

奥普家居股份有限公司

AUPU Home Style Corporation Limited

(杭州市经济技术开发区 21 号大街 210 号)

AUPU 奥普®

首次公开发行股票招股说明书



保荐人（主承销商）

CMS  **招商证券**

(深圳市福田区益田路江苏大厦 A 座 38~45 楼)

本次发行概况

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

发行股票类型	人民币普通股（A股）
发行股数	4,001 万股，均为新股发行，占发行后总股本的比例为 10%
发行面值	人民币 1.00 元
每股发行价格	【】元
预计发行日期	【】年【】月【】日
拟上市的证券交易所	上海证券交易所
发行后总股本	40,001 万股（A股）

本次发行前股东所持股份流通限制和自愿锁定的承诺：

1、实际控制人 Fang James、方胜康及其一致行动人吴兴杰、方雯雯承诺：

（1）自奥普家居首次公开发行股票并在上海证券交易所上市之日起三十六个月内，本人不转让或者委托他人管理本人本次发行前直接或间接持有的奥普家居股份，也不由奥普家居回购该等股份。

（2）本人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（如果因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，减持底价作相应调整）。

（3）若公司上市后六个月内股票连续二十个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后六个月期末收盘价低于发行价的（自奥普家居股票上市六个月内，如果因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，则将发行价作除权、除息调整后与收盘价进行比较），则本人持有的奥普家居股票锁定期自动延长六个月。

（4）在上述持股锁定期（包括延长的锁定期）届满后，在本人在奥普家居任职期间，每年转让的股份不超过持有的公司股份总数的百分之二十五；离任后六个月内，不转让本人持有的公司股份，也不由奥普家居回购该等股份。

2、公司控股股东 Tricosco Limited 及股东舟山文泽投资管理合伙企业（有限合伙）承诺：

（1）自奥普家居首次公开发行股票并在上海证券交易所上市之日起三十六个月内，本公司/本合伙企业不转让或者委托他人管理本公司/本合伙企业本次发行前所持有的奥普家居股份，也不由奥普家居回购该等股份。

（2）本公司/本合伙企业所持奥普家居股票在锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于发行价（如果因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，减持底价作相应调整）。

(3) 若奥普家居上市后六个月内股票连续二十个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后六个月期末收盘价低于发行价的（自奥普家居股票上市六个月内，如果因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，则将发行价作除权、除息调整后与收盘价进行比较），则本公司/本合伙企业持有的奥普家居股票锁定期自动延长六个月。

3、公司股东 PMT HOLDINGS LIMITED、ZHEJIANG UNITED INVESTMENT (HK) LIMITED、HEAVEN-SENT CAPITAL APOLLO AP COMPANY LIMITED、香港红星美凯龙全球家居有限公司、SKY OPEN LIMITED、舟山明泽投资合伙企业（有限合伙）、舟山聚泽投资合伙企业（有限合伙）、嘉兴斐昱永淳投资管理合伙企业（有限合伙）、嘉兴斐昱悦柏投资管理合伙企业（有限合伙）、嘉兴斐昱武胜投资管理合伙企业（有限合伙）、宁波海湃股权投资合伙企业（有限合伙）承诺：

自奥普家居首次公开发行股票并在上海证券交易所上市之日起十二个月内，本公司/本合伙企业不转让或委托他人管理本公司/本合伙企业本次发行前所持有的奥普家居股份，也不由奥普家居回购该等股份。

4、作为公司董事、监事和高级管理人员的其他持股人员刘文龙、蔡春兵、黄苏芳、马钰、方国樑、孙德富承诺：

(1) 自奥普家居首次公开发行股票并在上海证券交易所上市之日起十二个月内，本人不转让或者委托他人管理本人持有的本次发行前奥普家居股份，也不由奥普家居回购该等股份。

(2) 本人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（如果因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，减持底价作相应调整）。

(3) 若公司上市后六个月内股票连续二十个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后六个月期末收盘价低于发行价的（自奥普家居股票上市六个月内，如果因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，则将发行价作除权、除息调整后与收盘价进行比较），则本人持有的奥普家居股票锁定期自动延长六个月。

(4) 在上述持股锁定期（包括延长的锁定期）届满后，在本人在奥普家居任职期间，每年转让的股份不超过持有的公司股份总数的百分之二十五；离任后六个月内，不转让本人持有的公司股份，也不由奥普家居回购该等股份。

保荐人（主承销商）	招商证券股份有限公司
招股说明书签署日期	2018年5月30日

发行人声明

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

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

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

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

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

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

重大事项提示

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

一、股份限制流通及自愿锁定的承诺

1、公司共同实际控制人 Fang James、方胜康及其一致行动人吴兴杰、方雯雯承诺：（1）自公司首次公开发行股票并在上海证券交易所上市之日起三十六个月内，本人不转让或者委托他人管理本人本次发行前直接或间接持有的公司股份，也不由公司回购该等股份；（2）本人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（如果因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，减持底价作相应调整）；（3）若公司上市后六个月内股票连续二十个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后六个月期末收盘价低于发行价的（自公司股票上市六个月内，如果因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，则将发行价作除权、除息调整后与收盘价进行比较），则本人持有的公司股票锁定期自动延长六个月；（4）在上述持股锁定期（包括延长的锁定期）届满后，在本人在奥普家居任职期间，每年转让的股份不超过持有的公司股份总数的百分之二十五；离任后六个月内，不转让本人持有的公司股份，也不由奥普家居回购该等股份；（5）本人将根据《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》（中国证券监督管理委员会公告[2017]9号）、《上海证券交易所上市公司股东及董事、监事、高级管理人员减持股份实施细则》（上证发[2017]24号）等相关法律法规及规范性文件的规定进行减持；若前述法律法规及规范性文件被修订、废止，本人将依据不时修订的相关法律法规及规范性文件以及证券监管机构的有关要求进行减持；（6）本人将忠实履行上述承诺，并承担相应的法律责任，若不履行本承诺所赋予的义务和责任，承诺人将承担公司、公司其他股东或利益相关方因此所受到的任何损失，违规减持公司股票的收益将归公司所有。若本人离职或职务变更的，不影响本承诺的效力，本人仍将继续履行上述承诺。

2、公司控股股东 Tricosco Limited 及股东舟山文泽投资管理合伙企业（有限

合伙)承诺:(1)自奥普家居首次公开发行股票并在上海证券交易所上市之日起三十六个月内,本公司/本合伙企业不转让或者委托他人管理本公司/本合伙企业本次发行前所持有的奥普家居股份,也不由奥普家居回购该等股份;(2)本公司/本合伙企业所持奥普家居股票在锁定期满后两年内减持的,减持价格不低于发行价(如果因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的,减持底价作相应调整);(3)若奥普家居上市后六个月内股票连续二十个交易日的收盘价均低于发行价,或者上市后六个月期末收盘价低于发行价的(自奥普家居股票上市六个月内,如果因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的,则将发行价作除权、除息调整后与收盘价进行比较),则本公司/本合伙企业持有的奥普家居股票锁定期自动延长六个月;(4)本公司/本合伙企业将根据《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》(中国证券监督管理委员会公告[2017]9号)、《上海证券交易所上市公司股东及董事、监事、高级管理人员减持股份实施细则》(上证发[2017]24号)等相关法律法规及规范性文件的规定进行减持;若前述法律法规及规范性文件被修订、废止,本公司/本合伙企业将依据不时修订的相关法律法规及规范性文件以及证券监管机构的有关要求进行减持;(5)本公司/本合伙企业将忠实履行上述承诺,并承担相应的法律责任,若未履行本承诺所赋予的义务和责任,本公司/本合伙企业将承担奥普家居、奥普家居其他股东或利益相关方因此所受到的任何损失,违规减持奥普家居股票的收益将归奥普家居所有。

3、公司股东 PMT HOLDINGS LIMITED、ZHEJIANG UNITED INVESTMENT (HK) LIMITED、HEAVEN-SENT CAPITAL APOLLO AP COMPANY LIMITED、香港红星美凯龙全球家居有限公司、SKY OPEN LIMITED、舟山明泽投资合伙企业(有限合伙)、舟山聚泽投资合伙企业(有限合伙)、嘉兴斐昱永淳投资管理合伙企业(有限合伙)、嘉兴斐昱悦柏投资管理合伙企业(有限合伙)、嘉兴斐昱武胜投资管理合伙企业(有限合伙)、宁波海湃股权投资合伙企业(有限合伙)承诺:(1)自公司首次公开发行股票并在上海证券交易所上市之日起十二个月内,不转让或委托他人管理其本次发行前持有的公司股份,也不由公司回购该部分股份;(2)本公司/本合伙企业将根据《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》(中国证券监督管理委员会公告[2017]9号)、

《上海证券交易所上市公司股东及董事、监事、高级管理人员减持股份实施细则》（上证发[2017]24号）等相关法律法规及规范性文件的规定进行减持；若前述法律法规及规范性文件被修订、废止，本公司/本合伙企业将依据不时修订的相关法律法规及规范性文件以及证券监管机构的有关要求进行减持；（3）本公司/本合伙企业将忠实履行上述承诺，并承担相应的法律责任，若未履行本承诺所赋予的义务和责任，本公司/本合伙企业将承担公司、公司其他股东或利益相关方因此所受到的任何损失，违规减持公司股票的收益将归公司所有。

4、作为公司董事、监事和高级管理人员的其他持股人员刘文龙、蔡春兵、黄苏芳、马钰、方国樑、孙德富承诺：（1）自公司首次公开发行股票并在上海证券交易所上市之日起十二个月内，本人不转让或者委托他人管理本人持有的本次发行前公司股份，也不由公司回购该等股份；（2）本人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（如果因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，减持底价作相应调整）；（3）若公司上市后六个月内股票连续二十个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后六个月期末收盘价低于发行价的（自奥普家居股票上市六个月内，如果因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，则将发行价作除权、除息调整后与收盘价进行比较），则本人持有的奥普家居股票锁定期自动延长六个月；（4）在上述持股锁定期（包括延长的锁定期）届满后，本人在奥普家居任职期间，每年转让的股份不超过持有的公司股份总数的百分之二十五；离任后六个月内，不转让本人持有的公司股份，也不由奥普家居回购该等股份；（5）本人将根据《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》（中国证券监督管理委员会公告[2017]9号）、《上海证券交易所上市公司股东及董事、监事、高级管理人员减持股份实施细则》（上证发[2017]24号）等相关法律法规及规范性文件的规定进行减持；若前述法律法规及规范性文件被修订、废止，本人将依据不时修订的相关法律法规及规范性文件以及证券监管机构的有关要求进行减持；（6）本人将忠实履行上述承诺，并承担相应的法律责任，若未履行本承诺所赋予的义务和责任，本人将承担公司、公司其他股东或利益相关方因此所受到的任何损失，违规减持公司股票的收益将归公司所有。若本人离职或职务变更的，不影响本承诺的效力，本人仍将继续履行上述承诺。

二、5%以上股东持股意向及减持意向的承诺

直接持有本公司5%以上股份的股东 Tricosco Limited 就持股意向及减持意向事宜，特此承诺：

（一）减持股份的条件

本公司将按照奥普家居首次公开发行股票并上市招股说明书以及本公司出具的各项承诺载明的限售期限要求，并严格遵守法律法规的相关规定，在限售期限内不减持本次公开发行前直接或间接持有的奥普家居股票。

在上述限售条件解除后，本公司可作出减持股份的决定。本公司将根据《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》（中国证券监督管理委员会公告[2017]9号）、《上海证券交易所上市公司股东及董事、监事、高级管理人员减持股份实施细则》（上证发[2017]24号）等相关法律法规及规范性文件的规定进行减持；若前述法律法规及规范性文件被修订、废止，本公司将依据不时修订的相关法律法规及规范性文件以及证券监管机构的有关要求进行减持。

（二）减持股份的数量及方式

自本公司所持奥普家居股票的锁定期届满之日起二十四个月内，每十二个月内转让的奥普家居股份总额不超过相关法律、法规、规章的规定限制。本公司减持所持有的奥普家居股份的方式应符合相关法律、法规、规章的规定，包括但不限于二级市场竞价交易、大宗交易、协议转让等。

（三）减持股份的价格

本公司减持所持有的奥普家居股份的价格根据当时的二级市场价格确定，并应符合相关法律、法规、规章的规定。本公司在奥普家居首次公开发行股票前所持有的奥普家居股份在锁定期满后两年内减持的，减持价格（如果因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，须按照中国证券监督管理委员会、上海证券交易所的有关规定作相应调整）不低于公司首次公开发行股票时的发行价。

（四）减持股份的期限

本公司在减持所持有的奥普家居股份前，将提前五个交易日向奥普家居提交减持原因、减持数量、未来减持计划、减持对奥普家居治理结构及持续经营影响的说明，并由奥普家居在减持前三个交易日予以公告，自公告之日起六个月内完成，并按照上海证券交易所的规则及时、准确地履行信息披露义务。

如果本公司未履行上述承诺减持奥普家居股票，将该部分出售股票所取得的收益（如有）上缴奥普家居所有，并承担相应法律后果，赔偿因未履行承诺而给公司或投资者带来的损失。

三、上市后三年内稳定公司股价的相关措施

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

（一）启动和停止稳定股价措施的条件

在发行人上市后三年内，如发行人股票连续 20 个交易日收盘价均低于最近一年度经审计的每股净资产（若因除权除息等事项致使上述股票收盘价与公司最近一年度经审计的每股净资产不具可比性的，上述股票收盘价应做相应调整）时，（以下简称“启动条件”），且公司情况同时满足监管机构对于回购、增持等股本变动行为的规定，则公司及本预案载明的相关主体将启动以下部分或全部措施稳定公司股价。

（二）股价稳定措施的方式及顺序

股价稳定措施包括：1、公司回购股票；2、公司控股股东增持公司股票；3、董事（不含独立董事）、高级管理人员增持公司股票等方式。选用前述方式时应考虑：1、不能导致公司不满足法定上市条件；2、不能迫使控股股东履行要约收购义务。

股价稳定措施的实施顺序如下：

1、第一选择为公司回购股票。但如公司回购股票将导致公司不满足法定上

市条件，则第一选择为控股股东增持公司股票；

2、第二选择为控股股东增持公司股票。在下列情形之一出现时将启动第二选择：

(1) 公司无法实施回购股票或回购股票议案未获得公司股东大会批准，且控股股东增持公司股票不会致使公司将不满足法定上市条件或触发控股股东的要约收购义务；或

(2) 公司虽实施股票回购计划但仍未满足连续 3 个交易日的收盘价均已高于公司最近一年度经审计的每股净资产之条件。

3、第三选择为在公司领取薪酬的董事（不含独立董事）、高级管理人员增持公司股票。启动该选择的条件为：在控股股东增持公司股票方案实施完成后，如公司股票仍未满足连续 3 个交易日的收盘价均已高于公司最近一年经审计的每股净资产之条件，并且有义务增持的董事、高级管理人员增持公司股票不会致使公司将不满足法定上市条件或触发董事、高级管理人员的要约收购义务。

单一会计年度，公司需强制启动股价稳定措施的义务限一次。

（三）实施公司回购股票的程序

在达到触发启动股价稳定措施条件的情况下，公司将在 10 日内召开董事会，依法作出实施回购股票的决议、提交股东大会批准并履行相应公告程序。公司将在董事会决议出具之日起 30 日内召开股东大会，审议实施回购股票的议案。公司股东大会对实施回购股票作出决议，必须经出席会议的股东所持表决权的 2/3 以上通过。公司股东大会批准实施回购股票的议案后公司将依法履行相应的公告、备案及通知债权人等义务。在满足法定条件下依照决议通过的实施回购股票的议案中所规定的价格区间、期限实施回购。

公司回购股份的资金为自有资金，回购股份的价格不超过最近一个会计年度经审计的每股净资产，回购股份的方式为集中竞价交易方式、要约方式或证券监督管理部门认可的其他方式。

单一会计年度用以稳定股价的回购资金合计不超过最近一个会计年度经审

计的归属于母公司股东净利润的 50%。超过上述标准的，有关稳定股价措施在当年度不再继续实施。但如下一年度继续出现需启动稳定股价措施的情形时，公司将继续按照上述原则执行稳定股价预案。

除非出现下列情形，公司将在股东大会决议作出之日起 6 个月内回购股票：

1、公司股票连续 3 个交易日的收盘价均已高于公司最近一年经审计的每股净资产；

2、继续回购股票将导致公司不满足法定上市条件。

单次实施回购股票完毕或终止后，本次回购的公司股票应在实施完毕或终止之日起 10 日内注销，并及时办理公司减资程序。

（四）实施控股股东增持公司股票的程序

1、启动程序

（1）公司未实施股票回购计划

在达到触发启动股价稳定措施条件的情况下，并且在公司无法实施回购股票或回购股票议案未获得公司股东大会批准，且控股股东增持公司股票不会致使公司将不满足法定上市条件或触发控股股东的要约收购义务的前提下，公司控股股东将在达到触发启动股价稳定措施条件或公司股东大会作出不实施回购股票计划的决议之日起 30 日内向公司提交增持公司股票的方案并由公司公告。

（2）公司已实施股票回购计划

公司虽实施股票回购计划但仍未满足公司股票连续 3 个交易日的收盘价均已高于公司最近一年经审计的每股净资产之条件，公司控股股东将在公司股票回购计划实施完毕或终止之日起 30 日内向公司提交增持公司股票的方案并由公司公告。

2、控股股东增持公司股票的计划

在履行相应的公告等义务后，控股股东将在满足法定条件下依照方案中所规定的价格区间、期限实施增持。

控股股东增持股票的金额不超过控股股东上年度从公司领取的分红和上年度从公司领取的薪酬（如适用）的合计值，增持股份的价格不超过最近一个会计年度经审计的每股净资产。公司不得为控股股东实施增持公司股票提供资金支持。

除非出现下列情形，控股股东将在增持方案公告之日起 6 个月内实施增持公司股票计划：

- （1）公司股票连续 3 个交易日的收盘价均已高于公司最近一年度经审计的每股净资产；
- （2）继续增持股票将导致公司不满足法定上市条件；
- （3）继续增持股票将导致控股股东需要履行要约收购义务且控股股东未计划实施要约收购。

（五）董事（不含独立董事）、高级管理人员增持公司股票的程序

在控股股东增持公司股票方案实施完成后，仍未满足公司股票连续 3 个交易日的收盘价均已高于公司最近一年经审计的每股净资产之条件并且有义务增持的董事、高级管理人员增持公司股票不会致使公司将不满足法定上市条件或触发董事、高级管理人员的要约收购义务的情况下，有义务增持的董事、高级管理人员将在控股股东增持公司股票方案实施完成后 90 日内增持公司股票，且用于增持股票的资金不超过其上一年度于公司取得薪酬总额，增持股份的价格不超过最近一个会计年度经审计的每股净资产。具体增持股票的数量等事项将提前公告。

董事、高级管理人员增持公司股票在达到以下条件之一的情况下终止：

- 1、公司股票连续 3 个交易日的收盘价均已高于公司最近一年经审计的每股净资产；
- 2、继续增持股票将导致公司不满足法定上市条件；
- 3、继续增持股票将导致需要履行要约收购义务且其未计划实施要约收购。

（六）发行人、控股股东、董事和高级管理人员关于稳定股价的承诺

1、发行人承诺：（1）将严格遵守执行《首次公开发行股票并上市后三年内稳定股价预案》以及法律、法规的规定，履行稳定公司股价的义务。（2）自公司股票挂牌上市之日起三年内，如公司拟新聘董事、高级管理人员的，公司将在聘任同时要求其出具承诺函，承诺履行公司首次公开发行上市时董事、高级管理人员已作出的稳定公司股价的承诺。（3）在《首次公开发行股票并上市后三年内稳定股价的预案》规定的股价稳定措施启动条件满足时，如公司未采取相关稳定股价的具体措施，公司将在股东大会及信息披露指定媒体上公开说明未采取稳定股价措施的具体原因，并向股东和社会公众投资者道歉。

2、控股股东 Tricosco 承诺：（1）将严格遵守执行《首次公开发行股票并上市后三年内稳定股价预案》以及法律、法规的规定，履行稳定公司股价的义务。（2）在发行人上市后三年内，如发行人股票连续 20 个交易日收盘价均低于最近一年度经审计的每股净资产（若因除权除息等事项致使上述股票收盘价与公司最近一年度经审计的每股净资产不具可比性的，上述股票收盘价应做相应调整）时，且在符合上市公司回购股份的相关法律法规的条件下，本企业承诺：①将在发行人股东大会上对稳定股价方案的相关议案投赞成票，及②在启动股价稳定措施的相关前提条件满足时，以增持发行人股份的方式稳定股价。（3）在《首次公开发行股票并上市后三年内稳定股价的预案》规定的股价稳定措施启动条件满足时，如本企业未采取相关稳定股价的具体措施，本企业将在发行人股东大会及信息披露指定媒体上公开说明未采取稳定股价措施的具体原因，并向股东和社会公众投资者道歉。

3、董事（不含独立董事）、高级管理人员承诺：（1）将严格遵守执行《首次公开发行股票并上市后三年内稳定股价预案》以及法律、法规的规定，履行稳定公司股价的义务。（2）在发行人上市后三年内，如发行人股票连续 20 个交易日收盘价均低于最近一年度经审计的每股净资产（若因除权除息等事项致使上述股票收盘价与公司最近一年度经审计的每股净资产不具可比性的，上述股票收盘价应做相应调整）时，且在符合上市公司回购股份的相关法律法规的条件下，届时

本人如继续在发行人处担任职务，本人承诺将在发行人董事会、股东大会上，对发行人稳定股价方案的相关议案投赞成票。(3) 在《首次公开发行股票并上市后三年内稳定股价的预案》规定的股价稳定措施启动条件满足时，如本人未采取相关稳定股价的具体措施，本人将在发行人股东大会及信息披露指定媒体上公开说明未采取稳定股价措施的具体原因，并向股东和社会公众投资者道歉；如本人未能履行上述稳定股价的承诺，则发行人有权自董事会或股东大会审议通过股价稳定方案的决议公告日起 12 个月届满后将本人的现金分红（如有）、薪酬予以扣留，同时本人持有的发行人股份（如有）不得转让，直至履行增持义务。

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

（一）发行人的承诺

本公司首次公开发行股票招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。

如果本次发行的招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，在相关监管机构作出上述认定之日起 30 日内，本公司将依法赔偿投资者损失。

如果本次发行的招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断本公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，在相关监管机构作出上述认定之日起 10 个交易日内，本公司将依法启动回购首次公开发行的全部新股的程序，回购价格根据相关法律法规确定，且不低于首次公开发行股份的“发行价格加上同期银行存款利息”。在此期间，本公司如发生除权除息事项的，上述回购价格及回购股份数量相应进行调整。

如果本公司未能履行上述承诺，将在本公司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，并按证券监督管理部门及司法机关认定的实际损失向投资者依法进行赔偿。若法律、法规、规范性文件及中国证监会或上海证券交易所对本公司因违反上述承诺而应承担的相

关责任及后果有不同规定，本公司自愿无条件地遵从该等规定。

（二）控股股东的承诺

公司控股股东 Tricosco Limited 承诺如下：

奥普家居首次公开发行股票招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。

如果本次发行的招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，在相关监管机构作出上述认定之日起 30 日内，本公司将依法赔偿投资者损失。

如果本次发行的招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断奥普家居是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，在相关监管机构作出上述认定之日起 10 个交易日内，本公司将依法启动回购首次公开发行的原限售股份（如有）的程序，回购价格根据相关法律法规确定，且不低于首次公开发行股份的“发行价格加上同期银行存款利息”。在此期间，本公司如发生除权除息事项的，上述回购价格及回购股份数量相应进行调整。

如果本公司未能履行上述承诺，将在奥普家居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，并按证券监督管理部门及司法机关认定的实际损失向投资者依法进行赔偿。若法律、法规、规范性文件及中国证监会或上海证券交易所对本公司因违反上述承诺而应承担的相关责任及后果有不同规定，本公司自愿无条件地遵从该等规定。

（三）实际控制人的承诺

公司共同实际控制人 Fang James、方胜康承诺如下：

奥普家居首次公开发行股票招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。

如果本次发行的招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，在相关监管机构作出上述认定之日起 30 日内，

本人将依法赔偿投资者损失。

如公司招股说明书被相关监管机构认定存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，本人承诺将督促公司履行股份回购事宜的决策程序，并在公司召开董事会对回购股份做出决议时，本人就该等回购事宜在董事会中投赞成票。

如果本人未能履行上述承诺，将在公司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，并按证券监督管理部门及司法机关认定的实际损失向投资者依法进行赔偿。若法律、法规、规范性文件及中国证监会或上海证券交易所对本人因违反上述承诺而应承担的相关责任及后果有不同规定，本人自愿无条件地遵从该等规定。

（四）公司董事、监事、高级管理人员的承诺

1、公司全体董事承诺如下：

奥普家居首次公开发行股票招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。

如果本次发行的招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，在相关监管机构作出上述认定之日起 30 日内，本人将依法赔偿投资者损失。

如公司招股说明书被相关监管机构认定存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，本人承诺将督促公司履行股份回购事宜的决策程序，并在公司召开董事会对回购股份做出决议时，本人就该等回购事宜在董事会中投赞成票。

如果本人未能履行上述承诺，将在公司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，并按证券监督管理部门及司法机关认定的实际损失向投资者依法进行赔偿。若法律、法规、规范性文件及中国证监会或上海证券交易所对本人因违反上述承诺而应承担的相关责任及后果有不同规定，本人自愿无条件地遵从该等规定。

2、公司全体监事、高级管理人员承诺如下：

奥普家居首次公开发行股票招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。

如果本次发行的招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，在相关监管机构作出上述认定之日起 30 日内，本人将依法赔偿投资者损失。

如果本人未能履行上述承诺，将在公司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，并按证券监督管理部门及司法机关认定的实际损失向投资者依法进行赔偿。若法律、法规、规范性文件及中国证监会或上海证券交易所对本人因违反上述承诺而应承担的相关责任及后果有不同规定，本人自愿无条件地遵从该等规定。

（五）中介机构的承诺

1、保荐机构（主承销商）承诺

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

2、发行人审计机构承诺

发行人审计机构天健所承诺：本所为奥普家居首次公开发行股票并上市制作、出具的文件不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏的情形；若因本所为发行人首次公开发行股票并上市制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，本所将依法赔偿投资者损失。

3、发行人律师承诺

发行人律师方达所承诺：本所为奥普家居首次公开发行股票并上市制作、出具的文件不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏的情形；如因本所为发行人

首次公开发行股票并上市制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，本所将依法赔偿投资者损失。

4、发行人评估机构承诺

发行人评估机构坤元资产评估有限公司承诺：本评估机构为奥普家居首次公开发行股票并上市制作、出具的文件不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏的情形；若因本评估机构为发行人首次公开发行股票并上市制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，本评估机构将依法赔偿投资者损失。

5、发行人验资机构承诺

发行人验资机构天健所承诺：本所为奥普家居首次公开发行股票并上市制作、出具的文件不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏的情形；若因本所为发行人首次公开发行股票并上市制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，本所将依法赔偿投资者损失。

五、关于被摊薄即期回报的填补措施及承诺

（一）公司填补被摊薄即期回报的措施

1、积极稳妥的实施募集资金投资项目

本次发行募集资金到位后，公司将积极稳妥的实施募集资金投资项目，争取募投项目早日达产并实现预期效益。公司将结合本次发行的募集资金投资项目建设，优化、扩充产能，丰富产品结构，加强技术研发能力，进一步提高公司综合竞争力，提升公司的行业市场地位，进一步扩大品牌影响力，提升公司中长期的盈利能力及对投资者的回报能力。

2、加强经营管理和内部控制

公司已根据法律法规和规范性文件的规定建立健全了股东大会、董事会及其各专门委员会、监事会、独立董事、董事会秘书和高级管理层的治理结构，夯实了公司经营管理和内部控制的基础。未来公司将进一步提高经营管理水平，提升

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

3、择机开展优质企业产业并购，快速拓展市场

本次发行上市将有助于公司品牌和资金实力的提升。公司将把握这一机遇，择机开展优质企业产业并购，重点对具有产业互补特征的公司或具有一定市场规模和较强盈利能力的企业实施并购，提升公司核心竞争力和盈利能力。

4、在符合利润分配条件情况下，强化投资者回报机制

为了明确公司本次发行上市后对新老股东权益分红的回报，增加股利分配决策透明度和可操作性，公司制订了《奥普家居股份有限公司首次公开发行股票并上市后未来三年分红回报规划》，对未来分红的具体回报规划、分红的政策和分红计划作出了进一步安排，建立起健全有效的股东回报机制。本次公开发行完成后，公司将按照相关法律法规、《公司章程（草案）》、《奥普家居股份有限公司首次公开发行股票并上市后未来三年分红回报规划》的规定，在符合利润分配条件的情况下，重视和积极推动对股东的利润分配，特别是现金分红，有效维护和增加对股东的回报。

（二）公司控股股东、实际控制人、董事、高级管理人员填补摊薄回报措施能够得到切实履行的承诺

1、公司控股股东及实际控制人承诺如下：

（1）不越权干预公司经营管理活动，不侵占公司利益。

（2）本公司/本人若违反或未履行上述承诺，愿意根据中国证监会和上海证券交易所等相关监管机构的有关规定承担相应的责任。

2、公司董事、高级管理人员承诺如下：

（1）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) 全力支持及配合公司对董事和高级管理人员的职务消费行为进行约束；

(3) 严格遵守相关法律法规、中国证监会和上海证券交易所等监管机构规定和规则、以及公司制度规章关于董事、高级管理人员行为规范的要求，坚决不动用公司资产从事与本人履行职责无关的投资、消费活动；

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

(5) 如公司未来实施股权激励计划，将全力支持公司将该股权激励的行权条件等安排与公司填补回报措施的执行情况相挂钩；

(6) 本人若违反或未履行上述承诺，愿意根据中国证监会和上海证券交易所等相关监管机构的有关规定承担相应的责任。

六、未能履行承诺时的约束补救措施

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

(一) 发行人承诺

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

- 1、在有关监管机关要求的期限内予以纠正；
- 2、给投资者造成直接损失的，依法赔偿损失；
- 3、有违法所得的，按相关法律法规处理；
- 4、如该违反的承诺属于可以继续履行的，将继续履行该承诺；
- 5、其他根据届时规定可以采取的其他措施。

(二) 发行人全体股东承诺

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

- 1、在有关监管机关要求的期限内予以纠正；
- 2、给投资者造成直接损失的，依法赔偿损失；
- 3、有违法所得的，按相关法律法规处理；
- 4、如该违反的承诺属于可以继续履行的，将继续履行该承诺；

5、在公司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公司股东和社会公众投资者道歉，并在违反承诺发生之日起5个工作日内，停止在公司处领取股东分红，同时本企业直接或间接持有的公司股份将不得转让，直至按承诺采取相应的措施并实施完毕时为止。若因违反上述承诺而被司法机关和/或行政机关作出相应裁判、决定，本企业将严格依法执行该等裁判、决定；

- 6、其他根据届时规定可以采取的其他措施。

（三）发行人董事、监事、高级管理人员承诺

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

- 1、在有关监管机关要求的期限内予以纠正；
- 2、给投资者造成直接损失的，依法赔偿损失；
- 3、有违法所得的，按相关法律法规处理；
- 4、如该违反的承诺属于可以继续履行的，将继续履行该承诺；

5、在公司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公司股东和社会公众投资者道歉，并在违反承诺发生之日起5个工作日内，停止在公司处领取薪酬、津贴，同时本人直接或间接持有的公司股份将不得转让，直至按承诺采取相应的措施并实施完毕时为止。若因违反上述承诺而被司法机关和/或行政机关作出相应裁判、决定，本人将严格依法执行该等裁判、决定；

6、其他根据届时规定可以采取的其他措施。

七、有关公司利润分配的安排

（一）发行前滚存利润的分配安排

根据公司第一届董事会第二次会议及 2017 年第二次临时股东大会审议通过的决议，截至本次发行完成前滚存的未分配利润，由发行完成后的新老股东按持股比例享有。

（二）本次发行上市后的利润分配政策

公司重视对投资者的合理回报，着眼于公司的长远和可持续发展，2017 年 10 月 9 日，公司 2017 年第二次临时股东大会审议通过了《奥普家居股份有限公司首次公开发行股票并上市后未来三年分红回报规划》，公司发行上市后的利润分配政策内容主要如下：

1、现金分红政策

公司在弥补亏损（如有）、提取法定公积金、提取任意公积金（如需）后，除特殊情况外，在当年盈利且累计未分配利润为正的情况下，公司每年度至少进行一次利润分配，采取的利润分配方式中必须含有现金分配方式，公司每年以现金方式分配的利润不少于当年实现的可供分配利润的 15%。

前款“特殊情况”是指下列情况之一：

（1）公司未来 12 个月内拟对外投资、购买资产等交易累计支出达到或超过公司最近一期经审计净资产的 20%，且超过 5,000 万元（募集资金投资的项目除外）；

（2）审计机构对公司当年度财务报告出具非标准无保留意见的审计报告；

（3）分红年度经营现金流量为负数，或实施现金分红会影响公司后续持续经营；

（4）公司股东大会审议通过确认的其他特殊情况。

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，提出具体现金分红政策：

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

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

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

（4）公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，可以按照前项规定处理。

前款“重大资金支出安排”是指公司在一年内购买资产以及对外投资等交易涉及的资产总额占公司最近一期经审计总资产 10%以上（包括 10%）的事项。

2、其他利润分配方式

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

3、利润分配的间隔时间

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

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

八、本公司特别提醒投资者关注“风险因素”中的下列风险

（一）房地产政策调控及市场波动风险

家居行业与房地产行业有一定的相关性，房地产市场繁荣程度在一定程度上影响家居产品的市场需求。近年来，我国房地产市场发展较快，尤其是一二线城市房价均有较大涨幅，为抑制投机性房地产需求，国家陆续出台了一系列房地产市场调控政策，以促进该行业的平稳、健康发展，一定程度上减缓了我国房地产业的发展速度。家居行业的消费需求一方面源自新建住宅的装修；另一方面源自存量住宅的装修，其中包括存量毛坯房初始装修，消费者在住房屋翻新装修，以及二手房翻新装修。我国房地产市场调控政策对于新建住宅装修需求及二手房翻新需求影响较为直接，对于存量毛坯房装需求、消费者在住房屋翻新装修需求影响较为有限。

报告期内，公司通过产品多元化分散行业风险，同时，公司具备良好的品牌形象、高效的营销渠道和成熟的管理模式，经营业绩保持了稳定的增长态势，具备一定的抵御宏观调控风险的能力。但是，如果国家宏观调控政策导致房地产市场长期低迷，消费者的购房及装修需求增长趋缓甚至出现负增长，仍将会对家居行业的销售造成不利影响。因此，房地产市场调控可能对公司业绩产生不利影响。

（二）市场竞争风险

1、市场竞争加剧的风险

浴霸产品经过多年发展已成为大部分消费者家居装修必备品之一，行业内企业数量较多，除了以本公司为代表的专业浴霸制造企业外，照明产品生产企业、综合家电制造企业等亦从事浴霸产品生产，市场竞争激烈。集成吊顶产品具有能够更好的满足消费者个性化需求、空间利用率较高等优点，愈发受到消费者青睐，与传统吊顶相比优势较多，在竞争中市场份额不断扩大，集成吊顶行业广阔的市场空间吸引了众多企业的加入，市场竞争将进一步加剧。

未来市场竞争将是产品性能、产品质量以及品牌、渠道、服务能力等方面的综合竞争。虽然公司是行业内领先企业，但随着市场竞争进一步加剧，经营业绩仍可能受到一定不利影响。

2、精装修房普及率提升所可能带来的风险

近年来，随着精装修房的逐步普及，大宗客户渠道已成为家居企业产品销售

以及品牌宣传的重要渠道之一。报告期内，公司通过与房地产开发商等大宗客户合作实现的销售额分别为 5,223.18 万元、14,896.19 万元和 16,182.56 万元，分别占公司主营业务收入的 5.58%、12.02% 和 10.27%。

若公司未来无法继续保持或扩大与大宗客户的合作关系，则公司可能面临产品在精装修房市场占有率降低的风险。

（三）市场拓展风险

经过多年经营，得益于公司良好的品牌形象以及产品品质，公司已建立了较为广泛的多层次销售渠道，且从产品角度而言，报告期内，公司除继续深耕浴霸、集成吊顶系列产品外，不断拓展至厨电、照明及晾衣架等产品。销售渠道的逐步完善以及销售品类的适度拓展有利于公司持续盈利能力的不断提升。

虽然公司前期布局为后续市场拓展创造了有利条件，但考虑未来市场竞争加剧、消费偏好等不确定性因素的影响，以及若未来公司产品或市场推广不达预期或公司推广措施无法充分满足市场需求，则可能对公司业务拓展造成负面影响。

（四）经销商管理风险

报告期内，公司的销售模式以经销模式为主，且公司注重对经销商的管理与培训，在店面形象设计、产品定价、客户服务等方面对经销商进行了统一管理，并不断通过培训加强经销商业务能力，增强经销商与公司之间相互促进、共同成长战略合作关系。报告期内，公司通过经销模式实现的收入分别为 82,226.84 万元、102,417.31 万元和 135,134.45 万元，占公司主营业务收入的比例分别为 87.77%、82.64% 和 85.80%。

截至 2017 年末，发行人拥有经销商 766 家，经销商合计拥有专卖店 1,222 家，专营店 1,563 家，未来随着发行人业务的进一步拓展，经销商以及店铺数量均有望继续增加，从而有可能增加对经销商的管理和培训难度。后续若经销商不遵守公司的管理制度或者无法完成约定的业绩目标等，则可能会对公司的品牌美誉度或经营业绩等造成不利影响。

（五）研发设计风险

产品的研发设计是家居企业业务环节的核心。消费者的品味多元且偏好时常变化，因此家居企业需要准确把握流行趋势，不断推出品质优异、性能卓越、功能齐全、符合市场潮流且有一定个性的产品，从而提升品牌形象、升华品牌内涵。虽然公司长期以来在新产品开发、新技术应用等方面持续投入，注重设计人才的培养和引进，但若未来公司不能及时把握消费者的需求变化趋势，新品研发和设计能力不能够满足消费者的需求，则存在公司竞争力下降的风险。

（六）原材料价格波动风险

公司主要原材料包括电器类配件（电机、箱体）、塑料类配件、铝材、钣金件、五金件等，原材料采购价格与塑料、铜、铝等大宗商品价格存在一定相关性。公司报告期内直接材料占主营业务成本比重分别为 94.96%、95.36%和 93.72%。原材料的采购价格对公司主营业务成本存在较大影响。若未来原材料采购价格发生大幅波动，将不利于公司的成本控制，进而影响公司业绩。

（七）人才流失风险

我国家居行业正处于快速成长期，人才需求量较大。公司长期以来一直重视人员的培训及人才的培养，通过多年积累，已培育出一批管理能力强、业务能力突出的人才。但随着行业内竞争加剧，企业之间的人才争夺日益激烈，对公司的人才优势构成一定威胁。如果未来公司在人员管理、业务培训、人才梯队建设等方面不能适应公司快速发展的需要，公司的经营发展将受到不利影响。

（八）部分房产未取得不动产权证的风险

截至本招股说明书签署之日，公司存在部分自有房产未办理不动产权证的情形，总建筑面积约 6,077.03 平方米，占公司已建成房屋总建筑面积比例约 4.59%。上述存在产权瑕疵的房产面积较小，目前未开展实际生产经营活动，产权瑕疵对公司正常经营不构成重大不利影响。

根据相关主管部门出具的证明，不会就该等房产未取得不动产权证的问题要求发行人拆除或搬迁，亦不会对发行人进行任何处罚。同时，公司控股股东 Tricosco 和实际控制人 Fang James、方胜康出具承诺，对公司因前述自有房产未

取得房屋产权证书而可能实际承担的任何损失和费用等，承担全额连带赔偿责任。

尽管如此，上述房产仍可能存在被有关行政部门行政处罚或强制拆除的风险，从而对公司生产、经营产生不利影响。

（九）募集资金投资相关风险

1、募集资金投资项目新增产能不能及时消化风险

本次募集资金中 40,034.15 万元拟用于“奥普（嘉兴）生产基地建设项目”。该募投项目投产后，公司集成吊顶及厨电产品产能将有较大幅度提升，需要进一步加大市场开拓能力从而消化新增产能。虽然公司近年一直保持较高的销售增长速度，2016 年、2017 年销售收入同比增长率分别为 32.24% 和 26.76%，且本次募集资金投资项目前期已经公司充分调研及论证，但如果未来公司的市场开拓不能满足产能扩张速度，或是市场增长速度低于预期，使得募投项目新增产能无法及时消化，则公司面临产能利用率下降的风险。

2、募集资金投资项目不能达到预期收益风险

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

3、新增固定资产折旧风险

虽然公司本次募集资金投资项目已经过较为充分的论证，且根据可研报告测算项目完全达产达效后可新增收入约 10.88 亿元，新增净利润约 16,136.90 万元。但因本次募集资金投资项目完全达产达效后，公司将新增约 4.2 亿元的固定资产，5,001.50 万元无形资产，使得每年将新增约 2,659.65 万元的折旧和摊销费用。故若未来募集资金投资项目达产后市场环境发生重大不利变化，或公司市场开拓不利，则公司将面临销售收入增长不能消化每年新增折旧及摊销费用，而导致公司业绩下滑的风险。

4、股东即期回报被摊薄风险

本次发行募集资金到位后，公司的净资产将大幅增加。但由于募集资金投资项目从开始建设到产生效益需要一定时间，公司的净利润水平可能无法与净资产实现同步增长，导致公司每股收益、净资产收益率短期内下降，公司存在股东即期回报被摊薄的风险。

（十）品牌形象受损和知识产权被侵权风险

家居产品是直接面对广大消费者的产品，品牌形象代表产品质量和消费者认可度，知识产权作为公司无形资产，对公司至关重要。经过多年积淀，“奥普”品牌形象和知识产权优势较为明显，并为公司产品赋予了较高的附加值，有利于公司的可持续发展。公司历来重视品牌形象和知识产权的保护，设立了专门的团队负责维护和维权工作。

然而，一方面维权工作往往耗时较长，且通常将占用公司一定财力、物力和人力；另一方面，已经发生的侵权行为仍不可避免地对公司品牌形象和行业声誉造成损害。因此，若未来公司的产品、商标、商号和专利等知识产权被他人仿制、冒用、盗用等，仍有可能对公司品牌形象、公司声誉等造成不利影响，进而对公司经营业绩产生不利影响。

目 录

本次发行概况.....	1
发行人声明.....	3
重大事项提示.....	4
一、股份限制流通及自愿锁定的承诺.....	4
二、5%以上股东持股意向及减持意向的承诺.....	7
三、上市后三年内稳定公司股价的相关措施.....	8
四、关于首次公开发行股票招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏的承诺.....	13
五、关于被摊薄即期回报的填补措施及承诺.....	17
六、未能履行承诺时的约束补救措施.....	19
七、有关公司利润分配的安排.....	21
八、本公司特别提醒投资者关注“风险因素”中的下列风险.....	22
目 录.....	28
第一节 释义.....	33
一、常用词语释义.....	33
二、专业词语释义.....	37
第二节 概览.....	39
一、发行人简介.....	39
二、控股股东和实际控制人.....	40
三、主要财务数据.....	42
四、本次发行情况.....	44
五、募集资金用途.....	45
第三节 本次发行概况.....	46
一、本次发行的基本情况.....	46
二、本次发行的有关机构.....	47
三、发行人与中介机构及相关人员的股权关系或其他权益关系.....	49
四、本次发行上市的重要日期.....	49
第四节 风险因素.....	50
一、行业和市场风险.....	50

二、经营风险	52
三、财务风险	55
四、其他风险	56
第五节 发行人基本情况	58
一、发行人基本情况	58
二、发行人改制重组情况	58
三、发行人股本结构的形成及其变化情况	61
四、发行人设立以来重大资产重组情况	80
五、发行人历次验资情况及发起人投入资产的计量属性	94
六、发行人的股权结构及组织架构	95
七、发行人控股子公司、参股公司简要情况	100
八、发起人及实际控制人基本情况	108
九、发行人有关股本的情况	127
十、发行人内部职工股的情况	130
十一、工会持股、职工持股会持股、信托持股、委托持股及股东数量超过二百人等情况	130
十二、发行人员工及其社会保障情况	131
十三、发行人主要股东及作为股东的董事、监事、高级管理人员的重要承诺及其履行情况	133
第六节 业务与技术	135
一、发行人主营业务、主要产品及其变化情况	135
二、发行人所处行业的基本情况	136
三、发行人的竞争地位	161
四、发行人主营业务情况	165
五、发行人主要固定资产和无形资产	217
六、发行人技术水平与研发状况	253
七、发行人境外经营情况	259
八、发行人质量控制状况	260
第七节 同业竞争与关联交易	262
一、发行人的独立运营情况	262
二、同业竞争	263
三、报告期内的关联方及关联关系	266

四、报告期内的关联交易	272
五、规范关联交易的制度安排	283
六、发行人最近三年关联交易的执行情况及公司独立董事、董事会、股东大会意见	285
七、公司减少关联交易的措施	286
第八节 董事、监事、高级管理人员	288
一、董事、监事及高级管理人员简介	288
二、董事、监事、高级管理人员及其近亲属持有发行人股份情况	292
三、董事、监事、高级管理人员对外投资情况	294
四、董事、监事、高级管理人员薪酬情况	295
五、董事、监事、高级管理人员兼职情况	295
六、董事、监事、高级管理人员之间存在的亲属关系	297
七、董事、监事、高级管理人员与公司签署协议及承诺情况	297
八、董事、监事及高级管理人员的任职资格	298
九、报告期内董事、监事及高级管理人员变动情况	298
第九节 公司治理	300
一、公司治理制度及运行情况	300
二、公司报告期内违法违规情况	306
三、公司资金占用和对外担保情况	307
四、公司管理层对内控制度的评价及注册会计师的鉴证意见	307
第十节 财务会计信息	309
一、发行人的财务报表	309
二、审计意见	317
三、财务报表编制基础、合并财务报表范围及变化情况	318
四、报告期内采用的主要会计政策和会计估计	319
五、分部信息	341
六、最近一年内收购兼并情况	341
七、报告期内非经常性损益情况	341
八、最近一期末主要资产情况	342
九、最近一期末主要负债情况	343
十、报告期各期末股东权益情况	344
十一、报告期内现金流量情况	347

十二、资产负债表日后事项、或有事项及其他重要事项	347
十三、公司主要财务指标	348
十四、公司历次资产评估及验资情况	349
第十一节 管理层讨论与分析	351
一、财务状况分析	351
二、盈利能力分析	381
三、现金流量分析	404
四、报告期内重大资本性支出情况	411
五、财务状况和盈利能力的未来趋势分析	411
六、公开发行股票摊薄即期回报及填补措施	413
第十二节 业务发展目标	418
一、公司发展战略及计划	418
二、公司拟定上述计划所依据的假设条件和实施的主要困难	421
三、发行人确保实现上述计划拟采用的方式、方法或途径	421
四、上述业务发展计划与现有业务的联系	422
五、本次公开发行对公司实现未来发展规划的作用	422
第十三节 募集资金运用	423
一、本次募集资金使用概况	423
二、本次募集资金投资项目情况	426
三、募集资金运用对公司财务状况和经营成果的影响	441
第十四节 股利分配政策	443
一、发行前的股利分配政策	443
二、发行人最近三年股利分配情况	443
三、本次发行上市后的股利分配政策	444
四、本次发行完成前滚存利润的分配安排	447
五、发行后三年内股东分红回报规划	447
第十五节 其他重要事项	450
一、信息披露和投资者关系相关情况	450
二、重大合同协议	450
三、本公司的对外担保情况	453
四、本公司的重大诉讼或仲裁事项	453
五、本公司控股股东、实际控制人及主要股东的重大诉讼或仲裁事项	456

六、本公司董事、监事和高级管理人员的重大诉讼或仲裁事项及刑事诉讼事项 ...	457
第十六节 董事、监事、高级管理人员及有关中介机构声明	458
一、公司董事、监事及高级管理人员声明	458
二、保荐机构（主承销商）声明	460
三、保荐机构（主承销商）负责人声明	461
四、发行人律师声明	462
五、审计机构声明	463
六、资产评估机构声明	464
七、验资机构声明	465
第十七节 备查文件	466

第一节 释义

本招股说明书中，除非本文另有所指，以下简称具有如下特定含义：

一、常用词语释义

发行人、本公司、公司、股份公司、奥普家居	指	奥普家居股份有限公司
奥普卫厨	指	杭州奥普卫厨科技有限公司，发行人前身
奥普卫浴	指	杭州奥普卫浴科技有限公司，于 2006 年 1 月 20 日更名为杭州奥普卫厨科技有限公司
控股股东、Tricosco	指	Tricosco Limited
实际控制人	指	Fang James 和方胜康
嘉兴劲达	指	嘉兴奥普劲达厨卫科技有限公司，发行人控股子公司
上海奥普斯	指	上海奥普斯卫厨科技有限公司，发行人全资子公司
成都博朗尼	指	成都奥普博朗尼厨卫科技有限公司，发行人全资子公司
成都劲启	指	成都劲启材料科技有限公司，发行人控股子公司
嘉兴集成吊顶	指	嘉兴奥普集成吊顶有限公司，发行人全资子公司
嘉兴集成墙面	指	嘉兴奥普集成墙面有限公司，发行人全资子公司
中山劲耀	指	中山劲耀光电科技有限公司，发行人控股子公司
中山劲启	指	中山劲启材料科技有限公司，发行人控股子公司之全资子公司
上海分公司	指	奥普家居股份有限公司上海分公司，发行人分公司
嘉兴分公司	指	奥普家居股份有限公司嘉兴分公司，发行人分公司
Ableby	指	Ableby Worldwide Limited
奥普国际	指	AUPU International Holdings PTE. LTD.
奥普集团	指	AUPU Group Holding Company Limited
Crista	指	Crista Universal Company Limited
SeeSi	指	SeeSi Universal Limited
Sino Broad	指	Sino Broad Holdings Limited

Renown	指	Renown Harbour Limited
Copious	指	Copious All Limited
Sino Virtue	指	Sino Virtue Global Limited
Upwind Holding	指	Upwind Holding Company Limited
Wind-Plus Electrical	指	Wind-Plus Electrical Appliance Co.,Ltd
Wind-Plus Group	指	Wind-Plus Group Holding Company Limited
PMT	指	PMT HOLDINGS LIMITED, 发行人股东
ZJUI	指	ZHEJIANG UNITED INVESTMENT (HK) LIMITED, 发行人股东
HSCA	指	HEAVEN-SENT CAPITAL APOLLO AP COMPANY LIMITED, 发行人股东
香港红星	指	香港红星美凯龙全球家居有限公司, 发行人股东
SKY	指	SKY OPEN LIMITED, 发行人股东
橙豆投资	指	杭州橙豆投资管理合伙企业(有限合伙), 发行人股东
文泽投资	指	舟山文泽投资管理合伙企业(有限合伙), 原名杭州橙豆投资管理合伙企业(有限合伙), 于2017年5月24日更名, 发行人股东
明泽投资	指	舟山明泽投资合伙企业(有限合伙), 发行人员工持股平台
聚泽投资	指	舟山聚泽投资合伙企业(有限合伙), 发行人员工持股平台
斐昱永淳	指	嘉兴斐昱永淳投资管理合伙企业(有限合伙), 发行人股东
斐昱悦柏	指	嘉兴斐昱悦柏投资管理合伙企业(有限合伙), 发行人股东
斐昱武胜	指	嘉兴斐昱武胜投资管理合伙企业(有限合伙), 发行人股东
宁波海湃	指	宁波海湃股权投资合伙企业(有限合伙), 发行人股东
奥普电器	指	杭州奥普电器有限公司, 发行人关联方
杭州莫丽斯	指	杭州莫丽斯科技有限公司, 原名杭州奥普电器有限公司, 于2017年6月5日更名, 发行人关联方
杭州博朗尼	指	杭州奥普博朗尼厨卫科技有限公司
杭州普丽思	指	杭州普丽思科技有限公司, 原名杭州奥普博朗尼厨卫科技有限公司, 于2017年6月21日更名, 发行人关联方
杭州博朗尼家居	指	杭州奥普博朗尼家居有限公司

东礼服饰	指	杭州东礼服饰有限公司, 原名杭州奥普博朗尼家居有限公司, 于 2017 年 5 月 18 日更名, 杭州普丽思子公司
成都牵银	指	成都牵银投资有限公司, 于 2017 年 9 月 3 日更名为成都牵银置业有限公司
杭州牵银	指	杭州牵银投资有限公司
浙江劲源	指	浙江劲源科技发展有限公司, 发行人原供应商
上海逸盛	指	上海逸盛实业有限公司, 发行人原经销商
中山博琅	指	中山博琅集成装饰材料有限公司, 发行人原供应商
中山博颂	指	中山博颂智能科技有限公司, 发行人原供应商
杭州橙隆	指	杭州橙隆贸易有限公司, 发行人关联方
杭州尚琳	指	杭州尚琳电子商务有限公司, 发行人关联方
海邦厚思	指	杭州海邦厚思投资合伙企业(有限合伙)
引智佐邦	指	杭州引智佐邦投资合伙企业(有限合伙)
海邦才智	指	浙江海邦才智投资合伙企业(有限合伙)
易事科技	指	易事(北京)科技有限公司, 发行人关联方
魔居客	指	魔居客(北京)科技有限公司, 原名易事(北京)科技有限公司, 于 2017 年 11 月 29 日更名, 发行人关联方
海兴电力	指	杭州海兴电力科技股份有限公司
友邦吊顶	指	浙江友邦集成吊顶股份有限公司
浙江美大	指	浙江美大实业股份有限公司
老板电器	指	杭州老板电器股份有限公司
华帝股份	指	华帝股份有限公司
欧普照明	指	欧普照明股份有限公司
飞雕电器	指	飞雕电器集团有限公司
松下电器	指	松下电器(中国)有限公司
美的集团	指	美的集团股份有限公司
上海龙胜	指	上海龙胜实业有限公司
浙江奥华	指	浙江奥华电气有限公司
美尔凯特	指	浙江美尔凯特集成吊顶有限公司

法狮龙	指	法狮龙建材科技有限公司
巴迪斯	指	佛山市巴迪斯新型建材有限公司
红星美凯龙	指	红星美凯龙家居集团股份有限公司
广州恒大	指	广州恒大材料设备有限公司
深圳恒大	指	深圳恒大材料设备有限公司
万科	指	万科企业股份有限公司
苏宁	指	苏宁云商股份有限公司
百安居	指	百安居（中国）投资有限公司
达州东福	指	达州市东福商贸有限公司
淘宝	指	阿里巴巴集团下属综合性 C2C（Consumer-to-Consumer）网上购物平台（www.taobao.com）
天猫	指	阿里巴巴集团下属综合性 B2C（Consumer-to-Consumer）网上购物平台（www.tmall.com）
爱空间	指	爱空间科技（北京）有限公司
生活家	指	成都市生活家装饰工程有限公司
京东	指	北京京东世纪贸易有限公司，拥有综合性 B2C 网上购物平台京东商城（www.jd.com）
Wind	指	万得信息技术股份有限公司
本次发行	指	奥普家居首次公开发行 4,001 万股人民币普通股（A 股）的行为
公司法	指	《中华人民共和国公司法》
证券法	指	《中华人民共和国证券法》
保荐人、保荐机构、主承销商、招商证券	指	招商证券股份有限公司
发行人审计机构、发行人会计师、天健所	指	天健会计师事务所（特殊普通合伙）
发行人律师、方达所	指	上海市方达律师事务所
本评估机构	指	坤元资产评估有限公司
住建部、建设部	指	中华人民共和国住房和城乡建设部

国务院	指	中华人民共和国国务院
工信部	指	中华人民共和国工业和信息化部
财政部	指	中华人民共和国财政部
商务部	指	中华人民共和国商务部
发改委	指	中华人民共和国国家发展和改革委员会
质检总局	指	中华人民共和国国家质量监督检验检疫总局
国家统计局	指	中华人民共和国国家统计局
中国证监会	指	中国证券监督管理委员会
公司章程	指	奥普家居股份有限公司章程
公司章程（草案）	指	奥普家居股份有限公司章程（草案）
三会	指	股东大会、董事会、监事会
元、万元、亿元	指	人民币元、人民币万元、人民币亿元
报告期、最近三年	指	2015年、2016年及2017年

二、专业词语释义

浴霸	指	集照明、浴室暖房、通风、换气、杀菌、湿度控制等多功能为一体的综合性电器
集成吊顶	指	通过模块化设计将吊顶基板与功能电器融合形成的一体化吊顶产品
集成灶	指	由油烟机、灶具、消毒柜等不同功能的厨房电器进行集成后形成的多功能厨电产品
新风系统	指	由送风系统和排风系统组成的一套独立空气处理系统
ERP	指	Enterprise Resource Planning，是针对物资资源管理（物流）、人力资源管理（人流）、财务资源管理（财流）、信息资源管理（信息流）集成一体化的企业管理软件
PTC	指	Positive Temperature Coefficient，正温度系数，具备电阻率随温度升高而增大的特性
KA 客户	指	Key Account，营业面积、客流量和发展潜力等三方面均有较大优势的直接销售终端平台
大宗客户	指	公司的销售客户，主要为地产公司、装修公司等，为满足房地产开发及装修之需，从公司批量采购家居产品

经销商	指	公司的主要销售客户, 通过与公司签署经销协议及相关补充协议等方式形成合作关系, 根据终端客户需求以自己的名义向公司采购相关产品
O2O	指	Online To Offline, 将线下商务的机会与互联网结合在一起, 让互联网成为线下交易前台, 实现线上选购, 到店消费
ODM	指	Original Design Manufacturer, 自主设计制造, 指结构、外观、工艺等主要由生产商自主开发, 产品以客户的品牌进行销售的一种运营模式
OEM	指	Original Equipment Manufacturer, 品牌方不直接生产产品, 而是利用自己掌握的关键的核心技术负责设计和开发新产品, 控制销售渠道, 具体的加工任务通过合同订购的方式委托其他厂家生产, 并直接贴上自己的品牌商标
SAA 认证	指	澳大利亚的标准机构为 Standards Association of Australian 旗下认证, 进入澳大利亚市场的电器产品必须符合 SAA 认证
CE 认证	指	Conformite Europeenne, 是一种安全认证标志, 被视为制造商打开并进入欧洲市场的护照, 凡是贴有 CE 标志的产品就可在欧盟各成员国内销售, 从而实现了商品在欧盟成员国范围内的自由流通
KC 认证	指	Korea Certification, 即进入韩国市场所需的电器安全认证
RoHS 认证	指	Restriction of Hazardous Substances, 由欧盟立法制定的一项强制性标准, 全称是《关于限制在电子电器设备中使用某些有害成分的指令》。主要用于规范电子电气产品的材料及工艺标准, 使之更加有利于人体健康及环境保护
UL 认证	指	UL 是美国安全检测实验室公司 (Underwriters Laboratories Inc.) 的简称, 是美国最权威的, 也是世界上从事安全试验和鉴定的较大的民间机构, 主要从事产品的安全认证和经营安全证明业务, 由 UL 组织的认证称为 UL 认证。

第二节 概览

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

一、发行人简介

(一) 发行人基本情况

中文名称:	奥普家居股份有限公司
英文名称:	AUPU Home Style Corporation Limited
注册资本:	36,000 万元
法定代表人:	Fang James
成立日期:	2004 年 9 月 9 日(2017 年 6 月 22 日整体变更为股份公司)
统一社会信用代码:	9133010076546451X1
公司住所:	浙江省杭州经济技术开发区 21 号大街 210 号
经营范围:	研发、生产、销售:家用卫浴电器、通风置换设备、冷暖设备、集成吊顶、家用电力器具、家居装饰材料、金属制品、金属材料(以上除贵金属)、家用厨房电器、集成灶(凭有效许可证生产)、厨具产品、水槽、橱柜、木塑制品、家居装饰材料、照明器具、智能家居产品、电子产品及配件、电器开关、卫浴洁具、家具,并提供上述产品的安装、售后服务。(涉及国家规定实施准入特别管理措施的除外)(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)

(二) 业务概况

公司主要从事浴霸、集成吊顶等家居产品的研发、生产、销售及相关服务的

提供。

公司秉承“为爱设计”的品牌理念，一直致力于为消费者提供舒适、安全、温暖的卫浴体验以及健康、纯净的家庭环境。经过多年发展，公司产品系列从浴霸、集成吊顶逐步扩展至厨电、照明和晾衣架等产品，全方位管理家庭生活空间，着力为消费者打造“温度”+“干湿度”+“纯净度”+“新鲜度”+“氛围度”的“五度”健康家居环境，逐步实现全屋空气管理。奥普产品卓越的性能与不断升级的产品功效推动公司品牌知名度不断提升，目前“奥普”已成为国内家居行业领军品牌，奥普产品已走进众多消费者的家中，成为万千家庭的优秀空气管家。

二、控股股东和实际控制人

（一）股权结构

截至本招股说明书签署之日，公司总股本为 36,000 万元，股权结构如下：

序号	股东名称	持股数量（股）	持股比例（%）
1	Tricosco	248,589,449	69.0526
2	文泽投资	17,684,212	4.9123
3	PMT	16,342,103	4.5395
4	ZJUI	16,342,103	4.5395
5	HSCA	15,252,639	4.2368
6	香港红星	15,252,639	4.2368
7	明泽投资	12,179,290	3.3831
8	SKY	6,536,838	1.8158
9	聚泽投资	5,504,922	1.5292
10	斐昱永淳	2,715,796	0.7544
11	宁波海湃	1,642,112	0.4561
12	斐昱悦柏	1,010,527	0.2807
13	斐昱武胜	947,370	0.2632
合计		360,000,000	100.0000

（二）控股股东

本次发行前，Tricosco 持有公司 24,858.94 万股，占公司总股本的 69.0526%，为公司控股股东。

Tricosco 基本情况如下：

公司名称	Tricosco Limited	成立时间	2006.6.20
已发行股数	10,001 港元		
公司住所	香港湾仔汤姆逊大街 98 号运盛大厦 13 楼 B 室		
董事	Fang James、方胜康、陈家发	注册登记编号	1053607
股东构成	股东名称	持股比例	
	SeeSi Universal Limited	42.36%	
	Sino Broad Holdings Limited	44.01%	
	Renown Harbour Limited	6.36%	
	Copious All Limited	1.27%	
	Sino Virtue Global Limited	6.00%	
	Ableby Worldwide Limited	0.01%	

Tricosco 最近一年合并口径主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2017.12.31/2017 年度
总资产	190,936.66
净资产	93,149.86
净利润	112,687.11

上述财务数据已经浙江海旭会计师事务所有限公司审计。

（三）实际控制人

公司的共同实际控制人为 Fang James、方胜康，最近三年未发生变化。具体论述详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“八、发起人及实际控制

人基本情况”之“（二）实际控制人基本情况”。

截至本招股说明书签署之日，发行人控股股东为 Tricosco，持有发行人 69.0526% 的股权。其中，Fang James 通过 SeeSi 间接持有 Tricosco 的 42.36% 股权，方胜康通过 Sino Broad 间接持有 Tricosco 的 44.01% 股权，两人合计间接持有 Tricosco 的 86.37% 股权。同时方胜康通过明泽投资间接持有发行人 0.0035% 股权，通过聚泽投资间接持有发行人 0.13% 股权。

Fang James 和方胜康于 2004 年 11 月 4 日签署《共同控制协议》，并于 2017 年 7 月 5 日签署新的《一致行动协议》，根据该等协议，Fang James 和方胜康对于涉及 Tricosco 和奥普家居的需由股东审议表决的事项，股东提案权和提名权等股东权利的行使，需由董事会审议的事项，以及其他与经营相关的、需要发行人股东或董事作出决策的事项中均采取一致行动。

此外，方雯雯系实际控制人方胜康之女，通过 Sino Virtue 间接持有 Tricosco 的 6% 股权，通过文泽投资间接持有发行人 0.0049% 股权；吴兴杰系实际控制人方胜康之女婿，通过文泽投资间接持有发行人 4.91% 股权，通过明泽投资间接持有发行人 1.96% 股权。方雯雯与吴兴杰夫妇为实际控制人的一致行动人。

上述股东合计持有发行人 70.79% 股权。

三、主要财务数据

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

（一）合并资产负债表主要数据

单位：万元

项目	2017.12.31	2016.12.31	2015.12.31
资产总计	156,339.17	118,491.32	91,299.08
负债合计	75,113.89	40,335.12	31,644.95
归属于母公司股东权益合计	77,648.57	76,599.20	59,654.14
少数股东权益	3,576.71	1,557.00	-

(二) 合并利润表主要数据

单位：万元

项目	2017.12.31	2016.12.31	2015.12.31
营业收入	158,413.64	124,973.25	94,504.91
营业利润	32,269.48	31,821.96	28,971.03
利润总额	32,086.81	31,916.65	28,816.50
净利润	27,384.77	26,813.52	24,517.34
归属于母公司股东的净利润	27,045.06	26,831.52	24,517.34

(三) 合并现金流量表主要数据

单位：万元

项目	2017.12.31	2016.12.31	2015.12.31
经营活动产生的现金流量净额	24,015.74	33,484.23	21,863.93
投资活动产生的现金流量净额	8,963.86	571.94	7,384.28
筹资活动产生的现金流量净额	-1,826.45	-19,972.66	-29,935.61
现金及现金等价物净增加额	30,977.92	14,191.93	-444.18

(四) 主要财务指标

指标	2017.12.31/ 2017 年度	2016.12.31/ 2016 年度	2015.12.31/ 2015 年度
资产负债率（合并）（%）	48.05	34.04	34.66
资产负债率（母公司）（%）	47.79	35.44	35.78
流动比率（倍）	1.53	1.62	1.99
速动比率（倍）	1.29	1.37	1.77
应收账款周转率（次/年）	22.17	27.80	39.93
存货周转率（次/年）	6.05	7.51	6.67
息税折旧摊销前利润（万元）	34,496.22	33,589.60	30,408.62
利息保障倍数（倍）	7,001.00	-	290.34

指标	2017.12.31/ 2017 年度	2016.12.31/ 2016 年度	2015.12.31/ 2015 年度
每股净资产（元/股）	2.26	2.17	1.66
每股经营活动产生的现金流量（元/股）	0.67	0.93	0.61
每股净现金流量（元/股）	0.860	0.394	-0.012
无形资产（扣除土地使用权）占净资产的比例	7.16%	6.74%	0.62%

注：上述财务指标，若无特别说明，均以合并口径计算，计算各期每股指标时股数均取最近一期末股份公司股本数（36,000 万股），具体计算公式如下：

- 1、资产负债率=总负债÷总资产
- 2、流动比率=流动资产÷流动负债
- 3、速动比率=（流动资产-存货）÷流动负债
- 4、应收账款周转率=营业收入÷应收账款平均余额
- 5、存货周转率=营业成本÷存货平均余额
- 6、息税折旧摊销前利润=净利润+所得税+利息支出+折旧+摊销
- 7、利息保障倍数=息税前利润÷利息费用（含资本化利息支出）
- 8、每股净资产=期末归属于母公司所有者权益÷最近期末股本总额
- 9、每股经营活动的现金流量=经营活动产生的现金流量净额÷最近期末股本总额
- 10、每股净现金流量=现金流量净额÷最近期末股本总额

11、无形资产（扣除土地使用权）占净资产比例=无形资产（扣除土地使用权）÷期末净资产

四、本次发行情况

发行股票类型	人民币普通股（A 股）
发行股数	4,001 万股，均为新股发行，占发行后总股本的比例为 10%
每股面值	人民币 1.00 元
每股发行价格	【】元
发行方式	采用网下向符合条件的投资者询价配售和网上按市值申购方式向社会公众投资者定价发行相结合的方式，或采用中国证监会认可的其他发行方式
发行对象	符合资格的网下投资者和在中国证券登记结算有限责任公司上海分公司开设 A 股账户的符合条件的境内自然人、法人、证券投资基金及符合法律法规的其他投资者（因国家法律、法规禁止购买者除外）
承销方式	余额包销

五、募集资金用途

经 2017 年 10 月 9 日召开的公司 2017 年第二次临时股东大会审议通过，本次募集资金扣除发行费用后，将投资于以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	项目总投资	拟使用募集资金金额	项目备案	环保批文
1	奥普（嘉兴）生产基地建设项目	51,950.00	40,034.15	2017-330411-38-03-058281-000	秀洲环建函[2017]143号
2	营销渠道建设项目	25,741.80	25,741.80	杭经开经金融备[2017]007号	-
3	补充流动资金	26,000.00	26,000.00	-	-
合计		103,691.80	91,775.95	-	-

若本次发行募集资金净额小于上述投资项目的资金需求，资金缺口由公司通过自筹方式解决；本次募集资金到位后，将按项目的实施进度及轻重缓急安排使用。同时，为抢占市场先机，在本次发行募集资金到位之前，公司将根据募集资金投资项目进度的实际情况以自筹资金先行投入，并在募集资金到位后按照有关规定予以置换。具体内容参见本招股说明书“第十三节 募集资金运用”。

第三节 本次发行概况

一、本次发行的基本情况

项目	基本情况
发行股票类型	人民币普通股（A股）
每股面值	人民币 1.00 元
发行股数	4,001 万股，均为新股发行，占发行后总股本的比例为 10%
每股发行价格	【】元
发行市盈率	【】倍（每股收益按照【】年经审计的扣除非经常性损益前后孰低的归属于母公司股东的净利润除以本次发行后总股本计算）
发行前每股净资产	【】元/股（以截至【】年【】月【】日经审计的归属于母公司股东的净资产除以本次发行前总股本计算）
发行后每股净资产	【】元/股（以截至【】年【】月【】日经审计的归属于母公司股东的净资产加上本次募集资金净额除以本次发行后总股本计算）
发行市净率	【】倍（按本次每股发行价格除以发行后每股净资产计算）
发行方式	采用网下向符合条件的投资者询价配售和网上按市值申购方式向社会公众投资者定价发行相结合的方式，或采用中国证监会认可的其他发行方式
发行对象	符合资格的网下投资者和在中国证券登记结算有限责任公司上海分公司开设 A 股账户的符合条件的境内自然人、法人、证券投资基金及符合法律法规的其他投资者（因国家法律、法规禁止购买者除外）
承销方式	余额包销
预计募集资金	本次发行预计募集资金总额【】万元；扣除发行费用后，募集资金净额【】万元
发行费用概算	本次发行费用总额为人民币【】万元 主要包括：保荐、承销费用【】万元 会计师费用【】万元 评估费用【】万元 律师费用【】万元 用于本次发行的信息披露费用【】万元 发行手续费用等【】万元

二、本次发行的有关机构

(一) 发行人：奥普家居股份有限公司

法定代表人	Fang James
住 所	杭州市经济技术开发区 21 号大街 210 号
电 话	0571-8817 7925
传 真	0571-8817 2888 转 1213
联 系 人	刘文龙

(二) 保荐人（主承销商）：招商证券股份有限公司

法定代表人	霍达
住 所	广东省深圳市福田区益田路江苏大厦 38-45 层
电 话	0755-8294 3666
传 真	0755-8294 3121
保荐代表人	张阳、凌江红
项目协办人	闫坤
其他项目组成员	宗晓、赵启轩、李莎

(三) 发行人会计师：天健会计师事务所（特殊普通合伙）

负 责 人	王越豪
住 所	杭州市西溪路 128 号 9 楼
电 话	0571-8821 6888
传 真	0571-8821 6999
经办会计师	叶卫民、李锟

(四) 发行人律师：上海市方达律师事务所

负 责 人	齐轩霆
-------	-----

住 所	上海市南京西路 1266 号恒隆广场一期 32 楼
电 话	021-2208 1166
传 真	021-5298 5599
经 办 律 师	马强、邱晨盛

(五) 资产评估机构：坤元资产评估有限公司

负 责 人	潘文夫
住 所	杭州市西溪路 128 号 901 室
电 话	0571-8771 9132
传 真	0571-8717 8826
经办评估师	姜静、柴山

(六) 验资机构：天健会计师事务所（特殊普通合伙）

负 责 人	王越豪
住 所	杭州市西溪路 128 号 9 楼
电 话	0571-8821 6888
传 真	0571-8821 6999
经办会计师	叶卫民、闫志勇、李锟

(七) 股票登记机构：中国证券登记结算有限责任公司上海分公司

地 址	上海市浦东新区陆家嘴东路 166 号中国保险大厦 36 楼
电 话	021-5870 8888
传 真	021-5889 9400

(八) 拟上市证券交易所：上海证券交易所

地 址	上海市浦东南路 528 号证券大厦
-----	-------------------

电 话	021-6880 8888
传 真	021-6880 4868

(九) 保荐人（主承销商）收款银行：招商银行深纺大厦支行

地 址	深圳市华强北路3号深纺大厦B座1楼
户 名	招商证券股份有限公司
账 号	819589051810001
人民银行大额支付系统号	308584001627

三、发行人与中介机构及相关人员的股权关系或其他权益关系

发行人与中介机构及相关人员不存在任何股权关系或其他权益关系。

四、本次发行上市的重要日期

询价推介时间	【】年【】月【】日~【】年【】月【】日
定价公告刊登日期	【】年【】月【】日
网下申购日期和缴款日期	【】年【】月【】日
网上申购日期和缴款日期	【】年【】月【】日
预计股票上市日期	【】年【】月【】日

第四节 风险因素

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

一、行业和市场风险

（一）房地产政策调控及市场波动风险

家居行业与房地产行业有一定的相关性，房地产市场繁荣程度在一定程度上影响家居产品的市场需求。近年来，我国房地产市场发展较快，尤其是一二线城市房价均有较大涨幅，为抑制投机性房地产需求，国家陆续出台了一系列房地产市场调控政策，以促进该行业的平稳、健康发展，一定程度上减缓了我国房地产业的发展速度。家居行业的消费需求一方面源自新建住宅的装修；另一方面源自存量住宅的装修，其中包括存量毛坯房初始装修，消费者在住房屋翻新装修，以及二手房翻新装修。我国房地产市场调控政策对于新建住宅装修需求及二手房翻新需求影响较为直接，对于存量毛坯房装需求、消费者在住房屋翻新装修需求影响较为有限。

报告期内，公司通过产品多元化分散行业风险，同时，公司具备良好的品牌形象、高效的营销渠道和成熟的管理模式，经营业绩保持了稳定的增长态势，具备一定的抵御宏观调控风险的能力。但是，如果国家宏观调控政策导致房地产市场长期低迷，消费者的购房及装修需求增长趋缓甚至出现负增长，仍将会对家居行业的销售造成不利影响。因此，房地产市场调控可能对公司业绩产生不利影响。

（二）市场竞争风险

1、市场竞争加剧的风险

浴霸产品经过多年发展已成为大部分消费者家居装修必备品之一，行业内企业数量较多，除了以本公司为代表的专业浴霸制造企业外，照明产品生产企业、综合家电制造企业等亦从事浴霸产品生产，市场竞争激烈。集成吊顶产品具有能够更好的满足消费者个性化需求、空间利用率较高等优点，愈发受到消费者青睐，与传统吊顶相比优势较多，在竞争中市场份额不断扩大，集成吊顶行业广阔的市场空间吸引了众多企业的加入，市场竞争将进一步加剧。

未来市场竞争将是产品性能、产品质量以及品牌、渠道、服务能力等方面的综合竞争。虽然公司是行业内领先企业，但随着市场竞争进一步加剧，经营业绩仍可能受到一定不利影响。

2、精装修房普及率提升所可能带来的风险

近年来，随着精装修房的逐步普及，大宗客户渠道已成为家居企业产品销售以及品牌宣传的重要渠道之一。报告期内，公司通过与房地产开发商等大宗客户合作实现的销售额分别为 5,223.18 万元、14,896.19 万元和 16,182.56 万元，分别占公司主营业务收入的 5.58%、12.02% 和 10.27%。

若公司未来无法继续保持或扩大与大宗客户的合作关系，则公司可能面临产品在精装修房市场占有率降低的风险。

（三）市场拓展风险

经过多年经营，得益于公司良好的品牌形象以及产品品质，公司已建立了较为广泛的多层次销售渠道，且从产品角度而言，报告期内，公司除继续深耕浴霸、集成吊顶系列产品外，不断拓展至厨电、照明及晾衣架等产品。销售渠道的逐步完善以及销售品类的适度拓展有利于公司持续盈利能力的不断提升。

虽然公司前期布局为后续市场拓展创造了有利条件，但考虑未来市场竞争加剧、消费偏好等不确定性因素的影响，以及若未来公司产品或市场推广不达预期或公司推广措施无法充分满足市场需求，则可能对公司业务拓展造成负面影响。

二、经营风险

（一）经销商管理风险

报告期内，公司的销售模式以经销模式为主，且公司注重对经销商的管理与培训，在店面形象设计、产品定价、客户服务等方面对经销商进行了统一管理，并不断通过培训加强经销商业务能力，增强经销商与公司之间相互促进、共同成长战略合作关系。报告期内，公司通过经销模式实现的收入分别为 82,226.84 万元、102,417.31 万元和 135,134.45 万元，占公司主营业务收入的比例分别为 87.77%、82.64%和 85.80%。

截至 2017 年末，发行人拥有经销商 766 家，经销商合计拥有专卖店 1,222 家，专营店 1,563 家，未来随着发行人业务的进一步拓展，经销商以及店铺数量均有望继续增加，从而有可能增加对经销商的管理和培训难度。后续若经销商不遵守公司的管理制度或者无法完成约定的业绩目标等，则可能会对公司的品牌美誉度或经营业绩等造成不利影响。

（二）研发设计风险

产品的研发设计是家居企业业务环节的核心。消费者的品味多元且偏好时常变化，因此家居企业需要准确把握流行趋势，不断推出品质优异、性能卓越、功能齐全、符合市场潮流且有一定个性的产品，从而提升品牌形象、升华品牌内涵。虽然公司长期以来在新产品开发、新技术应用等方面持续投入，注重设计人才的培养和引进，但若未来公司不能及时把握消费者的需求变化趋势，新品研发和设计能力不能够满足消费者的需求，则存在公司竞争力下降的风险。

（三）原材料价格波动风险

公司主要原材料包括电器类配件（电机、箱体）、塑料类配件、铝材、钣金件、五金件等，原材料采购价格与塑料、铜、铝等大宗商品价格存在一定相关性。公司报告期内直接材料占主营业务成本比重分别为 94.96%、95.36%和 93.72%。原材料的采购价格对公司主营业务成本存在较大影响。若未来原材料采购价格发生大幅波动，将不利于公司的成本控制，进而影响公司业绩。

（四）人才流失风险

我国家居行业正处于快速成长期，人才需求量较大。公司长期以来一直重视人员的培训及人才的培养，通过多年积累，已培育出一批管理能力强、业务能力突出的人才。但随着行业内竞争加剧，企业之间的人才争夺日益激烈，对公司的人才优势构成一定威胁。如果未来公司在人员管理、业务培训、人才梯队建设等方面不能适应公司快速发展的需要，公司的经营发展将受到不利影响。

（五）部分房产未取得不动产权证的风险

截至本招股说明书签署之日，公司存在部分自有房产未办理不动产权证的情形，总建筑面积约 6,077.03 平方米，占公司已建成房屋总建筑面积比例约 4.59%。上述存在产权瑕疵的房产面积较小，目前未开展实际生产经营活动，产权瑕疵对公司正常经营不构成重大不利影响。

根据相关主管部门出具的证明，不会就该等房产未取得不动产权证的问题要求发行人拆除或搬迁，亦不会对发行人进行任何处罚。同时，公司控股股东 Tricosco 和实际控制人 Fang James、方胜康出具承诺，对公司因前述自有房产未取得房屋产权证书而可能实际承担的任何损失和费用等，承担全额连带赔偿责任。

尽管如此，上述房产仍可能存在被有关行政部门行政处罚或强制拆除的风险，从而对公司生产、经营产生不利影响。

（六）募集资金投资相关风险

1、募集资金投资项目新增产能不能及时消化风险

本次募集资金中 40,034.15 万元拟用于“奥普（嘉兴）生产基地建设项目”。该募投项目投产后，公司集成吊顶及厨电产品产能将有较大幅度提升，需要进一步加大市场开拓能力从而消化新增产能。虽然公司近年一直保持较高的销售增长速度，2016 年、2017 年销售收入同比增长率分别为 32.24% 和 26.76%，且本次募集资金投资项目前期已经公司充分调研及论证，但如果未来公司的市场开拓不能满足产能扩张速度，或是市场增长速度低于预期，使得募投项目新增产能无法

及时消化，则公司面临产能利用率下降的风险。

2、募集资金投资项目不能达到预期收益风险

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

3、新增固定资产折旧风险

虽然公司本次募集资金投资项目已经过较为充分的论证，且根据可研报告测算项目完全达产达效后可新增收入约 10.88 亿元，新增净利润约 16,136.90 万元。但因本次募集资金投资项目完全达产达效后，公司将新增约 4.2 亿元的固定资产，5,001.50 万元无形资产，使得每年将新增约 2,659.65 万元的折旧和摊销费用。故若未来募集资金投资项目达产后市场环境发生重大不利变化，或公司市场开拓不利，则公司将面临销售收入增长不能消化每年新增折旧及摊销费用，而导致公司业绩下滑的风险。

4、股东即期回报被摊薄风险

本次发行募集资金到位后，公司的净资产将大幅增加。但由于募集资金投资项目从开始建设到产生效益需要一定时间，公司的净利润水平可能无法与净资产实现同步增长，导致公司每股收益、净资产收益率短期内下降，公司存在股东即期回报被摊薄的风险。

（七）品牌形象受损和知识产权被侵权风险

家居产品是直接面对广大消费者的产品，品牌形象代表产品质量和消费者认可度，知识产权作为公司无形资产，对公司至关重要。经过多年积淀，“奥普”品牌形象和知识产权优势较为明显，并为公司产品赋予了较高的附加值，有利于公司的可持续发展。公司历来重视品牌形象和知识产权的保护，设立了专门的团队负责维护和维权工作。

然而，一方面维权工作往往耗时较长，且通常将占用公司一定财力、物力和

人力；另一方面，已经发生的侵权行为仍不可避免地对公司品牌形象和行业声誉造成损害。因此，若未来公司的产品、商标、商号和专利等知识产权被他人仿制、冒用、盗用等，仍有可能对公司品牌形象、公司声誉等造成不利影响，进而对公司经营业绩产生不利影响。

三、财务风险

（一）期间费用上升风险

报告期内，公司期间费用主要为销售费用和管理费用。

随着业务迅速发展，公司持续加大对市场拓展的投入，不断完善营销体系、加大广告投放、培育销售团队。报告期内，公司销售费用分别为 11,091.46 万元、17,761.04 万元和 27,258.76 万元，销售费用率分别为 11.74%、14.21%和 17.21%。

为保持技术领先优势，提高公司的核心竞争力，公司持续加大研发投入、储备技术人才。报告期内，公司管理费用分别为 6,826.58 万元、11,784.01 万元、17,914.20 万元，管理费用率分别为 7.22%、9.43%和 11.31%。其中，各期技术开发费分别为 3,396.80 万元、5,213.34 万元和 8,000.10 万元，占当期营业收入比例分别为 3.59%、4.17%和 5.05%，上升较快。

未来几年内，为继续保持及进一步巩固提升公司的行业地位和竞争优势，公司将持续保持对销售和研发的大力投入。但是，若相关期间费用投入无法在短期内产生效益，或产生效益不达预期，则将对公司未来的经营业绩产生不利影响。

（二）存货周转率降低风险

报告期内，公司存货规模随营业收入的增长而相应增长。公司各期末存货账面价值分别为 6,904.71 万元、9,671.33 万元和 17,458.14 万元，存货周转率分别为 6.67、7.51 和 6.05，存货规模上升较快，2017 年存货周转率有所降低。

近年来公司业务迅速发展，产品品类不断丰富，为保证对下游客户的及时响应速度，各产品系列均需维持一定规模的库存商品，同时还需要有计划的增加原材料的采购以应对生产需求。因此，维持一定规模的存货水平符合公司自身的发

展需求。但如果公司产品无法实现销售预期，可能会导致存货无法及时变现，存货周转率降低，从而对公司的经营业绩产生不利影响。

（三）毛利率波动的风险

报告期内，公司综合毛利率分别为 48.28%、49.44%、47.75%，基本保持稳定。公司主要产品系浴霸、集成吊顶，更新换代速度较快，若公司不能持续研发推出高附加值的新产品，则公司毛利率将面临下降的风险。此外，随着公司经营规模持续扩大，为开发工程、家装等大宗客户，公司也会适当降低大宗客户渠道下的产品销售价格，由此可能导致毛利率出现一定程度的波动。

（四）净资产收益率降低风险

报告期内，公司净资产收益率（扣除非经常性损益前后孰低）分别为 34.53%、38.28%及 38.66%，处于较高水平。此次募集资金到位后，本公司的净资产规模较发行前将出现大幅增长，而募集资金投资项目建成达产需要一定的周期。因此，短期内，公司净利润增长幅度可能小于净资产增长幅度，存在净资产收益率下降的风险。

（五）税收政策的风险

报告期内，公司依法享受了高新技术企业的所得税优惠和出口退税政策，如果国家税收优惠政策出现变化，或公司由于无法继续保持高新技术企业资格等原因无法继续享受相关税收优惠政策，则有可能提高公司的税负水平，从而对公司业绩造成不利影响。

四、其他风险

（一）股市波动的风险

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

还应当充分了解股票市场的风险，审慎做出投资决定。

（二）实际控制人控制风险

本次发行前，Fang James、方胜康为公司的共同实际控制人，方雯雯与吴兴杰夫妇为实际控制人的一致行动人，上述股东合计持有发行人 70.79%的股权，具有直接影响公司重大经营决策的能力。虽然公司已根据《公司法》、《上海证券交易所上市规则》等有关法律法规建立健全三会、董事会专门委员会、独立董事等规范运行相关的制度以及内控制度，但如果 Fang James、方胜康、方雯雯与吴兴杰夫妇利用其实际控制人及实际控制人的一致行动人地位和长期以来形成的影响力，通过行使表决权对公司经营管理、对外投资等重大事项实施不当控制，则有可能损害本公司和中小股东的利益。

第五节 发行人基本情况

一、发行人基本情况

中文名称： 奥普家居股份有限公司

英文名称： AUPU Home Style Corporation Limited

注册资本： 36,000 万元

法定代表人： Fang James

成立日期： 2004 年 9 月 9 日（2017 年 6 月 22 日整体变更为股份公司）

公司住所： 杭州经济技术开发区 21 号大街 210 号

邮政编码 310018

电话 0571-8817 7925

传真 0571-8817 2888 转 1213

互联网网址 www.aupu.net

电子邮箱 aupuzqb@aupu.net

二、发行人改制重组情况

（一）设立方式

公司系由奥普卫厨整体变更设立的股份有限公司。

2017 年 6 月 14 日，奥普卫厨召开董事会会议并作出决议，同意将奥普卫厨截至 2017 年 5 月 31 日经天健所审计后的公司净资产 64,924.06 万元，扣除其他综合收益 8,561.98 万元后的净资产 56,362.07 万元按照 1.56561316117: 1 比例折合股份公司的股份 36,000 万股，奥普卫厨其余净资产 20,362.07 万元全部计入资本公积，奥普卫厨整体变更为股份有限公司。

奥普卫厨本次整体变更为股份公司时，13名发起人股东的出资已经天健所于2017年6月14日出具的天健验[2017]219号《验资报告》审验，并于2017年6月22日取得了杭州市市场监督管理局核发的《营业执照》。

（二）发起人

股份公司设立时，各发起人的持股数量及持股比例如下：

序号	股东名称	持股数量（股）	持股比例（%）
外资股东			
1	Tricosco	248,589,449	69.0526
2	PMT	16,342,103	4.5395
3	ZJUI	16,342,103	4.5395
4	HSCA	15,252,639	4.2368
5	香港红星	15,252,639	4.2368
6	SKY	6,536,838	1.8158
内资股东			
1	文泽投资	17,684,212	4.9123
2	明泽投资	12,179,290	3.3831
3	聚泽投资	5,504,922	1.5291
4	斐昱永淳	2,715,796	0.7544
5	宁波海湃	1,642,112	0.4561
6	斐昱悦柏	1,010,527	0.2807
7	斐昱武胜	947,370	0.2632
合计		360,000,000	100.0000

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

（三）改制设立发行人前后，主要发起人拥有的主要资产和从事的主要业务

股份公司的主要发起人为 Tricosco。在公司改制设立前，Tricosco 主要从事投资管理业务，拥有的主要资产包括奥普卫厨及其他企业的股权。主要发起人 Tricosco 拥有的主要资产及从事的主要业务在公司改制设立前后未发生重大变化。

(四) 发行人设立时及设立后拥有的主要资产和实际从事的主要业务

公司系由奥普卫厨整体变更设立而来，承继了奥普卫厨的全部资产、负债及业务。公司改制设立时实际从事的主要业务为浴霸、集成吊顶等家居产品的研发、生产、销售及相关服务的提供。

公司改制设立后，公司拥有的主要资产和实际从事的主要业务均未发生变化。

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

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

(六) 发行人成立以来，在生产经营方面与主要发起人的关联关系及演变情况

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

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

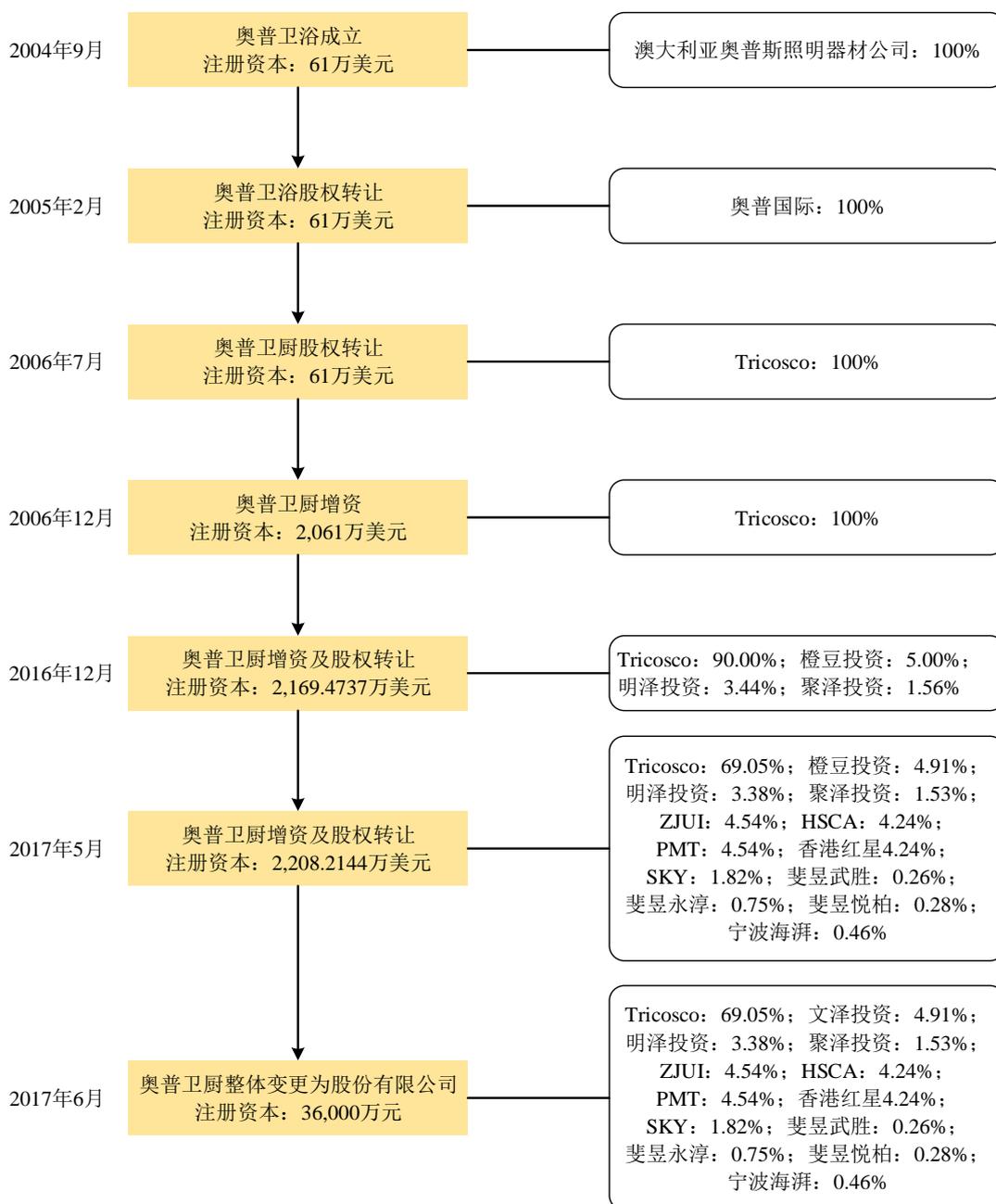
(七) 发起人出资资产的产权变更手续办理情况

公司系由奥普卫厨整体变更设立而来，原奥普卫厨的资产和负债等全部由奥普家居承继。截至本招股说明书签署之日，相关资产如房屋所有权、土地使用权、专利权、著作权、商标权等已经或正在办理权属变更登记手续。

三、发行人股本结构的形成及其变化情况

（一）发行人的股本形成及变化

公司前身系奥普卫厨，公司股本结构的形成过程如下图：



注：橙豆投资于 2017 年 5 月 24 日更名为文泽投资。

1、2004 年 9 月，奥普卫浴成立

2004 年 8 月 19 日，杭州经济技术开发区经济贸易局出具《关于同意杭州奥普卫浴科技有限公司章程的批复》（杭经开贸[2004]178 号），批准澳大利亚奥普斯照明器材公司设立奥普卫浴，注册资本为 61 万美元，投资总额为 87 万美元。出资期限自营业执照签发之日起三个月内缴清。

2004 年 8 月 24 日，浙江省人民政府核发《中华人民共和国外商投资企业批准证书》（商外资浙府资杭字[2004]03779 号）。

2004 年 9 月 9 日，杭州市工商行政管理局向奥普卫浴核发《营业执照》（注册号：企独浙杭总字第 100134 号），注册资本 61 万美元。

奥普卫浴成立时，其股权结构如下：

序号	股东名称	认缴注册资本（万美元）	出资比例（%）
1	澳大利亚奥普斯照明器材公司	61	100.00
合计		61	100.00

2、2004 年 9 月，实收资本变更

2004 年 9 月 16 日，国家外汇管理局浙江省分局出具《国家外汇管理局资本项目外汇业务核准件》（编号：（浙）汇资贸核字第 330000200400037 号），核准澳大利亚奥普斯照明器材公司将 2003 年所得奥普电器净利润再投资于奥普卫浴，金额为 504.47 万元人民币，折合 61 万美元。

2004 年 9 月 23 日，杭州立信会计师事务所有限公司出具验资报告（杭联会验字（2004）1-426 号），验证截至 2004 年 9 月 22 日，注册资本 61 万美元已实收到位。

2004 年 9 月 27 日，杭州市工商行政管理局向奥普卫浴核发实收资本变更后的《营业执照》。

3、2005 年 2 月，第一次股权转让

2005年1月11日，澳大利亚奥普斯照明器材公司与奥普国际签署《股权转让协议》，澳大利亚奥普斯照明器材公司将其持有的奥普卫浴全部股权转让给奥普国际，转让价格为61万美元。同日，奥普卫浴召开董事会，同意上述股权转让事项。

2005年2月1日，杭州经济技术开发区招商局出具《关于杭州奥普卫浴科技有限公司股权转让、经营范围调整及注册地更改的批复》（杭经开商[2005]017号），同意奥普卫浴的上述股权转让等相关事宜。

2005年2月2日，浙江省人民政府核发《中华人民共和国外商投资企业批准证书》（商外资浙府资杭字[2004]03779号），同意上述股权转让及营业范围和注册地址变更等相关事宜。

2005年2月22日，杭州市工商行政管理局向奥普卫浴核发变更后的《营业执照》，注册资本61万美元。

第一次股权转让完成后，奥普卫浴股权结构如下：

序号	股东名称	出资数额（万美元）	出资比例（%）
1	奥普国际	61	100.00
合计		61	100.00

4、2006年1月，奥普卫浴更名为奥普卫厨

2005年12月27日，奥普卫浴召开董事会，同意公司名称由“杭州奥普卫浴科技有限公司”变更为“杭州奥普卫厨科技有限公司”。

2006年1月12日，杭州经济技术开发区招商局出具《关于同意杭州奥普卫浴科技有限公司变更名称、注册地址和经营范围的批复》（杭经开商[2006]007号），同意奥普卫浴更名为奥普卫厨等相关事宜。

2006年1月16日，浙江省人民政府核发《中华人民共和国外商投资企业批准证书》（商外资浙府资杭字[2004]03779号），同意上述名称变更等相关事宜。

2006年1月20日，杭州市工商行政管理局向奥普卫厨核发变更后的《营业执照》。

5、2006年7月，第二次股权转让

2006年6月30日，奥普国际与 Tricosco 签署《关于杭州奥普卫厨科技有限公司股权转让合同》，奥普国际将其所持奥普卫厨的全部股权转让给 Tricosco，转让价格为 3,427.63 万元。同日，奥普卫厨召开董事会，同意上述股权转让事项。

2006年7月5日，杭州经济技术开发区招商局出具《关于杭州奥普卫厨科技有限公司股权转让的批复》（杭经开商[2006]182号），同意上述股权转让等相关事宜。

2006年7月5日，浙江省人民政府核发《中华人民共和国台港澳侨投资企业批准证书》（商外资浙府资杭字[2004]03779号），同意上述股权转让等相关事宜。

2006年7月12日，杭州市工商行政管理局向奥普卫厨核发变更后的《营业执照》。

第二次股权转让完成后，奥普卫厨股权结构如下：

序号	股东名称	出资数额（万美元）	出资比例（%）
1	Tricosco	61	100.00
	合计	61	100.00

6、2006年12月，第一次增资

2006年11月30日，奥普卫厨召开董事会，同意公司注册资本由原来的 61 万美元增加至 2,061 万美元，投资总额由原来的 87 万美元增加至 2,500 万美元，新增注册资本全部由股东 Tricosco 认缴。

2006年12月5日，杭州经济技术开发区招商局出具《关于杭州奥普卫厨科技有限公司增资项目章程的批复》（杭经开商[2006]338号），同意公司上述增资等相关事宜。

2006年12月11日，浙江省人民政府核发《中华人民共和国台港澳侨投资企业批准证书》（商外资浙府资杭字[2004]03779号），同意上述增资等相关事宜。

2006年12月12日，国家外汇管理局浙江省分局出具《国家外汇管理局资本项目外汇业务核准件》（编号：（浙）汇资贸核字第0330000200600840号），核准奥普卫厨本次增资2,000万美元。

2006年12月18日，杭州联信会计师事务所有限公司出具验资报告（杭联会验字[2006]713号），验证截至2006年12月15日，新增注册资本2,000万美元已实收到位，累计实收资本为2,061万美元。

2006年12月27日，杭州市工商行政管理局向奥普卫厨核发本次增资等事项变更后的《营业执照》。

第一次增资完成后，奥普卫厨股权结构如下：

序号	股东名称	出资数额（万美元）	出资比例（%）
1	Tricosco	2,061	100.00
	合计	2,061	100.00

7、2016年12月，第三次股权转让及第二次增资

2016年12月8日，Tricosco与橙豆投资签署《股权转让协议》，Tricosco将其持有奥普卫厨的108.4737万美元出资额转让给橙豆投资（橙豆投资于2017年5月更名为“文泽投资”），转让价格为4,300万元人民币。同日，奥普卫厨召开董事会，同意上述股权转让事项。

2016年12月8日，奥普卫厨召开董事会，同意公司注册资本由2,061万美元增至2,169.4737万美元。增加的108.4737万美元注册资本分别由聚泽投资与明泽投资认购，其中33.7668万美元注册资本由聚泽投资出资1,338.55万元人民币认购，74.7069万美元注册资本由明泽投资出资2,961.45万元人民币认购。

2016年12月15日，杭州经济技术开发区管理委员会出具了《外商投资企业变更备案回执》（编号：杭经开商备201600058号）。

2016年12月21日，杭州市市场监督管理局向奥普卫厨核发本次变更后的《营业执照》（9133010076546451X1）。

2017年2月16日，天健所出具了《验资报告》（天健验[2017]231号），验

证截至 2017 年 2 月 14 日，奥普卫厨已收到聚泽投资及明泽投资缴纳的出资款合计 4,300 万元人民币，其中 752.43 万元人民币按照出资日汇率折合 108.4737 万美元计入实收资本，剩余 3,547.57 万元人民币计入资本公积。

第三次股权转让及第二次增资完成后，奥普卫厨由外商独资企业变更为中外合资企业。股权结构如下：

序号	股东名称	出资数额（万美元）	出资比例（%）
1	Tricosco	1,952.5263	90.00
2	橙豆投资	108.4737	5.00
3	明泽投资	74.7069	3.44
4	聚泽投资	33.7668	1.56
合计		2,169.4737	100.00

注：橙豆投资于 2017 年 5 月 24 日更名为文泽投资。

8、2017 年 5 月，第四次股权转让及第三次增资

2017 年 4 月 15 日，Tricosco 分别与 ZJUI、HSCA、PMT、香港红星及 SKY 签订《股权转让协议》，Tricosco 将其持有奥普卫厨的 100.24 万美元出资额以 3,750 万美元转让给 ZJUI，将其持有奥普卫厨的 93.56 万美元出资额以 3,500 万美元转让给 HSCA，将其持有奥普卫厨的 100.24 万美元出资额以 3,750 万美元转让给 PMT，将其持有奥普卫厨的 93.56 万美元出资额以 3,500 万美元转让给香港红星，将其持有奥普卫厨的 40.10 万美元出资额以 1,500 万美元转让给 SKY。同日，奥普卫厨召开董事会，同意上述股权转让事项，其余股东放弃优先认购权。

