服务团队提供的安装服务所产生的相关费用，计入销售费用中职工薪酬。对于通过外包方式提供的安装服务，考虑直营渠道下收入确认时间与安装费用支付时间较为接近，故计入当期销售费用中的安装费。

5、物流及仓储模式

公司物流主要由生产运营事业部下属供应链管理中心负责，该部门统一负责成品库管理、退货产品的接收、原材料的到货提货、卸货及发货、物流公司的管理。通过 SAP 系统与仓库库位管理系统集成，公司目前能够较为准确的追踪每一件商品的库位信息、调拨信息及发运信息等。有效提高了公司仓储物流效率。公司不同销售模式下物流运输情况与运费承担情况如下：

(1) 经销商渠道物流运输及运费承担情况

报告期内发行人与经销商签订的经销合同中，约定有两种提货方式：一种为经销商自行至发行人仓库提货，提货后的运输费用等由经销商承担；另一种为经销商指定物流公司至发行人仓库提货，根据经销商提供的委托代收文件，根据载明有销售订单编号、经销商名称、终端消费者姓名、物料名称、数量以及发货地区、发货单号、发货车次等信息的拣配单，与物流公司核对无误后，物流公司签署“我乐储运货物托运单”或物流运输单，完成提货，相关运输费用由经销商承担，并自行与物流公司进行运费结算。出现产品退货、换货等情况所导致的运输费用，亦由经销商承担。此外，产品到终端消费者处的安装费用、运输费用等由经销商承担。

(2) 工程客户渠道物流运输及运费承担情况

报告期内发行人与工程客户签订的合同中，约定由发行人承担运输费用、包装费、卸货费等，发行人负责产品现场安装和施工，并承担相应安装费用、清理费用等。

(3) 直销客户物流运输及运费承担情况

报告期内发行人与直销客户签订的合同中，约定由公司在交货截至日前将产品运抵安装城市，免费为客户送货安装，相关运费、安装费用由公司承担。

(四) 主要产品产销情况

1、报告期内主要产品的产能利用率与产销率

报告期内公司主要产品的产能、产量及其销量情况如下：

单位：套

时间	产能	自主产量	产能利用率	销量	产销率
整体橱柜					
2016 年度	72,580	65,708	90.53%	70,945	107.97%
2015 年度	93,000	71,327	76.70%	74,254	104.10%
2014 年度	94,500	81,119	85.84%	76,429	94.22%
定制衣柜					
2016 年度	22,600	21,810	96.51%	21,168	97.06%
2015 年度	15,000	10,665	71.10%	11,104	104.12%
2014 年度	3,000	2,950	98.33%	3,063	103.83%
全屋定制					
2016 年度	3,500	3,673	104.95%	3,571	97.21%

2、报告期内主要产品销售情况

(1) 主营业务收入分产品情况

项目	2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	收入 (万元)	比例 (%)	收入 (万元)	比例 (%)	收入 (万元)	比例 (%)
整体橱柜	54,684.33	80.90	55,223.08	95.39	51,312.32	98.60
定制衣柜	5,446.63	8.06	2,666.17	4.61	726.21	1.40

项目	2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	收入 (万元)	比例 (%)	收入 (万元)	比例 (%)	收入 (万元)	比例 (%)
全屋定制	7,466.49	11.05	-	-	-	-
合计	67,597.45	100.00	57,899.25	100.00	52,038.53	100.00

(2) 主营业务收入境内外情况

项目	2016 年		2015 年		2014 年	
	收入 (万元)	比例 (%)	收入 (万元)	比例 (%)	收入 (万元)	比例 (%)
内销	67,564.98	99.95	57,889.25	100.00	52,038.53	100.00
外销	32.47	0.05	-	-	-	-
合计	67,597.45	100.00	57,889.25	100.00	52,038.53	100.00

(3) 境内主营业务收入分地区情况

项目	2016 年		2015 年		2014 年	
	收入 (万元)	比例 (%)	收入 (万元)	比例 (%)	收入 (万元)	比例 (%)
华东	28,432.07	42.08	22,692.95	39.20	21,915.07	42.11
华北	9,405.67	13.92	8,138.97	14.06	7,186.99	13.81
华中	6,258.97	9.26	5,770.29	9.97	5,431.90	10.44
华南	7,350.25	10.88	5,690.70	9.83	6,063.37	11.65
西南	5,354.03	7.92	4,730.28	8.17	3,642.37	7.00
西北	5,510.69	8.16	6,932.85	11.98	4,614.13	8.87
东北	5,253.29	7.78	3,933.21	6.79	3,184.69	6.12
合计	67,564.98	100.00	57,889.25	100.00	52,038.53	100.00

3、报告期内主要客户情况

报告期内，公司前五大客户情况如下：

客户名称	主要销售产品	金额 (万元)	销售占比 (%)
2016 年			
广州恒大材料设备有限公司	定制家具及配套产品等	5,839.12	8.64
南京快特兰汀家居有限公司	定制家具及配套产品等	3,379.07	5.00

客户名称	主要销售产品	金额（万元）	销售占比（%）
四川成都我乐厨柜（古代英）	定制家具及配套产品等	929.38	1.37
苏州我乐家居用品有限公司（孟月华）	定制家具及配套产品等	862.87	1.28
河北石家庄我乐厨柜（张晓辉）	定制家具及配套产品等	825.81	1.22
合计		11,836.25	17.51
2015 年度			
广州恒大材料设备有限公司	定制家具及配套产品等	4,491.53	7.76
南京快特兰汀家居有限公司	定制家具及配套产品等	3,101.77	5.36
江苏中南建设集团股份有限公司	定制家具及配套产品等	1,224.60	2.12
四川成都我乐厨柜（古代英）	定制家具及配套产品等	855.76	1.48
苏州我乐家居用品有限公司（孟月华）	定制家具及配套产品等	547.46	0.95
合计		10,221.12	17.67
2014 年度			
广州恒大材料设备有限公司	定制家具及配套产品等	4,927.30	9.47
南京快特兰汀家居有限公司	定制家具及配套产品等	3,250.51	6.25
四川成都我乐厨柜（古代英）	定制家具及配套产品等	757.34	1.46
苏州我乐家居用品有限公司（孟月华）	定制家具及配套产品等	744.50	1.43
绿地集团马鞍山置业有限公司	定制家具及配套产品等	738.05	1.42
合计		10,417.70	20.03

注：为便于各期数据对比分析，上表中已将同一实际控制人控制下的客户予以合并。其中“广州恒大材料设备有限公司”、“江苏中南建设集团股份有限公司”、“绿地集团马鞍山置业有限公司”等包含其自身及其子公司等；“南京快特兰汀家居有限公司”同时将同一实际控制人控制下的“兰州伊腾嘉俊商贸有限责任公司”、“南京金佳家居有限责任公司”、“沈阳汀佳家具有限公司”、“甘肃兰州我乐橱柜（周海波）”、“上海闸北区红星我乐橱柜（周海波）”、“江苏浦口优仙美橱专卖店（周海波）”等相关数据予以合并。

4、发行人销售及收款内控情况

公司制定了《经销商管理制度》、《货币资金管理制度》等管理制度对销售与收款业务进行规范与控制。

报告期内，发行人对经销商主要采用“先款后货”的收款模式，但同时，为支持个别地区或个别经销商业务拓展，对符合条件的经销商给予临时授信额度。通常而言，发行人给予的经销商授信额度主要限于新开店面的采购的样品、装修物料等款项金额。根据规定，发行人于每年年初授权总经理确认整体临时授信额度以及单家最高额度限额，具体执行时，经销商向发行人提交申请，销售总监在授

权限额内审批，不得超过年初确认的执行标准。

大宗客户模式下，大宗客户则根据双方签署的合同约定付款。

直营模式下，主要采用“先款后货”的方式销售，公司在确认收到货款后予以排单生产、发货。

（五）主要原材料和能源供应情况

1、报告期内主要原材料采购情况

（1）原材料采购情况

报告期内，公司主要原材料采购品为刨花板、中纤板和膜皮、抽屉、铝材及UV板等。同时，公司还主要采购电器、五金、灶具等其他产成品。

公司根据采购月度计划确定采购量：采购月度计划由供应链管理中心根据公司前三月销售情况并结合生产管理中心提供的《物料需求表》对本月的采购需求进行预测，同时，对于生产标准件的原材料，根据标准件的库存与安全库存比例进行需求预测。对于部分定制材料，如印有“我乐”商标的包装材料，或是部分当季较为紧缺的材料、交期较长的材料等，公司通常一次性采购约三个月的库存。报告期各期，公司原材料采购情况如下：

项目	主要数量 单位	2016年			2015年			2014年		
		金额(万元)	占原材料总 采购金额的 比例(%)	数量(万单位)	金额(万元)	占原材料总 采购金额的 比例(%)	数量(万单 位)	金额(万元)	占原材料总 采购金额的 比例(%)	数量(万单位)
刨花板	张	6,725.56	40.83	84.37	4,364.34	35.14	44.43	3,892.43	35.95	38.74
中纤板	张	1,301.06	7.90	20.52	1,040.51	8.38	16.00	999.07	9.23	14.93
膜皮	米	1,107.66	6.72	42.23	896.74	7.22	31.98	795.41	7.35	25.81
抽屉相关类	付/套/个	1,224.82	7.44	28.35	667.6	5.37	13.95	782.77	7.23	10.89
水槽	台/套/个	983.23	5.97	13.07	1,020.69	8.22	8.24	-	-	-
铝材	米/平方米 /套	686.55	4.17	97.80	511.12	4.11	77.44	500.58	4.62	80.05
UV板	张	347.05	2.11	1.65	378.08	3.04	1.82	403.67	3.73	1.95
纸箱	个	853.16	5.18	447.37	424.00	3.41	164.16	343.01	3.17	134.6
水槽柜侧/底板	张	355.69	2.16	3.01	376.43	3.03	3.16	362.76	3.35	3.11
其他	-	3,869.85	23.49	16,137.08	2,742.05	22.08	8,636.84	2,748.03	25.38	8,356.34
合计		16,471.40	100.00	16,862.38	12,421.56	100.00	8,998.02	10,827.73	100.00	8,666.42

（2）原材料细分采购变动分析

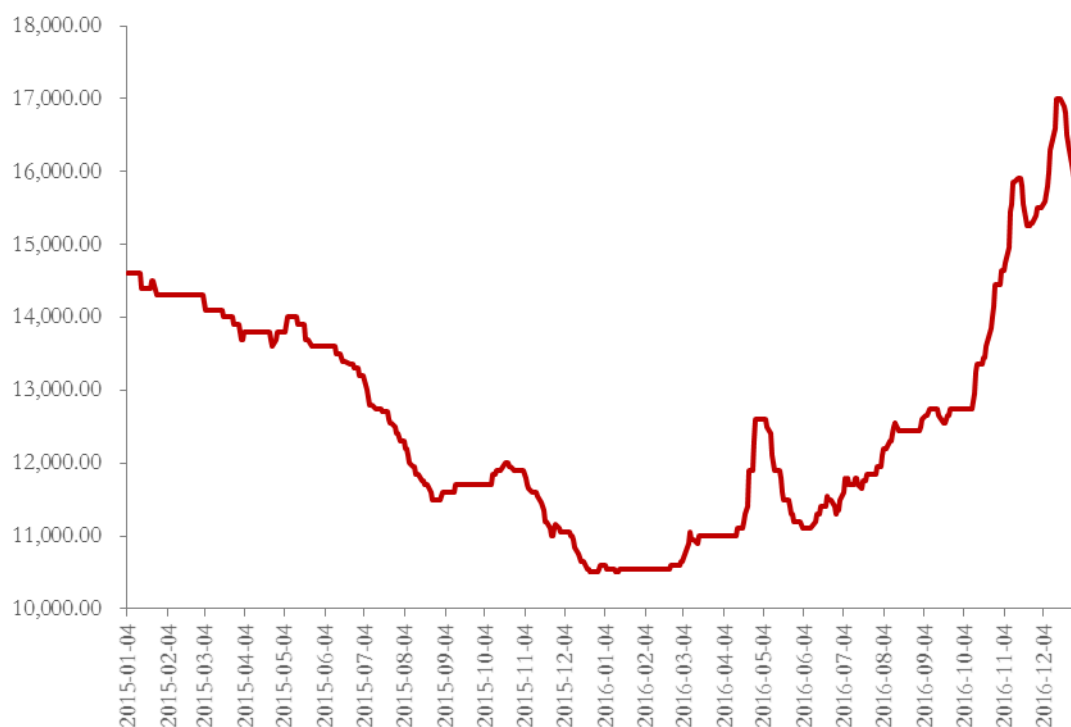
报告期内，公司主要原材料采购占比较为稳定。其中部分原材料采购规模变动分析如下：

2016年，公司刨花板、抽屉、纸箱的采购规模及占比增加较多，主要系当期公司全屋定制家具和衣柜业务增加较多所致。通常一套全屋定制家具所需要的板件数为一套整体厨柜所需要板件数的8倍左右，一套定制衣柜所需要的板件数与一套整体厨柜所需要板件数差不多，而刨花板为主要板材，故采购的刨花板规模及占比均相应增加。同样，定制衣柜以及全屋定制产品所配套的抽屉以及抽屉轨道的用量更高，相应该类产品采购增加。此外，板材以及抽屉等所需要的包装耗材也相应增加，进而纸箱的采购规模及占比均提升。

发行人2014年水槽均为外购成品，2015年开始转为购置裸槽及相关配套组件后自主进一步加工后对外销售。由于2016年发行人全屋定制业务的拓展，销售目录中水槽品类以及相关配套产品均增加较多，使得整体采购量增加较多，但2016年，由于不锈钢整体价格较长时期处于低价阶段，故水槽等相关产品采购单价均出现较大幅度的下降，使得整体采购金额基本持平的情况下，采购数量增加较多。

2015年和2016年不锈钢价格走势如下：

304/No.1热轧不锈钢卷价格走势（宝钢不锈:上海）



（3）公司原材料整体采购规模分析

公司主营产品为整体厨柜、定制衣柜、全屋定制家具等，公司自制时所需要的主要原材料基本相同。报告期内，公司整体采购规模逐年增加，主要系随着销售规模的增加，采购规模相应增加。报告期内，公司主营业务收入和外购产品采购情况如下：

项目	2016年		2015年		2014年
	金额（万元）	变动幅度（%）	金额（万元）	变动幅度（%）	金额（万元）
主营业务收入	67,597.45	16.77	57,889.25	11.24	52,038.53
采购产品总额	38,507.22	15.77	33,262.74	9.62	30,343.07
其中：原材料采购额	16,471.40	32.61	12,421.00	14.71	10,827.73
成品采购额	22,035.82	5.73	20,841.74	6.80	19,515.27

2016年，发行人原材料采购额较2015年增加较多，亦明显高于当年成品采购额的增速，主要由于当年发行人业绩的增长主要来源于定制衣柜和全屋定制业务的增长，一方面该两大业务板块所需要的原材料种类较以前年度更为丰富，故

原材料储备金额及数量均相应增加；另一方面该两大主营产品平均每套所需的板件数量及板件尺寸均较整体厨柜多；此外，定制衣柜和全屋定制业务销售构成中，均单销售中自制产品占比较整体厨柜板块高约 20%-30%，亦使得当年原材料采购较成品采购规模增速更快。整体而言，公司采购产品总额的变动与公司主营业务收入基本匹配。

2、报告期内主要供应商情况

报告期内，公司前五大供应商情况如下：

供应商名称	主要采购产品	金额（万元）	采购占比（%）
2016年			
广东必图新材料科技股份有限公司	台面	3,095.95	8.04
杭州德意电器股份有限公司	电器	2,856.54	7.42
叶集和人造板有限公司	板材	2,414.33	6.27
海蒂诗五金配件（上海）有限公司	五金	2,037.69	5.29
河南宁丰木业有限公司	板材	1,897.83	4.93
合计		12,302.34	31.95
2015年			
必图实业（东莞）有限公司	台面	4,057.28	12.20
杭州德意电器股份有限公司	电器	2,362.65	7.10
叶集和人造板有限公司	板材	1,535.91	4.62
百隆家具配件（上海）有限公司	五金	1,270.02	3.82
中山市新田五金有限公司	五金	1,212.33	3.64
合计		10,438.20	31.38
2014年			
必图实业（东莞）有限公司	台面	4,206.99	13.86
杭州德意电器股份有限公司	电器	2,109.01	6.95
山东林盾木业股份有限公司贴面分公司	板材	1,511.22	4.98
百隆家具配件（上海）有限公司	五金	1,428.62	4.71
中山市新田五金有限公司	五金	1,394.22	4.59
合计		10,650.05	35.10

注 1：上表中已将同一实际控制人控制下的供应商予以合并。其中“必图实业（东莞）有限公司”数据同时包含其同一实际控制人控制的“深圳市忍静争实业有限公司”和“江西省丽思顿实业有限公司”的相关数据。该公司 2016 年更名为“广东必图新材料科技股份有

限公司”。

注 2：“杭州德意电器股份有限公司”与“浙江德意厨具有限公司”系同一控制人控制公司，故统计时予以合并。

3、报告期内主要能源供应情况

发行人所使用的能源主要是电和水，能够满足公司的生产需求。其中水主要是生活用水，报告期内，公司的主要能源供应情况如下：

种类	项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
电	数量（度）	7,237,400	5,220,647	3,711,625
	单价（元/度）	0.83	0.84	0.88
	金额（万元）	598.84	439.03	327.95
水	数量（吨）	44,110	57,194	87,236
	单价（元/吨）	4.10	4.35	4.59
	金额（万元）	18.08	24.89	40.03
合计	金额（万元）	616.92	463.92	367.98

报告期各期，发行人用水量逐期下降，一方面由于 2014 年三期厂房建设工程用水较多，一方面由于地下水管渗水漏水：2015 年 5 月发行人进行基建检核，发现地下水管有严重渗水漏水现象，所以于 2015 年 6 月进行给水管改造，修补公司坏损的给水管，自 2015 年 6 月该施工完成后，用水量恢复正常。2015 年和 2016 年用水量对比如下：

单位：吨

项目	1-5 月	6-12 月
2015 年	34,475.00	22,719.00
2016 年	16,452.00	27,658.00

4、报告期内原材料和能源占成本的比重

报告期内，公司原材料和能源占当期自制生产成本的比重如下：

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
原材料	67.57%	72.21%	71.10%
能源	2.71%	1.97%	1.75%

五、发行人境外经营情况

报告期内发行人不存在境外经营情况。

六、发行人主要固定资产和无形资产

（一）固定资产

1、固定资产整体情况

截至 2016 年 12 月 31 日，公司固定资产状况如下：

单位：万元

类别	账面原值	累计折旧	账面价值	净值率
房屋及建筑物	11,118.58	2,128.95	8,989.64	80.85%
机器设备	11,537.23	2,640.67	8,896.56	77.11%
运输设备	607.94	409.06	198.88	32.71%
电子设备	951.24	314.62	636.62	66.93%
合计	24,214.98	5,493.29	18,721.70	77.31%

2、主要生产设备

截至 2016 年 12 月 31 日，公司拥有的主要生产设备如下：

序号	设备名称	数量	原值（万元）	净值（万元）
1	封边机	20	3,656.84	2,871.76
2	锯机	43	1,718.23	1,333.69
3	空压机、冷干机	29	836.23	564.90
4	加工中心	28	1,839.43	1,507.91
5	吸尘系统	18	736.21	491.33
6	排钻	24	325.72	183.33
7	砂光机	9	374.06	307.89
8	镗铣机	19	203.27	181.86
9	打包机	10	33.57	28.20

序号	设备名称	数量	原值（万元）	净值（万元）
10	输送机	28	106.54	85.19
11	膜压机	5	26.80	11.70
12	供料机	6	428.13	394.44
合计		239	10,285.02	7,962.19

3、房屋所有权

(1) 自有房屋产权情况

截至 2016 年 12 月 31 日，公司拥有的房屋产权如下：

序号	房屋所有权人	证书号	建筑面积 (m ²)	用途	房屋坐落
1	发行人	宁房权证江变字第 JN00419093 号	4,388.83	厂房	江宁区秣陵街道清水亭西路 218 号 1 幢
2	发行人	宁房权证江变字第 JN00419094 号	1,549.04	检测、试验	江宁区秣陵街道清水亭西路 218 号 2 幢
3	发行人	宁房权证江变字第 JN00419095 号	18,517.78	厂房	江宁区秣陵街道清水亭西路 218 号 3 幢
4	发行人	宁房权证江变字第 JN00419096 号	38,255.36	生产厂房	江宁区秣陵街道芳园西路 18 号 4 幢
5	发行人	宁房权证江变字第 JN00419097 号	11,868.02	生产厂房	江宁区秣陵街道芳园西路 18 号 5 幢

截至本招股说明书签署之日，发行人上述房产均未有抵押等他项权利。

(2) 房屋对外出租情况

截至 2016 年 12 月 31 日，发行人部分房产存在对外出租情况，具体如下：

出租人	承租人	租赁地点	租赁起止时间	租赁面积 (m ²)	租赁价格 (元/月)
发行人	瑞起投资	南京市江宁区清水亭西路房屋 3 楼一处办公室	2016.01.01-2020.12.31	10	300
发行人	开盛投资	南京市江宁区清水亭西路房屋 3 楼一处办公室	2016.01.01-2020.12.31	10	300

4、房屋承租情况

截至 2016 年 12 月 31 日，发行人及其子公司共租赁在用 2 处房屋作为销售

店面、员工宿舍，具体情况如下表：

序号	承租人	出租人	房屋坐落	面积(平方米)	租赁起始时间	
					开始时间	结束时间
1	我乐家居	苏州万达广场投资有限公司	苏州市姑苏区人民路3188号19幢商铺	2,341.43	2016.08.01	2024.07.31
2	我乐家居	南京金露服装有限公司	南京市江宁开发区诚信大道509号园区内宿舍楼第一层	423.80	2016.10.11	2017.10.11

(二) 无形资产

1、无形资产整体情况

截至2016年12月31日，发行人无形资产情况如下：

单位：万元

类别	账面原值	累计摊销	账面价值	净值率
土地使用权	1,005.42	201.77	803.65	79.93%
软件	1,531.03	662.26	868.77	56.74%
合计	2,536.45	864.03	1,672.42	65.94%

2、土地使用权

截至2016年12月31日，发行人拥有的土地使用权情况如下：

序号	权利人	土地使用权证号	土地坐落	土地用途	取得方式	使用权面积(m ²)	使用权终止日期
1	发行人	苏(2016)宁江不动产权第0037856号	江宁区秣陵街道芳园西路18号4幢等	工业用地	出让	21,391.71	2057.1.8
2	发行人	苏(2016)宁江不动产权第0037843号	江宁开发区清水亭西路218号2幢等	工业用地	出让	23,333.61	2056.1.11

除上述两处土地使用权外，发行人拟由全资子公司我乐定制在南京溧水经济开发区投资建设的全屋定制智能家居系统项目的项目用地核准取得情况如下：

2015年6月24日，我乐家居与南京溧水经济开发区管理委员会签订《合作协议书》(溧开项[2015]302号)，约定以挂牌出让方式取得位于溧水经济开发区

滨淮大道、南至金山路、东至规划河道、北至距金山路 248 米、西至华侨路的面积约为 100 亩的土地使用权,并通过子公司我乐定制投资建设全屋定制智能家居系统项目,另外双方就地块使用要求、投入产出要求等事项作了约定。

2015 年 8 月 6 日,我乐定制作为发行人“全屋定制智能家居系统”的项目公司在南京市溧水经济开发区登记成立,注册资本为 5,000 万元,系发行人全资子公司。

2016 年 1 月 12 日,我乐定制与南京市国土资源局溧水分局(出让人)签订《国有建设用地使用权出让合同》(合同编号:3201242016CR0005),约定我乐定制出资 2,079.9024 万元取得坐落于开发区金山路以北、华桥路以东的土地使用权(宗地编号:320117103018GB00013),宗地面积为 86,662.6 平方米,并分两期支付国有建设用地使用权出让价款,其中第一期 1,039.9512 万元应于 2016 年 1 月 14 日之前支付,第二期 1,039.9512 万元应于 2016 年 4 月 13 日之前支付。经核查,我乐定制已于 2016 年 1 月 7 日向出让人支付了第一期土地出让价款共计 1,039.9512 万元,并于 2016 年 4 月 12 日向出让人支付了第二期土地出让价款共计 1,039.9512 万元。

2016 年 3 月溧水经济开发区土地用地规划调整,经协商,发行人于 2016 年 3 月 28 日与南京溧水经济开发区管理委员会签订《补充协议》,一致同意将双方于 2015 年 6 月 24 日签订的《合作协议书》(溧开项[2015]302 号)约定的“全屋定制智能家居系统”项目用地调整为位于北至 340 省道、西至滨淮大道、南至规划区间路 230 米、东至科创大道的土地;国有建设用地使用权出让价款根据实际交付土地的面积并通过挂牌出让的方式确定,原《合作协议书》中所涉及的时间条款相应顺延,其他条款不变。

2016 年 6 月 21 日,南京市国土资源局溧水分局向我乐定制核发了《关于全屋定制智能家居系统项目用地的预审意见》(溧国土资预函[2016]15 号),原则同意我乐定制全屋定制智能家居系统项目通过建设项目用地预审(有效期两年)。

发行人于 2016 年 6 月 29 日、2016 年 7 月 25 日分别召开了第一届董事会第六次会议、2016 年第一次临时股东大会会议,审议通过了《关于南京我乐家居

股份有限公司实现业务发展规划储备土地的议案》、《关于南京我乐家居股份有限公司全屋定制智能家居系统募投项目变更地址的议案》。

2017年1月17日，南京市国土资源局溧水分局（出让人）向我乐定制退还了其就金山路以北、华桥路以东的土地使用权（宗地编号：320117103018GB00013）缴纳的土地出让金合计2,079.9024万元。

2017年2月7日，我乐定制与南京市国土资源局溧水分局（出让人）签订《国有建设用地使用权出让合同》（合同编号：3201242017CR0007），约定我乐定制出资22,016,376.00元取得坐落于开发区340省道以南、滨淮大道以东的国有土地使用权（宗地编号：320117103013GB00008），宗地面积为91,734.9平方米，土地用途为工业用地，并分两期支付国有建设用地使用权出让价款，其中第一期11,008,188元应于2017年2月8日之前支付，第二期11,008,188元应于2017年5月9日之前支付。截至本招股说明书签署之日，我乐定制已全部支付上述国有土地使用权出让价款22,016,376.00元，并已取得编号为“苏（2017）宁溧不动产权第0002576号”的土地使用权证，使用期限至2067年2月19日。

3、商标权

截至2016年12月31日，发行人拥有70项境内注册商标，4项境外注册商标。其商标情况如下：

（1）境内商标

序号	商标图形	注册号	有效期	类号
1	优仙美橱	12440737	2014.09.21-2024.09.20	20
2	云图	12458746	2015.03.28-2025.03.27	19
3	帕缇尼	11300145	2014.01.07-2024.01.06	20
4	我乐	4907284	2008.11.28-2018.11.27	6
5	君瓷纹	6490202	2010.03.21-2020.03.20	20
6		9148083	2012.08.07-2022.08.06	20
7		7291572	2011.01.14-2021.01.13	11
8		3475986	2014.12.28-2024.12.27	20

序号	商标图形	注册号	有效期	类号
9		13073305	2015.01.07-2025.01.06	11
10	我乐	12492948	2015.03.21-2025.03.20	11
11		4907348	2009.04.21-2019.04.20	19
12	我乐	4907283	2008.11.28-2018.11.27	11
13	优仙美橱	12440679	2014.09.21-2024.09.20	11
14	优仙美橱	12440649	2014.09.21-2024.09.20	19
15	LX乐吸	7322273	2010.11.28-2020.11.27	11
16		8392270	2011.09.14-2021.09.13	37
17	君瓷纹	6490204	2010.03.28-2020.03.27	19
18	木芯逻辑	12458799	2014.09.28-2024.09.27	20
19	OLOLO 我乐	3234497	2014.01.21-2024.01.20	35
20		16007064	2016.04.07-2026.04.06	28
21	我乐	16006456	2016.02.21-2026.02.20	22
22		16006176	2016.02.21-2026.02.20	15
23		16006995	2016.02.21-2026.02.20	27
24	我乐	16007202	2016.04.07-2026.04.06	31
25	我乐	16008702	2016.03.07-2026.03.06	39
26	我乐	16005231	2016.02.21-2026.02.20	1
27	我乐	16006108	2016.02.21-2026.02.20	15
28	我乐	16006201	2016.04.07-2026.04.06	16
29	我乐	16005999	2016.02.21-2026.02.20	14
30	ANGELS ONLY 天使定制	15516834	2015.11.28-2025.11.27	20
31	我乐	16005368	2016.04.07-2026.04.06	3
32	我乐	16006636	2016.02.21-2026.02.20	23
33	我乐	16007392	2016.02.21-2026.02.20	34
34	我乐	16006338	2016.02.21-2026.02.20	17

序号	商标图形	注册号	有效期	类号
35		16008613	2016.03.14-2026.03.13	36
36	我乐	16008928	2016.04.28-2026.04.27	45
37	我乐	16005582	2016.04.07-2026.04.06	8
38		15516937	2015.11.28-2025.11.27	20
39	我乐	16006941	2016.04.07-2026.04.06	27
40		16006503	2016.02.21-2026.02.20	22
41		16007083	2016.02.21-2026.02.20	31
42	我乐	16005432	2016.02.21-2026.02.20	4
43	我乐	16006769	2016.04.07-2026.04.06	24
44		16006685	2016.02.21-2026.02.20	23
45		16005937	2016.02.21-2026.02.20	13
46		16007427	2016.02.21-2026.02.20	34
47	我乐	16008806	2016.02.21-2026.02.20	40
48	我乐	16005525	2016.02.21-2026.02.20	7
49	我乐	16006828	2016.02.21-2026.02.20	26
50		16008725	2016.03.07-2026.03.06	39
51	我乐	16005809	2016.02.21-2026.02.20	10
52		16006370	2016.02.21-2026.02.20	17
53	我乐	16005943	2016.02.21-2026.02.20	13
54	我乐	16005647	2016.02.21-2026.02.20	9
55	我乐	16007279	2016.04.07-2026.04.06	30
56		13073358	2016.2.21-202.2.20	20
57	我乐	14984606	2016.5.28-2026.5.27	11
58		3475987	2014.12.28-2024.12.27	20
59	我乐	4907347	2009.01.28-2019.01.27	21
60	我乐	4907285	2009.01.28-2019.01.27	2
61		4907346	2014.07.28-2024.07.27	37

序号	商标图形	注册号	有效期	类号
62		16008643	2016.9.28-2026.9.27	36
63		14984596	2016.12.7-2026.12.6	11
64		16167881	2016.8.14-2026.8.13	20
65		15890460	2016.8.14-2026.8.13	35
66		17435233	2016.11.14-2026.11.13	20
67		17464749	2016.9.14-2026.9.13	20
68		17464845	2016.9.14-2026.9.13	35
69		17464887	2016.9.14-2026.9.13	36
70		17465008	2016.9.14-2026.9.13	37

(2) 境外商标

序号	商标图形	注册号	有效期	类号
1		303254049	2015年07月06日至 2025年07月05日	20
2		01717468	2015年07月16日至 2025年07月15日	20
3		N/094399	2015年06月24日至 2022年06月24日	20
4		1731149	2016年03月03日至 2026年03月02日	20

此外，2015年6月，发行人实际控制人之一 MIAO 女士与我乐家居签订商标转让合同，MIAO 女士将其持有正在注册的商标无偿转让给发行人。该等正在注册的商标情况如下：

序号	申请号	类别	商标
1	16904880	20	超级样板间
2	16785152	28	超级样板间

序号	申请号	类别	商标
3	17181176	38	超级样板间
4	17181015	42	超级样板间
5	17181117	39	超级样板间
6	17099288	11	超级样板间
7	17099233	16	超级样板间
8	17099483	6	超级样板间
9	17099505	2	超级样板间
10	17099120	37	超级样板间
11	17099137	35	超级样板间
12	17099368	7	超级样板间
13	17099129	27	超级样板间
14	17098894	24	超级样板间
15	17099185	20	超级样板间
16	17099189	21	超级样板间
17	16885619	11	超级样板间
18	17098909	19	超级样板间
19	17098959	9	超级样板间

4、专利权

截至 2016 年 12 月 31 日，发行人拥有 49 项专利权，其中 1 项发明专利，28 项实用新型专利，20 项外观设计专利，具体如下：

序号	专利权名称	专利号	申请日期	类型
1	一种防潮耐火环保组合橱柜	ZL201210312491.4	2012.08.29	发明
2	一种餐具收纳装置	ZL201520034280.8	2015.01.19	实用新型
3	一种开放式酒杯收纳柜	ZL201420863825.1	2014.12.31	实用新型
4	一种柜式碗盘架	ZL201420863607.8	2014.12.31	实用新型
5	一种平底锅收纳装置	ZL201420863530.4	2014.12.31	实用新型
6	一种新型橱柜门框	ZL201420863166.1	2014.12.31	实用新型
7	一种一体式切菜板	ZL201420687405.2	2014.11.17	实用新型

序号	专利权名称	专利号	申请日期	类型
8	一种集成有红外探测系统的橱柜	ZL201420535805.1	2014.09.18	实用新型
9	一种集成有煤气泄漏报警装置的橱柜	ZL201420535832.9	2014.09.18	实用新型
10	橱柜用 PVC 拉档	ZL201320344453.7	2013.06.17	实用新型
11	橱柜用模压门	ZL201220331791.2	2012.07.10	实用新型
12	集成式水槽	ZL201220331797.X	2012.07.10	实用新型
13	橱柜用铝框玻璃门	ZL201220331792.7	2012.07.10	实用新型
14	酒杯吊架	ZL201220331793.1	2012.07.10	实用新型
15	拼接门结构	ZL201220018217.1	2012.01.16	实用新型
16	门板网格条编织模板	ZL201220018215.2	2012.01.16	实用新型
17	废板护角结构	ZL201220018216.7	2012.01.16	实用新型
18	凹槽门板防变形结构	ZL201220018223.7	2012.01.16	实用新型
19	门板背侧拉伸结构	ZL201220018218.6	2012.01.16	实用新型
20	模压门吸附设备	ZL201220018222.2	2012.01.16	实用新型
21	封边板材搬运装置	ZL201120466720.9	2011.11.22	实用新型
22	开料机板材输送系统	ZL201120466756.7	2011.11.22	实用新型
23	橱柜水槽底板结构	ZL201020649984.3	2010.12.9	实用新型
24	酒杯吊架	ZL201430558371.2	2014.12.29	外观设计
25	橱柜（托斯卡纳）	ZL201430558517.3	2014.12.29	外观设计
26	橱柜（诺特）	ZL201430558669.3	2014.12.29	外观设计
27	整体橱柜（雷尔诺）	ZL201330336639.3	2013.07.18	外观设计
28	整体橱柜（地平线）	ZL201330028848.1	2013.01.30	外观设计
29	整体橱柜（哈布斯堡）	ZL201330028938.0	2013.01.30	外观设计
30	整体橱柜（丝丽卡）	ZL201330028950.1	2013.01.30	外观设计
31	整体橱柜（普利亚）	ZL201330029050.9	2013.01.30	外观设计
32	整体橱柜（普拉达）	ZL201330029116.4	2013.01.30	外观设计
33	整体橱柜（美蒂奇）	ZL201330029115.X	2013.01.30	外观设计
34	柜子（七代柜）	ZL201330017431.5	2013.01.22	外观设计
35	橱柜用模压门	ZL201230306226.6	2012.07.10	外观设计
36	板材（亚米）	ZL201130507133.5	2011.12.30	外观设计
37	板材（丝丽卡）	ZL201230568013.0	2011.11.22	外观设计
38	橱柜门（Alfredo 1 号）	ZL201130383406.X	2011.10.26	外观设计
39	组合橱柜（迈森）	ZL201030273229.5	2010.08.16	外观设计
40	集成自动净水处理的智能橱柜	ZL201520222255.2	2015.04.14	实用新型

序号	专利权名称	专利号	申请日期	类型
41	可自动升降的智能橱柜	ZI201520222139.0	2015.04.14	实用新型
42	用于板材生产线的智能入库装置	ZL201520239680.2	2015.04.20	实用新型
43	板材自动化生产线	ZL201520240842.4	2015.04.20	实用新型
44	用于板材生产线的智能出库装置	ZL201520238898.6	2015.04.20	实用新型
45	板材生产线自动出入库装置	ZL201520240409.0	2015.04.20	实用新型
46	组合橱柜（雕刻时光）	ZL201430566768.6	2014.12.29	外观设计
47	橱柜（托斯卡纳岛台）	ZL201430558651.3	2014.12.29	外观设计
48	板材（君瓷纹）	ZL200930027614.9	2009.2.24	外观设计
49	柜子（君瓷纹）	ZL200730033913.4	2007.5.18	外观设计

5、著作权登记证书

截至 2016 年 12 月 31 日，发行人拥有 14 项软件著作权，具体情况如下：

序号	软件著作权名称	首次发表日期	登记号	权利取得方式
1	我乐 OTO 商务平台软件 V1.0	2014.11.10	2015SR017821	原始取得
2	我乐自动化生产排程软件 V2.0	2014.10.31	2015SR023481	原始取得
3	我乐柔性生产线自动化生产管理软件 V1.0	2014.09.30	2015SR017825	原始取得
4	我乐开料计算及精密切割系统管理软件 V1.0	2014.08.01	2015SR017824	原始取得
5	我乐橱柜设计软件 V1.0	2014.05.01	2015SR017823	原始取得
6	我乐自动化物流搬运系统软件 V1.0	2014.03.20	2015SR023369	原始取得
7	我乐橱柜乐乐通管理系统 V1.0	2013.03.01	2014SR065434	原始取得
8	我乐信息化物流管理系统 V1.0	2013.03.01	2015SR017822	原始取得
9	我乐家居工厂生产执行条码管理软件 V1.0	2013.01.31	2014SR065430	原始取得
10	OLO 办公自动化管理系统软件 V1.0	2011.12.01	2012SR040189	原始取得
11	OLO 橱柜行业计划生产管理系统软件 V1.0	2011.01.28	2012SR040188	原始取得
12	我乐家居费用控制管理（CAEC）系统软件 V1.0	2016.11.11	2016SR401396	原始取得
13	我乐家居合同管理（CAEC）系统软件 V1.0	2016.11.11	2016SR401410	原始取得
14	我乐客户关系管理（CRM）系统软件 V1.0	2016.10.17	2016SR401387	原始取得

（三）他人许可发行人使用其资产情况

报告期内，发行人不存在他人许可其使用的资产。

（四）发行人拥有的特许经营权

报告期内，发行人不存在特许经营权。

七、发行人技术水平与研发状况

（一）发行人技术水平

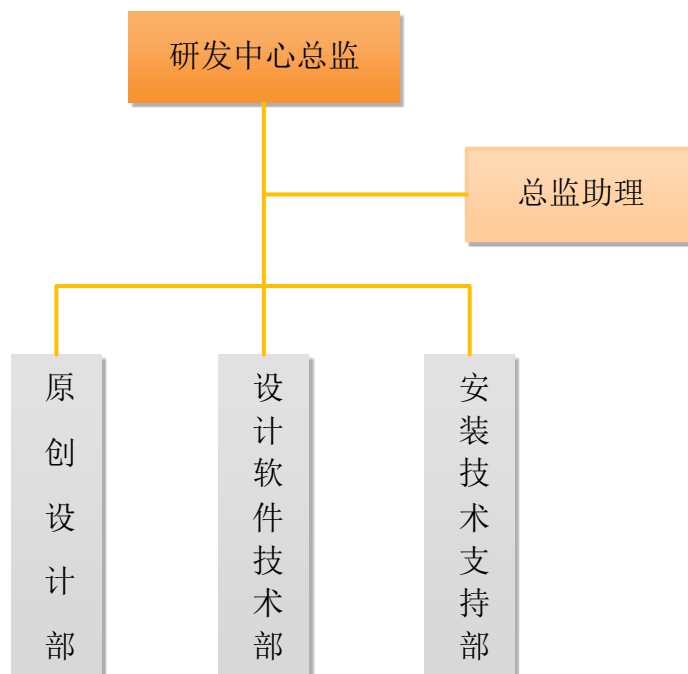
公司通过不断的技术创新和研发，在产品设计、定制家具产品生产及软件开发方面形成多项核心技术，主要情况如下：

序号	核心技术	简要说明
1	厨柜研发设计技术	公司坚持原创设计，与多位国际知名设计师开展项目合作，深入研究终端用户需求及厨房环境，自主研发了众多厨柜产品获得了包括君瓷纹、集成式水槽等在内的多项专利证书，公司厨柜产品研发设计能力是公司核心竞争力的体现。
2	全屋定制家具研发设计技术	研发多个全屋定制家具产品系列，风格多样，适用于多种房型结构。研发过程中使用多种自主开发的软件技术，模拟配套的五金产品实际应用效果，开发定制模具，保证产品唯一性。同时，使用云协作平台，对多个平行项目进行实时管理与更新，提升项目推进效率。
3	商业空间研发设计	店面形象设计，研发出适用于常规及特殊店面需求的模块化外立面形象展示系统；终端店面互动系统，根据客户需求任意更换产品花色，实时呈现所见即所得，提升店面形象，降低店面平均出样面积；提供完整的店面物料供应链，保证所有终端店面形象统一，提升品牌识别度。
4	店面销售设计系统	通过对“我乐橱柜设计软件”的深度开发，公司已形成集销售、客户、订单、经销商管理、设计资源和案例资源于一身的销售系统，内置确保遵守工业设计标准的模块和规则。终端店面设计师在用其进行建模、智能结构设计、报价、生成可视化 3D 效果图等销售流程后，系统自动生成生产图纸及生产数据，与 CNC 等机器设备无缝对接，极大地压缩沟通成本，实现了定制家具销售设计生产一体化的解决方案。
5	全业务全流程互联互通信息平台技术	公司自主开发了设计软件“我乐橱柜设计软件”，打造从“终端顾客→我乐公司总部→服务商→终端顾客”的全业务全流程互通平台，使顾客通过多门户接入，与公司共同完成对家居生活的定制后，交给经过公司统一学习认证的服务商上门服务，通过全流程交互平台，由公司为顾客实现工业化并满足个性需求的产品，生产、销售效率提高。
6	大规模柔性化定制生产技术	高度信息化、自动化的工厂以及高效的生产管理系统，自动计算最佳揉单方案，通过多个车间配合生产及内部的专业化分工，形成了高度柔性的生产体系解决了定制化产品的大规模生产问题。

（二）发行人研发状况

1、研发机构设置与管理

公司重视研发工作，人才配备齐全，机构设置合理。公司研发部门组织结构如下：



2、研发资金投入情况

报告期内，公司研发投入情况如下：

项目	2016年	2015年	2014年
研发投入（万元）	2,858.92	2,183.70	1,880.69
营业收入（万元）	67,619.81	57,893.03	52,038.53
研发投入占当期营业收入的比例	4.23%	3.77%	3.61%

3、在研项目情况

公司目前正在研发的主要项目如下：

序号	研究内容	进展情况
1	3D 门型制造工艺优化的研发	项目研发中
2	定制类板件模块化生产工艺的研发	项目研发中

序号	研究内容	进展情况
3	可自动升降双翼的除烟装置的研发	项目研发中
4	物联网智能防盗系统的研发	项目研发中
5	可自动调节高度家具模块类产品的研发	项目研发中
6	恒温系统在家居生活产品中的应用研发	项目研发中
7	全屋定制全景 3D 云设计软件的研发 V1.0	项目研发中
8	自动化物料搬运系统的研发 V3.0	项目研发中
9	供应链管理系统信息化的研发 V1.0	项目研发中
10	服务云平台的研发 V1.0	项目研发中

（三）发行人创新能力

产品研发及创新能力是定制家具企业核心竞争力之一。公司自成立以来，一直重视产品研发，坚持持续创新，实现公司技术水平的提升和技术向产品的转化。公司本着“创新为先、质量为本、产品一流、诚信服务”的精神，不断在产品的设计、产品材料开发、产品生产流程、公司信息系统建设以及客户服务流程等多个方面进行研究及创新，公司研发能力在行业中始终保持领先地位。

1、公司拥有高素质的设计研发团队

公司通过人才引进及内部培养等方式，拥有素质较高的研发设计团队。设计研发人员具有良好的科学素养和职业精神、扎实的专业基础，具备较强的学习能力和敏锐的时尚嗅觉。公司高素质的设计研发团队为消费者提供了在外观、功能、材质、质量等众多方面均达到较高水平的优质产品，获得了消费者的高度认同，是“我乐”品牌快速成长的主要驱动力。

2、公司重视生产过程创新

公司信息化和自动化水平处于行业领先地位，2014 年荣获江苏省经济和信息化委员会颁发的“江苏省信息化与工业化融合转型升级”示范企业，2015 年入选工信部“互联网与工业融合创新试点企业”。近年来，公司不断加大信息化建设投入，通过多系统集成，搭建了高效的生产协作平台，不断实现生产过程的创新、流程的优化以及生产工艺的改进，使得生产效率大幅提高，产品质量不断

提升，产品系列不断丰富，产品材料的环保性和功能性不断提升。

未来，公司仍然将坚持以创新促发展，不断自主研发技术含量高的新产品、新材料、新工艺、新技术，提升企业的技术水平和竞争力，使公司的技术水平始终处于行业前列。

八、发行人质量控制状况

（一）质量控制体系

公司通过了质量管理体系（ISO9001：2008）和国际环境管理体系（ISO14001：2004）认证。根据 ISO 质量管理体系要求并结合实际生产经营情况，公司制定了产品检测管理、质检程序文件、质量记录清单、作业指导书以及质量奖惩等质量控制文件，构建了本公司质量控制体系。公司在执行 GB/T18884-2002《家用厨房设备》、QB/T 1951.1-2010《木家具质量检验及质量评定》、GB 18584-2001《室内装饰装修材料木家具中有害物质限量》和 GB 18583-2008《室内装饰装修材料胶粘剂中有害物质限量》等国家标准和行业标准之外，自身还制定了《柜体开料/打槽检验指导书》、《柜体封边检验指导书》、《膜压开料检验指导书》和《吸油烟机检验标准》等质量控制标准。

（二）产品质量控制措施

公司生产运营事业部下设有质量管理部，按照产品技术标准和客户要求，履行严格的质量控制制度，主要质控措施如下：

- 1、原材料及成品的理化性能方面，公司每月定期对原材料和成品进行抽样，送至国家级检测中心检测；
- 2、生产过程中严格执行作业指导书和工序检验指导书，加大关键指标和关键控制点的检验力度和频次；
- 3、检验过程实行自检、互检、专检相结合，避免不合格产品进入生产流程；同时执行首件检验、巡回检验，使生产过程主要环节始终处于受控状态；
- 4、检验过程实行外观检验、规格尺寸检验、并定期对库存原材料、半成品、

产成品进行复检，使产品全方位性能指标处于受控状态；

5、公司设立专门的培训部门定期对经销商进行相关产品知识、工艺、安装、管理办法等相关培训，确保经销商在销售、设计、安装、售后服务等方面的质量；

6、公司设立售后服务部门、并不定期的安排专人对客户进行回访，对客户遗留问题发生率、顾客满意度调查、顾客投诉率等方面进行了严格的规定，并将信息反馈给对应的责任部门进行改善，以提高客户满意度；

7、公司已经规划了实验室，并购买相关设备，未来将设立检测实验室，对主要原材料的产品质量进行全方位的检测，特别是板材类原材料的环保类指标及理化性能指标。在检测频率、时效性方面会有很大幅度的提升，及时反馈原材料产品的品质，保证原料合格后才投入使用。

（三）产品质量纠纷

公司建立了严格而完善的质量管理体系，实施了科学的质量管理措施，严格遵守和执行国家关于产品质量方面的法律法规及标准，配备了专业的质量管理人员和先进的测试设备，从而确保了产品质量。公司产品在报告期内无重大赔偿、退货和质量纠纷问题。

（四）质量控制效果

凭借全面、高效的质量管理体系，规范、合理的质量控制措施，公司于2012年7月获得“中国环境标志产品十环认证”，2013年12月获得“2013年度环境行为绿色等级企业”等，2013年获得“南京名牌产品”等众多荣誉。

九、发行人安全生产与环境保护状况

（一）安全生产

1、安全生产管理情况

公司制定有安全生产管理制度，设有安全生产委员会和安全员，安全管理工作实行逐级责任制和问责制，由生产经理、各部门负责人和部门兼职安全员对各

级安全工作负责。特种设备按照要求定期年检且特种设备操作人员实行持证上岗制，由安全员制定工厂所有工位的安全生产分析表，张贴在对应工位，并对操作人员进行培训。安全员对职业危害因素监测进行公布，在各操作岗位及工厂入口处张贴告知卡及宣传标语，加强对安全知识的宣导。为保证安全生产工作，公司定期或不定期组织人员参与公司或安监局组织的安全生产培训。同时，新员工入职时必须参加公司规定的三级安全培训后方可进入工厂。

此外，公司还制定重大事故应急管理制度，防范突发事件，并制定特殊工位操作规程，以确保特殊工位人员操作的规范性和安全性。

2、安全生产达标情况

发行人宁房权证江变字第 JN00419097 号房屋登记用途为生产厂房，实际作为发行人厂区员工宿舍使用，涉及房屋用途变更，依法应当办理有关变更规划审批、消防验收等手续。截至本招股说明书签署之日，发行人未办理相关变更规划审批、消防验收等手续，但已于 2014 年 7 月 21 日取得南京市江宁区人民政府同意作为员工临时宿舍使用，并确认符合规划施工要求。

根据南京江宁经济开发区安全生产监督管理局出具的《证明》：公司自设立至 2016 年 12 月 31 日，一直严格遵守有关健康及安全生产的法律、法规及规范性文件的规定，该国内公司安全生产管理制度健全，具备依法安全生产经营的条件，不存在因违反任何安全生产方面的法律、和规范性文件规定受到行政处罚的情形。

（二）环境保护

1、主要污染物处理情况

报告期内，公司严格遵守国家和地方的环保法律法规，履行了建设项目环境影响评价和“三同时”制度；主要污染物的排放达到国家和地方规定的相关标准。公司采取了完善的污染防治与控制措施，其主要污染物处理措施如下：

（1）废水治理

按《污水综合排放标准》（GB8978-1996）执行，检测结果全部达标。公司

生产过程中无工业污水排放，少量生活污水由当地市政污水管网接入当地污水处理厂集中处理达标后进行排放。

(2) 废气治理

废气按《大气污染物综合排放标准》(GB16297-1996)执行，所检测的颗粒物无组织排放监控浓度值均达标，符合排放要求。

(3) 固体废弃物处置

有关生产环节产生的固体废弃物由公司统一收取、统一保存，再由废物运输公司按规定车辆、规定线路负责运输，最后由废物处理公司负责处理，对环境不会产生污染，确保了清洁生产。

(4) 噪声处置

生产过程中的噪声控制管理按《工业企业厂界环境噪声排放标准》(GB12348-2008)执行，检测结果达标。

2、环境保护达标情况

报告期内，根据南京市江宁区环境监测站历年出具的《监测报告》，我乐家居大气、排污、噪声等均达标。

第七节 同业竞争与关联交易

一、发行人的独立运营情况

（一）发行人独立经营情况

公司自设立以来，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，建立健全了法人治理结构，在资产、人员、财务、机构、业务等方面均独立于控股股东和实际控制人及其他关联方，拥有独立完整的采购、生产、销售和研发等业务体系，具备面向市场独立经营的能力。

1、资产完整独立

公司设立时，各发起人的出资均已足额到位，公司与各股东之间产权关系明确。公司具备与生产经营有关的生产系统、辅助生产系统和配套设施，合法拥有与生产经营有关的土地、厂房、机器设备以及商标、专利、著作权、非专利技术的所有权或者使用权，具有独立的原料采购和产品销售体系。

2、人员独立

公司拥有独立的人事及工资管理制度和规范的考核体系。公司的董事、监事和高级管理人员均严格按照《公司法》和《公司章程》等相关规定产生，公司总经理、副总经理、董事会秘书等高级管理人员在股份公司成立后均在公司或其子公司领取薪酬，且未在股东及其控制的其他企业担任除董事、监事以外的其他职务，也没有在与公司业务相同或相似或存在利益冲突的其他企业任职。公司的财务人员未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中兼职。

3、财务独立

公司独立核算、自负盈亏，设有独立的财务部门，配备有专职财务人员，并且建立了独立的会计核算体系，具有规范的财务会计制度和对子公司的财务管理制度。公司拥有独立的银行账户，依法独立纳税，不存在与任何其他单位或个人共用银行账户的情形。

4、机构独立

公司根据《公司法》和《公司章程》的要求，设置股东大会作为最高权力机构、设置董事会为决策机构、设置监事会为监督机构，并设有相应的办公机构和经营部门，各职能部门分工协作，形成有机的独立运营主体，不受控股股东和实际控制人的干预，公司与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业不存在机构混同的情形。

5、业务独立

公司为国内整体厨柜和定制衣柜产品的专业服务商，致力于定制家具产品的设计、研发、生产、销售及相关服务的提供。公司拥有独立完整的设计、研发、采购、生产和销售系统。公司直接面向市场独立经营，独立对外签署合同，不存在依赖控股股东、实际控制人及其控制的其他企业进行原材料采购或产品销售等的情形，公司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允的关联交易。

