

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

宁波创源文化发展股份有限公司

Cre8 Direct (Ningbo) Co., Ltd.

宁波市北仑区庐山西路 45 号



首次公开发行股票并在创业板上市 招股说明书

保荐机构（主承销商）



注册地址：深圳市福田区益田路与福中路交界处荣超商务中心 A 栋第 18-21 层及第 04 层 01、02、03、05、11、12、13、15、16、18、19、20、21、22、23 单元

声 明

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

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

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

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

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

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

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

本次发行概况

发行股票类型:	人民币普通股 (A 股)
发行股数:	2,000 万股
其中: 发行新股数量	2,000 万股
股东公开发售股份数量	0 股
每股面值:	人民币 1.00 元
每股发行价格:	人民币 19.83 元
预计发行日期:	【2017】年【9】月【8】日
拟上市的证券交易所:	深圳证券交易所
发行后总股本:	8,000 万股
本次发行前股东所持股份的流通限制和自愿锁定的承诺:	<p>公司实际控制人、董事长任召国承诺: 自公司首次公开发行 A 股股票并上市之日起 36 个月内, 不转让或者委托他人管理本人直接或间接持有的公司公开发行股票前已发行的股份, 也不由公司回购该部分股份。所持公司股票在锁定期满后两年内减持的, 减持价格不低于发行价 (如果因公司派发现金、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的, 应进行相应调整); 公司上市后 6 个月内如其股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价, 或者上市后 6 个月期末收盘价低于发行价, 持有其股票的锁定期自动延长 6 个月。在担任董事期间每年转让的股份不得超过本人所持有公司股份总数的 25%。离职后半年内, 不转让本人直接或间接持有的公司股份。</p> <p>公司控股股东合力咨询承诺: 自公司首次公开发行 A 股股票并上市之日起 36 个月内, 不转让或者委托他人管理其直接或间接持有的公司公开发行股票前已发行的股份, 也不由公司回购该部分股份。所持公司股票在锁定期满后两年内减持的, 减持价格不低于发行价 (如果因公司派发现金、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的, 应进行相应调整); 公司上市后 6 个月内如其股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价, 或者上市后 6 个月期末收盘价低于发行价, 持有其股票的锁定期自动延长 6 个月。</p> <p>公司董事王桂强、王少波、柴孝海、邓建军与副总经理张亚飞、王先羽承诺: 自公司首次公开发行 A 股股票并上市之日起 12 个月内, 不转让或者委托他人管理本人直接或间接持有的公司公开发行股票前已发行的股份, 也不由公司回购该部分股份; 所持公司股票在锁定期满后两年内减持的, 减持价格不低于发行价 (如果因公司派发现金、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的, 应进行相应调整); 公司上市后 6 个月内如其股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价, 或者上市后 6 个月期末收盘价低于发行价,</p>

	<p>持有其股票的锁定期限自动延长 6 个月。在任职期间每年转让的股份不得超过本人所持有公司股份总数的 25%；在离职后半年内，不转让本人直接或间接持有的公司股份。如在公司股票上市交易之日起 6 个月内申报离职，则自申报离职之日起 18 个月内，不转让其直接或间接持有的公司股份；如在公司股票上市交易之日起第 7 个月至第 12 个月之间申报离职，则自申报离职之日起 12 个月内不转让其直接或间接持有的公司股份。如有买卖公司股份行为，卖出后六个月内不再买入公司股份，买入后六个月内不再卖出公司股份。</p> <p>公司监事江明中、周必红、叶鹏志、乐晓燕承诺：自公司首次公开发行 A 股股票并上市之日起 12 个月内，不转让或者委托他人管理其直接或间接持有的公司公开发行股票前已发行的股份，也不由公司回购该部分股份。其在任职期间每年转让的股份不得超过本人所持有公司股份总数的 25%。从公司离职后半年内，不转让所持有的公司股份；如在公司股票上市交易之日起 6 个月内申报离职，则自申报离职之日起 18 个月内，不转让其直接或间接持有的公司股份；如在公司股票上市交易之日起第 7 个月至第 12 个月之间申报离职，则自申报离职之日起 12 个月内不转让其直接或间接持有的公司股份。如有买卖公司股份行为，卖出后六个月内不再买入公司股份，买入后六个月内不再卖出公司股份。</p> <p>公司股东宁波天堂硅谷合众股权投资合伙企业（有限合伙）、宁波市合富汇投资咨询有限公司和宁波市合博汇投资咨询有限公司以及其他自然人股东承诺：自公司首次公开发行 A 股股票并上市之日起 12 个月内，不转让或者委托他人管理其直接或间接持有的公司公开发行股票前已发行的股份，也不由公司回购该部分股份。</p>
<p>保荐机构(主承销商):</p>	<p>中国中投证券有限责任公司</p>
<p>招股说明书签署日期:</p>	<p>2017 年 8 月 28 日</p>

重大事项提示

发行人特别提请投资者注意，在作出投资决策之前，务必仔细阅读本招股说明书“第四节 风险因素”一节的全部内容，并特别关注以下重要事项。

一、本次发行相关的重要承诺和说明

（一）股份限制流通与自愿锁定的承诺

公司实际控制人、董事长任召国承诺：自公司首次公开发行 A 股股票并上市之日起 36 个月内，不转让或者委托他人管理本人直接或间接持有的公司公开发行股票前已发行的股份，也不由公司回购该部分股份。所持公司股票在锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于发行价（如果因公司派发现金、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，应进行相应调整）；公司上市后 6 个月内如其股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后 6 个月期末收盘价低于发行价，持有其股票的锁定期限自动延长 6 个月。在担任董事期间每年转让的股份不得超过本人所持有公司股份总数的 25%。离职后半年内，不转让本人直接或间接持有的公司股份。

公司控股股东合力咨询承诺：自公司首次公开发行 A 股股票并上市之日起 36 个月内，不转让或者委托他人管理其直接或间接持有的公司公开发行股票前已发行的股份，也不由公司回购该部分股份。所持公司股票在锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于发行价（如果因公司派发现金、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，应进行相应调整）；公司上市后 6 个月内如其股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后 6 个月期末收盘价低于发行价，持有其股票的锁定期限自动延长 6 个月。

公司董事王桂强、王少波、柴孝海、邓建军与副总经理张亚飞、王先羽承诺：自公司首次公开发行 A 股股票并上市之日起 12 个月内，不转让或者委托他人管理本人直接或间接持有的公司公开发行股票前已发行的股份，也不由公司回购该部分股份；所持公司股票在锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于发行价（如

果因公司派发现金、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，应进行相应调整)；公司上市后 6 个月内如其股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后 6 个月期末收盘价低于发行价，持有其股票的锁定期限自动延长 6 个月。在任职期间每年转让的股份不得超过本人所持有公司股份总数的 25%；在离职后半年内，不转让本人直接或间接持有的公司股份。如在公司股票上市交易之日起 6 个月内申报离职，则自申报离职之日起 18 个月内，不转让其直接或间接持有的公司股份；如在公司股票上市交易之日起第 7 个月至第 12 个月之间申报离职，则自申报离职之日起 12 个月内不转让其直接或间接持有的公司股份。如有买卖公司股份行为，卖出后六个月内不再买入公司股份，买入后六个月内不再卖出公司股份。

公司监事江明中、周必红、叶鹏志、乐晓燕承诺：自公司首次公开发行 A 股股票并上市之日起 12 个月内，不转让或者委托他人管理其直接或间接持有的公司公开发行股票前已发行的股份，也不由公司回购该部分股份。其在任职期间每年转让的股份不得超过本人所持有公司股份总数的 25%。从公司离职后半年内，不转让所持有的公司股份；如在公司股票上市交易之日起 6 个月内申报离职，则自申报离职之日起 18 个月内，不转让其直接或间接持有的公司股份；如在公司股票上市交易之日起第 7 个月至第 12 个月之间申报离职，则自申报离职之日起 12 个月内不转让其直接或间接持有的公司股份。如有买卖公司股份行为，卖出后六个月内不再买入公司股份，买入后六个月内不再卖出公司股份。

公司股东宁波天堂硅谷合众股权投资合伙企业（有限合伙）、宁波市合富汇投资咨询有限公司和宁波市合博汇投资咨询有限公司以及其他自然人股东承诺：自公司首次公开发行 A 股股票并上市之日起 12 个月内，不转让或者委托他人管理其直接或间接持有的公司公开发行股票前已发行的股份，也不由公司回购该部分股份。

（二）上市后稳定股价的预案及承诺

为了维护公司上市后股价稳定，充分保护公司股东特别是中小股东的权益，

结合公司的实际情况，公司制定了关于稳定股价的预案，具体如下：

1、启动股价稳定措施的条件

公司上市后三年内，如非因不可抗力因素所致，公司股票连续 20 个交易日的收盘价均低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，因利润分配、资本公积金转增股本、增发、配股等情况导致公司净资产或股份总数出现变化的，每股净资产相应进行调整，本预案中下同），且满足法律、法规和规范性文件关于回购或增持公司股票相关规定的情形下，则公司及公司控股股东、董事（在公司领取薪酬的董事且不包括独立董事，本预案中下同）、高级管理人员等相关主体将启动稳定公司股价的措施。

公司实施股价稳定措施的目标是促使公司股票收盘价回升达到或超过最近一期经审计的每股净资产。

公司宣布启动稳定股价的措施，但尚未实施时，公司股票收盘价已经回升达到或超过最近一期经审计的每股净资产，则公司可以不再继续实施稳定股价的措施。

2、稳定股价的措施

（1）公司稳定股价的措施包括：

①公司回购公司股票；②公司控股股东增持公司股票；③公司董事、高级管理人员增持公司股票；④证券监管部门认可的其他方式。

（2）公司及相关主体将根据公司及市场情况，采取上述一项或多项措施稳定公司股价，具体实施时以保护公司及投资者利益为原则，按照证券监管机构和交易所的相关规定及时履行信息披露义务。

（3）公司董事会应在触发启动股价稳定措施条件之日起的 10 个交易日内制订稳定公司股价具体方案，方案内容包括但不限于拟回购或增持的公司股票的数量范围、价格区间及完成期限等信息。稳定公司股价具体方案需经公司董事会、股东大会审议通过，并按照上市公司信息披露要求予以公告。

(4) 公司及公司控股股东、董事、高级管理人员应当自董事会制订的股价稳定方案公告之日起 30 个交易日内通过二级市场回购或增持公司股票，回购或增持的价格不高于公司最近一期经审计的每股净资产。公司回购股票数量不低于公司公开发行的股份总数的 1%，公司控股股东增持股票数量不低于公司公开发行的股份总数的 1%，公司董事、高级管理人员用于增持公司股票的资金额不低于本人上一年度从公司领取的税后工资总额的 30%。

(5) 公司应将履行稳定股价义务的相应承诺作为未来聘任公司董事和高级管理人员的必要条件，并在未来新聘该等人员时，要求其就此做出书面承诺。

(6) 当公司股票连续 10 个交易日的收盘价均高于公司最近一期经审计的每股净资产或继续回购或增持公司股份将导致公司股权分布不符合上市条件时，稳定股价方案终止实施。

3、未实施股价稳定措施的约束措施

(1) 公司董事会制订的稳定股价方案涉及控股股东增持公司股票，控股股东具备实施条件且无合理正当理由未履行增持义务，则公司有权在应实施增持的资金额度范围内扣留应向控股股东支付的现金分红，直至控股股东履行其增持义务。

(2) 公司董事会制订的稳定股价方案涉及董事、高级管理人员增持公司股票，董事、高级管理人员具备实施条件且无合理正当理由未履行增持义务，则公司有权在各自应实施增持的资金额度范围内扣留应向相关人员支付的工资薪酬或现金分红，直至相关人员履行其增持义务。

(3) 本预案中稳定公司股价的具体措施由相关主体提出，并由公司依据信息披露的相关规定进行公告后，即构成相关主体对公司及社会公众股东的公开承诺，如达到实施条件而拒不履行的，相关主体将承担相应的法律责任。

(三) 5%以上股东持股意向及减持意向的承诺

1、公司实际控制人任召国承诺：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,不转让或者委托他人管理本次公开发行前持有的发行人股份,也不由发行人回购该部分股份。本人拟长期持有发行人股票,若本人在锁定期满后2年内减持发行人股票,每年减持数量不超过上一年末本人持有发行人股份总数的20%,减持价格不低于本次发行价格(如果因发行人派发现金、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的,应进行相应调整)。减持时,须在减持前通知发行人,并由发行人提前3个交易日予以公告(持有发行人股份低于5%以下时除外),减持股份行为的期限为减持计划公告后6个月内;减持期限届满后,若拟继续减持股份,则需按照上述安排再次履行减持公告。减持将通过深圳证券交易所协议转让、大宗交易、竞价交易或其他方式依法进行。若减持行为未履行上述承诺,应将减持所得收益交付发行人所有,作为违反承诺的补偿。

2、公司控股股东合力咨询承诺: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,不转让或者委托他人管理本次公开发行前持有的发行人股份,也不由发行人回购该部分股份。本公司拟长期持有发行人股票,在锁定期满后2年内,如果本公司减持发行人股票,每年减持数量不超过上一年末本公司持有发行人股份总数的20%,减持价格不低于本次发行价格(如果因发行人派发现金、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的,应进行相应调整)。减持时,须在减持前通知发行人,并由发行人提前3个交易日予以公告(持有发行人股份低于5%以下时除外),减持股份行为的期限为减持计划公告后6个月内;减持期限届满后,若拟继续减持股份,则需按照上述安排再次履行减持公告。减持将通过深圳证券交易所协议转让、大宗交易、竞价交易或其他方式依法进行。若减持行为未履行上述承诺,应将减持所得收益交付发行人所有,作为违反承诺的补偿。

3、公司股东柴孝海和王桂强承诺: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,不转让或者委托他人管理本次公开发行前持有的发行人股份,也不由发行人回购该部分股份。在锁定期满后2年内,减持股数不受限制,减持价格不低于发行价格。减持时,须在减持前通知发行人,并由发行人提前3个交易日予以公告(持有发行人股份低于5%以下时除外),减持股份行为的期限

为减持计划公告后 6 个月内；减持期限届满后，若拟继续减持股份，则需按照上述安排再次履行减持公告。减持将通过深圳证券交易所协议转让、大宗交易、竞价交易或其他方式依法进行。若减持行为未履行上述承诺，应将减持所得收益交付发行人所有，作为违反承诺的补偿。

4、公司股东宁波天堂硅谷合众股权投资合伙企业（有限合伙）、江明中承诺：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，不转让或者委托他人管理本次公开发行前持有的发行人股份，也不由发行人回购该部分股份。在锁定期满后 2 年内，减持股数不受限制，减持价格不低于最近一期的每股净资产。减持时，须在减持前通知发行人，并由发行人提前 3 个交易日予以公告（持有发行人股份低于 5% 以下时除外），减持股份行为的期限为减持计划公告后 6 个月内；减持期限届满后，若拟继续减持股份，则需按照上述安排再次履行减持公告。减持将通过深圳证券交易所协议转让、大宗交易、竞价交易或其他方式依法进行。若减持行为未履行上述承诺，应将减持所得收益交付发行人所有，作为违反承诺的补偿。

（四）关于招股说明书无虚假记载、误导性陈述或重大遗漏的承诺

1、公司的承诺

公司承诺：公司招股说明书若有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，公司将依法回购首次公开发行的全部新股，回购价格为发行价格（如果公司本次发行上市后派发现金、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，应进行相应调整）与二级市场价格孰高原则确定。公司将在取得监管部门最终认定结果之日起 5 个交易日内，召开董事会审议具体回购方案。公司招股说明书若有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，将依法赔偿投资者损失。公司将在取得监管部门最终认定结果之日起 5 个交易日内，召开董事会审议具体赔偿方案，包括赔偿标准、赔偿主体范围、赔偿金额等内容。

2、实际控制人、控股股东的承诺

公司实际控制人任召国、控股股东合力咨询承诺：公司招股说明书若有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，将购回已转让的原限售股份。购回价格为发行价格（如果公司本次发行上市后派发现金、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，应进行相应调整）与二级市场价格孰高原则确定。公司招股说明书若有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，将依法赔偿投资者损失。

3、全体董事、监事、高级管理人员承诺

公司招股说明书若有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本人将依法赔偿投资者损失。

4、相关中介机构承诺

保荐机构中国中投证券承诺：因本保荐机构为发行人首次公开发行制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将依法赔偿投资者损失。

因本保荐机构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。

发行人律师广东晟典律师事务所承诺：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，将依法赔偿投资者损失。

发行人会计师亚太（集团）会计师事务所（特殊普通合伙）承诺：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，将依法赔偿投资者损失。

评估机构北京亚太联华资产评估有限公司承诺：因本公司为发行人首次公开发行制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损

失的，将依法赔偿投资者损失。

（五）填补被摊薄即期回报的措施及承诺

公司首次公开发行股票完成后，公司股本和净资产都将大幅增加，但鉴于募集资金投资项目有一定的实施周期，并且项目预期产生的效益存在一定的不确定性，因此公司每股收益、净资产收益率等指标短期内可能出现一定程度的下降。公司拟采取以下方式提高未来回报能力：

1、巩固现有市场占有率，提高对现有客户的销售额

通过对所涉及行业深入发掘，公司发展行业内全球知名的时尚文教、休闲文化用品品牌商成为公司客户，并建立长期稳定的业务关系，同时与对应的零售商保持良好的业务往来。公司将继续与现有客户加强合作，共同研发适应市场需求的新产品，以巩固并提高对现有客户的销售额。

2、加大新产品开发和市场营销力度，努力开拓新市场

公司坚持差异化发展战略，坚持将创意作品与设计元素应用于不同的领域、载体，不断开发新产品并积极推广。公司坚持大客户战略，在保持美国市场业务稳定发展的基础上，稳步发展欧洲、澳大利亚等发达国家市场业务，保持业务的持续稳定增长。同时公司积极探索开拓国内业务，使国内市场成为公司未来重要的业务增长点。

3、全面提升公司管理水平，做好成本控制，完善员工激励机制

公司将充分发挥董事会决策中心作用，加强对公司各项事务的决策、管理和监督，确保公司经营战略与发展计划等目标的实现。同时公司将加强预算管理，严格执行采购审批制度，加强对董事、高级管理人员职务消费的约束。此外，公司通过建立有市场竞争力的薪酬体系，引进优秀人才，激发员工积极性，挖掘员工创造力和潜在动力。

通过以上措施，公司将全面提升运行效率，降低成本，从而提高公司经营业绩。

4、加快募投项目实施进度，加强募集资金管理

本次募投项目均围绕公司主营业务展开，其实施有利于提升公司竞争力和盈利能力。本次发行募集资金到位后，公司将加快推进募投项目实施，使募投项目早日实现预期收益。同时，公司将根据《公司章程（草案）》、《募集资金管理制度》及其他相关法律法规的要求，加强募集资金管理，规范使用募集资金，以保证募集资金按照既定用途实现预期收益。

5、不断完善利润分配制度，强化投资者回报机制

公司已根据中国证监会的相关规定，制定了《宁波创源文化发展股份有限公司股东未来分红回报规划》，并通过了《宁波创源文化发展股份有限公司章程（草案）》，明确了分红比例、依据、条件、实施程序、调整事项等利润分配政策条款。公司已经建立了较为完善的利润分配制度，公司将严格执行相关规定，切实维护投资者合法权益，强化中小投资者权益保障机制，结合公司经营情况与发展规划，在符合条件的情况下积极推动对广大股东的利润分配以及现金分红，努力提升股东回报水平。未来公司将进一步完善利润分配制度，强化投资者回报机制。

公司承诺：若公司未履行填补被摊薄即期回报措施，将在公司股东大会上公开说明未履行填补被摊薄即期回报措施的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉；如果未履行相关承诺事项，致使投资者在证券交易中遭受损失的，公司将依法赔偿。

为使公司填补回报措施能够得到切实履行，公司董事、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、承诺董事会或薪酬委员会制订薪酬制度时，应全力支持与公司填补回报措施的执行情况相挂钩的会议议案，并愿意投票赞成（若有投票权）该等议案。

5、承诺如公司未来实施股权激励方案，应全力支持行权条件与公司填补回报措施的执行情况相挂钩的涉及股权激励的会议议案，并愿意投票赞成（若有投票权）该等议案。

6、承诺出具日后至本次上市完毕前，若中国证监会或深圳证券交易所作出关于填补回报措施及其承诺的其他新的规定时，且上述承诺不能满足中国证监会或深圳证券交易所该等规定时，承诺届时将按照中国证监会或深圳证券交易所规定出具补充承诺。

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

（六）关于未履行承诺的约束措施

1、公司承诺

公司承诺：将严格履行在公司首次公开发行过程中所作出的全部公开承诺事宜中的各项义务与责任。若公司未能完全且有效的履行前述承诺事项中的各项义务或责任，则公司承诺采取以下各项措施予以约束：（1）公司将在股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉。（2）如果因未履行相关承诺事项给投资者造成损失的，将向投资者依法承担赔偿责任。公司将自愿按相应的赔偿金额冻结自有资金，以为公司需根据法律法规和监管要求赔偿的投资者损失提供保障。

2、控股股东的承诺

公司控股股东合力咨询承诺：将严格履行在发行人首次公开发行过程中所作出的全部公开承诺事宜中的各项义务与责任。如果未能完全且有效的履行前述承诺事项中的各项义务或责任，则承诺采取以下各项措施予以约束：（1）将在发行人股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉。（2）如果因未履行相关承诺事项而获得收益的，所得收益归

发行人所有，并在获得收益的五个工作日内将前述所得收益支付到发行人账户。

(3) 如果因未履行相关承诺事项给发行人或者其他投资者造成损失的，将向发行人或者其他投资者依法承担赔偿责任。补偿金额依据公司与投资者协商确定的金额，或证券监督管理部门、司法机关确定的方式或金额确定。(4) 所持发行人股份的锁定期自动延长至本公司未履行相关承诺事项所有不利影响消除之日。

(5) 在本公司相应责任的资金额度范围内，发行人有权暂扣本公司从发行人处应得的现金分红，直至本公司承诺事项履行完毕为止。

3、实际控制人、董事、监事与高级管理人员的承诺

公司实际控制人、董事、监事与高级管理人员承诺：将严格履行在发行人首次公开发行过程中所作出的全部公开承诺事宜中的各项义务与责任。如果未能完全且有效的履行前述承诺事项中的各项义务或责任，将采取以下措施：(1) 及时、充分披露承诺未能履行的具体原因并向投资者道歉；(2) 如果因未履行相关承诺事项给发行人或者投资者造成损失的，按照有关法律、法规的规定和监管部门的要求承担相应的赔偿责任；(3) 在相应责任的资金额度范围内，发行人有权暂扣其从发行人处应得的现金分红和薪酬，直至其承诺事项履行完毕为止。

二、本次发行方案

本次公开发行股份为 2,000 万股，占发行后总股本的比例不低于 25%。本次发行全部为新股，不进行老股转让。本次最终发行股票数量根据监管部门的要求由公司董事会与保荐人（主承销商）协商确定。发行后公司总股本不超过 8,000 万股。

三、本次发行完成前滚存利润的分配安排

经本公司 2015 年 10 月 16 日召开的 2015 年第四次临时股东大会通过，本公司本次发行前的滚存利润由本次发行完成后的新老股东按持股比例共同享有。

四、发行人发行上市后的利润分配政策

公司于 2015 年 10 月 16 日召开的 2015 年第四次临时股东大会决议，审议通过《关于公司上市后适用的<宁波创源文化发展股份有限公司章程（草案）>的议案》。根据《公司章程（草案）》，公司的利润分配政策如下：

（一）利润分配政策制定和调整的决策程序和机制

公司利润分配政策制定和调整由公司董事会向公司股东大会提出，董事会提出的利润分配政策需经董事会过半数以上表决通过，独立董事应当对利润分配政策的制定或调整发表独立意见。

公司监事会应当对董事会制定和调整的利润分配政策进行审议，并且经半数以上监事表决通过，若公司有外部监事（不在公司担任职务的监事）则应经外部监事同意。

公司利润分配政策制定和调整需提交公司股东大会审议，由出席股东大会的股东（包括股东代理人）所持表决权的 2/3 以上通过。公司应安排通过证券交易所交易系统、互联网投票系统等网络投票方式为社会公众股东参加股东大会提供便利。

（二）利润分配政策

1、制定及调整利润分配政策的基本原则

公司实行同股同利的股利政策，股东依照其所持有的股份份额获得股利和其他形式的利益分配。

公司的利润分配政策应保持连续性和稳定性，重视对投资者的合理投资回报，兼顾全体股东的整体利益及公司的可持续发展。

公司根据经营情况、发展阶段以及是否有重大资金支出安排等因素，或者外部经营环境发生重大变化，确需调整利润分配政策的，应以股东权益保护为出发点，调整后的利润分配政策不得违反中国证监会和深圳证券交易所的有关规定。

2、利润分配的实施及信息披露

公司董事会按照既定利润分配政策制定利润分配预案并提交股东大会决议通过，公司董事会须在股东大会审议通过后两个月内完成股利（或股份）的派发事项；董事会在利润分配预案中应当对留存的未分配利润使用计划进行说明，独立董事发表独立意见。

公司应在年度报告中披露利润分配预案和现金利润分配政策执行情况。若董事会未提出现金利润分配预案的，董事会应在年度报告中说明未提出现金利润分配的原因、未用于现金利润分配的资金留存公司的用途和使用计划，经独立董事发表独立意见后提交股东大会审议，并在公司指定媒体上予以披露。

3、利润分配的形式

公司采用现金、股票或者现金与股票相结合的方式分配利润。

在符合利润分配的条件下，原则上每年度进行利润分配；在有条件的情况下，公司可以进行中期利润分配。

公司具备现金分红条件的，优先采用现金方式进行利润分配。采用股票股利进行利润分配的，应当具有公司成长性、每股净资产的摊薄等真实合理因素。

4、利润分配、现金分红、发放股票股利的条件

公司以年度或半年度盈利为前提，依法弥补以前年度亏损、提取法定公积金、任意公积金后，公司可进行利润分配。

在符合利润分配的条件、现金流充裕且无重大资金支出的情况下，公司应当采取现金方式分配利润。重大资金支出是指公司未来十二个月内对外投资、收购资产或购买设备累计支出达到或超过公司最近一期经审计总资产 30% 的事项。

在业绩保持增长的前提下，若公司累计未分配利润达到或超过股本的 30% 时，公司可实施股票股利分配。股票股利分配可以单独实施，也可以结合现金分红同时实施。

5、现金分红政策

公司在符合现金分红的条件下，每年以现金形式分配的利润不少于当年实现的可供分配利润的 10%。同时，公司董事会将综合考虑所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，区分下列情形，并按照相关程序，提出差异化的现金分红政策：

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

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

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

股东违规占用公司资金的，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。

五、财务报告审计基准日至本招股说明书签署之日 经营状况

财务报告审计基准日至本招股说明书签署之日，公司经营状况良好，未发生会对公司经营业绩造成重大不利影响的事项。公司预计 2017 年 1-9 月可实现营业收入为 53,226.00 万元~54,026.00 万元，较去年同期增长 15.60%~17.34%；归属于母公司股东的净利润为 5,270.00 万元~5,467.00 万元，较去年同期增长 10.60%~14.74%；扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润为 4,650.00 万元~4,848.00 万元，较去年同期增长 0.87%~5.16%。上述数据未经审计或审阅，有关公司 1-9 月经营业绩的表述仅为对公司业绩的展望，并不构成公司的盈利预测或承诺。

六、对公司持续盈利能力产生重大不利的影响因素分析及保荐机构对公司持续盈利能力的核查结论意见

影响公司持续盈利能力的风险因素已在本招股说明书“第四节 风险因素”进行了披露。

保荐机构经核查后认为：发行人的经营模式、产品或服务的品种结构未发生重大不利变化，发行人的行业地位或发行人所处行业的经营环境未发生重大不利变化，发行人在用的商标、专利等重要资产或者技术的取得或者使用不存在重大不利变化，发行人最近一年的营业收入或净利润对关联方或者有重大不确定性的客户不存在重大依赖，发行人不存在最近一年的净利润主要来自合并财务报表范围以外的投资收益的情形，除本招股说明书“第四节 风险因素”披露的因素外，发行人不存在其他可能对持续盈利能力构成重大不利影响的情形。因此，公司主营业务突出，具有较强的研发设计能力，财务状况良好，根据行业未来发展趋势及公司当前经营情况，公司具备持续盈利能力。

七、本公司特别提醒投资者注意下列风险

（一）研发设计创新不能持续满足市场需求的风险

公司以研发设计为驱动，坚持差异化的发展战略，将设计与创意应用于以纸质品为主的多种载体，用差异化的产品和快速的研发设计创新来迅速满足客户的个性化需求。公司产品包括 3 大系列共 1,000 多个品种。在信息时代，受流行趋势变化加快、电子化趋势等因素影响，公司可能面临因产品和设计更新速度慢，不能及时满足市场需求，从而导致增长速度放缓的风险。

（二）海外市场依存度较高的风险

公司的产品以出口为主，2014 年度、2015 年度、2016 年度、2017 年 1-6 月，公司出口销售额占主营业务收入的比例分别为 96.63%、97.16%、98.88%、99.97%，其中对北美地区的销售收入占比分别为 80.44%、83.25%、85.77%、82.37%，未

来一段时间内对海外市场尤其是北美地区市场的依存度仍然较高。如果海外市场发生较大波动，或产品主要进口国政治、经济、贸易政策等发生重大不利变化，或公司在产品研发设计、质量控制、响应速度等方面不能满足客户的需求导致主要客户转向其他厂商采购，公司将面临销售收入增长放缓甚至下滑的风险。

（三）对重要客户销售收入大幅下降的风险

公司 2016 年主营业务收入为 64,808.09 万元，较 2015 年增长 27.33%，其中因 2016 年时尚计划本在美国销售良好，使得公司对 Me&My Big Ideas,Inc 实现销售收入 15,210.23 万元，较 2015 年增长 431.52%。若未来公司对 Me&My Big Ideas,Inc 的销售收入出现大幅下滑，公司的经营业绩将面临大幅下降的风险。

（四）时尚计划本产品销售收入大幅下降的风险

2016 年由于时尚计划本在美国销售良好，使得公司计划本产品实现销售收入 9,671.99 万元，较 2015 年增长 501.12%。若未来公司时尚计划本的市场需求出现大幅萎缩，公司的经营业绩将面临大幅下降的风险。

（五）应收账款回收风险

报告期内，公司业务扩张迅速，应收账款呈较快增长趋势。2014 年 12 月 31 日、2015 年 12 月 31 日、2016 年 12 月 31 日及 2017 年 6 月 30 日，应收账款账面价值分别为 8,072.05 万元、7,015.40 万元、12,640.55 万元和 9,217.26 万元，分别占当期营业收入的 16.33%、13.71%、19.32%和 28.48%。截至 2017 年 6 月 30 日，客户 DCWV 欠公司货款共计 152.00 万美元即人民币 1,029.71 万元，其中 117.87 万美元超过信用期，2017 年 6 月 22 日以来，DCWV 未向公司支付货款，经多次催收仍无进展。公司向中国出口信用保险公司宁波分公司提出了索赔申请以帮助催收，并于 2017 年 7 月 17 日获得受理。同时，公司出于谨慎考虑，除确认可以从中信保收回的部分外，剩余 867.12 万元应收账款全额计提了坏账准备。随着公司业务规模的进一步扩大，应收账款规模可能还将相应扩大，如果发生大额应收账款未能及时收回的情况，将会给公司带来不利影响。

（六）汇率波动风险

自 2005 年 7 月 21 日我国实施人民币汇率制度改革以来，人民币兑美元汇率缓慢升值，2015 年 8 月 11 日，人民银行对人民币汇率中间价报价机制进行了改革，加大了市场决定汇率的力度，人民币兑美元汇率波动加大。公司产品销售收入中外销收入一直是公司主要的收入来源并持续增长。由于公司境外销售以美元为主进行定价和结算，人民币汇率波动会对公司收入和汇兑损益产生影响，从而对公司经营业绩带来一定程度的不确定性。2014 年度、2015 年度、2016 年度、2017 年 1-6 月，公司发生的汇兑损益分别为-101.71 万元、925.64 万元、1,178.83 万元、-422.47 万元，分别占当期利润总额的-3.20%、21.49%、13.44%、-14.43%。

（七）税收政策变动的风险

1、出口退税率下降的风险

公司产品销售以出口为主，并按相关规定享受出口货物增值税的“免、抵、退”政策，出口退税率的变化将在一定程度上影响公司产品销售的利润率。目前，公司出口产品的种类繁多，根据产品类别和材质不同适用的出口退税率各有不同，范围在 0%-17%之间。2014 年度、2015 年度、2016 年度和 2017 年 1-6 月，公司当期应退税额分别为 3,339.75 万元、3,283.99 万元、4,942.69 万元及 1,930.93 万元。如果出口退税政策发生重大不利变化，如大幅度降低相关产品的出口退税率，将对公司的业绩产生不利影响。

出口退税率下调一般只会影响公司之前已经签订的合同或订单，在其他条件不变的情况下，出口退税率下降 1%对利润总额的影响如下表所示：

序号	项目	2017 年 1-6 月	2016 年度	2015 年度	2014 年度
1	外销收入（万元）	32,126.21	64,084.44	49,451.73	46,228.52
2	订单交货周期（天/次）	39.18	38.33	39.08	42.00
3	退税率变动影响收入额（万元）	3,448.51	6,729.74	5,294.71	5,319.45
4	退税率变动 1%影响	34.49	67.30	52.94	53.19

	利润总额（万元）				
5	利润总额（万元）	2,928.05	8,772.10	4,307.72	3,180.96
6	利润总额变动比例	1.18%	0.77%	1.23%	1.67%

注：第3行=第1行/（365天/第2行）。

由上表可见，报告期内年度利润总额对出口退税率的敏感系数平均为1.21%，如相关产品的出口退税率变化，将对公司的业绩产生一定影响。

2、所得税优惠政策变化的风险

报告期内，公司享受高新技术企业的所得税优惠政策。2014年度、2015年度和2016年度，公司享受的所得税税收优惠占当期利润总额的比例分别为6.29%、7.11%与7.62%。《高新技术企业认定管理办法》规定：高新技术企业资格自颁发证书之日起有效期为三年，企业应在期满前提出复审申请，通过复审的高新技术企业资格有效期为三年。2017年9月，公司高新技术企业资格将到期并需要在此之前提出复审申请，如果公司在未来不能持续取得高新技术企业资格或国家对高新技术企业的税收优惠政策发生变化，将会对公司的经营业绩产生一定影响。

（八）偿债能力风险

报告期内各期末，公司资产负债率保持在较高水平，截至2014年12月31日、2015年12月31日、2016年12月31日、2017年6月30日资产负债率（母公司）分别为66.21%、55.73%、51.98%、50.74%，资产负债率（合并）分别为69.28%、66.18%、59.79%、58.29%。公司流动比率与速动比率水平相对较低，报告期内各期末的流动比率分别为1.00、1.00、1.09、1.02，速动比率分别为0.68、0.76、0.83、0.69。较高的资产负债率、较低的流动比率与速动比率可能给公司带来一定的偿债风险，影响公司筹集持续发展所需的资金。

截至本招股说明书签署之日，公司及其控股子公司的房产大部分用于抵押向银行借款，如公司还款时出现违约则可能会造成抵押的房产被处置的风险，从而影响公司的生产和经营。

（九）成长性风险

公司专注于纸质时尚文教、休闲文化用品的研发、生产和销售，报告期内，公司主营业务收入占比一直保持在 95% 以上，且主营业务收入持续增长，2014 年度、2015 年度、2016 年度、2017 年 1-6 月实现的主营业务收入分别为 47,839.34 万元、50,897.99 万元、64,808.09 万元、32,134.36 万元，其中 2014 年、2015 年、2016 年度分别较上年增长 16.57%、6.39%、27.33%。公司主要收入来源于对海外客户的纸质时尚文教、休闲文化用品销售，若出现海外市场需求放缓、汇率波动较大且发行人应对不力、出口退税政策变动、募投项目无法取得良好的投资回报等不确定性事项，公司将面临一定的成长性风险。贺卡为公司主要社交情感类产品，受社交媒介电子化的冲击，贺卡市场规模未来可能呈现稳中有降的发展趋势，从而可能对发行人整体收入的成长产生不利影响。

近年来，人民币兑美元汇率波动较为剧烈，2010 年至今曾先后出现过大幅升值和贬值，从而对发行人的产品定价、销售和结算产生一定影响；报告期内发行人客户结构和产品结构均发生一定程度变化，反映出产品更新周期短，潮流化特点日趋明显；公司外销产品的主要进口国为美国，若美国的政治、经济以及对华贸易政策发生变化，可能会影响美国对华进口商品的关税税率及人民币汇率，从而对发行人未来的产品销售产生不确定影响。若无法有效应对汇率波动、市场波动及美国政治、经济、贸易政策变化的影响，公司将面临经营业绩增长放缓甚至下降的风险。

本公司特别提醒投资者注意以上风险因素并应充分了解创业板市场的投资风险及本招股说明书第四节披露的风险因素，审慎作出投资决定。

目 录

声 明	1
本次发行概况	2
重大事项提示	4
一、本次发行相关的重要承诺和说明.....	4
二、本次发行方案.....	14
三、本次发行完成前滚存利润的分配安排.....	14
四、发行人发行上市后的利润分配政策.....	15
五、财务报告审计基准日后至本招股说明书签署之日经营状况.....	17
六、对公司持续盈利能力产生重大不利的影响因素分析及保荐机构对公 司持续盈利能力的核查结论意见.....	18
七、本公司特别提醒投资者注意下列风险.....	18
目 录	23
第一节 释义	28
一、基本术语.....	28
二、专业术语.....	29
第二节 概览	32
一、发行人简介.....	32
二、发行人控股股东和实际控制人简介.....	41
三、发行人的主要财务数据和财务指标.....	41
四、募集资金用途.....	43
第三节 本次发行概况	44
一、本次发行的基本情况.....	44
二、本次发行有关机构.....	45
三、发行人与有关机构权益关系.....	46
四、本次发行上市的重要日期.....	47
第四节 风险因素	48
一、研发设计创新不能持续满足市场需求的风险.....	48
二、对海外市场依存度较高的风险.....	48

三、对重要客户销售收入大幅下降的风险.....	48
四、时尚计划本产品销售收入大幅下降的风险.....	49
五、汇率波动风险.....	49
六、远期结售汇的风险.....	49
七、劳动力成本上升的风险.....	50
八、原材料价格波动的风险.....	50
九、委外生产的风险.....	50
十、税收政策变动的风险.....	51
十一、应收账款回收风险.....	52
十二、偿债能力风险.....	52
十三、募集资金投资项目风险.....	53
十四、净资产收益率下降风险.....	53
十五、实际控制人控制风险.....	53
十六、市场竞争风险.....	54
十七、成长性风险.....	54
十八、部分产品销售存在季节性波动的风险.....	55
十九、提前放弃处置权可能产生的风险.....	55
第五节 发行人基本情况	56
一、发行人基本情况.....	56
二、发行人设立及重大资产重组情况.....	56
三、发行人股权结构.....	59
四、发行人控股子公司、参股公司情况.....	61
五、持有 5% 以上股份的主要股东及实际控制人基本情况	65
六、发行人股本情况.....	69
七、发行人的股权激励及其他制度安排和执行情况.....	74
八、发行人员工情况.....	78
九、本次发行相关各方作出的重要承诺及履行情况.....	81
第六节 业务与技术	84

一、发行人的主要业务情况.....	84
二、发行人所处行业的基本情况.....	105
三、发行人所处行业竞争情况.....	125
四、影响发行人发展的有利因素和不利因素.....	134
五、发行人销售情况和主要客户.....	136
六、报告期内主要产品的原材料和能源及其供应情况.....	153
七、发行人的主要固定资产和无形资产.....	158
八、其他与发行人生产经营相关的资质.....	174
九、发行人的特许经营权.....	176
十、发行人核心技术与研发情况.....	176
十一、境外进行生产经营情况.....	187
十二、未来发展与规划.....	189
第七节 同业竞争与关联交易	193
一、独立运营情况.....	193
二、同业竞争.....	194
三、关联方及关联关系.....	196
四、关联交易情况.....	199
五、关联交易制度的执行情况.....	211
六、规范并减少关联交易的措施.....	211
第八节 董事、监事、高级管理人员与公司治理	213
一、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员简介.....	213
二、董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属持有公司股份的情况.....	218
三、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的其他对外投资情况.....	219
四、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员薪酬情况.....	220
五、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员兼职情况.....	222
六、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员相互之间存在的亲属关	

系.....	223
七、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员签订的协议情况....	224
八、董事、监事、高级管理人员对于股票发行上市相关法律法规及其法定义务责任的了解情况.....	224
九、董事、监事、高级管理人员近两年的变动情况.....	224
十、股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书以及董事会专门委员会等机构和人员的运行及履职情况.....	226
十一、公司内部控制制度情况.....	233
十二、公司近三年内违法违规情况.....	234
十三、公司近三年内资金占用和对外担保情况.....	234
十四、公司资金管理、对外投资和担保事项的政策、制度安排及执行情况.....	235
十五、投资者权益保护情况.....	238
第九节 财务会计信息与管理层分析	242
一、报告期经审计的财务报表.....	242
二、财务报表的编制基础及注册会计师的审计意见.....	247
三、影响公司收入、成本、费用和利润的主要因素，以及对公司具有核心意义、或其变动对业绩变动具有较强预示作用的财务和非财务指标分析.....	249
四、财务报告审计基准日后至本招股说明书签署之日经营状况.....	252
五、发行人的主要会计政策和会计估计.....	252
六、主要税种、税率与税收政策.....	277
七、分部信息.....	278
八、经注册会计师核验的非经常性损益明细表.....	279
九、重要财务指标.....	279
十、资产负债表日后事项、或有事项及其他重大事项.....	282
十一、盈利预测.....	283
十二、盈利能力分析.....	283

十三、财务状况分析.....	315
十四、现金流量分析.....	338
十五、资本性支出分析.....	342
十六、股利分配政策和实际股利分配情况.....	343
十七、本次发行对即期回报的影响及发行人拟采取措施.....	348
第十节 募集资金运用	357
一、募集资金运用的基本情况.....	357
二、募集资金投资项目的必要性与可行性分析.....	359
三、募集资金投资项目的的基本情况.....	363
四、募集资金运用对公司财务状况及经营成果的影响.....	371
五、募集资金项目所面临的风险.....	372
第十一节 其他重要事项	375
一、重要合同.....	375
二、对外担保及抵押情况.....	378
三、重大诉讼、仲裁及其他情况.....	379
第十二节 有关声明	381
一、全体董事、监事、高级管理人员声明.....	381
二、保荐机构（主承销商）声明.....	382
三、发行人律师声明.....	383
四、承担审计业务的会计师事务所声明.....	384
五、承担评估业务的资产评估机构声明.....	385
六、承担验资业务的机构声明.....	386
七、承担验资复核业务的机构声明.....	387
第十三节 附件	388
一、备查文件.....	388
二、文件查阅时间.....	388
三、文件查阅地址.....	388

第一节 释义

在本招股说明书中，除非另有说明，下列简称具有如下特定意义：

一、基本术语

创源文化、公司、本公司、股份公司、发行人	指	宁波创源文化发展股份有限公司，本次公开发行股票的发行人
创源有限	指	宁波成路纸品制造有限公司，公司前身
合力咨询	指	宁波市北仑合力管理咨询有限公司，公司控股股东
成路集团	指	成路集团有限公司，创源有限曾经之控股股东
宁波天堂硅谷	指	宁波天堂硅谷合众股权投资合伙企业（有限合伙），公司股东
合富汇	指	宁波市合富汇投资咨询有限公司，公司股东
合博汇	指	宁波市合博汇投资咨询有限公司，公司股东
安徽创源	指	安徽创源文化发展有限公司，公司全资子公司，曾用名安徽成路文化发展有限公司
纸器时代	指	宁波纸器时代文化发展股份有限公司，公司控股子公司
快邦投资	指	宁波快邦投资咨询有限公司，公司全资子公司
合力商贸	指	宁波合力时代商贸有限公司，公司控股子公司
搜主意	指	宁波搜主意文化发展有限公司，公司全资子公司
美国创源	指	Cre8 Direct, Inc., 公司全资子公司
格林纸业	指	宁波成路格林纸业股份有限公司，创源有限曾经之全资子公司、参股公司
美国合力商贸	指	RITFIT, LLC, 合力商贸之全资子公司
CHA	指	Craft & Hobby Association 的缩写，美国手工艺品爱好者协会
GIA	指	Global Industry Analysts, Inc 的缩写，全球知名的行业研究报告出版商
SOHO	指	Small Office 和 Home Office 的缩写，指家居办公，是一种新经济、新概念，指自由、弹性而新型的生活和工作方式。
Michaels	指	Michaels Stores, Inc, 系美国最大的工艺品零售商
Hobby Lobby	指	Hobby Lobby Stores, Inc, 系美国第二大工艺品零售商。
Target	指	Target Corporation 的缩写，系美国第二大折扣零售商。
Hallmark	指	Hallmark Cards, Inc.的缩写，系全球最大的贺卡零售商之一。
Wal-Mart	指	Wal-Mart Stores, Inc, 是一家美国的世界性连锁企业，以营业额计算为全球最大的公司。

LIDL	指	Lidl Stiftung & Co. KG 的缩写，系欧洲著名连锁超市。
ALDI	指	The Aldi Nord Group 的缩写，德国最大的连锁超市。
Trends International	指	Trends International, LLC，系加拿大知名动漫衍生品分销商。
My Precious	指	My Precious 株式会社，系日本最大的婚庆婴童类礼品供应商之一。
American Crafts	指	American Crafts, Inc，系美国手工剪贴行业中最具创新能力的经销商之一。
DCWV	指	Die-Cut With a View, Inc，系美国剪贴类行业龙头品牌之一。
Wilton	指	Wilton Brands, LLC，系美国工艺品、节庆用品行业龙头品牌之一。
Me&My Big Ideas	指	Me&My Big Ideas, Inc.，系美国手工剪贴行业中最具创新能力的企业之一，主营手工剪贴类纸制工艺品、计划本、贴纸等工艺组件。
董事会	指	宁波创源文化发展股份有限公司董事会
监事会	指	宁波创源文化发展股份有限公司监事会
股东大会	指	宁波创源文化发展股份有限公司股东大会
《公司章程》	指	《宁波创源文化发展股份有限公司章程》
《公司章程（草案）》	指	上市后适用的《宁波创源文化发展股份有限公司章程（草案）》
保荐机构、主承销商、中国中投证券	指	中国中投证券有限责任公司
亚太会计师、申报会计师	指	亚太（集团）会计师事务所（特殊普通合伙）
律师、发行人律师	指	广东晟典律师事务所
亚太联华、评估机构	指	北京亚太联华资产评估有限公司
中国证监会、证监会	指	中国证券监督管理委员会
《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》
本次发行	指	公司本次拟首次公开发行不超过 2,000 万股人民币普通股并在创业板上市的行为
元、万元	指	如非特别注明均为人民币元、人民币万元
\$	指	美元
报告期	指	2014 年度、2015 年度、2016 年度及 2017 年 1-6 月

二、专业术语

本招股说明书对于专业术语的释义仅适用于本公司，并可能与其他定义略有出入。

OEM	指	Original Equipment Manufacturer 的缩写, 指生产厂商接受品牌商的委托, 按其要求生产产品及配件, 亦称为定牌生产或授权贴牌生产。
ODM	指	Original Design Manufacturer 的缩写, 指生产厂商接受品牌商的委托, 设计和生产产品。受托方拥有设计能力和技术水平, 基于授权合同生产产品。
OBM	指	Original Brand Manufacture 的缩写, 生产商自行创立产品品牌, 生产、销售拥有自主品牌的产品。
CCDP	指	Customer Contract Daily Plan 的缩写, 即客户合同执行计划, 是生产调度在检查合同可执行性的基础上, 依据合同计划规定的生产环节完成时间, 所制订的合同备货明细排产计划。
BOM	指	Bill of Material 的缩写, 即物料清单, 是计算机可以识别的产品结构数据文件, 也是 ERP 的主导文件。
MES	指	Manufacturing Execution System 的缩写, 是一套面向制造企业车间执行层的生产信息化管理系统。
MRP	指	Material Requirement Planning 的缩写, 即物料需求计划。是一种工业制造企业内物资计划管理模式。
CTP	指	Computer-to-plate 的缩写, 即脱机直接制版, 是计算机直接到印版的一种数字化印版成像过程。
UV	指	UV 印刷是一种通过紫外光干燥、固化油墨的一种印刷工艺, 需要含有光敏剂的油墨与 UV 固化灯相配合。
覆膜	指	指以透明塑料薄膜通过热压覆贴到印刷品表面, 起保护及增加光泽的作用。
过油	指	是在印刷品表面涂上一层无色透明的材料, 经过流平、干燥、压光后在印刷品表面形成薄而均匀的透明光亮的保护层。
烫金	指	将金属印版加热, 施箔, 在印刷品上压印出金色文字或图案。
击凸	指	指从纸张背面施加压力让表面膨起的工艺。
光膜	指	纸制品表面的一层透明塑料薄膜, 表面效果晶莹亮丽、变幻多彩、长久不变色, 具有柔软的手感和多彩的表面花色。
动素	指	美国工程师吉尔布雷斯创立的动素分析中的概念, 是指完成一件工作所需的基本动作。
PPM	指	用溶质质量占全部溶液质量的百分比来表示的浓度。
PP	指	聚丙烯材料, 塑料的一种。
PET	指	聚对苯二甲酸类材料, 塑料的一种。
PVC	指	聚氯乙烯材料, 塑料的一种。
BOPP	指	Biaxially Oriented Polypropylene 的简称, 即双向拉伸聚丙烯薄膜。
FSC	指	Forest Stewardship Council 的缩写, 森林管理委员会, 是一个非政府、非营利组织, 致力于促进全球社会责任的森林管理。
COC	指	Chain of Custody 的缩写, 是指产品从原产地到消费者的整个过程, 通过 COC 认证, 可向消费者保证通过认证的木产品没有同未经认证的木产品混合。
DIY	指	Do It Yourself 的缩写, 即自己动手制作。

注：在本招股说明书中，部分合计数若出现与各加数直接相加之和在尾数上有差异，均为四舍五入所致。

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）基本情况

公司名称：宁波创源文化发展股份有限公司

英文名称：Cre8 Direct (Ningbo) Co.,Ltd.

注册资本：6,000.00 万元

法定代表人：任召国

成立日期：2001 年 6 月 14 日

整体变更日期：2014 年 12 月 16 日

住所：宁波市北仑区庐山西路 45 号

经营范围：货运：普通货运；出版物、包装装潢、其他印刷品印刷（以上各项在许可证有效期限内经营）。文化活动的策划；动漫衍生产品设计开发；动漫饰品、工艺品开发设计、生产和销售；计算机软硬件领域内的技术开发、技术服务、技术转让、技术咨询；纸塑制品、包装制品、文化办公用品、五金制品、电工器材制造、加工；日用品、电动玩具、体育用品、工艺品的设计、制造、加工；自营和代理各类货物和技术进出口业务，但国家限定经营或禁止进出口的货物和技术除外。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

公司前身为宁波成路纸品制造有限公司，成立于 2001 年 6 月 14 日，2014 年 12 月 16 日，公司整体变更为宁波创源文化发展股份有限公司。

（二）主要业务情况

创源文化是一家集设计、生产、销售为一体的纸质时尚文教、休闲文化用品供应商，通过整合创意素材、开发与设计时尚产品来承载手工精神、彰显个人情

怀和传递情感寄托。公司以“激发创造灵感、彰显个人情怀”为使命，以客户价值为落脚点，以消费者需求为研发驱动力，为品牌商和零售商提供有竞争力的高附加值创意产品及服务。

公司坚持差异化的发展战略，发掘新客户与潜在市场需求。公司 2005 年实施“大客户+核心产品”策略，2010 年开始由 OEM 向 ODM 转型，2014 年成立美国创源进一步提升产品开发与设计能力，增强为客户提供个性化解决方案的服务能力。2016 年公司进一步确立了以客户价值为落脚点，以产品创新为导向的互动性研发机制，坚持产品、服务和产品实现方式差异化的战略定位。公司成功开发了一批国际知名客户，并建立起长期稳定的合作关系，产品销往美国、日本、欧洲及澳洲等 20 多个国家和地区，成为国内知名的纸质时尚文教、休闲文化用品供应商。

公司是一家典型的以消费者需求为研发驱动的企业。这种定位既来自于时尚文教、休闲文化产品市场对于研发设计创新核心需求的客观需要，同时亦是公司坚持差异化战略的主动选择。公司通过技术研发及设计创新，坚持将创意作品与设计元素应用于不同的领域、载体，从而创造出能够承载手工精神、彰显个人情怀和传递情感寄托的时尚文教、休闲文化产品，以满足社会与个体对于文化消费的需求。

当前，公司产品的载体主要为纸质材料，但随着社会文化、时尚潮流与审美理念等的演变，以及材料科学与技术等的发展，公司将在纸质材料的基础上，不断应用新技术、新工艺、新材料，注重设计与开发其他材料为载体的产品，如在纸质产品中融入电子元件、布匹、麻绳、皮具、毛线等诸多材料元素，为客户提供个性化解决方案，实现产品由纸质时尚文教、休闲文化用品逐渐转变为纸质为主并扩展多种材料载体的时尚文教、休闲文化用品。

公司拥有专利 197 项，系中国文教体育用品协会常务理事单位，荣获“国家文化出口重点企业”、“浙江省工程技术中心”、“浙江名牌产品”、“浙江省信用示范管理企业”、“浙江省文化出口重点企业”、“宁波市文化产业最佳成就奖”等多项荣誉。

（三）发行人竞争优势

公司基于前瞻性、差异化创新，多渠道、专业化营销，柔性化、规模化生产，实现持续性营收与盈利增长。采取差异化的发展战略，定位于目标市场中高端客户，为其提供个性化、时尚化、高附加值产品。公司主要竞争优势如下：

1、突出的研发设计能力

近年来，随着整体经济发展、国民收入提高和消费者消费意识的升级，消费者对纸制文化用品的需求已不再局限于质量、实用性、便捷性等特征，流行、新颖、富有时尚感的文化用品逐渐受到消费者的青睐和喜爱，优秀品质及优美的设计成为消费者主要购买因素之一。

公司在研发设计上投入大量资金，设计能力不断提升。自 2011 年开始，公司与 Three Blue Eggs 等设计公司进行项目合作，2014 年公司设立美国创源，产品设计和开发能力进一步增强，逐渐形成国际化与本土化相结合的设计团队、完整系统的设计研发流程以及与客户交流互动的设计平台。公司 2010 年即获“宁波市设计主导型工业示范企业”称号，2012 年被评为“浙江省专利示范企业”，2014 年被评为“浙江省工程技术中心”，2016 年被评为“浙江版权最具影响力企业”。2016 年，我公司研发部员工开发的办公文具系列获“首届环亚杯中日设计交流展”银奖。

（1）国际化与本土化相结合的设计团队

公司的设计团队包括经验丰富的电子工程师、结构工程师、产品设计师、平面设计师等。美国设计师团队的加入使得公司研发设计实力得到较大的提升，产品更加贴近美国市场，有助于深入了解当地消费者的需求、准确捕捉市场变化趋势并及时作出应对。这种本土化的贴身服务促进了对市场的快速反应能力，能够快速制定研发策略，将设计方案转化为商品并实现销售。

（2）完整系统的设计研发流程

结合客户的多样化需求，公司建立了一套严格的研发设计控制程序，包括设

计和开发的策划、设计输入、初步设计文件的编制、产品初步设计文件的修订、样品试制和设计验证、设计确认、设计更改、设计和开发文件的控制和保存记录九个环节。

公司各部门紧密协作，围绕客户需求和设计需要为研发设计活动的开展提供信息、人力及物资等支持，确保设计活动顺利、有序推进。公司各职能部门在研发设计流程中的职责分工如下：

职能部门	设计流程中的职责分工
研发部、美国创源	编制产品设计和开发计划、设计开发全过程的组织协调和管理、设计评审、设计验证和设计确认工作、以及车间生产制造过程中发生的设计问题的处理。
总经理室	产品立项，主持产品的定型鉴定并批准鉴定报告。
工程技术部	工艺方案的评审、工艺规程和检验规程的编制，工艺装备、夹具、模具的设计与制造工作以及处理车间制造过程中发生的工艺问题。
品质管理部	协助进行设计过程中所需的检验和测试工作。
试样车间	小批量试制阶段的生产组织和实施。
采购部	试制过程中相关物品的配套采购。
营销部、美国创源	市场调研、相关资料与信息的提供，并参与相关的设计评审和效果追踪。

(3) 交流互动的设计平台

公司与客户及专业设计公司定期开展设计交流活动，紧跟时代潮流，及时把握市场需求的最新动态。公司设立新材料展示室并每年保持持续更新，为客户开发产品提供新材料，为紧跟时尚潮流提供设计灵感。在与客户设计师交流互动的过程中，公司设计团队不断学习进步，汲取设计灵感，拓展创作思路，为公司产品注入流行时尚元素。

公司注重创意设计并开发建设了创意设计平台项目，该项目被评为 2013 到 2014 年度国家文化出口重点项目。发行人子公司搜主意定位于互联网创意征集孵化平台，目前主要征集图案设计，其拥有作品著作权 3,300 多项。其征集的创意设计作为企业设计资源的有效补充，增强了公司的产品设计和开发能力。

2、优质的营销服务与稳定的客户资源

公司销售团队服务意识较强，为客户提供顾问式咨询服务，提供产品的同时深入发掘客户衍生需求，并对客户的需求变化和反馈意见能够及时作出响应。通过对锁定品类的行业深入发掘，公司发展行业内全球知名的时尚文教、休闲文化用品品牌商及零售商成为公司客户，并建立长期稳定的业务关系，同时与对应的零售商保持良好的业务往来。报告期内，公司合作的主要客户如下：

序号	企业名称	企业介绍
1	Michaels	于 1962 年在美国成立，系美国最大的工艺品零售商，拥有 Recollections, Studio Decor, Bead Landing, Creatology, Ashland, Celebrate It, Art Minds, Artist's Loft, Craft Smart and Loops & Threads 等品牌，在美国和加拿大开设有 1,300 家左右门店，年销售额约 47.38 亿美元。
2	Hobby Lobby	于 1977 年在美国成立，系美国第二大工艺品零售商。在美国 41 个州开设有 600 家左右门店，年销售额约 37 亿美元。
3	Trends International	于 2001 年在加拿大成立，系知名的动漫衍生品分销商，主营学生用贴纸、挂历、海报、包装纸等。在美国设有分公司，同时建设有多层次分销网络。
4	My Precious	于 1965 年在日本成立，系日本最大的婚庆婴童类礼品供应商之一，主要销售 PU 相册、纸质相册、迷你小相册和陶瓷及各类日用百货为主。
5	American Crafts	于 1984 年在美国成立，系美国手工剪贴行业中最具创新能力的企业之一，主营手工剪贴类纸制工艺品、卡片及派对用品等。拥有 Bazzillbasics、Beckyhiggins、Imaginisc、Heidiswapp、Pebble 等品牌。
6	DCWV	于 2006 年在美国成立，系美国剪贴类行业领先品牌之一。
7	Wal-Mart	于 1945 年在美国成立，世界上最大的连锁零售企业，在全球 28 个国家开设了超过 10000 家商场，拥有 Great Value、Mainstays、Simply Basic 等 69 个品牌。
8	UK Greetings	于 1906 年在英国成立，英国最大的卡片及社交情感类产品零售商，20 世纪 80 年代被美国著名的社交礼品公司 American Greetings 收购。
9	Office depot& office max	于 1986 年在美国成立，系全球知名的办公文具零售商，2013 年与办公文具零售商 Office Max 合并，在 57 个国家经营约 2000 家门店，年销售额约 160.96 亿美元。
10	Me&My Big Ideas,Inc.	于 2001 年在美国成立，系美国手工剪贴行业中最具创新能力的企业之一，主营手工剪贴类纸制工艺品、计划本、贴纸等工艺组件。拥有 The Happy Planner、Me And My Big Ideas 等品牌。

与欧美大型品牌商、零售商等开展业务必须接受客户指定的第三方专业检测机构对供应商进行专项检验认证，以判断其是否符合行业标准或客户自己的合格供应商标准。检验认证过程复杂、涉及面广，包括产品质量、社会责任、员工薪酬与权利、健康及安全、环境保护、反恐等多个领域。公司全方位提升自身实力，积极配合客户的认证工作，满足 Michaels、Wal-Mart、迪士尼、ACCO Brands Corporation 等全球知名企业的认证要求，进一步巩固了双方的合作关系。在长期合作过程中，公司产品及服务品质得到客户的充分认可，曾荣获 Michaels 颁发的最佳合作伙伴奖。

3、快速响应的柔性生产能力与产品交付能力

《中国制造 2025》中提到，“网络众包、协同设计、大规模个性化定制、精准供应链管理、全生命周期管理、电子商务等正在重塑产业价值链体系”。面对激烈的市场竞争，公司采取“以销定产”的生产模式，以市场和用户的需求为导向实行柔性化、定制化生产。

公司产品具有“小批量、多品种、多批次”的特点，面对日趋复杂多变的个性化和多样化客户需求，产品生产计划也需及时作出相应调整，这对柔性化生产的专业管理提出了较高要求。公司通过建设柔性可变的生产组织、高效精准的厂内物流、连接销售渠道的智能系统和 ERP 与生产的数字化集成系统，实现生产的高度柔性化。

（1）柔性可变的生产组织

在生产运营方式上，公司前道工序根据产品品类建立起专业化生产线，后道工序围绕客户需求，从产品、生产能力、工艺、机器、运行、扩展六个方向建立起柔性生产管理体系。

在组织结构及管理制度设计上，公司以网络式、扁平化的组织取代层级组织，缩短信息传递的渠道，加快订单响应速度。

在柔性生产文化氛围的营造上，公司注重“人性化与个性化”，充分发挥员工的主动性与创造性。通过多方位的培训，使得公司员工能够胜任不同的岗位。

一人多岗，一岗多能的培训体系为不同产品的共线生产打好基础。

在对柔性化生产的探索实践中，公司逐渐找到适应自身的柔性化生产方法和工具，例如重点订单预控机制和基于实时数据分析的效率改善机制：

①重点订单预控机制。公司结合自身业务特点对订单实施预控机制，设定精准到位时间节点，侧重产前布局、产线平衡，优化资源，基于交期，以最少的人、机器配置高效完成。

②基于实时数据分析的效率改善机制。通过对周、月、季、年多维度的基础报表和记录数据进行分析，公司以动素为开展单元，对生产工序分类进行效率分析并设法改善。

（2）高效精准的场内物流

为确保各生产计划的顺利实施和高效执行，公司建立起一套高效精准的厂内物流体系，负责整个工厂的生产调动，自动分配原料、成品，实现项目生产计划的全自动化。

仓存管理系统按照作业类型，全程跟踪企业内部物料的转移过程，能够处理内部物料流转的各类作业，对物料的收、发、存、调、移库、补充提货和生产补料等操作进行全面的控制和管理，同时具备物料预警功能，指导企业及时采购，避免因物料短缺造成的生产中断。

车间实施的 MES 系统能够实时采集车间数据，通过同步物流和信息流，提高物料在厂内流转的效率。车间管理人员手机终端安装 MES 汇报系统，能够对车间物资流转实施实时监控。通过对车间空旷区域进行区位划分以及对货物绑定信息流转卡，MES 系统能够实现流转查询功能，帮助车间管理者随时随地跟踪订单生产、物料进度。对 MES 系统的合理运用提高了工厂生产物资的流转效率，改善了物料的流通性，从而提高了工厂的及时交货能力。

（3）连接销售渠道的智能系统

公司引入“畅想外贸业务管理系统”作为营销与生产衔接的核心系统，较好

完成了从响应客户需求到生产计划实施的整个过程。该系统以客户需求为起点，经过报价、制样等环节形成订单，并将其自动化转化为场内的生产需求，由生产计划部进一步分解为具体生产任务，根据分单的作业类型被分配到各作业单位，分别生成生产单、采购单，最后由作业单位安排生产计划完成作业。

通过柔性化生产体系的建立和不断完善，公司具备接受大规模订单、完成多批次多品种产品生产的能力，且订单响应速度快，为提高公司产品市场占有率提供有利支持。

（4）优秀的打样试制能力

公司拥有的打样团队具备较强的产品试制能力，能够快速根据客户和研发部门的需求试制出合格产品。公司打样团队的工艺能力强，需求反应速度快，平均试制周期短且质量可靠。优秀的打样试制能力为公司快速响应客户需求、赢得客户的信任奠定良好基础。

4、管理优势

公司自成立以来便注重公司治理建设，不断完善、规范内部控制制度与管理体制；良好的公司治理结构为公司业务的快速发展提供了制度保证。公司拥有一支经验丰富、高效、务实的优秀管理团队，主要经营管理层长期保持稳定，在战略规划、业务策划和产品研发、设计、制造和销售等领域积累了大量管理经验。

公司全面落实渠道扁平化管理，注重信息系统建设，公司建立了 ERP 管理系统—“金蝶 K/3”、客户关系管理系统—“畅想外贸业务管理系统”和精益生产管理系统—“制造企业生产过程执行管理系统（MES）”。借助信息管理系统，公司物流、资金流、信息流顺畅，确保工作效率稳步提高。公司充分发挥卓越的管理优势，使得订单交货周期（自接到订单至完成交货的天数）保持在较短的时间，报告期内的订单交货周期分别为 42.00 天、39.08 天、38.33 天及 39.18 天，客户需求得到快速响应。

良好的产品质量是企业不断发展的基础，公司建立了一套行之有效的产品品质控制体系，通过了 ISO9001 质量管理体系认证、ISO14000 环境管理体系认证、

FSC/COC 产销监管链体系等认证，对公司的产品质量、环境保护、社会责任等方面进行系统性规范，公司管理达到行业先进水平。公司长期与全球知名时尚文教、休闲文化用品品牌商、零售商合作生产，并配合其严格的供货商资格认证程序审查，促使公司不断提高生产组织管理水平和质量控制水平。此外，公司对各个部门实施 6S 管理（整理、整顿、清扫、清洁、素养、安全），改善工作环境，减少安全隐患，提高员工素养，使得公司生产效率与管理效率得到有效提升。

5、优化的供应体系

纸质时尚文教、休闲文化用品制造的主要原料为双胶纸、灰板、铜版纸、纸箱、白卡等各类纸张和纸板，具有可回收、可再生的特点。公司及其主要纸品供应商均经 FSC/COC 产销监管链体系认证，有助于保护森林生态系统与森林的可持续发展。

公司充分利用自身累积的行业经验优化供应资源，积极打造“能谈判、会跟单、善扩展”的采购团队。通过建立完善的供应商管理体系，公司与各类物资供应商均保持长期稳定的合作关系，丰富的供应商目录以及多样化的供应商结构使得公司可以及时调动供应商资源，满足客户的多样化需求。

6、区位优势

公司位于浙江省宁波市北仑区，区位优势明显。宁波市是长三角地区外向型经济最发达的城市之一，是世界级的文具生产基地。安徽创源位于滁州市来安县中国文具产业示范区内，该示范区为中国首个国家级、现代化综合性文具产业制造园区。

公司的生产位于相关产业的产业集聚区，产业集聚一方面有助于上下游企业减少搜索原料产品的成本和交易费用，使产品生产成本显著降低；另一方面通过强化集群内企业的分工协作，有助于推动企业群劳动生产率的提高。此外，产业集聚区内新工艺、新技术能够迅速传播，通过开展行业交流会、研讨会、展会等形式促进创新。

二、发行人控股股东和实际控制人简介

（一）控股股东情况

公司控股股东为合力咨询，直接持有公司 41.50% 的股份，通过宁波天堂硅谷间接持有公司 0.50% 的股份。关于合力咨询的情况，详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“五、（一）控股股东和实际控制人”的相关内容。

（二）实际控制人情况

公司的实际控制人为任召国先生，直接持有公司 6.00% 的股份，通过合力咨询控制公司 41.50% 的股份，合计控制公司 47.50% 的股份。此外，任召国先生通过合力咨询间接投资宁波天堂硅谷，从而间接持有公司 0.28% 的股份。关于任召国先生的情况，详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“五、（一）控股股东和实际控制人”的相关内容。

三、发行人的主要财务数据和财务指标

根据亚太（集团）会计师事务所（特殊普通合伙）出具的亚会 A 审字（2017）0104 号《审计报告》，本公司报告期内的主要财务数据及财务指标情况如下：

（一）合并资产负债表主要数据

单位：万元

项目	2017.6.30	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
流动资产	24,343.97	27,891.32	20,483.92	19,784.80
非流动资产	19,640.12	19,273.47	18,763.20	15,777.87
资产总额	43,984.09	47,164.79	39,247.12	35,562.67
流动负债	23,881.61	25,614.75	20,463.65	19,803.92
非流动负债	1,756.60	2,586.34	5,510.16	4,832.52
负债总额	25,638.21	28,201.09	25,973.81	24,636.44
归属于母公司股东权益	18,246.25	18,845.86	13,057.32	10,912.17
股东权益合计	18,345.88	18,963.70	13,273.31	10,926.23

(二) 合并利润表主要数据

单位：万元

项目	2017年1-6月	2016年度	2015年度	2014年度
营业收入	32,359.99	65,434.83	51,183.83	48,853.49
营业利润	2,726.17	7,876.35	3,559.73	2,590.82
利润总额	2,928.05	8,772.10	4,307.72	3,180.96
净利润	2,392.69	7,458.65	3,633.85	2,783.70
归属于母公司股东的净利润	2,410.63	7,557.78	3,631.88	2,784.89

(三) 合并现金流量表主要数据

单位：万元

项目	2017年1-6月	2016年度	2015年度	2014年度
经营活动产生的现金流量净额	4,197.88	8,866.22	5,890.05	4,601.42
投资活动产生的现金流量净额	-1,260.29	-2,645.35	-5,106.48	-4,154.52
筹资活动产生的现金流量净额	-3,411.64	-7,050.57	3,364.60	-1,533.60
现金及现金等价物净增加额	-591.96	-712.90	4,575.70	-996.45

(四) 报告期内主要财务指标

项目	2017.6.30	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
流动比率（倍）	1.02	1.09	1.00	1.00
速动比率（倍）	0.69	0.83	0.76	0.68
资产负债率（母公司）（%）	50.74	51.98	55.73	66.21
资产负债率（合并）（%）	58.29	59.79	66.18	69.28
归属于发行人股东的每股净资产（元）	3.04	3.14	2.18	1.82
无形资产（土地使用权除外）占净资产比例（%）	1.47	1.44	2.06	1.94
项目	2017年1-6月	2016年度	2015年度	2014年度
应收账款周转率（次/年）	2.96	6.66	6.78	6.96
存货周转率（次/年）	3.00	7.59	6.41	6.13
息税折旧摊销前利润（万元）	4,151.84	11,446.74	6,912.34	5,296.97

项目	2017.6.30	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
利息保障倍数	14.25	15.61	7.19	6.63
归属于公司母公司股东的净利润（万元）	2,410.63	7,557.78	3,631.88	2,784.89
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润（万元）	2,258.41	6,903.72	3,086.52	2,720.06
每股经营活动现金流量（元）	0.70	1.48	0.98	0.77
每股净现金流量（元）	-0.10	-0.12	0.76	-0.17

四、募集资金用途

经公司 2015 年第四次临时股东大会审议通过，公司本次发行募集资金将投资于以下项目：

序号	项目名称	总投资	拟投入募集资金	项目备案情况
1	绿色文化创意产品扩建项目	30,008 万元	30,008.00 万元	来发改备案【2015】98 号
2	研发设计中心建设项目	3,121 万元	3,121.00 万元	宁开发改备【2015】10 号/ 宁开发改备【2017】2 号
3	补充营运资金	4,113 万元	3,323.45 万元	-
合计		37,242 万元	36,452.45 万元	-

若本次发行实际募集资金净额少于以上投资项目所需募集资金数额，不足部分将由公司通过自筹方式解决。本次发行上市募集资金到位后，公司将严格按照相关管理制度合理使用募集资金。在本次募集资金到位前，公司将根据项目的实际需要，以自筹资金先期投入，并在募集资金到位后予以置换。

第三节 本次发行概况

一、本次发行的基本情况

股票种类	人民币普通股（A股）
每股面值	人民币 1.00 元
发行股数：	公开发行新股不超过 2,000 万股，合计占发行后总股本的 25%
其中：发行新股数量	2,000 万股
股东公开发售股份数量	0 股
每股发行价格	19.83 元/股
发行市盈率	22.98 倍（每股收益按照经审计的扣除非经常性损益前后孰低的净利润除以本次发行后总股本计算）
发行前每股净资产	3.04 元/股（按 2017 年 6 月 30 日经审计的净资产除以本次发行前总股本计算）
发行后每股净资产	6.84 元/股（按 2017 年 6 月 30 日经审计的净资产加本次发行募集资金净额之和除以本次发行后总股本计算）
发行市净率	2.90 倍（按发行价格除以发行后每股净资产确定）
发行方式	本次发行全部采用网上按市值申购定价发行的方式进行，网上发行通过深圳证券交易所交易系统进行
发行对象	符合资格的询价对象以及在深圳证券交易所创业板开户的境内自然人、法人等投资者（国家法律、法规禁止购买者除外）
承销方式	余额包销
募集资金总额	39,660.00 万元
募集资金净额	36,452.45 万元
发行费用概算	不含税净额共 3,207.55 万元，主要包括： （1）承销及保荐费：2,169.82 万元 （2）律师费：56.60 万元 （3）审计及验资费：566.04 万元 （4）发行手续费：47.17 万元 （5）路演推介及信息披露等费用：367.92 万元

二、本次发行有关机构

（一）保荐机构（主承销商）：中国中投证券有限责任公司

法定代表人：高涛

地址：深圳市福田区益田路与福中路交界处荣超商务中心 A 栋第 18-21 层及第 04 层 01、02、03、05、11、12、13、15、16、18、19、20、21、22、23 单元

电话：021-5228 2550

传真：021-5234 0500

保荐代表人：张志强、秦国亮

项目协办人：

项目经办人：刘津、孔德进、黄孙鹏、孙利

（二）律师事务所：广东晟典律师事务所

负责人：陈治民

地址：深圳市福田区华强北路 4002 号圣廷苑酒店 B 座 18—19 楼

电话：0755-8378 9768

传真：0755-8207 5055

经办律师：周凤玲、陈金凤

（三）会计师事务所：亚太（集团）会计师事务所（特殊普通合伙）

负责人：王子龙

地址：深圳市福田区滨河大道5022号联合广场A座17楼

电话：0755-8348 7390

传真：0755-2531 5277

经办注册会计师：王季民、温安林

(四) 资产评估机构：北京亚太联华资产评估有限公司

负责人：杨钧

地址：北京市西城区车公庄大街9号B2座1401

电话：010-8831 2680

传真：010-8831 2675

经办注册资产评估师：李东峰、郭宏

(五) 股票登记机构：中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司

地址：深圳市深南东路1093号中信大厦18楼

电话：0755-2593 8000

传真：0755-2598 8122

(六) 保荐机构（主承销商）收款银行：中国建设银行深圳市泰然支行

户名：中国中投证券有限责任公司

账号：44201530300052503434

(七) 申请上市证券交易所：深圳证券交易所

地址：深圳市深南东路5045号

电话：0755-8208 3333

传真：0755-8208 3164

三、发行人与有关机构权益关系

截至本招股说明书签署之日，发行人与本次发行有关的保荐机构、承销机构、证券服务机构及其负责人、高级管理人员及经办人员之间不存在直接或间

接的股权关系或其他权益关系。

四、本次发行上市的重要日期

网上路演日期	【2017】年【9】月【7】日
刊登发行公告日期	【2017】年【9】月【7】日
申购日期	【2017】年【9】月【8】日
缴款日期	【2017】年【9】月【12】日
股票上市日期	本次股票发行结束后将尽快申请在深圳证券交易所挂牌交易

第四节 风险因素

投资者在评价发行人本次发行的股票时，除本招股说明书提供的其他资料外，应特别考虑下述各项风险因素。下述风险因素根据重要性原则或可能影响投资者决策的程度大小排序，该排序并不表示风险因素依次发生。

一、研发设计创新不能持续满足市场需求的风险

公司以研发设计为驱动，坚持差异化的发展战略，将设计与创意应用于以纸质品为主的多种载体，用差异化的产品和快速的研发设计创新来迅速满足客户的个性化需求。公司产品包括 3 大系列共 1,000 多个品种。在信息时代，受流行趋势变化加快、电子化趋势等因素影响，公司可能面临因产品和设计更新速度慢，不能及时满足市场需求，从而导致增长速度放缓的风险。

二、对海外市场依存度较高的风险

公司的产品以出口为主，2014 年度、2015 年度、2016 年度、2017 年 1-6 月，公司出口销售额占主营业务收入的比例分别为 96.63%、97.16%、98.88%、99.97%，其中对北美地区的销售收入占比分别为 80.44%、83.25%、85.77%、82.37%，未来一段时间内对海外市场尤其是北美地区市场的依存度仍然较高。如果海外市场发生较大波动，或产品主要进口国政治、经济、贸易政策等发生重大不利变化，或公司在产品研发设计、质量控制、响应速度等方面不能满足客户的需求导致主要客户转向其他厂商采购，公司将面临销售收入增长放缓甚至下滑的风险。

三、对重要客户销售收入大幅下降的风险

公司 2016 年主营业务收入为 64,808.09 万元，较 2015 年增长 27.33%，其中因 2016 年时尚计划本在美国销售良好，使得公司对 Me&My Big Ideas,Inc 实现销售收入 15,210.23 万元，较 2015 年增长 431.52%。若未来公司对 Me&My Big Ideas,Inc 的销售收入出现大幅下滑，公司的经营业绩将面临大幅下降的风险。

四、时尚计划本产品销售收入大幅下降的风险

2016 年由于时尚计划本在美国销售良好，使得公司计划本产品实现销售收入 9,671.99 万元，较 2015 年增长 501.12%。若未来公司时尚计划本的市场需求出现大幅萎缩，公司的经营业绩将面临大幅下降的风险。

五、汇率波动风险

自 2005 年 7 月 21 日我国实施人民币汇率制度改革以来，人民币兑美元汇率缓慢升值，2015 年 8 月 11 日，人民银行对人民币汇率中间价报价机制进行了改革，加大了市场决定汇率的力度，人民币兑美元汇率波动加大。公司产品销售收入中外销收入一直是公司主要的收入来源并持续增长。由于公司境外销售以美元为主进行定价和结算，人民币汇率波动会对公司收入和汇兑损益产生影响，从而对公司经营业绩带来一定程度的不确定性。2014 年度、2015 年度、2016 年度、2017 年 1-6 月，公司发生的汇兑损益分别为-101.71 万元、925.64 万元、1,178.83 万元、-422.47 万元，分别占当期利润总额的-3.20%、21.49%、13.44%、-14.43%。

六、远期结售汇的风险

为降低汇率波动对利润的影响，基于未来外汇收款规模的预测，公司以套期保值为目的与中国工商银行宁波市分行开展了期限主要为6至12个月的远期结售汇业务。远期结售汇业务可以对公司预期的美元外汇收入进行货币保值，锁定未来人民币现金流入，保障预期经营性收益的实现。公司远期结售汇业务是以公司正常生产经营为基础，以具体经营业务为依托，以套期保值为目的，与银行签订远期结售汇协议，按约定的时间、币种、金额、汇率办理结售汇，对公司预期的美元外汇收入进行货币保值，从而降低汇率风险。在成本、费用不变的情况下，远期结售汇业务锁定了外销美元收款的结算价格，从而锁定了预期经营业务的人民币现金流入，因此面对美元对人民币汇率波动，远期结售汇业务能有效保障具体业务预期经营性收益的实现。

当汇率波动较大时，远期结售汇业务产生的公允价值变动损益会对公司当期

利润表营业利润产生较大影响。公司远期外汇合约按照交易性金融资产/负债进行会计处理，资产负债表日以当日的银行远期结售汇报价进行公允价值计量且其变动计入当期损益，影响当期利润表的营业利润；当汇率波动幅度较大时，其公允价值变动损益会对当期利润表的营业利润产生较大影响。

七、劳动力成本上升的风险

根据生产工艺的需要，公司员工人数较多，截至 2017 年 6 月 30 日员工合计人数为 1,570 人，其中生产人员占比 60.45%。劳动力成本上升已成为中国经济发展的普遍现象，也成为国内许多企业面临的共性问题。2014 年度、2015 年度、2016 年度和 2017 年 1-6 月，公司自产产品直接人工成本金额分别为 5,032.98 万元、4,500.20 万元、5,514.85 万元与 2,389.09 万元，占当期自产产品营业成本的比重分别为 20.15%、18.47%、18.59% 和 17.52 %，公司在一定程度上存在劳动力成本上升的风险。

八、原材料价格波动的风险

公司所采购的原材料主要由双胶纸、灰板、铜版纸、纸箱、白卡等各类纸张、纸板和塑胶类物品构成，其价格波动对公司营业成本的影响较大。

报告期内，双胶纸、铜版纸价格呈现缓慢下降趋势，但自 2016 年 10 月以来，纸浆价格不断上涨推动文化纸和白卡纸价格不断攀升。公司主要客户为全球知名的手工艺品和文具品牌商及零售商，公司产品销售价格是客户下单时基本锁定，从客户下单到实现销售期间，原材料价格的较大波动会对公司毛利率产生短暂影响。如果主要原材料价格大幅波动，对公司产品成本和利润将产生一定影响。

九、委外生产的风险

因部分产品组合中包含多样化的不同材质产品，出于规模经济等因素考虑，公司不会为所有组合中的产品建立独立生产线，此外在生产能力满负荷运行的情况下，为了保证销售合同的正常履行及产品交货周期，公司有选择性的将部分产品委托外部加工厂商代为完成生产。如果委外加工厂商未能及时保质保量完成任

务，拖延交货期或出现产品质量问题，将对公司的生产经营造成一定影响。

十、税收政策变动的风险

（一）出口退税率下降的风险

公司产品销售以出口为主，并按相关规定享受出口货物增值税的“免、抵、退”政策，出口退税率的变化将在一定程度上影响公司产品销售的利润率。目前，公司出口产品的种类繁多，根据产品类别和材质不同适用的出口退税率各有不同，范围在 0%-17% 之间。2014 年度、2015 年度、2016 年度和 2017 年 1-6 月，公司当期应退税额分别为 3,339.75 万元、3,283.99 万元、4,942.69 万元及 1,930.93 万元。如果出口退税政策发生重大不利变化，如大幅度降低相关产品的出口退税率，将对公司的业绩产生不利影响。

出口退税率下调一般只会影响公司之前已经签订的合同或订单，在其他条件不变的情况下，出口退税率下降 1% 对利润总额的影响如下表所示：

序号	项目	2017 年 1-6 月	2016 年度	2015 年度	2014 年度
1	外销收入（万元）	32,126.21	64,084.44	49,451.73	46,228.52
2	订单交货周期（天/次）	39.18	38.33	39.08	42.00
3	退税率变动影响收入额（万元）	3,448.51	6,729.74	5,294.71	5,319.45
4	退税率变动 1% 影响利润总额（万元）	34.49	67.30	52.94	53.19
5	利润总额（万元）	2,928.05	8,772.10	4,307.72	3,180.96
6	利润总额变动比例	1.18%	0.77%	1.23%	1.67%

注：第 3 行=第 1 行/（365 天/第 2 行）。

由上表可见，报告期内年度利润总额对出口退税率的敏感系数平均为 1.21%，如相关产品的出口退税率变化，将对公司的业绩产生一定影响。

（二）所得税优惠政策变化的风险

报告期内，公司享受高新技术企业的所得税优惠政策。2014 年度、2015 年度和 2016 年度，公司享受的所得税税收优惠占当期利润总额的比例分别为 6.29%、7.11% 与 7.62%。《高新技术企业认定管理办法》规定：高新技术企业资格自颁发证书之日起有效期为三年，企业应在期满前提出复审申请，通过复审的高新技术企业资格有效期为三年。2017 年 9 月，公司高新技术企业资格将到期并需要在此之前提出复审申请，如果公司在未来不能持续取得高新技术企业资格或国家对高新技术企业的税收优惠政策发生变化，将会对公司的经营业绩产生一定影响。

十一、应收账款回收风险

报告期内，公司业务扩张迅速，应收账款呈较快增长趋势。2014 年 12 月 31 日、2015 年 12 月 31 日、2016 年 12 月 31 日及 2017 年 6 月 30 日，应收账款账面价值分别为 8,072.05 万元、7,015.40 万元、12,640.55 万元和 9,217.26 万元，分别占当期营业收入的 16.33%、13.71%、19.32% 和 28.48%。截至 2017 年 6 月 30 日，客户 DCWV 欠公司货款共计 152.00 万美元即人民币 1,029.71 万元，其中 117.87 万美元超过信用期，2017 年 6 月 22 日以来，DCWV 未向公司支付货款，经多次催收仍无进展。公司向中国出口信用保险公司宁波分公司提出了索赔申请以帮助催收，并于 2017 年 7 月 17 日获得受理。同时，公司出于谨慎考虑，除确认可以从中信保收回的部分外，剩余 867.12 万元应收账款全额计提了坏账准备。随着公司业务规模的进一步扩大，应收账款规模可能还将相应扩大，如果发生大额应收账款未能及时收回的情况，将会给公司带来不利影响。

