通灵珠宝股份有限公司

TESIRO Jewelry Inc.

（江苏省南京市雨花台区花神大道 19 号）

首次公开发行股票招股说明书

（申报稿）

保荐人（主承销商）

华泰联合证券有限责任公司
HUATAI UNITED SECURITIES CO., LTD

（深圳市深南大道 4011 号香港中旅大厦 25 楼）

通灵珠宝股份有限公司
首次公开发行股票招股说明书

（申报稿）

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

发行股票类型	人民币普通股（A 股）
发行股数	本次公开发行新股数量和股东公开发售股份数量合计最多不超过 6,079.89 万股，不低于发行后总股本的 25%。具体新股发行数量根据募集资金投资项目资金需求量、新股发行费用和发行价格确定。公司股东公开发售股份所得资金不归公司所有，请投资者在报价、申购过程中考虑公司股东公开发售股份的因素。
每股面值	人民币 1.00 元
每股发行价格	【 】元/股
预计发行日期	年 月 日
拟上市的证券交易所	上海证券交易所
发行后总股本	【 】万元
本次发行前股东所持股份的限售安排、股东对所持股份自愿锁定的承诺	公司实际控制人沈东军、马峻承诺：本人除在发行人首次公开发行股票时根据发行人股东大会决议将持有的部分发行人老股公开发售外，自发行人股票上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理本次发行前本人直接或间接持有的发行人股份，也不由发行人回购该部分股份。发行人上市后 6 个月内如发行人股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后 6 个月期末收盘价低于发行价，本人所持发行人股票的锁定期限自动延长 6 个月。本人所持上述股份在锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于发行价；在担任发行人董事、监事或高级管理人员期间每年转让的股份不超过本人直接和间接持有发行人股份总数的百分之二十五；不再担任上述职务后半年内，不转让本人持有的

	发行人股份。本人不会因职务变更、离职等原因而拒绝履行上述承诺。 实际控制人亲属、公司董事蔺毅泽承诺：自发行人股票上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理本次发行前本人直接或间接持有的发行人股份，也不由发行人回购该部分股份。发行人上市后6个月内如发行人股票连续20个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后6个月期末收盘价低于发行价，本人所持发行人股票的锁定期限自动延长6个月。本人所持上述股份在锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于发行价；在担任发行人董事、监事或高级管理人员期间每年转让的股份不超过本人直接和间接持有发行人股份总数的百分之二十五；不再担任上述职务后半年内，不转让本人持有的发行人股份。本人不会因职务变更、离职等原因而拒绝履行上述承诺。 Eurostar Diamonds International S. A.承诺：对于已持有的公司股份，自公司股票上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理该部分股份，也不由公司回购该部分股份。上述锁定期满两年内，本公司将减持发行人股份。减持股份的数量上限依据如下原则确定：减持的股份数量上限=（本公司对发行人进行投资的原始出资额9625.28万元-持有发行人股份期间累积获得的现金分红金额）/折算价格，其中折算价格为上述锁定期满当月发行人股价的平均价格；减持股份的价格不低于发行价。本公司拟减持发行人股票的，将提前三个交易日通知发行人并予以公告，本公司承诺将按照《公司法》、《证券法》、中国证监会及上海证券交易所相关规定办理，本公司持有发行人股份低于5%以下时除外。 公司董事王芳承诺：本人除在发行人首次公开发行股票时根据发行人股东大会决议将持有的部分发行人老股公开发售外，自发行人股票上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理本次发行前本人直接或间接持有的发行人股份，也不由发行人回购该部分股份。发行人上市后6个月内如发行人股票连续20个交

	易日的收盘价均低于发行价，或者上市后 6 个月期末收盘价低于发行价，本人所持发行人股票的锁定期限自动延长 6 个月。上述股份锁定承诺期限届满后，本人在担任董事/监事/高级管理人员职务期间，将向公司申报所直接或间接持有的公司的股份及其变动情况；在任职期间每年转让的股份不超过本人所持有股份公司股份总数的百分之二十五；本人作为董事/监事/高级管理人员在离职后半年内，不转让本人所直接或间接持有的股份公司股份。本人所持发行人股票在锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于发行价。本人不会因职务变更、离职等原因而拒绝履行上述承诺。 公司董事 Jiang Jacky、监事王小文、庄瓯承诺：本人现所持有发行人的股份自发行人股票上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理本次发行前本人直接或间接持有的发行人股份，也不由发行人回购该部分股份。发行人上市后 6 个月内如发行人股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后 6 个月期末收盘价低于发行价，本人所持发行人股票的锁定期限自动延长 6 个月。上述股份锁定承诺期限届满后，本人在担任董事/监事职务期间，将向公司申报所直接或间接持有的公司的股份及其变动情况；在任职期间每年转让的股份不超过本人所持有股份公司股份总数的百分之二十五；本人作为董事/监事在离职后半年内，不转让本人所直接或间接持有的股份公司股份。本人所持发行人股票在锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于发行价。本人不会因职务变更、离职等原因而拒绝履行上述承诺。
保荐人（主承销商）	华泰联合证券有限责任公司
招股说明书签署日期	2016 年 6 月 17 日

发行人声明

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

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

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

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

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

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

重大事项提示

本公司特别提醒投资者认真阅读本招股说明书的“风险因素”部分，并特别注意下列事项：

一、本次新股公开发行和老股公开发售方案

2014年4月8日，公司2014年第三次临时股东大会审议通过《关于公司申请首次公开发行股票的议案》，根据该议案，本次公开发行包括公司公开发行新股及股东公开发售股份，公开发行数量不超过6,079.89万股，不低于本次公开发行后总股本的25%。公司股东公开发售股份数量不得超过自愿设定12个月及以上限售期的投资者获得配售股份的数量；如根据发行人与承销商协商确定的发行价格，本次发行未出现超募情况，则不安排公司股东公开发售老股。根据发行询价及协商定价结果，若按照本次公开发行股票的数量上限，拟募集资金额超过募集资金项目所需资金总额（指募集资金投资项目所需资金净额加上本次发行新股应由公司承担的发行费用），公司将首先减少新股发行数量（以自愿设定12个月及以上限售期的投资者获得配售股份的数量为限），直至新股发行募集资金等于募集资金项目所需资金总额；同时调整公司股东公开发售股份的数量，直至公司新股发行数量与股东公开发售股份的数量合计达到本次公开发行后总股本的25%。若以自愿设定12个月及以上限售期的投资者获得配售股份的数量为限减少新股发行的数量仍存在超募情形，则由发行人与主承销商自主确定发行价格，确保募集资金净额不超过本次募集资金投资项目需求额。

本次新股发行与公司股东公开发售股份的最终数量，在遵循前述原则基础上，由公司与保荐机构（主承销商）协商共同确定。

如实际发生公司股东公开发售股份情形，公司股东将按其公开发售股份所得对价金额与公司实际发行新股募集资金总额的比例与公司分摊承销费用，届时公司将按照其内部治理制度的要求履行相关程序后与相关股东签署费用分摊协议。股东公开发售股份所得资金不归公司所有。

截至2014年4月8日，公司股东中沈东军、马峻及王芳的持股时间超过三年

并愿意在本次公开发行中发售股份。沈东军、马峻各自公开发售股份数量根据转让后沈东军的持股数等于马峻与茼毅泽的合计持股数的原则确定，王芳公开发售股份数量按照其本次公开发行前持有公司可转让股本数（指至公司股东大会审议通过本议案之日股东持有时间不低于36个月的股份及前述股份因资本公积、未分配利润转增股本增加的股份）÷符合条件的股东本次公开发行前持有公司可转让股本总数（指至公司股东大会审议通过本议案之日股东持有时间不低于36个月的股份及前述股份因资本公积、未分配利润转增股本增加的股份）×股东公开发售股份数量确定，且沈东军、马峻与王芳公开发售股份的数量之和不超过自愿设定12个月及以上限售期的投资者获得配售股份的数量。

本次新股公开发行和老股公开发售不会导致公司实际控制人发生变更，不会导致公司股权结构发生重大变化，对公司治理结构及生产经营不存在重大影响。

请投资者在报价、申购过程中，考虑公司股东公开发售股份的因素。

二、本次发行前未分配利润的处理

经 2013 年 6 月 30 日召开的发行人 2013 年第二次临时股东大会审议批准，若公司首次公开发行股票并上市获得成功，本次发行前滚存的未分配利润在公司股票公开发行后由公司发行后新老股东按持股比例共享。

三、公司股东股份锁定及减持价格承诺

1、公司实际控制人沈东军、马峻承诺：本人除在发行人首次公开发行股票时根据发行人股东大会决议将持有的部分发行人老股公开发售外，自发行人股票上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理本次发行前本人直接或间接持有的发行人股份，也不由发行人回购该部分股份。发行人上市后 6 个月内如发行人股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后 6 个月期末收盘价低于发行价，本人所持发行人股票的锁定期限自动延长 6 个月。本人所持上述股份在锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于发行价；在担任发行人董事、监事或高级管理人员期间每年转让的股份不超过本人直接和间接持

有发行人股份总数的百分之二十五；不再担任上述职务后半年内，不转让本人持有的发行人股份。本人拟减持发行人股份的，本人将提前三个交易日通知发行人并予以公告，并承诺将依法按照《公司法》、《证券法》、中国证监会及证券交易所相关规定办理。本人不会因职务变更、离职等原因而拒绝履行上述承诺。

若本人未履行上述承诺，本人将在符合法律、法规及规范性文件规定的情况下 10 个交易日内回购违规卖出的股票，且自回购完成之日起自动延长持有全部股份的锁定期 3 个月。如果本人因未履行上述承诺事项而获得收入的，所得的收入归发行人所有，本人将在获得收入的 5 日内将前述收入支付给发行人指定账户；如果因本人未履行上述承诺事项给发行人或者其他投资者造成损失的，本人将向发行人或者其他投资者依法承担赔偿责任。

2、实际控制人亲属、公司董事蔺毅泽承诺：自发行人股票上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理本次发行前本人直接或间接持有的发行人股份，也不由发行人回购该部分股份。发行人上市后 6 个月内如发行人股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后 6 个月期末收盘价低于发行价，本人所持发行人股票的锁定期限自动延长 6 个月。本人所持上述股份在锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于发行价；在担任发行人董事、监事或高级管理人员期间每年转让的股份不超过本人直接和间接持有发行人股份总数的百分之二十五；不再担任上述职务后半年内，不转让本人持有的发行人股份。本人拟减持发行人股份的，本人将提前三个交易日通知发行人并予以公告，并承诺将依法按照《公司法》、《证券法》、中国证监会及证券交易所相关规定办理。本人不会因职务变更、离职等原因而拒绝履行上述承诺。

如果本人未履行上述承诺，本人将在符合法律、法规及规范性文件规定的情况下 10 个交易日内回购违规卖出的股票，且自回购完成之日起自动延长持有全部股份的锁定期 3 个月。如果本人因未履行上述承诺事项而获得收入的，所得的收入归发行人所有，本人将在获得收入的五日内将前述收入支付给发行人指定账户；如果因本人未履行上述承诺事项给发行人或者其他投资者造成损失的，本人将向发行人或者其他投资者依法承担赔偿责任。

3、公司股东 Eurostar Diamonds International S. A. 承诺：对于已持有的公司股份，自公司股票上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理该部

分股份，也不由公司回购该部分股份。上述锁定期满两年内，本公司将减持发行人股份。减持股份的数量上限依据如下原则确定：减持的股份数量上限=（本公司对发行人进行投资的原始出资额 9625.28 万元-持有发行人股份期间累积获得的现金分红金额）/折算价格，其中折算价格为上述锁定期满当月发行人股价的平均价格；减持价格不低于发行价。因发行人进行权益分派、减资缩股等导致本公司所持发行人股份变化的，相应年度可转让股份额度做相应变更。本公司减持发行人股份应符合相关法律、法规、规章的规定，具体方式包括但不限于交易所集中竞价交易方式、大宗交易方式、协议转让方式等。本公司拟减持发行人股票时，将提前三个交易日通知发行人并予以公告，本公司承诺将按照《公司法》、《证券法》、中国证监会及上海证券交易所相关规定办理，本公司持有发行人股份低于 5%以下时除外。

如果本公司未履行上述承诺，本公司将在符合法律、法规及规范性文件规定的情况下 10 个交易日内回购违规卖出的股票，且自回购完成之日起自动延长持有全部股份的锁定期 3 个月。如果本公司因未履行上述承诺事项而获得收入的，所得的收入归发行人所有，本公司将在获得收入的五日内将前述收入支付给发行人指定账户；如果因本公司未履行上述承诺事项给发行人或者其他投资者造成损失的，本公司将向发行人或者其他投资者依法承担赔偿责任。

4、公司董事王芳承诺：本人除在发行人首次公开发行股票时根据发行人股东大会决议将持有的部分发行人老股公开发售外，自发行人股票上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理本次发行前本人直接或间接持有的发行人股份，也不由发行人回购该部分股份。发行人上市后 6 个月内如发行人股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后 6 个月期末收盘价低于发行价，本人所持发行人股票的锁定期限自动延长 6 个月。上述股份锁定承诺期限届满后，本人在担任董事/监事/高级管理人员职务期间，将向公司申报所直接或间接持有的公司的股份及其变动情况；在任职期间每年转让的股份不超过本人所持有股份公司股份总数的百分之二十五；本人作为董事/监事/高级管理人员在离职后半年内，不转让本人所直接或间接持有的股份公司股份。本人所持发行人股票在锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于发行价。本人不会因职务变更、离职等原因而拒绝履行上述承诺。

若本人未履行上述承诺，本人将在符合法律、法规及规范性文件规定的情况下 10 个交易日内回购违规卖出的股票，且自回购完成之日起自动延长持有股份的锁定期 3 个月。如果本人因未履行上述承诺事项而获得收入的，所得的收入归发行人所有，本人将在获得收入的 5 日内将前述收入支付给发行人指定账户；如果因本人未履行上述承诺事项给发行人或者其他投资者造成损失的，本人将向发行人或者其他投资者依法承担赔偿责任。

