



瑪格全屋定制

MACIO CASA

瑪格家居股份有限公司

Macio Casa Furnishing Co., Ltd

(重庆市巴南区界石镇石柱大道 66 号 2-1)

首次公开发行股票招股说明书 (申报稿)

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

保荐机构（主承销商）



国泰君安证券股份有限公司
GUOTAI JUNAN SECURITIES CO., LTD.

中国（上海）自由贸易试验区商城路 618 号

本次发行概况

发行股票类型	人民币普通股（A股）
发行股数	本次向社会公众首次公开发行不超过2,500万股人民币普通股（A股），占发行后公司总股本的比例不低于25%，本次发行全部为新股发行，原股东不公开发售股份。
每股面值	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	深圳证券交易所
发行后总股本	不超过10,000万股
本次发行前股东所持股份的流通限制、股东对所持股份自愿锁定的承诺	具体内容详见本招股说明书“重大事项提示”之“一、本次发行相关的重要承诺和说明”之“（一）本次发行前股东所持股份的流通限制和自愿锁定的承诺”以及“（二）本次发行前股东持股意向及减持意向的承诺”的相关内容
保荐人（主承销商）	国泰君安证券股份有限公司
招股说明书签署日期	【】年【】月【】日

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。

投资者应当认真阅读发行人公开披露的信息，自主判断企业的投资价值，自主做出投资决策，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

本公司特别提请投资者注意,在作出投资决策之前,务必仔细阅读本招股说明书全文,并特别注意下列重大事项提示。

一、本次发行相关的重要承诺和说明

(一) 本次发行前股东所持股份的流通限制和自愿锁定的承诺

1、控股股东、实际控制人的承诺

发行人控股股东、实际控制人唐斌承诺:

(1) 自公司股票首次在证券交易所公开发行上市之日起 36 个月内,不转让或者委托他人管理本人直接或间接持有的公司首次公开发行股票前已发行的股份,也不由公司回购该部分股份。

(2) 如公司上市后 6 个月内连续 20 个交易日的股票收盘价均低于发行价,或者上市后 6 个月期末股票收盘价低于发行价,则本人持有的公司首次公开发行股票前已发行的股份的锁定期自动延长 6 个月。若公司上市后发生分红、派息、送股、资本公积转增股本等除权、除息行为的,上述发行价为除权除息后的价格。

2、持股 5%以上股东、董事兼副总经理的承诺

发行人持股 5%以上股东、董事兼副总经理高琴承诺:

(1) 自公司股票首次在证券交易所公开发行上市之日起 12 个月内,不转让或者委托他人管理本人持有的公司首次公开发行股票前已发行的股份,也不由公司回购该部分股份。

(2) 如公司上市后 6 个月内连续 20 个交易日的股票收盘价均低于发行价,或者上市后 6 个月期末股票收盘价低于发行价,则本人持有的公司首次公开发行股票前已发行的股份的锁定期自动延长 6 个月。若公司上市后发生分红、派息、送股、资本公积转增股本等除权、除息行为的,上述发行价为除权除息后的价格。

3、机构股东的承诺

发行人机构股东零壹咨询、瑞渝投资、德韬建成、帝欧家居、金玛咨询和艾玛咨询承诺:

自公司股票首次在证券交易所公开发行上市之日起 12 个月内，不转让或者委托他人管理本企业持有的公司首次公开发行股票前已发行的股份，也不由公司回购该部分股份。

4、最近 12 个月内新增股东的承诺

发行人最近 12 个月内新增股东天玛咨询承诺：

(1) 本企业于 2021 年 11 月取得发行人股份，自取得之日起 36 个月内，不转让或者委托他人管理本企业持有的公司首次公开发行股票前已发行的股份，也不由公司回购该部分股份。

(2) 自公司股票首次在证券交易所公开发行上市之日起 12 个月内，不转让或者委托他人管理本企业持有的公司首次公开发行股票前已发行的股份，也不由公司回购该部分股份。

5、其他直接持有公司股份的自然人股东的承诺

发行人股东马礼斌承诺：

自公司股票首次在证券交易所公开发行上市之日起 12 个月内，不转让或者委托他人管理本人持有的公司首次公开发行股票前已发行的股份，也不由公司回购该部分股份。

6、公司董事、高级管理人员的承诺

间接持有发行人股份的董事任芸和高级管理人员沈瀚、张智承诺：

(1) 自公司股票首次在证券交易所公开发行上市之日起 12 个月内，不转让或者委托他人管理本人持有的公司首次公开发行股票前已发行的股份，也不由公司回购该部分股份。

(2) 如公司上市后 6 个月内连续 20 个交易日的股票收盘价均低于发行价，或者上市后 6 个月期末股票收盘价低于发行价，则本人持有的公司首次公开发行股票前已发行的股份的锁定期自动延长 6 个月。若公司上市后发生分红、派息、送股、资本公积转增股本等除权、除息行为的，上述发行价为除权除息后的价格。

7、公司监事的承诺

间接持有发行人股份的监事蔡宝磊和吴亮承诺：

自公司股票首次在证券交易所公开发行上市之日起 12 个月内，不转让或者委托他人管理本人持有的公司首次公开发行股票前已发行的股份，也不由公司回购该部分股份。

（二）本次发行前股东持股意向及减持意向的承诺

1、控股股东、实际控制人的承诺

发行人控股股东、实际控制人唐斌承诺：

（1）在本人所持公司股票锁定期届满后两年内，本人减持持有的公司股票的减持价格均不低于发行价。本人每年减持股份的数量不超过本人持有发行人股份总数的 25%；本人减持发行人股份前，将提前三个交易日予以公告，并按照证券交易所的规则及时、准确地履行信息披露义务。

（2）在本人所持公司股票锁定期届满后，本人担任公司董事、监事或高级管理人员期间内每年转让的公司股份不超过所持有的公司股份总数的 25%。离职后半年内，不转让所持有的公司股份。如本人在任期内提前离职的，在本人离职前最近一次就任公司董事、监事、高级管理人员时确定的任期内，本人每年转让的公司股份数量不超过本人持有公司股份总数的 25%。

（3）在本人所持公司股票锁定期届满后，本人将根据市场情况及自身需要选择通过协议转让、大宗交易、集中竞价等合法方式进行减持，届时将严格遵守《公司法》《证券法》、中国证券监督管理委员会及深圳证券交易所有效的减持要求及相关规定转让全部或部分公司股票，并按照前述规定及时、准确地履行信息披露义务。

2、持股 5%以上股东、董事兼副总经理的承诺

发行人股东、董事兼副总经理高琴承诺：

（1）在本人所持公司股票锁定期届满后两年内，本人减持持有的公司股票的减持价格均不低于发行价。本人每年减持股份的数量不超过本人持有发行人股份总数的 25%；本人减持发行人股份前，将提前三个交易日予以公告，并按照

证券交易所的规则及时、准确地履行信息披露义务。

（2）在本人所持公司股票锁定期届满后，本人担任公司董事、监事或高级管理人员期间内每年转让的公司股份不超过所持有的公司股份总数的 25%。离职后半年内，不转让所持有的本公司股份。如本人在任期内提前离职的，在本人离职前最近一次就任公司董事、监事、高级管理人员时确定的任期内，本人每年转让的公司股份数量不超过本人持有公司股份总数的 25%。

（3）在本人所持公司股票锁定期届满后，本人将根据市场情况及自身需要选择通过协议转让、大宗交易、集中竞价等合法方式进行减持，届时将严格遵守《公司法》《证券法》、中国证券监督管理委员会及深圳证券交易所有效的减持要求及相关规定转让全部或部分公司股票，并按照前述规定及时、准确地履行信息披露义务。

3、机构股东的承诺

发行人机构股东零壹咨询、瑞渝投资、德韬建成、帝欧家居、金玛咨询、艾玛咨询和天玛咨询承诺：

在本企业所持公司股票锁定期届满后，本企业将根据市场情况及自身需要选择通过协议转让、大宗交易、集中竞价等合法方式进行减持，届时将严格遵守《公司法》《证券法》、中国证券监督管理委员会及深圳证券交易所有效的减持要求及相关规定转让全部或部分公司股票，并按照前述规定及时、准确地履行信息披露义务。

4、其他直接持有公司股份的自然人股东的承诺

发行人股东马礼斌承诺：

在本人所持公司股票锁定期届满后，本人将根据市场情况及自身需要选择通过协议转让、大宗交易、集中竞价等合法方式进行减持，届时将严格遵守《公司法》《证券法》、中国证券监督管理委员会及深圳证券交易所有效的减持要求及相关规定转让全部或部分公司股票，并按照前述规定及时、准确地履行信息披露义务。

5、公司董事、监事、高级管理人员的承诺

间接持有发行人股份的董事任芸、高级管理人员沈瀚、张智和监事蔡宝磊、吴亮承诺：

（1）在本人所持公司股票锁定期届满后，本人担任公司董事、监事或高级管理人员期间内每年转让的公司股份不超过所持有的公司股份总数的 25%。离职后半年内，不转让所持有的本公司股份。如本人在任期内提前离职的，在本人离职前最近一次就任公司董事、监事、高级管理人员时确定的任期内，本人每年转让的公司股份数量不超过本人持有公司股份总数的 25%。

（2）在所持公司股票锁定期届满后，本人将根据市场情况及自身需要选择通过协议转让、大宗交易、集中竞价等合法方式进行减持，届时将严格遵守《公司法》《证券法》、中国证券监督管理委员会及深圳证券交易所有效的减持要求及相关规定转让全部或部分公司股票，并按照前述规定及时、准确地履行信息披露义务。

（三）关于稳定股价的预案、承诺及未履行承诺的约束措施

根据《公司法》《证券法》《中国证监会关于进一步推进新股发行体制改革的意见》等相关法律法规及本公司上市地上市规则的要求，为稳定公司股价，保护投资者利益，公司制定《玛格家居股份有限公司首次公开发行股票并上市后三年内稳定股价的预案》，公司、控股股东、实际控制人、董事（不含独立董事，下同）、高级管理人员就稳定公司股价的预案作出了相关承诺。公司上市三年内稳定股价预案的具体内容如下：

1、稳定股价预案有效期及触发条件

本预案自公司股票上市之日起三年内有效。本预案有效期内，一旦出现公司股票持续 20 个交易日收盘价均低于公司上一个会计年度末经审计的每股净资产（每股净资产=合并财务报表中归属于母公司普通股股东权益合计数÷年末公司股份总数，下同）的情形，则立即启动本预案；若在预案有效期内，发行人股票发生除权除息等相关事项时，对股票每股净资产按照有关规定作相应调整。公司应在满足实施稳定股价预案的条件之日起 2 个交易日内发布提示公告，并在 5 个交易日内制定并公告股价稳定具体措施。如未按上述期限公告稳定股价措施

的，则应及时公告具体措施的制定进展情况。

2、稳定股价的具体措施

公司稳定股价的具体措施为：回购公司股票，公司控股股东、实际控制人增持公司股票，董事（不含独立董事，下同）和高级管理人员增持公司股票。公司制定稳定股价预案具体实施方案时，应当综合考虑当时的实际情况及各种稳定股价措施的作用及影响，并在符合相关法律法规的规定的情况下，各方协商确定并通知当次稳定股价预案的实施主体，并在启动股价稳定措施前公告具体实施方案。

公司稳定股价方案不以股价高于每股净资产为目标。当次稳定股价方案实施完毕后，若再次触发稳定股价预案启动情形的，将按前款规定启动下一轮稳定股价预案。

公司及控股股东、实际控制人、董事及高级管理人员在履行其回购或增持义务时，应按照上市所在地证券交易所的相关规则及其他适用的监管规定履行相应的信息披露义务。

（1）公司回购股份

1）公司为稳定股价之目的回购股份，应符合相关法律、法规的规定，且不应导致公司股权分布不符合上市条件。

2）公司回购股份议案需经董事会、股东大会决议通过，其中股东大会须经出席会议的股东所持表决权的三分之二以上通过。公司董事承诺就该等回购事宜在董事会中投赞成票；控股股东、实际控制人承诺就该等回购事宜在股东大会中投赞成票。

3）公司以要约方式回购股份的，要约价格不得低于回购报告书公告前 30 个交易日该种股票每日加权平均价的算术平均值且不低于公司最近一期经审计的每股净资产；公司以集中竞价方式回购股份的，回购价格不得为公司股票当日交易涨幅限制的价格。

4）公司实施稳定股价预案时，拟用于回购资金应为自筹资金。除应符合相关法律法规之要求之外，还应符合以下各项：

①公司用于稳定股价的回购股份的资金总额累计不超过公司首次公开发行新股所募集资金的总额;

②单次用于稳定股价的回购股份的资金金额不高于上一个会计年度经审计的归属于母公司股东净利润的 10%;

③单一会计年度用以稳定股价的回购股份的资金金额合计不超过上一会计年度经审计的归属于母公司股东净利润的 30%。

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实施稳定股价预案。

(2) 控股股东、实际控制人增持股份

1) 控股股东、实际控制人为稳定股价之目的增持股份,应符合《上市公司收购管理办法》等相关法律、法规的规定,且不应导致公司股权分布不符合上市条件。

2) 控制股东、实际控制人在实施稳定股价预案时,应符合下列各项:

①公司控股股东、实际控制人单次用于增持股份的资金不超过其上一会计年度自公司取得的现金分红的 30%;单一会计年度用于增持股份的资金合计不超过上一会计年度自公司取得的现金分红的 60%。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,本公司将继续按照上述原则实施稳定股价预案,以前年度已经用于稳定股价的增持资金金额不再计入累计现金分红金额;

②公司控股股东、实际控制人单次增持股份不超过公司总股本的 2%;

③公司控股股东、实际控制人增持价格不高于上一会计年度经审计的每股净资产。

(3) 董事、高级管理人员增持股份

1) 公司董事及高级管理人员为稳定股价之目的增持股份,应符合《上市公司收购管理办法》及《上市公司董事、监事和高级管理人员所持本公司股份及其变动管理规则》等法律法规的条件和要求且不应导致公司股权分布不符合上市条

件的前提下, 对公司股票进行增持。

2) 公司董事及高级管理人员增持价格应不高于上一会计年度经审计的每股净资产。

3) 公司董事及高级管理人员实施稳定股价预案时, 单次用于增持股份的资金合计不超过董事和高级管理人员上一会计年度从公司领取现金薪酬总和的30%, 且单一会计年度用于增持股份的资金合计不超过其上一会计年度从公司领取的现金薪酬总额。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, 将继续按照上述原则执行稳定股价预案。

4) 公司董事及高级管理人员应根据稳定公司股价预案和相关措施的规定签署相关承诺。公司上市后3年内拟新聘任董事和高级管理人员时, 公司将促使该新聘任的董事和高级管理人员根据稳定公司股价预案和相关措施的规定签署相关承诺。

3、稳定股价预案的实施程序

(1) 公司回购股份

在公司出现应启动稳定股价预案情形, 公司应在收到通知后2个工作日内启动决策程序, 经董事会、股东大会决议通过后, 依法通知债权人和履行备案程序。公司将采取上市所在地证券交易所集中竞价交易、要约等方式回购股份。回购方案实施完毕后, 公司应在2个工作日内公告公司股份变动报告, 并在10日内依法注销所回购的股份, 办理工商变更登记手续。

(2) 控股股东、实际控制人、董事、高级管理人员增持股份

在公司出现应启动稳定股价预案情形时, 公司控股股东、实际控制人、董事及高级管理人员应在收到通知后2个工作日内启动内部决策程序, 就其是否有增持公司股票的具体计划书面通知公司并由公司进行公告, 公司应披露拟增持的数量范围、价格区间、总金额、完成时间等信息。依法办理相关手续后, 应在2个交易日内启动增持方案。增持方案实施完毕后, 公司应在2个工作日内公告公司股份变动报告。

4、稳定股价预案的终止情形

若出现以下任一情形，则视为本次稳定股价措施实施完毕及承诺履行完毕，已公告的稳定股价方案终止执行。

(1) 如股票收盘价连续 5 个交易日高于最近一期经审计的每股净资产，则可中止实施该次稳定股价措施，中止实施稳定股价措施后，如再次出现公司股票收盘价格连续 20 个交易日低于公司最近一期经审计的每股净资产的情况，则应继续实施上述稳定股价措施；

(2) 继续回购或增持公司股份将导致公司股权不符合上市条件；

(3) 公司、控股股东、董事及高级管理人员当年用于回购或增持资金金额已达上限。

5、约束措施

(1) 发行人违反本预案的约束措施

1) 在启动稳定股价措施的前提条件满足时，如公司未采取上述稳定股价的具体措施，将在股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明未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) 如非因不可抗力导致，给投资者造成损失的，公司将向投资者依法承担赔偿责任，并按照法律、法规及相关监管机构的要求承担相应的责任；如因不可抗力导致，应尽快研究将投资者利益损失降低到最小的处理方案，并提交股东大会审议，尽可能地保护公司投资者利益。

(2) 控股股东、实际控制人违反承诺的约束措施

1) 在启动稳定股价措施的前提条件满足时，如公司控股股东、实际控制人未按照上述预案采取稳定股价的具体措施，将在公司股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明未采取上述稳定股价措施的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉。

2) 如公司控股股东、实际控制人未履行上述承诺的，将在前述事项发生之日起 5 个工作日内停止在公司处领取股东分红，同时不得转让本人所持有的公司股份，直至本人按上述预案的规定采取相应的稳定股价措施并实施完毕时为止。

(3) 董事、高级管理人员违反承诺的约束措施

1) 在启动稳定股价措施的前提条件满足时, 如公司董事、高级管理人员未按照上述预案采取稳定股价的具体措施, 将在公司股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明未采取上述稳定股价措施的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉。

2) 如公司董事、高级管理人员未履行上述承诺的, 将在前述事项发生之日起 5 个工作日内停止在公司处领取薪酬或股东分红(如有), 同时不得转让本人所持有的公司股份(如有), 直至本人按上述预案的规定采取相应的稳定股价措施并实施完毕时为止。

6、相关主体关于稳定股价的承诺

(1) 发行人的相关承诺

发行人承诺:

1) 在公司上市后的三年内, 若公司连续 20 个交易日每日股票收盘价均低于最近一期经审计的每股净资产(审计基准日后发生权益分派、公积金转增股本、配股等情况的, 应做除权、除息处理), 公司将按照《玛格家居股份有限公司首次公开发行股票并上市后三年内稳定股价的预案》的具体安排回购公司股份。

2) 在启动稳定股价措施的前提条件满足时, 如本公司未采取上述稳定股价的具体措施, 公司愿意接受有权主管机关的监督, 并承担法律责任, 造成投资者损失的, 将依法赔偿损失。

(2) 控股股东、实际控制人的相关承诺

发行人控股股东、实际控制人唐斌承诺:

1) 在公司上市后三年内, 若公司连续 20 个交易日每日股票收盘价均低于最近一期经审计的每股净资产(审计基准日后发生权益分派、公积金转增股本、配股等情况的, 应做除权、除息处理), 本人持有公司股票的锁定期自动延长六个月, 并按照《玛格家居股份有限公司首次公开发行股票并上市后三年内稳定股价的预案》增持公司股份, 在公司就回购股份事宜召开的股东大会上, 对回购股份的相关决议投赞成票。

2) 在公司出现应启动预案情形且本人符合增持公司股份的条件时，如经股东大会审议通过的稳定股价具体方案规定由本人实施稳定股价措施的，本人将在收到通知后 5 个工作日内公告增持具体计划并按照稳定股价的具体方案规定的期间实际履行。

3) 若因本人未履行上述承诺（因相关法律法规、政策变化、自然灾害及其他不可抗力等本人无法控制的客观原因导致的除外），造成投资者和公司损失的，本人将依法赔偿损失。

（3）董事、高级管理人员的相关承诺

发行人董事、高级管理人员承诺：

1) 在公司上市后三年内，若公司连续 20 个交易日每日股票收盘价均低于最近一期经审计的每股净资产（审计基准日后发生权益分派、公积金转增股本、配股等情况的，应做除权、除息处理），本人持有公司股票的锁定期自动延长六个月，并按照《玛格家居股份有限公司首次公开发行股票并上市后三年内稳定股价的预案》增持公司股份。

2) 在公司出现应启动预案情形且董事及高级管理人员符合增持上市公司股份的条件时，如经股东大会审议通过的稳定股价具体方案规定由公司董事及高级管理人员实施稳定股价措施的，在收到通知后 5 个工作日内公告增持具体计划并按照稳定股价具体方案规定的期间实际履行。

3) 若因本人未履行上述承诺（因相关法律法规、政策变化、自然灾害及其他不可抗力等本人无法控制的客观原因导致的除外），造成投资者和公司损失的，本人将依法赔偿损失。

4) 本人作出的上述承诺在本人持有公司股票期间持续有效，不因本人职务变更或离职等原因而放弃履行上述承诺。

（四）关于招股说明书无虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏的承诺

1、发行人的相关承诺

发行人承诺：

（1）若本公司在投资者缴纳股票申购款后且股票尚未上市流通前，因本公

司首次公开发行股票并上市的招股说明书及其他信息披露资料有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，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，在该等违法事实被中国证监会、证券交易所或司法机关等有权机关最终认定后，对于本公司首次公开发行的全部新股，本公司对已缴纳股票申购款的投资者进行退款。

（2）若本公司首次公开发行的股票上市流通后，因本公司首次公开发行股票并上市的招股说明书及其他信息披露资料有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，公司将在有权机关最终认定有关违法事实后依法启动回购事宜。上述回购实施时法律法规另有规定的从其规定。

（3）若招股说明书及其他信息披露资料存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，公司将依法赔偿投资者损失。

2、控股股东、实际控制人的相关承诺

发行人控股股东、实际控制人唐斌承诺：

（1）若中国证监会或其他有权部门认定招股说明书及其他信息披露资料所载内容存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏之情形，且该等情形对判断公司是否符合法律规定的发行条件构成重大且实质影响的，则本人承诺将极力促使公司依法回购其首次公开发行的全部新股。

（2）如公司招股说明书及其他信息披露资料有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本人将依法赔偿投资者损失。

（3）如果本人未能履行上述承诺，将停止在公司处领取股东分红及领取薪酬（或津贴），同时本人持有的公司股份将不得转让，直至本人按上述承诺采取相应的赔偿措施并实施完毕时为止。若法律、法规、规范性文件及中国证监会或深圳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。

（4）本人以当年度以及以后年度公司利润分配方案中本人享有的利润分配及本人从公司领取的薪酬或津贴作为履约担保。

3、董事、监事、高级管理人员的相关承诺

发行人董事、监事、高级管理人员承诺：

（1）若中国证监会或其他有权部门认定招股说明书及其他信息披露资料所载之内容存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏之情形，且该等情形对判断公司是否符合法律规定的发行条件构成重大且实质影响的，本人将促使公司依法回购其首次公开发行的全部新股。

（2）如公司招股说明书及其他信息披露资料有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本人将依法赔偿投资者损失。

（3）如果本人未能履行上述承诺，将停止在公司处领取薪酬（或津贴），同时本人持有的公司股份将不得转让，直至本人按上述承诺采取相应的赔偿措施并实施完毕时为止。若法律、法规、规范性文件及中国证监会或深圳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。

本人以从公司领取的薪酬或津贴作为履约担保。

4、中介机构的相关承诺

（1）保荐机构（主承销商）的承诺

保荐机构（主承销商）国泰君安证券承诺：

“本公司为玛格家居股份有限公司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；因本公司为发行人首次公开发行制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，本公司将依法先行赔偿投资者损失。”

（2）发行人律师的承诺

发行人律师广东信达律师事务所承诺：

“如因本所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，从而给投资者造成损失的，经司法机关生效判决认定后，本所将依法赔偿投资者因本所制作、出具的文件所载内容有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏而遭受的损失。有权获得赔偿的投资者资格、损失计算标准、赔

偿主体之间的责任划分和免责事由等，按照《证券法》《最高人民法院关于审理证券市场因虚假陈述引发的民事赔偿案件的若干规定》（法释[2003]2号）等相关法律法规的规定执行。如相关法律法规相应修订，则按届时有效的法律法规执行。本所将严格履行生效司法文书确定的赔偿责任，并接受社会监督，确保投资者合法权益得到有效保护。”

（3）发行人会计师、验资及验资复核机构的承诺

发行人会计师、验资及验资复核机构立信会计师事务所承诺：

“本所为玛格家居股份有限公司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，将依法赔偿投资者损失。”

（4）资产评估机构的承诺

资产评估机构银信资产评估公司承诺：

“本公司为玛格家居股份有限公司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；若因本公司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，将依法赔偿投资者损失。”

（五）关于股东信息披露事项的承诺函

根据中国证券监督管理委员会发布的《监管规则适用指引—关于申请首发上市企业股东信息披露》等有关规定，公司针对股东信息披露出具承诺如下：

1、本公司股东均具备持有本公司股份的主体资格，不存在法律法规规定禁止持股的主体直接或间接持有本公司股份的情形；

2、截至本承诺出具日，本次发行的中介机构或其负责人、高级管理人员、经办人员不存在直接或间接持有发行人股份情形；

3、本公司股东不存在违规入股的情形，不存在以本公司股权进行不当利益输送的情形；

4、本公司已及时向为本次发行上市而聘请的中介机构提供了真实、准确、

完整的资料，积极和全面地配合了中介机构开展尽职调查，依法在本次发行上市的申报文件中真实、准确、完整地披露了股东信息，履行了信息披露义务。

（六）关于填补即期回报措施的承诺

本次公开发行股票可能导致投资者的即期回报被摊薄，为保证募集资金有效使用，防范经营风险和即期回报被摊薄的风险，提高未来回报能力，公司将采取以下具体措施以提高公司盈利能力，填补公司被摊薄即期回报，具体如下：

1、公司填补被摊薄即期回报的措施

（1）提高经营管理水平，增强内部控制能力

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人员的管理结构，夯实了公司经营管理和内部控制的基础。未来几年，公司将进一步提高经营管理水平、加快项目建设周期，提升公司的整体盈利能力，同时，公司也将继续加强企业内部控制，加强成本管理并强化预算执行监督，全面有效地控制公司经营和管控风险。

（2）加强募集资金管理，提高资金使用效率

为规范公司募集资金的使用与管理，确保募集资金的使用规范、安全、高效，公司制定了《募集资金管理制度》。本次发行募集资金到位后，将严格按照相关管理制度存放于董事会指定的专项账户并合理规范使用，防范募集资金使用风险。同时，公司将努力提高资金使用效率，完善并强化投资决策程序，设计更为合理的资金使用方案，综合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，提高资金使用效率，降低公司运营成本。

（3）加强市场开拓力度，扩大客户覆盖范围

公司将在稳固现有市场和客户的基础上，持续关注行业发展趋势和市场需求，通过加大研发投入和增强创新水平，提升产品竞争力，进一步加强现有产品和业务的市场开拓力度，扩大客户覆盖范围，增强盈利能力。

（4）严格执行公司分红政策，保障公司股东利益回报

根据中国证监会《关于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知》和《上

市公司监管指引第3号—上市公司现金分红》的要求，公司进一步完善和细化了利润分配政策。公司在充分考虑对股东的投资回报并兼顾公司的成长与发展的基础上，对公司上市后适用的《公司章程（草案）》中有关利润分配的条款内容进行了细化。同时公司结合自身实际情况制订了股东回报规划。上述制度的制订完善，进一步明确了公司分红的决策程序、机制和具体分红比例，将有效地保障全体股东的合理投资回报。未来，公司将继续严格执行公司分红政策，强化投资者回报机制，确保公司股东特别是中小股东的利益得到保护。

（5）其他方式

公司承诺未来将根据中国证监会、深圳证券交易所等监管机构出台的具体细则及要求，并参照上市公司惯例，继续补充、修订、完善公司投资者权益保护的各项制度并予以实施。

上述填补回报措施仅为保证此次募集资金有效使用、有效防范即期回报被摊薄的风险、提高未来回报能力之目的，不构成对公司未来利润做出的保证。

2、相关主体关于填补即期回报切实履行的承诺

（1）发行人的相关承诺

发行人承诺：

1）如本次募集资金到位当年基本每股收益或稀释每股收益低于上年度，导致公司即期回报被摊薄的，公司将按照《玛格家居股份有限公司首次公开发行股票并上市摊薄即期回报有关事项的预案》切实履行即期填补回报措施。

2）如本公司违反上述承诺，公司愿意接受有权主管机关的监督，并承担法律责任，造成投资者损失的，将依法赔偿损失。

（2）控股股东、实际控制人的承诺

发行人控股股东、实际控制人唐斌承诺：

1）如本次募集资金到位当年基本每股收益或稀释每股收益低于上年度，导致公司即期回报被摊薄的，本人将尽最大努力确保公司签署的填补即期回报措施能够得到切实履行，并保证不越权干预公司经营管理活动，不侵占公司利益。

2）若本人违反承诺并给公司或者投资者造成损失的，本人愿意依法承担对

公司或者投资者的补偿责任。

（3）董事、高级管理人员的承诺

发行人董事、高级管理人员承诺：

如本次募集资金到位当年基本每股收益或稀释每股收益低于上年度，导致公司即期回报被摊薄的，本人将尽最大努力确保公司签署的填补回报措施能够得到切实履行，并承诺：

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) 约束职务消费行为；

3) 不动用公司资产从事与履行职责无关的投资、消费活动；

4) 同意公司将薪酬与考核委员会制定的薪酬制度与董事/高级管理人员填补回报措施的执行情况相挂钩；

5) 公司未来对董事、高级管理人员进行股权激励的，同意将行权条件将与董事/高级管理人员填补回报措施的执行情况相挂钩。

若本人违反承诺并给公司或者投资者造成损失的，本人愿意依法承担对公司或者投资者的补偿责任。

（七）本次发行前滚存利润的安排

2021年12月5日，经公司2021年第二次临时股东大会决议通过《关于就公司首次公开发行股票并上市前滚存未分配利润分配方案的议案》，公司本次公开发行前滚存的未分配利润在公开发行后由新老股东按各自持有公司股份的比例共同享有。

（八）本次发行上市后的股利分配政策

根据《公司章程（草案）》《玛格家居股份有限公司首次公开发行股票并上市后三年分红回报规划》，公司发行上市后的主要利润分配政策及上市后的股东分红回报规划如下：

1、利润分配原则

公司重视对投资者的合理投资回报，根据自身的财务结构、盈利能力和未来的投资、融资发展规划实施积极的利润分配政策，保持利润分配政策的持续性和稳定性；公司董事会、监事会和股东大会对利润分配政策的决策和论证应当充分考虑独立董事、监事和公众投资者的意见。公司利润分配不得超过累计可分配利润的范围，不得损害公司持续经营能力。

2、利润分配形式

公司可采取现金、股票、现金股票相结合或者法律许可的其他方式分配股利，现金方式优先于股票方式。具备现金分红条件的，应当优先采取现金分红进行利润分配。

3、利润分配的条件

公司上一年度盈利，累计可分配利润为正，审计机构对公司的上一年度财务报告出具标准无保留意见的审计报告，且不存在重大投资计划或重大现金支出事项（募集资金项目支出除外）。

上述重大投资计划或重大现金支出指以下情形之一：

（1）公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或购买设备累计支出达到或超过公司最近一期经审计净资产的 50%，且超过 5,000 万元；

（2）公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或购买设备累计支出达到或超过公司最近一期经审计总资产的 30%。

根据公司章程关于董事会和股东大会职权的相关规定，上述重大投资计划或重大现金支出须经董事会批准，报股东大会审议通过后方可实施。

4、利润分配方式适用的条件和比例

（1）现金分红的条件和比例

除非不符合利润分配条件，否则公司每年度应当至少以现金方式分配利润一次。公司每三年以现金方式累计分配的利润不少于三年实现的年均可分配利润的 30%。因特殊原因不能达到上述比例的，董事会应当向股东大会作特别说明。

在满足上述现金分红条件和比例的基础上，董事会应当综合考虑公司所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，在满足公司正常生产经营的资金需求情况下，提出实施差异化现金分红政策：

1) 公司发展阶段属成熟期且无重大投资计划或重大现金支出的，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投资计划或重大现金支出的，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投资计划或重大现金支出的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 **20%**。

公司发展阶段不易区分但有重大投资计划或重大现金支出的，可以按照前项规定处理。

（2）股票分红的条件

公司经营状况良好，且董事会认为股票价格与公司股本规模不匹配时，公司可以在满足上述现金分红的条件后，采取股票股利的方式分配利润。公司在确定以股票方式分配利润的具体金额时，应充分考虑以股票方式分配利润后的总股本是否与公司目前的经营规模、盈利增长速度相适应，并考虑对未来债权融资成本的影响，以确保分配方案符合全体股东的整体利益。

公司发行上市后的股利分配政策具体内容请详见本招股说明书“第十四节股利分配政策”之“三、发行后的股利分配政策”。

5、利润分配的期限间隔

公司在符合《公司章程》规定的利润分配条件下，应当每年度进行年度利润分配。公司董事会综合考量公司经营情况、资金状况和盈利水平等因素，可以向股东大会提议进行中期利润分配。

6、利润分配的决策程序

（1）定期报告公布前，公司董事会应详细分析及充分考虑公司实际经营情况，以及社会融资环境、社会融资成本、公司现金流量状况、资金支出计划等各项对公司资金的收支有重大影响的相关因素，在此基础上合理、科学地拟订具体

分红方案。独立董事应在制定现金分红预案时发表明确意见。

(2) 独立董事可以征集中小股东的意见,提出分红提案,并直接提交董事会审议。

(3) 董事会通过分红方案后,提交股东大会审议。公司召开涉及利润分配的股东大会时,应根据《公司法》《公司章程》及其他规范性文件的规定,为中小股东参与股东大会及投票提供便利;召开股东大会时,应保障中小股东对利润分配问题有充分的表达机会,对于中小股东关于利润分配的质询,公司董事、高级管理人员应给予充分的解释与说明。

公司因特殊情况而不进行现金分红时,公司应在董事会决议公告和年报中披露未进行现金分红或现金分配低于规定比例的原因,以及公司留存收益的确切用途及预计投资收益等事项进行专项说明,经独立董事发表意见后提交股东大会审议。

(4) 董事会和股东大会在有关决策和论证过程中应当充分考虑独立董事和公众投资者的意见。公司将通过多种途径(电话、传真、电子邮件、投资者关系互动平台等)听取、接受公众投资者对利润分配事项的建议和监督。

7、利润分配政策的调整

公司调整或变更本章程规定的利润分配政策应当满足以下条件:

- (1) 现有利润分配政策已不符合公司外部经营环境或自身经营状况的要求;
- (2) 调整后的利润分配政策不得违反中国证监会和证券交易所的有关规定;
- (3) 法律、法规、中国证监会或证券交易所发布的规范性文件中规定确有必要对本章程规定的利润分配政策进行调整或者变更的其他情形。

利润分配政策的调整应经董事会审议通过后提交股东大会审议,并经出席股东大会的股东所持表决权的 2/3 以上通过。

关于公司股利分配政策的具体内容请见本招股说明书“第十四节 股利分配政策”。

（九）未能履行承诺的约束措施

1、发行人未能履行承诺的约束措施

发行人出具《公司未能履行承诺的约束措施》，主要内容如下：

本公司将严格履行公司就首次公开发行股票并上市所作出的所有公开承诺事项，积极接受社会监督。如公司在招股说明书中作出的相关承诺未能履行、确已无法履行或无法按期履行的（因相关法律法规、政策变化、自然灾害及其他不可抗力等本公司无法控制的客观原因导致的除外），公司自愿承担相应的法律后果和民事赔偿责任，并采取以下措施：

（1）及时、充分披露本公司承诺未能履行、无法履行或无法按期履行的具体原因；

（2）向股东和投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护公司及股东、投资者的权益，并将上述补充承诺或替代承诺提交公司股东大会审议；

（3）在深圳证券交易场所的网站和符合中国证监会规定条件的媒体上公开说明未履行的具体原因，并向股东和投资者道歉；

（4）公司因违反承诺给投资者造成损失的，将依法对投资者进行赔偿。

如因相关法律法规、政策变化、自然灾害及其他不可抗力等公司无法控制的客观原因导致承诺未能履行、确已无法履行或无法按期履行的，公司将采取以下措施：

（1）及时、充分披露公司承诺未能履行、无法履行或无法按期履行的具体原因；

（2）向股东和投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护公司及股东、投资者的权益。

如法律、法规、规范性文件及中国证券监督管理委员会或深圳证券交易所对本公司因违反公开承诺事项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。

2、控股股东、实际控制人未能履行承诺的约束措施

发行人控股股东、实际控制人唐斌出具《控股股东、实际控制人未能履行承诺的约束措施》，主要内容如下：

本人将严格履行就公司首次公开发行股票并上市所作出的所有公开承诺事项，积极接受社会监督，公司招股说明书及申请文件中所载有关承诺内容系自愿作出，且有能力履行该等承诺。

如承诺未能履行、确已无法履行或无法按期履行的（因相关法律法规、政策变化、自然灾害及其他不可抗力等无法控制的客观原因导致的除外），本人自愿承担相应的法律责任和民事赔偿责任，并采取以下措施：

（1）通过公司及时、充分披露承诺未能履行、无法履行或无法按期履行的具体原因；

（2）向公司及其投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护公司及其投资者的权益，并将上述补充承诺或替代承诺提交公司股东大会审议；

（3）在深圳证券交易场所的网站和符合中国证监会规定条件的媒体上公开说明未履行的具体原因，并向股东和投资者道歉；

（4）违反承诺所得收益将归属于公司，因此给公司或投资者造成损失的，将依法对公司或投资者进行赔偿；

（5）将应得的现金分红由公司直接用于执行未履行的承诺或用于赔偿因未履行承诺而给公司或投资者带来的损失；

（6）同意公司调减工资、奖金和津贴等，并将此直接用于执行未履行的承诺或用于赔偿因未履行承诺而给公司或投资者带来的损失。

如因相关法律法规、政策变化、自然灾害及其他不可抗力等无法控制的客观原因导致承诺未能履行、确已无法履行或无法按期履行的，将采取以下措施：

（1）通过公司及时、充分披露承诺未能履行、无法履行或无法按期履行的具体原因；

（2）向股东和投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护公司及股东、投资者的权益。

如法律、法规、规范性文件及中国证券监督管理委员会或深圳证券交易所对本人因违反公开承诺事项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。

3、董事、监事、高级管理人员未能履行承诺的约束措施

发行人董事、监事、高级管理人员出具《全体董事、监事、高级管理人员关于未能履行承诺的约束措施》,主要内容如下:

本人作出的或公司公开披露的承诺事项真实、有效。如本人承诺未能履行、确已无法履行或无法按期履行的(因相关法律法规、政策变化、自然灾害及其他不可抗力等本人无法控制的客观原因导致的除外),本人将采取以下措施:

1、通过公司及时、充分披露本人承诺未能履行、无法履行或无法按期履行的具体原因;

2、向公司及其投资者提出补充承诺或替代承诺,以尽可能保护公司及其投资者的权益,并将上述补充承诺或替代承诺提交公司股东大会审议;

3、在深圳证券交易场所的网站和符合中国证监会规定条件的媒体上公开说明未履行的具体原因,并向股东和投资者道歉;

4、本人违反承诺所得收益将归属于公司,因此给公司或投资者造成损失的,将依法对公司或投资者进行赔偿;

5、本人同意公司调减向本人发放工资、奖金和津贴等,并将此直接用于执行未履行的承诺或用于赔偿因未履行承诺而给公司或投资者带来的损失。

如因相关法律法规、政策变化、自然灾害及其他不可抗力等本人无法控制的客观原因导致本人的承诺未能履行、确已无法履行或无法按期履行的,本人将采取以下措施:

1、通过公司及时、充分披露本人承诺未能履行、无法履行或无法按期履行的具体原因;

2、向股东和投资者提出补充承诺或替代承诺,以尽可能保护公司及股东、投资者的权益。

如法律、法规、规范性文件及中国证券监督管理委员会或深圳证券交易所对

本人因违反公开承诺事项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。

二、发行人提醒投资者特别关注风险因素

本公司特别提醒投资者关注如下风险：

（一）房地产行业调控导致公司利润下滑的风险

近年来，我国政府为了保持房地产市场的平稳健康发展，遏制投机性需求，抑制部分城市房价过快上涨的势头，陆续出台了一系列房地产宏观调控政策，有效控制了房地产市场的过热增长。其中，2020年8月出台的“三道红线”融资新规对房地产企业有息负债的规模增速进行限制，房地产企业在融资政策收紧的预期下融资难度有所增加，现金流趋于紧张。

定制家居行业的发展与房地产密切相关，产品需求直接受到商品房销售量、商品房交收期、二手房交易及翻新改造数量的影响。2021年以来，房地产企业债务违约事件频现，如果未来国家加大对房地产的调控力度或者宏观经济形势发生变化，房地产企业未能较好地应对包括“三道红线”在内的调控政策，导致房地市场景气度下降，将会对定制家居行业及公司的生产经营产生不利影响。极端情况下，无法完全排除公司营业利润因上述因素影响出现下滑，乃至上市当年营业利润同比下滑50%以上或上市当年即亏损的可能。

（二）市场竞争加剧风险

定制家居行业主要定位于家居产品的个性化设计、规模化生产和标准化安装，属于家居行业新兴的细分领域，尽管行业市场容量较大、发展前景良好，公司仍面临市场竞争加剧的风险。一方面，同行业公司如欧派家居、索菲亚、尚品宅配等上市公司的资本实力、产销能力较强；另一方面，一些传统家具等领域的企业也看好定制家居行业的发展前景，逐步进入本行业，市场竞争进一步加剧升级。

公司产品虽然已具备一定的市场竞争力，但如果未来不能迅速壮大资金实力并在品牌营销、渠道建设、产品研发、定制服务、信息化系统应用等方面加大投入，市场竞争的加剧可能导致产品的市场竞争力下降，影响未来的经营业绩。

(三) 主要原材料价格波动的风险

公司定制家居产品的主要原材料包括板材、五金配件、木材等,报告期各期,公司直接材料成本占主营业务成本的比重分别为 68.61%、69.14%、70.92%和 68.05%,直接材料价格的波动对公司的主营业务成本影响较大。如果未来板材、五金配件、木材等主要原材料的采购价格大幅上涨或发生较大波动,将不利于公司的成本控制,进而对公司业绩造成不利影响。

(四) 经销商管理风险

公司的产品销售以经销商模式为主,截至 2021 年 6 月 30 日,公司的经销商数量达 685 家。报告期内,公司通过经销商模式实现的收入分别为 74,094.98 万元、79,918.92 万元、79,849.09 万元和 40,192.62 万元,占主营业务收入的比重分别为 98.86%、98.44%、96.82%和 98.21%,在可预见的未来,公司仍将保持以经销商模式为主的销售模式。

经销商体系的稳定运行对于公司发展至关重要。一方面,公司的定制化产品需要经过上门测量安装、个性化设计等流程,经销商的终端服务水平会影响到公司的用户体验和品牌声誉;另一方面,随着公司经营规模的扩大,经销商销售网络也在不断扩张,这对经销商管理能力提出了更高的要求。未来,如果公司不能对经销商销售网络开展持续有效的管理,可能导致公司的渠道建设和品牌形象受到负面影响,进而对公司的经营业绩造成不利影响。

目 录

本次发行概况	1
声 明	2
重大事项提示	3
一、本次发行相关的重要承诺和说明	3
二、发行人提醒投资者特别关注风险因素	26
目 录	28
第一节 释义	33
一、普通术语	33
二、专业术语	35
第二节 概览	37
一、发行人基本情况	37
二、发行人的主营业务	37
三、发行人控股股东、实际控制人	38
四、发行人主要财务数据	39
五、本次发行概况	40
六、募集资金主要用途	40
第三节 本次发行概况	42
一、本次发行的基本情况	42
二、本次发行有关机构	42
三、发行人与有关中介机构的股权关系或其他权益关系	44
四、与本次发行上市有关的重要日期	45
第四节 风险因素	46
一、市场风险	46
二、经营风险	47
三、管理风险	50
四、财务风险	52
五、募集资金投资项目的风险	52
第五节 发行人基本情况	54

一、发行人基本情况	54
二、发行人改制设立情况	54
三、发行人股本形成及其变化情况和重大资产重组情况	56
四、发行人的股权结构和组织结构	70
五、发行人控股子公司、分公司、参股公司基本情况	72
六、发起人、持有公司 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况	77
七、发行人股份情况	89
八、发行人内部职工股、工会持股、职工持股会持股、信托持股、委托持股或股东数量超过 200 人的情况	91
九、发行人员工及其社会保障情况	92
十、控股股东、持有 5%以上股份的主要股东以及作为股东的董事、监事、高级管理人员作出的重要承诺及其履行情况	94
第六节 业务和技术	98
一、发行人主营业务、主要产品及设立以来的变化情况	98
二、发行人所处行业的基本情况	100
三、发行人在行业中的竞争地位	123
四、发行人主营业务的具体情况	129
五、发行人的主要固定资产及无形资产	147
六、发行人特许经营权情况	156
七、发行人主要生产技术及研发情况	156
八、发行人境外生产经营情况	162
九、主要产品和服务的质量控制情况	162
第七节 同业竞争与关联交易	164
一、公司独立经营情况	164
二、同业竞争情况	165
三、避免同业竞争的承诺	165
四、关联方与关联关系	165
五、报告期内的关联交易	170
六、报告期内关联交易制度的执行情况及独立董事意见	175
七、减少及规范关联交易的措施	176

第八节 董事、监事、高级管理人员与核心技术人员	177
一、董事、监事、高级管理人员、核心技术人员简介	177
二、董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属持股情况 ...	181
三、董事、监事、高级管理人员、核心技术人员的对外投资情况.....	182
四、董事、监事、高级管理人员、核心技术人员薪酬情况	183
五、董事、监事、高级管理人员和核心技术人员兼职情况	184
六、董事、监事、高级管理人员和核心技术人员之间存在的亲属关系 ...	185
七、董事、监事及高级管理人员与公司签订的协议、所作承诺及其履行情况	186
八、董事、监事及高级管理人员的任职资格.....	186
九、董事、监事及高级管理人员最近 3 年内的变动情况.....	187
第九节 公司治理	189
一、公司股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度的健全 及运行情况	189
二、发行人内部控制情况	192
三、公司的违法违规情况	193
四、报告期内公司资金占用及违规担保情况.....	194
第十节 财务会计信息	195
一、最近三年及一期主要财务报表	195
二、审计意见和关键审计事项	204
三、财务报告编制基础、财务报表的合并范围及其变化.....	205
四、主要会计政策及会计估计	206
五、发行人适用的各种税费及税率.....	244
六、分部信息	245
七、最近一年收购兼并情况.....	246
八、非经常损益明细	246
九、最近一期末主要资产	247
十、最近一期末的主要债项.....	248
十一、股东权益变动情况	250
十二、现金流量情况	250

十三、报告期内公司主要财务指标	251
十四、发行人盈利预测报告披露情况	253
十五、资产评估情况	253
十六、历次验资情况	253
十七、报告期内会计报表附注中或有事项、期后事项及其他重要事项 ...	253
第十一节 管理层讨论与分析	254
一、财务状况分析	254
二、盈利能力分析	291
三、现金流量分析	325
四、财务状况和盈利能力的未来趋势分析	329
五、公司未来分红回报规划	330
六、重大会计政策或会计估计与可比上市公司的较大差异比较	332
七、发行人重大担保、诉讼、其他或有事项和重大期后事项	332
八、审计截止日后的主要经营状况	332
九、募集资金到位当年每股收益情况	332
第十二节 业务发展目标	336
一、发行人未来发展战略和业务发展目标	336
二、发行人未来发展计划	336
三、发行人拟定上述计划所依据的假设条件	338
四、实施上述规划将面临的主要困难	339
五、实现上述计划拟采用的措施	339
六、上述发展计划与现有业务的关系	340
第十三节 募集资金运用	341
一、募集资金投资项目概况	341
二、募集资金投资项目的必要性和可行性	347
三、本次募集资金投资项目的具体情况	352
四、募集资金运用对公司生产经营和财务状况的影响	357
第十四节 股利分配政策	359
一、最近三年股利分配政策	359
二、最近三年实际股利分配情况	360

三、发行后的股利分配政策.....	361
四、公司上市后三年内股东分红回报规划	364
五、本次发行前滚存利润分配政策.....	364
第十五节 其他重要事项	365
一、有关信息披露和投资者关系的联系方式.....	365
二、重大合同	365
三、对外担保情况	369
四、诉讼或仲裁情况	369
第十六节 董事、监事、高级管理人员及有关中介机构声明	370
一、发行人及其全体董事、监事、高级管理人员声明	370
二、保荐机构（主承销商）声明.....	371
三、保荐机构董事长、总经理声明	372
四、审计机构声明	374
五、资产评估机构声明	375
六、验资机构声明	376
七、验资复核机构声明	377
第十七节 备查文件	378
附件一 商标专用权情况	379
附件二 专利权情况	399
附件三 作品著作权情况	412

第一节 释义

在本招股说明书中，除非文义另有所指，下列简称具有如下含义：

一、普通术语

玛格家居、发行人、公司、本公司	指	玛格家居股份有限公司
本招股说明书、招股说明书	指	玛格家居股份有限公司首次公开发行股票并上市招股说明书
控股股东、实际控制人	指	唐斌先生
玛格有限	指	重庆玛格家居有限公司，玛格家居系由重庆玛格家居有限公司整体变更设立
玛格装饰	指	重庆玛格装饰建材有限公司，曾为公司的开展业务的前身，已于 2019 年 7 月 26 日注销
广东玛格	指	广东玛格家居有限公司，发行人控股子公司
广东玛格广州分公司	指	广东玛格家居有限公司广州市分公司，发行人分公司
玛格科技	指	广东玛格家居科技有限公司，发行人控股子公司
玛格科技广州分公司	指	广东玛格家居科技有限公司广州分公司，发行人分公司
天津玛格	指	天津玛格家居有限公司，发行人控股子公司，目前已停止生产
玛格唐投资	指	广东玛格唐投资有限公司，公司控股股东、实际控制人唐斌控制的企业
重庆浩钥欣	指	重庆浩钥欣信息科技有限公司，原公司股东
天玛咨询	指	广州天玛咨询合伙企业（有限合伙），公司股东
瑞渝投资	指	宿迁瑞渝投资合伙企业（有限合伙），公司股东
德韬建成	指	宿迁德韬建成投资合伙企业（有限合伙），公司股东
零壹咨询	指	零壹（深圳）咨询管理合伙企业（有限合伙），公司股东
帝欧家居	指	帝欧家居股份有限公司，公司股东，系主板上市公司，股票代码为 002798.SZ
金玛咨询	指	金玛（广州）咨询合伙企业（有限合伙），员工持股平台
艾玛咨询	指	艾玛（广州）咨询合伙企业（有限合伙），员工持股平台
建潘集团	指	厦门市建潘集团有限公司，系上市公司金牌厨柜控股股东，为公司的间接股东
建众咨询	指	广州建众企业管理咨询有限公司
博骏家居	指	广州博骏家居科技有限公司
全国人大	指	中华人民共和国全国人民代表大会
国务院	指	中华人民共和国国务院
国家市场监督管理总局	指	中华人民共和国国家市场监督管理总局

住建部	指	中华人民共和国住房和城乡建设部
国家发改委	指	中华人民共和国国家发展和改革委员会
工信部	指	中华人民共和国工业和信息化部
科技部	指	中华人民共和国科学技术部
商务部	指	中华人民共和国商务部
国家统计局	指	中华人民共和国国家统计局
艾瑞咨询	指	艾瑞咨询集团，成立于 2002 年，是一家致力于中国新经济 与产业数字化洞察研究咨询服务领域的品牌
BCG	指	Boston Consulting Group ，波士顿咨询公司，成立于 1963 年，全球性管理咨询公司
亿欧	指	北京亿欧网盟科技有限公司，成立于 2014 年，是一家致 力于推动新科技、新理念、新政策引入实体经济的科技与 产业创新服务平台
瑞信研究院	指	瑞士信贷银行旗下的研究机构，致力于研究具有全球影响 力的长期经济发展
阿里研究院	指	隶属于阿里巴巴集团，成立于 2007 年，是国内互联网企 业中第一家内设研究智库
巨量引擎	指	北京巨量引擎网络技术有限公司，成立于 2016 年，是字 节跳动旗下综合的数字化营销服务平台
知萌咨询	指	北京知萌咨询有限公司，成立于 2011 年，是一家关注中 国未来社会潮流与商业趋势、新技术与新媒体变革的创新 型营销咨询公司
欧派家居	指	欧派家居集团股份有限公司
索菲亚	指	索菲亚家居股份有限公司
尚品宅配	指	广州尚品宅配家居股份有限公司
志邦家居	指	志邦家居股份有限公司
金牌厨柜	指	金牌厨柜家居科技股份有限公司
好莱客	指	广州好莱客创意家居股份有限公司
我乐家居	指	南京我乐家居股份有限公司
皮阿诺	指	广东皮阿诺科学艺术家居股份有限公司
顶固集创	指	广东顶固集创家居股份有限公司
万科	指	万科企业股份有限公司
金科	指	金科地产集团股份有限公司
保荐机构、保荐人、主承销 商、国泰君安证券	指	国泰君安证券股份有限公司
信达、发行人律师	指	广东信达律师事务所
立信、发行人会计师	指	立信会计师事务所（特殊普通合伙）
《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》

证监会、中国证监会	指	中国证券监督管理委员会
报告期	指	2018年、2019年、2020年、2021年1-6月
报告期期末	指	2021年6月30日
A股	指	中国境内公司发行的人民币普通股票
元、万元	指	人民币元、万元

二、专业术语

定制家具	指	根据客户的个性化需求进行测量、设计、制造、安装、服务的家具
全屋定制/定制家居	指	对指定住宅内的全部或部分家居制品和相关的装修产品及其服务进行定制的行为
柔性化生产	指	主要依靠有高度柔性的以计算机数控机床为主的制造设备来实现多品种、小批量的生产方式
成品家具	指	又称活动家具,相较于定制家具,成品家具尺寸、颜色、形状已固定,难以满足个性化需求
定制衣柜	指	结合居室空间结构与消费者个性化需求,将板材、推拉门、玻璃、射灯及其他功能部件统筹配置形成的成套衣柜产品
整体厨柜	指	结合厨房空间结构与消费者个性化需求,将厨柜柜体、台面、厨房电器及其他功能部件统筹配置形成的成套厨柜产品
护墙系统	指	指由多种标准化部件构成的安装在墙面的家居制品,具有颜色丰富,造型多样,结构简便的特点,满足室内装饰,墙面保护等个性化需求。
配套宅品	指	沙发、茶几、餐桌、床、装饰等配套家居宅品
卫浴系统	指	指为用户提供的整套卫浴解决方案,涵盖洁具、储物空间、照明取暖等专用卫浴产品,具有空间功能优化,产品种类丰富,满足消费者个性化需求的特点。
O2O	指	Online To Offline ,一种利用线上进行商品营销而带动线下经营与消费的商业模式
人造板	指	以木材或其他非木材植物为原料,经一定机械加工分离成各种单元材料后,施加或不施加胶粘剂和其他添加剂胶合而成的板材或模压制品,主要包括多层板、颗粒板和密度板等三大类产品
多层板	指	为人造板三大板之一,又称胶合板,由木段旋切成单板或由木方刨切成薄木,再用胶粘剂胶合而成的三层或多层的板状材料,通常用奇数层单板,并使相邻层单板的纤维方向互相垂直胶合而成
颗粒板	指	为人造板三大板之一,又称微粒板、刨花板,由木材或其他木质纤维素材料制成的碎料,施加胶粘剂后在热力和压力作用下胶合成的人造板
密度板	指	为人造板三大板之一,全称为密度纤维板,是以木质纤维或其他植物纤维为原料,经纤维制备,施加合成树脂,在加热加压的条件下,压制成的板材,按其密度可分为高密度纤维板、中密度纤维板和低密度纤维板
三胺板	指	全称为三聚氰胺浸渍胶膜纸饰面人造板,是将带有不同颜

		色或纹理的纸放入三聚氰胺树脂胶粘剂中浸泡，然后干燥到一定固化程度，将其铺装颗粒板、密度板、多层板或其他硬质纤维板表面，经热压而成的板材
素板	指	为未进行表面二次加工处理的各种人造板
PVC	指	Polyvinyl chloride，聚氯乙烯，通用塑料，应用广泛
UV 漆	指	一般指紫外光（UV）固化木器涂料，在紫外线灯的辐照下，UV 液态涂料中的光引发剂受激发变为自由基或阳离子，从而引发涂料中具有反应活性的物质间发生化学反应，最终导致立体型结构的形成，从而使涂料固化。具有效率高，环保的特点。
实木	指	采用完整的木材（原木）制成的木板材。实木板板材坚固耐用、纹路自然，大都具有天然木材特有的芳香，具有较好的吸湿性和透气性，有益于人体健康，不造成环境污染，是制作高档家具、装修房屋的优质板材。
OEM	指	Original Equipment Manufacturer，一种代工生产方式，生产者不直接生产产品，而利用自己掌握的核心技术，负责设计和开发，并控制销售渠道，具体的加工任务委托给代工企业进行
人工智能	指	研究、开发用于模拟、延伸和扩展人的智能的理论、方法、技术及应用系统的一门新的技术科学
城镇化率	指	城镇常住人口占该地区常住总人口的比例
PMC	指	Production Material Control，生产及物料控制
ERP	指	ERP 即 Enterprise Resource Planning，企业资源计划者
SAP	指	SAP 公司，全球领先的企业管理软件解决方案提供商
SRM	指	Supplier Relationship Management，供应商管理
QM	指	Quality Management，质量管理
PDM	指	Product Data Management，产品数据管理
APS	指	Advanced Planning and Scheduling，生产计划系统
MES	指	Manufacturing Execution System，制造企业生产过程执行系统
AMS	指	APS+MES+WMS，智能制造信息化系统。其中 WMS（Warehouse Management System）为仓库管理系统
BOM	指	Bill of Material，物料清单
MDMS	指	Macio Digital Marketing System，数字化营销系统
ISO9001、ISO14000、ISO45001	指	国际标准化组织（ISO）颁布的质量管理国际标准文件体系
中国环境标志产品认证	指	一种标在产品或其包装上的标签，表明该产品不仅质量合格，且具有低毒少害、节约资源等环境优势

本招股说明书除特别说明外所有数值保留 2 位小数，若出现总数与各分项数值之和尾数不符的情况，均为四舍五入原因造成。

第二节 概览

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

一、发行人基本情况

注册中文名称	玛格家居股份有限公司
注册英文名称	Macio Casa Furnishing Co., Ltd
注册资本	7,500 万元
法定代表人	唐斌
成立日期	2013 年 9 月 17 日
整体变更日期	2020 年 10 月 26 日
住所	重庆市巴南区界石镇石桂大道 66 号 2-1
邮政编码	401346
电话号码	020-38856053
传真号码	020-38837371
互联网网址	https://www.macio.com.cn
电子信箱	zhengquanbu@macio.com.cn
经营范围	许可项目：室内外装饰工程设计、施工（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，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准）一般项目：研发、设计、生产、销售：民用家具、办公家具、厨柜、墙裙板、楼梯、木地板、吊顶天花板；销售：装饰材料、建材（以上均不含危险化学品）、家居饰品、板材；企业管理及信息咨询服务，家具安装和维修服务，家具零配件销售，人工智能公共服务平台技术咨询服务，信息系统集成服务，智能家庭消费设备销售，人工智能行业应用系统集成服务，住宅水电安装维护服务，照明器具销售，软件开发，智能家庭消费设备制造，照明器具制造，新型建筑材料制造（不含危险化学品），卫生洁具研发，卫生洁具制造，卫生洁具销售，门窗销售，门窗制造加工，金属门窗工程施工，卫生陶瓷制品制造，卫生陶瓷制品销售，保温材料销售，隔热和隔音材料销售，建筑陶瓷制品销售，建筑装饰、水暖管道零件及其他建筑用金属制品制造，家用电器研发，家用电器制造，家用电器销售，家用电器安装服务，五金产品研发，五金产品制造，五金产品批发，五金产品零售，涂料制造（不含危险化学品），涂料销售（不含危险化学品），厨具卫具及日用杂品研发，厨具卫具及日用杂品批发，厨具卫具及日用杂品零售，皮革制品制造，皮革制品销售，建筑用木料及木材组件加工，家用纺织制成品制造，建筑用石加工（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）

二、发行人的主营业务

发行人是一家专业从事全屋定制家居产品研发、设计、生产、销售及服务的

现代化企业,专注于围绕中高端用户的个性化定制需求,通过信息化的技术手段,为客户提供包括定制衣柜、室内木门、整体厨柜等产品在内的一站式全屋定制家居解决方案。

发行人以原创设计和智能制造作为核心竞争力,形成了现代简约、当代美式、新中式、简奢四大风格全系列产品。公司系国家级工业设计中心,已在重庆、佛山建成智能制造基地,通过研发设计、生产制造、营销及服务全流程的信息化系统,精准处理大规模个性化的订单并形成高效的柔性化生产能力,为消费者提供优质的消费体验与服务。

“玛格”品牌历经十余年的发展,在定制家居市场具备较高的知名度,发行人子公司广东玛格为全国工商联家具装饰业商会实木定制家居专业委员会会长单位。发行人专注中高端定制家居行业多年,已建立覆盖全国的经销商服务体系,截至2021年6月30日,发行人在全国范围内拥有685家经销商,728家经销门店,每年为全国数万家庭提供个性化的全屋定制家居产品及服务。

三、发行人控股股东、实际控制人

截至本招股说明书签署之日,唐斌直接持有公司51.16%的股份,通过金玛咨询间接持有0.38%的股份,通过天玛咨询间接持有3.50%的股份,合计持有发行人55.04%的股份。唐斌为公司的控股股东、实际控制人。

唐斌先生:男,中国国籍,1975年出生,无境外永久居留权,大专学历,身份证号为:5129011975*****。1994年7月至1999年9月,任四川省南充市顺庆区蚕桑局科员;1999年10月至2004年2月从事个体户经营;2004年3月至2016年6月,任玛格装饰董事长兼总经理;2016年7月至2020年9月,任玛格有限董事长;2020年10月至今,任玛格家居董事长兼总经理。目前担任全国工商联家具装饰业商会第五届理事会副会长、实木定制家居专业委员会会长、天玛咨询执行事务合伙人。

四、发行人主要财务数据

(一) 合并资产负债表主要数据

单位：万元

项目	2021年6月末	2020年末	2019年末	2018年末
资产合计	83,573.90	71,218.01	61,416.87	55,130.55
负债合计	49,719.96	37,531.15	34,947.39	39,521.97
股东权益合计	33,853.94	33,686.86	26,469.48	15,608.58
归属于母公司 股东权益合计	33,853.94	33,686.86	26,469.48	15,608.58

(二) 合并利润表主要数据

单位：万元

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
营业收入	41,663.49	83,960.19	82,459.78	76,265.01
营业成本	26,218.07	50,684.76	49,896.66	48,683.74
营业利润	3,572.46	11,646.39	12,178.49	9,334.04
利润总额	3,575.64	11,716.45	12,235.36	9,210.16
净利润	2,966.29	9,853.27	10,016.12	7,044.74
归属于母公司 股东的净利润	2,966.29	9,853.27	10,016.12	7,044.74

(三) 合并现金流量表主要数据

单位：万元

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
经营活动产生的现金流量净额	1,343.74	20,770.39	10,980.88	11,469.32
投资活动产生的现金流量净额	-10,253.20	3,300.61	-8,295.71	-8,595.05
筹资活动产生的现金流量净额	-3,436.22	-6,802.71	-2,152.77	-5,657.30
汇率变动对现金及现金等价物的影响	-	-	-	-
现金及现金等价物净增加额	-12,345.68	17,268.30	532.40	-2,783.02

(四) 主要财务指标

项目	2021年6月末	2020年末	2019年末	2018年末
流动比率(倍)	0.90	0.94	1.12	0.85

速动比率（倍）	0.68	0.77	0.87	0.63
资产负债率（母公司）	56.29%	42.13%	52.26%	64.96%
归属于发行人股东的每股净资产（元/股）	4.51	4.49	3.53	2.08
无形资产（土地使用权除外）占净资产的比例	4.20%	3.59%	3.24%	3.50%
项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
应收账款周转率（次）	56.26	151.31	83.41	73.51
存货周转率（次）	3.65	8.40	8.80	7.84
息税折旧摊销前利润（万元）	7,075.42	16,112.22	16,597.83	13,277.59
归属于发行人股东的净利润（万元）	2,966.29	9,853.27	10,016.12	7,044.74
归属于发行人股东扣除非经常性损益后的净利润（万元）	2,772.89	9,025.40	9,692.80	6,996.13
利息保障倍数（倍）	6.52	15.60	13.65	9.07
每股经营活动产生的现金流量净额（元/股）	0.18	2.77	1.46	1.53
每股净现金流量（元/股）	-1.65	2.30	0.07	-0.37

五、本次发行概况

发行股票种类	人民币普通股（A股）
每股面值	人民币 1.00 元
发行股数	公司拟首次公开发行股票总数不超过 2,500 万股，占发行后总股本的比例不低于 25.00%，最终发行数量以中国证监会核准的发行数量为准
每股发行价格	【】元
定价方式	通过网下投资者询价，由发行人与主承销商协商确定发行价格，或采用证监会认可的其他方式
发行对象	（1）网下投资者：符合中国证监会《证券发行与承销管理办法》规定的投资者；（2）网上发行对象：符合有关规定条件的二级市场投资者；或（3）法律、法规未禁止的其他投资者
发行方式	采用网下向询价对象配售和网上资金申购定价发行相结合的方式，或者中国证监会核准的其他方式
承销方式	余额包销
拟上市地点	深圳证券交易所

六、募集资金主要用途

本次募集资金投向经公司 2021 年 12 月 5 日召开的 2021 年第二次临时股东大会审议确定，由董事会根据项目的轻重缓急情况安排实施，本次公开发行募集

资金扣除发行费用后拟投资于以下项目：

项目名称	投资金额 (万元)	拟投入募 集资金金 额(万元)	项目代码/备案号	环评 批复	实施 主体
玛格家居重 庆工厂智能 改扩建项目	27,614.09	27,614.09	2012-500113-04-01- 594763	渝(巴) 环准[2021]030号	发行 人
智能柜体车 间生产线 建设	13,497.34	13,497.34	2109-500113-04-02- 752484	不适用	发行 人
广东玛格车 间智能改扩 建项目	11,809.40	11,809.40	2110-440607-04-02- 721438	不适用	广东 玛格
研发设计及 信息化升级 项目	8,627.29	8,627.29	2104-500113-07-02- 647221	不适用	发行 人
品牌建设及 营销推广 项目	8,465.60	8,465.60	不适用	不适用	玛格 科技
合计	70,013.72	70,013.72	-	-	-

在完成本次公开发行股票并在上市前，公司将根据实际生产经营需要，以自有资金对上述项目进行前期投入，募集资金到位后，将使用募集资金置换该部分自有资金。

公司将严格按照已经建立的募集资金专项账户管理制度使用募集资金。若本次发行的实际募集资金总额无法满足上述拟投资项目的资金需求，则不足部分由公司通过自筹方式解决。

第三节 本次发行概况

一、本次发行的基本情况

发行股票种类	境内上市人民币普通股（A股）股票
每股面值	人民币 1.00 元
发行股数	发行人本次向社会公众首次公开发行股票不超过 2,500 万股，占发行后公司总股本的比例不低于 25%，本次发行全部为新股发行，原股东不公开发售股份
发行费用分摊	本次发行的承销费用、保荐费用、审计费用、律师费用和其他费用由公司承担
每股发行价格	【】元
发行市盈率	【】倍（按发行后每股收益为基础计算）
发行后每股收益	【】元（按发行前一会计年度经审计的扣除非经常性损益前后孰低的净利润除以发行后总股本计算）
发行前每股净资产	【】元（按发行前一会计年度经审计的归属母公司股东的净资产除以发行前总股本计算）
发行后每股净资产	【】元（按本次发行后净资产除以发行后总股本计算）
发行市净率	【】倍（按发行后每股净资产为基础计算）
发行方式	采用网下向询价对象配售和网上资金申购定价发行相结合的方式，或者中国证监会核准的其他方式。
发行对象	（1）网下投资者：符合中国证监会《证券发行与承销管理办法》规定的投资者；（2）网上发行对象：符合有关规定条件的二级市场投资者；或（3）法律、法规未禁止的其他投资者。
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，扣除发行费用后预计募集资金净额【】万元
发行费用概算	费用总额（不含税）为【】万元，其中： 1、承销及保荐费用【】万元 2、审计费用【】万元 3、律师费用【】万元 4、用于本次发行的信息披露费用【】万元 5、发行手续及其他费用【】万元

二、本次发行有关机构

（一）发行人

名称：	玛格家居股份有限公司
法定代表人：	唐斌
注册地址：	重庆市巴南区界石镇石桂大道 66 号 2-1
联系人：	沈瀚

电话:	020-38856053
传真:	020-38837371

(二) 保荐人(主承销商)

名称:	国泰君安证券股份有限公司
法定代表人:	贺青
注册地址:	中国(上海)自由贸易试验区商城路618号
电话:	0755-23976200
传真:	0755-23970200
保荐代表人:	曹子建、张力
项目协办人:	刘雨晴
项目经办人:	周聪、李宁、韦喆、谢志雄、赵作维

(三) 律师事务所

名称:	广东信达律师事务所
负责人:	林晓春
注册地址:	深圳市福田区益田路6001号太平金融大厦11、12楼
电话:	0755-88265288
传真:	0755-88265537
经办律师:	魏天慧、魏蓝

(四) 审计机构

名称:	立信会计师事务所(特殊普通合伙)
负责人:	杨志国、朱建弟
主要经营场所:	上海市南京东路61号新黄浦金融大厦4楼
电话:	021-63391166
传真:	021-63392558
经办注册会计师:	华毅鸿、袁竞艳

(五) 资产评估机构

名称:	银信资产评估有限公司
法定代表人:	梅惠民
注册地址:	上海市嘉定区曹安公路1615号706室-3

电话:	021-63391088
传真:	021-63391116
经办注册评估师:	黄迅、张清月

(六) 验资及验资复核机构

名称:	立信会计师事务所(特殊普通合伙)
负责人:	杨志国、朱建弟
主要经营场所:	上海市南京东路61号新黄浦金融大厦4楼
电话:	021-63391166
传真:	021-63392558
经办注册会计师:	华毅鸿、卫亚辉

(七) 股票登记机构

名称:	中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司
地址:	深圳市福田区深南大道2012号深圳证券交易所广场25楼
电话:	0755-25938000
传真:	0755-25988122

(八) 申请上市的证券交易所

名称:	深圳证券交易所
地址:	深圳市福田区深南大道2012号
电话:	0755-88668888
传真:	0755-82083295

(九) 保荐机构收款银行

户名:	国泰君安证券股份有限公司
账号:	31001550400050009217
开户行:	中国建设银行股份有限公司上海市分行营业部

三、发行人与有关中介机构的股权关系或其他权益关系

截至本招股说明书签署之日,发行人与本次发行有关中介机构及其负责人、高级管理人员、经办人员之间不存在直接或间接的股权关系或其他权益关系。

四、与本次发行上市有关的重要日期

初步询价时间	【】年【】月【】日
定价公告刊登日期	【】年【】月【】日
网上、网下申购日期	【】年【】月【】日
网上、网下缴款日期	【】年【】月【】日
股票上市日期	【】年【】月【】日

第四节 风险因素

投资者在评价公司此次发行股票时，除本招股说明书提供的其他各项资料外，应特别认真地考虑下述各项风险因素。下述风险因素根据重要性原则和可能影响投资者决策的程度大小排序，该排序并不表示风险因素依次发生。

一、市场风险

（一）房地产行业调控导致公司利润下滑的风险

近年来，我国政府为了保持房地产市场的平稳健康发展，遏制投机性需求，抑制部分城市房价过快上涨的势头，陆续出台了一系列房地产宏观调控政策，有效控制了房地产市场的过热增长。其中，2020年8月出台的“三道红线”融资新规对房地产企业有息负债的规模增速进行限制，房地产企业在融资政策收紧的预期下融资难度有所增加，现金流趋于紧张。

定制家居行业的发展与房地产密切相关，产品需求直接受到商品房销售量、商品房交收期、二手房交易及翻新改造数量的影响。2021年以来，房地产企业债务违约事件频现，如果未来国家加大对房地产的调控力度或者宏观经济形势发生变化，房地产企业未能较好地应对包括“三道红线”在内的调控政策，导致房地产市场景气度下降，将会对定制家居行业及公司的生产经营产生不利影响。极端情况下，无法完全排除公司营业利润因上述因素影响出现下滑，乃至上市当年营业利润同比下滑50%以上或上市当年即亏损的可能。

（二）市场竞争加剧风险

定制家居行业主要定位于家居产品的个性化设计、规模化生产和标准化安装，属于家居行业新兴的细分领域，尽管行业市场容量较大、发展前景良好，公司仍面临市场竞争加剧的风险。一方面，同行业公司如欧派家居、索菲亚、尚品宅配等上市公司的资本实力、产销能力较强；另一方面，一些传统家具等领域的企业也看好定制家居行业的发展前景，逐步进入本行业，市场竞争进一步加剧升级。

公司产品虽然已具备一定的市场竞争力，但如果未来不能迅速壮大资金实力并在品牌营销、渠道建设、产品研发、定制服务、信息化系统应用等方面加大投

入，市场竞争的加剧可能导致产品的市场竞争力下降，影响未来的经营业绩。

二、经营风险

(一) 公共突发性事件等不可抗力风险

2020年，新型冠状病毒肺炎疫情的爆发和蔓延对我国宏观经济产生了较大的影响，定制家居行业也受到了一定的冲击。虽然目前国内疫情已基本得到控制，刺激内需的政策也在逐项落实，但如果境外疫情长期得不到缓解，国内疫情出现反复且得不到有效控制，或者今后出现其他公共突发性事件，定制家居行业客户群体的消费能力和消费信心可能会受到影响，进而对公司的生产经营产生不利影响。

(二) 主要原材料价格波动的风险

公司定制家居产品的主要原材料包括板材、五金配件、木材等，报告期各期，公司直接材料成本占主营业务成本的比重分别为68.61%、69.14%、70.92%和68.05%，直接材料价格的波动对公司的主营业务成本影响较大。如果未来板材、五金配件、木材等主要原材料的采购价格大幅上涨或发生较大波动，将不利于公司的成本控制，进而对公司业绩造成不利影响。

(三) 大宗业务下游客户应收账款回收的风险

报告期内，公司存在为学校 and 房地产客户生产、销售配套定制家居产品的大宗业务。在大宗业务模式下，为公司依据客户信用和资金实力等情况，与客户签订合同，先收取一定比例的货款，然后按照计划安排生产、发货、安装和收取货款，在产品安装完成并且取得相关依据后确认收入。报告期各期，公司大宗业务收入分别为855.35万元、1,265.48万元、2,622.97万元和734.48万元，占主营业务收入的比例分别为1.14%、1.56%、3.18%和1.79%，呈增长趋势。

受中央和地方精装房政策持续推进的影响，我国精装房市场规模将持续扩大，公司大宗业务的收入占比也可能会继续提升，但大宗业务模式与经销商模式在结算方式上存在明显差异，大宗业务项目验收及回款周期相对较长，如果客户资信状况在信用期内有所下滑，会导致公司存在一定应收账款收回的风险。

（四）产品质量风险

消费者愈发重视健康的生活品质，对定制家居产品的产品质量和环保性能的要求也越来越高。尽管公司已经建立了较为完善的质量控制体系，但无法完全排除产品出现质量问题或环保性能不达标的风险。

如果公司在供应商管理、质量控制制度执行等方面出现问题，可能会导致公司产品的质量或环保性能无法获得消费者的认可，进而出现退货、投诉等情形，对公司的品牌声誉和生产经营造成不利影响。

（五）研发设计风险

产品的研发设计能力是定制家居企业的核心能力之一。由于消费者的偏好呈现多元化特征且不断变化，定制家居企业需要准确把握市场潮流，推出符合市场趋势且具备一定个性的产品，形成品牌的独特设计风格。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，注重设计人才的引进和培养，但如果公司不能及时把握消费者的需求变化趋势，研发设计的新品不能满足消费者的需求，则公司存在市场竞争力下降的风险。

（六）安全生产风险

公司根据国家有关法规和行业标准制定了安全生产的相关规定并严格执行，报告期内，公司未发生重大安全事故。但由于公司存货中的木制品和包材辅料等具有易燃、易爆、多粉尘的特性，安全隐患无法完全排除；同时，也有可能出现员工违规操作导致公司发生安全生产事故，公司仍面临安全生产的风险。

（七）环境保护风险

随着国家对环境保护问题的日益重视，政府可能会制订更严格的环保标准和规范。公司作为定制家居制造企业，依法建立了严格的环境保护制度，并按照环保部门的要求投入了环保设备，但在生产过程中不可避免地产生废水、废渣等各类废弃物。未来，如果公司未能持续优化生产工艺、加大环保投入、落实环保举措，可能因为环保问题而面临限产停产或受到行政处罚的风险。

（八）子公司承租房屋产权证书未取得或未提供的风险

发行人子公司广东玛格承租的位于佛山三水工业园区大塘园天泰路 6 号的

房屋中，有 1,080 平方米建筑物的主要用途为展厅、配电房及门卫室，该等房屋未取得产权证书。天津玛格承租位于天津市静海经济开发区北区一号路正东科技产业园 2 号公寓楼作为员工宿舍，截至本招股说明书签署之日，出租方未向天津玛格提供产权证书。

上述产权证书未取得及未提供的情形可能存在房屋租赁合同因房屋产权瑕疵而被认定为无效的风险，更换该等租赁房屋将对公司正常经营产生一定的不利影响。

（九）违建瑕疵风险

报告期内，发行人在位于重庆市巴南区界石镇石桂大道 66 号的土地上建设了配电房、门卫室、油漆库、铁皮房及连廊等建（构）筑物，面积合计约 2,818.78 平方米，该等建筑物均未取得产权证明文件。

尽管重庆市巴南区自然资源和规划局已出具证明，发行人上述行为不属于重大违法违规行为，重庆市巴南区自然资源和规划局暂无拆除计划，发行人可以按照现状继续使用上述建筑物。但发行人仍有可能因上述事项被主管政府部门处以行政处罚或要求承担其他法律责任，并因此导致公司无法继续占有使用有关房产的风险。

（十）租赁合同未备案的风险

截至本招股说明书签署之日，发行人子公司存在未办理房屋租赁备案的情形。其中，未办理租赁备案登记的承租房产共 5 项，租赁面积为 127,082.86 平方米。

根据《中华人民共和国民法典》，未办理租赁登记手续并不影响有关租赁合同本身之效力。但根据《商品房屋租赁管理办法》的规定，房屋租赁应依法办理房屋租赁备案登记手续，未办理房屋租赁备案登记手续的，房屋租赁当事人可能会被房屋主管部门处以一千元以上一万元以下的罚款。发行人存在因上述租赁合同未备案事项而受到处罚、进而影响公司经营业绩的风险。

三、管理风险

（一）经销商管理风险

公司的产品销售以经销商模式为主，截至 2021 年 6 月 30 日，公司的经销商数量达 685 家。报告期各期，公司通过经销商模式实现的收入分别为 74,094.98 万元、79,918.92 万元、79,849.09 万元和 40,192.62 万元，占主营业务收入的比重分别为 98.86%、98.44%、96.82%和 98.21%，在可预见的未来，公司仍将保持以经销商模式为主的销售模式。

经销商体系的稳定运行对于公司发展至关重要。一方面，公司的定制化产品需要经过上门测量安装、个性化设计等流程，经销商的终端服务水平会影响到公司的用户体验和品牌声誉；另一方面，随着公司经营规模的扩大，经销商销售网络也在不断扩张，这对公司的经销商管理能力提出了更高的要求。未来，如果公司不能对经销商销售网络开展持续有效的管理，可能导致渠道建设和品牌形象受到负面影响，进而对公司的经营业绩造成不利影响。

（二）公司品牌管理风险

品牌是消费者购买定制家居产品的重要影响因素。经过多年的培育和发展，“玛格”品牌已拥有较高的知名度，对公司提升产品附加值、提高市场占有率、快速开拓销售渠道等方面起到了重要作用。

随着公司经营规模不断扩大，品牌管理的工作难度日益增加。一方面，若公司在经营过程中出现产品设计及质量问题、售后服务问题而引起消费者不满或投诉，将有损公司的品牌形象；另一方面，随着品牌知名度的提升，公司品牌受到他人侵权或侵害的风险加大。上述风险会对公司的品牌形象及产品的市场竞争力造成不利影响。

（三）业务规模快速扩张带来的管理风险

本次发行完成后，随着募集资金的到位和募投项目的实施，公司的资产规模将大幅增加，生产能力将显著提升，同时，这也对公司的内部管理、资金运营、经营决策、风险控制和市场开拓的能力提出了更高的要求。如果公司未能建立起与规模相适应的高效经营管理体系和经营管理团队，将面临一定的管理风险，对公司的稳定、健康、可持续发展造成不利影响。

（四）社会保险和住房公积金补缴风险

报告期内，公司存在未为部分员工缴纳社会保险及住房公积金的情形。根据《中华人民共和国社会保险法》和《住房公积金管理条例》等相关规定，公司存在被主管部门要求补缴社会保险费和住房公积金的风险。根据公司及子公司所在地社会保险和住房公积金单位最低缴纳标准进行测算，报告期各期，公司及其子公司涉及补缴社会保险和住房公积金合计费用分别为 203.96 万元、223.89 万元、216.19 万元和 16.80 万元，占各期净利润的比重分别为 2.90%、2.24%、2.19% 和 0.57%。

（五）控股股东、实际控制人不当控制的风险

公司现任董事长唐斌直接持有公司 51.16% 的股份，通过金玛咨询间接持有 0.38% 的股份，通过天玛咨询间接持有 3.50% 的股份，合计持有发行人 55.04% 的股份，为公司的控股股东、实际控制人。

虽然公司按照现代企业制度制定了比较完善的法人治理结构，但仍然不能完全避免唐斌利用其控股股东、实际控制人地位，通过行使投票权或其他方式对公司的发展战略、经营决策、财务管理、人事任免等进行不当控制，进而损害公司和中小股东利益的风险。

（六）股东股权质押的风险

天玛咨询为发行人股东，持有发行人 514.65 万股股份，占股份总数的 6.86%。公司董事长、总经理唐斌持有天玛咨询 51.00% 的出资份额，为天玛咨询的执行事务合伙人，唐斌通过天玛咨询间接持有发行人 3.50% 的股份。

截至本招股说明书签署之日，天玛咨询持有的发行人 6.86% 的股份处于质押状态，质权人为中国民生银行股份有限公司佛山支行，系为天玛咨询申请银行贷款提供的质押担保措施。如若未来天玛咨询无法按照约定如期偿还债务，将可能导致上述质押股份出现权属变更的风险，公司控股股东实际控制人唐斌直接及间接持有公司的股份将从 55.04% 下降至 51.54%。

四、财务风险

（一）税收优惠政策变化的风险

根据《关于深入实施西部大开发战略有关税收政策问题的通知》（财税[2011]58号）、《关于深入实施西部大开发战略有关企业所得税问题的公告》（国家税务总局2012年第12号公告）、《重庆市巴南区发展和改革委员会关于玛格家居股份有限公司主营业务适用〈西部地区鼓励类产业目录〉的复函》（巴南发改函[2021]1号）等规定和文件，公司主营业务符合《西部地区鼓励类产业目录》相关规定，2020年度起享受企业所得税税率为15%的税收优惠政策。根据《中华人民共和国企业所得税法》等相关规定，子公司广东玛格持有证书编号为GR201844004645的《高新技术企业证书》，2018年1月1日至2020年12月31日享受企业所得税税率为15%的税收优惠政策。

报告期内，公司因上述政策享受税收优惠的金额分别为320.92万元、731.98万元、756.26万元和467.74万元，占当期净利润的比例分别为4.56%、7.31%、7.68%和15.77%。未来，如果出现国家对高新技术企业的税收优惠政策发生变化或对《西部地区鼓励类产业目录》进行调整、子公司广东玛格在税收优惠期满后未能被继续认定为高新技术企业等情形，公司的经营业绩将受到影响。

（二）净资产收益率被摊薄的风险

本次募集资金到位后，公司的股本规模和净资产将显著增长，而募集资金投资项目的建设和投产均需要一定的时间，短期内难以显著提高公司利润水平。因此，在公司总股本和净资产均有显著增长的情况下，每股收益和加权平均净资产收益率等收益指标存在短期被摊薄的风险。

五、募集资金投资项目的风险

（一）募投项目的实施风险

公司本次募集资金将投资于玛格家居重庆工厂智能改扩建项目、智能柜体车间生产线建设、广东玛格车间智能改扩建项目、研发设计及信息化升级项目和品牌建设及营销推广项目。

在项目的具体实施过程中，市场环境、工程进度、工程管理等因素存在不确

定性，投产时的假设因素也可能发生重大不利变化，因此，公司的募投项目存在不能顺利实施、按期达产的风险。

(二) 募投项目新增产能无法及时消化的风险

本次募投项目投产后，公司产能将大幅增加。虽然公司已经对募投项目进行充分的可行性论证，项目具有良好的市场前景和预期效益，新增产能预计可以得到较好地消化，但仍不能排除由于产业政策、市场环境、消费者需求等发生重大不利变化，公司的市场开拓速度跟不上新增产能或者市场容量增长速度低于预期，导致项目新增产能无法及时消化的风险。

(三) 募投项目折旧摊销费用增加的风险

本次募集资金投资项目全部建成后，每年新增固定资产折旧和无形资产摊销费用合计 4,358.59 万元，将导致公司未来折旧摊销费用增加。由于募集资金投资项目从开始建设到全部达产需一段时期，上述新增折旧摊销费用将会对公司经营业绩造成一定影响，公司面临募投项目实施导致的折旧摊销费用增长带来的经营业绩下降的风险。

第五节 发行人基本情况

一、发行人基本情况

注册中文名称	玛格家居股份有限公司
注册英文名称	Macio Casa Furnishing Co., Ltd
注册资本	7,500 万元
法定代表人	唐斌
成立日期	2013 年 9 月 17 日
住所	重庆市巴南区界石镇石桂大道 66 号 2-1
邮政编码	401346
电话号码	020-38856053
传真号码	020-38837371
互联网网址	https://www.macio.com.cn
电子信箱	zhengquanbu@macio.com.cn

二、发行人改制设立情况

（一）发行人的设立方式

发行人系玛格有限整体变更设立的股份有限公司。2020 年 9 月 30 日，玛格有限全体股东共同签署《玛格家居股份有限公司发起人协议》，一致同意将玛格有限整体变更为股份有限公司。根据立信会计师出具的信会师报字[2020]第 ZD10160 号《审计报告》，玛格有限截至 2020 年 7 月 31 日的母公司账面净资产为人民币 179,770,986.40 元，按 2.3969:1 的比例折为股份有限公司股本 7,500 万股，每股人民币 1 元，余额 104,770,986.40 元计入股份有限公司的资本公积。

2020 年 9 月 30 日，玛格有限召开创立大会，按照发起人协议将玛格有限整体变更为股份有限公司。2020 年 10 月 16 日，立信会计师出具信会师报字[2020]第 ZD10178 号《验资报告》，对此次整体变更的出资情况进行了验证。

2020 年 10 月 26 日，发行人取得重庆市市场监督管理局核发的注册号为 91500113077299231C 的《企业法人营业执照》。

（二）发起人

公司设立时，共有 10 名发起人股东，各发起人持股情况如下：

股东名称	持股数量（万股）	持股比例（%）
唐斌	3,837.00	51.16%
高琴	1,045.20	13.94%
重庆浩钥欣	514.65	6.86%
零壹咨询	412.58	5.50%
瑞渝投资	361.88	4.83%
德韬建成	361.88	4.83%
帝欧家居	361.13	4.82%
魏盛才	343.13	4.58%
金玛咨询	140.03	1.87%
艾玛咨询	122.55	1.63%
合计	7,500.00	100.00%

其中，金玛咨询、艾玛咨询为公司的员工持股平台。

（三）改制设立发行人之前，主要发起人拥有的主要资产和实际从事的主要业务

发行人改制设立的主要发起人（5%以上的股东）为唐斌、高琴、重庆浩钥欣、零壹咨询。

公司改制前，唐斌、高琴拥有的主要资产为玛格有限的股权，实际从事玛格有限的经营管理工作。除此以外，唐斌主要持有玛格唐投资的股权、员工持股平台金玛咨询的出资份额。高琴主要持有玛格唐投资的股权、员工持股平台艾玛咨询的出资份额以及博骏家居 10.00%的股权。

公司改制前，重庆浩钥欣的主要资产为玛格有限的股权，主要从事信息技术服务。

公司改制前，零壹咨询的主要资产为玛格有限的股权，主要从事企业管理咨询等业务。

（四）发行人改制设立时拥有的主要资产和实际从事的主要业务

发行人由玛格有限整体变更设立，在设立时继承了玛格有限的全部资产、负债和业务。改制前后，发行人的主营业务均为定制家居产品的研发、设计、生产、销售及服务。

(五) 发行人成立之后, 主要发起人拥有的主要资产和实际从事的主要业务

发行人设立时, 重庆浩钥欣直接持有发行人 6.86% 的股份, 截至本招股说明书签署之日, 重庆浩钥欣已不再持有发行人任何股份, 具体情况详见“第五节 发行人基本情况”之“三、发行人股本形成及其变化情况和重大资产重组情况”。

除上述情形以外, 发行人设立后, 主要发起人唐斌、高琴、零壹咨询拥有的主要资产和实际从事的主要业务均未发生重大变化。

(六) 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

发行人系由玛格有限整体变更设立, 改制前后业务流程未发生变化。公司的业务流程情况详见本招股说明书“第六节 业务与技术”之“四、发行人主营业务的具体情况”之“(二) 主要产品的工艺流程图”的相关内容。

(七) 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

自公司成立以来, 除股权关系及本招股说明书已披露的关联关系和关联交易外, 在生产经营方面发行人与主要发起人不存在其他的关联关系。

(八) 发起人出资资产的产权变更手续办理情况

发行人系由玛格有限整体变更设立的股份公司, 玛格有限的业务、资产、负债、人员均由发行人整体承继。发起人出资资产的产权均已变更至发行人名下。

三、发行人股本形成及其变化情况和重大资产重组情况

(一) 发行人股本形成及其变化情况

1、2013 年 9 月, 玛格有限设立

2013 年 8 月 13 日, 玛格装饰及重庆浩立地产(集团)有限公司签署了《重庆玛格家居有限公司章程》。公司章程约定, 玛格有限注册资本为 6,800.00 万元, 其中, 股东玛格装饰以货币出资 4,964.00 万元, 占注册资本的比例为 73.00%; 股东重庆浩立地产(集团)有限公司以货币出资 1,836.00 万元, 占注

册资本的比例为 27.00%。

2013 年 9 月 17 日，重庆中朝会计师事务所（普通合伙）出具了“中朝会所验【2013】318 号”《验资报告》，注册资本 6,800.00 万元已完成实缴。

2013 年 9 月 17 日，重庆市工商行政管理局巴南区分局向公司核发了统一社会信用代码为 91500113077299231C 的《营业执照》，玛格有限设立。

玛格有限设立时的股东名称、认缴出资额、实缴出资额、出资比例及出资方式如下：

序号	股东名称	认缴出资额 (万元)	实缴出资额 (万元)	出资比例	出资方式
1	玛格装饰	4,964.00	4,964.00	73.00%	货币
2	重庆浩立地产（集团）有限公司	1,836.00	1,836.00	27.00%	货币
合计		6,800.00	6,800.00	100.00%	—

2、2014 年 4 月，第一次股权转让

2014 年 3 月 3 日，玛格有限召开股东会，重庆浩立地产（集团）有限公司将其持有的玛格有限 27.00% 的股权（对应 1,836.00 万元出资额）转让给重庆浩立投资管理有限公司。

2014 年 3 月 6 日，重庆浩立地产（集团）有限公司与重庆浩立投资管理有限公司签署了股权转让协议。重庆浩立地产（集团）有限公司将其持有的玛格有限 27% 的股权以人民币 1,836 万元的价格转让给重庆浩立投资管理有限公司。

2014 年 4 月 8 日，玛格有限办理完毕上述股权转让事项的工商变更登记手续。

本次股权转让完成后，玛格有限的股东名称、认缴出资额、实缴出资额、出资比例及出资方式如下：

序号	股东名称	认缴出资额 (万元)	实缴出资额 (万元)	出资比例	出资方式
1	玛格装饰	4,964.00	4,964.00	73.00%	货币
2	重庆浩立投资管理有限公司	1,836.00	1,836.00	27.00%	货币
合计		6,800.00	6,800.00	100.00%	—

3、2016年3月，第二次股权转让

2016年3月16日，玛格装饰与玛格唐投资、高琴、唐斌签署了股权转让协议。玛格装饰分别将其持有的玛格有限68.00%的股权（对应4,624万元出资额）以4,624.00万元的价格转让给玛格唐投资；3.00%的股权（对应204万元出资额）以204.00万元的价格转让给唐斌；2.00%的股权（对应136万元出资额）以136.00万元的价格转让给高琴。

2016年3月17日，玛格有限召开股东会同意上述事项。

2016年3月22日，玛格有限办理完毕上述股权转让事项的工商变更登记手续。

本次股权转让完成后，玛格有限的股东名称、认缴出资额、实缴出资额、出资比例及出资方式如下：

序号	股东名称	认缴出资额 (万元)	实缴出资额 (万元)	出资比例	出资方式
1	玛格唐投资	4,624.00	4,624.00	68.00%	货币
2	重庆浩立投资管理有限公司	1,836.00	1,836.00	27.00%	货币
3	唐斌	204.00	204.00	3.00%	货币
4	高琴	136.00	136.00	2.00%	货币
合计		6,800.00	6,800.00	100.00%	—

4、2016年11月，第三次股权转让

2016年11月1日，玛格有限召开股东会，重庆浩立投资管理有限公司将其持有的玛格有限27.00%的股权（对应1,836万元出资额）转让给龚政。

2016年11月2日，重庆浩立投资管理有限公司与龚政签署了股权转让协议。重庆浩立投资管理有限公司将其持有的玛格有限27%的股权以1,836万元的价格转让给龚政。

2016年11月3日，玛格有限办理完毕上述股权转让事项的工商变更登记手续。

本次股权转让完成后，玛格有限的股东名称、认缴出资额、实缴出资额、出资比例及出资方式如下：

序号	股东名称	认缴出资额 (万元)	实缴出资额 (万元)	出资比例	出资方式
1	玛格唐投资	4,624.00	4,624.00	68.00%	货币
2	龚政	1,836.00	1,836.00	27.00%	货币
3	唐斌	204.00	204.00	3.00%	货币
4	高琴	136.00	136.00	2.00%	货币
合计		6,800.00	6,800.00	100.00%	—

5、2016年12月，第四次股权转让

2016年12月27日，玛格有限召开股东会，龚政将其持有的玛格有限27.00%的股权（对应1,836万元出资额）转让给重庆浩钥欣。

同日，龚政与重庆浩钥欣签署了股权转让协议。龚政将其持有的玛格有限27%的股权以1,836万元的价格转让给重庆浩钥欣。

2016年12月28日，玛格有限办理完毕上述股权转让事项的工商变更登记手续。

本次股权转让完成后，玛格有限的股东名称、认缴出资额、实缴出资额、出资比例及出资方式如下：

序号	股东名称	认缴出资额 (万元)	实缴出资额 (万元)	出资比例	出资方式
1	玛格唐投资	4,624.00	4,624.00	68.00%	货币
2	重庆浩钥欣	1,836.00	1,836.00	27.00%	货币
3	唐斌	204.00	204.00	3.00%	货币
4	高琴	136.00	136.00	2.00%	货币
合计		6,800.00	6,800.00	100.00%	—

6、2017年1月，第五次股权转让

2017年1月13日，玛格有限召开股东会，玛格唐投资将其持有的玛格有限2.00%的股权（对应136万元出资额）转让给零壹咨询；重庆浩钥欣将其持有的玛格有限1.00%的股权（对应68万元出资额）转让给零壹咨询。

同日，玛格唐投资、重庆浩钥欣分别与零壹咨询签署了股权转让协议。玛格唐投资将其持有的玛格有限2%的股权以333.33万元的价格转让给零壹咨询；重庆浩钥欣将其持有的玛格有限1%的股权以166.67万元的价格转让给零壹咨

询。

2017年1月26日，玛格有限办理完毕上述股权转让事项的工商变更登记手续。

本次股权转让完成后，玛格有限的股东名称、认缴出资额、实缴出资额、出资比例及出资方式如下：

序号	股东名称	认缴出资额 (万元)	实缴出资额 (万元)	出资比例	出资方式
1	玛格唐投资	4,488.00	4,488.00	66.00%	货币
2	重庆浩钥欣	1,768.00	1,768.00	26.00%	货币
3	零壹咨询	204.00	204.00	3.00%	货币
4	唐斌	204.00	204.00	3.00%	货币
5	高琴	136.00	136.00	2.00%	货币
合计		6,800.00	6,800.00	100.00%	—

基于唐斌及高琴 2018 年度以及未来对于玛格有限经营发展贡献及重要性，2019 年 7 月，经零壹咨询与玛格唐投资、唐斌、高琴各方协商一致并签署协议，就 2017 年 1 月玛格唐投资向零壹咨询转让玛格有限 2% 股权事项，零壹咨询同意向唐斌支付 865 万元款项，向高琴支付 283.14 万元款项。