十二、偿债能力风险

报告期内各期末，公司资产负债率保持在较高水平，截至 2014 年 12 月 31 日、2015 年 12 月 31 日、2016 年 12 月 31 日、2017 年 6 月 30 日资产负债率（母公司）分别为 66.21%、55.73%、51.98%、50.74%，资产负债率（合并）分别为 69.28%、66.18%、59.79%、58.29%。公司流动比率与速动比率水平相对较低，报告期内各期末的流动比率分别为 1.00、1.00、1.09、1.02，速动比率分

别为 0.68、0.76、0.83、0.69。较高的资产负债率、较低的流动比率与速动比率可能给公司带来一定的偿债风险，影响公司筹集持续发展所需的资金。

截至本招股说明书签署之日，公司及其控股子公司的房产大部分用于抵押向银行借款，如公司还款时出现违约则可能会造成抵押的房产被处置的风险，从而影响公司的生产和经营。

十三、募集资金投资项目风险

募集资金投资项目达产后，公司将新增 11,450 万件纸质时尚文教、休闲文化用品的年生产能力。如果未来市场环境出现较大变化，或者出现其他对公司产品销售不利的客观因素，公司可能面临募集资金投资项目投产后新增产能不能及时消化的风险。

募集资金投资项目实施后，每年平均新增折旧与摊销将有大幅度的增长，主要为绿色文化创意产品扩建项目每年平均新增折旧与摊销约2,092万元。公司募集资金投资项目的可行性分析是基于当前市场环境、现有技术基础、技术发展趋势等因素作出的，由于市场发展、宏观经济、产业政策等具有不确定性，都会直接影响项目的投资成本、回收期以及预期效益的实现，从而对本公司盈利水平产生影响。

十四、净资产收益率下降风险

按归属于母公司普通股股东的净利润计算，2014 年度、2015 年度、2016 年度、2017 年 1-6 月，公司加权平均净资产收益率分别为 28.95%、31.64%、48.80%、12.99%。本次发行成功后，将导致公司净资产大幅增长，而本次募集资金投资的新项目从建设到达产需要一段时间，因此本次发行后，公司存在因股本、净资产规模增大而引发的短期内每股收益、净资产收益率被摊薄而导致的相关风险。

十五、实际控制人控制风险

本次发行前，公司实际控制人任召国直接持有公司 6.00% 的股份，通过合力

咨询控制公司 41.50%的股份，合计控制公司 47.50%的股份。此外，任召国先生通过合力咨询间接投资宁波天堂硅谷，从而间接持有公司 0.28%的股份。本次发行后其控股比例将有所下降，但仍为实际控制人，处于控股地位，若通过实行表决权或其他方式对公司重大经营决策、财务管理、重大人事任免、信息披露等方面进行不当控制从而可能会给公司及中小股东带来一定的风险。

十六、市场竞争风险

随着经济的发展和人们日常交往活动的增多，纸质时尚文教、休闲文化用品行业发展迅速，市场前景广阔，但行业内生产企业众多，市场集中度低，竞争较为激烈。国内一些中小规模企业以及部分东南亚企业凭借低价竞争手段抢占低端文化用品市场及标准化的纸质文化用品市场，在标准化的纸质文化用品市场竞争日益激烈的情况下，近年来数家有一定竞争力的国内纸质文化用品企业逐渐开始纸质时尚文教、休闲文化用品业务的开拓。公司如果不能保持在研发设计、客户开发与服务等方面的已有优势，将存在因市场竞争加剧而导致市场份额下降的风险。

另外，信息技术的进步和互联网的发展改变了人们的社交形态，促进了电子化文化用品的发展，从而形成对传统纸质社交文具和办公文具等的部分替代。从长期来看，电子化文化用品对于文具行业记载书写类产品的未来发展可能存在潜在不利影响。

十七、成长性风险

公司专注于纸质时尚文教、休闲文化用品的研发、生产和销售，报告期内，公司主营业务收入占比一直保持在 95%以上，且主营业务收入持续增长，2014 年度、2015 年度、2016 年度、2017 年 1-6 月实现的主营业务收入分别为 47,839.34 万元、50,897.99 万元、64,808.09 万元、32,134.36 万元，其中 2014 年、2015 年、2016 年度分别较上年增长 16.57%、6.39%、27.33%。公司主要收入来源于对海外客户的纸质时尚文教、休闲文化用品销售，若出现海外市场需求放缓、汇率波动较大且发行人应对不力、出口退税政策变动、募投项目无法取得良好的投资回

报等不确定性事项，公司将面临一定的成长性风险。贺卡为公司主要社交情感类产品，受社交媒介电子化的冲击，贺卡市场规模未来可能呈现稳中有降的发展趋势，从而可能对发行人整体收入的成长产生不利影响。

近年来，人民币兑美元汇率波动较为剧烈，2010 年至今曾先后出现过大幅升值和贬值，从而对发行人的产品定价、销售和结算产生一定影响；报告期内发行人客户结构和产品结构均发生一定程度变化，反映出产品更新周期短，潮流化特点日趋明显；公司外销产品的主要进口国为美国，若美国的政治、经济以及对华贸易政策发生变化，可能会影响美国对华进口商品的关税税率及人民币汇率，从而对发行人未来的产品销售产生不确定影响。若无法有效应对汇率波动、市场波动及美国政治、经济、贸易政策变化的影响，公司将面临经营业绩增长放缓甚至下降的风险。

十八、部分产品销售存在季节性波动的风险

公司纸质时尚文教、休闲文化用品销售收入在每年的第三、四季度占比相对较高，2014 年至 2016 年分别为 54.77%、54.78%与 59.78%，主要系由于公司主要客户集中在美国等西方发达国家和地区，其圣诞节、感恩节、情人节等节日集中在每年 11 月至次年 2 月，这些节日对公司的礼品盒、卡片、相册等产品需求较大，而由于洽谈订单、生产和运输需要一定时间，故公司销售出货集中在第三、四季度。产品销售的季节性波动会公司的经营业绩产生一定影响。

十九、提前放弃处置权可能产生的风险

2016 年 6 月 30 日，公司美国客户 DCWV 与美国 ACF Finco I LP（贷款方）签署了《流动资金协议》来解决其流动资金不足的问题。DCWV 的供应商被要求与上述二方签订了《同意函》，此文件要求借款方 DCWV 在美国本土以外的供应商需要同意包括要求供应商和借款方之间的交易是被视为有运输条款“FOB+城市”的相关条款，此条款导致公司对 DCWV 销售产品提前放弃了产品处置权，该时间较装运港装船时间一般提前 1-2 天，这对公司带来一定的风险。

第五节 发行人基本情况

一、发行人基本情况

公司名称	宁波创源文化发展股份有限公司
英文名称	Cre8 Direct (Ningbo) Co.,Ltd.
注册资本	6,000.00 万元
法定代表人	任召国
成立日期	2001 年 6 月 14 日
整体变更日期	2014 年 12 月 16 日
住所	宁波市北仑区庐山西路 45 号
邮政编码	315806
电话	0574-8618 8111
传真	0574-8618 8189
互联网网址	http://www.cre8direct.net
电子信箱	cre8@cre8direct.net
负责信息披露和投资者关系的部门	证券部
负责人	邓建军（董事会秘书）
联系电话	0574-8618 8181

二、发行人设立及重大资产重组情况

（一）发行人设立情况

2014 年 12 月 5 日，公司召开创立大会暨第一次股东大会，全体发起人一致同意，决定根据亚太（集团）会计师事务所（特殊普通合伙）亚会 A 审字（2014）026 号《审计报告》，以创源有限截至 2014 年 9 月 30 日经审计的净资产 92,720,603.73 元为基础，以 1:0.6471 的折股比例折为股份有限公司股本 6,000.00 万元，整体变更设立股份有限公司，剩余部分计入资本公积。

2014 年 12 月 5 日，亚太（集团）会计事务所（特殊普通合伙）对本次整体变更情况进行了审验，出具了亚会 A 验字（2014）010 号《验资报告》。2014 年

12月16日，公司在宁波市工商行政管理局办理完毕工商变更登记手续，领取了《营业执照》。

股份公司设立时的发起人为合力咨询、宁波天堂硅谷、任召国等24名，股份公司设立时的发起人持股情况如下表：

序号	股东	股份（万股）	出资比例
1	宁波市北仑合力管理咨询有限公司	2,490.00	41.50%
2	宁波天堂硅谷合众股权投资合伙企业（有限合伙）	600.00	10.00%
3	任召国	360.00	6.00%
4	宁波市合博汇投资咨询有限公司	252.00	4.20%
5	江明中	240.00	4.00%
6	宁波市合富汇投资咨询有限公司	231.00	3.85%
7	周必红	195.00	3.25%
8	陆先忠	190.80	3.18%
9	柴孝海	180.00	3.00%
10	沈惠萍	172.20	2.87%
11	王桂强	150.00	2.50%
12	王国平	150.00	2.50%
13	张贵洲	108.00	1.80%
14	陈锦刚	90.00	1.50%
15	邓建军	90.00	1.50%
16	郑裕畅	75.00	1.25%
17	杨晓丹	66.00	1.10%
18	张亚飞	60.00	1.00%
19	包雪青	60.00	1.00%
20	虞俊健	60.00	1.00%
21	王淑珍	60.00	1.00%
22	张晖	60.00	1.00%
23	王少波	30.00	0.50%
24	陈嘉	30.00	0.50%
合计		6,000.00	100.00%

（二）创源有限设立情况

公司前身创源有限系 2001 年 6 月 14 日成立, 成立时注册资本为 168 万美元。

2001 年 6 月 11 日, 创源有限取得了宁波市人民政府颁发的商外甬字 [2001]0135 号《中华人民共和国台港澳侨投资企业批准证书》。2001 年 11 月至 2002 年 10 月, 宁波东海会计师事务所有限公司对创源有限股东分期缴纳出资情况进行了三次验资, 并出具了验资报告。具体情况如下表所示:

报告日期	报告文号	本期出资 (美元)	出资方式	累计出资 (美元)
2001-11-28	宁东会验字[2001]1080 号	357,912.51	货币	357,912.51
2001-12-25	宁东会验字[2001]1092 号	358,795.67	货币	716,708.18
2002-11-05	宁东会验字[2002]1126 号	963,291.82	货币	1,680,000.00

根据宁东会验字[2001]1080 号验资报告, 截至 2001 年 11 月 28 日, 创源有限首期出资 35.79 万美元已到位, 出资比例为 21.30%; 2001 年 12 月 11 日, 宁波市工商行政管理局同意了公司首次出资延长有效期并进行了工商变更登记, 注册资本为 168.00 万美元 (实收资本 35.8 万美元)。根据宁东会验字[2001]1092 号验资报告, 截至 2001 年 12 月 19 日, 创源有限第二期出资 35.88 万美元已到位, 出资比例为 42.66%; 根据宁东会验字[2002]1126 号验资报告, 截至 2002 年 10 月 28 日, 创源有限注册资本 168.00 万美元已全部缴纳, 随后, 创源有限进行了工商登记变更, 注册资本为 168.00 万美元 (实收资本 168 万美元)。

创源有限设立时, 首期出资超过了营业执照签发之日起 3 个月的期限。保荐机构和发行人律师认为, 虽然创源有限未按照《中华人民共和国外资企业法》(2000 年修订) 及其实施细则以及当时创源有限《公司章程》的规定按时缴纳第一期注册资本, 但其后已足额缴纳, 且已经履行工商行政管理部门登记程序, 创源有限设立时的延迟出资对其设立及存续的有效性不构成实质性影响, 对本次发行上市不构成实质障碍。

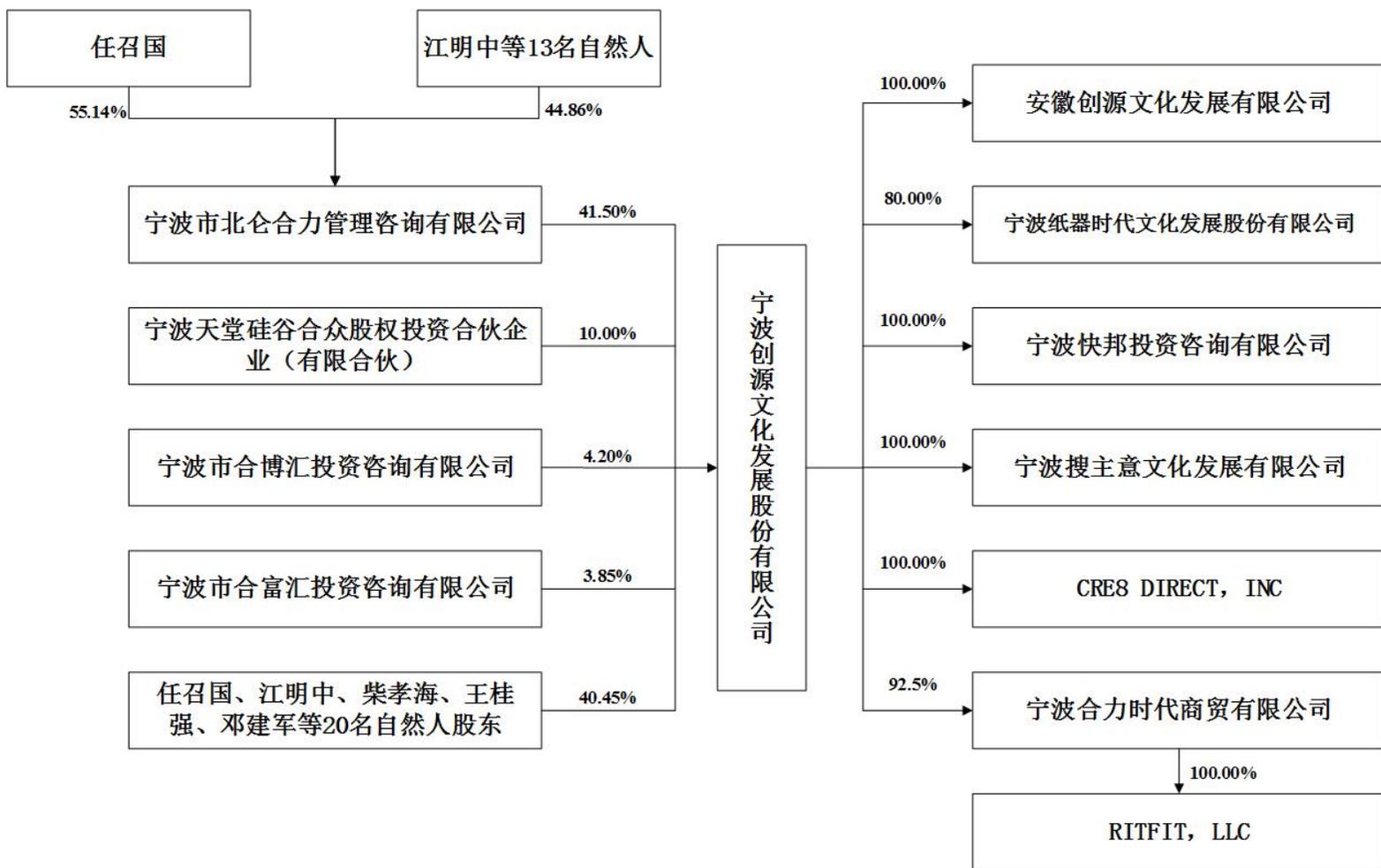
(三) 重大资产重组情况

发行人自整体变更设立以来, 未发生重大资产重组情况。

发行人最近一年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。

三、发行人股权结构



四、发行人控股子公司、参股公司情况

截至本招股说明书签署日，公司有 7 家子公司，分别为：安徽创源文化发展有限公司、宁波纸器时代文化发展股份有限公司、宁波快邦投资咨询有限公司、宁波合力时代商贸有限公司、宁波搜主意文化发展有限公司、Cre8 Direct, Inc.和 RITFIT, LLC。此外，报告期内，公司曾拥有 3 家控股子公司或参股公司，分别为：宁波纸器时代文化生活用品有限公司、安徽成路精品包装有限公司与宁波成路格林纸业有限公司。

（一）控股子公司情况

1、安徽创源

项 目	基本情况	
成立时间	2012 年 8 月 16 日	
注册资本	5,000 万元	
实收资本	5,000 万元	
注册地	安徽省滁州市来安县经济开发区中央大道 16 号	
主要生产经营地	安徽省滁州市来安县经济开发区	
股东构成	股东名称	持股比例
	创源文化	100.00%
主营业务及与公司主营业务的关系	纸质时尚文教、休闲文化产品的制造生产与销售，为公司的主要生产 基地之一	
最近一年及一期主要财务数据（万元）		
财务指标	2017.6.30/2017 年 1-6 月	2016.12.31/2016 年度
总资产	17,463.74	18,104.39
净资产	8,000.69	7,592.22
净利润	408.48	1,218.18

上述财务数据经亚太（集团）会计师事务所（特殊普通合伙）审计。

2、纸器时代

项 目	基本情况
成立时间	2008 年 9 月 27 日
注册资本	1,000 万元

实收资本	1,000 万元	
注册地	浙江省宁波市鄞州区下应街道启明路 818 号 12 幢 88 号	
主要生产经营地	宁波市	
股东构成	股东名称	持股比例
	创源文化	80%
	宁波浪淘沙网络科技有限公司	20%
主营业务及与公司 主营业务的关系	自主品牌休闲益智文化产品的国内销售	
最近一年及一期主要财务数据（万元）		
财务指标	2017.6.30/2017 年 1-6 月	2016.12.31/2016 年度
总资产	240.60	161.28
净资产	12.42	130.38
净利润	-117.96	-524.38

上述财务数据经亚太（集团）会计师事务所（特殊普通合伙）审计。

3、快邦投资

项 目	基本情况	
成立时间	2008 年 5 月 19 日	
注册资本	1,000 万元	
实收资本	1,000 万元	
注册地	宁波市鄞州区启明路 818 号 12 幢 88 号	
主要生产经营地	宁波市	
股东构成	股东名称	持股比例
	创源文化	100%
主营业务及与公司 主营业务的关系	休闲文化相关领域的投融资咨询服务	
最近一年及一期主要财务数据（万元）		
财务指标	2017.6.30/2017 年 1-6 月	2016.12.31/2016 年度
总资产	1,043.97	1,035.60
净资产	1,044.74	1,036.84
净利润	7.89	-29.98

上述财务数据经亚太（集团）会计师事务所（特殊普通合伙）审计。

4、搜主意

项 目	基本情况
-----	------

成立时间	2014年2月25日	
注册资本	100万元	
实收资本	100万元	
注册地	北仑区大碇庐山西路45号3幢(1)二楼	
主要生产经营地	宁波市	
股东构成	股东名称	持股比例
	创源文化	100%
主营业务及与公司主营业务的关系	互联网创意征集孵化平台, 知识产权代理服务, 文化艺术交流活动策划及创意服务等; 为公司征集部分创意设计	
最近一年及一期主要财务数据(万元)		
财务指标	2017.6.30/2017年1-6月	2016.12.31/2016年度
总资产	4.94	17.17
净资产	0.94	13.36
净利润	-12.42	-11.55

上述财务数据经亚太(集团)会计师事务所(特殊普通合伙)审计。

5、美国创源

项 目	基本情况	
成立时间	2014年9月9日	
注册资本	10美元	
投资总额	40万美元	
注册地	德克萨斯州欧文市立丽晶街大道3050号310单元	
主要生产经营地	德克萨斯州欧文市立丽晶街大道3050号310单元	
股东构成	股东名称	持股比例
	创源文化	100%
主营业务及与公司主营业务的关系	针对美国时尚文教、休闲文化用品市场进行色彩设计、图文设计、结构设计及为美国客户提供项目解决方案等	
最近一年及一期主要财务数据(万元)		
财务指标	2017.6.30/2017年1-6月	2016.12.31/2016年度
总资产	245.61	370.97
净资产	246.26	354.75
净利润	-101.57	105.46

上述财务数据经亚太(集团)会计师事务所(特殊普通合伙)审计。

6、合力商贸

项 目	基本情况	
成立时间	2010年2月3日	
注册资本	200万元	
实收资本	200万元	
注册地	浙江省宁波市鄞州区潘火街道富强路555号	
主要生产经营地	宁波市	
股东构成	股东名称	持股比例
	创源文化	92.50%
	林杨波	3.75%
	林琍	3.75%
主营业务及与公司 主营业务的关系	办公及体育休闲用品的出口业务	
最近一年及一期主要财务数据（万元）		
财务指标	2017.6.30/2017年1-6月	2016.12.31/2016年度
总资产	285.26	285.14
净资产	192.01	194.11
净利润	-2.10	-31.84

上述财务数据经亚太（集团）会计师事务所（特殊普通合伙）审计。

7、美国合力商贸

项 目	基本情况	
成立时间	2015年5月1日	
注册资本	5万美元	
投资总额	5万美元	
注册地	美国特拉华州刘易斯海滨大道16192号	
主要生产经营地	美国特拉华州刘易斯海滨大道16192号	
股东构成	股东名称	持股比例
	宁波合力时代商贸有限公司	100%
主营业务及与公司 主营业务的关系	在美国市场开展办公及体育休闲用品的电商销售业务	
最近一年及一期主要财务数据（万元）		
财务指标	2017.6.30/2017年1-6月	2016.12.31/2016年度

总资产	390.95	329.13
净资产	162.44	88.60
净利润	77.43	108.50

美国合力商贸系公司控股子公司，合力商贸于 2015 年 7 月 10 日取得其 100% 控制权，注册资本 5 万美元，尚未实际出资，上述财务数据经亚太（集团）会计师事务所（特殊普通合伙）审计。

（二）报告期内曾拥有其他控股子公司或参股公司情况

公司报告期内曾拥有的其他控股子公司或参股公司情况如下：

序号	公司名称	报告期发行人持股情况	状态
1	宁波纸器时代文化生活用品有限公司	创源文化持股 84.62%，快邦投资持股 15.38%	2014 年 2 月注销
2	宁波成路格林纸业有 限公司	至 2014 年 3 月，创源文化持股 100%， 2014 年 3 月后，创源文化持股 19%	2015 年 10 月注销
3	安徽成路精品包装有 限公司	（1）2013 年 7 月-2014 年 3 月，安徽 创源实际出资占比为 64.29%； （2）2014 年 3 月-2014 年 5 月，快邦 投资占 90%； （3）2014 年 5 月-2015 年 5 月，快邦 投资持股 90%，创源有限持股 10%	2015 年 5 月注销

此外，报告期内公司还存在宁波纸器时代文化发展股份有限公司海曙天一分公司，该公司已于 2016 年 9 月 2 日取得宁波市海曙区市场监督管理局出具的《准予注销登记通知书》。

五、持有 5%以上股份的主要股东及实际控制人基本情况

截至本招股说明书签署日，持有公司 5% 以上股份的主要股东为合力咨询、宁波天堂硅谷、任召国、江明中、柴孝海与王桂强，其中合力咨询为公司控股股东，任召国为公司实际控制人。

（一）控股股东和实际控制人

1、控股股东

合力咨询直接持有公司 41.50% 的股份，通过投资宁波天堂硅谷间接持有公司 0.50% 的股份，为公司控股股东。合力咨询成立于 2004 年 7 月 28 日，注册资本与实收资本均为 1,280 万元，注册地址为宁波市北仑庐山西路 45 号，合力咨询主要从事管理咨询业务，目前主要持有公司股权、认缴宁波天堂硅谷合众股权投资合伙企业（有限合伙）5.00% 的出资额、持有上海小荐网络科技有限公司 3.00% 股权，与公司主营业务无相关关系。截至目前，其股东情况如下：

序号	出资人	出资额（万元）	出资比例
1	任召国	705.73	55.14%
2	江明中	148.76	11.62%
3	柴孝海	103.78	8.11%
4	王桂强	77.84	6.08%
5	张亚飞	34.59	2.70%
6	陈嘉	34.59	2.70%
7	邓建军	34.59	2.70%
8	罗广桃	34.59	2.70%
9	黄伟	31.14	2.43%
10	叶鹏志	19.03	1.49%
11	王先羽	17.30	1.35%
12	农敏	17.30	1.35%
13	吴曙明	12.11	0.95%
14	俞天红	8.65	0.68%
合计		1,280.00	100.00%

合力咨询最近一年及一期的主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2017.6.30/2017 年 1-6 月	2016.12.31/2016 年度
总资产	3,300.12	3,037.55
净资产	2,846.02	2,093.02
净利润	1,209.22	636.88

上述财务数据经宁波鸿泰会计师事务所有限公司审计。

2、实际控制人

本公司的实际控制人为任召国先生，其直接持有公司 6.00% 的股份，通过合力咨询控制公司 41.50% 的股份，合计控制公司 47.50% 的股份。此外，任召国先生通过合力咨询间接投资宁波天堂硅谷，从而间接持有公司 0.28% 的股份。

任召国先生，中国国籍，身份证号码为 3302031964××××××××，无境外永久居留权。任召国先生的简历详见本招股说明书第八节之“一、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员简介”。

（二）持有 5% 以上股份的其他主要股东

1、宁波天堂硅谷

宁波天堂硅谷合众股权投资合伙企业（有限合伙）持有公司 10% 股份，其成立于 2012 年 2 月 16 日，认缴出资额 10,000 万元，注册地址为宁波市鄞州区启明南路 818 号 16 幢 115 号，执行事务合伙人为宁波天堂硅谷股权投资管理有限公司（委派代表：王洪斌），宁波天堂硅谷主要从事股权投资以及投资咨询业务，与公司主营业务无相关关系。截至目前，其合伙人情况如下：

序号	合伙人	认缴出资额(万元)	认缴出资比例
1	宁波天堂硅谷股权投资管理有限公司	1,000.00	10.00%
2	宁波市鄞州区科技创业投资有限公司	1,000.00	10.00%
3	舟山海琼置业有限公司	1,000.00	10.00%
4	宁波外滩股权投资合伙企业（有限合伙）	800.00	8.00%
5	宁波浚晨投资有限公司	700.00	7.00%
6	宁波市北仑合力管理咨询有限公司	500.00	5.00%
7	杭州艾松进出口有限公司	100.00	1.00%
8	陈爱民	1,000.00	10.00%
9	张海光	390.00	3.90%
10	周晓乐	340.00	3.40%
11	吴克	330.00	3.30%
12	胡俊杰	300.00	3.00%
13	冯作民	200.00	2.00%
14	陆昌盛	200.00	2.00%
15	金钢	200.00	2.00%

16	许凯文	200.00	2.00%
17	吴灶生	200.00	2.00%
18	王佳恩	180.00	1.80%
19	祁明浩	160.00	1.60%
20	张之俊	150.00	1.50%
21	李恩	150.00	1.50%
22	贾金明	100.00	1.00%
23	郭舜民	100.00	1.00%
24	陈明珠	100.00	1.00%
25	马文英	100.00	1.00%
26	杨巧	100.00	1.00%
27	徐静	100.00	1.00%
28	袁伟	100.00	1.00%
29	孙佐	100.00	1.00%
30	侯华	100.00	1.00%
合计		10,000.00	100.00%

宁波天堂硅谷的执行事务合伙人为宁波天堂硅谷股权投资管理有限公司，宁波天堂硅谷股权投资管理有限公司的控股股东为硅谷天堂资产管理集团股份有限公司，硅谷天堂资产管理集团股份有限公司为新三板挂牌公司，代码为833044，其实际控制人为李国祥、王林江。

2、江明中先生

江明中先生，直接持有公司 4.00% 的股份，通过合力咨询（含通过宁波天堂硅谷间接持股）间接持有公司 4.88% 的股份，合计持有公司 8.88% 的股份。

江明中先生，中国国籍，身份证号码为 3302241962××××××××，无境外永久居留权。江明中先生的简历详见本招股说明书第八节之“一、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员简介”。

3、柴孝海先生

柴孝海先生，直接持有公司 3.00% 的股份，通过合力咨询（含通过宁波天堂硅谷间接持股）间接持有公司 3.41% 的股份，合计持有公司 6.41% 的股份。

柴孝海先生，中国国籍，身份证号码为 3302271970××××××××，无境外永久居留权。柴孝海先生的简历详见本招股说明书第八节之“一、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员简介”。

4、王桂强先生

王桂强先生，直接持有公司 2.50% 的股份，通过合力咨询（含通过宁波天堂硅谷间接持股）间接持有公司 2.55% 的股份，合计持有公司 5.05% 的股份。

王桂强先生，中国国籍，身份证号码为 3306821980××××××××，无境外永久居留权。王桂强先生的简历详见本招股说明书第八节之“一、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员简介”。

（三）控股股东和实际控制人控制的其他企业的基本情况

1、控股股东控制的其他企业

截至本招股说明书签署之日，公司控股股东不存在控制的其他企业。

2、实际控制人控制的其他企业

截至本招股说明书签署之日，除本公司控股股东合力咨询外，公司实际控制人不存在控制的其他企业。

（四）控股股东和实际控制人直接或间接持有发行人股份的质押或其他有争议的情况

截至本招股说明书签署之日，公司控股股东、实际控制人持有的公司股份不存在质押或其他有争议的情况。

六、发行人股本情况

（一）本次发行前后股本情况

本次发行前，公司总股本为 6,000 万股，本次公开发行及老股转让的股份总数合计不超过 2,000 万股，占发行后总股本的比例不低于 25%。本次发行将优先

发行新股，若发生老股转让，老股转让数量合计不超过 450 万股，且不超过自愿设定 12 个月及以上限售期的投资者获得配售股份的数量。发行后公司总股本不超过 8,000 万股。

本次发行前后（假设本次发行新股 2,000 万股，不考虑老股转让），公司股本结构情况如下表：

单位：万股

序号	股东名称	本次发行前		本次发行后	
		持股数量	持股比例	持股数量	持股比例
1	合力咨询	2,490.00	41.50%	2,490.00	31.13%
2	宁波天堂硅谷	600.00	10.00%	600.00	7.50%
3	任召国	360.00	6.00%	360.00	4.50%
4	合博汇	252.00	4.20%	252.00	3.15%
5	江明中	240.00	4.00%	240.00	3.00%
6	合富汇	231.00	3.85%	231.00	2.89%
7	周必红	195.00	3.25%	195.00	2.44%
8	陆先忠	190.80	3.18%	190.80	2.39%
9	柴孝海	180.00	3.00%	180.00	2.25%
10	沈惠萍	172.20	2.87%	172.20	2.15%
11	王桂强	150.00	2.50%	150.00	1.88%
12	王国平	150.00	2.50%	150.00	1.88%
13	张贵洲	108.00	1.80%	108.00	1.35%
14	陈锦刚	90.00	1.50%	90.00	1.13%
15	邓建军	90.00	1.50%	90.00	1.13%
16	郑裕畅	75.00	1.25%	75.00	0.94%
17	杨晓丹	66.00	1.10%	66.00	0.83%
18	张亚飞	60.00	1.00%	60.00	0.75%
19	包雪青	60.00	1.00%	60.00	0.75%
20	虞俊健	60.00	1.00%	60.00	0.75%
21	王淑珍	60.00	1.00%	60.00	0.75%
22	张晖	60.00	1.00%	60.00	0.75%
23	王少波	30.00	0.50%	30.00	0.38%
24	陈嘉	30.00	0.50%	30.00	0.38%

序号	股东名称	本次发行前		本次发行后	
		持股数量	持股比例	持股数量	持股比例
	本次发行流通股	-	-	2,000.00	25.00%
	合计	6,000.00	100.00%	8,000.00	100.00%

(二) 前十名股东持股情况

本次发行前，本公司前十名股东直接持股情况如下：

单位：万股

序号	股东名称	持股数量	持股比例
1	合力咨询	2,490.00	41.50%
2	宁波天堂硅谷	600.00	10.00%
3	任召国	360.00	6.00%
4	合博汇	252.00	4.20%
5	江明中	240.00	4.00%
6	合富汇	231.00	3.85%
7	周必红	195.00	3.25%
8	陆先忠	190.80	3.18%
9	柴孝海	180.00	3.00%
10	沈惠萍	172.20	2.87%
	合计	4,911.00	81.85%

(三) 前十名自然人股东及其在公司担任的职务

本次发行前，本公司前十名自然人股东及其在本公司的任职情况如下：

序号	股东名称	持股比例	在本公司任职
1	任召国	6.00%	董事长
2	江明中	4.00%	监事会主席
3	周必红	3.25%	监事
4	陆先忠	3.18%	-
5	柴孝海	3.00%	董事、副总经理
6	沈惠萍	2.87%	-
7	王桂强	2.50%	副董事长、总经理

序号	股东名称	持股比例	在本公司任职
8	王国平	2.50%	-
9	张贵洲	1.80%	-
10	陈锦刚	1.50%	-
	邓建军	1.50%	董事、副总经理、董事会秘书、财务总监
合计		32.10%	-

（四）国有股份或外资股份

截至本招股说明书签署之日，公司股本中无国有股份或外资股份。

（五）最近一年新增股东情况

本招股说明书签署之日一年内，公司不存在新增股东的情况。

（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

1、合力咨询与任召国的关联关系

任召国为合力咨询的实际控制人，持股比例为 55.14%，且任召国为合力咨询的执行董事兼总经理。

合力咨询、任召国直接持有公司的股权比例分别为：41.50%、6.00%。

2、合力咨询与江明中、柴孝海、王桂强的关联关系

江明中、柴孝海、王桂强为合力咨询持股 5% 以上的股东，持股比例分别为 11.62%、8.11% 与 6.08%，且江明中为合力咨询的监事。

合力咨询、江明中、柴孝海、王桂强直接持有公司的股权比例分别为：41.50%、4.00%、3.00% 与 2.50%。

3、合力咨询与宁波天堂硅谷的关联关系

合力咨询为宁波天堂硅谷的有限合伙人，认缴其 5.00% 的出资。

合力咨询、宁波天堂硅谷直接持有公司的股权比例分别为：41.50%、10.00%。

4、任召国与合博汇的关联关系

合博汇的股东楼仁仁先生系任召国妹妹的配偶，楼仁仁先生持有合博汇的股权比例为 27.08%。

任召国、合博汇直接持有公司的股权比例分别为 6.00%与 4.20%。

(七) 股东公开发售股份对发行人的控制权、治理结构及生产经营产生的影响

1、新股发行和股东公开发售股份的相关安排

公司首次公开发行股票数量不超过 2,000 万股，包括公司公开发行新股和公司股东公开发售股份。公司优先发行新股，本次新股发行数量不超过 2,000 万股。股东公开发售股份数量不超过 450 万股，且不超过自愿设定 12 个月及以上限售期的投资者获得配售股份的数量。股东公开发售股份所得资金不归发行人所有。

拟公开发售股份的股东为宁波市北仑合力管理咨询有限公司，持股数量为 2,490 万股，拟公开发售股份数量不超过 450 万股。

公司按公开发行新股的数量占本次公开发行新股与老股转让的总数的比例分摊承销费用；公开发售股份的公司股东按其发售股份的数量占本次公开发行新股与老股转让的总数的比例分摊承销费用，其他相关费用由公司承担。

2、股东公开发售对发行人的影响

本次发行前，实际控制人任召国先生控制发行人 47.50%的股份，控股股东合力咨询控制发行人 41.50%的股份，按照上限 450 万股公开发售股份对公司控制权的影响如下：

项目	发行前	发行后(不存在公开发售股份)	发行后(450 万股公开发售股份)
公司股本	6,000.00 万股	8,000.00 万股	7,400.00 万股
合力咨询持股	2,490.00 万股	2,490.00 万股	2,040.00 万股
实际控制人直接持股	360.00 万股	360.00 万股	360.00 万股

实际控制人合计控股	2,850.00 万股	2,850.00 万股	2,400.00 万股
合力咨询持股比例	41.50%	31.13%	27.57%
实际控制人直接持股	6.00%	4.50%	4.86%
实际控制人合计控股	47.50%	35.63%	32.43%

在出现控股股东按上限公开发售 450 万股的情况下，任召国先生在本次发行后仍能够控制发行人 32.43% 的表决权，发行人实际控制人的控制地位不因股东公开发售股份而改变。

本次公开发售的比例，不会导致股权结构发生重大变化，不涉及公司控股股东及实际控制人的变更，公司的董事会、监事会、高级管理人员结构不会因公开发售股份而产生重大变化，因此，本次公开发售股份不会对发行人的控制权、治理结构及生产经营产生重大影响。

七、发行人的股权激励及其他制度安排和执行情况

为进一步完善公司治理结构，建立健全公司长期、有效的激励约束机制，完善公司薪酬考核体系，提升公司凝聚力，增强公司竞争力，促进公司持续、稳健、快速的发展，发行人于 2004 年 8 月引入关键管理层持股的合力咨询成为股东，2013 年 8 月引入了员工持股的合富汇、合博汇成为公司股东。

（一）合力咨询基本情况

2004 年 7 月 28 日，任召国、江明中、柴孝海等 5 名公司核心管理人员出资 636 万元成立合力咨询，经创源有限董事会审议同意，2004 年 8 月，合力咨询通过增资成为公司股东。经过多次股权转让及增资，2013 年 8 月，合力咨询成为公司控股股东。合力咨询相关情况详见本节之“五、（一）控股股东和实际控制人”。

合力咨询成立后，经过两次股权转让，2009 年 7 月 28 日，合力咨询的股东变更为 14 名公司核心管理人员。2013 年 7 月 29 日，合力咨询注册资本由原股东增资至 1,280 万元，截至本招股说明书签署之日，合力咨询的股东中除已从公司离职的两位股东之外，其余股东仍为公司主要管理层，具体情况如下：

序号	出资人	在公司职务	出资额（万元）	出资比例
1	任召国	董事长	705.73	55.14%
2	江明中	监事会主席、安徽创源执行董事	148.76	11.62%
3	柴孝海	董事、副总经理	103.78	8.11%
4	王桂强	副董事长、总经理	77.84	6.08%
5	邓建军	董事、副总经理、董事会秘书、财务总监	34.59	2.70%
6	张亚飞	副总经理	34.59	2.70%
7	陈嘉	战略发展部总监	34.59	2.70%
8	罗广桃	工程技术部总监	34.59	2.70%
9	黄伟	原生产厂长，已经离职	31.14	2.43%
10	叶鹏志	监事、后勤与安全保障部经理	19.03	1.49%
11	王先羽	副总经理、安徽创源总经理	17.30	1.35%
12	农敏	安徽创源打样主管	17.30	1.35%
13	吴曙明	产品工程师	12.11	0.95%
14	俞天红	原采购经理，已经离职	8.65	0.68%
合计			1,280.00	100.00%

（二）合富汇基本情况

合富汇成立于 2013 年 7 月 1 日，注册资本为 154 万元，住所为北仑区梅山盐场 1 号办公楼十一号 1556 室，合富汇主要持有公司股权，不从事具体业务，与公司主营业务无相关关系。

2013 年 7 月 1 日，陈健杰等 33 名公司员工出资 448 万元成立合富汇，其中注册资本为 112 万元；2014 年 3 月 14 日合富汇注册资本增至 154 万元。经过数次股权转让，截至本招股说明书签署之日，合富汇股东情况如下：

序号	出资人	公司任职情况	出资额（万元）	出资比例
1	王少波	董事、副总经理	22.00	14.29%
2	王奇永	生产厂长	18.00	11.69%
3	陈健杰	营销部业务经理	16.00	10.39%
4	柯君飞	研发经理	11.50	7.47%
5	秦再明	审计部经理	8.00	5.19%

6	张兆万	快邦投资原市场总监，已经离职	7.00	4.55%
7	罗广桃	工程技术部总监	6.50	4.22%
8	李汪洋	外购一部经理	6.50	4.22%
9	吴乃川	营销部业务总监	5.00	3.25%
10	管财务	纸器时代行政总监兼财务主管	5.00	3.25%
11	王云	安徽创源生产管理部经理	4.50	2.92%
12	王健强	产品工程师	4.50	2.92%
13	姚学海	设备保障部经理	4.00	2.60%
14	林新新	纸器时代销售经理	4.00	2.60%
15	安建兵	营销部综合部经理	3.50	2.27%
16	梅廷	营销部业务总监	3.00	1.95%
17	阮昉	营销部副总经理	2.50	1.62%
18	莫春潮	安徽创源 IT 工程师	2.50	1.62%
19	叶春波	业务主管	2.00	1.30%
20	谢梅英	单证主管	2.00	1.30%
21	王文婷	纸器时代设计师	2.00	1.30%
22	樊勇	安徽创源副总经理	2.00	1.30%
23	周锦	安徽创源设备工程师	1.50	0.97%
24	吴曙明	产品工程师	1.50	0.97%
25	王飒	财务部经理	1.50	0.97%
26	赵雅	证券事务代表	1.00	0.65%
27	余莉	设计副经理	1.00	0.65%
28	王夏峰	搜主意财务人员	1.00	0.65%
29	汪丹	安徽创源采购部 QC 主管	1.00	0.65%
30	施旭丹	业务主管	1.00	0.65%
31	林晓静	业务员	1.00	0.65%
32	乐晓燕	监事、资金主管	1.00	0.65%
33	黄海英	营销部业务经理	0.50	0.32%
合计			154.00	100.00%

（三）合博汇基本情况

合博汇成立于 2013 年 7 月 1 日，注册资本为 168 万元，住所为北仑区梅山盐场 1 号办公楼十一号 1555 室，合博汇主要持有公司股权，不从事具体业务，

与公司主营业务无相关关系。

2013年7月1日，李立美等37名公司员工出资320万元成立合博汇，其中注册资本为80万元；2014年3月14日合博汇注册资本增至168万元。经过数次股权转让，截至本招股说明书签署之日，合博汇股东情况如下：

序号	出资人	任职情况	出资额（万元）	出资比例
1	楼仁仁	采购部经理	45.50	27.08%
2	沈云雷	采购工程师	22.50	13.39%
3	刘仁军	一车间主任	11.00	6.55%
4	吴济良	采购工程师	9.50	5.65%
5	李立美	打样主管	8.50	5.06%
6	王少波	董事、副总经理	8.00	4.76%
7	徐敬志	战略采购部副经理	7.00	4.17%
8	余光成	安徽创源总经理助理、副总工程师	5.00	2.98%
9	姚学海	设备保障部经理	4.00	2.38%
10	孟光贵	仓储经理	4.00	2.38%
11	余志伟	快邦投资原兼职架构师，已经离职	3.00	1.79%
12	苏洋涛	安徽创源品管部经理	3.00	1.79%
13	朱志强	品质管理经理	2.50	1.49%
14	孙二长	安徽创源二车间主任	2.50	1.49%
15	舒刚文	三车间主任	2.50	1.49%
16	李元敏	计划部经理	2.50	1.49%
17	张转妮	成本会计	2.00	1.19%
18	杨红娅	计划员	2.00	1.19%
19	王道军	设备工程师	2.00	1.19%
20	潘华清	品质助理工程师	2.00	1.19%
21	刘伟中	安徽创源产品工程师	2.00	1.19%
22	曹前刚	安徽创源八车间主任	2.00	1.19%
23	赵雅	证券事务代表	1.50	0.89%
24	张聿红	总经办副主任	1.50	0.89%
25	殷桃	人事专员	1.50	0.89%

26	王勇	车队长	1.50	0.89%
27	高航军	安徽创源印刷部经理	1.50	0.89%
28	邹家杏	二车间主任助理	1.00	0.60%
29	赵伯军	安徽创源四车间主任	1.00	0.60%
30	孙常坤	印刷部经理助理	1.00	0.60%
31	黄忠华	打样主管	1.00	0.60%
32	李治华	工艺工程师	1.00	0.60%
33	高明珠	印刷部助理	1.00	0.60%
34	冯利	成本会计主管	1.00	0.60%
35	饶巨兵	安徽创源设备工程师	0.50	0.30%
合计			168.00	100.00%

截至本招股说明书签署之日，除了控股股东合力咨询以及合富汇、合博汇两个员工持股公司外，公司不存在正在执行的对董事、监事、高级管理人员、其他核心人员、员工实行的股权激励及其他制度安排和执行情况。

八、发行人员工情况

（一）员工人数及变化情况

2014年末、2015年末、2016年末、2017年6月末，公司员工总数分别为：1,667人、1,468人、1,632人、1,570人。

（二）员工结构情况

截至2017年6月30日，公司员工专业结构如下：

类别	专业结构	员工人数（人）	所占比例
专业构成	管理行政	219	13.95%
	营销服务	72	4.59%
	研发技术	330	21.02%
	生产人员	949	60.45%
	合计	1,570	100.00%

(三) 发行人及其子公司为员工缴纳社会保险、住房公积金情况

1、发行人员工中办理了社会保险、住房公积金的员工人数、未缴纳的员工人数情况

项目		2017.06.30	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
总人数		1,564	1,627	1,463	1,664
养老保险	缴纳人数(名)	1,442	1,595	1,384	1,032
	未缴人数(名)	122	32	79	632
医疗保险	缴纳人数(名)	1,442	1,595	1,384	1,032
	未缴人数(名)	122	32	79	632
失业保险	缴纳人数(名)	1,442	1,595	1,384	1,032
	未缴人数(名)	122	32	79	632
工伤保险	缴纳人数(名)	1,442	1,595	1,384	1,032
	未缴人数(名)	122	32	79	632
生育保险	缴纳人数(名)	1,442	1,595	1,384	1,032
	未缴人数(名)	122	32	79	632
住房公积金	缴纳人数(名)	1,494	1,594	1,373	4
	未缴人数(名)	70	33	90	1,660

注：总人数未包括发行人美国子公司的员工。

其中，未缴纳社保的具体情形如下：

时间	新入职 (名)	自行缴纳 (名)	退休返聘 (名)	农村户口 (名)	外籍 (名)	未缴纳人数 合计(名)
2014.12.31	77	0	0	554	1	632
2015.12.31	78	0	0	0	1	79
2016.12.31	14	2	15	0	1	32
2017.6.30	93	6	22	0	1	122

未缴纳住房公积金的具体情形如下：

时间	新入职 (名)	自行缴纳 (名)	退休返聘 (名)	外籍 (名)	其他 (名)	未缴纳人数 合计(名)
2014.12.31	0	0	0	1	1,659	1,660
2015.12.31	89	0	0	1	0	90
2016.12.31	11	4	17	1	0	33
2017.6.30	43	1	24	1	1	70

发行人报告期内存在未为部分员工缴纳社保及公积金的情况。发行人员工多为农村户籍，该类员工流动性较强，不愿意在工作地缴纳社保及住房公积金；发行人为员工免费提供宿舍、食堂以及多种活动设施等，为员工提供一定便利。

关于社保及公积金的缴纳情况，发行人改制为股份公司后已逐步规范。截至2017年6月末，发行人未缴纳社会保险、住房公积金的员工人数分别为122人、70人，其中部分员工为退休返聘人员，无需缴纳；部分员工为新入职人员，当月尚未及时办理；部分员工选择自行缴纳，发行人已取得其自愿放弃缴纳社保公积金的声明；此外，员工华树千为中国香港籍，发行人已取得其自行缴纳商业保险的证明、自愿放弃缴纳社保公积金的声明。

2、发行人及其子公司社会保险及住房公积金缴费比例

公司	年份	养老		失业		工伤	生育	医疗		公积金		办理社保起始日期
		企业	个人	企业	个人	企业	企业	企业	个人	企业	个人	
创源文化	2014年	14%	8%	2%	1%/0	1.4%	0.7%	11%/5.5%	2%	0	0	2003.5
	2015年	14%	8%	1.5%	0.5%/0	1%	0.7%	11%/5.5%	2%	10%	10%	
	2016年	14%	8%	1%	0.5%	0.45%	0.7%	9%	2%	10%	10%	
	2017年	14%	8%	1%	0.5%	0.9%	0.7%	9%	2%	10%	10%	
安徽创源	2014年	20%	8%	1.4%	1%	1%	0.55%	6.5%	2%	0	0	2012.8
	2015年	20%	8%	1.5%	0.5%	1%	0.5%	6.5%	2%	5%	5%	
	2016年	19%	8%	1%	0.5%	0.7%	0.5%	6.5%	2%	5%	5%	
	2017年	19%	8%	1%	0.5%	0.7%	0.5%	6.5%	2%	5%	5%	
纸器时代	2014年	14%	8%	2%	1%/0	0.2%	0.7%	11%/5.5%	2%/1%	0	0	2010.3
	2015年	14%	8%	1.5%	0.5%/0	0.2%	0.7%	11%/5.5%	2%/1%	10%	10%	
	2016年	14%	8%	1.5%	0.5%/0	0.2%	0.7%	9%	2%	10%	10%	
	2017年	14%	8%	0.5%	0.5%	0.4%	0.7%	9%	2%	10%	10%	
快邦投资	2014年	14%	8%	2%	1%/0	0.6%	0.7%	11%	2%	0	0	2011.2
搜主意	2014年	14%	8%	2%	1%/0	1%	0.7%	11%	2%	0	0	2014.3
	2015年	14%	8%	1.5%	0.5%/0	1%	0.7%	11%	2%	10%	10%	

	2017年	14%	8%	0.5%	0.5%/0	0.35%	0.7%	9%	2%	10%	10%	
合力 商贸	2014年	14%	8%	1%	0.5%	0.6%	0.7%	11%	2%	5%	5%	2014.5
	2015年	14%	8%	1%	0.5%	0.2%	0.7%	11%	2%	5%	5%	
	2016年	14%	8%	1%	0.5%	0.2%	0.7%	9%	2%	5%	5%	
	2017年	14%	8%	0.5%	0.5%	0.2%	0.7%	9%	2%	5%	5%	

3、社会保险、住房公积金补缴情况分析

发行人应缴社保和住房公积金与实缴存在差额，2014年、2015年、2016年分别为627.07万元、309.36万元、38.30万元，对发行人净利润的影响金额分别为-495.38万元、-245.40万元、-30.46万元，剔除影响后的净利润分别为2,288.32万元、3,388.45万元、7,428.20万元，对发行人报告期内的经营业务无重大不利影响。

对于因报告期内未为部分员工缴纳社保和住房公积金而可能受到相关主管部门要求补缴或者行政处罚风险，公司控股股东合力咨询、实际控制人任召国作出如下承诺：“若宁波创源文化发展股份有限公司及其子公司因发生在首次公开发行股票并在创业板上市前的与缴纳社会保险和住房公积金有关的事项，而被社会保险管理部门或住房公积金管理部门等主管部门要求补缴有关费用，或因此而承担任何罚款或损失，本人/本公司将及时、全额承担该费用，或及时向宁波创源文化发展股份有限公司及子公司进行等额补偿，确保其不会因此遭受任何损失。”

九、本次发行相关各方作出的重要承诺及履行情况

（一）发行前股东所持股份的限售安排、自愿锁定股份、延长锁定期限以及相关股东持股及减持意向等承诺

1、发行前股东所持股份的限售安排、自愿锁定股份、延长锁定期限的承诺

公司股东、董事、监事和高级管理人员已作出关于股份锁定的相关承诺，详见本招股说明书之“重大事项提示”之“一、（一）股份限制流通与自愿锁定的承诺”相关内容。

2、主要股东持股及减持意向的承诺

公司控股股东、实际控制人及 5% 以上股东已作出持股及减持意向的承诺，详见本招股说明书之“重大事项提示”之“一、（三）5% 以上股东持股意向及减持意向的承诺”相关内容。

（二）稳定股价的承诺

公司及其控股股东、实际控制人、董事（独立董事除外）及高级管理人员已做出关于稳定股价的承诺，详见本招股说明书“重大事项提示”之“一、（二）上市后稳定股价的预案及承诺”相关内容。

（三）股份回购的承诺

公司和符合本次公开发售股份条件的股东已作出了关于股份回购的承诺，详见本招股说明书“重大事项提示”之“一、（二）上市后稳定股价的预案及承诺”与“一、（四）关于招股说明书无虚假记载、误导性陈述或重大遗漏的承诺”相关内容。

（四）依法承担赔偿责任或者补偿责任的承诺

公司及其控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员已作出依法承担赔偿责任或者补偿责任的承诺，详见本招股说明书“重大事项提示”之“一、（四）关于招股说明书无虚假记载、误导性陈述或重大遗漏的承诺”相关内容。

保荐机构、发行人会计师、发行人律师及其他机构已作出关于依法承担赔偿责任或者补偿责任的承诺，详见本招股说明书“重大事项提示”之“一、（四）关于招股说明书无虚假记载、误导性陈述或重大遗漏的承诺”相关内容。

（五）填补被摊薄即期回报的措施及承诺

具体内容详见本招股说明书“重大事项提示”之“一、（五）填补被摊薄即期回报的措施及承诺”相关内容。

（六）利润分配政策的承诺

本公司已作出关于利润分配政策的承诺, 详见本招股说明书“重大事项提示”之“四、发行人发行上市后的利润分配政策”相关内容。

(七) 其他承诺事项

1、关于避免同业竞争的承诺

公司实际控制人、控股股东就避免同业竞争作出了承诺, 详见本招股说明书第七节“二、(二) 避免同业竞争的承诺”。

2、关于避免、减少和规范关联交易的承诺

公司实际控制人、控股股东就避免、减少和规范关联交易作出了相关承诺, 参见本招股说明书第七节之“六、规范并减少关联交易的措施”。

3、关于补交社会保险和住房公积金的承诺

报告期内, 公司存在未为部分员工缴纳社保和住房公积金的情况。公司实际控制人、控股股东对于公司因报告期内未为部分员工缴纳社保和住房公积金而可能带来的补缴或者行政处罚风险, 作出如下承诺:

若公司及子公司因发生在首次公开发行股票并上市前的与缴纳社会保险和住房公积金有关的事项, 而被社会保险管理部门或住房公积金管理部门等主管部门要求补缴有关费用, 或因此而承担任何罚款或损失, 控股股东或实际控制人将及时、全额承担该费用, 或及时向公司及子公司进行等额补偿, 确保公司不会因此遭受任何损失。

4、关于合规运营的承诺

报告期内, 公司实际控制人、控股股东就发行人合规运营作出了相关承诺, 若发行人或发行人子公司因在本次发行上市前事项被有关部门处罚, 遭受任何损失的, 对于该损失予以无条件承担。

第六节 业务与技术

一、发行人的主要业务情况

（一）主营业务概况

创源文化是一家集设计、生产、销售为一体的纸质时尚文教、休闲文化用品供应商，通过整合创意素材、开发与设计时尚产品来承载手工精神、彰显个人情怀和传递情感寄托。公司以“激发创造灵感、彰显个人情怀”为使命，以客户价值为落脚点，以消费者需求为研发驱动力，为品牌商和零售商提供有竞争力的高附加值创意产品及服务。

公司坚持差异化的发展战略，发掘新客户与潜在市场需求。公司 2005 年实施“大客户+核心产品”策略，2010 年开始由 OEM 向 ODM 转型，2014 年成立美国创源进一步提升产品开发与设计能力，增强为客户提供个性化解决方案的服务能力。2016 年公司进一步确立了以客户价值为落脚点，以产品创新为导向的互动性研发机制，坚持产品、服务和产品实现方式差异化的战略定位。公司成功开发了一批国际知名客户，并建立起长期稳定的合作关系，产品销往美国、日本、欧洲及澳洲等 20 多个国家和地区，成为国内知名的纸质时尚文教、休闲文化用品供应商。

公司是一家典型的以消费者需求为研发驱动的企业。这种定位既来自于时尚文教、休闲文化产品市场对于研发设计创新核心需求的客观需要，同时亦是公司坚持差异化战略的主动选择。公司通过技术研发及设计创新，坚持将创意作品与设计元素应用于不同的领域、载体，从而创造出能够承载手工精神、彰显个人情怀和传递情感寄托的时尚文教、休闲文化产品，以满足社会与个体对于文化消费的需求。

当前，公司产品的载体主要为纸质材料，但随着社会文化、时尚潮流与审美理念等的演变，以及材料科学与技术等的发展，公司将在纸质材料的基础上，不断应用新技术、新工艺、新材料，注重设计与开发其他材料为载体的产品，如在纸质产品中融入电子元件、布匹、麻绳、皮具、毛线等诸多材料元素，为客户提

供个性化解决方案，实现产品由纸质时尚文教、休闲文化用品逐渐转变为纸质为主并扩展多种材料载体的时尚文教、休闲文化用品。

公司拥有专利 197 项，系中国文教体育用品协会常务理事单位，荣获“国家文化出口重点企业”、“浙江省工程技术中心”、“浙江名牌产品”、“浙江省信用示范管理企业”、“浙江省文化出口重点企业”、“宁波市文化产业最佳成就奖”等多项荣誉。

（二）公司主要产品

公司主营产品为纸质时尚文教、休闲文化用品，广泛应用于人们的工作、家居与社交等多个领域。公司产品种类丰富多样，包括剪贴册、剪贴内页、儿童绘本、贴纸、时尚笔记本、时尚计划本、便签本、收纳盒、心意卡、聚会套装等一千多个品种。按照用途大致可分为手工益智类产品、时尚文具类产品和社交情感类产品，具有休闲、益智和教育等功能。

1、手工益智类

手工益智类产品主要应用于休闲生活和早教领域，其价值在剪贴、折叠、拆分、组装、涂鸦等手工活动中得以体现，具有工艺美术、个性化定制以及 DIY 制作等特征。纸质品因具有轻便、易折叠、易裁剪、可回收、展现力强等特性，成为天然优良的手工益智类产品形式。

公司的手工益智类产品包括剪贴类和早教类两大品类。剪贴类产品包括剪贴册、剪贴内页以及剪贴套装；早教类产品包括儿童早教包、儿童识字卡片、儿童绘本、动漫贴纸等，2015 年公司对国内婴幼儿教育市场进行了积极开拓，正在研发设计包括“奇思妙玩”家庭早教包、情境创造力幼教课程等相关产品。主要产品如下：

（1）剪贴册

剪贴册不仅具备普通相册的储存功能，还可以通过运用各类贴纸、花饰、彩带等对相片表现场景进行个性化装饰，从而使得记录更加生动形象。随着社交媒体的兴起，剪贴相册作为个性化手工活动的载体，爱好者通过网络彼此交流创作

技巧、分享创意设计。产品按主题可分为婚礼纪念、生日纪念、儿童成长、学习留念、各类聚会纪念等。



(2) 剪贴内页

剪贴内页是剪贴 DIY 活动的基本素材产品。手工爱好者可以使用剪贴工具将剪贴内页制作成各种点缀，小配件或者是背景图，从而使得剪贴册在内容表现上更具个性化和原创化特点。该产品在美国市场尤为受欢迎。



(3) 剪贴卡片

剪贴卡片通常与照片配套使用，用于记录生活中的点点滴滴，拥有多种文化

消费主题，如学习、婚礼、新生，聚会、节日等。剪贴卡片本身设计精美，同时融入了DIY个性化的装饰元素，具有较强的可操作性。



(4) 时尚贴纸

时尚贴纸是用于装饰或者标记的贴纸，通常具有一定主题性，可以用于不同的场合下的装饰，根据材质可以分为纸面贴纸、塑料贴纸、布面贴纸等。贴纸是剪贴工艺爱好的常备道具，易于操作，消费者可通过自由搭配实现其创意。儿童对动漫贴纸兴趣尤为浓厚，他们偏爱选择自己喜欢的卡通形象，将其粘贴在书包，铅笔盒以及图画本上。



2、时尚文具类

时尚文具类产品主要应用于家庭办公领域，其创意化、个性化、时尚化特征赋予办公文具以流行元素和文化内涵。与传统办公文具相比，时尚文具类产品除办公用途外，还兼具家居装饰、娱乐休闲等功能；因应用场合主要为家庭且使用者多为女性，时尚文具在设计上往往更加新颖活泼、精美而富有生活气息，符合时下家庭办公者追求时尚、个性的消费潮流。

公司的时尚文具类产品包括本册类、收纳类和非纸质文具三大品类。本册类产品包括时尚笔记本、时尚计划本、便签本、素描本等；收纳类产品包括收纳盒、公文柜、风琴包等；非纸质文具包括笔、木夹、图钉、书套等。主要产品如下：

（1）时尚笔记本

时尚笔记本一般由纸面、仿制皮和其他特种材料制作成封面，装订方式为胶装或者线装的可用于书写和记录的本子。

笔记本的主要功能是供书写和记录，而时尚笔记本与传统笔记本的区别在于其突出了设计感。个性化的时尚笔记本产品既能满足笔记本的基础功能性，同时在设计上添加了多样化的主题或者使用场景。此外，时尚笔记本在材料上更加注重触摸手感和书写舒适度，在结构上更加方便消费者的使用，其消费群体主要以白领阶层和女性消费者为主。



(2) 时尚计划本

时尚计划本也称主题手账本，是一款用于计划与记录生活中重要日子，合理安排时间的计划本。与传统计划本相比，时尚计划本除了计划和记录的基本功能外，兼具 DIY 效果，是一款介于剪贴类和文具类之间的产品。时尚计划本主题丰富，活页可替换，消费者可以自由创作自己喜爱的风格页面，表达自己的情感，充分发挥个人创造力。近年来，社交媒体的发展为时尚计划本的使用者提供了良好的展示平台。在网络共享文化的推动下，时尚计划本的市场需求快速增长。



时尚计划本



普通计划本

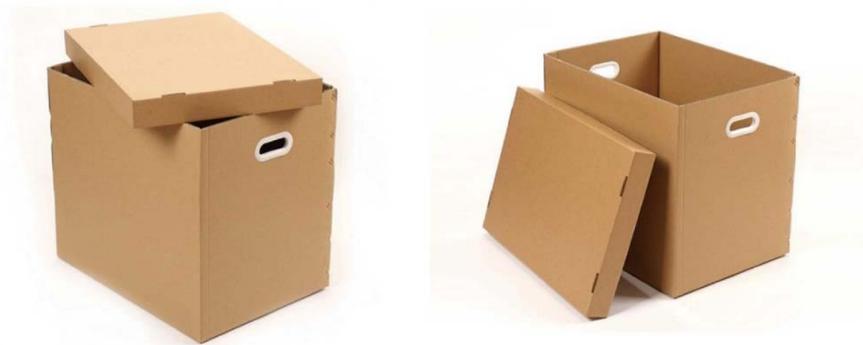
(3) 便签本

便签本是用于临时记录、留言、备注或者日常计划的可撕纸本。便签本的应用非常广泛，是日常生活和工作中不可或缺的办公文具。公司的便签本产品因其精致的外观设计以及便于携带的规格，深受消费者的喜爱。



(4) 收纳盒

收纳盒是在工作和家居生活场景中用于收纳的工具，办公场合可用于储存和分类管理大批量的文件，居家生活中可用于储存书籍、儿童玩具、鞋子衣物及各类小物件。近年来，人们对收纳盒的需求已经不仅仅停留在分类归档收纳的基本功能上，更加注重材质和时尚美观。该类产品在结构和图案设计上突出时尚元素，消费者可以选用与其家居和办公风格相匹配的收纳盒。



普通收纳盒

3、社交情感类

社交情感类产品广泛应用于圣诞节、感恩节、情人节等国内外重要节日，婚礼、毕业典礼等重要社交场合以及人们的日常交往中。纸质品在社交情感类产品中应用最为广泛，满足人们各类情感沟通需要，拥有深厚的文化内涵和悠久的历史背景。

公司的社交情感类产品主要包括信卡类、相册类和聚会用品三大类。信卡类产品包括感谢卡、心意卡、邀请卡、节日贺卡等各类卡片和信纸；相册类产品主要为礼品目录册；聚会用品则包括字母装饰灯、礼品袋、包装纸等节日用品。主要产品如下：

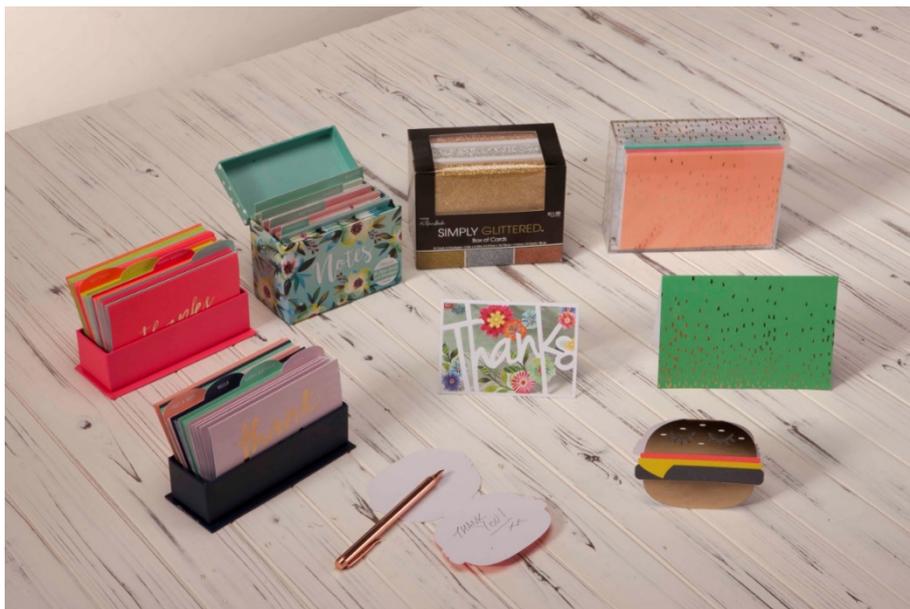
(1) 单张卡

贺卡是人们在遇到喜庆的日期或特殊事件时表达情感的一种卡片。产品按主题可分为节日类和特殊主题类贺卡，其中节日类贺卡包括圣诞卡、万圣节卡、复活节卡片等；特殊纪念类贺卡包括结婚周年纪念卡、生日卡等。



(2) 盒装卡

盒装卡由多张卡片组成，用纸板盒包装销售。随着大众生活水平的提高，人们对卡片内容设计与制作工艺有了更高要求，烫金、精雕、3D 及 DIY 卡片成为盒装卡的新颖表现形式。



(3) 礼品相册

礼品相册主要销往日本。日本礼品文化盛行，一般参加婚礼、生日宴等客人会随礼，主人事后会回礼。为满足客人的个性化需求，主人会以相册的形式制作礼品目录。这种模式既不失礼节又能满足不同的需求，相册抽出图片后还可以做为普通相册使用，方便实用。



(4) DIY 字母装饰灯

DIY 字母装饰灯主要用于家庭、桌面、墙艺装饰，其形状丰富多样，包括各种字母、符号、形状等。市场上拥有各类铁艺，塑料字母装饰灯，但可塑性较弱。公司的 DIY 字母灯采用纸作为载体，使得手工爱好者可以根据个人喜好对字母灯的颜色、图案及形状进行改装，从而完成场景装饰的个性化订制。



(三) 主营业务收入的主要构成

1、分产品收入构成

报告期内，公司主营业务收入按产品分类构成情况如下：

单位：万元

类别	2017年1-6月		2016年度		2015年度		2014年度	
	金额	比例 (%)						
手工益智类	9,227.65	28.72	24,385.46	37.63	19,016.97	37.36	19,294.50	40.33
时尚文具类	16,839.16	52.40	28,332.77	43.72	15,669.96	30.79	12,542.82	26.22
社交情感类	4,876.28	15.17	10,291.36	15.88	14,730.17	28.94	13,937.39	29.13
其他	1,191.27	3.71	1,798.50	2.78	1,480.89	2.91	2,064.63	4.32

合计	32,134.36	100.00	64,808.09	100.00	50,897.99	100.00	47,839.34	100.00
----	-----------	--------	-----------	--------	-----------	--------	-----------	--------

2、分区域收入构成

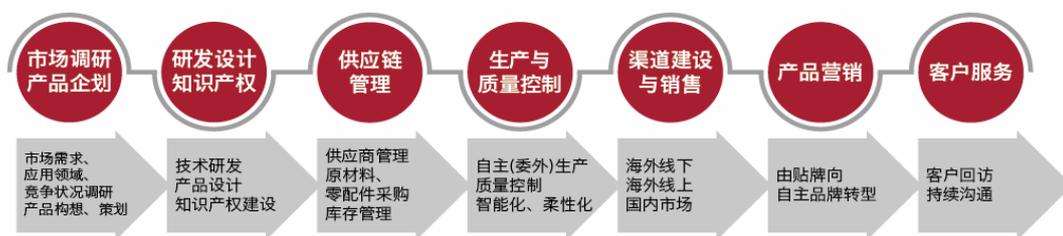
报告期内，公司主营业务收入区域分类构成情况如下：

单位：万元

类别	2017年1-6月		2016年度		2015年度		2014年度	
	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)
外销	32,126.21	99.97	64,084.44	98.88	49,451.73	97.16	46,228.52	96.63
其中：北美洲	26,468.08	82.37	55,588.09	85.77	42,372.87	83.25	38,482.05	80.44
亚洲	251.98	0.78	1,435.15	2.21	2,431.82	4.78	3,672.93	7.68
欧洲	4,124.31	12.83	4,557.04	7.03	3,020.49	5.93	3,032.26	6.34
大洋洲	1,121.93	3.49	2,221.10	3.43	1,593.29	3.13	957.49	2.00
非洲	159.91	0.50	283.06	0.44	33.26	0.07	83.79	0.18
内销	8.15	0.03	723.65	1.12	1,446.26	2.84	1,610.82	3.37
合计	32,134.36	100.00	64,808.09	100	50,897.99	100	47,839.34	100

（四）主要经营模式

公司拥有独立、完整的产品研发与设计、采购、生产及销售体系，形成了稳定的经营模式。公司业务线覆盖市场调研、产品企划、研发设计、供应链管理、生产制造、渠道建设、产品营销和售后服务等各个环节，实现对价值链的有效控制。公司整体业务流程如下图所示：



1、盈利模式

公司基于前瞻性、差异化创新,多渠道、专业化营销,柔性化、规模化生产,实现持续性营收与盈利增长。

凭借较强的研发设计能力、多年的制造经验和良好的信誉，通过研发与设计创新提升产品迭代速度，满足客户个性化、多样化需求，提高公司产品的用户粘性 & 核心竞争力，通过 ODM 与 OEM 相结合的业务模式盈利。

针对国外市场，公司主要采取 OEM 与 ODM 相结合的业务模式。

OEM 模式，该业务模式主要针对品牌商。由于品牌商拥有稳定的市场份额、前沿的设计能力和成熟的品牌，因此在该类业务模式下，品牌商提供整体概念设计，公司提供工艺、技术等相关辅助设计服务，双方共同完成产品的设计，并由公司完成产品的生产。通过 OEM 模式，公司在获得稳定订单的同时，能及时把握前沿设计趋势，了解最新的市场动态。经过多年的合作，公司已与多家大型品牌商形成了稳定的合作关系，主要包括 Me&My Big Ideas、DCWV、American Crafts、Trends International 等国际知名品牌商。

ODM 模式，该业务模式主要针对海外零售商。零售商具有渠道及规模优势，且订单量大，但由于其自主设计能力相对较弱，因此在该种模式下，公司除需具备较强生产能力外，还需具备较强的研发和设计能力。公司根据客户需求，将研发设计并打样的样品及营销解决方案推介给客户，客户确定后，由公司完成产品的生产。该模式下公司的主要客户包括 Michaels、Hobby Lobby、Wal-Mart 等国际知名大型零售商。

随着经济竞争日益向全球范围内展开，零售商、品牌商与生产企业的合作日益紧密，ODM 业务模式正逐步为品牌商所接受，比如 Me&My Big Ideas 等客户与公司的业务同时具有 OEM 模式与 ODM 模式。除 ODM 和 OEM 模式外，发行人下属企业合力商贸及美国合力商贸采用 OBM 的经营模式，其销售流程为国内委外生产并以自有品牌向终端市场销售。

报告期内，公司经营模式的收入结构如下：

单位：万元

经营模式	2017 年 1-6 月		2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	销售额	占比 (%)	销售额	占比 (%)	销售额	占比 (%)	销售额	占比 (%)
ODM	9,771.08	30.41	24,354.06	37.58	13,777.55	27.07	11,786.19	24.64

OEM	21,541.95	67.04	38,375.39	59.21	35,215.42	69.19	34,442.33	72.00
OBM	813.19	2.53	1,354.99	2.09	458.75	0.90	-	-
其他 ^注	8.15	0.03	723.65	1.12	1,446.26	2.84	1,610.82	3.37
合计	32,134.36	100.00	64,808.09	100.00	50,897.99	100.00	47,839.34	100.00

注：其他模式为纸器时代、安徽创源等发行人子公司的国内销售。

2、销售模式

公司产品销售包括国外市场销售与国内销售，主要通过直销方式进行，即公司直接向品牌商或零售商客户销售其产品。销售模式如下：

(1) 国外市场的销售模式

公司客户主要包括两类：品牌商与零售商。公司在直销过程中实施大客户战略，针对重点客户和有重大行业影响力的品牌商或零售商，由公司销售人员组建项目团队进行拓展与维护，定期了解客户需求，并针对客户需求开展研发设计，通过向客户提出符合市场流行趋势的产品样品或改良产品建议，在协助客户进行产品创新的同时获取新的项目合作机会。在与客户之间建立长期稳定的业务合作关系同时，公司根据客户情况制定了相应的客户服务计划，集中公司在技术研发、产品创新等方面的优势为大型零售商提供市场调研、产品设计、商品展示设计、生产及交货等全方位的服务。

此外，公司营销部根据销售目标制定相应的销售计划，销售人员定期对市场情况进行调研，对区域潜在客户进行走访，根据客户需求向客户推荐公司优势产品或提供针对性研发，并通过展会宣传、项目竞标等方式获取项目合作机会。公司参加的展会主要有香港礼品及赠品展、香港国际玩具及礼品展、法兰克福文具展、东京国际礼品展览会等。

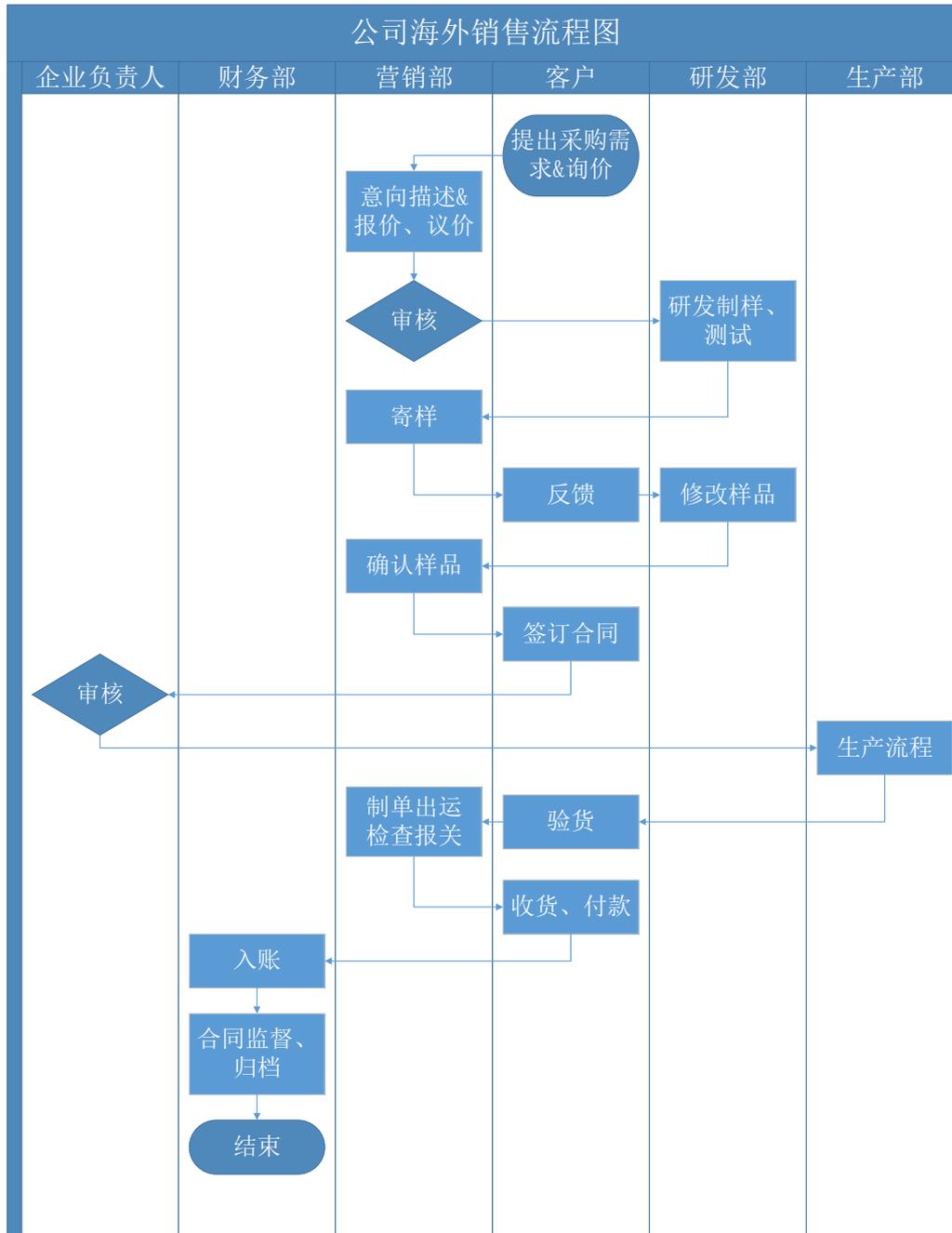
1) 基本流程

①客户开发阶段

公司营销部通过人际交互平台、展销会、电子商务平台等多种渠道收集潜在客户信息，建立目标客户数据库；通过定期分析客户资料，确定客户开发对象；通过展销会和公司现场展示等方式，有针对性的与潜在客户进行接触，开发客户。

②销售阶段

公司与客户确定产品订单后，通过如下销售流程实现海外销售：



2) 协议相关约定

公司与客户通过销售订单对相关交易进行约定，协议内容主要包括产品规格、数量、价格条款、单价、包装方式、交货时间、交运安排、保费支付等。主要客户账期包括 30 天、45 天、60 天、90 天等。

(2) 国内市场的销售模式

目前公司的国内销售业务处于前期开拓阶段，由子公司纸器时代负责运营，产品主要为儿童早教用品及课程服务，产品由公司自主研发设计。

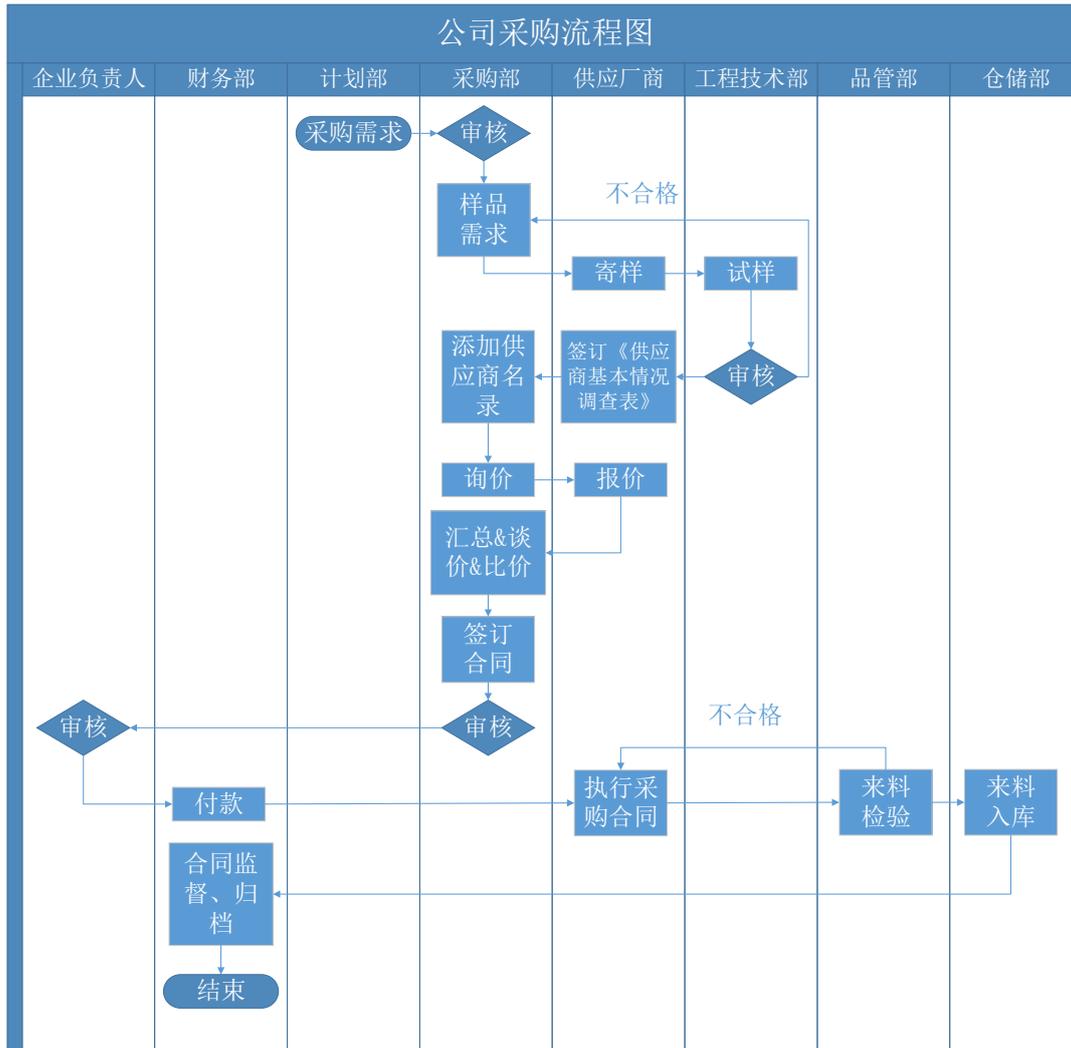
公司产品定位于个性化、定制化、中高端，目标市场主要为发达国家。随着我国经济的快速发展，居民收入水平不断提高，部分人群的消费理念正慢慢发生改变，逐渐接受个性化、高价值的休闲纸质文化产品，国内市场是公司将来重要的目标市场。公司密切关注国内市场，并根据战略安排由纸器时代负责开拓，与国外市场的 ODM 与 OEM 策略不同，国内市场主要采用自主品牌，目前主要以早教包销售为主，以幼儿教育产品和服务市场为开拓重点。2015 年公司开始对国内婴幼儿教育市场进行了积极开拓，正在研发设计包括“奇思妙玩”家庭早教包、情境创造力幼教课程等相关产品。待国内市场开拓取得较大进展后，公司将借鉴在国外市场的成功经验，集中公司的整体资源加快国内市场发展。

3、采购模式

公司日常采购主要为满足生产活动所需而进行的原材料和辅助材料采购。公司建立了完善的供应商开发流程、采购执行流程及供应商评估流程：

(1) 供应商开发流程。公司采购部通过展会、杂志、网络、同行业介绍等多种渠道收集潜在供应商信息，建立潜在供应商数据库。当采购意向发生时，公司根据《供应商评鉴管理程序》组织相关部门对潜在供应商进行调查，对于重要材料的潜在供应商需实地考察，将符合条件者纳入《合格供应商名录》。

(2) 采购执行流程。发行人原辅材料的采购流程如下：



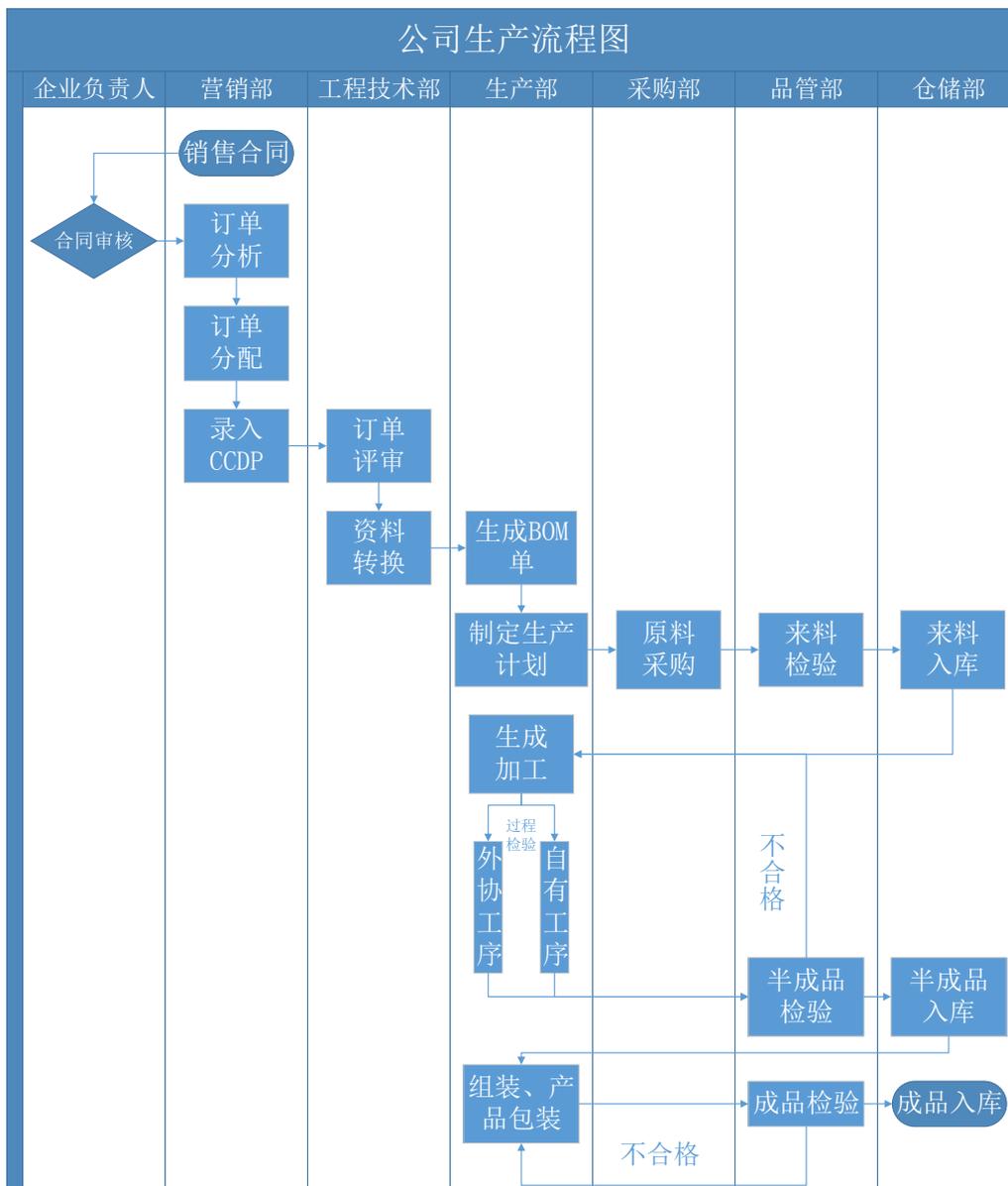
(3) 供应商评估流程。公司会在每年年底进行一次供应商评估，确定第二年的供应商采购方案，包括具体的供应商名录，采购比例以及包含具体采购内容的年度采购协议，以确保采购活动的规模化和可持续进行。