2017 年 4 月 15 日，奥普卫厨召开董事会，同意奥普卫厨注册资本由 2,169.4737 万美元增加至 2,208.2144 万美元，增加 38.7407 万美元，其中 5.8111 万美元注册资本由斐昱武胜出资 1,500 万元人民币认购，16.6585 万美元注册资本由斐昱永淳出资 4,300 万元人民币认购，6.1985 万美元注册资本由斐昱悦柏出资 1,600 万元人民币认购，10.0726 万美元注册资本由宁波海湃出资 2,600 万元人民币认购。

2017 年 5 月 15 日，杭州市市场监督管理局向奥普卫厨核发本次变更后的《营

业执照》。

2017年5月17日，杭州经济技术开发区管理委员会出具了《外商投资企业变更备案回执》（编号：杭经开商备201700106）。

2017年6月8日，天健所出具了《验资报告》（天健验[2017]232号），验证截至2017年5月27日，奥普卫厨已收到斐昱武胜、斐昱永淳、斐昱悦柏及宁波海湃缴纳的出资款合计10,000万元人民币，其中266.51万元人民币按照出资日汇率折合38.7407万美元计入实收资本，剩余9,733.49万元人民币计入资本公积。

第四次股权转让及第三次增资完成后，奥普卫厨的股权结构如下：

序号	股东名称	出资数额（万美元）	出资比例（%）
1	Tricosco	1,524.8300	69.05
2	橙豆投资	108.4737	4.91
3	明泽投资	74.7069	3.38
4	聚泽投资	33.7668	1.53
5	ZJUI	100.2413	4.54
6	PMT	100.2413	4.54
7	HSCA	93.5586	4.24
8	香港红星	93.5586	4.24
9	SKY	40.0965	1.82
10	斐昱永淳	16.6585	0.75
11	宁波海湃	10.0726	0.46
12	斐昱悦柏	6.1985	0.28
13	斐昱武胜	5.8111	0.26
合计		2,208.2144	100.00

注：橙豆投资于2017年5月24日更名为文泽投资。

9、2017年6月，整体变更设立为股份有限公司

2017年6月14日，奥普卫厨召开董事会，同意整体变更设立股份有限公司，并以截至2017年5月31日经天健所（天健审[2017]7261号）审计的净资产

649,240,556.66 元,扣除其他综合收益 85,619,818.64 元后的净资产 563,620,738.02 元,按照 1.56561316117: 1 比例折合股份公司的股份 36,000 万股,余额计入资本公积。同日,奥普卫厨全体股东一致决议同意此次变更。2017 年 6 月 14 日,所有发起人股东签署了《杭州奥普卫厨科技有限公司变更为奥普家居股份有限公司之发起人协议》,并拟定了公司章程。

2017 年 6 月 14 日,天健所出具了《验资报告》(天健验[2017]219 号),对公司整体变更情况进行了审验。经其审验,截至 2017 年 6 月 14 日止,奥普家居股份有限公司(筹)已收到全体出资者所拥有的截至 2017 年 5 月 31 日止杭州奥普卫厨科技有限公司经审计的净资产 649,240,556.66 元。

2017 年 6 月 20 日,公司召开创立大会暨第一次临时股东大会,审议并通过了股份公司设立的相关议案,同时选举产生了股份公司第一届董事会、监事会。整体变更后,公司股权结构如下:

序号	股东名称	股份数量(股)	持股比例(%)
1	Tricosco	248,589,449	69.0526
2	文泽投资	17,684,212	4.9123
3	PMT	16,342,103	4.5395
4	ZJUI	16,342,103	4.5395
5	HSCA	15,252,639	4.2368
6	香港红星	15,252,639	4.2368
7	明泽投资	12,179,290	3.3831
8	SKY	6,536,838	1.8158
9	聚泽投资	5,504,922	1.5291
10	斐昱永淳	2,715,796	0.7544
11	宁波海湃	1,642,112	0.4561
12	斐昱悦柏	1,010,527	0.2807
13	斐昱武胜	947,370	0.2632
合计		360,000,000	100.0000

2017年6月20日，杭州经济技术开发区管理委员会出具了《外商投资企业变更备案回执》（编号：杭经开商备201700128）。

2017年6月22日，杭州市市场监督管理局向奥普家居核发本次整体变更后的《营业执照》。

此次变更完成后至招股说明书签署之日，公司股本总额、股东及股权结构均未发生任何变化。

（二）发行人境外上市架构情况

发行人原间接控股股东奥普集团曾于2006年12月在香港联合交易所公开发行股票并上市，且已于2016年9月完成香港联合交易所退市流程。上述上市及退市的主要过程如下：

1、奥普集团设立及境外上市前股权变更

（1）2006年7月，奥普集团设立

2006年7月14日，奥普集团在开曼群岛注册设立。Codan Trust Company (Cayman) Limited 获得奥普集团发行的1股股份（未实际缴足），并于同日转让给 SeeSi。转让完成后，SeeSi 持有奥普集团1股股份（未实际缴足），每股面值为0.1港元，股权结构如下：

序号	股东名称	持股数量（股）	持股比例（%）
1	SeeSi	1	100

奥普集团设立时，SeeSi 已发行股数为71股，每股面值为1美元，其股权结构如下：

序号	股东名称	持股数量（股）	持股比例（%）
1	Fang James	33	46.48
2	方胜康	32	45.07
3	卢颂康	5	7.04
4	柴俊麒	1	1.41

序号	股东名称	持股数量（股）	持股比例（%）
	合计	71	100.00

（2）2006年9月，奥普集团增发股份

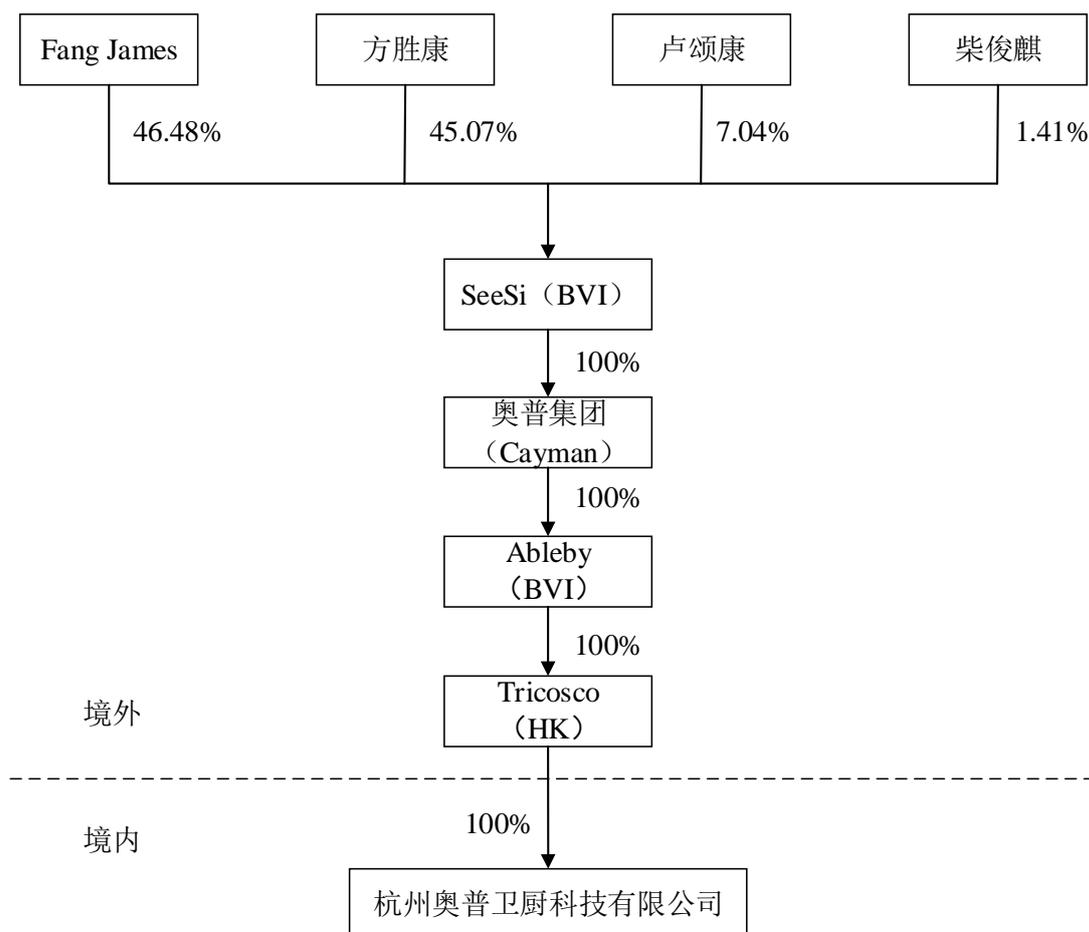
2006年9月1日，奥普集团与 SeeSi 签订换股协议。根据协议，奥普集团收购 SeeSi 持有的 Ableby 全部已发行股份，作为对价，奥普集团向 SeeSi 新发行 1 股实际缴足的股份，并将 SeeSi 已持有的 1 股未实际缴足的股份视为已实际缴足。

2006年9月1日，奥普集团与 SeeSi、Tricosco 签订转让协议。根据该协议，奥普集团向 SeeSi 新发行 199,999,998 股股份，收购 SeeSi 应收 Tricosco 的 10,363.62 万港元款项。

至此，SeeSi 合计持有奥普集团 200,000,000 股股份，股权结构如下：

序号	股东名称	持股数量（股）	持股比例（%）
1	SeeSi	200,000,000	100

本次交易完成后，奥普集团的股权架构图如下：



2、奥普集团在香港联交所上市及挂牌期间股权变更

(1) 奥普集团在香港联交所上市

2006年12月，奥普集团在香港联合交易所公开发行人 480,000,000 股，其中对 SeeSi 资本化发行 310,000,000 股，对公众公开发行人 170,000,000 股。同时，SeeSi 向公众转让老股 34,000,000 股。

2006年12月13日，公司行使超额配股权，向公众超额配发 30,600,000 股。

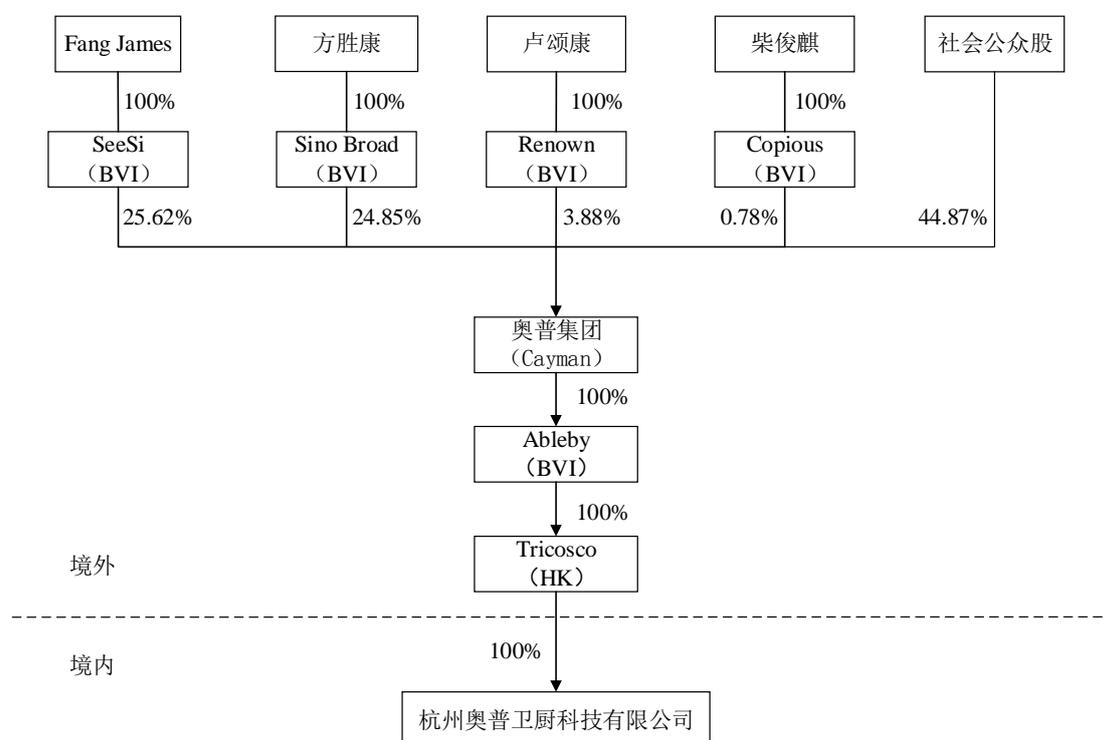
至此，奥普集团合计发行新股 510,600,000 股，其中对 SeeSi 发行 310,000,000 股，对公众发行 200,600,000 股。SeeSi 向公众转让老股 34,000,000 股。本次发行完成后，奥普集团股权结构如下：

序号	股东名称	持股数量 (股)	持股比例 (%)
1	SeeSi	476,000,000	66.99
2	社会公众	234,600,000	33.01

序号	股东名称	持股数量（股）	持股比例（%）
	合计	710,600,000	100.00

（2）SeeSi 分拆

2014 年 11 月 21 日，SeeSi 召开董事会审议通过，方胜康、卢颂康、柴俊麒分别将其所持有 SeeSi 的 32 股、5 股、1 股转让给 Fang James。作为对价，SeeSi 分别向 Sino Broad、Renown、Copious 转让其所持有奥普集团的股份 259,605,634 股、40,563,380 股、8,112,676 股。上述交易完成后，奥普集团股权结构如下：



（3）Fang James 设立家族信托

2015 年 12 月 30 日，Fang James 作为委托人在英属维尔京群岛设立全权信托 Fang Family Trust，受托人为 Cantrust (Far East) Limited，全权受益人包括 Fang James、其配偶及其子女。

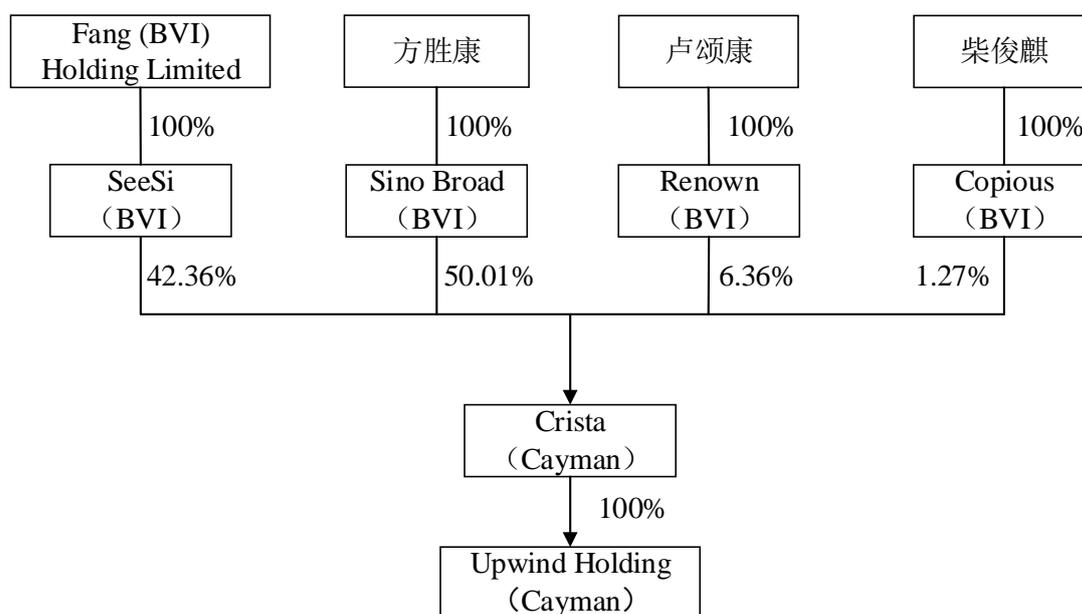
同日，Fang James 和 Fang (BVI) Holding Limited 签署股权转让协议，Fang James 将其持有的 SeeSi 的全部 71 股股票无偿转让给 Fang (BVI) Holding Limited。Fang (BVI) Holding Limited 设立于英属维尔京群岛，Rustem Limited 持有其 100% 股权。Rustem Limited 系名义持股人，代 Cantrust (Far East) Limited 持有 Fang (BVI)

Holding Limited 的股权。

3、奥普集团从香港联合交易所私有化退市过程

(1) 设立私有化交易实施主体

2016年4月5日，Fang James、方胜康、卢颂康及柴俊麒通过各自控制的境外公司在开曼群岛设立了两层控股公司作为实施私有化的主体，自上至下分别为Crista、Upwind Holding，其具体构架如下：



Crista 设立时的股权结构如下：

序号	股东名称	持股数量（股）	持股比例（%）
1	SeeSi	4,236	42.36
2	Sino Broad	5,001	50.01
3	Renown	636	6.36
4	Copious	127	1.27
合计		10,000	100.00

(2) 私有化实施

2016年5月18日，奥普集团收到要约人Upwind Holding提出了将奥普集团进行私有化的建议。根据该私有化建议，私有化将根据开曼群岛公司法第86条

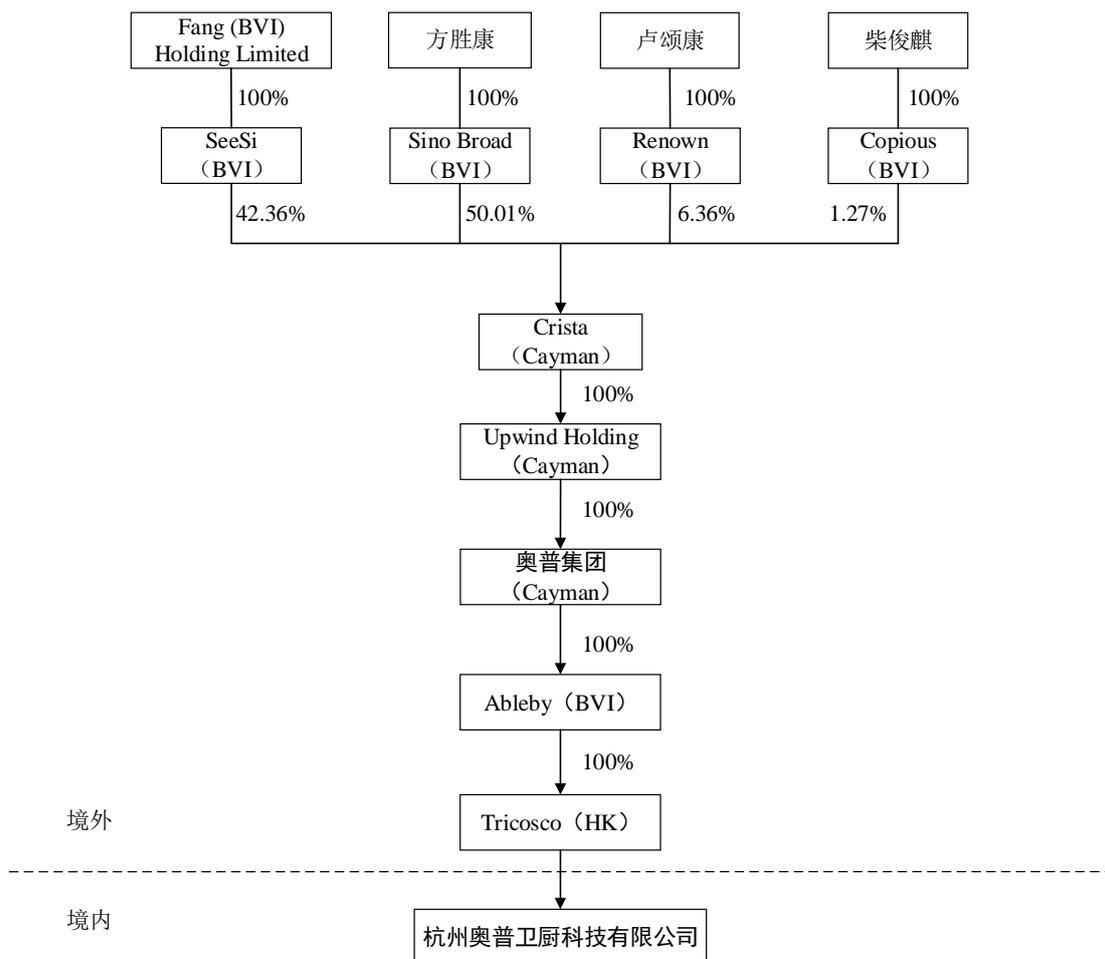
“协议计划”之方式予以实施，其主要内容包括：①除 Upwind Holding、方胜康、Fang James、Crista、SeeSi、Sino Broad、Renown 及 Copious 外的所有奥普集团股东（以下简称“计划股东”，计划股东持有的股份以下简称“计划股份”）持有的奥普集团股份将被注销，Upwind Holding 就每股计划股份向计划股东支付 2.71 港元（“每股股份注销价”）作为注销代价；②奥普集团的已发行股本将因计划股份被注销及剔除而减少，奥普集团将随即向 Upwind Holding 按面值发行相当于已注销的计划股份数目的股份，将奥普集团的股本增加至计划股份注销前的数额；③奥普集团的股份将被撤销在香港联交所的上市地位；④除计划股东以外的奥普集团直接股东（即方胜康、Fang James、Crista、SeeSi、Sino Broad、Renown 及 Copious）将向 Upwind Holding 转让其各自持有的奥普集团的股份，转让完成后，Upwind Holding 将持有奥普集团 100% 股权；⑤奥普集团尚有效的，并未行使的购股权亦将被注销，购股权持有人将就被注销之每份购股权取得 0.64 港元作为注销代价。

2016 年 9 月 14 日，开曼群岛大法院举行了法院会议，上述私有化计划在法院会议上获得计划股东批准，并于同日举行的奥普集团特别股东大会上获得股东批准。

2016 年 9 月 22 日，开曼群岛大法院批准上述私有化计划。

2016 年 9 月 30 日，香港联合交易所批准撤销奥普集团股份的上市地位，奥普集团私有化完成。

奥普集团完成私有化退市后的股权架构图如下：



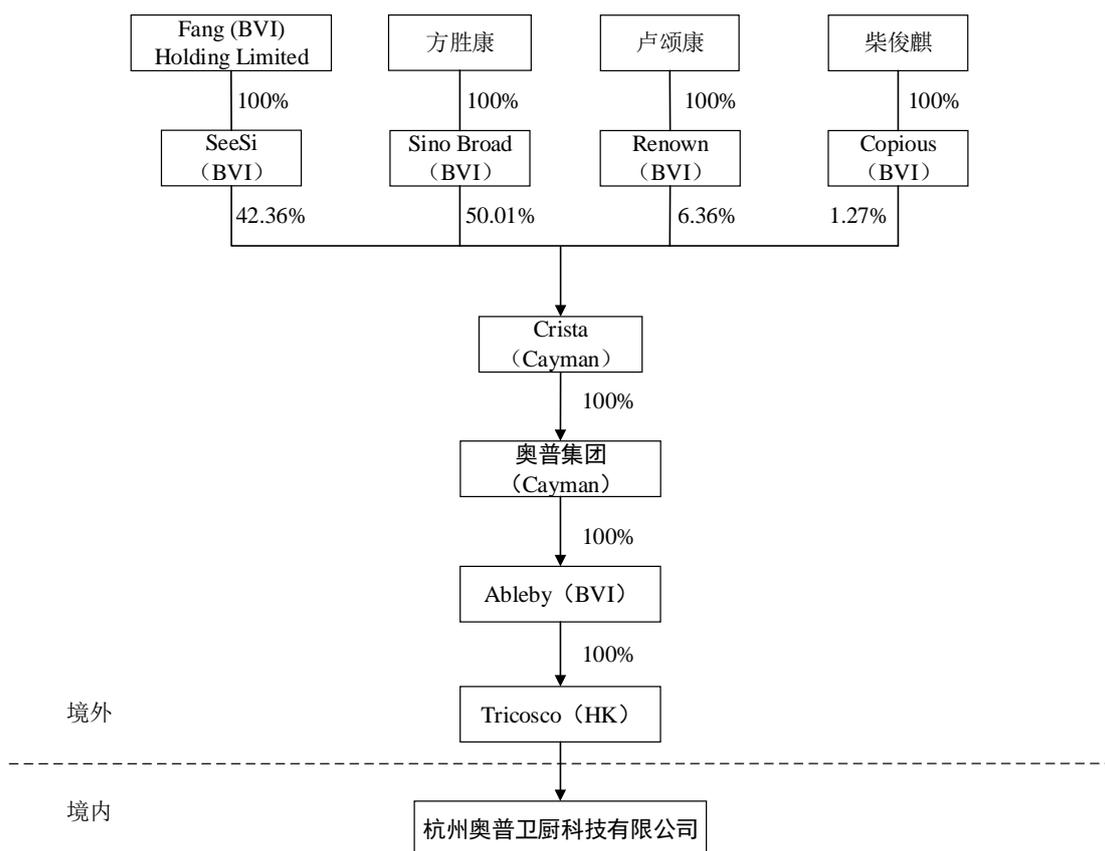
4、奥普集团于香港联合交易所退市后的境外股权调整

(1) 奥普集团吸收合并 Upwind Holding

2016年10月6日，经奥普集团与 Upwind Holding 董事会审议，同意奥普集团吸收合并 Upwind Holding，作为对价奥普集团向 Crista 发行 10,000 股普通股，每股 0.1 港元。

2016年10月18日，上述合并事项完成，Upwind Holding 于当日注销。

吸收合并完成后，发行人境外架构如下：



(2) Crista 层面股权调整

2017年1月至4月期间，Crista 层面进行了一系列股权调整，具体如下：

①Fang James 拆除家族信托持股结构

2017年1月19日，SeeSi 召开董事会，审议通过 Fang (BVI) Holding Limited 将其所持有 SeeSi 的 71 股股票无偿转让给 Fang James，同日完成上述转让的股权登记事宜。

②Crista 股份回购及增发

2017年3月9日，Crista 召开董事会，审议通过 Crista 以 1 美元/股回购 Sino Broad 所持有的 1,200 股股票，同时向 Sino Virtue 发行 1,200 股股票，每股面值 1 美元。Sino Virtue 于 2016 年 12 月 15 日在英属维尔京群岛设立，发行股数为 1 股，每股面值 1 美元，由方胜康持有。

③Renown 股权变更

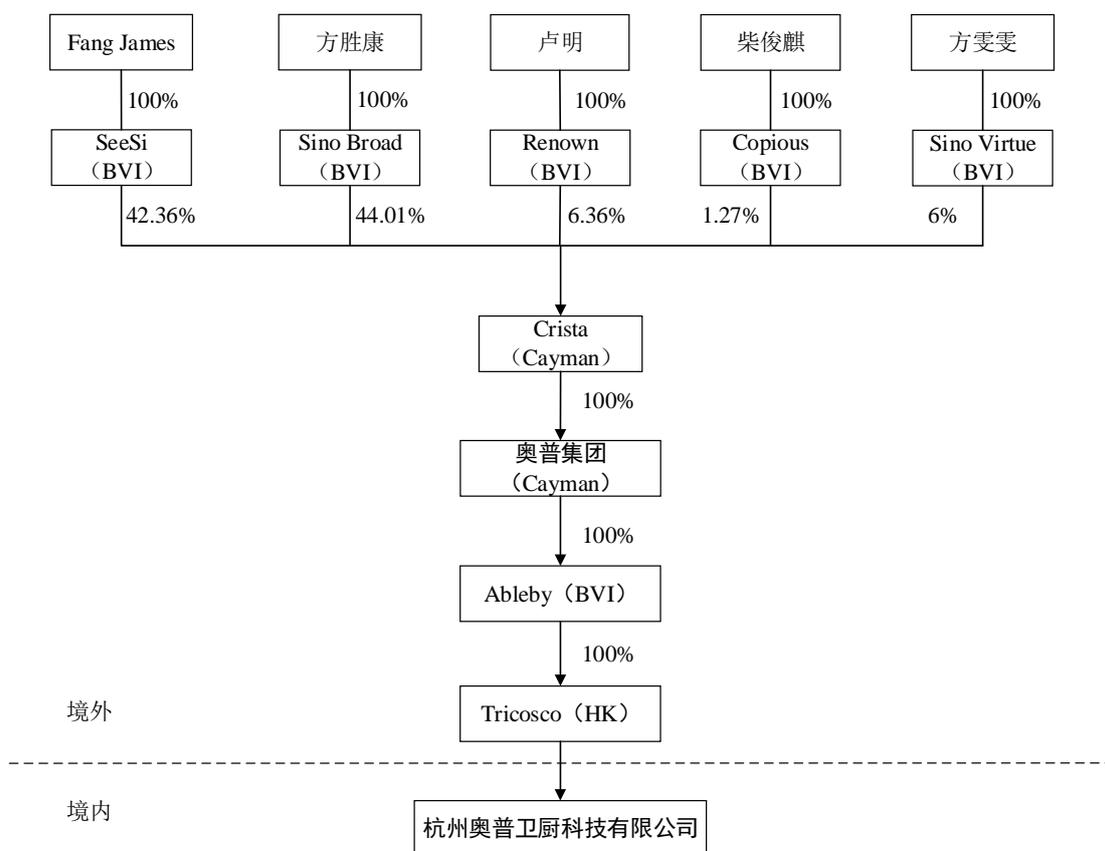
2017年3月10日，卢颂康与其女儿卢明签署《赠与契据》，卢颂康将其持

有 Renown 的 100% 股权无偿赠予卢明，同日 Renown 完成股东及董事变更登记。

④ Sino Virtue 股权变更

2017 年 4 月 6 日，方胜康与其女儿方雯雯签署《赠与契据》，方胜康将其持有 Sino Virtue 的 100% 股权无偿赠予方雯雯，同日 Sino Virtue 完成股东及董事变更登记。

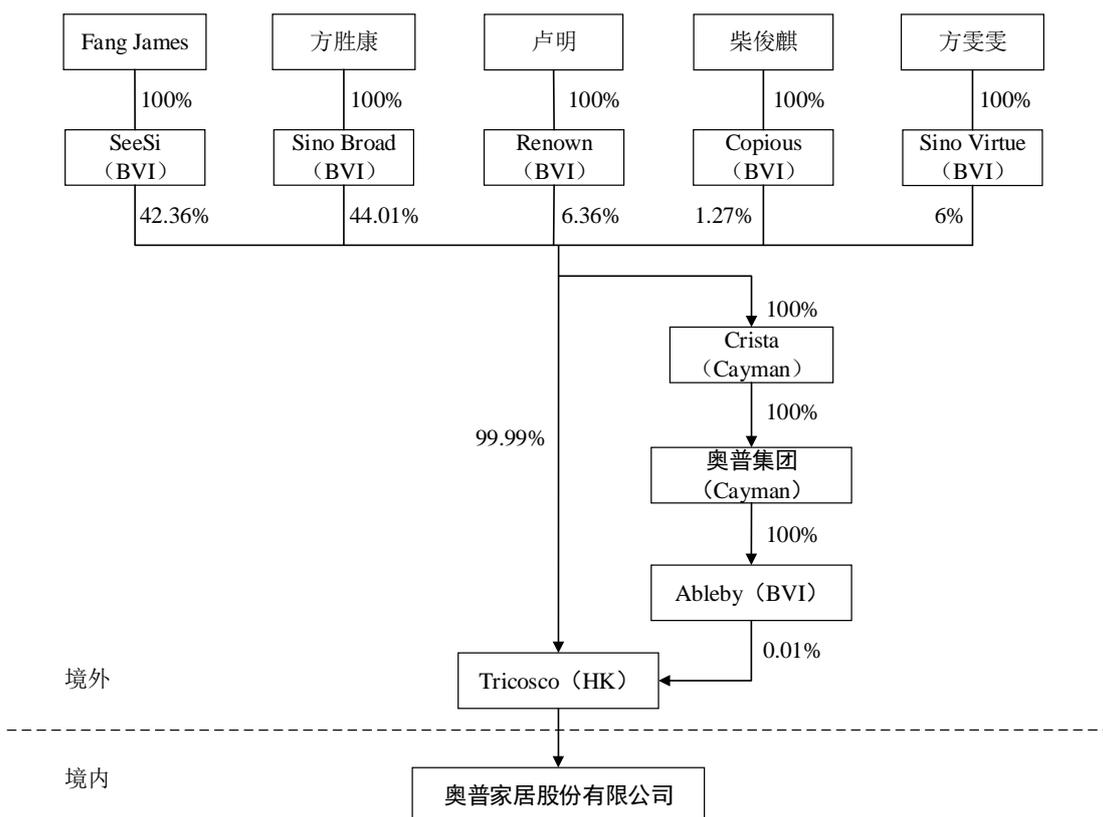
上述 Crista 层面股权调整完成后，发行人境外架构如下：



(3) Tricosco 层面股权调整

2017 年 7 月 22 日，Tricosco 召开董事会审议通过，向 SeeSi、Sino Broad、Renown、Sino Virtue 及 Copious 合计发行 10,000 股股票，每股面值 1 港元，SeeSi、Sino Broad、Renown、Sino Virtue 及 Copious 按照原间接持有 Tricosco 股权比例分别认购 4,236 股、4,401 股、636 股、600 股及 127 股。2017 年 8 月 8 日 Tricosco 完成股份变动登记。

上述股权调整完成后，发行人控股股东 Tricosco 股权架构如下：



(三) 外汇登记情况

2006年7月，国家外汇管理局浙江省分局向方胜康、卢颂康、柴俊麒三人分别核发《境内居民个人境外投资外汇登记表》，就其在境外投资 SeeSi、Ableby、Tricosco 进行登记。

同年，国家外汇管理局浙江省分局向方胜康、卢颂康、柴俊麒三人核发《境内居民个人境外投资外汇登记表》，就其在境外投资奥普集团进行登记。

2007年1月，国家外汇管理局浙江省分局向方胜康、卢颂康、柴俊麒三人核发《境内居民个人境外投资外汇登记表》，就奥普集团于2006年12月在香港主板上市导致的股权结构调整等事项进行登记。

2017年8月，交通银行浙江省分行向方胜康、柴俊麒分别核发《境内居民个人境外投资外汇登记表》，就2013年7月方胜康设立 Sino Broad、2014年5月柴俊麒设立 Copious 进行登记。

(四) 税收缴纳情况

报告期内，公司股权转让及股改所得税缴纳情况如下：

1、2016年12月股权转让所得税缴纳情况

2016年12月8日，Tricosco与橙豆投资签署《股权转让协议》，Tricosco将其持有奥普卫厨的108.4737万美元出资额转让给橙豆投资，转让价格为4,300万元。

Tricosco就本次股权转让缴纳了345.00万元的所得税，并已取得杭州市余杭区国家税务局余杭税务分局出具的完税凭证。

2、2017年4月股权转让所得税缴纳情况

2017年4月15日，Tricosco分别与ZJUI、HSCA、PMT、香港红星及SKY签订《股权转让协议》，Tricosco将其持有奥普卫厨的100.24万美元出资额以3,750万美元转让给ZJUI，将其持有奥普卫厨的93.56万美元出资额以3,500万美元转让给HSCA，将其持有奥普卫厨的100.24万美元出资额以3,750万美元转让给PMT，将其持有奥普卫厨的93.56万美元出资额以3,500万美元转让给香港红星，将其持有奥普卫厨的40.10万美元出资额以1,500万美元转让给SKY。

Tricosco就本次股权转让已缴纳了10,664.07万元的所得税，并已取得杭州经济技术开发区国家税务局出具的完税凭证。

3、2017年6月股改所得税缴纳情况

2017年6月20日，公司整体变更设立股份有限公司，各发起人均已按规定就本次整体变更缴纳了所得税。

(1) Tricosco、ZJUI、HSCA、PMT、香港红星及SKY分别就本次整体变更缴纳了911.00万元、119.78万元、111.79万元、119.78万元、111.79万元及47.91万元所得税，并取得了杭州经济技术开发区国家税务局出具的完税凭证。

(2) 文泽投资、聚泽投资及明泽投资分别就本次整体变更缴纳了259.23万元、80.70万元及178.53万元所得税，并已取得舟山市地方税务局直属一分局出具的完税凭证。

(3) 斐昱永淳、斐昱悦柏、斐昱武胜分别就本次整体变更缴纳了14.78万

元、24.88 万元及 13.88 万元所得税，并已取得海宁市地方税务局硖石税务分局出具的完税凭证。

(4) 宁波海湃就本次整体变更缴纳了 23.16 万元所得税，并已取得宁波市江北地方税务局慈城分局出具的完税凭证。

四、发行人设立以来重大资产重组情况

为有效整合公司相关业务和资产，理顺股权关系，保持业务完整性，提升管理效率，2016 年及 2017 年发行人进行了一系列的资产重组。

(一) 同一控制下的资产收购

1、收购成都博朗尼股权

成都博朗尼主要从事集成灶、整体橱柜及其他厨卫用品的研发、设计、生产、销售。本次收购前，奥普卫厨及 Tricosco 分别持有成都博朗尼 48.77% 及 51.23% 股权。

(1) 成都博朗尼设立以及被收购前历次股权结构调整情况

①2011 年 1 月设立

2011 年 1 月 6 日，崇州市商务局出具《关于同意设立中外合资企业“成都奥普博朗尼厨卫科技有限公司”及章程的批复》（崇商发[2011]1 号），同意由杭州明泽投资有限公司与 Wind-Plus Group 共同投资设立成都博朗尼。

成都博朗尼设立时，注册资本为 6,500 万元，投资总额 13,000 万元，其中：Wind-Plus Group 出资 3,330 万元，占注册资本的 51.23%；杭州明泽投资有限公司出资 3,170 万元，占注册资本的 48.77%。

2011 年 1 月 13 日，成都博朗尼取得四川省人民政府颁发的《中华人民共和国台港澳侨投资企业批准证书》（商外资川府蓉崇商字[2011]0001 号）。2011 年 1 月 18 日公司取得成都市工商行政管理局核发的《营业执照》（注册号：510100400030676）。

成都博朗尼设立时股权结构如下：

序号	股东名称	出资数额（万元）	出资比例（%）
1	Wind-Plus Group	3,330	51.23
2	杭州明泽投资有限公司	3,170	48.77
合计		6,500	100.00

②2013年1月，第一次股权转让

2013年1月1日，成都博朗尼召开董事会，同意：Wind-Plus Group 将其持有的成都博朗尼 51.23%的股权转让给 Tricosco，杭州明泽投资有限公司将其持有的成都博朗尼 48.77%的股权转让给奥普卫厨。同日，Wind-Plus Group 和杭州明泽投资有限公司均声明放弃优先受让权，各方就此次股权转让分别签署了股权转让协议。

2013年1月17日，崇州市商务和投资促进局出具《关于同意成都奥普博朗尼科技有限公司股权转让及注册资金延期到位的批复》（崇商投发[2013]2号），同意上述股权转让相关事宜以及同意注册资金延期至2014年1月17日前到位。

2013年1月17日，成都博朗尼取得四川省人民政府颁发的《中华人民共和国台港澳侨投资企业批准证书》（商外资川府蓉崇商字[2011]0001号）。

本次股权转让完成后成都博朗尼股权结构如下：

序号	股东名称	出资数额（万元）	出资比例（%）
1	Tricosco	3,330	51.23
2	奥普卫厨	3,170	48.77
合计		6,500	100.00

③2013年12月，成都博朗尼注册资本全部到位

根据浙江海旭会计师事务所有限公司2013年12月23日出具的《验资报告》（浙海旭验字（2013）第116号），截至2013年12月4日，成都博朗尼实缴注册资本累计6,500万元，占已登记注册资本总额的100%。成都博朗尼于2013年12月27日换领了新的营业执照。

(2) 2016年12月，奥普卫厨收购 Tricosco 所持成都博朗尼全部股权

为避免同业竞争，且为丰富公司产品品类、优化生产销售区域布局、充分发挥成都区位优势等，以进一步提升公司市场竞争力，经与 Tricosco 友好协商，由奥普卫厨收购 Tricosco 所持成都博朗尼的全部股权。

2016 年 11 月 21 日，成都博朗尼取得成都市投资促进委员会出具的《外商投资企业变更备案回执》（编号：蓉外资备 201600189），准予 Tricosco 将其所持成都博朗尼股权全部转让给奥普卫厨。

2016 年 11 月 25 日，坤元资产评估有限公司出具《杭州奥普卫厨科技有限公司拟收购股权涉及的成都奥普博朗尼厨卫科技有限公司股东全部权益价值评估项目资产评估报告》（坤元评报[2016]577 号）。经评估，截至 2016 年 9 月 30 日，成都博朗尼股东权益账面价值 5,471.70 万元，评估价值 5,475.32 万元，评估增值 3.62 万元，增值率为 0.07%。

2016 年 12 月 1 日，Tricosco 与奥普卫厨签署《股权转让协议》，Tricosco 将其持有成都博朗尼的全部股权按评估作价，以 2,800 万元转让给奥普卫厨。同日，成都博朗尼召开董事会，同意上述股权转让事项。

2016 年 12 月 27 日，成都博朗尼完成上述股权转让的工商变更备案事宜，并取得变更后的《营业执照》（注册号：915101005671783368）。

本次股权转让完成后，成都博朗尼成为奥普卫厨全资子公司。

2、收购奥普电器商标

（1）商标收购情况

奥普电器为 Tricosco 全资子公司，原主要从事浴霸、集成吊顶等产品的销售，并拥有包括“AUPU”、“奥普”等在内的已注册商标权 235 项，以及正在申请中的商标 25 项，共计 260 项商标权，明细参见招股说明书“第六节 业务与技术”之“五、发行人主要固定资产和无形资产”之“（二）无形资产”之“3、商标权”。

为解决同业竞争、关联交易问题，保证发行人经营相关资产的完整性，奥普卫厨于 2016 年 12 月底向奥普电器购买其所有已注册和在申请的商标权：

2016年12月6日，坤元资产评估有限公司出具《杭州奥普卫厨科技有限公司拟受让杭州奥普电器有限公司商标权价值评估项目资产评估报告》（坤元评报[2016]576号）对该260项商标权进行评估，评估基准日为2016年9月30日，该260项商标权的评估值为5,250万元。

2016年12月23日，奥普卫厨与奥普电器签订《商标转让协议》，双方一致同意根据上述评估作价，以5,250万元（含税）受让奥普电器全部260项商标权，协议签署时，上述商标权中，有四项存在争议。根据《商标转让协议》约定，若争议商标在争议终结日后成为瑕疵商标，则需在争议终结日后，以坤元资产评估有限公司届时出具的评估报告中所载的争议商标评估价值为基础，确定瑕疵商标之价值，并由奥普电器返还奥普卫厨等同于该等瑕疵商标价值的转让款。同日，奥普卫厨召开董事会，同意上述商标转让事项。

国家工商行政管理总局商标局已于2017年3月27日对上述标的商标出具了《商标转让申请受理通知书》。

奥普电器于2017年6月5日更名为杭州莫丽斯科技有限公司，同时营业范围变更为：仪器仪表、仪表零配件、电子元器件的生产、研发、销售；物业管理、自有房屋租赁。本次变更后，其主营业务与发行人不再相同或相似。

（2）瑕疵商标情况

签署《商标转让协议》时，存在争议的商标权如下：①2015年12月8日，浙江现代新能源有限公司对奥普电器8183677号“AUPU”商标提出无效宣告申请；②2015年11月13日，浙江现代新能源有限公司对奥普电器14965077号“AUPU 博朗尼”商标提出异议申请；③2015年9月11日，浙江现代新能源有限公司对奥普电器14965078号“AUPU 奥普博朗尼”商标提出异议申请；④2016年6月16日，美国皓齿制品有限公司对奥普电器3338895号“奥普”商标提出撤销申请。

①14965078号及14965077号商标情况

根据国家工商行政管理总局商标局分别于2017年2月27日及2017年4月28日的发文（[2017]商标异字第0000008180号）、（[2017]商标异字第0000018440

号), 奥普电器 14965078 号“**AUPU 奥普博朗尼**”及 14965077 号“**AUPU 博朗尼**”商标予以注册, 已解除争议。

②3338895 号商标情况

2016 年 6 月 16 日, 美国皓齿制品有限公司向国家工商行政管理总局商标局申请撤销奥普电器 3338895 号“**奥普**”商标在第 3 类“1.香波; 2.浴液; 3.化妆品; 4.牙膏”部分核定使用商品上的注册。

2017 年 3 月 30 日, 国家工商行政管理总局商标局发文(商标撤三字[2017]第 W004651 号), 撤销奥普电器 3338895 号第 3 类“**奥普**”商标在“1.香波; 2.浴液; 3.化妆品; 4.牙膏”部分核定使用商品上的注册(原核定商品为: 1.香波; 2.浴液; 3.化妆品; 4.牙膏; 5.去污剂; 6.家具和地板用抛光剂; 7.研磨材料; 8.香料; 9.香; 10.动物用化妆品), 并将重新核发《商标注册证》。

2018 年 4 月 27 日, 坤元资产评估有限公司出具《关于杭州奥普电器有限公司商标转让的情况说明》, 由于 3338895 号第 3 类“**奥普**”商标自取得以来从未在销售商品中使用过, 未来也不会使用该商标, 而《杭州奥普卫厨科技有限公司拟受让杭州奥普电器有限公司商标权价值评估项目资产评估报告》(坤元评报[2016]576 号)系基于商标权的收入贡献确定价值, 故上述事项不会对评估结果产生影响。

③8183677 号商标情况

截至本招股说明书签署之日, 8183677 号“**AUPU**”商标尚在国家工商行政管理总局商标局审理之中。详情参见本招股说明书“第十五节 其他重要事项”之“四、本公司的重大诉讼或仲裁事项”之“(二)浙江现代新能源有限公司诉讼”。

(3) 商标转让进展情况

截至本招股说明书签署之日, 上述正在申请中的 25 项商标, 其中 21 项已完成注册, 1 项(申请号: 18815479)予以驳回, 3 项仍在申请之中; 上述 235 项已注册商标权中 1 项境外商标(注册号: T05/02359C)不再转让。

2018年4月27日，坤元资产评估有限公司出具《关于杭州奥普电器有限公司商标转让的情况说明》，由于T05/02359C商标自取得以来从未在销售商品中使用过，未来也不会使用该商标，而《杭州奥普卫厨科技有限公司拟受让杭州奥普电器有限公司商标权价值评估项目资产评估报告》（坤元评报[2016]576号）系基于商标权的收入贡献确定价值，故不再转让T05/02359C商标不会对评估结果产生影响。

截至本招股说明书签署之日，254项已注册商标权及3项正在申请中的商标已完成转让注册，1项已注册商标权尚在转让变更之中。

（4）奥普电器无偿赠予商标情况

2017年3月6日，奥普电器与奥普卫厨签署补充协议，除上述商标转让以外，奥普电器将其拥有的1项已注册商标权（注册号：01391922）及1项正在申请中的商标（申请号：22097706）无偿赠予奥普卫厨。

截至本招股说明书签署之日，1项正在申请中的商标（申请号：22097706）已完成商标注册。

截至本招股说明书签署之日，2项已注册商标权尚在转让变更之中。

（二）非同一控制下的资产收购

1、收购浙江劲源资产

（1）浙江劲源基本情况

浙江劲源主要从事集成吊顶扣板的研发、生产和销售等，原系发行人主要供应商之一。随着公司集成吊顶扣板业务不断发展，为确保集成吊顶扣板供应的稳定性，发行人拟将集成吊顶扣板由原OEM模式调整为自制模式。发行人控股子公司嘉兴劲达经与浙江劲源协商一致，收购浙江劲源与集成吊顶扣板业务相关资产。

（2）本次收购相关资产评估及作价情况

2017年1月8日，坤元资产评估有限公司出具《嘉兴奥普劲达厨卫科技有

限公司拟收购浙江劲源科技发展有限公司部分资产价值评估项目》（坤元评报[2017]69号），对浙江劲源集成吊顶扣板业务相关资产进行评估，评估基准日为2017年1月8日。截至评估基准日，浙江劲源所拥有的集成吊顶扣板业务相关资产的评估值为2,229.11万元。

2017年1月9日，嘉兴劲达与浙江劲源签署《资产转让协议》，嘉兴劲达向浙江劲源收购部分存货和设备类固定资产，收购价格为2,229.11万元。

（3）本次资产收购的决策程序及执行情况

2017年1月9日，奥普卫厨召开董事会，同意上述资产收购事宜。嘉兴劲达已向浙江劲源合计支付了2,608.06万元资产转让价款（含税）。

2、收购杭州博朗尼资产及业务

（1）杭州博朗尼基本情况

杭州博朗尼原主要从事集成灶的研发、生产和销售等。为进一步丰富公司产品品类、充分发挥集成灶与公司现有产品的协同作用，进一步提升公司市场竞争力，奥普卫厨经与杭州博朗尼协商一致，收购杭州博朗尼与集成灶相关资产及业务。

（2）本次收购相关资产评估及作价情况

2017年3月6日，坤元资产评估有限公司出具《杭州奥普卫厨科技有限公司拟收购杭州奥普博朗尼卫厨科技有限公司部分资产价值评估项目资产评估报告》（坤元评报[2017]226号），对杭州博朗尼集成灶业务相关资产进行评估，评估基准日为2016年10月31日。截至评估基准日，杭州博朗尼所拥有的集成灶业务相关资产的评估值为1,931.78万元。

2017年4月5日，奥普卫厨与杭州博朗尼签署《资产及业务转让协议》，奥普卫厨向杭州博朗尼收购所有与“集成灶的生产、销售业务”相关的资产及业务。收购价格以《杭州奥普卫厨科技有限公司拟收购杭州奥普博朗尼卫厨科技有限公司部分资产价值评估项目资产评估报告》（坤元评报[2017]226号）为定价基础，根据2017年3月31日实际盘点情况确定为2,060.66万元。

(3) 本次资产收购的决策程序及执行情况

2017年4月5日，奥普卫厨召开董事会，同意上述资产收购事宜。奥普卫厨已向杭州博朗尼支付了2,355.97万元资产转让价款（含税）。与上述业务相关人员全部转入奥普卫厨，截至2017年6月，这些人员已全部与奥普卫厨签订劳动合同。

杭州博朗尼已于2017年6月21日更名为杭州普丽思科技有限公司，经营范围变更为技术开发、技术服务、技术咨询：仪器仪表、仪表零配件、电器元器件；批发、零售：仪器仪表、仪表零配件、电子元器件。本次变更后，其主营业务与发行人不再相同或相近。

3、收购中山博琅资产及业务

(1) 中山博琅基本情况

中山博琅主要从事集成吊顶扣板的研发、生产和销售等，原系发行人主要供应商之一。随着公司集成吊顶扣板业务不断发展，为确保集成吊顶扣板供应的稳定性，发行人拟将集成吊顶扣板由原OEM模式调整为自制模式。发行人控股子公司中山劲启、成都劲启分别与中山博琅协商一致，收购中山博琅与集成吊顶扣板相关的资产。

(2) 本次收购相关资产评估及作价情况

①中山劲启收购中山博琅部分资产

2017年6月20日，坤元资产评估有限公司出具《中山劲启材料科技有限公司拟收购中山博琅集成装饰材料有限公司部分资产价值评估项目》（坤元评报[2017]359号），评估基准日为2017年6月11日。截至评估基准日，中山劲启拟收购中山博琅部分资产评估值为1,658.78万元。

2017年6月20日，中山劲启与中山博琅、奉涛、李仕泽签订《资产转让协议》，中山劲启向中山博琅、奉涛、李仕泽收购部分存货、设备类固定资产、专利和著作权等无形资产，收购价格为1,658.78万元。

②成都劲启收购中山博琅部分资产

2017年6月20日，坤元资产评估有限公司出具《成都劲启材料科技有限公司拟收购中山博琅集成装饰材料有限公司部分资产价值评估项目》（坤元评报[2017]360号），评估基准日为2017年6月16日。截至评估基准日，成都劲启拟收购中山博琅部分资产评估值为911.36万元。

2017年6月20日，成都劲启与中山博琅签署《资产转让协议》，成都劲启向中山博琅收购部分存货和设备类固定资产，收购价格为911.36万元。

（3）本次资产收购的决策程序及执行情况

2017年6月20日，奥普卫厨召开董事会，同意上述资产收购事宜。

中山劲启已向中山博琅合计支付了1,935.82万元资产转让价款（含税）。

成都劲启已向中山博琅合计支付了1,066.30万元资产转让价款（含税）。

4、收回杭州橙隆经销权

（1）杭州橙隆基本情况

杭州橙隆原系发行人浴霸网络经销商之一，主要经营天猫奥普官方旗舰店、淘宝奥普浴霸商城店、天猫奥普品牌商、京东奥普官方旗舰店四家网络平台店铺。杭州橙隆实际控制人为发行人实际控制人之一致行动人方雯雯，为发行人关联方，故为了减少关联交易，发行人于2017年12月收回其经销权，同时承接了其主要的资产及人员。

杭州橙隆历史沿革如下：

①2012年9月设立

杭州橙隆前身杭州谭龙贸易有限公司设立时，注册资本为50万元，其中卢卿出资30万元，占注册资本的60%；梅娟出资20万元，占注册资本的40%。卢卿与梅娟系夫妻关系，卢卿系当时发行人间接股东卢颂康胞兄之子。

2012年9月4日，杭州华磊会计师事务所出具《验资报告》（杭华磊验字[2012]第433号），验证截至2012年9月4日，注册资本50万元已实收到位。

2012年9月7日，杭州市工商行政管理局江干分局向杭州谭龙贸易有限公

核发《营业执照》（注册号：330104000178768）。

杭州谭龙贸易有限公司设立时股权结构如下：

序号	股东名称	出资数额（万元）	出资比例（%）
1	卢卿	30	60
2	梅娟	20	40
合计		50	100

②2014年1月，第一次股权转让

2014年1月7日，杭州谭龙贸易有限公司召开股东会，全体股东一致同意卢卿及梅娟将其持有的股权分别以30万元与20万元转让给方向阳。同日卢卿及梅娟分别与方向阳签订股权转让协议。

2014年1月7日，杭州市工商行政管理局江干分局向杭州谭龙贸易有限公司核发了本次变更后的《营业执照》。

第一次股权转让完成后，杭州谭龙贸易有限公司股权结构如下：

序号	股东名称	出资数额（万元）	出资比例（%）
1	方向阳	50	100
合计		50	100

③2014年12月，第二次股权转让

2014年12月10日，方向阳与陈智民签署股权转让协议，方向阳将其持有杭州谭龙贸易有限公司100%股权以50万元转让给陈智民。

2014年12月10日，杭州市工商行政管理局江干分局向杭州谭龙贸易有限公司核发了本次变更后的《营业执照》。

第二次股权转让完成后，杭州谭龙贸易有限公司股权结构如下：

序号	股东名称	出资数额（万元）	出资比例（%）
1	陈智民	50	100

序号	股东名称	出资数额（万元）	出资比例（%）
	合计	50	100

④2016年9月，第三次股权转让及更名

2016年9月12日，俞剑中与陈智民签署股权转让协议，俞剑中以50万元受让陈智民持有的杭州谭龙贸易有限公司100%股权，并决定将杭州谭龙贸易有限公司更名为杭州橙隆。

2016年9月23日，杭州市工商行政管理局江干分局向杭州橙隆核发了本次变更后的《营业执照》（913301040536695765）。

第三次股权转让完成后，杭州橙隆股权结构如下：

序号	股东名称	出资数额（万元）	出资比例（%）
1	俞剑中	50	100
	合计	50	100

（2）杭州橙隆与发行人关系

杭州橙隆设立时，实际控制人为卢卿，系当时发行人间接股东卢颂康胞兄之子，不属于发行人关联方。

杭州橙隆后续股东方向阳、陈智民及俞剑中均系代名股东，实际控制人为方雯雯。方雯雯女士系发行人实际控制人之一致行动人，故自2014年1月起杭州橙隆属于发行人关联方。报告期内杭州橙隆与发行人交易情况参见招股说明书“第七节 同业竞争与关联交易”之“四、报告期内的关联交易”之“（一）经常性关联交易”之“1、销售商品、提供劳务”。

（3）本次承接相关资产作价情况

经协商，发行人对杭州橙隆资产进行盘点，以截至2017年12月14日0:00杭州橙隆存货、设备、账户余额、交接订单等资产价值为最终交易价格，具体盘点及作价依据如下：

项目	数量(台/单)	盘点金额(万元)	作价依据
成品	14,231	166.20	按出厂价剔除返利
残次品	3,076	39.45	更换包装按出厂价剔除返利9折, 更换包装加维修按出厂价剔除返利8折, 其他按出厂价剔除返利2折
维修机	4,154	83.93	更换包装按出厂价剔除返利9折处理
样机	48	1.14	按出厂价剔除返利5折
固定资产	2,139	40.18	按账面价值计
交接账户余额	-	15.29	短信/品效宝/直通车/钻展剩余未使用金额
交接订单(已发货未确认收货)	11,754	877.89	扣除三年加权平均退货率3.33%及天猫平台费2.5%
合计	35,402	1,224.08	-

注: 交接订单是指2017年12月14日0:00前杭州橙隆已经发货, 但买家尚未确认收货的订单。由于天猫店面经营主体发生变更, 该些订单买家确认收货后, 款项将直接进入承接主体支付宝账户, 故发行人剔除杭州橙隆三年加权平均退货率及天猫平台费影响后, 将该些订单款项一次性支付给杭州橙隆。

2017年12月15日, 奥普家居与杭州橙隆签署《资产及业务转让协议》, 奥普家居向杭州橙隆收购部分存货、设备类固定资产以及天猫旗舰店相关资产, 并收回其经销权, 收购价格为1,224.08万元。

(4) 本次收购的决策程序及执行情况

2017年12月15日, 奥普家居独立董事发表事前认可意见, 同意上述收购事宜。同日, 奥普家居召开第一届董事会第三次会议, 审议上述收购事宜, 关联董事Fang James、方胜康、吴兴杰回避表决, 独立董事发表独立意见, 同意上述收购事宜。

截至2017年12月14日, 杭州橙隆名下的淘宝奥普浴霸商城店、天猫奥普品牌商、京东奥普官方旗舰店已全部关停, 天猫奥普官方旗舰店经营主体已变更为发行人。

发行人已向杭州橙隆支付了1,280.33万元资产转让价款(含税)。杭州橙隆主要人员亦已于2018年1月1日与发行人签订劳动合同。

本次收购后，杭州橙隆已不再实际开展经营活动。

3、其他资产收购行为

报告期内，为优化产能布局以及销售渠道建设，公司 2017 年除上述收购行为外，还收购了中山博颂及上海逸盛部分资产，交易对价金额较小，且对公司总资产、营业收入、利润总额的影响均较小。

（三）非主业资产剥离

报告期内，为满足业务战略发展要求，发行人将与主要业务不相关资产进行了剥离，主要为 2017 年 5 月出售成都牵银股权，具体情况如下：

成都牵银系奥普卫厨与杭州牵银于 2010 年 8 月共同出资设立，其中奥普卫厨持股 41.67%，杭州牵银持股 58.33%。成都牵银主要从事房地产开发经营。

2017 年 4 月 25 日，坤元资产评估有限公司出具《杭州奥普卫厨科技有限公司拟转让股权涉及的成都牵银投资有限公司股东全部权益价值评估项目资产评估报告》（坤元评报[2017]276 号），评估基准日为 2017 年 3 月 31 日。经其评估，截止评估基准日，股东权益账面价值 374.24 万元，评估价值 6,153.16 万元，评估增值 5,778.92 万元，增值率为 1,544.16%。

根据经评估的净资产价值，奥普卫厨拥有的成都牵银 41.67% 股权，对应享有的净资产价值为 2,564.02 万元。

2017 年 5 月 5 日，奥普卫厨与奥普电器签订《股权转让协议》，奥普电器按成都牵银评估价值，以 2,564.02 万元受让奥普卫厨所持有的成都牵银全部股权。

2017 年 7 月 5 日，崇州市市场和质量监督管理局向成都牵银核发本次股权转让后的《营业执照》（统一社会信用代码：91510184556429558H）。

（四）资产重组对发行人业务的影响

2016 年以来奥普卫厨进行了多次资产重组，但重组标的规模较小，资产总额、营业收入及净利润均未超过公司相应项目的 20%，且不会导致发行人主营业务发生变更。业务重组的指标测算如下，相关数据已剔除收购标的与奥普卫厨关

联交易金额。

1、2016 年业务整合情况

单位：万元

标的名称	交易类型	交易金额或总资产孰高（不含税）	营业收入	利润总额
成都博朗尼 51.23% 股权	同控、股权	6,269.94	341.65	-398.51
奥普电器所拥有的商标权	同控、资产	4,952.83	-	-
合计	-	11,222.77	341.65	-398.51
奥普卫厨 2015 年母公司审计数	-	88,016.73	94,163.26	29,020.82
占比	-	12.75%	0.36%	-1.37%

2016 年，奥普卫厨收购成都博朗尼股权以及奥普电器商标权。该两项收购标的的总资产或交易金额、营业收入以及利润总额各项合计值，分别占奥普卫厨相应指标的比例为 12.75%、0.36%和-1.37%，均不超过 20%。故奥普卫厨 2016 年业务、资产收购不构成重大资产重组，也未造成公司近三年主营业务发生变更。

2、2017 年业务整合情况

(1) 业务收购情况

单位：万元

标的名称	交易类型	交易金额或总资产孰高（不含税）	营业收入	利润总额
浙江劲源	非同、业务	2,229.11	1,509.47	58.27
杭州博朗尼相关业务及资产	非同、业务	2,060.66	4,257.66	-169.53
上海逸盛相关资产	非同、资产	976.80	-	-
中山博颂相关资产	非同、资产	54.69	-	-
中山博琅相关资产	非同、资产	2,570.14	-	-
杭州橙隆代理权	非同、业务	1,224.08	13,867.64	3,545.39

标的名称	交易类型	交易金额或总资产孰高（不含税）	营业收入	利润总额
合计	-	9,115.48	19,634.77	3,434.13
奥普卫厨 2016 年合并审计数	-	118,491.32	124,973.25	31,916.65
占比	-	7.69%	15.71%	10.76%

注：上述金额已剔除收购标的与公司关联交易影响。

2017 年，奥普卫厨收购浙江劲源扣板业务、杭州博朗尼集成灶业务、上海逸盛资产、中山博琅以及中山博颂资产、杭州橙隆代理权。上述收购标的的总资产或交易金额、营业收入以及利润总额各项合计值，分别占奥普卫厨相应指标的比例为 7.69%、15.71%和 10.76%，均不超过 20%。故奥普卫厨 2017 年业务、资产收购不构成重大资产重组。

（2）业务出售情况

单位：万元

标的名称	交易类型	交易金额或总资产孰高	营业收入	利润总额
成都牵银 41.67%的股权	股权出售	9,476.83	-	-934.64
合计	-	9,476.83	-	-934.64
奥普卫厨 2016 年合并审计数	-	118,491.32	124,973.25	31,916.65
占比	-	8.00%	-	-2.93%

注：上述金额已剔除收购标的与公司关联交易影响。

2017 年，奥普卫厨出售成都牵银股权。成都牵银的总资产（41.67%奥普卫厨享有部分）、营业收入以及利润总额各项合计值，分别占奥普卫厨相应指标的比例为 8.00%、0%和-2.93%，均不超过 20%。故奥普卫厨本次出售成都牵银股权不构成重大资产重组。

综上所述，2016 年以来奥普卫厨进行的多次资产重组不构成重大资产重组，发行人最近三年主营业务亦未发生变化。

五、发行人历次验资情况及发起人投入资产的计量属性

（一）发行人历次验资情况

公司是由奥普卫厨整体变更设立，自成立以来一共进行过五次验资。

1、有限公司阶段的历次验资情况

序号	验资截止时间	验资金额 (万美元)	累计实收资本 金(万美元)	验资机构	验资报告编号
1	2004.9.22	61	61	杭州联信会计师事务所	杭联会验字(2004) 1-426号
2	2006.12.15	2,000	2,061	杭州联信会计师事务所	杭联会验字(2006) 713号
3	2017.2.14	108.4737	2,169.4737	天健会计师事务所(特殊 普通合伙)	天健验[2017]231号
4	2017.5.27	38.7407	2,208.2144	天健会计师事务所(特殊 普通合伙)	天健验[2017]232号

2、股改验资情况

根据天健所 2017 年 6 月 14 日出具的《验资报告》(天健验[2017]219 号)，截至 2017 年 6 月 14 日止，奥普家居股份有限公司(筹)已收到全体出资者所拥有的截至 2017 年 5 月 31 日止杭州奥普卫厨科技有限公司经审计的净资产 64,924.06 万元。

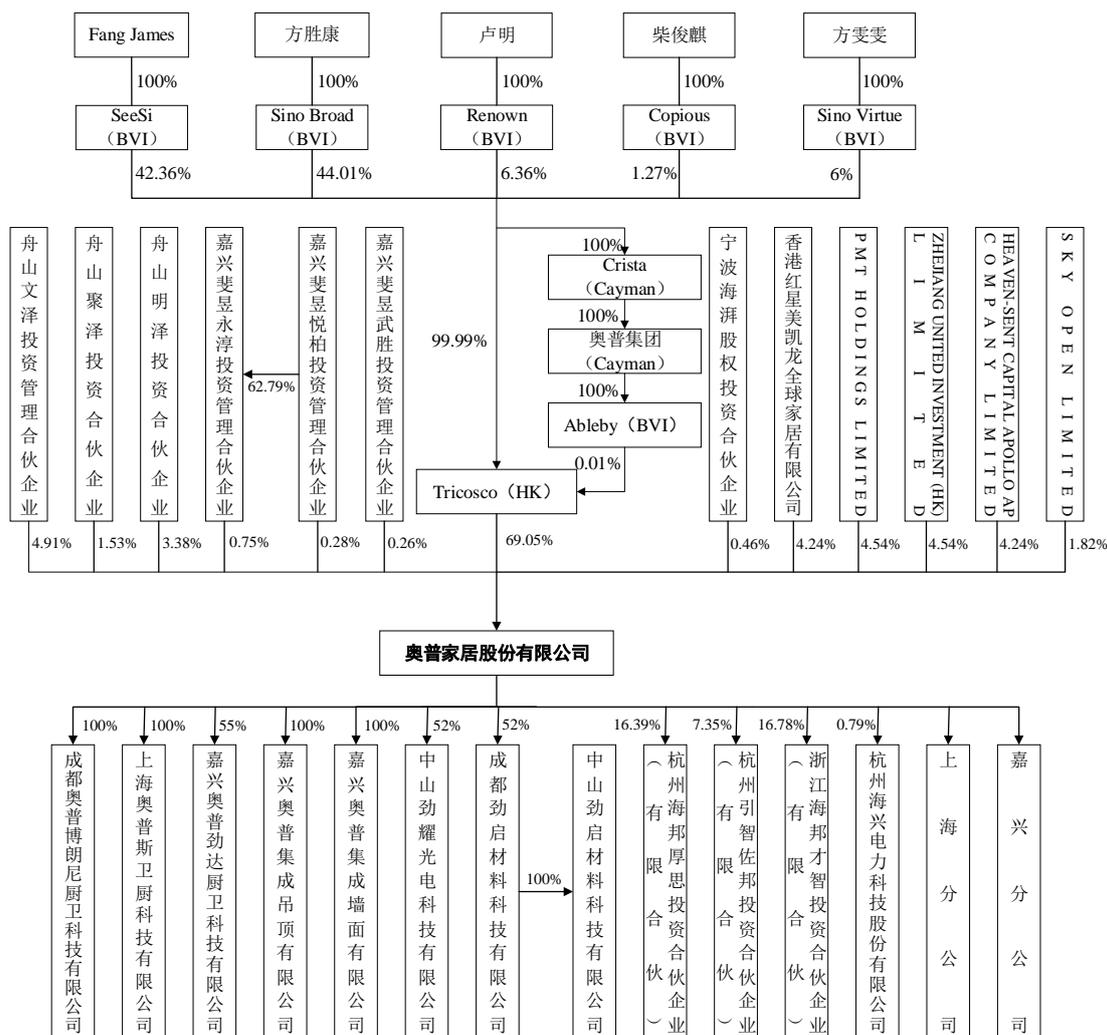
（二）设立时发起人投入资产的计量属性

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

六、发行人的股权结构及组织架构

（一）发行人的股权结构

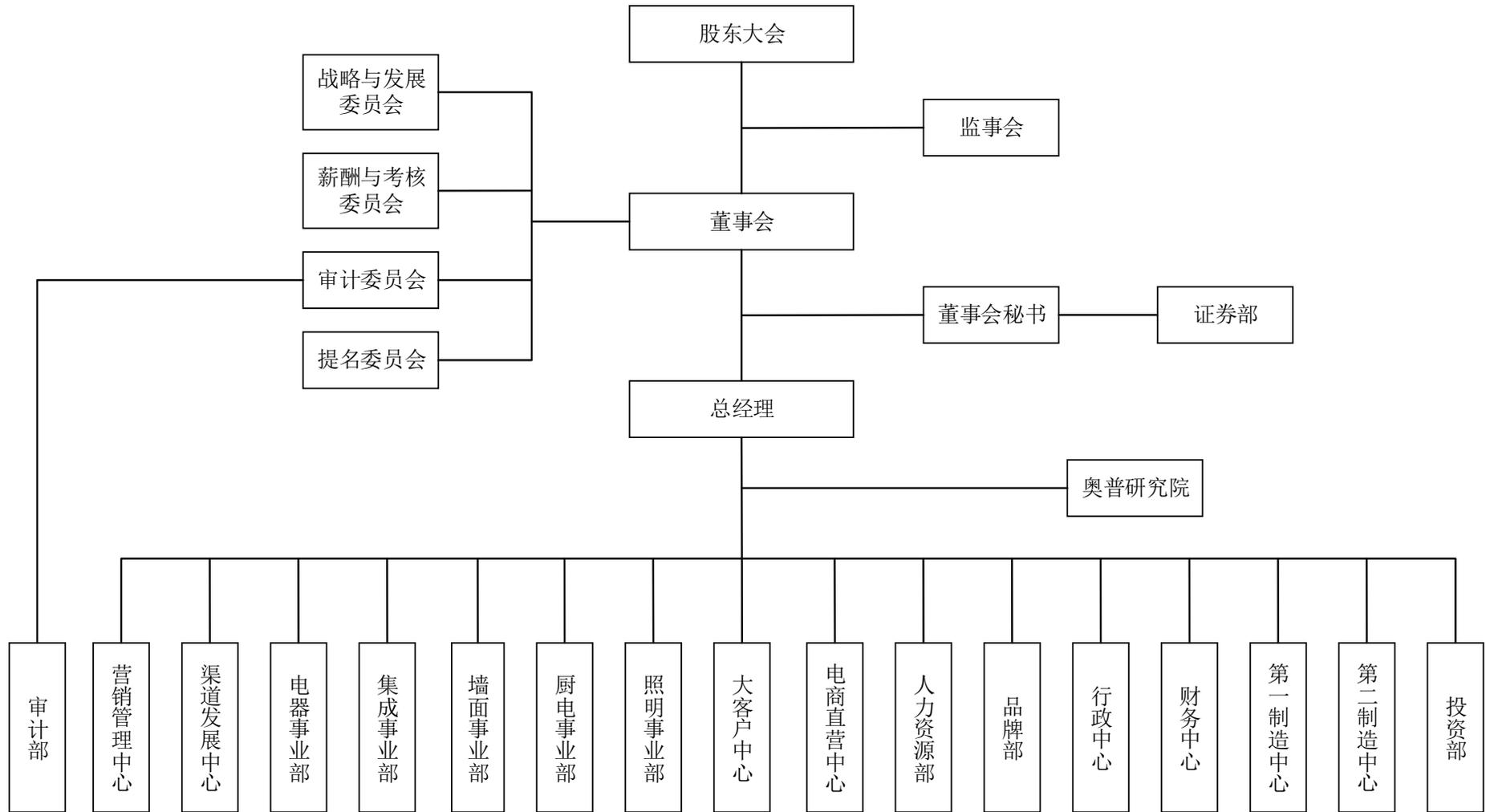
截至本招股说明书签署之日，公司的股权结构如下图所示：



(二) 发行人组织架构图

1、发行人现行组织架构图

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



2、各部门主要职能

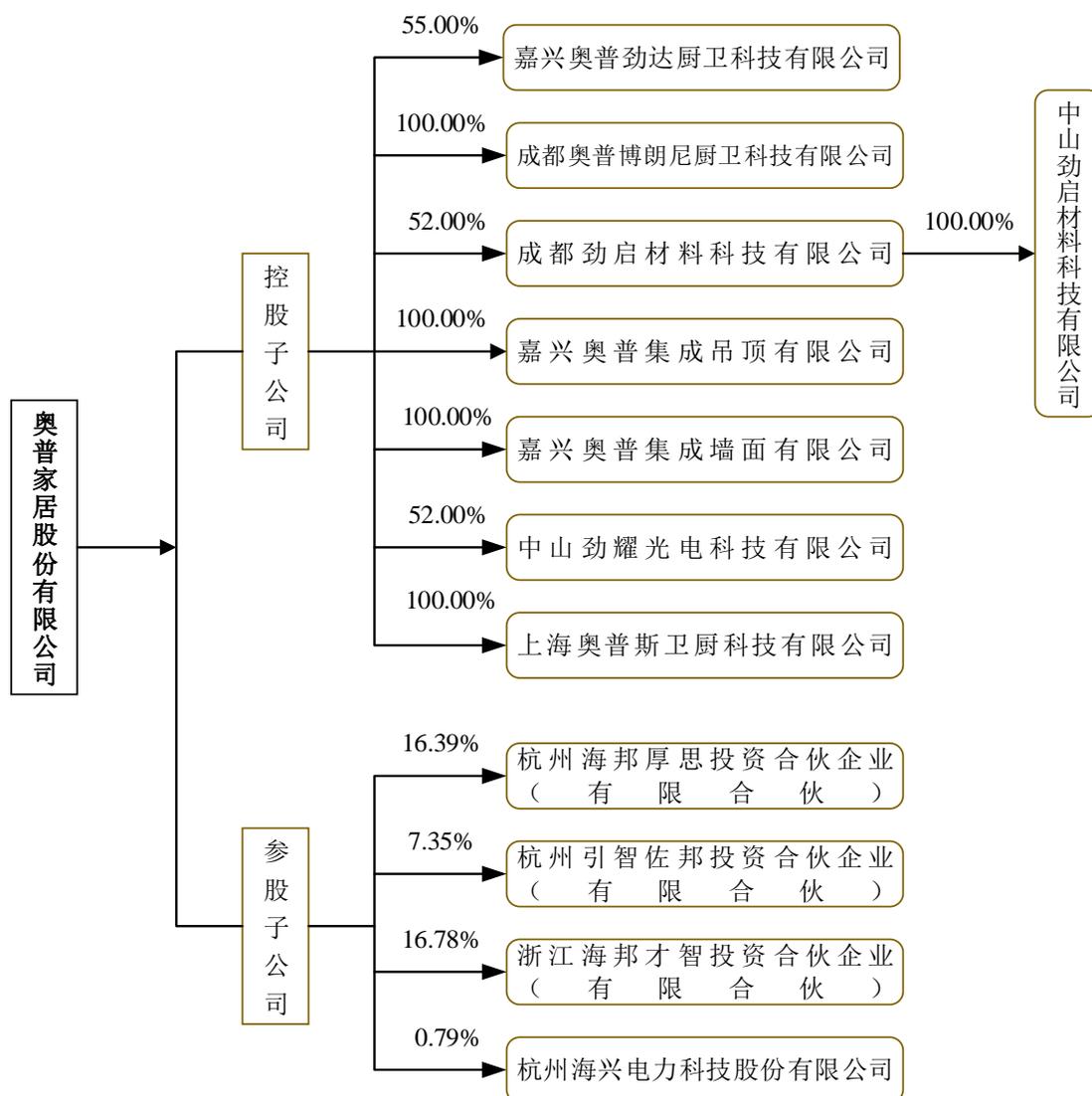
部门	主要职能
奥普研究院	下设各类产品研发中心、技术管理中心、检测中心以及艺术设计中心等，负责产品开发、设计及技术改进等工作。
营销管理中心	根据整体营销计划，制定产品生产计划，协调、监督销售合同履行、交货、回款的全过程，提供销售数据并考核；管理成品仓库，依据有效凭证进行产品出入库管理并定期盘点，成品出入库报表的编制与报备，制定装卸管理及考核制度，合理调度外协装卸人员，根据有效单据组织货物与运输。产品售后服务管理及售后服务质量监督，客户投诉、突发质量事件的处理，客服系统及客服热线的业务支持，客服人员、安装维修人员的培训、指导及监督，客户资料的搜集、整理、回访及客户满意度调查。
渠道发展中心	负责公司全品类产品市场招商管理，组织拟定公司招商战略规划，并根据公司战略规划，制定合理的招商策略；三四线城市的开拓、销售与经营；负责管理居然之家、红星美凯龙等 KA 渠道合作情况，对接门店进驻政策支持及规划制定。
电器事业部	参与制定公司浴霸、晾衣架、平板灯等电器产品营销策略，根据营销策略制定营销推广计划；参与公司全年电器产品线的规划，依据市场调研信息提供相关产品研发建议；根据品类定位及年度产品计划；提升电器产品终端竞争力，终端实行分级管理，推进全国电器产品终端建设及管理，组织制定电器产品市场推广政策及终端管理政策。配合公司整体销售规划进行线上销售管理并保障业绩及利润；通过线上线下优势整合，推动品牌线上体验标准化的建立；建立数据化信息管理，为各环节提供有效的决策数据，服务于公司销售链路的效率提升。
集成事业部	根据全年集成吊顶产品规划，参与编制全年推广策略；拟定公司全年集成吊顶推广执行计划，编制全年市场各项推广费用预算并执行；负责集成吊顶新渠道模式开发及维护，调研行业及竞品市场信息，分析汇报经销商运营状况，以及跟踪推进集成吊顶新品、网点开发、终端优化等任务。扩充集团核心事业产品体系，通过延伸集团在通风取暖环境领域的市场优势，建立奥普新风系统的产品体系、销售体系和市场服务体系；对家装渠道、设计师渠道等渠道业务拓展，协助代理商进行家装渠道洽谈签约，组织对具有需求量，持续购买周期长的重点客户进行公共关系维护。
墙面事业部	参与制定公司集成墙面营销策略，根据营销策略制定集成墙面营销推广计划；参与公司全年集成墙面产品线的规划，依据市场调研信息提供相关产品研发建议；根据品类定位及年度产品计划；提升集成墙面终端竞争力，终端实行分级管理，推进全国集成墙面终端建设及管理，组织制定集成墙面市场推广政策及终端管理政策。

部门	主要职能
厨电事业部	负责公司集成灶等厨电类业务规划和业务推广，以及产品的开发、设计、销售等。对接各个部门对于厨电产品的需求，制定市场销售策略；管理销售预算及相关人力计划；配合事业部年度经营目标，分解销售指标，制定销售计划；策划新的渠道发展和客户开发。
照明事业部	负责奥普照明类产品规划，开发，实现。对接各个部门对于照明产品的需求，制定市场销售策略；管理销售预算及相关人力计划；配合事业部年度经营目标，分解销售指标，制定销售计划；策划新的渠道发展和客户开发；制定照明产品年度开发规划及年度市场规划。
大客户中心	房地产、酒店、商场等行业的业务拓展，协助经销商进行工程项目洽谈签约，组织对具有需求量，持续购买周期长的重点客户进行公共关系维护。
电商直营中心	制定网络销售计划及策略，管理公司浴霸、照明、晾衣架等产品在天猫、京东等电商平台上的直营店具体工作；提升产品用户体验，正相关的市场反馈、共同开发和产品升级和服务升级；增加集团品牌宣传，提升品牌形象和口碑传播。
人力资源部	依据公司发展规划，拟定人力资源工作计划，制定人力资源管理流程、制度并实施，组织拟定薪酬、绩效方案，编制考核薪酬及薪酬发放表，社会保险、公积金及劳动合同管理，考勤、人员异动及档案管理，组织拟定部门职能及人员编制，按计划实施招聘。
品牌部	年度 AP/CP 费用预算整合编制，本部年度品牌战略的规划/执行（如新媒体投放等），以及建议/指导/监控分部执行状况（含浴霸及浴顶终端包装），配合年度品牌战略，制定年度 PR 并执行，市场信息（含消费者/合作方/竞品等）的收集/反馈，以及制定应对措施。
行政中心	下设办公室、法务部、信息部和基建部等部门，分别负责公司行政事务、法律事务、信息系统以及建设事务等相关事宜。
财务中心	组织制定公司的财务管理、核算、控制及内部结算制度并定期检查执行情况；编制年度财务预算、决算并监督落实、财务分析和预测；公司经营费用、成本的监控与管理；公司资金的规划、安全及管理；公司资金的规划、安全及管理；税收筹划、合理节税。
第一制造中心	主要负责结合销售需求、自身产能供应情况以及市场供需等，统筹浴霸、集成吊顶、照明等相关产品的生产供应以及采购等。逐步提高进货检验、过程检验、成品检验、质量统计与分析、质量改进、质量体系管理、产品测试试验的管理和技术水平；组织工艺及设备规划，以提高生产工艺及装备的管理和技术水平。
第二制造中心	主要负责结合销售需求、自身产能供应情况以及市场供需等，统筹厨电以及新风等产品的生产供应以及相关产品的采购。提高进货检验、过程检验、成品检验、质量统计与分析、质量改进、质量体系管理、产品测试试验的管理和技术水平。

部门	主要职能
投资部	投资与重组工作：主要为投资项目的收集、调查、谈判、可行性分析，企业的收购重组以及项目投后管理等工作。
证券部	证券事务工作，日常信息披露，董事会、股东会的组织召开等；投资者关系工作：主要为投资者到公司参观考察，路演及相关推介材料的编制，与业界分析师保持沟通等。
审计部	对公司内部监控机制的可靠性、有效性和完整性进行审查和评估；对公司组织结构、系统和程序是否恰当进行审查和评估，以确保成果与既定目标一致；对以确保遵守各项规章制度和既定内部政策为目标的各项制度进行审查和评估；对公司的人力、财力和物质资源的利用是否切实有效、厉行节约并有所保障进行审查和评估；对资产的安全和完整进行审查和评估等。

七、发行人控股子公司、参股公司简要情况

截至本招股说明书签署之日，公司拥有 8 家控股子（孙）公司，4 家参股公司。具体如下：



（一）发行人控股子公司基本情况

截至本招股说明书签署之日，发行人控股子公司基本情况如下：

1、嘉兴奥普劲达厨卫科技有限公司

公司名称	嘉兴奥普劲达厨卫科技有限公司	成立时间	2016年12月8日
注册资本	3,500万元		
实收资本	3,500万元		
公司住所	浙江省嘉兴市秀洲区王店镇八联村嘉海公路西侧1号厂房1楼		
法定代表人	唐国富	统一社会信用代码	91330411MA28AXA9XM

股东构成	股东名称		持股比例	
	奥普家居股份有限公司		55.00%	
	唐国富		45.00%	
	合计		100.00%	
主要财务数据 (单位:万元) (经中汇会计师事务所(特殊普通合伙)审计)	截止日/期间	总资产	净资产	净利润
	2017.12.31/2017 年度	7,733.85	4,467.88	1,007.87
经营范围	一般经营项目:厨卫电器及零配件、集成吊顶、集成墙面、LED 灯具的研发、生产、销售;金属板的技术研发。			

2、上海奥普斯卫厨科技有限公司

公司名称	上海奥普斯卫厨科技有限公司	成立时间	2017 年 3 月 31 日	
注册资本	1,000 万元			
实收资本	300 万元			
公司住所	上海市奉贤区奉城镇神州路 299 号 5 幢 1058 室			
法定代表人	吴兴杰	统一社会信用代码	91310120MA1HM8M221	
股东构成	股东名称		持股比例	
	奥普家居股份有限公司		100.00%	
	合计		100.00%	
主要财务数据 (单位:万元) (经上海中狮会计师事务所有限公司审计)	截止日/期间	总资产	净资产	净利润
	2017.12.31/2017 年度	386.21	343.96	43.96
经营范围	从事卫生洁具技术、厨房设备技术领域内的技术开发、技术服务、技术咨询、技术转让,工业通风置换产品、通风设备、照明电器、厨房设备、家用电器的批发、零售、安装、维修。			

3、成都奥普博朗尼厨卫科技有限公司

公司名称	成都奥普博朗尼厨卫科技有限公司	成立时间	2011 年 1 月 18 日	
注册资本	6,500 万元			
实收资本	6,500 万元			
公司住所	成都崇州经济开发区晨蓝路 118 号			

法定代表人	Fang James	统一社会信用代码	915101005671783368	
股东构成	股东名称		持股比例	
	奥普家居股份有限公司		100.00%	
	合计		100.00%	
主要财务数据 (单位:万元) (经浙江正大会 计师事务所有限 公司审计)	截止日/期间	总资产	净资产	净利润
	2017.12.31/2017 年度	4,900.16	4,857.00	-392.81
经营范围	集成环保灶、整体橱柜及其他厨卫用品的研发、设计、生产,销售本公司产品。			

4、成都劲启材料科技有限公司

公司名称	成都劲启材料科技有限公司	成立时间	2017年5月4日	
注册资本	3,000 万元			
实收资本	3,000 万元			
公司住所	成都崇州经济开发区晨蓝路 122 号			
法定代表人	李仕泽	统一社会信用代码	91510184MA6CPC8RX5	
股东构成	股东名称		持股比例	
	奥普家居股份有限公司		52.00%	
	李仕泽		28.00%	
	奉涛		20.00%	
	合计		100.00%	
主要财务数据 (单位:万元) (经浙江正大会 计师事务所有限 公司审计)	截止日/期间	总资产	净资产	净利润
	2017.12.31/2017 年度	3,712.33	2,830.09	-169.91
经营范围	金属板的技术研发; 厨卫电器及零配件、集成吊顶、集成墙面、LED 灯具的研发、生产、销售。			

注: 成都劲启财务数据为母公司口径。

5、嘉兴奥普集成吊顶有限公司

公司名称	嘉兴奥普集成吊顶有限公司	成立时间	2017年6月1日	
注册资本	20,000 万元			

实收资本	5,800 万元			
公司住所	浙江省嘉兴市秀洲区王店镇友谊路 18 号创业中心大楼六楼 606 室			
法定代表人	Fang James	统一社会信用代码	91330411MA29FWMQ0U	
股东构成	股东名称		持股比例	
	奥普家居股份有限公司		100.00%	
	合计		100.00%	
主要财务数据 (单位: 万元) (经浙江正大会计师事务所有限公司审计)	截止日/期间	总资产	净资产	净利润
	2017.12.31/2017 年度	9,166.96	5,756.23	-43.77
经营范围	集成吊顶、铝扣板、厨房设备、卫浴设备的研发、制造、加工、销售。			

6、嘉兴奥普集成墙面有限公司

公司名称	嘉兴奥普集成墙面有限公司	成立时间	2017 年 6 月 1 日	
注册资本	5,000 万元			
实收资本	2 万元			
公司住所	浙江省嘉兴市秀洲区王店镇友谊路 18 号创业中心大楼六楼 608 室			
法定代表人	Fang James	统一社会信用代码	91330411MA29FWMC62	
股东构成	股东名称		持股比例	
	奥普家居股份有限公司		100.00%	
	合计		100.00%	
主要财务数据 (单位: 万元) (未经审计)	截止日/期间	总资产	净资产	净利润
	2017.12.31/2017 年度	2.00	2.00	-
经营范围	集成墙面、厨房设备、卫浴设备的研发、制造、加工、销售。			

7、中山劲启材料科技有限公司

公司名称	中山劲启材料科技有限公司	成立时间	2017 年 6 月 19 日	
注册资本	1,000 万元			
实收资本	1,000 万元			
公司住所	中山市三角镇高平大道 110 号 C 栋一楼			
法定代表人	李仕泽	统一社会信用代码	91442000MA4WPNRC2D	

股东构成	股东名称		持股比例	
	成都劲启材料科技有限公司		100.00%	
	合计		100.00%	
主要财务数据 (单位:万元) (经浙江正大会 计师事务所有限 公司审计)	截止日/期间	总资产	净资产	净利润
	2017.12.31/2017 年度	3,607.98	1,235.02	235.02
经营范围	金属板的技术研发; 研发、生产、加工、销售: 厨卫电器及零配件、集成吊顶、集成墙面、发光二极管、装饰材料、金属工艺品、模具。			

8、中山劲耀光电科技有限公司

公司名称	中山劲耀光电科技有限公司		成立时间	2017 年 6 月 12 日
注册资本	1,500 万元			
实收资本	500 万元			
公司住所	中山市三角镇高平大道 110 号 A 幢一、二层			
法定代表人	林敏	统一社会信用代码	91442000MA4WNL MU1W	
股东构成	股东名称		持股比例	
	奥普家居股份有限公司		52.00%	
	林敏		25.00%	
	奉涛		5.00%	
	李仕泽		18.00%	
	合计		100.00%	
主要财务数据 (单位:万元) (经浙江正大会 计师事务所有限 公司审计)	截止日/期间	总资产	净资产	净利润
	2017.12.31/2017 年度	486.50	445.10	-54.90
经营范围	研发、生产、加工、销售: 发光二极管、照明灯具、灯用电器附件及其他照明器具、卫厨、家用电器、家电设备、晾衣架、五金产品、集成吊顶、电器开关、插座、其他建筑安全金属制品; 工程和技术研发和试验发展; 电子通信与自动控制技术研究、网络技术研究开发; 计算机技术开发、技术服务; 货物进出口、技术进出口。			

(二) 发行人参股公司基本情况

截至本招股说明书签署之日, 发行人参股公司基本情况如下:

1、海邦厚思

截至本招股说明书签署之日，发行人持有海邦厚思 16.39% 出资额，其基本情况如下：

公司名称	杭州海邦厚思投资合伙企业（有限合伙）			
成立时间	2016 年 3 月 2 日			
注册资本	12,200 万元			
实收资本	9,760 万元			
公司住所	杭州市余杭区仓前街道文一西路 1500 号 6 幢 4 单元 1214 室			
执行事务合伙人	杭州海邦韶泽投资管理有限公司（委派代表：谢力）			
统一社会信用代码	91330110MA27X071XD			
主要财务数据（单位：万元）（经浙江华夏会计师事务所有限公司审计）	截止日/期间	总资产	净资产	净利润
	2017.12.31/2017 年度	9,760.35	9,760.32	0.92
经营范围	服务：实业投资、投资管理、投资咨询（未经金融等监管部门批准，不得从事向公众融资存款、融资担保、代客理财等金融服务）。			

2、引智佐邦

截至本招股说明书签署之日，发行人持有引智佐邦 7.35% 出资额，其基本情况如下：

公司名称	杭州引智佐邦投资合伙企业（有限合伙）			
成立时间	2013 年 1 月 30 日			
注册资本	6,800 万元			
实收资本	5,627 万元			
公司住所	杭州余杭区文一西路 1500 号 2 幢 220 室			
执行事务合伙人	杭州海邦引智投资管理有限公司（委派代表：梁刚）			
统一社会信用代码	913301100609819634			
主要财务数据（单位：万元）（经浙江华夏会计师事务所有限公司审计）	截止日/期间	总资产	净资产	净利润
	2017.12.31/2017 年度	5,796.33	5,648.04	2.56

经营范围	服务：投资管理、投资咨询（未经金融等监管部门批准，不得从事向公众融资存款、融资担保、代客理财等金融服务）。
-------------	---

3、海邦才智

截至本招股说明书签署之日，发行人持有海邦才智 16.78% 出资额，其基本情况如下：

公司名称	浙江海邦才智投资合伙企业（有限合伙）			
成立时间	2011 年 7 月 1 日			
注册资本	4,042.87 万元			
实收资本	4,042.87 万元			
公司住所	杭州市余杭区仓前街道科技创业中心 6 幢 6 单元 1201 室			
执行事务合伙人	杭州海邦投资管理有限公司（委派代表：谢力）			
统一社会信用代码	91330110577340851P			
主要财务数据（单位：万元）（经浙江华夏会计师事务所有限公司审计）	截止日/期间	总资产	净资产	净利润
	2017.12.31/2017 年度	4,389.77	4,040.35	1,867.92
经营范围	实业投资；投资咨询（除证券、期货）。			

4、海兴电力

截至本招股说明书签署之日，发行人持有海兴电力 302.90 万股。海兴电力已于 2016 年 11 月在上海证券交易所挂牌上市，其基本情况如下：

公司名称	杭州海兴电力科技股份有限公司			
成立时间	2001 年 7 月 6 日			
注册资本	38,139.20 万元			
实收资本	38,139.20 万元			
公司住所	浙江省杭州市莫干山路 1418 号（上城工业园区）			
法定代表人	周良璋			
统一社会信用代码	91330100730327355E			
主要财务数据（单	截止日/期间	总资产	净资产	净利润

位：万元）（经安永 华明会计师事务所 审计）	2017.12.31/2017 年度	645,365.85	468,241.69	56,229.03
经营范围	仪器仪表（智能电能表，内容详见制造计量器具许可证）及配件、测试设备、配电自动化产品及相关配件、模具、嵌入式软件、电力系统控制软件及工程、系统集成服务的研发、生产、成果转让及技术服务，销售本公司生产的产品，售电服务，节能技术服务，合同能源管理，电力工程设计咨询，电力工程总承包业务，电力设备承装、承修、承试，数据技术服务，电力建设及运行管理服务，新能源技术、电力技术的技术开发、技术咨询、技术服务。			

八、发起人及实际控制人基本情况

（一）发起人基本情况

奥普家居共有 13 名发起人，其中 6 名境外法人，7 名境内合伙企业。其基本情况如下：

1、Tricosco Limited

Tricosco 持有公司 24,858.94 万股，占公司总股本的 69.05%，为公司控股股东。

具体情况参见本招股说明书“第二节 概览”之“二、控股股东和实际控制人”之“（二）控股股东”。

2、PMT HOLDINGS LIMITED

PMT 持有公司 1,634.21 万股，占公司总股本的 4.54%。其基本情况如下：

公司名称	PMT HOLDINGS LIMITED		成立时间	2017 年 1 月 5 日	
已发行股数	22,000 美元				
公司住所	英国维尔京群岛托托拉岛罗德城 Trinity Chambers				
董事	DAMING ZHU		注册登记编号	1934080	
主要财务数据 (单位：万美元) (未经审计)	截止日/期间	总资产	净资产	净利润	
	2017.12.31/2017 年度	3,767.88	-	-	

截至 2017 年 12 月 31 日，PMT 有 2 名境外法人股东，股东出资情况如下表：

序号	股东名称	股份（美元）	持股比例（%）	股东类型
1	Vision Knight Capital(China) Entrepreneur Fund II, L.P.	1,000	4.5455	境外法人
2	Vision Knight Capital(China) Fund II, L.P.	21,000	95.4545	境外法人
合计		22,000	100.00	-

3、ZHEJIANG UNITED INVESTMENT (HK) LIMITED

ZJUI 持有公司 1,634.21 万股，占公司总股本的 4.54%。其基本情况如下：

公司名称	ZHEJIANG UNITED INVESTMENT (HK) LIMITED	成立时间	2016 年 2 月 5 日	
已发行股数	10,000 港元			
公司住所	ROOM 1501, 15/F, SPA CENTRE, 53-55 LOCKHART ROAD, WANCHAI, HONG KONG			
董事	陈耿	注册登记编号	2339058	
经营范围	股权投资、投资管理、投资咨询、资产管理			
主要财务数据 (单位: 万美元) (未经审计)	截止日/期间	总资产	净资产	净利润
	2017.12.31/2017 年度	10,554.22	4,087.90	-301.77

截至 2017 年 12 月 31 日，ZJUI 有 1 名境内法人股东，股东出资情况如下表：

序号	股东名称	股份（港元）	持股比例（%）	股东类型
1	浙民投（上海）投资有限公司	10,000.00	100.00	境内法人
合计		10,000.00	100.00	-

4、HEAVEN-SENT CAPITAL APOLLO AP COMPANY LIMITED

HSCA 持有公司 1,525.26 万股，占公司总股本的 4.24%。其基本情况如下：

公司名称	HEAVEN-SENT CAPITAL APOLLO AP COMPANY LIMITED	成立时间	2017 年 3 月 27 日	
已发行股数	0.0001 美元			
公司住所	开曼群岛大开曼岛椴树湾大道 23 号总督广场 Sertus 大楼 5-204 室			
董事	张晟	注册登记编号	321145	

主要财务数据 (单位: 万美元) (未经审计)	截止日/期间	总资产	净资产	净利润
	2017.12.31/2017 年度	3,500.00	3,499.64	-0.37

截至 2017 年 12 月 31 日, HEAVEN-SENT 有 1 名境外法人股东, 股东出资情况如下表:

序号	股东名称	出资额 (美元)	出资比例 (%)	股东类型
1	Heaven-Sent Capital Apollo Fund L.P.	0.0001	100.00	境外法人
合计		0.0001	100.00	-

5、香港红星美凯龙全球家居有限公司

香港红星美凯龙持有公司 1,525.26 万股, 占公司总股本的 4.24%。其基本情况如下:

公司名称	香港红星美凯龙全球家居有限公司	成立时间	2015 年 9 月 18 日	
已发行股数	16,346,013 美元			
公司住所	香港铜锣湾勿地臣街 1 号时代广场 2 座 36 楼			
董事	车建兴、陈淑红	注册登记编号	2287810	
主要财务数据 (单位: 万元) (未经审计)	截止日/期间	总资产	净资产	净利润
	2017.12.31/2017 年度	207,164.13	12,117.13	836.30

截至 2017 年 12 月 31 日, 香港红星美凯龙有 1 名境内法人股东, 股东出资情况如下表:

序号	股东名称	股份 (美元)	持股比例 (%)	股东类型
1	红星美凯龙家居集团股份有限公司	16,346,013	100.00	境内法人
合计		16,346,013	100.00	-

6、SKY OPEN LIMITED

SKY 持有公司 653.68 万股, 占公司总股本的 1.82%。其基本情况如下:

公司名称	SKY OPEN LIMITED	成立时间	2017 年 3 月 24 日	
------	------------------	------	-----------------	--

已发行股数	150,000 港元			
公司住所	香港上环永乐街 116-118 号昌生商业大厦 3 楼 A 室			
董事	Ip Kar Yuan, Kevin、Guan Yougui、Li Yu、Tsang Chun Yiu	注册登记编号	2507868	
主要财务数据 (单位: 万港元) (未经审计)	截止日/期间	总资产	净资产	净利润
	2017.12.31/2017 年度	11,810.59	-77.81	-92.81

截至 2017 年 12 月 31 日, SKY 有 6 名境外自然人及 2 名境外法人股东, 股东出资情况如下表:

序号	股东名称	股份 (港元)	持股比例 (%)	股东类型
1	Guan Yougui	65,000	43.33	境外自然人
2	Tsang Chun Yiu	5,000	3.33	境外自然人
3	Wong Yan Ki Angel	10,000	6.67	境外自然人
4	Xu Qing	20,000	13.33	境外自然人
5	Zheng Diwen	10,000	6.67	境外自然人
6	Lu Lu	10,000	6.67	境外自然人
7	Gleaming Sunrise Global Enterprises Investments Limited	20,000	13.33	境外法人
8	Ever Bright Investments Limited	10,000	6.67	境外法人
合计		150,000	100.00	-

7、舟山文泽投资管理合伙企业 (有限合伙)

文泽投资持有公司 1,768.42 万股, 占公司总股本的 4.91%。截至 2017 年 12 月 31 日, 其基本情况如下:

公司全称	舟山文泽投资管理合伙企业 (有限合伙)	成立时间	2016 年 11 月 7 日
注册号	91330110MA2802249N		
注册资本	1,000 万元		
实收资本	999 万元		
主要经营场所	浙江省舟山港综合保税区企业服务中心 301-1840 室 (自贸试验区内)		
企业类型	有限合伙企业		
执行事务合伙人	吴兴杰		

股权结构	合伙人名称	出资比例	合伙人类型	
	吴兴杰	99.90%	普通合伙人	
	方雯雯	0.10%	有限合伙人	
	合计	100.00%	-	
经营范围	投资管理、投资咨询（未经金融等监管部门批准，不得从事向公司融资存款、融资担保、代客理财等金融服务）			
主要财务数据 (单位：万元) (未经审计)	截止日/期间	总资产	净资产	净利润
	2017.12.31/2017 年度	4,564.46	998.46	-0.53

吴兴杰与方雯雯为夫妻关系，方胜康与方雯雯为父女关系。吴兴杰系公司董事兼常务副总经理，具体情况参见本招股说明书“第八节 董事、监事、高级管理人员”之“一、董事、监事、高级管理人员简介”之“（一）董事”。方雯雯系公司照明事业部总经理兼战略产品中心总经理，具体情况参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“八、发起人及实际控制人基本情况”之“（二）实际控制人基本情况”。

根据文泽投资的经营范围及股东情况，文泽投资的合伙人为吴兴杰及方雯雯夫妇，其不属于以非公开方式向合格投资者募集资金并以投资为目的设立的私募投资基金，亦不涉及从事私募投资基金管理活动的情形，无需办理私募投资基金或私募投资基金管理人备案登记手续。

8、舟山明泽投资合伙企业（有限合伙）

明泽投资持有公司 1,217.93 万股，占公司总股本的 3.38%。其基本情况如下：

公司全称	舟山明泽投资合伙企业（有限合伙）	成立时间	2016 年 11 月 1 日
注册号	91330901MA28K66X1N		
注册资本	6,000 万元		
实收资本	3,208.86 万元		
主要经营场所	浙江省舟山港综合保税区企业服务中心 301-1590 室		
企业类型	有限合伙企业		
执行事务合伙人	方国樑		