（二）保荐机构对公司独立性的核查意见

经核查，保荐机构认为：发行人作为生产经营性企业，拥有独立完整的研发、采购、生产、销售系统，在资产、业务、人员、机构、财务方面与发行人股东相互独立，具有独立完整的业务及面向市场自主经营的能力，发行人对于公司独立性的前述披露真实、准确、完整。

二、同业竞争

（一）实际控制人、控股股东及其控制的其他企业的情况

截至本招股说明书签署之日，MIAO 女士与汪春俊夫妇为公司的实际控制人。

截至本招股说明书签署之日，除本公司外，实际控制人 MIAO 女士与汪春俊夫妇控股瑞起投资和开盛投资，主营业务均为股权投资，与本公司均不存在同业竞争。

（二）避免同业竞争的承诺

为避免今后与本公司之间可能出现的同业竞争，控股股东 MIAO 女士、实际控制人 MIAO 女士与汪春俊夫妇分别出具了《关于避免与南京我乐家居股份有限公司同业竞争的承诺函》，其主要内容如下：

“1、除投资我乐家居及其控股子公司外，在作为或被法律法规认定为南京我乐家居股份有限公司控股股东/实际控制人期间，本人及本人控制的其他公司/企业目前没有将来也不会在中国境内或境外，以任何方式（包括但不限于独资、合资、合作经营或者承包、租赁经营）直接或者间接从事对南京我乐家居股份有限公司的生产经营构成或可能构成竞争的业务或活动。

2、承诺如有任何竞争性业务机会，将立即通知我乐家居，并将在其合法权利范围内竭尽全力地首先促使该业务机会以不亚于提供给本人的条件提供给我乐家居。

3、如违反上述承诺，本人愿意承担由此产生的全部责任，充分赔偿或补偿由此给南京我乐家居股份有限公司造成的所有直接或间接损失。

4、本承诺自签署之日起生效，生效后即构成有约束力的法律文件。”

三、报告期内的关联方及关联关系

根据《公司法》和《企业会计准则第 36 号—关联方披露》等有关法律法规和规范性文件对于关联方的披露要求，本公司报告期内的主要关联方及关联关系情况披露如下：

（一）控股股东、实际控制人

本公司控股股东 MIAO 女士直接持有公司 10,322.40 万股，占公司股份总数的 86.02%。

本公司实际控制人 MIAO 女士与汪春俊夫妇，直接持有公司 10,322.40 万股、通过瑞起投资间接持有公司 579.74 万股、通过开盛投资间接持有公司 262.03 万股，合计持有公司 11,164.18 万股，本次发行前合计持股比例为 93.03%。

（二）其他持有公司5%以上股权的股东

除控股股东 MIAO 女士外，无其他持有公司 5% 以上股权的股东。

（三）控股股东、实际控制人控制的其他企业

本公司控股股东及实际控制人之一 MIAO 女士除控制本公司外，不存在控制的其他企业。

本公司实际控制人之一汪春俊先生除控制本公司外，还控股瑞起投资和开盛投资。

（四）发行人直接或间接控制的公司

序号	关联方名称	与发行人的关系
1	优仙美橱	本公司全资子公司
2	我乐定制	本公司全资子公司
3	苏州想超	本公司全资子公司我乐定制控股 90% 子公司

（五）其他关联自然人及其控制的企业

除实际控制人外，本公司其他主要关联自然人包括公司董事、监事、高级管理人员及其关系密切的家庭成员，以及最近 12 个月内曾担任过公司董事、监事、高级管理人员及其关系密切的家庭成员。

王春先生，2016 年 2 月至 2016 年 6 月曾任发行人副总经理，系发行人关联自然人。中国国籍，无境外永久居留权，1967 年出生，本科学历。曾先后任职 IBM 制造工程经理、采购工程经理、采购工程中国区经历，Celestica 生产运营总监。

公司现任董事、监事、高级管理人员情况请参见本招股说明书“第八节 董事、监事、高级管理人员”。

其他关联自然人控制的企业如下：

序号	关联方名称	与发行人的关系
1	时朗企业发展（上海）有限公司	发行人独立董事王泉庚先生持股 85% 的公司。

（六）公司的董事、监事、高级管理人员兼职单位

公司的董事、监事、高级管理人员兼职单位情况详见本招股说明书“第八节 董事、监事、高级管理人员”之“五、董事、监事、高级管理人员薪酬及兼职情况”。

（七）报告期内已注销的关联方

序号	关联方名称	与发行人的关系
1	柏汇木业	曾系发行人实际控制人汪春俊及其胞弟庄春虎分别持股 9%、91% 的企业，于 2012 年 3 月注销。
2	我乐家具	曾系发行人实际控制人 MIAO 女士及股东瑞起投资分别持股 76%、24% 的企业，已于 2013 年 1 月被发行人吸收合并后注销。
3	南京市秦淮区美乐橱柜经营中心	曾系发行人实际控制人之一汪春俊之胞弟庄春虎先生设立的个体经营单位，已于 2014 年 12 月完成注销。

1、上海我乐的历史沿革

2002 年，为提升家具及相关周边产品设计水平，实际控制人之一汪春俊与他人合资在上海设立上海我乐，后因工作重点均向南京转移，上海我乐予以注销。上海我乐已于 2007 年完成注销，其主要历史沿革情况如下：

（1）2002 年 10 月，上海我乐成立

2002 年 9 月 28 日，汪春俊与周顺武共同签署《上海我乐家具有限公司章程》，共同出资设立上海我乐，注册资本为 300 万元，其中汪春俊认缴出资 273 万元，占注册资本的 91%；周顺武认缴出资 27 万元，占注册资本 9%。

2002 年 9 月 28 日，上海我乐首次股东会作出决议，同意设立上海我乐；上海我乐注册资本为 300 万元，其中汪春俊认缴出资 273 万元，占注册资本的 91%；周顺武认缴出资 27 万元，占注册资本 9%；通过《上海我乐家具有限公司章程》；选举汪春俊为执行董事、周顺武为监事。

2002年10月21日,上海汇信会计师事务所有限公司出具的汇会验字(2002)第10-006号《验资报告》,验证截至2002年10月21日止,上海我乐(筹)已收到股东汪春俊和周顺武缴纳的注册资本合计300万元,均为货币出资。

2002年10月30日,经上海市工商行政管理局徐汇分局核准,同意汪春俊和周顺武共同设立上海我乐。根据核准,上海我乐设立时的主要信息如下:

住址:蒲汇塘路158号403室;

法定代表人:汪春俊;

注册资本:300万人民币;

经营范围:家具及其配件、附件的设计、销售,建筑材料、装潢材料、针纺织品、五金交电、家电、电子产品、计算机及配件、机械设备、工艺品(除金)、百货销售,企业形象策划,室内装潢,商务咨询。(涉及许可经营的凭许可证经营);

经营期限:2002年10月30日至2012年10月29日;

营业执照注册号:3101043005878。

上海我乐设立时股权结构如下:

股东姓名	出资金额(万元)	出资比例(%)	出资方式
汪春俊	273	91	现金
周顺武	27	9	现金
合计	300	100	现金

(2) 2003年5月,变更住所地

2003年4月,上海我乐股东会作出决议,同意将公司住所地变更为蒲汇塘路158号202室;通过修订后的《上海我乐家具有限公司章程》。

2003年5月19日,上海市工商行政管理局向上海我乐核发《企业法人营业执照》,核准上述变更。

(3) 2005年6月,第一次股权转让

2005年4月15日，上海我乐召开股东会，一致同意周顺武将其持有的上海我乐8%的股权（原出资额24万元）转让给汪春俊、将其持有的1%的股权（原出资额3万元）转让给刘影等股权转让相关事宜。并于当日分别签署了股权转让协议。

同日，上海我乐新一届股东会作出决议，通过修订后的《上海我乐家具有限公司章程》；选举汪春俊为执行董事、刘影为监事。

2005年6月30日，上海市工商行政管理局核准了本次股权转让等相关事宜，并向上海我乐核发了变更后的《营业执照》。

本次股权转让后，上海我乐的股权结构如下：

股东姓名	出资金额（万元）	出资比例（%）	出资方式
汪春俊	297	99	现金
刘影	3	1	现金
合计	300	100	现金

（4）2007年8月，上海我乐注销

2007年6月4日，上海我乐召开股东会，一致同意公司解散，并成立清算组负责清算事宜。

2007年6月7日，上海我乐在“中国工商报”上刊登了注销公告。

2007年8月22日，清算组出具《注销清算报告》，公司债务已全部清偿，财产已处置完毕。

2007年8月27日，上海市工商行政管理局徐汇分局核准上海我乐注销，并出具了《准予注销登记通知书》（编号：04000003200708220015）。

2、柏汇木业的历史沿革

柏汇木业原系发行人实际控制人汪春俊控制的其他公司，已于2012年3月完成注销，其主要历史沿革情况如下：

（1）2001年2月，柏汇木业成立

2001年1月18日，柏汇木业首次股东会作出决议，同意设立柏汇木业；柏汇木业注册资本为300万元，其中庄春虎认缴出资284万元，占注册资本的94.67%；王建中认缴出资10万元，占注册资本3.33%；周顺武认缴出资6万元，占注册资本的2%；通过《南京柏汇木业有限公司章程》；选举庄春虎、王建中、周顺武为公司董事会成员，选举庄春斌为公司监事。

2001年1月19日，柏汇木业首次董事会作出决议，聘任王建中为公司总经理并担任公司法定代表人。

2001年1月19日，庄春虎、王建中、周顺武签署《发起人（集资）协议》，约定共同投资设立南京柏汇木业有限公司，注册资本为300万元，其中庄春虎认缴出资284万元，占注册资本的94.67%；王建中认缴出资10万元，占注册资本3.33%；周顺武认缴出资6万元，占注册资本的2%。

2001年1月20日，南京公证会计师事务所有限公司出具宁公验(2001)0008号《验资报告》，验证截至2001年1月19日止，柏汇木业已收到股东投入的资本合计300万元，均为货币出资。

2001年2月3日，经南京市工商行政管理局核准，由庄春虎、王建中、周顺武合资设立柏汇木业。根据核准，柏汇木业设立时的主要信息如下：

住址：南京市雨花台区沙洲小青路148号；

法定代表人：王建中；

注册资本：300万人民币；

经营范围：建筑材料、装饰材料、电子产品、百货销售；

经营期限：2001年2月1日至2011年2月1日；

营业执照注册号：3201142000444。

柏汇木业设立时股权结构如下：

股东姓名	出资金额（万元）	出资比例（%）	出资方式
庄春虎	284	94.67	现金

股东姓名	出资金额（万元）	出资比例（%）	出资方式
王建中	10	3.33	现金
周顺武	6	2.00	现金
合计	300	100.00	现金

（2）2001年5月，法定代表人变更

2001年5月1日，柏汇木业召开股东会，一致同意王建中辞任柏汇木业董事长及法定代表人职务，并一致同意由庄春虎担任柏汇木业董事长及法定代表人。

2001年5月22日，南京市工商行政管理局就上述法定代表人变更事项予以备案，并向柏汇木业核发新的《营业执照》。

（3）2001年11月，第一次股权转让和增资

2001年9月26日，柏汇木业召开股东会，一致同意王建中将其所持的柏汇木业全部3.33%的股权转让给周顺武等相关事宜。同日，王建中与周顺武签署股权转让协议。

本次股权转让后，柏汇木业的股权结构如下：

股东姓名	出资金额（万元）	出资比例（%）	出资方式
庄春虎	284	94.67	现金
周顺武	16	5.37	现金
合计	300	100.00	现金

2001年10月26日，柏汇木业召开股东会，一致同意股东庄春虎和周顺武分别向柏汇木业增资181万元和19万元，柏汇木业注册资本增加至500万元等相关事宜。

2001年10月29日，南京公证会计师事务所有限责任公司出具《验资报告》（宁公验（2001）0177号），经其验证，截至2001年10月29日，柏汇木业已收到股东本次缴纳的注册资本合计贰佰万元，且均为货币出资。截至2001年10月29日，柏汇木业累计收到股东缴纳的注册资本人民币伍佰万元。

本次增资后，柏汇木业的股权结构如下：

股东姓名	出资金额（万元）	出资比例（%）	出资方式
庄春虎	465	93	现金
周顺武	35	7	现金
合计	500	100	现金

2001年11月2日，南京市工商行政管理局就上述股权转让及增资等事宜予以核准，并向柏汇木业核发变更后的《营业执照》。

（4）2002年9月，第二次股权转让

2002年7月10日，柏汇木业召开股东会，一致同意庄春虎将其持有的柏汇木业2%的股权转让给周顺武等相关事宜。庄春虎和周顺武于当日签署股权转让协议。

2002年9月11日，南京市工商行政管理局就上述股权转让等事宜予以核准，并向柏汇木业核发变更后的《营业执照》。

本次股权转让后，柏汇木业的股权结构如下：

股东姓名	出资金额（万元）	出资比例（%）	出资方式
庄春虎	455	91	现金
周顺武	45	9	现金
合计	500	100	现金

（5）2003年3月，第一次变更公司住所

2003年2月，柏汇木业股东会作出决议，同意公司住所地变更为建邺区沙洲东青石路10号；通过修订后的《南京柏汇木业有限公司章程》。

2003年3月13日，南京工商局向柏汇木业核发了《企业法人营业执照》，核准上述公司住所变更。

（6）2005年4月，第三次股权转让

2005年3月22日，柏汇木业召开股东会，一致同意周顺武将其持有的柏汇木业全部9%的股权转让给汪春俊等相关事宜。周顺武和汪春俊于当日签署了股权转让协议。

2005年4月8日，南京市工商行政管理局核准了上述股权转让等相关事宜，并向柏汇木业核发了变更后的《营业执照》。

本次股权转让后，柏汇木业的股权结构如下：

股东姓名	出资金额（万元）	出资比例（%）	出资方式
庄春虎	455	91	现金
汪春俊	45	9	现金
合计	500	100	现金

(7) 2008年10月，第二次变更公司住所

2008年9月28日，柏汇木业股东会作出决议，同意公司住所地变更为建邺区江东中路80号（金盛装饰城建材广场负一楼A区22号）；通过修订后的《南京柏汇木业有限公司章程》。

2008年10月24日，南京市工商行政管理局建邺分局向柏汇木业核发了新的《企业法人营业执照》，核准上述公司住所变更。

(8) 2011年6月，柏汇木业延长营业期限

2011年6月20日，柏汇木业召开股东会，一致同意柏汇木业的经营期限由延长10年等相关事宜。本次变更后，柏汇木业经营期限变更为自2001年2月1日至2021年2月1日。

2011年6月22日，南京市工商行政管理局建邺分局向柏汇木业核发了新的《营业执照》。

(9) 2012年3月，柏汇木业注销

2011年11月10日，柏汇木业召开股东会，一致同意柏汇木业成立清算组以及结算公司等相关事宜。

2011年11月25日，柏汇木业在《扬子晚报》B43版刊登清算注销的相关公告。

2012年2月20日，柏汇木业召开股东会，一致通过如下事项：同意注销南京柏汇木业有限公司；同意公司清算组的报告；公司的债权债务已结清。

2012年3月7日，南京市工商行政管理局建邺分局出具准予注销登记通知书（注册号：320105000031888），核准柏汇木业注销登记。

四、报告期内的关联交易

（一）经常性关联交易

1、销售商品、提供劳务

报告期内，公司向关联方销售商品与提供劳务的情况如下所示：

关联方名称	交易类型	2016年度		2015年度		2014年度	
		金额 (万元)	占同类交易比例 (%)	金额 (万元)	占同类交易比例 (%)	金额 (万元)	占同类交易比例 (%)
美乐橱柜	销售商品	-	-	-	-	0.10	-

美乐橱柜系发行人实际控制人之一汪春俊之胞弟庄春虎先生于2009年设立的个体经营单位，原系发行人经销商之一，故与发行人之间存在一定的产品购销交易。随着发行人对关联交易的控制，报告期内其与发行人之间的关联交易金额逐年减少，美乐橱柜已于2014年完成注销，2015年、2016年双方之间无关联交易发生。

2、向关键管理人员支付薪酬

2014年、2015年和2016年，公司向关键管理人员支付报酬分别为183.25万元、356.50万元和427.89万元。

（二）偶发性关联交易

1、无形资产转让

报告期内，实际控制人 MIAO 女士与汪春俊夫妇将其持有的商标、专利等无偿转让给公司，具体转让情况参见本招股说明书“第六节 业务与技术”之“六、发行人主要固定资产和无形资产”中“（二）无形资产”的相关内容。

2、关联担保

报告期内，为支持公司发展，实际控制人 MIAO 女士与汪春俊夫妇及其关联方为公司的部分银行借款提供过担保，截至 2016 年 12 月 31 日，均已履行完毕。主要如下：

担保人	被担保人	担保合同编号	担保内容	担保方式	是否履行完毕
MIAO 女士、汪春俊	发行人	0430100022-2016 年新港（保）字 00020-2 号	0430100022-2016 年（新港）字 00020 号借款合同	连带责任担保	是
汪春俊	发行人	43210186-2013 年新港（保证）字 0045-1	43010186-2013 年（新港）字 0045 号借款合同	连带责任保证	是
汪春俊	发行人	2014 年保字第 211216516 号	最高额 100 万的不可撤销担保	连带责任保证	是

3、关联租赁

报告期内，公司存在向关联方瑞起投资和开盛投资出租物业的情形，根据其于发行人签署的租赁协议，具体租赁情况如下：

出租人	承租人	租赁地点	租赁起止时间	租赁面积（平方米）	租赁价格（元/月）
发行人	瑞起投资	南京市江宁区清水亭西路房屋 3 楼一处办公室	2016.1.1-2020.12.31	10	300
发行人	开盛投资	南京市江宁区清水亭西路房屋 3 楼一处办公室	2016.1.1-2020.12.31	10	300

（三）关联方往来余额

1、应收项目

单位：万元

项目名称	关联方	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
其他应收款	汪春俊	-	-	3.00

项目名称	关联方	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
其他应收款	庄春虎	-	-	0.21
其他应收款	庄春斌	-	-	1.18
其他应收款	李雪艳	-	-	20.00

报告期各期末，应收汪春俊、庄春虎、庄春斌和李雪艳的款项为员工借款。

2、应付项目

单位：万元

项目名称	关联方	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
其他应付款	MIAO 女士	-	-	10.68

报告期各期末，应付关联方款项金额较小。

（四）关联交易对经营状况和财务状况的影响

报告期内，公司与关联方之间发生的经常性关联交易主要为公司与关联方美乐橱柜之间的销售交易。报告期内，交易金额逐期减少，且随着美乐橱柜于 2014 年 12 月注销，公司的经常性关联交易仅为与开盛投资、瑞起投资之间的关联租赁。

报告期内，公司与关联方之间发生的偶发性关联交易主要为关联担保、商标专利的转让以及关联租赁，其中关联担保和商标专利转让均为无偿形式，且有利于提高发行人资金借贷能力及资产完整性；关联租赁价格公允，且涉及金额较小。

公司与各关联方发生的各类关联交易往来款项支付正常，对本公司财务状况和经营成果均无重大不利影响。

五、公司减少关联交易的措施

（一）报告期内股份公司设立之前发生的关联交易

股份公司设立之前，《公司章程》未对关联交易作特别规定，我乐制造也未制定关联交易相关管理制度。关联交易均按交易额大小由总经理、董事会批准执行。

（二）报告期内股份公司设立之后发生的关联交易

股份公司设立后，公司制定了《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《关联交易管理制度》、《融资与对外担保管理办法》及《独立董事制度》等与关联交易相关的规则与制度，其对关联交易决策权力和程序进行相关规定，对公司与关联人发生的重大关联交易由董事会提交股东大会批准，对非重大关联交易由董事会批准。公司董事会、股东大会审议关联交易时，关联董事及关联股东需回避表决。

（三）实际控制人出具的相关承诺

为规范与发行人之间的关联交易，发行人实际控制人 NINA YANTI MIAO（缪妍缇）与汪春俊夫妇均已作出《关于规范关联交易的承诺函》，具体内容如下：

“1、本人及本人控股或参股的子公司将尽量避免和减少与我乐家居及其子公司之间的关联交易；对于无法避免或有合理理由存在的关联交易，将与我乐家居及其子公司依法签订规范的关联交易协议，并按照有关法律、法规、规章、其他规范性文件和公司章程的规定履行批准程序；关联交易价格依照与无关联关系的独立第三方进行相同或相似交易时的价格确定，保证关联交易价格具有公允性；保证按照有关法律、法规和公司章程的规定履行关联交易的信息披露义务；保证不利用关联交易非法转移我乐家居的资金、利润，不利用关联交易损害我乐家居及非关联股东的利益。

2、本人承诺在我乐家居董事会、股东大会对涉及本人及本人控制的其他企业的有关关联交易事项进行表决时，履行回避表决的义务。

3、本人将不会要求和接受我乐家居给予的与其在任何一项市场公平交易中给予独立第三方的条件相比更为优惠的条件。本人保证不利用股东、董事、监事或公司高级管理人员地位，促使公司股东大会或者董事会作出侵害公司和其他股东合法权益的决议。本人愿意承担由于违反上述承诺给我乐家居造成的直接、间接的经济损失、索赔责任及额外的费用支出。

4、本人确认上述每一项承诺均可作为独立执行之承诺；任何一项承诺若被视为无效将不影响其他承诺的有效性。”

六、发行人最近三年关联交易的执行情况及公司独立董事、董事会、股东大会意见

（一）报告期内关联交易决策程序的执行情况

1、报告期内股份公司设立之前发生的关联交易

股份公司设立之前，《公司章程》未对关联交易作特别规定，我乐制造也未制定关联交易相关管理制度。关联交易均按交易额大小由总经理、董事会/股东会批准执行。

2、报告期内股份公司设立之后发生的关联交易

股份公司设立后，公司制定了《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《关联交易管理制度》、《融资与对外担保管理制度》及《独立董事工作制度》等与关联交易相关的规则与制度，其对关联交易决策权力和程序进行相关规定，对公司与关联人发生的重大关联交易由董事会提交股东大会批准，对非重大关联交易由董事会批准。公司董事会、股东大会审议关联交易时，关联董事及关联股东需回避表决。

（二）公司独立董事、全体董事、股东对报告期内关联交易的确认情况

公司第一届董事会第三次会议和第一届监事会第三次会议于2015年9月28日、2015年第1次临时股东大会于2015年10月26日分别审议通过了《关于确认2012-2015年1-6月关联交易不存在损害公司和其他股东利益的议案》；公司第一届董事会第五次会议和第一届监事会第四次会议于2016年2月23日、2015年度股东大会于2016年3月16日分别审议通过了《关于确认2015年7-12月关联交易不存在损害公司和其他股东利益的议案》；公司第一届董事会第七次会议和第一届监事会第五次会议于2016年9月18日审议通过了《关于南京我乐家居

股份有限公司 2016 年 1 月-6 月关联交易情况说明的议案》；公司第一届董事会第九次会议和第一届监事会第六次会议于 2017 年 2 月 28 日审议通过了《关于南京我乐家居股份有限公司 2016 年 7-12 月关联交易情况说明的议案》。发行人独立董事苏锡嘉、王泉庚、陈威如于 2015 年 9 月 28 日，独立董事黄兴于 2015 年 10 月 26 日出具了《南京我乐家居股份有限公司独立董事关于 2012 年-2015 年 1-6 月关联交易的独立意见》；发行人独立董事于 2016 年 2 月 23 日出具了《南京我乐家居股份有限公司独立董事关于 2015 年 7-12 月关联交易的独立意见》，发行人独立董事于 2016 年 8 月 24 日出具了《独立董事关于南京我乐家居股份有限公司 2016 年 1-6 月关联交易的独立意见》；发行人独立董事于 2017 年 2 月 28 日出具了《独立董事关于南京我乐家居股份有限公司 2016 年 7-12 月关联交易的独立意见》。确认发行人报告期内发生的关联交易遵循了平等、自愿、等价、有偿的原则，有关协议或合同所确定的条款是公允的、合理的，关联交易的价格依据市场定价原则或者按照不损害发行人或其他股东利益的原则确定，不存在损害发行人及其他股东利益的情况。发行人报告期内发生的关联交易，均已按照发行人当时的有效章程及决策程序履行了相关审批程序。

七、规范关联交易的制度安排

为严格执行中国证监会有关规范关联交易行为的规定，保证公司与关联方之间订立的关联交易合同符合公平、公正、公开的原则，根据《公司法》、《证券法》、《企业会计准则—关联方关系及其交易的披露》等有关法律、法规，公司在《公司章程》及公司相关文件中对关联交易决策权力与决策程序作出了明确规定。

（一）公司在《公司章程（草案）》中关于规范关联交易的安排

2015 年 10 月 26 日，公司召开 2015 年第 1 次临时股东大会，审议并通过上市后适用的《公司章程（草案）》，该草案对规范关联交易作出了明确规定，其主要条款如下：

“第三十八条 公司的控股股东、实际控制人不得利用其关联关系损害公司利益。违反规定，给公司造成损失的，应当承担赔偿责任。

公司的控股股东及实际控制人对公司和公司社会公众股股东负有诚信义务。

控股股东应严格依法行使出资人的权利，不得利用利润分配、资产重组、对外投资、资金占用、借款担保等方式损害公司和社会公众股股东的合法权益，不得利用其控制地位损害公司和社会公众股股东的利益。

第四十条 公司下列对外担保行为，须经股东大会审议通过：……（六）对股东、实际控制人及其关联方提供的担保。

第八十条 股东大会审议有关关联交易事项时，关联股东不应当参与投票表决，其所代表的有表决权的股份数不计入有效表决总数；股东大会决议的公告应当充分披露非关联股东的表决情况。

股东大会审议关联交易事项之前，公司应当依照国家的有关法律、法规确定关联股东的范围。关联股东或其授权代表可以出席股东大会，并可以依照大会程序向到会股东阐明其观点，但在投票表决时应当回避表决。股东大会决议有关关联交易事项时，关联股东应主动回避，不参与投票表决；关联股东未主动回避表决，参加会议的其他股东有权要求关联股东回避表决。

股东大会审议有关关联交易事项时，关联股东不应当参与投票表决，其所代表的有表决权的股份数不计入有效表决总数；股东大会决议的公告应当充分披露非关联股东的表决情况。

第一百零二条 董事应当遵守法律、行政法规和本章程，对公司负有下列忠实义务：……（九）不得利用其关联关系损害公司利益；……董事违反本条规定所得的收入，应当归公司所有；给公司造成损失的，应当承担赔偿责任。

第一百一十八条 董事会应当确定对外投资、收购出售资产、资产抵押、对外担保事项、委托理财、关联交易的权限，建立严格的审查和决策程序；重大投资项目应当组织有关专家、专业人员进行评审，并报股东大会批准。

第一百二十七条 董事与董事会会议决议事项所涉及的企业有关联关系的，不得对该项决议行使表决权，也不得代理其他董事行使表决权。该董事会会议由过半数的无关联关系董事出席即可举行，董事会会议所作决议须经无关联关系董事过半数通过。出席董事会的无关联董事人数不足 3 人的，应将该事项提交股东大会审议。

第一百三十九条 独立董事可以行使以下职权：

（一）重大关联交易（是指公司与关联法人发生的数额高于 300 万元或高于公司最近一期经审计净资产值 0.5%的关联交易，或与关联自然人发生的交易金额在 30 万元以上的关联交易）应由独立董事认可后，提交董事会讨论；……独立董事行使上述职权应取得全体独立董事的二分之一以上同意。

第一百四十条 独立董事除履行上述职责外，还应当对以下事项向董事会或股东大会发表独立意见：

……（四）公司与关联法人发生的数额高于 300 万元或高于公司最近一期经审计净资产值 0.5%的关联交易，或与关联自然人发生的交易金额在 30 万元以上的关联交易，以及公司向股东、实际控制人及其关联企业提供资金的行为……

第一百六十七条 监事不得利用其关联关系损害公司利益，若给公司造成损失的，应当承担赔偿责任。”

（二）《独立董事工作制度》对规范关联交易的制度安排

公司《独立董事工作制度》第十九条、二十条规定，重大关联交易应由独立董事认可后，提交董事会讨论；独立董事作出判断前，可以聘请中介机构出具独立财务顾问报告，作为其判断的依据；独立董事行使上述职权应当取得全体独立董事的二分之一以上同意。

（三）《关联交易管理制度》对规范关联交易的制度安排

公司《关联交易管理制度》规范关联交易的主要条款如下：

“第十一条 公司的关联交易应当遵循以下基本原则：

（一）公司与关联人之间的关联交易应签订书面协议，协议的签订应当遵循平等、自愿、等价、有偿的原则；

（二）公正、公平、公开的原则。关联交易的价格或收费原则上应不偏离市场独立第三方的标准，对于难以比较市场价格或订价受到限制的关联交易，应通过合同明确有关成本和利润的标准，公司应对关联交易的定价依据予以充分披

露；

(三) 对于必需的关联交易，严格依照法律法规和规范性文件加以规范；

(四) 关联股东在审议与其相关的关联交易的股东大会上，应当回避表决；

(五) 与关联方有任何利害关系的董事，在董事会就该事项进行表决时，应当回避；

(六) 公司董事会应当根据客观标准判断该关联交易是否对公司有利，必要时应当聘请专业评估师或独立财务顾问出具意见；

(七) 处理公司与关联人之间的关联交易，不得损害股东、特别是中小股东的合法权益，必要时应聘请独立财务顾问或专业评估机构发表意见和报告；

(八) 独立董事对重大关联交易需明确发表独立意见。

第十七条 公司董事会审议关联交易事项时，关联董事应当回避表决，也不得代理其他董事行使表决权。该董事会会议由过半数的非关联董事出席即可举行，董事会会议所做决议须经非关联董事过半数通过。出席董事会的非关联董事人数不足三人的，公司应当将该交易提交股东大会审议。

第十八条 公司股东大会审议关联交易事项时，下列股东应当回避表决：

(一) 交易对方；

(二) 拥有交易对方直接或间接控制权的；

(三) 被交易对方直接或间接控制的；

(四) 与交易对方受同一法人或其他组织或自然人直接或间接控制的；

(五) 因与交易对方或者其关联人存在尚未履行完毕的股权转让协议或者其他协议而使其表决权受到限制和影响的股东；

(六) 根据法律、法规或《公司章程》的规定认定的可能造成上市公司利益对其倾斜的股东。

第二十三条 公司拟与关联人发生重大关联交易的，应当在独立董事发表事

前认可意见后，提交董事会审议。独立董事作出判断前，可以聘请独立财务顾问出具报告，作为其判断的依据。

第二十四条 公司审计委员会应当同时对该关联交易事项进行审核，形成书面意见，提交董事会审议，并报告监事会。审计委员会可以聘请独立财务顾问出具报告，作为其判断的依据。

第二十五条 公司监事会应当对关联交易的审议、表决、披露、履行等情况进行监督并在年度报告中发表意见。

第二十六条 公司股东大会审议关联交易事项时，关联股东应当回避表决，也不得代理其他股东行使表决权。”

（四）《融资与对外担保管理制度》对规范关联交易的制度安排

公司《融资与对外担保管理制度》第二十一条规定，公司为股东、实际控制人及关联人提供担保必须经股东大会审议通过。

第二十三条规定，股东大会在审议为股东、实际控制人及其关联人提供的担保议案时，该股东或者受该实际控制人支配的股东，不得参与该项表决，该项表决由出席股东大会的其他股东所持表决权的半数以上通过。

第二十七条规定，董事会审议对外担保事项时，应取得出席董事会会议的三分之二以上董事的同意并经全体独立董事三分之二以上同意方可作出决议。公司董事会或股东大会对担保事项作出决议时，与该担保事项有利害关系的董事或股东应回避表决。股东大会审议一年内担保金额超过本公司最近一期经审计总资产30%的对外担保事项时，应当以特别决议通过。

第八节 董事、监事、高级管理人员

一、董事、监事及高级管理人员简介

(一) 董事

公司董事会由 7 人组成，其中独立董事 3 名，本届董事会任期及人员名单如下：

姓名	性别	公司职务	本届任期
MIAO 女士	女	董事长	2015 年 4 月 28 日~2018 年 4 月 27 日
汪春俊	男	董事兼总经理	2015 年 4 月 28 日~2018 年 4 月 27 日
吕云峰	男	董事	2015 年 4 月 28 日~2018 年 4 月 27 日
徐涛	男	董事兼副总经理	2015 年 10 月 26 日~2018 年 4 月 27 日
陈威如	男	独立董事	2015 年 4 月 28 日~2018 年 4 月 27 日
王泉庚	男	独立董事	2015 年 4 月 28 日~2018 年 4 月 27 日
黄兴	男	独立董事	2015 年 10 月 26 日~2018 年 4 月 27 日

董事简介如下：

NINA YANTI MIAO（缪妍缇）女士，公司董事长，美国国籍，1968 年出生，博士研究生学历。曾先后任美国朗讯科技贝尔实验室软件工程研究员、PacelineTechnologies.llp 创始团队成员、上海倍尔软件科技有限公司创始人兼 CEO、美会科技（上海）有限公司创始人兼总经理、我乐家具董事。2006 年创立我乐制造以来任董事长，2015 年 4 月至今任本公司董事长。

汪春俊先生，公司董事兼总经理，中国国籍，无境外永久居留权，1968 年出生，本科学历。曾先后任广州迪生电子有限公司分公司总经理、江苏君和商贸实业有限公司总经理、南京柏汇木业有限公司总经理、我乐家具董事长及总经理、上海我乐执行董事及总经理、瑞起投资执行董事。2006 年创立我乐制造以来任董事兼总经理，2015 年 4 月至今任本公司董事兼总经理。

吕云峰先生，公司董事，中国国籍，无境外永久居留权，1973 年出生，硕士研究生学历。曾先后任江苏省创业投资有限公司高级投资经理、江苏高科技投

资集团资深投资经理、江苏华沣产业基金管理有限公司副总裁。现任上海涌铎投资管理有限公司执行董事，2015年4月至今任本公司董事。目前同时兼任江苏索尔新能源科技股份有限公司董事、江苏华沣产业基金管理有限公司董事、江苏国茂减速机股份有限公司监事。

徐涛先生，公司董事兼副总经理，中国国籍，无境外永久居留权，1981年出生，硕士研究生学历。曾先后任青岛海尔住宅设施有限公司南京分部售后经理、我乐家具厨柜业务部业务员、我乐制造厨柜业务部经理、厨柜项目总监及监事。2014年以来任我乐制造厨柜项目板块副总经理，2015年4月至今任本公司副总经理，2015年10月至今任本公司董事，目前同时兼任我乐定制监事。

陈威如先生，公司独立董事，新加坡国籍，1970年出生，博士研究生学历。曾任 INSEAD 欧洲商学院助理教授。2011年至今任中欧国际工商学院副教授，现同时任浙江盾安人工环境股份有限公司独立董事，2015年4月至今任本公司独立董事。

王泉庚先生，公司独立董事，中国国籍，无境外永久居留权，1972年出生，硕士研究生学历。曾先后任上海美特斯邦威服饰股份有限公司董事兼总裁、好孩子（中国）商贸有限公司执行董事兼 CEO。2014年至今任时朗企业发展（上海）有限公司执行董事，2015年4月至今任本公司独立董事。

黄兴先生，公司独立董事，中国国籍，无境外永久居留权，1968年出生，硕士研究生学历，非执业注册会计师。1992年至2008年任麦当劳（中国）华中区财务总监，2008年至2011年任上海美特斯邦威服饰股份有限公司财务总监，2012年至2014年任海尔电器集团有限公司副总经理，2015年10月起任上海复橙信息科技有限公司总经理，2015年10月至今任本公司独立董事。

（二）监事

公司监事会由3人组成，其中王广云是由职工代表大会选举产生的监事，本届监事会任期如下：

姓名	性别	公司职务	本届任期
谢玉伟	男	监事会主席	2015年4月28日~2018年4月27日
方乐	男	监事	2015年4月28日~2018年4月27日
王广云	女	职工监事	2015年4月28日~2018年4月27日

监事简历如下：

谢玉伟先生，公司监事会主席，中国国籍，无境外永久居留权，1983年出生，本科学历。曾先后任我乐制造采购部经理、采购部主管、开发部主管。2014年以来任我乐制造研发总监，2015年4月至今任本公司监事会主席。

方乐先生，公司监事，中国国籍，无境外永久居留权，1983年出生，本科学历。曾先后任我乐制造厨柜业务部区域经理、厨柜业务部大区经理。2014年以来任我乐制造南方大区总监，2015年4月至今任本公司监事。

王广云女士，公司职工监事，中国国籍，无境外永久居留权，1980年出生，本科学历。曾任我乐家具商务部职员。2009年以来任我乐制造客服部经理，2015年4月至今任本公司职工监事。

（三）高级管理人员

姓名	性别	公司职务	本届任期
汪春俊	男	董事、总经理	2015年4月28日~2018年4月27日
徐涛	男	董事	2015年10月26日~2018年4月27日
		副总经理	2015年4月28日~2018年4月27日
张祺	男	副总经理	2016年9月18日~2018年4月27日
王务超	男	副总经理	2016年12月27日~2018年4月27日
张宪华	女	董事会秘书兼总经理助理	2015年4月28日~2018年4月27日
黄宁泉	女	财务总监	2015年4月28日~2018年4月27日

汪春俊先生、徐涛先生简历参见本招股说明书“第八节 董事、监事、高级管理人员”之“一、董事、监事、高级管理人员简介”中“（一）董事”的相关内容。其他高级管理人员简历如下：

张祺先生，副总经理，中国国籍，无境外永久居留权，1977 年出生，本科学历。曾先后任职美的制冷家电集团洗衣事业部区域中心总经理、合肥三洋电器股份有限公司营运总监、新加坡丰隆集团河南新飞电器有限公司国内销售运营总监、能率（中国）投资有限公司副总经理。2016 年 9 月至今任本公司副总经理。

王务超先生，副总经理，中国国籍，无境外永久居留权，1973 年出生，硕士学历。曾先后任职佳通轮胎中国总部人力资源经理、三一重工股份有限公司高级副总经理。2016 年 12 月至今任本公司副总经理。

张宪华女士，公司董事会秘书，中国国籍，无境外永久居留权，1975 年出生，本科学历。曾先后任江苏君和商贸实业有限公司会计、我乐家具财务主管、我乐制造审计流程总监。2008 年以来任我乐制造总经理助理。2015 年 4 月至今任本公司董事会秘书兼总经理助理，目前同时兼任优仙美橱、瑞起投资监事。

黄宁泉女士，公司财务总监，中国国籍，无境外永久居留权，1975 年出生，大专学历。曾先后任南京长明光电科技有限公司财务总监、南京一品光电科技有限公司财务总监兼管理部部长。2011 年以来任我乐制造财务总监，2015 年 4 月至今任本公司财务总监。

（四）董事、监事、高级管理人员的提名与选聘情况

1、董事提名和选聘情况

本届董事会为公司第一届董事会，董事 MIAO 女士、李庆堃、徐涛由公司控股股东 MIAO 女士提名，董事汪春俊由公司股东瑞起投资提名，董事吕云峰由公司股东祥禾涌安提名，独立董事陈威如、王泉庚和黄兴由公司控股股东 MIAO 女士提名。董事 MIAO 女士、汪春俊、李庆堃、吕云峰、陈威如和王泉庚均通过 2015 年 4 月 28 日召开的公司创立大会暨第一次临时股东大会选举产生，徐涛和黄兴通过 2015 年 10 月 26 日召开的 2015 年第一次临时股东大会选举产生。

2015 年 4 月 28 日，公司第一届董事会第一次会议选举 MIAO 女士为公司董事长。

2、监事提名和选聘情况

本届监事会为公司第一届监事会，监事谢玉伟、方乐由公司股东开盛投资提名，并经 2015 年 4 月 28 日召开的公司创立大会暨第一次临时股东大会选举产生。公司职工监事王广云经 2015 年 4 月 28 日召开的公司职工代表大会选举产生。

2015 年 4 月 28 日，公司第一届监事会第一次会议选举谢玉伟为本届监事会主席。

3、高级管理人员提名和选聘情况

公司现任总经理汪春俊、董事会秘书张宪华由公司董事长 MIAO 女士提名，公司现任副总经理徐涛和王春、财务总监黄宁泉由公司总经理汪春俊提名，汪春俊、徐涛、张宪华、黄宁泉经 2015 年 4 月 28 日召开的第一届董事会第一次会议决议聘任。张祺经第一届董事会提名委员会第三次会议审议同意推荐，并经 2016 年 9 月 18 日召开的公司第一届董事会第七次会议决议聘任。王务超经第一届董事会提名委员会第四次会议审议同意推荐，并经 2016 年 12 月 27 日召开的公司第一届董事会第八次会议决议聘任。

二、董事、监事、高级管理人员及其近亲属持有发行人股份情况

（一）间接持股情况

截至本招股说明书签署日，本公司董事、监事、高级管理人员及其近亲属直接或间接持有公司股份如下表所示：

序号	姓名	职务或与公司关系	直接持股数量 (万股)	间接持股数量 (万股)	持股比例	是否质押 或冻结
1	MIAO 女士	董事长	10,322.40	-	86.02%	否
2	汪春俊	董事、总经理	-	848.37	7.07%	否
3	徐涛	董事、副总经理	-	46.14	0.38%	否
4	张宪华	董事会秘书兼总经理助理	-	35.52	0.30%	否
5	庄春虎	后勤部经理	-	18.13	0.15%	否
6	黄宁泉	财务总监	-	16.48	0.14%	否
7	谢玉伟	监事会主席、研发总监	-	12.36	0.10%	否

序号	姓名	职务或与公司关系	直接持股数量 (万股)	间接持股数量 (万股)	持股比例	是否质押 或冻结
8	方乐	监事、大区销售总监	-	8.24	0.07%	否
9	王广云	职工监事、客服部经理	-	6.59	0.05%	否

注：间接持股情况=持/占有中间主体股份或份额×中间主体持有公司股份比例

除上表外，本公司董事、监事、高级管理人员及其近亲属不存在以任何其他方式直接或间接持有本公司股份的情况。

(二) 最近三年持股变动情况

报告期内，本公司董事、监事、高级管理人员及其近亲属持有本公司股份的变动情况如下：

姓名	职务	持股方式	持股比例			
			2014 年末	2015 年末	2016 年末	发行前
MIAO 女士	董事长	直接/间接持股	90.53%	86.02%	86.02%	86.02%
汪春俊	董事、总经理	间接持股	7.38%	7.02%	7.07%	7.07%
徐涛	董事、副总经理	间接持股	0.40%	0.38%	0.38%	0.38%
张宪华	董事会秘书、总经理助理	间接持股	0.31%	0.30%	0.30%	0.30%
庄春虎	后勤部经理	间接持股	0.16%	0.15%	0.15%	0.15%
黄宁泉	财务总监	间接持股	0.14%	0.14%	0.14%	0.14%
谢玉伟	监事会主席、研发总监	间接持股	0.11%	0.10%	0.10%	0.10%
方乐	监事、大区销售总监	间接持股	0.07%	0.07%	0.07%	0.07%
王广云	职工监事、客服部经理	间接持股	0.06%	0.05%	0.05%	0.05%

三、董事、监事、高级管理人员对外投资情况

除直接或通过瑞起投资和开盛投资间接投资本公司外，公司董事、监事、高级管理人员其他对外投资情况如下：

姓名	职务	其他对外投资企业名称	认缴金额	认缴比例	其他对外投资企业与公司关系
MIAO 女士	董事长	上海倍尔软件科技有限公司	2.4 万美元	1.99%	实际控制人参股并担任 CEO 企业（已停业）
王泉庚	独立董事	时朗企业发展（上海）有限公司	170 万元	85%	独立董事控股公司
		上海迅驰时尚品牌管理顾问有限公司	41	4.85%	无关联关系
汪春俊	董事、总经理	柏汇木业	45 万元	9%	实际控制人参股企业（已注销）
		江苏君和商贸实业有限公司	-	-	实际控制人控制并担任法定代表人企业（已停业）

注 1：上海倍尔软件科技有限公司已于 2007 年因未年检被吊销营业执照。

注 2：柏汇木业已于 2012 年 3 月完成注销。

注 3：江苏君和商贸实业有限公司已于 2004 年因未年检被吊销营业执照。

上述对外投资与发行人不存在利益冲突。除上述对外投资外，公司董事、监事、高级管理人员不存在其他对外投资。

四、董事、监事、高级管理人员薪酬情况

公司董事、监事、高级管理人员 2016 年从公司领取的税前收入情况如下：

姓名	职务	在本公司领取薪酬情况（万元）	领薪单位
MIAO 女士	董事长	62.97	发行人
汪春俊	董事、总经理	53.61	发行人
吕云峰	董事	-	非发行人
徐涛	董事、副总经理	58.94	发行人
王春	副总经理（已离职）	54.93	发行人
张祺	副总经理	53.12	发行人
王务超	副总经理	14.34	发行人
陈威如	独立董事	10.00	发行人
王泉庚	独立董事	10.00	发行人
黄兴	独立董事	10.00	发行人
谢玉伟	监事会主席、研发总监	22.28	发行人

姓名	职务	在本公司领取薪酬情况 (万元)	领薪单位
方乐	监事、大区销售总监	26.09	发行人
王广云	职工监事、客服部经理	10.68	发行人
张宪华	董事会秘书兼总经理助理	18.68	发行人
黄宁泉	财务总监	22.24	发行人

注 1：本公司独立董事除领取独立董事津贴外，在本公司不享有其他福利待遇。

注 2：王务超系 2016 年 11 月入职，故当期在发行人处领取的薪酬仅为入职后薪酬。

在本公司任职的董事、监事、高级管理人员，除领取薪酬外，还享有法定社会保险和住房公积金等待遇。除此之外，无其他特殊待遇或退休金计划。

五、董事、监事、高级管理人员兼职情况

截至招股说明书签署之日，董事、监事、高级管理人员在公司以外的其他单位兼职情况如下：

姓名	本公司职务	兼职单位	职务	兼职单位与公司的关系
汪春俊	董事、总经理	我乐定制	执行董事	公司全资子公司
吕云峰	董事	江苏索尔新能源科技股份有限公司	董事	无
		江苏华洋产业基金管理有限公司	董事	无
		江苏国茂减速机股份有限公司	监事	无
		上海涌铨投资管理有限公司	执行董事	公司股东祥禾涌安之 委托代理人
徐涛	董事兼副总经理	我乐定制	监事	公司全资子公司
陈威如	独立董事	中欧国际工商学院	副教授	无
		浙江盾安人工环境股份有限公司	独立董事	无
王泉庚	独立董事	时朗企业发展（上海）有限公司	执行董事	无
黄兴	独立董事	上海复橙信息科技有限公司	总经理	无
张宪华	董事会秘书兼 总经理助理	优仙美橱	监事	全资子公司
		瑞起投资	监事	公司股东

除此之外，公司董事、监事、高级管理人员均无其他兼职情况。

六、董事、监事、高级管理人员之间存在的亲属关系

公司董事、监事、高级管理人员中，MIAO 女士与汪春俊是夫妻关系，其他董事、监事、高级管理人员之间均不存在亲属关系。

七、董事、监事、高级管理人员与公司签署协议及承诺情况

本公司与董事、监事、高级管理人员分别签订了《劳动合同》或《聘用合同》、《保密协议》，并正常履行。

公司董事、监事、高级管理人员均签署了《忠实义务的承诺函》、《股份锁定承诺》等文件，具体请参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“十四、发行人主要股东及作为股东的董事、监事、高级管理人员的重要承诺及其履行情况”的相关内容。

截至招股说明书签署日，上述合同、协议、承诺履行正常，未发生违约情况。

八、董事、监事、高级管理人员的任职资格

公司所有董事、监事、高级管理人员均符合法律、法规要求的任职资格，其聘任均符合公司章程规定的程序。

九、董事、监事、高级管理人员报告期内的变动情况

截至本招股说明书签署日，公司历次董事、监事及高级管理人员变动均履行了《公司章程》所规定的程序。近三年，公司董事、监事及高级管理人员变动情况如下：

（一）董事变动情况

2012 年至 2015 年 2 月，我乐制造董事会均由 MIAO 女士、汪春俊和张宪华组成，其中 MIAO 女士为董事长。

2015 年 2 月 15 日，根据我乐制造董事会决议、股东祥禾涌安委派以及股东 MIAO 女士出具的免职证明，免去张宪华董事职务，同时增选吕云峰为我乐制造董事。

2015 年 4 月 28 日，本公司创立大会暨第一次临时股东大会选举 MIAO 女士、

汪春俊、吕云峰、李庆堃、苏锡嘉、陈威如、王泉庚为股份公司第一届董事会董事，其中 MIAO 女士为董事长，苏锡嘉、陈威如、王泉庚为独立董事。

2015 年 9 月 29 日，独立董事苏锡嘉和董事李庆堃因个人原因向公司申请辞去董事职务，经股东 MIAO 女士提名并经 2015 年 10 月 26 日召开的 2015 年第一次临时股东大会选举黄兴为公司独立董事，徐涛为公司董事。

公司最近三年内董事的上述变化，主要是由于整体变更设立股份有限公司及规范公司经营管理而进行的必要调整，且公司董事长未发生变化。

公司董事的上述变化不属于最近三年发生重大变化的情况。

（二）监事变动情况

公司设立至 2012 年未设监事。

2013 年 1 月至 2015 年 4 月，徐涛任我乐制造监事。

2015 年 4 月 28 日，本公司创立大会暨第一次临时股东大会选举谢玉伟、方乐为股份公司第一届监事会非职工监事。同日，公司召开职工代表大会一致选举王广云为本公司第一届监事会职工代表监事。其中，谢玉伟为本公司第一届监事会主席。

（三）高级管理人员变动情况

2012 年至 2015 年 4 月，汪春俊担任我乐制造总经理。

2015 年 4 月 28 日，本公司第一届董事会第一次会议，决议聘任汪春俊为总经理，李庆堃、徐涛为副总经理，张宪华为董事会秘书，黄宁泉为财务总监。

2016 年 1 月 20 日，李庆堃因个人原因向公司申请辞去副总经理一职，2016 年 2 月 23 日，经公司第一届董事会第五次会议审议，决议聘任王春为公司副总经理。

2016 年 6 月 13 日，王春因个人原因向公司申请辞去副总经理一职，2016 年 9 月 18 日，经公司第一届董事会第七次会议审议，决议聘任张祺为公司副总经理。

2016年12月27日，经公司第一届董事会第八次会议审议，决议聘任王务超为公司副总经理。

公司最近三年高级管理人员的上述变化，主要是由于设立股份公司及规范公司管理等而进行的必要调整，总经理汪春俊未发生变化。

公司高级管理人员的上述变化不属于最近三年发生重大变化的情况。

第九节 公司治理

公司按照《公司法》、《证券法》、《上市公司章程指引》等相关法律、行政法规、规范性文件的要求，对《公司章程》进行了修订，建立健全了股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书等制度，逐步形成了规范的公司治理结构。公司自设立以来，股东大会、董事会、监事会等机构和人员均能够按照有关法律、法规、公司章程和相关议事规则的规定，独立有效地进行运作并切实履行应尽的职责和义务，没有违法、违规的情形发生。

一、公司治理制度及运行情况

（一）股东大会制度及其运行情况

股东大会是公司的权力机构，依据《公司法》、《公司章程》、《股东大会议事规则》的规定规范运作。

1、股东大会的建立

2015年4月28日，公司召开创立大会暨第一次临时股东大会，审议通过了《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》、《独立董事工作制度》、《关联交易管理制度》、《对外投资管理制度》、《融资与对外担保管理制度》等相关议案，选举产生了公司第一届董事会和第一届监事会，建立了规范的股东大会制度。

2、股东大会的职权

公司的股东大会依法行使下列职权：

（1）决定公司的经营方针和投资计划；（2）选举和更换非由职工代表担任的董事、监事，决定有关董事、监事的报酬事项；（3）审议批准董事会的报告；（4）审议批准监事会的报告；（5）审议批准公司的年度财务预算方案、决算方案；（6）审议批准公司的利润分配方案和弥补亏损方案；（7）对公司增加或者减少注册资本作出决议；（8）对发行公司债券作出决议；（9）对公司合并、分立、解散、清算或者变更公司形式作出决议；（10）修改公司章程；（11）对公司聘用、

解聘会计师事务所作出决议；（12）审议批准公司章程规定的对外担保事项；（13）审议公司在一年内购买、出售重大资产超过公司最近一期经审计总资产 30% 的事项；（14）审议批准公司与关联方发生的交易（公司提供担保、获赠现金资产、单纯减免上市公司义务的债务除外）金额在 3,000 万元以上且占公司最近一期经审计净资产绝对值 5% 以上的关联交易事项；（15）审议批准变更募集资金用途事项；（16）审议股权激励计划；（17）审议法律、行政法规、部门规章或公司章程规定应当由股东大会决定的其他事项。

3、股东大会运行情况

自 2015 年 4 月 28 日公司召开创立大会暨第一次临时股东大会以来，公司随后分别于 2015 年 6 月 29 日、2015 年 10 月 26 日、2016 年 3 月 16 日、2016 年 7 月 25 日、2017 年 1 月 12 日、2017 年 4 月 14 日和 2017 年 5 月 3 日，召开 7 次股东大会。

公司历次股东大会的召集、提案、出席、议事、表决、决议及会议记录均按照《公司法》、《公司章程》等的要求规范运作。

（二）董事会制度及其运行情况

公司制定了《董事会议事规则》，公司董事严格按照《公司章程》和《董事会议事规则》的规定行使权利、履行义务，董事会运行规范。

1、董事会构成

公司董事会由 7 名董事组成，其中独立董事 3 名，包括 1 名会计专业人士。董事会设董事长 1 名。董事长由董事会以全体董事的过半数选举产生。董事由股东大会选举或更换，任期 3 年，可连选连任。