4、生产模式

由于公司产品属于非标准化产品，需根据客户的具体要求进行研发与生产，因此公司在日常经营中采用了“以销定产”的生产模式，即根据公司业务承接安排来组织生产，具有“接单生产、量身定制”的特点。为了能够最大程度的满足客户需求、保证产品质量、提高生产效率，公司销售、采购、设计、研发、生产等各业务部门在日常生产经营活动中相互协调、紧密配合，以实行规范管理的现代化企业为标准，建立起高标准的生产管理与质量控制体系。公司生产可分为自行生产与委外生产，具体如下：

(1) 自行生产

根据客户的订单要求，工程技术部会同营销部结合客户的要求进行设计，根据产品的个性化、多样化特点，建立高效的柔性化生产作业方案，编制相应的工艺文件和生产作业指导书；计划部通过 MRP 对产能平衡进行分析，下达生产计划，并对生产过程实施控制；生产车间确认后落实生产；品管部对生产全过程实施质量控制。具体生产流程如图所示：



注：图中生产部包括计划部与生产车间。

(2) 委外生产

因部分剪贴套装、DIY 套装以及文具套装等产品组合中包含非纸质文化用品，公司不具备该类产品生产线；此外，由于订单规模的不均衡，公司自有产能有时无法满足订单规模短期内的迅速增加，再加上公司部分产品具有季节性特点，公司生产过程中有时会存在内部无法生产、内部产能结构性不足及内部产能季节性不足等各类情形。公司建立了一套完整的委外生产体系，通过委外生产来应对复杂多变的客户货品和交期需求。

与采购模式类似，公司在委外生产的供应商选择上建立了严格的筛选和质量控制流程。委外生产供应商接受公司委托，根据公司提供的样图、样品、质量要求及工艺技术要求进行生产。针对委外生产产品，公司对工艺流程、关键工序给予技术支持，对生产过程进行监督，对产品质量进行控制。

报告期内，公司委外生产的各类产品占对应营业成本的比重如下：

年度	手工益智类	时尚文具类	社交情感类	其他	合计
2017年1-6月	44.03%	37.31%	19.19%	84.36%	37.00%
2016年度	42.20%	27.19%	16.52%	86.31%	31.93%
2015年度	46.48%	35.93%	13.05%	23.17%	32.77%
2014年度	36.63%	43.34%	10.97%	27.28%	30.28%

报告期内，公司前五大委外生产供应商如下：

序号	2017年1-6月	2016年度	2015年度	2014年度
1	杭州兰勃纸制品有限公司	杭州兰勃纸制品有限公司	杭州兰勃纸制品有限公司	杭州兰勃纸制品有限公司
2	浙江黄岩汇丰文化用品有限公司	浙江黄岩汇丰文化用品有限公司	海宁市速美工贸有限公司	宁波报业印刷发展有限公司
3	温州市申士文具用品有限公司	海宁市速美工贸有限公司	浙江黄岩汇丰文化用品有限公司	海宁市速美工贸有限公司
4	海宁市速美工贸有限公司	杭州柏盛印刷有限公司	宁波报业印刷发展有限公司	苏州同里印刷科技股份有限公司
5	杭州柏盛印刷有限公司	宁波报业印刷发展有限公司	杭州金乐文具礼品有限公司	浙江黄岩汇丰文化用品有限公司

5、影响经营模式的关键因素及未来变化趋势

根据公司的产品市场、技术工艺、管理团队及面对的税收政策、汇率变化情

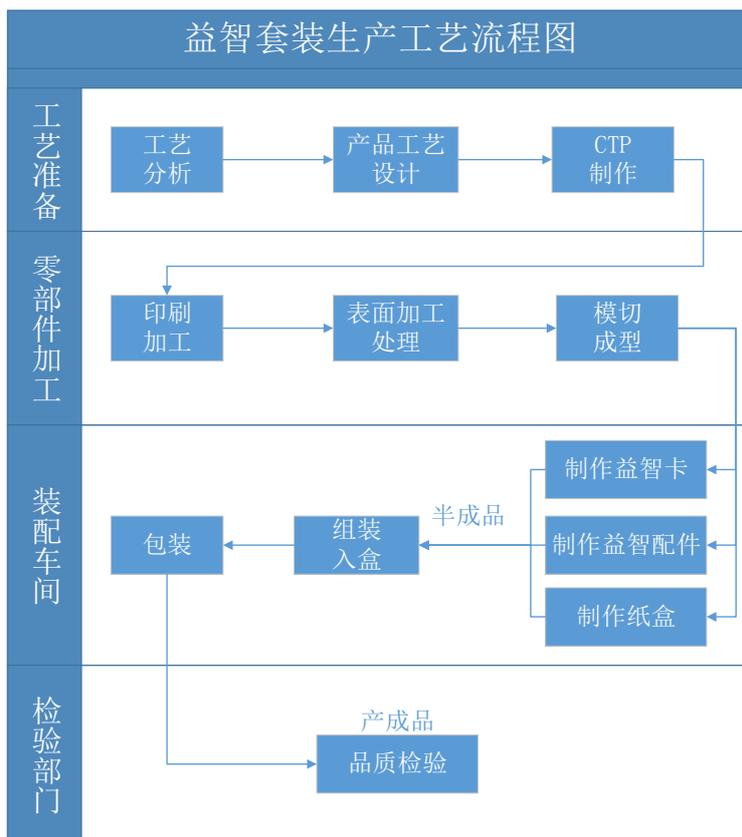
况等综合因素，公司采用了目前的经营模式。报告期内，上述影响公司经营模式的关键因素未发生重大变化，预计未来一段期间内公司的经营模式不会发生重大变化。

（五）主要产品的工艺流程图

公司主要生产产品的生产包括以下过程：（1）工艺准备：原稿设计、图文信息制作、CTP 制版等；（2）零件加工：通过印刷机将印刷版内容转移到承印物并进行表面处理：主要包括覆膜、过 UV、过油、烫金、击凸等；（3）部件制作：对经过表面处理的零件进行模切，再与特定纸质板材或匹配的粘合剂组合成形；（4）部件组装：将产品各部件按产成品要求进行组装；（5）成品入库：检验、包装、入库。

为确保产品质量，公司对生产全过程进行全面质量管理，根据《进（来）料检验控制程序》对原材料进行抽检，根据《制程检验控制程序》对零部件及半成品进行抽检，根据《最终检验控制程序》对已完成产品及成箱产品进行抽检。

由于产品种类繁多众多，为提高生产效率，公司采用模组化的柔性生产方式，典型的生产工艺流程图（以益智套装为例）如下：



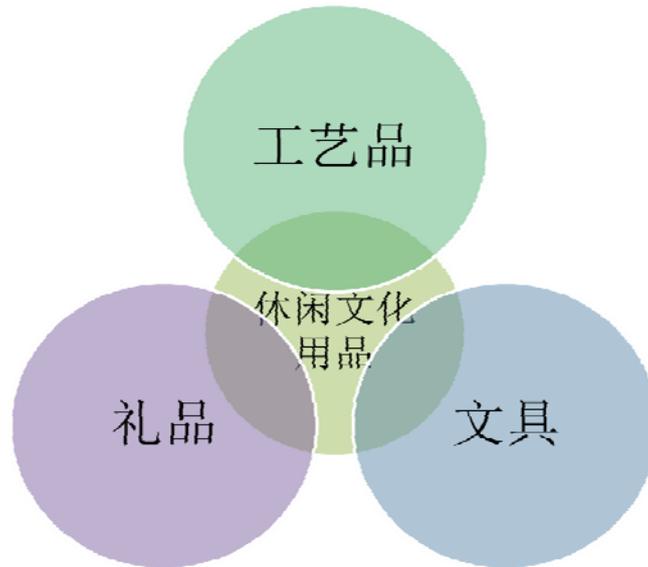
（六）设立以来主营业务、主要产品、主要经营模式的演变情况

自设立以来，公司一直致力于纸质时尚文教、休闲文化用品的研发、生产与销售，主营业务、主要产品、主要经营模式未发生重大变化。

二、发行人所处行业的基本情况

（一）发行人所属行业

从产品材料构成、生产工艺、最终用途以及客户属性看，公司主要产品属于纸质时尚文教、休闲文化用品范畴。如下图所示，公司产品种类丰富多样，涉及工艺品、文具和礼品等多个领域，其中手工益智类产品中的剪贴册、剪贴内页、贴纸、DIY 套装等属于纸质工艺品；时尚文具类产品中的笔记本、计划本、便签本、文件夹、公文柜等属于纸质文具；社交情感类产品中的贺卡、礼品包装袋、字母装饰灯等属于纸质礼品。



根据《上市公司行业分类指引（2012年修订）》，本公司属于文教、工美、体育和娱乐用品制造业（行业代码：C24）。

（二）行业管理体制与政策

1、行业管理体制

（1）行政管理

国家发展和改革委员会是国内文教、工美、体育和娱乐用品制造业的产业主管部门，负责产业政策的研究制定、产品开发推广的政府指导、项目审批和产业扶持基金的管理。商务部及其下属各级机构是国内文教、工美、体育和娱乐用品制造业进出口业务、特许经营业务的主管部门，负责国内外贸易、国际经济合作以及特许经营的监督管理。文化部是国务院负责文化、艺术事业的组成部门，对文化艺术产业进行统一的宏观管理和日常管理，包括相关方针政策、发展规划的拟订，文化基础设施的指导建设，对外文化交流和文化宣传的指导管理等。

（2）行业自律管理

1) 中国文教体育用品协会是经民政部批准的国家一级协会，隶属于中国轻工工业联合会，是由全国文体行业生产和经营企业组成的全国性行业组织。纸品本册专业委员会是中国文教体育用品协会的分支，承担了纸质文具业的行业协调、产业引导和综合服务等功能。公司是中国文教体育用品协会的常务理事单位。

2) 手工艺品爱好者协会由一批经验丰富、富有激情和创造力的手工艺品供应商和零售商组成的美国手工艺品行业协会,协会致力于全世界范围内推进人类生活的创意表达活动。公司为该协会的会员单位。

3) 宁波文具行业协会是由宁波市文具相关的企业、团体和人士自愿组成的非营利性社会团体法人,是亚太文具协会联盟发起人之一。协会致力于整合宁波市文具产业资源,加强行业内部自律;在政府职能部门的指导下,协助政府从事行业管理;促进宁波文具产业同世界各国和地区的贸易合作。公司是宁波文具行业协会的副会长单位。

2、行业主要法律法规和政策

(1) 主要法律法规

尽管公司所属行业为文教、工美、体育和娱乐用品制造业,但其主要产品的制造需经过印刷工序,因此接受印刷业监管。国家新闻出版广电总局主管全国印刷业的监督管理工作。我国对印刷业实行特种行业管理,依据的法律有《印刷业管理条例》、《印刷品承印管理规定》和《印刷业经营者资格条件暂行规定》等。

公司早教类产品的生产中涉及儿童绘本、儿童浮水本的复制和印刷,除遵守印刷业相关法律法规外,仍需遵守《出版管理条例》的相关规定。

公司早教类产品中部分为纸质玩具,其生产和出口需遵守《出口玩具质量许可(注册登记)实施细则(试行)》和《出口玩具生产企业质量许可(注册登记)审核要求(试行)》的相关规定。

(2) 主要产业政策

政策名称	政策相关内容	发布时间
------	--------	------

<p>《文化部“十三五”时期文化发展改革规划》</p>	<p>落实国家战略性新兴产业发展的部署，加快发展以文化创意为核心，依托数字技术进行创作、生产、传播和服务的数字文化产业，培育形成文化产业发展新亮点。推进文化创意和设计服务与实体经济深度融合，催生新技术、新工艺、新产品，满足新需求。推进文化创意和设计服务与实体经济深度融合，催生新技术、新工艺、新产品，满足新需求。推进文化产业与制造、建筑、设计、信息、旅游、农业、体育、健康等相关产业融合发展，增加文化含量和产业附加值，把文化资源转化为产业优势和市场优势。</p>	<p>2017年2月</p>
<p>《工业和信息化部关于促进文教体育用品行业升级发展的指导意见》</p>	<p>促进文教办公用品行业和文化创意服务融合发展,提高产品文化内涵和附加值,加快设计精美、制作精良的商务办公用品生产</p>	<p>2016年12月</p>
<p>《轻工业发展规划（2016—2020年）》</p>	<p>支持鞋类、箱包、五金制品、文教体育用品、玩具、制笔、婴幼儿配方乳粉、饮料等行业企业从贴牌生产向自主设计、自创品牌发展，支持品牌企业参加国内外大型展览展示活动”； “推动工艺美术产品向特色型、创意型、个性化和精品化方向发展”； “推动文教体育用品工业向绿色、健康、新颖、实用方向发展。重点发展方便快捷办公用品、绿色健康文具用品、多功能智能化运动休闲健身器材，引导和创造消费需求”； “推动礼仪休闲用品工业向新颖、时尚方向发展。重点发展文化内涵丰富、品质优良、满足个性化需求的高附加值礼仪休闲用品”</p>	<p>2016年8月</p>
<p>《中华人民共和国国民经济和社会发展第十三个五年规划纲要》</p>	<p>“鼓励文化企业对外投资合作，推进文化产品和服务出口，努力开拓国际文化市场”</p>	<p>2016年3月</p>
<p>《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十三个五年规划的建议》</p>	<p>“文化产业成为国民经济支柱性产业”</p>	<p>2015年11月</p>
<p>《中国制造2025》</p>	<p>“鼓励代工企业建立研究设计中心，向代设计和出口自主品牌产品转变”</p>	<p>2015年5月</p>
<p>《文化产业振兴规划》</p>	<p>“着力培育一批有竞争力、拥有自主知识产权、产品质量水平高的骨干文化企业”</p>	<p>2014年11月</p>

《关于加快发展对外文化贸易的意见》	“支持文化企业拓展文化出口平台和渠道、支持文化和科技融合发展；对国家重点鼓励的文化产品出口实行增值税零税率；享受海关便捷通关措施、减少对文化出口的行政审批事项、加强相关知识产权保护”	2014年3月
《国务院关于推进文化创意和设计服务与相关产业融合发展的若干意见》（国发〔2014〕10号）	“推动文化体育用品等消费品工业向创新创造转变，增加消费品的文化内涵和附加值”	2014年2月
《轻工业调整和振兴规划》	“促进国内消费，增加多样化供给，提高文化用品等产业集中度等”	2012年2月
《中共中央关于深化文化体制改革、推动社会主义文化大发展大繁荣若干重大问题的决定》	“加快发展文化产业，推动文化产业成为国民经济支柱性产业”	2011年10月
《宁波文化产业发展三年行动计划》	“宁波将重点发展高端文化用品制造业、文化创意与设计服务业、文化演艺与影视制作业、文化休闲旅游业、现代工艺美术业、现代传媒、文化信息传输服务业、文化会展业等八大文化产业”	2015年5月

（三）行业发展情况

1、工艺品行业

（1）工艺品的界定和发展起源

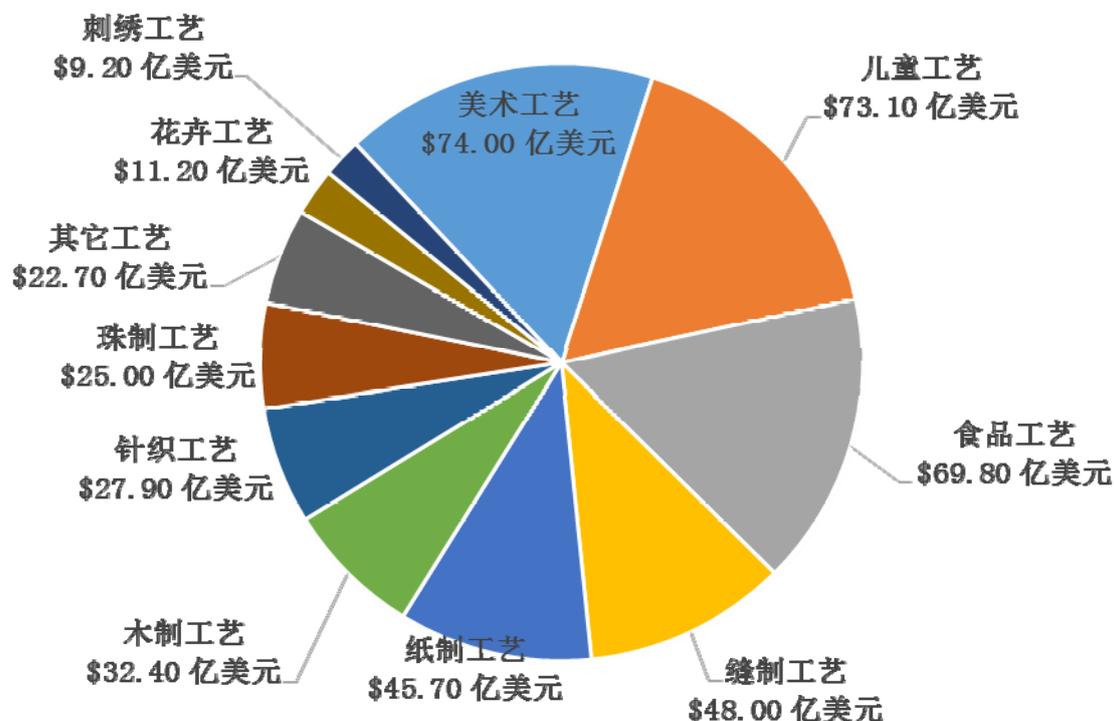
工艺品（Crafts）是一种依靠一定制作工艺和特种材料相结合的产品，如今工艺品在世界各个国家都发展成为一类主要的商品品类，产品趋于多样化。根据CHA的分类，工艺类产品可以分为美术工艺（Painting&Drawing）、儿童工艺（Kids Crafts）、食品工艺（Edible Arts）、缝制工艺（Sewing&Fabric）、纸制工艺（Paper Crafts）、木制工艺（Wood Crafts&Home Decor）、针织工艺（Knitting&Crocheting）、珠制工艺（Beads&Jewelry）、其它工艺（others）、花卉工艺（Floral Crafting）、刺绣工艺（Needle Arts）等11大类。

（2）工艺品市场概况

1) 市场容量

美国是公司最大的出口市场，也是全球最大的工艺品消费市场。根据

CHA2017年发布的《2016 Creative Products Size of the Industry Study》，美国2015年从事工艺品活动的参与者超过6,209万人，全美零售端的工艺品销售额累计约为438.93亿美元，各类工艺品市场份额分布参见下图：



数据来源：CHA

亚洲为全球最大的工艺品的生产基地，分布有大量从事陶器、陶瓷、粘土块、绘画、雕塑、金属工艺品、古董家具、古董珠宝、宝石和石头、纺织品、纸工艺等加工制造的手工作坊和工厂，年产值超过1,000亿美元。

工艺品的销售渠道包括工艺品商店、连锁超市、销售代理、网络购买及直接从制造商采购等。其中工艺品商店是最流行工艺品购买场所，占据约1/3的市场份额，其次是大众连锁超市和销售代理，约各占20%的市场份额。

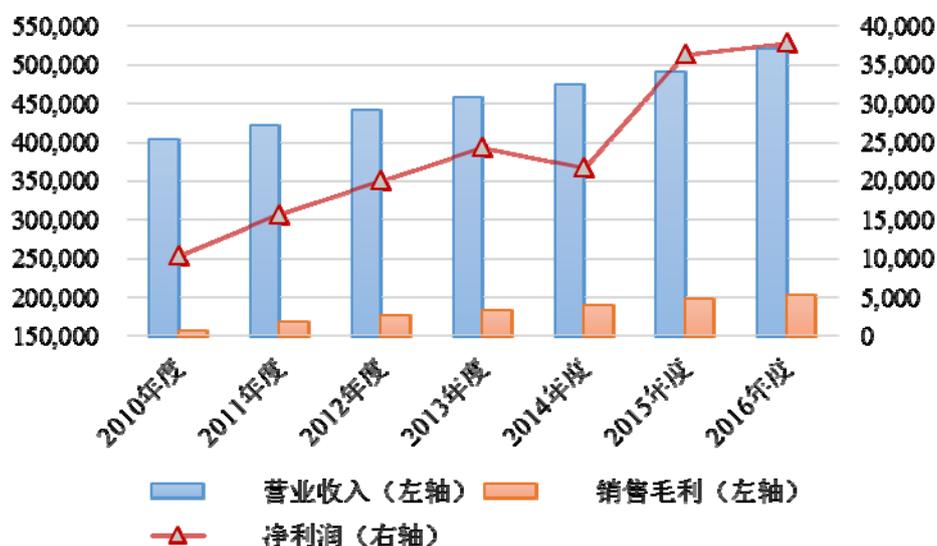
2) 发展趋势

近年来工艺品行业发展呈现良好的态势。根据CHA发布的《2016 Creative Products Size of the Industry Study》，2015年美国人口3.21亿，家庭数1.17亿，其中约四分之一的人口属于手工艺品消费者，超过63%的家庭属于手工艺品的消费家庭。美国大型工艺品商店销售额近年来保持稳定增长趋势。Michaels作为北

美最大的工艺品零售商，其经营状况能一定程度反映工艺品行业的发展概况。

2010年至2016年 Michaels 的销售增长情况如下：

单位：万美元



数据来源：Michaels 发布的上市公司年报。

(3) 剪贴册行业发展情况

剪贴册作为纸质工艺品行业的重要细分领域，其发展情况如下：

1) 概况

剪贴册的雏形最早可以追溯到 15 世纪英国盛行的一种摘录簿，摘录的内容包括食谱、价目表、信件、诗歌等。1826 年现代摄影的出现使得人们开始将照片纳入剪贴册，同时对剪报、小件的纪念品、信件的整合使得剪贴册的内容更加丰富多样。剪贴活动发展至今已成为一个庞大的产业，其中包含大量专门致力于剪贴册用品制造与销售的企业。剪贴活动运用剪刀、黏胶、彩带等饰品和工具，对相片、手绘、贴纸、邮票、门票、信件、明信片等记忆载体进行修饰、整合和保存。剪贴册就像一个封装思想情感的视觉日记，让记忆栩栩如生。世界各地分布了大量的手工活动爱好者，构成剪贴册的主要消费群体。她们经常聚在一起或通过网络彼此交流创作技巧、分享创意设计。

剪贴册消费者大致可以分为三类，如下表所示：

类别	兴趣	年龄	职业/拥有时间
----	----	----	---------

家庭纪念品创作者	仅对创造家庭纪念品感兴趣,对手工艺方面不是很感兴趣	主要由44岁以下的母亲组成	以兼职为主,时间充裕
剪贴册制作及手工艺爱好者	热衷于制作剪贴册的手工艺活,愿意分享她们的创作。	主要由年轻的母亲们组成	以兼职为主,包含部分全职个体
偶然的剪贴册使用者	被剪贴册的内容、形式和意义吸引,喜欢使用方便快捷的方式来创造剪贴册	-	大多数为全职

剪贴册爱好者主要为女性和富于创意的摄影爱好者,平均年龄约为40岁。不参加工作或者兼职的年轻母亲们(44岁以下)是现在剪贴册最活跃的参与者。她们通过“剪贴”活动创造家庭纪念品、手工制作礼物并通过网络、书籍等渠道分享手工艺经验。剪贴册爱好者高度重视图片质量,与普通大众相比,她们通常拥有较高配置的数码相机,并拥有自己的博客、网络相册和网站。

剪贴活动成为人们的一种爱好,越来越多的家庭和个人参与其中。各种“剪贴展览”、“剪贴杂志”、“剪贴派对”、“剪贴网站”迅速兴起,更加促进和培育了剪贴活动的发展。战后出生一代及新时代消费者对家庭观念日益重视,搜集生活片段并进行记录的潮流逐渐在世界各国盛行。剪贴册和各种剪贴组件的生产商推出各种富有设计感的剪贴册、丰富多样的剪贴材料以及方便易用的剪贴配件,为消费者节省时间并带来剪贴的乐趣。

2) 市场容量及未来增长

自剪贴活动商业化以来,剪贴册行业规模稳定增长。根据GIA统计及预测,2013年全球剪贴册行业收入规模约为17.27亿美元,2010年至2015年平均年化增长率为3.87%。

单位:百万美元

国家及地区	2010	2011	2012	2013	2014	2015	增长率
美国	312.17	317.07	320.02	313.88	352.69	363.09	3.07%
日本	259.02	254.80	261.11	269.73	278.18	301.85	3.11%
欧洲	483.17	510.46	508.56	504.12	521.75	550.35	2.64%
亚太地区 ^注	207.92	222.18	239.50	255.24	270.70	291.74	7.01%
中东/非洲	125.75	132.78	141.15	151.18	162.95	176.71	7.04%
拉美	160.75	169.91	177.53	184.29	194.04	207.23	5.21%

世界	1,585.90	1,646.20	1,691.70	1,727.20	1,808.00	1,917.00	3.87%
----	----------	----------	----------	----------	----------	----------	-------

数据来源：《Stationery Products&A Global Strategic Business Report》；GIA；2015 年 5 月

注：亚太地区包括澳大利亚、中国、香港、印度、印度尼西亚、韩国、马来西亚、新西兰、菲律宾、新加坡、台湾和泰国。

2、文具行业

（1）文具行业发展情况

1) 概况

文具是具有悠久历史的文化类日用消费品，直接服务于学习、办公及家居生活，对提高全民族素质起着十分重要的作用。随着文化理念的不断演绎更新，文具由传统的教学用具逐渐衍生至办公用品。办公文具在不断丰富发展中逐渐形成了更细分的专业办公文具和家庭办公时尚文具市场。

2) 市场规模及其增长情况

根据 GIA 统计，全球文具市场规模保持稳定，由 2007 年的 1,641.91 亿美元上升至 2013 年的 1,752.43 亿美元，年均增幅为 1.09%。

单位：亿美元

产品	2007 年	2008 年	2009 年	2010 年	2011 年	2012 年	2013 年	年均增幅
打印耗材	813.5	838.1	810.7	826	840.5	842.1	854.4	0.82%
纸质文具	401.1	411.9	401.2	412.6	424.4	432.0	435.1	1.37%
邮品包装	131.9	133.4	129.4	131.2	133.0	134.1	133.9	0.25%
书写文具	109.9	113.7	114.3	117.6	120.9	123.5	125.2	2.20%
其他文具	185.5	191.1	186.4	192.0	197.9	202.0	204.0	1.60%
合计	1,641.9	1,688.2	1,642.0	1,679.3	1,716.7	1,733.7	1,752.4	1.09%

数据来源：《Stationery Products&A Global Strategic Business Report》；GIA；2015 年 5 月

根据 GIA 预测，2014 年至 2020 年全球文具市场规模将保持年均 3.9% 的增幅，并于 2017 年超过 2,000 亿美元。其中纸质文具占比逐年上升。

3) 全球文具行业增长的重要驱动力

社会受教育程度的提升和经济的回暖将促进文具行业保持增长。

①世界各国受教育程度显著提升

最近二十年，世界各国尤其是发展中国家的文化水平取得了长足进步。根据 GIA 统计，过去二十年间，全球学前教育入学率由 33% 上升至 50% 以上，同期中学入学率由 72% 上升至 82%。世界各国成人识字率变化趋势如下表所示：

国家/地区	1985-1994	2005-2011	2015 注
世界	76%	84%	86%
发展中国家	67%	80%	83%

数据来源：《Stationery Products&A Global Strategic Business Report》；GIA；2015 年 5 月

注：2015 年为预计值；成人指 15 岁以上。

人口数量的增长以及文化教育水平的提高共同推动教育行业的发展，从而构成文具市场增长的重要驱动力。

②全球经济回暖，发达国家复苏势头强劲

在经历了 2008 年的国际金融危机后，全球经济正在步入曲折性与脆弱性共存的复苏轨道。国际货币基金组织（IMF）于 2017 年 1 月发布的《世界经济展望》中指出，“2016 年的全球增长率目前估计为 3.1%，与 2016 年 10 月的预测一致”。“2017-2018 年发达经济体以及新兴和发展中经济体的经济活动预计都将加快，这两年的全球增长率预计将分别达到 3.4% 和 3.6%。”

“发达经济体中，美国的经济活动在经历了 2016 年上半年的疲软之后强力反弹，经济已经接近充分就业，其他一些发达经济体（特别是在欧元区）的产出仍低于潜在水平。新兴市场和发展中经济体的情况依然存在显著差异”。

经济环境的回暖以及企业数量的增长使得办公活动日益活跃，人均收入提升带来的收入效应使得人们更加重视闲暇的价值，从而构成时尚文具市场增长的重要驱动力。

（2）纸质文具行业发展情况

纸质文具业包括各类笔记本、练习簿、日记本、账册、便利贴、便笺、名片册、书写垫及其它纸质文具。2007 至 2013 年间全球纸质文具市场需求处于稳定

增长状态。根据 GIA 统计，全球纸质文具市场规模由 2007 年的 401.06 亿美元上升至 2013 年的 435.05 亿美元，年均增幅为 1.37%。作为文具行业的第二大组成部分，纸质文具在文具市场的占比不断提升，由 2007 年的 24.43% 上升至 2013 年 24.83%。

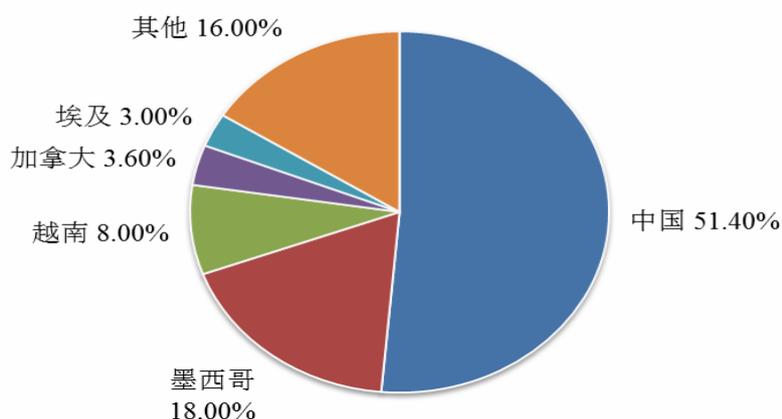
1) 美国纸质文具市场

根据 GIA 统计，美国纸质文具市场规模 2014 年约为 84 亿美元，预计 2020 年达到约 112.5 亿美元，年均增幅为 5%。

由于全球经济不景气，2008 年以来美国纸质文具市场增速有所放缓，但随着一系列刺激政策的实施，美国经济有望得到复苏，纸质文具市场也相应获得进一步发展。与日俱增的自由职业者和家庭办公趋势的流行，共同促进了美国纸质文具行业规模的扩大。

美国的纸质文化用品部分依赖进口。GIA 数据显示中国是美国相册、笔记本、信笺、帐册等纸质文化用品的主要进口国。2014 年中国出口美国的相册、笔记本、信纸、帐册等纸质文化用品占美国同类产品进口总额的 51.4%。

美国相册、笔记本、信笺、账册、书套及类似纸制品进口额国别分布



数据来源：《Stationery Products&A Global Strategic Business Report》；GIA；2015 年 5 月

2) 欧洲纸质文具市场未来需求分析

欧洲是全球最大的纸质文具市场。根据 GIA 预测，欧洲纸质文具市场规模

2014 年约为 144.6 亿美元，预计 2020 年达到约 184.2 亿美元，年均增幅为 4.1%。2014 年德国以 24.3% 的占比成为欧洲最大的纸质文具市场。根据 GIA 预测，德国纸质文具市场规模 2014 年约为 35.1 亿美元，预计 2020 年达到约 44.4 亿美元，年均增幅为 4.0%。

3) 其他主要纸质文具新兴市场未来需求分析

全球纸质文具新兴市场为亚太和拉丁美洲等地区，主要包括巴西、墨西哥、中国、日本等国。随着区域经济的发展和居民收入水平的提高，该类地区的纸质文具行业也进入了快速发展期。根据 GIA 数据统计，拉丁美洲纸质文具的销售额从 2007 年的 39.7 亿美元增长至 2014 年的 50.2 亿美元；亚太地区纸质文具的销售额从 2007 年的 45.4 亿美元增长至 2014 年的 61.5 亿美元，均实现较快增长。

(3) 时尚文具行业的发展情况

时尚文具类产品主要应用于家庭办公领域，其创意化、个性化、时尚化特征赋予办公文具以流行元素和文化内涵。

1) 家庭办公趋势

随着全球经济的日渐复苏，社会文化水平的日渐提升，人们开始追求自由、轻松的工作环境，家庭办公应运而生。科学技术的进步和发展使得影像和数据的传输变得经济、便捷，家庭办公现实可行。企业裁员及对管理人员的精简进一步推动了家庭办公的发展。尽管兴起于美国，但最近几年在一些国家和地区，尤其是发达经济体内，家庭办公的队伍正在快速壮大。

家庭办公不仅可以享受自由而舒适的工作环境，还能保证工作质量。Mashable 网站发布的信息图清晰的展示了与家庭办公相关的一些数据。1980 年 2.3% 的员工主要在家里办公；2010 年这个比例已经变成了 4.3%，33% 的公司允许部分员工在家里完成日常工作，10% 的美国人每周至少远程办公一次。

2) 时尚文具行业的发展情况

时尚文具类产品主要应用于家庭办公领域，目前主要为家庭办公文具，家庭办公文具市场随着家庭办公的推广而兴起。在功能化需求基本满足的基础上，家

庭办公文具消费逐渐呈现时尚化、个性化、环保化与礼品化。全球家庭办公文具市场正处于消费升级的新阶段，发展前景十分广阔，并呈现以下特点：

①女性消费仍占主导

女性依然是家庭办公文具的消费主体。女性热衷于家庭办公，是家庭办公的最大组成群体。女性在家庭办公的同时可以顾及家庭生活。随着妇女回归家庭、女性家庭工作室的增加，家庭办公的影响力将更深远。折扣店和超市为女性选购家庭办公文具提供了便捷。大部分家庭办公文具，例如书写本册、个人文档和各色、各型纸张等都可以在折扣店和超市找到。家庭办公文具的生产厂商也开始从色彩和外型上调整他们的产品以迎合女性消费者。

②SOHO一族成为家庭办公市场的新兴消费者

SOHO族自由、浪漫的工作方式吸引了越来越多的中青年加入这个行列。近年来，随着互联网在各个领域的广泛运用及电脑、传真机、打印机等办公设备在家庭中的普及，SOHO成为越来越多的人可以尝试的一种工作方式。SOHO族与上班族最大的不同是工作与生活不再明显的分割，办公与居家合二为一。办公自动化、互联网的普及以及分工细化的趋势导致为数众多的SOHO族出现，成为家庭办公文具市场新兴消费者的重要增长源。

③网络购买逐渐成为市场新兴渠道

随着互联网的普及，网络购物逐渐融入生活，越来越多的人开始接受这一方便快捷的购物方式。网购的流行使得家庭办公族足不出户就可以采购自己心仪的家庭办公文具。经济便捷的网络消费方式成为推广家庭办公文具的有力渠道。纸质文具因其功能简单，图案、规格易于展示，消费者在选购时更倾向于采用网络购买的形式。

④产品设计强调个性化

专业办公文具主要强调其使用功能，产品设计缺乏变化，而随着消费理念的逐渐升级，更具个人情感的家庭办公文具已经成为时尚及个性传达的重要载体。在满足文具功能化基础上，创意化、个性化、时尚化赋予传统办公文具以流行元

素和文化内涵，符合时下家庭办公者追求时尚、个性的消费潮流。设计独特的家庭办公文具给紧张的工作带来活泼生动的气氛。

⑤环保意识日益凸显

随着环保意识的增强，家庭办公者更青睐于绿色环保低碳的家庭办公文具。纸质文化用品因其可回收、可利用、加工能耗低和易分解等优良特性，符合天然绿色的环保理念。全球的生产商和设计者都在寻求利用绿色环保原料制造工具，以求吸引更广泛的消费者。

⑥与礼品市场紧密联系

在产品逐渐趋同的今天，家庭办公文具具有了更创新的设计，更人性化的功能，更富时尚感的外观。越来越多的家庭文具用外形优雅、做工精良、形神兼备，与礼品市场紧密相连。家庭办公文具套装作为实用性强、文化内涵丰富的礼品形式，能够同时满足人们的家庭办公和社交需求。

3、贺卡行业

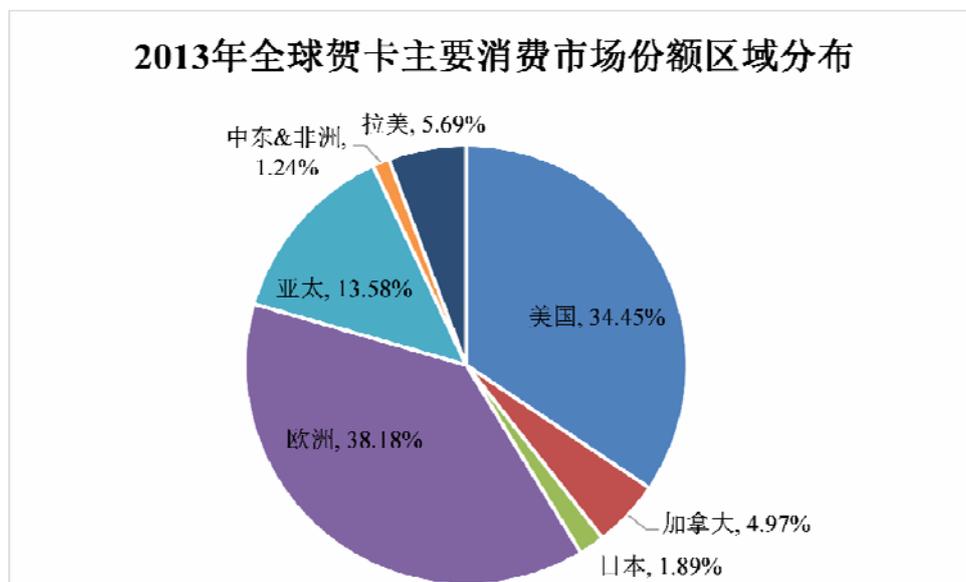
公司生产的纸质礼品类产品主要为各类节日贺卡和日常贺卡，贺卡行业的基本情况如下：

(1) 贺卡行业概况

纸质贺卡作为世界上历史悠久的祝福承载形式，是社交情感类产品的重要组成部分。贺卡的最初出现只是用于节日祝福，但发展至今，贺卡种类和形式愈加丰富多彩，逐渐形成了多元化的贺卡文化。收发贺卡已成为人们传递情感诉求，维系社交关系的一种日常习俗。除了传统的圣诞节贺卡、万圣节贺卡和复活节贺卡等节日卡外，贺卡还被应用于多种场合，满足人们生活的各类情感需求，例如感谢卡、道歉卡、邀请卡、毕业卡、生日卡、孩子出生的庆祝卡、结婚前的庆贺卡等，不断发展壮大的贺卡种类基本上使每位消费者都能够找到最能表达自己心情的贺卡。

全球贺卡消费市场主要集中在欧美等发达国家和地区。以 2013 年为例，美国贺卡消费市场占全球市场总额的 34.45%，欧洲地区贺卡消费市场占全球市场

总额的 38.18%，具体情况如下：



数据来源：《Greeting Cards&A Global Strategic Business Report》；GIA；2015 年 4 月

寄送贺卡已成为欧美发达国家日常生活中的必要组成部分。婚丧嫁娶、门户添丁、病后康复、学业有成等具有重要意义的事件，甚至个人的喜怒哀乐都可能成为贺卡上的内容。遇上节假日，人们将寄送贺卡相互庆贺看成是联系情感的绝佳方式。美国人口超过 3 亿，一年中法定的节假日就有近 30 个之多，庞大的人口基数和固定的节日都为贺卡市场的兴旺提供基础保障。近年来全球经济市场波动较大，但贺卡行业市场表现仍然相当平稳。

(2) 贺卡市场的容量及未来增长

欧美等发达经济体的贺卡市场较为成熟，其消费需求占据了全球贺卡行业大部分市场份额。根据 GIA 统计，2013 年全球贺卡市场规模约为 214.93 亿美元，其中欧洲和美国为全球的最大贺卡需求市场，其市场规模分别占全球市场的 38.18% 和 34.45%。根据 GIA 统计，全球贺卡市场规模基本保持稳定，由 2007 年的 203.41 亿美元上升至 2013 年的 214.93 亿美元，年均增幅为 0.92%，区域分布如下表所示：

单位：亿美元

区域	2007 年	2008 年	2009 年	2010 年	2011 年	2012 年	2013 年	年均增幅
美国	74.35	75.66	73.22	73.89	74.26	74.35	74.04	-0.07%
加拿大	10.06	10.30	10.29	10.35	10.47	10.58	10.69	1.01%

欧洲	79.28	81.30	79.27	80.67	82.01	82.13	82.05	0.58%
亚太	27.52	28.56	29.25	30.22	31.23	32.24	33.26	3.21%
中东&非洲	2.20	2.28	2.35	2.42	2.51	2.59	2.67	3.28%
拉美	10.01	10.41	10.66	11.03	11.44	11.83	12.22	3.38%
合计	203.41	208.52	205.04	208.60	211.91	213.72	214.93	0.92%

数据来源：《Greeting Cards&A Global Strategic Business Report》；GIA；2015年4月

GIA 分析预测，受社交媒介电子化的冲击，全球贺卡市场规模 2014 年起缓慢下降，至 2020 年下降至 210.4 亿美元，年均增幅为-0.42%。

(3) 全球贺卡市场发展趋势

随着全球经济的快速发展，人与人之间维系情感的需求愈发迫切，而手写贺卡在人们日常生活情感沟通中发挥着举足轻重的作用。

1) 手工贺卡的兴起

贺卡市场上最重要的变化趋势将是手工制作代替部分机器制造。大部分消费者偏爱带羽毛、闪片的手工制作的贺卡。随着手工制作贺卡的市场规模不断扩大，绳线、金属、绒毛、纽扣和珠子等材料不断被贺卡制造厂商添加进贺卡制作过程。为了使贺卡更具 3D 效果，贺卡制造厂商往往在贺卡表面手工黏贴额外的物件。由于手工制作的贺卡能够更好地传递彼此的亲情和友谊，使得手工精神得到复兴，越来越多的消费者热衷于亲手制作贺卡。

2) 绿色贺卡的兴旺

随着环保意识的不断增强，消费者逐渐关心贺卡市场中的环保问题。贺卡不仅要具有时尚流行性，还要符合环保要求。环保呼声的高涨使得贺卡生产厂商意识到绿色生产的重要性。贺卡生产厂商不断研究新材料、新技术来替代传统工艺，以期待达到消费者心目中对绿色环保的要求。日益增长的环保意识促使了贺卡原材料向着非木材的、可回收的新型材料发展，例如再生纸贺卡、无纺布贺卡需求的增长正是环保意识增强的结果。通过使用环保材料，贺卡生产厂商同时期望打造绿色环保形象，吸引更多消费者。

3) 特种贺卡的流行

近年来，贺卡生产厂商设计多种特种贺卡，例如音乐卡、盲人卡、弱视卡、同情卡等，以求打开新的消费市场，抢占新的消费群体，如赫曼公司每年销售 5 万张盲人卡和 2 百万张针对弱视群体的巨幅彩印贺卡；自 911 事件以来，同情卡的需求持续上升。针对特殊人群，针对性的设计贺卡，贺卡生产厂商正为满足特殊的消费需求而努力。

（四）行业竞争格局及市场化程度

1、全球纸质时尚文教、休闲文化用品行业的竞争概况

纸质时尚文教、休闲文化用品行业具有典型的“小产品、大市场”的特点，整体而言市场非常分散，没有企业能够占据行业绝大部分市场份额，基本属于充分竞争的市场。行业竞争要素包括设计、价格、品牌、渠道等。设计含量的不同会导致产品间的价格差异非常大。

全球经济一体化导致全球纸质时尚文教、休闲文化用品的行业竞争格局发生较大变化。由于全球纸质时尚文教、休闲文化用品的生产重心已逐步由发达国家向发展中国家转移，各国的竞争格局存在较大的差异。其中，欧美等发达国家市场的竞争主要体现在品牌商和零售商之间，包括当地生产企业在内的时尚文教、休闲文化用品厂商都将产品的采购转向发展中国家，而当地生产企业的生产规模不断缩小，并将主要精力投入在提升产品档次、产品创新以及品牌建设方面；发展中国家纸质时尚文教、休闲文化用品市场的竞争，则更多的体现在生产企业之间，即依靠成本优势和产品质量获得海外订单，其竞争主要体现在生产规模、产品质量和价格等方面，近年来则出现了提供设计服务的强劲势头。发达国家和发展中国家的纸质时尚文教、休闲文化用品企业之间，在国际纸质时尚文教、休闲文化用品市场的开发中，则体现为更多的资本与技术方面的合作。

近年来，零售商凭借渠道优势缩短供应链从而获取成本优势，在与品牌商的竞争中逐渐占据有利地位。随着零售商自有品牌市场的发展，设计能力突出的生产厂商逐渐受到零售商的重视，未来业务增长空间较大。

2、全球纸质时尚文教、休闲文化用品行业竞争格局

(1) 纸质工艺品行业

美国是全球最大的工艺品消费国，其纸质工艺品市场的竞争者包括生产商、品牌商以及零售商，其中品牌商和零售商占据主导地位。主要的品牌商有 Wilton、American Crafts、Me&My Big Ideas,Inc、DCWV 等，这些品牌商一般都有自己的设计和品牌。主要的零售商有 Michaels、Hobby Lobby、Jo-Ann Fabric and Craft Stores、Target、Wal-Mart 等。美国的纸质工艺品大型生产商已经很少，主要是一些小型的印刷厂，具有一定规模的生产厂商包括 Crayola, LLC(Hallmark Cards, Inc), Neenah Paper,Inc。由于人工成本较高，而纸质工艺品又要求较多的人工投入，因此绝大部分美国生产厂商提供的产品大多局限在简单基础的纯印刷品。

欧洲的纸质工艺品市场呈现稳中缓升的发展趋势，英国市场作为先驱相对活跃，主要品牌商有 Design Objectives LTD、Avec UK 等；主要零售商有 Hobbycrafts, Winko 等。

(2) 纸质时尚文具行业

时尚文具的主要消费市场为欧美等西方发达国家和地区，但近年来亚洲、拉美、澳洲等地的消费需求增长迅速，市场潜力较大。除保留品牌和研发外，时尚文具的生产制造逐步向劳动力成本较低、配套设施较好的发展中国家转移。国外知名时尚文具企业在渠道、研发及品牌方面具有优势，其产品主要定位在高端市场，售价较高。

美国的主要纸质时尚文具品牌商包括 Punch Studio、Graphique De France、Gartner Studio、Vera Bradley 等；主要的零售商有 Target、Wal-Mart、品牌折扣店 TJmaxx、礼品书店 Barns & Noble 等。公司的纸质时尚文具定位于中高端精美设计的文具，其中的部分品类会有来自美国本土生产商的竞争，该类竞争者包含：ACCO Brand Corporation、Crane Co 等。

欧洲的纸品文具市场偏向于传统的办公文具，设计经典而基础。Herlitz Group 是德国一家经营纸制品及文具产品的大型企业。英国中高端文具商包括 Magi Design、ACCO UK 等。欧洲主要零售商是 LIDL、ALDI、乐购等。

(3) 贺卡行业

贺卡的主要消费市场为欧美等西方发达国家和地区，美国的 Hallmark 和 American Greetings 作为全球最大的两家卡片制造厂商，占据了美国绝大部分的贺卡销售市场份额。2011 年的美国贺卡销售市场份额中，Hallmark 和 American Greetings 两家零售巨头占据了 84.71%。近年来随着贺卡行业的生产制造逐渐向劳动力成本较低、配套设施较好的发展中国家转移，中国、墨西哥以及东南亚的一些贺卡制造企业逐渐成为 Hallmark 和 American Greeting 的供应商，但行业集中度较低，规模以上的大中型企业较少，部分企业只是在主营其他业务的基础上兼营贺卡。

（五）行业特有的经营模式及盈利模式

目前，我国时尚文教、休闲文化用品出口制造企业主要有三种经营模式：OEM、ODM 和 OBM。

1、OEM

OEM 即代工生产、贴牌生产，品牌制造商不直接生产产品，而是利用其掌握的核心技术设计和开发新产品，控制销售渠道。产品加工则通过合同订购的方式委托同类产品的其他厂家生产，之后将所订产品以较低成本价买断，并贴上品牌制造商的商标进行销售。随着经济竞争日益向全球范围内展开，零售商、品牌商与生产企业的合作日益紧密，OEM 生产商越来越多的参与到客户的设计过程中，OEM 与 ODM 的界限逐渐模糊。

2、ODM

ODM 指采购方委托制造方，由制造方从设计到生产一手包办，而采购方负责销售，采购方通常会授权制造方生产贴有该品牌的产品。OEM 与 ODM 相结合是目前国内时尚文教、休闲文化用品出口企业最普遍的经营模式。

3、OBM

OBM 即自有品牌生产，指生产商建立自有品牌，自主进行设计、采购、生产，以自有品牌开拓市场。OBM 模式下，企业根据市场需求自主开发新产品，获得品牌附加值效应，盈利能力较强，但目前国内采取 OBM 模式的时尚文教、

休闲文化用品出口企业非常少。

（六）发行人与上下游行业之间的关系

纸质时尚文教、休闲文化用品制造业的上游行业主要为造纸业，造纸业的供需状况及价格走势对纸质时尚文教、休闲文化用品的生产成本产生一定的影响。在我国，造纸业作为国家重要的基础原材料的战略性产业经过多年发展，已经成为仅次于美国和日本的世界第三大纸张生产国，行业内先进企业具有了较高的技术水平，能够依照客户的要求为纸质文具行业提供充足的原纸供应。

公司的主要产品通过零售商和品牌商向最终消费者销售，公司下游行业为工艺品商店、连锁超市等终端零售行业。

（七）行业的周期性、区域性、季节性特征

1、周期性

纸质时尚文教、休闲文化用品行业为非周期性行业。一般而言，纸质时尚文教、休闲文化用品的生产和销售受到居民可支配收入的影响，但并不与经济周期呈现高相关。

2、区域性

一般而言，纸质时尚文教、休闲文化用品行业不具有明显的区域性特征，但欧美等发达国家因文化程度高，对纸质时尚文教、休闲文化用品需求较大。

3、季节性

社交情感类纸质休闲文化用品需求具有一定季节性特征。一般而言，各国主要法定假期、传统节日是社交情感类纸质休闲文化用品销售的旺季。对于以出口为主的社交情感类纸质休闲文化用品供应商，西方节日是重要影响因素之一，节前产品需求最为旺盛。考虑到西方主要节日在全年的分布以及生产运输所需时间，社交情感类纸质休闲文化用品的生产旺季是每年的二、三季度。

三、发行人所处行业竞争情况

(一) 发行人的市场占有率

1、中国文教办公用品的出口情况

中国文教体育用品的生产和销售在国际上占较高比重。海关数据显示，2015年我国文教体育用品出口 315.55 亿美元，同比增长 1.61%。其中文教办公用品出口 122.26 亿美元，同比增长 9.06%，行业整体出口趋势看好。中国现已经成为欧美最大的文具进口国，并已经成为欧洲进口增长最快的国家。

发行人作为外向型的纸质时尚文教、休闲文化用品供应商，报告期内产品外销率超过 96%，其中来自北美地区的销售收入占比超过 80%。2015 年，美国、欧盟、东盟、日本和香港仍为我国文教办公用品出口五大贸易伙伴，中国对美国出口额 25.21 亿美元，较 2014 年增长 8.97%。2015 年发行人来源于美国的收入为 3.76 亿元，约占中国文教办公用品对美国出口额的 2.39%。

2、公司产品在中国出口领域的市场份额

发行人部分产品在其对应出口领域占据一定市场份额。根据全国海关信息中心 2017 年上半年的出口货物明细数据计算，发行人各细分产品领域出口市场份额如下表所示：

税号	税号对应商品名称	市场集中度	市场份额	公司排名
48201000	帐本、笔记本、收据本、日记本及类似品	竞争型	2.39%	1
49119990	其他印刷品	竞争型	4.49%	2
49090090	印有个人问候、祝贺、通告的卡片	寡占型	1.38%	16
48203000	纸或纸板制的活动封面、文件夹及卷宗皮	竞争型	3.42%	3
49100000	印刷的各种日历，包括日历芯	寡占型	6.64%	2
49119100	印刷的图片、设计图样及照片	寡占型	1.53%	9
48172000	纸或纸板制封缄信片、素色明信片及通信卡片	寡占型	23.14%	1

注：按公司出口额从高到低排序。各税号排名前八出口企业的累计出口额占比低于 40% 的市场为竞争型，超过或等于 40% 的市场为寡占型。

上表所列各税号下公司对应产品出口额合计 3,016.86 万美元，按 2017 年各月美元兑人民币月平均汇率的算术平均值 6.8709 折算，占公司 2016 年主营业务收入的比例为 64.51%。在 48201000、48172000、49100000、49119990、48203000 税号下，公司分别为第一、第一、第二、第二、第三大出口商。

我国纸质文化用品出口行业集中度不高，企业数量众多。企业形成规模化生产所需的高档印刷设备，以及后道加工中所需的大量人力，对企业的资本投入和人力资源管理提出较高要求，因此具备规模化生产能力的出口企业数量较少。根据工业企业科技活动统计年鉴记载，2011 年我国规模以上文教体育用品制造业企业数为 2,991 家，其中大型企业数仅为 59 家。

（二）发行人主要竞争对手情况

序号	企业名称	成立时间	企业介绍
1	鹤山雅图仕印刷有限公司	1991 年	港商独资企业。目前主要产品包括精装书、儿童益智书、立体书、文具用品、贺卡、包装用品、礼盒、纸袋、游戏套装等。目前公司的产品百分之百出口，销往欧、美、澳及亚洲等世界各地。
2	龙璟印刷（深圳）有限公司	1999 年	台商独资企业，产品包括流行贴饰、教育用品、剪贴册类、季节性贴纸、手工艺品、家庭用品、派对装饰品、贺卡。
3	星光集团有限公司	1992 年	外商独资企业。生产经营彩色印刷品、彩色包装品、纸箱、纸盒、纸类文具、手提纸袋。产品包括贺卡，益智书等，产品 85% 外销。
4	月亮（英德）纸品有限公司	2004 年	台商独资企业，专业生产贺卡、手挽袋、卷装礼物纸及纸类文具簿册精装盒四大类。
5	荣华印刷包装（河源）有限公司	2005 年	港商独资企业。专业生产精细包装彩盒、高档贺卡、儿童智力图书、手挽袋、节庆礼品盒等，产品销售国内及远销欧美等国家。
6	金鹰工艺品有限公司	1994 年	经营项目包括：工艺相册、本册、包装盒制造销售。主营剪贴册、相册等。
7	浙江广博集团股份有限公司	1992 年	国内最大的文具一体化供应商和最具竞争力的文具供应商之一。主营业务为办公文具、印刷纸品、塑胶制品的生产销售和进出口贸易。

数据来源：全国企业信用信息公示系统及各公司网站

（三）发行人竞争优势

公司基于前瞻性、差异化创新，多渠道、专业化营销，柔性化、规模化生产，实现持续性营收与盈利增长。采取差异化的发展战略，定位于目标市场中高端客户，为其提供个性化、时尚化、高附加值产品。公司主要竞争优势如下：

1、突出的研发设计能力

近年来，随着整体经济发展、国民收入提高和消费者消费意识的升级，消费者对纸制文化用品的需求已不再局限于质量、实用性、便捷性等特征，流行、新颖、富有时尚感的文化用品逐渐受到消费者的青睐和喜爱，优秀品质及优美的设计成为消费者主要购买因素之一。

公司在研发设计上投入大量资金，设计能力不断提升。自 2011 年开始，公司与 Three Blue Eggs 等设计公司进行项目合作，2014 年公司设立美国创源，产品设计和开发能力进一步增强，逐渐形成国际化与本土化相结合的设计团队、完整系统的设计研发流程以及与客户交流互动的设计平台。公司 2010 年即获“宁波市设计主导型工业示范企业”称号，2012 年被评为“浙江省专利示范企业”，2014 年被评为“浙江省工程技术中心”，2016 年被评为“浙江版权最具影响力企业”。2016 年，我公司研发部员工开发的办公文具系列获“首届环亚杯中日设计交流展”银奖。

（1）国际化与本土化相结合的设计团队

公司的设计团队包括经验丰富的电子工程师、结构工程师、产品设计师、平面设计师等。美国设计师团队的加入使得公司研发设计实力得到较大的提升，产品更加贴近美国市场，有助于深入了解当地消费者的需求、准确捕捉市场变化趋势并及时作出应对。这种本土化的贴身服务促进了对市场的快速反应能力，能够快速制定研发策略，将设计方案转化为商品并实现销售。

（2）完整系统的设计研发流程

结合客户的多样化需求，公司建立了一套严格的研发设计控制程序，包括设计和开发的策划、设计输入、初步设计文件的编制、产品初步设计文件的修订、

样品试制和设计验证、设计确认、设计更改、设计和开发文件的控制和保存记录九个环节。

公司各部门紧密协作，围绕客户需求和设计需要为研发设计活动的开展提供信息、人力及物资等支持，确保设计活动顺利、有序推进。公司各职能部门在研发设计流程中的职责分工如下：

职能部门	设计流程中的职责分工
研发部、美国创源	编制产品设计和开发计划、设计开发全过程的组织协调和管理、设计评审、设计验证和设计确认工作、以及车间生产制造过程中发生的设计问题的处理。
总经理室	产品立项，主持产品的定型鉴定并批准鉴定报告。
工程技术部	工艺方案的评审、工艺规程和检验规程的编制，工艺装备、夹具、模具的设计与制造工作以及处理车间制造过程中发生的工艺问题。
品质管理部	协助进行设计过程中所需的检验和测试工作。
试样车间	小批量试制阶段的生产组织和实施。
采购部	试制过程中相关物品的配套采购。
营销部、美国创源	市场调研、相关资料与信息的提供，并参与相关的设计评审和效果追踪。

(3) 交流互动的设计平台

公司与客户及专业设计公司定期开展设计交流活动，紧跟时代潮流，及时把握市场需求的最新动态。公司设立新材料展示室并每年保持持续更新，为客户开发产品提供新材料，为紧跟时尚潮流提供设计灵感。在与客户设计师交流互动的过程中，公司设计团队不断学习进步，汲取设计灵感，拓展创作思路，为公司产品注入流行时尚元素。

公司注重创意设计并开发建设了创意设计平台项目，该项目被评为 2013 到 2014 年度国家文化出口重点项目。发行人子公司搜主意定位于互联网创意征集孵化平台，目前主要征集图案设计，其拥有作品著作权 3,300 多项。其征集的创意设计作为企业设计资源的有效补充，增强了公司的产品设计和开发能力。

2、优质的营销服务与稳定的客户资源

公司销售团队服务意识较强，为客户提供顾问式咨询服务，提供产品的同时深入发掘客户衍生需求，并对客户的需求变化和反馈意见能够及时作出响应。通

通过对锁定品类的行业深入发掘，公司发展行业内全球知名的时尚文教、休闲文化用品品牌商及零售商成为公司客户，并建立长期稳定的业务关系，同时与对应的零售商保持良好的业务往来。报告期内，公司合作的主要客户如下：

序号	企业名称	企业介绍
1	Michaels	于 1962 年在美国成立，系美国最大的工艺品零售商，拥有 Recollections, Studio Decor, Bead Landing, Creatology, Ashland, Celebrate It, Art Minds, Artist's Loft, Craft Smart and Loops & Threads 等品牌，在美国和加拿大开设有 1,300 家左右门店，年销售额约 47.38 亿美元。
2	Hobby Lobby	于 1977 年在美国成立，系美国第二大工艺品零售商。在美国 41 个州开设有 600 家左右门店，年销售额约 37 亿美元。
3	Trends International	于 2001 年在加拿大成立，系知名的动漫衍生品分销商，主营学生用贴纸、挂历、海报、包装纸等。在美国设有分公司，同时建设有多层次分销网络。
4	My Precious	于 1965 年在日本成立，系日本最大的婚庆婴童类礼品供应商之一，主要销售 PU 相册、纸质相册、迷你小相册和陶瓷及各类日用百货为主。
5	American Crafts	于 1984 年在美国成立，系美国手工剪贴行业中最具创新能力的企业之一，主营手工剪贴类纸制工艺品、卡片及派对用品等。拥有 Bazzillbasics、Beckyhiggins、Imaginisc、Heidiswapp、Pebble 等品牌。
6	DCWV	于 2006 年在美国成立，系美国剪贴类行业领先品牌之一。
7	Wal-Mart	于 1945 年在美国成立，世界上最大的连锁零售企业，在全球 28 个国家开设了超过 10000 家商场，拥有 Great Value、Mainstays、Simply Basic 等 69 个品牌。
8	UK Greetings	于 1906 年在英国成立，英国最大的卡片及社交情感类产品零售商，20 世纪 80 年代被美国著名的社交礼品公司 American Greetings 收购。
9	Office depot& office max	于 1986 年在美国成立，系全球知名的办公文具零售商，2013 年与办公文具零售商 Office Max 合并，在 57 个国家经营约 2000 家门店，年销售额约 160.96 亿美元。
10	Me&My Big Ideas,Inc.	于 2001 年在美国成立，系美国手工剪贴行业中最具创新能力的企业之一，主营手工剪贴类纸制工艺品、计划本、贴纸等工艺组件。拥有 The Happy Planner、Me And My Big Ideas 等品牌。

与欧美大型品牌商、零售商等开展业务必须接受客户指定的第三方专业检测机构对供应商进行专项检验认证，以判断其是否符合行业标准或客户自己的合格供应商标准。检验认证过程复杂、涉及面广，包括产品质量、社会责任、员工薪

酬与权利、健康及安全、环境保护、反恐等多个领域。公司全方位提升自身实力，积极配合客户的认证工作，满足 Michaels、Wal-Mart、迪士尼、ACCO Brands Corporation 等全球知名企业的认证要求，进一步巩固了双方的合作关系。在长期合作过程中，公司产品及服务品质得到客户的充分认可，曾荣获 Michaels 颁发的最佳合作伙伴奖。

3、快速响应的柔性生产能力与产品交付能力

《中国制造 2025》中提到，“网络众包、协同设计、大规模个性化定制、精准供应链管理、全生命周期管理、电子商务等正在重塑产业价值链体系”。面对激烈的市场竞争，公司采取“以销定产”的生产模式，以市场和用户的需求为导向实行柔性化、定制化生产。

公司产品具有“小批量、多品种、多批次”的特点，面对日趋复杂多变的个性化和多样化客户需求，产品生产计划也需及时作出相应调整，这对柔性化生产的专业管理提出了较高要求。公司通过建设柔性可变的组织、高效精准的厂内物流、连接销售渠道的智能系统和 ERP 与生产的数字化集成系统，实现生产的高度柔性化。

（1）柔性可变的组织

在生产运营方式上，公司前道工序根据产品品类建立起专业化生产线，后道工序围绕客户需求，从产品、生产能力、工艺、机器、运行、扩展六个方向建立起柔性生产管理体系。

在组织结构及管理制度设计上，公司以网络式、扁平化的组织取代层级组织，缩短信息传递的渠道，加快订单响应速度。

在柔性生产文化氛围的营造上，公司注重“人性化与个性化”，充分发挥员工的主动性与创造性。通过多方位的培训，使得公司员工能够胜任不同的岗位。一人多岗，一岗多能的培训体系为不同产品的共线生产打好基础。

在对柔性化生产的探索实践中，公司逐渐找到适应自身的柔性化生产方法和工具，例如重点订单预控机制和基于实时数据分析的效率改善机制：

①重点订单预控机制。公司结合自身业务特点对订单实施预控机制，设定精准到位时间节点，侧重产前布局、产线平衡，优化资源，基于交期，以最少的人、机器配置高效完成。

②基于实时数据分析的效率改善机制。通过对周、月、季、年多维度的基础报表和记录数据进行分析，公司以动素为开展单元，对生产工序分类进行效率分析并设法改善。

（2）高效精准的场内物流

为确保各生产计划的顺利实施和高效执行，公司建立起一套高效精准的厂内物流体系，负责整个工厂的生产调动，自动分配原料、成品，实现项目生产计划的全自动化。

仓存管理系统按照作业类型，全程跟踪企业内部物料的转移过程，能够处理内部物料流转的各类作业，对物料的收、发、存、调、移库、补充提货和生产补料等操作进行全面的控制和管理，同时具备物料预警功能，指导企业及时采购，避免因物料短缺造成的生产中断。

车间实施的 MES 系统能够实时采集车间数据，通过同步物流和信息流，提高物料在厂内流转的效率。车间管理人员手机终端安装 MES 汇报系统，能够对车间物资流转实施实时监控。通过对车间空旷区域进行区位划分以及对货物绑定信息流转卡，MES 系统能够实现流转查询功能，帮助车间管理者随时随地跟踪订单生产、物料进度。对 MES 系统的合理运用提高了工厂生产物资的流转效率，改善了物料的流通性，从而提高了工厂的及时交货能力。

（3）连接销售渠道的智能系统

公司引入“畅想外贸业务管理系统”作为营销与生产衔接的核心系统，较好完成了从响应客户需求到生产计划实施的整个过程。该系统以客户需求为起点，经过报价、制样等环节形成订单，并将其自动化转化为场内的生产需求，由生产计划部进一步分解为具体生产任务，根据分单的作业类型被分配到各作业单位，分别生成生产单、采购单，最后由作业单位安排生产计划完成作业。

通过柔性化生产体系的建立和不断完善，公司具备接受大规模订单、完成多批次多品种产品生产的能力，且订单响应速度快，为提高公司产品的市场占有率提供有利支持。

（4）优秀的打样试制能力

公司拥有的打样团队具备较强的产品试制能力，能够快速根据客户和研发部门的需求试制出合格产品。公司打样团队的工艺能力强，需求反应速度快，平均试制周期短且质量可靠。优秀的打样试制能力为公司快速响应客户需求、赢得客户的信任奠定良好基础。

4、管理优势

公司自成立以来便注重公司治理建设，不断完善、规范内部控制制度与管理体制；良好的公司治理结构为公司业务的快速发展提供了制度保证。公司拥有一支经验丰富、高效、务实的优秀管理团队，主要经营管理层长期保持稳定，在战略规划、业务策划和产品研发、设计、制造和销售等领域积累了大量管理经验。

公司全面落实渠道扁平化管理，注重信息系统建设，公司建立了 ERP 管理系统—“金蝶 K/3”、客户关系管理系统—“畅想外贸业务管理系统”和精益生产管理系统—“制造企业生产过程执行管理系统（MES）”。借助信息管理系统，公司物流、资金流、信息流顺畅，确保工作效率稳步提高。公司充分发挥卓越的管理优势，使得订单交货周期（自接到订单至完成交货的天数）保持在较短的时间，报告期内的订单交货周期分别为 42.00 天、39.08 天、38.33 天与 39.18 天，客户需求得到快速响应。

良好的产品质量是企业不断发展的基础，公司建立了一套行之有效的产品品质控制体系，通过了 ISO9001 质量管理体系认证、ISO14000 环境管理体系认证、FSC/COC 产销监管链体系等认证，对公司的产品质量、环境保护、社会责任等方面进行系统性规范，公司管理达到行业先进水平。公司长期与全球知名时尚文教、休闲文化用品品牌商、零售商合作生产，并配合其严格的供货商资格认证程序审查，促使公司不断提高生产组织管理水平和质量控制水平。此外，公司对各个部门实施 6S 管理（整理、整顿、清扫、清洁、素养、安全），改善工作环境，

减少安全隐患，提高员工素养，使得公司生产效率与管理效率得到有效提升。

5、优化的供应体系

纸质时尚文教、休闲文化用品制造的主要原料为双胶纸、灰板、铜版纸、纸箱、白卡等各类纸张和纸板，具有可回收、可再生的特点。公司及其主要纸品供应商均经 FSC/COC 产销监管链体系认证，有助于保护森林生态系统与森林的可持续发展。

公司充分利用自身累积的行业经验优化供应资源，积极打造“能谈判、会跟单、善扩展”的采购团队。通过建立完善的供应商管理体系，公司与各类物资供应商均保持长期稳定的合作关系，丰富的供应商目录以及多样化的供应商结构使得公司可以及时调动供应商资源，满足客户的多样化需求。

6、区位优势

公司位于浙江省宁波市北仑区，区位优势明显。宁波市是长三角地区外向型经济最发达的城市之一，是世界级的文具生产基地。安徽创源位于滁州市来安县中国文具产业示范区内，该示范区为中国首个国家级、现代化综合性文具产业制造园区。

公司的生产位于相关产业的产业集聚区，产业集聚一方面有助于上下游企业减少搜索原料产品的成本和交易费用，使产品生产成本显著降低；另一方面通过强化集群内企业的分工协作，有助于推动企业群劳动生产率的提高。此外，产业集聚区内新工艺、新技术能够迅速传播，通过开展行业交流会、研讨会、展会等形式促进创新。

（四）发行人竞争劣势

1、人才储备不足

虽然公司在渠道、设计研发、制造及管理等多个层面拥有出色的管理人才和技术人才，但公司近几年规模的不断扩大，对各领域优秀人才的需求也越来越大，公司目前存在优秀人才的引进与培养跟不上企业发展速度的问题。

2、资金相对紧缺

公司作为国内纸质时尚文教、休闲文化用品出口企业，多年来不断成长，但随着公司战略的实施需要大量的资金投入。目前公司融资渠道单一，仅靠自身经营积累和银行贷款融资难以满足公司战略实施的资金需求。

四、影响发行人发展的有利因素和不利因素

（一）影响发行人发展的有利因素

1、手工精神和 DIY 活动的复兴

手工精神的提出是和机器生产相对立的，在机器生产之前，手工精神是以一种常态的形式存在于人类的情感世界中。机器生产极大地削弱了手工制作的地位，面临着机器化的不可逆转，传统的手工形式显然已经不符合当今社会的发展，这就需要一种新的形态去传承手工精神，DIY 由此应运而生。

创新是 DIY 给予传统手工制作最大的启示，DIY 改变了现代人的生活方式，DIY 设计能够使人们重温昔日传统手工的温情，以创意的灵动性配合当代人追求个性、追求随性的情感需求。同时 DIY 设计理念中充满人文关怀的交互设计、二次设计具有较强的包容性，能够有效的结合零部件现代机器生产和成型手工制作，从而在成本节制的前提下，实现符合当下人生活需求的设计品。DIY 使具有益智、闲趣、个体创造性价值的手工制作在机器化生产的今天得以实现，也使手工精神得到延续和传承。

2、家庭办公趋势的流行

在家办公的现象源于美国，近年来在世界各国尤其是发达国家逐渐盛行。家庭办公的迅速增长源于企业经营管理组织结构的精简化和扁平化演变，同时信息技术的进步和互联网的发展也使得家庭办公成为现实。家庭办公相比于传统办公更加方便、快捷和自由，因此深受发达国家上班白领尤其是女性的喜爱。家庭办公的趋势使得人们对文件夹、笔记本、台历等时尚文具的需求快速增长。与传统的办公文具相比，时尚文具形式上更加新颖活泼，更加强调个性化设计和独特性。

家庭办公领域的一个突出特点是消费者以女性为主。女性消费者对折扣店和超市等零售终端的偏好,使得未来时尚文具的销售很大一部分将来自于零售而非批发渠道。时尚文具的生产厂商已经关注到这一趋势,在产品的设计时更加重视产品的色彩和形状外观的时尚与丰富,以吸引更多的女性消费者。

3、政府对文化用品制造业的大力扶持

制造业为“兴国之本、兴国之器、强国之基”,在2015年5月发布的《中国制造2025》行动纲领中,中国国务院对制造业给予了前所未有的重视,宣布“世界强国的兴衰史和中华民族的奋斗史一再证明,没有强大的制造业,就没有国家和民族的强盛。在此背景下,2015年6月8日,宁波市人民政府印发的《宁波市文化产业发展三年行动规划(2015-2017年)》中提出要“转型发展两大优势产业。高端文化用品制造业重点发展中高档办公用品制造、乐器制作、玩具制造、视听设备制造、文化用纸制造等行业。到2017年,高端文化用品制造业相关制造工艺的智能化、低碳化水平显著提升,品牌影响力在国内外市场全面提升,增加值占文化产业增加值比重达50%,把宁波打造成为国际上有相当知名度的文化用品制造和贸易强市”。发行人作为宁波市著名的文化用品出口企业,采用大规模定制和柔性化生产的先进制造模式,顺应制造业重振和转型的潮流,努力成为时尚文教、休闲文化用品制造领域的国际知名供应商。

(二) 影响发行人发展的不利因素

1、劳动力成本上升

公司产品后道工序中需要投入大量人力,其成本受劳动力价格影响较大。近年来,劳动力成本的上涨造成企业成本相应提高。尽管公司计划将生产重心向劳动力成本相对较低的安徽地区转移,并通过生产工序的自动化改造和产品结构的优化来降低劳动力成本,但可能仍无法完全抵消劳动力成本上升给企业带来的不利影响。

2、“电子化办公”对于文具行业可能存在潜在不利影响

随着信息时代的到来,电子化办公产品逐步涌现,这在一定程度上改变了人

们的工作方式和习惯。信息技术的进步和互联网的发展改变了人们的社交形态，促进了电子办公用品的发展，从而形成对传统纸质社交文具和办公文具的部分替代。尽管相比于容易复制转发的短信、E-mail、微信等电子讯息，手写的书信、贺卡等纸质社交文具具有更多情感价值和纪念意义，亲笔手书文字间包含的关心和问候更显弥足珍贵，但从长期来看，“电子化办公”对于文具行业记载书写类产品的未来发展仍可能存在潜在不利影响。

（三）产品进口国的相关规定及贸易摩擦对发行人业务的影响

1、产品进口国的有关政策

发行人产品主要出口地区是美洲、欧洲、亚洲、澳洲等地区，该类地区主要国家均为世界贸易组织成员，市场开放程度较高；在世界贸易组织的框架下，进口国对于纸质文化用品没有特殊性限制政策。美国和欧洲是中国纸质时尚文教、休闲文化用品的主要出口市场，欧美国家由于本土劳动力成本较高，纸质时尚文教、休闲文化用品产品大都采用进口方式，该产品进口关税普遍较低。

2、贸易摩擦对产品进口的影响

近年来文化用品出口行业发生的贸易摩擦主要针对低附加值的专业办公文具和学生文具，例如盒装铅笔、标准化生产的简易笔记本等，而公司主营产品为纸质时尚文教、休闲文化用品，设计感强，附加值相对较高，与上述文具存在显著差异，因此相关贸易摩擦不会对发行人未来产品出口产生显著影响。

五、发行人销售情况和主要客户

（一）报告期内主要自产产品的生产和销售情况

报告期内，公司主要自产产品的生产和销售情况如下：

位：万件

年份	产品分类	销量	产量	产销率
2017年1-6月	手工益智类	747.94	748.65	99.91%
	时尚文具类	1,023.84	1,052.36	97.29%
	社交情感类	806.28	836.97	96.33%

	合计	1,830.12	1,889.32	96.87%
2016 年度	手工益智类	2,135.35	2,179.98	97.95%
	时尚文具类	1,739.66	1,837.83	94.66%
	社交情感类	1,407.81	1,420.32	99.12%
	合计	5,282.83	5,438.12	97.14%
2015 年度	手工益智类	1,800.96	1,857.48	96.96%
	时尚文具类	1,222.45	1,203.32	101.59%
	社交情感类	1,948.67	1,948.45	100.01%
	合计	4,972.09	5,009.25	99.26%
2014 年度	手工益智类	1,852.76	1,897.18	97.66%
	时尚文具类	1,184.35	1,226.37	96.57%
	社交情感类	1,624.97	1,635.12	99.38%
	合计	4,662.08	4,758.67	97.97%

注：1、表中产量指公司自行生产的产品产量，销量指对应自行生产产品的销量，不含来源于委外生产的产品销量。

2、产销率=销量/产量

报告期内，公司业务快速发展，随着安徽工厂的投入运营，主要产品的产量及销量稳步上升。由于公司采用“以销定产”的生产模式，产销率接近 100%。

为适应公司产品非标准化、产品结构复杂且变化较快的特点，公司生产柔性化程度较高，同一生产线能够适应多种产品的生产要求，导致公司产能缺少统一的衡量标准。

（二）报告期内主要产品的销售收入及销售价格情况

1、主要产品的销售收入情况

单位：万元

类别	2017 年 1-6 月		2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	金额	增长率 ^注	金额	增长率	金额	增长率	金额	增长率
手工益智类	9,227.65	-10.78%	24,385.46	28.23%	19,016.97	-1.44%	19,294.50	18.83%
时尚文具类	16,839.16	62.31%	28,332.77	80.81%	15,669.96	24.93%	12,542.82	16.32%

社交情感类	4,876.28	12.79%	10,291.36	-30.13%	14,730.17	5.69%	13,937.39	15.27%
合计	30,943.09	23.57%	63,009.59	27.51%	49,417.10	7.96%	45,774.71	17.04%

注：2017年1-6月增长率为与2016年同期相比增长率。

报告期内公司主要产品销售收入稳定增长，2014年至2016年年均复合增长率为17.32%。2016年起，公司开发的时尚文具新产品逐渐得到市场认可，时尚文具类产品收入增长较快，但由于公司放弃了毛利率较低的日本客户 My Precious 的大部分订单，导致社交情感类产品销售较同期大幅减少。

2、主要产品的销售价格情况

单位：元/件

产品分类	2017年1-6月	2016年度	2015年度	2014年度
手工益智类	4.47	5.61	4.43	5.21
时尚文具类	8.01	8.86	6.31	5.25
社交情感类	4.88	5.94	6.43	6.90
合计	5.99	6.79	5.45	5.65

公司产品具有个性化、差异化以及“小批量、多品种、多批次”的特点。公司产品种类较多，共有1,000多种，产品规格超过10,000个，由于公司产品品种、款式和规格差异较大，各年度之间平均销售价格可比性不高。

（三）主要客户

1、排名前五的客户销售情况

公司报告期内与前五名客户的销售情况见下表：

项目	序号	客户名称	区域	销售收入（万元）	营业收入占比（%）
2017年 1-6月	1	Me & My Big Ideas, Inc	美国	6,443.06	19.91
	2	Trends International	美国	3,060.10	9.46
	3	Michaels	美国	2,268.85	7.01
	4	Punch Studio, LLC	美国	2,104.24	6.50
	5	Hobby Lobby	美国	1,943.67	6.01
		合计	-	15,819.92	48.89
2016年度	1	Me&My Big Ideas, Inc	美国	15,210.23	23.24

	2	Punch Studio, LLC	美国	4,174.21	6.38
	3	Michaels	美国	4,065.96	6.21
	4	Hobby Lobby	美国	3,679.77	5.62
	5	Trends International	美国	3,521.54	5.38
	合计			-	30,654.65
2015 年度	1	Michaels	美国	4,061.41	7.93
	2	Trends International	美国	3,913.16	7.65
	3	American Crafts	美国	3,817.16	7.46
	4	Hobby Lobby	美国	3,608.88	7.05
	5	DCWV	美国	3,087.46	6.03
	合计			-	18,488.25
2014 年度	1	Michaels	美国	5,558.64	11.38
	2	Hobby Lobby	美国	4,905.71	10.04
	3	Trends International	美国	3,522.80	7.21
	4	My Precious	日本	3,287.36	6.73
	5	American Crafts	美国	3,172.34	6.49
	合计			-	20,446.85

注：Michaels2016 年 2 月开始收购 Darice International Sourcing Holdings，2016 年 6 月完成收购。2016 年起 Michaels 和 Darice 的收入合并计算。

公司主要客户为全球知名的手工艺品和文具品牌商及零售商，上述客户中不存在公司的关联企业。公司董事、监事、高级管理人员和其他核心人员、主要关联方及持有 5% 以上股份的股东在上述客户中不占权益。报告期内，公司不存在对单个客户的销售占比超过销售收入 50% 以上的情形。

2、ODM 与 OEM 模式下主要客户的基本情况

报告期内，发行人 OEM 模式下前十大客户销售情况如下：

年份	排名	客户名称	销售额（万元）	收入占比	销量（万件）	单价（元/件）
2017 年 1-6 月	1	Trends International,Llc	3,060.10	9.46%	1,307.58	2.34
	2	Me & My Big Ideas, Inc.	2,823.36	8.72%	318.11	8.88
	3	Punch Studio,LLC	2,104.24	6.50%	443.56	4.74
	4	Clementine Paper,Inc	1,406.76	4.35%	141.24	9.96
	5	Die-Cut With A View,Inc	1,043.37	3.22%	155.78	6.70
	6	U Brands	1,021.23	3.16%	106.99	9.54
	7	Gartner Studio	751.29	2.32%	51.59	14.56
	8	ACCO Brands USA LLC	687.91	2.13%	153.58	4.48

	9	Schwager & Steinlein Verlag GmbH	638.03	1.99%	145.81	4.38
	10	American Crafts	580.20	1.79%	166.06	3.49
	合计		14,116.49	43.64%	2,990.30	4.72
2016 年度	1	Me & My Big Ideas,Inc.	7,018.20	10.73%	758.86	9.25
	2	Punch Studio,LLC	4,174.21	6.38%	774.38	5.39
	3	Trends International,LLC	3,521.54	5.38%	1,330.71	2.65
	4	Die-Cut With A View,Inc	3,380.44	5.17%	635.18	5.32
	5	American Crafts	1,843.74	2.82%	366.89	5.03
	6	Schwager & Steinlein Verlag GmbH	1,759.82	2.69%	369.53	4.76
	7	U Brands	1,517.71	2.32%	147.37	10.3
	8	UK Greetings Limited	1,023.26	1.56%	145.95	7.01
	9	Gartner Studio	955.78	1.46%	117.75	8.12
	10	ACCO Brands USA,LLC	911.74	1.39%	228.11	4.00
	合计		26,106.44	39.90%	4,874.73	5.36
2015 年度	1	Trends International,LLC	3,849.43	7.52%	1,585.80	2.43
	2	American Crafts	3,528.78	6.89%	506.4	6.97
	3	Die-Cut With A View,Inc	2,686.03	5.25%	732.86	3.67
	4	Wilton Industries,Inc	2,602.93	5.09%	254.29	10.24
	5	My Precious	2,271.03	4.44%	164.34	13.82
	6	Punch Studio,LLC	1,933.59	3.78%	430.62	4.49
	7	Me & My Big Ideas,Inc.	1,744.94	3.41%	238.47	7.32
	8	Clementine Paper,Inc	1,639.64	3.20%	228.65	7.17
	9	Gartner Studio	1,451.97	2.84%	141.44	10.27
	10	Graphique De France	1,339.76	2.62%	293.43	4.57
	合计		23,048.11	45.03%	4,576.30	5.04
2014 年度	1	Trends International,LLC	3,522.80	7.21%	1,109.69	3.17
	2	My Precious	3,287.36	6.73%	221.56	14.84
	3	American Crafts	3,172.34	6.49%	531.33	5.97
	4	Die-Cut With A View,Inc	2,909.24	5.96%	657.80	4.42
	5	Gartner Studio	2,089.18	4.28%	228.81	9.13
	6	Wilton Industries,Inc	2,010.61	4.12%	255.00	7.88
	7	Clementine Paper,Inc	1,428.17	2.92%	253.37	5.64
	8	Schwager & Steinlein Verlag GmbH	1,202.11	2.46%	204.99	5.86
	9	Me & My Big Ideas,Inc.	1,138.77	2.33%	104.30	10.92
	10	ACCO Brands USA,LLC	1,062.90	2.18%	224.42	4.74
	合计		21,823.48	44.67%	3,791.27	5.76

报告期内，发行人 ODM 模式下前十大客户销售情况如下：

年份	排名	客户名称	销售额(万元)	收入占比	销量(万件)	单价(元/件)
2017年1-6月	1	Me & My Big Ideas, Inc.	3,619.70	11.19%	122.70	29.50
	2	Michaels &Subsidiaries	2,268.85	7.01%	273.56	8.29
	3	Hobby Lobby &Subsidiaries	1,943.67	6.01%	262.73	7.40
	4	Wilko Retail Limited	303.14	0.94%	55.49	5.46
	5	Wilton Industries,Inc	224.16	0.69%	9.42	23.79
	6	AC Moore Arts &Crafts.Inc	214.03	0.66%	65.39	3.27
	7	Ideal Sourcing Limited	155.48	0.48%	6.65	23.37
	8	Office Works Superstores Pty Ltd	135.67	0.42%	16.81	8.07
	9	The Warehouse Group	132.60	0.41%	14.29	9.28
	10	Cotton On Group	114.09	0.35%	5.62	20.29
			合计	9,111.41	28.16%	832.66
2016年度	1	Me & My Big Ideas,Inc.	8,192.03	12.52%	316.18	25.91
	2	Michaels & Subsidiaries	3,989.92	6.10%	461.91	8.64
	3	Hobby Lobby &Subsidiaries	3,679.77	5.62%	574.13	6.41
	4	Clementine Paper,Inc	2,557.32	3.91%	276.26	9.26
	5	Wilton Industries,Inc	1,571.64	2.40%	145.29	10.82
	6	Cotton On Group	640.48	0.98%	63.88	10.03
	7	Ideal Sourcing Limited	476.43	0.73%	23.80	20.02
	8	Hallmark Cards(HK)Limited	446.64	0.68%	57.33	7.79
	9	AC Moore Arts & Crafts, Inc.	442.76	0.68%	174.66	2.53
	10	Elum Designs Inc	376.69	0.58%	44.18	8.53
			合计	22,373.67	34.19%	2,137.62
2015年度	1	Michaels & Subsidiaries	4,061.41	7.93%	605.16	6.71
	2	Hobby Lobby & Subsidiaries	3,608.88	7.05%	549.97	6.56
	3	Walmart Stores,Inc	1,610.73	3.15%	309.94	5.20
	4	Me & My Big Ideas,Inc.	1,116.70	2.18%	44.84	24.90
	5	Hunter Leisure Pty, LTD	751.29	1.47%	53.57	14.02
	6	Cotton On Group	441.36	0.86%	40.77	10.83
	7	Wilton Industries,Inc	358.50	0.70%	37.56	9.54
	8	Die-Cut With A View Inc	344.92	0.67%	33.39	10.33
	9	American Crafts	288.37	0.56%	151.25	1.91
	10	Officeworks LTD	217.50	0.42%	18.74	11.61
			合计	12,799.66	25.01%	1,845.19
2014年度	1	Michaels & Subsidiaries	5,558.64	11.38%	825.83	6.73
	2	Hobby Lobby &Subsidiaries	4,905.71	10.04%	671.66	7.30
	3	Cotton On Group	370.47	0.76%	98.40	3.76
	4	Hunter Leisure Pty,LTD	364.11	0.75%	31.72	11.48
	5	Walmart Stores,Inc	315.02	0.64%	74.98	4.20

6	Spotlight Pty LTD	74.16	0.15%	5.33	13.91
7	Jo-Ann Fabric And Craft Store	65.19	0.13%	6.42	10.15
8	Officeworks LTD	60.59	0.12%	4.59	13.20
9	Excite Limited	47.35	0.10%	5.52	8.58
10	Office Depot	12.79	0.03%	6.59	1.94
合计		11,774.03	24.10%	1,731.04	6.80

注 1: Michaels2016 年 2 月开始收购 Darice International Sourcing Holdings, 2016 年 6 月完成收购。2016 年 Michaels 销售收入 3,989.92 万元, 为 ODM 收入; Darice 销售收入 76.04 万元, 为 OEM 收入。

注 2: Schwager & Steinlein Verlag GmbH、Naumann & Göbel Verlagsgesellschaft GmbH、Honos Verlag GmbH、Komet Verlag GmbH 和 Delphin Verlag GmbH 同受 VEMAG Verlags- und Medien Aktiengesellschaft 控制, 销售收入合并计算。合并过程如下:

单位: 万元

客户名称	2017 年 1-6 月	2016 年	2015 年	2014 年
Naumann & Göbel Verlagsgesellschaft GmbH	64.63	210.17	102.61	177.83
Schwager & Steinlein Verlag GmbH	400.82	1,083.98	1,225.72	1,000.90
Honos Verlag GmbH	119.64	272.08	-	23.38
Komet Verlag GmbH	-	193.59	-	-
Delphin Verlag GmbH	52.94	-	-	-
合计	638.03	1,759.82	1,328.34	1,202.11

上述客户基本情况如下:

(1) Me & My Big Ideas, Inc.