经营范围	股权投资，项目投资，实业投资，资产管理，投资管理（未经金融等监管部门批准不得从事吸收存款、融资担保、代客理财、向社会公众集（融）资等金融业务）			
主要财务数据 （单位：万元） （未经审计）	截止日/期间	总资产	净资产	净利润
	2017.12.31/2017 年度	3,208.39	3,208.37	-1.35

截至 2017 年 12 月 31 日，明泽投资有 1 名普通合伙人和 48 名有限合伙人，其合伙人的主要出资情况如下表：

序号	合伙人姓名	在发行人及其子公司处任职	认缴出资额 （万元）	出资比例 （%）	合伙人类型
1	方国樑	副总经理	191.66	3.1943	普通合伙人
2	吴兴杰	董事、常务副总经理/上海奥普斯执行董事/成都博朗尼董事/嘉兴劲达董事长/成都劲启董事长/中山劲启董事长/中山劲耀董事长	3,484.73	58.0788	有限合伙人
3	王金辉	上海分公司总经理/上海奥普斯监事	139.39	2.3232	有限合伙人
4	范毅润	行政总监	104.54	1.7423	有限合伙人
5	顾大明	电器事业部照明销售部副总监	87.12	1.4520	有限合伙人
6	黄苏芳	集成事业部总经理助理、墙面事业部总监、监事	87.12	1.4520	有限合伙人
7	吴石钢	集成事业部集成运营一部经理	87.12	1.4520	有限合伙人
8	傅康	第一制造中心总监	87.12	1.4520	有限合伙人
9	姜彦艳	集成事业部门店部经理	69.70	1.1617	有限合伙人
10	沈明	奥普研究院卫厨产品研发中心高级总工程师	69.70	1.1617	有限合伙人
11	孙德富	总工程师	69.70	1.1617	有限合伙人
12	黄浦	电器事业部市场部经理	60.98	1.0163	有限合伙人
13	汪纪纯	大客户中心工程部经理	60.98	1.0163	有限合伙人
14	马钰	人力资源部经理、职工监事	60.98	1.0163	有限合伙人
15	崔强	行政中心法务部经理	60.98	1.0163	有限合伙人
16	沈利青	南京大区总经理	52.27	0.8712	有限合伙人

序号	合伙人姓名	在发行人及其子公司处任职	认缴出资额 (万元)	出资比例 (%)	合伙人类型
17	李伟	杭州大区总经理	52.27	0.8712	有限合伙人
18	许兴伟	徐州大区总经理	52.27	0.8712	有限合伙人
19	王晶	营销管理部会员服务中心经理	52.27	0.8712	有限合伙人
20	王伟	京津大区总经理	52.27	0.8712	有限合伙人
21	吕景丽	第一制造中心采购部经理	52.27	0.8712	有限合伙人
22	鲁华峰	营销管理部商务部经理	43.56	0.7260	有限合伙人
23	马东亮	电器事业部浴霸销售部主管	43.56	0.7260	有限合伙人
24	方向阳	行政中心办公室主任	43.56	0.7260	有限合伙人
25	赵威峰	墙面事业部产品副经理	43.56	0.7260	有限合伙人
26	孔伟宇	第一制造中心 PMC 部经理	43.56	0.7260	有限合伙人
27	方黎	奥普研究院卫厨产品研发中心经理	43.56	0.7260	有限合伙人
28	曾海平	奥普研究院检测中心主任	43.56	0.7260	有限合伙人
29	王宏超	营销管理中心会员服务中心客户服务部经理	34.85	0.5808	有限合伙人
30	张勇	墙面事业部销售部经理	34.85	0.5808	有限合伙人
31	胡星	营销管理中心物流部副经理	34.85	0.5808	有限合伙人
32	万维兵	长沙大区总经理	34.85	0.5808	有限合伙人
33	严星	渠道发展中心集成运营二部经理、KA 渠道部经理	34.85	0.5808	有限合伙人
34	黄炎	奥普研究院艺术设计中心经理	34.85	0.5808	有限合伙人
35	徐飞	奥普研究院艺术设计中心经理	34.85	0.5808	有限合伙人
36	杨倪娜	集成事业部产品部经理	34.85	0.5808	有限合伙人
37	陈锐	奥普研究院卫厨产品研发中心高级工程师	34.85	0.5808	有限合伙人
38	诸葛哲	电器事业部照明销售部市场企划经理	34.85	0.5808	有限合伙人
39	陈荣	行政中心信息部经理	34.85	0.5808	有限合伙人
40	徐笑峰	审计部经理	34.85	0.5808	有限合伙人
41	许海滨	第一制造中心品管部经理	34.85	0.5808	有限合伙人

序号	合伙人姓名	在发行人及其子公司处任职	认缴出资额 (万元)	出资比例 (%)	合伙人类型
42	荆自刚	财务中心财务会计部主管/成都劲启监事/中山劲启监事/中山劲耀监事/嘉兴劲达监事	34.85	0.5808	有限合伙人
43	俞榕	国际贸易部经理	34.85	0.5808	有限合伙人
44	张景柱	沈阳大区总经理	26.14	0.4357	有限合伙人
45	朱配建	杭州大区高级业务经理	26.14	0.4357	有限合伙人
46	金浩	渠道发展中心集成运营二部经理助理	26.14	0.4357	有限合伙人
47	曹斌	电器事业部市场部门店部经理	26.14	0.4357	有限合伙人
48	王翠华	行政中心办公室主任助理	26.14	0.4357	有限合伙人
49	方胜康	董事、总经理/成都博朗尼董事、总经理	6.19	0.1034	有限合伙人
合计			6,000.00	100.0000	

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

9、舟山聚泽投资合伙企业（有限合伙）

聚泽投资持有公司 550.49 万股，占公司总股本的 1.53%。其基本情况如下：

公司全称	舟山聚泽投资合伙企业（有限合伙）	成立时间	2016 年 11 月 1 日
注册号	91330901MA28K66YXE		
注册资本	6,000 万元		
实收资本	1,449.60 万元		
主要经营场所	浙江省舟山港综合保税区企业服务中心 301-1589 室		
企业类型	有限合伙企业		
执行事务合伙人	刘文龙		
经营范围	股权投资，项目投资，实业投资，资产管理，投资管理（未经金融等监管部门批准不得从事吸收存款、融资担保、代客理财、向社会公众集（融）资等金融业务）		

主要财务数据 (单位:万元) (未经审计)	截止日/期间	总资产	净资产	净利润
	2017.12.31/2017年度	1,449.73	1,448.89	-0.76

截至2017年12月31日,聚泽投资有1名普通合伙人和46名有限合伙人,其合伙人的主要出资情况如下表:

序号	合伙人姓名	在发行人及其子公司处任职	认缴出资额 (万元)	出资比例 (%)	合伙人类型
1	刘文龙	董事、财务总监、董事会秘书/成都劲启董事/中山劲启董事/中山劲耀董事	539.69	8.9948	普通合伙人
2	方胜康	董事、总经理/成都博朗尼董事、总经理	502.89	8.3813	有限合伙人
3	孙东波	电器事业部总经理	385.49	6.4249	有限合伙人
4	罗建光	投资部副总监/成都劲启董事/中山劲启董事/中山劲耀董事/嘉兴劲达董事	346.94	5.7823	有限合伙人
5	高守勇	奥普研究院新风产品研发中心总监	269.84	4.4974	有限合伙人
6	柳耐辛	第一制造中心制造高级顾问	231.3	3.8550	有限合伙人
7	李飞	大客户中心总监	231.3	3.8550	有限合伙人
8	刘剑青	品牌部项目经理	231.3	3.8550	有限合伙人
9	蔡春兵	品牌部副总监、监事会主席	192.75	3.2125	有限合伙人
10	李洁	证券事务代表、投资部经理	192.75	3.2125	有限合伙人
11	张方利	厨电事业部厨电研发中心研发总监	192.75	3.2125	有限合伙人
12	董明轩	集成事业部总经理	154.2	2.5700	有限合伙人
13	黄敬良	奥普研究院智能控制研发中心总监	154.2	2.5700	有限合伙人
14	林畅衡	集成事业部新零售运营中心总监	154.2	2.5700	有限合伙人
15	牧小群	电器事业部晾衣架研发中心研发总监	154.2	2.5700	有限合伙人
16	吴瑾	财务中心财务会计部经理	134.92	2.2487	有限合伙人
17	封勤雄	集成事业部新风事业部总监	134.92	2.2487	有限合伙人
18	郑子豪	奥普研究院照明研发中心总监	134.92	2.2487	有限合伙人
19	张淑云	电器事业部副总监	115.65	1.9275	有限合伙人
20	鲍贤增	集成事业部家装部经理	115.65	1.9275	有限合伙人

序号	合伙人姓名	在发行人及其子公司处任职	认缴出资额 (万元)	出资比例 (%)	合伙人类型
21	李浩	渠道发展中心总监	115.65	1.9275	有限合伙人
22	沈义杰	品牌部执行经理	96.37	1.6061	有限合伙人
23	连天	电器事业部电子商务部经理	96.37	1.6061	有限合伙人
24	黄伟明	电器事业部浴霸销售部经理	96.37	1.6061	有限合伙人
25	徐正旺	奥普研究院照明产品研发中心经理	96.37	1.6061	有限合伙人
26	黄颖	奥普研究院艺术设计中心经理	77.1	1.2850	有限合伙人
27	李北希	照明事业部产品部经理	77.1	1.2850	有限合伙人
28	卢卿	大客户中心经理助理	77.1	1.2850	有限合伙人
29	王建业	电器事业部晾衣架研发中心经理	77.1	1.2850	有限合伙人
30	张心予	奥普研究院基础材料研发中心经理	77.1	1.2850	有限合伙人
31	张伟	电器事业部照明销售部经理	77.1	1.2850	有限合伙人
32	汤庆俊	深圳研发中心工程专员	57.82	0.9637	有限合伙人
33	姚建伟	奥普研究院卫厨产品研发中心结构工程师	38.55	0.6425	有限合伙人
34	汤俊杰	奥普研究院新风产品研发中心经理	38.55	0.6425	有限合伙人
35	刘焕银	奥普研究院智能控制研发中心应用部经理	38.55	0.6425	有限合伙人
36	赵文雍	奥普研究院新风产品研发中心经理	38.55	0.6425	有限合伙人
37	陈建刚	电器事业部晾衣架研发中心主管	30.84	0.5140	有限合伙人
38	李国相	奥普研究院照明产品研发中心高级工程师	30.84	0.5140	有限合伙人
39	洪满堂	奥普研究院照明产品研发中心高级工程师	30.84	0.5140	有限合伙人
40	岑选林	电器事业部晾衣架研发中心主管	26.98	0.4497	有限合伙人
41	肖鑫	奥普研究院卫厨产品研发中心工程师	19.27	0.3212	有限合伙人
42	王海丰	奥普研究院智能控制研发中心软件工程师	19.27	0.3212	有限合伙人
43	陈鑫明	奥普研究院卫厨产品研发中心工程师	19.27	0.3212	有限合伙人
44	常刚强	奥普研究院卫厨产品研发中心工程师	19.27	0.3212	有限合伙人
45	蔺凯	奥普研究院检测中心照明产品检测主管	19.27	0.3212	有限合伙人
46	陈剑	奥普研究院新风产品研发中心经理	19.27	0.3212	有限合伙人
47	陈阳春	奥普研究院创新产品研发部结构工程师	19.27	0.3212	有限合伙人

序号	合伙人姓名	在发行人及其子公司处任职	认缴出资额 (万元)	出资比例 (%)	合伙人类型
合计			6,000.00	100.0000	-

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

10、嘉兴斐昱永淳投资管理合伙企业（有限合伙）

斐昱永淳持有公司 271.58 万股，占公司总股本的 0.75%。其基本情况如下：

公司全称	嘉兴斐昱永淳投资管理合伙企业（有限合伙）	成立时间	2016年3月7日	
统一社会信用代码	91330481MA28A7YM80			
注册资本	4,310 万元			
实收资本	4,310 万元			
主要经营场所	浙江海宁经编产业园区经都二路 2 号经编大楼 1 层 110-2 室			
企业类型	有限合伙企业			
执行事务合伙人	上海斐君投资管理中心（有限合伙）（委派代表：黄宏彬）			
经营范围	投资管理、股权投资			
主要财务数据（单位：万元）（经浙江正大会计师事务所有限公司审计）	截止日/期间	总资产	净资产	净利润
	2017.12.31/2017 年度	4,309.87	4,309.87	0.02

截至 2017 年 12 月 31 日，斐昱永淳有 1 名普通合伙人和 3 名有限合伙人，其合伙人的主要出资情况如下表：

序号	合伙人姓名	认缴出资额 (万元)	出资比例 (%)	合伙人类型
1	上海斐君投资管理中心（有限合伙）	10	0.23	普通合伙人
2	徐逸敏	400	9.28	有限合伙人
3	温嘉欣	1,200	27.84	有限合伙人
4	嘉兴斐昱悦柏投资管理合伙企业（有限合伙）	2,700	62.65	有限合伙人

序号	合伙人姓名	认缴出资额 (万元)	出资比例 (%)	合伙人类型
	合计	4,310	100.00	-

斐昱永淳作为私募投资基金已经于 2017 年 8 月 1 日在中国证券投资基金业协会备案登记，备案编码：SW3561；其管理人上海斐君投资管理中心（有限合伙）已依据《私募投资基金监督管理暂行办法》等相关法律法规的要求办理了私募投资基金管理人登记手续，登记编号：P1010879。

11、嘉兴斐昱悦柏投资管理合伙企业（有限合伙）

斐昱悦柏持有公司 101.05 万股，占公司总股本的 0.28%。其基本情况如下：

公司全称	嘉兴斐昱悦柏投资管理合伙企业（有限合伙）	成立时间	2016 年 3 月 4 日	
统一社会信用代码	91330481MA28A7TT3Y			
注册资本	4,310 万元			
实收资本	4,310 万元			
主要经营场所	海宁市浙江海宁经编产业园区经都二路 2 号经编大楼 1 层 110-5 室			
企业类型	有限合伙企业			
执行事务合伙人	上海斐君投资管理中心（有限合伙）（委派代表：黄宏彬）			
经营范围	投资管理、股权投资			
主要财务数据（单位：万元）（经浙江正大会计师事务所有限公司审计）	截止日/期间	总资产	净资产	净利润
	2017.12.31/2017 年度	4,310.49	4,310.49	0.64

截至 2017 年 12 月 31 日，斐昱悦柏有 1 名普通合伙人和 7 名有限合伙人，其合伙人的主要出资情况如下表：

序号	合伙人姓名	认缴出资额（万元）	出资比例（%）	合伙人类型
1	上海斐君投资管理中心（有限合伙）	10.00	0.2320	普通合伙人
2	杨敏华	1,200.00	27.8422	有限合伙人
3	罗迅	800.00	18.5615	有限合伙人
4	武晓芬	600.00	13.9211	有限合伙人
5	徐可	600.00	13.9211	有限合伙人

序号	合伙人姓名	认缴出资额（万元）	出资比例（%）	合伙人类型
6	宋晓芳	500.00	11.6009	有限合伙人
7	王凌君	300.00	6.9606	有限合伙人
8	吴小青	300.00	6.9606	有限合伙人
合计		4,310.00	100.00	-

斐昱悦柏作为私募投资基金已经于2017年7月26日在中国证券投资基金业协会备案登记，备案编码：SW3548；其管理人上海斐君投资管理中心（有限合伙）已依据《私募投资基金监督管理暂行办法》等相关法律法规的要求办理了私募投资基金管理人登记手续，登记编号：P1010879。

12、嘉兴斐昱武胜投资管理合伙企业（有限合伙）

斐昱武胜持有公司94.74万股，占公司总股本的0.26%。其基本情况如下：

公司全称	嘉兴斐昱武胜投资管理合伙企业（有限合伙）	成立时间	2016年3月4日	
统一社会信用代码	91330481MA28A7TR7A			
注册资本	1,500万元			
实收资本	1,500万元			
主要经营场所	浙江海宁经编产业园区经都二路2号经编大楼1层110-7室			
企业类型	有限合伙企业			
执行事务合伙人	上海斐君投资管理中心（有限合伙）（委派代表：黄宏彬）			
经营范围	投资管理、股权投资管理			
主要财务数据（单位：万元）（经上海永华会计师事务所（普通合伙）审计）	截止日/期间	总资产	净资产	净利润
	2017.12.31/2017年度	1,509.83	1,499.83	-0.02

截至2017年12月31日，斐昱武胜有1名普通合伙人和5名有限合伙人，其合伙人的主要出资情况如下表：

序号	合伙人姓名	认缴出资额（万元）	出资比例（%）	合伙人类型
1	上海斐君投资管理中心（有限合伙）	1	0.0667	普通合伙人
2	杨晨	999	66.6000	有限合伙人

序号	合伙人姓名	认缴出资额（万元）	出资比例（%）	合伙人类型
3	张继东	200	13.3333	有限合伙人
4	黄晓燕	100	6.6667	有限合伙人
5	周晓明	100	6.6667	有限合伙人
6	杨澍	100	6.6667	有限合伙人
合计		1,500	100.00	-

斐昱悦柏作为私募投资基金已经于2017年7月26日在中国证券投资基金业协会备案登记，备案编码：SW4159；其管理人上海斐君投资管理中心（有限合伙）已依据《私募投资基金监督管理暂行办法》等相关法律法规的要求办理了私募投资基金管理人登记手续，登记编号：P1010879。

13、宁波海湃股权投资合伙企业（有限合伙）

宁波海湃持有公司164.21万股，占公司总股本的0.46%。其基本情况如下：

公司全称	宁波海湃股权投资合伙企业（有限合伙）	成立时间	2017年2月21日	
统一社会信用代码	91330205MA284E0N68			
注册资本	3,000万元			
实收资本	2,650万元			
主要经营场所	宁波市江北区慈城镇慈湖人家340号203室			
企业类型	有限合伙企业			
执行事务合伙人	杭州立晟投资管理有限公司			
经营范围	股权投资，股权投资管理（未经金融等监管部门批准不得从事吸收存款、融资担保、代客理财、向社会公众集（融）资等金融业务）			
主要财务数据（单位：万元）（经浙江华夏会计师事务所有限公司审计）	截止日/期间	总资产	净资产	净利润
	2017.12.31/2017年度	2,650.23	2,648.91	-1.09

截至2017年12月31日，宁波海湃有1名普通合伙人和14名有限合伙人，其合伙人的主要出资情况如下表：

序号	合伙人姓名	认缴出资额（万元）	出资比例（%）	合伙人类型
----	-------	-----------	---------	-------

序号	合伙人姓名	认缴出资额（万元）	出资比例（%）	合伙人类型
1	杭州立晟投资管理有限公司	450.00	15.0000	普通合伙人
2	俞逸祺	500.00	16.6667	有限合伙人
3	王晓影	300.00	10.0000	有限合伙人
4	施彩霞	200.00	6.6667	有限合伙人
5	盛永建	200.00	6.6667	有限合伙人
6	周国华	200.00	6.6667	有限合伙人
7	金灿	200.00	6.6667	有限合伙人
8	包德贵	200.00	6.6667	有限合伙人
9	傅娟娟	150.00	5.0000	有限合伙人
10	沈美文	100.00	3.3333	有限合伙人
11	杜本连	100.00	3.3333	有限合伙人
12	林华	100.00	3.3333	有限合伙人
13	韦先庆	100.00	3.3333	有限合伙人
14	周春兰	100.00	3.3333	有限合伙人
15	郑可柯	100.00	3.3333	有限合伙人
合计		3,000.00	100.00	-

宁波海湃作为私募投资基金已经于2017年8月17日在中国证券投资基金业协会备案登记，备案编码：ST8168；其管理人杭州立晟投资管理有限公司已依据《私募投资基金监督管理暂行办法》等相关法律法规的要求办理了私募投资基金管理人登记手续，登记编号：P1062029。

（二）实际控制人基本情况

1、实际控制人基本情况介绍

Fang James、方胜康为奥普家居的共同实际控制人，报告期内未发生变化。

截至本招股说明书签署之日，发行人控股股东为 Tricosco，持有发行人 69.0526% 的股权。其中，Fang James 通过 SeeSi 间接持有 Tricosco 的 42.36% 股权，方胜康通过 Sino Broad 间接持有 Tricosco 的 44.01% 股权，两人合计间接持有 Tricosco 的 86.37% 股权。同时方胜康通过明泽投资间接持有发行人 0.0035% 股权，通过聚泽投资间接持有发行人 0.13% 股权。Fang James 与方胜康系堂兄弟关系。

方雯雯系实际控制人方胜康之女，通过 Sino Virtue 间接持有 Tricosco 的 6% 股权，通过文泽投资间接持有发行人 0.0049% 股权；吴兴杰系实际控制人方胜康之女婿，通过文泽投资间接持有发行人 4.91% 股权，通过明泽投资间接持有发行人 1.96% 股权。方雯雯与吴兴杰夫妇为实际控制人的一致行动人。

上述股东合计持有发行人 70.79% 的股权。

Fang James、方胜康及吴兴杰的简历参见本招股说明书“第八节 董事、监事、高级管理人员”之“一、董事、监事、高级管理人员简介”之“(一) 董事”。

方雯雯女士，加拿大籍，护照号：HG****12，1985 年 7 月出生，本科学历。方雯雯女士曾任浙江太古可口可乐饮料有限公司总经理助理，2010 年加入奥普卫厨，现任发行人照明事业部总经理兼战略产品中心总经理。

2、实际控制人的认定依据

Fang James 及方胜康为发行人共同实际控制人，具体认定依据如下：

(1) Fang James、方胜康在股权关系上对发行人形成共同控制

①2015 年 1 月 1 日至 2016 年 9 月 29 日期间

在该上述期间内，奥普集团系香港联合交易所的上市公司，Fang James、方胜康一直通过共同控制奥普集团从而间接控制发行人。期间，奥普集团持有 Tricosco 的 100% 股权，Tricosco 间接持有发行人 100% 的股权。

A. 股权结构

2015 年 1 月 1 日至 2016 年 9 月 29 日奥普集团退市前，Fang James、方胜康间接持有和控制奥普集团股份的具体情况如下：

单位：%

时间	FangJames 持股比例	方胜康持股比例	合计
截至 2014.12.31	25.8615	24.9722	50.8337
截至 2015.12.31	25.8032	25.0816	50.8848
截至 2016.9.29	25.8032	25.0816	50.8848

Fang James 及方胜康合计持有和控制奥普集团股份均超过 50%，形成对奥普

集团的实际控制。

B. 信托持股

2015年12月30日至2016年9月29日期间，Fang James控制了注册于英属维尔京群岛的信托Fang Family Trust，Fang Family Trust的受托人Cantrust (Far East) Limited通过Rustem Limited持有Fang (BVI) Holding Limited全部股权，Fang (BVI) Holding Limited持有SeeSi的全部股权。

在上述期间，Fang James作为SeeSi的唯一董事，有权根据SeeSi的《公司章程》，行使包括管理和控制奥普集团股份在内的业务经营权利。此外，Fang James作为Fang Family Trust的委托人及任命人有权任免Fang Family Trust的受托人，且有权以书面通知要求Fang Family Trust的受托人按照Fang James的要求行使与Fang (BVI) Holding Limited股份有关的表决权及其他权利。因此，Fang James对其通过Fang Family Trust控制的奥普集团股份具有实质和有效的控制。

根据麦振兴律师事务所出具的《法律意见书》，自信托成立日起至2017年1月19日Fang (BVI) Holding Limited将其持有的SeeSi的100%股权无偿转让给Fang James，委托人（Fang James）一直透过信托为相关奥普集团股份的实际和有效控制人。2017年1月19日后，Fang James则透过SeeSi的100%股权为相关奥普集团股份的实际和有效控制人。

②2016年9月30日至2017年8月8日期间

在上该述期间内，奥普集团于2016年9月30日完成境外私有化退市，Fang James、方胜康通过共同控制Crista的50%以上股权从而间接控制发行人。期间，Crista间接持有发行人控股股东Tricosco的全部股权。

A. 股权结构

2016年9月30日至2017年4月5日期间，Fang James、方胜康合计持有Crista的92.37%股权；2017年4月6日至2017年8月8日期间，Fang James、方胜康合计持有Crista的86.37%股权。

根据Crista当时适用的《公司章程》，Crista的董事选举、股本增加及其他日

常经营事项需经持有 1/2 以上表决权的股东审议通过。Fang James、方胜康共同控制 Crista 的表决权超过 50%，从而共同控制 Crista。

2016 年 9 月 30 日至 2017 年 8 月 8 日期间，Crista 间接持有发行人股权情况如下：

单位：%

时间	Crista 间接持股比例
2016.9.30~2016.12.20	100.00
2016.12.21~2017.5.14	90.00
2017.5.15~2017.8.8	69.05

由上表所示，Crista 间接持有发行人的股权超过 50%。因此 2016 年 9 月 30 日至 2017 年 8 月 8 日期间，Fang James、方胜康通过持股公司共同控制 Crista 从而间接对发行人形成共同控制。

B. 信托持股

2016 年 9 月 30 日至 2017 年 1 月 18 日期间，Fang James 通过信托控制 SeeSi 全部股权，SeeSi 持有 Crista 的 42.36% 股权。Fang James 对其通过信托控制的 Crista 的股权具有实质和有效的控制。2017 年 1 月 19 日，Fang James 拆除信托持股结构，受让并开始直接持有 SeeSi 的全部股权。2017 年 1 月 19 日至 2017 年 8 月 8 日期间，Fang James 通过持股公司间接持有 Crista 股份。

③2017 年 8 月 8 日至今

2017 年 8 月 8 日至本招股说明书签署之日期间，Fang James 通过 100% 持股的 SeeSi 间接持有 Tricosco 的 42.36% 股权，方胜康通过 100% 持股的 Sino Broad 间接持有 Tricosco 的 44.01% 股权，二人合计间接持有发行人控股股东 Tricosco 的 86.37% 股权。

因此 2017 年 8 月 8 日至本招股说明书签署之日期间，Fang James、方胜康通过持股公司共同控制 Tricosco 从而间接对发行人形成共同控制。

(2) Fang James、方胜康在经营决策上对发行人形成共同控制

自 2015 年 1 月 1 日至今，Fang James 一直担任发行人董事长，方胜康一直担任发行人董事、总经理，对公司经营决策具有重大影响。

发行人自 2015 年 1 月以来的历次董事会会议文件显示，Fang James、方胜康在发行人所有重大决策事项上均实现充分沟通、达成一致意见，在历次董事会上均持相同的表决意见。

因此，Fang James、方胜康对公司股东会（股东大会）、董事会决议以及董事、高级管理人员的提名及任免有重大影响力，在经营决策上形成对公司的实际控制。

(3) Fang James、方胜康近三年持股情况无重大变动

2015 年 1 月至 2016 年 9 月，Fang James、方胜康合计控制奥普集团 50% 以上的股权，从而对发行人形成共同控制。2016 年 9 月奥普集团私有化退市至今，Fang James 和方胜康合计控制控股股东 Tricosco 的 50% 以上股权，从而对发行人形成共同控制。

因此，Fang James、方胜康间接持有发行人的股权比例及对发行人共同控制的情况近三年内没有重大变化，不存在重大不确定性。

(4) Fang James、方胜康拥有共同控制权未影响发行人规范运作

报告期内，公司完善了内部管理、规范运作等方面的规章制度，公司股东会（股东大会）、董事会和监事会运作规范，Fang James、方胜康对公司的共同控制权未对公司的规范运作产生不良影响。

(5) Fang James、方胜康已签署一致行动协议

2004 年 11 月 4 日，Fang James 与方胜康签订了《共同控制协议》，根据该协议，Fang James 与方胜康在 Crista、奥普集团、Ableby、Tricosco 及下属公司按公司章程规定讨论和决定所有股东会、董事会职权范围内事项时，Fang James 与方胜康需在经充分讨论后于会议上继续保持同步，如有不同意见在讨论后仍有分歧，以 Fang James 的意见为准，该些事项包括但不限于该些公司的章程所详细列明的股东会、董事会职权范围内事项。

2017年7月5日，Fang James与方胜康签订新的《一致行动协议》，该协议进一步明确，Fang James和方胜康拟在涉及Tricosco和奥普家居的需由股东审议表决的事项、股东提案权、提名权等股东权利的行使、需由董事会审议的事项等与经营相关的、需要发行人股东或董事作出决策的事项中采取一致行动，若经协商后仍有分歧，则以Fang James的意见为准。本协议自签署之日起至奥普家居首次公开发行股票并上市后36个月内有效，可续签。

综上，Fang James、方胜康为发行人的共同实际控制人，且报告期内没有发生变化，二人的共同控制不会对发行人的规范运作产生不利影响。

（三）控股股东和实际控制人控制的其他企业的情况

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

（四）股份质押或其他争议情况

2016年5月27日，Upwind Holding（作为借款人）与法国巴黎银行签署贷款协议，贷款总金额为15,100万美元。2016年6月22日，Crista、Upwind Holding分别与法国巴黎银行签署股权质押协议，分别将自身及下属公司股权出质给法国巴黎银行。2016年10月27日，奥普集团与法国巴黎银行签署股权质押协议，将自身及下属公司股权出质给法国巴黎银行。

上述贷款已于2017年4月全部还清，上述股权质押已于2017年5月全部解除。

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

九、发行人有关股本的情况

（一）本次发行前后发行人股本变化情况

本次发行前，公司总股本为36,000万股，本次拟向社会公众发行4,001万股

人民币普通股，本次发行的股份占发行后总股本的 10%。在本次发行均为新股且发行 4,001 万股的情况下，发行前后公司股本结构情况如下：

序号	股东名称	发行前		发行后	
		股份（万股）	持股比例	股份（万股）	持股比例
1	Tricosco	24,858.95	69.05%	24,858.95	62.15%
2	文泽投资	1,768.42	4.91%	1,768.42	4.42%
3	PMT	1,634.21	4.54%	1,634.21	4.09%
4	ZJUI	1,634.21	4.54%	1,634.21	4.09%
5	HSCA	1,525.26	4.24%	1,525.26	3.81%
6	香港红星	1,525.26	4.24%	1,525.26	3.81%
7	明泽投资	1,217.93	3.38%	1,217.93	3.04%
8	SKY	653.68	1.82%	653.68	1.63%
9	聚泽投资	550.49	1.53%	550.49	1.38%
10	斐昱永淳	271.58	0.75%	271.58	0.68%
11	宁波海湃	164.21	0.46%	164.21	0.41%
12	斐昱悦柏	101.05	0.28%	101.05	0.25%
13	斐昱武胜	94.74	0.26%	94.74	0.24%
14	社会公众股	-	-	4,001.00	10.00%
合计		36,000.00	100.00%	40,001.00	100.00%

（二）公司前十名股东

截至本招股说明书签署之日，公司共有 13 名股东，公司股东中无自然人持股情况。公司前十名股东持股情况如下：

序号	股东名称	股份数量（股）	持股比例（%）	股权性质
1	Tricosco	248,589,449	69.05	外资股
2	文泽投资	17,684,212	4.91	内资股
3	PMT	16,342,103	4.54	外资股
4	ZJUI	16,342,103	4.54	外资股
5	HSCA	15,252,639	4.24	外资股
6	香港红星	15,252,639	4.24	外资股

序号	股东名称	股份数量（股）	持股比例（%）	股权性质
7	明泽投资	12,179,290	3.38	内资股
8	SKY	6,536,838	1.82	外资股
9	聚泽投资	5,504,922	1.53	内资股
10	斐昱永淳	2,715,796	0.75	内资股
合计		356,400,041	99.00	-

（三）发行人股本中的国有股份或外资股份情况

本次发行前，公司不存在国有股份。

本次发行前，公司股东中的外资股情况如下：

序号	外资股东	股份数量（股）	持股比例（%）	注册地
1	Tricosco	248,589,449	69.05	香港
2	PMT	16,342,103	4.54	英属维尔京群岛
3	ZJUI	16,342,103	4.54	香港
4	HSCA	15,252,639	4.24	开曼群岛
5	香港红星	15,252,639	4.24	香港
6	SKY	6,536,838	1.82	香港
合计		318,315,821	88.42	-

（四）发行人股东中的战略投资者持股及其简况

本次发行前的股东中无战略投资者。

（五）本次发行前各股东之间的关联关系及各自持股比例

本次发行前各股东之间的主要关联关系及各自持股比例情况如下：

序号	股东名称	股份数量（股）	持股比例（%）	关联关系
1	Tricosco	248,589,449	69.05	（1）Fang James 通过 SeeSi 间接持有 Tricosco 的 42.36% 股权； （2）方胜康作为有限合伙人持有明泽投资

序号	股东名称	股份数量 (股)	持股比例 (%)	关联关系
	文泽投资	17,684,212	4.91	0.10%的份额,作为有限合伙人持有聚泽投资 8.38%的份额,并通过 Sino Broad 间接持有 Tricosco 的 44.01%股权; (3)吴兴杰作为普通合伙人持有文泽投资 99.90%的份额,作为有限合伙人持有明泽投资 58.08%的份额; (4)方雯雯作为有限合伙人持有文泽投资 0.10%的份额,并通过 Sino Virtue 间接持有 Tricosco 的 6%股权; (5)方胜康与 Fang James 系堂兄弟关系,且为共同实际控制人,方雯雯系方胜康女儿,吴兴杰系方雯雯配偶,方雯雯与吴兴杰系实际控制人的一致行动人; (6)方黎系 Fang James 胞弟,作为有限合伙人持有明泽投资 0.726%的份额。
	明泽投资	12,179,290	3.38	
	聚泽投资	5,504,922	1.53	
2	斐昱永淳	2,715,796	0.75	斐昱永淳、斐昱武胜、斐昱悦柏的普通合伙人均为上海斐君投资管理中心(有限合伙)。斐昱悦柏作为有限合伙人持有斐昱永淳 62.65%的份额。
	斐昱悦柏	1,010,527	0.28	
	斐昱武胜	947,370	0.26	

(六)本次发行前股东所持股份的流通限制和自愿锁定股份的承诺

具体情况请参见本招股说明书“重大事项提示”之“一、股份限制流通及自愿锁定的承诺”。

十、发行人内部职工股的情况

公司没有发行过内部职工股。

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

实际控制人之一 Fang James 曾通过信托方式控制发行人股份,具体情况参见本招股说明书“第五章 发行人基本情况”之“八、发起人及实际控制人基本情况”之“(二)实际控制人基本情况”。

2017年1月19日,Fang James 拆除信托持股结构,受让并开始直接持有 SeeSi 的全部股权。自此,Fang James 通过信托方式控制发行人股份的情形得到消除。截至本招股说明书签署之日,发行人不存在信托持股情况。

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

十二、发行人员工及其社会保障情况

2015 年末、2016 年末及 2017 年末,公司在册员工人数分别是 539 人、661 人和 1,553 人,公司人员数量呈现上升趋势。

报告期内,公司在册员工数量逐期增加主要系为满足公司业务快速发展、产品品类扩充的需求,引入了较多年轻化的管理、销售、研发设计人员所致。

(一) 公司员工结构情况

截至 2017 年 12 月 31 日,公司在册员工专业结构、受教育程度、年龄分布情况如下:

构成	时间	2017 年 12 月 31 日	
		人数 (人)	占员工人数比例 (%)
员工总人数		1,553	100.00
专业构成			
管理人员		140	9.01
技术人员		186	11.98
销售人员		701	45.14
生产人员		524	33.74
其他		2	0.13
文化程度构成			
大专及以上		817	52.61
中专及高中		309	19.90
高中以下		427	27.50

构成 \ 时间	2017年12月31日	
	人数(人)	占员工人数比例(%)
年龄构成		
30岁以下	742	47.78
30-39岁	472	30.39
40-49岁	235	15.13
50岁以上	104	6.70

(二) 执行社会保障制度、住房制度改革情况

1、公司员工的社会保障、住房公积金缴纳情况

公司按国家和地方有关社会保障的法律法规,为满足条件的员工办理了基本养老保险、医疗保险、失业保险、工伤保险和生育保险以及住房公积金。

(1) 公司缴纳社会保险的人数

报告期内,公司为在册员工缴纳社会保险情况如下:

时间	在册员工人数	缴纳人数	差异人数	差异原因
2017年12月31日	1,553	1,452	101	其中62名员工为退休返聘;4名员工为外籍人员;29名员工系当月入职或离职;6名员工不愿缴纳
2016年12月31日	661	634	27	其中13名员工为退休返聘;2名员工为外籍人员;10名员工系当月入职或离职;2名员工不愿缴纳
2015年12月31日	539	513	26	其中13名员工为退休返聘;2名员工为外籍人员;9名员工系当月入职或离职;2名员工不愿缴纳

(2) 公司缴纳公积金的人数

报告期内,公司为在册员工缴纳公积金情况如下:

时间	在册员工人数	缴纳人数	差异人数	差异原因
2017年12月31日	1,553	1,455	98	其中62名员工为退休返聘;4名员工为外籍人员;29名员工系当月入职或离职;3名员工不愿缴纳
2016年12月31日	661	602	59	其中13名员工为退休返聘;2名员工为外籍

时间	在册员工人数	缴纳人数	差异人数	差异原因
				籍人员；10 名员工系当月入职或离职；32 名员工尚处试用期；2 名员工不愿缴纳
2015 年 12 月 31 日	539	492	47	其中 13 名员工为退休返聘；2 名员工为外籍人员；9 名员工系当月入职或离职；21 名员工尚处试用期；2 名员工不愿缴纳

(3) 公司社会保险及公积金合规情况

发行人及控股子公司所在地社会保险及公积金主管部门均出具《证明》，报告期内，发行人及控股子公司均依法缴纳了社会保险费及住房公积金，无欠费情况，无行政处罚记录。

2、报告期内劳务派遣用工情况

(1) 报告期内劳务派遣用工基本情况

公司存在部分劳务派遣用工，报告期各期末，公司劳务派遣员工人数分别为 261 人、295 人和 81 人，占公司用工总数的比例分别为 32.63%、30.86% 和 4.96%。

(2) 报告期内劳务派遣用工的规范情况

国家人力资源和社会保障部于 2014 年 1 月 24 日颁布《劳务派遣暂行规定》并自 2014 年 3 月 1 日起施行。发行人针对自身使用劳务派遣用工比例超过 10% 等实际情况，相应缩减并规范了劳务派遣用工，同时对相关生产和业务模式进行了调整和优化。截至本招股说明书签署之日，公司劳务派遣用工人数占公司总用工人数的比例符合相关法律法规要求。

杭州市人力资源和社会保障局于 2018 年 4 月 16 日出具的《征信意见书》，2015 年 1 月 1 日至 2018 年 4 月 15 日，未发现奥普家居股份有限公司有严重违反劳动保障法律法规的行为。

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

(一) 股份锁定承诺

请详见招股说明书“重大事项提示”之“一、股份限制流通及自愿锁定的承

诺”。

（二）稳定公司股价承诺

请详见招股说明书“重大事项提示”之“三、上市后三年内稳定公司股价的相关措施”。

（三）持股5%以上股东持股意向及减持意向承诺

请详见招股说明书“重大事项提示”之“二、5%以上股东持股意向及减持意向的承诺”。

（四）避免同业竞争承诺

请详见招股说明书“第七节 同业竞争与关联交易”之“二、同业竞争”之“(二) 避免同业竞争的承诺”。

（五）避免或减少关联交易承诺

请详见招股说明书“第七节 同业竞争与关联交易”之“七、公司减少关联交易的措施”之“(三) 控股股东及实际控制人出具的相关承诺”。

（六）招股说明书信息披露承诺

请详见“重大事项提示”之“四、关于首次公开发行股票招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏的承诺”。

（七）被摊薄即期回报填补措施承诺

请详见招股说明书“重大事项提示”之“五、关于被摊薄即期回报的措施及承诺”。

第六节 业务与技术

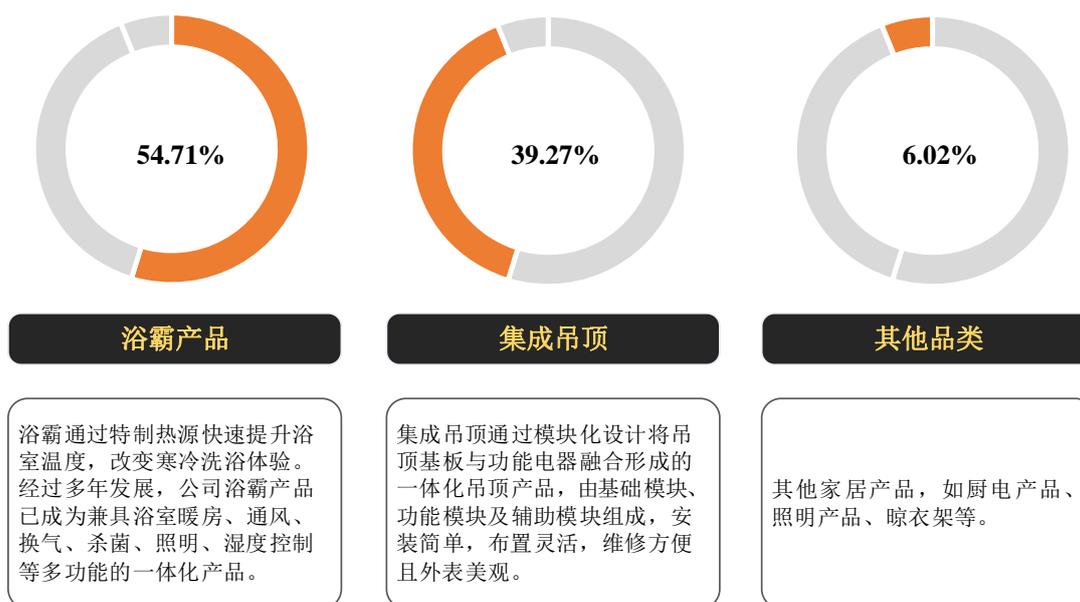
一、发行人主营业务、主要产品及其变化情况

(一) 主营业务及主要产品

公司主要从事浴霸、集成吊顶等家居产品的研发、生产、销售及相关服务的提供。

公司秉承“为爱设计”的品牌理念，一直致力于为消费者提供舒适、安全、温暖的卫浴体验以及健康、纯净的家庭环境。经过多年发展，公司产品系列从浴霸、集成吊顶逐步扩展至厨电产品、照明产品和晾衣架等，全方位管理家庭生活空间，着力为消费者打造“温度”+“干湿度”+“纯净度”+“新鲜度”+“氛围度”的“五度”健康家居环境，逐步实现全屋空气管理。奥普产品卓越的性能与不断升级的产品功效推动公司品牌知名度不断提升，目前“奥普”已成为国内家居行业领军品牌之一，奥普产品已走进众多消费者的家中，成为万千家庭的优秀空气管家。

报告期内公司主要产品为浴霸、集成吊顶两大系列，2017年各类产品销售收入占公司主营业务收入的比重分别为：



（二）主营业务变化情况

公司自成立以来主营业务未发生过重大变化，主要产品品类逐步扩充丰富。

二、发行人所处行业的基本情况

公司属于家居行业。

（一）行业主管部门及管理体制

1、行业主管部门和管理体制

公司主营产品包括浴霸、集成吊顶等。根据中国证监会《上市公司行业分类指引（2012年修订）》，发行人所属行业为“C38”电气机械和器材制造业；根据国民经济行业分类（GB/T 4754-2017），发行人属于“C38”电气机械和器材制造业下的“C385”家用电力器具制造业。

行业主管部门为国家发展与改革委员会、工业和信息化部、国家市场监督管理总局。

国家发展与改革委员会及其各地分支机构的主要职能是制定产业政策，研究制定行业发展规划，指导行业结构调整，实施行业管理，参与行业体制改革、技术进步和技术改造、质量管理等工作。工业和信息化部的主要职能为拟订实行业规划、产业政策和标准，监测工业行业日常运行，推动重大技术装备发展和自主创新等。国家市场监督管理总局的主要职能是负责市场综合监督管理，统一登记市场主体并建立信息公示和共享机制，组织市场监管综合执法工作，承担反垄断统一执法，规范和维护市场秩序，组织实施质量强国战略，负责工业产品质量安全、食品安全、特种设备安全监管，统一管理计量标准、检验检测、认证认可工作等。

行业自律组织主要包括为中国家用电器协会、中国建筑装饰协会。

中国家用电器协会的主要职能包括维护行业健康的竞争秩序，代表会员企业向政府反映企业的意见与要求，促进产品发展、维护产业安全等。中国建筑装饰协会的主要职能包括引导行业发展、企业技术发展方向，培育、建立和完善行业

运行机制与自律机制等。

2、行业主要法律、法规及其他规范性文件

序号	法律、法规名称	发布单位	发布/修订时间
1	《中华人民共和国价格法》	全国人大常委会	1997年
2	《住宅室内装饰装修管理办法》	住房和城乡建设部	2002年
3	《工业产品生产许可证管理条例》	国务院	2005年
4	《中华人民共和国产品质量法》	全国人大常委会	2009年
5	《中华人民共和国建筑法》	中华人民共和国主席令 第46号	2011年
6	《中华人民共和国商标法》	全国人大常委会	2013年
7	《中华人民共和国消费者权益保护法》	全国人大常委会	2013年

(二) 行业主要政策及标准

1、主要政策

序号	政策名称	发布时间	发布单位	主要相关内容
1	《产业结构调整指导目录(2011年本)》	2011年	国务院、发改委	鼓励预制装配式整体卫生间和厨房标准化、模数化技术开发与推广；工厂化全装修技术推广。
2	《关于加快推进信息化与工业化深度融合的若干意见》	2011年	工信部、科技部、财政部、商务部、国资委	到2015年，信息化与工业化深度融合取得重大突破，信息技术在企业生产经营与管理的重要领域、主要环节得到充分有效应用。
3	《中国家用电器工业“十二五”发展规划的建议》	2011年	中国家用电器协会	建议提出要通过10年努力，实现由家电大国成为家电强国的目标；“技术创新”与“节能环保”将成为家电产业升级的关键词，主要家电产品能效水平要平均提高15%。
4	《关于加快推动我国绿色建筑发展的实施意见》	2012年	财政部、住建部	实现住宅部品通用化，大力推广住宅全装修，推行新建住宅一次装修到位或菜单式装修。
5	《国家新型城镇化规划（2014-2020年）》	2014年	国务院	提出稳步提升城镇化水平和质量，有序推进农业转移人口市民化，推进符合条件农业转移人口落户城镇，力争到2020年常住人口城镇化率达到60%左右。

序号	政策名称	发布时间	发布单位	主要相关内容
6	《关于加快发展生产性服务业促进产业结构调整升级的指导意见》	2014年	国务院	运用互联网、大数据等信息技术，积极发展定制生产，满足多样化、个性化消费需求。
7	《中国制造2025》	2015年	国务院	加快推动新一代信息技术与制造技术融合发展，把智能制造作为两化深度融合的主攻方向……推进制造过程智能化。在重点领域试点建设智能工厂/数字化车间，加快人机智能交互、工业机器人、智能物流管理、增材制造等技术和装备在生产过程中的应用，促进制造工艺的仿真优化、数字化控制、状态信息实时监测和自适应控制……发展基于互联网的个性化定制、众包设计、云制造等新型制造模式，推动形成基于消费需求动态感知的研发、制造和产业组织方式。
8	《促进绿色建材生产和应用行动方案》	2015年	工信部、住建部	扩大绿色建材的应用范围。围绕绿色建筑需求和建材工业发展方向，重点开展通用建筑材料、节能节地节水节材与建筑室内外环境保护等方面材料和产品的绿色评价工作。
9	《关于发挥品牌引领作用推动供需结构升级的意见》	2016年	国务院	鼓励家电、家具、汽车、电子等耐用消费品更新换代，适应绿色环保、方便快捷的生活需求。
10	《轻工业发展规划（2016-2020年）》	2016年	工信部	以“增品种”满足多样化消费新需求。推进个性化定制，重点在食品、家用电器、皮革、家具、五金制品、照明电器等行业发展个性化定制、众包设计、云制造等新型制造模式。开发绿色、智能、健康的多功能中高端产品，支持骨干企业加快绿色食品、高效照明产品、环境友好型洗涤用品、高效净化型吸油烟机、智能家电、智能卫浴、智能玩具、高档圆珠笔、高端机械手表、高档皮革制品、新颖健康文教体育用品、老年健康产品等开发和市场推广。

序号	政策名称	发布时间	发布单位	主要相关内容
11	关于促进建材工业稳增长调结构增效益的指导意见	2016年	国务院	推广新型墙材。发展本质安全、节能环保、轻质高强的墙体和屋面材料、外墙保温材料，以及结构与保温装饰一体化外墙板。推进叠合楼板、内外墙板、楼梯阳台、厨卫装饰等构配件工厂化生产。引导利用可再生资源制备新型墙体材料，支持利用农作物秸秆、竹纤维、木屑等开发生物质建材，发展生物质纤维增强的木塑、镁质建材等产品。加快推广应用水性涂料、胶黏剂及高分子防水材料、密封材料、热反射膜、管材等产品。
12	建材工业发展规划（2016-2020）	2016年	工信部	加快结构优化：改造提升传统产业；培育区域特色产业；壮大建材新兴产业；发展生产性服务业。推进绿色发展：推广绿色建材；加强清洁生产；发展循环经济；强化低碳发展。
13	《建筑业发展“十三五”规划》	2017年	住建部	推动建筑产业现代化：推广智能和装配式建筑，强化技术标准引领保障作用，加强关键技术研发支撑。推进建筑节能与绿色建筑发展：提高建筑节能水平，推广建筑节能技术，推进绿色建筑规模化发展，完善监督管理机制。

2、主要行业标准或强制性标准

序号	标准名称	标准号	发布单位
1	《室内装饰装修材料有害物质限量标准》	—	国家质检总局和国家标准化委员会
2	《家用和类似用途电器的安全 第1部分：通用要求》	GB4706.1-2005	中华人民共和国国家质量监督检验检疫总局、中国国家标准化管理委员会
3	《住宅厨房、卫生间排气道》	JG/T194-2006	中华人民共和国建设部
4	《家用和类似用途电器的安全 第2部分：室内加热器的特殊要求》	GB4706.23-2007	中华人民共和国国家质量监督检验检疫总局、中国国家标准化管理委员会
5	《家用燃气灶具》	GB16410-2007	中华人民共和国国家质量监督检验检疫总局、中国国家标准化管理委员会
6	《家用和类似用途电器的安全 第2部分：风扇的特殊要求》	GB4706.27-2008	中华人民共和国国家质量监督检验检疫总局、中国国家标准化管理委员会
7	《浴室电加热器具（浴霸）》	GB/T22769-2008	中华人民共和国国家质量监督检验检疫总局、中国国家标准化管理委员会
8	《红外线灯泡》	GB/T23140-2009	中华人民共和国国家质量监督检验检疫总局、中国国家标准化管理委员会

序号	标准名称	标准号	发布单位
			总局、中国国家标准化管理委员会
9	《强制性产品认证管理规定》	—	中华人民共和国国家质量监督检验检疫总局
10	《家用和类似用途多功能吊顶装置》	GB/T26183-2010	中华人民共和国国家质量监督检验检疫总局、中国国家标准化管理委员会
11	《住宅整体厨房》	JG/T184-2011	中华人民共和国住建部

（三）行业发展状况

1、行业发展历史

报告期内公司主要产品分为浴霸、集成吊顶两大类，各产品所处细分行业发展历史如下：

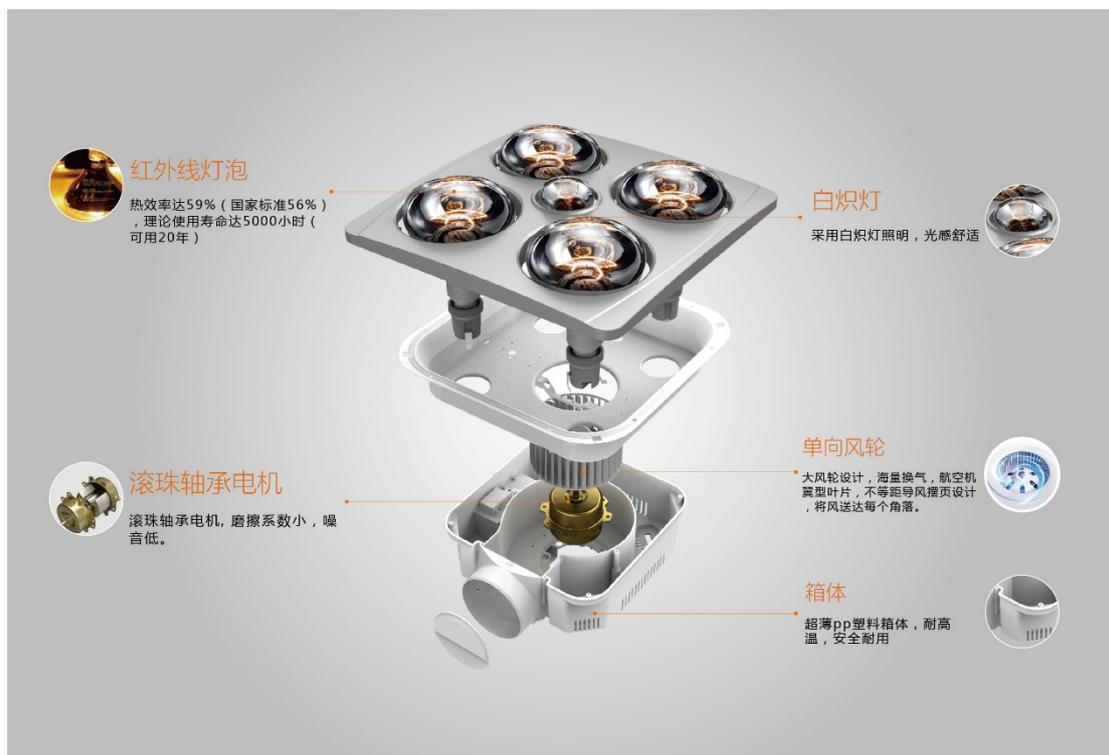
（1）浴霸行业发展历史

浴霸产品装有特制热源，能够快速提升浴室温度，改变了冬日人们寒冷的洗浴体验。经过多年发展，目前浴霸已经突破最初简单的照明、取暖、通风功能发展成为一种集照明、浴室暖房、通风、换气、杀菌、湿度控制等功能为一体的综合性电器，并逐渐成为卫浴间的必备品之一。

我国浴霸行业的发展历程主要经历了三个阶段：

①第一阶段

第一阶段（1999年以前）：以奥普电器为代表的企业最初将浴霸产品引入中国市场，该阶段产品主要以功能型为主，主导产品为灯暖型浴霸，消费者购买浴霸的主要目的为改善寒冷卫浴体验。这一阶段的浴霸产品结构主要如下图：

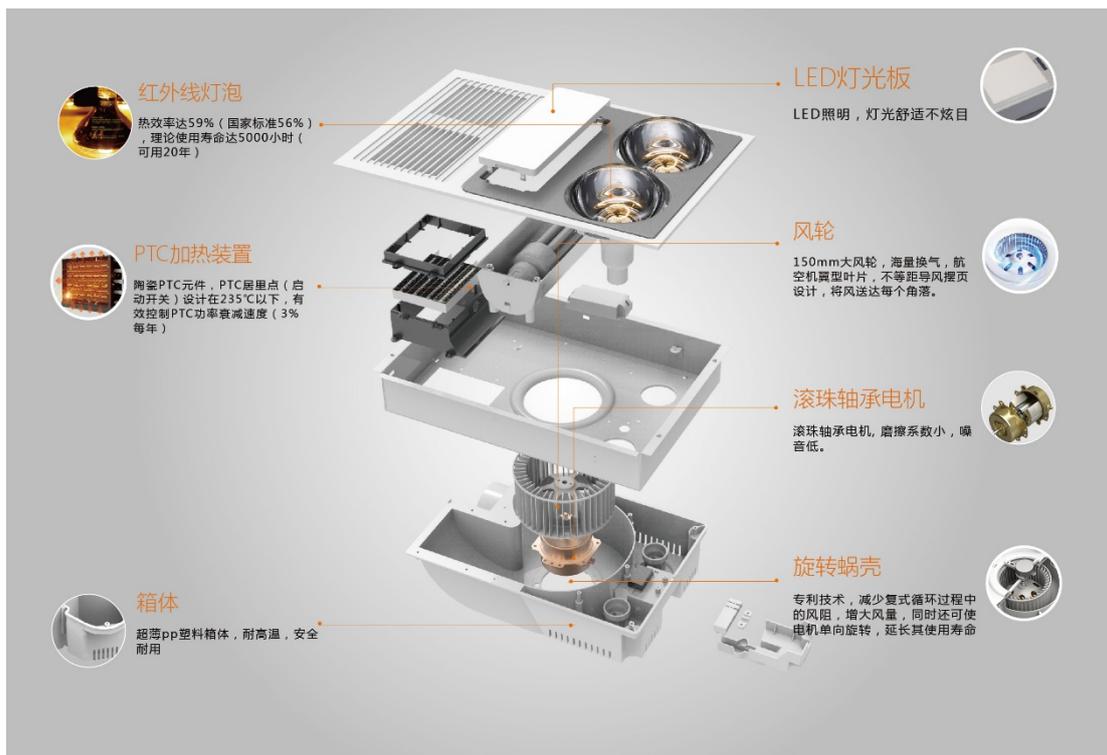


由于浴霸在秋冬等寒冷季节使用频率较高，市场呈现出一定季节性，销售高峰通常为每年冬季，夏季则为销售淡季。同时，由于该阶段浴霸功能相对单一，因此在冬日较为湿寒且未集中供暖的地区销量较好，而在气候较为温暖的地方或供暖系统使用较为普遍的地区则销量平平，存在一定区域性。

另外，该阶段由于浴霸产品刚出现，行业内企业较少，竞争不激烈，以奥普电器为代表的少数企业占据了行业主导地位，拥有产品定价权，市场集中度较高。

②第二阶段

第二阶段（1999年~2015年）：在以奥普为代表的企业不断努力下，浴霸产品系列不断升级和丰富，并逐步普及，而纯平浴霸的推出进一步提升了装修安装的适配度。市场上主导产品为灯暖、风暖以及灯风暖结合型浴霸。此类浴霸产品结构如下图：

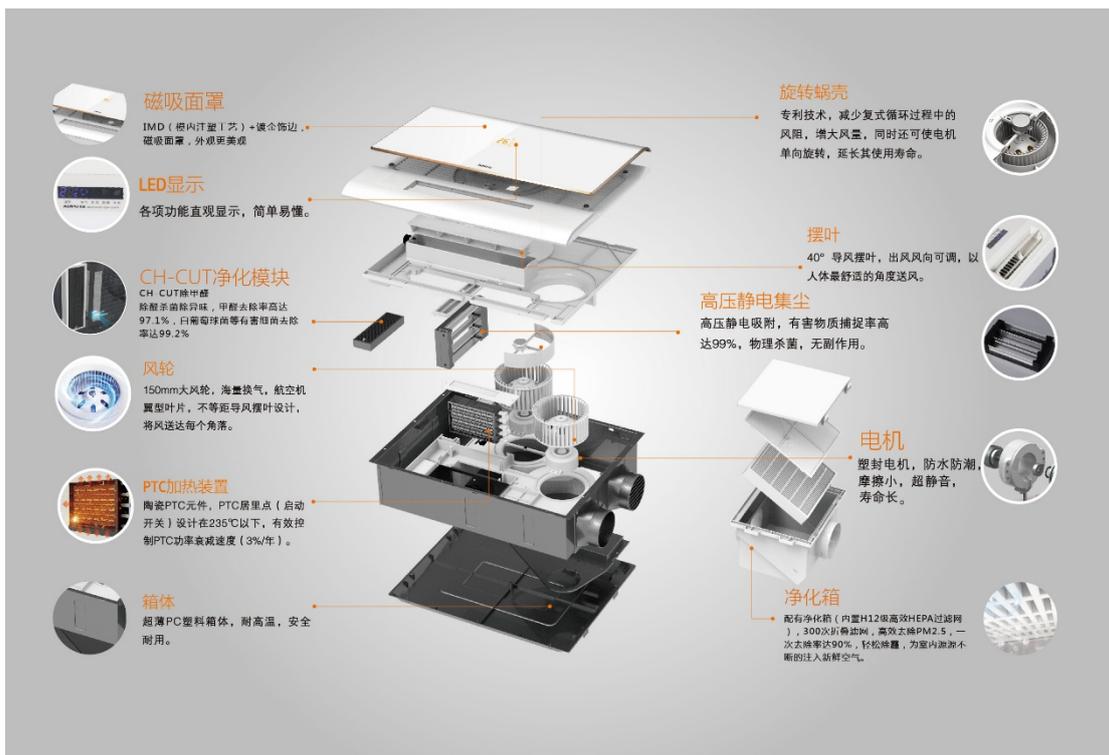


随着我国居民收入水平提高、城镇化进程推进，消费者理念发生改变，浴霸不再是单一的功能性产品，消费者普遍将集合照明、取暖及换气功能的浴霸视为卫生间的必备家居产品之一，季节性因素、区域性因素对销量的影响较第一阶段明显下降。

这一阶段，部分品牌家用电器生产商以及无自主品牌、或自主品牌知名度较低的区域性电器生产商亦开始进行浴霸产品的生产和销售，行业内企业数量逐渐增多，行业内竞争渐趋激烈，市场集中度有所降低。

③第三阶段

第三阶段 (2015 年至今): 2015 年以来，家居行业逐步向着定制化、智能化等方向发展，浴霸作为卫浴家用电器，亦开始融入智能管理功能，如声控系统、远程预热、自动感应等，旨在为消费者提供更为舒适便捷的沐浴体验。此外，随着近年来消费者对室内空气质量的关注度不断提高，逐步产生了净化室内空气、检测空气质量、系统性调控室内干湿平衡等消费需求，浴霸已实现从单一取暖功能向承载浴室整体空气管理功能的转型升级。这一阶段代表产品结构如下图所示:



这一阶段，消费者关注点逐步从产品价格向产品功能、品牌、质量等方面转变。以奥普家居为代表的品牌生产商凭借自身研发能力、质量控制能力、营销能力等优势，不断推出符合新一代消费理念的新产品，产品附加值不断提升。而部分规模较小、设计能力较弱的企业则无法及时应对消费观念的变化，行业集中度逐渐提升。

(2) 集成吊顶行业发展历史

传统吊顶通常采用石膏板、PVC板或金属板等材料加铺防水层、吸音材料等，对室内顶层空间进行处理，以遮盖梁柱、管线，并具备隔热、隔音及装饰效果，同时为照明、换气、取暖等功能电器提供支撑平台。由于传统吊顶通常为整体施工、全面铺设，因此相应电器电路等需一次性确定完毕，吊顶装修完毕后，较难进行改造。

与传统吊顶相对应，集成吊顶是通过模块化设计将吊顶基板与功能电器融合形成的一体化吊顶产品。集成吊顶具有易于拆卸、组装，因此具有清洗方便、可随意增减功能电器的特点，同时整体美观度亦超过了传统吊顶。

集成吊顶通常由基础模块、功能模块及辅助模块组成。辅助模块包括吊杆、

龙骨及修边条等，是集成吊顶的支撑架构，并兼具辅助修饰作用；基础模块为相同规格的装饰基板，是集成吊顶实现整体设计风格的主要载体；功能模块包括功能电器、面板及连接件等，是功能电器经模块化处理而来，装卸简便，并与基础模块保持外观一致。

从 2004 年发展至今，集成吊顶已经成为现代家庭装修中不可忽视的角色。集成吊顶行业发展经历了以下阶段：

①第一阶段

第一阶段（2004 年～2008 年）：这一阶段集成吊顶刚刚出现，运用范围尚不广泛，家庭装修中卫生间、厨房等地最先开始使用集成吊顶。卫生间通常需要在不同区域进行取暖照明、通风换气及湿度管理，而集成吊顶的模块化特点能够使各电器在合适的位置发挥其功效；厨房则需要及时排除油烟且便于清洗，集成吊顶较传统吊顶而言拆卸、清洗更为便捷。因此卫生间与厨房率先成为集成吊顶普及度较高的地方。

由于在这一阶段集成吊顶在家庭装修中普及度尚低，因此行业内企业数量较少，只有本公司及友邦吊顶等少数企业从事集成吊顶的设计、生产及销售。

②第二阶段

第二阶段（2008 年～2015 年）：这一阶段，集成吊顶经过多年的发展，逐步被消费者所接受，在家庭装修中的普及度有所上升，适用范围也从卫生间、厨房延伸至阳台、起居室等地。应用范围的扩大对集成吊顶的外观设计、整体风格规划等方面提出了较高要求，集成吊顶在家庭装修中的运用从功能性为主逐渐向装饰性进行过渡。

在此阶段，集成吊顶行业内企业出现了分化：一类为入行较早、具有一定品牌知名度、综合实力较强的行业知名企业，如本公司、友邦吊顶等，凭借自身突出的设计研发能力，开发出色彩丰富、风格多样、整体造型美观、功能布局合理的集成吊顶产品，从而为消费者完成家庭整体吊顶的布局安排；另一类规模较小、设计研发能力不强的企业，主要生产集成吊顶的各部件，如扣板、龙骨等，再销售给其他企业，或直接销售给终端消费者并为其完成组装，该类企业通常无法为

消费者提供家庭装修的整体设计规划,也无法为消费者提供集成吊顶中的功能模块部件,消费者需要另外购买所需电器。

由于集成吊顶的各部件生产工艺相对简单、生产难度较低,故行业内小规模企业数量众多。同时由于此阶段精装房普及程度尚低,尤其是在二、三线及以下的城市中,消费者购买毛坯房并自行装修的占比较高,对于价格较为敏感的消费会选择向当地中小型企业购买集成吊顶,故集成吊顶行业整体集中度不高。

③第三阶段

第三阶段(2015年至今):这一阶段,随着我国居民生活水平不断提高,人们对生活品质追求的提升,对居住环境舒适、个性化要求的加强,以及对家装便利性等要求的提高,消费者对集成吊顶的需求日益增强,其普及程度亦进一步提升,逐渐扩展到餐厅、书房、卧室等地,并向着全屋吊顶集成化发展。同时,吊顶产品经过多年不断推陈出新,其造型、外观、材质及生产工艺等均有了较大提升,如扣板的生产工艺从最初的覆膜、滚涂发展出了彩印、拉丝等工艺;吊顶造型方面从最初的单一平面发展至通过调整安装结构,铺放高低龙骨等方式打造的层次吊顶、凹凸吊顶等,视觉效果较以往更为出色。

在此阶段,一方面集成吊顶产品的不断发展、产品造型与款式的不断丰富、工艺的提升对行业内企业提出了更高的要求;另一方面消费者对于家庭装修标准不断提高,对家庭整体风格设计、吊顶便利性与美观性的有效结合等方面的需求不断提升,进一步挑战集成吊顶行业企业设计能力与生产制造能力。行业中部分设计能力较弱的企业由于无法应对不断更新消费观念,经营业绩相对不佳,逐渐成为品牌企业的代工厂,为品牌企业贴牌生产集成吊顶各部件;另一部分小规模企业则逐步退出市场。但集成吊顶部分低端产品的生产壁垒较低,中小规模企业数量仍然较多,市场较为分散。

2、行业发展现状

(1) 行业规模

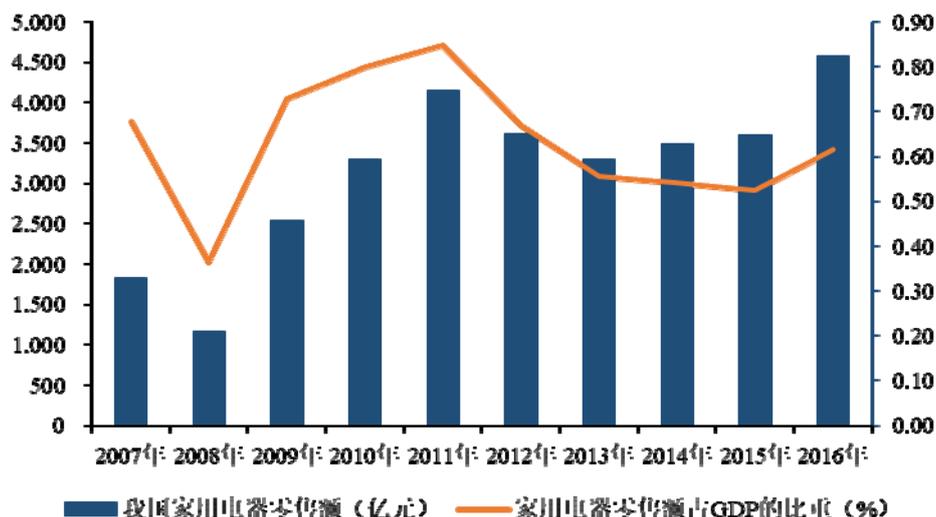
报告期内公司主要产品为浴霸、集成吊顶,同时亦不断扩充家居产品品类,开发了厨电、照明、晾衣架等产品。浴霸、厨电、照明、晾衣架等属于家居行业

中家用电器子行业，集成吊顶则主要用于住宅装修，属于家居行业中的住宅装饰装修子行业。家用电器行业和住宅装饰装修行业的行业规模分别如下：

①我国家用电器行业规模

近年来，我国经济持续快速发展，人民生活水平逐渐提高，家用电器制造行业得到较快发展，2007年至2016年我国家用电器零售额从1,833.08亿元增长至4,580.57亿元，年复合增长率为10.71%，增长速度较快；家用电器零售额占GDP的比重除2008年较低以外，2007年-2016年各年均均在0.5%至0.8%之间，占比较为稳定，我国家用电器行业规模随我国经济发展水平不断提升。

2007年-2016年我国家用电器零售情况



数据来源：Wind

浴霸、厨电、照明、晾衣架等家用电器的零售额亦随着行业快速增长，行业内企业销售额不断增长。

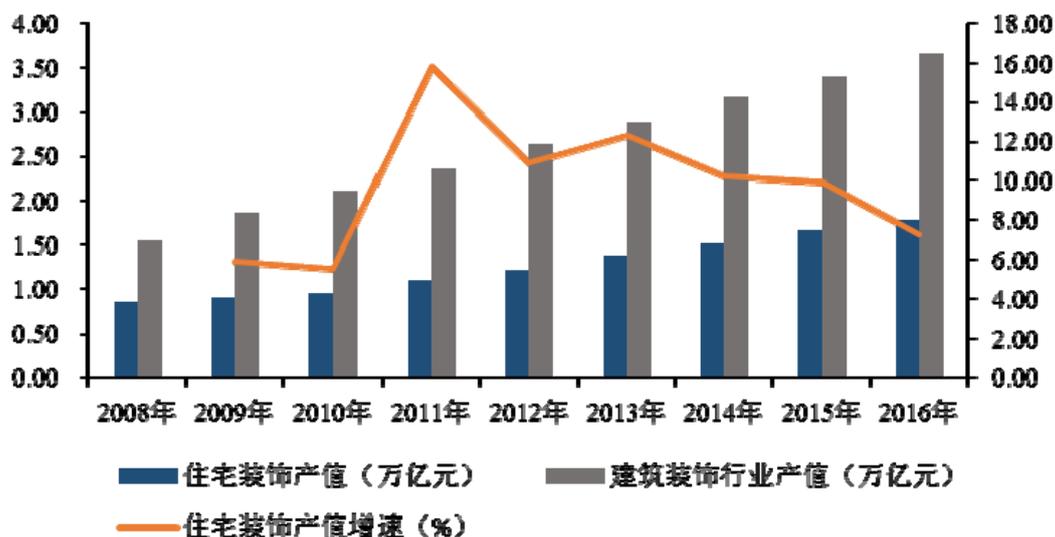
未来随着我国经济水平不断发展，城镇化水平的不断提高，国民消费能力的提升、对生活品质追求的提升、主要消费群体消费观念的转变以及人们对健康环保的关注度等不断提升，家用电器行业市场规模将继续扩大。

②我国住宅装饰装修行业规模

近年来我国装饰装修行业总产值保持增长，从2008年的1.55万亿元增长至

2016年的3.66万亿元，其中住宅装饰装修产值占建筑装饰行业总产值约50%，住宅装饰装修总产值规模亦稳定增长，从2008年的0.85万亿元增长至2016年的1.78万亿元，年复合增长率为9.68%。

2008年-2016年我国住宅装饰总产值及增长率



数据来源：建筑装饰行业协会

随着经济发展，我国居民的平均可支配收入水平不断提高，对生活品质的要求亦不断提高，居住条件的改善性消费成为居民的主要消费需求之一。我国住宅装饰装修市场规模将持续增长，集成吊顶相对传统吊顶优势较多，拥有广阔的市场空间和较大的市场潜力。

(2) 行业发展受房地产市场的影响

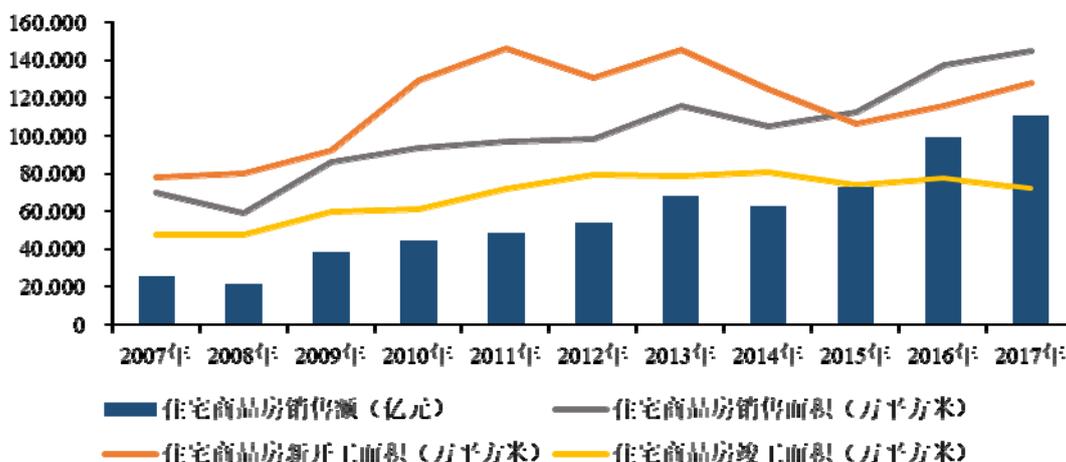
公司产品所在行业为家居行业，家居行业与房地产行业有一定的相关性，故房地产市场繁荣程度在一定程度上影响家居产品的市场需求。家居行业的消费需求一方面源自新建住宅的装修；另一方面源自存量住宅的装修，其中包括存量毛坯房初始装修，消费者在住房屋翻新装修，以及二手房翻新装修。

①住宅用新房销售稳定增长带动家庭装修需求

近年来，我国房地产市场发展较快，住宅商品房建造面积、竣工面积、销售面积及销售额均呈现上升趋势：2007年至2017年，我国商品住宅竣工面积从4.78亿平方米增加到7.18亿平方米，销售面积从7.01亿平方米增长至14.48亿平方

米，销售额从 2.56 万亿元增长至 11.02 万亿元。

2007-2017年住宅商品房销售、开工、竣工情况



数据来源：国家统计局

近年来房地产行业发展较快，为抑制投机性房地产需求，国家陆续出台了一系列房地产市场调控政策，以促进该行业的平稳、健康发展，一定程度上减缓了我国房地产行业的发展速度。但由于我国人口的增长、城镇化推进、改善性需求以及拆迁需求等因素的综合影响，在一定期间内消费者仍存在住宅刚性需求。根据社科院 2014 年 6 月份发布的《中国住房发展报告》预计，我国城市住房需求在 2025 年之前将保持上升势头。由于住宅刚性需求的存在，未来一段时间内我国住宅商品房市场有较大几率仍将保持稳定增长的趋势，进而带动新建住宅装修需求，为家居行业创造了良好的市场环境。

②存量住宅装修需求促使家居行业需求保持稳定

除新建住宅装修需求推动外，存量住宅装修需求亦是推动家居行业增长的重要因素。存量住宅的装修包括存量毛坯房初始装修，消费者在住房屋翻新装修，以及二手房翻新装修。

A. 存量毛坯房初始装修

消费者已购的尚未装修的毛坯房装修需求通常较为稳定，随着我国居民收入水平不断提高，消费观念不断升级等影响，其对家居产品的需求将保持稳定增长。

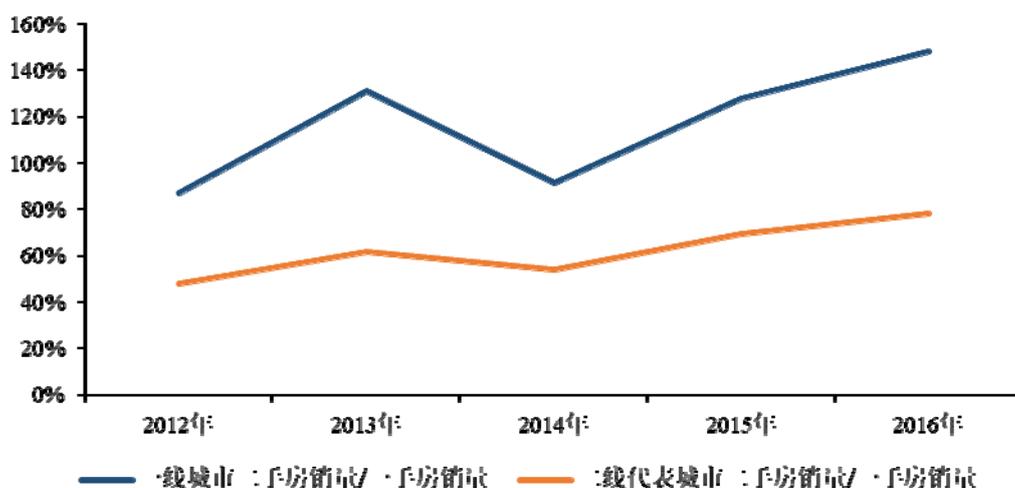
B. 消费者在住房屋翻新装修

通常每 10 年为一个房屋重新装修周期，10 年以上房龄住宅用商品房具有较大的重新装修需求。从 2000 年起国内商品房销售进入了快速增长期，因而目前国内二次装修需求相对较高；同时，随着近年来居民家庭对居住条件的要求不断提升以及对居住空间、便利性等方面的要求不断提升，消费者对旧房重新设计、规划、翻新、装修的需求亦不断提升。

C. 二手房翻新装修

二手房重新装修需求也是带动家居行业增长的重要因素。根据 CREIS 中指数据房地产数据信息系统的统计数据显示，2012 年至 2016 年，我国一线城市、二线代表城市二手房销量相对于一手房销量增长幅度明显，二手房市场的稳定增长带动了房屋装修需求，对家居行业的繁荣起到促进作用。目前我国房地产调控政策对二手房市场有一定影响，也在一定程度上影响了家居行业销售情况。

2012年-2016年一线城市与二线代表城市二手房销量与一手房销量比



数据来源：CREIS 中指数据房地产数据信息系统

二线代表城市包括：天津、杭州、成都、南京、郑州

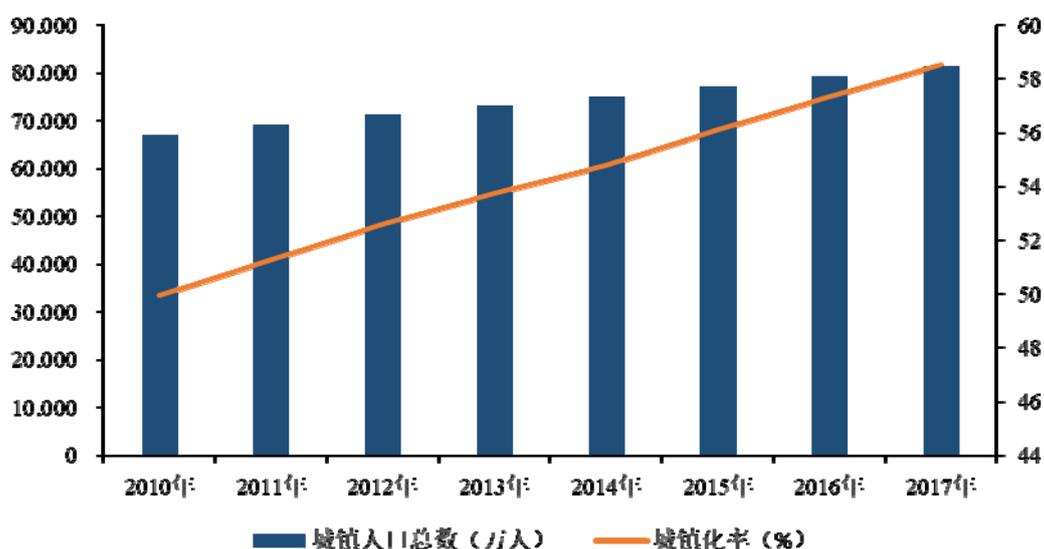
（四）行业发展前景

1、城镇化进程加快为家居行业提供了广阔的市场空间

近年来，我国城镇化进程稳步推进，“十二五”到“十三五”规划期间我国的城镇化率从 51%提高到了 56%，平均每年有近 2,027 万人入城。2014 年 3 月，

国务院印发《国家新型城镇化规划（2014~2020年）》，其中提出发展目标为，2020年常住人口城镇化率达到60%左右，户籍人口城镇化率达到45%左右，努力实现1亿左右农业人口转移和其他常住人口在城镇落户。根据国家统计局公布的数据，2017年我国城镇常住人口占总人口比重为58.52%，尽管中国房地产中长期需求面临结构性调整，但城镇化进程的发展使房地产市场仍存在继续增长的空间，未来将持续有大量农业人口向城镇转移。农村居民转化为城镇居民是住房刚性需求的重要组成部分，由此带来的新增住房需求较大，进而将带动家居行业消费增长。

2010年-2017年我国城镇人口数量及城镇化率



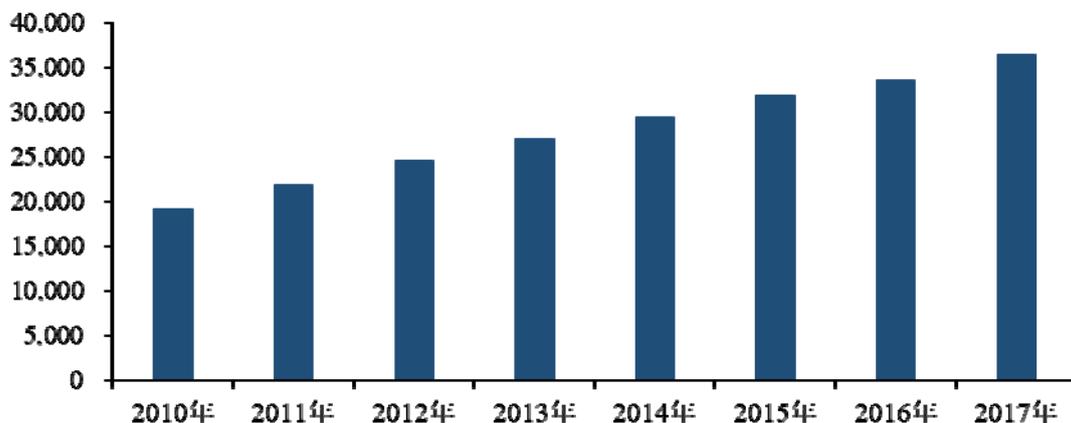
数据来源：国家统计局

2、居民可支配收入增长为家居行业持续增长创造了必要条件

随着经济发展，我国居民的平均可支配收入水平不断提高。在2010年到2017年期间，我国城镇家庭人均年可支配收入以9.64%的年均复合增长率从19,109.44元达到了36,396.19元。

人均可支配收入的增长使得居民购买力水平上升，人们对生活环境改善的需求增长，消费者在选购家居产品时，除价格因素外开始更加关注产品质量、功能、安全以及环保等问题，对家居环境的美观性、舒适性和个性化提出更高要求，家居行业有望迎来消费高峰，行业未来发展空间较为广阔。

**2010年-2017年城镇居民家庭
人均年可支配收入（元）**

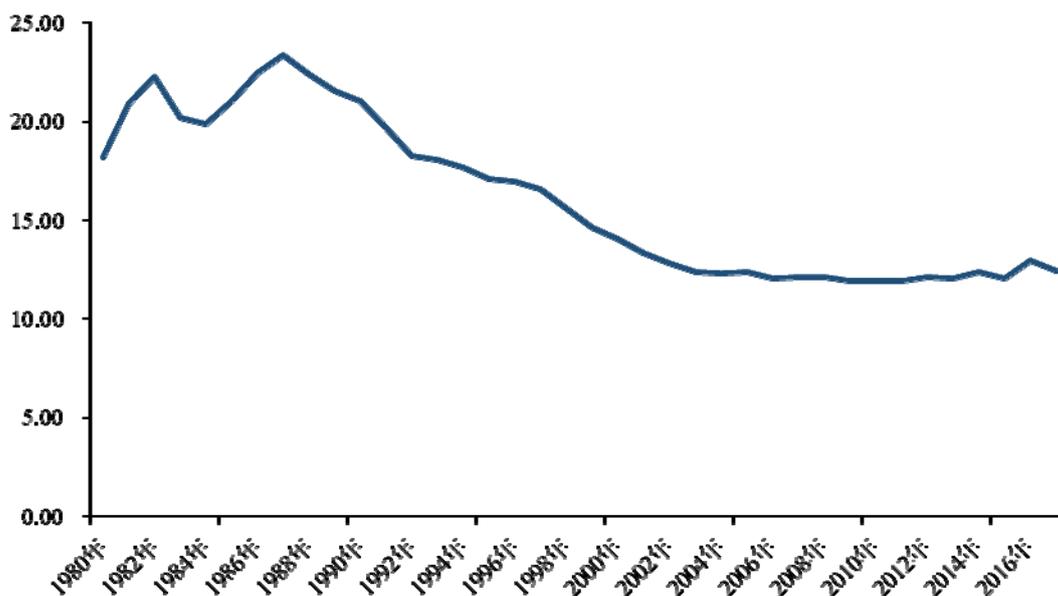


数据来源：国家统计局

3、第三次婚育高峰带来的适龄人群增长拉动需求

1980年至1990年间为我国第三次生育高峰，该时期出生的人口目前已经进入婚育适龄阶段，有较强的购房、装修需求，同时该部分人群未来生育小孩会有购置、装修改善性住房的需求。未来一段时间内，我国将长期处于婚育适龄人口高峰期，同时在“二胎政策”催化下，居民对于房屋居住面积、空间设计合理性等方面的要求亦会不断提高，进而带动对家居产品的需求持续增长。

我国1980年至2017年人口出生率（‰）



数据来源：国家统计局

4、精装房比例提升扩大集成化产品普及范围

我国自 2002 年住建部颁布《商品住宅装修一次到位实施细则》以来，一直鼓励和支持住宅精装修的发展，并陆续出台了一系列相关鼓励政策。近年来，以上海、深圳、杭州为代表的部分一、二线城市出台了大量推进住宅精装修发展的鼓励性政策，住宅精装修在全国的逐步推广成为住宅装饰装修行业的重要发展契机，亦为集成化产品的进一步推广提供了良好的市场环境。

集成吊顶产品采用模块化组装，工厂生产后现场安装，较少产生建筑垃圾，符合国家环保及建筑产业化政策，受到了国家政策的支持与鼓励。以上海为例，2016 年 8 月 18 日上海市住建委发布的《关于进一步加强本市新建全装修住宅建设管理的通知》中明确指出，“从 2017 年 1 月 1 日起，凡出让的本市新建商品房建设用地，全装修住宅面积占新建商品住宅面积（三层及以下的低层住宅除外）的比例为：外环线以内的城区应达到 100%，除奉贤区、金山区、崇明区之外，其他地区应达到 50%。奉贤区、金山区、崇明区实施全装修的比例为 30%，至 2020 年应达到 50%。本市保障性住房中，公共租赁住房（含集中新建和商品住房中配建）的全装修比例为 100%。”该通知同时提出“要推广支撑体与填充体分离 SI 内装技术，鼓励整体卫浴和厨房等模块化以及集成吊顶、设备管线等内装工业化生产方式应用。”

未来，在国家政策的要求下，全国各地住宅商品房精装房比例将越来越高，而在国家倡导绿色建筑及装配式工业建筑的政策背景下，家庭装修集成化产品，如集成吊顶、集成墙面等将迎来新一轮快速发展期，前景较为广阔。

5、消费升级促进行业发展

随着我国人均收入水平的不断提升，居民消费能力、消费观念的不断升级，家居产品的迭代速度将随之增快，促使家居产品生产商不断加强产品研发创新、加快更新换代频率，使产品向着智能化、高端化、个性化等方向发展才能满足消费需求。低端家居产品技术含量较低，仅靠低价吸引顾客，将在未来的产品竞争中逐渐被淘汰，市场竞争将趋于良性。

（五）行业发展趋势

1、家用电器多功能化、智能化趋势明显

家用电器产品经过多年更新、迭代，产品品类多样，功能各异。伴随着消费升级浪潮，我国居民家庭消费观念越来越具有前瞻性。家用电器产品趋于一体化、智能化、高端化。

同时，随着无线网络技术、人工智能技术等不断发展，家用电器产品将逐步向着智能化发展，远程操作、自动调节等功能将逐步得到应用，进一步提升消费者的家居生活体验。根据捷孚凯（GfK 中国）数据显示，2016 年智能家居市场零售总额为 2,091 亿元，处于高速发展阶段，未来家用电器产业有望加速升级。

2、集成吊顶普及度有望进一步提升

集成吊顶作为家居装修的升级品，更符合国家工业化建筑产业政策，与传统吊顶相比有较为明显的优势：

项目	传统吊顶	集成吊顶
外观对比	外观通常较为简单、颜色单一，各电器零散分布。	统一的装饰风格，可根据客户需求定制层次造型，各电器集成、布局优化。
安装对比	需预设电器出口，完成安装后吊顶即固定，装卸、拆洗电器不易。	各功能模块可按客户喜好更换安装位置，拆卸简便，产生的建筑垃圾较少。
安全性对比	热电集中，电线、电子部件老化速度相对较快。	强弱电分离，各电器部件可进行独立布线，延长电器使用寿命。
电器分布对比	暖灯通常呈点状排列，受热面较小；电器多项功能通常集中在一点，在房间整体中分布不均。	可根据所需取暖、照明、通风等功能的空间不同，随意增添、安装相应功能模块，使房间整体空间的功能电器分布合理化，最大化电器使用效果。

但集成吊顶在我国发展时间相对较短，目前市场普及度较低。我国一、二线城市因经济较为发达、居民收入水平较高、精装房比例较高等原因，集成吊顶普及度略高。未来随着居民收入水平和对生活品质追求的进一步提高，以及三、四线城市、农村的经济发展加快、消费能力释放，集成吊顶甚至集成墙面等产品在家庭装修中所占比例将逐步提升，行业有望加速发展。

3、消费习惯变迁带动线上渠道销量不断提高

当今时代，互联网的普及和电子商务的兴起使消费模式发生了巨大的改变。互联网为消费者和生产者提供了高效的交流平台，降低了沟通成本，大大提高了销售效率，为家居行业提供了新的宣传渠道与销售渠道，有力地推动了家居行业的发展。家居行业内的主要企业目前都已建立官方网上商城或者在天猫、京东等电子商务平台开设专卖店拓展线上销售渠道。线上销售渠道打破了购物时空的限制，为消费者节约了购物时间，同时方便其在不同品牌间进行比较，未来线上销售将成为家居行业新的增长动力。

4、行业集中度逐步提升，品牌将成为经营重点

目前，我国家居行业企业众多，行业集中度较低，未来行业集中度将逐步提高，优势品牌将占据市场主导地位。品牌将成为家居产品吸引消费者的关键因素之一，因此品牌经营是行业内企业经营的核心和重点。加强自主品牌管理和品牌建设，形成清晰的品牌定位和品牌内涵，提升产品竞争力和品牌附加值，成为未来家居行业发展的重要趋势。

5、自主设计研发能力主导溢价能力

随着消费者对家庭装修理念的转变，其对家居产品的关注点从“实惠”、“实用”，逐渐提升到注重产品“格调品位”、“功能性”、“健康环保”和“文化内涵”等方面，功能完善、外观出众且具有较高品牌知名度的产品溢价能力较强。未来随着消费观念的升级，品牌家居企业的自主设计研发水平将直接主导其产品的溢价能力。

6、产品节能环保化趋势明显

随着我国环境污染与能源消耗问题日益严重，节能环保成为我国工业发展的重要方向。家用电器的节能性、环保性、安全性在消费者需求和国家政策的引导下有望进一步提高，家居产品亦将逐步向着环保、健康的方向发展，减少废料、降低污染、节约物料消耗将成为家居产品未来的发展趋势。

（六）行业竞争状况分析

1、行业竞争格局

（1）浴霸竞争格局

浴霸行业正处于快速发展阶段，行业内企业众多，且行业集中度仍然较低，市场化程度较高，竞争依然较为激烈。

浴霸市场目前竞争格局主要由专业浴霸制造企业、照明企业、综合家电制造企业以及众多小众品牌企业构成。专业浴霸制造企业如奥普家居专注于浴霸领域，在产品制造、技术开发、品牌认可度方面具有优势；照明企业如欧普照明等，主要从事家居照明灯具、商业照明灯具、光源综合等产品的生产及销售，但近年来产品线开始向浴霸扩充；综合家电制造企业如美的集团、博世—西门子、松下电器等，主要涉及白色电器、厨房电器等家用电器领域，对浴霸关注度相对较低，以自产结合 OEM 贴牌为主要生产模式；小众品牌企业数量多，规模小，研发设计能力弱，品牌知名度较低，缺乏稳定的销售渠道，主要以低价产品在低端市场竞争。

（2）集成吊顶竞争格局

集成吊顶竞争格局可分为与传统吊顶的竞争以及集成吊顶行业内部之间的竞争。

集成吊顶行业作为新兴行业，消费者的认知度仍有待提高，尽管集成吊顶产品在厨卫装修市场占比较大，但相对整体的住宅装修吊顶市场而言占比仍然较小，主要市场份额仍为传统吊顶所占据。

从集成吊顶行业内部来看，目前我国从事集成吊顶生产的企业较多，行业集中度较低，不同企业之间的竞争力差距较大。以奥普家居、友邦吊顶、浙江奥华等为代表的少数几家企业具备较强的自主研发能力和产品设计能力，拥有较好的品牌形象和全国性的销售网络，市场竞争力较强。行业内大部分企业普遍规模偏小，甚至存在“前店后厂”的作坊式企业。这些企业研发设计能力弱，通常只能生产集成吊顶中的扣板、辅件等，不具备生产集成吊顶中承担功能模块的主机设备的能力，且该类企业缺乏品牌知名度和稳定的销售渠道，产品品质不高，竞争力不强。

2、行业利润水平的变动趋势

家居行业正处于高速发展期，行业内企业众多、集中度低。行业呈现两极分化：品牌定位明确，自主研发设计能力突出，营销网络完善的企业在竞争中脱颖而出，拥有较高的利润率；而规模较小，自主设计研发能力较弱，缺乏自有品牌的企业则利润率较低。未来随着行业的发展，市场竞争将进一步体现为以品牌为核心的综合实力竞争，品牌影响力大、综合服务能力强企业享有更高的品牌溢价，获得更多消费者的认可，利润空间有望进一步扩大。

3、主要行业壁垒

(1) 品牌壁垒

家居行业经过多年发展，已形成了相当的规模，国内品牌企业众多。目前，部分品牌在浴霸和集成吊顶领域已具有很高的品牌知名度，树立了良好的品牌形象，在市场竞争中占有优势。而品牌建设不仅需要大量资金长期投入，还需要持续推出高品质产品的支撑、长时间品牌文化的积淀以及高超的品牌管理技巧。行业新进者较难在短时间内累积较好的口碑、较高的品牌知名度，故品牌成为进入本行业的重要壁垒。

(2) 设计研发能力壁垒

浴霸、集成吊顶等家居产品与消费者的日常生活相关度较大，产品需要外观优美、功能齐全、性能优异，才能在众多产品中脱颖而出，满足消费者不断提升的需求。产品的不断进步、升级对厂商的研发设计能力提出更高要求。只有拥有较强研发设计实力的企业才能在产品设计上不断创新，使产品跟上科技进步以及消费趋势，获得消费者认可，最终在市场竞争中胜出。而提升研发设计能力需要打造一支高素质的研发设计团队，以长久的产品生产经验、丰富的产品种类作为基础，以及大量的应用案例作为支撑，对行业新进入者构成壁垒。

(3) 营销网络壁垒

目前，浴霸行业及集成吊顶行业普遍采用经销商模式。经销商的数量及市场覆盖范围、经销商销售实力以及服务能力等是影响企业营销网络有效性的重要因素。吸引优秀经销商加盟，建设强大的营销网络不仅需要财力、人力的持续投入，还需要企业具备强大的品牌号召力及产品吸引力，对于经销商渠道的后续管理与

维护支持更需要雄厚的企业实力和相应的管理及设计人才。此外，销售终端的很多店面位置均具有稀缺性和不可复制性，因此营销网络构成了行业进入壁垒。

(4) 产品质量壁垒

浴霸以及集成吊顶的使用环境决定了，其对防水、防湿、防爆等安全性条件有着极高要求，而成熟的生产工艺与质量控制体系是产品质量、安全性的重要保障。目前行业龙头如本公司等企业，经过多年研发不断改进产品工艺，采用新型发热材料提升产品发热效率，延长产品老化时间，提升产品抗冲击能力等，使产品质量及安全性均得到较大的提升。由于生产工艺的改进和完善需要一定时间的累积，因此新进企业难以在短期内形成成熟的生产工艺而生产出质量过硬的产品，因此本行业具备产品质量壁垒。未来随着行业标准的不断提升，对产品的质量要求更加具体化、严格化，产品质量壁垒将进一步升高。

(七) 行业经营模式

行业内企业普遍采用以经销商渠道为主的销售模式，经销商自建专卖店、专营店。行业内企业将产品销售给经销商，由经销商负责向最终消费者销售，并提供安装与售后服务。

除经销商渠道外，行业内还有 KA 渠道、大宗客户渠道、直营渠道等销售渠道。KA 渠道是指向大型商场如苏宁、国美等销售产品，并由该类商场向终端消费者进行销售；大宗客户渠道是指企业直接向房地产企业、家装企业等大宗客户销售产品；直营渠道分为线下直营渠道及线上直营渠道，线下直营渠道是指企业通过自营店铺直接向终端消费者销售产品，线上直营渠道是指企业通过淘宝、京东、天猫等电商平台或自营线上商店、手机 APP 等渠道向终端消费者直接销售产品。

(八) 影响本行业发展的有利和不利因素

1、有利因素

(1) 国家相关政策的扶持为行业发展提供有利的政策环境

住房和城乡建设部 2008 年发布《关于进一步加强住宅装饰装修管理的通

知》，要求各地制定出台相关扶持政策，引导和鼓励新建商品住宅一次装修到位或采用菜单式装修模式，分步实施，逐步达到取消毛坯房、直接向消费者提供全装修成品房的目标。近年来，随着各地方政府实施细则的陆续出台，“全装修”、“成品房交付”、“绿色建造”将成为商品住房发展的大趋势，在带动家居行业发展的同时，推进我国建筑产业现代化并全面提升商品住宅质量品质。

(2) 宏观经济稳健发展为行业发展提供了良好的经济环境

我国宏观经济呈现稳步增长的态势，居民收入水平不断提高，消费者对生活品质的要求亦不断提高，消费结构不断升级，有利于家居行业的发展。未来我国宏观经济运行稳定的态势将为行业内企业创造良好的经济环境。

(3) 城镇化进程加快为家居行业提供了广阔的市场空间

未来随着我国城镇化进程稳步推进，持续有大量农村人口向城镇转移，由此带来的新增住房需求较大，进而带动家居行业的消费增长。

(4) 成熟的产业链有利于行业发展

家居行业经过多年发展，已形成一条较为成熟的产业链。上游原材料、生产设备供应较为充足，分布较为广泛，能够较好的满足行业内企业的采购需求；下游客户消费能力不断提高，销售渠道畅通；同时，物流行业的快速发展也使得行业内企业的采购成本、销售成本都大幅降低。愈发成熟的产业链将对家居行业的发展起到促进作用。

2、不利因素

(1) 行业竞争不规范

家居行业市场集中度较低，存在较多规模较小的企业。部分企业为夺取市场份额，采用以次充好、低价竞争的策略，扰乱了正常的竞争秩序，同时误导消费者，对行业形象造成了一定伤害，对行业利润水平产生了不利影响。

(2) 房地产市场发展影响行业需求

家居行业消费需求与房地产市场的发展存在一定关联性。近年来，国家房地产市场取得了长足发展，但也造成了房价的大幅上涨，出现了偏离普通民众实际

购买力的情形。为保持房地产市场平稳健康发展，国家出台了一系列政策对房地产市场进行调控，将会在一定程度上对家居行业需求产生影响。

（九）公司所处行业与上下游行业的关联性

1、上游行业

公司所处行业为家居行业，主要产品为浴霸、集成吊顶以及其他家居产品。上游行业主要为金属板材、五金件、塑料及机电零部件。由于本行业对原材料的需求在品种规格上较为分散，不存在对某一种原材料的高度依赖，且原材料之间的替代性较强。因此，本行业企业对上游行业企业依赖程度较小，部分大型企业对上游供应商具有一定的议价能力，可以减轻上游行业波动带来的不利影响。

2、下游行业

家居行业的下游主要包括住宅装修消费者、精装修楼盘的房地产开发商、家装公司等。房地产行业的波动一定程度上会对行业的需求端造成影响，但一方面消费家居行业尚处于行业快速发展期，消费者消费观念的改变带来的市场需求较大；另一方面，我国城镇化建设正在稳步推进之中，城市住房的刚性需求没有减弱，对家居产品需求相对稳定。故本行业现阶段受下游行业周期性的影响有限。