2、董事会职责

董事会行使下列职权：（1）召集股东大会，并向股东大会报告工作；（2）执行股东大会的决议；（3）决定公司的经营计划和投资方案；（4）制订公司的年度财务预算方案、决算方案；（5）制订公司的利润分配方案和弥补亏损方案；（6）制订公司增加或者减少注册资本、发行债券或其他证券及上市方案；（7）拟订公

司重大收购、收购公司股票或者合并、分立、解散及变更公司形式的方案；（8）在股东大会授权范围内，决定公司对外投资、收购出售资产、资产抵押、对外担保事项、委托理财、关联交易等事项；（9）决定公司内部管理机构的设置；（10）聘任或者解聘公司总经理、董事会秘书；根据董事长的提名，聘任或解聘董事会秘书，根据总经理的提名，聘任或者解聘公司副总经理、财务总监及高级管理人员，并决定其报酬事项和奖惩事项；（11）制订公司的基本管理制度；（12）制订公司章程的修改方案；（13）管理公司信息披露事项；（14）向股东大会提请聘请或更换为公司审计的会计师事务所；（15）听取公司总经理的工作汇报并检查总经理的工作；（16）制定、实施公司股权激励计划；（17）法律、行政法规、部门规章或公司章程授予的其他职权。

超过股东大会授权范围的事项，应当提交股东大会审议。

3、董事会运行情况

自 2015 年 4 月 28 日公司召开第一次董事会会议以来，公司第一届董事会随后分别于 2015 年 6 月 8 日、2015 年 9 月 28 日、2015 年 11 月 16 日、2016 年 2 月 23 日、2016 年 6 月 29 日、2016 年 9 月 18 日、2016 年 12 月 27 日、2017 年 2 月 28 日、2017 年 3 月 31 日和 2017 年 5 月 3 日召开了十次董事会会议。

公司历次董事会会议的召集、通知、提案、出席、议事、表决、决议及会议记录规范、完整。

（三）监事会制度及其运行情况

公司制定了《监事会议事规则》，公司的监事严格按照公司章程和《监事会议事规则》的规定行使权利、履行义务，监事会运行规范。

1、监事会构成

公司监事会由 3 名监事组成，其中包括股东代表监事 2 名和职工代表监事 1 名。监事会设主席一人，由全体监事过半数选举产生。监事每届任期 3 年，股东代表监事由股东大会选举或更换，职工代表监事由公司职工通过职工代表大会民主选举产生。监事可以连选连任。

2、监事会职责

监事会行使下列职权：（1）应当对董事会编制的公司定期报告进行审核并提出书面审核意见；（2）检查公司财务；（3）对董事、高级管理人员执行公司职务的行为进行监督，对违反法律、行政法规、公司章程或者股东大会决议的董事、高级管理人员提出罢免的建议；（4）当董事、高级管理人员的行为损害公司的利益时，要求董事、高级管理人员予以纠正；（5）提议召开临时股东大会，在董事会不履行《公司法》规定的召集和主持股东大会职责时召集和主持股东大会；（6）向股东大会提出提案；（7）依照《公司法》第一百五十一条的规定，对董事、高级管理人员提起诉讼；（8）发现公司经营情况异常，可以进行调查；必要时可以聘请会计师事务所、律师事务所等专业机构协助其工作，费用由公司承担。

3、监事会运行情况

自 2015 年 4 月 28 日公司召开第一次监事会会议以来，公司第一届监事会随后分别于 2015 年 6 月 8 日、2015 年 9 月 28 日、2016 年 2 月 23 日、2016 年 9 月 18 日、2017 年 2 月 28 日、2017 年 3 月 31 日和 2017 年 5 月 3 日召开了七次监事会会议。

公司历次监事会会议的召集、通知、提案、出席、议事、表决、决议及会议记录规范、完整。

（四）独立董事制度

公司独立董事自聘任以来，认真履行职责，在规范公司运作、保护中小股东权益、提高董事会决策水平等方面起到了积极作用，进一步完善了公司法人治理结构。

1、独立董事构成

本公司设有 3 名独立董事，包括 1 名会计专业人士。独立董事候选人可由董事会、监事会或单独或合并持有公司已发行股份百分之一以上的股东提名，经股东大会选举决定。独立董事任期三年。独立董事任期届满可连选连任，但是连任时间不得超过 6 年。

2、独立董事履行职权的制度安排

公司制定了《独立董事工作制度》，对独立董事的任职资格、权责范围做出了明确规定。独立董事除具有《公司法》、其他相关法律、法规及公司章程赋予的董事职权外，还享有以下特别职权：（1）重大关联交易（是指公司与关联法人发生的数额高于 300 万元且高于公司最近经审计净资产值 0.5%的关联交易，或与关联自然人发生的交易金额在 30 万元以上的关联交易）应由独立董事认可后，提交董事会讨论；（2）独立董事做出判断前，可以聘请中介机构出具独立财务报告，作为其判断的依据；（3）向董事会提议聘用或解聘会计师事务所；（4）向董事会提请召开临时股东大会；（5）提议召开董事会会议；（6）独立聘请外部审计机构和咨询机构；（7）可以在股东大会召开前公开向股东征集投票权。

独立董事除履行上述职责外，还应当就以下事项向董事会或股东大会发表独立意见：（1）提名、任免董事；（2）聘任或解聘高级管理人员；（3）公司董事、高级管理人员的薪酬；（4）公司与关联法人发生的数额高于 300 万元且高于公司最近经审计净资产值的 0.5%的关联交易，或与关联自然人发生的交易金额在 30 万元以上的关联交易，以及公司向股东、实际控制及其关联企业提供资金的行为；（5）变更募集资金用途；（6）《公司章程》规定的需由股东大会审议的对外担保事项；（7）股权激励计划；（8）独立董事认为可能损害中小股东权益的事项。

3、独立董事履职情况

公司独立董事依据公司章程、《独立董事工作制度》和相关法律、法规的要求，认真履行职责，积极出席公司董事会会议和参与董事会下设的战略委员会、提名委员会、审计委员会和薪酬与考核委员会的工作。独立董事及时了解公司经营情况，参与讨论和决策有关重大事项；在公司重大关联交易的认可与决策、法人治理结构的完善和规范化运作等方面发挥了积极有效的作用，有效保护了全体股东特别是中小股东的利益。

（五）董事会秘书制度

1、董事会秘书制度安排

公司设董事会秘书一名，董事会秘书为公司的高级管理人员，董事会秘书对

公司和董事会负责，遵守法律、法规及公司章程的规定，承担高级管理人员的有关法律责任，对公司负有诚信和勤勉义务。董事会秘书为公司与证券交易所的指定联系人，负责管理公司信息披露事务部门。

2、董事会秘书工作职责

根据《董事会秘书工作规则》，董事会秘书的主要职责是：负责公司信息披露管理事务；负责公司投资者关系管理事务，完善公司投资者的沟通、接待和服务工作机制；负责公司股权管理事务；协助公司董事会加强公司治理机制建设；协助公司董事会制定公司资本市场发展战略，协助筹划或者实施公司资本市场再融资或者并购重组事务；负责公司规范运作培训事务，组织公司董事、监事、高级管理人员及其他相关人员接受相关法律法规和其他规范性文件的培训；提示公司董事、监事、高级管理人员履行忠实、勤勉义务；《公司法》、中国证监会和上海证券交易所要求履行的其他职责。

3、董事会秘书制度运行情况

公司董事会秘书根据公司章程和《董事会秘书工作规则》履行职责，按照法定程序组织董事会会议和股东大会，协助公司董事、监事和高级管理人员了解法律法规及规范性文件规定的责任，促使董事会依法行使职权，对完善公司的法人治理结构和规范公司运作发挥了积极的作用。

（六）专门委员会的设置情况

董事会下设 4 个专门委员会：战略与发展委员会、提名委员会、审计委员会、薪酬与考核委员会。专门委员会成员全部由董事组成，其中提名委员会、审计委员会、薪酬与考核委员会中独立董事占多数并担任主任委员，审计委员会中有 1 名独立董事是会计专业人士。目前，各专门委员会成员的具体名单如下：

委员会名称	主任委员	成员
战略与发展委员会	MIAO 女士	MIAO 女士、汪春俊、陈威如、王泉庚、黄兴
提名委员会	陈威如	陈威如、王泉庚、MIAO 女士
审计委员会	黄兴	黄兴、王泉庚、MIAO 女士
薪酬与考核委员会	王泉庚	王泉庚、黄兴、MIAO 女士

战略与发展委员会的主要职责权限：（1）对公司长期发展战略规划进行研究并提出建议；（2）对《公司章程》规定须经董事会批准的重大投资、融资方案进行研究并提出建议；（3）对《公司章程》规定须经董事会批准的重大资本运作、资产经营项目进行研究并提出建议；（4）对其他影响公司发展的重大事项进行研究并提出建议；（5）对以上事项的实施进行检查；（6）董事会授权的其他事宜。

提名委员会的主要职责权限：（1）研究董事、经理及其他高级管理人员的选择标准和程序并向董事会提出建议；（2）广泛搜寻合格的董事、经理和其他高级管理人员的人选；（3）对董事候选人、总经理及其他高级管理人员候选人进行审查并提出建议；（4）董事会授权的其他事宜。

审计委员会的主要职责权限：（1）监督及评估外部审计机构工作；（2）指导内部审计工作；（3）审阅公司财务报告并对其发表意见；（4）评估内部控制的有效性；（5）协调管理层、内部审计部门及相关部门与外部审计机构的沟通；（6）公司董事会授权的其他事宜及相关法律法规中涉及的其他事项。

薪酬与考核委员会的主要职责权限：（1）研究董事、总经理及其他高级管理人员考核的标准，进行考核并提出建议；（2）研究和审查董事、总经理及其他高级管理人员的薪酬政策与方案；（3）审查公司非独立董事及高级管理人员履行职责的情况并对其进行年度绩效考评；（4）负责对公司薪酬制度执行情况进行监督；（5）董事会授权的其他事宜。

各专门委员会自设立以来，均严格按照相关规定履行职责，对完善公司的治理结构起到良好的促进作用。

二、公司报告期内违法违规为情况

公司已依法建立健全的股东大会制度、董事会制度、监事会制度、独立董事制度和董事会秘书制度，自变更设立股份公司至今，本公司严格按照《公司法》及相关法律法规、《公司章程》的规定规范运作、依法经营。

经核查，发行人及其子公司报告期内不存在违法违规行为。

三、公司资金占用和对外担保情况

截至本招股说明书签署之日，不存在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业占用本公司资金或资产的情形。本公司也不存在为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业违规提供担保的情形。

关联方往来款项情况见“第七节 同业竞争与关联交易”之“二、关联交易”。

四、公司管理层对内控制度的评价及注册会计师的鉴证意见

（一）公司管理层对内控制度的评价

管理层对公司的内部控制制度进行自查和评估后认为：本公司内控制度基本健全，符合有关法律法规规定，且能够得到有效实施，能够保证公司经营活动的健康开展，能够保证公司财务报告及相关会计信息的真实性、准确性和完整性，并能较好地防范企业经营风险。报告期内，公司内部控制重点控制活动未存在重大缺陷、重大问题和重大异常事项，因此，公司的内部控制是健全且执行有效的。随着公司治理的深入、管理的不断深化，公司将进一步对内部控制制度给予补充和完善，使之始终适用公司发展的需要。

（二）注册会计师的鉴证意见

瑞华所对公司的内部控制制度进行了审核，并于 2017 年 2 月 28 日出具了瑞华核字[2017]01710001 号《南京我乐家居股份有限公司内部控制鉴证报告》，认为：公司于 2016 年 12 月 31 日在所有重大方面保持了按照财政部颁布的《内部会计控制规范—基本规范（试行）》的有关规范标准中与财务报表相关的有效的内部控制。

第十节 财务会计信息

一、财务报表

(一) 合并财务报表

1、合并资产负债表

单位：元

项目	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
流动资产：			
货币资金	90,945,086.67	49,409,491.23	28,344,389.55
应收票据	46,629,849.99	40,032,175.18	27,856,146.70
应收账款	32,451,543.68	34,538,838.03	35,894,292.68
预付款项	8,784,834.66	18,408,870.57	5,742,352.42
其他应收款	1,657,133.90	3,905,081.18	8,165,197.78
存货	35,237,819.53	37,426,459.34	53,240,963.74
一年内到期的非流动资产	676,655.26	2,759,781.30	1,043,471.74
其他流动资产	6,499,624.54	1,959,106.74	4,138,461.69
流动资产合计	222,882,548.23	188,439,803.57	164,425,276.30
非流动资产：			
长期应收款	-	-	138,105.84
固定资产	187,216,960.82	169,198,621.78	148,274,481.36
在建工程	11,271,058.56	7,634,838.60	16,106,461.80
无形资产	16,724,204.89	10,153,698.97	10,196,688.49
开发支出	1,026,366.71	4,923,142.55	-
长期待摊费用	19,872,146.56	4,190,936.49	2,368,886.89
递延所得税资产	1,201,767.86	496,634.49	760,453.17
其他非流动资产	37,191,292.46	-	-
非流动资产合计	274,503,797.86	196,597,872.88	177,845,077.55

项目	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
资产总计	497,386,346.09	385,037,676.45	342,270,353.85

2、合并负债和所有者权益表

单位：元

项目	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
流动负债：			
应付票据	-	11,047,949.65	2,533,500.00
应付账款	57,044,609.15	49,154,058.37	40,173,275.05
预收款项	54,684,025.10	29,114,642.38	32,433,689.44
应付职工薪酬	11,852,120.27	7,951,301.68	4,016,764.13
应交税费	13,703,319.40	10,510,856.32	18,354,045.36
应付股利	-	-	10,245,400.08
其他应付款	51,860,628.48	34,615,392.94	33,323,535.80
一年内到期的非流动负债	-	-	22,500,000.00
流动负债合计	189,144,702.40	142,394,201.34	163,580,209.86
非流动负债：			
长期借款	-	-	37,500,000.00
递延收益	4,210,000.00	-	-
非流动负债合计	4,210,000.00	-	37,500,000.00
负债合计	193,354,702.40	142,394,201.34	201,080,209.86
股东权益：			
股本	120,000,000.00	120,000,000.00	27,015,037.61
资本公积	68,017,348.11	68,017,348.11	17,775,541.75
盈余公积	12,043,429.33	5,437,711.29	10,140,757.60
未分配利润	103,945,420.10	49,188,415.71	86,258,807.03
归属于母公司股东权益合计	304,006,197.54	242,643,475.11	141,190,143.99
少数股东权益	25,446.15	-	-
股东权益合计	304,031,643.69	242,643,475.11	141,190,143.99

项目	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
负债和股东权益总计	497,386,346.09	385,037,676.45	342,270,353.85

3、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	676,198,135.12	578,930,348.08	520,385,265.88
其中：营业收入	676,198,135.12	578,930,348.08	520,385,265.88
二、营业总成本	595,544,909.11	515,299,303.14	470,517,742.98
其中：营业成本	441,428,314.06	395,250,064.07	342,586,852.57
营业税金及附加	6,200,198.82	4,593,142.50	3,341,320.34
销售费用	87,307,195.79	59,435,633.75	67,470,519.84
管理费用	59,672,842.07	51,058,860.47	50,001,998.58
财务费用	400,490.07	3,642,202.13	5,299,628.03
资产减值损失	535,868.30	1,319,400.22	1,817,423.62
加：投资收益（损失以“-”号填列）	332,427.54	662,264.60	170,219.94
三、营业利润（亏损以“-”号填列）	80,985,653.55	64,293,309.54	50,037,742.84
加：营业外收入	1,954,494.03	3,225,160.91	4,253,812.15
其中：非流动资产处置利得	-	27,123.45	-
减：营业外支出	2,216,254.06	1,549,145.38	1,149,057.43
其中：非流动资产处置损失	454,036.59	234,798.01	138,543.32
四、利润总额（亏损总额以“-”号填列）	80,723,893.52	65,969,325.07	53,142,497.56
减：所得税费用	12,057,462.58	9,515,993.95	15,717,094.96
五、净利润（净亏损以“-”号填列）	68,666,430.94	56,453,331.12	37,425,402.60
归属于母公司股东的净利润	68,740,984.79	56,453,331.12	37,425,402.60
少数股东损益	-74,553.85	-	-
六、其他综合收益的税后净额	-	-	-
七、综合收益总额	68,666,430.94	56,453,331.12	37,425,402.60

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
归属于母公司股东的综合收益总额	68,740,984.79	56,453,331.12	37,425,402.60
归属于少数股东的综合收益总额	-74,553.85	-	-
八、每股收益：			
（一）基本每股收益	0.57	0.47	-
（二）稀释每股收益	0.57	0.47	-

4、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	822,749,746.12	661,973,098.52	587,878,907.70
收到其他与经营活动有关的现金	32,223,728.79	19,961,343.90	22,646,730.70
经营活动现金流入小计	854,973,474.91	681,934,442.42	610,525,638.40
购买商品、接受劳务支付的现金	465,134,714.64	409,527,476.57	365,058,597.61
支付给职工以及为职工支付的现金	90,826,611.74	57,320,274.23	53,705,589.81
支付的各项税费	62,435,353.88	61,118,133.18	50,369,523.09
支付其他与经营活动有关的现金	91,157,664.45	73,114,976.97	85,377,668.50
经营活动现金流出小计	709,554,344.71	601,080,860.95	554,511,379.01
经营活动产生的现金流量净额	145,419,130.20	80,853,581.47	56,014,259.39
二、投资活动产生的现金流量：			
收回投资收到的现金	103,000,000.00	165,279,457.57	87,100,000.00
取得投资收益收到的现金	332,427.54	662,264.60	170,219.94
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	443,124.67	499,792.43	614,694.66
投资活动现金流入小计	103,775,552.21	166,441,514.60	87,884,914.60
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	90,423,856.51	37,624,965.43	49,315,835.17
投资支付的现金	103,000,000.00	165,279,457.57	87,100,000.00

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
投资活动现金流出小计	193,423,856.51	202,904,423.00	136,415,835.17
投资活动产生的现金流量净额	-89,648,304.30	-36,462,908.40	-48,530,920.57
三、筹资活动产生的现金流量：			
吸收投资收到的现金	100,000.00	45,000,000.00	3,450,000.00
取得借款收到的现金	20,000,000.00	-	50,000,000.00
筹资活动现金流入小计	20,100,000.00	45,000,000.00	53,450,000.00
偿还债务支付的现金	20,000,000.00	60,000,000.00	30,000,000.00
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	7,789,634.83	13,241,751.21	29,760,170.99
筹资活动现金流出小计	27,789,634.83	73,241,751.21	59,760,170.99
筹资活动产生的现金流量净额	-7,689,634.83	-28,241,751.21	-6,310,170.99
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	15,758.81	9,923.41	5,768.83
五、现金及现金等价物净增加额	48,096,949.88	16,158,845.27	1,178,936.66
加：期初现金及现金等价物余额	42,773,134.82	26,614,289.55	25,435,352.89
六、期末现金及现金等价物余额	90,870,084.70	42,773,134.82	26,614,289.55

（二）母公司财务报表

1、母公司资产负债表

单位：元

项目	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
流动资产：			
货币资金	65,024,114.90	47,792,391.11	26,320,314.86
应收票据	46,629,849.99	40,032,175.18	27,856,146.70
应收账款	30,044,879.36	34,538,014.20	35,949,525.55
预付款项	8,129,054.89	14,248,870.57	5,742,352.42
其他应收款	3,182,323.35	4,037,210.00	8,165,197.78
存货	34,471,634.05	37,426,459.34	53,236,544.35

项目	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
一年内到期的非流动资产	676,655.26	2,759,781.30	1,043,471.74
其他流动资产	2,795,390.67	1,959,106.74	4,138,461.69
流动资产合计	190,953,902.47	182,794,008.44	162,452,015.09
非流动资产：			
长期应收款	-	-	138,105.84
长期股权投资	52,000,000.00	7,000,000.00	2,000,000.00
固定资产	186,789,556.08	169,198,621.78	148,274,481.36
在建工程	7,172,181.84	7,368,838.60	16,106,461.80
无形资产	16,717,636.61	10,144,412.73	10,184,684.25
开发支出	1,026,366.71	4,923,142.55	-
长期待摊费用	17,941,320.20	4,190,936.49	2,368,886.89
递延所得税资产	1,167,161.32	496,623.65	760,453.17
其他非流动资产	538,200.00	-	-
非流动资产合计	283,352,422.76	203,322,575.80	179,833,073.31
资产总计	474,306,325.23	386,116,584.24	342,285,088.40

2、母公司负债和所有者权益表

单位：元

项目	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
流动负债：			
应付票据	-	11,047,949.65	2,533,500.00
应付账款	56,954,609.15	49,154,058.37	40,173,275.05
预收款项	45,169,232.51	29,068,771.20	32,433,689.44
应付职工薪酬	10,747,822.24	7,951,301.68	4,016,764.13
应交税费	12,781,255.86	10,432,131.53	18,358,448.11
应付股利	-	-	10,245,400.08
其他应付款	43,370,026.42	36,067,910.76	33,294,270.80
一年内到期的非流动负债	-	-	22,500,000.00

项目	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
流动负债合计	169,022,946.18	143,722,123.19	163,555,347.61
非流动负债：			
长期借款	-	-	37,500,000.00
递延收益	4,210,000.00	-	-
非流动负债合计	4,210,000.00	-	37,500,000.00
负债合计	173,232,946.18	143,722,123.19	201,055,347.61
股东权益：			
股本	120,000,000.00	120,000,000.00	27,015,037.61
资本公积	68,017,348.11	68,017,348.11	17,775,541.75
盈余公积	12,043,429.33	5,437,711.29	10,140,757.60
未分配利润	101,012,601.61	48,939,401.65	86,298,403.83
股东权益合计	301,073,379.05	242,394,461.05	141,229,740.79
负债和股东权益总计	474,306,325.23	386,116,584.24	342,285,088.40

3、母公司利润表

单位：元

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
一、营业收入	659,912,338.88	578,931,454.92	520,378,425.93
减：营业成本	442,405,660.91	395,250,675.32	342,586,018.52
营业税金及附加	5,458,369.98	4,592,907.74	3,340,743.83
销售费用	75,318,051.69	59,435,633.75	67,463,916.07
管理费用	59,410,503.07	51,016,871.92	49,966,279.74
财务费用	383,008.36	3,660,657.77	5,301,689.96
资产减值损失	397,465.50	1,324,122.37	1,812,658.11
加：投资收益（损失以“-”号填列）	332,427.54	264,057.62	170,219.94
二、营业利润（亏损以“-”号填列）	76,871,706.91	63,914,643.67	50,077,339.64
加：营业外收入	1,954,492.27	3,225,160.91	4,253,812.15
其中：非流动资产处置利得	-	27,123.45	-

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
减：营业外支出	1,964,073.21	1,549,145.38	1,149,057.43
其中：非流动资产处置损失	454,036.59	234,798.01	138,543.32
三、利润总额（亏损总额以“-”号填列）	76,862,125.97	65,590,659.20	53,182,094.36
减：所得税费用	10,804,945.61	9,425,938.94	15,717,094.96
四、净利润（净亏损以“-”号填列）	66,057,180.36	56,164,720.26	37,464,999.40
五、其他综合收益的税后净额	-	-	-
六、综合收益总额	66,057,180.36	56,164,720.26	37,464,999.40

4、母公司现金流量表

单位：元

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
一、经营活动产生的现金流量：			
销售商品、提供劳务收到的现金	784,420,259.47	661,879,950.51	587,944,827.42
收到其他与经营活动有关的现金	21,405,121.12	11,686,070.83	22,614,999.37
经营活动现金流入小计	805,825,380.59	673,566,021.34	610,559,826.79
购买商品、接受劳务支付的现金	458,965,289.35	405,219,450.24	365,179,163.86
支付给职工以及为职工支付的现金	85,361,848.27	57,310,519.23	53,676,324.81
支付的各项税费	52,961,102.96	61,093,420.98	50,360,911.17
支付其他与经营活动有关的现金	85,555,833.48	63,381,867.87	85,366,831.99
经营活动现金流出小计	682,844,074.06	587,005,258.32	554,583,231.83
经营活动产生的现金流量净额	122,981,306.53	86,560,763.02	55,976,594.96
二、投资活动产生的现金流量：			
收回投资收到的现金	103,000,000.00	109,900,000.00	87,100,000.00
取得投资收益收到的现金	332,427.54	264,057.62	170,219.94
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	443,124.67	499,792.43	614,694.66
投资活动现金流入小计	103,775,552.21	110,663,850.05	87,884,914.60

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	47,114,904.49	37,526,965.43	49,302,245.43
投资支付的现金	148,000,000.00	114,900,000.00	87,100,000.00
投资活动现金流出小计	195,114,904.49	152,426,965.43	136,402,245.43
投资活动产生的现金流量净额	-91,339,352.28	-41,763,115.38	-48,517,330.83
三、筹资活动产生的现金流量：			
吸收投资收到的现金	-	45,000,000.00	3,450,000.00
取得借款收到的现金	20,000,000.00	-	50,000,000.00
筹资活动现金流入小计	20,000,000.00	45,000,000.00	53,450,000.00
偿还债务支付的现金	20,000,000.00	60,000,000.00	30,000,000.00
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	7,789,634.83	13,241,751.21	29,760,170.99
筹资活动现金流出小计	27,789,634.83	73,241,751.21	59,760,170.99
筹资活动产生的现金流量净额	-7,789,634.83	-28,241,751.21	-6,310,170.99
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	15,758.81	9,923.41	5,768.83
五、现金及现金等价物净增加额	23,868,078.23	16,565,819.84	1,154,861.97
加：期初现金及现金等价物余额	41,156,034.70	24,590,214.86	23,435,352.89
六、期末现金及现金等价物余额	65,024,112.93	41,156,034.70	24,590,214.86

二、 审计意见

本公司已聘请瑞华所对本公司 2016 年 12 月 31 日、2015 年 12 月 31 日和 2014 年 12 月 31 日的合并及母公司的资产负债表，2016 年度、2015 年度、2014 年度和 2013 年度的合并及母公司的利润表和现金流量表以及财务报表附注进行了审计。

瑞华所认为：上述财务报表在所有重大方面按照企业会计准则的规定编制，公允反映了公司 2016 年 12 月 31 日、2015 年 12 月 31 日、2014 年 12 月 31 日和 2013 年 12 月 31 日的财务状况，以及 2016 年度、2015 年度和 2014 年度的经营

成果和现金流量。瑞华所对上述报表出具了标准无保留意见审计报告（瑞华审字[2017]01710002号）。

三、财务报表的编制基础、合并财务报表范围及变化情况

（一）财务报表的编制基础

本公司财务报表以持续经营假设为基础，根据实际发生的交易和事项，按照财政部发布的《企业会计准则——基本准则》（财政部令第33号发布、财政部令第76号修订）、于2006年2月15日及其后颁布和修订的41项具体会计准则、企业会计准则应用指南、企业会计准则解释及其他相关规定（以下合称“企业会计准则”），以及中国证券监督管理委员会《公开发行证券的公司信息披露编报规则第15号——财务报告的一般规定》（2014年修订）的披露规定编制。

根据企业会计准则的相关规定，本公司会计核算以权责发生制为基础。除某些金融工具外，本财务报表均以公允价值为计量基础。资产如果发生减值，则按照相关规定计提相应的减值准备。

（二）合并财务报表范围及变化情况

1、通过设立或投资等方式取得的子公司

子公司名称	成立年月	注册资本	持股比例	表决权比例	合并会计报表期间
优仙美橱	2013.10	200万元	100.00%	100.00%	成立至2016年末
我乐定制	2015.08	5,000万元	100.00%	100.00%	成立至2016年末
苏州想超	2016.11	500万元	90.00%	90.00%	成立至2016年末

2、吸收合并导致合并范围变化的情况

2012年6月14日，根据公司股东会决议、吸收合并协议和临时董事会决议的规定，公司以2011年12月31日为基准日吸收合并我乐家具，我乐家具是公司原股东，占公司注册资本16.67%，故先抵消我乐家具对公司的投资50万美元，吸收合并后公司注册资本为350万美元。

①我乐家具在合并日及上一会计期间资产负债表日资产及负债的账面价值

如下：

单位：元

项目	合并日账面价值	上年末账面价值
货币资金	358,420.20	358,420.20
应收账款	455,401.40	455,401.40
预付款项	11,671.63	11,671.63
其他应收款	9,972,675.73	9,972,675.73
长期股权投资	3,891,500.00	3,891,500.00
固定资产	20,925,756.13	20,925,756.13
无形资产	3,769,399.78	3,769,399.78
减：借款	-	-
应付账款	16,208,978.39	16,208,978.39
预收款项	323,024.56	323,024.56
应付职工薪酬	-	-
应交税费	24,163.93	24,163.93
其他应付款	23,590,909.25	23,590,909.25
其他负债	1,390,764.40	1,390,764.40
净资产	-2,153,015.66	-2,153,015.66

②我乐家具自 2012 年 1 月 1 日至合并日止期间收入、净利润和现金流量列示：

单位：元

项目	合并本年年初至合并日	上年末账面价值
营业收入	-	23,299,310.98
净利润	-	-449,852.94
现金流量净额	-	-5,284,727.40

四、报告期内采用的主要会计政策和会计估计

（一）同一控制下和非同一控制下企业合并的会计处理

1、同一控制下企业合并的会计处理方法

参与合并的企业在合并前后均受同一方或相同的多方最终控制，且该控制并非暂时性的，为同一控制下的企业合并。同一控制下的企业合并，在合并日取得对其他参与合并企业控制权的一方为合并方，参与合并的其他企业为被合并方。合并日，是指合并方实际取得对被合并方控制权的日期。

合并方取得的资产和负债均按合并日在被合并方的账面价值计量。合并方取得的净资产账面价值与支付的合并对价账面价值(或发行股份面值总额)的差额，调整资本公积(股本溢价)；资本公积(股本溢价)不足以冲减的，调整留存收益。

合并方为进行企业合并发生的各项直接费用，于发生时计入当期损益。

2、非同一控制下企业合并

参与合并的企业在合并前后不受同一方或相同的多方最终控制的，为非同一控制下的企业合并。非同一控制下的企业合并，在购买日取得对其他参与合并企业控制权的一方为购买方，参与合并的其他企业为被购买方。购买日，是指为购买方实际取得对被购买方控制权的日期。

对于非同一控制下的企业合并，合并成本包含购买日购买方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，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管理费用于发生时计入当期损益。购买方作为合并对价发行的权益性证券或债务性证券的交易费用，计入权益性证券或债务性证券的初始确认金额。所涉及的或有对价按其在购买日的公允价值计入合并成本，购买日后12个月内出现对购买日已存在情况的新的或进一步证据而需要调整或有对价的，相应调整合并商誉。购买方发生的合并成本及在合并中取得的可辨认净资产按购买日的公允价值计量。合并成本大于合并中取得的被购买方于购买日可辨认净资产公允价值份额的差额，确认为商誉。合并成本小于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的，首先对取得的被购买方各项可辨认资产、负债及或有负债的公允价值以及合并成本的计量进行复核，复核后合并成本仍小于合并中取得的被购买方可辨认净资产公

允价值份额的，其差额计入当期损益。

购买方取得被购买方的可抵扣暂时性差异，在购买日因不符合递延所得税资产确认条件而未予确认的，在购买日后 12 个月内，如取得新的或进一步的信息表明购买日的相关情况已经存在，预期被购买方在购买日可抵扣暂时性差异带来的经济利益能够实现的，则确认相关的递延所得税资产，同时减少商誉，商誉不足冲减的，差额部分确认为当期损益；除上述情况以外，确认与企业合并相关的递延所得税资产的，计入当期损益。

通过多次交易分步实现的非同一控制下企业合并，根据《财政部关于印发企业会计准则解释第 5 号的通知》（财会〔2012〕19 号）和《企业会计准则第 33 号——合并财务报表》第五十一条关于“一揽子交易”的判断标准，判断该多次交易是否属于“一揽子交易”。属于“一揽子交易”的，参考本节后面各段描述及“长期股权投资”进行会计处理；不属于“一揽子交易”的，区分个别财务报表和合并财务报表进行相关会计处理：

在个别财务报表中，以购买日之前所持被购买方的股权投资的账面价值与购买日新增投资成本之和，作为该项投资的初始投资成本；购买日之前持有的被购买方的股权涉及其他综合收益的，在处置该项投资时将与其相关的其他综合收益采用与被购买方直接处置相关资产或负债相同的基础进行会计处理（即，除了按照权益法核算的在被购买方重新计量设定受益计划净负债或净资产导致的变动中的相应份额以外，其余转入当期投资收益）。

在合并财务报表中，对于购买日之前持有的被购买方的股权，按照该股权在购买日的公允价值进行重新计量，公允价值与其账面价值的差额计入当期投资收益；购买日之前持有的被购买方的股权涉及其他综合收益的，与其相关的其他综合收益应当采用与被购买方直接处置相关资产或负债相同的基础进行会计处理（即，除了按照权益法核算的在被购买方重新计量设定受益计划净负债或净资产导致的变动中的相应份额以外，其余转为购买日所属当期投资收益）。

（二）合并财务报表的编制方法

从取得子公司的净资产和生产经营决策的实际控制权之日起，本公司开始将

其纳入合并范围；从丧失实际控制权之日起停止纳入合并范围。对于处置的子公司，处置日前的经营成果和现金流量已经适当地包括在合并利润表和合并现金流量表中；当期处置的子公司，不调整合并资产负债表的年初数。非同一控制下企业合并增加的子公司，其购买日后的经营成果及现金流量已经适当地包括在合并利润表和合并现金流量表中，且不调整合并财务报表的年初数和对比数。同一控制下企业合并增加的子公司，其自合并当年年初至合并日的经营成果和现金流量已经适当地包括在合并利润表和合并现金流量表中，并且同时调整合并财务报表的对比数。

在编制合并财务报表时，子公司与本公司采用的会计政策或会计期间不一致的，按照本公司的会计政策和会计期间对子公司财务报表进行必要的调整。对于非同一控制下企业合并取得的子公司，以购买日可辨认净资产公允价值为基础对其财务报表进行调整。

公司内所有重大往来余额、交易及未实现利润在合并财务报表编制时予以抵销。

子公司的股东权益及当期净损益中不属于本公司所拥有的部分分别作为少数股东权益及少数股东损益在合并财务报表中股东权益及净利润项下单独列示。子公司当期净损益中属于少数股东权益的份额，在合并利润表中净利润项目下以“少数股东损益”项目列示。少数股东分担的子公司的亏损超过了少数股东在该子公司年初股东权益中所享有的份额，仍冲减少数股东权益。

当因处置部分股权投资或其他原因丧失了对原有子公司的控制权时，对于剩余股权，按照其在丧失控制权日的公允价值进行重新计量。处置股权取得的对价与剩余股权公允价值之和，减去按原持股比例计算应享有原有子公司自购买日开始持续计算的净资产的份额之间的差额，计入丧失控制权当期的投资收益。与原有子公司股权投资相关的其他综合收益，在丧失控制权时采用与被购买方直接处置相关资产或负债相同的基础进行会计处理（即，除了在该原有子公司重新计量设定受益计划净负债或净资产导致的变动以外，其余一并转为当期投资收益）。其后，对该部分剩余股权按照《企业会计准则第2号——长期股权投资》或《企业会计准则第22号——金融工具确认和计量》等相关规定进行后续计量，详见

本节“长期股权投资”或“金融工具”。

本公司通过多次交易分步处置对子公司股权投资直至丧失控制权的，需区分处置对子公司股权投资直至丧失控制权的各项交易是否属于一揽子交易。处置对子公司股权投资的各项交易的条款、条件以及经济影响符合以下一种或多种情况，通常表明应将多次交易事项作为一揽子交易进行会计处理：①这些交易是同时或者在考虑了彼此影响的情况下订立的；②这些交易整体才能达成一项完整的商业结果；③一项交易的发生取决于其他至少一项交易的发生；④一项交易单独看是不经济的，但是和其他交易一并考虑时是经济的。不属于一揽子交易的，对其中的每一项交易视情况分别按照“不丧失控制权的情况下部分处置对子公司的长期股权投资”和“因处置部分股权投资或其他原因丧失了对原有子公司的控制权”适用的原则进行会计处理。处置对子公司股权投资直至丧失控制权的各项交易属于一揽子交易的，将各项交易作为一项处置子公司并丧失控制权的交易进行会计处理；但是，在丧失控制权之前每一次处置价款与处置投资对应的享有该子公司净资产份额的差额，在合并财务报表中确认为其他综合收益，在丧失控制权时一并转入丧失控制权当期的损益。

（三）现金及现金等价物的确定标准

本公司现金及现金等价物包括库存现金、可以随时用于支付的存款以及本公司持有的期限短（一般为从购买日起，三个月内到期）、流动性强、易于转换为已知金额的现金、价值变动风险很小的投资。

（四）外币业务和外币报表折算

1、外币交易的折算方法

本公司发生的外币交易在初始确认时，按交易日的即期汇率（通常指中国人民银行公布的当日外汇牌价的中间价，折算为记账本位币金额，但公司发生的外币兑换业务或涉及外币兑换的交易事项，按照实际采用的汇率折算为记账本位币金额。

2、对于外币货币性项目和外币非货币性项目的折算方法

资产负债表日，对于外币货币性项目采用资产负债表日即期汇率折算，由此产生的汇兑差额，除：①属于与购建符合资本化条件的资产相关的外币专门借款产生的汇兑差额按照借款费用资本化的原则处理；②可供出售的外币货币性项目除摊余成本之外的其他账面余额变动产生的汇兑差额计入其他综合收益之外，均计入当期损益。

以历史成本计量的外币非货币性项目，仍采用交易发生日的即期汇率折算的记账本位币金额计量。以公允价值计量的外币非货币性项目，采用公允价值确定日的即期汇率折算，折算后的记账本位币金额与原记账本位币金额的差额，作为公允价值变动（含汇率变动）处理，计入当期损益或确认为其他综合收益并计入资本公积。

3、外币财务报表的折算方法

编制合并财务报表涉及境外经营的，如有实质上构成对境外经营净投资的外币货币性项目，因汇率变动而产生的汇兑差额，作为“外币报表折算差额”确认为其他综合收益；处置境外经营时，计入处置当期损益。

境外经营的外币财务报表按以下方法折算为人民币报表：资产负债表中的资产和负债项目，采用资产负债表日的即期汇率折算；股东权益类项目除“未分配利润”项目外，其他项目采用发生时的即期汇率折算。利润表中的收入和费用项目，采用交易发生日的即期汇率折算。年初未分配利润为上一年折算后的期末未分配利润；期末未分配利润按折算后的利润分配各项目计算列示；折算后资产类项目与负债类项目和所有者权益类项目合计数的差额，作为外币报表折算差额，确认为其他综合收益。处置境外经营并丧失控制权时，将资产负债表中所有者权益项目下列示的、与该境外经营相关的外币报表折算差额，全部或按处置该境外经营的比例转入处置当期损益。

外币现金流量，采用现金流量发生日的即期汇率折算。汇率变动对现金的影响额作为调节项目，在现金流量表中单独列报。

年初数和上年实际数按照上年财务报表折算后的数额列示。

在处置本公司在境外经营的全部所有者权益或因处置部分股权投资或其他

原因丧失了对境外经营控制权时，将资产负债表中所有者权益项目下列示的、与该境外经营相关的归属于母公司所有者权益的外币报表折算差额，全部转入处置当期损益。

在处置部分股权投资或其他原因导致持有境外经营权益比例降低但不丧失对境外经营控制权时，与该境外经营处置部分相关的外币报表折算差额将归属于少数股东权益，不转入当期损益。在处置境外经营为联营企业或合营企业的部分股权时，与该境外经营相关的外币报表折算差额，按处置该境外经营的比例转入处置当期损益。

（五）金融工具

在本公司成为金融工具合同的一方时确认一项金融资产或金融负债。金融资产和金融负债在初始确认时以公允价值计量。对于以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产和金融负债，相关的交易费用直接计入损益，对于其他类别的金融资产和金融负债，相关交易费用计入初始确认金额。

1、金融资产和金融负债的公允价值确定方法

公允价值，是指市场参与者在计量日发生的有序交易中，出售一项资产所能收到或者转移一项负债所需支付的价格。金融工具存在活跃市场的，本公司采用活跃市场中的报价确定其公允价值。活跃市场中的报价是指易于定期从交易所、经纪商、行业协会、定价服务机构等获得的价格，且代表了在公平交易中实际发生的市场交易的价格。金融工具不存在活跃市场的，本公司采用估值技术确定其公允价值。估值技术包括参考熟悉情况并自愿交易的各方最近进行的市场交易中使用的价格、参照实质上相同的其他金融工具当前的公允价值、现金流量折现法和期权定价模型等。

2、金融资产的分类、确认和计量

以常规方式买卖金融资产，按交易日进行会计确认和终止确认。金融资产在初始确认时划分为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产、持有至到期投资、贷款和应收款项以及可供出售金融资产。

(1) 以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产

包括交易性金融资产和指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。本公司以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产均为交易性金融资产。

交易性金融资产是指满足下列条件之一的金融资产：**A.**取得该金融资产的目的，主要是为了近期内出售或回购；**B.**属于进行集中管理的可辨认金融工具组合的一部分，且有客观证据表明本公司近期采用短期获利方式对该组合进行管理；**C.**属于衍生工具，但是，被指定且为有效套期工具的衍生工具、属于财务担保合同的衍生工具、与在活跃市场中没有报价且其公允价值不能可靠计量的权益工具投资挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生工具除外。

交易性金融资产采用公允价值进行后续计量，公允价值变动形成的利得或损失以及与该金融资产相关的股利和利息收入计入当期损益。

(2) 持有至到期投资

是指到期日固定、回收金额固定或可确定，且本公司有明确意图和能力持有至到期的非衍生金融资产。

持有至到期投资采用实际利率法，按摊余成本进行后续计量，在终止确认、发生减值或摊销时产生的利得或损失，计入当期损益。

实际利率法是指按照金融资产或金融负债（含一组金融资产或金融负债）的实际利率计算其摊余成本及各期利息收入或支出的方法。实际利率是指将金融资产或金融负债在预期存续期间或适用的更短期间内的未来现金流量，折现为该金融资产或金融负债当前账面价值所使用的利率。

在计算实际利率时，本公司将在考虑金融资产或金融负债所有合同条款的基础上预计未来现金流量（不考虑未来的信用损失），同时还将考虑金融资产或金融负债合同各方之间支付或收取的、属于实际利率组成部分的各项收费、交易费用及折价或溢价等。

(3) 可供出售金融资产

包括初始确认时即被指定为可供出售的非衍生金融资产，以及除了以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产、贷款和应收款项、持有至到期投资以外的金融资产。

可供出售债务工具投资的期末成本按照其摊余成本法确定，即初始确认金额扣除已偿还的本金，加上或减去采用实际利率法将该初始确认金额与到期日金额之间的差额进行摊销形成的累计摊销额，并扣除已发生的减值损失后的金额。可供出售权益工具投资的期末成本为其初始取得成本。

可供出售金融资产采用公允价值进行后续计量，公允价值变动形成的利得或损失，除减值损失和外币货币性金融资产与摊余成本相关的汇兑差额计入当期损益外，确认为其他综合收益，在该金融资产终止确认时转出，计入当期损益。但是，在活跃市场中没有报价且其公允价值不能可靠计量的权益工具投资，以及与该权益工具挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生金融资产，按照成本进行后续计量。

可供出售金融资产持有期间取得的利息及被投资单位宣告发放的现金股利，计入投资收益。

3、金融资产减值

除了以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产外，本公司在每个资产负债表日对其他金融资产的账面价值进行检查，有客观证据表明金融资产发生减值的，计提减值准备。

本公司对单项金额重大的金融资产单独进行减值测试；对单项金额不重大的金融资产，单独进行减值测试或包括在具有类似信用风险特征的金融资产组合中进行减值测试。单独测试未发生减值的金融资产（包括单项金额重大和不重大的金融资产），包括在具有类似信用风险特征的金融资产组合中再进行减值测试。已单项确认减值损失的金融资产，不包括在具有类似信用风险特征的金融资产组合中进行减值测试。

(1) 持有至到期投资、贷款和应收款项减值

以成本或摊余成本计量的金融资产将其账面价值减记至预计未来现金流量

现值，减记金额确认为减值损失，计入当期损益。金融资产在确认减值损失后，如有客观证据表明该金融资产价值已恢复，且客观上与确认该损失后发生的事项有关，原确认的减值损失予以转回，金融资产转回减值损失后的账面价值不超过假定不计提减值准备情况下该金融资产在转回日的摊余成本。

(2) 可供出售金融资产减值

当综合相关因素判断可供出售权益工具投资公允价值下跌是严重或非暂时性下跌时，表明该可供出售权益工具投资发生减值。其中“严重下跌”是指公允价值下跌幅度累计超过 20%；“非暂时性下跌”是指公允价值连续下跌时间超过 12 个月，持续下跌期间的确定依据为连续下跌或在下跌趋势持续期间反弹上扬幅度低于 20%，反弹持续时间未超过 6 个月的均作为持续下跌期间。

可供出售金融资产发生减值时，将原计入其他综合收益的因公允价值下降形成的累计损失予以转出并计入当期损益，该转出的累计损失为该资产初始取得成本扣除已收回本金和已摊销金额、当前公允价值和原已计入损益的减值损失后的余额。

在确认减值损失后，期后如有客观证据表明该金融资产价值已恢复，且客观上与确认该损失后发生的事项有关，原确认的减值损失予以转回，可供出售权益工具投资的减值损失转回确认为其他综合收益，可供出售债务工具的减值损失转回计入当期损益。

在活跃市场中没有报价且其公允价值不能可靠计量的权益工具投资，或与该权益工具挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生金融资产的减值损失，不予转回。

4、金融资产转移的确认依据和计量方法

满足下列条件之一的金融资产，予以终止确认：（1）收取该金融资产现金流量的合同权利终止；（2）该金融资产已转移，且将金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬转移给转入方；（3）该金融资产已转移，虽然企业既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬，但是放弃了对该金融资产控制。

若企业既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬，且

未放弃对该金融资产的控制的，则按照继续涉入所转移金融资产的程度确认有关金融资产，并相应确认有关负债。继续涉入所转移金融资产的程度，是指该金融资产价值变动使企业面临的风险水平。

金融资产整体转移满足终止确认条件的，将所转移金融资产的账面价值及因转移而收到的对价与原计入其他综合收益的公允价值变动累计额之和的差额计入当期损益。

金融资产部分转移满足终止确认条件的，将所转移金融资产的账面价值在终止确认及未终止确认部分之间按其相对的公允价值进行分摊，并将因转移而收到的对价与应分摊至终止确认部分的原计入其他综合收益的公允价值变动累计额之和与分摊的前述账面金额之差额计入当期损益。

本公司对采用附追索权方式出售的金融资产，或将持有的金融资产背书转让，需确定该金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬是否已经转移。已将该金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬转移给转入方的，终止确认该金融资产；保留了金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，不终止确认该金融资产；既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，则继续判断企业是否对该资产保留了控制，并根据前面各段所述的原则进行会计处理。

（六）应收款项

应收款项包括应收账款、其他应收款等。

1、坏账准备的确认标准

本公司在资产负债表日对应收款项账面价值进行检查，对存在下列客观证据表明应收款项发生减值的，计提减值准备：（1）债务人发生严重的财务困难；（2）债务人违反合同条款（如偿付利息或本金发生违约或逾期等）；（3）债务人很可能倒闭或进行其他财务重组；（4）其他表明应收款项发生减值的客观依据。

2、坏账准备的计提方法

（1）单项金额重大并单项计提坏账准备的应收款项坏账准备的确认标准、计提方法

本公司将金额为人民币 100 万元以上的应收款项确认为单项金额重大的应收款项。

本公司对单项金额重大的应收款项单独进行减值测试，单独测试未发生减值的金融资产，包括在具有类似信用风险特征的金融资产组合中进行减值测试。单项测试已确认减值损失的应收款项，不再包括在具有类似信用风险特征的应收款项组合中进行减值测试。

(2) 按信用风险组合计提坏账准备的应收款项的确定依据、坏账准备计提方法

①信用风险特征组合的确定依据

本公司对单项金额不重大以及金额重大但单项测试未发生减值的应收款项，按信用风险特征的相似性和相关性对金融资产进行分组。这些信用风险通常反映债务人按照该等资产的合同条款偿还所有到期金额的能力，并且与被检查资产的未来现金流量测算相关。

不同组合的确定依据：

项目	确定组合的依据
账龄组合	以应收款项的账龄作为信用风险特征划分组合
个别认定组合	债务单位是否为关联企业及企业员工备用金、保证金

②根据信用风险特征组合确定的坏账准备计提方法

按组合方式实施减值测试时，坏账准备金额系根据应收款项组合结构及类似信用风险特征（债务人根据合同条款偿还欠款的能力）按历史损失经验及目前经济状况与预计应收款项组合中已经存在的损失评估确定。

不同组合计提坏账准备的计提方法：

项 目	计提方法
账龄组合	按照账龄分析法计提坏账准备
个别认定组合	对债务单位是关联企业及企业员工备用金、保证金性质的款项不计提坏账准备

组合中，采用账龄分析法计提坏账准备的组合计提方法

账 龄	应收账款计提比例（%）	其他应收计提比例（%）
1年以内（含1年，下同）	5	5
1-2年	10	10
2-3年	20	20
3-4年	30	30
4-5年	50	50
5年以上	100	100

（3）单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的应收款项

本公司对于单项金额虽不重大但具备以下特征的应收款项，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，计提坏账准备：与对方存在争议或涉及诉讼、仲裁的应收款项；已有明显迹象表明债务人很可能无法履行还款义务的应收款项。

3、坏账准备的转回

如有客观证据表明该应收款项价值已恢复，且客观上与确认该损失后发生的事项有关，原确认的减值损失予以转回，计入当期损益。但是，该转回后的账面价值不超过假定不计提减值准备情况下该应收款项在转回日的摊余成本。

（七）存货

1、存货的分类

本公司存货是指企业在日常活动中持有以备出售的产成品或商品、处在生产过程中的在产品、在生产过程或提供劳务过程中耗用的材料和物料等。包括原材料、委托加工物资、发出商品、自制半成品、库存商品等大类。

2、存货取得和发出的计价方法

存货在取得时按实际成本计价，存货成本包括采购成本、加工成本和其他成本。领用和发出时按加权平均法计价。存货发出采用月末一次加权平均法核算。

3、存货可变现净值的确认和跌价准备的计提方法

(1) 存货可变现净值的确定：

可变现净值是指在日常活动中，存货的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用以及相关税费后的金额。在确定存货的可变现净值时，以取得的确凿证据为基础，同时考虑持有存货的目的以及资产负债表日后事项的影响。

产成品、商品和用于出售的材料等直接用于出售的商品存货，以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值。需要经过加工的材料存货，以所生产的产品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值。为执行销售合同或者劳务合同而持有的存货，其可变现净值以合同价格为基础计算。若持有存货的数量多于销售合同订购数量的，超出部分的存货的可变现净值应当以一般销售价格为基础计算。

(2) 存货跌价准备的计提方法

资产负债表日，公司存货按照成本与可变现净值孰低计量。当其可变现净值低于成本时，提取存货跌价准备。

计提存货减值准备以后，如果以前减记存货价值的影响因素已经消失的，减记的金额予以恢复，并在原已计提的存货跌价准备金额内转回，转回的金额计入当期损益。

4、存货的盘存制度为永续盘存制

5、低值易耗品和包装物的摊销方法

低值易耗品于领用时按一次摊销法摊销；包装物于领用时按一次摊销法摊销。

(八) 长期股权投资

本部分所指的长期股权投资是指本公司对被投资单位具有控制、共同控制或

重大影响的长期股权投资。本公司对被投资单位不具有控制、共同控制或重大影响的长期股权投资，作为可供出售金融资产或以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产核算。

共同控制，是指本公司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。重大影响，是指本公司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。

1、投资成本的确定

对于同一控制下的企业合并取得的长期股权投资，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。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。通过多次交易分步取得同一控制下被合并方的股权，最终形成同一控制下企业合并的，应分别是否属于“一揽子交易”进行处理：属于“一揽子交易”的，将各项交易作为一项取得控制权的交易进行会计处理。不属于“一揽子交易”的，在合并日按照应享有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达到合并前的长期股权投资账面价值加上合并日进一步取得股份新支付对价的账面价值之和的差额，调整资本公积；资本公积不足冲减的，调整留存收益。

对于非同一控制下的企业合并取得的长期股权投资，在购买日按照合并成本作为长期股权投资的初始投资成本，合并成本包括包括购买方付出的资产、发生或承担的负债、发行的权益性证券的公允价值之和。通过多次交易分步取得被购买方的股权，最终形成非同一控制下的企业合并的，应分别是否属于“一揽子交易”进行处理：属于“一揽子交易”的，将各项交易作为一项取得控制权的交易

进行会计处理。不属于“一揽子交易”的，按照原持有被购买方的股权投资账面价值加上新增投资成本之和，作为改按成本法核算的长期股权投资的初始投资成本。原持有的股权采用权益法核算的，相关其他综合收益暂不进行会计处理。原持有股权投资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转入当期损益。