5、公司董事 Jiang Jacky、监事王小文、庄瓯承诺：本人现所持有发行人的股份自发行人股票上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理本次发行前本人直接或间接持有的发行人股份，也不由发行人回购该部分股份。发行人上市后 6 个月内如发行人股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后 6 个月期末收盘价低于发行价，本人所持发行人股票的锁定期限自动延长 6 个月。上述股份锁定承诺期限届满后，本人在担任董事/监事职务期间，将向公司申报所直接或间接持有的公司的股份及其变动情况；在任职期间每年转让的股份不超过本人所持有股份公司股份总数的百分之二十五；本人作为董事/监事在离职后半年内，不转让本人所直接或间接持有的股份公司股份。本人所持发行人股票在锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于发行价。本人不会因职务变更、离职等原因而拒绝履行上述承诺。

若本人未履行上述承诺，本人将在符合法律、法规及规范性文件规定的情况下 10 个交易日内回购违规卖出的股票，且自回购完成之日起自动延长持有股份的锁定期 3 个月。如果本人因未履行上述承诺事项而获得收入的，所得的收入归发行人所有，本人将在获得收入的 5 日内将前述收入支付给发行人指定账户；如果因本人未履行上述承诺事项给发行人或者其他投资者造成损失的，本人将向发行人或者其他投资者依法承担赔偿责任。

上述发行价指公司首次公开发行股票的发行价格，如果公司上市后因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，则按照证券交易所的有关规定作除权除息处理。

四、关于稳定股价的承诺

（一）发行人稳定股价的承诺

本公司股票自挂牌上市之日起三年内，一旦出现连续20个交易日公司股票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）情形时（若因除权除息等事项致使上述股票收盘价与公司上一会计年度末经审计的每股净资产不具可比性的，上述股票收盘价应做相应调整），本公司将根据《上市公司回购社会公众股份管理办法》的规定向社会公众股东回购公司部分股票，同时保证回购结果不会导致公司的股权分布不符合上市条件。本公司将依据法律、法规及公司章程的规定，在上述条件成就之日起10个交易日内召开董事会讨论稳定股价方案，并提交股东大会审议。具体实施方案将在股价稳定措施的启动条件成就时，本公司依法召开董事会、股东大会做出股份回购决议后公告。

在股东大会审议通过股份回购方案后，本公司将依法通知债权人，并向证券监督管理部门、证券交易所等主管部门报送相关材料，办理审批或备案手续。

本公司回购股份的资金为自有资金，回购股份的价格不超过上一个会计年度末经审计的每股净资产，回购股份的方式为集中竞价交易方式、要约方式或证券监督管理部门认可的其他方式。但如果股份回购方案实施前本公司股价已经不满足启动稳定公司股价措施条件的，可不再继续实施该方案。

若某一会计年度内公司股价多次触发上述需采取股价稳定措施条件的（不包括本公司实施稳定股价措施期间及实施完毕当次稳定股价措施并公告日后开始计算的连续20个交易日股票收盘价仍低于上一个会计年度末经审计的每股净资产的情形），本公司将继续按照上述稳定股价预案执行，但应遵循以下原则：（1）单次用于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20%，和（2）单一会计年度用以稳定股价的回购资金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50%。超过上述标准的，有关稳定股价措施在当年度不再继续实施。但如下一年度继续出现需启动稳定股价措施的情形时，本公司将继续按照上述原则执行稳定股价预案。

若本公司新聘任董事(不包括独立董事)、高级管理人员的，本公司将要求该新聘任的董事、高级管理人员履行本公司上市时董事、高级管理人员已作出的相应承诺。

本公司承诺：在启动股价稳定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，本公司将在股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉，并将以单次不低于上一会计年度经审计的归属于母公司股东净利润的20%、单一会计年度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50%的标准向全体股东实施现金分红。

（二）控股股东稳定股价的承诺

发行人股票挂牌上市之日起三年内，一旦出现连续 20 个交易日发行人股票收盘价均低于其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）情形时（若因除权除息等事项致使上述股票收盘价与发行人上一会计年度末经审计的每股净资产不具可比性的，上述股票收盘价应做相应调整），控股股东沈东军、马峻将依据法律、法规及公司章程的规定，在不影响发行人上市条件的前提下实施以下具体股价稳定措施：

1、发行人回购股票为稳定股价措施的第一顺序，如（1）回购股票将导致发行人不满足法定上市条件或回购股票议案未获得股东大会批准等导致无法实施股票回购的，且控股股东增持股票不会致使发行人将不满足法定上市条件；或（2）发行人虽实施股票回购计划但仍未满足“公司股票连续 3 个交易日的收盘价均已高于公司最近一年经审计的每股净资产”之条件，则第一顺序为本人增持公司股票。在启动股价稳定措施的前提条件满足时，本人将以增持发行人股份的方式稳定股价。本人将在有关股价稳定措施启动条件成就后 10 个交易日内提出增持发行人股份的方案（包括拟增持股份的数量、价格区间、时间等），发行人应按照相关规定披露本人增持股份的计划。在发行人披露本人增持发行人股份计划的 10 个交易日后，本人将按照方案开始实施增持发行人股份的计划。

2、本人增持发行人股份的价格不高于发行人上一会计年度经审计的每股净资产。但如果发行人披露本人买入计划后 10 个交易日内其股价已经不满足启动稳定公司股价措施的条件的，本人可不再实施上述买入发行人股份计划。

3、若某一会计年度内发行人股价多次触发上述需采取股价稳定措施条件的（不包括本人实施稳定股价措施期间及自实施完毕当次稳定股价措施并由发行人公告日后开始计算的连续 20 个交易日股票收盘价仍低于上一个会计年度末经审计的每股净资产的情形），本人将继续按照上述稳定股价预案执行，但应遵循以下原则：（1）单次用于增持股份的资金金额不低于本人自发行人上市后累计从发行人所获得现金分红金额的 20%，和（2）单一年度本人用以稳定股价的增持资金不超过自发行人上市后本人累计从发行人所获得现金分红金额的 50%。超过上述标准的，有关稳定股价措施在当年度不再继续实施。但如下一年度继续出现需启动稳定股价措施的情形时，本人将继续按照上述原则执行稳定股价预案。下一年度触发股价稳定措施时，以前年度已经用于稳定股价的增持资金额不再计入累计现金分红金额。

控股股东沈东军、马峻承诺：在启动股价稳定措施的前提条件满足时，如本人未按照上述预案采取稳定股价的具体措施，本人将在前述事项发生之日起 5 个工作日内停止在发行人处获得股东分红，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。

（三）公司董事、高级管理人员稳定股价的承诺

发行人股票挂牌上市之日起三年内，一旦出现连续 20 个交易日发行人股票收盘价均低于其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）情形时（若因除权除息等事项致使上述股票收盘价与发行人上一会计年度末经审计的每股净资产不具可比性的，上述股票收盘价应做相应调整），公司董事及高级管理人员将依据法律、法规及公司章程的规定，在不影响发行人上市条件的前提下实施以下具体股价稳定措施：

1、董事、高级管理人员增持股份为稳定股价措施的第三顺序。当发行人出现需要采取股价稳定措施的情形时，如发行人、控股股东均已采取股价稳定

措施并实施完毕后发行人股票收盘价仍低于其上一个会计年度末经审计的每股净资产的，本人将通过二级市场以竞价交易方式买入发行人股份以稳定发行人股价。发行人应按照相关规定披露本人买入公司股份的计划。在发行人披露本人买入发行人股份计划的 10 个交易日后，本人将按照方案开始实施买入发行人股份的计划。

2、本人通过二级市场以竞价交易方式买入发行人股份的，买入价格不高于发行人上一会计年度经审计的每股净资产。但如果发行人披露本人买入计划后 10 个交易日内其股价已经不满足启动稳定公司股价措施的条件的，本人可不再实施上述买入发行人股份计划。

3、若某一会计年度内发行人股价多次触发上述需采取股价稳定措施条件的（不包括本人实施稳定股价措施期间及自实施完毕当次稳定股价措施并由发行人公告日后开始计算的连续 20 个交易日股票收盘价仍低于上一个会计年度末经审计的每股净资产的情形），本人将继续按照上述稳定股价预案执行，但应遵循以下原则：（1）单次用于购买股份的资金金额不低于本人在担任董事或高级管理人员职务期间上一会计年度从发行人处领取的税后薪酬或津贴累计额的 20%，和（2）单一年度用以稳定股价所动用的资金应不超过本人在担任董事或高级管理人员职务期间上一会计年度从发行人处领取的税后薪酬或津贴累计额的 50%。超过上述标准的，有关稳定股价措施在当年度不再继续实施。但如下一年度继续出现需启动稳定股价措施的情形时，本人将继续按照上述原则执行稳定股价预案。

公司董事及高级管理人员承诺：在启动股价稳定措施的前提条件满足时，除非因法律、法规、规范性文件等要求导致本人无法履行上述措施的，如本人未采取上述稳定股价的具体措施，则本人将在前述事项发生之日起 5 个工作日内停止在发行人处领取薪酬或津贴及股东分红，同时本人持有的发行人股份不得转让，直至本人按上述预案内容的规定采取相应的股价稳定措施并实施完毕时为止。

五、发行人及公司控股股东、董事、监事、高级管理人员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

发行人承诺：如本公司招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断本公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，本公司将在中国证监会对上述事项做出有法律效力的认定后 60 天内启动依法回购首次公开发行的全部新股工作。回购价格以本公司股票发行价格和有关违法事实被中国证监会认定之日前三十个交易日本公司股票交易均价的孰高者确定。公司上市后发生除权除息事项的，上述发行价格及回购股份数量应做相应调整。如本公司招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，将依法赔偿投资者损失。对于未来新聘任的董事（不包括独立董事）、高级管理人员，本公司将要求其履行本次发行、上市时董事、高级管理人员所做出的相应承诺要求。

如果因未履行上述公开承诺事项给投资者造成损失的，本公司将依法向投资者赔偿相关损失。

控股股东及实际控制人沈东军、马峻承诺：如发行人招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断发行人是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，本人将在中国证监会对上述事项做出有法律效力的认定后 60 日内启动依法购回发行人首次公开发行股票时本人公开发售股份的工作，督促发行人依法回购首次公开发行的全部新股，并在前述期限内启动依法购回本人已转让的原限售股份工作。购回价格以发行人股票发行价格和有关违法事实被中国证监会认定之日前三十个交易日发行人股票交易均价的孰高者确定。如遇除权除息事项，上述发行价格及购回股份数量应作相应调整。

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

若本人违反上述承诺，则将在违反上述承诺发生之日起 5 个工作日内，停止在发行人处获得股东分红，同时本人持有的发行人股份将不得转让，直至本人按上述承诺采取相应的购回或赔偿措施并实施完毕时为止。

公司全体董事、高级管理人员承诺：如发行人招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本人将依法赔偿投资者损失。本人将在中国证券监督管理委员会对上述事项做出有法律效力的认定后 60 日内依法赔偿投资者损失。

若本人违反上述承诺，本人将停止在发行人处领取薪酬或津贴，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。

六、中介机构关于为公司首次公开发行制作、出具的文件无虚假记载、误导性陈述或重大遗漏的承诺

保荐机构（主承销商）华泰联合证券有限责任公司承诺：本公司为发行人本次发行制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本公司将依法先行赔偿投资者损失。

审计机构、验资机构天衡会计师事务所（特殊普通合伙）承诺：本所为发行人首次公开发行所制作、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，对其真实性、准确性和完整性承担法律责任。

如因本所未能依照适用的法律法规、规范性文件及行业准则的要求勤勉尽责地履行法定职责而导致本所为发行人首次公开发行制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成实际损失的，将依法赔偿投资者损失。

发行人律师北京国枫律师事务所承诺：本所为发行人首次公开发行制作、出具的文件不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏的情形；若因本所为发行人首次公开发行制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，本所将依法承担相应法律责任。

七、填补即期回报措施及相关承诺：

报告期，本公司主营业务发展态势良好。但根据公司的合理预测，募集资金到位当年，受股本摊薄的影响，本公司每股收益相对上年度呈下降趋势，可

能导致公司即期回报被摊薄。

为应对本次发行摊薄即期回报的影响，本公司制订了多项填补即期回报的措施，董事、高级管理人员出具了相关承诺，具体详见招股说明书“第十一节 管理层讨论与分析”之“七、本次发行对即期回报摊薄的影响及应对措施”中的相关内容。

前述填补回报措施的实施，有利于增强公司的核心竞争力和持续经营能力，增厚未来收益，填补股东回报。公司提示投资者：由于公司面临的内外部风险客观存在，制定填补回报措施不等于对公司未来利润做出保证。

八、未履行承诺的约束措施

发行人控股股东、实际控制人沈东军、马峻就下列承诺事项，提出相应未能履行的约束措施。

1、沈东军、马峻向发行人出具的《关于避免同业竞争的承诺函》；

2、如发行人及其子公司因租赁沈东军、马峻的房屋存在产权瑕疵或者政府拆迁等原因而导致发行人及其子公司在合同到期前被迫搬迁，沈东军、马峻将一起全额补偿发行人及其子公司搬迁产生的费用和因搬迁造成的损失，保证发行人及其子公司不会因此遭受任何损失；

3、如因发行人租赁的房屋存在产权瑕疵等原因而导致发行人及其子公司在合同到期前被迫搬迁或对发行人及其子公司造成其他不利影响，沈东军、马峻一起全额补偿发行人及其子公司搬迁产生的费用和因搬迁造成的损失，保证发行人及其子公司不会因此遭受任何损失；