7、2017 年 4 月，第六次股权转让

2017 年 4 月 8 日，玛格有限召开股东会，重庆浩钥欣将其持有的玛格有限 3.00% 的股权（对应 204 万元出资额）转让给零壹咨询。

同日，重庆浩钥欣与零壹咨询签署了股权转让协议。重庆浩钥欣将其持有的玛格有限 3% 的股权以 2,550 万元的价格转让给零壹咨询。

2017 年 4 月 13 日，玛格有限办理完毕上述股权转让事项的工商变更登记手续。

本次股权转让完成后，玛格有限的股东名称、认缴出资额、实缴出资额、出资比例及出资方式如下：

序号	股东名称	认缴出资额 (万元)	实缴出资额 (万元)	出资比例	出资方式
1	玛格唐投资	4,488.00	4,488.00	66.00%	货币

序号	股东名称	认缴出资额 (万元)	实缴出资额 (万元)	出资比例	出资方式
2	重庆浩钥欣	1,564.00	1,564.00	23.00%	货币
3	零壹咨询	408.00	408.00	6.00%	货币
4	唐斌	204.00	204.00	3.00%	货币
5	高琴	136.00	136.00	2.00%	货币
合计		6,800.00	6,800.00	100.00%	—

8、2017年7月，第七次股权转让

2017年7月3日，玛格有限召开股东会，重庆浩钥欣将其持有的玛格有限4.99%的股权（对应339.32万元的出资额）转让给魏盛才。

2017年7月4日，重庆浩钥欣与魏盛才签署股权转让协议。重庆浩钥欣将其持有的玛格有限4.99%的股权以5,988万元的价格转让给魏盛才。

2017年7月17日，玛格有限办理完毕上述股权转让事项的工商变更登记手续。

本次股权转让完成后，玛格有限的股东名称、认缴出资额、实缴出资额、出资比例及出资方式如下：

序号	股东名称	认缴出资额 (万元)	实缴出资额 (万元)	出资比例	出资方式
1	玛格唐投资	4,488.00	4,488.00	66.00%	货币
2	重庆浩钥欣	1,224.68	1,224.68	18.01%	货币
3	零壹咨询	408.00	408.00	6.00%	货币
4	魏盛才	339.32	339.32	4.99%	货币
5	唐斌	204.00	204.00	3.00%	货币
6	高琴	136.00	136.00	2.00%	货币
合计		6,800.00	6,800.00	100.00%	—

2017年7月4日，魏盛才与马礼斌签署了《股权代持协议》。该协议约定，上述魏盛才持有的玛格有限4.99%的股权实为代马礼斌持有，魏盛才受让玛格有限的实际出资人为马礼斌。

截至本招股说明书签署之日，魏盛才与马礼斌已终止了上述股权代持事项，具体情况详见本节之“16、2021年11月，股份代持还原”。

9、2018年5月，第一次增加注册资本

2017年12月12日，玛格有限召开股东会并作出决议，同意玛格有限注册资本由6,800.00万元增加至7,157.14万元，新增357.14万元注册资本由文振宇以人民币6,000.00万元认缴。

玛格有限相关人士在办理上述增资手续的过程中，因工作疏忽相关文件中股东出资额均只保留了两位小数，导致公司的注册资本及文振宇持有的玛格有限的出资额与实际存在差异。

2018年4月27日，玛格有限召开股东会并作出决议，同意玛格有限注册资本由7,157.14万元增加至7,157.141354万元，新增注册资本0.001354万元由文振宇认缴。

2018年1月16日，天健会计师事务所（特殊普通合伙）四川分所出具了“天健川验（2018）2号”《验资报告》。截至2017年12月22日止，玛格有限已收到文振宇缴纳的投资款6,000.00万元，其中3,571,413.54元计入注册资本，其余计入玛格有限资本公积。

2018年5月10日，玛格有限办理完毕上述增加注册资本事项工商变更登记手续。

2021年4月5日，立信会计师出具《验资复核报告》（信会师报字[2021]第ZD10227号），对上述增资情况进行了复核。

本次增加注册资本完成后，玛格有限的股东名称、认缴出资额、实缴出资额、出资比例及出资方式如下：

序号	股东名称	认缴出资额 (万元)	实缴出资额 (万元)	出资比例	出资方式
1	玛格唐投资	4,488.00	4,488.00	62.71%	货币
2	重庆浩钥欣	1,224.68	1,224.68	17.11%	货币
3	零壹咨询	408.00	408.00	5.70%	货币
4	文振宇	357.141354	357.141354	4.99%	货币
5	魏盛才	339.32	339.32	4.74%	货币
6	唐斌	204.00	204.00	2.85%	货币
7	高琴	136.00	136.00	1.90%	货币

序号	股东名称	认缴出资额 (万元)	实缴出资额 (万元)	出资比例	出资方式
	合计	7,157.141354	7,157.141354	100.00%	—

10、2019年6月，第八次股权转让

2019年3月5日，玛格有限召开股东会，重庆浩钥欣将其持有的玛格有限5.00%的股权（对应357.857万元出资额）转让给瑞渝投资。

2019年3月6日，重庆浩钥欣与瑞渝投资签署了股权转让协议。重庆浩钥欣将其持有的玛格有限5%的股权以5,000万元的价格转让给瑞渝投资。

2019年6月24日，玛格有限办理完毕上述股权转让的工商变更登记手续。

本次股权转让完成后，玛格有限股东名称、认缴出资额、实缴出资额、出资比例及出资方式如下：

序号	股东名称	认缴出资额 (万元)	实缴出资额 (万元)	出资比例	出资方式
1	玛格唐投资	4,488.00	4,488.00	62.71%	货币
2	重庆浩钥欣	866.823	866.823	12.11%	货币
3	零壹咨询	408.00	408.00	5.70%	货币
4	瑞渝投资	357.857	357.857	5.00%	货币
5	文振宇	357.141354	357.141354	4.99%	货币
6	魏盛才	339.32	339.32	4.74%	货币
7	唐斌	204.00	204.00	2.85%	货币
8	高琴	136.00	136.00	1.90%	货币
	合计	7,157.141354	7,157.141354	100.00%	—

11、2019年7月，第九次股权转让

2019年6月25日，玛格有限召开股东会，玛格唐投资按照自身股权比例将其持有的玛格有限股份转让给唐斌、高琴二人。其中，将其持有的玛格有限50.168%的股权（对应3,590.40万元的出资额）转让给唐斌，将其持有的玛格有限12.542%（对应897.60万元的出资额）转让给高琴。

同日，高琴、唐斌分别与玛格唐投资签署了股权转让协议。玛格唐投资将其持有的玛格有限50.168%的股权以3,590.40万元的价格转让给唐斌；玛格唐投资将其持有的玛格有限12.542%的股权以897.60万元的价格转让给高琴。

2019年7月10日,玛格有限办理完毕上述股权转让的工商变更登记手续。

本次股权转让完成后,玛格有限的股东名称、认缴出资额、实缴出资额、出资比例及出资方式如下:

序号	股东名称	认缴出资额 (万元)	实缴出资额 (万元)	出资比例	出资方式
1	唐斌	3,794.40	3,794.40	53.02%	货币
2	高琴	1,033.60	1,033.60	14.44%	货币
3	重庆浩钥欣	866.823	866.823	12.11%	货币
4	零壹咨询	408.00	408.00	5.70%	货币
5	瑞渝投资	357.857	357.857	5.00%	货币
6	文振宇	357.141354	357.141354	4.99%	货币
7	魏盛才	339.32	339.32	4.74%	货币
合计		7,157.141354	7,157.141354	100.00%	—

12、2019年12月,第十次股权转让

2019年1月及2019年7月15日,重庆浩钥欣与德韬建成签署了股权转让协议,重庆浩钥欣将其持有的玛格有限5%的股权(对应357.857万元出资额)以5,000万元的价格转让给德韬建成,两份股权转让协议对于股权转让有关事项的约定相同。

2019年11月18日,玛格有限召开股东会,同意上述事项。

2019年12月4日,玛格有限办理完毕上述股权转让的工商变更登记手续。

本次转让完成后,玛格有限的股东名称、认缴出资额、实缴出资额、出资比例及出资方式如下:

序号	股东名称	认缴出资额 (万元)	实缴出资额 (万元)	出资比例	出资方式
1	唐斌	3,794.40	3,794.40	53.02%	货币
2	高琴	1,033.60	1,033.60	14.44%	货币
3	重庆浩钥欣	508.966	508.966	7.11%	货币
4	零壹咨询	408.00	408.00	5.70%	货币
5	瑞渝投资	357.857	357.857	5.00%	货币
6	德韬建成	357.857	357.857	5.00%	货币

序号	股东名称	认缴出资额 (万元)	实缴出资额 (万元)	出资比例	出资方式
7	文振宇	357.141354	357.141354	4.99%	货币
8	魏盛才	339.32	339.32	4.74%	货币
合计		7,157.141354	7,157.141354	100.00%	—

13、2020年5月，第二次增加注册资本

2019年12月26日，玛格有限召开股东会并作出决议，同意玛格有限注册资本由7,157.141354万元增加至7,416.731354万元，新增注册资本259.59万元由艾玛咨询及金玛咨询认缴，其中艾玛咨询认缴121.09万元，金玛咨询认缴138.50万元。

2020年10月13日，立信会计师事务所（特殊普通合伙）出具了“信会师报字第ZD10177号《验资报告》”。截至2019年12月31日，玛格有限已收到金玛咨询及艾玛咨询合计1,814.5341万元投资款，其中259.59万元计入注册资本，其余1,554.9441万元计入资本公积。

2020年5月12日，玛格有限就上述增加注册资本事宜办理完毕工商变更登记手续。

本次增加注册资本完成后，玛格有限的股东名称、认缴出资额、实缴出资额、出资比例及出资方式如下：

序号	股东名称	认缴出资额 (万元)	实缴出资额 (万元)	出资比例	出资方式
1	唐斌	3,794.40	3,794.40	51.16%	货币
2	高琴	1,033.60	1,033.60	13.94%	货币
3	重庆浩钥欣	508.966	508.966	6.86%	货币
4	零壹咨询	408.00	408.00	5.50%	货币
5	瑞渝投资	357.857	357.857	4.83%	货币
6	德韬建成	357.857	357.857	4.83%	货币
7	文振宇	357.141354	357.141354	4.82%	货币
8	魏盛才	339.32	339.32	4.58%	货币
9	金玛咨询	138.50	138.50	1.87%	货币
10	艾玛咨询	121.09	121.09	1.63%	货币
合计		7,416.731354	7,416.731354	100.00%	—

14、2020年6月，第十一次股权转让

2019年12月，文振宇与帝欧家居签署了股权转让协议，股东文振宇将其持有的玛格有限4.815%的股权（对应357.141354万元出资份额）以7,500万元的价格转让给帝欧家居。

因疫情因素影响，上述股权转让的工商变更登记手续未能及时办理。2020年5月28日，文振宇与帝欧家居另行签署了股权转让协议用于办理工商变更登记手续。该股权转让协议与2019年12月签署的协议在股权转让比例、股权转让价格等方面均保持一致。

2020年5月28日，玛格有限召开股东会同意上述事项。

2020年6月17日，玛格有限办理完毕上述股权转让的工商变更登记手续。

本次转让完成后，玛格有限的股东名称、认缴出资额、实缴出资额、出资比例及出资方式如下：

序号	股东名称	认缴出资额 (万元)	实缴出资额 (万元)	出资比例	出资方式
1	唐斌	3,794.40	3,794.40	51.16%	货币
2	高琴	1,033.60	1,033.60	13.94%	货币
3	重庆浩钥欣	508.966	508.966	6.86%	货币
4	零壹咨询	408.00	408.00	5.50%	货币
5	瑞渝投资	357.857	357.857	4.83%	货币
6	德韬建成	357.857	357.857	4.83%	货币
7	帝欧家居	357.141354	357.141354	4.82%	货币
8	魏盛才	339.32	339.32	4.58%	货币
9	金玛咨询	138.50	138.50	1.87%	货币
10	艾玛咨询	121.09	121.09	1.63%	货币
合计		7,416.731354	7,416.731354	100.00%	—

15、2020年10月，股份有限公司成立

2020年9月30日，玛格有限全体股东共同签署《玛格家居股份有限公司发起人协议》，一致同意将玛格有限整体变更为股份有限公司。根据立信会计师出具的信会师报字[2020]第ZD10160号《审计报告》，玛格有限截至2020年7月31日的母公司账面净资产为人民币179,770,986.40元，按2.3969:1的比例

折为股份有限公司股本 7,500 万股，每股人民币 1 元，余额 104,770,986.40 元计入股份有限公司的资本公积。

2020 年 9 月 30 日，玛格有限召开创立大会，按照发起人协议将玛格有限整体变更为股份有限公司。2020 年 10 月 16 日，立信会计师出具信会师报字[2020]第 ZD10178 号《验资报告》，对此次整体变更的出资情况进行了验证。

2020 年 10 月 26 日，发行人取得重庆市市场监督管理局核发的注册号为 91500113077299231C 的《企业法人营业执照》。

变更为股份有限公司后，玛格家居的股东名称、持股数量、持股比例及出资方式如下：

序号	股东名称	持股数量(万股)	持股比例	出资方式
1	唐斌	3,837.00	51.16%	净资产
2	高琴	1,045.20	13.94%	净资产
3	重庆浩钥欣	514.65	6.86%	净资产
4	零壹咨询	412.58	5.50%	净资产
5	瑞渝投资	361.88	4.83%	净资产
6	德韬建成	361.88	4.83%	净资产
7	帝欧家居	361.13	4.82%	净资产
8	魏盛才	343.13	4.58%	净资产
9	金玛咨询	140.03	1.87%	净资产
10	艾玛咨询	122.55	1.63%	净资产
合计		7,500.00	100.00%	—

16、2021 年 11 月，第十二次股权转让

2021 年 11 月 1 日，重庆浩钥欣与天玛咨询签署了股权转让协议，股东重庆浩钥欣将其持有的玛格家居 6.86% 的股份（514.65 万股），以 7,548.20 万元的价格转让给天玛咨询，转让价格为 14.67 元/股。

本次转让完成后，玛格家居的股东名称、持股数量及持股比例如下：

序号	股东名称	持股数量(万股)	持股比例
1	唐斌	3,837.00	51.16%
2	高琴	1,045.20	13.94%

序号	股东名称	持股数量（万股）	持股比例
3	天玛咨询	514.65	6.86%
4	零壹咨询	412.58	5.50%
5	瑞渝投资	361.88	4.83%
6	德韬建成	361.88	4.83%
7	帝欧家居	361.13	4.82%
8	魏盛才	343.13	4.58%
9	金玛咨询	140.03	1.87%
10	艾玛咨询	122.55	1.63%
合计		7,500.00	100.00%

17、2021年11月，股份代持还原

（1）股份代持的形成情况及原因

马礼斌看好玛格有限高端实木定制业务，且其实际控制的皮阿诺（002853.SZ）有外延拓展业务的需求；但当时玛格有限处于高速发展初期，各项规范化运作尚未完善，直接用皮阿诺投资存在一定的风险；为提前给皮阿诺锁定并购标的，马礼斌拟受让重庆浩钥欣持有的上述玛格有限 4.99%的股权。但考虑到如果其本人直接持股，会让其他机构误以为玛格有限与皮阿诺有关联，影响玛格有限的后续融资或业务发展。因此马礼斌委托魏盛才代其受让并持有前述玛格有限 4.99%股权。

2017年7月4日，重庆浩钥欣与魏盛才签署股权转让协议，重庆浩钥欣将其持有的玛格有限 4.99%的股权以 5,988 万元的价格转让给魏盛才。

同日，魏盛才与马礼斌签署了《股权代持协议》。该协议约定，上述魏盛才持有的玛格有限 4.99%的股权实为代马礼斌持有，魏盛才受让玛格有限的实际出资人为马礼斌。

（2）股份代持的演变情况及解除过程

为真实还原公司股东真实情况，马礼斌与魏盛才解除代持关系。2021年11月2日，马礼斌与魏盛才签署《股份代持终止协议》，魏盛才将其所持玛格家居股权以 0 元的价格还原至马礼斌名下，完成股权代持还原。股份代持期间及代持的解除均不存在任何纠纷或潜在纠纷。

本次代持还原完成后，玛格家居的股东名称、持股数量及持股比例如下：

序号	股东名称	持股数量（万元）	持股比例
1	唐斌	3,837.00	51.16%
2	高琴	1,045.20	13.94%
3	天玛咨询	514.65	6.86%
4	零壹咨询	412.58	5.50%
5	瑞渝投资	361.88	4.83%
6	德韬建成	361.88	4.83%
7	帝欧家居	361.13	4.82%
8	马礼斌	343.13	4.58%
9	金玛咨询	140.03	1.87%
10	艾玛咨询	122.55	1.63%
合计		7,500.00	100.00%

（二）发行人沿革过程中股东之间尚未解除的特殊约定

重庆浩钥欣（甲方）、魏盛才（乙方）、熊浩（丙方）及重庆浩立地产（集团）有限公司（丁方）于2017年7月签署《股权转让合同之补充协议》及《股权转让合同之补充协议（二）》，该等补充协议除约定甲方向乙方转让玛格有限4.99%的股权事项外，还约定下述内容：1、甲方承诺玛格有限2018年税后扣除非经营性净利润8,000万元以上（经国内排名前二十的会计师事务所或乙方同意的会计师事务所审计后的净利润），否则，甲方选择执行以下条件（二选一）：

（1）要求甲方按甲乙双方的股权转让成交价格回购全部股份，并以全部股权转让款总金额为基数按年息8%向乙方支付利息，甲方应于收到乙方提出的回购要求后10天内履行完毕；（2）要求甲方无偿转让其在玛格有限4.99%的股份给乙方，甲方应于收到乙方提出无偿转让股份的要求后10天内履行完毕，无偿转让给乙方的股份经工商部门核准变更股权登记为甲方履行完毕之标准。2、若玛格有限2018年被相关公司并购成功或单独上A股市场，则乙方无权向甲方提出回购股份或无偿转让股份的要求。3、若由于甲方的原因导致其回购股份或无偿转让股份无法履行，则甲方应向乙方承担相应的违约责任，即支付转让总金额的30%作为赔偿款。4、甲方在回购和无偿转让股权给乙方的股权手续之前；甲方须在玛格有限保留不低于8%的股份，此股份作为用于给乙方的保证措施，此8%

的股份未经乙方书面同意，不得对外转让给第三方。否则承担违约责任。5、若甲方因业绩无法达成承诺触动上述需要回购或赔偿的条款时，乙方有权选择是否执行该条款；如果乙方选择维持现状不提出回购或赔偿，则甲方无需按上述回购或赔偿条款执行；如果乙方选择执行该条款，甲方需按上述回购或赔偿条款执行。

经核查，保荐机构和发行人律师认为，上述协议虽存在特殊约定的情况，但不存在发行人作为对赌协议当事人的情况；不存在可能导致公司控制权变化的约定；不存在与市值挂钩的情况；不存在严重影响发行人持续经营能力或者其他严重影响投资者权益的情形。上述协议不涉及需要发行人承担任何义务的情况，符合《首发业务若干问题解答》问题5的相关规定。

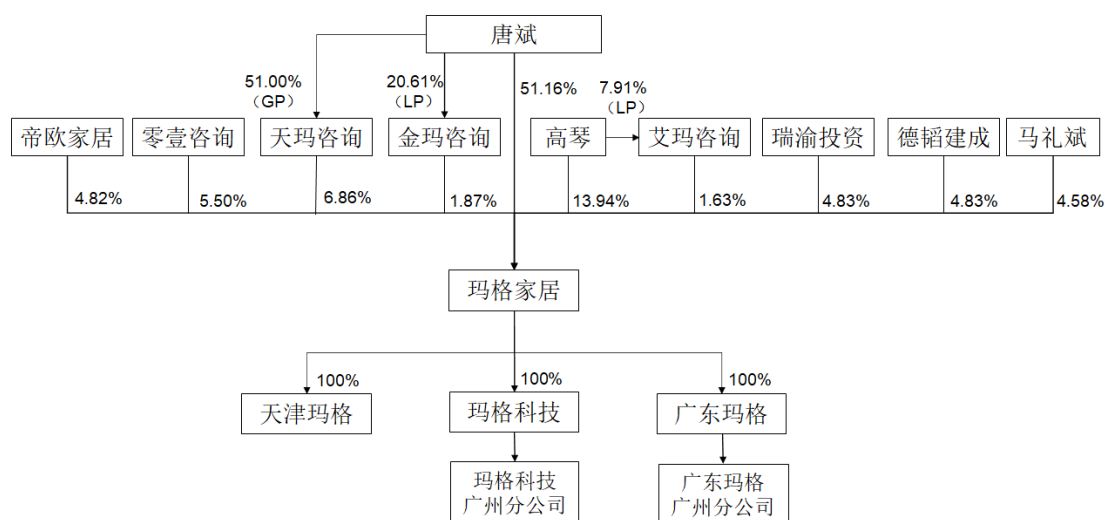
(三) 发行人设立以来重大资产重组情况

公司自设立以来，未进行过重大资产重组。

四、发行人的股权结构和组织结构

(一) 发行人的股权结构

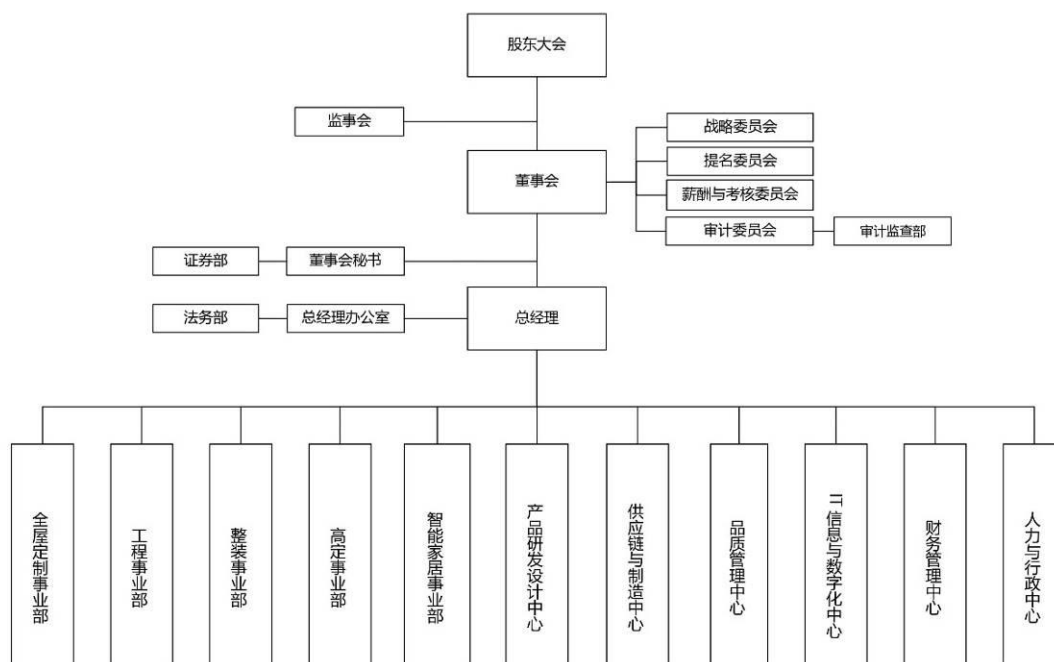
截至本招股说明书签署之日，公司的股权架构如下图所示：



(二) 发行人组织结构及其职能

公司的法人治理结构由股东大会、董事会和监事会构成。股东大会是公司的最高权力机构，董事会是公司的决策机构，监事会对公司董事会、高级管理人员以及公司的经营管理情况进行监督。

公司的组织结构图如下表所示：



公司各职能部门的主要职责如下：

序号	部门	主要职能
1	全屋定制事业部	负责全屋定制家居产品对外销售系统的整体运营，建立健全销售与服务网络体系，制定销售策略与政策，执行销售活动；负责渠道建设与优化、市场宣传推广、经销商管理、线上流量运营、客户服务与售后管理等
2	工程事业部	负责工程精装房战略集采业务的开拓、投标、产品供应、安装交付与售后服务；拓展与培育工程经销商，维护与支持经销商渠道的日常运营
3	高定事业部	塑造、维护公司高级定制品牌形象及推广；负责产品规划、设计与研发；负责业务渠道的开拓建设与管理；制定高级定制产品销售策略和政策，执行销售活动；主导高级定制业务方案设计、安装交付与售后服务
4	整装事业部	建立健全整体装修业务运营模式；负责整体装修业务渠道的开拓建设与管理；协调内部产品与整合外包成品家具产品及服务资源的开发与整合；制定整体装修产品销售策略和政策，执行销售活动；统筹整体装修产品的供应，管理交付效率与质量
5	智能家居事业部	开展智能家居产品市场调研与客户价值分析；制定智能家居产品体系、架构与定价策略；负责产品设计研发；协助供应商体系开发；制定智能家居产品在各事业渠道中的销售策略和政策；输出产品应用方案及培训内容，提升终端应用和销售能力
6	产品研发设计中心	开展全屋定制产品的市场调研与客户价值分析；负责产品的规划、设计、研发与全生命周期管理；负责产品工艺技术开发、创新、工艺标准制定、落地监督与优化；负责产品数据

序号	部门	主要职能
		维护与管理
7	供应链与制造中心	负责订单交付、物料需求、采购跟单、生产制造、仓储物流的计划制定与执行管理；负责供应商的开发、管理与成本控制；主导产能规划与工业布局；负责生产制造设备投入方案的设计、执行与日常维护
8	品质管理中心	建立健全质量方针，制定产品研发、来料、制造、流通、安装等环节的检验与品控标准，并指导各相关部门执行；根据消费者品质诉求，制定内部品质攻关方案并推进实施；负责产品实验室的建设与日常运营管理
9	IT 信息与数字化中心	设计各业务价值链的信息与数字化建设方向与架构；组织与实施各业务板块的信息化、数字化项目；协助信息与数字化供应商资源的开发与选型；负责公司数据库、桌面系统与信息安全的规划、建设与落地
10	财务管理中心	负责财务战略、财务政策的制定和组织实施，建立健全财务会计管理制度；负责日常财务管理、成本测算、会计核算、会计监督和资金管理；负责为公司的经营决策提供真实、准确的财务信息；参与拟定公司年度利润计划、资金计划、费用预算计划及预算编制与检查
11	人力与行政中心	制定组织与人力资源发展计划；建立健全人力资源管理制度并组织实施；负责组织管理、人力预算、人才发展、员工招聘、绩效管理、薪酬激励等方案的设计与实施；推动组织与人力效能提升；负责 EHS、行政管理体的规划与实施
12	审计监查部	建立健全公司内部审计制度；负责内部稽核并对各部门经营的合规性，以及会计信息和经营绩效的真实合法、资产的安全、完整进行检查、监督和评价，保证相关会计控制制度的贯彻实施。检查、评价公司各项规章制度与流程的执行情况，并督促优化改善
13	法务部	负责对公司商业合作、内部管理、对外宣传、对外交流等过程中传递的信息合法性、合规性进行审查，并指导改善；负责公司各类涉诉事务的协商、调解、仲裁及诉讼；组织开展内部法律宣传与教育；为公司证券与投融资等项目提供法律支持
14	总经理办公室	协助总经理拟定经营计划与实施落地；负责各类运营管理信息与数据的收集、统计、分析，为总经理决策提供依据和解决方案；负责运营管理类会议的策划、组织、记录与跟进实施
15	证券部	负责公司信息披露事务；维护与管理投资者关系；负责公司三会的筹备、组织与实施

五、发行人控股子公司、分公司、参股公司基本情况

截至本招股说明书签署之日，发行人共有 3 家全资子公司，2 家分公司以及 1 家参股公司，具体情况如下：

（一）发行人控股子公司情况

截至本招股说明书签署之日，发行人的控股子公司具体情况如下：

1、广东玛格家居有限公司

公司名称	广东玛格家居有限公司		
成立时间	2010年9月25日		
统一社会信用代码	9144060756258030XA		
注册资本	1,000万元		
实收资本	1,000万元		
法定代表人	唐斌		
注册地址和 主要生产经营地	佛山市三水区中心科技工业区大塘园A区68-4号(自编号:1号-3号)		
经营范围	研发、生产、销售:家具、家居饰品、五金制品、装饰材料;经营和代理各类商品及技术的进出口业务。(依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动)		
主营业务与发行人 主营业务的关系	主要从事玛格家居产品的研发、生产		
股东构成及持股比例	股东名称	持股比例	
	玛格家居	100.00%	
主要财务数据 (万元)	项目	2021年6月30日 /2021年1-6月	2020年12月31日 /2020年度
	总资产	36,744.11	22,677.32
	净资产	16,604.78	13,974.72
	净利润	2,587.17	6,383.19
	审计情况	经立信会计师事务所审计	经立信会计师事务所审计

2、广东玛格家居科技有限公司

公司名称	广东玛格家居科技有限公司		
成立时间	2019年1月9日		
统一社会信用代码	91440607MA52R26Q18		
注册资本	1,000万元		
实收资本	1,000万元		
法定代表人	唐华君		
注册地址和 主要生产经营地	佛山三水工业园区大塘园天泰路1号F10之一(仅作办公场所使用,住所申报)		
经营范围	研发、销售:家具、智能家居产品、建筑材料、装饰材料(不含危险化学品)、家居饰品、家用电器、五金及配件、厨房及卫浴产品;企业管理服务;信息技术及软件开发服务;会议及展览服务;货物运输代理服务;室内外装饰工程设计与施工;设计、制作、发布、代理各类广告;智能家居技术转让服务;货物或技术进出口(国家禁止或涉及行政审批的货物和技术进出口除外)。(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。)		

主营业务与发行人主营业务的关系	主要从事玛格家居产品的销售工作		
股东构成及持股比例	股东名称	持股比例	
	玛格家居	100.00%	
主要财务数据 (万元)	项目	2021年6月30日 /2021年1-6月	2020年12月31日 /2020年度
	总资产	16,804.73	15,190.68
	净资产	651.38	847.06
	净利润	-218.37	264.76
	审计情况	经立信会计师事务所审计	经立信会计师事务所审计

3、天津玛格家居有限公司

公司名称	天津玛格家居有限公司		
成立时间	2014年7月1日		
统一社会信用代码	91120223300770525F		
注册资本	500万元		
实收资本	500万元		
法定代表人	唐斌		
注册地址和 主要生产经营地	天津市静海经济开发区北区一号路		
经营范围	家用家具、办公家具、橱柜、套装门、墙裙板、楼梯、木地板、吊顶天花板生产、销售；装饰材料、建材、家居饰品、厨房家用电器、五金交电、板材销售；软件技术咨询服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）		
主营业务与发行人主营业务的关系	报告期内主要从事玛格家居产品的研发、生产，目前已停止生产		
股东构成及持股比例	股东名称	持股比例	
	玛格家居	100.00%	
主要财务数据 (万元)	项目	2021年6月30日 /2021年1-6月	2020年12月31日 /2020年度
	总资产	29.42	59.98
	净资产	-812.11	-782.23
	净利润	-29.88	-76.83
	审计情况	经立信会计师事务所审计	经立信会计师事务所审计

(二) 发行人分公司情况

公司在广州设立运营中心，由广东玛格广州市分公司和玛格科技广州分公司开展业务，具体情况如下：

1、广东玛格家居有限公司广州市分公司

公司名称	广东玛格家居有限公司广州市分公司
负责人	唐斌
营业场所	广州市天河区林和西路1号2801-2812（仅限办公用途）
成立时间	2016年11月12日
经营范围	联系总公司业务

2、广东玛格家居科技有限公司广州分公司

公司名称	广东玛格家居科技有限公司广州分公司
负责人	唐华君
营业场所	广州市天河区林和西路1号2801-2812（仅限办公）
成立时间	2019年2月1日
经营范围	商品批发贸易（许可审批类商品除外）；互联网商品销售（许可审批类商品除外）；软件批发；厨房设备及厨房用品批发；五金产品批发；家用电器批发；家居饰品批发；建材、装饰材料批发；灯具、装饰物品批发；家具批发；家具零售；家具设计服务；家具安装；木质装饰材料零售；室内装饰设计服务；金属装饰材料零售；五金零售；厨房用具及日用杂品零售；信息技术咨询服务；软件开发；会议及展览服务；室内装饰、装修；广告业；建筑材料设计、咨询服务；新材料技术转让服务；商品零售贸易（许可审批类商品除外）；材料科学研究、技术开发

（三）发行人参股公司情况

截至本招股说明书签署之日，发行人的参股公司具体情况如下：

2014年9月，公司投资50万元，参与设立重庆向南商业保理有限公司，占该公司的股权比例为1%。重庆向南主要从事商业保理等相关业务。截至本招股说明书签署之日，公司已就注销重庆向南事宜签署股东会决议。

（四）发行人报告期内注销的子公司

截至本招股说明书签署之日，发行人在报告期内注销的子公司共有3家，注销前具体情况如下：

1、重庆玛格装饰建材有限公司

公司名称	重庆玛格装饰建材有限公司
成立时间	2004年4月6日

统一社会信用代码	91500116759278665Y	
注册资本	1,500万元	
实收资本	1,500万元	
法定代表人	唐斌	
注册地址	重庆市巴南区界石镇石桂大道66号2-1	
经营范围	研发、设计、生产、销售:民用家具、办公家具、橱柜;销售:建材(不含危险化学品)、家居饰品、厨房家用电器、五金、板材;货物及技术进出口业务;企业管理及信息咨询服务。(依法须经批准的项目、经相关部门批准后方可开展经营活动)	
主营业务	玛格装饰曾为公司的开展业务的前身,2016年,公司位于巴南的生产基地建成后,玛格装饰的业务逐步停止,报告期内未产生收入	
股东构成及持股比例	股东名称	持股比例
	玛格家居	100.00%
注销日期	2019年7月26日	

2、北京维典力合科技有限公司

公司名称	北京维典力合科技有限公司	
成立时间	2009年11月18日	
统一社会信用代码	91110107697748069P	
注册资本	50万元	
实收资本	50万元	
法定代表人	唐斌	
注册地址	北京市石景山区八角北里37号楼8层804号	
经营范围	技术开发、技术转让、技术服务;装饰设计;图文设计、制作;销售家具、建筑材料、装饰材料、化工产品(不含危险化学品)、办公用品、五金交电。(企业依法自主选择经营项目,开展经营活动;依法须经批准的项目,经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动;不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。)	
主营业务	报告期内未从事经营业务	
股东构成及持股比例	股东名称	持股比例
	玛格装饰	100.00%
注销日期	2018年6月20日	

3、重庆玛格唐家居设计有限公司

公司名称	重庆玛格唐家居设计有限公司	
成立时间	2016年12月22日	
统一社会信用代码	91500113MA5U9T9253	

注册资本	100万元	
实收资本	未缴纳	
法定代表人	高琴	
注册地址	重庆市巴南区界石镇石桂大道66号2-1	
经营范围	研发、设计、销售：民用家具、办公家具、橱柜、套装门、墙裙板、楼梯、木地板、吊顶天花板；家居产品的研发、设计；室内外装饰工程设计、施工（须经审批的经营项目,取得审批后方可从事经营）；计算机软硬件的开发及销售；计算机信息系统集成服务；计算机信息技术与管理咨询服务。（依法须经批准的项目、经相关部门批准后方可开展经营活动）	
主营业务	报告期内未从事经营业务	
股东构成及持股比例	股东名称	持股比例
	玛格家居	100.00%
注销日期	2018年6月28日	

六、发起人、持有公司 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况

（一）发起人

1、唐斌

唐斌，男，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号为 5129011975*****，住所为重庆市沙坪坝区。唐斌直接持有公司 51.16%的股份，通过金玛咨询间接持有公司 0.38%的股份，通过天玛咨询间接持有公司 3.50%的股份，合计持有发行人 55.04%的股份。唐斌为公司的控股股东、实际控制人。

2、高琴

高琴，女，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号为 5102111971*****，住所为重庆市江北区。高琴直接持有公司 13.94%的股份，通过艾玛咨询间接持有公司 0.13%的股份，合计持有发行人 14.07%的股份。

3、重庆浩钥欣

重庆浩钥欣的具体情况如下：

公司名称	重庆浩钥欣信息科技有限公司
成立时间	2016年12月26日

统一社会信用代码	91500113MA5U9YLM9E		
注册资本	1,768万元		
实收资本	1,768万元		
法定代表人	龚政		
注册地址和 主要生产经营地	重庆市巴南区巴滨路6号12幢12-3		
经营范围	计算机信息技术服务；软件开发、销售及平面设计；系统集成；计算机软硬件及耗材、办公设备租赁、销售；网络技术咨询服务；办公自动化产品销售；办公系列软件销售。（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）		
主营业务	未实际开展经营业务		
股东构成及持股比例	股东名称	持股比例	
	龚政	80.00%	
	王法	20.00%	
	合计	100.00%	
主要财务数据 (万元)	项目	2021年6月30日 /2021年1-6月	2020年12月31日 /2020年度
	总资产	5,719.41	5,577.23
	净资产	2,093.47	1,890.61
	净利润	202.86	162.89
	审计情况	未经审计	未经审计

截至本招股说明书签署之日，重庆浩钥欣已未持有发行人股份。

4、瑞渝投资及德韬建成

瑞渝投资及德韬建成均为温建怀、潘孝贞实际控制的企业，瑞渝投资及德韬建成合计持有公司 9.65%的股份，具体情况如下：

(1) 瑞渝投资

瑞渝投资为公司股东，持有公司 4.83%的股份，瑞渝投资的具体情况如下：

公司名称	宿迁瑞渝投资合伙企业（有限合伙）
成立时间	2019年2月1日
统一社会信用代码	91321323MA1XWEDT10
注册资本	5,000万元
实收资本	5,000万元
执行事务合伙人	福州建潘卫厨有限公司

注册地址	宿迁市泗阳县经济开发区北京东路66号		
经营范围	实业投资；企业管理咨询服务；从事非证券股权投资活动及相关咨询业务；从事投资管理及相关咨询服务业务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）		
主营业务	对外投资		
出资人构成及出资比例	股东名称	出资比例	
	金牌厨柜	99.00%	
	福州建潘卫厨有限公司	1.00%	
	合计	100.00%	
主要财务数据 (万元)	项目	2021年6月30日 /2021年1-6月	2020年12月31日 /2020年度
	总资产	7,515.88	7,515.88
	净资产	7,515.88	6,886.98
	净利润	144.75	144.60
	审计情况	未经审计	未经审计

其中，福州建潘卫厨有限公司为金牌厨柜的全资子公司，金牌厨柜的实际控制人为温建怀、潘孝贞。

（2）德韬建成

德韬建成为公司股东，持有公司 4.83% 的股份，德韬建成的具体情况如下：

公司名称	宿迁德韬建成投资合伙企业（有限合伙）	
成立时间	2017年6月20日	
统一社会信用代码	91321323MA1P8B6B3Y	
注册资本	30,000万元	
实收资本	30,000万元	
执行事务合伙人	许亚南	
注册地址	泗阳县众兴镇北京东路66号	
经营范围	实业投资；资产管理；企业管理；从事非证券股权投资活动及相关咨询业务；投资管理；投资信息咨询服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	
主营业务	对外投资	
出资人构成及出资比例	股东名称	出资比例
	建潘集团	66.67%
	泗阳科创投资发展有限公司	30.00%
	宿迁德韬投资管理有限公司	3.33%

	合计		100.00%
	项目	2021年6月30日 /2021年1-6月	2020年12月31日 /2020年度
主要财务数据 (万元)	总资产	26,774.70	26,716.35
	净资产	26,704.23	26,646.00
	净利润	58.23	-224.86
	审计情况	未经审计	未经审计

德韬建成为私募股权投资基金(基金编号:SY4297),其私募基金管理人为宿迁德韬投资管理有限公司(备案文号:P1061654)。

德韬建成为建潘集团控制的企业,建潘集团为上市公司金牌厨柜的控股股东,实际控制人为温建怀、潘孝贞。

5、零壹咨询

零壹咨询为公司的股东,持有公司5.50%的股份,零壹咨询的具体情况如下:

公司名称	零壹(深圳)咨询管理合伙企业(有限合伙)	
成立时间	2016年8月4日	
统一社会信用代码	91440300MA5DHPNX56	
注册资本	3,050万元	
实收资本	3,050万元	
执行事务合伙人	刘瑾	
注册地址	深圳市前海深港合作区前湾一路1号A栋201室(入驻深圳市前海商务秘书有限公司)	
经营范围	企业管理咨询、投资咨询、经济信息咨询、网络信息咨询(均不含限制项目);投资项目策划、企业形象策划、文化活动策划、品牌营销策划、市场推广策划、展览展示策划;从事广告业务(法律法规、国务院规定需另行办理广告经营审批的,需取得许可后方可经营);投资兴办实业(具体项目另行申报);信息技术转让;在网上从事商贸活动(不含限制项目);国内贸易(不含专营、专卖、专控商品);经营进出口业务(法律、行政法规、国务院决定禁止的项目除外,限制的项目须取得许可后方可经营)。(以上各项涉及法律、行政法规、国务院决定禁止的项目除外,限制的项目须取得许可后方可经营)	
出资人构成及出资比例	合伙人名称	出资比例
	陈红克	92.62%
	刘瑾	3.12%
	石伟	1.64%

	李惠芳	1.64%	
	李建刚	0.98%	
	合计	100.00%	
主要财务数据 (万元)	项目	2021年6月30日 /2021年1-6月	2020年12月31日 /2020年度
	总资产	821.79	702.97
	净资产	474.72	487.94
	净利润	151.82	124.04
	审计情况	未经审计	未经审计

6、帝欧家居

帝欧家居为深交所主板上市公司，持有公司 4.82% 的股份，帝欧家居的具体情况如下：

公司名称	帝欧家居股份有限公司		
成立时间	1994年3月14日		
统一社会信用代码	915120002068726561		
注册资本	38,689.31万元		
实收资本	38,689.31万元		
注册地址和 主要生产经营地	四川省成都市简阳市贾家镇工业开发区		
经营范围	制造、销售：卫浴产品、水暖材料、建材，相关产品出口及相关原材料进口；纸箱加工与制造；洁具产品的安装、维修及售后服务、咨询服务；设计、制造、销售、安装：家具、橱柜，以及提供售后服务；门、窗、地板、墙板、吊顶及其他装饰材料的制造、销售及安装。（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）（涉及国家规定实施准入特别管理措施的除外）。		
股东构成及持股比例	股东名称	持股比例	
	刘进	14.25%	
	吴志雄	13.83%	
	陈伟	13.81%	
	鲍杰军	7.81%	
	其他股东	50.30%	
	合计	100.00%	
主要财务数据 (万元)	项目	2021年6月30日 /2021年1-6月	2020年12月31日 /2020年度
	总资产	958,391.65	896,619.32
	净资产	445,860.02	425,754.68

	净利润	27,044.43	56,318.15
	审计情况	未经审计	经立信会计师审计

注：帝欧家居的股东构成及财务数据来源于上市公司的年度报告、半年度报告、季度报告。

7、魏盛才

魏盛才，男，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号为 3621271971****，住所为广东省中山市。魏盛才所直接持有公司的 4.58% 的股份系代马礼斌持有，代持还原后，魏盛才已不再担任公司股东。

马礼斌，男，中国国籍，无境外永久居留权，身份号码为 3601021970****，住所为广东省中山市，系深交所主板上市公司皮阿诺的控股股东及实际控制人。

8、金玛咨询

金玛咨询持有公司股份数量为 140.03 万股，持有公司股份比例为 1.87%，金玛咨询的具体情况如下：

公司名称	金玛（广州）咨询合伙企业（有限合伙）		
成立时间	2019年12月19日		
统一社会信用代码	91440101MA5D387HXA		
注册资本	968.12万元		
实收资本	968.12万元		
执行事务合伙人	张智		
注册地址	广州市天河区林和西路1号2801-2812（仅限办公）		
经营范围	投资咨询服务		
主要财务数据 （万元）	项目	2021年6月30日 /2021年1-6月	2020年12月31日 /2020年度
	总资产	968.31	968.57
	净资产	968.31	968.07
	净利润	56.26	56.11
	审计情况	未经审计	未经审计

金玛咨询的合伙人的出资及在公司的任职情况如下：

合伙人	合伙人类型	出资金额 （万元）	出资比例	公司任职
唐斌	有限合伙人	199.53	20.61%	董事长、总经理

合伙人	合伙人类型	出资金额 (万元)	出资比例	公司任职
金海鹏	有限合伙人	62.93	6.50%	全屋定制事业部总经理
唐华君	有限合伙人	62.93	6.50%	供应链与制造中心广东制造基地总经理
谭兴义	有限合伙人	48.89	5.05%	全屋定制事业部副总经理
蒋礼	有限合伙人	48.89	5.05%	全屋定制事业部副总经理
张智	普通合伙人	48.89	5.05%	财务负责人
朱春明	有限合伙人	48.89	5.05%	工程事业部工程供应链部总监
陈宗洪	有限合伙人	48.89	5.05%	供应链与制造中心设备管理部总监
万川	有限合伙人	41.92	4.33%	产品研发设计中心副总经理
康华	有限合伙人	41.92	4.33%	供应链与制造中心总经理
蔡宝磊	有限合伙人	38.43	3.97%	董事长助理兼人力与行政中心总监
沈瀚	有限合伙人	38.43	3.97%	董事会秘书
杨勇	有限合伙人	34.95	3.61%	产品研发设计中心产品研发部总监
陈红吉	有限合伙人	34.95	3.61%	全屋定制事业部建店部总监
张茂杰	有限合伙人	34.95	3.61%	全屋定制事业部客服部总监
谭屿枫	有限合伙人	27.98	2.89%	高定事业部副总经理兼全屋定制事业部品牌市场部总监
何正阳	有限合伙人	27.98	2.89%	全屋定制事业部新零售部总监
李启豪	有限合伙人	27.88	2.88%	智能家居事业部副总监
张家峰	有限合伙人	21.01	2.17%	全屋定制事业部销售部副总监
杜华军	有限合伙人	13.94	1.44%	供应链与制造中心广东制造基地生产总监
李罗	有限合伙人	13.94	1.44%	装配式研发部总监
合计		968.12	100.00%	-

9、艾玛咨询

艾玛咨询持有公司股份数量为 122.55 万股，持有公司股份比例为 1.63%，艾玛咨询的具体情况如下：

公司名称	艾玛（广州）咨询合伙企业（有限合伙）
成立时间	2019年12月20日
统一社会信用代码	91440101MA5D3A2Y26
注册资本	846.42万元

实收资本	846.42万元		
执行事务合伙人	任芸		
注册地址	广州市天河区林和西路1号2801-2812（仅限办公）		
经营范围	投资咨询服务		
主要财务数据 （万元）	项目	2021年6月30日 /2021年1-6月	2020年12月31日 /2020年度
	总资产	846.56	846.87
	净资产	846.56	846.37
	净利润	49.21	48.90
	审计情况	未经审计	未经审计

艾玛咨询的合伙人的出资及在公司的任职情况如下：

合伙人	合伙人类型	出资金额 （万元）	出资比例	公司任职
高琴	有限合伙人	66.95	7.91%	董事、副总经理
任芸	普通合伙人	34.96	4.13%	董事、财务管理中心重庆财务部高级经理
张国民	有限合伙人	34.96	4.13%	全屋定制事业部培训部总监
向高	有限合伙人	27.93	3.30%	IT 信息与数字化中心副总监
黄巧英	有限合伙人	27.93	3.30%	供应链与制造中心供应链管理本部成本管理部高级经理
甘德军	有限合伙人	27.93	3.30%	供应链与制造中心重庆制造基地生产总监
罗文英	有限合伙人	27.93	3.30%	工程事业部工程运营部总监
刘玮阳	有限合伙人	27.93	3.30%	工程事业部工程业务部副总监
王秀兰	有限合伙人	27.93	3.30%	产品研发设计中心/产品企划部副总监
黄丽娟	有限合伙人	27.93	3.30%	全屋定制事业部培训部副总监
任福明	有限合伙人	27.93	3.30%	工程事业部工程运营部高级经理
赖惠琼	有限合伙人	20.99	2.48%	财务管理中心广东财务部经理
李勇	有限合伙人	20.99	2.48%	IT 信息与数字化中心总监
刘伟	有限合伙人	20.99	2.48%	供应链与制造中心供应链管理本部仓储物流部经理
郭其勇	有限合伙人	20.99	2.48%	供应链与制造中心供应链管理本部工程采购室经理
李展宇	有限合伙人	20.99	2.48%	高定事业部产品研发部总监
徐岭虹	有限合伙人	20.99	2.48%	高定事业部高定工艺部副总监
方泽波	有限合伙人	20.99	2.48%	全屋定制事业部招商部招商二部高级经理

合伙人	合伙人类型	出资金额 (万元)	出资比例	公司任职
刘鹏飞	有限合伙人	20.99	2.48%	全屋定制事业部销售部经理
杨江	有限合伙人	20.99	2.48%	全屋定制事业部销售部经理
孙超华	有限合伙人	20.99	2.48%	全屋定制事业部销售部副总监兼销售五区总监
邹旭	有限合伙人	20.99	2.48%	全屋定制事业部客服部订单管理部经理
吴亮	有限合伙人	13.97	1.65%	监事、审计监察部高级经理
梁伟	有限合伙人	13.97	1.65%	工程事业部工程供应链部工程物流部经理
刘德波	有限合伙人	13.97	1.65%	全屋定制事业部招商部招商一部经理
陈存庞	有限合伙人	13.97	1.65%	全屋定制事业部销售部经理
张峰	有限合伙人	13.97	1.65%	全屋定制事业部销售部高级经理
杨怡	有限合伙人	13.97	1.65%	全屋定制事业部客服部渠道服务与管理部经理
李春亮	有限合伙人	13.97	1.65%	供应链与制造中心重庆制造基地木工车间经理
何继专	有限合伙人	13.97	1.65%	供应链与制造中心重庆制造基地油漆车间经理
常星	有限合伙人	13.97	1.65%	人力与行政中心广东人力与行政部经理
于博	有限合伙人	13.97	1.65%	全屋定制事业部销售部销售二区总监
黄娟	有限合伙人	13.97	1.65%	财务管理中心重庆财务部成本经理
陈金龙	有限合伙人	13.97	1.65%	IT信息与数字化中心研发设计系统部经理
任雪兰	有限合伙人	13.97	1.65%	产品研发设计中心产品研发部经理
张亚非	有限合伙人	13.97	1.65%	产品研发设计中心 PDM 产品数控部经理
赵艳秋	有限合伙人	10.5	1.24%	供应链与制造中心供应管理部副总监
胡积昌	有限合伙人	10.5	1.24%	产品研发设计中心产品研发部副总监
鄢小群	有限合伙人	7.03	0.83%	人力与行政中心重庆人力行政部高级经理
王光润	有限合伙人	7.03	0.83%	供应链与制造中心设备管理部经理
刘发兴	有限合伙人	7.03	0.83%	全屋定制事业部销售部设计支持部经理
罗伟	有限合伙人	7.03	0.83%	全屋定制事业部客服部售后服务部经理
王朝霞	有限合伙人	7.03	0.83%	财务管理中心重庆财务部财务管理经理
廖世银	有限合伙人	3.56	0.42%	证券部证券事务代表

合伙人	合伙人类型	出资金额 (万元)	出资比例	公司任职
合计		846.42	100.00%	-

（二）持有公司 5%以上股份的主要股东

截至本招股说明书签署之日，持有公司 5%以上股份的股东为唐斌、高琴、天玛咨询和零壹咨询，其中唐斌、高琴和零壹咨询的基本情况参见本招股书“第五节 发行人基本情况”之“六、发起人、持有公司 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况”之“（一）发起人”。

天玛咨询持有公司 6.86%的股份，天玛咨询的具体情况如下：

公司名称	广州天玛咨询合伙企业（有限合伙）	
成立时间	2021年9月8日	
统一社会信用代码	91440101MA9Y32EA70	
注册资本	3,019.28万元	
实收资本	3,019.28万元	
执行事务合伙人	唐斌	
注册地址	广州市天河区林和西路1号2801-2812（仅限办公）	
经营范围	企业管理咨询	
股东构成及持股比例	股东名称	持股比例
	唐斌	51.00%
	建潘集团	49.00%
	合计	100.00%

其中，建潘集团为温建怀、潘孝贞实际控制的企业。

（三）实际控制人的情况

本公司的实际控制人为唐斌，其基本情况参见本招股说明书“第二节 概览”之“三、发行人控股股东、实际控制人”。

（四）控股股东、实际控制人控制的其他企业的基本情况

公司的控股股东、实际控制人为唐斌，唐斌为玛格唐投资、天玛咨询的实际控制人，除此之外，唐斌无其他控制的企业。

1、玛格唐投资

玛格唐投资的具体情况如下：

公司名称	广东玛格唐投资有限公司		
成立时间	2016年1月28日		
统一社会信用代码	91440300359969512W		
注册资本	1,000万元		
实收资本	1,000万元		
法定代表人	万雨鑫		
注册地址	深圳市前海深港合作区前湾一路1号A栋201室（入驻深圳市前海商务秘书有限公司）		
经营范围	投资兴办实业、项目投资（具体项目另行申报）；股权投资、投资管理、投资咨询、信息技术咨询、在网上从事商贸活动（以上均不含限制项目）；国内贸易、经营进出口业务（不含专营、专控、专卖商品）。（以上各项涉及法律、行政法规、国务院决定禁止的项目除外，限制的项目须取得许可后方可经营）		
主营业务	对外投资		
股东构成及持股比例	股东名称	持股比例	
	唐斌	80.00%	
	高琴	20.00%	
	合计	100.00%	
主要财务数据 （万元）	项目	2021年6月30日 /2021年1-6月	2020年12月31日 /2020年度
	总资产	1,019.48	1,025.00
	净资产	985.31	987.15
	净利润	-1.84	-1.41
	审计情况	未经审计	未经审计

2、天玛咨询

公司控股股东、实际控制人唐斌直接持有天玛咨询 51.00%的出资份额，天玛咨询的基本情况参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“六、发起人、持有公司 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况”之“（二）持有公司 5%以上股份的主要股东”。

(五) 控股股东和实际控制人持有发行人的股份是否存在质押或其他有争议的情况

1、公司控股股东、实际控制人持有发行人股份存在质押情形

公司控股股东、实际控制人唐斌持有天玛咨询 51%的出资份额，为天玛咨询的执行事务合伙人。天玛咨询持有公司 6.86%的股份，2021 年 12 月 7 日，天玛咨询将其所持有的玛格家居 6.86%的股份质押给中国民生银行股份有限公司佛山支行，为其向中国民生银行股份有限公司佛山支行申请的 4,528.92 万元借款提供质押担保，质押期限至前述主债务结清，被担保主债务的期限为 2021 年 11 月 30 日至 2026 年 11 月 24 日。

2、形成质押的原因及质权的相关情况

2021 年 11 月，天玛咨询拟受让重庆浩钥欣所持玛格家居 6.86%的股权，转让价格为 14.67 元/股，股权对价为 7,548.20 万元。天玛咨询通过银行并购贷款方式，向中国民生银行股份有限公司佛山支行申请并购贷款，借款金额为本次股权交易对价的 60%。根据《并购贷款借款合同》的约定，在上述股权转让完成后，天玛咨询将其所持的股权质押给中国民生银行股份有限公司佛山支行。

中国民生银行股份有限公司(股票代码 600016)为全国性股份制商业银行，成立于 1996 年 2 月 7 日，佛山支行为其分支机构。

天玛咨询与中国民生银行股份有限公司佛山支行签署了《质押合同》对于质权实现情形进行了约定，主要为(1)主合同约定的债务履行期限届满，主债权人未依约清偿债务的，质权人有权随时行使质权，并处分合同项下的质押财产；(2)如出现债权人依照合同约定宣布债务提前到期，借款人出现诉讼、仲裁或重大行政案件可能对质押财产有不利影响，借款人破产、歇业、被申请破产重组、被撤销、被吊销营业执照以及质押财产被查封、扣押、冻结、监管等情形，质权人可以提前行使质权并以所得款项提前清偿主债权。

3、控股股东、实际控制人的偿债能力以及对发行人控制权稳定性的影响

唐斌为公司的控股股东及实际控制人，通过从公司领取薪酬及获取分红回报等方式获取较为稳定的现金流，财务状况良好，具备清偿能力，因无法偿还借款导致上述质押股份被强制处分的可能性较小。

截至本招股说明书签署之日,唐斌通过直接持股的方式持有公司 51.16%的股份,该部分股权不存在质押情形,即使在天玛咨询所持公司股份被强制处分后,唐斌仍持有公司超过 50%的股份,为公司的控股股东和实际控制人。上述股权质押情形不会导致发行人控制权的稳定造成影响。

除上述情形以外,截至本招股说明书签署之日,公司控股股东和实际控制人持有发行人的股份不存在质押或其他有争议的情况。

七、发行人股份情况

(一) 发行人本次发行前后的股本情况

本次发行前,公司总股本为 7,500 万股,本次拟公开发行不超过 2,500 万股人民币普通股,本次发行的股份占发行后公司总股本比例不低于 25%。本次发行不涉及发行人股东公开发售股份。

如本次发行股份为 2,500 万股,本次发行完成前后,公司的股本结构情况如下:

序号	股东名称	发行前		发行后	
		持股数量 (万股)	持股比例	持股数量 (万股)	持股比例
1	唐斌	3,837.00	51.16%	3,837.00	38.37%
2	高琴	1,045.20	13.94%	1,045.20	10.45%
3	天玛咨询	514.65	6.86%	514.65	5.15%
4	零壹咨询	412.58	5.50%	412.58	4.13%
5	瑞渝投资	361.88	4.83%	361.88	3.62%
6	德韬建成	361.88	4.83%	361.88	3.62%
7	帝欧家居	361.13	4.82%	361.13	3.61%
8	马礼斌	343.13	4.58%	343.13	3.43%
9	金玛咨询	140.03	1.867%	140.03	1.40%
10	艾玛咨询	122.55	1.634%	122.55	1.23%
11	社会公众	-	-	2,500.00	25.00%
合计		7,500.00	100.00%	10,000.00	100.00%

(二) 发行人前十大股东

本次发行前,公司前十大股东及其持股情况如下:

序号	股东	持股数量（万股）	持股比例
1	唐斌	3,837.00	51.16%
2	高琴	1,045.20	13.94%
3	天玛咨询	514.65	6.86%
4	零壹咨询	412.58	5.50%
5	瑞渝投资	361.88	4.83%
6	德韬建成	361.88	4.83%
7	帝欧家居	361.13	4.82%
8	马礼斌	343.13	4.58%
9	金玛咨询	140.03	1.87%
10	艾玛咨询	122.55	1.63%
合计		7,500.00	100.00%

（三）发行人前十名自然人股东及其在发行人处担任职务的情况

截至本招股说明书签署之日，发行人前十名自然人股东及其在发行人处担任职务的情况如下：

序号	股东姓名	持股数量（万股）	持股比例	在发行人处担任职务的情况
1	唐斌	3,837.00	51.16%	董事长、总经理
2	高琴	1,045.20	13.94%	董事、副总经理
3	马礼斌	343.13	4.58%	无

（四）国有股份及外资股份情况

截至本招股说明书签署之日，公司不存在国有股份和外资股份。

（五）最近一年发行人新增股东及战略投资者情况

最近一年，公司新增股东为天玛咨询。

天玛咨询为公司控股股东、实际控制人唐斌控制的企业，天玛咨询的基本情况详见“第五节 发行人基本情况”之“六、发起人、持有公司 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况”之“（二）持有公司 5%以上股份的主要股东”。

公司原股东重庆浩钥欣投资公司多年，担任公司股东期间因其自身资金需求原因不断减持其所持股份。2021年11月，重庆浩钥欣考虑其自身资金需求以及

无法配合公司及中介机构开展进一步的股东核查工作，为获取确定性的投资回报，经与公司现有股东协商，将其所持公司股权转让给公司实际控制人唐斌与建潘集团共同设立的天玛咨询。本次转让的价格为 14.67 元/股，对应公司整体估值为 11 亿元，系参考建潘集团实际控制的瑞渝投资、德韬建成入股玛格家居对应的 10 亿元估值基础上协商确定。

经核查，天玛咨询的普通合伙人兼执行事务合伙人唐斌为发行人股东、董事长兼总经理，且唐斌为发行人股东金玛咨询的有限合伙人并持有 20.61% 的出资份额。发行人股东瑞渝投资、德韬建成均为天玛咨询有限合伙人建潘集团控制的企业。除此之外，天玛咨询及其合伙人与发行人其他股东、董事、监事、高级管理人员不存在关联关系。

经核查，天玛咨询与本次发行的中介机构及其负责人、高级管理人员、经办人员不存在关联关系，天玛咨询持有股份不存在代持情形。

截至本招股说明书签署之日，公司股东中无战略投资者。

（六）本次发行前各股东间的关联关系及关联股东的各自持股比例

建潘集团持有天玛咨询 49.00% 的出资份额，瑞渝投资及德韬建成均持有发行人 4.83% 的股份，均为温建怀、潘孝贞所控制的企业。

公司的直接股东唐斌持有天玛咨询 51.00% 的出资份额以及金玛咨询 20.61% 的出资份额，高琴持有艾玛咨询 7.91% 的出资份额。唐斌直接持有公司 51.16% 的股份，高琴直接持有公司 13.94% 的股份。天玛咨询持有公司 6.86% 的股份，金玛咨询持有公司 1.87% 的股份，艾玛咨询持有公司 1.63% 的股份。

（七）发行前股东所持股份的流通限制和自愿锁定股份的承诺

详见本招股说明书之“重大事项提示”之“一、本次发行的相关重要承诺和说明”。

八、发行人内部职工股、工会持股、职工持股会持股、信托持股、委托持股或股东数量超过 200 人的情况

截至本招股说明书签署之日，本公司未发行过内部职工股，未曾有工会持股、职工持股会持股、信托持股、委托持股和股东数量超过 200 人的情况。

九、发行人员工及其社会保障情况

（一）员工人数构成情况

1、员工人数及变化情况

报告期各期末，公司的员工人数情况如下：

项目	2021年6月末	2020年末	2019年末	2018年末
员工人数	2,293	2,207	2,031	1,926

2、员工专业结构

截至2021年6月末，公司的员工专业结构情况如下：

员工类别	员工人数	人数占比
销售人员	512	22.33%
管理人员	151	6.59%
生产人员	1,469	64.06%
研发和设计人员	161	7.02%
合计	2,293	100.00%

3、员工受教育程度

截至2021年6月末，公司的员工受教育情况如下：

员工类别	员工人数	人数占比
本科及以上	280	12.21%
大专	450	19.62%
高中（含中专）	608	26.52%
初中及以下	955	41.65%
合计	2,293	100.00%

4、员工年龄分布

截至2021年6月末，公司员工的年龄分布情况如下：

员工类别	员工人数	人数占比
25岁以下	274	11.95%
25岁（不含）-30岁	555	24.20%

员工类别	员工人数	人数占比
30岁（不含）-40岁	899	39.21%
40岁（不含）以上	565	24.64%
合计	2,293	100.00%

（二）发行人社会保险、住房公积金的缴纳情况

1、报告期内员工社会保险、住房公积金缴纳情况

报告期内，公司及其子公司为员工缴纳社会保险的人数情况如下：

项目	2021年6月末			2020年末		
	员工人数	实缴人数	缴纳比例	员工人数	实缴人数	缴纳比例
养老保险	2,293	2,153	93.89%	2,207	2,146	97.24%
医疗保险	2,293	2,152	93.85%	2,207	2,137	96.83%
工伤保险	2,293	2,153	93.89%	2,207	2,150	97.42%
生育保险	2,293	2,152	93.85%	2,207	2,137	96.83%
失业保险	2,293	2,153	93.89%	2,207	2,148	97.33%
项目	2019年末			2018年末		
	员工人数	实缴人数	缴纳比例	员工人数	实缴人数	缴纳比例
养老保险	2,031	1,912	94.14%	1,926	1,847	95.90%
医疗保险	2,031	1,927	94.88%	1,926	1,861	96.63%
工伤保险	2,031	1,957	96.36%	1,926	1,864	96.78%
生育保险	2,031	1,927	94.88%	1,926	1,861	96.63%
失业保险	2,031	1,914	94.24%	1,926	1,850	96.05%

报告期内，公司员工缴纳社会保险的比例均在 90%以上，未缴纳的主要情况包括：（1）部分员工为退休返聘，公司不需要为其缴纳社会保险；（2）部分员工在报告期期末入职，当月未及时或正在办理社会保险的缴纳手续；（3）据《社会保险法》的规定，参加养老保险的个人，达到法定退休年龄时累计缴费满十五年的，可按月领取基本养老金。对于公司部分员工，因无法缴费满十五年，无法享受缴纳社会保险和住房公积金所带来的收益，所以员工缴纳社会保险的积极性不高，部分员工自愿放弃缴纳。

报告期内，公司及其子公司为员工缴纳住房公积金的人数情况如下：

项目	2021年6月末	2020年末	2019年末	2018年末
员工人数	2,293	2,207	2,031	1,926
实缴人数	2,104	2,116	145	135
缴纳比例	91.76%	95.88%	7.14%	7.01%
未缴人数	189	91	1,886	1,791

2018年末及2019年末，公司住房公积金缴纳人数比例较低，主要原因系员工缴纳城镇住房公积金的意愿较低。2020年以来，公司加大对住房公积金法律法规及政策的宣传力度，截至2021年6月末，公司员工缴纳住房公积金的比例达到91.76%，少部分员工未缴纳的主要情况包括：（1）部分员工为退休返聘，公司不需要为其缴纳住房公积金；（2）部分员工在6月份入职，当月未及时或正在办理住房公积金的缴纳手续；（3）部分员工自愿放弃缴纳等。

2、监管机构出具的相关证明及控股股东承诺

根据发行人及下属企业主管的社保及住房公积金部门出具的证明文件或走访有关主管部门以及查询发行人及下属企业劳动社保及住房公积金主管机关网站，报告期内，发行人及其下属企业不存在因违反社保及住房公积金有关规定被予以行政处罚的情况。

公司控股股东及实际控制人唐斌就公司社会保险和住房公积金缴纳事宜出具承诺：若公司因本次发行上市前的员工社会保险、住房公积金缴纳事项将来被任何行政机关要求补缴全部或部分应缴未缴社会保险、住房公积金及就因此受到任何处罚或损失，本人将代公司承担全部费用，或在公司必须先行支付该等费用的情况下，及时向其给予全部补偿，以确保不会给公司造成额外支出或使其受到任何损失，不会对公司的生产经营、财务状况和盈利能力产生重大不利影响。

十、控股股东、持有5%以上股份的主要股东以及作为股东的董事、监事、高级管理人员作出的重要承诺及其履行情况

发行人控股股东、持有5%以上股份的主要股东以及作为股东的董事、监事、高级管理人员作出的关于所持股份的流通限制和自愿锁定承诺、发行前持股意向及减持意向的承诺、稳定股价的承诺、关于招股说明书无虚假记载、误导性陈述或重大遗漏的承诺、关于填补即期回报措施的承诺以及未能履行承诺的约束措施

具体内容见本招股说明书“重大事项提示”之“一、本次发行的相关重要承诺和说明”。

（一）关于避免同业竞争的承诺

发行人控股股东、实际控制人唐斌承诺：

截至本承诺函签署之日，本人及本人的近亲属/本人及本人的近亲属控制的其他企业均未生产、开发任何与公司及其子公司生产的产品构成竞争或潜在竞争的产品；未直接或间接经营任何与公司及其子公司现有业务构成竞争或潜在竞争的业务；亦未投资或任职于任何与公司及其子公司现有业务及产品构成竞争或潜在竞争的其他企业。

自本承诺函签署之日起，本人及本人的近亲属/本人及本人的近亲属控制的其他企业将不生产、开发任何与公司及其子公司生产的产品构成竞争或潜在竞争的产品；不直接或间接经营任何与公司及其子公司经营业务构成竞争或潜在竞争的业务；也不投资或任职于任何与公司及其子公司产品或经营业务构成竞争或潜在竞争的其他企业。

自本承诺函签署之日起，如公司及其子公司未来进一步拓展产品和业务范围，且拓展后的产品与业务范围和本人及本人的近亲属/本人及本人的近亲属控制的其他企业在产品或业务方面存在竞争，则本人及本人的近亲属/本人及本人的近亲属控制的其他企业将积极采取下列措施的一项或多项以避免同业竞争的发生：

- 1、停止生产存在竞争或潜在竞争的产品；
- 2、停止经营存在竞争或潜在竞争的业务；
- 3、将存在竞争或潜在竞争的业务纳入公司的经营体系；
- 4、将存在竞争或潜在竞争的业务转让给无关联关系的独立第三方经营。

本承诺函自签署之日起正式生效，在本人作为公司控股股东、实际控制人期间持续有效且不可变更或撤销。如因本人及本人的近亲属/本人及本人的近亲属控制的其他企业违反上述承诺而导致公司及其子公司的利益及其它股东权益受到损害，本人同意承担相应的损害赔偿责任。

(二) 关于规范和减少关联交易的承诺

发行人控股股东、实际控制人唐斌、持有 5%以上股份的股东高琴、天玛咨询、零壹咨询、瑞渝投资、德韬建成、温建怀、潘孝贞、陈红克承诺：

截至本承诺函出具之日，本人及本人的近亲属/本人及本人的近亲属控制的其他企业/本企业及本企业控制的其他企业与公司及其子公司之间不存在未披露的关联交易；

本人及本人的近亲属/本人及本人的近亲属控制的其他企业/本企业及本企业控制的其他企业将尽量避免和减少与公司及其子公司发生关联交易。

对于无法避免或者有合理原因而发生的关联交易，本人及本人的近亲属/本人及本人的近亲属控制的其他企业/本企业及本企业控制的其他企业将遵循平等、自愿、等价和有偿的商业原则，严格按照法律法规、规范性文件及公司章程等文件中对关联交易的相关规定执行，通过与公司签订正式关联交易协议，确保关联交易价格公允，使交易在公平合理和正常的商业交易条件下进行。本人及本人的近亲属/本人及本人的近亲属控制的其他企业/本企业及本企业控制的其他企业在交易过程中将不会要求或接受公司提供比独立第三方更优惠的交易条件，切实维护公司及其他股东的实际利益。

本人/本企业保证不利用自身在公司的职务便利，通过关联交易损害公司利益及其他股东的合法权益。

本承诺函自签署/盖章之日起正式生效，在本人/本企业作为公司控股股东、实际控制人或持股 5%以上股东期间持续有效且不可变更或撤销。如本人及本人的近亲属/本人及本人的近亲属控制的其他企业/本企业及本企业控制的其他企业违反上述承诺而导致公司利益或其他股东的合法权益受到损害，本人/本企业将依法承担相应的赔偿责任。

(三) 关于避免占用公司资源的承诺

公司控股股东、实际控制人唐斌承诺：

自本承诺函签署之日起，本人及本人的近亲属/本人及本人的近亲属控制的其他企业将严格遵守有关法律、法规和规范性文件及公司章程的要求及规定，确

保不以任何方式（包括但不限于借款、代偿债务、代垫款项等）占用或转移公司的资产和资源。如本人及本人的近亲属/本人及本人的近亲属控制的其他企业违反上述承诺，导致公司或其股东的权益受到损害，本人将依法承担相应的赔偿责任。

本人将严格遵守并监督公司加强规范及限制关联方占用公司资源的相关制度的实施。

第六节 业务和技术

一、发行人主营业务、主要产品及设立以来的变化情况

（一）发行人主营业务

发行人是一家专业从事全屋定制家居产品研发、设计、生产、销售及服务的现代化企业，专注于围绕中高端用户的个性化定制需求，通过信息化的技术手段，为客户提供包括定制衣柜、室内木门、整体厨柜等产品在内的一站式全屋定制家居解决方案。

发行人以原创设计和智能制造作为核心竞争力，形成了现代简约、当代美式、新中式、简奢四大风格全系列产品。公司系国家级工业设计中心，已在重庆、佛山建成智能制造基地，通过研发设计、生产制造、营销及服务全流程的信息化系统，精准处理大规模个性化的订单并形成高效的柔性化生产能力，为消费者提供优质的消费体验与服务。

“玛格”品牌历经十余年的发展，在定制家居市场具备较高的知名度，发行人子公司广东玛格为全国工商联家具装饰业商会实木定制家居专业委员会会长单位。发行人专注中高端定制家居行业多年，已建立覆盖全国的经销商服务体系，截至 2021 年 6 月 30 日，发行人在全国范围内拥有 685 家经销商，728 家经销门店，每年为全国数万家庭提供个性化的全屋定制家居产品及服务。

（二）发行人主要产品

公司致力于为中高端用户提供一站式全屋定制解决方案，产品包括定制衣柜、室内木门、整体厨柜等品类，涵盖现代简约、当代美式、新中式、简奢四大风格系列，可满足中高端客户对“玛格”品牌产品风格设计、品类的个性化、多样性需求。

公司主要产品如下：

产品品类	风格及图例	
定制衣柜	 <p data-bbox="539 504 639 533">简奢系列</p>	 <p data-bbox="1082 504 1182 533">现代简约</p>
	 <p data-bbox="549 801 630 831">新中式</p>	 <p data-bbox="1082 801 1182 831">当代美式</p>
室内木门	 <p data-bbox="539 1099 639 1128">简奢系列</p>	 <p data-bbox="1082 1099 1182 1128">现代简约</p>
	 <p data-bbox="549 1397 630 1426">新中式</p>	 <p data-bbox="1082 1397 1182 1426">当代美式</p>
整体厨柜	 <p data-bbox="539 1695 639 1724">简奢系列</p>	 <p data-bbox="1082 1695 1182 1724">现代简约</p>
	 <p data-bbox="549 1993 630 2022">新中式</p>	 <p data-bbox="1082 1993 1182 2022">当代美式</p>

图6-1 公司主要产品展示

(三) 发行人设立以来主营业务、主要产品的变化情况

公司自成立以来，始终从事定制家居产品的设计、研发、生产、销售与服务，公司的主营业务和主要产品未发生重大变化。

二、发行人所处行业的基本情况

根据国家统计局《国民经济行业分类与代码》(GB/T 4754-2017)的分类标准，公司属于“C21 家具制造业”下的“C2110 木质家具制造业”。根据中国证监会《上市公司行业分类指引》(2012年修订)，公司属于“C21 家具制造业”。

(一) 行业主管部门、监管体制及相关政策法规

1、行业主管部门和监管体制

(1) 行业主管部门

公司所处的家具制造业，由国家发改委统一制定产业政策；行业主管部门为工信部消费品工业司；行业质量技术监管部门为国家市场监督管理总局产品质量安全监督管理局。

家具制造业的行业自律性组织主要包括中国家具协会和全国工商联家具装饰业商会等。

(2) 行业监管体制

公司所处行业市场化程度较高，各企业面对市场自主经营，政府部门进行产业宏观调控，包括制定产业政策、规划行业发展战略、优化行业发展环境等。行业协会进行自律规范，通过制定行业标准、行业培训等方式促进行业内企业交流，进而促进行业持续、健康、快速发展。

2、行业主要法律法规及产业政策

(1) 行业主要法律法规

公司所处行业的主要法律法规如下：

序号	法律法规名称	颁布/最新修订时间	颁布单位

1	《中华人民共和国安全生产法》	2021年	全国人大
2	《中华人民共和国专利法》	2020年	全国人大
3	《中华人民共和国商标法》	2019年	全国人大
4	《中华人民共和国建筑法》	2019年	全国人大
5	《中华人民共和国产品质量法》	2018年	全国人大
6	《中华人民共和国环境噪声污染防治法》	2018年	全国人大
7	《中华人民共和国广告法》	2018年	全国人大
8	《中华人民共和国环境保护法》	2014年	全国人大
9	《中华人民共和国消费者权益保护法》	2013年	全国人大
10	《家居行业经营服务规范》	2013年	商务部
11	《中国家具协会家具设计保护试行办法》	2000年	中国家具协会
12	《中华人民共和国价格法》	1997年	全国人大

表 6-1 定制家居行业主要法律法规

(2) 主要产业政策

目前,我国相关部门颁布的与本行业发展有关的产业政策及主要内容如下:

序号	文件名称	颁布时间	颁布单位	主要相关内容
1	《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》	2021.03	全国人大	加快建设现代化经济体系,加快构建以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局。深入实施智能制造和绿色制造工程,发展服务型制造新模式,推动制造业高端化智能化绿色化。
2	《关于提振大宗消费重点消费促进释放农村消费潜力若干措施的通知》	2020.12	商务部、国家发改委等12部门	激活家电家具市场。鼓励有条件的地区对淘汰旧家电家具并购买绿色智能家电、环保家具给予补贴。
3	《关于支持民营企业加快改革发展与转型升级的实施意见》	2020.10	国家发改委、科技部等6部门	支持优势企业提高工业互联网应用水平,带动发展网络协同制造、大规模个性化定制等新业态新模式。加快推动传统产业技术改造,向智能、安全、绿色、服务、高端方向发展。加快发展柔性制造,提升制造业应急保障能力。
4	《关于统筹推进商务系统消费促进重点工作的指导意见》	2020.04	商务部	带动家电家具消费,有条件的地区结合实际制定奖励与补贴相结合的消费更新换代政策,鼓励企业开展消费电子产品以旧换新,积极促进绿色节能家电、家具消费。加快线上线下深度融合,支持线上经

序号	文件名称	颁布时间	颁布单位	主要相关内容
				济、平台经济合规有序发展,保持线上新型消费热度不减。
5	《产业结构调整指导目录(2019年本)》	2019.11	国家发改委	“木、竹、草(包括秸秆)人造板及其复合材料技术开发及应用”以及“木材及木(竹)质材料节能、节材、环保加工技术开发与利用”属于鼓励类。
6	《关于推动先进制造业和现代服务业深度融合发展的实施意见》	2019.11	国家发改委、工信部等15部门	推广柔性化定制,通过体验互动、在线设计等方式,增强定制设计能力,加强零件标准化、配件精细化、部件模块化管理,实现以用户为中心的定制和按需灵活生产。以服装、家居等为重点,发展规模化、个性化定制。
7	《制造业设计能力提升专项行动计划(2019-2022年)》	2019.10	工信部等13部门	实现传统优势产业设计升级。在消费品领域,支持智能生态服装、家用纺织品、产业用纺织品、鞋类产品、玩具家电、家具等设计创新。
8	《轻工业高质量发展行动计划》	2018.06	中国轻工业联合会	以消费升级为导向,通过科技创新、结构调整促进轻工业增品种、提品质、树品牌,实现轻工产品供给从“有没有”到“好不好”转型,满足人们生活从“温饱舒适型”向“美好享受型”跃升。提倡和推动家具行业“全屋定制”,服务细分市场。
9	《2018年消费品工业“三品”专项行动重点工作安排》	2018.05	工信部	在服装、制鞋、家具等行业推行个性化定制模式。总结交流消费品工业智能制造的经验做法,加快企业智能化改造步伐。
10	《信息化和工业化融合发展规划(2016-2020)》	2016.10	工信部	推广个性化定制。推动家电、家具、服装、家纺、建材家居等行业发展动态感知、实时响应消费需求的大规模个性化定制模式。
11	《工业绿色发展规划(2016-2020年)》	2016.07	工信部	发展大规模个性化定制、网络协同制造、远程运维服务,降低生产和流通环节资源浪费。利用移动互联网、云计算、大数据、物联网及分享经济模式促进生产方式绿色转型,推动研发设计、原材料供应、加工制造和产品销售等全过程精准协同,强化生产资料、技术装备、人力资源等生产要素共享利用,实现生产资源优化整合和高效配置。
12	《中国家具行业“十三五”发展规划》	2016.03	中国家具协会	引导家具产业向分工细化、协作紧密方向发展,加强家具行业与智能制造相结合,持续提升家具行业的核心竞争力。强化行业品牌意识,

序号	文件名称	颁布时间	颁布单位	主要相关内容
				制定品牌管理体系, 培育一批知名度覆盖行业内外的大家具企业。要着力解决行业发展与生态环境的矛盾, 推动建立绿色发展产业体系。
13	《中国制造 2025》	2015.05	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。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。鼓励制造业企业增加服务环节投入, 发展个性化定制服务、全生命周期管理、网络精准营销和在线支持服务等。

表 6-2 定制家居行业主要产业政策

(二) 公司所处行业的发展概况和发展前景

1、行业概述

我国经济的持续快速发展为家具制造业提供了良好的发展条件。经过多年的发展, 我国家具制造业已经形成了一定的产业规模, 行业内大部分企业已经实现了自动化或半自动化生产, 并出现了一些具有国际先进水平的家具制造企业。我国家具制造业正逐步成为支撑国民经济、丰富国民生活的重要产业之一。

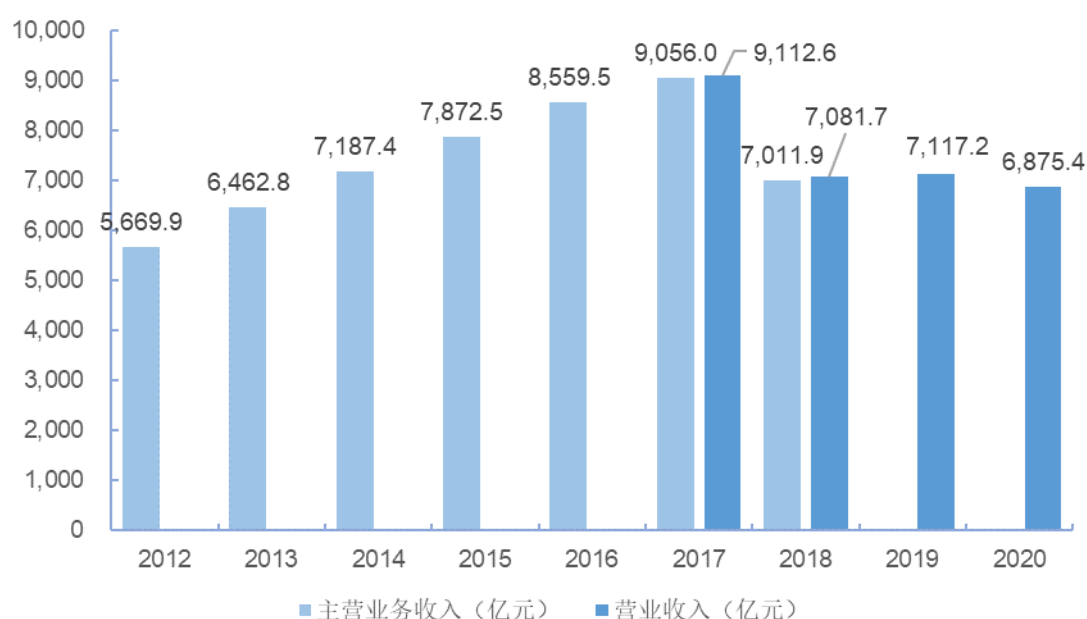
定制家居行业属于家具制造业的细分行业, 是企业根据消费者的个性化需求, 结合居室空间结构特征, 通过信息化和柔性化生产工艺, 生产房屋装修所需各类定制化家居产品, 进行统筹配置、灵活组合, 以达到空间布局合理、全屋色调风格匹配、功能实用协调的目的。

起初, 定制家居主要以定制衣柜和定制厨柜等板式家具为主, 但随着家具消费向个性化、定制化、功能化等方向变迁发展, “全屋定制”概念逐渐兴起, 定制家居品类日益丰富, 定制化木门、护墙等产品的出现使得定制家居企业能够真正为消费者提供一站式全屋配齐服务, 满足消费者装修阶段的各类定制化需求, 能够大大减少消费者在房屋装修方面投入的精力。

2、行业发展概况

21 世纪以来，伴随着我国经济的飞跃式发展和房地产、人口红利的集中释放，国内家具制造业迎来了蓬勃发展的时期。在此期间，家具行业无论是制造工艺、配套产业链还是专业人员的培养等方面都取得了长足的进步，我国现已发展成为全球最大的家具生产、消费及出口国，产值约占全球的 40%¹，在全球家具制造业中有着举足轻重的地位。

近年来我国家具制造业规模以上企业经营情况相对稳定，根据国家统计局的统计数据，2019 年我国家具制造业规模以上企业营业收入达 7,117.20 亿元，同比增长 0.50%，但 2020 年受“新冠疫情”影响，家具制造业规模以上企业营业收入为 6,875.4 亿元，同比下降 3.40%，预计随着全球疫情逐步好转，行业将恢复稳步发展态势。



数据来源：国家统计局²

图 6-2 2012-2020 年我国家具制造业市场规模

近年来，伴随着家具消费向个性化、定制化、功能化等方向变迁发展，在房地产市场稳步发展、消费升级等背景下，家具制造业内部细分品类增速逐渐分化，定制家居消费意愿与需求快速增长，已成为家具消费增长的重要推动力。

定制家居是根据客户的个性化需求进行测量、设计、制造、安装、服务的家

¹ 资料来源：《家具产业转型升级的国际比较与借鉴》，价值工程，2019 年第 32 期

² 注：国家统计局于 2017 年开始统计营业收入指标，并于 2019 年停止了主营业务收入指标的统计。

具，目前定制家居行业主要呈现出以下发展特点：

(1) 定制家居市场迅速发酵，渗透率持续增长

在国内消费升级背景下，消费者日益关注房屋空间布局、风格样式、设计参与感、品牌文化内涵、健康环保等因素，定制家居凭借其个性化设计、空间利用率高、风格时尚统一等优势备受消费者青睐，市场规模快速增长。根据国家统计局、艾瑞咨询数据计算，2020年定制家居市场规模达到3,607.6亿元，2015年-2020年期间年复合增长率达20.69%，市场规模增速显著高于整体行业增速。

与此同时，随着消费者愈发崇尚个性、时尚消费，定制家居依托其多方面的突出优势，日渐成为家具消费者的青睐对象，在整体家居市场的渗透率持续攀升。据国家统计局、艾瑞咨询数据计算³，2020年定制家居市场渗透率达52.47%，较2015年的17.89%提升34.58个百分点，增幅明显。

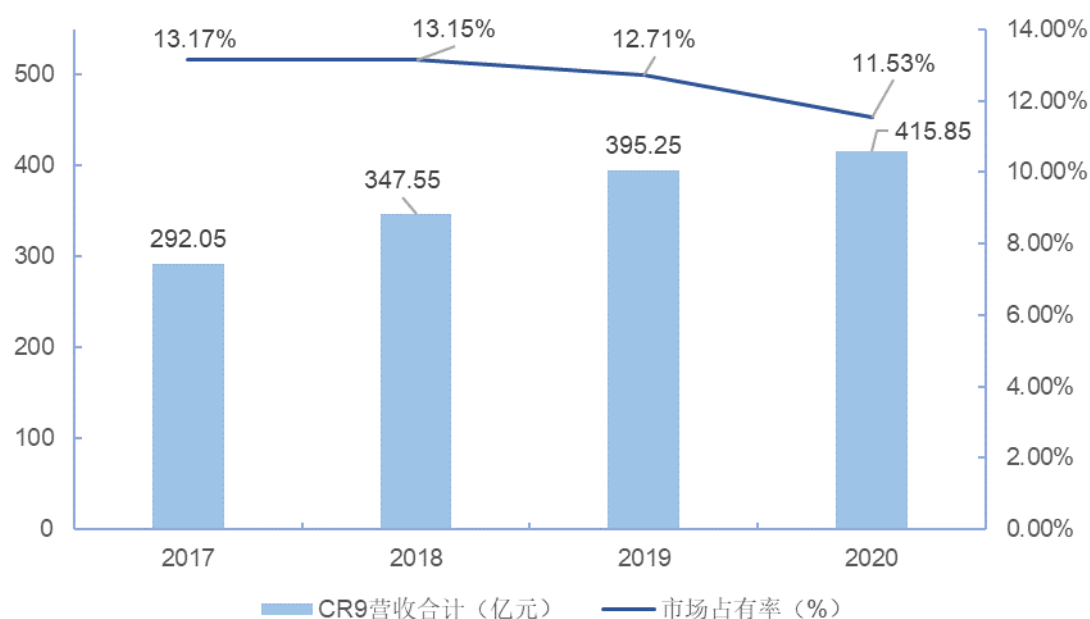
未来，伴随着我国房地产市场稳步发展、消费升级继续深化推进，消费者个性化、改善型家居需求将进一步释放，进而推动定制家居的市场空间持续增长。

(2) 市场集中度尚低，行业优势企业发展空间巨大

虽然近年来家居市场正处于定制家居消费的热潮中，市场规模快速增长，但目前业内企业的规模普遍偏小，且由于小型企业通常难以实现大规模个性化原创设计、柔性化生产，行业低端产品的同质化现象较为严重，行业整体集中度较低，“大行业、小企业”特征鲜明。据亿欧数据显示，定制家居行业市场规模增速高于行业内9家⁴上市企业营收增速，2017-2020年行业的CR9由13.17%降低至11.53%。尽管CR9呈现逐年下滑的趋势，但由于定制家居企业众多，市场集中度尚处于较低水平，优势企业仍具有巨大的发展空间。

³ 注：以定制家居市场规模与家具制造业规模以上企业营业收入或主营业务收入的比值计算，其中2017年、2018年采用营业收入为计算依据。

⁴ 注：指欧派家居、索菲亚、尚品宅配、志邦家居、金牌厨柜、好莱客、我乐家居、皮阿诺、顶固集创



数据来源：亿欧

图 6-3 2017-2020 年我国定制家居行业 CR9 市场占有率情况

（3）主力消费人群更替，推动家居消费格局变迁

我国正处于 80 后、90 后等年轻一代消费群体成为消费主力的更替时期，BCG 和阿里研究院合作发布的《中国消费趋势报告》报告指出，我国出生于 80、90、00 年代的消费者在中国城镇 15-70 岁人口比例将在 2020 年达到 46%，消费占比达到 53%，将发展成为中国消费市场主导力量。与此同时，针对家居消费市场而言，据全国工商联家具装饰业商会、巨量引擎、知萌咨询等机构联合发布的《2019 家居行业数字营销趋势报告》显示，家居消费群体中 80 后、90 后人群占比高达 84.3%。

消费主体人群更替对家居消费格局产生了深层次的影响。一方面，年轻一代消费群体对定制家居的偏好程度更高；另一方面，年轻消费群体尤其是中高端年轻消费群体对产品的选择不仅仅局限于产品性价比和产品功能性，更加追求时尚、崇尚个性，关注点向产品的颜值、设计倾斜。因此，未来具备雄厚原创设计实力的行业品牌企业将有望赢得更多消费者的青睐，市场份额进一步增长，从而不断做大做强。

（4）大规模、柔性化定制生产与信息化运营管理成为市场竞争关键点

柔性化生产是指主要依靠以计算机数控机床为主的具有高度柔性的制造设

备来实现多品种、小批量生产的方式。不同于成品家具，定制家居需充分结合房屋设计建造风格、房屋尺寸、消费者个性化需求等进行“量身定制”，产品订单的零散化、非标准化特征显著，对企业的柔性化生产能力提出较高要求。

由于定制家居直接面向消费者的个性化需求，对不同需求的及时响应是吸引客户并增强客户粘性的关键环节，因此通过搭建全面的信息化系统形成贯穿研发设计、采购、生产、营销、服务等全流程的运营管理能力是保障企业经营效益以及扩大客户群体、增强市场竞争力的又一重要维度。

3、行业未来发展趋势

（1）全屋定制解决方案是行业重要发展趋势

目前，国内市场上定制家居产品主要以衣柜、厨柜产品为主，能够从专业化设计布局的角度为消费者提供丰富的全品类产品是未来的发展趋势。一方面，全屋定制解决方案可以满足消费者对于一站式购买、统一家装风格和提升空间利用率的需求，提高消费者的用户体验；另一方面，对于行业内的企业，全屋定制解决方案有助于业内企业打破对单一产品营收的依赖，提升经济效益。但与此同时，也对于企业的信息化和柔性生产等方面提出了更高的要求。近年来，行业内的领先企业，正通过不断加大全屋定制产品上的投入，满足消费者对全屋定制的需求。

（2）领先企业将推动行业集中度持续提升

目前，定制家居行业整体市场集中度较低，低端产品市场竞争激烈，同质化现象严重。但随着我国房地产调控稳步推进，精装房市场、存量房二次装修市场不断扩大，消费者对定制家居品牌的认知与品牌消费意识逐渐提升，传统的现场制作木工、中小型家居企业的市场空间明显下滑。而行业领先企业依托于其在规模化生产制造、原创设计实力、品牌建设、产品品类、销售渠道、数字化运营服务能力、融资渠道等方面较为明显的领先优势，将推动行业市场集中度持续提升。

（3）O2O 模式、大宗业务等销售渠道不断扩张

传统定制家居行业企业主要以线下直营店、经销商的实体门店进行产品的销售，但伴随着互联网的发展和客户消费习惯的转变，以及国家对精装房市场的政策支撑，O2O 模式及大宗业务渠道迎来了发展机会。

O2O 模式方面，消费者通过线上的方式提前了解定制家居产品，并被引流至线下进行体验，这种商业模式随着互联网的发展而逐渐兴起。据《2019 家居行业数字营销趋势报告》显示，78.6%的消费人群通过互联网渠道获取家居产品信息。O2O 模式可以连接企业线上、线下商业活动，并使二者有机结合，已成为定制家居产品销售的重要营销模式。

大宗业务方面，近年来我国精装房市场快速发展，多地出台政策，要求房地产开发商实现精装房交付，更多的地产开发商选择优质的全屋定制家居企业进行合作，大宗业务的增长成为行业的又一重要利润增长点。

（4）健康环保是行业产品的长期发展主题

家具是居家生活的必备产品，在较大程度上影响着消费者的居家环境与身体健康。随着居民生活水平不断提升，消费者对居家环境、身体健康愈发重视，消费者对健康环保家居的要求越来越高，更多的消费者倾向于将健康环保的家居产品作为首选。根据调查统计数据，我国 53.8%的消费者在选购产品时较为注重产品环保性，对家居产品而言，36%的消费者将环保作为首要标准⁵。因此，健康环保将是行业产品长期发展主题，行业内的参与者对于健康环保产品的不断更迭将会是行业的重要发展趋势。

（5）装配式内装是房屋住宅装修的未来趋势

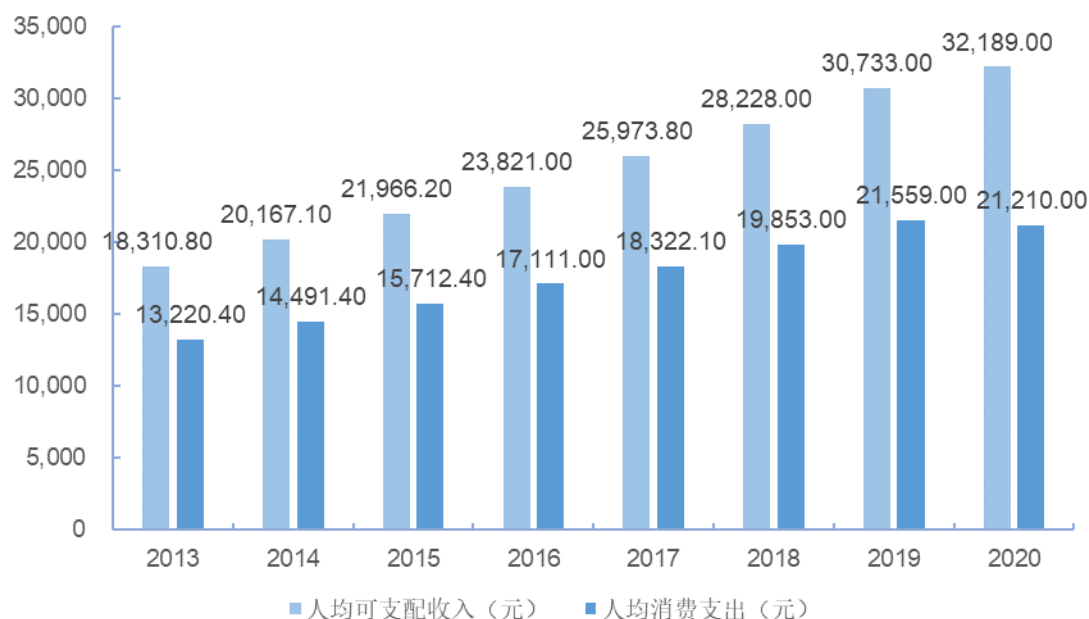
装配式内装是以工业化思维推动家装行业的变革升级，标准化设计、模块化生产、装配式施工安装、流程信息化管理等是装配式内装的核心特征。相较于传统装修方式，装配式内装具有施工时间短、施工进度快、成本更低等优势，且装配式内装采用干式施工，无需涂料、溶剂等，绿色环保优势明显。基于此，近年来我国相关政策亦大力推行装配式建筑、绿色建筑，如住建部印发的《“十三五”装配式建筑行动方案》中指出“2020 年，全国装配式建筑占新建建筑的比例达到 15%以上，其中重点推进地区达到 20%以上”，促使装配式内装技术工艺逐渐发展并成为房屋住宅装修的重要趋势。