合并方或购买方为企业合并发生的审计、法律服务、评估咨询等中介费用以及其他相关管理费用，于发生时计入当期损益。

除企业合并形成的长期股权投资外的其他股权投资，按成本进行初始计量，该成本视长期股权投资取得方式的不同，分别按照本公司实际支付的现金购买价款、本公司发行的权益性证券的公允价值、投资合同或协议约定的价值、非货币性资产交换交易中换出资产的公允价值或原账面价值、该项长期股权投资自身的公允价值等方式确定。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也计入投资成本。对于因追加投资能够对被投资单位实施重大影响或实施共同控制但不构成控制的，长期股权投资成本为按照《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》确定的原持有股权投资的公允价值加上新增投资成本之和。

2、后续计量及损益确认方法

对被投资单位具有共同控制（构成共同经营者除外）或重大影响的长期股权投资，采用权益法核算。此外，公司财务报表采用成本法核算能够对被投资单位实施控制的长期股权投资。

（1）成本法核算的长期股权投资

采用成本法核算时，长期股权投资按初始投资成本计价，追加或收回投资调整长期股权投资的成本。除取得投资时实际支付的价款或者对价中包含的已宣告但尚未发放的现金股利或者利润外，当期投资收益按照享有被投资单位宣告发放的现金股利或利润确认。

（2）权益法核算的长期股权投资

采用权益法核算时，长期股权投资的初始投资成本大于投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值份额的，不调整长期股权投资的初始投资成本；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。

采用权益法核算时，按照应享有或应分担的被投资单位实现的净损益和其他综合收益的份额，分别确认投资收益和其他综合收益，同时调整长期股权投资的账面价值；按照被投资单位宣告分派的利润或现金股利计算应享有的部分，相应减少长期股权投资的账面价值；对于被投资单位除净损益、其他综合收益和利润分配以外所有者权益的其他变动，调整长期股权投资的账面价值并计入资本公积。在确认应享有被投资单位净损益的份额时，以取得投资时被投资单位各项可辨认资产等的公允价值为基础，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本公司不一致的，按照本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。对于本公司与联营企业及合营企业之间发生的交易，投出或出售的资产不构成业务的，未实现内部交易损益按照享有的比例计算归属于本公司的部分予以抵销，在此基础上确认投资损益。但本公司与被投资单位发生的未实现内部交易损失，属于所转让资产减值损失的，不予以抵销。本公司向合营企业或联营企业投出的资产构成业务的，投资方因此取得长期股权投资但未取得控制权的，以投出业务的公允价值作为新增长期股权投资的初始投资成本，初始投资成本与投出业务的账面价值之差，全额计入当期损益。本公司向合营企业或联营企业出售的资产构成业务的，取得的对价与业务的账面价值之差，全额计入当期损益。本公司自联营企业及合营企业购入的资产构成业务的，按《企业会计准则第 20 号——企业合并》的规定进行会计处理，全额确认与交易相关的利得或损失。

在确认应分担被投资单位发生的净亏损时，以长期股权投资的账面价值和其他实质上构成对被投资单位净投资的长期权益减记至零为限。此外，如本公司对被投资单位负有承担额外损失的义务，则按预计承担的义务确认预计负债，计入当期投资损失。被投资单位以后期间实现净利润的，本公司在收益分享额弥补未确认的亏损分担额后，恢复确认收益分享额。

(3) 收购少数股权

在编制合并财务报表时，因购买少数股权新增的长期股权投资与按照新增持

股比例计算应享有子公司自购买日（或合并日）开始持续计算的净资产份额之间的差额，调整资本公积，资本公积不足冲减的，调整留存收益。

（4）处置长期股权投资

在合并财务报表中，母公司在不丧失控制权的情况下部分处置对子公司的长期股权投资，处置价款与处置长期股权投资相对应享有子公司净资产的差额计入股东权益；母公司部分处置对子公司的长期股权投资导致丧失对子公司控制权的，按“合并财务报表编制的方法”中所述的相关会计政策处理。

其他情形下的长期股权投资处置，对于处置的股权，其账面价值与实际取得价款的差额，计入当期损益。

采用权益法核算的长期股权投资，处置后的剩余股权仍采用权益法核算的，在处置时将原计入股东权益的其他综合收益部分按相应的比例采用与被投资单位直接处置相关资产或负债相同的基础进行会计处理。因被投资方除净损益、其他综合收益和利润分配以外的其他所有者权益变动而确认的所有者权益，按比例结转入当期损益。

采用成本法核算的长期股权投资，处置后剩余股权仍采用成本法核算的，其在取得对被投资单位的控制之前因采用权益法核算或金融工具确认和计量准则核算而确认的其他综合收益，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，并按比例结转当期损益；因采用权益法核算而确认的被投资单位净资产中除净损益、其他综合收益和利润分配以外的其他所有者权益变动按比例结转当期损益。

本公司因处置部分股权投资丧失了对被投资单位的控制的，在编制个别财务报表时，处置后的剩余股权能够对被投资单位实施共同控制或施加重大影响的，改按权益法核算，并对该剩余股权视同自取得时即采用权益法核算进行调整；处置后的剩余股权不能对被投资单位实施共同控制或施加重大影响的，改按金融工具确认和计量准则的有关规定进行会计处理，其在丧失控制之日的公允价值与账面价值之间的差额计入当期损益。对于本公司取得对被投资单位的控制之前，因采用权益法核算或金融工具确认和计量准则核算而确认的其他综合收益，在丧失

对被投资单位控制时采用与被投资单位直接处置相关资产或负债相同的基础进行会计处理，因采用权益法核算而确认的被投资单位净资产中除净损益、其他综合收益和利润分配以外的其他所有者权益变动在丧失对被投资单位控制时结转计入当期损益。其中，处置后的剩余股权采用权益法核算的，其他综合收益和其他所有者权益按比例结转；处置后的剩余股权改按金融工具确认和计量准则进行会计处理的，其他综合收益和其他所有者权益全部结转。

本公司因处置部分股权投资丧失了对被投资单位的共同控制或重大影响的，处置后的剩余股权改按金融工具确认和计量准则核算，其在丧失共同控制或重大影响之日的公允价值与账面价值之间的差额计入当期损益。原股权投资因采用权益法核算而确认的其他综合收益，在终止采用权益法核算时采用与被投资单位直接处置相关资产或负债相同的基础进行会计处理，因被投资方除净损益、其他综合收益和利润分配以外的其他所有者权益变动而确认的所有者权益，在终止采用权益法时全部转入当期投资收益。

本公司通过多次交易分步处置对子公司股权投资直至丧失控制权，如果上述交易属于一揽子交易的，将各项交易作为一项处置子公司股权投资并丧失控制权的交易进行会计处理，在丧失控制权之前每一次处置价款与所处置的股权对应的长期股权投资账面价值之间的差额，先确认为其他综合收益，到丧失控制权时再一并转入丧失控制权的当期损益。

（九）固定资产

1、固定资产确认条件

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，使用寿命超过一个会计年度的有形资产。固定资产在同时满足下列条件时，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。

与固定资产有关的后续支出，符合上述确认条件的，计入固定资产成本；不

符合上述确认条件的，发生时计入当期损益。

2、各类固定资产的折旧方法

固定资产按成本并考虑预计弃置费用因素的影响进行初始计量。固定资产从达到预定可使用状态的次月起，采用年限平均法在使用寿命内计提折旧。各类固定资产的使用寿命、预计净残值和年折旧率如下：

类别	折旧方法	折旧年限（年）	残值率（%）	年折旧率（%）
房屋及建筑物	直线法	20	5	4.75
机器设备	直线法	5-10	5	19.00-9.50
运输设备	直线法	3-5	5	31.67-19.00
电子设备	直线法	5	5	19.00

预计净残值是指假定固定资产预计使用寿命已满并处于使用寿命终了时的预期状态，本公司目前从该项资产处置中获得的扣除预计处置费用后的金额。

3、固定资产的减值测试方法及减值准备计提方法

固定资产的减值测试方法和减值准备计提方法参见“长期资产减值”。

4、融资租入固定资产的认定依据及计价方法

融资租赁为实质上转移了与资产所有权有关的全部风险和报酬的租赁，其所有权最终可能转移，也可能不转移。以融资租赁方式租入的固定资产采用与自有固定资产一致的政策计提租赁资产折旧。能够合理确定租赁期届满时取得租赁资产所有权的在租赁资产使用寿命内计提折旧，无法合理确定租赁期届满能够取得租赁资产所有权的，在租赁期与租赁资产使用寿命两者中较短的期间内计提折旧。

5、其他说明

与固定资产有关的后续支出，如果与该固定资产有关的经济利益很可能流入且其成本能可靠地计量，则计入固定资产成本，并终止确认被替换部分的账面价值。除此以外的其他后续支出，在发生时计入当期损益。

当固定资产处于处置状态或预期通过使用或处置不能产生经济利益时，终止

确认该固定资产。固定资产出售、转让、报废或毁损的处置收入扣除其账面价值和相关税费后的差额计入当期损益。

本公司至少于年度终了对固定资产的使用寿命、预计净残值和折旧方法进行复核，如发生改变则作为会计估计变更处理。

（十）在建工程

在建工程成本按实际工程支出确定，包括在建期间发生的各项工程支出、工程达到预定可使用状态前的资本化的借款费用以及其他相关费用等。在建工程在达到预定可使用状态后结转为固定资产。

1、在建工程的分类

本公司在建工程以立项项目进行分类。

2、在建工程结转为固定资产的标准和时点

在建工程达到预定可使用状态时，按工程实际成本转入固定资产。已达到预定可使用状态但尚未办理竣工决算的，先按估计价值转入固定资产，待办理竣工决算后再按实际成本调整原暂估价值，但不再调整原已计提的折旧。

3、在建工程减值测试方法、减值准备计提方法

本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，应当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。

（十一）借款费用

借款费用包括借款利息、折价或溢价的摊销、辅助费用以及因外币借款而发生的汇兑差额等。可直接归属于符合资本化条件的资产的购建或者生产的借款费用，在资产支出已经发生、借款费用已经发生、为使资产达到预定可使用或可销售状态所必要的购建或生产活动已经开始时，开始资本化；构建或者生产的符合资本化条件的资产达到预定可使用状态或者可销售状态时，停止资本化。其余借款费用在发生当期确认为费用。

专门借款当期实际发生的利息费用，减去尚未动用的借款资金存入银行取得的利息收入或进行暂时性投资取得的投资收益后的金额予以资本化；一般借款根据累计资产支出超过专门借款部分的资产支出加权平均数乘以所占用一般借款的资本化率，确定资本化金额。资本化率根据一般借款的加权平均利率计算确定。

资本化期间内，外币专门借款的汇兑差额全部予以资本化；外币一般借款的汇兑差额计入当期损益。

符合资本化条件的资产指需要经过相当长时间的购建或者生产活动才能达到预定可使用或可销售状态的固定资产、投资性房地产和存货等资产。

如果符合资本化条件的资产在购建或生产过程中发生非正常中断、并且中断时间连续超过3个月的，暂停借款费用的资本化，直至资产的购建或生产活动重新开始。

（十二）无形资产

1、无形资产的计价方法

无形资产是指本公司拥有或者控制的没有实物形态的可辨认非货币性资产。

无形资产按成本进行初始计量。与无形资产有关的支出，如果相关的经济利益很可能流入本集团且其成本能可靠地计量，则计入无形资产成本。除此以外的其他项目的支出，在发生时计入当期损益。

取得的土地使用权通常作为无形资产核算。自行开发建造厂房等建筑物，相关的土地使用权支出和建筑物建造成本则分别作为无形资产和固定资产核算。如为外购的房屋及建筑物，则将有关价款在土地使用权和建筑物之间进行分配，难

以合理分配的，全部作为固定资产处理。

2、无形资产使用寿命及摊销

根据无形资产的合同性权利或其他法定权利、同行业情况、历史经验、相关专家论证等综合因素判断，能合理确定无形资产为公司带来经济利益期限的，作为使用寿命有限的无形资产；无法合理确定无形资产为公司带来经济利益期限的，视为使用寿命不确定的无形资产。

(1) 对使用寿命有限的无形资产，估计其使用寿命时通常考虑以下因素：
A 运用该资产生产的产品通常的寿命周期、可获得的类似资产使用寿命的信息；
B 技术、工艺等方面的现阶段情况及对未来发展趋势的估计；
C 以该资产生产的产品或提供劳务的市场需求情况；
D 现在或潜在的竞争者预期采取的行动；
E 为维持该资产带来经济利益能力的预期维护支出，以及公司预计支付有关支出的能力；
F 对该资产控制期限的相关法律规定或类似限制，如特许使用期、租赁期等；
G 与公司持有其他资产使用寿命的关联性等。

(2) 使用寿命有限的无形资产，在使用寿命内按照与该项无形资产有关的经济利益的预期实现方式系统合理地摊销，无法可靠确定预期实现方式的，采用直线法摊销。其中软件的使用寿命为 5 年，土地使用权的使用寿命为企业获得土地使用权证至土地使用权失效日。

期末，对使用寿命有限的无形资产的使用寿命和摊销方法进行复核，如发生变更则作为会计估计变更处理。

3、寿命不确定的无形资产的减值测试方法及减值准备计提方法

公司在每年年度终了对使用寿命不确定的无形资产的使用寿命进行复核，如果重新复核后仍为不确定的，应当在资产负债表日进行减值测试。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。

期末对使用寿命不确定的无形资产的使用寿命进行复核，如果有证据表明该无形资产为企业带来经济利益的期限是可预见的，则估计其使用寿命并按照使用寿命有限的无形资产的摊销政策进行摊销。

4、研究与开发支出

本公司内部研究开发项目的支出分为研究阶段支出与开发阶段支出。

研究阶段的支出，于发生时计入当期损益。

开发阶段的支出同时满足下列条件的，确认为无形资产，不能满足下述条件的开发阶段的支出计入当期损益：

(1) 完成该无形资产以使其能够使用或出售在技术上具有可行性；

(2) 具有完成该无形资产并使用或出售的意图；

(3) 无形资产产生经济利益的方式，包括能够证明运用该无形资产生产的产品存在市场或无形资产自身存在市场，无形资产将在内部使用的，能够证明其有用性；

(4) 有足够的技术、财务资源和其他资源支持，以完成该无形资产的开发，并有能力使用或出售该无形资产；

(5) 归属于该无形资产开发阶段的支出能够可靠地计量。

无法区分研究阶段支出和开发阶段支出的，将发生的研发支出全部计入当期损益。

(十三) 长期待摊费用

长期待摊费用为已经发生但应由报告期和以后各期负担的分摊期限在一年以上的各项费用。本公司的长期待摊费用主要包括厂房二次装修、景观改造直营

店装修以及代言费。长期待摊费用按实际支出入账，在预计受益期间按直线法摊销。

（十四）长期资产减值

对于固定资产、在建工程、使用寿命有限的无形资产、以成本模式计量的投资性房地产及对子公司、合营企业、联营企业的长期股权投资等非流动非金融资产，本公司于资产负债表日判断是否存在减值迹象。如存在减值迹象的，则估计其可收回金额，进行减值测试。商誉、使用寿命不确定的无形资产和尚未达到可使用状态的无形资产，无论是否存在减值迹象，每年均进行减值测试。

减值测试结果表明资产的可收回金额低于其账面价值的，按其差额计提减值准备并计入减值损失。可收回金额为资产的公允价值减去处置费用后的净额与资产预计未来现金流量的现值两者之间的较高者。资产的公允价值根据公平交易中销售协议价格确定；不存在销售协议但存在资产活跃市场的，公允价值按照该资产的买方出价确定；不存在销售协议和资产活跃市场的，则以可获取的最佳信息为基础估计资产的公允价值。处置费用包括与资产处置有关的法律费用、相关税费、搬运费以及为使资产达到可销售状态所发生的直接费用。资产预计未来现金流量的现值，按照资产在持续使用过程中和最终处置时所产生的预计未来现金流量，选择恰当的折现率对其进行折现后的金额加以确定。资产减值准备按单项资产为基础计算并确认，如果难以对单项资产的可收回金额进行估计的，以该资产所属的资产组确定资产组的可收回金额。资产组是能够独立产生现金流入的最小资产组合。

在财务报表中单独列示的商誉，在进行减值测试时，将商誉的账面价值分摊至预期从企业合并的协同效应中受益的资产组或资产组组合。测试结果表明包含分摊的商誉的资产组或资产组组合的可收回金额低于其账面价值的，确认相应的减值损失。减值损失金额先抵减分摊至该资产组或资产组组合的商誉的账面价值，再根据资产组或资产组组合中除商誉以外的其他各项资产的账面价值所占比重，按比例抵减其他各项资产的账面价值。

上述资产减值损失一经确认，以后期间不予转回价值得以恢复的部分。

（十五）职工薪酬

本公司职工薪酬主要包括短期职工薪酬、离职后福利、辞退福利。其中：

短期薪酬主要包括工资、奖金、津贴和补贴、职工福利费、医疗保险费、生育保险费、工伤保险费、住房公积金、工会经费和职工教育经费、非货币性福利等。本公司在职工为本公司提供服务的会计期间将实际发生的短期职工薪酬确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。其中非货币性福利按公允价值计量。

离职后福利主要包括设定提存计划。设定提存计划主要包括基本养老保险、失业保险，相应的应缴存金额于发生时计入相关资产成本或当期损益。

在职工劳动合同到期之前解除与职工的劳动关系，或为鼓励职工自愿接受裁减而提出给予补偿的建议，在本公司不能单方面撤回因解除劳动关系计划或裁减建议所提供的辞退福利时，和本公司确认与涉及支付辞退福利的重组相关的成本两者孰早日，确认辞退福利产生的职工薪酬负债，并计入当期损益。但辞退福利预期在年度报告期结束后十二个月不能完全支付的，按照其他长期职工薪酬处理。

职工内部退休计划采用上述辞退福利相同的原则处理。本公司将自职工停止提供服务日至正常退休日的期间拟支付的内退人员工资和缴纳的社会保险费等，在符合预计负债确认条件时，计入当期损益（辞退福利）。

本公司向职工提供的其他长期职工福利，符合设定提存计划的，按照设定提存计划进行会计处理，除此之外按照设定收益计划进行会计处理。

（十六）股份支付

1、股份支付的会计处理方法

股份支付是为了获取职工或其他方提供服务而授予权益工具或者承担以权益工具为基础确定的负债的交易。股份支付为以权益结算的股份支付。

用以换取职工提供的服务的权益结算的股份支付，以授予职工权益工具在授予日的公允价值计量。该公允价值的金额在完成等待期内的服务或达到规定业绩

条件才可行权的情况下，在等待期内以对可行权权益工具数量的最佳估计为基础，按直线法计算计入相关成本或费用/在授予后立即可行权时，在授予日计入相关成本或费用，相应增加资本公积。

在等待期内每个资产负债表日，本公司根据最新取得的可行权职工人数变动等后续信息做出最佳估计，修正预计可行权的权益工具数量。上述估计的影响计入当期相关成本或费用，并相应调整资本公积。

用以换取其他方服务的权益结算的股份支付，如果其他方服务的公允价值能够可靠计量，按照其他方服务在取得日的公允价值计量，如果其他方服务的公允价值不能可靠计量，但权益工具的公允价值能够可靠计量的，按照权益工具在服务取得日的公允价值计量，计入相关成本或费用，相应增加股东权益。

2、修改、终止股份支付计划的相关会计处理

本公司对股份支付计划进行修改时，若修改增加了所授予权益工具的公允价值，按照权益工具公允价值的增加相应确认取得服务的增加。权益工具公允价值的增加是指修改前后的权益工具在修改日的公允价值之间的差额。若修改减少了股份支付公允价值总额或采用了其他不利于职工的方式，则仍继续对取得的服务进行会计处理，视同该变更从未发生，除非本公司取消了部分或全部已授予的权益工具。

在等待期内，如果取消了授予的权益工具，本公司对取消所授予的权益性工具作为加速行权处理，将剩余等待期内应确认的金额立即计入当期损益，同时确认资本公积。职工或其他方能够选择满足非可行权条件但在等待期内未满足的，本公司将其作为授予权益工具的取消处理。

（十七）收入

1、收入确认原则和计量方法

本公司商品销售收入同时满足下列条件时才能予以确认：

- （1）本公司已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方；
- （2）本公司既没有保留通常与所有权相联系的继续管理权，也没有对已售

出的商品实施有效控制；

- (3) 收入的金额能够可靠地计量；
- (4) 相关的经济利益很可能流入企业；
- (5) 相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量。

2、商品销售收入

在已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给买方，既没有保留通常与所有权相联系的继续管理权，也没有对已售商品实施有效控制，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，确认商品销售收入的实现。

按上述收入确认时点进行收入确认，具体原则如下：

经销商收入确认：一种是经销商自行到公司仓库提货，主要风险和报酬发生转移的时点为取得经销商签收的发货确认单；一种是由公司通过经销商指定的物流公司发货给经销商的，根据双方合同约定或经销商出具的物流代收委托书等文件，公司在取得物流公司托运单或其签收的公司出库单时；销售收入金额已确定，并已收讫货款或预计可以收回货款；销售商品的成本能够可靠地计量。

工程客户收入确认：工程客户需要公司对产品进行安装，安装完成后，工程客户验收确认时；销售收入金额已确定，并已收讫货款或预计可以收回货款；销售商品的成本能够可靠地计量。

直营客户收入确认：通过公司或其控股子公司设立的直营店进行的销售。在收到客户的货款后，公司根据订单组织生产，生产完工后发送至客户现场，安装完成并验收合格后确认收入。

（十八）政府补助

政府补助是指本公司从政府无偿取得货币性资产和非货币性资产，不包括政府作为所有者投入的资本。政府补助分为与资产相关的政府补助和与收益相关的政府补助。

1、政府补助的确认条件

- (1) 企业能够满足政府补助所附条件；
- (2) 企业能够收到政府补助。

2、政府补助的类型及会计处理方法

(1) 与资产相关的政府补助，公司取得时确认为递延收益，自相关资产达到预定可使用状态时，在该资产使用寿命内平均分配，分次计入以后各期的损益。相关资产在使用寿命结束前被出售、转让、报废或发生毁损的，将尚未分配的递延收益余额一次性转入资产处置当期的损益。

(2) 与收益相关的政府补助，用于补偿公司以后期间的相关费用或损失的，取得时确认为递延收益，在确认相关费用的期间计入当期损益；用于补偿公司已发生的相关费用或损失的，取得时直接计入当期损益。

3、政府补助的计量

政府补助为货币性资产的，按照收到或应收的金额计量。政府补助为非货币性资产的，按照公允价值计量；公允价值不能可靠取得的，按照名义金额计量。

4、已确认的政府补助需要返还的，分别下列情况处理：

- (1) 存在相关递延收益的，冲减相关递延收益账面余额，超出部分计入当期损益。
- (2) 不存在相关递延收益的，直接计入当期损益。

(十九) 递延所得税资产/递延所得税负债

本公司采用资产负债表债务法对企业所得税进行核算。资产负债表日，对于当期和以前期间形成的当期所得税负债（或资产），以按照税法规定计算的预期应交纳（或返还）的所得税金额计量。计算当期所得税费用所依据的应纳税所得额系根据有关税法规定对本年度税前会计利润作相应调整后计算得出。

本公司根据资产、负债的账面价值与其计税基础之间的差额，按照预期收回该资产或清偿该负债期间的适用税率计算确认递延所得税资产或递延所得税负

债。

1、递延所得税资产的确认依据

(1) 本公司以很可能取得用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额为限，确认由可抵扣暂时性差异产生的递延所得税资产。但是同时具有下列特征的交易中因资产或负债的初始确认所产生的递延所得税资产不予确认：

- ① 该项交易不是企业合并；
- ② 交易发生时既不影响会计利润也不影响应纳税所得额(或可抵扣亏损)。

(2) 本公司对与子公司、联营公司及合营企业投资相关的可抵扣暂时性差异，同时满足下列条件的，确认相应的递延所得税资产：

- ① 暂时性差异在可预见的未来很可能转回；
- ② 未来很可能获得用来抵扣暂时性差异的应纳税所得额。

(3) 本公司对于能够结转以后年度的可抵扣亏损和税款抵减，以很可能获得用来抵扣可抵扣亏损和税款抵减的未来应纳税所得额为限，确认相应的递延所得税资产。

2、递延所得税负债的确认

除下列情况产生的递延所得税负债以外，本公司确认所有应纳税暂时性差异产生的递延所得税负债：

- (1) 商誉的初始确认

同时满足具有下列特征的交易中产生的资产或负债的初始确认：

- ② 该项交易不是企业合并；
- ② 交易发生时既不影响会计利润也不影响应纳税所得额（或可抵扣亏损）。

(2) 本公司对与子公司、联营公司及合营企业投资产生相关的应纳税暂时性差异，同时满足下列条件的：

- ① 投资企业能够控制暂时性差异的转回的时间；

②该暂时性差异在可预见的未来很可能不会转回。

3、资产负债表日，对递延所得税资产的账面价值进行复核，如果未来期间很可能无法获得足够的应纳税所得额用以抵扣递延所得税资产的利益，则减记递延所得税资产的账面价值。在很可能获得足够的应纳税所得额时，转回减记的金额。

4、所得税费用

所得税费用包括当期所得税和递延所得税。

除确认为其他综合收益或直接计入股东权益的交易和事项相关的当期所得税和递延所得税计入其他综合收益或股东权益，以及企业合并产生的递延所得税调整商誉的账面价值外，其余当期所得税和递延所得税费用或收益计入当期损益。

5、所得税的抵销

当拥有以净额结算的法定权利，且意图以净额结算或取得资产、清偿负债同时进行，本公司当期所得税资产及当期所得税负债以抵销后的净额列报。

当拥有以净额结算当期所得税资产及当期所得税负债的法定权利，且递延所得税资产及递延所得税负债是与同一税收征管部门对同一纳税主体征收的所得税相关或者是对不同的纳税主体相关，但在未来每一具有重要性的递延所得税资产及负债转回的期间内，涉及的纳税主体意图以净额结算当期所得税资产和负债或是同时取得资产、清偿负债时，本公司递延所得税资产及递延所得税负债以抵销后的净额列报。

（二十）主要会计政策、会计估计的变更

1、会计政策变更

（1）因执行新企业会计准则导致的会计政策变更

2014年初，财政部分别以财会[2014]6号、7号、8号、10号、11号、14号及16号发布了《企业会计准则第39号——公允价值计量》、《企业会计准则第

30号——财务报表列报（2014年修订）》、《企业会计准则第9号——职工薪酬（2014年修订）》、《企业会计准则第33号——合并财务报表（2014年修订）》、《企业会计准则第40号——合营安排》、《企业会计准则第2号——长期股权投资（2014年修订）》及《企业会计准则第41号——在其他主体中权益的披露》，要求自2014年7月1日起在所有执行企业会计准则的企业范围内施行，鼓励在境外上市的企业提前执行。同时，财政部以财会[2014]23号发布了《企业会计准则第37号——金融工具列报（2014年修订）》（以下简称“金融工具列报准则”），要求在2014年年度及以后期间的财务报告中按照该准则的要求对金融工具进行列报。

经本公司董事会决议通过，本公司于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，并根据各准则衔接要求进行了调整，对当期和列报前期财务报表项目及金额无实质影响。

（2）其他会计政策变更

本公司2016年6月29日召开董事会第六次会议，同意将存货的计量方法由实际成本法变更为标准成本法进行日常核算，每月末根据差异率进行差异分配，将标准成本调整为实际成本。存货计量方法改变属于会计政策变更，但是由于过去各期的存货种类繁多，价值很难再按标准成本重新计算，因此，确定该项会计政策变更对以前各期累计影响数并不切实可行，因而该项会计政策变更采用未来适用法进行会计处理。

2、会计估计变更

本公司无需要披露的会计估计变更。

（二十一）重大会计判断和估计

本公司在运用会计政策过程中，由于经营活动内在的不确定性，本公司需要对无法准确计量的报表项目的账面价值进行判断、估计和假设。这些判断、估计和假设是基于本公司管理层过去的历史经验，并在考虑其他相关因素的基础上做出的。这些判断、估计和假设会影响收入、费用、资产和负债的报告金额以及资

产负债表日或有负债的披露。然而，这些估计的不确定性所导致的结果可能造成对未来受影响的资产或负债的账面金额进行重大调整。

本公司对前述判断、估计和假设在持续经营的基础上进行定期复核，会计估计的变更仅影响变更当期的，其影响数在变更当期予以确认；既影响变更当期又影响未来期间的，其影响数在变更当期和未来期间予以确认。

于资产负债表日，本公司需对财务报表项目金额进行判断、估计和假设的重要领域如下：

1、坏账准备计提

本公司根据应收款项的会计政策，采用备抵法核算坏账损失。应收账款减值是基于评估应收账款的可收回性。鉴定应收账款减值要求管理层的判断和估计。实际的结果与原先估计的差异将在估计被改变的期间影响应收账款的账面价值及应收账款坏账准备的计提或转回。

2、存货跌价准备

本公司根据存货会计政策，按照成本与可变现净值孰低计量，对成本高于可变现净值及陈旧和滞销的存货，计提存货跌价准备。存货减值至可变现净值是基于评估存货的可售性及其可变现净值。鉴定存货减值要求管理层在取得确凿证据，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的基础上作出判断和估计。实际的结果与原先估计的差异将在估计被改变的期间影响存货的账面价值及存货跌价准备的计提或转回。

3、折旧和摊销

本公司对投资性房地产、固定资产和无形资产在考虑其残值后，在使用寿命内按直线法计提折旧和摊销。本公司定期复核使用寿命，以决定将计入每个报告期的折旧和摊销费用数额。使用寿命是本公司根据对同类资产的以往经验并结合预期的技术更新而确定的。如果以前的估计发生重大变化，则会在未来期间对折旧和摊销费用进行调整。

4、递延所得税资产

在很有可能有足够的应纳税利润来抵扣亏损的限度内，本公司就所有未利用的税务亏损确认递延所得税资产。这需要本公司管理层运用大量的判断来估计未来应纳税利润发生的时间和金额，结合纳税筹划策略，以决定应确认的递延所得税资产的金额。

5、所得税

本公司在正常的经营活动中，有部分交易其最终的税务处理和计算存在一定的不确定性。部分项目是否能够在税前列支需要税收主管机关的审批。如果这些税务事项的最终认定结果同最初估计的金额存在差异，则该差异将对其最终认定期间的当期所得税和递延所得税产生影响。

五、最近一年及一期内收购兼并情况

本公司最近一年及一期内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）的情况。

六、报告期内非经常性损益情况

报告期内，公司的非经常性损益情况如下表所示：

单位：万元

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
非流动资产处置损益，包括已计提资产减值准备的冲销部分	-45.40	-20.77	-13.85
计入当期损益的政府补助，但与企业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	138.67	221.23	61.52
除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外，持有交易性金融资产、交易性金融负债产生的公允价值变动损益，以及处置交易性金融资产、交易性金融负债和可供出售金融资产取得的投资收益	33.24	66.23	17.02
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-119.44	-32.86	262.81
其他符合非经常性损益定义的损益项目（股份支付）	-	-	-1,494.37
小计	7.07	233.83	-1,166.87

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
减：所得税影响额	24.14	48.40	93.52
非经常性损益净额	-17.07	185.43	-1,260.40
其中：少数股东损益	-	-	-
归属于母公司股东的非经常性损益净额	-17.07	185.43	-1,260.40
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	6,891.17	5,459.90	5,002.94

七、最近一期末主要固定资产情况

公司主要固定资产包括房屋建筑物、机器设备、运输工具、电子设备等，截至报告期末本公司拥有的固定资产情况具体如下：

项目	账面原值(万元)	累计折旧(万元)	减值准备(万元)	账面价值(万元)	净值率(%)
房屋及建筑物	10,584.60	1,812.77	-	8,771.84	82.87%
机器设备	9,790.13	2,135.04	-	7,655.09	78.19%
运输工具	585.10	396.01	-	189.09	32.32%
电子设备	721.45	254.15	-	467.30	64.77%
合计	21,681.28	4,597.96	-	17,083.32	78.79%

八、最近一期末长期股权投资情况

截至 2016 年 12 月末，公司无合并报表范围以外的长期股权投资。

九、最近一期末无形资产情况

截至 2016 年 12 月末，公司拥有的无形资产情况具体如下：

项目	账面原值(万元)	累计摊销(万元)	减值准备(万元)	账面价值(万元)	净值率(%)
土地使用权	1,005.42	201.77	-	803.65	79.93
软件	1,531.03	662.26	-	868.77	56.74
合计	2,536.45	864.03	-	1,672.42	65.94

十、最近一期末的主要债项

（一）短期借款

最近一期期末公司无短期借款。

（二）长期借款

最近一期期末公司无长期借款。

（三）其他非流动负债

报告期末公司无其他非流动负债。

（四）关联方余额

报告期末公司对关联方的主要债项余额情况请参见本招股说明书“第七节 同业竞争与关联交易”之“三、报告期内的关联交易”中的“（三）关联方往来余额”的相关内容。

十一、报告期各期末股东权益的情况

报告期各期末，本公司合并范围的股东权益情况如下表所示：

单位：万元

股东权益	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
股本	12,000.00	12,000.00	2,701.50
资本公积	6,801.73	6,801.73	1,777.55
盈余公积	1,204.34	543.77	1,014.08
未分配利润	10,394.54	4,918.84	8,625.88
归属于母公司股东权益合计	30,400.62	24,264.35	14,119.01
少数股东权益	2.54	-	-
股东权益合计	30,403.16	24,264.35	14,119.01

（一）股本

报告期内，本公司股本变动情况如下：

股东权益	2016.12.31 (万元)	2015.12.31 (万元)	2014.12.31 (万美元)
MIAO 女士	10,322.40	10,322.40	326.00
祥禾涌安	597.60	597.60	-
瑞起投资	585.60	585.60	18.505
开盛投资	494.40	494.40	15.595
我乐家具	-	-	-
合计	12,000.00	12,000.00	360.10

各报告期期末，发行人股本分别为 360.10 万美元、12,000 万元和 12,000 万元。2015 年发行人股本变动的主要原因系当年祥禾涌安投资入股，且公司整体变更设立股份有限公司，并以截至 2015 年 2 月 28 日经瑞华所（瑞华审字[2015]01710020 号审计报告）审计的净资产 18,801.73 万元，按 1: 0.6382 的比例折合股份 12,000 万股所致。

（二）资本公积

报告期内，本公司资本公积情况如下：

单位：万元

项目	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
股本/资本溢价	6,801.73	6,801.73	283.18
其他资本公积	-	-	1,494.37
合计	6,801.73	6,801.73	1,777.55

2015 年末资本公积较 2014 年末增加 5,024.18 万元，主要系股东祥禾涌安增资以及我乐制造整体变更设立股份公司所致。

（三）盈余公积

单位：万元

项目	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
法定盈余公积	1,204.34	543.77	1,014.08
任意盈余公积	-	-	-

项目	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
合计	1,204.34	543.77	1,014.08

各报告期期末,发行人盈余公积分别为 1,014.08 万元、543.77 万元和 1,204.34 万元,变动幅度分别为-46.38%和 121.48%。2015 年末发行人盈余公积减少主要系当年整体变更设立股份公司所致,2016 年末盈余公积增加主要系按净利润的 10%提取法定盈余公积金所致。

(四) 未分配利润

单位:万元

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
期初未分配利润金额	4,918.84	8,625.88	6,357.99
加:本期归属于母公司所有者净利润	6,874.10	5,645.33	3,742.54
减:提取盈余公积	660.57	581.13	374.65
应付普通股股利	737.83	-	1,100.00
转作股本的普通股股利	-	8,771.24	-
期末未分配利润	10,394.54	4,918.84	8,625.88

各报告期期末,发行人未分配利润分别为 8,625.88 万元,4,918.84 万元和 10,394.54 万元,变动幅度分别为-42.98%和 111.32%。2015 年末未分配减少主要系当年整体变更设立股份有限公司所致。

发行人分别于 2017 年 3 月 31 日和 2017 年 4 月 14 日召开第一届董事会第十次会议和 2017 年第二次临时股东大会,审议通过 2016 年利润分配方案,现金分红 960 万,本次利润分配已于 2017 年 4 月 17 日完成。

(五) 少数股东权益

2016 年末发行人存在少数股东权益 2.54 万元,系发行人控股子公司苏州想超家具有限责任公司的少数股东李晓松的权益金额。发行人 2016 年 11 月 3 日设立控股子公司苏州想超家具有限责任公司(简称“苏州想超”),其中发行人子公

司我乐定制持有苏州想超 90%的股权，自然人李晓松持有苏州想超 10%的股权。苏州想超的相关情况已于本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“七、发行人控股子公司、参股子公司简要情况”之“(三) 苏州想超”处披露。

十二、报告期内现金流量情况

报告期内，公司合并范围的现金流量情况如下表所示：

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	15,446.00	8,085.36	5,601.43
投资活动产生的现金流量净额	-9,868.92	-3,646.29	-4,853.09
筹资活动产生的现金流量净额	-768.96	-2,824.18	-631.02
现金及现金等价物净增加额	4,809.69	1,615.88	117.89

十三、或有事项、期后事项及其他重要事项

(一) 资产负债表日后事项

截至审计报告出具之日，公司无需要披露的资产负债表日后事项。

(二) 或有事项

2017 年 1 月 17 日，公司向南京市江宁区人民法院提起诉讼，就本公司与上海桑涂环保科技有限公司（以下简称“桑涂环保”）、刘成稳、刘全环保工程合同纠纷要求解除本公司与桑涂环保签订的《环保工程合同》；桑涂环保返还本公司货款 1,001,302 元；桑涂环保向本公司支付违约金 273,355.45 元（自 2015 年 9 月 9 日起至 2015 年 12 月 9 日，以人民币 1,001,302 元为准）；桑涂环保赔偿已交付部分货物不符合合同约定造成的损失 151,840 元；刘成稳、刘全对上述债务承担连带责任等。截至审计报告出具之日，本案已由南京市江宁区人民法院受理，案件正在审理过程中。

(三) 其他重要事项

公司全资子公司我乐定制于 2015 年 9 月 18 日取得南京市溧水区发展和改革

局《企业投资项目备案通知书》（溧发改审-1[2015]46号），在南京市溧水开发区投资建设。公司通过公开招拍挂形式购买土地并于2016年1月12日与南京市国土资源局溧水分局签订国有建设用地使用权出让合同。截止2016年4月我乐定制已经按照合同约定全额支付土地出让金20,799,024.00元。由于溧水经济开发区土地用地规划调整，2016年3月28日，本公司与南京市溧水经济开发区管委会签订补充协议，将原购买的土地进行整体置换，相关手续尚在办理中。详情参见本招股说明书“第六节 业务与技术”之“六、发行人主要固定资产和无形资产”之“（二）无形资产”之“2、土地使用权”。

十四、公司主要财务指标

报告期内，公司主要财务指标如下表所示：

编号	指标	2016.12.31/2016年度	2015.12.31/2015年度	2014.12.31/2014年度
1	资产负债率（合并）	38.87%	36.98%	58.75%
2	资产负债率（母公司）	36.52%	37.22%	58.74%
3	流动比率（倍）	1.18	1.32	1.01
4	速动比率（倍）	0.99	1.06	0.68
5	应收账款周转率（次/年）	18.55	15.39	14.20
6	存货周转率（次/年）	12.07	8.70	7.21
7	息税折旧摊销前利润（万元）	10,433.72	8,520.09	6,724.28
8	利息保障倍数（倍）	197.23	23.02	13.97
9	每股净资产（元/股）	2.53	2.02	-
10	每股经营活动产生的现金流量（元/股）	1.29	0.67	-
11	每股净现金流量（元/股）	0.401	0.135	-
12	无形资产（扣除土地使用权）占净资产的比例	2.86%	0.79%	1.23%

注：上述财务指标，若无特别说明，均以合并口径计算，计算各期每股指标时股数均取最近一期末股份公司股本数（12,000万股），具体计算公式如下：

- 1、资产负债率=总负债/总资产
- 2、流动比率=流动资产/流动负债

- 3、速动比率 = (流动资产 - 存货) / 流动负债
- 4、应收账款周转率 = 营业收入 / 应收账款平均余额
- 5、存货周转率 = 营业成本 / 存货平均余额
- 6、息税折旧摊销前利润 = 净利润 + 所得税 + 利息支出 + 折旧 + 摊销
- 7、利息保障倍数 = 息税前利润 / 利息费用 (含资本化利息支出)
- 8、每股净资产 = 期末归属于母公司股东权益 / 最近期末股本总额
- 9、每股经营活动的现金流量 = 经营活动产生的现金流量净额 / 最近期末股本总额
- 10、每股净现金流量 = 现金流量净额 / 最近期末股本总额
- 11、无形资产 (扣除土地使用权) 占净资产比例 = 无形资产 (扣除土地使用权) / 期末净资产

根据中国证监会《公开发行证券的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) 有关规定, 本公司的净资产收益率和每股收益如下:

指标	加权平均净资产收益率	每股收益 (元)	
		基本每股收益	稀释每股收益
2016 年度			
归属于公司普通股股东的净利润	25.32%	0.57	0.57
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	25.38%	0.57	0.57
2015 年度			
归属于公司普通股股东的净利润	26.80%	0.47	0.47
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	25.92%	0.46	0.46
2014 年度			
归属于公司普通股股东的净利润	32.78%	-	-
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	43.82%	-	-

十五、公司历次资产评估及验资情况

(一) 公司历次资产评估情况

公司委托具有从事“证券期货相关业务资产评估资格”(证书编号:

0100006003)的北京中和谊资产评估有限公司对截至 2015 年 1 月 31 日的公司净资产进行了评估。北京中和谊资产评估有限公司于 2015 年 4 月 12 日出具了中和宜评报字[2015]11038 号《评估报告书》，经其评估公司净资产为 23,079.46 万元。本次资产评估仅作为公司整体变更时折股参考，公司未根据评估结果进行账务处理。

(二) 公司历次验资情况

公司历次验资情况请参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“六、发行人历次验资情况即投入资产的计量属性”中“(一) 历次验资情况”的相关内容。

第十一节 管理层讨论与分析

本公司董事会提请投资者注意，以下讨论分析应该结合本公司经审计的财务报表及附注和本招股说明书披露的其他财务信息一并阅读。

若无特别说明，均以合并报表数据作为分析基础。

一、财务状况分析

(一) 资产状况分析

报告期内，公司资产结构如下：

项目	2016.12.31		2015.12.31		2014.12.31	
	金额(万元)	比例(%)	金额(万元)	比例(%)	金额(万元)	比例(%)
流动资产	22,288.25	44.81	18,843.98	48.94	16,442.53	48.04
非流动资产	27,450.38	55.19	19,659.79	51.06	17,784.51	51.96
资产总额	49,738.63	100.00	38,503.77	100.00	34,227.04	100.00

报告期内公司资产总额呈现出增长态势。2015年末及2016年末，公司资产总额分别较上期末分别增加12.50%和29.18%，其中，流动资产金额分别较上期末增加14.61%和18.28%，非流动资产金额分别较上期末增加10.54%和39.63%。

1、主要流动资产分析

报告期内，公司的流动资产结构如下：

项目	2016.12.31		2015.12.31		2014.12.31	
	金额(万元)	比例(%)	金额(万元)	比例(%)	金额(万元)	比例(%)
流动资产合计	22,288.25	100.00	18,843.98	100.00	16,442.53	100.00
其中：货币资金	9,094.51	40.80	4,940.95	26.22	2,834.44	17.24
应收票据	4,662.98	20.92	4,003.22	21.24	2,785.61	16.94
应收账款	3,245.15	14.56	3,453.88	18.33	3,589.43	21.83
预付账款	878.48	3.94	1,840.89	9.77	574.24	3.49
其他应收款	165.71	0.74	390.51	2.07	816.52	4.97

项目	2016.12.31		2015.12.31		2014.12.31	
	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)
存货	3,523.78	15.81	3,742.65	19.86	5,324.10	32.38
一年内到期的非流动资产	67.67	0.30	275.98	1.46	104.35	0.63
其他流动资产	649.96	2.92	195.91	1.04	413.85	2.52

(1) 货币资金

各报告期期末,发行人货币资金分别为 2,834.44 万元、4,940.95 万元、9,094.51 万元,变动幅度分别为 74.32%和 84.06%。各期末货币资金结构如下:

单位:万元

项目	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
库存现金	5.14	2.55	3.93
银行存款	9,081.87	4,274.77	2,657.50
其他货币资金	7.50	663.64	173.01
合计	9,094.51	4,940.95	2,834.44

各报告期期末,公司货币资金逐期增加,主要系随着公司规模扩大以及业绩的增长,经营现金流增加所致。

(2) 应收票据

各报告期期末,公司的应收票据分别为 2,785.61 万元、4,003.22 万元和 4,662.98 万元,变动幅度分别为 43.17%和 16.48%。公司的应收票据构成如下:

单位:万元

项目	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
银行承兑汇票	-	100.00	10.00
商业承兑汇票	4,662.98	3,903.22	2,775.61
合计	4,662.98	4,003.22	2,785.61

公司期末应收票据主要系公司大宗客户使用商业票据付款所致。报告期内,应收票据主要为应收大宗客户广州恒大材料设备有限公司票据。具体情况如下:

单位:万元

项目	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
应收广州恒大票据	4,584.49	2,998.09	2,775.61
应收非广州恒大大宗客户票据	78.50	1,005.12	10.00
应收票据合计	4,662.98	4,003.22	2,785.61

2015 年发行人应收票据增长幅度较大的主要原因系当年末应收大客户江苏中南建设集团股份有限公司票据所致，当年末应收江苏中南建设集团股份有限公司票据 875.37 万元。2016 年末发行人应收票据增长主要系应收广州恒大票据增长所致。

报告期内，发行人应收票据均在承兑期内完成承兑，未出现出票人破产等导致应收票据未来现金流低于其账面价值的情况，且截至 2016 年 12 月末，不存在因出票人未履约而将应收票据转至应收账款的情形。

(3) 应收账款

① 应收账款分类

公司应收账款分类情况如下：

单位：万元

账龄	2016.12.31		2015.12.31		2014.12.31	
	账面余额	坏账准备	账面余额	坏账准备	账面余额	坏账准备
单项金额重大并单独计提坏账准备的应收账款	-	-	-	-	-	-
按信用风险特征组合计提坏账准备的应收账款	3,582.65	337.49	3,708.85	254.97	3,814.76	225.33
其中：账龄组合	3,582.65	337.49	3,708.85	254.97	3,814.76	225.33
个别认定组合	-	-	-	-	-	-

② 应收账款余额变动分析

报告期内，公司应收账款与营业收入的变动趋势如下：

项目	2016.12.31/ 2016 年度	2015.12.31/ 2015 年度	2014.12.31/ 2014 年度
应收账款余额（万元）	3,582.65	3,708.85	3,814.76

项目	2016.12.31/ 2016 年度	2015.12.31/ 2015 年度	2014.12.31/ 2014 年度
营业收入（万元）	67,619.81	57,893.03	52,038.53
余额占营业收入比重	5.30%	6.41%	7.33%

报告期内，发行人应收账款按客户归类情况具体如下：

单位：万元

项目	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
应收大宗客户账款	2,981.80	3,427.41	3,663.31
应收经销商账款	521.68	281.44	151.45
应收外销客户账款	3.47	-	-
应收直营渠道客户账款	75.69	-	-
应收账款合计	3,582.65	3,708.85	3,814.76

公司除大宗客户和个别符合授信的经销商给予一定授信外，其他客户一般按“先款后货”的方式销售，故公司期末应收账款主要系应收大宗客户款项。2015年以来，公司主动优化对大宗客户的销售策略，报告期各期对大宗客户的销售有所降低，但因原对部分客户实现的销售款项尚未收回，故期末应收降低幅度小于各期大宗客户销售收入下降幅度。

③应收账款账龄分析

公司按账龄组合列示的应收账款账龄情况如下：

账龄	2016.12.31		2015.12.31		2014.12.31	
	余额 (万元)	比例 (%)	余额 (万元)	比例 (%)	余额 (万元)	比例 (%)
1 年以内	1,825.16	50.94	2,902.36	78.25	3,193.36	83.71
1 至 2 年	1,245.84	34.77	527.98	14.24	586.10	15.36
2 至 3 年	345.40	9.64	265.03	7.15	35.30	0.93
3 至 4 年	152.76	4.26	13.48	0.36	-	-
4 至 5 年	13.48	0.38	-	-	-	-
5 年以上	-	-	-	-	-	-
合计	3,582.65	100.00	3,708.85	100.00	3,814.76	100.00

公司按账龄组合计提应收账款的坏账准备计提情况如下：

账龄	计提坏账准备比例 (%)	2016.12.31		2015.12.31		2014.12.31	
		金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)
1 年以内	5	91.26	27.04	145.12	56.92	159.66	70.86
1 至 2 年	10	124.58	36.91	52.80	20.71	58.61	26.01
2 至 3 年	20	69.08	20.47	53.01	20.79	7.06	3.13
3 至 4 年	30	45.83	13.58	4.05	1.59	-	-
4 至 5 年	50	6.74	2.00	-	-	-	-
5 年以上	100	-	-	-	-	-	-
合计	-	337.49	100.00	254.97	100.00	225.34	100.00

截至 2016 年 12 月 31 日，公司应收账款账龄 50.94% 在一年以内。发行人应收账款主要为大宗客户渠道应收账款，一年以上应收账款占比持续增长，主要原因系部分大宗客户回款速度较慢。报告期内核销的应收账款较少，且公司已按照坏账政策计提了坏账准备。

④各期核销的应收账款

2014 年、2015 年和 2016 年，公司分别核销应收账款 61.54 万元、75.29 万元和 4.11 万元，主要系对部分已不合作经销商等无法收回的长期挂账款项。

⑤主要应收账款客户情况

截至 2016 年 12 月 31 日，公司应收账款前五名单位列示如下：

单位名称	款项性质	期末余额 (万元)	账龄	余额占比 (%)
广州恒大材料设备有限公司	货款	1,135.35	1 年以内	31.69
江苏中南建设集团股份有限公司	货款	331.58	1 年以内 66.94 万元， 1-2 年 261.23 万元，2-3 年 2.23 万元，3-4 年 1.18 万元	9.26
天津瑞湾投资发展有限公司(滨海君景湾)	货款	302.85	1 年以内 33.66 万元， 1-2 年 269.18 万元	8.45
绿地集团马鞍山置业有限公司(马鞍山绿地)	货款	256.91	1-2 年 27.25 万元，2-3 年 229.66 万元	7.17
南京卧龙湖置业有限公司	货款	156.99	1-2 年 156.99 万元	4.38

单位名称	款项性质	期末余额(万元)	账龄	余额占比(%)
小计		2,183.68	-	60.95

注：上表已对同一控制人控制的客户应收账款进行数据汇总：其中，应收“江苏中南建设集团股份有限公司”款项同时包含应收其控制的“常熟中南御景城房地产开发有限公司”、“苏州中南世纪城房地产开发有限公司”、“唐山中南国际旅游岛投资开发有限公司”、“昌江中南房地产开发有限公司款项”和“南通中显建材有限公司”等。

公司前五名客户应收账款占公司应收账款余额的 60.95%，上述部分客户期末应收款账龄较长，主要系部分公司项目决算周期较长所致。公司对期末应收账款均已根据会计政策相应计提坏账准备。

(4) 预付账款

公司预付账款账龄情况如下：

账龄	2016.12.31		2015.12.31		2014.12.31	
	余额(万元)	比例(%)	余额(万元)	比例(%)	余额(万元)	比例(%)
1年以内	842.90	95.95	1,827.37	99.27	535.48	93.25
1至2年	22.28	2.54	13.52	0.73	38.76	6.75
2至3年	13.30	1.51	-	-	-	-
3年以上	-	-	-	-	-	-
合计	878.48	100.00	1,840.89	100.00	574.24	100.00

报告期内公司预付账款主要为采购与生产经营相关产品预先支付给供应商的货款以及购买生产设备预付的款项。2015年末，发行人预付账款较高，主要原因是发行人因采购需求于2015年末向海蒂诗与德意电器支付采购货款所致：2015年末发行人合计向海蒂诗与德意电器支付695.26万元预付采购款。

截至2016年12月31日，公司期末预付账款中无持有本公司5%以上（含5%）股权的股东或其他关联方的欠款。

(5) 其他应收款

①其他应收款分类

报告期内公司其他应收款分类如下：

项目	2016.12.31		2015.12.31		2014.12.31	
	金额(万元)	比例(%)	金额(万元)	比例(%)	金额(万元)	比例(%)
按信用风险特征组合计提坏账准备的其他应收款	170.17	100.00	436.82	100.00	866.14	100.00
其中：账龄组合	66.89	39.31	334.12	76.49	655.10	75.63
个别认定组合	103.27	60.69	102.69	23.51	211.04	24.37

各报告期期末，发行人其他应收款余额分别为 866.14 万元、436.82 万元和 170.17 万元，变动幅度分别为-49.57%%和-61.04%。公司其他应收款主要为业务保证金、员工备用金以及活动费等。报告期各期末发行人其他应收款余额按性质分类情况如下：

单位：万元

项目	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
保证金	68.14	40.17	65.39
质保金	3.10	3.10	3.10
备用金	35.13	58.13	267.71
活动费	-	277.46	340.66
咨询费	-	-	62.34
其他	63.79	57.96	126.94
合计	170.17	436.82	866.14

报告期内，发行人对员工备用金使用进一步规范，各期末应收的备用金款项降幅较多；2014 年末和 2015 年末，应收的活动费主要系根据发行人与红星美凯龙总部签署的合作协议预付的战略联盟活动费，2016 年发行人与红星美凯龙的合作方式发生调整，活动费按次支付，故期末无预付的活动费。