4、针对发行人承租的沈东军与马峻所有的位于南京市新街口正洪街综合楼 A 区 1 至 3 层房屋涉及与南京市住房和城市建设委员会的行政诉讼，沈东军、马峻承诺如发行人在合同到期前被迫搬迁，沈东军、马峻全额补偿发行人搬迁产生的费用和因搬迁造成的损失，保证发行人不会因此遭受任何损失。

若沈东军、马峻违反上述承诺，则将在违反上述承诺发生之日起 5 个工作日内，停止在发行人处获得股东分红，同时本人持有的发行人股份将不得转让，直至本人按上述承诺采取相应的措施并实施完毕时为止。

九、持股 5%以上股东持股意向及减持意向

公司控股股东、实际控制人沈东军、马峻的持股意向及减持意向如下：

本人拟长期持有发行人股票。如果在锁定期满后，本人拟减持股票的，将认真遵守证监会、交易所关于股东减持的相关规定，结合公司稳定股价、开展经营、资本运作的需要，审慎制定股票减持计划，在股票锁定期满后逐步减持。本人减持发行人股份应符合相关法律、法规、规章的规定，具体方式包括但不限于交易所集中竞价交易方式、大宗交易方式、协议转让方式等。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；本人持有发行人股份低于 5%以下时除外。如果在锁定期满后两年内，本人拟减持股票的，减持价格不低于发行价（指发行人首次公开发行股票的发行价格，如果因公司上市后派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，则按照证券交易所的有关规定作除权除息处理）。锁定期满后两年内，本人每年减持所持有的公司股份数量合计不超过上一年度最后一个交易日登记在本人名下的股份总数的 25%。因公司进行权益分派、减资缩股等导致本人所持公司股份变化的，相应年度可转让股份额度做相应变更。

若本人未履行上述承诺，本人将在符合法律、法规及规范性文件规定的情况下 10 个交易日内回购违规卖出的股票，且自回购完成之日起自动延长持有全部股份的锁定期 3 个月。如果本人因未履行上述承诺事项而获得收入的，所得的收入归发行人所有，本人将在获得收入的 5 日内将前述收入支付给发行人指定账户；如果因本人未履行上述承诺事项给发行人或者其他投资者造成损失的，本人将向发行人或者其他投资者依法承担赔偿责任。

公司其余持股 5%以上的自然人股东茜毅泽的持股意向及减持意向如下：

如果在锁定期满后，本人拟减持股票的，将认真遵守证监会、交易所关于股东减持的相关规定，结合发行人稳定股价、开展经营、资本运作的需要，审慎制定股票减持计划，在股票锁定期满后逐步减持。本人减持发行人股份应符合相关法律、法规、规章的规定，具体方式包括但不限于交易所集中竞价交易方式、大宗交易方式、协议转让方式等。本人拟减持发行人股份时，本人将提

前三个交易日通知发行人并予以公告，并承诺将依法按照《公司法》、《证券法》、中国证监会及证券交易所相关规定办理，本人持有发行人股份低于 5%以下时除外。如果在锁定期满后两年内，本人拟减持股票的，减持价格不低于发行价（指发行人首次公开发行股票的发行价格，如果因公司上市后派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，则按照证券交易所的有关规定作除权除息处理）。锁定期满后两年内，本人每年减持所持有的公司股份数量合计不超过上一年度最后一个交易日登记在本人名下的股份总数的 25%。因公司进行权益分派、减资缩股等导致本人所持公司股份变化的，相应年度可转让股份额度做相应变更。

如果本人未履行上述承诺，本人将在符合法律、法规及规范性文件规定的情况下 10 个交易日内回购违规卖出的股票，且自回购完成之日起自动延长持有全部股份的锁定期 3 个月。如果本人因未履行上述承诺事项而获得收入的，所得的收入归发行人所有，本人将在获得收入的五日内将前述收入支付给发行人指定账户；如果因本人未履行上述承诺事项给发行人或者其他投资者造成损失的，本人将向发行人或者其他投资者依法承担赔偿责任。

公司持股 5%以上的法人股东 Eurostar Diamonds International S.A.的持股意向及减持意向如下：

本公司所持发行人股份将在锁定期满两年内减持。减持股份的数量上限依据如下原则确定：减持的股份数量上限=（本公司对发行人进行投资的原始出资额 9625.28 万元-持有发行人股份期间累积获得的现金分红金额）/折算价格所得出的股份数量，其中折算价格为上述锁定期满当月发行人股价的平均价格；减持价格不低于发行价（指发行人首次公开发行股票的发行价格，如果因公司上市后派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，则按照证券交易所的有关规定作除权除息处理）。因发行人进行权益分派、减资缩股等导致本公司所持发行人股份变化的，相应年度可转让股份额度做相应变更。本公司减持发行人股份应符合相关法律、法规、规章的规定，具体方式包括但不限于交易所集中竞价交易方式、大宗交易方式、协议转让方式等。本公司拟减持发行人股票时，将提前三个交易日通知发行人并予以公告，本公司承诺将按照《公司法》、《证券法》、中国证监会及上海证券交易所相关规定办理，本公

司持有发行人股份低于 5%以下时除外。

如果本公司未履行上述承诺，本公司将在符合法律、法规及规范性文件规定的情况下 10 个交易日内回购违规卖出的股票，且自回购完成之日起自动延长持有全部股份的锁定期 3 个月。如果本公司因未履行上述承诺事项而获得收入的，所得的收入归发行人所有，本公司将在获得收入的五日内将前述收入支付给发行人指定账户；如果因本公司未履行上述承诺事项给发行人或者其他投资者造成损失的，本公司将向发行人或者其他投资者依法承担赔偿责任。

十、本次发行上市后公司的股利分配政策和现金分红比例规定

公司的利润分配原则为：公司实行连续、稳定的利润分配政策，重视对投资者的合理回报并兼顾公司的可持续发展。

公司采取现金、股票或二者相结合的方式分配利润，以现金分红为主，并优先采用现金分红的利润分配方式。

公司一般进行年度利润分配，董事会也可以根据公司的资金需求状况提议进行中期利润分配。

综合考虑所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，公司进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 20%。

公司股利分配不得超过累计可供分配利润的范围。

公司利润分配方案应由董事会制订。在具体方案制订过程中，董事会应充分研究和论证公司现金分红的时机、条件和最低比例、调整的条件以及决策程序要求等事宜，通过多种渠道充分听取中小股东、独立董事、监事及公司高级管理人员的意见。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。

利润分配方案经董事会通过后，交由股东大会审议。股东大会对现金分红具体方案进行审议时，应当通过现场、电话、公司网站及交易所互动平台等媒介主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流，充分听取中小股东的意见和诉

求，并及时答复中小股东关心的问题。审议利润分配方案应采取现场投票和网络投票相结合的方式，为中小股东提供便利。股东大会审议通过利润分配方案2个月内，董事会必须实施利润分配方案。

公司不进行现金分红时，董事会就不进行现金分红的具体原因、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，并在公司指定媒体上予以披露。如遇到战争、自然灾害等不可抗力时，并对公司生产经营造成重大影响，或公司自身经营状况发生重大变化时，公司可对利润分配政策进行调整。

公司对章程规定的既定利润分配政策尤其是现金分红政策作出调整的，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；且有关调整利润分配政策的议案，需事先征求独立董事及监事会的意见，经公司董事会审议通过后，方可提交公司股东大会审议，该事项须经出席股东大会股东所持表决权2/3以上通过。

董事会应就调整利润分配政策做专题讨论，通过多种渠道充分听取中小股东、独立董事、监事及公司高级管理人员的意见。独立董事应就利润分配调整方案发表明确意见，公司应在发布召开股东大会的通知时，公告独立董事意见。

股东大会对利润分配政策进行审议时，应当通过现场、电话、公司网站及交易所互动平台等媒介主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流，充分听取中小股东的意见和诉求，并及时答复中小股东关心的问题。

审议利润分配政策调整方案应采取现场投票和网络投票相结合的方式，为中小股东提供便利。必要时独立董事可公开征集中小股东投票权。

公司至少每三年重新审阅一次股东分红回报规划，对公司股利分配政策作出适当且必要的修改，确定该时段的股东回报计划，并由公司董事会结合具体经营数据，充分考虑公司目前盈利规模、现金流量状况、发展所处阶段及当期资金需求，制订具体的年度或中期分红方案。

关于公司股利分配政策的具体内容，请参见本招股说明书“第十四节 股利分配政策”。

十一、本公司特别提醒投资者认真阅读本招股说明书“风险因素”部分，并特别注意下列风险：

（一）品牌影响力下降的风险

公司是从事钻石、翡翠等珠宝饰品销售的珠宝商，产品的销售主要依托于“TESIRO 通灵”、“传世翡翠”等自有品牌。“TESIRO 通灵”、“传世翡翠”等自有品牌向消费者展现了通灵珠宝区别于其他珠宝商的企业文化内涵及产品定位，已经成为推动公司发展的重要力量，以及体现公司竞争力的重要标识。如果未来发生严重的产品质量纠纷、客户服务不到位等有损公司品牌的事件，将有可能导致公司品牌的影响力下降，从而导致客户流失及市场开拓能力下降，对公司的经营产生重大影响。

（二）加盟店管理的风险

加盟模式是公司开拓市场、提高产品市场占有率的有效手段。截至 2016 年 3 月 31 日，公司与 216 家加盟店建立了合作关系。在加盟模式下，公司对加盟店的店面装修、货品采购以及人员培训进行规范和指导，并赋予加盟店根据当地消费习惯等实际情况进行自主经营的权利。公司通过建立巡查机制对加盟店进行不定期的检查，以确保加盟店在加盟协议的约定条款下进行经营。如果加盟店经营不善而关闭，将影响公司产品的销售和市场占有率的提升；如果加盟店未能向消费者提供满意的服务，有可能损害公司的声誉和品牌。

（三）自营渠道管理的风险

公司通过在经济发达城市的热点商圈开设专卖店或在城市主要商场设立专厅的方式进行产品自营。自营模式是公司产品销售的主要方式，报告期内，公司自营模式实现的主营业务收入占总主营业务收入的比例分别为 86. 70%、79.23%、79.68%和 79.06%。随着公司经营规模的扩大，直营店、专厅的数量快速增长，公司存在由于店铺选址失误、货品管理不到位以及人才储备不足等原因导致新设渠道预期经营目标无法实现的风险。此外，公司存在由于城市商圈的变动以及店铺租用物业到期未能续租导致原有直营店、专厅进行重新选址而

增加运营成本的风险。

（四）原材料价格波动的风险

公司的主要原材料为钻石和翡翠。公司根据《上海钻石交易所交易规则》的规定，向上海钻石交易所的会员单位采购钻石。钻交所是经国务院批准设立于上海浦东新区的为国内外钻石商提供服务的一个交易场所，按照国际钻石交易通行的规则运行。公司根据自身的库存情况及市场需求情况，每月向三至四家钻交所会员单位进行询价，钻石供应商基于国际钻石牌价并综合考虑采购数量和客户信誉度等进行报价，公司通过比价后确定最终供应商。公司的翡翠原料主要通过参加缅甸政府组织的翡翠公盘进行采购。公盘，是指卖方把准备交易的物品在市场上进行公示，让业内人士或市场根据物品的质料，评议出市场上公认的最低交易价格，再由买家在该价格的基础上竞买。

公司的产品售价和原材料的采购成本具有较高的相关性，原材料价格的波动将体现在公司产品的销售价格中。如果公司的产品定价能力无法及时、有效地应对原材料价格波动，公司将面临原材料价格短期波动对经营产生不利影响的风险。

（五）宏观经济形势不明朗导致业绩下滑的风险

珠宝是一种非必需消费品，一般单件价值较高，因此珠宝产品的市场环境受到消费者购买力水平以及宏观经济环境的重大影响。近年来，美国、欧盟等经济体相继发生了次贷危机、欧债危机和主权债务危机等一系列经济问题，经济增长乏力。中国作为潜力巨大的新兴经济体，经济保持了较快的增长速度，但仍受到国际经济环境的影响，出现了通货膨胀、出口增速和经济增速下滑的现象。如果未来宏观经济环境继续恶化，将可能导致消费者的购买力水平下降，从而对珠宝行业及公司的经营业绩产生不利的影响。

目 录

第一节 释义 28
第二节 概 览 31
一、发行人简介 31
二、控股股东及实际控制人简介 32
三、发行人主要财务数据 33
四、本次发行概况 34
五、募集资金运用 35
第三节 本次发行概况 36
一、本次发行的基本情况 36
二、本次发行的有关机构 36
三、发行人与本次发行有关中介机构的权益关系情况 39
四、本次发行至上市前的有关重要日期 39
第四节 风险因素 40
一、品牌影响力下降的风险 40
二、加盟店管理的风险 40
三、自营渠道管理的风险 40
四、原材料价格波动的风险 41
五、供应商集中的风险 41
六、公司产品委外加工的风险 42
七、宏观经济形势不明朗导致业绩下滑的风险 42
八、财务风险 42
九、市场竞争的风险 43
十、公司品牌、注册商标可能被侵犯的风险 44
十一、募集资金投资项目的风险 44
十二、发行人未对存货进行投保的风险 44
十三、互联网销售模式的快速兴起对传统销售模式带来冲击的风险 44
十四、翡翠市场波动影响发行人经营业绩的风险 45