4、行业市场前景

（1）消费升级促进定制家居市场需求增长

⁵ 资料来源：《衣柜行业分析与发展》，《中国林业产业》，2019（Z1）期

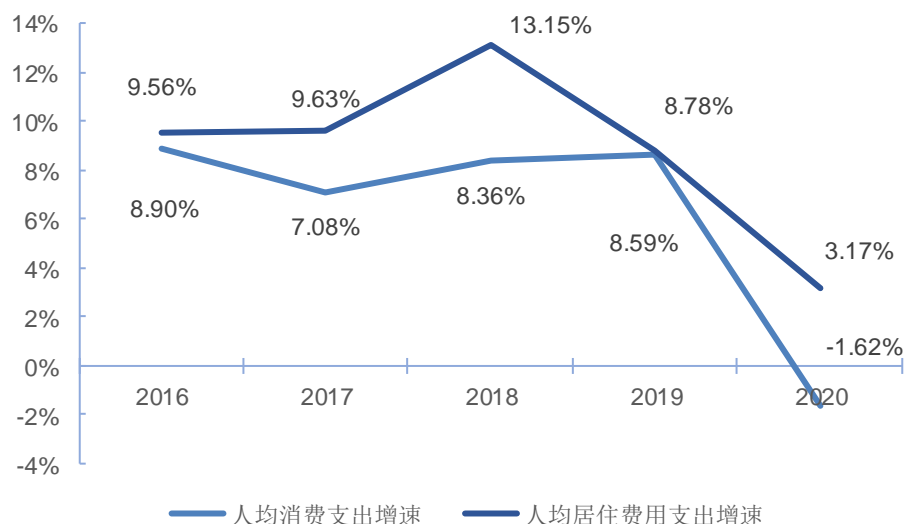
定制家居的消费规模与国家经济发展情况及居民收入水平具有直接的关联性。近年来,我国国民经济实现了跃升式发展,国民收入和消费水平不断提升,据国家统计局统计数据,2020年我国居民人均可支配收入和人均消费支出分别达32,189.00元和21,210.00元,2013-2020年复合增速分别达8.39%和6.99%,处于稳步增长态势。



数据来源:国家统计局

图 6-4 2013-2020 年我国居民人均可支配收入、人均消费支出变化情况

同时,从居民消费支出结构来看,据国家统计局数据显示,2020年我国人均居住费用支出达5,215.00元,同比增长3.17%,占总体人均消费支出的比例达24.59%,且自2016年以来,我国居民人均居住费用支出增速均高于总体人均消费支出增速。



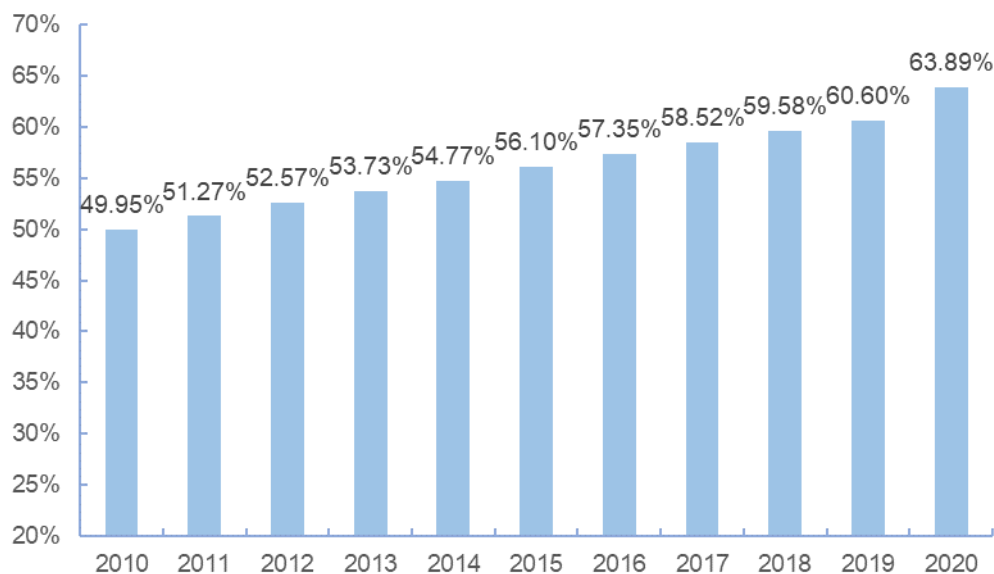
数据来源：国家统计局

图 6-5 2016-2020 年我国居民人均消费支出增速、人均居住费用支出增速情况

未来，伴随着我国消费进一步向服务型、精神享受型消费转型升级，定制家居市场将面临更好的宏观环境。

(2) 城镇化进程推动定制家居市场规模持续增长

定制家居市场的快速发展与我国城镇化进程密不可分，主要原因系城镇人口收入水平较高，购买力较强，城镇人口的增加直接提升了对房屋住宅、家具添置换新的需求。同时，城镇人口对于家居产品的个性化、多元化以及健康环保方面有着相对更高的要求，推动定制家居行业市场的健康发展。根据国家统计局的统计数据，2020 年我国城镇化率为 63.89%，同比提升 2.29 个百分点，整体处于稳步增长态势。



数据来源：国家统计局

图 6-6 2010-2020 年我国城镇化率情况

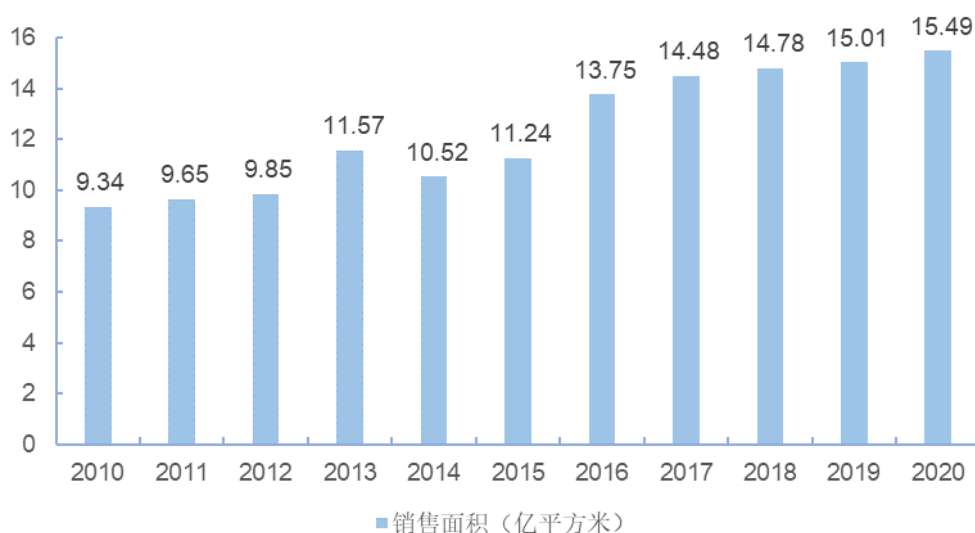
目前，我国城镇化率仍与韩国、美国、英国、日本等发达国家存在较大差距，据世界银行数据显示，2020 年韩国、美国、英国、日本的城镇化率分别达 81%、82%、83%、92%，我国现阶段仍具备较大的城镇化发展空间，根据《国家人口发展规划（2016—2030 年）》，到 2030 年我国城镇化率将达 70%。因此，在我国城镇化进程稳步推进等宏观利好因素的驱动下，定制家居市场规模将不断增长。

（3）国家政策保障房地产市场平稳健康发展，市场空间持续拓展

定制家居行业属于“地产后周期”行业，其市场需求与房地产市场发展状况息息相关。国家密集出台的一系列政策保障了房地产市场的平稳健康发展，为定制家居市场的发展提供了良好的基础。

1) 住宅销售体量仍处高位，为定制家居市场需求提供重要保障

近年来，我国房地产市场逐渐步入政策调控阶段，住宅商品房销售面积增长放缓，但整体仍处高位。据国家统计局数据显示，2020 年我国住宅商品房销售面积为 154,878.00 万平方米，同比增长 3.15%。



数据来源：国家统计局

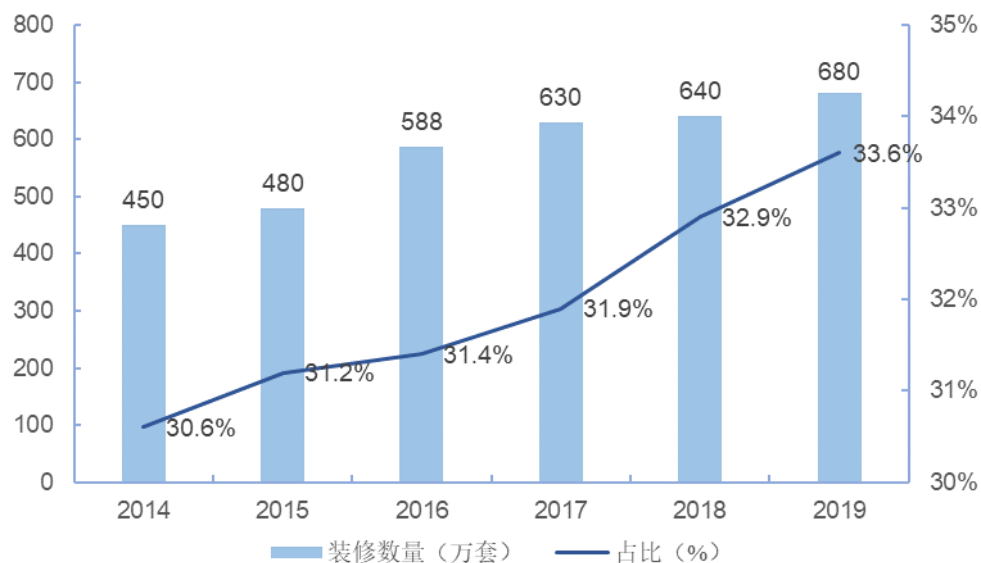
图 6-7 2010-2020 年我国住宅商品房销售情况

2020 年以来，中央多次重申“房住不炒”，住房的居住属性愈发凸显，推动消费者改善居家环境的需求进一步释放，助力定制家居市场加速发展。

与此同时，前期房地产市场的快速发展将房价整体推向高位，促使小户型住宅成为越来越多人的选择。根据万科企业股份有限公司的《2019 年年度报告》，在万科集团 2019 年销售的商品房中，144 平米以下的中小户型的销售占比达到 91.20%。中小户型住宅对空间利用率具有更高的要求，与定制家居的特点十分契合，叠加消费群体愈发追求时尚、崇尚个性的消费特质，为定制家居市场需求稳步增长提供重要驱动力。

2) 存量房再装修市场持续增长，为定制家居市场发展注入新动力

近年来，在我国政府对房地产市场实施政策调控的背景下，房地产增量市场发展放缓。房地产市场历经多年的发展，原有住宅已成规模的进入老化阶段，老化房屋的翻新需求持续上涨。据亿欧数据显示，2019 年我国存量房装修套数达 680 万套，同比增长 6.25%，在整体房屋装修市场中的占比从 2014 年的 30.6% 增长至 2019 年的 33.6%，未来仍将继续维持增长态势。

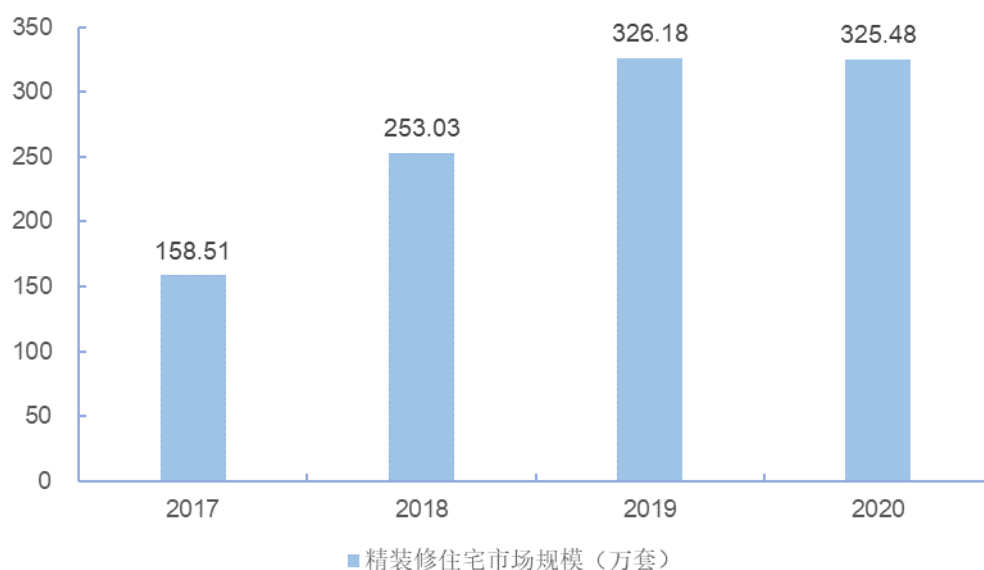


数据来源：亿欧

图 6-8 2014-2019 年我国存量房装修市场情况

3) 精装房市场快速发展，进一步提升行业优势企业规模效益

精装房是指开发商交房时已对房屋进行了全面装修，相较于传统的毛坯房，精装房在成本、环保、安全等方面具有比较优势，精装房市场发展受我国政策的大力推动。2016 年开始，我国陆续出台多项精装房相关政策，其中，住建部 2017 年发布的《建筑业发展“十三五”规划》提出“到 2020 年，新开工全装修成品住宅面积占新建建筑面积的比例达到 30%”，为精装房市场快速发展营造了良好的政策环境。随着精装修理念在广大消费者中逐步普及，精装房市场迈入快速发展阶段，根据奥维云网的统计数据，近年来我国精装修住宅市场高速发展，2020 年，精装修住宅数量达 325.48 万套。



数据来源：奥维云网

图 6-9 2017-2020 年我国精装修住宅市场规模

与传统的毛坯房相比，精装房将房屋的装修环节提前至房屋交付前，促使地产开发商通过与房屋装修市场供应商紧密合作进行产业链整合而成为精装市场主要参与者。目前，房地产头部企业仍是精装市场的主力军，其在选择合作供应商时往往更加看重供应商的品牌实力，因此本行业领先企业有望依托品牌、产能、品质等综合优势赢得头部企业的订单，成批量的定制家居需求带来的巨大规模效益有助于行业领先企业经营效益的快速提升，进一步提高市场竞争力及市场地位，扩大市场份额。

（三）行业竞争格局和市场化程度

1、行业竞争格局

从竞争格局来看，定制家居行业品牌众多，行业低端产品的同质化现象较为严重，竞争态势分散，集中度较低，呈现出“大行业、小企业”的竞争特点。

近年来，受益于地产红利逐步释放、消费升级等因素，定制家居渗透率逐年上升，定制家居行业市场规模维持稳定增长。基于定制家居市场的高增长潜力及良好的盈利性，市场上涌入了一批主打成品家具的知名企业，如顾家家居、德尔未来等；同时，随着定制家居龙头企业开始推出主打时尚、性价比的差异化产品，渠道下沉，抢夺市场份额，原有地方性定制家居企业独有的价格、地域优势逐渐丧失，进一步加剧了行业的竞争。

在行业内部市场竞争不断加剧以及消费者需求多元化、品牌意识提升、消费能力增长等因素的推动下，未来定制家居行业将逐步整合，终端客户资源将逐步向龙头企业集中，部分规模小、技术落后的企业逐渐被淘汰出局，具备品牌优势、生产制造优势、原创设计优势等综合能力较强的领先企业将抢占更多市场份额，行业分散的竞争格局将趋于集中。

2、行业市场化程度

定制家居行业主要以民营企业、中外合资企业为主，多数企业自设立之初就建立了与市场机制相适应的管理体系，行业内的竞争机制、用人机制、激励和分配机制已完全市场化运作，市场化程度较高。

（四）进入本行业的主要壁垒

1、研发设计壁垒

由于定制家居行业低端产品同质化现象严重，依托雄厚的原创研发设计实力、保证产品的前沿创新性是业内企业形成竞争优势的重要砝码。定制家居的研发设计生产过程除了需要充分满足消费者的个性化喜好与需求外，品牌内涵、产品材料、工艺、色彩、文化、时尚理念等元素的融合创新运用亦是实现创新、增强消费粘性的重要关键点，业内企业需要具备较强的原创研发设计实力。但由于行业发展时间较短，经验丰富、创新能力较强的定制家居专业研发设计人才数量较少，加之新进入行业企业受品牌知名度有限等因素的影响，更加难以吸引到研发设计相关的高素质人才，因此本行业具有较高的研发设计壁垒。

2、大规模、柔性化定制生产壁垒

不同于成品家具，定制家居需充分结合不同消费者的房屋设计建造风格、房屋尺寸、个性化需求等进行“量身定制”，产品订单的零散化、非标准化特征显著。为提升自身专业服务水平，增强客户消费粘性，承接订单后企业往往需要在短时间内出具完善的设计、生产方案，结合高效、高质生产，最终实现及时交付。

企业需要满足不同消费者的个性化需求，同时要保证产品及时交付，还要兼顾生产效率与产品质量，这些要求必须建立在企业具备大规模、柔性化生产能力的基础之上，需要大批量交付的大宗业务对企业的生产能力也提出了更高的要求。大规模、柔性化定制生产能力的建设需要企业投入大量的资金购买生产设备，

并搭建较为完善的信息化系统以提升生产效率，行业新进入企业难以在短时间内完成上述设备、信息化系统合理、科学的搭建，是其发展面临的重要壁垒。

3、销售服务网络壁垒

定制家居行业产品的个性化定制属性显著，加之消费者对专业化服务的需求及行业企业特有的经营模式决定了完善、稳定、覆盖广泛的销售网络是业内企业扩大销售规模、赢得市场的重要环节。

一方面，完善、稳定、广泛的销售网络能保证对全国各地消费者需求的及时响应，完成测量、方案沟通、安装、售后等工作；另一方面，覆盖范围广泛的销售网络可以搜集市场关键信息，从而为产品创新提供方向，紧跟市场潮流，以更好地赢得消费者和传递品牌理念。搭建完善、稳定、广泛的销售网络需要大量的人力、财力以及时间成本，行业新进入者难以在短时间内搭建完善、稳定、广泛的销售网络，是行业重要壁垒之一。

4、品牌壁垒

定制家居行业市场化程度较高，中小企业数量较多，低端产品同质化现象严重，市场竞争较为激烈，产品的品牌效应对于消费者在产品的选择上具有一定的引导性。品牌力是企业形象、研发设计实力、产品品质、服务水平等方面的综合体现，建设品牌力需要在保证产品高质量的基础上，辅以长期持续的资金投入、营销宣传进行培育，短期内难以轻易获取，是新进入定制家居行业企业面临的主要壁垒。

（五）行业利润水平的变动趋势及变动原因

受益于地产红利逐步释放、消费迭代升级，近年来定制家居渗透率逐年上升，行业规模增长明显，已成为家具行业中新兴的细分领域。从整体上来讲，定制家居行业是典型的“地产后周期”行业，行业的利润水平在一定程度上受上下游供需变化影响。报告期内，房地产市场新房开发体量仍处于高位，存量房二次装修、大宗业务等市场逐步放量，行业市场需求较为旺盛；叠加上游实木、板材、五金等原材料供求关系较为平稳，近年来，定制家居行业整体利润率较为稳定。

(六) 影响行业发展的主要因素

1、有利因素

(1) 国家相关产业政策促进行业发展

近年来,我国政府相继出台《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和 2035 年远景目标纲要》《关于支持民营企业加快改革发展与转型升级的实施意见》《关于统筹推进商务系统消费促进重点工作的指导意见》《关于推动先进制造业和现代服务业深度融合发展的实施意见》等一系列政策,从加快发展柔性化生产制造、加强品牌建设、推进线上线下渠道融合发展等方面为定制家居行业营造了良好的政策环境,助力行业健康、快速发展。

(2) 消费升级为定制家居市场创造良好经济环境

定制家居的消费规模与国家经济发展情况及居民收入水平紧密关联。近年来,伴随着我国居民收入、消费水平不断提升,居民消费升级为定制家居市场增长创造了良好的经济环境。据国家统计局统计数据,2020 年我国居民人均可支配收入、人均消费支出分别达 32,189.00 元、21,210.00 元,2013-2020 年复合增速分别达 8.39%、6.99%,处于稳步增长态势,伴随着消费升级的持续推进,具备雄厚原创设计实力的行业品牌企业将有望进一步提高市场份额,不断做大做强。

(3) 房地产市场稳步运行为行业发展奠定良好基础

定制家居行业作为“地产后周期”行业,房地产市场的稳步运行为行业的发展奠定了良好的基础。近年来,在我国政府机构对房地产市场实施调控的背景下,我国住宅商品房销售面积增长趋缓,但亦促使住宅的投资属性淡化,进一步强化居住属性,消费者家居需求加速释放,为定制家居创造了良好的市场环境。与此同时,伴随着我国房地产市场逐渐向存量房市场过渡,以及依托于国家对精装房实施强有力的政策支持、引导促使精装房渗透率不断提升,存量房再装修及精装房市场的快速发展将为定制家居市场规模增长的注入新动力,是公司面临的重要发展机遇。

(4) 我国中产阶级群体规模持续壮大

伴随着国民经济稳步发展,我国中产阶级人群规模持续扩大,据瑞信研究院发布的《Global Wealth Report 2017》显示,在世界 11 亿中产阶级(拥有 1-10 万美元财富)中,我国人数占比从 2000 年的 12.6%快速上升至 2015 年的 35%,并预计 2022 年占比将继续扩大至超 40%,为中高端定制家居的市场规模提升提供重要支撑。发行人产品主要面向中高端消费群体的个性化家居需求,提供专业化全屋定制解决方案,我国中产阶级人群规模不断扩张将为发行人持续发展壮大提供坚实的需求保障。

(5) 信息化建设为行业的大规模柔性化生产提供了技术支撑

定制家居行业的发展高度依赖信息化。一套覆盖研发设计、生产制造、营销及服务全流程的信息化系统,能够精准处理大规模复杂的个性化订单并形成高效的柔性化生产能力,为消费者提供更加智能化的消费体验,因此,信息化程度决定了一个企业的生产效率与管理效率。近年来,随着我国加大对信息化和工业化发展的重视,定制家居行业的信息化建设明显增强,已经能够满足大规模柔性化生产的要求,为定制家居行业的智能制造提供了技术支撑。

2、不利因素

(1) 行业标准体系有待完善

定制家居行业发展时间较短,正处于快速成长阶段,加之定制家居产品个性化定制程度高,行业规范性标准体系有待完善,是行业进一步发展的挑战之一。未来随着行业标准体系不断完善,行业企业在设计、生产、制造过程中将有标准可依,有助于提升行业产品生产效率,保障产品质量,从而推动行业健康发展。

(2) 行业竞争不规范

当前,定制家居行业市场集中度较低,业内中小企业数量较多,低端产品同质化现象严重,低端产品市场中低价竞争、恶性竞争现象相对突出,对行业的健康、快速发展造成不利影响。未来,依托于房地产市场稳步发展,消费升级不断推进,消费者品牌消费意识持续深化,定制家居行业市场竞争环境将不断改善,优质企业有望凭借综合优势进一步提升市场份额,持续发展壮大。

（七）行业技术水平及技术特点

定制家居企业主要为消费者提供“量身定制”的产品及服务，是现代制造业与现代服务业融合创新的产物，其技术特点主要体现在产品个性化研发设计创新、柔性化生产、信息技术应用、综合服务和环保材料应用等方面，具体如下：

1、研发设计创新能力

定制家居企业的研发设计创新能力直接影响了产品的风格特点和品牌形象，是产品能否不断推陈出新、紧跟市场潮流的关键因素，决定了企业的市场竞争力。从行业整体来看，近年来，在国内经济持续发展、消费升级等因素影响下，消费者个性化需求愈发强烈，驱动定制家居企业不断加大在产品研发设计创新方面的投入，行业整体研发设计创新能力取得了较大的发展。

由于行业发展时间尚短，不同公司间的研发设计创新实力存在较大差距，部分规模较小的企业缺乏自主研发设计创新实力，产品设计基本以模仿为主。行业领先企业往往对研发设计创新予以高度重视，凭借长期持续的高投入，现已具备较强的原创研发设计创新实力，可充分洞察市场潮流发展趋势并迅速推进新产品的研发设计。

2、柔性化生产能力

定制家居行业的经营特点决定了公司订单具有较强的个性化，柔性化制造能力成为了定制家居公司在产品生产过程中技术水平高低的重要衡量标准。包括生产效率、板材利用率、智能机械化水平等都是企业柔性化制造能力的体现。目前，业内企业的柔性化制造水平参差不齐，业内标杆企业通过引入大量的高端智能制造设备及生产线，不断优化生产工艺流程，达到降本增效的目的同时逐渐带动行业总体柔性化生产制造能力的提升。

3、信息技术应用能力

定制家居产品具有订单显著的零散化、非标准化的个性特征，随着定制化产品的品类日益丰富，信息技术在企业日常生产经营过程中的应用覆盖范围与程度逐渐成为企业市场竞争中的关键因素。近年来，行业整体信息化管理系统建设应用持续普及，信息化管理能力明显提升，其中包括公司在内的部分行业优势企业已实现从研发设计到生产、物流、安装全服务流程的信息技术支撑。

4、综合服务能力

定制家居行业综合服务能力涵盖售前产品个性化设计、全屋布局设计等能力，售中客户服务、物流跟踪、专业安装服务能力以及售后客户快速响应服务能力。2013年出台的《家居行业经营服务规范》，对营销服务、家居安装服务、售后服务措施等方面进行了明确规范。定制家居行业兼具制造业与服务业的特点，在国内消费升级持续推进的态势下，消费者愈发重视消费体验，企业的综合服务态度与能力逐渐成为消费者执行消费决策的重要因素。当前，在保证产品质量的基础上，包括公司在内的部分行业品牌企业越来越注重自身综合服务能力的建设，积极通过定期或不定期培训、考核、制定规章制度等方式提高内部员工、经销商团队的服务水平，凭借品牌企业建设综合服务能力产生了较好的经济效益带来的良好示范效应，行业整体综合服务能力也在稳步提升。

5、环保材料应用能力

一方面，随着居民生活水平不断提升，消费者健康意识、环保意识持续增强，倡导绿色家居、生态家居已逐渐成为群众共识，这愈发要求定制家居行业兼顾产品的功能性和环保性；另一方面，在我国推进产业升级、建设资源节约型和环境友好型社会战略背景下，定制家居产品环保指标受到广泛关注，促使业内企业在原材料选择、加工工艺开发等方面越来越关注产品的环保性能。

（八）行业经营模式和行业周期性、区域性或季节性特征

1、行业的经营模式

定制家居产品定制化的特点、客户多样性的需求以及家居产品属性决定了行业的主要经营模式。

在生产方面，由于定制家居产品的定制化特点鲜明，企业往往需要根据客户房屋的实际空间布局进行前期设计，再结合客户对产品款式、色彩、风格的偏好进行搭配、调整，最终确定产品方案。因此，行业内的企业主要采用按客户订单生产的模式，企业在接受客户订单后，通过专业软件或手工方式将订单拆分为各个零散组件，并逐一排产。

在采购方面，定制家居生产所需原材料主要为板材、五金、木材等，上游为传统制造业，门槛较低，企业数目众多，定制家居企业为保障原材料质量，通常

会建立自有的供应商管理部门,对供应商进行资质鉴定、产品对比和综合考评,择优选择纳入合格供应商清单,进行长期合作。同时,在综合考量自身产能、生产成本、经济效益等因素的基础上,定制家居企业还会选择对外采购部分成品,以满足客户多样性、一站式的采购需求。

在销售方面,行业内企业主要采用经销商专卖店模式、直营店模式和大宗业务模式。

经销商专卖店模式是指定制家居企业将自己所拥有的品牌、商标等授予经销商使用,由经销商设立专卖店销售企业产品。在经销商专卖店模式下,经营风险由经销商自行承担,企业可借助经销商的经验和社会资源迅速实现产品销售,在渠道建设及维护成本投入较少的条件下开拓各区域市场,提升公司市场份额及行业知名度。但经销商模式下的管理难度较大,公司需要建立完善的经销商管理体系,组建强有力的执行团队确保经销商按照公司的战略和政策执行方案。

直营店模式是指定制家居企业通过直接投资开设专卖店的方式销售其产品,并对门店经营活动实施统一管理。在直营店模式下,生产企业可以更为有效地控制销售渠道,掌握一手市场信息,贯彻公司的发展战略。但直营门店的前期投入较大、见效慢,后续管理成本较高,对生产企业的综合管理、运营水平要求更高。

大宗业务模式是指定制家居企业直接与房地产企业等大宗客户开展定制家居产品销售合作。近年来,在国家政策的持续推动下,我国精装房渗透率不断提升,精装房市场容量持续扩大,大宗业务模式逐渐成为头部定制家居企业的主要销售模式之一。在大宗业务模式下,定制家居企业可以借助房地产企业等大宗客户资源实现规模化销售,提升公司产品的销量,积累行业口碑。但开展大宗业务对企业的综合实力要求较高,需要企业具备一定的品牌知名度和资金实力。

2、行业周期性、区域性和季节性特征

(1) 周期性

定制家居行业正处于市场普及的高速发展阶段,新房开发体量仍处于高位,叠加存量房二次装修、精装房市场逐步放量等利好因素,行业需求较为旺盛,发展空间较大,行业现阶段不存在周期性特征。但宏观经济发展状况、居民可支配收入水平及房地产行业发展情况对定制家居行业的发展会产生一定的影响。

（2）区域性

定制家居面向消费者的个性化家居需求，行业没有明显的区域性特征，但受到区域经济发展水平不平衡、居民收入水平存在差异等因素的影响。

（3）季节性

定制家居行业的季节性主要受国内商品住房购买、交付与装修时间影响，也与居民旧房二次装修有关，而气候、春节假期等因素会影响建筑、装修施工条件，从而影响住房装修进度，进而影响定制家居产品需求。整体来说，定制家居行业下半年销售收入略高于上半年。

（九）公司所处行业与上、下游行业之间的关联性，上下游行业发展状况对本行业及其发展前景的有利和不利影响

定制家居行业处于产业链中游，上游主要为实木、板材、铝材、五金材料等原材料供应商，下游主要面向拥有新房装修以及存量房二次翻新购置家居产品需求的终端消费者。定制家居行业产业链分布如下：

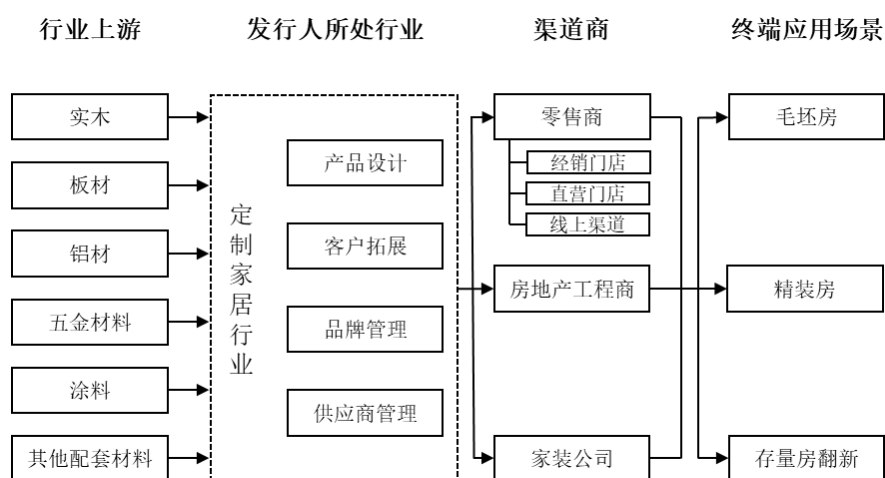


图 6-10 定制家居行业产业链

1、上游行业与本行业的关联性及其发展对本行业的影响

定制家居行业上游主要为实木、板材、铝材、五金材料等原材料供应商，供应基础良好、工艺较为成熟，能够持续稳定地满足定制家居行业生产所需的原材料。

上述原材料在公司的主营业务成本中占比较高，原材料价格的波动将会影响定制家居行业的成本，进而影响行业的毛利率和利润水平。但上述原材料行业进

入门槛较低、企业数量众多，定制家居行业对上游行业单一供应商的依赖性较小；且定制家居行业市场份额比较分散，具备品牌优势的企业能够享受一定的品牌溢价，可以在一定程度上削弱原材料价格发生不利变动造成的影响。

2、下游行业与本行业的关联性及其发展对本行业的影响

定制家居行业下游为商品住房购买者、旧房翻新二次装修消费者以及推出精装修商品住房的房地产企业。

目前，我国城镇化仍在稳步推进之中，城镇化率仍与韩国、美国、英国、日本等发达国家存在较大差距，我国仍具备较大的城镇化发展空间，城市住房的刚性需求并未减弱。在我国城镇化进程稳步推进、政府对房地产市场适时进行宏观调控等因素的驱动下，定制家居市场规模仍将不断增长。

三、发行人在行业中的竞争地位

（一）公司在行业中的竞争地位

公司致力于为中高端客户体提供专业化、一站式全屋定制解决方案，凭借对研发设计、产品工艺改进、生产设备升级和品牌建设推广等方面的长期投入，公司在品牌知名度、研发设计创新、营销网络、大规模柔性化智能制造、数字化运营管理等方面具备较强的综合竞争优势，近年来主营业务收入持续增长，市场竞争地位不断提升。

子公司广东玛格为全国工商联家具装饰业商会实木定制家居专业委员会会长单位，发行人及子公司获得了“全国定制家具行业质量领先品牌”、“全屋定制十大品牌”、“家居数字化先锋品牌”等荣誉。技术方面，公司被评为“国家级工业设计中心”、“重庆市中小企业‘专精特新’企业”、“重庆市认定企业技术中心”、“重庆市知识产权优势企业”、“重庆市数字化车间”，是团体标准《实木定制家居产品安装服务规范（T/CFDCC0209-2019）》的主要起草单位之一并参与起草了团体标准《复合原木柜（T/CFDCC0208-2019）》。

未来，公司将通过持续的技术创新、产品升级、渠道建设和品牌推广，继续巩固并提升现有的市场地位。随着募集资金到位，公司的产能及销量将进一步释放，持续投入研发和信息化建设，提升市场推广和品牌建设力度，市场占有率有望进一步提升。

（二）行业内主要竞争对手情况

目前，定制家居行业主要企业相关情况如下：

1、欧派家居

欧派家居成立于 1994 年，总部位于广东广州，主要从事全屋家居产品的个性化设计、研发、生产、销售、安装和室内装饰服务，主要产品包括整体厨柜、整体衣柜、整体卫浴、定制木门、金属门窗、软装、家具配套等。2021 年 1-6 月营业收入 82.00 亿元，归母净利润 10.12 亿元，截至 2021 年 6 月 30 日，欧派家居共有各类门店 7,257 家。

2、索菲亚

索菲亚成立于 2003 年，总部位于广东广州，主要从事定制柜、橱柜、木门及配套家居产品的设计、生产及销售，同时产品体系延伸至非定制类的配套家居产品如沙发、床、床垫、茶几、纺织用品等。2021 年 1-6 月营业收入 43.00 亿元，归母净利润 4.46 亿元，截至 2021 年 6 月 30 日，索菲亚柜类定制产品专卖店为 2,770 家，司米橱柜专卖店为 1,081 家。

3、尚品宅配

尚品宅配成立于 2004 年，总部位于广东广州，主要产品包括衣柜、橱柜、书柜、电视柜、床等全屋板式定制家居，同时覆盖家装主辅材、装配式背景墙及配套家居产品、电器等家居品类，并可提供家居行业设计软件及信息化整体解决方案。2020 年 1-6 月营业收入 31.77 亿元，归母净利润 0.43 亿元，截至 2021 年 6 月 30 日，尚品宅配在全国拥有 2,662 家门店（含正在装修门店）。

4、志邦家居

志邦家居成立于 1998 年，总部位于安徽合肥，专注于全屋定制家居的研发、设计、生产、销售和安装服务，产品包括整体厨房、全屋定制、定制木门/墙板、成品配套等品类。2021 年 1-6 月营业收入 19.08 亿元，归母净利润 1.52 亿元，截至 2021 年 6 月 30 日，志邦家居拥有整体厨柜门店 1,676 家，定制衣柜门店 1,528 家，木门门店 260 家，已形成“大定制”发展格局。

5、好莱客

好莱客成立于 2007 年，总部位于广东广州，主要产品包括整体衣柜、橱柜、定制木门、定制门窗及其它配套产品等，致力于为消费者提供全屋整体解决方案。2021 年 1-6 月，好莱客实现营业收入 15.24 亿元，归母净利润 1.38 亿元，截至 2021 年 6 月 30 日，好莱客门店数量为 2,049 家。

（三）公司的竞争优势和劣势

1、发行人的竞争优势

（1）信息化体系建设优势

公司深入贯彻推进信息化与工业化融合发展战略，搭建了完善的信息化体系，已构建了覆盖研发设计、供应链管理、生产制造、营销服务等业务经营全环节的信息化系统闭环。

公司以 SAP ERP 系统为中心，重点围绕研发设计、供应链管理、生产制造、营销服务等核心业务环节，搭建了 MDMS 数字化营销系统等信息化系统、PDM 产品数据平台及订单全流程管理系统、U 秀 AI 智能设计系统等信息化系统，并不断优化升级，实现各类数据的协同互通，有力促进了上述核心业务环节的精细化管理和高效运转，逐步形成了较强的数字化运营管理能力，是公司相较于同行业公司的关键竞争优势之一。公司在上述核心业务环节搭建的信息化系统及其应用情况主要如下：

经营环节	信息化系统建设情况	具体应用情况
研发设计	PDM 产品数据平台及订单全流程管理系统、U 秀 AI 智能设计系统、设计星球、云屏系统	PDM：产品数据管理，包括产品工艺、产地、价格、BOM 等信息
		U 秀：全国经销商的设计师使用，包括设计、渲染、下单、出图、报价
		设计星球：设计师案例分享、设计模型素材共享平台
		云屏系统：针对经销商进行内容输出，由经销商向客户展示公司的产品及服务，全方位提升门店客户体验
供应链管理	SRM 供应商平台、SAP 质量管理模块	采购寻源、供应商档案管理、价审管理、送货协同、发票及对账协同、质量控制
生产制造	MES 制造执行系统	生产计划下达、生产执行、生产过程采集、条码验证、包装出入库、发运
营销服务	MDMS 数字化营销系统	全域流量接入及清洗与下发、消费者主数据管理、经销商门店管理、安装售后服务管理、

经营环节	信息化系统建设情况	具体应用情况
		销售商与服务商管理、老客户经营管理

表 6-3 公司信息化系统及具体应用情况

其中，MDMS 数字化营销系统是公司依托于对信息化体系多年深入研究的经验技术积累而维护开发的信息化系统，现已取得相应的软件著作权，该营销系统提升了公司在营销服务方面的数字化管理能力，并实现了销售周期和销售成本的精细化管控。凭借优异的信息化体系及数字化运营管理服务能力，公司于 2021 年获得“两化融合管理体系评定证书”，并被认定为“重庆市数字化车间”。

（2）大规模、柔性化智能制造及质量优势

为快速满足消费者个性化需求，公司以构建智能制造体系为关键路径，在公司完善的信息化体系基础上，引进豪迈、温康纳、南兴等高端智能制造设备和生产线，运用于开料、封边、钻孔、膜压等生产工艺环节。通过软硬件一体化布局，实现产品生产制造过程自动化、柔性化和智能化，形成了大规模、柔性化智能制造能力，有效解决了定制家居产品个性化需求与规模化生产之间的矛盾。

公司将产品质量视为持续发展的基础，产品通过了 ISO9001 质量管理体系、ISO14000 环境管理体系、ISO45001 职业健康安全管理体系等体系的认证，并建立了健全的产品质量检测系统，对各类原材料、半成品、成品执行严格的质量检验程序。同时，凭借生产制造全链条的信息化覆盖，相关部门可实现对质量异常的产品进行追溯，持续提升产品质量稳定性。公司于 2020 年被中国质量检验协会评为“全国定制家具行业质量领先企业”、“全国质量诚信标杆企业”，定制衣柜（履面）等产品获得中华人民共和国环境保护部颁发的“2019 中国环境标志产品认证证书”、中国质量检验协会颁发的“全国质量检验稳定合格产品”、“全国质量信誉保障产品”。

（3）研发设计创新优势

公司十分重视产品的研发设计创新，追求品牌内涵、材料、工艺、色彩、文化、时尚潮流理念等因素的和谐统一。经历了多年的积累沉淀，公司已组建了研发设计实力强劲的团队，建立了较为完善的研发设计制度体系，科学规范了产品的研发设计流程，具有较高的研发设计创新效率。与此同时，为洞察市场潮流趋

势，公司通过参加国内外家居展会、与行业知名设计机构合作等多种途径，及时获取最新的时尚潮流资讯，为产品研发设计创新赋能。此外，除自有研发设计团队外，公司充分利用社会创新资源，积极与外部设计师团队密切开展创新合作，进一步提升了公司品牌价值与知名度。

截至本招股说明书签署之日，公司共拥有有效授权专利 286 项，其中发明专利 3 项、实用新型专利 118 项，外观设计专利 165 项。凭借雄厚的研发设计创新实力，公司被评为“国家级工业设计中心”、“重庆市中小企业‘专精特新’企业”、“重庆市认定企业技术中心”、“重庆市知识产权优势企业”、“重庆市数字化车间”，是团体标准《实木定制家居产品安装服务规范(T/CFDCC0209-2019)》的主要起草单位之一，并参与起草了团体标准《复合原木柜(T/CFDCC0208-2019)》，产品设计荣获“中国定制家居设计杰出贡献奖”、“2020 年度色彩设计前瞻产品”、“2020 中国家居品牌力量榜设计创新奖”等业内知名设计奖项。

(4) 品牌优势

公司根植于定制家居领域，坚定“面向中高端消费群体”的品牌定位，秉承“打造中国定制家居领导品牌”的品牌理念，始终将提升品牌价值作为发展重点。多年来，公司不断完善内部品牌运营管理体系，通过长期持续的、覆盖线上线下渠道的品牌宣传与推广，“玛格”品牌已具备较高的市场知名度，市场口碑较好。

子公司广东玛格为全国工商联家具装饰业商会实木定制家居专业委员会会长单位，近年来，公司在品牌建设方面所获荣誉奖项主要如下：

序号	荣誉/奖项	颁发单位	颁发时间
1	国家级工业设计中心	工信部	2021.11
2	全国定制家具行业质量领先品牌	中国质量检验协会	2020.09
3	2019-2020 十大优选定制家居品牌	北京商报社	2020.08
4	全屋定制十大品牌	慧亚家居热线	2020.07
5	重庆市中小企业“专精特新”企业	重庆市经济和信息化委员会	2019.12
6	2019 中国家居业名人堂-行业工作特别贡献奖	全国工商联家具装饰业商会	2019.11
7	2019 年度中国家居产业品牌奖消费者喜爱品牌	优居、腾讯家居、贝壳	2019.10

序号	荣誉/奖项	颁发单位	颁发时间
1	国家级工业设计中心	工信部	2021.11
8	2019 影响中国家居生活方式产品 TOP10	优居、腾讯家居、贝壳、家居生活榜	2019.10
9	2018-2019 十大定制家居领军品牌	北京商报社	2019.10
10	中国家居冠军榜匠心质造品牌	网易新闻	2019.10

表 6-4 公司品牌所获荣誉奖项

（5）营销网络优势

公司始终坚持合作共赢的经营理念，充分利用自身资源，有效整合线下经销商资源，并依托不断完善的经销商开发管理制度，逐步建立了与公司紧密合作、共同成长、辐射全国的营销服务网络。截至 2021 年 6 月 30 日，公司营销网络布局以华东地区、西南地区为主，在全国范围内拥有经销商合计 685 家，经销门店 728 家，覆盖全国 31 个省级行政区。同时，为贯彻“全屋定制”发展战略，公司采取“一城一商多品多店”的经销商布局策略，充分满足消费者“一站式购买”需求的同时，有助于提升公司经销商的市场竞争力。

（6）服务优势

定制家居产品高度围绕消费者的个性化家居需求，全面周到的消费体验与服务是促进消费者执行消费决策关键因素之一。

为此，公司秉持品质制造与服务并行的发展路径，在保证产品质量的基础上，以布局广泛的经销商为重要途径，通过在管理、销售、服务等方面对各区域经销商团队进行长期持续的培训，形成了具备面向全国消费者个性化需求快速响应能力的服务网络。与此同时，公司组建了以客户中心部门为主的售后服务团队，打造了覆盖“售前、售中、售后”全环节完备的服务团队与服务能力，对增强客户粘性、提升品牌口碑与美誉度起到了强有力的促进作用。公司于 2019 年获得了网易家居颁发的“2019 年度家居行业服务榜样”，服务能力深受认可。

2、发行人的竞争劣势

（1）产能有待进一步提升

近年来，在消费升级、消费群体代际转换等利好因素驱动，定制家居市场需求快速增长，公司依托于在品牌知名度、研发设计创新、营销网络、大规模柔性

化智能制造等方面的综合竞争优势，业务规模迅速提升，现有产能已无法满足业务规模扩张的需要。现有产能对公司维持快速响应市场需求的能力，以及进一步开拓市场产生较大影响，是公司现阶段面临的主要难题之一。

（2）融资渠道单一

当前，公司正处于快速发展阶段，在品牌建设、研发设计创新、营销网络建设、信息化建设、产能提升等方面均需要投入大量的资金，以进一步提升业务规模及市场份额，但公司目前融资渠道较为单一，主要依靠银行贷款与自有资金积累，对公司快速发展造成一定阻碍。

四、发行人主营业务的具体情况

（一）主要产品及用途

公司主要产品及用途详见本节“一、发行人主营业务、主要产品及设立以来的变化情况”之“（二）发行人主要产品”。

(二) 主要产品的工艺流程图

1、定制衣柜/整体橱柜

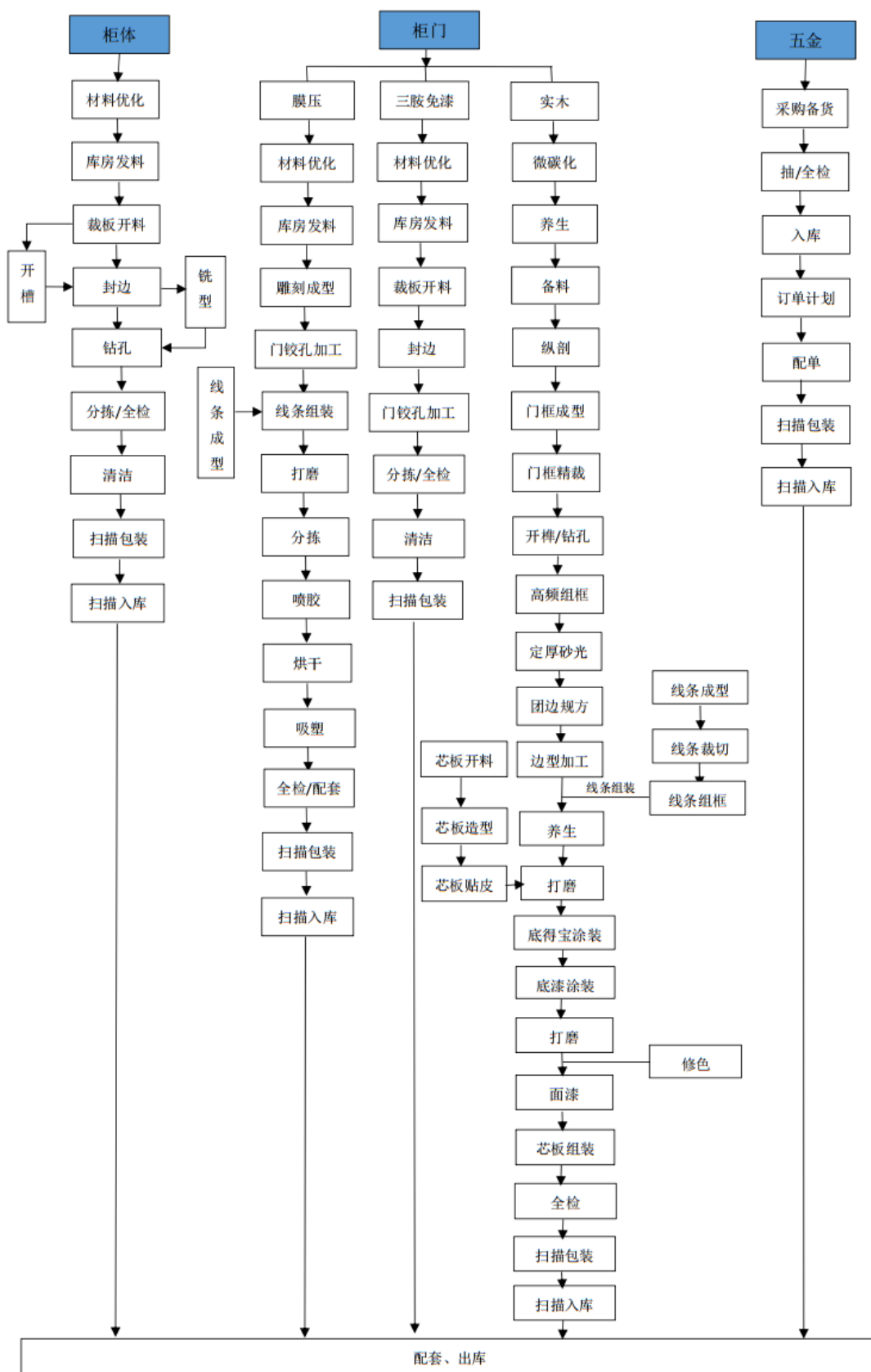


图 6-11 定制衣柜/整体厨柜工艺流程图

2、室内木门

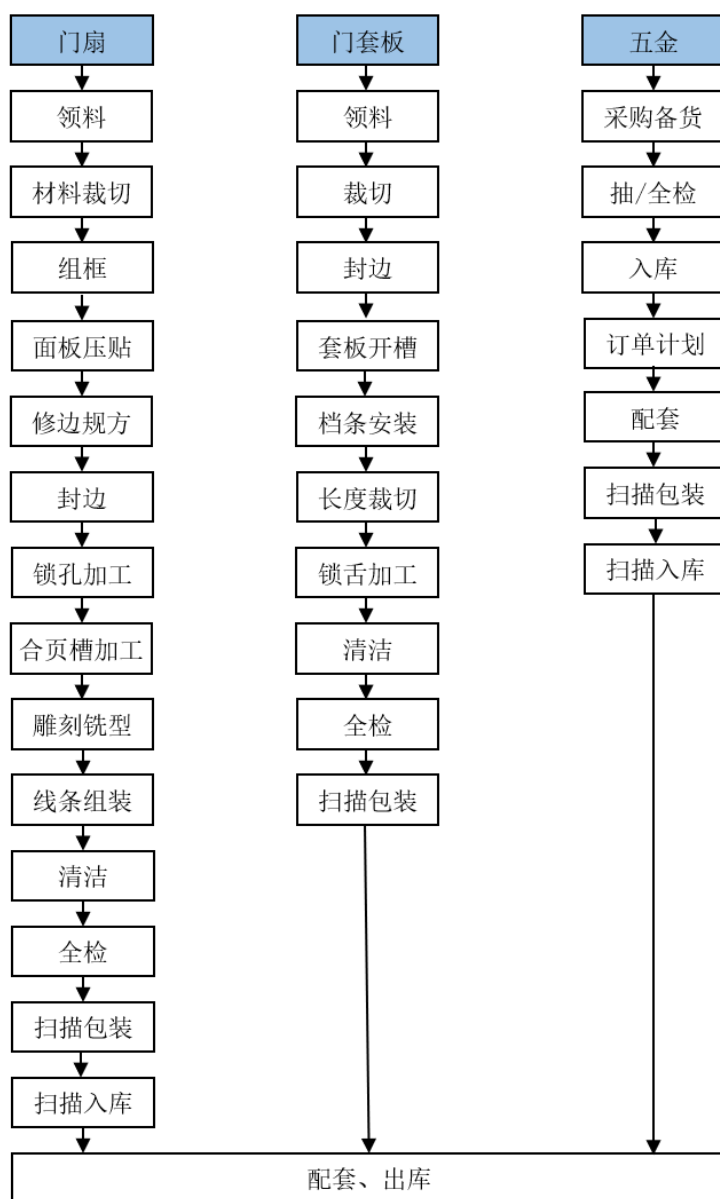


图 6-12 室内木门工艺流程图

(三) 主要经营模式

1、采购模式

公司生产所需的原材料主要采用“安全库存+按需采购”的采购模式，由采购部门集中统一采购。安全库存是指对于用量较大且市场价格存在明显波动的大宗原材料（如铝材、板材等），公司制定储备定额，当库存原材料低于储备定额时，由供应链管理部直接实施采购；按需采购是指对于常规性原材料（如五金类、

辅助材料、包材类材料等), 由供应链管理部根据实际生产需求下达采购计划, 实施采购。

公司采购业务的开展由供应链管理部主导, 负责采购合同的履行、供应商开发与管理、成本管控等工作, 当存在原材料采购需求时, 供应链管理部会在合格供应商名单范围内进行询价比价, 择优选择供应商进行采购, 并对采购价格进行持续跟踪监督。

为充分满足消费者“一站式购买”需求, 推进公司“提供全屋定制服务”发展战略, 公司还对外采购配套的产品进行销售, 如家用厨电、成品家具、软装、配饰等, 上述产品在一定程度上丰富了公司的产品类型, 为客户提供了更多的选择。

公司采购业务主要环节具体如下:

(1) 供应商开发与管理

公司供应链与制造中心下设供应链管理部, 负责供应商的开发与管理。公司制定了《供应商管理规范》《供应商月度绩效考核管理制度》《新材料及供应商开发管理制度》等一系列内控制度, 完善了供应商管理体系, 对供应商的开发、持续管理等各方面做出了严格规定, 供应商需经初筛、实地考察、现场评审等多个环节考察合格后, 方可纳入合格供应商名录; 为保证供应商物料品质、供货及时和可持续满足公司要求, 供应链管理部会定期对供应商的交付周期、品质稳定性、业务配合度、订单异常处理等指标进行考核, 并依据考核结果剔除不合格供应商。

(2) 采购流程

公司物料采购的简要流程如下:

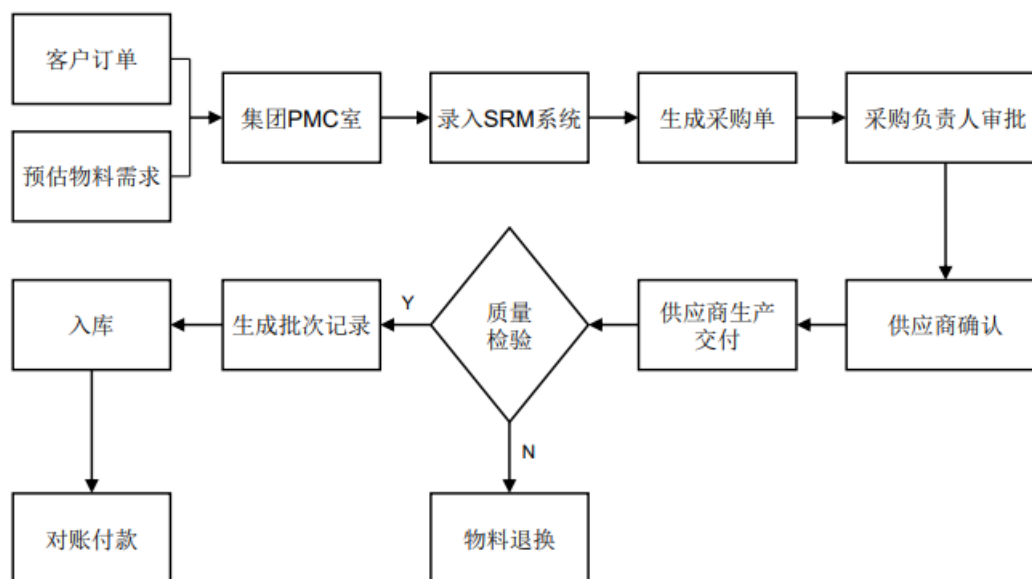


图 6-13 采购流程图

（3）原材料质量管控

为充分保证产品质量，公司设置了品质管理中心，严格按照《进料品质控制程序》制度文件要求，在入库前对原材料进行严格、全面的进料检验，检验合格后方可入库，并生成相应的批次记录。当物料质量出现异常，相关异常信息会及时上传至 SAP 系统，并联结 SRM 供应商平台、MES 制造执行系统，采购和品质管理部门可迅速获取产品异常信息，快速形成解决方案，实现对原材料品质的高效管控。

2、生产模式

公司紧跟行业“全屋定制”的发展趋势，定位于全屋定制解决方案提供商，生产定制衣柜、整体厨柜、室内木门等多种定制化家居产品。公司严格执行“按订单生产”的原则，形成了以自主生产为主，兼有少量产品 OEM 代工生产、部分生产工序委外加工的生产模式。

公司在综合考量自身产能、生产成本、经济效益等因素的基础上，积极整合产业内优质资源，选择 OEM 工厂、委外加工工厂作为公司自主生产制造的有益补充，协同完成客户订单任务，在满足客户个性化、多样化定制需求的同时，注重提升生产效率和成本控制水平，实现有限资源的合理调配。

(1) 自主生产

自主生产是指公司自行采购生产所需原材料,所有生产工序均利用自有或租赁生产场地和生产设备进行生产的模式,是公司主要的生产模式。

公司根据不同产品订单情况,及时制定相应的生产作业流程,实施标准化的管控:在营销系统接收客户订单后,由接单中心进行订单审核、分派,集团PMC室对订单容量与现阶段各个车间生产情况进行评估,生成优化后的生产计划交由生产车间进行生产,产品生产完毕后经质量检验合格方可入库。

公司自主生产具体流程如下图所示:

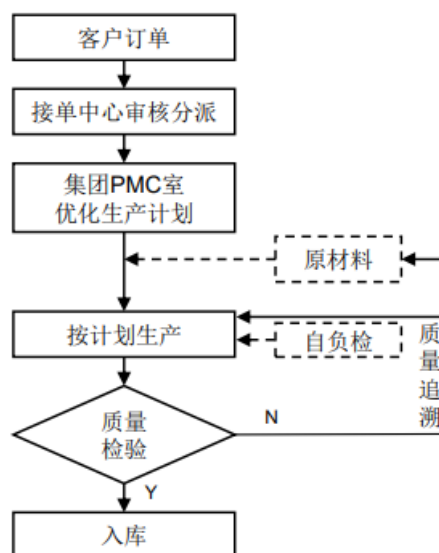


图 6-14 自主生产流程图

(2) OEM 代工生产

报告期内,公司涉及OEM代工生产的产品主要为木门、铝框门等产品。当公司接收该类产品订单时,由集团PMC室将生产需求传达至代工厂商,由其自行购买公司指定的原材料,并依据公司的产品设计要求进行生产,最终由公司验收、入库,并进行销售。

OEM 代工生产模式主要业务流程具体如下:

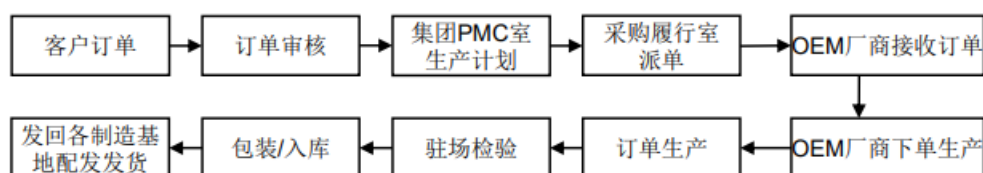


图 6-15 OEM 代工生产流程图

报告期内，公司与主要 OEM 厂商建立了良好的合作关系。为加强对 OEM 厂商及代工产品质量的管控，规范生产加工流程，防范代工风险，公司制定了《采购合同》《品质协议》等相关规范文件，从代工产品的交期、质量、成本等方面对 OEM 厂商进行严格的规范要求，保障代工产品的品质满足公司的要求。在产品生产交付过程中，公司内部的采购、生产等相关部门会与 OEM 厂商紧密联系，以便掌握代工产品的实时动态；同时，公司会委派管理经验丰富的内部员工对主要 OEM 厂商进行驻场品质管控，并予以指导，以提高其生产效率，不断加强公司与优质代工厂商的合作稳定性。

报告期内，公司 OEM 模式下的采购金额分别为 2,814.43 万元、4,294.99 万元、5,465.83 万元和 2,047.75 万元，占总采购金额的比例分别为 8.93%、12.62%、14.91%和 10.54%。

（3）部分工序委外加工

公司委外加工的工序主要为板材的贴面压纸，该工序主要是通过热压贴面工艺将贴面纸压合于板材表面。在实际操作过程中，该工序较为简单，技术含量较低，且相关委外加工厂商较多，发行人对加工厂商的选择主要由采购部门向各供应商询价、谈判确定，加工费用采用市场化定价方式，一般为工序成本加一定的合理利润。

报告期内，发行人委外加工成本分别为 2,622.52 万元、2,682.79 万元、3,344.20 万元和 1,810.06 万元，占主营业务成本的比例分别为 5.45%、5.43%、6.67%和 6.98%，占比较低且该工序不属于发行人产品的关键工序技术，对该工序采取委外加工方式不会影响发行人的业务完整性。

3、销售模式

报告期内，公司的销售模式包含经销商销售和大宗业务两种模式，其中经销

商销售模式是公司主要的销售模式。

（1）经销商销售模式

1) 经销商情况

经销商销售模式主要是指公司通过选择和培育具备行业运营经验、品牌意识、团队服务能力、市场信誉良好、资金实力雄厚的经销商，与之签订《经销合同》，授权其在特定区域内，按公司要求开设“玛格全屋定制”专卖店，建立经公司培训合格的服务队伍，销售“玛格”品牌全系列产品。

公司的经销商销售模式包括线上引流和线下获客两种方式，线上引流系公司在淘宝等线上平台设立旗舰店并将顾客引流至所在区域的经销商门店，线下获客系经销商为消费者提供上门量尺、设计方案、送货安装等服务，经销商模式具体流程如下：

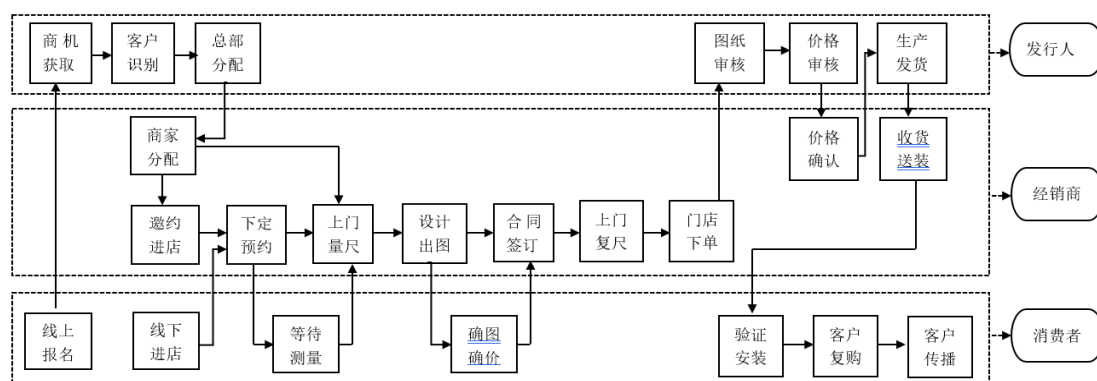


图 6-16 经销商销售模式流程图

截至 2021 年 6 月 30 日，公司在全国范围内的经销商合计 685 家，经销门店 728 家，覆盖全国 31 个省级行政区。以华南、华东、华北、华中、西南、西北、东北等 7 个地区进行划分，报告期内，公司各区域的经销商数量变化情况具体如下：

单位：家

区域	2021 年 6 月末	2020 年末	2019 年末	2018 年末
华南地区	67	68	57	48
华东地区	225	214	196	184
华北地区	66	63	58	49
华中地区	129	128	126	114

区域	2021年6月末	2020年末	2019年末	2018年末
西南地区	129	132	119	107
西北地区	48	46	40	41
东北地区	21	20	17	16
合计	685	671	613	559

表 6-5 公司各区域经销商数量变化情况

2) 经销商退、换货情况

公司经销商模式为买断式销售，根据公司与经销商签署的《经销合同》，公司向经销商提供的产品需符合国家相关标准，若相关产品存在质量问题，公司需维修或更换产品，直至符合质量标准。但由于经销商为终端用户提供的设计方案失误、安装不当等原因造成的损失由经销商承担；由于运输原因造成的产品破损或毁坏由经销商雇佣的运输单位承担。

3) 经销商最终销售实现情况

公司实行订单式生产，经销商通过公司统一的信息管理系统向公司发送终端用户的订单需求并进行采购订货。通常情况下，除经销商店面展示所用样品外经销商无需保有库存产品。因此，除店面展示样品和极少量的备货外，经销商自公司所采购产品均已实现最终销售。

(2) 大宗业务模式

大宗业务模式是指公司直接与房地产企业、学校等大宗客户开展定制家居产品销售合作的模式。

目前，公司大宗业务主要为承接大型房地产项目、学校等精装修配套定制产品生产订单。报告期内，公司与万科、金科等大型知名房地产商建立了密切合作关系，大宗业务收入逐年提升，未来公司将紧跟行业趋势，加快推进大宗业务的开拓，加速业绩增长。

(四) 发行人主要产品的生产和销售情况

1、主要产品产能、产量及销量情况

报告期内，公司主要产品的产能、产量及销量情况如下：

单位: 套

产品类别	项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
定制衣柜	产能	94,255	189,094	189,169	174,856
	产量	85,015	172,679	173,414	166,472
	产能利用率	90.20%	91.32%	91.67%	95.21%
	销量	86,095	171,901	173,031	166,890
	产销率	101.27%	99.55%	99.78%	100.25%
室内木门	产能	8,146	9,051	6,788	5,413
	产量	4,716	7,504	8,446	5,943
	产能利用率	57.89%	82.91%	124.43%	109.79%
	销量	4,748	7,533	8,359	6,128
	产销率	100.68%	100.39%	98.97%	103.11%
整体厨柜	产能	6,365	10,907	8,431	102
	产量	5,231	10,786	7,543	102
	产能利用率	82.18%	98.89%	89.47%	100.00%
	销量	4,542	9,970	7,553	-
	产销率	86.83%	92.43%	100.13%	-

注: 室内木门和整体厨柜产量含 OEM 数量。

报告期各期, 定制衣柜和室内木门的产销率较高, 主要原因系公司根据客户订单定制化生产, 并通过高效的物流体系实现销售, 产品销售周期短、滞销概率低, 产销率水平较高符合行业特征; 报告期内, 整体厨柜产销率由 100.13% 下降至 86.83%, 主要系随着面向房地产开发商等客户的大宗业务收入占比不断升高, 期末尚未验收的产品有所增加。

2、销售收入按产品分类

报告期内, 公司主营业务收入按产品分类情况如下表所示:

单位: 万元

项目	2021年1-6月		2020年度		2019年度		2018年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
定制衣柜	36,090.66	88.18%	72,215.76	87.56%	72,500.37	89.30%	70,775.70	94.43%
室内木门	1,924.32	4.70%	3,478.64	4.22%	4,023.72	4.96%	3,031.79	4.05%
整体厨柜	2,140.18	5.23%	4,457.29	5.40%	3,067.97	3.78%	-	-

项目	2021年1-6月		2020年度		2019年度		2018年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
其他	771.94	1.89%	2,320.37	2.81%	1,592.34	1.96%	1,142.84	1.52%
合计	40,927.10	100.00%	82,472.07	100.00%	81,184.40	100.00%	74,950.33	100.00%

3、销售收入按销售模式分类

报告期内，公司主营业务收入按销售模式分类情况如下表所示：

单位：万元

项目	2021年1-6月		2020年度		2019年度		2018年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
经销商模式	40,192.62	98.21%	79,849.09	96.82%	79,918.92	98.44%	74,094.98	98.86%
大宗业务模式	734.48	1.79%	2,622.97	3.18%	1,265.48	1.56%	855.35	1.14%
合计	40,927.10	100.00%	82,472.07	100.00%	81,184.40	100.00%	74,950.33	100.00%

4、销售收入按区域分类

报告期内，公司主营业务收入按区域分类情况如下表所示：

单位：万元

地区	2021年1-6月		2020年度		2019年度		2018年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
华东	15,074.52	36.83%	29,862.43	36.21%	27,810.34	34.26%	22,946.49	30.62%
西南	9,593.56	23.44%	19,292.35	23.39%	20,695.47	25.49%	21,410.33	28.57%
华中	5,478.83	13.39%	12,140.55	14.72%	13,013.83	16.03%	12,517.61	16.70%
华南	4,126.28	10.08%	9,134.94	11.08%	7,168.76	8.83%	5,937.75	7.92%
西北	2,667.42	6.52%	5,079.57	6.16%	5,054.38	6.23%	4,863.36	6.49%
华北	2,881.63	7.04%	5,048.14	6.12%	5,109.95	6.29%	5,075.89	6.77%
东北	1,104.85	2.70%	1,914.08	2.32%	2,331.66	2.87%	2,198.89	2.93%
合计	40,927.10	100.00%	82,472.07	100.00%	81,184.40	100.00%	74,950.33	100.00%

5、主要产品平均销售价格变动

单位：元/套

产品类别	2021年1-6月		2020年度		2019年度		2018年度
	平均单价	变动率	平均单价	变动率	平均单价	变动率	平均单价
定制衣柜	4,191.96	-0.22%	4,201.01	0.26%	4,190.02	-1.20%	4,240.86

产品类别	2021年1-6月		2020年度		2019年度		2018年度
	平均单价	变动率	平均单价	变动率	平均单价	变动率	平均单价
室内木门	4,052.92	-12.23%	4,617.87	-4.07%	4,813.64	-2.70%	4,947.44
整体厨柜	4,711.97	5.40%	4,470.70	10.06%	4,061.92	-	-

6、报告期内主要客户情况

报告期内，公司前五名客户的销售情况如下：

单位：万元

报告期	序号	客户名称	销售金额	占营业收入比	是否为关联方
2021年1-6月	1	重庆一粟联创家居有限公司 ^註	807.14	1.94%	否
	2	高新区美唐家具经营部	718.04	1.72%	否
	3	广州市谷柔家居用品有限公司	695.87	1.67%	否
	4	西安南湖锦腾置业有限公司	645.32	1.55%	否
	5	无锡美特家建材有限公司	479.24	1.15%	否
			合计	3,345.60	8.03%
2020年度	1	重庆一粟联创家居有限公司	1,494.87	1.78%	否
	2	高新区美唐家具经营部	1,307.21	1.56%	否
	3	誉墅品（上海）家居有限公司	1,212.66	1.44%	否
	4	广州市谷柔家居用品有限公司	1,199.84	1.43%	否
	5	无锡美特家建材有限公司	1,027.70	1.22%	否
			合计	6,242.29	7.43%
2019年度	1	重庆一粟联创家居有限公司	1,398.26	1.70%	否
	2	高新区美唐家具经营部	1,299.55	1.58%	否
	3	广州市谷柔家居用品有限公司	1,069.82	1.30%	否
	4	誉墅品（上海）家居有限公司	1,010.33	1.23%	否
	5	宁波红平家居有限公司	839.14	1.02%	否
			合计	5,617.10	6.81%
2018年度	1	高新区美唐家具经营部	1,460.46	1.91%	否
	2	绵阳市全成商贸有限公司	820.86	1.08%	否
	3	重庆一粟联创家居有限公司	703.04	0.92%	否
	4	广州市谷柔家居用品有限公司	675.07	0.89%	否
	5	萍乡经济技术开发区睿创全屋定制生活馆	626.73	0.82%	否

报告期	序号	客户名称	销售金额	占营业收入比	是否为关联方
		合计	4,286.16	5.62%	-

注：重庆一粟联创家居有限公司包括重庆一粟联创家居有限公司和南岸区柒玖木地板经营部，均为欧亚琴实际控制的企业。

报告期内，公司前五大客户主要为经销商客户，单个客户的销售金额较小，占比较低，前五大客户群体随着经销商当年的市场拓展业绩存在小幅波动，但总体相对稳定。公司报告期内向前五大客户合计销售额占当期销售总额比例分别为 5.62%、6.81%、7.43%和 8.03%，不存在向单个客户的销售比例超过总额 50% 或严重依赖于少数客户的情况。

报告期内，前五大客户与公司、公司控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其关系密切的家庭成员不存在关联关系。

(五) 发行人主要原材料和能源的供应情况

1、主要原材料情况

(1) 主要原材料采购情况

公司产品采购的物料较多，主要包括板材(含素板、三胺板及其他工艺板等)、五金配件、木材、封边条、铝框门、包装材料等。

报告期内，公司主要原材料采购金额及占采购总金额的比例如下表：

单位：万元

原材料名称	2021年1-6月		2020年度		2019年度		2018年度	
	采购金额	占比	采购金额	占比	采购金额	占比	采购金额	占比
素板	4,441.77	22.86%	8,448.66	23.05%	8,514.82	25.02%	8,367.09	26.54%
五金	4,294.25	22.10%	6,449.17	17.59%	5,386.82	15.83%	4,196.21	13.31%
铝框门	806.59	4.15%	1,358.77	3.71%	706.01	2.07%	215.79	0.68%
封边条	770.29	3.96%	1,469.77	4.01%	1,209.77	3.55%	912.70	2.90%
木材	654.39	3.37%	1,178.22	3.21%	1,707.88	5.02%	3,170.88	10.06%
包装材料	647.08	3.33%	1,067.07	2.91%	770.01	2.26%	620.27	1.97%
实木三胺板	559.17	2.88%	1,101.41	3.00%	1,052.42	3.09%	866.90	2.75%
膜皮	549.16	2.83%	1,056.71	2.88%	1,329.38	3.91%	1,180.43	3.74%
油漆	509.83	2.62%	851.42	2.32%	1,036.61	3.05%	1,240.47	3.94%

原材料名称	2021年1-6月		2020年度		2019年度		2018年度	
	采购金额	占比	采购金额	占比	采购金额	占比	采购金额	占比
颗粒三胺板	383.80	1.98%	1,018.32	2.78%	111.53	0.33%	88.35	0.28%

报告期内，随着公司业务的快速发展，公司主要原材料的采购金额也呈现出增长态势。公司采购的原材料众多，受产品结构变化和工艺改良等因素影响，报告期内，公司各原材料的采购金额占公司整体采购金额的比重呈现一定波动。其中，素板为公司主要原材料，占报告期内采购总额的比例均超过 20%，需经委外加工为三胺板后用于定制家居产品的生产；公司采购的木材金额呈下降趋势，主要系公司产品结构中实木产品逐渐由其他板材产品替代，木材需求量逐年下降；公司采购的颗粒三胺板金额大幅增加，主要系公司新研发的进口板材定制衣柜产品生产耗用所致。

（2）主要原材料价格变动情况

报告期内，公司主要原材料价格变动情况具体如下：

单位：元/单位

原材料名称	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
素板（平方米）	20.35	20.65	21.70	23.04
五金（个）	0.73	0.54	0.41	0.36
铝框门（平方米）	345.94	358.61	360.49	408.22
封边条（米）	0.51	0.49	0.45	0.40
木材（立方米）	4,998.77	4,362.20	4,765.69	5,258.93
包装材料（个）	0.98	0.92	0.97	0.71
实木三胺板（平方米）	63.45	62.34	64.32	65.19
膜皮（米）	26.03	26.07	22.83	19.56
油漆（千克）	28.94	24.52	25.53	25.09
颗粒三胺板（平方米）	58.58	82.35	108.23	33.85

由上表可以看出，公司主要原材料采购单价整体保持稳定，不同年度之间略有波动，主要系原材料规格和材质的种类繁多，价格有所差异，随着各原材料内不同种类物料采购结构的变化，采购单价也会发生波动。其中，2019年度，颗粒三胺板价格大幅上升，系公司主要通过进口高质量颗粒三胺板以满足新研发的定制衣柜产品生产需求所致；2020年度至2021年1-6月，由于产品结构调整，

公司进口高质量颗粒三胺板逐步由国产颗粒三胺板替代，颗粒三胺板价格有所下降。

2、报告期内主要供应商情况

报告期内，公司向前五大供应商采购的金额及占当期采购总额的比例如下表所示：

单位：万元

年度	序号	供应商名称	主要采购内容	采购金额	占比
2021年 1-6月	1	大亚圣象家居股份有限公司 ^{注1}	素板、木材	1,658.51	8.54%
	2	成都大亚商贸有限公司	素板	1,291.75	6.65%
	3	广西丰林木业集团股份有限公司	素板	1,121.20	5.77%
	4	海蒂诗五金配件（上海）有限公司	五金	1,043.85	5.37%
	5	佛山市南海简佳铝业有限公司	铝框门	802.19	4.13%
	合计				5,917.50
2020年度	1	大亚圣象家居股份有限公司	素板、木材	4,238.15	11.56%
	2	成都大亚商贸有限公司	素板	2,650.89	7.23%
	3	海蒂诗五金配件（上海）有限公司	五金	1,954.48	5.33%
	4	佛山市亚特办公家具有限公司	委外加工	1,617.16	4.41%
	5	东莞市华立实业股份有限公司 ^{注2}	封边条	1,436.51	3.92%
	合计				11,897.19
2019年度	1	大亚圣象家居股份有限公司	素板、木材	5,177.70	15.21%
	2	成都大亚商贸有限公司	素板	2,525.49	7.42%
	3	海蒂诗五金配件（上海）有限公司	五金	1,931.19	5.67%
	4	简阳市众意木业有限公司	木门	1,356.49	3.99%
	5	东莞市华立实业股份有限公司	封边条	1,216.72	3.58%
	合计				12,207.58
2018年度	1	大亚圣象家居股份有限公司	素板	5,918.95	18.78%
	2	重庆新途进出口贸易有限公司	木材	2,221.16	7.05%
	3	成都大亚商贸有限公司	素板	2,062.35	6.54%
	4	海蒂诗五金配件（上海）有限公司	五金	1,768.34	5.61%
	5	深圳市涂冠贸易有限公司	油漆	1,186.69	3.76%
	合计				13,157.50

注1：大亚圣象家居股份有限公司包括大亚木业（茂名）有限公司、大亚木业（江西）

有限公司、大亚木业(江苏)有限公司、大亚木业(肇庆)有限公司、惠州市盛易木业有限公司等;

注 2: 东莞市华立实业股份有限公司包括东莞市华立实业股份有限公司、四川华富立复合材料有限公司、东莞市华富立装饰建材有限公司等。

报告期内,公司不存在对单个供应商的采购金额占比超过当期采购总额 50% 的情形。截至本招股说明书签署之日,公司及公司董事、监事、高级管理人员、公司主要关联方或持有公司 5% 以上股份的股东在上述供应商中不占有任何权益。

3、主要能源情况

报告期内,公司生产经营所需的主要能源包括电和水,能源供应稳定、充足,能够满足生产经营需要。公司耗用电和水具体情况如下:

能源	项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
电	耗用量(万度)	809.94	1,421.75	1,275.68	1,366.89
	用电费用支出(万元)	543.90	921.86	935.33	968.15
	平均价格(元/度)	0.67	0.65	0.73	0.71
水	耗用量(万吨)	7.08	12.94	12.19	11.40
	用水费用支出(万元)	30.25	52.38	56.23	50.18
	平均价格(元/吨)	4.27	4.05	4.61	4.40
主要能源费用合计(万元)		574.15	974.24	991.56	1018.32
占主营业务成本的比例(%)		2.21	1.94	2.01	2.12

报告期内,公司采购水、电能源平均价格在合理范围内波动,其中 2020 年度水、电平均价格相较上一年度出现一定幅度的下降,主要系受新冠疫情影响,企业所在地政府为支持企业复工复产、降低企业经营负担,对开工企业实施电费、水费优惠或补贴,用水、用电平均成本下降。

(六) 发行人的安全生产和环保情况

1、安全生产情况

公司贯彻执行国家《中华人民共和国安全生产法》等相关法律法规,在人力与行政中心下设 EHS 管理部,服务于公司各类安全、环保事项的日常管理与整改,保障员工与公司的生产安全。同时,公司根据自身业务特点,颁布了《安全管理制度》《“一线三排”管理制度》《安全生产事故应急预案》等文件,从安全

生产教育培训、安全隐患排查、生产员工职业健康管理、安全生产事故应急处理等方面保障生产安全和业务经营的可持续性。

报告期内，公司未发生重大安全事故，也未出现由于安全生产受到处罚的情形。

2、环境保护情况

公司主要从事定制衣柜、室内木门、整体厨柜等定制家居产品的研发、设计、生产与销售，相关生产经营活动不存在高危险、重污染的情形，不属于《企业环境信用评价办法（试行）》（环发（2013）150号）等文件规定的重污染行业。

公司严格遵守《中华人民共和国环境保护法》《中华人民共和国噪声污染防治法》《中华人民共和国大气污染防治法》《中华人民共和国水污染防治法》《中华人民共和国固体废物污染环境防治法》等相关环境保护的法律、法规，并建立了较为健全的环保规章制度，主要包括《M-LD-PR-15 环境因素识别和评价管理程序》《M-LD-PR-18 污水、废气、噪声控制程序》《M-LD-PR-10 节能降耗控制程序》等，公司日常环保工作的运作按照相关制度执行，生产经营过程中主要污染物排放均依照国家相关规定处理达标后排放。

（1）报告期内环保投资和费用支出情况

报告期各期，公司及子公司在环境保护方面的投资和费用支出情况如下表所示：

单位：万元

类别	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
环保投资支出	272.10	851.66	412.34	267.68
环保费用支出	76.66	87.74	114.28	97.37
合计	348.76	939.41	526.62	365.05

注：2020年，发行人改造油漆房并引进废气处理系统，广东玛格新车间配套采购环保设备较多，导致当年环保投资支出较高。

公司重视对环保相关的投入。报告期内，公司环保投资支出分别为 267.68 万元、412.34 万元、851.66 万元和 272.10 万元，环保投资支出整体呈增长趋势，环保投资项目主要包括废气处理设备购置和油漆房改造等，发行人环保设施运转正常有效。

报告期内，公司的环保费用支出分别为 97.37 万元、114.28 万元、87.74 万元和 76.66 万元，环保费用支出主要包括固废处理费、污水处理费、环评咨询费和环境检测费等。

（2）公司取得的环保相关的资质

截至本招股说明书签署之日，发行人就其生产经营中的污染物排放已取得必要的证照，具体如下：

序号	资质证书名称	颁发机关	授予公司	证书编号	发证日期	有效期限
1	排污许可证	佛山市生态环境局	广东玛格	9144060756258030XA002V	2019年8月29日	2022年8月28日
2	排污许可证	佛山市生态环境局	广东玛格	9144060756258030XA001Q	2019年8月29日	2022年8月28日
3	排污许可证	重庆市巴南区生态环境局	玛格家居	91500113077299231C001V	2019年12月15日	2022年12月14日
4	排污许可证	天津市静海区行政审批局	天津玛格	91120223300770525F001U	2019年11月21日	2022年11月20日

发行人及子公司已取得必需的排污许可证等环保相关资质。

（3）环保设施的实际运行情况、主要污染物及处理情况

报告期内，公司的环保设施实际运行情况正常有效，公司生产经营过程中涉及污染的具体环节、主要污染物及其处理措施如下：

1) 固废治理

公司生产过程固体废物主要包括边角废料、收集的木加工粉尘、收集的油磨粉尘、油漆渣、油漆桶、胶水渣、废矿物油、废抹布、厂内员工生活垃圾及厨余垃圾等。其中，边角料、木加工粉尘外销处理；油漆渣、油漆桶、油磨粉尘、胶水渣、废矿物油、厨余垃圾等委托具有相关资质的单位集中处理；生活垃圾、废抹布委托环卫部门清运。

2) 废气治理

公司生产过程中的废气污染物主要为木加工、涂装、喷胶、封边、吸塑等工艺过程产生的有机废气及其他废气污染。其中，模压门木加工粉尘经 A4 号袋式除尘器处理后通过 N1 排气筒排放，其余生产线木加工粉尘经对应袋式除尘器处理后在车间内无组织排放；涂装有机废气经二级 UV 光催化氧化系统进行处理后

通过 N2 排气筒引至 15m 高空排放；喷胶有机废气经“生物吸收液+UV 光催化氧化”进行处理后通过 N3 排气筒引至 15m 高空排放；封边有机废气采用水性封边热熔胶，加强车间内通排风；吸塑有机废气主要通过加强车间内通排风。其他废气污染主要包括漆雾、胶雾、油磨粉尘、油烟废气等，均经合规处理达标后排放。

3) 废水处理

公司生产过程产生的废水主要为生活污水，经厂区内三级化粪池预处理后排入市政管网，进入污水处理厂进行处理。

4) 噪音治理

公司生产过程中的噪音为生产噪声，通过采取隔声、吸声等处理措施，最终达到《工业企业厂界环境噪声排放标准》（GB12348-2008）3 类标准要求。

（4）募投项目所采取的环保措施及相应的资金来源和金额

公司募投项目所采取的环保措施及相应的资金来源和金额详见本招股说明书“第十三节 募集资金运用”之“一、募集资金投资项目概况”。

（5）环保部门对于发行人环境保护的意见

2018 年 5 月，子公司天津玛格因大气污染防治设施未正常运行，受到天津市静海区环境保护局的处罚，天津玛格已缴纳罚款 20,000 元，并及时进行整改。根据对天津市静海区环境保护局的访谈，天津玛格的上述环保处罚不属于情节严重或重大的行政处罚。

报告期内，发行人未因环保事项受到重大行政处罚。

五、发行人的主要固定资产及无形资产

（一）主要固定资产

公司及其子公司拥有的固定资产主要为房屋及建筑物、机器设备、办公设备等，截至 2021 年 6 月末，公司固定资产构成情况如下表所示：

单位: 万元

类别	原值	累计折旧	净值	平均成新度
房屋及建筑物	20,354.28	4,755.60	15,598.68	76.64%
机器设备	15,728.95	4,847.09	10,881.86	69.18%
运输设备	334.38	247.96	86.42	25.84%
办公设备及其他	1,232.35	684.09	548.26	44.49%
合计	37,649.95	10,534.73	27,115.22	72.02%

1、房屋及建筑物

(1) 自有房屋

截至本招股说明书签署之日, 公司及其子公司共拥有 10 宗房屋及建筑物, 具体情况如下:

序号	所有权人	不动产权证编号	地址	面积 (m ²)	用途	权利限制	取得方式
1	发行人	渝(2020)巴南区不动产权第001326740号	巴南区界石镇石桂大道66号1-1	22.96	其他用房	无	自建
2	发行人	渝(2020)巴南区不动产权第001326723号	巴南区界石镇石桂大道66号1-2	22.96	其他用房	无	自建
3	发行人	渝(2020)巴南区不动产权第001326637号	巴南区界石镇石桂大道66号3-1	5,357.04	工业	无	自建
4	发行人	渝(2020)巴南区不动产权第001326682号	巴南区界石镇石桂大道66号2-1	5,607.80	办公	无	自建
5	发行人	渝(2020)巴南区不动产权第001326672号	巴南区界石镇石桂大道66号4-1	31,754.22	工业	无	自建
6	发行人	渝(2020)巴南区不动产权第001326686号	巴南区界石镇石桂大道66号5-1	30,456.20	工业	无	自建
7	发行人	渝(2020)巴南区不动产权第001326693号	巴南区界石镇石桂大道66号6-1	21,149.60	工业	无	自建
8	发行人	渝(2020)巴南区不动产权第001326685号	巴南区界石镇石桂大道66号8-1	61.94	其他	无	自建
9	发行人	渝(2020)巴南区不动产权第001326671号	巴南区界石镇石桂大道66号8-2	148.81	其他	无	自建

序号	所有权人	不动产权证编号	地址	面积 (m ²)	用途	权利限制	取得方式
10	发行人	渝(2020)巴南区不动产权第001326699号	巴南区界石镇石桂大道66号9-1	8,379.09	其他	无	自建

发行人拥有重庆市巴南区界石镇石桂大道66号的土地使用权,除上表自有房屋外,公司在该土地建设了配电房、门卫室、油漆库、铁皮房及连廊等建(构)筑物合计约2,818.78平方米,该等建筑物均未取得房屋产权证明文件。

根据重庆市巴南区自然资源和规划局于2021年3月9日出具的证明文件,发行人上述未取得产权证明文件的建(构)筑物及其所占用地符合国家及地方规定,不属于重大违法违规,重庆市巴南区自然资源和规划局暂无拆除计划,公司可以按照现状继续使用上述建筑物。

公司实际控制人唐斌已出具承诺函,如因公司(含子公司,下同)的部分自有房产未及时办理规划手续、建设手续及产权手续导致公司被主管政府部门处以行政处罚或要求承担其他法律责任,或被主管政府部门要求对该瑕疵进行整改而发生损失或支出,或因此导致公司无法继续占有使用有关房产的,其本人将承担相关处罚款项、公司进行整改而支付的相关费用以及公司遭受的其他损失。

(2) 租赁房屋

1) 对外出租情况

截至本招股说明书签署之日,公司对外出租房屋的情况如下:

序号	出租方	租赁场所地址	承租方	面积 (m ²)	用途	租赁期限	是否具备房屋产权证书	是否办理租赁备案
1	玛格家居	重庆市巴南区界石镇石桂大道66号3-1号厂房	重庆市盛全鑫科技有限公司	4,600.3	生产制造	2021/8/1-2023/7/30	是	是
2			重庆延通汽车零部件有限公司	1,956.7		2021/8/1-2023/7/30	是	是
3		重庆市巴南区界石镇石桂大道66号4号厂房	重庆一粟联创家居有限公司	1,150	仓储	2021/11/30-2022/11/29	是	是

2) 公司承租情况

截至本招股说明书签署之日，公司租赁的房屋建筑物具体情况如下：

序号	承租方	租赁场所地址	出租方	面积（m ² ）	用途	租赁期限	是否办理房屋租赁备案	是否具备房屋产权证书
1	广东玛格	佛山市三水区大塘工业园天泰路1号	佛山市三水乐家居建材有限公司	72,074.86	生产经营	2017/1/1-2026/12/30	否	是
2	广东玛格	广州天河区林和西路1号	广州中申置业有限公司	建筑面积1,466.30,分摊共用建筑面积552.76445	办公	2018/6/1-2024/8/31	是	是
3	广东玛格	佛山三水工业园区大塘园天泰路1号	佛山市向氏昌业家具有限公司	7,930	生产经营、宿舍	2021/1/1-2026/12/31	否	是
4	广东玛格	佛山三水工业园区大塘园天泰路1号之一	佛山市向氏昌业家具有限公司	4,378	生产经营、办公、宿舍	2021/7/15-2026/12/31	否	是
5	广东玛格	佛山三水工业园区大塘园天泰路6号	马扬雄	42,664	生产经营	2020/11/1-2030/10/31	否	是
6	玛格科技	广州天河区林和西路1号广州国际贸易中心第33层	侨鑫集团有限公司	1,459.84	办公	2020/1/1-2022/12/31	是	是
7	天津玛格	天津市静海经济开发区北区一号路正东科技产业园2号公寓楼	天津吉居客酒店管理有限公司	36	宿舍	2021/4/1-2022/3/31	否	-

除公司对外出租的房屋以及广东玛格、玛格科技分别租赁的位于广州天河区林和西路1号的房屋已经办理租赁备案手续以外，公司其他承租的房屋未办理租赁备案手续。

报告期内，公司不存在因房屋租赁合同未按照法律、行政法规规定办理登记

备案手续原因受到相关部门处罚的情形。发行人实际控制人唐斌已出具书面承诺，如发行人及其下属企业因租赁备案手续不完备等问题产生任何争议、风险，或受到主管部门的行政处罚，或因此不能正常生产经营而导致发行人及其下属企业遭受经济损失，则由其承担发行人因此支出的相应费用，以弥补发行人相应的损失。

广东玛格租赁的位于佛山三水工业园区大塘园天泰路6号的42,664平方米房屋中的1,080平方米建筑物未取得产权证书，主要用途为展厅、配电房及门卫室等；此外，天津玛格租赁的宿舍的出租方未向天津玛格提供产权证书。

公司租赁的上述瑕疵房产占公司整体使用的房屋面积较小，且主要用于展厅、配电房、门卫室及宿舍等，不涉及生产环节，对于公司生产经营的影响较小。公司实际控制人唐斌已出具书面承诺，如因发行人或其下属企业承租的未取得房屋产权证书的房产涉及的法律瑕疵而导致该等租赁房产被拆除或拆迁，或租赁合同被认定无效或者出现任何纠纷，并给发行人或其下属企业造成经济损失，其将就发行人及其下属企业实际遭受的经济损失承担赔偿责任，以确保发行人及其下属企业不因此遭受经济损失。

2、主要生产设备

截至2021年6月末，公司账面原值在100万元以上的主要生产设备具体情况如下：

序号	设备名称	数量	设备原值 (万元)	设备净值 (万元)	成新率
1	通过式CNC钻孔中心	7	1,280.69	786.15	61.38%
2	废气处理设备	11	598.74	586.85	98.01%
3	木门柔性加工生产线	1	500.88	429.51	85.75%
4	油漆房系统	2	481.21	475.93	98.90%
5	全自动数控板材开料锯	9	433.06	274.13	63.30%
6	自动封边机	14	375.77	227.4	60.52%
7	木工柔性生产线	13	366.63	324.99	88.64%
8	全自动激光直线封边机	1	358.41	330.03	92.08%
9	左式直线封边机	3	343.63	331.12	96.36%
10	高速自动封边机	9	335.00	290.76	86.79%

序号	设备名称	数量	设备原值 (万元)	设备净值 (万元)	成新率
11	温康纳-三维贴面压机	1	263.25	175.72	66.75%
12	套装门面漆生产线	1	260.60	242.03	92.87%
13	南兴直线封边机	6	259.40	144.64	55.76%
14	全自动计算机板材开料锯	2	256.41	140.7	54.87%
15	木工中央除尘系统	4	243.64	220.24	90.40%
16	中央除尘系统格雷康	1	241.52	157.94	65.39%
17	中央除尘设备	7	240.36	153.53	63.87%
18	数控点对点钻孔加工中心	5	213.89	89.32	41.76%
19	六面数控钻孔中心	10	201.59	178.29	88.44%
20	电子锯	4	200.13	100.97	50.45%
21	三维贴面压机	2	191.45	97.56	50.96%
22	柔性门框加工生产线	1	190.97	163.76	85.75%
23	自动喷漆机	4	190.47	131.88	69.24%
24	封边机	5	162.10	22.43	13.83%
25	窄板自动封边机	6	156.37	138.15	88.35%
26	暖白面漆生产线	1	140.85	130.81	92.87%
27	自动上下料加工中心	4	138.09	86.95	62.96%
28	油漆房环保设备	1	132.48	73.91	55.79%
29	多功能数控加工中心	1	129.91	82.6	63.58%
30	透明面漆生产线	1	129.53	120.3	92.88%
31	左式直线封边机（门扇板）	1	123.89	106.24	85.75%
32	全自动直线封边机	1	116.40	75.78	65.10%
33	智能包装线	1	115.04	103.44	89.91%
34	鼎力-加工中心	4	112.82	74.41	65.96%
35	高精密异形滚涂 UV 柔性生产线	1	110.62	102.74	92.88%
36	全计算机数控 5 轴加工中心	1	109.73	109.73	100.00%
37	水洗式除尘设备	29	107.83	73.81	68.45%
38	全自动重型直线热气流系统(AFS) 封边机	1	100.00	92.08	92.08%
39	通过式 CNC 钻孔中心	7	1,280.69	786.15	61.38%

（二）主要无形资产

报告期各期末，公司无形资产主要包括土地使用权、专利和软件等。截至

2021年6月末,无形资产账面价值为4,856.04万元,具体情况如下:

单位:万元

项目	原值	累计摊销	账面价值
土地使用权	3,894.33	458.91	3,435.43
专利权	9.43	1.49	7.94
软件	1,740.72	328.05	1,412.67
合计	5,644.49	788.45	4,856.04

1、土地使用权

截至本招股说明书签署之日,公司及其子公司拥有以下土地使用权:

序号	所有人	权属证号	地址	面积(m ²)	取得方式	性质	使用期限/终止日期	权利限制
1	发行人	渝(2020)巴南区不动产权第001326763号	重庆市巴南区界石镇桂花村	6,955	出让	工业用地	2065/8/29	无
2	发行人	渝(2020)巴南区不动产权第001326685号、渝(2020)巴南区不动产权第001326686号、渝(2020)巴南区不动产权第001326693号、渝(2020)巴南区不动产权第001326699号、渝(2020)巴南区不动产权第001326671号、渝(2020)巴南区不动产权第001326672号	重庆市巴南区界石镇石桂大道	52,853	出让	工业用地	2065/8/29	无
3	发行人	渝(2020)巴南区不动产权第001326637号、渝(2020)巴南区不动产权第001326682号、渝(2020)巴南区不动产权第001326723号、渝(2020)巴南区不动产权第001326740号	重庆市巴南区界石镇石桂大道	15,321	出让	工业用地	2065/8/29	无

2、商标

截至本招股说明书签署之日,公司及其子公司拥有商标合计224项,其中境内注册商标207项,均无权属受限情况,具体境内注册商标情况请见本招股说明书之“附件一 商标专用权情况”。

截至本招股说明书签署之日,公司及其子公司拥有17项境外商标,具体情

况如下:

序号	商标	权利人	注册证号	使用类别	有效期限至	法律状态	注册区域
1		玛格家居	2075452	第 20 类、第 35 类	2030/03/12	授权	澳大利亚
2		玛格有限	4/2020/00502174	第 20 类、第 35 类	2030/10/30	授权	菲律宾
3		玛格家居	1537442	第 20 类、第 35 类	2030/05/19	授权	马德里(土耳其、俄罗斯、哥伦比亚、西班牙、新西兰)
4		玛格家居	018214123	第 20 类、第 35 类	2030/03/24	授权	欧盟
5		玛格有限	40202008661T	第 20 类、第 35 类	2030/04/27	授权	新加坡
6		玛格家居	UK00003476969	第 20 类、第 35 类	2030/03/24	授权	英国
7		玛格有限	1331149	第 20 类	2030/10/15	授权	智利
8		玛格有限	1331147	第 35 类	2030/10/15	授权	智利
9		玛格有限	N/167807	第 20 类	2027/08/26	授权	中国澳门
10		玛格有限	N/167808	第 35 类	2027/08/26	授权	中国澳门
11		玛格有限	02097308	第 20 类	2030/10/31	授权	中国台湾
12		玛格有限	02098168	第 35 类	2030/10/31	授权	中国台湾
13		玛格家居	40-1758047	第 20 类、第 35 类	2031/07/31	授权	韩国
14	瑪 格	玛格家居	303268297	第 19 类	2025/01/14	授权	中国香港
15	MACIO	玛格家居	303268305	第 19 类	2025/01/14	授权	中国香港
16	MACIO	玛格家居	303399445	第 20 类	2025/05/05	授权	中国香港
17	瑪 格	玛格家居	303399454	第 20 类	2025/05/05	授权	中国香港

3、专利

截至本招股说明书签署之日，公司拥有有效授权专利 286 项，其中发明专利 3 项，实用新型专利 118 项，外观设计专利 165 项。具体情况请见本招股说明书之“附件二 专利权情况”。

4、计算机软件著作权

截至本招股说明书签署之日，公司共拥有 13 项软件著作权，具体情况如下：

序号	名称	著作权人	登记号	首次发表日期	证书编号	登记日期	取得方式
1	MDMS 玛格数字化营销系统 V1.0	玛格家居	2020SR0057666	2019/12/26	软著登字第 4936362 号	2020/1/13	原始取得
2	玛格产品数据管理系统软件 V1.0	玛格家居	2017SR639839	2015/6/10	软著登字第 2225123 号	2017/11/21	原始取得
3	玛格精准报价系统 V1.0	玛格家居	2017SR639835	2015/6/10	软著登字第 2225119 号	2017/11/21	原始取得
4	玛格智能拆单解料系统软件 V1.0	玛格家居	2017SR591285	2012/5/8	软著登字第 2176569 号	2017/10/27	原始取得
5	玛格销售管理系统软件 V1.0	玛格家居	2017SR592980	2014/4/9	软著登字第 2178264 号	2017/10/30	原始取得
6	玛格智能分拣系统软件 V1.0	玛格家居	2017SR639842	2014/4/9	软著登字第 2225126 号	2017/10/21	原始取得
7	玛格智能设计系统软件 V1.0	玛格家居	2017SR538023	2014/9/3	软著登字第 2123307 号	2017/9/22	原始取得
8	玛格智能仓储物流系统软件 V1.0	玛格家居	2017SR592966	2017/6/6	软著登字第 2178250 号	2017/10/30	原始取得
9	玛格智能生产排程管理系统软件 V1.0	玛格家居	2017SR537778	2012/10/10	软著登字第 2123062 号	2017/9/22	原始取得
10	玛格智能家居控制软件[简称：玛格智能]V1.0.2	玛格家居、广东玛格	2020SR1525502	2020/9/2	软著登字第 6326474 号	2020/10/28	原始取得
11	玛格银企直联系统 V1.0	玛格家居	2020SR1508561	2020/7/30	软著登字第 6309533 号	2020/10/12	原始取得
12	玛格云屏数字化展厅系统 VI.0	玛格家居	2021SR0068491	2020/10/21	软著登字第 6792808 号	2021/1/13	原始取得
13	玛格设计星球软件 VI.03	玛格家居	2021SR0458554	2020/6/15	软著登字第 7181180 号	2021/3/26	原始取得

5、作品著作权

截至本招股说明书签署之日，公司共拥有 261 项作品著作权，具体情况请见本招股说明书之“附件三 作品著作权情况”。

6、域名

截至本招股说明书签署之日，公司共拥有 13 项域名，具体情况如下：

序号	域名名称	注册所有人	注册日期	到期日期	取得方式	备案号
1	macio.com.cn	广东玛格	2008/3/6	2026/3/6	继受取得	粤 ICP 备 1500897 7 号-3
2	macio-t.com	玛格家居	2018/9/30	2023/9/30	原始取得	渝 ICP 备 2021004 064 号-5
3	macio.net	广东玛格	2008/3/6	2026/3/6	继受取得	未使用未备案
4	ma.tong.com	玛格家居	2017/6/13	2022/6/13	原始取得	渝 ICP 备 2021004 064 号-1
5	emacio.com	玛格家居	2015/2/5	2026/2/5	原始取得	渝 ICP 备 2021004 064 号-4
6	macio-m.com	玛格家居	2018/9/30	2023/9/30	原始取得	渝 ICP 备 2021004 064 号-2
7	macio-u.com	玛格家居	2018/9/30	2023/9/30	原始取得	未使用未备案
8	macio.ren	玛格家居	2014/11/26	2026/11/26	原始取得	未使用未备案
9	玛格.cn	玛格家居	2009/9/3	2025/9/3	原始取得	未使用未备案
10	玛格.中国	玛格家居	2021/1/19	2026/1/19	原始取得	未使用未备案
11	maguo.net	玛格家居	2020/1/19	2026/1/19	原始取得	未使用未备案
12	maguo.pro	玛格家居	2019/12/9	2026/12/9	原始取得	未使用未备案
13	taat.cc	玛格家居	2021/1/19	2026/1/19	原始取得	未使用未备案

六、发行人特许经营权情况

截至本招股说明书签署之日，发行人及其子公司无特许经营权。

七、发行人主要生产技术及研发情况

(一) 发行人的研发体系

凭借多年的经验积累与沉淀，公司根据行业发展特点及趋势，充分考虑消费者崇尚个性、追求时尚的消费心理，以市场为导向，逐步建立了符合公司发展战

略、未来发展方向的研发组织架构,形成了科学合理的研发创新模式与流程,制定了严格的研发管理制度和约束、激励制度,构建了完善的研发体系。

公司成立了产品研发设计中心,下设产品研发部、产品设计部、工艺技术部、PDM 产品数据部、产品策划部、装配式研发部等部门,针对不同产品品类,实行专业化的分工协作。公司的研发体系组织架构具体如下:

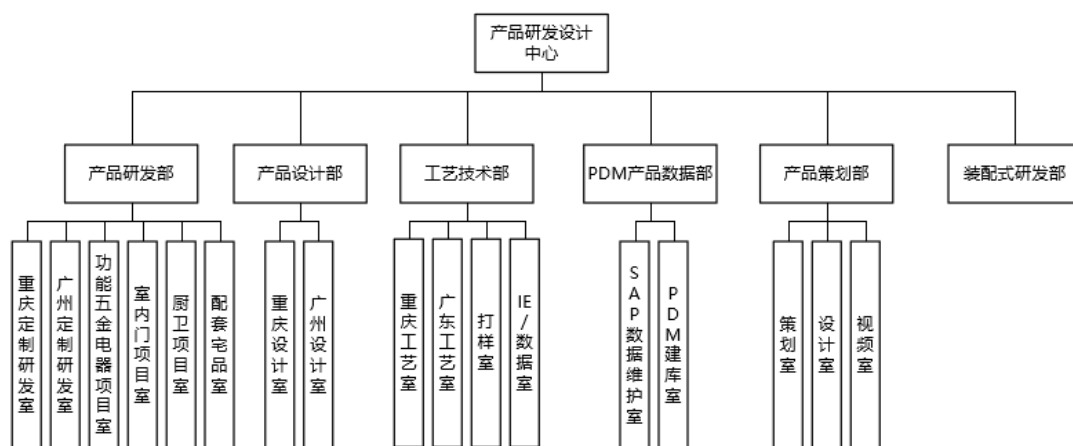


图 6-17 研发体系组织架构图

公司产品研发设计中心组织架构及各部门主要职责如下:

职能机构	主要职责
产品研发部	负责定制家居柜类产品全生命周期的运营;负责为各类产品的研发提供五金与电器开发支持;负责室内套装门与护墙类产品全生命周期的运营;负责成品家具与软装产品全生命周期的运营。
产品设计部	负责以产品系列、型号、颜色、材质为基本要素,结合实际装修户型进行空间模拟设计;负责协助门店经销商解决疑难客户服务工作,提供前期沟通、设计、安装协调等一系列全流程的全案设计工作;负责设计开发针对提升门店设计能力的各类课程。
工艺技术部	为各类产品的研发提供结构工艺开发、打样和产品数据化等解决方案和支持落地;输出工艺技术标准,指导培训并核验生产对工艺的执行落地;开展工艺优化;参与设计新产品生产线布局等。
PDM 产品数据部	根据业务部门实际需求,规划、推进公司数据平台的建设及维护。
产品策划部	负责公司各类产品策划包装、宣传推广及公司企划支持工作。
装配式研发部	负责整装事业线销售渠道的拓展、建设、维护与管理,支撑销售活动;统筹整装产品供应,负责整装物料的采购、仓储、计划、物流运输、配送及成本管控,保障整装业务的正常运营;建立整装安装交付管理体系,推进实施与监督管理,保障交付质量。

(二) 主要产品工艺技术及所处阶段

公司的主要产品为定制衣柜、室内木门、整体厨柜等,相关产品处于大批量

的生产阶段，技术和工艺均相对成熟。

除了成熟的全屋定制产品的生产工艺和技术之外，公司通过多年的新技术、新工艺、新材料的研发积累，系统掌握了实木产品微碳化与全工序温湿度控制技术、实木复合产品生产线技术、可拆装的五合一结构门板技术等一系列技术，有效运用于产品当中，具体情况如下：

序号	技术名称	技术运用情况
1	实木产品微碳化与全工序温湿度控制技术	公司实木产品微碳化与全工序温湿度控制技术采用实木高温热处理技术对木材进行微碳化处理，提升木材在加工过程中的稳定性，有效降低将外界温湿度变化对实木产品质地、寿命等的影响，提升产品质量稳定性。
2	实木复合产品生产线技术	实现多品种多规格混合生产，结合了自主研发的素材底擦色工艺与修色工艺，增强了对材质组合色差的控制精度，保证产品的达到预设色彩效果。
3	可拆装的五合一结构门板技术	将门板拆分为横框、竖框、压线、芯板、背卡条等五个独立模块，可实现模块化生产运作模式，显著提升了产品品质和生产效率。通过统一配单、配料的形式，确保门框及造型线条为同一根木材裁切而来，有效提升各部件接合强度。
4	油漆环保涂装工艺技术	公司油漆环保涂装工艺技术运用水性漆、UV 漆等环保油漆，通过增置干燥通道和干燥塔对油漆涂装线进行改造，加快油漆干燥并保证涂装均匀，有效解决水性漆表面涨筋和硬度、封闭漆表面饱满度等问题，实现了 UV 漆自动喷涂以及水性底（封固底漆）和水性面漆的环保涂装，有效降低产品加工过程中对环境、使用过程中对人体带来的不利影响。
5	膜压产品自动化生产线技术	公司膜压产品自动化生产线采取多订单多品种多规格混流生产模式，依托于全连线生产，解决了传统多采用局部连线形式所导致的自动化程度不高的问题，实现了雕刻/加工、打磨、喷胶、干燥、吸塑成型等关键工序的流水线生产的同时提升了生产效率，缩短了制品时间。
6	可拆装柜体柔性生产线技术	可拆装柜体柔性生产线系公司以柜体生产线为基础，通过信息化系统的二次匹配开发，实现可拆装柜体的柔性生产，以充分满足客户的差异化需求。可实现较高的板材利用率，降低柜体生产周期，令柜体更加美观、极简。
7	免漆复合室内门自动化生产线技术	公司免漆复合室内门自动化生产线技术可实现门扇、门套、门套线等部件的自动化生产，实现高柔性、高产能、高精度、高效率等功能，大幅提升单扇门处理能力，产品无需安装现场二次加工。
8	拆装式整体护墙核心技术	公司拆装式整体护墙核心技术可有效解决原始毛坯墙和轻钢龙骨墙面不平整的问题，实现尺寸不标准墙体的护墙系统的高效安装。可增强防潮性，确保护墙墙板具备优异的防潮性能，从而提升护墙系统使用寿命。

公司拥有的技术主要来源于长期的自主创新、持续的研发投入和多年的技术积累。公司建立了较完善的知识产权保护和管理制度，对各项核心技术通过申请专利进行保护，并取得专利认证，指定专门人员负责知识产权管理。发行人核心

技术权属清晰，不存在技术侵权纠纷或潜在纠纷。

公司制定了《知识产权管理办法》等制度文件，明确了知识产权管理的机构和职责，制定了知识产权的保护和管理措施，建立了知识产权管理的奖惩制度。公司与技术人员和其他相关人员签订了涉及技术和商业秘密的保密协议，约定相关人员应遵守并履行与其岗位相应的保密职责。

（三）发行人研究与开发情况

1、在研项目情况

截至招股说明书签署之日，发行人正在从事的研发项目相关情况具体如下：

序号	研发项目	研发内容概述	所处阶段
1	简约功能件产品	通过新增柜体连接件等 3 大类功能产品，丰富公司功能产品体系，推进五金功能产品系统的完整性，扩大产品的应用范围，完善产品配套性及多样性。	小批量测试阶段
2	功能门产品	新增两门电动巴士门、四门电动巴士门、折叠插入门、单插门等 4 款全新的功能门产品，对现有产品进行补充升级，提升公司的市场竞争力。	小批量测试阶段
3	皮革门产品	针对简约风格的定制皮革门系列产品，使用环保等级更高的材质和四角直拼的门板边框工艺，开发 6 个芯板花色和 3 款门型。	上市前备货阶段
4	现代简约烤漆柜门产品	通过使用优质、环保防潮基材，提高产品涂层的稳定性、耐久性、耐候性、耐摩擦性等性能，开发表面光滑、易于清洗的烤漆系列产品。	批量测试阶段
5	环保多层板和实木板升级	主要研发内容为针对压贴面不平整和压贴后出现干花的问题，通过对环保多层板和实木板表面各添加 1mm 密度板，使表面平整度和可塑性增加，从而提高产品合格率和生产效率。	上市前备货阶段
6	高端开架式衣帽间	主要研发内容为面向高端消费人群，满足其高品质的消费需求，采用高水平工艺生产开架式衣帽间。	上市前备货阶段
7	高端铝框透明柜产品	主要研发内容为通过合理配置铝框和玻璃等材质，开发现代简约样式的铝框透明柜系列产品。	上市前备货阶段
8	城市微光系列	主要研发内容为面向大众消费客群的平板类产品，涵盖柜门、室内门、护墙等，该系列产品触感细腻，迎合当下市场需求，花色独特，作为 C 级高端产品。	上市前备货阶段
9	云端之境系列	主要研发内容为膜压类产品，属于 C 级性价比高的产品，介于高低产品之间，产品附加值高，与现有的魔方系列进行匹配，工艺难度低，适合大规模的应用性价比。	上市前备货阶段
10	月映系列	月映系列以贴实木皮做油漆工艺为基点，植入东方文化元素进行原创系列开发，属于 E 级产品偏形象款，面向高端消费客群，系列产品涵盖柜体细节、柜门、护墙、屏风、室内门等全套产品，在现流行	概念阶段

序号	研发项目	研发内容概述	所处阶段
		的扁平化产品基础上，用原创的研发理念为系列产品提升辨识度，走出市场差异化。	

2、研发费用投入情况

报告期内，发行人研发投入情况及其占营业收入的比例情况如下：

单位：万元

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
研发费用	1,860.99	3,377.04	2,095.07	1,377.62
营业收入	41,663.49	83,960.19	82,459.78	76,265.01
占比	4.47%	4.02%	2.54%	1.81%

3、科研实力和成果情况

报告期内，凭借雄厚的研发设计创新实力，公司被评为“国家级工业设计中心”、“重庆市中小企业‘专精特新’企业”、“重庆市认定企业技术中心”、“重庆市知识产权优势企业”、“重庆市数字化车间”，是团体标准《实木定制家居产品安装服务规范（T/CFDCC0209-2019）》的主要起草单位之一，并参与起草了团体标准《复合原木柜（T/CFDCC0208-2019）》，产品设计荣获“中国定制家居设计杰出贡献奖”、“2020年度色彩设计前瞻产品”、“2020中国家居品牌力量榜设计创新奖”等业内知名设计奖项。

截至本招股说明书签署之日，公司拥有有效授权专利 286 项，其中发明专利 3 项，实用新型专利 118 项，外观设计专利 165 项。公司是团体标准《实木定制家居产品安装服务规范（T/CFDCC0209-2019）》的主要起草单位之一，并参与起草了团体标准《复合原木柜（T/CFDCC0208-2019）》，对规范行业发展作出贡献。

（四）发行人技术创新机制与安排

经过多年的积累与优化升级，公司现已形成较为完善的技术创新机制，制定了多项相关制度文件，规范了研发项目立项至新品批量生产各个环节的操作流程，整体研发创新效率较高。同时，为充分调动技术研发人员的研发创新主观能动性，公司制定了具有一定吸引力的研发创新奖励机制。未来，公司将持续保持对研发创新的高度重视与高投入，并不断加强研发团队建设，持续提升公司研发

团队综合素质,以保证公司技术创新性及先进性。公司的技术创新机制及安排主要如下:

(1) 不断完善、健全研发组织架构体系

公司的研发创新始终坚持需求导向,以充分的前期市场调研与分析为基础,开展新产品、新工艺、新材料的研发创新工作。公司制定了《产品开发流程》《产品开发管理制度》《产品、材料量产测试标准》等制度,从规章制度层面,有力地加强规范、引导新产品、新工艺、新材料的技术创新行为,提升了技术创新效率。与此同时,公司依据自身研发创新模式,综合考虑公司战略发展方向、行业发展趋势、市场状况等因素,设立了产品研发中心,下设了产品研发部、产品设计部、工艺技术部等部门协同配合新产品、新工艺、新材料的研发创新工作,且针对不同产品品类,专设室内门项目室、厨卫项目室、配套宅品室等部门,搭建了专业化分工合作的研发组织架构体系。未来,公司将持续完善、优化健全研发组织架构体系,为公司“致力于为中高端消费群体提供专业化、一站式全屋定制解决方案”的战略落地实现提供重要技术、产品保障。

(2) 实行有效的创新激励机制

为了提高公司技术研发人员的创新思维能力和研发效率,加快公司新产品的开发进程,公司制定了《产品研发中心薪酬激励制度》制度文件,并对公司核心技术骨干实施员工奖金激励、股权激励等激励措施,对技术研发人员进行长期有效激励。

(3) 保持较高的研发投入

公司始终对技术研发保持高度重视,予以较高的研发投入,报告期内,公司研发费用分别为 1,377.62 万元、2,095.07 万元、3,377.04 万元和 1,860.99 万元,占营业收入的比例分别为 1.81%、2.54%、4.02%和 4.47%。公司制定了《成本中心预算表》,明确了研发投入管理制度,促使公司各研发项目有序、高效推进,以及创新成果产业化。未来,公司将继续加大研发投入,持续增强新产品、新工艺、新材料的研发创新能力,从而巩固提升公司的市场竞争地位。

(4) 加强研发团队建设

公司高度重视人才的引进与培养,设立了人才发展部负责发展和培养人才,

并结合猎头招聘、网络招聘、社会招聘、校园招聘等方式持续扩大研发队伍，致力于不断提升研发人员的创新能力，为构筑公司雄厚的技术研发实力提供重要保障。

八、发行人境外生产经营情况

报告期内，发行人不存在在境外设立子公司或者办事处等开展生产经营活动的情况。

九、主要产品和服务的质量控制情况

自成立以来，公司始终高度重视产品和服务的质量，将其视为公司生存和发展的基础，并严格遵守质量控制和检测标准，执行多种有效的质量控制和检测措施，质量控制效果良好。

（一）质量控制标准

为严格把控产品和服务质量，报告期内公司执行的国家、行业标准主要如下：

序号	标准号	标准名称
1	GB18584-2001	《室内装饰装修材料木家具中有害物质限量》
2	GB24977-2010	《卫浴家具》
3	GB18580-2017	《室内装饰装修材料人造板及其制品中甲醛释放限量》
4	GB/T5296.6-2004	《消费品使用说明第6部分：家具》
5	GB/T19367-2009	《人造板的尺寸测定》
6	GB/T11718-2009	《中密度纤维板》
7	GB/T26694-2011	《家具绿色设计评价规范》
8	GB/T17657-2013	《人造板及饰面人造板理化性能试验方法》
9	GB/T4897-2015	《刨花板》
10	GB/T3327-2016	《家具柜类主要尺寸》
11	GB/T3324-2017	《木家具通用技术条件》
12	GB/T35062-2017	《绿色产品评价涂料》
13	HJ2547-2016	《环境标志产品技术要求家具》
14	HJ/T432-2008	《环境标志产品技术要求厨柜》
15	QB/T2530-2011	《木制柜》
16	QB/T2531-2010	《厨房家具》

序号	标准号	标准名称
17	QB/T1951.1-2010	《木家具质量检验及质量评定》
18	QB/T4463-2013	《家具用封边条技术要求》
19	WB/T1047-2012	《木质门安装规范》
20	WB/T1048-2012	《木质门修理、更换和退货规范》
21	WB/T1024-2016	《木质门》
22	LY/T1697-2017	《饰面木质墙板》
23	T/CFDCC0208-2019	《复合实木柜》
24	T/CFDCC0209-2019	《实木定制家居产品安装服务规范》
25	T/SBMIA004-2018	《定制家居产品安装服务标准》

（二）质量控制体系和措施

公司在品质管理中心下设重庆品质管理部和广东品质管理部，专职把关公司产品质量问题，并制定了《QCC 管理制度》《质量奖惩管理制度》《内审及管理评审制度》等质量控制制度文件，产品质量控制贯穿于研发设计、采购、生产、销售全环节。

（三）产品质量问题纠纷

公司拥有完善的质量管理体系，在实际工作中严格按照质量管理体系执行，产品质量符合行业标准和规范要求。报告期内，公司未发生重大产品质量纠纷，也不存在因违反质量监督管理方面的法律法规而受到重大行政处罚的情形。

第七节 同业竞争与关联交易

一、公司独立经营情况

（一）资产完整方面

公司是由有限公司整体变更设立，有限公司名下全部业务、资产、负债、权益均已整体并入股份公司。公司具备与生产经营有关的主要生产系统、辅助生产系统和配套设施，合法拥有与生产经营有关的主要土地、厂房、机器设备以及商标、专利、非专利技术的所有权或者使用权，具有独立的原料采购和产品销售系统，与公司股东及其他关联方之间资产相互独立，其资产具有完整性。

（二）人员独立方面

公司总经理、副总经理、财务负责人和董事会秘书等高级管理人员不在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中担任除董事、监事以外的其他职务，不在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业领薪；公司的财务人员不在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中兼职。

（三）财务独立方面

公司已建立独立的财务核算体系、能够独立作出财务决策、具有规范的财务会计制度和对分公司、子公司的财务管理制度；公司未与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业共用银行账户。

（四）机构独立方面

公司已建立健全内部经营管理机构、独立行使经营管理职权，与控股股东和实际控制人及其控制的其他企业间不存在机构混同的情形。

（五）业务独立方面

公司专业从事个性化全屋定制家居产品研发、设计、生产、销售及服务。公司从事的经营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显失公平的关联交易。本公司的控股股东及实际控制人已向本公司出具了关于避免同业竞争的承诺，承诺将不以任何方式直接或间接经营任何与玛格家居的主营业务有竞争或可能构

成竞争的业务，不直接或间接对任何与玛格家居从事相同或相近业务的其他企业进行投资或进行控制。

（六）保荐机构的核查意见

经核查，保荐机构认为发行人在资产、人员、财务、机构、业务等各方面符合监管机构对公司独立性的基本要求，发行人披露的公司独立性内容真实、准确、完整。

二、同业竞争情况

公司控股股东、实际控制人唐斌的情况详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“六、发起人、持有公司 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况”之“（一）发起人”。

公司与控股股东、实际控制人不存在相同、相似或构成竞争的业务，不存在同业竞争的情况。

三、避免同业竞争的承诺

为避免未来可能发生的同业竞争，控股股东、实际控制人唐斌作出承诺，具体情况详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“十、控股股东、持有 5%以上股份的主要股东以及作为股东的董事、监事、高级管理人员作出的重要承诺及其履行情况”之“（一）关于避免同业竞争的承诺”。

四、关联方与关联关系

根据《公司法》《企业会计准则》及中国证监会有关规定等法律、法规和规范性文件的规定，截至本招股说明书签署之日，公司存在的关联方及关联关系如下：

（一）控股股东、实际控制人及其实际控制或施加重大影响的其他企业

公司控股股东、实际控制人为唐斌。唐斌控制或施加重大影响的企业为玛格唐投资、天玛咨询。

唐斌、玛格唐投资及天玛咨询的具体情况参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“六、发起人、持有发行人 5%以上股份的主要股东及实际控制

人的基本情况”之“（一）发起人”以及“（四）控股股东、实际控制人控制的其他企业的基本情况”。

（二）持有公司 5%以上股份的其他股东

序号	关联方名称	关联关系
1	高琴	直接持有发行人 13.94%的股权
2	天玛咨询	直接持有发行人 6.86%的股权
3	零壹咨询	直接持有发行人 5.50%的股权
4	瑞渝投资	直接持有发行人 4.83%的股权
	德韬建成	直接持有发行人 4.83%的股权
5	温建怀	间接持有公司 5%以上股份的自然人股东
6	潘孝贞	间接持有公司 5%以上股份的自然人股东
7	陈红克	间接持有公司 5%以上股份的自然人股东

上述股东的具体情况参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“六、发起人、持有公司 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况”之“（一）发起人”以及“（二）持有公司 5%以上股份的主要股东”。

天玛咨询的实际控制人为唐斌，瑞渝投资和德韬建成的实际控制人为温建怀、潘孝贞，温建怀、潘孝贞为间接持有公司 5%以上股份的自然人股东，陈红克通过零壹咨询间接持有公司 5%以上股份，均为公司的关联方。

（三）发行人的控股子公司、参股公司

截至招股说明书签署之日，公司共有 3 家控股子公司，以及 1 家参股公司。控股子公司、参股公司的具体情况详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“五、发行人控股子公司、分公司、参股公司基本情况”。

（四）发行人持有公司 5%以上股份的自然人股东、董事、监事、高级管理人员及其关系密切的家庭成员及其直接或间接控制、施加重大影响或者担任董事、高级管理人员的其他企业

发行人持有公司 5%以上股份的自然人股东、现任董事、监事和高级管理人员、过去 12 个月内曾经担任发行人董事、监事和高级管理人员的人员及其上述人员关系密切的家庭成员，包括配偶、父母、年满 18 周岁的子女及其配偶、兄弟姐妹及其配偶、配偶的父母、配偶的兄弟姐妹和子女配偶的父母。关联自然人

直接或间接控制、施加重大影响或者担任董事、高级管理人员职务的法人和组织为公司的关联法人。

现任董事、监事、高级管理人员的简介及对外投资情况参见本招股说明书“第八节 董事、监事、高级管理人员与核心技术人员”之“一、董事、监事、高级管理人员、核心技术人员简介”及“三、董事、监事、高级管理人员、核心技术人员的对外投资情况”。

发行人现任董事、监事、高级管理人员、持有公司5%以上股份的自然股股东关系密切的家庭成员直接或间接控制或重大影响的其他企业的基本情况如下：

关联企业	关联关系
金玛咨询	财务负责人张智担任执行事务合伙人的企业
艾玛咨询	董事任芸担任执行事务合伙人的企业
北京毫米科技有限公司	监事屈志担任董事的企业
上海爱矽半导体科技有限公司	监事屈志曾经担任董事的企业
福建和其昌竹业股份有限公司	监事屈志担任董事的企业
厦门德韬慧成管理咨询合伙企业（有限合伙）	监事屈志担任有限合伙人且持有50%出资份额的企业
厦门德韬展翼咨询管理合伙企业（有限合伙）	监事屈志曾经担任有限合伙人且持有99.95%出资份额的企业
厦门微品致远信息技术有限公司	监事屈志担任董事且持有3.33%股权的企业
广州诗尼曼家居股份有限公司	独立董事李国华担任独立董事的企业
广东月星宸博展览有限公司	独立董事李国华担任董事的企业
上海月星新零售企业管理有限公司	独立董事李国华担任副总裁的企业
深圳市皇庭国际企业股份有限公司	独立董事孙俊英担任独立董事的企业
跨境通宝电子商务股份有限公司	独立董事孙俊英曾经担任独立董事的企业
深圳市英威腾电气股份有限公司	独立董事孙俊英担任独立董事的企业
深圳市翔丰华科技股份有限公司	独立董事孙俊英担任独立董事的企业
广东大普通信技术股份有限公司	独立董事孙俊英担任独立董事的企业
广州铁树文化咨询合伙企业（有限合伙）	间接持股5%以上自然股东陈红克控制的企业
广州达建文化咨询合伙企业（有限合伙）	间接持股5%以上自然股东陈红克控制的企业
广州建众文化传播有限公司	间接持股5%以上自然股东陈红克持股76.20%的企业
设研院设计（广州）有限公司	广州建众文化传播有限公司的控股子公司，陈红克担任执行董事兼总经理的企业

关联企业	关联关系
广州通达投资管理有限公司	间接持股 5%以上自然股东陈红克持股 83%的企业
拎包入住(广州)科技有限公司	间接持股 5%以上自然股东陈红克担任执行董事兼总经理的企业
佛山智净家科技有限公司	间接持股 5%以上自然股东陈红克担任执行董事兼总经理的企业
广东智净家科技有限公司	间接持股 5%以上自然股东陈红克担任执行董事兼总经理的企业
广东建众投资控股有限公司	间接持股 5%以上自然股东陈红克配偶侯定文持股 65%企业
广州建众互联网科技有限公司	广东建众投资控股有限公司控股子公司
建众咨询	广东建众投资控股有限公司控股子公司
成都富众商业管理有限公司	广东建众投资控股有限公司控股子公司

注：1、经核查，屈志已于 2021 年 8 月辞去上海爱矽半导体科技有限公司董事职务。

2、经核查，2021 年 10 月，屈志将其持有的厦门德韬展翼咨询管理合伙企业（有限合伙）99.95%的出资份额转让给沈夏鹏并退出合伙企业。

3、经核查，孙俊英已于 2021 年 12 月辞去跨境通宝电子商务股份有限公司独立董事职务。

间接持有发行人 5%以上股份的股东温建怀、潘孝贞、陈红克及其近亲属控制及担任董事、高级管理人员的企业，为发行人的关联方。

（五）报告期内存在变动的关联方

类别	关联方名称	关联关系
报告期内担任公司的董事、监事、高级管理人员	熊浩	报告期内曾担任玛格有限董事，于 2020 年 7 月辞去玛格有限董事职务
	龚政	报告期内曾通过重庆浩钥欣间接持有玛格家居 5%以上股份及担任玛格有限监事，于 2020 年 7 月辞去玛格有限监事职务；重庆浩钥欣于 2021 年 11 月将其持有的玛格家居股份全部对外转让
	唐华君	报告期内曾担任玛格有限监事，于 2020 年 7 月辞去玛格有限监事职务，实际控制人唐斌之兄
报告期内担任公司的董事、监事、高级管理人员直接或间接控制、施加重大影响或者担任董事、高级管	重庆浩立养老康复产业有限公司	熊浩控制的企业
	重庆浩钥欣建筑工程咨询有限公司	熊浩控制的企业
	重庆浩立建筑工程咨询有限公司	熊浩控制的企业
	重庆市巴南区向南小额贷款有限公司	熊浩担任董事长的企业
	重庆向南投资有限公司	熊浩担任副董事长的企业
	重庆熊浩商贸有限公司 (已于 2005 年 1 月吊销)	熊浩控制的企业

类别	关联方名称	关联关系
理人员的其他企业	重庆敏驰塑胶有限公司	熊浩持有 50% 股权，熊浩、龚政担任董事的企业
	重庆通汇投资有限公司 (已于 2016 年 12 月吊销)	熊浩担任董事的企业
	重庆金皓腾商业管理有限公司	熊浩控制的企业
	重庆浩立物业管理有限公司	熊浩担任总经理的企业
	重庆重邮物业发展有限责任公司	熊浩担任董事的企业
	重庆浩立养老康复产业有限公司	熊浩控制的企业
	重庆浩立投资管理有限公司	熊浩之妹熊科惠控制的企业
	重庆敏展汽车零部件有限公司	熊浩曾担任董事长的企业，已于报告期内辞去董事职务
	重庆浩钥欣	龚政持股 80% 并担任执行董事兼总经理的企业
	垫江县中农联建设开发有限公司	龚政担任总经理的企业
	重庆浩立园林景观工程有限公司	龚政曾持股 50% 的企业，已于报告期内转让股份
	重庆浩立装饰有限公司	龚政曾持股 60% 的企业，已于报告期内转让股份
报告期内及报告期后注销的关联企业	玛格装饰	报告期内公司的全资子公司，已于 2019 年 7 月注销
	北京维典力合科技有限公司	报告期内公司的全资子公司，已于 2018 年 6 月注销
	重庆玛格唐家居设计有限公司	报告期内公司的全资子公司，已于 2018 年 6 月注销
	济南市天桥区优瑞家家俱经营部	报告期内高琴控制的个体工商户，已于 2020 年 11 月注销
	重庆敏人汽车饰品有限公司	报告期内熊浩担任董事长的企业，已于 2018 年 6 月注销
	重庆浩进商业管理有限公司	龚政担任董事的企业，已于 2020 年 5 月注销
	山东中联商业管理有限公司	龚政担任董事的企业，已于 2020 年 6 月注销
	壹品养老康复产业有限公司	熊浩担任董事兼总经理的企业，已于 2021 年 1 月注销

除上述关联方以外，个体户张庆伟在报告期内于 2018 年 1-3 月从事公司重庆市主城区经销商的经营，张庆伟系公司员工，个体户张庆伟系公司控股股东、实际控制人唐斌以及董事、副总经理高琴共同控制的经营主体，为公司的关联方。个体户张庆伟的具体情况如下：

序号	经营者	成立时间	统一社会信用代码	地址	注销时间
1	张庆伟	2016/10/31	92500000MA5U GH1U9X	重庆市北部新区新南路 888号红星美凯龙二楼 C8213、C8215、 C8200号	2020/7/15
2	张庆伟	2017/03/22	92500107MA5U FKTL6C	重庆市九龙坡区迎宾大 道11号红星美凯龙综合 馆三楼D8007、D8008、 D8009展位	2018/11/22
3	张庆伟	2017/11/30	92500107MA5Y NTPG18	重庆市九龙坡区迎宾大 道33号居然之家二郎一 号馆四层DS28-1-4018	2018/8/28
4	张庆伟	2017/08/04	92500105MA5U QWMX2N	重庆市江北区北滨一路 368号(居然之家金源店 DS6-W-4009)	2020/9/14
5	张庆伟	2017/06/15	92500112MA5U N0JU57	重庆市渝北区龙溪街道 红石路居然之家聚信店 B号楼2层JM86-b-2027	2018/1/10
6	张庆伟	2017/02/28	92500000MA5U CFUA2W	重庆市北部新区金开大 道1226号第3层3B57、 3B90	2020/7/13
7	张庆伟	2017/10/10	92500108MA5X E250XQ	重庆市南岸区南坪西路 58号红星美凯龙建材一 楼A8076、A8077展位	2018/9/20

五、报告期内的关联交易

报告期内，发行人发生的关联交易汇总情况如下：

单位：万元

类型	关联交易内容	2021年1-6月 /2021年6月末	2020年度 /2020年末	2019年度 /2019年末	2018年度 /2018年末
经常性关 联交易	销售商品及服务	-	0.68	1.13	549.41
	接受企业咨询服 务及营销服务	-	20.83	1.20	742.28
	关联租赁	-	-	-	43.41
	向关键管理人员 支付薪酬	354.83	607.94	582.27	585.88
偶发性关 联交易	接受关联担保	9,000.00	11,000.00	14,000.00	16,000.00
	采购旧设备	-	-	-	7.97
	资金占用费	95.35	-	-	-

(一) 经常性关联交易

1、销售商品及服务

报告期内，公司向关联方销售商品及服务的具体情况如下：

单位：万元

关联方	关联交易内容	2021年1-6月		2020年度		2019年度		2018年度	
		金额	营业收入占比	金额	营业收入占比	金额	营业收入占比	金额	营业收入占比
个体户张庆伟	销售商品及服务	-	-	-	-	-	-	545.44	0.72%
唐斌		-	-	-	-	-	-	1.49	<0.01%
高琴		-	-	-	-	-	-	2.26	<0.01%
任芸		-	-	-	-	-	-	0.21	<0.01%
蔡宝磊		-	-	0.68	<0.01%	0.11	<0.01%	-	-
熊浩		-	-	-	-	1.02	<0.01%	-	-
合计		-	-	0.68	<0.01%	1.13	<0.01%	549.41	0.72%

唐斌、高琴为公司的创始股东，2016年以前，唐斌、高琴二人以个体工商户的名义从事公司重庆市主城区经销商的经营工作。2016年6月，唐斌、高琴与公司员工张庆伟签署《店铺整体转让协议》，唐斌、高琴将门店转让给张庆伟，由其进行日常管理并开展进行自主经营。双方协商，为鼓励并支持张庆伟创业，唐斌、高琴采取张庆伟先经营，再根据其经营情况分批支付转让款的方式进行。由于自主经营期间未能实现盈利且最终门店转让价款未支付，重庆市主城区经销商的实际控制人仍为唐斌、高琴。

2018年4月，张庆伟与欧亚琴签订《店铺整体转让协议》，自2018年4月1日起，由欧亚琴接手经营重庆主城区经销商。欧亚琴与发行人、唐斌、高琴及张庆伟均不存在关联关系。

报告期内，在个体户张庆伟作为重庆主城区经销商期间，公司按照经销商的统一定价政策向个体户张庆伟销售定制衣柜、室内木门等产品。2018年度，公司向个体户张庆伟销售产品的毛利率为34.38%，2018年度公司主营业务收入毛利率为35.84%，差异较小，主要原因系不同客户定制产品的品类差异所致，销售价格具备公允性。

因个体户张庆伟经营状况不佳，在其经营过程中形成了对公司期限较长的应收账款。2018 年末及 2019 年末形成的应收账款金额分别为 928.36 万元和 733.47 万元，公司已于 2020 年 7 月全额收回上述应收账款。个体户张庆伟在报告期内的应收账款均按照中国人民银行短期贷款基准利率计提资金占用费，公司已与 2021 年 5 月收回上述资金占用费共计 95.35 万元。

唐斌、高琴、任芸、蔡宝磊及熊浩均于报告期内向公司采购部分产品自用，按照公司规定的员工内部价格购买，交易金额较小，销售价格公允。

2、接受企业咨询服务及营销服务

单位：万元

关联方	关联交易内容	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
零壹咨询	企业咨询管理服务及营销服务	-	-	-	520.11
建众咨询		-	20.83	1.20	222.17
合计		-	20.83	1.20	742.28

建众咨询为行业内知名的咨询服务机构，专注于泛家居行业，为家居行业企业提供包括组织建设、顶层设计、战略管理、营销管理等全方位专业咨询服务，已为包括志邦家居、老板电器、梦天木门等业内近 600 家企业提供咨询服务。建众咨询与零壹咨询为同一控制下的关联企业，零壹咨询为持有公司 5%以上股份的股东。

2016 年 10 月，公司与零壹咨询签订《玛格家居企业咨询服务驻场服务合同书》，零壹咨询为公司提供包括企业内部/外部调研、顶层设计报告、战略实施规划、落地实施以及项目总结等全方位咨询管理服务，由零壹咨询派驻项目负责人及现场工作人员。服务期限为 2016 年 9 月至 2021 年 8 月共计 5 年，咨询服务费标准为 250 万元/年，约定协助玛格家居 2018 年年度含税销售收入达到 9 亿元。

2019 年 1 月，玛格家居与零壹咨询签订协议书，鉴于 2018 年度销售目标已基本达成及经双方友好协商，双方同意提前结束咨询顾问服务，玛格家居支付咨询服务费共计 1,250 万元，咨询服务费用在咨询服务实际发生期间进行分摊，2018 年确认的咨询服务费用为 520.11 万元。

2017 年 11 月，广东玛格与建众咨询签订《玛格家居企业咨询服务驻场服务

合同书》，由建众咨询提供运营与管理咨询服务，包括营销、产品研发设计、供应链、生产制造、品质、财务、信息、人力资源等内容。服务期限为 2017 年 11 月至 2018 年 12 月，2018 年度咨询服务费固定费用标准为 12.5 万元/月，约定协助玛格家居 2018 年年度净利润达到 6,000 万元后，公司支付 50 万元绩效奖励。

2018 年至 2020 年期间，公司陆续向建众咨询采购专项营销咨询服务、培训服务等。

公司向零壹咨询及建众咨询采购咨询培训服务的价格系根据提供服务的具体内容，参考市场价格综合协商确定合同金额。

3、关联租赁

单位：万元

关联方	关联交易内容	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
唐斌	租赁房产	-	-	-	32.25
高琴		-	-	-	11.16
合计		-	-	-	43.41

2018 年，公司分别向唐斌、高琴租赁其各自位于重庆北部新区的商务公寓用于设立销售中心，租赁价格按照 50 元/平米/月（不含税）确定。租赁价格系根据该公寓的租赁市场价格确定，定价公允。

4、向关键管理人员支付薪酬

报告期各期，公司向关键管理人员支付报酬金额分别为 585.88 万元、582.27 万元、607.94 万元和 354.83 万元。

(二) 偶发性关联交易

1、接受关联方担保

2016 年 9 月，玛格家居向重庆三峡银行申请 1.80 亿元借款，由关联方唐斌、高琴、玛格唐投资、熊科惠进行担保，担保起始日为 2016 年 9 月 19 日，担保到期日为主债务履行期届满后 2 年。截至报告期期末，前述借款余额为 9,000 万元。

经核查，截至本招股说明书签署之日，上述借款已全部还清。

2、采购旧设备

2018年9月，公司向重庆敏驰塑胶有限公司采购旧设备，包括电缆线、钢板，金额为7.97万元。上述旧设备为2016年9月重庆敏驰塑胶有限公司从公司退租后剩余的未拆除的设备，公司参考旧设备的市场价格进行采购。

3、关联方资金占用

个体户张庆伟在报告期内于2018年1-3月从事公司重庆市主城区经销商的经营，重庆市主城区经销商的实际控制人为唐斌和高琴。2018年末和2019年末，个体户张庆伟欠公司的货款分别为928.36万元和733.47万元，货款已于2020年全部收回。2021年5月，唐斌和高琴分别支付了上述货款拖欠产生的资金占用费68.11万元和27.24万元，共计95.35万元，资金占用费按照中国人民银行短期贷款基准利率计算。

4、受让无形资产

2020年12月，玛格唐投资与公司签署了《商标转让协议》。该协议约定，玛格唐投资同意将其拥有的12项商标无偿转让给公司，公司同意受让前述商标。

截至报告期期末，上述12项商标均已变更登记至公司名下。该等商标的具体情况详见本招股说明书“附件一 商标专用权情况”之第195项至第206项。

（三）关联方应收应付

报告期各期末，公司的关联方应收应付的账面余额如下：

单位：万元

项目	关联方	2021年6月末	2020年末	2019年末	2018年末
应收账款	个体户张庆伟	-	-	733.47	928.36
其他应收款	个体户张庆伟	-	-	-	16.15
	金玛咨询	-	-	0.50	-
	艾玛咨询	-	-	0.50	-
	唐斌	-	68.11	55.88	27.54
	高琴	-	27.24	22.35	11.02
应付账款	零壹咨询	-	-	-	1,213.59
	建众咨询	-	-	-	47.17

项目	关联方	2021年6月末	2020年末	2019年末	2018年末
其他应付款	浩立投资	-	-	82.00	82.00

截至本招股说明书签署之日，公司不存在资金被股东及其关联方占用的情况。

六、报告期内关联交易制度的执行情况及独立董事意见

（一）报告期内关联交易制度的执行情况

截至本招股说明书签署之日，《玛格家居股份有限公司章程（草案）》中对关联交易决策权力、决策程序、关联股东和利益冲突董事在关联交易表决中的回避制度做出了明确的规定，相关内容包括：

1、回避制度

股东大会审议有关关联交易事项时，关联股东不应当参与投票表决，其所代表的有表决权的股份数不计入有效表决总数。股东大会决议的公告应当充分披露非关联股东的表决情况。

关联股东未主动申请回避的，其他参加股东大会的股东或股东代表有权请求关联股东回避；如其他股东或股东代表提出回避请求时，被请求回避的股东认为自己不属于应回避范围的，应由股东大会会议主持人根据情况与现场董事、监事及相关股东等会商讨论并作出回避与否的决定。

应予回避的关联股东可以参加审议涉及自己的关联交易，并可就该关联交易是否公平、合法及产生的原因等向股东大会作出解释和说明，但该股东无权就该事项参与表决。

2、股东大会的关联交易决策权限

公司与关联人发生的交易（上市公司获赠现金资产和提供担保除外）金额在3,000万元以上，且占公司最近一期经审计净资产绝对值5%以上的关联交易由股东大会作出决议。与同一关联人进行的交易或与不同关联人进行交易标的类别相关的交易，应按照连续12个月累计计算。

3、董事会的关联交易决策权限

公司拟与关联自然人发生的交易金额在人民币 30 万元以上的关联交易、公司拟与关联法人发生的交易金额在人民币 300 万元以上且占公司最近一期经审计净资产 0.5%以上的关联交易，由公司董事会作出决议。

4、报告期内的关联交易制度的执行情况

2021 年 11 月 18 日和 2021 年 12 月 5 日，公司分别召开第一届董事会第四次会议和 2021 年第二次临时股东大会，审议通过了《关于确认公司 2018 年度、2019 年度、2020 年度及 2021 年 1-6 月关联交易的议案》，确认公司与关联方之间发生上述关联交易为公司正常经营所需，由交易双方在平等自愿的基础上经协商一致达成，遵循了平等、自愿、等价、有偿的原则，价格公允，不存在损害公司及股东利益的情况。

(二) 独立董事关于关联交易的意见

独立董事对公司报告期内关联交易进行了审查，就公司报告期内发生关联交易的公允性及合法性发表独立意见如下：

公司与关联方之间在报告期内发生的关联交易内容真实，定价公允，不存在损害公司及非关联股东利益的情形，也不存在通过关联交易操纵公司利润的情况。

七、减少及规范关联交易的措施

为规范和减少关联交易，公司制定了《玛格家居股份有限公司关联交易办法》，明确了关联交易的审批程序、决策权限，并就公司与关联方的资金往来做出了限制性规定，严格规范关联交易行为。

同时，发行人控股股东、实际控制人唐斌及其他持有发行人 5%以上股份的股东高琴、天玛咨询、零壹咨询、瑞渝投资、德韬建成、温建怀、潘孝贞和陈红克均已出具了关于规范和减少关联交易的承诺，具体情况详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“十、控股股东、持有 5%以上股份的主要股东以及作为股东的董事、监事、高级管理人员作出的重要承诺及其履行情况”之“(二) 关于规范和减少关联交易的承诺”。

第八节 董事、监事、高级管理人员与核心技术人员

一、董事、监事、高级管理人员、核心技术人员简介

(一) 董事会成员

截至本招股说明书签署之日，公司共设有董事 5 名，其中独立董事 2 名。全体董事均由股东大会选取产生，任期三年，任期届满可连选连任。公司现任董事的基本情况如下表所示：

序号	姓名	职务	董事提名人	任期
1	唐斌	董事长、总经理	唐斌	2020年9月30日-2023年9月30日
2	高琴	董事、副总经理	高琴	
3	任芸	董事、财务管理中心重庆财务部高级经理	唐斌	
4	孙俊英	独立董事	重庆浩钥欣	
5	李国华	独立董事	唐斌	

公司现任董事简历如下：

唐斌，男，1975 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历。1994 年 7 月至 1999 年 9 月，任四川省南充市顺庆区蚕桑局科员；1999 年 10 月至 2004 年 2 月从事个体户经营；2004 年 3 月至 2016 年 6 月，任玛格装饰董事长兼总经理；2016 年 7 月至 2020 年 9 月，任玛格有限董事长；2020 年 10 月至今，任玛格家居董事长兼总经理。目前担任全国工商联家具装饰业商会第五届理事会副会长、实木定制家居专业委员会会长、天玛咨询执行事务合伙人。

高琴，女，1971 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，高中学历。1992 年 9 月至 2000 年 3 月，任重庆市北岸贸易中心员工；2000 年 4 月至 2004 年 2 月，任个体户员工；2004 年 3 月至 2016 年 6 月，任玛格装饰董事兼副总经理；2016 年 7 月至 2020 年 9 月，任玛格有限总经理；2020 年 10 月至今，任玛格家居董事兼副总经理。

任芸，女，1970 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，高级农艺师，大专学历。1993 年 10 月至 2004 年 2 月，任新疆兵团外贸公司第四分公司财务人员；2004 年 3 月至 2016 年 6 月，任玛格装饰财务经理；2016 年 6 月至 2020

年 9 月，任玛格有限财务经理；2020 年 10 月至今，任玛格家居董事、财务管理中心重庆财务部高级经理。

孙俊英，女，1961 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，副教授，硕士学历，中国注册会计师。1993 年 12 月至 2021 年 5 月，任深圳大学经济学院会计学副教授、硕士生导师。2011 年 6 月至 2014 年 5 月，任深圳市金新农饲料股份有限公司独立董事；2013 年 5 月至 2019 年 5 月，任深圳中国农大科技股份有限公司独立董事；2018 年 12 月至 2021 年 12 月，任跨境通宝电子商务股份有限公司独立董事；2019 年 10 月至今，任深圳市皇庭国际企业股份有限公司独立董事；2020 年 8 月至今，任深圳市翔丰华科技股份有限公司独立董事；2020 年 9 月至今，任深圳市英威腾电气股份有限公司独立董事；2021 年 11 月至今，任广东大普通信技术股份有限公司独立董事；2020 年 10 月至今，任玛格家居独立董事。

李国华，女，1981 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，博士在读。2006 年至今，历任全国工商联家具装饰业商会会员部专员、橱柜专业委员会秘书长、全国工商联家具装饰业商会副秘书长；2018 年 7 月至今，任广州诗尼曼家居股份有限公司独立董事；2018 年 12 月至今，任广东月星寰博展览有限公司董事，2020 年 9 月至今，任上海月星新零售企业管理有限公司副总裁。2020 年 10 月至今，任玛格家居独立董事。

(二) 监事会成员

截至本招股说明书签署之日，公司共设有监事 3 名，其中股东代表监事 2 名，职工代表监事 1 名。股东代表监事由股东大会选取产生，职工代表监事由职工通过民主方式推举产生。监事任期三年，任期届满可连选连任。公司现任监事的基本情况如下表所示：

序号	姓名	职务	监事提名人	任期
1	吴亮	监事会主席	唐斌	2020 年 9 月 30 日-2023 年 9 月 30 日
2	屈志	监事	高琴	
3	蔡宝磊	职工监事	职工代表大会	

公司现任监事简历如下：

吴亮，男，1980年出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历，注册会计师。2003年9月至2005年12月，历任正大集团中国区审计部专员、主管、项目经理；2006年1月至2008年8月，任重庆百事可乐有限公司审计主管；2008年8月至2010年1月，任九禾股份有限公司川东分公司财务部经理；2010年1月至2014年12月，历任重庆东银集团审计部主管、副经理、经理；2015年1月至2016年12月，历任重庆融汇地产（集团）有限公司审计部经理、高级经理；2017年3月至2020年9月，任玛格有限审计部高级经理；2020年10月至今，任玛格家居监事会主席、审计监查部高级经理。

屈志，男，1990年出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。2013年7月至2014年7月，任武汉芝华数据有限公司投资助理；2014年7月至2015年10月，任北京斯迈投资管理有限公司投资经理；2015年10月至2016年10月，任北京子时资本有限公司投资总监；2016年10月至今，任德韬（北京）投资有限公司合伙人；2018年12月至2021年8月，任上海爱矽半导体科技有限公司董事；2019年7月至今，任福建和其昌竹业股份有限公司董事；2019年9月至今，任北京毫米科技有限公司董事；2020年6月至今，任厦门建潘德韬智慧物业管理有限公司监事；2021年3月至今，任厦门微品致远信息技术有限公司董事；2020年10月至今，任玛格家居股份有限公司监事。

蔡宝磊，男，1979年出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历，EMBA在读，高级人力资源管理师。2001年10月至2005年7月，历任三星（广州）物贸有限公司人事专员、人事主管；2005年7月至2009年7月，任日立（中国）电梯有限公司人力资源课长；2009年7月至2011年2月，任广州广日专用汽车有限公司管理部副部长；2011年2月至2017年4月，历任索菲亚家居股份有限公司人力资源经理、人力资源高级经理，2017年5月至2018年12月，任玛格有限总裁助理兼人力资源总监；2018年12月至2020年1月，任玛格有限供应链与制造系统总经理兼人力资源总监；2020年1月至2020年10月，任玛格有限人力资源总监；2020年10月至今，任玛格家居人力与行政中心总监、监事。

（三）高级管理人员

公司的高级管理人员包括总经理、副总经理、财务负责人、董事会秘书。截

至本招股说明书签署之日，公司的高级管理人员共 4 名，基本情况如下表所示：

序号	姓名	职务	任期
1	唐斌	董事长、总经理	2020 年 9 月 30 日 -2023 年 9 月 30 日
2	高琴	董事、副总经理	
3	张智	财务负责人	
4	沈瀚	董事会秘书	

公司现任高级管理人员的简历如下：

唐斌，玛格家居董事长、总经理，简历参见本节“九、董事、监事、高级管理人员、其他核心人员简介”之“（一）董事会成员”。

高琴，玛格家居董事、副总经理，简历参见本节“九、董事、监事、高级管理人员、其他核心人员简介”之“（一）董事会成员”。

张智，女，1969 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，硕士在读，高级会计师。1999 年 9 月至 2003 年 7 月，任重庆西南制药一厂财务主管；2003 年 8 月至 2010 年 11 月，历任重庆长安秦川实业（集团）有限公司财务经理、重庆秦云汽车电子有限公司财务负责人；2010 年 12 月至 2016 年 6 月，任玛格装饰财务总监；2016 年 7 月至 2020 年 9 月，任玛格有限财务总监；2020 年 10 月至今，任玛格家居财务负责人。

沈瀚，男，1988 年生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。2011 年 7 月至 2014 年 8 月，任福信集团有限公司业务经理；2014 年 8 月至 2016 年 2 月，任福建省保金控股集团有限公司部门经理；2016 年 2 月至 2017 年 9 月，任九州证券股份有限公司厦门分公司总经理助理；2017 年 9 月至 2020 年 6 月，任金牌厨柜投资总监；2020 年 7 月至 2020 年 9 月，任玛格有限董事会秘书；2020 年 10 月至今，任玛格家居董事会秘书。

（四）核心技术人员

截至本招股说明书签署之日，公司无核心技术人员。

（五）董事、监事、高级管理人员的选聘情况

2020 年 9 月 30 日，发行人召开创立大会暨第一次股东大会，选举唐斌、高琴、任芸为董事，选举李国华、孙俊英为独立董事。同日召开第一届董事会第

一次会议，选举唐斌为董事长，同意聘任唐斌为总经理、高琴为副总经理、张智为财务负责人、沈瀚为董事会秘书。

2020年9月30日，发行人召开职工代表大会，选举蔡宝磊为职工代表监事；2020年9月30日，发行人创立大会暨第一次股东大会通过决议，选举吴亮、屈志为股东代表监事并与职工代表监事蔡宝磊组成公司第一届监事会。同日召开第一届监事会第一次会议，选举吴亮为监事会主席。

二、董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属持股情况

(一) 董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属直接和间接持股情况

截至本招股说明书签署之日，公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属直接和间接持有公司股份如下表所示：

单位：股

姓名	职务/ 近亲属关系	直接持股数量	间接 持股数量	持股 数量合计	合计 持股比例
唐斌	董事长、总经理	38,370,000	2,913,306	41,283,306	55.04%
唐华君	唐斌之兄、供应链与制造中心广东制造基地总经理	-	91,016	91,016	0.12%
高琴	董事、副总经理	10,452,000	96,937	10,548,937	14.07%
任芸	董事、财务管理中心重庆财务部高级经理	-	50,613	50,613	0.07%
吴亮	监事会主席、审计监察部高级经理	-	20,221	20,221	0.03%
蔡宝磊	监事、人力与行政中心总监	-	55,590	55,590	0.07%
张智	财务负责人	-	70,713	70,713	0.09%
沈瀚	董事会秘书	-	55,590	55,590	0.07%

除上述持股外，其余董事、监事、高级管理人员及其近亲属未直接或间接持有本公司股份的情况。

（二）董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属最近三年所持股份增减变动情况最近三年持股变动情况

最近三年，发行人董事、监事、高级管理人员以及核心技术人员及其近亲属持有公司股权比例的变动情况如下所示：

姓名	职务/近亲属关系	持股比例			
		截至招股说明书签署日	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
唐斌	董事长、总经理	55.04%	51.49%	53.02%	53.02%
唐华君	唐斌之兄、供应链与制造中心广东制造基地总经理	0.12%	0.12%	-	-
高琴	董事、副总经理	14.07%	14.07%	14.44%	14.44%
任芸	董事、财务管理中心重庆财务部高级经理	0.07%	0.07%	-	-
吴亮	监事会主席、审计监查部高级经理	0.03%	0.03%	-	-
蔡宝磊	监事、人力与行政中心总监	0.07%	0.07%	-	-
张智	财务负责人	0.09%	0.09%	-	-
沈瀚	董事会秘书	0.07%	0.07%	-	-

注：2018年末，唐斌直接持股比例为2.85%，通过玛格唐投资间接持股比例为50.17%；高琴直接持股比例为1.90%，通过玛格唐投资间接持股比例为12.54%。

（三）股份质押或冻结情况

公司董事长兼总经理唐斌所控制的天玛咨询持有公司6.86%的股份，已质押给中国民生银行股份有限公司佛山支行，具体情形详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“六、发起人、持有公司5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况”之“（五）控股股东和实际控制人持有发行人的股份是否存在质押或其他有争议的情况”。

除上述情形以外，截至本招股说明书签署之日，公司董事、监事、高级管理人员持有发行人的股份不存在质押或其他有争议的情况。

三、董事、监事、高级管理人员、核心技术人员的对外投资情况

截至本招股说明书签署之日，公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员的对外投资情况如下：

单位：万元

姓名	公司担任职务	投资公司名称	出资金额	出资比例
唐斌	董事长、总经理	金玛咨询	199.53	20.61%
		玛格唐投资	800.00	80.00%
		天玛咨询	1,539.83	51.00%
高琴	董事、副总经理	艾玛咨询	66.95	7.91%
		玛格唐投资	200.00	20.00%
		博骏家居	10.00	10.00%
任芸	董事、财务管理中心重庆财务部高级经理	艾玛咨询	34.96	4.13%
孙俊英	独立董事	武汉珈鹰智能科技有限公司	10.00	1.00%
李国华	独立董事	北京川香佬餐饮管理股份有限公司	50.00	10.00%
吴亮	监事会主席、审计监察部高级经理	艾玛咨询	13.97	1.65%
屈志	监事	厦门德韬慧成管理咨询合伙企业（有限合伙）	75.00	50.00%
		厦门微品致远信息技术有限公司	10.00	3.33%
		德韬（北京）投资有限公司	10.00	1.00%
蔡宝磊	监事、人力与行政中心总监	金玛咨询	38.43	3.97%
张智	财务负责人	金玛咨询	48.89	5.05%
沈瀚	董事会秘书	金玛咨询	38.43	3.97%

截至本招股说明书签署之日，除金玛咨询、艾玛咨询为公司员工持股平台以外，公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的对外投资与本公司均不存在利益冲突的情形。

四、董事、监事、高级管理人员、核心技术人员薪酬情况

（一）董事、监事、高级管理人员、核心技术人员薪酬组成情况

经公司股东大会审议通过，公司的独立董事享有固定的独立董事津贴，其他董事和全体监事不享有董事或者监事津贴。

除独立董事外，公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员在公司领取的薪酬系由其对应岗位的工资和绩效奖励等组成，主要根据岗位重要性程度、业

绩贡献等综合确定。

（二）董事、监事、高级管理人员、核心技术人员最近一年领取薪酬情况

2020 年度，公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员在公司领取薪酬情况如下：

姓名	职务	薪酬（万元）	是否在公司专职领薪
唐斌	董事、总经理	242.90	是
高琴	董事、副总经理	117.91	是
任芸	董事、财务管理中心重庆财务部高级经理	28.85	是
孙俊英	独立董事	1.15	否
李国华	独立董事	1.15	否
吴亮	监事会主席、审计监查部高级经理	31.91	是
屈志	监事	-	否
蔡宝磊	职工监事、人力与行政中心总监	68.77	是
张智	财务负责人	71.69	是
沈瀚	董事会秘书	20.98	是

除上述薪酬和津贴以外，公司上述人员未在公司享受其他待遇。公司按照国家法律法规的要求为属于公司员工的董事、监事及高级管理人员依法缴纳养老保险、医疗保险等社会保险。

五、董事、监事、高级管理人员和核心技术人员兼职情况

截至本招股说明书签署之日，公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员的兼职情况如下表所示：

姓名	在公司担任职务	兼职单位	兼职职务	兼职单位与公司的关系
唐斌	董事长、总经理	玛格科技	执行董事	全资子公司
		广东玛格	经理，执行董事	
		广东玛格广州分公司	负责人	全资子公司之分公司
		天津玛格	执行董事	全资子公司
		天玛咨询	执行事务合伙人	持有公司 5%以上股份的股东

姓名	在公司担任职务	兼职单位	兼职职务	兼职单位与公司的关系
高琴	董事、 副总经理	玛格科技	监事	全资子公司
		广东玛格	监事	
		天津玛格	监事	
		重庆邦禄企业服务有限公司	监事	无其他关联关系
任芸	董事、财务管理中心重庆财务部高级经理	艾玛咨询	执行事务合伙人	公司员工持股平台
李国华	独立董事	全国工商联家具装饰业商会	副秘书长	无其他关联关系
		广州诗尼曼家居股份有限公司	独立董事	
		广东月星寰博展览有限公司	董事	
		上海月星新零售企业管理有限公司	副总裁	
孙俊英	独立董事	深圳市皇庭国际企业股份有限公司	独立董事	无其他关联关系
		深圳市英威腾电气股份有限公司	独立董事	
		深圳市翔丰华科技股份有限公司	独立董事	
		广东大普通信技术股份有限公司	独立董事	
屈志	监事	厦门建潘德韬智慧物业管理有限公司	监事	关联方温建怀、潘孝贞实际控制的企业
		福建和其昌竹业股份有限公司	董事	无其他关联关系
		北京毫米科技有限公司	董事	
		厦门微品致远信息技术有限公司	董事	
		厦门信建可信计算技术有限公司	监事	
张智	财务负责人	金玛咨询	执行事务合伙人	公司员工持股平台

除上述事项外，公司董事、监事、高级管理人员不存在其他兼职情况。

六、董事、监事、高级管理人员和核心技术人员之间存在的亲属关系

截至本招股说明书签署之日，公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员之间不存在亲属关系。

七、董事、监事及高级管理人员与公司签订的协议、所作承诺及其履行情况

（一）公司与董事、监事及高级管理人员签订的协议及其履行情况

截至本招股说明书签署之日，公司董事、高级管理人员以及在公司任职的监事均已与公司签署了《聘任合同》或《劳动合同》，除已披露的担保情形之外，公司董事、监事、高级管理人员未与公司签有其他担保、借款等其他协议。

截至本招股说明书签署之日，上述协议履行情况正常，不存在违约情形。

（二）董事、监事、高级管理人员作出的重要承诺及其履行情况

公司董事、监事及高级管理人员作出的重要承诺详见本招股说明书“重大事项提示”之“一、本次发行相关的重要承诺和说明”。

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，公司董事、监事及高级管理人员均符合《公司法》《公司章程》和《首次公开发行股票并上市管理办法》及其他规范性文件规定的任职资格。

《深圳证券交易所独立董事备案办法（2017年修订）》中关于会计专业独立董事的相关规定如下：

“以会计专业人士身份被提名的独立董事候选人，应当具备丰富的会计专业知识和经验，并至少符合下列条件之一：

（一）具备注册会计师资格；

（二）具有会计、审计或者财务管理专业的高级职称、副教授或以上职称、博士学位。”

孙俊英曾任会计学副教授，硕士生导师，多年从事会计学科研、教学工作，具备丰富的会计专业知识和经验，符合《深圳证券交易所独立董事备案办法（2017年修订）》关于上市公司会计专业独立董事的专业要求。

公司董事、监事及高级管理人员均符合《公司法》及《关于进一步规范党政领导干部在企业兼职（任职）问题的意见》（中组发[2013]18号）《中共教育部

党组关于进一步加强直属高校党员领导干部兼职管理的通知》（教党[2011]22号）等国家有关法律法规规定的任职资格条件。

九、董事、监事及高级管理人员最近 3 年内的变动情况

（一）董事的变化情况

报告期初，玛格有限设有董事会，董事会成员为唐斌、高琴及熊浩，其中唐斌担任董事长。

2020年6月30日，董事熊浩因其个人原因向公司申请辞去董事职务。

2020年7月6日，玛格有限召开股东会并作出决议，同意免去熊浩董事职务，并选举张智担任公司董事。

2020年9月30日，公司召开创立大会并作出决议，同意选举唐斌、高琴、任芸、孙俊英、李国华为公司董事，其中孙俊英、李国华为公司独立董事。

除上述情况外，截至本招股说明书签署之日，最近 3 年内发行人董事未发生过其他变动。

（二）监事的变化情况

报告期初，玛格有限设有监事会，监事会成员为龚政、唐华君、任芸，其中龚政为监事会主席，任芸为职工代表监事。

2020年6月30日，龚政因其个人原因向公司申请辞去监事职务。

2020年7月6日，玛格有限召开股东会并作出决议，同意免去龚政及唐华君监事职务，选举屈志及吴亮担任公司监事。

2020年9月30日，公司召开创立大会并作出决议，同意选举屈志、吴亮为股东代表监事，并与职工代表监事蔡宝磊组成第一届监事会。

除上述情况外，截至本招股说明书签署之日，最近 3 年内发行人监事未发生过其他变动。

（三）高级管理人员的变化情况

报告期初，玛格有限的总经理为高琴，财务负责人为张智。

2020年9月30日,公司召开第一届董事会第一次会议并作出决议,同意聘任唐斌为公司总经理,聘任高琴为公司副总经理,聘任张智为公司财务负责人,聘任沈瀚为公司董事会秘书。

除上述情况外,截至本招股说明书签署之日,最近3年内发行人高级管理人员未发生过其他变动。

公司的董事、监事和高级管理人员在最近3年的变化符合法律、法规、规范性文件 and 公司章程的规定,履行了必要的法律程序。除熊浩、龚政因个人原因辞去公司董事和监事职务以外,其他人员变动原因主要为设立股份公司,完善公司治理的需求。除熊浩、龚政外,上述出现变动的董事、监事和高级管理人员仍然在公司任职。

因此,经核查,保荐机构和发行人律师认为:发行人董事和高级管理人员最近三年未发生重大变化,未对于发行人的持续经营能力造成不利影响。

第九节 公司治理

一、公司股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度的建立健全及运行情况

发行人根据《公司法》《证券法》《上市公司章程指引》等相关法律法规的要求，逐步建立健全了由股东大会、董事会、监事会、独立董事和高级管理人员组成的治理结构。

自发行人整体变更设立股份公司以来，发行人股东大会、董事会、监事会按照相关法律、法规、规范性文件、《公司章程》及相关议事规则的规定规范运行，各股东、董事、监事和高级管理人员均尽职尽责，按制度规定切实地行使权利、履行义务，形成了相互独立、权责明确、监督有效的公司治理结构。

（一）报告期内发行人公司治理的建立和完善情况

报告期内，发行人根据《公司法》《证券法》《上市公司章程指引》等有关法律法规及中国证监会的相关要求，逐步建立健全了规范的公司治理结构。发行人结合自身实际情况制定了《股东大会议事规则》《董事会议事规则》《监事会议事规则》《总经理工作细则》《董事会秘书工作制度》《关联交易管理制度》等一系列规范性文件。通过上述组织机构的建立和相关制度的实施，公司已经逐步建立、健全了公司法人治理结构。

目前，公司严格按照各项规章制度规范运行，公司股东大会、董事会、监事会按照相关法律法规、规范性文件、《公司章程》和有关制度所赋予的职权独立规范运作，各股东、董事、监事和高级管理人员均尽职尽责，履行各自的权利和义务。

（二）股东大会制度的建立健全及运行情况

2020年9月30日，公司创立大会审议通过了《公司章程》和《股东大会议事规则》，对公司股东大会的职权、召集、提案和通知、召开、表决和决议等作出了明确的规定。自本公司设立以来，股东大会严格按照《公司章程》和《股东大会议事规则》的规定召开，运行规范。

自股份公司设立以来，股东大会一直根据《公司法》《公司章程》和《股东

大会议事规则》的规定规范运作。截至本招股说明书签署之日，公司一共召开了 4 次股东大会，具体情况如下：

序号	会议日期	会议名称
1	2020 年 9 月 30 日	创立大会
2	2021 年 5 月 20 日	2020 年度股东大会
3	2021 年 7 月 7 日	2021 年第一次临时股东大会
4	2021 年 12 月 5 日	2021 年第二次临时股东大会

(三) 董事会制度的建立健全及运行情况

2020 年 9 月 30 日，公司召开的第一次股东大会审议批准了《董事会议事规则》。公司董事会严格按照《公司章程》和《董事会议事规则》的规定行使权利。公司现任董事会由 5 名董事组成，其中设董事长 1 名，独立董事 2 名，全部由股东大会选举产生。董事由股东大会选举或更换，每届任期三年。董事任期届满，可连选连任。董事在任期届满以前，股东大会不能无故解除其职务。

自股份公司设立以来，董事会一直根据《公司法》《公司章程》和《董事会议事规则》的规定规范运作。截至本招股说明书签署之日，公司一共召开了 4 次董事会，具体情况如下：

序号	会议日期	会议名称
1	2020 年 9 月 30 日	第一届董事会第一次会议
2	2021 年 4 月 30 日	第一届董事会第二次会议
3	2021 年 6 月 21 日	第一届董事会第三次会议
4	2021 年 11 月 18 日	第一届董事会第四次会议

(四) 监事会制度的建立健全及运行情况

公司监事会是公司内部的专职监督机构，对股东大会负责。公司 2020 年 9 月 30 日召开的创立大会制定了《监事会议事规则》，在《公司章程》的基础上对监事会职权、议事规则等进行了细化，建立健全了监事会制度。

公司的监事会由 3 名监事组成，其中包括 2 名股东代表和 1 名职工代表，其中股东代表由股东大会选举产生，职工代表由职工代表大会、职工大会或者其他形式民主选举产生。监事会设监事会主席 1 人，由全体监事过半数选举产生。

自股份公司设立以来，监事会一直根据《公司法》《公司章程》和《监事会议事规则》的规定规范运作。截至本招股说明书签署之日，公司一共召开了 3 次监事会，具体情况如下：

序号	会议日期	会议名称
1	2020 年 9 月 30 日	第一届监事会第一次会议
2	2021 年 4 月 30 日	第一届监事会第二次会议
3	2021 年 11 月 18 日	第一届监事会第三次会议

（五）独立董事制度的建立健全及运行情况

为进一步完善发行人治理结构，促进公司规范运作，根据《公司法》《上市公司治理准则》等相关法律法规和《公司章程》的有关规定，公司 2020 年 9 月 30 日召开的创立大会制订了《独立董事工作制度》，对独立董事任职资格、选聘、职责、工作条件等做了详细规定，建立健全了独立董事制度。

2020 年 9 月 30 日，公司召开创立大会选举孙俊英、李国华为独立董事，占公司董事人数的 1/3 以上，独立董事任期至第一届董事会任期届满时止，可连选连任。公司 2 名独立董事中，孙俊英为会计专业人士。

（六）董事会秘书制度的建立健全及运行情况

2020 年 9 月 30 日，公司第一届董事会第一次会议同意聘任沈瀚为董事会秘书。

公司董事会秘书自任职以来，依法筹备了历次董事会会议及股东大会，确保了公司董事会会议和股东大会的依法召开，在完善公司治理方面发挥了重要作用，促进了公司的规范运作。

（七）董事会专门委员会的建立健全及运行情况

2020 年 9 月 30 日，发行人召开第一届董事会第一次会议，审议通过《董事会战略委员会工作细则》《董事会提名委员会工作细则》《董事会薪酬与考核委员会工作细则》《董事会审计委员会工作细则》等专门委员会制度；同时，选举战略委员会、审计委员会、提名委员会和薪酬与考核委员会成员。

1、战略委员会

发行人《董事会战略委员会工作细则》规定，战略委员会成员由三名董事组成。战略委员会设主召集人一名，由公司董事长担任，负责主持战略委员会工作。具体人员构成为：唐斌、高琴、任芸，其中唐斌为战略委员会召集人。

2、审计委员会

发行人《董事会审计委员会工作细则》规定，审计委员会成员由三名董事组成，其中两名为独立董事，且至少有一名独立董事为专业会计人士。审计委员会设召集人一名，由会计专业独立董事担任，负责主持审计委员会工作。具体人员构成为：唐斌、李国华、孙俊英，其中独立董事孙俊英为审计委员会召集人。

3、提名委员会

发行人《董事会提名委员会工作细则》规定，提名委员会成员由三名董事组成，其中两名为独立董事。提名委员会设召集人一名，由独立董事委员担任，负责主持提名委员会工作。具体人员构成为：唐斌、孙俊英、李国华，其中独立董事李国华为提名委员会召集人。

4、薪酬与考核委员会

发行人《董事会薪酬与考核委员会工作细则》规定，薪酬与考核委员会成员由三名董事组成，薪酬与考核委员会设召集人一名，由独立董事委员担任，负责主持委员会工作。具体人员构成为：唐斌、孙俊英、李国华，其中独立董事李国华为薪酬与考核委员会召集人。

公司各专门委员会自建立之日起至本招股说明书签署之日，始终保持规范、有序运行，保障了董事会各项工作的顺利开展，发挥了应有的作用。

二、发行人内部控制情况

（一）公司管理层对内部控制制度的评估意见

公司管理层认为：公司根据相关法律法规规定以及公司经营特点，合理设计、建立并逐步完善了内部控制制度，使其有效执行。公司的内部控制能够适应管理要求和发展需要，能够对项业务活动的健康运行及国家有关法律法规和公司内部规章制度的贯彻执行提供保证，在所有重大方面，不存在由于内部控制重大缺陷

或重要缺陷导致公司财产受到重大损失或对财务报表产生重大影响的情况。

(二) 注册会计师对内部控制制度的评价报告

立信会计师为本公司出具了信会师报字[2021]第 ZD10270 号《内部控制鉴证报告》，认为发行人按照《企业内部控制基本规范》及相关规定于 2021 年 6 月 30 日在所有重大方面保持了与财务报表相关的有效的内部控制。

三、公司的违法违规情况

公司已依法建立健全股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度。自成立至今，公司及其董事、监事和高级管理人员严格按照相关法律法规及《公司章程》的规定开展经营，不存在重大违法违规行为。

报告期内，发行人及其子公司受到的行政处罚的情况如下：

受处罚单位	处罚日期	处罚方	处罚金额(元)	处罚原因
天津玛格	2018年5月22日	天津市静海区环境保护局	20,000	大气污染防治设施未正常运行
天津玛格	2019年8月13日	天津市静海区公安消防支队	30,000	消防设施未正常运行,不符合消防规定
广东玛格	2018年9月20日	赤壁市工商行政管理局	50,000	对相关评比荣誉进行虚假宣传,违反了《中华人民共和国反不正当竞争法》第八条第一款的规定

截至本招股说明书签署之日，天津玛格已停止生产业务，未实际开展经营活动，根据对于天津市静海区环境保护局的访谈确认，上述天津玛格的环保处罚不属于情节严重或重大的行政处罚。

2021 年 3 月 26 日，天津市静海区消防救援支队出具《证明》，2019 年 8 月，因天津玛格消防设施未保持完好有效，天津市静海区消防救援支队依法对其进行处罚，天津玛格已缴纳罚款并按期整改隐患问题。上述行为不构成天津玛格的重大违法违规行为。自 2018 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日，天津玛格未再因其他消防违法行为而受到天津市静海区消防救援支队行政处罚的情况。

2021 年 3 月 4 日，赤壁市市场监督管理局出具《证明》，确认广东玛格已按要求缴纳了前述 5 万元的罚款并及时采取了有效的整改措施；广东玛格前述违法行为不属于重大违法违规或情节严重的违法行为。

因此，发行人在报告期内受到上述行政处罚未造成严重后果，且受到处罚后已积极进行整改，作出行政处罚的主要行政机关均已确认上述情形不构成重大违法违规。

四、报告期内公司资金占用及违规担保情况

公司报告期内与关联方形成了一定的经营性资金占用，详见“第七节 同业竞争与关联交易”之“五、报告期内的关联交易”之“（二）偶发性关联交易”之“3、关联方资金占用”。公司已经建立严格的资金管理制度，目前不存在资金被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业以借款、代偿债务、代垫款项或其他方式占用的情形。《公司章程》《对外担保管理制度》中已明确对外担保的审批权限和审议程序，公司不存在为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业提供担保的情形。

第十节 财务会计信息

本公司聘请立信会计师依据中国注册会计师审计准则对本公司截至 2021 年 6 月 30 日、2020 年 12 月 31 日、2019 年 12 月 31 日、2018 年 12 月 31 日的资产负债表以及 2021 年 1-6 月、2020 年度、2019 年度、2018 年度的利润表、现金流量表、所有者权益变动表以及财务报表附注进行了审计。立信会计师出具了信会师报字[2021]第 ZD10266 号标准无保留意见审计报告。

以下引用的财务数据，非经特别说明，均引自经审计的财务报表。本节的财务会计数据及有关的分析反映了本公司最近三年及一期经审计的财务报表及有关附注的重要内容。

本公司提醒投资者关注本招股说明书所附财务报表和审计报告全文，以获取全部的财务资料。

一、最近三年及一期主要财务报表

(一) 合并报表

1、合并资产负债表

单位：元

项目	2021 年 6 月末	2020 年末	2019 年末	2018 年末
流动资产：				
货币资金	120,874,991.05	244,523,560.95	71,332,308.90	65,796,277.85
交易性金融资产	80,579,255.89	3,069,349.09	93,579,276.03	-
应收票据	3,181,526.45	2,200,410.34	4,665,124.00	-
应收账款	11,752,367.98	3,057,892.91	8,040,048.91	11,733,075.97
预付款项	8,528,762.89	9,168,221.47	13,063,071.64	6,078,540.60
其他应收款	14,770,771.91	9,267,262.29	10,675,784.74	10,874,943.86
存货	81,287,340.34	62,241,754.75	58,468,894.18	54,947,429.99
其他流动资产	13,838,904.75	4,826,786.99	3,034,176.16	62,977,540.27
流动资产合计	334,813,921.26	338,355,238.79	262,858,684.56	212,407,808.54
非流动资产：				
投资性房地产	8,668,075.12	8,936,660.80	9,473,832.12	8,172,095.02
固定资产	271,152,181.27	268,123,824.84	257,229,489.43	266,131,671.18

项目	2021年6月末	2020年末	2019年末	2018年末
在建工程	5,677,595.22	10,519,392.37	8,033,317.26	943,976.60
使用权资产	118,107,082.89	-	-	-
无形资产	48,560,357.00	46,843,194.66	44,106,071.58	41,762,330.96
开发支出	3,811,529.52	4,524,565.91	1,922,367.82	-
长期待摊费用	12,437,763.21	14,039,456.25	14,102,665.57	14,299,647.56
递延所得税资产	3,209,064.83	2,674,997.96	3,654,541.92	5,368,131.57
其他非流动资产	29,301,427.82	18,162,806.27	12,787,704.69	2,219,873.12
非流动资产合计	500,925,076.88	373,824,899.06	351,309,990.39	338,897,726.01
资产总计	835,738,998.14	712,180,137.85	614,168,674.95	551,305,534.55
流动负债:				
短期借款	29,492,966.73	-	-	-
应付账款	74,983,744.58	68,029,643.45	37,826,047.36	41,742,621.17
预收款项	-	-	103,527,536.06	121,257,676.78
合同负债	93,975,214.09	107,591,379.77	-	-
应付职工薪酬	25,584,591.61	26,805,103.12	24,410,167.10	19,597,238.86
应交税费	4,936,779.67	8,938,633.15	13,762,804.49	26,406,074.43
其他应付款	26,643,261.38	24,436,628.89	24,459,216.17	20,915,626.57
一年内到期的非流动负债	105,756,453.62	110,000,000.00	30,000,000.00	20,000,000.00
其他流动负债	11,833,085.35	13,986,879.24	-	-
流动负债合计	373,206,097.03	359,788,267.62	233,985,771.18	249,919,237.81
非流动负债:				
长期借款	-	-	110,000,000.00	140,000,000.00
租赁负债	107,957,241.28	-	-	-
递延收益	8,675,272.50	7,773,681.37	4,529,435.28	4,133,976.12
递延所得税负债	7,361,025.85	7,749,549.19	958,662.88	1,166,515.54
非流动负债合计	123,993,539.63	15,523,230.56	115,488,098.16	145,300,491.66
负债合计	497,199,636.66	375,311,498.18	349,473,869.34	395,219,729.47
所有者权益:				
股本	75,000,000.00	75,000,000.00	74,167,313.54	71,571,413.54
资本公积	103,506,081.07	101,498,234.90	92,780,462.60	76,928,586.46
盈余公积	3,486,725.74	3,486,725.74	1,581,525.56	-
未分配利润	156,546,554.67	156,883,679.03	96,165,503.91	7,585,805.08

项目	2021年6月末	2020年末	2019年末	2018年末
归属于母公司所有者权益合计	338,539,361.48	336,868,639.67	264,694,805.61	156,085,805.08
少数股东权益	-	-	-	-
所有者权益合计	338,539,361.48	336,868,639.67	264,694,805.61	156,085,805.08
负债和所有者权益总计	835,738,998.14	712,180,137.85	614,168,674.95	551,305,534.55

2、合并利润表

单位：元

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
一、营业收入	416,634,906.51	839,601,899.62	824,597,816.84	762,650,129.49
减：营业成本	262,180,728.66	506,847,594.43	498,966,573.07	486,837,408.40
税金及附加	4,685,100.70	8,796,450.45	10,213,351.95	10,060,716.30
销售费用	59,874,361.37	107,639,446.54	101,460,361.40	92,940,308.15
管理费用	31,488,846.46	69,001,603.56	62,974,819.48	52,768,525.27
研发费用	18,609,889.81	33,770,361.53	20,950,697.16	13,776,209.14
财务费用	5,265,842.55	6,220,740.90	8,314,697.25	10,997,419.96
其中：利息费用	6,478,109.05	8,027,056.55	9,673,021.32	11,406,081.46
利息收入	1,347,611.37	2,208,150.57	1,419,123.03	551,040.46
加：其他收益	1,164,760.70	6,904,120.98	6,903,046.13	587,255.39
投资收益（损失以“-”号填列）	700,045.07	2,650,212.78	3,207,524.90	1,220,164.87
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	-	-	-	-
公允价值变动收益（损失以“-”号填列）	579,255.89	39,349.09	279,276.03	-
信用减值损失（损失以“-”号填列）	-620,668.90	728,151.86	-2,997,321.16	-
资产减值损失（损失以“-”号填列）	-628,898.87	-1,229,369.15	-961,758.64	-3,369,080.99
资产处置收益（损失以“-”号填列）	-	45,693.53	-6,363,164.65	-367,470.28
二、营业利润	35,724,630.85	116,463,861.30	121,784,919.14	93,340,411.26
加：营业外收入	35,894.94	819,724.64	925,163.53	528,750.15
减：营业外支出	4,122.27	119,044.24	356,516.26	1,767,535.78
三、利润总额	35,756,403.52	117,164,541.70	122,353,566.41	92,101,625.63
减：所得税费用	6,093,527.88	18,631,846.99	22,192,342.02	21,654,188.38
四、净利润	29,662,875.64	98,532,694.71	100,161,224.39	70,447,437.25

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
(一)按经营持续性分类	29,662,875.64	98,532,694.71	100,161,224.39	70,447,437.25
1.持续经营净利润(净亏损以“-”号填列)	29,662,875.64	98,532,694.71	100,161,224.39	70,447,437.25
2.终止经营净利润(净亏损以“-”号填列)	-	-	-	-
(二)按所有权归属分类	29,662,875.64	98,532,694.71	100,161,224.39	70,447,437.25
归属于母公司所有者的净利润	29,662,875.64	98,532,694.71	100,161,224.39	70,447,437.25
少数股东损益	-	-	-	-
五、其他综合收益的税后净额	-	-	-	-
归属母公司所有者的其他综合收益的税后净额	-	-	-	-
(一)以后不能重分类进损益的其他综合收益	-	-	-	-
(二)以后将重分类进损益的其他综合收益	-	-	-	-
归属于少数股东的其他综合收益的税后净额	-	-	-	-
六、综合收益总额	29,662,875.64	98,532,694.71	100,161,224.39	70,447,437.25
归属于母公司所有者的综合收益总额	29,662,875.64	98,532,694.71	100,161,224.39	70,447,437.25
归属于少数股东的综合收益总额	-	-	-	-
七、每股收益				
(一)基本每股收益	0.40	1.31	1.34	0.94
(二)稀释每股收益	0.40	1.31	1.34	0.94

3、合并现金流量表

单位：元

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018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	443,860,060.86	975,547,073.99	914,312,886.83	852,709,818.33
收到的其他与经营活动有关的现金	7,662,482.94	21,597,476.25	14,763,504.63	10,331,941.61
经营活动现金流入小计	451,522,543.80	997,144,550.24	929,076,391.46	863,041,759.94
购买商品、接受劳务支付的现金	226,276,208.47	413,146,862.00	426,095,695.69	422,784,015.76
支付给职工以及为职工支付的现金	125,834,252.71	213,013,438.26	201,223,343.69	187,094,638.54

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
支付的各项税费	45,178,869.92	75,615,015.11	96,492,405.95	72,838,504.80
支付的其他与经营活动有关的现金	40,795,798.93	87,665,329.27	95,456,165.03	65,631,377.03
经营活动现金流出小计	438,085,130.03	789,440,644.64	819,267,610.36	748,348,536.13
经营活动产生的现金流量净额	13,437,413.77	207,703,905.60	109,808,781.10	114,693,223.81
二、投资活动产生的现金流量:				
收回投资所收到的现金	116,030,000.00	277,800,000.00	522,400,000.00	30,000,000.00
取得投资收益所收到的现金	739,394.16	2,929,488.81	3,207,524.90	1,220,164.87
处置固定资产、无形资产和其他长期资产所收回的现金净额	-	677,754.30	13,108,386.97	910,858.85
投资活动现金流入小计	116,769,394.16	281,407,243.11	538,715,911.87	32,131,023.72
购建固定资产、无形资产和其他长期资产所支付的现金	26,301,414.68	60,871,130.70	66,573,013.70	27,481,512.99
投资所支付的现金	193,000,000.00	187,530,000.00	555,100,000.00	90,600,000.00
投资活动现金流出小计	219,301,414.68	248,401,130.70	621,673,013.70	118,081,512.99
投资活动产生的现金流量净额	-102,532,020.52	33,006,112.41	-82,957,101.83	-85,950,489.27
三、筹资活动产生的现金流量:				
吸收投资收到的现金	-	-	18,145,341.00	-
取得借款收到的现金	29,330,333.40	-	-	-
筹资活动现金流入小计	29,330,333.40	-	18,145,341.00	-
偿还债务支付的现金	20,000,000.00	30,000,000.00	20,000,000.00	45,000,000.00
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	33,388,229.84	38,027,056.55	19,673,021.32	11,572,981.46
支付其他与筹资活动有关的现金	10,304,311.70	-	-	-
筹资活动现金流出小计	63,692,541.54	68,027,056.55	39,673,021.32	56,572,981.46
筹资活动产生的现金流量净额	-34,362,208.14	-68,027,056.55	-21,527,680.32	-56,572,981.46
四、汇率变动对现金的影响	-	-	-	-
五、现金及现金等价物净增加额	-123,456,814.89	172,682,961.46	5,323,998.95	-27,830,246.92
加: 期初现金及现金等价物余额	243,291,538.26	70,608,576.80	65,284,577.85	93,114,824.77
六、期末现金及现金等	119,834,723.37	243,291,538.26	70,608,576.80	65,284,577.85

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
价物余额				

(二) 母公司报表

1、母公司资产负债表

单位：元

项目	2021年6月末	2020年末	2019年末	2018年末
流动资产：				
货币资金	2,155,416.67	14,714,285.31	982,159.04	11,201,338.60
交易性金融资产	50,107,680.55	3,069,349.09	20,484,255.48	-
应收票据	33,181,526.45	2,200,410.34	4,665,124.00	-
应收账款	5,316,045.99	1,150,323.12	955,380.97	9,444,417.86
预付款项	2,509,249.25	2,147,374.60	1,423,557.03	2,793,450.55
其他应收款	1,068,804.50	10,812,798.48	1,732,425.92	35,927,348.04
存货	35,986,536.94	29,628,211.54	33,053,342.48	27,879,866.31
其他流动资产	5,363,104.26	1,410,480.47	2,145,286.43	17,494,021.88
流动资产合计	135,688,364.61	65,133,232.95	65,441,531.35	104,740,443.24
非流动资产：				
长期股权投资	21,879,539.55	21,223,654.72	20,092,368.95	30,000,000.00
投资性房地产	8,668,075.12	8,936,660.80	9,473,832.12	8,172,095.02
固定资产	200,373,534.05	200,301,444.92	207,662,845.34	214,410,523.06
在建工程	326,435.41	4,504,466.95	-	-
无形资产	48,560,357.00	46,843,194.66	44,106,071.58	41,501,100.90
开发支出	3,811,529.52	4,524,565.91	1,922,367.82	-
长期待摊费用	1,848,042.14	2,135,239.64	2,970,392.38	2,380,514.99
递延所得税资产	2,824,968.46	2,742,913.82	4,315,826.49	1,169,104.82
其他非流动资产	9,883,680.00	8,895,759.85	5,898,514.93	2,027,443.12
非流动资产合计	298,176,161.25	300,107,901.27	296,442,219.61	299,660,781.91
资产总计	433,864,525.86	365,241,134.22	361,883,750.96	404,401,225.15
流动负债：				
短期借款	29,492,966.73	-	-	-
应付账款	23,566,680.00	17,377,507.41	12,980,703.38	20,784,037.69
预收款项	-	-	485,562.78	40,661,359.07

项目	2021年6月末	2020年末	2019年末	2018年末
合同负债	445,313.56	1,046,557.34	-	-
应付职工薪酬	11,160,566.75	12,741,298.83	11,592,162.13	11,573,218.53
应交税费	341,183.75	4,388,066.98	7,993,208.72	18,705,188.09
其他应付款	84,367,621.27	3,424,870.21	13,354,622.99	7,891,278.27
一年内到期的非流动负债	90,000,000.00	110,000,000.00	30,000,000.00	20,000,000.00
其他流动负债	57,890.76	136,052.45	-	-
流动负债合计	239,432,222.82	149,114,353.22	76,406,260.00	119,615,081.65
非流动负债:				
长期借款	-	-	110,000,000.00	140,000,000.00
递延收益	3,070,167.41	2,875,981.25	2,237,033.33	2,488,833.33
递延所得税负债	1,724,389.64	1,885,307.47	477,425.86	595,381.40
非流动负债合计	4,794,557.05	4,761,288.72	112,714,459.19	143,084,214.73
负债合计	244,226,779.87	153,875,641.94	189,120,719.19	262,699,296.38
所有者权益:				
实收资本	75,000,000.00	75,000,000.00	74,167,313.54	71,571,413.54
资本公积	103,506,081.07	101,498,234.90	92,780,462.60	76,928,586.46
盈余公积	3,486,725.74	3,486,725.74	1,581,525.56	-
未分配利润	7,644,939.18	31,380,531.64	4,233,730.07	-6,798,071.23
所有者权益合计	189,637,745.99	211,365,492.28	172,763,031.77	141,701,928.77
负债和所有者权益总计	433,864,525.86	365,241,134.22	361,883,750.96	404,401,225.15

2、母公司利润表

单位：元

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
一、营业收入	161,021,010.25	345,297,405.01	354,106,325.78	371,526,110.61
减：营业成本	105,348,071.82	215,654,504.11	221,766,256.61	228,345,734.11
税金及附加	2,682,944.35	4,998,119.89	5,771,093.59	6,582,734.13
销售费用	17,395,988.81	32,892,251.26	31,160,120.95	34,830,885.67
管理费用	16,843,396.64	36,501,075.69	29,638,554.84	30,224,684.82
研发费用	7,478,768.21	15,664,190.97	11,224,188.17	11,182,117.16
财务费用	4,520,897.31	7,197,671.87	8,813,807.55	10,323,271.76
其中：利息费用	5,084,133.33	8,006,449.45	9,662,326.83	11,440,675.73

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
利息收入	615,237.45	1,124,524.40	875,467.40	1,230,808.83
加：其他收益	468,406.53	5,815,588.27	6,165,285.00	412,266.67
投资收益（损失以“-”号填列）	700,045.07	34,279,957.14	-7,482,089.93	513,972.70
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	-	-	-	-
公允价值变动收益（损失以“-”号填列）	107,680.55	39,349.09	184,255.48	-
信用减值损失（损失以“-”号填列）	34,121.65	206,808.56	-8,003,595.74	-
资产减值损失（损失以“-”号填列）	-483,156.31	-668,429.66	-5,147,068.21	-977,790.03
资产处置收益（损失以“-”号填列）	-	-	-764,298.70	-295,293.30
二、营业利润	7,578,040.60	72,062,864.62	30,684,791.97	49,689,839.00
加：营业外收入	34,460.21	829,591.09	139,455.69	322,591.95
减：营业外支出	4,028.17	110,246.04	92,341.60	612,354.02
三、利润总额	7,608,472.64	72,782,209.67	30,731,906.06	49,400,076.93
减：所得税费用	1,344,065.10	7,820,888.51	8,118,579.20	12,615,749.00
四、净利润	6,264,407.54	64,961,321.16	22,613,326.86	36,784,327.93
（一）持续经营净利润（净亏损以“-”号填列）	6,264,407.54	64,961,321.16	22,613,326.86	36,784,327.93
（二）终止经营净利润（净亏损以“-”号填列）	-	-	-	-
五、其他综合收益的税后净额	-	-	-	-
（一）以后不能重分类进损益的其他综合收益	-	-	-	-
（二）以后将重分类进损益的其他综合收益	-	-	-	-
六、综合收益总额	6,264,407.54	64,961,321.16	22,613,326.86	36,784,327.93

3、母公司现金流量表

单位：元

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
一、经营活动产生的现金				

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
流量:				
销售商品、提供劳务收到的现金	143,629,983.46	383,132,422.16	395,060,430.11	369,785,654.57
收到的其他与经营活动有关的现金	83,638,422.02	9,978,877.28	7,202,506.84	6,512,202.65
经营活动现金流入小计	227,268,405.48	393,111,299.44	402,262,936.95	376,297,857.22
购买商品、接受劳务支付的现金	80,383,446.29	162,751,214.74	173,141,454.41	179,101,200.32
支付给职工以及为职工支付的现金	60,188,233.13	104,997,879.56	107,784,901.83	111,349,915.63
支付的各项税费	20,755,283.69	36,055,542.98	50,476,576.28	39,699,049.33
支付的其他与经营活动有关的现金	8,402,544.13	25,928,601.14	32,421,391.16	17,436,344.52
经营活动现金流出小计	169,729,507.24	329,733,238.42	363,824,323.68	347,586,509.80
经营活动产生的现金流量净额	57,538,898.24	63,378,061.02	38,438,613.27	28,711,347.42
二、投资活动产生的现金流量:				
收回投资所收到的现金	116,030,000.00	45,300,000.00	221,624,411.72	30,000,000.00
取得投资收益所收到的现金	9,739,394.16	25,464,212.62	993,498.35	513,972.70
处置固定资产、无形资产和其他长期资产所收回的现金净额	337,182.56	348,240.00	480,447.07	1,703,337.18
投资活动现金流入小计	126,106,576.72	71,112,452.62	223,098,357.14	32,217,309.88
购建固定资产、无形资产和其他长期资产所支付的现金	7,413,177.00	25,221,937.92	22,339,164.14	16,330,773.41
投资所支付的现金	163,000,000.00	28,030,000.00	226,872,757.69	47,323,755.10
投资活动现金流出小计	170,413,177.00	53,251,937.92	249,211,921.83	63,654,528.51
投资活动产生的现金流量净额	-44,306,600.28	17,860,514.70	-26,113,564.69	-31,437,218.63
三、筹资活动产生的现金流量:				
吸收投资收到的现金	-	-	16,918,098.69	-
取得借款收到的现金	29,330,333.40	-	-	-
筹资活动现金流入小计	29,330,333.40	-	16,918,098.69	-
偿还债务支付的现金	20,000,000.00	30,000,000.00	20,000,000.00	45,000,000.00
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	34,921,500.00	38,006,449.45	19,662,326.83	11,607,575.73
筹资活动现金流出小计	54,921,500.00	68,006,449.45	39,662,326.83	56,607,575.73