（十）行业技术水平及技术特点

1、浴霸行业技术水平及技术特点

浴霸行业的核心技术主要体现在发热元件制造、风道结构及风轮叶形结构设计、空气净化技术、智能控制系统等方面。灯暖型浴霸发热元件主要为红外灯泡，风暖型浴霸发热元件主要为 PTC 陶瓷发热片，发热元件的发热效率、使用寿命及安全性等是影响产品质量的关键因素；浴霸风道结构及风轮叶形设计水平则主要影响暖风在房间内的可达区域、循环方式等，对消费者的使用感受有着较大影响；空气净化技术主要体现在产品的除尘、除菌等功能上，对于提升室内空气质量起到关键作用；智能控制系统可实现远程预热、自动故障诊断、语音控制等功能，亦可提升消费者使用感受。

2、集成吊顶行业技术水平及技术特点

集成吊顶行业的核心技术主要体现在新产品设计能力、金属表面处理及表面涂层的工艺等方面。行业中企业目前主要采用铝材作为集成吊顶扣板的主要材料，包括本公司在内的少数优势企业通过不断改进生产工艺、改进涂层的化学成分及涂覆工艺以提升产品防霉、防潮、抗菌等性能，并逐渐开发出了以新型材料为主的大尺寸集成吊顶扣板，使得产品美观性和健康性均有较大提升。行业内优势企业通过不断创新、不断提升产品质量及美观度，引导消费者偏好，引领市场变化趋势；而大量小规模企业则通过模仿，跟随市场趋势。集成吊顶行业发展时间尚短，未来行业技术存在较大的进步空间。

（十一）行业的周期性、区域性、季节性

1、行业的周期性

家居行业与宏观经济发展状况、居民可支配收入水平及房地产行业发展情况相关度较高。目前我国正处于消费升级的阶段，家用电器产品下游市场需求较为旺盛，而集成吊顶等新型一体化装修材料的普及度正在快速提升中，故现阶段行业处于快速发展期，周期性不明显。

2、行业的区域性

从消费端看，家居行业没有明显的区域性特征，但由于家居产品与人均可支配收入水平相关度较高，因此呈现东部沿海地区等经济发达地区消费量相对较高的情况。

从产品制造端看，家居产品制造业具有一定区域性，产业集群效应较为明显，行业内企业主要集中于长江三角洲与珠江三角洲地区。上述两个地区相应的配套设施齐备，供应商资源丰富，物流体系发达，区域内家居行业企业众多且具有较强的竞争力。

3、行业的季节性

总体而言，家居产品的销售量与家庭装修意愿相关度较高，受到我国传统消费习惯和节假日效应的影响，每年国庆节至春节前是国内家装的高峰时段，因此每年的三、四季度销售量相对更高，行业呈现出一定的季节性特征。

三、发行人的竞争地位

（一）公司的行业地位

公司作为业内较早从事浴霸及集成吊顶产品研发、生产和销售的企业，始终注重产品功能研发、设计和安全性等方面的投入，引领行业内产品质量标准，并多年在行业内保持领先地位。公司是全国工商联家具装饰业商会智能家居专委会副会长单位，中国建筑装饰装修材料协会天花吊顶材料分会常务副会长，中国建筑装饰协会住宅部品产业分会副会长以及中国家用电器协会会员。公司参与拟定了行业多个国家标准：公司作为起草工作组组长，于 2008 年组织拟定浴霸国家级标准——《浴室电加热器具（浴霸）》（GB/T22769-2008），于 2010 年组织拟定集成吊顶国家级标准——《家用和类似用途多功能吊顶装置》（GB/T26183-2010）。

公司成立以来荣获了多项荣誉，近年来获得的荣誉主要有：2017 年公司荣获中国建筑装饰协会颁发的“2016 年度中国建材家居影响力民族品牌”、“2016 中国建材家居百家品牌企业”，获得中国建筑装饰协会、清华大学颁发的“2016-2017 年度中国十佳家居建材品牌”等荣誉。公司集成吊顶产品 2017 年荣获中装协天花吊顶协会颁发的“集成吊顶行业十大品牌”，荣获中国建筑装饰协会颁发的“2016 年度中国家居装饰装修材料行业百强企业（吊顶）”。公司浴霸产品 2017 年获得中国家用电器研究院颁发的“好产品”奖，2015 年获得中国家用电器研究院颁发的“产品创新奖”等。报告期内公司获得的主要奖项与荣誉详见本招股说明书“第六节 业务与技术”之“六、发行人技术水平与研发状况”之“（五）公司拥有的主要资质及荣誉”。

（二）主要竞争对手

1、浴霸行业主要竞争对手

名称	企业简介
飞雕电器	成立于 1987 年，主要从事插座、照明、水暖、浴霸、换气扇、家用线缆等建筑水电系统产品的研发、生产、销售。

名称	企业简介
欧普照明	成立于 1996 年，主要从事照明光源、灯具、控制类产品的研发、生产和销售，现阶段公司的主要产品分为四大类，包括家居照明灯具、商业照明灯具、光源、照明控制及其他产品，公司的照明控制及其他产品主要包括集成吊顶、开关、插座、浴霸等。
松下电器	松下电器成立于 1918 年，松下电器（中国）成立于 1994 年，主要负责开展家电、系统、环境、元器件、医疗设备等单品及解决方案的销售、服务活动。其中，环境方案领域经营范围包括照明、低压配电、电动工具、进气风机、浴霸、空气净化器等装修材料。
美的集团	成立于 1968 年，主要从事消费电器、暖通空调、机器人及工业自动化系统研发、生产和销售。美的集团旗下子公司广东美的厨卫电器制造有限公司专业生产热水器、浴霸等卫浴电器产品。
上海龙胜	成立于 1993 年，主要从事管业（PP-R 给水、PE-RT 采暖等）、家居水配件、开关插座、LED 照明、低压电气、浴霸、换气扇、集成吊顶等家居水电建材产品研发、制造、销售。

注：上述企业排名不分先后，企业简介主要来源于各企业官方网站公布信息。

2、集成吊顶行业主要竞争对手

名称	企业简介
友邦吊顶	成立于 2007 年，主要从事集成吊顶的研发、生产和销售。拥有“友邦”、“YOUBON”、“ACOLL”等集成吊顶品牌。
浙江奥华	成立于 2002 年，主要经营多功能取暖器、换气扇、厨卫集成吊顶等产品，拥有“奥华”集成吊顶品牌。
美尔凯特	成立于 2006 年，主要从事厨卫吊顶研发、生产与销售。
法狮龙	成立于 2005 年，是一家专业从事集成吊顶产品及其配套设施的研发、制造、销售的建材产品供应商。
巴迪斯	成立于 1992 年，主要从事传统铝扣板吊顶、集成吊顶、铝单板幕墙业务，拥有“巴迪斯”集成吊顶品牌。

注：上述企业排名不分先后，企业简介主要来源于各企业官方网站公布信息。

（三）公司的竞争优势和劣势

1、竞争优势

(1) 品牌优势

公司自成立以来一直从事浴霸、集成吊顶等产品的设计、研发、生产和销售等，并着力培育“奥普”品牌。“奥普”品牌由奥普电器始创于1993年，后由公司承接。经过二十余载的市场开拓，“奥普”品牌已成为浴霸及集成吊顶行业的知名品牌，在消费者中有较高的知名度和美誉度，品牌优势已成为公司的核心优势之一。“奥普”品牌风格时尚，产品质量优秀，在消费者中拥有较高口碑，曾荣获“浙江名牌产品”、“浙江省著名商标”、“消费者最信赖品牌”、“中国家电行业最具影响力品牌”、“集成家居十大品牌”等多项荣誉。2014年起，公司在原有浴霸及集成吊顶产品基础上逐步开拓其他家居产品，致力于让“奥普”成为知名家居品牌。

(2) 质量控制优势

公司长久以来一直重视产品质量的控制，着眼于对产品工艺进行持续改进，对生产流程进行全面监测，并严格把控质量检测环节，使奥普产品品质得到可靠保证。经过多年的市场检验，奥普品牌得到了消费者的充分认可与信赖，积累了较高的知名度与美誉度。

奥普产品质量优势来源于公司先进的质量检测系统。公司建有行业领先的检测中心——奥普检测中心。奥普检测中心于2017年10月获得了中国合格评定国家认可委员会（CNAS）颁发的《实验室认可证书》（注册号：CNAS L10305），认可奥普检测中心符合《检测和校准实验室能力的通用要求》，具备有关服务、检测能力。奥普检测中心掌握着业内核心技术，拥有全面领先的检测能力。检测中心可以对浴霸整机进行综合检测，测试项目包括电气安全综合测试、使用性能测试、老化寿命测试等；还可以对浴霸各零部件进行单独检测，测试项目包括材料性能测试、光学测试、ROHS测试等。奥普检测中心通过专业、严格的检测确保产品质量，为消费者提供安全、可靠的产品。

(3) 营销网络优势

公司拥有覆盖广泛的多层级、多渠道的销售网络，并通过品牌宣传、明星活动、口碑传播、O2O等多种方式引流，主要销售渠道有经销商渠道、大宗客户

渠道、KA 渠道、外销渠道和直营渠道等。截至 2017 年 12 月 31 日，公司在全国拥有 766 家经销商，共开设了 1,222 家专卖店、1,563 家专营店，系家居行业内销售网络覆盖、渠道资源丰富、渠道管理规范等方面领先的企业。

近年来，公司坚持对销售服务网络精耕细作，继续完善店面覆盖、优化店面选址、升级店面设计及产品展示等，致力于为消费者提供更好的消费体验。公司制定有《奥普招商政策》、《奥普浴霸终端建设政策与管理规定》、《奥普集成吊顶专卖店开店政策与建设管理规定》等经销商及专卖店标准化管理手册，不断完善经销商筛选标准以及对经销商的店面管理、企业文化以及服务培训、考核等多项市场网络运营及健全制度，与经销商实现良性互动及共同发展。

得益于公司优秀的企业文化、完善的销售管理制度以及多年来对销售网络的建立健全，经销商对公司有较高的认同感及忠诚度。报告期内，经销商队伍较为稳定，且随着公司对经销商管理的不断优化深入，经销商销售实力亦不断提升。公司在不断夯实现有销售渠道的基础上，加强现有渠道客户成功经验的可复制性，为公司销售网络的进一步完善打下了坚实的基础。

(4) 设计研发优势

公司长期以来重视产品品质与美观相融合，产品设计风格受到众多消费者的喜爱。经过多年的发展，公司已经培育了一支行业领先的设计师队伍，不断更新产品系列，提升产品功能、品质与美观度。公司目前已推出新风、智爱、暖锋、纯平等多个系列浴霸产品，大师、欧梵、印象、自由 π 等多个系列集成吊顶产品，上述产品在同行业众多产品中获得较高的市场认可。同时，公司充分利用外部资源，与中国建筑科学研究院、中国美术学院及独立设计工作室达成合作，共同进行产品开发。

截至本招股说明书签署之日，公司拥有以“奥普”为代表的商标权 262 项、专利权 375 项，研发设计能力处于行业前列。

(5) 服务优势

家居产品与消费者日常生活紧密相关，企业的综合服务能力是影响消费者体验的重要因素，亦是家居行业企业核心竞争力之一。公司秉承客户至上的服务理

念，设立有全国统一的会员中心，统一、标准的客服流程以及完善的经销商培训体系，一方面有利于为消费者提供优质服务，另一方面有利于公司获取终端消费反馈数据，为研发、营销及服务提升等提供支持。公司于 2016 年荣获中国电子商务协会客户联络中心专业委员会评选的“2016 客户口碑最佳联络中心”奖。公司优秀的服务能力，为公司业务的扩张奠定了基础。

2、竞争劣势

(1) 生产能力不足

公司成立以来业务发展迅速，目前生产场地、生产能力已不能满足业务快速扩张的需要，且随着公司产品系列的丰富以及产品应用场景的扩展，公司生产能力限制将日益明显，不利于公司的发展。因此，公司存在建立新生产基地的需求。

(2) 融资渠道单一，平台吸引力有待进一步加强

目前我国家居行业集中度较低，各品牌竞争激烈，公司为增强综合竞争力、巩固行业领先优势，迫切需要资金和平台支持以进一步完善销售渠道、提升研发能力、扩充产能、吸引优秀人才等。

公司目前融资渠道较为单一，且因缺少上市平台优势对优质标的资源以及优秀人才的吸引力相对较低，制约了公司的长远发展。因此，公司存在扩充融资渠道、提升平台吸引力的需求。

四、发行人主营业务情况

奥普家居秉承“为爱设计”的理念，致力于成为消费者的优秀空气管家。公司主要从事浴霸、集成吊顶等产品的研发、生产、销售及相关服务的提供，以改善家庭空气温度、干湿度、纯净度、新鲜度以及氛围度为核心，逐步从卫浴取暖走向全屋空气管理，向消费者提供全方位的智能化空气管理产品。

(一) 主要产品介绍

报告期内，公司产品系列以浴霸、集成吊顶为主，并逐步扩充至厨电、照明和晾衣架等家居产品，产品风格多样、功能齐全、个性化突出，满足了不同消费

群体的需求。

公司浴霸、集成吊顶产品展示如下：

1、浴霸产品

浴霸装有特制热源，能够快速提升浴室温度，改变了冬日人们寒冷的洗浴体验。经过多年发展，目前浴霸已经突破最初简单的照明、取暖、通风功能发展成为一种集照明、浴室暖房、通风、换气、杀菌、湿度控制等功能为一体的综合性电器，并逐渐成为卫浴间的必备品之一。

公司主要浴霸产品示意图如下：





沐浴之旅
OPEN THE SMART AND PURE
AND FRESH TRIP TO BATH

型号：QDP2726C
功能优势：外观时尚，具有四种智能模式，为您开启时尚智能沐浴生活。



型号：QDP2726A
功能优势：集智能洗漱、智能沐浴、智能干燥、智能换气四大智能模式于一身，智能沐浴，享你所想。



型号：QDPX3528A
功能优势：集新风取暖与智能净化于一身，能有效解决浴室“冷”、“脏”、“闷”、“臭”、“湿”五大问题。



型号：QDP3026AS
功能优势：一键洗漱、一键沐浴、一键换气，多种智能模式，为您提供人性化功能体验，点亮科技智能生活。五种LED照明模式，跟随季节切换灯光，自由调控，随心选择。



cm箱体 超薄体验
30cm超薄箱体 核心技术突破 行业领先
超薄机身设计 安装更便捷 节省空间
超薄箱体 超薄箱体 超薄箱体

型号：QDP2126A
功能优势：具有“薄”、“暖”、“亮”、“大”四大优势，引领纤薄时尚，沐浴温暖生活。

2、集成吊顶产品

集成吊顶是通过模块化设计将吊顶基板与功能电器融合形成的一体化吊顶产品。集成吊顶具有易于拆卸、组装，因此具有清洗方便、可随意增减功能电器

的特点。

公司主要集成吊顶产品如下：



厨房 [Kitchen]

净享系列



配套扣板



净悠
TKB-109C扣板 AG002
350mm x 350mm



净墨
TKB-132A扣板 AG002
116.6mm x 350mm

配套电器



ZTL1616A
350mm x 350mm

卫浴 [Bathroom]

英伦系列

配套扣板



内嵌式黄古铜
TKB-052A扣板 AG002
350mm x 350mm



内嵌式亮黄
TKB-052B扣板 AG002
350mm x 350mm

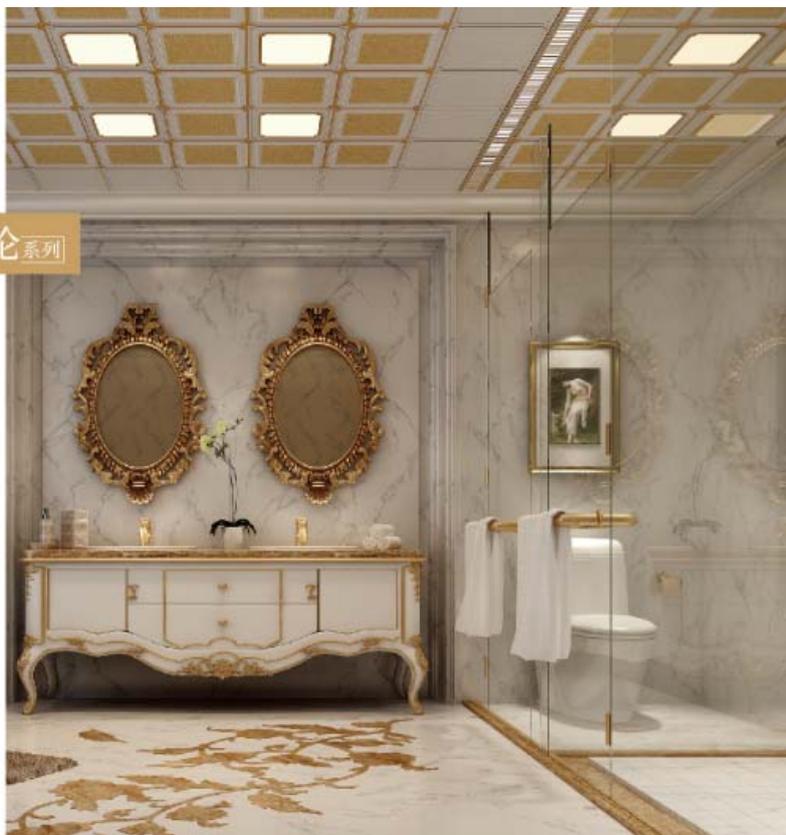
配套电器

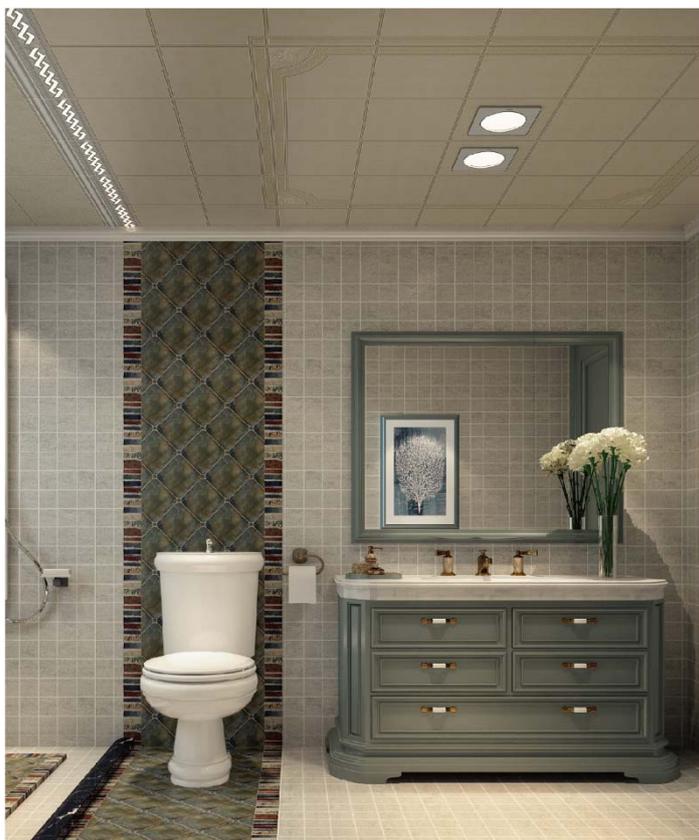


ZTL1146601
(内嵌)
275mm x 275mm



ZTL1146602
厨柜内嵌灯管
116.6mm x 350mm





卫浴 [Bathroom]

欧梵系列

配套扣板

		
凡尔赛扣板 TWS-718扣板A(4227) 300mm x 300mm	康纳扣板 TWS-698扣板A(4227) 300mm x 300mm	康纳扣板 TWS-698扣板B(4227) 300mm x 300mm
		
奥丽汀扣板 TWS-902扣板A(4227) 300mm x 300mm	康纳扣板 TWS-718扣板A(4227) 300mm x 300mm	

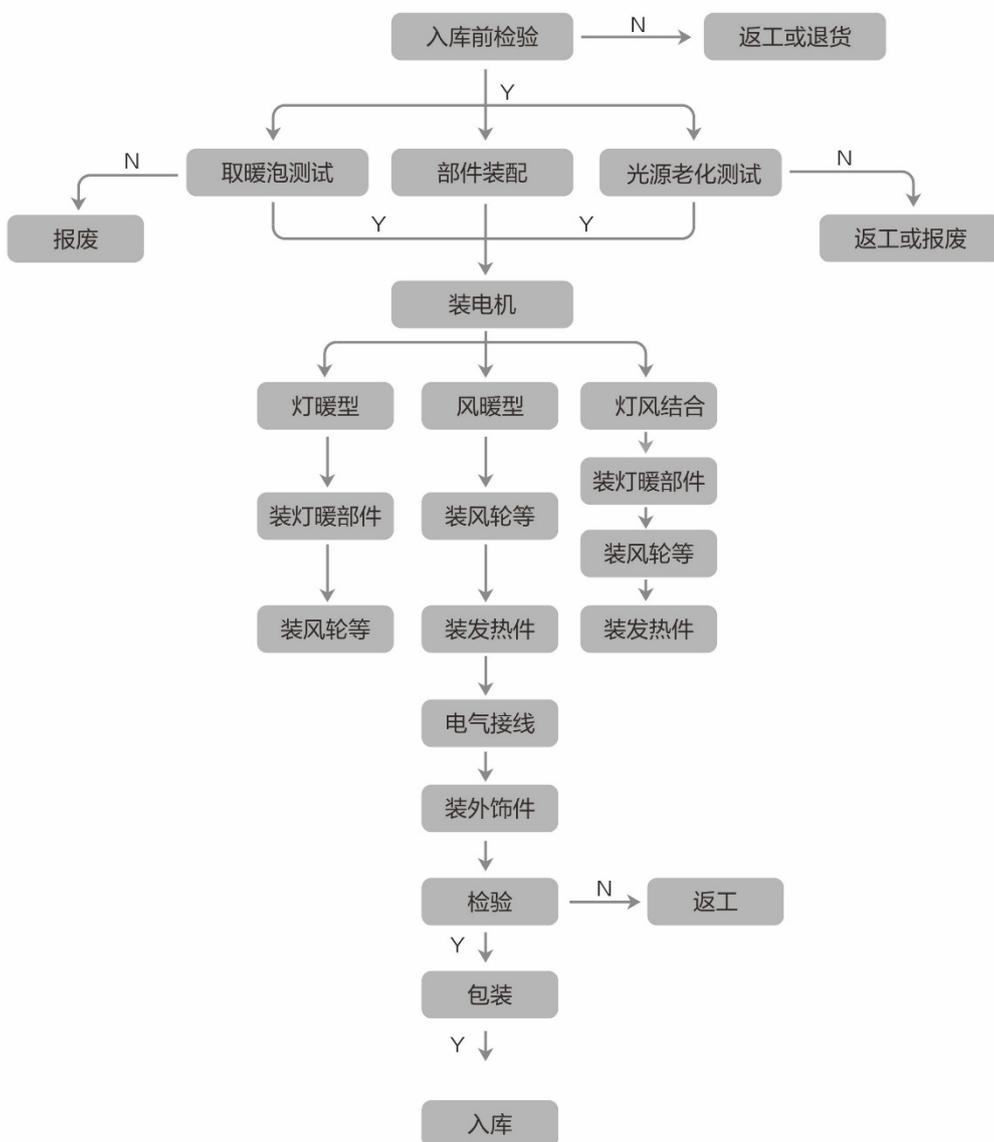
配套电器


ZLD1500A 配件玻璃 150mm x 300mm

(二) 主要产品的工艺流程图

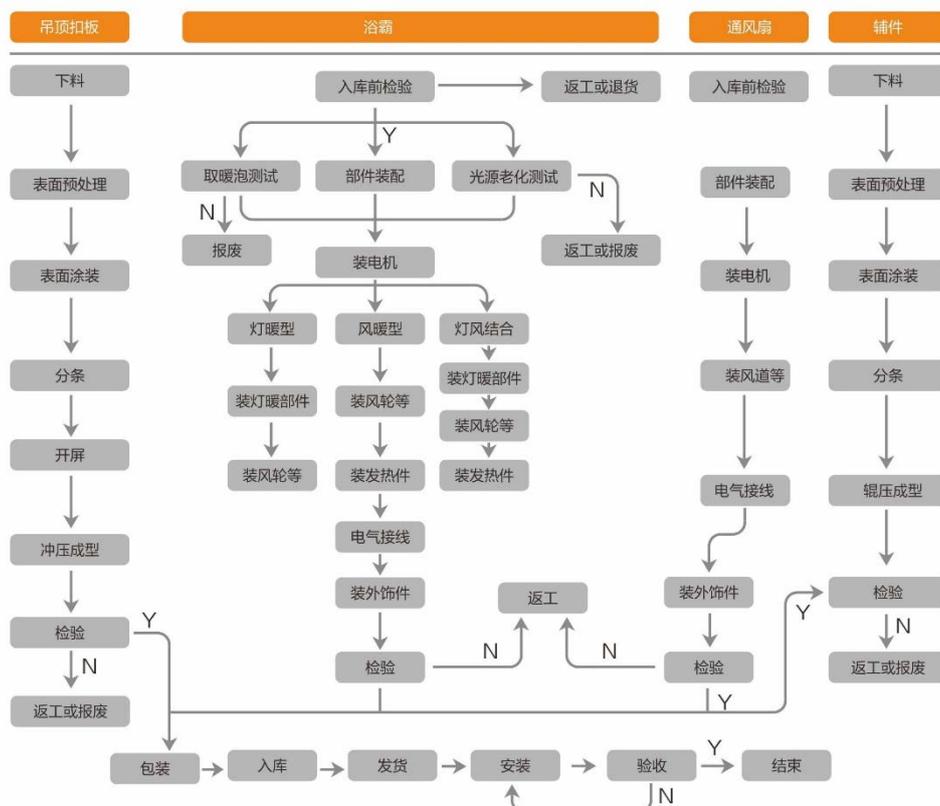
1、浴霸生产工艺流程图

浴霸生产工艺流程图



2、集成吊顶生产工艺流程图

集成吊顶生产工艺流程图



(三) 主要经营模式

1、采购模式

(1) 采购模式简介

公司主要物料为生产加工所需的各类原材料，主要包括电器类配件（电机、箱体等）、塑料类配件、铝材、钣金件、五金件等。

公司制造中心下设生产部、采购部、品管部等部门，会同财务部对采购过程进行监控和管理。每月中旬，采购部职能人员根据生产部提供的次月《月度生产计划书》编制次月《月度采购计划》。采购计划人员在收到《月度采购计划》两日内，结合最近一次的月末材料仓库的库存编制《采购计划分配表》。《采购计划分配表》经采购部经理和制造中心总监审批后生效，采购员按《采购计划分配表》向供应商下发《采购订单》。品管部负责对采购产品进行检验，合格产品予以入库。财务部负责核定采购价格及最终付款。

(2) 供应商管理

① 供应商选择

公司制定了《供应商管理程序》、《采购管理程序》、《采购合同管理规范》等文件规范供应商选择流程。根据上述规定，采购部依据公司需求，确定潜在供应商；有意向的潜在供应商填报《供应商调查表》并提供供应商资质；采购部经过初步筛选后，与研发中心、品管部对筛选出的供应商共同进行现场评审，并由公司制造总监做最终审核。

现场评审合格的供应商根据研发中心的技术图纸和要求生产样品；供应商在送样同时，必须提供样品检测报告、关键原料清单；有认证要求的，需提供 3C 证书和 3C 检测报告或 CQC 证书；属于危险品的还需提供《产品安全数据清单》。

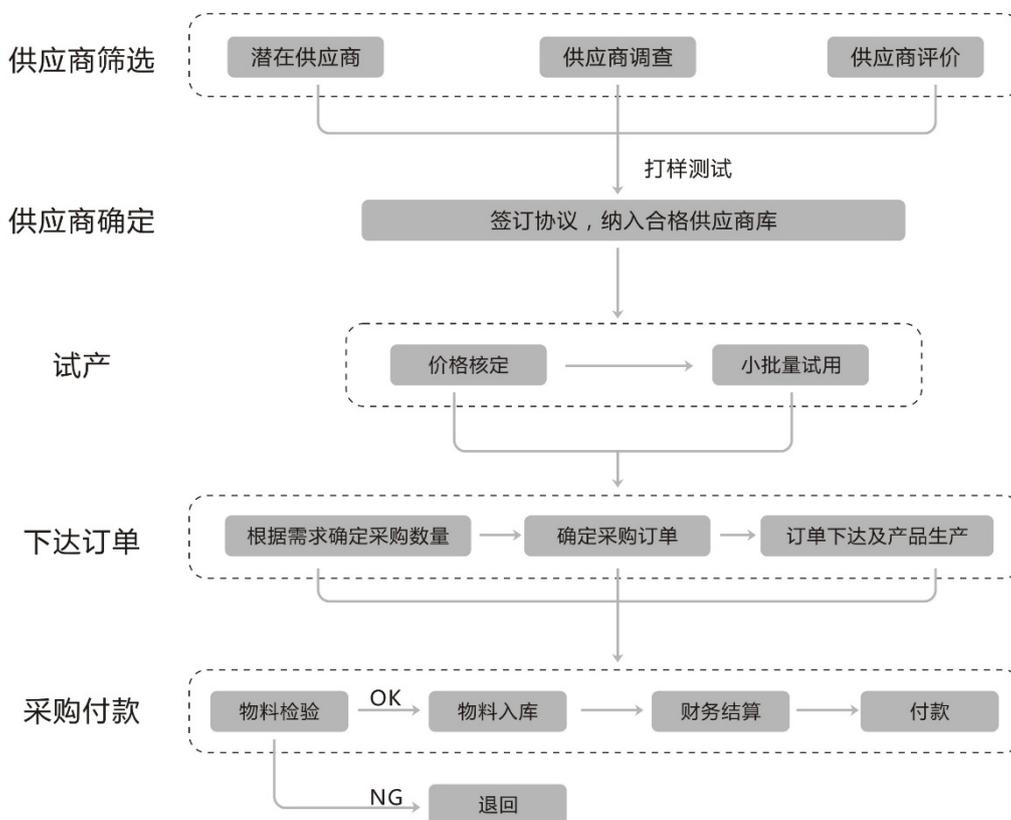
采购部收到样品后填写《样品检验申请单》，并附上研发中心提供的产品技术资料交品管部，品管部据此对样品检验。样品试样合格，且由研发中心、品管部、采购部共同协商确定试用后，在《样品检验申请单》中注明，由研发中心组织安排试用，生产部配合。公司将试样/试用合格的供应商列为合格供应商，并与其签订《供货协议》、《供应商质量保证协议》等合同。

② 供应商考核及评级

公司构建了较为完整的供应商分析考核体系：按照不同产品类别、不同供应商分类设定不同的供应商绩效评估模板，公司设研发中心、品管部、采购部等部门分别对供应商进行各自职责范围内的评估定级。对评价不合格的供应商将及时从名册中移除予以淘汰，对于评级降低的供应商将减少合作。同时公司制定有《供应商月度和年度考核表》，每月、每年对现有供应商的价格、交付及时率、事故率、产品品质等多个方面进行考核，对于考核达标的供应商，公司将与之继续合作；对于考核不达标的供应商，公司将依据情况选择是否淘汰。

(3) 采购流程

采购流程图



2、生产模式

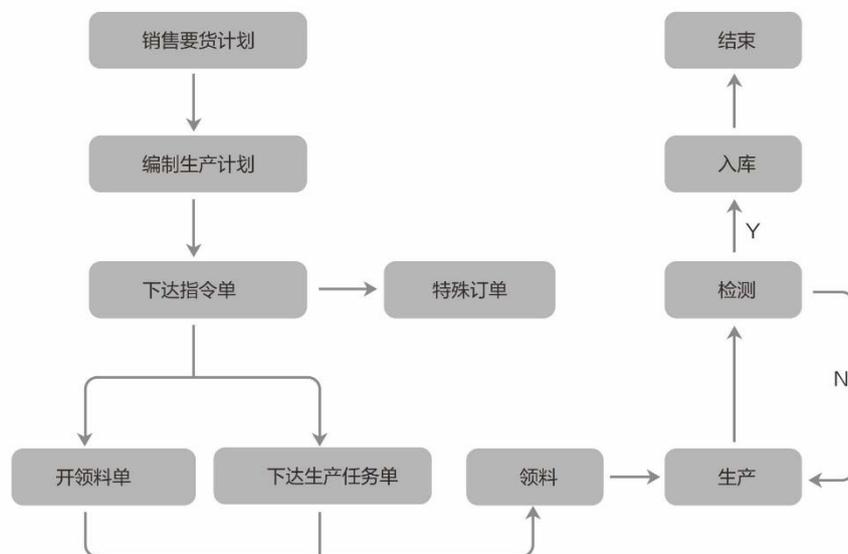
报告期内，公司采取自主生产和外协生产相结合的生产模式。报告期内，公司中高端系列浴霸、集成吊顶主机等主要采取自主生产方式，部分低端系列浴霸采取外协生产方式。2015 年及 2016 年，公司集成吊顶扣板采用外协生产方式，2017 年公司开始自主生产。

(1) 自主生产模式

公司生产部根据商务部、国际贸易部等部门接到的订单情况结合当月销售计划以及目前库存水平，于每月底编制次月的月度生产计划。根据月度生产计划，生产部向各车间下发生产指令单，领料员根据生产指令单前往原材料仓库领料，并交由各生产车间开始执行生产指令。生产指令单完工后由品管部检验，检验合格后交由仓库接收入库，并生成产成品入库单。

公司自主生产流程如下：

公司自主生产流程



(2) 外协生产模式

报告期内公司外协生产主要包括 OEM 生产和委托加工两种模式。公司采用 OEM 方式生产部分型号的浴霸产品及集成吊顶扣板、辅件等；采用委托加工方式对部分原材料如铝卷、铝锭等进行初步加工。

① 发行人 OEM 生产情况

OEM 生产模式下，公司与外协厂商签订产成品采购合同，外协厂商按公司的产品设计，自行采购原材料、生产并提供产成品。报告期内公司采用 OEM 方式生产的产品类别及对应销售收入情况如下：

单位：万元

产品类别	2017 年度		2016 年度		2015 年度	
	自制产品销售收入	OEM 产品销售收入	自制产品销售收入	OEM 产品销售收入	自制产品销售收入	OEM 产品销售收入
浴霸及集成吊顶主机	96,136.92	15,740.44	74,334.07	16,517.83	54,238.58	18,337.30
集成吊顶扣板	22,376.27	7,287.81	-	24,858.44	-	15,951.78

产品类别	2017 年度		2016 年度		2015 年度	
	自制产品销售收入	OEM 产品销售收入	自制产品销售收入	OEM 产品销售收入	自制产品销售收入	OEM 产品销售收入
集成吊顶配件	2,029.37	4,446.14	1,463.73	4,180.56	1,423.49	1,980.87
厨电产品	2,663.44	479.36	-	-	-	-
其他	457.92	5,877.50	3.71	2,576.87	78.58	1,674.45
合计	123,663.91	33,831.25	75,801.51	48,133.70	55,740.65	37,944.40

报告期内发行人 OEM 产品与自制品收入规模及毛利率对比：

时间	销售收入（万元）		毛利率（%）	
	自制产品	OEM 产品	自制产品	OEM 产品
2017 年	123,663.91	33,831.25	50.49	37.45
2016 年	75,801.51	48,133.70	52.98	43.58
2015 年	55,740.65	37,944.40	52.58	41.76

报告期内发行人自制产品收入均占比较高，2017 年大幅增加系因为当年集成吊顶扣板从 OEM 转为自制所致。由于扣板毛利率低于浴霸、吊顶主机等自制产品，高于吊顶配件、晾衣架等其他 OEM 产品，该结构变化导致发行人 2017 年自制、OEM 产品毛利率均有所下滑。

发行人自制产品毛利率普遍高于 OEM 产品，主要系一方面对于同型号产品，自制成本低于 OEM 采购成本；另一方面自制产品普遍属于高端产品，毛利偏高。

②发行人委托加工生产情况

委托加工模式下，公司与外协厂商签订委托加工合同，由公司提供主要物料，外协厂商按照公司要求加工相应物料，公司向其支付加工费。公司委托加工材料主要系集成吊顶扣板的原材料铝卷、铝锭等。外协厂商主要完成铝卷、铝锭的初步处理，包括冲压成型、分切、滚涂及印刷等工序。

报告期内 2015 年、2016 年公司通过 OEM 方式生产集成吊顶扣板，无委托加工生产；2017 年公司委托加工生产费为 1,039.03 万元。

为保证外协生产产品的质量，公司制定有《供应商管理程序》、《成品采购入库流程》、《产品监测控制程序》、《委外加工用材料及加工后产品管理规范》等制度对外协加工流程进行管控。公司采购部负责外协厂商的开拓、评价及跟踪管理工作，对外协厂商的技术实力、生产状况、设备规模、质量水平、服务水平等各方面进行评审，综合多方面的因素选择最合适的外协供应商。公司与合作外协厂商签订成品采购合同或委托加工合同，详细约定产品质量标准、双方权利与义务等内容。此外，公司会持续对合作的外协厂商，依据订单执行情况及成品质量检测结果等指标进行复评，确保其所供产品品质可靠。

3、销售模式

公司目前的销售渠道主要有经销商渠道、大宗客户渠道、KA 渠道、直营渠道和外销渠道。

经销商渠道系发行人主要销售渠道，报告期内各年占发行人主营业务收入的比例均在 80% 以上；大宗客户渠道系发行人重要销售渠道之一，该渠道下发行人客户主要系房地产开发企业以及家装公司，与该等企业合作有益于提升发行人行业内品牌知名度；KA 渠道亦为发行人重要销售渠道之一，该渠道下发行人客户主要系各大知名卖场，如苏宁、国美等；直营渠道系发行人 2017 年开拓的重要销售渠道；外销渠道是发行人辅助销售渠道，主要是为国外知名电器品牌代工以及少量自有品牌外销。

同时，除传统的口碑引流、广告引流以及活动引流等方式外，发行人近年来亦根据市场需求通过电子商务平台等方式拓宽引流方式。针对不同产品，发行人电子商务平台的销售模式亦有所区别。浴霸产品 2017 年以前由发行人授权经销商在天猫、京东等电子商务平台开设网店对外销售产品，2017 年末发行人收回天猫旗舰店经营权，由公司通过该平台直接向消费者销售产品。集成吊顶产品的电子商务平台主要起到引流作用，发行人在天猫、京东等平台开设的旗舰店由发行人自主管理，有购买意向的消费者，线上缴纳部分意向金之后发行人根据消费者地址匹配线下合适经销商，后续设计、测量、下单、安装验收以及销售结算等均由该经销商直接负责。因此，集成吊顶产品通过发行人电子商务平台引流完成的销售订单由经销商负责维护，销售收入亦通过经销商实现。

报告期内，各销售渠道的收入构成情况如下：

单位：万元；%

销售渠道	2017 年度		2016 年度		2015 年度	
	收入	比例	收入	比例	收入	比例
经销商渠道	135,134.45	85.80	102,417.31	82.64	82,226.84	87.77
大宗客户渠道	16,182.56	10.27	14,896.19	12.02	5,223.18	5.58
外销渠道	2,096.88	1.33	4,003.40	3.23	3,014.17	3.22
KA 渠道	2,242.61	1.42	2,395.45	1.93	2,540.91	2.71
直营及其他	1,838.65	1.17	222.86	0.18	679.95	0.73
合计	157,495.16	100.00	123,935.21	100.00	93,685.05	100.00

注：如无特殊说明，本章节“销售模式”部分所列示收入均为主营业务收入口径。

公司拥有覆盖广泛的多层级、多渠道的销售网络，并通过品牌宣传、明星活动、口碑传播、O2O 等多种方式引流，报告期内，公司主要销售渠道有经销商渠道、大宗客户渠道、外销渠道、KA 渠道及直营渠道。

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

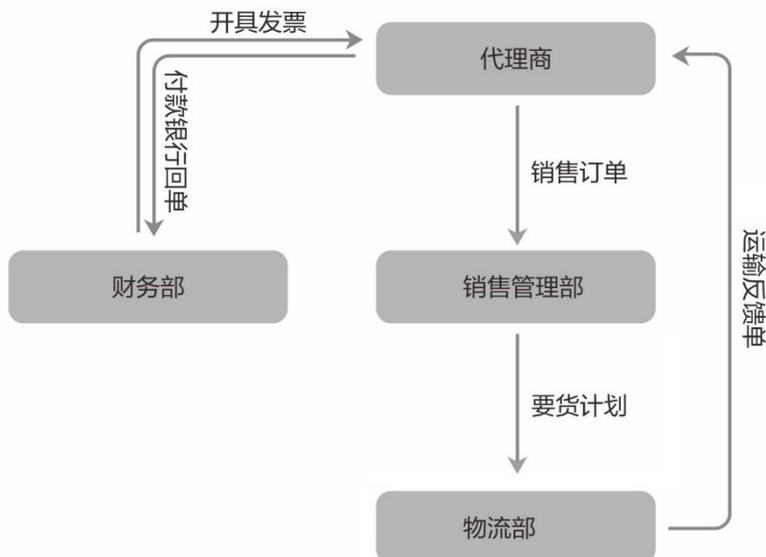
（1）销售流程

①经销商模式下的销售流程

经销商模式下，公司商务部每日会向经销商发送产品库存状况及报价单，经销商根据终端消费者订单情况、自身库存情况以及未来销售预测向公司商务部下达订单，商务部在审核订单内容无误后录入 ERP 系统，系统将对经销商进行信用检查，若该经销商未全额支付该笔订单款项，则系统不予通过该笔订单。经销商全额支付订单款项后，由物流部组织发货。

经销商模式销售流程图如下：

经销商模式销售流程



②大宗客户模式下的销售流程

大宗客户模式下，公司与大宗客户在确定产品方案后签订框架合同，客户通过其供应商管理系统下单，公司商务部每日定时登录大宗客户供应商管理系统查询订单情况。收到大宗客户订单后，商务部将对订单内容进行审核，确认无误后在大宗客户供应商管理系统中进行订单确认并录入公司 ERP 系统，由物流部安排发货。物流部备货人员将订单中涉及的每一件产品均全部备齐后，通过物流公司将产品发送至大宗客户指定接收地点。大宗客户根据运输交接单进行验货，确认无误后在其供应商管理系统中确认收货。公司商务部每月初与大宗客户在其供应商管理系统中对上月的交易进行确认，并生成对账单。财务部根据对账单向大宗客户开具发票，并连同对账单一并邮寄至大宗客户，大宗客户根据合同约定方式与公司结算。

③KA 模式下的销售流程

KA 渠道销售由上海分公司负责。KA 模式下，各大 KA 卖场在对公司产品相关资料文件审核通过后，与公司总部签订框架协议。KA 卖场每月底向上海分公司出具代销清单以及库存清单，上海分公司根据各大卖场的库存情况以及销售

情况进行备货。产品通过物流公司运送至 KA 卖场指定仓库，仓库管理人员签署签收确认单。上海分公司对 KA 卖场每月底出具的代销清单进行核对，确认无误后向 KA 卖场开具发票，KA 卖场收到发票后根据合同约定方式结算。

④外销模式下的销售流程

外销模式下，公司通过自身英文网站、B2B 平台、海外展会等方式与客户建立联系，经过多次报价流程后建立合作。客户以邮件等方式通知公司下单，公司国际贸易部向客户发送形式发票（PI）或合同条款，客户经确认后支付预付款或开立信用证。国际贸易部收到预付款或信用证后，通知生产部生产，生产部完成生产并安排客户验货，验货通过后国际贸易部安排出货并收取尾款，随后公司向客户提供清关单据及提单。月底公司在中国电子口岸平台上获得当月出口的海关申报信息，根据申报信息开具发票。订单交付后通过邮件或电话等方式进行跟踪与维护。

⑤直营模式下的销售流程

发行人直营渠道分为线下直营渠道和线上直营渠道。

线下直营渠道：2017 年发行人设立上海奥普斯，收购上海逸盛部分资产并接管其部分店面，开始进行线下直营销售。线下直营模式下，发行人产品通过终端店面直接对消费者进行销售，消费者支付相应款项后，由公司员工负责产品安装及售后维护。

线上直营渠道：2017 年 12 月，发行人收回浴霸产品天猫旗舰店运营权，开始运营线上直营渠道。线上直营模式下，消费者通过平台下达订单，并支付订单款项，发行人随即发货至客户指定地点，后续安装由第三方机构提供，售后服务由公司负责。

（2）经销模式

①经销商情况

经销模式是公司主要的销售方式。公司选择品牌意识、市场开拓能力、销售能力较强，资金实力雄厚且信誉良好的经销商与之签订经销商授权合同，授权其

在一定区域范围内销售公司产品。经过多年耕耘，截至 2017 年 12 月 31 日，公司各类产品经销商情况如下：

单位：家

类别	项目	2017.12.31	2016.12.31	2015.12.31
浴霸	经销商数量	169	115	116
	专卖店数量	221	188	148
	专营店数量	1,495	597	35
	KA 门店	1,047	817	619
	分销网点	3,948	3,710	3,579
集成吊顶	经销商数量	364	285	272
	专卖店数量	880	750	561
其他产品	经销商数量	133	1	1
	专卖店数量	121	-	-
	专营店数量	68	-	-
	分销网点	11	-	-
同时经营多种产品	经销商数量	100	101	96
合计	经销商数量	766	502	485
	专卖店数量	1,222	938	709
	专营店数量	1,563	597	35
	KA 门店	1,047	817	619
	分销网点	3,959	3,710	3,579

注：上表中浴霸、集成吊顶及其他产品经销商数量为单一经营浴霸、集成吊顶或其他产品的经销商的数量，其他产品主要包括厨电产品等其他产品。同时经营多种产品的经销商为经营两种或两种以上发行人产品的经销商。

广泛的销售渠道使公司能够充分利用经销商资源迅速开拓市场、扩大市场份额，同时也能广泛收集市场信息，了解消费者需求变化，不断增强公司综合服务能力。报告期内公司分地区各类产品经销商情况如下：

A. 仅经营浴霸产品的经销商情况

区域	经销商数量（家）		
	2017.12.31	2016.12.31	2015.12.31
华东	78	35	35
华北	13	12	12
华中	26	24	25
华南	7	4	3
西南	20	18	22
西北	8	5	8
东北	17	17	11
合计	169	115	116

B. 仅经营集成吊顶产品的经销商情况

区域	经销商数量（家）		
	2017.12.31	2016.12.31	2015.12.31
华东	160	132	124
华北	28	17	19
华中	72	60	50
华南	11	5	5
西南	50	39	51
西北	23	17	9
东北	20	15	14
合计	364	285	272

C. 仅经营其他产品的经销商情况

区域	经销商数量（家）		
	2017.12.31	2016.12.31	2015.12.31
华东	73	1	1
华北	10	-	-

区域	经销商数量（家）		
	2017.12.31	2016.12.31	2015.12.31
华中	29	-	-
华南	1	-	-
西南	16	-	-
西北	2	-	-
东北	2	-	-
合计	133	1	1

注：其他产品主要系厨电产品。

D. 同时经营多种产品的经销商情况

区域	经销商数量（家）		
	2017.12.31	2016.12.31	2015.12.31
华东	48	48	47
华北	16	16	15
华中	13	16	15
华南	2	2	1
西南	11	10	9
西北	7	7	5
东北	3	2	4
合计	100	101	96

注：同时经营多种产品的经销商为经营两种或两种以上发行人产品的经销商。

E. 全部经销商情况

区域	2017.12.31			2016.12.31			2015.12.31		
	经销商数量 (家)	销售收入 (万元)	平均销售收入 (万元/家)	经销商数量 (家)	销售收入 (万元)	平均销售收入 (万元/家)	经销商数量 (家)	销售收入 (万元)	平均销售收入 (万元/家)
华东	359	75,005.78	208.93	216	57,391.47	265.70	207	45,037.40	217.57
华北	67	18,057.17	269.51	45	15,368.10	341.51	46	14,176.69	308.19
华中	140	18,156.04	129.69	100	12,230.87	122.31	90	8,034.04	89.27
华南	21	2,146.82	102.23	11	1,089.84	99.08	9	776.28	86.25
西南	97	13,710.70	141.35	67	10,487.58	156.53	82	8,646.05	105.44
西北	40	4,833.55	120.84	29	3,353.58	115.64	22	2,998.30	136.29
东北	42	3,224.39	76.77	34	2,495.87	73.41	29	2,558.08	88.21
合计	766	135,134.45	176.42	502	102,417.31	204.02	485	82,226.84	169.54

公司华东、华北区域经销商 2017 年平均销售收入有所下滑，主要原因系公司当期华东、华北地区新增经销商数量较多，部分经销商与公司签订合同时间较晚，且部分为厨电等产品经销商，公司对该类经销商的销售收入尚低，故华东、华北地区经销商平均销售收入下降。

F. 个体工商户及法人经销商情况

报告期内，发行人经销商中个体工商户及法人的数量、销售收入情况具体如下表：

单位：家；万元

类别	2017.12.31/2017 年度		2016.12.31/2016 年度		2015.12.31/2015 年度	
	数量	销售收入	数量	销售收入	数量	销售收入
个体工商户	573	38,300.13	354	26,212.83	338	19,703.70
法人	193	96,834.32	148	76,204.48	147	62,523.14
合计	766	135,134.45	502	102,417.31	485	82,226.84

报告期内，发行人经销商数量以个体工商户为主，因为发行人大部分经销商主要为家庭经营模式，普遍规模较小，并仅限于在当地营业，不涉及跨区经营情况，使得经销商更倾向于选择个体工商户的方式。报告期内，发行人经销商渠道下，个体工商户销售收入占比分别为 23.96%、25.59% 和 28.34%，占比相对较低。

②报告期内，发行人经销商变化情况

报告期内，发行人经销商变化情况具体如下表：

单位：家

项目	2017.12.31	2016.12.31	2015.12.31
经销商数量	766	502	485
退出家数	84	129	86
小于等于 10 万元	46	84	43
大于 10 万元小于等 50 万元	24	34	33
大于 50 万元	14	11	10
新进家数	348	146	96
小于等于 10 万元	149	59	17
大于 10 万元小于等 50 万元	159	62	55
大于 50 万元	40	25	24

报告期内，发行人经销商数量呈逐年增长的趋势，主要系发行人致力于经销

商渠道广度以及区域覆盖等方面的拓展，加大经销商招商力度，使得经销商数量逐年增长。

③报告期内，发行人新增经销商情况

报告期内，发行人新增经销商占经销商渠道收入比例如下：

单位：万元

项目	2017.12.31	2016.12.31	2015.12.31
新增经销商收入	9,079.25	4,426.05	5,236.84
经销商渠道销售收入	135,134.45	102,417.31	82,226.84
占比（%）	6.72	4.32	6.37

A. 按收入区间划分，新增经销商情况

按照新增当年收入区间，报告期内发行人新增经销商情况如下：

单位：万元

时间	新增当年收入区间	数量（家）	当年销售收入	毛利率（%）
2017 年度	小于等于 10 万元	149	779.85	33.98
	大于 10 万元小于等 50 万元	159	3,955.20	36.43
	大于 50 万元	40	4,344.20	43.34
	合计	348	9,079.25	39.52
2016 年度	小于等于 10 万元	59	244.60	46.81
	大于 10 万元小于等 50 万元	62	1,523.16	52.41
	大于 50 万元	25	2,658.29	50.89
	合计	146	4,426.05	51.19
2015 年度	小于等于 10 万元	17	88.44	56.01
	大于 10 万元小于等 50 万元	55	1,438.09	49.79
	大于 50 万元	24	3,710.30	51.48
	合计	97	5,236.84	51.09

报告期内，公司新增经销商毛利率分别为 51.09%、51.19% 和 39.52%，同期公司经销商渠道毛利率分别为 49.30%、50.76%、47.62%。2015 年、2016 年新增经销商毛利率与经销商渠道基本一致；2017 年，新增经销商毛利率大幅降低，主要原因系 2017 年公司新增厨电经销商较多，而其毛利率普遍偏低所致。

B. 按区域划分，新增经销商情况

单位：家

区域	2017.12.31	2016.12.31	2015.12.31
华东	193	42	32
华北	26	9	11
华中	61	26	17
华南	11	5	2
西南	35	39	15
西北	14	15	9
东北	8	10	10
合计	348	146	96

报告期内新增经销商区域分布广泛，符合发行人全国性经销网络布局的整体状况。在具体区域分布上，华东地区新增经销商数量相对较多，这主要是受当地经济发展水平、气候情况及消费观念等因素影响。

C. 前十大新增经销商情况

新增经销商名称	销售金额（万元）	毛利率（%）
2017 年度		
成都安华安安建材有限公司	298.58	46.09
上海亿皇实业有限公司	289.15	68.02
连云港俊财商贸有限公司	261.93	56.92
上海大习实业有限公司	216.15	62.35
杭州宏恒饰海家居装饰有限公司	188.22	11.00
上海诺邑实业有限公司	180.95	57.68

新增经销商名称	销售金额（万元）	毛利率（%）
上海峰显贸易有限公司	155.19	58.66
上海瀛高贸易有限公司	150.19	45.89
乌鲁木齐任玉玲	150.16	21.40
上海趣顺实业有限公司	138.23	62.06
合计	2,028.75	50.33
2016 年度		
上海照固贸易有限公司	280.62	56.02
郑州市博创奥辉建材有限公司	212.79	46.81
新疆海智投资有限公司	186.65	53.72
镇江张衡	169.90	53.16
苏州新装修宝网络服务有限公司	139.33	55.30
大庆市华安电子科技有限公司	132.56	49.85
华耐立家建材有限公司	123.56	47.41
广东兴慧生活泛家居有限公司	121.54	32.12
衡阳李远国	113.85	39.49
西宁张小军	112.80	52.61
合计	1,593.59	49.73
2015 年度		
杭州米标电子商务有限公司	473.65	55.13
武汉明润泰商贸发展有限公司	295.70	43.10
北京天宝鸿祥商贸有限公司	289.17	50.43
泉州郭庆新	254.69	44.37
天津四海挚诚商贸有限公司	244.31	48.86
台州市名锦电子商务有限公司	236.18	54.55
陕西溢诚美居装饰装修有限公司	226.12	50.41
北京金英利商贸有限公司	199.18	55.70
南京品聚汇方商贸有限公司	172.92	57.17

新增经销商名称	销售金额（万元）	毛利率（%）
济南轩普商贸有限公司	144.76	56.10
合计	2,536.68	51.27

注：镇江张衡实际控制人系发行人前员工。

④报告期内，发行人撤销经销商情况

A. 按收入区间划分，撤销经销商情况

按照撤销当年收入区间，报告期内发行人撤销经销商情况如下：

单位：万元

时间	撤销当年收入区间	数量（家）	当年销售收入	毛利率（%）
2017 年度	小于等于 10 万元	46	199.58	44.26
	大于 10 万元小于等 50 万元	24	569.71	48.49
	大于 50 万元	14	11,240.51	51.20
	合计	84	12,009.80	50.95
2016 年度	小于等于 10 万元	84	225.73	40.92
	大于 10 万元小于等 50 万元	34	717.93	54.51
	大于 50 万元	11	1,158.24	53.46
	合计	129	2,101.90	52.47
2015 年度	小于等于 10 万元	43	187.65	44.23
	大于 10 万元小于等 50 万元	33	616.40	48.60
	大于 50 万元	10	1,081.71	50.42
	合计	86	1,885.77	49.21

报告期内，公司撤销经销商当期销售收入合计分别为 1,885.77 万元、2,101.90 万元和 12,009.80 万元，占当年经销商渠道销售收入比例分别为 2.29%、2.05%、8.89%。2017 年撤销经销商销售收入占经销商渠道收入比例较高，主要系因为公司收回了杭州橙隆及上海逸盛的经销权。发行人收回杭州橙隆的具体情况参见招

股说明书“第五节 发行人基本情况”之“四、发行人设立以来重大资产重组情况”之“(二) 非同一控制下的资产收购”。

B. 按区域划分，撤销经销商情况

单位：家

区域	2017.12.31	2016.12.31	2015.12.31
华东	50	33	24
华北	4	10	7
华中	21	16	19
华南	1	3	4
西南	5	54	15
西北	3	8	11
东北	-	5	6
合计	84	129	86

报告期内，撤销经销商较多的区域主要集中在华中、华东等发行人经销商较为集中的地区。2016年西南地区撤销经销商较多，主要系成都博朗尼经销商撤销所致。2016年底发行人收购成都博朗尼之后，成都博朗尼不再对外销售，故其经销商全部撤销。

C. 前十大撤销经销商

撤销经销商名称	销售金额（万元）	毛利率（%）
2017 年度		
杭州橙隆贸易有限公司	9,703.75	50.31
上海逸盛实业有限公司	473.26	58.26
嘉兴唐民强	166.05	50.91
上海峰显贸易有限公司	155.19	58.66
上海趣顺实业有限公司	138.23	62.06
济南轩普商贸有限公司	102.88	58.55
台州市多方达电器有限公司	85.73	54.65

撤销经销商名称	销售金额（万元）	毛利率（%）
周口彭涛	73.04	50.20
上海秦唐建材有限公司	70.92	62.97
上海尧连实业有限公司	60.12	72.90
合计	11,029.18	51.24
2016 年度		
上海叁陆壹商贸有限公司	176.18	57.88
贵阳陆笛	148.48	50.84
苏州新装修宝网络服务有限公司	139.33	55.30
大庆市华安电子科技有限公司	132.56	49.85
黄石市金诚冶金原料有限公司	106.13	51.02
长春市宽城区唯美建材经销处	104.64	51.50
娄底樊金华	90.76	54.25
丽水市鑫祺建材有限公司	87.24	54.37
北京腾信达科技有限公司	62.82	58.24
龙泉奥普 1+N 浴顶专卖店	56.22	54.69
合计	1,104.36	53.66
2015 年度		
成都锦朋科技有限公司	268.04	50.11
上海洪邦建材有限公司	132.37	60.46
镇江世纪达电器有限公司	128.55	51.88
宝鸡扶风赵洪琼	119.03	46.20
巴中千百佳灯饰城	99.97	50.15
山西兴润来科贸有限责任公司	83.32	51.59
江西省家电市场光明今天家电营销部	70.13	55.07
广州市豪源灯饰有限公司	65.41	24.40
郑州市郑东新区红星美凯龙光辉浴顶店	61.55	53.62
信阳汪霞	53.34	53.65

撤销经销商名称	销售金额（万元）	毛利率（%）
合计	1,081.71	50.42

注：成都锦朋科技有限公司实际控制人系发行人前员工。

公司 2017 年前十大撤销经销商中，上海峰显贸易有限公司、上海趣顺实业有限公司两家经销商亦为公司当年前十大新进经销商。原因为：该两家企业原系发行人上海地区经销商上海南闽贸易有限公司之分销商，2017 年初发行人撤销上海南闽贸易有限公司经销权，故该两家企业 2017 年直接向发行人采购商品，成为公司 2017 年新进经销商；2017 年底，发行人将上述两家经销商转为上海驰琳实业有限公司之分销商，故该两家企业成为公司 2017 年退出经销商。

⑤经销商门店情况

报告期各期末，发行人全部经销商合计拥有专卖店 709 个、938 个和 1,222 个，专营店 35 个、597 个和 1,563 个。

报告期内，发行人经销商专营店增长较快，主要原因系 2015 年起公司为提升品牌形象，鼓励浴霸经销商新开专营店或将分销网点改造为专营店，并给予补贴支持。

报告期内，各区域专卖店及专营店店面数量情况具体如下：

店面类型	区域	数量（个）		
		2017 年	2016 年	2015 年
专卖店	华东	538	431	347
	华北	161	143	106
	华中	194	140	108
	华南	40	26	4
	西南	160	109	82
	西北	76	51	36
	东北	53	38	26
	合计	1,222	938	709

店面类型	区域	数量（个）		
		2017年	2016年	2015年
专营店	华东	567	191	14
	华北	238	125	5
	华中	267	102	6
	华南	26	13	-
	西南	327	108	7
	西北	77	25	2
	东北	61	33	1
	合计	1,563	597	35

⑥ 新进经销商对应门店情况

时间	项目	数量（个）	销售收入（万元）	平均销售收入（万元/个）
2017年度	新进经销商	348	9,079.25	26.09
	对应店面数	351		25.87
	其中：新开店面	288		-
	承接老店	63		-
2016年度	新进经销商	146	4,426.05	30.32
	对应店面数	149		29.71
	其中：新开店面	100		-
	承接老店	49		-
2015年度	新进经销商	96	5,236.84	54.55
	对应店面数	76		68.91
	其中：新开店面	49		-
	承接老店	27		-

⑦ 撤销经销商对应门店情况

时间	项目	数量 (个)	销售收入 (万元)	平均销售收入 (万元/个)
2017 年度	撤销经销商	84	12,009.80	142.97
	对应店面数	63		190.63
	其中: 取消店面	-		-
	转让店面	63		-
2016 年度	撤销经销商	129	2,101.90	16.29
	对应店面数	49		42.90
	其中: 取消店面	-		-
	转让店面	49		-
2015 年度	撤销经销商	86	1,885.77	21.93
	对应店面数	27		69.84
	其中: 取消店面	-		-
	转让店面	27		-

③报告期内，前十大经销商店面情况

A. 2017 年前十大经销商店面情况

经销商名称	经销商类型	店面情况	销售金额 (万元)
杭州橙隆贸易有限公司	浴霸经销商	网店经销商	9,703.75
北京中天诚投科贸有限公司	浴霸、集成吊顶经销商	27 家专卖店、25 家专营店	9,309.94
无锡市茵特拉根电子有限公司	浴霸、集成吊顶经销商	5 家专卖店、14 家专营店	4,608.43
江苏晨皓贸易有限公司	浴霸、集成吊顶经销商	17 家专卖店、25 家专营店	4,541.34
成都长青基业商贸有限公司	浴霸经销商	6 家专卖店、118 家专营店	4,466.75
杭州格博卫浴有限公司	集成吊顶经销商	16 家专卖店	2,599.41
杭州奥祺佳贸易有限公司	浴霸经销商	8 家专卖店、24 家专营店	2,562.91
长沙市王建松	集成吊顶经销商	17 家专卖店	2,335.70
南京品聚汇方商贸有限公司	浴霸经销商	网店经销商	1,817.15
扬州爱满屋家居电器有限公司	浴霸、集成吊顶经销商	10 家专卖店、20 家专营店	1,734.53

注：北京中天诚投科贸有限公司、成都长青基业商贸有限公司、杭州奥祺佳贸易有限公司、杭州格博卫浴有限公司实际控制人系发行人前员工。

B. 2016 年度前十大经销商店面情况

经销商名称	经销商类型	店面情况	销售金额 (万元)
杭州橙隆贸易有限公司	浴霸经销商	网店经销商	8,535.19
北京中天诚投科贸有限公司	浴霸、集成吊顶经销商	20 家专卖店、34 家专营店	8,354.31
江苏晨皓贸易有限公司	浴霸、集成吊顶经销商	6 家专卖店、16 家专营店	3,742.41
成都长青基业商贸有限公司	浴霸经销商	6 家专卖店、58 家专营店	3,467.22
无锡市茵特拉根电子有限公司	浴霸、集成吊顶经销商	5 家专卖店、12 家专营店	3,237.26
上海逸盛实业有限公司	浴霸经销商	18 家专卖店、8 家专营店	2,649.37
长沙市王建松	集成吊顶经销商	14 家专卖店	1,505.94
杭州奥祺佳贸易有限公司	浴霸经销商	6 家专卖店、8 家专营店	1,429.39
上海驰琳实业有限公司	集成吊顶经销商	10 家专卖店	1,408.32
扬州爱满屋家居电器有限公司	浴霸、集成吊顶经销商	10 家专卖店、14 家专营店	1,401.97

C. 2015 年度前十大经销商店面情况

经销商名称	经销商类型	店面情况	销售金额 (万元)
北京中天诚投科贸有限公司	浴霸、集成吊顶经销商	12 家专卖店	7,570.29
杭州谭龙贸易有限公司	浴霸经销商	网店经销商	7,161.76
江苏晨皓贸易有限公司	浴霸、集成吊顶经销商	11 家专卖店	2,852.86
无锡市茵特拉根电子有限公司	浴霸、集成吊顶经销商	5 家专卖店	2,696.24
成都长青基业商贸有限公司	浴霸经销商	2 家专卖店、3 家专营店	2,670.85
上海逸盛实业有限公司	浴霸经销商	14 家专卖店	2,657.63
扬州爱满屋家居电器有限公司	浴霸、集成吊顶经销商	9 家专卖店、2 家专营店	1,181.32
杭州奥祺佳贸易有限公司	浴霸经销商	2 家专卖店、1 家专营店	1,134.42
上海驰琳实业有限公司	集成吊顶经销商	9 家专卖店	1,027.97
南通恒久电器有限公司	浴霸、集成吊顶经销商	9 家专卖店	954.91

注：南通恒久电器有限公司实际控制人系发行人前员工。

⑨经销商管理政策

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

A. 经销商资格认定管理

公司制定有经销商资格认定标准，对潜在经销商门店资源、代理经验、资金实力、销售渠道资源，以及该潜在经销商对公司品牌认可程度等因素进行综合评估，经评估符合公司招商政策的经销商，公司与经销商签订经销合同，并向其颁发《代理授权书》。

公司每年对经销商进行资格评定，评定内容包括销售任务完成情况、公司市场规范制度执行情况、宣传推广活动参与情况等方面。对于评定合格的经销商，公司与其续签经销合同；未通过评定的经销商，公司将结合评定结果、该经销商所处地区的市场情况等多方面因素，酌情选择是否与该经销商续签合同。

B. 经销商订货和结算管理

发行人对经销商采取“先款后货”的收款模式。经销商向公司下订单后，公司对该经销商进行信用检查，若该经销商未全额支付该笔订单款项，则公司不予通过该笔订单；经销商全额支付订单款项后，公司组织发货。

公司与经销商的结算方式主要为电汇结算、银行承兑汇票等。经销商回款必须支付至发行人所开立的银行账户，法人经销商使用非公户、个体工商户使用非业主本人银行账户支付货款的，发行人一律退回。

C. 市场秩序和经销商销售价格管理

为规范公司产品市场秩序，维护公司及经销商利益，公司制定有《奥普市场规范管理制度》，对各产品、各渠道均设有相应的指导价，经销商终端售价可在

公司指导价的基础上适当调整；超出范围且未经公司同意进行的售价调整，为经销商乱价行为，公司将根据相关管理制度对相应经销商进行处罚。

D. 运输费用的承担

经销模式下，公司产品的运输费用根据经销商单次订货金额的不同有所不同，具体如下：

对于年度销售任务在 100 万元以上的经销商，其单次订货金额高于八万元（县级区域经销商单次订货金额为五万元）则由公司承担运输费用；对于年度销售任务小于等于 100 万元的经销商，其单次订货金额高于五万元（县级区域的经销商单次订货金额为三万元）则由公司承担运输费用。未达到上述订货金额的，由经销商自行承担运输费用。

公司产品到达经销商指定仓库后由经销商负责卸货及卸货费用。

E. 保证金的缴纳比例

公司向经销商收取的保证金主要分为合同保证金、合同任务保证金和 O2O 保证金。

合同保证金系双方签署合同后经销商按固定金额进行缴纳，合同终止后发行人无息返还。若经销商续签合同，保证金自动转入下一年；若经销商连续签约两年以上并在合同存续期间未发生市场违规行为，已缴纳的合同保证金可转为货款使用。

合同任务保证金视经销商销售任务完成情况进行缴纳。公司每半年对经销商当年销售任务完成情况进行考核，若经销商未完成上半年销售任务，发行人将在下半年按单次进货金额的 5% 向经销商加收合同任务保证金；若经销商完成当年全年销售任务，合同任务保证金可转为货款使用；若经销商完成下半年销售任务，但未完成全年销售任务，当年已收合同任务保证金予以没收，次年上半年不再加收合同任务保证金；若经销商亦未完成下半年销售任务，当年已收合同任务保证金予以没收，次年上半年继续收取合同任务保证金。

O2O 保证金为经销商与发行人签订《AUPU 集成吊顶 O2O 代理销售服务协

议》时需进行缴纳，O2O 合同终止时，该笔保证金可转为货款使用。

F. 经销商门店装修费用的承担

为保证公司品牌形象、产品辨识度，公司对经销商终端店面形象进行统一设计。同时，公司向新装修店面的经销商提供装修补贴，补贴的兑现方式为销售折让，具体补贴政策如下。

浴霸门店装修补贴：专卖店、专营店根据店面面积以及店面门头面积分别进行补贴；KA 展柜、KA 中岛等根据货架大小、所处位置等具体情况进行补贴。浴霸门店的补贴额度不得超过该经销商当年提货额的 2%。

集成吊顶门店装修补贴：集成吊顶门店补贴包括店面面积补贴、硬装补贴和软装补贴三部分。店面面积补贴要求店面面积大于 70 平方米；硬装补贴要求基础装修、灯光和线条合格；软装补贴要求家居产品、饰品和奥普产品陈列等合格。集成吊顶的装修补贴额度不得超过该经销商当年提货额的 5%。

G. 广告宣传费用的承担

为提升品牌活跃度、促进产品销售，公司每年在全国范围内举行多场促销活动、市场推广活动等，各地经销商需配合公司共同进行该类宣传推广活动。公司根据各节点营销推广方案进行预算规划，对参与推广活动的经销商给予一定额度的广告宣传补贴；同时，公司根据市场实际需求，对部分经销商在重点地区、黄金地段等进行的广告牌投放费用亦会给予一定补贴。

H. 经销商培训管理

为不断提升经销商销售能力、运营能力以及对公司品牌战略的认同度，公司设立了经销商培训部门。经销商培训主要分为以下三个层面：对经销商实际控制人经营理念、管理能力、营销服务理念进行培训；对经销商管理团队运营能力进行培训，如市场策划能力、拓展能力、区域分销商管理能力等；对经销商一线销售人员、导购人员营销能力及产品知识进行培训。

公司每年举行约 200 场培训，参加培训人次总计超过 1 万人次。实施培训的师资由外部专业培训机构联合公司内部培训师体系协同完成。

I. 退换货政策

公司对经销商的销售模式为买断式销售，公司仅承担因质量原因或安全隐患造成的产品退换货。

经销商退换货前需首先向公司反馈产品出现的问题，同时填写《退换货登记表》，在登记表上描述退换货的详细信息，此表随货物同时发往公司，公司收到后组织品管部、质检部、研发部等相关部门对产品进行检测。如确认为产品质量问题，符合退换货条件的，则公司为经销商办理退换货手续；不符合退换货条件的，由客服人员通知经销商，并将货物发还给经销商，不做退换货处理。

对于经销商要求退货的，发行人不予退款，而是转为该经销商预付货款，供下次提货时使用。

J. 经销商销售返利政策

发行人经销商销售返利主要分为浴霸销售返利和集成吊顶销售返利。

浴霸销售返利政策：公司与经销商签订年度销售任务，并每半年对经销商进行考核，若经销商完成当期销售任务且完成合同规定产品品类的销售任务，则公司以其当期提货额的 2% 对其进行销售奖励；若经销商完成当期销售任务但未完成合同规定产品品类的销售任务，则当期销售奖励减半；若经销商未完成当期销售任务，则当期无销售奖励。

集成吊顶销售返利政策：公司与经销商签订年度销售任务，并每季度对经销商进行考核，若经销商完成当期销售任务，则公司以其提货额的 1.5% 对其进行销售奖励；若经销商未完成当期销售任务的，则当期无销售奖励。同时，公司给予经销商累计销售任务达成奖励，若该经销商连续两个季度均完成销售任务，则根据年度销售任务金额大小，该经销商当期可以额外享受 0.5%、1% 或 2% 的累计任务达成奖励；若该经销商连续三个季度均完成销售任务，则根据年度销售任务金额大小，该经销商当期可以额外享受 1%、1.5% 或 2.5% 的累计任务达成奖励；若该经销商连续四个季度均完成销售任务，则根据年度销售任务金额大小，该经销商当期可以额外享受 1.5%、2% 或 3% 的累计任务达成奖励。

K. 经销商服务返利政策

发行人浴霸经销商享有服务返利。

公司与经销商签订浴霸服务合同，对经销商的服务范围、服务区域、服务内容等进行约定，并约定相关服务的收费标准及考核细则。公司每半年对经销商进行一次服务质量考核，根据考核分数给予经销商售后服务返利，返利金额不超过当年经销商提货额的 2%。

⑩香港红星入股的原因及公司通过红星美凯龙销售的情况

A. 香港红星入股的原因

香港红星为红星美凯龙全资子公司，红星美凯龙为我国家具建材市场的龙头企业之一。经过行业内多年的合作，红星美凯龙对公司了解较为深刻，比较看好公司的发展前景，希望成为公司股东，分享公司快速发展的收益，本次入股亦有利于双方未来在家居行业实现更广泛的合作。

B. 红星美凯龙为公司经销商提供的服务

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

报告期内，公司部分经销商在“红星美凯龙”家居商场内租赁场地、销售产品。

C. 公司经销商通过红星美凯龙实现销售的情况

截至 2017 年 12 月 31 日，由公司经销商在国内红星美凯龙开设的经营发行人产品的专卖店为 179 家，各地区分布情况如下：

单位：家

区域	浴霸	集成吊顶
华东	14	43
华北	15	34
华中	3	14

区域	浴霸	集成吊顶
华南	4	13
西南	5	12
西北	2	7
东北	8	5
合计	51	128

报告期内，公司经销商通过红星美凯龙实现销售的情况如下：

产品类型	2017 年度		2016 年度		2015 年度	
	销售数量 (台)	销售金额(万 元)	销售数量 (台)	销售金额(万 元)	销售数量 (台)	销售金额(万 元)
浴霸	12,403	1,382.40	4,800	535.20	678	90.00
集成吊顶	-	19,387.30	-	16,022.89	-	9,280.91

注：由于集成吊顶包含主机、扣板及配件等，红星美凯龙及经销商未统计销售明细，故无法准确计算销售套数。

(3) 大宗客户业务模式

大宗客户渠道系发行人重要销售渠道之一，该渠道下发行人客户主要系房地产开发商以及家装公司。

随着精装修住宅商品房的逐步普及，房地产开发商已成为公司重要客户类型之一。公司近年来开始拓展房地产开发商业务，报告期内已与广州恒大、万科等知名房地产商合作。

随着互联网家装行业逐步发展，家装公司也逐步成为公司重要客户类型之一。公司于 2015 年开始拓展家装公司业务，报告期内已与生活家、爱空间等国内知名互联网家装公司合作。

考虑到房地产及家装公司等大宗客户回款周期较长，且部分大宗客户资信状况不稳定，近年来，发行人主要与少量优质大宗客户进行战略合作。

(4) KA 业务模式

KA 渠道亦为发行人重要销售渠道之一，该渠道下发行人客户主要系各大知名卖场，如苏宁、国美等。发行人 KA 业务采用代销模式，即发行人向 KA 卖场提供商品，KA 卖场无需预付货款，待 KA 卖场完成销售，并扣除与发行人约定的商业折扣、费用及相关保证金后，结算货款给发行人。KA 卖场未售出的商品可要求发行人收回，在代销期间，未售出的商品所有权归发行人所有。

(5) 外销业务模式

公司外销主要分为两种业务模式，第一种是公司以代工（ODM）的形式与国际知名品牌合作；另一种则是公司直接将自有品牌的产品出售给海外经销商。

报告期内，公司主要海外客户情况如下：

序号	海外客户名称	国家或地区	城市	销售产品	合作方式
1	施耐德电气有限公司	澳大利亚	墨尔本 / 悉尼	浴霸	ODM
2	美国 Aero Pure Fan	美国	哈那汗	通风扇	ODM
3	台湾晶诚国际有限公司	中国台湾	台北	通风扇	ODM
4	美国 FANTECH LNC	美国	堪萨斯市	通风扇	ODM
5	马来西亚 Blue Orange	马来西亚	加影	通风扇	ODM
6	美国 Living Direct	美国	奥斯丁	浴霸	ODM
7	蒙古 NCD	蒙古	乌兰巴托	浴霸	出售 AUPU 品 牌产品
8	香港德国宝 German Pool	中国香港	香港	浴霸	ODM
9	韩国 Complife	韩国	首尔	浴霸	ODM

报告期各期，发行人前五大海外客户销售情况如下：

时间	客户名称	销售金额（万元）	占外销收入比例（%）
2017 年度	施耐德电气有限公司	1,183.72	56.45
	台湾晶诚国际有限公司	251.19	11.98
	美国 Aero Pure Fan	153.53	7.32

时间	客户名称	销售金额（万元）	占外销收入比例（%）
	马来西亚 Blue Orange	146.21	6.97
	美国 FANTECH LNC	78.79	3.76
	合计	1,813.45	86.48
2016 年度	Tricosco	1,671.63	41.76
	施耐德电气有限公司	1,082.78	27.05
	台湾晶诚国际有限公司	253.39	6.33
	香港德国宝 German Pool	245.08	6.12
	韩国 Complife	242.17	6.05
	合计	3,495.04	87.30
2015 年度	施耐德电气有限公司	1,436.78	47.67
	韩国 Complife	397.35	13.18
	台湾晶诚国际有限公司	321.08	10.65
	马来西亚 Blue orange	219.31	7.28
	美国 Aero Pure Fan	115.59	3.83
	合计	2,490.12	82.61

（6）直营业务模式

直营模式系公司 2017 年开展的业务模式，主要包括线下直营及线上直营。其中，线上直营于 2017 年 12 月开展；线下直营于 2017 年 6 月开展。截至 2017 年底，公司经营中的线下直营专卖店数量为 7 家，分布如下：

序号	专卖店名称	专卖店地址
1	红星美凯龙沪南店	浦东沪南公路 2178 号三楼 C8177
2	红星美凯龙金桥店	浦东新区金藏路 158 号 3 楼 8121
3	红星美凯龙浦江店	浦东浦星公路 1969 号 2 楼 B8152
4	红星美凯龙金山店	金山区杭州湾大道 1858 号二楼 B8096
5	红星美凯龙汶水店	宝山区汶水路 1555 号 B1 楼奥普浴霸

序号	专卖店名称	专卖店地址
6	红星美凯龙真北店	普陀区真北路 1208 号二楼 8072
7	松江好饰家专卖店	松江荣乐中路 12 弄 318 号（方舟广场好饰家）二楼 Q02

(7) 主要客户的销售金额、内容、占比、客户性质等信息及变化原因

① 发行人主要客户情况

报告期内，发行人前十大客户具体如下：

客户名称	主要销售产品	金额（万元）	销售占比（%）	客户性质
2017 年度				
广州恒大材料设备有限公司	浴霸、集成吊顶	11,309.89	7.18	大宗客户
杭州橙隆贸易有限公司	浴霸	9,703.75	6.16	经销商、发行人关联方
北京中天诚投科贸有限公司	浴霸、集成吊顶	9,309.94	5.91	经销商
无锡市茵特拉根电子有限公司	浴霸、集成吊顶	4,608.43	2.93	经销商
江苏晨皓贸易有限公司	浴霸、集成吊顶	4,541.34	2.88	经销商
成都长青基业商贸有限公司	浴霸	4,466.75	2.84	经销商
杭州格博卫浴有限公司	集成吊顶	2,599.41	1.65	经销商
杭州奥祺佳贸易有限公司	浴霸	2,562.91	1.63	经销商
成都市生活家装饰工程有限公司	浴霸、集成吊顶	2,488.42	1.58	大宗客户
长沙市王建松	集成吊顶	2,335.70	1.48	经销商
合计		53,926.54	34.24	-
2016 年度				
广州恒大材料设备有限公司	浴霸、集成吊顶	10,175.10	8.21	大宗客户
杭州橙隆贸易有限公司	浴霸	8,535.19	6.89	经销商、发行人关联方
北京中天诚投科贸有限公司	浴霸、集成吊顶	8,354.31	6.74	经销商
江苏晨皓贸易有限公司	浴霸、集成吊顶	3,742.41	3.02	经销商
成都长青基业商贸有限公司	浴霸	3,467.22	2.80	经销商

客户名称	主要销售产品	金额（万元）	销售占比（%）	客户性质
无锡市茵特拉根电子有限公司	浴霸、集成吊顶	3,237.26	2.61	经销商
上海逸盛实业有限公司	浴霸、集成吊顶	2,649.37	2.14	经销商
成都市生活家装饰工程有限公司	浴霸、集成吊顶	2,303.33	1.86	大宗客户
Tricosco	浴霸	1,671.63	1.35	外销客户、发行人关联方
长沙市王建松	集成吊顶	1,505.94	1.22	经销商
合计		45,641.76	36.83	-
2015 年度				
北京中天诚投科贸有限公司	浴霸、集成吊顶	7,570.29	8.08	经销商
杭州橙隆贸易有限公司	浴霸	7,161.76	7.64	经销商、发行人关联方
广州恒大材料设备有限公司	浴霸、集成吊顶	4,592.51	4.90	大宗客户
江苏晨皓贸易有限公司	浴霸、集成吊顶	2,852.86	3.05	经销商
无锡市茵特拉根电子有限公司	浴霸、集成吊顶	2,696.24	2.88	经销商
成都长青基业商贸有限公司	浴霸	2,670.85	2.85	经销商
上海逸盛实业有限公司	浴霸	2,657.63	2.84	经销商
施耐德电气有限公司	浴霸	1,436.78	1.53	外销
扬州爱满屋家居电器有限公司	浴霸、集成吊顶	1,181.32	1.26	经销商
杭州奥祺佳贸易有限公司	浴霸	1,134.42	1.21	经销商
合计		33,954.66	36.24	-

注：上述销售数据为发行人对客户的主营业务收入，并已按照同一实际控制口径对客户予以合并。

②报告期内公司主要客户变化原因

客户名称	2017 年度排名	2016 年度排名	2015 年度排名
广州恒大材料设备有限公司	1	1	3
杭州橙隆贸易有限公司	2	2	2
北京中天诚投科贸有限公司	3	3	1

客户名称	2017 年度排名	2016 年度排名	2015 年度排名
无锡市茵特拉根电子有限公司	4	6	5
江苏晨皓贸易有限公司	5	4	4
成都长青基业商贸有限公司	6	5	6
杭州格博卫浴有限公司	7	16	14
成都市生活家装饰工程有限公司	8	8	-
杭州奥祺佳贸易有限公司	9	11	10
长沙市王建松	10	10	24
上海逸盛实业有限公司	50+	7	7
Tricosco	300+	9	-
施耐德电气有限公司	23	17	8
扬州爱满屋家居电器有限公司	12	13	9

报告期内发行人主要客户较为稳定，其中各年前五大客户基本稳定，前十大客户略有变化，部分客户变化原因如下：

A. 上海逸盛变化原因

2015 年、2016 年及 2017 年 1-6 月，上海逸盛为公司上海地区经销商之一；2017 年下半年，公司开始在上海地区开展直营业务，并通过全资子公司上海奥普斯收购了上海逸盛相关资产，收购完成后上海逸盛不再担任公司经销商，因此公司 2017 年对上海逸盛销售额较往年下降。

B. Tricosco 变化原因

发行人为方便外销业务管理，曾于 2016 年下半年将部分外销业务转由控股股东 Tricosco 负责，故其当年成为公司第九大客户。2017 年 3 月起，为避免关联交易，公司重新收回外销业务，故对 Tricosco 的销售额下降。

C. 施耐德电气有限公司变化原因

报告期内，公司对施耐德电气有限公司各期收入分别为 1,436.78 万元、1,082.78 万元、1,183.72 万元。由于报告期内公司外销业务发展较为平稳，而其他销售渠道收入增速较快，施耐德电气有限公司 2016 年起不再是公司前十大客

户。

D. 杭州格博卫浴有限公司变化原因

报告期内，公司对杭州格博卫浴有限公司各期收入分别为 866.99 万元、1,085.67 万元、2,599.41 万元。2017 年杭州格博卫浴有限公司收入增幅较快，主要原因系该经销商进一步加大投入力度，提升开店数量，积极举办、参与产品促销活动；同时其实际控制人新设立重庆海创家居用品有限公司，从事重庆地区的集成吊顶销售业务，开拓销售范围，当期收入增速明显，2017 年成为公司前十大客户。

E. 长沙市王建松变化原因

报告期内，公司对长沙市王建松各期收入分别为 660.96 万元、1,505.94 万元、2,335.70 万元。长沙市王建松一直在长沙地区经营本公司集成吊顶产品，具备较为丰富的行业经验和客户资源，且公司与当地知名家装公司 2015 年达成战略合作关系，并通过长沙市王建松进行销售，亦导致长沙市王建松销售规模增长较快，2016 年起成为公司前十大客户。

E. 成都市生活家装饰工程有限公司

成都市生活家装饰工程有限公司系发行人家装渠道重点客户，2016 年发行人与其签订集采合同，2016 年、2017 年对其实现收入分别为 2,303.33 万元、2,488.42 万元。

4、发行人产品定价模式

发行人因销售渠道不同，产品定价有所不同，具体如下：

经销商渠道下，公司制定了产品价格体系，对不同系列、规格的产品均规定了出厂基准价。公司对经销商销售价格进行管理，一方面对经销商批发给其区域内分销商的价格进行指导；另一方面对经销商销售给消费者的终端零售价格有相应的指导价格。为促进销售，公司一般会根据当年市场策略、主推产品计划等，适当调整产品价格体系中不同产品的基准价。

大宗客户渠道下，发行人客户系房地产开发商以及家装公司等，该等企业通

常对拟建楼盘以及拟装修房屋的集成吊顶或浴霸产品进行招标, 招标过程中该等企业对产品风格设计、产品质量口碑、交货时间、投标企业品牌美誉度以及最终消费者对产品品牌的要求等多个方面进行考核后, 选定其集成吊顶或浴霸产品供应商, 并签订销售合同。公司根据投标产品成本以及竞争情况, 向大宗客户进行报价, 经筛选中标后, 公司与大宗客户签订销售合同。

KA 渠道下, KA 卖场根据公司指导价进行销售。

外销渠道下, 公司对外销客户的报价为成本加成模式, 公司对客户的报价按照产品成本乘以价格系数, 价格系数由客户所在地、税费等多项因素计算而成。

5、物流及仓储模式

公司在杭州、海宁、嘉兴、上海等地设有仓库, 产品生产完毕后进入成品仓库, 由公司物流部人员负责依照订单时间、发货区域等因素统一规划发货。

经销商模式下, 公司发货至经销商指定地点, 公司设有免运费订单金额标准, 对于达到该标准的订单, 运输费用由公司承担; 对于未达到该标准的订单, 运输费用由经销商自行承担。大宗客户模式、KA 模式及直营模式下, 公司发货至客户指定的工程地点、仓库、指定收货地址等, 运输费用由公司承担。外销模式下, 商品到达装船地点的运输费用由发行人承担, 后续海运费用、卸货费用由客户承担。

(四) 主要产品产销情况

1、报告期内主要产品的产能利用率与产销率

报告期内公司生产电器类产品(包括浴霸、集成吊顶主机)以及集成吊顶扣板的产能、产量及其销量情况如下:

(1) 浴霸及集成吊顶主机产能

单位: 万台

时间	产能	自制产量	产能利用率	外购数量	销量	产销率
2017 年度	411.29	335.71	81.62%	71.18	388.78	95.55%
2016 年度	327.25	253.31	77.40%	69.34	310.77	96.32%

时间	产能	自制产量	产能利用率	外购数量	销量	产销率
2015 年度	271.54	183.17	67.46%	75.76	252.72	97.60%

注：此处产销率计算公式为销量/（自主产量+外购数量）。

（2）集成吊顶扣板产能

单位：万片

时间	产能	自主产量	产能利用率	外购数量	销量	产销率
2017 年度	4,470.50	4,067.19	90.98%	1,413.92	4,705.97	85.85%

注：此处产销率计算公式为销量/（自主产量+外购数量）。

2、报告期内主要产品销售情况

（1）主营业务收入分产品情况

单位：万元；%

项目	2017 年度		2016 年度		2015 年度	
	收入	比例	收入	比例	收入	比例
浴霸	86,169.09	54.71	72,507.48	58.50	59,873.46	63.91
集成吊顶	61,847.84	39.27	48,847.15	39.41	32,058.57	34.22
厨电	3,142.80	2.00	-	-	-	-
其他	6,335.42	4.02	2,580.58	2.08	1,753.02	1.87
合计	157,495.16	100.00	123,935.21	100.00	93,685.05	100.00

（2）主营业务收入分区域情况

单位：万元；%

项目	2017 年度		2016 年度		2015 年度	
	收入	比例	收入	比例	收入	比例
华东	79,816.36	50.68	61,435.11	49.57	48,746.67	52.03
华北	18,475.17	11.73	16,192.70	13.07	14,302.86	15.27
华中	18,252.49	11.59	12,230.87	9.87	8,034.04	8.58
华南	14,490.58	9.20	11,405.86	9.20	5,372.83	5.73
西南	16,237.32	10.31	12,817.83	10.34	8,658.09	9.24

项目	2017 年度		2016 年度		2015 年度	
	收入	比例	收入	比例	收入	比例
西北	4,884.28	3.10	3,353.58	2.71	2,998.30	3.20
东北	3,242.07	2.06	2,495.87	2.01	2,558.08	2.73
境内小计	155,398.28	98.67	119,931.81	96.77	90,670.88	96.78
境外	2,096.88	1.33	4,003.40	3.23	3,014.17	3.22
合计	157,495.16	100.00	123,935.21	100.00	93,685.05	100.00

3、报告期内主要客户情况

报告期各期，前十大客户具体情况参见招股说明书“第六节 业务与技术”之“四、发行人主营业务情况”之“（三）主要经营模式”之“3、销售模式”之“（7）主要客户的销售金额、内容、占比、客户性质等信息及变化原因”。

4、发行人销售及收款内控情况

公司销售及收款业务的规范与控制均在与各渠道客户所签订的购销合同/授权合同中做详细规定。

报告期内，发行人对经销商采用“先款后货”的收款模式；大宗客户、外销模式下，双方按合同约定结算货款；KA 模式下，发行人为代销模式，即发行人向 KA 卖场提供商品，待 KA 卖场完成销售并扣除与发行人约定的商业折扣、费用及相关保证金后，双方按合同约定结算货款；直营模式下，发行人产品销售完成后，向消费者收取货款。

（五）主要原材料和能源供应情况

1、报告期内主要原材料采购情况

（1）原材料采购情况

报告期内，公司主要原材料采购品为电器及配件、塑料类配件、铝材、钣金件、包装物等。报告期各期，公司原材料采购情况如下：

项目	主要数量单位	2017年			2016年			2015年		
		金额 (万元)	占原材料采 购总额比例	数量 (万单位)	金额 (万元)	占原材料采 购总额比例	数量 (万单位)	金额 (万元)	占原材料采 购总额比例	数量 (万单位)
电器及配件	套/只/根等	25,483.43	43.04%	2,698.82	19,658.58	58.02%	2,235.51	14,223.55	54.51%	1,638.48
塑料配件	片/根/台等	11,425.45	19.30%	4,205.74	8,931.37	26.36%	3,521.95	6,452.92	24.73%	2,494.29
铝材	张/卷/千克等	9,497.18	16.04%	779.41	115.19	0.34%	33.89	204.31	0.78%	28.89
包装材料	块/张/卷等	4,596.65	7.76%	3,939.50	2,688.05	7.93%	3,426.09	2,073.55	7.95%	2,938.35
钣金件	只/片/套等	2,185.43	3.69%	1,233.36	2,181.19	6.44%	1,988.68	2,882.70	11.05%	1,160.98
五金件	本/套/只等	1,420.51	2.40%	1,369.58	60.26	0.18%	936.05	53.93	0.21%	718.94
膜类	平方米	1,343.17	2.27%	617.82	0.57	0.00%	0.76	10.79	0.04%	12.17
钢材	千克	1,116.34	1.89%	266.30	-	-	-	-	-	-
木塑材料	千克/米	145.99	0.25%	30.24	-	-	-	-	-	-
玻璃类	片/块	134.83	0.23%	5.14	-	-	-	-	-	-
其他	千克/片/只等	1,854.97	3.13%	15,075.88	247.90	0.73%	12,227.87	190.13	0.73%	9,093.00
合计	-	59,203.96	100.00%	30,840.67	33,883.11	100.00%	23,641.42	26,091.89	100.00%	18,085.10

(2) 原材料细分采购变动分析

2017年，公司新增铝材、膜类、钢材等原材料，主要系公司新设立控股子公司嘉兴劲达及成都劲启从事集成吊顶扣板的生产所致。

(3) 公司原材料整体采购规模分析

公司主营产品为浴霸和集成吊顶，公司自主生产所需要的原材料主要为电器及配件、塑料类配件、铝材等。报告期内，公司整体采购规模逐年增加，主要系随着销售规模的增加，采购规模相应增加。报告期内，公司主营业务成本、原材料采购和成品采购情况如下：

项目	2017年		2016年		2015年
	金额(万元)	变动幅度(%)	金额(万元)	变动幅度(%)	金额(万元)
主营业务成本	82,390.40	31.21	62,793.82	29.39	48,529.38
采购产品总额	83,437.79	32.16	63,133.71	34.59	46,908.01
其中：原材料采购额	59,203.96	74.73	33,883.11	29.86	26,091.89
成品采购额	24,233.83	-17.15	29,250.60	40.52	20,816.13

2017年原材料采购额同比增长较多，成品采购额同比下降，主要系因为公司新设控股子公司嘉兴劲达及成都劲启从事集成吊顶扣板的生产，使得扣板原材料如铝材等采购额大幅增加，相应外购成品扣板大幅减少。

2、报告期内主要供应商情况

报告期内，公司前五大供应商情况如下：

供应商名称	主要采购产品	金额(万元)	采购占比(%)
2017年			
浙江来斯奥电气有限公司	OEM、面罩等	7,819.20	9.37
中山博琅集成装饰材料有限公司	扣板等	4,496.09	5.39
嵊州市松华电器有限公司	外购电器	4,063.93	4.87
海盐佳湖装饰材料有限公司	铝卷等	3,535.97	4.24

供应商名称	主要采购产品	金额（万元）	采购占比（%）
慈溪市日月电器有限公司	灯圈、风栅等	3,459.67	4.15
合计		23,374.86	28.01
2016 年			
浙江劲源科技发展有限公司	铝扣板等	14,288.93	22.63
浙江来斯奥电气有限公司	OEM、面罩等	8,267.85	13.10
慈溪市日月电器有限公司	灯圈、风栅等	3,527.85	5.59
嵊州市松华电器有限公司	箱体、开关等	3,295.00	5.22
中山博琅集成装饰材料有限公司	扣板	3,179.17	5.04
合计		32,558.80	51.57
2015 年			
浙江劲源科技发展有限公司	扣板	8,140.77	17.35
浙江来斯奥电气有限公司	OEM、面罩等	6,971.60	14.86
中山领引照明科技有限公司	LED 驱动器等	2,823.58	6.02
慈溪市日月电器有限公司	灯圈、风栅等	2,560.48	5.46
杭州佰兹尼电器有限公司	OEM、芯线等配件	2,352.50	5.02
合计		22,848.93	48.71

注：上述供应商已按照同一实际控制口径予以合并

3、报告期内主要能源供应情况

发行人生产中所使用的能源主要为电，能够满足公司的生产需求。报告期内，公司的主要能源供应情况如下：

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
数量（度）	3,265,849	2,221,471	1,990,932
单价（元/度）	1.12	1.17	1.20
金额（元）	3,672,005.92	2,598,344.01	2,388,820.28

报告期内，公司用电量逐年上升，主要系公司经营规模逐年增长所致。

4、报告期内原材料和能源占成本的比重

报告期内，公司原材料和能源占当期生产成本的比重如下：

项目	2017 年	2016 年度	2015 年度
原材料	91.54%	91.82%	90.74%
电费	0.53%	0.65%	0.81%

（六）发行人股东、董事、监事及高级管理人员与发行人客户、供应商之间的关联关系

1、发行人股东、董事、监事及高级管理人员与发行人客户关联关系情况

报告期内，发行人浴霸网络经销商杭州橙隆、杭州尚琳为发行人关联方。杭州橙隆、杭州尚琳的实际控制人为发行人实际控制人之一致行动人方雯雯，其中杭州尚琳已于 2016 年起不再系发行人经销商，亦与发行人不再有业务往来。为减少关联交易，发行人已于 2017 年 12 月收回杭州橙隆经销权，并同时承接了其主要的资产及人员。有关情况详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“四、发行人设立以来重大资产重组情况”之“（二）非同一控制下的资产收购”之“4、收回杭州橙隆经销权”。

除此以外，报告期内发行人股东、董事、监事及高级管理人员与发行人客户之间不存在关联关系。

2、发行人股东、董事、监事及高级管理人员与发行人供应商关联关系情况

报告期内，唐国富系发行人控股子公司嘉兴劲达之少数股东、董事兼总经理，持股比例为 40%。唐国富系发行人 2015 年、2016 年集成吊顶扣板供应商浙江劲源之实际控制人。2017 年 1 月，嘉兴劲达收购浙江劲源相关资产，有关情况详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“四、发行人设立以来重大资产重组情况”之“（二）非同一控制下的资产收购”之“1、收购浙江劲源资产”。本次收购完成后，浙江劲源不再是发行人供应商。唐国富与发行人股东、董事、监事及高级管理人员之间不存在关联关系。

报告期内，李仕泽、奉涛系发行人控股子公司成都劲启与中山劲耀之少数股东。李仕泽配偶白雪松及奉涛系发行人 2015 年、2016 年、2017 年 1-6 月集成吊

顶扣板供应商中山博琅持股之主要股东。2017年6月，发行人收购中山博琅相关资产及业务，有关情况详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“四、发行人设立以来重大资产重组情况”之“(二)非同一控制下的资产收购”之“3、收购中山博琅资产及业务”。本次收购完成后，中山博琅不再是发行人供应商。李仕泽、奉涛与发行人股东、董事、监事及高级管理人员之间不存在关联关系。

除上述情况外，报告期内发行人股东、董事、监事及高级管理人员与发行人供应商之间不存在关联关系。

(七) 发行人安全生产与环境保护

1、安全生产

(1) 安全生产管理情况

公司制定有安全生产管理制度，设有安全生产领导小组和安全员。安全管理工作实行逐级责任制，总经理、常务副总经理对各级安全工作负责。公司以“安全第一，预防为主，综合治理”为指导方针，加强公司综合安全管理，落实安全管理责任，有效控制伤亡和其他重大事故，预防或减少一般安全事故。

根据《中华人民共和国安全生产法》、《浙江省安全生产条例》等法律法规以及上级政府安全生产综合目标管理办法的要求，公司制定安全目标管理责任书。公司在每年年初，同各部门负责人签署当年安全目标管理责任书，根据各部门职责，制定不同的安全生产目标和安全生产管理责任，并在当年年底根据制定的目标责任内容进行考核，实施奖惩措施。

此外，特种设备按照要求定期年检且特种设备操作人员实行持证上岗制；安全员对职业危害因素进行监测，在各操作岗位及工厂入口处张贴告知卡及宣传标语，加强对安全知识的宣导。为保证安全生产工作，公司定期或不定期召开安全生产例会，并组织人员参与安全生产培训。

(2) 安全生产达标情况

根据杭州经济技术开发区安全生产监督管理局出具的《证明》：公司自2015年1月1日至2017年12月31日，均未受到安全生产行政处罚，未发生生产安

全死亡事故。

2、环境保护

(1) 主要污染物处理情况

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

①废水治理

按《污水综合排放标准》（GB8978-1996）执行，检测结果全部达标。公司生产过程中无工业污水排放，少量生活污水由当地市政污水管网接入当地污水处理厂集中处理达标后进行排放。

②固体废弃物处置

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

③噪声处置

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

(2) 环境保护达标情况

报告期内，根据浙江鸿博环境检测有限公司出具的《检验检测报告》，发行人排污、噪声等均达标。

五、发行人主要固定资产和无形资产

(一) 固定资产

1、固定资产整体情况

截至2017年12月31日，公司固定资产情况如下：

单位：万元

项目	账面原值	累计折旧	账面价值	成新率
房屋及建筑物	18,575.85	5,686.70	12,889.15	69.39%
通用设备	2,887.34	1,461.07	1,426.27	49.40%
专用设备	3,364.48	757.82	2,606.66	77.48%
运输工具	1,074.38	689.53	384.85	35.82%
其他设备	182.93	134.75	48.18	26.34%
合计	26,084.98	8,729.87	17,355.11	66.53%

2、主要生产设备

截至 2017 年 12 月 31 日，公司拥有的主要生产设备如下：

序号	设备名称	数量	原值（万元）	净值（万元）	成新率
1	生产流水线	40	778.32	684.03	87.89%
2	冲床	47	335.79	305.30	90.92%
3	模具	434	662.95	280.37	42.29%
4	切割设备	3	117.99	105.66	89.55%
5	台压机	11	111.67	105.34	94.33%
6	搬运车	51	72.85	62.89	86.33%
7	包覆机	10	60.43	59.42	98.33%
8	液压机	8	56.86	52.47	92.28%
9	油压机	16	55.90	52.46	93.85%
10	精印机	2	52.20	49.59	95.00%
11	平板灯测试设备	3	49.32	37.11	75.25%
12	激光焊接机	2	33.65	29.32	87.13%
13	打包机	23	30.94	17.05	55.11%
14	PTC 测试线	1	16.67	16.29	97.72%
15	压缩机	3	27.63	10.27	37.17%
16	平板灯检测线	1	9.54	9.07	95.07%

序号	设备名称	数量	原值（万元）	净值（万元）	成新率
17	红外泡测试线	1	10.28	1.03	10.02%
合计		656	2,482.99	1,877.66	75.62%