十五、直营店业绩下滑的风险.....45
第五节　发行人基本情况 46
一、发行人基本资料.....46
二、发行人改制重组情况.....46
三、发行人历史沿革及股本结构形成.....48
四、股份公司的重组情况.....57
五、发行人历次验资情况.....67
六、发行人组织机构.....68
七、发行人控股及参股公司基本情况.....72
八、股份公司发起人、持有股份公司 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况.....76
九、发行人股本情况.....81
十、发行人内部职工股的情况.....87
十一、工会持股、职工持股会持股、信托持股、委托持股等情况.....87
十二、员工及其社会保障情况.....87
十三、主要股东及作为股东的董事、监事、高级管理人员的重要承诺.....93
十四、中介机构的重要承诺.....95
十五、本次新股公开发行和老股公开发售方案.....95
第六节　业务与技术 96
一、公司主营业务、主要产品及设立以来的变化情况.....96
二、公司所处行业的基本情况.....96
三、公司在行业中的竞争地位.....112
四、公司主营业务的具体情况.....120
五、公司主要固定资产情况.....175
六、公司主要无形资产情况.....188
七、特许经营权.....203
八、公司境外经营情况.....203
九、公司研发设计情况.....203
十、主要产品的质量控制情况.....206

第七节　同业竞争与关联交易 207
一、公司独立性 207
二、关于同业竞争 208
三、关联方与关联关系 210
四、关联交易 217
五、关联交易的决策权力和程序的规定 227
六、最近三年一期执行关联交易的情况 228
七、减少和规范关联交易的措施 228
第八节　董事、监事、高级管理人员与核心技术人员 230
一、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员简介 230
二、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员持有公司股份情况 232
三、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员其他对外投资情况 234
四、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的兼职情况 235
五、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的报酬安排 237
六、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员之间存在的亲属关系 238
七、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的协议安排和重要承诺 238
八、董事、监事、高级管理人员的任职资格 239
九、董事、监事、高级管理人员的变动情况 239
第九节　公司治理 242
一、股东大会制度的建立健全及运行情况 242
二、董事会制度的建立健全及运行情况 246
三、监事会制度的建立健全及运行情况 248
四、独立董事制度的建立健全及运行情况 250
五、董事会秘书制度的建立健全及运行情况 252
六、董事会专门委员会的设置及运行情况 253
七、发行人报告期违法违规行为情况 256
八、发行人报告期资金占用和对外担保情况 257
九、发行人内部控制制度情况 257

第十节　财务会计信息 262
一、发行人最近三年一期主要财务报表 262
二、财务报表的编制基础、合并报表范围及变化情况 271
三、审计意见 273
四、报告期内主要会计政策和会计估计 273
五、税项 289
六、经注册会计师核验的非经常性损益明细表 290
七、分部报告 291
八、最近一年末主要资产情况 293
九、主要债项 294
十、所有者权益变动情况 295
十一、现金流量情况 295
十二、财务报表附注中的重要事项 296
十三、最近三年一期主要财务指标 296
十四、盈利预测报告 299
十五、股份公司设立以来的资产评估情况 299
十六、历次验资情况 302
第十一节　管理层讨论与分析 304
一、财务状况分析 304
二、盈利能力分析 364
三、现金流量分析 400
四、资本性支出分析 401
五、发行人财务状况和盈利能力的未来趋势 401
六、未来分红回报规划 402
七、本次发行对即期回报摊薄的影响及应对措施 404
第十二节　业务发展目标 409
一、公司发展规划 409
二、实施上述目标的具体计划 409
三、拟定上述计划的假设条件和困难 412

四、上述业务发展计划与现有业务的关系.....413
五、本次募集资金的运用对实现上述业务目标的作用.....414
第十三节 募集资金运用 415
一、本次募集资金投资项目概况.....415
二、募集资金使用背景.....417
三、募集资金投资项目的必要性.....419
四、募投项目可行性及董事会意见.....428
五、募集资金项目具体情况.....429
六、募集资金运用影响分析.....451
第十四节 股利分配政策 453
一、股利分配政策.....453
二、最近三年股利分配情况.....453
三、本次发行后的股利分配政策.....454
四、本次发行前滚存利润的分配安排.....456
第十五节 其他重要事项 457
一、信息披露制度和投资者服务计划.....457
二、重要合同.....457
三、对外担保情况.....459
四、重大诉讼或仲裁情况.....459
第十六节 董事、监事、高级管理人员及有关中介机构声明..... 462
一、发行人全体董事、监事、高级管理人员声明.....462
二、保荐人（主承销商）声明.....463
三、发行人律师声明.....464
四、承担审计业务的会计师事务所声明.....465
五、承担验资业务的会计师事务所声明.....466
六、承担验资复核的会计师事务所声明.....467
七、承担评估业务的资产评估机构声明.....468
八、承担评估业务的资产评估机构声明.....470
第十七节 备查文件 471

第一节 释义

在本招股说明书中，除非另有说明，下列词汇具有如下含义：

单位名称简称		
公司、本公司、发行人、通灵珠宝、股份公司	指	江苏通灵珠宝股份有限公司、通灵珠宝股份有限公司
保荐人、主承销商、华泰联合	指	华泰联合证券有限责任公司
发行人律师	指	北京国枫凯文律师事务所、北京国枫律师事务所
天衡会计师、会计师	指	天衡会计师事务所（特殊普通合伙）、天衡会计师事务所有限公司、江苏天衡会计师事务所有限公司
江苏通灵	指	江苏通灵翠钻有限公司、江苏通灵珠宝有限公司
南京通灵	指	南京通灵翠钻有限公司、南京通灵珠宝有限公司
苏州通灵	指	苏州通灵翠钻有限公司、苏州通灵珠宝有限公司
常州通灵	指	常州通灵翠钻有限公司、常州通灵珠宝有限公司
合肥通灵	指	合肥通灵翠钻有限公司、合肥通灵珠宝有限公司
太仓通灵	指	太仓通灵翠钻有限公司、太仓通灵珠宝有限公司
张家港通灵	指	张家港通灵翠钻有限公司、张家港通灵珠宝有限公司
淮安通灵	指	淮安通灵翠钻有限公司、淮安通灵珠宝有限公司
南通通灵	指	南通通灵翠钻有限公司、南通通灵珠宝有限公司
上海通灵	指	上海通灵珠宝有限公司
南京通灵首饰	指	南京通灵首饰有限公司
苏州石路通灵	指	苏州石路通灵翠钻有限公司
香港通灵	指	香港通灵投资有限公司
克拉恋人	指	克拉恋人珠宝有限公司
欧陆珠宝	指	欧陆珠宝有限公司
青岛通灵	指	青岛通灵珠宝有限公司
上海欧陆之星	指	欧陆之星钻石（上海）有限公司
上海欧宝丽	指	上海欧宝丽实业有限公司
广州欧宝丽	指	广州欧宝丽珠宝有限公司
欧钻珠宝	指	南京欧钻珠宝有限公司
香港传世珠宝	指	香港传世珠宝国际集团有限公司
诗维尼	指	南京诗维尼珠宝首饰有限公司

澳大利亚斯威	指	澳大利亚斯威珠宝公司
南京特诗诺	指	南京特诗诺贸易有限公司
乐郎葡萄酒	指	乐郎葡萄酒有限公司、南京乐朗葡萄酒有限公司
嘉东信息	指	南京嘉东信息科技有限公司
翡翠网络	指	江苏翡翠网络科技有限公司
钻石影业	指	钻石影业有限公司
上海乐朗葡萄酒	指	上海乐郎葡萄酒有限公司
卢森堡欧陆之星	指	Eurostar Diamonds International S.A.
香港欧陆之星	指	EURO DIAMOND (HK) LIMITED、Eurostar HK Holdings Limited
Dealer Global	指	Dealer Global Limited
Euro Jewelry	指	Euro Jewelry Limited
Austar Diamond	指	Austar Diamond & Jewellery Company
Austar Investment	指	Austar Investment & Development Pty Ltd
Sakha Diamond	指	Sakha Diamond Corp （株式会社）
Captain Wealth	指	Captain Wealth Holdings Limited
Rich Max Group	指	Rich Max Group Holdings Limited（富盛控股集团有限公司）
百星易科技	指	南京百星易网络科技有限公司
传世美璟	指	南京传世美璟投资管理有限公司
兴瑞会计师	指	江苏兴瑞会计师事务所有限公司
通用简称		
公司章程	指	通灵珠宝股份有限公司章程
证监会	指	中国证券监督管理委员会
上交所	指	上海证券交易所
钻交所	指	上海钻石交易所
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
元	指	人民币元
报告期	指	2013 年、2014 年、2015 年和 2016 年 1-3 月
专业术语		
De Beers	指	戴比尔斯,全球最大的钻石矿业公司，垄断了全球近一半的钻石资源,对钻石的分级和推广作出了突出贡献，在钻石业占有举足轻重的地位。
DTC	指	Diamond Trading Company（国际钻石商贸公司）为全球最大

		的天然钻坯供货商，总部设在伦敦，是隶属于戴比尔斯集团(De Beers Group)下的专业销售及推广分支机构，负责为全球大部份天然钻坯作分类及评估。
克拉（Ct）	指	宝石的质量（重量）单位，现定 1 克拉等于 0.2 克或 200 毫克。一克拉又分为 100 分，如 50 分即 0.5 克拉，以用作计算较为细小的宝石。因为钻石的密度基本上相同，因此越重的钻石体积越大。越大的钻石越稀有，每克拉的价值亦越高。
4C	指	评估钻石的国际标准，是颜色 (colour)、 净度 (clarity)、重量 (carat) 及切工(cut)的简称。
毛坯钻石	指	未经加工或经过简单切割、部分抛光的钻石。毛坯钻石的主要产区位于非洲、俄罗斯、加拿大、澳大利亚等地。
成品钻石	指	经过切割、打磨等加工环节的钻石，可用于后续镶嵌成首饰饰品。
镶嵌饰品	指	将钻石或其他宝石镶嵌在已完成的首饰托架上成型的饰品。
翡翠毛料（原石）	指	翡翠在出土之后，加工成成品以前的总称。
翡翠公盘	指	缅甸政府为规范翡翠交易、堵塞税款流失而举办的翡翠玉石交易活动。卖方把准备交易的翡翠在市场上进行公示，让业内人士或市场根据翡翠的品质评议出市场上公认的最低交易价格，再由买家在该价格的基础上竞买。

第二节 概 览

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

一、发行人简介

（一）发行人基本情况

公司名称：通灵珠宝股份有限公司

住　　所：南京市雨花台区花神大道 19 号

邮　　编：210012

法定代表人：沈东军

注册资本： 18,239.67 万元

股份公司设立日期： 2011 年 12 月 21 日

电　　话：025-52486808

传　　真：025-52486732

网　　址：www. tesiro. com

（二）发行人设立情况

本公司系经江苏省工商行政管理局核准，以 2011 年 9 月 30 日经审计的净资产 454,866,467.36 元，按 3.03:1 的比例折合股本 15,000 万股，由江苏通灵珠宝有限公司整体变更设立的股份有限公司。2011 年 12 月 21 日，公司在江苏省工商行政管理局完成了工商变更登记手续，并领取了注册号为 320000000041015 号《企业法人营业执照》，注册资本为 15,000 万元。

（三）发行人主营业务及产品

公司主要从事钻石和翡翠等珠宝首饰产品的零售业务，致力于产品设计、品牌推广及渠道建设。通灵珠宝的品牌定位主张是创造值得“为下一代珍藏”的中高端珠宝品牌。围绕“为下一代珍藏”的品牌核心价值，通灵珠宝通过长期持续的努力，确立了“通灵珠宝”轻奢的品牌形象及知名度。公司始终致力于产品创新，为消费者提供设计独特、品质卓越的产品。通灵珠宝“蓝色火焰”系列产品是拥有 89 面切工的钻石产品，相对于传统的 57–59 面切工的钻石，其光线折射更加丰富。近年来，“蓝色火焰”获得一系列荣誉，并因此形成了通灵珠宝独特的产品优势。此外，公司不断吸取国际珠宝饰品设计潮流元素，在创造和巩固经典的基础上，不断推陈出新，设计推出了“穿越时空”、“凝爱”、“皇家博物馆”高端典藏、“红毯”系列钻石饰品以及“传世翡翠”高端翡翠饰品。在渠道开发方面，公司采用“自营为主，加盟为辅”的方式，自营店主要为公司设立的通灵珠宝形象旗舰店和标准店，以及在商场开设的专厅。借助多年来营销网络渠道管理经验，公司已形成包含开店流程、店铺审核、店铺形象管理、店员培训、订货制度、产品价格控制、信息化管理系统、店铺营销活动、货品管理、资金结算、店铺绩效考核和激励机制等方面的一套成熟自营店管理模式及加盟店管理方法，有力地支持了公司营销网络的拓展与维护。近几年，公司自营店和加盟店数量稳步增长，覆盖北京、上海、江苏、浙江、安徽等 18 个省市自治区，营销渠道已具一定规模。

二、控股股东及实际控制人简介

本公司的实际控制人为沈东军先生和马峻先生。本次发行前，沈东军先生直接持有本公司 7,462.50 万元的股权，持股比例为 40.91%；马峻先生直接持有本公司 6,112.50 万元的股权，持股比例为 33.51%。此外，沈东军先生和马峻先生通过持有传世美璟的股权间接控制公司 2.91%的股权。沈东军先生及马峻先生合计控制公司的股权比例为 77.33%。

三、发行人主要财务数据

（一）合并资产负债表主要财务数据

单位：万元

项　　目	2016-3-31	2015-12-31	2014-12-31	2013-12-31
资产总额	157,194.01	156,105.53	165,174.28	131,876.15
负债总额	49,512.35	48,864.28	69,985.02	50,325.65
归属于母公司所有者的权益	107,882.40	107,439.80	95,337.93	81,638.12
股东权益合计	107,681.65	107,241.25	95,189.26	81,550.50

（二）合并利润表主要财务数据

单位：万元

项　　目	2016年1-3月	2015年	2014年	2013年
营业收入	44,416.27	149,081.81	143,242.39	116,225.50
营业利润	11,246.97	23,731.61	23,059.07	16,388.49
利润总额	11,273.83	24,107.60	23,050.55	16,364.40
净利润	8,440.40	18,051.99	17,138.76	11,540.33
归属于母公司所有者的净利润	8,442.60	18,101.87	17,199.81	11,655.30