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
筹资活动产生的现金流量净额	-25,591,166.60	-68,006,449.45	-22,744,228.14	-56,607,575.73
四、汇率变动对现金的影响	-	-	-	-
五、现金及现金等价物净增加额	-12,358,868.64	13,232,126.27	-10,419,179.56	-59,333,446.94
加：期初现金及现金等价物余额	14,014,285.31	782,159.04	11,201,338.60	70,534,785.54
六、期末现金及现金等价物余额	1,655,416.67	14,014,285.31	782,159.04	11,201,338.60

二、审计意见和关键审计事项

(一) 审计意见

公司委托立信会计师审计了本公司的合并和母公司财务报表，包括 2021 年 6 月 30 日、2020 年 12 月 31 日、2019 年 12 月 31 日、2018 年 12 月 31 日合并及母公司的资产负债表，2021 年 1-6 月、2020 年度、2019 年度、2018 年度的合并及母公司利润表、现金流量表、所有者权益变动表以及财务报表附注，出具了标准无保留意见的审计报告。

立信会计师认为：公司财务报表已经按照企业会计准则的规定编制，在所有重大方面公允地反映了该公司 2021 年 6 月 30 日、2020 年 12 月 31 日、2019 年 12 月 31 日、2018 年 12 月 31 日的财务状况，2021 年 1-6 月、2020 年度、2019 年度、2018 年度的经营成果和现金流量。

(二) 关键审计事项

关键审计事项是立信会计师根据职业判断，认为分别对 2018 年度、2019 年度、2020 年度及 2021 年 1-6 月财务报表审计最为重要的事项。这些事项的应对以对财务报表整体进行审计并形成审计意见为背景，立信会计师不对这些事项单独发表意见。

立信会计师在审计中识别出的关键审计事项汇总如下：

关键审计事项	该事项在审计中是如何应对的
销售收入确认	
收入会计政策及情况请参阅审计报告财务报表附注“三、	立信会计师实施的主要审计程序包括： 1、了解并评价管理层与收入确认相关关键内部控制设计和

关键审计事项	该事项在审计中是如何应对的
<p>重要会计政策及会计估计”(二十三)及“五、合并财务报表项目注释”(三十五)。玛格家居 2018 年度、2019 年度、2020 年度及 2021 年 1-6 月营业收入分别为 76,265 万元、82,460 万元、83,960 万元、41,663 万元。</p> <p>由于收入是玛格家居关键业绩指标之一,存在管理层为了达到特定目标或期望而操纵收入确认的固有风险,立信会计师将收入确认识别为关键审计事项。</p>	<p>运行有效性;</p> <p>2、识别客户取得相关商品控制权的相关合同条款与条件,评价收入确认时点是否符合企业会计准则的要求;</p> <p>3、分产品、地区、模式对收入进行分析性复核,分析销售收入和毛利率变动的合理性;</p> <p>4、检查与收入确认相关的支持性文件,包括销售合同、销售订单、出库单、验收单等,评价收入确认是否符合收入确认会计政策;</p> <p>5、选取样本执行函证程序以确认当期销售收入及期末应收余额等信息,对未回函的询证函执行检查出库单、期后回款及其他支持性文件等的替代测试;</p> <p>6、对收入执行截止测试,评价收入是否记录于恰当会计期间。</p>

三、财务报告编制基础、财务报表的合并范围及其变化

(一) 财务报表的编制基础

公司财务报表按照财政部颁布的《企业会计准则——基本准则》和各项具体会计准则、企业会计准则应用指南、企业会计准则解释及其他相关规定(以下合称“企业会计准则”),以及中国证券监督管理委员会《公开发行证券的公司信息披露编报规则第 15 号——财务报告的一般规定》的相关规定编制。

(二) 合并财务报表范围及变化情况

截至报告期末,纳入本公司合并报表范围的子公司情况如下:

子公司名称	是否纳入合并财务报表范围			
	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
广东玛格家居有限公司	是	是	是	是
天津玛格家居有限公司	是	是	是	是
广东玛格家居科技有限公司	是	是	是	否
重庆玛格装饰建材有限公司	否	否	是	是
重庆玛格唐家居设计有限公司	否	否	否	是
北京维典力合科技有限公司	否	否	否	是

四、主要会计政策及会计估计

(一) 会计期间

自公历 1 月 1 日起至 12 月 31 日止为一个会计年度。

(二) 营业周期

本公司营业周期为 12 个月。

(三) 记账本位币

本公司采用人民币为记账本位币。

(四) 同一控制下和非同一控制下企业合并的会计处理方法

同一控制下企业合并：合并方在企业合并中取得的资产和负债（包括最终控制方收购被合并方而形成的商誉），按照合并日被合并方资产、负债在最终控制方合并财务报表中的账面价值为基础计量。在合并中取得的净资产账面价值与支付的合并对价账面价值（或发行股份面值总额）的差额，调整资本公积中的股本溢价，资本公积中的股本溢价不足冲减的，调整留存收益。

非同一控制下企业合并：合并成本为购买方在购买日为取得被购买方的控制权而付出的资产、发生或承担的负债以及发行的权益性证券的公允价值。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；合并成本小于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额，计入当期损益。在合并中取得的被购买方符合确认条件的各项可辨认资产、负债及或有负债在购买日按公允价值计量。

为企业合并发生的直接相关费用于发生时计入当期损益；为企业合并而发行权益性证券或债务性证券的交易费用，计入权益性证券或债务性证券的初始确认金额。

(五) 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。

（六）现金及现金等价物的确定标准

现金，是指本公司的库存现金以及可以随时用于支付的存款。现金等价物，是指本公司持有的期限短、流动性强、易于转换为已知金额的现金、价值变动风险很小的投资。

（七）金融工具

本公司在成为金融工具合同的一方时，确认一项金融资产、金融负债或权益工具。

1、金融工具的分类

（1）自 2019 年 1 月 1 日起的会计政策

根据本公司管理金融资产的业务模式和金融资产的合同现金流量特征，金融资产于初始确认时分类为：以摊余成本计量的金融资产、以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产和以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。

本公司将同时符合下列条件且未被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，分类为以摊余成本计量的金融资产：

- 一业务模式是以收取合同现金流量为目标；
- 一合同现金流量仅为对本金和以未偿付本金金额为基础的利息的支付。

本公司将同时符合下列条件且未被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，分类为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产（债务工具）：

- 一业务模式既以收取合同现金流量又以出售该金融资产为目标；
- 一合同现金流量仅为对本金和以未偿付本金金额为基础的利息的支付。

对于非交易性权益工具投资，本公司可以在初始确认时将其不可撤销地指定为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产（权益工具）。该指定在单项投资的基础上作出，且相关投资从发行者的角度符合权益工具的定义。

除上述以摊余成本计量和以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金

融资产外，本公司将其余所有的金融资产分类为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。在初始确认时，如果能够消除或显著减少会计错配，本公司可以将本应分类为摊余成本计量或以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产不可撤销地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。

金融负债于初始确认时分类为：以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债和以摊余成本计量的金融负债。

（2）2019年1月1日前的会计政策

金融资产和金融负债于初始确认时分类为：以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产或金融负债，包括交易性金融资产或金融负债和直接指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产或金融负债；持有至到期投资；应收款项；可供出售金融资产；其他金融负债等。

2、金融工具的确认依据和计量方法

（1）自2019年1月1日起的会计政策

1) 以摊余成本计量的金融资产：

以摊余成本计量的金融资产包括应收票据、应收账款、其他应收款、长期应收款、债权投资等，按公允价值进行初始计量，相关交易费用计入初始确认金额；不包含重大融资成分的应收账款以及本公司决定不考虑不超过一年的融资成分的应收账款，以合同交易价格进行初始计量。

持有期间采用实际利率法计算的利息计入当期损益。

收回或处置时，将取得的价款与该金融资产账面价值之间的差额计入当期损益。

2) 以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产（债务工具）：

以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产（债务工具）包括应收款项融资、其他债权投资等，按公允价值进行初始计量，相关交易费用计入初始确认金额。该金融资产按公允价值进行后续计量，公允价值变动除采用实际利率法计算的利息、减值损失或利得和汇兑损益之外，均计入其他综合收益。

终止确认时,之前计入其他综合收益的累计利得或损失从其他综合收益中转出,计入当期损益。

3) 以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产(权益工具):

以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产(权益工具)包括其他权益工具投资等,按公允价值进行初始计量,相关交易费用计入初始确认金额。该金融资产按公允价值进行后续计量,公允价值变动计入其他综合收益。取得的股利计入当期损益。

终止确认时,之前计入其他综合收益的累计利得或损失从其他综合收益中转出,计入留存收益。

4) 以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产:

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、衍生金融资产、其他非流动金融资产等,按公允价值进行初始计量,相关交易费用计入当期损益。该金融资产按公允价值进行后续计量,公允价值变动计入当期损益。

5) 以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债:

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、衍生金融负债等,按公允价值进行初始计量,相关交易费用计入当期损益。该金融负债按公允价值进行后续计量,公允价值变动计入当期损益。

终止确认时,其账面价值与支付的对价之间的差额计入当期损益。

6) 以摊余成本计量的金融负债:

以摊余成本计量的金融负债包括短期借款、应付票据、应付账款、其他应付款、长期借款、应付债券、长期应付款,按公允价值进行初始计量,相关交易费用计入初始确认金额。

持有期间采用实际利率法计算的利息计入当期损益。

终止确认时,将支付的对价与该金融负债账面价值之间的差额计入当期损益。

(2) 2019年1月1日前的会计政策

1) 以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产(金融负债):

取得时以公允价值(扣除已宣告但尚未发放的现金股利或已到付息期但尚未领取的债券利息)作为初始确认金额,相关的交易费用计入当期损益。

持有期间将取得的利息或现金股利确认为投资收益,期末将公允价值变动计入当期损益。

处置时,其公允价值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损益。

2) 持有至到期投资:

取得时按公允价值(扣除已到付息期但尚未领取的债券利息)和相关交易费用之和作为初始确认金额。

持有期间按照摊余成本和实际利率计算确认利息收入,计入投资收益。实际利率在取得时确定,在该预期存续期间或适用的更短期间内保持不变。

处置时,将所取得价款与该投资账面价值之间的差额计入投资收益。

3) 应收款项:

公司对外销售商品或提供劳务形成的应收债权,以及公司持有的其他企业的不包括在活跃市场上有报价的债务工具的债权,包括应收账款、其他应收款等,以向购货方应收的合同或协议价款作为初始确认金额;具有融资性质的,按其现值进行初始确认。

收回或处置时,将取得的价款与该应收款项账面价值之间的差额计入当期损益。

4) 可供出售金融资产:

取得时按公允价值(扣除已宣告但尚未发放的现金股利或已到付息期但尚未领取的债券利息)和相关交易费用之和作为初始确认金额。

持有期间将取得的利息或现金股利确认为投资收益。期末以公允价值计量且将公允价值变动计入其他综合收益。但是,在活跃市场中没有报价且其公允价值

不能可靠计量的权益工具投资，以及与该权益工具挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生金融资产，按照成本计量。

处置时，将取得的价款与该金融资产账面价值之间的差额，计入投资损益；同时，将原直接计入其他综合收益的公允价值变动累计额对应处置部分的金额转出，计入当期损益。

5) 其他金融负债：

按其公允价值和相关交易费用之和作为初始确认金额。采用摊余成本进行后续计量。

3、金融资产终止确认和金融资产转移

满足下列条件之一时，本公司终止确认金融资产：

—收取金融资产现金流量的合同权利终止；

—金融资产已转移，且已将金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬转移给转入方；

—金融资产已转移，虽然本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，但是未保留对金融资产的控制。

发生金融资产转移时，如保留了金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，则不终止确认该金融资产。

在判断金融资产转移是否满足上述金融资产终止确认条件时，采用实质重于形式的原则。

公司将金融资产转移区分为金融资产整体转移和部分转移。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（涉及转移的金融资产为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产（债务工具）、可供出售金融资产的情形）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（涉及转移的金融资产为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产（债务工具）、可供出售金融资产的情形）之和。

金融资产转移不满足终止确认条件的，继续确认该金融资产，所收到的对价确认为一项金融负债。

4、金融负债终止确认

金融负债的现时义务全部或部分已经解除的，则终止确认该金融负债或其一部分；本公司若与债权人签定协议，以承担新金融负债方式替换现存金融负债，且新金融负债与现存金融负债的合同条款实质上不同的，则终止确认现存金融负债，并同时确认新金融负债。

对现存金融负债全部或部分合同条款作出实质性修改的，则终止确认现存金融负债或其一部分，同时将修改条款后的金融负债确认为一项新金融负债。

金融负债全部或部分终止确认时，终止确认的金融负债账面价值与支付对价（包括转出的非现金资产或承担的新金融负债）之间的差额，计入当期损益。

本公司若回购部分金融负债的，在回购日按照继续确认部分与终止确认部分的相对公允价值，将该金融负债整体的账面价值进行分配。分配给终止确认部分的账面价值与支付的对价（包括转出的非现金资产或承担的新金融负债）之间的差额，计入当期损益。

5、金融资产和金融负债的公允价值的确定方法

存在活跃市场的金融工具，以活跃市场中的报价确定其公允价值。不存在活跃市场的金融工具，采用估值技术确定其公允价值。在估值时，本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，选择与市场参与者在相关资产或负债的交易中所考虑的资产或负债特征相一致的输入值，并优先使用相关可观察输入值。只有在相关可观察输入值无法取得或取得不切实可行

的情况下，才使用不可观察输入值。

6、金融资产减值的测试方法及会计处理方法

（1）自 2019 年 1 月 1 日起的会计政策

本公司以单项或组合的方式对以摊余成本计量的金融资产、以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产（债务工具）和财务担保合同等的预期信用损失进行估计。

本公司考虑有关过去事项、当前状况以及对未来经济状况的预测等合理且有依据的信息，以发生违约的风险为权重，计算合同应收的现金流量与预期能收到的现金流量之间差额的现值的概率加权金额，确认预期信用损失。如果该金融工具的信用风险自初始确认后已显著增加，本公司按照相当于该金融工具整个存续期内预期信用损失的金额计量其损失准备；如果该金融工具的信用风险自初始确认后并未显著增加，本公司按照相当于该金融工具未来 12 个月内预期信用损失的金额计量其损失准备。由此形成的损失准备的增加或转回金额，作为减值损失或利得计入当期损益。

本公司通过比较金融工具在资产负债表日发生违约的风险与在初始确认日发生违约的风险，以确定金融工具预计存续期内发生违约风险的相对变化，以评估金融工具的信用风险自初始确认后是否已显著增加。通常逾期超过 30 日，本公司即认为该金融工具的信用风险已显著增加，除非有确凿证据证明该金融工具的信用风险自初始确认后并未显著增加。

如果金融工具于资产负债表日的信用风险较低，本公司即认为该金融工具的信用风险自初始确认后并未显著增加。

如果有客观证据表明某项金融资产已经发生信用减值，则本公司在单项基础上对该金融资产计提减值准备。

对于由《企业会计准则第 14 号——收入》（2017）规范的交易形成的应收款项和合同资产，无论是否包含重大融资成分，本公司始终按照相当于整个存续期内预期信用损失的金额计量其损失准备。

对于租赁应收款，本公司选择始终按照相当于整个存续期内预期信用损失的

金额计量其损失准备。

本公司不再合理预期金融资产合同现金流量能够全部或部分收回的,直接减记该金融资产的账面余额。

(2) 2019年1月1日前的会计政策

除以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产外,本公司于资产负债表日对金融资产的账面价值进行检查,如果有客观证据表明某项金融资产发生减值的,计提减值准备。

1) 可供出售金融资产的减值准备:

期末如果可供出售金融资产的公允价值发生严重下降,或在综合考虑各种相关因素后,预期这种下降趋势属于非暂时性的,就认定其已发生减值,将原直接计入所有者权益的公允价值下降形成的累计损失一并转出,确认减值损失。

对于已确认减值损失的可供出售债务工具,在随后的会计期间公允价值已上升且客观上与确认原减值损失确认后发生的事项有关的,原确认的减值损失予以转回,计入当期损益。

可供出售权益工具投资发生的减值损失,不通过损益转回。

2) 应收款项坏账准备:

① 单项金额重大并单独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:应收账款余额超过 100 万元的;其他应收款余额超过 100 万元的。坏账准备的计提方法:单独进行减值测试,如有客观证据表明其已发生减值,按预计未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备,计入当期损益。单独测试未发生减值的应收款项,将其归入相应组合计提坏账准备。

② 按信用风险特征组合计提坏账准备应收款项:

A. 应收票据确定组合的依据及计提方法:

组合名称	依据	计提方法
银行承兑汇票	票据类型	不计提坏账准备

组合名称	依据	计提方法
商业承兑汇票	票据类型	账龄分析法

B.应收账款确定组合的依据及计提方法：

组合名称	依据	计提方法
风险组合	以账龄作为信用风险特征	账龄分析法
无风险组合	合并范围内关联方往来	不计提坏账准备

C.其他应收款确定组合的依据及计提方法：

组合名称	依据	计提方法
风险组合	以账龄作为信用风险特征	账龄分析法
保证金组合	以预期信用损失作为风险特征	余额的 5%计提坏账准备
无风险组合	合并范围内关联方往来	不计提坏账准备

D.组合中，采用账龄分析法计提坏账准备的：

账龄	应收账款计提比例 (%)	应收票据计提比例 (%)	其他应收款项计提比例 (%)
1 年以内	5	5	5
1 至 2 年	20	20	20
2 至 3 年	50	50	50
3 年以上	100	100	100

③单项金额不重大但单独计提坏账准备的应收款项：

单独计提坏账准备的理由：单项金额虽不重大但按账龄分析法不能反映其风险特征。坏账准备的计提方法：单独进行减值测试，如有客观证据表明其已发生减值，按预计未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备，计入当期损益。单独测试未发生减值的应收款项，将其归入相应组合计提坏账准备。

3) 持有至到期投资的减值准备：

持有至到期投资减值损失的计量比照应收款项减值损失计量方法处理。

(八) 存货

1、存货的分类和成本

存货分类为：原材料及委托加工物资、在产品、库存商品、发出商品等。

存货按成本进行初始计量，存货成本包括采购成本、加工成本和其他使存货达到目前场所和状态所发生的支出。

2、发出存货的计价方法

原材料及委托加工物资发出时按加权平均法计价，在产品、库存商品、发出商品按照订单归集认定发出成本。

3、不同类别存货可变现净值的确定依据

资产负债表日，存货应当按照成本与可变现净值孰低计量。当存货成本高于其可变现净值的，应当计提存货跌价准备。可变现净值，是指在日常活动中，存货的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用以及相关税费后的金额。

产成品、库存商品和用于出售的材料等直接用于出售的商品存货，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；需要经过加工的材料存货，在正常生产经营过程中，以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值；为执行销售合同或者劳务合同而持有的存货，其可变现净值以合同价格为基础计算，若持有存货的数量多于销售合同订购数量的，超出部分的存货的可变现净值以一般销售价格为基础计算。

计提存货跌价准备后，如果以前减记存货价值的影响因素已经消失，导致存货的可变现净值高于其账面价值的，在原已计提的存货跌价准备金额内予以转回，转回的金额计入当期损益。

4、存货的盘存制度

采用永续盘存制。

5、低值易耗品和包装物的摊销方法

- （1）低值易耗品采用一次转销法；
- （2）包装物采用一次转销法。

（九）合同资产

1、自 2020 年 1 月 1 日起的会计政策

（1）合同资产的确认方法及标准

本公司根据履行履约义务与客户付款之间的关系在资产负债表中列示合同资产或合同负债。本公司已向客户转让商品或提供服务而有权收取对价的权利（且该权利取决于时间流逝之外的其他因素）列示为合同资产。同一合同下的合同资产和合同负债以净额列示。本公司拥有的、无条件（仅取决于时间流逝）向客户收取对价的权利作为应收款项单独列示。

（2）合同资产预期信用损失的确定方法及会计处理方法

合同资产的预期信用损失的确定方法及会计处理方法详见“（七）金融工具”之“6、金融资产减值的测试方法及会计处理方法”中新金融工具准则下有关应收账款的会计处理。

（十）长期股权投资

1、共同控制、重大影响的判断标准

共同控制，是指按照相关约定对某项安排所共有的控制，并且该安排的相关活动必须经过分享控制权的参与方一致同意后才能决策。本公司与其他合营方一同对被投资单位实施共同控制且对被投资单位净资产享有权利的，被投资单位为本公司的合营企业。

重大影响，是指对被投资单位的财务和经营决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。本公司能够对被投资单位施加重大影响的，被投资单位为本公司联营企业。

2、初始投资成本的确定

（1）企业合并形成的长期股权投资：

对于同一控制下的企业合并形成的对子公司的长期股权投资，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长期股权投资的初始投资成本。长期股权投资初始投资成本与支付对价账面价值之间的差额，调整资本公积中的股本溢价；资本公积中的股本溢价不足冲减时，

调整留存收益。因追加投资等原因能够对同一控制下的被投资单位实施控制的，按上述原则确认的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，调整股本溢价，股本溢价不足冲减的，冲减留存收益。

对于非同一控制下的企业合并形成的对子公司的长期股权投资，按照购买日确定的合并成本作为长期股权投资的初始投资成本。因追加投资等原因能够对非同一控制下的被投资单位实施控制的，按照原持有的股权投资账面价值加上新增投资成本之和作为初始投资成本。

(2) 通过企业合并以外的其他方式取得的长期股权投资：

以支付现金方式取得的长期股权投资，按照实际支付的购买价款作为初始投资成本。

以发行权益性证券取得的长期股权投资，按照发行权益性证券的公允价值作为初始投资成本。

3、后续计量及损益确认方法

公司对子公司的长期股权投资，采用成本法核算，除非投资符合持有待售的条件。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、长期股权投资的处置

处置长期股权投资，其账面价值与实际取得价款的差额，计入当期损益。

部分处置权益法核算的长期股权投资，剩余股权仍采用权益法核算的，原权益法核算确认的其他综合收益采用与被投资单位直接处置相关资产或负债相同的基础按相应比例结转，其他所有者权益变动按比例结转入当期损益。

因处置股权投资等原因丧失了对被投资单位的共同控制或重大影响的，原股权投资因采用权益法核算而确认的其他综合收益，在终止采用权益法核算时采用与被投资单位直接处置相关资产或负债相同的基础进行会计处理，其他所有者权益变动在终止采用权益法核算时全部转入当期损益。

因处置部分股权投资等原因丧失了对被投资单位控制权的，在编制个别财务报表时，剩余股权能够对被投资单位实施共同控制或重大影响的，改按权益法核

算,并对该剩余股权视同自取得时即采用权益法核算进行调整,对于取得被投资单位控制权之前确认的其他综合收益采用与被投资单位直接处置相关资产或负债相同的基础按比例结转,因采用权益法核算确认的其他所有者权益变动按比例结转入当期损益;剩余股权不能对被投资单位实施共同控制或施加重大影响的,确认为金融资产,其在丧失控制之日的公允价值与账面价值间的差额计入当期损益,对于取得被投资单位控制权之前确认的其他综合收益和其他所有者权益变动全部结转。

通过多次交易分步处置对子公司股权投资直至丧失控制权,属于一揽子交易的,各项交易作为一项处置子公司股权投资并丧失控制权的交易进行会计处理;在丧失控制权之前每一次处置价款与所处置的股权对应的长期股权投资账面价值之间的差额,在个别财务报表中,先确认为其他综合收益,到丧失控制权时再一并转入丧失控制权的当期损益。不属于一揽子交易的,对每一项交易分别进行会计处理。

(十一) 投资性房地产

投资性房地产是指为赚取租金或资本增值,或两者兼有而持有的房地产,包括已出租的土地使用权、持有并准备增值后转让的土地使用权、已出租的建筑物(含自行建造或开发活动完成后用于出租的建筑物以及正在建造或开发过程中将来用于出租的建筑物)。

与投资性房地产有关的后续支出,在相关的经济利益很可能流入且其成本能够可靠地计量时,计入投资性房地产成本;否则,于发生时计入当期损益。

本公司对现有投资性房地产采用成本模式计量。对按照成本模式计量的投资性房地产——出租用建筑物采用与本公司固定资产相同的折旧政策,出租用土地使用权按与无形资产相同的摊销政策执行。

(十二) 固定资产

1、固定资产确认条件

固定资产指为生产商品、提供劳务、出租或经营管理而持有,并且使用寿命超过一个会计年度的有形资产。固定资产在同时满足下列条件时予以确认:

- （1）与该固定资产有关的经济利益很可能流入企业；
- （2）该固定资产的成本能够可靠地计量。

固定资产按成本（并考虑预计弃置费用因素的影响）进行初始计量。

与固定资产有关的后续支出，在与其有关的经济利益很可能流入且其成本能够可靠计量时，计入固定资产成本；对于被替换的部分，终止确认其账面价值；所有其他后续支出于发生时计入当期损益。

2、折旧方法

固定资产折旧采用年限平均法分类计提，根据固定资产类别、预计使用寿命和预计净残值率确定折旧率。对计提了减值准备的固定资产，则在未来期间按扣除减值准备后的账面价值及依据尚可使用年限确定折旧额。如固定资产各组成部分的使用寿命不同或者以不同方式为企业提供服务，则选择不同折旧率或折旧方法，分别计提折旧。

各类固定资产折旧年限、残值率和年折旧率如下：

类别	折旧年限（年）	残值率（%）	年折旧率（%）
房屋及建筑物	20	5	4.75
机器设备	5至10	5	9.50-19.00
运输设备	4	5	23.75
其他设备	3至5	5	19.00-31.67

3、固定资产处置

当固定资产被处置、或者预期通过使用或处置不能产生经济利益时，终止确认该固定资产。固定资产出售、转让、报废或毁损的处置收入扣除其账面价值和相关税费后的金额计入当期损益。

（十三）在建工程

在建工程按实际发生的成本计量。实际成本包括建筑成本、安装成本、符合资本化条件的借款费用以及其他为使在建工程达到预定可使用状态前所发生的必要支出。在建工程在达到预定可使用状态时，转入固定资产并自次月起开始计提折旧。

（十四）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，在发生时根据其发生额确认为费用，计入当期损益。

符合资本化条件的资产，是指需要经过相当长时间的购建或者生产活动才能达到预定可使用或者可销售状态的固定资产、投资性房地产和存货等资产。

2、借款费用资本化期间

资本化期间，指从借款费用开始资本化时点到停止资本化时点的期间，借款费用暂停资本化的期间不包括在内。

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者可销售状态所必要的购建或者生产活动已经开始。

当购建或者生产符合资本化条件的资产达到预定可使用或者可销售状态时，借款费用停止资本化。

3、暂停资本化期间

符合资本化条件的资产在购建或生产过程中发生的非正常中断、且中断时间连续超过 3 个月的，则借款费用暂停资本化；该项中断如是所购建或生产的符合资本化条件的资产达到预定可使用状态或者可销售状态必要的程序，则借款费用继续资本化。在中断期间发生的借款费用确认为当期损益，直至资产的购建或者生产活动重新开始后借款费用继续资本化。

4、借款费用资本化率、资本化金额的计算方法

对于为购建或者生产符合资本化条件的资产而借入的专门借款，以专门借款当期实际发生的借款费用，减去尚未动用的借款资金存入银行取得的利息收入或

进行暂时性投资取得的投资收益后的金额，来确定借款费用的资本化金额。

对于为购建或者生产符合资本化条件的资产而占用的一般借款，根据累计资产支出超过专门借款部分的资产支出加权平均数乘以所占用一般借款的资本化率，计算确定一般借款应予资本化的借款费用金额。资本化率根据一般借款加权平均实际利率计算确定。

(十五) 无形资产

1、无形资产的计价方法

(1) 公司取得无形资产时按成本进行初始计量；

外购无形资产的成本，包括购买价款、相关税费以及直接归属于使该项资产达到预定用途所发生的其他支出。

(2) 后续计量：

在取得无形资产时分析判断其使用寿命。

对于使用寿命有限的无形资产，在为企业带来经济利益的期限内摊销；无法预见无形资产为企业带来经济利益期限的，视为使用寿命不确定的无形资产，不予摊销。

2、使用寿命有限的无形资产的使用寿命估计情况

项目	预计使用寿命	依据
土地使用权	按 50 年或剩余使用年限	出让合同约定
软件	3 至 10 年	预计可使用年限
专利权	10 年	预计可使用年限

3、划分研究阶段和开发阶段的具体标准

公司内部研究开发项目的支出分为研究阶段支出和开发阶段支出。

研究阶段：为获取并理解新的科学或技术知识等而进行的独创性的有计划调查、研究活动的阶段。

开发阶段：在进行商业性生产或使用前，将研究成果或其他知识应用于某项计划或设计，以生产出新的或具有实质性改进的材料、装置、产品等活动的阶段。

4、开发阶段支出资本化的具体条件

研究阶段的支出，于发生时计入当期损益。开发阶段的支出同时满足下列条件的，确认为无形资产，不能满足下述条件的开发阶段的支出计入当期损益：

（1）完成该无形资产以使其能够使用或出售在技术上具有可行性；

（2）具有完成该无形资产并使用或出售的意图；

（3）无形资产产生经济利益的方式，包括能够证明运用该无形资产生产的产品存在市场或无形资产自身存在市场，无形资产将在内部使用的，能够证明其有用性；

（4）有足够的技术、财务资源和其他资源支持，以完成该无形资产的开发，并有能力使用或出售该无形资产；

（5）归属于该无形资产开发阶段的支出能够可靠地计量。

无法区分研究阶段支出和开发阶段支出的，将发生的研发支出全部计入当期损益。

（十六）长期资产减值

长期股权投资、采用成本模式计量的投资性房地产、固定资产、在建工程、使用寿命有限的无形资产、油气资产等长期资产，于资产负债表日存在减值迹象的，进行减值测试。减值测试结果表明资产的可收回金额低于其账面价值的，按其差额计提减值准备并计入减值损失。可收回金额为资产的公允价值减去处置费用后的净额与资产预计未来现金流量的现值两者之间的较高者。资产减值准备按单项资产为基础计算并确认，如果难以对单项资产的可收回金额进行估计的，以该资产所属的资产组确定资产组的可收回金额。资产组是能够独立产生现金流入的最小资产组合。

对于因企业合并形成的商誉、使用寿命不确定的无形资产、尚未达到可使用状态的无形资产，无论是否存在减值迹象，至少在每年年度终了进行减值测试。

本公司进行商誉减值测试，对于因企业合并形成的商誉的账面价值，自购买日起按照合理的方法分摊至相关的资产组；难以分摊至相关的资产组的，将其分摊至相关的资产组组合。相关的资产组或者资产组组合，是能够从企业合并的协

同效应中受益的资产组或者资产组组合。

在对包含商誉的相关资产组或者资产组组合进行减值测试时,如与商誉相关的资产组或者资产组组合存在减值迹象的,先对不包含商誉的资产组或者资产组组合进行减值测试,计算可收回金额,并与相关账面价值相比较,确认相应的减值损失。然后对包含商誉的资产组或者资产组组合进行减值测试,比较其账面价值与可收回金额,如可收回金额低于账面价值的,减值损失金额首先抵减分摊至资产组或者资产组组合中商誉的账面价值,再根据资产组或者资产组组合中除商誉之外的其他各项资产的账面价值所占比重,按比例抵减其他各项资产的账面价值。

上述资产减值损失一经确认,在以后会计期间不予转回。

(十七) 长期待摊费用

长期待摊费用为已经发生但应由本期和以后各期负担的分摊期限在一年以上的各项费用。长期待摊费用在受益期内平均摊销,各项费用的摊销年限如下:

项目	摊销年限
展厅及办公室装修费	3至5年
车间改造费	3至5年
服务器租赁费	服务期限
广告费	服务期限
汽车租赁费	服务期限
云设计软件服务	服务期限

每期末,对长期待摊费用剩余受益期进行复核,如果长期待摊费用项目已不能使以后会计期间受益的,则将尚未摊销的该项目摊余价值全部计入当期损益。

(十八) 合同负债

1、自2020年1月1日起的会计政策

本公司根据履行履约义务与客户付款之间的关系在资产负债表中列示合同资产或合同负债。本公司已收或应收客户对价而应向客户转让商品或提供服务的义务列示为合同负债。同一合同下的合同资产和合同负债以净额列示。

（十九）职工薪酬

1、短期薪酬的会计处理方法

本公司在职工为本公司提供服务的会计期间，将实际发生的短期薪酬确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。

本公司为职工缴纳的社会保险费和住房公积金，以及按规定提取的工会经费和职工教育经费，在职工为本公司提供服务的会计期间，根据规定的计提基础和计提比例计算确定相应的职工薪酬金额。

本公司发生的职工福利费，在实际发生时根据实际发生额计入当期损益或相关资产成本，其中，非货币性福利按照公允价值计量。

2、离职后福利的会计处理方法

（1）设定提存计划：

本公司按当地政府的相关规定为职工缴纳基本养老保险和失业保险，在职工为本公司提供服务的会计期间，按当地规定的缴纳基数和比例计算应缴纳金额，确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。此外，本公司还参与了由国家相关部门批准的企业年金计划/补充养老保险基金。本公司按职工工资总额的一定比例向年金计划/当地社会保险机构缴费，相应支出计入当期损益或相关资产成本。

（2）设定受益计划：

本公司根据预期累计福利单位法确定的公式将设定受益计划产生的福利义务归属于职工提供服务的期间，并计入当期损益或相关资产成本。

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，本公司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。

所有设定受益计划义务，包括预期在职工提供服务的年度报告期间结束后的十二个月内支付的义务，根据资产负债表日与设定受益计划义务期限和币种相匹配的国债或活跃市场上的高质量公司债券的市场收益率予以折现。

设定受益计划产生的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转回至损益，在原设定受益计划终止时在权益范围内将原计入其他综合收益的部分全部结转至未分配利润。

在设定受益计划结算时，按在结算日确定的设定受益计划义务现值和结算价格两者的差额，确认结算利得或损失。

3、辞退福利的会计处理方法

本公司向职工提供辞退福利的，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：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；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。

(二十) 预计负债

与或有事项相关的义务同时满足下列条件时，本公司将其确认为预计负债：

- 1、该义务是本公司承担的现时义务；
- 2、履行该义务很可能导致经济利益流出本公司；
- 3、该义务的金额能够可靠地计量。

预计负债按履行相关现时义务所需的支出的最佳估计数进行初始计量。

在确定最佳估计数时，综合考虑与或有事项有关的风险、不确定性和货币时间价值等因素。对于货币时间价值影响重大的，通过对相关未来现金流出进行折现后确定最佳估计数。

清偿预计负债所需支出全部或部分预期由第三方补偿的，补偿金额在基本确定能够收到时，作为资产单独确认，确认的补偿金额不超过预计负债的账面价值。

本公司在资产负债表日对预计负债的账面价值进行复核，有确凿证据表明该账面价值不能反映当前最佳估计数的，按照当前最佳估计数对该账面价值进行调整。

(二十一) 股份支付

本公司的股份支付是为了获取职工或其他方提供服务而授予权益工具或者

承担以权益工具为基础确定的负债的交易。本公司的股份支付分为以权益结算的股份支付和以现金结算的股份支付。

1、以权益结算的股份支付及权益工具

以权益结算的股份支付换取职工提供服务的，以授予职工权益工具的公允价值计量。对于授予后立即可行权的股份支付交易，在授予日按照权益工具的公允价值计入相关成本或费用，相应增加资本公积。对于授予后完成等待期内的服务或达到规定业绩条件才可行权的股份支付交易，在等待期内每个资产负债表日，本公司根据对可行权权益工具数量的最佳估计，按照授予日公允价值，将当期取得的服务计入相关成本或费用，相应增加资本公积。

如果修改了以权益结算的股份支付的条款，至少按照未修改条款的情况确认取得的服务。此外，任何增加所授予权益工具公允价值的修改，或在修改日对职工有利的变更，均确认取得服务的增加。

在等待期内，如果取消了授予的权益工具，则本公司对取消所授予的权益性工具作为加速行权处理，将剩余等待期内应确认的金额立即计入当期损益，同时确认资本公积。但是，如果授予新的权益工具，并在新权益工具授予日认定所授予的新权益工具是用于替代被取消的权益工具的，则以与处理原权益工具条款和条件修改相同的方式，对所授予的替代权益工具进行处理。

2、以现金结算的股份支付及权益工具

以现金结算的股份支付，按照本公司承担的以股份或其他权益工具为基础计算确定的负债的公允价值计量。授予后立即可行权的股份支付交易，本公司在授予日按照承担负债的公允价值计入相关成本或费用，相应增加负债。对于授予后完成等待期内的服务或达到规定业绩条件才可行权的股份支付交易，在等待期内的每个资产负债表日，本公司以对可行权情况的最佳估计为基础，按照本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，并相应计入负债。在相关负债结算前的每个资产负债表日以及结算日，对负债的公允价值重新计量，其变动计入当期损益。

(二十二) 收入

1、收入确认和计量所采用的会计政策

(1) 自 2020 年 1 月 1 日起的会计政策

收入确认和计量所采用的会计政策:

本公司在履行了合同中的履约义务,即在客户取得相关商品或服务控制权时确认收入。取得相关商品或服务控制权,是指能够主导该商品或服务的使用并从中获得几乎全部的经济利益。

合同中包含两项或多项履约义务的,本公司在合同开始日,按照各单项履约义务所承诺商品或服务的单独售价的相对比例,将交易价格分摊至各单项履约义务。本公司按照分摊至各单项履约义务的交易价格计量收入。

交易价格是指本公司因向客户转让商品或服务而预期有权收取的对价金额,不包括代第三方收取的款项以及预期将退还给客户的款项。本公司根据合同条款,结合其以往的习惯做法确定交易价格,并在确定交易价格时,考虑可变对价、合同中存在的重大融资成分、非现金对价、应付客户对价等因素的影响。本公司以不超过在相关不确定性消除时累计已确认收入极可能不会发生重大转回的金额确定包含可变对价的交易价格。合同中存在重大融资成分的,本公司按照假定客户在取得商品或服务控制权时即以现金支付的应付金额确定交易价格,并在合同期间内采用实际利率法摊销该交易价格与合同对价之间的差额。

满足下列条件之一的,属于在某一时段内履行履约义务,否则,属于在某一时点履行履约义务:

- 1) 客户在本公司履约的同时即取得并消耗本公司履约所带来的经济利益。
- 2) 客户能够控制本公司履约过程中在建的商品。
- 3) 本公司履约过程中所产出的商品具有不可替代用途,且本公司在整个合同期内有权就累计至今已完成的履约部分收取款项。

对于在某一时段内履行的履约义务,本公司在该段时间内按照履约进度确认收入,但是,履约进度不能合理确定的除外。本公司考虑商品或服务的性质,采用产出法或投入法确定履约进度。当履约进度不能合理确定时,已经发生的成本

预计能够得到补偿的,本公司按照已经发生的成本金额确认收入,直到履约进度能够合理确定为止。

对于在某一时点履行的履约义务,本公司在客户取得相关商品或服务控制权时点确认收入。在判断客户是否已取得商品或服务控制权时,本公司考虑下列迹象:

- 1) 本公司就该商品或服务享有现时收款权利,即客户就该商品或服务负有现时付款义务。
- 2) 本公司已将该商品的法定所有权转移给客户,即客户已拥有该商品的法定所有权。
- 3) 本公司已将该商品实物转移给客户,即客户已实物占有该商品。
- 4) 本公司已将该商品所有权上的主要风险和报酬转移给客户,即客户已取得该商品所有权上的主要风险和报酬。
- 5) 客户已接受该商品或服务。

(2) 2020年1月1日前的会计政策

销售商品收入确认的一般原则:

- 1) 本公司已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方;
- 2) 本公司既没有保留通常与所有权相联系的继续管理权,也没有对已售出的商品实施有效控制;
- 3) 收入的金额能够可靠地计量;
- 4) 相关的经济利益很可能流入本公司;
- 5) 相关的、已发生或将发生的成本能够可靠地计量。

2、销售商品收入确认的具体原则

经销商模式:指公司通过经销商开设的专卖店进行的销售。经销商的专卖店在向客户收取一定比例的定金后,将经客户确认的销售订单发送至公司,公司按照订单安排生产。一般情况下,公司在收到经销商支付全部货款后发货,并由经销商负责安装。公司在产品发出给经销商,并且已经收款或取得索取货款依据时

确认收入。

大宗业务模式：指公司为学校、房地产开发商等生产、销售配套整体家居产品的业务。公司依据客户信用和资金实力等情况，与客户签订合同，先收取一定比例的货款，然后按照计划安排生产、发货、安装和收取货款。公司在产品安装完成，并且取得索取货款依据时确认收入。

（二十三）合同成本

1、自 2020 年 1 月 1 日起的会计政策

合同成本包括合同履约成本与合同取得成本。

本公司为履行合同而发生的成本，不属于存货、固定资产或无形资产等相关准则规范范围的，在满足下列条件时作为合同履约成本确认为一项资产：

- （1）该成本与一份当前或预期取得的合同直接相关。
- （2）该成本增加了本公司未来用于履行履约义务的资源。
- （3）该成本预期能够收回。

本公司为取得合同发生的增量成本预期能够收回的，作为合同取得成本确认为一项资产。

与合同成本有关的资产采用与该资产相关的商品或服务收入确认相同的基础进行摊销；但是对于合同取得成本摊销期限未超过一年的，本公司在发生时将其计入当期损益。

与合同成本有关的资产，其账面价值高于下列两项的差额的，本公司对超出部分计提减值准备，并确认为资产减值损失：

- （1）因转让与该资产相关的商品或服务预期能够取得的剩余对价；
- （2）为转让该相关商品或服务估计将要发生的成本。

以前期间减值的因素之后发生变化，使得前述差额高于该资产账面价值的，本公司转回原已计提的减值准备，并计入当期损益，但转回后的资产账面价值不超过假定不计提减值准备情况下该资产在转回日的账面价值。

(二十四) 政府补助

1、类型

政府补助，是本公司从政府无偿取得的货币性资产或非货币性资产，分为与资产相关的政府补助和与收益相关的政府补助。

与资产相关的政府补助，是指本公司取得的、用于购建或以其他方式形成长期资产的政府补助。与收益相关的政府补助，是指除与资产相关的政府补助之外的政府补助。

2、确认时点

政府补助在本公司能够满足其所附的条件并且能够收到时，予以确认。

3、会计处理

与资产相关的政府补助，冲减相关资产账面价值或确认为递延收益。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当期损益(与本公司日常活动相关的，计入其他收益；与本公司日常活动无关的，计入营业外收入)；

与收益相关的政府补助，用于补偿本公司以后期间的相关成本费用或损失的，确认为递延收益，并在确认相关成本费用或损失的期间，计入当期损益(与本公司日常活动相关的，计入其他收益；与本公司日常活动无关的，计入营业外收入)或冲减相关成本费用或损失；用于补偿本公司已发生的相关成本费用或损失的，直接计入当期损益(与本公司日常活动相关的，计入其他收益；与本公司日常活动无关的，计入营业外收入)或冲减相关成本费用或损失。

本公司取得的政策性优惠贷款贴息，区分以下两种情况，分别进行会计处理：

(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本公司提供贷款的，本公司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本公司的，本公司将对应的贴息冲减相关借款费用。

(二十五) 递延所得税资产和递延所得税负债

所得税包括当期所得税和递延所得税。除因企业合并和直接计入所有者权益(包括其他综合收益)的交易或者事项产生的所得税外,本公司将当期所得税和递延所得税计入当期损益。

递延所得税资产和递延所得税负债根据资产和负债的计税基础与其账面价值的差额(暂时性差异)计算确认。

对于可抵扣暂时性差异确认递延所得税资产,以未来期间很可能取得的用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额为限。对于能够结转以后年度的可抵扣亏损和税款抵减,以很可能获得用来抵扣可抵扣亏损和税款抵减的未来应纳税所得额为限,确认相应的递延所得税资产。

对于应纳税暂时性差异,除特殊情况外,确认递延所得税负债。

不确认递延所得税资产或递延所得税负债的特殊情况包括:

(1) 商誉的初始确认;

(2) 既不是企业合并、发生时也不影响会计利润和应纳税所得额(或可抵扣亏损)的交易或事项。

对与子公司、联营企业及合营企业投资相关的应纳税暂时性差异,确认递延所得税负债,除非本公司能够控制该暂时性差异转回的时间且该暂时性差异在可预见的未来很可能不会转回。对与子公司、联营企业及合营企业投资相关的可抵扣暂时性差异,当该暂时性差异在可预见的未来很可能转回且未来很可能获得用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额时,确认递延所得税资产。

资产负债表日,对于递延所得税资产和递延所得税负债,根据税法规定,按照预期收回相关资产或清偿相关负债期间的适用税率计量。

资产负债表日,本公司对递延所得税资产的账面价值进行复核。如果未来期间很可能无法获得足够的应纳税所得额用以抵扣递延所得税资产的利益,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,减记的金额予以转回。

当拥有以净额结算的法定权利,且意图以净额结算或取得资产、清偿负债同

时进行抵销，当期所得税资产及当期所得税负债以抵销后的净额列报。

资产负债表日，递延所得税资产及递延所得税负债在同时满足以下条件时以抵销后的净额列示：

(1) 纳税主体拥有以净额结算当期所得税资产及当期所得税负债的法定权利；

(2) 递延所得税资产及递延所得税负债是与同一税收征管部门对同一纳税主体征收的所得税相关或者是对不同的纳税主体相关，但在未来每一具有重要性的递延所得税资产及负债转回的期间内，涉及的纳税主体意图以净额结算当期所得税资产和负债或是同时取得资产、清偿负债。

(二十六) 租赁

1、自 2021 年 1 月 1 日起的会计政策

租赁，是指在一定期间内，出租人将资产的使用权让与承租人以获取对价的合同。

在合同开始日，本公司评估合同是否为租赁或者包含租赁。如果合同中一方让渡了在一定期间内控制一项或多项已识别资产使用的权利以换取对价，则该合同为租赁或者包含租赁。

合同中同时包含多项单独租赁的，本公司将合同予以分拆，并分别各项单独租赁进行会计处理。合同中同时包含租赁和非租赁部分的，承租人和出租人将租赁和非租赁部分进行分拆。

(1) 本公司作为承租人

1) 使用权资产

在租赁期开始日，本公司对除短期租赁和低价值资产租赁以外的租赁确认使用权资产。使用权资产按照成本进行初始计量。该成本包括：

① 租赁负债的初始计量金额；

② 在租赁期开始日或之前支付的租赁付款额，存在租赁激励的，扣除已享受的租赁激励相关金额；

③本公司发生的初始直接费用；

④本公司为拆卸及移除租赁资产、复原租赁资产所在场地或将租赁资产恢复至租赁条款约定状态预计将发生的成本，但不包括属于为生产存货而发生的成本。

本公司后续采用直线法对使用权资产计提折旧。对能够合理确定租赁期届满时取得租赁资产所有权的，本公司在租赁资产剩余使用寿命内计提折旧；否则，租赁资产在租赁期与租赁资产剩余使用寿命两者孰短的期间内计提折旧。

本公司按照本章节“四、主要会计政策及会计估计”之“（十六）长期资产减值”所述原则来确定使用权资产是否已发生减值，并对已识别的减值损失进行会计处理。

2) 租赁负债

在租赁期开始日，本公司对除短期租赁和低价值资产租赁以外的租赁确认租赁负债。租赁负债按照尚未支付的租赁付款额的现值进行初始计量。租赁付款额包括：

①固定付款额（包括实质固定付款额），存在租赁激励的，扣除租赁激励相关金额；

②取决于指数或比率的可变租赁付款额；

③根据公司提供的担保余值预计应支付的款项；

④购买选择权的行权价格，前提是公司合理确定将行使该选择权；

⑤行使终止租赁选择权需支付的款项，前提是租赁期反映出公司将行使终止租赁选择权。

本公司采用租赁内含利率作为折现率，但如果无法合理确定租赁内含利率的，则采用本公司的增量借款利率作为折现率。

本公司按照固定的周期性利率计算租赁负债在租赁期内各期间的利息费用，并计入当期损益或相关资产成本。

未纳入租赁负债计量的可变租赁付款额在实际发生时计入当期损益或相关

资产成本。

在租赁期开始日后,发生下列情形的,本公司重新计量租赁负债,并调整相应的使用权资产,若使用权资产的账面价值已调减至零,但租赁负债仍需进一步调减的,将差额计入当期损益:

一当购买选择权、续租选择权或终止选择权的评估结果发生变化,或前述选择权的实际行权情况与原评估结果不一致的,本公司按变动后租赁付款额和修订后的折现率计算的现值重新计量租赁负债;

一当实质固定付款额发生变动、担保余值预计的应付金额发生变动或用于确定租赁付款额的指数或比率发生变动,本公司按照变动后的租赁付款额和原折现率计算的现值重新计量租赁负债。但是,租赁付款额的变动源自浮动利率变动的,使用修订后的折现率计算现值。

3) 短期租赁和低价值资产租赁

本公司选择对短期租赁和低价值资产租赁不确认使用权资产和租赁负债,并将相关的租赁付款额在租赁期内各个期间按照直线法计入当期损益或相关资产成本。短期租赁,是指在租赁期开始日,租赁期不超过 12 个月且不包含购买选择权的租赁。低价值资产租赁,是指单项租赁资产为全新资产时价值较低的租赁。公司转租或预期转租租赁资产的,原租赁不属于低价值资产租赁。

4) 租赁变更

租赁发生变更且同时符合下列条件的,公司将该租赁变更作为一项单独租赁进行会计处理:

一该租赁变更通过增加一项或多项租赁资产的使用权而扩大了租赁范围;

一增加的对价与租赁范围扩大部分的单独价格按该合同情况调整后的金额相当。

租赁变更未作为一项单独租赁进行会计处理的,在租赁变更生效日,公司重新分摊变更后合同的对价,重新确定租赁期,并按照变更后租赁付款额和修订后的折现率计算的现值重新计量租赁负债。

租赁变更导致租赁范围缩小或租赁期缩短的,本公司相应调减使用权资产的

账面价值,并将部分终止或完全终止租赁的相关利得或损失计入当期损益。其他租赁变更导致租赁负债重新计量的,本公司相应调整使用权资产的账面价值。

(2) 本公司作为出租人

在租赁开始日,本公司将租赁分为融资租赁和经营租赁。融资租赁,是指无论所有权最终是否转移,但实质上转移了与租赁资产所有权有关的几乎全部风险和报酬的租赁。经营租赁,是指除融资租赁以外的其他租赁。本公司作为转租出租人时,基于原租赁产生的使用权资产对转租赁进行分类。

1) 经营租赁会计处理

经营租赁的租赁收款额在租赁期内各个期间按照直线法确认为租金收入。本公司将发生的与经营租赁有关的初始直接费用予以资本化,在租赁期内按照与租金收入确认相同的基础分摊计入当期损益。未计入租赁收款额的可变租赁付款额在实际发生时计入当期损益。经营租赁发生变更的,公司自变更生效日起将其作为一项新租赁进行会计处理,与变更前租赁有关的预收或应收租赁收款额视为新租赁的收款额。

2) 融资租赁会计处理

在租赁开始日,本公司对融资租赁确认应收融资租赁款,并终止确认融资租赁资产。本公司对应收融资租赁款进行初始计量时,将租赁投资净额作为应收融资租赁款的入账价值。租赁投资净额为未担保余值和租赁期开始日尚未收到的租赁收款额按照租赁内含利率折现的现值之和。

本公司按照固定的周期性利率计算并确认租赁期内各个期间的利息收入。应收融资租赁款的终止确认和减值按照本章节“四、主要会计政策及会计估计”之“(七)金融工具”进行会计处理。

未纳入租赁投资净额计量的可变租赁付款额在实际发生时计入当期损益。

融资租赁发生变更且同时符合下列条件的,本公司将该变更作为一项单独租赁进行会计处理:

- 该变更通过增加一项或多项租赁资产的使用权而扩大了租赁范围;
- 增加的对价与租赁范围扩大部分的单独价格按该合同情况调整后的金额

相当。

融资租赁的变更未作为一项单独租赁进行会计处理的,本公司分别下列情形对变更后的租赁进行处理:

一假如变更在租赁开始日生效,该租赁会被分类为经营租赁的,本公司自租赁变更生效日开始将其作为一项新租赁进行会计处理,并以租赁变更生效日前的租赁投资净额作为租赁资产的账面价值;

一假如变更在租赁开始日生效,该租赁会被分类为融资租赁的,本公司按照本章节“四、主要会计政策及会计估计”之“(七)金融工具”关于修改或重新议定合同的政策进行会计处理。

(3) 售后租回交易

公司按照本章节“四、主要会计政策及会计估计”之“(二十二)收入”所述原则评估确定售后租回交易中的资产转让是否属于销售。

1) 作为承租人

售后租回交易中的资产转让属于销售的,公司作为承租人按原资产账面价值中与租回获得的使用权有关的部分,计量售后租回所形成的使用权资产,并仅就转让至出租人的权利确认相关利得或损失;售后租回交易中的资产转让不属于销售的,公司作为承租人继续确认被转让资产,同时确认一项与转让收入等额的金融负债。金融负债的会计处理详见本章节“四、主要会计政策及会计估计”之“(七)金融工具”。

2) 作为出租人

售后租回交易中的资产转让属于销售的,公司作为出租人对资产购买进行会计处理,并根据前述“2、本公司作为出租人”的政策对资产出租进行会计处理;售后租回交易中的资产转让不属于销售的,公司作为出租人不确认被转让资产,但确认一项与转让收入等额的金融资产。金融资产的会计处理详见本章节“四、主要会计政策及会计估计”之“(七)金融工具”。

2、2021年1月1日前的会计政策

租赁分为融资租赁和经营租赁。融资租赁是指实质上转移了与资产所有权有

关的全部风险和报酬的租赁。经营租赁是指除融资租赁以外的其他租赁。

(1) 经营租赁会计处理

1) 公司租入资产所支付的租赁费,在不扣除免租期的整个租赁期内,按直线法进行分摊,计入当期费用。公司支付的与租赁交易相关的初始直接费用,计入当期费用。

资产出租方承担了应由公司承担的与租赁相关的费用时,公司将该部分费用从租金总额中扣除,按扣除后的租金费用在租赁期内分摊,计入当期费用。

2) 公司出租资产所收取的租赁费,在不扣除免租期的整个租赁期内,按直线法进行分摊,确认为租赁相关收入。公司支付的与租赁交易相关的初始直接费用,计入当期费用;如金额较大的,则予以资本化,在整个租赁期间内按照与租赁相关收入确认相同的基础分期计入当期收益。

公司承担了应由承租方承担的与租赁相关的费用时,公司将该部分费用从租金收入总额中扣除,按扣除后的租金费用在租赁期内分配。

(2) 融资租赁会计处理

1) 融资租入资产:公司在承租开始日,将租赁资产公允价值与最低租赁付款额现值两者中较低者作为租入资产的入账价值,将最低租赁付款额作为长期应付款的入账价值,其差额作为未确认的融资费用。公司采用实际利率法对未确认的融资费用,在资产租赁期间内摊销,计入财务费用。公司发生的初始直接费用,计入租入资产价值。

2) 融资租出资产:公司在租赁开始日,将应收融资租赁款,未担保余值之和与其现值的差额确认为未实现融资收益,在将来收到租金的各期间内确认为租赁收入。公司发生的与出租交易相关的初始直接费用,计入应收融资租赁款的初始计量中,并减少租赁期内确认的收益金额。

(二十七) 重要会计政策和会计估计的变更

1、重要会计政策变更

(1) 执行《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》《企业会计准则第 23 号——金融资产转移》《企业会计准则第 24 号——套期会计》和《企业

会计准则第 37 号——金融工具列报》(2017 年修订)(以下合称“新金融工具准则”):

财政部于 2017 年度修订了《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》《企业会计准则第 23 号——金融资产转移》《企业会计准则第 24 号——套期会计》和《企业会计准则第 37 号——金融工具列报》。修订后的准则规定,对于首次执行日尚未终止确认的金融工具,之前的确认和计量与修订后的准则要求不一致的,应当追溯调整。涉及前期比较财务报表数据与修订后的准则要求不一致的,无需调整。

(2) 执行《企业会计准则第 14 号——收入》(2017 年修订)(以下简称新收入准则):

财政部于 2017 年度修订了《企业会计准则第 14 号——收入》。修订后的准则规定,首次执行该准则应当根据累积影响数调整当年年初留存收益及财务报表其他相关项目金额,对可比期间信息不予调整。

本公司自 2020 年 1 月 1 日起执行新收入准则。根据准则的规定,本公司仅对在首次执行日尚未完成的合同的累积影响数调整 2020 年年初留存收益以及财务报表其他相关项目金额,2019 年度及 2018 年度的财务报表不做调整。

与原收入准则相比,执行新收入准则对 2020 年度财务报表相关项目的影响如下(增加/减少):

单位:元

受影响的资产负债表项目	对 2020 年 12 月 31 日余额的影响金额	
	合并	母公司
预收款项	-121,578,259.01	-1,182,609.79
合同负债	107,591,379.77	1,046,557.34
其他流动负债	13,986,879.24	136,052.45
受影响的利润表项目	对 2020 年度发生额的影响金额	
	合并	母公司
营业成本	2,728,253.61	72,705.78
销售费用	-2,728,253.61	-72,705.78

(3) 执行《企业会计准则第 21 号——租赁》(2018 年修订)

财政部于 2018 年度修订了《企业会计准则第 21 号——租赁》（以下简称“新租赁准则”）。本公司自 2021 年 1 月 1 日起执行新租赁准则。根据修订后的准则，对于首次执行日前已存在的合同，公司选择在首次执行日不重新评估其是否为租赁或者包含租赁。

1) 本公司作为承租人

本公司选择根据首次执行新租赁准则的累积影响数，调整首次执行新租赁准则当年年初留存收益及财务报表其他相关项目金额，不调整可比期间信息。

对于首次执行日前已存在的经营租赁，本公司在首次执行日根据剩余租赁付款额按首次执行日本公司的增量借款利率折现的现值计量租赁负债，使用权资产采用与租赁负债相等的金额，并根据预付租金进行必要调整。

对于首次执行日前的经营租赁，本公司在应用上述方法的同时根据每项租赁选择采用下列一项或多项简化处理：

一 将于首次执行日后 12 个月内完成的租赁作为短期租赁处理；

一 计量租赁负债时，具有相似特征的租赁采用同一折现率；

一 使用权资产的计量不包含初始直接费用；

一 存在续租选择权或终止租赁选择权的，根据首次执行日前选择权的实际行使及其他最新情况确定租赁期；

一 作为使用权资产减值测试的替代，按照本章节“四、主要会计政策及会计估计”之“（二十）预计负债”评估包含租赁的合同在首次执行日前是否为亏损合同，并根据首次执行日前计入资产负债表的亏损准备金额调整使用权资产；

一 首次执行日之前发生的租赁变更，不进行追溯调整，根据租赁变更的最终安排，按照新租赁准则进行会计处理。

在计量租赁负债时，本公司使用 2021 年 1 月 1 日的承租人增量借款利率来对租赁付款额进行折现。

对于首次执行日前已存在的融资租赁，本公司在首次执行日按照融资租入资产和应付融资租赁款的原账面价值，分别计量使用权资产和租赁负债。

2) 本公司作为出租人

对于首次执行日前划分为经营租赁且在首次执行日后仍存续的转租赁,本公司在首次执行日基于原租赁和转租赁的剩余合同期限和条款进行重新评估,并按照新租赁准则的规定进行分类。重分类为融资租赁的,本公司将其作为一项新的融资租赁进行会计处理。

除转租赁外,本公司无需对其作为出租人的租赁按照新租赁准则进行调整。本公司自首次执行日起按照新租赁准则进行会计处理。

3) 本公司执行新租赁准则对财务报表的主要影响如下:

单位:元

会计政策变更的内容和原因	受影响的报表项目	对 2021 年 1 月 1 日余额的影响金额	
		合并	母公司
公司作为承租人对于首次执行日前已存在的经营租赁的调整	使用权资产	123,902,273.57	-
	长期待摊费用	-318,217.81	-
	租赁负债	112,664,331.54	-
	一年到期的非流动负债	14,703,709.04	-
	应付账款	-3,783,984.82	-

2、首次执行新金融工具准则、新收入准则、新租赁准则调整首次执行当年年初财务报表相关项目情况

(1) 2020 年 1 月 1 日首次执行新收入准则调整 2020 年年初财务报表相关项目情况

1) 合并资产负债表

单位:元

项目	2019 年 12 月 31 日余额	2020 年 1 月 1 日余额	调整数		
			重分类	重新计量	合计
预收款项	103,527,536.06	-	-103,527,536.06	-	-103,527,536.06
合同负债	-	91,617,288.55	91,617,288.55	-	91,617,288.55
其他流动资产	-	11,910,247.51	11,910,247.51	-	11,910,247.51

2) 母公司资产负债表

单位: 元

项目	2019年12月31日余额	2020年1月1日余额	调整数		
			重分类	重新计量	合计
预收账款	485,562.78	-	-485,562.78	-	-485,562.78
合同负债	-	429,701.58	429,701.58	-	429,701.58
其他流动资产	-	55,861.20	55,861.20	-	55,861.20

(2) 2021年1月1日首次执行新租赁准则调整2021年年初财务报表相关项目情况

1) 合并资产负债表

单位: 元

项目	2020年12月31日余额	2021年1月1日余额	调整数		
			重分类	重新计量	合计
使用权资产	-	123,902,273.57	-	123,902,273.57	123,902,273.57
长期待摊费用	318,217.81	-	-	-318,217.81	-318,217.81
租赁负债	-	112,664,331.54	-	112,664,331.54	112,664,331.54
一年到期的非流动负债	-	14,703,709.04	-	14,703,709.04	14,703,709.04
应付账款	3,783,984.82	-	-	-3,783,984.82	-3,783,984.82

3、其他重要会计政策和会计估计变更情况

(1) 执行《企业会计准则第7号——非货币性资产交换》(2019修订)

财政部于2019年5月9日发布了《企业会计准则第7号——非货币性资产交换》(2019修订)(财会〔2019〕8号),修订后的准则自2019年6月10日起施行,对2019年1月1日至本准则施行日之间发生的非货币性资产交换,应根据本准则进行调整。对2019年1月1日之前发生的非货币性资产交换,不需要按照本准则的规定进行追溯调整。

本公司2019年度及以后期间的财务报表已执行该准则,2018年度的财务报表不做调整,执行该准则未对本公司财务状况和经营成果产生重大影响。

(2) 执行《企业会计准则第12号——债务重组》(2019修订)

财政部于 2019 年 5 月 16 日发布了《企业会计准则第 12 号——债务重组》(2019 修订)(财会〔2019〕9 号),修订后的准则自 2019 年 6 月 17 日起施行,对 2019 年 1 月 1 日至本准则施行日之间发生的债务重组,应根据本准则进行调整。对 2019 年 1 月 1 日之前发生的债务重组,不需要按照本准则的规定进行追溯调整。

本公司 2019 年度及以后期间的财务报表已执行该准则,债务重组损益计入其他收益和投资收益;2018 年度的财务报表不做调整,债务重组损益仍计入营业外收入和营业外支出。

(3) 执行《企业会计准则解释第 13 号》

财政部于 2019 年 12 月 10 日发布了《企业会计准则解释第 13 号》(财会〔2019〕21 号,以下简称“解释第 13 号”),自 2020 年 1 月 1 日起施行,不要求追溯调整。

1) 关联方的认定

解释第 13 号明确了以下情形构成关联方:企业与其所属企业集团的其他成员单位(包括母公司和子公司)的合营企业或联营企业;企业的合营企业与其他合营企业或联营企业。此外,解释第 13 号也明确了仅仅同受一方重大影响的两方或两方以上的企业不构成关联方,并补充说明了联营企业包括联营企业及其子公司,合营企业包括合营企业及其子公司。

2) 业务的定义

解释第 13 号完善了业务构成的三个要素,细化了构成业务的判断条件,同时引入“集中度测试”选择,以在一定程度上简化非同一控制下取得组合是否构成业务的判断等问题。

本公司自 2020 年 1 月 1 日起执行解释第 13 号,2019 年度、2018 年度的财务报表不做调整,执行解释第 13 号未对本公司财务状况和经营成果产生重大影响。

(4) 执行一般企业财务报表格式的修订:

财政部分别 2018 年度和 2019 年度发布了《关于修订印发 2018 年度一般

企业财务报表格式的通知》(财会〔2018〕15号)、《关于修订印发2019年度一般企业财务报表格式的通知》(财会〔2019〕6号)和《关于修订印发合并财务报表格式(2019版)的通知》(财会〔2019〕16号),对一般企业财务报表格式进行了修订。

本公司已按修订后的格式编制本报告期间的财务报表:

资产负债表中“应收利息”和“应收股利”并入“其他应收款”列示;“应付利息”和“应付股利”并入“其他应付款”列示;“固定资产清理”并入“固定资产”列示;“工程物资”并入“在建工程”列示;“专项应付款”并入“长期应付款”列示;

利润表中新增“资产处置收益”项目,将部分原列示为“营业外收入”的资产处置损益重分类至“资产处置收益”项目;新增“研发费用”项目,将原“管理费用”中的研发费用重分类至“研发费用”单独列示;财务费用项下新增“其中:利息费用”和“利息收入”项目;增加列示“持续经营净利润”和“终止经营净利润”;

所有者权益变动表中新增“设定受益计划变动额结转留存收益”项目。

五、发行人适用的各种税费及税率

(一) 主要税种及税率

税种	计税依据	税率			
		2021年 1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
增值税	销售产品收入,按税法规定计算的销售货物和应税劳务收入为基础计算销项税额,在扣除当期允许抵扣的进项税额后,差额部分为应交增值税	13%	13%	13%、 16%	16%、 17%
增值税	其他收入,按税法规定计算的销售货物和应税劳务收入为基础计算销项税额,在扣除当期允许抵扣的进项税额后,差额部分为应交增值税	5%、6%、 9%、13%	5%、6%、 9%、13%	5%、6%、 9%、10%、 13%、 16%	5%、6%、 11%、 10%、 16%、 17%
企业所得税	按应纳税所得额计缴	15%、 25%	15%、 25%	15%、 25%	15%、 25%

根据《关于调整增值税税率的通知》(财税[2018]32号)规定,自2018年5

月 1 日起, 公司发生增值税应税销售行为或者进口货物, 原适用 17% 税率的调整为 16%。根据《关于深化增值税改革有关政策的公告》(财政部、税务总局、海关总署公告 2019 年第 39 号) 规定, 自 2019 年 4 月 1 日起, 公司发生增值税应税销售行为或者进口货物, 原适用 16% 税率的调整为 13%。

报告期内, 公司及各子公司所得税税率情况:

序号	公司名称	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
1	公司	15%	15%	25%	25%
2	广东玛格	15%	15%	15%	15%
3	天津玛格	25%	25%	25%	25%
4	玛格科技	25%	25%	25%	-
5	玛格装饰	-	-	25%	25%
6	玛格唐设计	-	-	-	25%
7	维典力合	-	-	-	25%

(二) 税收优惠及批文

2018 年 11 月 28 日, 广东玛格取得了广东省科学技术厅、广东省财政厅、广东省税务局联合批准的《高新技术企业证书》(证书编号为 GR201844004645), 有效期三年, 根据《中华人民共和国企业所得税法》(中华人民共和国主席令[2007]63 号) 规定, 2018 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日享受企业所得税税率为 15% 的税收优惠政策。广东玛格 2021 年重新进行高新技术企业认证, 2021 年 1-6 月暂按 15% 税率计缴企业所得税。

2021 年 1 月 25 日, 公司取得了《重庆市巴南区发展和改革委员会关于玛格家居股份有限公司主营业务适用<西部地区鼓励类产业目录>的复函》(巴南发改函[2021]1 号), 公司符合西部大开发税收优惠政策条件, 2020 年度起可按 15% 的税率缴纳企业所得税。

六、分部信息

报告期内, 发行人专业从事全屋定制家居产品研发、设计、生产、销售及售后服务, 发行人各公司的业务属于发行人统一管理下的一个经营分部, 无需编制分部信息。

七、最近一年收购兼并情况

最近一年,公司无收购兼并资产总额、营业收入及净利润超过相应项目 20% 的情形。

八、非经常损益明细

立信会计师事务所(特殊普通合伙)对公司报告期的非经常性损益情况进行了鉴证,并出具了“信会师报字[2021]第 ZD10268 号”《非经常性损益鉴证报告》。根据中国证监会《公开发行证券的公司信息披露解释性公告第 1 号——非经常性损益》的有关规定,公司报告期内非经常性损益及扣除非经常性损益后的净利润如下:

单位:万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
非流动资产处置损益	-	4.57	-651.11	-170.55
计入当期损益的政府补助(与企业业务密切相关,按照国家统一标准定额或定量享受的政府补助除外)	87.69	639.01	687.04	75.42
计入当期损益的对非金融企业收取的资金占用费	-	16.15	37.42	36.38
除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外,持有交易性金融资产、衍生金融资产、交易性金融负债、衍生金融负债产生的公允价值变动损益,以及处置交易性金融资产、衍生金融资产、交易性金融负债、衍生金融负债和其他债权投资取得的投资收益	127.93	268.96	348.68	122.02
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	3.18	70.07	71.66	9.92
小计	218.80	998.76	493.68	73.19
减:所得税影响额	25.40	170.89	170.36	24.57
非经常性损益净额	193.40	827.87	323.33	48.62
减:少数股东权益影响额	-	-	-	-
归属于母公司所有者的非经常性损益	193.40	827.87	323.33	48.62
归属于母公司所有者的净利润	2,966.29	9,853.27	10,016.12	7,044.74
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润	2,772.89	9,025.40	9,692.80	6,996.13

九、最近一期末主要资产

截至 2021 年 6 月末，公司总资产为 83,573.90 万元，主要包括货币资金、应收账款、存货、固定资产及无形资产等，具体情况如下：

(一) 货币资金

截至 2021 年 6 月末，公司货币资金账面余额为 12,087.50 万元，具体明细如下表所示：

单位：万元

项目	2021 年 6 月末
现金	3.60
银行存款	11,873.41
其他货币资金	210.49
合计	12,087.50

(二) 应收账款

截至 2021 年 6 月末，公司应收账款账面余额为 1,304.33 万元，账面价值为 1,175.24 万元，具体明细如下表所示：

单位：万元

类别	账面余额	坏账准备	账面价值
按单项计提坏账准备	52.65	52.65	-
按组合计提坏账准备	1,251.68	76.45	1,175.24
合计	1,304.33	129.10	1,175.24

(三) 存货

截至 2021 年 6 月末，公司存货账面余额为 8,468.94 万元，账面价值为 8,128.73 万元，具体情况如下表所示：

单位：万元

项目	账面余额	跌价准备	账面价值
原材料及委托加工物资	4,557.28	177.36	4,379.91
在产品	326.10	-	326.10
库存商品	2,750.28	162.84	2,587.44
发出商品	835.28	-	835.28

合计	8,468.94	340.20	8,128.73
----	----------	--------	----------

(四) 固定资产

截至 2021 年 6 月末, 公司的固定资产主要是房屋及建筑物、机器设备、运输设备和办公设备及其他设备, 固定资产原值 37,158.76 万元, 累计折旧 10,043.55 万元, 固定资产净值 27,115.22 万元, 固定资产净值占总资产的 32.44%。

截至 2021 年 6 月末, 公司固定资产情况如下:

单位: 万元

项目	折旧年限	账面原值	累计折旧	减值准备	账面价值	成新率
房屋及建筑物	20 年	20,354.28	4,755.60	-	15,598.68	76.64%
机器设备	5 至 10 年	15,728.95	4,847.09	-	10,881.86	69.18%
运输设备	4 年	334.38	247.96	-	86.42	25.84%
办公设备及其他	3 至 5 年	1,232.35	684.09	-	548.26	44.49%
合计		37,649.95	10,534.73	-	27,115.22	72.02%

注: 成新率=固定资产净值/固定资产原值

公司于报告期各期末对固定资产进行逐项检查, 未发现固定资产存在需计提固定资产减值准备的情形。

(五) 无形资产

截至 2021 年 6 月末, 公司无形资产账面价值为 4,856.04 万元, 主要包括土地使用权和软件, 具体情况如下:

单位: 万元

项目	取得方式	摊销年限(年)	账面原值	累计摊销	减值准备	账面价值
土地使用权	外购	50 年	3,894.33	458.91	-	3,435.43
软件	外购	3 至 10 年	1,740.72	328.05	-	1,412.67
专利权	外购	10 年	9.43	1.49	-	7.94
合计			5,644.49	788.45	-	4,856.04

十、最近一期末的主要债项

截至 2021 年 6 月末, 公司负债合计为 49,719.96 万元, 主要为一年内到期的非流动负债、租赁负债、合同负债及应付账款等。

(一) 一年内到期的非流动负债

截至 2021 年 6 月末,公司一年内到期的非流动负债余额为 10,575.65 万元,主要系一年内到期的长期借款和一年内到期的租赁负债,具体情况如下:

单位:万元

项目	2021 年 6 月末
一年内到期的长期借款	9,000.00
一年内到期的租赁负债	1,575.65
合计	10,575.65

其中,一年内到期的长期借款相关明细如下表所示:

单位:万元

贷款银行	利率	借款金额	到期日	担保方式
重庆三峡银行股份有限公司锦江支行	6.3%	9,000	2021 年 9 月 21 日	资产抵押担保、连带责任保证

截至本招股说明书签署之日,公司向重庆三峡银行股份有限公司锦江支行的借款已全部偿还。

(二) 租赁负债

截至 2021 年 6 月末,公司租赁负债余额为 10,795.72 万元,系公司 2021 年度根据新租赁准则新增科目,为公司尚未支付的租赁付款额的现值。

(三) 合同负债

截至 2021 年 6 月末,公司合同负债余额为 9,397.52 万元,主要为已收取需承担履约义务的客户款项。

(四) 应付账款

截至 2021 年 6 月末,公司应付账款余额为 7,498.37 万元,主要为应付原材料供应商采购款。

报告期末,公司应付账款余额中无持有公司 5% (含 5%) 以上股份的股东或其他关联方的款项。

(五) 对内部人员负债

公司对内部人员的负债主要是应付职工薪酬,包括工资、奖金、津贴和补贴,

截至 2021 年 6 月末，应付职工薪酬账面价值为 2,558.46 万元。

(六) 对关联方债务情况

截至 2021 年 6 月末，公司对关联方债务请参见本招股说明书“第七节 同业竞争与关联交易”之“五、报告期内的关联交易”之“(三) 关联方应收应付”。

十一、股东权益变动情况

报告期各期末，公司股东权益情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 6 月末	2020 年末	2019 年末	2018 年末
股本	7,500.00	7,500.00	7,416.73	7,157.14
资本公积	10,350.61	10,149.82	9,278.05	7,692.86
盈余公积	348.67	348.67	158.15	-
未分配利润	15,654.66	15,688.37	9,616.55	758.58
归属于母公司所有者 权益合计	33,853.94	33,686.86	26,469.48	15,608.58
少数股东权益	-	-	-	-
所有者权益合计	33,853.94	33,686.86	26,469.48	15,608.58

十二、现金流量情况

报告期内，公司现金流量构成如下所示：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
经营活动产生现金流量净额	1,343.74	20,770.39	10,980.88	11,469.32
投资活动产生现金流量净额	-10,253.20	3,300.61	-8,295.71	-8,595.05
筹资活动产生现金流量净额	-3,436.22	-6,802.71	-2,152.77	-5,657.30
现金及现金等价物净增加额	-12,345.68	17,268.30	532.40	-2,783.02
加：期初现金及现金等价物余额	24,329.15	7,060.86	6,528.46	9,311.48
期末现金及现金等价物余额	11,983.47	24,329.15	7,060.86	6,528.46

十三、报告期内公司主要财务指标

(一) 基本财务指标

财务指标	2021年6月末	2020年末	2019年末	2018年末
流动比率(倍)	0.90	0.94	1.12	0.85
速动比率(倍)	0.68	0.77	0.87	0.63
资产负债率(合并)	59.49%	52.70%	56.90%	71.69%
资产负债率(母公司)	56.29%	42.13%	52.26%	64.96%
无形资产(扣除土地使用权、水面养殖权和采矿权等后)占净资产的比例	4.20%	3.59%	3.24%	3.50%
归属于发行人股东的每股净资产(元)	4.51	4.49	3.53	2.08
财务指标	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
存货周转率(次)	3.65	8.40	8.80	7.84
应收账款周转率(次)	56.26	151.31	83.41	73.51
息税折旧摊销前利润(万元)	7,075.42	16,112.22	16,597.83	13,277.59
归属于母公司所有者的净利润(万元)	2,966.29	9,853.27	10,016.12	7,044.74
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润(万元)	2,772.89	9,025.40	9,692.80	6,996.13
利息保障倍数(倍)	6.52	15.60	13.65	9.07
每股经营活动产生的现金流量(元/股)	0.18	2.77	1.46	1.53
每股净现金流量(元/股)	-1.65	2.30	0.07	-0.37

注1: 计算每股净资产、每股经营活动产生的现金流量、每股净现金流量等指标时, 分母为当期发行在外的普通股加权平均数。其中公司2020年10月整体变更为股份公司, 当年的期初股本数及2018年、2019年期初、期末股本数按折股时股本75,000,000股计算。

注2: 主要财务指标计算说明:

流动比率=流动资产/流动负债

速动比率=速动资产/流动负债

资产负债率=(负债总额/资产总额)×100%

无形资产(土地使用权除外)占净资产的比例=无形资产(土地使用权除外)/净资产

归属于发行人股东每股净资产=归属于发行人股东期末净资产/经调整的期末股本总额

应收账款周转率=营业收入/应收账款平均净额

存货周转率=营业成本/存货平均净额

息税折旧摊销前利润=合并利润总额+利息支出+计提折旧+摊销

利息保障倍数=(合并利润总额+利息支出)/利息支出

每股经营活动产生的现金流量=经营活动产生的现金流净额/期末实收资本(或股本)总额

每股净现金流量=现金及现金等价物增加额/期末实收资本(或股本)总额

（二）净资产收益率及每股收益

按照中国证监会《公开发行证券公司信息披露编报规则第9号——净资产收益率和每股收益的计算及披露（2010年修订）》要求计算如下：

期间	财务指标	加权平均净资产收益率	每股收益（元/股）	
			基本	稀释
2021年 1-6月	归属于公司普通股股东的净利润	8.56%	0.40	0.40
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	8.00%	0.37	0.37
2020年度	归属于公司普通股股东的净利润	32.69%	1.31	1.31
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	29.94%	1.20	1.20
2019年度	归属于公司普通股股东的净利润	49.18%	1.34	1.34
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	47.59%	1.29	1.29
2018年度	归属于公司普通股股东的净利润	58.29%	0.94	0.94
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	57.89%	0.93	0.93

注1：上述每股收益系根据《公开发行证券公司的信息披露编报规则第9号—净资产收益率和每股收益的计算和披露》（2010年修订）计算。

注2：计算每股收益时，分母为当期发行在外的普通股加权平均数。其中公司2020年10月整体变更为股份公司，当年的期初股本数及2018年、2019年期初、期末股本数按折股时股本75,000,000股计算。

注3：指标计算公式

1) 加权平均净资产收益率

$$\text{加权平均净资产收益率} = P0 / (E0 + NP \div 2 + E_i \times M_i \div M0 - E_j \times M_j \div M0 \pm E_k \times M_k \div M0)$$

其中，P0 分别对应于归属于公司普通股股东的净利润、扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润；NP 为归属于公司普通股股东的净利润；E0 为归属于公司普通股股东的期初净资产；E_i 为报告期发行新股或债转股等新增的、归属于公司普通股股东的净资产；E_j 为报告期回购或现金分红等减少的、归属于公司普通股股东的净资产；M0 为报告期月份数；M_i 为新增净资产下一月份起至报告期期末的月份数；M_j 为减少净资产下一月份起至报告期期末的月份数；E_k 为因其他交易或事项引起的净资产增减变动；M_k 为发生其他净资产增减变动下一月份起至报告期期末的月份数。

2) 基本每股收益

$$\text{基本每股收益} = P0 \div S$$

$$S = S0 + S1 + S_i \times M_i \div M0 - S_j \times M_j \div M0 - S_k$$

其中：P0 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于普通股股东的净利润；S 为发行在外的普通股加权平均数；S0 为期初股份总数；S1 为报告期因公积金转增股本或股票股利分配等增加股份数；S_i 为报告期因发行新股或债转股等增加股份数；S_j 为报告期因回购等减少股份数；S_k 为报告期缩股数；M0 为报告期月份数；M_i 为增加股份下一月份至报告期期末的月份数；M_j 为减少股份下一月份起至报告期期末的月份数。

3) 稀释每股收益

稀释每股收益 = P1 / (S0 + S1 + S_i × M_i ÷ M0 - S_j × M_j ÷ M0 - S_k + 认股权证、股份期权、可转换债券等增加的普通股加权平均数)

其中，P1 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于公司普通股

股东的净利润，并考虑稀释性潜在普通股对其影响，按《企业会计准则》及有关规定进行调整。公司在计算稀释每股收益时，应考虑所有稀释性潜在普通股对归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润和加权平均股数的影响，按照其稀释程度从大到小的顺序计入稀释每股收益，直至稀释每股收益达到最小值。

十四、发行人盈利预测报告披露情况

公司未编制盈利预测报告。

十五、资产评估情况

2020年9月，玛格有限整体变更为股份公司时，银信资产评估有限公司接受公司委托，采用资产基础法对公司截至评估基准日2020年7月31日的净资产价值进行评估，并于2020年9月11日出具了“银信评报字（2020）沪第1077号”《资产评估报告》。本次资产评估前，公司于评估基准日的净资产账面值为17,977.11万元，经评估测算，公司净资产评估值为39,272.22万元，净资产评估增值118.46%，主要为长期股权投资评估增值。公司以经审计的净资产作为入账价值，未按照上述评估结果进行账务调整。

十六、历次验资情况

具体情况详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“三、发行人股本形成及其变化情况和重大资产重组情况”。

十七、报告期内会计报表附注中或有事项、期后事项及其他重要事项

（一）资产负债表日后事项

截至本招股说明书签署之日，公司不存在需披露的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，公司无需要披露的或有事项。

（三）其他重要事项

截至本招股说明书签署之日，公司无需要披露的其他重要事项。

第十一节 管理层讨论与分析

根据公司最近三年及一期经审计的财务报告，公司管理层作出如下分析。非经特别说明，以下数据均为合并会计报表口径。

一、财务状况分析

(一) 资产构成情况及变动分析

报告期各期末，公司主要资产金额及占总资产的比例情况如下表：

单位：万元

项目	2021年6月末		2020年末		2019年末		2018年末	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
流动资产	33,481.39	40.06%	33,835.52	47.51%	26,285.87	42.80%	21,240.78	38.53%
货币资金	12,087.50	14.46%	24,452.36	34.33%	7,133.23	11.61%	6,579.63	11.93%
交易性金融资产	8,057.93	9.64%	306.93	0.43%	9,357.93	15.24%	-	-
应收票据	318.15	0.38%	220.04	0.31%	466.51	0.76%	-	-
应收账款	1,175.24	1.41%	305.79	0.43%	804.00	1.31%	1,173.31	2.13%
预付款项	852.88	1.02%	916.82	1.29%	1,306.31	2.13%	607.85	1.10%
其他应收款	1,477.08	1.77%	926.73	1.30%	1,067.58	1.74%	1,087.49	1.97%
存货	8,128.73	9.73%	6,224.18	8.74%	5,846.89	9.52%	5,494.74	9.97%
其他流动资产	1,383.89	1.66%	482.68	0.68%	303.42	0.49%	6,297.75	11.42%
非流动资产	50,092.51	59.94%	37,382.49	52.49%	35,131.00	57.20%	33,889.77	61.47%
投资性房地产	866.81	1.04%	893.67	1.25%	947.38	1.54%	817.21	1.48%
固定资产	27,115.22	32.44%	26,812.38	37.65%	25,722.95	41.88%	26,613.17	48.27%
在建工程	567.76	0.68%	1,051.94	1.48%	803.33	1.31%	94.40	0.17%
使用权资产	11,810.71	14.13%	-	-	-	-	-	-
无形资产	4,856.04	5.81%	4,684.32	6.58%	4,410.61	7.18%	4,176.23	7.58%
开发支出	381.15	0.46%	452.46	0.64%	192.24	0.31%	-	-
长期待摊费用	1,243.78	1.49%	1,403.95	1.97%	1,410.27	2.30%	1,429.96	2.59%
递延所得税资产	320.91	0.38%	267.50	0.38%	365.45	0.60%	536.81	0.97%
其他非流动资产	2,930.14	3.51%	1,816.28	2.55%	1,278.77	2.08%	221.99	0.40%
资产合计	83,573.90	100.00%	71,218.01	100.00%	61,416.87	100.00%	55,130.55	100.00%

报告期各期末，公司资产总额分别为 55,130.55 万元、61,416.87 万元、

71,218.01 万元和 83,573.90 万元，其中 2019 年末、2020 年末和 2021 年 6 月末分别较上年末增长 11.40%、15.96%和 17.35%。随着业务的不断发展，公司资产规模不断扩张，总体上与公司生产经营相适应，保证了公司正常发展的需要。

1、货币资金

报告期各期末，公司货币资金余额分别为 6,579.63 万元、7,133.23 万元、24,452.36 万元和 12,087.50 万元，以银行存款为主，总体呈上升态势。报告期内，公司经营活动产生的现金流状况较好，能够满足日常经营需要。

报告期各期末，公司货币资金情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 6 月末	2020 年末	2019 年末	2018 年末
现金	3.60	12.63	3.24	0.60
银行存款	11,873.41	24,242.94	6,893.43	6,374.18
其他货币资金	210.49	196.79	236.56	204.84
合计	12,087.50	24,452.36	7,133.23	6,579.63

2019 年末，公司货币资金余额较 2018 年末相比小幅增加 553.60 万元，主要系公司经营业绩持续向好，经营活动产生的现金增加，同时公司短暂使用闲置营运资金购买短期银行理财产品所致；2020 年末货币资金余额较 2019 年末增加 17,319.13 万元，主要系公司赎回理财产品以及公司经营活动现金流量净额增加所致；2021 年 6 月末货币资金余额较 2020 年末减少 12,364.86 万元，主要系公司购买理财产品所致。

其他货币资金主要为天猫、京东等电商平台账户中未提现的余额、公司申请履约保函而向银行存入的保证金以及定期存单。

2、交易性金融资产

2019 年末、2020 年末和 2021 年 6 月末，公司交易性金融资产账面价值分别为 9,357.93 万元、306.93 万元和 8,057.93 万元，主要是公司短暂使用闲置营运资金购买短期银行理财产品的资金管理行为，不属于长期的财务性投资。

3、应收票据

报告期各期末，公司应收票据余额分别为 0 万元、466.51 万元、220.04 万

元和 318.15 万元，全部为商业承兑汇票且规模较小。报告期内，公司应收票据收票、贴现、背书情况如下：

单位：万元

项目	2021年6月末 /2021年1-6月	2020年末 /2020年度	2019年末 /2019年度	2018年末 /2018年度
期初余额	231.62	491.07	-	-
本期收到票据	103.28	340.87	491.07	-
本期减少	-	600.31	-	-
其中：到期托收	-	600.31	-	-
对外背书	-	-	-	-
期末余额	334.90	231.62	491.07	-

报告期各期末，公司采用账龄分析法计提坏账准备的应收商业承兑汇票余额、账龄情况及计提的坏账准备金额如下：

单位：万元

项目	2021年6月末	2020年末	2019年末	2018年末
账面余额	334.90	231.62	491.07	-
账龄	一年以内	一年以内	一年以内	-
计提比例	5%	5%	5%	-
减：坏账准备	16.74	11.58	24.55	-
账面价值	318.15	220.04	466.51	-

公司上述承兑汇票账龄均在 1 年以内，流动性好，回收风险较低，报告期内公司未曾发生因票据引发的坏账损失。

4、应收账款

(1) 应收账款规模及变动情况

报告期各期末，公司应收账款账面价值分别为 1,173.31 万元、804.00 万元、305.79 万元和 1,175.24 万元，占流动资产比例分别为 5.52%、3.06%、0.90% 和 3.51%，占资产总额的比例分别为 2.13%、1.31%、0.43% 和 1.41%，占比较低，主要系报告期内公司产品销售以经销商模式为主，公司对经销商主要采取先款后货的结算方式。

报告期各期末，公司应收账款变动情况如下表：

单位：万元

项目	2021年6月末	2020年末	2019年末	2018年末
应收账款账面价值	1,175.24	305.79	804.00	1,173.31
较上期末增幅	284.33%	-61.97%	-31.48%	-
占流动资产比例	3.51%	0.90%	3.06%	5.52%
占总资产比例	1.41%	0.43%	1.31%	2.13%
占营业收入比例	2.82%	0.36%	0.98%	1.54%
营业收入同比增幅	-	1.82%	8.12%	-

2019年末和2020年末，公司应收账款账面价值分别较上年末下降369.30万元和498.22万元，主要系公司收回部分期限较长的经销商货款；2021年6月末，公司应收账款账面价值较上年末增加869.45万元，主要系公司承接房地产开发商的大宗业务及为支持重点区域经销商新款产品销售给予其一定的应收账款信用期所致。

(2) 应收账款信用期及账龄情况

报告期内，公司的信用政策如下：

客户类型	信用标准	信用期
重点区域经销商	收取一定的预付款，在其授信额度内直接下单生产，在产品交付后给予客户一定的信用付款期	一年以内
普通经销商	先款后货	无
学校、房地产开发商等大宗业务客户	采取按进度付款方式进行货款结算，产品安装完毕和销售结算后给予客户一定的信用付款期	一年以内

公司的应收账款主要为应收部分重点区域经销商和学校、房地产开发商等大宗业务客户的销售货款。公司针对部分重点区域的经销商，根据客户信用和资金实力等情况，先预收一定比例的货款，然后按照合同计划安排生产、发货及收取货款，并给予一定的信用期；针对学校、房地产开发商等大宗业务客户，公司采取按进度付款方式进行货款结算，产品安装完毕和销售结算后给予客户一定的信用付款期。

报告期各期末，公司账龄在1年以内的应收账款占比分别为62.63%、22.72%、81.37%和93.11%，账龄在1-2年的应收账款占比分别为29.95%、60.59%、16.34%和5.21%，具体情况如下：

单位: 万元

项目	2021年6月末		2020年末		2019年末		2018年末	
	账面原值	占比	账面原值	占比	账面原值	占比	账面原值	占比
1年以内(含1年)	1,214.42	93.11%	311.68	81.37%	268.81	22.72%	851.17	62.63%
1-2年	67.95	5.21%	62.57	16.34%	716.84	60.59%	407.00	29.95%
2-3年	18.63	1.43%	7.66	2.00%	183.32	15.49%	78.19	5.75%
3年以上	3.34	0.26%	1.13	0.30%	14.09	1.19%	22.65	1.67%
合计	1,304.33	100.00%	383.05	100.00%	1,183.07	100.00%	1,359.01	100.00%

2019年末, 账龄在1年以内的应收账款占比下降, 账龄在1-2年的应收账款占比上升, 主要系关联方个体户张庆伟的应收账款金额较高; 2020年末, 账龄在1年以内应收账款占比回升, 主要系关联方个体户张庆伟偿还全部货款所致; 2021年6月末, 账龄在1年以内应收账款占比有所提高, 主要系公司2021年授予房地产开发商及重点区域经销商一定的信用付款期所致。

(3) 应收账款计提坏账准备分析

1) 报告期各期末, 公司应收账款坏账准备计提情况如下:

单位: 万元

2021年6月末	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例(%)	金额	计提比例(%)	
按单项计提坏账准备	52.65	4.04	52.65	100.00	-
其中: 单项金额不重大但单独计提坏账准备的应收账款	52.65	-	52.65	-	-
按组合计提坏账准备	1,251.68	95.96	76.45	6.11	1,175.24
其中: 风险组合	1,251.68	-	76.45	-	1,175.24
合计	1,304.33	100.00	129.10	9.90	1,175.24
2020年末	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例(%)	金额	计提比例(%)	
按单项计提坏账准备	52.65	13.75	52.65	100.00	-
其中: 单项金额不重大但单独计提坏账准备的应收账款	52.65	-	52.65	-	-
按组合计提坏账准备	330.40	86.25	24.61	7.45	305.79
其中: 风险组合	330.40	-	24.61	-	305.79
合计	383.05	100.00	77.26	20.17	305.79

2019 年末	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例 (%)	金额	计提比例 (%)	
按单项计提坏账准备	138.34	11.69	138.34	100.00	-
其中：单项金额重大并单独计提坏账准备的应收账款	138.34	-	138.34	-	-
按组合计提坏账准备	1,044.72	88.31	240.72	23.04	804.00
其中：风险组合	1,044.72	-	240.72	-	804.00
合计	1,183.07	100.00	379.06	32.04	804.00
2018 年末	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例 (%)	金额	计提比例 (%)	
按单项计提坏账准备	-	-	-	-	-
按组合计提坏账准备	1,359.01	100.00	185.71	13.66	1,173.31
其中：风险组合	1,359.01	-	185.71	-	1,173.31
合计	1,359.01	100.00	185.71	13.66	1,173.31

2019 年末，公司单项金额重大并单独单项计提坏账准备的应收账款客户为山西金玛智能化家居有限公司，公司对其应收账款逾期未收回，且预计未来收回的可能性较小，因此于 2019 年末对尚未收回的款项 138.34 万元全额计提坏账。2020 年末和 2021 年 6 月末，公司对 52.65 万元单项金额不重大的应收账款全额计提了坏账准备，主要系以上款项经多次催收无果后预计未来收回的可能性较小。

2) 采用组合计提坏账准备的应收账款明细如下：

单位：万元

账龄	2021 年 6 月末		
	应收账款	坏账准备	计提比例 (%)
1 年以内 (含 1 年)	1,214.33	60.72	5.00
1-2 年	15.39	3.08	20.00
2-3 年	18.63	9.31	50.00
3 年以上	3.34	3.34	100.00
合计	1,251.68	76.45	6.11
账龄	2020 年末		
	应收账款	坏账准备	计提比例 (%)

1年以内(含1年)	297.84	14.89	5.00
1-2年	23.76	4.75	20.00
2-3年	7.66	3.83	50.00
3年以上	1.13	1.13	100.00
合计	330.40	24.61	7.45
账龄	2019年末		
	应收账款	坏账准备	计提比例(%)
1年以内(含1年)	229.97	11.50	5.00
1-2年	617.34	123.47	20.00
2-3年	183.32	91.66	50.00
3年以上	14.09	14.09	100.00
合计	1,044.72	240.72	23.04
账龄	2018年末		
	应收账款	坏账准备	计提比例(%)
1年以内(含1年)	851.17	42.56	5
1-2年	407.00	81.40	20
2-3年	78.19	39.09	50
3年以上	22.65	22.65	100
合计	1,359.01	185.71	13.66

3) 可比上市公司应收账款坏账计提政策

报告期内,公司与同行业可比上市公司应收账款坏账计提政策对比如下:

公司名称	1年以内	1-2年	2-3年	3-4年	4-5年	5年以上
欧派家居	5%	20%	50%	80%	100%	100%
好莱客	2%	10%	50%	100%	100%	100%
尚品宅配	3%	10%	20%	100%	100%	100%
皮阿诺	1%	5%	50%	100%	100%	100%
我乐家居	5%	10%	20%	30%	50%	100%
索菲亚	1%	5%	50%	100%	100%	100%
志邦家居	5%	20%	50%	80%	100%	100%
金牌厨柜	5%	20%	40%	60%	80%	100%
顶固集创	5%	30%	60%	80%	100%	100%
公司	5%	20%	50%	100%	100%	100%

从上表可见,公司应收账款坏账准备计提政策合理,与同行业可比上市公司不存在明显差异,符合行业特点。

(4) 公司应收账款前五大情况

报告期各期末,公司前五大欠款客户应收账款余额占应收账款总额的比重分别为 91.64%、84.97%、78.20%和 86.24%, 明细如下:

单位: 万元

项目	客户名称	金额	占应收账款余额的比重	坏账准备
2021 年 6 月末	西安南湖锦腾置业有限公司	484.85	37.17%	24.24
	广州市谷柔家居用品有限公司	360.22	27.62%	18.01
	天津市红桥区舜雅家具销售中心	136.05	10.43%	6.80
	北京睦然舒欣科技有限公司	101.71	7.80%	5.09
	金科	42.04	3.22%	9.12
	合计	1,124.87	86.24%	63.26
2020 年末	天津市红桥区舜雅家具销售中心	94.63	24.71%	4.73
	金科	83.35	21.76%	8.45
	北京睦然舒欣科技有限公司	75.45	19.70%	3.77
	晋中开发区百和谦建材经销部	30.68	8.01%	30.68
	重庆德普外国语学校	15.40	4.02%	1.58
	合计	299.51	78.20%	49.21
2019 年末	个体户张庆伟	733.47	62.00%	189.05
	山西金玛智能化家居有限公司	138.34	11.69%	138.34
	天津市红桥区舜雅家具销售中心	53.43	4.52%	2.67
	万科(重庆)企业有限公司	43.40	3.67%	24.88
	天津市瑞鸿装饰材料销售有限公司 静海分公司	36.55	3.09%	1.83
	合计	1,005.19	84.97%	356.77
2018 年末	个体户张庆伟	928.36	68.31%	96.83
	万科(重庆)企业有限公司	113.76	8.37%	41.82
	山西金玛智能化家居有限公司	113.13	8.32%	5.66
	重庆德普外国语学校	67.22	4.95%	19.48
	广州工商学院	23.00	1.69%	1.15
	合计	1,245.47	91.64%	164.94