客户名称:	Me & My Big Ideas, Inc.	成立时间:	2001 年
信用状况注:	中信保评级 A		
主营业务:	计划本、相册、记事本、剪贴本及其他纸制品		
合作开始时间:	2010 年		
接洽途径:	美国 CHA 展会		
合作内容:	时尚文具类 (计划本) 手工益智类 (剪贴本\剪贴内页\和纸胶带)		

信息来源: 中国出口信用保险公司出具的信用报告, 以下简称“中信保报告”。

Me & My Big Ideas, Inc. 系美国手工剪贴行业中最具创新能力的品牌商之一，主营手工剪贴类纸制工艺品、计划本、贴纸等工艺组件。拥有 The Happy Planner、Me & My Big Idea 等品牌。Me & My Big Ideas, Inc. 是美国最受欢迎的计划本品牌商之一，2016 年获得 Michaels 颁发的优秀供应商奖。

发行人与 Me & My Big Ideas, Inc. 在 CHA 展会首次接触，并于 2010 年开始业务合作，为其生产纸质工艺品。合作以来 Me & My Big Ideas, Inc. 一直是发行人重要的品牌商客户，业务持续稳定。基于发行人业内良好的声誉以及多年合作形成的信任关系，Me & My Big Ideas, Inc. 选择发行人作为其计划本的主要供应商。近年来，由于 Me & My Big Ideas, Inc. 设计、发行人参与设计的计划本在美国市场较受欢迎，销量快速增长。来自计划本相关订单的迅速增长使得 Me & My Big Ideas, Inc. 超过 Michaels 成为发行人第一大客户。

(2) Michaels 及其下属企业

客户名称:	Michaels Stores Inc	成立时间:	1962 年
信用状况:	中信保报告显示，大约 81% 的货款按时支付。		
主营业务:	北美最大的工艺美术专业零售商		
合作开始时间:	2008 年		
接洽途径:	中国进出口商品交易会（以下简称“广交会”）		
合作内容:	家庭办公类（素描本\笔记本\收纳盒） 社交情感类（袋装卡\聚会装饰） 手工益智类（剪贴本\吊牌\和纸胶带）		

Michaels 系北美最大的工艺品零售商，拥有 Recollections, Studio Decor, Bead Landing, Creatology, Ashland, Celebrate It, Art Minds, Artist's Loft, Craft Smart and Loops & Threads 等品牌，在美国和加拿大开设有 1,300 家左右门店，年销售额近 50 亿美元。

发行人主要与承担采购职能的 Michaels 下属企业发生业务，包括 Michaels Stores Procurement 和 Darice International Sourcing Holdings 及其下属企业。2013 年至 2016 年 6 月发行人主要通过 Michaels Stores Procurement 向 Michaels 销售产品。Michaels 完成对 Darice 的收购完成后，发行人与 Michaels 的业务均通过 Darice International Sourcing Holdings 及其下属企业进行。

(3) Hobby Lobby 及其下属企业

客户名称:	Hobby Lobby Stores, Inc.	成立时间:	1977 年
信用状况:	中信保评级 BB		
主营业务:	北美第二大工艺美术专业零售商		
合作开始时间:	2006 年		
接洽途径:	2005 年广交会		
合作内容:	手工益智类 (剪贴内页\剪贴本\贴纸) 社交情感类 (袋装卡\盒装卡\聚会装饰) 家庭办公类 (收纳盒\笔记本)		

Hobby Lobby 系美国第二大工艺品零售商。在美国 41 个州开设有 600 家左右门店，年销售额约 37 亿美元。

发行人为 Hobby Lobby 及其下属企业 Craft Etc 生产纸质工艺品，业务开始于 2006 年。长期以来，Hobby Lobby 一直是发行人重要的零售商客户，业务持续稳定。

(4) Trends

客户名称:	Trends International, LLC	成立时间:	2001 年
信用状况:	中信保评级 BB		
主营业务:	海报、贴纸、文具类产品等设计\销售		
合作开始时间:	2010 年		
接洽途径:	2009 年纽约玩具展		
合作内容:	手工益智类 (贴纸\和纸胶带\剪贴内页) 家庭办公类 (笔\挂历)		

Trends 系知名的动漫衍生品品牌商，主要经营动漫贴纸、挂历、海报、包装纸等，在美国设有分公司，同时建设有多层次分销网络。Trends 是美国最大的海报品牌商。

发行人为 Trends 生产儿童动漫贴纸、书写文具、挂历等产品，业务开始于 2010 年。长期以来，Trends 一直是发行人重要的品牌商客户，业务持续稳定。

(5) American Crafts

客户名称:	American Crafts, L.C.	成立时间:	1998 年
信用状况:	中信保报告显示, 大约 54% 的货款按时支付。		
主营业务:	美国最大的纸质手工艺品品牌商		
合作开始时间:	2009 年		
接洽途径:	阿里巴巴平台		
合作内容:	社交情感类 (字母灯) 手工益智类 (剪贴内页\剪贴卡片\剪贴本)		

American Crafts 系美国手工剪贴行业中最具创新能力的企业之一, 主营手工剪贴类纸质工艺品、卡片及派对用品等。拥有 Bazzillbasics、Beckyhiggins、Imaginisc、Heidiswapp、Pebble 等品牌。从经营规模和拥有品牌数量上看, American Crafts 为美国最大的纸质手工艺品品牌商之一。

发行人与 American Crafts 于阿里巴巴首次接触, 2009 年开始业务合作。发行人为 American Crafts 生产纸质工艺品, 产品种类覆盖信卡、剪贴册、相册、计划本等众多品类。2013 年度至 2015 年度发行人与 American Crafts 业务较为稳定, 2016 年因合作项目变化导致业务额存在一定程度下滑。

(6) DCWV

客户名称:	Die-Cut With a View, Inc	成立时间:	2006 年
信用状况:	中信保评级 A		
主营业务:	纸制品、珠宝类产品、家居装饰类产品等设计\销售		
合作开始时间:	2010 年		
接洽途径:	美国 CHA 展会		
合作内容:	社交情感类 (袋装卡\盒装卡) 手工益智类 (剪贴内页) 家庭办公类 (收纳盒\文件夹)		

DCWV 系美国剪贴类行业领先品牌之一。DCWV 在纸质工艺品及纸质家居装饰品领域具备一定竞争力, 曾获得 Michaels 颁发的优秀供应商奖。

发行人与 DCWV 于 CHA 展会首次接触, 并于 2010 年开始合作, 成长为 DCWV 剪贴类产品的重要供应商之一。

(7) My Precious

客户名称:	My Precious Co., LTD.	成立时间:	1965 年
信用状况:	中信保评级 CCC		
主营业务:	相册、陶瓷、玻璃制品		
合作开始时间:	2004 年		
接洽途径:	胶水供应商介绍		
合作内容:	社交情感类 (相册)		

My Precious 于 1965 年成立，系日本最大的婚庆婴童类礼品供应商之一，主要销售 PU 相册、纸质相册、迷你小相册和陶瓷及各类日用百货。

发行人于 2004 年开始与 My Precious 开展业务，主要为其生产礼品相册。该相册与日本的回礼文化有关，其本质为可替换照片的礼品目录。该款产品在市场上流行多年。随着市场需求逐渐减少、插图成本的上升以及日元贬值的影响，该类相册的销售量下降，从而导致发行人与 My Precious 的业务额出现较大下滑。

(8) Wilton

客户名称:	Wilton Industries, Inc.	成立时间:	1954 年
信用状况:	中信保报告显示，大约 76% 的货款按时支付。		
主营业务:	全球知名的烘焙品牌；美国最大手工艺品品牌商		
合作开始时间:	2012 年		
接洽途径:	美国 CHA 展会		
合作内容:	手工益智类 (剪贴本\剪贴内页\假钻)		

Wilton 是拥有 80 年历史的美国烘焙品牌，有自成体系的烘焙课程、烘焙器具制造及烘焙出版物，是全球知名的烘焙品牌。Wilton 通过旗下子公司 EK Success 和 Simplicity Creative Group 分别经营纸质工艺品和纺织工艺品销售业务，其中 EK Success 为美国最大的手工艺品品牌商之一。

Wilton 于 2006 年收购 EK Success 后开始进入纸质工艺品市场。发行人主要与其子公司 EK Success 开展业务。

(9) Punch Studio

客户名称:	Punch Studio, LLC	成立时间:	2001 年
信用状况:	中信保评级 A		

主营业务:	文具、礼品、家居装饰、工艺品等设计\销售
合作开始时间:	2011 年
接洽途径:	纽约文具展
合作内容:	家庭办公类 (收纳盒\计划本\笔记本) 社交情感类 (单张卡\盒装卡)

Punch Studio 成立于 2001 年, 主要经营文具、礼品、家居装饰及手工艺品, Punch Studio 具有强大的研发设计团队, 设计能力突出。Punch Studio 在时尚文具和礼品行业具有较强竞争力。

Punch Studio 为发行人重要的品牌商客户, 双方合作开始于 2011 年, 近年来增长迅速, 主要产品包括收纳盒、计划本、贺卡、笔记本等纸质文具。

(10) Gartner

客户名称:	Gartner Studios, Inc.	成立时间:	1998 年
信用状况:	中信保评级 BBB		
主营业务:	办公文具设计\销售		
合作开始时间:	2007 年		
接洽途径:	香港 Mega Show		
合作内容:	社交情感类 (盒装卡\聚会装饰\袋装卡); 家庭办公类 (笔记本\收纳盒\便签\文件夹)		

Gartner 是贺卡、聚会用品等社交礼品行业的著名品牌商, 产品种类众多。发行人与 Gartner 于 2007 年开始合作, 主要为其生产贺卡、聚会礼品等社交情感类产品以及笔记本。

(11) Clementine Paper, Inc

客户名称:	Clementine Paper, Inc.	成立时间:	2005 年
信用状况:	中信保报告显示, 大约 100%的货款按时支付。		
主营业务:	办公文具设计\销售		
合作开始时间:	2011 年		
接洽途径:	香港礼品展		
合作内容:	家庭办公类 (文件夹\收纳盒\便签\笔记本); 社交情感类 (盒装卡)		

Clementine Paper,Inc 主要产品包括笔记本、礼品盒、贺卡等纸质文化用品。发行人与 Clementine Paper,Inc 业务合作开始于 2011 年，主要产品包括文件夹、收纳盒和贺卡。长期以来，Clementine Paper,Inc 一直是发行人重要的品牌商客户，业务持续稳定。

(12) Schwager & Steinlein Verlag GmbH

客户名称:	Schwager & Steinlein Verlag GmbH	成立时间:	1963 年
信用状况:	中信保评级 AA		
主营业务:	图书出版		
合作开始时间:	2009 年		
接洽途径:	法兰克福书展		
合作内容:	手工益智类（故事书）		

Schwager & Steinlein Verlag GmbH 为德国著名儿童图书出版社，主要出版儿童书籍。发行人与 Schwager & Steinlein Verlag GmbH 及其股东控制企业 Naumann & Göbel Verlagsgesellschaft GmbH、Honos Verlag GmbH 和 Komet Verlag GmbH 于 2009 年开始合作，主要为其生产故事书和挂历。

(13) ACCO Brands USA,LLC

客户名称:	ACCO Brands USA,LLC	成立时间:	1970 年
信用状况:	中信保评级 A		
主营业务:	全球最大的品牌办公用品供应商之一		
合作开始时间:	2013 年		
接洽途径:	2010 年纽约文具展		
合作内容:	家庭办公类（挂历\桌历\文件夹\风琴包\便签）		

ACCO Brands USA,LLC 是全球最大的品牌办公用品供应商之一，主要生产、销售传统办公用品，尤其是电脑相关办公用品，并通过办公用品经销商以及零售商等多种渠道进行销售。

发行人 2011 年与 Mead Products,LLC 开始合作，主要为其生产挂历、桌历、文件夹等标准化的办公产品。2012 年 ACCO Brands USA,LLC 收购 Mead

Products,LLC，并于 2013 年开始成为公司重要客户。近年来，由于发行人更加专注于时尚文具的设计销售，ACCO Brands USA,LLC 的销售额缓慢下降。

(14) Graphique De France,LTD.

客户名称:	Graphique De France,LTD.	成立时间:	1980 年
信用状况:	中信保评级 A		
主营业务:	文具、礼品、家居装饰、工艺品等设计\销售		
合作开始时间:	2011 年		
接洽途径:	全美文具展		
合作内容:	社交情感类 (盒装卡\单张卡); 家庭办公类 (便签\笔记本)		

(15) UK Greetings Limited

客户名称:	UK Greetings Limited	成立时间:	1997 年
信用状况:	中信保评级 A		
主营业务:	贺卡、礼品等社交情感类产品的设计、采购、生产和销售。年销售额约 1.5 亿英镑。		
合作开始时间:	2012 年		
接洽途径:	2010 年通过阿里巴巴接洽 Watermark, 2012 年 Watermark 被 UKG 收购。		
合作内容:	社交情感类 (袋装卡\盒装卡\礼品袋)		

(16) Hunter Leisure Pty LTD

客户名称:	Hunter Leisure Pty LTD	成立时间:	1994 年
信用状况:	中信保评级 A		
主营业务:	手工益智类产品设计\销售		
合作开始时间:	2006 年		
接洽途径:	美国纽约文具展		
合作内容:	手工益智类 (剪贴本\其他配件\和纸胶带); 社交情感类 (聚会装饰)		

(17) Hallmark Cards (HK) Limited

客户名称:	Hallmark Cards (HK) Limited	成立时间:	1981 年
信用状况:	中信保评级 BBB		

主营业务:	主要经营贺卡、聚会用品、礼品等社交情感类产品,其母公司 Hallmark Cards Incorporated 为美国最大的贺卡制造商。
合作开始时间:	2009 年
接洽途径:	广交会
合作内容:	社交情感类(收纳盒); 时尚文具类(笔记本)

(18) Wal-Mart

客户名称:	Wal-Mart Stores, Inc.	成立时间:	1945 年
信用状况:	中信保评级 A		
主营业务:	沃尔玛百货有限公司是一家美国的世界性连锁企业,在全球以沃尔玛购物广场、山姆会员店、沃尔玛商店、沃尔玛社区店等多种方式经营零售业务,提供种类齐全的商品和服务。		
合作开始时间:	2014 年		
接洽途径:	通过香港贸易公司介绍		
合作内容:	家庭办公类(收纳盒); 社交情感类(聚会其他)、手工益智类(剪贴本)		

(19) U brands

客户名称:	U brands,LLC	成立时间:	2014 年
信用状况:	中信保报告显示,大约 94%的货款按时支付		
主营业务:	文具及办公用品设计\销售		
合作开始时间:	2015 年		
接洽途径:	发行人原客户采购副总成立的新公司		
合作内容:	家庭办公类(文件夹\风琴包\文具配件\便签\笔记本)		

(20) Cotton On Group

客户名称:	Cotton On Group Services Pty LTD	成立时间:	2007 年
信用状况:	中信保评级 A		
主营业务:	办公文具\礼品零售业务		
合作开始时间:	2013 年		
接洽途径:	香港 Mega Show		
合作内容:	手工益智类(卷纸); 社交情感类(相册); 家庭办公类(笔记本\计划本)		

(21) Ideal Sourcing Limited

客户名称:	Ideal Sourcing Limited	成立时间:	2003 年
信用状况:	中信保评级 A		
主营业务:	通过电视购物平台销售剪贴内页类, 信卡套装类产品		
合作开始时间:	2015 年		
接洽途径:	2015 年于美国 CHA 交易会获取其上海办事处联系方式		
合作内容:	手工益智类 (剪贴内页); 社交情感类 (盒装卡\字母灯)		

(22) A.C. Moore & Crafts, Inc.

客户名称:	A.C. Moore Arts & Crafts, Inc.	成立时间:	1997 年
信用状况:	中信保报告显示, 大约 82% 的货款按时支付		
主营业务:	手工益智类零售业务		
合作开始时间:	2015 年		
接洽途径:	创源美国子公司通过 LINKIN 开发		
合作内容:	手工益智类 (剪贴内页\贴纸); 家庭办公类 (笔记本\计划本)		

(23) Elum Designs, Inc.

客户名称:	Elum Designs, Inc.	成立时间:	2001 年
信用状况:	中信保评级 BB		
主营业务:	商业排版印刷; 办公印刷品销售		
合作开始时间:	2015 年		
接洽途径:	香港 Mega Show		
合作内容:	社交情感类 (盒装卡); 时尚文具类 (便签本\笔记本)		

(24) Office Works LTD

客户名称:	Office Works LTD	成立时间:	1969 年
信用状况:	中信保评级 A		
主营业务:	办公文具零售业务		
合作开始时间:	2014 年		
接洽途径:	通过香港贸易公司介绍		

合作内容:	家庭办公类 (笔记本\桌历\告示贴)
-------	--------------------

(25) Spotlight Pty LTD

客户名称:	Spotlight Pty LTD	成立时间:	1976 年
信用状况:	中信保评级 BBB		
主营业务:	手工艺品、纺织品、家居内饰零售业务		
合作开始时间:	2007 年		
接洽途径:	广交会		
合作内容:	手工益智类 (剪贴本\剪贴内页)		

(26) Jo-Ann Stores, LLC

客户名称:	Jo-Ann Stores, LLC	成立时间:	1943 年
信用状况:	中信保报告显示, 大约 80% 的货款按时支付		
主营业务:	北美第三大手工艺品零售商		
合作开始时间:	2014 年		
接洽途径:	通过香港贸易公司介绍		
合作内容:	家庭办公类 (收纳盒)		

(27) Excite Limited

客户名称:	Excite Limited	成立时间:	1989 年
信用状况:	中信保评级 BBB		
主营业务:	玩具进口业务		
合作开始时间:	2014 年		
接洽途径:	香港玩具展		
合作内容:	手工益智类 (益智套装)		

(28) Office Depot, Inc.

客户名称:	Office Depot, Inc.	成立时间:	1986 年
注册资本:	8,000,000 USD		
信用状况:	中信保评级 A		
主营业务:	全球知名的办公用品销售公司, 总部位于美国佛罗里达州。		
合作开始时间:	2010 年		
接洽途径:	通过香港贸易公司介绍		

合作内容:	时尚文具类 (计划本\笔记本\挂历)
-------	--------------------

(29) Wilko Retail Limited

客户名称:	Wilko Retail Limited	成立时间:	1941 年
注册资本:	当前发行 3,309,777 股		
信用状况:	中信保评级 A		
主营业务:	日用品、文具、家居用品的销售		
合作开始时间:	2016 年		
接洽途径:	客户推荐		
合作内容:	家庭办公类 (本册/归档收纳/非纸文具); 社交情感类 (信卡); 手工益智类 (剪贴组件)		

(30) The Warehouse Group

客户名称:	The Warehouse Group	成立时间:	1993 年
注册资本:	当前发行 346,843,120 股		
信用状况:	中信保评级 A		
主营业务:	文具用品、服装、家居用品等零售		
合作开始时间:	2016 年 3 月		
接洽途径:	香港礼品展		
合作内容:	家庭办公类 (本册)		

六、报告期内主要产品的原材料和能源及其供应情况

(一) 主要原材料和能源及供应情况

1、主要原材料

报告期内公司主要产品的原材料可以分为主要物料、重要辅助物料和其他辅助物料。其中主要物料为双胶纸、灰板、铜版纸、纸箱、白卡等各类纸张、纸板、纸质半成品以及 PP 内页、塑料包装、PET、光膜、PVC 等塑胶类物料。重要辅助材料为油墨、CTP 版等印刷辅料以及刀模、烫金等工磨具。其他辅助物料包括

半成品部件、纺织面料、金属制品和化学品。

公司报告期内主要产品的原材料采购情况如下：

原材料分类	2017年1-6月		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(%)	金额(万元)	占比(%)
主要物料	6,536.2	63.70	13,183.58	66.02	11,224.17	68.34	10,845.37	60.32
纸	5,615.45	54.73	11,177.75	55.97	7,952.44	48.42	8,363.01	46.51
塑胶类	920.7	8.97	2,005.84	10.04	3,271.73	19.92	2,482.35	13.81
重要辅助物料	549.0	5.35	1,121.11	5.61	1,072.22	6.53	1,280.21	7.12
印刷辅料	311.5	3.04	630.2	3.16	693.86	4.22	938.15	5.22
工磨具	237.46	2.31	490.91	2.46	378.36	2.3	342.06	1.9
其他辅助物料	3,175.0	30.94	5,664.95	28.37	4,126.87	25.13	5,855.32	32.56
半成品部件	1,976.65	19.27	3,668.46	18.37	2,518.93	15.34	3,743.76	20.82
纺织面料	568.89	5.54	685.1	3.43	610.73	3.72	1,173.36	6.53
金属	463.97	4.52	911.29	4.56	535.48	3.26	527.46	2.93
化学品	158.87	1.55	391.46	1.96	421.12	2.56	327.21	1.82
其他	6.58	0.06	8.64	0.04	40.61	0.25	83.52	0.46
总计	10,260.07	100.00	19,969.65	100.00	16,423.26	100.00	17,980.89	100.00

报告期内，公司来源于自行生产的产品主营业务成本构成情况如下：

分类	2017年1-6月	2016年度	2015年度	2014年度
直接材料	62.65%	62.03%	64.63%	64.03%
直接人工	17.52%	18.59%	18.47%	20.15%
制造费用	14.14%	13.51%	12.19%	10.84%
不予抵免增值税进项	5.70%	5.87%	4.70%	4.97%
合计	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

2、主要能源供应

公司生产所需的能源主要为电力，由生产经营场所当地电力部门统一供应。

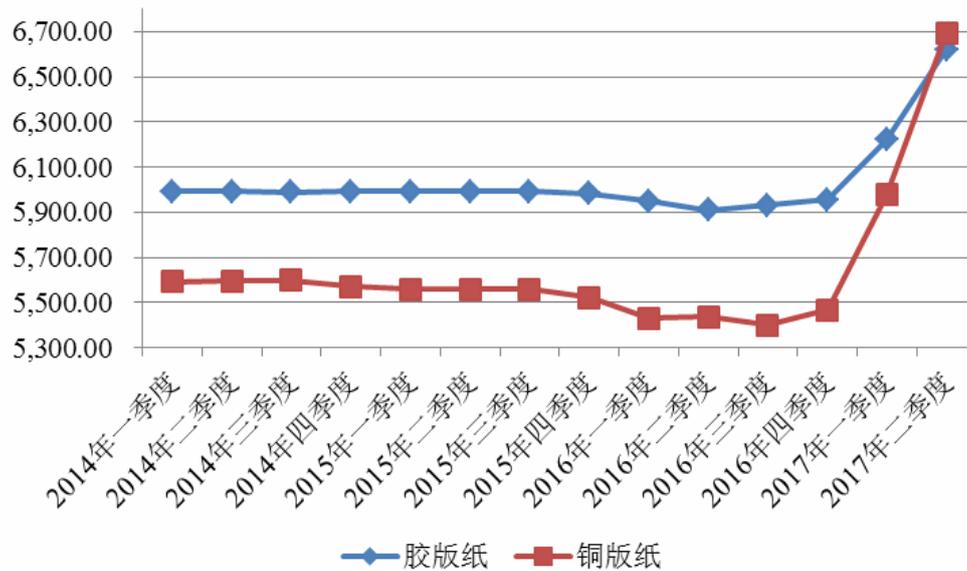
(二) 主要原材料的价格变动趋势

公司生产的主要原料为双胶纸、灰板、铜版纸、纸箱、白卡等各类纸张。由

于造纸行业规模经济性很强，部分造纸企业过度扩张导致我国造纸行业产能过剩。2014年至2016年，双胶纸、铜版纸价格呈现缓慢下降趋势，但自2016年10月以来，纸浆价格不断上涨推动文化纸和白卡纸价格不断攀升。2017年上半年，纸张市场价格整体呈现上涨态势。

报告期内我国铜版纸、胶版纸季度平均出厂价变化趋势图如下：

单位：元/吨



数据来源：慧博经济数据库。

(三) 主要供应商

1、排名前五的供应商采购情况

公司报告期内与前五名供应商的采购情况(包括原材料供应商和委外生产供应商)参见下表：

年度	排名	公司名称	采购额(万元)	采购占比
2017年1-6月	1	杭州金光纸业产品服务有限公司	2,688.04	14.98%
	2	杭州兰勃纸制品有限公司	1,379.21	7.69%
	3	浙江黄岩汇丰文化用品有限公司	618.61	3.45%
	4	温州市申士文具用品有限公司	612.67	3.41%
	5	石家庄市藁城区光明纤维板厂 ^{注1}	562.86	3.14%
	合计			5,861.39
2016年	1	杭州金光纸业产品服务有限公司	4,938.58	14.53%

	2	杭州兰勃纸制品有限公司 ^{注2}	1,493.40	4.39%
	3	浙江黄岩汇丰文化用品有限公司	1,086.60	3.20%
	4	滁州佳恒包装有限公司	1,004.17	2.95%
	5	海宁市速美工贸有限公司	855.49	2.52%
	合计		9,378.24	27.59%
2015年	1	杭州金光纸业产品服务有限公司	2,888.83	9.79%
	2	杭州兰勃纸制品有限公司	1,511.75	5.12%
	3	滁州佳恒包装有限公司	829.2	2.81%
	4	宁波市鄞州天茂纸张有限公司	820.17	2.78%
	5	海宁市速美工贸有限公司	816.36	2.77%
	合计		6,866.31	23.26%
2014年	1	杭州金光纸业产品服务有限公司	3,024.59	10.26%
	2	杭州兰勃纸制品有限公司	1,348.29	4.57%
	3	石家庄市藁城区光明纤维板厂	1,193.67	4.05%
	4	宁波报业印刷发展有限公司	891.31	3.02%
	5	绍兴县之尊纺织有限公司	839.53	2.85%
	合计		7,297.39	24.76%

注 1：报告期内，石家庄大章纸业有限公司与石家庄市藁城区光明纤维板厂为同一法定代表人，采购额合并计算。

注 2：报告期内，杭州金来纸制品有限公司的法定代表人在杭州兰勃纸制品有限公司担任总经理，且一直负责杭州兰勃纸制品有限公司的生产运营。2016 年新设立的杭州金来纸制品有限公司在 2016 年及之后和原杭州兰勃纸制品有限公司的采购额合并计算。

公司与报告期内的前五名供应商不存在关联关系，公司董事、监事、高级管理人员、其他核心人员和持股 5% 以上的股东，均未在上述供应商中占有权益。

报告期内，发行人主要供应商（采购额前十名）与发行人及其股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其他关联方之间无关联关系和业务往来；报告期内，除 Craft Etc 为 Hobby Lobby 子公司、Darice 2016 年成为 Michaels 子公司外，发行人其余主要客户（销售收入前十名）之间不存在关联关系。发行人主要供应商之间以及主要客户与供应商之间不存在关联关系。

2、贸易性质供应商的基本情况

发行人报告期内主要供应商中的贸易性质供应商包括杭州金光纸业产品服务有限公司、宁波新大纸业有限公司、宁波市鄞州天茂纸张有限公司和杭州月轩

商贸有限公司。

杭州金光纸业产品服务有限公司为金光纸业承担销售职能的子公司，最终供应商为金光纸业（中国）投资有限公司。

宁波市鄞州天茂纸张有限公司的最终供应商为宁波市三鹰纸业有限公司，两公司同受陈勇兵控制，分别承担销售和生职能。

宁波新大纸业有限公司的最终供应商为山东太阳纸业有限公司、山东博汇纸业有限公司、江苏博汇纸业有限公司、河南天邦纸业有限公司和山东中冶银河纸业有限公司等纸厂。该供应商为发行人早期合作的纸品贸易公司，当时发行人业务量较小，因此直接向大型纸厂采购不经济，这种合作关系延续至今。

杭州月轩商贸有限公司的最终供应商为金光纸业（中国）投资有限公司，发行人向其采购的原因是该供应商可以提供小批量、特别规格的纸张并提供便捷物流配送等服务。

3、新增供应商基本情况

报告期内，发行人供应商（采购额 50 万元以上）新增情况如下表所示：

项 目	2017 年 1-6 月	2016 年	2015 年	2014 年
新增供应商数量	4	18	12	13
新增供应商采购额（万元）	253.42	3,207.71	1,278.41	1,582.41
采购总额占比	1.41%	9.43%	4.33%	5.46%

发行人报告期内前十大供应商中的新增供应商为宁波汇隆文具有限公司（2017 年进入前十）、温州市申士文具用品有限公司（2015 年新增）、杭州月轩商贸有限公司（2014 年新增）和义乌市万通印刷有限公司（2014 年新增）。上述新增供应商基本情况如下：

公司名称	成立时间	注册资本	主营业务	初始接洽途径	合作内容
温州市申士文具用品有限公司	2004 年 10 月 28 日	500 万元	包装装潢、其他印刷品印刷（在印刷经营许可证有效期内经营）；文具、笔记本、便签盒、相册、办公用品、塑膜制品加工、销售。	同行业推荐	文具套装

杭州月轩商贸有限公司	2013年1月6日	200万元	批发、零售：纸浆，纸张，纸制品，包装材料，办公自动化设备及耗材，文教用品，体育器材，日用百货，化学试剂（除化学危险品及第一类易制毒化学品）。	主动接洽	铜版纸、双胶纸、白卡
义乌市万通印刷有限公司	2006年6月7日	300万元	出版物、包装装潢、其他印刷品印刷（《印刷经营许可证》有效期至2017年底止）；货物进出口、技术进出口。	朋友推荐	文具套装、挂历等
宁波汇隆文具有限公司	2015年05月20日	200万元	风琴箱、挂劳夹、文件夹等办公文具的生产和销售。	同行业推荐	文件夹、风琴袋等

报告期内，发行人向上述供应商采购金额如下：

单位：元

新增供应商	2017年1-6月	2016年	2015年	2014年
宁波汇隆文具有限公司	393.39	340.50	-	-
温州市申士文具用品有限公司	612.67	766.29	204.69	-
杭州月轩商贸有限公司	375.54	749.27	466.39	307.09
义乌市万通印刷有限公司	-	58.76	511.82	23.37

七、发行人的主要固定资产和无形资产

（一）发行人的主要固定资产

公司及其控股子公司生产经营中所使用的主要固定资产情况分列如下：

1、房屋及建筑物

（1）自有房产

截至本招股说明书签署日，公司及其控股子公司共计拥有房产 10 处，面积合计 78,047.37 平方米。

序号	房产证号	使用权人	房屋坐落	用途	建筑面积（平方米）	取得方式
1	甬房权证仑（开）字第 2015800205 号	创源文化	北仑区大碶庐山西路45号3幢(1)	工业	16,945.50	自建

2	甬房权证仑（开）字第 2015800206 号	创源文化	北仑区大碇庐山西路 45 号 1 幢（1）； 2 幢（1）； 4 幢（1）	工业	11,335.89	自建
3	房地权证来字第 2015001823 号	安徽创源	来安县中央大道 16 号	工业	9,660.65	自建
4	房地权证来字第 2015001824 号	安徽创源	来安县中央大道 16 号	工业	22,826.68	自建
5	房地权证来字第 2015001825 号	安徽创源	来安县中央大道 16 号	工业	1,437.76	自建
6	房地权证来字第 2015001826 号	安徽创源	来安县经济开发区来友路 8 号	工业	15,027.34	自建
7	鄞房权证下字第 200902802 号	快邦投资	宁波市鄞州区下应街道启明路 818 号 12 幢 88 号	工业	651.61	出让
8	甬房权证鄞州区字第 201139242 号	快邦投资	宁波市鄞州区下应街道 128 公寓 3 幢 7 单元 1409 室	住宅	77.57	出让
9	甬房权证鄞州区字第 201139243 号	快邦投资	宁波市鄞州区下应街道 128 公寓地下车库 090 号车位	车位	12.87	出让
10	甬房权证鄞州区字第 201139244 号	快邦投资	宁波市鄞州区下应街道 128 公寓 3 幢 7 单元 1408 室	住宅	71.50	出让

注：除第 9 项房产外，其余房产均已抵押，详见第十一节“二、对外担保及抵押情况”。

（2）房屋租赁情况

编号	承租方	出租方	面积	租赁起始期限	租金
1	创源文化	宁波声科电子有限公司	17,500.00 平方米	2016 年 2 月 1 日至 2018 年 1 月 31 日	375 万元
2	美国创源	PS Business Parks, L.P.	2,660 平方英尺	2014 年 9 月 15 日至 2017 年 9 月 30 日	13.00 万美元
3	创源文化	宁波经济技术开发区泰悦置业有限公司	347 平方米	2016 年 8 月 1 日至 2020 年 12 月 22 日	按店铺税前营业额的 10% 计算抽成租金
4	合力商贸	宁波博胜控股有限公司	380 平方米	2017 年 6 月 1 日至 2018 年 5 月 31 日	10.944 万元
5	合力商贸	宁波博胜控股有限公司	200 平方米	2017 年 6 月 1 日至 2018 年 5 月 31 日	5.76 万元
6	宁波昱升纸业有限公司	创源文化	1,750 平方米	2015 年 8 月 1 日至 2018 年 1 月 31 日	43 万元

7	任能叶	创源文化	1,750 平方米	2016 年 2 月 1 日至 2018 年 1 月 31 日	49.67 万元
8	合力咨询	创源文化	20 平方米	2017 年 1 月 1 日至 2019 年 12 月 31 日	10.8 万元
9	纸器时代	快邦投资	600 平方米	2017 年 1 月 1 日至 2018 年 12 月 31 日	18 万元

注：表中租金为租赁期内合同租金总额。

2、主要生产设备

截至 2017 年 6 月 30 日，公司及其控股子公司的主要生产设备如下：

单位：万元

序号	设备名称	所属公司	入账日期	设备原值	设备净值	成新率
1	海德堡速霸对开六色平张胶印机	安徽创源	2014-5-29	1,221.55	580.41	47.51%
2	海德堡四色印刷机	创源文化	2010-10-27	759.4	303.32	39.94%
3	海德堡四色印刷机	创源文化	2004-6-25	755.47	75.55	10.00%
4	海德堡四色平张纸胶印机	安徽创源	2014-3-27	602.56	284.73	47.25%
5	海德堡双色印刷机	创源文化	2004-7-30	356.33	35.63	10.00%
6	高宝五色机	安徽创源	2015-5-31	240.36	117.12	48.73%
7	高速激光彩色印刷系统	创源文化	2009-2-26	239.32	79.94	33.40%
8	自动压痕机	创源文化	2004-7-30	232.6	23.26	10.00%
9	自动烫金机	创源文化	2008-8-31	160.3	43.74	27.29%
10	CTP	创源文化	2009-12-29	137.48	13.75	10.00%
11	平压平自动模切烫金机	安徽创源	2013-11-20	136.75	92.42	67.59%
12	平压平自动烫金机	安徽创源	2015-3-25	136.75	109.06	79.75%
13	自动平压模切烫金机	创源文化	2011-7-31	136.75	94.28	68.94%
14	全自动高速糊盒机	创源文化	2004-7-30	119.54	11.95	10.00%
15	海德堡 CTP	安徽创源	2014-3-31	112.21	79.39	70.75%
16	平压平自动清废模切机	安徽创源	2013-11-20	118.31	10.80	9.13%
17	自动烫印模切机	创源文化	2007-4-23	108	80.13	74.20%
18	海德堡 5+1 印刷机	创源文化	2015-8-31	820.22	674.67	82.26%
19	精装龙生产线	安徽创源	2015-8-26	226.84	189.41	83.50%

20	全自动烫金机（平压平）	安徽创源	2015-11-6	150.29	128.76	85.68%
21	海德堡速霸四色平张纸胶印机	创源文化	2016-5-20	625.47	565.84	90.47%
22	平压平自动模切烫金机	创源文化	2016-8-26	145.3	134.40	92.50%
23	平压平自动模切烫金机	安徽创源	2016-9-26	136.75	127.52	93.25%
24	海德堡速霸四色平张纸胶印机	创源文化	2017-2-28	337.72	327.58	97.00%
25	全自动烫金机	安徽创源	2017-5-31	128.21	127.24	99.25%
合计		-	-	8,144.47	4,310.93	52.93%

注：为更加真实、准确地反映设备新旧状况，表中售后租回相关生产设备原值按原始购入时的原值列示并以此为基础计算成新率。

（二）发行人的主要无形资产

公司及其控股子公司生产经营所使用的主要无形资产情况如下：

1、土地使用权

截至本招股说明书签署日，公司及其控股子公司共计拥有土地 7 处，面积合计 149,676.03 平方米。

序号	土地证证号	使用权人	土地座落	用途	使用权面积（平方米）	取得方式	他项权利
1	仑国用（2015）第 00183 号	创源文化	北仑区大碇庐山西路 45 号	工业	20,000.00	出让	抵押
2	来国用（2015）第 1960 号	安徽创源	来安县中央大道 16 号（县工业新区）	工业	58,524.20	出让	抵押
3	来国用（2015）第 1961 号	安徽创源	来安县来友路 8 号（县工业新区）	工业	70,719.90	出让	抵押
4	甬鄞国用（2009）第 09-05046 号	快邦投资	宁波市鄞州区下应街道启明路 818 号 12 幢 88 号	工业	364.40	出让	抵押
5	甬鄞国用（2011）第 99-27837 号	快邦投资	宁波市鄞州区下应街道 128 公寓 3 幢 7 单元 1409 室	住宅	28.44	出让	抵押
6	甬鄞国用（2011）第 99-27839 号	快邦投资	宁波市鄞州区下应街道 128 公寓地下车库 090 号车位	车位	12.87	出让	无
7	甬鄞国用（2011）	快邦投资	宁波市鄞州区下应街道 128	住宅	26.22	出让	抵押

第 99-27841 号	公寓 3 幢 7 单元 1408 室				
--------------	--------------------	--	--	--	--

2、商标权

截至本招股说明书签署日，公司及其控股子公司共计拥有商标权 108 项，详情如下：

序号	内容	所用权人	注册号/申请号	类别	到期时间
1		创源文化	第 4518090 号	16 类	2018 年 7 月 20 日
2		创源文化	第 7112610 号	16 类	2020 年 7 月 13 日
3		创源文化	第 7026029 号	40 类	2020 年 7 月 13 日
4		创源文化	第 7026030 号	16 类	2020 年 6 月 20 日
5		创源文化	第 7617736 号	16 类	2020 年 11 月 27 日
6		创源文化	第 7617817 号	40 类	2020 年 12 月 6 日
7	PAPERAGE	创源文化	第 7726746 号	16 类	2020 年 12 月 20 日
8	PAPERAGE	创源文化	第 7726756 号	40 类	2021 年 1 月 27 日
9	淘手工	创源文化	第 12425340 号	25 类	2024 年 9 月 20 日
10	淘手工	创源文化	第 12425520 号	28 类	2024 年 9 月 20 日
11	淘手工	创源文化	第 12493663 号	41 类	2024 年 9 月 27 日
12	淘手工	创源文化	第 12493622 号	16 类	2024 年 9 月 27 日
13	PAPERAGE	创源文化	Reg.No.3966032	单一美国 40、16 类	2021 年 5 月 24 日
14		创源文化	Reg.No.3281269	单一美国 16 类	2017 年 8 月 21 日
15	纸器时代	创源文化	第 14887525 号	16 类	2025 年 7 月 27 日
16		创源文化	第 14888069 号	16 类	2025 年 8 月 13 日
17	纸器时代	创源文化	第 14887370 号	2 类	2025 年 7 月 27 日
18	纸器时代	创源文化	第 14887695 号	25 类	2025 年 7 月 27 日
19	纸器时代	创源文化	第 14887788 号	26 类	2025 年 7 月 27 日
20	纸器时代	创源文化	第 14887944 号	39 类	2025 年 8 月 6 日
21	纸器时代	创源文化	第 14887445 号	9 类	2025 年 7 月 27 日
22	纸器时代	创源文化	第 14887852 号	28 类	2025 年 10 月 27 日
23	纸器时代	创源文化	第 14888008 号	41 类	2025 年 10 月 27 日
24	搜主意	快邦投资	第 10826130 号	16 类	2023 年 10 月 20 日

25	搜主意	快邦投资	第 10834840 号	35 类	2023 年 10 月 13 日
26	搜主意	快邦投资	第 10835074 号	42 类	2023 年 8 月 13 日
27	松鼠	快邦投资	第 10826550 号	16 类	2023 年 12 月 6 日
28	SOUISM	快邦投资	第 10826378 号	16 类	2023 年 7 月 20 日
29	SOUISM	快邦投资	第 10834816 号	35 类	2023 年 7 月 27 日
30	SOUISM	快邦投资	第 10826776 号	41 类	2023 年 7 月 20 日
31	SOUISM	快邦投资	第 10834932 号	42 类	2023 年 7 月 27 日
32	搜智易	快邦投资	第 10826417 号	16 类	2023 年 7 月 20 日
33	搜智易	快邦投资	第 10834829 号	35 类	2023 年 7 月 27 日
34	搜智易	快邦投资	第 10826871 号	41 类	2023 年 7 月 20 日
35	搜智易	快邦投资	第 10835053 号	42 类	2023 年 8 月 6 日
36		创源文化	第 16241374 号	2 类	2026 年 3 月 27 日
37		创源文化	第 16244795 号	23 类	2026 年 3 月 27 日
38		创源文化	第 16244876 号	26 类	2026 年 3 月 27 日
39		创源文化	第 16244912 号	27 类	2026 年 3 月 27 日
40		创源文化	第 16244947 号	28 类	2026 年 3 月 27 日
41		创源文化	第 16245338 号	43 类	2026 年 3 月 27 日
42		创源文化	第 16245439 号	44 类	2026 年 3 月 27 日
43		创源文化	第 16242788 号	13 类	2026 年 5 月 13 日
44		创源文化	第 16243617 号	21 类	2026 年 5 月 6 日
45		创源文化	第 16244998 号	30 类	2026 年 6 月 27 日
46		创源文化	第 16243264 号	18 类	2026 年 6 月 27 日
47		创源文化	第 16243132 号	17 类	2026 年 6 月 27 日
48		创源文化	第 16241742 号	6 类	2026 年 6 月 27 日
49		创源文化	第 16242025 号	10 类	2026 年 6 月 27 日
50		创源文化	第 16241329 号	1 类	2026 年 6 月 20 日
51		创源文化	第 16244977 号	29 类	2026 年 6 月 13 日
52		创源文化	第 16245535 号	45 类	2026 年 5 月 13 日
53		创源文化	第 16245144 号	37 类	2026 年 5 月 6 日
54	Cre8	创源文化	第 16894640 号	26 类	2026 年 7 月 6 日
55	Cre8	创源文化	第 16892594 号	23 类	2026 年 7 月 6 日
56		创源文化	第 16241828 号	7 类	2026 年 7 月 13 日
57	Cre8	创源文化	第 16887991 号	6 类	2026 年 7 月 27 日

58	Cre8	创源文化	第 16892223 号	17 类	2026 年 7 月 27 日
59	Cre8	创源文化	第 16892380 号	21 类	2026 年 7 月 27 日
60	Cre8 DIRECT	创源有限 ^注	第 15980317 号	40 类	2026 年 6 月 20 日
61	盗墨笔记	搜主意	第 17851595 号	16 类	2026 年 10 月 13 日
62	Emma Ke	搜主意	第 16447797 号	41 类	2026 年 6 月 20 日
63	艾玛课	搜主意	第 16447796 号	41 类	2026 年 6 月 13 日
64	盗墨笔记	搜主意	第 17851338 号	9 类	2026 年 10 月 20 日
65	奇思妙玩	纸器时代	18187549	45 类	2027 年 2 月 13 日
66	奇思妙玩	纸器时代	18187550	44 类	2027 年 2 月 13 日
67	奇思妙玩	纸器时代	18187554	40 类	2027 年 2 月 13 日
68	奇思妙玩	纸器时代	18187555	39 类	2027 年 2 月 13 日
69	奇思妙玩	纸器时代	18187556	38 类	2026 年 12 月 06 日
70	奇思妙玩	纸器时代	18187557	37 类	2026 年 12 月 06 日
71	奇思妙玩	纸器时代	18187558	36 类	2026 年 12 月 06 日
72	奇思妙玩	纸器时代	18187561	32 类	2027 年 2 月 13 日
73	奇思妙玩	纸器时代	18187564	26 类	2026 年 12 月 06 日
74	奇思妙玩	纸器时代	18187565	25 类	2027 年 2 月 13 日
75	奇思妙玩	纸器时代	18187566	24 类	2026 年 12 月 06 日
76	奇思妙玩	纸器时代	18187567	23 类	2026 年 12 月 06 日
77	奇思妙玩	纸器时代	18187568	22 类	2026 年 12 月 06 日
78	奇思妙玩	纸器时代	18187569	21 类	2027 年 2 月 13 日
79	奇思妙玩	纸器时代	18187570	20 类	2027 年 2 月 13 日
80	奇思妙玩	纸器时代	18187571	18 类	2026 年 12 月 06 日
81	奇思妙玩	纸器时代	18187573	15 类	2026 年 12 月 06 日
82	奇思妙玩	纸器时代	18187574	12 类	2026 年 12 月 06 日
83	奇思妙玩	纸器时代	18187575	9 类	2027 年 2 月 13 日
84	奇思妙玩	纸器时代	18187576	8 类	2026 年 12 月 06 日
85	奇思妙玩	纸器时代	18187577	6 类	2027 年 2 月 13 日
86	奇思妙玩	纸器时代	18187578	5 类	2026 年 12 月 06 日
87	奇思妙箱	纸器时代	18187579	41 类	2027 年 2 月 13 日
88	奇思妙箱	纸器时代	18187580	28 类	2027 年 2 月 13 日
89	奇思妙箱	纸器时代	18187581	25 类	2027 年 2 月 20 日
90	奇思妙箱	纸器时代	18187582	16 类	2027 年 2 月 13 日

91	奇思妙箱	纸器时代	18187583	9 类	2027 年 2 月 13 日
92		创源文化	Reg.No.1225298	马德里协议 尼斯分类第 10 版中 16、 40 类	2026 年 2 月 15 日
93		创源文化	Reg.No.1235523	马德里协议 尼斯分类第 10 版中 16、 40 类	2026 年 4 月 18 日
94	GymWell	美国合力商 贸	Reg.No.4818982	28 类	2025 年 9 月 21 日
95		美国合力商 贸	Reg.No.4879801	20 类	2026 年 1 月 4 日
96		美国合力商 贸	Reg.No.5004775	28 类	2026 年 7 月 18 日
97		创源文化	第 16245014 号	31 类	2026 年 8 月 27 日
98	PAPERAGE	创源文化	第 17462484 号	28 类、35 类、41 类	2026 年 9 月 13 日
99		创源文化	第 16244775 号	22 类	2026 年 9 月 20 日
100		创源文化	第 16894569 号	24 类	2026 年 10 月 6 日
101		创源文化	第 16894678 号	27 类	2026 年 10 月 13 日
102		创源文化	第 16887891 号	9 类	2027 年 2 月 20 日
103		创源文化	第 16892363 号	20 类	2027 年 2 月 20 日
104		创源文化	第 16887984 号	16 类	2027 年 2 月 20 日
105		创源文化	第 16894749 号	28 类	2027 年 2 月 20 日
106		创源文化	第 16894882 号	41 类	2027 年 2 月 20 日
107		创源文化	第 16894917 号	43 类	2027 年 2 月 20 日
108		创源文化	第 16245302 号	41 类	2027 年 2 月 20 日

注：注册号为 15980317 的商标于整体变更为股份有限公司之前申请，2016 年 9 月获得商标证书，发行人获得后商标证书后即办理企业名称变更事宜。2017 年 1 月，发行人收到国家商标局的反馈，认为发行人提出变更证明的印章不够清晰，需要重新提供。发行人于 2017 年 1 月中旬重新提交给国家商标局，目前正在变更过程中。

注册号为 Reg.No.1235523 的第 93 项国际注册商标，发行人于 2017 年 5 月 27 日从韩国取得相同注册号的韩国商标注册证，该韩国商标注册证目前仍登记

在创源有限名下，发行人在获得该证书后即办理企业名称变更事宜，目前正在变更过程中。

3、专利技术

截至本招股说明书签署日，公司及其控股子公司拥有发明专利 10 项、实用新型专利 141 项，外观设计专利 46 项，具体情况如下：

序号	专利权人	名称	专利号	类型	专利申请日
1	创源文化	一种风琴包上风琴页的压紧装置	ZL201210428627.8	发明	2012 年 10 月 31 日
2	创源文化	一种方便卡片穿绳的工装	ZL201310211855.4	发明	2013 年 5 月 30 日
3	创源文化	一种圆背相册的皮壳中背部烫圆方法	ZL201310257498.5	发明	2013 年 6 月 26 日
4	创源文化	一种斜坡便签本切割模具	ZL201310257343.1	发明	2013 年 6 月 25 日
5	创源文化	一种纸张折扇成型设备	ZL201310257918.X	发明	2013 年 6 月 25 日
6	创源文化	一种纸张传送流水线上的自动撕纸器	ZL201310209205.6	发明	2013 年 5 月 30 日
7	创源文化	一种丝带切割机	ZL201310166196.7	发明	2013 年 5 月 7 日
8	创源文化	一种用于箱体两侧冲孔的双工位冲孔装置	ZL201410843998.1	发明	2014 年 12 月 30 日
9	创源文化	一种桌历本的自动打钉压撕裂线一体机	ZL201510884523.1	发明	2015 年 12 月 7 日
10	创源文化	一种防水儿童读物	ZL200820005257.6	实用新型	2008 年 4 月 11 日
11	创源文化	一种剪贴本窗口包边机	ZL200820127215.X	实用新型	2008 年 7 月 4 日
12	创源文化	一种风琴包折边机	ZL200820127214.5	实用新型	2008 年 7 月 4 日
13	创源文化	一种自动点数机	ZL200820127213.0	实用新型	2008 年 7 月 4 日
14	创源文化	一种无粘贴纸盒的箱体及盒盖	ZL201020173202.3	实用新型	2010 年 4 月 27 日
15	创源文化	动画玩具以及由该玩具组成的动画书	ZL201020163996.5	实用新型	2010 年 4 月 20 日
16	创源文化	一种转盘教具	ZL201020154419.X	实用新型	2010 年 4 月 9 日
17	创源文化	一种鼠标垫	ZL201020199942.4	实用新型	2010 年 5 月 20 日
18	创源文化	一种教具	ZL201020173203.8	实用新型	2010 年 4 月 27 日

19	创源文化	相册	ZL200920167739.6	实用新型	2009年7月30日
20	创源文化	化妆盒	ZL200920164161.9	实用新型	2009年7月17日
21	创源文化	一种凳子	ZL200920165684.5	实用新型	2009年7月27日
22	创源文化	杂物盒	ZL200920164160.4	实用新型	2009年7月17日
23	创源文化	一种纸巾盒	ZL200920201937.X	实用新型	2009年12月8日
24	创源文化	一种纸制花瓶	ZL201020154426.X	实用新型	2010年4月9日
25	创源文化	一种文件袋	ZL201020199914.2	实用新型	2010年5月20日
26	创源文化	一种文具盒	ZL201020199924.6	实用新型	2010年5月20日
27	创源文化	一种纸折式相框	ZL201020199907.2	实用新型	2010年5月20日
28	创源文化	一种多层办公储物套件	ZL201220104891.1	实用新型	2012年3月8日
29	创源文化	一种纸质多功能储物盒	ZL201220031234.9	实用新型	2012年1月12日
30	创源文化	一种文具摆放架	ZL201120235317.5	实用新型	2011年7月1日
31	创源文化	一种纸质的文具摆放架	ZL201120235320.7	实用新型	2011年7月1日
32	创源文化	一种纸质相框	ZL201120235348.0	实用新型	2011年7月1日
33	创源文化	一种纸质相框	ZL201120271346.7	实用新型	2011年7月27日
34	创源文化	一种兼做花瓶的纸袋	ZL201120271328.9	实用新型	2011年7月27日
35	创源文化	一种礼品盒	ZL201120293126.4	实用新型	2011年8月11日
36	创源文化	一种多功能文具筒	ZL201120235352.7	实用新型	2011年7月1日
37	创源文化	一种台面用的储物盒	ZL201220031200.X	实用新型	2012年1月12日
38	创源文化	一种纸质包装盒	ZL201220031232.X	实用新型	2012年1月12日
39	创源文化	一种相框	ZL201220031241.9	实用新型	2012年1月12日
40	创源文化	一种纸质的办公文具套件	ZL201220031154.3	实用新型	2012年1月12日
41	创源文化	一种便携式纸张花纹压制器	ZL201220031229.8	实用新型	2012年1月12日
42	创源文化	一种流水线作业台	ZL201320306749.X	实用新型	2013年5月30日
43	创源文化	一种纸张传送流水线上的自动撕纸器	ZL201320305982.6	实用新型	2013年5月30日
44	创源文化	一种可感应音乐的剪贴本	ZL201320308051.1	实用新型	2013年5月30日
45	创源文化	一种酒盒	ZL201320308013.6	实用新型	2013年5月30日
46	创源文化	一种组合式便签盒	ZL201320306526.3	实用新型	2013年5月30日
47	创源文化	一种可拼接的多功能便签盒	ZL201320304889.3	实用新型	2013年5月30日

48	创源文化	一种趣味图书	ZL201320304875.1	实用新型	2013年5月30日
49	创源文化	一种磁铁释放器	ZL201320272161.7	实用新型	2013年5月16日
50	创源文化	一种纸张折扇成型设备	ZL201320373215.9	实用新型	2013年6月25日
51	创源文化	一种方便卡片穿绳的工装	ZL201320306330.4	实用新型	2013年5月30日
52	创源文化	一种相册盒	ZL201320304910.X	实用新型	2013年5月30日
53	创源文化	一种可扩展储物空间的储物盒	ZL201220545519.4	实用新型	2012年10月11日
54	创源文化	一种指示牌摆放架	ZL201220545626.7	实用新型	2012年10月11日
55	创源文化	一种化妆品盒	ZL201220577712.6	实用新型	2012年10月11日
56	创源文化	一种灯笼	ZL201220545630.3	实用新型	2012年10月11日
57	创源文化	卡片盒	ZL201220577705.6	实用新型	2012年10月11日
58	创源文化	一种制盒机	ZL201220497195.1	实用新型	2012年9月26日
59	创源文化	一种儿童读物本	ZL201220495210.9	实用新型	2012年9月26日
60	创源文化	一种不干胶包装盒	ZL201220496244.X	实用新型	2012年9月26日
61	创源文化	一种多功能的酒瓶包装盒	ZL201220496114.6	实用新型	2012年9月26日
62	创源文化	一种分解式相册	ZL201220496640.2	实用新型	2012年9月26日
63	创源文化	一种移动晾纸架	ZL201220509203.X	实用新型	2012年9月27日
64	创源文化	一种多功能文件袋	ZL201220509615.3	实用新型	2012年9月29日
65	创源文化	一种多头打钉机	ZL201220506272.5	实用新型	2012年9月29日
66	创源文化	一种文具盒	ZL201220545628.6	实用新型	2012年10月11日
67	创源文化	一种棒棒笔的装配工位	ZL201220496289.7	实用新型	2012年9月26日
68	创源文化	一种整纸机	ZL201220526530.6	实用新型	2012年10月15日
69	创源文化	一种压痕烫金机上烫金膜废料的自动卷收装置	ZL201220518454.4	实用新型	2012年10月10日
70	创源文化	一种用于加工纸盒的气压机	ZL201220542640.1	实用新型	2012年10月22日
71	创源文化	一种相片盒上铭片牌的冲压模具	ZL201220542296.6	实用新型	2012年10月22日
72	创源文化	一种风琴包上风琴页的压紧装置	ZL201220568676.7	实用新型	2012年10月31日
73	创源文化	一种剪贴本上CD袋粘贴的对准装置	ZL201220499523.1	实用新型	2012年9月28日
74	创源文化	一种日历	ZL201220577691.8	实用新型	2012年10月11日

75	创源文化	一种物品摆放架	ZL201220577701.8	实用新型	2012年10月11日
76	创源文化	一种书报架	ZL201220545644.5	实用新型	2012年10月11日
77	创源文化	一种办公用储物盒	ZL201320304873.2	实用新型	2013年5月30日
78	创源文化	一种酒盒	ZL201320306080.4	实用新型	2013年5月30日
79	创源文化	一种贴覆于印刷品表面的装饰膜	ZL201320243970.5	实用新型	2013年5月7日
80	创源文化	一种手足印泥成长记录册组合套装	ZL201420043966.9	实用新型	2014年1月23日
81	创源文化	一种便携式多功能气压机	ZL201420853824.9	实用新型	2014年12月9日
82	创源文化	一种用于箱体两侧冲孔的双工位冲孔装置	ZL201420857809.1	实用新型	2014年12月30日
83	创源文化	一种3D字母的压边成型装置	ZL201420859320.8	实用新型	2014年12月30日
84	创源文化	一种PET盒的局部加热装置	ZL201420867641.2	实用新型	2014年12月31日
85	创源文化	一种对榨凹槽双面胶的双面胶机	ZL201420868568.0	实用新型	2014年12月31日
86	创源文化	一种热熔胶的熔化装置	ZL201420868272.9	实用新型	2014年12月31日
87	创源文化	一种新型发光壁挂	ZL201620468741.7	实用新型	2016年5月20日
88	创源文化	一种具有发光图案的壁挂	ZL201620469079.7	实用新型	2016年5月20日
89	创源文化	一种一体式折叠盒	ZL201620459514.8	实用新型	2016年5月19日
90	创源文化	一种可变图案的绳艺装饰品	ZL201620471289.X	实用新型	2016年5月20日
91	创源文化	一种物品展示架	ZL201620459515.2	实用新型	2016年5月19日
92	创源文化	一种新型玩具屋	ZL201620677800.1	实用新型	2016年6月27日
93	创源文化	一种纸张的冲孔装置	ZL201620734042.2	实用新型	2016年7月11日
94	创源文化	一种纸张的平整装置	ZL201620734611.3	实用新型	2016年7月11日
95	创源文化	一种笔记本中索引卡的压膜冲缺冲孔一体机	ZL201620734003.2	实用新型	2016年7月11日
96	创源文化	一种皮带传送装置的间隙调整机构	ZL201620732808.3	实用新型	2016年7月11日
97	创源文化	一种索引卡的冲缺装置	ZL201620736345.8	实用新型	2016年7月11日
98	创源文化	一种纸质房子模型	ZL201620457201.9	实用新型	2016年5月19日
99	安徽创源	一种纸盒	ZL201320811823.3	实用新型	2013年12月2日

100	安徽创源	一种文具袋	ZL201320812527.5	实用新型	2013年12月2日
101	安徽创源	一种纸盒	ZL201320808945.7	实用新型	2013年12月2日
102	安徽创源	一种梳毛器	ZL201320808944.2	实用新型	2013年12月2日
103	安徽创源	一种卫生纸盒	ZL201320811252.3	实用新型	2013年12月6日
104	安徽创源	一种多功能时钟	ZL201320482337.1	实用新型	2013年8月8日
105	安徽创源	一种胶带座	ZL201320477003.5	实用新型	2013年8月6日
106	安徽创源	一种带卷笔刀的笔筒	ZL201320468170.3	实用新型	2013年8月1日
107	安徽创源	一种新型台历	ZL201320468169.0	实用新型	2013年8月1日
108	安徽创源	一种筷子	ZL201320464071.8	实用新型	2013年7月31日
109	安徽创源	一种指环式U盘	ZL201320454457.0	实用新型	2013年7月26日
110	安徽创源	一种握笔器	ZL201320446058.X	实用新型	2013年7月24日
111	安徽创源	一种笔筒	ZL201320415873.X	实用新型	2013年7月11日
112	安徽创源	一种胶带切断器	ZL201320397644.X	实用新型	2013年7月5日
113	安徽创源	一种多功能文具盒	ZL201320327925.8	实用新型	2013年6月7日
114	安徽创源	一种互补式图钉	ZL201320327932.8	实用新型	2013年6月7日
115	创源文化	文具盒(公交车)	ZL201230481081.3	外观设计	2012年10月10日
116	创源文化	多功能储物盒	ZL201230532434.8	外观设计	2012年11月5日
117	创源文化	多功能储物盒	ZL201230532450.7	外观设计	2012年11月5日
118	创源文化	相片盒(爆炸式)	ZL201230532488.4	外观设计	2012年11月5日
119	创源文化	笔架	ZL201230532438.6	外观设计	2012年11月5日
120	创源文化	便签盒	ZL201230532496.9	外观设计	2012年11月5日
121	创源文化	储物盒	ZL201230532593.8	外观设计	2012年11月5日
122	创源文化	多层储物盒	ZL201230532789.7	外观设计	2012年11月5日
123	创源文化	多层蛋糕盘	ZL201230533243.3	外观设计	2012年11月5日
124	创源文化	多层蛋糕盘	ZL201230532862.0	外观设计	2012年11月5日
125	创源文化	多功能笔筒	ZL201230532988.8	外观设计	2012年11月5日
126	创源文化	多功能储物盒	ZL201230535361.8	外观设计	2012年11月6日
127	创源文化	多功能储物盒	ZL201230535080.2	外观设计	2012年11月6日
128	创源文化	多功能储物盒	ZL201230535161.2	外观设计	2012年11月6日
129	创源文化	多功能钥匙挂扣	ZL201230535201.3	外观设计	2012年11月6日
130	创源文化	卡片盒	ZL201230535326.6	外观设计	2012年11月6日
131	创源文化	卡片盒	ZL201230535327.0	外观设计	2012年11月6日
132	创源文化	拎包(纸质)	ZL201230535329.X	外观设计	2012年11月6日

133	创源文化	折叠笔筒	ZL201230535328.5	外观设计	2012年11月6日
134	创源文化	珠宝套盒（太空）	ZL201230535310.5	外观设计	2012年11月6日
135	创源文化	桌面便签收纳盒	ZL201230535646.1	外观设计	2012年11月6日
136	创源文化	一种具有索引功能的笔记本	ZL201520962171.2	实用新型	2015年11月26日
137	创源文化	一种立体封面	ZL201520962604.4	实用新型	2015年11月26日
138	创源文化	一种卡片式台灯	ZL201520962010.3	实用新型	2015年11月26日
139	创源文化	一种多功能素描本	ZL201520956868.9	实用新型	2015年11月26日
140	创源文化	一种多功能立体字符	ZL201520962255.6	实用新型	2015年11月26日
141	创源文化	一种可多方向开合的三折本	ZL201520968593.0	实用新型	2015年11月27日
142	创源文化	一种多功能置物盒	ZL201520970838.3	实用新型	2015年11月30日
143	创源文化	一种卷筒式便签本	ZL201520976757.4	实用新型	2015年11月30日
144	创源文化	一种多功能礼盒	ZL201520968531.X	实用新型	2015年11月30日
145	创源文化	一种圆柱形物品的吊挂包装	ZL201520982034.5	实用新型	2015年12月1日
146	创源文化	一种糖果盒	ZL201520980557.6	实用新型	2015年12月1日
147	创源文化	一种触摸式立体发光字符	ZL201520982399.8	实用新型	2015年12月2日
148	创源文化	一种折叠盒	ZL201520988924.7	实用新型	2015年12月3日
149	创源文化	一种自动打标牌机	ZL201521003393.8	实用新型	2015年12月7日
150	创源文化	一种桌历本的自动打钉压撕裂线一体机	ZL201521004429.4	实用新型	2015年12月7日
151	创源文化	笔记本（一）	ZL201530484180.0	外观设计	2015年11月27日
152	创源文化	笔记本（二）	ZL201530484029.7	外观设计	2015年11月27日
153	创源文化	摆件（小车）	ZL201530561521.X	外观设计	2015年11月28日
154	创源文化	壁挂	ZL201530561533.2	外观设计	2015年11月28日
155	创源文化	摆件（飞机）	ZL201530561518.8	外观设计	2015年11月28日
156	搜主意	水果托盘	ZL201430183797.4	外观设计	2014年6月16日
157	搜主意	儿童书架	ZL201430545568.2	外观设计	2014年12月23日
158	搜主意	子母电风扇	ZL201430545504.2	外观设计	2014年12月23日
159	搜主意	台灯（芦苇）	ZL201430233368.3	外观设计	2014年7月11日
160	搜主意	兔子书签	ZL201530004653.2	外观设计	2015年1月8日
161	搜主意	玩偶音响（女性人物）	ZL201430546461.X	外观设计	2014年12月23日

162	搜主意	鹦鹉式书签	ZL201430494807.6	外观设计	2014年12月3日
163	搜主意	大象书签	ZL201530005124.4	外观设计	2015年1月8日
164	搜主意	书签（狮子）	ZL201430544602.4	外观设计	2014年12月22日
165	搜主意	休闲阅读家居椅	ZL201530004676.3	外观设计	2015年1月8日
166	安徽创源	美工刀（双面）	ZL201430139361.5	外观设计	2014年5月20日
167	安徽创源	笔筒（鳄鱼）	ZL201430139362.X	外观设计	2014年5月20日
168	安徽创源	笔筒（长颈鹿）	ZL201430139686.3	外观设计	2014年5月20日
169	安徽创源	U盘（戒指）	ZL201330232288.1	外观设计	2013年6月5日
170	安徽创源	笔筒（螺旋式）	ZL201330231958.8	外观设计	2013年6月5日
171	安徽创源	多孔笔筒	ZL201330232303.2	外观设计	2013年6月5日
172	安徽创源	图钉（竹节形）	ZL201330232286.2	外观设计	2013年6月5日
173	安徽创源	图钉（互补式）	ZL201330232287.7	外观设计	2013年6月5日
174	安徽创源	文具盒（火柴盒）	ZL201330232304.7	外观设计	2013年6月5日
175	安徽创源	贴附于立面的日历	ZL201310190024.3	发明	2013年5月21日
176	安徽创源	一种自动上料送板机	ZL201620560359.9	实用新型	2016年6月12日
177	安徽创源	丝带贴胶机	ZL201620558679.0	实用新型	2016年6月12日
178	安徽创源	一种丝带贴胶机	ZL201620557054.2	实用新型	2016年6月12日
179	安徽创源	一种具有阻尼机构的丝带贴胶机	ZL201620562121.X	实用新型	2016年6月12日
180	安徽创源	一种上料机的顶升机	ZL201620558676.7	实用新型	2016年6月12日
181	安徽创源	抖纸振动台	ZL201620977694.9	实用新型	2016年8月29日
182	安徽创源	一种铆钉机的双压铆结构	ZL201620983935.0	实用新型	2016年8月29日
183	安徽创源	贴盒机	ZL201620997041.7	实用新型	2016年8月29日
184	纸器时代	插袋相册套装（热咖啡）	ZL201530367194.4	外观设计	2015年9月22日
185	创源文化	一种可用于装饰的储物盒	ZL201620941430.8	实用新型	2016年8月25日
186	创源文化	一种纸板条上双面胶的自动粘贴装置	ZL20162099565.69	实用新型	2016年8月30日
187	创源文化	一种计划本套册	ZL201620679414.6	实用新型	2016年6月27日
188	创源文化	一种组合式笔记本	ZL201620678879.X	实用新型	2016年6月27日
189	创源文化	一种纸板条的送料装置	ZL201620985541.9	实用新型	2016年8月30日
190	安徽创源	一种多功能收纳盒	ZL201620738696.2	实用新型	2016年7月14日
191	安徽创源	抖纸机	ZL201620983934.6	实用新型	2016年8月29日

192	创源文化	一种新型礼物盒	ZL201620680364.3	实用新型	2016年6月27日
193	创源文化	一种新型储物盒	ZL201620680889.7	实用新型	2016年6月27日
194	安徽创源	一种纸张平压设备	ZL201621236407.5	实用新型	2016年11月17日
195	安徽创源	一种用于纸袋提拉孔的承压制装置	ZL201621233472.2	实用新型	2016年11月17日
196	创源文化	一种发光卡片	ZL201621154382.4	实用新型	2016年10月31日
197	创源文化	一种装饰吊灯	ZL201621168546.9	实用新型	2016年11月2日

注：发明专利有效期为二十年，实用新型专利和外观设计专利有效期为十年，有效期均自申请日起计算。

4、著作权

截至本招股说明书签署日，公司及其控股子公司拥有计算机软件著作权 4 项，作品著作权超过 4,000 项，其中搜主意拥有作品著作权超过 3,300 项。软件著作权情况如下：

序号	著作权人	著作权名称	登记号	开发完成日期	首次发布日期
1	创源文化	生产计划运行过程控制软件 V1.0	2009SR031407	2008年10月20日	2008年12月8日
2	快邦投资	搜主意大众智慧交易系统 V2.0	软著登字第 0405262 号	2012年3月2日	2012年3月2日
3	快邦投资	Qsoftware 精益制造管理系统 V8.0	软著登字第 0457476 号	2012年7月6日	2012年8月1日
4	快邦投资	搜主意 SoLoMo 电子商务平台软件 V1.0	软著登字第 0511310 号	2012年7月8日	2012年12月8日

上述土地使用权、商标、专利、软件著作权等无形资产系公司通过购买、申请等方式取得，权属明确，不存在现实及潜在的产权纠纷。

(三) 发行人资产许可使用情况

被许可方	许可方	许可标的	许可方式	许可费用	许可使用期限
宁波坚韧者联盟电子商务有限公司	创源文化	商标（注册号：7617736、7617817）	排他许可。被许可方向第三方授权必须经许可人同意。	每季度销售额的 1%（按季度结算）	2016年6月30日至2019年6月30日

注：经发行人同意，宁波坚韧者联盟电子商务有限公司将上述商标号授权给宁波江东原品电子商务有限公司、宁波鄞州区锋豪网络科技有限公司与宁波市优者云传媒有限公司。

发行人就上述授权许可事项签署了许可协议，协议履行良好，不存在纠纷。

发行人由有限责任公司整体变更为股份有限公司后，除注册号为 15980317 的商标以及注册号为 Reg.No.1235523 的第 93 项国际注册商标，目前仍登记在创源有限名下，其他相关资产的权属证明文件均已变更至股份公司名下，前述商标手续的办理不存在重大障碍，对发行人的生产经营不存在重大影响。

八、其他与发行人生产经营相关的资质

（一）发行人及控股子公司主要经营资质

序号	企业名称	证书名称	发证机关	有效期
1	创源文化	中华人民共和国海关报关单位注册登记证书	中华人民共和国宁波海关	长期
2	创源文化	自理报检企业备案登记证明书	中华人民共和国北仑出入境检验检疫局	-
3	创源文化	印刷经营许可证	浙江新闻出版广电局	2017 年底
4	创源文化	出口玩具质量许可（注册登记）证	中华人民共和国北仑出入境检验检疫局	2018 年 2 月 9 日
5	创源文化	道路运输经营许可证	宁波市北仑区道路运输管理所	2019 年 10 月 23 日
6	创源文化	对外贸易经营者备案登记表	宁波市外经贸局	-
7	创源文化	浙江省排污许可证	宁波市北仑区环境保护局	2021 年 2 月 3 日
8	纸器时代	中华人民共和国出版物经营许可证	浙江省新闻出版广电局	2022 年 12 月 31 日
9	安徽创源	对外贸易经营者备案登记表	滁州市商务局	-
10	安徽创源	中华人民共和国海关报关单位注册登记证书	中华人民共和国滁州海关	长期
11	安徽创源	自理报检企业备案登记证明书	中华人民共和国滁州出入境检验检疫局	-
12	安徽创源	印刷经营许可证	安徽省新闻出版广电局	2019 年 3 月 30 日

13	合力商贸	对外贸易经营者备案登记表	宁波市外经贸局	-
14	合力商贸	中华人民共和国海关报关单位注册登记证	中华人民共和国宁波海关	长期
15	安徽创源	餐饮服务许可证	来安县市场监督管理局	2018年7月6日
16	创源文化	食品经营许可证	宁波市北仑区市场监督管理局	2022年5月11日
17	创源文化	安全生产标准化证书	宁波市安全生产监督管理局	2019年12月6日

发行人由有限责任公司整体变更为股份有限公司后，上述相关业务资质的证明文件均由“宁波成路纸品制造有限公司”变更至股份公司名下。

（二）发行人获得的主要荣誉

序号	取得时间	所获荣誉
1	2016年	国家文化出口重点企业
2	2014年	国家印刷示范企业
3	2014年	国家文化产业专项扶持项目（“绿色文化创意产品印刷线”）
4	2013年	国家文化出口重点项目（“搜主意创意设计平台”）
5	2012年	国家文化出口重点企业
6	2016年	浙江版权最具影响力企业
7	2016年	浙江省新闻出版业“走出去”工作先进单位
8	2015年	2015-2016年度浙江省文化出口重点企业
9	2014年	浙江省工程技术中心
10	2013年	浙江名牌产品
11	2013年	浙江省出口名牌
12	2012年	浙江省专利示范企业
13	2011年	浙江省文化出口重点企业
14	2012年	浙江省新闻出版业走出去工作先进单位
15	2015年	宁波市版权登记先进单位
16	2015年	2015年度宁波市文化创意与设计服务业十大重点企业
17	2015年	2015年度宁波市信息化和工业化深度融合示范企业
18	2015年	2015年度宁波市十大文创产业创新项目（“搜主意”综合服务平台）
19	2013年	宁波市文化产业最佳成就奖
20	2013年	宁波市文化产业示范基地

21	2013 年	宁波市印刷行业示范企业
22	2012 年	宁波市工程技术中心
23	2011 年	宁波名牌产品
24	2010 年	宁波市设计主导型工业示范企业

九、发行人的特许经营权

截至本招股说明书签署之日，公司未拥有特许经营权。

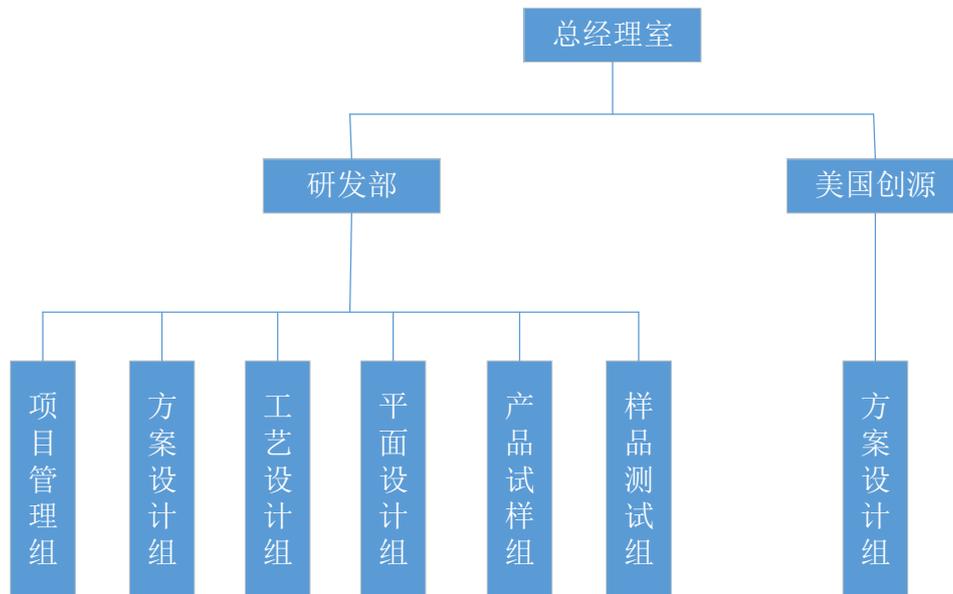
十、发行人核心技术与研发情况

（一）发行人的研发情况

公司以研发设计为驱动，坚持差异化的发展战略，以研发设计创新促进业务发展，以研发部为研发核心，致力于纸质时尚文教、休闲文化用品的持续创新。

1、研发机构设置

公司成立了专门的研发设计部门，负责新产品的开发以及工艺、材料和结构的设计。公司的研发机构组织结构图如下：

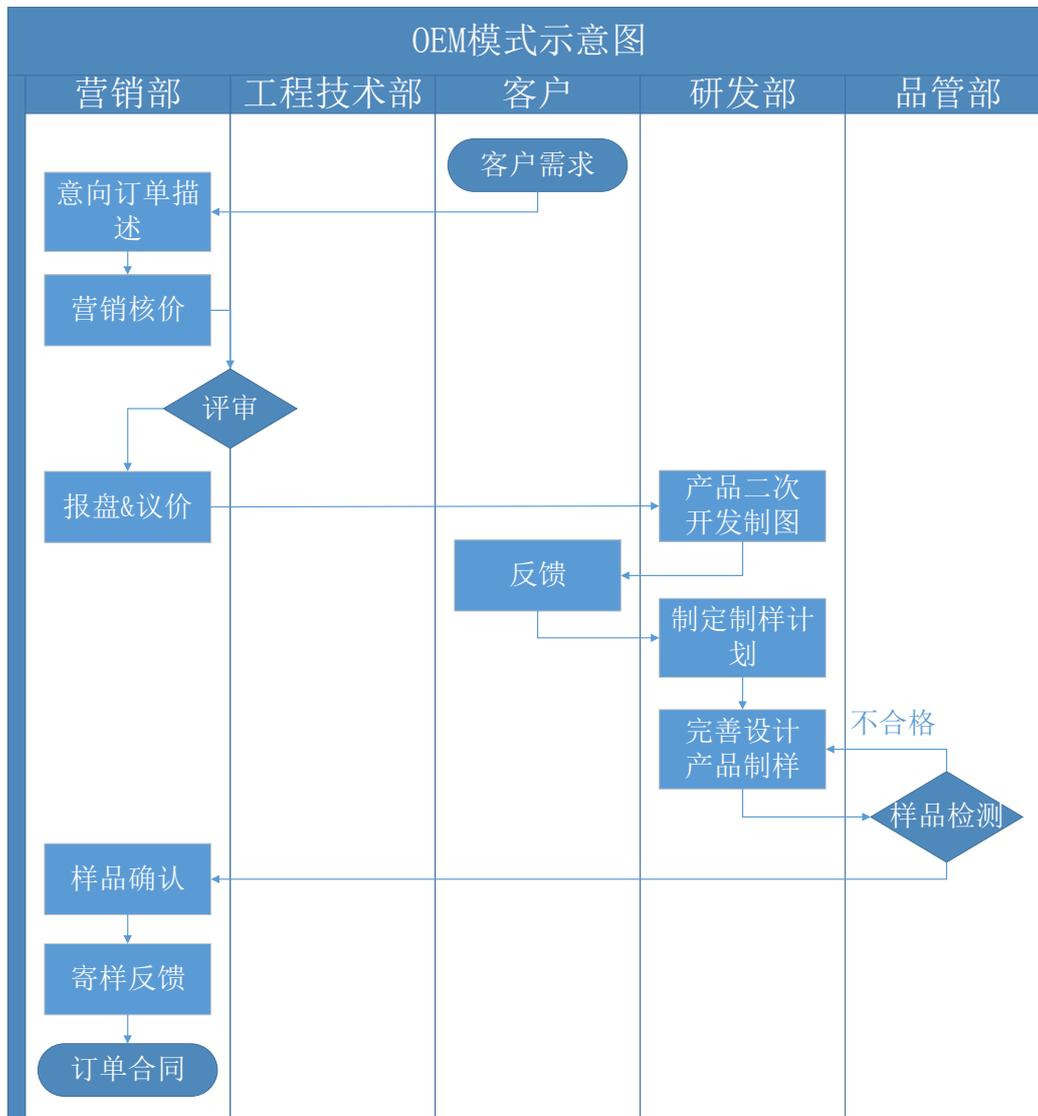


公司以研发部为核心，全面负责公司研发设计创新，同时美国创源、纸器时代、搜主意根据各自定位进行相关领域的重点研发，各部门、子公司相互协作，针对市场趋势、大客户需求与其他各部门共同研究设计产品解决方案，为客户开