（三）合并现金流量表主要财务数据

单位：万元

项 目	2016 年 1-3 月	2015 年	2014 年	2013 年
经营活动产生的现金流量净额	7,580.62	13,857.38	7,116.37	-3,426.08
投资活动产生的现金流量净额	-1,658.32	-4,777.28	-3,245.96	-2,377.73
筹资活动产生的现金流量净额	-6,754.67	-7,438.72	-2,829.29	3,308.09
汇率变动对现金及现金等价物的影响	-38.83	-8.48	3.14	1.95
现金及现金等价物净增加额	-871.19	1,632.91	1,044.26	-2,493.76

（四）主要财务指标

项　目	2016 年 1-3 月 /2016-3-31	2015 年 /2015-12-31	2014 年 /2014-12-31	2013 年 /2013-12-31
流动比率	2.87	2.89	2.18	2.38
速动比率	0.55	0.59	0.36	0.44
资产负债率（母公司）	37.22%	34.98%	44.13%	38.80%
应收账款周转率（次）	3.39	13.20	16.60	16.10
存货周转率（次）	0.17	0.58	0.60	0.54
息税折旧摊销前利润（万元）	12,337.70	28,265.30	26,675.20	19,561.74
归属于母公司所有者的净利润（万元）	8,442.60	18,101.87	17,199.81	11,655.30
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润（万元）	8,422.49	17,820.91	17,209.59	11,673.50
利息保障倍数	149.76	57.89	52.43	106.35
每股经营活动产生的现金流量净额（元/股）	0.42	0.76	0.39	-0.19
每股净现金流量（元/股）	-0.05	0.09	0.06	-0.14
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	0.85%	0.89%	0.46%	0.27%

四、本次发行概况

股票种类	人民币普通股 A 股
发行股数	公司公开发行新股【】股，股东公开发售股份【】股，合计不超过 6, 079. 89 万股
每股面值	人民币 1.00 元
拟上市的证券交易所	上海证券交易所
发行价格	股东大会授权董事会根据其与主承销商参考通过向询价对象初步询价确定的发行价格区间并综合考虑公司的募集资金计划、公司业绩、可比公司估值水平及市场情况等因素确定发行价格；或采用中国证监会认可的其他定价方式

发行方式	采用网下向询价对象配售和网上向社会公众投资者定价发行相结合的方式或中国证监会规定的其他发行方式
发行对象	符合资格的询价对象和已开立上海证券交易所账户的投资者（国家法律、法规禁止购买者除外）
承销方式	余额包销

五、募集资金运用

本次发行成功后，所募集的资金将用于下列项目的投资建设：

序号	项目名称	募集资金投资额(万元)
1	营销网络建设项目	56, 533. 00
2	企业信息化管理系统建设项目	6,947.00
3	设计中心建设项目	1,713.00
4	补充流动资金	14,300.00
合计		79,493.00

上述项目资金的使用，按照轻重缓急的顺序安排。若本次实际募集资金小于上述项目投资资金需求，缺口部分由本公司自筹方式解决；若实际募集资金大于上述项目投资资金需求，则用于补充公司运营资金。

关于本次发行募集资金投向的具体内容详见本招股说明书第十三节“募集资金运用”。

第三节　本次发行概况

一、本次发行的基本情况

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	公司公开发行新股【】股，股东公开发售股份【】股，合计不超过 6,079.89 万股，股东公开发售股份所得资金不归公司所有。
每股发行价格	元/股
市盈率	倍（按发行后总股本全面摊薄计算）
发行前每股净资产	5.91 元（按 2016 年 3 月 31 日经审计的归属于母公司所有者权益除以本次发行前总股本计算）
发行后每股净资产	元
市净率	倍（按每股发行价格除以发行后每股净资产确定）
发行方式	采用网下向询价对象配售和网上向社会公众投资者定价发行相结合的方式或中国证监会规定的其他发行方式
发行对象	符合资格的询价对象和已开立上海证券交易所账户的投资者（国家法律、法规禁止购买者除外）
拟上市地	上海证券交易所
承销方式	采用余额包销方式
预计募集资金总额和净额	
预计发行费用概算明细如下：	
承销保荐费用	
审计费用	
律师费用	
信息披露等费用	
预计发行费用合计	

二、本次发行的有关机构

（一）发行人

通灵珠宝股份有限公司

住　　所：南京市雨花台区花神大道 19 号

法定代表人：沈东军

联系电话：025-52486808

传　　真：025-52486732

联 系 人：王芳

（二）保荐人（主承销商）

华泰联合证券有限责任公司

法定代表人：吴晓东

住　　所：深圳市深南大道 4011 号香港中旅大厦 25 楼

联系电话：（025）83389999

传　　真：（025）83387711

保荐代表人： 沙伟、胡宏辉

项目协办人： 唐建强

项目组成员： 时锐、宋健

（三）发行人律师

北京国枫律师事务所

负 责 人：张利国

住　　所：北京市东城区建国门大街 26 号新闻大厦 7 层

联系电话：010－66090088

传　　真：010－66090016

经办律师：臧欣、刘斯亮

（四）会计师事务所

天衡会计师事务所（特殊普通合伙）

法定代表人：余瑞玉

住　　所：南京市建邺区江东中路 106 号万达广场商务楼 B 座（14 幢）20 楼

联系电话：(025)84711188

传　　真：(025)84724882

经办注册会计师：　常桂华、张炜

（五）资产评估机构

1、北京天健兴业资产评估有限公司

法定代表人：孙建民

住　　所：北京市西城区月坛北街 2 号月坛大厦 A 座 23 层

联系电话：010-68083097

传　　真：010-68081109

经办资产评估师：李琪、李道忠

2、中恒誉资产评估有限公司

法定代表人：郭涛

住　　所：北京市东城区北三环东路 36 号环球贸易中心 C 座 21 层

联系电话：010-58276102

传　　真：010-58276103

经办资产评估师：　焦兴华、刘结文

（六）股票登记机构

中国证券登记结算有限责任公司上海分公司

地址：上海市浦东新区陆家嘴东路 166 号中国保险大厦 36 楼

电话：021－58708888

传真：021－58899400

（七）主承销商收款银行

银行名称：中国工商银行深圳振华支行

户　　名：华泰联合证券有限责任公司

账　　号：4000010209200006013

三、发行人与本次发行有关中介机构的权益关系情况

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

四、本次发行至上市前的有关重要日期

（一）刊登发行公告的日期：　　年　月　日

（二）开始询价推介时间：　　年　月　日

（三）定价公告刊登日期：　　年　月　日

（四）申购日期和缴款日期：　　年　月　日

（五）预计股票上市日期：　　年　月　日

第四节　风险因素

投资于本公司的股票会涉及一系列风险。在购买本公司股票前，敬请投资者将下列风险因素相关资料连同本招股说明书提供的其他资料一并考虑。

下列风险因素是根据重要性原则或可能影响投资决策的程度大小排列，但并不表明风险依排列次序发生。

一、品牌影响力下降的风险

公司是从事钻石、翡翠等珠宝饰品销售的珠宝商，产品的销售主要依托于“TESIRO 通灵”、“传世翡翠”等自有品牌。“TESIRO 通灵”、“传世翡翠”等自有品牌向消费者展现了通灵珠宝区别于其他珠宝商的企业文化内涵及产品定位，已经成为推动公司发展的重要力量，以及体现公司竞争力的重要标识。如果未来发生严重的产品质量纠纷、客户服务不到位等有损公司品牌的事件，将有可能导致公司品牌的影响力下降，从而导致客户流失及市场开拓能力下降，对公司的经营产生重大影响。

二、加盟店管理的风险

加盟模式是公司开拓市场、提高产品市场占有率的有效手段。截至 2016 年 3 月 31 日，公司与 216 家加盟店建立了合作关系。在加盟模式下，公司对加盟店的店面装修、货品采购以及人员培训进行规范和指导，并赋予加盟店根据当地消费习惯等实际情况进行自主经营的权利。公司通过建立巡查机制对加盟商进行不定期的检查，以确保加盟商在加盟协议的约定条款下进行经营。如果加盟店经营不善而关闭，将影响公司产品的销售和市场占有率的提升；如果加盟店未能向消费者提供满意的服务，有可能损害公司的声誉和品牌。

三、自营渠道管理的风险

公司通过在经济发达城市的热点商圈开设专卖店或在城市主要商场设立专厅的方式进行产品自营。自营模式是公司产品销售的主要方式，报告期内，公司自营模式实现的主营业务收入占总主营业务收入的比例分别为 86.70%、79.23%、79.68%和 79.06%。随着公司经营规模的扩大，直营店、专厅的数量快速增长，公司存在由于店铺选址失误、货品管理不到位以及人才储备不足等原

因导致新设渠道预期经营目标无法实现的风险。此外，公司存在由于城市商圈的变动以及店铺租用物业到期未能续租导致原有直营店、专厅进行重新选址而增加运营成本的风险。

四、原材料价格波动的风险

公司的主要原材料为钻石和翡翠。公司根据《上海钻石交易所交易规则》的规定，向上海钻石交易所的会员单位采购钻石。钻交所是经国务院批准设立于上海浦东新区的为国内外钻石商提供服务的一个交易场所，按照国际钻石交易通行的规则运行。公司根据自身的库存情况及市场需求情况，每月向三至四家钻交所会员单位进行询价，钻石供应商基于国际钻石牌价并综合考虑采购数量和客户信誉度等进行报价，公司通过比价后确定最终供应商。公司的翡翠原料主要通过参加缅甸政府组织的翡翠公盘进行采购。公盘，是指卖方把准备交易的物品在市场上进行公示，让业内人士或市场根据物品的质料，评议出市场上公认的最低交易价格，再由买家在该价格的基础上竞买。

公司的产品售价和原材料的采购成本具有较高的相关性，原材料价格的波动将体现在公司产品的销售价格中。如果公司的产品定价能力无法及时、有效地应对原材料价格波动，公司将面临原材料价格短期波动对经营产生不利影响的风险。

五、供应商集中的风险

报告期内，公司钻石的第一大供应商为 Eurostar Diamonds International S.A.在中国的控股子公司欧陆之星钻石（上海）有限公司及上海欧宝丽实业有限公司，2013 年、2014 年、2015 年及 2016 年 1-3 月公司向其采购的金额占总采购额的比例分别为 44.75%、44.93%、57.14%和 47.58%，同时，公司前五大供应商的采购金额占总采购额的比例在 80%左右。导致公司原材料供应商集中的原因主要在于两个方面：首先，钻石资源具有稀缺性和垄断性的特点，钻石原料的供应由国际寡头 De Beers 垄断，并通过其建立的看货商制度进行管理和控制，Eurostar Diamonds International S.A.的下属公司在 DTC 拥有看货商席位，是全球重要的成品钻石供应商；其次，珠宝产品价值较高，对供应商的加工能力、质

量控制以及安全管理等均有较高的要求，因此经严格考察并建立长期合作关系，有利于公司原材料供应的稳定性和质量的可靠性。目前，Eurostar Diamonds International S.A.已成为公司的战略投资者，有利于保障公司成品钻石原材料的稳定供应。如果未来全球钻石资源出现短缺或市场供应格局发生变化导致该等供应商未能或不愿继续向公司提供原材料，公司的经营将受到一定的不利影响。

六、公司产品委外加工的风险

公司主要从事钻石、翡翠等镶嵌类珠宝产品的销售，公司未建立专门的生产加工厂，产品均委托其他专业的珠宝加工厂家进行加工。公司通过这种专业分工的模式有效地节约了资源投入，使得公司能将资金、人员专注于品牌建设和渠道拓展，提高公司资源的使用效率和经济效益。但是，公司产品的产量、质量及供货时间受到加工商生产能力、工艺水平和管理能力等因素的影响，公司存在因委外加工商生产工艺下降、产品供应不及时而影响公司存货管理及经营的风险。

七、宏观经济形势不明朗导致业绩下滑的风险

珠宝是一种非必需消费品，一般单件价值较高，因此珠宝产品的市场环境受到消费者购买力水平以及宏观经济环境的重大影响。近年来，美国、欧盟等经济体相继发生了次贷危机、欧债危机和主权债务危机等一系列经济问题，经济增长乏力。中国作为潜力巨大的新兴经济体，经济保持了较快的增长速度，但仍受到国际经济环境的影响，出现了通货膨胀、出口增速和经济增速下滑的现象。如果未来宏观经济环境继续恶化，将可能导致消费者的购买力水平下降，从而对珠宝行业及公司的经营业绩产生不利的影响。

八、财务风险

（一）存货余额较大的风险

公司截至 2016 年 3 月 31 日的存货余额为 113,042.99 万元，占公司资产总额的比例为 71.91%，存货中以钻石饰品和翡翠饰品等库存商品为主，占比在 90%左右。公司存货余额较大是由于珠宝行业特点及自身的经营模式决定的。一方面，珠宝产品具有单件价值高、款式多以及周转速度较慢等特点；另一方面，

公司主要以开设直营店、专厅的模式进行产品销售，随着公司门店数量的增加，铺货的金额相应增大。

公司建立了较完备的存货管理制度，并通过信息管理系统实时监控各门店的存货状况。同时，公司根据市场需求情况和存货周转速度安排铺货的款式和数量，确保存货余额处于合理水平。钻石市场是由国际寡头 De Beers 垄断的市场，De Beers 对市场实行配售制，对钻石价格的稳定具有很强的控制力，同时由于钻石市场的投机行为较少，因此钻石的价格相对比较稳定，2012 年以来整体呈现稳中有升的态势。翡翠市场由于大量投资、投机资金的进入近年来价格出现了较大的涨幅。如果未来钻石和翡翠等原材料的价格出现大幅度的下跌，则公司存在计提大额存货跌价准备的风险。