注: 金科包括重庆市金科实业集团弘景房地产开发有限公司、重庆庆科商贸有限公司、

石家庄金科房地产开发有限公司、重庆金科竹宸置业有限公司、南宁金卓立房地产开发有限公司等公司；万科（重庆）企业有限公司包括重庆万卓置业有限公司和万科（重庆）蓝山置业有限公司。

报告期各期末，公司前五大应收账款客户主要为学校、房地产开发商等大宗业务客户和部分重点区域经销商，公司已根据其应收账款账龄情况充分计提了坏账准备。其中，2018年末和2019年末，公司前五大欠款客户中个体户张庆伟系公司关联方，公司应收其款项详见“第七节 同业竞争与关联交易”之“五、报告期内的关联交易”之“（三）关联方应收应付”。

截至2021年6月末，公司应收账款中无持有本公司5%以上（含5%）股权的股东或其他关联方的欠款。

5、预付款项

公司预付款项主要为预付原材料采购款、广告费等。报告期各期末，公司的预付款项分别为607.85万元、1,306.31万元、916.82元和852.88万元，占资产总额比例分别为1.10%、2.13%、1.29%和1.02%，占比较小。

2019年末，公司预付款项余额较2018年末增加698.45万元，增幅较大，主要有以下原因：（1）公司向重庆新途进出口贸易有限公司采购的部分进口板材交货周期较长，年末尚未收到货物结算；（2）为提升品牌知名度，公司加大广告宣传投入，在机场、高铁站投放广告，公司预付的广告费增加较大。2020年末和2021年6月末，公司预付款项余额有所下降，主要系公司向重庆新途进出口贸易有限公司采购的进口板材种类有所调整，交货周期缩短，年末未结算采购款减少。

报告期各期末，公司预付款项的账龄主要在1年以内，预付款项发生减值的风险较小。

报告期各期末，公司预付款项前五名情况如下：

单位：万元

项目	单位名称	金额	占预付款项的比例	采购品种/性质
2021年6月末	广州市优逅贸易有限公司	119.27	13.98%	板材
	中国对外贸易广州展览有限公司	117.51	13.78%	展会费
	重庆新途进出口贸易有限公司	112.01	13.13%	板材

项目	单位名称	金额	占预付款项的比例	采购品种/性质
	广州迪岸广告有限公司	110.00	12.90%	广告费
	广州联威展览设计工程有限公司	32.50	3.81%	展会费
	合计	491.28	57.60%	-
2020 年末	广州市优逅贸易有限公司	113.06	12.33%	板材
	重庆新途进出口贸易有限公司	111.29	12.14%	板材
	广州迪岸空港文化传播有限公司	110.00	12.00%	广告费
	江苏路铁文化传媒有限公司	69.18	7.55%	广告费
	成都造易软件有限责任公司	48.00	5.24%	软件费
	合计	451.53	49.25%	-
2019 年末	重庆新途进出口贸易有限公司	390.53	29.90%	板材
	广州迪岸空港文化传播有限公司	110.00	8.42%	广告费
	广州市优逅贸易有限公司	97.70	7.48%	板材
	珠海现代骊建科技有限公司	95.00	7.27%	安装费
	江苏路铁文化传媒有限公司	69.18	5.30%	广告费
	合计	762.42	58.36%	-
2018 年末	重庆新途进出口贸易有限公司	174.89	28.77%	板材
	天津双蚨隆实业有限公司	74.74	12.30%	房租等
	佛山展升家居用品有限公司	31.06	5.11%	家具
	中国对外贸易广州展览有限公司	24.38	4.01%	展会费
	佛山市雷森那家具有限公司	19.50	3.21%	家具
	合计	324.57	53.40%	-

截至 2021 年 6 月末，公司预付账款中无持有本公司 5%以上（含 5%）股权的股东或其他关联方的欠款。

6、其他应收款

报告期各期末，其他应收款金额分别为 1,087.49 万元、1,067.58 万元、926.73 万元和 1,477.08 万元，占总资产的比例分别为 1.97%、1.74%、1.30% 和 1.77%，主要为土地保证金、房屋租赁保证金、出售长期资产款等，金额基本稳定且占总资产的比例较低。

(1) 其他应收款构成情况

报告期各期末，公司其他应收款余额具体情况如下：

单位：万元

项目	2021年6月末	2020年末	2019年末	2018年末
保证金	1,520.40	847.36	905.05	819.01
出售长期资产款	-	-	176.01	176.01
其他	35.38	158.05	144.85	182.02
合计	1,555.78	1,005.41	1,225.90	1,177.04

(2) 坏账准备计提情况

报告期各期末，公司其他应收款坏账准备计提情况如下：

单位：万元

项目	2021年6月末				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例(%)	金额	计提比例(%)	
按单项计提坏账准备	-	-	-	-	-
按组合计提坏账准备	1,555.78	100.00	78.70	5.06	1,477.08
其中：风险组合	35.38	2.27	2.68	7.59	32.70
保证金组合	1,520.40	97.73	76.02	5.00	1,444.38
合计	1,555.78	100.00	78.70	5.06	1,477.08
项目	2020年末				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例(%)	金额	计提比例(%)	
按单项计提坏账准备	-	-	-	-	-
按组合计提坏账准备	1,005.41	100.00	78.69	7.83	926.73
其中：风险组合	158.05	15.72	36.32	22.98	121.73
保证金组合	847.36	84.28	42.37	5.00	805.00
合计	1,005.41	100.00	78.69	7.83	926.73
项目	2019年末				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例(%)	金额	计提比例(%)	
按单项计提坏账准备	10.00	0.82	10.00	100.00	-
按组合计提坏账准备	1,215.90	99.18	148.32	12.20	1,067.58

其中：风险组合	320.85	26.17	103.57	32.28	217.28
保证金组合	895.05	73.01	44.75	5.00	850.30
合计	1,225.90	100.00	158.32	12.91	1,067.58
项目	2018 年末				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例 (%)	金额	计提比例 (%)	
按单项计提坏账准备	-	-	-	-	-
按组合计提坏账准备	1,177.04	100.00	89.54	7.61	1,087.49
其中：风险组合	358.03	30.42	48.59	13.57	309.44
保证金组合	819.01	69.58	40.95	5.00	778.06
合计	1,177.04	100.00	89.54	7.61	1,087.49

报告期内，由于交易对手信用情况良好，款项无法收回的可能性极小，公司对其他应收款中的保证金均按 5% 计提坏账准备。其中，2019 年末，公司应收广东珠江投资股份有限公司的投标保证金 10 万元，公司出于成本考虑主动退出该项目，预计未来收回的可能性较小，因此全额计提了坏账准备。

(3) 其他应收款前五名情况

报告期各期末，公司其他应收款余额前五名主要为土地保证金、房屋租赁保证金和投标保证金，不可回收风险较小。

报告期各期末，公司其他应收款前五名情况如下：

单位：万元

2021 年 6 月末					
序号	单位名称	款项性质	账面余额	占其他应收款的比重	坏账准备
1	佛山市三水区大塘镇财政办公室	土地保证金	600.00	38.57%	30.00
2	佛山市三水乐家居建材有限公司	房屋租赁保证金	381.31	24.51%	19.07
3	马扬雄	房屋租赁保证金	182.70	11.74%	9.13
4	广东高意智能家居实业有限公司	履约保证金	67.05	4.31%	3.35
5	侨鑫集团有限公司	房屋租赁保证金	52.02	3.34%	2.60
合计			1,283.08	82.47%	64.15
2020 年末					

序号	单位名称	款项性质	账面余额	占其他应收款的比重	坏账准备
1	佛山市三水乐家居建材有限公司	房屋租赁保证金	381.31	37.93%	19.07
2	马扬雄	房屋租赁保证金	181.44	18.05%	9.07
3	侨鑫集团有限公司	房屋租赁保证金	52.68	5.24%	2.63
4	深圳前海润泓供应链有限公司	投标保证金	50.00	4.97%	2.50
5	广州中申置业有限公司	房屋租赁保证金	35.19	3.50%	1.76
合计			700.62	69.69%	35.03
2019 年末					
序号	单位名称	款项性质	账面余额	占其他应收款的比重	坏账准备
1	佛山市三水乐家居建材有限公司	房屋租赁保证金	581.31	47.42%	29.07
2	佛山市宗晟伟杰木业有限公司	出售长期资产款	176.01	14.36%	88.00
3	佛山市格迪澳塑胶有限公司	房屋租赁保证金	84.43	6.89%	4.22
4	侨鑫集团有限公司	房屋租赁保证金	54.18	4.42%	2.71
5	广州中申置业有限公司	房屋租赁保证金	35.19	2.87%	1.76
合计			931.11	75.96%	125.76
2018 年末					
序号	单位名称	款项性质	账面余额	占其他应收款的比重	坏账准备
1	佛山市三水乐家居建材有限公司	房屋租赁保证金	582.14	49.46%	29.11
2	佛山市宗晟伟杰木业有限公司	出售长期资产款	176.01	14.95%	35.20
3	佛山市格迪澳塑胶有限公司	房屋租赁保证金	84.48	7.18%	4.22
4	天津双蚨隆实业有限公司	房屋租赁保证金	50.00	4.25%	2.50
5	广州中申置业有限公司	房屋租赁保证金	35.19	2.99%	1.76
合计			927.82	78.83%	72.79

2018 年末, 公司应收佛山市宗晟伟杰木业有限公司的款项系 2017 年 7 月, 公司停止租用其厂房后, 双方协商确定由佛山市宗晟伟杰木业有限公司收购该厂房中所属于公司的机器设备, 该款项经多次催收无果后预计未来收回的可能性较小, 已于 2020 年末全额计提了坏账准备并进行了核销。

7、存货

(1) 存货规模情况

报告期各期末，公司存货账面价值分别为 5,494.74 万元、5,846.89 万元、6,224.18 万元和 8,128.73 万元，呈上升趋势，主要系报告期内公司生产规模不断扩大，规划产能不断增加，原材料采购量和年末储备量均有所增长，同时新增大宗客户业务，发出商品有所增加。

报告期各期末，公司存货情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 6 月末	2020 年末	2019 年末	2018 年末
存货账面价值	8,128.73	6,224.18	5,846.89	5,494.74
占流动资产比例	24.28%	18.40%	22.24%	25.87%
占资产总额比例	9.73%	8.74%	9.52%	9.97%

(2) 存货构成情况

报告期各期末，公司存货账面价值的构成如下：

单位：万元

项目	2021 年 6 月末		2020 年末		2019 年末		2018 年末	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
原材料及委托加工物资	4,379.91	53.88%	3,359.95	53.98%	2,873.09	49.14%	3,505.87	63.80%
在产品	326.10	4.01%	401.12	6.44%	556.38	9.52%	641.47	11.67%
库存商品	2,587.44	31.83%	1,902.66	30.57%	1,537.36	26.29%	1,347.41	24.52%
发出商品	835.28	10.28%	560.44	9.00%	880.06	15.05%	-	-
合计	8,128.73	100.00%	6,224.18	100.00%	5,846.89	100.00%	5,494.74	100.00%

公司生产经营主要有如下特点：1) 订单式生产销售模式，公司生产的定制衣柜、整体厨柜等产品均为高度定制化产品，具有产品种类多、原材料采购量大、完工后交付周期短等特点；2) 生产销售具有一定的季节性，每年 9 月至 12 月为公司整体销售旺季。

报告期内，受上述因素的影响，公司年末存货结构有如下特点：

1) 原材料及委托加工物资占比最大。为满足生产用料需求，公司提前采购原材料，以避免因集中紧急采购引致的成本增加，使得期末原材料及委托加工物

资库存金额较大。报告期各期末,公司原材料及委托加工物资占存货余额的比例分别为 63.80%、49.14%、53.98%和 53.88%。

2) 库存商品金额较大。报告期各期末,库存商品的金额分别为 1,347.41 万元、1,537.36 万元、1,902.66 万元和 2,587.44 万元,为存货构成中的另一主要部分,主要系根据客户订单生产完成待发货的产品,该类存货尚需根据客户的时间要求安排发货,库存商品金额有所增加是公司业务规模扩大带动下的正常增长所致。

3) 发出商品金额有所增加。2019 年末、2020 年末和 2021 年 6 月末,公司存货新增发出商品,主要系 2019 年度以来,公司拓展学校和房地产开发商等大宗客户,向其工程项目发出并安装部分产品,但年末尚未验收结算所致。

4) 在产品金额呈下降趋势。随着公司生产过程的信息化、智能化升级,公司生产管理水平持续改善,生产效率不断提升,在产品金额整体呈下降趋势。

(3) 存货跌价准备分析

报告期各期末,公司对存货按照成本与可变现净值孰低计量,对于存货因销售价格低于成本等原因导致成本高于可变现净值的部分,计提存货跌价准备。报告期各期末,公司存货跌价准备余额分别为 257.56 万元、222.16 万元、298.93 万元和 340.20 万元,具体情况如下:

单位:万元

项目	2021年6月末		2020年末		2019年末		2018 年末	
	账面余额	跌价准备	账面余额	跌价准备	账面余额	跌价准备	账面余额	跌价准备
原材料及委托加工物资	4,557.28	177.36	3,496.31	136.36	2,932.65	59.56	3,557.38	51.51
在产品	326.10	-	401.12	-	556.38	-	641.47	-
库存商品	2,750.28	162.84	2,065.23	162.57	1,699.95	162.60	1,553.46	206.05
发出商品	835.28	-	560.44	-	880.06	-	-	-
合计	8,468.94	340.20	6,523.11	298.93	6,069.05	222.16	5,752.30	257.56

公司存货管理较好,制定了较完善的存货管理制度,跌价计提政策制定合理,执行有效,并对残次冷背的存货及时进行处理。出于谨慎性考虑,公司对库龄一年以上的的外购成品等库存商品和一年以上未领用的原材料及委托加工物资全额

计提了跌价准备。

8、其他流动资产

报告期各期末，公司其他流动资产分别为 6,297.75 万元、303.42 万元、482.68 万元和 1,383.89 万元，具体构成如下：

单位：万元

项目	2021年6月末	2020年末	2019年末	2018年末
预缴税金	922.11	208.01	56.57	205.46
待摊费用	338.79	143.81	183.96	-
预付发行费用	64.53	56.60	-	-
待抵扣增值税进项税	58.46	74.25	62.89	32.29
理财产品	-	-	-	6,060.00
合计	1,383.89	482.68	303.42	6,297.75

2018 年末，公司其他流动资产主要为公司为提高资金使用效率而购买的期限短、风险低的银行理财产品。2019 年末、2020 年末和 2021 年 6 月末，公司其他流动资产主要为待摊费用和预缴企业所得税。

9、投资性房地产

报告期各期末，公司投资性房地产分别为 817.21 万元、947.38 万元、893.67 万元和 866.81 万元，占资产总额的比例分别为 1.48%、1.54%、1.25%和 1.04%，占比较低，具体情况如下：

单位：万元

项目	2021年6月末	2020年末	2019年末	2018年末
账面原值	1,131.48	1,131.48	1,131.48	923.64
累计折旧	264.67	237.82	184.10	106.43
账面价值	866.81	893.67	947.38	817.21

报告期各期末，公司投资性房地产系公司将重庆工厂暂时未使用的厂房对外出租形成。

10、固定资产

(1) 固定资产构成情况

报告期各期末，公司固定资产账面价值分别为 26,613.17 万元、25,722.95

万元、26,812.38万元和27,115.22万元，主要由房屋及建筑物、机器设备等构成；占资产总额的比例分别为48.27%、41.88%、37.65%和32.44%，占比呈下降趋势，具体情况如下：

单位：万元

项目	2021年6月末				
	账面原值	累计折旧	减值准备	账面价值	占比
房屋及建筑物	20,354.28	4,755.60	-	15,598.68	57.53%
机器设备	15,728.95	4,847.09	-	10,881.86	40.13%
运输设备	334.38	247.96	-	86.42	0.32%
办公及其他设备	1,232.35	684.09	-	548.26	2.02%
合计	37,649.95	10,534.73	-	27,115.22	100.00%
项目	2020年末				
	账面原值	累计折旧	减值准备	账面价值	占比
房屋及建筑物	20,354.28	4,272.25	-	16,082.03	59.98%
机器设备	14,156.23	4,129.75	-	10,026.48	37.39%
运输设备	334.38	226.56	-	107.82	0.40%
办公及其他设备	1,156.55	560.49	-	596.06	2.22%
合计	36,001.44	9,189.06	-	26,812.38	100.00%
项目	2019年末				
	账面原值	累计折旧	减值准备	账面价值	占比
房屋及建筑物	20,354.28	3,305.56	-	17,048.72	66.28%
机器设备	11,173.37	2,897.40	-	8,275.97	32.17%
运输设备	382.35	225.12	-	157.23	0.61%
办公及其他设备	675.38	434.35	-	241.03	0.94%
合计	32,585.37	6,862.43	-	25,722.95	100.00%
项目	2018年末				
	账面原值	累计折旧	减值准备	账面价值	占比
房屋及建筑物	20,562.12	2,362.82	-	18,199.31	68.38%
机器设备	10,382.34	2,348.60	-	8,033.75	30.19%
运输设备	336.78	190.41	-	146.37	0.55%
办公及其他设备	598.92	365.17	-	233.75	0.88%
合计	31,880.16	5,267.00	-	26,613.17	100.00%

(2) 固定资产变动情况

报告期各期末，公司固定资产变动情况如下：

单位：万元

类别	2021年6月末		2020年末		2019年末		2018年末
	金额	变动	金额	变动	金额	变动	金额
房屋及建筑物	15,598.68	-483.35	16,082.03	-966.69	17,048.72	-1,150.58	18,199.31
机器设备	10,881.86	855.38	10,026.48	1,750.51	8,275.97	242.22	8,033.75
运输设备	86.42	-21.40	107.82	-49.42	157.23	10.87	146.37
办公及其他设备	548.26	-47.80	596.06	355.03	241.03	7.28	233.75
合计	27,115.22	302.84	26,812.38	1,089.43	25,722.95	-890.22	26,613.17

报告期各期末，公司房屋及建筑物账面价值逐年下降系计提折旧导致；机器设备账面价值逐年增加，主要系随着公司销售规模的扩大，公司持续购置机器设备所致。

(3) 固定资产减值情况

报告期内，公司于各期末对固定资产进行逐项检查，未发现由于遭受毁损而不具备生产能力和转让价值、长期闲置或技术落后受淘汰等原因而需计提减值准备的情形，故不计提固定资产减值准备。

11、在建工程

报告期各期末，公司在建工程余额分别为 94.40 万元、803.33 万元、1,051.94 万元和 567.76 万元，占资产的比例分别为 0.17%、1.31%、1.48%和 0.68%，主要系待安装设备和厂房建设、改造等，具体构成情况如下：

单位：万元

工程名称	2021年6月末		2020年末		2019年末		2018年末
	原值	变动	原值	变动	原值	变动	原值
待安装设备	170.75	-226.20	396.95	-290.47	687.42	687.42	-
重庆工厂油漆房建设	-	-230.43	230.43	230.43	-	-	-
重庆工厂废气处理系统建设	-	-213.01	213.01	213.01	-	-	-

工程名称	2021年6月末		2020年末		2019年末		2018年末
	原值	变动	原值	变动	原值	变动	原值
广东工厂J车间改造	73.38	-138.17	211.55	95.81	115.74	115.74	-
展厅及办公室装修	323.63	323.63	-	-0.17	0.17	-94.23	94.40
合计	567.76	-484.18	1,051.94	248.61	803.33	708.93	94.40

2019年末、2020年末和2021年6月末，待安装设备金额分别为687.42万元、396.95万元和170.75万元，主要系广东工厂J车间改造购入尚未安装的机器设备。

公司于报告期各期末对各项在建工程进行检查，未发现存在因长期停建而需计提减值准备的情形，故未计提在建工程减值准备。

12、使用权资产

公司2021年1月1日起开始执行新租赁准则，将公司作为承租人在租赁期内使用租赁资产的权利计入使用权资产进行核算。2021年6月末，公司使用权资产构成情况如下：

单位：万元

项目	2021年6月末			
	成本	累计折旧	减值准备	账面价值
房屋及建筑物	12,690.30	943.11	-	11,747.19
运输设备	74.46	10.94	-	63.52
合计	12,764.76	954.05	-	11,810.71

报告期内，公司使用权资产主要由租赁的房屋及建筑物使用权构成，具体情况详见本招股说明书第六节之“五、发行人的主要固定资产及无形资产”之“（一）主要固定资产”。

13、无形资产

报告期各期末，公司无形资产分别为4,176.23万元、4,410.61万元、4,684.32万元和4,856.04万元，具体构成如下：

单位：万元

项目	2021年6月末				
	账面原值	累计摊销	减值准备	账面价值	占比
土地使用权	3,894.33	458.91	-	3,435.43	70.75%
软件	1,740.72	328.05	-	1,412.67	29.09%
专利权	9.43	1.49	-	7.94	0.16%
合计	5,644.49	788.45	-	4,856.04	100.00%
项目	2020年末				
	账面原值	累计摊销	减值准备	账面价值	占比
土地使用权	3,894.33	420.09	-	3,474.24	74.17%
软件	1,445.86	244.20	-	1,201.66	25.65%
专利权	9.43	1.02	-	8.41	0.18%
合计	5,349.63	665.31	-	4,684.32	100.00%
项目	2019年末				
	账面原值	累计摊销	减值准备	账面价值	占比
土地使用权	3,894.33	342.45	-	3,551.88	80.53%
软件	965.35	115.98	-	849.37	19.26%
专利权	9.43	0.08	-	9.36	0.21%
合计	4,869.12	458.51	-	4,410.61	100.00%
项目	2018年末				
	账面原值	累计摊销	减值准备	账面价值	占比
土地使用权	3,894.33	264.82	-	3,629.52	86.91%
软件	605.59	58.88	-	546.72	13.09%
专利权	-	-	-	-	-
合计	4,499.93	323.69	-	4,176.23	100.00%

报告期内，公司无形资产主要由土地使用权构成，具体情况详见本招股说明书第六节之“五、发行人的主要固定资产及无形资产”之“（二）主要无形资产”。

14、开发支出

报告期各期末，公司开发支出分别为0万元、192.24万元、452.46万元和381.15万元，系公司搭建内部管理使用的软件系统所形成，相关无形资产经济利益产生方式为内部自用，资本化的支出构成均为外购相关服务产生的费用，具体构成如下：

单位: 万元

项目	2021年 6月末	2020年末	2019年末	2018年末
AMS 智能制造信息化系统	349.12	254.78	-	-
造易解决之道定制家居软件	22.12	22.12	-	-
躺平智造平台与造易一体化项目	9.91	-	-	-
SRM 供应商关系管理平台软件	-	120.24	-	-
ESB 服务总线项目软件	-	33.96	-	-
OA 泛微协同商务软件	-	12.39	-	-
造易与 MDMS 软件对接开发项目	-	8.96	-	-
MDMS 数字化营销系统	-	-	179.38	-
百胜 E3 全渠道中台软件	-	-	7.69	-
造易 U 秀装修 AI 自动设计系统	-	-	5.17	-
合计	381.15	452.46	192.24	-

15、长期待摊费用

报告期各期末,长期待摊费用分别为1,429.96万元、1,410.27万元、1,403.95万元和1,243.78万元,其具体构成如下:

单位: 万元

项目	2021年6月末		2020年末		2019年末		2018年末	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
租赁展厅及办公室装修费	386.06	31.04%	593.19	42.25%	894.72	63.44%	462.09	32.31%
租赁车间改造费	514.76	41.39%	391.78	27.91%	372.77	26.43%	962.63	67.32%
设计软件服务费	203.42	16.36%	244.10	17.39%	-	-	-	-
服务器租赁费	139.53	11.22%	143.05	10.19%	142.78	10.12%	-	-
其他	-	-	31.82	2.27%	-	-	5.24	0.37%
合计	1,243.78	100.00%	1,403.95	100.00%	1,410.27	100.00%	1,429.96	100.00%

报告期内,公司的长期待摊费用主要系租赁车间改造费、租赁展厅及办公室装修费、软件服务等,在预计受益期间按直线法摊销。

16、递延所得税资产

报告期各期末,递延所得税资产余额分别为536.81万元、365.45万元、267.50万元和320.91万元,占资产比例分别为0.97%、0.60%、0.38%和0.38%,

占比较低。递延所得税资产主要是公司取得的与资产相关的政府补助计入递延收益、资产减值准备、预提费用及因计提可抵扣亏损引起所得税可抵扣暂时性差异所致，具体明细如下：

单位：万元

项目	2021年6月末	2020年末	2019年末	2018年末
递延收益	130.13	116.61	90.31	86.90
资产减值准备	101.69	84.30	174.63	102.34
预提费用	87.12	66.60	46.36	34.02
可抵扣亏损	1.97	-	37.33	313.55
未实现内部损益	-	-	16.82	-
合计	320.91	267.50	365.45	536.81

17、其他非流动资产

报告期各期末，公司其他非流动资产账面价值分别为 221.99 万元、1,278.77 万元、1,816.28 万元和 2,930.14 万元，主要系预先支付设备供应商的设备采购款。

(二) 负债构成情况及变动分析

报告期各期末，公司负债总额分别为 39,521.97 万元、34,947.39 万元、37,531.15 万元和 49,719.96 万元，具体情况如下：

单位：万元

项目	2021年6月末		2020年末		2019年末		2018年末	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
流动负债	37,320.61	75.06%	35,978.83	95.86%	23,398.58	66.95%	24,991.92	63.24%
短期借款	2,949.30	5.93%	-	-	-	-	-	-
应付账款	7,498.37	15.08%	6,802.96	18.13%	3,782.60	10.82%	4,174.26	10.56%
预收款项	-	-	-	-	10,352.75	29.62%	12,125.77	30.68%
合同负债	9,397.52	18.90%	10,759.14	28.67%	-	-	-	-
应付职工薪酬	2,558.46	5.15%	2,680.51	7.14%	2,441.02	6.98%	1,959.72	4.96%
应交税费	493.68	0.99%	893.86	2.38%	1,376.28	3.94%	2,640.61	6.68%
其他应付款	2,664.33	5.36%	2,443.66	6.51%	2,445.92	7.00%	2,091.56	5.29%
一年内到期的非流动负债	10,575.65	21.27%	11,000.00	29.31%	3,000.00	8.58%	2,000.00	5.06%

项目	2021年6月末		2020年末		2019年末		2018年末	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
其他流动负债	1,183.31	2.38%	1,398.69	3.73%	-	-	-	-
非流动负债	12,399.35	24.94%	1,552.32	4.14%	11,548.81	33.05%	14,530.05	36.76%
长期借款	-	-	-	-	11,000.00	31.48%	14,000.00	35.42%
租赁负债	10,795.72	21.71%	-	-	-	-	-	-
递延收益	867.53	1.74%	777.37	2.07%	452.94	1.30%	413.40	1.05%
递延所得税负债	736.10	1.48%	774.95	2.06%	95.87	0.27%	116.65	0.30%
负债合计	49,719.96	100.00%	37,531.15	100.00%	34,947.39	100.00%	39,521.97	100.00%

公司负债构成以流动性负债为主,系公司主要依靠自身盈利的积累实现规模扩张和资产积累,负债增加主要来自于生产经营过程中产生的应付账款、预收账款和应付职工薪酬等经营性流动负债。公司非流动负债规模相对较小,主要系长期银行借款和租赁负债。

报告期各期末,公司负债各主要项目的构成及变动分析如下:

1、短期借款

2021年6月末,公司短期借款金额为2,949.30万元,占负债总额的比例为5.93%,系公司向子公司玛格科技销售定制家居产品,玛格科技向公司开具银行承兑汇票支付款项,公司将相关票据进行贴现产生。

2、应付账款

(1) 应付账款规模及变动情况

报告期各期末,公司应付账款规模及变动情况如下表所示:

单位:万元

项目	2021年6月末	2020年末	2019年末	2018年末
应付账款账面价值	7,498.37	6,802.96	3,782.60	4,174.26
较上期末增长	10.22%	79.85%	-9.38%	-
占流动负债比例	20.09%	18.91%	16.17%	16.70%
占营业成本比例	28.60%	13.42%	7.58%	8.57%
营业成本同比增幅	-	1.58%	2.49%	-
营业收入同比增幅	-	1.82%	8.12%	-

随着业务规模的扩大,报告期各期末,公司应付账款账面价值总体呈上升趋势。其中,2019年末,公司应付账款账面价值较上年末下降391.66万元,主要系向零壹咨询支付了应付咨询服务费,具体参见本招股说明书“第七节 同业竞争与关联交易”之“五、报告期内的关联交易”;2020年末和2021年6月末,公司应付账款账面价值较上年末分别上升3,020.36万元和695.41万元,增幅分别为79.85%和10.22%,主要原因为公司在主营业务规模增长的情况下,采购规模增大,期末未结算货款增加。

(2) 应付账款账龄情况

报告期各期末,公司应付账款账龄主要在1年以内,占比分别为80.77%、99.32%、99.60%和99.63%,具体情况如下:

单位:万元

项目	2021年6月末		2020年末		2019年末		2018年末	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
1年以内	7,470.49	99.63%	6,775.86	99.60%	3,756.83	99.32%	3,371.70	80.77%
1年以上	27.89	0.37%	27.11	0.40%	25.78	0.68%	802.57	19.23%
合计	7,498.37	100.00%	6,802.96	100.00%	3,782.60	100.00%	4,174.26	100.00%

报告期内公司流动资金较为充裕,能够及时支付应付供应商的货款;2018年末,账龄在1年以上的应付账款占比为19.23%,主要系暂未向零壹咨询支付的咨询及培训服务费用。

(3) 应付账款前五名情况

单位:万元

项目	供应商名称	是否为关联方	期末应付账款余额	占应付账款的比例	款项性质
2021年6月末	大亚圣象家居股份有限公司	否	903.03	12.04%	材料采购款
	广西丰林木业集团股份有限公司	否	458.89	6.12%	材料采购款
	佛山市南海简佳铝业有限公司	否	422.16	5.63%	材料采购款
	成都大亚商贸有限公司	否	369.42	4.93%	材料采购款
	佛山市亚特办公家具有限公司	否	321.19	4.28%	材料采购款
	合计			2,474.69	33.00%
2020	大亚圣象家居股份有限公司	否	1,090.20	16.03%	材料采购款

项目	供应商名称	是否为关联方	期末应付账款余额	占应付账款的比例	款项性质
年末	广西丰林木业集团股份有限公司	否	355.33	5.22%	材料采购款
	佛山市南海简佳铝业有限公司	否	350.96	5.16%	材料采购款
	佛山市三水乐家居建材有限公司	否	317.38	4.67%	房租
	广东欣创新材料科技有限公司	否	304.11	4.47%	材料采购款
	合计			2,417.97	35.54%
2019年末	佛山市三水乐家居建材有限公司	否	274.36	7.25%	房租
	海蒂诗五金配件（上海）有限公司	否	244.71	6.47%	材料采购款
	广东欣创新材料科技有限公司	否	155.93	4.12%	材料采购款
	深圳市涂冠贸易有限公司	否	152.45	4.03%	材料采购款
	烟台安可洛澜橱柜有限公司	否	148.45	3.92%	材料采购款
	合计			975.90	25.80%
2018年末	零壹咨询	是	1,213.59	29.07%	咨询服务费
	海蒂诗五金配件（上海）有限公司	否	221.38	5.30%	材料采购款
	佛山市南海力简木业有限公司	否	184.49	4.42%	材料采购款
	佛山市三水乐家居建材有限公司	否	181.12	4.34%	房租
	广东粤山新材料科技有限公司	否	119.71	2.87%	材料采购款
	合计			1,920.29	46.00%

注：大亚圣象家居股份有限公司包括大亚木业（茂名）有限公司、大亚木业（江西）有限公司、大亚木业（江苏）有限公司、大亚木业（肇庆）有限公司、惠州市盛易木业有限公司等。

截至 2021 年 6 月末，公司应付账款余额中无持有公司 5%（含 5%）以上股份的股东或其他关联方的款项。

3、预收款项和合同负债

（1）预收账款和合同负债期末余额变动情况

根据销售结算政策，公司对经销商主要采用“先款后货”的方式进行销售货款结算，在收到经客户确认的销售订单和按照结算价格向客户收取全部货款后，根据订单组织生产，因此产生预收款项或合同负债。根据新收入准则，公司于 2020 年 1 月 1 日起将原计入预收款项（不含税部分）的货款重分类至合同负债。

报告期各期末，公司预收账款、合同负债及经销商销售收入情况如下：

单位: 万元

项目	2021年6月末		2020年末		2019年末		2018年末
	金额	变动比例	金额	变动比例	金额	变动比例	金额
预收账款	-	-	-	-	10,352.75	-14.62%	12,125.77
合同负债	9,397.52	-12.66%	10,759.14	-	-	-	-
合计	9,397.52	-12.66%	10,759.14	3.93%	10,352.75	-14.62%	12,125.77
项目	2021年6月末		2020年度		2019年度		2018年度
	金额	变动比例	金额	变动比例	金额	变动比例	金额
经销收入	40,192.62	-	79,849.09	-0.09%	79,918.92	7.86%	74,094.98
占比	11.69%	-	13.47%	-	12.95%	-	16.37%

注: 为保持数据可比性, 计算 2021 年 6 月末合同负债占经销收入比例时将经销收入进行年化。

根据上表所示, 报告期各期末, 公司预收账款或合同负债金额分别为 12,125.77 万元、10,352.75 万元、10,759.14 万元和 9,397.52 万元, 2018 年末至 2021 年 6 月末占经销收入比例分别为 16.37%、12.95%、13.47%和 11.69%, 变动幅度较小。

报告期内, 公司经销收入分别为 74,094.98 万元、79,918.92 万元、79,849.09 万元和 40,192.62 万元, 2019 年度和 2020 年度分别较上年度增长 7.86%和下降 0.09%, 2019 年末和 2020 年末, 公司预收账款或合同负债金额分别较上年末下降 14.62%和增长 3.93%。

2019 年末, 公司预收账款金额与经销收入变动趋势差异较大的主要原因为春节假期为公司的销售淡季, 公司年末所收到订单数量与次年初春节假期时间具有一定的关联性。2020 年春节时间相对较早(2019 年春节为 2019 年 2 月 5 日, 2020 年春节为 2020 年 1 月 25 日), 因此 2019 年末公司接到的订单数量较少, 相应收到经销商的预收账款金额有所减少。2020 年末, 公司合同负债金额较 2019 年末公司预收账款金额小幅增长, 主要系合同负债金额为不含税金额, 相应的待转销项税额调整至其他流动负债。

(2) 预收账款或合同负债前五大客户情况

单位：万元

项目	经销商名称	是否为关联方	期末预收账款/ 合同负债余额	占预收账款/ 合同负债的比例
2021 年6 月末	重庆一粟联创家居有限公司	否	174.82	1.86%
	高新区美唐家具经营部	否	150.14	1.60%
	达州市通川区西外新区金源建材经营部	否	110.07	1.17%
	誉墅品(上海)家居有限公司	否	109.11	1.16%
	绵阳市全成商贸有限公司	否	94.59	1.01%
	合计		638.74	6.80%
2020 年末	广州市谷柔家居用品有限公司	否	272.49	2.53%
	重庆一粟联创家居有限公司	否	200.06	1.86%
	誉墅品(上海)家居有限公司	否	150.25	1.40%
	高新区美唐家具经营部	否	133.86	1.24%
	无锡美特家建材有限公司	否	109.60	1.02%
	合计		866.26	8.05%
2019 年末	广州工商学院	否	954.22	9.22%
	高新区美唐家具经营部	否	174.41	1.68%
	宁波红平家居有限公司	否	174.28	1.68%
	重庆一粟联创家居有限公司	否	152.68	1.47%
	誉墅品(上海)家居有限公司	否	138.26	1.34%
	合计		1,593.86	15.40%
2018 年末	高新区美唐家具经营部	否	168.58	1.39%
	重庆一粟联创家居有限公司	否	167.87	1.38%
	宁波红平家居有限公司	否	152.58	1.26%
	北京远东奥鑫伟业贸易有限公司	否	124.73	1.03%
	张家港市杨舍镇塘市大洋家居商行	否	119.71	0.99%
	合计		733.47	6.05%

注：重庆一粟联创家居有限公司包括重庆一粟联创家居有限公司和南岸区柒玖木地板经营部，均为欧亚琴实际控制的企业。

截至2021年6月末，合同负债中无预收持有公司5%（含5%）以上股份的股东或其他关联方的款项。

4、应付职工薪酬

公司应付职工薪酬余额主要为年末尚未发放给员工的工资、奖金、津贴和补贴。报告期各期末，公司应付职工薪酬金额分别为 1,959.72 万元、2,441.02 万元、2,680.51 万元和 2,558.46 万元，占负债总额比例分别为 4.96%、6.98%、7.14%和 5.15%。2019 年末和 2020 年末，公司应付职工薪酬金额分别较上年末增加 481.29 万元和 239.49 万元，增幅分别为 24.56%和 9.81%，主要原因为随着公司经营规模扩大及经营业绩增长，公司员工人数持续增长，工资奖金随之上升；2021 年 6 月末，公司应付职工薪酬金额与 2020 年末较为接近，不存在重大差异。报告期内，公司不存在拖欠员工薪酬福利的情况。

5、应交税费

报告期各期末，公司应交税费余额分别为 2,640.61 万元、1,376.28 万元、893.86 万元和 493.68 万元，公司应交税费明细情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 6 月末	2020 年末	2019 年末	2018 年末
增值税	356.37	655.38	521.33	1,383.88
个人所得税	74.21	148.78	108.92	127.27
城市维护建设税	31.25	46.56	36.52	52.62
教育费附加	22.32	33.25	26.08	37.58
企业所得税	-	-	670.62	1,030.97
其他	9.54	9.89	12.81	8.30
合计	493.68	893.86	1,376.28	2,640.61

报告期各期末，公司应交税费主要是增值税、企业所得税和代扣代缴个人所得税等。

6、其他应付款

报告期各期末，公司其他应付款金额分别为 2,091.56 万元、2,445.92 万元、2,443.66 万元和 2,664.33 万元，主要为公司向经销商收取的保证金及公司采购机器设备应付供应商的款项。

报告期各期末，公司其他应付款构成如下：

单位：万元

项目	2021年6月末	2020年末	2019年末	2018年末
保证金	2,119.99	2,042.49	1,853.96	1,592.12
应付长期资产款	393.21	247.71	326.11	226.35
其他	151.12	153.46	265.85	273.09
合计	2,664.33	2,443.66	2,445.92	2,091.56

报告期内，公司其他应付款期末余额中存在应付持有公司 5%（含 5%）以上股份的股东或其他关联方的款项，具体参见本招股说明书“第七节 同业竞争与关联交易”之“五、报告期内的关联交易”之“（三）关联方应收应付”。

7、一年内到期的非流动负债

报告期各期末，公司一年内到期的非流动负债分别为 2,000.00 万元、3,000.00 万元、11,000.00 万元和 10,575.65 万元，占负债总额比例分别为 5.06%、8.58%、29.31%和 21.27%，主要为一年内到期的长期借款，具体情况如下：

单位：万元

项目	2021年6月末	2020年末	2019年末	2018年末
一年内到期的长期借款	9,000.00	11,000.00	3,000.00	2,000.00
一年内到期的租赁负债	1,575.65	-	-	-
合计	10,575.65	11,000.00	3,000.00	2,000.00

8、其他流动负债

2020 年末和 2021 年 6 月末，其他流动负债金额分别为 1,398.69 万元和 1,183.31 万元，主要系公司自 2020 年 1 月 1 日起执行新收入准则，将与商品销售和提供劳务有关的预收账款不含税交易价款重分类至合同负债，相应的待转销项税额调整至其他流动负债。

9、长期借款

报告期各期末，公司长期借款系长期银行借款，余额分别为 14,000 万元、11,000 万元、0 万元和 0 万元。

10、租赁负债

2021年6月末,公司租赁负债余额为10,795.72万元,系公司2021年度根据新租赁准则新增的科目,为公司尚未支付的租赁付款额的现值。

11、递延收益

报告期各期末,递延收益分别为413.40万元、452.94万元、777.37万元和867.53万元,主要系与资产相关的政府补贴未分摊的部分。报告期各期末,递延收益的具体明细如下:

1) 2021年1-6月递延收益变动明细

单位:万元

项目	期初余额	本期增加	本期计入其他收益金额	本期计入营业外收入金额	期末余额	与资产相关/与收益相关
工业和信息化专项资金	287.60	-	20.48	-	267.12	资产相关
省级促进经济发展专项资金	239.36	86.10	17.41	-	308.05	资产相关
工业企业技术改造项目	177.62	21.14	13.63	-	185.13	资产相关
促进经济高质量发展专项资金	72.79	-	5.46	-	67.33	资产相关
挥发性有机物治理补贴	-	39.90	-	-	39.90	资产相关
合计	777.37	147.14	56.99	-	867.53	-

2) 2020年递延收益变动明细

单位:万元

项目	期初余额	本期增加	本期计入其他收益金额	本期计入营业外收入金额	期末余额	与资产相关/与收益相关
工业和信息化专项资金	223.70	101.00	37.11	-	287.60	资产相关
省级促进经济发展专项资金	145.53	113.86	20.03	-	239.36	资产相关
促进经济高质量发展专项资金	83.71	-	10.92	-	72.79	资产相关
工业企业技术改造项目	-	181.64	4.02	-	177.62	资产相关
合计	452.94	396.50	72.07	-	777.37	-

3) 2019 年递延收益变动明细

单位: 万元

项目	期初余额	本期增加	本期计入其他收益金额	本期计入营业外收入金额	期末余额	与资产相关/与收益相关
工业和信息化专项资金	248.88	-	25.18	-	223.70	资产相关
省级促进经济发展专项资金	164.51	-	18.98	-	145.53	资产相关
促进经济高质量发展专项资金	-	86.34	2.63	-	83.71	资产相关
合计	413.40	86.34	46.80	-	452.94	-

4) 2018 年递延收益变动明细

单位: 万元

项目	期初余额	本期增加	本期计入其他收益金额	本期计入营业外收入金额	期末余额	与资产相关/与收益相关
工业和信息化专项资金	-	251.80	2.92	-	248.88	资产相关
省级促进经济发展专项资金	-	169.02	4.50	-	164.51	资产相关
合计	-	420.82	7.42	-	413.40	-

12、递延所得税负债

报告期各期末, 递延所得税负债分别为 116.65 万元、95.87 万元、774.95 万元和 736.10 万元, 主要系由价值在 500 万元以下的固定资产一次性税前扣除所产生的应纳税暂时性差异形成。

(三) 股东权益构成分析

报告期内, 公司股东权益构成及变动情况如下:

单位: 万元

项目	2021 年 6 月末	2020 年末	2019 年末	2018 年末
股本	7,500.00	7,500.00	7,416.73	7,157.14
资本公积	10,350.61	10,149.82	9,278.05	7,692.86
盈余公积	348.67	348.67	158.15	-
未分配利润	15,654.66	15,688.37	9,616.55	758.58
归属于母公司所有者	33,853.94	33,686.86	26,469.48	15,608.58

项目	2021年6月末	2020年末	2019年末	2018年末
权益合计				
少数股东权益	-	-	-	-
所有者权益合计	33,853.94	33,686.86	26,469.48	15,608.58

报告期内，公司业务规模不断扩大、盈利能力持续提升，股东权益总额呈增长的态势。

报告期各期末，公司盈余公积和未分配利润的变动系因按公司章程的规定计提盈余公积、按公司股东会决议执行各期的利润分配政策及整体变更时未分配利润折股。报告期内，公司进行了3次利润分配，2019年9月现金分红1,000万元，2020年7月现金分红3,000万元，2021年5月现金分红3,000万元。

(四) 相关财务指标分析

1、偿债能力分析

(1) 公司偿债能力指标分析

报告期内，公司偿债能力指标如下：

财务指标	2021年6月末	2020年末	2019年末	2018年末
流动比率(倍)	0.90	0.94	1.12	0.85
速动比率(倍)	0.68	0.77	0.87	0.63
资产负债率(合并口径)	59.49%	52.70%	56.90%	71.69%
财务指标	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
息税折旧摊销前利润(万元)	7,075.42	16,112.22	16,597.83	13,277.59
利息保障倍数(倍)	6.52	15.60	13.65	9.07

报告期各期末，公司流动比率分别为0.85、1.12、0.94和0.90，速动比率分别为0.63、0.87、0.77和0.68，其中2020年末和2021年6月末，公司流动比率、速动比率有所下降，主要系期末分别有11,000万元和9,000万元长期银行借款将于1年到期，划分为一年内到期的非流动负债。

报告期各期末，公司合并口径资产负债率分别为71.69%、56.90%、52.70%和59.49%。其中，2018年末至2020年末，公司合并口径资产负债率呈下降趋势，主要系随着公司规模不断扩大、业绩向好发展，资产结构不断优化；2021

年6月末,根据新租赁准则,公司将租赁固定资产作为使用权资产列报,将尚未支付的租赁付款额的现值作为租赁负债和一年内到期的非流动负债列报,公司合并口径资产负债率有所上升。

2018年度至2019年度,公司息税折旧摊销前利润和利息保障倍数大幅提高,主要系2019年度公司利润总额大幅提高,同时利息支出较上年度减少所致。2020年度,公司息税折旧摊销前利润略有下降,利息保障倍数稳定增加,主要系公司利润总额略有下降,同时利息支出较上年度继续减少所致。

报告期内,公司货币资金充足,不存在影响日常运营的偿债风险。公司不存在对正常生产经营活动有重大影响的或有负债,面临的债务偿还风险较低。

综上所述,公司经营状况良好,具备较强的偿债能力。公司信用状况良好,未发生过无法偿还到期债务的情形。

(2) 同行业可比公司对比分析

报告期内,公司偿债能力指标与同行业可比公司比较如下:

1) 流动比率

公司名称	2021年6月末	2020年末	2019年末	2018年末
尚品宅配	1.37	1.36	1.47	1.61
顶固集创	1.45	1.40	2.02	2.40
志邦家居	1.21	1.37	1.61	1.91
金牌厨柜	1.24	1.19	1.39	1.15
好莱客	1.42	1.36	3.17	2.70
皮阿诺	2.53	2.48	2.13	2.57
我乐家居	1.28	1.43	1.45	1.51
欧派家居	1.25	1.39	1.97	1.33
索菲亚	1.36	1.49	1.69	1.68
平均值	1.46	1.50	1.88	1.87
本公司	0.90	0.94	1.12	0.85

数据来源:根据同行业可比公司公开披露的定期报告或招股说明书计算得出。

2) 速动比率

公司名称	2021年6月末	2020年末	2019年末	2018年末
尚品宅配	0.98	0.99	1.15	1.36
顶固集创	1.13	1.12	1.63	1.83
志邦家居	1.00	1.19	1.42	1.73
金牌厨柜	1.03	1.00	1.17	0.95
好莱客	1.00	0.99	2.94	2.56
皮阿诺	2.28	2.20	1.79	2.21
我乐家居	1.17	1.30	1.24	1.33
欧派家居	1.12	1.26	1.71	1.13
索菲亚	1.21	1.37	1.55	1.54
平均值	1.21	1.27	1.62	1.63
本公司	0.68	0.77	0.87	0.63

数据来源：根据同行业可比公司公开披露的定期报告或招股说明书计算得出。

3) 资产负债率（合并口径）

单位：%

公司名称	2021年6月末	2020年末	2019年末	2018年末
尚品宅配	50.25	43.82	42.50	42.74
顶固集创	47.36	44.90	33.52	26.45
志邦家居	51.29	46.03	37.68	32.76
金牌厨柜	44.04	47.39	54.64	46.81
好莱客	44.47	44.88	30.62	19.72
皮阿诺	34.00	35.83	37.98	30.75
我乐家居	52.17	43.44	38.96	35.85
欧派家居	43.25	36.71	35.47	32.01
索菲亚	43.88	39.07	30.35	31.41
平均值	45.63	42.45	37.97	33.17
本公司	59.49	52.70	56.90	71.69

数据来源：根据同行业可比公司公开披露的定期报告或招股说明书计算得出。

如上表所示，公司的偿债能力指标低于同行业可比公司平均水平，主要原因系公司以经销商模式收入为主，大宗业务模式收入占比较低，因此受“先款后货”的结算模式的影响程度大于同行业可比公司平均水平，预收账款和合同负债规模

较大。

报告期各期末，本公司及可比公司预收账款（合同负债）与应收账款对比情况、预收账款（合同负债）占营业收入比例如下表：

公司名称	2021年6月末		2020年末	
	合同负债/应收账款	合同负债/营业收入	合同负债/应收账款	合同负债/营业收入
尚品宅配	7.53	33.49%	13.21	20.09%
顶固集创	0.28	11.25%	0.36	5.56%
志邦家居	3.65	24.86%	3.99	12.12%
金牌厨柜	5.86	31.15%	6.64	13.10%
好莱客	2.71	28.43%	2.51	17.74%
皮阿诺	0.73	17.10%	1.29	9.89%
我乐家居	1.12	33.80%	1.07	13.25%
欧派家居	3.02	28.72%	2.54	10.39%
索菲亚	0.89	18.14%	0.94	9.50%
平均值	2.87	25.22%	3.62	12.41%
本公司	8.00	22.56%	35.18	12.81%
公司名称	2019年末		2018年末	
	预收账款/应收账款	预收账款/营业收入	预收账款/应收账款	预收账款/营业收入
尚品宅配	23.75	18.16%	55.11	19.11%
顶固集创	0.18	2.87%	0.28	3.29%
志邦家居	1.09	12.48%	2.71	15.48%
金牌厨柜	7.95	14.25%	9.21	13.91%
好莱客	4.63	5.95%	7.86	5.08%
皮阿诺	0.26	5.87%	0.99	6.82%
我乐家居	1.11	16.70%	1.49	13.06%
欧派家居	2.35	8.57%	4.59	11.09%
索菲亚	0.78	7.08%	1.32	7.31%
平均值	4.68	10.21%	9.28	10.57%
本公司	12.88	12.55%	10.33	15.90%

由上表可知，2018年末至2020年末，公司“预收账款（合同负债）/应收账款”、“预收账款（合同负债）/营业收入”比例均高于同行业公司平均水平；

2021年6月末,公司“预收账款(合同负债)/应收账款”比例高于同行业公司平均水平,“预收账款(合同负债)/营业收入”比例接近同行业公司平均水平,“先款后货”结算方式对公司期末财务指标的影响比同行业可比公司更加显著。

2、资产周转能力分析

(1) 公司资产周转能力指标分析

报告期内,公司资产周转能力指标如下:

财务指标	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
应收账款周转率(次)	56.26	151.31	83.41	73.51
存货周转率(次)	3.65	8.40	8.80	7.84
流动资产周转率(次)	1.24	2.79	3.47	3.69

注1:应收账款周转率=营业收入/(期初应收账款账面价值+期末应收账款账面价值)×2;

注2:存货周转率=营业成本/(期初存货账面价值+期末存货账面价值)×2;

注3:流动资产周转率=营业收入/(期初流动资产账面价值+期末流动资产账面价值)×2。

报告期内,公司针对经销商模式,主要采用先款后货的结算模式,公司应收账款金额较少,公司应收账款周转率处于较高水平,且持续提升;报告期内,公司存货金额随着经营规模的扩大而增加,公司存货周转率保持稳定;2020年度,公司经营活动现金净流量随着业务规模扩大而快速增长,公司货币资金和流动资产数额快速增长,导致流动资产周转率有所下降。

(2) 同行业可比公司对比分析

报告期内,公司资产周转能力指标与同行业可比公司比较如下:

1) 应收账款周转率

公司名称	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
尚品宅配	26.45	84.28	184.82	505.97
顶固集创	3.00	6.17	7.58	9.91
志邦家居	15.48	16.89	12.42	22.06
金牌厨柜	21.63	58.51	66.64	80.04
好莱客	9.70	23.87	105.08	198.04
皮阿诺	5.40	6.78	7.32	13.64
我乐家居	3.55	8.01	9.02	13.23

公司名称	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
欧派家居	11.88	26.93	35.12	53.94
索菲亚	5.01	10.89	13.97	23.20
平均值	11.34	26.92	49.11	102.22
本公司	56.26	151.31	83.41	73.51

数据来源：根据同行业可比公司公开披露的定期报告或招股说明书计算得出。

报告期内，经销商模式收入占公司主营业务收入比重的96%以上，公司针对该模式主要采用先款后货的结算方式，因此公司应收账款周转率处于较高水平，其中2018年度，公司应收账款周转率仅低于尚品宅配、好莱客和金牌厨柜，远高于其他同行业可比公司；2019年度、2020年度和2021年1-6月，公司应收账款周转率远高于同行业平均水平。

2) 存货周转率

公司名称	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
尚品宅配	2.18	4.95	6.15	7.75
顶固集创	1.83	3.68	3.93	4.30
志邦家居	3.04	8.74	9.85	9.87
金牌厨柜	3.02	6.55	6.64	6.84
好莱客	1.45	3.62	12.85	20.57
皮阿诺	2.13	3.85	4.84	5.54
我乐家居	4.65	9.20	8.08	10.65
欧派家居	5.92	11.58	11.65	9.91
索菲亚	4.87	12.74	15.01	15.48
平均值	3.23	7.21	8.78	10.10
本公司	3.65	8.40	8.80	7.84

数据来源：根据同行业可比公司公开披露的定期报告或招股说明书计算得出。

2018年度，公司存货周转率低于同行业平均水平；2019年度、2020年度和2021年1-6月，随着公司存货管理水平的不断提高，公司存货周转率与同行业可比公司的平均水平保持一致。

(3) 流动资产周转率

公司名称	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
尚品宅配	0.93	1.80	1.97	1.90
顶固集创	0.58	1.09	1.36	1.75
志邦家居	0.74	1.79	1.71	1.37
金牌厨柜	0.69	1.55	1.71	1.77
好莱客	0.63	1.06	1.38	1.40
皮阿诺	0.34	0.76	1.13	1.03
我乐家居	0.67	1.77	1.90	1.67
欧派家居	0.86	2.01	2.53	2.54
索菲亚	0.72	1.65	1.97	2.01
平均值	0.68	1.50	1.74	1.71
本公司	1.24	2.79	3.47	3.69

如上表所示,报告期内,公司流动资产周转率显著优于同行业可比公司的平均水平。

(五) 公司持有的交易性金融资产、可供出售金融资产及其他财务性投资情况

截至2021年6月末,除8,057.93万元短期银行理财产品外,公司未持有以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产、可供出售金融资产、借与他人款项、委托理财等财务性投资。

二、盈利能力分析

(一) 营业收入分析

公司专业从事全屋定制家居产品研发、设计、生产、销售及服务,主要产品包括定制衣柜、室内木门、整体厨柜等。报告期内,公司的营业收入分别为76,265.01万元、82,459.78万元、83,960.19万元和41,663.49万元,其中,2019年度和2020年度,本公司营业收入分别较上年同期增长8.12%和1.82%。

报告期内,公司营业收入具体如下:

单位: 万元

项目	2021年1-6月		2020年度	
	金额	占比	金额	占比
主营业务收入	40,927.10	98.23%	82,472.07	98.23%
其他业务收入	736.39	1.77%	1,488.12	1.77%
合计	41,663.49	100.00%	83,960.19	100.00%
项目	2019年度		2018年度	
	金额	占比	金额	占比
主营业务收入	81,184.40	98.45%	74,950.33	98.28%
其他业务收入	1,275.38	1.55%	1,314.69	1.72%
合计	82,459.78	100.00%	76,265.01	100.00%

报告期内,公司主营业务收入分别为74,950.33万元、81,184.40万元、82,472.07万元和40,927.10万元,其中,2018年度至2020年度保持平稳增长;公司主营业务收入占营业收入的比例分别为98.28%、98.45%、98.23%和98.23%,主营业务突出。

报告期内,公司其他业务收入分别为1,314.69万元、1,275.38万元、1,488.12万元和736.39万元,主要为向经销商收取的培训服务费和设计软件使用费等。随着公司经营规模的不断扩大,公司其他业务收入呈增长趋势。

1、按产品类别分析主营业务收入

报告期内,公司主营业务收入按产品类别列示如下:

单位: 万元

项目	2021年1-6月		2020年度		2019年度		2018年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
定制衣柜	36,090.66	88.18%	72,215.76	87.56%	72,500.37	89.30%	70,775.70	94.43%
室内木门	1,924.32	4.70%	3,478.64	4.22%	4,023.72	4.96%	3,031.79	4.05%
整体厨柜	2,140.18	5.23%	4,457.29	5.40%	3,067.97	3.78%	-	-
其他	771.94	1.89%	2,320.37	2.81%	1,592.34	1.96%	1,142.84	1.52%
合计	40,927.10	100.00%	82,472.07	100.00%	81,184.40	100.00%	74,950.33	100.00%

报告期内,公司定制衣柜收入分别为70,775.70万元、72,500.37万元、72,215.76万元和36,090.66万元,占比在87%以上,是公司最重要的收入来源。

报告期内,公司室内木门产品收入分别为 3,031.79 万元、4,023.72 万元、3,478.64 万元和 1,924.32 万元,占主营业务收入比例分别为 4.05%、4.96%、4.22%和 4.70%,保持稳定。

报告期内,公司整体厨柜产品销售收入占主营业务收入比例分别为 0%、3.78%、5.40%和 5.23%,整体厨柜作为公司实现“全屋定制”战略规划的重要一环,2019 年度、2020 年度和 2021 年 1-6 月收入分别为 3,067.97 万元、4,457.29 万元和 2,140.18 万元,其中 2020 年度较 2019 年度增加 45.28%,是公司新的收入增长点。目前,公司整体厨柜产品生产规模有限,未来市场潜力较大。

报告期内,其他产品主要系搭配公司定制衣柜、室内木门等产品销售的沙发等配套宅品,收入分别为 1,142.84 万元、1,592.34 万元、2,320.37 万元和 771.94 万元,保持稳定增长趋势;收入占比均在 3%以下,占比较低。

2、按区域列示主营业务收入分析

报告期内,公司主营业务收入按区域构成情况如下:

单位:万元

项目	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
华东	15,074.52	36.83%	29,862.43	36.21%	27,810.34	34.26%	22,946.49	30.62%
西南	9,593.56	23.44%	19,292.35	23.39%	20,695.47	25.49%	21,410.33	28.57%
华中	5,478.83	13.39%	12,140.55	14.72%	13,013.83	16.03%	12,517.61	16.70%
华南	4,126.28	10.08%	9,134.94	11.08%	7,168.76	8.83%	5,937.75	7.92%
西北	2,667.42	6.52%	5,079.57	6.16%	5,054.38	6.23%	4,863.36	6.49%
华北	2,881.63	7.04%	5,048.14	6.12%	5,109.95	6.29%	5,075.89	6.77%
东北	1,104.85	2.70%	1,914.08	2.32%	2,331.66	2.87%	2,198.89	2.93%
合计	40,927.10	100.00%	82,472.07	100.00%	81,184.40	100.00%	74,950.33	100.00%

报告期内,公司产品的销售区域主要集中在华东、西南区域,来自上述地区的销售收入占公司主营业务收入的比重近 60%。华东区域主要包括长三角地区,是国内主要的区域发展中心之一,随着公司不断拓展当地市场,华东区域销售收入和占比不断提高;西南区域主要包括重庆和四川地区,为公司总部所在区域,客户基础良好,销售收入保持稳定,占比略有下降。

3、按销售模式分析主营业务收入

报告期内，公司主营业务收入分销售模式的销售金额和构成比例如下：

单位：万元

项目	2021年1-6月		2020年度		2019年度		2018年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
经销商模式	40,192.62	98.21%	79,849.09	96.82%	79,918.92	98.44%	74,094.98	98.86%
大宗业务模式	734.48	1.79%	2,622.97	3.18%	1,265.48	1.56%	855.35	1.14%
合计	40,927.10	100.00%	82,472.07	100.00%	81,184.40	100.00%	74,950.33	100.00%

如上表所示，经销商模式是公司最主要的销售模式，在主营业务收入中占比最高。

(1) 经销商模式

在长期发展过程中，公司建立了遍布全国的营销服务网络，随着“玛格”整体品牌价值的不断提升，公司经销商体系不断扩大。报告期内，公司通过经销商实现的销售收入分别为 74,094.98 万元、79,918.92 万元、79,849.09 万元和 40,192.62 万元，呈增长趋势，其中 2018 年度至 2020 年度的复合增长率为 3.81%。

报告期内，公司经销商数量和单个经销商平均销售额如下表所示：

项目	2021年1-6月		2020年度		2019年度		2018年度
	数量/金额	增长率	数量/金额	增长率	数量/金额	增长率	数量/金额
经销商模式销售收入(万元)	40,192.62	-	79,849.09	-0.09%	79,918.92	7.86%	74,094.98
期末经销商数量(个)	685	2.09%	671	9.46%	613	9.66%	559
单个经销商平均销售额(万元)	59.28	-	124.38	-8.80%	136.38	-1.16%	137.98

注：单个经销商平均销售额=经销商模式销售收入/(期初经销商数量+期末经销商数量)
*2

2019 年度和 2020 年度，公司对单个经销商的平均销售额分别为 136.38 万元和 124.38 万元，分别同比下降 1.16%和 8.80%，主要系公司经销商营销网络不断扩大，新增经销商的经营期限不满一年，销售潜力尚未得到释放所致。

报告期内，公司前十大经销商及公司对其主营业务收入金额情况如下：

单位：万元

期间	序号	经销商名称	销售金额	占经销商模式销售收入比重
2021年1-6月	1	重庆一粟联创家居有限公司	795.67	1.98%
	2	高新区美唐家具经营部	712.14	1.77%
	3	广州市谷柔家居用品有限公司	691.04	1.72%
	4	无锡美特家建材有限公司	470.49	1.17%
	5	誉墅品（上海）家居有限公司	459.66	1.14%
	6	绵阳市全成商贸有限公司	423.82	1.05%
	7	杭州慕谷家居有限公司	419.42	1.04%
	8	天府新区成都片区华阳探美家具经营部	357.89	0.89%
	9	宁波红平家居有限公司	328.93	0.82%
	10	张家港市杨舍镇塘市大洋家居商行	305.16	0.76%
			合计	4,964.24
2020年度	1	重庆一粟联创家居有限公司	1,469.56	1.84%
	2	高新区美唐家具经营部	1,294.60	1.62%
	3	誉墅品（上海）家居有限公司	1,201.95	1.51%
	4	广州市谷柔家居用品有限公司	1,190.25	1.49%
	5	无锡美特家建材有限公司	1,017.72	1.27%
	6	宁波红平家居有限公司	956.46	1.20%
	7	绵阳市全成商贸有限公司	914.98	1.15%
	8	杭州慕谷家居有限公司	736.97	0.92%
	9	合肥庐阳区慧仁居建材经营部	661.01	0.83%
	10	天府新区成都片区华阳探美家具经营部	654.75	0.82%
			合计	10,098.23
2019年度	1	重庆一粟联创家居有限公司	1,379.60	1.73%
	2	高新区美唐家具经营部	1,292.67	1.62%
	3	广州市谷柔家居用品有限公司	1,057.80	1.32%
	4	誉墅品（上海）家居有限公司	999.96	1.25%
	5	宁波红平家居有限公司	835.79	1.05%
	6	绵阳市全成商贸有限公司	810.91	1.01%
	7	达州市通川区西外新区金源建材经营部	627.30	0.78%
	8	无锡美特家建材有限公司	603.23	0.75%

期间	序号	经销商名称	销售金额	占经销商模式销售收入比重
	9	盐城市盐都区新区翟志萍家具经营部	572.96	0.72%
	10	昌江区木森家居馆	524.90	0.66%
	合计		8,705.12	10.89%
2018年度	1	高新区美唐家具经营部	1,450.58	1.96%
	2	绵阳市全成商贸有限公司	804.23	1.09%
	3	重庆一粟联创家居有限公司	693.64	0.94%
	4	广州市谷柔家居用品有限公司	670.03	0.90%
	5	萍乡经济技术开发区睿创全屋定制生活馆	625.35	0.84%
	6	达州市通川区西外新区金源建材经营部	593.86	0.80%
	7	涪陵区皓缘家具经营部	577.25	0.78%
	8	郑州市郑东新区天恩家居店	546.15	0.74%
	9	常州万事顺家居有限公司	546.08	0.74%
	10	旌阳区美邦乐建材经营部	545.11	0.74%
	合计		7,052.29	9.52%

报告期内，公司前十大经销商销售占经销商模式销售收入比例分别为 9.52%、10.89%、12.65%及 12.35%，占比较低。

（2）大宗业务销售模式

公司在完善经销商销售网络的同时，不断拓展大宗用户市场，主要面向房地产开发商和学校等客户，针对其开发销售的精装商品房楼盘或校区提供定制家居产品。报告期内，该项业务销售收入占主营业务收入比例分别为 1.14%、1.56%、3.18%和 1.79%，占比较低。其中，2019 年度和 2020 年度大宗业务销售收入分别同比增长 47.95%和 107.27%，未来公司将在严格把握客户和回款风险的前提下，持续稳健开拓大宗业务，拓宽收入增长空间。

4、按季度列示主营业务收入分析

报告期内，公司的主营业务收入存在明显的季节性特征，下半年的销售收入相对较高，2018 年度至 2020 年度，下半年销售收入占全年销售收入的比例分别为 56.44%、59.25%和 63.90%，其中，第四季度为全年销售收入最高的季节。

报告期内，公司各季度的主营业务收入情况如下：

单位: 万元

项目	2021年1-6月		2020年度		2019年度		2018年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
第一季度	16,884.87	41.26%	10,482.26	12.71%	14,310.48	17.63%	14,022.81	18.71%
第二季度	24,042.23	58.74%	19,289.50	23.39%	18,771.74	23.12%	18,627.41	24.85%
第三季度	-	-	23,292.65	28.24%	21,943.34	27.03%	21,075.24	28.12%
第四季度	-	-	29,407.66	35.66%	26,158.85	32.22%	21,224.88	28.32%
合计	40,927.10	100.00%	82,472.07	100.00%	81,184.40	100.00%	74,950.33	100.00%

公司销售收入的季节性与居民商品房购置和交房时间及旧房二次装修时间有关。公司根据多年的经营经验,合理安排销售、生产计划,降低季节性对销售收入及现金流量稳定性的影响,公司主营业务收入的季节性特征对公司经营业绩和持续盈利能力不构成重大不利影响。

5、第三方回款情况

报告期内,发行人第三方回款金额分别为 19,301.13 万元、14,522.75 万元、11,294.12 万元和 3,815.40 万元,占营业收入比例分别为 25.31%、17.61%、13.45%和 9.16%;其中主要代付方为经销商法定代表人/实际控制人及其直系亲属,回款金额分别为 17,338.53 万元、13,724.99 万元、10,554.40 万元和 3,506.13 万元,占营业收入比例分别为 22.73%、16.64%、12.57%和 8.42%;其他方回款金额分别为 1,962.60 万元、797.76 万元、739.71 万元和 309.27 万元,占营业收入比例分别为 2.57%、0.97%、0.88%和 0.74%,金额及占比极低。

报告期内,公司第三方回款情况如下:

单位: 万元

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
第三方回款金额	3,815.40	11,294.12	14,522.75	19,301.13
其中:经销商法定代表人/实际控制人及其直系亲属回款	3,506.13	10,554.40	13,724.99	17,338.53
其他方回款	309.27	739.71	797.76	1,962.60
营业收入	41,663.49	83,960.19	82,459.78	76,265.01
第三方回款占营业收入比例	9.16%	13.45%	17.61%	25.31%
其中:经销商法定代表人/实际	8.42%	12.57%	16.64%	22.73%

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
控制人及其直系亲属回款占营业收入比例				
其他方回款占营业收入比例	0.74%	0.88%	0.97%	2.57%

公司一般采用“先款后货”的货款结算方式，客户通常在公司账户存有一定额度的资金，当下单金额大于所存资金时，则需预先补足所存资金。公司经销商多为家庭经营及合伙经营的模式，在实际付款过程中，基于付款便利性的考虑，存在部分经销商法定代表人/实际控制人及其直系亲属、门店员工、合伙人等代为付款的情况。因此，公司第三方回款情况系实际销售业务活动产生，具有商业合理性。

报告期内，公司对经销商回款进行了规范，并建立了严格的内控制度，规定客户委托第三方回款均需签署书面委托书，列明第三方户名及银行账号等重要信息，且公司定期与客户进行对账。报告期内，公司第三方回款金额及比例不断降低。

(二) 营业成本构成及变动分析

1、营业成本分析

报告期内，公司营业成本构成情况如下：

单位：万元

项目	2021年1-6月		2020年度		2019年度		2018年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
主营业务成本	25,934.15	98.92%	50,159.16	98.96%	49,373.75	98.95%	48,088.57	98.78%
其他业务成本	283.93	1.08%	525.60	1.04%	522.91	1.05%	595.17	1.22%
合计	26,218.07	100.00%	50,684.76	100.00%	49,896.66	100.00%	48,683.74	100.00%

报告期内，公司主营业务成本占营业成本的比重在 98%以上，与公司的收入结构保持一致，符合公司业务特征。报告期内，公司的其他业务成本主要为培训服务员工薪酬、设计软件摊销等，占营业成本比例较低。

2、按成本类型列示主营业务成本分析

报告期内，公司主营业务成本按成本类型构成明细如下：

单位：万元

项目	2021年1-6月		2020年度		2019年度		2018年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
直接材料	17,647.12	68.05%	35,570.38	70.92%	34,137.31	69.14%	32,994.20	68.61%
直接人工	4,188.60	16.15%	7,567.46	15.09%	8,117.14	16.44%	8,424.50	17.52%
制造费用	3,939.13	15.19%	6,748.49	13.45%	7,119.31	14.42%	6,669.87	13.87%
运输费用	159.30	0.61%	272.83	0.54%	-	-	-	-
合计	25,934.15	100.00%	50,159.16	100.00%	49,373.75	100.00%	48,088.57	100.00%

报告期内，公司主营业务成本结构较为稳定，其中，直接材料为最主要的构成部分，占比在 70%左右，直接材料采购结构和价格变动对公司生产成本和主营业务成本将产生较大影响。

报告期内，人工成本占主营业务成本的比例分别为 17.52%、16.44%、15.09%和 16.15%，呈下降趋势。2019 年度，公司直接人工较 2018 年度下降 307.36 万元，主要系随着生产过程信息化、智能化升级，公司对人工成本控制更加精确，同时受天津工厂停产影响，公司生产人员数量有所下降所致；2020 年度，受新冠疫情影响，公司全面恢复生产的时间晚于以前年度，生产人员工资总额略有下降，同时由于疫情因素，国家发布减免企业社会保险费的普遍性政策，公司社保费用有所下降，直接人工金额及占比有所下降；2021 年 1-6 月，随着国家减免企业社会保险费的普遍性政策的取消，公司社保费用回升，直接人工占有上升。

报告期内，制造费用占主营业务成本的比例分别为 13.87%、14.42%、13.45%和 15.19%，较为稳定。其中 2019 年度较 2018 年度，公司制造费用增加 449.43 万元，主要系随着公司产品产量提升，生产辅助部门的员工人数较上年大幅增加，制造费用中工资薪酬增加所致；2020 年度较 2019 年度下降 370.81 万元，主要由于疫情因素，国家发布减免企业社会保险费的普遍性政策，制造费用中社保费用有所下降，同时由疫情导致的停工期间内发生的职工薪酬、设备折旧均计入管理费用所致；2021 年 1-6 月，随着国家减免企业社会保险费的普遍性政策的取消，公司社保费用回升，同时公司广东工厂于 2020 年底及 2021 年新增两条生产线，折旧相应增加，制造费用占比有所上升。

2020 年 1 月 1 日起，公司执行财政部于 2017 年颁布的《企业会计准则第

14号——收入（修订）》，将销售产品所产生的运费作为履约成本在营业成本中核算，故2020年度和2021年1-6月，公司成本中新增运输费用272.83万元和159.30万元。

3、按产品类别列示主营业务成本分析

报告期内，公司主营业务成本按产品类别构成情况如下：

单位：万元

项目	2021年1-6月		2020年度		2019年度		2018年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
定制衣柜	21,789.76	84.54%	42,206.93	84.61%	43,069.71	87.23%	44,832.49	93.23%
室内木门	1,871.92	7.26%	3,083.42	6.18%	3,290.50	6.66%	2,360.63	4.91%
整体橱柜	1,524.39	5.91%	2,809.87	5.63%	1,829.73	3.71%	-	-
其他	588.78	2.28%	1,786.11	3.58%	1,183.81	2.40%	895.45	1.86%
合计	25,774.85	100.00%	49,886.33	100.00%	49,373.75	100.00%	48,088.57	100.00%

注：为保持数据可比性，2020年度和2021年1-6月按产品列示的主营业务成本构成未考虑运输费用的影响

报告期内，公司主营业务成本随着主营业务收入上升，各产品占主营业务成本的比重与其收入占主营业务收入的比重基本一致。

4、主要原材料和能源采购数量及采购价格

报告期内，公司主要原材料和能源采购数量及采购价格详见本招股说明书“第六节 业务和技术”之“四、发行人主营业务的具体情况”之“（五）发行人主要原材料和能源的供应情况”。

（三）毛利率变动分析

1、营业毛利分析

报告期内，公司营业毛利及综合业务毛利率情况如下：

单位：万元

项目	2021年1-6月		2020年度		2019年度		2018年度	
	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率
主营业务	14,992.96	36.63%	32,312.91	39.18%	31,810.65	39.18%	26,861.76	35.84%
其他业务	452.46	61.44%	962.52	64.68%	752.47	59.00%	719.51	54.73%

项目	2021年1-6月		2020年度		2019年度		2018年度	
	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率
合计	15,445.42	37.07%	33,275.43	39.63%	32,563.12	39.49%	27,581.27	36.17%

报告期内，公司营业毛利主要由主营业务贡献，公司主营业务毛利分别为26,861.76万元、31,810.65万元、32,312.91万元和14,992.96万元，主营业务毛利率分别为35.84%、39.18%、39.18%和36.63%，其中2018年度至2020年度呈增长趋势；2021年1-6月，毛利率有所下降。

报告期内，公司其他业务毛利分别为719.51万元、752.47万元、962.52万元和452.46万元，其他业务毛利率分别为54.73%、59.00%、64.68%和61.44%，呈增长趋势，主要系毛利率较高的设计软件使用费收入逐年增长所致。

2、主营业务毛利率分析

报告期内，公司主营业务毛利率分别为35.84%、39.18%、39.51%和37.02%⁶，其中定制衣柜产品为公司最重要的利润来源，其毛利率变动是主营业务毛利率变动的主要原因。2018年度至2020年度，随着公司定制衣柜销售规模的不断扩大和毛利率的提高，公司主营业务毛利率总体呈上升趋势；2021年1-6月，由于广东工厂分别于2020年底及2021年新增一条生产线，主营业务成本中制造费用有所上升，公司主营业务毛利率略有下降。

报告期内，公司各类别产品毛利及毛利率具体情况如下：

单位：万元

项目	2021年1-6月		2020年度		2019年度		2018年度	
	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率
定制衣柜	14,300.90	39.62%	30,008.83	41.55%	29,430.66	40.59%	25,943.21	36.66%
室内木门	52.41	2.72%	395.22	11.36%	733.22	18.22%	671.16	22.14%
整体厨柜	615.79	28.77%	1,647.42	36.96%	1,238.24	40.36%	-	-
其他	183.16	23.73%	534.26	23.02%	408.53	25.66%	247.38	21.65%
合计	15,152.25	37.02%	32,585.74	39.51%	31,810.65	39.18%	26,861.76	35.84%

⁶ 公司自2020年1月1日起执行新收入准则，将运输费用调整至营业成本，为保持报告期内口径统一以及便于比较，计算2020年度及2021年1-6月毛利及毛利率时，营业成本中未包含运输费用的金额。以下毛利率分析均按照上述标准进行。

3、各产品毛利率变动分析

(1) 定制衣柜产品毛利率变动情况分析

报告期内，公司定制衣柜产品毛利率分别为 36.66%、40.59%、41.55%和 39.62%，其中 2018 年度至 2020 年度呈增长趋势，2021 年 1-6 月略有下降。报告期内，公司定制衣柜产品销量、收入、单位产品价格、单位产品成本及对毛利率变动的影响情况如下：

项目	2021 年 1-6 月			2020 年度		
	数量/金额	变动幅度	对毛利率变动百分点的影响	数量/金额	变动幅度	对毛利率变动百分点的影响
销量(套)	86,095	-	-	171,901	-0.65%	-
收入(万元)	36,090.66	-	-	72,215.76	-0.39%	-
单位产品价格(元/套)	4,191.96	-0.22%	-0.13	4,201.01	0.26%	0.15
单位产品成本(元/套)	2,530.90	3.08%	-1.80	2,455.30	-1.36%	0.81
其中：直接材料(元/套)	1,730.50	0.25%	-0.10	1,726.12	2.05%	-0.83
直接人工(元/套)	409.12	7.44%	-0.67	380.79	-9.74%	0.98
制造费用(元/套)	391.27	12.31%	-1.02	348.39	-7.29%	0.65
项目	2019 年度			2018 年度		
	数量/金额	变动幅度	对毛利率变动百分点的影响	数量/金额		
销量(套)	173,031	3.68%	-	166,890		
收入(万元)	72,500.37	2.44%	-	70,775.70		
单位产品价格(元/套)	4,190.02	-1.20%	-0.71	4,240.86		
单位产品成本(元/套)	2,489.13	-7.34%	4.65	2,686.35		
其中：直接材料(元/套)	1,691.47	-6.88%	2.95	1,816.52		
直接人工(元/套)	421.89	-12.98%	1.48	484.80		
制造费用(元/套)	375.77	-2.41%	0.22	385.03		

2019 年度，定制衣柜产品的销量和收入同步上升，产品单价下降 1.20%；2020 年度，定制衣柜产品的销量下降 0.65%，收入下降 0.39%，产品单价上升

0.26%；2021年1-6月，定制衣柜产品的产品单价下降0.22%。报告期内，定制衣柜产品单位产品价格基本保持稳定，影响定制衣柜产品毛利率变动的因素主要系单位产品成本的变动，具体原因如下：

1) 单位产品耗用原材料金额的变动

报告期内，公司生产定制衣柜产品所用主要原材料采购价格基本保持稳定。2019年度，通过优化排产计划、余料粘合等生产过程的改进，公司生产单套定制衣柜产品所耗用直接材料的成本较上年下降6.88%，从而使得定制衣柜产品毛利率上升2.95个百分点。2020年度和2021年1-6月，由于产品结构有所变化，生产单套定制衣柜产品所耗用直接材料的成本较上年分别上升2.05%和0.25%，从而使得定制衣柜产品毛利率下降0.83和0.10个百分点。

2) 单位产品耗用人工成本的变动

2019年度，随着公司销售规模提升，定制衣柜产品产量相应增长，同时生产过程信息化、智能化升级，单位产品所需耗用的人工成本较上年下降12.98%，使毛利率较上年上升1.48个百分点；2020年度，公司定制衣柜产量保持稳定，因疫情期间社保公积金减免政策影响，单位产品所需耗用的人工成本较上年下降9.74%，使毛利率较上年上升0.98个百分点；2021年1-6月，随着社保公积金减免政策的取消，单位产品所需耗用的人工成本较上年回升7.44%，使毛利率较上年下降0.67个百分点。

3) 单位产品分摊制造费用的变动

2019年度，随着公司产销规模提升，公司单套定制衣柜产品分摊制造费用较上年下降2.41%，使毛利率较上年上升0.22个百分点；2020年度，随着天津工厂停产，厂房和生产设备折旧大幅减少，同时受疫情期间社保公积金减免政策影响，单套定制衣柜产品分摊制造费用较上年下降7.29%，使毛利率较上年上升0.65个百分点；2021年1-6月，随着社保公积金减免政策的取消及新车间投入生产，单位产品所需耗用的制造费用较上年回升12.31%，使毛利率较上年下降1.02个百分点。

(2) 室内木门产品毛利率变动情况分析

报告期内，公司室内木门产品毛利率分别为22.14%、18.22%、11.36%和

2.72%，呈下降趋势。报告期内，公司室内木门产品销量、收入、单位产品价格、单位产品成本及对毛利率变动的的影响情况如下：

项目	2021年1-6月			2020年度		
	数量/金额	变动幅度	对毛利率变动百分点的影响	数量/金额	变动幅度	对毛利率变动百分点的影响
销量(套)	4,748	-	-	7,533	-9.88%	-
收入(万元)	1,924.32	-	-	3,478.64	-13.55%	-
单位产品价格(元/套)	4,052.92	-12.23%	-11.90	4,617.87	-4.07%	-3.60
单位产品成本(元/套)	3,942.54	-3.68%	3.26	4,093.22	3.98%	-3.26
其中：直接材料(元/套)	2,068.85	-16.91%	9.12	2,489.78	-11.60%	6.79
直接人工(元/套)	1,014.78	5.69%	-1.18	960.11	41.31%	-5.83
制造费用(元/套)	858.92	33.51%	-4.67	643.33	46.06%	-4.21
项目	2019年度			2018年度		
	数量/金额	变动幅度	对毛利率变动百分点的影响	数量/金额		
销量(套)	8,359	36.41%	-	6,128		
收入(万元)	4,023.72	32.72%	-	3,031.79		
单位产品价格(元/套)	4,813.64	-2.70%	-2.21	4,947.44		
单位产品成本(元/套)	3,936.48	2.19%	-1.70	3,852.20		
其中：直接材料(元/套)	2,816.56	-3.19%	1.88	2,909.49		
直接人工(元/套)	679.45	24.79%	-2.73	544.49		
制造费用(元/套)	440.46	10.61%	-0.85	398.22		

1) 销售价格的变动

报告期内，公司为了提高室内木门产品产销规模并占领市场，开发了多款经济型产品，以上产品制作工艺相对简单，单位成本较低，销售占比逐年上升，使室内木门产品平均单价呈下降趋势。2019年度、2020年度和2021年1-6月，单位室内木门产品销售价格分别较上年下降2.70%、4.07%和12.23%，使室内

木门产品毛利率分别下降 2.21、3.60 和 11.90 个百分点。

2) 单位产品耗用直接材料、直接人工和制造费用金额的变动

报告期内，室内木门产品单位产品耗用直接材料呈下降趋势，直接人工和制造费用呈上升趋势，主要系公司室内木门产品生产模式由 OEM 模式逐步转为自产模式，并分别于 2020 年底及 2021 年初新增生产线生产室内木门，生产耗用的人工成本和分摊的制造费用增加。

2019 年度、2020 年度和 2021 年 1-6 月，单位室内木门产品耗用直接材料分别较上年下降 3.19%、11.60%和 16.91%，使室内木门产品毛利率上涨 1.88、6.79 和 9.12 个百分点；单位室内木门产品耗用直接人工分别较上年上涨 24.79%、41.31%和 5.69%，使室内木门产品毛利率下降 2.73、5.83 和 1.18 个百分点；单位室内木门产品耗用制造费用分别较上年上涨 10.61%、46.06%和 33.51%，使室内木门产品毛利率下降 0.85、4.21 和 4.67 个百分点。

(3) 整体厨柜产品毛利率变动情况分析

2019 年度、2020 年度和 2021 年 1-6 月，公司整体厨柜产品毛利率分别为 40.36%、39.96%和 28.77%，呈下降趋势。报告期内，公司厨柜产品销量、收入、单位产品价格、单位产品成本及对毛利率变动的情况如下：

项目	2021 年 1-6 月			2020 年度			2019 年度
	数量/金额	变动幅度	对毛利率变动百分点的影响	数量/金额	变动幅度	对毛利率变动百分点的影响	数量/金额
销量(套)	4,542	-	-	9,970	32.00%	-	7,553
收入(万元)	2,140.18	-	-	4,457.29	45.28%	-	3,067.97
单位产品价格(元/套)	4,711.97	5.40%	3.83	4,470.70	10.06%	6.34	4,061.92
单位产品成本(元/套)	3,356.21	19.09%	-12.03	2,818.32	16.34%	-9.74	2,422.52
其中：直接材料(元/套)	2,636.82	16.43%	-8.32	2,264.76	27.29%	-11.95	1,779.21
直接人工(元/套)	381.54	32.46%	-2.09	288.03	-10.80%	0.86	322.89
制造费用(元/套)	337.86	27.24%	-1.62	265.52	-17.13%	1.35	320.42

1) 销售价格的变动

报告期内，公司整体厨柜产品单价逐年上升，主要系公司以大宗业务模式销售的整体厨柜产品占比逐年升高，房地产开发商等大宗业务客户采购产品时一般采用招投标方式，公司面向不同客户销售的产品类别和价格有所差异。其中 2019 年度，公司向大宗业务客户销售的产品主要为板式产品，单价相对较低；2020 年度和 2021 年 1-6 月，公司向大宗业务客户销售的产品主要为实木产品，单价相对较高。

2) 单位产品耗用直接材料、直接人工和制造费用金额的变动

报告期内，整体厨柜单位产品耗用直接材料呈上升趋势，主要系公司面向房地产开发商等大宗业务客户销售的产品类别有所区别，其中 2019 年度，公司向大宗业务客户销售的产品主要为板式产品，2020 年度和 2021 年 1-6 月，公司向大宗业务客户销售的产品主要为实木产品，实木产品耗用直接材料高于板式产品。

2020 年度，因疫情期间社保公积金减免政策以及天津工厂停产的影响，单位产品所需耗用的人工成本和制造费用较上年下降 10.80%和 17.13%，使毛利率较上年上升 0.86 个百分点和 1.35 个百分点；2021 年 1-6 月，随着社保公积金减免政策的取消及广东工厂新车间的投产，单位产品所需耗用的直接人工和制造费用较上年回升 32.46%和 27.24%，使毛利率较上年下降 2.09 和 1.62 个百分点。

4、同行业可比公司毛利率分析

报告期内，公司主营业务毛利率与同行业可比公司主营业务毛利率的比较如下：

公司名称	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
尚品宅配	34.60%	33.14%	41.76%	42.59%
顶固集创	32.97%	34.17%	37.98%	37.40%
志邦家居	36.99%	38.92%	38.53%	36.49%
金牌厨柜	26.79%	31.88%	34.99%	38.16%
好莱客	34.84%	37.65%	40.77%	40.52%

公司名称	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
皮阿诺	33.35%	34.13%	36.03%	35.95%
我乐家居	40.95%	42.44%	43.83%	37.40%
欧派家居	36.50%	34.70%	35.82%	38.30%
索菲亚	32.35%	36.50%	37.17%	37.52%
平均值	34.34%	35.95%	38.54%	38.26%
本公司	36.63%	39.18%	39.18%	35.84%

数据来源：同行业可比公司公开披露的定期报告或招股说明书。

注：2020年度和2021年半年度报告中，同行业可比公司将与履约相关的运输费用计入营业成本，为保持数据可比性，上表中公司2020年度和2021年1-6月的毛利率考虑了运输费用的影响。

报告期内，公司主营业务毛利率与各可比公司存在一定的差异，主要是由于各同行业可比公司在产品结构、市场竞争程度、销售规模等方面存在差异。

其中，公司定制衣柜产品毛利率与同行业可比公司衣柜产品毛利率的比较如下：

公司名称	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
尚品宅配	-	-	-	-
顶固集创	35.26%	32.98%	38.84%	37.72%
志邦家居	33.17%	33.40%	31.62%	29.97%
金牌厨柜	26.69%	29.65%	26.83%	18.89%
好莱客	37.36%	40.53%	43.79%	41.85%
皮阿诺	-	-	-	-
我乐家居	-	-	-	-
欧派家居	38.14%	39.95%	39.91%	41.97%
索菲亚	37.96%	40.44%	40.49%	40.03%
平均值	34.76%	36.16%	36.91%	35.07%
本公司	39.62%	41.55%	40.59%	36.66%

数据来源：同行业可比公司公开披露的定期报告或招股说明书，其中尚品宅配、皮阿诺、我乐家居未在定期报告或招股说明书中披露衣柜产品的毛利率情况。

报告期内，由于公司定制衣柜产品主要面向中高端客户，产品定制化程度较高，毛利率高于同行业可比公司衣柜产品，且定制衣柜收入占公司主营业务收入的比例87%以上，系公司最重要的收入来源。

(四) 报告期内利润主要来源及可能影响发行人盈利能力持续性和稳定性的主要因素

1、报告期内利润的主要来源

报告期内，公司实现的利润主要来自于营业利润，而营业利润主要来源于主营业务。报告期内，主营业务毛利占综合毛利的比例分别为 97.39%、97.69%、97.11%和 97.07%，占比均达 97%以上，其中，定制衣柜产品销售毛利贡献了综合毛利的 94.06%、90.38%、90.18%和 92.59%，是公司利润的主要来源。

报告期内，公司利润的主要构成如下：

单位：万元

项目	2021年1-6月		2020年度		2019年度		2018年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
主营业务毛利	14,992.96	97.07%	32,312.91	97.11%	31,810.65	97.69%	26,861.76	97.39%
定制衣柜	14,300.90	92.59%	30,008.83	90.18%	29,430.66	90.38%	25,943.21	94.06%
室内木门	52.41	0.34%	395.22	1.19%	733.22	2.25%	671.16	2.43%
整体厨柜	615.79	3.99%	1,647.42	4.95%	1,238.24	3.80%	-	-
其他	23.86	0.15%	261.44	0.79%	408.53	1.25%	247.38	0.90%
其他业务毛利	452.46	2.93%	962.52	2.89%	752.47	2.31%	719.51	2.61%
综合毛利	15,445.42	100.00%	33,275.43	100.00%	32,563.12	100.00%	27,581.27	100.00%
营业利润	3,572.46	99.91%	11,646.39	99.40%	12,178.49	99.54%	9,334.04	101.35%
营业外收支净额	3.18	0.09%	70.07	0.60%	56.86	0.46%	-123.88	-1.35%
利润总额	3,575.64	100.00%	11,716.45	100.00%	12,235.36	100.00%	9,210.16	100.00%

注 1：上表中“主营业务毛利”与“其他业务毛利”占比为其在“综合毛利”中占比，“营业利润”与“营业外收支净额”占比为其在利润总额中占比；

注 2：公司自 2020 年 1 月 1 日起执行新收入准则，将运输费用调整至营业成本，为保持申报期内统一口径以及便于比较，分产品分析 2020 年度和 2021 年 1-6 月毛利及占比时将运输费用计入其他产品。

2、可能影响发行人盈利能力持续性和稳定性的主要因素

公司管理层认为，根据目前的经营模式和生产、销售能力，本公司在未来几年内可以保持盈利能力的持续性与稳定性，同时下列因素可能对公司长远稳定发展产生重要影响：

（1）市场需求的稳步增长

1) 定制家居行业的发展与我国房地产行业发展状况密切相关。据亿欧数据显示，2019年我国存量房装修套数达680万套，同比增长6.25%，在整体房屋装修市场中的占比从2014年的30.6%增长至2019年的33.6%，未来仍将继续维持增长态势，为定制家居产品提供了广泛的市场基础。

2) 我国正处于婚育适龄人口高峰和城市化进程加速相结合的阶段，大量婚育人口对首次购房和改善性住房存在刚性需求，同时大量转入城镇居住的原农村居民也需要新购住房。这些社会因素也为整体家居产品市场提供了广泛的消费群体。

3) 随着社会经济总量和人民生活水平的提高，我国居民的住房条件得到明显改善，对生活空间的品味和环保要求不断提升，改善原有居住环境的家庭二次装修需求也日益突出，定制家居产品的市场潜力巨大。

（2）产品与服务的持续创新

自成立以来，公司一直非常重视技术和服务的持续创新，不断推陈出新，每年均推出多款新型产品。定制家居行业的快速成长和相对较低的进入门槛吸引了越来越多的竞争者加入，在愈加激烈的市场竞争中，各企业的竞争焦点已集中到企业的品牌影响力和产品创新力方面，其关键就在于技术与服务的持续创新。目前，公司的创新机制健全，产品研发战略清晰，未来将继续不断地推出受市场和消费者青睐的新型产品，不断提高公司的销售规模和市场占有率。

（3）市场开拓和销售网络管理能力

突出的市场开拓能力和卓越的销售网络管理能力是公司销售收入持续增长、利润水平不断提高的重要保证。经过多年来对销售网络的精耕细作，公司已建立完善的经销商管理制度，获得了成功的市场开拓和渠道建设经验，有力地实现了对销售网络的管控和优化，同时显著提升了经销商运营能力销售能力。报告期内，公司的经销商数量由2018年末的559家增至2021年6月末的685家，同时公司不断完善营销网络布局，为公司销售规模的进一步扩大和经营业绩的持续增长提供了坚实的渠道支持。

本次募集资金投资项目的实施，将突破制约公司发展的产能瓶颈，进一步提

高公司的生产制造能力、信息化管理能力和一体化运作水平,同时有效支持产品技术和服务的持续创新,扩大市场占有率,增强核心竞争力,并使公司在未来继续保持较强的盈利能力。

(五) 经营成果变化趋势分析

1、营业收入、营业成本、税金及附加分析

单位:万元

项目	2021年1-6月		2020年度		2019年度		2018年度
	金额	增幅	金额	增幅	金额	增幅	金额
营业收入	41,663.49	-	83,960.19	1.82%	82,459.78	8.12%	76,265.01
营业成本	26,218.07	-	50,684.76	1.58%	49,896.66	2.49%	48,683.74
税金及附加	468.51	-	879.65	-13.87%	1,021.34	1.52%	1,006.07

(1) 营业收入分析

报告期内,公司实现的营业收入分别为76,265.01万元、82,459.78万元、83,960.19万元和41,663.49万元,其中,2018年度至2020年度呈逐年增长趋势,年均复合增长率为4.92%;公司营业收入的增加主要来自于主营业务,具体分析请参见本节之“二、盈利能力分析”之“(一)营业收入分析”。

(2) 营业成本分析

随着公司营业收入的增长,营业成本也有相应幅度的上升。2019年度和2020年度,营业成本分别较上年增长2.49%和1.58%,主要系随着公司产量上升,公司原材料采购成本增加所致;年均复合增长率为2.03%,略低于营业收入的年均复合增长率。报告期内,公司的综合毛利率分别为36.17%、39.49%、39.63%和37.07%,2018年度至2020年度呈上升趋势,2021年1-6月略有下降,具体分析请参见本节之“二、盈利能力分析”之“(三)毛利率变动分析”。

(3) 税金及附加分析

报告期内,公司税金及附加构成如下:

单位: 万元

项目	2021年1-6月		2020年度		2019年度		2018年度
	金额	增幅	金额	增幅	金额	增幅	金额
城市维护建设税	169.42	-	346.07	-10.59%	387.04	-0.71%	389.79
教育费附加	121.01	-	247.10	-10.62%	276.46	-0.71%	278.42
房产税	107.86	-	161.41	-25.18%	215.74	-2.10%	220.37
印花税	32.07	-	66.65	3.44%	64.43	86.62%	34.53
其他	38.15	-	58.42	-24.79%	77.67	-6.39%	82.97
合计	468.51	-	879.65	-13.87%	1,021.34	1.52%	1,006.07

报告期内,公司税金及附加主要为城市维护建设税、教育费附加和房产税等,其中城市维护建设税和教育费附加分别根据当期应交增值税的7%和5%计算缴纳。

报告期内,公司增值税计缴情况如下表所示:

单位: 万元

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
期初余额	655.38	521.33	1,383.88	478.78
本期应交税额	2,334.08	4,921.98	5,462.17	5,659.69
本期已交税额	2,633.10	4,787.93	6,324.71	4,754.59
期末余额	356.37	655.38	521.33	1,383.88

2019年度和2020年度,公司城市维护建设税和教育费附加较上一年减少,主要系由于2019年4月以来,随着国家调整增值税率,公司应交增值税减少,城市维护建设税和教育费附加同步减少。

其他税费主要包括土地使用税、环境保护税、车船使用税等,总体金额较小。

2、期间费用分析

报告期内,公司期间费用情况如下:

单位: 万元

项目	2021年1-6月		2020年度		2019年度		2018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	金额	占营业收入比例
销售费用	5,987.44	14.37%	10,763.94	12.82%	10,146.04	12.30%	9,294.03	12.19%

项目	2021年1-6月		2020年度		2019年度		2018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	金额	占营业收入比例
管理费用	3,148.88	7.56%	6,900.16	8.22%	6,297.48	7.64%	5,276.85	6.92%
研发费用	1,860.99	4.47%	3,377.04	4.02%	2,095.07	2.54%	1,377.62	1.81%
财务费用	526.58	1.26%	622.07	0.74%	831.47	1.01%	1,099.74	1.44%
合计	11,523.89	27.66%	21,663.22	25.80%	19,370.06	23.49%	17,048.25	22.35%

报告期内，本公司与同行业公司期间费用率比较情况如下：

公司名称	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
尚品宅配	33.47%	31.81%	33.61%	36.53%
顶固集创	24.50%	30.14%	28.55%	27.10%
志邦家居	27.60%	26.25%	25.55%	22.59%
金牌厨柜	23.66%	21.65%	24.55%	27.29%
好莱客	19.64%	22.90%	22.22%	21.03%
皮阿诺	16.11%	15.89%	20.32%	21.98%
我乐家居	34.34%	25.16%	29.64%	25.97%
欧派家居	17.88%	18.81%	20.85%	22.15%
索菲亚	21.78%	19.39%	20.39%	20.25%
平均值	24.33%	23.56%	25.08%	24.99%
本公司	27.66%	25.80%	23.49%	22.35%