3、房屋所有权

截至 2017 年 12 月 31 日，发行人及其控股子公司主要拥有如下房屋所有权：

序号	房屋所有权人	不动产权证号	坐落	建筑面积（m ² ）	用途	取得方式
1	发行人	浙（2017）杭州市不动产权第 0341407 号	杭州经济技术开发区白杨街道 21 号大街 210 号 1 幢、5 幢等 7 套	96,494.19	非住宅	自建
2	发行人	浙（2017）杭州市不动产权第 0326920 号	保利天地中心 11 幢 302 室	47.41	非住宅	购买
3	发行人	浙（2017）杭州市不动产权第 0326977 号	保利天地中心 11 幢 304 室	47.41	非住宅	购买
4	发行人	浙（2017）杭州市不动产权第 0325644 号	保利天地中心 11 幢 1706 室	47.41	非住宅	购买
5	发行人	浙（2017）杭州市不动产权第 0325621 号	保利天地中心 10 幢 507 室	94.27	非住宅	购买
6	发行人	浙（2017）杭州市不动产权第 0325518 号	保利天地中心 11 幢 1502 室	47.41	非住宅	购买
7	发行人	浙（2017）杭州市不动产权第 0325953 号	保利天地中心 10 幢 509 室	94.27	非住宅	购买
8	发行人	浙（2017）杭州市不动产权第 0326866 号	保利天地中心 11 幢 523 室	47.41	非住宅	购买
9	成都博朗尼	川（2017）崇州市不动产权第 0004156 号	崇州市崇阳镇晨蓝路 118 号 1 栋 1-6 层 1 号、2 栋 1-1F 夹层 1 号、3 栋 1-1F 夹层 1 号	29,363.80	工业用地/厂房/科研楼	自建

2017 年 11 月 1 日，公司与交通银行股份有限公司杭州城西支行签署《抵押合同》（2017DY003），将上表中不动产权证号为“浙（2017）杭州市不动产权第 0341407 号”不动产抵押，用于公司于 2017 年 1 月 1 日至 2021 年 12 月 31 日期间与交通银行股份有限公司杭州城西支行签订的全部主合同提供抵押担保，抵押

担保的最高债权额为人民币 18,000 万元整。

发行人子公司成都博朗尼坐落于崇州市崇阳镇晨蓝路地块东南角的五号车间，由于部分超出规划红线，无法办理不动产权证，存在一定瑕疵。该栋厂房建筑面积为 6,077.03 平方米，占发行人已建成房屋总面积的比例为 4.59%；该房产账面原值为 853.64 万元，占发行人房屋及建筑物账面原值的比例为 4.60%；账面价值为 701.09 万元，占发行人房屋及建筑物账面价值的 5.44%。该处房产目前未开展实际生产经营活动。

虽然发行人该处厂房存在一定瑕疵，但其并非发行人生产经营活动的必要场所，且发行人已于 2017 年 10 月取得崇州市城乡规划局出具的《证明》，以及崇州市住房和建设局出具的《证明》，确认崇州市城乡规划局以及崇州市住房和建设局不会就上述瑕疵房屋的问题要求公司拆除或搬迁，亦不会对公司进行任何处罚，公司的该情况不属于重大违法违规。根据发行人律师出具的《法律意见书》，该瑕疵不会对发行人生产经营活动造成重大影响。

同时，发行人控股股东 Tricosco、实际控制人 Fang James 与方胜康亦出具承诺：如果上述瑕疵房屋被行政主管部门处以行政处罚等，由此给发行人或其下属企业造成任何损失、索赔、成本和费用（包括但不限于拆除、处罚的直接损失，或因拆迁可能产生的搬迁费用、固定配套设施损失、停工损失、被有权部门罚款或者被有关当事人追索而支付的赔偿等），其将就发行人及其下属企业实际遭受的任何损失、索赔、成本和费用，向发行人及其下属企业承担全额连带赔偿责任。

4、房屋租赁情况

截至 2017 年 12 月 31 日，发行人及其控股子公司、分公司租赁房产情况：

(1) 房屋承租情况

序号	承租人	出租人	权证编号	所有权人	坐落	租赁面积 (m ²)	租赁用途	租赁期限
1	奥普家居	程宗雄	成房权证监证字第 3075969 号	程宗雄	成都市成华区双城 3 路 18 号 12 栋 2 单元 6 层 606 号	79.53	办公	2017.11.02-2018.11.01
2	奥普家居	张庆尧	成房权证监证字第 4260676 号	张庆尧	成都市成华区双成五路 66 号 9 栋 2 单元 3 层 301	81.59	住宿	2017.5.23-2018.5.22
3	奥普家居	范存芳	成房权证监证字第 5049224 号	范存芳	成都市成华区双成二路 39 号 10 栋 1-2602	90.16	住宿	2017.11.15-2018.11.14
4	奥普家居	鲁鹏	宁房权证秦转字第 257072 号	鲁鹏	南京市秦淮区应天大街 15 号碧水云 天家园 8 幢 1 单元 102 室	103.04	办公	2017.7.15-2018.7.14
5	奥普家居	吴乐萍	苏(2017)宁雨不动产权第 0016361 号 苏(2017)宁雨不动产权第 0016403 号	吴乐萍	雨花台区南京南站站西片区绿地之 窗商务广场 C-2 栋 805/806 室	151.37	办公	2017.3.10-2018.3.9
6	奥普家居	张艳芳	宁房权证秦转字第 393055 号	张艳芳	南京市秦淮区龙蟠南路 33 号 19 幢 1014 室	56.90	居住	2017.5.1-2018.4.30
7	奥普家居	邓康	苏(2016)宁秦不动产权第 0021499 号	邓康	南京市秦淮区龙苑新寓一村 3 幢 7 号 201 室	98.27	居住	2017.10.23-2018.10.22
8	奥普家居	解菊	浙(2017)杭州市不动产权第	解菊	杭州市拱墅区孔雀蓝轩 3 幢 1 单元	89.63	宿舍	2017.12.15-2018.12.14

序号	承租人	出租人	权证编号	所有权人	坐落	租赁面积 (m ²)	租赁用途	租赁期限
			0374134 号		1805 室			
9	奥普家居	王正中	杭房权证下移字第07541536号	王正中	长兴公寓4幢5单元601室	74.00	宿舍	2017.8.28-2018.8.27
10	奥普家居	赵娜	兰房权证七里河区字第77183号	赵娜	兰州市七里河区建兰路街道吴家园西街69-16号1单元9层9A2室	114.80	办公室	2017.8.15-2018.8.14
11	奥普家居	周亚琳	房权证徐州字SY0061247号	吴亮	徐州市泉山区翠湖御景3-1-2501室	154.40	办公	2017.10.28-2018.10.27
12	奥普家居	王玉梅	苏(2016)徐州市不动产权第0057454号	李保民、王玉梅	徐州市泉山区嘉和雅苑1-2-604	90.00	宿舍	2017.3.1-2018.2.28
13	奥普家居	程晨	郑房权证字第1501155832号	程晨	郑州市郑东新区商鼎路6号5号楼2单元15层1502号	89.70	住宿	2017.12.28-2018.12.27
14	奥普家居	李绍华	郑房权证字第1601201056号	李绍华	郑州市郑东新区商鼎路6号永威翡翠城3号楼2单元1002号	81.99	办公室	2017.12.25-2018.12.24
15	奥普家居	王玲	X京房权证丰字第316963号	董宝明	北京市丰台区马家堡西路36号院4号楼5层603	76.11	办公	2017.12.29-2018.12.28
16	奥普家居	赵俊利	石房权证西字第430052375号	赵俊利	石家庄维明南大街225号恒大城3-3-2304	133.44	办公、住宿	2017.12.09-2018.12.08
17	奥普家居	赵斌	赣(2016)南昌市不动产权第1125244号	赵斌	南昌市西湖区建设西路188号莱茵半岛花园4栋2单元702室	136.88	住宿、办公	2017.12.22-2018.12.21

序号	承租人	出租人	权证编号	所有权人	坐落	租赁面积 (m ²)	租赁用途	租赁期限
18	奥普家居	窦雪瑞	暂未办理房产证，但出租人提供了购房合同	封芳	太原市小店区光信园信嘉园 12 号楼 1304 室	68.05	住宿	2017.12.9-2018.12.8
19	奥普家居	唐娟娟	长房权证岳麓字第 710036064	唐娟娟	长沙市岳麓区沁园春御院 2-1102 室	111.77	办公	2017.2.17-2018.2.16
20	奥普家居	孔莉莉	云（2017）盘龙区不动产权第 0037012 号	周云伟、孔莉莉	云南省昆明市金色大道金色家园一期 17 栋 1 单元 301 室	140.98	办公	2017.12.1-2018.5.31
21	奥普家居	李明娟	云（2016）盘龙区不动产权第 0014449 号	李明娟	云南省昆明市联盟路金州湾小区 12 栋 2 单元 501A 号房	66.99	宿舍	2017.12.1-2018.5.31
22	奥普家居	雷文明	杭房权证经移字第 13193447 号	雷文明	杭州市江干区保利东湾 10 幢 1 单元 3101 室	118.17	住宿	2017.6.1-2018.5.31
23	奥普家居	姚卫强	杭房权证经移字第 12112573 号	姚卫强	杭州市江干区保利东湾 15 幢 1 单元 2301 室	136.47	住宿	2017.9.27-2018.9.26
24	奥普家居	陶燕娟	杭房权证经移字第 10048621 号	陶燕娟	杭州市江干区世贸江滨花园一期碧 景湾 15 幢 1 单元 2203 室	83.56	住宿	2017.3.11-2018.3.10
25	奥普家居	张成	粤房地权证中府字第 0112011388 号	彭树坤	广东中山市三角镇高平大道 110 号 B2 单元	2,861.00	办公、仓储	2017.10.20-2020.10.19
26	奥普家居	浙江上物金属有限公司	嘉房权证秀洲字第 00604944 号	浙江上物金属有限公司	嘉兴市王店镇梅嘉路东侧	16,350.00	办公、仓储	2017.06.01-2018.05.31
27	奥普家居	杭州栋梁储运有限公司	无房产证，属农村集体用地	九堡村经济联合社	绕城公路以东，常青牛奶场以南	2,500.00	仓库	2017.12.07-2018.12.06

序号	承租人	出租人	权证编号	所有权人	坐落	租赁面积 (m ²)	租赁用途	租赁期限
28	奥普家居	深圳科鑫华恒物流有限公司	深房地字第 3000675960 号	深圳科鑫华恒物流有限公司	深圳市福田区保税区广兰道 6 号深装总大厦 A 座	712.00	办公	2015.11.1-2020.10.31
29	奥普家居	上海闻企建材有限公司	沪房地嘉字 2009 第 009974 号	上海闻企建材有限公司	嘉定区金园一路 588 号 3 号 2 楼部分厂房或仓库	1,100.00	仓库	2015.5.1-2020.4.30
30	上海分公司	上海恒勋资产管理有限公司	沪房地闸字(2014)第 011567 号	上海恒勋资产管理有限公司	上海市广中西路 359、365 号 1807 室	333.54	办公	2016.11.15-2019.11.14
31	上海分公司	上海红星美凯龙楷恒家居有限公司	沪 2017 金字不动产权第 000289 号	上海金山红星美凯龙全球家居有限公司	上海市金山区杭州湾大道 1858 号	52.18	展位	2017.05.01-2018.04.30
32	嘉兴集成墙面	嘉兴市王店家电创业中心建设有限公司	嘉房权证秀洲字第 00436274 号	嘉兴市王店家电创业中心建设有限公司	嘉兴市秀洲区王店镇梅东路东侧、友谊路南侧友谊路 18 号创业中心大楼六楼 608 室	60.00	办公	2017.05.01-2018.04.30
33	嘉兴集成吊顶	嘉兴市王店家电创业中心建设有限公司	嘉房权证秀洲字第 00436274 号	嘉兴市王店家电创业中心建设有限公司	嘉兴市秀洲区王店镇梅东路东侧、友谊路南侧友谊路 18 号创业中心大楼六楼 606 室	60.00	办公	2017.05.01-2018.04.30
34	嘉兴劲达	嘉兴松尚电器有限公司	嘉房权证秀洲字第 00829801 号	嘉兴松尚电器有限公司	嘉兴市王店镇八联村嘉海公路西侧 1 号厂房 1 楼	22,064.39	办公	2017.01.01-2018.12.31
35	中山劲启	张成	粤房地权证中府字第 0112011388 号	彭树坤	广东中山市三角镇高平大道 110 号 C 栋一楼	2,861.00	仓库	2017.11.20-2020.11.19

序号	承租人	出租人	权证编号	所有权人	坐落	租赁面积 (m ²)	租赁用途	租赁期限
36	中山劲耀	张成	粤房地权证中府字第 0112011388 号	彭树坤	广东中山市三角镇高平大道 110 号 A 幢一、二层	5,632.00	仓库	2017.9.15-2020.9.14
37	中山劲耀	张成	粤房地权证中府字第 0112011388 号	彭树坤	广东中山市三角镇高平大道 110 号 C 栋二楼	2,861.00	仓库	2017.11.20-2020.11.19
38	上海奥普斯	上海红星美凯龙装饰家 具城有限公司	沪房地普字 2004 第 014972 号	上海红星美凯龙装饰家 具城有限公司	上海市普陀区真北路 1208 号	38.30	展位	2017.09.01-2018.08.31
39	上海奥普斯	上海红星美凯龙全球家 居有限公司	沪房地浦字 2015 第 013877 号	上海红星美凯龙全球家 居有限公司	上海市浦东新区临御路 518 号	94.09	展位	2017.06.01-2018.04.30
40	上海奥普斯	上海红星美凯龙家居艺 术设计博览有限公司	沪房地浦字 2011 第 031053 号	上海红星美凯龙家居艺 术设计博览有限公司	上海市浦东新区金藏路 86 号	42.37	展位	2017.06.01-2018.03.31
41	上海奥普斯	上海红星美凯龙星龙家 居有限公司	沪房地闵字 2015 第 069248 号	上海红星美凯龙星龙家 居有限公司	上海市闵行区浦星公路 1969 号 1 幢 188 室四楼 D8006	56.46	展位	2017.09.16-2018.08.31
42	上海奥普斯	上海山海艺术家俱有限 公司	沪房地宝字 2012 第 022036 号	上海山海艺术家俱有限 公司	上海市宝山区沪太路 1801 号	19.72	展位	2017.05.16-2018.03.31
43	上海奥普斯	上海松江好饰家家居市 场经营管理有限公司	沪房地松字 2005 第 021166 号	上海莲凯实业发展有限 公司	松江荣乐中路 12 弄 318 号	35.00	展位	2017.05.26-2018.01.10

上述租赁房产中，其中 39 处租赁房产权证清晰，合法有效。1 处租赁房屋的出租方未能提供房屋权属证明文件，3 处租赁房屋的出租方未能提供产权人同意转租的声明，存在瑕疵。前述瑕疵租赁物业主要用于办公、员工住宿，周围存在可替代房源，该等房屋租赁存在的瑕疵对公司及其子公司的持续经营不会造成重大影响。

(2) 房屋对外出租情况

截至 2017 年 12 月 31 日，发行人不存在物业对外出租的情形。

(二) 无形资产

1、无形资产整体情况

截至 2017 年 12 月 31 日，发行人无形资产情况如下：

单位：万元

类别	账面原值	累计摊销	账面价值	净值率 (%)
土地使用权	7,708.49	450.53	7,257.95	94.16
软件	1,187.63	409.47	778.16	65.52
商标使用权	4,952.83	536.56	4,416.27	89.17
专利权	661.58	42.39	619.19	93.59
合计	14,510.53	1,438.95	13,071.58	90.08

2、土地使用权

截至 2017 年 12 月 31 日，发行人及其控股子公司主要拥有如下土地使用权：

土地使用者	权证编号	坐落	地类(用途)	取得方式	终止日期	使用权面积 (m ²)
发行人	浙(2017)杭州市不动产权第 0341407 号	杭州经济开发区白杨街道 21 号大街 210 号 1 幢、5 幢等 7 套	工业用地	出让	2054.9.8	38,671
发行人	浙(2017)杭州市不动产权第 0326977 号	杭州经济开发区保利天地中心 11 幢 304 室	商服用地	出让	2048.2.20	3.2
发行人	浙(2017)杭州市不	杭州经济开发区保利天	商服用地	出让	2048.2.20	3.2

土地使用人	权证编号	坐落	地类(用途)	取得方式	终止日期	使用权面积(m ²)
	动产权第0326866号	地中心11幢523室				
发行人	浙(2017)杭州市不动产权第0325518号	杭州经济开发区保利天地中心11幢1502室	商服用地	出让	2048.2.20	3.2
发行人	浙(2017)杭州市不动产权第0325644号	杭州经济开发区保利天地中心11幢1706室	商服用地	出让	2048.2.20	3.2
发行人	浙(2017)杭州市不动产权第0325953号	杭州经济开发区保利天地中心10幢509室	商服用地	出让	2048.2.20	9.4
发行人	浙(2017)杭州市不动产权第0325621号	杭州经济开发区保利天地中心10幢507室	商服用地	出让	2048.2.20	9.4
发行人	浙(2017)杭州市不动产权第0326920号	杭州经济开发区保利天地中心11幢302室	商服用地	出让	2048.2.20	3.2
成都博朗尼	川(2017)崇州市不动产权第0004156号	崇州市崇阳镇晨蓝路118号1栋1-6层1号、2栋1-1F夹层1号、3栋1-1F夹层1号	工业用地	出让	2062.1.20	68,415.02
嘉兴集成吊顶	浙2017嘉秀不动产权第0025707号	嘉兴市秀洲区王店镇友谊路北侧、梅秀路西侧	工业用地	出让	2067.9.24	27,865.00
嘉兴集成吊顶	浙2017嘉秀不动产权第0025708号	嘉兴市秀洲区王店镇友谊路北侧、梅秀路东侧	工业用地	出让	2067.9.24	88,451.00

2017年11月1日，公司与交通银行股份有限公司杭州城西支行签署《抵押合同》(2017DY003)，将上表中不动产权证号为“浙(2017)杭州市不动产权第0341407号”不动产抵押，用于公司于2017年1月1日至2021年12月31日期间与交通银行股份有限公司杭州城西支行签订的全部主合同提供抵押担保，抵押担保的最高债权额为人民币18,000万元整。

2017年9月21日，公司与杭州市国土资源局签署《杭州市国有建设用地使用权出让合同》，公司以2,826万元购得杭政工出[2017]10号土地使用权，受让土地面积29,680平方米。

3、商标权

报告期内，公司向奥普电器收购260项商标权及无偿受让2项商标权，具体

交易过程请参见招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“四、发行人设立以来重大资产重组情况”之“(一) 同一控制下的资产收购”之“2、收购奥普电器商标”。

截至本招股说明书签署之日，公司拥有已注册商标权 262 项，正在转让中的商标权 3 项（含境外商标转让）。发行人拥有商标权清单如下：

(1) 已注册商标权

截至本招股说明书签署之日，发行人拥有的已注册商标权 262 项，其中常用商标 91 项，防御性商标 171 项。发行人常用商标如下：

序号	商标名称	商标注册证号	注册人	类别	有效期至
1		3787153	发行人	11	2025.7.27
2		3004852	发行人	11	2023.11.20
3	<i>NBSS</i>	1919478	发行人	11	2023.1.27
4	奥普集成浴顶	6820610	发行人	6	2020.6.20
5	奥普集成吊顶	6820611	发行人	6	2020.6.20
6	奥普卫浴集成	6820614	发行人	11	2020.7.6
7	奥普集成浴顶	6820615	发行人	11	2020.7.13
8	奥普集成吊顶	6820616	发行人	11	2020.7.13
9	奥普卫浴集成	6820618	发行人	19	2020.6.20
10	奥普集成浴顶	6820619	发行人	19	2020.6.20
11	奥普集成吊顶	6820620	发行人	19	2020.6.20

序号	商标名称	商标注册证号	注册人	类别	有效期至
12	奥普卫浴集成	6820623	发行人	20	2022.10.20
13	奥普	7972068	发行人	11	2021.6.27
14	AUPU	7972069	发行人	11	2024.1.13
15	AUPU 奥普	8028178	发行人	11	2023.9.20
16	AUPU	8183677	发行人	6	2023.9.27
17	奥普	8183673	发行人	20	2025.5.6
18	AUPU	8183676	发行人	20	2024.8.6
19	奥普	8183712	发行人	21	2024.8.6
20	AUPU	8183675	发行人	21	2021.7.6
21	奥普	8249719	发行人	37	2021.11.20
22	AUPU 奥普	8593177	发行人	19	2024.5.13
23	AUPU 奥普	8593176	发行人	20	2024.6.13
24	奥普	3338892	发行人	6	2024.3.20
25	AUPU	4217092	发行人	6	2026.12.20
26	EN浴顶 定制卫浴上屋空间	5244152	发行人	6	2019.8.20
27	EN	5244151	发行人	6	2019.4.13

序号	商标名称	商标注册证号	注册人	类别	有效期至
28	1+n	5109462	发行人	6	2019.3.20
29	奥普	1187759	发行人	11	2018.6.27
30	奥普	730979	发行人	11	2025.2.20
31	奥普	6294797	发行人	11	2020.7.6
32	AUPU	1803772	发行人	11	2022.7.6
33	奥普浴皇	906035	发行人	11	2026.11.27
34	奥普	3338907	发行人	11	2024.4.13
35	奥普暖霸	1201387	发行人	11	2018.8.20
36	奥普新风系	4788583	发行人	11	2018.6.6
37	AUPU	4217087	发行人	11	2026.12.20
38	AUPU	6294784	发行人	11	2020.3.27
39	奥普	5663506	发行人	11	2020.4.27
40	1+n浴顶	5109455	发行人	11	2019.3.20
41	1+n	5109461	发行人	11	2019.3.20
42	1+N	5244154	发行人	11	2019.4.20
43	1+N浴顶 定制卫浴上展空间	5244155	发行人	11	2019.4.20

序号	商标名称	商标注册证号	注册人	类别	有效期至
44	奥普凉霸	13599441	发行人	11	2025.2.27
45	奥普凉霸	13599446	发行人	11	2025.2.27
46	奥普纯平	13599453	发行人	11	2025.2.27
47	奥普 1+N 浴顶	14158773	发行人	11	2025.4.20
48	奥普	3338889	发行人	9	2023.11.13
49	奥普	3338603	发行人	35	2024.5.06
50	奥普	3338601	发行人	37	2024.10.20
51	奥普	3338899	发行人	19	2024.4.27
52	奥普	3338901	发行人	17	2024.6.20
53	奥普凉霸	13599447	发行人	9	2025.4.27
54	AUPU	4217065	发行人	37	2028.1.20
55	AUPU	4217089	发行人	9	2026.12.20
56	AUPU	4217067	发行人	35	2028.1.20
57	AUPU	14612616	发行人	19	2025.7.27
58	IN 浴顶	14612617	发行人	19	2025.10.27
59	奥普	11378004	发行人	19	2024.3.13
60	AUPU 奥普	8593178	发行人	6	2028.1.13

序号	商标名称	商标注册证号	注册人	类别	有效期至
61	奥普纯平	13599454	发行人	6	2027.8.27
62	奥普 1+N 浴顶	14158774	发行人	6	2027.3.13
63	AUPU 奥普博明尼	14965078	发行人	6	2025.9.13
64	奥普	18067718	发行人	17	2026.11.20
65	奥普	18067717	发行人	19	2026.11.20
66	AUPU	18067716	发行人	17	2026.11.20
67	AUPU	18067715	发行人	19	2026.11.20
68	AUPU	18624562	发行人	6	2027.1.27
69	AUPU	18624561	发行人	19	2027.1.27
70	奥普照明管家	18815480	发行人	11	2027.12.6
71	奥普灯管家	18815487	发行人	11	2028.1.6
72	奥普照明专家	18815486	发行人	11	2028.1.6
73	奥普照明大师	18815485	发行人	11	2028.2.13
74	奥普空气管家	18815484	发行人	11	2027.2.13
75	奥普空气大师	18815483	发行人	11	2027.2.13
76	奥普空气专家	18815482	发行人	11	2027.2.13

序号	商标名称	商标注册证号	注册人	类别	有效期至
77	奥普气候管家	18815481	发行人	11	2027.2.13
78	AUPU	013898861	发行人	6、11、21	2025.3.30
79	AUPU	01491228	发行人	11	2021.12.15
80	AUPU 奥普	1441826	发行人	11	2021.8.19
81	AUPU	251516	发行人	11	2024.5.06
82	AUPU	40-0889393	发行人	6	2021.11.9
83	아푸 AUPU	40-0863851	发行人	11	2021.5.6
84	AUPU	3016222	发行人	11	2025.11.14
85	奥普	301781875	发行人	6、19	2020.12.5
86	AUPU	301781884	发行人	6、19	2020.12.5
87	奥普	300654381	发行人	11	2026.6.6
88	AUPU	300654390	发行人	11	2026.6.6
89	AUPU 奥普	302552003	发行人	11	2023.3.18
90	AUPU	T05/02360G	发行人	11	2023.3.18
91	奥普	T05/03410B	发行人	11	2025.3.17

(2) 正在受让中的商标权

截至本招股说明书签署之日，发行人正在受让中的商标权为 3 项。其中境内商标 1 项，境外商标为 2 项。具体清单如下：

序号	商标名称	商标注册证号	注册人	类别	有效期至
1	AUPU	TMA641675	奥普电器	11	2020.7.7
2	奥普	01391922	奥普电器	11	2019.12.31
3	奥普	22097706	奥普电器	3	2028.2.27

4、专利权

截至本招股说明书签署之日，公司拥有 375 项专利权，其中发明专利 9 项、实用新型项 148 项、外观设计 218 项，具体情况如下：

序号	专利名称	专利类型	专利号	有效期	专利权人
1	碳纤维加热器	发明专利	200710069946.3	至 2027.7.6	奥普家居
2	一种顶棚的安装方法	发明专利	200710071034.X	至 2027.8.28	奥普家居
3	一种具有除甲醛及空气净化功能的扣板	发明专利	201210520709.5	至 2032.12.6	奥普家居
4	具有新风功能的浴室取暖器	发明专利	201310046168.1	至 2033.2.6	奥普家居
5	龙骨连接件及便于运输的龙骨	发明专利	201310438643.X	至 2033.9.23	奥普家居
6	隐装功能模块集成吊顶	发明专利	201410149880.9	至 2034.4.15	中山劲启
7	微动感应开关	发明专利	201510373586.0	至 2035.6.28	奥普家居
8	一种微动开关	发明专利	201510408408.7	至 2035.7.12	奥普家居
9	一种微动感应开关	发明专利	201510406603.6	至 2035.7.12	奥普家居
10	新型离心风轮	实用新型	200820164464.6	至 2018.9.18	奥普家居
11	荧光吊顶	实用新型	200920112963.5	至 2019.1.19	奥普家居
12	龙骨连接构件	实用新型	200920113983.4	至 2019.2.16	奥普家居
13	交叉龙骨连接构件	实用新型	200920113982.X	至 2019.2.16	奥普家居
14	风管连接结构	实用新型	200920120490.3	至 2019.5.21	奥普家居

序号	专利名称	专利类型	专利号	有效期	专利权人
15	带加热及保温装置的集成橱柜	实用新型	200920190307.7	至 2019.7.30	奥普家居
16	带风门的侧吸下排式油烟机	实用新型	200920190304.3	至 2019.7.30	奥普家居
17	一种照明装置	实用新型	200920191176.4	至 2019.8.13	奥普家居
18	免拆清洗油烟机	实用新型	200920191177.9	至 2019.8.13	奥普家居
19	橱柜面板结构及集成电气橱柜	实用新型	200920316256.8	至 2019.12.1	奥普家居
20	指示工作状态的风口	实用新型	200920316793.2	至 2019.12.8	奥普家居
21	可伸缩安装支架	实用新型	201020200328.5	至 2020.5.24	奥普家居
22	嵌入式电热水器	实用新型	201020200726.7	至 2020.5.24	奥普家居
23	一种具有整体式储物柜的集成环保灶	实用新型	201020261157.7	至 2020.7.16	奥普家居
24	一种灶台可升降的集成环保灶	实用新型	201020261307.4	至 2020.7.16	奥普家居
25	双向调节安装支架	实用新型	201020275081.3	至 2020.7.29	奥普家居
26	可装饰物的吊顶	实用新型	201020576729.0	至 2020.10.26	奥普家居
27	分体侧吸下排式油烟机	实用新型	201120430935.5	至 2021.11.3	奥普家居
28	可调节的安装扣件及集成吊顶电器的安装结构	实用新型	201120003082.7	至 2021.1.6	奥普家居
29	便于散热的浴室取暖器及箱体	实用新型	201120024055.8	至 2021.1.25	奥普家居
30	覆面扣板	实用新型	201120024518.0	至 2021.1.25	奥普家居
31	一种油烟机与公共烟道的排烟接口	实用新型	201120048108.X	至 2021.2.24	奥普家居
32	具有饰面的框式装饰板	实用新型	201120068861.5	至 2021.3.16	奥普家居
33	室内吊顶装饰结构	实用新型	201120069027.8	至 2021.3.16	奥普家居
34	电器安装配件及电器安装固定结构	实用新型	201120069167.5	至 2021.3.16	奥普家居
35	360 度旋转的环保灶排风管道	实用新型	201120097434.X	至 2021.4.6	奥普家居
36	便于组装的环保灶	实用新型	201120159817.5	至 2021.5.18	奥普家居
37	可自由组合的装饰梁	实用新型	201120536721.6	至 2021.12.20	奥普家居
38	装饰嵌件	实用新型	201120572003.4	至 2021.12.31	奥普家居
39	吊顶配件与扣板的装配结构	实用新型	201220191880.1	至 2022.4.28	奥普家居
40	新型扣板	实用新型	201220230475.6	至 2022.5.21	奥普家居
41	新型高效红外线灯泡	实用新型	201220230494.9	至 2022.5.21	奥普家居

序号	专利名称	专利类型	专利号	有效期	专利权人
42	碳纤维发热片及碳纤维发热器	实用新型	201220230503.4	至 2022.5.21	奥普家居
43	一种具有除甲醛功能的饰面膜及扣板	实用新型	201220677912.9	至 2022.12.6	奥普家居
44	一种具有负离子功能的饰面膜及扣板	实用新型	201220677092.3	至 2022.12.6	奥普家居
45	一种大空间储藏室集成灶	实用新型	201220686227.2	至 2022.12.10	奥普家居
46	一种可控制吸烟口的集成灶	实用新型	201220684658.5	至 2022.12.10	奥普家居
47	红外泡耐冲击试验仪	实用新型	201320067181.0	至 2023.2.6	奥普家居
48	铝型材框直角对接结构	实用新型	201320101590.8	至 2023.3.6	奥普家居
49	方便清洗的集成灶	实用新型	201320232695.7	至 2023.4.28	奥普家居
50	易拆卸与安装的点火针固定结构	实用新型	201320232484.3	至 2023.4.28	奥普家居
51	新型换气通风窗	实用新型	201320327922.4	至 2023.6.7	奥普家居
52	浴室取暖器的隔热保护装置	实用新型	201320328951.2	至 2023.6.7	奥普家居
53	防止油烟回流的集成灶吸风口及集成灶	实用新型	201320390622.0	至 2023.7.1	奥普家居
54	一种接线端子台	实用新型	201320555870.6	至 2023.9.6	奥普家居
55	灵敏熄火保护装置	实用新型	201320589587.5	至 2023.9.23	奥普家居
56	龙骨连接件及便于运输的龙骨	实用新型	201420034436.8	至 2023.9.23	奥普家居
57	龙骨连接件及便于运输的龙骨	实用新型	201420034011.7	至 2023.9.23	奥普家居
58	一种防坠落集成吊顶	实用新型	201320862462.5	至 2023.12.25	中山劲启
59	集成吊顶的组合扣板	实用新型	201320862486.0	至 2023.12.25	中山劲启
60	一种组合式集成吊顶组件	实用新型	201320862591.4	至 2023.12.25	中山劲启
61	框式吊顶结构框	实用新型	201320866378.0	至 2023.12.26	中山劲启
62	一种吊顶立式收边结构	实用新型	201320877734.9	至 2023.12.30	中山劲启
63	具有红外辐射功能的 PTC 发热器	实用新型	201420074852.0	至 2024.2.21	奥普家居
64	带导风板的横流式吹风机	实用新型	201420105208.5	至 2024.3.10	奥普家居
65	一种改良的集成吊顶侧档板的安装结构	实用新型	201420180749.4	至 2024.4.15	中山劲启
66	一种集成吊顶	实用新型	201420341130.7	至 2024.6.25	中山劲启
67	一种集成吊顶	实用新型	201420341223.X	至 2024.6.25	中山劲启
68	吊顶用 LED 灯具	实用新型	201420616437.3	至 2024.10.23	奥普家居

序号	专利名称	专利类型	专利号	有效期	专利权人
69	角位连接结构及二级吊顶	实用新型	201420663750.2	至 2024.11.7	奥普家居
70	一种二级吊顶龙骨挂件	实用新型	201420858073.X	至 2024.12.30	中山劲启
71	一种吊顶假梁	实用新型	201420858524.X	至 2024.12.30	中山劲启
72	二级吊顶二行龙骨连接件	实用新型	201420855466.5	至 2024.12.30	中山劲启
73	一种二级吊顶连接件	实用新型	201420857002.8	至 2024.12.30	中山劲启
74	一种吊顶连接件及使用吊顶连接件的吊顶	实用新型	201420857167.5	至 2024.12.30	中山劲启
75	一种主龙骨垂直连接件	实用新型	201420858155.4	至 2024.12.30	中山劲启
76	一种二级吊顶的通风口结构	实用新型	201420858291.3	至 2024.12.30	中山劲启
77	一种二级吊顶结构	实用新型	201420858292.8	至 2024.12.30	中山劲启
78	防腐蚀长寿命浴室取暖器	实用新型	201520007534.7	至 2025.1.7	奥普家居
79	用在排风排烟产品上的回型涡流排烟系统	实用新型	201520262971.3	至 2025.4.27	奥普家居
80	具有降冰功能的自动电止逆风门	实用新型	201520262053.0	至 2025.4.27	奥普家居
81	光波加热清洗的集成灶烟机	实用新型	201520261298.1	至 2025.4.27	奥普家居
82	全自动智能集成灶	实用新型	201520262566.1	至 2025.4.27	奥普家居
83	易拆易洗烟机系统的集成灶	实用新型	201520262272.9	至 2025.4.27	奥普家居
84	智能吊顶集成控制器	实用新型	201520298288.5	至 2025.5.11	奥普家居
85	多功能集成空气循环系统	实用新型	201520917432.9	至 2025.11.16	中山劲启
86	具有警示作用的暖风出风口及取暖器	实用新型	201620034784.4	至 2026.1.14	奥普家居
87	换气装置	实用新型	201620045161.7	至 2026.1.18	奥普家居
88	降低换气扇噪音的结构	实用新型	201620044959.X	至 2026.1.18	奥普家居
89	固定弹簧的结构	实用新型	201620054724.9	至 2026.1.20	奥普家居
90	通风面板	实用新型	201620054732.3	至 2026.1.20	奥普家居
91	接线装置	实用新型	201620058732.0	至 2026.1.21	奥普家居
92	风口可被遮蔽的室内电器	实用新型	201620093633.6	至 2026.1.29	奥普家居
93	可进新风的双向风机及取暖器	实用新型	201620133774.6	至 2026.2.22	奥普家居
94	通过一个风门切换风向的具有新风功能的双风机取暖器	实用新型	201620136540.7	至 2026.2.23	奥普家居
95	具有换气、新风功能的取暖装置	实用新型	201620246481.9	至 2026.3.28	奥普家居

序号	专利名称	专利类型	专利号	有效期	专利权人
96	具有新风功能的换气装置	实用新型	201620173069.9	至 2026.3.7	奥普家居
97	可切换进风方向的换气装置	实用新型	201620172835.X	至 2026.3.7	奥普家居
98	分体式集成灶及整体台面橱柜	实用新型	201620927411.X	至 2026.8.22	奥普家居
99	集成灶的多功能置物吸烟口	实用新型	201620925189.X	至 2026.8.22	奥普家居
100	集成灶的双侧进风静音排烟装置	实用新型	201620919969.3	至 2026.8.22	奥普家居
101	可调节室外新鲜空气与室内循环空气进风比例的取暖装置	实用新型	201621195637.1	至 2026.11.2	奥普家居
102	带有导风栅的离心吹风扇	实用新型	201621344787.4	至 2026.12.8	奥普家居
103	具有分离油烟功能的换气扇	实用新型	201621341382.5	至 2026.12.8	奥普家居
104	多功能空气调节装置	实用新型	201621405689.7	至 2026.12.20	奥普家居
105	一种进气方向可控的换气装置	实用新型	201621405056.6	至 2026.12.20	奥普家居
106	一种新风取暖装置	实用新型	201621402923.0	至 2026.12.20	奥普家居
107	晾衣机晾衣杆的支撑架结构	实用新型	201720046101.1	至 2027.1.12	奥普家居
108	适于小空间使用的晾衣机	实用新型	201720045118.5	至 2027.1.12	奥普家居
109	可切换新风与换气功能的净化装置	实用新型	201720077307.0	至 2027.1.20	奥普家居
110	集成装饰梁架吊顶体	实用新型	201720079604.9	至 2027.1.22	中山劲启
111	吊顶式新风机的滤芯更换装置及吊顶式新风机	实用新型	201720286544.8	至 2027.3.22	奥普家居
112	一种具有取暖功能的新风机	实用新型	201720284990.5	至 2027.3.22	奥普家居
113	一种新风机用热交换芯	实用新型	201720285037.2	至 2027.3.22	奥普家居
114	电动晾衣机的机电一体化机芯	实用新型	201720299329.1	至 2027.3.24	奥普家居
115	晾衣机主机端盖固定结构	实用新型	201720344638.6	至 2027.4.1	奥普家居
116	电动晾衣机的晾杆隐藏结构	实用新型	201720344732.1	至 2027.4.1	奥普家居
117	晾衣机超载与失载双重保护装置	实用新型	201720344845.1	至 2027.4.1	奥普家居
118	安装在管状晾衣杆端部内的一键上升遥控器	实用新型	201720410617.X	至 2027.4.19	奥普家居
119	模块化电动晾衣机	实用新型	201720582624.8	至 2027.5.23	奥普家居
120	热交换芯体的单片及热交换芯体	实用新型	201720728150.3	至 2027.6.21	奥普家居

序号	专利名称	专利类型	专利号	有效期	专利权人
121	多通道出风阀及新风取暖器	实用新型	201720808540.1	至 2027.7.5	奥普家居
122	烧烤、烹饪两用的侧吸下排集成灶	实用新型	201720808202.8	至 2027.7.5	奥普家居
123	易于取放碗碟篮的集成灶	实用新型	201720805483.1	至 2027.7.5	奥普家居
124	晾衣机定位卷线装置	实用新型	201720824250.6	至 2027.7.10	奥普家居
125	晾衣机卷线轮压线装置	实用新型	201720824037.5	至 2027.7.10	奥普家居
126	安装方便的厨房电器	实用新型	201720972445.5	至 2027.8.4	奥普家居
127	防溅洒集油盒及集成灶	实用新型	201721027594.0	至 2027.8.16	奥普家居
128	风压异常时关闭系统的灶具燃烧系统	实用新型	201721027710.9	至 2027.8.16	奥普家居
129	具有防干烧保护的燃气灶及集成灶	实用新型	201721024846.4	至 2027.8.16	奥普家居
130	能够调节进风口大小的烟机及集成灶	实用新型	201721027454.3	至 2027.8.16	奥普家居
131	强鼓式灶具燃烧器	实用新型	201721027575.8	至 2027.8.16	奥普家居
132	一种利用余热的节能燃气灶及集成灶	实用新型	201721027704.3	至 2027.8.16	奥普家居
133	一种免清洗自动过滤油烟的集成灶	实用新型	201721027592.1	至 2027.8.16	奥普家居
134	具有吸烟角度调节功能的集成灶	实用新型	201721036437.6	至 2027.8.18	奥普家居
135	能够隐藏调料盒的集成灶	实用新型	201721037020.1	至 2027.8.18	奥普家居
136	具有可升降拢烟板的集成灶	实用新型	201721037037.7	至 2027.8.18	奥普家居
137	送风装置	实用新型	201721093462.8	至 2027.8.29	奥普家居
138	厨房空调	实用新型	201721093183.1	至 2027.8.29	奥普家居
139	一种便于快速清除除尘网的取暖器	实用新型	201721173447.4	至 2027.9.13	奥普家居
140	一种浴室多功能取暖器	实用新型	201721173497.2	至 2027.9.13	奥普家居
141	具有 PTC 加热保护的取暖器	实用新型	201721174250.2	至 2027.9.13	奥普家居
142	一种智能电子物料焊接送料系统	实用新型	201721237985.5	至 2027.9.25	奥普家居
143	一种经济实用的浴室取暖装置	实用新型	201721237068.7	至 2027.9.25	奥普家居
144	一种具有保护电路的继电器	实用新型	201721238106.0	至 2027.9.25	奥普家居
145	一种带有遥控器的浴霸	实用新型	201721238362.X	至 2027.9.25	奥普家居
146	一种家电产品配置设备	实用新型	201721235859.6	至 2027.9.25	奥普家居
147	一种带无线充电功能的晾衣机遥控器	实用新型	201721237336.5	至 2027.9.25	奥普家居

序号	专利名称	专利类型	专利号	有效期	专利权人
148	一种具有过零控制电路的继电器	实用新型	201721238388.4	至 2027.9.25	奥普家居
149	一种用于浴霸风机电容失效的保护装置	实用新型	201721237656.0	至 2027.9.25	奥普家居
150	一种用于浴霸风机电容失效的检测电路	实用新型	201721238399.2	至 2027.9.25	奥普家居
151	一种双兼容的浴霸线控板	实用新型	201721255986.2	至 2027.9.27	奥普家居
152	一种双兼容的浴霸显示板	实用新型	201721254369.0	至 2027.9.27	奥普家居
153	一种防止拉绳脱离的拉绳固定装置	实用新型	201721254134.1	至 2027.9.27	奥普家居
154	晾衣机端盖卡接结构	实用新型	201721254366.7	至 2027.9.27	奥普家居
155	风力发电的无源智能出风口	实用新型	201721277238.4	至 2027.9.30	奥普家居
156	开闭可控的智能出风口	实用新型	201721277531.0	至 2027.9.30	奥普家居
157	电动晾衣机卷线装置	实用新型	201721325973.8	至 2027.10.16	奥普家居
158	浴室取暖器 (FB307D)	外观设计	200830244489.2	至 2018.10.17	奥普家居
159	浴室取暖器 (HB317G)	外观设计	200930141722.9	至 2019.6.4	奥普家居
160	浴室取暖器 (HB317F)	外观设计	200930141723.3	至 2019.6.4	奥普家居
161	多功能取暖器 (QTP1121A)	外观设计	200930148535.3	至 2019.8.3	奥普家居
162	扣板 (TKB-38)	外观设计	201030252663.5	至 2020.7.29	奥普家居
163	浴室取暖器 (FB305G)	外观设计	201030270304.2	至 2020.8.12	奥普家居
164	面罩 (FDP212D)	外观设计	201130001197.8	至 2021.1.6	奥普家居
165	面罩 (FDP310C)	外观设计	201130001201.0	至 2021.1.6	奥普家居
166	面罩 (FD109B)	外观设计	201130001182.1	至 2021.1.6	奥普家居
167	面罩 (FDP212C)	外观设计	201130001185.5	至 2021.1.6	奥普家居
168	面罩 (FDP212B)	外观设计	201130001198.2	至 2021.1.6	奥普家居
169	面罩 (FDP212A)	外观设计	201130001199.7	至 2021.1.6	奥普家居
170	面罩 (FDP310B)	外观设计	201130001203.X	至 2021.1.6	奥普家居
171	面罩 (FD109C)	外观设计	201130001204.4	至 2021.1.6	奥普家居
172	面罩 (FD109A)	外观设计	201130001205.9	至 2021.1.6	奥普家居
173	面罩 (FDP310A)	外观设计	201130003001.9	至 2021.1.10	奥普家居
174	浴室取暖器 (QDP1020B)	外观设计	201130011473.9	至 2021.1.21	奥普家居

序号	专利名称	专利类型	专利号	有效期	专利权人
175	浴室取暖器 (FDP1011A)	外观设计	201130011474.3	至 2021.1.21	奥普家居
176	浴室取暖器 (FDP1011B)	外观设计	201130011486.6	至 2021.1.21	奥普家居
177	浴室取暖器 (HDP1021B)	外观设计	201130011487.0	至 2021.1.21	奥普家居
178	浴室取暖器 (HDP1021A)	外观设计	201130011491.7	至 2021.1.21	奥普家居
179	浴室取暖器 (QDP1020A)	外观设计	201130011475.8	至 2021.1.21	奥普家居
180	嵌入式照明灯具 (ZTL114A)	外观设计	201130460427.7	至 2021.12.6	奥普家居
181	嵌入式照明灯具 (ZTL118A)	外观设计	201130460428.1	至 2021.12.6	奥普家居
182	浴室取暖器 (HDP521C)	外观设计	201230074747.3	至 2022.3.26	奥普家居
183	浴室取暖器 (QDP1020C)	外观设计	201230074796.7	至 2022.3.26	奥普家居
184	装饰嵌件	外观设计	201230074866.9	至 2022.3.26	奥普家居
185	风口 (QTP918Y)	外观设计	201230099031.9	至 2022.4.9	奥普家居
186	扣板 (TKB-52G)	外观设计	201230099006.0	至 2022.4.9	奥普家居
187	取暖灯 (FT1003Y)	外观设计	201230099041.2	至 2022.4.9	奥普家居
188	照明灯 (ZTL114Y)	外观设计	201230099008.X	至 2022.4.9	奥普家居
189	浴室取暖器面罩 (HDP1021C)	外观设计	201230149110.6	至 2022.5.4	奥普家居
190	浴室取暖器面罩 (QDP1020C)	外观设计	201230149116.3	至 2022.5.4	奥普家居
191	浴室取暖器面罩 (FDP1011C)	外观设计	201230149107.4	至 2022.5.4	奥普家居
192	浴室取暖器 (QDP1016B)	外观设计	201230519309.3	至 2022.10.29	奥普家居
193	浴室取暖器 (QZ108A)	外观设计	201230519784.0	至 2022.10.29	奥普家居
194	浴室取暖器 (QB318A)	外观设计	201230588553.5	至 2022.11.29	奥普家居
195	集成灶 (纯平头部)	外观设计	201230655223.3	至 2022.12.27	奥普家居
196	集成灶 (弧形头部)	外观设计	201230655542.4	至 2022.12.27	奥普家居
197	浴室取暖器 (QDP1620B)	外观设计	201330024872.8	至 2023.1.28	奥普家居
198	浴室取暖器 (QDP1620A)	外观设计	201330024873.2	至 2023.1.28	奥普家居
199	浴室取暖器 (HDP1621A)	外观设计	201330024874.7	至 2023.1.28	奥普家居
200	浴室取暖器 (HDP1621B)	外观设计	201330024880.2	至 2023.1.28	奥普家居
201	功能面板 (QTP918H)	外观设计	201330041703.5	至 2023.2.20	奥普家居

序号	专利名称	专利类型	专利号	有效期	专利权人
202	装饰框 (TZK-01)	外观设计	201330043908.7	至 2023.2.22	奥普家居
203	浴室取暖器面罩 (FT808K)	外观设计	201330060491.5	至 2023.3.12	奥普家居
204	浴室取暖器面罩 (FT906K)	外观设计	201330060486.4	至 2023.3.12	奥普家居
205	浴室取暖器面罩 (HT922K)	外观设计	201330060487.9	至 2023.3.12	奥普家居
206	浴室取暖器面罩 (QT920K)	外观设计	201330060488.3	至 2023.3.12	奥普家居
207	浴室通风扇面罩 (PT801K)	外观设计	201330060492.X	至 2023.3.12	奥普家居
208	照明面罩 (ZT907K)	外观设计	201330060460.X	至 2023.3.12	奥普家居
209	浴室取暖器 (QDP1016C)	外观设计	201330236948.3	至 2023.6.7	奥普家居
210	通风扇 (BP16-22D)	外观设计	201330565151.8	至 2023.11.21	奥普家居
211	通风扇 (BP16-23D)	外观设计	201330565240.2	至 2023.11.21	奥普家居
212	吸顶式通风扇 (BP16-20DD)	外观设计	201330565179.1	至 2023.11.21	奥普家居
213	吸顶式通风扇 (BP16-21DD)	外观设计	201330565130.6	至 2023.11.21	奥普家居
214	浴室多功能取暖器 (HDP5621A)	外观设计	201330565132.5	至 2023.11.21	奥普家居
215	浴室多功能取暖器 (QDP5016B)	外观设计	201330565181.9	至 2023.11.21	奥普家居
216	浴室多功能取暖器 (QDP5016C)	外观设计	201330565134.4	至 2023.11.21	奥普家居
217	多功能通风扇面罩 (BP17-20DCD)	外观设计	201330583610.5	至 2023.11.28	奥普家居
218	多功能通风扇面罩 (BP17-21DCD)	外观设计	201330583248.1	至 2023.11.28	奥普家居
219	浴室多功能取暖器 (HDP5021A)	外观设计	201330583602.0	至 2023.11.28	奥普家居
220	浴室多功能取暖器 (QDP5020A)	外观设计	201330584583.3	至 2023.11.28	奥普家居
221	浴室多功能取暖器 (QDP5620A)	外观设计	201330584703.X	至 2023.11.28	奥普家居
222	浴室多功能取暖器 (QDP5620B)	外观设计	201330584757.6	至 2023.11.28	奥普家居
223	浴室多功能取暖器 (FDP1217A)	外观设计	201330656455.5	至 2023.12.31	奥普家居
224	浴室多功能取暖器 (FDP1217B)	外观设计	201330656582.5	至 2023.12.31	奥普家居
225	浴室多功能取暖器 (FDP5217A)	外观设计	201330656441.3	至 2023.12.31	奥普家居
226	浴室多功能取暖器 (HDP2021A)	外观设计	201430008466.7	至 2024.1.13	奥普家居
227	浴室多功能取暖器 (QBP2022A)	外观设计	201430008451.0	至 2024.1.13	奥普家居
228	浴室多功能取暖器 (QBP2022B)	外观设计	201430008445.5	至 2024.1.13	奥普家居

序号	专利名称	专利类型	专利号	有效期	专利权人
229	浴室多功能取暖器 (QDP2026A)	外观设计	201430008465.2	至 2024.1.13	奥普家居
230	浴室多功能取暖器 (QDP2026B)	外观设计	201430008735.X	至 2024.1.13	奥普家居
231	浴室多功能取暖器 (FDP2010A)	外观设计	201430008613.0	至 2024.1.13	奥普家居
232	浴室取暖器 (FT1003Q)	外观设计	201430008712.9	至 2024.1.13	奥普家居
233	通风口 (QTP2026QX)	外观设计	201430008711.4	至 2024.1.13	奥普家居
234	吹风机面板 (CT903D)	外观设计	201430008778.8	至 2024.1.13	奥普家居
235	浴室取暖器 (FT1003D)	外观设计	201430008416.9	至 2024.1.13	奥普家居
236	取暖器进风口 (QTP2026DX-1)	外观设计	201430008527.X	至 2024.1.13	奥普家居
237	取暖器出风口 (QTP2026DX-2)	外观设计	201430008500.0	至 2024.1.13	奥普家居
238	照明面板 (ZTL112D)	外观设计	201430008499.1	至 2024.1.13	奥普家居
239	灯具 (ZTL207Q)	外观设计	201430008709.7	至 2024.1.13	奥普家居
240	集成灶 (6B)	外观设计	201430011793.8	至 2024.1.16	奥普家居
241	集成灶 (6G)	外观设计	201430011775.X	至 2024.1.16	奥普家居
242	集成灶 (L6)	外观设计	201430011784.9	至 2024.1.16	奥普家居
243	集成灶 (F3)	外观设计	201430137379.1	至 2024.5.19	奥普家居
244	浴室多功能取暖器 (FDP5512)	外观设计	201430143956.8	至 2024.5.22	奥普家居
245	浴室多功能取暖器 (QDP3026B)	外观设计	201430143922.9	至 2024.5.22	奥普家居
246	花纹扣板 (304×304)	外观设计	201430305632.X	至 2024.8.25	中山劲启
247	吊顶扣板 (宫系列1)	外观设计	201430304575.3	至 2024.8.25	中山劲启
248	带框扣板 (304×304)	外观设计	201430304666.7	至 2024.8.25	中山劲启
249	条扣 (直边)	外观设计	201430305095.9	至 2024.8.25	中山劲启
250	浴室多功能取暖器 (QDP6024A)	外观设计	201430307153.1	至 2024.8.26	奥普家居
251	扣板 (TKB-80)	外观设计	201430419255.2	至 2024.10.30	奥普家居
252	扣板 (TKB-81)	外观设计	201430419280.0	至 2024.10.30	奥普家居
253	扣板 (TKB-82)	外观设计	201430419809.9	至 2024.10.30	奥普家居
254	扣板 (TKB-87)	外观设计	201430419617.8	至 2024.10.30	奥普家居
255	扣板 (TKB-88A)	外观设计	201430418882.4	至 2024.10.30	奥普家居

序号	专利名称	专利类型	专利号	有效期	专利权人
256	扣板 (TKB-88B)	外观设计	201430418920.6	至 2024.10.30	奥普家居
257	扣板 (TKB-88C)	外观设计	201430419080.5	至 2024.10.30	奥普家居
258	扣板 (TKB-88E)	外观设计	201430418892.8	至 2024.10.30	奥普家居
259	扣板 (TKB-88F)	外观设计	201430418704.1	至 2024.10.30	奥普家居
260	扣板 (TKB-88G)	外观设计	201430418677.8	至 2024.10.30	奥普家居
261	浴室取暖器 (QDP6022A)	外观设计	201530566614.1	至 2025.12.30	奥普家居
262	浴室取暖器 (QTP8018A)	外观设计	201530566612.2	至 2025.12.30	奥普家居
263	浴室取暖器 (QTP8018B)	外观设计	201530566606.7	至 2025.12.30	奥普家居
264	浴室取暖器 (QTP8018C)	外观设计	201530566595.2	至 2025.12.30	奥普家居
265	浴室取暖器 (QTP8022A)	外观设计	201530566568.5	至 2025.12.30	奥普家居
266	浴室取暖器 (QTP8022B)	外观设计	201530566530.8	至 2025.12.30	奥普家居
267	浴室取暖器 (HDP6125A)	外观设计	201530566516.8	至 2025.12.30	奥普家居
268	浴室取暖器 (QDP5022A)	外观设计	201530565636.6	至 2025.12.30	奥普家居
269	浴室取暖器 (QDP5022B)	外观设计	201530565629.6	至 2025.12.30	奥普家居
270	浴室取暖器 (QDP2322C)	外观设计	201530565627.7	至 2025.12.30	奥普家居
271	浴室取暖器 (QDP2322D)	外观设计	201530565620.5	至 2025.12.30	奥普家居
272	浴室取暖器 (QDP2326A)	外观设计	201530565613.5	至 2025.12.30	奥普家居
273	浴室取暖器 (QDP2326B)	外观设计	201530565612.0	至 2025.12.30	奥普家居
274	浴室取暖器 (QDP2326C)	外观设计	201530565611.6	至 2025.12.30	奥普家居
275	浴室取暖器 (QDP2326D)	外观设计	201530565609.9	至 2025.12.30	奥普家居
276	浴室取暖器 (QDP2326E)	外观设计	201530565603.1	至 2025.12.30	奥普家居
277	浴室取暖器 (HDP2325A)	外观设计	201530565602.7	至 2025.12.30	奥普家居
278	浴室取暖器 (HDP2325B)	外观设计	201530565601.2	至 2025.12.30	奥普家居
279	浴室取暖器 (QDP2526A)	外观设计	201530565572.X	至 2025.12.30	奥普家居
280	浴室取暖器 (QDP2526B)	外观设计	201530565571.5	至 2025.12.30	奥普家居
281	浴室取暖器 (QDP6026A)	外观设计	201530565570.0	至 2025.12.30	奥普家居
282	浴室取暖器 (QDPX3226A)	外观设计	201530565614.X	至 2025.12.30	奥普家居

序号	专利名称	专利类型	专利号	有效期	专利权人
283	装饰板	外观设计	201530565621.X	至 2025.12.30	奥普家居
284	扣板 (TKB-104)	外观设计	201530565625.8	至 2025.12.30	奥普家居
285	风口配件 (QTP2026QL-G)	外观设计	201530565632.8	至 2025.12.30	奥普家居
286	嵌入式 LED 灯具 (ZTL207G)	外观设计	201530565638.5	至 2025.12.30	奥普家居
287	风口配件 (KF)	外观设计	201530566506.4	至 2025.12.30	奥普家居
288	风口配件 (KY)	外观设计	201530566529.5	至 2025.12.30	奥普家居
289	扣板 (塑料 A)	外观设计	201530566537.X	至 2025.12.30	奥普家居
290	扣板 (塑料 B)	外观设计	201530566564.7	至 2025.12.30	奥普家居
291	扣板 (TKB-88)	外观设计	201530566586.3	至 2025.12.30	奥普家居
292	扣板 (TKB-100)	外观设计	201530566611.8	至 2025.12.30	奥普家居
293	面板 (1)	外观设计	201630016923.6	至 2026.1.18	中山劲启
294	集成灶 (5s)	外观设计	201630119950.6	至 2026.4.12	奥普家居
295	集成灶 (7c)	外观设计	201630119914.X	至 2026.4.12	奥普家居
296	集成灶 (7e)	外观设计	201630119913.5	至 2026.4.12	奥普家居
297	集成灶 (7f-d)	外观设计	201630119905.0	至 2026.4.12	奥普家居
298	浴室取暖器 (QDP6326AS)	外观设计	201630389670.7	至 2026.8.15	奥普家居
299	浴室取暖器 (QTP8018D)	外观设计	201630389645.9	至 2026.8.15	奥普家居
300	浴室多功能取暖器 (QDP2126A)	外观设计	201730087155.8	至 2027.3.22	奥普家居
301	浴室多功能取暖器 (QDP2126B)	外观设计	201730087154.3	至 2027.3.22	奥普家居
302	浴室多功能取暖器 (QTP3620A)	外观设计	201730087153.9	至 2027.3.22	奥普家居
303	浴室多功能取暖器 (QTP3620B)	外观设计	201730087136.5	至 2027.3.22	奥普家居
304	浴室多功能取暖器 (QTPX3620C)	外观设计	201730087135.0	至 2027.3.22	奥普家居
305	浴室多功能取暖器 (QTP1622A)	外观设计	201730087132.7	至 2027.3.22	奥普家居
306	浴室多功能取暖器 (QTP1622B)	外观设计	201730086575.4	至 2027.3.22	奥普家居
307	浴室多功能取暖器 (QTP1618A)	外观设计	201730086572.0	至 2027.3.22	奥普家居
308	浴室多功能取暖器 (QTP1618B)	外观设计	201730086571.6	至 2027.3.22	奥普家居
309	通风扇 (PT801F)	外观设计	201730087131.2	至 2027.3.22	奥普家居

序号	专利名称	专利类型	专利号	有效期	专利权人
310	室内加热器（QT922F 风暖）	外观设计	201730086570.1	至 2027.3.22	奥普家居
311	通风扇（BP16-25D 吸顶式）	外观设计	201730087164.7	至 2027.3.22	奥普家居
312	遥控器（晾衣机一键上升）	外观设计	201730131293.1	至 2027.4.19	奥普家居
313	浴室多功能取暖器（QDPX3528A）	外观设计	201730154909.7	至 2027.5.2	奥普家居
314	浴室多功能取暖器（QDPX3528B）	外观设计	201730155268.7	至 2027.5.2	奥普家居
315	晾衣机主机	外观设计	201730252226.5	至 2027.6.19	奥普家居
316	集成灶（F1701）	外观设计	201730290571.8	至 2027.7.5	奥普家居
317	集成灶（6F）	外观设计	201730290543.6	至 2027.7.5	奥普家居
318	灯具驱动盒	外观设计	201730352743.X	至 2027.8.4	奥普家居
319	集成灶	外观设计	201730352742.5	至 2027.8.4	奥普家居
320	浴室取暖器（QDP3021A）	外观设计	201730356126.7	至 2027.8.7	奥普家居
321	镜前灯（清睿）	外观设计	201730426456.9	至 2027.9.9	奥普家居
322	壁灯（海芋）	外观设计	201730426471.3	至 2027.9.9	奥普家居
323	壁灯（锦绣）	外观设计	201730426452.0	至 2027.9.9	奥普家居
324	壁灯（四叶草）	外观设计	201730426445.0	至 2027.9.9	奥普家居
325	吊灯（海芋-客厅）	外观设计	201730426447.X	至 2027.9.9	奥普家居
326	吊灯（海芋三头-餐厅）	外观设计	201730426446.5	至 2027.9.9	奥普家居
327	吊灯（海芋-卧室）	外观设计	201730426472.8	至 2027.9.9	奥普家居
328	吊灯（锦绣-餐厅）	外观设计	201730426475.1	至 2027.9.9	奥普家居
329	吊灯（清睿环形-餐厅）	外观设计	201730426474.7	至 2027.9.9	奥普家居
330	吊灯（清睿旋涡-餐厅）	外观设计	201730426457.3	至 2027.9.9	奥普家居
331	顶灯（波光-客厅）	外观设计	201730426477.0	至 2027.9.9	奥普家居
332	顶灯（波光-卧室）	外观设计	201730426482.1	至 2027.9.9	奥普家居
333	顶灯（浪花-卧室）	外观设计	201730426441.2	至 2027.9.9	奥普家居
334	顶灯（清睿方形-卧室）	外观设计	201730426479.X	至 2027.9.9	奥普家居
335	顶灯（清睿五头-客厅）	外观设计	201730426459.2	至 2027.9.9	奥普家居
336	顶灯（清睿圆形-卧室）	外观设计	201730426478.5	至 2027.9.9	奥普家居

序号	专利名称	专利类型	专利号	有效期	专利权人
337	顶灯（清睿长方形-客厅）	外观设计	201730426480.2	至 2027.9.9	奥普家居
338	顶灯（四叶草-卧室）	外观设计	201730426443.1	至 2027.9.9	奥普家居
339	顶灯（珠光方形-卧室）	外观设计	201730426449.9	至 2027.9.9	奥普家居
340	顶灯（珠光圆形-卧室）	外观设计	201730426442.7	至 2027.9.9	奥普家居
341	镜前灯（四叶草）	外观设计	201730426451.6	至 2027.9.9	奥普家居
342	照明灯（海芋-餐吊）	外观设计	201730426450.1	至 2027.9.9	奥普家居
343	照明灯（基础-面包）	外观设计	201730426481.7	至 2027.9.9	奥普家居
344	照明灯（升级-面包）	外观设计	201730426453.5	至 2027.9.9	奥普家居
345	照明灯（四叶草-餐吊）	外观设计	201730426444.6	至 2027.9.9	奥普家居
346	照明灯（馨圆-餐吊）	外观设计	201730426458.8	至 2027.9.9	奥普家居
347	照明灯（清睿-餐吊）	外观设计	201730426448.4	至 2027.9.9	奥普家居
348	吊灯（馨圆-餐厅）	外观设计	201730426473.2	至 2027.9.9	奥普家居
349	吊灯（清睿三头-餐厅）	外观设计	201730426415.X	至 2027.9.9	奥普家居
350	壁灯（花语）	外观设计	201730442211.5	至 2027.9.18	奥普家居
351	吊灯（餐厅-花语）	外观设计	201730442651.0	至 2027.9.18	奥普家居
352	吊灯（餐厅-悬浮 1）	外观设计	201730442183.7	至 2027.9.18	奥普家居
353	吊灯（餐厅-悬浮 2）	外观设计	201730442181.8	至 2027.9.18	奥普家居
354	吊灯（客厅-花语）	外观设计	201730442172.9	至 2027.9.18	奥普家居
355	吊灯（客厅-悬浮）	外观设计	201730442741.X	至 2027.9.18	奥普家居
356	吊灯（卧室-花语）	外观设计	201730442190.7	至 2027.9.18	奥普家居
357	吊灯（卧室-悬浮）	外观设计	201730442437.5	至 2027.9.18	奥普家居
358	顶灯（客厅方-穹顶-同悦）	外观设计	201730442492.4	至 2027.9.18	奥普家居
359	顶灯（客厅圆-穹顶+同悦）	外观设计	201730442161.0	至 2027.9.18	奥普家居
360	顶灯（卧室-馨圆 5s）	外观设计	201730442202.6	至 2027.9.18	奥普家居
361	顶灯（卧室-馨圆 A）	外观设计	201730442495.8	至 2027.9.18	奥普家居
362	顶灯（卧室-馨圆 B）	外观设计	201730442491.X	至 2027.9.18	奥普家居
363	台灯（悬浮）	外观设计	201730442175.2	至 2027.9.18	奥普家居

序号	专利名称	专利类型	专利号	有效期	专利权人
364	照明灯（升级-面包 C）	外观设计	201730442138.1	至 2027.9.18	奥普家居
365	照明灯（升级-面包 2s）	外观设计	201730442393.6	至 2027.9.18	奥普家居
366	照明灯（升级-面包 A）	外观设计	201730442369.2	至 2027.9.18	奥普家居
367	照明灯（升级-面包 B）	外观设计	201730442367.3	至 2027.9.18	奥普家居
368	照明灯（星空-面包 3s）	外观设计	201730442407.4	至 2027.9.18	奥普家居
369	通风扇（BP15-5D）	外观设计	201730459359.X	至 2027.9.26	奥普家居
370	通风扇（BP15-6D）	外观设计	201730459356.6	至 2027.9.26	奥普家居
371	控制器（AR10-01）	外观设计	201730495263.9	至 2027.10.18	奥普家居
372	遥控器（AT20-01）	外观设计	201730495293.X	至 2027.10.18	奥普家居
373	遥控器（AT10-01）	外观设计	201730495261.X	至 2027.10.18	奥普家居
374	加热器（环形 PTC）	外观设计	201730507156.3	至 2027.10.24	奥普家居
375	筒灯（2.5 寸升级款）	外观设计	201730572625.X	至 2027.11.20	奥普家居

（三）他人许可发行人使用其资产情况

1、商标许可使用

2012 年 1 月，奥普电器与发行人签订商标使用许可合同，允许发行人无偿使用“奥普”及“AUPU”相关商标，许可期限自 2012 年 1 月 1 日至 2021 年 12 月 31 日。

2016 年 12 月，发行人已向奥普电器收购上述商标，具体收购过程参见招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“四、发行人设立以来重大资产重组情况”之“（一）同一控制下的资产收购”之“2、收购奥普电器商标”。

2、专利许可使用

截至 2017 年 12 月 31 日，发行人共有 4 项他人许可专利使用权，具体情况如下：

序号	专利持有人	专利名称	专利号	专利有效期	专利许可期间	许可费用
1	顾建军	一种家用多居室取暖机	99127566.7	2019.12.29	2017.01.01-2019.12.29	125 万元
2	顾建军	一种节能安全型浴霸	200510060913.3	2025.9.26	2017.01.01-2019.12.31	
3	顾建军	一种分体式浴霸	200610052062.2	2026.6.16	2017.01.01-2019.12.31	
4	浙江友邦集成吊顶股份有限公司	多电器吊顶集成方法及组成装置	200510049679.4	2025.04.26	2017.12.27-2025.04.26	100 万元

(四) 发行人与其他各类冠名“奥普”的商号之间的关联关系、侵权行为及其他纠纷情况

1、冠名“奥普”商号且为公司经销商的商号情况

报告期内，公司的少数经销商冠名“奥普”商号，主要系“奥普”品牌美誉度较高、市场影响力较大并得到了消费者的认可，为扩大经营规模、充分发挥品牌影响力、表明自己为公司经销商的身份，因此，部分经销商在其商号中使用了“奥普”字样。

根据公司日常经营管理方式，在取得公司的同意的情况下，经销商可以使用“奥普”作为其商号的一部分，同时，约定经销商应当自觉维护“奥普”商号的荣誉，对于无法履行该义务、有损公司品牌形象的经销商，公司有权取消其经销权利。

报告期内，公司与商号中使用“奥普”字样的经销商不存在关联关系，该等经销商与公司之间亦不存在侵权行为或其他纠纷情况。

2、其他冠名“奥普”的企业情况

除上述冠名“奥普”的公司经销商外，公司与其他冠名“奥普”商号的企业之间亦不存在关联关系。截至本招股说明书签署之日，公司与其他非经销商且使用“奥普”商号的企业，以及公司与其他企业、自然人之间发生的商标、专利等知识产权相关未决诉讼或纠纷情况如下：

序号	案件名称	案件情况简述	案件所处阶段	终审/终裁时间
1	发行人与浙江现代新能源有限公司、云南奥普伟业金属建材有限公司商标异议纠纷	<p>1、2015年发行人向国家商标局申请注册14965078号“奥普博朗尼AUPU”商标,以及14965077号“博朗尼AUPU”商标。浙江新能源有限公司等随即向商标局提出异议,以其自有1737521号商标和10412475号商标作为引证商标,要求国家商标局不予注册发行人上述两项商标;同时浙江现代新能源有限公司等公司向商标局请求无效宣告发行人注册号为8183677号“AUPU”商标。</p> <p>2、2009年和2015年发行人分别向国家工商行政管理总局商标评审委员会(以下简称国家商评委)请求无效宣告浙江现代新能源有限公司之1737521号商标和10412475号商标。</p> <p>3、2015年国家商评委出具商评字[2015]第0000048255号裁定书,裁定发行人对浙江现代新能源有限公司1737521号商标无效宣告请求不予支持,该项商标予以维持。</p> <p>4、发行人不服国家商评委商评字[2015]第0000048255号裁定书,并向北京知识产权法院提起诉讼。2016年北京知识产权法院行政判决书[2015]京知行初字第4822号,判决:一、撤销国家商评委商评字[2015]第0000048255号裁定书;二、国家商评委于本判决生效后就发行人对第1737521号“奥普aopu”商标提起的无效宣告请求重新作出裁定。</p> <p>5、浙江现代新能源有限公司等不服一审判决,向北京市高级人民法院上诉。2017年北京市高级人民法院行政判决书[2016]京行终5666号,判决:驳回上诉,维持原判。</p> <p>6、2017年浙江现代新能源有限公司不服二审判决,向中华人民共和国最高人民法院提起再审,最高法院出具(2017)最高法行申2986号行政裁定书,裁决驳回浙江现代新能源有限公司、云南奥普伟业金属建材有限公司的再审申请。</p> <p>7、2016年国家工商行政管理总局商标评审委员会出具商评字[2016]第0000044311号裁定书,裁定对浙江现代新能源有限公司10412475号商标予以无效宣告。</p> <p>8、2017年,浙江现代新能源有限公司对[2016]第0000044311号裁定书提起行政诉讼(2016)京73行初3544号,目前法院尚未判决。</p>	<p>发行人第14965078号、14965077号两项商标注册权纠纷审理终结,商标注册已完成。</p> <p>发行人8183677号商标权无效宣告请求案尚在审理中</p>	<p>发行人第14965078号、14965077号两项商标注册权纠纷终裁时间为2017年6月28日。</p> <p>发行人8183677号商标权无效宣告请求案终审时间待定</p>

序号	案件名称	案件情况简述	案件所处阶段	终审/终裁时间
		<p>9、2017年，国家商标局出具（2017）商标异字第0000008180号文件，对发行人第14965078号“奥普博朗尼 AUPU”商标予以注册；以及（2017）商标异字第0000018440号文件，对发行人第14965077号“AUPU 博朗尼”商标予以注册。</p> <p>10、浙江现代新能源有限公司等向商标局请求无效宣告发行人注册号为8183677号“AUPU”商标一案目前仍在国家商评委审理过程中。</p>		
2	发行人与深圳奥普浴顶电器有限公司、海盐美亿佳家居用品厂、杭州市下城区夏彬装饰材料商行、冉裕丽不正当竞争纠纷	<p>1、2017年发行人作为原告，诉深圳奥普浴顶电器有限公司等不正当竞争。</p> <p>2、广东省深圳市罗湖区人民法院出具（2017）粤0303民初12918号受理案件通知书。</p> <p>3、由于深圳奥普浴顶电器有限公司等下落不明，广东省深圳市罗湖区人民法院于人民法院报2017年8月8日G33版公告该诉讼相关事由，法院开庭时间为2017年11月1日9时30分。</p> <p>4、该案已开庭审理，目前正在等待法院判决。</p>	等待法院判决	待定
3	发行人与浙江现代新能源有限公司、浙江风尚建材股份有限公司、云南奥普伟业金属建材有限公司侵害商标权及不正当竞争纠纷	<p>1、2017年3月发行人作为原告，诉浙江现代新能源有限公司等侵害商标权及不正当竞争。</p> <p>2、浙江现代新能源有限公司等提出管辖权异议，2017年5月杭州市中级人民法院出具了（2017）浙01民初208号民事裁定书，裁定驳回浙江现代新能源有限公司等对本案管辖权提出的异议。</p> <p>3、浙江现代新能源有限公司等不服上述裁定，向浙江省高级人民法院上诉。2017年8月浙江省高级人民法院出具（2017）浙民辖终146号民事裁定书，裁定驳回上诉，维持原裁定。</p> <p>4、该案已开庭审理，目前正在等待法院判决。</p>	等待法院判决	待定
4	发行人与深圳奥普电气有限公司、杭州新时代家居生活广场华祥装饰五金商行侵害商标权纠纷	<p>1、2018年2月发行人作为原告，诉深圳奥普电气有限公司等侵害商标权。</p> <p>2、广东省深圳市福田区人民法院出（2018）粤0304民初9074号案件受理通知书。</p> <p>3、该案件目前尚未开庭。</p>	等待开庭审理	待定

序号	案件名称	案件情况简述	案件所处阶段	终审/终裁时间
5	发行人与郑州建材大世界艳丽吊顶材料商行商标侵权纠纷	1、2018年4月发行人作为原告，诉郑州建材大世界艳丽吊顶材料商行侵害商标权。 2、河南省郑州市中级人民法院出具（2018）豫01民初985号案件受理通知书。 3、该案件目前尚未开庭。	等待开庭审理	待定
6	发行人与南京市雨花台区汪婕厨卫销售中心、中山市奥普电器有限公司、中山市阪神电器有限公司侵害商标权及不正当竞争纠纷	1、2018年4月发行人作为原告，诉南京市雨花台区汪婕厨卫销售中心等侵害商标权及不正当竞争。 2、江苏省南京市中级人民法院出具（2018）苏01民初695号案件受理通知书。 3、该案件目前尚未开庭。	等待开庭审理	待定
7	发行人与瑞安市羿峰建材经营部侵害商标权纠纷	1、2018年5月发行人作为原告，诉瑞安市羿峰建材经营部侵害商标权。 2、瑞安市人民法院出具（2018）浙0381民初5728号案件受理通知书。 3、该案件目前尚未开庭。	等待开庭审理	待定

（五）发行人拥有的特许经营权

截至本招股说明书签署之日，本公司未拥有特许经营权。

六、发行人技术与研发状况

（一）发行人技术水平

公司通过不断的技术创新和研发，在浴霸、集成吊顶产品生产设计方面形成多项核心技术，主要情况如下：

序号	核心技术	简要说明
1	红外线灯泡技术	一种新型高效红外线灯泡，属于取暖热源，其包括泡壳、灯头、灯丝、两个电极连接头，其泡壳的头部呈抛物面状，内壁位头部后侧的部位镀有反射层，泡壳的底部设置有隔热片，泡壳内部充有高纯度氮气，因此反射后的热辐射较为集中，可以相应提高取暖器的热效率。
2	基于静电除尘装置的应用开发	一种新型高压静电除尘装置，其高压电晕的正极为钨丝或是钼丝，负极为铝片。些装置主要由电源部分、负极部分和高压电晕正极部分组成，并且其正、负极两部分通过导柱、导柱孔配合，再通过导条与电源部分衔接。 通过最佳配置放电电极的电压范围、放电电极材料、放电电极与集尘极之间的距离范围、臭氧发生量等因素；以及通过变更不同的放电电极的材料（钼丝、钨丝及铜丝）和直径，集尘电极的材料（铝板、钢板）和厚度等因素达到最优除尘效果。 该除尘装置，具有结构简单、无噪声等特点；可有效提高卫生间内空气质量，去除 PM2.5 和细菌（白葡萄球菌）。
3	一种具有除甲醛及空气净化功能涂料的应用开发	一种具有除甲醛及空气净化功能的扣板，属于功能材料，其是在扣板基材表面覆饰面膜构成，饰面膜是在底膜上依次覆图案层、功能涂料层、保护膜层形成，底膜覆在扣板基材表面，功能涂料层根据相关材料配比而成，所述功能涂料使得扣板具有除甲醛及空气净化功能，该扣板可有效降低室内甲醛的含量，降低甲醛的危害。
4	基于纳米 TiO ₂ 的新型涂料的应用开发	一种纳米 TiO ₂ 新型材料，通过涂料运用于吊顶扣板和木塑墙面中，弥补市场上缺少针对家庭杀菌的装修材料，达到除菌、净化的目的。 含有纳米 TiO ₂ 的涂料，将此涂料与集成吊顶铝扣板和集成木塑墙面相结合，可应用于家庭室内特别是卫生间等细菌密集、易繁殖的场所，具体功能如下：

序号	核心技术	简要说明
		(1) 在除菌功效上, 对大肠杆菌、金黄色葡萄球菌的除菌率较为显著; (2) 实现自清洁功能, 实现家居打扫的便捷性, 和家居空间的整洁。
5	一种常温催化甲醛分解的纳米复合材料的应用开发	一种常温催化甲醛分解的纳米复合材料。该纳米复合材料包括具有纳米级有序介孔结构的二氧化硅载体, 因而具有较大的表面积; 其介孔内部和表面负载了大量具有高活性的锰氧化物、铜氧化物和铈氧化物的混合金属氧化物催化剂, 混合的催化剂颗粒分散于具有有序介孔的二氧化硅载体的孔道中, 具有良好的分散作用, 具有更高的催化活性, 而且能提供足够的空间吸附大量的有害气体进行催化分解。

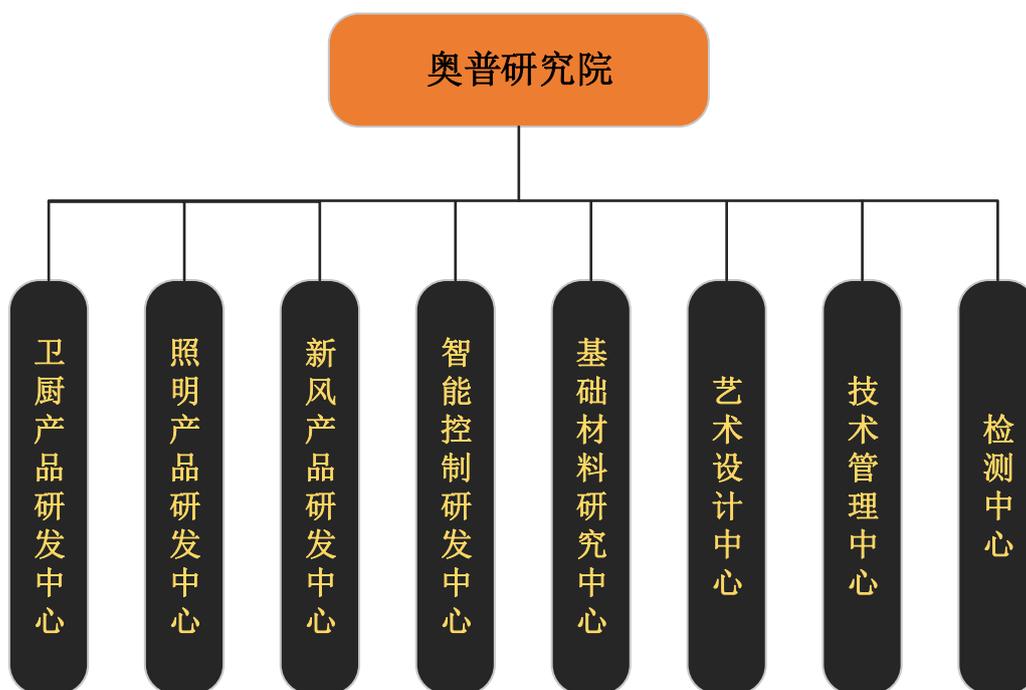
(二) 发行人主要产品生产技术所处的阶段

公司主营产品为浴霸、集成吊顶等家居产品, 生产工艺技术已经十分成熟, 目前处于大批量生产阶段。

(三) 发行人研发状况

1、研发机构设置与管理

公司重视研发工作, 人才配备齐全, 机构设置合理。公司研发部门组织结构如下:



2、研发资金投入情况

报告期内，公司研发投入情况如下：

单位：万元

项目	2017年	2016年	2015年
研发投入	8,000.10	5,213.34	3,396.80
营业收入	158,413.64	124,973.25	94,504.91
研发投入占当期营业收入的比例	5.05%	4.17%	3.59%

3、在研项目情况

序号	研究内容	研发目标	进展情况	开发方式
1	具有除醛抗菌功能材料研发及其在新型集成墙面中的应用	专利技术、产品	项目研发中	自主研发
2	基于物联网技术的老人安全淋浴救护系统（含智能手环）的开发及应用	专利技术、产品	项目研发中	自主研发
3	具有除尘除菌功能的智能居室空气净化新风系统	专利技术、产品	项目研发中	自主研发
4	高热效、低衰减型陶瓷 PTC 发热器研究及其应用	专利技术、产品	项目研发中	自主研发
5	基于 WEB 的产品个性化定制平台及智能制造系统应用研究	专利技术、产品	项目研发中	自主研发
6	基于新型变色油墨材料的智能感温集成灶研发	专利技术、产品	项目研发中	自主研发
7	带有浴室取暖功能的新型全屋新风一体化系统研究	专利技术、产品	项目研发中	自主研发
8	具有平衡新风和排风风阻功能的新型热交换芯研发及应用	专利技术、产品	项目研发中	自主研发
9	采用自清洁涂层材料的高效油烟分离型通风扇	专利技术、产品	项目研发中	自主研发
10	基于纳米 TiO ₂ 的新型涂料研发及其在扣板吊顶和木塑墙面的应用研究	专利技术、产品	项目研发中	自主研发
11	带有浴室取暖功能的新型全屋新风一体化系统研究	专利技术、产品	项目研发中	自主研发
12	具有平衡新风和排风风阻功能的新型热交换芯研发及应用	专利技术、产品	项目研发中	自主研发

序号	研究内容	研发目标	进展情况	开发方式
13	基于LBS的智能化家庭微环境监测管理与协同控制系统	专利技术、产品	项目研发中	自主研发
14	基于语音识别和大数据的交互式智慧家庭语音助手系统	专利技术、产品	项目研发中	自主研发
15	基于健康生活管理的智能灯光控制系统研究	专利技术、产品	项目研发中	自主研发

（四）发行人创新机制与安排

产品研发及创新能力是家居行业核心竞争力之一。公司自成立以来，一直重视产品研发，坚持持续创新，实现公司技术水平的提升和技术向产品的转化。公司产品研发由奥普研究院负责，奥普研究院以产品是否对用户具有价值，以及是否符合公司的高品质要求为宗旨，根据公司的业务发展规划、销售部门的反馈、客户及消费者的反馈、销量分析以及研发人员对市场的研判等因素确定产品研发方向。公司制定有《奥普设计和开发控制程序》，规范公司新产品从企划到投产流程，确保新产品开发速度、质量、成本满足规定要求，为公司技术创新和技术实力的提升提供良好的制度保证。

公司不断在产品的设计、材料开发、生产流程、质量检测以及客户服务流程等多个方面进行研究及创新，研发能力在行业中始终保持领先地位。

1、公司拥有高素质的设计研发团队

公司通过人才引进及内部培养等方式，建立了高素质的研发设计团队。公司目前拥有研发人员 186 人，设计研发人员具有良好的科学素养和职业精神、扎实的专业基础，具备较强的学习能力和敏锐的时尚嗅觉。公司高素质的设计研发团队持续为消费者提供了在外观、功能、材质、质量等众多方面均达到较高水平的优质产品，获得了消费者的高度认同。

2、公司与外部设计机构或团队保持合作，增强研发实力

公司除自身拥有优秀的研发设计团队外，与外部知名研发设计机构或团队亦有紧密的合作。报告期内，公司与中国建筑科学研究院达成合作，进行室内空气净化技术方面的研究；与中国美术学院达成合作，进行“未来厨卫生活态设计系

统研发与应用”专项研究；公司还与多名独立设计工作室达成合作，进行产品外观设计开发等。未来公司在保持自身设计研发优势的同时，将继续充分利用外部资源，不断提升公司研发设计实力。

3、公司拥有高水平检测中心

奥普检测中心于 2017 年 10 月获得了中国合格评定国家认可委员会(CNAS)颁发的《实验室认可证书》(注册号: CNAS L10305), 认可奥普检测中心符合《检测和校准实验室能力的通用要求》, 具备有关服务、检测能力。奥普检测中心掌握业内领先技术以及核心检测能力, 严格履行检测职能, 检测中心自主研发了多项检测项目, 对原材料以及产成品的性能、安全性、耐用性等多个方面进行综合测评, 一方面保证了奥普产品优异的质量, 另一方面通过检测结果, 不断对产品进行改进、优化, 使奥普产品不断进步, 品质与性能不断提高。

奥普检测中心目前对产品进行的主要检测项目如下:

序号	检测项目	检测概述
1	4℃冷水喷淋防爆测试	取暖泡在 4℃冷水喷淋环境下做 100%非抽样测试, 并对取暖泡进行 5000 小时高强度使用寿命测试
2	10 公斤力抗冲击测试	对红外灯泡的外部玻璃壳防爆测试
3	360° 电光源综合参数测试	用于灯具、光源产品检测, 对产品的的光通度、光学参数及电参数分析
4	LED 灯具产品老化测试	对 LED 灯进行老化寿命测试, 按时进行数据采集和使用过程中各个部件的质量情况的跟踪
5	低噪静音室检测	奥普静音室可有效隔离室外噪音对测试室内的影响, 更好的完成对带电机产品进行噪声检测
6	空气性能检测系统	测试电机类浴霸、环保灶、通风扇等产品的风量
7	浴霸测试房检测	在 3 平方米模拟淋浴房内进行浴霸产品全方位热效能测试
8	全面抗阻燃水平垂直燃烧测试	用于对浴霸罩面等塑料部件可燃性及着火危险性的测定
9	甲醛净化率测试	检测具有净化甲醛功能的材料板在规定时间内净化甲醛的效率或持久率
10	燃气灶具烟气分析测试	利用高精度便携式烟气分析仪进行灶具专业烟气分析

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

（五）公司拥有的主要资质及荣誉

1、公司拥有主要资质

（1）生产许可证

序号	企业名称	资质名称	证书编号	认证/许可范围	有效期	发证机关
1	奥普家居	全国工业产品生产许可证	XK21-007-02372	家用燃气灶	2022年3月12日	中华人民共和国国家质量监督检验检疫总局

（2）产品 3C 证书

公司浴霸、浴室多功能取暖器、通风扇、灯具等产品均取得中国国家强制性产品认证（CCC 产品认证），截止 2017 年 12 月 31 日，公司已取得浴霸、通风扇、浴室多功能取暖器等多项产品的 3C 认证共计 160 项。

（3）海外认证

公司浴霸、通风扇等产品已出口至澳大利亚、台湾、香港、北美等多个国家和地区，浴霸、通风扇等产品已获得如 SAA 认证、CE 认证、KC 认证、RoHS 认证、UL 认证等多项海外认证。

2、公司拥有的主要荣誉

发行人作为组长或组员单位参与拟定了行业多个国家标准，主要如下：

序号	国家标准名称	公司角色
1	GB4706.27《家用和类似用途电器的安全 第2部分：风扇的特殊要求》	组员单位
2	GB4706.23-2007《家用和类似用途电器的安全 第2部分：室内加热器的特殊要求》	主要组员单位
3	国家标准《红外线灯泡》	第一起草单位

序号	国家标准名称	公司角色
4	国家标准《家用和类似用途多功能吊顶装置》	起草工作组组长
5	国家标准《浴室电加热器具（浴霸）》	起草工作组组长

同时，多年来公司荣获行业内多项大奖，报告期内主要荣获的荣誉如下：

序号	荣誉证书名称	颁发单位	获奖时间	获奖单位
1	2016年度中国建材家居影响力民族品牌	中国建筑装饰协会	2017年	发行人
2	2016中国建材家居百家品牌企业	中国建筑装饰协会	2017年	发行人
3	CCSA 2017中国家居风尚大奖	2017中国家居风尚大典	2017年	发行人
4	2016年度产品创新品牌	腾讯家居	2017年	发行人
5	2017年度工业设计创新成果—中国家用电器创新成果证书（新风取暖 QDPX3528A）	中国家用电器研究院	2017年	发行人
6	2017年度工业设计创新成果—中国家用电器创新成果证书（基于自动升降技术的新风系统）	中国家用电器研究院	2017年	发行人
7	QDPX6526A 获得好产品奖	中国家用电器研究院	2017年	发行人
8	QDPX3225B 获得好产品奖	中国家用电器研究院	2017年	发行人
9	2016-2017年度中国十佳家居建材品牌	中国建筑装饰协会、清华大学	2017年	发行人
10	集成吊顶行业十大品牌	中装协天花吊顶协会	2017年	发行人
11	2016年度中国家居装饰装修材料行业百强企业（吊顶）	中国建筑装饰装修材料协会	2017年	发行人
12	2017年度集成灶十大品牌	SDCC 中国智能化装饰委员会、中国集成灶网	2017年	发行人
13	集成吊顶领军企业 10 强	中国建筑装饰协会	2016年	发行人
14	奥芯III代获产品创新奖	中国家用电器研究院	2015年	发行人
15	新风机获产品创新奖	中国家用电器研究院	2015年	发行人

七、发行人境外经营情况

报告期内发行人不存在境外经营情况。

八、发行人质量控制状况

（一）质量控制体系

公司通过了质量管理体系(ISO9001:2008)和国际环境管理体系(ISO14001:2004)认证。根据 ISO 质量管理体系要求并结合实际生产经营情况,公司制定了产品检测管理、质检程序文件、质量记录清单(来料、巡检、成品)、作业指导书以及质量奖惩等质量控制文件,并设立奥普检测中心,构建了完整的质量控制体系。公司在执行《家用和类似用途电器的安全 第 1 部分:通用要求》(GB4706.1-2005)、《家用和类似用途电器的安全 第 2 部分:室内加热器的特殊要求》(GB4706.23-2007)、《浴室加热器具(浴霸)》(GB/T22769-2008)、《家用和类似用途多功能吊顶装置》(GB/T26183-2010)等国家标准和行业标准。

（二）产品质量控制措施

公司第一制造中心、第二制造中心下设品质管理部,按照产品技术标准和客户要求,履行严格的质量控制制度,主要质控措施如下:

1、原材料及成品的理化性能方面,公司每月定期对原材料和成品进行抽样,送至奥普检测中心检测;

2、生产过程中严格执行作业指导书和工序检验指导书,加大关键指标和关键控制点的检验力度和频次;

3、检验过程实行自检、互检、专检相结合,避免不合格品进入下一环节;同时执行首件检验、巡回检验,使生产过程主要环节始终处于受控状态;

4、检验过程实行外观检验、规格尺寸检验、性能指标检验,并定期对库存原材料、半成品、产成品进行复检,使产品全方位性能指标处于受控状态;

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

6、公司设立售后服务部门,并不定期的安排专人对客户进行回访,对客户遗留问题发生率、顾客满意度、顾客投诉情况等方面进行了统计分析,并将信息

反馈给对应的责任部门进行改善，以提高客户满意度。

（三）产品质量纠纷

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

（四）质量控制效果

凭借全面、高效的质量管理体系，规范、合理的质量控制措施，公司于 2016 年获得中国质量协会颁发的“全国卫厨行业质量领先品牌（2013 年-2016 年）”、“全国质量诚信标杆典型企业”、“全国质量检验稳定合格产品（2013 年-2016 年）”称号；2017 年获得中国质量协会颁发“全国质量信得过产品（2012 年-2017 年）”，2018 年获得国家质量监督检验检疫总局产品质量申诉处理中心颁发的“全国百佳质量诚信标杆示范企业”等众多荣誉。

第七节 同业竞争与关联交易

一、发行人的独立运营情况

（一）发行人独立经营情况

公司自设立以来，严格按照《公司法》、《证券法》等有关法律、法规和《公司章程》的要求规范运作，建立健全了法人治理结构，在资产、人员、财务、机构、业务等方面均独立于控股股东和实际控制人及其他关联方，拥有独立完整的采购、生产、销售和研发等业务体系，具备面向市场独立经营的能力。

1、资产完整独立

公司系由奥普卫厨整体变更设立，设立时，各发起人的出资均已足额到位，公司与各股东之间产权关系独立、明确，且不存在资产、资金被控股股东、实际控制人占用而损害公司利益的情形。公司具备与生产经营有关的生产系统、辅助生产系统和配套设施，合法拥有与生产经营有关的土地、厂房、机器设备以及商标、专利、著作权、非专利技术的所有权或者使用权，具有独立的采购和销售体系。

2、人员独立

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

3、财务独立

公司独立核算、自负盈亏，设有独立的财务部门，配备有专职财务人员，并且建立了独立的会计核算体系，能够独立作出财务决策，具有规范的财务会计制度和对子公司的财务管理制度。公司拥有独立的银行账户，依法独立纳税，不存

在与任何其他单位或个人共用银行账户的情形。

4、机构独立

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

5、业务独立

公司主要从事浴霸、集成吊顶等家居产品的设计、研发、生产、销售及相关服务的提供。公司拥有独立完整的设计、研发、采购、生产和销售系统。公司直接面向市场独立经营，独立对外签署合同，不存在依赖控股股东、实际控制人及其控制的其他企业进行原材料采购或产品销售等的情形，公司业务独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业，与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业间不存在同业竞争或者显失公允的关联交易。

（二）保荐机构对公司独立性的核查意见

经核查，保荐机构认为：发行人作为生产经营性企业，拥有独立完整的研发、采购、生产、销售系统，在资产、业务、人员、机构、财务方面与发行人股东相互独立，具有独立完整的业务及面向市场自主经营的能力。发行人实际控制人及其控制的企业与发行人不存在从事相同或相近业务的情况，不存在严重影响发行人独立性或显失公平的关联交易。发行人对于公司独立性的前述披露真实、准确、完整。

二、同业竞争

（一）实际控制人、控股股东及其控制的其他企业的情况

截至本招股说明书签署之日，Tricosco 为公司控股股东，Fang James、方胜康为公司共同实际控制人。

截至本招股说明书签署之日，公司共同实际控制人 Fang James、方胜康分别或共同控制的其他企业（公司控股股东 Tricosco 除外）的具体情况请参见招股说明书“第七节 同业竞争与关联交易”之“三、报告期内的关联方及关联关系”之“（三）控股股东、实际控制人控制的其他企业”。

经核查，截至本招股说明书签署之日，公司控股股东及实际控制人 Fang James 和方胜康控制的其他企业，其主营业务与奥普家居的业务区别明显，或正在办理注销手续或未开展实际业务，均未从事与浴霸、集成吊顶、厨电等与发行人相同或类似业务，与发行人之间不存在同业竞争。

（二）避免同业竞争的承诺

1、控股股东关于避免同业竞争的承诺

公司控股股东 Tricosco 就避免同业竞争出具了《关于避免与奥普家居股份有限公司同业竞争的承诺函》，其主要内容如下：

“（1）截至本承诺函出具之日，本公司直接或间接控制的下属企业并未在中国境内或境外以任何方式直接或间接从事与奥普家居及其下属企业相竞争的业务，包括但不限于未单独或连同、代表任何人士、商号或公司（企业、单位），发展、经营或协助经营、参与、从事。

（2）本公司承诺，在本公司持有奥普家居股份期间，本公司不会在中国境内或境外：①单独或与第三方，以任何形式直接或间接从事与奥普家居及其下属企业目前及今后进行的主营业务构成竞争或可能构成竞争的业务或活动；②不会直接或间接控股、收购竞争企业，拥有从事与奥普家居及其下属企业可能产生同业竞争企业的控制性股份、股权；③不会以任何方式为竞争企业提供业务上、财务上等其他方面的帮助。

（3）自本承诺函签署之日起，若奥普家居将来开拓新的业务领域，而导致本公司及本公司下属企业所从事的业务与奥普家居构成竞争，本公司承诺将终止从事该业务，或由奥普家居在同等条件下优先收购该业务所涉资产或股权（权益），或遵循公平、公正的原则将该业务所涉资产或股权转让给无关联关系的第三方。

(4) 本承诺函自出具之日起生效，且本公司承诺将督促约束本公司直接或间接控制的其他企业、组织或机构按照本承诺函进行或者不进行特定行为，直至发生下列情形之一时，本承诺函内容终止：①本公司不再是奥普家居的控股股东；②奥普家居的股票终止在任何证券交易所上市（但奥普家居的股票因任何原因暂停买卖除外）。

(5) 如违反上述承诺，本公司愿意依法承担违反上述承诺而给奥普家居造成的全部经济损失。”

2、实际控制人关于避免同业竞争的承诺

公司实际控制人 Fang James、方胜康，就避免同业竞争分别出具了《关于避免与奥普家居股份有限公司同业竞争的承诺函》，其主要内容如下：

“（1）截至本承诺函出具之日，本人直接或间接控制的下属企业并未在中国境内或境外以任何方式直接或间接从事与奥普家居及其下属企业相竞争的业务，包括但不限于未单独或连同、代表任何人士、商号或公司（企业、单位），发展、经营或协助经营、参与、从事。

（2）本人承诺，在本人持有奥普家居股份期间，本人不会在中国境内或境外：①单独或与第三方，以任何形式直接或间接从事与奥普家居及其下属企业目前及今后进行的主营业务构成竞争或可能构成竞争的业务或活动；②不会直接或间接控股、收购竞争企业，拥有从事与奥普家居及其下属企业可能产生同业竞争企业的控制性股份、股权；③不会以任何方式为竞争企业提供业务上、财务上等其他方面的帮助。

（3）自本承诺函签署之日起，若奥普家居将来开拓新的业务领域，而导致本人直接或间接控制的企业所从事的业务与奥普家居构成竞争，本人承诺将终止从事该业务，或由奥普家居在同等条件下优先收购该业务所涉资产或股权（权益），或遵循公平、公正的原则将该业务所涉资产或股权转让给无关联关系的第三方。

（4）本承诺函自出具之日起生效，且本人承诺将督促约束本人直接或间接控制的其他企业、组织或机构按照本承诺函进行或者不进行特定行为，直至发生

下列情形之一时，本承诺函内容终止：①本人不再是奥普家居的实际控制人；②奥普家居的股票终止在任何证券交易所上市（但奥普家居的股票因任何原因暂停买卖除外）。

（5）如违反上述承诺，本人愿意依法承担违反上述承诺而给奥普家居造成的全部经济损失。”

三、报告期内的关联方及关联关系

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

（一）控股股东、实际控制人

本公司控股股东 Tricosco 持有公司 24,858.94 万股，占公司股本总数的 69.05%。

本公司共同实际控制人 Fang James、方胜康及其一致行动人吴兴杰、方雯雯合计直接或间接持有公司股本总数的 70.79%。其中 Fang James 通过 SeeSi 间接持有 Tricosco 的 42.36% 股权，方胜康通过 Sino Broad 间接持有 Tricosco 的 44.01% 股权，一致行动人方雯雯通过 Sino Virtue 间接持有 Tricosco 的 6% 股权，三人合计间接持有 Tricosco 的 92.37% 股权。同时方胜康通过明泽投资间接持有发行人 0.0035% 股权，通过聚泽投资间接持有发行人 0.13% 股权；一致行动人方雯雯通过文泽投资间接持有发行人 0.0049% 股权；一致行动人吴兴杰通过文泽投资间接持有发行人 4.91% 股权，通过明泽投资间接持有发行人 1.96% 股权。

（二）其他持有公司5%以上股权的股东

除控股股东 Tricosco 外，无其他持有公司 5% 以上股权的股东。

（三）控股股东、实际控制人控制的其他企业

1、控股股东控制的其他企业

截至本招股说明书签署之日，除奥普家居及其下属全资、控股子公司外，公司控股股东 Tricosco 控制的其他企业之基本情况及最近一期的财务数据如下。

(1) 基本情况:

序号	公司名称	注册资本	经营范围	成立时间	关联关系
1	杭州莫丽斯科技有限公司	335 万美元	仪器仪表、仪表零配件、电子元器件的生产、研发、销售；物业管理、自有房屋租赁	1993.7.29	Tricosco 持股 100%
2	成都玫瑰苑房地产开发有限公司	1,000 万元	房地产开发经营；房屋工程建设；房屋出租；物业管理	2015.11.20	杭州莫丽斯持股 100%

(2) 2017 年 12 月 31 日或 2017 年主要财务数据

杭州莫丽斯及成都玫瑰苑房地产开发有限公司最近一期主要财务数据如下：

单位：万元

序号	公司名称	总资产	净资产	净利润
1	杭州莫丽斯科技有限公司	24,598.83	7,986.42	-1,636.53
2	成都玫瑰苑房地产开发有限公司	-	-0.05	-0.05

注：杭州莫丽斯财务数据已经浙江海旭事务所会计师事务所有限公司审计，成都玫瑰苑房地产开发有限公司财务数据未经审计。

2、共同实际控制人 Fang James、方胜康及其一致行动人吴兴杰、方雯雯控制的其他企业

截至本招股说明书签署之日，除奥普家居及其下属全资、控股子公司外，公司共同实际控制人 Fang James、方胜康及其一致行动人吴兴杰、方雯雯控制的其他企业的基本情况及其最近一期的财务数据如下：

(1) 境内企业

①基本情况:

序号	公司名称	注册资本 (万元)	经营范围	成立时间	关联关系
----	------	--------------	------	------	------

序号	公司名称	注册资本 (万元)	经营范围	成立时间	关联关系
1	杭州蒲草投资管理合伙企业(有限合伙)	30,000	服务:投资管理	2016.4.20	Fang James 持股 99%, 杭州蒲尔投资管理有限公司持股 1%
2	杭州牵财投资有限公司	1,810	实业投资,经济信息咨询(除证券期货、商品中介),投资管理	2009.9.10	方胜康持股 92%
3	杭州明泽投资有限公司	600	实业投资,投资管理、投资咨询(除证券、期货),企业管理咨询	2010.12.15	方胜康持股 61%, 方雯雯持股 17%
4	杭州普丽思科技有限公司	3,000	技术开发、技术服务、技术咨询:仪器仪表、仪表零配件、电子元器件;批发、零售:仪器仪表、仪表零配件、电子元器件(涉及国家规定实施准入特别管理措施的除外)	2009.11.2	杭州牵财投资有限公司持股 60%, Tricosco 持股 40%
5	舟山宇泽投资合伙企业(有限合伙)	30,000	股权投资(未经金融等监管部门批准不得从事吸收存款、融资担保、代客理财、向社会公众集(融)资等金融业务)	2011.12.12	方胜康持有 91.33% 份额
6	杭州东礼服饰有限公司	300	批发、零售:服饰、服装;服务:企业形象策划、商务信息咨询(除商品中介)、组织文化艺术交流活动(除演出及演出中介)、展览展示服务	2010.8.2	杭州普丽思科技有限公司持股 100%
7	舟山文泽投资管理合伙企业(有限合伙)	1,000	投资管理、投资咨询(未经金融等监管部门批准,不得从事向公众融资存款、融资担保、代客理财等金融服务)	2016.11.7	吴兴杰持有 99.99% 份额, 方雯雯持有 0.01% 份额
8	杭州橙隆贸易有限公司	50	批发、零售:家电,服装,鞋帽,饰品,箱包,床上用品,日用百货;其他无需报经审批的一切合法项目	2012.9.7	方雯雯系实际控制人
9	杭州尚琳电子商务有限公司	50.50	家用电器、灯具、日用百货、家居用品的网上销售	2013.12.11	方雯雯系实际控制人

②2017年12月31日或2017年主要财务数据:

单位：万元

序号	公司名称	总资产	净资产	净利润
1	杭州蒲草投资管理合伙企业(有限合伙)	150.50	150.50	-
2	杭州牵财投资有限公司	1,981.29	1,805.39	-0.18
3	杭州明泽投资有限公司	605.45	599.83	-
4	杭州普丽思科技有限公司	4,276.44	3,788.59	449.17
5	舟山宇泽投资合伙企业(有限合伙)	21,802.68	-381.70	-370.24
6	杭州东礼服饰有限公司	338.10	332.04	-39.85
7	杭州橙隆贸易有限公司	11,942.40	11,684.23	2,745.74
8	杭州尚琳电子商务有限公司	444.53	277.80	73.24

注：杭州普丽思、东礼服饰财务数据已经浙江海旭事务所会计师事务所有限公司审计，其他公司财务数据未经审计。

文泽投资主要财务数据参见“第五节 发行人基本情况”之“八、发起人及实际控制人基本情况”之“(一) 发起人基本情况”。

(2) 境外企业

①基本情况：

序号	公司名称	注册地	发行股本	主营业务	成立时间	关联关系
1	奥普集团	开曼群岛	10,000 港元	股权投资	2006.7.14	Crista 持股 100%
2	Ableby	英属维尔京群岛	1 美元	股权投资	2006.5.18	奥普集团持股 100%
3	Crista	开曼群岛	20,000 美元	股权投资	2016.4.5	SeeSi 持股 42.36%，Sino Broad 持股 44.01%，Sino Virtue 持股 6%
4	Gate Key Group Limited	英属维尔京群岛	1 美元	股权投资	2016.11.2	方雯雯持股 100%
5	SeeSi	英属维尔京群岛	1 美元	股权投资	2006.5.18	Fang James 持股 100%
6	Sino Virtue	英属维尔京群岛	1 美元	股权投资	2016.12.15	方雯雯持股 100%
7	Sino Broad	英属维尔京群岛	1 美元	股权投资	2013.7.10	方胜康持股 100%
8	Tricosco	香港	10,001 港元	股权投资	2006.6.20	SeeSi 持股 42.36%，Sino Broad 持股 44.01%，Sino Virtue 持股 6.00%
9	Wind-Plus Electrical	英属维尔京群岛	71 美元	股权投资	2003.3.18	Fang James 持股 39.44%，方胜康持股 52.11%

序号	公司名称	注册地	发行股本	主营业务	成立时间	关联关系
10	Wind-Plus Group	香港	10,000 港元	股权投资	2010.12.17	Wind-Plus Electrical 持股 100%

②2017 年 12 月 31 日或 2017 年主要财务数据（未经审计）：

单位：万元

序号	公司名称	总资产	净资产	净利润
1	奥普集团	29,581.58	14,531.43	134,114.01
2	Ableby	21,412.52	13,881.06	134,319.69
3	Crista	16.52	15.28	31,517.70

Tricosco 主要财务数据参见招股说明书“第二节 概览”之“二、控股股东和实际控制人”之“(二) 控股股东”。

Gate Key Group Limited、SeeSi、Sino Virtue、Sino Broad、Wind-Plus Electrical、Wind-Plus Group 最近一期未实际开展生产经营业务，未编制财务报表。

（四）发行人直接或间接控制的公司

请参见招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“七、发行人控股子公司、参股公司简要情况”。

（五）其他关联自然人及其控制的企业

除共同实际控制人及其一致行动人外，本公司其他主要关联自然人包括公司董事、监事、高级管理人员及其关系密切的家庭成员，以及最近 12 个月内曾担任过公司董事、监事、高级管理人员及其关系密切的家庭成员。

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

其他关联自然人控制的企业包括上述关联自然人（共同实际控制人及其一致行动人除外）直接或间接控制，或担任董事、高级管理人员的企业。除下述企业外，其他关联企业的具体情况请参见“第八节 董事、监事、高级管理人员”之“三、董事、监事、高级管理人员对外投资情况”及“五、董事、监事、高级管

理人员兼职情况”的相关内容。

序号	公司名称	注册资本 (万元)	经营范围	成立时间	关联关系
1	杭州蒲尔投资管理有限公司	10	投资管理、投资咨询（除证券、期货）	2016.3.31	Fang James 配偶强燕持股 100%
2	上海张江东区高科技联合发展有限公司	32,000	高科技成果转化，房地产开发与经营，建筑业（按许可资质经营），创业投资，物业管理，建材销售，（以下限分支经营）大型饭店、棋牌、桌球、住宿、健身服务、游泳、足浴、乒乓球、羽毛球、会务服务、停车场（库）经营	2004.3.24	方国樑胞弟方伟樑担任董事
3	上海杰昌实业有限公司	12,000	房地产开发和经营，仓储（除危险品），物业管理，商务咨询（除经纪）	2001.8.13	方国樑胞弟方伟樑担任董事
4	杭州钰京财务管理咨询有限公司	10	财务管理咨询；代理记账；企业注册登记代理（法律法规需审批的项目除外）；投资咨询（除证券、期货）；商标事务代理	2011.12.6	刘文龙配偶姚凤新持股 100%
5	杭州牵银	3,500	服务：实业投资，投资管理，投资咨询（除证券、期货）；其他无需报经审批的一切合法项目	2010.5.10	方雯雯母亲姚惠菊持股 77.14%

（六）报告期内其他关联方

序号	公司名称	注册资本 (万元)	经营范围	成立时间	关联关系
1	成都牵银	6,000	非金融性投资（不含国家法律、行政法规和国务院决定限制、禁止和需前置审批、许可的项目）；房地产开发经营（凭资质证经营）；文化旅游资源开发；汽车（不含品牌汽车）及配件、机电产品、农副产品（不含粮、棉、麻、油、蚕茧）销售	2010.6.9	杭州莫丽斯持股 20%，方胜康曾担任董事长兼总经理
2	成都御府房地产开发有限公司	1,000	房地产开发经营；房屋工程建设；房屋出租；物业管理服务	2010.8.2	方胜康曾担任执行董事兼总经理
3	魔居客(北京)科技有限公司	526.32	技术开发、技术推广、技术转让、技术咨询、技术服务；计算机系统服务；基础软件服务；应用软件开发；软件开发；软件咨询；产品设计；模型设计；包装装潢设计；教育咨询；工程和技术研究与试验发展；销售化工产品（不含危险化学品）、建筑材料、装饰材料、五金交电、机械设备、家具、日用杂货、家用电器、针纺织品、工艺美术品、厨房用具；	2016.1.20	吴兴杰曾担任董事

序号	公司名称	注册资本 (万元)	经营范围	成立时间	关联关系
			施工总承包；工程勘察设计；专业承包		
4	三江购物俱乐部股份有限公司	41,075.88	食品经营：餐饮服务、食品经营；药品经营；普通货物公路运输；第二类增值电信业务中的信息服务业务（限互联网信息服务业务）以下限分支机构经营：音像制品、书报刊零售及网上销售；（以上均在许可证有效期内经营） 纺织、服装及日用品、化工产品、一类医疗器械、二类医疗器械、文化体育用品、食用农产品、通讯器材、家用电器、五金交电、家居用品、数码产品及配件、照相器材、化妆品、办公用品、汽车用品、汽摩配件、珠宝首饰、工艺品、计算机软硬件及配件、机械设备、消防器材、建筑装饰材料、花卉的批发、零售及网上销售；柜台租赁；广告、商品信息咨询服务；农产品、水产品的初级加工；票务代理；话费、公交卡充值服务；受委托代居民收水电煤及其他费用；服装、百货的委托加工；食品生产；包装物的回收；农产品的收购；自营和代理货物和技术的进出口，除国家限制经营或禁止进出口的货物和技术外	1995.9.22	周夏飞曾担任独立董事

四、报告期内的关联交易

（一）经常性关联交易

1、销售商品、提供劳务

报告期内，公司向关联方销售产品与提供劳务的情况如下所示：

单位：万元

关联方名称	交易类型	2017 年度	2016 年度	2015 年度
Tricosco	销售商品	53.26	1,671.63	-
杭州莫丽斯	销售商品	-	93.95	64.58
杭州橙隆	销售商品	9,703.75	8,535.19	7,161.76
杭州尚琳	销售商品	-	-	16.30

关联方名称	交易类型	2017 年度	2016 年度	2015 年度
魔居客	销售商品	6.72	22.16	-
合计		9,763.73	10,322.93	7,242.64
主营业务收入		157,495.16	123,935.21	93,685.05
占比		6.20%	8.33%	7.73%
Tricosco	其他业务收入	-	3.79	-
杭州橙隆	其他业务收入	24.42	27.07	26.83

报告期内，公司向关联方销售金额分别为 7,242.64 万元、10,322.93 万元及 9,763.73 万元，占公司主营业务收入比例分别为 7.73%、8.33% 及 6.20%。

发行人向关联方销售的商品主要是浴霸、集成吊顶等主营业务产品，其中杭州橙隆及杭州尚琳系发行人经销商。以上产品销售均系按照市场价格进行定价，不存在损害公司利益的情形。2017 年 12 月，发行人收回杭州橙隆代理权，详细情况参见招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“四、发行人设立以来重大资产重组情况”之“（二）非同一控制下的资产收购”之“4、收回杭州橙隆经销权”。自 2018 年 1 月起，发行人与关联方之间未再发生类似关联销售。

2、采购商品、接受劳务

报告期内，公司向关联方采购商品与接受劳务的情况如下所示：

单位：万元

关联方名称	交易类型	2017 年度	2016 年度	2015 年度
杭州普丽思	采购商品	75.56	395.16	317.31
	采购资产	-	0.75	-
东礼服饰	采购商品	-	5.52	7.68
合计		75.56	401.43	324.99
主营业务成本		82,390.40	62,793.82	48,529.38
占比		0.09%	0.64%	0.67%

报告期内，公司向杭州普丽思、东礼服饰两家公司的关联采购金额占公司主营业务成本比例较小，对公司经营成果的影响亦较小；且该等交易按照市场价格

进行定价，不存在损害公司利益的情形。同时，自 2017 年 6 月起，发行人与关联方之间未再产生类似关联交易。

3、关联租赁

(1) 发行人出租情况

单位：万元

承租方	租赁资产	2017 年租赁收入	2016 年租赁收入	2015 年租赁收入
杭州普丽思	房屋建筑物	-	55.86	-
东礼服饰	房屋建筑物	-	23.66	-
杭州橙隆	房屋建筑物	-	3.74	8.52

(2) 发行人承租情况

单位：万元

出租方	租赁资产	2017 年租赁费	2016 年租赁费	2015 年租赁费
杭州莫丽斯	房屋建筑物	-	118.54	118.54

2016 年末，公司与杭州普丽思、东礼服饰、杭州橙隆及杭州莫丽斯房屋租赁合同均到期并不再续租。

4、向关键管理人员支付薪酬

报告期内，公司向关键管理人员（董事、监事、高级管理人员）支付报酬分别为 247.50 万元、439.75 万元和 616.29 万元。

(二) 偶发性关联交易

1、资产重组涉及关联交易

(1) 收购成都博朗尼股权

报告期内，公司向 Tricosco 收购成都博朗尼 51.23% 股权。具体过程参见招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“四、发行人设立以来重大资产重组情况”之“（一）同一控制下的资产收购”之“1、收购成都博朗尼股权”。

(2) 收购奥普电器商标

报告期内，公司向奥普电器收购 260 项商标权及无偿受让 2 项商标权。具体过程参见招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“四、发行人设立以来重大资产重组情况”之“（一）同一控制下的资产收购”之“2、收购奥普电器商标”。

（3）收购杭州博朗尼资产及业务

报告期内，公司向杭州博朗尼收购所有与“集成灶的生产、销售业务”相关的资产及业务。具体过程参见招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“四、发行人设立以来重大资产重组情况”之“（二）非同一控制下的资产收购”之“2、收购杭州博朗尼资产及业务”。

（4）出售成都牵银股权

报告期内，公司向奥普电器出售成都牵银 41.67% 股权。具体过程参见招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“四、发行人设立以来重大资产重组情况”之“（三）非主业资产剥离”。

（5）收回杭州橙隆经销权

报告期内，公司收回了杭州橙隆经销权。具体过程参见招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“四、发行人设立以来重大资产重组情况”之“（二）非同一控制下的资产收购”之“4、收回杭州橙隆经销权”。

2、关联担保

报告期内，公司不存在对关联方提供担保的情形。

报告期内，存在杭州莫丽斯为公司提供贷款担保的情形，具体情况如下：

担保方	担保金额	担保起始日	担保到期日	担保是否已经履行完毕
杭州莫丽斯	4,000 万元	2016.7.28	2019.7.28	否
杭州莫丽斯	8,000 万元	2017.9.15	2027.9.15	否
杭州莫丽斯	5,828 万元	2017.11.3	2027.11.3	否

截至 2017 年 12 月 31 日，发行人对上述担保使用情况如下：

担保方	担保金额（万元）	担保起始日	担保到期日	担保是否已经履行完毕
杭州莫丽斯	2,459.00	2017.12.4	2018.5.26	否
	318.00	2017.12.4	2018.5.28	否
	2,681.00	2017.12.27	2018.6.25	否
	147.00	2017.12.27	2018.6.27	否

3、关联借款

报告期内，公司存在向部分关联方提供委托贷款的情形，具体借款明细如下：

序号	关联方名称	委托贷款银行	委托贷款合同编号	借款金额 (万元)	借款期限	借款利率	借款用途	偿还日期
1	成都牵银	农业银行杭州文三路支行	33010620120000784	5,300	2012.11.9 至 2015.11.8	6.15%	经营	展期, 重签借款合同见序号 2
2	成都牵银	农业银行杭州西湖支行	33010220150000840	5,300	2015.11.8 至 2016.11.8	6.15%	经营	展期, 重签借款合同见序号 5
3	成都牵银	农业银行杭州文三路支行	33010620120000887	950	2012.12.25 至 2015.12.24	6.15%	采购卫浴产品	展期, 重签借款合同见序号 4
4	成都牵银	农业银行杭州西湖支行	33010220150000837	950	2015.12.24 至 2016.12.24	6.15%	采购卫浴产品	展期, 重签借款合同见序号 5
5	成都牵银	农业银行杭州西湖支行	33010620160000147	6,250	2016.11.3 至 2019.11.2	6.15%	购货	2017.5.26
6	成都牵银	农业银行杭州文三路支行	33010620130000384	6,500	2013.6.4, 期限 36 个月	6.15%	经营	2016.5.27 偿还 2,000 万; 2016.5.31 偿还 800 万; 2016.6.2 偿还 1,700 万; 2016.6.6 偿还 2,000 万
7	成都牵银	农业银行杭州西湖支行	33010620160000070	2,000	2016.5.30 至 2019.5.29	6.15%	购货	2017.5.26
8	成都牵银	农业银行杭州西湖支行	33010620160000076	800	2016.6.1 至 2019.5.31	6.15%	购货	2017.5.26
9	成都牵银	农业银行杭州西湖支行	33010620160000077	1,700	2016.6.3 至 2019.6.2	6.15%	购货	2017.5.26
10	成都牵银	农业银行杭州西湖支行	33010620160000078	2,000	2016.6.7 至 2019.6.6	6.15%	购货	2017.5.26
11	成都牵银	农业银行杭州西湖支行	33010620160000021	900	2016.3.15 至 2019.3.14	5.225%	购货	2017.5.26

序号	关联方名称	委托贷款银行	委托贷款合同编号	借款金额 (万元)	借款期限	借款利率	借款用途	偿还日期
12	杭州普丽思	交通银行杭州下沙支行	201206895017、 201206895048 之委托 贷款展期合同	600	2014.2.22 至 2015.2.21	7%	生产营运 资金	2014.7.9 偿还 300 万元； 2014.11.10 偿还 300 万元； 2015.2.4 偿还 900 万元
			201206895017、 201206895036 之委托 贷款展期合同	900	2014.2.22 至 2015.2.21			
13	杭州普丽思	交通银行杭州城西分行	2015WD001	900	2015.2.5 至 2018.2.5	7%	经营	2016.4.18 偿还 200 万； 2017.5.23 偿还 700 万

截至 2017 年末，上述借款及利息均已全部偿还。

(三) 关联方往来余额**1、应收项目**

单位：万元

项目名称	关联方	2017.12.31	2016.12.31	2015.12.31
应收账款	Tricosco	-	1,696.84	-
	杭州莫丽斯	-	-	356.86
应收利息	杭州普丽思	-	110.83	57.75
	成都牵银	-	332.08	23.96
预付账款	杭州普丽思	-	12.19	82.50
其他应收款	杭州莫丽斯	-	-	2,682.28
	Ableby	-	0.40	0.40
	Wind-Plus Group	-	25.61	25.61
	杭州牵银	-	-	3.00
	马钰	-	3.10	-
	蔡春兵	-	1.00	-
	杭州橙隆	37.69	-	-
其他非流动资产	魔居客	-	450.00	-
	杭州普丽思	-	700.00	900.00
	成都牵银	-	13,650.00	12,750.00

注：公司向杭州普丽思及成都牵银提供的委托贷款计为其他非流动资产科目。

2、应付项目

单位：万元

项目名称	关联方	2017.12.31	2016.12.31	2015.12.31
应付票据	杭州普丽思	-	235.99	-
应付账款	杭州莫丽斯	-	-	379.20
预收款项	杭州橙隆	-	8.04	1.46
其他应付款	Tricosco	-	36.55	24.70
	杭州莫丽斯	-	-	390.28
	东礼服饰	-	-	3.87
	刘文龙	-	0.24	0.24

（四）关联方资金往来情况

报告期内，发行人与关联方之间资金往来具体情况如下：

1、2015 年度

单位：万元

关联方	往来科目	期初余额	本期增加		本期减少		期末余额
			金额	内容	金额	内容	
杭州莫丽斯	其他应付款	-	600.76	1、发行人代收杭州莫丽斯货款 482.22 万元； 2、发行人应付杭州莫丽斯房租 118.54 万元。	210.47	杭州莫丽斯代收发行人货款、发行人代付杭州莫丽斯费用合计 210.47 万元。	390.28
Tricosco	其他应付款	24.00	438.41	1、Tricosco 代发行人支付费用 1 万元； 2、2006-2012 年发行人代奥普集团支付工资 437.41 万元，原计为对 Tricosco 其他应收款，审计调整为奥普集团。	437.72	发行人、奥普集团、Tricosco 签署三方协议，由 Tricosco 承接奥普集团对发行人 437.72 万元债务。	24.70
奥普集团	其他应收款	199.12	470.70	1、发行人代奥普集团支付董事薪酬及其他费用合计 33.29 万元； 2、2006-2012 年发行人代奥普集团支付工资 437.41 万元，原计为对 Tricosco 其他应收款，审计调整为奥普集团。	669.82	1、奥普集团代发行人支付费用 232.11 万元； 2、发行人、奥普集团、Tricosco 签署三方协议，由 Tricosco 承接奥普集团对发行人 437.72 万元债务。	-
东礼服饰	其他应付款	-	3.87	发行人向东礼服饰定制橱柜。	-	-	3.87

2、2016 年度

单位：万元

关联方	往来科目	期初 余额	本期增加		本期减少		期末余 额
			金额	内容	金额	内容	
杭州莫丽斯	其他应收款	2,682.28	1,198.11	1、发行人代付杭州莫丽斯厂房建设用款等合计 987.10 万元； 2、杭州莫丽斯代收发行人 95.40 万元货款； 3、发行人代杭州莫丽斯支付费用 115.61 万元。	3,880.39	发行人收到杭州莫丽斯往来款 3,880.39 万元。	-
	其他应付款	390.28	142.60	发行人应付杭州莫丽斯房租 142.60 万元。	532.88	发行人支付杭州莫丽斯往来款 532.88 万元。	-
Tricosco	其他应付款	24.70	11.84	发行人、奥普集团、Tricosco 签署三方协议，由 Tricosco 承接发行人对奥普集团债务 11.84 万元。	-	-	36.55
奥普集团	其他应收款	-	18.00	发行人代奥普集团支付董事薪酬 18.00 万元。	18.00	1、奥普集团代发行人支付费用 29.84 万元； 2、发行人、奥普集团、Tricosco 签署三方协议，由 Tricosco 承接发行人对奥普集团债务 11.84 万元。	-
杭州牵银	其他应收款	3.00	-	-	3.00	发行人收到杭州牵银往来款 3 万元。	-
魔居客	其他应收款	-	450.00	发行人支付魔居客往来款 450 万元。	-	-	450.00
东礼服饰	其他应付款	3.87	1.83	发行人向东礼服饰定制橱柜。	5.70	发行人支付东礼服饰定制橱柜款。	-

3、2017 年度

单位：万元

关联方	往来科目	期初 余额	本期增加		本期减少		期末 余额
			金额	内容	金额	内容	
杭州莫丽斯	其他应收款	-	99.86	1、发行人代杭州莫丽斯支付费用 0.02 万元； 2、杭州莫丽斯代收发行人 99.84 万元货款。	99.86	发行人收到杭州莫丽斯往来款 99.86 万元。	-
	其他应付款	-	4,033.59	1、杭州莫丽斯预付发行人成都牵银股权转让款 4,000 万元； 2、发行人、杭州莫丽斯、Tricosco 签署三方协议，由杭州莫丽斯承接 Tricosco 对发行人债权 33.59 万元。	4,033.59	1、成都牵银股权转让款冲抵 2,564.02 万元； 2、发行人退还杭州莫丽斯多支付成都牵银股权转让款 1,435.98 万元； 3、发行人支付杭州莫丽斯往来款 33.59 万元。	-
Tricosco	其他应付款	36.55	-	-	36.55	1、货款冲抵 2.56 万元； 2、发行人、杭州莫丽斯、Tricosco 签署三方协议，由杭州莫丽斯承接 Tricosco 对发行人债权 33.59 万元。	-
Ableby	其他应收款	0.40	-	-	0.40	发行人收到 Ableby 股东支付往来 0.40 万元。	-
Wind-Plus Group	其他应收款	25.61	-	-	25.61	发行人收到 Wind-Plus Group 股东支付往来 25.61 万元。	-
魔居客	其他应收款	450.00	-	-	450.00	1、发行人收到魔居客支付往来 40 万元； 2、魔居客股东承接魔居客对发行人债务 410 万元。	-
杭州橙隆	其他应收款	-	37.69	杭州橙隆交接，“交接订单资产”作价预估差异形成。	-	-	37.69

报告期内，除上表所列之资金往来，发行人与关联方还存在委托贷款情况，具体请详见本章节之“四、报告期内的关联交易”之“（二）偶发性关联交易”之“3、关联借款”部分。

（五）关联交易对经营状况和财务状况的影响

发行人向关联方销售的商品主要是浴霸、集成吊顶等，其中杭州橙隆及杭州尚琳系发行人经销商。以上产品销售均系按照市场价格进行定价，不存在损害公司利益的情形。2017年12月，发行人收回杭州橙隆代理权，自2018年1月起，发行人与关联方之间未再发生类似关联销售。

报告期内，公司向杭州普丽思、东礼服饰两家公司的关联采购金额占公司主营业务成本比例较小，对公司经营成果的影响亦较小；且该等交易按照市场价格进行定价，不存在损害公司利益的情形。

报告期内，公司与关联方之间发生的偶发性关联交易主要为资产重组、关联租赁、关联担保以及关联借款，其中资产重组涉及的关联交易均根据评估价格或公司相关政策定价，且有利于提高公司资产及业务完整性；关联租赁价格公允，且涉及金额较小；未对关联方提供担保；关联借款均系通过银行委贷方式，定价公允，且亦已于报告期内全部清偿完毕。

公司与各关联方发生的各类关联交易往来款项支付正常，对本公司财务状况和经营成果均无重大不利影响。

五、规范关联交易的制度安排

为严格执行中国证监会有关规范关联交易行为的规定，保证公司与关联方之间订立的关联交易合同符合公平、公正、公开的原则，根据《公司法》、《证券法》、《企业会计准则—关联方关系及其交易的披露》等有关法律、法规，公司在《公司章程》及公司相关文件中对关联交易决策权力与决策程序作出了明确规定。

（一）决策权限

- 1、公司与关联法人拟发生的交易金额低于 300 万元，或低于公司最近一期

经审计净资产绝对值的 0.5% 的关联交易（公司提供担保除外），由总经理决定后方可实施。

公司与关联自然人拟发生的交易金额低于 30 万元的关联交易（公司提供担保除外），由总经理决定后方可实施。

2、公司与关联法人拟发生的交易金额在 300 万元（含本数）以上，且占公司最近一期经审计净资产绝对值的 0.5%（含本数）以上的关联交易，应当提交公司董事会审议通过后方可实施。

公司与关联自然人拟发生的交易金额在 30 万元（含本数）以上的关联交易，应当提交公司董事会审议通过后方可实施。

3、公司与关联人之间拟发生的交易金额在 3,000 万元（含本数）以上，且占公司最近一期经审计净资产绝对值 5% 以上的关联交易，董事会应当将该关联交易提交公司股东大会审议，该关联交易经股东大会批准后方可实施。

公司与关联人就同一标的或者公司与同一关联人在连续 12 个月内发生的关联交易累计金额达到 2 或 3 所述标准的，公司应当按照相应程序作出决策。

上述同一关联人，包括与该关联人受同一法人或其他组织或者自然人直接或间接控制的，或相互存在股权控制关系；以及由同一关联自然人担任董事或高级管理人员的法人或其他组织。

公司与关联人共同出资设立公司，应当以公司的出资额作为交易金额，适用本制度的相关规定。

公司为关联人提供担保的，不论数额大小，均应当在董事会审议通过后，提交股东大会审议。

（二）回避制度

1、公司董事会审议关联交易事项时，关联董事应当回避表决，也不得代理其他董事行使表决权。

2、股东大会审议有关关联交易事项时，关联股东应当放弃对该议案的投票

权，其所代表的有表决权的股份数不计入有效表决权总数。

六、发行人最近三年关联交易的执行情况及公司独立董事、董事会、股东大会意见

（一）报告期内关联交易决策程序的执行情况

1、报告期内股份公司设立之前发生的关联交易

股份公司设立之前，《公司章程》未对关联交易作特别规定，奥普卫厨也未制定关联交易相关管理制度。关联交易均按交易额大小由总经理、董事会批准执行。

2、报告期内股份公司设立之后发生的关联交易

股份公司设立后，公司制定了《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《关联交易管理制度》、《融资与对外担保管理制度》及《独立董事工作制度》等与关联交易相关的规则与制度，其对关联交易决策权力和程序进行相关规定，对公司与关联人发生的重大关联交易由董事会提交股东大会批准，对非重大关联交易由董事会批准。公司董事会、股东大会审议关联交易时，关联董事及关联股东需回避表决。

（二）公司独立董事、全体董事、股东对报告期内关联交易的确 认情况

公司分别于2018年3月19日召开第一届董事会第四次会议和第一届监事会第三次会议、2018年4月9日召开2017年年度股东大会，审议通过了《关于对公司2015年度、2016年度及2017年度关联交易予以确认的议案》。发行人独立董事马国鑫、杜立民、周夏飞于2018年3月19日出具了《独立董事意见》，确认发行人报告期内发生的关联交易遵循了平等、自愿、等价、有偿的原则，有关协议或合同所确定的条款是公允的、合理的，关联交易的价格依据市场定价原则或者按照不损害发行人或其他股东利益的原则确定，不存在损害发行人及其他股东利益的情况。发行人报告期内发生的关联交易，均已按照发行人当时的有效章

程及决策程序履行了相关审批程序。

七、公司减少关联交易的措施

（一）公司与关联方资产重组

为减少关联交易，公司与关联方进行了资产重组，具体情况详见招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“四、发行人设立以来重大资产重组情况”。

（二）制定完善相关制度

为规范公司的关联交易行为和减少不必要的关联交易，公司制定并完善了《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《关联交易管理制度》、《融资与对外担保管理办法》及《独立董事制度》等与关联交易相关的规则与制度，其对关联交易决策权力和程序进行相关规定，对公司与关联人发生的重大关联交易由董事会提交股东大会批准，对非重大关联交易由董事会批准。公司董事会、股东大会审议关联交易时，关联董事及关联股东需回避表决。

（三）控股股东及实际控制人出具的相关承诺

为规范与发行人之间的关联交易，发行人控股股东 Tricosco 和共同实际控制人 Fang James、方胜康均已分别作出《关于避免或减少关联交易的承诺函》，具体承诺内容如下：

“1、在不对奥普家居及其控股子公司、其他股东的利益构成不利影响的前提下，本公司/本人、本公司及其下属企业/本人及本人关系密切的近亲属所控制或施加重大影响的企业将采取措施尽量避免和减少与奥普家居及其子公司之间的关联交易。

2、对于无法避免或有合理理由存在的关联交易，将与奥普家居及其子公司依法签订规范的关联交易协议，并按照有关法律、法规、规章、其他规范性文件和公司章程的规定履行批准程序；关联交易价格将依照与无关联关系的独立第三方进行相同或相似交易时的价格确定，保证关联交易价格具有公允性；保证按照有关法律、法规和公司章程的规定履行关联交易的信息披露义务；保证不利用关

联交易非法转移奥普家居的资金、利润，不利用关联交易损害奥普家居及其他非关联股东的利益。

3、本公司/本人承诺在奥普家居董事会、股东大会对涉及本公司/本人及本公司/本人控制的其他企业的有关关联交易事项进行表决时，履行回避表决的义务。

4、本公司/本人承诺不利用自身的地位及控制性影响谋求奥普家居及其控制的其他企业在业务合作等方面给予本公司/本人及本公司/本人控制的其他企业优于市场第三方的权利；同时不利用自身的地位及控制性影响谋求本公司/本人及本公司/本人控制的其他企业与奥普家居及其控制的其他企业达成交易的优先权利。

5、本承诺自签署之日起生效，且本公司/本人将忠实履行上述承诺，并承担由于违反上述承诺给奥普家居造成的直接、间接的经济损失及产生的法律责任。”

第八节 董事、监事、高级管理人员

一、董事、监事及高级管理人员简介

(一) 董事

公司董事会由 7 人组成，其中独立董事 3 名，本届董事会人员名单及任期如下：

序号	姓名	职务	任期
1	Fang James	董事长	2017.6.22-2020.6.21
2	方胜康	董事	2017.6.22-2020.6.21
3	吴兴杰	董事	2017.6.22-2020.6.21
4	刘文龙	董事	2017.6.22-2020.6.21
5	马国鑫	独立董事	2017.6.22-2020.6.21
6	杜立民	独立董事	2017.6.22-2020.6.21
7	周夏飞	独立董事	2017.6.22-2020.6.21

董事简介如下：

1、Fang James 先生简介

Fang James 先生，奥普卫厨创始人之一，澳大利亚国籍，1964 年 8 月出生，本科学历。Fang James 先生曾担任杭州市侨商协会会长，并获得首届华侨华人专业人士杰出创业奖。Fang James 先生曾先后任上海师范大学教师，澳大利亚 LIGHT UP 灯具公司总经理，自 1993 年起担任奥普电器董事长，自 2004 年起担任奥普卫厨董事长。2017 年 6 月至今担任奥普家居董事长。

2、方胜康先生简介

方胜康先生，奥普卫厨创始人之一，中国香港籍，1953 年 2 月出生，大专学历，浙江省高级经济师，杭州市第十届人大代表，曾获得杭州市劳动模范称号。方胜康先生曾任杭州华光电冰箱厂厂长，自 1993 年起担任奥普电器董事，自 2004

年起担任奥普卫厨董事兼总经理。2017年6月至今担任奥普家居董事兼总经理。

3、吴兴杰先生简介

吴兴杰先生，中国国籍，无境外永久居留权，1981年6月出生，博士学位。吴兴杰先生曾先后任深圳金涌泉投资基金管理公司基金经理，杭州奥普博朗尼卫厨科技有限公司总经理助理，2013年加入奥普卫厨，任总裁助理，2014年6月开始任奥普卫厨总裁。2017年6月至今任奥普家居董事、常务副总经理。

4、刘文龙先生简介

刘文龙先生，中国国籍，无境外永久居留权，1976年10月出生，本科学历，非执业注册会计师。刘文龙先生曾先后任济南轻骑摩托车有限公司财务主管、浙江华泰丝绸有限公司财务经理，2004年6月加入奥普卫厨，任财务总监。2017年6月至今任奥普家居董事、董事会秘书、财务总监。

5、马国鑫先生简介

马国鑫先生，中国国籍，无境外永久居留权，1953年9月出生，本科学历。马国鑫先生曾先后任杭州医疗器械厂主任、副经理，浙江省家用电器协会筹备组成员、主任、副秘书长。现任浙江省家用电器协会副理事长兼秘书长，2017年6月至今任奥普家居独立董事。目前同时兼任奇精机械股份有限公司独立董事、杭州老板电器股份有限公司独立董事。

6、杜立民先生简介

杜立民先生，中国国籍，无境外永久居留权，1979年6月出生，博士学位。杜立民先生曾先后任厦门大学博士后研究人员，浙江大学讲师、副研究员、研究员职位。2017年6月至今任奥普家居独立董事。

7、周夏飞女士简介

周夏飞女士，中国国籍，无境外永久居留权，1965年6月出生，研究生学历，非执业注册会计师。现任浙江大学经济学院财政系副主任、副教授、硕士生导师。2017年6月至今任奥普家居独立董事。目前同时兼任上海朗阁教育科技股份有限公司独立董事、衢州南高峰化工股份有限公司独立董事、横店集团得邦

照明股份有限公司独立董事、浙江山峪科技股份有限公司独立董事。

（二）监事

公司监事会由 3 人组成，其中马钰是由职工代表大会选举产生的监事，本届监事会名单及任期如下：

序号	姓名	职务	任期
1	蔡春兵	监事会主席	2017.6.22-2020.6.21
2	黄苏芳	监事	2017.6.22-2020.6.21
3	马钰	职工代表监事	2017.6.22-2020.6.21

监事简介如下：

1、蔡春兵先生简介

蔡春兵先生，中国国籍，无境外永久居留权，1978 年 1 月出生，本科学历。蔡春兵先生曾先后担任捷安特中国有限公司品牌推广专员，上海时代贸易有限公司平面设计师，樱花卫厨中国有限公司产品经理，2005 年 10 月起先后担任奥普卫厨市场部经理、江苏分公司总经理、南京大区总经理、品牌部经理。2017 年 6 月至今担任奥普家居监事会主席、品牌部副总监。

2、黄苏芳女士简介

黄苏芳女士，中国国籍，无境外永久居留权，1980 年 7 月出生，大专学历。黄苏芳女士曾先后担任浙江华州文仪有限公司商务专员，浙江华立集团商务专员，2006 年加入奥普卫厨先后担任浴顶事业部经理、集成事业部市场部经理。2017 年 6 月至今担任奥普家居监事、集成事业部总经理助理、墙面事业部总监。

3、马钰女士简介

马钰女士，中国国籍，无境外永久居留权，1982 年 4 月出生，硕士学历。马钰女士 2007 年 6 月加入奥普卫厨，先后担任人力资源专员、培训主管、招聘主管、人力资源部经理。2017 年 6 月至今担任奥普家居职工代表监事、人力资源部经理。

（三）高级管理人员

公司高级管理人员名单及任期如下：

序号	姓名	职务	任期
1	方胜康	总经理	2017.6.22-2020.6.21
2	吴兴杰	常务副总经理	2017.6.22-2020.6.21
3	方国樑	副总经理	2017.6.22-2020.6.21
4	孙德富	总工程师	2017.6.22-2020.6.21
5	刘文龙	财务总监兼董事会秘书	2017.6.22-2020.6.21

方胜康先生、吴兴杰先生、刘文龙先生简历参见本招股说明书“第八节 董事、监事、高级管理人员”之“(一) 董事、监事及高级管理人员简介”之“(一) 董事”。

其他管理人员简介如下：

1、方国樑先生简介

方国樑先生，中国国籍，无境外永久居留权，1959年3月出生，大专学历。方国樑先生2004年加入奥普卫厨，先后担任江苏分公司总经理、营销总监。2017年6月至今担任奥普家居副总经理。

2、孙德富先生简介

孙德富先生，中国国籍，无境外永久居留权，1966年12月出生，大专学历。孙德富先生2004年加入奥普卫厨，先后担任产品研发部经理、总监。2017年6月至今担任奥普家居总工程师。

（四）董事、监事、高级管理人员的提名与选聘情况

1、董事提名与选聘情况

本届董事会为公司第一届董事会，董事 Fang James、方胜康、刘文龙由公司控股股东 Tricosco 提名，董事吴兴杰由公司股东文泽投资提名，独立董事马国鑫、杜立民由公司控股股东 Tricosco 提名，独立董事周夏飞由公司股东明泽投资提

名。董事 Fang James、方胜康、吴兴杰、刘文龙、马国鑫、杜立民、周夏飞均通过 2017 年 6 月 20 日召开的公司创立大会暨第一次临时股东大会选举产生。

2017 年 6 月 20 日，公司第一届董事会第一次会议选举 Fang James 为公司董事长。

2、监事提名与选聘情况

本届监事会为公司第一届监事会，监事蔡春兵由公司控股股东 Tricosco 提名，监事黄苏芳由公司股东明泽投资提名，并经 2017 年 6 月 20 日召开的公司创立大会暨第一次临时股东大会选举产生。公司职工监事马钰经 2017 年 6 月 20 日召开的公司职工代表大会选举产生。

2017 年 6 月 20 日，公司第一届监事会第一次会议选举蔡春兵为本届监事会主席。

3、高级管理人员提名与选聘情况

公司现任总经理方胜康、董事会秘书刘文龙由公司董事长 Fang James 提名，公司现任常务副总经理吴兴杰、副总经理方国樑、总工程师孙德富、财务总监刘文龙由公司总经理方胜康提名，方胜康、吴兴杰、方国樑、孙德富、刘文龙经 2017 年 6 月 20 日召开的第一届董事会第一次会议决议聘任。

二、董事、监事、高级管理人员及其近亲属持有发行人股份情况

（一）持股情况

截至本招股说明书签署之日，本公司董事、监事、高级管理人员及其近亲属直接或间接持有公司股份如下表所示：

序号	姓名	职务或与公司关系	直接持股数量 (万股)	间接持股数量 (万股)	持股比例 (%)	是否质押 或冻结
1	Fang James	董事长	-	10,530.25	29.25	否
2	方胜康	董事、总经理	-	10,987.82	30.52	否
3	吴兴杰	董事、常务副总经理	-	2,474.01	6.87	否

序号	姓名	职务或与公司关系	直接持股数量 (万股)	间接持股数量 (万股)	持股比例 (%)	是否质押 或冻结
4	方雯雯	方胜康女儿、吴兴杰配偶、照明事业部总经理兼战略产品中心总经理	-	1,493.31	4.14	否
5	刘文龙	董事、董事会秘书、财务总监	-	49.52	0.14	否
6	方国樑	副总经理	-	38.90	0.11	否
7	孙德富	总工程师	-	14.15	0.04	否
8	蔡春兵	监事会主席、品牌部副总监	-	17.68	0.05	否
9	黄苏芳	监事、集成事业部总经理助理、墙面事业部总监	-	17.68	0.05	否
10	马钰	职工监事、人力资源部经理	-	12.38	0.03	否
11	方黎	奥普研究院卫厨产品研发中心经理	-	8.84	0.02	否

注：间接持股情况=持/占有中间主体股份或份额×中间主体持有公司股份比例。

除上表外，本公司董事、监事、高级管理人员及其近亲属不存在以任何其他方式直接或间接持有本公司股份的情况。

（二）最近三年持股变动情况

报告期内，本公司董事、监事、高级管理人员及其近亲属持有本公司股份的变动情况如下：

姓名	职务或与公司关系	持股比例 (%)			
		2015 年末	2016 年末	2017 年末	发行前
Fang James	董事长	25.80	38.12	29.25	29.25
方胜康	董事、总经理	25.08	46.06	30.52	30.52
吴兴杰	董事、常务副总经理	-	6.99	6.87	6.87
方雯雯	方胜康女儿、吴兴杰配偶、照明事业部总经理兼战略产品中心总经理	-	0.01	4.14	4.14
刘文龙	董事、董事会秘书、财务总监	-	0.10	0.14	0.14
方国樑	副总经理	-	0.11	0.11	0.11
孙德富	总工程师	-	0.04	0.04	0.04

姓名	职务或与公司关系	持股比例（%）			
		2015 年末	2016 年末	2017 年末	发行前
蔡春兵	监事会主席、品牌部副总监	-	0.05	0.05	0.05
黄苏芳	监事、集成事业部总经理助理、墙面事业部总监	-	0.05	0.05	0.05
马钰	职工监事、人力资源部经理	-	0.03	0.03	0.03
方黎	奥普研究院卫厨产品研发中心经理	-	0.02	0.02	0.02

三、董事、监事、高级管理人员对外投资情况

截至本招股说明书签署之日，公司董事长 Fang James、董事兼总经理方胜康、董事兼常务副总经理吴兴杰控制的其他企业情况见招股说明书“第七节 同业竞争与关联交易”之“三、报告期内的关联方及关联关系”之“（三）控股股东、实际控制人控制的其他企业”。

截至本招股说明书签署之日，公司董事长 Fang James、董事兼总经理方胜康、董事兼常务副总经理吴兴杰其他对外投资情况（非控股）以及其他董事、监事、高级管理人员对外投资情况如下表所示：

姓名	职务	对外投资公司名称	持股比例（%）	主营业务
Fang James	董事长	Smart Rise International Limited	6.95	投资管理
方胜康	董事、总经理	明泽投资	0.10	投资管理
		聚泽投资	8.38	投资管理
吴兴杰	董事、常务副总经理	深圳前海优品优居网络科技有限公司	2.48	家居互联网综合服务商
		深圳金涌泉投资企业（有限合伙）	5.43	投资管理
		杭州杏业佳庆投资管理合伙企业（有限合伙）	18.75	投资管理
		明泽投资	58.08	投资管理
刘文龙	董事、董事会秘书、财务总监	聚泽投资	8.99	投资管理
方国樑	副总经理	明泽投资	3.19	投资管理

姓名	职务	对外投资公司名称	持股比例 (%)	主营业务
孙德富	总工程师	明泽投资	1.16	投资管理
蔡春兵	监事会主席	聚泽投资	3.21	投资管理
黄苏芳	监事	明泽投资	1.45	投资管理
马钰	职工监事	明泽投资	1.02	投资管理

除上述对外投资外，公司董事、监事、高级管理人员无其他对外重大投资情况，上述人员的对外投资均不与发行人业务产生利益冲突。

四、董事、监事、高级管理人员薪酬情况

公司董事、监事、高级管理人员 2017 年度从公司领取的税前收入情况如下：

姓名	职务	2017 年度薪酬 (万元)	领薪单位
Fang James	董事长	100.00	发行人
方胜康	董事、总经理	100.00	发行人
吴兴杰	董事、常务副总经理	100.00	发行人
刘文龙	董事、董事会秘书、财务总监	60.00	发行人
马国鑫	独立董事	4.00	发行人
杜立民	独立董事	4.00	发行人
周夏飞	独立董事	4.00	发行人
方国樑	副总经理	91.79	发行人
孙德富	总工程师	45.00	发行人
蔡春兵	监事会主席、品牌部副总监	37.00	发行人
黄苏芳	监事、集成事业部总经理助理、 墙面事业部总监	36.50	发行人
马钰	职工监事、人力资源部经理	34.00	发行人

在本公司任职的董事、监事、高级管理人员，除领取薪酬外，无其他特殊待遇或退休金计划。

五、董事、监事、高级管理人员兼职情况

截至本招股说明书签署之日，董事、监事、高级管理人员在公司及控股子公

司以外的其他单位兼职情况如下：

姓名	职务	兼职单位	职务	兼职单位与公司的关系
Fang James	董事长	杭州莫丽斯	董事兼总经理	控股股东全资子公司
		杭州普丽思	董事	实际控制人控制的公司
		Tricosco	董事	发行人控股股东
		SeeSi	董事	实际控制人控制的公司
		Crista	董事	实际控制人控制的公司
		奥普集团	董事	实际控制人控制的公司之全资子公司
		Ableby	董事	实际控制人控制的公司之全资子公司
		Wind-Plus Electrical	董事	实际控制人控制的公司
		Wind-Plus Group	董事	实际控制人控制的公司之全资子公司
方胜康	董事兼总经理	杭州莫丽斯	董事长	控股股东全资子公司
		杭州牵财投资有限公司	执行董事	实际控制人控制的公司
		杭州明泽投资有限公司	执行董事	实际控制人控制的公司
		杭州普丽思	董事长	实际控制人控制的公司
		东礼服饰	执行董事	实际控制人控制的公司之全资子公司
		成都玫瑰苑房地产开发有限公司	执行董事	实际控制人控制的公司之全资子公司
		Tricosco	董事	发行人控股股东
		Sino Broad	董事	实际控制人控制的公司
		Crista	董事	实际控制人控制的公司
		奥普集团	董事	实际控制人控制的公司之全资子公司
		Ableby	董事	实际控制人控制的公司之全资子公司
		Wind-Plus Electrical	董事	实际控制人控制的公司

姓名	职务	兼职单位	职务	兼职单位与公司的关系
		Wind-Plus Group	董事	实际控制人控制的公司之全资子公司
吴兴杰	董事、常务副总经理	文泽投资	执行事务合伙人	实际控制人一致行动人控制的公司、发行人股东
		奥普集团	董事	实际控制人控制的公司之全资子公司
		杭州莫丽斯	董事	控股股东之全资子公司
刘文龙	董事、财务总监、 董事会秘书	聚泽投资	执行事务合伙人	发行人股东
方国樑	副总经理	明泽投资	执行事务合伙人	发行人股东
马国鑫	独立董事	奇精机械股份有限公司	独立董事	无
		老板电器	独立董事	无
周夏飞	独立董事	横店集团得邦照明股份有限公司	独立董事	无
		上海朗阁教育科技股份有限公司	独立董事	无
		衢州南高峰化工股份有限公司	独立董事	无
		浙江山峪科技股份有限公司	独立董事	无

除此之外，公司董事、监事、高级管理人员均无其他兼职情况。

六、董事、监事、高级管理人员之间存在的亲属关系

公司董事、监事、高级管理人员中，Fang James 与方胜康是堂兄弟关系，吴兴杰与方雯雯是夫妻关系，方胜康与方雯雯是父女关系。其他董事、监事、高级管理人员之间均不存在亲属关系。

七、董事、监事、高级管理人员与公司签署协议及承诺情况

本公司与董事、监事、高级管理人员分别签订了《劳动合同》或《聘用合同》，并正常履行。

公司董事、监事、高级管理人员均签署了《股份锁定承诺》、《关于首次公开发行股票招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏的承诺》、《关于

被摊薄即期回报的措施及承诺》等文件，具体请参见招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“十三、发行人主要股东及作为股东的董事、监事、高级管理人员的重要承诺及其履行情况”的相关内容。

截至本招股说明书签署之日，上述合同、承诺履行正常，未发生违约情况。

八、董事、监事及高级管理人员的任职资格

截至本招股说明书签署之日，公司所有董事、监事、高级管理人员的任职资格均符合《公司法》、《证券法》等相关法律法规、规范性文件及《公司章程》的规定，其聘任均符合《公司章程》规定的程序。

九、报告期内董事、监事及高级管理人员变动情况

截至本招股说明书签署之日，公司历次董事、监事及高级管理人员变动均履行了《公司章程》所规定的程序。近三年，公司董事、监事及高级管理人员变动情况如下：

（一）董事变动情况

2015年1月至2017年1月，奥普卫厨董事会均由 Fang James、方胜康及柴俊麒组成，其中 Fang James 为董事长。

2017年1月15日，根据奥普卫厨董事会决议，免去柴俊麒董事职务，同时增选吴兴杰为奥普卫厨董事。

2017年6月20日，本公司创立大会暨第一次临时股东大会选举 Fang James、方胜康、吴兴杰、刘文龙、马国鑫、杜立民、周夏飞为股份公司第一届董事会董事，其中 Fang James 为董事长，马国鑫、杜立民、周夏飞为独立董事。

公司最近三年内董事的上述变化，主要是由于整体变更设立股份有限公司及规范公司经营管理而进行的必要调整，且公司董事长未发生变化。

公司董事的上述变化不属于最近三年发生重大变化的情况。

（二）监事变动情况

2015年1月至2017年5月，蔡春兵任奥普卫厨监事。

2017年6月14日，公司召开职工代表大会一致选举马钰为本公司第一届监事会职工代表监事。2017年6月20日，本公司创立大会暨第一次临时股东大会选举蔡春兵、黄苏芳为股份公司第一届监事会股东代表监事。其中，蔡春兵为本公司第一届监事会主席。

（三）高级管理人员变动情况

2015年1月至2017年5月，方胜康担任奥普卫厨总经理。

2017年6月20日，本公司第一届董事会第一次会议，决议聘任方胜康为总经理，吴兴杰为常务副总经理，方国樑为副总经理，孙德富为总工程师，刘文龙为董事会秘书兼财务总监。

公司最近三年高级管理人员的上述变化，主要是由于设立股份公司及规范公司管理等而进行的必要调整，总经理方胜康未发生变化。

公司高级管理人员的上述变化不属于最近三年发生重大变化的情况。

（四）奥普集团董事及高级管理人员变动情况

2015年1月至2016年9月奥普集团完成私有化的期间内，奥普卫厨为香港上市公司奥普集团的全资子公司，对奥普卫厨重大事项具有最终决策权的董事会建立在奥普集团层面。

上述期间内，奥普集团的董事一直系 Fang James、方胜康、吴兴杰、卢颂康、林晓峰、吴德龙、沈建林、甘为民，高级管理人员一直系方胜康、范毅润及陈家发，均未发生变动。

自奥普集团于2016年9月30日完成私有化退市至今，奥普集团的管理层不再控制发行人的经营管理，发行人的高级管理人员直接在发行人层面参与运营及管理。

综上，公司董事、监事及高级管理人员在报告期内未发生重大变动。

第九节 公司治理

公司按照《公司法》、《证券法》、《上市公司章程指引》等相关法律、行政法规、规范性文件的要求，对《公司章程》进行了修订，建立健全了股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书等制度，逐步形成了规范的公司治理结构。公司自设立以来，股东大会、董事会、监事会等机构和人员均能够按照有关法律、法规、公司章程和相关议事规则的规定，独立有效地进行运作并切实履行应尽的职责和义务，没有违法、违规的情形发生。

一、公司治理制度及运行情况

（一）股东大会制度及其运行情况

股东大会是公司的权力机构，依据《公司法》、《公司章程》、《股东大会议事规则》的规定规范运作。

1、股东大会的建立

2017年6月20日，公司召开创立大会暨第一次临时股东大会，审议通过了《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》、《独立董事工作制度》、《关联交易管理制度》、《重大投资经营决策管理制度》、《融资与对外担保管理制度》等相关议案，选举产生了公司第一届董事会和第一届监事会，建立了规范的股东大会制度。

2、股东大会的职权

公司的股东大会依法行使下列职权：

（1）决定公司的经营方针和投资计划；（2）选举和更换董事、股东代表出任的监事，决定有关董事、监事的报酬事项；（3）审议批准董事会的报告；（4）审议批准监事会的报告；（5）审议批准公司的年度财务预算方案、决算方案；（6）审议批准公司的利润分配方案和弥补亏损方案；（7）对公司增加或者减少注册资本作出决议；（8）对发行公司债券作出决议；（9）对公司合并、分立、解散、清算或者变更公司形式作出决议；（10）修改公司章程；（11）对公司聘用、解聘会

计师事务所，或更改公司的会计准则或政策作出决议；（12）审议批准公司章程规定的对外担保事项；（13）审议公司在一年内购买、出售重大资产超过公司最近一期经审计合并报表总资产 30% 的事项；（14）审议批准变更募集资金用途事项；（15）审议股权激励计划；（16）签署任何可能导致发生上述（1）至（15）项事项的协议，或以任何方式同意作出上述（1）至（15）项的行动；（17）审议法律、行政法规、部门规章或公司章程规定应当由股东大会决定的其他事项。

3、股东大会运行情况

自 2017 年 6 月 20 日公司召开创立大会暨第一次临时股东大会以来，公司随后分别于 2017 年 10 月 9 日、2018 年 4 月 9 日召开了 2 次股东大会。

公司历次股东大会的召集、提案、出席、议事、表决、决议及会议记录均按照《公司法》、《公司章程》、《股东大会议事规则》等的要求规范运作。

（二）董事会制度及其运行情况

公司制定了《董事会议事规则》，公司董事严格按照《公司章程》和《董事会议事规则》的规定行使权利、履行义务，董事会运行规范。

1、董事会构成

公司董事会由 7 名董事组成，其中独立董事 3 名，包括 1 名会计专业人士。董事会设董事长 1 名。董事长由董事会以全体董事的过半数选举产生。董事由股东大会选举或更换，任期 3 年，可连选连任。

2、董事会职责

董事会行使下列职权：（1）负责召集股东大会，并向股东大会报告工作；（2）执行股东大会的决议；（3）决定公司的经营计划和投资方案；（4）制订公司的年度财务预算方案、决算方案；（5）制订公司的利润分配方案和弥补亏损方案；（6）制订公司增加或者减少注册资本、发行股票、债券或其他证券及上市方案；（7）拟订公司重大收购、收购公司股份或者合并、分立和解散方案；（8）在股东大会授权范围内，决定公司对外投资、收购出售资产、资产抵押、对外担保事项、委托理财、关联交易等事项；（9）决定公司内部管理机构的设置；（10）聘任或者

解聘公司总经理、董事会秘书；根据总经理的提名，聘任或者解聘公司常务副总经理、副总经理、财务总监、总工程师等高级管理人员，并决定其报酬事项和奖惩事项；（11）制订公司的基本管理制度；（12）制订公司章程的修改方案；（13）管理公司信息披露事项；（14）向股东大会提请聘请或更换为公司审计的会计师事务所；（15）听取公司总经理的工作汇报并检查总经理的工作；（16）法律、行政法规、部门规章、公司章程或股东大会授予的其他职权。

超过股东大会授权范围的事项，应当提交股东大会审议。

3、董事会运行情况

自 2017 年 6 月 20 日公司召开第一次董事会会议以来，公司随后分别于 2017 年 9 月 22 日、2017 年 12 月 15 日、2018 年 3 月 19 日召开了 3 次董事会会议。

（三）监事会制度及其运行情况

公司制定了《监事会议事规则》，公司的监事严格按照《公司章程》和《监事会议事规则》的规定行使权利、履行义务，监事会运行规范。

1、监事会构成

公司监事会由 3 名监事组成，其中包括股东代表监事 2 名和职工代表监事 1 名。监事会设主席一人，由全体监事过半数选举产生。监事每届任期 3 年，股东代表监事由股东大会选举或更换，职工代表监事由公司职工通过职工代表大会民主选举产生。监事可以连选连任。

2、监事会职责

监事会行使下列职权：（1）应当对董事会编制的公司定期报告进行审核并提出书面审核意见；（2）检查公司财务；（3）对董事、高级管理人员执行公司职务的行为进行监督，对违反法律、行政法规、公司章程或者股东大会决议的董事、高级管理人员提出罢免的建议；（4）当董事、高级管理人员的行为损害公司的利益时，要求董事、高级管理人员予以纠正；（5）提议召开临时股东大会，在董事会不履行《公司法》规定的召集和主持股东大会职责时召集和主持股东大会；（6）向股东大会提出提案；（7）依照《公司法》第一百五十一条的规定，对董事、高

级管理人员提起诉讼；（8）发现公司经营情况异常，可以进行调查；必要时可以聘请会计师事务所、律师事务所等专业机构协助其工作，费用由公司承担；（9）股东大会授予的其他职权。

3、监事会运行情况

自2017年6月20日公司召开第一次监事会会议以来，公司随后分别于2017年9月22日、2018年3月19日召开了2次监事会会议。

（四）独立董事制度及运行情况

公司独立董事自聘任以来，认真履行职责，在规范公司运作、保护中小股东权益、提高董事会决策水平等方面起到了积极作用，进一步完善了公司法人治理结构。

1、独立董事构成

本公司设有3名独立董事，包括1名会计专业人士。独立董事候选人可由董事会、监事会或单独或合并持有公司已发行股份百分之一以上的股东提名，经股东大会选举决定。独立董事任期三年。独立董事任期届满可连选连任，但是连任时间不得超过6年。

2、独立董事履行职权的制度安排

公司制定了《独立董事工作制度》，对独立董事的任职资格、权责范围做出了明确规定。独立董事除具有《公司法》等法律、法规及公司章程赋予的董事职权外，还具有以下职权：（1）向董事会提议召开临时股东大会。董事会拒绝召开的，可以向监事会提议召开临时股东大会；（2）提议召开董事会会议；（3）对公司董事、高级管理人员的薪酬计划、激励计划等事项进行审核；（4）向董事会提议聘用或解聘会计师事务所；（5）对重大关联交易予以事先认可；（6）在股东大会召开前公开向股东征集投票权；（7）基于履行职责的需要聘请审计机构或咨询机构。

独立董事除履行上述职责外，还应当就以下事项向董事会或股东大会发表独立意见：（1）提名、任免董事；（2）聘任或解聘高级管理人员；（3）公司董事、

高级管理人员的薪酬；（4）公司的股东、实际控制人及其关联企业对公司现有或新发生的总额高于 300 万元或高于公司最近经审计净资产值的 5% 的借款或其他资金往来，以及公司是否采取有效措施回收欠款；（5）独立董事认为可能损害中小股东权益的事项。

3、独立董事履职情况

公司独立董事依据《公司章程》、《独立董事工作制度》和相关法律、法规的要求，认真履行职责，积极出席公司董事会会议和参与董事会下设的战略委员会、提名委员会、审计委员会和薪酬与考核委员会的工作。独立董事及时了解公司经营情况，参与讨论和决策有关重大事项，对需要独立董事发表意见的事项发表了意见，对公司法人治理结构的完善和规范化运作等方面发挥了积极有效的作用，有效保护了全体股东特别是中小股东的利益。

（五）董事会秘书制度及运行情况

1、董事会秘书制度安排

公司设董事会秘书一名，董事会秘书为公司的高级管理人员，董事会秘书对董事会负责，遵守法律、法规及公司章程的规定，承担高级管理人员的有关法律责任，对公司负有诚信和勤勉义务。董事会秘书为公司与证券交易所的指定联系人，负责管理公司信息披露事务部门。

2、董事会秘书工作职责

根据《董事会秘书工作细则》，董事会秘书的主要职责是：负责公司信息披露管理事务；协助公司董事会加强公司治理机制建设；负责公司投资者关系管理事务，完善公司投资者的沟通、接待和服务工作机制；负责公司股权管理事务；协助公司董事会制定公司资本市场发展战略，协助筹划或者实施公司资本市场再融资或者并购重组事务；负责公司规范运作培训事务，组织公司董事、监事、高级管理人员及其他相关人员接受相关法律法规和其他规范性文件的培训；提示公司董事、监事、高级管理人员履行忠实、勤勉义务；履行《公司法》、中国证监会和上海证券交易所要求履行的其他职责。

3、董事会秘书制度运行情况

公司董事会秘书根据公司章程和《董事会秘书工作细则》履行职责，按照法定程序组织董事会会议和股东大会，协助公司董事、监事和高级管理人员了解法律法规及规范性文件规定的责任，促使董事会依法行使职权，对完善公司的法人治理结构和规范公司运作发挥了积极的作用。

(六) 专门委员会的设置情况

董事会下设 4 个专门委员会：战略与发展委员会、提名委员会、审计委员会、薪酬与考核委员会。专门委员会成员全部由董事组成，其中提名委员会、审计委员会、薪酬与考核委员会中独立董事占多数并担任召集人，审计委员会中有 1 名独立董事是会计专业人士。目前，各专门委员会成员的具体名单如下：

委员会名称	召集人	任期
战略与发展委员会	Fang James	Fang James、方胜康、吴兴杰、刘文龙、马国鑫
提名委员会	杜立民	杜立民、马国鑫、周夏飞
审计委员会	周夏飞	周夏飞、马国鑫、杜立民
薪酬与考核委员会	马国鑫	马国鑫、杜立民、周夏飞

战略与发展委员会的主要职责权限：（1）对公司发展战略和中、长期发展规划方案进行研究、提出建议及提交董事会审议决定，并对其实施进行评估、监控；（2）对公司增加或减少注册资本、发行公司债券、合并、分立、解散事项的方案进行研究，并提出建议及提交董事会审议决定；（3）对公司重大业务重组、对外收购、兼并及资产出让进行研究，并提出建议及提交董事会审议决定；（4）对公司拓展新型市场、新型业务进行研究，并提出建议及提交董事会审议决定；（5）对须经董事会审议的公司投融资、资产经营等项目进行研究，并提出建议及提交董事会审议决定；（6）对公司重大机构重组和调整方案进行研究，并提出建议及提交董事会审议决定；（7）指导和监督董事会有关决议的执行。

提名委员会的主要职责权限：（1）研究公司董事、高级管理人员的选择标准、程序及方法，向董事会提出建议；（2）广泛搜寻合格的董事和高级管理人员的人选；（3）对董事候选人和总经理人选进行审查并提出建议；（4）董事会授予的其

他职权。

审计委员会的主要职责权限：（1）提议聘请、续聘或更换外部审计师，以及确定相关审计费用，并报董事会批准；（2）评估外部审计师工作，监督外部审计师的独立性、工作程序、质量和结果；（3）监督公司的内部审计制度及其实施；（4）指导、评估内部审计机构的工作，对公司内部审计机构负责人的任免提出建议；（5）负责内部审计与外部审计之间的沟通；（6）审核公司的财务信息及其披露；（7）审查并监督公司的内控制度的有效运行；（8）董事会授予的其他职权。

薪酬与考核委员会的主要职责权限：（1）研究董事与高级管理人员业绩考核的标准，进行考核并向董事会提出建议；（2）研究和审查董事与高级管理人员的薪酬政策与方案并向董事会提出建议；（3）董事会授予的其他职权。

各专门委员会自设立以来，均严格按照相关规定履行职责，对完善公司的治理结构起到良好的促进作用。

二、公司报告期内违法违规行为情况

公司已依法建立健全的股东大会制度、董事会制度、监事会制度、独立董事制度和董事会秘书制度，自变更设立股份公司至今，本公司严格按照《公司法》及相关法律法规、《公司章程》的规定规范运作、依法经营。

报告期内发行人及其控股子公司受到行政处罚的主要情形如下：

1、2015年10月20日，因发行人生产车间内堆放杂物遮挡消防栓，杭州市公安消防支队经济技术开发区大队出具了《行政处罚决定书》（杭经开公（消）行政处罚〔2015〕0111号），处罚5,000元整。

2、2015年10月20日，因发行人消防控制室无人值班，消防控制室未实现二十四小时值班制度，杭州市公安消防支队经济技术开发区大队出具了《行政处罚决定书》（杭经开公（消）行政处罚〔2015〕0117号），处罚500元整。

3、2015年10月20日，因发行人消防设施未保持完好有效，杭州市公安消防支队经济技术开发区大队出具了《行政处罚决定书》（杭经开公（消）行政处罚〔2015〕0118号），处罚5,000元整。

4、2015年10月20日，因发行人划置停车位占用消防车通道，杭州市公安消防支队经济技术开发区大队出具了《行政处罚决定书》（杭经开公（消）行政处罚〔2015〕0119号），处罚5,000元整。

5、2016年1月8日，因发行人对商品作引人误解的虚假宣传，红安县工商行政管理局出具了《行政处罚决定书》（红工商处字〔2016〕2号），责令停止违法行为、消除影响并处罚28,000元。

对于上述事件，发行人在收到上述决定书之后已经及时缴纳罚款，并积极采取了相关整改措施。鉴于上述行政处罚涉及事项情节较轻，罚款金额相对较小，且发行人已及时缴纳罚款，对相关行为进行了整改，因此，该行政处罚未对发行人生产经营造成重大影响。

除上述行政处罚外，报告期内发行人及其控股子公司不存在其他行政处罚的情况。

三、公司资金占用和对外担保情况

截至本招股说明书签署之日，不存在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业占用本公司资金或资产的情形。本公司也不存在为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业违规提供担保的情形。

关联方往来款项情况见“第七节 同业竞争与关联交易”之“四、报告期内的关联交易”。

四、公司管理层对内控制度的评价及注册会计师的鉴证意见

（一）公司管理层对内控制度的评价

管理层对公司的内部控制制度进行自查和评估后认为：本公司内控制度基本健全，符合有关法律法规规定，且能够得到有效实施，能够保证公司经营活动的健康开展，能够保证公司财务报告及相关会计信息的真实性、准确性和完整性，并能较好地防范企业经营风险。报告期内，公司内部控制重点控制活动未存在重大缺陷、重大问题和重大异常事项，因此公司的内部控制是健全且执行有效的。

随着公司治理的深入、管理的不断深化，公司将进一步对内部控制制度给予补充和完善，使之始终适用公司发展的需要。

（二）注册会计师的鉴证意见

天健所对公司的内部控制制度进行了审核，并于 2018 年 3 月 19 日出具了天健审[2018]1819 号《关于奥普家居股份有限公司内部控制的鉴证报告》，认为：公司于 2017 年 12 月 31 日按照《企业内部控制基本规范》在所有重大方面保持了有效的内部控制。

第十节 财务会计信息

一、发行人的财务报表

(一) 合并财务报表

1、合并资产负债表

单位：元

项目	2017.12.31	2016.12.31	2015.12.31
流动资产：			
货币资金	708,785,737.29	355,389,561.53	303,316,257.54
应收票据	74,007,248.98	60,540,358.02	51,999,117.69
应收账款	75,262,308.34	59,757,745.83	25,098,616.29
预付款项	16,775,657.72	18,083,325.36	19,466,741.61
应收利息	1,753,214.61	4,823,085.91	3,728,558.80
其他应收款	42,396,502.99	16,917,725.98	30,210,483.96
存货	174,581,410.04	96,713,267.20	69,047,132.70
一年内到期的非流动资产	-	-	127,500,000.00
其他流动资产	3,324,905.35	18,210,706.07	241,576.37
流动资产合计	1,096,886,985.32	630,435,775.90	630,608,484.96
非流动资产：			
可供出售金融资产	137,477,271.00	170,772,553.40	69,437,500.00
长期股权投资	-	1,817,108.09	5,833,392.02
固定资产	173,551,094.87	155,350,263.72	165,486,343.29
在建工程	6,172,452.33	1,299,134.59	784,780.08
无形资产	130,715,796.05	74,550,985.19	26,139,460.88
长期待摊费用	5,323,319.77	4,381,633.61	3,981,769.33
递延所得税资产	8,809,261.46	2,216,231.63	1,719,116.92
其他非流动资产	4,455,540.96	144,089,520.00	9,000,000.00

项目	2017.12.31	2016.12.31	2015.12.31
非流动资产合计	466,504,736.44	554,477,430.23	282,382,362.52
资产合计	1,563,391,721.76	1,184,913,206.13	912,990,847.48

2、合并负债和所有者权益表

单位：元

项目	2017.12.31	2016.12.31	2015.12.31
流动负债：			
应付票据	146,120,000.00	100,849,895.00	82,580,000.00
应付账款	196,445,269.05	158,000,723.59	112,697,112.14
预收款项	60,817,556.55	53,794,792.00	57,268,616.19
应付职工薪酬	27,825,160.94	18,158,571.51	5,493,379.76
应交税费	39,790,224.69	25,854,833.12	16,811,182.50
应付股利	194,750,000.00	-	6,691,108.38
其他应付款	49,844,196.80	32,264,539.93	34,908,065.74
流动负债合计	715,592,408.03	388,923,355.15	316,449,464.71
非流动负债：			
递延收益	25,007,940.00	-	-
递延所得税负债	10,538,558.40	14,427,845.76	-
非流动负债合计	35,546,498.40	14,427,845.76	-
负债合计	751,138,906.43	403,351,200.91	316,449,464.71
所有者权益：			
股本	360,000,000.00	168,085,320.56	161,414,700.00
资本公积	216,660,597.11	95,944,821.54	36,387,842.40
其他综合收益	59,718,497.60	81,757,792.64	-
盈余公积	15,008,762.88	84,469,511.54	79,381,111.89
未分配利润	125,097,831.95	335,734,534.19	319,357,728.48
归属于母公司所有者权益	776,485,689.54	765,991,980.47	596,541,382.77
少数股东权益	35,767,125.79	15,570,024.75	-

项目	2017.12.31	2016.12.31	2015.12.31
所有者权益合计	812,252,815.33	781,562,005.22	596,541,382.77
负债和所有者权益合计	1,563,391,721.76	1,184,913,206.13	912,990,847.48

3、合并利润表

单位：元

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
一、营业总收入	1,584,136,359.37	1,249,732,505.26	945,049,067.63
其中：营业收入	1,584,136,359.37	1,249,732,505.26	945,049,067.63
二、营业总成本	1,296,736,468.66	937,107,273.88	671,316,929.70
其中：营业成本	827,756,651.53	631,861,678.85	488,780,458.42
税金及附加	15,321,187.50	11,820,854.18	8,920,282.35
销售费用	272,587,617.33	177,610,417.51	110,914,631.35
管理费用	179,141,960.31	117,840,067.14	68,265,775.32
财务费用	-2,821,180.14	-5,807,203.35	-9,823,074.00
资产减值损失	4,750,232.13	3,781,459.55	4,258,856.26
加：投资收益（损失以“-”号填列）	31,316,773.19	6,468,060.55	15,978,158.55
资产处置收益	-6,422.90	-873,664.65	-
其他收益	3,984,519.40	-	-
三、营业利润 （亏损以“-”号填列）	322,694,760.40	318,219,627.28	289,710,296.48
加：营业外收入	419,051.85	3,051,314.28	3,490,423.98
其中：非流动资产处置利得	25,126.77	23,640.78	
减：营业外支出	2,245,683.48	2,104,432.29	5,035,755.50
其中：非流动资产处置损失	219,668.30	58,171.88	31,687.26
四、利润总额 （亏损总额以“-”号填列）	320,868,128.77	319,166,509.27	288,164,964.96
减：所得税费用	47,020,446.67	51,031,279.16	42,991,533.09
五、净利润	273,847,682.10	268,135,230.11	245,173,431.87

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
(净亏损以“—”号填列)			
归属于母公司所有者的净利润	270,450,581.06	268,315,205.36	245,173,431.87
少数股东损益	3,397,101.04	-179,975.25	-
六、其他综合收益的税后净额	-22,039,295.04	81,757,792.64	-
七、综合收益总额	251,808,387.06	349,893,022.75	245,173,431.87
归属于母公司所有者的综合收益总额	248,411,286.02	350,072,998.00	245,173,431.87
归属于少数股东的综合收益总额	3,397,101.04	-179,975.25	-
八、每股收益			
(一) 基本每股收益	0.75	-	-
(二) 稀释每股收益	0.75	-	-

4、合并现金流量表

单位：元

项目	2017 年度	2016 年度	2015 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	1,772,957,774.65	1,350,714,346.66	1,029,169,556.36
收到其他与经营活动有关的现金	35,814,370.38	45,591,135.01	35,347,634.12
经营活动现金流入小计	1,808,772,145.03	1,396,305,481.67	1,064,517,190.48
购买商品、接受劳务支付的现金	893,109,034.53	651,886,078.59	495,460,435.64
支付给职工以及为职工支付的现金	149,740,392.17	57,828,213.50	45,986,117.05
支付的各项税费	177,636,471.75	139,398,922.95	132,116,604.72
支付其他与经营活动有关的现金	348,128,805.65	212,349,974.21	172,314,714.19
经营活动现金流出小计	1,568,614,704.10	1,061,463,189.25	845,877,871.60
经营活动产生的现金流量净额	240,157,440.93	334,842,292.42	218,639,318.88
二、投资活动产生的现金流量			
收回投资收到的现金	180,506,932.50	139,850,585.00	9,562,500.00
取得投资收益收到的现金	11,915,938.25	6,872,343.28	23,043,332.68
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收	910,066.34	394,164.88	80,000.00

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
回的现金净额			
收到其他与投资活动有关的现金	43,014,745.48	91,164,374.29	153,943,726.03
投资活动现金流入小计	236,347,682.57	238,281,467.45	186,629,558.71
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	114,709,109.96	62,562,084.62	13,286,713.69
投资支付的现金	4,000,000.00	152,000,000.00	11,500,000.00
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	28,000,000.00	-	-
支付其他与投资活动有关的现金	-	18,000,000.00	88,000,000.00
投资活动现金流出小计	146,709,109.96	232,562,084.62	112,786,713.69
投资活动产生的现金流量净额	89,638,572.61	5,719,382.83	73,842,845.02
三、筹资活动产生的现金流量			
吸收投资收到的现金	121,735,470.00	53,814,530.00	-
其中：子公司吸收少数股东投资收到的现金	16,800,000.00	15,750,000.00	-
取得借款收到的现金	-	-	20,000,000.00
筹资活动现金流入小计	121,735,470.00	53,814,530.00	20,000,000.00
偿还债务支付的现金	-	-	20,000,000.00
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	140,000,000.00	253,541,108.38	299,356,091.64
筹资活动现金流出小计	140,000,000.00	253,541,108.38	319,356,091.64
筹资活动产生的现金流量净额	-18,264,530.00	-199,726,578.38	-299,356,091.64
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	-1,752,318.28	1,084,217.62	2,432,113.87
五、现金及现金等价物净增加额	309,779,165.26	141,919,314.49	-4,441,813.87
加：期初现金及现金等价物余额	348,742,572.03	206,823,257.54	211,265,071.41
六、期末现金及现金等价物余额	658,521,737.29	348,742,572.03	206,823,257.54

（二）母公司财务报表

1、母公司资产负债表

单位：元

项目	2017.12.31	2016.12.31	2015.12.31
流动资产：			
货币资金	657,016,665.25	354,128,534.90	300,834,197.06
应收票据	72,518,341.41	60,540,358.02	51,999,117.69
应收账款	73,354,180.93	59,757,745.83	25,077,839.90
预付款项	13,421,458.96	10,031,181.28	19,369,684.70
应收利息	1,753,214.61	4,823,085.91	3,728,558.80
其他应收款	42,895,981.07	9,272,086.03	29,908,320.67
存货	137,822,722.15	95,914,929.45	67,148,495.97
一年内到期的非流动资产	-	-	127,500,000.00
流动资产合计	998,782,564.38	594,467,921.42	625,566,214.79
非流动资产：			
可供出售金融资产	137,477,271.00	170,772,553.40	69,437,500.00
长期股权投资	155,306,257.39	48,976,238.63	35,599,869.14
固定资产	117,361,841.41	114,810,655.48	123,159,732.72
在建工程	2,416,303.15	1,299,134.59	-
无形资产	65,174,468.13	60,478,244.78	11,753,992.91
长期待摊费用	4,994,467.68	4,381,633.61	3,930,890.96
递延所得税资产	1,339,034.49	2,216,231.63	1,719,116.92
其他非流动资产	3,925,695.75	144,089,520.00	9,000,000.00
非流动资产合计	487,995,339.00	547,024,212.12	254,601,102.65
资产合计	1,486,777,903.38	1,141,492,133.54	880,167,317.44

2、母公司负债和所有者权益表

单位：元

项目	2017.12.31	2016.12.31	2015.12.31
流动负债：			
应付票据	155,920,000.00	100,849,895.00	82,580,000.00
应付账款	188,692,554.25	157,830,578.93	111,759,809.16

项目	2017.12.31	2016.12.31	2015.12.31
预收款项	60,280,607.48	53,615,383.81	56,882,243.26
应付职工薪酬	26,466,635.25	18,158,571.51	5,493,379.76
应交税费	30,552,782.46	25,842,435.71	16,809,731.75
应付股利	194,750,000.00	-	6,691,108.38
其他应付款	43,388,711.05	33,872,363.26	34,677,585.74
流动负债合计	700,051,290.49	390,169,228.22	314,893,858.05
非流动负债：			
递延所得税负债	10,538,558.40	14,427,845.76	-
非流动负债合计	10,538,558.40	14,427,845.76	-
负债合计	710,589,848.89	404,597,073.98	314,893,858.05
所有者权益：			
股本	360,000,000.00	168,085,320.56	161,414,700.00
资本公积	209,806,669.37	59,973,679.14	416,700.00
其他综合收益	59,718,497.60	81,757,792.64	-
盈余公积	15,008,762.88	84,469,511.54	79,381,111.89
未分配利润	131,654,124.64	342,608,755.68	324,060,947.50
所有者权益合计	776,188,054.49	736,895,059.56	565,273,459.39
负债和所有者权益合计	1,486,777,903.38	1,141,492,133.54	880,167,317.44

3、母公司利润表

单位：元

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
一、营业收入	1,570,253,327.83	1,246,472,976.88	941,632,598.37
减：营业成本	841,193,026.59	629,429,977.88	485,976,648.52
税金及附加	14,069,769.93	11,213,630.58	8,900,211.39
销售费用	268,410,300.24	177,447,795.48	110,586,963.78
管理费用	162,920,794.23	114,156,861.97	64,087,612.37
财务费用	-2,837,307.55	-5,759,986.46	-9,690,122.11

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
资产减值损失	5,438,246.85	3,173,762.28	4,059,160.78
加：投资收益（损失以“-”号填列）	31,119,879.90	4,610,713.97	14,033,026.20
资产处置收益	-	-873,664.65	-
其他收益	3,984,519.40	-	-
二、营业利润（亏损以“-”号填列）	316,162,896.84	320,547,984.47	291,745,149.84
加：营业外收入	397,179.01	3,027,412.99	3,490,423.98
减：营业外支出	1,968,829.78	2,057,928.80	5,027,362.40
三、利润总额（亏损总额以“-”号填列）	314,591,246.07	321,517,468.66	290,208,211.42
减：所得税费用	44,458,593.81	51,031,260.83	42,991,533.09
四、净利润（净亏损以“-”号填列）	270,132,652.26	270,486,207.83	247,216,678.33
五、其他综合收益的税后净额	-22,039,295.04	81,757,792.64	-
六、综合收益总额	248,093,357.22	352,244,000.47	247,216,678.33

4、母公司现金流量表

单位：元

项目	2017 年度	2016 年度	2015 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	1,757,606,049.18	1,347,195,911.58	1,024,898,901.57
收到其他与经营活动有关的现金	20,822,666.58	47,283,523.88	34,997,975.88
经营活动现金流入小计	1,778,428,715.76	1,394,479,435.46	1,059,896,877.45
购买商品、接受劳务支付的现金	878,700,688.33	641,804,781.64	492,152,920.02
支付给职工以及为职工支付的现金	139,699,345.79	57,258,427.13	45,350,025.99
支付的各项税费	171,994,434.38	138,490,820.68	131,189,236.71
支付其他与经营活动有关的现金	338,726,231.86	203,906,924.09	175,010,283.38
经营活动现金流出小计	1,529,120,700.36	1,041,460,953.54	843,702,466.10
经营活动产生的现金流量净额	249,308,015.40	353,018,481.92	216,194,411.35
二、投资活动产生的现金流量			
收回投资收到的现金	180,506,932.50	139,850,585.00	9,562,500.00

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
取得投资收益收到的现金	11,915,938.25	6,872,343.28	23,043,332.68
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	798,066.34	332,281.02	80,000.00
收到其他与投资活动有关的现金	-	91,164,374.29	153,943,726.03
投资活动现金流入小计	193,220,937.09	238,219,583.59	186,629,558.71
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	35,220,984.36	62,408,484.62	10,153,252.02
投资支付的现金	83,220,000.00	171,250,000.00	11,500,000.00
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	28,000,000.00	-	-
支付其他与投资活动有关的现金	-	-	88,000,000.00
投资活动现金流出小计	146,440,984.36	233,658,484.62	109,653,252.02
投资活动产生的现金流量净额	46,779,952.73	4,561,098.97	76,976,306.69
三、筹资活动产生的现金流量			
吸收投资收到的现金	104,935,470.00	38,064,530.00	-
取得借款收到的现金	-	-	20,000,000.00
筹资活动现金流入小计	104,935,470.00	38,064,530.00	20,000,000.00
偿还债务支付的现金	-	-	20,000,000.00
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	140,000,000.00	253,541,108.38	299,356,091.64
筹资活动现金流出小计	140,000,000.00	253,541,108.38	319,356,091.64
筹资活动产生的现金流量净额	-35,064,530.00	-215,476,578.38	-299,356,091.64
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	-1,752,318.28	1,037,345.83	2,314,703.97
五、现金及现金等价物净增加额	259,271,119.85	143,140,348.34	-3,870,669.63
加：期初现金及现金等价物余额	347,481,545.40	204,341,197.06	208,211,866.69
六、期末现金及现金等价物余额	606,752,665.25	347,481,545.40	204,341,197.06

二、 审计意见

本公司已聘请天健所对本公司 2015 年 12 月 31 日、2016 年 12 月 31 日和 2017 年 12 月 31 日的合并及母公司的资产负债表，2015 年度、2016 年度和 2017 年度

的合并及母公司的利润表、合并及母公司现金流量表、合并及母公司所有者权益变动表，以及相关财务报表附注进行了审计。

天健所认为：奥普家居财务报表在所有重大方面按照企业会计准则的规定编制，公允反映了奥普家居 2015 年 12 月 31 日、2016 年 12 月 31 日和 2017 年 12 月 31 日的合并及母公司财务状况，以及 2015 年度、2016 年度和 2017 年度的合并及母公司经营成果和现金流量。天健所对上述报表出具了标准无保留意见审计报告（天健审[2018]1818 号）。

三、财务报表编制基础、合并财务报表范围及变化情况

（一）财务报表的编制基础

1、编制基础

本公司财务报表以持续经营为编制基础。

2、持续经营能力评价

本公司不存在导致对报告期末起 12 个月内的持续经营假设产生重大疑虑的事项或情况。

（二）合并财务报表范围及变化情况

子公司名称	成立年月	注册资本	持股比例	表决权比例	合并会计报表期间
1、同一控制下企业合并取得的子公司					
成都博朗尼	2011.1	6,500 万元	100.00%	100.00%	2015 年初-2017 年末
2、通过设立或投资等方式取得的子公司					
上海奥普斯	2017.3	1,000 万元	100.00%	100.00%	成立至 2017 年末
嘉兴集成吊顶	2017.6	20,000 万元	100.00%	100.00%	成立至 2017 年末
嘉兴集成墙面	2017.6	5,000 万元	100.00%	100.00%	成立至 2017 年末
嘉兴劲达	2016.12	3,500 万元	55.00%	55.00%	成立至 2017 年末
成都劲启	2017.5	3,000 万元	52.00%	52.00%	成立至 2017 年末

子公司名称	成立年月	注册资本	持股比例	表决权比例	合并会计报表期间
中山劲启	2017.6	1,000 万元	52.00%	52.00%	成立至 2017 年末
中山劲耀	2017.6	1,500 万元	52.00%	52.00%	成立至 2017 年末

四、报告期内采用的主要会计政策和会计估计

（一）遵循企业会计准则的声明

本公司所编制的财务报表符合企业会计准则的要求，真实、完整地反映了公司的财务状况、经营成果和现金流量等有关信息。

（二）会计期间

会计年度自公历 1 月 1 日起至 12 月 31 日止。本财务报表所载财务信息的会计期间为 2015 年 1 月 1 日起至 2017 年 12 月 31 日止。

（三）营业周期

公司经营业务的营业周期较短，以 12 个月作为资产和负债的流动性划分标准。

（四）记账本位币

采用人民币为记账本位币。

（五）同一控制下和非同一控制下企业合并的会计处理方法

1、同一控制下企业合并的会计处理方法

公司在企业合并中取得的资产和负债，按照合并日被合并方在最终控制方合并财务报表中的账面价值计量。公司按照被合并方所有者权益在最终控制方合并财务报表中的账面价值份额与支付的合并对价账面价值或发行股份面值总额的差额，调整资本公积；资本公积不足冲减的，调整留存收益。

2、非同一控制下企业合并的会计处理方法

公司在购买日对合并成本大于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额，确认为商誉；如果合并成本小于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额，首先对取得的被购买方各项可辨认资产、负债及或有负债的公允价值以及合并成本的计量进行复核，经复核后合并成本仍小于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的，其差额计入当期损益。

（六）合并财务报表的编制方法

母公司将其控制的所有子公司纳入合并财务报表的合并范围。合并财务报表以母公司及其子公司的财务报表为基础，根据其他有关资料，由母公司按照《企业会计准则第 33 号——合并财务报表》编制。

（七）现金及现金等价物的确定标准

列示于现金流量表中的现金是指库存现金以及可以随时用于支付的存款。现金等价物是指企业持有的期限短、流动性强、易于转换为已知金额现金、价值变动风险很小的投资。

（八）外币业务折算

外币交易在初始确认时，采用交易发生日即期汇率的近似汇率折算为人民币金额。资产负债表日，外币货币性项目采用资产负债表日即期汇率折算，因汇率不同而产生的汇兑差额，除与购建符合资本化条件资产有关的外币专门借款本金及利息的汇兑差额外，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，不改变其人民币金额；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，差额计入当期损益或其他综合收益。

（九）金融工具

1、金融资产和金融负债的分类

金融资产在初始确认时划分为以下四类：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)、持有至到期投资、贷款和应收款项、可供出售金融资产。

金融负债在初始确认时划分为以下两类:以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债(包括交易性金融负债和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)、其他金融负债。

2、金融资产和金融负债的确认依据、计量方法和终止确认条件

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。初始确认金融资产或金融负债时,按照公允价值计量;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,相关交易费用直接计入当期损益;对于其他类别的金融资产或金融负债,相关交易费用计入初始确认金额。

公司按照公允价值对金融资产进行后续计量,且不扣除将来处置该金融资产时可能发生的交易费用,但下列情况除外:(1)持有至到期投资以及贷款和应收款项采用实际利率法,按摊余成本计量;(2)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,按照成本计量。

公司采用实际利率法,按摊余成本对金融负债进行后续计量,但下列情况除外:(1)以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债,按照公允价值计量,且不扣除将来结清金融负债时可能发生的交易费用;(2)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,按照成本计量;(3)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,或没有指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益并将以低于市场利率贷款的贷款承诺,在初始确认后按照下列两项金额之中的较高者进行后续计量:①按照《企业会计准则第13号——或有事项》确定的金额;②初始确认金额扣除按照《企业会计准则第14号——收入》的原则确定的累积摊销额后的余额。

金融资产或金融负债公允价值变动形成的利得或损失,除与套期保值有关外,按照如下方法处理:(1)以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产

或金融负债公允价值变动形成的利得或损失，计入公允价值变动收益；在资产持有期间所取得的利息或现金股利，确认为投资收益；处置时，将实际收到的金额与初始入账金额之间的差额确认为投资收益，同时调整公允价值变动收益。(2) 可供出售金融资产的公允价值变动计入其他综合收益；持有期间按实际利率法计算的利息，计入投资收益；可供出售权益工具投资的现金股利，于被投资单位宣告发放股利时计入投资收益；处置时，将实际收到的金额与账面价值扣除原直接计入其他综合收益的公允价值变动累计额之后的差额确认为投资收益。

当收取某项金融资产现金流量的合同权利已终止或该金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬已转移时，终止确认该金融资产；当金融负债的现时义务全部或部分解除时，相应终止确认该金融负债或其一部分。

3、金融资产转移的确认依据和计量方法

公司已将金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬转移给了转入方的，终止确认该金融资产；保留了金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，继续确认所转移的金融资产，并将收到的对价确认为一项金融负债。公司既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，分别下列情况处理：(1) 放弃了对该金融资产控制的，终止确认该金融资产；(2) 未放弃对该金融资产控制的，按照继续涉入所转移金融资产的程度确认有关金融资产，并相应确认有关负债。

金融资产整体转移满足终止确认条件的，将下列两项金额的差额计入当期损益：(1) 所转移金融资产的账面价值；(2) 因转移而收到的对价，与原直接计入所有者权益的公允价值变动累计额之和。金融资产部分转移满足终止确认条件的，将所转移金融资产整体的账面价值，在终止确认部分和未终止确认部分之间，按照各自的相对公允价值进行分摊，并将下列两项金额的差额计入当期损益：(1) 终止确认部分的账面价值；(2) 终止确认部分的对价，与原直接计入所有者权益的公允价值变动累计额中对应终止确认部分的金额之和。

4、金融资产和金融负债的公允价值确定方法

公司采用在当前情况下适用并且有足够可利用数据和其他信息支持的估值

技术确定相关金融资产和金融负债的公允价值。公司将估值技术使用的输入值分以下层级，并依次使用：

（1）第一层次输入值是在计量日能够取得的相同资产或负债在活跃市场上未经调整的报价；

（2）第二层次输入值是除第一层次输入值外相关资产或负债直接或间接可观察的输入值，包括：活跃市场中类似资产或负债的报价；非活跃市场中相同或类似资产或负债的报价；除报价以外的其他可观察输入值，如在正常报价间隔期间可观察的利率和收益率曲线等；市场验证的输入值等；

（3）第三层次输入值是相关资产或负债的不可观察输入值，包括不能直接观察或无法由可观察市场数据验证的利率、股票波动率、企业合并中承担的弃置义务的未来现金流量、使用自身数据作出的财务预测等。

5、金融资产的减值测试和减值准备计提方法

（1）资产负债表日对以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产以外的金融资产的账面价值进行检查，如有客观证据表明该金融资产发生减值的，计提减值准备。

（2）对于持有至到期投资、贷款和应收款，先将单项金额重大的金融资产区分开来，单独进行减值测试；对单项金额不重大的金融资产，可以单独进行减值测试，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。测试结果表明其发生了减值的，根据其账面价值高于预计未来现金流量现值的差额确认减值损失。

（3）可供出售金融资产

①表明可供出售债务工具投资发生减值的客观证据包括：

A. 债务人发生严重财务困难；

B. 债务人违反了合同条款，如偿付利息或本金发生违约或逾期；

C. 公司出于经济或法律等方面因素的考虑，对发生财务困难的债务人作出

让步；

- D. 债务人很可能倒闭或进行其他财务重组；
- E. 因债务人发生重大财务困难，该债务工具无法在活跃市场继续交易；
- F. 其他表明可供出售债务工具已经发生减值的情况。

②表明可供出售权益工具投资发生减值的客观证据包括权益工具投资的公允价值发生严重或非暂时性下跌，以及被投资单位经营所处的技术、市场、经济或法律环境等发生重大不利变化使公司可能无法收回投资成本。

本公司于资产负债表日对各项可供出售权益工具投资单独进行检查。对于以公允价值计量的权益工具投资，若其于资产负债表日的公允价值低于其成本超过 50%（含 50%）或低于其成本持续时间超过 12 个月（含 12 个月）的，则表明其发生减值；若其于资产负债表日的公允价值低于其成本超过 20%（含 20%）但尚未达到 50%的，或低于其成本持续时间超过 6 个月（含 6 个月）但未超过 12 个月的，本公司会综合考虑其他相关因素，诸如价格波动率等，判断该权益工具投资是否发生减值。对于以成本计量的权益工具投资，公司综合考虑被投资单位经营所处的技术、市场、经济或法律环境等是否发生重大不利变化，判断该权益工具是否发生减值。

以公允价值计量的可供出售金融资产发生减值时，原直接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减值损失。对已确认减值损失的可供出售债务工具投资，在期后公允价值回升且客观上与确认原减值损失后发生的事项有关的，原确认的减值损失予以转回并计入当期损益。对已确认减值损失的可供出售权益工具投资，期后公允价值回升直接计入其他综合收益。

以成本计量的可供出售权益工具发生减值时，将该权益工具投资的账面价值，与按照类似金融资产当时市场收益率对未来现金流量折现确定的现值之间的差额，确认为减值损失，计入当期损益，发生的减值损失一经确认，不予转回。

（十）应收款项

1、单项金额重大并单项计提坏账准备的应收款项

单项金额重大的判断依据或金额标准	金额 500 万元以上（含）或占应收款项账面余额 10% 以上的款项
单项金额重大并单项计提坏账准备的计提方法	单独进行减值测试，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备

2、按信用风险特征组合计提坏账准备的应收款项

（1）具体组合及坏账准备的计提方法

按信用风险特征组合计提坏账准备的计提方法	
账龄组合	账龄分析法
合并范围内关联往来组合	单独进行减值测试，如有客观证据表明其发生了减值的，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备，如经测试未发现减值的，则不计提坏账准备

（2）账龄分析法

账龄	应收账款计提比例（%）	其他应收款计提比例（%）
1 年以内（含，下同）	5	5
1-2 年	20	20
2-3 年	50	50
3 年以上	100	100

3、单项金额不重大但单项计提坏账准备的应收款项

单项计提坏账准备的理由	应收款项的未来现金流量现值与以账龄为信用风险特征的应收款项组合的未来现金流量现值存在显著差异
坏账准备的计提方法	单独进行减值测试，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备

对应收银行承兑票据、应收利息、长期应收款等其他应收款项，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。

（十一）存货

1、存货的分类

存货包括在日常活动中持有以备出售的产成品或商品、处在生产过程中的在产品、在生产过程或提供劳务过程中耗用的材料和物料等。

2、发出存货的计价方法

发出存货采用月末一次加权平均法。

3、存货可变现净值的确定依据

资产负债表日，存货采用成本与可变现净值孰低计量，按照单个存货成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备。直接用于出售的存货，在正常生产经营过程中以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值；需要经过加工的存货，在正常生产经营过程中以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值；资产负债表日，同一项存货中一部分有合同价格约定、其他部分不存在合同价格的，分别确定其可变现净值，并与其对应的成本进行比较，分别确定存货跌价准备的计提或转回的金额。

4、存货的盘存制度

存货的盘存制度为永续盘存制。

5、低值易耗品和包装物的摊销方法

(1) 低值易耗品

按照一次转销法进行摊销。

(2) 包装物

按照一次转销法进行摊销。

(十二) 划分为持有待售的非流动资产或处置组

1、持有待售的非流动资产或处置组的分类

公司将同时满足下列条件的非流动资产或处置组划分为持有待售类别：(1) 根据类似交易中出售此类资产或处置组的惯例，在当前状况下即可立即出售；(2)

出售极可能发生，即公司已经就出售计划作出决议且获得确定的购买承诺，预计出售将在一年内完成。

公司专为转售而取得的非流动资产或处置组，在取得日满足“预计出售将在一年内完成”的条件，且短期（通常为3个月）内很可能满足持有待售类别的其他划分条件的，在取得日将其划分为持有待售类别。

因公司无法控制的下列原因之一，导致非关联方之间的交易未能在一年内完成，且公司仍然承诺出售非流动资产或处置组的，继续将非流动资产或处置组划分为持有待售类别：（1）买方或其他方意外设定导致出售延期的条件，公司针对这些条件已经及时采取行动，且预计能够自设定导致出售延期的条件起一年内顺利化解延期因素；（2）因发生罕见情况，导致持有待售的非流动资产或处置组未能在一年内完成出售，公司在最初一年内已经针对这些新情况采取必要措施且重新满足了持有待售类别的划分条件。

2、持有待售的非流动资产组或处置组的计量

（1）初始计量和后续计量

初始计量和在资产负债表日重新计量持有待售的非流动资产或处置组时，其账面价值高于公允价值减去出售费用后的净额的，将账面价值减记至公允价值减去出售费用后的净额，减记的金额确认为资产减值损失，计入当期损益，同时计提持有待售资产减值准备。

对于取得日划分为持有待售类别的非流动资产或处置组，在初始计量时比较假定其不划分为持有待售类别情况下的初始计量金额和公允价值减去出售费用后的净额，以两者孰低计量。除企业合并中取得的非流动资产或处置组外，由非流动资产或处置组以公允价值减去出售费用后的净额作为初始计量金额而产生的差额，计入当期损益。

对于持有待售的处置组确认的资产减值损失金额，先抵减处置组中商誉的账面价值，再根据处置组中的各项非流动资产账面价值所占比重，按比例抵减其账面价值。

持有待售的非流动资产或处置组中的非流动资产不计提折旧或摊销，持有待

售的处置组中负债的利息和其他费用继续予以确认。

(2) 资产减值损失转回的会计处理

后续资产负债表日持有待售的非流动资产公允价值减去出售费用后的净额增加的，以前减记的金额予以恢复，并在划分为持有待售类别后确认的资产减值损失金额内转回，转回金额计入当期损益。划分为持有待售类别前确认的资产减值损失不转回。

后续资产负债表日持有待售的处置组公允价值减去出售费用后的净额增加的，以前减记的金额予以恢复，并在划分为持有待售类别后非流动资产确认的资产减值损失金额内转回，转回金额计入当期损益。已抵减的商誉账面价值，以及非流动资产在划分为持有待售类别前确认的资产减值损失不转回。

持有待售的处置组确认的资产减值损失后续转回金额，根据处置组中除商誉外各项非流动资产账面价值所占比重，按比例增加其账面价值。

(3) 不再继续划分为持有待售类别以及终止确认的会计处理

非流动资产或处置组因不再满足持有待售类别的划分条件而不再继续划分为持有待售类别或非流动资产从持有待售的处置组中移除时，按照以下两者孰低计量：①划分为持有待售类别前的账面价值，按照假定不划分为持有待售类别情况下本应确认的折旧、摊销或减值等进行调整后的金额；②可收回金额。

终止确认持有待售的非流动资产或处置组时，将尚未确认的利得或损失计入当期损益。

(十三) 长期股权投资

1、共同控制、重要影响的判断

按照相关约定对某项安排存在共有的控制，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，认定为共同控制。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，认定为重大影响。

2、投资成本的确定

(1) 同一控制下的企业合并形成的，合并方以支付现金、转让非现金资产、承担债务或发行权益性证券作为合并对价的，在合并日按照取得被合并方所有者权益在最终控制方合并财务报表中的账面价值的份额作为其初始投资成本。长期股权投资初始投资成本与支付的合并对价的账面价值或发行股份的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。

公司通过多次交易分步实现同一控制下企业合并形成的长期股权投资，判断是否属于“一揽子交易”。属于“一揽子交易”的，把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，根据合并后应享有被合并方净资产在最终控制方合并财务报表中的账面价值的份额确定初始投资成本。合并日长期股权投资的初始投资成本，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。

(2) 非同一控制下的企业合并形成的，在购买日按照支付的合并对价的公允价值作为其初始投资成本。

公司通过多次交易分步实现非同一控制下企业合并形成的长期股权投资，区分个别财务报表和合并财务报表进行相关会计处理：

①在个别财务报表中，按照原持有的股权投资的账面价值加上新增投资成本之和，作为改按成本法核算的初始投资成本。

②在合并财务报表中，判断是否属于“一揽子交易”。属于“一揽子交易”的，把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，对于购买日之前持有的被购买方的股权，按照该股权在购买日的公允价值进行重新计量，公允价值与其账面价值的差额计入当期投资收益；购买日之前持有的被购买方的股权涉及权益法核算下的其他综合收益等的，与其相关的其他综合收益等转为购买日所属当期收益。但由于被投资方重新计量设定受益计划净负债或净资产变动而产生的其他综合收益除外。

(3) 除企业合并形成以外的：以支付现金取得的，按照实际支付的购买价

款作为其初始投资成本；以发行权益性证券取得的，按照发行权益性证券的公允价值作为其初始投资成本；以债务重组方式取得的，按《企业会计准则第 12 号——债务重组》确定其初始投资成本；以非货币性资产交换取得的，按《企业会计准则第 7 号——非货币性资产交换》确定其初始投资成本。

3、后续计量及损益确认方法

对被投资单位实施控制的长期股权投资采用成本法核算；对联营企业和合营企业的长期股权投资，采用权益法核算。

4、通过多次交易分步处置对子公司投资至丧失控制权的处理方法

(1) 个别财务报表

对处置的股权，其账面价值与实际取得价款之间的差额，计入当期损益。对于剩余股权，对被投资单位仍具有重大影响或者与其他方一起实施共同控制的，转为权益法核算；不能再对被投资单位实施控制、共同控制或重大影响的，确认为金融资产，按照《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》的相关规定进行核算。