（二）资金短缺的风险

目前，公司处于快速发展期，随着公司业务不断拓展，公司直营店和商场专厅的数量快速增加。公司需要投入大量资金用于新设营业网点的店铺租赁、装修以及存货铺设，这对公司的资金储备和管理能力提出了更高的要求。由于珠宝首饰行业存在存货周转率低的特点，公司可能面临资金短缺未能及时在市场潜力大的区域开设营业网点，从而丧失市场先机并制约公司发展的风险。

（三）净资产收益率下降的风险

本次新股发行后，公司净资产将大幅度增长；同时由于募集资金投资项目建设完成直至产生效益需要一定时间，因此公司存在短期内净资产规模迅速扩大导致的净资产收益率下降的风险。

九、市场竞争的风险

珠宝行业竞争非常激烈，在巩固现有市场地位和开拓新的市场时，公司将面临与国际、国内珠宝商之间的竞争，如果公司未保持相对于竞争对手的竞争优势，将导致公司在新的市场开拓中无法达到预期的目标，甚至出现产品的市场占有率下降的风险。

十、公司品牌、注册商标可能被侵犯的风险

品牌形象和注册商标是公司持续稳定发展的重要基础。公司对品牌和注册商标的保护极为重视，也已采取了有效的措施来保护公司的品牌和注册商标。但公司不能确保将来不会发生不法之徒通过恶意模仿、假冒等手段侵犯公司品牌和注册商标的事件。公司将有可能会提出商标异议或侵权诉讼，以保护公司的品牌和商标。这些异议或诉讼可能会产生较高的费用，并可能导致品牌形象受到损害，从而对公司经营产生不利影响。

十一、募集资金投资项目的风险

公司本次募集资金主要用于扩充公司的营销网络。公司的营销网络建设项目为新设直营店和专厅, 公司的直营店主要通过与业主签订租赁协议的方式取得, 专厅则是与百货商店签订专厅协议的方式取得，零售网点的选址对公司的经营业绩有重要的影响。如果公司未能在计划扩展业务的地区获得合适的零售网点，公司的经营和业绩将受到不利影响。此外, 由于受到消费者购买力、市场潮流、价格水平等不确定因素的影响，公司存在募集资金投资项目未能达到预期效益的风险。而且随着公司的门店逐步向新的市场区域拓展，公司的品牌影响力和消费者的忠诚度在新的市场需要一定的培育期，因此，公司在新市场的盈利水平可能会低于公司在成熟市场的盈利水平，公司面临毛利率下降的风险。

十二、发行人未对存货进行投保的风险

发行人的资产总额中存货占比较高，主要为钻石、翡翠等珠宝首饰，且单位价值较高，发行人尚未对存货资产进行投保，如果发生人为或不可抗力因素造成的存货损失，将可能导致发行人的业务经营及财务状况受到重大不利影响。

十三、互联网销售模式的快速兴起对传统销售模式带来冲击的风险

随着互联网运用的普及，网络购物已经成为人们日常消费的一种常见方式。目前国内已经出现了一些从事网络钻石珠宝销售的企业，这种销售模式减少了实体店铺的经营成本，产品的销售价格一般较传统销售模式更具有吸引力。目前我国消费者对于价值较高的商品更容易担心信誉、品质、售后服务等问题，

仍倾向于通过实体店铺进行购买，因此网络销售钻石的市场份额占比仍处于较低的水平。但未来消费者可能会形成网络购买钻石等珠宝产品的消费习惯，发行人仍可能面临互联网销售模式对传统销售模式产生冲击的风险。

十四、翡翠市场波动影响发行人经营业绩的风险

发行人的主要业务收入来源于钻石饰品和翡翠饰品的销售。报告期内，发行人翡翠饰品收入占比分别为 14. 96%、10.58%、8.43%和 6.15%。钻石饰品的消费主要为婚庆消费，市场需求相对稳定，具有一定的刚性。相对而言，翡翠具有更强的收藏和投资属性，市场需求的波动性较大。因此，发行人面临翡翠市场波动影响经营业绩的风险。

十五、直营店业绩下滑的风险

随着市场经济的发展，百货商场及大型购物中心等多元化的零售业态对公司原有的直营店业态造成冲击，对直营店的到店率、成交转化率均造成一定影响。而且，随着近年来城市化进程的加快，商业地产快速发展，对原有城市商圈产生了一定冲击，呈现出城市商业分散化的特征，公司加大了对原有市场新兴商圈专厅和加盟店的拓展力度，在一定程度上对原处于中心商圈的直营店销售造成了冲击，产生分流效应。因此，公司存在直营店业绩下滑的风险。

第五节　发行人基本情况

一、发行人基本资料

1、发行人名称：	通灵珠宝股份有限公司
2、英文名称：	TESIRO Jewelry Inc.
3、注册资本：	18, 239. 67 万元
4、法定代表人：	沈东军
5、成立日期：	1999 年 11 月 22 日
6、变更设立日期：	2011 年 12 月 21 日
7、注册地点：	南京市雨花台区花神大道 19 号
8、邮政编码：	210012
9、联系电话：	025-52486808
10、传真号码：	025-52486732
11、互联网址：	www. tesiro. com
12、电子信箱：	tesiro-dm@tesiro. com

二、发行人改制重组情况

（一）发行人设立方式

本公司系经江苏省工商行政管理局核准，以 2011 年 9 月 30 日经审计的净资产 454, 866, 467. 36 元，按 3. 03:1 的比例折合股本 15, 000 万股，由江苏通灵珠宝有限公司整体变更设立的股份有限公司。2011 年 12 月 21 日，公司在江苏省工商行政管理局完成了工商变更登记手续，并领取了注册号为 320000000041015 号《企业法人营业执照》，注册资本为 15, 000 万元。

（二）发起人

公司的发起人为沈东军、马峻、蔺毅泽、王芳等四位自然人，发起设立时各股东持股情况如下：

股东名称或姓名	股份（万元）	股权比例（%）
沈东军	7,462.50	49.75
马峻	6,112.50	40.75
蔺毅泽	1,350.00	9.00
王芳	75.00	0.50
合　计	**15,000**	**100**

（三）改制设立前后主要发起人拥有的主要资产和实际从事的主要业务

公司的主要发起人为沈东军、马峻和蔺毅泽。改制设立公司前，沈东军拥有的主要资产为持有公司 49.75%的股权和乐朗葡萄酒有限公司 49%的股权，马峻拥有的主要资产为持有公司 40.75%的股权和乐朗葡萄酒有限公司 49%的股权，蔺毅泽拥有的主要资产为持有公司 9%的股权；改制设立公司后，主要发起人所拥有的主要资产和实际从事的主要业务未发生重大变化。截至本招股说明书签署日，公司主要发起人的主要资产和业务情况详见本节之“八、股份公司发起人、持有股份公司 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况”。

（四）发行人成立时拥有的主要资产和实际从事的主要业务

公司系由江苏通灵珠宝有限公司整体变更设立，在改制设立后整体承继了江苏通灵的全部资产和负债，并拥有其全部业务。公司主要从事钻石饰品、翡翠饰品以及素金饰品的研发、设计与销售。截至本招股说明书签署日，公司拥有的主要资产和实际从事的主要业务未发生重大变化。

（五）发行人改制前后的业务流程

公司系由有限公司整体变更设立，公司成立前后业务流程未发生变化。公司的主要业务流程见“第六节 业务和技术”之“四、（三）公司的主要业务流程”。

（六）发行人成立以来在生产经营方面与主要发起人的关联关系

发行人成立以来存在向主要发起人租赁房屋等情形。截至本招股说明书签署日，发行人除租赁主要发起人的房产用于开设直营店外，已合法拥有与生产经营相关的房屋、商标、专利等资产的所有权；同时，为了避免同业竞争和减少关联交易，主要发起人已通过股权转让、注销等手段将其对外投资的资产进行了处置。发行人与主要发起人的具体关联关系见“第七节 同业竞争和关联交易”之“三、关联方与关联关系”、“四、关联交易”。

（七）发起人出资资产的产权变更手续办理情况

公司系由江苏通灵整体变更设立，原有限公司的资产、负债、机构和人员由本公司承继。目前有限公司的房屋、土地、专利权和商标等都已变更至公司名下。

三、发行人历史沿革及股本结构形成

（一）发行人前身江苏通灵珠宝有限公司的基本情况

1、江苏通灵翠钻有限公司的设立

江苏通灵翠钻有限公司设立于 1999 年 11 月 22 日，系由自然人马峻与沈东军共同投资设立的有限责任公司。江苏通灵设立时的股权结构如下：

股东姓名	出资方式	出资额	出资比例
马　峻	货币	100 万元	50%
沈东军	货币	100 万元	50%
合　计		**200 万元**	**100%**

1999 年 4 月 28 日，马峻与沈东军签署《出资协议》，约定各出资 100 万元设立江苏通灵。1999 年 11 月 8 日，南京公正会计师事务所出具“宁公事验（1999）0502 号”《验资报告》，验证截至 1999 年 11 月 8 日江苏通灵已收到股东投入货币出资 200 万元。上述 200 万元出资中，沈东军、马峻各有 80 万元系由沈东军、马峻共同投资设立的南京通灵代为支付。根据 1999 年 1 月 8 日沈东军、马峻与南京通灵签订的《委托付款证明》，沈东军、马峻将存放于南京通灵的 160 万元

委托南京通灵代为支付，作为沈东军、马峻的共同出资。1999 年 11 月 22 日，发行人在江苏省工商行政管理局办理了注册登记手续。

由于江苏通灵设立时会计基础薄弱，江苏通灵并未根据当时的验资报告进行相应的账务处理，公司实收资本由股东在公司设立后投入，江苏通灵账务中 200 万元实收资本的形成过程如下：

时间	金额（万元）	缴款方式
1999 年 11 月 25 日	40	银行存款
1999 年 12 月 20 日	50	现金
1999 年 12 月 22 日	45	银行存款
2000 年 1 月 3 日	30	银行存款
2000 年 1 月 20 日	30	银行存款
2001 年 3 月 5 日	5	现金

此外，上述沈东军、马峻出资的原始单据中有部分现金解款单及银行转账凭证中未注明出资人，导致在账面上无法具体区分沈东军、马峻对公司的出资额及其占比。

就公司设立时 200 万元出资额的权属，沈东军、马峻出具相关说明和承诺，“本人与马峻/沈东军于 1999 年 11 月至 2001 年 3 月期间缴纳公司注册资本共计 200 万元，部分现金解款单及银行转账凭证中未注明出资人。本人在此确认，本人与马峻/沈东军各缴纳 100 万元，各自占公司注册资本的 50%。本人在此承诺，关于该出资额及占比情况，未与马峻/沈东军发生过纠纷，也不存在潜在纠纷”。

天衡会计师对发行人设立时的出资情况出具了“天衡专字（2013）00697 号”验资复核报告，认为：“江苏通灵翠钻有限公司设立时会计基础薄弱，存在账务记载与验资报告不一致的情形，但后期全体股东马峻、沈东军通过缴存现金和银行存款等方式向发行人投入了相应的资金，实现了注册资本到位的目的。根据江苏通灵翠钻有限公司提供出资设立的相关账册资料，截至 2001 年 3 月 25 日止，江苏通灵翠钻有限公司已收到全体股东认缴的注册资本 200 万元，其中马峻出资 100 万元，沈东军出资 100 万元”。

保荐机构及发行人律师认为，江苏通灵翠钻有限公司设立时存在会计基础薄弱，账务记载与验资报告不一致的情形，但鉴于后期全体股东马峻、沈东军通过缴存现金和银行存款等方式向发行人投入了相应的资金，实现了注册资本到位的目的，不影响发行人的资本充实性；上述出资瑕疵已在报告期外，对发行人的经营未产生重大不利影响；发行人未因上述事项遭受有权部门处罚。

2、2001 年 6 月增资至 900 万元

江苏通灵于 2001 年 5 月 18 日召开股东会会议，会议决议将江苏通灵注册资本增至 900 万元，其中马峻与沈东军各追加投资 350 万元（205 万元现金和 145 万元对公司拥有的债权），并通过了章程修正案。兴瑞会计师于 2001 年 3 月 14 日出具“兴瑞验字（2001）第 235 号”《验资报告》，验证截至 2001 年 3 月 13 日江苏通灵增加的 700 万元注册资本到位，其中 290 万元为马峻、沈东军在 2000 年 1 月 20 日至 2000 年 8 月 30 日形成的对江苏通灵的债权。

2001 年 6 月，江苏通灵增加注册资本至 900 万元。江苏省工商局于 2001 年 6 月 21 日向江苏通灵核发变更后的《企业法人营业执照》（注册号：3200002101569）。该次增资完成后，江苏通灵的股权结构如下：

股东姓名	出资方式	出资额		出资比例
马　峻	货币	305 万元	450 万元	50%
	债权	145 万元		
沈东军	货币	305 万元	450 万元	50%
	债权	145 万元		
合　计		**900 万元**		**100%**

由于当时实际控制人马峻、沈东军对公司的债权金额大于此次需要转增股本的金额，出具验资报告的经办会计师出于方便考虑，未对发行人债权的具体形成过程进行梳理，因此，验资报告中对股东债权的形成过程的描述与实际情况不符。

天衡会计师对发行人上述 700 万元的增资过程进行了复核并出具了“天衡专字（2013）00719 号”验资复核报告，认为，“截止 2001 年 3 月 25 日，江苏通灵已收到马峻和沈东军共同缴纳的注册资本人民币 700. 00 万元。连同前次出