发符合市场需求、引导市场潮流的纸质休闲文化产品。

2、研发设计流程

(1) OEM 模式



报告期内，公司采用 OEM 模式为客户提供产品的具体业务模式如下：

1) 提供设计图样：客户首先根据自身特点及流行趋势设计开发出纸质产品，形成设计图样，并委托公司根据产品的设计图样加工生产。

2) 公司对设计图的二次完善设计：在获得客户提供的纸质产品设计图样后，营销部和研发部首先会根据将设计图样转化为实物样品的难易度、成本控制、材

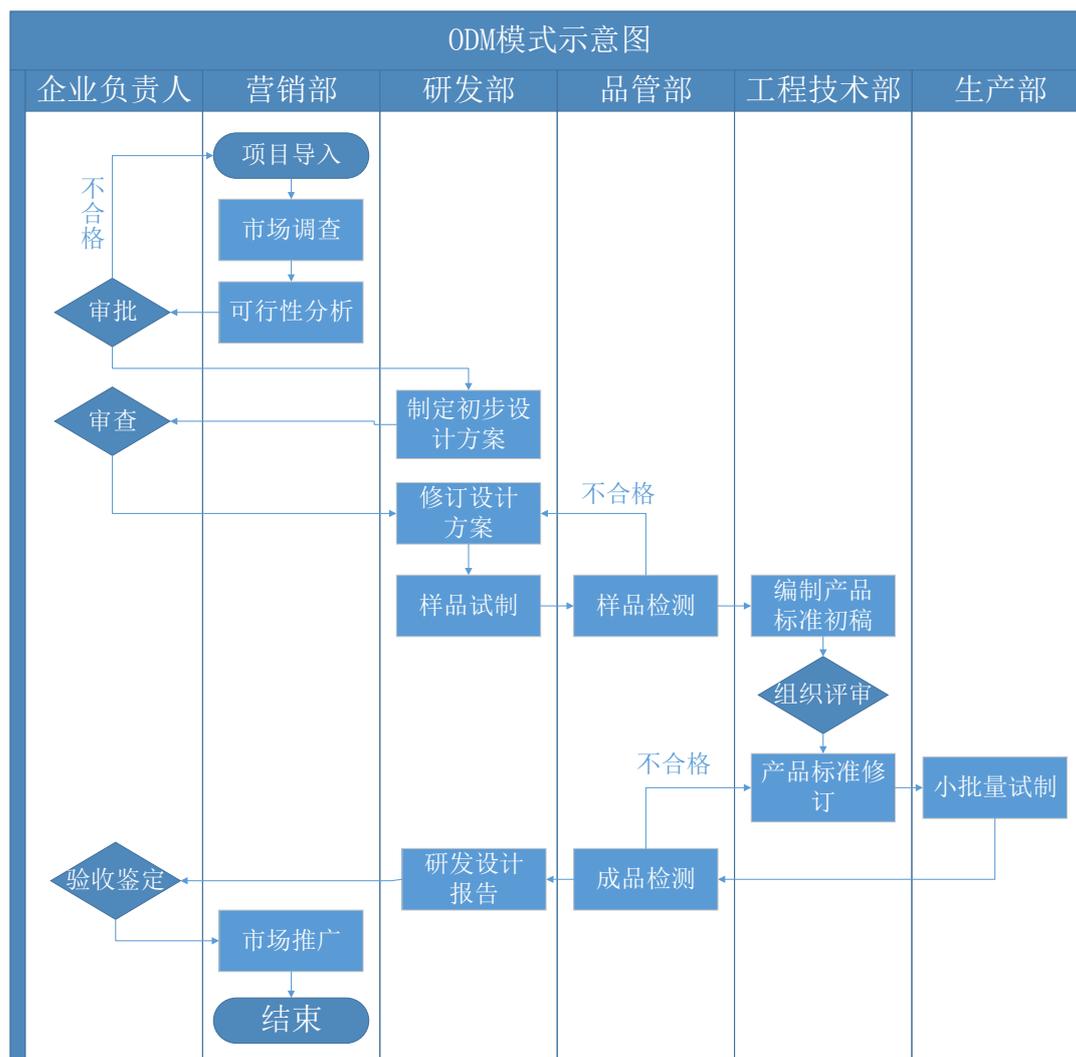
料搭配等多个角度对客户的设计图样提出修改意见，并反馈至客户的研发部门，在经过多次交互设计方案及修改意见后最终确定产品的设计图样。

3) 制样检测过程中的再次完善：营销部、研发部与客户共同确定产品设计图样后，将产品设计图样转交研发部进行制样修改。研发部的技术人员通过制版、材料选配、印刷制作等环节将设计图样转化为检测样品，待检测合格后营销部负责寄样并收集客户的反馈意见，再根据客户的反馈意见进一步修改和完善样品的设计，最后确定产品样式。

4) 订单确定、组织生产：设计样品确定后，公司根据客户下达的订单组织生产，并将最终产成品销售给客户。

公司与品牌商客户的 OEM 合作模式中，通过上述二三环节中的二次开发深度参与纸质产品的设计过程，在合作过程中也加深了对纸质产品的理解和对流行趋势的准确把握，同时也培养了一批经验丰富的研发人员，为逐渐向自主设计的 ODM 模式和自主品牌的 OBM 模式过渡奠定了基础。

(2) ODM 模式



公司在积累了大量生产及设计研发经验后，凭借自身的设计开发能力，组建美国创源设计团队，针对重要零售商客户采取 ODM 的业务模式，并成为未来发展的重要方向。公司采用 ODM 模式为客户提供产品的具体业务模式如下：

1) 客户提出设计要求：客户根据自身的要求向公司提出产品需求，一般会将纸质时尚文教、休闲文化用品的设计概念提供给公司。

2) 公司开发设计：研发部门依据客户提供的产品设计概念，根据客户希望的产品效果，设计开发出 3-5 款不同款式产品的设计图和样品提供给客户选择。

3) 客户确定款式，公司完善设计：客户在公司设计的款式中选择需要的款式，并对设计图和样品提出修改意见，经研发部门修改完善后，确定最终产品设计样图。

4) 确定订单、组织生产：客户向公司下达订单，公司研发部门及生产部门根据确定的设计图样及订单要求组织生产，产成品销售给客户。

3、研发设计活动

纸质时尚文教、休闲文化用品的功能与结构较简单，但需求千差万别。由于兴趣、爱好、性格各不相同，消费者对文具产品的形态提出了各自的需要和产品的不同的精神功能表达，个性化设计逐渐成为文具产品设计的发展趋势。

公司的设计活动主要围绕两类客户的需求展开，品牌商的产品设计主要针对工艺、材料和结构，工艺设计是指改进机械加工的方法，材料设计是指采用新的材料使得产品更加新颖，结构设计则针对产品构造和布局展开，通过这些设计活动能够赋予产品更多的商业附加值；零售商的产品设计主要为图案设计，美国创源参与设计。此外，公司积极开展自主研发设计活动，向客户展示设计成果，满足零售商客户越来越多的推介需求。通过在设计中更多的融入时尚元素和个性化体现，公司为客户需要提供专业化解决方案。

（二）发行人核心技术情况

随着全球纸质时尚文教、休闲文化用品行业的不断发展，新材料、新工艺、新技术广泛应用于纸质时尚文教、休闲文化用品研发、设计和生产。公司准确把握行业发展趋势，启用高科技环保型的材料，配合专业化的生产设备，大大提高产品的质量、稳定性和美观度，开发出时尚、环保、个性化的纸质时尚文教、休闲文化用品。

1、特有的发明专利

（1）圆背相册的皮壳中背部烫圆工艺

公司通过在皮壳内涂上一层粘合剂来完成裱衬，不需通过晾干，直接使皮壳在一定压力和温度下进行烫圆定型，得到合格、光滑、美观的相册圆背。

（2）风琴包上风琴页的压紧工艺

公司研发了一款风琴页的压紧装置，运用气缸加杠杆原理进一步将经过压痕

机压出的风琴页折痕压紧，使风琴页上的折痕长久不会变形，从而保证成品质量。

（3）方便卡片穿绳的工装

公司研发了一款方便卡片穿绳的工装。通过该工装可将一叠卡片一次性穿好吊绳，且一次性剪断，方便快捷，大幅提高了生产效率。

（4）斜坡便签本切割模具

公司研发了一种斜坡便签本切割模具。将普通便签本安放于模具凹槽内，使用切割工具沿着垂直切割面切下，可方便完成便签本的切割。

2、新材料的应用

（1）超强保护高分子材料

公司联合生产厂家开发了一款由硬性高分子聚合材料与 BOPP 膜复合而成的超强保护高分子材料。超强保护高分子材料表面具有超强的抗摩擦划伤性，通过高温高压作用，与印刷品形成真空贴合，既增强印刷品表面效果，又起到超强保护，使生产损耗进一步降低。

（2）3D 激光打印转移成型材料

公司开发了一款打印可转移成型材料，使用者通过一张撒满粉的耗材就能实现 DIY 撒粉。消费者将个性化图案通过激光打印机打印输出，再将输出的图案与耗材的粉面重合，通过简单的加热即可将特定图案的粉转移到输出的图案上，完成定向撒粉。

（3）一种金葱膜面纸底合成材料

公司在已有合成材料的基础上研发了一款新型复合材料。新型复合材料不仅能复制原稿图文、图像和色彩，还具备进行压纹、烫金、撒粉三种印后表面加工工艺的特性。

（4）彩色高仿真印刷波浪材料

公司将高仿真卷筒瓦楞纸在特定的温度和压力作用下通过高强粘合剂与特定的底纸有机的结合，形成了高仿真印刷波浪材料。再经耐高温醇溶性油墨凹版

印刷，新型材料的高品质色彩得以保证。

3、新工艺与新技术的运用

公司运用的新工艺和新技术主要包括先进的检测技术、多色可逆温变油墨印刷工艺、声效仿真相册仿真声效与相册结合工艺等，具体如下：

(1) 多色可逆温变油墨印刷工艺

新工艺使用的温变油墨中添加了纳米级颜料粒子，使颜料颗粒均匀的分布在油墨连接料和溶剂中。同时纳米级颜料粒子在温度高于某一摄氏度时，粒子对可见光具有完全透射性或部分透射性，而温度低于这一温度时，粒子对可见光具有完全吸收性，从而实现图案在不同温度下的图像转换。

(2) 声效仿真相册仿真声效与相册结合工艺

随着电子信息技术的飞速发展，电子元件被广泛地应用到传统的产品上。声效仿真相册通过电子元件实现声音的采集、记录和保存功能，彻底改变传统相册只能承载图片记忆的功能。

(3) 无缝切割成型工艺

公司采用电雕刀模为母模，配以自主设计的子模装置，形成无缝切割成型工艺。无缝切割成型工艺优化了新材料聚合物的几何形状，使得这些几何形状可保持强度与弹性之间的平衡。无缝切割成型工艺不仅增加了设计灵活性，还提高了模具的精度和可耐压强度。

(4) 3D 浮雕成型工艺

公司采用 3D 浮雕成型工艺旨在通过印后表面处理方式和印后表面处理效果的多样性增强剪贴系列产品的感官效果。3D 浮雕成型工艺即将光油通过网版丝印在纸张上，经紫外线灯管固化，形成 3D 立体感。3D 浮雕成型工艺可以通过调整水晶光油与凸字光油的配比实现突出高度的变化；通过调整网版的网目数，浮雕效果最多可突出承印物 1.2mm 左右。

(5) 局部再现金属质感的印刷工艺

在双胶纸、烫金纸上烫完电化铝后再经四色印刷机印刷容易使电化铝脱落，使得图案模糊不清，缺少层次感。公司在电化铝表面适当添加增强剂，再与双胶纸、烫金纸高温滚筒加热，形成真空贴合。该印刷工艺不仅还原了色彩，保证了图案平滑完整，而且使得图案局部凸显金属质感。

(6) 信息化图像在线识别检测技术

公司采用定制化视觉检测设备实现了本册内有序插入 160 张无重复已印刷铜版纸。定制化视觉检测设备采纳了工业界时下最新研发的系列产品，根据提前导入的图片检测图案的相似度，将相似度低于 90% 的不良品识别出来，由机械手抓取放置于不良品回检线进行返工，从而提高了效率和正确率。

(7) 智能化油墨供给系统

公司运用一款智能化油墨供给系统，通过定期检查印刷机墨斗中油墨的液位，控制墨斗里油墨量的基本稳定，并保持墨斗中油墨的新鲜。不仅减轻了印刷颜色前后不一致、串色等不利印刷因素还提高了生产效率。智能化油墨供给系统节省了印刷油墨，降低了劳动强度；提高了印刷品质量，保证印刷品前后一致；更减少了废油墨处理次数，达到国家绿色环保标准。

(三) 发行人技术来源、技术水平、核心技术产品占营业收入的比例

1、技术来源

(1) 自主研发和设计

公司注重自主研发设计。目前，公司系列产品所使用的核心技术主要由发行人通过自主研发和技术创新方式取得。

(2) 合作研发

公司积极推动产学研一体化合作研发机制，利用区域科研资源优势，与多所科研机构、高等院校建立了合作研发关系，推动了公司技术升级，提升了公司研发技术水平。

2、技术水平

公司研发设计中心经过多年的运营，积累了丰富的研发技术经验和创新能力，形成了核心技术。公司不断增加技术储备，通过利用合作研发、政府大力支持的科研项目等机遇，以及引进、消化、吸收再创新等方式提升公司的研发能力，加快产品品种和结构的优化升级。报告期内公司研发的新产品数量分别为 1,269 款、3,550 款、4,165 款和 2,359 款。

3、核心技术产品占营业收入的比例

公司核心技术产品包括专利产品和其他非专利技术产品。报告期内，公司核心技术产品实现的销售收入分别为 39,152.56 万元、41,638.96 万元、54,138.22 万元和 26,215.35 万元，占当期营业收入的比例分别为 80.14%、81.35%、82.74% 和 81.58%。

（四）发行人技术储备情况

1、研发项目情况

序号	项目类型	竞争情况	先进性
1	贺卡的自动配卡包装智能联动研发	目前这类产品只有局部工序能够机械生产，还没出现真正意义上的全自动组装包装智能联动线，而这类产品规格大概 8~12 类，组包装方式基本一致，市场需求量较大。	自动点数、入盒、翻转、盖 PET 盒盖
2	多用途本册塑封封面自动配送冲缺技术研发	该技术目前还在市场初期阶段，而且只针对家庭办公中打样或手工 DIY。	时尚；智能化产生
3	活页本子索引卡自动定位贴膜装置技术研发	目前国内外市场上还没有整套全自动设备，具有一定独创性。	设备代替多工序人员操作
4	印后纸张变形整平技术研发	通过自主改造技术，纠正纸张因局部加湿受热产生的变形，恢复纸张本身的平整性，产品更美观。	在原有设备上改造
5	创意布面金箔转移技术研发	可实现烫金，能够一定程度弥补烫金的不足。	实现创意 DIY 工艺
6	桌历本包背压紧技术研发	目前市场上对于大规格产品较难生产，人工无法对其完全压合，导致该处的围边与内部灰板容易产生开胶，该技术能够解决这一难题。	自主定位、包边压紧

7	创意线圈本冲缺冲孔刨角一体完成技术研发	目前市场上只能分开几个独立工序分别去完成，并且刨角没有形成整体化，流线性差，通过这种技术改进，可以同时完成以上两个步骤，并且刨角一体化，不会出现底面不对称现象。	产能提高，快速调模
8	凸字丝网印刷技术研发	与前常规印刷或压凹凸等常规工艺相比，该技术更有利于实现差异化产品。	有层次感，美观
9	立体贺卡 3D 自动定位粘贴技术研发	可替代人工操作的不稳定性，质量精准稳定，可以有效地避免同质化竞争，在现有阶段具有较强的成本优势。	多样化、个性化；视觉定位功能
10	高档办公文具盒制盒自动挤压技术研发	可替代通常的手工操作实现过程，降低了产品的加工成本，大幅提升产品的市场竞争力。	不会产生压印
11	纸制吊牌快速排废技术研发	目前市场上现有设备，只能处理一些方型或圆型相对简单产品，局限性大，通过自主研发一种工装，替代现有生产方式，实现生产工艺的自动化，大幅提高生产效率的同时提升的产品生产品质。	快速调模
12	香味笔记本技术研发	目前香味笔记本，存在时间香味持久差等特点，通过自主研发技术，让在使用时让消费者感受视觉体验的同时增加了嗅觉感知，独特新颖的体验效果，提升了产品的市场竞争力。	香味保留时间长
13	PET 盒局位点胶定型技术研发	目前市场上的胶水，粘合后会过一段时间会发白，耐高温性差，主要应用于化妆品等高端产品外包装盒。	自动对折粘合、定型

2、研发投入比例

报告期内公司研究开发投入占营业收入比例如下：

单位：万元

项 目	2017 年 1-6 月	2016 年度	2015 年度	2014 年度
研发费用	1,967.15	3,873.78	2,852.00	2,238.07
营业收入	32,359.99	65,434.83	51,183.83	48,853.49
研发投入占营业收入比例	6.08%	5.92%	5.57%	4.58%

3、保持技术不断创新的机制、技术储备及技术创新的安排

(1) 竞争与激励机制

为了促进科技成果转化成为现实生产力，推动公司技术进步，提高自主开发创新能力，促进企业持续健康发展，同时为了提高研发人员的工作热情，激励开发

人员多开发产品、开发好产品。2012年，公司在原有工作绩效奖励制度的基础上，针对研发人员专门制定了《研发人员绩效考核管理制度》，在研发流程的各个阶段均设置了相应的奖励标准，对达到标准的员工实行现金奖励，并对有特殊贡献的技术人员给予特殊奖励。2016年，为鼓励公司研发设计人员参与国际国内等外部赛事，增强公司研发设计、研发创新等软实力，公司专门制定了《外部设计赛事奖励办法》对参赛表现突出的员工给予激励。

公司在研发体系中建立关键技能带头人制度，加大关键技能带头人的考核和奖励，从而稳定了公司的主要技术人员，提高了公司竞争力；另外公司不断加强人才队伍建设、完善人才选拔和培养机制，为公司的研发人员提供了一个良好的学习、成长的平台。

（2）技术学习、交流和合作机制

研究与开发是企业科技进步的重要驱动力，公司重视创新，建立并发展了鼓励创新的企业文化。为学习引进国外的先进技术，公司将委派外销和研发人员出国考察常态化，本部与美国分公司交叉培训、实践，注重培养国际化人才，及时吸收和消化国外的先进技术和经验，充分保持员工与国际先进技术接触交流的信息渠道畅通，从而保持公司及时掌握国外先进技术和持续的技术创新。公司高度重视技术创新，积极进行产品的技术研发，规范研发设计中心的运作和管理，建立了一系列鼓励技术创新的激励机制和考核管理办法，努力培育技术创新环境和培养技术创新人才。同时，公司积极与政府、高校、研究所以及国外公司合作，并聘请国内外专家担任顾问提供技术指导，拓展外围研发合作，成果显著。

（3）发行人的技术保密措施

发行人建立了完善的保密制度，在签订劳动合同的同时，与主要技术人员签订了保密协议，将各类技术资料以及公司经营重大决策中的秘密事项均纳入保密范畴。属于公司秘密的设备或产品研制、使用、保存、维修记忆销毁均由公司指定部门和人员执行；在对外交往与合作中需要提供保密资料或信息的，均由研发部总工程师批准。

发行人自成立以来未发生因主要技术人员违规、泄密或者其他原因而导致公

司利益受损的情形。

（五）发行人核心技术人员情况

截至 2017 年 6 月 30 日，公司共拥有 330 名研发技术人员，占公司总人数的 21.02%，其中核心技术人员 6 名，为任召国、王桂强、柴孝海、华树千、王奇永和 Lisa Beth Galvin。公司核心技术人员均拥有较为丰富的行业从业经验，多年来一直从事与纸质时尚文教、休闲文化用品相关的工作，始终专注于该领域，通过实践积累了丰富的行业知识和管理经验。公司主要核心技术人员稳定，整体素质不断增强。公司核心技术人员均为公司正式员工，最近两年公司核心技术人员没有发生重大变动。公司核心技术人员基本情况参见本招股说明书“第八节 董事、监事、高级管理人员与公司治理”之“一、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员简介”。

十一、境外进行生产经营情况

公司于 2014 年 9 月在美国德克萨斯州欧文市设立美国创源，为新产品的开发、设计和营销提供支持，旨在通过美国设计团队来对接公司在美国的主要零售商客户，更方便地为包括 Michaels、Wal-Mart 等在内的客户提供研发服务或合作开发新项目和新产品。合力商贸于 2015 年 7 月在美国特拉华州收购美国合力商贸，通过美国电子商务平台对外销售办公及体育休闲用品。

（一）美国创源

1、设立背景

为满足公司在北美市场的日益扩大的市场需求，提升公司产品在北美销售终端的竞争力，增强公司产品的创新与设计能力，公司于 2014 年 9 月设立美国创源。美国创源共有员工 6 名，包括 1 名总经理、5 名设计师。

2、业务情况

美国创源具体经营方式为：结合客户的项目需求，通过开发、洽谈、竞标的方式获取项目，对接创源文化设计团队完成样品的设计与制样，客户满意后下达

正式订单，由创源文化生产团队负责后续的订单的生产与出货。美国创源参与设计的客户包括 Michaels、Wal-Mart、Office Depot & OfficeMax、Hallmark 等。2017 年 1-6 月实现销售收入 290.77 万元。

3、经营管理

美国创源为发行人全资子公司。发行人聘请经验丰富并具有零售终端经历的美国行业专家担任美国创源总经理，与美国招聘的设计师组建设计团队。公司副总经理对美国创源进行指导与监督；美国创源主要管理人员每半年到宁波公司总部进行述职，并向公司管理层汇报工作情况；公司通过年度财务预算及年度审计对美国创源进行考评。通过上述制度安排，发行人能对美国创源进行有效的管理和控制。

4、资产情况

截至 2017 年 6 月 30 日，美国创源资产账面价值总额为 245.61 万元，其中主要资产包括货币资金 130.57 万元，应收账款 67.74 万元和固定资产 38.55 万元。

（二）美国合力商贸

1、设立背景

为方便开展跨境贸易，丰富公司产品品类，提升公司在美知名度，宁波合力商贸收购美国合力商贸，并以美国合力商贸的名义开展电子商务。

2、运营情况

美国合力商贸通过合力商贸在国内进行采购，并依托第三方物流企业在亚马逊等电子商务平台上实现销售。该公司实际为合力商贸在美国开展电子商务业务的平台。美国合力商贸主要经营运动健身类、家居类和娱乐器材类商品贸易，2017 年 1-6 月实现销售收入 798.01 万元。

3、资产情况

截至 2017 年 6 月 30 日，美国合力商贸资产账面价值总额为 390.95 万元，其中货币资金 11.02 万元，应收账款 47.89 万元，存货 331.87 万元。

十二、未来发展与规划

（一）公司发展战略和计划

1、发展战略

公司以“激发创造灵感、彰显个人情怀”为使命，以客户价值为依归，以价值创新为导向的互动性研发，坚持产品、服务和产品实现方式差异化的战略定位，将公司建设成为国内领先的时尚文教、休闲用品提供商。

2、发展计划

公司坚持产品专业化，以市场为导向、以研发设计创新提升公司产品的竞争力，发掘新客户与潜在市场需求。稳定开拓国外市场，特别是美国以外的市场；积极开拓国内业务，使国内市场成为公司未来重要的业务增长点。公司计划在未来三年至五年内，争取完成以下发展计划：

（1）研发设计计划

公司坚持以研发设计创新促进业务发展，以公司研发部为核心，致力于纸质时尚文教、休闲文化用品的持续创新；以子公司纸器时代为主，积极推动国内市场的品种研发；以美国创源为主，重点进行内容、色彩、款式、结构和材料的潮流趋势研究与应用，与美国大客户保持近距离接触，为客户提供更多的解决方案；发挥搜主意的创意平台优势，为公司的研发设计提供创意资源众包支持。公司将通过加强技术与产品研发，全面提升公司的研发设计创新服务能力，加强对纸质时尚文教、休闲文化用品市场发展趋势的前瞻性研究，并针对大客户需求与其他各部门共同研究设计产品解决方案，为客户开发符合市场需求、引导市场潮流的产品，为客户持续创造价值。

（2）业务拓展计划

公司坚持大客户战略，在保持美国市场业务稳定发展的基础上，稳步发展欧洲、澳大利亚等发达国家市场业务，保持业务的持续稳定增长。

公司积极探索开拓国内业务，使国内市场成为公司未来重要的业务增长点。

坚持品牌战略，以儿童创造力教育产品为发展方向，加强研发设计尤其是内容创新，借鉴公司产品在国外市场的成功经验，使公司纸质时尚文教、休闲文化用品在国内市场实现突破并取得较快发展。

公司坚持差异化发展战略，坚持将创意作品与设计元素应用于不同的领域、载体，在纸质材料的基础上，应用新技术、新工艺、新材料，注重与其他材料相结合，如在纸质产品中融入电子元件、布匹、麻绳、皮具、毛线等诸多材料元素，为客户提供个性化解决方案，实现产品由比较单一的纸质时尚文教、休闲文化用品逐渐转变为纸质为主的多种材料载体的时尚文教、休闲文化用品。

（3）生产布局调整与改进计划

公司坚持以柔性化生产为基础，经过几年调整，公司实现了由宁波生产基地转为宁波与安徽两处生产基地共同发展的生产布局，为未来发展奠定了基础。公司将继续生产布局的完善与改进，将宁波生产基地改型为精品工厂，主要为高端客户进行定制化生产；将安徽生产基地建设为高效工厂，利用公司的柔性化生产优势、自动化生产线与信息管理系统，提高差异化产品的生产效率，提高产能，迅速响应客户需求。

（4）人力资源发展计划

人才是保持公司持续创新能力和不断提升竞争力的关键。公司作为集设计、生产、销售为一体的纸质时尚文教、休闲文化用品供应商，各个环节的人才均非常重要。公司将坚持以人为本的管理理念，继续引进设计、销售、管理、生产方面的高端人才；美国创源继续扩充设计团队；纸器时代引进创作、设计、互联网方面人才、幼教专家等；生产部门引进工艺和机械化改造人才。公司将进一步完善人才开发和培育机制，加强员工培训，培养出一批精通业务并集经验和技术于一身的骨干人员。公司将进一步完善激励机制，发挥已有和引进的人才的积极性和创造性，满足公司快速发展对人才的需求，实现公司的可持续发展。

（5）内部治理计划

①构建规范、高效的公司治理结构

公司将按照现代企业管理制度要求，在现有良好的治理文化基础上，构建规范、高效的公司治理结构。公司将充分发挥董事会决策中心作用，加强对公司各项事务的决策、管理和监督，确保公司经营战略与发展计划等目标的实现。充分发挥管理层作用，建立职能清晰、信息畅通、运作高效的经营管理体系，提高管理层的整体运作水平。

②完善信息管理系统

公司建立了较为完善的信息管理系统，在公司发展过程中起到了重要作用。公司建立了 ERP 管理系统—“金蝶 K/3”、客户关系管理系统—“畅想外贸业务管理系统”和精益生产管理系统—“制造企业生产过程执行管理系统（MES）”。借助信息管理系统，公司物流、资金流、信息流顺畅。公司将发挥信息化优势，强化细节管理，进一步完善内部资源管理、供应链管理、客户关系管理，提高经营管理效率，确保客户需求得到可靠快速的响应。

（二）拟定上述计划所依据的假设条件

- 1、公司主要市场国家现行法律、法规、政策和社会经济环境无重大变化；
- 2、公司主要市场国家对公司所处行业的产业政策无重大不利变化；
- 3、公司产品的市场容量、行业技术水平、行业竞争状况处于正常发展的状态，不会出现不利的市场突变情形；
- 4、本次发行能够尽快完成，募集资金能够及时到位，募集资金拟投资项目能够按计划顺利完成；
- 5、公司的经营管理水平能够适应公司规模的增长和市场变化，管理、技术、业务等人员能够相应增加并形成合理的人才梯队；
- 6、公司高级管理团队保持稳定，无重大决策失误；
- 7、不会发生对公司正常经营造成重大不利影响的突发性事件和其它不可抗力因素。

（三）实施上述计划将面临的主要困难

1、资金瓶颈

实施公司发展战略均需要大量资金投入。在未来三年内，企业自身积累资金难以满足发展需要。因此，能否借助资本市场，通过公开发行股票募集足额资金，成为公司是否能够快速发展的关键因素之一。

2、高级复合型人才紧缺

公司在未来几年将处于发展阶段，对各类高层次的、特别是国际化、复合型的管理人才、技术人才和营销人才的需求将变得更加迫切，人才的培养、人才的引进和人才的梯队建设问题将日益突出。

（四）公司关于未来发展规划的声明

本次成功发行并上市后，公司将根据法律、法规及中国证监会相关规范性文件的要求，通过定期报告公告上述发展规划的实施情况。

第七节 同业竞争与关联交易

一、独立运营情况

公司与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业在资产、人员、财务、机构、业务等方面完全分开，具有独立、完整的资产和业务体系，具备直接面向市场独立经营的能力。

（一）资产完整情况

公司主要从事纸质时尚文教、休闲文化用品的设计、生产与销售等相关业务，资产完整、权属清楚。公司拥有与上述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、设备及商标、专利、软件著作权、作品著作权等的所有权或者使用权，不存在依赖股东的资产进行生产经营的情况。自股份公司设立后，不存在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业非经营性占用发行人的资金、资产和其他资源的情况。

（二）人员独立情况

公司的人员独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业。公司按照《公司法》、《公司章程》等有关规定建立健全了法人治理结构，公司的总经理、副总经理、财务负责人和董事会秘书等高级管理人员未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中担任除董事以外的其他职务，未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业领薪；公司的财务人员未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中兼职，未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业领薪。公司建立了独立的人事聘用和任免制度以及考核、奖惩制度，与公司员工签订了劳动合同，建立了独立的劳动、人事、工资报酬、福利与社会保障体系。

（三）财务独立情况

公司设有独立的财务部门，具有独立的财务核算体系，制定了规范的财务会计制度和对子公司的财务管理制度，能够独立作出财务决策，享有充分独立的资金调配权，公司不存在与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业共用银行账

户的情形。公司作为独立的纳税人进行纳税申报及履行纳税义务。

（四）机构独立情况

公司依照《公司法》和《公司章程》等相关规定设立了股东大会、董事会、监事会、董事会审计委员会、董事会薪酬与考核委员会等决策及监督机构，建立了独立完整的法人治理结构，建立健全了内部经营管理机构，独立行使经营管理职权，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。

（五）业务独立情况

公司主营业务为纸质时尚文教、休闲文化用品的设计、生产与销售等，业务独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业。本公司具有完整的业务流程、独立的设计、采购、生产和销售系统；公司与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业间不存在同业竞争或者显失公平的关联交易。

经核查，保荐机构认为，发行人资产完整，人员、财务、机构及业务独立，具有完整的业务体系和直接面向市场独立经营的能力，上述发行人独立运营情况真实、准确、完整。

二、同业竞争

（一）控股股东、实际控制人与公司之间不存在同业竞争

发行人主营业务为纸质时尚文教、休闲文化用品的设计、生产与销售。

控股股东合力咨询的营业范围为：企业管理咨询，企业策划，营销策划，人力资源管理咨询，计算机信息系统咨询。截至本招股说明书签署日，合力咨询除持有公司股权、认缴宁波天堂硅谷合众股权投资合伙企业（有限合伙）5%合伙企业份额和持有上海小荐网络科技有限公司 3.00% 股权外，未以任何形式直接或间接从事与发行人相同或相似的业务。

截至本招股说明书签署日，公司实际控制人任召国除持有本公司及合力咨询股权外，不存在其他对外投资企业。

因此，公司控股股东、实际控制人均不存在与公司从事相同或相似业务的情况，与公司不构成同业竞争。

（二）避免同业竞争的承诺

公司控股股东、实际控制人出具了《关于避免同业竞争的承诺函》，主要内容如下：

1、实际控制人关于避免同业竞争的承诺

发行人实际控制人任召国就避免与发行人发生同业竞争出具了《关于避免同业竞争的承诺函》，主要内容如下：

“本人及目前本人关系密切的家庭成员没有投资或控制其他对创源文化构成直接或间接竞争的企业，也未从事任何在商业上对创源文化构成直接或间接竞争的业务或活动。

自本承诺函出具之日起，本人不会、并保证不从事与创源文化生产经营有相同或类似业务的投资，今后不会新设或收购从事与创源文化有相同或类似业务的公司或经营实体，不在中国境内或境外成立、经营、发展或协助成立、经营、发展任何与创源文化业务直接或可能竞争的业务、企业、项目或其他任何活动，以避免对创源文化的生产经营构成新的、可能的直接或间接的业务竞争。

如因本人未履行在本承诺函中所作的承诺给创源文化或其他股东造成损失的，本人将赔偿创源文化或其他股东的实际损失。本保证、承诺持续有效，直至本人不再是创源文化的实际控制人为止。”

2、控股股东关于避免同业竞争的承诺

发行人控股股东合力咨询就避免与发行人发生同业竞争出具了《关于避免同业竞争的承诺函》，主要内容如下：

“本公司目前没有投资或控制其他对创源文化构成直接或间接竞争的企业，也未从事任何在商业上对创源文化构成直接或间接竞争的业务或活动。

自本承诺函出具之日起，本公司不会、并保证不从事与创源文化生产经营有

相同或类似业务的投资，今后不会新设或收购从事与创源文化有相同或类似业务的公司或经营实体，不在中国境内或境外成立、经营、发展或协助成立、经营、发展任何与创源文化业务直接或可能竞争的业务、企业、项目或其他任何活动，以避免对创源文化的生产经营构成新的、可能的直接或间接的业务竞争。

如因本公司未履行在本承诺函中所作的承诺给创源文化或其他股东造成损失的，本公司将赔偿创源文化或其他股东的实际损失。本保证、承诺持续有效，直至本公司持有创源文化的股份低于 5% 为止。”

三、关联方及关联关系

根据《公司法》、《企业会计准则》、《深圳证券交易所创业板股票上市规则》等相关规定，公司的主要关联方及关联关系如下：

（一）控股股东、实际控制人及其控制的其他企业

1、控股股东、实际控制人

公司的控股股东合力咨询直接持有公司 41.50% 的股份，通过宁波天堂硅谷间接持有公司 0.50% 的股份。实际控制人任召国通过控制合力咨询间接控制公司 41.50% 的股份，直接持有公司 6.00% 的股份，合计控制公司 47.50% 的股份。此外，任召国通过合力咨询间接投资宁波天堂硅谷，从而间接持有公司 0.28% 的股份。

2、控股股东、实际控制人直接或间接控制的其他企业

截至本招股说明书签署日，公司控股股东合力咨询不存在直接或间接控制的其他企业。

截至本招股说明书签署日，除本公司和合力咨询外，公司实际控制人任召国不存在控制的其他企业。

（二）发行人的控股子公司

序号	关联方名称	关联关系
----	-------	------

1	安徽创源	发行人全资子公司
2	纸器时代	发行人控股子公司
3	快邦投资	发行人全资子公司
4	合力商贸	发行人控股子公司
5	搜主意	发行人全资子公司
6	美国创源	发行人全资子公司
7	美国合力商贸	合力商贸全资子公司

（三）持有公司 5%以上股份的股东

截至本招股说明书签署日，除公司控股股东及实际控制人外，持有公司 5% 以上股份（直接或间接）的股东为宁波天堂硅谷、江明中、柴孝海、王桂强。

（四）公司董事、监事、高级管理人员及其关系密切的家庭成员

公司董事、监事、高级管理人员及其关系密切的家庭成员系公司关联方。董事、监事、高级管理人员情况参见本招股说明书“第八节 董事、监事、高级管理人员与公司治理”。

（五）公司董事、监事、高级管理人员及其关系密切的家庭成员直接或间接控制的，或担任董事、高级管理人员的其他企业

公司董事、监事、高级管理人员及其关系密切的家庭成员直接或间接控制的，或担任董事、高级管理人员的其他企业系公司关联方。公司董事、监事、高级管理人员对外投资的，或担任董事、高级管理人员的其他企业情况详见本招股说明书“第八节 董事、监事、高级管理人员与公司治理”。

（六）报告期内的其他关联方

1、报告期内曾拥有的其他控股子公司或参股公司

参见本招股说明书第五节之“四、发行人控股子公司、参股公司情况”。

2、持有子公司纸器时代 20%股权的少数股东

序号	关联方名称	关联关系
1	宁波浪淘沙网络科技有限公司	持有子公司纸器时代 20% 股权

3、报告期内曾经发生关联交易的关联方

序号	关联方名称	关联关系
1	成路集团	创源有限曾经之控股股东
2	宁波双马机械工业有限公司	创源有限曾经之实际控制人黄伟良实际控制的公司
3	宁波成路联发投资控股有限公司	创源有限曾经之实际控制人黄伟良实际控制的公司
4	贝发集团股份有限公司	创源有限曾经之实际控制人黄伟良任董事并持股 5% 以上的公司
5	安徽新贝发制笔城有限公司	创源有限曾经之实际控制人黄伟良任董事的企业之子公司
6	黄伟良	创源有限曾经之实际控制人
7	浙江盛迈电气技术有限公司	创源有限曾经之实际控制人黄伟良实际控制的公司
8	格林纸业	2014 年 3 月前为发行人控股子公司，2014 年 4 月至 2015 年 10 月为发行人参股公司，于 2015 年 10 月完成注销

注：2014 年 7 月 18 日，黄伟良辞去创源有限董事职务。按照《深圳证券交易所创业板股票上市规则》相关规定，2014 年 7 月 19 日至 2015 年 7 月 18 日，黄伟良及其控制的公司仍然为发行人的关联方。

4、报告期内曾经的其他关联方

序号	关联方名称	关联关系
1	宁波成路进出口有限公司	创源有限曾经之实际控制人黄伟良实际控制的公司
2	安徽新贝发投资发展有限公司	创源有限曾经之实际控制人黄伟良任董事的企业之子公司
3	新贝发投资发展有限公司	创源有限曾经之实际控制人黄伟良任董事的企业
4	浙江成路担保有限公司	创源有限曾经之实际控制人黄伟良实际控制的公司
5	姜飞	报告期初至 2014 年 4 月担任发行人董事
6	黄惠燕	报告期初至 2014 年 4 月担任发行人董事
7	李维杰	报告期初至 2014 年 4 月担任发行人董事

四、关联交易情况

(一) 经常性的关联交易

1、销售商品的关联交易

单位：万元

关联方名称	2017年1-6月		2016年度		2015年度		2014年度	
	金额	占同类业务收入的 比例	金额	占同类业务收入的 比例	金额	占同类业务收入的 比例	金额	占同类业务收入的 比例
格林纸业	-	-	-	-	0.41	0.14%	4.93	0.27%
合计	-	-	-	-	0.41	0.14%	4.93	0.27%

报告期内，创源文化以市场价格向格林纸业销售少量的纸张材料，自2015年10月格林纸业注销后，双方不再发生交易。

2、采购商品的关联交易

单位：万元

关联方名称	2017年1-6月		2016年度		2015年度		2014年度	
	金额	占同类业务成本的 比例	金额	占同类业务成本的 比例	金额	占同类业务成本的 比例	金额	占同类业务成本的 比例
格林纸业	-	-	-	-	281.60	2.07%	581.19	4.09%
成路集团	-	-	-	-	-	-	11.00	0.12%
贝发集团股份有限公司	-	-	-	-	-	-	15.55	0.17%
浙江盛迈电气技术有限公司	-	-	-	-	168.31 ^注	1.48%	110.20	1.21%

合计	-	-	-	-	542.45	4.23%	615.92	4.87%
----	---	---	---	---	--------	-------	--------	-------

注：该金额为 2015 年 1 月 1 日至 2015 年 7 月 18 日期间发生的交易额。

报告期内，公司按照客户订单的需求委托格林纸业生产贴纸等产品，定价由公司按照采购流程采用三方比价确定。自 2015 年 10 月格林纸业注销后，双方不再发生交易。报告期内，公司与成路集团、贝发集团股份有限公司以及浙江盛迈的采购交易主要为：公司及子公司安徽创源和纸器时代按照客户订单的需求向成路集团、贝发集团股份有限公司、浙江盛迈电气技术有限公司采购用于公司文具套装组件中的笔，采购价格按照当时的市场价格决定。

上述交易的采购价格与同类产品的市场价格基本相同。

3、销售设备的关联交易

2014 年 9 月，创源文化将一台切纸机、一台手动压痕机和一台压平机销售给格林纸业，售价为 5.6 万元，售价以账面净值为基础协商确定。

2015 年 1 月，创源文化将一台圆压平模切机销售给格林纸业，售价为 8.33 万元，售价以账面净值为基础协商确定；2015 年 5 月，创源文化将点烫机、气压机和胶水机等 8 台生产设备按照账面净值销售给格林纸业，售价为 1.11 万元，售价以账面净值为基础协商确定。

上述交易的售价均包含相关税费。

4、采购设备的关联交易

2014 年 12 月，创源文化向宁波双马机械工业有限公司以每台 0.51 万元的价格采购 20 台员工宿舍用的格力空气能热水器，总共支付 10.20 万元。

5、提供劳务的关联交易

单位：万元

关联方名称	2017 年 1-6 月		2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	金额	占同类交易收入的	金额	占同类交易收入的	金额	占同类交易收入的	金额	占同类交易收入的比例

		比例		比例		比例		
宁波成路联发投资控股有限公司	-	-	-	-	-	-	117.77	5.35%
合力咨询	-	-	-	-	-	-	2.20	0.10%
浙江盛迈电气技术有限公司	-	-	-	-	-	-	0.91	0.04%
合计	-	-	-	-	-	-	120.88	5.49%

2014 年，快邦投资为宁波成路联发投资控股有限公司提供融资和管理咨询服务，收取 117.77 万元，上述金额包括相关差旅费。

2014 年，快邦投资为合力咨询和浙江盛迈电气技术有限公司提供电子商务平台和网站制作维护、企业邮箱申请等服务，并收取相关费用。

快邦投资成立时主要定位于投资咨询、融资服务、软件开发等业务，目前根据公司战略发展需要，主要聚焦于休闲文化领域的投融资咨询服务。

6、房产租赁的关联交易

单位：万元

出租方	承租方	2017年1-6月	2016年度	2015年度	2014年度
创源文化	合力咨询	0.17	0.29	0.28	0.26
创源文化	格林纸业	-	-	7.54	-
安徽新贝发制笔城有限公司	安徽创源	-	-	-	236.86

2014 年 1 月、2015 年 2 月合力咨询和格林纸业向创源文化分别租赁 20 平米和 1,750 平方米房屋作为办公注册和生产用房，租金定价参照附近区域平均租金，分别为 12.5 元/平方米·月和 7.62 元/平方米·月。合力咨询、格林纸业与创源文化就房产租赁发生的关联交易金额不包括相关税费。

2013 年 7 月至 2014 年，安徽创源工厂建设期间，就近向同一园区的安徽新

贝发制笔城有限公司租赁两处面积均为 14,400 平方米的房屋作为生产厂房，租金参照就近区域的价格并给予九折优惠后为 6.75-8.00 元/平方米·月。随着 2015 年一季度安徽创源生产基地的完工并投入使用，上述关联交易终止。

7、支付水电费的关联交易

2014 年，安徽创源因上述租赁期间向安徽新贝发制笔城有限公司支付水电费 232.38 万元，上述水电费由安徽新贝发制笔城有限公司按实际发生的水电费金额代收后向相关部门进行缴纳。

8、关键管理人员的薪酬

报告期内，公司向担任董事、监事及高级管理人员的关联自然人支付薪酬。报告期内的薪酬支付情况如下：

单位：万元

项目	2017 年 1-6 月	2016 年度	2015 年度	2014 年度
关键管理人员薪酬总额	359.86	853.05	639.00	427.29

（二）偶发性的关联交易

1、关联担保

报告期内公司的关联担保情况如下表所示：

单位：万元

担保人	被担保人	担保合同编号	保证合同类型	合同签订日期	保证期间	担保额或最高担保额	担保是否履行完毕
宁波双马机械工业有限公司	创源有限	2012年工银甬开发保字0030号	最高额保证合同	2012/10/10	2012/10/10-自主合同项下的借款期限届满之日次日起两年；银行根据主合同之约定宣布借款提前到期的，则保证期间为借款到期之次日起两年。	3,000.00	是
快邦投资	创源有限	2013年工银甬开发抵字0028号	最高额抵押合同	2013/6/25	2013/6/25-2018/6/25	719.00	否
		2013年工银甬开发抵字0029号					
宁波双马机械工业有限公司	创源有限	2013年工银甬开发保字0018号	最高额保证合同	2013/6/20	2013/6/20-自主合同项下的借款期限届满之日次日起两年；银行根据主合同之约定宣布借款提前到期的，则保证期间为借款到期之次日起两年。	4,500.00	是
宁波双马机械工业有限公司	创源有限	2014年工银甬仑保字0003号	最高额保证合同	2014/1/10	2014/1/10-自主合同项下的借款期限届满之日次日起两年；银行根据主合同之约定宣布借款提前到期的，则保证期间为借款到期之次日起两年。	4,500.00	是
纸器时代	创源文化	03301BY20158051	最高额保证合同	2015/5/20	2015/5/20-主合同约定的债务人债务履行期限届满之日起两年。主合同约定债务分笔到期的，则保证期间为每笔债务履行期限届满之日起两年。	1,000.00	否
成路集团	创源有限	IFELC10D040595-U-01	保证合同	2010/4/29	2010/4/29-租赁合同项下主债务履行期届满之日起满两年的期间	846.20	是
合力咨询		IFELC10D040595-U-02					

纸器时代		IFELC10D040595-U-03					
黄伟良		保证函					
王桂强							
江明中							
成路集团	创源有限	IFELC13D040562-U-01	保证合同	2013/3/20	2013/3/20-2015/5/25	788.00	是
合力咨询		IFELC13D040562-U-02					
纸器时代		IFELC13D040562-U-03					
安徽创源		IFELC13D040562-U-04					
黄伟良		保证函					
王桂强							
江明中							
成路集团	创源有限	IFELC13D040786-U-01	保证合同	2013/6/7	2013/6/7-2015/5/25	1,408.00	是
合力咨询		IFELC13D040786-U-02					
纸器时代		IFELC13D040786-U-03					

安徽创源		IFELC13D040786-U-04					
黄伟良		保证函					
王桂强							
江明中							
成路集团	创源有限	IFELC13D043313-U-01	保证合同	2013/8/5	2013/8/5-2015/4/21	2,176.40	是
合力咨询		IFELC13D043313-U-02					
纸器时代		IFELC13D043313-U-03					
安徽创源		IFELC13D043313-U-04					
黄伟良		保证函					
王桂强							
江明中							
纸器时代	创源文化	IFELC15D040669-U-01	保证合同	2015/4/21	2015/4/21-租赁合同项下主债务履行期届满之日起满两年的期间	1,055.58	否
安徽创源		IFELC15D040669-U-02					
合力咨询		IFELC15D040669-U-03					

安徽创源	创源有限	2014 年北仑（保）字 0693 号	最高额保证合同	2014/7/1	2014/7/1-自主合同项下的借款期限届满之日次日起两年；银行根据主合同之约定宣布借款提前到期的，则保证期间为借款到期之次日起两年。	5,000.00	是
黄伟良	创源有限	平银北仑额保字 20130530 第 003 号	最高额保证担保合同	2013/5/30	2013/5/30-主合同约定的债务履行期限届满之日起二年。	1,000.00	是
安徽创源	创源有限	平银北仑额保字 20140728 第 001 号	最高额保证担保合同	2014/7/28	2014/7/28-最高额保证担保合同生效日起至主合同项下各具体授信的债务履行期限届满之日后两年。每一具体授信的保证期间单独计算，任意具体授信展期，则保证期间延续至展期期间届满之后后两年。	1,000.00	是
创源有限	宁波双马机械工业有限公司	甬联丰 SX2013042-3	最高额保证合同	2013/3/1	2013/3/1-自具体授信业务合同或协议约定的授信人履行债务期限届满之日起两年	1,000.00	是
创源有限	宁波双马机械工业有限公司	82100520130004853	最高额保证合同	2013/11/6	2013/11/6-主合同约定的债务履行期限届满之日起二年。	850.00	是
创源有限	安徽创源	2014 高保字第 24104002 号	最高额保证合同	2014/1/22	2014/1/22-自单笔授信业务的债务履行期限届满之日起两年。	2,000.00	是
创源有限	安徽创源	2014 高保字第 24104088 号	最高额保证合同	2014/10/21	2014/10/21-自单笔授信业务的债务履行期限届满之日起两年。	1,000.00	是
创源文化	安徽创源	2015 高保字第 24104005 号	最高额保证合同	2015/2/5	2015/2/5-自单笔授信业务的债务履行期限届满之日起两年。	1,000.00	是
创源有限 任召国	安徽创源	LA20141101-2 LA20141101-3	保证合同	2014/12/1	2014/12/1-自本合同生效之日起至主合同项下债务履行期限届满之日后两年。	4,000.00	是

创源文化	安徽创源	LA2015002-2	保证合同	2015/6/29	2015/6/29-合同项下债务履行期限届满之日后两年止	1,000.00	是	
任召国	安徽创源	LA2015002-3	保证合同					
创源文化	合力商贸	北仑开发 2015 人保 018	最高额保 证合同	2015/6/3	2015/6/3-主债权发生期间届满之日起两年。	300.00	否	
费伟良	安徽创源	2013 年滁中小个保字 108 号	保证合同	2013/7/27	2013/7/27-主债权的清偿期届满之日起两年	600.00	是	
创源有限	安徽创源	2013 年滁中小个保字 108-2 号						
任召国	安徽创源	LA20141101-3	保证合同	2015/6/18	2015/6/18-自本合同生效之日起至主合同项下债务履行期限届满之日 后两年	4,000.00	否	
创源文化		LA20141101-2						
成路集团	安徽创源	IFELC13D041683-U-01	保证合同	2013/6/1	2013/6/1-2015/5/6	363.20	是	
合力咨询		IFELC13D041683-U-02			2013/06/01-租赁合同项下主债务履行期届满之日起满两年的 期间		否	
纸器时代		IFELC13D041683-U-03						
创源有限		IFELC13D041683-U-04						
费伟良		保证函					2013/6/1-2015/5/6	是
王桂强							2013/6/1-租赁合同项下主债务履行期届满之日起满两年的期 间	否
江明中							2013/6/1-租赁合同项下主债务履行期届满之日起满两年的期 间	
创源文化	安徽创源	IFELC15D041078-U-01	保证合同	2015/5/27	2015/5/27-租赁合同项下主债务履行期届满之日起满两年的期 间	1,350.09	否	
创源文化	安徽创源	2016 高保字第 24104008	最高额保 证合同	2016/3/16	2016/3/16-自单笔授信业务的债务履行期限届满之日起两年	1,000.00	否	
江明中		2016 高保字第 24104009						
创源文化	安徽创源	LA2016002-2	保证合同	2016/6/29	2016/6/29-主合同项下债务履行期限届满之日后两年止	1,000.00	是	

任召国		LA2016002-3					
创源文化	纸器时代	03300KB20178062	最高额保 证合同	2017/3/1	主合同约定的债务人债务履行期限届满之日起两年。主合同约定债务分笔到期的,则保证期间为每笔债务履行期限届满之日起两年。	300.00	否
创源文化	安徽创源	2017 高保字第 24104018 号	最高额保 证合同	2017/3/25	自单笔授信业务的债务履行期限届满之日起两年。	2,000.00	否
江明中		2017 高保字第 24104019 号					

报告期内,公司与关联方发生的关联担保较多,主要为公司与创源有限曾经之控股股东、实际控制人以及其控制的公司之间、以及公司与公司子公司之间的关联担保。在改制为股份公司之前,上述与创源有限曾经之控股股东、实际控制人以及其控制的公司之间的关联担保均已经履行完毕。股份公司成立后,公司按照《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《对外担保管理制度》中,对外担保履行了必要的程序,采取了必要措施保护其他股东的利益,不存在向子公司范围以外关联方提供担保的情况。

截至目前,除发行人为子公司提供的担保,以及子公司和股东为发行人提供的担保外,不存在其他类型的关联担保。

（三）关联方往来款项

1、与关联方往来余额情况

报告期各期末，发行人关联方往来款的账面余额如下：

单位：万元

项目名称	关联方	2017.6.30	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
其他应付款	江明中	-	-	-	17.00
	王桂强	-	-	-	0.23
	小计	-	-	-	17.23
应付账款	成路集团	-	-	-	12.07
	格林纸业	-	-	-	196.43
	安徽新贝发制笔城有限公司	-	-	-	96.44
	浙江盛迈电器技术有限公司	-	-	-	8.86
	小计	-	-	-	313.80
应收账款	宁波成路格林纸业有限公司	-	-	-	6.27
	小计	-	-	-	6.27

2、与关联方的资金拆借情况

报告期内，发行人与关联方宁波成路联发投资控股有限公司之间存在资金拆借，截至 2014 年 7 月相关资金拆借已经全部清理完毕。具体资金拆借情况如下：

单位：万元

项目名称	关联方	2017年1-6月	2016年度	2015年度	2014年度
借出资金	宁波成路联发投资控股有限公司	-	-	-	2,255.00
	小计	-	-	-	2,255.00
收回借款	宁波成路联发投资控股有限公司	-	-	-	4,755.00
	小计	-	-	-	4,755.00

3、代收代付款

2014 年 3 月原股东成路集团对外转让发行人股权过程中，为便于股权转让款的保管与交付，发行人为原股东成路集团代收代付部分股权转让款，具体情况

如下：

单位：万元

股权转让方	股权受让方	金额	代收时间	代付时间
成路集团	合力咨询	500.00	2014.2.26	2014.2.26
成路集团		400.00	2014.3.17	2014.3.20
成路集团	江明中	40.00	2014.2.28	2014.3.20
成路集团	陈锦刚	150.00	2014.3.5	2014.3.13
成路集团		150.00	2014.3.20	2014.3.20
成路集团	王国平	500.00	2014.3.7	2014.3.13
成路集团	郑裕畅	250.00	2014.3.10	2014.3.13
成路集团	邓建军	100.00	2014.3.13	2014.3.13
成路集团	合富汇	210.00	2014.3.19	2014.3.20
成路集团	合博汇	440.00	2014.3.19	2014.3.20
	合计	2,740.00		

2014年4月原股东成路集团对外转让发行人股权过程中，为便于股权转让款的保管与交付，发行人为原股东成路集团代收代付部分股权转让款，具体情况如下：

单位：万元

股权转让方	股权受让方	金额	代收时间	代付时间
成路集团	虞俊健	200.00	2014.4.21	2014.4.23
成路集团	周必红	550.00	2014.4.21	2014.4.23
成路集团	陆先忠	500.00	2014.4.21	2014.4.23
	合计	1,250.00		

（四）关联交易对财务状况和经营成果的影响

报告期内，公司与创源有限曾经之控股股东、实际控制人及其控制的公司之间发生的关联担保与资金往来，于股份公司成立前均已经规范；除此以外，公司发生的其他关联交易属于公司业务正常经营的需要。上述关联交易对公司的财务状况和经营成果不构成重大影响。

五、关联交易制度的执行情况

创源文化《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》及《关联交易决策制度》中明确规定了关联交易的决策权限、程序、关联交易的信息披露等事项，建立了相对完善的决策机制和监督体系。

公司独立董事出具独立董事意见：公司在报告期内与关联方之间的关联交易履行了相关决策程序或已经其他非关联股东认可，符合公司章程、公司内部有关制度的规定，履行了法定的批准程序，遵循了公平、自愿、合理的原则，关联交易定价公允，不存在损害公司及非关联股东利益的情况。

六、规范并减少关联交易的措施

（一）控股股东、实际控制人规范并减少关联交易的承诺

1、公司实际控制人任召国承诺：

公司实际控制人任召国就关联交易作出如下承诺：本人及本人投资或控制的企业将尽量避免、减少与创源文化发生任何形式的关联交易或资金往来。如确实无法避免，在不与法律、法规相抵触的前提下及在本人权利所及范围内，本人将确保本人及本人投资或控制的企业与创源文化发生的关联交易将按公平、公开的市场原则进行，按照通常的商业准则确定公允的交易价格及其他交易条件，并按照《公司章程》和《关联交易决策制度》及有关规定履行批准程序。本人及本人投资或控制的企业不通过与创源文化之间的关联交易谋求特殊的利益，不会进行有损创源文化及其中小股东利益的关联交易。

2、公司控股股东合力咨询承诺：

公司控股股东合力咨询就关联交易作出如下承诺：本公司及本公司投资或控制的企业将尽量避免、减少与创源文化发生任何形式的关联交易或资金往来。如确实无法避免，在不与法律、法规相抵触的前提下及在本公司权利所及范围内，本公司将确保本公司及本公司投资或控制的企业与创源文化发生的关联交易将按公平、公开的市场原则进行，按照通常的商业准则确定公允的交易价格及其他

交易条件，并按照《公司章程》和《关联交易决策制度》及有关规定履行批准程序。本公司及本公司投资或控制的企业不通过与创源文化之间的关联交易谋求特殊的利益，不会进行有损创源文化及其中小股东利益的关联交易。

（二）发行人规范并减少关联交易的措施

公司根据相关法律、法规和规范性文件的规定，已在《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《关联交易决策制度》中规定了股东大会、董事会审议关联交易事项时关联股东、关联董事回避表决制度及其他公允决策程序，且有关议事规则及管理制度已经发行人股东大会审议通过。公司在日常交易中严格遵照《公司章程》、有关议事规则及《关联交易决策制度》等规定，履行必要的决策程序，并尽量减少关联交易，将关联交易的数量和对经营成果的影响降至最小程度。对于无法避免的关联交易，将遵循公正、公平、公开以及等价有偿的商业原则，不损害全体股东特别是中小股东的合法权益。

第八节 董事、监事、高级管理人员与公司治理

一、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员简介

(一) 董事会成员

公司第一届董事会现有董事 9 名，其中宫肃康、胡力明、林红为独立董事，本届董事会任期三年，任期至 2017 年 12 月 4 日。本公司董事列表如下：

姓名	国籍	境外居留权	在本公司任职	提名人	董事任期
任召国	中国	无	董事长	合力咨询	2014/12-2017/12
王桂强	中国	无	副董事长、总经理	合力咨询	2014/12-2017/12
王少波	中国	无	董事、副总经理	合力咨询	2014/12-2017/12
柴孝海	中国	无	董事、副总经理	合力咨询	2014/12-2017/12
邓建军	中国	无	董事、副总经理、董事会秘书、财务总监	合力咨询	2014/12-2017/12
刘晨	中国	无	董事	宁波天堂硅谷	2014/12-2017/12
宫肃康	中国	无	独立董事	第一届董事会	2015/6-2017/12
胡力明	中国	无	独立董事	第一届董事会	2015/6-2017/12
林红	中国	无	独立董事	第一届董事会	2015/6-2017/12

董事简介如下：

1、任召国先生，1964 年 1 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，高级经济师，清华大学本科、中央财政金融学院（现中央财经大学）研究生。1988 年 10 月至 1998 年 5 月，历任宁波市进出口公司业务员、业务经理；1998 年 6 月至 2001 年 5 月，任宁波泰联国际经贸有限公司业务经理。任召国先生于 2001 年 6 月创立本公司，并于 2001 年 6 月至 2014 年 11 月，历任创源有限总经理、副董事长、董事长。2014 年 12 月起任发行人董事长。

2、王桂强先生，1980 年 9 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。2003 年 6 月至 2014 年 11 月，历任创源有限人事企管部经理、产品工程部经理、总经理助理、物流总监、副总经理、总经理等职。2014 年 12 月起任发行人副董事长、总经理。

3、王少波先生，1961年12月出生，中国国籍，无境外永久居留权，研究生学历。1991年11月至2001年5月，任惠普医疗产品有限公司供应链经理；2001年6月至2004年11月，任上海当纳利印刷有限公司供应链总监；2005年4月至2012年1月，任美国礼品公司上海代表处（American Greetings Corporation Shanghai Representative Office）首席代表、亚洲采购总监；2012年4月至2012年9月，任LGS上海代表处（Lowe's Global Sourcing Shanghai Office）运营总监；2013年1月至2014年5月，任东莞市大德彩色印刷有限公司董事；2014年6月至2014年11月，任创源有限副总经理。2014年12月起任发行人董事、副总经理。

4、柴孝海先生，1970年6月出生，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历。1989年1月至1995年2月，任宁波银行印刷厂生产主管；1995年3月至2001年3月，任浙江广博股份有限公司研发部经理；2001年6月至2014年11月历任创源有限董事、副总经理。2014年12月起任发行人董事、副总经理。

5、邓建军先生，1973年9月出生，中国国籍，无境外永久居留权，高级经济师、高级会计师，本科学历。2002年1月至2003年3月，任华英伦铜制品（宁波）有限公司信息化主管；2003年4月至2014年11月，历任创源有限财务经理、财务总监、副总经理；2005年8月至2014年11月，任创源有限董事；2014年12月起任发行人董事、副总经理、董事会秘书、财务总监。

6、刘晨先生，1983年8月出生，中国国籍，无境外永久居留权，研究生学历。2008年10月至2010年9月，任浙商资本投资促进会部长；2010年10月至今，任浙江天堂硅谷资产管理集团有限公司高级投资经理、基金经理；2011年12月至今，任杭州宇福光学有限公司董事；2014年4月至2014年11月，任创源有限董事。2014年12月起任发行人董事。

7、宫肃康先生，1965年3月出生，中国国籍，无境外永久居留权，注册会计师、注册资产评估师、注册税务师，研究生学历。1988年7月至1991年11月任中央财政金融学院税务系教师；1991年12月至1999年7月任职于北京市新技术产业开发试验区财政审计所；1999年8月至今，任北京天平会计师事务所有限责任公司执行董事、总经理；2003年6月至今，任北京天平健税务师事

务所有有限公司执行董事、总经理。2015年6月起任发行人独立董事。

8、胡力明先生，1973年5月出生，中国国籍，无境外永久居留权，研究生学历。1995年8月至2001年2月任职于宁波市粮食总公司；2001年3月至今，任浙江素豪律师事务所律师、副主任；2015年6月起任发行人独立董事；2016年11月至今，任宁波水表股份有限公司独立董事。

9、林红女士，1968年2月出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。1986年8月至2001年12月任宁波市江东区中心幼儿园副园长；2002年1月至2004年4月任江东区教育局教研室幼教教研员；2004年5月至今，任宁波市李惠利幼儿园园长。2015年6月起任发行人独立董事。

（二）监事会成员

公司第一届监事会现有监事4名，其中叶鹏志、乐晓燕为本公司职工代表监事。本公司监事列表如下：

姓名	国籍	境外居留权	在本公司任职	提名人	监事任期
江明中	中国	无	监事会主席	合力咨询	2014/12-2017/12
周必红	中国	无	监事	合力咨询	2014/12-2017/12
叶鹏志	中国	无	职工监事、行政部经理	职工代表大会选举	2014/12-2017/12
乐晓燕	中国	无	职工监事、资金主管	职工代表大会选举	2014/12-2017/12

监事简历如下：

1、江明中先生，1962年10月出生，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历。1985年1月至2001年5月，任奉化市美术印刷厂厂长；2001年6月至2014年11月，历任创源有限采购部经理、副总经理、董事、监事、工会主席等职；2012年8月起兼任安徽创源执行董事；2014年12月起任发行人监事会主席；2015年12月至2016年12月，任滁州市来安县第九届政协委员；2017年1月至今，任滁州市来安县第十届政协委员常委。

2、周必红先生，1965年1月出生，中国国籍，无境外永久居留权，高中学历。1980年8月至1996年7月，任浙江省宁波市鄞县横溪区供销社部门经理；

1996年8月至今，任宁波色母粒有限公司业务主管；2012年3月至2016年3月，任宁波酒韵酒业有限公司监事。2014年12月起任发行人监事。

3、叶鹏志先生，1968年10月出生，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历。1988年7月至1991年11月，宁海黄坛开关电器厂（现为宁波得力集团）机械、模具学徒，1992年3月至2002年4月，从事个体经营；2002年7月至2014年11月，任创源有限行政部经理。2014年12月起任发行人监事、行政部经理。

4、乐晓燕女士，1983年11月出生，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历。2003年1月至2006年3月，任大碇三江模具厂出纳；2006年11月至2007年2月，任北仑启源塑料有限公司会计；2007年3月至2014年11月，历任创源有限出纳、应付会计、资金会计、资金主管。2014年12月起任发行人监事、资金主管。

（三）高级管理人员

根据《公司法》及《公司章程》的规定，公司高级管理人员包括总经理、副总经理、财务总监和董事会秘书。公司设总经理1名，由董事会聘任或解聘。总经理每届任期三年，连聘可以连任。2014年12月5日，经公司第一届董事会第一次会议决议，聘任王桂强为公司总经理，聘任柴孝海、邓建军、王少波、张亚飞为公司副总经理，聘任邓建军为公司财务总监、董事会秘书，任期三年，至第一届董事会届满为止。2016年4月5日，经公司第一届董事会第九次会议审议通过，决定聘任王先羽为公司副总经理。本公司高级管理人员列表如下：

姓名	国籍	境外居留权	在本公司任职	高管任期
王桂强	中国	无	副董事长、总经理	2014/12-2017/12
王少波	中国	无	董事、副总经理	2014/12-2017/12
柴孝海	中国	无	董事、副总经理	2014/12-2017/12
邓建军	中国	无	董事、副总经理、董事会秘书、财务总监	2014/12-2017/12
张亚飞	中国	无	副总经理	2014/12-2017/12
王先羽	中国	无	副总经理	2016/4-2017/12

高级管理人员简介如下：

1、王桂强先生，副董事长、总经理。详见本节之“一（一）董事会成员”相关内容。

2、王少波先生，董事、副总经理。详见本节之“一（一）董事会成员”相关内容。

3、柴孝海先生，董事、副总经理。详见本节之“一（一）董事会成员”相关内容。

4、邓建军先生，董事、副总经理、董事会秘书、财务总监。详见本节之“一（一）董事会成员”相关内容。

5、张亚飞女士，1976年6月出生，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历。1999年7月至2001年7月，任浙江广博股份有限公司业务员；2001年8月至2014年11月，历任创源有限业务经理、营销总监、副总经理。2014年12月起任发行人副总经理。

6、王先羽先生，1980年10月出生，中国国籍，无境外永久居留权，中专学历，高级品牌管理师、高级人力资源管理师。2002年7月至2003年5月，任深圳永琪自行车制造厂资材课长；2003年5月至2004年6月，任深圳绝佳电子有限公司QA主管；2004年6月至2008年8月，任创源有限人事企管部经理；2008年9月至2011年12月，任创源有限行政总监；2012年1月至2012年6月，任纸器时代运营经理；2012年6月至今，任安徽创源总经理；2016年4月至今任发行人副总经理。

（四）其他核心人员

公司其他核心人员包括华树千、王奇永和 Lisa Beth Galvin，其简介如下：

1、华树千先生，1971年10月出生，中国香港籍，本科学历。2006年7月至2011年9月任宝富美（香港）有限公司美术总监；2011年10月至2012年10月任 Mattel Asia Pacific Sourcing Ltd.设计经理；2013年5月至2014年11月任中华商务彩色印刷有限公司设计经理。2015年1月起任发行人研发部设计总监。

2、王奇永先生，1983年11月出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科

学历。2006年7月起任职于本公司，曾任采购员、采购部经理助理、物流总监助理、采购部副经理、总经理助理、采购总监、运营总监，现任公司生产厂长。

3、Lisa Beth Galvin 女士，1962年12月出生，美国国籍，本科学历。1994年9月至2003年8月，任 Smurfit-Stone Container 独立品牌运营总监；2003年9月至2006年4月，任 Office Depot 独立品牌运营经理；2006年5月至2013年8月，任 Michaels 的 Private Brand & Global Sourcing 副总裁。2014年6月份起，任本公司子公司美国创源总经理。

二、董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属持有公司股份的情况

截至本招股说明书签署之日，公司董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属直接或间接持有公司股份情况如下：

（一）直接持股情况

截至本招股说明书签署之日，公司董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属直接持有公司股份情况如下表所示：

序号	股东姓名	在本公司任职或关系	持股数 (万股)	持股比例
1	任召国	董事长	360.00	6.00%
2	王桂强	副董事长、总经理	150.00	2.50%
3	王少波	董事、副总经理	30.00	0.50%
4	柴孝海	董事、副总经理	180.00	3.00%
5	邓建军	董事、副总经理、董事会秘书、财务总监	90.00	1.50%
6	江明中	监事会主席	240.00	4.00%
7	周必红	监事	195.00	3.25%
8	张亚飞	副总经理	60.00	1.00%

（二）间接持股情况

截至本招股说明书签署之日，公司董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属间接持有公司股份情况如下表所示：

序号	姓名	本公司股东	在本公司任职或关系	间接持股比例
----	----	-------	-----------	--------

序号	姓名	本公司股东	在本公司任职或关系	间接持股比例
1	任召国	合力咨询、宁波天堂硅谷	董事长	23.16%
2	王桂强	合力咨询、宁波天堂硅谷	副董事长、总经理	2.55%
3	王少波	合博汇、合富汇	董事、副总经理	0.75%
4	柴孝海	合力咨询、宁波天堂硅谷	董事、副总经理	3.41%
5	邓建军	合力咨询、宁波天堂硅谷	董事、副总经理、董事会秘书、财务总监	1.14%
6	江明中	合力咨询、宁波天堂硅谷	监事会主席	4.88%
7	叶鹏志	合力咨询、宁波天堂硅谷	职工监事、行政部经理	0.62%
8	乐晓燕	合富汇	职工监事、资金主管	0.025%
9	张亚飞	合力咨询、宁波天堂硅谷	副总经理	1.14%
10	王先羽	合力咨询、宁波天堂硅谷	副总经理	0.57%
11	王奇永	合富汇	生产厂长	0.45%
12	楼仁仁	合博汇	采购部经理、本公司董事长任召国妹妹的配偶	1.14%
13	农敏	合力咨询、宁波天堂硅谷	安徽创源打样主管、副总经理王先羽的配偶	0.57%
14	赵伯军	合博汇	安徽创源四车间主任、副总经理王先羽姐姐的配偶	0.025%

截至本招股说明书签署之日，除上述情况外，公司董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属不存在其他直接或间接持有公司股份的情况。上述股东持有的股份不存在质押或冻结情况，亦不存在其他有争议的情况。

三、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的其他对外投资情况

截至本招股说明书签署之日，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的其他对外投资情况如下表所示：

姓名	本公司职务	被投资企业情况				
		在被投资企业担任职务	企业名称	与本公司关系	注册资本(万元)	出资比例
任召国	董事长	执行董事、总经理	合力咨询	控股股东	1,280.00	55.14%

王桂强	副董事长、 总经理	-	合力咨询	控股股东	1,280.00	6.08%
邓建军	董事、副总 经理、董事 会秘书、财 务总监	-	合力咨询	控股股东	1,280.00	2.70%
		监事	宁波高新区无中生 有创业投资管理有 限公司	发行人董事投资 的公司	370.33	5.40%
柴孝海	董事、副总 经理	-	合力咨询	控股股东	1,280.00	8.11%
宫肃康	独立董事	执行董事、 总经理	北京天平会计师事 务所有限责任公司	发行人独立董事 投资并担任董事 的公司	50.00	45.00%
		执行董事、 总经理	北京天平健税务师 事务所有限公司	发行人独立董事 投资并担任董事 的公司	30.00	80.00%
		-	成功之道（北京） 教育科技股份有限 公司	发行人独立董事 投资的公司	158.95	0.90%
江明中	监事会主席	监事	合力咨询	控股股东	1,280.00	11.62%
周必红	监事	-	宁波色母粒有限公 司	发行人监事投资 的公司	1,750.00	2.96%
叶鹏志	职工监事、 行政部经理	-	合力咨询	控股股东	1,280.00	1.49%
		监事	宁海县山谷电器有 限公司	发行人监事投资 的公司	5.00	40.00%
乐晓燕	职工监事、 资金主管	-	合富汇	持有发行人3.85% 股权股东	154.00	0.65%
张亚飞	副总经理	-	合力咨询	控股股东	1,280.00	2.70%
王先羽	副总经理	-	合力咨询	控股股东	1,280.00	1.35%
王奇永	生产厂长	经理	合富汇	持有发行人3.85% 股权股东	154.00	11.69%

根据公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的声明，截至本招股说明书签署之日，除上述对外投资外，公司董事、监事、高级管理人员和其他核心人员无其他对外投资情况。

四、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员薪酬情况

（一）公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员最近一年

在本公司及关联企业领取薪酬情况

2016 年度，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的薪酬情况如下：

姓名	目前担任职务	2016年度薪酬（万元）	领薪单位
任召国	董事长	76.40	本公司
王桂强	副董事长、总经理	75.00	本公司
王少波	董事、副总经理	79.60	本公司
柴孝海	董事、副总经理	47.82	本公司
邓建军	董事、副总经理、董事会秘书、财务总监	47.82	本公司
刘晨	董事	3.05	本公司
宫肃康	独立董事	4.99	2015年6月起任职
胡力明	独立董事	4.99	2015年6月起任职
林红	独立董事	4.99	2015年6月起任职
江明中	监事会主席	48.63	安徽创源
周必红	监事	--	未在本公司领薪
叶鹏志	职工监事、行政部经理	23.61	本公司
乐晓燕	职工监事、资金主管	8.58	本公司
张亚飞	副总经理	79.55	本公司
王先羽	副总经理	48.63	安徽创源
华树千	研发部设计总监	47.96	本公司
王奇永	生产厂长	47.81	本公司
Lisa Beth Galvin	美国创源总经理	203.64	美国创源

在公司领薪的董事（不含独立董事和董事刘晨）、监事、高级管理人员的薪酬主要由工资和奖金构成。上述人员的工资根据其任在公司担任的职务及承担的责任确定，奖金则以其实际履职情况及公司业绩为基础确定。公司独立董事和董事刘晨薪酬仅为履职津贴。

2014 年度、2015 年度和 2016 年度，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的薪酬总额分别为 427.29 万元、639.00 万元、853.05 万元，占发行人

同期利润总额的比重分别为 13.43%、14.83%、9.72%。

（二）上述人员所享受的其他待遇和退休金计划

在公司领取薪酬的董事（不含独立董事和董事刘晨）、监事、高级管理人员及其他核心人员，公司按照国家和地方的有关规定，依法为其办理养老、医疗、失业、工伤、生育等保险，并缴纳住房公积金。除此之外，截至本招股说明书签署之日，本公司未向董事、监事、高级管理人员及其他核心人员提供其他待遇和退休金计划。

五、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员兼职情况

本公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的兼职情况如下：

姓名	在公司职务	兼职单位	与本公司关系	兼职情况
任召国	董事长	合力咨询	控股股东	执行董事、总经理
		纸器时代	控股子公司	董事长
		合力商贸	控股子公司	董事
王桂强	副董事长、总经理	纸器时代	控股子公司	董事、总经理
		快邦投资	全资子公司	执行董事、总经理
		合力商贸	控股子公司	董事
邓建军	董事、副总经理、董事会秘书、财务总监	安徽创源	全资子公司	监事
		纸器时代	控股子公司	董事
		合力商贸	控股子公司	监事
		搜主意	全资子公司	执行董事、总经理
		快邦投资	全资子公司	财务总监
		宁波高新区无中生有创业投资管理有限公司	发行人董事投资的公司	监事
刘晨	董事	浙江天堂硅谷资产管理集团有限公司	持有发行人股东宁波天堂硅谷10%股权的宁波天堂硅谷股权投资管理有限公司的股东	高级投资经理、基金经理
		纸器时代	控股子公司	董事

		杭州宇福光学有限公司	发行人董事担任董事的公司	董事
宫肃康	独立董事	北京天平会计师事务所有限责任公司	发行人独立董事投资并担任董事的公司	执行董事、总经理
		北京天平健税务师事务所有限公司	发行人独立董事投资并担任董事的公司	执行董事、总经理
胡力明	独立董事	浙江素豪律师事务所	无关联关系	律师、副主任
		宁波水表股份有限公司	无关联关系	独立董事
林红	独立董事	宁波市李惠利幼儿园	无关联关系	园长
江明中	监事会主席	合力咨询	控股股东	监事
		安徽创源	全资子公司	执行董事
周必红	监事	宁波色母粒有限公司	发行人监事投资的公司	业务主管
叶鹏志	职工监事、行政部经理	宁海县山谷电器有限公司	发行人监事投资的公司	监事
乐晓燕	职工监事、资金主管	快邦投资	全资子公司	监事
		搜主意	全资子公司	监事
		纸器时代	控股子公司	监事
张亚飞	副总经理	美国创源	全资子公司	董事
王先羽	副总经理	安徽创源	全资子公司	总经理
王奇永	生产厂长	合富汇	持有发行人3.85%股权股东	经理

除上述情况外，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员未在公司以外的其他单位兼职或领取薪酬。

六、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员相互之间存在的亲属关系

公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员相互之间不存在任何亲属关系。

七、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员签订的协议情况

本公司与所有董事均签署了董事聘任合同；在公司领薪的董事（不含独立董事和董事刘晨）、监事、高级管理人员及其他核心人员均与本公司签订了《劳动合同》，合同对其职责、权利和义务等作出了明确规定。同时，任召国、王桂强、柴孝海及其他核心人员（包括华树千、王奇永和 Lisa Beth Galvin）等 6 人还与本公司签订了《保密协议》，该协议对其诚信义务，特别是核心技术和商业秘密方面的义务进行了详细规定。截至本招股说明书签署之日，除上述协议外，本公司未与公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员签订其他协议。

截至本招股说明书签署之日，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员与本公司签订的上述协议都得到有效地履行。

八、董事、监事、高级管理人员对于股票发行上市相关法律法规及其法定义务责任的了解情况

公司董事、监事、高级管理人员已经过保荐机构等相关上市中介机构的辅导，系统地学习了股票发行上市、上市公司规范运作等方面法律法规和规范性文件，了解股票发行上市相关法律法规，知悉上市公司及其董事、监事和高级管理人员的法定义务和责任。

九、董事、监事、高级管理人员近两年的变动情况

最近两年内，公司董事、监事和高级管理人员的主要变动情况如下：

（一）董事变动情况

1、发行人整体变更前董事的变动情况

（1）2014 年 1 月 1 日至 2014 年 4 月 21 日，黄伟良、任召国、姜飞、江明中、柴孝海、黄惠燕、邓建军、王桂强、李维杰为创源有限董事，其中黄伟良为董事长，任召国为副董事长。

(2) 2014年4月22日,经创源有限股东会决议通过,公司董事会成员变更为任召国、黄伟良、邓建军、柴孝海、王桂强、刘晨,其中任召国为董事长,未再设副董事长。

(3) 2014年7月18日,黄伟良因股权转让辞去创源有限董事职务,并经创源有限股东会决议通过。公司董事会成员变更为任召国、邓建军、柴孝海、王桂强、刘晨。

2、发行人整体变更后董事的变动情况

(1) 2014年12月5日,经创源文化创立大会暨第一次股东大会审议通过,选举任召国、王桂强、邓建军、柴孝海、刘晨、王少波为股份公司第一届董事会董事。同日,经股份公司第一届董事会第一次会议审议通过,选举任召国为董事长,选举王桂强为副董事长。

(2) 2015年6月5日,经公司2014年年度股东大会审议通过,同意增选宫肃康、胡力明和林红为公司第一届董事会独立董事。

(二) 监事变动情况

1、发行人整体变更前监事的变动情况

(1) 2014年1月1日至2014年4月21日,陈汉雄、陈志强为公司监事。

(2) 2014年4月22日,经创源有限股东会决议通过,公司监事会成员变更为江明中、乐晓燕、叶鹏志和周必红,其中江明中为监事会主席。

2、发行人整体变更后监事的变动情况

2014年12月5日,经股份公司创立大会暨第一次股东大会审议通过,选举江明中、周必红为公司第一届监事会监事,与公司职工代表大会选举产生的叶鹏志和乐晓燕共同组成公司第一届监事会。同日,经公司第一届监事会第一次会议审议通过,选举江明中为公司监事会主席。

(三) 高级管理人员变动情况

1、发行人整体变更前高级管理人员的变动情况

2014年1月1日至2014年12月4日，创源有限由王桂强担任总经理，柴孝海、邓建军、张亚飞担任副总经理，邓建军担任财务总监。

2014年6月，因经营管理需要，聘任王少波为公司副总经理。

2、发行人整体变更后高级管理人员的变动情况

2014年12月5日，股份公司第一届董事会第一次会议审议通过，聘任王桂强为公司总经理，聘任柴孝海、邓建军、王少波、张亚飞为公司副总经理，聘任邓建军为公司财务总监、董事会秘书。

2016年4月5日，股份公司第一届董事会第九次会议审议通过，聘任王先羽为公司副总经理。

综上，发行人董事、监事、高级管理人员变动均履行了有关法律程序，符合《公司法》、《证券法》及《公司章程》的相关规定。2014年4月22日，公司董事变化主要系股东成路集团退出，故其委派的3名外部董事退出；同时因公司引进新的股东宁波天堂硅谷，故新增刘晨为董事；另外，原董事江明中转任公司监事。在上述董事变动过程中，董事会核心成员及高级管理人员均保持稳定，对公司发展战略及经营管理的连续性均未产生实质性影响，因此，公司董事和高级管理人员最近两年内未发生重大变化。

十、股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书以及董事会专门委员会等机构和人员的运行及履职情况

（一）报告期内发行人公司治理存在的缺陷及改进情况

公司在整体变更为股份有限公司前，公司未制定股东大会、董事会、监事会相关的议事规则，未设置董事会各专门委员会，公司治理结构有待进一步完善。

公司整体变更为股份有限公司以来，已根据《公司法》、《证券法》等相关法律法规的要求，制定了《公司章程》，建立健全了《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》、《独立董事工作制度》、《董事会秘书工作规则》、

《总经理工作制度》等公司治理规范性文件，逐渐形成了以股东大会、董事会、监事会、管理层各司其职，相互制衡的公司治理结构。

截至本招股说明书签署之日，发行人公司治理规范，不存在重大缺陷。公司股东大会、董事会、监事会和高级管理人员均能按照相关法律法规以及公司治理制度文件的要求履行职责。公司各项重大决策严格依据公司相关文件规定的程序和规则进行，公司法人治理结构和制度运行有效。

（二）股东大会的运行情况

自公司整体变更为股份有限公司以来，公司建立健全了股东大会制度，股东大会是本公司的最高权力机构，由全体股东组成。公司股东大会对《公司章程》的制定和修订、董事及监事任免、董事会和监事会报告、利润分配、财务预算及决算方案的批准、公司重要规章制度的建立等事项作出相关决议，切实发挥了股东大会的作用。

自公司整体变更为股份有限公司至本招股说明书签署之日，公司先后召开了11次股东大会，公司股东或授权代表出席了历次会议。具体情况如下：

序号	会议名称	召开时间
1	创立大会暨第一次股东大会	2014年12月5日
2	2015年第一次临时股东大会	2015年1月6日
3	2015年第二次临时股东大会	2015年2月2日
4	2014年年度股东大会	2015年6月5日
5	2015年第三次临时股东大会	2015年7月16日
6	2015年第四次临时股东大会	2015年10月16日
7	2015年度股东大会	2016年3月16日
8	2016年第一次临时股东大会	2016年8月30日
9	2017年第一次临时股东大会	2017年2月6日
10	2016年度股东大会	2017年2月25日
11	2017年第二次临时股东大会	2017年8月3日

公司股东大会一直严格依据有关法律、法规和《公司章程》的规定行使职权，历次会议召开和决议程序、内容合法有效。

（三）董事会的运行情况

自公司整体变更为股份有限公司以来，公司根据《公司法》、《证券法》、《公司章程》等有关规定，制定了《董事会议事规则》，设立了董事会。公司第一届董事会现有董事9名，其中董事长1人，副董事长1人，独立董事3人，任期3年。董事任期届满，可连选连任。公司董事会对高级管理人员的任免、利润分配方案的制订、财务预算及决算方案的制订、基本管理制度的制订等方面切实发挥了作用。

自公司整体变更为股份有限公司至本招股说明书签署之日，公司先后召开了16次董事会会议，公司董事均出席了历次会议。具体情况如下：

序号	会议名称	召开时间
1	第一届董事会第一次会议	2014年12月5日
2	第一届董事会第二次会议	2014年12月22日
3	第一届董事会第三次会议	2015年1月16日
4	第一届董事会第四次会议	2015年4月24日
5	第一届董事会第五次会议	2015年6月3日
6	第一届董事会第六次会议	2015年6月30日
7	第一届董事会第七次会议	2015年9月29日
8	第一届董事会第八次会议	2016年2月25日
9	第一届董事会第九次会议	2016年4月5日
10	第一届董事会第十次会议	2016年8月15日
11	第一届董事会第十一次会议	2017年1月22日
12	第一届董事会第十二次会议	2017年2月5日
13	第一届董事会第十三次会议	2017年5月27日
14	第一届董事会第十四次会议	2017年6月26日
15	第一届董事会第十五次会议	2017年7月19日
16	第一届董事会第十六次会议	2017年8月1日

公司董事严格按照《公司法》及《公司章程》的规定行使权利、履行义务，董事会历次会议的召集、召开及表决程序合法，决议内容合法有效。

（四）监事会的运行情况

自公司整体变更为股份有限公司以来，公司根据《公司法》、《证券法》、《公司章程》等有关规定，制定了《监事会议事规则》，设立了监事会。公司第一届监事会由4名监事组成，其中监事会主席1人，职工监事2人，任期3年。监事任期届满，可连选连任。公司监事会在检查财务、对董事、高级管理人员执行公司职务的行为进行监督等方面切实发挥了作用。

自公司整体变更为股份有限公司至本招股说明书签署之日，公司共召开了11次监事会，公司监事均出席了历次会议。具体情况如下：

序号	会议名称	召开时间
1	第一届监事会第一次会议	2014年12月5日
2	第一届监事会第二次会议	2015年1月16日
3	第一届监事会第三次会议	2015年4月24日
4	第一届监事会第四次会议	2015年6月30日
5	第一届监事会第五次会议	2015年9月29日
6	第一届监事会第六次会议	2016年2月25日
7	第一届监事会第七次会议	2016年8月15日
8	第一届监事会第八次会议	2017年2月5日
9	第一届监事会第九次会议	2017年6月26日
10	第一届监事会第十次会议	2017年7月19日
11	第一届监事会第十一次会议	2017年8月1日