(2) 合并财务报表

①通过多次交易分步处置对子公司投资至丧失控制权，且不属于“一揽子交易”的：

在丧失控制权之前，处置价款与处置长期股权投资相对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（资本溢价），资本溢价不足冲减的，冲减留存收益。

丧失对原子公司控制权时，对于剩余股权，按照其在丧失控制权日的公允价值进行重新计量。处置股权取得的对价与剩余股权公允价值之和，减去按原持股比例计算应享有原有子公司自购买日或合并日开始持续计算的净资产的份额之间的差额，计入丧失控制权当期的投资收益，同时冲减商誉。与原有子公司股权投资相关的其他综合收益等，应当在丧失控制权时转为当期投资收益。

②通过多次交易分步处置对子公司投资至丧失控制权，且属于“一揽子交易”

的：

将各项交易作为一项处置子公司并丧失控制权的交易进行会计处理。但是，在丧失控制权之前每一次处置价款与处置投资对应的享有该子公司净资产份额的差额，在合并财务报表中确认为其他综合收益，在丧失控制权时一并转入丧失控制权当期的损益。

（十四）固定资产

1、固定资产的确认条件

固定资产是指为生产商品、提供劳务、出租或经营管理而持有的，使用年限超过一个会计年度的有形资产。固定资产在同时满足经济利益很可能流入、成本能够可靠计量时予以确认。

2、各类固定资产的折旧方法

项目	折旧方法	折旧年限（年）	残值率（%）	年折旧率（%）
房屋建筑物	年限平均法	20	10.00	4.50
通用设备	年限平均法	5	10.00	18.00
专用设备	年限平均法	10	10.00	9.00
运输工具	年限平均法	5	10.00	18.00
其他设备	年限平均法	5	10.00	18.00

（十五）在建工程

1、在建工程同时满足经济利益很可能流入、成本能够可靠计量则予以确认。在建工程按建造该项资产达到预定可使用状态前所发生的实际成本计量。

2、在建工程达到预定可使用状态时，按工程实际成本转入固定资产。已达到预定可使用状态但尚未办理竣工决算的，先按估计价值转入固定资产，待办理竣工决算后再按实际成本调整原暂估价值，但不再调整原已计提的折旧。

（十六）借款费用

1、借款费用资本化的确认原则

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，在发生时确认为费用，计入当期损益。

2、借款费用资本化期间

(1) 当借款费用同时满足下列条件时，开始资本化：①资产支出已经发生；②借款费用已经发生；③为使资产达到预定可使用或可销售状态所必要的购建或者生产活动已经开始。

(2) 若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，并且中断时间连续超过 3 个月，暂停借款费用的资本化；中断期间发生的借款费用确认为当期费用，直至资产的购建或者生产活动重新开始。

(3) 当所购建或者生产符合资本化条件的资产达到预定可使用或可销售状态时，借款费用停止资本化。

3、借款费用资本化率以及资本化金额

为购建或者生产符合资本化条件的资产而借入专门借款的，以专门借款当期实际发生的利息费用（包括按照实际利率法确定的折价或溢价的摊销），减去将尚未动用的借款资金存入银行取得的利息收入或进行暂时性投资取得的投资收益后的金额，确定应予资本化的利息金额；为购建或者生产符合资本化条件的资产占用了一般借款的，根据累计资产支出超过专门借款的资产支出加权平均数乘以占用一般借款的资本化率，计算确定一般借款应予资本化的利息金额。

（十七）无形资产

1、无形资产包括土地使用权、专利权及非专利技术等，按成本进行初始计量。

2、使用寿命有限的无形资产，在使用寿命内按照与该项无形资产有关的经济利益的预期实现方式系统合理地摊销，无法可靠确定预期实现方式的，采用直线法摊销。具体年限如下：

项目	摊销年限（年）
土地使用权	50 或取得时至终止日之间的持有年限
软件	5
商标	10
专利及著作权	10

3、内部研究开发项目研究阶段的支出，于发生时计入当期损益。内部研究开发项目开发阶段的支出，同时满足下列条件的，确认为无形资产：（1）完成该无形资产以使其能够使用或出售在技术上具有可行性；（2）具有完成该无形资产并使用或出售的意图；（3）无形资产产生经济利益的方式，包括能够证明运用该无形资产生产的产品存在市场或无形资产自身存在市场，无形资产将在内部使用的，能证明其有用性；（4）有足够的技术、财务资源和其他资源支持，以完成该无形资产的开发，并有能力使用或出售该无形资产；（5）归属于该无形资产开发阶段的支出能够可靠地计量。

（十八）部分长期资产减值

对长期股权投资、固定资产、在建工程、使用寿命有限的无形资产等长期资产，在资产负债表日有迹象表明发生减值的，估计其可收回金额。对因企业合并所形成的商誉和使用寿命不确定的无形资产，无论是否存在减值迹象，每年都进行减值测试。商誉结合与其相关的资产组或者资产组组合进行减值测试。

若上述长期资产的可收回金额低于其账面价值的，按其差额确认资产减值准备并计入当期损益。

（十九）长期待摊费用

长期待摊费用核算已经支出，摊销期限在 1 年以上（不含 1 年）的各项费用。长期待摊费用按实际发生额入账，在受益期或规定的期限内分期平均摊销。如果长期待摊的费用项目不能使以后会计期间受益则将尚未摊销的该项目的摊余价值全部转入当期损益。

（二十）职工薪酬

1、职工薪酬包括短期薪酬、离职后福利、辞退福利和其他长期职工福利。

2、短期薪酬的会计处理方法

在职工为公司提供服务的会计期间，将实际发生的短期薪酬确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。

3、离职后福利的会计处理方法

离职后福利分为设定提存计划和设定受益计划。

(1) 在职工为公司提供服务的会计期间，根据设定提存计划计算的应缴存金额确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。

(2) 对设定受益计划的会计处理通常包括下列步骤：

①根据预期累计福利单位法，采用无偏且相互一致的精算假设对有关人口统计变量和财务变量等作出估计，计量设定受益计划所产生的义务，并确定相关义务的所属期间。同时，对设定受益计划所产生的义务予以折现，以确定设定受益计划义务的现值和当期服务成本；

②设定受益计划存在资产的，将设定受益计划义务现值减去设定受益计划资产公允价值所形成的赤字或盈余确认为一项设定受益计划净负债或净资产。设定受益计划存在盈余的，以设定受益计划的盈余和资产上限两项的孰低者计量设定受益计划净资产；

③期末，将设定受益计划产生的职工薪酬成本确认为服务成本、设定受益计划净负债或净资产的利息净额以及重新计量设定受益计划净负债或净资产所产生的变动等三部分，其中服务成本和设定受益计划净负债或净资产的利息净额计入当期损益或相关资产成本，重新计量设定受益计划净负债或净资产所产生的变动计入其他综合收益，并且在后续会计期间不允许转回至损益，但可以在权益范围内转移这些在其他综合收益确认的金额。

4、辞退福利的会计处理方法

向职工提供的辞退福利，在下列两者孰早日确认辞退福利产生的职工薪酬负债，并计入当期损益：(1) 公司不能单方面撤回因解除劳动关系计划或裁减建议

所提供的辞退福利时；(2) 公司确认与涉及支付辞退福利的重组相关的成本或费用时。

5、其他长期职工福利的会计处理方法

向职工提供的其他长期福利，符合设定提存计划条件的，按照设定提存计划的有关规定进行会计处理；除此之外的其他长期福利，按照设定受益计划的有关规定进行会计处理，为简化相关会计处理，将其产生的职工薪酬成本确认为服务成本、其他长期职工福利净负债或净资产的利息净额以及重新计量其他长期职工福利净负债或净资产所产生的变动等组成项目的总净额计入当期损益或相关资产成本。

(二十一) 预计负债

1、因对外提供担保、诉讼事项、产品质量保证、亏损合同等或有事项形成的义务成为公司承担的现时义务，履行该义务很可能导致经济利益流出公司，且该义务的金额能够可靠的计量时，公司将该项义务确认为预计负债。

2、公司按照履行相关现时义务所需支出的最佳估计数对预计负债进行初始计量，并在资产负债表日对预计负债的账面价值进行复核。

(二十二) 股份支付

1、股份支付的种类

包括以权益结算的股份支付和以现金结算的股份支付。

2、实施、修改、终止股份支付计划的相关会计处理

(1) 以权益结算的股份支付

授予后立即可行权的换取职工服务的以权益结算的股份支付，在授予日按照权益工具的公允价值计入相关成本或费用，相应调整资本公积。完成等待期内的服务或达到规定业绩条件才可行权的换取职工服务的以权益结算的股份支付，在等待期内的每个资产负债表日，以对可行权权益工具数量的最佳估计为基础，按权益工具授予日的公允价值，将当期取得的服务计入相关成本或费用，相应调整

资本公积。

换取其他方服务的权益结算的股份支付，如果其他方服务的公允价值能够可靠计量的，按照其他方服务在取得日的公允价值计量；如果其他方服务的公允价值不能可靠计量，但权益工具的公允价值能够可靠计量的，按照权益工具在服务取得日的公允价值计量，计入相关成本或费用，相应增加所有者权益。

(2) 以现金结算的股份支付

授予后立即可行权的换取职工服务的以现金结算的股份支付，在授予日按公司承担负债的公允价值计入相关成本或费用，相应增加负债。完成等待期内的服务或达到规定业绩条件才可行权的换取职工服务的以现金结算的股份支付，在等待期内的每个资产负债表日，以对可行权情况的最佳估计为基础，按公司承担负债的公允价值，将当期取得的服务计入相关成本或费用和相应的负债。

(3) 修改、终止股份支付计划

如果修改增加了所授予的权益工具的公允价值，公司按照权益工具公允价值的增加相应地确认取得服务的增加；如果修改增加了所授予的权益工具的数量，公司将增加的权益工具的公允价值相应地确认为取得服务的增加；如果公司按照有利于职工的方式修改可行权条件，公司在处理可行权条件时，考虑修改后的可行权条件。

如果修改减少了授予的权益工具的公允价值，公司继续以权益工具在授予日的公允价值为基础，确认取得服务的金额，而不考虑权益工具公允价值的减少；如果修改减少了授予的权益工具的数量，公司将减少部分作为已授予的权益工具的取消来进行处理；如果以不利于职工的方式修改了可行权条件，在处理可行权条件时，不考虑修改后的可行权条件。

如果公司在等待期内取消了所授予的权益工具或结算了所授予的权益工具（因未满足可行权条件而被取消的除外），则将取消或结算作为加速可行权处理，立即确认原本在剩余等待期内确认的金额。

(二十三) 收入

1、收入确认原则

(1) 销售商品

销售商品收入在同时满足下列条件时予以确认：①将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方；②公司不再保留通常与所有权相联系的继续管理权，也不再对已售出的商品实施有效控制；③收入的金额能够可靠地计量；④相关的经济利益很可能流入；⑤相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量。

(2) 提供劳务

提供劳务交易的结果在资产负债表日能够可靠估计的（同时满足收入的金额能够可靠地计量、相关经济利益很可能流入、交易的完工进度能够可靠地确定、交易中已发生和将发生的成本能够可靠地计量），采用完工百分比法确认提供劳务的收入，并按已经发生的成本占估计总成本的比例确定提供劳务交易的完工进度。提供劳务交易的结果在资产负债表日不能够可靠估计的，若已经发生的劳务成本预计能够得到补偿，按已经发生的劳务成本金额确认提供劳务收入，并按相同金额结转劳务成本；若已经发生的劳务成本预计不能够得到补偿，将已经发生的劳务成本计入当期损益，不确认劳务收入。

(3) 让渡资产使用权

让渡资产使用权在同时满足相关的经济利益很可能流入、收入金额能够可靠计量时，确认让渡资产使用权的收入。利息收入按照他人使用本公司货币资金的时间和实际利率计算确定；使用费收入按有关合同或协议约定的收费时间和方法计算确定。

2、收入确认的具体方法

公司主要销售浴霸、集成吊顶、厨电等产品。内销产品收入确认需满足以下条件：公司已根据合同约定将产品交付给购货方，且产品销售收入金额已确定，已经收回货款或取得了收款凭证且相关的经济利益很可能流入，产品相关的成本能够可靠地计量。外销产品收入确认需满足以下条件：公司已根据合同约定将产品报关，取得提单，且产品销售收入金额已确定，已经收回货款或取得了收款凭证且相关的经济利益很可能流入，产品相关的成本能够可靠地计量。

（二十四）政府补助

1、2017 年度

（1）与资产相关的政府补助判断依据及会计处理方法

公司取得的、用于购建或以其他方式形成长期资产的政府补助划分为与资产相关的政府补助。与资产相关的政府补助，冲减相关资产的账面价值或确认为递延收益。与资产相关补助确认为递延收益的，在相关资产使用寿命内按照合理、系统的方法分期计入损益。按照名义金额计量的政府补助，直接计入当期损益。相关资产在使用寿命结束前被出售、转让、报废或发生毁损的，将尚未分配的相关递延收益余额转入资产处置当期的损益。

（2）与收益相关的政府补助判断依据及会计处理方法

除与资产相关的政府补助之外的政府补助划分为与收益相关的政府补助。对于同时包含与资产相关部分和与收益相关部分的政府补助，难以区分与资产相关或与收益相关的，整体归类为与收益相关的政府补助。与收益相关的政府补助，用于补偿以后期间的相关成本费用或损失的，确认为递延收益，在确认相关成本费用或损失的期间，计入当期损益和冲减相关成本；用于补偿已发生的相关成本费用或损失的，直接计入当期损益和冲减相关成本。

（3）与公司日常经营活动相关的政府补助的会计处理方法

与公司日常经营活动相关的政府补助，按照经济业务实质，计入其他收益或冲减相关成本费用。与公司日常活动无关的政府补助，计入营业外收支。

（4）政策性优惠贷款贴息的会计处理方法

①财政将贴息资金拨付给贷款银行，由贷款银行以政策性优惠利率向公司提供贷款的，以实际收到的借款金额作为借款的入账价值，按照借款本金和该政策性优惠利率计算相关借款费用。

②财政将贴息资金直接拨付给公司的，将对应的贴息冲减相关借款费用。

2、2015 年度和 2016 年度

(1) 与资产相关的政府补助判断依据及会计处理方法

公司取得的、用于购建或以其他方式形成长期资产的政府补助划分为与资产相关的政府补助。与资产相关的政府补助，确认为递延收益，并在相关资产使用寿命内平均分配，计入当期损益。但是，按照名义金额计量的政府补助，直接计入当期损益。

(2) 与收益相关的政府补助判断依据及会计处理方法

除与资产相关的政府补助之外的政府补助划分为与收益相关的政府补助。与收益相关的政府补助，用于补偿以后期间的相关费用或损失的，确认为递延收益，在确认相关费用的期间，计入当期损益；用于补偿已发生的相关费用或损失的，直接计入当期损益。

(二十五) 递延所得税资产、递延所得税负债

1、根据资产、负债的账面价值与其计税基础之间的差额（未作为资产和负债确认的项目按照税法规定可以确定其计税基础的，该计税基础与其账面数之间的差额），按照预期收回该资产或清偿该负债期间的适用税率计算确认递延所得税资产或递延所得税负债。

2、确认递延所得税资产以很可能取得用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额为限。资产负债表日，有确凿证据表明未来期间很可能获得足够的应纳税所得额用来抵扣可抵扣暂时性差异的，确认以前会计期间未确认的递延所得税资产。

3、资产负债表日，对递延所得税资产的账面价值进行复核，如果未来期间很可能无法获得足够的应纳税所得额用以抵扣递延所得税资产的利益，则减记递延所得税资产的账面价值。在很可能获得足够的应纳税所得额时，转回减记的金额。

4、公司当期所得税和递延所得税作为所得税费用或收益计入当期损益，但不包括下列情况产生的所得税：（1）企业合并；（2）直接在所有者权益中确认的交易或者事项。

（二十六）经营租赁

公司为承租人时，在租赁期内各个期间按照直线法将租金计入相关资产成本或确认为当期损益，发生的初始直接费用，直接计入当期损益。或有租金在实际发生时计入当期损益。

公司为出租人时，在租赁期内各个期间按照直线法将租金确认为当期损益，发生的初始直接费用，除金额较大的予以资本化并分期计入损益外，均直接计入当期损益。或有租金在实际发生时计入当期损益。

（二十七）分部报告

公司以内部组织结构、管理要求、内部报告制度等为依据确定经营分部。公司的经营分部是指同时满足下列条件的组成部分：1、该组成部分能够在日常活动中产生收入、发生费用；2、管理层能够定期评价该组成部分的经营成果，以决定向其配置资源、评价其业绩；3、能够通过分析取得该组成部分的财务状况、经营成果和现金流量等有关会计信息。

（二十八）主要会计政策、会计估计的变更

1、会计政策变更

企业会计准则变化引起的会计政策变更

（1）本公司自 2017 年 5 月 28 日起执行财政部制定的《企业会计准则第 42 号——持有待售的非流动资产、处置组和终止经营》，自 2017 年 6 月 12 日起执行经修订的《企业会计准则第 16 号——政府补助》。本次会计政策变更采用未来适用法处理。

（2）本公司编制 2017 年度报表执行《财政部关于修订印发一般企业财务报表格式的通知》（财会〔2017〕30 号），将原列报于“营业外收入”和“营业外支出”的非流动资产处置利得和损失和非货币性资产交换利得和损失变更为列报于“资产处置收益”。此项会计政策变更采用追溯调整法，调减 2016 年度营业外支出 873,664.65 元。

2、会计估计变更

公司无需要披露的会计估计变更。

五、分部信息

(一) 地区分部

单位：万元

项目	2017 年度		2016 年度		2015 年度	
	主营业务收入	主营业务成本	主营业务收入	主营业务成本	主营业务收入	主营业务成本
境内	155,398.28	81,161.93	119,931.81	60,441.39	90,670.88	46,647.54
境外	2,096.88	1,228.47	4,003.40	2,352.43	3,014.17	1,881.84
合计	157,495.16	82,390.40	123,935.21	62,793.82	93,685.05	48,529.38

(二) 产品分部

单位：万元

项目	2017 年度		2016 年度		2015 年度	
	主营业务收入	主营业务成本	主营业务收入	主营业务成本	主营业务收入	主营业务成本
浴霸	86,169.09	40,494.77	72,507.48	33,743.19	59,873.46	29,437.76
集成吊顶	61,847.84	34,710.45	48,847.15	27,168.52	32,058.57	17,781.09
厨电	3,142.80	2,545.45	-	-	-	-
其他	6,335.42	4,639.72	2,580.58	1,882.10	1,753.02	1,310.53
合计	157,495.16	82,390.40	123,935.21	62,793.82	93,685.05	48,529.38

六、最近一年内收购兼并情况

请参见招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“四、发行人设立以来重大资产重组情况”。

七、报告期内非经常性损益情况

报告期内，公司的非经常性损益情况如下表所示：

单位：万元

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
非流动资产处置损益，包括已计提资产减值准备的冲销部分	2,543.93	-88.53	-3.17
越权审批，或无正式批准文件，或偶发性的税收返还、减免	236.95	-	-
计入当期损益的政府补助（与公司正常经营业务密切相关，符合国家政策规定、按照一定标准定额或定量持续享受的政府补助除外）	240.49	147.72	274.83
委托他人投资或管理资产的损益	0.68	-	4.37
同一控制下企业合并产生的子公司期初至合并日的当期净损益	-19.97	-195.10	-204.32
对外委托贷款取得的损益	358.09	887.71	859.62
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-162.89	22.74	-332.84
其他符合非经常性损益定义的损益项目	-2,624.10	-2,655.59	1,411.19
小计	573.18	-1,881.06	2,009.68
减：所得税费用（所得税费用减少以“-”表示）	137.20	159.13	307.06
少数股东损益	-2.79	-	-
归属于母公司股东的非经常性损益净额	438.76	-2,040.20	1,702.62
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	26,606.30	28,871.72	22,814.72

八、最近一期末主要资产情况

（一）最近一期末主要固定资产情况

本公司主要固定资产包括房屋及建筑物、通用设备、专用工具、运输工具、其他设备等，截至 2017 年 12 月 31 日本公司拥有的固定资产情况具体如下：

单位：万元

项目	账面原值	累计折旧	减值准备	账面价值	净值率（%）
房屋建筑物	18,575.85	5,686.70	-	12,889.15	69.39

项目	账面原值	累计折旧	减值准备	账面价值	净值率(%)
通用设备	2,887.34	1,461.07	-	1,426.27	49.40
专用设备	3,364.48	757.82	-	2,606.66	77.48
运输工具	1,074.38	689.53	-	384.85	35.82
其他设备	182.93	134.75	-	48.18	26.34
合计	26,084.98	8,729.87	-	17,355.11	66.53

(二) 最近一期末长期股权投资情况

截至2017年12月31日，公司无长期股权投资。

(三) 最近一期末无形资产情况

截至2017年12月31日，公司拥有的无形资产情况具体如下：

单位：万元

项目	账面原值	累计摊销	减值准备	账面价值	净值率(%)
土地使用权	7,708.49	450.53	-	7,257.95	94.16
软件	1,187.63	409.47	-	778.16	65.52
商标使用权	4,952.83	536.56	-	4,416.27	89.17
专利权	661.58	42.39	-	619.19	93.59
合计	14,510.53	1,438.95	-	13,071.58	90.08

九、最近一期末主要负债情况

(一) 短期借款

截至2017年12月31日，公司无短期借款。

(二) 长期借款

截至2017年12月31日，公司无长期借款。

(三) 其他非流动负债

截至 2017 年 12 月 31 日，公司无其他非流动负债。

（四）关联方余额

截至 2017 年 12 月 31 日，公司对关联方的主要债项余额情况请参见本招股说明书“第七节 同业竞争与关联交易”之“四、报告期内的关联交易”之“（三）关联方往来余额”。

十、报告期各期末股东权益情况

报告期各期末，本公司合并范围的股东权益情况如下表所示：

单位：万元

所有者权益	2017.12.31	2016.12.31	2015.12.31
股本	36,000.00	16,808.53	16,141.47
资本公积	21,666.06	9,594.48	3,638.78
其他综合收益	5,971.85	8,175.78	-
盈余公积	1,500.88	8,446.95	7,938.11
未分配利润	12,509.78	33,573.45	31,935.77
归属于母公司所有者权益合计	77,648.57	76,599.20	59,654.14
少数股东权益	3,576.71	1,557.00	-
所有者权益合计	81,225.28	78,156.20	59,654.14

（一）股本

报告期内，公司股本变动情况如下：

单位：万元

所有者权益	2017.12.31	2016.12.31	2015.12.31
Tricosco	24,858.94	15,291.92	16,141.47
文泽投资	1,768.42	849.55	-
聚泽投资	550.49	147.87	-
明泽投资	1,217.93	519.19	-

所有者权益	2017.12.31	2016.12.31	2015.12.31
PMT	1,634.21	-	-
ZJUI	1,634.21	-	-
HSCA	1,525.26	-	-
香港红星	1,525.26	-	-
SKY	653.68	-	-
斐昱永淳	271.58	-	-
宁波海湃	164.21	-	-
斐昱悦柏	101.05	-	-
斐昱武胜	94.74	-	-
股本合计	36,000.00	16,808.53	16,141.47

报告期各期末，公司股本分别为 16,141.47 万元、16,808.53 万元和 36,000.00 万元。

2016 年公司股本变动的主要原因系 2016 年 12 月明泽投资及聚泽投资增资入股。2017 年公司股本变动的主要原因系 2017 年 6 月整体变更设立股份有限公司。

（二）资本公积

报告期内，公司资本公积情况如下：

单位：万元

项目	2017.12.31	2016.12.31	2015.12.31
股本溢价	21,666.06	9,594.48	3,638.78
合计	21,666.06	9,594.48	3,638.78

2016 年末资本公积较 2015 年末增加 5,955.70 万元，主要系一方面 2016 年 12 月公司高管及员工持股平台明泽投资及聚泽投资增资入股形成资本公积 3,139.39 万元，另一方面由于股权激励确认资本公积 2,816.31 万元所致。

2017 年末公司资本公积较 2016 年末大幅增加的原因，主要系：1、聚泽投

资等 5 家合伙企业对公司增资形成资本公积 10,141.67 万元；2、实施股权激励确认资本公积 3,014.70 万元；3、2017 年 6 月公司以 2017 年 5 月 31 日为基准日整体变更为股份有限公司，将截至 2017 年 5 月 31 日扣除其他综合收益后的净资产除 36,000.00 万元计入股本外，其他均计入资本公积。

（三）盈余公积

报告期内，公司盈余公积情况如下：

单位：万元

项目	2017.12.31	2016.12.31	2015.12.31
储备基金	-	8,446.95	7,938.11
法定盈余公积	1,500.88	-	-
合计	1,500.88	8,446.95	7,938.11

公司报告期各期末盈余公积增加主要系按母公司净利润的 10% 提取盈余公积所致，2016 年末公司储备基金已达到注册资本 50% 以上，按照《公司章程》可不再提取。2017 年末公司盈余公积大幅减少主要系 2017 年 6 月整体变更设立股份有限公司，折股转出原账面储备基金所致。

（四）未分配利润

单位：万元

项目	2017.12.31	2016.12.31	2015.12.31
期初未分配利润	33,573.45	31,935.77	40,395.04
加：本期归属于母公司所有者净利润	27,045.06	26,831.52	24,517.34
减：提取储备基金	-	508.84	2,476.61
提取法定盈余公积	1,500.88	-	-
应付普通股股利	34,500.00	24,685.00	30,500.00
净资产折股	12,107.85	-	-
期末未分配利润	12,509.78	33,573.45	31,935.77

报告期各期末，公司未分配利润分别为 31,935.77 万元、33,573.45 万元和

12,509.78 万元。2017 年末未分配利润减少主要系 2017 年 6 月公司整体变更设立股份有限公司，折股转出原账面未分配利润所致。

（五）少数股东权益

2016 年末公司少数股东权益为 1,557.00 万元，系公司控股子公司嘉兴劲达的少数股东权益；2017 年末公司少数股东权益为 3,576.71 万元，系公司控股子公司嘉兴劲达、中山劲耀、成都劲启的少数股东权益。嘉兴劲达、中山劲耀、成都劲启的相关情况参见招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“七、发行人控股子公司、参股公司简要情况”。

十一、报告期内现金流量情况

报告期内，公司合并范围内的现金流量情况如下表所示：

单位：万元

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
经营活动产生的现金流量净额	24,015.74	33,484.23	21,863.93
投资活动产生的现金流量净额	8,963.86	571.94	7,384.28
筹资活动产生的现金流量净额	-1,826.45	-19,972.66	-29,935.61
现金及现金等价物净增加额	30,977.92	14,191.93	-444.18

十二、资产负债表日后事项、或有事项及其他重要事项

（一）资产负债表日后事项

根据 2018 年 3 月 19 日公司第一届董事会第四次会议审议通过的 2017 年度利润分配方案，公司以截至 2017 年 12 月 31 日止的总股本 3.6 亿股为基数，向全体股东每 10 股派发现金股利 1.1 元人民币（含税），共计派发现金股利 3,960.00 万元人民币（含税）。

截至本招股说明书签署之日，公司不存在需要披露的其他重大资产负债表日后事项。

（二）或有事项

截至本招股说明书签署之日，公司不存在需要披露的重要或有事项。

（三）其他重要事项

2017年12月11日，子公司嘉兴奥普集成吊顶与上海隆盛建筑工程（集团）有限公司签订施工合同，合同总额25,300.00万元（含税），该项目于2017年12月29日开工。截至资产负债表日，公司尚未支付工程款。

截至本招股说明书签署之日，公司不存在需要披露的其他重要事项。

十三、公司主要财务指标

报告期内，公司主要财务指标如下表所示：

指标	2017.12.31/ 2017年度	2016.12.31/ 2016年度	2015.12.31/ 2015年度
资产负债率（合并）（%）	48.05	34.04	34.66
资产负债率（母公司）（%）	47.79	35.44	35.78
流动比率（倍）	1.53	1.62	1.99
速动比率（倍）	1.29	1.37	1.77
应收账款周转率（次/年）	22.17	27.80	39.93
存货周转率（次/年）	6.05	7.51	6.67
息税折旧摊销前利润（万元）	34,496.22	33,589.60	30,408.62
利息保障倍数（倍）	7,001.00	-	290.34
每股净资产（元/股）	2.26	2.17	1.66
每股经营活动产生的现金流量（元/股）	0.67	0.93	0.61
每股净现金流量（元/股）	0.860	0.394	-0.012
无形资产（扣除土地使用权）占净资产的比例	7.16%	6.74%	0.62%

注：上述财务指标，若无特别说明，均以合并口径计算，计算各期每股指标时股数均取最近一期末股份公司股本数（36,000万股），具体计算公式如下：

1、资产负债率=总负债÷总资产

- 2、流动比率=流动资产÷流动负债
- 3、速动比率=(流动资产-存货)÷流动负债
- 4、应收账款周转率=营业收入÷应收账款平均余额
- 5、存货周转率=营业成本÷存货平均余额
- 6、息税折旧摊销前利润=净利润+所得税+利息支出+折旧+摊销
- 7、利息保障倍数=息税前利润÷利息费用(含资本化利息支出)
- 8、每股净资产=期末归属于母公司所有者权益÷最近期末股本总额
- 9、每股经营活动的现金流量=经营活动产生的现金流量净额÷最近期末股本总额
- 10、每股净现金流量=现金流量净额÷最近期末股本总额
- 11、无形资产(扣除土地使用权)占净资产比例=无形资产(扣除土地使用权)÷期末净资产

根据中国证监会《公开发行证券的公司信息披露编报规则第9号-净资产收益率和每股收益的计算及披露》(2010年修订)有关规定,本公司的净资产收益率和每股收益如下:

项目	加权平均净资产收益率	每股收益(元)	
		基本每股收益	稀释每股收益
2017年度			
归属于公司普通股股东的净利润	39.15	0.75	0.75
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	38.66	0.74	0.74
2016年度			
归属于公司普通股股东的净利润	38.28	-	-
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	43.05	-	-
2015年度			
归属于公司普通股股东的净利润	35.38	-	-
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	34.53	-	-

十四、公司历次资产评估及验资情况

(一) 公司历次资产评估情况

公司委托具有从事“证券期货相关业务资产评估资格”（证书编号：0571013001）的坤元资产评估有限公司对截至 2017 年 5 月 31 日的公司净资产进行了评估。坤元资产评估有限公司于 2017 年 6 月 9 日出具了《资产评估报告》（坤元评报[2017]346 号），经其评估，截至 2017 年 5 月 31 日，公司资产净额评估值为 736,424,343.56 元。本次资产评估仅作为公司整体变更时折股参考，公司未根据评估结果进行账务处理。

（二）公司历次验资情况

公司历次验资情况请参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“五、发行人历次验资情况及投入资产的计量属性”之“（一）发行人历次验资情况”的相关内容。

第十一节 管理层讨论与分析

本公司董事会提请投资者注意，以下讨论分析应该结合本公司经审计的财务报表及附注和本招股说明书披露的其他财务信息一并阅读。

若无特别说明，均以合并报表数据作为分析基础。

一、财务状况分析

（一）资产结构分析

报告期内，公司资产结构如下：

单位：万元；%

项目	2017.12.31		2016.12.31		2015.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
流动资产	109,688.70	70.16	63,043.58	53.21	63,060.85	69.07
非流动资产	46,650.47	29.84	55,447.74	46.79	28,238.24	30.93
资产总额	156,339.17	100.00	118,491.32	100.00	91,299.08	100.00

报告期内公司资产总额总体呈增长态势。2016年末，公司资产总额较2015年末增加29.78%，其中流动资产金额较上期末减少0.03%，非流动资产金额较上期末增加96.36%；2017年末，公司资产总额较2016年末增加31.94%，其中流动资产较上期末增加73.99%，非流动资产较上期末减少15.87%。

公司2016年末非流动资产增加较多，主要系一方面公司对成都牵银委托贷款续期，计入其他非流动资产；另一方面公司可供出售金融资产与无形资产增加较多所致。

公司2017年末流动资产增加较多，主要系货币资金增加所致。

1、主要流动资产分析

报告期内，公司的流动资产结构如下：

单位：万元；%

项目	2017.12.31		2016.12.31		2015.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
流动资产合计	109,688.70	100.00	63,043.58	100.00	63,060.85	100.00
其中：货币资金	70,878.57	64.62	35,538.96	56.37	30,331.63	48.10
应收票据	7,400.72	6.75	6,054.04	9.60	5,199.91	8.25
应收账款	7,526.23	6.86	5,975.77	9.48	2,509.86	3.98
预付账款	1,677.57	1.53	1,808.33	2.87	1,946.67	3.09
应收利息	175.32	0.16	482.31	0.77	372.86	0.59
其他应收款	4,239.65	3.87	1,691.77	2.68	3,021.05	4.79
存货	17,458.14	15.92	9,671.33	15.34	6,904.71	10.95
一年内到期的非流动资产	-	-	-	-	12,750.00	20.22
其他流动资产	332.49	0.30	1,821.07	2.89	24.16	0.04

(1) 货币资金

报告期各期末，公司货币资金分别为 30,331.63 万元、35,538.96 万元和 70,878.57 万元，变动幅度分别为 17.17%和 99.44%。各期末货币资金结构如下：

单位：万元

项目	2017.12.31	2016.12.31	2015.12.31
库存现金	0.10	0.50	0.80
银行存款	64,485.40	34,677.09	20,581.17
其他货币资金	6,393.08	861.37	9,749.66
合计	70,878.57	35,538.96	30,331.63

2017 年末公司货币资金增加较多主要是一方面公司正常经营积累，另一方面公司收到明泽投资、聚泽投资以及控股子公司少数股东的投资款合计 12,173.55 万元。

公司其他货币资金主要为银行保证金。

(2) 应收票据

报告期各期末，公司的应收票据余额分别为 5,399.20 万元、6,336.63 万元和 7,756.09 万元，变动幅度分别为 17.36% 和 22.40%。公司的应收票据构成如下：

单位：万元

项目	2017.12.31	2016.12.31	2015.12.31
银行承兑汇票	648.74	684.77	1,413.41
商业承兑汇票	7,107.35	5,651.86	3,985.80
合计	7,756.09	6,336.63	5,399.20

公司期末应收票据主要系部分大宗客户使用商业票据、银行承兑汇票付款所致。报告期内，公司应收商业承兑汇票均为应收大宗客户广州恒大票据，根据合同约定，广州恒大以 6 个月期限商业承兑汇票向公司支付货款；其余客户如通过票据支付则均需使用银行承兑汇票，且金额相对较小。

报告期内公司应收票据增长较快主要系公司与广州恒大合作规模逐年提升，导致应收广州恒大票据相应增加。报告期内，公司与广州恒大交易情况如下：

单位：万元

项目	2017.12.31	2016.12.31	2015.12.31
应收广州恒大票据余额	7,107.35	5,651.86	3,985.80
对广州恒大主营业务收入	11,309.89	10,175.10	4,592.51
票据余额占主营业务收入比例	62.84%	55.55%	86.79%

2015 年末公司应收广州恒大票据余额占当期对其销售收入比例较高主要系 2015 年下半年以来公司对广州恒大销售大幅提升，商业承兑汇票尚未到期所致。

公司采用账龄分析法计提坏账准备的商业承兑汇票情况如下：

单位：万元

账龄	2017.12.31		2016.12.31		2015.12.31	
	余额	坏账准备	余额	坏账准备	余额	坏账准备
1 年以内	7,107.35	355.37	5,651.86	282.59	3,985.80	199.29
合计	7,107.35	355.37	5,651.86	282.59	3,985.80	199.29

报告期内，公司应收票据均在承兑期内完成承兑，未出现出票人破产等导致应收票据未来现金流低于其账面价值的情况，且均已按照坏账政策对商业承兑汇票充分计提了坏账准备。截至 2017 年末，不存在因出票人未履约而将应收票据转至应收账款的情形。

(3) 应收账款

①应收账款分类

公司应收账款分类情况如下：

单位：万元

账龄	2017.12.31		2016.12.31		2015.12.31	
	账面余额	坏账准备	账面余额	坏账准备	账面余额	坏账准备
单项金额重大并单独计提坏账准备的应收账款	-	-	-	-	-	-
按信用风险特征组合计提坏账准备的应收账款	7,963.95	437.72	6,329.78	354.01	2,662.30	152.44
其中：账龄组合	7,963.95	437.72	6,329.78	354.01	2,662.30	152.44
个别认定组合	-	-	-	-	-	-

②应收账款余额变动分析

报告期内，公司应收账款与营业收入的变动趋势如下：

单位：万元

项目	2017.12.31/ 2017 年度	2016.12.31/ 2016 年度	2015.12.31/ 2015 年度
应收账款余额	7,963.95	6,329.78	2,662.30
营业收入	158,413.64	124,973.25	94,504.91
余额占营业收入比重 (%)	5.03	5.06	2.82

报告期内，公司应收账款金额整体较小，占营业收入比例亦较低，主要系公司经销商渠道销售收入占比较高，而公司对经销商按照“先款后货”方式销售所致。

2016 年公司应收账款增长较多，主要是一方面公司积极开拓大宗客户渠道，给予该等客户一定的授信期和授信额度；另一方面为了方便管理，公司 2016 年下半年将部分外销业务转由控股股东 Tricosco 负责，而 2016 年末 Tricosco 自公司采购产品尚在账期内所致。2017 年 3 月起，为避免关联交易，公司重新收回外销业务，且 Tricosco 已按合同约定全额支付所欠公司货款。

2017 年公司应收账款增长较多，主要系公司对广州恒大、成都生活家、万科等大宗客户销售规模增长所致。

报告期内公司分渠道应收账款情况如下：

单位：万元

项目	2017.12.31	2016.12.31	2015.12.31
大宗客户渠道	7,165.41	3,896.12	947.79
外销渠道	223.25	1,800.57	628.92
KA 渠道	482.07	595.20	444.58
经销商渠道	6.91	2.74	267.88
其他	86.30	35.15	373.14
应收账款合计	7,963.95	6,329.78	2,662.30

③应收账款账龄分析

公司按账龄组合列示的应收账款账龄情况如下：

单位：万元；%

账龄	2017.12.31		2016.12.31		2015.12.31	
	余额	比例	余额	比例	余额	比例
1 年以内	7,863.97	98.74	6,217.39	98.22	2,616.99	98.30
1 至 2 年	50.38	0.63	76.58	1.21	22.51	0.85
2 至 3 年	30.33	0.38	15.97	0.25	11.43	0.43
3 年以上	19.28	0.24	19.83	0.31	11.37	0.43
合计	7,963.95	100.00	6,329.78	100.00	2,662.30	100.00

公司按账龄组合计提应收账款的坏账准备计提情况如下：

单位：万元；%

账龄	计提坏账准备比例	2017.12.31		2016.12.31		2015.12.31	
		余额	比例	余额	比例	余额	比例
1年以内	5	393.20	89.83	310.87	87.81	130.85	85.84
1至2年	20	10.08	2.30	15.32	4.33	4.50	2.95
2至3年	50	15.16	3.46	7.99	2.26	5.71	3.75
3年以上	100	19.28	4.40	19.83	5.60	11.37	7.46
合计	-	437.72	100.00	354.01	100.00	152.44	100.00

报告期内，公司一年以内应收账款占比均超过 98%，且均已按照坏账政策充分计提了坏账准备。2016 年成都博朗尼核销应收账款 0.83 万元，除此之外报告期内发行人无核销应收账款情况。

④主要应收账款客户情况

截至 2017 年 12 月 31 日，公司应收账款前五名单位列示如下：

单位名称	款项性质	期末余额(万元)	账龄	余额占比(%)
广州恒大材料设备有限公司	货款	5,531.64	一年以内	69.46
成都市生活家装饰工程有限公司	货款	501.55	一年以内	6.30
万科企业股份有限公司	货款	494.90	一年以内	6.21
施耐德电气有限公司	货款	179.59	一年以内	2.26
百安居(中国)投资有限公司	货款	155.82	一年以内	1.96
		4.41	1-2年	0.06
小计		6,867.91	-	86.24

注：上述客户已按照同一实际控制口径予以合并。

截至 2017 年末，公司前五名客户应收账款占公司应收账款余额的 86.24%，主要系资质较好的大宗客户、外销客户及 KA 客户，上述客户均按照合同约定付款，且应收账款账龄较短，报告期未曾发生过违约或延期支付情形。公司对期末应收账款均已根据会计政策相应计提坏账准备。

⑤分销售渠道信用政策情况

公司分销售渠道主要客户的信用政策情况如下：

所属渠道	客户名称	信用政策
经销商渠道	北京中天诚投科贸有限公司	款到发货
	江苏晨皓贸易有限公司	款到发货
	成都长青基业商贸有限公司	款到发货
大宗客户渠道	广州恒大材料设备有限公司	月末对账，次月末付款，付款方式主要为6个月期限商业承兑汇票；2017年9月起，新发生应付款项于2018年9月份一次性以现金形式无息支付
	万科企业股份有限公司	验收合格并提供全套付款资料后，45个工作日内付款
	成都市生活家装饰工程有限公司	月末对账，开票后7天内付款
	爱空间科技（北京）有限公司	货到30天
外销渠道	施耐德电气有限公司	FOB，次次月10号付款
KA渠道	百安居（中国）投资有限公司	确认代销销售金额并开票后，每两周付款
	苏宁云商股份有限公司	确认销售清单并开票后30天

（4）预付账款

公司预付账款账龄情况如下：

单位：万元；%

账龄	2017.12.31		2016.12.31		2015.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
1年以内	1,670.56	87.98	1,696.58	88.41	1,931.25	99.21
1至2年	7.00	0.37	222.40	11.59	-	-
2至3年	221.30	11.65	-	-	2.82	0.14
3年以上	-	-	-	-	12.60	0.65
合计	1,898.87	100.00	1,918.98	100.00	1,946.67	100.00

报告期内公司预付账款主要为公司为宣传推广预先支付给广告公司的广告费用，以及采购与生产经营相关产品预先支付给供应商的货款。

2016年末，公司预付杭州佰兹尼电器有限公司221.30万元，由于其出现经营问题，无法继续履行采购合同，且上述款项可能无法收回，公司对上述预付款计提了110.65万元坏账准备。2017年末，由于杭州佰兹尼电器有限公司已无法联系，上述款项收回可能性较低，公司全额计提了坏账准备。

报告期各期末，公司期末预付账款中持有本公司5%以上（含5%）股权的股东或其他关联方的欠款请参见招股说明书“第七节 同业竞争与关联交易”之“四、报告期内的关联交易”之“（三）关联方往来余额”。

（5）应收利息

报告期各期末，公司应收利息分别为372.86万元、482.31万元和175.32万元，2015年末、2016年末主要系公司向成都牵银提供委托贷款所产生的利息收入，2017年末主要系公司定期存款所产生的利息收入。

（6）其他应收款

①其他应收款分类

报告期内公司其他应收款分类如下：

单位：万元；%

账龄	2017.12.31		2016.12.31		2015.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
按信用风险特征组合计提坏账准备的其他应收款	4,620.84	100.00	1,914.66	100.00	3,250.78	100.00
其中：账龄组合	4,620.84	100.00	1,914.66	100.00	3,250.78	100.00
个别认定组合	-	-	-	-	-	-

报告期各期末，公司其他应收款余额分别为3,250.78万元、1,914.66万元和4,620.84万元，变动幅度分别为-41.10%和141.34%。公司其他应收款主要为押金保证金、员工备用金以及单位往来款等。

报告期各期末公司其他应收款余额按性质分类情况如下：

单位：万元

项目	2017.12.31	2016.12.31	2015.12.31
押金保证金	3,605.53	125.25	85.91
应收暂付款	5.24	35.41	46.30
往来款	447.69	1,250.00	2,835.28
备用金	441.58	372.94	233.41
资产处置款	19.57	70.00	-
其他	101.21	61.05	49.88
合计	4,620.84	1,914.66	3,250.78

2015 年末，公司往来款余额较高，主要系公司对奥普电器往来款 2,682.28 万元所致。

2016 年末，公司往来款余额为控股子公司嘉兴劲达与其参股股东唐国富往来款 800 万元，以及公司与易事科技的往来款 450 万元。2017 年末，公司押金保证金余额较高，主要系土地购置所缴纳的履约保证金合计 3,308.60 万元所致。此外，2016 年末及 2017 年末，由于公司人员及业务增长较快，期末员工备用金余额较上期末增长相对较多。

②其他应收款按账龄分析

公司按账龄组合列示的其他应收款账龄情况如下：

单位：万元；%

账龄	2017.12.31		2016.12.31		2015.12.31	
	余额	比例	余额	比例	余额	比例
1 年以内	4,047.78	87.60	1,731.49	90.43	3,117.37	95.90
1 至 2 年	475.71	10.29	57.46	3.00	9.48	0.29
2 至 3 年	27.38	0.59	1.77	0.09	103.93	3.20
3 年以上	69.97	1.51	123.93	6.47	20.00	0.62
合计	4,620.84	100.00	1,914.66	100.00	3,250.78	100.00

公司按账龄组合计提其他应收款的坏账准备计提情况如下：

单位：万元；%

账龄	计提坏账准备比例	2017.12.31		2016.12.31		2015.12.31	
		余额	比例	余额	比例	余额	比例
1年以内	5	202.39	53.09	86.57	38.84	155.87	67.85
1至2年	20	95.14	24.96	11.49	5.16	1.90	0.83
2至3年	50	13.69	3.59	0.89	0.40	51.97	22.62
3年以上	100	69.97	18.35	123.93	55.60	20.00	8.71
合计	-	381.19	100.00	222.88	100.00	229.73	100.00

③其他应收款的主要应收单位情况

截至2017年末，公司其他应收款前五名单位列示如下：

单位名称	款项性质	期末余额 (万元)	账龄	余额占比 (%)
杭州市国土资源局	押金保证金	2,826.00	1年以内	61.16
神工众志（北京）科技有限公司	往来款	410.00	1-2年	8.87
杭州经济技术开发区管理委员会	押金保证金	282.60	1年以内	6.12
嘉兴市公共资源交易中心	押金保证金	200.00	1年以内	4.33
刘本龙	备用金	24.38	1年以内	1.26
		34.02	1-2年	
合计		3,777.00	-	81.74

截至2017年末，公司其他应收款前五名占其他应收账款余额的81.74%。

公司应收神工众志（北京）科技有限公司410万元主要系公司为支持原参股公司易事科技经营，曾向其提供450万元资金支持。2017年5月公司将所持易事科技的股权全部转让给神工众志（北京）科技有限公司，并由神工众志（北京）科技有限公司承接易事科技对公司的负债，截至2017年末前述款项尚有410.00万元未收回。

公司应收杭州市国土资源局2,826.00万元、杭州经济技术开发区管理委员会

押金保证金 282.60 万元、嘉兴市公共资源交易中心 200.00 万元，均系土地购置之履约保证金。

(7) 存货

① 存货账面余额

报告期各期末公司存货账面余额结构如下：

单位：万元；%

项目	2017.12.31		2016.12.31		2015.12.31	
	余额	比例	余额	比例	余额	比例
原材料	2,753.94	15.68	1,100.12	11.24	811.76	11.55
在产品	577.02	3.28	201.81	2.06	33.66	0.48
库存商品	12,444.69	70.84	7,656.51	78.24	5,374.24	76.44
发出商品	1,646.96	9.37	824.00	8.42	805.70	11.46
委托加工物资	135.79	0.77	-	-	-	-
低值易耗品	9.37	0.05	3.50	0.04	5.33	0.08
合计	17,567.79	100.00	9,785.94	100.00	7,030.69	100.00

报告期各期末，公司主要存货为库存商品、发出商品、原材料，三者合计占存货余额的比例分别为 99.45%、97.90%和 95.89%。

公司主营产品为浴霸、集成吊顶及厨电产品，期末原材料主要为电器、铝材、塑料、钣金等配件，库存商品主要为浴霸、集成吊顶。

报告期内公司存货整体上随营业收入增长而上升。

2017 年末，公司原材料较 2016 年末增幅较大的主要原因系：公司集成吊顶扣板生产模式调整，新设控股子公司嘉兴劲达及成都劲启，主要从事集成吊顶中的扣板生产，对外采购铝材导致原材料增加。

2017 年末，公司库存商品较 2016 年末增幅较大的主要原因系：随着营业收入增长，浴霸、集成吊顶库存商品相应增长；2017 年公司丰富产品门类，新增部分照明及厨电产品，库存商品相应增加；公司集成吊顶扣板由之前 OEM 模式

调整为自制模式亦使得库存商品有所增加。

2017 年末，公司委外加工物资余额 135.79 万元，主要系嘉兴劲达采购铝材交付委外加工厂商加工成铝薄板所致。

②存货跌价准备计提情况

报告期各期末，公司存货跌价准备如下表所示：

单位：万元

项目	2017.12.31	2016.12.31	2015.12.31
存货余额	17,567.79	9,785.94	7,030.69
减：存货跌价准备	109.65	114.62	125.98
存货净额	17,458.14	9,671.33	6,904.71

公司存货跌价准备均为库存商品所计提，公司根据库存商品估计售价或合同价减去估计的销售费用和相关税费后的金额确定可变现净值，当库存商品期末账面成本低于可变现净值时计提存货跌价准备。

(8) 一年内到期的非流动资产

2015 年末公司一年内到期的非流动资产 12,750 万元，系向成都牵银提供的委托贷款。2016 年前述委托贷款展期调整至其他非流动资产，截至 2017 年末，前述款项已全部偿还。

(9) 其他流动资产

报告期各期末，公司其他流动资产分别为 24.16 万元、1,821.07 万元和 332.49 万元，具体明细如下：

单位：万元

项目	2017.12.31	2016.12.31	2015.12.31
待抵扣增值税进项税及留抵税额	322.65	21.07	24.16
理财产品	-	1,800.00	-
预缴所得税	9.84	-	-
合计	332.49	1,821.07	24.16

2、主要非流动资产分析

报告期内，公司的非流动资产结构如下：

单位：万元；%

项目	2017.12.31		2016.12.31		2015.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
非流动资产合计	46,650.47	100.00	55,447.74	100.00	28,238.24	100.00
其中：可供出售金融资产	13,747.73	29.47	17,077.26	30.80	6,943.75	24.59
长期股权投资	-	-	181.71	0.33	583.34	2.07
固定资产	17,355.11	37.20	15,535.03	28.02	16,548.63	58.60
在建工程	617.25	1.32	129.91	0.23	78.48	0.28
无形资产	13,071.58	28.02	7,455.10	13.45	2,613.95	9.26
长期待摊费用	532.33	1.14	438.16	0.79	398.18	1.41
递延所得税资产	880.93	1.89	221.62	0.40	171.91	0.61
其他非流动资产	445.55	0.96	14,408.95	25.99	900.00	3.19

(1) 可供出售金融资产

报告期各期末，公司可供出售金融资产余额分别为 6,943.75 万元、17,077.26 万元和 13,747.73 万元。2016 年末公司可供出售金融资产余额较 2015 年末大幅上升的原因系公司对海兴电力的股权投资原按照成本计量为 4,000 万元，因其股票于 2016 年在上交所上市交易，故公司将对其的股权投资改为按公允价值计量，该公允价值变动影响金额为 9,618.56 万元。2017 年末公司可供出售金融资产变动亦由海兴电力股票公允价值变动所致。

截至 2017 年末，公司可供出售金融资产明细如下：

单位：万元

项目	2017.12.31
按公允价值计量的可供出售金融资产	11,025.71
其中：海兴电力 302.90 万股股票	11,025.71

项目	2017.12.31
按成本计量的可供出售金融资产	2,722.02
其中：海邦才智 16.78% 份额	678.27
引智佐邦 7.35% 份额	443.75
海邦厚思 16.39% 份额	1,600.00
合计	13,747.73

海邦才智、引智佐邦、海邦厚思分别成立于 2011 年、2013 年以及 2016 年，投资期限均为 7 年期，均为专业的投资机构。其对外投资项目运营正常，不存在减值迹象，因此未计提减值准备。

发行人参股以上公司的目的系更有效的利用货币资金，获取更高投资收益。投资期限到期后，发行人将不再进行类似风险投资。公司最近一期末金额较大的财务性投资情况请详见本节之“一、财务状况分析”之“（五）最近一期末金额较大的财务性投资情况”。

（2）长期股权投资

报告期各期末，公司长期股权投资余额分别为 583.34 万元、181.71 万元和 0 万元，系公司对成都牵银的出资。2017 年 5 月公司向奥普电器出售所持有成都牵银的全部股权，因此截至 2017 年末公司无长期股权投资。

上述股权出售详细过程参见招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“四、发行人设立以来重大资产重组情况”之“（三）非主业资产剥离”。

（3）固定资产

公司固定资产主要为房屋及建筑物，截至 2017 年末，公司固定资产平均成新率 66.53%。报告期各期末，公司固定资产情况如下：

单位：万元

项目	2017.12.31			2016.12.31			2015.12.31		
	账面原值	累计折旧	账面价值	账面原值	累计折旧	账面价值	账面原值	累计折旧	账面价值
房屋及建筑物	18,575.85	5,686.70	12,889.15	18,575.85	4,825.38	13,750.47	18,575.85	3,913.20	14,662.65

项目	2017.12.31			2016.12.31			2015.12.31		
	账面原值	累计折旧	账面价值	账面原值	累计折旧	账面价值	账面原值	累计折旧	账面价值
通用设备	2,887.34	1,461.07	1,426.27	2,106.53	1,192.73	913.80	1,717.45	961.28	756.17
专用设备	3,364.48	757.82	2,606.66	1,100.41	558.81	541.60	1,232.66	572.91	659.75
运输工具	1,074.38	689.53	384.85	859.98	597.96	262.02	890.19	517.15	373.04
其他设备	182.93	134.75	48.18	176.30	109.17	67.13	176.30	79.28	97.02
合计	26,084.98	8,729.87	17,355.11	22,819.07	7,284.04	15,535.03	22,592.45	6,043.82	16,548.63

报告期内，公司固定资产基本保持稳定。截至 2017 年末，公司有账面原值为 13,282.62 万元的房屋建筑物用于担保，具体情况参见招股说明书“第六节 业务与技术”之“五、发行人主要固定资产和无形资产”之“（一）固定资产”之“3、房屋所有权”。

（4）在建工程

截至 2017 年末，公司在建工程 617.25 万元，为公司办公楼装修改造工程与嘉兴生产基地建设工程。

（5）无形资产

公司无形资产主要包括土地使用权、商标权、软件、专利权。截至 2017 年末，公司无形资产情况如下：

单位：万元

项目	账面原值	累计摊销	减值准备	账面价值	账面价值/ 原值 (%)	分类占比 (%)
土地使用权	7,708.49	450.53	-	7,257.95	94.16	55.52
商标权	4,952.83	536.56	-	4,416.27	89.17	33.79
软件	1,187.63	409.47	-	778.16	65.52	5.95
专利权	661.58	42.39	-	619.19	93.59	4.74
合计	14,510.53	1,438.95	-	13,071.58	90.08	100.00

报告期各期末，公司无形资产账面价值分别为 2,613.95 万元、7,455.10 万元和 13,071.58 万元，变动幅度为 185.20%和 75.34%。各期末无形资产账面原值和

账面价值情况如下：

单位：万元

项目	2017.12.31		2016.12.31		2015.12.31	
	账面原值	账面价值	账面原值	账面价值	账面原值	账面价值
土地使用权	7,708.49	7,257.95	2,554.35	2,190.24	2,554.35	2,242.30
商标权	4,952.83	4,416.27	4,952.83	4,911.56	-	-
软件	1,187.63	778.16	611.32	353.30	531.54	371.65
专利权	661.58	619.19	-	-	-	-
合计	14,510.53	13,071.58	8,118.50	7,455.10	3,085.89	2,613.95

2016年末，公司无形资产金额大幅增长，主要系2016年12月公司以4,952.83万元受让奥普电器的260项商标权所致。

2017年末，公司无形资产账面原值较2016年大幅增长，主要系2017年公司购置土地所致。2017年末，公司专利权账面原值661.58万元，主要系公司2017年收购杭州博朗尼、周尚书、中山博琅等专利资产。

截至2017年12月31日，公司有账面原值为996.49万元的土地使用权用于担保，具体情况参见招股说明书“第六节 业务与技术”之“五、发行人主要固定资产和无形资产”之“（二）无形资产”之“2、土地使用权”。

（6）长期待摊费用

报告期各期末，长期待摊费用分别为398.18万元、438.16万元和532.33万元，均为公司装修费用。

（7）递延所得税资产

公司递延所得税资产主要由资产减值准备、内部交易未实现利润、可抵扣亏损、递延收益构成。报告期各期末，公司递延所得税资产分别为171.91万元、221.62万元和880.93万元，具体明细如下：

单位：万元

项目	2017.12.31	2016.12.31	2015.12.31
资产减值准备	136.41	112.68	71.64
内部销售未实现利润	45.73	108.94	100.27
可抵扣亏损	73.58	-	-
递延收益	625.20	-	-
合计	880.93	221.62	171.91

(8) 其他非流动资产

报告期各期末公司其他非流动资产分别为 900 万元、14,408.95 万元和 445.55 万元，公司其他非流动资产主要是委托贷款以及预付资产购置款。

单位：万元

项目	2017.12.31	2016.12.31	2015.12.31
委托贷款	-	14,350.00	900.00
预付资产购置款	445.55	58.95	-
合计	445.55	14,408.95	900.00

报告期内委托贷款为公司向成都牵银及杭州博朗尼提供的委托贷款，相关委托贷款情况参见招股说明书“第七节 同业竞争与关联交易”之“四、报告期内的关联交易”之“(三) 关联方往来余额”。

(二) 负债结构分析

报告期内，公司的主要负债情况如下：

单位：万元；%

项目	2017.12.31		2016.12.31		2015.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
流动负债合计	71,559.24	95.27	38,892.34	96.42	31,644.95	100.00
应付票据	14,612.00	19.45	10,084.99	25.00	8,258.00	26.10
应付账款	19,644.53	26.15	15,800.07	39.17	11,269.71	35.61
预收款项	6,081.76	8.10	5,379.48	13.34	5,726.86	18.10

项目	2017.12.31		2016.12.31		2015.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
应付职工薪酬	2,782.52	3.70	1,815.86	4.50	549.34	1.74
应交税费	3,979.02	5.30	2,585.48	6.41	1,681.12	5.31
应付股利	19,475.00	25.93	-	-	669.11	2.11
其他应付款	4,984.42	6.64	3,226.45	8.00	3,490.81	11.03
非流动负债合计	3,554.65	4.73	1,442.78	3.58	-	-
递延收益	2,500.79	3.33	-	-	-	-
递延所得税负债	1,053.86	1.40	1,442.78	3.58	-	-
负债总计	75,113.89	100.00	40,335.12	100.00	31,644.95	100.00

1、主要流动负债分析

(1) 短期借款

报告期各期末，公司无短期借款。

(2) 应付票据

公司的应付票据均系支付供应商货款形成。报告期各期末，公司应付票据分别为 8,258.00 万元、10,084.99 万元和 14,612.00 万元，变动幅度分别为 22.12% 和 44.89%。各期末应付票据均为银行承兑汇票。

截至 2017 年末，公司应付票据金额前五名单位如下：

名称	金额（万元）	占比（%）	款项性质
浙江来斯奥电气有限公司	2,080.00	14.23	货款
中山领引照明科技有限公司	1,104.00	7.56	货款
江苏绿怡智能科技有限公司	730.00	5.00	货款
杭州灵杰电器有限公司	685.00	4.69	货款
杭州欧宝机电有限公司	640.00	4.38	货款
合计	5,239.00	35.86	-

注：上述供应商已按照同一实际控制口径予以合并

(3) 应付账款

公司的应付账款主要为应付货款，报告期各期末，公司应付账款分别为 11,269.71 万元、15,800.07 万元和 19,644.53 万元，呈逐年增长态势，主要系随着公司销售规模的扩大，采购需求相应增加所致。

截至 2017 年末，公司应付账款金额前五名单位如下：

名称	金额（万元）	占比（%）	款项性质
浙江来斯奥电气有限公司	2,248.19	11.44	货款
海盐佳湖装饰材料有限公司	1,463.31	7.45	货款
嵊州市松华电器有限公司	1,096.35	5.58	货款
慈溪市日月电气有限公司	1,002.95	5.11	货款
德清县新城照明器材有限公司	808.40	4.12	货款
合计	6,619.20	33.69	-

注：上述供应商已按照同一实际控制口径予以合并

①应付账款及应付票据情况

公司应付账款以及应付票据主要为应付供应商货款，报告期各期末，公司应付账款及应付票据、采购情况如下：

单位：万元；%

项目	2017.12.31/2017 年度		2016.12.31/2016 年度		2015.12.31/2015 年度
	期末余额	增幅	期末余额	增幅	期末余额
应付票据	14,612.00	44.89	10,084.99	22.12	8,258.00
应付账款	19,644.53	24.33	15,800.07	40.20	11,269.71
小计	34,256.53	32.34	25,885.06	32.56	19,527.71
采购总额	83,437.79	32.16	63,133.71	34.59	46,908.01

②应付票据和应付账款变动的原因

报告期各期末，公司应付票据和应付账款逐年增加，主要受公司采购规模增加的影响。根据公司与各主要供应商采购协议约定，公司以银行承兑汇票作为主

要付款方式之一。公司应付票据、应付账款余额合计增幅，与采购总额的增幅基本保持一致。

③应付账款和应付票据合理性说明

报告期各期末，公司应付账款对方多为主要供应商，多年来形成了相对紧密的合作关系，且主要供应商均对公司给予一定的账期并愿意接受一定比例票据的付款方式。根据公司与主要供应商签署合同中对授信的约定，公司付款账期通常为 1-2 个月，以银行电汇及银行承兑汇票为主要付款方式。公司期末应付供应商款项符合双方约定，且与采购规模匹配。

主要供应商对公司的授信情况如下：

名称	信用政策约定
浙江来斯奥电气有限公司	每月底付款，付款金额为截至两个月前账面金额
中山博琅集成装饰材料有限公司	每月底付款，付款金额为截至两个月前账面金额
中山领引照明科技有限公司	每月底付款，付款金额为截至两个月前账面金额
嵊州市松华电器有限公司	每月底付款，付款金额为截至两个月前账面金额
慈溪市日月电器有限公司	每月底付款，付款金额为截至两个月前账面金额
德清县新城照明器材有限公司	每月底付款，付款金额为截至两个月前账面金额
海盐佳湖装饰材料有限公司	每月底付款，付款金额为截至一个月前账面金额

公司应付票据金额均系支付供应商货款形成，均已于票据到期时及时向银行支付相关款项，无违约行为，亦无任何应付票据相关的争议或纠纷。

④同行业公司的应付情况对比分析

公司报告期各期末应付账款与应付票据情况以及其占营业成本比例情况如下：

单位：万元；%

公司名称	2017.12.31				2016.12.31				2015.12.31			
	应付账款	应付票据	营业成本	(应付账款+ 应付票据)/ 营业成本	应付账款	应付票据	营业成本	(应付账款+ 应付票据)/ 营业成本	应付账款	应付票据	营业成本	(应付账款+ 应付票据)/ 营业成本
友邦吊顶	8,526.52	4,063.95	36,474.21	34.52	5,313.30	1,178.27	25,684.22	25.27	3,435.59	-	19,995.07	17.18
浙江美大	7,181.97	4,331.00	47,274.11	24.35	6,126.16	2,872.00	30,072.41	29.92	5,714.38	2,104.00	24,425.39	32.01
老板电器	104,525.95	36,561.33	325,058.77	43.40	91,085.44	-	247,404.63	36.82	96,424.67	-	189,999.83	50.75
华帝股份	66,455.78	9,702.32	312,471.79	24.37	54,009.88	16,781.01	252,544.83	28.03	42,140.37	9,674.14	228,526.08	22.67
欧普照明	95,906.92	62.98	413,338.89	23.22	61,017.18	9,798.23	323,689.01	21.88	40,140.53	2,893.40	274,381.69	15.68
平均	56,519.43	10,944.32	226,923.55	29.73	43,510.39	7,657.38	175,879.02	29.02	37,571.11	4,890.51	147,465.61	28.79
奥普家居	19,644.53	14,612.00	82,775.67	41.38	15,800.07	10,084.99	63,186.17	40.97	11,269.71	8,258.00	48,878.05	39.95

公司报告期各期末应付账款、应付票据合计占营业成本的比例略高于同行业可比公司平均值，与老板电器较为接近。主要是因为一方面公司品牌实力较强、经营规模较大，对上游供应商议价能力较强；另一方面公司均按照合同约定按时足额付款，未曾出现拖欠货款等违约行为，属于上游供应商优质客户。

(4) 预收款项

报告期各期末，公司预收款项余额分别为 5,726.86 万元、5,379.48 万元和 6,081.76 万元，分别占当期期末负债总额的 18.10%、13.34%和 8.10%，占当期营业收入的 6.06%、4.30%和 3.84%。

公司的销售模式以经销商模式为主，经销商渠道为“先款后货”模式，公司预收款项主要系预收经销商货款。

(5) 应付职工薪酬

报告期各期末，公司应付职工薪酬分别为 549.34 万元、1,815.86 万元和 2,782.52 万元，变动幅度分别为 230.55%和 53.23%。

公司 2016 年末应付职工薪酬同比大幅增长的主要原因系奥普集团在香港私有化退市后，为调动员工工作热情和积极性、提升团队凝聚力、增强公司竞争实力，公司当年向中高层人员发放了额外奖金。

公司 2017 年末应付职工薪酬同比大幅增长的主要原因系员工人数大幅增长以及公司进一步提升员工薪酬待遇所致。

(6) 应交税费

报告期各期末公司应交税费分别为 1,681.12 万元、2,585.48 万元和 3,979.02 万元，变动幅度分别为 53.80%和 53.90%。各期末应交税费明细如下：

单位：万元

项目	2017.12.31	2016.12.31	2015.12.31
企业所得税	1,481.59	2,301.72	1,183.03
增值税	1,231.35	243.11	430.69
营业税	-	-	0.49

项目	2017.12.31	2016.12.31	2015.12.31
城市维护建设税	87.48	17.17	30.18
教育费附加	37.84	7.38	12.94
地方教育附加	25.23	4.92	8.62
代扣代缴企业所得税	1,025.00	-	-
代扣代缴个人所得税	39.75	10.23	5.54
地方水利建设基金	-	0.40	8.99
河道工程修建维护管理费	-	0.55	0.53
印花税	4.46	-	0.06
残疾人保障金	4.18	-	-
土地使用税	22.46	-	-
房产税	19.68	-	-
价调基金	-	-	0.04
合计	3,979.02	2,585.48	1,681.12

公司报告期各期末应交税费余额存在波动，主要系纳税义务发生与实际缴纳进度存在差异所致。2017 年末，公司代扣代缴企业所得税 1,025.00 万元系按照 2016 年度利润分配方案，需为 Tricosco 代扣代缴的非居民企业所得税，由于公司尚未向 Tricosco 支付分红，故尚未缴纳该部分税款。

(7) 应付股利

报告期各期末公司应付股利余额分别为 669.11 万元、0 万元、19,475.00 万元，系公司已审议通过的利润分配方案，截至当期末尚未支付全部股利所形成。

(8) 其他应付款

报告期各期末公司其他应付款余额分别为 3,490.81 万元、3,226.45 万元和 4,984.42 万元，增长幅度分别为-7.57%和 54.48%。

报告期内公司其他应付款主要情况如下：

单位：万元

项目	2017.12.31	2016.12.31	2015.12.31
押金保证金	1,906.93	1,050.49	957.46
费用类款项	1,578.28	932.49	1,044.84
股权转让款	1,000.00	1,000.00	1,000.00
应付暂收款	132.01	121.52	106.32
往来款	336.00	36.55	300.32
其他	31.19	85.40	81.87
合计	4,984.42	3,226.45	3,490.81

费用类款项主要包括运费、广告费等。

公司其他应付股权转让款 1,000.00 万元，主要系 2015 年公司与达州市东福商贸有限公司签订《股权转让协议》，公司将所持有的成都牵银 41.67% 股权作价 3,200 万元转让给达州市东福商贸有限公司，达州市东福商贸有限公司在支付 1,000 万元股权转让款后无力履行上述协议所致。具体请参见本招股说明书“第十五节 其他重要事项”之“四、本公司的重大诉讼或仲裁事项”之“（一）达州市东福商贸有限公司诉讼”部分。

2017 年公司押金保证金同比增长较快主要系当年新增经销商较多所致。

2、主要非流动负债分析

（1）递延所得税负债

2016 年末、2017 年末公司递延所得税负债余额分别为 1,442.78 万元、1,053.86 万元，主要系公司所持有的海兴电力股份于 2016 年在上交所上市交易，使得 2016 年、2017 年可供出售金融资产公允价值变动所致。

（2）递延收益

2017 年末，公司递延收益余额为 2,500.79 万元，主要系公司嘉兴产业园项目之政府补助。

（三）偿债能力分析

公司的主要偿债指标如下表所示：

项目	2017.12.31/ 2017 年度	2016.12.31/ 2016 年度	2015.12.31/ 2015 年度
流动比率（倍）	1.53	1.62	1.99
速动比率（倍）	1.29	1.37	1.77
资产负债率（合并）（%）	48.05	34.04	34.66
息税折旧摊销前利润（万元）	34,496.22	33,589.60	30,408.62
利息保障倍数	7,001.00	-	290.34

注：上表财务指标的计算公式请参见本招股说明书“第十节 财务会计信息”之“十三、公司主要财务指标”的相关内容。

报告期内，公司流动比率及速动比率逐年下降；资产负债率 2017 年有所上升；利息支出处于较低水平，利息保障倍数较高。

2016 年末公司流动比率及速动比率较 2015 年有所下降，主要系一方面成都牵银委托贷款 12,750 万元展期，从一年内到期非流动资产调整至其他非流动资产；另一方面公司购买奥普电器商标支付现金 5,250 万元，导致流动比率、速动比率有所下降。

2017 年公司合计计划向股东分配利润 34,500.00 万元，截至期末尚有 19,475.00 万元应付股利待支付，因此当期末流动负债较 2016 年末大幅增加，进而公司流动比率、速动比率较 2016 年末有所下降，资产负债率较 2016 年末有所上升。

公司信誉良好，具有良好的银行资信，无逾期偿还银行借款本金及利息的情况。公司 2015 年 2 月向银行申请了 2,000 万元流动资金贷款，并于当年末偿还并支付利息 104.72 万元；2017 年控股子公司嘉兴劲达银行承兑汇票票据贴现，合计产生利息支出 4.93 万元。除此之外，公司报告期内无其他借款，故无其他利息支出。

公司主要偿债指标和同行业上市公司相比较的情况如下表所示：

1、流动比率和速动比率

项目	2017.12.31	2016.12.31	2015.12.31
同行业可比公司流动比率一览			
友邦吊顶	2.44	6.76	7.45
浙江美大	2.64	4.03	4.80
老板电器	2.58	2.42	2.17
华帝股份	1.63	1.43	1.44
欧普照明	1.81	1.89	1.32
上述公司平均值	2.22	3.31	3.44
奥普家居	1.53	1.62	1.99
同行业可比公司速动比率一览			
友邦吊顶	2.06	6.41	7.08
浙江美大	2.44	3.83	4.56
老板电器	2.15	2.01	1.78
华帝股份	1.39	1.22	1.20
欧普照明	1.56	1.66	1.04
上述公司平均值	1.92	3.03	3.13
奥普家居	1.29	1.37	1.77

公司流动比率、速动比率与华帝股份较为接近，低于其他同行业可比公司，主要由于一方面上述同行业可比公司均为上市公司，资金实力更强；另一方面发行人一直以来保持着较高的分红比例，亦使得流动比率及速动比率相对较低。

2、资产负债率

单位：%

同行业可比公司资产负债率（合并）一览			
项目	2017.12.31	2016.12.31	2015.12.31
友邦吊顶	20.18	10.77	10.18
浙江美大	21.92	17.64	13.90
老板电器	33.67	35.70	37.01
华帝股份	46.28	50.05	43.41

同行业可比公司资产负债率（合并）一览			
项目	2017.12.31	2016.12.31	2015.12.31
欧普照明	42.37	39.14	44.64
上述公司平均值	32.88	30.66	29.83
奥普家居	48.05	34.04	34.66

公司资产负债率略高于同行业可比公司平均水平，与华帝股份、欧普照明较为接近，高于友邦吊顶、浙江美大、老板电器。

未来随着公司经营规模和盈利能力提升，以及募集资金的到位，公司的偿债能力指标有望得到改善。

（四）资产周转能力分析

报告期内，公司资产周转天数指标如下表所示：

财务指标（天）	2017 年度	2016 年度	2015 年度
应收账款周转天数	16.24	12.95	9.02
存货周转天数	59.48	47.91	54.00
总资产周转天数	312.28	302.16	349.95

1、应收账款周转能力分析

同行业可比公司应收账款周转天数（天）一览			
项目	2017.12.31	2016.12.31	2015.12.31
友邦吊顶	18.22	10.41	4.95
浙江美大	3.17	3.75	4.15
老板电器	19.16	21.49	26.22
华帝股份	25.88	30.31	35.68
欧普照明	20.75	20.68	18.68
上述公司平均值	17.43	17.33	17.94
奥普家居	16.24	12.95	9.02

报告期内，公司应收账款周转天数整体上略低于同行业可比公司。公司应收账款周转天数逐年增加，主要是因为公司近年来不断开拓大宗客户渠道，基于行业惯例，该渠道客户通常存在一定的授信期，从而使得公司应收账款增长较快。

根据公司信用政策：（1）经销商渠道下，经销商在下订单前应向公司支付全部货款，无授信额度及授信期。（2）大宗客户渠道下，客户付款条件及时间根据合同约定确定，通常存在一定授信期。（3）外销渠道下，公司通常会给予外销渠道客户 1-2 个月账期。（4）KA 渠道下，卖场通常每半月或每月向公司支付货款。

报告期内公司应收账款主要系应收大宗客户以及 KA 客户账款，该类客户资质良好，均按合同约定按时足额付款，未曾出现违约或延期支付的情形，并且公司已根据坏账计提政策计提了坏账准备。

2、存货周转能力分析

同行业可比公司存货周转天数（天）一览			
项目	2017.12.31	2016.12.31	2015.12.31
友邦吊顶	74.35	47.86	42.95
浙江美大	46.54	53.32	52.67
老板电器	112.27	119.03	120.82
华帝股份	48.55	47.04	43.90
欧普照明	54.24	52.95	63.33
上述公司平均值	67.19	64.04	64.73
奥普家居	59.48	47.96	54.00

报告期内，公司存货周转天数整体上优于同行业可比公司平均水平，主要由于公司重视供应链管理，存货管理水平较为优良。截至 2017 年末，公司存货周转天数有所上升，主要系集成吊顶扣板从 OEM 模式调整为自制模式，使得原材料及库存商品均有所上升，另外厨电等新产品的推出亦使得公司存货增加。

（五）最近一期末金额较大的财务性投资情况

报告期末，公司存在持有可供出售金融资产情形，未持有交易性金融资产、

借与他人款项、委托理财等财务性投资，具体分析如下：

截至 2017 年 12 月 31 日，公司持有单项账面价值超过 1,000 万元的可供出售金融资产包括：

1、海兴电力 302.90 万股股票

(1) 投资基本情况

2012 年 1 月，公司以 4,000 万元对海兴电力进行增资，获得其 1,496,970 股股份，股权比例为 1.0926%，整体变更为股份有限公司前稀释至 1.0818%，海兴电力上市后进一步稀释至 0.7942%。海兴电力于 2012 年 9 月整体变更为股份有限公司，净资产折股后公司持股数量相应变更为 302.90 万股。公司未向海兴电力委派董事或监事，由于公司对被投资单位不具有共同控制或重大影响，故采用可供出售金融资产核算。由于海兴电力已于 2016 年 11 月 10 日完成首次公开发行 A 股股票，并于上海证券交易所上市，股票代码：603556，故由成本计量改为按公允价值计量，根据 2017 年末最后一个交易日收盘价格计算，该权益投资期末账面价值为 11,025.71 万元，相较投资成本 4,000 万元的公允价值变动金额 5,971.85 万元（扣除递延所得税金额 1,053.86 万元）计入其他综合收益。

公司承诺自海兴电力股票上市之日起 12 个月内，不转让或者委托他人管理其持有的海兴电力股份，也不由海兴电力回购该部分股份，后续减持将严格遵守相关法律法规执行。

(2) 投资单位基本情况

海兴电力系境内股份有限公司，成立于 2001 年 7 月 6 日，主营业务为智能电网配电和用电领域产品的研发、生产和销售，为客户提供电力计量产品、智能配用电系统和软件产品以及智能配用电系统解决方案。海兴电力是国家火炬计划重点高新技术企业，多年以来一直是中国表计产品的出口领头企业以及国家电网主要的智能电表及智能配用电产品供应商。

(3) 投资背景及目的

海兴电力与发行人均为杭州地区企业，双方了解程度较高。本次增资入股海

兴电力，系公司看好海兴电力的竞争优势及上市后业务发展前景，希望通过股权投资分享其业绩回报。

报告期末，上述权益投资不存在减值迹象，未计提减值准备。

2、海邦厚思 16.39%份额

(1) 投资基本情况

2016年3月，公司以2,000万元向海邦厚思认缴出资，投资份额为17.39%，后稀释至16.39%，截至2017年末，公司合计实缴出资1,600万元。公司为基金有限合伙人，并根据合伙协议享有有限合伙人的权利并履行义务。由于公司对被投资单位不具有共同控制或重大影响，同时该基金份额投资未在任何活跃市场报价或交易且公允价值不能可靠计量，故采用可供出售金融资产核算，并按照投资成本计量，期末账面价值为1,600万元。

(2) 投资单位基本情况

海邦厚思是一家境内有限合伙企业，成立于2016年3月，执行事务合伙人为杭州海邦韶泽投资管理有限公司，合伙期限为7年。

海邦厚思目前全部资金投资于杭州海邦巨擎创业投资合伙企业（有限合伙）（以下简称“海邦巨擎”），投资份额为61.00%，系有限合伙人。

海邦巨擎是一家境内有限合伙企业；成立于2016年3月；执行事务合伙人为杭州海邦韶泽投资管理有限公司；合伙期限为7年。海邦巨擎目前主要对被投资企业进行股权投资，投资标的以长三角地区企业为主。

(3) 投资背景及目的

通过本次认缴海邦厚思基金份额，公司将分享基金投资项目的投资收益。海邦厚思间接投资的企业以长三角地区企业为主，公司看好该地区经济发展前景；同时基于该投资管理团队的投资经验及过往业绩，对本次投资具有较好的回报预期。

报告期末，上述权益投资不存在减值迹象，未计提减值准备。

二、盈利能力分析

报告期内，公司营业收入、营业毛利及净利润的情况如下：

单位：万元

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
营业收入	158,413.64	124,973.25	94,504.91
营业成本	82,775.67	63,186.17	48,878.05
营业毛利	75,637.97	61,787.08	45,626.86
净利润	27,384.77	26,813.52	24,517.34

（一）利润的主要来源

报告期内，公司利润的主要来源如下：

单位：万元

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
主营业务毛利	75,104.75	61,141.39	45,155.67
其他业务毛利	533.22	645.69	471.19
营业毛利	75,637.97	61,787.08	45,626.86
营业利润	32,269.48	31,821.96	28,971.03
营业外收支净额	-182.66	94.69	-154.53
利润总额	32,086.81	31,916.65	28,816.50
净利润	27,384.77	26,813.52	24,517.34

由上表，报告期内，公司主营业务毛利、营业毛利、营业利润、利润总额及净利润均呈逐年增长态势。其中，主营业务毛利占毛利总额分别为 98.97%、98.95%和 99.30%，为主要利润来源。

（二）收入分析

1、营业收入变动

报告期内，公司营业收入总体呈上升态势，具体如下表所示：

单位：万元；%

项目	2017 年度		2016 年度		2015 年度
	金额	增幅	金额	增幅	金额
主营业务收入	157,495.16	27.08	123,935.21	32.29	93,685.05
其他业务收入	918.48	-11.52	1,038.04	26.61	819.85
合计	158,413.64	26.76	124,973.25	32.24	94,504.91

公司其他业务收入主要为销售配件、辅件等实现的收入。

2、主营业务收入的构成

(1) 主营业务收入的产品构成

报告期内，公司的产品主要分为浴霸、集成吊顶及厨电产品等。公司报告期内主营业务收入的产品构成如下：

单位：万元；%

项目	2017 年度		2016 年度		2015 年度	
	收入	比例	收入	比例	收入	比例
浴霸	86,169.09	54.71	72,507.48	58.50	59,873.46	63.91
集成吊顶	61,847.84	39.27	48,847.15	39.41	32,058.57	34.22
厨电	3,142.80	2.00	-	-	-	-
其他	6,335.42	4.02	2,580.58	2.08	1,753.02	1.87
合计	157,495.16	100.00	123,935.21	100.00	93,685.05	100.00

报告期内，公司营业收入约 99%均来自主营业务收入，主营业务突出。公司主营业务收入来自主营业务产品浴霸、集成吊顶的销售。

报告期内，公司营业收入逐年增长，主要原因如下：

①整体市场需求增长快速

随着城镇化进程加快以及居民可支配收入持续增长，人们消费理念不断升级，对纯净清新、温暖健康居室环境的需求逐步提升，公司设计及品质优势得到消费者认可。同时家庭为提升生活品质、改善居住环境，二次装修市场需求亦逐

步凸显，进一步推动公司所在行业发展。

②公司品牌市场知名度及认知度有效提升

公司成立以来始终致力于品牌的宣传推广，作为国内首批从事浴霸生产的企业之一，一直致力于将高品质的产品送进千家万户，带给用户温暖沐浴的新体验，并获得了广大客户的普遍好评，市场知名度相对较高。同时，公司还凭借产品技术的推陈出新，通过互联网、户外等多层次推广平台的品牌宣传，使得公司品牌知名度和认知度得以进一步有效提升。

③营销升级、销售提升

公司秉承“为爱设计”的品牌理念，抓住市场发展机遇，利用公司品牌、设计、品质等优势，一方面进一步积极布局营销网络，另一方面不断升级经销店面并加强对经销商的培训以提升消费体验。截至 2017 年末，公司经销店面已覆盖逾 270 个城市。公司旗下产品覆盖浴霸、集成吊顶、集成灶、照明、晾衣架等多种品类，并向集成墙面等新产品不断拓展，多方位多空间地满足千万用户的需求。

(2) 主营业务收入的区域分布

报告期内，公司主营业务收入的区域分布如下：

单位：万元；%

项目	2017 年度		2016 年度		2015 年度	
	收入	比例	收入	比例	收入	比例
华东	79,816.36	50.68	61,435.11	49.57	48,746.67	52.03
华北	18,475.17	11.73	16,192.70	13.07	14,302.86	15.27
华中	18,252.49	11.59	12,230.87	9.87	8,034.04	8.58
华南	14,490.58	9.20	11,405.86	9.20	5,372.83	5.73
西南	16,237.32	10.31	12,817.83	10.34	8,658.09	9.24
西北	4,884.28	3.10	3,353.58	2.71	2,998.30	3.20
东北	3,242.07	2.06	2,495.87	2.01	2,558.08	2.73
境内小计	155,398.28	98.67	119,931.81	96.77	90,670.88	96.78

项目	2017 年度		2016 年度		2015 年度	
	收入	比例	收入	比例	收入	比例
境外	2,096.88	1.33	4,003.40	3.23	3,014.17	3.22
合计	157,495.16	100.00	123,935.21	100.00	93,685.05	100.00

报告期内，公司主要销售区域基本稳定，集中于华东、华北、华中、华南及西南，其中华东地区占比最高，一方面由于华东地区经济发展水平较高，消费理念更加成熟；另一方面公司总部位于华东地区，该地区亦为公司重点战略地区。

(3) 主营业务收入的渠道分布

报告期内，公司的销售渠道主要有经销商渠道、大宗客户渠道、外销渠道、KA 渠道等，其中经销商渠道为公司最主要的销售渠道，报告期各年销售收入占比超过 80%。报告期内，各销售渠道的主营业务收入情况如下：

单位：万元；%

销售渠道	2017 年度		2016 年度		2015 年度	
	收入	比例	收入	比例	收入	比例
经销商渠道	135,134.45	85.80	102,417.31	82.64	82,226.84	87.77
大宗客户渠道	16,182.56	10.27	14,896.19	12.02	5,223.18	5.58
外销渠道	2,096.88	1.33	4,003.40	3.23	3,014.17	3.22
KA 渠道	2,242.61	1.42	2,395.45	1.93	2,540.91	2.71
直营及其他	1,838.65	1.17	222.86	0.18	679.95	0.73
合计	157,495.16	100.00	123,935.21	100.00	93,685.05	100.00

(4) 主营业务销售的季节性分析

报告期内，公司主营业务收入存在季节性。一季度受春节影响，通常属于销售淡季。四季度通常属于家居装修装饰旺季，且终端客户对温暖健康的居室环境需求增强，公司产品销售相对较好，因此收入构成占比略高于全年平均。报告期内，公司各季度主营业务收入构成情况如下表所示：

单位：万元；%

项目	2017 年度		2016 年度		2015 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
第一季度	31,460.19	19.98	19,345.49	15.61	14,345.50	15.31
第二季度	40,153.45	25.50	32,836.66	26.50	26,647.17	28.44
第三季度	41,097.30	26.09	32,367.89	26.12	24,553.89	26.21
第四季度	44,784.22	28.44	39,385.17	31.78	28,138.49	30.04
合计	157,495.16	100.00	123,935.21	100.00	93,685.05	100.00

(三) 成本分析

1、主营业务成本的产品构成

报告期内，公司主营业务成本的产品构成如下：

单位：万元；%

项目	2017 年度		2016 年度		2015 年度	
	成本	比例	成本	比例	成本	比例
浴霸	40,494.77	49.15	33,743.19	53.74	29,437.76	60.66
集成吊顶	34,710.45	42.13	27,168.52	43.27	17,781.09	36.64
厨电	2,545.45	3.09	-	-	-	-
其他	4,639.72	5.63	1,882.10	3.00	1,310.53	2.70
合计	82,390.40	100.00	62,793.82	100.00	48,529.38	100.00

2、主营业务成本的结构分类

报告期内公司主营业务成本构成情况如下：

单位：万元；%

项目	2017 年度		2016 年度		2015 年度	
	成本	比例	成本	比例	成本	比例
直接材料	77,213.34	93.72	59,878.64	95.36	46,081.67	94.96
其中：外购成品	21,161.88	25.68	27,155.26	43.25	22,097.35	45.53
直接人工	2,001.53	2.43	601.82	0.96	451.31	0.91

项目	2017 年度		2016 年度		2015 年度	
	成本	比例	成本	比例	成本	比例
制造费用	3,175.53	3.85	2,313.36	3.68	2,003.88	4.13
合计	82,390.40	100.00	62,793.82	100.00	48,529.38	100.00

报告期内，公司主要产品浴霸及集成吊顶成本构成情况如下：

(1) 浴霸的营业成本构成情况

单位：万元；%

项目	2017 年度		2016 年度		2015 年度	
	成本	比例	成本	比例	成本	比例
直接材料	37,706.66	93.11	31,560.59	93.53	27,556.09	93.61
其中：外购成品	7,902.30	19.51	8,584.14	25.44	9,509.46	32.30
直接人工	984.24	2.43	450.58	1.34	341.20	1.16
制造费用	1,803.87	4.45	1,732.02	5.13	1,540.47	5.23
合计	40,494.77	100.00	33,743.19	100.00	29,437.76	100.00

报告期内，公司浴霸产品直接材料、直接人工、制造费用占比基本保持稳定。公司浴霸外购成品主要为低端产品，随着公司产品结构不断向高端系列调整，外购成品逐年下降。

2017 年直接人工上升较多主要系当年一线生产工人增加较多；制造费用占比有所下降主要系当年劳务派遣人员大幅减少，使得劳务费下降所致。

(2) 集成吊顶的营业成本构成情况

单位：万元；%

项目	2017 年度		2016 年度		2015 年度	
	成本	比例	成本	比例	成本	比例
直接材料	32,784.53	94.45	26,443.45	97.33	17,233.97	96.92
其中：外购成品	8,673.36	24.99	16,780.68	61.77	11,467.83	64.49
直接人工	749.70	2.16	149.69	0.55	99.21	0.56

项目	2017 年度		2016 年度		2015 年度	
	成本	比例	成本	比例	成本	比例
制造费用	1,176.22	3.39	575.39	2.12	447.91	2.52
合计	34,710.45	100.00	27,168.52	100.00	17,781.09	100.00

2016 年，公司集成吊顶业务大幅增长，当期外购扣板同样大幅增加，同时直接人工、制造费用占比均有所降低。

2017 年，公司新设控股子公司嘉兴劲达、成都劲启从事集成吊顶产品的生产，集成吊顶扣板产品由原先的全部外购转为主要自制。因此，直接人工、制造费用占比上升较多，外购成品占比相应下降较多。

（四）毛利率分析

1、主营业务毛利构成分析

单位：万元；%

项目	2017 年度		2016 年度		2015 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
浴霸	45,674.32	60.81	38,764.29	63.40	30,435.69	67.40
集成吊顶	27,137.39	36.13	21,678.63	35.46	14,277.48	31.62
厨电	597.34	0.80	-	-	-	-
其他	1,695.70	2.26	698.48	1.14	422.49	0.98
合计	75,104.75	100.00	61,141.39	100.00	45,155.67	100.00

公司毛利润基本全部来源于主营业务，其中浴霸、集成吊顶销售对公司的毛利润贡献较大。

2、毛利率分析

报告期内，公司主营产品毛利率情况如下：

单位：%

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
浴霸毛利率	53.01	53.46	50.83
集成吊顶毛利率	43.88	44.38	44.54
主营业务毛利率	47.69	49.33	48.20

(1) 报告期内毛利率同比变动原因说明

报告期内公司主营业务毛利率变化情况，及各变化因素的影响水平如下表所示：

单位：%

项目	2017 年度	2016 年度
主营业务毛利率变动	-1.64	1.13
产品销售占比变动影响	-1.03	-0.16
产品毛利率变动影响	-0.62	1.29
其中：浴霸产品	-0.25	1.39
集成吊顶产品	-0.20	-0.26

报告期内，公司 2016 年主营业务毛利率上升主要系浴霸产品毛利率变动所致，2017 年主营业务毛利率下降主要系产品结构调整所致。

(2) 浴霸产品毛利率变动原因说明

报告期内，公司浴霸产品毛利率分别为 50.83%、53.46%、53.01%，浴霸产品平均单价、单位成本情况如下表所示：

单位：元；%

项目	2017 年度		2016 年度		2015 年度
	金额	增幅	金额	增幅	金额
平均单价	333.05	1.24	328.98	2.76	320.13
平均单位成本	156.51	2.23	153.10	-2.73	157.40

报告期内，公司浴霸产品平均单价基本保持稳定，主要系公司不同产品系列销售占比变化所致；公司浴霸产品平均单位成本有所波动，主要系原材料价格波

动所致。塑料、铜为公司浴霸产品主要原材料之一，其价格波动一定程度上影响了公司浴霸产品成本，如下图所示，2016年塑料、铜价格相对较低，使得当年浴霸产品成本有所下降。



数据来源：Wind

(3) 集成吊顶产品毛利率变动原因说明

报告期内，公司集成吊顶产品毛利率分别为 44.54%、44.38%、43.88%，公司集成吊顶产品主要包括主机、扣板及各类功能组件、辅件，报告期内公司主机及扣板销售占比及毛利率情况如下表：

单位：%

项目	2017 年度		2016 年度		2015 年度	
	占集成吊顶收入比例	毛利率	占集成吊顶收入比例	毛利率	占集成吊顶收入比例	毛利率
集成吊顶主机	41.57	56.97	37.55	57.26	39.62	54.27
集成吊顶扣板	47.96	40.69	50.89	39.71	49.76	42.89

报告期内，集成吊顶主机产品毛利率与浴霸产品变动趋势基本一致，整体呈上升趋势，主要系公司高附加值主机产品销售增加所致。

报告期内，公司 2016 年、2017 年扣板毛利率低于 2015 年，主要原因系一

方面 2016 年、2017 年大宗客户渠道销售规模上升，而公司对大宗客户销售扣板毛利率相对较低；另一方面公司加大了集成吊顶产品推广力度，促销会、订货会等频率显著上升，给予经销商的折扣也相应增加。

3、同行业上市公司毛利率水平比较

单位：%

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
友邦吊顶	45.39	49.45	51.32
浙江美大	53.94	54.82	52.84
老板电器	53.68	57.31	58.17
华帝股份	45.47	42.54	38.56
欧普照明	40.59	40.90	38.60
上述公司平均值	47.81	49.00	47.90
奥普家居	47.69	49.33	48.20

长期以来，奥普产品凭借着良好的质量、美观的设计、持续的迭代、全面的售后服务，深受消费者好评，因而获得了较高的产品溢价。公司综合毛利率与同行业上市公司平均水平基本一致，变化趋势一致，与友邦吊顶较为接近，略低于老板电器、浙江美大，略高于华帝股份、欧普照明。

（五）期间费用分析

报告期内，公司期间费用构成和变动情况如下：

单位：万元；%

项目	2017 年度		2016 年度		2015 年度	
	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例
销售费用	27,258.76	17.21	17,761.04	14.21	11,091.46	11.74
管理费用	17,194.20	11.31	11,784.01	9.43	6,826.58	7.22
财务费用	-282.12	-0.18	-580.72	-0.46	-982.31	-1.04
合计	44,890.84	28.34	28,964.33	23.18	16,935.73	17.92

1、销售费用分析

报告期内，公司销售费用明细如下：

单位：万元；%

项目	2017 年度		2016 年度		2015 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
宣传推广费	10,980.58	40.28	7,014.07	39.49	4,199.56	37.86
职工薪酬	7,527.83	27.62	3,768.87	21.22	2,137.01	19.27
运输费	3,045.40	11.17	2,384.03	13.42	1,696.71	15.30
差旅费	1,452.56	5.33	783.13	4.41	527.43	4.76
销售服务费	1,340.91	4.92	1,386.10	7.80	734.58	6.62
租赁费	569.84	2.09	299.67	1.69	257.00	2.32
会务费	542.06	1.99	396.75	2.23	290.44	2.62
办公费	458.26	1.68	251.91	1.42	194.52	1.75
售后费用	411.34	1.51	299.60	1.69	191.31	1.72
业务招待费	249.41	0.91	133.26	0.75	93.12	0.84
劳务费	235.62	0.86	691.70	3.89	608.05	5.48
折旧摊销	230.22	0.84	205.14	1.15	62.83	0.57
其他	214.74	0.79	146.81	0.83	98.89	0.89
合计	27,258.76	100.00	17,761.04	100.00	11,091.46	100.00

报告期内，公司销售费用占营业收入比重分别为 11.57%、14.21% 和 17.21%，主要为宣传推广费、职工薪酬和运输费。随着公司业务不断发展，公司宣传推广费、销售人员职工薪酬增幅较大。

(1) 宣传推广费变动情况分析

报告期内，公司宣传推广费投入分别为 4,199.56 万元、7,014.07 万元和 10,980.58 万元，占当期销售费用比例分别为 37.86%、39.49% 及 40.28%，占当期营业收入的比重分别为 4.44%、5.61% 和 6.93%。宣传推广费投入的变动系公司销售费用变动的主要原因。

①报告期宣传推广费投入构成情况说明

报告期各期，公司主要通过终端推广、媒体投放、展会活动、明星代言等方式开展品牌及产品推广，并根据公司自身发展需要以及市场对推广手段的回应情况等，对宣传推广所侧重的方式进行调整。

报告期内，公司宣传推广费分类构成如下：

单位：万元；%

项目	2017 年度		2016 年度		2015 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
终端推广费	3,267.92	29.76	2,719.38	38.77	2,782.35	66.25
媒体投放费	3,082.58	28.07	1,927.82	27.49	331.15	7.89
展会活动费	3,569.51	32.51	1,328.22	18.94	571.56	13.61
明星代言费	199.18	1.81	179.15	2.55	-	-
设计制作费	535.63	4.88	608.45	8.67	87.43	2.08
咨询策划费	325.77	2.97	251.06	3.58	427.07	10.17
宣传推广费合计	10,980.58	100.00	7,014.07	100.00	4,199.56	100.00

②各期宣传推广费的主要说明

终端推广的说明：公司为提升品牌区域影响力，支持经销商在当地投放区域性广告。经销商根据当地市场竞争情况，制定广告投放计划，并向公司申请资金支持。公司审批通过后，经销商需向公司提交相关广告合同、广告商发票等，公司根据审批金额向广告商付款。除此之外，公司在各地举行展会活动所产生的展牌、幕布等推广物料消耗亦属于终端推广费。

媒体投放的说明：公司媒体投放主要包括高铁、户外、网媒和电视等形式。公司与广告公司签署合同，委托其代理公司在约定的渠道提供广告发布推广服务。同时，双方就广告内容、日期、规格、位置、金额、付款方式等进行了明确的约定。

展会活动的说明：公司不定期开展新品推广、产品促销、明星活动、家装展会等大中型展会、促销活动。

明星代言的说明：公司邀请著名艺人作为公司产品的形象代言人。公司与艺人所在公关公司签署代言合同，双方就代言范围、期限、广告宣传范围、广告拍摄要求、公关活动要求、费用及支付方式进行了明确的约定。

设计制作的说明：公司宣传推广过程中，存在向第三方购买版权，聘请第三方为公司进行形象设计、方案设计、拍摄制作等行为。

咨询策划的说明：公司聘请专业咨询公司，提供信息咨询、品牌形象设计等专业服务。

③报告期内宣传推广费与公司营业收入占比情况说明

报告期各期，公司宣传推广费与营业收入占比情况如下：

单位：万元；%

项目	2017 年度		2016 年度		2015 年度
	金额	变动幅度	金额	变动幅度	金额
宣传推广费	10,980.58	56.55	7,014.07	67.02	4,199.56
销售收入	158,413.64	26.76	124,973.25	32.24	94,504.91
宣传推广费占收入比例	6.93	-	5.61	-	4.44

报告期宣传推广费变动主要由于终端推广费、媒体投放费以及展会活动费变动所致，具体分析如下：

A. 终端推广费

报告期内，随着经销商数量不断增长、覆盖区域不断扩大，使得终端宣传推广需求不断增强，公司终端推广费占宣传推广费比例始终较高，2015 年、2016 年和 2017 年分别为 2,782.35 万元、2,719.38 万元和 3,267.92 万元。

B. 媒体投放费

2016 年以来，公司业绩大幅增长，为大力推广新品系列，公司加大了媒体投放力度，尤其是高铁、户外等媒体投放渠道，因此 2016 年、2017 年媒体投放费用同比增加较多。

C. 展会活动费

随着公司新品不断推出、业绩规模不断提升，为提升品牌形象、扩大市场影响力，展会活动、新品发布、促销活动等支出逐年上升，展会活动支出占宣传推广费比例分别为 13.61%、18.94% 和 32.51%。2017 年，公司进一步加强了展会活动尤其是明星活动的实施力度，同时积极举办、参加各销售区域促销展会，导致展会活动费用支出大幅增加。

综上所述，报告期内公司广告投入与自身发展需要以及广告投放策略相符。

(2) 销售人员职工薪酬变动分析

报告期内，公司销售费用中职工薪酬情况如下：

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
职工薪酬（万元）	7,527.83	3,768.87	2,137.01
平均销售人员数量（人）	662	360	273
销售人员人均薪酬（万元）	11.37	9.62	7.83
销售人员数量增幅（%）	83.89	31.87	-
同期营业收入增幅（%）	26.76	32.24	-

报告期内公司销售人员统计口径为公司营销高管、营销管理中心人员、各事业部人员、国际贸易部人员、品牌部人员、大客户中心人员等。

报告期内，公司销售人员平均数量为 273 人、360 人和 662 人，随着公司收入不断增长、产品品类不断扩充，公司相应增加了销售人员数量。2017 年公司销售人员增幅高于同期营收增幅，主要系公司组建厨电产品、照明新品、直营等营销团队所致。

报告期内，公司销售人员平均薪酬增长较快的主要原因系一方面为鼓励销售人员工作积极性，公司逐年提升销售人员薪资待遇水平；另一方面随着公司业绩快速增长，销售人员绩效奖金亦相应增加。

(3) 运输费变动情况分析

报告期内，公司各期运输费金额分别为 1,696.71 万元、2,384.03 万元和

3,045.40 万元，增幅分别为 40.51%、27.74%。

公司报告期内运输费增幅情况与营收增长基本保持一致，2016 年运输费同比增幅高于当期营业收入同比增幅，主要系当年油价上升所致。

(4) 销售服务费变动情况分析

报告期内，公司各期销售服务费金额分别为 734.58 万元、1,386.10 万元和 1,340.91 万元。销售服务费主要系淘宝、天猫等电子商务平台的广告费、手续费以及服务费等。

2015 年起，随着天猫双十一等电商活动的影响力越来越大，公司将集成吊顶天猫旗舰店作为线上引流推广的主要措施之一，并多渠道宣传集成吊顶天猫旗舰店，且与天猫签署推广及服务协议协助推广营销，故 2016 年及 2017 年电商广告费、手续费以及服务费等费用较 2015 年大幅增长。

2、管理费用分析

报告期内，公司管理费用明细情况如下表：

单位：万元；%

项目	2017 年度		2016 年度		2015 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
技术开发费	8,000.10	44.66	5,213.34	44.24	3,396.80	49.76
股权激励	3,014.70	16.83	2,816.31	23.90	-	-
职工薪酬	2,432.62	13.58	1,339.23	11.36	1,158.47	16.97
折旧及摊销	1,250.38	6.98	709.60	6.02	643.48	9.43
中介咨询费	1,142.87	6.38	501.21	4.25	485.83	7.12
办公费	1,156.18	6.45	595.91	5.06	443.15	6.49
会务费	201.58	1.13	137.93	1.17	133.91	1.96
业务招待费	187.55	1.05	77.59	0.66	71.56	1.05
差旅费	185.67	1.04	146.35	1.24	105.51	1.55
其他	291.60	1.63	143.69	1.22	123.08	1.80
税费	50.94	0.28	102.86	0.87	264.79	3.88