报告期内，公司期间费用占营业收入比重有所上升，与同行业公司平均水平接近。公司加大营销布局、努力提升服务质量，不断加大研发投入、加强新产品开发，同时在管理上精益求精、提高管理效率。总体而言，公司期间费用管理较好，有效支持公司的业绩增长。

(1) 销售费用

1) 销售费用明细分析

报告期内，公司销售费用主要由职工薪酬、广告宣传费、营销服务费、差旅费等组成，前述四项费用合计占当年销售费用的比例分别为 84.88%、86.77%、89.32%和 89.98%，具体情况如下：

单位: 万元

项目	2021年1-6月		2020年度		2019年度		2018年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
职工薪酬	3,457.12	57.74%	5,963.00	55.40%	5,348.62	52.72%	4,789.21	51.53%
广告宣传费	985.32	16.46%	1,808.49	16.80%	1,503.14	14.82%	1,548.88	16.67%
营销服务费	480.18	8.02%	1,150.68	10.69%	1,187.58	11.70%	929.16	10.00%
差旅费	465.00	7.77%	692.14	6.43%	764.17	7.53%	621.63	6.69%
租赁与物业费	174.80	2.92%	371.72	3.45%	305.66	3.01%	379.96	4.09%
办公费及其他	104.08	1.74%	212.17	1.97%	186.58	1.84%	287.85	3.10%
折旧与摊销费	84.45	1.41%	196.01	1.82%	203.84	2.01%	237.10	2.55%
业务招待费	110.05	1.84%	125.96	1.17%	154.75	1.53%	56.92	0.61%
物流费	50.51	0.84%	91.94	0.85%	480.07	4.73%	443.33	4.77%
股份支付费用	75.91	1.27%	151.83	1.41%	11.64	0.11%	-	-
合计	5,987.44	100.00%	10,763.94	100.00%	10,146.04	100.00%	9,294.03	100.00%

如上表所示,报告期内,公司定制家居产品主要面向国内市场销售,销售人员薪酬、广告宣传费及营销服务费较高,且随着市场竞争的不断加剧而逐年增长。但公司的销售政策较为完善,费用支出控制较为合理,销售费用占营业收入比例相对稳定,销售费用使用效率较高。

2) 销售费用同行业比较

报告期内,公司销售费用率与同行业可比公司的比较如下:

公司名称	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
尚品宅配	25.21%	24.28%	27.16%	29.49%
顶固集创	11.62%	15.51%	13.64%	12.36%
志邦家居	15.35%	14.93%	15.62%	13.72%
金牌厨柜	12.80%	11.78%	15.91%	18.43%
好莱客	8.95%	10.89%	13.52%	14.74%
皮阿诺	9.72%	8.59%	14.16%	13.73%
我乐家居	23.15%	18.07%	22.22%	17.10%
欧派家居	7.63%	7.78%	9.68%	10.23%

公司名称	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
索菲亚	10.10%	9.17%	9.96%	9.58%
平均值	13.84%	13.44%	15.76%	15.49%
本公司	14.37%	12.82%	12.30%	12.19%

如上表所示, 2018年度至2020年度, 公司销售费用率低于同行业公司的平均水平, 主要系公司通过多年的积累和投入, 已在定制家居市场拥有较高的行业地位、品牌知名度、美誉度和市场影响力, 公司在合理制定营销策略的同时有效控制销售费用支出。另外, 公司主要采用经销商销售模式进行产品销售, 根据公司与经销商签署的约定, 公司在销售定价过程中为经销商保有合理的利润空间, 经销商需负责在经销区域内进行品牌宣传, 有效控制了公司的销售费用支出。2021年1-6月, 公司销售费用率上升至略高于同行业公司的平均水平, 主要系为进行业务拓展, 公司销售人员所有增加, 销售人员职工薪酬上升。报告期内, 公司销售费用率与顶固集创、志邦家居、金牌厨柜的销售费用率较为接近。

(2) 管理费用

1) 管理费用明细分析

报告期内, 公司管理费用主要为职工薪酬、折旧摊销费用、咨询服务费和租赁与物业费, 前述四项费用合计占当年管理费用的比例分别为88.21%、90.13%、90.57%和89.39%, 具体情况如下:

单位: 万元

项目	2021年1-6月		2020年度		2019年度		2018年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
职工薪酬	1,489.03	47.29%	2,915.26	42.25%	2,607.69	41.41%	1,960.45	37.15%
折旧与摊销费	642.91	20.42%	1,429.32	20.71%	1,228.67	19.51%	835.39	15.83%
咨询服务费	389.38	12.37%	1,164.20	16.87%	845.62	13.43%	1,083.15	20.53%
租赁与物业费	293.53	9.32%	740.92	10.74%	993.86	15.78%	775.98	14.71%
办公费	159.25	5.06%	315.00	4.57%	357.05	5.67%	317.55	6.02%
业务招待费	77.29	2.45%	113.13	1.64%	82.26	1.31%	53.96	1.02%
股份支付费用	66.25	2.10%	117.30	1.70%	9.67	0.15%	-	-
差旅费	29.67	0.94%	57.04	0.83%	108.66	1.73%	76.91	1.46%
其他	1.58	0.05%	47.98	0.70%	64.00	1.02%	173.48	3.29%

项目	2021年1-6月		2020年度		2019年度		2018年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
合计	3,148.88	100.00%	6,900.16	100.00%	6,297.48	100.00%	5,276.85	100.00%

报告期内，管理人员薪酬逐年上升，主要系随着公司业务规模的扩大，支撑研发、采购、生产以及销售的管理服务需求不断增加，规范化要求不断提升，公司管理人员规模不断扩大，为吸引及培育管理人才，公司对员工采取薪酬激励政策，总体薪酬不断上升。

折旧摊销费用主要由办公楼、未投入生产的车间等长期资产折旧组成。2019年度，折旧摊销费用较上年增长 393.27 万元，主要系天津工厂停产，尚未摊销完毕的长期待摊费用 and 无形资产转入管理费用核算，同时因广东工厂及办公室改造装修新增装修费用摊销；2020 年度，折旧摊销费用较上年增长 200.65 万元，主要系公司已完成筹建尚未投入生产的车间产生的折旧费用。

咨询服务费主要系聘请专业中介机构从事上市辅导、审计验资、律师咨询、软件升级服务、环境监测、安全评估、专利代理、商标注册的第三方费用以及行业协会会费等。报告期内，咨询服务费金额较高，主要系公司进入筹备上市阶段以及不断加强经营规范的需求，产生较多相关支出。

租赁与物业费系公司为满足天津地区和广东地区工厂日常办公需要，租赁房屋产生的费用。其中 2020 年度租赁和物业费较 2019 年度下降，主要系 2019 年末天津工厂停产，公司未继续租赁房屋所致。

2019 年度、2020 年度和 2021 年 1-6 月，股份支付费用分别为 9.67 万元、117.30 万元和 66.25 万元，占管理费用的比重为 0.15%、1.70%和 2.10%，其具体内容如下：

2019 年 12 月 26 日，经公司股东会决议通过，公司注册资本由 7,157.141354 万元增加至 7,416.731354 万元，新增注册资本 259.59 万元由员工持股平台艾玛咨询及金玛咨询以 6.99 元/股出资。公司以 2019 年 3 月重庆浩钥欣将其持有的股权转让给外部投资者瑞渝投资的价格 13.97 元/股作为公允价值。

由于对被激励员工没有约定明确服务期等限制条件，根据持股平台合伙协议约定，有限合伙人自实际出资认购合伙企业出资份额之日起至公司在境内首次公

开发行股票并上市之日起十二个月内均不得通过任何方式处置其持有的合伙企业出资份额，且公司预计本次发行于 2022 年 12 月完成，故公司将公允价值与入股价格的差额 1,451.69 万元作为股份支付费用，自合伙企业份额授予之日起至 2023 年 11 月末进行分摊。其中对管理人员进行股权激励而产生的股份支付费用计入管理费用，对销售人员和研发人员进行股权激励而产生的股份支付费用分别计入销售费用和研发费用。

2020 年度，因新员工入职、员工离职、在职员工受让等原因导致持股平台出资份额变动，新员工、在职员工以 6.99 元/股受让公司股份，该价格低于公允价值，因此将差额 146.49 万元确认为股份支付费用，自合伙企业份额授予之日起至 2023 年 11 月末进行分摊，其中管理人员受让出资份额而产生的股份支付费用计入管理费用，研发人员受让出资份额而产生的股份支付费用计入研发费用。

2) 管理费用同行业比较

报告期内，公司管理费用率与同行业可比公司的比较如下：

公司名称	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
尚品宅配	5.21%	5.09%	4.62%	4.68%
顶固集创	8.83%	9.72%	10.71%	10.37%
志邦家居	5.27%	5.36%	5.67%	5.78%
金牌厨柜	5.04%	5.10%	3.87%	4.36%
好莱客	5.14%	6.20%	4.55%	4.04%
皮阿诺	3.11%	3.73%	3.47%	4.08%
我乐家居	5.78%	4.07%	4.29%	5.47%
欧派家居	6.19%	6.52%	6.94%	6.71%
索菲亚	8.15%	7.32%	7.69%	7.75%
平均值	5.86%	5.90%	5.76%	5.92%
本公司	7.56%	8.22%	7.64%	6.92%

报告期内，公司管理费用率高于行业平均水平，主要系公司处于成长期，规模效应不明显，为提升经营管理水平、加大专业化团队建设力度，公司管理人员规模不断增加；同时为激发员工积极性，公司进行了股权激励，增加了报告期内的管理费用。

(3) 研发费用

1) 研发费用明细分析

报告期内,公司研发费用金额分别为1,377.62万元、2,095.07万元、3,377.04万元和1,860.99万元,占当期营业收入的比重分别为1.81%、2.54%、4.02%和4.47%,总体研发投入规模持续增加,具体情况如下:

单位:万元

项目	2021年1-6月		2020年度		2019年度		2018年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
职工薪酬	1,220.21	65.57%	2,030.66	60.13%	1,298.65	61.99%	1,006.89	73.09%
委外研发费	78.33	4.21%	379.44	11.24%	30.63	1.46%	103.98	7.55%
折旧与摊销费	154.55	8.30%	317.31	9.40%	181.22	8.65%	64.22	4.66%
打样及物料消耗	205.47	11.04%	305.64	9.05%	352.52	16.83%	85.46	6.20%
租赁与物业费	82.22	4.42%	116.54	3.45%	68.28	3.26%	18.82	1.37%
差旅费	61.31	3.29%	91.76	2.72%	76.84	3.67%	58.42	4.24%
办公及其他	29.06	1.56%	94.78	2.81%	83.36	3.98%	39.84	2.89%
股份支付	29.84	1.60%	40.91	1.21%	3.56	0.17%	-	-
合计	1,860.99	100.00%	3,377.04	100.00%	2,095.07	100.00%	1,377.62	100.00%

报告期内,公司研发费用主要由职工薪酬、委外研发费、折旧与摊销费、打样及物料消耗组成,前述四项占当年研发费用的比例分别为91.50%、88.92%、89.81%和89.12%。

2) 研发费用同行业比较

报告期内,公司研发费用占营业收入的比重与同行业可比公司的比较如下:

公司名称	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
尚品宅配	3.01%	2.40%	1.87%	2.31%
顶固集创	3.61%	4.68%	4.04%	4.07%
志邦家居	7.26%	5.88%	4.54%	3.80%
金牌厨柜	5.54%	5.08%	4.89%	4.68%
好莱客	4.33%	4.73%	3.92%	2.50%
皮阿诺	3.07%	3.07%	2.54%	3.23%
我乐家居	4.92%	2.78%	3.09%	3.40%

公司名称	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
欧派家居	4.50%	4.74%	4.74%	5.49%
索菲亚	3.00%	2.48%	2.41%	2.61%
平均值	4.36%	3.98%	3.56%	3.57%
本公司	4.47%	4.02%	2.54%	1.81%

产品设计创新能力和信息化的高效柔性生产能力是家居行业企业持续发展的重要保障,报告期内,公司不断加大研发投入,提升研发人员薪酬水平,加强信息化系统建设和研发项目试验,公司研发费用占营业收入的比重逐步提升至行业平均水平。

(4) 财务费用

报告期内,公司财务费用占营业收入的比重分别为 1.44%、1.01%、0.74% 和 1.26%,占比较低,公司财务费用负担较轻,具体情况如下:

单位:万元

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
利息费用	647.81	802.71	967.30	1,140.61
其中:租赁负债利息费用	292.72	-	-	-
减:利息收入	134.76	220.82	141.91	55.10
汇兑损益	-3.32	8.03	2.51	3.24
其他	16.86	32.16	3.57	11.00
合计	526.58	622.07	831.47	1,099.74

其中,2018年度至2020年度公司财务费用主要为银行借款利息支出,且呈逐年下降趋势,主要系公司按照合同约定逐步偿还银行借款所致;2021年1-6月,公司财务费用所有增长,主要系受新租赁准则的影响,新增租赁负债利息支出。

3、利润表其他相关科目分析

(1) 其他收益

报告期内,公司其他收益分别为 58.73 万元、690.31 万元、690.41 万元和 116.48 万元,主要为政府补助收入,具体构成情况如下:

单位：万元

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
与资产相关的政府补助	56.99	72.07	46.80	7.42
与收益相关的政府补助	30.71	566.94	640.24	51.31
个人所得税手续费返还	20.61	28.94	1.02	-
直接减免的增值税	8.18	22.46	2.25	-
合计	116.48	690.41	690.31	58.73

报告期内，公司计入其他收益的政府补助明细如下：

1) 与资产相关的政府补助

单位：万元

项目	计入当期损益的金额				文件依据
	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度	
2020年广东省工业企业技术改造项目事后奖补资金	12.16	3.78	-	-	佛山市财政局关于下达2020年工业企业技术改造事后奖补专项资金（省级第一批及市级全额）的通知（佛财工〔2020〕137号）
2018年第一批重庆市工业和信息化专项资金	8.75	17.50	17.50	2.92	重庆市经济和信息化委员会关于重庆玛格家居有限公司全屋定制家具个性化设计与制造项目资金申请报告的批复（渝经信智能〔2018〕40号）
2018年广东省省级经济发展专项资金	7.54	15.09	15.09	1.26	佛山市财政局关于调剂2018年省级促进经济发展专项资金（支持企业技术改造用途）（新一轮技术改造、企业技术中心、智能制造）的通知（佛财工〔2018〕177号）
2020年抗疫特别国债资金	6.27	1.04	-	-	佛山市财政局关于下达2020年抗疫特别国债资金（企业技术改造）的通知（佛财工〔2020〕175号）
2019年省级促进经济高质量发展专项资金	5.46	10.92	2.63	-	佛山市财政局关于下达2019年省级促进经济高质量发展专项资金（工业企业技术改造事后奖补）的通知（佛财工〔2019〕115号）、佛山市财政局关于下达2019年工业企业技术改造事后奖补市级配套资金的通知（佛财工〔2019〕148号）、关于2019年工业企业技术改造事后奖补资金拟安排计划的公示
2020年第二批重庆市工业和信息化专项资金	4.68	4.68	-	-	重庆市巴南区经济和信息化委员会关于重庆玛格家居有限公司玛格全屋家居智能定制数字化车间项目资金申请报告的批复（巴南经信〔2020〕185号）、重庆市巴南区经济和信息化委员会关于重庆

项目	计入当期损益的金额				文件依据
	2021年 1-6月	2020 年度	2019 年度	2018 年度	
					玛格家居有限公司绿色工厂项目资金申请报告的批复（巴南经信〔2020〕188号）
2018年第二批重庆市工业和信息化专项资金	4.56	12.85	7.68	-	重庆市巴南区经济和信息化委员会关于重庆玛格家居有限公司年产4万套全屋定制家具生产线技术改造项目资金申请报告的批复（巴南经信〔2018〕241号）
2020年第一批巴南区工业和信息化项目	2.49	2.07	-	-	重庆市巴南区经济和信息化委员会关于2020年第一批巴南区工业和信息化项目拟支持企业名单公示
2017年佛山市技术改造专项资金	1.95	3.89	3.89	3.25	佛山市财政局关于下达2017年佛山市技术改造专项资金的通知（佛财工〔2018〕12号）
2021年省级促进经济高质量发展专项资金	1.66	-	-	-	佛山市工业和信息化局关于2021年广东省省级促进经济高质量发展专项企业技术改造（第二批）资金拟安排计划的公示
佛山市工业企业技术改造固定资产投资奖补资金	1.47	0.25	-	-	佛山市工业和信息化局关于下达2020年佛山市工业企业技术改造固定资产投资奖补资金项目（第二批）奖补计划的通知（佛工信函〔2020〕919号）
合计	56.99	72.07	46.80	7.42	

2) 与收益相关的政府补助

单位：万元

项目	计入当期损益的金额				文件依据
	2021年 1-6月	2020 年度	2019 年度	2018 年度	
2020年高新技术企业研发费用补助	17.96	-	-	-	佛山市科学技术局关于申领2020年高新技术企业研发费用补助的通知（佛科函〔2021〕29号）
2020年重庆市应对疫情援企稳岗返还款	-	234.53	-	-	重庆市人力资源和社会保障局重庆市财政局重庆市经济和信息化委员会重庆市医疗保障局关于支持中小企业应对新型冠状病毒感染肺炎疫情实施援企稳岗返还款政策的通知（渝人社发〔2020〕10号）
2019年度重庆市巴南区科技创新扶持研发投入补助	-	87.73	-	-	关于《印发重庆市巴南区科技创新扶持办法》的通知（巴南府办发〔2019〕149号）

项目	计入当期损益的金额				文件依据
	2021年 1-6月	2020 年度	2019 年度	2018 年度	
2020年第三批重庆市工业和信息化专项资金项目补助	-	80.00	-	-	重庆市经济和信息化委员会关于申报重庆市工业和信息化专项资金项目补助的通知(渝经信财审(2020)42号)
2020年第一批巴南区工业和信息化项目	-	40.00	-	-	重庆市巴南区经济和信息化委员会关于2020年第一批巴南区工业和信息化项目拟支持企业名单公示
2020年广东省以工代训职业培训补贴	-	26.25	-	-	广东省人力资源和社会保障厅、广东省财政厅关于印发《关于做好以工代训工作的通知》
2019年重庆市“专精特新”中小企业奖励资金	-	20.00	-	-	关于2019年市中小微企业发展专项资金工业企业升规培育奖励等领域项目拟支持名单的公示
2018年度巴南区重点产业企业招工补贴	-	15.80	-	-	关于2018年度巴南区重点产业企业招工补贴审核结果的公示
2019年度巴南区重点产业企业招工补贴	-	15.50	-	-	重庆市巴南区人力资源和社会保障局重庆市巴南区经济和信息化委员会重庆市巴南区财政局关于开展2019年度巴南区重点产业企业招工补贴工作的通知(巴南人社发(2020)108号)
2020年佛山市三水区应对疫情企业复工复产补贴	-	14.00	-	-	关于三水区企业复工复产补贴资金的公示
稳岗补贴	-	10.21	455.94	18.84	重庆市巴南区失业保险稳岗补贴公示名单(2018年第4批)、重庆市巴南区失业保险困难企业稳岗返还公示名单(2019年第2批)、佛山市人力资源和社会保障局关于明确我市失业保险支持企业稳定岗位实施意见有关工作事项的通知(佛人社(2016)165号)、广州市人力资源和社会保障局关于启动我市2020年失业保险稳岗补贴申报工作的通告(穗人社通告(2020)1号)
2020年重庆市巴南区人才示范单位补助	-	10.00	-	-	关于2020年重庆市巴南区人才工作示范单位入选名单公示
2017年国家两化融合管理体系贯标验收达	-	-	-	20.00	重庆市巴南区经济和信息化委员会重庆市巴南区财政局关于拨付2017年我区工业技术创新平台及

项目	计入当期损益的金额				文件依据
	2021年 1-6月	2020 年度	2019 年度	2018 年度	
标企业奖金					两化融合项目奖励资金的请示(巴南经信文(2018)39号)
2017年经济园区重点产业企业招工补贴	-	-	38.30	-	重庆巴南经济园区建设实业有限公司通知
2019年重庆市农产品加工企业奖补奖金	-	-	100.00	-	重庆市农业农村委员会关于认定2019年度重庆市农产品加工业示范园区和示范企业名单的通知(渝农发(2019)177号)
2018年佛山市三水区级高新技术企业补助资金	-	-	20.00	-	关于开展2018年区级高新技术企业补助资金申报工作的通知
2018年佛山市市级高新技术企业补助资金	-	-	10.00	-	佛山市财政局关于下达2018年高新技术企业认定补助资金的通知
其他	12.75	12.92	16.00	12.46	-
合计	30.71	566.94	640.24	51.31	-

(2) 投资收益

报告期内,公司投资收益均为购买理财产品产生的投资收益,分别为122.02万元、320.75万元、265.02万元和70.00万元。

(3) 公允价值变动收益

报告期内,公司公允价值变动收益为0万元、27.93万元、3.93万元和57.93万元,均来源于交易性金融资产。

(4) 信用减值损失

根据《财政部关于修订印发2019年度一般企业财务报表格式的通知》(财会[2019]6号),财务报表新增信用减值损失科目,详见“第十节 财务会计信息”之“四、主要会计政策及会计估计”。

2019年度、2020年度和2021年1-6月,公司信用减值损失为299.73万元、-72.82万元和62.07万元,其中2019年度和2021年1-6月系计提应收票据、应收账款和其他应收款坏账准备产生;2020年度,因公司收回前期应收款项,将前期计提的相应减值准备冲回。

(5) 资产减值损失

报告期内，资产减值损失分别为 336.91 万元、96.18 万元、122.94 万元和 62.89 万元。其中，2018 年度资产减值损失中应收账款及其他应收款计提坏账准备合计为 137.86 万元。报告期内，存货跌价损失分别为 199.05 万元、96.18 万元、122.94 万元和 62.89 万元。

(6) 资产处置收益

资产处置收益系公司转让仍具有使用价值的生产设备所产生，报告期内，因资产处置产生收益分别为-36.75 万元、-636.32 万元、4.57 万元和 0 万元，其中 2019 年度亏损金额较大主要系天津工厂停产，公司处置了该厂区生产设备所致。

(7) 营业外收支

1) 营业外收入

报告期内，公司营业外收入构成如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
无法支付款项	-	0.02	82.90	41.58
代理机构退回关税	-	61.39	-	-
赔偿收入	2.23	16.40	5.00	-
其他	1.36	4.16	4.62	11.29
合计	3.59	81.97	92.52	52.88

报告期内，公司营业外收入金额较小。2018 年度和 2019 年度，公司营业外收入主要由无法支付款项组成；2020 年度，公司营业外收入主要系进口原材料代理报关机构退还公司的关税税款；2021 年 1-6 月，公司营业外收入主要系由于侵权行为进行的索赔收入。

2) 营业外支出

报告期内，公司营业外支出构成如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
非流动资产报废损失	-	-	14.80	133.80

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
捐赠支出	-	10.00	1.00	-
罚款支出	-	-	3.00	7.00
其他	0.41	1.90	16.85	35.96
合计	0.41	11.90	35.65	176.75

报告期内，公司营业外支出金额较小，主要由捐赠支出、非流动资产报废损失、罚款支出以及其他损失组成。

4、所得税费用

报告期内，公司所得税费用明细如下：

单位：万元

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
当期所得税费用	701.61	1,086.14	2,068.66	1,768.07
递延所得税费用	-92.26	777.04	150.57	397.35
合计	609.35	1,863.18	2,219.23	2,165.42

报告期内，公司所得税费用主要由当期所得税费用和递延所得税费用构成，公司当期所得税费用的增减变动与公司当期实现利润变动情况相匹配。

公司所得税费用与会计利润关系如下：

单位：万元

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
利润总额	3,575.64	11,716.45	12,235.36	9,210.16
按法定/适用税率计算的所得税费用	536.35	1,757.47	3,058.84	2,302.54
子公司适用不同税率的影响	-23.74	32.92	-696.07	-265.39
不可抵扣的成本、费用和损失的影响	32.39	133.79	119.67	119.42
使用前期未确认递延所得税资产的可抵扣亏损的影响	-	-	-246.34	-
本期未确认递延所得税资产的可抵扣暂时性差异或可抵扣亏损的影响	64.36	18.27	1.11	0.51
转回前期确认未弥补亏损	-	-	171.41	-
税率调整导致期初递延所得税资产/负债余额的变化	-	26.57	-	23.82
税法规定的允许加计扣除	-	-105.84	-189.39	-15.48
合计	609.35	1,863.18	2,219.23	2,165.42

(六) 非经常性损益对经营成果的影响

报告期内，公司非经常性损益影响的净利润分别为 48.62 万元、323.33 万元、827.87 万元和 193.40 万元，占当期利润总额的比重分别为 0.53%、2.64%、7.07%和 5.41%。其中，2019 年度和 2020 年度，主要系计入当期损益的政府补助，分别为 687.04 万元和 639.01 万元；2021 年 1-6 月，主要系公司持有交易性金融资产产生的公允价值变动损益、取得的投资收益和计入当期损益的政府补助。公司非经常性损益明细表请见“第十节 财务会计信息”之“八、非经常损益明细”。

三、现金流量分析

报告期内，公司现金流量构成如下所示：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
经营活动产生现金流量净额	1,343.74	20,770.39	10,980.88	11,469.32
投资活动产生现金流量净额	-10,253.20	3,300.61	-8,295.71	-8,595.05
筹资活动产生现金流量净额	-3,436.22	-6,802.71	-2,152.77	-5,657.30
汇率变动对现金及现金等价物的影响	-	-	-	-
现金及现金等价物净增加额	-12,345.68	17,268.30	532.40	-2,783.02

(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情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
销售商品、提供劳务收到的现金	44,386.01	97,554.71	91,431.29	85,270.98
收到的其他与经营活动有关的现金	766.25	2,159.75	1,476.35	1,033.19
经营活动现金流入小计	45,152.25	99,714.46	92,907.64	86,304.18
购买商品、接受劳务支付的现金	22,627.62	41,314.69	42,609.57	42,278.40
支付给职工以及为职工支付的现金	12,583.43	21,301.34	20,122.33	18,709.46
支付的各项税费	4,517.89	7,561.50	9,649.24	7,283.85
支付的其他与经营活动有关的现金	4,079.58	8,766.53	9,545.62	6,563.14

经营活动现金流出小计	43,808.51	78,944.06	81,926.76	74,834.85
经营活动产生的现金流量净额	1,343.74	20,770.39	10,980.88	11,469.32

公司经营性现金流入主要来源为销售产品收到的现金,公司经营性活动现金流出为购买原材料支出、职工薪酬支出、税费支出及其他日常费用支出等。2018年度至2020年度,公司经营活动现金流量净额整体保持在较高水平,现金获取能力较强;2021年1-6月,为满足销售旺季的用料需求,公司提前采购原材料,同时受公司上半年预缴税金和支付土地保证金的影响,经营活动产生的现金流量净额有所下降。公司经营性现金流量净额除受当年经营业绩的影响外,亦主要受经营性应收项目、经营性应付项目、存货的变动等因素的影响。报告期内,公司经营活动现金流量净额与同期净利润差异调节过程如下:

单位:万元

项目	2021年 1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
净利润	2,966.29	9,853.27	10,016.12	7,044.74
加:信用减值损失	62.07	-72.82	299.73	-
资产减值准备	62.89	122.94	96.18	336.91
固定资产折旧、油气资产折耗、生产性生物资产折旧	1,372.53	2,427.64	2,273.95	2,231.90
使用权资产折旧	954.05	-	-	-
无形资产摊销	123.14	206.80	181.59	114.18
长期待摊费用摊销	402.25	958.62	939.63	580.73
处置固定资产、无形资产和其他非流动资产的损失(减:收益)	-	-4.57	651.11	170.55
固定资产报废损失(减:收益)	-	-	-	-
公允价值变动损失(减:收益)	-57.93	-3.93	-27.93	-
财务费用(减:收益)	647.81	802.71	967.30	1,157.30
投资损失(减:收益)	-70.00	-265.02	-320.75	-122.02
递延所得税资产减少(减:增加)	-53.41	97.95	171.36	280.70
递延所得税负债增加(减:减少)	-38.85	679.09	-20.79	116.65
存货的减少(减:增加)	-1,967.45	-500.22	-448.32	1,235.51
经营性应收项目的减少(减:增加)	-2,397.45	1,120.75	-1,162.35	591.43
经营性应付项目的增加(减:减少)	-862.98	4,983.07	-2,666.21	-2,269.26

项目	2021年 1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
股份支付费用计入资本公积	200.78	364.11	30.24	-
经营活动产生的现金流量净额	1,343.74	20,770.39	10,980.88	11,469.32

2018年度至2020年度，公司经营活动产生的现金流量净额大于净利润，其中，2020年度，经营活动产生的现金流量净额较上年增长89.15%，主要是随着公司采购规模的扩大，期末应付账款金额大幅增加，同时收回部分应收账款所致；2021年1-6月，公司经营活动产生的现金流量净额小于净利润，主要系2021年6月末，应收账款、其他应收款、其他流动资产和存货金额较上年末大幅增加，合同负债较上年末有所下降所致，具体参见本节之“（一）资产构成情况及变动分析”之“4、应收账款”、“6、其他应收款”、“7、存货”、“8、其他流动资产”及“（二）负债构成情况及变动分析”之“3、预收款项和合同负债”。

（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情况如下：

单位：万元

项目	2021年 1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
收回投资所收到的现金	11,603.00	27,780.00	52,240.00	3,000.00
取得投资收益所收到的现金	73.94	292.95	320.75	122.02
处置固定资产、无形资产和其他长期资产所收回的现金净额	-	67.78	1,310.84	91.09
投资活动现金流入小计	11,676.94	28,140.72	53,871.59	3,213.10
购建固定资产、无形资产和其他长期资产所支付的现金	2,630.14	6,087.11	6,657.30	2,748.15
投资所支付的现金	19,300.00	18,753.00	55,510.00	9,060.00
投资活动现金流出小计	21,930.14	24,840.11	62,167.30	11,808.15
投资活动产生的现金流量净额	-10,253.20	3,300.61	-8,295.71	-8,595.05

报告期内，投资活动产生的现金流量净额分别为-8,595.05万元、-8,295.71万元、3,300.61万元和-10,253.20万元，其中2020年度投资活动产生的现金流量净额为正，主要系公司当年收回银行理财产品本金高于购买金额所致。

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2,748.15万元、6,657.30万元、6,087.11万元和2,630.14万元，主要是因为公

司为适应业务规模的扩大,持续进行资本性投入以扩大产能;公司投资所支付的现金分别为 9,060.00 万元、55,510.00 万元、18,753.00 万元和 19,300.00 万元,主要系用于购买银行理财产品支出的闲置货币资金。

(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情况如下:

单位:万元

项目	2021年 1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
吸收投资收到的现金	-	-	1,814.53	-
取得借款收到的现金	2,933.03	-	-	-
筹资活动现金流入小计	2,933.03	-	1,814.53	-
偿还债务支付的现金	2,000.00	3,000.00	2,000.00	4,500.00
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	3,338.82	3,802.71	1,967.30	1,157.30
支付其他与筹资活动有关的现金	1,030.43	-	-	-
筹资活动现金流出小计	6,369.25	6,802.71	3,967.30	5,657.30
筹资活动产生的现金流量净额	-3,436.22	-6,802.71	-2,152.77	-5,657.30

公司筹资活动现金流量流入主要由股东增资及取得短期借款所产生,公司筹资活动现金流量流出主要由偿还银行借款及利息、现金分红及支付租赁款等支付的其他与筹资活动有关的现金等所产生。

(四) 资本性支出分析

1、报告期内的资本性支出

报告期内,公司不断加大资本性投入以满足生产经营快速发展的需要,累计资本性支出 18,122.70 万元,主要为购建固定资产、无形资产和其他长期资产。各期情况如下:

单位:万元

项目	2021年 1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
资本性支出	2,630.14	6,087.11	6,657.30	2,748.15

2、未来可预见的重大资本性支出计划

未来两至三年,公司重大资本性支出主要为本次发行股票募集资金拟投资项

目, 项目建设具体情况详见本招股说明书“第十三节 募集资金运用”之“一、募集资金投资项目概况”及“三、本次募集资金投资项目的具体情况”。除上述资本性支出计划外, 公司目前暂无其他重大资本流动性风险分析性支出计划。

四、财务状况和盈利能力的未来趋势分析

(一) 公司主要优势

1、公司主营业务突出, 持续盈利能力强

公司专业从事全屋定制家居产品研发、设计、生产、销售及服务。报告期内, 公司主营业务收入占营业收入的比例分别为 98.28%、98.45%、98.23%和 98.23%, 公司主营业务突出。

报告期内, 公司利润水平实现了持续增长, 2018 年度至 2020 年度, 营业利润、利润总额和净利润年均复合增长率分别达 11.70%、12.79%和 18.27%, 持续盈利能力较强。

2、公司资产质量和现金流量良好

公司产品全部销往国内市场, 主要采用经销商销售模式和大宗业务销售模式进行销售。公司对于经销商销售模式一般采用“先款后货”的货款结算方式, 在客户向公司发出订单时即可收到全部货款; 对开发商和学校等大宗用户销售时给予一定账期。因此, 公司的应收账款金额较小, 货款无法收回的风险较小, 大部分货款在收到订单时均已收齐, 经营活动现金净流量较为丰厚。

报告期各期末, 母公司资产负债率分别为 64.96%、52.26%、42.13%和 56.29%, 整体维持在较低水平, 其中 2018 年度至 2020 年度呈快速下降趋势, 2021 年 1-6 月有所上升, 公司的偿债能力良好, 财务风险较小。

报告期内, 公司各期期末存货账面价值占总资产的比例分别为 9.97%、9.52%、8.74%和 9.73%, 占比不高。公司在订单式生产模式的影响下, 较好地控制了存货余额对公司营运资金的占用, 运营效率较高。另外, 公司的产品均为高度个性的定制化产品, 不存在滞销的问题。

报告期内, 固定资产主要是房屋建筑物和机器设备等, 均为公司合法拥有、经营所必备的资产, 各类固定资产维修和运行状况良好, 不存在闲置、报废、淘

汰及被其他设备替代的情况。

（二）主要困难

首先，随着定制衣柜等定制家居产品市场规模的不断扩大，公司现有的产能趋于饱和，如果未来要实现销售量和销售额的快速增长，公司需建设新的生产线以进一步扩充产能。其次，为发挥现有技术优势，实现产品升级战略，优化产品结构，打造新的利润增长点，公司需大力发展整体厨柜产品和室内木门产品。再次，随着公司业务规模不断扩大和新产品不断开发，公司现有研发能力将无法满 足公司的研发需要，需要配备新的研发设备和检测装置，扩充公司研发人员，以提升公司的研发实力。

（三）未来发展趋势分析

经过多年稳步发展，公司已积累了较强的研发、生产运营和管理经验，具有较强的竞争优势。本次发行上市后，公司自有资本金实力将得到增强，将为公司后续业务拓展提供强有力的资金支持。虽然短期而言，本次募集资金到位后公司净资产收益率和每股收益将会有所下降，但长期来看，随着公司产能升级、研发能力的增强和营销网络的完善，公司技术优势和产品优势将充分得到发挥和提升，公司核心竞争力和抗风险能力均将得到加强，整体盈利能力将进一步提高。

五、公司未来分红回报规划

（一）上市后的分红回报规划

本公司在本次发行上市后将采取现金、股票或其他符合法律法规规定的方式分配股利，并根据公司经营情况进行中期现金分红。本公司的利润分配政策将重视对投资者合理投资回报，并保持利润分配政策的连续性和稳定性。在公司盈利、现金流充足并可满足公司正常经营和中长期发展战略需要的前提下，本公司将积极实施现金股利分配政策。

在满足现金分红条件、保证公司正常经营和长远发展的前提下，公司原则上应在每年年度股东大会召开后进行一次现金分红，且以现金方式分配的利润应不少于当年实现的可分配利润的 20%；公司存在以前年度未弥补亏损的，以现金方式分配的利润应不少于弥补亏损后可分配利润的 20%；公司实施现金分红政策时，可以同时派发股票股利。

此外，公司董事会也会综合考虑公司所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，区分不同情形，并按照《公司章程》规定的程序，提出差异化的现金分红政策，具体情况请参见本招股说明书“第十四节 股利分配政策”之“三、发行后的股利分配政策”。

（二）分红回报规划的制定依据及可行性

公司未来分红回报规划着眼于公司的长远规划和可持续发展，是在综合分析公司经营发展实际、股东要求和意愿、社会资金成本、外部融资环境等因素，充分考虑公司目前及未来盈利规模、现金流状况、发展所处阶段、项目投资资金需求等情况，平衡股东的短期利益和长期利益基础上制定的。

截至 2021 年 6 月末，公司经审计的母公司累计未分配利润为 764.49 万元，具备进行持续、稳定利润分配的基础。另外，本次发行上市完成后，公司资金实力将大大增强，降低了公司营运资金的需求压力，并有利于改善公司的资本结构，为公司进一步通过债务融资方式补充公司营运资金创造了有利条件。因此，本公司未来分红回报规划是根据公司的利润分配政策制定的，符合公司的业务发展实际和财务状况，具有较强的可行性。

（三）公司未来三年剩余未分配利润的用途

结合公司所处的行业特点及未来业务发展规划，本公司未来三年未分配利润除用于发放现金股利和股票股利外主要用于以下方面：

1、采购资产设备，扩大生产经营规模

公司将按照投资计划，继续投入资金购置资产设备，提升公司主要产品的生产能力，促进公司快速发展。

2、新产品的研发

在现有研发体系的基础上，公司将继续对新产品、新技术增加研发投入，强化公司的研发实力，加快新产品的更新换代，加速科技成果的转化，从而有效提高公司的自主创新能力。

3、品牌建设

公司将在原有品牌建设的基础上继续加大投入，进一步提升“玛格”品牌价

值, 加强品牌的美誉度和信任度建设, 推动产品销售额与市场占有率的生长, 增强公司在行业内的品牌影响力。

六、重大会计政策或会计估计与可比上市公司的较大差异比较

报告期内, 本公司重大会计政策或会计估计与可比上市公司不存在较大差异。

七、发行人重大担保、诉讼、其他或有事项和重大期后事项

截至本招股说明书签署之日, 公司及公司控股股东、实际控制人、子公司, 及公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员均不存在尚未了结的或可预见的对财务状况、盈利能力及持续经营产生重大影响的重大担保、诉讼事项。

八、审计截止日后的主要经营状况

截至本招股说明书签署之日, 公司生产、销售及采购等主要经营活动正常开展, 没有明显迹象显示行业的景气指数已接近或处于顶峰, 或已出现下滑趋势。公司所处行业周期性与国民经济整体发展的周期一致, 未出现可能对发行人未来经营业绩产生不利影响的重大因素。

九、募集资金到位当年每股收益情况

公司本次募集资金投资项目有一定的建设期和达产期, 且“研发设计及信息化升级项目”和“品牌建设及营销推广项目”不直接产生效益, 预计募集资金到位当年, 除已进入达产期的募投项目将产生经济效益外, 公司股东回报仍将通过现有业务产生的收入和利润来实现。按照本次发行 2,500 万股测算, 发行完成后, 公司总股本较 2021 年末将增加 33.33%, 不考虑除本次发行股份募集资金之外的其他因素的影响, 本次发行年度的基本每股收益和摊薄每股收益相比上年度将可能出现一定程度的下降, 从而导致公司即期回报被摊薄。

(一) 董事会选择本次融资的必要性和合理性分析

本次发行募集资金投资于“玛格家居重庆工厂智能改扩建项目”、“智能柜体车间生产线建设”、“广东玛格车间智能改扩建项目”、“研发设计及信息化升级项目”和“品牌建设及营销推广项目”, 上述项目有利于公司把握定制家居市场机

遇,打破产能限制,完善产品结构,提升信息化水平,提高品牌知名度,增强智能化、柔性化生产能力,满足市场的变化和需求,进一步增强核心竞争力并提高市场占有率,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、募集资金投资项目的必要性和可行性”。

(二) 本次募集资金投资项目与公司现有业务的关系及公司从事募投项目的人员、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

本次募集资金投资项目均围绕公司主营业务,系对公司现有业务的延伸和扩展或为公司业务发展提供有力保障。

“玛格家居重庆工厂智能改扩建项目”、“智能柜体车间生产线建设项目”和“广东玛格车间智能改扩建项目”是对已有业务的延伸和扩展,通过车间改扩建和新建生产线,提高公司产能、完善产品结构、抢占市场份额,有利于公司提高整体业务规模,增强持续盈利能力和整体竞争力。

“研发设计及信息化升级项目”和“品牌建设及营销推广项目”为公司主营业务的发展提供了有力保障,通过对原有的产品使用性能及环境模拟实验室进行升级改造并结合线上、线下同步开展品牌建设和营销推广工作,有利于公司实现内部高效运作和强化招商引流能力,提升品牌价值,保障主业发展。

2、公司从事募投项目的人员、技术、市场等方面的储备情况

公司作为国内知名的全屋定制家居解决方案提供商,经过多年发展,已培养了大批的专业人才、积累了丰富的技术储备、取得了一定的市场份额,公司在人员、技术、市场等方面具有较为丰富的储备:

(1) 人员储备

公司的核心管理团队均长期从事定制家居行业,具有丰富的行业技术和管理经验。公司在行业内深耕多年,已拥有一批优秀的生产管理人员,与此同时,公司高度重视人才的培养和引进,对部分业务和技术骨干进行重点培养,建立合理的人才激励制度,确保人才队伍与公司的发展战略相匹配。

(2) 技术储备

公司高度重视新产品、新技术的研发能力,针对不同产品品类,实行专业化的分工协作,拥有 161 名研发和设计人员。经过多年的研发投入和自主创新,公司拥有有效授权专利 286 项,其中发明专利 3 项,实用新型专利 118 项,外观设计专利 165 项,专利多为公司自主研发。公司曾荣获“中国定制家居设计杰出贡献奖”,并于 2020 年被中国质量检验协会评为“全国定制家具行业质量领先企业”。未来,公司还将与科研院校、知名设计师团队等进行合作,进一步提升公司研发和设计水平,为公司的市场地位和长远发展提供有力的技术支撑。

(3) 市场储备

公司深耕中高端定制家居行业多年,已建立覆盖全国的多层次经销商服务网络,截至 2021 年 6 月 30 日,发行人在全国范围内拥有经销商 685 家,通过完善的经销商服务体系,每年为全国数万家庭提供个性化的全屋定制家居产品及服务。未来,公司将继续完善营销网络布局,为公司销售规模的进一步扩大和经营业绩的持续增长提供了坚实的渠道支持。同时,在精装房市场容量不断扩大的有利条件下,以房地产开发商为主要客户的定制家居工程业务渠道重要性逐渐提高,公司将通过与领先地产企业开展深度战略合作,依托自身“大规模、柔性化智能制造”的核心竞争优势,以规模求效益,力求将大宗业务发展成为公司经营效益的新增长点。

综上所述,公司在人员、技术、市场等方面具备较为充足的储备,有能力在募集资金到位后实施上述募投项目。

(三) 填补股东即期回报的具体措施

公司对即期回报摊薄情况进行了认真分析,采取相应措施保证此次募集资金有效使用,有效防范即期回报被摊薄风险,提高未来回报能力。但是需要提示投资者的是,制定填补回报措施不等于对本公司未来利润做出保证。公司应对本次公开发行摊薄即期回报采取的具体措施详见本招股说明书“重大事项提示”之“一、本次发行相关的重要承诺和说明”之“(六)关于填补即期回报措施的承诺”相关描述。

(四) 董事和高级管理人员关于填补被摊薄即期回报措施的承诺

为使公司填补被摊薄即期回报措施能够得到切实履行,公司董事和高级管理

人员已作出相关承诺，承诺内容详见本招股说明书“重大事项提示”之“一、本次发行相关的重要承诺和说明”之“（六）关于填补即期回报措施的承诺”相关描述。

（五）保荐机构对发行人填补被摊薄即期回报措施的核查意见

经核查，保荐机构认为：公司本次募集资金到位当年，每股收益指标相对上年度每股收益指标存在被摊薄的风险；本次融资具有必要性和合理性；本次募集资金投资项目系围绕公司现有业务展开，关联度较高，公司在人员、技术、市场等方面储备充足；公司就本次发行股票事宜对即期回报摊薄的影响进行了分析并提出了具体的填补回报措施，公司董事和高级管理人员对即期回报摊薄采取的填补措施能够得到切实履行作出了承诺；发行人就即期回报被摊薄及填补回报的具体措施进行了披露与重大事项提示。

综上所述，发行人所预计的即期回报摊薄情况合理、填补即期回报的具体措施及相关承诺主体的承诺事项符合《国务院关于进一步促进资本市场健康发展的若干意见》（国发〔2014〕17号）、《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》（国办发〔2013〕110号）以及《关于首发及再融资、重大资产重组摊薄即期回报有关事项的指导意见》（证监会公告〔2015〕31号）的相关规定。

第十二节 业务发展目标

一、发行人未来发展战略和业务发展目标

（一）未来发展战略

公司以“专业专注，持之以恒，谦卑勤奋，开拓创新”为价值观，以“引领传播家居文化，专业定制品质生活”为使命，以“成就客户价值，铸就团队幸福，打造中国定制家居领导品牌”为企业愿景，致力于中国中高端用户提供专业化的全屋定制家居解决方案与服务。公司通过不断提升服务品质和技术水平，并结合品牌定位差异化、产品差异化、服务模式差异化、信息化能力差异化等方面建设夯实全屋定制的一站式的交付能力，进一步扩大业务规模，持续创造价值，实现经济效益和社会效益的和谐统一。

（二）业务发展目标

品牌是业内企业综合实力的重要体现，未来公司将集中资源与力量持续打造品牌影响力，深挖品牌价值。同时，公司在巩固现有市场份额的基础上，积极推进全国性的业务布局，挖掘家居消费市场，形成消费者需求的快速响应体系。公司将依托长期深耕行业积累的品牌、质量、服务、管理等优势，迅速扩大全屋定制家居业务规模，同时提升与业务规模相匹配的产能，并结合自动化、信息化及智能化等现代技术手段，持续优化生产工艺和使用先进生产技术，提升生产效率与产品质量，在公司业务规模不断扩大的同时提升公司管理效率、经营效益和竞争优势，成为行业领先的全屋定制一站式解决方案服务商。

二、发行人未来发展计划

（一）品牌推广及管理计划

公司将集中资源与力量持续打造“玛格”品牌，深挖品牌价值，坚守中高端产品定位，塑造“有颜值更有品质，玛格高端全屋定制”品牌内涵与形象。未来将通过媒体广告、宣传推广、参加各地展会等多种方式持续提升品牌知名度，同时通过线上线下结合体验等方式，形象化公司的品牌定位及设计优势，提升品牌在消费者中的满意度和认可度，实现公司未来可持续发展和品牌价值最大化。

(二) 市场开发和业务扩张计划

公司将利用品牌、服务、质量等优势，迅速扩大公司业务规模，持续夯实和提升现有一、二线城市的经销渠道，并积极推进渠道下沉，挖掘低线城市消费水平提升带来的巨大个性化家居需求市场，进而加快布局覆盖全国各地城市的经销商网络，形成消费者需求的快速响应体系，为业务规模持续壮大提供坚实保障。公司将紧扣互联网快速发展带来的自媒体红利，将继续加大线上营销投入，打造线上线下有机融合的新零售模式，使公司线上营销和线下终端门店销售渠道互补的优势进一步显现。与此同时，公司将顺应国家大力推行房屋精装修的政策导向，通过与领先地产企业开展深度战略合作，依托自身“大规模、柔性化智能制造”的核心竞争优势，以规模求效益，力求将大宗业务发展成为公司经营效益的新增长点。

(三) 产能提升与扩充计划

随着全屋定制市场的不断扩容和公司业务规模的持续增长，而公司的产能利用率一直保持在较高水平，急需打破产能瓶颈，以充分满足消费者的需求。公司将立足于全屋定制行业的竞争优势，通过扩充重庆智能制造基地实现产能扩充，大幅提高公司现有产品和未来其他获批新产品的生产能力，同时坚守“高品质生产”主航道，从而保障公司在行业的竞争力。

(四) 研发、设计创新计划

作为行业内领先企业，公司一直将研发、设计创新作为核心竞争力之一，持续不断地在提升研发、设计创新能力。公司将继续坚持“有颜值更有品质”的产品研发、设计方向，始终坚持自主创新的原则，继续拓展研发、设计团队，并通过与国内的八大美术院校洽谈成立玛格品质研究院等方式，不断提升公司员工的美学素养和人员素质。

(五) 信息化体系建设计划

信息化建设是公司向智能制造提升、提高职能管理部门与业务部门运营效率、实现诸多业务板块协调管理的重要一环，公司将在原有系统基础上，对大规模、柔性化智能制造信息技术系统进行完善、升级和优化，包含 PDM 产品数据系统、订单数据管理系统、智能排产系统、MES 生产执行系统、条码验证系统、

CRM 客户管理系统、ERP 管理系统、BI 系统，覆盖全部智能制造基地，完成信息化系统之间的互联互通，以实现大规模、柔性化智能制造。

（六）人力资源发展计划

人力资源是公司最重要的战略资源，是公司的核心生产要素之一。公司将根据现有业务的年度目标，在评判人力资源在组织结构方面合理性、人员是否有新需求的基础上，以改善绩效考核资金激励为主要手段，以优化内部流程、提高协调机制效率、提升人均产值为目标，制定短期的人力资源发计划。

公司将围绕经营的可持续性，以打造人力资源核心竞争力为目标，制定长期人力资源发展计划，通过建立健全绩效管理机制、收入分配机制与人才成长发展机制进一步提升公司的人才素质。目前，公司已实施“510”人才发展计划，即每年从中基层骨干中选拔 10 位高潜力员工，持续推送个性化的培养方案与学习内容，每 5 年平均向公司输送 50 位中高层骨干，以匹配公司快速的发展。

三、发行人拟定上述计划所依据的假设条件

公司上述发展规划是基于本公司现有业务规模、市场地位、发展趋势等各方面因素综合制定的，主要依据以下假设条件：

（一）公司所处的宏观经济、政治、法律和社会环境处于正常发展状态，未发生对公司发展产生不利影响的重大变化；

（二）公司所遵循的现行法律、法规、政策无重大变化；

（三）本次股票发行能顺利完成，募集资金到位，募投项目可以如期并有效实施；

（四）公司所处行业及领域处于正常发展态势下，没有出现重大的、不利于公司的市场突变情形；

（五）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；

（六）无其他不可抗力或不可预见因素造成的不利影响等。

四、实施上述规划将面临的主要困难

(一) 资金问题

按照公司的发展规划,公司的产能和业务扩张规模将带来较大的资金需求,资金短缺将在一定程度上制约公司发展,不利于公司把握市场发展机遇。如果本次公开发行募集资金能够成功实现,能够丰富公司的融资方式,有效解决公司资金短缺问题,对公司实现快速、健康的发展具有重要意义。

(二) 人才问题

随着公司规模扩大,特别是产能和业务规模的快速扩张,公司需要更多高素质的管理人员、生产人员和技术人员,同时,管理难度也将增大。若人才培训和招聘速度无法匹配,可能会影响募投项目顺利实施,甚至让公司无法顺利扩张,从而影响公司发展计划的实现。公司计划通过加强员工培训和社会化招聘相结合,整合公司内部人力资源等多种方式解决人才方面的困难。

五、实现上述计划拟采用的措施

(一) 进一步完善公司治理和规范运作水平

公司将严格依照《公司法》《证券法》《公司章程》等有关法律法规的要求完善公司治理结构,提升公司规范运作水平,提高经营管理决策的科学性、合理性、合规性和有效性,为公司发展战略和目标的实现奠定坚实基础。

(二) 以用户需求为驱动提高公司竞争能力

公司将以用户需求为导向,以产品质量和服务为支撑,认真研究 14 亿人消费大市场,密切跟踪整体全屋定制行业政策及最新发展动向,加大研发投入和信息化建设,不断提升管理水平和服务质量,努力为用户提供满意的全屋家居集成定制及装房体验,实现公司竞争力的提升。

(三) 充分发挥募集资金和资本平台的作用

公司对本次募集资金运用做了充分的论证,若本次股票发行能顺利完成,公司将结合发展战略和目标、市场环境变化、智能制造特点,审慎推进募集资金的使用,充分发挥募集资金的作用。同时,公司将充分利用上市后的资本平台,增强公司的行业地位和竞争优势。

（四）加强人才队伍建设

公司将制定完善的激励、考核制度和培训机制，创造良好的员工工作环境与公平、公正的竞争氛围，保障公司核心人员和管理队伍的稳定性，提高员工的素质、技能和工作积极性，从而使得公司人才队伍建设、经营效率提高形成良性循环，最终实现业绩的增长及公司发展规划。

六、上述发展计划与现有业务的关系

公司上述业务发展计划是结合公司目前实际运营情况，依托公司发展战略和业务目标而制定的，并紧密围绕公司的主营业务开展，是对公司现有业务的拓展与延伸，具有较强的可行性。若上述发展计划能顺利实施，将极大地提高公司业务发展规模、增强公司核心竞争力，进一步巩固公司在行业内的领先地位。

第十三节 募集资金运用

一、募集资金投资项目概况

（一）募集资金投资项目

根据公司 2021 年第二次临时股东大会审议通过的《关于公司申请首次公开发行人民币普通股股票募集资金投资项目及其可行性的议案》，公司本次拟公开发行股票不超过 2,500 万股，实际募集资金扣除发行费用后，根据业务的轻重缓急程度拟投资于以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	投资金额	拟投入募集资金	实施主体
1	玛格家居重庆工厂智能改扩建项目	27,614.09	27,614.09	发行人
2	智能柜体车间生产线建设	13,497.34	13,497.34	发行人
3	广东玛格车间智能改扩建项目	11,809.40	11,809.40	广东玛格
4	研发设计及信息化升级项目	8,627.29	8,627.29	发行人
5	品牌建设及营销推广项目	8,465.60	8,465.60	玛格科技
合计		70,013.72	70,013.72	-

在不改变上述募投项目的前提下，公司董事会会有权根据项目实际需要，对募集资金投入顺序和金额进行适当调整；公司根据市场情况在募集资金到位前，以自筹资金预先投入募投项目的，可以在募集资金到位后，以募集资金置换自筹资金。

如果公司本次发行股票实际募集资金在满足上述项目投资后仍有节余，公司将依照《募集资金管理制度》相关规定进行处理；如公司实际募集资金数额低于募集资金投资计划，不足部分由公司自有资金或其他方式解决。

（二）募集资金专户存储安排

公司根据《关于进一步规范上市公司募集资金使用的通知》《深圳证券交易所股票上市规则》《深圳证券交易所上市公司规范运作指引》等法律法规，制定了《募集资金管理制度》，并将严格遵守相关规定，将募集资金存放于董事会决定的专项账户集中管理。

公司上市后将在深圳证券交易所规定时间内与保荐机构及募集资金存管银

行签订《募集资金三方监管协议》，对募集资金专户存储、使用和监管等方面的三方权利、责任和义务进行约定。使用募集资金时，公司将严格按照《募集资金管理制度》的要求使用。

（三）募集资金投资项目符合国家产业政策、投资管理、环境保护、土地管理以及其他法律、法规和规章的规定

1、符合国家产业政策

根据《产业结构调整指导目录（2019年本）》，“木、竹、草（包括秸秆）人造板及其复合材料技术开发及应用”以及“木材及木（竹）质材料节能、节材、环保加工技术开发与利用”属于鼓励类。

《中国制造 2025》提出：（1）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；（2）鼓励制造业企业增加服务环节投入，发展个性化定制服务、全生命周期管理、网络精准营销和在线支持服务等。

《中国家具行业“十三五”发展规划》提出：（1）加强家具行业与智能制造相结合，推进家具行业的技术改造，促进行业从高能耗向低能耗转变，从低附加值向高附加值升级，从粗放型向集约型过渡，推进信息化与工业化深度融合，持续提升家具行业的核心竞争力；（2）以提升产品质量为前提，加强行业品牌建设工作。鼓励与促进家具企业尝试电子商务模式，探索与培育家具行业全新的营销模式。

公司本次募集资金投资项目符合《中国制造 2025》及行业发展的相关精神：公司通过对关键设备和生产线开展技术改造，加大对定制家居产品制造、销售、管理等全过程的信息化建设，实现工业化和信息化深度融合，提高全员劳动生产率，加大节能减排，实现绿色制造。

综上，公司本次募投项目符合国家相关产业政策。

2、符合投资管理法律法规

公司本次募投项目的备案情况如下：

序号	项目名称	备案情况
1	玛格家居重庆工厂智能改扩建项目	2012-500113-04-01-594763
2	智能柜体车间生产线建设	2109-500113-04-02-752484
3	广东玛格车间智能改扩建项目	2110-440607-04-02-721438
4	研发设计及信息化升级项目	2104-500113-07-02-647221
5	品牌建设及营销推广项目	不适用

注：品牌建设及营销推广项目系通过广告营销活动提升公司品牌知名度和完善公司营销体系，不涉及相关部门的项目备案。

本次募集资金均投向公司主业，旨在巩固和提升公司的市场份额，不存在持有交易性金融资产和可供出售金融资产、借予他人、委托理财等财务性投资的计划，也不存在直接或间接投资于以买卖有价证券为主要业务的计划。

综上，公司本次募投项目已经取得了项目备案，符合投资管理相关法律法规。

3、符合环境保护法律法规

公司本次募投项目的环评情况如下：

序号	项目名称	环评情况
1	玛格家居重庆工厂智能改扩建项目	渝（巴）环准[2021]030号
2	智能柜体车间生产线建设	不适用
3	广东玛格车间智能改扩建项目	不适用
4	研发设计及信息化升级项目	不适用
5	品牌建设及营销推广项目	不适用

注：1、智能柜体车间生产线建设、广东玛格车间智能改扩建项目均属于《建设项目环境影响评价分类管理名录》“十八、家具制造业 21”中年用非溶剂型低 VOCs 含量涂料 10 吨以下的项目，依据《中华人民共和国环境影响评价法》《建设项目环境影响评价分类管理名录》的规定，项目无需办理环境影响评价审批手续。目前，发行人已取得重庆市巴南区生态环境局、佛山市生态环境局三水分局关于公司募集资金投资项目豁免环评的批复和说明。

2、研发设计及信息化升级项目系对公司研发设计及信息化系统建设加大投入，不涉及环境影响评价；品牌建设及营销推广项目系通过广告营销活动提升公司品牌知名度和完善公司营销体系，亦不涉及环境影响评价。

募投项目产生的污染物和污染源主要有废水、废气、固体废物、噪音等，具体处理措施如下：

污染项目	治污措施
废水处理	项目中产生的废水主要包括生活污水和生产废水，生产废水为冲洗生产设备和运输车辆过程中产生的废水。其中生活污水经化粪池预处理，排入厂区污水管网，再排至市政排水管网；生产废水经自建污水处理设施

污染项目	治污措施
	预处理后，集中在厂区内的污水处理站处理，达到《污水综合排放标准》（GB8978-96）三级排放标准后排入市政污水管网。
废气处理	项目废气主要来源于木料开料、钻孔、开槽过程中产生的粉尘，采用脉冲布袋除尘器处理后经排气筒高空排放处理。
固废处理	项目固体废物主要为生活垃圾及下脚料、尘渣、废胶桶等生产固废，其中生活垃圾收集后委托环卫部门统一处理；下脚料、尘渣收集后外售给相关单位；废胶桶由有资质单位安全处置。
噪音处理	项目噪声主要来自生产设备机械运行时产生的噪音，项目采取的主要噪声源防治措施有：生产车间采用了建筑隔声和消声措施，对噪声较大的房间的门窗、墙采取隔音，以减少室内噪声和震动的传递；设计中尽量选用高效能、低能耗、低噪声的设备；选用低转速、低噪声的风机和电机，风机进出口安装软接头。对转速高的风机，采取隔声罩降低噪音；通风、空调系统风管上均安装消声器或消声弯头；空调机、冷冻机、离心式排风机设减振台座。

公司将严格按照环境保护审批部门对募投项目的环境影响报告表的审查意见，确保公司环保系统的正常运转，密切关注国家环保政策的变化。在环保投入方面，除依托公司原有的环保设备以外，公司本次拟在募投项目中进行环保投资的金额为 3,834.00 万元，环保投入的资金将来源于本次公开发行股票所募集的资金。

经核查，保荐机构和发行人律师认为：发行人本次募投项目已经取得了环评批复，针对募投项目生产经营环节产生的污染物和污染源制定了有效的治污措施，符合环境保护相关法律法规。

4、符合土地管理法律法规

玛格家居重庆工厂智能改扩建项目、智能柜体车间生产线建设项目、广东玛格车间智能改扩建项目和研发设计及信息化升级项目均为对原生产线或信息化系统进行更新改造，不涉及新增土地。品牌建设及营销推广项目为对“玛格”品牌进行全面宣传及营销网络建设，不涉及土地使用。

经核查，保荐机构和发行人律师认为：公司本次募集资金投资项目符合国家产业政策、投资管理、环境保护、土地管理以及其他法律、法规和规章的规定。

（四）公司董事会对募集资金投资项目可行性的分析意见

公司于 2021 年 11 月 18 日召开第一届董事会第四次会议，审议通过了《关于公司申请首次公开发行人民币普通股股票募集资金投资项目及其可行性的议案》，董事会对募集资金投资项目的可行性进行了研究论证，认为本次募集资金

投资项目具备可行性,募集资金数额和投资项目与公司现有经营规模、财务状况、技术水平和管理能力等相适应。

1、募集资金数额和投资项目与公司生产经营规模相适应

公司主要产品定制衣柜的现有实际产能为 189,094 套/年,产能利用率为 91.32%,随着定制家居产品市场需求的不断增长,产能将成为制约公司发展的重要因素;本次募投项目将显著提高公司产能,有效缓解公司的产能限制。

公司的销售模式以经销商模式为主,报告期各期末,公司的经销商数量分别为 559 家、613 家、671 家和 685 家,年复合增长率达 8.47%,随着公司加大对经销网络的建设力度,预计经销商家数仍会维持较快的增长,新增产能可以得到有效消化。

因此,本次募投项目与公司生产经营规模是相适应的。

2、募集资金数额和投资项目与公司财务状况相适应

报告期内,公司营业收入分别为 76,265.01 万元、82,459.78 万元、83,960.19 万元和 41,663.49 万元,归属于母公司所有者的净利润分别为 7,044.74 万元、10,016.12 万元、9,853.27 万元及 2,966.29 万元,截至 2021 年 6 月 30 日,公司资产负债率为 59.49%,且无到期未偿还债务,盈利能力及财务状况良好。

玛格家居重庆工厂智能改扩建项目、智能柜体车间生产线建设项目和广东玛格车间智能改扩建项目达产后,将新增年销售收入 156,065.00 万元,新增年净利润 14,324.16 万元。募投项目处于建设期时,公司的净资产收益率等盈利指标可能有所下降,但项目投产后,将持续提升公司盈利能力,优化财务结构,从而巩固公司的市场地位,提升核心竞争力。

因此,本次募投项目与公司财务状况是相适应的。

3、募集资金数额和投资项目与公司技术水平相适应

公司已经打造了一套比较成熟的研发体系。公司一直重视产品设计研发能力,始终坚持自主研发、自主创新,经过多年的发展,公司建立了一套科学有效、运行良好的研发体系,组建了一支具有丰富设计经验和良好口碑的设计研发团队,截至 2021 年 6 月 30 日,公司的研发和设计人员数量为 161 人,占公司员

工总数的 7.02%。公司注重自主研发体系建设与知识产权建设，拥有先进的信息化智能制造设备、工艺技术与现代管理体系，被工信部认定为“国家级工业设计中心”，在产品创新、提高自主知识产权方面获得了较好的成绩，相关产品荣获“中国定制家居设计杰出贡献奖”、“2020 年度色彩设计前瞻产品”、“2020 中国家居品牌力量榜设计创新奖”等业内知名奖项。

公司的研发设计体系为实施本次募投项目提供了技术支撑。经过多年的积累，公司培育了实木产品微碳化与全工序温湿度控制技术、实木复合产品生产线技术等多项核心技术。截至本招股说明书签署之日，公司拥有 286 项专利，其中发明专利 3 项，实用新型专利 118 项，外观设计专利 165 项。以上研发体系和成果为本次募投项目的顺利实施提供了技术支撑。

因此，本次募投项目与公司技术水平是相适应的。

4、募集资金数额和投资项目与公司管理能力相适应

随着公司的发展和业务规模的不断扩大，公司形成了一套比较完善的公司治理体系。目前，公司已经建立了由股东大会、董事会、监事会组成的公司治理结构，三者与管理层共同构建了分工明确、相互配合、相互制衡的运行机制，保证公司的内控制度得到有效执行，并在公司的重大决策、经营管理和监督方面充分发挥作用。

本次募投项目主要系对公司主营业务的产能扩充，并提升信息化水平和营销服务体系，不涉及新增其他业务，公司的管理体系和管理能力能够满足本次募投项目的要求。

因此，本次募投项目与公司管理能力是相适应的。

综上，公司董事会认为，本次募集资金数额和投资项目与公司现有生产经营规模、财务状况、技术水平和管理能力相适应，具备良好的市场前景和盈利能力，公司能够有效使用募集资金，提高公司经济效益。

（五）募集资金运用对同业竞争和独立性的影响

本次募集资金投资项目的实施主体均为本公司及全资子公司，募集资金投资项目实施后，不会与控股股东产生同业竞争或者对本公司的独立性产生不利影

响。

二、募集资金投资项目的必要性和可行性

（一）项目实施的必要性

1、把握市场机遇，丰富产品矩阵

现阶段，全屋定制已成为家居行业发展的必然趋势。一方面，房价上涨、居住空间渐小等因素驱动消费者选择空间利用效率更高的全屋定制家居产品，另一方面，居民收入水平提高能够满足消费者对全屋定制家居产品的个性化需求。

为了把握全屋定制市场的发展机遇，公司定位于一站式全屋定制解决方案服务商，已形成现代简约、当代美式、新中式、简奢等四大主流风格。然而，公司产品结构仍然存在不足，部分产品存在短板，产品品类有待延伸。为进一步满足消费者风格一体化、采购一站式的需求，公司拟通过本次募投项目补齐厨柜、木门产品短板，提升产品生产工艺和系统性配套能力，并加快推出更高端的玛格极系列产品，从而丰富产品矩阵、把握全屋定制的市场机遇。

2、打破产能限制，抢占市场份额

公司作为国内定制家居行业的知名企业，近年来业务持续扩张，销售收入持续增长。2020年，公司主要产品定制衣柜的现有实际产能为189,094套/年，产能利用率为91.32%，在现有产能的基础上，结合未来业务增长的需求，公司预计产能不足已经成为中短期发展的瓶颈。

因此，公司亟需通过本次募投项目进行新的产能规划及布局。具体而言，玛格家居重庆工厂智能改扩建项目通过将重庆工厂6号车间拆除并重新建设为四层车间，玛格家居智能柜体车间生产线建设和广东玛格车间智能改扩建项目通过改造现有厂房及配套设施，从而提升公司自动化、规模化生产能力和生产效率，满足公司中短期业务扩张的产能需求，帮助公司打破产能瓶颈，抢占市场份额，提高市场竞争力和盈利能力。

3、深化工程业务布局，“零售+工程”协同发展

在国家政策的持续推动下，我国精装房市场渗透率不断提升，已由2016年的15%增至2019年的32%，但仍然远低于北美、欧洲、日本等发达国家80%

以上的精装普及率。在精装房市场容量不断扩大的有利条件下,以房地产开发商为主要客户的定制家居工程业务渠道重要性逐渐提高,定制家居工程业务规模持续放量。报告期各期,公司大宗业务收入分别为 855.35 万元、1,265.48 万元、2,622.97 万元和 734.48 万元,占主营业务收入的比例分别为 1.14%、1.56%、3.18%和 1.79%,呈增长趋势,预计未来占比将提升至 20%-30%,随着工程业务市场需求不断扩大,公司亟需深化工程业务布局。

本次募投项目通过引入智能化生产设备和现代化信息技术,提升公司大规模定制化生产能力,提高采购、库存、项目进度控制等管理能力和效率,从而通过价格和服务优势深化工程业务市场布局,助力公司“零售+工程”业务平衡、协同发展。

4、提升智能化生产水平,增强柔性化生产能力

消费者家具消费理念的升级和个性化的产品需求驱动定制家居企业生产较多的非标产品,该类产品生产工序复杂多样,对于订单的分拆和组合能力要求较高,因此,大规模柔性化生产成为行业发展的必然趋势,也成为了企业的核心竞争力。公司高度重视生产流程的智能化水平,努力提升智能制造和规模化柔性生产能力,但公司现有生产线自动化水平、场地布局尚无法满足规模化柔性生产的要求,在一定程度上制约了整体生产效率的提升。

通过本次募投项目,公司将改造现有厂房、新建生产厂房、购置先进生产线,并结合现代化信息技术,进一步提升公司智能化生产水平和大规模柔性化生产能力,优化生产流程,提升生产效率,更大限度释放产能,增强对市场需求的快速响应和调整能力。

5、完善信息化建设,提升运营管理效率

定制家居行业的定制化生产高度依赖信息化,公司历来十分重视信息化建设,但随着物料成本、人工成本的增加,叠加消费者对定制家居产品的要求不断提高,公司需要对生产流程、设备效率、成本控制等重要生产经营环节做到更为精细化的把控,信息化建设已成为公司未来发展的重点。

本次募投项目拟通过引进 APS 等系统,对信息化系统进行全面升级,实现计划排产、集团 PMC 室接单和优化原料到货时点等功能,从而实现产品从设计

到最终交付等环节的无缝连接，优化生产流程，降低库存、人工、工序等方面的成本，提高公司的生产效率与管理效率。

6、提升品牌知名度，加强营销服务建设

定制家居行业的产品、服务和渠道同质化程度较高，市场集中度较为分散，市场竞争异常激烈，在此背景下，提升品牌知名度对于公司进一步巩固行业地位并提高市场占有率具有非常重要的现实意义。公司拟通过本次募投项目进一步加强对“玛格”品牌的建设，以媒介广告、主题活动等线下方式宣传公司的品牌理念和内涵价值，并结合百度、抖音等线上平台进行广告传播，以积极应对行业内日益加剧的品牌竞争，提升公司品牌知名度和综合竞争力。

随着国民消费水平的不断提高，消费者愈发重视产品的营销服务，使得定制家居行业从纯粹的“产品”竞争上升为“产品+营销+服务”的多维度竞争，公司提升营销服务、拓展营销渠道的需求也将不断上升。本次募投项目通过线下店面形象升级、营销活动策划、多元化渠道拓展以及线上电商店面搭建、新媒体广告投放、招商平台推广等方式，对公司的营销服务进行升级完善；同时，公司将进一步加强对现有经销渠道的拓展，继续向低线城市下沉，并开拓家装渠道，推出相应家装落地活动，进一步拓宽公司营销渠道的深度和广度，满足公司业务规模进一步扩张的需要。

（二）项目实施的可行性

1、募投项目符合国家产业政策导向

定制家居行业作为家具制造业中的新兴细分领域，能够将传统制造业与信息化、智能化相结合，既可满足消费升级需求，同时也符合绿色环保、智能制造的时代发展趋势，多年来一直受到国家政策的有力支持，具体请参见本招股说明书“第六节 业务与技术”之“二、发行人所处行业的基本情况”之“（一）行业主管部门、监管体制及相关政策法规”。

本次募投项目通过改造现有厂房、新建厂房、购买先进生产设备等方式，扩大定制衣柜、整体厨柜等产品的产能，符合国家产业政策要求。

2、定制家居行业市场前景广阔

近年来,国民经济和人民生活水平的不断提高推动我国房地产市场持续保持较高的景气度,为家具行业的发展提供了广阔的市场。根据国家统计局的统计数据,2019年全年家具行业规模以上企业累计产量89,698.45万件,累计利润总额462.73亿元,同比增长10.81%。考虑精装房装修、毛坯房装修、二手房交易和存量房二次装修等市场,根据中国林业科学研究院的统计数据,预计2021年整体衣柜终端市场容量将达到1,860亿元,2017-2021年复合增长率达22.50%。同时,根据Wind、弗罗斯特沙利文等机构预测,2021年我国整体橱柜市场总规模将达到1,225.65亿元。此外,随着国家精装修政策的推动,我国新楼盘的精装房渗透率不断提升,由2016年的15%增加到2019年的32%,预计未来将继续增长,全装修、精装修市场规模的不断扩大,将驱动定制家居行业大宗业务市场迅速发展。

综上,二手房交易、存量房的二次装修以及精装房渗透率的不断提升,为定制家居行业提供了广阔的市场,本次募投项目的新增产能能够得到有效消化。

3、公司建立了完善的研发管理体系

公司具备优秀的研发管理团队和深厚的生产技术积淀。公司自成立以来始终坚持以用户体验为核心,秉承“专业定制品质生活”的战略导向,运用整体家居设计思维和智能化柔性生产能力,为消费者提供一站式全屋定制家居解决方案。公司高度重视技术创新、产品创新,积极进行自主研发体系建设和知识产权建设,不断完善研发设计架构,现产品研发设计中心下设产品设计部、产品研发部等多个组织部门,针对不同产品品类,实行专业化的分工协作。截至本招股说明书签署之日,公司拥有有效授权专利286项,其中发明专利3项,实用新型专利118项,外观设计专利165项,专利多为公司自主研发。未来,公司还将与科研院所、知名设计师团队等进行合作,进一步提升公司研发和设计水平。

经过多年的创新和发展,公司建立了科学的研发流程体系和完善的研发管理制度,培育了优秀的管理团队、研发团队、技术团队和生产制造团队,积累了丰富的行业和生产技术经验,为本次募投项目的实施提供了有力支持。

4、公司具备相对成熟的信息化基础

公司从 2006 年开始启动信息化升级之路，经过近 15 年的创新与探索，完成了“玛格信息一体化管理系统”，包括 MDMS 数字化营销系统、U 秀 AI 智能设计系统、AMS 生产制造执行系统、SAP 管理系统、SRM 供应商协同平台、PDM 产品数据中心、QC 品质管理系统等，并拥有较为完善的信息化组织架构。随着公司规模扩张，公司在项目管理、财务管理、人力资源管理等内部信息化运营管理方面已基本形成较为成熟的规范和制度，相关人员对工作流程、工作权限、工作标准均比较熟悉。

公司多年来形成的信息化系统、机制、经验和人才团队等基础，将从项目管理、网络运维、系统管理、人才储备等方面为本次募投项目的顺利实施提供有力支持。

5、公司具备完善的产品控制体系

公司十分重视产品质量控制，配置了多种产品质量检测设备和软件，建立了质量管理、环境管理和职业健康三大体系以及标准检测实验室。同时，公司制定了严格的质量检测流程，主要包括来料管控、制程管控和成品管控，首先，对原材料严格把控，对供应商反复筛选和质量监控；其次，对在产半成品进行首件和巡回检验，必要时进行全量检验；最后，对成品进行抽样检验，各个部分检验合格方可入库。此外，公司通过 QM 系统建立了沟通控制、记录控制、标识与追溯控制等标准化管理文件和流程，恪守“售出非终止，服务才开始”的服务理念，为客户提供售前、售中、售后全过程服务。

公司对产品质量施行全面管理，把质量问题控制在源头。公司完善的产品质量控制体系为公司的快速扩张奠定了良好基础，也为本次募投项目的成功实施提供有力支撑。

6、公司具备相对完善的营销体系

公司具备丰富的营销经验，优秀的营销团队和完善的营销系统。公司长期深耕定制家居行业，一直以来高度重视品牌和渠道建设，通过较为完善的线上、线下营销方式，实现了对消费者群体的深度覆盖，为本次募投项目的实施积累了丰富的营销经验。同时，公司高度重视营销人员能力的提升，通过培训、考核等方

式提高营销团队凝聚力、执行力、售后服务等多方面综合能力，组建了一支经验丰富、能力出众的营销团队。此外，公司打造了 MDMS 数字化营销一体化平台，赋能终端数字营销，针对目前家居行业高度离散、信息碎片化的现状，能够为营销部门提供有力的数据支撑，提高营销策略的准确度，实现精准营销。

综上，公司丰富的营销经验、优秀的营销团队和完善的营销系统构成了一套相对完善的营销体系，为公司本次募投项目的实施提供了有力保障。

三、本次募集资金投资项目的具体情况

（一）玛格家居重庆工厂智能改扩建项目

1、项目概况

本项目主要建设内容系厂房及相关配套设施建设，项目总占地面积 10,560 平方米，总建筑面积约 50,000 平方米。

2、项目投资概算

本项目预计投资资金 27,614.09 万元，具体投资如下表所示：

序号	项目	投资金额（万元）	占资金总量比例（%）
1	土建工程	13,011.51	47.12
1.1	主体工程	11,120.95	40.27
1.2	工程建筑其他费用	1,334.51	4.83
1.3	预备费（基本+涨价）	556.05	2.01
2	机器设备	14,602.58	52.88
	合计	27,614.09	100.00

3、项目选址

本项目系对公司重庆工厂进行改建扩建，具体地址为重庆市巴南区界石镇石桂大道 66 号 2-1。

4、项目建设进度计划

本项目建设期为 24 个月，项目实施进度计划安排如下：

项目实施内容	T+1				T+2			
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
项目筹备								
工程实施								
设备订货及招标								
设备采购及安装								
人员招聘及培训								

5、项目的效益分析

如本次募集资金投资项目顺利实施，主要效益指标如下：

项目	所得税后	所得税前
内部收益率	15.37%	17.80%
净现值 (Ic=12%，万元)	3,725.60	6,588.14
投资回收期 (年，含建设期)	6.94	6.49

(二) 智能柜体车间生产线建设

1、项目概况

本项目计划通过改造现有厂房及配套设施，引进先进设备及信息化系统，技术改造原有生产线，优化生产工艺流程，进一步提高公司柜体产品的生产规模和产品品质。

2、项目投资概算

本项目预计投资资金 13,497.34 万元，具体投资如下表所示：

序号	项目	投资金额 (万元)	占资金总量比例 (%)
1	装修改造	522.90	3.87%
2	软硬件投入	12,974.44	96.13%
项目总投资		13,497.34	100.00%

3、项目选址

本项目系对公司重庆 2 号楼厂房进行改造建设，具体地址为重庆市巴南区界石镇石桂大道 66 号 2-1。

4、项目建设进度计划

本项目建设期为 24 个月，项目实施进度计划安排如下：

项目实施内容	T+1				T+2			
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
项目筹备								
工程实施								
设备订货及招标								
设备采购及安装								
人员招聘及培训								
项目投产								

5、项目的效益分析

如本次募集资金投资项目顺利实施，主要效益指标如下：

项目	所得税后	所得税前
内部收益率	30.20%	34.27%
净现值（Ic=12%，万元）	11,024.04	14,012.25
投资回收期（年，含建设期）	4.86	4.60

（三）广东玛格车间智能改扩建项目

1、项目概况

本项目将通过现有生产场地升级，投入先进智能化生产设备及信息化系统，搭建智能化生产线，优化生产工艺技术，完善现有工艺布局，进一步提高公司的生产能力和生产效率，缓解公司产能压力，并保障产品品质稳定可靠，为后续业务规模扩张提供保障。

2、项目投资概算

本项目预计投资资金 11,809.40 万元，具体投资如下表所示：

序号	项目	投资金额（万元）	占资金总量比例（%）
1	装修改造	220.50	1.87%
2	软硬件投入	11,588.90	98.13%
项目总投资		11,809.40	100.00%

3、项目选址

本项目系对公司广东玛格原有的车间进行改造建设，具体地址为广东省佛山市三水区大塘镇大塘工业天泰路6号。

4、项目建设进度计划

本项目建设期为24个月，项目实施进度计划安排如下：

项目实施内容	T+1				T+2			
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
项目筹备								
工程实施								
设备订货及招标								
设备采购及安装								
人员招聘及培训								
项目投产								

5、项目的效益分析

如本次募集资金投资项目顺利实施，主要效益指标如下：

项目	所得税后	所得税前
内部收益率	30.16%	34.25%
净现值（Ic=12%，万元）	9,599.08	12,207.52
投资回收期（年，含建设期）	4.87	4.61

（四）研发设计及信息化升级项目

1、项目概况

研发设计及信息化升级项目主要系购置高低温湿热试验箱、电脑、交换机及信息化软件等，对原有的产品使用性能及环境模拟实验室进行升级改造，达到内部高效运作、公司-经销商-客户多级协同及信息共享的目的。

2、项目投资概算

本项目预计投资资金8,627.29万元，具体投资如下表所示：

序号	内容	投资金额（万元）	占资金总量比例（%）
1	场地及装修	135.00	1.56
2	软硬件投入	5,655.29	65.55
3	研发及开发费用	2,837.00	32.88
3.1	人员薪资	1,937.00	22.45
3.2	耗材	900.00	10.43
项目总投资		8,627.29	100.00

3、项目选址

本项目无需新增用地，选址位于公司本部，项目装修改造面积 4,900.00m²。

4、项目建设进度计划

本项目建设期为 24 个月，项目实施进度计划安排如下：

项目实施内容	T+1				T+2			
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
项目筹备								
工程实施								
软硬件订货及招标								
软硬件安装调试								
人员招聘及培训								
项目研发及开发								

5、项目的效益分析

本项目本身不直接产生经济效益，但通过打造先进的研发系统和信息化管理平台，能够有效提高公司的研发设计能力和信息化水平，整合业务体系，优化业务流程，降低业务成本。

（五）品牌建设及营销推广项目

1、项目概况

本项目将结合线上、线下同步开展品牌建设和营销推广工作。其中，品牌建设将通过媒介广告、主体活动、促销活动等线下方式，以及百度、今日头条、抖音或其他新媒体传播平台等线上方式，进行广告宣传，为公司品牌进行引流，提

升公司品牌价值；营销推广将通过线下店面形象升级、营销活动策划、多元化渠道拓展，以及线上电商店面搭建、新媒体广告投放、招商平台等方式进行推广。

本项目的实施将进一步增强公司招商及引流能力，提升品牌价值。

2、项目投资概算

本项目预计投资资金 8,465.60 万元，具体投资如下表所示：

序号	内容	投资金额（万元）	占资金总量比例（%）
1	营销及服务升级	3,870.00	45.71
2	品牌建设及推广	4,075.00	48.14
3	人员薪资	520.60	6.15
项目总投资		8,465.60	100.00

四、募集资金运用对公司生产经营和财务状况的影响

（一）对公司生产经营情况的影响

本次募集资金投资项目是在公司主营业务的基础上，结合未来市场发展的需要，扩大现有产能，增强研发能力、信息化管理能力和营销能力。一方面，可以提高公司生产能力和生产效率，提升现有产品技术含量、优化产品性能；另一方面，可以更加贴近市场，精准营销，针对客户需求提供更为全面的全屋定制解决方案。

募投项目的实施将进一步巩固公司的技术领先优势，覆盖更广阔的市场，有助于提升公司的竞争力，推动公司业绩的快速增长。

（二）对公司财务状况的影响

1、新增固定资产折旧和无形资产摊销对未来经营成果的影响

本次募集资金主要用于购置固定资产和无形资产，投资金额合计 58,711.12 万元，根据公司现行会计政策，待上述项目建设完毕后，每年新增固定资产折旧和无形资产摊销费用合计 4,358.58 万元，将导致公司未来折旧摊销费用大幅增加。

在短期内，上述新增折旧及摊销会对公司的经营业绩造成一定的压力；长期来看，项目达产后，预计新增销售收入足以抵销新增折旧及摊销的影响，对公司

总体经营业绩影响较小。

2、对资产负债率及资本结构的影响

本次发行募集资金到位后，公司总资产将有所增加，资产负债率将有所下降，偿债能力、持续经营能力和融资能力都将得到增强，财务风险会有所降低，公司利用财务杠杆融资的空间更大。

3、对净资产收益率的影响

本次发行募集资金到位后，公司净资产将大幅增加，由于募集资金投资项目的效益在短期内难以完全释放，公司存在项目建设期间净资产收益率下降的风险。随着募集资金投资项目的投产和效益的逐步释放，公司净资产收益率将逐步回升。

第十四节 股利分配政策

一、最近三年股利分配政策

公司现行《公司章程》规定公司股利分配政策如下：

1、公司分配当年税后利润时，应当提取利润 10%列入公司法定公积金。公司法定公积金累计额为公司注册资本的 50%以上的，可以不再提取。

2、公司的法定公积金不足以弥补以前年度亏损的，在依照前款规定提取法定公积金之前，应当先用当年利润弥补亏损。

3、公司从税后利润中提取法定公积金后，经股东大会决议，还可以从税后利润中提取任意公积金。

4、公司弥补亏损和提取公积金后所余税后利润，经股东大会决议同意，可按照股东持有的股份比例分配。

5、股东大会违反前款规定，在公司弥补亏损和提取法定公积金之前向股东分配利润的，股东必须将违反规定分配的利润退还公司。

6、公司持有的本公司股份不参与分配利润。

7、公司的公积金用于弥补公司的亏损、扩大公司生产经营或者转为增加公司资本。但是，资本公积金将不用于弥补公司的亏损。

8、法定公积金转为资本时，所留存的该项公积金将不少于转增前公司注册资本的 25%。

9、公司股东大会对利润分配方案作出决议后，公司董事会须在股东大会召开后 2 个月内完成股利（或股份）的派发事项。

10、公司的利润分配政策应重视对投资者的合理回报，应保持连续性和稳定性。公司利润分配不得超过累计可分配利润的范围，不得损害公司持续经营能力。

公司可以采取现金方式、股票方式及现金加股票方式分配股利

11、公司股东存在违规占用公司资金情况的，公司在进行利润分配时，应当扣减该股东所获分配的现金红利，以偿还其占用的资金。

二、最近三年实际股利分配情况

(一) 2019 年股利分配情况

2019 年 8 月 1 日, 玛格有限召开股东会, 会议就玛格有限利润分配事宜提交股东会讨论, 全体股东一致通过利润分配 1,000 万元。

(二) 2020 年股利分配情况

2020 年 6 月 30 日, 玛格有限召开股东会, 会议就玛格有限利润分配事宜提交股东会讨论, 全体股东一致通过利润分配 3,000 万元。

(三) 2021 年股利分配情况

2021 年 5 月 20 日, 公司召开 2020 年度股东大会, 审议并通过了《关于公司 2020 年度利润分配方案的议案》, 同意向全体股东每 10 股派发现金股利 4 元, 共计派发现金股利 3,000 万元。

(四) 追溯调整对利润分配的影响

2017 年 1 月 13 日, 玛格唐投资和重庆浩钥欣分别将其持有的玛格有限 2% 和 1% 的股权 (分别对应 136 万元和 68 万元出资额) 以 333.33 万元和 166.67 万元的价格转让给零壹咨询; 2017 年 4 月 8 日, 重庆浩钥欣将其持有的玛格有限 3.00% 的股权 (对应 204 万元出资额) 以 2,550 万元的价格转让给零壹咨询, 根据《企业会计准则第 11 号—股份支付》等相关规定的要求, 公司对两次股权转让价格的差异确认为股份支付 2,050.00 万元, 并追溯调整了前期财务报表。受该调整的影响, 截至 2018 年末, 母公司未分配利润变为-679.81 万元, 以此为基础分配 1,000 万元, 形成超额分配 1,679.81 万元; 截至 2019 年末, 母公司未分配利润变为 423.37 万元, 以此为基础分配 3,000 万元, 形成超额分配 2,576.63 万元。

公司于 2021 年 11 月 18 日和 2021 年 12 月 5 日召开第一届第四次董事会及 2021 年第二次临时股东大会审议并通过了《关于超额分配的利润以公司日后实现的净利润弥补的议案》, 同意上述超额分配, 不再要求当时参与分红的股东返还超额分配的利润, 对超额分配的利润以公司日后实现的净利润进行弥补。

根据立信会计师事务所出具的《审计报告》(信会师报字[2021]第 ZD10266

号), 母公司 2020 年度实现净利润 6,496.13 万元, 已足额弥补上述超额分配的利润。

综上所述, 截至 2021 年 6 月末, 公司实现的净利润已经全额弥补超额分配金额, 不存在未弥补亏损, 该超额分配未对公司经营和股东利益造成实质影响。

三、发行后的股利分配政策

(一) 利润分配原则

公司重视对投资者的合理投资回报, 根据自身的财务结构、盈利能力和未来的投资、融资发展规划实施积极的利润分配政策, 保持利润分配政策的持续性和稳定性; 公司董事会、监事会和股东大会对利润分配政策的决策和论证应当充分考虑独立董事、监事和公众投资者的意见。公司利润分配不得超过累计可分配利润的范围, 不得损害公司持续经营能力。

(二) 利润分配的方式

公司可采取现金、股票、现金股票相结合或者法律许可的其他方式分配股利, 现金方式优先于股票方式。具备现金分红条件的, 应当优先采取现金分红进行利润分配。

(三) 利润分配的条件

公司上一年度盈利, 累计可分配利润为正, 审计机构对公司的上一年度财务报告出具标准无保留意见的审计报告, 且不存在重大投资计划或重大现金支出事项(募集资金项目支出除外)。

上述重大投资计划或重大现金支出指以下情形之一:

(1) 公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或购买设备累计支出达到或超过公司最近一期经审计净资产的 50%, 且超过 5,000 万元;

(2) 公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或购买设备累计支出达到或超过公司最近一期经审计总资产的 30%。

根据公司章程关于董事会和股东大会职权的相关规定, 上述重大投资计划或重大现金支出须经董事会批准, 报股东大会审议通过后方可实施。

（四）利润分配方式适用的条件和比例

1、现金分红的条件和比例

除非不符合利润分配条件，否则公司每年度应当至少以现金方式分配利润一次。公司每三年以现金方式累计分配的利润不少于三年实现的年均可分配利润的30%。因特殊原因不能达到上述比例的，董事会应当向股东大会作特别说明。

在满足上述现金分红条件和比例的基础上，董事会应当综合考虑公司所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，在满足公司正常生产经营的资金需求情况下，提出实施差异化现金分红政策：

（1）公司发展阶段属成熟期且无重大投资计划或重大现金支出的，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投资计划或重大现金支出的，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投资计划或重大现金支出的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到20%。

公司发展阶段不易区分但有重大投资计划或重大现金支出的，可以按照前项规定处理。

2、股票分红的条件

如果公司当年以现金方式分配的利润已经超过当年实现的可分配利润的15%或在利润分配方案中拟通过现金方式分配的利润超过当年实现的可分配利润的10%，对于超过当年实现的可分配利润10%以上的部分，公司根据盈利情况和现金流状况，为满足股本扩张的需要或合理调整股本规模和股权结构，可以采取股票分红方式进行分配。

（五）利润分配的期限间隔

公司在符合《公司章程》规定的利润分配条件下，应当每年度进行年度利润分配。公司董事会综合考量公司经营情况、资金状况和盈利水平等因素，可以向股东大会提议进行中期利润分配。

（六）利润分配的决策程序

1、定期报告公布前，公司董事会应详细分析及充分考虑公司实际经营情况，以及社会融资环境、社会融资成本、公司现金流量状况、资金支出计划等各项对公司资金的收支有重大影响的相关因素，在此基础上合理、科学地拟订具体分红方案。独立董事应在制定现金分红预案时发表明确意见。

2、独立董事可以征集中小股东的意见，提出分红提案，并直接提交董事会审议。

3、董事会通过分红方案后，提交股东大会审议。公司召开涉及利润分配的股东大会时，应根据《公司法》《公司章程》及其他规范性文件的规定，为中小股东参与股东大会及投票提供便利；召开股东大会时，应保障中小股东对利润分配问题有充分的表达机会，对于中小股东关于利润分配的质询，公司董事、高级管理人员应给予充分的解释与说明。

公司因特殊情况而不进行现金分红时，公司应在董事会决议公告和年报中披露未进行现金分红或现金分配低于规定比例的原因，以及公司留存收益的确切用途及预计投资收益等事项进行专项说明，经独立董事发表意见后提交股东大会审议。

4、董事会和股东大会在有关决策和论证过程中应当充分考虑独立董事和公众投资者的意见。公司将通过多种途径（电话、传真、电子邮件、投资者关系互动平台等）听取、接受公众投资者对利润分配事项的建议和监督。

（七）利润分配政策的调整

公司调整或变更本章程规定的利润分配政策应当满足以下条件：

- 1、现有利润分配政策已不符合公司外部经营环境或自身经营状况的要求；
- 2、调整后的利润分配政策不得违反中国证监会和证券交易所的有关规定；
- 3、法律、法规、中国证监会或证券交易所发布的规范性文件中规定确有必要对本章程规定的利润分配政策进行调整或者变更的其他情形。

利润分配政策的调整应经董事会审议通过后提交股东大会审议，并经出席股东大会的股东所持表决权的 2/3 以上通过。

（八）利润分配政策的披露

公司应当在年度报告中详细披露现金分红政策的制定及执行情况，并对下列事项进行专项说明：

- 1、是否符合公司章程的规定或者股东大会决议要求；
- 2、分红标准和比例是否明确清晰；
- 3、相关的决策程序和机制是否完备；
- 4、独立董事是否履职尽责并发挥了应有的作用；
- 5、中小股东是否有充分表达意见和诉求的机会，中小股东的合法权益是否得到了充分保护等。

对现金分红政策进行调整或变更的，还应对调整或变更的条件及程序是否合规和透明等进行详细说明。

（九）若公司股东存在违规占用公司资金情况的，公司应当扣减该股东所分配的现金红利，以偿还其所占用的资金。

（十）公司未来股利分配规划的制定程序

公司至少每三年重新审阅一次公司未来分红回报规划。公司制定未来的股利分配规划，经二分之一以上独立董事同意后提交董事会审议，且经监事会审议通过后提交股东大会批准。

（十一）监事会应对董事会执行公司利润分配政策和股东回报规划的情况及决策程序进行监督，并应对年度内盈利但未提出利润分配的预案，就相关政策、规划执行情况发表专项说明和意见。

四、公司上市后三年内股东分红回报规划

公司发行上市后三年内股东分红回报规划的具体内容请详见本招股说明书“第十一节 管理层讨论与分析”之“五、公司未来分红回报规划”。

五、本次发行前滚存利润分配政策

公司本次公开发行前滚存未分配利润余额由新老股东按各自持有公司股份的比例共同享有。

第十五节 其他重要事项

一、有关信息披露和投资者关系的联系方式

为切实保护投资者特别是中小投资者的合法权益、完善公司治理结构，公司根据《公司法》《证券法》等法律法规的规定，建立了完善的投资者权益保护制度并严格执行，真实、准确、完整、及时地报送和披露信息，积极合理地实施利润分配政策，保证投资者依法获取公司信息、享有资产收益、参与重大决策和选择管理者等方面的权利。

公司设立证券部负责信息披露和投资者关系，董事会秘书沈瀚专门负责信息披露事务，联系方式如下：

联系人：沈瀚

电话：020-38856053

传真：020-38837371

电子信箱：zhengquanbu@macio.com.cn

二、重大合同

截至本招股说明书签署之日，发行人及其下属企业正在履行或将要履行的报告期各期前五大供应商采购框架协议或单笔交易金额在 500 万元以上的采购合同、正在履行或将要履行的报告期各期前五大经销商的经销协议、银行授信、借款合同及相关的担保合同或其他对发行人及其下属企业的生产经营活动、未来发展或财务状况具有重要影响的重大合同（交易金额在 500 万元以上）如下：

（一）销售合同

公司的主要客户为经销商，公司与经销商的销售合同采取一年一签的方式，公司正在履行的重要客户的销售合同如下：

序号	客户名称	签署时间	合同标的	交易金额（万元）	有效期	履行情况
1	广州市谷柔家居用品有限公司	2021/04/02	玛格品牌系列产品	合同约定有关销售任务，具体销售金额	2021/01/01-2021/12/31	正在履行
2	高新区美唐家	2021/03/18			2021/01/01-2021/12/31	正在履行

序号	客户名称	签署时间	合同标的	交易金额(万元)	有效期	履行情况
	具经营部			以实际发生为准		
3	绵阳市全成商贸有限公司	2021/03/17			2021/01/01-2021/12/31	正在履行
4	誉墅品(上海)家居有限公司	2021/03/16			2021/01/01-2021/12/31	正在履行
5	重庆一粟联创家居有限公司	2021/03/22			2021/01/01-2021/12/31	正在履行
6	萍乡经济技术开发区睿创全屋定制生活馆	2021/03/19			2021/01/01-2021/12/31	正在履行
7	无锡美特家建材有限公司	2021/03/17			2021/01/01-2021/12/31	正在履行
8	宁波红平家居有限公司	2021/03/17			2021/01/01-2021/12/31	正在履行
9	重庆龙湖企业拓展有限公司	2021/05/08	厨柜、收纳柜等产品		以具体供货合同约定为准	2021/05/08-2021/12/31

(二) 采购合同

公司主要向供应商采购板材、铝材、五金配件等原材料、辅料, 采购量根据公司实际需求量采购, 公司正在履行的重要供应商的采购合同如下:

序号	供应商名称	签署主体	合同标的	交易金额(万元)	有效期	履行情况
1	惠州市盛易木业有限公司	广东玛格	板材	以具体采购订单金额为准	2020/03/09-2022/03/08	正在履行
2	惠州市盛易木业有限公司	玛格有限	板材	以具体采购订单金额为准	2020/03/12-2022/03/12	正在履行
3	成都大亚商贸有限公司	玛格有限	板材	以具体采购订单金额为准	2020/07/31-2022/07/30	正在履行
4	大亚木业(茂名)有限公司	广东玛格	板材	以具体采购订单金额为准	2020/04/01-2022/03/31	正在履行
5	海蒂诗五金配件(上海)有限公司	广东玛格	五金配件	以具体采购订单金额为准	2020/04/01-2022/03/31	正在履行
6	海蒂诗五金配件(上海)有限公司	玛格有限	五金配件	以具体采购订单金额为准	2020/04/01-2022/03/31	正在履行
7	佛山市亚特办公家具有限公司	广东玛格	板材	以具体采购订单金额为准	2020/04/01-2022/03/31	正在履行
8	深圳市涂冠贸易有限公司	广东玛格	涂料	以具体采购订单金额为准	2020/04/01-2022/03/31	正在履行
9	深圳市涂冠贸易有限公司	玛格有限	涂料	以具体采购订单金额为准	2020/04/02-2022/04/02	正在履行
10	东莞市华立实业股份有限公司	广东玛格	封边条	以具体采购订单金额为准	2020/04/01-2022/03/31	正在履行

序号	供应商名称	签署主体	合同标的	交易金额 (万元)	有效期	履行情况
11	东莞市华富立装饰建材有限公司	广东玛格	封边条	以具体采购订单金额为准	2020/06/01-2022/05/31	正在履行
12	四川华富立复合材料有限公司	玛格有限	封边条	以具体采购订单金额为准	2020/04/01-2022/03/31	正在履行
13	佛山市南海简佳铝业公司	玛格有限	铝材、成品门、五金配件	以具体采购订单金额为准	2020/04/01-2022/03/31	正在履行
14	佛山市南海简佳铝业公司	广东玛格	铝材、成品门	以具体采购订单金额为准	2020/05/01-2022/04/30	正在履行
15	金田豪迈(昆山)木业机械贸易有限公司	玛格有限	机器设备一批	2,850	至有关设备交付完成	正在履行

2021年7月9日,广东玛格(“甲方”)与重庆新途进出口贸易有限公司(“乙方”)签署了《委托代理进口业务协议书》,协议约定,甲方委托乙方与甲方国外合作商签订进口合同,并协助甲方办理相关进口采购业务。前述进口合同必须以甲方与外商确认后的合同价格等相关条款或者甲乙双方共同确认的相关条款为依据。甲乙双方共同确认签订的外商合同,根据合同进度要求,甲方支付有关款项至乙方指定账户。乙方收到前述款项后最迟2个工作日内支付外汇至国外供应商账户,支付水单于支付后5个工作日内回传甲方经办人。甲方按照乙方每份采购合同对外付汇总额0.8%向乙方支付代理服务费,单笔代理费不足1,000元的按1,000元收取。合同有效期限为2021年7月10日至2023年7月9日。

2021年11月18日,玛格家居(“甲方”)与重庆新途进出口贸易有限公司(“乙方”)签署了《委托代理进口业务协议书》,协议约定,甲方委托乙方与甲方国外合作商签订进口合同,并协助甲方办理相关进口采购业务。前述进口合同必须以甲方与外商确认后的合同价格等相关条款或者甲乙双方共同确认的相关条款为依据。甲乙双方共同确认签订的外商合同,根据合同进度要求,甲方支付有关款项至乙方指定账户。乙方收到前述款项后最迟2个工作日内支付外汇至国外供应商账户,支付水单于支付后5个工作日内回传甲方经办人。甲方按照乙方每份采购合同对外付汇总额0.8%向乙方支付代理服务费,单笔代理费不足1,000元的按1,000元收取。合同有效期限为2021年11月18日至2023年11月17日。

（三）银行授信或借款合同

截至本招股说明书签署之日，公司及子公司正在履行的银行授信或借款合同如下：

序号	合同主体	合同签署日期	授信/借款银行	合同编号	授信额度/贷款金额（万元）	授信/贷款期限（月）
1	玛格家居	2021/8/11	招商银行股份有限公司重庆分行	2021年渝二字第9080422号	3,000	12
2	广东玛格	2021/10/21	招商银行股份有限公司佛山分行	《授信协议》（编号：757XY2021035560）	5,000	12

（四）担保合同

截至本招股说明书签署之日，发行人及其下属企业正在履行的担保合同如下：

序号	债权人	担保人	担保合同编号	担保的主合同	被担保方	担保物/担保类型	担保期限
1	招商银行股份有限公司佛山分行	玛格家居	《最高额不可撤销担保书》（编号：757XY202103556002）	《授信协议》（编号：757XY2021035560）	广东玛格	连带责任保证	授信协议项下每笔贷款、其他融资、受让的应收账款债权到期日或每笔垫款的垫款日另加三年
2		广东玛格	《最高额不可撤销担保书》（编号：757XY202103556003）			连带责任保证	

（五）投资协议

2021年3月18日，广东玛格（乙方）与佛山市三水区大塘镇人民政府（甲方）签署了《定制家居智能制造工业项目投资意向书》，该协议就乙方在佛山市三水区大塘镇投资“定制家居智能制造工业项目”进行了约定，具体约定如下：

（1）乙方拟投资建设的项目总投资20亿元，其中固定资产投资10.5亿元，项目达产后产值达30亿元/年，在三水区大塘镇内缴纳税收不低于1.05亿元/年。

（2）项目意向用地位于佛山市三水区大塘镇工业园永大线旁，面积约为300亩（最终以国有土地出让合同约定为准）。乙方通过出让方式取得项目用地后，

自土地交付之日起 12 个月内开工建设，土地交付之日起 36 个月内竣工。

此外，协议还约定了其他甲乙双方的权利义务及违约责任等事项。

三、对外担保情况

截至本招股说明书签署之日，公司不存在对外担保事项。

四、诉讼或仲裁情况

截至本招股说明书签署之日，公司不存在尚未了结或可预见的重大诉讼、仲裁情况。

截至本招股说明书签署之日，公司控股股东、实际控制人唐斌先生、控股子公司以及发行人董事、监事、高级管理人员和核心技术人员不存在作为一方当事人的重大诉讼或仲裁情况。

截至本招股说明书签署之日，发行人董事、监事及高级管理人员和核心技术人员不存在涉及刑事诉讼的情形。

第十六节 董事、监事、高级管理人员及有关中介机构声明

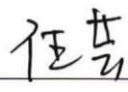
一、发行人全体董事、监事、高级管理人员声明

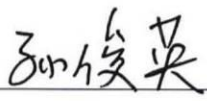
本公司全体董事、监事、高级管理人员承诺本招股说明书及其摘要不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。

全体董事签名：


唐 斌


高 琴


任 芸


孙俊英


李国华

全体监事签名：



吴 亮


屈 志


蔡宝磊

其他高级管理人员签名：


张 智


沈 瀚

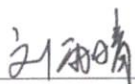


2021年12月22日

二、保荐机构(主承销商)声明

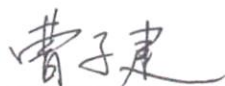
本公司已对招股说明书及其摘要进行了核查,确认招股说明书及其摘要的内容真实、准确、完整,不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏,并承担相应的法律责任。

项目协办人:

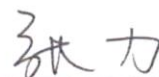


刘雨晴

保荐代表人:



曹子建



张 力

法定代表人、
董事长:



贺 青



国泰君安证券股份有限公司

2021年12月22日

三、保荐机构董事长、总经理声明

本人已认真阅读玛格家居股份有限公司招股说明书及其摘要的全部内容,确认招股说明书及其摘要不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏,并对招股说明书及其摘要真实性、准确性、完整性、及时性承担相应的法律责任。

总经理(总裁):



王松

董事长:



贺青



2021年12月22日

四、发行人律师声明

本所及经办律师已阅读《玛格家居股份有限公司首次公开发行股票并上市招股说明书》，确认招股说明书与本所出具的《法律意见书》及《律师工作报告》无矛盾之处。本所及经办律师对发行人在招股说明书中引用的《法律意见书》及《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，并承担相应的法律责任。

广东信达律师事务所(盖章)



负责人(签字):

经办律师(签字):

林晓春

魏天慧

魏蓝

2021年12月22日

五、审计机构声明

本所及本所签字注册会计师已阅读招股说明书及其摘要,确认招股说明书及其摘要与本所出具的审计报告、内部控制鉴证报告及经本所核验的非经常性损益明细表无矛盾之处。本所及本所签字注册会计师对发行人在招股说明书及其摘要中引用的审计报告、内部控制鉴证报告及经本所核验的非经常性损益明细表的内容无异议,确认招股说明书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,并对其真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

签字注册会计师:





华毅鸿



袁竞艳

会计师事务所负责人:

杨志国

立信会计师事务所(特殊普通合伙)



2021年12月22日

六、资产评估机构声明

本机构及本机构签字注册资产评估师已阅读招股说明书及其摘要,确认招股说明书及其摘要与本机构出具的资产评估报告无矛盾之处。本机构及本机构签字注册资产评估师对发行人在招股说明书及其摘要中引用的资产评估报告的内容无异议,确认招股说明书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,并对其真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

签字注册资产评估师:



资产评估机构负责人:



梅惠民



2021年12月22日

七、验资机构声明

本所及本所签字注册会计师已阅读招股说明书及其摘要,确认招股说明书及其摘要与本所出具的验资报告无矛盾之处。本所及本所签字注册会计师对发行人在招股说明书及其摘要中引用的验资报告的内容无异议,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,并对其真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

签字注册会计师:





华毅鸿



卫亚辉

会计师事务所负责人:

杨志国

立信会计师事务所(特殊普通合伙)





2021年12月22日

第十七节 备查文件

- （一）发行保荐书；
- （二）财务报表及审计报告
- （三）内部控制鉴证报告；
- （四）经注册会计师鉴证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。

附件一 商标专用权情况

序号	商标	权利人	注册证号	使用类别	有效期限	法律状态	取得方式
1		玛格家居	45610555	第 20 类	2020/12/21-2030/12/20	授权	原始取得
2		玛格家居	45590543	第 35 类	2020/12/21-2030/12/20	授权	原始取得
3	玛格智能	玛格家居	43897633	第 24 类	2020/09/28-2030/09/27	授权	原始取得
4	玛格智能	玛格家居	43897567	第 35 类	2020/09/28-2030/09/27	授权	原始取得
5	玛格智	玛格家居	43897544	第 37 类	2020/09/28-2030/09/27	授权	原始取得
6	玛格智	玛格家居	43897540	第 11 类	2020/09/28-2030/09/27	授权	原始取得
7	玛格智	玛格家居	43894343	第 24 类	2020/09/28-2030/09/27	授权	原始取得
8	玛菓	玛格家居	43893739	第 37 类	2020/09/28-2030/09/27	授权	原始取得
9	玛菓	玛格家居	43893714	第 42 类	2020/11/28-2030/11/27	授权	原始取得
10	MACIO. G	玛格家居	43893384	第 20 类	2020/10/21-2030/10/20	授权	原始取得

序号	商标	权利人	注册证号	使用类别	有效期限	法律状态	取得方式
11	玛格.极	玛格家居	43892827	第 20 类	2020/09/28-2030/09/27	授权	原始取得
12	玛格智	玛格家居	43892526	第 9 类	2020/09/28-2030/09/27	授权	原始取得
13	玛格整装	玛格家居	43892199	第 42 类	2020/09/28-2030/09/27	授权	原始取得
14	玛格.极	玛格家居	43892106	第 24 类	2020/09/28-2030/09/27	授权	原始取得
15	MACIO. G	玛格家居	43892069	第 11 类	2020/10/21-2030/10/20	授权	原始取得
16	玛格智能	玛格家居	43891474	第 21 类	2020/09/28-2030/09/27	授权	原始取得
17	玛菓	玛格家居	43890733	第 11 类	2020/09/28-2030/09/27	授权	原始取得
18	玛格智能	玛格家居	43890649	第 42 类	2020/09/28-2030/09/27	授权	原始取得
19	玛菓	玛格家居	43889859	第 24 类	2020/09/28-2030/09/27	授权	原始取得
20	玛格智能	玛格家居	43889532	第 9 类	2020/12/07-2030/12/06	授权	原始取得
21	玛格智	玛格家居	43889145	第 35 类	2020/09/28-2030/09/27	授权	原始取得

序号	商标	权利人	注册证号	使用类别	有效期限	法律状态	取得方式
22	玛格.极	玛格家居	43888943	第 42 类	2020/09/28-2030/09/27	授权	原始取得
23	MACIO. G	玛格家居	43886958	第 35 类	2020/10/21-2030/10/20	授权	原始取得
24	玛菓	玛格家居	43886680	第 6 类	2020/09/28-2030/09/27	授权	原始取得
25	玛菓	玛格家居	43886675	第 21 类	2020/11/28-2030/11/27	授权	原始取得
26	玛格智能	玛格家居	43886621	第 19 类	2020/12/14-2030/12/13	授权	原始取得
27	玛格智	玛格家居	43886504	第 19 类	2020/09/28-2030/09/27	授权	原始取得
28	玛菓	玛格家居	43884654	第 18 类	2020/09/28-2030/09/27	授权	原始取得
29	玛菓	玛格家居	43884650	第 9 类	2020/11/28-2030/11/27	授权	原始取得
30	MACIO. G	玛格家居	43884306	第 21 类	2020/10/21-2030/10/20	授权	原始取得
31	玛格.极	玛格家居	43883757	第 9 类	2020/09/28-2030/09/27	授权	原始取得

序号	商标	权利人	注册证号	使用类别	有效期限	法律状态	取得方式
32	玛格整装	玛格家居	43883445	第 37 类	2020/09/28-2030/09/27	授权	原始取得
33	玛格整装	玛格家居	43883423	第 21 类	2020/09/28-2030/09/27	授权	原始取得
34	玛格.极	玛格家居	43883016	第 6 类	2020/09/28-2030/09/27	授权	原始取得
35	MACIO. G	玛格家居	43882762	第 18 类	2020/10/28-2030/10/27	授权	原始取得
36	玛格智能	玛格家居	43882374	第 20 类	2020/09/28-2030/09/27	授权	原始取得
37	玛格智能	玛格家居	43881934	第 11 类	2020/12/14-2030/12/13	授权	原始取得
38	玛格.极	玛格家居	43880716	第 19 类	2020/09/28-2030/09/27	授权	原始取得
39	玛格.极	玛格家居	43880686	第 37 类	2020/09/28-2030/09/27	授权	原始取得
40	玛格.极	玛格家居	43880657	第 21 类	2020/09/28-2030/09/27	授权	原始取得
41	玛格智能	玛格家居	43880401	第 10 类	2020/09/28-2030/09/27	授权	原始取得
42	玛格智	玛格家居	43880394	第 10 类	2020/09/28-2030/09/27	授权	原始取得

序号	商标	权利人	注册证号	使用类别	有效期限	法律状态	取得方式
43	玛格整装	玛格家居	43880022	第 35 类	2020/09/28-2030/09/27	授权	原始取得
44	玛格整装	玛格家居	43879999	第 20 类	2020/09/28-2030/09/27	授权	原始取得
45	MACIO. G	玛格家居	43879675	第 24 类	2020/10/28-2030/10/27	授权	原始取得
46	MACIO. G	玛格家居	43878391	第 19 类	2020/10/28-2030/10/27	授权	原始取得
47	玛菓	玛格家居	43877303	第 19 类	2020/09/28-2030/09/27	授权	原始取得
48	MACIO. G	玛格家居	43876995	第 42 类	2020/10/28-2030/10/27	授权	原始取得
49	玛格整装	玛格家居	43876607	第 24 类	2020/09/28-2030/09/27	授权	原始取得
50	玛菓	玛格家居	43876226	第 35 类	2020/11/28-2030/11/27	授权	原始取得
51	玛格智能	玛格家居	43876211	第 37 类	2020/09/28-2030/09/27	授权	原始取得
52	MACIO. G	玛格家居	43875530	第 37 类	2020/10/28-2030/10/27	授权	原始取得









序号	商标	权利人	注册证号	使用类别	有效期限	法律状态	取得方式
53	玛格.极	玛格家居	43873516	第 11 类	2020/09/28-2030/09/27	授权	原始取得
54	玛格.极	玛格家居	43873513	第 35 类	2020/09/28-2030/09/27	授权	原始取得
55	玛格智	玛格家居	43870811	第 21 类	2020/09/28-2030/09/27	授权	原始取得
56	玛格智	玛格家居	43870788	第 42 类	2020/09/28-2030/09/27	授权	原始取得
57	玛格智	玛格家居	43870769	第 20 类	2020/09/28-2030/09/27	授权	原始取得
58	玛格.极	玛格家居	43870698	第 18 类	2020/09/28-2030/09/27	授权	原始取得
59	玛格彼得沃克	玛格家居	41837085	第 19 类	2020/06/28-2030/06/27	授权	原始取得
60	玛格彼得沃克	玛格家居	41819218	第 35 类	2020/06/28-2030/06/27	授权	原始取得
61	玛格彼得沃克	玛格家居	41810196	第 20 类	2020/06/28-2030/06/27	授权	原始取得
62	玛格	玛格家居	39701699	第 11 类	2020/06/07-2030/06/06	授权	原始取得
63	MACIO	玛格家居	39699535	第 2 类	2020/03/21-2030/03/20	授权	原始取得


序号	商标	权利人	注册证号	使用类别	有效期限	法律状态	取得方式
64	玛格	玛格家居	39680864	第 2 类	2020/10/14-2030/10/13	授权	原始取得
65	MACIO	玛格家居	39675968	第 11 类	2020/03/21-2030/03/20	授权	原始取得
66		玛格家居	39672876	第 11 类	2020/05/28-2030/05/27	授权	原始取得
67	玛格实木无界	玛格家居	38871678	第 35 类	2020/03/14-2030/03/13	授权	原始取得
68		玛格家居	37655845	第 35 类	2019/12/07-2029/12/06	授权	原始取得
69		玛格家居	31781772	第 20 类	2019/03/21-2029/03/20	授权	原始取得
70		玛格家居	26666762	第 24 类	2018/12/07-2028/12/06	授权	原始取得
71		玛格家居	26665756	第 42 类	2018/11/21-2028/11/20	授权	原始取得
72		玛格家居	26664443	第 6 类	2018/11/21-2028/11/20	授权	原始取得
73		玛格家居	26651900	第 19 类	2018/11/21-2028/11/20	授权	原始取得

序号	商标	权利人	注册证号	使用类别	有效期限	法律状态	取得方式
74		玛格家居	26646228	第 40 类	2018/11/21-2028/11/20	授权	原始取得
75		玛格家居	26643543	第 37 类	2018/11/21-2028/11/20	授权	原始取得
76	玛格	玛格家居	23420435	第 20 类	2018/03/21-2028/03/20	授权	原始取得
77	玛格	玛格家居	23420284	第 35 类	2018/06/21-2028/06/20	授权	原始取得
78	玛格	玛格家居	23419902	第 19 类	2018/09/07-2028/09/06	授权	原始取得
79	玛格	玛格家居	23419629	第 6 类	2018/06/21-2028/06/20	授权	原始取得
80		玛格家居	20160884	第 20 类	2017/07/21-2027/07/20	授权	原始取得
81	玛格天地	玛格家居	19879001	第 43 类	2017/06/28-2027/06/27	授权	继受取得
82	玛格天地	玛格家居	19878934	第 42 类	2017/06/28-2027/06/27	授权	继受取得
83	玛格天地	玛格家居	19878846	第 40 类	2017/06/28-2027/06/27	授权	继受取得
84	玛格天地	玛格家居	19878745	第 37 类	2017/06/28-2027/06/27	授权	继受取得

序号	商标	权利人	注册证号	使用类别	有效期限	法律状态	取得方式
85	玛格天地	玛格家居	19878670	第 35 类	2017/06/21-2027/06/20	授权	继受取得
86	玛格天地	玛格家居	19878547	第 27 类	2017/06/21-2027/06/20	授权	继受取得
87	玛格天地	玛格家居	19878367	第 24 类	2017/06/28-2027/06/27	授权	继受取得
88	玛格天地	玛格家居	19878356	第 26 类	2017/06/28-2027/06/27	授权	继受取得
89	玛格天地	玛格家居	19878276	第 21 类	2017/06/28-2027/06/27	授权	继受取得
90	玛格天地	玛格家居	19878128	第 20 类	2017/06/28-2027/06/27	授权	继受取得
91	玛格天地	玛格家居	19878059	第 19 类	2017/06/21-2027/06/20	授权	继受取得
92	玛格天地	玛格家居	19877868	第 18 类	2017/06/21-2027/06/20	授权	继受取得
93	玛格天地	玛格家居	19877774	第 6 类	2017/06/28-2027/06/27	授权	继受取得
94	玛格唐	玛格家居	19875930	第 43 类	2017/06/21-2027/06/20	授权	继受取得
95	玛格唐	玛格家居	19875915	第 37 类	2017/06/28-2027/06/27	授权	继受取得

序号	商标	权利人	注册证号	使用类别	有效期限	法律状态	取得方式
96	玛格唐	玛格家居	19875900	第 42 类	2017/06/28-2027/06/27	授权	继受取得
97	玛格唐	玛格家居	19875892	第 35 类	2017/06/28-2027/06/27	授权	继受取得
98	玛格唐	玛格家居	19875889	第 40 类	2017/06/28-2027/06/27	授权	继受取得
99	玛格唐	玛格家居	19875811	第 27 类	2017/06/21-2027/06/20	授权	继受取得
100	玛格唐	玛格家居	19875797	第 26 类	2017/06/28-2027/06/27	授权	继受取得
101	玛格唐	玛格家居	19875795	第 24 类	2017/06/28-2027/06/27	授权	继受取得
102	玛格唐	玛格家居	19875737	第 21 类	2017/06/21-2027/06/20	授权	继受取得
103	玛格唐	玛格家居	19875695	第 20 类	2017/06/28-2027/06/27	授权	继受取得
104	玛格唐	玛格家居	19875645	第 19 类	2017/06/21-2027/06/20	授权	继受取得
105	玛格唐	玛格家居	19875632	第 18 类	2017/06/21-2027/06/20	授权	继受取得
106	玛格唐	玛格家居	19875522	第 6 类	2017/06/28-2027/06/27	授权	继受取得

序号	商标	权利人	注册证号	使用类别	有效期限	法律状态	取得方式
107		玛格家居	19003931A	第 42 类	2017/04/07-2027/04/06	授权	原始取得
108		玛格家居	19003826	第 40 类	2017/02/28-2027/02/27	授权	原始取得
109		玛格家居	19003744	第 37 类	2017/03/07-2027/03/06	授权	原始取得
110		玛格家居	19003615	第 35 类	2017/03/07-2027/03/06	授权	原始取得
111		玛格家居	19003552	第 27 类	2017/03/07-2027/03/06	授权	原始取得
112		玛格家居	19003297	第 26 类	2017/02/28-2027/02/27	授权	原始取得
113		玛格家居	19003151	第 24 类	2017/03/07-2027/03/06	授权	原始取得
114		玛格家居	19003012A	第 21 类	2017/04/07-2027/04/06	授权	原始取得
115		玛格家居	19002892	第 20 类	2017/03/07-2027/03/06	授权	原始取得
116		玛格家居	19002743	第 19 类	2017/03/07-2027/03/06	授权	原始取得
117		玛格家居	19002599	第 6 类	2017/02/28-2027/02/27	授权	原始取得











序号	商标	权利人	注册证号	使用类别	有效期限	法律状态	取得方式
118		玛格家居	16204537	第 36 类	2016/04/14-2026/04/13	授权	继受取得
119		玛格家居	16204234	第 14 类	2016/04/07-2026/04/06	授权	继受取得
120	名墅	玛格家居	15987177	第 42 类	2016/02/28-2026/02/27	授权	继受取得
121	瑪格名墅	玛格家居	15987102A	第 6 类	2016/04/07-2026/04/06	授权	继受取得
122	瑪格名墅	玛格家居	15987102A	第 19 类	2016/04/07-2026/04/06	授权	继受取得
123	瑪格名墅	玛格家居	15987102A	第 20 类	2016/04/07-2026/04/06	授权	继受取得
124	瑪格名墅	玛格家居	15987102A	第 40 类	2016/04/07-2026/04/06	授权	继受取得
125	瑪格名墅	玛格家居	15987102A	第 42 类	2016/04/07-2026/04/06	授权	继受取得
126	瑪格名墅	玛格家居	15987102A	第 37 类	2016/04/07-2026/04/06	授权	继受取得
127	瑪格名墅	玛格家居	15987102A	第 35 类	2016/04/07-2026/04/06	授权	继受取得
128		玛格家居	15986417A	第 20 类	2016/04/14-2026/04/13	授权	继受取得

序号	商标	权利人	注册证号	使用类别	有效期限	法律状态	取得方式
129		玛格家居	15762259	第 20 类	2016/01/14-2026/01/13	授权	继受取得
130		玛格家居	15762259	第 19 类	2016/01/14-2026/01/13	授权	继受取得
131		玛格家居	15762081	第 42 类	2016/01/14-2026/01/13	授权	继受取得
132		玛格家居	15762081	第 37 类	2016/01/14-2026/01/13	授权	继受取得
133		玛格家居	15762081	第 40 类	2016/01/14-2026/01/13	授权	继受取得
134		玛格家居	15762046A	第 40 类	2016/04/14-2026/04/13	授权	继受取得
135		玛格家居	15762046A	第 42 类	2016/04/14-2026/04/13	授权	继受取得
136		玛格家居	15762046A	第 37 类	2016/04/14-2026/04/13	授权	继受取得
137		玛格家居	13101578	第 27 类	2015/01/14-2025/01/13	授权	继受取得
138		玛格家居	13101556	第 27 类	2015/04/21-2025/04/20	授权	继受取得
139		玛格家居	13101525	第 27 类	2015/01/14-2025/01/13	授权	继受取得








序号	商标	权利人	注册证号	使用类别	有效期限	法律状态	取得方式
140	瑪格莉娜	玛格家居	13101242	第 26 类	2015/01/14-2025/01/13	授权	继受取得
141		玛格家居	13100741	第 26 类	2015/01/14-2025/01/13	授权	继受取得
142		玛格家居	13100543	第 26 类	2015/01/14-2025/01/13	授权	继受取得
143	瑪格莉娜	玛格家居	13100415	第 24 类	2015/01/07-2025/01/06	授权	继受取得
144		玛格家居	13095636	第 24 类	2014/12/28-2024/12/27	授权	继受取得
145		玛格家居	13095434	第 24 类	2015/04/07-2025/04/06	授权	继受取得
146	瑪格莉娜	玛格家居	13095202	第 21 类	2015/02/14-2025/02/13	授权	继受取得
147		玛格家居	13095014	第 21 类	2015/02/21-2025/02/20	授权	继受取得
148		玛格家居	13094935	第 21 类	2015/03/28-2025/03/27	授权	继受取得
149		玛格家居	13094849	第 20 类	2016/05/07-2026/05/06	授权	继受取得






序号	商标	权利人	注册证号	使用类别	有效期限	法律状态	取得方式
150		玛格家居	13094754	第 20 类	2015/02/21-2025/02/20	授权	继受取得
151	 MACIO	玛格家居	13094736	第 20 类	2015/08/28-2025/08/27	授权	继受取得
152	瑪格莉娜	玛格家居	13094674	第 19 类	2015/02/14-2025/02/13	授权	继受取得
153		玛格家居	13094648	第 19 类	2015/02/21-2025/02/20	授权	继受取得
154	 MACIO	玛格家居	13094552	第 19 类	2016/02/21-2026/02/20	授权	继受取得
155	瑪格莉娜	玛格家居	13094503	第 18 类	2015/02/07-2025/02/06	授权	继受取得
156		玛格家居	13094479	第 18 类	2015/02/07-2025/02/06	授权	继受取得
157	 MACIO	玛格家居	13094458	第 18 类	2015/04/07-2025/04/06	授权	继受取得
158	瑪格莉娜	玛格家居	13094420	第 6 类	2015/01/21-2025/01/20	授权	继受取得
159		玛格家居	13094399	第 6 类	2015/01/21-2025/01/20	授权	继受取得

序号	商标	权利人	注册证号	使用类别	有效期限	法律状态	取得方式
160		玛格家居	13094387	第 6 类	2015/01/21-2025/01/20	授权	继受取得
161	名墅公馆	玛格家居	11635971	第 42 类	2014/03/21-2024/03/20	授权	继受取得
162	藝墅公馆	玛格家居	11630232	第 35 类	2014/03/21-2024/03/20	授权	继受取得
163	藝墅公馆	玛格家居	11630192	第 20 类	2014/03/21-2024/03/20	授权	继受取得
164	藝墅公馆	玛格家居	11630169	第 19 类	2014/03/21-2024/03/20	授权	继受取得
165	藝墅	玛格家居	11630042	第 20 类	2014/04/21-2024/04/20	授权	继受取得
166	藝墅	玛格家居	11629973	第 19 类	2014/04/21-2024/04/20	授权	继受取得
167	MACIO	玛格家居	8572573	第 35 类	2021/09/28-2031/09/27	授权	继受取得
168	瑪格	玛格家居	8572474	第 35 类	2021/09/28-2031/09/27	授权	继受取得
169		玛格家居	6582728	第 20 类	2020/03/28-2030/03/27	授权	继受取得
170		玛格家居	6582727	第 21 类	2020/03/28-2030/03/27	授权	继受取得

序号	商标	权利人	注册证号	使用类别	有效期限	法律状态	取得方式
171		玛格家居	6582726	第 24 类	2020/07/07-2030/07/06	授权	继受取得
172		玛格家居	6582725	第 26 类	2020/07/07-2030/07/06	授权	继受取得
173		玛格家居	6582724	第 27 类	2020/07/07-2030/07/06	授权	继受取得
174		玛格家居	6582250	第 6 类	2020/03/28-2030/03/27	授权	继受取得
175		玛格家居	6582249	第 18 类	2020/07/28-2030/07/27	授权	继受取得
176		玛格家居	6582248	第 6 类	2020/06/07-2030/06/06	授权	继受取得
177		玛格家居	6582247	第 18 类	2020/07/28-2030/07/27	授权	继受取得
178		玛格家居	6582246	第 19 类	2020/08/14-2030/08/13	授权	继受取得
179		玛格家居	6582245	第 20 类	2020/03/28-2030/03/27	授权	继受取得
180		玛格家居	6582244	第 21 类	2020/09/28-2030/09/27	授权	继受取得

序号	商标	权利人	注册证号	使用类别	有效期限	法律状态	取得方式
181		玛格家居	6582243	第 24 类	2020/07/07-2030/07/06	授权	继受取得
182		玛格家居	6582242	第 26 类	2020/07/07-2030/07/06	授权	继受取得
183		玛格家居	6582241	第 27 类	2020/07/07-2030/07/06	授权	继受取得
184		玛格家居	6582170	第 19 类	2020/03/28-2030/03/27	授权	继受取得
185		玛格家居	3901956	第 20 类	2016/07/14-2026/07/13	授权	继受取得
186	MACIO. G	玛格家居	43896984	第 6 类	2021/01/28-2031/01/27	授权	原始取得
187	玛格整装	玛格家居	43889127	第 11 类	2021/01/14-2031/01/13	授权	原始取得
188	玛格整装	玛格家居	43897477	第 19 类	2021/02/14-2031/02/13	授权	原始取得
189	玛格宅筑	玛格家居	50069856	第 35 类	2021/05/14-2030/05/13	授权	原始取得
190	宅筑	玛格家居	50069163	第 18 类	2021/05/14-2031/05/13	授权	原始取得
191	宅筑	玛格家居	50070261	第 21 类	2021/05/14-2031/05/13	授权	原始取得

序号	商标	权利人	注册证号	使用类别	有效期限	法律状态	取得方式
192	宅筑	玛格家居	50071502	第 24 类	2021/07/07-2 031/07/06	授权	原始取得
193	宅筑	玛格家居	50045366	第 40 类	2021/05/14-2 031/05/13	授权	原始取得
194	玛格整装	玛格家居	43894311	第 6 类	2021/01/14-2 031/01/13	授权	原始取得
195		玛格家居	26752743	第 21 类	2018/12/07-2 028/12/06	授权	继受取得
196		玛格家居	26752215	第 14 类	2018/09/21-2 028/09/20	授权	继受取得
197		玛格家居	26752016	第 28 类	2018/09/21-2 028/09/20	授权	继受取得
198		玛格家居	26751901	第 43 类	2018/12/07-2 028/12/06	授权	继受取得
199		玛格家居	26751750	第 30 类	2018/11/21-20 28/11/20	授权	继受取得
200		玛格家居	26750984	第 4 类	2018/12/07-2 028/12/06	授权	继受取得
201		玛格家居	26742609	第 8 类	2018/12/07-2 028/12/06	授权	继受取得

序号	商标	权利人	注册证号	使用类别	有效期限	法律状态	取得方式
202		玛格家居	26742571	第 3 类	2018/12/07-2028/12/06	授权	继受取得
203		玛格家居	26741748	第 16 类	2018/12/07-2028/12/06	授权	继受取得
204		玛格家居	26740156	第 22 类	2018/12/07-2028/12/06	授权	继受取得
205		玛格家居	26739361	第 25 类	2018/12/07-2028/12/06	授权	继受取得
206		玛格家居	26735560	第 9 类	2018/11/21-2028/11/20	授权	继受取得
207	玛菓	玛格家居	43876226	第 35 类	2020/11/28-2030/11/27	授权	原始取得

附件二 专利权情况

序号	专利类型	专利名称	专利号	申请日	有效期限（年）	专利权人	取得方式
1	外观设计	分格门（整框AY01-B）	ZL202030445413.7	2020/8/7	10	玛格家居	原始取得
2	外观设计	玻璃门（整框AY02-B）	ZL202030445415.6	2020/8/7	10	玛格家居	原始取得
3	外观设计	分格门（整框EM05）	ZL202030445530.3	2020/8/7	10	玛格家居	原始取得
4	外观设计	玻璃门（整框AY03-B）	ZL202030445532.2	2020/8/7	10	玛格家居	原始取得
5	外观设计	整框玻璃门（BD01-B）	ZL202030313212.1	2020/6/18	10	玛格家居	原始取得
6	外观设计	一分格门（相似设计DM02、DM03）	ZL202030310045.5	2020/6/17	10	玛格家居	原始取得
7	外观设计	一分格门（DM01）	ZL202030310066.7	2020/6/17	10	玛格家居	原始取得
8	外观设计	一分格玻璃门（EM05-B）	ZL202030310189.0	2020/6/17	10	玛格家居	原始取得
9	外观设计	门板（SD01 连接门）	ZL202030152675.4	2020/4/16	10	玛格家居	原始取得
10	外观设计	门板（ST003-K1 门型）	ZL202030152684.3	2020/4/16	10	玛格家居	原始取得
11	外观设计	玻璃门（整框SD04-B）	ZL202030152688.1	2020/4/16	10	玛格家居	原始取得
12	外观设计	玻璃门（四方01-B）	ZL202030152696.6	2020/4/16	10	玛格家居	原始取得
13	外观设计	门板（ST003-K3 门型）	ZL202030152843.X	2020/4/16	10	玛格家居	原始取得
14	外观设计	门板（ST003-K2 门型）	ZL202030152845.9	2020/4/16	10	玛格家居	原始取得
15	外观设计	分格玻璃门（SD04-B）	ZL202030152850.X	2020/4/16	10	玛格家居	原始取得
16	外观设计	玻璃门（四方02-B）	ZL202030152853.3	2020/4/16	10	玛格家居	原始取得
17	外观设计	护墙（雕花）	ZL202030123034.6	2020/4/2	10	玛格家居	原始取得
18	外观设计	护墙（双线框法式）	ZL202030123038.4	2020/4/2	10	玛格家居	原始取得
19	外观设计	室内门（中式TC112）	ZL202030120606.5	2020/4/1	10	玛格家居	原始取得
20	外观设计	室内门（中式TC109）	ZL202030120687.9	2020/4/1	10	玛格家居	原始取得
21	外观设计	门板（AY02）	ZL202030118422.5	2020/3/31	10	玛格家居	原始取得
22	外观设计	门板（相似设计 1、2）	ZL202030118427.8	2020/3/31	10	玛格家居	原始取得

序号	专利类型	专利名称	专利号	申请日	有效期限（年）	专利权人	取得方式
23	外观设计	门板（SD03）	ZL202030118433.3	2020/3/31	10	玛格家居	原始取得
24	外观设计	门板（AY05）	ZL202030118442.2	2020/3/31	10	玛格家居	原始取得
25	外观设计	门板（AY03）	ZL202030118443.7	2020/3/31	10	玛格家居	原始取得
26	外观设计	门板（EM05）	ZL202030118845.7	2020/3/31	10	玛格家居	原始取得
27	外观设计	前卡条（18mm-M型带灯）	ZL202030035108.0	2020/1/17	10	玛格家居	原始取得
28	外观设计	前卡条（18mm-M型不带灯）	ZL202030035109.5	2020/1/17	10	玛格家居	原始取得
29	外观设计	拉直器（M型）	ZL202030031056.X	2020/1/16	10	玛格家居	原始取得
30	外观设计	背拉条（M型）	ZL202030031057.4	2020/1/16	10	玛格家居	原始取得
31	外观设计	柜门（四方02）	ZL202030028451.2	2020/1/15	10	玛格家居	原始取得
32	外观设计	柜门（四方01）	ZL202030028452.7	2020/1/15	10	玛格家居	原始取得
33	外观设计	柜门（JM04）	ZL202030024413.X	2020/1/14	10	玛格家居	原始取得
34	外观设计	柜门（JM03拉手门）	ZL202030024421.4	2020/1/14	10	玛格家居	原始取得
35	外观设计	柜门（ST004）	ZL202030025051.6	2020/1/14	10	玛格家居	原始取得
36	外观设计	柜门（JM03）	ZL202030017091.6	2020/1/10	10	玛格家居	原始取得
37	外观设计	分格门（整框AY01）	ZL202030445409.0	2020/8/7	10	玛格家居	原始取得
38	外观设计	分格门（整框门BD01）	ZL202030445531.8	2020/8/7	10	玛格家居	原始取得
39	外观设计	整框玻璃门（EM05-B）	ZL202030313190.9	2020/6/18	10	玛格家居	原始取得
40	外观设计	整框玻璃门（DM02-B）	ZL202030313279.5	2020/6/18	10	玛格家居	原始取得
41	外观设计	整框玻璃门（DM01-B）	ZL202030315880.8	2020/6/18	10	玛格家居	原始取得
42	外观设计	一分格玻璃门（DM01-B）	ZL202030310062.9	2020/6/17	10	玛格家居	原始取得
43	外观设计	一分格玻璃门（相似设计1、2）	ZL202030312335.3	2020/6/17	10	玛格家居	原始取得
44	外观设计	柜体框架支撑柱	ZL202030306638.4	2020/6/16	10	玛格家居	原始取得
45	外观设计	柜体框架支撑柱（DM3#）	ZL202030306646.9	2020/6/16	10	玛格家居	原始取得

序号	专利类型	专利名称	专利号	申请日	有效期限（年）	专利权人	取得方式
46	外观设计	拉手（镜花）	ZL202030306648.8	2020/6/16	10	玛格家居	原始取得
47	外观设计	衣架金属挂钩	ZL202030238697.2	2020/5/21	10	玛格家居	原始取得
48	外观设计	玻璃门（整框SD01-B）	ZL202030152692.8	2020/4/16	10	玛格家居	原始取得
49	外观设计	玻璃门（整框SD03-B）	ZL202030152852.9	2020/4/16	10	玛格家居	原始取得
50	外观设计	门板（SD01）	ZL202030118441.8	2020/3/31	10	玛格家居	原始取得
51	外观设计	门板（SD04）	ZL202030118843.8	2020/3/31	10	玛格家居	原始取得
52	外观设计	门板（AY04）	ZL202030118881.3	2020/3/31	10	玛格家居	原始取得
53	外观设计	门板（AY01）	ZL202030118883.2	2020/3/31	10	玛格家居	原始取得
54	外观设计	柜门（ST003）	ZL202030028453.1	2020/1/15	10	玛格家居	原始取得
55	外观设计	柜门（JM01）	ZL202030017092.0	2020/1/10	10	玛格家居	原始取得
56	外观设计	门板（归心 03-B）	ZL201930542703.0	2019/9/30	10	玛格家居	原始取得
57	外观设计	门板（归心 02-B）	ZL201930542704.5	2019/9/30	10	玛格家居	原始取得
58	外观设计	收边线（T04）	ZL201930543218.5	2019/9/30	10	玛格家居	原始取得
59	外观设计	门板（归心 01）	ZL201930543262.6	2019/9/30	10	玛格家居	原始取得
60	外观设计	拉手（灯笼）	ZL201930543263.0	2019/9/30	10	玛格家居	原始取得
61	外观设计	实木门（现代美式DM01）	ZL201930205630.6	2019/4/29	10	玛格家居	原始取得
62	外观设计	角花	ZL201930068461.6	2019/2/20	10	玛格家居	原始取得
63	发明	一种安全屋用防盗门	ZL201710125340.0	2017/3/4	20	玛格家居	继受取得
64	发明	一种用于加工木板表面的抛光装置	ZL201510934829.3	2015/12/15	20	玛格家居	继受取得
65	实用新型	一种板件加工设备传送定位装置	ZL201921416625.0	2019/8/29	10	玛格家居	原始取得
66	实用新型	一种板件加工设备自动上料装置	ZL201921428659.1	2019/8/29	10	玛格家居	原始取得
67	实用新型	一种油漆房智能节能控制系统	ZL201920878474.4	2019/6/12	10	玛格家居	原始取得
68	实用新型	一种可调式板材清洁除尘装置	ZL201920879227.6	2019/6/12	10	玛格家居	原始取得

序号	专利类型	专利名称	专利号	申请日	有效期限(年)	专利权人	取得方式
69	实用新型	一种可回收油漆的喷漆机排风系统	ZL201920886192.9	2019/6/12	10	玛格家居	原始取得
70	实用新型	一种暗拉手	ZL201920212832.8	2019/2/20	10	玛格家居	原始取得
71	实用新型	一种家具生产用圆角剪切装置	ZL201821634103.3	2018/10/9	10	玛格家居	继受取得
72	实用新型	一种家具板材开料机的板材夹持装置	ZL201820869485.1	2018/6/6	10	玛格家居	继受取得
73	实用新型	一种新型的家具打磨装置	ZL201820823038.2	2018/5/30	10	玛格家居	继受取得
74	实用新型	板材喷胶线的可翻转传送装置	ZL201820596800.8	2018/4/24	10	玛格家居	继受取得
75	实用新型	木工雕刻机的负压控制系统	ZL201820596853.X	2018/4/24	10	玛格家居	继受取得
76	实用新型	木工雕刻机的清灰装置	ZL201820596855.9	2018/4/24	10	玛格家居	继受取得
77	实用新型	一种板材封边机的抛光轮安装结构	ZL201820596947.7	2018/4/24	10	玛格家居	继受取得
78	实用新型	一种木材家具破损处修复器	ZL201820390136.1	2018/3/22	10	玛格家居	继受取得
79	实用新型	预铣刀	ZL201820329298.4	2018/3/9	10	玛格家居	继受取得
80	实用新型	烘边机窄板稳定机构	ZL201820297834.7	2018/3/2	10	玛格家居	继受取得
81	实用新型	板材加工设备清洁装置	ZL201820297917.6	2018/3/2	10	玛格家居	继受取得
82	实用新型	一种可防蚊虫的安全橱柜	ZL201820095497.3	2018/1/21	10	玛格家居	继受取得
83	实用新型	一种可除尘的手自一体木板打磨机	ZL201820083610.6	2018/1/18	10	玛格家居	继受取得
84	实用新型	一种防尘效果好的多功能木板打磨装置	ZL201820083617.8	2018/1/18	10	玛格家居	继受取得
85	实用新型	一种可自动上料的手自一体木板刨削装置	ZL201820084207.5	2018/1/18	10	玛格家居	继受取得
86	实用新型	一种带除尘功能的全自动木板打磨装置	ZL201820084752.4	2018/1/18	10	玛格家居	继受取得
87	实用新型	一种木头抓取提升用的移动式小车	ZL201721767889.1	2017/12/18	10	玛格家居	继受取得
88	实用新型	一种木制家具生产用喷漆通风装置	ZL201720345225.X	2017/4/5	10	玛格家居	继受取得
89	实用新型	一种空气净化处理器	ZL201420756930.5	2014/12/6	10	玛格家居	继受取得
90	实用新型	拆装式扶墙扣件	ZL201420306021.1	2014/6/10	10	玛格家居	继受取得

序号	专利类型	专利名称	专利号	申请日	有效期限（年）	专利权人	取得方式
91	外观设计	整框门（ST002）	ZL202030339983.8	2020/6/29	10	玛格家居	继受取得
92	外观设计	一分格玻璃门（BD01-B）	ZL202030310201.8	2020/6/17	10	玛格家居	原始取得
93	外观设计	柜体框架支撑柱（DM1#）	ZL202030306647.3	2020/6/16	10	玛格家居	原始取得
94	外观设计	实木眉板（DM2#）	ZL202030306911.3	2020/6/16	10	玛格家居	原始取得
95	外观设计	分格门（整框SD04）	ZL202030152691.3	2020/4/16	10	玛格家居	原始取得
96	外观设计	门板（SD01-B 连接门）	ZL202030152848.2	2020/4/16	10	玛格家居	原始取得
97	外观设计	室内门（中式TC110）	ZL202030120607.X	2020/4/1	10	玛格家居	原始取得
98	外观设计	前卡条（8mm-M 型不带灯）	ZL202030031053.6	2020/1/16	10	玛格家居	原始取得
99	外观设计	柜门（JM02）	ZL202030017622.1	2020/1/10	10	玛格家居	原始取得
100	外观设计	实木门（简约欧美BD01）	ZL201930205634.4	2019/4/29	10	玛格家居	原始取得
101	实用新型	一种实木家具加工用木板抛光装置	ZL201820823736.2	2018/5/30	10	玛格家居	继受取得
102	实用新型	一种多功能木板打磨装置	ZL201820084209.4	2018/1/18	10	玛格家居	继受取得
103	外观设计	顶底线（T03）	ZL201930543219.X	2019/9/30	10	玛格家居	原始取得
104	外观设计	实木地台线（DM2#）	ZL202030306639.9	2020/6/16	10	玛格家居	原始取得
105	外观设计	整框玻璃门（SD02 相似设计 J、U）	ZL202030445411.8	2020/8/7	10	玛格家居	原始取得
106	外观设计	接缝线（T02）	ZL201930542565.6	2019/9/30	10	玛格家居	原始取得
107	外观设计	踢脚板（实木DM2#）	ZL202030307096.2	2020/6/16	10	玛格家居	原始取得
108	实用新型	45°拼角门板的防尘保护装置	ZL201921239617.3	2019/8/2	10	玛格家居	原始取得
109	实用新型	360°防尘门板结构	ZL201921239616.9	2019/8/2	10	玛格家居	原始取得
110	实用新型	一种带隐藏门锁的室内门	ZI202020408301.9	2020/3/26	10	玛格家居	原始取得
111	实用新型	一种空气净化处理器	ZI202021006268.3	2020/6/4	10	玛格家居	原始取得
112	外观设计	玻璃门（整框AY01-B）	ZL202030445400.X	2020/8/7	10	玛格家居	原始取得
113	外观设计	家具顶线（DM2#）	ZL202030307554.2	2020/6/16	10	玛格家居	原始取得

序号	专利类型	专利名称	专利号	申请日	有效期限（年）	专利权人	取得方式
114	外观设计	连接门（整框AY02）	ZL202030445529.0	2020/8/7	10	玛格家居	原始取得
115	外观设计	连接门（整框AY02-B）	ZL202030445408.6	2020/8/7	10	玛格家居	原始取得
116	外观设计	连接门（整框AY03）	ZL202030445407.1	2020/8/7	10	玛格家居	原始取得
117	外观设计	连接门（整框AY03-B）	ZL202030445412.2	2020/8/7	10	玛格家居	原始取得
118	外观设计	整框门（ST03-B）	ZL202030749143.9	2020/12/7	10	玛格家居	原始取得
119	外观设计	罗马柱（AY）	ZL202030749086.4	2020/12/7	10	玛格家居	原始取得
120	外观设计	门板（整框门JH002）	ZL202030749077.5	2020/12/7	10	玛格家居	原始取得
121	实用新型	一种室内门的门底密封结构	ZL2020410299.9	2020/3/27	10	玛格家居	原始取得
122	外观设计	分格门（整框SD03）	ZL202030749088.3	2020/12/7	10	玛格家居	原始取得
123	实用新型	储物扶墙套件	ZL202020922124.6	2020/5/27	10	玛格家居	原始取得
124	实用新型	拆装式护墙扣件	ZL202020915039.7	2020/5/26	10	玛格家居	原始取得
125	实用新型	一款可移动的多功能楼梯柜	ZL202020935199.8	2020/5/28	10	玛格家居	原始取得
126	实用新型	一种可调整门缝装置	ZL202020982285.4	2020/6/2	10	玛格家居	原始取得
127	外观设计	门板（归心02）	ZL202030823759.6	2020/12/31	15	玛格家居	原始取得
128	外观设计	吊环拉手	ZL202130033648.X	2021/1/18	10	玛格家居	原始取得
129	外观设计	圆拉手	ZL202130033490.6	2021/1/18	10	玛格家居	原始取得
130	外观设计	六合拉手	ZL202130033642.2	2021/1/18	10	玛格家居	原始取得
131	外观设计	玻璃门（整框JM04-B）	ZL202130052077.4	2021/1/25	10	玛格家居	原始取得
132	外观设计	玻璃门（整框M05相似设计）	ZL202130052076.X	2021/1/25	10	玛格家居	原始取得
133	外观设计	玻璃门（整框归心01-B）	ZL202130052285.4	2021/1/25	10	玛格家居	原始取得
134	外观设计	玻璃门（整框归心02-B）	ZL202130052070.2	2021/1/25	10	玛格家居	原始取得
135	外观设计	家具顶线（L型）	ZL202130115690.6	2021/3/3	10	玛格家居	原始取得
136	外观设计	分格门（整框M05-B）	ZL202130052069.X	2021/1/25	10	玛格家居	原始取得

序号	专利类型	专利名称	专利号	申请日	有效期限（年）	专利权人	取得方式
137	外观设计	分格门（整框 M05 六孔-B）	ZL202130052281.6	2021/1/25	10	玛格家居	原始取得
138	外观设计	分格门（整框归心 01-B）	ZL202130052270.8	2021/1/25	10	玛格家居	原始取得
139	外观设计	分格门（整框归心 02-B）	ZL202130052063.2	2021/1/25	10	玛格家居	原始取得
140	外观设计	分格门（整框归心 03）	ZL202130052080.6	2021/1/25	10	玛格家居	原始取得
141	外观设计	眉板（JM-A）	ZL202130052280.1	2021/1/25	10	玛格家居	原始取得
142	外观设计	眉板（JM-B）	ZL202130052293.9	2021/1/25	10	玛格家居	原始取得
143	外观设计	屏风（半竹）	ZL202130052279.9	2021/1/25	10	玛格家居	原始取得
144	外观设计	屏风（双生）	ZL202130052291X	2021/1/25	10	玛格家居	原始取得
145	外观设计	前口条（JM-B）	ZL202130115502X	2021/3/3	10	玛格家居	原始取得
146	外观设计	前口条（JM 相似设计）	ZL202130115521.2	2021/3/3	10	玛格家居	原始取得
147	外观设计	踢脚线（唐包覆 80）	ZL202130120095.1	2021/3/5	10	玛格家居	原始取得
148	外观设计	收口立柱（唐包覆 A 型）	ZL202130115729.4	2021/3/3	10	玛格家居	原始取得
149	外观设计	收口立柱（唐包覆 B 型）	ZL202130115689.3	2021/3/3	10	玛格家居	原始取得
150	外观设计	收口立柱（唐包覆 C 型）	ZL202130115726.0	2021/3/3	10	玛格家居	原始取得
151	外观设计	整框门（网格 M05）	ZL202130052071.7	2021/1/25	10	玛格家居	原始取得
152	外观设计	整框门（整框 JM02A）	ZL202130052277X	2021/1/25	10	玛格家居	原始取得
153	外观设计	整框门（整框 K002）	ZL202130052282.0	2021/1/25	10	玛格家居	原始取得
154	外观设计	玻璃门（整框 M05-B）	ZL202130148300.5	2021/3/19	10	玛格家居	原始取得
155	外观设计	整框门（整框 JH001）	ZL202130148307.7	2021/3/19	10	玛格家居	原始取得
156	外观设计	整框门（整框 M05）	ZL202130148306.2	2021/3/19	10	玛格家居	原始取得
157	外观设计	整框门（整框 R06）	ZL202130148299.6	2021/3/19	10	玛格家居	原始取得
158	外观设计	板式鞋抽	ZL202130052294.3	2021/1/25	10	玛格家居	原始取得
159	实用新型	磁吸防尘装置	ZL201921239811.1	2019/8/2	10	玛格家居	原始取得

序号	专利类型	专利名称	专利号	申请日	有效期限(年)	专利权人	取得方式
160	实用新型	一种室内隐藏门	ZL202020420932.2	2020/3/28	10	玛格家居	原始取得
161	实用新型	一种衣柜侧板与墙体的连接件	ZL202020994721.X	2020/6/3	10	玛格家居	原始取得
162	实用新型	一种橱柜台面与墙体的连接件	ZL202020970204.9	2020/6/1	10	玛格家居	原始取得
163	实用新型	板式家具收口条	ZL202020952612.1	2020/5/29	10	玛格家居	原始取得
164	实用新型	一种带溢胶槽的门板校正器	ZL202022903922.7	2020/12/4	10	玛格家居	原始取得
165	实用新型	一种收口条衔接扣件	ZL202022967269.0	2020/12/10	10	玛格家居	原始取得
166	实用新型	一种橱柜的快装结构	ZL202022928364.X	2020/12/7	10	玛格家居	原始取得
167	实用新型	一种用于切角板件加工的推台锯工装	ZL202120027376.7	2021/1/7	10	玛格家居	原始取得
168	实用新型	一种模块化可收展式木质家具产品	ZL202120027356.X	2021/1/7	10	玛格家居	原始取得
169	外观设计	衣通座	ZL202130196139.9	2021/4/8	10	玛格家居	原始取得
170	外观设计	分格门(整框 M05)	ZL202130148313.2	2021/3/19	10	玛格家居	原始取得
171	外观设计	柜体框架支撑柱(2#)	ZL202130145791.8	2021/3/18	10	玛格家居	原始取得
172	外观设计	柜体框架支撑柱(13#)	ZL202130145796.0	2021/3/18	10	玛格家居	原始取得
173	外观设计	柜体框架支撑柱(15#)	ZL202130145886.X	2021/3/18	10	玛格家居	原始取得
174	外观设计	柜体框架支撑柱(A型)	ZL202130145775.9	2021/3/18	10	玛格家居	原始取得
175	外观设计	柜体框架支撑柱(E型)	ZL202130145870.9	2021/3/18	10	玛格家居	原始取得
176	外观设计	顶底线阳角件(T03)	ZL202130313296.3	2021/5/25	10	玛格家居	原始取得
177	外观设计	顶底线阴角件(T03)	ZL202130313279.X	2021/5/25	10	玛格家居	原始取得
178	外观设计	堵头(LS-2001)	ZL202130313291.0	2021/5/25	10	玛格家居	原始取得
179	外观设计	堵头(LS-2002)	ZL202130313284.0	2021/5/25	10	玛格家居	原始取得
180	外观设计	护墙挂条(T1)	ZL202130313257.3	2021/5/25	10	玛格家居	原始取得
181	外观设计	护墙挂条(T2)	ZL202130313256.9	2021/5/25	10	玛格家居	原始取得
182	外观设计	拉手(LS-2001)	ZL202130313278.5	2021/5/25	10	玛格家居	原始取得

序号	专利类型	专利名称	专利号	申请日	有效期限（年）	专利权人	取得方式
183	外观设计	隐形门专线（T11）	ZL202130313277.0	2021/5/25	10	玛格家居	原始取得
184	外观设计	抽屉感应灯	ZL202030472768.5	2020/8/18	10	广东玛格	原始取得
185	外观设计	衣物篮	ZL202030217511.5	2020/5/13	10	广东玛格	原始取得
186	外观设计	收纳盒（多功能）	ZL202030217519.1	2020/5/13	10	广东玛格	原始取得
187	外观设计	裤架	ZL202030217526.1	2020/5/13	10	广东玛格	原始取得
188	外观设计	收纳盒（饰物）	ZL202030218201.5	2020/5/13	10	广东玛格	原始取得
189	外观设计	门板（K12 门型 M）	ZL202030191859.1	2020/4/30	10	广东玛格	原始取得
190	外观设计	门板（K6 门型）	ZL202030191872.7	2020/4/30	10	广东玛格	原始取得
191	外观设计	门板（K10 门型 M）	ZL202030191878.4	2020/4/30	10	广东玛格	原始取得
192	外观设计	门板（MS-300-180B）	ZL202030188958.4	2020/4/29	10	广东玛格	原始取得
193	外观设计	铝框门（长虹玻璃 ML-12）	ZL202030183682.0	2020/4/28	10	广东玛格	原始取得
194	外观设计	铝框门（磨砂玻璃 ML-10）	ZL202030183993.7	2020/4/28	10	广东玛格	原始取得
195	外观设计	铝框门（格纹玻璃 ML-11）	ZL202030183994.1	2020/4/28	10	广东玛格	原始取得
196	外观设计	模压门（MX10）	ZL202030181275.6	2020/4/27	10	广东玛格	原始取得
197	外观设计	铝框门（ML-9）	ZL202030120403.6	2020/4/1	10	广东玛格	原始取得
198	外观设计	铝框门（ML-8）	ZL202030120404.0	2020/4/1	10	广东玛格	原始取得
199	外观设计	门板（MS-300）	ZL202030118424.4	2020/3/31	10	广东玛格	原始取得
200	外观设计	门板（MS500）	ZL202030118425.9	2020/3/31	10	广东玛格	原始取得
201	外观设计	门板（M 型嵌条）	ZL202030118824.5	2020/3/31	10	广东玛格	原始取得
202	外观设计	门板（苏格拉底 MS350）	ZL201930639575.1	2019/11/20	10	广东玛格	原始取得
203	外观设计	门板（苏格拉底 MS450）	ZL201930639586.X	2019/11/20	10	广东玛格	原始取得
204	外观设计	门板（苏格拉底 MS320）	ZL201930639692.8	2019/11/20	10	广东玛格	原始取得
205	外观设计	帽盖（三合一孔）	ZL201930493606.7	2019/9/9	10	广东玛格	原始取得

序号	专利类型	专利名称	专利号	申请日	有效期限（年）	专利权人	取得方式
206	外观设计	门板（苏格拉底MS205）	ZL201830529779.5	2018/9/20	10	广东玛格	原始取得
207	外观设计	门板（苏格拉底MS202）	ZL201830529780.8	2018/9/20	10	广东玛格	原始取得
208	外观设计	门板（苏格拉底MS203）	ZL201830529787.X	2018/9/20	10	广东玛格	原始取得
209	实用新型	一种防变形实木门	ZL202020268079.7	2020/3/6	10	广东玛格	原始取得
210	实用新型	一种模型柜	ZL202020106335.2	2020/1/17	10	广东玛格	原始取得
211	实用新型	一种木门结构	ZL202020107934.6	2020/1/17	10	广东玛格	原始取得
212	实用新型	一种高度可调的储物柜	ZL202020084557.9	2020/1/15	10	广东玛格	原始取得
213	实用新型	一种可拆卸护墙五金连接件	ZL202020051510.2	2020/1/10	10	广东玛格	原始取得
214	实用新型	一种可自由拆卸更换芯板的门板	ZL202020044326.5	2020/1/9	10	广东玛格	原始取得
215	实用新型	一种板材自动下料装置	ZL201922418404.3	2019/12/26	10	广东玛格	原始取得
216	实用新型	一种柜体板件用隐形连接件	ZL201922418441.4	2019/12/26	10	广东玛格	原始取得
217	实用新型	一种木门展示架	ZL201922421344.0	2019/12/26	10	广东玛格	原始取得
218	实用新型	一种柜体背板可调安装组件	ZL201922372009.6	2019/12/25	10	广东玛格	原始取得
219	实用新型	一种可调栈板	ZL201922376661.5	2019/12/25	10	广东玛格	原始取得
220	实用新型	一种便于调节的封边机刮刀机构	ZL201922164188.4	2019/12/5	10	广东玛格	原始取得
221	实用新型	一种负压雕刻机的高效清灰装置	ZL201922164593.6	2019/12/5	10	广东玛格	原始取得
222	实用新型	一种用于T型铝的切割机夹持装置	ZL201921496541.2	2019/9/9	10	广东玛格	原始取得
223	实用新型	一种罗马柱花片铣削夹具	ZL201921496755.X	2019/9/9	10	广东玛格	原始取得
224	实用新型	一种弧形门芯板弯曲装置	ZL201921485621.8	2019/9/9	10	广东玛格	原始取得
225	实用新型	一种可调护墙板挂件	ZL201921485656.1	2019/9/6	10	广东玛格	原始取得
226	实用新型	一种免漆膜压木门门板流水线	ZL201920106687.5	2019/1/22	10	广东玛格	原始取得
227	实用新型	免漆膜压木门的流水线	ZL201920106688.X	2019/1/22	10	广东玛格	原始取得
228	实用新型	封边机胶锅胶门自动开关装置	ZL201920106690.7	2019/1/22	10	广东玛格	原始取得

序号	专利类型	专利名称	专利号	申请日	有效期限(年)	专利权人	取得方式
229	实用新型	木工拉槽机的可调拉槽锯机及其应用的木工拉槽机	ZL201821707948.0	2018/10/19	10	广东玛格	原始取得
230	实用新型	一种门板加固条	ZL201821545936.2	2018/9/20	10	广东玛格	原始取得
231	实用新型	板件流柜体生产线	ZL201821325716.9	2018/8/16	10	广东玛格	原始取得
232	实用新型	一种木工四面刨床的可调导向入料装置	ZL201821367756.X	2018/8/16	10	广东玛格	原始取得
233	实用新型	板材烘边机涂胶轮	ZL201820297832.8	2018/3/2	10	广东玛格	原始取得
234	实用新型	板式家具收口条	ZL201520101073.X	2015/2/12	10	广东玛格	继受取得
235	实用新型	一种弯曲坯材	ZL201420738079.3	2014/12/2	10	广东玛格	继受取得
236	实用新型	紧固装置	ZL201420598649.3	2014/10/17	10	广东玛格	继受取得
237	实用新型	一种连接结构	ZL201320749449.9	2013/11/25	10	广东玛格	继受取得
238	实用新型	一种防撞可折叠滚筒输送线	ZL201921496731.4	2019/9/9	10	广东玛格	原始取得
239	发明	一种连接结构	ZL201310590891.6	2013/11/21	20	广东玛格	继受取得
240	实用新型	一种免打孔层板安装连接配件及柜体	ZL201922379860.1	2019/12/25	10	广东玛格	原始取得
241	实用新型	一种便携式家居手机充电装置	ZL202021812552X	2020/8/26	10	广东玛格	原始取得
242	实用新型	一种拉手快速安装定位工具	ZL202021824882.0	2020/8/27	10	广东玛格	原始取得
243	外观设计	厨房台面(MX1-25)	ZL202030181956.2	2020/4/27	10	广东玛格	原始取得
244	外观设计	模压门(MX11相似设计)	ZL202030181957.7	2020/4/27	10	广东玛格	原始取得
245	外观设计	门板(MS-300A)	ZL202030188966.9	2020/4/29	10	广东玛格	原始取得
246	实用新型	一种45°斜角切割台	ZL202021104572.1	2020/6/16	10	广东玛格	原始取得
247	外观设计	门板(K13门型M)	ZL202030192255.9	2020/4/30	10	广东玛格	原始取得
248	实用新型	一种可调节隔板的展示柜	ZL202021116460.8	2020/6/16	10	广东玛格	原始取得
249	实用新型	一种货厢装卸平台	ZL202021116476.9	2020/6/16	10	广东玛格	原始取得
250	实用新型	一种伸缩桌	ZL202021120803.8	2020/6/17	10	广东玛格	原始取得

序号	专利类型	专利名称	专利号	申请日	有效期限(年)	专利权人	取得方式
251	实用新型	一种可循环使用的涂胶瓶	ZL202021127987.0	2020/6/17	10	广东玛格	原始取得
252	实用新型	一种平推柜门的柜	ZL202021814088.8	2020/8/26	10	广东玛格	原始取得
253	实用新型	一种便携式家具手机充电装置	ZL202021812552.X	2020/8/26	10	广东玛格	原始取得
254	实用新型	一种板件滚筒输送线的防撞装置	ZL202021810579.5	2020/8/26	10	广东玛格	原始取得
255	实用新型	一种拉手快速安装定位工具	ZM202021824882.0	2020/8/27	10	广东玛格	原始取得
256	实用新型	一种快装门暗拉手	ZL202021824891.X	2020/8/27	10	广东玛格	原始取得
257	实用新型	一种隐藏式五金层板托	ZL202021860798.4	2020/8/31	10	广东玛格	原始取得
258	实用新型	一种门扇安装器	ZL202021838966.X	2020/8/28	10	广东玛格	原始取得
259	实用新型	一种免拉手衣柜	ZL202021840591.0	2020/8/28	10	广东玛格	原始取得
260	实用新型	一种珍珠棉输送切割装置	ZL202021860795.0	2020/8/31	10	广东玛格	原始取得
261	实用新型	一种见光不见灯衣通	ZL202021739553.6	2020/8/19	10	广东玛格	原始取得
262	外观设计	衣通灯	ZL202030472767.0	2020/8/18	10	广东玛格	原始取得
263	外观设计	踢脚线(H40 双色温带灯)	ZL202130234049.4	2021/4/22	10	广东玛格	原始取得
264	实用新型	一种升降橱柜	ZL202021820105.9	2020/8/26	10	广东玛格	原始取得
265	实用新型	一种封边机用涂胶机构	ZL202021814876.7	2020/8/26	10	广东玛格	原始取得
266	实用新型	一种柜内无孔新型柜体连接件五金	ZL202023099318.X	2020/12/21	10	广东玛格	原始取得
267	实用新型	一种新型柜门结构	ZL202023134443.X	2020/12/23	10	广东玛格	原始取得
268	实用新型	一种便于拆装的橱柜顶板	ZL202022728288.8	2020/11/23	10	广东玛格	原始取得
269	实用新型	一种抽面快装件	ZL202022730290.9	2020/11/24	10	广东玛格	原始取得
270	实用新型	一种家具圆材自动送料装置	ZL202022735494.1	2020/11/24	10	广东玛格	原始取得
271	实用新型	一种防晃动式玻璃安装结构	ZL202022903855.9	2020/12/4	10	广东玛格	原始取得
272	实用新型	一种柜体用简易可调脚	ZL202022925263.7	2020/12/7	10	广东玛格	原始取得
273	实用新型	一种门板及其拉手的安装结构	ZL202022946780.2	2020/12/8	10	广东玛格	原始取得

序号	专利类型	专利名称	专利号	申请日	有效期限(年)	专利权人	取得方式
274	实用新型	一种可折叠换鞋门	ZL202022948128.4	2020/12/8	10	广东玛格	原始取得
275	实用新型	一种旋转套装门	ZL202022956663.4	2020/12/9	10	广东玛格	原始取得
276	实用新型	一种板件快速开槽装置	ZL202023020205.6	2020/12/15	10	广东玛格	原始取得
277	实用新型	一种防止柜体层板变形及防物品滑落柜体结构	ZL202023027086.7	2020/12/15	10	广东玛格	原始取得
278	实用新型	一种组合快装式装饰组件	ZL202023115822.4	2020/12/22	10	广东玛格	原始取得
279	实用新型	一种电动升降床	ZL202120004110.0	2021/1/4	10	广东玛格	原始取得
280	实用新型	一种新型的木门框架工作台	ZL202120008258.1	2021/1/5	10	广东玛格	原始取得
281	实用新型	一种便于清洁的水槽柜滤水网	ZL202022728217.8	2020/11/23	10	广东玛格	原始取得
282	实用新型	一种隐藏式层板五金连接件	ZL202022761133.4	2020/11/25	10	广东玛格	原始取得
283	实用新型	一种防潮门套结构	ZL202022890965.6	2020/12/4	10	广东玛格	原始取得
284	实用新型	一种可收集作业垃圾的工作台面	ZL202022925289.1	2020/12/7	10	广东玛格	原始取得
285	实用新型	一种隐藏式封板连接件	ZL202022956653.0	2020/12/9	10	广东玛格	原始取得
286	实用新型	一种门铰孔检测工具	ZL202023134465.6	2020/12/23	10	广东玛格	原始取得

附件三 作品著作权情况

序号	名称	著作权人	登记号	首次发表日期	登记日期	取得方式
1	玛格极	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00005372	2020/1/17	2021/3/9	原始取得
2	香草天空系列定制家装 04	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00005364	2019/6/6	2021/3/9	原始取得
3	香草天空系列定制家装 05	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00005369	2019/6/6	2021/3/9	原始取得
4	云中漫步系列定制家装 04	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00005367	2019/6/6	2021/3/9	原始取得
5	N2 榻榻米-地中海风情-01	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00005351	2016/9/27	2021/3/9	原始取得
6	N2 榻榻米-地中海风情-02	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00005347	2016/9/27	2021/3/9	原始取得
7	N2 榻榻米-地中海风情-03	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00005354	2016/9/27	2021/3/9	原始取得
8	榻榻米之晨曦-01	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00005350	2018/11/20	2021/3/9	原始取得
9	榻榻米之晨曦-02	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00005361	2018/11/20	2021/3/9	原始取得
10	榻榻米之晨曦-03	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00005352	2018/11/20	2021/3/9	原始取得
11	儿童房上下床-白色城堡 01	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00005356	2019/8/14	2021/3/9	原始取得
12	儿童房上下床-白色城堡 02	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00005349	2019/8/14	2021/3/9	原始取得
13	儿童房上下床-白色城堡 03	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00005355	2019/8/14	2021/3/9	原始取得
14	简欧衣帽间之白色依恋 01	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00005353	2019/11/23	2021/3/9	原始取得
15	简欧衣帽间之白色依恋 02	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00005371	2019/11/23	2021/3/9	原始取得
16	简欧衣帽间之白色依恋 03	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00005346	2019/11/23	2021/3/9	原始取得
17	简欧衣帽间之白色依恋 04	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00005344	2019/11/23	2021/3/9	原始取得
18	儿童房错落式上下床 01	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00005348	2019/8/7	2021/3/9	原始取得
19	儿童房错落式上下床 03	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00005340	2019/8/7	2021/3/9	原始取得
20	粉色儿童房之钢琴梦想 01	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00005343	2018/4/26	2021/3/9	原始取得
21	粉色儿童房之钢琴梦想 02	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00005342	2018/4/26	2021/3/9	原始取得
22	粉色儿童房之钢琴梦想 03	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00005345	2018/4/26	2021/3/9	原始取得

序号	名称	著作权人	登记号	首次发表日期	登记日期	取得方式
23	膜压 MM02 欧式鞋柜 (1)	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00005338	2017/8/27	2021/3/9	原始取得
24	膜压 MM02 欧式鞋柜 (2)	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00005341	2017/8/27	2021/3/9	原始取得
25	膜压 MM02 欧式鞋柜 (3)	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00005360	2017/8/27	2021/3/9	原始取得
26	R06 美式衣柜 01	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00005366	2017/9/11	2021/3/9	原始取得
27	R06 美式衣柜 02	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00005370	2017/9/11	2021/3/9	原始取得
28	R06 美式衣柜 03	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00005368	2017/9/11	2021/3/9	原始取得
29	DM01 轻奢衣帽间 01	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00005365	2019/9/23	2021/3/9	原始取得
30	DM01 轻奢衣帽间 02	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00005362	2019/9/23	2021/3/9	原始取得
31	DM01 轻奢衣帽间 03	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00005358	2019/9/23	2021/3/9	原始取得
32	R04 榻榻米 01	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00005357	2016/11/30	2021/3/9	原始取得
33	R04 榻榻米 02	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00005363	2016/11/30	2021/3/9	原始取得
34	R04 榻榻米 03	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00005359	2016/11/30	2021/3/9	原始取得
35	AF112-简欧卧室衣柜_01	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00005323	2019/1/10	2021/3/9	原始取得
36	AF112-简欧卧室衣柜_02	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00005329	2019/1/10	2021/3/9	原始取得
37	AF112-简欧卧室衣柜_03	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00005312	2019/1/10	2021/3/9	原始取得
38	ML-3 铝框玻璃衣帽间-01	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00005309	2018/7/3	2021/3/9	原始取得
39	ML-3 铝框玻璃衣帽间-02	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00005328	2018/7/3	2021/3/9	原始取得
40	ML-3 铝框玻璃衣帽间-03	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00005324	2018/7/3	2021/3/9	原始取得
41	榻榻米之经典组合 01	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00005322	2018/9/20	2021/3/9	原始取得
42	榻榻米之经典组合 02	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00005327	2018/9/20	2021/3/9	原始取得
43	全屋之现代简约 02	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00005320	2018/4/12	2021/3/9	原始取得
44	全屋之现代简约 03	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00005317	2018/4/12	2021/3/9	原始取得
45	全屋之现代简约 04	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00005326	2018/4/12	2021/3/9	原始取得
46	全屋之现代简约 05	玛格	渝作登字	2018/4/12	2021/3/9	原始

序号	名称	著作权人	登记号	首次发表日期	登记日期	取得方式
		家居	-2021-F-00005319			取得
47	全屋之现代简约 06	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00005316	2018/4/12	2021/3/9	原始取得
48	【苏格拉底鞋柜】 (1)	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00005321	2018/9/27	2021/3/9	原始取得
49	【苏格拉底鞋柜】 (2)	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00005318	2018/9/27	2021/3/9	原始取得
50	【苏格拉底鞋柜】 (3)	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00005308	2018/9/27	2021/3/9	原始取得
51	【EM04 榻榻米】 (1)	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00005313	2018/12/20	2021/3/9	原始取得
52	【EM04 榻榻米】 (2)	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00005315	2018/12/20	2021/3/9	原始取得
53	【EM04 榻榻米】 (3)	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00005314	2018/12/20	2021/3/9	原始取得
54	R04 女性衣帽间 01	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00005311	2018/11/17	2021/3/9	原始取得
55	R04 女性衣帽间 02	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00005337	2018/11/17	2021/3/9	原始取得
56	R04 女性衣帽间 03	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00005325	2018/11/17	2021/3/9	原始取得
57	榻榻米之简爱 01	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00005310	2019/8/9	2021/3/9	原始取得
58	榻榻米之简爱 02	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00005336	2019/8/9	2021/3/9	原始取得
59	榻榻米之简爱 03	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00005304	2019/8/9	2021/3/9	原始取得
60	榻榻米之简爱 04	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00005339	2019/8/9	2021/3/9	原始取得
61	R06 粉色公主房 01	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00005335	2019/8/27	2021/3/9	原始取得
62	R06 粉色公主房 02	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00005333	2019/8/27	2021/3/9	原始取得
63	R06 粉色公主房 03	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00005331	2019/8/27	2021/3/9	原始取得
64	AF112 简欧榻榻米 (1)	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00005334	2019/9/5	2021/3/9	原始取得
65	AF112 简欧榻榻米 (2)	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00005332	2019/9/5	2021/3/9	原始取得
66	AF112 简欧榻榻米 (3)	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00005330	2019/9/5	2021/3/9	原始取得
67	盗梦空间 1-1	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00005307	2019/6/6	2021/3/9	原始取得
68	盗梦空间 1-2	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00005303	2019/6/6	2021/3/9	原始取得
69	盗梦空间 1-3	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00005281	2019/6/6	2021/3/9	原始取得

序号	名称	著作权人	登记号	首次发表日期	登记日期	取得方式
70	盗梦空间 1-4	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00005306	2019/6/6	2021/3/9	原始取得
71	盗梦空间 1-5	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00005302	2019/6/6	2021/3/9	原始取得
72	盗梦空间 1-6	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00005296	2019/6/6	2021/3/9	原始取得
73	盗梦空间 1-7	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00005274	2019/6/6	2021/3/9	原始取得
74	盗梦空间 1-8	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00005305	2019/6/6	2021/3/9	原始取得
75	塞纳春光 1-1	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00005301	2019/6/6	2021/3/9	原始取得
76	塞纳春光 1-2	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00005294	2019/6/6	2021/3/9	原始取得
77	云中漫步 1-1	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00005297	2019/6/6	2021/3/9	原始取得
78	云中漫步 1-2	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00005295	2019/6/6	2021/3/9	原始取得
79	马斯克 1-1	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00005300	2019/6/6	2021/3/9	原始取得
80	马斯克 1-2	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00005292	2019/6/6	2021/3/9	原始取得
81	马斯克 1-3	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00005276	2019/6/6	2021/3/9	原始取得
82	马斯克 1-4	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00005299	2019/6/6	2021/3/9	原始取得
83	马斯克 1-5	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00005291	2019/6/6	2021/3/9	原始取得
84	马斯克 1-6	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00005288	2019/6/6	2021/3/9	原始取得
85	马斯克 1-7	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00005298	2019/6/6	2021/3/9	原始取得
86	马斯克 1-8	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00005290	2019/6/6	2021/3/9	原始取得
87	马斯克 1-9	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00005282	2019/6/6	2021/3/9	原始取得
88	莫兰迪 1-1	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00005293	2019/6/6	2021/3/9	原始取得
89	莫兰迪 1-2	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00005289	2019/6/6	2021/3/9	原始取得
90	莫兰迪 1-3	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00005287	2019/6/6	2021/3/9	原始取得
91	莫兰迪 1-4	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00005285	2019/6/6	2021/3/9	原始取得
92	史蒂夫 1-6	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00005284	2019/6/6	2021/3/9	原始取得
93	归心 1-1	玛格	渝作登字	2019/6/6	2021/3/9	原始

序号	名称	著作权人	登记号	首次发表日期	登记日期	取得方式
		家居	-2021-F-00005283			取得
94	梦江南	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00005273	2019/6/6	2021/3/9	原始取得
95	清圆 1-1	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00005279	2019/6/6	2021/3/9	原始取得
96	清圆 1-2	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00005277	2019/6/7	2021/3/9	原始取得
97	清圆 1-3	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00005280	2019/6/8	2021/3/9	原始取得
98	万福 1-1	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00005278	2019/6/9	2021/3/9	原始取得
99	万福 1-2	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00005275	2019/6/10	2021/3/9	原始取得
100	万福 1-3	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00005286	2019/6/11	2021/3/9	原始取得
101	M	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00013775	2015/1/21	2021/6/3	原始取得
102	MACIO (玛格 LOGO)	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00015719	2013/8/19	2021/6/21	原始取得
103	MCIO	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00013839	2008/3/7	2021/6/3	原始取得
104	S	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00013809	2013/8/16	2021/6/3	原始取得
105	爱丽丝系列定制空间 01	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00013757	2019/6/6	2021/6/3	原始取得
106	爱丽丝系列定制空间 02	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00013792	2019/6/6	2021/6/3	原始取得
107	爱丽丝系列定制空间 03	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00013790	2019/6/6	2021/6/3	原始取得
108	盗梦空间系列定制家装 01	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00013753	2019/6/6	2021/6/3	原始取得
109	盗梦空间系列定制家装 02	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00013785	2019/6/6	2021/6/3	原始取得
110	盗梦空间系列定制家装 03	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00013786	2019/6/6	2021/6/3	原始取得
111	盗梦空间系列定制家装 04	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00013789	2019/6/6	2021/6/3	原始取得
112	盗梦空间系列定制家装 05	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00013787	2019/6/6	2021/6/3	原始取得
113	盗梦空间系列定制家装 06	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00013791	2019/6/6	2021/6/3	原始取得
114	盗梦空间系列定制家装 07	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00013752	2019/6/6	2021/6/3	原始取得
115	盗梦空间系列定制家装 08	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00013758	2019/6/6	2021/6/3	原始取得
116	盗梦空间系列定制家装 09	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00013756	2019/6/6	2021/6/3	原始取得

序号	名称	著作权人	登记号	首次发表日期	登记日期	取得方式
117	盗梦空间系列定制家装 10	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00013746	2019/6/6	2021/6/3	原始取得
118	盗梦空间系列定制家装 11	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00013742	2019/6/6	2021/6/3	原始取得
119	盗梦空间系列定制家装 12	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00013749	2019/6/6	2021/6/3	原始取得
120	盗梦空间系列定制家装 13	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00013755	2019/6/6	2021/6/3	原始取得
121	盗梦空间系列定制家装 14	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00013754	2019/6/6	2021/6/3	原始取得
122	盗梦空间系列定制家装 15	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00013782	2019/6/6	2021/6/3	原始取得
123	盗梦空间系列定制家装 17	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00013745	2019/6/6	2021/6/3	原始取得
124	盗梦空间系列定制家装 18	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00013751	2019/6/6	2021/6/3	原始取得
125	盗梦空间系列定制家装 19	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00013748	2019/6/6	2021/6/3	原始取得
126	盗梦空间系列定制家装 20	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00013744	2019/6/6	2021/6/3	原始取得
127	盗梦空间系列定制家装 21	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00013747	2019/6/6	2021/6/3	原始取得
128	盗梦空间系列定制家装 22	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00013743	2019/6/6	2021/6/3	原始取得
129	盗梦空间系列定制家装 23	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00013750	2019/6/6	2021/6/3	原始取得
130	盗梦空间系列定制家装 24	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00013780	2019/6/6	2021/6/3	原始取得
131	欢乐颂系列定制家装 01	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00013784	2019/6/6	2021/6/3	原始取得
132	欢乐颂系列定制家装 02	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00013781	2019/6/6	2021/6/3	原始取得
133	林醛板	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00013842	2019/6/14	2021/6/3	原始取得
134	玛格定制门系列 01	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00013805	2019/6/6	2021/6/3	原始取得
135	玛格定制门系列 02	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00013793	2019/6/6	2021/6/3	原始取得
136	玛格定制门系列 03	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00013804	2019/6/6	2021/6/3	原始取得
137	玛格定制门系列 04	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00013788	2019/6/6	2021/6/3	原始取得
138	玛格定制门系列 05	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00013759	2019/6/6	2021/6/3	原始取得
139	玛格家居, MARK	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00013806	2004/2/3	2021/6/3	原始取得
140	玛格莉娜	玛格	渝作登字	2013/8/19	2021/6/3	原始

序号	名称	著作权人	登记号	首次发表日期	登记日期	取得方式
		家居	-2021-F-00013844			取得
141	玛格唐	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00013841	2017/9/27	2021/6/3	原始取得
142	塞纳春光系列定制家装 01	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00013741	2019/6/6	2021/6/3	原始取得
143	塞纳春光系列定制家装 02	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00013465	2019/6/6	2021/5/27	原始取得
144	塞纳春光系列定制家装 03	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00013777	2019/6/6	2021/6/3	原始取得
145	塞纳春光系列定制家装 04	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00013466	2019/6/6	2021/5/27	原始取得
146	双城记系列定制家装 01	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00013467	2019/6/6	2021/5/27	原始取得
147	双城记系列定制家装 01	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00013783	2019/6/6	2021/6/3	原始取得
148	双城记系列定制家装 03	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00013461	2019/6/6	2021/5/27	原始取得
149	双城记系列定制家装 04	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00013464	2019/6/6	2021/5/27	原始取得
150	双城记系列定制家装 05	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00013778	2019/6/6	2021/6/3	原始取得
151	双城记系列定制家装 06	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00013460	2019/6/6	2021/5/27	原始取得
152	双城记系列定制家装 07	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00013452	2019/6/6	2021/5/27	原始取得
153	双城记系列定制家装 08	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00013776	2019/6/6	2021/6/3	原始取得
154	香草天空系列定制家装 01	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00013463	2019/6/6	2021/5/27	原始取得
155	香草天空系列定制家装 02	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00013459	2019/6/6	2021/5/27	原始取得
156	香草天空系列定制家装 03	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00013451	2019/6/6	2021/5/27	原始取得
157	香草天空系列定制家装 06	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00013458	2019/6/6	2021/5/27	原始取得
158	香草天空系列定制家装 07	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00013779	2019/6/6	2021/6/3	原始取得
159	香草天空系列定制家装 08	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00013456	2019/6/6	2021/5/27	原始取得
160	香草天空系列定制家装 09	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00013455	2019/6/6	2021/5/27	原始取得
161	香草天空系列定制家装 10	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00013453	2019/6/6	2021/5/27	原始取得
162	香草天空系列定制家装 11	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00013457	2019/6/6	2021/5/27	原始取得
163	云中漫步系列定制家装 01	玛格家居	渝作登字 -2021-F-00013450	2019/6/6	2021/5/27	原始取得

序号	名称	著作权人	登记号	首次发表日期	登记日期	取得方式
164	云中漫步系列定制家装 02	玛格家居	渝作登字-2021-F-00013462	2019/6/6	2021/5/27	原始取得
165	云中漫步系列定制家装 03	玛格家居	渝作登字-2021-F-00013454	2019/6/6	2021/5/27	原始取得
166	归心 1-1	广东玛格	渝作登字-2021-F-00005462	2019/6/6	2021/3/10	原始取得
167	归心 1-2	广东玛格	渝作登字-2021-F-00005464	2019/6/6	2021/3/10	原始取得
168	归心 1-3	广东玛格	渝作登字-2021-F-00005463	2019/6/6	2021/3/10	原始取得
169	归心 1-4	广东玛格	渝作登字-2021-F-00005465	2019/6/6	2021/3/10	原始取得
170	屏风隔断 1-1	广东玛格	渝作登字-2021-F-00005472	2019/6/6	2021/3/10	原始取得
171	屏风隔断 1-2	广东玛格	渝作登字-2021-F-00005469	2019/6/6	2021/3/10	原始取得
172	屏风隔断 1-3	广东玛格	渝作登字-2021-F-00005467	2019/6/6	2021/3/10	原始取得
173	屏风隔断 2-1	广东玛格	渝作登字-2021-F-00005471	2019/6/6	2021/3/10	原始取得
174	屏风隔断 2-2	广东玛格	渝作登字-2021-F-00005468	2019/6/6	2021/3/10	原始取得
175	屏风隔断 2-3	广东玛格	渝作登字-2021-F-00005466	2019/6/6	2021/3/10	原始取得
176	屏风隔断 3-1	广东玛格	渝作登字-2021-F-00005470	2019/6/6	2021/3/10	原始取得
177	屏风隔断 3-2	广东玛格	渝作登字-2021-F-00005478	2019/6/6	2021/3/10	原始取得
178	屏风隔断 4-1	广东玛格	渝作登字-2021-F-00005475	2019/6/6	2021/3/10	原始取得
179	屏风隔断 4-2	广东玛格	渝作登字-2021-F-00005480	2019/6/6	2021/3/10	原始取得
180	青弦 1-1	广东玛格	渝作登字-2021-F-00005477	2019/6/6	2021/3/10	原始取得
181	青弦 1-2	广东玛格	渝作登字-2021-F-00005473	2019/6/6	2021/3/10	原始取得
182	青弦 1-3	广东玛格	渝作登字-2021-F-00005479	2019/6/6	2021/3/10	原始取得
183	青弦 2-1	广东玛格	渝作登字-2021-F-00005476	2019/6/6	2021/3/10	原始取得
184	青弦 2-2	广东玛格	渝作登字-2021-F-00005474	2019/6/6	2021/3/10	原始取得
185	青弦 2-3	广东玛格	渝作登字-2021-F-00005487	2019/6/6	2021/3/10	原始取得
186	青弦 2-4	广东玛格	渝作登字-2021-F-00005484	2019/6/6	2021/3/10	原始取得
187	青弦 2-5	广东	渝作登字	2019/6/6	2021/3/10	原始

序号	名称	著作权人	登记号	首次发表日期	登记日期	取得方式
		玛格	-2021-F-00005482			取得
188	清圆 1-1	广东玛格	渝作登字 -2021-F-00005486	2019/6/6	2021/3/10	原始取得
189	清圆 1-2	广东玛格	渝作登字 -2021-F-00005483	2019/6/6	2021/3/10	原始取得
190	清圆 1-3	广东玛格	渝作登字 -2021-F-00005481	2019/6/6	2021/3/10	原始取得
191	清圆 2-1	广东玛格	渝作登字 -2021-F-00005485	2019/6/6	2021/3/10	原始取得
192	清圆 2-2	广东玛格	渝作登字 -2021-F-00005493	2019/6/6	2021/3/10	原始取得
193	万福 1-1	广东玛格	渝作登字 -2021-F-00005490	2019/6/6	2021/3/10	原始取得
194	万福 1-2	广东玛格	渝作登字 -2021-F-00005495	2019/6/6	2021/3/10	原始取得
195	万福 1-3	广东玛格	渝作登字 -2021-F-00005492	2019/6/6	2021/3/10	原始取得
196	万福 2-1	广东玛格	渝作登字 -2021-F-00005489	2019/6/6	2021/3/10	原始取得
197	万福 2-2	广东玛格	渝作登字 -2021-F-00005494	2019/6/6	2021/3/10	原始取得
198	小雅 1-1	广东玛格	渝作登字 -2021-F-00005491	2019/6/6	2021/3/10	原始取得
199	小雅 1-2	广东玛格	渝作登字 -2021-F-00005488	2019/6/6	2021/3/10	原始取得
200	小雅 1-3	广东玛格	渝作登字 -2021-F-00005501	2019/6/6	2021/3/10	原始取得
201	小雅 2-1	广东玛格	渝作登字 -2021-F-00005498	2019/6/6	2021/3/10	原始取得
202	小雅 2-2	广东玛格	渝作登字 -2021-F-00005496	2019/6/6	2021/3/10	原始取得
203	小雅 3	广东玛格	渝作登字 -2021-F-00005500	2019/6/6	2021/3/10	原始取得
204	云石 1-1	广东玛格	渝作登字 -2021-F-00005497	2019/6/6	2021/3/10	原始取得
205	云石 1-2	广东玛格	渝作登字 -2021-F-00005502	2019/6/6	2021/3/10	原始取得
206	云石 1-3	广东玛格	渝作登字 -2021-F-00005499	2019/6/6	2021/3/10	原始取得
207	云石 2-1	广东玛格	渝作登字 -2021-F-00005505	2019/6/6	2021/3/10	原始取得
208	云石 2-2	广东玛格	渝作登字 -2021-F-00005510	2019/6/6	2021/3/10	原始取得
209	云石 2-3	广东玛格	渝作登字 -2021-F-00005507	2019/6/6	2021/3/10	原始取得
210	云石 2-4	广东玛格	渝作登字 -2021-F-00005504	2019/6/6	2021/3/10	原始取得

序号	名称	著作权人	登记号	首次发表日期	登记日期	取得方式
211	云石 3-1	广东玛格	渝作登字 -2021-F-00005509	2019/6/6	2021/3/10	原始取得
212	云石 3-2	广东玛格	渝作登字 -2021-F-00005506	2019/6/6	2021/3/10	原始取得
213	云石 3-3	广东玛格	渝作登字 -2021-F-00005503	2019/6/6	2021/3/10	原始取得
214	云石 3-4	广东玛格	渝作登字 -2021-F-00005508	2019/6/6	2021/3/10	原始取得
215	云石 3-5	广东玛格	渝作登字 -2021-F-00005513	2019/6/6	2021/3/10	原始取得
216	至简 1-1	广东玛格	渝作登字 -2021-F-00005511	2019/6/6	2021/3/10	原始取得
217	至简 1-2	广东玛格	渝作登字 -2021-F-00005514	2019/6/6	2021/3/10	原始取得
218	至简 1-3	广东玛格	渝作登字 -2021-F-00005512	2019/6/6	2021/3/10	原始取得
219	彼得沃克 1-1	广东玛格	渝作登字 -2021-F-00005421	2019/1/10	2021/3/10	原始取得
220	彼得沃克 1-2	广东玛格	渝作登字 -2021-F-00005424	2019/1/10	2021/3/10	原始取得
221	彼得沃克 1-3	广东玛格	渝作登字 -2021-F-00005422	2019/1/10	2021/3/10	原始取得
222	彼得沃克 1-4	广东玛格	渝作登字 -2021-F-00005420	2018/7/3	2021/3/10	原始取得
223	彼得沃克 1-5	广东玛格	渝作登字 -2021-F-00005423	2018/7/3	2021/3/10	原始取得
224	彼得沃克 1-6	广东玛格	渝作登字 -2021-F-00005429	2018/7/3	2021/3/10	原始取得
225	彼得沃克 2-1	广东玛格	渝作登字 -2021-F-00005426	2018/9/20	2021/3/10	原始取得
226	彼得沃克 2-2	广东玛格	渝作登字 -2021-F-00005431	2018/9/20	2021/3/10	原始取得
227	彼得沃克 2-3	广东玛格	渝作登字 -2021-F-00005428	2018/4/12	2021/3/10	原始取得
228	彼得沃克 2-4	广东玛格	渝作登字 -2021-F-00005425	2018/4/12	2021/3/10	原始取得
229	彼得沃克 2-5	广东玛格	渝作登字 -2021-F-00005430	2018/4/12	2021/3/10	原始取得
230	铝框门 1-1	广东玛格	渝作登字 -2021-F-00005427	2018/4/12	2021/3/10	原始取得
231	铝框门 1-2	广东玛格	渝作登字 -2021-F-00005434	2018/4/12	2021/3/10	原始取得
232	马斯克 1-5	广东玛格	渝作登字 -2021-F-00005439	2018/4/12	2021/3/10	原始取得
233	马斯克 2-1	广东玛格	渝作登字 -2021-F-00005436	2018/9/27	2021/3/10	原始取得
234	马斯克 2-2	广东	渝作登字	2018/9/27	2021/3/10	原始

序号	名称	著作权人	登记号	首次发表日期	登记日期	取得方式
		玛格	-2021-F-00005433			取得
235	马斯克 2-3	广东玛格	渝作登字 -2021-F-00005438	2018/9/27	2021/3/10	原始取得
236	莫兰迪 1-1	广东玛格	渝作登字 -2021-F-00005435	2018/12/20	2021/3/10	原始取得
237	莫兰迪 1-2	广东玛格	渝作登字 -2021-F-00005432	2018/12/20	2021/3/10	原始取得
238	莫兰迪 1-3	广东玛格	渝作登字 -2021-F-00005437	2018/12/20	2021/3/10	原始取得
239	莫兰迪 1-4	广东玛格	渝作登字 -2021-F-00005444	2018/11/17	2021/3/10	原始取得
240	莫兰迪 2	广东玛格	渝作登字 -2021-F-00005441	2018/11/17	2021/3/10	原始取得
241	莫兰迪 3-1	广东玛格	渝作登字 -2021-F-00005446	2018/11/17	2021/3/10	原始取得
242	莫兰迪 3-2	广东玛格	渝作登字 -2021-F-00005443	2019/8/9	2021/3/10	原始取得
243	莫兰迪 4-1	广东玛格	渝作登字 -2021-F-00005440	2019/8/9	2021/3/10	原始取得
244	莫兰迪 4-2	广东玛格	渝作登字 -2021-F-00005445	2019/8/9	2021/3/10	原始取得
245	史蒂夫 1-1	广东玛格	渝作登字 -2021-F-00005442	2019/8/9	2021/3/10	原始取得
246	史蒂夫 1-2	广东玛格	渝作登字 -2021-F-00005448	2019/8/27	2021/3/10	原始取得
247	史蒂夫 2-1	广东玛格	渝作登字 -2021-F-00005453	2019/8/27	2021/3/10	原始取得
248	史蒂夫 2-2	广东玛格	渝作登字 -2021-F-00005450	2019/8/27	2021/3/10	原始取得
249	苏格拉底 1-1	广东玛格	渝作登字 -2021-F-00005447	2019/9/5	2021/3/10	原始取得
250	苏格拉底 1-2	广东玛格	渝作登字 -2021-F-00005452	2019/9/5	2021/3/10	原始取得
251	苏格拉底 1-3	广东玛格	渝作登字 -2021-F-00005449	2019/9/5	2021/3/10	原始取得
252	苏格拉底 1-4	广东玛格	渝作登字 -2021-F-00005454	2016/9/27	2021/3/10	原始取得
253	苏格拉底 1-5	广东玛格	渝作登字 -2021-F-00005451	2016/9/27	2021/3/10	原始取得
254	苏格拉底 1-6	广东玛格	渝作登字 -2021-F-00005457	2016/9/27	2021/3/10	原始取得
255	苏格拉底 2-1	广东玛格	渝作登字 -2021-F-00005461	2018/11/20	2021/3/10	原始取得
256	苏格拉底 2-2	广东玛格	渝作登字 -2021-F-00005458	2018/11/20	2021/3/10	原始取得
257	苏格拉底 2-3	广东玛格	渝作登字 -2021-F-00005456	2018/11/20	2021/3/10	原始取得

序号	名称	著作权人	登记号	首次发表日期	登记日期	取得方式
258	苏格拉底 2-4	广东玛格	渝作登字 -2021-F-00005460	2019/8/14	2021/3/10	原始取得
259	苏格拉底 2-5	广东玛格	渝作登字 -2021-F-00005455	2019/8/14	2021/3/10	原始取得
260	苏格拉底 2-6	广东玛格	渝作登字 -2021-F-00005459	2019/8/14	2021/3/10	原始取得
261	玛格产品画册	玛格有限	国作登字 -2019-L-00886562	2019/6/3	2019/09/23	原始取得