公司监事严格按照《公司法》及《公司章程》的规定行使权利、履行义务，监事会历次会议的召集、召开及表决程序合法，决议内容合法有效。

（五）独立董事制度建立健全及运行情况

为完善公司治理结构和符合《公司法》、《公司章程》的规定，2015年6月5日，经公司2014年年度股东大会审议通过，选举宫肃康、胡力明、林红为公司独立董事，同时审议通过《关于<独立董事工作制度>的议案》。截至目前，公司董事会由9名董事组成，其中独立董事3名。独立董事占董事会人数的比例达到三分之一。

根据《公司章程》、《独立董事工作制度》的规定，独立董事除具有《公司

法》和其他相关法律、法规赋予董事的职权外，公司还赋予独立董事以下特别职权：

1、重大关联交易（指公司与关联自然人发生的交易金额在30万元以上的关联交易，或者公司与关联法人发生的交易金额在100万元以上，且占公司最近一期经审计净资产绝对值0.5%以上的关联交易）应由独立董事认可后，提交董事会讨论；独立董事作出判断前，可聘请中介机构出具独立财务顾问报告，作为其判断的依据；

- 2、向董事会提议聘用或解聘会计师事务所；
- 3、向董事会提请召开临时股东大会；
- 4、提议召开董事会；
- 5、独立聘请外部审计机构和咨询机构；
- 6、可以在股东大会召开前公开向股东征集投票权。

公司建立独立董事制度后，独立董事严格按照《公司章程》、《董事会议事规则》、《独立董事工作制度》等相关制度的规定行使自己的权利，履行自己的义务，出席董事会和股东大会会议，参与各专门委员会工作，对公司的风险管理、内部控制及公司发展战略等方面提出专业及建设性的意见和建议，对公司法人治理结构的完善和规范运作发挥了积极作用。截至本招股说明书签署之日，未发生独立董事对发行人有关事项提出异议的情况。

（六）董事会秘书制度的建立健全及运行情况

根据《公司章程》规定，公司设董事会秘书。董事会秘书是公司的高级管理人员，对董事会负责。

根据《公司章程》、《董事会秘书工作规则》规定，董事会秘书主要职责为：

- 1、负责公司信息披露事务，协调公司信息披露工作，组织制订公司信息披露事务管理制度，督促公司及相关信息披露义务人遵守信息披露相关规定；
- 2、负责公司投资者关系管理和股东资料管理工作，协调公司与证券监管机构、股东及实际控制人、证券服务机构、媒体等之间的信息沟通；

3、组织筹备董事会会议和股东大会，参加股东大会、董事会会议、监事会会议及高级管理人员相关会议，负责董事会会议记录工作并签字确认；

4、负责公司信息披露的保密工作，在未公开重大信息出现泄露时，及时向深圳证券交易所报告并公告；

5、关注公共媒体报道并主动求证真实情况，督促董事会及时回复深圳证券交易所所有问询；

6、协助董事、监事和高级管理人员了解信息披露相关法律、法规、规章、深圳证券交易所相关规定和本章程，以及上市协议对其设定的职责；

7、督促董事、监事和高级管理人员遵守相关法律法规相关规定及本章程，切实履行其所作出的承诺；在知悉公司作出或者可能作出违反有关规定的决议时，应当予以提醒并立即如实地向深圳证券交易所报告；

8、促使董事会依法行使职权；在董事会拟作出的决议违反法律、法规、规章、深圳证券交易所规定和《公司章程》时，应当提醒与会董事，并提请列席会议的监事就此发表意见；如果董事会坚持作出上述决议，董事会秘书应将有关监事和其个人的意见记载于会议记录上，并立即向深圳证券交易所报告；

9、相关法律法规和监管部门要求履行的其他职责。

自公司董事会聘任董事会秘书以来，董事会秘书严格按照《公司章程》和《董事会秘书工作规则》等有关规定筹备董事会和股东大会，认真做好会议记录，并积极配合独立董事履行职责。

（七）董事会专门委员会的人员构成及运行情况

1、董事会专门委员会的构成情况

2015年6月30日，公司召开第一届董事会第六次会议，审议通过了《关于公司董事会下设四个专门委员会的议案》、《关于审议公司董事会四个专门委员会实施细则的议案》。公司董事会分别设立了审计委员会、战略委员会、提名委员会和薪酬与考核委员会。

截至本招股说明书签署之日，各专门委员会的人员构成如下：

序号	专门委员会名称	人员构成	主任委员
1	审计委员会	宫肃康、胡力明、刘晨	宫肃康
2	战略委员会	任召国、王桂强、林红	任召国
3	提名委员会	胡力明、林红、刘晨	胡力明
4	薪酬与考核委员会	胡力明、宫肃康、任召国	胡力明

2、董事会专门委员会的运行情况

（1）审计委员会的运行情况

董事会审计委员会由三名董事组成，成员包括宫肃康、胡力明、刘晨，独立董事宫肃康担任主任委员。根据公司《董事会审计委员会实施细则》的相关规定，审计委员会的主要职责权限为：提议聘请或更换外部审计机构；监督公司的内部审计制度及其实施；负责内部审计与外部审计之间的沟通；审核公司的财务信息及其披露；审查公司内控制度，对重大关联交易进行审计；公司董事会授予的其他事宜。

（2）战略委员会的运行情况

董事会战略委员会由三名董事组成，成员包括任召国、王桂强、林红，董事长任召国担任主任委员。根据公司《董事会战略委员会实施细则》的相关规定，战略委员会的主要职责权限为：对公司长期发展战略进行研究并提出建议；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；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；对《公司章程》规定的必须经董事会或股东大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；对其他影响公司发展的重大事项进行研究并提出建议；对以上事项的实施进行检查；董事会授权的其他事项。

（3）提名委员会的运行情况

董事会提名委员会由三名董事组成，成员包括胡力明、林红、刘晨，独立董事胡力明担任主任委员。根据公司《董事会提名委员会实施细则》的相关规定，提名委员会的主要职责权限为：根据公司经营活动情况、资产规模和股本结构对

董事会的规模和构成向董事会提出建议；研究董事和高级管理人员的选择标准和程序，并向董事会提出建议；广泛搜寻合格的董事和高级管理人员的人选；对董事候选人和高级管理人员人选进行审查并提出建议；对须提请董事会聘任的其他高级管理人员进行审查并提出建议；董事会授权的其他事宜。

（4）薪酬与考核委员会的运行情况

董事会薪酬与考核委员会由三名董事组成，成员包括胡力明、宫肃康、任召国，独立董事胡力明担任主任委员。根据公司《董事会薪酬与考核委员会实施细则》的相关规定，薪酬与考核委员会的主要职责权限为：根据董事和高级管理人员管理岗位的主要范围、职责、重要性以及其他相关企业相关岗位的薪酬水平制定薪酬计划或方案；薪酬计划或方案主要包括但不限于绩效评价标准、程序及主要评价体系，奖励和惩罚的主要方案和制度等；审查公司董事（非独立董事）和高级管理人员的履行职责情况并对其进行年度绩效考评；负责对公司薪酬制度执行情况进行监督；董事会授权的其他事宜。

公司董事会各专门委员会自设立以来，严格按照有关法律、法规、《公司章程》与公司制度的规定开展工作并履行职责，规范运行；通过召开各专门委员会会议，各委员充分发挥各自的专业特长，勤勉尽责，在制定公司战略发展规划、督促公司完善内部控制制度及执行有效性、制定高管薪酬绩效评价标准等方面发挥了积极作用。

十一、公司内部控制制度情况

（一）管理层对内部控制制度完整性、合理性及有效性的自我评价

公司董事会认为：公司建立健全了各种内部控制制度，能够适应公司管理要求和发展的需要，能够对编制真实的财务报表提供合理的保证，能够对公司各项业务活动的健康运行及国家有关法律法规和单位内部规章制度的贯彻执行提供保证。公司内部控制活动及建立健全完善的各项内部控制制度符合国家有关法律、法规和监管部门的要求，各项制度得到了有效执行，对促进公司规范运作、

防范风险起到了积极的作用，保证了公司业务的持续、健康、稳步发展。

（二）注册会计师对内部控制制度的鉴证意见

亚太（集团）会计师事务所对本公司的内部控制制度进行了审核，并于2017年7月19日出具了亚会A专审字（2017）0071号《内部控制鉴证报告》，认为创源文化于2017年6月30日在所有重大方面有效地保持了按照《企业内部控制基本规范》建立的与财务报表相关的内部控制。

十二、公司近三年内违法违规情况

2016年4月19日，宁波纸器时代文化发展股份有限公司海曙天一分公司因逾期未申报企业所得税和增值税，被宁波市海曙区国家税务局进行简易行政处罚，罚款400元。

宁波市海曙区国家税务局于2016年8月3日出具《证明》，证明宁波纸器时代文化发展股份有限公司海曙天一分公司2016年1月1日至2016年6月30日期间存在的逾期未申报行为已经改正补报，情节不严重。

鉴于宁波纸器时代文化发展股份有限公司海曙天一分公司自2013年底起已不开展业务，并于2016年9月2日完成注销；同时，宁波市海曙区国家税务局证明该分公司报告期内存在的逾期未申报行为已改正补报，情节不严重，被罚款金额也较小。因此，报告期内宁波纸器时代文化发展股份有限公司海曙天一分公司因逾期未申报被罚款事项不属于重大违法违规行为，不会对发行人首次公开发行股票构成实质性障碍。

除此之外，公司及董事、监事和高级管理人员不存在被相关主管机关处罚的情况。

综上，最近三年，公司及董事、监事和高级管理人员均不存在重大违法违规行为。

十三、公司近三年内资金占用和对外担保情况

近三年内，公司存在与股东、实际控制人及其控制的其他企业发生资金往来

的情况，资金往来具体情况详见本招股说明书“第七节 同业竞争与关联交易”之“四、关联交易情况”之“（三）关联方往来款项”的相关内容。

近三年内，公司存在为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业担保的情况，具体情况详见“第七节 同业竞争与关联交易”之“四、关联交易情况”之“（二）偶发性的关联交易”的相关内容。

截至本招股说明书签署之日，公司不存在股东、实际控制人及其控制的其他企业占用资金的情况，亦不存在为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业担保的情况。

十四、公司资金管理、对外投资和担保事项的政策、制度安排及执行情况

（一）资金管理事项的政策、制度安排及执行情况

发行人制定了资金管理制度，对货币资金岗位分工和授权批准、货币资金收付款业务的程序和要求、核算与控制、现金与银行账户管理、支票等银行票据管理、暂支现金的审批与结算及相应管理等方面均进行了详细规定。公司对货币资金业务建立严格的授权批准权限，明确审批人对货币资金业务的授权批准方式、权限、程序、责任和相关控制措施，规定经办人办理货币资金业务的职责范围和工作要求。

报告期内，公司均严格执行各项资金管理制度，资金管理规范，不存在违规运用资金的情况。

（二）对外投资事项的政策、制度安排及执行情况

发行人《公司章程》中对对外投资的审批权限等进行了规定。同时，2014年12月5日，公司创立大会暨第一次股东大会审议通过了《对外投资管理制度》，对公司对外投资事项进行了详细规定。

根据发行人《对外投资管理制度》等的规定，应由公司董事会审批的对外投资事项包括：

(1) 投资涉及的资产总额占公司最近一期经审计总资产的 20% 以上，该投资涉及的资产总额同时存在账面值和评估值的，以较高者作为计算数据；

(2) 投资标的在最近一个会计年度相关的营业收入占公司最近一个会计年度经审计营业收入的 30% 以上，且绝对金额超过 2,000 万元；

(3) 投资标的在最近一个会计年度相关的净利润占公司最近一个会计年度经审计净利润的 30% 以上，且绝对金额超过 200 万元；

(4) 投资的成交金额（含承担债务和费用）占公司最近一期经审计净资产的 30% 以上，且绝对金额超过 2,000 万元；

(5) 投资产生的利润占公司最近一个会计年度经审计净利润的 30% 以上，且绝对金额超过 200 万元。

上述指标计算中涉及的数据如为负值，取其绝对值计算。未达到前述必须由董事会决定的投资标准的，董事会可在决策权限内授权总经理就其权限以内的公司投资及其资产处置事项进行决策。

其中，应提交公司股东大会审批的对外投资事项包括：

(1) 投资涉及的资产总额占公司最近一期经审计总资产的 50% 以上，该投资涉及的资产总额同时存在账面值和评估值的，以较高者作为计算数据；

(2) 投资标的在最近一个会计年度相关的营业收入占公司最近一个会计年度经审计营业收入的 50% 以上，且绝对金额超过 3,000 万元；

(3) 投资标的在最近一个会计年度相关的净利润占公司最近一个会计年度经审计净利润的 50% 以上，且绝对金额超过 300 万元；

(4) 投资的成交金额（含承担债务和费用）占公司最近一期经审计净资产的 50% 以上，且绝对金额超过 3,000 万元；

(5) 投资产生的利润占公司最近一个会计年度经审计净利润的 50% 以上，且绝对金额超过 300 万元。上述指标计算中涉及的数据如为负值，取其绝对值计算。

报告期内，公司的对外投资事项均按照相关制度的要求执行，不存在违规情况。

（三）公司对外担保政策、制度安排及执行情况

发行人《公司章程》中对对外担保的审批权限等进行了规定。同时，2014年12月5日，公司创立大会暨第一次股东大会审议通过了《对外担保管理制度》，对公司对外担保事项进行了详细规定。

根据发行人《对外担保管理制度》等的规定，应由公司股东大会审批的对外担保事项包括：

- 1、本公司及本公司控股子公司的对外担保总额，超过公司最近一期经审计净资产50%以后提供的任何担保；
- 2、为资产负债率超过70%的担保对象提供的担保；
- 3、单笔担保金额超过公司最近一期经审计净资产10%的担保；
- 4、公司的对外担保总额，达到或超过最近一期经审计总资产的30%以后提供的任何担保；
- 5、对股东、实际控制人及其关联方提供的担保；
- 6、《公司章程》规定的其他担保情形。

股东大会审议担保事项时，应经出席会议的股东所持表决权的三分之二以上通过。在股东大会审议为股东、实际控制人及其关联方提供的担保议案时，该股东或受该实际控制人支配的股东，不得参与该项表决。

应由股东大会审批的对外担保，必须经董事会审议通过后，方可提交股东大会审批。应由公司董事会审批的对外担保，应经公司全体董事的三分之二以上审议同意。

报告期内，公司的对外担保事项均按照相关制度的要求执行，不存在违规情况。

十五、投资者权益保护情况

为了切实提高公司的规范运作水平，保护投资者特别是中小投资的合法权益，充分保障投资者依法享有获取公司信息、享有资产收益、参与重大决策和选择管理者等权利，公司制定相关制度和措施，充分维护了投资者的相关利益，具体体现在以下几个方面：

（一）建立健全内部信息披露制度和流程

2015年6月30日，公司第一届董事会第六次会议审议通过了《信息披露管理制度》。《信息披露管理制度》对发行人信息披露的基本原则、内容、程序、职责划分等事项都进行了详细规定。

1、信息披露是公司和公司的董事、监事、高级管理人员的持续责任，公司和公司的董事、监事、高级管理人员应当忠实、勤勉地履行职责，保证披露信息真实、准确、完整、及时、公平，不得有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。

2、公司应当严格按照法律、法规和《公司章程》以及中国证券监督管理委员会的信息披露的内容和格式准则的要求，真实、准确、完整、及时地报送及披露信息。在内幕信息依法披露前，任何知情人不得公开或者泄露该信息，不得利用该信息进行内幕交易。

3、公司信息披露要体现公开、公正、公平对待所有股东的原则，信息披露义务人应当同时向所有投资者公开披露信息。公司及其他信息披露义务人依法披露信息，应当将公告文稿和相关备查文件报送深圳证券交易所登记，并在中国证监会指定的媒体发布，公司及其他信息披露义务人在公司网站及其他媒体发布信息的时间不得先于指定媒体，信息披露文件应当采用中文文本。

4、公司有关部门研究、决定涉及信息披露事项时，应通知董事会秘书列席会议，并向其提供信息披露所需要的资料。

5、公司有关部门对于涉及信息事项是否披露有疑问时，应及时向董事会秘书或通过董事会秘书向深圳证券交易所咨询。

6、信息披露前应严格履行下列审查程序：

- (1) 提供信息的部门负责人认真核对相关信息资料；
- (2) 董事会秘书进行合规性审查；
- (3) 董事长签发。

(二) 完善股东投票机制

1、建立累积投票制

根据公司上市后适用的《公司章程（草案）》第八十五条规定，股东大会选举两名以上董事、监事时，应实行累积投票制。前款所称累积投票制是指股东大会选举董事或者监事时，每一股份拥有与应选董事或者监事人数相同的表决权，股东拥有的表决权可以集中使用。

针对董事、监事提名的方式和程序以及累积投票制的相关事宜，公司专门制定了《累积投票制实施细则》，对累积投票制进行了详细规定。

2、建立健全股东计票机制

《公司章程（草案）》第九十条规定，股东大会对提案进行表决前，应当推举两名股东代表参加计票和监票。审议事项与股东有利害关系的，相关股东及代理人不得参加计票、监票。股东大会对提案进行表决时，应当由律师、股东代表与监事代表共同负责计票、监票，并当场公布表决结果，决议的表决结果载入会议记录。通过网络或其他方式投票的股东或其代理人，有权通过相应的投票系统查验自己的投票结果。

另外，《公司章程（草案）》第八十一条规定：股东大会审议影响中小投资者利益的重大事项时，对中小投资者表决应当单独计票。单独计票结果应当及时公开披露。

3、对法定事项采取网络投票方式

公司应在保证股东大会合法、有效的前提下，通过各种方式和途径为股东参加股东大会提供便利，除现场表决外，还需提供包括网络形式的投票平台等现代

信息技术手段保障股东进行投票表决。

《公司章程（草案）》第四十六条规定：股东大会将设置会场，以现场会议形式召开。公司还可以提供网络或其他方式为股东参加股东大会提供便利。股东通过上述方式参加股东大会的，视为出席。

《公司章程（草案）》第一百六十一条规定：公司利润分配政策制定和调整需提交公司股东大会审议，应当由出席股东大会的股东（包括股东代理人）所持表决权的 2/3 以上通过。公司应安排通过证券交易所交易系统、互联网投票系统等网络投票方式为社会公众股东参加股东大会提供便利。

（三）其他保护投资者合法权益的措施

1、保护中小股东权益的其他相关规定

《公司章程》中关于保护中小股东权益的其他内容如下：（1）股东因对股东大会作出的公司合并、分立决议持异议的股东，要求公司收购其股份；（2）单独或者合计持有公司 10% 以上股份的股东有权向董事会请求召开临时股东大会，并应当以书面形式向董事会提出。董事会应当根据法律、行政法规和本章程的规定，在收到请求后 10 日内提出同意或不同意召开临时股东大会的书面反馈意见；（3）董事、高级管理人员执行公司职务时违反法律、行政法规或者本章程的规定，给公司造成损失的，连续 180 日以上单独或合并持有公司 1% 以上股份的股东有权书面请求监事会向人民法院提起诉讼；监事会执行公司职务时违反法律、行政法规或者本章程的规定，给公司造成损失的，股东可以书面请求董事会向人民法院提起诉讼；（4）监事会、董事会收到前款规定的股东书面请求后拒绝提起诉讼，或者自收到请求之日起 30 日内未提起诉讼，或者情况紧急、不立即提起诉讼将会使公司利益受到难以弥补的损害的，前款规定的股东有权为了公司的利益以自己的名义直接向人民法院提起诉讼。

公司自成立以来，严格按照国家的法律法规和《公司章程》及《股东大会议事规则》的有关规定保护中小股东权益，未发生侵犯中小股东权益之情形。

2、建立《独立董事工作制度》

公司建立了健全的《独立董事工作制度》，明确了独立董事的资格、权利和义务，并不断督促独立董事履行职责，以强化独立董事对控股股东、发行人董事、高级管理人员的监督。

3、设置内部审计部门

公司设置了内部审计部门，对公司财务管理、内控制度建立和执行情况进行内部审计监督。内部审计部门对审计委员会负责，向审计委员会报告。公司制定了《内部审计制度》，对内部审计机构和人员、职责、工作流程、信息披露等均进行了明确规定，建立了健全的内部审计制度。

4、制订其他各项制度

公司制定了《对外担保管理制度》、《关联交易决策制度》、《募集资金管理办法》等制度，明确了对外担保、关联交易、募集资金使用等事项的决策程序、审查内容和责任等内容，对公司以及投资者利益重大影响的事项必须由股东大会审议通过。

第九节 财务会计信息与管理层分析

本节的财务会计数据及有关分析反映了本公司最近三年一期的财务状况、经营成果和现金流量。本公司提醒投资者注意，本节讨论与分析应结合本公司经审计的财务报告和本招股说明书披露的其他信息一并阅读。本节所引用的数据，除非特别说明，均指合并口径数据。

一、报告期经审计的财务报表

(一) 合并资产负债表

单位：元

项目	2017.6.30	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
流动资产：				
货币资金	60,185,561.38	72,144,502.52	71,168,708.33	27,285,332.61
以公允价值计量且变动计入当期损益的金融资产	-	-	-	565,656.02
应收账款	92,172,557.56	126,405,457.07	70,154,044.11	80,720,523.59
预付款项	5,154,410.39	9,100,597.77	5,817,209.86	11,843,356.63
其他应收款	6,537,974.29	5,571,651.10	4,096,765.79	7,429,298.10
存货	79,073,311.96	65,682,966.78	50,125,152.44	63,741,545.07
一年内到期的非流动资产	315,838.42	-	-	-
其他流动资产	-	8,025.97	3,477,274.96	6,262,317.40
流动资产合计	243,439,654.00	278,913,201.21	204,839,155.49	197,848,029.42
非流动资产：				
可供出售金融资产	-	-	-	190,000.00
固定资产	166,054,638.77	164,673,225.70	158,069,463.11	82,715,897.26
在建工程	182,353.86	93,263.70	144,947.33	50,844,694.47
无形资产	14,583,427.23	14,746,016.30	15,023,745.79	14,684,093.53
长期待摊费用	3,966,854.92	4,396,223.54	4,578,576.12	4,110,851.89

项目	2017.6.30	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
递延所得税资产	5,830,475.31	2,689,244.35	2,972,003.75	2,546,635.00
其他非流动资产	5,783,464.42	6,136,729.36	6,843,259.22	2,686,521.25
非流动资产合计	196,401,214.51	192,734,702.95	187,631,995.32	157,778,693.40
资产总计	439,840,868.51	471,647,904.16	392,471,150.81	355,626,722.82

合并资产负债表（续）

单位：元

项目	2017.6.30	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
流动负债：				
短期借款	81,271,184.89	74,414,578.77	104,656,713.58	68,700,000.00
以公允价值计量且变动计入当期损益的金融负债	-	-	1,173,100.00	1,086,700.00
应付票据	27,328,073.47	49,483,566.58	11,062,816.25	19,496,408.65
应付账款	83,220,850.28	65,907,658.25	53,098,027.90	72,644,715.92
预收款项	2,324,526.72	827,450.79	1,113,497.53	1,455,712.98
应付职工薪酬	17,904,333.23	31,958,730.20	20,913,549.95	17,907,923.89
应交税费	6,471,854.29	9,650,577.45	1,800,036.05	2,297,180.02
应付利息	133,344.92	137,476.60	184,733.47	162,140.34
其他应付款	1,076,980.31	2,109,357.68	993,104.88	2,559,413.61
一年内到期的非流动负债	19,084,963.30	21,658,068.59	9,640,922.16	11,729,004.00
流动负债合计	238,816,111.41	256,147,464.91	204,636,501.77	198,039,199.41
非流动负债：				
长期借款	12,000,000.00	19,000,000.00	40,000,000.00	20,000,000.00
长期应付款	-	947,454.25	8,485,572.50	16,577,814.50
递延收益	5,565,991.07	5,915,991.05	6,615,990.99	11,747,404.79
非流动负债合计	17,565,991.07	25,863,445.30	55,101,563.49	48,325,219.29
负债合计	256,382,102.48	282,010,910.21	259,738,065.26	246,364,418.70
股东权益：				

项目	2017.6.30	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
股本	60,000,000.00	60,000,000.00	60,000,000.00	60,000,000.00
资本公积	32,716,862.67	32,716,862.67	32,716,862.67	32,716,862.67
盈余公积	14,690,523.57	12,458,018.08	5,779,770.13	2,164,452.44
未分配利润	74,729,382.99	82,855,603.79	31,956,047.07	14,252,528.40
其他综合收益	325,759.19	428,153.57	120,517.82	-12,137.72
归属于母公司股东权益合计	182,462,528.42	188,458,638.11	130,573,197.69	109,121,705.79
少数股东权益	996,237.61	1,178,355.84	2,159,887.86	140,598.33
股东权益合计	183,458,766.03	189,636,993.95	132,733,085.55	109,262,304.12
负债和股东权益总计	439,840,868.51	471,647,904.16	392,471,150.81	355,626,722.82

(二) 合并利润表

单位：元

项目	2017年1-6月	2016年度	2015年度	2014年度
一、营业收入	323,599,919.44	654,348,345.25	511,838,342.99	488,534,870.74
减：营业成本	216,790,587.54	439,238,079.46	364,745,779.79	365,395,630.94
税金及附加	4,617,032.53	7,698,108.77	4,473,180.96	2,866,991.68
销售费用	18,727,588.20	40,802,633.55	34,328,149.45	27,382,152.55
管理费用	41,149,621.39	88,256,645.13	68,326,066.65	51,383,617.11
财务费用	7,297,364.92	-3,855,299.37	3,179.48	9,604,955.99
资产减值损失	7,756,051.27	2,384,862.14	3,550,786.65	972,202.58
加：公允价值变动收益	-		-86,400.00	-6,041,945.61
投资收益	-	-1,059,837.54	-727,473.53	1,020,796.83
二、营业利润	27,261,673.59	78,763,478.03	35,597,326.48	25,908,171.11
加：营业外收入	2,498,567.79	9,843,527.07	8,376,088.17	6,712,989.80
其中：非流动资产处置利得	21,287.47	14,895.04	40,295.93	684,479.27
减：营业外支出	479,770.70	886,048.15	896,250.45	811,519.34
其中：非流动资产处置损失	71,969.13	499,861.23	598,751.67	368,341.98

项目	2017年1-6月	2016年度	2015年度	2014年度
三、利润总额	29,280,470.68	87,720,956.95	43,077,164.20	31,809,641.57
减：所得税费用	5,353,610.27	13,134,419.74	6,738,701.43	3,972,685.34
四、净利润	23,926,860.41	74,586,537.21	36,338,462.77	27,836,956.23
归属于母公司所有者的净利润	24,106,284.69	75,577,804.67	36,318,836.36	27,848,922.27
少数股东损益	-179,424.28	-991,267.46	19,626.41	-11,966.04
五、每股收益：				
（一）基本每股收益	0.40	1.26	0.61	0.46
（二）稀释每股收益	0.40	1.26	0.61	0.46
六、其他综合收益	-105,088.33	317,371.19	132,318.66	-12,137.72
七、综合收益总额	23,821,772.08	74,903,908.40	36,470,781.43	27,824,818.51
归属于母公司所有者的综合收益总额	24,003,890.31	75,885,440.42	36,451,491.90	27,836,784.55
归属于少数股东的综合收益总额	-182,118.23	-981,532.02	19,289.53	-11,966.04

（三）合并现金流量表

单位：元

项目	2017年1-6月	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	349,112,092.17	610,291,564.39	528,727,942.51	477,653,327.69
收到的税费返还	20,188,547.02	53,217,122.40	39,633,724.44	30,896,131.07
收到的其他与经营活动有关的现金	21,810,466.61	37,543,945.64	27,353,803.83	92,631,625.20
经营活动现金流入小计	391,111,105.80	701,052,632.43	595,715,470.78	601,181,083.96
购买商品、接受劳务支付的现金	213,866,632.68	371,617,190.03	343,975,923.89	344,934,788.15
支付给职工以及为职工支付的现金	71,419,929.60	122,017,516.67	97,677,813.53	85,400,611.60
支付的各项税费	23,676,803.40	34,866,905.15	21,815,303.69	13,515,109.61
支付的其他与经营活动有关的现金	40,168,901.14	83,888,822.92	73,345,904.47	111,316,382.05
经营活动现金流出小计	349,132,266.82	612,390,434.77	536,814,945.58	555,166,891.41

项目	2017年1-6月	2016年度	2015年度	2014年度
经营活动产生的现金流量净额	41,978,838.98	88,662,197.66	58,900,525.20	46,014,192.55
二、投资活动产生的现金流量：				
收回投资所收到的现金	-	-	9,022,800.00	-
取得投资收益收到的现金	-	159,942.46	60,738.57	-
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	12,030.34	66,422.60	24,600.00	537,400.00
收到其他与投资活动有关的现金	-	13,000,000.00	1,836.21	6,000,000.00
投资活动现金流入小计	12,030.34	13,226,365.06	9,109,974.78	6,537,400.00
购建固定资产、无形资产和其他长期资产所支付的现金	12,614,938.11	25,279,858.87	52,349,077.17	46,594,547.52
投资支付的现金	-	1,400,000.00	7,500,000.00	1,000,000.00
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	-	325,708.33	-
支付其他与投资活动有关的现金	-	13,000,000.00	-	488,016.88
投资活动现金流出小计	12,614,938.11	39,679,858.87	60,174,785.50	48,082,564.40
投资活动产生的现金流量净额	-12,602,907.77	-26,453,493.81	-51,064,810.72	-41,545,164.40
三、筹资活动产生的现金流量：				
吸收投资收到的现金	-	-	1,000,000.00	150,000.00
其中：子公司吸收少数股东权益性投资收到的现金	-	-	1,000,000.00	150,000.00
取得借款收到的现金	43,756,866.56	76,050,657.33	136,714,446.69	120,283,306.00
收到其他与筹资活动有关的现金	-	-	8,700,000.00	11,300,000.00
筹资活动现金流入小计	43,756,866.56	76,050,657.33	146,414,446.69	131,733,306.00
偿还债务支付的现金	42,892,663.86	114,347,338.34	80,359,661.46	115,324,292.00
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	30,194,753.31	22,611,821.67	21,804,373.06	20,178,423.51
其中：子公司支付给少数股东的现金股利	-	-	-	-
支付其他与筹资活动有关的现金	4,785,842.64	9,597,282.78	10,604,411.61	11,566,552.72
其中：子公司减资支付给少数股东的现金	-	-	-	-

项目	2017年1-6月	2016年度	2015年度	2014年度
筹资活动现金流出小计	77,873,259.81	146,556,442.79	112,768,446.13	147,069,268.23
筹资活动产生的现金流量净额	-34,116,393.25	-70,505,785.46	33,646,000.56	-15,335,962.23
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	-1,179,113.54	1,168,058.12	4,275,256.15	902,450.74
五、现金及现金等价物净增加额	-5,919,575.58	-7,129,023.49	45,756,971.19	-9,964,483.34
加：期初现金及现金等价物余额	54,336,868.59	61,465,892.08	15,708,920.89	25,673,404.23
六、期末现金及现金等价物余额	48,417,293.01	54,336,868.59	61,465,892.08	15,708,920.89

二、财务报表的编制基础及注册会计师的审计意见

（一）财务报表编制基准

1、编制基础

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”）编制。此外，本公司还按照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）披露有关财务信息。

本公司会计核算以权责发生制为基础。除某些金融工具外，本财务报表均以历史成本为计量基础。资产如果发生减值，则按照相关规定计提相应的减值准备。

2、会计期间

本公司会计期间采用公历年度，即每年自1月1日起至12月31日止。

（二）合并报表编制范围及变化

1、纳入合并范围内的子公司

截至2017年6月30日，纳入本公司合并财务报表范围的子公司信息如下：

序号	公司名称	注册地	注册资本 (万元)	主营业务	本公司 持股比例	纳入合并 范围时间
1	安徽创源	安徽省 滁州市	5,000.00	纸质时尚文教、休闲文 化产品的制造生产与 销售	100%	2012年8月
2	纸器时代	宁波市 江东区	1,000.00	纸质时尚文教、休闲文 化产品的国内销售	80%	2008年9月
3	快邦投资	宁波市 鄞州区	1,000.00	纸质时尚文教、休闲文 化产品相关领域的投 资	100%	2008年5月
4	合力商贸	宁波市 鄞州区	200.00	除纸质休闲文化用品 以外的商品的进出口	92.5%	2013年11月
5	搜主意	宁波市 北仑区	100.00	文化艺术交流活动策 划、策划创意服务等	100%	2015年2月
6	美国创源	美国 达拉斯	10.00 美元	纸质时尚文教、休闲文 化用品的流行色彩、款 式设计等	100%	2014年9月
7	美国合力商贸	美国特 拉华州	5 万美元	在美国市场开展办公 及体育休闲用品的电 商销售业务	92.50%	2015年7月

2、报告期内合并财务报表范围变动情况

(1) 2014 年合并报表范围变动情况

公司名称	变动情况	变动原因
格林纸业	减少	2014年3月处置81%的股权,当年不再纳入合并范围
宁波纸器时代文化生活用品有限公司	减少	2014年2月已注销
美国创源	新增	2014年9月新设成立,自成立当月纳入合并范围

(2) 2015 年度合并报表范围变动情况

公司名称	变动情况	变动原因
安徽成路精品包装有限公司	减少	2015年5月已注销
搜主意	新增	2015年2月非同一控制下收购,自收购当月纳入合并范围
美国合力商贸	新增	2015年7月非同一控制下收购,自收购当月纳入合并范围

(3) 2016 年度合并报表范围未发生变动

(4) 2017 年 1-6 月合并报表范围未发生变动

(三) 注册会计师的审计意见

亚太（集团）会计师事务所（特殊普通合伙）接受委托，对发行人报告期合并及母公司财务报表进行了审计，出具了标准无保留意见的审计报告（亚会 A 审字（2017）0104 号）。

发行人会计师认为：“创源文化公司财务报表在所有重大方面按照企业会计准则的规定编制，公允反映了创源文化公司 2017 年 6 月 30 日、2016 年 12 月 31 日、2015 年 12 月 31 日、2014 年 12 月 31 日的合并及公司财务状况以及 2017 年 1-6 月、2016 年度、2015 年度、2014 年度的合并及公司经营成果和合并及公司现金流量。”

三、影响公司收入、成本、费用和利润的主要因素，以及对公司具有核心意义、或其变动对业绩变动具有较强预示作用的财务和非财务指标分析

(一) 影响收入、成本、费用和利润的主要因素

1、影响收入的主要因素

发行人是一家集设计、生产、销售为一体的纸质时尚文教、休闲文化用品供应商。发行人收入的主要来源是纸质时尚文教、休闲文化用品的销售收入，主要受到如下因素的影响：

(1) 外销市场需求

2014 年、2015 年、2016 年和 2017 年 1-6 月，公司外销收入分别为 46,228.52 万元、49,451.73 万元、64,084.44 万元和 32,126.21 万元。外销市场是对公司总体收入水平影响最大的市场，尤其是美国市场。发达国家和地区的纸质时尚文教、休闲文化用品市场发展总体处于成熟期，经济的短暂波动不会影响纸质时尚文

教、休闲文化用品行业中、长期持续稳定发展的趋势；公司作为国内时尚文教、纸质休闲文化用品行业的知名企业之一，通过良好的产品设计研发能力和创新的服务理念，为国外众多客户提供了一站式采购服务，使客户提高了采购效率，从而与国外包括美国最大的手工艺品零售商 Michaels、美国第二大的工艺品零售商 Hobby Lobby、加拿大知名动漫衍生品分销商 Trends International 建立长期稳定的业务合作关系，公司于 2014 年度开发了新客户 Blue Sky The Color Of Imagination LLC、International Greetings Usa、Melissa Doug 等，于 2015 年度开发了新客户 U.S.A. Opolo Inc.、Bella Blvd LLC 等，于 2016 年度开发了新客户 Burushi Co Ltd、Eccolo Ltd、Wilko Retail Limited 等，同时针对 Me&My Big Ideas,Inc.、Clementine Paper,Inc.和 Punch Studio,LLC 等老客户进行了重点开发。总体而言，公司外销收入短期内将保持持续稳定增长的趋势。

（2）产品的设计研发能力。

随着经济水平的发展及收入水平的提高，消费者对纸质时尚文教、休闲文化用品的需求已不再局限于实用性、便捷性等特征，流行、新颖、富有时尚感的文化用品逐渐受到消费者的青睐和喜爱，成为消费者最主要的购买因素之一。公司作为高新技术企业，具有较强的产品设计和开发能力，并于 2014 年成立全资子公司美国创源，逐渐形成国际化与本土化相结合的设计团队、完整系统的设计研发流程以及交流互动的设计平台。公司 2010 年获“宁波市设计主导型工业示范企业”称号，2012 年被评为“浙江省专利示范企业”，2014 年被评定为“浙江省工程技术中心”。

公司未来将继续以研发、设计为基础，不断提高产品设计水平，紧跟潮流推出新产品、提升产品性能，加强市场竞争力，进一步提升公司收入规模。

（3）内销市场是潜在营业收入增长点

国内休闲纸质文化用品行业处于市场发展的起步阶段，部分人群的消费习惯已经形成，随着经济发展、中西方文化的融合和居民生活水平的不断提高等各种因素将有力促进休闲纸质文化用品市场的发展，内销市场拥有较大潜力。

目前公司的国内销售业务处于前期开拓阶段，由子公司纸器时代负责运营，

产品主要为儿童早教用品及课程服务，拥有自主品牌“纸器时代”，产品由公司自主研发设计。

2、产品的毛利率及业务费用率是决定公司利润的重要因素

2014年、2015年、2016年和2017年1-6月，公司综合毛利率分别为25.21%、28.74%、32.87%和33.01%，总体保持稳中有升。公司持续稳定的毛利率是利润增长的核心因素之一。

2014年、2015年和、2016年和2017年1-6月，公司销售费用、管理费用和财务费用合计占营业收入的比重分别为18.09%、20.06%、19.13%和20.76%，有效控制三项费用是实现公司利润持续稳定增长的重要保障。

（二）上述因素及财务指标对经营业绩的影响分析

1、财务指标影响分析

公司主营业务收入、毛利率、净利润、经营活动产生的现金流量净额等财务指标对公司具有核心意义，其变动对业绩变动具有较强预示作用。

2014年、2015年、2016年和2017年1-6月，公司主营业务收入分别为47,839.34万元、50,897.99万元、64,808.09万元和32,134.36万元，2014年、2015年和2016年主营业务收入同比分别增长16.57%、6.39%和27.33%，增速较快；公司主营业务毛利率稳中有升，分别为25.12%、28.80%、32.76%和32.63%；公司净利润分别为2,783.70万元、3,633.85万元、7,458.65万元和2,392.69万元；经营活动产生的现金流量净额分别为4,601.42万元、5,890.05万元、8,866.22万元和4,197.88万元。上述相关指标良好，说明公司具有较强的盈利能力和持续发展能力。

2、非财务指标影响分析

报告期内，公司外销收入占比超过96%，国外市场需求是影响公司经营业绩的最重要因素；与之相关的人民币汇率波动，也将对公司业绩产生较大影响。详细情况请参见本节之“十二、盈利能力分析”之“（七）影响发行人盈利能力连续性和稳定性的主要因素”之“4、汇率波动对公司经营的影响分析”。

四、财务报告审计基准日至本招股说明书签署之日经营状况

公司财务报告审计基准日为 2017 年 6 月 30 日，财务报告审计基准日至本招股说明书签署之日，公司经营状况良好，未发生会对公司经营业绩造成重大不利影响的事项。

公司预计 2017 年 1-9 月可实现营业收入为 53,226.00 万元~54,026.00 万元，较去年同期增长 15.60%~17.34%；归属于母公司股东的净利润为 5,270.00 万元~5,467.00 万元，较去年同期增长 10.60%~14.74%；扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润为 4,650.00 万元~4,848.00 万元，较去年同期增长 0.87%~5.16%。上述数据未经审计或审阅，有关公司 1-9 月经营业绩的表述仅为对公司业绩的展望，并不构成公司的盈利预测或承诺。

五、发行人的主要会计政策和会计估计

（一）收入确认原则和计量方法

1、销售商品

（1）销售产品收入确认和计量的总体原则

公司已将产品所有权上的主要风险和报酬转移给购买方；公司既没有保留与所有权相联系的继续管理权，也没有对已售出的产品实施有效控制；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，确认产品销售收入实现。

（2）公司销售产品收入确认的确认标准及收入确认时间的具体判断标准

对于国外销售的纸质文化休闲用品，根据与国外客户签订销售订单的约定，销售的产品在装运港装运（即货物过装运港船舷）后，该货物所有权上的主要风险和报酬就已转移，因此根据获取的海关报关单和提单在电子口岸放行日确认产品销售收入。

对于国内销售的纸质文化休闲用品，根据合同相关约定，客户收到货物并经验收合格后，所售产品所有权上的主要风险和报酬转移至购货方，故公司以该时点作为营业收入确认时点。

2、提供劳务

对在提供劳务交易的结果能够可靠估计的情况下，本公司于资产负债表日按完工百分比法确认收入。

劳务交易的完工进度按已经发生的劳务成本占估计总成本的比例/已完工作的测量/已经提供的劳务占应提供劳务总量的比例确定。

提供劳务交易的结果能够可靠估计是指同时满足：（1）收入的金额能够可靠地计量；（2）相关的经济利益很可能流入企业；（3）交易的完工程度能够可靠地确定；（4）交易中已发生和将发生的成本能够可靠地计量。

如果提供劳务交易的结果不能够可靠估计，则按已经发生并预计能够得到补偿的劳务成本金额确认提供的劳务收入，并将已发生的劳务成本作为当期费用。已经发生的劳务成本如预计不能得到补偿的，则不确认收入。

本公司与其他企业签订的合同或协议包括销售商品和提供劳务时，如销售商品部分和提供劳务部分能够区分并单独计量的，将销售商品部分和提供劳务部分分别处理；如销售商品部分和提供劳务部分不能够区分，或虽能区分但不能够单独计量的，将该合同全部作为销售商品处理。

3、让渡资产使用权

与资产使用权让渡相关的经济利益能够流入及收入的金额能够可靠地计量时，本公司确认收入。

（二）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。

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。期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股东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，将资产负债表中股东权益项目下列示的、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。

外币现金流量以及境外子公司的现金流量，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，将资产负债表中股东权益项目下列示的、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。

（三）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。

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；**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。

符合下述条件之一的金融资产，在初始确认时可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：**A.**该指定可以消除或明显减少由于该金融资产的计量基础不同所导致的相关利得或损失在确认或计量方面不一致的情况；**B.**本公司风险管理或投资策略的正式书面文件已载明，对该金融资产所在的金融资产组合或金融资产和金融负债组合以公允价值为基础进行管理、评价并向关键管理人员报告。

以公允价值计量且其变动计入当期损益的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等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）贷款和应收款项

是指在活跃市场中没有报价、回收金额固定或可确定的非衍生金融资产。本公司划分为贷款和应收款的金融资产包括应收票据、应收账款、应收利息、应收股利及其他应收款等。

贷款和应收款项采用实际利率法，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。

（4）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。

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。

5、金融负债的分类和计量

金融负债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负债和其他金融负债。初始确认金融负债，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负债，相关的交易费用直接计入当期损益，对于其他金融负债，相关交易费用计入初始确认金额。

(1) 以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债

分类为交易性金融负债和在初始确认时指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债的条件与分类为交易性金融资产和在初始确认时指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产的条件一致。

以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债采用公允价值进行后续计量，公允价值的变动形成的利得或损失以及与该等金融负债相关的股利和利息支出计入当期损益。

(2) 其他金融负债

与在活跃市场中没有报价、公允价值不能可靠计量的权益工具挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生金融负债，按照成本进行后续计量。其他金融负债采用实际利率法，按摊余成本进行后续计量，终止确认或摊销产生的利得或损失计入当期损益。

(3) 财务担保合同

不属于指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债的财务担保合同，以公允价值进行初始确认，在初始确认后按照《企业会计准则第 13 号—或有事项》确定的金额和初始确认金额扣除按照《企业会计准则第 14 号—收入》的原则确定的累计摊销额后的余额之中的较高者进行后续计量。

6、金融负债的终止确认

金融负债的现时义务全部或部分已经解除的，才能终止确认该金融负债或其一部分。本公司（债务人）与债权人之间签订协议，以承担新金融负债方式替换现存金融负债，且新金融负债与现存金融负债的合同条款实质上不同的，终止确认现存金融负债，并同时确认新金融负债。

金融负债全部或部分终止确认的，将终止确认部分的账面价值与支付的对价（包括转出的非现金资产或承担的新金融负债）之间的差额，计入当期损益。

7、衍生工具及嵌入衍生工具

衍生工具于相关合同签署日以公允价值进行初始计量，并以公允价值进行后续计量。衍生工具的公允价值变动计入当期损益。

对包含嵌入衍生工具的混合工具，如未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或金融负债，嵌入衍生工具与该主合同在经济特征及风险方面不存在紧密关系，且与嵌入衍生工具条件相同，单独存在的工具符合衍生工具定义的，嵌入衍生工具从混合工具中分拆，作为单独的衍生金融工具处理。如果无法在取得时或后续的资产负债表日对嵌入衍生工具进行单独计量，则将混合工具整体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或金融负债。

8、金融资产和金融负债的抵销

当本公司具有抵销已确认金融资产和金融负债的法定权利，且目前可执行该种法定权利，同时本公司计划以净额结算或同时变现该金融资产和清偿该金融负债时，金融资产和金融负债以相互抵销后的金额在资产负债表内列示。除此以外，金融资产和金融负债在资产负债表内分别列示，不予相互抵销。

9、权益工具

权益工具是指能证明拥有本公司在扣除所有负债后的资产中的剩余权益的合同。本公司发行（含再融资）、回购、出售或注销权益工具作为权益的变动处理。本公司不确认权益工具的公允价值变动。与权益性交易相关的交易费用从权益中扣减。

本公司对权益工具持有方的各种分配（不包括股票股利），减少股东权益。

本公司不确认权益工具的公允价值变动额。

（四）应收款项

应收款项包括应收账款、其他应收款等。

1、单项金额重大并单项计提坏账准备的应收款项

单项金额重大的判断依据或金额标准：期末余额达到 100 万元（含 100 万元）以上的应收款项为单项金额重大的应收款项。

单项金额重大并单项计提坏账准备的计提方法：对于单项金额重大的应收款项单独进行减值测试，有客观证据表明发生了减值，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备。

单项金额重大经单独测试未发生减值的应收款项，再按组合计提坏账准备。

2、按组合计提坏账准备应收款项

经单独测试后未减值的应收款项（包括单项金额重大和不重大的应收款项）、未单独测试的单项金额不重大的应收款项以及对于单项金额不重大的应收款项，按账龄组合计提坏账准备。

对账龄组合，采用账龄分析法计提坏账准备的比例如下：

账龄	应收账款计提比例(%)	其他应收款计提比例(%)
1 年以内	3.00	3.00
1 至 2 年	10.00	10.00
2 至 3 年	30.00	30.00
3 至 4 年	50.00	50.00
4 至 5 年	80.00	80.00
5 年以上	100.00	100.00

无风险组合：本公司将明显不存在收回风险的应收款项列入无风险组合。

（五）存货

1、存货的分类

本公司存货分为原材料、在产品、库存商品、发出商品、委托加工物资、周转材料等。

2、发出存货的计价方法

本公司存货取得时按实际成本计价；原材料、在产品、库存商品、发出商品等发出时采用加权平均法计价。

3、存货可变现净值的确定依据及存货跌价准备的计提方法

存货可变现净值是按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。

于资产负债表日，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，计提存货跌价准备。本公司通常按照单个存货项目的成本高于其可变现净值的差额计提存货跌价准备。对于数量繁多、单价较低的存货，按存货类别计提存货跌价准备；对在同一地区生产和销售的产品系列相关、具有相同或类似最终用途或目的，且难以与其他项目分开计量的存货，可合并计提存货跌价准备。资产负债表日，以前减记存货价值的影响因素已经消失的，存货跌价准备在原已计提的金额内转回。

4、存货的盘存制度

本公司存货盘存制度采用永续盘存制。

（六）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股东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股东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股东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。合并日之前持有的股权投资因采用权益法核算或为可供出售金融资产而确认的其他综合收益，暂不进行会计处理。

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。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。

对于本公司首次执行新会计准则之前已经持有的对联营企业和合营企业的长期股权投资，如存在与该投资相关的股权投资借方差额，按原剩余期限直线摊销的金额计入当期损益。

（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；

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。

（七）固定资产

1、固定资产确认条件

本公司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。

与该固定资产有关的经济利益很可能流入企业，并且该固定资产的成本能够可靠地计量时，固定资产才能予以确认。

本公司固定资产按照取得时的实际成本进行初始计量。

2、各类固定资产的折旧方法

本公司采用年限平均法计提折旧。固定资产自达到预定可使用状态时开始计提折旧，终止确认时或划分为持有待售非流动资产时停止计提折旧。在不考虑减值准备的情况下，按固定资产类别、预计使用寿命和预计残值，本公司确定各类固定资产的年折旧率如下：

类别	使用年限（年）	残值率%	年折旧率%
房屋及建筑物	10-35	3-10	2.57-9.70
机器设备	5-10	3-10	9.00-19.40
运输设备	4-5	3-10	18.00-24.25
办公设备及其他	3-10	3-10	9.00-32.33

每年年度终了，本公司对固定资产的使用寿命、预计净残值和折旧方法进行复核。使用寿命预计数与原先估计数有差异的，调整固定资产使用寿命；预计净残值 数与原先估计数有差异的，调整预计净残值。

3、融资租入固定资产的认定依据、计价方法

当本公司租入的固定资产符合下列一项或数项标准时，确认为融资租入固定资产：

- (1) 在租赁期届满时，租赁资产的所有权转移给本公司。
- (2) 本公司有购买租赁资产的选择权，所订立的购买价款预计将远低于行使选择权时租赁资产的公允价值，因而在租赁开始日就可以合理确定本公司将会行使这种选择权。
- (3) 即使资产的所有权不转移，但租赁期占租赁资产使用寿命的大部分。
- (4) 本公司在租赁开始日的最低租赁付款额现值，几乎相当于租赁开始日租赁资产公允价值。
- (5) 租赁资产性质特殊，如果不作较大改造，只有本公司才能使用。

融资租赁租入的固定资产，按租赁开始日租赁资产公允价值与最低租赁付款

额的现值两者中较低者，作为入账价值。最低租赁付款额作为长期应付款的入账价值，其差额作为未确认融资费用。在租赁谈判和签订租赁合同过程中发生的，可归属于租赁项目的手续费、律师费、差旅费、印花税等初始直接费用，计入租入资产价值。未确认融资费用在租赁期内各个期间采用实际利率法进行分摊。

融资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将会取得租赁资产所有权的，在租赁资产尚可使用年限内计提折旧；无法合理确定租赁期届满时能够取得租赁资产所有权的，在租赁期与租赁资产尚可使用年限两者中较短的期间内计提折旧。

4、大修理费用

本公司对固定资产进行定期检查发生的大修理费用，有确凿证据表明符合固定资产确认条件的部分，计入固定资产成本，不符合固定资产确认条件的计入当期损益。固定资产在定期大修理间隔期间，照提折旧。

（八）在建工程

本公司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必要工程支出、工程达到预定可使用状态前的应予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时转入固定资产。

（九）借款费用

1、借款费用资本化的确认原则

本公司发生的借款费用，可直接归属于符合资本化条件的资产的购建或者生产的，予以资本化，计入相关资产成本；其他借款费用，在发生时根据其发生额确认为费用，计入当期损益。借款费用同时满足下列条件的，开始资本化：

（1）资产支出已经发生，资产支出包括为购建或者生产符合资本化条件的资产而以支付现金、转移非现金资产或者承担带息债务形式发生的支出；

（2）借款费用已经发生；

(3) 为使资产达到预定可使用或者可销售状态所必要的购建或者生产活动已经开始。

2、借款费用资本化期间

本公司购建或者生产符合资本化条件的资产达到预定可使用或者可销售状态时，借款费用停止资本化。在符合资本化条件的资产达到预定可使用或者可销售状态之后所发生的借款费用，在发生时根据其发生额确认为费用，计入当期损益。

符合资本化条件的资产在购建或者生产过程中发生非正常中断、且中断时间连续超过 3 个月的，暂停借款费用的资本化；正常中断期间的借款费用继续资本化。

(十) 无形资产

本公司无形资产包括土地使用权、专利权、软件等。

无形资产按照成本进行初始计量，并于取得无形资产时分析判断其使用寿命。使用寿命为有限的，自无形资产可供使用时起，采用能反映与该资产有关的经济利益的预期实现方式的摊销方法，在预计使用年限内摊销；无法可靠确定预期实现方式的，采用直线法摊销；使用寿命不确定的无形资产，不作摊销。

使用寿命有限的无形资产摊销方法如下：

类别	使用寿命
土地使用权	50
专利权	7-10
软件	3-10
其他	5

本公司于每年年度终了，对使用寿命有限的无形资产的使用寿命及摊销方法进行复核，与以前估计不同的，调整原先估计数，并按会计估计变更处理。

资产负债表日，预计某项无形资产已经不能给企业带来未来经济利益的，将

该项无形资产的账面价值全部转入当期损益。

（十一）长期待摊费用

本公司发生的长期待摊费用按实际成本计价，并按预计受益期限平均摊销。对不能使以后会计期间受益的长期待摊费用项目，其摊余价值全部计入当期损益。

（十二）长期资产减值

本公司对子公司、联营企业和合营企业的长期股权投资、固定资产、在建工程、无形资产、商誉、等（存货、递延所得税资产、金融资产除外）的资产减值，按以下方法确定：

本公司于资产负债表日判断资产是否存在可能发生减值的迹象，存在减值迹象的，本公司将估计其可收回金额，进行减值测试。对因企业合并所形成的商誉、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，每年都进行减值测试。

可收回金额根据资产的公允价值减去处置费用后的净额与资产预计未来现金流量的现值两者之间较高者确定。本公司以单项资产为基础估计其可收回金额；难以对单项资产的可收回金额进行估计的，以该资产所属的资产组为基础确定资产组的可收回金额。资产组的认定，以资产组产生的主要现金流入是否独立于其他资产或者资产组的现金流入为依据。

当资产或资产组的可收回金额低于其账面价值时，本公司将其账面价值减记至可收回金额，减记的金额计入当期损益，同时计提相应的资产减值准备。

就商誉的减值测试而言，对于因企业合并形成的商誉的账面价值，自购买日起按照合理的方法分摊至相关的资产组；难以分摊至相关的资产组的，将其分摊至相关的资产组组合。相关的资产组或资产组组合，是能够从企业合并的协同效应中受益的资产组或者资产组组合，且不大于本公司确定的报告分部。

减值测试时，如与商誉相关的资产组或者资产组组合存在减值迹象的，首先

对不包含商誉的资产组或者资产组组合进行减值测试，计算可收回金额，确认相应的减值损失。然后对包含商誉的资产组或者资产组组合进行减值测试，比较其账面价值与可收回金额，如可收回金额低于账面价值的，确认商誉的减值损失。

资产减值损失一经确认，在以后会计期间不再转回。

（十三）政府补助

政府补助在满足政府补助所附条件并能够收到时确认。

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。

对于货币性资产的政府补助，按照收到或应收的金额计量。对于非货币性资产的政府补助，按照公允价值计量；公允价值不能够可靠取得的，按照名义金额1元计量。

本公司对于政府补助通常在实际收到时，按照实收金额予以确认和计量。但对于期末有确凿证据表明能够符合财政扶持政策规定的相关条件预计能够收到财政扶持资金，或该项补助是按照固定的定额标准拨付的，按照应收的金额计量。按照应收金额计量的政府补助应同时符合以下条件：（1）应收补助款的金额已经过有权政府部门发文确认，或者可根据正式发布的财政资金管理办法的有关规定自行合理测算，且预计其金额不存在重大不确定性；（2）所依据的是当地财政部门正式发布并按照《政府信息公开条例》的规定予以主动公开的财政扶持项目及其财政资金管理办法，且该管理办法应当是普惠性的（任何符合条件企业均可申请），而不是专门针对特定企业制定的；（3）相关的补助款批文中已明确承诺了拨付期限，且该款项的拨付是有相应财政预算作为保障的，因而可以合理保证其可在规定期限内收到；（4）根据本公司和该补助事项的具体情况，应满足的其他相关条件

与资产相关的政府补助，确认为递延收益，并在相关资产使用期限内平均分配，计入当期损益。与收益相关的政府补助，如果用于补偿已发生的相关费用或

损失，则计入当期损益；如果用于补偿以后期间的相关费用或损失，则计入递延收益，于费用确认期间计入当期损益。按照名义金额计量的政府补助，直接计入当期损益。

已确认的政府补助需要返还时，存在相关递延收益余额的，冲减相关递延收益账面余额，超出部分计入当期损益；不存在相关递延收益的，直接计入当期损益。

（十四）递延所得税资产及递延所得税负债

所得税包括当期所得税和递延所得税。除由于企业合并产生的调整商誉，或与直接计入所有者权益的交易或者事项相关的递延所得税计入所有者权益外，均作为所得税费用计入当期损益。

本公司根据资产、负债于资产负债表日的账面价值与计税基础之间的暂时性差异，采用资产负债表债务法确认递延所得税。

各项应纳税暂时性差异均确认相关的递延所得税负债，除非该应纳税暂时性差异是在以下交易中产生的：

（1）商誉的初始确认，或者具有以下特征的交易中产生的资产或负债的初始确认：该交易不是企业合并，并且交易发生时既不影响会计利润也不影响应纳税所得额；

（2）对于与子公司、合营企业及联营企业投资相关的应纳税暂时性差异，该暂时性差异转回的时间能够控制并且该暂时性差异在可预见的未来很可能不会转回。

对于可抵扣暂时性差异、能够结转以后年度的可抵扣亏损和税款抵减，本公司以很可能取得用来抵扣可抵扣暂时性差异、可抵扣亏损和税款抵减的未来应纳税所得额为限，确认由此产生的递延所得税资产，除非该可抵扣暂时性差异是在以下交易中产生的：

（1）该交易不是企业合并，并且交易发生时既不影响会计利润也不影响应纳税所得额；

(2) 对于与子公司、合营企业及联营企业投资相关的可抵扣暂时性差异，同时满足下列条件的，确认相应的递延所得税资产：暂时性差异在可预见的未来很可能转回，且未来很可能获得用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额。

于资产负债表日，本公司对递延所得税资产和递延所得税负债，按照预期收回该资产或清偿该负债期间的适用税率计量，并反映资产负债表日预期收回资产或清偿负债方式的所得税影响。

于资产负债表日，本公司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，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，减记的金额予以转回。

(十五) 经营租赁与融资租赁

本公司将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确认为融资租赁，除融资租赁之外的其他租赁确认为经营租赁。

1、本公司作为出租人

融资租赁中，在租赁开始日本公司按最低租赁收款额与初始直接费用之和作为应收融资租赁款的入账价值，同时记录未担保余值；将最低租赁收款额、初始直接费用及未担保余值之和与其现值之和的差额确认为未实现融资收益。未实现融资收益在租赁期内各个期间采用实际利率法计算确认当期的融资收入。

经营租赁中的租金，本公司在租赁期内各个期间按照直线法确认当期损益。发生的初始直接费用，计入当期损益。

2、本公司作为承租人

融资租赁中，在租赁开始日本公司将租赁资产公允价值与最低租赁付款额现值两者中较低者作为租入资产的入账价值，将最低租赁付款额作为长期应付款的入账价值，其差额作为未确认融资费用。初始直接费用计入租入资产价值。未确认融资费用在租赁期内各个期间采用实际利率法计算确认当期的融资费用。本公司采用与自有固定资产相一致的折旧政策计提租赁资产折旧。

经营租赁中的租金，本公司在租赁期内各个期间按照直线法计入相关资产成本或当期损益；发生的初始直接费用，计入当期损益。

（十六）重要会计政策和会计估计的变更

1、会计政策变更

根据财政部 2014 年相关文件要求，公司对会计政策进行相应变更，具体内容如下：

2014 年 1 月 26 日起，财政部陆续修订了《企业会计准则第 2 号—长期股权投资》（财会[2014]14 号）、《企业会计准则第 9 号—职工薪酬》（财会[2014]8 号）、《企业会计准则第 30 号—财务报表列报》（财会[2014]7 号）、《企业会计准则第 33 号—合并财务报表》（财会[2014]10 号）四项准则，并公布了《企业会计准则第 39 号—公允价值计量》（财会[2014]6 号）、《企业会计准则第 40 号—合营安排》（财会[2014]11 号）、《企业会计准则第 41 号—在其他主体中权益的披露》（财会[2014]16 号）三项准则。上述修订或公布的企业会计准则自 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。

2014 年 6 月 20 日，财政部修订了《企业会计准则第 37 号—金融工具列报》（财会[2014]23 号），执行企业会计准则的企业应当在 2014 年年度及以后期间的财务报告中按照该准则要求对金融工具进行列报。

2014 年 7 月 23 日，财政部公布了《财政部关于修改〈企业会计准则—基本准则〉的决定》（财政部令第 76 号），自公布之日起施行。

公司于上述新公布或修订的相关会计准则的施行日开始执行该准则。

以上会计政策变更对公司报告期财务报表均无重大影响。

2、重要会计估计变更

无

3、前期会计差错更正

无

六、主要税种、税率与税收政策

报告期内，公司执行的主要税种及税率如下：

税种	计税基础	税率
企业所得税	应纳税所得额	15%、25%
增值税	应税销售额	5%、6%、17%
营业税	应税营业额	5%
城市维护建设税	应缴流转税税额	5%、7%
教育费附加	应缴流转税税额	3%
地方教育费附加	应缴流转税税额	2%

（一）所得税

1、本公司企业所得税

2014年9月，根据宁波市科技工贸和信息化委员会、宁波市财政委员会、宁波市国家税务局、宁波市地方税务局颁发的编号为GF201433100127的高新技术企业证书，本公司继续被认定为高新技术企业，有效期三年，即2014年1月1日至2016年12月31日，公司减按15%所得税税率计算缴纳企业所得税。2017年，公司按要求进行高新技术企业资格认定复评，截至本招股说明书签署日，尚未取得复评结果，在此期间公司按25%所得税税率计算企业所得税。

2、控股子公司企业所得税

税种	计税基础	税率
安徽创源	应纳税所得额	25%
纸器时代	应纳税所得额	25%
快邦投资	应纳税所得额	25%
合力商贸	应纳税所得额	25%
搜主意	应纳税所得额	25%
美国创源	联邦所得税：应纳税所得额 15%-39%。	
美国合力商贸	联邦所得税：应纳税所得额 15%-39%。	

（二）增值税

本公司及控股子公司内销产品增值税根据销售额的 17% 计算销项税额，按规定扣除进项税额后缴纳。

根据财政部、国家税务总局财税[2002]7 号《关于进一步推进出口货物实行免抵退办法的通知》和国家税务总局国税发[2002]11 号《关于印发〈生产企业出口货物免抵退管理操作规范〉（试行）的通知》等文件精神，本公司及控股子公司自营出口货物适用增值税实行“免、抵、退”税管理办法。报告期内，公司产品的出口退税率根据不同产品分别为 17%、16%、15%、14%、13%、11%、9%、5% 和 0%。

七、分部信息

（一）主营业务收入产品分部信息

单位：万元

类别	2017 年 1-6 月		2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	金额	比例 (%)						
手工益智类	9,227.65	28.72	24,385.46	37.63	19,016.97	37.36	19,294.50	40.33
时尚文具类	16,839.16	52.40	28,332.77	43.72	15,669.96	30.79	12,542.82	26.22
社交情感类	4,876.28	15.17	10,291.36	15.88	14,730.17	28.94	13,937.39	29.13
其他	1,191.27	3.71	1,798.50	2.78	1,480.89	2.91	2,064.63	4.32
合计	32,134.36	100.00	64,808.09	100.00	50,897.99	100.00	47,839.34	100.00

（二）主营业务收入地区分部信息

单位：万元

类别	2017 年 1-6 月		2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
外销	32,126.21	99.97	64,084.44	98.88	49,451.73	97.16	46,228.52	96.63
其中：北美洲	26,468.08	82.37	55,588.09	85.77	42,372.87	83.25	38,482.05	80.44

类别	2017年1-6月		2016年度		2015年度		2014年度	
	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)
亚洲	251.98	0.78	1,435.15	2.21	2,431.82	4.78	3,672.93	7.68
欧洲	4,124.31	12.83	4,557.04	7.03	3,020.49	5.93	3,032.26	6.34
大洋洲	1,121.93	3.49	2,221.10	3.43	1,593.29	3.13	957.49	2.00
非洲	159.91	0.50	283.06	0.44	33.26	0.07	83.79	0.18
内销	8.15	0.03	723.65	1.12	1,446.26	2.84	1,610.82	3.37
合计	32,134.36	100.00	64,808.09	100.00	50,897.99	100.00	47,839.34	100.00

八、经注册会计师核验的非经常性损益明细表

单位：万元

项目	2017年1-6月	2016年度	2015年度	2014年度
非流动性资产处置损益	-5.07	-48.50	-55.85	31.61
计入当期损益的政府补助	245.89	970.93	750.87	586.41
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	-	-105.98	-83.67	-502.11
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-38.95	-26.68	52.96	-27.88
非经常性损益总额	201.88	789.76	664.32	88.03
减：非经常性损益的所得税影响数	50.47	134.59	115.02	23.20
非经常性损益净额	151.41	655.17	549.30	64.83
减：归属于少数股东的非经常性损益净影响数（税后）	-0.81	1.11	3.93	-0.02
归属于母公司股东的非经常性损益	152.22	654.06	545.36	64.84
归属于母公司股东的净利润	2,410.63	7,557.78	3,631.88	2,784.89
归属于母公司股东的非经常性损益占归属于母公司股东的净利润的比例	6.31%	8.65%	15.02%	2.33%

九、重要财务指标

（一）主要财务指标

项目	2017.6.30	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
流动比率（倍）	1.02	1.09	1.00	1.00
速动比率（倍）	0.69	0.83	0.76	0.68
资产负债率（母公司）（%）	50.74	51.98	55.73	66.21
资产负债率（合并）（%）	58.29	59.79	66.18	69.28
归属于发行人股东的每股净资产（元）	3.04	3.14	2.18	1.82
无形资产（土地使用权除外）占净资产比例（%）	1.47	1.44	2.06	1.94
项目	2017年1-6月	2016年度	2015年度	2014年度
应收账款周转率（次/年）	2.96	6.66	6.78	6.96
存货周转率（次/年）	3.00	7.59	6.41	6.13
息税折旧摊销前利润（万元）	4,151.84	11,446.74	6,912.34	5,296.97
利息保障倍数	14.25	15.61	7.19	6.63
归属于公司普通股股东的净利润（万元）	2,410.63	7,557.78	3,631.88	2,784.89
扣除非经常性损益后归属于公司股东的净利润（万元）	2,258.41	6,903.72	3,086.52	2,720.06
每股经营活动现金流量（元）	0.70	1.48	0.98	0.77
每股净现金流量（元）	-0.10	-0.12	0.76	-0.17

上述指标的计算公式如下：

- 1、流动比率 = 流动资产 ÷ 流动负债
- 2、速动比率 = (流动资产 - 存货) ÷ 流动负债
- 3、资产负债率（母公司） = (母公司负债总额 ÷ 母公司资产总额) × 100%
- 4、资产负债率（合并） = (合并负债总额 ÷ 合并资产总额) × 100%
- 5、归属于发行人股东的每股净资产 = 归属于母公司股东权益 / 期末股本总额
- 6、无形资产（土地使用权除外）占净资产比例（%） = (无形资产账面价值 - 土地使用权净值) / 股东权益
- 7、应收账款周转率 = 营业收入 ÷ 应收账款平均余额
- 8、存货周转率 = 营业成本 ÷ 存货平均余额
- 9、息税折旧摊销前利润 = 净利润 + 所得税费用 + 利息支出 + 长期待摊费用摊销 + 无形资产

摊销+固定资产折旧

10、利息保障倍数 = (利润总额 + 利息支出) ÷ 利息支出

11、每股经营活动产生的现金流量 = 经营活动产生的现金流量净额 / 期末股本总额

12、每股净现金流量 = 现金及现金等价物净增加额 / 期末股本总额

(二) 净资产收益率和每股收益

按照《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)计算的公司净资产收益率和每股收益如下表所示:

项目	报告期间	加权平均净资产收益率	每股收益 (元/股)	
			基本每股收益	稀释每股收益
归属于公司普通股股东的净利润	2017年 1-6月	12.99%	0.40	0.40
	2016年度	48.80%	1.26	1.26
	2015年度	31.64%	0.61	0.61
	2014年度	28.95%	0.46	0.46
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	2017年 1-6月	12.17%	0.38	0.38
	2016年度	44.58%	1.15	1.15
	2015年度	26.89%	0.51	0.51
	2014年度	28.28%	0.45	0.45

注: 1、加权平均净资产收益率

$$= P_0 / (E_0 + NP \div 2 + E_i \times M_i \div M_0 - E_j \times M_j \div M_0 \pm E_k \times M_k \div M_0)$$

其中: P_0 分别对应于归属于公司普通股股东的净利润、扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润; NP 为归属于公司普通股股东的净利润; E_0 为归属于公司普通股股东的期初净资产; E_i 为报告期发行新股或债转股等新增的、归属于公司普通股股东的净资产; E_j 为报告期回购或现金分红等减少的、归属于公司普通股股东的净资产; M_0 为报告期月份数; M_i 为新增净资产次月起至报告期期末的累计月数; M_j 为减少净资产次月起至报告期期末的累计月数; E_k 为因其他交易或事项引起的、归属于公司普通股股东的净资产增减

变动；Mk 为发生其他净资产增减变动次月起至报告期期末的累计月数。

2、基本每股收益= $P0 \div (S0 + S1 + Si \times Mi \div M0 - Sj \times Mj \div M0 - Sk)$

其中，P0 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于普通股股东的净利润；S 为发行在外的普通股加权平均数；S0 为期初股份总数；S1 为报告期因公积金转增股本或股票股利分配等增加股份数；Si 为报告期因发行新股或债转股等增加股份数；Sj 为报告期因回购等减少股份数；Sk 为报告期缩股数；M0 报告期月份数；Mi 为增加股份次月起至报告期期末的累计月数；Mj 为减少股份次月起至报告期期末的累计月数。

3、稀释每股收益= $P1 / (S0 + S1 + Si \times Mi \div M0 - Sj \times Mj \div M0 - Sk + \text{认股权证、股份期权、可转换债券等增加的普通股加权平均数})$

其中，P1 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润，并考虑稀释性潜在普通股对其影响，按《企业会计准则》及有关规定进行调整。公司在计算稀释每股收益时，应考虑所有稀释性潜在普通股对归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润和加权平均股数的影响，按照其稀释程度从大到小的顺序计入稀释每股收益，直至稀释每股收益达到最小值。

本公司不存在稀释性潜在普通股的情况。

十、资产负债表日后事项、或有事项及其他重大事项

（一）资产负债表日后事项

截至 2017 年 6 月 30 日，客户 DCWV 欠公司货款共计 152.00 万美元即人民币 1,029.71 万元，其中 117.87 万美元超过信用期，2017 年 6 月 22 日以来，DCWV 未向公司支付货款，经多次催收仍无进展。公司于 2017 年 6 月向中国出口信用保险公司宁波分公司发起索赔申请；2017 年 7 月 17 日，中国出口信用保险公司宁波分公司已受理，并出具“立案号：EC201705511”号索赔受理通知函。同时，公司出于谨慎考虑，除确认可以从中信保收回的部分外，剩余 867.12 万元应收账款全额计提了坏账准备。

（二）或有事项

截至本招股书说明书签署之日，本公司无需要披露的或有事项。

（三）其他重大事项

截至本招股书说明书签署之日，本公司无需要披露的其他重大事项。

十一、盈利预测

本公司未编制盈利预测报告。

十二、盈利能力分析

（一）营业收入分析

1、营业收入构成

报告期内，公司营业收入构成如下：

单位：万元

类别	2017年1-6月		2016年度		2015年度		2014年度	
	金额	比例 (%)						
主营业务收入	32,134.36	99.30	64,808.09	99.04	50,897.99	99.44	47,839.34	97.92
其他业务收入	225.63	0.70	626.75	0.96	285.85	0.56	1,014.15	2.08
合计	32,359.99	100.00	65,434.83	100.00	51,183.83	100.00	48,853.49	100.00

公司主营业务为纸质文化用品的生产和销售。2014年、2015年、2016年和2017年1-6月，各期主营业务收入占营业收入比重分别为97.92%、99.44%、99.04%和99.30%，公司主营业务突出，主营业务收入构成了公司营业收入的主要来源。公司其他业务收入主要为原材料销售收入、废料销售收入等。

2、主营业务收入构成分析

报告期内，主营业务收入按产品类别分类如下：

单位：万元

类别	2017年1-6月	2016年度	2015年度	2014年度
----	-----------	--------	--------	--------

	金额	比例 (%)						
手工益智类	9,227.65	28.72	24,385.46	37.63	19,016.97	37.36	19,294.50	40.33
时尚文具类	16,839.16	52.40	28,332.77	43.72	15,669.96	30.79	12,542.82	26.22
社交情感类	4,876.28	15.17	10,291.36	15.88	14,730.17	28.94	13,937.39	29.13
其他	1,191.27	3.71	1,798.50	2.78	1,480.89	2.91	2,064.63	4.32
合计	32,134.36	100.00	64,808.09	100.00	50,897.99	100.00	47,839.34	100.00

公司产品线丰富，主要产品涵盖手工益智类、时尚文具类和社交情感类等三大纸质时尚文教、休闲文化用品系列，1,000 多个品种。其中手工益智类主要系剪贴册、剪贴内页、剪贴组件、剪贴套装、儿童早教包、儿童识字卡片、儿童绘本、动漫贴纸等。时尚文具类主要系时尚笔记本、时尚计划本、便签本、素描本、收纳盒、公文柜、风琴包、笔、木夹、图钉、书套等。社交情感类主要系感谢卡、心意卡、邀请卡、节日贺卡、礼品目录册、字母装饰灯、礼品袋、包装纸等节日用品。

报告期内，公司持续进行产品设计研发投入，在产品品种、外观设计、结构设计和功能用途等方面不断推陈出新，公司纸质时尚文教、休闲文化用品销售逐年增长，是公司主营业务收入的主要来源。多年来，公司通过不断优化产品结构，目前已形成了较完整的产品体系。

其他类收入主要为公司及子公司从事的销售除纸质时尚文教、文化休闲用品以外的体育休闲用品、杂货、纸质包装等业务取得的收入，该项业务占比较小，对公司经营不构成重大影响。

3、主营业务收入按地区划分

单位：万元

类别	2017 年 1-6 月		2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
外销	32,126.21	99.97	64,084.44	98.88	49,451.73	97.16	46,228.52	96.63

类别	2017年1-6月		2016年度		2015年度		2014年度	
	金额	比例 (%)						
其中： 北美洲	26,468.08	82.37	55,588.09	85.77	42,372.87	83.25	38,482.05	80.44
亚洲	251.98	0.78	1,435.15	2.21	2,431.82	4.78	3,672.93	7.68
欧洲	4,124.31	12.83	4,557.04	7.03	3,020.49	5.93	3,032.26	6.34
大洋洲	1,121.93	3.49	2,221.10	3.43	1,593.29	3.13	957.49	2.00
非洲	159.91	0.50	283.06	0.44	33.26	0.07	83.79	0.18
内销	8.15	0.03	723.65	1.12	1,446.26	2.84	1,610.82	3.37
合计	32,134.36	100.00	64,808.09	100.00	50,897.99	100.00	47,839.34	100.00

报告期内，公司外销业务销售收入逐年增加，是公司主营业务收入的主要来源。从外销区域分布来看，北美洲尤其是针对美国的销售占比较高，上述地区纸质时尚文教、休闲文化用品市场较为成熟，公司对市场精耕细作时间较长，随着公司不断深化与核心客户的合作关系，扩展合作的产品种类，北美洲销售收入保持了稳定的增长。2016年，公司北美洲市场销售额增长，主要是因为公司于2016年与主要客户 Me&My Big Ideas, Inc. 合作开发了时尚计划本产品、贴纸，该产品在美国市场较受欢迎，使得公司对该客户的销售额相比上年同期增加 12,348.59 万元，同时对 Clementine Paper, Inc.、Punch Studio, LLC 等美国客户进行了重点开发所致。公司在稳步开拓北美市场的同时也在开拓欧洲市场，报告期内虽然销售占比不高，但销售收入有所增长。公司在亚洲地区主要销往日本，2016年，日本市场销售额大幅减少主要系公司为优化产品结构，集中产能于高毛利率产品，放弃了毛利率较低的日本市场主要客户 My Precious 的大部分订单，导致公司2016年对亚洲市场销售额减少。

公司积极开拓国外市场的同时也在积极尝试拓展国内市场，公司拥有内销的自主品牌“纸器时代”，该产品由公司自主研发设计，产品类型主要为相册类产品，由于收入较低且效益不佳，未能取得理想效果，公司于2016年6月完全停止该项业务。现阶段内销产品主要为“奇思妙玩”家庭早教包、情境创造力幼教课程等相关产品，占营业收入的比例较低。

4、主营业务收入的季节性变动

报告期内，公司主营业务收入分季度情况如下：

单位：万元

类别	2017年1-6月		2016年度		2015年度		2014年度	
	金额	比例 (%)						
第一季度	14,544.72	45.26	10,657.53	16.44	9,700.36	19.06	8,777.97	18.35
第二季度	17,589.64	54.74	15,403.21	23.77	13,318.36	26.17	12,858.54	26.88
第三季度	-	-	19,542.07	30.15	15,375.58	30.21	13,792.04	28.83
第四季度	-	-	19,205.28	29.63	12,503.70	24.57	12,410.79	25.94
合计	32,134.36	100.00	64,808.09	100.00	50,897.99	100.00	47,839.34	100.00

报告期内，公司主营业务收入中纸质时尚文教、休闲文化用品销售通常在第三、四季度占比相对较高，主要系由于公司主要客户集中在美国等西方发达国家地区，该地区圣诞节、感恩节、情人节等节日都是集中在每年11月至次年2月，这些节日对公司的礼品盒、卡片、相册等产品需求较大，而由于洽谈订单、生产和运输需要一定的时间，故公司的销售出货集中在第三、四季度。

5、主营业务收入变化趋势及原因

报告期内，公司主营业务收入持续增长，2014年度实现主营业务收入47,839.34万元，较2013年度增长16.57%，2015年度实现主营业务收入50,897.99万元，较2014年度增长6.39%，2016年度实现主营业务收入64,808.09万元，较2015年度增长27.33%；2017年1-6月实现主营业务收入32,134.36万元，同比增长23.46%。主营业务持续增长的主要原因有：

(1) 优质客户资源和稳定的销售渠道

经过十多年的耕耘和发展，公司目前已经积累了一大批稳定并且优质的海外客户资源。报告期内，公司核心客户稳定，其逐年稳定的产品需求是营业收入增长的重要基石，与此同时，公司在报告期内开发了 Blue Sky The Color Of

Imagination LLC、International Greetings Usa、Melissa Doug、U.S.A. Opoly Inc.、Bella Blvd LLC、Burushi Co Ltd、Eccolo Ltd、Wilko Retail Limited 等新客户，为公司带来部分新增营业收入。

公司经过多年的专业化运营，在研发设计能力、生产工艺水平、质量控制、管理能力等方面不断改进、提升，公司产品种类齐全、产品质量高且供货周期短，更好的满足了客户需求，使得公司在稳定与深化客户关系方面具有较大的优势。

(2) 产品种类丰富

公司拥有齐全的纸质时尚文教、休闲文化用品产品线，涵盖了手工益智类、时尚文具类和社交情感类三大系列产品，可提供一站式采购服务。丰富的产品组合降低了公司市场拓展成本，提高了市场开拓效率。

(3) 拥有较强的研发实力，产品不断创新增强了公司的竞争力

公司注重产品技术研发及设计创新，拥有国际化与本土化结合的设计团队、完整系统的设计流程和设计平台，紧跟纸质时尚文教、休闲文化用品市场潮流，主动确定新产品的研发方向，不断推出需求量大且盈利能力强的新产品，与客户形成良性互动。报告期内，公司通过不断优化产品结构，提高产品附加值及议价能力，既满足了客户的产品需求和消费偏好，又带动了公司产品销售，拓展了市场。

(二) 营业成本分析

报告期内，公司各类产品成本结构与收入结构基本一致，主营业务成本按产品类别分类如下：

单位：万元

类别	2017年1-6月		2016年度		2015年度		2014年度	
	金额	比例 (%)						
手工益智类	6,414.98	29.63	16,449.71	37.75	13,371.50	36.90	14,361.45	40.09

类别	2017年1-6月		2016年度		2015年度		2014年度	
	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)
时尚文具类	11,374.02	52.54	19,143.17	43.93	11,159.84	30.80	9,207.18	25.70
社交情感类	3,550.98	16.40	7,342.37	16.85	10,500.26	28.98	10,704.79	29.89
其他	308.74	1.43	642.17	1.47	1,207.21	3.33	1,546.42	4.32
合计	21,648.71	100.00	43,577.42	100.00	36,238.81	100.00	35,819.84	100.00

公司产品实现方式主要分为自行生产及委外生产。自行生产产品成本是由直接材料、直接人工、制造费用及不予抵免增值税进项所构成，委外生产产品成本则为其外购成本（含进项税扣除出口退税部分后进入成本的金额）。

2014年、2015年、2016年和2017年1-6月，公司主营业务成本分别为35,819.84万元、36,238.81万元、43,577.42万元和21,648.71万元，其中自行生产产品成本分别为24,972.12万元、24,364.24万元、29,662.99万元和13,638.90万元。

报告期内，公司自行生产产品成本的主要成本构成情况如下表所示：

单位：万元

分类		2017年1-6月	2016年度	2015年度	2014年度
直接材料	金额	8,544.11	18,401.07	15,747.55	15,990.63
	比例(%)	62.65	62.03	64.63	64.03
直接人工	金额	2,389.09	5,514.85	4,500.20	5,032.98
	比例(%)	17.52	18.59	18.47	20.15
制造费用	金额	1,928.16	4,006.84	2,970.69	2,707.38
	比例(%)	14.14	13.51	12.19	10.84
不予抵免增值税进项	金额	777.54	1,740.23	1,145.79	1,241.14
	比例(%)	5.70	5.87	4.70	4.97
合计		13,638.90	29,662.99	24,364.24	24,972.12

注1：公司外销享受出口退税政策，免抵退税不得免征和抵扣税额计入主营业务成本。

注2：上表中自产产品的占比=各自产产品直接材料（或直接人工、制造费用）/各自产

产品总成本。

从上表可以看出，公司自产产品的成本主要包括直接材料成本、直接人工成本和制造费用，直接材料占比超过 60%，占比较高，直接人工和制造费用在自产产品成本中占比相对较小。订单加工模式下，如果原材料价格上涨，公司可利用其自身的议价能力，适度提价，合理向下游客户转移原料的涨价风险。报告期内纸质文化休闲用品的直接材料、直接人工、制造费用占自产产品成本比例总体较为稳定，体现了公司良好的成本管理水平。2016 年度及 2017 年 1-6 月，公司制造费用占比有所增加，主要原因是公司于 2015 年开始全面为符合条件员工缴纳社保及住房公积金，导致计入制造费用中的社会保险及住房公积金同比增加；此外，安徽子公司新建厂房产于 2015 年 2 月转入固定资产及新增了部分机器设备导致折旧费用同比增长。

针对委外生产，由于公司销售订单具有一定季节性和波动性以及销售产品组合种类繁多，公司在自身产能有限的情况下会将来不及生产的订单及不具有生产能力的部分产品订单直接委托资质和信誉良好的第三方进行生产，第三方按照公司提出的产品设计方案及性能和质量标准进行生产，公司负责对委外生产的产品质量进行严格把控。经过多年发展，公司已在委托生产方面拥有了一批合作关系良好的供应商。一般情况下，公司在委托生产前会在合格合作供应商名单中进行询价及对其生产能力进行综合评估，从而选择确定最终委托生产企业，并对其生产流程予以技术支持，有助于其控制生产质量。公司对委外生产供应商的采购价格综合考虑原材料价格信息和其他成本因素后确定产品的计划采购成本，确保供应商利润水平的基础上，更好的锁定公司利润。

（三）主营业务毛利及毛利率分析

1、公司主营业务毛利分析

（1）主营业务毛利构成分析

报告期内，公司的主要产品分类别的毛利来源情况如下：

单位：万元

类别	2017 年 1-6 月	2016 年度	2015 年度	2014 年度
----	--------------	---------	---------	---------

	毛利额	比例 (%)						
手工益智类	2,812.67	26.82	7,935.75	37.38	5,645.46	38.51	4,933.05	41.04
时尚文具类	5,465.14	52.12	9,189.60	43.28	4,510.12	30.77	3,335.64	27.75
社交情感类	1,325.31	12.64	2,948.99	13.89	4,229.91	28.86	3,232.60	26.89
其他	882.53	8.42	1,156.33	5.45	273.68	1.87	518.21	4.31
合计	10,485.64	100.00	21,230.67	100.00	14,659.17	100.00	12,019.49	100.00