②计提坏账准备的其他应收款按账龄组合列示情况

报告期内，公司按账龄列示计提坏账准备的其他应收款期末余额数据如下：

账龄	2016.12.31		2015.12.31		2014.12.31	
	金额(万元)	比例(%)	金额(万元)	比例(%)	金额(万元)	比例(%)

账龄	2016.12.31		2015.12.31		2014.12.31	
	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)
1 年以内	63.44	94.84	-	-	531.18	81.08
1 至 2 年	-	-	279.03	83.51	73.38	11.20
2 至 3 年	-	-	45.86	13.72	4.28	0.65
3 至 4 年	3.10	4.63	-	-	37.03	5.65
4 至 5 年	-	-	-	-	9.24	1.41
5 年以上	0.35	0.52	9.24	2.76	-	-
合计	66.89	100.00	334.12	100.00	655.10	100.00

③其他应收款的主要应收单位情况

截至 2016 年 12 月 31 日，公司其他应收账款前五名单位列示如下：

单位名称	款项性质	期末余额 (万元)	账龄	余额占比 (%)
杭州德意电器股份有限公司	保证金	20.00	5 年以上	11.75
苏州万达广场投资有限公司	保证金	18.49	1 年以内	10.87
陈婵	员工备用金	15.50	1 年以内	9.11
南京万达百货有限公司	保证金	12.00	1 年以内	7.05
江苏安邦广告有限公司	需收回的服务退款	9.80	1 年以内	5.76
小计		75.79		44.54

截至 2016 年 12 月末，公司其他应收款前五名占公司全部其他应收账款余额的 44.54%，主要系供应商、直营商场保证金及员工备用金等，发生坏账损失的风险较小。

(6) 存货

①报告期各期末本公司存货账面余额结构如下：

项目	2016.12.31		2015.12.31		2014.12.31	
	余额 (万元)	比例 (%)	余额 (万元)	比例 (%)	余额 (万元)	比例 (%)
原材料	954.32	26.86	797.05	21.18	744.77	13.99
在产品	53.49	1.51	17.56	0.47	561.89	10.55

项目	2016.12.31		2015.12.31		2014.12.31	
	余额 (万元)	比例 (%)	余额 (万元)	比例 (%)	余额 (万元)	比例 (%)
库存商品	2,059.32	57.96	1,685.46	44.80	2,049.04	38.49
发出商品	246.17	6.93	1,205.76	32.05	1,719.99	32.31
委托加工物资	226.34	6.37	56.76	1.51	129.14	2.43
自制半成品	13.15	0.37	-	-	119.27	2.24
合计	3,552.79	100.00	3,762.59	100.00	5,324.10	100.00

报告期各期末，发行人主要存货为库存商品、发出商品和原材料。2014 年末、2015 年末和 2016 年末，库存商品、发出商品和原材料合计占存货余额的比例分别为 84.78%、98.02%和 91.75%。

公司主营产品主要为定制产品，故期末库存商品主要为外购厨电、灶具等定制家具配套产品；公司发出商品主要为已销售出库至大宗客户处但尚未取得大宗客户验收单，从而未确认销售收入的产品。

2016 年末，发出商品减少较多主要是因为公司 2016 年末广州恒大订单已经全部验收，后续订单尚未签署所致。

2015 年末公司存货余额同比减少 29.33%，主要系在产品、库存商品、发出商品同比减少较多所致。在产品及库存商品的减少主要因为公司在 2016 年 1 月 1 日开始上线 SAP 系统并进行调试运行，故从 2015 年 12 月 18 日起，不再对新订单安排生产，并且对供应商的采购也相应进行了延期，所以导致 2015 年末公司在产品及库存商品均减少较多。当期末，发出商品同比减少 514.23 万元，主要系公司为了防范风险，主动控制工程业务规模所致。

②存货跌价准备计提情况

报告期各期末，公司存货跌价准备如下表所示：

单位：万元

项目	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
存货余额	3,552.79	3,762.59	5,324.10
减：存货跌价准备	29.01	19.95	-

项目	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
存货净额	3,523.78	3,742.64	5,324.10

(7) 一年内到期的非流动资产

各报告期期末，发行人一年内到期的非流动资产分别为 104.35 万元、275.98 万元和 67.67 万元，变动幅度分别为 164.48%和-75.48%。发行人一年内到期的非流动资产为一年到期的长期应收款与一年内到期的长期待摊费用：

单位：万元

项目	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
一年内到期的长期应收款	-	21.56	42.68
一年内到期的长期待摊费用	67.67	254.42	61.67
合计	67.67	275.98	104.35

2015 年末，发行人一年内到期的长期待摊费用较多，主要系一年内到期的二期厂房再装修费摊销增加所致。

(8) 其他流动资产

各报告期期末，发行人其他流动资产分别为 413.85 万元、195.91 万元和 649.96 万元，变动幅度分别为-52.66%、231.76%。发行人其他流动资产主要系广告支出、软件维护费等短期待摊资产以及待抵扣进项税等。发行人其他流动资产明细如下：

单位：万元

项目	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
广告支出	231.93	188.08	324.75
待抵扣进项税额	333.21	-	-
软件维护费	32.86	-	-
财产保险费	17.41	7.83	6.60
样板间展示费	13.64	-	-
贷款承诺费	-	-	82.50
物业费	10.85	-	-
预缴个人所得税	0.00046		

项目	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
平台服务费	7.67		
租金	2.38	-	-
合计	649.96	195.91	413.85

广告支出主要系发行人根据合同约定的广告发布期限等可于一年内摊销但尚未摊销完毕的户外立柱或高炮、高铁或机场灯箱等已支付广告费；财产保险费主要系发行人为确保财产安全就其厂房、设备、存货等购置的财产安全责任险，尚待在后续一定期限内继续摊销的已支付保险费。

2016年末其他流动资产中的待抵扣进项税额 333.21 万元，主要系一方面发行人 2016 年开始推广的全屋定制业务，经销商渠道的销售主要由全资子公司我乐定制负责，故发行人与我乐定制之间存在购销关系，由于发行人期末销售给我乐定制的部分货物于 12 月 31 日尚未完成发票开具，使得我乐定制当期末存在较高的留抵待扣进项税额；一方面系发行人直营店对外销售业务因税务层面增值税缴纳时点（收讫销售款项时）早于发行人收入确认时点（验收完成时），从而存在一定的待抵扣进项税。2016 年其他流动资产中的软件维护费，主要系发行人按照合同约定已支付的将于 2017 年摊销的 SAP 软件许可使用费和维护费用；样板间展示费主要系发行人为销售推广在小区样板间展示样品待摊费用；物业费主要系发行人为进驻小区推广业务与对方物业管理公司达成合作，约定发行人于一定期限内在其小区内经营发行人产品，期末尚待摊销的费用；平台服务费主要系发行人为产品推广，约定服务提供商在一定期限内为发行人提供推广平台并收取相关费用，期末尚待摊销的费用；租金主要系我乐定制期末为推进溧水项目工程建设，于一定期限内租赁变压器尚待摊销的费用。

2、主要非流动资产分析

报告期内，公司的非流动资产结构如下：

项目	2016.12.31		2015.12.31		2014.12.31	
	金额(万元)	比例 (%)	金额(万元)	比例 (%)	金额(万元)	比例 (%)
非流动资产合计	27,450.38	100.00	19,659.79	100.00	17,784.51	100.00

项目	2016.12.31		2015.12.31		2014.12.31	
	金额(万元)	比例 (%)	金额(万元)	比例 (%)	金额(万元)	比例 (%)
其中:长期应收款	-	-	-	-	13.81	0.08
固定资产	18,721.70	68.20	16,919.86	86.06	14,827.45	83.37
在建工程	1,127.11	4.11	763.48	3.88	1,610.65	9.06
无形资产	1,672.42	6.09	1,015.37	5.16	1,019.67	5.73
开发支出	102.64	0.37	492.31	2.50	-	-
长期待摊费用	1,987.21	7.24	419.09	2.13	236.89	1.33
递延所得税资产	120.18	0.44	49.66	0.25	76.05	0.43
其他非流动资产	3,719.13	13.55	-	-	-	-

(1) 长期应收款

2014 年末，公司长期应收款余额主要为分期收款处置机器设备形成的应收款项。2015 年末、2016 年末无长期应收款。

(2) 固定资产

公司固定资产主要为房屋及建筑物和机器设备，截至 2016 年 12 月 31 日，固定资产平均成新率 77.31%。报告期各期末，公司固定资产情况如下：

项目	2016.12.31			2015.12.31			2014.12.31		
	账面原值 (万元)	累计折旧 (万元)	账面价值 (万元)	账面原值 (万元)	累计折旧 (万元)	账面价值 (万元)	账面原值 (万元)	累计折旧 (万元)	账面价值 (万元)
房屋及建筑物	11,118.58	2,128.95	8,989.64	10,584.60	1,561.38	9,023.22	9,386.33	1,071.54	8,314.79
机器设备	11,537.23	2,640.67	8,896.56	9,096.82	1,880.09	7,216.73	7,289.95	1,235.25	6,054.70
运输工具	607.94	409.06	198.88	571.12	360.68	210.44	663.86	389.90	273.97
电子设备	951.24	314.62	636.62	657.19	187.73	469.47	389.45	205.46	184.00
合计	24,214.98	5,493.29	18,721.70	20,909.74	3,989.88	16,919.86	17,729.59	2,902.15	14,827.45

报告期内，发行人固定资产逐年增加，主要是为了满足经营规模持续增长的需求，发行人不断扩大生产规模所致。

(3) 在建工程

各报告期期末，发行人在建工程分别为 1,610.65 万元、763.48 万元和 1,127.11 万元，变动幅度为-52.60%，47.63%。公司在建工程情况如下：

单位：万元

项目	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
房屋建筑物		-	584.94
机器设备	705.47	682.63	939.37
其他零星工程			86.34
SAP 服务器硬件设备		54.25	
数据中心机房建设工程	11.75		
全屋定制智能家居系统项目	409.89	26.60	
合计	1,127.11	763.48	1,610.65

公司的在建工程主要包括在建房屋建筑物以及需要开发和装配的设备等，2014 年末公司在建工程余额较高，主要系公司三期厂房以及配套机器设备尚未完工部分的建设支出；2015 年末在建工程下降幅度较大的主要原因系发行人三期厂房剩余部分完工验收，当年转入固定资产所致；2016 年末在建工程增加主要系发行人募集资金投资项目全屋定制智能家居系统项目开始投建所致。

(4) 无形资产

公司无形资产主要包括土地使用权和办公软件。截至 2016 年 12 月 31 日，公司无形资产情况如下：

项目	账面原值 (万元)	累计摊销 (万元)	减值准备 (万元)	账面价值 (万元)	账面价值 /原值(%)	分类占比 (%)
土地使用权	1,005.42	201.77	-	803.65	79.93%	39.64
软件	1,531.03	662.26	-	868.77	56.74%	60.36
合计	2,536.45	864.03	-	1,672.42	65.94%	100.00

各报告期期末，发行人无形资产分别为 1,019.67 万元、1,015.37 万元和 1,672.42 万元。变动幅度为-0.42%，64.71%。各期末无形资产账面原值和账面净值情况如下：

项目	2016 年 12 月 31 日		2015 年 12 月 31 日		2014 年 12 月 31 日	
	账面原值 (万元)	账面净值 (万元)	账面原值 (万元)	账面净值 (万元)	账面原值 (万元)	账面净值 (万元)
土地使用权	1,005.42	803.65	1,005.42	823.96	1,005.42	846.01
软件	1,531.03	868.77	615.40	191.41	515.92	173.66

项目	2016年12月31日		2015年12月31日		2014年12月31日	
	账面原值 (万元)	账面净值 (万元)	账面原值 (万元)	账面净值 (万元)	账面原值 (万元)	账面净值 (万元)
合计	2,536.45	1,672.42	1,620.82	1,015.37	1,521.33	1,019.67

报告期内 2016 年末，发行人无形资产金额增长较多，主要系当年增加软件金额增加 915.63 万元所致，其中 105.83 万元系软件购置费，809.80 万元系当年 SAP 软件实施费、泛微协同实施费、泛微系统二次开发等软件开发支出转入所致。

(5) 开发支出

报告期内 2014 年末无开发支出，2015 年末、2016 年末无形资产分别为 492.31 万元、102.64 万元。2016 年末公司开发支出主要为 ERP 实施项目及泛微系统二次开发项目以及其他项目相关软件的使用费。2015 年、2016 年公司开发支出明细如下：

2015 年开发支出明细：

单位：万元

项目	期初余额	本期增加		本期减少		期末余额
		内部开发支出	外部开发支出	确认为无形资产	转入当期损益	
SAP 软件实施费	-	-	429.50	-	-	429.50
泛微协同实施费	-	-	30.77	-	-	30.77
微信服务号	-	-	21.71	-	-	21.71
云家居管理软件	-	-	10.33	-	-	10.33
合计	-	-	492.31	-	-	492.31

2016 年开发支出明细：

单位：万元

项目	期初余额	本期增加		本期减少		期末余额
		内部开发支出	外部开发支出	确认为无形资产	转入当期损益	
SAP 软件实施费	429.50	-	254.29	683.80	-	-
泛微协同实施费	30.77	-	20.51	51.28	-	-
微信服务号	21.71	-	-	21.71	-	-

项目	期初余额	本期增加		本期减少		期末余额
		内部开发支出	外部开发支出	确认为无形资产	转入当期损益	
云家居管理软件	10.33	-	8.72	19.05	-	-
想超 ERP 实施项目	-	-	53.77	-	-	53.77
泛微系统二次开发	-	-	64.15	33.96	-	30.18
CRM 微+项目	-	-	18.68	-	-	18.68
合计	492.31	-	420.12	809.80	-	102.64

2016 年末开发支出减少的主要原因系 SAP 软件、泛微协同项目等软件开发支出 809.80 万元转入无形资产所致。

发行人各开发支出项目主要经如下流程：前期论证→立项→调研→招投标→签署合同→蓝图设计→项目实施→开发论证→成果验收→交付使用→后期维护等。发行人自前期论证至立项以及后续推进均依据公司制度以及内部审批程序，并按项目建立台账。

研究阶段主要系从项目立项至与相关服务提供方签署软件购买协议以及咨询服务协议。主要内容为向相关服务提供方发送项目竞标邀请函，根据多家服务方提供的项目方案进行内部论证，并进行外部调研、考察，最终确定项目实施方、方案以及合作方，签署软件购买协议及咨询服务协议。对于该阶段发生的费用直接予以费用化处理。

开发阶段主要系发行人与相关服务提供方签署软件购买以及咨询服务协议后至该项目实施完毕。主要内容为服务提供方相关人员在发行人现场开发、设计、安装、调试软件产品，最终达到软件、系统成功上线运行的状态。对于该阶段发生的费用则在符合资本化条件下予以资本化，并于完成后转为无形资产按适用的摊销期开始摊销。

报告期内，发行人各开发支出项目立项、合同以及实施文件等完整，资本化时点、相关支出等满足《企业会计准则第 6 号-无形资产》第二章第九条的相关条件。

(6) 长期待摊费用

各报告期期末，长期待摊费用分别为 236.89 万元、419.09 万元和 1,987.21 万元，变动幅度为 76.92%、374.17%。2015 年末长期待摊费用增长主要系二期厂房再装修费增长所致；2016 年末长期待摊费用增长较多主要系发行人与高圆圆签订代言协议，增加待摊销代言费 943.40 万元所致，以及万达店面装修款、办公室装修费及宿舍改造费等待摊费用。各期末长期待摊费用明细如下：

单位：万元

项目	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
太平洋财产保险	2.42	6.89	11.24
三期临时设施费	6.17	16.76	27.34
自行车棚	2.70	5.65	8.59
2-3 号楼人行连廊	7.56	12.89	-
二期厂房再装修费	368.22	608.85	212.65
厂房观景费	6.21	22.47	38.73
高审咨询费	12.58	-	-
万达店面装修款	193.08	-	-
代言费	943.40	-	-
宿舍改造费	175.19	-	-
办公室装修费	254.33	-	-
二期工厂店二楼设计装修费	83.02	-	-
合计	2,054.88	673.51	298.56
减少：一年内到期的非流动资产	67.67	254.42	61.67
合计	1,987.21	419.09	236.89

(7) 递延所得税资产

公司递延所得税资产主要由资产减值准备、递延收益、未实现销售损益及固定资产折旧年限差异等所致。

各报告期期末，发行人递延所得税资产分别为 76.05 万元、49.66 万元和 120.18 万元，变动幅度为-34.69%、141.98%。2015 年末递延所得税资产下降主要系资产减值准备减少所致；2016 年末递延所得税资产增长较多主要系当年收到的与资产相关的政府补助形成的递延收益所致：

单位：万元

项目	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
未确认融资收益	-	0.26	2.38
资产减值准备	57.03	48.18	66.62
固定资产折旧年限差异	-	1.22	5.05
递延收益	63.15	-	-
合计	120.18	49.66	76.05

(8) 其他非流动资产

各报告期 2014 年末、2015 年末，发行人无其他非流动资产，2016 年末发行人其他非流动资产金额为 3,719.13 万元。2016 年末公司其他非流动资产主要是预付土地出让金及预付设备款：

项目	金额（万元）
预付土地出让金	2,079.90
预付工程款	15.86
预付设备款	1,623.37
合计	3,719.13

预付土地出让金系发行人子公司我乐定制为取得募集资金投资项目用地所支付的土地出让金，发行人已于 2016 年 4 月按照合同约定全额支付土地出让金 2,079.90 万元，但由于土地置换事宜，截至 2016 年 12 月 31 日，发行人尚未取得相关土地的土地使用权证，故形成其他非流动资产。相关土地置换事宜已于本招股说明书“第六节 业务与技术”之“六、发行人主要固定资产和无形资产”之“(二) 无形资产”之“2、土地使用权”处进行了详细披露。

预付设备款主要系发行人 2016 年 12 月 8 日与金田豪迈（上海）贸易有限公司签订设备购置合同，并预付部分设备款项形成。

(二) 负债的结构分析

报告期内，公司主要债项情况如下：

项目	2016.12.31		2015.12.31		2014.12.31	
	金额(万元)	比例(%)	金额(万元)	比例(%)	金额(万元)	比例(%)

项目	2016.12.31		2015.12.31		2014.12.31	
	金额(万元)	比例(%)	金额(万元)	比例(%)	金额(万元)	比例(%)
流动负债合计	18,914.47	97.82	14,239.42	100.00	16,358.02	81.35
应付票据	-	-	1,104.79	7.76	253.35	1.26
应付账款	5,704.46	29.50	4,915.41	34.52	4,017.33	19.98
预收账款	5,468.40	28.28	2,911.46	20.45	3,243.37	16.13
应付职工薪酬	1,185.21	6.13	795.13	5.58	401.68	2.00
应交税费	1,370.33	7.09	1,051.09	7.38	1,835.40	9.13
应付股利	-	-	-	-	1,024.54	5.10
其他应付款	5,186.06	26.82	3,461.54	24.31	3,332.35	16.57
一年内到期的非流动负债	-	-	-	-	2,250.00	11.19
非流动负债合计	421.00	2.18	-	-	3,750.00	18.65
长期借款	-	-	-	-	3,750.00	18.65
递延收益	421.00	2.18	-	-	-	-
负债总计	19,335.47	100.00	14,239.42	100.00	20,108.02	100.00

1、主要流动负债分析

(1) 短期借款

报告期各期末，公司无短期借款。

(2) 应付票据

各报告期期末，发行人应付票据分别为 253.35 万元、1,104.79 万元和 0 元，变动幅度分别为 336.07%和-100.00%。各期末应付票据种类如下：

单位：万元

票据种类	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
商业承兑汇票	-	-	-
银行承兑汇票	-	1,104.79	253.35
合计	-	1,104.79	253.35

2014 年末，发行人应付票据主要为应付广告费；2015 年末，发行人应付票据均系支付供应商货款形成。

2015 年末，公司应付票据较 2014 年增加较多，主要由于公司 2014 年以及

2015 年为满足销售需求，购置了一定的固定资产、无形资产及其他非流动资产，资金支出较高，占用了公司的流动资金。因此，公司与招商银行签署授信协议，招商银行为公司提供一定额度的授信，且主要资金使用方式即委托银行直接在授信额度内向供应商代为支付货款，银行以银行承兑汇票的方式予以支付。2015 年末公司未到期承兑的应付票据较多，故期末应付票据余额较高。

2016 年，随着公司大宗客户业务战略调整的实施以及公司收入的增长，公司资金周转情况良好，故为降低财务费用，2016 年 5 月后未再使用票据支付供应商货款，故期末不再有应付票据余额。

(3) 应付账款

公司的应付账款主要为应付货款，报告期内，公司期末应付账款呈增长趋势主要系随着公司销售规模的扩大，采购需求相应增加所致。

截至 2016 年 12 月 31 日，公司应付账款金额前五名单位如下：

名称	金额（万元）	占比（%）	款项性质
广东必图新材料科技股份有限公司	583.33	10.23	货款
叶集合和人造板有限公司	302.64	5.31	货款
河南宁丰木业有限公司	243.85	4.27	货款
南京木立方装饰材料有限公司	216.88	3.80	货款
中山市新田五金有限公司	209.51	3.67	货款
小计	1,556.21	27.28	

①应付账款及应付票据情况

公司应付账款以及应付票据主要为应付供应商货款，报告期各期末，发行人应付账款及应付票据、采购情况如下：

科目	2016 年末/2016 年		2015 年末/2015 年		2014 年末/2014 年
	期末余额（万元）	变动幅度（%）	期末余额（万元）	变动幅度（%）	期末余额（万元）
应付账款	5,704.46	16.05	4,915.41	22.36	4,017.33

科目	2016 年末/2016 年		2015 年末/2015 年		2014 年末/2014 年
	期末余额 (万元)	变动幅度 (%)	期末余额 (万元)	变动幅度 (%)	期末余额 (万元)
应付票据	0.00	-100.00	1,104.79	336.07	253.35
小计	5,704.46	-5.24	6,020.20	40.97	4,270.68
采购总额	38,507.22	15.77	33,262.74	9.62	30,343.07

②应付票据和应付账款变动的的原因

报告期各期末，公司应付账款逐年增加，主要受公司采购规模增加的影响。同时，随着公司采购规模的增加以及与供应商合作的深入，供应商提供给公司更为优惠的授信条件。

2015 年末，公司应付票据较 2014 年增加较多，主要由于公司 2014 年以及 2015 年为满足销售需求，购置了一定的固定资产、无形资产及其他非流动资产，使得资金支出较高；且虽公司已于 2015 年开始调整优化大宗客户业务渠道，但由于大宗客户业务从签约到执行有一定的时间滞后，故 2015 年公司仍执行了较多大宗客户业务，而大宗客户业务大部分货款回款集中于交货安装验收后，因其验收结算周期较长，亦占用了公司的流动资金。基于此，公司加大了对银行授信额度的使用，且主要资金使用方式即在授信额度内向银行申请开具票据支付供应商货款。2015 年末公司未到期承兑的应付票据较多，故期末应付票据余额较高。

2016 年，随着公司大宗客户业务战略调整的实施以及公司收入的增长，公司资金周转情况良好，故为降低财务费用，2016 年 5 月后未再使用票据支付供应商货款，故期末不再有应付票据余额。

③应付账款和应付票据合理性说明

报告期各期末，公司应付账款对方多为发行人主要供应商，且根据发行人与主要供应商签署合同中对授信的约定，以及发行人实际采购情况，发行人期末应付主要供应商款项符合双方约定，且与采购规模匹配。

2014 年末，发行人应付票据主要为应付南京永达户外传媒有限公司的广告款，2015 年末，发行人应付票据金额为均系支付供应商货款形成，发行人均已于票据到期时及时向银行支付相关款项，无违约行为，亦无任何关于应付票据相关的争议或纠纷。

④同行业公司的应付情况对比分析

发行人报告期各期末应付账款与应付票据情况以及其占营业成本比例情况如下：

公司名称	2016/12/31				2015/12/31				2014/12/31			
	应付账款 (万元)	应付票据 (万元)	营业成本 (万元)	应付票据 和应付账 款合计占 营业成本 比 (%)	应付账款 (万元)	应付票据 (万元)	营业成本 (万元)	应付票据 和应付账 款合计占 营业成本 比 (%)	应付账款 (万元)	应付票据 (万元)	营业成本 (万元)	应付票据 和应付账 款合计占 营业成本 比 (%)
欧派集团	47,254.89	21,637.72	452,680.88	15.22	40,404.57	16,774.92	383,262.50	14.92	26,070.84	20,746.07	340,975.72	13.73
皮阿诺	12,455.50	1,098.00	39,175.19	34.60	8,473.80	-	29,999.19	28.25	4,515.39	-	30,076.61	15.01
金牌厨柜	-	-	-	-	17,503.38	6,147.10	52,221.08	45.29	10,528.46	4,998.17	43,392.22	35.78
志邦厨柜	-	-	-	-	12,207.22	7,699.91	73,985.04	26.91	10,779.51	3,536.00	64,957.66	22.04
尚品宅配	38,330.93	0.00	216,640.39	17.69	25,362.46	-	169,962.60	14.92	16,788.86	-	105,508.34	15.91
索菲亚	-	-	-	-	22,737.95	-	198,775.52	11.44	13,858.73	-	147,890.58	9.37
曲美家居	-	-	-	-	9,167.33	-	78,357.10	11.70	7,048.31	-	69,470.74	10.15
平均	32,680.44	7,578.57	236,165.49	17.05	19,408.10	4,374.56	140,937.57	16.87	12,798.58	4,182.89	114,610.27	14.82
我乐家居	5,707.46	-	44,142.83	12.92	4,915.41	1,104.79	39,525.01	15.23	4,017.33	253.35	34,258.69	12.47

发行人报告期各期末应付账款、应付票据合计占营业成本的比例介于各可比公司之间，低于行业平均值，与欧派集团较为接近。

(4) 预收账款

2014 年末、2015 年末及 2016 年末，公司预收账款余额分别为 3,243.37 万元、2,911.46 万元及 5,468.40 万元，分别占当期期末负债总额的 16.13%、20.45% 及 28.28%。

发行人产品主要为定制化产品，主要收款模式为先款后货模式，2016 年末预收账款金额较高的主要原因是：一方面 2016 年发行人新增直营销售模式，该模式下发行人需为终端消费者安装完毕并经过验收后才确认销售收入，销售周期与经销商模式相比较长，故年末预收账款增加；另一方面，随着发行人销售规模不断扩大，公司预收账款规模亦不断扩大。

(5) 应付职工薪酬

发行人各期末应付职工薪酬分别为 401.68 万元，795.13 万元和 1,185.21 万元，变动幅度分别为 97.95% 和 49.06%。各期末应付职工薪酬增长速度较快的主要原因系：一方面随发行人经营规模不断扩大，员工人数增长较快，2014 年末、2015 年末、2016 年末发行人在册员工人数分别为 700 人、915 人和 1,042 人，增长幅度分别为 30.71% 和 13.77%；另一方面，发行人在报告期内不断提供员工社保、公积金缴纳比例，2014 年末发行人员工社保、公积金缴纳比例分别为 64.15% 和 45.24%，2015 年末发行人员工社保、公积金缴纳比例分别为 91.91% 和 89.51%，而截至 2016 年末发行人员工社保、公积金缴纳比例分别达 95.11% 和 90.40%。

项目	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
在册员工总数（人）	1,042	915	700
社保缴纳比例	95.11%	91.91%	64.15%
公积金缴纳比例	90.40%	89.51%	45.24%

因此，发行人各期末应付职工薪酬的增长主要系员工人数不断增加及员工社保及公积金缴纳比例不断提升所致。

(6) 应交税费

各报告期末发行人应交税费分别为 1,835.40 万元、1,051.09 万元和 1,370.33 万元，变动幅度分别为-42.73%和 30.37%。各期末应交税费明细如下：

单位：万元

票据种类	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
增值税	534.57	757.02	864.17
企业所得税	700.17	141.89	832.51
个人所得税	18.30	27.83	9.64
城市维护建设税	48.33	53.43	59.69
教育费附加	21.26	22.90	27.36
地方教育费附加	14.17	15.27	15.28
房产税	24.94	24.25	21.16
土地使用税	5.59	5.59	5.59
印花税	3.00	2.90	-
合计	1,370.33	1,051.09	1,835.40

2015 年末发行人应交税费较 2014 年末下降幅度较大主要系应交企业所得税减少。2015 年发行人所得税费用降低的主要原因系发行人 2015 年经江苏省科学技术厅、江苏省财政厅、江苏省国家税务局、江苏省地方税务局批准认定为高新技术企业并颁发高新技术企业证书（证书编号：GR201532002948）。2015-2017 年度公司享受高新技术企业减按 15% 的税率征收企业所得税。而 2016 年发行人所得税费用增长主要系当期利润总额增长较多所致。

报告期内，发行人纳税申报与会计核算相关内容具体如下表：

单位：万元

年度	税种	应交税金账面数	纳税申报表 应交税金	差异金额	差异原因	已交税金账面数	纳税申报表 已交税金数	差异金额	差异原因
2016 年度	应交增值税	3,961.93	4,440.84	-478.91	A	4,517.59	4,494.89	22.70	B
	应交所得税	1,448.85	1,374.61	74.24	C	890.57	562.71	327.84	D
2015 年度	应交增值税	3,801.74	3,811.15	-9.41	E	3,908.89	3,908.89	-	-
	应交所得税	1,049.91	921.41	128.50	F	1,740.53	1,101.19	639.34	G
2014 年度	应交增值税	2,780.62	2,774.11	6.51	H	2,803.24	2,803.24	-	-
	应交所得税	1,582.58	1,582.58	-	I	1,817.07	1,707.26	109.81	I

注：2016 年因尚未汇算清缴，故使用预缴纳税申报表数据。

上述差异原因具体如下：

A. 其中 292.75 万元差异是因为发行人 2016 年末销售给我乐定制的部分货物于 12 月 31 日尚未开票，我乐定制已入账未认证；其中 140.87 万元差异为预缴增值税，系子公司优仙美橱负责直营渠道业务，需按照预收账款预缴增值税。

B. 补缴以前年度增值税 22.63 万。

C. 2016 年退回 2015 年多预缴所得税 189.77 万元；税审所得税汇算清缴调整-116.4 万元。

D. 2016 年预缴纳税申报表全年累计已交税金数系前三季度已交税金合计数，故存在第四季度发行人实际预缴所得税差异。

E. 补缴以前年度增值税。

F. 退回 2014 年多预缴所得税 128.50 万元。

G. 由于汇算清缴纳税申报表已交税金为上年度第四季度与当年前三季度合计已交税金，2015 年第四季度缴纳所得税为 317.86 万元，2014 年第四季度缴纳所得税 957.21 万元，故产生差异 639.34 万元。

H. 2013 年末存在少量已入账未认证进项税，故 2014 年出现差异。

I. 2014 年第四季度缴纳所得税为 957.21 万元，2013 年第四季度所得税为 1,067.02 万元，故产生差异 109.81 万元。

(7) 应付股利

2014 年末发行人应付股利余额 1,024.54 万元，2015 年、2016 年末均为 0 元。主要系 2014 年 11 月 30 日经我乐制造董事会审议通过向股东分配利润 1,100 万元，当年末相应股利尚未支付形成。

(8) 其他应付款

各报告期期末发行人其他应付款分别为 3,332.35 万元、3,461.54 万元和 5,186.06 万元，增长幅度分别为 3.88%和 49.82%。发行人其他应付款逐年增长，主要原因系随着销售规模及采购规模的增加，客户保证金、供应商质保金、预提

费用相应增加。其中，预提费用主要包括预提广告费、预提水电费、预提加工费等。其他应付款主要情况如下：

单位：万元

项目	2016 年末	2015 年末	2014 年末
客户保证金	3,066.93	2,418.27	2,140.96
供应商质保金	820.40	548.34	460.18
预提费用	362.61	249.93	395.44
基建保证金	500.00	-	-
其他	436.12	245.00	335.78
合计	5,186.06	3,461.54	3,332.35

2016 年末发行人其他应付款金额增长较快主要系客户保证金及供应商质保金增长较快所致。

(9) 一年内到期的非流动负债

2014 年末，公司一年内到期的非流动负债为 2,250.00 万元，系一年内到期的长期借款。2015 年末、2016 年末公司无一年到期的非流动负债。

2、主要非流动负债分析

(1) 长期借款

2014 年末，公司长期借款金额为 3,750 万元，系与中国工商银行股份有限公司南京新港支行 2013 年签署的借款合同取得的项目借款。2015 年末、2016 年末，公司无长期借款。

(2) 递延收益

2016 年末公司递延收益金额为 421 万元，主要系收到的与资产相关的政府补助：

单位：万元

项目	年初余额	本期新增补助金额	本期计入营业外收入金额	年末余额	与资产相关/与收益相关
升级引导资金	-	130.00	13.00	117.00	与资产相关
智能制造、技术专项资金补助	-	100.00	5.00	95.00	与资产相关

项目	年初余额	本期新增补助金额	本期计入营业外收入金额	年末余额	与资产相关/与收益相关
新兴产业转型升级技术改造项目-厨柜及衣柜扩产项目	-	120.00	6.00	114.00	与资产相关
智能工厂建设补助-2016 年智能工厂建设计划项目	-	100.00	5.00	95.00	与资产相关
合计	-	450.00	29.00	421.00	-

（三）偿债能力分析

公司的主要偿债指标如下表所示：

财务指标	2016.12.31/ 2016 年度	2015.12.31/ 2015 年度	2014.12.31/ 2014 年度
流动比率（倍）	1.18	1.32	1.01
速动比率（倍）	0.99	1.06	0.68
资产负债率（合并）（%）	38.87	36.98	58.75
息税折旧摊销前利润（万元）	10,433.72	8,520.09	6,724.28
利息保障倍数（倍）	197.23	23.02	13.97

注：上表财务指标的计算公式请参见本招股说明书“第十节财务会计信息”之“十四、主要财务指标”的相关内容。

报告期内，公司流动比率及速动比率整体呈上升趋势，2015 年相对较高；资产负债率总体呈下降趋势，2016 年略高于 2015 年；利息保障倍数不断增长。

流动比率与速动比率整体呈上升趋势的主要系公司规模及业绩持续增长，现金流状况不断改善所致。2016 年公司流动比率及速动比率较 2015 年有所下降，主要是因为公司 2016 年开设直营销售渠道，预收款项增多，同时当年其他应付款等增加较多使得流动负债金额有所增加，而流动资产增加额低于流动负债增加额，故使得当年流动比率及速动比率较 2015 年略有下降。

资产负债率报告期内总体呈下降趋势主要原因系一方面 2015 年公司获得了股权投资款，所有者权益金额增加较多，另一方面系随着公司盈利能力增强，现金流状况不断好转，削减了银行借款所致。

利息保障倍数报告期内不断增长，主要原因为：2014 年以前，随着公司销售规模的扩大以及厂房等项目建设的推进，银行贷款呈现上升趋势，虽然 2014

年息税前利润维持较高水平，但由于利息费用的较高，利息保障倍数较低。2015年以来，随着公司经营规模扩大，盈利能力增强，一方面息税前净利润持续增长，另一方面削减了银行借款，利息费用较2014年有所下降，导致利息保障倍数上升。2016年利息保障倍数继续上升，主要系公司息税前净利润增长，而利息费用继续下降所致。

公司信誉良好，具有良好的银行资信，多年来一直保持良好的偿债信用记录，无逾期偿还银行借款本金及利息的情况。

公司的主要偿债指标和同行业上市公司相比较的情况如下表所示：

1、流动比率和速动比率

项目	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
同行业可比公司流动比率一览			
欧派集团	0.87	0.81	0.83
金牌厨柜	-	0.73	0.81
皮阿诺	1.55	1.50	1.41
尚品宅配	0.92	0.91	1.08
曲美家居	-	3.80	2.03
索菲亚	-	2.21	3.64
志邦厨柜	-	1.13	1.15
上述公司平均值	1.11	1.59	1.57
本公司	1.18	1.32	1.01
同行业可比公司速动比率一览			
欧派集团	0.57	0.56	0.63
金牌厨柜	-	0.51	0.52
皮阿诺	1.36	1.31	1.18
尚品宅配	0.70	0.60	0.72
曲美家居	-	3.18	1.36
索菲亚	-	1.91	3.30
志邦厨柜	-	0.94	0.99
上述公司平均值	0.88	1.29	1.24

项目	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
本公司	0.99	1.06	0.68

注：欧派集团、金牌厨柜、皮阿诺、尚品宅配的数据来源于其预披露的招股说明书，曲美家居和索菲亚的数据来源于其公告文件。

与同行业可比公司相比，公司流动比率、速动比率略优于欧派集团和金牌厨柜，与尚品宅配、志邦厨柜较为接近，较曲美家居和索菲亚偏低；随着发行人经营规模的不断扩大，报告期内发行人流动比率与速动比率整体呈上升趋势，2016与可比公司平均水平较为接近，偿债能力不断提升。

2、资产负债率

同行业可比公司资产负债率（合并）一览			
项目	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
欧派集团	48.04%	50.64%	54.70%
金牌厨柜	-	73.93%	70.35%
皮阿诺	40.99%	39.49%	37.88%
尚品宅配	61.19%	61.69%	58.73%
曲美家居	-	17.71%	34.31%
索菲亚	-	23.18%	17.84%
志邦厨柜	-	49.78%	51.12%
上述公司平均值	50.07%	45.20%	46.42%
本公司	38.87%	36.98%	58.75%

注：欧派集团、金牌厨柜、皮阿诺、尚品宅配的数据来源于其预披露的招股说明书，曲美家居和索菲亚的数据来源于其公告文件。

报告期内发行人资产负债率与皮阿诺较为接近，略低于同行业可比公司平均值。2014年发行人资产负债率较高，主要原因为发行人前期融资渠道有限，为了支持经营规模的持续增长，2014年通过银行借款获得部分资金，2015年及2016年随着发行人盈利能力提升，经营现金流不断改善，公司逐步调整资产及负债结构，削减了银行借款，因此资产负债率较低，偿债能力较好。

未来随公司经营规模和盈利能力的持续提升，以及募集资金的到位，公司的偿债能力指标有望进一步改善。

索菲亚于 2011 年 4 月发行上市，募集资金 11.61 亿元，故报告期各期末流动比率、速动比率和资产负债率指标优于本公司及同行业可比公司；曲美家居于 2015 年 4 月发行上市，募集资金 5.08 亿元，故 2015 年和 2016 年上半年偿债指标明显提升。

（四）资产周转能力分析

报告期内，公司资产周转天数指标如下表所示：

财务指标	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
应收账款周转天数（天）	19.41	23.39	25.35
存货周转天数（天）	29.83	41.38	49.94
总资产周转天数（天）	234.90	226.13	212.81

1、应收账款周转能力分析

同行业可比公司应收账款周转天数（天）一览			
项目	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
欧派集团	5.99	5.50	7.44
金牌厨柜	-	3.68	7.75
皮阿诺	26.52	29.30	21.99
尚品宅配	0.24	0.40	0.79
曲美股份	-	7.95	9.07
索菲亚	-	8.31	9.10
志邦厨柜	-	25.53	17.92
上述公司平均值	10.92	11.52	10.58
本公司	19.41	23.39	25.35

注 1：应收账款周转天数计算中，年末周转天数为 $360 \div [\text{营业收入} \div (\text{期初应收账款余额} + \text{年末应收账款余额}) \times 2]$ 。

报告期内，发行人应收账款主要系应收大宗客户账款。根据发行人信用政策，经销商渠道下，通常经销商在下订单前应向发行人支付全部货款，无授信额度及授信期，部分合作较好的经销商在开设新店时，发行人会予以少量授信。大宗客户渠道下，客户付款条件及时间则根据合同约定确定，通常在下订单前、货物到

达功底现场、验收合格后等时点，分批按约定比例支付货款。直销渠道下，客户在与公司签订合同时，必须支付全部货款，无授信额度及授信期。

报告期内发行人应收账款周转率与同行业可比公司存在差异的主要原因系各企业销售渠道占比存在差异。同行业可比公司大宗客户渠道/工程渠道销售占比如下：

同行业可比公司大宗客户渠道/工程销售渠道占比			
项目	2016年	2015年	2014年
欧派集团	8.15	8.41	7.94
金牌厨柜	-	5.78	7.73
皮阿诺	13.37	8.38	8.8
尚品宅配	-	-	-
曲美家居	-		
索菲亚	-		
志邦厨柜	-	13.22	15.41
上述公司平均值	10.76	8.95	9.97
本公司	8.96	13.42	16.08

注 1：索菲亚与曲美家居报告期内未披露大宗客户销售渠道占比。

注 2：部分企业未披露 2016 年数据故未做对比。

报告期内发行人应收账款周转率与皮阿诺、志邦厨柜较为接近，比可比公司平均应收账款周转率较低，主要原因在于发行人大宗客户渠道销售占比较高：与公司销售收入规模较为接近的金牌厨柜、皮阿诺，报告期内大宗客户/工程销售渠道收入占比均不到 9%，而发行人 2014 年、2015 年大宗客户销售渠道收入占比则分别为 16.08%与 13.42%；志邦厨柜 2014 年、2015 年大宗客户渠道销售占比与发行人较为接近，因此应收账款周转率亦较为接近。大宗客户渠道销售占比较高导致发行人营业收入中应收账款占比相对较高，因此应收账款周转率偏低。

2014 年以来，公司不断优化大宗客户销售渠道，逐步减少与中小型房地产企业的合作，保留知名度高、信誉较高的优质客户，同时加强了应收账款管理，因此报告期内发行人应收账款周转率不断好转。

由于报告期内发行人应收账款主要系应收大宗客户账款，客户信誉相对较好，期后回款情况良好，公司亦已根据坏账计提政策计提了坏账准备，且报告期内各年核销的应收账款较少，因此发行人坏账准备的计提充足。

2、存货周转能力分析

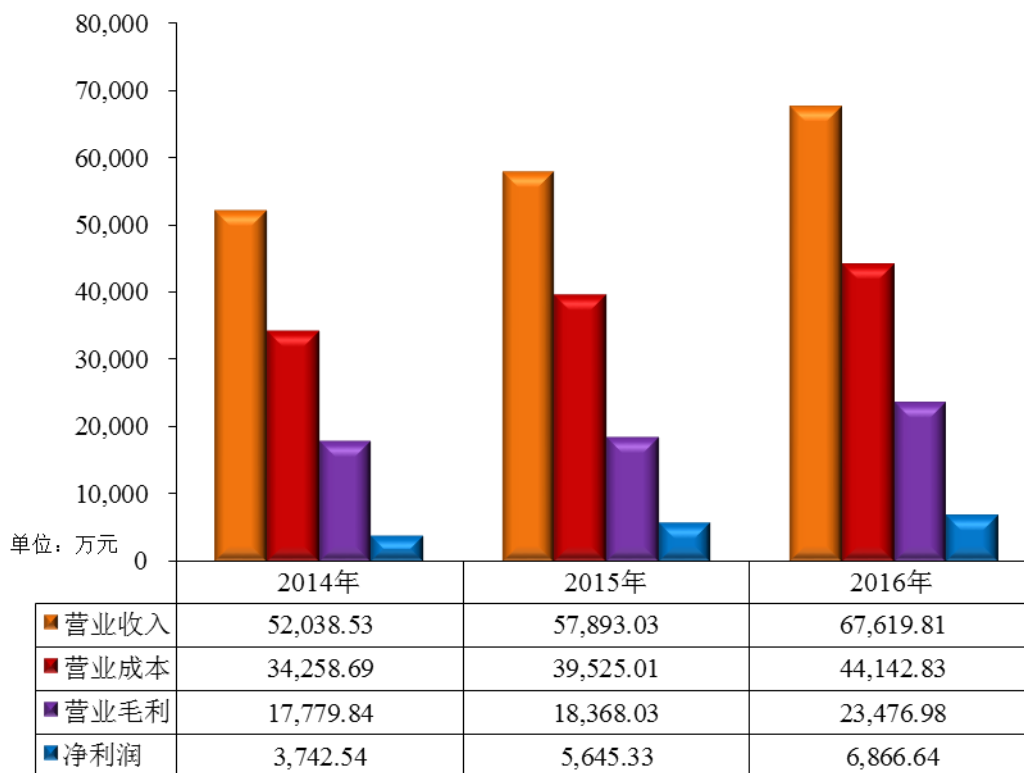
同行业可比公司存货周转天数（天）一览			
项目	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
欧派集团	49.19	39.55	37.71
金牌厨柜	-	71.72	78.47
皮阿诺	38.45	40.53	39.93
尚品宅配	50.60	58.57	73.59
曲美股份	-	59.36	58.04
索菲亚	-	31.86	34.54
志邦厨柜	-	39.57	43.58
上述公司平均值	46.08	48.74	52.27
本公司	29.83	41.38	49.94

注 1：存货周转天数计算中，年末周转天数为 $360/[\text{营业成本} \div (\text{期初存货余额} + \text{期末存货余额}) \times 2]$ 。

报告期内，公司存货周转天数与皮阿诺、索菲亚较为接近，短于可比公司平均周转天数，且公司存货周转能力在报告期内持续提升，主要由于公司重视供应链管理，存货管理水平较为优良。

二、盈利能力分析

报告期内，本公司营业收入、营业毛利及净利润的情况如下：



（一）收入分析

1、营业收入变动

报告期内，公司营业收入总体呈上升态势，营业收入如下表所示：

单位：万元

项目	2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	金额	增幅	金额	增幅	金额	增幅
主营业务收入	67,597.45	16.77%	57,889.25	11.24%	52,038.53	11.27%
其他业务收入	22.36	491.06%	3.78	-	-	-
合计	67,619.81	16.80%	57,893.03	11.25%	52,038.53	11.27%

2015 年度及 2016 年，公司其他业务收入主要为出租房屋收取的租赁费，以及提供安装服务收取的安装费。

2、主营业务收入的构成

（1）主营业务收入的产品构成

报告期内，公司的产品主要分为整体橱柜、定制衣柜和全屋定制家具。

报告期内主营业务收入的产品构成如下：

项目	2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	收入（万元）	比例（%）	收入（万元）	比例（%）	收入（万元）	比例（%）
整体厨柜	54,684.33	80.90	55,223.08	95.39	51,312.32	98.60
定制衣柜	5,446.63	8.06	2,666.17	4.61	726.21	1.40
全屋定制	7,466.49	11.05	-	-	-	-
合计	67,597.45	100.00	57,889.25	100.00	52,038.53	100.00

报告期内，公司营业收入 99% 以上均来自主营业务收入，主营业务突出。公司主营业务收入来自主营业务产品整体厨柜、定制衣柜和全屋定制家具的销售。

报告期内公司营业收入逐年增长，主要原因如下：

①整体市场需求增长快速

随着城镇化进程加快以及居民可支配收入持续增长，人们消费理念不断升级，对家居健康环保、美观舒适以及个性化需求逐步提升，公司设计及品质优势得到消费者认可。同时家庭为提升生活品质、改善居住环境，二次装修市场需求亦逐步凸显，进一步推动公司所在行业发展。

②公司品牌市场知名度及认知度有效提升

报告期内公司加大品牌推广力度，“我乐”品牌深入“中国好声音”以及“舌尖上的中国”等热播节目广告时段，同时，公司还构筑广播、报刊、互联网、户外等多层次推广平台，使得公司品牌知名度和认知度得以有效提升。

③营销升级、产能扩张，销售提升

公司秉承“设计让家更美，科技让美实现”的理念和使命，抓住市场发展机遇，利用公司品牌、设计、品质等优势，一方面进一步积极布局营销网络，另一方面不断升级经销店面并加强对经销商的培训等以提升消费体验，截至 2016 年 12 月 31 日，公司经销店面已覆盖近 700 个城市。同时，公司于 2013 年开始进行产能升级扩张，引进先进生产线，为销售的快速提升提供产能支持。

(2) 主营业务收入的区域分布

报告期内，公司主营业务收入的区域分布如下：

项目	2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	收入 (万元)	比例 (%)	收入 (万元)	比例 (%)	收入 (万元)	比例 (%)
境内	67,564.98	99.95	57,889.25	100.00	52,038.53	100.00
境外	32.47	0.05	-	-	-	-
合计	67,597.45	100.00	57,889.25	100.00	52,038.53	100.00

报告期内，公司在 2016 年存在少量外销，主要系公司全屋定制家具产品实现海外销售。

(3) 主营业务收入的渠道分布

报告期内，公司的销售渠道主要有经销渠道、大宗客户渠道、外销渠道和直营渠道，其中经销渠道为公司的主要销售渠道，报告期各年收入占比最大。报告期内，各销售渠道的收入情况如下：

销售渠道	2016 年		2015 年		2014 年	
	销售额 (万元)	占各渠道总收入比例 (%)	销售额 (万元)	占各渠道总收入比例 (%)	销售额 (万元)	占各渠道总收入比例 (%)
经销渠道	59,338.19	87.78	50,120.90	86.58	43,670.64	83.92
大宗客户渠道	6,056.17	8.96	7,768.35	13.42	8,367.89	16.08
外销渠道	32.47	0.05	-	-	-	-
直营渠道	2,170.62	3.21	-	-	-	-
合计	67,597.45	100.00	57,889.25	100.00	52,038.53	100.00

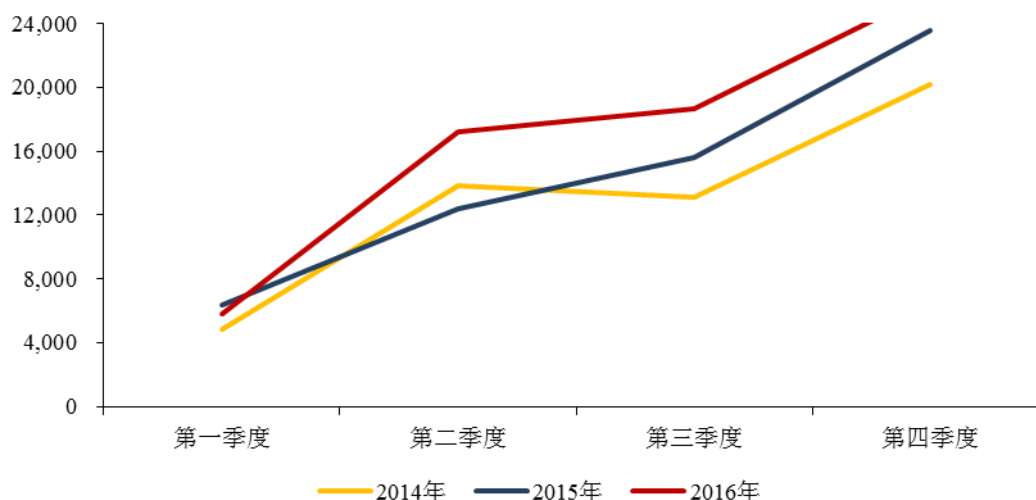
(4) 主营业务销售的季节性分析

公司所在行业与商品房交易和家庭装修的季节性直接相关，报告期内，公司的主营业务收入存在季节性。通常 2 月至 5 月属于销售淡季，9 月到 12 月为销售旺季。报告期内，公司各季度主营业务收入构成情况如下表所示：

项目	2016 年		2015 年		2014 年度	
	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)
第一季度	5,793.06	8.57	6,371.04	11.01	4,864.27	9.35

项目	2016年		2015年		2014年度	
	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)
第二季度	17,182.87	25.42	12,354.24	21.34	13,867.70	26.65
第三季度	18,627.33	27.56	15,574.03	26.90	13,103.00	25.18
第四季度	25,994.19	38.45	23,589.94	40.75	20,203.56	38.82
合计	67,597.45	100.00	57,889.25	100.00	52,038.53	100.00

报告期内，发行人按季度收入趋势图（万元）



公司针对行业销售的季节性特征，对历年销售数据以及市场需求曲线进行分析，进而合理安排采购、生产和销售计划，降低季节性对销售收入及现金流量稳定性影响。

公司主营业务收入的季节性波动属行业特性，对公司整体的业务及持续盈利能力不构成重大不利影响。

（二）成本分析

1、主营业务成本的产品构成

报告期内，公司主营业务成本的产品构成如下：

项目	2016年度		2015年度		2014年度	
	成本（万元）	比例 (%)	成本（万元）	比例 (%)	成本（万元）	比例 (%)

项目	2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	成本 (万元)	比例 (%)	成本 (万元)	比例 (%)	成本 (万元)	比例 (%)
整体厨柜	35,138.08	79.61	37,451.39	94.75	33,852.48	98.81
定制衣柜	3,847.77	8.72	2,073.61	5.25	406.20	1.19
全屋定制	5,152.32	11.67	-	-	-	-
合计	44,138.18	100.00	39,525.01	100.00	34,258.69	100.00

2、主营业务成本的结构分类

(1) 整体厨柜的营业成本构成情况

项目	2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	成本 (万元)	比例 (%)	成本 (万元)	比例 (%)	成本 (万元)	比例 (%)
直接材料	29,524.51	84.02%	32,010.99	85.47%	27,661.00	81.71%
其中：外购成品	18,031.02	51.31%	18,912.77	50.50%	15,995.50	47.25%
直接人工	2,391.86	6.81%	2,529.98	6.76%	3,476.18	10.27%
其中：大宗客户安装服务成本	641.09	1.82%	847.86	2.26%	1,518.38	4.49%
制造费用	3,221.71	9.17%	2,910.42	7.77%	2,715.31	8.02%
合计	35,138.08	100.00	37,451.39	100.00	33,852.48	100.00