资累计注册资本为 900 万元，实收资本 900 万元，其中马峻出资 450 万元，沈东军出资 450 万元”。

3、2002 年 6 月增资至 1, 500 万元

2002 年 5 月 15 日，江苏通灵召开股东会，会议决议将江苏通灵注册资本增加至 1, 500 万元，其中马峻与沈东军各追加投资 300 万元，均以债转股形式出资，并通过了章程修正案。2002 年 5 月 20 日，兴瑞会计师出具“兴瑞验字（2002）第 0800 号”《验资报告》，验证截至 2002 年 5 月 15 日止江苏通灵已收到股东以债转股形式增加投入的资本 600 万元。

2002 年 6 月 18 日，江苏省工商局向江苏通灵核发变更后的《企业法人营业执照》（注册号：3200002101569）。该次增资完成后，江苏通灵的股权结构如下：

股东姓名	出资方式	出资额	出资比例	股东姓名
马　峻	货币	305 万元	750 万元	50%
	债权	445 万元		
沈东军	货币	305 万元	750 万元	50%
	债权	445 万元		
合　计		**1, 500 万元**		**100%**

4、2003 年 11 月增资至 4, 000 万元

2003 年 7 月 25 日，江苏通灵召开股东会会议，会议决议将江苏通灵注册资本增至 4, 000 万元，其中马峻与沈东军各追加投资 1, 250 万元，均以债转股形式出资，并审议通过了章程修正案。2003 年 9 月 1 日，兴瑞会计师出具“兴瑞验字（2003）第 1731 号”《验资报告》，验证截至 2003 年 8 月 31 日止江苏通灵已收到股东以债转股形式增加投入的资本 2, 500 万元。

江苏省工商局于 2003 年 11 月 18 日向江苏通灵核发变更后的《企业法人营业执照》（注册号：3200002101569）。该次增资完成后，江苏通灵的股权结构如下：

股东姓名	出资方式	出资额		出资比例
马　峻	货币	305 万元	2, 000 万元	50%
	债权	1, 695 万元		
沈东军	货币	305 万元	2, 000 万元	50%
	债权	1, 695 万元		
合　计		**4, 000 万元**		**100%**

5、2007 年 11 月股权转让

2007 年 7 月 1 日，马峻、沈东军、王芳签署股权转让协议。根据该协议，马峻、沈东军各自附条件地向王芳转让其对江苏通灵的 10 万元出资额，转让价格总计 2, 000 元。该股权转让所附条件主要包括：王芳承诺除身体不适宜工作等非主观原因或被辞退等原因外，将一直在江苏通灵工作，直至年满 55 周岁；在江苏通灵工作期间，其持有的股权质押给马峻、沈东军；在江苏通灵工作期间不向任何其他第三方转让股权等约束条件。2013 年 1 月 20 日，马峻、沈东军、王芳经过协商并签订协议，解除王芳持有上述股份所附的约束条件，王芳对持有通灵珠宝的股份拥有完整的所有权，除非通灵珠宝《公司章程》另有规定，王芳对其持有股份所享有的占用、处分，以及作为股东从通灵珠宝取得分红等权利不再附有任何限制或约束。2007 年 11 月 16 日，江苏通灵召开股东会会议，全体股东同意马峻、沈东军将各自持有的 10 万元出资额转让给王芳，并通过章程修正案。江苏省工商局于 2007 年 11 月 23 日向江苏通灵核发变更后的《企业法人营业执照》（注册号：3200002101569）。

该次股权转让完成后，江苏通灵的股权结构如下：

股东姓名	出资额	出资比例
马　峻	1, 990 万元	49. 75%
沈东军	1, 990 万元	49. 75%
王　芳	20 万元	0. 5%
合　计	**4, 000 万元**	**100%**

6、2009 年 8 月股权转让

2009 年 8 月 17 日，王芳与南京特诗诺贸易有限公司（系王芳出资设立的一人有限责任公司）签署股权转让协议。根据该协议，王芳向南京特诗诺贸易有限公司转让其对江苏通灵的 20 万元出资额，转让价格总计 2,000 元。2009 年 8 月 17 日，江苏通灵召开股东会会议，全体股东同意上述股权转让行为，并通过章程修正案。2009 年 8 月 26 日，江苏省工商局向江苏通灵核发变更后的《企业法人营业执照》（注册号为：320000000041015）。

该次股权转让完成后，江苏通灵的股权结构如下：

股东姓名/名称	出资额	出资比例
马　峻	1,990 万元	49.75%
沈东军	1,990 万元	49.75%
南京特诗诺	20 万元	0.5%
合　计	**4,000 万元**	**100%**

7、2010 年 11 月股权转让

2010 年 11 月 28 日，王芳与南京特诗诺贸易有限公司签署股权转让协议。根据该协议，南京特诗诺贸易有限公司向王芳转让其对江苏通灵的 20 万元出资额，转让价格为 0 元。

该次股权转让完成后，江苏通灵的股权结构如下：

股东姓名/名称	出资额	出资比例
马　峻	1,990 万元	49.75%
沈东军	1,990 万元	49.75%
王芳	20 万元	0.5%
合　计	**4,000 万元**	**100%**

8、2011 年 11 月股权转让

2011 年 11 月 10 日，马峻与蔺毅泽（系马峻妻子）签署股权转让协议。根据该协议，蔺毅泽无偿受让了马峻持有的 179.1 万元对江苏通灵的出资额。江苏通灵翠钻有限公司召开股东会，全体股东同意了上述股权转让行为，并决议

通过将公司名称变更为江苏通灵珠宝有限公司。

该次股权转让完成后，江苏通灵的股权结构如下：

股东姓名/名称	出资额	出资比例
马　峻	1,810.9 万元	45.27%
沈东军	1,990 万元	49.75%
蔺毅泽	179.1 万元	4.48%
王芳	20 万元	0.5%
合　计	**4,000 万元**	**100%**

9、2011 年 12 月股权转让

2011 年 12 月 1 日，马峻与蔺毅泽签署股权转让协议。根据该协议，蔺毅泽无偿受让了马峻持有的 180.9 万元对江苏通灵的出资额。江苏通灵召开股东会，全体股东同意了上述股权转让行为。

该次股权转让完成后，江苏通灵的股权结构如下：

股东姓名/名称	出资额	出资比例
沈东军	1,990 万元	49.75%
马　峻	1,630 万元	40.75%
蔺毅泽	360 万元	9%
王芳	20 万元	0.5%
合　计	**4,000 万元**	**100%**

（二）股份有限公司阶段

1、发行人改制设立股份有限公司

经江苏通灵珠宝有限公司股东会决议，有限公司以 2011 年 9 月 30 日经天衡审字〔2011〕1026 号《审计报告》审计的净资产 454,866,467.36 元按 3.03244∶1 的比例折合股本 15,000 万股，整体变更设立江苏通灵珠宝股份有限公司。

2011 年 12 月 21 日，公司在江苏省工商行政管理局完成工商变更登记手续，并领取了注册号为 320000000041015 号的《企业法人营业执照》，注册资本为

15,000 万元。

整体变更完成后，股份公司的股权结构为：

股东姓名/名称	股份（万股）	比例
沈东军	7,462.50	49.75%
马　峻	6,112.50	40.75%
蔺毅泽	1,350.00	9.00%
王芳	75.00	0.50%
合　计	**15,000**	**100%**

2012 年 2 月 27 日，公司名称变更为通灵珠宝股份有限公司。

2、战略投资者增资

2011 年 12 月 20 日，公司与 Eurostar Diamonds International S.A.及 Eurostar HK Holdings Limited 签署《关于通灵珠宝股份有限公司之增资协议》，同意 Eurostar Diamonds International S.A.以人民币 96,252,755.65 元或等值外币认购公司 1,764.71 万元股份，Eurostar HK Holdings Limited 以人民币 48,126,377.83 元或等值外币认购公司 882.35 万元股份，每股价格为 5.4543 元；增资方认缴资金超过股本部分计入公司资本公积。公司召开股东大会，全体股东同意了上述增资行为，并相应修改公司章程。2012 年 3 月 9 日，南京市投资促进委员会办公室出具《关于同意外资增资并购通灵珠宝股份有限公司的批复》（宁投外管【2012】68 号）同意了上述增资行为。

2012 年 3 月 13 日，公司取得了中华人民共和国外商投资企业批准证书（商外资宁府合资字【2012】5831 号），并于 2012 年 6 月 1 日领取了变更后的企业法人营业执照，注册资本为 17,647.06 万元。

本次增资完成后，股份公司的股权结构为：

股东姓名/名称	股份（万股）	比例
沈东军	7,462.50	42.29%
马　峻	6,112.50	34.64%

卢森堡欧陆之星	1,764.71	10.00%
茼毅泽	1,350.00	7.65%
香港欧陆之星	882.35	5.00%
王芳	75.00	0.42%
合　计	**17,647.06**	**100%**

3、员工持股公司增资

2012 年 2 月 29 日，为扩大公司的经营规模，增强公司实力，及进一步完善公司治理结构，公司与南京传世美璟投资管理有限公司、王芳签署《关于通灵珠宝股份有限公司之增资协议》，同意南京传世美璟投资管理有限公司以现金 1163. 80 万元认购公司新增股份 530. 60 万股，王芳以现金 136 万元认购公司新增股份 62. 01 万股，每股对价 2. 1934 元，增资方认缴资金超过股本部分计入公司资本公积。公司召开股东大会，全体股东同意了上述增资行为，并相应修改公司章程。2012 年 4 月 12 日，南京市投资促进委员会办公室出具《关于同意通灵珠宝股份有限公司增资的批复》（宁投外管【2012】103 号）同意了上述增资行为。

2012 年 4 月 16 日，公司取得了中华人民共和国外商投资企业批准证书（商外资宁府合资字【2012】5831 号），并于 2012 年 6 月 7 日领取了变更后的企业法人营业执照，注册资本为 18, 239. 67 万元。

本次增资完成后，股份公司的股权结构为：

股东姓名/名称	股份（万股）	比例
沈东军	7, 462. 50	40. 91%
马　峻	6, 112. 50	33. 51%
卢森堡欧陆之星	1, 764. 71	9. 68%
茼毅泽	1, 350. 00	7. 40%
香港欧陆之星	882.35	4. 84%
南京传世美璟投资管理有限公司	530. 60	2. 91%
王芳	137. 01	0. 75%

合　计	**18, 239. 67**	**100%**

（三）关于马峻、沈东军增资债权形成的真实性及其资金来源

2001 年 6 月、2002 年 6 月及 2003 年 11 月，发行人股东马峻、沈东军以债权转股权的形式对公司进行了三次增资。就相关债权的真实性及其资金来源，保荐机构对马峻、沈东军进行了访谈，核查了发行人的实收资本明细账、现金日记账、记账凭证、现金缴款单、收款收据以及发行人与马峻、沈东军的往来明细账等，并对发行人 1999 年-2003 年的财务账册、经营记录进行了核查。

经核查，由于 1999 年-2003 年，江苏通灵成立时间较短，自身的经营积累有限，且公司正处于快速发展时期，而珠宝行业属于资金密集型的产业，对资金的需求量较大，股东便以自有资金借给公司以支持其发展。股东投入公司的资金来源于其工资薪金所得及翡翠玉石的投资所得。在创立江苏通灵之前，马峻、沈东军在其他单位工作期间，均有一定的工资薪金积累。此外，马峻的父亲（沈东军的岳父）马崇仁出身翡翠世家，长期从事翡翠玉石收藏研究工作，马峻也承袭了家族翡翠玉石鉴定的技能，并在云南瑞丽泰和珠宝公司担任业务员的期间积累了翡翠玉石投资的经验，个人进行了翡翠玉石投资，沈东军系马峻的妹夫，亦一起参与翡翠玉石投资活动。马峻、沈东军在翡翠玉石交易中获取了一定的收益。

综上，2001 年 6 月、2002 年 6 月及 2003 年 11 月，发行人股东马峻、沈东军用于增资的债权，系为了支持公司发展而以自有资金投入到公司形成的，相关债权的形成过程真实、合理。

四、股份公司的重组情况

为避免同业竞争、减少关联交易以及增强公司的资产完整性和业务独立性，在改制设立股份公司前后，公司进行了相关资产重组。

（一）收购控股子公司少数股东股权

序号	公司名称	注册资本	原股东结构	主营业务	处理方式和重组后情况
1	苏州通灵	100 万元人民币	江苏通灵 50% 南京通灵 25%	销售珠宝、钻石、翡翠等饰	2011 年 5 月，南京通灵将其股权以

			蒋雁 25%	品	236.4654 万元的价格转让给江苏通灵，江苏通灵的持股比例增至 75%。
2	常州通灵	100 万元人民币	江苏通灵 75% 沈东军 25%	销售珠宝、钻石、翡翠等饰品	2010 年 11 月 28 日，沈东军将其持有的股份以 198.1171 万元的价格转让给江苏通灵，成为江苏通灵全资子公司
3	太仓通灵	100 万元人民币	江苏通灵 90% 沈东军 10%	销售珠宝、钻石、翡翠等饰品	2010 年 11 月 28 日，沈东军将其持有的股份以 51.3531 万元的价格转让给江苏通灵，成为江苏通灵全资子公司
4	合肥通灵	100 万元人民币	江苏通灵 90%、沈东军 5%、合肥避风塘茶饮有限公司 5%	销售珠宝、钻石、翡翠等饰品	2010 年 11 月 20 日，沈东军、合肥避风塘茶饮有限公司将其持有的股份以 0 元的价格转让给江苏通灵，成为江苏通灵全资子公司
5	张家港通灵	100 万元人民币	江苏通灵 80% 沈东军 20%	销售珠宝、钻石、翡翠等饰品	2010 年 11 月 28 日，沈东军将其持有的股份以 35,230 元的价格转让给江苏通灵，成为江苏通灵全资子公司
6	南通通灵	50 万元人民币	江苏通灵 60%	销售珠宝、钻	2010 年 12 月