2014年、2015年、2016年和2017年1-6月，公司主营业务毛利分别为12,019.49万元、14,659.17万元、21,230.67万元和10,485.64万元。随着公司业务规模的扩大，公司主营业务毛利稳步增长，是公司稳定的盈利来源。

2017年1-6月时尚文具类产品毛利额占比较2016年度增加8.84%，主要是因为向Me&My Big Ideas,Inc.销售的时尚计划本保持良好的销售态势，导致2017年1-6月时尚文具类产品的销售额占比较2016年增加了8.68%。2016年时尚文具类产品占比较2015年度增加12.51%，主要原因为2016年公司对高毛利率客户Me&My Big Ideas,Inc.的销售额较上年同期增长12,348.59万元所致。

2017年1-6月社交情感类产品毛利额占比较2016年度略有下降，主要是受时尚文具类产品毛利占比上升的影响。2016年社交情感类产品占比较2015年度下降14.97%，主要原因是公司为了优化产品结构，集中产能于高毛利率产品，放弃了毛利率相对较低的日本市场主要客户My Precious的大部分订单，使得公司在2016年对该客户的销售额同比下降1,926.79万元。

2017年1-6月手工益智类产品毛利额占比较2016年度下降10.56%，主要是因为手工益智类产品销售额占比下降，2017年1-6月手工益智类产品销售额占比较2016年度下降8.91%。

报告期内，公司三大类产品均为主营业务毛利的重要来源。

(2) 主营业务利润来源分生产模式分析

报告期内，公司自产产品、委外生产产品对利润贡献情况如下：

单位：万元

类别	2017年1-6月		2016年度		2015年度		2014年度	
	金额	比例 (%)						
自产	7,005.84	66.81	14,562.66	68.59	9,235.22	63.00	7,795.27	64.86
委外生产	3,479.81	33.19	6,668.01	31.41	5,423.96	37.00	4,224.23	35.14
合计	10,485.64	100.00	21,230.67	100.00	14,659.17	100.00	12,019.49	100.00

2、主营业务毛利率分析

报告期内，公司营业收入、营业成本、毛利和毛利率情况如下：

单位：万元

项目	2017年1-6月	2016年度	2015年度	2014年度
营业收入	32,359.99	65,434.83	51,183.83	48,853.49
营业成本	21,679.06	43,923.81	36,474.58	36,539.56
毛利	10,680.93	21,511.03	14,709.25	12,313.92
综合毛利率	33.01%	32.87%	28.74%	25.21%
主营业务毛利率	32.63%	32.76%	28.80%	25.12%

(1) 主营业务毛利率分析

2014年度、2015年度、2016年度和2017年1-6月，公司主营业务毛利率分别为25.12%、28.80%、32.76%和32.63%。

2016年度，公司主营业务毛利率较2015年度增加3.96%，主要原因包括：1) 2016年，公司与主要客户Me&My Big Ideas, Inc.合作开发了时尚计划本产品，该产品在美国市场较受欢迎，因此公司对该客户的销售额较2015年同期增加12,348.59万元；由于该产品为新开发产品，毛利率相对较高；2) 2016年人民币对美元持续贬值，对公司毛利率提升产生了积极影响；

2015年度主营业务毛利率较2014年度增加3.68%，主要原因为公司产品结构调整，2015年度公司推出部分毛利率较高的新产品带动了公司整体毛利率上升。同时，公司安徽生产基地经过近两年的发展，生产效率提升，且安徽生产基地人工成本相对较低，其生产规模逐年上升，安徽生产基地的稳定生产及其低成

本优势导致公司 2015 年度毛利率上升。

总体而言，公司毛利率在 25%至 33%范围之间稳步上升。公司主营业务毛利率在报告期内稳步上升，主要原因如下：

① 定价策略

公司与大型零售商和品牌商等客户建立了长期稳定的合作关系，在国内外市场拥有良好的知名度，公司产品更新换代较快，新产品议价空间较高，公司对新产品定价具有一定议价能力。

公司具有较强的产品研发设计能力，重视新产品的开发研究，为销售客户拟定、调整和优化产品方案及各类产品的定价提供了机会和可能。

② 成本控制

报告期内，成本控制是公司持续关注的问题，经过近十多年的发展，公司管理水平得到不断提升，成本控制能力不断增强，从而保证产品预算成本相对准确。报告期内，公司主要采取了以下措施进行成本控制：(a) 公司加强“以销定产”的计划流程控制，科学、合理安排公司资金、人员和生产排期，实施精细化管理以提高生产效率；(b) 加强与原材料供应商及委外生产供应商的协调，通过建立长期合作关系，保证原材料供应及委外生产产品的品质、数量及价格相对稳定；(c) 公司不断加强产品的设计改良、生产工艺的改进、非正常损耗的控制等工作，产品单位成本控制在较低水平；(d) 提高生产工人技术熟练度，加强质量控制，减少不必要的材料与人工损耗；(e) 制定合理的工资、奖金等激励制度，提高工人的生产积极性，以达到提高工作效率的目的。

(2) 分产品毛利率分析

报告期内，公司分产品毛利率情况如下：

类别	2017 年 1-6 月	2016 年度	2015 年度	2014 年度
手工益智类	30.48%	32.54%	29.69%	25.57%
时尚文具类	32.45%	32.43%	28.78%	26.59%
社交情感类	27.18%	28.66%	28.72%	23.19%

类别	2017年1-6月	2016年度	2015年度	2014年度
其他	74.08%	64.29%	18.48%	25.10%

2014年度、2015年度、2016年和2017年1-6月，手工益智类的毛利率分别为25.57%、29.69%、32.54%和30.48%，时尚文具类的毛利率分别为26.59%、28.78%、32.43%和32.45%，社交情感类的毛利率分别为23.19%、28.72%、28.66%和27.18%。各类产品毛利率变动趋势与综合毛利率变动趋势基本一致。

手工益智类毛利率2017年1-6月较2016年度下降2.08%，主要是受2017年以来原材料纸张价格上涨的影响。手工益智类毛利率2016年较2015年度上升2.85%，一方面因为手工益智类中的贴纸、剪贴本、剪贴内页产品毛利率有所提升，另一方面人民币对美元持续贬值对毛利率的提升也起到一定作用。2015年度较2014年度上升4.12%，主要原因为公司2013年度将部分手工益智类产能转移到安徽，搬厂原因导致生产效率相对较低，随着生产逐渐稳定，生产效率提升，规模化效应显现，毛利率回升到稳定水平。

时尚文具类毛利率2017年1-6月与2016年度基本一致，由于2017年1-6月时尚计划本毛利率的提升，消解了原材料纸张价格上涨的影响，使得两期的毛利率保持稳定。2016年毛利率较2015年度上升3.65%，主要原因包括：1) 2016年，公司与主要客户Me&My Big Ideas, Inc.合作开发了时尚计划本产品，该产品在美国市场较受欢迎导致公司2016年对该客户的销售额较2015年同期增加12,348.59万元，由于该产品为新开发，毛利率相对较高，保持在39%左右。2) 2016年，人民币对美元持续贬值，对毛利率提升产生了积极影响；

社交情感类毛利率2017年1-6月较2016年度下降1.48%，主要是受2017年以来原材料纸张价格上涨的影响。社交情感类毛利率2016与2015年度毛利率基本持平。2015年度较2014年度上升5.53%，主要原因为公司该类产品结构调整，2015年度公司推出部分毛利率较高的新产品，带动该类产品毛利率高于2014年度。

其他类毛利率各期变化较大，原因系公司其他类收入主要为公司除纸质文化休闲用品以外的商品销售业务取得的收入，以及公司提供的少部分服务类型收

入，该类业务收入占比较小。

(3) 与可比上市公司综合毛利率比较

项目	2017年1-6月	2016年度	2015年度	2014年度
广博股份	19.64%	20.95%	20.44%	19.41%
姚记扑克	26.84%	28.49%	28.81%	27.73%
齐心集团	20.01%	17.42%	17.04%	18.13%
晨光文具	26.82%	26.42%	26.55%	25.66%
平均水平	23.33%	23.32%	23.21%	22.73%
创源文化	33.01%	32.87%	28.74%	25.21%

注：同行业上市公司数据来源于 Wind 资讯，截至本招股书签署日，广博股份、姚记扑克和晨光文具尚未披露其 2017 年半年度报告，故取其 2017 年一季度数据，可比上市公司数据均未经审计，下同。

公司综合毛利率高于可比上市公司平均水平，其中与姚记扑克、晨光文具的综合毛利率较为接近，高于广博股份与齐心集团。主要情况如下：

①公司产品多为差异化产品，整体毛利率相对较高。公司产品具有“小批量、多品种、多批次”的特点，坚持以研发设计为驱动，以柔性化生产为基础，坚持差异化的发展战略，根据客户需求进行个性化设计和生产，公司深度介入下游客户所需产品的开发设计等过程中，故公司整体毛利率相对较高。

②公司产品外销比例较高。报告期各期，公司外销产品比例均达到 95% 以上，高于可比上市公司平均水平，可比上市公司 2014 年-2016 年的外销比例分别为 19.25%、17.76% 和 13.99%。晨光文具 2015 年度和 2016 年度外销毛利率，分别为 33.32% 和 33.44%，稍高于发行人毛利率水平，但其外销比例较低，仅为 2.31% 与 2.38%。

③同行业上市公司产品不同，就可比产品来看，公司与同行业上市公司的毛利率基本相同。

A、晨光文具产品主要为书写工具、学生文具和办公文具，其书写文具和学生文具的毛利率与公司毛利率较为接近，其办公文具主要为标准化产品，国内市场竞争激烈，毛利率相对低于书写文具和学生文具的毛利率。晨光文具 2014 年

-2016 年毛利率情况如下：

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
晨光文具毛利率	26.42	26.55	25.66
其中：书写工具	32.36	31.71	31.69
学生文具	29.58	28.66	25.79
办公文具	17.72	16.40	13.94
公司	32.87%	28.74%	25.21%

B、广博股份目前从事文具及办公用品的生产和销售以及互联网营销与服务。其主营业务中包含导航广告业务、物流业务等业务，该类业务与发行人可比性较低。广博股份与发行人产品可比性相对较高的本册、办公用品、相册、包装物及图书等可比产品毛利率与公司时尚文具类毛利率相对接近，情况如下：

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
广博股份可比产品毛利率（%）	26.85	27.27	23.97
公司时尚文具类产品毛利率（%）	32.43	28.78	26.59

2014 年度和 2015 年度，广博股份可比产品毛利率与发行人时尚文具类产品毛利率较为接近，2016 年度差距相对较大，主要是因为公司时尚计划本产品毛利率较高且销售额大幅增加导致 2016 年度时尚文具类产品毛利率增长较大。

C、姚记扑克毛利率与发行人较为接近。2014 年至 2016 年，姚记扑克综合毛利率基本持平，发行人综合毛利率呈增长趋势，2016 年增长较快。

D、齐心集团主营产品为办公设备和办公用品。齐心集团 2014 年-2016 年毛利率情况如下：

项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
齐心集团毛利率(%)	17.42	17.04	18.13
其中：办公设备	5.10	9.36	12.18
办公用品	23.51	20.94	22.32
公司时尚文具类产品毛利率（%）	32.43	28.78	26.59

齐心集团办公设备主要为传真机、打印机、扫描仪、考勤监控设备等，与公司产品差异较大；办公用品主要为办公耗材、办公文具等标准化产品，由于国内

市场竞争激烈，毛利率相对较低。公司主要客户为美国和欧洲等国外中高端知名品牌商及零售商，对公司的研发和创意设计能力、产品品质、产品多样化和定制化要求高，产品差异化程度相应较高，因此，公司产品的毛利率相对齐心集团可比产品较高。

（四）期间费用分析

2014 年度、2015 年度、2016 年度和 2017 年 1-6 月，公司三项费用合计分别为 8,837.07 万元、10,265.74 万元、12,520.40 万元和 6,717.46 万元，与营业收入的增长趋势一致；三项费用合计占营业收入的比重分别为 18.09%、20.06%、19.13%和 20.76%，总体保持稳定。

报告期内，公司期间费用占营业收入的比率及与可比公司比较情况如下：

项目		2017 年 1-6 月	2016 年度	2015 年度	2014 年度
销售费用占营业收入的比重 (%)	广博股份	7.45	9.24	7.85	10.04
	姚记扑克	0.64	1.06	3.55	1.10
	齐心集团	7.64	7.68	13.18	9.88
	晨光文具	8.12	8.68	7.52	6.80
	平均水平	5.96	6.67	8.03	6.96
	创源文化	5.79	6.24	6.71	5.60
管理费用占营业收入的比重 (%)	广博股份	4.75	5.52	6.00	8.37
	姚记扑克	5.73	6.70	7.19	5.94
	齐心集团	6.06	4.67	6.70	5.43
	晨光文具	5.54	6.43	6.92	6.63
	平均水平	5.52	5.83	6.70	6.59
	创源文化	12.72	13.49	13.35	10.52
财务费用占营业收入的比重 (%)	广博股份	1.10	0.54	-0.47	0.67
	姚记扑克	0.35	0.59	0.68	0.44
	齐心集团	0.58	1.03	0.48	0.57

项目		2017年1-6月	2016年度	2015年度	2014年度
	晨光文具	-0.11	-0.11	-0.22	-0.08
	平均水平	0.48	0.51	0.12	0.40
	创源文化	2.26	-0.59	0.01	1.97
期间费用占营业收入的比重合计 (%)	广博股份	13.29	15.30	13.38	19.08
	姚记扑克	6.72	8.35	11.42	7.48
	齐心集团	14.28	13.37	20.37	15.88
	晨光文具	13.55	15.00	14.22	13.35
	平均水平	11.96	13.01	14.85	13.95
	创源文化	20.76	19.13	20.06	18.09

报告期内公司销售费用率与可比上市公司平均水平基本持平，主要因为姚记扑克的销售费用率显著低于其他可比上市公司，拉低了可比上市公司平均水平。若剔除姚记扑克较低的销售费用率的影响，报告期内公司销售费用率低于可比上市公司平均水平，主要因为公司外销比例显著高于可比同行业上市公司，且公司客户相对稳定，客户维护成本相对较低所致。

报告期内，公司管理费用率显著高于可比上市公司平均水平，主要原因包括：

(1) 公司生产产品相对个性化且种类繁多，产品的非标程度高，生命周期短，导致市场调研和研发设计投入加大。发行人根据客户需求进行设计生产，新产品研究开发投入较多，报告期内管理费用中研发费用占营业收入的比重分别为4.58%、5.57%、5.92%和6.08%，2014年、2015年、2016年和2017年1-6月公司研发的新产品数量分别为1,269款、3,550款、4,165款和2,359款。(2) 公司外销比例高于可比同行业上市公司，主要客户为美国和欧洲等国外中高端知名品牌商及零售商，该类客户不仅重视供应商的产品品质，而且对供应商的社会责任、质量体系等具有严格的要求，并对供应商持续进行严格的、程序复杂的生产资质认证。为了保持较高的资质标准，公司所支付的管理成本较高。(3) 人才是公司的核心竞争力，公司十分重视人才，并从海内外引入多位行业资深人士，其管理人工成本相对较高。

报告期内，公司财务费用相对于可比上市公司波动较大，主要原因包括：(1)

同行业上市公司上市募集资金后，资金实力较强，公司外部资金来源主要依靠银行借款，利息支出相对较高；（2）报告期各期，公司外销比例均达到 95% 以上，高于可比上市公司平均水平，可比上市公司 2014 年-2016 年的外销比例分别为 19.25%、17.76% 和 13.99%。公司主要以外币计价的出口销售额逐年增长，受汇率波动影响较大，报告期内汇兑损益分别为-101.71 万元、925.64 万元、1,178.83 万元和-422.47 万元。

1、销售费用

公司销售费用主要包括运输费、工资及福利费及市场支持费等。具体明细如下：

单位：万元

类别	2017 年 1-6 月		2016 年		2015 年度		2014 年度	
	金额	比例 (%)						
运输费	987.51	52.73	1,838.44	45.06	1,765.43	51.43	1,430.70	52.25
工资及福利费	552.33	29.49	1,370.56	33.59	975.14	28.41	656.40	23.97
市场支持费	111.20	5.94	343.01	8.41	300.71	8.76	335.87	12.27
展览费	61.33	3.27	61.38	1.50	70.87	2.06	67.16	2.45
差旅费	52.29	2.79	87.37	2.14	82.39	2.40	82.53	3.01
办公费	29.57	1.58	72.61	1.78	45.38	1.32	40.53	1.48
业务招待费	20.38	1.09	80.43	1.97	74.56	2.17	61.66	2.25
折旧摊销	5.77	0.31	7.55	0.19	12.50	0.36	12.23	0.45
租赁费	-	-	7.50	0.18	-	-	-	-
其他	52.37	2.80	211.41	5.18	105.83	3.08	51.13	1.87
合计	1,872.76	100.00	4,080.26	100.00	3,432.81	100.00	2,738.22	100.00

2014 年度、2015 年度、2016 年度和 2017 年 1-6 月，销售费用中工资及福利费分别为 656.40 万元、975.14 万元、1,370.56 万元和 552.33 万元，工资及福利费逐年增长，与营业收入增长趋势一致。

运输费主要包含国内工厂到达港口的运费、寄往国外客户的样本快件费以及与报关出口相关的费用等。2014 年度、2015 年度、2016 年度和 2017 年 1-6 月，运输费用分别为 1,430.70 万元、1,765.43 万元、1,838.44 万元和 987.51 万元，2016 年运输费同比上升 4.14%，上升幅度小于收入上升幅度，主要是当年大额订单数量较多，相比小批量订单的散柜发货，整柜发货的运输费用率较低。

市场支持费主要包括电商平台服务费、第三方来厂验货费、出口商检费以及公司为客户提供的售后服务等费用。2016 年市场支持费增加较快，主要是因为 2015 年 5 月成立的子公司美国合力 2016 年在美国亚马逊电商平台销售额增加导致的电商平台服务费增长。

报告期内，公司的差旅费保持较稳定，主要原因为公司已经积累一批优质核心客户，并在业界树立了良好品牌形象和口碑，2014 年以后取消了大规模参展中国进出口商品交易会（广交会）等营销活动。

2、管理费用

公司管理费用主要包括研发费用、工资及福利费、办公费、折旧及摊销费用等，具体明细如下：

单位：万元

类别	2017 年 1-6 月		2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
研发费用	1,967.15	47.80	3,873.78	43.89	2,852.00	41.74	2,238.07	43.56
工资及福利费	1,133.91	27.56	2,417.02	27.39	1,733.73	25.37	1,253.07	24.39
管理咨询费	179.66	4.37	352.03	3.99	183.70	2.69	201.35	3.92
办公费	160.86	3.91	401.18	4.55	314.54	4.60	237.37	4.62
折旧摊销	145.60	3.54	324.30	3.67	417.86	6.12	269.78	5.25
修理费	137.74	3.35	396.94	4.50	203.44	2.98	103.18	2.01
运输费	104.51	2.54	203.25	2.30	235.05	3.44	247.98	4.83
保险费	92.76	2.25	111.12	1.26	120.79	1.77	126.68	2.47

类别	2017年1-6月		2016年度		2015年度		2014年度	
	金额	比例 (%)						
差旅费	66.14	1.61	156.45	1.77	82.66	1.21	78.47	1.53
业务招待费	63.43	1.54	233.91	2.65	173.46	2.54	123.58	2.41
税金	11.21	0.27	122.34	1.39	198.51	2.91	159.08	3.10
其他	52.00	1.26	233.35	2.64	316.87	4.64	99.74	1.94
合计	4,114.96	100.00	8,825.66	100.00	6,832.61	100.00	5,138.36	100.00

2014年度、2015年度、2016年度和2017年1-6月，管理费用中研发费用分别为2,238.07万元、2,852.00万元、3,873.78万元和1,967.15万元。随着公司业务规模的扩大及新产品需求增长，公司不断加大研发投入，并于2014年9月成立美国创源专注于研发，导致管理费用增长较快。

随着公司生产规模不断增长，公司不断提升经营管理水平，加强规范运作，并于2014年度、2015年度及2016年度引进了多位管理、技术等专业人员，使管理费用工资及福利费呈增长趋势。2016年度，公司效益较好，管理层激励相应增加，管理员工工资支出有较大幅度增长。

2016年度，管理咨询费增加主要是与中介机构有关的费用支出增加。

修理费的核算内容主要是管理及后勤房屋及设施的装修修缮费、管理设备的维护费用以及日常零星的维修费用等。2016年度，修理费变动较大主要是公司将食堂和天台山路仓库装修费用摊销完毕，金额97.09万元。

3、财务费用

报告期内，公司财务费用主要包括银行借款的利息支出、汇兑损益。具体明细如下：

单位：万元

项目	2017年1-6月	2016年度	2015年度	2014年度
利息支出	291.31	733.44	915.38	799.49
减：利息收入	17.22	36.37	64.90	57.06

项目	2017年1-6月	2016年度	2015年度	2014年度
汇兑损益	422.47	-1,178.83	-925.64	101.71
手续费及其他	33.17	96.23	75.48	116.36
合计	729.74	-385.53	0.32	960.50

报告期内，公司利息支出分别为 799.49 万元、915.38 万元、733.44 万元和 291.31 万元，与公司银行借款变动趋势一致。

公司主要以美元计价的出口销售额逐年增长，受汇率波动的影响，公司报告期内产生了一定汇兑损益。2015 年度公司汇兑收益为 925.64 万元，主要原因为当年美元的汇率由年初的 6.12 升值到年末的 6.45，人民币对美元贬值幅度较大所致。2016 年度公司汇兑收益 1,178.83 万元，主要原因为当期美元的汇率由 2016 年初的 6.45 升至 2016 年末的 6.92，人民币对美元贬值所致。2017 年 1-6 月公司汇兑损失 422.47 万元，主要原因为当期美元的汇率由 2017 年初的 6.89 降至 2017 年 6 月末的 6.80，人民币对美元升值所致。

（五）公允价值变动损益、投资收益及营业外收支分析

1、公允价值变动损益

报告期公司公允价值变动收益构成及变化情况如下：

单位：万元

项目	2017年1-6月	2016年度	2015年度	2014年度
理财产品	-	-	-	0.42
远期结售汇公允价值变动	-	-	-8.64	-604.62
合计	-	-	-8.64	-604.19

公司销售业务以美元计价的出口为主，公司借助远期结汇业务来降低美元汇率波动风险，报告期内公允价值变动损益主要来源于远期结售汇合约期末的公允价值变动，截止 2016 年 12 月 31 日，公司不存在尚未履行的远期结售汇合约。

2、投资收益

报告期内，公司投资收益情况如下：

单位：万元

项目	2017年1-6月	2016年度	2015年度	2014年度
处置长期股权投资产生的投资收益	-	-	2.28	-
远期结售汇交割取得的投资收益	-	-121.98	-56.03	102.08
处置可供出售金融资产的投资收益	-	-	-19.00	-
其他	-	15.99	-	-
合计	-	-105.98	-72.75	102.08

报告期内，公司的投资收益主要系为规避美元兑人民币汇率波动所签订的远期结售汇外汇合约在交割时产生的投资收益。

处置可供出售金融资产的投资收益主要系因格林纸业于2015年10月注销所致。

2016年投资收益项下的其他金额为公司购买银行理财产品的收益。

3、营业外收支

报告期内，公司营业外收支情况如下表：

单位：万元

项目	2017年1-6月	2016年度	2015年度	2014年度
营业外收入	249.86	984.35	837.61	671.30
其中：政府补助	245.89	970.93	750.87	586.41
营业外支出	47.98	88.60	89.63	81.15
营业外收支净额	201.88	895.75	747.98	590.15

报告期内，公司营业外收入主要是政府补助。公司报告期内营业外支出主要为固定资产处置损失。报告期内，公司政府补助收入明细如下：

单位：万元

项目	2017年1-6月	2016年度	2015年度	2014年度	与资产相关/与收益相关
2012年大学生社保补贴		-		1.82	与收益相关
土地使用税、契税奖励返还		-	-	26.42	与收益相关

海外工程师年薪资助		-	-	30.00	与收益相关
招聘会补贴		-	-	0.15	与收益相关
信用保险补贴外经贸局补贴收入		-	-	4.99	与收益相关
文体局文化产业补助资金		-	-	50.00	与收益相关
2014 年度进口贴息和服务外包补助资金		-	-	57.50	与收益相关
省名牌奖励资金		-	-	20.00	与收益相关
2013 年工业经济扶持政策奖励		-	-	20.00	与收益相关
2013 年进口贸易和招商补助		-	-	9.34	与收益相关
北仑区科技局专利专项补助		-	-	7.40	与收益相关
2013 年度工业经济扶持政策奖励奖金		-	-	0.30	与收益相关
2013 年工业经济扶持政策奖励		-	-	50.00	与收益相关
2013 年外经贸奖励		-	-	18.75	与收益相关
赴兰州招聘会企业补贴		-	-	0.20	与收益相关
招聘会企业补贴		-	-	0.20	与收益相关
2014 年第二批文化产业补贴		-	-	40.00	与收益相关
第三批文化产业补助		-	-	12.00	与收益相关
公司人才工作站经费		-	-	2.00	与收益相关
2014 年中央文化产业发展专项资金补助	30.00	60.00	60.00	70.07	与资产相关
2014 年大学生实习补助及实习基地补助		-	-	17.36	与收益相关
企业柔性引进人才工作生活津贴补助		-	-	4.80	与收益相关
2013 年软件产品补助(区精益制造)		-	-	0.50	与收益相关
潘火街道开放型经济奖,科技品牌奖		-	-	5.52	与收益相关
潘火街道专利奖励		-	-	0.49	与收益相关
区经信局奖励软件产品(O2O 登记)		-	-	0.50	与收益相关
就业技能培训补贴资金		-	-	8.88	与收益相关
文化强省专项资金		-	-	50.00	与收益相关
专利申请资助及授权奖励		-	-	0.10	与收益相关
普惠制岗位补贴		-	-	0.25	与收益相关
宁波市江东区发展补贴		-	-	2.00	与收益相关

文化产业专项扶持进步奖		-	-	12.00	与收益相关
2013 年经济扶持政策资金		-	-	60.21	与收益相关
安全生产标准达标奖励资金		-	-	1.00	与收益相关
专利授权奖励		-	-	0.08	与收益相关
外贸进出口企业奖励资金		-	-	0.20	与收益相关
2013 年下半年县级专利资助费		-	-	1.40	与收益相关
信用保险保费补助		-	8.81	-	与收益相关
产业扶持补助资金		-	40.00	-	与收益相关
水利基金返还		-	45.89	-	与收益相关
宁波市 2015 年度第一批科技经费		-	30.00	-	与收益相关
2014 年促进产业结构调整专项资金扶持政策		-	8.00	-	与收益相关
2014 年促进产业结构调整专项资金扶持政策专利专项补助资金		-	1.60	-	与收益相关
宁波市国际性展会展位补贴资金		-	2.00	-	与收益相关
产业技术创新重大科技专项补助资金		-	120.00	-	与资产相关
2014 年度北仑区（开发区）科技项目经费补贴收入		-	30.00	-	与收益相关
专利专项资金经费补贴		-	1.15	-	与收益相关
2014 年第二批质量提升专项资金		-	10.00	-	与收益相关
2015 年工业设计产业发展专项资金		-	20.00	-	与收益相关
2014 年工业设计产业发展专项资金		-	10.00	-	与收益相关
2014 年宁波市外贸扶持政策资金		-	3.66	-	与收益相关
2014 年度工业经济扶持政策奖励资金		-	11.21	-	与收益相关
2015 年度文化产业发展专项资金		-	40.00	-	与收益相关
2015 年外经贸发展专项资金（文化对外贸易）		-	41.00	-	与收益相关
2015 年外经贸发展专项资金（服务贸易及服务外包）		-	11.32	-	与收益相关
2015 年外经贸发展专项资金(出口信用保险保费补贴)		-	2.13	-	与收益相关
水利基金返还		-	39.65	-	与收益相关
2014 年宁波市文化广电新闻出版产业扶持		-	40.00	-	与收益相关

引导资金					
宁波市外贸稳增长扶持补贴收入		-	24.37	-	与收益相关
北仑区外经贸奖励资金		-	13.90	-	与收益相关
东莞中高级人才招聘会补贴		-	0.20	-	与收益相关
中小微企业新招用高校毕业生社会保险补贴收入		-	6.95	-	与收益相关
示范妇女之家补助经费		-	1.00	-	与收益相关
经济扶持政策资金		-	0.50	-	与收益相关
2014 年经济扶持政策资金		-	8.39	-	与收益相关
软件产品即征即退超税负退税款		-	37.70	-	与收益相关
电子商务应用奖励		-	1.08	-	与收益相关
专利申请资助奖励		-	0.15	-	与收益相关
专利申请资助奖励		-	3.00	-	与收益相关
帮扶企业岗位补贴		-	68.88	-	与收益相关
基础设施建设奖励	5.00	10.00	8.33	-	与资产相关
2015 年北仑区海外工程师年薪资助款（市级）补贴收入		30.00	-	-	与收益相关
来安县优秀企业经营者财政补助		4.49			与收益相关
浙 B85729 黄标车提前淘汰政府奖励补贴收入		1.90	-	-	与收益相关
2015 年 11 月水利基金返还		3.30	-	-	与收益相关
走出去工作先进集体奖金补贴收入		1.00	-	-	与收益相关
最具影响力企业奖补贴收入		1.00	-	-	与收益相关
海外工程师引进补贴收入		30.00	-	-	与收益相关
制造业及互联网的转型实践补贴收入		30.00	-	-	与收益相关
企业挂牌上市财政补贴收入		250.00	-	-	与收益相关
宁波市鄞州区电子商务产业发展扶持		5.00	-	-	与收益相关
宁波市江东区电子商务产业发展扶持		13.50	-	-	与收益相关
来安经开区管委会税收优惠扶持		148.54	-	-	与收益相关
安县人民政府关于印发加快建设创新型来安若干扶持		1.24	-	-	与收益相关

滁州市 2015 年省级外贸促进政策补贴款		2.00	-	-	与收益相关
重点帮扶企业岗位补贴		37.44	-	-	与收益相关
2015 年出口信用短险保费补贴		6.25	-	-	与收益相关
土地使用税、水利基金补贴		15.00	-	-	与收益相关
2016 年企业挂牌上市、上市公司兼并重组和直接融资补贴		100.00	-	-	与收益相关
北仑区“机器换人”及智能装备企业项目补贴		10.00	-	-	与收益相关
2015 年度文化产业奖励补助资金补贴		48.00	-	-	与收益相关
北仑区（开发区）企业专利专项资助经费补贴		8.40	-	-	与收益相关
北仑区（开发区）科技项目补贴		20.00	-	-	与收益相关
2015 年中央服务外包项目补贴		12.20	-	-	与收益相关
2015 北仑区著名商标、驰名商标、知名商号、信用管理示范企业奖励		25.00	-	-	与收益相关
2016 年上半年宁波市中小微企业社保补贴		11.19	-	-	与收益相关
2015 年度外经贸奖励费		-1.40	-	-	与收益相关
2015 年工业经济扶持政策奖励补贴		50.00	-	-	与收益相关
2016 年宁波市商务促进（服务外包）专项资金补贴		11.25	-	-	与收益相关
2016 年下半年相关人才政策扶持补贴		1.00	-	-	与收益相关
土地使用税、水利基金补贴返还		-15.00	-	-	与收益相关
水利基金补贴		39.62	-	-	与收益相关
2016 年文化产业发展专项资金扶持项目补助	85.00				与收益相关
2016 年度高成长企业专项资金奖励补贴	10.00				与收益相关
2016 年中小微企业新招用高校毕业生社会保险补贴	11.09				与收益相关
2015 年度工业产业发展专项资金扶持项目补贴退回	-40.00				与收益相关
管委会退土地使用税、个税税收优惠扶持补贴	113.46				与收益相关
2016 年度工业十强企业奖励补贴	8.17				与收益相关
2016 年下半年县科技计划项目资金补贴	4.00				与收益相关
2016 年科技创新奖励补贴	1.50				与收益相关

2014 年产业扶持资金	17.68				与收益相关
合计	245.89	970.93	750.87	586.41	

（六）影响发行人盈利能力连续性和稳定性的主要因素

1、主要产品的销售价格对公司利润影响

（1）报告期内，公司主要产品的平均销售价格和销量情况如下：

单位：万件

类别	2017 年 1-6 月		2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	数量	单价 (元/件)	数量	单价 (元/件)	数量	单价 (元/件)	数量	单价 (元/件)
手工益智类	2,066.07	4.47	4,345.70	5.61	4,295.34	4.43	3,701.63	5.21
时尚文具类	2,101.22	8.01	3,196.13	8.86	2,485.32	6.31	2,387.48	5.25
社交情感类	1,000.06	4.88	1,733.72	5.94	2,290.02	6.43	2,018.66	6.90
合计	5,167.34	5.99	9,275.55	6.79	9,070.67	5.45	8,107.77	5.65

报告期内，公司产品平均销售价格由于产品品种结构变化而变动，各年度之间平均销售价格可比性不高。

（2）主要产品销售价格变动对公司主营业务毛利影响敏感性分析

类别	2017 年 1-6 月	2016 年度	2015 年度	2014 年度
手工益智类销售价格对主营业务毛利的敏感系数	0.88	1.15	1.30	1.61
时尚文具类销售价格对主营业务毛利的敏感系数	1.61	1.33	1.07	1.04
社交情感类销售价格对主营业务毛利的敏感系数	0.47	0.48	1.00	1.16

注：销售价格对主营业务毛利的敏感系数指在单位成本和销售量以及其他因素不变的情况下，销售价格变动1%对主营业务毛利的影响程度。

2014 年度、2015 年度、2016 年度和 2017 年 1-6 月，由于产品收入占比的不同，各类产品敏感系数也呈现相应的波动，2017 年 1-6 月时尚文具类产品销售收

入占比最高，相应的敏感系数也最高。

2016 年度，公司为了优化产品结构，集中产能于高毛利率产品，放弃了毛利率较低的日本市场主要客户 My Precious 的大部分订单，由于针对该客户的产品主要为社交情感类，引起社交情感类产品销售占比显著下降，进而导致其价格对主营业务毛利的敏感系数下降。

2、直接材料成本、人工成本的变动对自产毛利率影响的敏感性分析

报告期内，公司自产产品成本构成如下：

单位：万元

类别	2017 年 1-6 月		2016 年度		2015 年度		2014 年度	
	金额	比例 (%)						
直接材料	8,544.11	62.65	18,401.07	62.03	15,747.55	64.63	15,990.63	64.03
直接人工	2,389.09	17.52	5,514.85	18.59	4,500.20	18.47	5,032.98	20.15
制造费用	1,928.16	14.14	4,006.84	13.51	2,970.69	12.19	2,707.38	10.84
不予抵免增值税进项	777.54	5.70	1,740.23	5.87	1,145.79	4.70	1,241.14	4.97
主营业务成本	13,638.90	100.00	29,662.99	100.00	24,364.24	100.00	24,972.13	100.00

由上表可见，2014 年度、2015 年度、2016 年度和 2017 年 1-6 月，公司自产产品中直接材料成本占自产成本的比例分别为 64.03%、64.63%、62.03% 和 62.65%。直接材料、直接人工和制造费用成本的变动对自产产品毛利率的敏感性分析如下：

类别	变化率	2017 年 1-6 月	2016 年度	2015 年度	2014 年度
直接材料成本	+5%	-2.07%	-2.08%	-2.34%	-2.44%
	+3%	-1.24%	-1.25%	-1.41%	-1.46%
	+1%	-0.41%	-0.42%	-0.47%	-0.49%
	-1%	0.41%	0.42%	0.47%	0.49%

类别	变化率	2017年1-6月	2016年度	2015年度	2014年度
	-3%	1.24%	1.25%	1.41%	1.46%
	-5%	2.07%	2.08%	2.34%	2.44%
直接人工成本	+5%	-0.58%	-0.62%	-0.67%	-0.77%
	+3%	-0.35%	-0.37%	-0.40%	-0.46%
	+1%	-0.12%	-0.12%	-0.13%	-0.15%
	-1%	0.12%	0.12%	0.13%	0.15%
	-3%	0.35%	0.37%	0.40%	0.46%
	-5%	0.58%	0.62%	0.67%	0.77%
制造费用成本	+5%	-0.47%	-0.45%	-0.44%	-0.41%
	+3%	-0.28%	-0.27%	-0.27%	-0.25%
	+1%	-0.09%	-0.09%	-0.09%	-0.08%
	-1%	0.09%	0.09%	0.09%	0.08%
	-3%	0.28%	0.27%	0.27%	0.25%
	-5%	0.47%	0.45%	0.44%	0.41%

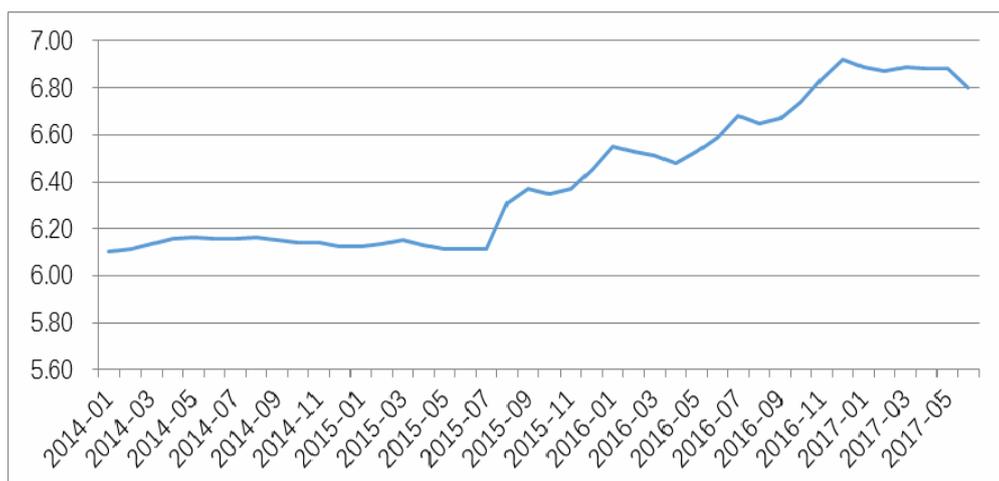
根据敏感性分析，公司自产产品毛利率与直接材料成本、直接人工和制造费用的变化为负相关。对于不同类型成本波动的敏感性上，公司产品毛利率对原材料波动较为敏感，直接人工和制造费用的变动对其影响较小。

3、出口退税对公司经营业绩的影响

详见本招股说明书本节“十二、盈利能力分析”之“（八）主要税费及税收优惠影响分析”。

4、汇率波动对公司经营的影响分析

2005年7月21日，我国实施人民币汇率制度改革以来，人民币对美元汇率缓慢升值，2015年8月11日，人民银行对人民币汇率中间价报价机制进行了改革，加大了市场决定汇率的力度，人民币对美元汇率波动加大，未来人民币汇率将可能面临一定程度的波动。报告期内，美元兑人民币汇率走势图情况如下：



数据来源：中国货币网

由上图可见，报告期内人民币对美元汇率呈现一定波动，2014 年度人民币汇率表现出先跌后平的走势，2015 年度人民币汇率先升后跌的走势，2016 年人民币汇率总体呈贬值趋势，2017 年 1-6 月，人民币对美元总体略有升值。

报告期内，公司外销收入结算以美元为主，美元价格自接受订单时即已确定，而接受订单→公司发货确认收入→收取货款需经过约 3-6 个月的时间，该期间人民币对美元汇率波动对公司经营带来一定程度的不确定风险。汇率波动对本公司业绩的影响主要体现为：自签订销售订单至该订单款项收汇之日，因期间人民币升值导致营业收入、利润总额及净利润的减少。其中自签订境外销售订单至确认收入期间，公司因人民币升值而减少收入；自确认销售收入形成应收账款至收汇期间，公司则因人民币升值而增加汇兑损失。2014 年度、2015 年度、2016 年度和 2017 年 1-6 月，公司外销规模逐年增长，2014 年度人民币汇率总体升值相对平缓，导致公司产生了汇兑损失 101.71 万元；2015 年度人民币大幅贬值，兑美元汇率由年初的 6.12 到年末的 6.45，导致公司产生了汇兑收益 925.64 万元；2016 年人民币持续贬值，由 2016 年初兑美元汇率的 6.45 贬值到 2016 年末的 6.92，导致公司产生了汇兑收益 1,178.83 万元。2017 年 1-6 月，人民币对美元汇率由 2017 年初的 6.89 降至 2017 年 6 月末的 6.80，人民币对美元略有升值，导致公司发生了汇兑损失 422.47 万元。

报告期内，公司汇兑损益对利润总额的影响如下：

项目	2017 年 1-6 月	2016 年度	2015 年度	2014 年度
----	--------------	---------	---------	---------

项目	2017年1-6月	2016年度	2015年度	2014年度
汇兑损益(万元)	422.47	-1,178.83	-925.64	101.71
利润总额(万元)	2,928.05	8,772.10	4,307.72	3,180.96
汇兑损益占利润总额的比例	14.43%	-13.44%	-21.49%	3.20%

针对汇率波动风险,公司主要采取以下应对措施:①公司与主要客户的合作关系建立在长期稳定基础上,通过缩短报价周期来及时调整产品价格,确定销售价格时充分考虑未来汇率的变动情况,共同分担汇率波动带来的风险;②依靠产品研发创新设计、提高产品质量来增加产品溢价能力和毛利空间;③公司与中国工商银行宁波市分行开展了远期结售汇业务以降低汇率波动对公司利润的影响;④公司和个别客户开展以人民币作为交易结算货币。

(七) 非经常性损益、合并报表范围以外投资收益分析

1、非经常性损益对公司经营成果的影响

单位:万元

项目	2017年1-6月	2016年度	2015年度	2014年度
归属于母公司股东的非经常性损益	152.22	654.06	545.36	64.84
归属于母公司股东的净利润	2,410.63	7,557.78	3,631.88	2,784.89
归属于母公司股东的非经常性损益占归属于母公司股东的净利润的比例	6.31%	8.65%	15.02%	2.33%

报告期内,公司非经常性损益净额占净利润的比例报告期内分别为2.33%、15.02%、8.65%和6.31%。非经常性损益对公司利润构成一定影响。

公司非经常性损益主要包含:(1)公司收到的政府补贴,2014年度、2015年度、2016年度和2017年1-6月,公司分别确认补贴收入586.41万元、750.87万元、970.93万元和245.89万元;(2)公司为规避外汇风险而开展的远期结售汇业务,2014年度、2015年度、2016年度和2017年1-6月,公司因开展远期结售汇业务而产生的损益为-502.54万元、-64.67万元、-105.98万元和0.00万元。

2、合并报表范围以外的投资收益

在报告期内本公司不存在对公司经营成果有重大影响的合并报表范围以外的投资收益。

(八) 主要税费及税收政策影响分析

1、报告期内，本公司主要税金实际缴纳情况如下：

单位：万元

类别	时间	期初未交数	本期已交数	期末未交数
企业所得税	2017年1-6月	318.26	704.81	462.93
	2016年度	72.22	1,045.04	318.26
	2015年度	137.04	944.47	72.22
	2014年度	29.65	457.89	137.04
增值税	2017年1-6月	406.74	414.50	122.27
	2016年度	-278.05	1,355.79	406.74
	2015年度	-409.13	381.74	-278.05
	2014年度	-522.91	138.63	-409.13

2016年已交增值税1,355.79万元，主要为安徽创源缴纳的金额，相比上年增加了974.05万元，一方面因为安徽创源2016年的销售额相比上年增加了7,296.18万元；另一方面，经过几年发展，安徽创源生产规模渐趋稳定，期初大规模的设备采购已完成，可抵扣的进项税相应减少。

2、税收政策影响分析

公司享有的税收优惠政策详见本招股说明书本节之“六、主要税种、税率与税收政策”。

(1) 报告期内，公司依法享受了高新技术企业的所得税优惠政策。公司及子公司安徽创源享受了出口货物增值税的“免、抵、退”税政策。相关税收政策影响如下：

单位：万元

项目	2017年1-6月	2016年度	2015年度	2014年度
一、利润总额	2,928.05	8,772.10	4,307.72	3,180.96
二、企业所得税税收优惠金额	-	668.52	306.12	200.15
三、所得税优惠金额占当期利润总额的比例	-	7.62%	7.11%	6.29%
四、当期应当收到出口退税金额	1,930.93	4,942.69	3,283.99	3,339.75
五、当期实际收到出口退税金额	1,880.37	5,127.87	3,483.72	2,945.15

注1：2016年税收优惠金额按母公司应纳税所得额计算得出，2014-2015年金额按汇算清缴实际数填列。

注2：当期应当收到出口退税金额为出口退税申报表中当期应退税额。

2014年度、2015年度和2016年度，公司作为高新技术企业依法享受的所得税税收优惠金额占当期利润总额的比例分别为6.29%、7.11%和7.62%。报告期内，公司的经营业绩对所得税税收优惠政策无重大依赖。

2017年，公司按要求进行高新技术企业资格认定复评，截至本招股说明书签署日，尚未取得复评结果，在此期间公司按25%所得税税率计算企业所得税。

2014年度、2015年度、2016年度和2017年1-6月，公司应当收到的出口退税金额分别为3,339.75万元、3,283.99万元、4,942.69万元和1,930.93万元，当期实际收到的出口退税额为2,945.15万元、3,483.72万元、5,127.87万元和1,880.37万元，当期应当收到的出口退税金额与当期实际收到的出口退税金额产生差异，主要原因为出口退税申报和收到退税款时间差所导致。公司出口退税金额较高，如出口退税政策发生变化，或公司主要产品出口退税率调低，将对公司的业绩产生不利影响。

(2) 发行人应对出口退税率调整的主要措施

①在出口销售中根据出口退税率的影响调整销售价格。发行人已与境外客户建立长期稳定的合作关系，在与海外客户的谈判中拥有一定的议价能力，买卖双方报价一般会考虑出口退税率的因素。如出口退税率出现较大波动，发行人将与客户协商调整产品销售价格；

②坚持加强产品原创开发设计能力，持续增强产品质量，提高产品知名度及竞争力，进而提升发行人的产品定价权及成本转嫁能力；

③加强国内市场开拓，拓宽国内销售渠道，国内市场的持续开拓将有效降低发行人对海外市场的依赖，从而降低出口退税率波动对发行人的影响，为发行人经营业绩的持续增长提供良好的保障；

④持续优化产品结构，发行人依靠产品研发设计优势增加附加值更高产品的比重，提升公司盈利能力。

2014年至2017年6月，发行人共有8种类型的产品出口退税率发生变化，由16%调整为17%，因为出口退税率的变动产生的影响金额共计人民币7.25万元。具体情况如下表：

单位：万元

申报商品名称	产品名称	2017年1-6月			2016年			2015年			2014年		
		退税率(%)	出口额	影响	退税率(%)	出口额	影响	退税率(%)	出口额	影响	退税率(%)	出口额	影响
化纤棉填充的寝具用品	棉被	17	-	-	17	-	-	17	0.41	-	16	-	-
化纤制其他狭幅机织物	丝带	17	-	-	17	-	-	17	1.87	0.02	16	3.04	-
其他纺织材料制成品	麻布卷/帆布本/棉布袋	17	41.23	-	17	110.52	1.11	17	187.42	1.87	16	96.74	-
其他纺织材料制非针织	毡布杯垫	17	1.36	-	17	-	-	17	0.83	0.01	16	28.53	-
其他纺织材料制线、绳	麻绳	17	38.41	-	17	144.1	1.44	17	146.64	1.47	16	55.78	-
其他纺织材料制针织	手套	17	-	-	17	-	-	17	0.05	-	16	-	-
其他全亚麻机织物	麻布卷	17	-	-	17	-	-	17	102.57	1.03	16	234.85	-
其他针织或钩编的餐桌用品	餐垫	17	-	-	17	15.72	0.16	17	14.3	0.14	16	59.21	-
合计		17	81.00	-	17	270.34	2.71	17	454.09	4.54	16	478.15	-

2014年至2017年6月主要产品退税率未发生变化，部分产品出口退税的变动对发行人不会产生重大影响。

(九) 对公司持续盈利能力产生重大不利的影响因素

对公司持续盈利能力产生重大不利影响的因素包括但不限于：短期内对海外市场依存度较高的风险、汇率波动风险、出口退税政策波动风险、原料价格波动风险、市场竞争风险等，公司已经在本招股说明书“第四节 风险因素”中进行

了分析和披露。

十三、财务状况分析

（一）资产构成及变化分析

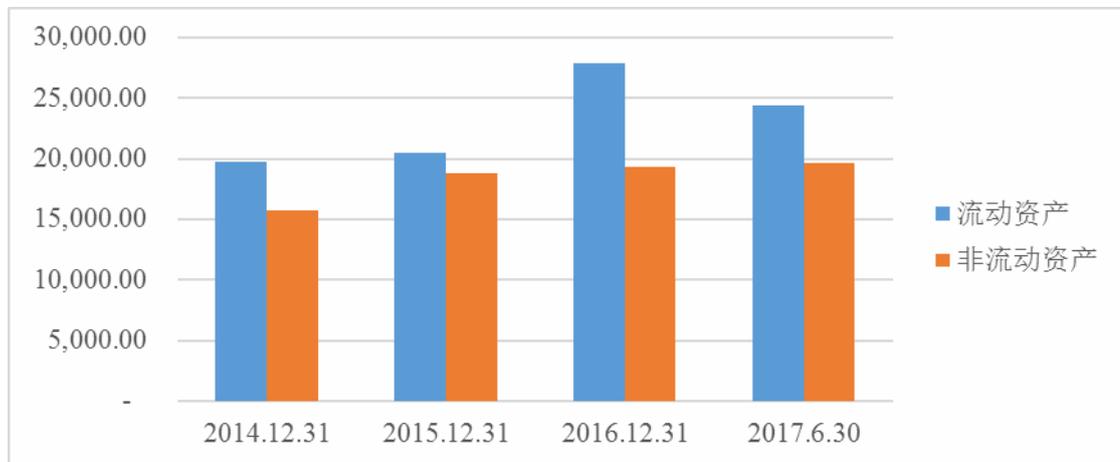
1、报告期内资产规模变动情况分析

报告期各期末，本公司资产的构成情况如下表所示：

单位：万元

项目	2017.06.30		2016.12.31		2015.12.31		2014.12.31	
	金额	比例 (%)						
流动资产	24,343.97	55.35	27,891.32	59.14	20,483.92	52.19	19,784.80	55.63
非流动资产	19,640.12	44.65	19,273.47	40.86	18,763.20	47.81	15,777.87	44.37
资产总计	43,984.09	100.00	47,164.79	100.00	39,247.12	100.00	35,562.67	100.00

报告期内各期末，公司资产结构情况图如下：



2014 年末、2015 年末、2016 年末和 2017 年 6 月末，公司资产总额分别为 35,562.67 万元、39,247.12 万元、47,164.79 万元和 43,984.09 万元，资产规模总体保持增长趋势。2014 年末、2015 年末、2016 年末，公司资产总额分别较上年末增长了 9.86%、10.36%和 20.17%，主要原因为公司销售规模持续增长，公司发展稳健并持续盈利，使得资产规模增加，其中 2016 年应收账款较上年增加了 5,625.15 万，存货较上年增加了 1,555.78 万；同时，公司陆续购置固定资产提升

产能，2013 年底开始新建安徽创源生产基地，并于 2015 年上半年结转固定资产。

2014 年末、2015 年末、2016 年末和 2017 年 6 月末，公司流动资产占总资产的比例分别为 55.63%、52.19%、59.14%和 55.35%，非流动资产占总资产的比例分别为 44.37%、47.81%、40.86%和 44.65%。

2、流动资产构成及变动分析

报告期内，流动资产主要构成情况如下：

单位：万元

项目	2017.06.30		2016.12.31		2015.12.31		2014.12.31	
	金额	比例 (%)						
货币资金	6,018.56	24.72	7,214.45	25.87	7,116.87	34.74	2,728.53	13.79
以公允价值计量且变动计入当期损益的金融资产	-	-	-	-	-	-	56.57	0.29
应收账款	9,217.26	37.86	12,640.55	45.32	7,015.40	34.25	8,072.05	40.80
预付款项	515.44	2.12	910.06	3.26	581.72	2.84	1,184.34	5.99
其他应收款	653.80	2.69	557.17	2.00	409.68	2.00	742.93	3.76
存货	7,907.33	32.48	6,568.30	23.55	5,012.52	24.47	6,374.15	32.22
一年内到期的非流动资产	31.58	0.13	-	-	-	-	-	-
其他流动资产	-	-	0.80	0.00	347.73	1.70	626.23	3.17
流动资产合计	24,343.97	100.00	27,891.32	100.00	20,483.92	100.00	19,784.80	100.00

公司流动资产主要由货币资金、应收账款、存货等经营性资产构成，三者合计占流动资产比重在 90%左右。

(1) 货币资金

报告期内，公司的货币资金情况如下：

单位：万元

项目	2017.06.30	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31

	金额	占比 (%)						
现金	3.44	0.06	4.34	0.06	7.14	0.10	17.41	0.64
银行存款	4,826.95	80.20	5,427.36	75.23	6,075.50	85.37	1,526.43	55.94
其他货币资金	1,188.17	19.74	1,782.75	24.71	1,034.23	14.53	1,184.70	43.42
合计	6,018.56	100.00	7,214.45	100.00	7,116.87	100.00	2,728.53	100.00

2014 年末、2015 年末、2016 年末和 2017 年 6 月末，公司货币资金余额分别为 2,728.53 万元、7,116.87 万元、7,214.45 万元和 6,018.56 万元，占流动资产的比例分别为 13.79%、34.74%、25.87%和 24.72%。其他货币资金主要为银行承兑汇票保证金。

2015 年末，公司货币资金余额较 2014 年末增加 160.83%，主要原因为一方面公司 2015 年度盈利规模扩大，另一方面公司 2015 年度为缓解子公司安徽创新新建生产基地的资金压力，及保持适度的货币资金规模满足生产及销售增长所需，新增银行借款所致。

(2) 以公允价值计量且变动计入当期损益的金融资产

单位：万元

项目	2017.06.30	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
理财产品	-	-	-	56.57
合计	-	-	-	56.57

报告期内，公司为了提高账面货币资金的收益率，公司根据货币资金余额与日常运营资金需求情况，利用部分短期闲置资金购买了银行理财产品，随时可申请赎回的短期银行理财产品计入以公允价值计量且变动计入当期损益的金融资产或者金融负债科目核算。

(3) 应收账款

①应收账款余额及其变化情况分析

报告期内，公司应收账款余额及其变化情况如下表：

单位：万元

项目	2017.06.30	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
应收账款余额	10,364.43	13,060.51	7,266.50	8,332.65
坏账准备	1,147.18	419.97	251.09	260.60
应收账款净额	9,217.26	12,640.55	7,015.40	8,072.05
应收账款余额增幅	6.16%	79.74%	-12.79%	35.21%
项目	2017年1-6月	2016年度	2015年度	2014年度
营业收入	32,359.99	65,434.83	51,183.83	48,853.49
营业收入同比增幅	23.01%	27.84%	4.77%	16.30%
应收账款净额占营业收入的比例	28.48%	19.32%	13.71%	16.52%

2014年末、2015年末、2016年末和2017年6月末，公司应收账款余额分别为8,332.65万元、7,266.50万元、13,060.51万元和10,364.43万元，应收账款净额占资产总额的比例分别为22.71%、17.87%、26.80%和20.96%。

公司给予主要客户的信用期一般在30-90天左右，因此应收账款余额通常约为资产负债表日前两个月左右的销售额。2017年6月末，公司应收账款余额较2016年6月末增长6.16%，主要是因为公司2017年二季度销售额相比2016年二季度增加了12.62%。2016年末，公司应收账款余额较2015年末增长79.74%，其中应收账款前五名客户的应收余额增长了6,386.67万元，主要是因为公司2016年四季度销售额相比2015年四季度显著增长所致，2016年四季度销售额同比增加了6,701.58万元；2016年第一大客户Me&My Big Ideas,Inc.销售大幅增长，且部分销售订单的信用期限相对较长，2016年9月、10月各发出了一笔信用期为120天的销售订单，金额分别为836.36万元、2,165.96万元。2016年末应收Me&My Big Ideas,Inc.金额为6,630.21万元，较上年增加了5,622.46万元，截至2017年5月31日，已回款6,630.21万元，回款率100.00%。

②应收账款账龄及坏账准备计提情况

报告期各期末，公司应收账款账龄及坏账准备情况如下表：

单位：万元

类别	2017.06.30	2016.12.31
----	------------	------------

	金额	比例(%)	坏账准备	金额	比例(%)	坏账准备
1年以内	9,334.71	100.00	280.04	13,030.65	100.00	390.92
1至2年	-	-	-	-	-	-
2至3年	-	-	-	-	-	-
3至4年	-	-	-	-	-	-
4至5年	-	-	-	-	-	-
合计	9,334.71	100.00	280.04	13,030.65	100.00	390.92
类别	2015.12.31			2014.12.31		
	金额	比例(%)	坏账准备	金额	比例(%)	坏账准备
1年以内	7,225.81	99.83	216.77	8,238.35	98.86	247.15
1至2年	0.67	0.01	0.07	74.64	0.90	7.46
2至3年	-	-	-	19.21	0.23	5.76
3至4年	11.34	0.16	5.67	0.45	0.01	0.22
4至5年	0.45	0.01	0.36	-	-	-
合计	7,238.28	100.00	222.87	8,332.65	100.00	260.60

报告期内，公司账龄在1年以内的应收账款占比均在98%以上，反映公司客户回款情况较好。

报告期内，2014年末公司坏账准备全部系按账龄组合计提坏账准备。2015年末、2016年末和2017年6月末，公司单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的应收账款余额分别为28.22万元、29.86万元和0.01万元，主要为公司预计无法收回的应收账款，金额较小，公司单独对其计提了坏账准备。2017年6月末，公司单项金额重大并单项计提坏账准备的应收账款余额为1,029.71万元，全部为应收客户DCWV的款项，已逾期77.50%，出于谨慎考虑，除确认可以从中信保收回的部分外，剩余867.12万元应收账款全额计提了坏账准备。

③报告期各期末应收账款前五名客户

报告期各期末，公司应收账款余额主要客户情况及其占比情况如下，具体如下：

单位：万元

时间	序号	客户名称	金额	账龄	占应收账款总额的比例 (%)
2017.06.30	1	Me&My Big Ideas,Inc.	2,725.47	1 年内	26.30
	2	DCWV	1,029.71	1 年内	9.94
	3	Trends International	1,020.03	1 年内	9.84
	4	Michaels	858.61	1 年内	8.28
	5	ACCO Brands USA LLC	588.76	1 年内	5.68
	合计			6,222.58	
2016.12.31	1	Me&My Big Ideas,Inc.	6,630.21	1 年内	50.77
	2	DCWV	1,437.04	1 年内	11.00
	3	Punch Studio, LLC	918.77	1 年内	7.03
	4	American Crafts	467.45	1 年内	3.58
	5	Wilton Industries,INC	337.15	1 年内	2.58
	合计			9,790.61	
2015.12.31	1	Me&My Big Ideas,Inc.	1,007.75	1 年内	13.87
	2	American Crafts	891.85	1 年内	12.27
	3	DCWV	718.00	1 年内	9.88
	4	Michaels	451.54	1 年内	6.21
	5	Gartner Studio	334.80	1 年内	4.61
	合计			3,403.94	
2014.12.31	1	Michaels	1,105.99	1 年内	13.27
	2	American Crafts	1,090.49	1 年内	13.09
	3	Hobby Lobby	982.14	1 年内	11.79
	4	DCWV	619.53	1 年内	7.44
	5	Gartner Studio	536.04	1 年内	6.43
	合计			4,334.19	

报告期各期末，应收账款中无持公司 5%以上（含 5%）表决权股份的股东单位欠款及其他关联方的款项。

截至 2017 年 6 月 30 日，客户 DCWV 欠公司货款共计 152.00 万美元即人民币 1,029.71 万元，其中 117.87 万美元超过信用期，2017 年 6 月 22 日以来，DCWV

未向公司支付货款，经多次催收仍无进展。公司于 2017 年 6 月向中国出口信用保险公司宁波分公司发起索赔申请；2017 年 7 月 17 日，中国出口信用保险公司宁波分公司已受理，并出具“立案号：EC201705511”号索赔受理通知函。同时，公司出于谨慎考虑，除确认可以从中信保收回的部分外，剩余 867.12 万元应收账款全额计提了坏账准备。

公司主要客户均为合作多年的国外客户，客户信誉较高，且公司为了控制应收账款回收风险，已投保中国出口信用保险公司短期出口信用险来防范出口收汇风险，故公司应收账款发生坏账损失的风险较低。

（4）预付款项

公司预付款项主要包括预付供应商的原材料采购款、设备采购款等。2014 年末、2015 年末、2016 年末和 2017 年 6 月末，公司预付款项余额分别为 1,184.34 万元、581.72 万元、910.06 万元和 515.44 万元。

公司预付款项 2016 年末较 2015 年末增加 328.34 万元，主要原因为公司 2016 年四季度订单额同比增加，2016 年四季度订单金额为 16,921.15 万元，2015 年四季度订单金额为 12,048.47 万元，增加了 4,872.68 万元，需要增加原材料备货所致。2015 年末较上年末有所下降，主要是公司 2014 年开始新建安徽创源生产基地，2014 年底预付了部分工程款及设备款导致 2014 年底预付款项金额较高。

截至 2017 年 6 月 30 日，公司预付款项前五名情况列示如下：

单位：万元

单位名称	金额	占预付款项的比例 (%)	账龄	未结算原因
杭州金光纸业产品服务有限公司	148.09	28.73	1 年以内	交易尚未完成
杭州三点水环保技术有限公司	45.00	8.73	1 年以内	交易尚未完成
东莞市禾昌手袋皮具有限公司	19.65	3.81	1 年以内	交易尚未完成
中国石化销售有限公司浙江宁波石油分公司	19.04	3.69	1 年以内	交易尚未完成
深圳市大唐何氏机械设备有限公司	18.29	3.55	1 年以内	交易尚未完成
合计	250.07	48.51		

截至 2017 年 6 月 30 日，预付账款中无预付持有本公司 5%（含 5%）以上表决权股份的股东款项。

（5）其他应收款

2014 年末、2015 年末、2016 年末和 2017 年 6 月末，公司其他应收款净值分别为 742.93 万元、409.68 万元、557.17 万元和 653.80 万元。其他应收款占流动资产和资产总额比重较小，主要为应收出口退税、业务合作保证金和员工预借备用金。

（6）存货

报告期各期末，存货构成情况如下表所示：

单位：万元

存货种类	2017.06.30			2016.12.31		
	账面余额	跌价准备	账面价值	账面余额	跌价准备	账面价值
原材料	3,308.20	155.29	3,152.91	2,389.41	119.38	2,270.03
库存商品	2,231.05	31.93	2,199.13	1,893.92	53.26	1,840.66
发出商品	1,269.10	22.59	1,246.51	949.39	3.42	945.98
在产品	1,081.14	-	1,081.14	1,285.98	-	1,285.98
委托加工物资	159.61	-	159.61	153.69	-	153.69
周转材料	91.34	26.38	64.96	89.02	17.57	71.45
在途物资	3.08	-	3.08	0.50	-	0.50
合计	8,143.52	236.18	7,907.33	6,761.92	193.62	6,568.30
存货种类	2015.12.31			2014.12.31		
	账面余额	跌价准备	账面价值	账面余额	跌价准备	账面价值
原材料	2,205.33	224.67	1,980.67	2,357.80	101.61	2,256.19
库存商品	1,562.78	0.16	1,562.62	1,365.12	13.75	1,351.38
发出商品	213.53	-	213.53	1,060.62	-	1,060.62
在产品	880.12	-	880.12	1,363.89	-	1,363.89
委托加工物资	211.88	-	211.88	221.11	-	221.11
周转材料	166.83	3.13	163.70	123.43	2.46	120.97

在途物资	-	-	-	-	-	-
合计	5,240.48	227.96	5,012.52	6,491.97	117.82	6,374.15

公司存货主要由原材料、在产品、库存商品、委托加工物资及发出商品构成。发出商品主要为公司按照订单约定向境外客户发货但尚未完成报关出口的产品。

① 报告期内存货总体情况分析

报告期各期末公司存货占销售收入的比例如下：

项目	2017.06.30	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
存货余额（万元）	7,907.33	6,568.30	5,012.52	6,374.15
存货/营业收入	24.44%	10.04%	9.79%	12.90%

公司主要采取以销定产的生产模式，期末存货余额主要取决于已获得的订单。2017年二季度订单金额为18,134.04万元，较2016年四季度订单金额增加了1,212.89万元，导致2017年6月末存货余额较2016年末有所增加。2016年四季度订单金额为16,921.15万元，较2015年四季度订单金额12,048.47万元，增加了4,872.68万元，导致2016年末存货余额较2015年末增加31.04%。公司2015年期末存货余额较2014年末下降21.36%，主要是因为2014年末存货中发出商品金额为1,060.62万元，2015年末该科目下金额为213.53万元，相比减少了847.09万元。

② 存货跌价准备

报告期各期末，公司存货跌价准备计提情况如下表所示：

单位：万元

项目	2017.06.30	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
原材料	155.29	119.38	224.67	101.61
库存商品	31.93	53.26	0.16	13.75
周转材料	26.38	17.57	3.13	2.46
发出商品	22.59	3.42		
合计	236.18	193.62	227.96	117.82

公司各期末存货采用成本与可变现净值孰低计量,按照期末存货成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备。

2014年末、2015年末、2016年末和2017年6月末,公司存货跌价准备分别为117.82万元、227.96万元、193.62万元和236.18万元。公司生产模式总体为以销定产,年末存货中有订单对应的存货不需要计提跌价准备。公司存货跌价准备主要为部分原材料呆滞品及为部分大客户超额备货产成品所计提,由于相应金额较小,对公司正常生产经营无重大不利影响。

(7) 其他流动资产

2014年末、2015年末、2016年末和2017年6月末,公司其他流动资产分别为626.23万元、347.73万元、0.80万元和0.00万元,主要为待抵扣的增值税进项税和预交的企业所得税。

3、非流动资产构成及变动分析

报告期内,公司非流动资产的构成情况如下:

单位:万元

项目	2017.06.30		2016.12.31		2015.12.31		2014.12.31	
	金额	比例 (%)						
可供出售金融资产	-	-	-	-	-	-	19.00	0.12
固定资产	16,605.46	84.55	16,467.32	85.44	15,806.95	84.24	8,271.59	52.43
在建工程	18.24	0.09	9.33	0.04	14.49	0.08	5,084.47	32.23
无形资产	1,458.34	7.43	1,474.60	7.65	1,502.37	8.01	1,468.41	9.31
长期待摊费用	396.69	2.02	439.62	2.28	457.86	2.44	411.09	2.61
递延所得税资产	583.05	2.97	268.92	1.40	297.20	1.58	254.66	1.61
其他非流动资产	578.35	2.94	613.67	3.18	684.33	3.65	268.65	1.70
非流动资产合计	19,640.12	100.00	19,273.47	100.00	18,763.20	100.00	15,777.87	100.00

(1) 可供出售金融资产

2014 年末、2015 年末、2016 年末和 2017 年 6 月末，公司可供出售金融资产余额分别为 19.00 万元、0.00 万元、0.00 万元和 0.00 万元。

2014 年末可供出售金融资产余额 19.00 万元，主要为公司对格林纸业的投资，持股比例 19.00%。格林纸业已于 2015 年 10 月注销。

(2) 固定资产

公司固定资产主要包括房屋建筑物、机器设备、运输设备和办公设备及其他。2014 年末、2015 年末、2016 年末和 2017 年 6 月末，公司固定资产账面价值分别为 8,271.59 万元、15,806.95 万元、16,467.32 万元和 16,605.46 万元。

2015 年末，公司固定资产原值较 2014 年末增加 7,535.36 万元，增幅 91.10%，主要系因为子公司安徽创源新建的生产基地已达到可使用状态，将其从在建工程结转至固定资产，金额为 7,670.89 万元。

截至 2017 年 6 月末，公司固定资产情况如下所示：

单位：万元

项目	原值	累计折旧	净值	成新率
房屋及建筑物	10,675.43	1,813.40	8,862.03	83.01%
机器设备	11,338.95	4,277.99	7,060.96	62.27%
运输设备	737.74	491.23	246.51	33.41%
办公设备及其他	959.43	523.46	435.97	45.44%
合计	23,711.56	7,106.09	16,605.46	70.03%

报告期内，公司固定资产不存在闲置情况，主要的生产及检测设备性能良好，不存在账面价值低于可收回金额等减值情况，故未计提固定资产减值准备。

截至 2017 年 6 月末，公司有账面原值 10,649.12 万元的房屋及建筑物用于银行借款抵押。

(3) 在建工程

2014 年末、2015 年末、2016 年末和 2017 年 6 月末，公司在建工程分别为 5,084.47 万元、14.49 万元、9.33 万元和 18.24 万元。公司 2014 年末在建工程余

额较高，主要系因为子公司安徽创源新建生产基地尚未完工，该项目已于 2015 年一季度完工并投入使用；2015 年末、2016 年末和 2017 年 6 月末在建工程主要为在安装的设 备。

(4) 无形资产

2014 年末、2015 年末、2016 年末和 2017 年 6 月末，无形资产余额分别为 1,468.41 万元、1,502.37 万元、1,474.60 万元和 1,458.34 万元。公司的无形资产主要由土地使用权和软件使用权构成，其中软件使用权主要为精益生产管理系统—制造企业生产过程执行管理系统（MES）、客户关系管理系统—“畅想外贸业务管理系统”、ERP 管理系统—“金蝶 K/3”、设计软件及办公软件等。

截至 2017 年 6 月末，公司无形资产情况如下表所示：

单位：万元

项目	原值	累计摊销	净值	净值占比
土地使用权	1,338.48	150.29	1,188.20	88.77%
专利权	15.15	12.85	2.30	15.21%
软件使用权	409.03	143.66	265.37	64.88%
其他	10.88	8.41	2.47	22.74%
合计	1,773.55	315.20	1,458.34	82.23%

报告期内，无形资产不存在可回收金额低于账面价值的情况，无需计提无形资产减值准备。

截至 2017 年 6 月末，公司账面原值 1,338.48 万元的土地使用权已用于银行借款抵押。

(5) 长期待摊费用

2014 年末、2015 年末、2016 年末和 2017 年 6 月末，公司长期待摊费用余额分别为 411.09 万元、457.86 万元、439.62 万元和 396.69 万元，主要为办公室、仓库及食堂的装修费用。

(6) 递延所得税资产

2014 年末、2015 年末、2016 年末和 2017 年 6 月末，递延所得税资产分别为 254.66 万元、297.20 万元、268.92 万元和 583.05 万元，明细如下：

单位：万元

项目	2017.06.30		2016.12.31	
	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产
资产减值准备	1,413.18	352.90	656.19	112.29
内部交易未实现利润	388.80	91.00	247.96	49.73
交易性金融资产公允价值变动	-	-	-	-
与资产相关的政府补助	556.60	139.15	591.60	106.91
合计	2,358.58	583.05	1,495.75	268.92
项目	2015.12.31		2014.12.31	
	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产
资产减值准备	508.73	82.99	436.60	73.48
内部交易未实现利润	354.04	78.21	143.60	31.92
交易性金融资产公允价值变动	117.31	17.60	131.87	19.78
与资产相关的政府补助	661.60	118.41	729.93	129.49
合计	1,641.67	297.20	1,442.00	254.66

(7) 其他非流动资产

2014 年末、2015 年末、2016 年末和 2017 年 6 月末，公司其他非流动资产余额分别为 268.65 万元、684.33 万元、613.67 万元和 578.35 万元，主要为售后租回形成的未实现售后租回损益和融资租赁保证金。

4、资产减值情况分析

报告期各期末，公司资产减值准备明细如下：

单位：万元

项目	2017.06.30	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
坏账准备	1,176.99	462.57	283.69	318.78
存货跌价准备	236.18	193.62	227.96	117.82

项目	2017.06.30	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
商誉减值准备	35.13	35.13	35.13	-
合计	1,448.30	691.32	546.78	436.60

公司计提的资产减值准备主要由应收款项坏账准备和存货跌价准备构成。商誉为公司购买非同一控制下企业宁波搜主意文化发展有限公司 100.00% 股权形成的，公司年末根据谨慎性原则全额计提了减值准备。

公司根据《企业会计准则》并结合客户信用状况，制定坏账准备计提政策。公司应收账款坏账准备具体计提情况参见本节“四、发行人的主要会计政策和会计估计”之“（三）应收款项”。

公司期末存货采用成本与可变现净值孰低计量，按照期末存货成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备。公司存货跌价准备具体计提情况参见本节“五、发行人的主要会计政策和会计估计”之“（五）存货”。

（二）负债结构分析

报告期内，公司负债主要构成如下：

单位：万元

项目	2017.06.30		2016.12.31		2015.12.31		2014.12.31	
	金额	比例 (%)						
流动负债	23,881.61	93.15%	25,614.75	90.83	20,463.65	78.79	19,803.92	80.38
非流动负债	1,756.60	6.85%	2,586.34	9.17	5,510.16	21.21	4,832.52	19.62
负债合计	25,638.21	100.00	28,201.09	100.00	25,973.81	100.00	24,636.44	100.00

2014 年末、2015 年末、2016 年末和 2017 年 6 月末，公司总负债分别为 24,636.44 万元、25,973.81 万元、28,201.09 万元和 25,638.21 万元，其中流动负债保持增长趋势，与公司生产规模及销售规模增长趋势一致。2016 年末，非流动负债较 2015 年末下降 2,923.82 万元，主要因为一方面公司于 2016 年归还长期借款和支付融资租赁款约 1,500 万元；另一方面公司一年内到期的长期借款余额 1,300.00 万元由非流动负债转入流动负债。

流动负债主要为银行短期借款以及应付账款等，随着公司生产和经营规模总体呈增长趋势。非流动负债主要包括长期借款、长期应付款及递延收益等，其中长期借款主要为子公司安徽创源于 2013 年底开始建设安徽生产基地而新增的项目贷款，长期应付款主要为与远东国际租赁有限责任公司开展设备融资租赁业务有关的应付租赁款，递延收益主要为与资产有关的政府补助。

1、短期借款

单位：万元

项目	2017.06.30	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
信用借款	3,300.00	1,300.00	4,000.00	5,400.00
抵押借款	4,070.00	6,070.00	6,370.00	1,470.00
质押借款	57.12	71.46	95.67	-
保证借款	700.00	-	-	-
合计	8,127.12	7,441.46	10,465.67	6,870.00

报告期内，公司主要通过银行债务融资补充营运资金。

2015 年末，公司短期借款相比 2014 年末增加 3,595.67 万元，主要原因为子公司安徽创源新建生产基地投入较高导致流动资金紧张，从而增加向银行短期借款所致。

2016 年末，公司短期借款较 2015 年末减少 3,024.21 万元，主要是因为公司当期经营活动产生的净现金流入较为稳定，归还了部分银行借款。

2、以公允价值计量且变动计入当期损益的金融负债

单位：万元

项目	2017.06.30	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
以公允价值计量且变动计入当期损益的金融负债	-	-	117.31	108.67

公司产品以外销为主，外销产品主要以美元报价和结算，人民币兑美元汇率的波动对公司的经营业绩产生较大影响。报告期内，公司为降低汇率波动对公司利润的影响，与中国工商银行宁波市分行开展了远期结售汇业务，公司将该业务

作为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产或者金融负债进行核算。

以公允价值计量且变动计入当期损益的金融负债的变化主要受当年人民币兑美元汇率的波动影响。截至 2017 年 6 月末，公司无尚未交割的远期结售汇合约。

3、应付票据

单位：万元

项目	2017.06.30	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
应付票据	2,732.81	4,948.36	1,106.28	1,949.64

报告期内，公司开具的应付票据均为银行承兑汇票，未发生票据逾期及欠息的情况。

2014 年末、2015 年末、2016 年末和 2017 年 6 月末，公司应付票据分别为 1,949.64 万元、1,106.28 万元、4,948.36 万元和 2,732.81 万元，2016 年末余额大幅上升，一方面因为公司的生产采购规模上升，另一方面今年新增加了两家银行为公司提供票据承兑业务。

截至 2017 年 6 月末，公司应付票据中无应付持有公司 5% 以上（含 5%）表决权股份的股东单位及其他关联方的款项。

4、应付账款

单位：万元

项目	2017.06.30	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
应付账款	8,322.09	6,590.77	5,309.80	7,264.47

2014 年末、2015 年末、2016 年末和 2017 年 6 月末，公司应付账款分别为 7,264.47 万元、5,309.80 万元、6,590.77 万元和 8,322.09 万元，占负债总额的比例为 29.49%、20.44%、23.37% 和 32.46%。

2017 年 6 月末应付账款余额较 2016 年末增加 1,731.32 万元，应付票据金额较 2016 年末减少 2,215.55 万元，应付余额总体略有下降，应付余额变化主要受到付款时点的影响；2016 年末，应付账款余额较 2015 年末增加 1,280.97 万元，

主要原因为公司 2016 年第四季度销售订单额显著增长，2016 年第四季度订单金额为 16,921.15 万元，较 2015 年第四季度订单金额 12,048.47 万元，增加了 4,872.68 万元，原材料采购额相应增长，导致应付账款余额上升；

截至 2017 年 6 月末，公司应付账款中无应付持有公司 5% 以上（含 5%）表决权股份的股东单位的款项。

5、预收款项

单位：万元

项目	2017.06.30	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
预收款项	232.45	82.75	111.35	145.57

2014 年末、2015 年末、2016 年末和 2017 年 6 月末，公司预收款项分别为 145.57 万元、111.35 万元、82.75 万元和 232.45 万元，总体余额较低，主要是因为公司一般仅针对新增客户及规模较小的客户收取一定比例的预收款项，而公司主要客户均为合作多年的国外知名、规模较大的品牌商及零售商，一般不要求预付款。

6、应付职工薪酬

单位：万元

项目	2017.06.30	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
工资、奖金、津贴和补贴	1,656.98	3,044.41	1,989.58	1,685.51
社会保险费及住房公积金	76.27	69.50	49.06	49.69
工会经费和职工教育经费	57.18	81.96	52.71	55.59
合计	1,790.43	3,195.87	2,091.35	1,790.79

2014 年末、2015 年末、2016 年末和 2017 年 6 月末，公司应付职工薪酬分别为 1,790.79 万元、2,091.35 万元、3,195.87 万元和 1,790.43 万元。应付职工薪酬逐年上升，与生产销售规模增长趋势一致。

7、应交税费

单位：万元

项目	2017.06.30	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
企业所得税	462.93	318.26	78.13	137.04
增值税	122.27	406.74	34.46	54.30
城市维护建设税	18.98	94.85	22.43	9.39
其他	43.01	145.21	44.98	28.99
合计	647.19	965.06	180.00	229.72

2014 年末、2015 年末、2016 年末和 2017 年 6 月末，公司应交税费分别为 229.72 万元、180.00 万元、965.06 万元和 647.19 万元，主要为应缴企业所得税和增值税。

8、一年内到期的非流动负债

单位：万元

项目	2017.06.30	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
一年内到期的长期借款	1,400.00	1,300.00	-	-
一年内到期的融资租赁款	508.50	865.81	964.09	1,172.90
合计	1,908.50	2,165.81	964.09	1,172.90

2014 年末、2015 年末、2016 年末和 2017 年 6 月末，公司一年内到期的非流动负债分别为 1,172.90 万元、964.09 万元、2,165.81 万元和 1,908.50 万元，主要为一年内应付的固定资产融资租赁款和长期借款。

9、长期借款

单位：万元

项目	2017.06.30	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
抵押借款	2,600.00	3,200.00	4,000.00	2,000.00
减：一年内到期的长期借款	1,400.00	1,300.00	-	-
合计	1,200.00	1,900.00	4,000.00	2,000.00

本公司之子公司安徽创源因新建生产基地于 2014 年 12 月 1 日和 2015 年 1 月 13 日分两笔从建设银行取得项目贷款 2,000.00 万元和 2,000.00 万元，合计

4,000.00 万元，该借款由安徽创源以新建项目所在地的土地使用权和在建工程提供抵押担保，同时公司及实际控制人任召国提供连带责任保证担保。

截至 2017 年 6 月末，上述抵押借款公司已偿还了 1,400.00 万元，此外 1,400.00 万元借款转入一年内到期的长期借款。

10、长期应付款

报告期各期末，长期应付款明细如下：

单位：万元

项目	2017.06.30	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
融资租赁款	-	94.75	848.56	1,657.78

2016 年末及 2017 年 6 月末，应付融资租赁款明细：

单位：万元

项目	初始金额	2016.12.31	2017.06.30	注
合同号 IFELC13D041683-L-01	363.21	47.84	13.13	①
合同号 IFELC15D040669-L-01	1,051.77	472.51	292.23	②
合同号 IFELC15D041078-L-01	1,350.09	496.54	228.01	③
减：未确认融资费用	-	56.34	24.87	
小计	2,765.07	960.55	508.50	
减：一年内到期长期应付款	-	865.81	508.50	
合计	2,765.07	94.75	-	

①合同编号 IFELC13D041683-L-01：本公司之子公司安徽创源于 2013 年 6 月 1 日与远东国际租赁有限公司签订合同编号为 IFELC13D041683-L-01 的融资租赁合同，租赁物主要为平压平自动清废模切机等三台机器，租赁期限从 2013 年 11 月至 2017 年 11 月，设备租金总额 363.20 万元。

②合同编号 IFELC15D040669-L-01：宁波创源文化发展股份有限公司于 2015 年 4 月 21 日与远东国际租赁有限公司签订合同编号为 IFELC15D040669-L-01 的融资租赁合同，租赁物为海德堡速霸五色平张纸胶印机带上光系统机器，租赁期限从 2015 年 6 月至 2018 年 4 月，设备租金总额 1,051.77 万元。

③合同编号 IFELC15D041078-L-01：本公司之子公司安徽创源于 2015 年 5 月 27 日与远东国际租赁有限公司签订合同编号为 IFELC15D041078-L-01 的售后回租赁合同，租赁物为海德堡速霸对开六色平张纸胶印机等三台机器，租赁期限从 2015 年 6 月至 2017 年 11 月，设备租金总额 1,350.09 万元。

11、递延收益

报告期各期末，递延收益明细如下：

单位：万元

项目	2017.06.30	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
售后租回	-	-	-	444.81
政府补助	556.60	591.60	661.60	729.93
合计	556.60	591.60	661.60	1,174.74

报告期内，递延收益主要为售后租回形成的递延收益以及与资产相关的政府补助。

（三）所有者权益变动情况

截至 2017 年 6 月末，公司总股本为 6,000 万股，每股面值 1.00 元。报告期内，公司所有者权益变动情况如下表：

单位：万元

项目	2017.06.30	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
股本	6,000.00	6,000.00	6,000.00	6,000.00
资本公积	3,271.69	3,271.69	3,271.69	3,271.69
盈余公积	1,469.05	1,245.80	577.98	216.45
未分配利润	7,472.94	8,285.56	3,195.60	1,425.25
其他综合收益	32.58	42.82	12.05	-1.21
归属于母公司股东权益合计	18,246.25	18,845.86	13,057.32	10,912.17
少数股东权益	99.62	117.84	215.99	14.06
股东权益合计	18,345.88	18,963.70	13,273.31	10,926.23

1、股本/实收资本

2014年12月16日，创源有限整体变更为股份有限公司，以截至2014年9月30日经审计的净资产9,272.06万元折合为公司股本6,000.00万元，每股面值1元，未折股部分计入资本公积。

2、资本公积

2014年末，资本公积增加693.97万元主要系公司整体改制为股份有限公司时净资产超过股本6,000万元部分计入资本公积。

3、盈余公积

2014年末，盈余公积减少744.67万元主要系公司整体股份改制将改制基准日盈余公积余额全部转至资本公积所致。2016年度提取法定盈余公积667.82万元。

4、其他综合收益

其他综合收益主要系公司合并子公司美国创源和美国合力商贸财务报表时外币报表折算差额。美国创源于2014年9月设立，美国合力商贸于2015年7月纳入合并范围。

5、未分配利润

报告期内，公司未分配利润变化情况如下：

单位：万元

项目	2017年1-6月	2016年度	2015年度	2014年度
期初未分配利润	8,285.56	3,195.60	1,425.25	2,059.33
加：当期归属于母公司股东的净利润	2,410.63	7,557.78	3,631.88	2,784.89
减：提取法定盈余公积	223.25	667.82	361.53	216.45
其他	-	-	-	1,702.53
对股东的分配	3,000.00	1,800.00	1,500.00	1,500.00
年末未分配利润	7,472.94	8,285.56	3,195.60	1,425.25

2014 年度，未分配利润其他减少 1,702.53 万元，主要系公司整体改制为股份有限公司时将改制基准日未分配利润余额全部转至资本公积所致。

（四）资产周转能力分析

报告期内，公司应收账款周转率、存货周转率情况如下：

财务指标	2017 年 1-6 月	2016 年度	2015 年度	2014 年度
应收账款周转率（次/年）	2.96	6.66	6.78	6.96
存货周转率（次/年）	3.00	7.59	6.41	6.13

1、应收账款周转率分析

2014 年度、2015 年度、2016 年度和 2017 年 1-6 月，公司应收账款周转率分别为 6.96 次/年、6.78 次/年、6.66 次/年和 2.96 次/半年，基本保持稳定；