报告期内，受发行人对外购产品销售配套率考核指标提升的影响，各期整体厨柜销售成本中，外购成品占比整体呈上升趋势；2015 年，由于发行人对整体厨柜标准线技改优化，提升自动化水平，以及由于销售规模的进一步释放，使得当年直接人工和制造费用占比均有所降低；2016 年，由于发行人三期厂房、综合楼以及生产线等大部分于 2015 年下半年陆续转固，使得 2016 年固定资产折旧计提月数较 2015 年增加，由此使得 2016 年制造费用及占比均较 2015 年有所增加。

(2) 定制衣柜的营业成本构成情况

项目	2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	成本（万元）	比例（%）	成本（万元）	比例（%）	成本（万元）	比例（%）
直接材料	2,515.53	65.38%	1,207.84	58.25%	247.19	60.85%
其中： 外购成品	364.23	9.47%	125.17	6.04%	25.61	6.30%
直接人工	554.38	14.41%	358.36	17.28%	65.00	16.00%
制造费用	777.86	20.22%	507.42	24.47%	94.01	23.14%
合计	3,847.77	100.00	2,073.61	100.00	406.20	100.00

报告期内，发行人定制衣柜直接材料占比逐年提升，主要系发行人一方面提升外购品销售配套率，一方面受发行人产品种类日益丰富的影响；2015 年制造费用和直接人工占比均较 2014 年有所增加，主要由于 2015 年发行人开始大力推广定制衣柜业务，并提前为后续开展全屋定制家具业务布局产能和生产人员，但由于当期定制衣柜销售规模尚未释放，产能利用率以及人员效率相对较低；2016 年，随着定制衣柜销售规模的扩大，产能利用率和人员效率提升，故直接人工和制造费用占比下降。

（3）全屋定制的营业成本构成情况

项目	2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	成本（万元）	比例（%）	成本（万元）	比例（%）	成本（万元）	比例（%）
直接材料	4,063.01	78.86%	-	-	-	-
其中： 外购成品	2,303.08	44.70%	-	-	-	-
直接人工	453.61	8.80%	-	-	-	-
制造费用	635.70	12.34%	-	-	-	-
合计	5,152.32	100.00	-	-	-	-

（三）毛利率分析

1、营业毛利构成分析

项目	2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)
整体厨柜	19,546.25	83.32	17,771.68	96.77	17,459.83	98.20
定制衣柜	1,598.86	6.82	592.56	3.23	320.01	1.80
全屋定制	2,314.17	9.86	-	-	-	-
合计	23,459.28	100.00	18,364.24	100.00	17,779.84	100.00

公司毛利润基本全部来源于主营业务，其中整体厨柜销售对公司的毛利润贡献较大。

2、毛利率分析

报告期内，公司主营产品毛利率情况如下：

单位：%

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
整体厨柜	35.74	32.18	34.03
定制衣柜	29.36	22.23	44.07
全屋定制	30.99	-	-
主营业务毛利率	34.70	31.72	34.17

(1) 2015 年毛利率同比变动原因说明

2015 年，发行人主营业务毛利率较 2014 年下降 2.45%，其中各类产品销售收入占比变动导致主营业务毛利率上升 0.32%，各产品毛利率变动导致主营业务毛利率下降 2.77%。由此，2015 年毛利率较 2014 年同期下降主要由于各产品系列毛利率下降影响，其中整体厨柜毛利率下降使主营业务毛利率的下降为 1.76%，定制衣柜毛利率下降使主营业务毛利率下降 1.01%。

2015 年整体厨柜和定制衣柜毛利率较 2014 年下降的原因，主要系两类产品单价的增幅小于单位成本的增幅。具体如下：

项目	2015 年度		2014 年
	单价 (元)	单价增幅	单价 (元)
整体厨柜	7,437.52	10.78%	6,713.76

定制衣柜	2,401.00	1.27%	2,371.00
项目	2015 年度		2014 年度
	单位成本（元）	单位成本增幅	单位成本（元）
整体厨柜	5,043.66	13.87%	4,429.29
定制衣柜	1,867.38	40.81%	1,326.21

单位成本增加较多，主要由于 2015 年发行人开始大力推广定制衣柜业务并提前为后续开展全屋定制家具业务布局产能，相应增加了较多主要用于生产非标准板件的机器设备，导致机器设备折旧增加；然而当年定制衣柜销售规模仍然较小，且全屋定制家具业务尚未形成销售，产能利用率较低，因此新增的机器设备折旧导致发行人当期单位产品制造费用偏高，因此产品单位成本较 2014 年增长幅度较大。

（2）2016 年毛利率同比变动原因说明

2016 年，发行人主营业务毛利率较 2015 年上升 2.98%，其中 2016 年各产品毛利率变动导致主营业务毛利率上升 6.88%，各类产品销售收入占比变动导致主营业务毛利率下降 3.90%。具体如下：

2016 年整体厨柜、定制衣柜的毛利率均较 2015 年上升，整体厨柜毛利率上升使主营业务毛利率的上升为 2.88%，定制衣柜毛利率上升使主营业务毛利率上升 0.57%，全屋定制业务的开展使主营业务毛利率上升 3.42%。三类产品毛利率变动导致主营业务毛利率上升 6.88%。2016 年由于全屋定制以及定制衣柜业务的快速推广拓展，使得整体厨柜销售收入占比由 2015 年的 95% 左右下降至 85% 左右，而由于全屋定制产品及定制衣柜产品处于前期推广阶段，销售毛利率低于整体厨柜业务，所以 2016 年由于整体厨柜产品销售收入占比下降使主营业务毛利率下降 4.66%。较 2015 年毛利率有所上升的定制衣柜产品的销售收入占比上升使主营业务毛利率上升 0.77%，因此综合当年各类产品销售收入占比变动影响，导致主营业务毛利率下降 3.90%。

综上所述，2016 年发行人主营业务毛利率上升主要系整体厨柜、定制衣柜的毛利率均有所上升所致。当年发行人整体厨柜、定制衣柜产品毛利率较 2015

年有所上升的原因一方面在于两类产品销售单价较 2015 年略有上涨，另一方面在于两类产品单位成本较 2015 年有所下降：

项目	2016 年度		2015 年度	
	单价（元）	单价增幅	单价（元）	单价增幅
整体橱柜	7,708.00	3.64%	7,437.52	10.78%
定制衣柜	2,573.00	7.16%	2,401.00	1.27%
全屋定制	20,909.94		-	
项目	2016 年度		2015 年度	
	单位成本（元）	单位成本增幅	单位成本（元）	单位成本增幅
整体橱柜	4,952.87	-1.80%	5,043.66	13.87%
定制衣柜	1,817.70	-2.66%	1,867.38	40.81%
全屋定制	14,429.07		-	

2016 年发行人整体橱柜、定制衣柜销售单价分别较 2015 年增长 3.64%、7.16%，而两类产品单位成本则较 2015 年分别下降 1.80%和 2.66%。由于销售单价增长而单位成本有所下降，因此 2016 年整体橱柜、定制衣柜毛利率较 2015 年有所增长。整体橱柜与定制衣柜产品单位售价及单位成本变动的原因为：

①2016 年产品平均销售单价略有增长的原因

发行人经销商店面 2015 年主要为整体橱柜店或整体橱柜与定制衣柜混合店面；2016 年起，发行人开始推广全屋定制家具，部分经销商店面新增了全屋定制家具产品。截至 2016 年末全国范围内共计近 170 家经销商开设了全屋定制家具与厨衣柜混合店面，占 2016 年发行人经销商总数约 24%。整体橱柜、定制衣柜及全屋定制家具混合店面通常展厅布置美观，展示的产品种类更为丰富，配套产品亦较为完备，如：整体橱柜产品除通常配套的水槽、厨房电器类产品外，还配套展示餐桌及椅子、吧台等；定制衣柜产品则配套展示床头柜、置物桌等。展品的丰富、齐备对在店内参观、选购产品的消费者同时购买部分配套产品有一定促进作用，因此发行人 2016 年销售的单套橱柜产品、衣柜产品所覆盖的产品更加丰富。基于此，同时由于发行人不断推出高附加值系列产品，综合使得当年整体橱柜及定制衣柜产品单价均较 2015 年有所上升。

②2016 年产品单位成本有所下降的原因

2016年发行人整体厨柜、定制衣柜单位成本较2015年略有下降，主要原因系当年由于定制衣柜、全屋定制家具的销售规模增长，产能利用率的提高，各类产品单位制造费用较2015年有所下降，因此各产品单位成本下降。

2015年、2016年发行人定制衣柜销售收入分别为2,666.17万元和5,446.63万元，2016年定制衣柜销售收入较2015年增长104.29%；2015年、2016年定制衣柜销售套数分别为11,104套和21,168套，2016年销售套数较2015年增长90.63%。2016年全屋定制产品实现销售收入7,466.49万元，销售套数3,571套。发行人定制衣柜产品与全屋定制家具产品销售规模的扩大，使发行人产能利用率提高，单位产品制造费用下降，因此单位成本较2015年略有下降。

3、同行业上市公司毛利率水平比较

公司与同行业可比公司综合毛利率比较情况如下：

单位：%

项目	2016年度	2015年度	2014年度
欧派集团	36.55	31.65	28.23
金牌厨柜	-	40.08	40.84
皮阿诺	37.85	41.41	40.20
尚品宅配	46.19	44.96	44.82
志邦厨柜	-	37.74	38.12
曲美家居	-	37.59	36.48
索菲亚	-	37.80	37.36
上述公司平均值	42.20	38.75	38.01
本公司	34.72	31.73	34.17

注：上述部分可比公司未披露2016年度毛利率情况，故上表中未列示。

公司综合毛利率与欧派集团的较为接近，但低于其他可比公司；主要系销售渠道有所差异所致。金牌厨柜、皮阿诺、尚品宅配等可比公司直营渠道销售收入占比较高，工程客户渠道销售收入占比较低，由于直营渠道毛利率相对较高，工程客户渠道毛利率通常较低，因此上述企业综合毛利率较发行人而言偏高。具体对比如下：

(1) 直营渠道销售毛利率

单位：%

公司名称	2016 年		2015 年度		2014 年度	
	销售占比	毛利率	销售占比	毛利率	销售占比	毛利率
欧派集团	3.38	-	3.46	-	3.71	-
金牌厨柜	-	-	32.83	52.83	37.85	52.19
皮阿诺	5.12	53.92	10.2	64.93	10.75	66.89
尚品宅配	49.15	-	46.91	-	43.15	-
志邦厨柜	-	-	8.37	60.7	9.31	64.16
曲美家居	-	-	-	-	18.61	-
本公司	3.23	48.74	-	-	-	-

(2) 经销渠道销售毛利率

单位：%

公司名称	2016 年		2015 年度		2014 年度	
	销售占比	毛利率	销售占比	毛利率	销售占比	毛利率
欧派集团	85.47	-	84.7	-	85.21	-
金牌厨柜	-	-	61.1	30.9	54.42	31.63
皮阿诺	81.51	37.65	81.42	38.06	80.45	37.59
尚品宅配	50.85	-	53.09	-	56.85	-
志邦厨柜	-	-	76.73	38.48	75.11	38.56
曲美家居	-	-	-	-	81.39	-
本公司	87.77	35.42	86.58	34.12	83.92	37.44

(3) 大宗客户/工程客户渠道销售毛利率

单位：%

公司名称	2016 年		2015 年度		2014 年度	
	销售占比	毛利率	销售占比	毛利率	销售占比	毛利率
欧派集团	8.15	-	8.41	-	7.94	-
金牌厨柜	-	-	5.78	20.47	7.73	20.51
皮阿诺	13.37	37.88	8.38	40.66	8.8	31.71

公司名称	2016 年		2015 年度		2014 年度	
	销售占比	毛利率	销售占比	毛利率	销售占比	毛利率
尚品宅配	0	-	0	-	0	-
志邦厨柜	-	-	13.22	24.71	15.41	24.47
曲美家居	-	-	-	-	-	-
本公司	8.96	23.09	13.42	16.24	16.08	17.11

注 1：部分可比公司未披露分渠道毛利率数据，故未列示

注 2：索菲亚报告期内未披露分渠道销售占比或各渠道毛利率，故未列示

注 3：部分可比公司未披露毛利率数据或销售占比数据，故上表未予列示。

对比发行人同行业上市公司，通常直销渠道销售毛利率相对较高，经销商毛利率其次，而大宗客户渠道销售毛利率通常较低。

发行人经销商渠道销售毛利与可比公司经销商渠道毛利基本一致。

发行人大宗客户渠道销售毛利率与可比公司相比较低。主要原因为：发行人大宗客户主要为广州恒大材料设备有限公司、江苏中南建设集团股份有限公司及绿地集团马鞍山置业有限公司等大型房地产企业，该等客户具有较高的行业知名度，议价能力较强。公司与该等客户合作，为住宅精装修房安装配套厨柜、镜柜等，虽然毛利率较低，但对公司品牌宣传有一定促进作用。

发行人直营渠道毛利率相比同行业可比公司较低，主要原因系发行人 2016 年开始采用直营渠道进行产品销售，目前尚处于前期阶段，销售规模尚未体现，故毛利率与可比公司相比较低。

（四）期间费用分析

报告期内，公司期间费用构成和变动情况如下：

单位：万元

项目	2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例
销售费用	8,730.72	12.91%	5,943.56	10.27%	6,747.05	12.97%
管理费用	5,967.28	8.82%	5,105.89	8.82%	5,000.20	9.61%

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
财务费用	40.05	0.06%	364.22	0.63%	529.96	1.02%
合计	14,738.05	21.80%	11,413.67	19.72%	12,277.21	23.59%

1、销售费用分析

报告期内，公司销售费用明细如下：

单位：万元

项目	2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	金额	比例（%）	金额	比例（%）	金额	比例（%）
广告费	2,083.96	23.87	1,221.56	20.55	3,088.97	45.78
职工薪酬	2,844.24	32.58	1,727.31	29.06	1,240.27	18.38
业务宣传费	984.92	11.28	554.62	9.33	703.38	10.42
差旅费用	577.09	6.61	619.60	10.42	586.46	8.69
会务费	378.13	4.33	358.52	6.03	371.67	5.51
物流费用	279.46	3.20	256.10	4.31	277.47	4.11
物料消耗	477.47	5.47	331.12	5.57	191.69	2.84
车辆使用费	50.33	0.58	77.68	1.31	129.21	1.92
办公费用	89.33	1.02	63.02	1.06	81.93	1.21
业务招待费	97.61	1.12	65.69	1.11	54.13	0.80
电商平台费	200.53	2.30	598.32	10.07	4.81	0.07
折旧摊销	224.81	2.57	-	-	-	-
其他	442.83	5.07	70.00	1.18	17.07	0.25
合计	8,730.72	100.00	5,943.56	100.00	6,747.05	100.00

2014 年、2015 年及 2016 年，公司销售费用占营业收入的比重分别为 12.97%、10.27% 和 12.91%，波动较小。公司销售费用主要为广告费和职工薪酬。

（1）广告费变动情况分析

发行人各年广告费占销售费用的比例较高，2014 年广告费占当年销售费用比例为 45.78%，2015 年、2016 年广告费均占当年销售费用的 20% 以上。因此广告费投入的变动系影响发行人销售费用变动的主要原因。报告期内各年，发行人

广告费投入分别为 3,088.97 万元、1,221.56 万元和 2,083.96 万元，占营业收入的比重分别为 5.94%、2.11%和 3.08%，波动原因如下：

2014 年，发行人为提升公司品牌形象及市场影响力，充分利用各种宣传媒介，搭建多层次推广平台，投入较多的广告费用于电视推广，如“中国好声音”、“舌尖上的中国”等电视节目广告。电视广告费用较高，公司 2014 年电视广告费合计 2,021.78 万元。随着新媒体推广作用的日益显现以及考虑公司发展不同阶段电视广告投入产出效果等因素，2015 年、2016 年公司更改了广告投放策略，未再投入电视广告。

2015 年，根据公司市场调研，在客户引流方面，不同推广手段、措施在不同区域效果不同，故 2015 年开始公司采取因地制宜的推广策略，主要通过广播、户外广告、网络等方式，相对而言，推广费用降低。

2016 年，公司为进一步深化品牌影响力，并为大力推广全屋定制家具系列产品，加大了广告投入，主要推广方式为网络平台、高铁、机场、户外等方式，因此当期广告费用投入较 2015 年增加较多。

①报告期广告分类投入构成情况说明

报告期各期，发行人主要通过电视广告、户外广告、网络平台、广播等方式开展品牌及产品推广，并根据公司自身发展需要以及市场对推广手段的回应情况等，拟定年度推广策略，故每年会在广告投放方式的侧重点方面有所差异。

报告期各年，发行人广告投入分类构成如下：

单位：万元

广告费用明细	2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
电视广告	-	-	-	-	2,021.78	65.45%
广播广告	-	-	330.42	27.05%	26.30	0.85%
户外广告	1,175.23	56.39%	513.54	42.04%	746.86	24.18%
网络广告	885.03	42.47%	365.67	29.93%	293.38	9.50%
其他广告费用	23.69	1.14%	11.93	0.98%	0.66	0.02%

广告费用明细	2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
广告费合计	2,083.96	100.00%	1,221.56	100.00%	3,088.97	100.00%

②各期广告投放的主要说明

A. 关于电视广告的投放说明

发行人主要于 2014 年投放过电视广告，主要在中国好声音、舌尖上的中国等热播节目广告时段投放，发行人分别与相关传媒公司签署合同，就广告制作、播放内容、日期、长度、位置、媒体、金额等均进行了明确约定。

B. 关于户外广告的投放说明

报告期各期，发行人均有一定的户外广告投入，2014 年和 2015 年主要以高速户外广告大牌方式为主，2016 年则在高速户外广告大牌的基础上，同时增加机场、高铁站等灯箱广告等其他户外广告方式。对于户外广告，通常先由传媒公司与主管部门就相关路段或区域达成广告代理事宜，发行人再与传媒公司签署广告业务发布合同。发行人与传媒公司会就广告发布内容、地点、广告牌位置、规格、媒体形式、价格、上面日期、发布期、画面制作、维护保养以及付款方式、广告发布内容的报批等进行详细约定。

C. 关于广播广告的投放说明

2015 年，发行人将广播广告作为当年广告发布的主要方式之一。发行人 2014 年主要投放了河北广播电台广告和四川广播电台广告；2015 年主要投放了河北广播电台、吉林交通广播 FM103.8、黑龙江省交通广播 FM99.8、辽宁交通广播 FM97.5、四川广播电台广告、安徽交通 FM90.8、江苏 101.1 电台等广播广告。发行人与各地广播电台广告代理的传媒公司签署广告发布业务合同，委托传媒公司在约定期间内于约定的广播电台发布广告，同时，双方就播放次数、时间、天数、时段以及金额等一并在合同中予以明确约定。

D. 关于网络广告的投放说明

报告期各期，发行人均存在一定的网络广告投放，主要投放平台为百度、腾

讯、网易、今日头条等，且随着移动互联网应用的深入、使用范围的广阔以及部分移动平台公信力的提升等，发行人 2016 年加大了对网络广告的投放。发行人与广告公司签署合同，委托其代理发行人在约定的网络平台发布推广服务。同时，双方就推广服务时段、推广位置、推广计划和预算、投放时段、广告形式、数量、价格等均进行了明确的约定。

E. 关于其他广告费用等的投放说明

其他广告费用主要为纸媒广告或小区展位广告等零星广告支出。

③报告期各期，发行人媒体推广策略说明

近年来，发行人广告投放策略，主要考虑不同发展时期对品牌认知度、知名度、美誉度等的发展需求，并结合上一传播周期的投放效果予以制定。

A. 2014 年主要媒体推广策略说明

2014 年，发行人媒体投放目标主要以提升品牌知名度为主，媒介投放形式以阶段性高密度投放和长年持续性形象展示两种形式结合。具体而言，电视媒体是当年媒体环境中较能有效达成广普及、高关注的传播媒介，为此，发行人当年广告投放以电视媒体为主。发行人投放的电视广告，主要以在浙江卫视《中国好声音》中插播 15 秒“欧洲设计师篇”形象广告为主。

同时，户外广告作为可以长年持续性形象展示的重要媒介形式，发行人当年亦主要通过“高速公路高炮广告”和地方建材城“楼体广告”两种户外广告形式进行广告宣传，持续向公众传播展示“我乐厨柜，欧洲设计师的杰作”的品牌印象。

B. 2015 年主要媒体推广策略说明

发行人经 2014 年电视广告等媒体投放后，其品牌知名度已有明显提升，基本完成当年广告投放目标，并进入深化品牌认知度的传播阶段。品牌认知度深化阶段，发行人更注重对品牌信息、产品功能等内容展示，且传播方式更倾向于选择直达目标客户群体、可深入沟通互动的方式。

与此同时，大众媒体的传播环境亦正在开始发生变化：一方面电视广告费用

持续上涨，但同时电视开机率却呈下降趋势，传统电视广告的传播效果和性价比逐年下降；一方面随着人们出行方式的改变、智能手机和 4G 网络的普及等，户外广告、互联网广告等的传播效果和投入产出比在逐年提高。

考虑上述因素，发行人 2015 年未再投放电视广告，主要加强了对广播广告的投放，以 1 天多条 15 秒伴随性音频传播的形式，加强目标客户群体对发行人品牌及产品的认知。同时，发行人加强了百度搜索优化和基于互联网传播公关软文的传播力度，以丰富的内容提升消费者对发行人品牌的认知和了解。

C. 2016 年主要媒体推广策略说明

2016 年，发行人广告传播目标主要以深化认知度和提升美誉度为主，考虑公众出行偏好、手机 APP 等对公众生活习惯的影响，发行人将广告传播的主要媒介形式聚焦在户外广告和移动互联网的精准营销层面。以机场、高铁站、高速公路和城市建材市场等户外广告，配合公信力较高、具备数据挖掘分析功能以及销售转化度高的如腾讯、今日头条、网易等移动互联网平台，开展精准广告推送。同时，当年发行人新增全屋定制产品系列，故亦相应增加广告投入以进行产品推广。

此外，随着近年来广告宣传目标的逐步达成，发行人后续将进一步加强对产品个性及内涵等方面的广告投放。

④报告期内广告费投入与发行人销售收入占比情况说明

报告期各期，发行人广告费投入和销售收入构成情况如下：

项目	2016 年		2015 年		2014 年
	金额（万元）	变动幅度（%）	金额（万元）	变动幅度（%）	金额（万元）
广告费	2,083.96	70.60	1,221.56	-60.45	3,088.97
销售收入	67,619.81	16.80	57,893.03	11.25	52,038.53
广告费占收入比例	3.08%	-	2.11%	-	5.94%

报告期内各年，发行人广告费投入分别为 3,088.97 万元、1,221.56 万元和 2,083.96 万元，占营业收入的比重分别为 5.94%、2.11%和 3.08%。报告期广告投

入变动原因分析如下：

2014 年，发行人为提升公司品牌形象及市场影响力，充分利用各种宣传媒介，搭建多层次推广平台，投入较多的广告费用于电视推广，如“中国好声音”、“舌尖上的中国”等电视节目广告。电视广告费用较高，公司 2014 年电视广告费合计 2,021.78 万元，占当年广告费用总额的 65.45%。

随着新媒体推广作用的日益显现以及考虑公司不同阶段对广告投放目标的不同、电视广告投入产出效果、传播环境变化等因素。2015 年，公司依据自身媒体投放策略，未再投入电视广告，是当年广告投入降低较多的主要因素。2015 年，发行人更注重通过丰富的内容提升消费者对发行人品牌的认知和了解，当年主要加强了对广播广告以及网络媒体等的投放。同时，由于当年部分高速路段对户外广告大牌投放予以梳理暂停，使得发行人当年户外广告投放较 2014 年亦有所下降。

2016 年，公司为进一步深化品牌影响力并提升品牌美誉度，并为大力推广全屋定制家具系列产品，加大了广告投入，主要推广方式为网络平台、高铁、机场、户外等方式，因此当期广告费用投入较 2015 年增加较多。

报告期各年，发行人营业收入逐期增长，但广告费投入 2015 年并未随之增长，主要原因如下：2014 年发行人主要处于“广而告之”的品牌宣传期，且 2014 年电视媒体仍为较为主流有效的广告投放方式，因此当年投放了较高的电视广告；鉴于 2014 年电视广告有效提升了发行人的品牌知名度，发行人 2015 年为将通过电视广告聚集的关注度尽快传达至潜在终端客户，当年广告投放目的调整为提升品牌认知度，并经论证各种广告投放回报效益情况，结合目标客户群体广告接收方式喜好等，主要通过车载电台广播、户外广告等方式发布广告；2016 年，发行人着重针对品牌认知度和美誉度开展广告宣传，一方面更注重精准营销，一方面则更注重通过公信力较高的品质门户开展广告宣传，且考虑当年推广全屋定制产品的需要，相应增加了广告投放方式以及投放金额。

综上所述，报告期内发行人广告投入与自身发展需要以及广告投放策略相符，不存在人为调节情况。且发行人每年均会拟定媒体投放策略以及广告投放预算，费用均由发行人自行承担。

⑤发行人与经销商的广告费分担机制及经销商广告补贴政策具体执行情况说明

发行人每年均会根据当年品牌运营管理需要等拟定媒体投放策略以及广告投放预算，费用均由发行人自行承担；发行人经销商每年亦会根据其自身销售需求并结合其当地消费以及生活习惯等制定其自己的广告投放计划，相关费用由经销商自主承担。同时，发行人经对经销商盈利状况与其在当地广告投放情况的分析，经销商在当地因地制宜的广告宣传对进店客流以及销售实现等的提升均有较大的贡献，为此，发行人拟定了相应考核以及奖惩机制以鼓励经销商在当地加大广告投入。

报告期各期，发行人对经销商广告投放奖励政策具体执行情况如下：

广告投放奖励政策名称	2016年	2015年	2014年
整体广告投放奖励政策	经销商达成上一年度销售任务以及其他考核指标，且当年广告投放金额占其从发行人处提货额比例达到发行人规定要求，则依据不同级别经销商分别给予不同比例的销售奖励。		无
专项广告投放奖励政策	城市户外广告专项奖励：对于公司认定的重点城市，其经销商于市内主干道投放的符合公司要求的户外广告，投放效果亦满足公司要求的，则给予不超过50%的投放奖励。	电台专项奖励：为鼓励各地经销商投放地方广播广告，发行人对于地方经销商投放的符合要求的省级广播广告费用，给予50%的投放奖励。	户外广告专项奖励：不同城市级别的经销商当年户外广告投放占其从公司提货额比例达到公司规定标准，且户外广告投放的地点、时间、方式等均符合公司要求，则分别给予其户外广告投放总额50%-80%不等的奖励。

⑦报告期内给予经销商广告补贴变动情况说明

报告期各年，发行人给予经销商的广告奖励金额如下：

单位：万元

项目	2016年	2015年	2014年
广告奖励	1,203.93	1,186.95	171.41

2014年，发行人给予经销商的广告奖励金额较低，2015和2016年广告奖励

金额较高，主要由于发行人对经销商销售奖励政策以及奖励比例分层调整优化所致。（1）销售奖励政策的优化调整情况：2014年，发行人对于经销商的销售奖励主要考核前一年度销售任务以及其他销售指标达成情况，若达成则直接给予销售奖励，当年的广告奖励仅作为一种鼓励经销商进行市场推广的辅助奖励手段；2015年以来，发行人经市场调研，认为将给予经销商销售奖励的考核指标直接与广告投放情况挂钩更能促进市场开拓以及销售提升等，由此将广告奖励作为主要奖励手段，并增加广告投放占比的考核指标，即：经销商一方面需达成上一年度销售任务及其他销售指标；同时当年实际广告投放占其提货额比例需达到公司规定要求，方可以从发行人处取得一定比例的销售奖励。（2）销售奖励比例的优化调整情况：2014年，对于达成销售任务的经销商，发行人直接给予1%的销售奖励，但2015年和2016年，对于达成销售任务且广告投放比例符合要求的经销商，发行人按经销商级别分别给予2%-4%不等的广告奖励，奖励比例较2014年明显提升，是影响2015年和2016年广告奖励金额大幅增加的主要因素。

⑦发行人给予经销商广告补贴的会计处理情况

发行人对于给予经销商的广告补贴，作为销售奖励，通过销售折扣的方式予以发放，具体会计处理方式如下：

借：主营业务收入

 应交税费——应交增值税

贷：应收账款

⑧发行人给予经销商广告补贴的会计处理符合税务规定

发行人对于给予经销商的广告补贴，系发行人为了促进和提升销售实力，而给予经销商的一种销售奖励，通过给予不同比例价格折扣的方式予以实现。

根据国家税务总局《关于确认企业所得税收入若干问题的通知》（国税函〔2008〕875号），“（五）企业为促进商品销售而在商品价格上给予的价格扣除属于商业折扣，商品销售涉及商业折扣的，应当按照扣除商业折扣后的金额确定销售商品收入金额。”由此，发行人将扣除广告补贴等商业折扣后的金额作为销售收入符合税务规定。

根据南京江宁区经济技术开发区国家税务局和南京市江宁地方税务局开具的《税收证明》或《税务事项证明》等文件，发行人及其子公司报告期内均能履行各种纳税义务，未发现存在违反税收法律、法规等的行为。

综上所述，发行人给予经销商广告补贴的会计处理符合税务规定，不存在税务风险。

保荐机构和申报会计师经核查后认为：报告期各期，发行人主要通过电视广告、户外广告、网络平台、广播等方式开展品牌及产品推广，并根据公司自身发展需要以及市场对推广手段的回应情况等，拟定年度推广策略，故每年会在广告投放方式的侧重点方面有所差异；每年的广告投放与发行人各年媒体推广策略相符，实际支出与合同等相一致；报告期各期广告费用投入变动情况与营业收入的变动情况存在差异，主要受发行人各年广告投放策略以及市场环境的影响，符合发行人运营需要，不存在人为调节情况，亦不存在由经销商或者关联方、第三方等代为发行人承担广告费的情形；发行人对给予经销商的广告补贴会计处理符合税法规定，不存在税务风险，且报告期内亦未因此而受到税务处罚。

（2）职工工资变化情况分析

报告期内，公司销售费用中职工薪酬情况如下：

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
职工薪酬（万元）	2,844.24	1,727.31	1,240.27
平均销售人员数量（人）	266	208	221
销售人员人均薪酬（万元）	10.69	8.30	5.61

报告期内发行人销售人员统计口径为公司销售副总、厨柜安装及技术支持人员、工程部人员、电商部人员、各大区销售人员及销售经理、市场企划部人员、招商部人员、直营销售人员等。

报告期内各年，发行人销售人员平均数量分别为 221 人、208 人和 266 人。2015 年发行人平均销售人员数量略有下降的主要原因系发行人当年对销售部门进行了优化，削减了部分业绩考核不标准的销售人员，将业务能力较强的业务人员予以保留，并提升了该部分保留的人员的薪资待遇。2016 年发行人平均销

售人员数量增长幅度较大，主要系当年发行人开始大规模推广全屋定制业务，并开始拓展直营销售渠道，因此招聘了销售部门高级管理人员，并扩充了销售人员队伍负责业务推广。

报告期内发行人销售人员平均薪酬增长较快，各年销售人员平均薪酬分别为 5.61 万元、8.30 万元和 10.69 万元。销售人员平均薪酬增长较快的主要原因一方面由于发行人提升了员工的薪资待遇水平，另一方面系由于发行人不断完善员工社保、公积金等福利体系所致。

综上所述，报告期内公司销售员工职工薪酬逐年上升，一方面主要由于公司优化了销售人员团队，提升了优秀销售人员的薪资待遇水平；另一方面，随着公司全屋定制业务的拓展以及直营店铺的开设，公司 2016 年快速扩充了销售队伍，不断完善销售人员薪资福利待遇，因此销售人员整体职工薪酬增长速度较快。

(3) 电商平台费

2014 年、2015 年和 2016 年发行人销售费用中的电商平台费分别为 4.8 万、598.32 万元和 200.53 万元，主要为天猫广告费、手续费和服务费等。天猫平台各类费用的收取情况为：广告费主要为根据“浏览量、点击量”收取的推广费用；服务费主要为电商平台收取的技术服务年费、信用卡支付服务费、分期付款服务费等项目；手续费主要为电商平台按交易金额收取的各类佣金，天猫佣金费率 2014 年、2015 年为交易金额的 5%，2016 年费率为交易金额的 2.5%。

报告期内发行人电商平台费具体构成如下：

单位：万元

项目	2016 年	2015 年	2014 年
电商广告费	142.81	209.78	-
电商手续费	51.72	356.58	-
电商服务费	5.91	31.86	-
其他费用	0.09	0.10	4.80
小计	200.53	598.32	4.80

报告期各期，电商平台费的变动原因主要如下：

2015 年以前，发行人虽开设有天猫旗舰店，但一直未对店面进行维护等，亦未作为引流推广手段，故 2014 年电商平台费较低；2015 年，随着天猫双十一等的影响力越来越大，发行人当年开始将天猫旗舰店作为线上引流推广的主要措施之一，并多渠道宣传天猫旗舰店，且与天猫签署相关推广及服务等相关协议协助推广营销。由此当年发生的电商广告费、手续费以及服务费等均较高。

2016 年，考虑到定制产品的特殊性，实际上量尺、安装以及售后等服务均依赖于线下经销商，且考虑到天猫收取的手续费以及服务费等均较高，故发行人 2016 年将天猫平台主要作为线上展示平台，客户签约付款主要通过线下方式，故当期电商手续费以及服务费均较大幅度降低。另外，当年天猫平台佣金费率较 2015 年有所降低，亦使发行人当期电商手续费有所降低。

(4) 其他

2016 年，发行人销售费用中其他较 2015 年增长较多，主要系当期发行人优化升级 SI 设计、更新品牌 LOGO 等，使得当期发生的品牌推广中介服务费较 2015 年增加约 209 万，同时当期直营店摊销的租金及装修费约 61 万。

2、管理费用分析

报告期内，公司管理费用明细情况如下表：

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 (%)
研发费用	2,858.92	47.91	2,183.70	42.77	1,880.69	37.61
职工薪酬	1,030.89	17.28	1,156.57	22.65	761.73	15.23
中介服务费	474.77	7.96	618.41	12.11	144.72	2.89
固定资产折旧	296.32	4.97	238.46	4.67	134.75	2.69
非物料消耗	327.12	5.48	172.33	3.38	63.03	1.26
各项税费	66.45	1.11	141.25	2.77	104.89	2.10
车辆使用费	122.37	2.05	120.82	2.37	117.84	2.36
差旅费用	83.43	1.40	102.01	2.00	77.93	1.56

项目	2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
物料消耗	158.86	2.66	92.35	1.81	29.90	0.60
办公费用	81.15	1.36	77.12	1.51	50.18	1.00
股份支付	-	-	-	-	1,494.37	29.89
摊销费用	255.92	4.29	33.10	0.65	21.86	0.44
其他费用	211.08	3.54	169.74	3.32	118.30	2.37
合计	5,967.28	100.00	5,105.89	100.00	5,000.20	100.00

2014 年、2015 年及 2016 年，公司管理费用占营业收入的比重分别为 9.61%、8.82% 和 8.82%，波动较小。公司管理费用主要为研发费用和职工薪酬费用。

(1) 研发费用变动分析

报告期内各年发行人研发费用分别为 1,880.69 万元、2,183.70 万元和 2,858.92 万元，增长率分别为 16.11% 和 30.92%。

2015 年、2016 年发行人研发费用与 2014 年相比增加较多，主要原因系研发人员人工费用增长较大。人工费用增长主要系研发团队不断扩充、研发人员资历不断提升所致：2014 年、2015 年、2016 年发行人研发人员的平均数量分别为 78 人、87 人和 100 人，相应人员工资以及社保金、公积金等福利费用均相应增加。

同时，2015 年研发费用中的新品测试费、打样费等较 2014 年增长幅度较大，主要系 2015 年当年新增整体厨柜新品如“拉德芳斯系列新型智能厨柜”的研发，以及“智能家居整体解决方案的研发”等的打样、测试费等，亦是当年研发费用较 2014 年同比增加的原因。

此外，2016 年研发费用中的折旧费用与长期待摊费用摊销等较 2015 年有较大增长，亦使得当年研发费用较 2015 年有所增加。2016 年研发费用中的折旧费用与长期待摊费用摊销增长的主要原因为：发行人产品研发过程除包含其本身外观设计、材质与功能研发等与产品本身相关的研发外，还需经过全业务流程测试，即需完成从订单下达、排产、生产、备货、出货至最终安装完毕的整个过程测试。2016 年公司新增全屋定制家具产品项目研发，由于全屋定制家具产品设计组合

方案多样化，且板件数量较多，因此研发过程中分摊的机器设备折旧金额有所上升。

(2) 管理人员职工薪酬变动分析

报告期内，公司管理费用中职工薪酬情况如下：

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
职工薪酬（万元）	1,030.89	1,156.57	761.73
管理人员数量（人）	73	92	58
管理人员人均薪酬（万元）	14.12	12.57	13.13

报告期内发行人管理人员统计口径主要包括：董事长、总经理、财务部人员、人力资源中心人员、总经理办公室人员、后勤部人员。

报告期内各期，发行人平均管理人员数量分别为 58 人、92 人与 73 人。2015 年平均管理人员数量上升较多，主要由系随着经营规模不断扩大，发行人适当扩充了管理人员队伍所致，2016 年平均管理人员数量减少主要系随着公司信息化不断提升，管理流程不断优化，公司精简了部分管理人员，以提高运作效率。

综上所述，2014 年管理费用较高主要系当年对员工进行股权激励从而确认股份支付所致。2015 年管理费用增多主要系当年管理人员职工薪酬增加及研发费用增加所致。2016 年管理费用较去年同期增加较多主要系研发投入增加所致。

3、财务费用分析

报告期内，公司财务费用明细如下：

单位：万元

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
利息支出	41.14	299.64	409.68
减：利息收入	28.80	30.33	14.68
利息净支出	12.34	269.30	395.01
汇兑损失	3.95	1.17	0.08
减：汇兑收益	5.52	2.16	0.65
汇兑净损失	-1.58	-0.99	-0.58

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
其他	29.28	95.91	135.53
合计	40.05	364.22	529.96

各报告期，发行人财务费用分别为 529.96 万元、364.22 万元和 40.05 万元，变动幅度分别为-31.27%和-89.00%。报告期内，公司财务费用主要为利息费用，以及银行手续费等其他费用。2014 年和 2015 年财务费用较高，主要系 2013 年下半年公司为支持三期厂房的建设，从银行取得长期借款所致。2015 年相应长期借款偿还后，发行人未借入新的长期借款，且发行人 2016 年亦未新增短期借款或授信，因此利息费用下降幅度较大。

4、期间费用与同行业对比分析

比较项目及可比公司		2016 年度	2015 年度	2014 年度
销售费用占营业收入比重 (%)	欧派集团	11.44	11.87	9.73
	金牌厨柜	-	23.44	24.19
	皮阿诺	15.10	18.38	17.76
	尚品宅配	27.93	29.96	25.59
	曲美股份	-	15.61	14.34
	索菲亚	-	9.64	9.58
	志邦厨柜	-	15.02	13.72
	平均值	18.15	17.70	16.42
	本公司	12.91	10.27	12.97
管理费用占营业收入比重 (%)	欧派集团	9.15	9.45	8.45
	金牌厨柜	-	9.67	9.74
	皮阿诺	6.85	7.46	8.03
	尚品宅配	9.24	9.05	10.48
	曲美股份	-	9.53	8.44
	索菲亚	-	8.60	10.75
	志邦厨柜	-	9.44	11.47
	平均值	8.41	9.03	9.62
	本公司	8.82	8.82	9.61

报告期各期，发行人管理费用占营业收入比与同行业平均值较为一致；但由于各公司销售模式、营销策略、管理模式以及销售规模等存在差异，故各公司销售费用占营业收入的比重有所不同。

就销售费用中的广告和业务推广费投入而言，发行人报告期各期广告和业务推广占营业收入比例分别为 7.29%、3.07%和 4.54%，高于销售规模较为接近的皮阿诺各期的广告及业务推广占比。就销售费用整体而言，发行人的销售费用率与欧派集团的较为接近，低于同行业可比公司平均水平，主要原因如下：

各可比公司报告期内均有较大比例的直营销售，而发行人 2016 年于启动直营模式。报告期内，发行人及同行业可比公司直营渠道销售占比情况具体如下：

单位：%

公司名称	2016 年	2015 年度	2014 年度
欧派集团	3.38	3.46	3.71
金牌厨柜	-	32.83	37.85
皮阿诺	5.12	10.2	10.75
尚品宅配	49.15	46.91	43.15
志邦厨柜	-	8.37	9.31
曲美家居	-	-	18.61
本公司	3.23	-	-

注：索菲亚报告期内未披露分渠道销售占比或各渠道毛利率，故未列示；曲美家居 2015 年后未再分渠道披露收入情况，故未列示；部分公司尚未披露 2016 年的数据，故未列示。

直营模式下，公司需投入的人力、租金装修、仓储运输等费用均较高，因公司 2014 年和 2015 年均无直营模式，故各期该等方面的投入较同行业公司偏低，且由于发行人自身的信息化系统优势，亦使得人员投入相对较少。主要对比如下：

对比项目	公司名称	2016 年	2015 年	2014 年
销售费用中工资薪酬占营业收入比例（%）	皮阿诺	6.39	7.71	5.88
	金牌厨柜	-	5.30	6.47
	欧派集团	4.10	4.17	3.41
	志邦厨柜	-	4.81	4.15

对比项目	公司名称	2016年	2015年	2014年
	尚品宅配	13.91	14.35	10.48
	平均	8.13	7.26	6.08
	发行人	4.21	2.98	2.38
销售费用中租赁 装修费占营业收入 比例(%)	皮阿诺	1.51	2.78	2.18
	金牌厨柜	-	3.30	3.99
	欧派集团	1.14	1.10	0.78
	志邦厨柜	-	0.55	0.52
	尚品宅配	3.47	4.01	3.65
	平均	2.04	2.35	2.22
	发行人	0.09		

发行人 2016 年销售费用中职工薪酬投入较高，亦主要系发行人当期开展直营渠道，销售团队扩充以及薪资福利待遇不断提升所致。

综上分析，发行人费用投入符合自身销售和管理需求。

（五）营业外收支分析

1、营业外收入分析

报告期内，公司营业外收入具体情况如下：

单位：万元

项目	2016年度	2015年度	2014年度
非流动资产处置利得合计	-	2.71	-
其中：固定资产处置利得	-	2.71	-
接受捐赠	-	-	2.00
政府补助	138.67	221.23	61.52
其他	56.78	98.57	361.86
合计	195.45	322.52	425.38

各报告期，发行人营业外收入分别为 425.38 万元、322.52 万元和 195.45 万元，变动幅度分别为-24.18%和-39.40%。报告期内公司营业外收入主要来源于政

府补助，其他主要为核销的其他应付款项等。

报告期内公司收到的政府补助主要如下：

项目	金额（万元）	与资产相关/与收益相关
2016 年度		
南京市 2015 年电子商务专项奖	30.00	与收益相关
江宁开发区 2015 年度纳税大户奖	4.00	与收益相关
劳动就业补助	0.33	与收益相关
知识产权补助	1.35	与收益相关
升级引导资金	13.00	与资产相关
智能制造、技术专项资金	5.00	与资产相关
第二批企业利用资本市场融资补贴和奖励资金	50.00	与收益相关
稳岗补贴	23.14	与收益相关
自主知识产权补贴	0.85	与收益相关
新兴产业转型升级技术改造项目	6.00	与资产相关
智能工厂建设补助	5.00	与资产相关
当期小计	138.67	-
2015 年度		
江宁开发区 2014 年度纳税大户奖	4.00	与收益相关
江宁区开发区财政局技术研究开发支出	0.42	与收益相关
南京市江宁區财政局名牌奖励资金	100.00	与收益相关
江宁区扶持中小微工业企业加快发展的若干政策	5.00	与收益相关
新兴产业引导专项资金	60.00	与收益相关
利用资本市场融资补贴款	20.00	与收益相关
发展奖励资金	26.60	与收益相关
财政局 50000 科技型企业小升高计划	5.00	与收益相关
开发区财政局技术研究开发支出	0.21	与收益相关
当期小计	221.23	-
2014 年度		
江宁开发区 2013 年度纳税大户奖	2.00	与收益相关

项目	金额（万元）	与资产相关/与收益相关
2013 年度“绿色企业奖励”	3.00	与收益相关
南京市两化融合示范企业扶持资金	3.00	与收益相关
江宁财政局奖励两化融合我乐运营管理信息化系统项目	50.00	与收益相关
江宁区科技局专利申请和授权奖励	0.52	与收益相关
江宁区科技局补贴科技项目经费	3.00	与收益相关
当期小计	61.52	-

2、营业外支出分析

报告期内，公司营业外支出具体情况如下：

单位：万元

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
非流动资产处置损失合计	45.40	23.48	13.85
其中：固定资产处置损失	45.40	23.48	13.85
对外捐赠	-	48.48	54.46
其他	176.22	82.96	46.59
合计	221.63	154.91	114.91

各报告期，发行人营业外支出分别为 114.91 万元、154.91 万元和 221.63 万元，变动幅度分别为 34.82%和 43.06%。报告期内公司营业外支出主要系处置非流动资产损失等。公司营业外支出金额较小，对公司损益影响不大。

（六）其他利润表项目

1、税金及附加

各报告期，发行人税金及附加分别为 334.13 万元、459.31 万元和 620.02 万元，变动幅度分别为 37.46%、34.99%。税金及附加项目主要随发行人销售规模增长而增长，各报告期税金及附加明细如下：

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
城市维护建设税	304.29	267.40	194.70

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
教育费附加	223.14	191.00	139.07
营业税	-	0.91	0.36
房产税	65.50	-	-
土地使用税	14.91	-	-
印花税	12.18	-	-
合计	620.02	459.31	334.13

2、资产减值损失

各报告期，发行人资产减值损失分别为 181.74 万元、131.94 万元和 53.59 万元，变动幅度分别为-27.40%和-59.39%。发行人资产减值损失主要系坏账损失与存货跌价损失，2016 年发行人资产减值损失减少主要系坏账损失减少所致：

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
坏账损失	44.53	111.99	181.74
存货跌价损失	9.06	19.95	-
合计	53.59	131.94	181.74

3、投资收益

各报告期，发行人投资收益分别为 17.02 万元、66.23 万元和 33.24 万元，变动幅度分别为 289.06%和-49.80%。投资收益主要为投资理财产品收益。

4、所得税费用

各报告期，发行人所得税费用分别为 1,571.71 万元、951.60 万元和 1,205.75 万元，变动幅度分别为-39.45%和 26.71%。所得税费用主要受发行人当期利润总额及适用税率影响。2015 年发行人所得税费用降低的主要原因系发行人 2015 年经江苏省科学技术厅、江苏省财政厅、江苏省国家税务局、江苏省地方税务局批准认定为高新技术企业并颁发高新技术企业证书（证书编号：GR201532002948）。2015-2017 年度公司享受高新技术企业减按 15%的税率征收企业所得税。2016 年发行人所得税费用增长主要系当期利润总额增长较多所致。

（七）净利润波动情况分析

报告期内，公司净利润及销售净利率情况如下：

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
净利润（万元）	6,866.64	5,645.33	3,742.54
销售净利率（%）	10.15	9.75	7.19

报告期内，随着销售规模的扩大，公司净利润整体呈增长态势，2014 年净利润及销售净利率有较低主要系一方面当年股权激励确认股份支付导致管理费用大幅增加，另一方面 2014 年企业所得税率为 25% 所致。

（八）非经常性损益情况分析

报告期内公司非经常性损益的情况如下：

单位：万元

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
非流动资产处置损益,包括已计提资产减值准备的冲销部分	-45.40	-20.77	-13.85
计入当期损益的政府补助,但与企业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	138.67	221.23	61.52
除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外,持有交易性金融资产、交易性金融负债产生的公允价值变动损益,以及处置交易性金融资产、交易性金融负债和可供出售金融资产取得的投资收益	33.24	66.23	17.02
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-119.44	-32.86	262.81
其他符合非经常性损益定义的损益项目(股份支付)	-	-	-1,494.37
小计	7.07	233.83	-1,166.87
减: 所得税影响额	24.14	48.40	93.52
非经常性损益净额	-17.07	185.43	-1,260.40
其中: 少数股东损益	-	-	-
归属于母公司股东的非经常性损益净额	-17.07	185.43	-1,260.40
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	6,883.72	5,459.90	5,002.94

报告期内，公司非经常性损益与净利润对比情况如下表所示：

单位：万元

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
合并净利润	6,866.64	5,645.33	3,742.54
非经常性损益	-17.07	185.43	-1,260.40
非经常性损益占净利润比例（%）	-0.25	3.28	-
归属于母公司股东的净利润	6,874.10	5,645.33	3,742.54
归属于母公司股东的非经常性损益	-17.07	185.43	-1,260.40
归属于母公司股东的非经常性损益／归属于母公司普通股股东的净利润（%）	-0.25	3.28	-

2014 年的非经常性损益主要因公司对部分骨干人员实施股权激励，故当期非经常性损益金额较大。2015 年、2016 年非经常性损益主要系政府补助和核销的长期挂账款项等构成。

三、现金流量分析

报告期内，公司现金流量情况如下：

单位：万元

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
经营活动产生的现金流量净额	14,541.91	8,085.36	5,601.43
投资活动产生的现金流量净额	-8,964.83	-3,646.29	-4,853.09
筹资活动产生的现金流量净额	-768.96	-2,824.18	-631.02
现金及现金等价物净增加额	4,809.69	1,615.88	117.89

（一）经营活动产生的现金流量分析

报告期内，公司经营活动现金流量具体情况如下：

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	82,274.97	66,197.31	58,787.89
收到其他与经营活动有关的现金	3,222.37	1,996.13	2,264.67
经营活动现金流入小计	85,497.35	68,193.44	61,052.56
购买商品、接受劳务支付的现金	46,513.47	40,952.75	36,505.86
支付给职工以及为职工支付的现金	9,082.66	5,732.03	5,370.56

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
支付的各项税费	6,243.54	6,111.81	5,036.95
支付其他与经营活动有关的现金	9,115.77	7,311.50	8,537.77
经营活动现金流出小计	70,955.43	60,108.09	55,451.14
经营活动产生的现金流量净额	14,541.91	8,085.36	5,601.43

报告期内，公司经营活动现金流量净额具体形成情况如下：

单位：万元

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
经营活动产生的现金流量净额	14,541.91	8,085.36	5,601.43
1、净利润	6,866.64	5,645.33	3,742.54
2、资产减值准备	53.59	131.94	181.74
3、折旧摊销	2,320.19	1,623.53	1,000.35
4、处置非流动资产的损失	45.40	20.77	13.85
5、财务费用	39.56	298.64	409.11
6、投资损失	-33.24	-66.23	-17.02
7、递延所得税资产减少形成的净流入	-70.51	26.38	-10.87
8、存货减少形成的净流入	209.80	1,561.50	-1,143.55
9、经营性应收项目的减少	700.96	-2,166.85	-1,659.50
10、经营性应付项目的增加	4,867.81	1,010.34	1,590.40
11、其他	-458.29	-	1,494.37

报告期内，公司主要销售渠道为经销渠道，公司除对少量信用良好的经销商存在部分授信外，对经销客户基本采用先款后货的结算方式，而采购则主要采用先收货、后付款的方式，故整体而言，经营活动产生的现金流量净额较为充沛。

报告期内各期发行人经营活动产生的现金流量净额分别为 5,601.43 万元、8,085.36 万元和 14,541.91 万元，变动幅度分别为 44.34% 和 79.85%。

报告期内发行人经营活动产生的现金流量净额增长幅度较大主要系经营活动现金流入金额增长较快所致：经营活动现金流入金额各期分别为 61,052.56 万元、68,193.44 万元和 85,497.35 万元，变动幅度分别为 11.70% 和 25.37%；经营活动现金流出金额各期分别为 55,451.14 万元、60,108.09 万元和 70,955.43 万元，变动幅度分别为 8.40% 和 18.05%。

经营活动现金流入及流出项目中各期比较数据变动 30% 的项目分析如下：

1、收到其他与经营活动有关的现金

各报告期，发行人收到其他与经营活动有关的现金分别为 2,264.67 万元、1,996.13 万元和 3,222.37 万元，变动幅度分别为-11.86%和 61.43%。报告期内公司收到的其他与经营活动有关的现金主要系政府补助、经销商保证金及供应商质保金等。其他与经营活动有关的现金明细如下：

单位：万元

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
利息收入	28.80	30.33	14.68
政府补助	559.67	221.23	61.52
保证金	1,539.56	1,205.97	1,681.68
质保金	1,023.33	424.95	472.43
其中：基建保证金	500.00	-	-
其他	71.01	113.65	34.37
合计	3,222.37	1,996.13	2,264.67

2、支付给职工以及为职工支付的现金

各报告期，发行人支付给职工以及为职工支付的现金分别为 5,370.56 万元、5,732.03 万元和 9,082.66 万元，变动幅度分别为 6.73%和 58.45%。支付给职工以及为职工支付的现金 2016 年增长幅度较大的原因主要系当年发行人开始推广全屋定制家具业务，并开设直营销售渠道，扩充了销售人员队伍并招聘了销售部门管理人员，同时增加了研发人员进行新品研发等，因此当年职工薪酬增加幅度较大。