项目	2017 年度		2016 年度		2015 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
合计	17,914.20	100.00	11,784.01	100.00	6,826.58	100.00

报告期内，公司管理费用占营业收入的比重分别为 7.08%、9.43% 和 11.31%。公司管理费用主要为技术开发费、职工薪酬和股份支付，2016 年、2017 年公司管理费用同比增长较多主要原因系公司分别确认 2,816.31 万元、3,014.70 万元股份支付，以及技术开发费大幅增加所致。

(1) 技术开发费用变动分析

报告期内公司技术开发费分别为 3,396.80 万元、5,213.34 万元和 8,000.10 万元，呈现逐年增长态势。

为准确把握行业 and 客户需求，提高公司产品技术竞争力和品牌优势，公司一直注重持续的研发投入，技术开发费主要包括职工薪酬、试制检测费、开发费、咨询费、模具支出等。具体构成如下：

单位：万元

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
职工薪酬	2,858.81	729.05	416.41
试制检测费	2,130.59	1,712.02	1,232.87
开发费	857.64	1,141.94	455.80
咨询费	503.16	230.50	277.82
模具支出	451.95	501.73	458.16
折旧摊销	330.92	273.80	273.37
物料消耗	335.79	353.70	191.96
办公费	146.01	116.31	5.95
其他	385.22	154.28	84.46
合计	8,000.10	5,213.34	3,396.80

2016 年及 2017 年公司技术开发费增长较多，主要系研发人员职工薪酬上升，以及集成灶、照明、晾衣架、新风系统等产品研发投入增加所致。

报告期内公司研发团队不断扩充，研发人员资历不断提升，使得人员工资以及社保、公积金等费用均相应增加。2015年、2016年、2017年公司研发人员平均数量分别为29人、38人和153人。截至2017年末，公司研发人员186人。

项目	2017年度	2016年度	2015年度
职工薪酬（万元）	2,858.81	729.05	416.41
平均管理人员数量（人）	153	38	29
管理人员人均薪酬（万元）	18.69	19.19	14.36

（2）管理人员职工薪酬变动分析

报告期内，公司管理费用中职工薪酬情况如下：

项目	2017年度	2016年度	2015年度
职工薪酬（万元）	2,432.62	1,339.23	1,158.47
平均管理人员数量（人）	127	99	89
管理人员人均薪酬（万元）	19.15	13.53	13.02

报告期内公司管理人员统计口径主要包括：公司除营销以外的高管、审计部人员、行政中心人员、财务中心人员、人力资源部人员、投资部人员等。

报告期内各期，公司平均管理人员数量分别为89人、99人和127人，随着经营规模不断扩大，公司每年适当扩充了管理人员队伍。2017年管理人员平均薪酬增长较多的主要原因系一方面公司业绩不断增长，提升了管理人员的薪资待遇水平；另一方面公司为优化公司治理结构、提高运营效率，不断引进高素质管理人才，亦提高了管理人员平均薪酬。

3、财务费用分析

报告期内，公司财务费用明细如下：

单位：万元

项目	2017年度	2016年度	2015年度
利息收入	-492.24	-501.36	-867.74
汇兑损益	175.23	-108.42	-243.23

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
手续费	29.96	29.06	23.93
利息支出	4.93	-	104.74
合计	-282.12	-580.72	-982.31

报告期内，公司财务费用分别为-982.31 万元、-580.72 万元和-282.12 万元。报告期内，公司财务费用主要为成都牵银、杭州博朗尼的委托贷款以及定期存款利息收入。

4、期间费用与同行业对比分析

比较项目及可比公司		2017 年度	2016 年度	2015 年度
销售费用占营业收入比重 (%)	友邦吊顶	13.38	10.63	8.87
	浙江美大	9.81	8.33	12.09
	老板电器	23.91	26.66	29.79
	华帝股份	27.91	25.90	24.17
	欧普照明	23.52	23.62	22.57
	平均值	19.71	19.03	19.50
	本公司	17.21	14.21	11.74
管理费用占营业收入比重 (%)	友邦吊顶	12.33	10.61	11.61
	浙江美大	11.34	11.95	12.12
	老板电器	6.85	7.75	7.80
	华帝股份	6.59	7.48	7.99
	欧普照明	5.85	6.67	6.44
	平均值	8.59	8.89	9.19
	本公司	11.31	9.43	7.22

报告期各期，公司管理费用占营业收入的比重与同行业平均值较为一致，2016 年以来公司加大了新产品研发投入，使得管理费用占营业收入比重高于同行业平均值。销售费用占营业收入的比重总体略低于同行业可比公司平均水平，主要系各公司销售模式、营销策略、管理模式以及销售规模等存在差异，导致期

间宣传推广费用存在差异所致。

比较项目及可比公司		2017 年度	2016 年度	2015 年度
宣传推广费占营业收入比重 (%)	友邦吊顶	6.04	4.10	4.10
	浙江美大	6.78	5.00	8.01
	老板电器	12.63	14.36	14.84
	华帝股份	17.82	16.25	15.47
	欧普照明	9.29	8.02	7.18
	平均值	10.51	9.55	9.92
	本公司	6.93	5.61	4.44

注：以上比较口径，友邦吊顶包含广告宣传费、经销商装修补贴、展览费、咨询费；浙江美大包含广告费、宣传费；老板电器包含广告宣传费、展台装饰费、促销活动费；华帝股份包含业务宣传费、促销费；欧普照明包含渠道支持费、广告市场费。

综上分析，发行人费用投入符合自身销售和管理需求。

（六）营业外收支分析

1、营业外收入分析

报告期内，公司营业外收入具体情况如下：

单位：万元

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
政府补助	-	147.72	274.83
固定资产处置利得	2.51	2.36	-
其他	39.39	155.05	74.21
合计	41.91	305.13	349.04

报告期内，公司营业外收入分别为 349.04 万元、305.13 万元和 41.91 万元。报告期内公司营业收入主要来源于政府补助，其他营业外收入主要为违约金收入等。

2017 年因会计政策调整，与公司日常经营活动相关的政府补助计入其他收益，不再在营业外收入中列示，具体内容请详见本节“二、盈利能力分析”之“（七）

其他利润表项目”之“4、其他收益”部分。

报告期内公司收到的政府补助主要如下：

单位：万元

项目	2016 年度	2015 年度	与资产/收益相关
研发投入资助款	-	20.00	与收益相关
政府质量奖奖励款	-	-	与收益相关
企业扶持补助款	17.90	20.40	与收益相关
经济发展政策奖励款	115.58	218.43	与收益相关
企业参展展位费补助款	11.66	-	与收益相关
科技创新服务平台补助款	0.98	-	与收益相关
外经贸发展专项款	1.60	-	与收益相关
安全生产标准化达标补助款	-	10.00	与收益相关
技术标准资助款	-	6.00	与收益相关
小 计	147.72	274.83	-

2、营业外支出分析

报告期内，公司营业外支出具体情况如下：

单位：万元

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
非流动资产处置损失	21.97	5.82	3.17
捐赠支出	102.00	115.50	400.00
地方水利建设基金	0.32	72.34	92.51
其他	100.29	16.79	7.89
合计	224.57	210.44	503.58

报告期内，公司营业外支出分别为 503.58 万元、210.44 万元和 224.57 万元。2015 年营业外支出金额较大主要系公司向深圳创想公益基金会捐赠 400 万元所致。2017 年公司其他营业外支出主要系当年公司向经销商赔偿 85.78 万元所致。

（七）其他利润表项目

1、税金及附加

报告期内，公司税金及附加分别为 892.03 万元、1,182.09 万元和 1,532.12 万元，随公司销售规模增长而增长，具体明细如下：

单位：万元

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
营业税	-	19.56	51.96
城市维护建设税	774.31	584.04	488.66
教育费附加	335.46	250.37	209.46
地方教育附加	223.65	166.91	139.64
印花税	49.52	21.94	-
房产税	104.11	106.89	-
土地使用税	44.92	30.33	-
车船税	0.15	-	-
河道工程修建维护管理费	-	2.05	2.31
合计	1,532.12	1,182.09	892.03

2、资产减值损失

报告期内，公司资产减值损失分别为 425.89 万元、378.15 万元和 475.02 万元，具体情况如下：

单位：万元

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
坏账损失	425.44	389.51	299.91
存货跌价损失	49.58	-11.36	125.98
合计	475.02	378.15	425.89

3、投资收益

报告期内，公司投资收益分别为 1,597.82 万元、646.81 万元和 3,131.68 万元，具体情况如下：

单位：万元

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
权益法核算的长期股权投资收益	-181.71	-401.63	-677.37
处置长期股权投资产生的投资收益	2,564.02	-	-
可供出售金融资产在持有期间的投资收益	390.60	160.72	1,411.19
委托贷款利息收益	358.09	887.72	859.62
理财产品投资收益	0.68	-	4.37
合计	3,131.68	646.81	1,597.82

2017 年处置长期股权投资产生的投资收益主要系 2017 年 5 月公司出售成都牵银股权所致，详细情况请参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“四、发行人设立以来重大资产重组情况”之“（三）非主业资产剥离”。

4、其他收益

2017 年，公司收到与收益相关，且用于补偿公司已发生的相关成本费用或损失的政府补助为 398.45 万元，通过其他收益进行列报，具体明细如下：

单位：万元

项目	金额	与资产/收益相关
研发投入资助款	136.70	与收益相关
政府质量奖奖励款	20.00	与收益相关
企业扶持补助款	25.30	与收益相关
知识产权创造保护管理奖励	10.00	与收益相关
加快工业经济发展政策奖励	10.00	与收益相关
推进科技创新创业政策奖励	34.02	与收益相关
房产税退税	157.96	与收益相关
外经贸发展专项资金	4.37	与收益相关
外经贸运行调查监测点考核补助	0.10	与收益相关
小 计	398.45	-

5、所得税费用

各报告期，公司所得税费用分别为 4,299.15 万元、5,103.13 万元和 4,702.04 万元，所得税费用主要受公司当期利润总额影响。

（八）净利润波动情况分析

报告期内，公司净利润及销售净利率情况如下：

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
净利润（万元）	27,384.77	26,813.52	24,517.34
销售净利率	17.29%	21.46%	25.94%

报告期内，随着销售规模的扩大，公司净利润呈不断增长态势。报告期内公司销售净利率有所下降，主要系一方面 2016 年及 2017 年股权激励确认股份支付导致管理费用大幅增加；另一方面公司为提升市场竞争力、巩固市场地位，引进了大量高素质的管理、研发及销售人才，并且加大了研发投入及市场营销投入，使得管理费用、销售费用均大幅提升。

（九）非经常性损益情况分析

报告期内公司非经常性损益的情况如下：

单位：万元

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
非流动资产处置损益，包括已计提资产减值准备的冲销部分	2,543.93	-88.53	-3.17
越权审批，或无正式批准文件，或偶发性的税收返还、减免	236.95	-	-
计入当期损益的政府补助（与公司正常经营业务密切相关，符合国家政策规定、按照一定标准定额或定量持续享受的政府补助除外）	240.49	147.72	274.83
委托他人投资或管理资产的损益	0.68	-	4.37
同一控制下企业合并产生的子公司期初至合并日的当期净损益	-19.97	-195.10	-204.32
对外委托贷款取得的损益	358.09	887.71	859.62

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-162.89	22.74	-332.84
其他符合非经常性损益定义的损益项目	-2,624.10	-2,655.59	1,411.19
小计	573.18	-1,881.06	2,009.68
减：所得税费用（所得税费用减少以“-”表示）	137.20	159.13	307.06
少数股东损益	-2.79	-	-
归属于母公司股东的非经常性损益净额	438.76	-2,040.20	1,702.62
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	26,606.30	28,871.72	22,814.72

报告期内公司非经常性损益，主要系非流动资产处置损益、计入当期损益的股份支付、对外委托贷款取得的损益、收到被投资单位分红款以及政府补助等。2016 年公司非经常性损益影响额较大且为负，主要系计入当期损益的股份支付所致。

报告期内，公司非经常性损益与净利润对比情况如下表所示：

单位：万元

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
净利润	27,384.77	26,813.52	24,517.34
非经常性损益	435.97	-2,040.20	1,702.62
非经常性损益占净利润比例	1.59%	-7.61%	6.94%
归属于母公司股东的净利润	27,045.06	26,831.52	24,517.34
归属于母公司股东的非经常性损益	438.76	-2,040.20	1,702.62
归属于母公司股东的非经常性损益/ 归属于母公司股东的净利润	1.62%	-7.60%	6.94%

报告期内非经常性损益对净利润影响较小。

三、现金流量分析

报告期内，公司现金流量情况如下：

单位：万元

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
经营活动产生的现金流量净额	24,015.74	33,484.23	21,863.93
投资活动产生的现金流量净额	8,963.86	571.94	7,384.28
筹资活动产生的现金流量净额	-1,826.45	-19,972.66	-29,935.61
现金及现金等价物净增加额	30,977.92	14,191.93	-444.18

（一）经营活动现金流量分析

报告期内，公司经营活动现金流量具体情况如下：

单位：万元

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
销售商品、提供劳务收到的现金	177,295.78	135,071.43	102,916.96
收到其他与经营活动有关的现金	3,581.44	4,559.11	3,534.76
经营活动现金流入小计	180,877.21	139,630.55	106,451.72
购买商品、接受劳务支付的现金	89,310.90	65,188.61	49,546.04
支付给职工以及为职工支付的现金	14,974.04	5,782.82	4,598.61
支付的各项税费	17,763.65	13,939.89	13,211.66
支付其他与经营活动有关的现金	34,812.88	21,235.00	17,231.47
经营活动现金流出小计	156,861.47	106,146.32	84,587.79
经营活动产生的现金流量净额	24,015.74	33,484.23	21,863.93

报告期内，公司经营活动现金流量净额具体形成情况如下：

单位：万元

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
经营活动产生的现金流量净额	24,015.74	33,484.23	21,863.93
1、净利润	27,384.77	26,813.52	24,517.34
2、资产减值准备	475.02	378.15	425.89
3、折旧摊销	2,404.48	1,672.95	1,487.39
4、处置非流动资产的净损失、固定资	20.10	90.82	3.17

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
产报废损失			
5、财务费用	175.23	-424.86	-528.49
6、投资损失	-3,131.68	-646.81	-1,597.82
7、递延所得税资产减少形成净流入	-659.30	-49.71	-54.85
8、存货减少形成的净流入	-7,836.40	-2,755.25	602.24
9、经营性应收项目的减少	-10,599.16	-2,728.51	-7,604.55
10、经营性应付项目的增加	12,768.00	8,317.62	4,613.62
11、其他-股份支付	3,014.70	2,816.31	-

报告期内，公司经营活动产生的现金流量净额分别为 21,863.93 万元、33,484.23 万元及 24,015.74 万元，较为充沛。因为公司销售模式主要为经销商模式，公司对经销商采用先款后货的收款模式，而原材料采购则有一定的授信期。

经营活动现金流入及流出项目中各期比较数据变动 30% 以上的项目分析如下：

1、销售商品、提供劳务收到的现金

报告期内，公司销售商品、提供劳务收到的现金分别为 102,916.96 万元、135,071.43 万元和 177,295.78 万元，逐年增长。公司报告期内销售商品、提供劳务收到的现金增幅较大主要系业务规模不断增长所致。

2、购买商品、接受劳务支付的现金

报告期内，公司购买商品、接受劳务支付的现金分别为 49,546.04 万元、65,188.61 万元及 89,310.90 万元，逐年增长。公司报告期内购买商品、接受劳务支付的现金增幅较大主要系业务规模不断增长所致。

3、支付给职工以及为职工支付的现金

报告期内，公司支付给职工以及为职工支付的现金分别为 4,598.61 万元、5,782.82 万元和 14,974.04 万元，增幅较大，其原因主要系为满足公司业务快速发展的需求，公司员工数量逐期增加所致。

4、支付其他与经营活动有关的现金

报告期内，公司支付的其他与经营活动有关的现金分别为 17,231.47 万元、21,235.00 万元和 34,812.88 万元。报告期内公司支付的其他与经营活动有关的现金主要为银行保证金、押金保证金、备用金、往来款、管理费用款项、销售费用款项、捐赠支出等。支付的其他与经营活动有关的现金明细如下：

单位：万元

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
银行保证金	5,016.40	654.70	839.30
押金保证金	3,506.08	42.49	-
备用金	99.16	142.51	2.50
往来款	33.59	1,521.75	2,915.96
管理费用款项	7,450.41	4,834.43	3,483.70
销售费用款项	18,351.02	13,870.27	9,503.44
捐赠支出	102.00	115.50	400.00
其他	254.23	53.36	86.58
合计	34,812.88	21,235.00	17,231.47

(二) 投资活动现金流量分析

报告期内，公司投资活动现金流量具体情况如下：

单位：万元

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
收回投资收到的现金	18,050.69	13,985.06	956.25
取得投资收益收到的现金	1,191.59	687.23	2,304.33
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	91.01	39.42	8.00
收到其他与投资活动有关的现金	4,301.47	9,116.44	15,394.37
投资活动现金流入小计	23,634.77	23,828.15	18,662.96
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	11,470.91	6,256.21	1,328.67

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
投资支付的现金	400.00	15,200.00	1,150.00
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	2,800.00	-	-
支付其他与投资活动有关的现金	-	1,800.00	8,800.00
投资活动现金流出小计	14,670.91	23,256.21	11,278.67
投资活动产生的现金流量净额	8,963.86	571.94	3,794.28

2016 年公司投资活动产生的现金流量净额较低，主要系当年投资支付的现金金额较高所致。

报告期内公司投资活动产生的现金流量净额变动主要系收回投资收到的现金，购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金及投资支付的现金科目变动影响。

投资活动现金流入及流出的项目中各期比较数据变动 30% 以上的主要项目分析如下：

1、收回投资收到的现金

报告期内，公司收回投资收到的现金分别为 956.25 万元、13,985.06 万元及 18,050.69 万元。公司 2016 年收回投资收到的现金主要系成都牵银、杭州博朗尼偿还委托贷款合计 12,950.00 万元；2017 年收回投资收到的现金主要系成都牵银、杭州博朗尼偿还委托贷款合计 14,350.00 万元，出售成都牵银股权获得 2,564.02 万元。

2、取得投资收益收到的现金

报告期内，公司取得投资收益收到的现金分别为 2,304.33 万元、687.23 万元和 1,191.59 万元。公司取得投资收益收到的现金主要为引智佐邦、海邦才智、海邦厚思、海兴电力分红款，以及委托贷款利息收入。

3、收到其他与投资活动有关的现金

报告期内，公司收到其他与投资活动有关的现金主要系理财产品等本金及利

息收益。此外，2017 年公司取得与资产相关的政府补助 2,500.79 万元。

4、购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金

报告期内，公司购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金分别为 1,328.67 万元、6,256.21 万元和 11,470.91 万元。

2016 年公司购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金，较 2015 年大幅增加的原因主要系 2016 年 12 月公司以 5,250 万元（含税）受让奥普电器商标权。

2017 年公司购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金，较 2016 年大幅增加的原因主要系 2017 年公司购置土地支付土地款及保证金合计 8,310.12 万元所致。

5、投资支付的现金

报告期内，公司投资支付的现金分别为 1,150.00 万元、15,200.00 万元和 400.00 万元。2016 年公司投资支付的现金，金额较高的原因主要系公司提供给成都牵银 13,650.00 万元委托贷款，以及支付海邦厚思、易事科技等的投资款合计 1,550.00 万元。

6、取得子公司及其他营业单位支付的现金净额

2017 年，公司取得子公司及其他营业单位支付的现金净额为 2,800.00 万元，主要系公司同一实际控制下收购成都博朗尼，向 Tricosco 支付股权转让款 2,800.00 万元。

7、支付其他与投资活动有关的现金

2015 年、2016 年，公司支付其他与投资活动有关的现金分别为 8,800.00 万元和 1,800.00 万元，主要系公司当期支付保证金及所购买银行理财产品。

（三）筹资活动现金流量分析

报告期内，公司筹资活动现金流量具体情况如下：

单位：万元

项目	2017 年度	2016 年度	2015 年度
吸收投资收到的现金	12,173.55	5,381.45	-
其中：子公司吸收少数股东投资收到的现金	1,680.00	1,575.00	-
取得借款收到的现金	-	-	2,000.00
筹资活动现金流入小计	12,173.55	5,381.45	2,000.00
偿付债务支付的现金	-	-	2,000.00
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	14,000.00	25,354.11	29,935.61
筹资活动现金流出小计	14,000.00	25,354.11	31,935.61
筹资活动产生的现金流量净额	-1,826.45	-19,972.66	-29,935.61

2015 年、2016 年和 2017 年，公司筹资活动产生的现金流量净额分别为 -29,935.61 万元、-19,972.66 万元和-1,826.45 万元。

报告期内公司筹资活动产生的现金流量净额变动主要系吸收投资收到的现金、收到其他与筹资活动有关的现金、分配股利、利润或偿付利息支付的现金以及支付其他与筹资活动有关的现金变动所致。

筹资活动现金流入及流出项目中各期比较数据变动 30% 以上的主要项目分析如下：

1、吸收投资收到的现金

2016 年、2017 年，公司吸收投资收到的现金分别为 5,381.45 万元、12,173.55 万元，主要系公司 2016 年、2017 年收到的股东增资款。

2、取得借款收到的现金、偿付债务支付的现金

2015 年，公司取得借款收到、以及偿付债务支付的现金 2,000.00 万元，主要系公司 2015 年 2 月向交通银行杭州下沙支行贷款 2,000.00 万元，该笔款项已于 2015 年当期偿付。

3、分配股利、利润或偿付利息支付的现金

报告期内，公司分配股利、利润或偿付利息支付的现金分别为 29,935.61 万

元、25,354.11 万元和 14,000.00 万元，主要系公司分配股东的股利。

四、报告期内重大资本性支出情况

（一）报告期内重大资本性支出情况

2015 年、2016 年和 2017 年，公司购建固定资产、无形资产和其他长期资产的现金流支出分别为 1,328.67 万元、6,256.21 万元和 11,470.91 万元，2015 年该等资金支出主要系机器设备、厂房装修，2016 年该等资金支出大幅增加主要系当年收购奥普电器商标所致，2017 年该等资金大幅增加主要系当期进行了一系列资产及股权收购，以及购置土地所致。上述资产及股权收购具体情况请参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“四、发行人设立以来重大资产重组情况”。

（二）未来可预见的重大资本性支出计划

2017 年 10 月 9 日，经公司 2017 年第二次临时股东大会批准，本次发行上市的募集资金扣除发行费用后，将投资于“奥普（嘉兴）生产基地建设项目”及“营销渠道建设项目”等两个项目，此为公司未来可预见的重大资本性支出计划，具体情况请参见本招股说明书“第十三节 募集资金运用”部分。

五、财务状况和盈利能力的未来趋势分析

（一）公司的主要财务优势和困难分析

1、公司的主要财务优势

公司的资产负债结构符合自身实际情况，资本结构合理。报告期内，公司分别有 98.30%、98.22%和 98.74%的应收账款账龄在一年以内，坏账风险较小。公司注重存货管理的优化，不断提升存货周转效率，报告期内存货周转天数总体保持稳定。

公司主营业务毛利率较高、盈利能力相对稳健，报告期内经营业绩稳步提升；公司经销商渠道销售模式通常采取先款后货的销售结算政策，经营现金流情况良

好。

2、公司面临的主要财务困难

公司业务规模扩张较快，现有产品结构及产能已不能满足未来发展需求，亟需资金扩大优势产品生产规模以及推动产品结构优化。同时，为满足家居行业发展趋势的需要，巩固并提升公司行业地位，完善营销网络和提升自身竞争力，公司亟需投入大量资金于营销渠道建设。

公司融资手段相对单一，主要通过自有资金等方式筹集资金，融资规模有限。通过境内上市，建立境内股权融资平台，将有利于拓宽公司融资渠道，降低融资风险。

（二）财务状况和盈利能力的发展趋势

1、财务状况发展趋势

未来，公司将继续加强对大宗客户、KA 客户及外销客户的回款跟踪，努力提升应收账款管理能力；同时将致力于存货管理的精细化，通过信息化系统的完善，进一步优化存货余额及结构。

本次募集资金投资项目顺利实施后，公司的固定资产金额将进一步增加；同时，随着项目完成后带来生产规模和销售规模的增长，流动资产规模也会相应增加，财务状况有望进一步优化。

2、盈利能力发展趋势

近年来，公司在充分发挥自身品牌优势、研发优势的同时，加强品牌宣传、市场推广和新产品研发，销售规模得以不断增长，2015 年至 2017 年，公司营业收入年均复合增长率约 29.47%，综合毛利率较为稳定，销售净利率处于较高水平，总体发展态势良好，持续盈利能力较强。

未来，随着居民可支配收入的持续增长以及城镇化进程的不断深入，消费理念将进一步升级，对家居产品环保健康、美观舒适的品质要求将进一步提升。公司作为较早进入浴霸、集成吊顶行业的先行企业，将持续秉持“为爱设计”的理念和使命，紧密围绕消费者需求，稳抓市场契机，始终致力于打造纯净清新、温

暖舒适的居室环境。同时，随着新产品的销售推广以及本次募集资金投资项目的顺利实施，公司的产品范围将进一步扩展，未来盈利水平有望进一步加强。

六、公开发行股票摊薄即期回报及填补措施

（一）本次发行对公司每股收益的影响

1、本次募集资金到位后公司每股收益情况

本次发行前，公司总股本为 36,000 万股。本次拟发行股票 4,001 万股，发行完成后公司总股本将增至 40,001 万股，较发行前增加 11.11%。本次发行后，随着募集资金的到位，公司的股本及净资产均将大幅增长。

由于募集资金投资项目的建设和实施需要一定的周期，首发后第一年的募投资项目利润可能无法完全体现。鉴于公司首发后增加股本为 11.11% 与年度业务增长率的比较关系，假设首发当年业绩增长小于上一年度的 11.11%，将摊薄股东的即期回报。因此，本次发行将可能会摊薄股东的即期回报。

上述假设仅为测试摊薄即期回报对公司每股收益的影响，不代表公司对未来年度经营情况及趋势进行判断，亦不构成盈利预测。投资者不应据此进行投资决策，投资者据此进行投资决策造成损失的，公司不承担赔偿责任。

2、对摊薄即期回报的风险提示

本次发行后，公司总股本规模将扩大，净资产规模及每股净资产水平都将提高，若公司业绩未按预期完全达标，公司未来每股收益在短期内可能存在一定幅度的下滑，因此公司的即期回报可能被摊薄。特此提醒投资者关注本次发行可能摊薄即期回报的风险。

（二）首次公开发行并上市的必要性和合理性

本次发行募集资金将用于投资“奥普（嘉兴）生产基地建设项目”、“营销渠道建设项目”以及“补充流动资金”。募集资金投资项目达产后，有利于公司扩充产能，进一步完善营销网络布局，提高品牌价值等，从而提升公司综合竞争能力。本次发行的必要性和合理性详见本招股说明书“第十三节 募集资金运用”

之“二、本次募集资金投资项目情况”。

（三）本次募集资金投资项目与公司现有业务的关系，发行人从事募集资金项目在人员、技术、市场等方面的储备情况

1、本次募集资金投资项目与公司现有业务的关系

公司本次募集资金拟投资项目与公司主营业务紧密结合，具有紧迫性和必要性：

（1）奥普（嘉兴）生产基地建设项目旨在扩大公司集成吊顶、集成灶产品的生产规模，实现公司现有业务的巩固、提升和发展。项目的实施将进一步提升公司核心产品品质和生产效率，保证公司业务规模持续高速增长。

（2）营销渠道建设项目包括线下营销体系建设、品牌营销和宣传两部分。公司将在现有营销网络的基础上，通过对经销商终端品牌专卖店、专营店、KA门店进行统一升级改造，提升公司品牌形象、加强产品展示力度、增强区域市场影响力；并在现有品牌宣传的基础上，进一步加大品牌推广力度，结合媒体投放、明星活动等方式大力推广公司品牌，提升公司品牌影响力和销售能力。

（3）补充流动资金将增强公司的资金实力，为公司主营业务提供所需的流动资金，保证公司主营业务的持续发展，优化公司财务结构，提高公司的竞争力。

2、公司从事本次募集资金投资项目在人员、技术、市场等方面的储备情况

（1）人员储备情况

公司长期以来一直重视人员的培训及人才的培养，通过多年积累，已储备了一批业务能力、管理能力良好的优秀人才。公司主要经营管理人员均已在业内从事多年经营活动，具备丰富的管理经验，并对家居行业有较为深刻的认识，对公司未来发展战略有清晰的规划；公司设计研发人员具有良好的科学素养和职业精神、扎实的专业基础，具备较强的学习能力和敏锐的时尚嗅觉，努力创新，不断推动公司产品升级换代，引领大家居行业消费潮流。同时公司建立了完善的管理机制及培训机制，全面提升员工素质及业务能力，持续为公司输送优秀人才，为募投项目的运行奠定了良好的人才基础。

(2) 技术储备

公司自成立以来，一直重视产品研发，推陈出新，不断开发出技术含量高的新产品、新材料、新工艺、新技术，以提升公司技术水平和竞争力，使公司的创新技术水平始终处于行业前列。公司拥有丰富的技术积累，并拥有一支经验丰富的专业研发团队，为募投项目的运行奠定了良好的技术基础。

(3) 市场储备

经过 20 余年的努力，公司已成为国内家居行业的知名品牌，公司拥有强大的营销队伍和渠道网络。截至 2017 年 12 月 31 日，公司营销网络包括经销商 766 家，专卖店 1,222 家、专营店 1,563 家，已覆盖全国 30 个省、市、自治区。同时公司通过优化分销渠道网点，确保了不同地市、县级市场的覆盖范围与渗透力度。公司不仅重视渠道网点数量的扩张，更重视网点营业质量的提升，加强渠道管理、防止冒用品牌、窜货、低价竞争等行为，提高了渠道销售的管理透明度和销售效率，为募投项目的运行奠定了良好的市场基础。

综上所述，公司在人员、技术、市场等方面已具备实施募投项目的各项条件，募集资金到位后，预计募投项目的实施不存在重大障碍。

(四) 公司应对本次发行摊薄即期回报采取的填补措施

1、积极稳妥的实施募集资金投资项目

本次发行募集资金到位后，公司将积极稳妥的实施募集资金投资项目，争取募投项目早日达产并实现预期效益。公司将结合本次发行的募集资金投资项目建设，优化、扩充产能，丰富产品结构，加强技术研发能力，进一步提高公司综合竞争力，提升公司的行业市场地位，进一步扩大品牌影响力，提升公司中长期的盈利能力及对投资者的回报能力。

2、加强经营管理和内部控制

公司已根据法律法规和规范性文件的规定建立健全了股东大会、董事会及其各专门委员会、监事会、独立董事、董事会秘书和高级管理层的治理结构，夯实了公司经营管理和内部控制的基础。未来公司将进一步提高经营管理水平，提升

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

3、择机开展优质企业产业并购，快速拓展市场

本次发行上市将有助于公司品牌和资金实力的提升。公司将把握这一机遇，择机开展优质企业产业并购，重点对具有产业互补特征的公司或具有一定市场规模和较强盈利能力的企业实施并购，提升公司核心竞争力和盈利能力。

4、在符合利润分配条件情况下，强化投资者回报机制

为了明确公司本次发行上市后对新老股东权益分红的回报，增加股利分配决策透明度和可操作性，公司制订了《奥普家居股份有限公司首次公开发行股票并上市后未来三年分红回报规划》，对未来分红的具体回报规划、分红的政策和分红计划作出了进一步安排，建立起健全有效的股东回报机制。本次公开发行完成后，公司将按照相关法律法规、《公司章程（草案）》、《奥普家居股份有限公司首次公开发行股票并上市后未来三年分红回报规划》的规定，在符合利润分配条件的情况下，重视和积极推动对股东的利润分配，特别是现金分红，有效维护和增加对股东的回报。

上述公司应对本次发行摊薄即期回报采取的填补措施不等于对未来利润作出保证。

（五）公司董事、高级管理人员及控股股东、实际控制人对上述填补回报措施能够得到切实履行作出的承诺

公司董事、高级管理人员及控股股东、实际控制人已对上述填补回报措施能够得到切实履行作出了承诺，请详见招股说明书“重大事项提示”之“五、关于被摊薄即期回报的措施及承诺”之“（二）公司控股股东、实际控制人、董事、高级管理人员填补摊薄回报措施能够得到切实履行的承诺”。

经核查，保荐机构认为发行人已针对本次发行对即期回报的影响进行了测算

分析；对本次发行的必要性和合理性作出了详细论证；在本次募集资金投资项目实施前已有较为充足的人员、技术及市场储备，同时发行人在对自身运营情况及所面临的风险进行了分析的基础上，制定了较为详尽的措施对本次发行对即期回报的摊薄进行填补。同时，发行人控股股东、实际控制人以及发行人董事、高级管理人员已就本次发行摊薄即期回报作出了相应承诺。符合《国务院办公厅关于进一步加强资本市场中小投资者合法权益保护工作的意见》、《国务院关于进一步促进资本市场健康发展的若干意见》和《关于首发及再融资、重大资产重组摊薄即期回报有关事项的指导意见》的有关规定，有利于保护中小投资者的合法权益。

第十二节 业务发展目标

一、公司发展战略及计划

（一）整体发展战略

公司自成立以来，秉承“为爱设计”的品牌理念，始终致力于为消费者提供舒适、安全、温暖的卫浴体验以及健康、纯净的家庭环境。经过多年发展，公司产品品类不断丰富，产品覆盖范围从浴室、厨房拓展到起居室、卧室，逐步实现全屋空气管理。

公司未来将继续以“奥普”品牌为核心，在不断丰富浴霸、集成吊顶产品品类的同时，着力发展厨电、照明产品、晾衣架等业务规模，不断开拓新的产品品类，开拓全屋新风系统及全屋智能控制系统，使奥普成为拥有全产品系列的大家居品牌，为消费者提供智能家居生活空间、生活环境整体解决方案，引导未来大家居消费潮流。

（二）发展目标

未来公司将坚持不断创新、提升产品品质、丰富产品品类；打造优秀的品牌形象，持续提升品牌价值；深化营销网络布局，拓宽销售渠道；扩充产品产能，提高生产效率，加大新技术和新工艺的开发力度，实现向智能化制造的升级；着力培育优秀人才，扩大公司管理优势。从研发设计、生产、销售等多个方面全面提升公司综合实力，强化公司竞争优势，增强公司盈利能力，将“奥普”打造成为家居行业领军品牌。

（三）业务发展规划

为了实现企业的总体经营目标，充分发挥规模效益，公司将加快制定和实现以下各项业务规划：

1、产品研发计划

公司秉持以产品创新为核心的理念，始终走在行业内产品创新升级的最前

端，未来发展也将一以贯之。公司设立了奥普研究院，下设三大产品研发中心，以及艺术设计中心、智能控制研发中心、基础材料研究中心、检测中心和技术管理中心，一方面不断更新迭代现有产品，提升产品智能化程度和环境适配度，另一方面严格把控产品质量，使奥普产品始终处于行业领先水平。

未来，公司将进一步融合产品创新能力、客户需求的把握能力以及外观设计能力，建立高效的研发体系。公司将不断夯实基础，以浴霸、集成吊顶、厨电、照明、晾衣架、新风系统及集成墙面等多品类联动产品开发及新材料研究为研究方向，加速对电器模块化技术、集成嵌入技术、节能技术、智能控制技术的开发，有效提升产品技术性能指标，进一步保持产品研发技术和工艺领先地位。

同时公司将注重产学研合作和人才交流，在新材料、资源与环境、智能控制领域分别与技术顶尖的高校院所进行合作，充分利用科技资源；在外观设计领域与国内外知名设计师团队进行合作，充分把握时尚潮流，进一步加强奥普研究院的产品创新能力以及外观设计能力，提高公司的核心竞争力。

2、品牌价值提升计划

公司将继续以“奥普”为核心品牌，在满足生产规划所需的基础上，充分利用现有资源实现品牌的推广和增值，并通过不断提高产品和服务质量营造良好的市场口碑，实现产品品牌的良性发展，从而进一步提高公司整体市场占有率，提升品牌价值。

公司不仅借助传统媒体如电视广告、高铁站点广告等进行品牌宣传，同时灵活运用新兴媒体，如微博、微信等互联网渠道大力推广“奥普”品牌，并与终端消费者加强互动，保持对公众社会话题的敏感度，提升品牌曝光率，传播公司企业文化、品牌知识，培育消费者品牌忠诚度。与此同时，公司将继续扩大销售网点覆盖范围，充分利用线下实体店的区域影响力，结合重点城市的广告投入，以及各类主题活动、促销活动、明星互动活动等方式实现品牌区域影响力的提升。

3、营销网络拓展计划

线下渠道方面，公司将继续巩固现有的营销渠道，加强经销商线下门店的管理，优化和完善店面装修、培训、陈列、日常服务、销售策略、货品管理、售后

服务等方面的标准和流程，最大限度地发挥营销网络的影响力。同时，公司将进一步加强与大宗客户、KA 客户及外销客户的合作，推进渠道多元化战略。

线上渠道方面，公司将充分发挥互联网平台相对于传统线下方便、快捷的交易优势，着力发展浴霸产品线上直营销售渠道，依托大型电商平台，做大做强线上销售旗舰店，使线上销售渠道成为公司营销渠道的重要补充。同时，公司还将加强集成吊顶 O2O 平台建设，优化线上下单、线下销售、设计安装流程，提升消费者购买体验。另外，公司将加强网络宣传和营销，加强对经销商网上店铺的管理，营造良好的网上购物环境，打造良好的网络口碑，吸引更多的潜在消费者。

4、产品产能扩充计划

公司近几年销售规模高速增长，现有的产品生产能力已经难以满足快速增长的市场需求。

随着居民可支配收入的持续增长以及城镇化进程的不断深入，消费理念将进一步升级，人们对家庭生活环保健康、美观舒适的要求将进一步提升。预计在未来较长时间内，公司产品的订单数量仍将保持较快增长，公司需要相应扩张产能。

公司将重点在浴霸、集成吊顶、厨电、照明、晾衣架等五大业务领域扩大产能，加强杭州、嘉兴、成都及中山生产基地的建设，并结合信息化系统的升级改造，完善公司在全国范围内的产能布局，以便进一步满足持续增长的市场需求。

5、人力资源发展计划

未来三年，为适应业务发展需要，公司将在现有人员基础上，按需引进各类人才，优化人才结构，重点引进具有实践经验的技术、管理、市场营销等方面的行业专家及国际化经营管理人才，并通过绩效激励等形式确保人才的稳定性。与此同时，公司将大力实施人才培养计划，建立和完善培训体系，采用内部岗位培训等多种形式对员工进行全面业务培训，不断提高员工技能。公司还将积极探索建立对各类人才有持久吸引力的绩效评价体系和相应的激励机制，实现人力资源可持续发展，不断提高员工的职业素养和敬业度，通过为员工制定明确可行的职业发展规划，建立一支高素质人才队伍，确保公司竞争实力不断增强。

6、组织优化与管理提升计划

公司将进一步完善法人治理结构，建立适应现代企业制度要求的决策和用人机制，以加强董事会建设为重点，充分发挥独立董事和专门委员会的作用，发挥董事会在重大决策、选择经理人员等方面的作用，加快吸收和利用社会优秀人才，建立和完善中高级管理人员的激励和约束机制。

同时，公司将以适应市场与行业发展为轴，不断完善企业的创新机制与文化建设，通过建立系统化的人才发展制度，培养各个事业部的核心团队与竞争力，打造具有全局观的管理团队。此外，公司会根据市场与行业的需求发展变化，不断调整和完善企业的绩效考核和内部沟通体系，形成兼顾长短期目标，员工利益与公司利益相挂钩的正向激励机制。

二、公司拟定上述计划所依据的假设条件和实施的主要困难

（一）假设条件

- 1、公司所遵循的国家和地方现行的有关法律、法规和经济政策不发生重大改变，宏观经济继续平稳发展；
- 2、公司股票发行与上市工作进展顺利，募集资金及时到位；
- 3、募集资金投资项目能够顺利实施并取得预期效益；
- 4、公司所处的行业与市场环境不会发生重大恶化；
- 5、公司无重大经营决策失误和足以严重影响公司正常运转的人事变动；
- 6、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或其它不可抗力因素。

（二）实施的主要困难

本次募集资金到位后，随着资产规模快速扩张，公司在经营计划的制订与实施、资金管理、内部控制等方面都将面临一定的挑战。

三、发行人确保实现上述计划拟采用的方式、方法或途径

- （一）公司本次股票发行并上市将为实现上述计划提供有力的资金支持，也

是公司上述发展计划得以实现的重要前提。公司将认真组织募集资金投资项目的实施，争取尽快达产，以加快公司的规模化经营，促进产品结构的优化升级，进一步提升公司核心竞争能力；

（二）根据公司人力资源规划，加大对研发、生产、营销、管理等方面人才的培养和引进力度，进一步提高公司的研发能力、设计水平、产品营销能力和管理水平，确保公司业务发展目标的实现；

（三）严格按照上市公司的要求规范运作，完善公司“三会”制度和内部控制管理体系，建立科学和透明的内部决策程序，使公司治理水平适应快速发展的需要。

四、上述业务发展计划与现有业务的联系

公司的上述发展计划是结合公司现有业务规模和管理能力、公司在家居行业积累的资源以及行业地位、公司的技术创新能力、在全国市场的营销网络布局等各方面因素拟定的。上述发展计划有利于公司扩大业务规模、完善市场开拓能力、提升公司的综合管理能力，进一步强化公司在技术创新上的领先地位。

五、本次公开发行对公司实现未来发展规划的作用

本次公开发行对公司实现未来发展规划有着至关重要的作用，主要体现在：

（一）为公司扩大规模化经营提供充沛的资金来源；

（二）为公司未来在资本市场的再融资建立了通道；

（三）本次发行将增加公司对优秀人才的吸引力，提高公司的人才竞争优势，更有利于未来规划的实现；

（四）本次发行将极大地提高公司的社会知名度和市场影响力，进一步提升公司品牌的定位，以促进未来规划的实现；

（五）发行后公司将成为上市公司，通过公司自身的努力及监管部门和广大投资者的监督，公司将进一步完善治理结构，实现管理体制的国际化，从而促成未来规划的实现。

第十三节 募集资金运用

一、本次募集资金使用概况

(一) 本次募集资金规模

经 2017 年 10 月 9 日公司 2017 年第二次临时股东大会审议通过，公司本次拟向社会公开发行人 4,001 万股人民币普通股，均为公开发行的新股，所募集资金扣除发行费用后将全部用于与公司主营业务相关的项目。本次募集资金投入将按照轻重缓急的顺序投资于以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	项目总投资	拟使用募集资金金额	项目备案	环保批文
1	奥普（嘉兴）生产基地建设项目	51,950.00	40,034.15	2017-330411-38-03-058281-000	秀洲环建函[2017]143号
2	营销渠道建设项目	25,741.80	25,741.80	杭经开经金融备[2017]007号	-
3	补充流动资金	26,000.00	26,000.00	-	-
合计		103,691.80	91,775.95	-	-

以上募集资金投资项目均已进行了详细、充分的可行性研究，项目投资计划是对拟投资项目的大体安排，实施过程中可能会根据实际情况适当调整。

(二) 筹集募集资金不能满足项目资金需求时的安排

上述募投项目总投资额为 103,691.80 万元，拟使用募集资金 91,775.95 万元。若本次发行募集资金净额小于上述投资项目的资金需求，不足部分将由公司通过自筹方式解决。同时，为抢占市场先机，公司 2017 年第二次临时股东大会决议以自有资金或银行贷款先行启动募集资金投资项目，待本次发行募集资金到位后，公司将先期投入资金予以置换。

(三) 保荐机构及发行人律师关于募投项目的结论性意见

保荐机构及发行人律师核查后认为，公司的募集资金投资项目均符合国家产业政策、环境保护、土地管理以及其他法律、法规和规章规定。

（四）公司募集资金专项存储制度的建立及执行情况

公司第一届董事会第二次会议及 2017 年第二次临时股东大会审议通过了《募集资金管理制度（草案）》，规定募集资金存放及使用的内容。公司将按照中国证监会、上海证券交易所相关法律法规及《募集资金管理制度（草案）》的规定，将募集资金存放于公司董事会指定的专门账户，严格规范的使用募集资金。

（五）董事会对募集资金投资项目的可行性分析意见

公司本次公开发行 A 股的募集资金拟投入奥普（嘉兴）生产基地建设项目、营销渠道建设项目及补充流动资金，为此董事会结合公司的实际情况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，具体分析如下：

1、公司经营业绩能够有效支持募集资金投资项目的建设和实施

报告期内，公司分别实现营业收入 94,504.91 万元、124,973.25 万元、158,413.64 万元，实现净利润分别为 24,517.34 万元、26,813.52 万元、27,384.77 万元，营业收入和净利润均呈增长趋势，公司盈利能力良好。本次募集资金到位后，将有助于进一步增强公司的资本实力，公司的经营业绩能够有效支持募集资金投资项目的建设和实施，从而进一步增强公司的市场竞争力。

2、多项优势支持项目实施

公司品牌“奥普”凭借多年在家居行业的稳定表现，已获得了广大消费者的认可，并荣获“中国驰名商标”、“浙江省著名商标”等荣誉，在市场中具有较高的品牌影响力。公司高度重视新品研制与工艺技术开发，已取得多项发明专利，产业化能力较强，在行业内处于技术领先地位。经过 20 多年的发展，公司已拥有较广的营销网络体系，截至 2017 年 12 月 31 日，公司营销网络包括经销商 766 家，专卖店 1,222 家、专营店 1,563 家。公司本次募集资金用于与公司主营相关的家居产品生产基地建设、营销渠道建设以及补充流动资金，符合公司当前产业

发展战略，公司具备从事募投项目所需的品牌、人员、技术和市场的基本资源。

3、公司人才团队成熟，法人治理结构完善

公司长期以来一直重视人员的培训及人才的培养，通过多年积累，已储备了一批业务能力、管理能力良好的优秀人才。公司主要经营管理人员均已在业内从事多年经营活动，具备丰富的管理经验，并对家居行业有较为深刻的认识，对公司未来发展战略有清晰的规划；公司设计研发人员具有良好的科学素养和职业精神、扎实的专业基础，具备较强的学习能力和敏锐的时尚嗅觉，努力创新，不断推动公司产品升级换代，引领大家居行业消费潮流。此外，公司已逐步建立起公司治理制度和内部控制措施，将严格按照上市公司的标准进行规范运作，进一步完善法人治理结构，充分发挥股东大会、董事会和监事会在公司重大决策、经营管理和监督方面的作用。

公司董事会经分析后认为，公司本次募集资金金额与投资项目和公司现有生产经营业绩、财务状况、技术水平及管理能力相适应，投资项目具有较好的市场前进、盈利能力，公司能够有效使用募集资金，提高公司经营效益。

（六）募集资金投入使用后对发行人同业竞争和独立性的影响

本次募集资金均用于发行人现有产品产能扩充、营销网络建设等，投资项目实施后不会产生同业竞争，亦不会对发行人的独立性产生不利影响。

（七）新增固定资产投资规模与产能变动匹配性

本次募集资金拟投资的三个项目中，直接产生收入的项目为奥普（嘉兴）生产基地建设项目。公司 2017 年 12 月 31 日固定资产原值 26,084.98 万元，2017 年实现销售收入 158,413.64 万元，固定资产收入配比为 6.07。本次奥普（嘉兴）生产基地建设项目将新增固定资产原值 42,021.72 万元，在完全达产情况下每年可实现销售收入 108,800.00 万元，固定资产收入配比为 2.59，略低于公司现状。随着公司产品结构升级和种类丰富以及自动化生产设备的引入，对生产场地提出了更高的要求，需要投资自建现代化厂房，导致固定资产大幅增加。同时，公司对募集资金投资项目收益的测算较为审慎，也使得固定资产收入配比略微下降。

随着公司集成吊顶产品及集成灶产品的研发、生产及销售愈发成熟，公司在项目投资、业绩回报等方面的表现将会逐渐提升。

二、本次募集资金投资项目情况

（一）奥普（嘉兴）生产基地建设项目

1、项目概况及建设内容

投资总金额：51,950 万元

募集资金投资额：40,034.15 万元

建设周期：2 年

建设内容：本项目拟投资 51,950 万元，拟使用募集资金投入 40,034.15 万元，在浙江省嘉兴市王店镇建设奥普（嘉兴）生产基地，规划建筑面积总计约为 212,561m²。建设内容为：进行集成吊顶、集成灶等产品工厂及配套基础设施建设，购置并安装相应生产设备建设新的产品生产线，旨在通过项目实施扩大公司集成吊顶、集成灶等家居产品生产规模的同时，优化产品结构，更好的满足市场需求，提高公司综合竞争力。

2、项目实施的必要性

（1）扩大优势产品规模，提高市场份额

由人口结构变化和城镇化演进所带来的住房刚需，以及由经济条件和家庭结构转变导致的改善性需求在可预见的未来将得到持续释放，为家居行业提供广阔的下游需求。公司作为行业内优势企业，需尽快布局产能扩充，从而充分发挥规模优势、扩大市场份额。

集成吊顶为公司优势产品，公司“奥普”品牌在行业内有一定的知名度，在消费者中口碑较好，未来有必要继续保持集成吊顶产品的优势地位，扩大销售规模，获取更多市场份额，稳固、提升公司行业地位。同时，随着未来消费者对家居产品个性、时尚、功能、美观等要求的不断提升，公司有必要利用现有品牌以及工艺、研发设计等优势，丰富产品系列，提升公司市场份额。

(2) 推动产品结构优化，增强盈利能力

公司现有主要产品包括浴霸和集成吊顶，通过多年的发展，公司已在浴霸、集成吊顶等领域得到了市场的充分认可。公司根据行业发展现状及实际经营情况，制定了多品类、多渠道的发展战略，对集成灶的研发和生产，将作为公司向厨电领域的延伸，公司的生产结构更趋合理。本次 6 万台集成灶生产线的建成投产，将为公司开发新产品提供产能保障，丰富和扩充公司现有的产品组合，利用产品差异化满足不同的需求，在巩固现有客户的基础上扩大潜在客户群，增强公司整体竞争力和抗风险能力。

3、项目实施的可行性

(1) 产品市场容量空间较大

集成吊顶作为家居产品已在国内大部分地区被消费者所采用，进入稳定增长阶段。未来随着生活品质不断提高，集成吊顶凭借其美观性、个性化、安装便捷性等优势，仍有较大发展空间。集成灶产品作为厨电产品，通过各功能模块的集成组合，更好地满足了消费者多元化需求。

本项目产品集成吊顶、集成灶相对于传统吊顶、传统厨电，具有功能丰富、外形美观、绿色环保等优点。而随着经济的发展、生活健康指数的日益提高，人们对家居产品的要求日趋时尚、绿色、健康，对于集成吊顶、集成灶的需求日益增加。随着消费习惯的改变以及收入水平的提升，集成吊顶和集成灶的市场潜力较大。

(2) 多项优势支持项目实施

公司品牌“奥普”凭借多年在家居行业的稳定表现，已获得了广大消费者的认可，并荣获“中国驰名商标”、“浙江省著名商标”等荣誉，在市场中具有较高的品牌影响力。公司高度重视新品研制与工艺技术开发，已取得多项发明专利，产业化能力较强，在行业内处于技术领先地位。经过 20 多年的发展，公司已拥有较广的营销网络体系，截至 2017 年 12 月 31 日，公司营销网络包括经销商 766 家，专卖店 1,222 家、专营店 1,563 家，为产品销售奠定了坚实的市场基础。

综上，公司在品牌、技术和营销等多方面优势为项目的开展提供了坚实的保

障。

4、项目具体建设内容

(1) 项目基本情况

项目名称：奥普（嘉兴）生产基地建设项目

项目实施主体：奥普集成吊顶

项目实施地点：浙江省嘉兴市王店镇

预计投资总金额：51,950 万元

预计募集资金投资额：40,034.15 万元

土地面积：116,316m²

规划建筑面积：212,561m²

项目用地：已就该项目所涉土地取得《不动产权证》（浙（2017）嘉秀不动产权第 0025707 号）和《不动产权证》（浙（2017）嘉秀不动产权第 0025708 号）。

(2) 项目建设规划

项目建筑工程主要是进行厂房及配套设施建设、装修施工等。项目主要建筑物如下：

序号	建筑物	建筑面积 (m ²)
1	1#扣板厂房	44,250.00
2	2#扣板厂房	44,250.00
3	3#厨电组装厂房	35,475.00
4	4#仓库	35,400.00
5	1#宿舍	3,066.67
6	2#宿舍	3,066.67
7	3#宿舍	3,066.67
8	4#食堂	2,800.00

序号	建筑物	建筑面积 (m ²)
9	1#厂房	10,062.79
10	2#集成灶组装厂房	8,959.42
11	3#厂房	10,062.79
12	其他建筑	12,101.00
合计		212,561.00

(3) 产品生产工艺流程情况

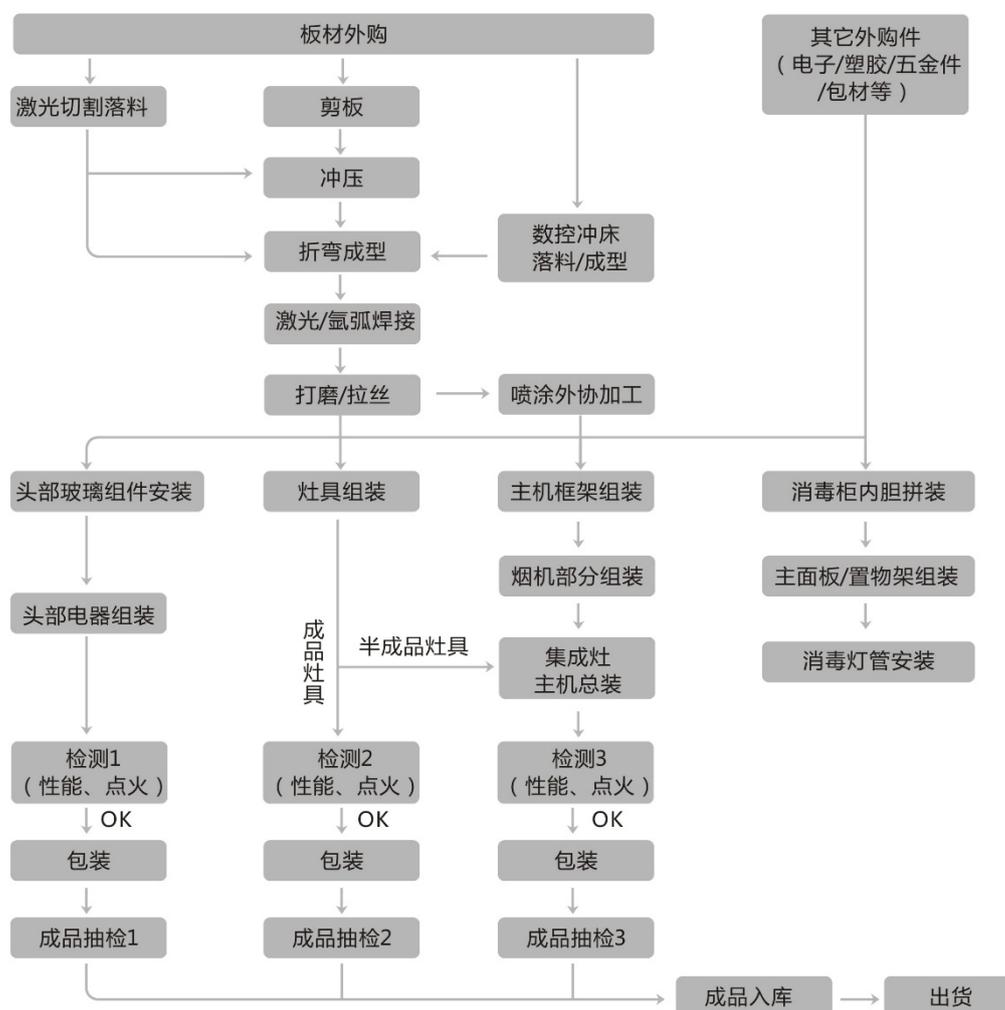
①集成吊顶工艺流程图

集成吊顶工艺流程图参见招股说明书“第六节 业务与技术”之“四、发行人主营业务情况”之“(二) 主要产品的工艺流程图”之“2、集成吊顶生产工艺流程图”。

②集成灶工艺流程图

集成灶工艺流程图如下：

集成灶生产工艺流程图



(4) 主要仪器及设备选型情况

本项目设备购置费为 8,621.27 万元，主要包括定制模具、组装生产线、数控冲床、激光切割机等，主要设备情况如下：

序号	设备名称	单位	数量	品牌	规格型号
集成吊顶设备					
1	覆膜生产线	条	2	万冠涂装	-
2	分调机	条	1	华飞数控	12M
3	剪板机	台	2	定制	300-486

序号	设备名称	单位	数量	品牌	规格型号
4	自动冲压成型线	台	11	华德液压	Y71-100T
5	龙骨成型线	条	6	华海誉	3M
6	开式可倾压力机	台	5	浙江锻压	63T
7	角线成型机	条	8	华海誉	3M
8	检验检测设备	批	1	定制	-
集成灶设备					
1	数控激光切割机	台	1	大族激光	3000W
2	自动激光焊接机	台	4	大族激光	-
3	数控冲床	台	2	普玛宝	16T
4	冲床自动线	条	2	台湾协易	110T、200T
5	钣金自动线	条	1	普玛宝	-
6	闭式油压机	台	2	台湾协易	315T
7	数控折弯机	台	6	日本 AMADA	-
8	模具立体仓库	项	1	上海盟立	-
9	模具/工装夹具	项	1	余姚先兆、海宁远大	-
10	集成灶组装生产线	条	6	东莞丰卓	-
11	成品入库传送线	条	1	东莞丰卓	-
公用工程设备					
1	空气压缩机	台	5	定制	-
2	中央空调	套	10	定制	-
3	变压器	台	3	定制	1,250kVA
4	其他变配电配套设备	套	1	定制	-

5、主要原辅料及能源供应情况

(1) 主要原、辅材料的供应

本项目生产过程中所需原辅材料主要为铝板、装饰膜、五金和电器等，市场供应较为稳定且可供选择的供应商较多，故供货充足。

(2) 主要能源供应

本项目生产过程中所需主要能源包括自来水、电等。本项目水源来自嘉兴市秀洲区王店镇市政自来水管网，用水由嘉兴市嘉源给排水有限公司统一供给。本项目供电电源来自嘉兴市秀洲区王店镇梅里变电所。

6、项目实施进度情况

本项目建设期为 24 个月，具体进度如下：

序号	项目	时间（月）											
		2	4	6	8	10	12	14	16	18	20	22	24
1	可研报告编制												
2	初步设计												
3	施工图设计												
4	设备招投标、订货												
5	土建施工												
6	设备到货安装												
7	劳动培训及试生产												
8	投入运营及竣工验收												

7、项目投资概算

本项目总投资 51,950.00 万元，其中建设投资 47,300.00 万元，铺底流动资金 4,650.00 万元。本项目拟使用募集资金投入 40,034.15 万元，具体投资构成如下：

单位：万元

序号	工程或费用名称	投资估算	募集资金投入估算
1	工程费用	30,156.03	30,156.03
2	设备购置及安装费	9,157.02	2,683.17
2.1	设备购置费	8,621.27	2,147.42
2.1.1	集成吊顶设备购置费	1,017.42	1,017.42
2.1.2	集成灶设备购置费	6,123.85	-
2.1.3	公用工程设备购置费	1,480.00	1,130.00

序号	工程或费用名称	投资估算	募集资金投入估算
2.2	安装费	535.75	535.75
3	征地及其他费用	5,706.64	4,914.64
3.1	征地费	5,001.53	4,209.53
3.2	其他费用	705.11	705.11
4	预备费	2,280.30	2,280.30
5	铺底流动资金	4,650.00	-
合计		51,950.00	40,034.15

8、项目效益情况

(1) 公司报告期内的产能、产量、销量、产销率、销售区域

公司报告期内主要产品的产能、产量、销量、产销率情况参见本招股说明书“第六节 业务和技术”之“四、发行人主营业务情况”之“（四）主要产品产销情况”。

公司报告期内主要产品的销售区域情况参见本招股说明书“第十一节 管理层讨论与分析”之“二、盈利能力分析”之“（二）收入分析”。

(2) 项目达产后新增的产能、产量

项目达产后各类产品新增产能、产量如下表所示：

序号	产品名称	达产后产能/年
1	集成吊顶	800 万平方米
2	集成灶	6 万台

(3) 项目新增产能的消化分析

① 集成吊顶、集成灶未来市场较为广阔

随着我国人均收入水平的不断提升，居民消费能力、消费观念的不断升级，消费者对家居产品一体化、智能化、高端化的需求不断提升，集成化家居产品的需求增长较快。

集成吊顶产品模块化的特点使其安装、易拆洗、环保性高且使用便利性较高，美观程度亦较高。一方面受到国家政策的支持与鼓励，另一方面消费者接受程度亦不断提高。未来在国家倡导绿色建筑及装配式工业建筑的政策背景下，以集成吊顶为代表的家庭装修集成化产品有望迎来新一轮快速发展期，前景较为广阔。

集成灶是集成了油烟机、灶具、消毒柜等多项厨电产品的功能的综合型一体化产品。我国家用电器产品经过多年更新、迭代，产品品类多样，功能各异。随着消费者对于家居生活空间、便利性、美观性等方面的要求不断提升，家用电器将逐步向多功能集成、智能化等方向发展。可以集成灶具、烟机、烤箱、蒸箱、消毒柜等多项功能为一体的集成灶能有效节省厨房空间，为消费者提供便捷的烹饪体验，开始受到消费者的喜爱，近年来销量增长较快，未来有望加速发展。

② 公司广阔的销售渠道为未来产能消化提供保障

本项目新增产能将通过公司现有营销渠道和本次营销渠道建设项目实施后建立的营销渠道来消化。公司拥有覆盖广泛的多层级、多渠道的销售网络，并通过品牌宣传、明星活动、口碑传播、O2O 等多种方式引流，主要销售渠道有经销商渠道、大宗客户渠道、KA 渠道、外销渠道和直营渠道等。同时，公司本次募集资金投资项目营销渠道建设项目实施后，将有利于公司进一步拓宽营销渠道，巩固和提升行业地位。营销渠道建设项目的具体情况请参见本节“二、本次募集资金投资项目情况”之“（二）营销渠道建设项目”的相关内容。

通过对公司现有客户资源和开发情况进行分析，本项目的产能消化方案是可行的。

（4）项目效益评价

序号	项目	指标值	单位
1	营业收入（达产年份）	108,800.00	万元
2	总成本费用（达产年份）	86,135.00	万元
3	净利润（达产年份）	16,136.90	万元
4	税后财务内部收益率	25.67	%
5	税后投资回收期（含建设期）	5.60	年

9、环保措施、环保设备和资金投入及环保审批情况

本项目执行过程中，公司将严格按照环境保护相关法规、质量标准及排放标准的要求，在施工过程中及投产后，采取相应的污染防治措施控制和处理废气、废水、噪声和固体废物等污染物。

(1) 环保投资估算表

本项目用于环保设备设施建设的投资估算情况如下：

序号	名称	投资额（万元）
1	建筑施工期间扬尘防治、废水处理	50
2	建筑施工期间的噪声治理费用	10
3	建筑施工期间的固废处理、水土保持	50
4	绿化费用	100
合计		210

(2) 环保审批情况

2017年10月26日，嘉兴市秀洲区环境保护局出具《关于奥普（嘉兴）生产基地建设项目环境影响报告表审查意见的函》（秀洲环建函[2017]143号），同意本项目建设。

10、募投项目进展情况

截至2017年12月31日，本项目已投入4,998.72万元。

(二) 营销渠道建设项目

1、项目概况及建设内容

投资总金额：25,741.80万元

募集资金投资额：25,741.80万元

建设周期：3年

建设内容：本项目主要分为线下营销体系建设、品牌营销和宣传两部分。线

下营销体系建设拟增加对浴霸、集成吊顶经销商新建及改建专卖店、专营店、KA 门店的补贴，其中浴霸经销商拟新建及改建专卖店 208 家、专营店 2,113 家、KA 门店 803 家；集成吊顶经销商拟新建及改建专卖店 1,027 家。品牌营销和宣传拟通过各类媒体、活动以及营销策划等方式提升公司品牌形象。

2、项目实施的必要性

(1) 满足家居行业发展趋势的需要

随着行业发展日益成熟，家居行业面临的市场竞争已经逐步由发展之初的价格竞争转变为品牌、营销网络、设计研发、服务等方面的综合竞争。家居行业企业要想在行业竞争中脱颖而出，并获得较高的毛利率，需要拥有鲜明的品牌定位和被广为接受的品牌内涵，然后依托成熟的商业模式和销售渠道将产品对外销售。因此，加强自主品牌管理和品牌建设，形成清晰的品牌定位和品牌内涵，通过提高产品的品牌附加值获取竞争优势，成为未来家居行业发展的重要趋势。

(2) 巩固并提升行业地位和提高市场占有率的需要

经过多年的行业积累、品牌投入和渠道建设，公司品牌在家居行业中已经具有较高的品牌知名度和影响力。由于家居行业具有良好的市场发展前景，吸引着越来越多的厂商加入，未来市场竞争将进一步加剧。因此，品牌影响力对公司进一步巩固并提升行业地位和提高市场占有率具有非常重要的现实意义，这需要公司的品牌推广和广告营销方面进一步投入，全面扩大公司品牌的知名度、美誉度和信任度。

(3) 完善营销网络和提升竞争力的需要

近年来，家居行业持续发展，市场竞争日益激烈。行业内知名企业不仅在一、二线城市扩建营销网络，并逐步将销售渠道重心转向三、四线城市。作为行业内领先企业，公司已基本建立了体系完整的营销网络，截至 2017 年 12 月 31 日，公司营销网络包括经销商 766 家，专卖店 1,222 家、专营店 1,563 家。但公司在三、四线市场的覆盖率仍然偏低，在未来几年，公司有必要增加三、四线市场的覆盖率，从而进一步提升公司综合竞争力。

3、项目实施的可行性

（1）市场前景良好

近年来，我国国民经济呈现出持续增长的良好态势。2017 年我国国内生产总值达到 827,122 亿元，比上年增长 6.9%；城镇化率从 1990 年的 21.41% 提高到 2017 年的 58.52%。经济总量持续增长和城镇化率的不断提高为家居市场的可持续发展创造了良好的环境。市场规模的不断扩大，为本项目的实施创造了有利的市场条件。

（2）较高的市场影响力

经过多年的发展，公司已在家居行业处于领先地位，公司品牌已获得众多消费者的认可，拥有较高的知名度与影响力。公司较高的品牌知名度和市场影响力为本项目的实施提供了良好的基础。

（3）品牌推广团队经验丰富

公司自成立以来，一直高度重视自有品牌的建设和市场形象的建立，并组建专门的品牌部进行系统化的品牌运作。通过多年的品牌推广策划，公司品牌推广团队在品牌定位、设计、活动策划与推广方面已经积累丰富的运营经验，为本项目的实施提供了有力保障。

4、项目具体建设内容

（1）线下营销体系建设

公司拟投资 9,331.80 万元用于浴霸及集成吊顶经销商的合计 4,151 家店面改建及新建。具体情况如下：

①浴霸店面改建及新建

公司浴霸经销商店面主要分为三类：专卖店、专营店及 KA 门店。按照每家专卖店店铺面积 100 平方米，每平方米补贴 500 元；每家专营店展台长度 10 米，每米补贴 1,600 元；每家 KA 门店补贴 1 万元计算，共需要 5,223.80 万元。

店面类型	项目	第一年	第二年	第三年	合计
专卖店	新建店面（家）	57	57	64	178

店面类型	项目	第一年	第二年	第三年	合计
	原有店面改建（家）	10	10	10	30
专营店	新建店面（家）	336	427	525	1,288
	原有店面改建（家）	215	274	336	825
KA 门店	新建店面（家）	16	25	25	66
	原有店面改建（家）	225	247	265	737
投入金额（万元）		1,457.60	1,728.60	2,037.60	5,223.80

②集成吊顶店面改建及新建

按照每家专卖店店铺面积 100 平方米，每平方米补贴 400 元计算，集成吊顶店面改建及新建共需 4,108 万元。

项目	第一年	第二年	第三年	合计
新建店面（家）	169	166	129	464
原有店面改建（家）	179	168	216	563
投入金额（万元）	1,392	1,336	1,380	4,108

（2）品牌营销和宣传

品牌营销和宣传投资概算如下表所示：

单位：万元

序号	内容	投资计划			小计
		第一年	第二年	第三年	
1	品牌媒介广告费	2,140	2,770	3,000	7,910
2	品牌推广活动费	1,900	2,000	2,200	6,100
3	品牌建设策划费	600	800	1,000	2,400
合计		4,640	5,570	6,200	16,410

其中，各项费用支出的具体情况如下：

序号	项目	媒介选择	投资金额(万元)
一、品牌媒介广告费			
1	新媒体	天猫及京东等电商平台、互联网家装集会、青年设计师成长计划等	960.00
2	户外媒体	核心城市、高速、高铁	5,600.00
3	网络媒体及其他	搜索引擎、垂直类行业门户、微信、微博、移动终端、公关活动、建材行业期刊等	1,350.00
二、品牌推广活动费			
1	明星活动	明星代言、明星活动等	3,000.00
2	展会活动	北京建博会、上海建博会、上海厨卫展、嘉兴集成吊顶博览会、广州建博会等	2,200.00
3	新品发布会活动	浴霸、集成吊顶、集成灶、新风系统等新品发布会	900.00
三、品牌建设策划费			
1	品牌宣传策划	官方网站、微博、微信等品牌宣传方式策划、宣传专题片制作	2,400.00

5、项目实施进度情况

本项目计划建设周期为3年，具体安排如下：

(1) 线下营销体系建设

单位：家

项目	店面类型	第一年	第二年	第三年	合计
浴霸经销商店面新建及改建	专卖店	67	67	74	208
	专营店	551	701	861	2,113
	KA 门店	241	272	290	803
集成吊顶经销商店面新建及改建	专卖店	348	334	345	1,027

(2) 品牌营销和宣传

单位：万元

项目	第一年	第二年	第三年	合计
品牌营销和宣传	4,640	5,570	6,200	16,410

6、项目投资概算

本项目总投资 25,741.80 万元，拟使用募集资金投入 25,741.80 万元，其中线下营销体系建设投资 9,331.80 万元，品牌营销和宣传投资 16,410.00 万元。

序号	工程或费用名称	投资估算（万元）	占比
1	线下营销体系建设	9,331.80	36.25%
2	品牌营销和宣传	16,410.00	63.75%

7、项目效益情况

本项目不直接生产产品，不进行单独财务评价，其效益将从公司销售额与市场份额增长中间接体现。本项目的实施有利于进一步增强公司销售能力，提升公司品牌知名度，通过营销网络的扩充与品牌推广使公司核心竞争力不断提升，间接获取市场利润。项目短期内对公司净利润不会产生较大影响，未来随着营销网络的不断扩充与完善、公司品牌知名度的不断提升，将实现良好的经济效益。

8、项目环保影响及措施

本项目建设内容主要为线下营销体系建设、品牌营销和宣传两部分，项目建设过程中基本不会产生污染。

9、募投项目进展情况

截至 2017 年 12 月 31 日，本项目尚未投入。

（三）补充流动资金

1、补充流动资金使用安排

随着公司业务规模的不断扩大，为满足不断增长的日常营运资金规模需求，支持公司业务持续、快速、健康发展，并结合行业运营特点、业务发展规模等因素，公司拟使用 26,000 万元募集资金补充流动资金。

2、补充流动资金的必要性和合理性

首先，随着业务规模的不断扩大，公司采购原材料所需的日常营运资金的需求量逐年递增，保持与业务发展规模相适应的流动资金规模是业务扩大的必然要求。其次，随着主营业务规模的不断扩张，公司市场开拓、研发投入、人力支出等营运资金需求也将持续增加，公司需要金额较多的营运资金以满足经营规模扩大的需要。最后，近年来，公司正大力发展大宗业务，客户主要为知名房地产开发商及家装公司，其付款周期较长，导致应收账款回款周期较长。因此，随着公司销售规模的扩大，公司流动资金需求量将随之增加。

通过补充流动资金，公司的资金实力将得到增强，有利于公司更好地抓住市场发展机遇，促进公司主营业务的持续、快速发展；有利于公司进一步加大研发投入和人才队伍建设，提升公司的核心竞争力，并最终提高公司的长期盈利能力。同时，营运资金的投入可使公司的经营现金更加充裕，为公司业务扩张提供有力保障，还可减少公司的负债，优化公司的财务结构，降低财务费用，有效降低公司的财务风险。因此，补充流动资金对公司的持续健康发展是十分必要和有益的。

公司将严格按照中国证监会、上海证券交易所有关规定及公司募集资金管理办法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。

三、募集资金运用对公司财务状况和经营成果的影响

（一）对公司净资产和净资产收益率的影响

本次募集资金到位后，本公司的净资产及每股净资产将有较大幅度的提高。由于本次募集资金投资项目在建设期内无法立即产生较高的经济效益，因此，净资产收益率在短期内将有所下降。

但是，长远而言，随着募投项目建成投入运营，逐步产生经济效益，且市场未发生重大不利变动，则公司的销售收入和利润总额将逐步增长，盈利能力将进一步增强，净资产收益率将逐渐回升。

（二）对公司资产负债率的影响

本次募集资金到位后，公司的资产总额和净资产都将有较大幅度的提高，短期内资产负债率将明显下降，可进一步优化公司的资产负债结构，提高本公司债务融资能力，增强防范财务风险的能力。

（三）对公司盈利能力的影响

上述募集资金投资项目建设完成后，公司产能布局将更趋合理，营销能力、管理能力、研发能力和生产能力将进一步提升，有利于巩固和提高公司核心竞争力，从而进一步提高公司盈利水平，增强公司的持续经营能力，为公司综合实力的全面提升打下坚实基础。

（四）本次募集资金新增折旧摊销对未来经营成果的影响

按照公司现有的固定资产折旧和无形资产摊销政策，本次募集资金投资项目建成投产后，每年新增折旧摊销情况如下：

单位：万元

序号	项目	新增固定资产	新增无形资产	年新增折旧和摊销
1	奥普（嘉兴）生产基地建设项目	42,021.72	5,001.50	2,659.65
	合计	42,021.72	5,001.50	2,659.65

根据上表分析，本次募集资金投资项目建成后新增固定资产和无形资产对公司经营业绩的影响主要表现在：由于新增资产规模较大，项目建成后，每年约新增折旧和摊销 2,659.65 万元，相应减少税前利润 2,659.65 万元。本次募集资金投资项目固定资产投资主要为奥普（嘉兴）生产基地建设项目，营销渠道建设项目及补充流动资金项目不涉及固定资产投资。奥普（嘉兴）生产基地建设项目达产后，直接产生的销售收入能够弥补折旧的影响。因此，新增的折旧摊销不会对公司经营发展产生重大不利影响。

第十四节 股利分配政策

一、发行前的股利分配政策

发行人的股利分配严格执行有关法律、法规和《公司章程》的规定，重视对投资者的合理投资回报，保持连续和稳定的利润分配政策。具体分配比例由公司董事会视公司经营发展情况提出预案，经股东大会决议后执行。公司采取现金或股票股利方式分配股利。在分派股利时，公司按有关法律、法规代扣股东股利收入的应纳税金。根据《公司法》和本公司《公司章程》，本公司的税后利润按下列顺序进行分配：

1、弥补以前年度亏损；

2、提取当年税后利润的 10% 列入公司法定公积金；公司的法定公积金累计额为公司注册资本的 50% 以上的，可以不再提取。公司的法定公积金不足以弥补以前年度亏损的，在提取法定公积金之前，应当先用当年利润弥补亏损；

3、提取法定公积金后，经股东大会决议，公司还可以从税后利润中提取任意公积金；

4、支付股东股利。

股东大会在公司弥补亏损和提取法定公积金之前向股东分配利润的，股东必须将违反规定分配的利润退还公司。公司持有的本公司股份不参与利润分配。

二、发行人最近三年股利分配情况

（一）2015年股利分配情况

2015 年 6 月 3 日，经奥普卫厨董事会审议通过，向股东分配利润 600.00 万元。

2015 年 8 月 24 日，经奥普卫厨董事会审议通过，向股东分配利润 19,900.00 万元。

2015年10月19日,经奥普卫厨董事会审议通过,向股东分配利润10,000.00万元。

(二) 2016年股利分配情况

2016年5月12日,经奥普卫厨董事会审议通过,向股东分配利润3,085.00万元。

2016年9月13日,经奥普卫厨董事会审议通过,向股东分配利润20,000.00万元。

2016年10月18日,经奥普卫厨董事会审议通过,向股东分配利润1,600.00万元。

(三) 2017年股利分配情况

2017年1月9日,经奥普卫厨董事会审议通过,向股东分配利润14,000.00万元。

2017年4月10日,经奥普卫厨董事会审议通过,向股东分配利润20,500.00万元。

(四) 2018年股利分配情况

2018年4月9日,经奥普家居2017年度股东大会审议通过,以总股本36,000万股为基数,向全体股东每10股派发现金红利1.10元(含税),合计分配现金红利总额为3,960万元。

三、本次发行上市后的股利分配政策

根据公司2017年第二次临时股东大会审议并通过的《奥普家居股份有限公司首次公开发行股票并上市后未来三年分红回报规划》,本次发行上市后,公司将实施以下利润分配政策:

(一) 利润的分配形式

公司可以采取现金、股票、现金与股票相结合或者法律、法规允许的其他方式分配利润。其中，在利润分配方式的分配顺序现金分红优先于股票分配。利润分配不得超过累计可分配利润的范围，不得损害公司持续经营能力。在有条件的情况下，公司可以进行中期现金分红。

（二）利润分配的具体政策

1、现金分红政策

公司在弥补亏损（如有）、提取法定公积金、提取任意公积金（如需）后，除特殊情况外，在当年盈利且累计未分配利润为正的情况下，公司每年度至少进行一次利润分配，采取的利润分配方式中必须含有现金分配方式，公司每年以现金方式分配的利润不少于当年实现的可供分配利润的 15%。公司董事会可以根据公司的盈利状况及资金需求状况提议公司进行中期现金分红。

前款“特殊情况”是指下列情况之一：

（1）公司未来 12 个月内拟对外投资、购买资产等交易累计支出达到或超过公司最近一期经审计净资产的 20%，且超过 5,000 万元（募集资金投资的项目除外）；

（2）审计机构对公司当年度财务报告出具非标准无保留意见的审计报告；

（3）分红年度经营现金流量为负数，或实施现金分红会影响公司后续持续经营；

（4）公司股东大会审议通过确认的其他特殊情况。

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，提出具体现金分红政策：

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

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

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

(4) 公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的, 可以按照前项规定处理。

前款“重大资金支出安排”是指公司在一年内购买资产以及对外投资等交易涉及的资产总额占公司最近一期经审计总资产 10% 以上（包括 10%）的事项。

2、股票股利分配政策

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

（三）利润分配政策调整

公司的利润分配政策不得随意改变。如现行政策与公司生产经营情况、投资规划和长期发展的需要确实发生冲突的, 可以调整利润分配政策。调整后的利润分配政策不得违反中国证监会和上海证券交易所的有关规定。

利润分配政策的调整方案由董事会拟定, 并需事先征求独立董事的意见。在审议公司有关调整利润分配政策、具体规划和计划的议案或利润分配预案时, 须分别经董事会、监事会审议通过, 且董事会在审议前述议案时, 须经二分之一以上独立董事同意, 方可提交公司股东大会审议。监事会应当对董事会拟订的利润分配政策调整方案出具书面审核报告, 与董事会拟订的利润分配政策调整方案一并提交股东大会批准, 并经出席股东大会的股东（包括股东代理人）所持表决权的三分之二以上通过。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。调整利润分配政策议案中如涉及减少每年现金分红比例的, 应充分听取独立董事、外部监事和公众投资者意见。公司独立董事可在股东大会召开前向公司社会公众股股东征集其在股东大会上的投票权, 独立董事行使上述职权应当取得全体独立董事的二分之一以上同意。

四、本次发行完成前滚存利润的分配安排

根据公司第一届董事会第二次会议及 2017 年第二次临时股东大会审议通过的决议，截至本次发行完成前滚存的未分配利润，由发行完成后的新老股东按持股比例享有。

五、发行后三年内股东分红回报规划

根据公司 2017 年第二次临时股东大会通过的《奥普家居股份有限公司首次公开发行股票并上市后未来三年股东分红回报规划》，为增加股利分配决策透明度和可操作性，便于股东对公司经营和分配进行监督，公司制定了上市后未来三年股东分红回报规划，具体如下：

（一）分红回报规划制定考虑因素

为充分维护公司股东依法享有的资产收益等权利，重视股东的合理投资回报，增强利润分配决策的透明度和可操作性，建立起对投资者持续、稳定、科学的回报规划与机制，并保证股利分配政策的连续性和稳定性，综合考虑公司发展战略规划、公司实际情况和发展目标、股东要求和意愿、社会资金成本以及外部融资环境等因素，公司制定了上市后未来三年股东分红回报规划。

（二）分红回报规划制定原则

- 1、应重视对投资者的合理投资回报，不损害投资者的合法权益；
- 2、保持利润分配政策的连续性和稳定性，同时兼顾公司的长远和可持续发展；
- 3、优先采用现金分红的利润分配方式；
- 4、充分听取和考虑中小股东的要求；
- 5、充分考虑货币政策环境。

（三）公司上市后未来三年分红回报具体规划

1、利润的分配形式

公司采取现金、股票股利或者二者相结合的方式分配股利，并优先采取现金分配方式。利润分配不得超过累计可分配利润的范围，不得损害公司持续经营能力。在有条件的情况下，公司可以进行中期现金分红。

2、现金分红的具体条件和比例

公司在弥补亏损（如有）、提取法定公积金、提取任意公积金（如需）后，除特殊情况外，在当年盈利且累计未分配利润为正的情况下，公司每年度至少进行一次利润分配，采取的利润分配方式中必须含有现金分配方式，公司每年以现金方式分配的利润不少于当年实现的可供分配利润的 15%。在公司上半年经营活动产生的现金流量净额高于当期实现的净利润时，公司可以进行中期现金分红。

前款“特殊情况”是指下列情况之一：

（1）公司未来 12 个月内拟对外投资、购买资产等交易累计支出达到或超过公司最近一期经审计净资产的 20%，且超过 5,000 万元（募集资金投资的项目除外）；

（2）审计机构对公司当年度财务报告出具非标准无保留意见的审计报告；

（3）分红年度资产负债率超过 70% 或者经营净现金流量为负数；

（4）公司股东大会审议通过确认的其他特殊情况。

3、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，提出具体现金分红政策

（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%。

前述“重大资金支出安排”是指公司在一年内购买资产以及对外投资等交易涉及的资产总额占公司最近一期经审计总资产 10%以上（包括 10%）的事项。

（4）公司在经营情况良好，并且董事会认为发放股票股利有利于公司全体股东整体利益时，可以在满足上述现金分红的条件下，提出股票股利分配预案，并提交股东大会审议。

（四）规划的制定周期

1、公司拟以每三年为一个周期，根据公司章程规定的利润分配政策及公司经营的实际状况，结合股东（尤其是中小股东）和独立董事的意见，制定股东分红回报规划，经公司董事会审议通过后提交股东大会审批。

2、因公司外部经营环境或者自身经营情况发生较大变化，公司可以对股东分红回报规划进行调整，调整时应以股东权益保护为出发点，且不得与公司章程的相关规定相抵触。

第十五节 其他重要事项

一、信息披露和投资者关系相关情况

本公司为完善信息披露机制，根据中国证监会的有关规定，建立了信息披露制度，规定本公司必须严格按照法律、法规和《公司章程》规定的信息披露的内容和格式要求，真实、准确、完整、及时地报送及披露信息。本公司信息披露体现公开、公正、公平对待所有股东的原则。

负责信息披露和投资者关系的部门：证券部

联系人：刘文龙

联系地址：杭州经济技术开发区 21 号大街 210 号

邮政编码：310018

联系电话：0571-8817 7925

传真号码：0571-8817 2888 转 1213

电子邮箱：aupuzqb@apu.net

二、重大合同协议

本公司的重大合同，是指本公司及其控股子公司正在履行或将要履行的金额较大，或者虽然金额不大但对本公司生产经营、未来发展或财务状况有较大影响的合同。

截至本招股说明书签署之日，本公司及其控股子公司企业签订的正在履行或将要履行的重大合同包括：

（一）主要销售合同

发行人及其控股子公司与最近一年（即 2017 年）前十大客户（按客户同一实际控制口径合并每年收入占比）签署的重大销售合同具体情况如下：

序号	合同相对方	合同类型	标的物	合同金额	合同有效期
1	深圳恒大材料设备有限公司	框架合同	浴霸、集成吊顶	以具体订单为准	2018.1.1-2018.12.31
2	北京中天诚投科贸有限公司	框架合同	浴霸、集成吊顶	以具体订单为准	2018.1.1-2018.12.31
3	无锡市茵特拉根电子有限公司	框架合同	浴霸、集成吊顶	以具体订单为准	2018.1.1-2018.12.31
4	江苏晨皓贸易有限公司	框架合同	浴霸、集成吊顶	以具体订单为准	2018.1.1-2018.12.31
5	成都长青基业商贸有限公司	框架合同	浴霸	以具体订单为准	2018.1.1-2018.12.31
6	杭州格博卫浴有限公司	框架合同	集成吊顶	以具体订单为准	2018.1.1-2018.12.31
7	杭州奥祺佳贸易有限公司	框架合同	浴霸	以具体订单为准	2018.1.1-2018.12.31
8	成都市生活家装饰工程有限公司	框架合同	浴霸、集成吊顶	以具体订单为准	2018.1.1-2018.12.31
9	长沙市王建松	框架合同	集成吊顶	以具体订单为准	2018.1.1-2018.12.31
10	南京品聚汇方商贸有限公司	框架合同	浴霸	以具体订单为准	2018.1.1-2018.12.31

注：2018年起，发行人不再与广州恒大签订销售合同，改与深圳恒大签订销售合同。

（二）主要采购合同

发行人及其控股子公司与最近一年（即2017年）前十大供应商（按供应商同一实际控制口径合并每年采购额占比）签署的重大采购合同具体情况如下：

序号	合同相对方	合同类型	标的物	合同金额	合同有效期
1	浙江来斯奥电气有限公司	框架合同	OEM、面罩等	以具体订单为准	2017.1.1-2018.12.31
2	嵊州市松华电器有限公司	框架合同	箱体、开关等	以具体订单为准	2017.1.1-2018.12.31
3	海盐佳湖装饰材料有限公司	框架合同	铝扣板等	以具体订单为准	2017.1.1-2018.12.31

序号	合同相对方	合同类型	标的物	合同金额	合同有效期
4	慈溪市日月电气有限公司	框架合同	灯圈、风栅等	以具体订单为准	2017.1.1-2018.12.31
5	中山领引照明科技有限公司	框架合同	LED 控制器等	以具体订单为准	2017.1.1-2018.12.31
6	德清县新城照明器材有限公司	框架合同	PTC 发热体、红外泡等	以具体订单为准	2017.1.1-2018.12.31
7	杭州灵杰电器有限公司	框架合同	LED 控制器等	以具体订单为准	2017.1.1-2018.12.31
8	江苏绿怡智能科技有限公司	框架合同	晾衣架等	以具体订单为准	2017.1.1-2018.12.31
9	杭州江南电机有限公司	框架合同	电机等	以具体订单为准	2017.1.1-2018.12.31
10	杭州欧宝机电有限公司	框架合同	面罩、面框等	以具体订单为准	2017.1.1-2018.12.31

（三）借款与担保合同

1、本公司重大借款合同

截至本招股说明书签署之日，本公司无正在履行中的重大借款合同。

2、本公司重大授信合同

截至本招股说明书签署之日，本公司获得的银行授信情况如下：

序号	协议名称	授信人	授信额度	授信有效期
1	-	交通银行杭州城西支行	12,000 万元	2018.1.26-2019.1.26
2	-	浦发银行建国路支行	8,000 万元	2017.8.15-2018.8.15

注：发行人未与银行签订授信合同。

3、本公司重大借款担保合同

截至本招股说明书签署之日，本公司正在履行中的借款担保合同如下：

序号	协议名称	合同相对方	最高债权金额	合同有效期
1	抵押合同	交通银行杭州城西支行	18,000 万元	2017.1.1-2021.12.31
2	权利最高额质押合同	浦发银行建国路支行	3,500 万元	2017.12.22-2018.6.22

（四）重大广告合同

截至本招股说明书签署之日，公司正在履行的 1,000 万元以上广告合同如下：

序号	协议名称	合同相对方	标的物	合同金额	合同有效期
1	LED 显示屏户外媒体 广告发布合同	南京永达户外传媒 有限公司	广告发布	1,080 万元	2017.9.1-2018.8.31

（五）其他重大合同

截至本招股说明书签署之日，公司正在履行的其他 1,000 万元以上重大合同如下：

序号	协议名称	合同相对方	合同标的	合同金额	合同有效期
1	建设工程施工合同	上海隆盛建筑工程 (集团) 有限公司	奥普(嘉兴)生产 基地建设项目	25,300.00 万元	2017.12.20-2019.5.3

三、本公司的对外担保情况

截至本招股说明书签署之日，本公司不存在任何对外担保的情况。

四、本公司的重大诉讼或仲裁事项

（一）达州市东福商贸有限公司诉讼

1、案件简述

（1）事件背景

2015 年 3 月 16 日及 2015 年 4 月 15 日，杭州牵银、奥普卫厨分别与达州东福签订《股权转让协议》，杭州牵银及奥普卫厨将其分别持有成都牵银的 58.33% 与 41.67% 股权转让给达州东福，转让价格分别为 4,000 万元与 3,200 万元。

2015年4月20日，杭州牵银、奥普卫厨与达州东福三方达成《补充协议》，对各方的权利及义务进一步明确。

达州东福向杭州牵银、奥普卫厨分别支付了股权转让款3,200万元及1,000万元，并已在成都牵银所持土地上进行施工。

由于达州东福无力支付后续股权转让款，2016年7月26日及2016年9月27日，杭州牵银、奥普卫厨分别与达州东福签订《解除股权转让协议》，但达州东福在约定的时间内未清退施工方、结清相关施工费用。故根据协议约定，杭州牵银、奥普卫厨无需返还其全部股权转让款。

(2) 起诉事项

2017年，达州东福分别于杭州市及成都市起诉发行人。

2017年9月，达州东福向杭州经济技术开发区人民法院起诉发行人，请求撤销《杭州奥普卫厨科技有限公司、达州市东福商贸有限公司关于成都牵银投资有限公司之解除股权转让协议》。2017年11月2日，杭州经济技术开发区人民法院裁定中止该诉讼。

2017年11月20日，四川省成都市中级人民法院对达州东福提起之诉讼予以立案登记，诉讼请求如下：

A. 判令杭州牵银、奥普卫厨与达州东福签订的《补充协议》、杭州牵银及奥普卫厨分别与达州东福签订的《股权转让协议》无效；

B. 判令杭州牵银、奥普卫厨连带返还达州东福支付的上述合同项下的款项共计4,200万元，其中杭州牵银为3,200万元，奥普卫厨为1,000万元；

C. 本案案件受理费、保全费、保全担保费等全部费用由杭州牵银、发行人共同承担。

2017年12月19日，四川省成都市中级人民法院出具《四川省成都市中级人民法院民事裁定书》（(2017)川01民初3863号），判决：驳回达州市东福商贸有限公司的起诉。

2、案件目前进展

根据（2017）浙 0191 民初 2775 号裁定，截至本招股说明书签署之日，达州东福向杭州经济技术开发区人民法院起诉发行人案件仍处于中止诉讼状态。

达州市东福商贸有限公司不服（2017）川 01 民初 3863 号裁定，向四川省高级人民法院起诉，截至本招股说明书签署之日，二审尚在审理过程之中。

（二）浙江现代新能源有限公司诉讼

1、案件简述

2015 年发行人向国家商标局申请注册 14965078 号“奥普博朗尼 AUPU”商标，以及 14965077 号“博朗尼 AUPU”商标。浙江新能源有限公司等随即向商标局提出异议，以其自有 1737521 号商标和 10412475 号商标作为引证商标，要求国家商标局不予注册发行人上述两项商标；同时浙江现代新能源有限公司等公司向商标局请求无效宣告发行人注册号为 8183677 号“AUPU”商标。

2009 年和 2015 年发行人分别向国家工商行政管理总局商标评审委员会（以下简称国家商评委）请求无效宣告浙江现代新能源有限公司之 1737521 号商标和 10412475 号商标。

2015 年国家商评委出具商评字[2015]第 0000048255 号裁定书，裁定发行人对浙江现代新能源有限公司 1737521 号商标无效宣告请求不予支持，该项商标予以维持。

发行人不服国家商评委商评字[2015]第 0000048255 号裁定书，并向北京知识产权法院提起诉讼。2016 年北京知识产权法院行政判决书[2015]京知行初字第 4822 号，判决：（1）撤销国家商评委商评字[2015]第 0000048255 号裁定书；（2）国家商评委于本判决生效后就发行人对第 1737521 号“奥普 aopu”商标提起的无效宣告请求重新作出裁定。

浙江现代新能源有限公司等不服一审判决，向北京市高级人民法院上诉。2017 年北京市高级人民法院行政判决书[2016]京行终 5666 号，判决：驳回上诉，维持原判。

2017 年浙江现代新能源有限公司不服二审判决，向中华人民共和国最高人

民法院提起再审，最高法院出具（2017）最高法行申 2986 号行政裁定书，裁决驳回浙江现代新能源有限公司、云南奥普伟业金属建材有限公司的再审申请。

2016 年国家工商行政管理总局商标评审委员会出具商评字[2016]第 0000044311 号裁定书，裁定对浙江现代新能源有限公司 10412475 号商标予以无效宣告。

2017 年，浙江现代新能源有限公司对[2016]第 0000044311 号裁定书提起行政诉讼（2016）京 73 行初 3544 号，目前法院尚未判决。

2017 年，国家商标局出具（2017）商标异字第 0000008180 号文件，对发行人第 14965078 号“奥普博朗尼 AUPU”商标予以注册；以及（2017）商标异字第 0000018440 号文件，对发行人第 14965077 号“AUPU 博朗尼”商标予以注册。

浙江现代新能源有限公司等向商标局请求无效宣告发行人注册号为 8183677 号“AUPU”商标一案目前仍在国家商评委审理过程中。

2、案件目前进展

截至本招股说明书签署之日，国家商标局出具（2017）商标异字第 0000008180 号文件，对发行人第 14965078 号“奥普博朗尼 AUPU”商标予以注册；以及（2017）商标异字第 0000018440 号文件，对发行人第 14965077 号“AUPU 博朗尼”商标予以注册。该两项商标注册权纠纷审理结束。

截至本招股说明书签署之日，浙江现代新能源有限公司等向商标局提出请求无效宣告发行人注册号为 8183677 号“AUPU”商标一案目前仍在国家商评委审理过程中。

截至本招股说明书签署之日，除上述诉讼事项外，发行人不存在其他尚未了结的或可预见的重大诉讼、仲裁或行政处罚案件。

五、本公司控股股东、实际控制人及主要股东的重大诉讼或仲裁事项

截至本招股说明书签署之日，本公司控股股东、实际控制人及主要股东不存

在尚未了结的或可预见的重大诉讼、仲裁等行政处罚案件。

六、本公司董事、监事和高级管理人员的重大诉讼或仲裁事项及刑事诉讼事项

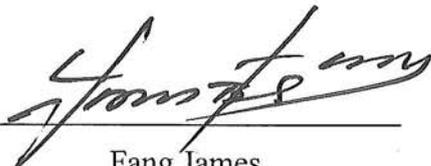
截至本招股说明书签署之日，本公司董事、监事及高级管理人员不涉及重大诉讼或仲裁事项，也不存在刑事诉讼事项。

第十六节 董事、监事、高级管理人员及有关中介机构声明

一、公司董事、监事及高级管理人员声明

本公司全体董事、监事及高级管理人员承诺本招股说明书及其摘要不存在虚假记载、误导性陈述及重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担个别的及连带的法律责任。

全体董事签名：


Fang James


方胜康


吴兴杰


刘文龙


马国鑫


杜立民


周夏飞

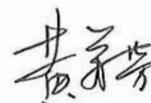


本公司全体董事、监事及高级管理人员承诺本招股说明书及其摘要不存在虚假记载、误导性陈述及重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担个别的及连带的法律责任。

全体监事签名：



蔡春兵

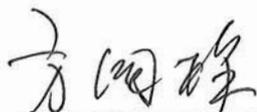


黄苏芳



马钰

不担任董事的其他高级管理人员签名：



方国樑

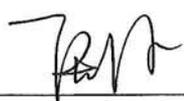


孙德富

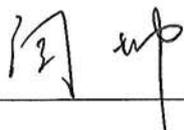


二、保荐机构（主承销商）声明

本公司已经对招股说明书及其摘要进行了核查，确认不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

保荐代表人：

张阳


凌江红

项目协办人：

闫坤

保荐机构总经理：

王岩

保荐机构董事长：

霍达



三、保荐机构（主承销商）负责人声明

本人已认真阅读奥普家居股份有限公司招股说明书的全部内容，确认招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对招股说明书真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

保荐机构总经理：


王岩

保荐机构董事长：


霍达



四、发行人律师声明

本所及经办律师已阅读招股说明书及其摘要，确认招股说明书及其摘要与本所出具的法律意见书和律师工作报告无矛盾之处。本所及经办律师对发行人在招股说明书及其摘要中引用的法律意见书和律师工作报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

单位负责人：

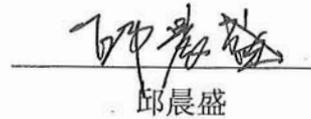


齐轩霆

经办律师：



马强



邱晨盛



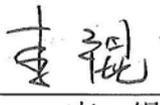
上海市方达律师事务所
2018年5月30日

审计机构声明

本所及签字注册会计师已阅读《奥普家居股份有限公司首次公开发行股票招股说明书》（以下简称招股说明书）及其摘要，确认招股说明书及其摘要与本所出具的《审计报告》（天健审〔2018〕1818号）、《内部控制鉴证报告》（天健审〔2018〕1819号）及经本所鉴证的非经常性损益明细表的内容无矛盾之处。本所及签字注册会计师对奥普家居股份有限公司在招股说明书及其摘要中引用的上述审计报告、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，确认招股说明书及其摘要不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对引用的上述内容的真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

签字注册会计师：


叶卫民 


李 锐 

天健会计师事务所负责人：


王越豪 

天健会计师事务所（特殊普通合伙）

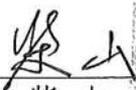
二〇一八年五月三十日

（特殊普通合伙）

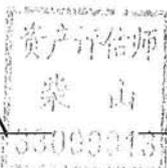
评估机构声明

本公司及签字评估师已阅读《奥普家居股份有限公司首次公开发行股票并在主板上市招股说明书》（以下简称招股说明书）及其摘要，确认招股说明书及其摘要与本公司出具的资产评估报告的内容无矛盾之处。本公司及签字评估师对奥普家居股份有限公司在招股说明书及其摘要中引用的上述评估报告的内容无异议，确认招股说明书及其摘要不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对引用的上述内容的真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

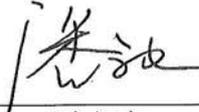
签字评估师：


 柴山


 姜静




公司负责人：

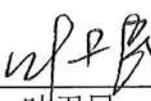
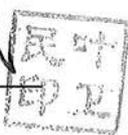

 潘文夫

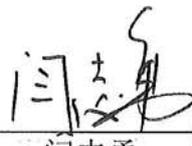
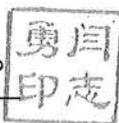


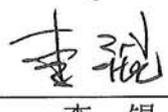
验资机构声明

本所及签字注册会计师已阅读《奥普家居股份有限公司首次公开发行股票招股说明书》（以下简称招股说明书）及其摘要，确认招股说明书及其摘要与本所出具的《验资报告》（天健验（2017）219 号、天健验（2017）231 号、天健验（2017）232 号）的内容无矛盾之处。本所及签字注册会计师对奥普家居股份有限公司在招股说明书及其摘要中引用的上述报告的内容无异议，确认招股说明书及其摘要不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对引用的上述内容的真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

签字注册会计师：


叶卫民 


闫志勇 


李锐 

天健会计师事务所负责人：


王越豪 

天健会计师事务所（特殊普通合伙）

二〇一八年五月三十日

第十七节 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）发行保荐书及发行保荐工作报告；
- （二）财务报表及审计报告；
- （三）内部控制鉴证报告；
- （四）经注册会计师核验的非经常性损益明细表；
- （五）法律意见书及律师工作报告；
- （六）公司章程（草案）；
- （七）中国证监会核准本次发行的文件；
- （八）其他与本次发行有关的重要文件。

以上各种备查文件将置备于公司和保荐人（主承销商）的办公地点，投资者在公司股票发行的承销期内可到下述地点查阅：

发行人：奥普家居股份有限公司

办公地址：杭州经济技术开发区 21 号大街 210 号

联系人：刘文龙

联系电话：0571-8817 7925

保荐人（主承销商）：招商证券股份有限公司

办公地址：深圳市福田区益田路江苏大厦 A 座 41 楼

联系人：张阳

联系电话：0755-8294 3666

投资者也可以通过上海证券交易所指定网站查阅本招股说明书等电子文件。