2、存货周转率分析

2014 年度、2015 年度、2016 年度和 2017 年 1-6 月，公司存货周转率分别为 6.13 次/年、6.41 次/年、7.59 次/年和 3.00 次/半年，整体而言，公司存货周转率保持在较高的水平。

3、与同行业上市公司比较

项目		2017 年 1-6 月	2016 年度	2015 年度	2014 年度
应收账款周转率（次/年）	广博股份	1.38	5.26	6.19	6.63
	姚记扑克	2.39	9.77	18.68	60.57
	齐心集团	3.64	9.67	4.97	4.67
	晨光文具	6.88	35.38	49.09	55.83
	平均水平	3.57	15.02	19.73	31.93
	创源文化	2.96	6.66	6.78	6.96
存货周转率（次/年）	广博股份	1.81	6.04	5.62	4.06
	姚记扑克	0.47	2.43	2.64	2.03
	齐心集团	4.66	10.69	6.37	6.51

	晨光文具	1.50	4.96	4.57	4.77
	平均水平	2.11	6.03	4.80	4.34
	创源文化	3.00	7.59	6.41	6.13

报告期内，公司应收账款周转率较为稳定，2016 年末，公司应收账款余额大幅增加，导致公司 2016 年度应收账款周转率略有下降，总体仍保持在合理水平。公司应收账款周转速度低于同行业可比上市公司平均水平，主要因为公司的客户主要为海外客户，给予主要客户的信用期一般在 30-90 天左右，账期相对较长。

报告期内，公司存货周转率显著高于可比同行业上市公司平均水平，主要因为公司客户主要为国外知名企业，公司按照“以销定产”模式进行生产，存货水平相对较低，故存货周转率水平较高。

（五）偿债能力分析

报告期内，公司主要偿债能力指标如下：

财务指标	2017.06.30	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
流动比率（倍）	1.02	1.09	1.00	1.00
速动比率（倍）	0.69	0.83	0.76	0.68
息税折旧摊销前利润（万元）	4,151.84	11,446.74	6,912.34	5,296.97
利息保障倍数（倍）	14.25	15.61	7.19	6.63
资产负债率（%、母公司）	50.74	51.98	55.73	66.21
资产负债率（%、合并）	58.29	59.79	66.18	69.28

报告期内，公司与可比上市公司偿债能力指标的比较情况如下：

项目		2017.06.30	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
流动比率（倍）	广博股份	1.01	0.85	1.66	1.62
	姚记扑克	1.90	2.00	1.71	1.56
	齐心集团	1.52	0.96	1.16	1.47
	晨光文具	3.13	2.75	3.06	1.89

项目		2017.06.30	2016.12.31	2015.12.31	2014.12.31
	平均水平	1.89	1.64	1.90	1.64
	创源文化	1.02	1.09	1.00	1.00
速动比率(倍)	广博股份	0.77	0.63	1.22	1.18
	姚记扑克	1.25	1.45	1.24	1.01
	齐心集团	1.37	0.87	0.94	1.24
	晨光文具	2.31	1.91	2.05	0.66
	平均水平	1.43	1.22	1.36	1.02
	创源文化	0.69	0.83	0.76	0.68
资产负债率(%、合并)	广博股份	36.30	34.69	24.27	35.96
	姚记扑克	24.24	22.70	26.80	33.46
	齐心集团	45.20	67.05	53.12	41.17
	晨光文具	23.71	26.56	23.08	27.12
	平均水平	32.36	37.75	31.82	34.43
	创源文化	58.29	59.79	66.18	69.28

由上表可知，公司流动比率和速动比率显著低于可比同行业上市公司平均水平，资产负债率明显高于可比同行业上市公司平均水平，主要是因为可比同行业上市公司通过资本市场股权融资提升了长短期偿债能力，而创源文化作为非上市公司，在公司快速发展阶段，流动资金及资本性支出需求较高，且公司为保证一定的股东回报，保持了较高比例的现金分红，报告期内，公司充分利用财务杠杆，主要通过自身积累及银行借款和设备融资租赁等方式筹集所需资金所致。

报告期内，公司与银行保持良好的长期合作关系，未发生过逾期还款的情况，未来公司成功上市之后，募集资金一方面可以满足生产经营扩张所需，另一方面可以有效改善公司资产负债结构，降低公司财务风险，有利于公司长期稳健持续的发展。

十四、现金流量分析

报告期内，公司现金流量简况如下：

单位：万元

项目	2017年1-6月	2016年度	2015年度	2014年度
经营活动现金流入小计	39,111.11	70,105.26	59,571.55	60,118.11
经营活动现金流出小计	34,913.23	61,239.04	53,681.49	55,516.69
经营活动产生的现金流量净额	4,197.88	8,866.22	5,890.06	4,601.42
投资活动现金流入小计	1.20	1,322.64	911.00	653.74
投资活动现金流出小计	1,261.49	3,967.99	6,017.48	4,808.26
投资活动产生的现金流量净额	-1,260.29	-2,645.35	-5,106.48	-4,154.52
筹资活动现金流入小计	4,375.69	7,605.07	14,641.44	13,173.33
筹资活动现金流出小计	7,787.33	14,655.64	11,276.84	14,706.93
筹资活动产生的现金流量净额	-3,411.64	-7,050.57	3,364.60	-1,533.60
现金及现金等价物净增加额	-591.96	-712.90	4,575.70	-996.45
期初现金及现金等价物余额	5,433.69	6,146.59	1,570.89	2,567.34
期末现金及现金等价物余额	4,841.73	5,433.69	6,146.59	1,570.89

（一）经营活动产生的现金流量

报告期各期，公司经营活动产生的现金流量净额均为正数，具体情况如下：

单位：万元

项目	2017年1-6月	2016年度	2015年度	2014年度
销售商品、提供劳务收到的现金	34,911.21	61,029.16	52,872.79	47,765.33
销售收现比率（销售商品收到的现金/ 营业收入）	1.08	0.93	1.03	0.97
收到的税费返还	2,018.85	5,321.71	3,963.37	3,089.61
收到的其他与经营活动有关的现金	2,181.05	3,754.39	2,735.38	9,263.16
经营活动现金流入小计	39,111.11	70,105.26	59,571.55	60,118.11
购买商品、接受劳务支付的现金	21,386.66	37,161.72	34,397.59	34,493.48
购货付现比率（购买商品支付的现金/ 营业成本）	0.99	0.85	0.94	0.93
支付给职工以及为职工支付的现金	7,141.99	12,201.75	9,767.78	8,540.06
支付的各项税费	2,367.68	3,486.69	2,181.53	1,351.51

项目	2017年1-6月	2016年度	2015年度	2014年度
支付的其他与经营活动有关的现金	4,016.89	8,388.88	7,334.59	11,131.64
经营活动现金流出小计	34,913.23	61,239.04	53,681.49	55,516.69
经营活动产生的现金流量净额	4,197.88	8,866.22	5,890.05	4,601.42

1、经营活动现金流入分析

2014年度、2015年度、2016年度和2017年1-6月，公司经营活动现金流入分别为60,118.11万元、59,571.55万元、70,105.26万元和39,111.11万元，其中销售商品、提供劳务收到的现金分别为47,765.33万元、52,872.79万元、61,029.16万元和34,911.21万元，与销售收入增长趋势保持一致。

2014年度、2015年度、2016年度和2017年1-6月，销售收现比率分别为0.97、1.03、0.93和1.08，始终维持在较高水平，主要因为公司客户主要为合作多年的国外知名企业，信誉较高，销售回款良好，公司的经营性现金流入稳定，为公司业务的快速发展提供了资金支持。

2、经营活动现金流出分析

2014年度、2015年度、2016年度和2017年1-6月，公司经营活动现金流出分别为55,516.69万元、53,681.49万元、61,239.04万元和34,913.23万元，总体增长趋势与公司经营规模增长相匹配，其中购买商品、接受劳务支付的现金分别为34,493.48万元、34,397.59万元、37,161.72万元和21,386.66万元，购货付现比率为0.93、0.94、0.85和0.99，基本保持稳定。

（二）投资活动产生的现金流量

报告期内，公司投资活动现金流量情况如下表所示：

单位：万元

项目	2017年1-6月	2016年度	2015年度	2014年度
收回投资所收到的现金	-	-	902.28	-
取得投资收益收到的现金	-	15.99	6.07	-
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	1.20	6.64	2.46	53.74

项目	2017年1-6月	2016年度	2015年度	2014年度
收到其他与投资活动有关的现金	-	1,300.00	0.18	600.00
投资活动现金流入小计	1.20	1,322.64	911.00	653.74
购建固定资产、无形资产和其他长期资产所支付的现金	1,261.49	2,527.99	5,234.91	4,659.45
投资支付的现金	-	140.00	750.00	100.00
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	-	32.57	-
支付其他与投资活动有关的现金	-	1,300.00	-	48.80
投资活动现金流出小计	1,261.49	3,967.99	6,017.48	4,808.26
投资活动产生的现金流量净额	-1,260.29	-2,645.35	-5,106.48	-4,154.52

报告期内，公司投资活动现金流量净额均为负，主要是因为随着公司生产及销售规模逐年增长，公司于2013年底开始新建安徽生产基地，安徽生产基地已于2015年一季度完工并投入使用，同时购置了相关机器设备支出较高所致。2016年度收到其他与投资活动有关的现金及支付其他与投资活动有关的现金1,300万元，为购买银行理财产品产生的收支。2016年度投资支付的现金140万元为公司投资上海灵匙电子科技有限公司2%股权产生的投资支出，截至2017年6月30日，工商管理部门的登记备案尚未完成，投资款暂计入其他应收款核算。

（三）筹资活动产生的现金流量

报告期内，公司筹资活动现金流量情况如下表所示：

单位：万元

项目	2017年1-6月	2016年度	2015年度	2014年度
吸收投资收到的现金	-	-	100.00	15.00
取得借款收到的现金	4,375.69	7,605.07	13,671.44	12,028.33
收到其他与筹资活动有关的现金	-	-	870.00	1,130.00
筹资活动现金流入小计	4,375.69	7,605.07	14,641.44	13,173.33
偿还债务支付的现金	4,289.27	11,434.73	8,035.97	11,532.43
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	3,019.48	2,261.18	2,180.44	2,017.84

项目	2017年1-6月	2016年度	2015年度	2014年度
支付其他与筹资活动有关的现金	478.58	959.73	1,060.44	1,156.66
筹资活动现金流出小计	7,787.33	14,655.64	11,276.84	14,706.93
筹资活动产生的现金流量净额	-3,411.64	-7,050.57	3,364.60	-1,533.60

2014年度、2015年度、2016年度和2017年1-6月，公司筹资活动产生的现金流量净额分别为-1,533.60万元、3,364.60万元、-7,050.57万元和-3,411.64万元，总体有所波动。

2014年度，公司筹资活动产生的现金流量净额为-1,533.60万元，主要是因为以下因素的净影响：（1）子公司安徽创源因新建安徽生产基地所需，公司银行借款及融资租赁款净增加495.50万元；（2）分配股利及支付利息合计2,017.84万元。

2015年度，公司筹资活动产生的现金流量净额为3,364.60万元，主要是因为以下因素的净影响：（1）子公司安徽创源因新建安徽生产基地所需，公司银行借款及融资租赁款净增加5,635.48万元；（2）分配股利及支付利息合计2,180.44万元。

2016年度，公司筹资活动产生的现金流量净额为-7,050.57万元，主要是因为：（1）银行借款及融资租赁款净流出额3,829.66万元；（2）分配股利及支付利息共计2,261.18万元。

2017年1-6月，公司筹资活动产生的现金流量净额为-3,411.64万元，主要是因为：（1）银行借款及融资租赁款净流出额392.16万元；（2）分配股利及支付利息共计3,019.48万元。

十五、资本性支出分析

（一）报告期公司重大资本性支出情况

单位：万元

项目	2017年1-6月	2016年度	2015年度	2014年度
----	-----------	--------	--------	--------

购建固定资产等支付的现金	1,261.49	2,527.99	5,234.91	4,659.45
--------------	----------	----------	----------	----------

报告期内，公司因生产及销售规模逐年较快增长需新增产能，从而购建了较多的固定资产设备。2014 年度和 2015 年度资本性支出较高，主要是因为子公司安徽创源于 2013 年底开始建设新生产基地，该项目总投资约 1.1 亿元，已于 2015 年 2 月建成并投入使用。

（二）未来可预见的重大资本性支出计划

截至本招股说明书签署日，公司除募集资金投资项目外，无其他重大资本性支出计划。本次首次公开发行股票募集资金投资项目的情况详见本招股说明书“第十节 募集资金运用”。

十六、股利分配政策和实际股利分配情况

（一）公司现行股利分配政策

根据《公司章程》规定，公司交纳所得税后的利润，按下列顺序分配：

- （1）弥补以前年度的亏损；
- （2）提取法定公积金 10%；
- （3）提取任意公积金；
- （4）支付股东股利。

公司法定公积金累计额达到公司注册资本的 50% 以上时，可以不再提取。提取法定公积金后，是否提取任意公积金由股东大会决定。公司不在弥补公司亏损和提取法定公积金之前向股东分配利润。

（二）公司股利分配情况

报告期期初至本招股说明书签署日止，公司股利分配情况如下：

2014 年 2 月 28 日，经公司 2014 年第一次临时股东会决议通过，公司以截至 2013 年 12 月 31 日的未分配利润，向全体股东共计分配现金股利 1,500.00 万

元。

2015年2月2日，经公司2015年第二次临时股东大会决议通过，公司以截至2014年12月31日的未分配利润，向全体股东按每10股派送2.5元（含税）现金股利，共计分配现金股利1,500.00万元。

2016年3月16日，经公司2015年度股东大会决议通过，公司以截至2015年12月31日的未分配利润，向全体股东按每10股派送3元（含税）现金股利，共计分配现金股利1,800.00万元。

2017年2月25日，经公司2016年度股东大会决议通过，公司以截至2016年12月31日的未分配利润，向全体股东按每10股派送5元（含税）现金股利，共计分配现金股利3,000.00万元。

（三）本次股票发行后的股利分配政策

公司于2015年10月16日召开的2015年第四次临时股东大会决议，审议通过《关于公司上市后适用的<宁波创源文化发展股份有限公司章程（草案）>的议案》。根据《公司章程（草案）》，公司的利润分配政策如下：

1、利润分配政策制定和调整的决策程序和机制

公司利润分配政策制定和调整由公司董事会向公司股东大会提出，董事会提出的利润分配政策需经董事会过半数以上表决通过，独立董事应当对利润分配政策的制定或调整发表独立意见。

公司监事会应当对董事会制定和调整的利润分配政策进行审议，并且经半数以上监事表决通过，若公司有外部监事（不在公司担任职务的监事）则应经外部监事同意。

公司利润分配政策制定和调整需提交公司股东大会审议，应当由出席股东大会的股东（包括股东代理人）所持表决权的2/3以上通过。公司应安排通过证券交易所交易系统、互联网投票系统等网络投票方式为社会公众股东参加股东大会提供便利。

2、利润分配政策

（1）制定及调整利润分配政策的基本原则

公司实行同股同利的股利政策，股东依照其所持有的股份份额获得股利和其他形式的利益分配。

公司的利润分配政策应保持连续性和稳定性，重视对投资者的合理投资回报，兼顾全体股东的整体利益及公司的可持续发展。

公司根据经营情况、发展阶段以及是否有重大资金支出安排等因素，或者外部经营环境发生重大变化，确需调整利润分配政策的，应以股东权益保护为出发点，调整后的利润分配政策不得违反中国证监会和深圳证券交易所的有关规定。

（2）利润分配的实施及信息披露

公司董事会按照既定利润分配政策制定利润分配预案并提交股东大会决议通过，公司董事会须在股东大会审议通过后两个月内完成股利（或股份）的派发事项；董事会在利润分配预案中应当对留存的未分配利润使用计划进行说明，独立董事发表独立意见。

公司应在年度报告中披露利润分配预案和现金利润分配政策执行情况。若董事会未提出现金利润分配预案的，董事会应在年度报告中说明未提出现金利润分配的原因、未用于现金利润分配的资金留存公司的用途和使用计划，经独立董事发表独立意见后提交股东大会审议，并在公司指定媒体上予以披露。

（3）利润分配的形式

公司采用现金、股票或者现金与股票相结合的方式分配利润。

在符合利润分配的条件下，原则上每年度进行利润分配；在有条件的情况下，公司可以进行中期利润分配。

公司具备现金分红条件的，优先采用现金方式进行利润分配。采用股票股利进行利润分配的，应当具有公司成长性、每股净资产的摊薄等真实合理因素。

（4）利润分配、现金分红、发放股票股利的条件

公司以年度或半年度盈利为前提，依法弥补以前年度亏损、提取法定公积金、任意公积金后，公司可进行利润分配。

在符合利润分配的条件、现金流充裕且无重大资金支出的情况下，公司应当采取现金方式分配利润。重大资金支出是指公司未来十二个月内对外投资、收购资产或购买设备累计支出达到或超过公司最近一期经审计总资产 30% 的事项。

在业绩保持增长的前提下，若公司累计未分配利润达到或超过股本的 30% 时，公司可实施股票股利分配。股票股利分配可以单独实施，也可以结合现金分红同时实施。

（5）现金分红政策

公司在符合现金分红的条件下，每年以现金形式分配的利润不少于当年实现的可供分配利润的 10%。同时，公司董事会将综合考虑所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，区分下列情形，并按照相关程序，提出差异化的现金分红政策：

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

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

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

股东违规占用公司资金的，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。

（四）发行人未来分红回报规划

公司 2015 年 10 月 16 日召开的 2015 年第四次临时股东大会决议，审议通过了《宁波创源文化发展股份有限公司未来分红回报规划》（以下简称“股东分红回报规划”）。本次发行后，发行人股东未来分红回报规划如下：

1、股东分红回报规划制定考虑因素：公司将着眼于企业长远和可持续发展，在统筹企业经营发展实际、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、本次发行融资、银行信贷及债权融资环境等因素的基础上，建立对投资者持续、稳定、科学的回报规划与机制，从而对股利分配做出制度性安排，以保证股利分配政策的连续性和稳定性。

2、股东分红回报规划制定原则：公司的利润分配充分重视投资者的合理投资回报并兼顾公司的可持续发展。公司实行积极、持续、稳定的利润分配政策。在满足公司正常生产经营所需资金的前提下，坚持现金分红为主的基本原则，可以采取现金、股票、现金股票相结合及其他合法的方式分配股利。公司在董事会、股东大会对利润分配政策的决策和论证过程中应当充分考虑独立董事、监事和公众投资者的意见。公司利润分配不得超过累计可分配利润的范围。

3、股东回报规划制定周期：公司至少每三年重新审阅一次《股东分红回报规划》，对公司即时生效的股利分配政策作出适当且必要的修改，确定该时段的股东回报计划，并由公司董事会结合具体经营数据，充分考虑公司目前盈利规模、现金流量状况、发展所处阶段及当期资金需求，制定年度或中期分红方案。

4、公司上市后具体的分红回报规划：采用股票股利进行利润分配的，应当具有公司成长性、每股净资产的摊薄等真实合理因素；公司董事会应当综合考虑所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，区分下列情形，并按照本章程规定的程序，提出差异化的现金分红政策：

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

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

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

公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，按照前项规定处理。

本公司在上市后 3 年内，利润分配可采取现金、股票、现金与股票相结合或者法律、法规允许的其他方式。公司在选择利润分配方式时，相对于股票股利等分配方式优先采用现金分红的利润分配方式。根据公司现金流状况、业务成长性、每股净资产规模等真实合理因素，公司可以采用发放股票股利方式进行利润分配。公司具备现金分红条件的，公司应当采取现金方式分配股利，以现金方式分配的利润不少于当年实现的可分配利润的 10%，具体每个年度的分红比例由董事会根据公司年度盈利状况和未来资金使用计划提出预案。

（五）发行完成前滚存利润的分配安排

根据发行人 2015 年 10 月 16 日召开的 2015 年第四次临时股东大会决议，本次公开发行前滚存的未分配利润在公司股票公开发行后由公司发行后新老股东按持股比例共享。

十七、本次发行对即期回报的影响及发行人拟采取措施

（一）本次上市对公司每股收益等主要财务指标的影响

1、本次上市对公司每股收益等主要财务指标影响的假设前提

（1）假设本次上市于 2017 年 10 月底实施完成，该完成时间仅为估计，最终时间以经中国证监会或交易所核准后实际发行完成时间为准；

（2）假设宏观经济环境、公司经营环境没有发生重大变化；

（3）假设本次发行股份数量 2,000 万股，募集资金总额预计 37,242 万元，不考虑发行费用等的影响；

（4）假设不考虑其他经营或非经营因素对公司资产状况和盈利能力的影响；

（5）根据亚太（集团）会计师事务所（特殊普通合伙）出具的亚会 A 审字（2017）0004 号审计报告，2016 年归属于公司普通股股东的净利润为 75,577,804.67 元，扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润为

69,037,221.85 元。此次分析假设 2017 年归属于公司普通股股东的净利润及非经常性损益较 2016 年分别按照 0.00%、10.00%、-10.00% 的增幅进行测算。

上述假设仅为测算本次上市对公司每股收益等主要财务指标的影响之用，并不构成公司的盈利预测，投资者不应据此进行投资决策，投资者据此进行投资造成损失的，公司不承担赔偿责任。

2、本次上市对公司每股收益等主要财务指标的影响分析

基于上述假设情况，公司测算了本次上市对公司每股收益等主要财务指标的影响，具体分析如下：

(1) 假设情形一：2017 年归属于母公司普通股股东的扣除非经常性损益后的净利润与 2016 年保持一致

项 目	2016 年度	2017 年度	
		本次上市前	本次上市后
总股本（万股）	6,000.00	6,000.00	8,000.00
归属于公司普通股股东的净利润（万元）	7,557.78	7,557.78	7,557.78
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润（万元）	6,903.72	6,903.72	6,903.72
基本每股收益（元/股）	1.26	1.26	1.19
扣除非经常性损益后的每股收益（元/股）	1.15	1.15	1.09
稀释基本每股收益（元/股）	1.26	1.26	1.19
扣除非经常性损益后的稀释每股收益（元/股）	1.15	1.15	1.09
加权平均净资产收益率（%）	48.80	37.55	28.70
扣除非经常性损益后的加权平均净资产收益率（%）	44.58	34.30	26.22

(2) 假设情形二：2017 年归属于母公司普通股股东的扣除非经常性损益后的净利润较 2016 年同比增长 10.00%

项 目	2016 年	2017 年	
		本次上市前	本次上市后
总股本（万股）	6,000.00	6,000.00	8,000.00

项 目	2016 年	2017 年	
		本次上市前	本次上市后
归属于公司普通股股东的净利润(万元)	7,557.78	8,313.56	8,313.56
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润(万元)	6,903.72	7,594.09	7,594.09
基本每股收益(元/股)	1.26	1.39	1.31
扣除非经常性损益后的每股收益(元/股)	1.15	1.27	1.20
稀释基本每股收益(元/股)	1.26	1.39	1.31
扣除非经常性损益后的稀释每股收益(元/股)	1.15	1.27	1.20
加权平均净资产收益率(%)	48.80	40.55	31.13
扣除非经常性损益后的加权平均净资产收益率(%)	44.58	37.04	28.43

(3) 假设情形三：2017年归属于母公司普通股股东的扣除非经常性损益后的净利润较2016年同比下降10.00%

项 目	2016 年	2017 年	
		本次上市前	本次上市后
总股本(万股)	6,000.00	6,000.00	8,000.00
归属于公司普通股股东的净利润(万元)	7,557.78	6,802.00	6,802.00
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润(万元)	6,903.72	6,213.35	6,213.35
基本每股收益(元/股)	1.26	1.13	1.07
扣除非经常性损益后的每股收益(元/股)	1.15	1.04	0.98
稀释基本每股收益(元/股)	1.26	1.13	1.07
扣除非经常性损益后的稀释每股收益(元/股)	1.15	1.04	0.98
加权平均净资产收益率(%)	48.80	34.45	26.21
扣除非经常性损益后的加权平均净资产收益率(%)	44.58	31.46	23.94

注：基本每股收益、稀释基本每股收益、加权平均净资产收益率系按照《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)

规定计算。

综上所述，本次上市完成后，预计短期内公司基本每股收益和加权平均净资产收益率将出现一定程度的摊薄。

(二)本次上市的必要性和合理性、本次募集资金投资项目与公司现有业务的关系及公司从事募投项目在人员、技术、市场等方面的储备情况

1、本次上市的必要性和合理性

(1) 公司提高核心竞争力和持续发展的需要

公司本次发行股票所募集的资金将投资于绿色文化创意产品扩建项目、研发设计中心建设项目与补充营运资金。上述项目均紧密围绕公司主营业务展开，将有效提升公司生产能力和研发设计能力，为公司快速成长和发展提供资金保证，提高市场占有率，增强公司的核心竞争力，实现公司的可持续发展。

(2) 公司进一步快速发展的需要

近几年公司业务扩张较快，运营所需资金增长较快，目前仅依靠自身积累已经难以满足公司进一步发展的需要。为了进一步提升公司生产能力和研发设计能力，加强研发投入，扩大公司品牌影响力并实现业务快速稳定增长，公司迫切需要通过资本市场实现直接融资，开辟新的融资渠道，为实现公司中长期的战略规划提供稳定的资金支持。

本次上市募集资金到位后，公司的净资产和每股净资产将有较大增长，公司的资产负债率进一步下降，净资产规模的扩大将增强公司的风险抵御能力和债务融资能力，明显改善公司的财务状况。随着募集资金投资项目的实施与业务的拓展，公司净资产收益率将稳步上升，主营业务将保持良性发展趋势。

(3) 公司进一步规范运作、完善治理结构的需要

公司本次公开发行股票并上市，不仅有利于提高公司知名度和市场影响力，同时将有助于进一步完善和健全公司法人治理结构。本次发行后，公司总股本将

会增加，控股股东所占股权比例将会下降，使本公司由非公众公司变为公众公司，有利于促进公司法人治理结构的进一步完善，实现公司经营管理机制的优化。

公司本次发行上市后，将严格按照上市公司的信息披露要求公开披露信息，有利于增强公司决策的科学性和透明度，并能使投资者更方便的了解公司经营情况和投资价值，为实现公司可持续发展奠定更坚实的基础。

2、本次募集资金投资项目与公司现有业务的关系

本次募集资金的投资项目紧密围绕公司主营业务开展，着眼于提高公司时尚文教、休闲文化用品生产能力，提升研发设计能力，增强公司核心竞争力，进一步提升公司在我国纸质时尚文教、休闲文化用品出口市场的占有率，因此不会导致公司主营业务发生变化。拟投资项目的建设将扩大产能、增强自主创新能力，进一步提高公司的盈利能力和整体竞争力。

3、公司从事募投项目在人员、技术、市场等方面的储备情况

截至 2017 年 6 月 30 日，公司共拥有 330 名研发技术人员，占公司总人数的 21.02%，其中核心技术人员 6 名，为任召国、王桂强、柴孝海、华树千、王奇永和 Lisa Beth Galvin。公司核心技术人员均拥有较为丰富的行业从业经验，多年来一直从事与纸质时尚文教、休闲文化用品相关的工作，始终专注于该领域，通过实践积累了丰富的行业知识和管理经验。公司主要核心技术人员稳定，整体素质不断增强。此外，公司拥有成熟的人才引进和培养机制，为公司的长期发展构筑了丰富的人才储备。

公司注重技术研发和创新，目前已拥有 197 项专利技术和 4,000 多项作品著作权，系中国文教体育用品协会常务理事单位，获得了“国家文化出口重点企业”、“浙江省工程技术中心”、“浙江名牌产品”、“浙江省信用示范管理企业”、“宁波市文化产业最佳成就奖”等多项荣誉。同时，公司正在从事基于互联网的承载感觉共鸣的文化产品开发关键技术研究、基于再生概念的可擦拭涂写的特种印刷贺卡工艺的关键技术研究、多功能组合办公文具中合成纸的关键技术与开发等项目的研发，计划开展企业内部创意设计平台、幼儿情景教育课程、卡片自动化包装生产线与剪贴册生产线等项目的研发。此外，公司还与浙江大学宁波

理工学院开展研发合作，分析研究当前纸制品现在以及未来发展趋势，明确公司发展方向，并邀请浙江大学宁波理工学院的教授深入企业，与公司技术研发人员共同探讨技术难题。

公司主营产品为纸质时尚文教、休闲文化用品，按照用途产品种类大致可分为手工益智类产品、时尚文具类产品和社交情感类产品。随着近年来欧美、亚洲、拉美等地的纸质时尚文教、休闲文化用品消费需求的稳定增长及全球早教行业的蓬勃发展，公司未来市场潜力较大。公司采用对国际客户直接销售的模式，以销定产，保证产销平衡，充分利用公司过往业务合作中在产品开发水平、产品质量、供货速度等方面的优秀表现，继续深化与现有优质客户的合作和战略依存关系，扩大订单量。另一方面，公司积极拓展和挖掘新的潜在客户群体。通过近两年的不断拓展，公司零售商客户开发初具成效，2014年至2016年发行人ODM产品收入年均复合增长率达43.62%。此外，公司从香港等地引进经验丰富的营销人员，通过系统的样品陈列设计吸引新客户。

（三）公司应对本次上市摊薄即期回报采取的措施

公司首次公开发行股票完成后，公司股本和净资产都将大幅增加，但鉴于募集资金投资项目有一定的实施周期，并且项目预期产生的效益存在一定的不确定性，因此公司每股收益、净资产收益率等指标短期内可能出现一定程度的下降。公司拟采取以下方式提高未来回报能力：

1、公司现有业务板块运营状况、发展态势、面临的主要风险及改进措施

公司是一家集设计、生产、销售为一体的纸质时尚文教、休闲文化用品供应商，通过整合创意素材来承载手工精神、彰显个人情怀和传递情感寄托。公司2005年实施“大客户+核心产品”策略，2010年开始由OEM向ODM转型，2014年成立美国创源进一步提升设计营销能力，增强为客户提供个性化解决方案的服务能力。公司成功开发了一批国际知名客户，并建立起长期稳定的合作关系，产品销往美国、日本、欧洲及澳洲等20多个国家和地区，成为国内知名的纸质时尚文教、休闲文化用品供应商。

公司坚持差异化发展战略，经过多年成长，逐步形成手工益智类、时尚文具类和社交情感类三大品类一千多个品种的产品供应能力。公司三大类产品对应的纸质手工艺品、纸质办公文具和贺卡行业整体市场容量庞大，近年来稳中有升。面对较大而稳定的市场容量，发行人目前市场份额仅占很小一部分，未来的成长空间十分广阔。

同时，公司在发展过程中面临的风险主要包括研发设计创新不能持续满足市场需求的风险、短期内对海外市场依存度较高的风险、汇率波动风险、税收政策变动的风险、偿债能力风险和成长性风险等风险。面对上述风险，公司拟采取以下改进措施：

（1）不断加强产品结构调整和新产品的开发力度，并设立了美国创源加强研发；

（2）凭借公司在全球范围内积累的众多优质客户资源，保持国外市场业务持续稳定增长，积极拓展国内业务；

（3）注重监控外币资产与外币负债规模，通过缩短报价周期来及时调整产品价格，并择机选择远期外汇合约等措施以规避汇率波动的风险；

（4）持续关注国家的相关政策，通过不断提高研发设计能力、持续推出符合市场潮流的新产品、加强优质客户开发来提升产品竞争力和附加值，降低相关政策变动对公司经营成果的影响；

（5）积极开拓多种融资渠道，同时提升自身盈利能力，从而优化资产负债结构，降低偿债风险；

（6）加大研发投入，增强自主创新能力，不断丰富产品序列以满足客户的多样化需求，进一步强化竞争优势，提高市场份额。

2、提升公司经营业绩的具体措施

（1）巩固现有市场占有率，提高对现有客户的销售额

通过对锁定品类的行业深入发掘，公司发展行业内全球知名的时尚文教、休闲文化用品品牌商成为公司客户，并建立长期稳定的业务关系，同时与对应

的零售商保持良好的业务往来。公司将继续与现有客户加强合作，共同研发适应市场需求的新产品，以巩固并提高对现有客户的销售额。

(2) 加大新产品开发和市场营销力度，努力开拓新市场

公司坚持差异化发展战略，坚持将创意作品与设计元素应用于不同的领域、载体，不断开发新产品并积极推广。公司坚持大客户战略，在保持美国市场业务稳定发展的基础上，稳步发展欧洲、澳大利亚等发达国家市场业务，保持业务的持续稳定增长。同时公司积极探索开拓国内业务，使国内市场成为公司未来重要的业务增长点。

(3) 全面提升公司管理水平，做好成本控制，完善员工激励机制

公司将充分发挥董事会决策中心作用，加强对公司各项事务的决策、管理和监督，确保公司经营战略与发展计划等目标的实现。同时公司将加强预算管理，严格执行采购审批制度，加强对董事、高级管理人员职务消费的约束。此外，公司通过建立有市场竞争力的薪酬体系，引进市场优秀人才，激发员工积极性，挖掘员工创造力和潜在动力。

通过以上措施，公司将全面提升运行效率，降低成本，从而提高公司经营业绩。

3、加快募投项目实施进度，加强募集资金管理

本次募投项目均围绕公司主营业务展开，其实施有利于提升公司竞争力和盈利能力。本次发行募集资金到位后，公司将加快推进募投项目实施，使募投项目早日实现预期收益。同时，公司将根据《公司章程（草案）》、《募集资金管理制度》及其他相关法律法规的要求，加强募集资金管理，规范使用募集资金，以保证募集资金按照既定用途实现预期收益。

4、不断完善利润分配制度，强化投资者回报机制

公司已根据中国证监会的相关规定，制定了《宁波创源文化发展股份有限公司股东未来分红回报规划》，并通过了《宁波创源文化发展股份有限公司章程（草案）》，明确了分红比例、依据、条件、实施程序、调整事项等利润分配政策条款。

公司已经建立了较为完善的利润分配制度，公司将严格执行相关规定，切实维护投资者合法权益，强化中小投资者权益保障机制，结合公司经营情况与发展规划，在符合条件的情况下积极推动对广大股东的利润分配以及现金分红，努力提升股东回报水平。未来公司将进一步完善利润分配制度，强化投资者回报机制。

公司承诺：若公司未履行填补被摊薄即期回报措施，将在公司股东大会上公开说明未履行填补被摊薄即期回报措施的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉；如果未履行相关承诺事项，致使投资者在证券交易中遭受损失的，公司将依法赔偿。

第十节 募集资金运用

一、募集资金运用的基本情况

(一) 本次发行募集资金运用方案

根据公司 2015 年 9 月 29 日召开的第一届董事会第七次会议决议和 2015 年 10 月 16 日召开的 2015 年第四次临时股东大会决议公司本次拟向社会公开发行人民币普通股不超过 2,000 万股，实际募集资金扣除由公司承担的发行费用后的净额将全部用于公司主营业务相关的募集资金投资项目及主营业务发展所需的营运资金。募集资金总额将根据发行时的市场状况和询价情况予以确定。募集资金投资项目的投资计划为：

序号	募集资金投资项目	投资总额	拟投入募集资金	建设期	项目备案情况	环境评估情况
1	绿色文化创意产品扩建项目	30,008 万元	30,008.00 万元	24 个月	来发改备案【2015】98 号	来环评函【2015】48 号
2	研发设计中心建设项目	3,121 万元	3,121.00 万元	12 个月	宁开发改备【2015】10 号/宁开发改备【2017】2 号	仑环建【2015】190 号
3	补充营运资金	4,113 万元	3,323.45 万元	-	-	-
合计		37,242 万元	36,452.45 万元	-	-	-

如本次募集资金不能满足拟投资项目的资金需求，不足部分拟以银行贷款等方式自筹解决。本次发行募集资金将按上述项目轻重缓急进行投入，在不改变本次募投项目的前提下，公司董事会可根据项目的实际需求，对上述项目的募集资金投入顺序和金额进行适当调整。本次发行募集资金到位之前，公司可以根据项目进度的实际情况以自筹资金先行投入，并在募集资金到位之后予以置换。

(二) 募集资金投资项目投资进度安排

序号	项目名称	募集资金投资进度安排（万元）		
		第一年	第二年	合计
1	绿色文化创意产品扩建项目	11,318.55	18,689.45	30,008
2	研发设计中心建设项目	3,121	-	3,121

3	补充营运资金	4,113	-	4,113
合计		18,552.55	18,689.45	37,242

注：（1）第一年指募集资金到位日后的 12 个月，以此类推。

（2）上述募集资金运用计划仅是对拟投资项目的大体安排，其实际投入时间将根据募集资金实际到位时间和项目进展情况作适当调整。

（三）募集资金专户存储制度

公司 2015 年 6 月 30 日第一届董事会第六次会议审议通过了《关于<募集资金管理制度>的议案》，并于 2015 年 7 月 16 日经公司 2015 年第三次临时股东大会审议通过，《募集资金管理制度》对公司募集资金的使用原则、专项账户的设立、使用方向及变更、使用监管等做了详尽规定。依照该制度，公司募集资金实施专户存储制度，募集资金放于公司董事会决定的专项账户集中管理。公司将在募集资金到位后 1 个月内与保荐机构、存放募集资金的商业银行签订三方监管协议。

（四）募集资金投资项目与主营业务的关系

本次募集资金的投资项目紧密围绕公司主营业务开展，着眼于提高公司时尚文教、休闲文化用品生产能力，提升研发设计能力，增强公司核心竞争力，进一步提升公司在我国纸质时尚文教、休闲文化用品出口市场的占有率，因此不会导致公司主营业务发生变化。拟投资项目的建设将扩大产能、增强自主创新能力，进一步提高公司的盈利能力和整体竞争力。

（五）董事会对募集资金投资项目的可行性分析意见

公司于 2015 年 9 月 29 日召开的第一届董事会第七次会议，审议通过了《关于公司首次公开发行股票募集资金投资项目的议案》，董事会对募集资金投资项目的可行性进行了充分的研究，认为本次募集资金投资项目可行。

公司成立以来保持较高的增长速度，为扭转产能不足对公司业务开拓带来的不利影响，公司的生产制造基地逐步向安徽创源转移，募集资金投资项目作为公司生产布局战略调整中的重要一环，其内容与当前生产经营规模相适应。安徽创

源绿色文化创意产品项目一期的顺利投产及其配套设施的逐步完善为募集资金投资项目未来的生产运营提供了坚实的物质基础和丰富的经验积累。

2014 年度、2015 年度、2016 年度和 2017 年 1-6 月，公司的营业收入分别为 48,853.49 万元、51,183.83 万元、65,434.83 万元和 32,359.99 万元，实现净利润分别为 2,783.70 万元、3,633.85 万元、7,458.65 万元和 2,392.69 万元，盈利情况良好，且募集资金到位后将进一步增强公司的资本实力，公司财务状况可以有效支持募集资金投资项目的建设和实施。

公司具有突出的研发设计能力和快速响应的柔性生产能力，从而能够全方位满足客户的多样化需求通过并迅速实现产品。公司系中国文教体育用品协会常务理事单位，荣获“国家文化出口重点企业”、“浙江省工程技术中心”、“浙江名牌产品”、“浙江省信用示范管理企业”、“宁波市文化产业最佳成就奖”等多项荣誉，在行业内具有较强的竞争实力。本次募集资金主要用于绿色文化创意产品的扩建和研发项目，公司具备充分的研发设计能力和人员储备进行上述项目的开发。

随着公司资产规模和业务规模的不断加大，公司已逐步建立了一套较为完整的公司治理制度和内部控制措施，并随公司业务的发展不断健全、完善。公司将严格按照上市公司的要求规范运作，进一步完善法人治理结构，充分发挥股东大会、董事会和监事会在重大决策、经营管理和监督方面的作用。

公司董事会经分析后认为，公司本次募集资金数额与投资项目与公司现有生产经营规模、财务状况、技术水平和管理能力等相适应，投资项目具有较好的市场前景和盈利能力，公司能够有效使用募集资金，提供公司经营效益。

二、募集资金投资项目的必要性与可行性分析

（一）募集资金投资项目的必要性

1、募投项目的实施有利于丰富产品品类，推行差异化战略

公司坚持差异化的核心发展战略，其中产品差异化是差异化战略的重要组成部分，在抢占客户市场，提升各细分领域市场占有率中扮演重要角色。目前公司委外生产的比例相对较高，反映出公司仅依靠自身生产线无法完全满足客户的多

样化的产品需求。尽管公司不断提升生产组织的柔性化,但在产能受限的条件下,强调产量的高效率生产和强调种类的多样化生产之间的矛盾日益突出。绿色文化创意产品扩建项目的实施有利于公司扩大产能并丰富生产品类,从而满足客户的一站式采购需求。

2、募投项目的实施有利于增加绿色产品的比例,顺应绿色生产趋势

随着环境保护理念不断深入人心,生产厂家、销售商和消费者对时尚文教、休闲文化用品的绿色化、环保化接受程度越来越高。与塑料、橡胶、金属等材质的时尚文教、休闲文化用品相比,纸质时尚文教、休闲文化用品因其可回收、可利用、加工能耗低和易分解等优良特性,符合天然绿色的环保理念。创源文化顺应行业环保化发展趋势,通过绿色工艺改造和材料回收利用,努力减少污染、加大回收力度,在获得良好经济效益的同时,也给企业带来较好的社会形象。绿色文化创意产品扩建项目的实施有利于增加绿色产品的比例,顺应绿色生产趋势。

3、募投项目的实施有利于增强研发设计能力,提高产品附加值

纸质时尚文教、休闲文化用品行业竞争要素包括设计、价格、品牌、渠道等。其中设计可以赋予产品更多流行、新颖和时尚元素,贴近最终客户需求。设计含量的不同会导致产品间的附加值差异较大,最终导致利润空间千差万别。公司作为国内较大的纸质时尚文教、休闲文化用品制造商近年来增长迅速,离不开背后研发技术部门的支持。研发设计中心建设项目的实施有利于公司进一步提升创意设计能力,优化产品结构,以设计为驱动谋求长远发展,从而在激烈的市场竞争中占有一席之地。

4、募投项目的实施有利于推进公司生产布局的战略调整

2011年,中国首个国家级、现代化综合性文具产业制造园区正式落户来安。为响应中国制造业向中西部转移的产业布局调整,并充分利用安徽的劳动力成本优势,安徽创源于2013年在安徽来安建立生产基地,部分建成投入后获得了较好的经济效益。根据公司的系统职能发展计划,安徽工厂未来定位于高效工厂,主要利用地域优势打造成本优势;宁波工厂未来定位为精品工厂,主要针对高端产品研发和试制。绿色文化创意产品扩建项目和研发设计中心建设项目的实施有

利于发行人推进公司生产布局的战略调整，实现安徽生产基地和宁波研发中心、精品工厂的功能定位。

5、募投项目的实施有利于降低财务风险，提升盈利能力

补充营运资金有利于提升公司偿债能力，降低利息支出，对公司控制财务风险，提升盈利能力具有重要作用。

(1) 有利于提高公司偿债能力，控制财务风险

截至 2017 年 6 月 30 日，公司与可比上市公司的资产负债率、流动比率、速动比率比较情况如下：

股票简称	资产负债率 (%)	流动比率 (倍)	速动比率 (倍)
广博股份	36.30	1.01	0.77
姚记扑克	24.24	1.90	1.25
齐心集团	45.20	1.52	1.37
晨光文具	23.71	3.13	2.31
行业平均	32.36	1.89	1.43
创源文化 (合并)	58.29	1.02	0.69

由上表可知，截至 2017 年 6 月 30 日，公司资产负债率为 58.29%，显著高于可比同行业上市公司 32.36% 的平均水平。公司的流动比率和速动比率均显著低于可比同行业上市公司。在公司高速发展时期，流动资金及资本性支出需求大幅增加，鉴于自身积累不能完全解决资金缺口，因此公司主要通过银行借款和融资租赁等方式筹集所需资金。由此带来的债务压力给公司日常资金周转带来了较大压力。营运资金的补充有利于降低公司的资产负债水平，在一定程度上缓解公司的资金压力，降低公司整体财务风险。

(2) 有利于降低利息支出，提升盈利能力

由于日常经营需要，报告期内公司债务融资模较大，虽然债务融资在公司日常资金周转、资本性支出方面能够提供必要的支持和保障，但大量债务融资也会导致公司财务负担加重。2017 年 1-6 月，公司共发生利息支出 291.31 万元，利息支出占公司利润总额的比重为 9.95%。公司营运资金的补充能在一定程度上减少公司整体利息费用支出，并提升盈利水平。

（二）募集资金投资项目的可行性

1、产品差异化带来的广阔市场空间

公司坚持差异化发展战略，经过多年成长，逐步形成手工益智类、时尚文具类和社交情感类三大品类一千多个品种的产品供应能力。

公司报告期内产品外销率超过 96%，其中来自北美的销售收入占比超过 80%。如下表所示，公司三大类产品对应的纸质手工艺品、纸质办公文具和贺卡行业整体市场容量庞大，近年来稳中有升。

项 目	手工益智类	时尚文具类	社交情感类
公司产品相关领域	纸质工艺品	纸质办公文具	贺卡
相关领域市场容量	-	2013 年 435 亿美元	2013 年 214.9 亿美元
相关领域美国市场容量	2015 年 45.7 亿美元	2014 年 84 亿美元	2013 年 74.04 亿美元
相关领域未来发展趋势	复苏企稳	稳中有升	稳中有降

面对巨大而稳定的市场容量，发行人目前市场份额仅占很小一部分，未来的成长空间十分广阔。

2、早教行业的蓬勃发展带来潜在的市场空间

早教行业被称作“永远的朝阳行业”。根据《2011 年全球人口报告》，新兴经济体国家 0-15 岁儿童的人口数量占当地总人口的比重明显高于发达国家。2011 年，全球发展中国家 0-15 岁儿童人口数量为 16.66 亿人，占人口总数的 29%，该比例高于发达国家的 16%，庞大的儿童人口数量是促进早教产品需求的重要动力。全国第六次人口普查数据显示，2010 年我国 0-6 儿童人数约为 1.05 亿人。其中，0-3 岁儿童人数为 6,031.26 万人，4-6 岁儿童人数为 4,475.66 万人；城市儿童人数为 2,290.71 万人，占比约为 21.82%。就早教市场消费主力城市儿童家庭而言，超过 2,000 万人的市场已相当可观，且随着二胎政策的全面放开及第四次婴儿潮的悄然到来，增长趋势愈加明显。

中国产业信息网发布的《2015-2020 年中国幼儿教育行业市场运营态势及投资前景预测报告》显示，2013 年我国幼儿早教消费市场达到 990 亿元，预计 2015 年我国幼儿早教消费市场规模增长至 1,395 亿元左右。

报告期内，公司早教类产品占比较小，且主要来源为委外生产。历经多年的尝试和努力，发行人能够科学精准聚焦新的业务领域。绿色文化创意产品扩建项目的建成投产将极大扩充早教材料包、动漫贴纸等早教类产品的现有产能。公司未来拟通过与情境教育专家合作，针对学前教育（3-6岁）的情境教育课程进行开发，从而为国内早教类产品的市场开拓提供强有力的技术支持。尽管目前公司在国内早教市场仍处于尝试前期阶段，但随着募集资金投资项目的产能释放和情境教育课程开发成果的转化，公司早教类产品未来具备较大的增长潜力。

3、新客户的开拓是未来销量的有力保障

随着 2010 年后国际市场需求回暖，公司将仍采用对国际客户直接销售的模式，以销定产，保证产销平衡，充分利用公司过往业务合作中在产品开发水平、产品质量、供货速度等方面的优秀表现，继续深化与现有优质客户的合作和战略依存关系，扩大订单量。另一方面，公司积极拓展和挖掘新的潜在客户群体。通过近两年的不断拓展，公司零售商客户开发初具成效，2014 年至 2016 年发行人 ODM 产品收入年均复合增长率达 43.75%。此外，发行人从香港等地引进经验丰富的设计人员，通过系统的样品陈列设计吸引新客户。

三、募集资金投资项目的的基本情况

（一）绿色文化创意产品扩建项目

1、项目简介

项目新增建设规模为年产 11,450 万件纸质文化用品（主要包括卡片、相册、盒子、剪贴册、剪贴组件、剪贴套装、早教材料包、动漫贴纸、文具套装、专用本册等）。

项目拟新建 5 幢厂房、1 幢办公楼，总建筑面积 81,305.6m²，并配套建设厂区内道路和绿化等其他辅助设施，购置主要生产设备 579 台（套）。

2、项目投资概算

单位：万元

序号	费用名称	费用合计	占总投资比例
----	------	------	--------

1	工程费用	26,879	89.57%
1.1	主体土建工程	10,839	36.12%
1.2	公用工程	2,085	6.95%
1.3	设备及安装工程	13,955	46.50%
2	工程建设其他费用	1,037	3.46%
2.1	建设管理费	333	1.11%
2.2	可行性研究费	7	0.02%
2.3	勘察设计费	269	0.90%
2.4	环境影响评价费	6	0.02%
2.5	劳动安全卫生评价费	5	0.02%
2.6	场地准备及临时设施费	215	0.72%
2.7	工程保险费	67	0.22%
2.8	生产准备开办费	134	0.45%
3	预备费	837	2.79%
Σ 1-3	建设投资合计	28,753	95.82%
4	铺底流动资金	1,255	4.18%
Σ 1-4	项目总投资	30,008	100.00%

3、项目环保情况

项目运行时,印刷及表面加工环节会产生少量的废料,废液和固体废弃物(以空油墨罐为主)。安徽创源对上述污染物进行分类归集后交由有资质的单位处理,基本不会对项目周边环境产生污染。项目环境影响评估报告已通过来安县环境保护局的审批(环评函【2015】48号)。

4、项目选址

本项目位于安徽省滁州市来安县中央大道16号。场址西面为来友路,南面为中央大道,北面为纬二路。

5、项目效益分析

指标	预计值
年均销售收入(万元) (项目建设开始第五年)	80,000
年均净利润(万元) (项目建设开始第五年)	6,782

静态投资回收期（年）（含建设期）（所得税后）	6.64
动态投资回收期（年）（含建设期）（所得税后）	9.02
项目投资财务内部收益率（年）（IRR）（所得税后）	19.15%

6、项目实施进展

本项目建设期为 24 个月，详见下图。

序号	任务名称	T+12 ^注				T+24			
		Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
1	前期								
2	土建工程								
3	设备安装调试								
4	竣工验收								

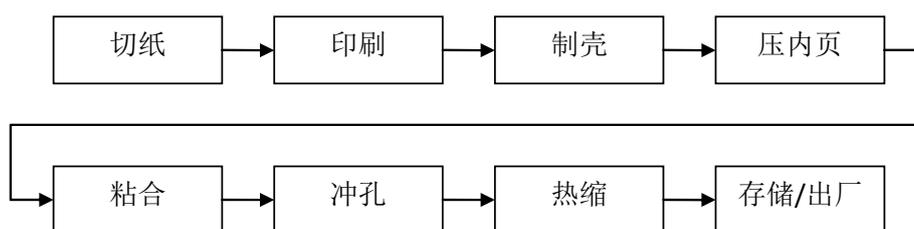
注：T+12 指募集资金到位日后的 12 个月，以此类推。

7、生产工艺和主要设备选择

（1）生产工艺

项目产品种类较多，包括卡片、相册、盒子、剪贴册、剪贴组件、剪贴套装、早教材料包、动漫贴纸、文具套装、专用本册等。根据产品不同，生产流程有所不同。大约包含以下几个环节：1) 工艺准备：原稿设计、图文信息制作、CTP 制件等；2) 零件加工：通过印刷机将印刷版内容转移到承印物并进行表面处理：主要包括覆膜、过 UV、过油、烫金、击凸等；3) 部件制作：对经过表面处理的零件进行模切，再与特定纸质板材或匹配的粘合剂组合成形；4) 部件组装：将产品各部件按产成品要求进行组装；5) 成品入库：检验、包装、入库。

以图册类产品为例，主要工艺流程图如下：



(2) 主要设备选择

为保证产品质量，大型印刷设备拟选用国外设备，主要来自德国、加拿大；其他设备拟选用国内设备，主要来自天津、上海、浙江、深圳等地。项目拟购置主要生产设备 579 台（套），包括印刷机、CTP 制版机、上光机、分切机、模切机等，预计总价款为 13,785.1 万元。

8、主要原辅材料和能源供应情况

根据项目建设规模和方案，确定项目所需新增主要原辅材料包括纸张、纸板、塑料成品、金属配件、大豆油墨、水性胶水及其他辅材（布料、化液、显影液等）。

项目原辅材料采用通过国家环境标志认证的纸张、油墨和润版液等，挑选在生产经营活动中实施环境保护措施的材料供应商。在采购过程中，不但要供应商提供材料的绿色认证，使用前还必须经过测试。项目新增原辅材料供应情况表如下：

序号	名称	消耗定额 (千克/万件)	年用量(吨)	来源	运输方式
1	纸张	3,200	36,640	国内	公路运输
2	纸板	2,050	23,472.5	国内	公路运输
3	塑料成品	850	9,732.5	国内	公路运输
4	金属配件	600	6,870	国内	公路运输
5	大豆油墨	30	343.5	国内	公路运输
6	水性胶水	16	183.2	国内	公路运输
7	其他辅材	1.5	17.2	国内	公路运输

(二) 研发设计中心建设项目

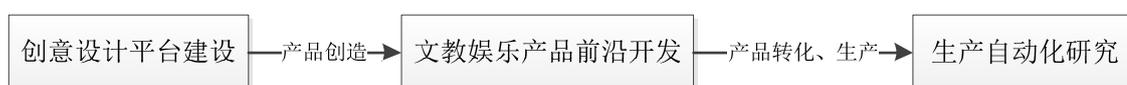
1、项目简介

项目主要内容为文化创意设计、教育类产品打样试制、纸品类产品生产线的研发等。主要生产工艺包括纸品的裁切、印刷、压痕、粘合等，金属件的机械加工、装配、调试等。本项目通过购置新研发装备、招聘相关技术人才，实现强化企业技术支撑水平、加快技术转化、提高企业自主研发能力、提升企业竞争力的目标。项目总投资额 3,121 万元，建设地位于浙江省宁波市北仑庐山西路 45 号创源文化厂区内。

2、研发中心的研发方向

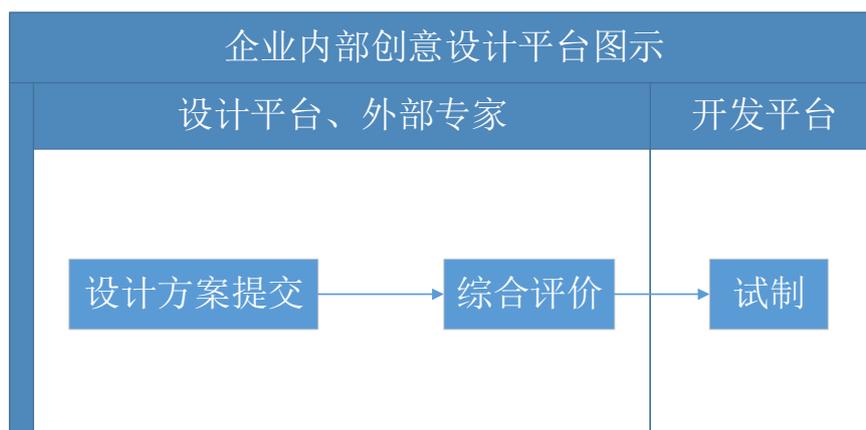
我国文教休闲制品行业未来更加注重产品的创意设计、新品开发、生产快速响应等方面。结合公司未来，本项目的研发方向主要包括：创意设计平台建设、文教休闲产品前沿开发和生产自动化研究，涵盖从源头的产品创造到产品转化再到生产环节整个产业链。

项目研发方向内部联系图示



(1) 创意设计平台建设

创意设计平台建设先期将建立企业内部创意设计平台，鼓励员工将工作中的灵感转化为产品。待平台基本成熟后，公司将向行业内部的企业与设计师开放，最终实现向全社会开放，实现全民创新。企业内部创意设计平台开发期暂定 1 年。



(2) 文教休闲产品前沿开发

文教休闲产品前沿开发立足于当前相关领域的先进理论，以革新当前文教休闲产品为手段，以契合新时代新人类教育目的为出发点，向市场推出具有革新意义的文教休闲产品。在文教休闲产品前沿开发方向，中心拟首先针对“幼儿情景教育课程”进行开发。

公司聘请儿童教育家李吉林老师为首席教育顾问，依托国际儿童创造力研究最新成果，利用公司丰富的手工创意资源，自主研发产品和课程。

公司打造 UGC 儿童创造力微社区，通过产品销售和宣传吸引幼儿家庭加入微社区，开展丰富多彩的互动活动，分享创造力成果、交流教育经验，帮助社会营造创造力氛围，帮助家长提升创造力理念，帮助孩子培养创造力人格。

公司将与绘本创作团队、出版社、动漫影视公司合作开发早教类绘本和动漫，合力打造承载创造力人格的动漫形象，完成从产品提供商向综合服务商的定位转型。

(3) 生产自动化研究

生产自动化研究主要是通过对生产设备的改造和加工，重点发展自动化装配，逐步实现印后工序的最大范围的自动化，针对部分主要制程，建设一条无人化生产线的示范车间。生产自动化研究首先针对“卡片自动化包装生产线及剪贴册生产线项目”进行开发。

该项目预计在 12 个月时间内完成，拟委托中科院自动化研究所制订方案及

开发样机，初期拟投入 100 万人民币。另外，公司拟同步配备开发人员 10 名，预计费用 150 万。

3、项目投资概算

项目总投资为即为建设投资，共计 3,121 万元，可分为工程费用、工程建设其他费用和预备费三部分，分别进行估算。工程费用又分为建筑工程费和设备购置费。详见下表：

单位：万元

序号	费用名称	费用合计	所占比例
1	工程费用	2,379	76.23%
1.1	装修工程	193	6.18%
1.2	设备及安装工程	2,186	70.04%
2	工程建设其他费用	651	20.86%
2.1	建设管理费	21	0.67%
2.2	可行性研究费	5	0.16%
2.3	研究开发费用	625	20.03%
3	预备费	91	2.92%
4	建设投资合计	3,121	100.00%

4、主要设备选择

项目拟购置主要全数码模切压痕设备、数码印刷机、电感耦合等离子体质谱仪等加工检测设备 33 台（套）、办公研发硬件 81 台（套）、软件 120 台（套）。其中部分印刷设备拟选用国外设备，其他设备拟选用国内设备。

5、项目环保情况

项目运行时，制样环节会产生少量废液和废料。公司对上述污染物进行分类归集后交由有资质的单位处理，基本不会对项目周边环境产生污染。

6、项目实施进展

本项目建设期为 12 个月，详见下图：

序号	任务名称	T+12
----	------	------

		Q1	Q2	Q3	Q4
1	装修				
2	设备购买及安装				
3	竣工验收				

注：T+12 指募集资金到位日后的 12 个月，以此类推。

（三）补充营运资金

1、项目的必要性

报告期内，公司主营业务持续增长。2014 年、2015 年和 2016 年、2017 年 1-6 月公司主营业务收入分别为 47,839.34 万元、50,897.99 万元、64,808.09 万元和 32,134.36 万元，年均复合增长率达 16.39%。随着公司绿色文化创意产品扩建项目建成投产，预计公司销售收入仍能保持较高的增长率，对流动资金提出更高的要求。

2、管理运行安排

（1）采用专户管理，并严格按照程序使用营运资金。本公司其他与主营业务相关的营运资金将存放于董事会决定的专户集中管理，其存放、使用、变更、管理与监督将严格执行募集资金管理制度及中国证监会、证券交易所的相关规定，并履行必要的信息披露程序。公司将严格按照中国证监会、深圳证券交易所有关规定及募集资金管理制度对上述流动资金进行管理，根据公司的业务发展需要进行合理运用，对于上述流动资金的使用履行必要的审批程序。

（2）严格将营运资金用于公司主营业务。公司将紧紧围绕主营业务进行资金安排，提前做好资金计划，提高资金使用效率，实现效益最大化。

3、投资概算情况

2012 年至 2014 年发行人营业收入年化平均增长率为 16.50%，假设发行人该历史增长率可持续，同时每年所需流动资金占营业收入的比例为 20%，则未来两年内需要补充流动资金 4,113 万元，具体测试过程如下：

项目	T 年	T+1 年	T+2 年
预计营业收入	57,571	67,069	78,133
所需流动资金	11,514	13,414	15,627
流动资金增量	-	1,900	2,213
未来两年流动资金增量合计	-	-	4,113

注：（1）该测算中 T 年为 2015 年，2015 年预计营业收入=2014 年营业收入*（1+历史增长率）；（2）所需流动资金=预计营业收入*20%；（3）流动资金增量=预测当年所需流动资金-上一年度所需流动资金。

4、对财务状况及经营成果的影响

本项目的实施，将增加发行人的流动资产规模以及所有者权益，提升流动比率指标，并降低资产负债率水平，从而有助于降低发行人的财务风险、提升发行人的偿债能力，对改善发行人的财务状况及经营成果具有积极意义。

5、对提升发行人核心竞争力的作用

本项目的实施，能够增强发行人的资金实力，从而在业务承接、采购款的支付等环节，提升竞争能力以及客户的满意程度，为发行人扩大经营规模、提升服务品质产生积极影响。因此，本项目的实施对提升发行人核心竞争力具有积极作用。

四、募集资金运用对公司财务状况及经营成果的影响

本次募集资金项目的成功实施，将增强公司在纸质时尚文教、休闲文化用品领域的生产能力，提升公司对日益丰富和增长的多样化客户需求的应对能力，巩固公司在纸质时尚文教、休闲文化用品出口企业中的优势地位，提高公司的自主创新能力，同时有利于进一步降低财务风险、改善资产负债结构，对实现公司的发展战略具有积极有利的影响。具体表现为以下几个方面：

（一）对公司盈利能力的影响

本次募集资金投资项目将大幅提高公司的核心竞争力和业务承接能力，推动公司营业收入和利润的大幅增长。同时，本次募集资金投资项目具备较好的盈利

前景,根据募集资金投资项目可行性研究报告,绿色文化创意产品扩建项目将带来 11,450 万件新增产能,项目达产后每年可增加营业收入 80,000 万元,年平均净利润 6,782 万元,此外,本次发行募集资金部分用于补充营运资金,每年将减少公司的利息费用支出约 200 万元,财务费用占利润总额的比重将会下降,公司的盈利能力进一步提高。

(二) 对公司财务状况的影响

本次发行募集资金到位后,公司的资产负债率将得以降低,资产结构将得到改善,资产质量得到提高;同时,公司流动比率和速动比率将得到提高,偿债能力有效提升,有利于降低公司的财务风险。

同时,公司的资本实力将进一步增强,从而在一定程度上降低公司的融资成本和资产负债率,提升抗风险能力;尽管由于募集资金投资项目的实施存在一段时间的建设周期,在项目建设期间,公司净资产收益率、每股收益等可能有所下降,然而当项目正式投入运营后,将产生良好的现金流量和经营利润,从而改善公司的财务结构,防范公司财务风险并提高融资能力。

(三) 对公司经营发展的影响

公司作为纸质时尚文教、休闲文化用品制造行业的专业企业,已在该领域形成了一定的规模效应和设计优势。由于资金的短缺使得公司遇到产能不足等方面的发展瓶颈,若无法满足日益增长的市场需求,公司将难以在激烈的市场竞争中保持持续的竞争优势。本次募投项目建成后,公司的生产规模、市场占有率、研发能力、核心技术水平和财务状况都将得到显著提升,并进一步确立公司市场地位,全面提高公司的市场竞争能力和持续发展能力。

五、募集资金项目所面临的风险

(一) 技术风险

信息技术的进步和互联网的发展改变了人们的社交形态,促进了电子办公用品的发展,从而形成对传统纸质社交文具和办公文具的部分替代。发行人募投项

目中存在部分纸质社交文具和办公文具，因此若人们未来消费习惯和偏好发生变化，将会对募投项目预期收益的实现产生一定影响。

（二）市场拓展风险

发行人未来一段时间内对海外市场尤其是北美地区市场的依存度仍然较高，募投项目大部分产品面向海外出口。虽然发行人在全球范围内积累了较多的优质客户资源，并开始拓展国内市场营销渠道，但如果海外市场发生较大波动，或产品主要进口国政治、经济、贸易政策等发生重大不利变化，则会一定程度加剧市场拓展的风险。

（三）设备采购风险

本次募投项目需要采购一定量的生产设备，其中进口设备金额占比较高。若未来设备价格发生较大波动，或进口国汇率出现较大升值，则会导致实际采购成本与计划采购成本发生较大程度偏离，从而降低募投项目的预期收益。

（四）产能过剩的风险

本次募投项目实施后发行人产能将大幅增长。虽然目前发行人产销情况良好，盈利能力较强，但本次募投项目的实施需要一定周期，本次募投项目实施后，如果相关国家产业政策、市场环境、国际贸易政策等发生不利变化，发行人可能面临新增产能无法消化的风险，并导致发行人无法实现预期效益。

（五）原材料采购风险

募投项目相关产品的原材料主要由双胶纸、灰板、铜版纸、纸箱、白卡等各类纸张、纸板和塑胶类物品构成，其价格波动对公司营业成本的影响较大。报告期内，公司产品的主要原材料平均采购价格较为平稳并呈缓慢下降趋势，铜版纸价格 2016 年下半年以来出现较快回升。如果主要原材料价格大幅波动，会对公司产品成本和利润产生一定影响，从而降低募投项目的预期收益。

（六）汇率变动风险

自 2005 年 7 月 21 日我国实施人民币汇率制度改革以来,人民币兑美元汇率缓慢升值,2015 年 8 月 11 日,中国人民银行对人民币汇率中间价报价机制进行了改革,加大了市场决定汇率的力度,人民币兑美元汇率波动加大。募投项目相关产品销售收入中外销收入一直是公司主要的收入来源并持续增长。由于公司境外销售以美元结算为主,人民币汇率波动对公司经营业绩带来一定程度的不确定风险。

第十一节 其他重要事项

一、重要合同

截至本招股书说明书签署日，公司已经签署的、对公司的生产经营活动、未来发展或财务状况具有重要影响的合同如下：

（一）借款合同

本公司及其下属子公司签订且正在履行的金额 500 万元以上的借款合同如下：

单位：万元

序号	银行名称	合同编号	担保方式	合同金额	合同签订日期	借款期限
1	中国建设银行股份有限公司来安支行	LA20141101	抵押、担保	4,000.00	2015.06.18	2014.12.01-2019.05.10
2	中国工商银行股份有限公司宁波北仑支行	2016 年（北仑）字 00651 号	信用保证	1,300.00	2016.10.10	2016.10.12-2017.10.08
3	中国工商银行股份有限公司宁波北仑支行	2016 年（北仑）字 00855 号	抵押、信用	700.00	2016.11.22	2016.11.22-2017.11.21
4	中国工商银行股份有限公司宁波北仑支行	2017 年（北仑）字 00010 号	信用保证	900.00	2017.01.10	2017.01.10-2018.01.09
5	中国工商银行股份有限公司宁波北仑支行	2017 年（北仑）字 00025 号	信用保证	1,100.00	2017.01.12	2017.01.13-2018.01.11
6	中国工商银行股份有限公司宁波北仑支行	2017 年（北仑）字 00084 号	抵押	900.00	2017.02.09	2017.02.09-2018.02.07
7	中国工商银行股份有限公司宁波北仑支行	2017 年（北仑）字 00089 号	抵押	600.00	2017.02.13	2017.02.13-2018.02.09
8	徽商银行滁州来安支行	流借字第 241042017020 号	信用保证	500.00	2017.03.25	2017.03.30-2018.03.30

9	中国工商银行股份有限公司宁波北仑支行	0390100007-2017年(北仑)字00420号	抵押	900.00	2017.07.04	2017.07.04-2018.07.02
10	中国建设银行股份有限公司来安支行	LA2017003	抵押	600.00	2017.07.12	2017.07.12-2018.07.11
11	中国工商银行股份有限公司宁波北仑支行	0390100007-2017年(北仑)字00457号	抵押	970.00	2017.07.25	2017.07.25-2018.07.23

注：截至 2017 年 6 月 30 日，编号为“LA20141101”的银行贷款已偿还 1,400.00 万元，剩余未偿还的本金为 2,600.00 万元。

（二）商标及形象标识授权许可合同

2016 年 8 月，创源文化与宁波坚韧者联盟电子商务有限公司签订《商标使用许可合同》，约定创源文化将已在国家工商总局商标局注册登记的第 16、40 类商标（注册号：7617736、7617817）许可宁波坚韧者联盟电子商务有限公司使用在其门市和生产的核定商品包装上，授权宁波坚韧者联盟电子商务有限公司为各种销售渠道的唯一的并且排他的授权方，许可范围为中华人民共和国境内，使用期限自 2016 年 6 月 30 日至 2019 年 6 月 30 日止。合同就授权范围、双方权利与义务、合同生效与终止等内容作了具体约定。

（三）融资租赁合同

本公司已经签订并且正在履行的重大融资租赁合同如下：

1、安徽创源于 2013 年 6 月 1 日与远东国际租赁有限公司签订合同编号为 IFELC13D041683-L-01 的融资租赁合同，租赁物主要为平压平自动清废模切机等三台机器，租赁期限从 2013 年 11 月至 2017 年 11 月，设备租金总额 363.2 万元。本合同由成路集团、合力咨询、纸器时代、创源文化提供担保，分别与远东国际租赁有限公司签署保证合同（合同编号：IFELC13D041683-U-01、IFELC13D041683-U-02、IFELC13D041683-U-03、IFELC13D041683-U-04）；由黄伟良、王桂强、江明中向远东国际租赁有限公司出具保证函提供担保。2015 年 5 月 6 日成路集团与远东国际租赁有限公司签署《补充协议》（协议编号：IFELC13D041683-C-02）解除《保证合同》（合同编号：IFELC13D041683-U-01）。

2015年5月6日，黄伟良签署确认函取消对上述融资租赁合同的担保。

2、创源文化于2015年4月21日与远东国际租赁有限公司签订合同编号为IFELC15D040669-L-01的融资租赁合同，租赁物为海德堡速霸五色平张纸胶印机带上光系统机器，租赁期限从2015年6月至2018年4月，设备租金总额1,055.58万元。本合同由纸器时代、安徽创源、北仑合力、合博汇、合富汇提供担保，分别与远东国际租赁有限公司签署保证合同（合同编号：IFELC15D040669-U-01、IFELC15D040669-U-02、IFELC15D040669-U-03、IFELC15D040669-U-04、IFELC15D040669-U-05）；由创源文化以海德堡速霸五色平张纸胶印机带上光系统提供抵押担保并签署抵押合同（合同编号：IFELC15D040669-G-01）。

3、安徽创源于2015年5月27日与远东国际租赁有限公司签订合同编号为IFELC15D041078-L-01的售后回租赁合同，租赁物为海德堡速霸对开六色平张纸胶印机等三台机器，租赁期限从2015年6月至2017年11月，设备租金总额1,350.09万元。本合同项下为担保租赁，担保方式为抵押担保和保证担保，分别由安徽创源以海德堡四色平张纸胶印机等设备提供抵押担保并签署IFELC15D041078-G-01抵押担保合同和创源文化提供保证担保，并与远东国际租赁有限公司签署IFELC15D041078-U-01号保证合同。

（四）远期结售汇合同

公司于2015年1月21日与中国工商银行宁波北仑支行签订《结售汇业务总协议书》，本协议适用双方开展的远期结售汇、人民币外汇掉期、人民币外汇货币掉期及人民币外汇期权等人民币与外汇衍生产品交易业务。

（五）销售订单

本公司与客户已经签订并且正在履行的重大销售订单（订单金额超过300万元人民币）如下：

单位：美元

序号	订单签署方	订单内容	订单金额	订单签署日期
1	Me&My Big Ideas,Inc	销售计划本	716,071.80	2017.05.02
2	Me&My Big Ideas,Inc	销售计划本	606,003.12	2017.06.07

二、对外担保及抵押情况

截至本招股说明书签署之日，本公司及控股子公司尚在履行的对外担保合同及抵押合同如下：

单位：万元

序号	担保人	被担保人	合同编号	主合同债权人	担保方式	担保金额
1	创源文化	安徽创源	LA20141101-2	中国建设银行股份有限公司来安支行	连带责任保证	4,000.00
2	纸器时代	安徽创源	IFELC13D041683-U-03	远东国际租赁有限公司	连带责任保证	363.20
3	创源有限	安徽创源	IFELC13D041683-U-04	远东国际租赁有限公司	连带责任保证	363.20
4	创源文化	安徽创源	IFELC15D041078-U-01	远东国际租赁有限公司	连带责任保证	1350.09
5	创源文化	合力商贸	北仑开发 2015 人保 018	中国银行股份有限公司北仑分行	最高额保证合同	300.00
6	纸器时代	创源文化	03301BY20158051	宁波银行股份有限公司明州支行	最高额保证合同	1,000.00
7	快邦投资	创源有限	2013 年工银甬开发抵字 0028 号 ^{注 1}	中国工商银行股份有限公司宁波北仑支行	房产及土地使用权抵押	555.00
8	快邦投资	创源有限	2013 年工银甬开发抵字 0029 号 ^{注 1}	中国工商银行股份有限公司宁波北仑支行	房产及土地使用权抵押	164.00
9	纸器时代	创源文化	IFELC15D040669-U-01	远东国际租赁有限公司	连带责任保证	1055.58
10	安徽创源	创源文化	IFELC15D040669-U-02	远东国际租赁有限公司	连带责任保证	1055.58
11	-	创源文化	2015 年工银甬仑抵字 0005 号 ^{注 2}	中国工商银行股份有限公司宁波北仑支行	最高额抵押合同	6,475.00
12	-	安徽创源	LA2015002-1 ^{注 3}	中国建设银行股份有限公司来安支行	最高额抵押合同	6,595.00
13	-	创源文化	IFELC15D040669-G-01 ^{注 4}	远东国际租赁有限公司	设备抵押	1,055.58
14	-	安徽创源	IFELC15D041078-G-01 ^{注 4}	远东国际租赁有限公司	设备抵押	1,350.09
15	创源文化	安徽创源	2016 高保字第 24104008 ^{注 5}	徽商银行滁州来安支行	连带责任保证	1,000.00
16	创源文化	纸器时代	03300KB20178062	宁波银行股份有限公司明州支行	连带责任保证	300.00
17	创源文化	安徽创源	2017 高保字第 24104018	徽商银行滁州来安支行	连带责任保证	2,000.00
18	创源文化	安徽创源	LA2017003-1	中国建设银行股份有限公司来安支行	连带责任保证	600.00

注 1：2013 年 6 月 25 日，快邦投资与中国工商银行股份有限公司宁波经济技术开发区支行签订《最高额抵押合同》（编号：2013 年工银甬开发抵字 0028 号和 2013 年工银甬开发抵字 0029 号），约定自 2013 年 6 月 25 日至 2018 年 6 月 25 日期间，在人民币 555 万元和 164 万元的最高额度内，中国工商银行股份有限公司宁波经济技术开发区支行依据与创源

有限签订的本外币借款合同、外汇转贷款合同、银行承兑协议、信用证开证协议/合同、开立担保协议、国际国内贸易融资协议、远期结售汇协议等金融衍生类产品协议以及其他文件而享有的对债务人的债权，快邦投资以鄞房权证下字第 200902802 号、甬鄞国用（2009）第 09-05046 号、甬房权证鄞州区字第 201139242 号、甬鄞国用（2011）第 99-27837 号、甬房权证鄞州区字第 201139244 号、甬鄞国用（2011）第 99-27841 号作为抵押物。

注 2：2015 年 1 月 19 日，创源文化与中国工商银行股份有限公司宁波北仑支行签订《最高额抵押合同》（编号：2015 年工银甬仑抵字 0005 号），约定自 2015 年 1 月 19 日至 2020 年 1 月 19 日期间，在人民币 6,475 万元的最高额度内，中国工商银行股份有限公司宁波北仑支行依据与公司签订的本外币借款合同、外汇转贷款合同、银行承兑协议、信用证开证协议/合同、开立担保协议、国际国内贸易融资协议、远期结售汇协议等金融衍生类产品协议而享有的对公司的债权，公司以房屋所有权（甬房权证仑（开）字第 2015800205 号、甬房权证仑（开）字第 2015800206 号）和土地使用权（仑国用（2015）第 00183 号）作为抵押物。

注 3：2015 年 6 月 16 日，安徽创源与中国建设银行股份有限公司来安支行签订《最高额抵押合同》（编号：LA2015002-1 号），约定自 2015 年 6 月 16 日至 2019 年 5 月 16 日期间，在人民币 6,595 万元的最高额度内，中国建设银行股份有限公司来安支行依据与公司签订的主合同项下的一系列债务提供最高额抵押担保。安徽创源土地厂房所有权（来国用（2015）第 1960 号、来国用（2015）第 1961 号房地权证来字第 2015001823 号、房地权证来字第 2015001824 号、房地权证来字第 2015001825 号、房地权证来字第 2015001826 号）作为抵押物。

注 4：参见本节之“一、重要合同”之“（三）融资租赁合同”。

注 5：2016 年 3 月 16 日，创源文化、江明中分别与徽商银行滁州来安支行签订《最高额保证合同》，为金额 1,000 万元的承兑汇票作担保。

三、重大诉讼、仲裁及其他情况

公司与浙江神州印业有限公司于 2015 年 1 月 29 日签订《采购合同》，合同金额为 695,000.00 元，由于双方对合同标的物的验收测试存在异议，浙江神州印业有限公司作为原告于 2016 年 10 月 11 日向浙江省苍南人民法院提起诉讼（（2016）浙 0327 民初 10391 号），要求法院判定：创源文化立即偿还原告货款 454,428.60 元及利息损失 1,000.00 元；本案诉讼费用由创源文化承担。2016 年 11 月 10 日，浙江省苍南人民法院出具（2016）浙 0327 民初 10391 号民事裁定书，裁定本案移送宁波市北仑区人民法院受理。创源文化作为反诉人于 2017 年

1月9日向宁波市北仑区人民法院提起反诉（（2016）浙0206民初7788号），要求法院判定：浙江神州印业有限公司赔偿损失815,188.00元及利息21,179.25元；浙江神州印业有限公司承担本诉、反诉的全部诉讼费用。

经宁波市北仑区人民法院（2016）浙0206民初7788号《民事判决书》判决，创源文化应向浙江神州印业有限公司支付定作款454,428.60元及自2016年10月11日起至判决确定履行之日止按照中国人民银行同期同档次贷款基准利率计算的利息。截至本招股说明书签署日，创源文化已向浙江神州印业有限公司支付了上述款项。

截至本招股说明书签署日，公司不存在对公司财务状况、经营成果、声誉、业务活动、未来前景等可能产生较大影响的诉讼或仲裁事项。

截至本招股说明书签署日，公司控股股东、实际控制人、子公司及公司董事、监事、高级管理人员和其他核心人员均不存在尚未了结的或可预见的对公司产生影响的重大诉讼、仲裁事项。

截至本招股说明书签署日，公司控股股东、实际控制人最近三年内不存在重大违法行为。

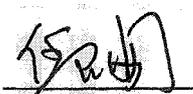
截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员与其他核心人员不存在涉及刑事诉讼的情况。

第十二节 有关声明

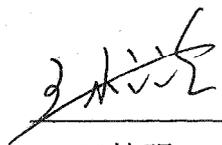
一、全体董事、监事、高级管理人员声明

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

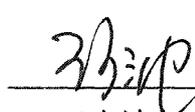
全体董事签名：



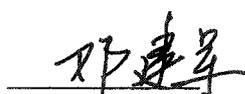
任召国



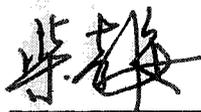
王桂强



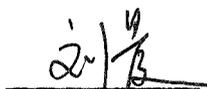
王少波



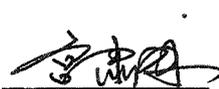
邓建军



柴孝海



刘晨



宫肃康

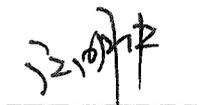


胡力明

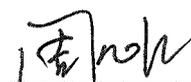


林红

全体监事签名：



江明中



周必红



叶鹏志



乐晓燕

其他高级管理人员签名：



张亚飞



王先羽



二、保荐机构（主承销商）声明

本公司已对本招股说明书进行了核查，确认不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性和及时性承担相应的法律责任。

项目协办人： _____

保荐代表人： 张志强
张志强

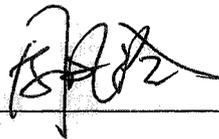
秦国亮
秦国亮

法定代表人： 高涛
高涛

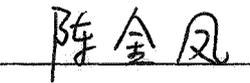
中国中投证券有限责任公司
2017年8月28日

三、发行人律师声明

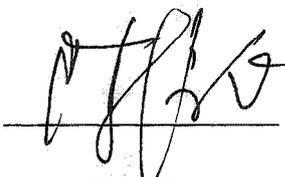
本所及经办律师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本所出具的法律意见书和律师工作报告无矛盾之处。本所及经办律师对发行人在招股说明书中引用的法律意见书和律师工作报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性和及时性承担相应的法律责任。

经办律师： 

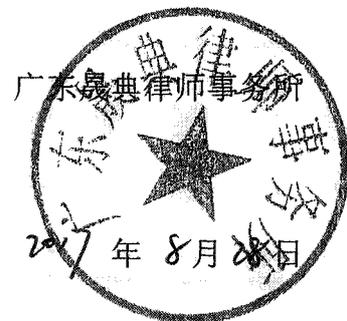
周凤玲



陈金凤

负责人： 

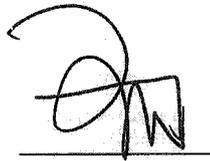
陈治民



四、承担审计业务的会计师事务所声明

本所及签字注册会计师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本所出具的审计报告、内部控制鉴证报告及经本所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中引用的审计报告、内部控制鉴证报告及经本所鉴证的非经常性损益明细表的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性和及时性承担相应的法律责任。

签字注册会计师：



王季民



温安林

审计机构负责人：



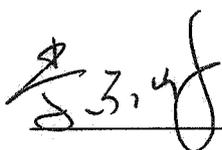
王子龙



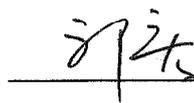
五、承担评估业务的资产评估机构声明

本机构及签字注册资产评估师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本机构出具的资产评估报告无矛盾之处。本机构及签字注册资产评估师对发行人在招股说明书中引用的资产评估报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性和及时性承担相应的法律责任。

签字注册资产评估师：



李东峰

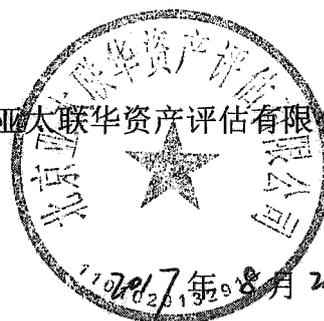


郭宏

资产评估机构负责人：


杨钧

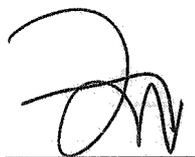
北京亚太联华资产评估有限公司



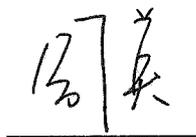
六、承担验资业务的机构声明

本机构及签字注册会计师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本机构出具的验资报告无矛盾之处。本机构及签字注册会计师对发行人在招股说明书中引用的验资报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性和及时性承担相应的法律责任。

签字注册会计师：



王季民



周英

验资机构负责人：



王子龙

亚太（集团）会计师事务所（特殊普通合伙）

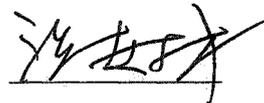


七、承担验资复核业务的机构声明

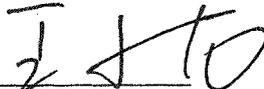
本机构及签字注册会计师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本机构出具的验资复核报告无矛盾之处。本机构及签字注册会计师对发行人在招股说明书中引用的验资复核报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性和及时性承担相应的法律责任。

签字注册会计师： 

王季民



温安林

验资机构负责人： 

王子龙



第十三节 附件

一、备查文件

投资者可以查阅与本次公开发行有关的所有正式法律文件，该等文件也在指定网站上披露，具体如下：

- （一）发行保荐书（附：发行人成长性专项意见）及发行保荐工作报告；
- （二）发行人关于公司设立以来股本演变情况的说明及其董事、监事、高级管理人员的确认意见；
- （三）发行人控股股东、实际控制人对招股说明书的确认意见；
- （四）财务报表及审计报告；
- （五）内部控制鉴证报告；
- （六）经注册会计师核验的非经常性损益明细表；
- （七）法律意见书及律师工作报告；
- （八）公司章程（草案）；
- （九）中国证监会核准本次发行的文件；
- （十）其他与本次发行有关的重要文件。

二、文件查阅时间

每周一至周五上午 9:30-11:30，下午 13:00-15:00

三、文件查阅地址

（一）发行人：宁波创源文化发展股份有限公司

地址：宁波市北仑庐山西路 45 号

电话：0574-86188181

传真：0574-86188189

联系人：邓建军

（二）保荐人（主承销商）：中国中投证券有限责任公司

地址：上海市公平路 18 号 8 号楼 5 层

电话：021-5228 2550

传真：021-5234 0500

联系人：张志强、秦国亮