3、支付其他与经营活动有关现金分析

报告期各期，发行人支付的其他与经营活动有关的现金主要为当期支付的广告费、业务宣传费、研发费用、保证金/质保金等，具体如下：

单位：万元

项目	2016 年	2015 年	2014 年
广告费	2,674.23	957.28	3,169.47

项目	2016年	2015年	2014年
业务宣传费	984.92	1,152.94	949.44
研发费用	1,249.22	1,092.94	859.06
保证金	890.91	928.66	960.58
质保金	251.28	336.79	296.37
服务费	740.67	860.08	103.84
差旅费	660.52	721.61	647.13
会务费	385.16	358.52	398.91
运输费	301.41	256.1	288.48
汽车费	172.7	198.51	253.08
物业管理费	133.04	77.23	64.38
业务招待费	179.17	129.58	80.03
办公费	170.21	139.88	132.1
保险费	22.87	14.54	15.61
手续费	29.28	69.06	135.53
其他	270.19	17.78	183.75
合计	9,115.77	7,311.50	8,537.77

2015年支付的其他与经营活动有关的现金较2014年和2016年低，主要系当年由于广告推广策略调整，主要通过电台广播、户外广告以及网络等方式，而2014年投入了较多的电视推广如“中国好声音”、“舌尖上的中国”等时段插播广告，2016年则支付了较多的今日头条/网易新闻等客户端推广费、户外以及高铁/机场等推广费和广告代言费，由此2015年对外支付的广告费和业务宣传费较2014年和2016年分别减少2,08.69万元和1,548.93万元。

（二）投资活动现金流量分析

报告期内，公司投资活动现金流量具体情况如下：

单位：万元

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

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
收回投资收到的现金	10,300.00	16,527.95	8,710.00
取得投资收益收到的现金	33.24	66.23	17.02
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	44.31	49.98	61.47
投资活动现金流入小计	10,377.56	16,644.15	8,788.49
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	9,042.39	3,762.50	4,931.58
投资支付的现金	10,300.00	16,527.95	8,710.00
投资活动现金流出小计	19,342.39	20,290.44	13,641.58
投资活动产生的现金流量净额	-8,964.83	-3,646.29	-4,853.09

2014 年、2015 年及 2016 年，公司投资活动现金流量均为负数，主要是因为公司基于业务发展需要，购建生产设备、建造厂房及办公大楼支出所致。

报告期内发行人投资活动产生的现金流量净额变动主要系受收回投资收到的现金，购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金及投资支付的现金科目变动影响。

投资活动现金流入及流出项目中各期比较数据变动 30% 的项目分析如下：

1、收回投资收到的现金

各报告期，发行人收回投资收到的现金分别为 8,710.00 万元、16,527.95 万元和 10,300.00 万元，变动幅度分别为 89.76% 和 -37.68%。收回投资收到的现金主要系当年滚动购买短期保本理财产品所致。

2、取得投资收益收到的现金

各报告期，发行人取得投资收益收到的现金分别为 17.02 万元、66.23 万元和 33.24 万元，变动幅度分别为 289.06% 和 -49.80% 万元。取得投资收益收到的现金主要系当年滚动购买短期保本理财产品的投资收益。

3、购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金

各报告期，发行人购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金分别为 4,931.58 万元、3,762.50 万元和 9,042.39 万元，变动幅度分别为 -23.71% 和

140.33%。

2016年购买固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金较2015年增加较多，主要系当年长期待摊费用及其他非流动资产增加额较高，主要为当年预付土地出让金2,095.76万元、预付设备款1,623.37万元等所致。

4、投资支付的现金

各报告期，发行人投资支付的现金分别为8,710.00万元、16,527.95万元和10,300.00万元，变动幅度分别为89.76%和-37.68%。投资支付的现金主要系当年滚动购买短期保本理财产品所致。

（三）筹资活动现金流量分析

报告期内，公司筹资活动现金流量具体情况如下：

单位：万元

项目	2016年度	2015年度	2014年度
吸收投资收到的现金	10.00	4,500.00	345.00
取得借款收到的现金	2,000.00	-	5,000.00
筹资活动现金流入小计	2,010.00	4,500.00	5,345.00
偿付债务支付的现金	2,000.00	6,000.00	3,000.00
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	778.96	1,324.18	2,976.02
筹资活动现金流出小计	2,778.96	7,324.18	5,976.02
筹资活动产生的现金流量净额	-768.96	-2,824.18	-631.02

报告期内各期发行人筹资活动产生的现金流量净额分别为-631.02万元、-2,824.18万元和-768.96万元。

报告期内发行人筹资活动产生的现金流量净额变动主要系吸收投资收到的现金、取得借款和偿还借款支付的现金以及利润分配等影响。

筹资活动现金流入及流出项目中各期比较数据变动30%的项目分析如下：

1、吸收投资收到的现金

报告期内各期发行人吸收投资收到的现金分别为345.00万元、4,500.00万元和10.00万元。2014年、2015年主要系发行人股东开盛投资、祥禾涌安分别增

资所致，2016 年主要系发行人设立控股子公司苏州想超，少数股东投入 10 万元所致。

2、取得借款收到现金

报告期内各期发行人取得借款收到的现金分别为 5,000.00 万元、0 元和 2,000 万元，主要系各年向银行取得的借款所致。

3、偿还债务支付的现金

报告期内各期发行人偿还债务支付的现金分别为 3,000.00 万元、6,000.00 万元和 2,000 万元，主要系各年按期偿还银行借款所致。

4、分配股利、利润或偿付利息支付的现金

报告期内各期发行人偿还债务支付分配股利、利润或偿付利息支付的现金分别为 2,976.02 万元、1,324.18 万元和 778.96 万元，主要系各年支付银行借款利息以及利润分配所致。

四、报告期内重大资本性支出情况

（一）报告期内重大资本性支出情况

2014 年、2015 年及 2016 年，公司购建固定资产、无形资产和其他长期资产的现金流支出分别为 4,931.58 万元、3,762.50 万元及 9,042.39 万元，2014 年、2015 年该等资金支出主要用于公司三期工程建设、装修以及相应设备的购置、安装等；2016 年该等资金支出主要为当年预付土地出让金 2,095.76 万元、预付设备款 1,623.37 万元以及其他支出等。

（二）未来可预见的重大资本性支出计划

2015 年 10 月 26 日，经公司 2015 年第一次临时股东大会批准，本次发行上市的募集资金扣除发行费用后，将投资于“全屋定制智能家居系统项目”，此为公司未来可预见的重大资本性支出计划，具体情况请参见本招股说明书“第十三节募集资金运用”部分。

五、财务状况和盈利能力的未来趋势分析

（一）财务状况良好

公司流动比率和速动比率符合自身实际情况，主要流动资产为应收账款、存货和货币资金。报告期内各年，公司分别有 83.71%、78.25% 和 50.94% 的应收账款账龄在一年以内，且公司已计提坏账准备。随着发行人逐步优化存货管理，提升存货周转效率，存货周转率不断提升，各期末存货余额整体呈明显降低趋势。

未来，公司将继续加强对大宗客户的筛选及回款跟踪，进一步提升应收账款管理能力；同时，随着公司信息化系统的完善，公司对存货的管理将进一步精细，存货余额及结构将进一步得以优化。

公司主要非流动资产为厂房、机器设备等固定资产以及土地使用权、软件等。公司各项固定资产及无形资产运营情况良好，不存在减值迹象。

本次募集资金投资项目顺利实施后，公司的固定资产和无形资产金额将进一步增加；同时，随着项目完成后带来生产规模和销售规模的增长，流动资产规模也会相应增加，财务状况有望进一步优化。

（二）产品销售季节性较为明显

公司所在行业与商品房交易和家庭装修的季节性直接相关，报告期内，公司的主营业务收入存在季节性。通常 2 月至 5 月属于销售淡季，9 月至 12 月为销售旺季。则公司未来需充分运用自身信息化管理优势，进一步精细化产能管理，以缓解销售淡季产能利用率过剩以及销售旺季产能不足的矛盾。

（三）营收规模稳中有升

近年来，公司在充分发挥自身设计优势、产品环保健康的品质优势同时，加强品牌宣传、市场推广和产能升级，销售规模得以不断扩大，2014 年至 2016 年，公司营业收入年均复合增长率约 13.99%，销售净利率较为稳定，总体发展态势良好，持续盈利能力较强。

未来，随着居民可支配收入的持续增长以及城镇化进程的加快，居民的家具

消费理念将进一步升级，对环保健康、美观舒适、个性定制等要求将进一步提升。公司作为业内较早提出并践行高环保标准的社会责任较强的优质企业，将持续秉承“设计让家更美，科技让美实现”的理念和使命，紧密围绕消费者需求，稳抓市场契机。同时，随着全屋定制产品的推广以及本次募集资金投资项目的顺利实施，公司的定制能力将获得进一步提升，未来盈利水平有望进一步加强。

六、财务报告审计截止日后主要财务信息及经营情况

（一）发行人会计师对公司2017年1-3月财务报表的审阅意见

发行人会计师审阅了公司的财务报表，包括2017年3月31日合并及母公司的资产负债表，2017年1-3月合并及母公司的利润表、现金流量表以及财务报表附注，并出具了瑞华阅字[2017]01710001号《审阅报告》，发表如下意见：“根据我们的审阅，我们没有注意到任何事项使我们相信上述财务报表没有按照企业会计准则的规定编制，未能在所有重大方面公允反映南京我乐家居股份有限公司2017年3月31日的财务状况、2017年1-3月的经营成果和现金流量。”

公司董事会、监事会、全体董事、监事、高级管理人员，以及公司法定代表人、主管会计工作的负责人、会计机构负责人已出具声明，保证上述财务报表所载资料不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性及完整性承担个别及连带责任。

（二）审计截止日后的主要财务信息

本部分财务信息未经审计，但已经瑞华所审阅。

1、合并资产负债表主要数据

单位：万元

项目	2017年3月31日	2016年12月31日	变动幅度
流动资产	18,557.74	22,288.25	-16.74%
非流动资产	31,576.08	27,450.38	15.03%
资产合计	50,133.82	49,738.63	0.79%
流动负债	19,496.02	18,914.47	3.07%

项目	2017年3月31日	2016年12月31日	变动幅度
非流动负债	409.75	421.00	-2.67%
负债合计	19,905.77	19,335.47	2.95%
所有者权益合计	30,228.05	30,403.16	-0.58%
归属于母公司股东的股东权益	30,224.93	30,400.62	-0.58%

2、合并利润表主要数据

单位：万元

项目	2017年1-3月	2016年1-3月	变动幅度
营业收入	11,969.95	5,888.43	103.28%
营业利润	-153.20	-656.70	76.67%
利润总额	-116.16	-613.35	81.06%
净利润	-185.12	-629.99	70.62%
归属于母公司股东的净利润	-175.69	-629.99	72.11%
扣除非经常性损益后的归属于母公司股东的净利润	-207.18	-666.84	68.93%

3、合并现金流量表主要数据

单位：万元

项目	2017年1-3月	2016年1-3月
经营活动产生的现金流量净额	717.98	-3,979.87
投资活动产生的现金流量净额	-4,907.20	-778.47
筹资活动产生的现金流量净额	10.00	1,991.59
现金及现金等价物净增加额	-4,179.44	-2,765.18

4、非经常性损益明细表主要数据

单位：万元

项目	2017年1-3月	2016年1-3月
非流动性资产处置损益	-3.66	-
计入当期损益的政府补助，但与企业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	30.25	34.21

项目	2017年1-3月	2016年1-3月
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	10.46	9.14
小计	37.05	43.35
所得税影响额	5.56	6.50
合计	31.49	36.85

（三）会计报表的变动分析

截至2017年3月31日，公司总资产为50,133.82万元，较2016年末增加了0.79%，公司总负债为19,905.77万元，较2016年末增加了2.95%，资产、负债规模保持稳定；公司净资产为30,228.05万元，较2016年末减少了0.58%，主要系2017年1-3月公司亏损185.12万元所致。

随着消费观念的进一步升级，消费者对居住环境的要求不断提高，定制家具产品需求快速增长，2017年1-3月，公司实现营业收入11,969.95万元，较去年同期增加103.28%；得益于公司营业收入的大幅增长，2017年1-3月公司扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润-207.18万元，较去年同期减亏459.66万元。

2017年1-3月和2016年1-3月，经营活动产生的现金流量净额分别为717.98万元和-3,979.87万元，2016年1-3月经营活动现金流出较多主要系一方面当期净利润较低，另一方面存货及应收账款增加较多所致；投资活动产生的现金流量净额分别为-4,907.20万元以及-778.47万元，2017年1-3月投资活动现金支出较多主要是由于溧水工厂建设，固定资产投资增加所致；筹资活动产生的现金流量净额分别为10.00万元和1,991.59万元，2017年1-3月下降较多主要是取得借款收到的现金大幅减少所致。

2017年1-3月，公司扣除所得税影响后的非经常性损益为31.49万元，主要系计入当期损益的政府补助，非经常性损益对经营业绩不构成重大影响。

（四）财务报表审计截止日（2016年12月31日）后主要经营状况

财务报告审计截止日（2016年12月31日）至本招股说明书签署日，发行人主要经销商南京快特兰汀家居有限公司实际控制人周海波原拥有发行人兰州

地区、沈阳地区、上海部分地区及南京地区的经销权，考虑周海波拟移民境外以及发行人自身经营需要，周海波除继续拥有兰州地区经销权外，不再拥有沈阳地区、上海地区及南京地区的经销权。其中沈阳地区经销权转由其他经销商负责，上海地区及南京地区转由发行人自行运营。截至本招股说明书签署之日，上述经销权转移接续手续已基本完成。上述部分区域经销权调整所涉金额较小，不构成主要客户的重大变化。且交接后运营稳定，不构成重大不利影响。

公司生产经营模式未发生重大变化；公司采购模式和销售模式未发生重大变化；公司生产销售情况正常；公司税收政策亦未发生重大变化；公司亦未出现其他可能影响投资者判断的重大事项。

（五）2017 年上半年主要经营情况

公司 2017 年 1-4 月已实现营业收入约 17,000 万元，且截至招股说明书签署日，公司在手待发订单合计约 3,000 万元（不含税），同时除在手待发订单外，根据经销商上传系统的预订单情况以及市场整体经营情况，公司初步预计 5-6 还可以实现收入约 11,000 万元-13,000 万元。综上分析，公司合理预计 2017 年 1-6 月营业收入约 31,000 万元至 33,000 万元，较上年同期增长幅度在 35%-43%之间；预计 2017 年 1-6 月扣除非经常性损益后的归属于母公司的净利润 1,000 万元至 1,100 万元，同比增长幅度在 13.5 倍-14 倍之间。（上述数据未经审计，不构成盈利预测）

综上所述，公司财务报告审计截止日后的经营情况与经营业绩较为稳定，总体运营情况良好，不存在重大异常变动情况。

七、公司未来分红回报规划

（一）公司未来分红回报规划

为了明确本次发行后对新老股东权益分红的回报，进一步细化《公司章程（草案）》中关于利润分配的条款，增加利润分配决策透明度和可操作性，便于股东对公司经营和分配进行监督，公司董事会在认真、详细论证的基础上，制定了《南京我乐家居股份有限公司上市后未来三年股东分红回报规划》，具体要点如下：

1、股东回报规划制定考虑因素

公司着眼于长远和可持续发展，在综合分析企业经营发展实际、股东要求和意愿、社会资金成本、外部融资环境等因素的基础上，充分考虑公司目前及未来盈利规模、现金流量状况、发展所处阶段、项目投资资金需求、融资计划、银行信贷及债权融资环境等情况，建立对投资者持续、稳定、科学的回报规划与机制，对股利分配作出制度性安排，以保证股利分配政策的连续性和稳定性。

公司利润分配应重视对投资者的合理投资回报并兼顾公司的可持续发展。公司股东回报规划充分考虑和听取股东特别是中小股东的要求和意愿，在保证公司正常经营业务发展的前提下，公司可以采取现金、股票或现金与股票相结合的方式分配股利。

2、公司股东回报规划制定原则

公司董事会根据《南京我乐家居股份有限公司章程（草案）》及当期的经营情况和项目投资的资金需求计划，在充分考虑股东要求和意愿的基础上，平衡股东回报与公司未来发展的关系，保证股利分配政策的稳定性和可行性，通过建立更加科学、合理的投资者回报机制，在兼顾股东回报和企业发展的同时，保证股东长期利益的最大化，从而确定合理的利润分配规划及具体方案。

3、规划制定周期

公司董事会根据《南京我乐家居股份有限公司章程（草案）》确定的利润分配政策制定规划，董事会需确保至少每三年制定一次股东回报规划。

4、公司未来分红回报规划

(1) 实施现金分红应当满足下列条件：

①公司该年度实现的可分配利润（即公司弥补亏损、提取公积金后所余的税后利润）为正值、且现金流充裕，实施现金分红不会影响公司后续持续经营；

②审计机构对公司的该年度财务报告出具标准无保留意见的审计报告。

(2) 公司在满足现金分红条件时，每年以现金方式分配的利润应不低于当年实现的可分配利润的 10%。

公司应保持利润分配政策的连续性与稳定性，并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，制定以下差异化的现金分红政策：

①当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当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当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。

(3) 其他利润分配方式：公司可以根据年度的盈利情况及现金流状况，在保证最低现金分红比例和公司股本规模及股权结构合理的前提下，注重股本扩张与业绩增长保持同步，在确保足额现金股利分配的前提下，公司可以另行采取股票股利分配的方式进行利润分配。

(4) 利润分配的间隔时间：在符合现金分红条件情况下，公司原则上每年进行一次现金分红，公司董事会可以根据公司的盈利状况及资金需求状况提议公司进行中期现金分红。

5、未来股东回报规划的决策及执行机制

(1) 公司每年利润分配预案由公司管理层、董事会结合公司章程的规定、盈利情况、资金需求和股东回报规划提出、拟定，经董事会审议通过后提交股东大会批准。董事会、独立董事和符合一定条件的股东可以向公司股东征集其在股东大会上的投票权。独立董事应对利润分配预案独立发表意见并公开披露。

(2) 董事会审议现金分红具体方案时，应当认真研究和论证公司现金分红的时机、条件和最低比例、调整的条件及其决策程序要求等事宜，独立董事应当发表明确意见。

(3) 股东大会对现金分红具体方案进行审议时，应当通过多种渠道主动与

股东特别是中小股东进行沟通和交流（包括但不限于提供网络投票表决、邀请中小股东参会等），充分听取中小股东的意见和诉求，并及时答复中小股东关心的问题。分红预案应由出席股东大会的股东或股东代理人以所持二分之一以上的表决权通过。

（4）公司年度盈利，管理层、董事会未提出、拟定现金分红预案的，管理层需就此向董事会提交详细的情况说明，包括未分红的原因、未用于分红的资金留存公司的用途和使用计划，并由独立董事对利润分配预案发表独立意见并公开披露；董事会审议通过后提交股东大会通过现场或网络投票的方式审议批准，并由董事会向股东大会做出情况说明。

（5）监事会应对董事会和管理层执行公司利润分配政策和股东回报规划的情况及决策程序进行监督，并应对年度内盈利但未提出利润分配的预案，就相关政策、规划执行情况发表专项说明和意见。

（6）公司应严格按照有关规定在定期报告中披露利润分配预案和现金分红政策执行情况，说明是否符合公司章程的规定或者股东大会决议的要求，分红标准和比例是否明确和清晰，相关的决策程序和机制是否完备，独立董事是否履职尽责并发挥了应有的作用，中小股东是否有充分表达意见和诉求的机会，中小股东的合法权益是否得到充分维护等。对现金分红政策进行调整或变更的，还要详细说明调整或变更的条件和程序是否合规和透明等。若公司年度盈利但未提出现金分红预案，应在年报中详细说明未分红的原因、未用于分红的资金留存公司的用途和使用计划。

（7）公司应当严格执行公司章程确定的现金分红政策以及股东大会审议批准的现金分红具体方案。公司根据生产经营情况、投资规划和长期发展的需要或因外部经营环境发生重大变化，确需调整利润分配政策和股东回报规划的，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、公司章程的有关规定；有关调整利润分配政策的议案，由独立董事、监事会发表意见，经公司董事会审议后提交公司股东大会批准，并经出席股东大会的股东所持表决权的 2/3 以上通过。公司同时应当提供网络投票方式以方便中小股东参与股东大会表决。董事会、独立董事和符合一定条件的股东可以向公司股东征集其在股东大会上的投票权。

6、公司上市后未来三年股东回报规划

公司上市后未来三年，利润分配将坚持以现金分红为主。未来三个年度内，在满足现金分红条件时，公司每年以现金方式分配的利润应不低于当年实现的可分配利润的 10%。在条件允许的情况下，公司董事会可以提议进行中期现金分红。

7、公司上市后未来三年股东回报规划的调整机制

公司上市后未来三年，如因外部经营环境或自身经营状况发生重大变化确实需要调整或者变更股东回报规划的，经过详细论证后应由董事会做出决议，然后提交股东大会审议通过，并经出席股东大会的股东所持表决权的 2/3 以上通过。公司同时应当提供网络投票方式以方便中小股东参与股东大会表决。董事会、独立董事和符合一定条件的股东可以向公司股东征集其在股东大会上的投票权。

（二）公司分红回报规划的合理性分析

目前公司处于高速发展期，亟需资金用于扩充产能、提升品牌和构建营销网络。从公司长远和可持续发展角度考虑，目前现金分红占可分配利润比例较小的情况有利于公司股东的长期总体回报，且公司将其资本积累的较大部分用于公司生产经营，以便快速成长，从而利于股东未来收益。未来 3 至 5 年内，公司仍保持较高的增长速度，公司股东认为现阶段较多的留存可分配利润将能够充分满足公司的资本性支出需要，并有利于提高公司价值。

公司本身有较强的盈利能力和资金管理能力和资金管理能力，有足够能力支付股东红利。目前，公司本身资产负债率合理，生产经营较为稳健，通过盈利积累、信贷支持以及本次募集资金可以获得足量发展资金，因此，能足额保证对股东的现金股利分配。

八、公开发行股票摊薄即期回报及填补措施

（一）本次发行对公司每股收益的影响

1、本次募集资金到位后公司每股收益情况

本次发行前，公司总股本为 12,000 万股。本次拟发行股票 4,000 万股，发行

完成后公司总股本将增至 16,000 万股，较发行前增加 33.33%。本次发行后，随着募集资金的到位，公司的股本及净资产均将大幅增长。

由于募集资金投资项目的建设和实施需要一定的周期，首发后第一年的募投资项目利润可能无法完全体现。鉴于公司首发后增加股本为 33.33%与年度业务增长率的比较关系，假设首发当年业绩增长小于上一年度的 33.33%，将摊薄股东的即期回报。因此，本次发行将可能会摊薄股东的即期回报。

上述假设仅为测试摊薄即期回报对公司每股收益的影响，不代表公司对未来年度经营情况及趋势进行判断，亦不构成盈利预测。投资者不应据此进行投资决策，投资者据此进行投资决策造成损失的，公司不承担赔偿责任。

2、对摊薄即期回报的风险提示

本次发行后，公司总股本规模将扩大，净资产规模及每股净资产水平都将提高，若公司业绩未按预期完全达标，公司未来每股收益在短期内可能存在一定幅度的下滑，因此公司的即期回报可能被摊薄。特此提醒投资者关注本次发行可能摊薄即期回报的风险。

（二）首次公开发行并上市的必要性和合理性

本次发行募集资金将用于投资“全屋定制智能家居系统项目”。募集资金投资项目达产后，有利于公司扩充产能，进一步提升信息化、自动化水平，提高生产效率，增强管理能力、研发创新能力，完善物流管理系统等，从而提升公司综合竞争能力。本次发行的必要性和合理性详见本招股说明书“第十三节 募集资金运用”之“二、本次募集资金投资项目情况”。

（三）本次募集资金投资项目与公司现有业务的关系，发行人从事募集资金项目在人员、技术、市场等方面的储备情况

1、本次募集资金投资项目与公司现有业务的关系

公司本次募集资金拟投资项目与公司主营业务紧密结合。报告期内，公司拥有整体厨柜、定制衣柜和全屋定制家具三大产品系列。其中整体厨柜为公司创立

至今主要的业绩贡献产品，未来仍将为公司主打产品系列之一；定制衣柜系公司为满足客户需求配置的基本品类，未来拟逐步提升该板块销售规模；全屋定制家具系公司未来战略布局产品之一，有望成为公司的另一重要业绩增长贡献板块。公司本次募集资金投资项目如下：

单位：万元

序号	项目名称	项目总投资	拟使用募集资金金额	项目备案文号
1	全屋定制智能家居系统项目	40,485.17	36,606.51	溧发改审-1[2015]46号
合计		40,485.17	36,606.51	-

“全屋定制智能家居系统项目”将引进国内外先进的生产工艺及流程控制，构建智能化、自动化、信息化、机械化的高效率生产基地，打造公司新一代数字化智能工厂，提升生产效率。

2、公司从事本次募集资金投资项目在人员、技术、市场等方面的储备情况

(1) 人员储备情况

公司长期以来一直重视人员的培训及人才的培养，通过多年积累，已储备了一批业务能力、管理能力良好的优秀人才。公司主要经营管理人员均已在业内从事多年经营活动，具备丰富的管理经验，并对定制家具行业有较为深刻的认识，对公司未来发展战略有清晰的规划；公司设计研发人员具有良好的科学素养和职业精神、扎实的专业基础，具备较强的学习能力和敏锐的时尚嗅觉，努力创新，不断推动公司产品升级换代，引领定制家具行业消费潮流。同时公司建立了完善的管理机制及培训机制，全面提升员工素质及业务能力，持续为公司输送优秀人才。

(2) 技术储备

本公司作为定制家具行业领导者之一，信息化与自动化程度较高，荣获工信部 2015 年互联网与工业融合创新试点企业、2014 年江苏省信息化与工业化融合转型升级示范企业等多项荣誉。同时，公司作为行业内少数拥有大规模柔性化定制生产能力的企业之一，拥有高度信息化、自动化的工厂以及高效的生产管理系统。公司高度信息化、自动化的工厂大幅提高了生产效率，使大规模定制化生产

成为可能，解决了定制家具产品个性化与规模化生产矛盾的难题。

同时，公司致力于对生产流程的持续改造和升级，本次募集资金投资项目的实施，有利于进一步提升公司信息化、自动化程度，进一步优化生产流程。公司较强的技术储备为公司节省了大量人力成本，大幅提高了工作效率，提升盈利能力。

(3) 市场储备

公司自成立以来一直从事定制家具产品的设计、研发、生产、制造和销售等，并着力培育“我乐”品牌，经过近 10 年的市场开拓，“我乐”品牌已成为定制家具行业的知名品牌，在消费者中有较高的知名度和美誉度，成为公司的核心优势之一。经过多年耕耘，公司已拥有较为广泛的销售网络，覆盖了我国 30 个省近 700 个城市。广泛的销售渠道使公司能够充分利用经销商资源迅速开拓市场、扩大市场份额，同时也能广泛收集市场信息，了解消费者需求变化。公司产品长期以来在业内获得了较高的认可，销售渠道畅通，市场储备充足，公司产品未来销售前景较为广阔。

(四) 公司应对本次发行摊薄即期回报采取的填补措施

1、公司现有业务板块运营状况及发展态势

公司秉承“设计让家更美，科技让美实现”的理念和使命，致力于定制家具产品的设计、研发、生产、销售及相关服务的提供。公司目前整体厨柜和定制衣柜两大产品系列，未来拟将产品线扩展至全屋定制家具。其中整体厨柜为公司创立至今主要的业绩贡献产品，报告期内整体厨柜业务占主营业务收入的比重均在 95% 以上，未来仍将为公司主打产品系列之一；定制衣柜系公司为满足客户需求配置的基本品类，未来拟逐步提升该板块销售规模；全屋定制家具系公司未来战略布局产品之一，有望成为公司的另一重要业绩增长贡献板块。

报告期内公司营业收入均来自主营业务收入，主营业务突出。2014 年至 2016，公司分别实现营业收入 52,038.53 万元、57,893.03 万元和 67,619.81 万元。报告期内，公司营业收入逐年增长，盈利能力较强。

2、公司现有业务板块面临的主要风险及改进措施

公司现有业务面临着房地产政策调控及市场波动风险、市场竞争风险、市场拓展风险、经销商管理等风险，具体内容参见本招股说明书“第四节风险因素”。

针对公司面临的风险，公司制定了业务发展战略和未来三年业务发展目标，未来将紧跟国家调控政策，适时调整公司经营策略，继续以“我乐”品牌为核心，在扩大整体厨柜业务规模的同时大力发展全屋定制业务；把握市场动向，进一步开拓市场、扩大营销渠道；持续进行新产品研发，加大新技术和新工艺的开发力度，不断提升产品竞争力；强化经销商培训与经销商管理，提升终端店面综合服务能力等。通过多方面齐头并进提升公司综合竞争实力，将“我乐”打造成为定制家具行业领军品牌，不断增强公司盈利能力以及公司对风险因素的抵抗能力。

此外，公司本次发行募集资金投资项目是在充分考虑了目前的产业政策、市场条件以及公司经营业绩、发展经验及面临的主要风险，通过详细论证而提出。募集资金投资项目的顺利实施，将进一步巩固和强化公司经营优势，提高抗风险能力，有利于实现可持续发展。

3、提升公司经营业绩，防范和填补被摊薄即期回报的具体措施

（1）坚持公司发展战略，提升公司综合实力

公司秉持“设计让家更美，科技让美实现”理念和使命，致力于为消费者提供全面的家具解决方案和优美健康的家居环境。通过本次融资，公司将扩大生产规模，丰富产品品类，在继续扩大整体厨柜业务在行业内的优势的基础上，大力推动全屋定制业务的发展，两条业务线同时发展，互为补充、相互促进，进一步扩大公司产品的市场占有率，提升公司的品牌影响力。

同时，公司未来将借助资本市场的力量，适时采用收购兼并等多种方式，整合行业上下游企业或同行业企业资源，在进一步扩大成本优势的同时拓宽销售渠道，提高公司对产业链的把控能力，提升公司综合实力，从而增强公司盈利能力。

（2）强化营销渠道，扩大销售规模

经过多年积累，公司已建立了较为广泛的销售渠道，公司优势产品整体厨柜

在消费者中具有较高的知名度，成功推动公司业绩快速增长。并于 2015 年开始涉足全屋定制业务，产品范围扩大至卧室、客厅、餐厅、书房等定制家具产品。

公司将主要通过经销商渠道和直营渠道两个渠道实现全屋定制产品的销售：通过打造工厂旗舰店、在大型购物商场或大型建材商场等开设旗舰店方式建立直营渠道；同时，以原有优质经销商作为市场切入口，大力开拓新经销商，构建全屋定制产品自有经销商渠道。

未来公司将形成整体厨柜经销商体系及全屋定制经销商体系，二者互为补充，互相引流，共同扩大公司营销网络覆盖范围。另外，公司将大力发展电子商务渠道，使之成为经销商渠道和直营渠道的有效补充，通过各手机应用、社交软件等多种渠道与顾客互动，获取消费者的偏好、兴趣等重要数据，为公司产品发展战略提供重要参考，或是通过社交媒体与终端消费者建立联系，并基于消费者的社交圈构建起零售商的社交网络，扩大“我乐”品牌知名度，增强营销效果。通过着力建设营销渠道，公司有望进一步扩大整体厨柜产品销售规模，同时使全屋定制业务成为公司新的盈利增长点。

(3) 加强研发力度，不断推出具有竞争力的新产品

公司作为定制家具行业领先企业，研发设计能力较强，较早引入欧洲家居设计风格，产品受到众多消费者的喜爱。经过多年的发展，公司已经建立了一支行业领先的设计师队伍，并通过与境外设计师合作的方式共同进行产品开发。受益于公司较强的研发设计能力，公司产品在同行业众多产品中脱颖而出，多个系列连续多年畅销。

公司未来将投资建设“研发中心及智能管理平台建设项目”，对目前的研发中心进行升级，构建具有行业领先水平的技术研发中心。研发中心将引进技术人才，对新技术、新工艺和新材料等进行研究开发；升级实验检测设备及仪器，提高产品质量检测标准；大力实施新品开发，不断推出引领家居生活潮流、具有竞争力的新产品。

(4) 升级信息系统，提高运营效率

公司信息化与自动化程度较高，荣获工信部 2015 年互联网与工业融合创新

试点企业、2014 年江苏省信息化与工业化融合转型升级示范企业等多项荣誉。公司本次募集资金投资项目“工业 4.0 物料自动化流转项目”的投建，将升级公司目前的生产执行系统，构建生产执行系统与公司 ERP 系统集成，实现生产执行系统与公司供应链管理系统、客户管理系统协同，通过网络存储空间，实现多平台数据、信息、资源共享。另外，公司将引进 AGV 自动搬运机器人及其配套物流 PLC 控制软件，搭建自动化仓库，提升公司车间物流效率。

募投项目建成后，公司信息系统得到升级，集合销售、生产、物流、管理等职能的综合信息化系统将大幅提升公司运营效率，为公司进一步节省成本，从而提升公司综合实力与盈利能力。

(5) 强化募集资金管理，提高募集资金使用效率

公司本次发行股票募集资金投资项目符合国家产业政策和公司的发展战略，具有良好的市场前景和经济效益。随着项目逐步进入稳定回报期后，公司的盈利能力和经营业绩将会显著提升，有助于填补本次发行对股东即期回报的摊薄。公司将加快募集资金投资项目的建设速度，确保募投项目及建成并实现预期效益，增强以后年度的股东回报，降低本次发行导致的股东即期回报摊薄的风险。本次发行后，公司将依照《上海证券交易所上市公司募集资金管理办法》（2013 年修订）及公司制定的《募集资金使用管理制度》等相关规定，将募集资金存放于董事会指定的专项账户中，专户专储、专款专用，严格募集资金的使用管理，保证募集资金得到充分有效利用。

(6) 完善利润分配政策，强化投资者回报机制

为建立健全、科学、持续和稳定的分红决策和监督机制，积极回报投资者，引导投资者树立长期投资和理性投资的理念，增加利润分配政策决策的透明度和可操作性，切实维护公众投资者的合法权益，根据《中华人民共和国公司法》及中国证监会《关于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知》（证监发[2012]37 号）、《上市公司监管指引第 3 号—上市公司现金分红》（证监会公告[2013]43 号）等相关法律、法规、规范性文件的规定，公司制定的在首次公开发行并上市后适用的《公司章程（草案）》明确约定了利润分配及现金分红的相关内容，并综合考虑公司的盈利能力、经营发展规划、股东回报、社会资金成本以

及外部融资环境等因素，由董事会及股东大会审议通过了首次公开发行并上市后未来三年分红回报规划。

在首次公开发行股票并上市后，公司将严格执行分红政策，在符合利润分配条件的情况下，积极对股东给予回报，降低本次发行对公司即期回报的摊薄，确保公司股东特别是中小股东的利益得到保护。

（五）保荐机构对发行人本次发行摊薄即期回报的测算分析、填补措施及相关人员承诺的核查意见

经核查，保荐机构认为发行人已针对本次发行对即期回报的影响进行了测算分析；对本次发行的必要性和合理性作出了详细论证；在本次募集资金投资项目实施前已有较为充足的人员、技术及市场储备，同时发行人在对自身运营情况及所面临的风险进行了分析的基础上，制定了较为详尽的措施对本次发行对即期回报的摊薄进行填补。同时，发行人控股股东、实际控制人以及发行人董事、高级管理人员已就本次发行摊薄即期回报作出了相应承诺。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。

第十二节 业务发展目标

一、公司发展战略及计划

（一）整体发展战略

公司致力于为消费者提供全面的家具解决方案和优美健康的家居环境，未来公司将在继续扩大整体厨柜业务优势的同时大力发展全屋定制业务，巩固并提升公司的品牌影响力和市场占有率，奠定公司在定制家具行业的领先地位。

（二）发展目标

公司计划继续以“我乐”品牌为核心，扩大整体厨柜业务规模，同时大力发展全屋定制业务；进一步开拓市场、扩大营销渠道；持续进行新产品研发，引导家具消费潮流；加大新技术和新工艺的开发力度，实现从信息化制造向智能化制造的全面升级；强化产业链管理计划，优化升级联通终端客户、供应商与经销商的全业务流程信息化平台，提升客户服务能力；着力人才培育，提高员工价值创造能力。通过多方面齐头并进提升公司综合竞争实力，将“我乐”打造成为定制家具行业领军品牌。

（三）业务发展计划

1、品牌推广及管理计划

公司将继续以“我乐”为核心品牌，扩大公司在整体厨柜领域的优势市场地位的同时，加大在全屋定制领域的推广力度，力争将全屋定制系列产品打造为公司新的战略产品，实现与厨柜系列互相补充与促进，从而进一步提高公司整体市场占有率，提升品牌价值。公司品牌推广及管理计划的实施重点为：

（1）围绕品牌理念，丰富品牌内涵，提升品牌价值

公司将集中资源与力量继续打造优势品牌，未来将通过媒体广告、参加各地家具展会等多种方式提升“我乐”品牌知名度，通过主题推广等，形象化公司的品牌理念及设计风格等，提升品牌在消费者中的美誉度和认知度。同时，通过不

断丰富产品系列，形成各产品系列优势互补，打造一站式定制家具综合服务商，进一步提升品牌价值。

(2) 线上线下同时扩大营销范围

通过推出线上活动与终端消费者保持互动，保持对公众社会话题的敏感度，提升品牌曝光度，传播公司企业文化、品牌知识，培育消费者品牌忠诚度。继续扩大整体厨柜与全屋定制线下实体店布局范围，增加重点城市的广告投入，通过主题活动、促销活动等方式提升局部地区营销效果从而在长期内达到扩大品牌知名度的效果。

2、市场开发与渠道建设计划

(1) O2O平台建设

智能移动科技、社交媒体的迅速发展使得 O2O 模式成为了定制家具企业未来增长的驱动力。公司将发力 O2O 平台建设，构建“我乐社交平台”，一方面通过手机应用、社交软件等多种渠道与终端消费者建立联系，获取消费者的偏好、兴趣等重要数据，搭建基于消费者社交圈的终端零售网络，扩大品牌知名度，增强营销效果；另一方面打通经销商系统及公司电商销售平台，构建公司、消费者和经销商三方互动平台，优化线上下单+线下实体店体验的销售流程使报价、下单过程更加透明，最小化客户的不确定感，最优化客户的购买体验。

(2) 拓展线下营销网络

①优化整体厨柜销售网络

一方面通过升级整体厨柜经销店面、丰富产品配套以及加强对经销商培训、管理等措施，提升整体厨柜经销商单店平均提货额；另一方面通过加大各地联盟活动及品牌广告投入等措施，进一步完善整体厨柜经销网络布局，力争于 2019 年实现店面覆盖超过 1,000 家。

②大力开拓全屋定制家具销售渠道

公司拟于全国一级与省会重点市场开设全屋定制家具旗舰店，并以旗舰店为中心向周边二级和三级市场辐射，布局样板店，以样板店为核心辐射周边目标市

场，形成标杆效应；努力做到 2017 年全屋定制家具店面总数超过 250 个，完成一期网点布局；2018 年，向三线以上市场全面布局，同时向部分有消费能力的四级市场渗透，力争实现 2019 年终端网点 500 间，完成二期网络布局。

3、产品开发计划

公司重视产品开发，将依托自身强大的设计研发机构以及优秀的设计师团队，引进、开发先进的研发工具，不断提高公司对户型和模板、装修方案以及产品外观和功能的设计研发能力。公司未来产品开发重点在如下几个方面：

(1) 整体厨柜产品开发

公司将继续保持整体厨柜业务的优势地位，持续进行产品创新、升级，提高整体厨柜产品的迭代速度，引导消费者对整体厨柜产品的审美潮流。

(2) 全屋定制家具产品开发

为消费者提供集风格定制、款式定制、颜色定制、空间定制和功能定制于一体的整体家居解决方案，满足客户一站式购物需求及个性化定制需求。

4、技术开发和创新计划

公司秉持“设计让家更美，科技让美实现”理念和使命，始终坚持自主创新的原则，不断增强创新能力，保持自身核心竞争力。公司将大力发展信息化建设，升级改造企业数据处理中心，构建多系统对接平台，提升各个系统执行能力，进一步提升公司整体信息化程度，并通过增加智能控制器使信息化与数控设备融合使生产制造流程由信息化向智能化发展。

5、人力资源发展计划

人力资源是公司最重要的战略资源，是公司的核心的生产要素。为实现公司总体战略目标，公司将加强人力资源的开发和配置，完善人才选拔、培养和引进机制。(1) 进一步加强培训机制，以“我乐商学院”为基础，针对员工自身特点进行培训，提升员工专业素养，扩大储备干部数量。传播公司企业文化与品牌价值观，打造一支认同公司企业文化、富有责任感、具有协作精神、善于学习和敢于创新的一流人才队伍。(2) 做好人才引进工作，进一步优化员工结构，完善用

人制度及晋升制度，使优秀人才有较大晋升空间，提高员工忠诚度。(3) 建立和完善符合上市公司要求的薪酬管理体系，设计对各类人才具有持久吸引力、创造力的激励机制，确保人力资源充足稳定，增强公司持续发展的动力。

6、产业链管理计划

通过公司募集资金投资项目升级公司现有信息化体系，深度开发公司采购、生产、销售系统，搭建联通终端客户、供应商与经销商的全业务流程信息化平台。在采购端建立供应商智能评价体系，由系统对供应商进行多个维度的综合评价从而划分供应商战略优先级，进而对采购行为进行指导，最小化人为因素对采购行为的干扰，提高采购效率；在生产环节优化生产管理执行系统，实现生产过程及生产设备的智能化控制，大幅提高生产效率，减少生产人员需求，努力打造智能化制造工厂；在销售端建立消费者数据库，为公司战略规划、产品开发等提供基础数据，通过大数据分析终端消费者潜在消费需求并针对其潜在需求开发相应产品，从而引导客户需求。同时，公司将构建各个系统间的信息共享平台，实现供应商数据、经销商数据及客户数据集成，最大化信息使用效率，帮助公司寻找潜在的产业链整合机会。

二、公司拟定上述计划所依据的假设条件和实施的主要困难

- 1、公司所处国内外政治、经济、社会环境稳定，宏观经济保持稳定发展；
- 2、公司股票发行与上市工作进展顺利，募集资金及时到位；
- 3、募集资金投资项目能够顺利实施并取得预期效益；
- 4、公司所处的行业与市场环境不会发生重大恶化；
- 5、公司核心经营管理层和核心技术人员不发生重大流失；
- 6、无其他不可预见和人力不可抗拒的因素造成的重大不利影响。

本次募集资金到位后，随着资产规模快速扩张，公司在经营计划的制订与控制、资金管理、内部控制等方面都将面临一定的挑战。

三、发行人确保实现上述计划拟采用的方式、方法或途径

1、公司本次股票发行并上市将为实现上述计划提供有力的资金支持，也是公司上述发展计划得以实现的重要前提。公司将认真组织募集资金投资项目的实施，争取尽快达产，以加快公司的规模化经营，促进产品结构的优化升级，进一步提升公司核心竞争能力；

2、根据公司人力资源规划，加大对研发、生产、营销、管理等方面人才的培养和引进力度，进一步提高公司的研发能力、设计水平、产品营销能力、管理水平和大规模柔性生产能力，确保公司业务发展目标的实现；

3、严格按照上市公司的要求规范运作，完善公司“三会”制度和内部控制管理体系，建立科学和透明的内部决策程序，使公司治理水平适应快速发展的需要。

四、上述业务发展规划与现有业务的联系

公司的上述发展计划是结合公司现有业务规模和管理能力、公司在定制家具行业积累的资源以及行业地位、公司的技术创新能力、在全国市场的营销网络布局等各方面因素拟定的。上述发展计划有利于公司进一步提升业务规模、完善市场开拓能力、提升公司的综合管理能力，进一步强化公司在技术创新上的领先地位。

第十三节 募集资金运用

一、本次募集资金使用概况

（一）本次募集资金规模

经 2015 年 10 月 26 日公司 2015 年第 1 次临时股东大会审议通过，公司本次拟向社会公开发行不超过 4,000 万股人民币普通股，占发行后总股本的 25%，均为公开发行的新股。

（二）募集资金投资项目

经 2015 年 10 月 26 日公司 2015 年第 1 次临时股东大会和 2017 年 5 月 3 日公司 2017 年第三次临时股东大会审议通过，本次募集资金扣除发行费用后，将投资于以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	项目总投资	拟使用募集资金金额	项目备案文号
1	全屋定制智能家居系统项目	40,485.17	36,606.51	深发改审-1[2015]46 号
	合计	40,485.17	36,606.51	-

上述项目将全部使用募集资金投入，若本次发行募集资金净额小于上述投资项目的资金需求，不足部分将由公司通过自筹方式解决。同时，为抢占市场先机，公司 2015 年第 1 次临时股东大会决议以自有资金先行启动募集资金投资项目，待本次发行募集资金到位后，公司将先期投入资金予以置换。

为了规范公司募集资金管理，提高募集资金使用效率，切实保护广大投资者的利益，公司第一届董事会第三次会议及 2015 年第 1 次临时股东大会审议通过了《募集资金管理制度（草案）》，并严格遵照执行。

（三）募投项目与公司现有业务的关系

公司本次募集资金拟投资项目与公司主营业务紧密结合，具有紧迫性和必要性：

“全屋定制智能家居系统项目”将引进国内外先进的生产工艺及流程控制，构建智能化、自动化、信息化、机械化的高效率生产基地，打造公司新一代数字化智能工厂，提升生产效率。

二、本次募集资金投资项目情况

（一）项目实施的必要性

1、公司战略发展之需

随着人们对生活品质追求的提升，对居住环境舒适、个性化要求的加强，以及对家装便利性等要求的提高等，消费者对全屋定制的需求亦日益增强，全屋定制成为家居定制行业发展的主流趋势。

同时，考虑到精装房中整体厨柜的选择权已由房地产公司代劳，消费者对定制家具的关注将向卧室、书房、儿童房等转移，鉴于国家对精装房的鼓励政策以及消费者对精装房的青睐，公司亦有必要将全屋定制提升至战略高度以获取更大的市场份额。

公司及时发掘市场需求，已于 2012 年开始筹划全屋定制业务，并于 2014 年明确将产品系列扩充至全屋定制，且将全屋定制产品系列作为公司中长期战略重点推广品类。本项目是实现公司战略的重要产能保障。

2、提前布局产能，满足业务扩张之需

随着公司品牌知名度、美誉度的不断提升，营销网络的不断完善以及产品系列的优化升级，公司销售规模将继续保持较快增长速度。公司目前的定制产能尤其是非标产品定制产能已趋于紧张，并且在销售旺季已经略显不足。通常定制产能的建设周期较长，为满足不断上涨的销售需求，公司需尽快布局产能提升，为公司业务快速扩展提供足够产能支持。

3、进一步提升公司核心竞争力之需

定制家具行业产品类别的多元性和订单结构的复杂性使得信息技术的应用程度逐渐成为企业在市场竞争中胜出的关键。目前以本公司为代表的部分企业已

具备较高的信息化水平，能够进行大规模柔性化定制，实现定制产品的批量生产。然而在以德国为代表的发达国家，其定制家具企业已开始实践“工业 4.0”理念，开始进行智能化制造，在节约人力成本的同时，生产效率得到大幅提高，产品品质得到较高的保障。

虽然经过多年的研究和积累，公司已在定制家具大规模柔性化定制领域取得较为领先的市场地位，但随着定制家具行业竞争的加剧以及劳动力成本的上升，公司仍需进一步提升“智能制造”能力，以在未来竞争中保持优势。

（二）项目实施的可行性

1、市场前景较好

2006 年至 2016 年间，我国城镇居民家庭人均年度可支配收入由约人民币 11,760 元增至人民币 33,616，复合年增长率约为 11.07%。随着我国居民的平均可支配收入水平不断提高，人们对生活品质的要求亦不断提高，居住条件的改善性消费成为居民的主要消费之一。同时，随着城镇化进程的稳步推进，未来将持续有大量农业人口向城镇转移，由此带来的新增住房需求较大，进而带动家具行业消费增长。此外，随着消费水平的提升以及主要消费群体的迁移，人们对家居产品的需求已超越单一的功能需求，更多转向个性时尚、美观、健康环保等消费诉求，定制家具行业将充分受益。

全屋定制行业作为定制家具行业的新兴子行业，增长潜力较大：一方面是由于全屋定制业务在定制家具行业中属于新兴业务，相较于整体厨柜业务、定制衣柜业务等，竞争尚不算激烈；另一方面，由于全屋定制业务对企业综合实力要求较高，对低端竞争有一定抵御能力，因此行业内领先企业可以长期保持稳定的利润水平。全屋定制业务主要门槛在于设计能力和大规模柔性化定制能力，此两项能力均为发行人竞争优势，同时，发行人拥有较为广泛的消费群体基础，通过多年稳健经营，在消费者中有良好口碑，因此发行人有较大优势开展全屋定制业务。

2、销售网络较为广泛

经过多年发展，公司“设计让家更美，科技让美实现”理念和使命赢得了消费者的认可，整体厨柜已快速成长为行业知名品牌，全屋定制设计风格及产品品

质等得到天使用户以及经销商等的一致认可，市场推广迅速且效果较高。

公司目前采取经销为主、大宗客户为辅的销售模式，经销商分布在国内 30 个省近 700 个城市，销售网络比较广泛。且公司已在现有线下渠道的基础上积极拓展线上销售渠道，逐步形成 O2O 销售模式，打造全渠道多维度的销售网络。未来，公司将进一步通过充分利用电视、广播、户外、社交平台等推广媒介，搭建多层次立体式市场宣传平台，不断扩大品牌影响以及市场渗透率，提升公司的整体盈利能力。

3、设计优势较强

公司较早引入欧洲家居设计风格，品牌特色受到众多消费者的喜爱。经过多年的发展，公司已经建立了一支行业领先的设计师队伍，并通过与境外设计师合作的方式共同进行产品开发，为新增产能的消化提供设计支持。受益于公司较强的研发设计能力，公司目前已推出的托斯卡纳系列、丝丽卡系列、简爱系列等多个系列的整体厨柜在同行业众多产品中脱颖而出，连续多年成为公司畅销系列；战略品类全屋定制产品的佛罗伦萨系列、斯德哥尔摩系列等一经推出即获得较高的市场认可。

4、技术准备到位

经过多年研究探索，公司目前已拥有大规模柔性化定制生产能力以及高度信息化、自动化的工厂和高效的生产管理系统，并荣获工信部 2015 年互联网与工业融合创新试点企业、2014 年江苏省信息化与工业化融合转型升级示范企业等多项荣誉。同时，一方面公司未来将适时引进专业人才，为本项目的实施提供人才支持；另一方面，公司目前在积极推动研发、设计以及信息管理平台的升级，亦为本募投项目的顺利实施提供充分的技术支持。

（三）项目实施内容

本项目拟新建全屋定制家具、实木家具以及台面加工生产线，以满足公司日益增长的定制产能需求，主要新增产能如下：

序号	生产线	新增产能（万平方米）
----	-----	------------

序号	生产线	新增产能（万平方米）
1	全屋定制家具生产线	174
2	实木家具生产线	8.3
3	台面加工线	8.3

（四）项目投资概算

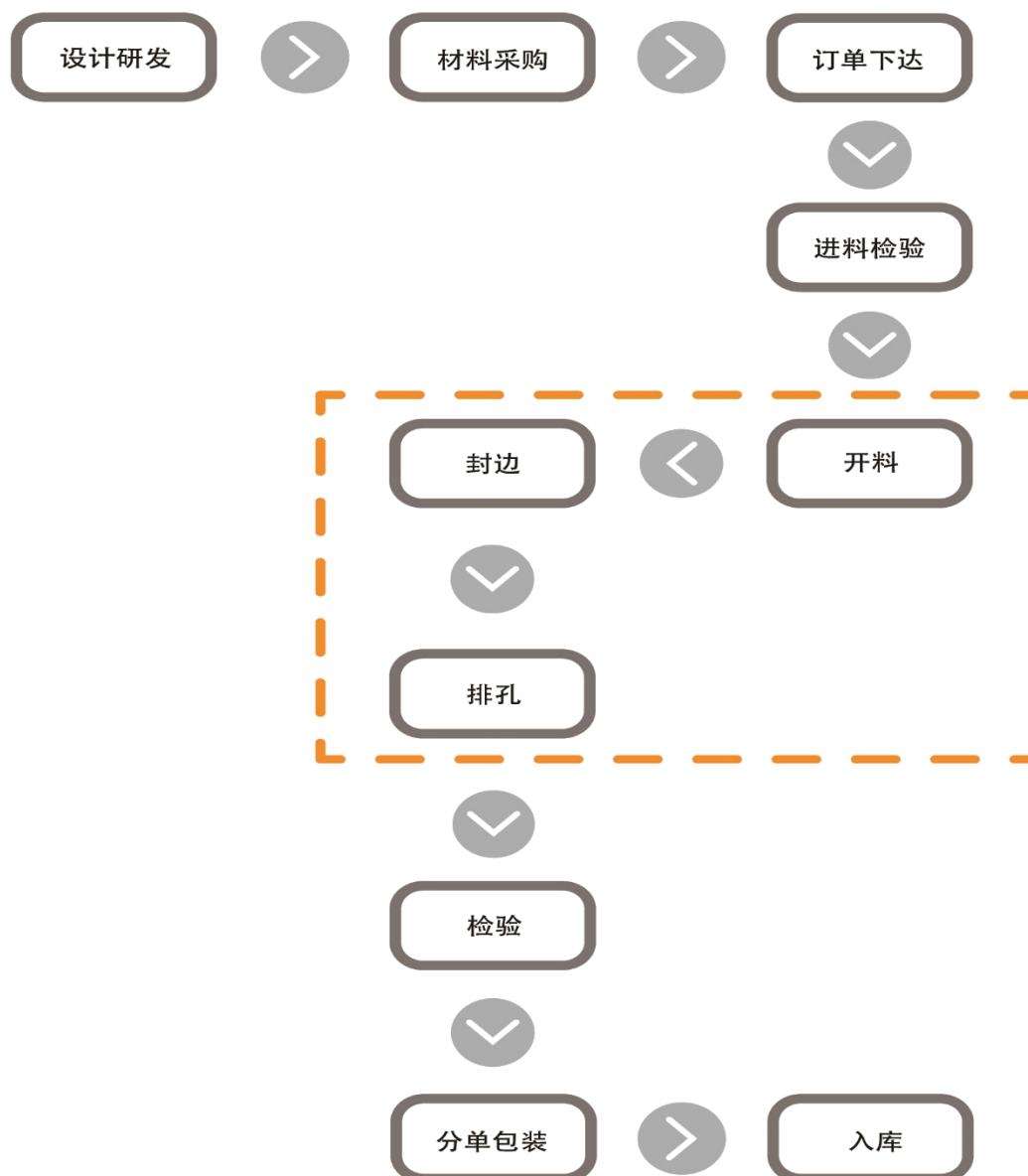
本项目总投资 40,485.17 万元，拟使用募集资金投入 38,885.17 万元。具体投资构成如下：

序号	工程或费用名称	投资估算（万元）	占比
1	建筑工程费	15,531.20	38.36%
2	设备购置及安装费	20,476.40	50.58%
2.1	设备购置费	19,880.00	49.10%
2.2	安装工程费	596.40	1.47%
3	工程建设其他费用	2,549.70	6.30%
3.1	土地购置费	1,600.00	3.95%
3.2	其他费用	949.70	2.35%
4	预备费用	1,927.87	4.76%
合计		40,485.17	100.00%

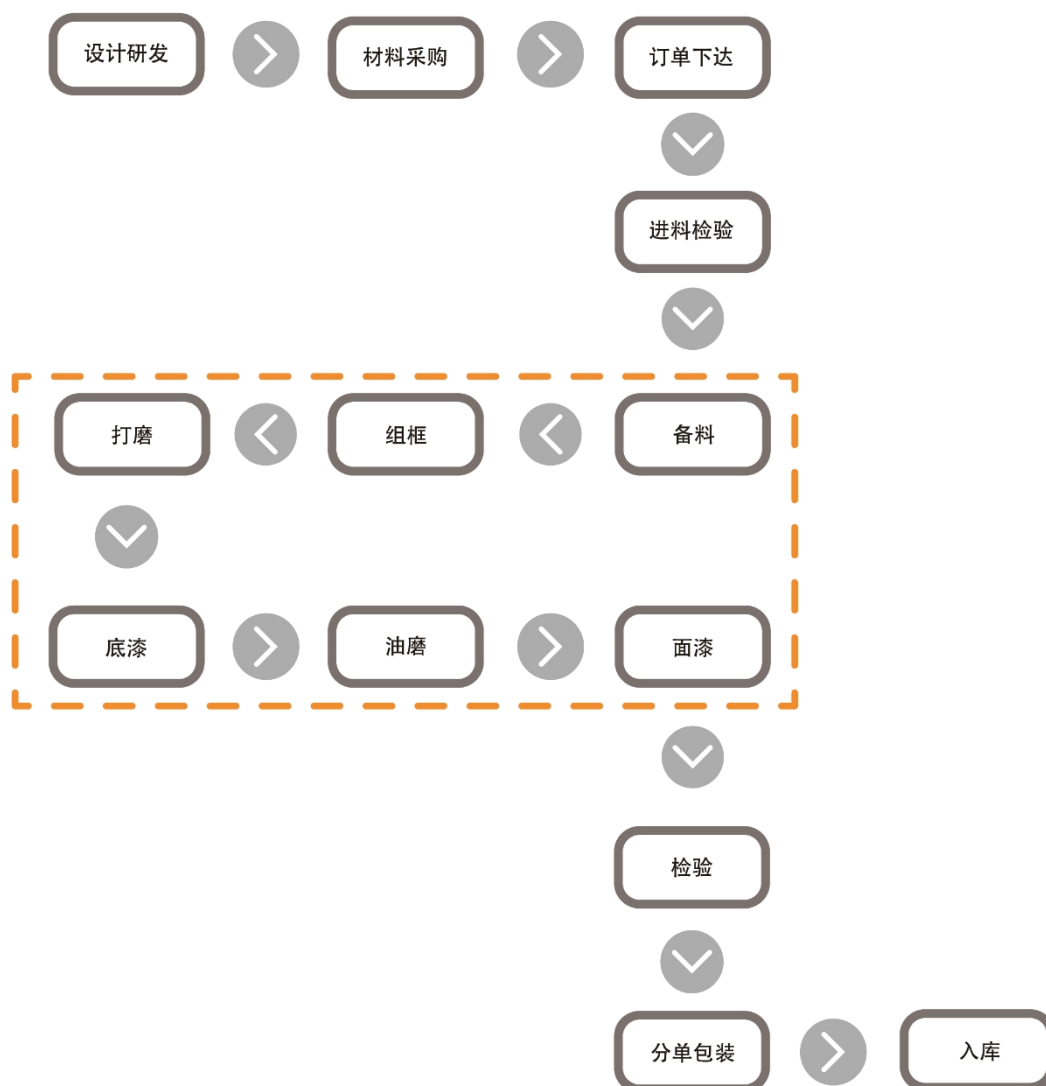
（五）项目工艺流程及设备选型

1、工艺流程

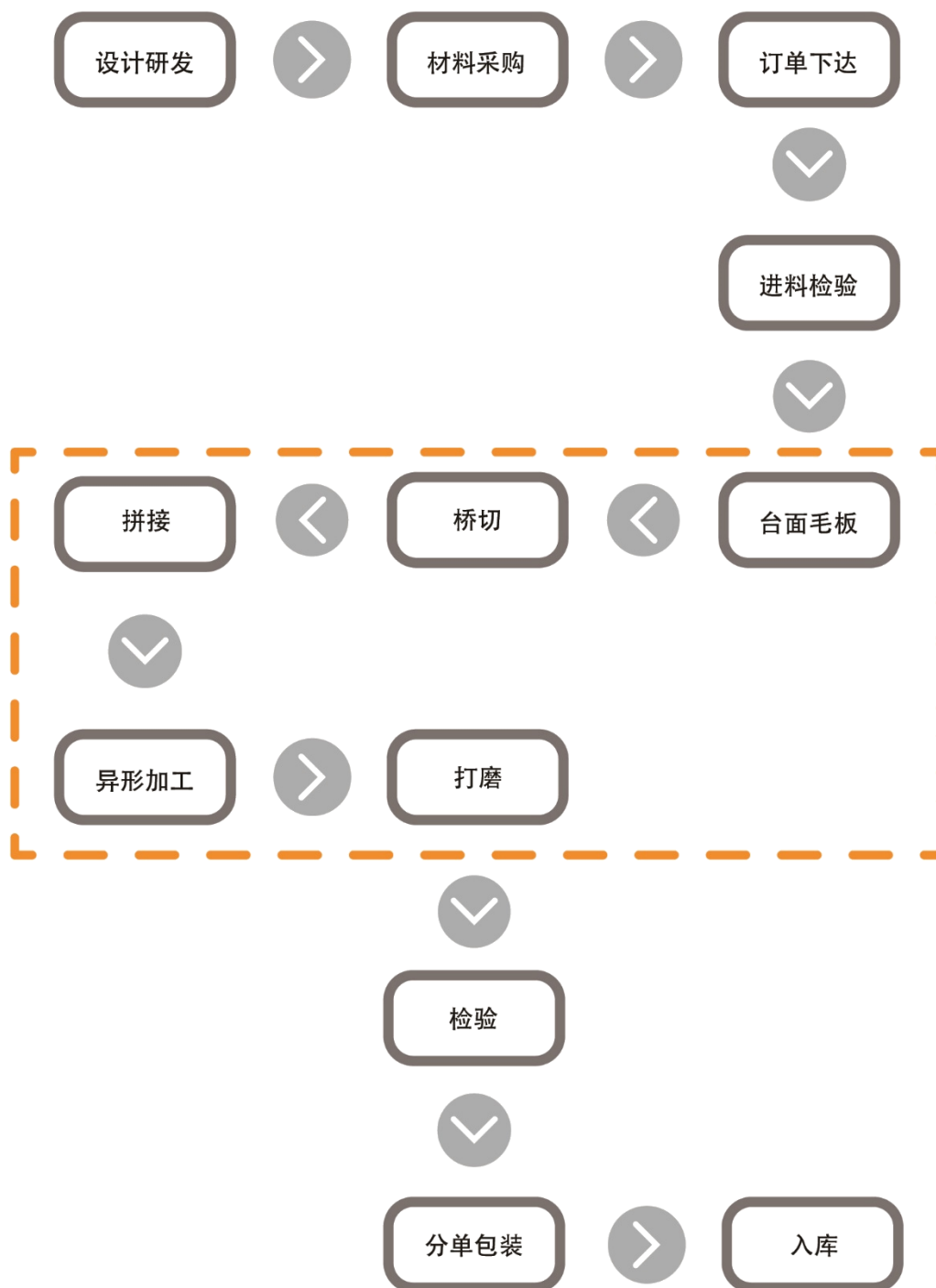
(1) 全屋定制家具工艺流程图



(2) 实木家具工艺流程图



(3) 台面工艺流程图



2、设备选型

根据该项目所采取的生产工艺及流程，计划采用的主要设备如下：

(1) 全屋定制家具生产线

序号	设备名称	型号	数量(台/套)
一	原材料库		
1	板材库	VS16 智能库	1
二	开料		
1	电子锯	FH4330/160	4
2	推台锯	F45	1
三	封边		
1	柔性四边封	NovimatSystems/I/R75/840*4	1
2	全自动左右连线	LAL330*2	2
3	全自动单机	KAI330	1
四	排钻		
1	通过式	ABL220/FT2	2
2	双面孔	BHX500/SKP100	1
3	窄版	BHX200+ABD260/12	4
五	分单		
1	分单线	SORTINGLINE	1
六	包装及其他		
1	包装线	PACKINGLINE	1
2	空压设备		2
3	抽尘设备		1

(2) 实木家具生产线

序号	设备名称	型号	数量(台/套)
1	多片纵解	VarioRip310	1
2	横向优选	OPTICUT450	1
3	威力6轴四面刨	Powermat1200	1
4	全自动组合指接生产线	PriJointCombination	1
5	双台面高频拼板机	CGPB-68PS-CM	1
6	高频精密组框机	CGPZ-20	1
7	横纵向多功能三头砂光机	MFAImpression-CLLd	2
8	油漆自动喷淋线	STAINLINE	1

序号	设备名称	型号	数量（台/套）
9	全自动包装机	PACKINGLINE	1
10	空压设备		2
11	抽尘设备		1

（3）台面加工线

序号	设备名称	型号	数量（台/套）
1	水循环污水处理	PROCESSWATERTECHNOLOGE	1
2	桥切+水刀	CSA200	4
3	全自动磨边机	AutomaticRound&FlatEdge PolishingMachine	2
4	四轴全自动加工中心	BAZ595C	1

（六）主要原、辅材料及能源的供应

1、主要原、辅材料的供应

本项目生产过程中所需原辅材料主要为刨花板、中纤板和膜皮等，市场供应较为稳定且可供选择的供应商较多，故供货充足。

2、主要能源供应

本项目生产过程中所需主要能源包括自来水、电等。南京市有众多水厂，主要供水水厂有北河口水厂、城南水厂、上元水厂等，供应充足。电由国家电网江苏省电力公司提供，国家电网江苏省电力公司拥有 35 千伏以上变电站 2,900 余座，输电线路 8.5 万公里，可满足项目需要。

（七）项目选址及环保审批情况

本项目拟建于发行人子公司我乐定制位于“江苏省南京市溧水区经济开发区”的厂区，项目用地面积 66,962.20 平方米。发行人子公司我乐定制已于 2016 年 1 月 12 日与南京市国土资源局溧水分局签订《国有建设用地使用权出让合同》，并按合同约定支付了相应土地款。因溧水经济开发区土地用地规划调整，发行人与南京溧水经济开发区管理委员会于 2016 年 3 月 28 日签订了《补充协议》，对

原土地使用权出让合同中所指地块范围进行了调整。调整后的地块已完成土地出让程序，发行人已支付相关款项，并已取得编号为“苏（2017）宁溧不动产权第0002576号”的土地使用权证，使用期限至2067年2月19日。关于该地块的详细情况请参见本招股说明书第六节，“六、发行人主要固定资产和无形资产”之“（二）无形资产”之“2、土地使用权”。

本项目原已取得江苏省南京市溧水区环境保护局同意项目建设的审批意见（溧环审[2015]192号），由于项目用地调整需要重新取得江苏省南京市溧水区环境保护局的审批意见，目前正在办理过程中。

（八）项目实施主体及进度情况

1、项目实施主体

本项目由发行人全资子公司我乐定制负责实施。募集资金到位后，发行人将通过增资我乐定制方式予以实施。

2、实施进度情况

本项目的建设期为18个月，具体进度如下：

序号	项目	时间（月）																	
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
1	项目筹备	■	■																
2	初步设计、施工设计		■	■	■														
3	土建工程					■	■	■	■	■	■								
4	设备购置											■	■						
5	设备到货检验												■	■	■				
6	设备安装、调试													■	■				
7	职工培训														■	■			
8	试运行																■	■	
9	竣工																		■

（九）项目主要经济指标

序号	项目	指标值	单位
1	营业收入（达产年份）	51,724.79	万元
2	总成本费用（达产年份）	37,938.04	万元
3	净利润（达产年份）	9,871.87	万元
4	税后财务内部收益率	23.00	%
5	税后投资回收期（含建设期）	5.08	年

（十）募投项目进展情况

截至 2016 年 12 月 31 日，本项目已投入 3,712.03 万元。

三、募集资金运用对公司财务状况和经营成果的影响

（一）对公司净资产和净资产收益率的影响

本次募集资金到位后，本公司的净资产及每股净资产将有较大幅度的提高。由于本次募集资金投资项目在建设期内无法立即产生较高的经济效益，因此，净资产收益率在短期内将有所下降。

但是，长远而言，随着募投项目建成投入运营，逐步产生经济效益，且市场未发生重大不利变动，则公司的销售收入和利润总额将逐步增长，盈利能力将进一步增强，净资产收益率将逐渐回升。

（二）对公司资产负债率的影响

本次募集资金到位后，公司的资产总额和净资产都将有较大幅度的提高，短期内资产负债率将明显下降，可进一步优化公司的资产负债结构，提高本公司债务融资能力，增强防范财务风险的能力。

（三）对公司盈利能力的影响

上述募集资金投资项目建设完成后，公司产能布局将更趋合理，管理能力、研发能力和生产智能化水平将进一步提升，有利于巩固和提高公司核心竞争能

力，从而进一步提高公司盈利水平，增强公司的持续经营能力，为公司综合实力的全面提升打下坚实基础。

第十四节 股利分配政策

一、发行前的股利分配政策

发行人的股利分配严格执行有关法律、法规和《公司章程》的规定，重视对投资者的合理投资回报，保持连续和稳定的利润分配政策。具体分配比例由公司董事会视公司经营发展情况提出预案，经股东大会决议后执行。公司采取现金或股票股利方式分配股利。在分派股利时，公司按有关法律、法规代扣股东股利收入的应纳税金。根据《公司法》和本公司《公司章程》，本公司的税后利润按下列顺序进行分配：

1、弥补以前年度亏损；

2、提取当年税后利润的 10% 列入公司法定公积金；公司的法定公积金累计额为公司注册资本的 50% 以上的，可以不再提取。公司的法定公积金不足以弥补以前年度亏损的，在提取法定公积金之前，应当先用当年利润弥补亏损；

3、提取法定公积金后，经股东大会决议，公司还可以从税后利润中提取任意公积金；

4、支付股东股利。

股东大会在公司弥补亏损和提取法定公积金之前向股东分配利润的，股东必须将违反规定分配的利润退还公司。公司持有的本公司股份不参与利润分配。

二、发行人最近三年股利分配情况

2014 年 11 月 30 日，经我乐制造董事会审议通过，向股东分配利润 1,100 万元。

2016 年 2 月 23 日，经我乐家居第一届董事会第五次会议审议通过，并经 2016 年 3 月 16 日召开的 2016 年年度股东大会审议通过，向股东分配利润 737.83 万元。

2017 年 3 月 31 日，经我乐家居第一届董事会第十次会议审议通过，并经 2017

年4月14日召开的2017年第二次临时股东大会审议通过，向股东分配利润960万元。本次利润分配已于2017年4月17日完成支付。

三、利润共享安排

本公司于2015年10月26日召开2015年第1次临时股东大会，并通过如下决议：若公司本次公开发行股票并上市的申请分别取得中国证监会和证券交易所的核准，则公司首次公开发行股票时滚存的未分配利润由新老股东按持股比例共同享有。

四、发行后的股利分配决策程序、股利分配政策及具体计划

（一）发行后的股利分配政策和决策程序

2015年9月28日，公司召开2015年第一届董事会第三次会议，就股东回报事宜进行了专项研究论证并通过《关于公司股东回报规划事宜的专项论证报告》。董事会认为，公司发行上市后应当更加重视对广大投资者尤其是中小股东的合理回报，继续保持利润分配的连续性和稳定性，公司将坚持现金分红为主这一基本原则，并根据市场情况和公司盈利情况适时分配股票股利，采取现金、股票和现金与股票相结合的方式与广大股东分享收益。

根据公司2015年第1次临时股东大会审议并通过的《公司章程（草案）》，公司发行后的利润分配政策为：

1、利润分配的原则

利润分配的原则：公司实施连续、稳定的利润分配政策，公司利润分配应重视对投资者的合理投资回报，并兼顾公司的可持续发展。在满足公司正常生产经营的资金需求情况下，如无重大投资计划或重大现金支出等事项发生，公司将积极采取现金方式分配利润。

公司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。

2、利润分配的方式

公司可以采用现金、股票、现金与股票相结合或者法律、法规允许的其他方式分配利润。其中，在利润分配方式的分配顺序现金分红优先于股票分配。

3、利润分配的具体政策

(1) 现金分红政策

具备现金分红条件的，公司应当优先采用现金分红进行利润分配，且每年以现金方式分配的利润应不低于当年实现的可分配利润的 10%。其中，公司实施现金分红时须同时满足下列条件：

①公司该年度实现的可分配利润（即公司弥补亏损、提取公积金后所余的税后利润）为正值、且现金流充裕，实施现金分红不会影响公司后续持续经营；

②审计机构对公司的该年度财务报告出具标准无保留意见的审计报告。

公司应保持利润分配政策的连续性与稳定性，并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，制定以下差异化的现金分红政策：

①当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当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当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%。

④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。

在符合现金分红条件情况下，公司原则上每年进行一次现金分红，公司董事会可以根据公司的盈利状况及资金需求状况提议公司进行中期现金分红。

(2) 股票股利分配政策

公司可以根据年度的盈利情况及现金流状况，在保证最低现金分红比例和公

司股本规模及股权结构合理的前提下，注重股本扩张与业绩增长保持同步，在确保足额现金股利分配的前提下，公司可以另行采取股票股利分配的方式进行利润分配。

4、利润分配的决策机制

(1) 公司每年利润分配预案由公司管理层、董事会结合公司章程的规定、盈利情况、资金需求和股东回报规划提出、拟定，经董事会审议通过后提交股东大会批准。董事会、独立董事和符合一定条件的股东可以向公司股东征集其在股东大会上的投票权。独立董事应对利润分配预案独立发表意见并公开披露。

(2) 董事会审议现金分红具体方案时，应当认真研究和论证公司现金分红的时机、条件和最低比例、调整的条件及其决策程序要求等事宜，独立董事应当发表明确意见。

(3) 股东大会对现金分红具体方案进行审议时，应当通过多种渠道主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流（包括但不限于提供网络投票表决、邀请中小股东参会等），充分听取中小股东的意见和诉求，并及时答复中小股东关心的问题。分红预案应由出席股东大会的股东或股东代理人以所持二分之一以上的表决权通过。

(4) 公司年度盈利，管理层、董事会未提出、拟定现金分红预案的，管理层需就此向董事会提交详细的情况说明，包括未分红的原因、未用于分红的资金留存公司的用途和使用计划，并由独立董事对利润分配预案发表独立意见并公开披露；董事会审议通过后提交股东大会通过现场或网络投票的方式审议批准，并由董事会向股东大会做出情况说明。

(5) 监事会应对董事会和管理层执行公司利润分配政策和股东回报规划的情况及决策程序进行监督，并应对年度内盈利但未提出利润分配的预案，就相关政策、规划执行情况发表专项说明和意见。

(6) 公司应严格按照有关规定在定期报告中披露利润分配预案和现金分红政策执行情况，说明是否符合公司章程的规定或者股东大会决议的要求，分红标准和比例是否明确和清晰，相关的决策程序和机制是否完备，独立董事是否尽职

履责并发挥了应有的作用，中小股东是否有充分表达意见和诉求的机会，中小股东的合法权益是否得到充分维护等。对现金分红政策进行调整或变更的，还要详细说明调整或变更的条件和程序是否合规和透明等。若公司年度盈利但未提出现金分红预案，应在年报中详细说明未分红的原因、未用于分红的资金留存公司的用途和使用计划。

(7) 公司应当严格执行公司章程确定的现金分红政策以及股东大会审议批准的现金分红具体方案。公司根据生产经营情况、投资规划和长期发展的需要或因外部经营环境发生重大变化，确需调整利润分配政策和股东回报规划的，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、公司章程的有关规定；有关调整利润分配政策的议案，由独立董事、监事会发表意见，经公司董事会审议后提交公司股东大会批准，并经出席股东大会的股东所持表决权的 2/3 以上通过。公司同时应当提供网络投票方式以方便中小股东参与股东大会表决。董事会、独立董事和符合一定条件的股东可以向公司股东征集其在股东大会上的投票权。

(8) 存在股东违规占用公司资金情况的，公司应当扣减该股东所分配的现金红利，以偿还其占用的资金。

(二) 利润分配具体计划

公司已编制《南京我乐家居股份有限公司股东上市后未来三年分红回报规划》，对公司上市后前三年的股利分配进行规划，具体内容请参见本招股说明书“第十一节管理层讨论与分析”之“六、公司未来分红回报规划”中的“(一) 公司未来分红回报规划”的相关内容。

第十五节 其他重要事项

一、信息披露和投资者关系相关情况

本公司为完善信息披露机制，根据中国证监会的有关规定，建立了信息披露制度，规定本公司必须严格按照法律、法规和《公司章程》规定的信息披露的内容和格式要求，真实、准确、完整、及时地报送及披露信息。本公司信息披露体现公开、公正、公平对待所有股东的原则。

本公司负责信息披露、为投资者服务的部门为证券部。公司信息披露的负责人为董事会秘书张宪华，联系电话 025-52718000。

二、重大合同协议

公司截至到 2016 年 12 月末正在履行的、交易金额在 500 万元以上或虽未达到 500 万元但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）采购合同或协议

公司与供应商建立了良好的合作关系，公司依据双方签订的采购合同，向各类供应商发出采购单，供应商根据订单要求安排交货。采购合同对产品名称、质量要求与技术标准、品质异常产品处理、交货日期、交货地点和方式、包装方式、产品价格、结算方式、付款期限及违约责任等均作出详细规定。截至 2016 年 12 月 31 日，公司已签署且正在履行的重要采购合同如下表所示：

序号	合同相对方	合同类型	标的物	合同金额	签订时间	合同有效期
1	百隆家具配件（上海有限公司）	框架合同	铰链、阻尼器、金属抽方杆	以具体订单为准	2016.1.1	2016.1.1-2016.12.31
2	广东必图新材料科技股份有限公司	框架合同	我乐人造石、石英石台面	以具体订单为准	——	2016.1.1-2016.12.31

序号	合同相对方	合同类型	标的物	合同金额	签订时间	合同有效期
	限公司					
3	德硅（上海）建筑装饰材料贸易有限公司	框架合同	膜压系类PVC或PET膜皮	以具体订单为准	2016.1.1	2016.1.1-2016.12.31
4	杭州德意电器股份有限公司	框架合同	厨房电器产品	以具体订单为准	2016.1.1	2016.1.1-2016.12.31
5	海蒂诗五金配件（上海）有限公司	框架合同	五金配件	以具体订单为准	2015.11.30	2015.11.30-2016.12.31
6	湖北宏钊建材有限公司	框架合同	我乐石英石台面	以具体订单为准	——	2016.1.1-2016.12.31
7	安徽鸿利建材有限公司	框架合同	样板房	以具体订单为准	——	2016.1.1-2016.12.31
8	浙江华富立复合材料有限公司	框架合同	我乐定制PVC封边条	以具体订单为准	2016.1.1	2016.1.1-2016.12.31
9	嘉善森诺家具材料有限公司	框架合同	包覆类系列产品（厨柜门、移门）	以具体订单为准	——	2016.1.1-2016.12.31
10	深圳市金裕仁实业有限公司	框架合同	我乐拉手	以具体订单为准	——	2016.1.1-2016.12.31
11	宁波柯宝厨卫有限公司	框架合同	实木类产品	以具体订单为准	2016.4.20	2016.1.1-2016.12.31
12	南京木立方装饰材料有限公司	框架合同	E0或E1双饰面刨花板	以具体订单为准	2016.1.1	2016.1.1-2016.12.31

序号	合同相对方	合同类型	标的物	合同金额	签订时间	合同有效期
13	河南宁丰木业有限公司	框架合同	E0 或 E1 双饰面刨花板	以具体订单为准	2016.3.4	2016.1.1-2016.12.31
14	宁波市万茂电器有限公司	框架合同	烟机、灶具	以具体订单为准	2016.1.5	2016.1.1-2016.12.31
15	中山市新田五金有限公司	框架合同	拉篮及不锈钢水槽	以具体订单为准	——	2016.1.1-2016.12.31
16	叶集合和人造板有限公司	框架合同	E0 或 E1 双饰面刨花板	以具体订单为准	2016.1.1	2016.1.1-2016.12.31

（二）销售合同或协议

公司的客户主要为经销商以及大宗业务客户，公司主要通过与其订立年度经销合同或战略合同，在合同框架内，具体销售数量和销售价格结合客户各批次订单确定。

截至 2016 年 12 月 31 日，公司已签署且正在履行的重要销售合同或框架协议如下表所示：

序号	合同相对方	合同类型	标的物	合同金额	合同有效期
1	南京快特兰汀家居有限公司	框架合同	我乐定制家具及配套产品和服务等	以具体订单为准	2016.1.1-2016.12.31
2	苏州我乐家居用品有限公司(孟月华)	框架合同	我乐定制家具及配套产品和服务等	以具体订单为准	2016.1.1-2016.12.31
3	四川成都我乐厨柜(古代英)	框架合同	我乐定制家具及配套产品和服务等	以具体订单为准	2016.1.1-2016.12.31
4	石家庄我乐厨柜(张晓辉)	框架合同	我乐定制家具及配套产品和服务等	以具体订单为准	2016.1.1-2016.12.31
5	黑龙江我乐厨柜专卖店(苏洪新)	框架合同	我乐定制家具及配套产品和服务等	以具体订单为准	2016.1.1-2016.12.31

序号	合同相对方	合同类型	标的物	合同金额	合同有效期
6	长春我乐厨柜专卖店（陈丽丽）	框架合同	我乐定制家具及配套产品和服务等	以具体订单为准	2016.1.1-2016.12.31
7	广州恒大材料设备有限公司	框架合同	厨柜材料供应、包装、运输、安装及验收等	以具体订单为准	2016.1.1-2016.12.31
			浴室镜柜材料供应、包装、运输、安装及验收等	以具体订单为准	2016.1.1-2016.12.31

（三）借款与担保合同

1、本公司重大借款合同如下：

截至 2016 年 12 月 31 日，我乐家居无正在履行中的重大借款合同。

2、本公司重大授信合同

截至 2016 年 12 月 31 日，我乐家居无正在履行中的重大授信合同。

2017 年 1 月，发行人与招商银行签署授信协议，并由汪春俊提供连带责任保证，具体如下：

借款人	授信银行	合同编号	金额（万元）	授信期限	担保	担保合同编号
发行人	招商银行股份有限公司南京分行	2017 年授字第 210112936 号	3,000.00	2017.3.1-2018.2.28	汪春俊提供连带责任保证，担保范围为发行人《授信协议》项下所欠所有债务	2017 年保字第 210112936 号

3、本公司重大借款担保合同情况

报告期内，发行人未曾对外提供过担保，仅曾为自身银行贷款提供房产抵押。截至 2016 年 12 月 31 日，我乐家居无正在履行中的重大抵押合同。

（四）重大广告合同

截至 2016 年 12 月 31 日，公司正在履行的重大广告合同如下：

序号	协议名称及编号	合同对方	合同标的	合同金额	签订日期	合同有效期
1	形象代言人合同书及补充协议	宇乐乐文化传媒（北京）有限公司、北京艺卓圆文化传播有限公司工作室	形象代言	1,100 万元	2016.8.23/ 2016.11.30	2017.1.1- 2018.12.31

（五）重大机器设备购置合同

截至 2016 年 12 月 31 日，公司正在履行的重大机器设备购置合同如下：

序号	协议名称及编号	合同对方	合同标的	合同金额	签订日期	合同有效期
1	合同 合同编号：JTH2017-003	金田豪迈（上海）贸易有限公司	设备	5,171.00 万元	2016.12.8	按施工进度

（六）其他重大合同

截至 2016 年 12 月 31 日，公司正在履行的其他重大合同如下：

序号	协议名称及编号	合同对方	合同标的	合同金额	签订日期	合同有效期
1	南京我乐定制家具有限公司全屋定制智能家居系统项目	江苏通州二建建设工程有限公司	厂房、综合楼及辅助配套设施施工项目	7,000.00 万元	2016.10.31	按施工进度

三、本公司的对外担保情况

截至 2016 年 12 月 31 日，本公司不存在任何对外担保的情况。

四、本公司的重大诉讼或仲裁事项

（一）与江苏盐城二建集团有限公司之建设工程施工合同纠纷

2011 年 5 月，公司与江苏盐城二建集团有限公司签署《建筑工程施工合同》，约定由江苏盐城二建集团有限公司为公司三期厂房、车间提供建筑服务。合同约定竣工期为 2012 年 1 月 18 日，总价款为 4,286.7391 万元，同时就违约责任等分别进行了约定。2012 年 2 月双方又签署装配车间加层工程施工合同，价款 129.6738 万元。2014 年 3 月 26 日，双方签订《决算协议书》，一致同意以审计

总额作为付款依据。公司送交审计的审定结算价格为 4,162.7978 万元。2014 年 6 月,三期厂房竣工结算验收,公司已及时将其转入固定资产。截至对方起诉之日,公司已陆续向江苏盐城二建集团有限公司支付 4,000 万的建筑工程款。

后双方因上述建筑工程款以及工程质量等未达成一致,2015 年 5 月 13 日,江苏盐城二建集团有限公司向南京市江宁区人民法院提起诉讼,就其与发行人厂房、装配车间工程及装配车间加层工程施工合同纠纷要求公司支付工程款 1,234.441 万元,赔偿因停工造成的损失 188.85 万元,支付逾期付款违约金 700 万元,合计 2,123.291 万元。

2015 年 6 月 25 日,公司向南京市江宁区人民法院就上述同一案件提出反诉,要求江苏盐城二建集团有限公司支付逾期竣工违约金 11,260,000 元,赔偿因工程质量问题造成的损失 928,788.8 元,退还超付工程款 9,110,843.4 元,合计 21,299,632.2 元。

经江苏省南京市江宁区人民法院调解,2016 年 11 月 17 日,公司与江苏盐城二建集团有限公司达成如下协议:第一,我乐家居于 2016 年 12 月 2 日前以银行票据方式支付江苏盐城二建集团有限公司工程余款 550 万元,江苏盐城二建集团有限公司在我乐家居支付工程余款同时向我乐家居提供总金额为 550 万元的建筑业增值税专用发票;第二,双方就本案所涉建设工程施工合同纠纷一次性调解解决,再无其他争议。

发行人已按《民事调解书》于 2016 年 11 月 24 日向江苏盐城二建集团有限公司支付了工程余款 550 万元,且已收到江苏盐城二建集团有限公司于 2016 年 11 月 18 日开具的 550 万元建筑业增值税专用发票。同时,发行人已根据会计准则等的相关要求,及时将 550 万计入固定资产,并按要求补提了折旧。

(二) 与上海稼禾装饰工程设计有限公司之承揽合同纠纷

2015 年 10 月 29 日,发行人向南京市江宁区人民法院提起诉讼,就其与上海稼禾装饰工程设计有限公司承揽合同纠纷要求上海稼禾装饰工程设计有限公司(以下简称“上海稼禾”)支付货款 1,147,512.55 元及逾期付款违约金(自逾期之日起至实际给付之日止每日按预期付款金额的千分之二支付)。

2016年1月11日，南京市江宁区人民法院出具（2015）江宁商初字第848号《民事判决书》，判决被告上海稼禾给付原告南京我乐家居股份有限公司货款1,042,196.92元及逾期违约金（自2015年11月13日起按中国人民银行同期贷款利率的二倍计算至实际给付之日止），均于本判决发生法律效力之日起十日内付清；驳回原告南京我乐家居股份有限公司其他诉讼请求；案件受理费15,708元，由原告我乐家居股份有限公司承担1,371元，被告上海稼禾承担14,337元。

2016年3月2日，发行人就上述案件提起上诉，要求对（2015）江宁商初字第848号《民事判决书》进行改判，要求被上诉人上海稼禾给付上诉人货款1,147,512.55元及逾期违约金（以752,424.25元为基数，自2014年12月28日起按中国人民银行同期贷款利率的四倍计算至2015年11月13日止；以1,042,196.92元为基数，自2015年11月14日起按中国人民银行同期贷款利率的四倍计算至实际给付之日止。）

上述案件经江苏省南京市中级人民法院审理，维持一审判决。截至2016年12月31日，发行人已收到款项225,625.09元。2017年1月10日，双方进一步达成执行和解协议。

（三）与江苏鑫洋装饰工程有限公司之买卖合同纠纷

2016年4月8日，发行人向江苏省徐州市泉山区人民法院提起诉讼，就其与江苏鑫洋装饰工程有限公司（以下简称“江苏鑫洋”）定做合同纠纷要求江苏鑫洋支付剩余定做款项509,947.38元及相应的利息（以354,101.58元为基数自2014年3月23日起至实际给付之日止按中国人民银行同期同档贷款利率支付利息至实际给付之日；以123,348.43元为基数，自2015年11月5日起至实际给付之日止按中国人民一行同期同档贷款利率支付利息至实际给付之日）。

2016年8月10日，徐州市泉山区人民法院出具《民事调解书》（（2016）苏0311民初3752号），发行人与江苏鑫洋就上述定做合同纠纷达成的《调解协议》予以确认：（1）江苏鑫洋共欠发行人货款及质保金合计为509,947.38元，发行人自愿扣除9,947.38元质保金，江苏鑫洋共计应向发行人给付货款500,000元。该款项由江苏鑫洋分四期向发行人支付，分别应于2016年8月31日前、2016年10月31日前、2016年12月31日前、2017年1月27日前支付100,000元、100,000

元、100,000 元、200,000 元；(2) 发行人需在江苏鑫洋每次付款前提供相应金额的发票，并于 2016 年 8 月 30 日前向江苏鑫洋提供前期已付款 140,000 元对应金额的发票；(3) 发行人自愿放弃其其他诉讼请求；(4) 如江苏鑫洋未按上述约定足额支付任一期货款，发行人有权要求江苏鑫洋立即支付余下全部货款及违约金 40,000 元；(5) 双方确认无其他纠纷事项。

截至本招股说明书签署之日，江苏鑫洋已向发行人支付 20 万元。

(四) 与绿地集团马鞍山置业有限公司之买卖合同纠纷

2016 年 10 月 19 日，发行人向安徽省马鞍山市花山区人民法院提起诉讼，就其与绿地集团马鞍山置业有限公司买卖合同要求绿地集团马鞍山置业有限公司支付剩余合同款项 2,569,093 元及自逾期付款之日起至实际给付之日止按中国人民银行同期贷款利率支付利息 74,324 元(2014 年 9 月 26 日暂计算至起诉之日的数额，参照中国人民银行同期同类贷款利率)，并要求本案诉讼费由绿地集团马鞍山置业有限公司承担。

经安徽省马鞍山市花山区人民法院调解，我乐家居与绿地集团马鞍山置业有限公司资源达成如下协议：一、被告绿地集团马鞍山置业有限公司欠原告我乐家居 2,569,093 元，暂扣质保金 442,030 元，余款 2,127,063 元分批支付：2017 年 1 月 15 日前支付 40 万元，2017 年 4 月 30 日、7 月 30 日、10 月 30 日前各支付 40 万元，余款 527,063 元于 2017 年 12 月 30 日前支付完毕。原告我乐家居在被告绿地集团马鞍山置业有限公司支付每一批次货款五日前开具相应的货款发票；二、原告我乐家居对双方确认的现存 170 户住户橱柜进行维修，在接到被告绿地集团马鞍山置业有限公司书面维修通知后七日内进场维修，每一批次维修完毕后经我乐家居、绿地集团马鞍山置业有限公司及住户三方确认无异议的，则支付该批次对应比例的质保金；三、被告绿地集团马鞍山置业有限公司如未能按期足额支付上述款项，则支付原告我乐家居利息（以剩余全部款项为基数，按年利率 6%，从 2016 年 10 月 19 日开始计算至被告实际给付之日止），并且原告我乐家居可就剩余全部款项申请强制执行；四、案件受理费 15,476 元由原告我乐家居承担 7,738 元，被告绿地集团马鞍山置业有限公司承担 7,738 元（此款原告我乐家居已垫付，被告绿地集团马鞍山置业有限公司于 2017 年 1 月 15 日随应付款一

并给付原告我乐家居)；五、本案无其他争议。

上述案件目前正在依据法院调解在执行中，截至本招股说明书签署之日，绿地集团马鞍山置业有限公司已依据和解约定向发行人支付 85 万元。

(五) 发行人与上海桑涂环保科技有限公司、刘成稳、刘全环保工程合同纠纷

1、诉讼的案由及其进展情况

发行人与上海桑涂环保科技有限公司（以下简称“桑涂环保”）于 2015 年 6 月 10 日签订《环保工程合同》，约定桑涂环保向发行人提供排放口水冷空调外壳装置等相关设备，合同价款总计为 182.40 万元，并约定了货物价款、交货时间、违约责任等。

合同生效后，发行人按合同约定支付了合同价款的 90%，但桑涂环保未履行空调机组等设备的安装、调试义务，且其交付部分货物的品牌、规格不符合与发行人签订的《环保工程合同》的约定。鉴于桑涂环保的上述违约情况，且发行人与桑涂环保多次交涉未果，故发行人于 2017 年 1 月 17 日向南京市江宁区人民法院提起诉讼，要求：（1）解除发行人与桑涂环保签订的《环保工程合同》；（2）桑涂环保返还发行人货款 1,001,302 元；（3）桑涂环保向发行人支付违约金 273,355.45 元；（3）桑涂环保赔偿已交付部分货物不符合合同约定造成的损失 151,840 元；（4）刘成稳、刘全（桑涂环保法定代表人及其子）对上述债务承担连带责任；（5）桑涂环保、刘成稳、刘全承担本案诉讼费等相关费用。

截至本招股说明书签署之日，上述工程合同纠纷已由南京市江宁区人民法院受理并在审理过程中。

2、诉讼对发行人的影响

发行人与桑涂环保的上述工程合同纠纷，其发生的原因在于桑涂环保拒绝履行《环保工程合同》约定的空调机组等设备的安装、调试义务，以及其交付部分货物的品牌、规格不符合《环保工程合同》的约定，不涉及发行人产品和环保质量相关问题，且上述工程合同纠纷涉及案件金额较小，不会对发行人财务造成实质性影响，不会构成本次发行上市的实质性障碍。

3、发行人建立并完善了相关的产品质量责任和环保责任的内控制度，且相关制度得到有效执行

发行人制定了《标准样管理程序》、《不合格品处理程序》、《成品检验管理程序》、《监视和测量装置程序》、《进料检验管理程序》、《质量检验管理程序》等多个质量管理文件所组成的一套质量控制程序，并有效执行了该质量管理程序，严格把控产品质量和环保标准。且截至本招股说明书签署之日，发行人已通过了中环联合（北京）认证中心有限公司质量管理体系及环境管理体系认证，具体情况如下：

证书名称	持有人	颁发机构	有效期至	备注
环境管理体系认证证书	发行人	中环联合（北京）认证中心有限公司	2019.2.16	环境管理体系符合 GB/T24001-2004-ISO14001:2004 标准，认证覆盖业务范围：发行人住所地板式家具的生产及相关环境管理活动
质量管理体系认证证书	发行人	中环联合（北京）认证中心有限公司	2018.05.13	质量管理体系符合 GB/T19001-2008-ISO9001:2008，认证覆盖的业务范围：板式家具系列产品（套房家具、办公家具和橱柜家具）的设计、开发和生产及相关服务

根据上述质量管理体系要求并结合实际生产经营情况，发行人制定了产品检测管理、质检程序文件、质量记录清单、作业指导书以及质量奖惩等产品质量控制以及产品环保文件，构建了发行人的产品质量控制和环保控制体系。

发行人除执行 GB/T18884-2002《家用厨房设备》、QB/T 1951.1-2010《木家具质量检验及质量评定》、GB 18584-2001《室内装饰装修材料木家具中有害物质限量》和 GB 18583-2008《室内装饰装修材料胶粘剂中有害物质限量》等国家标准和行业标准之外，还根据公司实际情况制定了《柜体开料/打槽检验指导书》、《柜体封边检验指导书》、《膜压开料检验指导书》、《吸油烟机检验标准》和《环境标志保障体系手册》（文件编号：OLO-GS-16HJ01A）等产品质量、环境保护的控制标准。

报告期内，发行人获得中国质量检验协会颁发的“全国质量检验稳定合格产品”证书，“全国质量诚信标杆典型企业”证书，“全国家居行业质量领先品牌”

证书及“全国产品和服务质量诚信示范企业”等多项荣誉。报告期内各年，发行人产品均通过了江苏省产品质量监督检验研究院等部门的抽检，并取得检验检测合格报告。发行人报告期内未曾因产品质量问题受到质检部门的处罚，亦未曾因产品不符合环保部门要求等受到环保部门的处罚。

4、发行人环保材料使用情况和质量控制情况

报告期内，发行人已建立了产品质量及环保责任相关的控制制度，相应产品除执行 GB/T18884-2002《家用厨房设备》、QB/T 1951.1-2010《木家具质量检验及质量评定》、GB 18584-2001《室内装饰装修材料木家具中有害物质限量》和 GB 18583-2008《室内装饰装修材料胶粘剂中有害物质限量》等国家标准和行业标准之外，还根据公司实际情况制定了《柜体开料/打槽检验指导书》、《柜体封边检验指导书》、《膜压开料检验指导书》、《吸油烟机检验标准》和《环境标志保障体系手册》（文件编号：OLO-GS-16HJ01A）等公司自己的产品质量、环境保护的控制标准。对于原材料的检验，亦制定了《进料检验管理程序》对原材料的质量，环保要求等进行严格把关。产品生产完毕后，严控成品质量检测工序，检测合格产品方才予以入库，不合格产品则根据《不合格品处理程序》等制度进行处理。

报告期内，发行人对于原材料的检验亦有较高的标准要求。发行人在报告期内的主要原材料为刨花板、中纤板和膜皮、抽屉、铝材及 UV 板等。发行人部分原材料的环保要求及质量控制，与国家标准对比如下：

原材料	国家标准	发行人验收标准
饰面中纤板	GB 18580-2001《室内装饰装修材料人造板及其制品中甲醛释放限量》	OLO/WI1801《板材进料检验标准》 E1 级 \leq 1.5mg/L
双饰面刨花板	E1 级 \leq 1.5mg/L, E2 级 \leq 5mg/L	OLO/WI1801《板材进料检验标准》 E1 级 \leq 1.5mg/L, E0 级 \leq 0.5mg/L
台面	GB6566-2010《建筑材料放射性核素限量》 内照射指 $I_{ra} \leq 1.0$; 外照射指 $I_{\gamma} \leq 1.3$	OLO/WI1814《台面进料检验标准》 内照射指 $I_{ra} \leq 0.6$; 外照射指 $I_{\gamma} \leq 0.8$
封边条	HJ303-2006《环境标志产品技术要求家具》 家具中不得使用含氯塑料；不得在塑料中添加含铅、铬、镉、汞及其化合物、卤代有机化合物或	OLO/WI1803《封边条进料检验标准》 家具中不得使用含氯塑料；不得在塑料中添加含铅、铬、镉、汞及其化合物、卤代

原材料	国家标准	发行人验收标准
	邻苯二甲酸酯的任何物质	有机化合物或邻苯二甲酸酯的任何物质。
PVC膜	HJ303-2006《环境标志产品技术要求家具》 家具中不得使用含氯塑料；不得在塑料中添加含铅、铬、镉、汞及其化合物、卤代有机化合物或邻苯二甲酸酯的任何物质	OLO/WI1832《PVC膜皮来料检验标准》 不得使用卤代有机物，邻苯二甲酸酯，不得使用致癌、致突变、致敏、有毒性和对生殖系统有害的涂料作为表面处理剂。
胶粘剂	GB18583-2008《室内装饰装修材料胶粘剂有害物质限量》 游离甲醛：0.5g/kg, 苯含量≤5g/kg, 甲苯+二甲苯：≤150g/kg; 总挥发性有机物≤700g/L	OLO/WI1834《热熔胶来料检验标准》 苯含量≤100mg/kg, 甲苯+二甲苯：≤500mg/kg; 卤代烃≤500mg/kg 总挥发性有机物≤50g/L

报告期内发行人严格执行相应产品的国家标准、行业标准以及自身制定的质量标准，使得产品质量较高，且质量较为稳定。以国家工程复合材料产品质量监督检验中心出具的对发行人“木家具 单门地柜”产品的抽样检验报告为例，发行人各项检测指标均完全符合质量检测标准，在甲醛释放量、抗冲击、耐磨性、耐液性等技术指标方面优于国家标准。

报告期内，发行人及其子公司不存在因产品未达到环保标准或质量瑕疵引起的纠纷、争议，亦不存在由于产品纠纷、争议或产品质量问题受到有关部门处罚的情况。

发行人报告期内产品质量符合相关标准，且质量稳定，不存在由于产品质量问题或环保问题产生的纠纷，亦未受到有关部门处罚，且发行人报告期内 2016 年获得了中国质量检验协会颁发的产品质量、服务质量等方面的奖项。

保荐机构与发行人律师经核查认为，①发行人与桑涂环保发生的纠纷产生的主要原因系桑涂环保为发行人提供的相应设备未达到标准，发行人故上诉主张自身权利。该纠纷不涉及发行人本身产品质量相关问题，亦不涉及发行人环保质量相关问题。同时，该合同纠纷涉及案件金额较小，不会对发行人财务造成实质性影响，不会构成本次发行上市的实质性障碍。②报告期内建立了相关产品的产品质量责任及环保责任的内控制度，并有效执行了相关制度。③发行人报告期内原材料、产成品均执行了国家标准、行业标准，并在此基础上制定了自身的相应质量标准，并有效执行，相应产品报告期内各年均通过了有关部门的检测。④报告期内发行人不存在因产品未达到环保标准或质量瑕疵引起的纠纷、争议，亦不存

在由于产品纠纷、争议或产品质量问题受到有关部门处罚的情况。发行人因产品质量问题可能引发的相应风险较小。

五、本公司控股股东、实际控制人及主要股东的重大诉讼或仲裁事项

本公司控股股东、实际控制人及主要股东不存在尚未了结的或可预见的重大诉讼、仲裁等行政处罚案件。

六、本公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员的重大诉讼或仲裁事项及刑事诉讼事项

截至 2016 年 12 月 31 日，本公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员不涉及重大诉讼或仲裁事项，也不存在刑事诉讼事项。

第十六节 董事、监事、高级管理人员及有关中介机构声明

一、公司董事、监事及高级管理人员声明

本公司全体董事、监事及高级管理人员承诺本招股意向书及其摘要不存在虚假记载、误导性陈述及重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担个别的及连带的法律责任。

全体董事签名：

NINAYANTIMIAO (缪妍缦)

 汪春俊

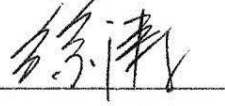


吕云峰：

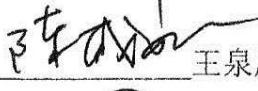


徐

涛：



陈威如：



王泉庚：

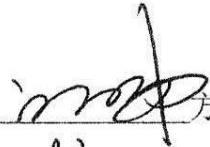


黄兴：



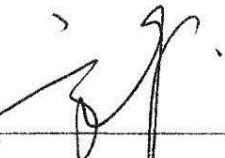
全体监事人员签名：

谢玉伟：

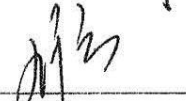


方

乐：



王广云：



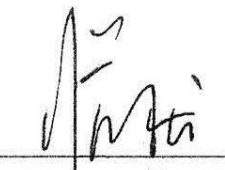
全体高级管理人员签名：

汪春俊：

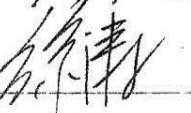


张

祺：



徐涛：



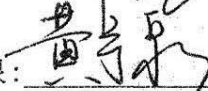
王务超：



张宪华：




黄宁泉：

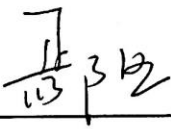


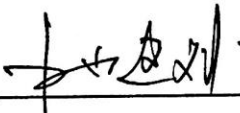



二、保荐人（主承销商）声明

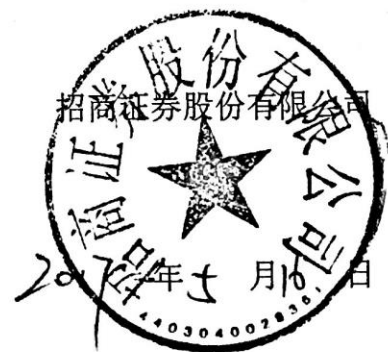
本公司已对招股说明书及其摘要进行了核查，确认不存在虚假记载、误导性陈述及重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

法定代表人：
宫少林

保荐代表人：
鄢坚


杨建斌

项目协办人：
张阳



三、发行人律师声明

本所及经办律师已阅读招股说明书及其摘要，确认招股说明书及其摘要与本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及其摘要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、误导性陈述和重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

经办律师签名：

李志宏： 李志宏

王雨微： 王雨微

王威： 王威

律师事务所负责人签名：

王丽： 王丽



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及其摘要，确认招股说明书及其摘要与本所出具的审计报告、内部控制鉴证报告及经本所核验的非经常性损益明细表无矛盾之处。本所及签字注册会计师对发行人在招股说明书及其摘要中引用的审计报告、内部控制鉴证报告及经本所核验的非经常性损益明细表的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

经办注册会计师签名：

刘 燃

王庆治

会计师事务所负责人签名：

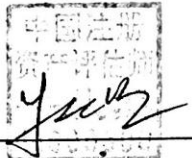
顾仁荣



五、资产评估机构声明

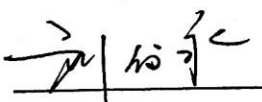
本机构及签字注册资产评估师已阅读招股说明书及其摘要，确认招股说明书及其摘要与本机构出具的资产评估报告无矛盾之处。本机构及签字注册资产评估师对发行人在招股说明书及其摘要中引用的资产评估报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述和重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

经办评估师签名：

牛从然：
中国注册资产评估师

孙珍果：
中国注册资产评估师
130500

评估机构负责人签名：

刘俊永：



情况说明

我所于 2015 年 4 月 12 日出具的《验资报告》(瑞华验字【2015】第 01710006 号)系由我司两位注册会计师刘燃、于克山经办并签字,上述两位工作人员均具备相应的职业资格。因于克山(注册会计师证书编号:220100201457)已从我所离职,我司现无法与之取得联系,故无法安排于克山在南京我乐家居股份有限公司 A 股 IPO 招股说明书的“验资机构声明的经办注册会计师处签字、加盖个人印鉴”。

此情况说明仅用于南京我乐家居股份有限公司 A 股 IPO 中国证券监督管理委员会申报材料,不做他用。特此说明。



第十七节 备查文件

一、备查文件

- (一) 发行保荐书及发行保荐工作报告；
- (二) 财务报表及审计报告；
- (三) 内部控制鉴证报告；
- (四) 经注册会计师核验的非经常性损益明细表；
- (五) 法律意见书及律师工作报告；
- (六) 公司章程（草案）；
- (七) 中国证监会核准本次发行的文件；
- (八) 其他与本次发行有关的重要文件。

二、查阅时间及地点

（一）查阅时间

本次股票发行期内工作日上午 9 点 30 分至 11 点 30 分，下午 14 点至 17 点。

（二）查阅地点

1、发行人：南京我乐家居股份有限公司

办公地址：江苏省南京市江宁区清水亭西路 218 号

联系人：张宪华（董事会秘书）

联系电话：025-52718000

2、保荐人（主承销商）：招商证券股份有限公司

办公地址：深圳市福田区益田路江苏大厦 A 座 41 楼

联系人：张阳、李莎

联系电话：0755-82943666