			姜怀榕 40%	石、翡翠等饰品	20 日，姜怀榕将其持有的股份以 0 元的价格转让给江苏通灵，成为江苏通灵全资子公司

1、收购苏州通灵股权

苏州通灵成立于 1999 年 5 月，系由南京通灵与自然人蒋雁共同出资设立的有限责任公司。苏州通灵设立时的注册资本为 50 万元，其中，南京通灵与自然人蒋雁各出资 25 万元，分别占注册资本的 50%。2003 年 4 月，经苏州通灵股东会审议通过，江苏通灵以货币资金向苏州通灵增资 50 万元，该出资已经苏州天中会计师事务所验证并出具“天中验字（2003）113 号”《验资报告》。该次增资完成后，苏州通灵的注册资本为 100 万元，其中，江苏通灵出资 50 万元，占其注册资本的 50%；南京通灵出资 25 万元，占其注册资本的 25%；蒋雁出资 25 万元，占其注册资本的 25%。苏州通灵住所为苏州市观前街 246-260 号，法定代表人为马峻。苏州通灵主要在苏州从事“通灵”品牌珠宝的销售和推广。

2011 年 5 月，江苏通灵与南京通灵签署股权转让协议，并经苏州通灵股东会决议通过，参考苏州通灵 2010 年底经审计的每股净资产 9. 46 元，江苏通灵以 236. 4654 万元的价格受让了南京通灵持有的苏州通灵 25%出资额，江苏通灵对苏州通灵的持股比例增加为 75%。

2、收购常州通灵股权

常州通灵成立于 2001 年 4 月，住所为南大街 100 号，法定代表人为马峻，注册资本与实收资本均为 100 万元，其中，江苏通灵出资 75 万元，占其注册资本的 75%；沈东军出资 25 万元，占其注册资本的 25%。常州通灵主要在常州从事“通灵”品牌珠宝的销售和推广。

2010 年 11 月 28 日，沈东军和江苏通灵签订股权转让协议，并经常州通灵股东会审议通过，参考常州通灵 2010 年 8 月 31 日经审计的每股净资产 7. 92 元，沈东军将其持有的常州通灵 25%的股权以 198. 1171 万元的价格转让给江苏通灵。至此，常州通灵成为江苏通灵的全资子公司。

3、收购太仓通灵股权

太仓通灵成立于 2002 年 9 月，住所为城厢镇新华街 5 号，法定代表人为马峻，注册资本与实收资本均为 100 万元，其中，江苏通灵出资 90 万元，占其注册资本的 90%，沈东军出资 10 万元，占其注册资本的 10%。太仓通灵主要在太仓从事“通灵”品牌珠宝的销售和推广。

2010 年 11 月 28 日，沈东军和江苏通灵签订股权转让协议，并经太仓通灵股东会审议通过，参考太仓通灵 2010 年 8 月 31 日经审计的每股净资产 5.14 元，沈东军将其持有的太仓通灵 10%的股权以 51.3531 万元的价格转让给江苏通灵。至此，太仓通灵成为江苏通灵的全资子公司。

4、收购合肥通灵股权

合肥通灵系由江苏通灵与合肥避风塘茶饮有限公司、自然人沈东军于 2002 年 9 月共同出资设立的有限责任公司，住所为合肥市淮河路 77 号，法定代表人为马峻，注册资本与实收资本均为 100 万元，其中，江苏通灵出资 90 万元，占其出资额的 90%，合肥避风塘茶饮有限公司出资 5 万元，占其出资额的 5%，沈东军出资 5 万元，占其出资额的 5%。合肥通灵主要在合肥从事“通灵”品牌珠宝的销售和推广。

2010 年 11 月 20 日，沈东军、合肥避风塘茶饮有限公司分别和江苏通灵签订股权转让协议，并经合肥通灵股东会审议通过，参考合肥通灵 2010 年 8 月 31 日经审计的每股净资产-5.53 元，沈东军、合肥避风塘茶饮有限公司分别将其持有的合肥通灵 5%的股权以 0 万元的价格转让给江苏通灵。至此，合肥通灵成为江苏通灵的全资子公司。

5、收购张家港通灵股权

张家港通灵成立于 2003 年 4 月，住所为杨舍镇步行街 12 号，法定代表人为马峻，注册资本与实收资本均为 100 万元，其中，江苏通灵出资 80 万元，占其注册资本的 80%；沈东军出资 20 万元，占其注册资本的 20%。张家港通灵主要在张家港从事“通灵”品牌珠宝的销售和推广。

2010 年 11 月 28 日，沈东军和江苏通灵签订股权转让协议，并经张家港通灵股东会审议通过，参考张家港通灵 2010 年 8 月 31 日每股净资产 0.18 元，沈

东军将其持有的张家港通灵 20%的股权以 3. 523 万元的价格转让给江苏通灵。至此，张家港通灵成为江苏通灵的全资子公司。

6、收购南通通灵股权

南通通灵系由江苏通灵与自然人姜怀榕于 2006 年 5 月共同出资设立的有限责任公司，住所为南通市南大街 40 号中央商厦 1 楼，法定代表人为马峻，注册资本与实收资本均为 50 万元，其中，江苏通灵出资 30 万元，占其注册资本的 60%，姜怀榕出资 20 万元，占其注册资本的 40%。南通通灵主要在南通从事“通灵”品牌珠宝的销售和推广。

2010 年 12 月 20 日，姜怀榕和江苏通灵签订股权转让协议，并经南通通灵股东会审议通过，参考南通通灵 2010 年 8 月 31 日经审计的每股净资产-0. 22 元，姜怀榕将其持有的南通通灵 40%的股权以 0 万元的价格转让给江苏通灵。至此，南通通灵成为江苏通灵的全资子公司。

（二）收购南京通灵股权

南京通灵设立于 1997 年 12 月 8 日，系由自然人马峻与沈东军共同投资设立的有限责任公司, 住所为南京市白下区中山南路砂珠巷小区 B 幢 25 层，法定代表人为马峻，注册资本和实收资本为 100 万元，马峻、沈东军各持有其 50%的股权，经营范围为“珠宝饰品加工、销售；工艺美术品、办公用品、黄金制品销售；企业管理咨询服务。”

2011 年 1 月 20 日，沈东军、马峻分别与江苏通灵签订股权转让协议，并经南京通灵股东会通过，将各自持有的对南京通灵的 50 万元出资以 1 元/出资额的价格转让给江苏通灵，2011 年 4 月公司支付了上述款项，南京通灵成为江苏通灵的全资子公司。

苏州石路通灵翠钻有限公司系由南京通灵翠钻有限公司、蒋雁和苏州通灵翠钻有限公司于 2005 年 10 月 9 日共同出资设立的有限责任公司，苏州石路通灵注册资本为 51 万元，其中南京通灵翠钻有限公司出资 225,000.00 元，持股比例为 44.12%，蒋雁出资 225,000.00 元，持股比例为 44.12%，苏州通灵翠钻有限公司出资 60,000.00 元，持股比例为 11.76%。2011 年 4 月，江苏通灵收购南京通灵股权后，苏州石路通灵翠钻有限公司成为公司间接控制的子公司。

（三）业务整合

通灵珠宝成立之初，一直以自营（开设直营店和商场专厅）的模式进行业务开拓，且主要的经营区域集中在江苏省内。随着通灵珠宝品牌影响力的增强以及为了进一步扩大业务规模，公司逐步开始尝试加盟模式，并向江苏省外的市场进军。为了降低开拓新市场面临的风险对通灵珠宝现有业务的影响，公司负责江苏省内直销渠道的建设和管理，并通过诗维尼、欧陆珠宝（下设全资子公司青岛通灵珠宝有限公司）以及欧钻珠宝进行新市场领域的开拓。为解决上述关联方与发行人存在的同业竞争问题，诗维尼、欧陆珠宝、青岛通灵、欧钻珠宝经各自股东会决议通过，目前均已停止经营并办理清算注销，其管理的销售渠道移交通灵珠宝承接。

1、南京诗维尼、欧陆珠宝、欧钻珠宝概况

（1）南京诗维尼珠宝首饰有限公司

南京诗维尼珠宝首饰有限公司系由江苏通灵翠钻有限公司与澳大利亚斯威珠宝公司于 2003 年 11 月 7 日共同投资设立的有限公司（中外合资企业），注册资本为 250 万美元，其中澳大利亚斯威珠宝公司出资 200 万美元，占注册资本的 80%；江苏通灵翠钻有限公司出资 400 万元人民币（折合 50 万美元），占注册资本 20%。此后股权结构未发生变更。

南京诗维尼珠宝首饰有限公司设立后主要负责江苏通灵江苏省内加盟商渠道的建设和管理。诗维尼与江苏通灵共用供货渠道，独立向供应商采购货品后向江苏省内的加盟商进行供货，产品经江苏通灵授权使用“通灵”品牌。

（2）南京欧钻珠宝有限公司

南京欧钻珠宝有限公司系由马峻、沈东军与上海欧陆之星、南京特诗诺于 2009 年 12 月 2 日共同投资设立的有限公司，注册资本为 500 万元人民币，其中马峻出资 175 万元，占注册资本的 35%；沈东军出资 172. 5 万元，占注册资本的 34. 5%；上海欧陆之星出资 150 万元，占注册资本的 30%；南京特诗诺出资 2. 5 万元，占注册资本的 0. 5%。此后股权结构未发生变更。

南京欧钻珠宝有限公司设立后主要负责江苏通灵江苏省外加盟商渠道的建

设和管理。欧钻珠宝向诗维尼采购货品后向江苏省外的加盟商进行供货，产品经江苏通灵授权使用“通灵”品牌。

（3）欧陆珠宝有限公司

欧陆珠宝有限公司系由香港传世珠宝（系实际控制人马峻、沈东军投资设立的公司）、上海欧陆之星与江苏通灵于 2006 年 5 月 26 日共同投资设立的有限公司，注册资本为 650 万美元，其中香港传世珠宝出资 357.5 万美元，占注册资本的 55%；上海欧陆之星出资 195 万美元，占注册资本的 30%；江苏通灵出资 97.5 万美元，占注册资本的 15%。此后股权结构未发生变更。

欧陆珠宝有限公司设立后主要负责通灵品牌产品在江苏省外市场的直营店及部分商场专厅的销售。欧陆珠宝及其全资子公司青岛通灵的货品由江苏通灵提供，并在欧陆珠宝产品实现向终端消费者销售后进行结算。

2、诗维尼、欧陆珠宝、欧钻珠宝、青岛通灵的业务整合情况

诗维尼、欧陆珠宝、欧钻珠宝、青岛通灵均为公司实际控制人马峻、沈东军控制的公司，均从事珠宝产品的销售业务，为解决上述关联方与发行人存在的同业竞争问题，诗维尼、欧陆珠宝、青岛通灵、欧钻珠宝经各自股东会决议通过，诗维尼、欧陆珠宝、青岛通灵、欧钻珠宝停止经营并办理清算注销，其管理的销售渠道移交通灵珠宝承接。

诗维尼、欧钻珠宝设立后分别承担通灵品牌产品对江苏省内加盟商及江苏省外加盟商的销售，并根据通灵珠宝的产品指导定价向加盟商供货。诗维尼、欧钻珠宝的日常经营实质均由通灵珠宝员工进行管理，并未聘用专职员工。2010 年 9 月 1 日，经诗维尼、欧钻珠宝股东会审议通过，同意提前终止诗维尼、欧钻珠宝的经营活动，并根据《公司法》和《公司章程》的相关规定对公司资产进行清算，债权债务由所有股东按投资比例承担，原所有业务由通灵珠宝承接。诗维尼、欧钻珠宝于 2010 年 9 月停止经营后，其管理的加盟商重新与通灵珠宝签订加盟协议，并由通灵珠宝向签约加盟商进行供货。诗维尼、欧钻珠宝分别于 2012 年 7 月及 2011 年 12 月办理完成工商注销。

欧陆珠宝设立后承担通灵品牌产品在江苏省外市场的直营店及部分商场专厅的销售。2011 年 3 月 1 日，经欧陆珠宝股东会决议通过，同意提前终止欧陆

珠宝的经营活动，并对欧陆珠宝进行清算注销，原有员工及其业务由通灵珠宝进行承接。欧陆珠宝于 2011 年 9 月停止经营，其管理的江苏省外市场的直营店全部转为通灵珠宝的分公司，商场专厅的销售也由通灵珠宝承接，欧陆珠宝原有的员工 191 人与通灵珠宝签订劳动合同，并办理了社保过户手续。欧陆珠宝除将其 125. 95 万元办公用设备出售给通灵珠宝外，其余的资产、债权、债务及亏损均在清算后由原股东承担。欧陆珠宝于 2012 年 11 月办理完成工商注销。

欧陆珠宝的全资子公司青岛通灵成立后承担通灵品牌产品在青岛的零售业务。2011 年 3 月 1 日，经青岛通灵股东会决议通过，同意提前终止青岛通灵的经营活动，并对青岛通灵进行清算注销，原有员工及其业务由通灵珠宝进行承接。2011 年 6 月，通灵珠宝成立青岛分公司承接原青岛通灵的零售业务，青岛通灵原有的员工 27 人与通灵珠宝青岛分公司签订劳动合同，并办理了社保过户手续。青岛通灵除将其 15, 500 元办公用设备出售给通灵珠宝外，青岛通灵其余的资产、债权、债务及亏损均由原股东欧陆珠宝承担。青岛通灵于 2012 年 8 月办理完成工商注销。

3、公司未采用股权收购的方式对诗维尼、欧钻珠宝、欧陆珠宝、青岛通灵进行重组的原因

（1）精简组织架构、提高运营效率

诗维尼、欧钻珠宝、欧陆珠宝、青岛通灵主要定位于通灵珠宝的市场开拓、渠道建设和管理，且均采用通灵珠宝成熟的管理和运营模式，核心价值在于其销售渠道和主要业务人员，其他资产规模较小。诗维尼、欧钻珠宝、欧陆珠宝、青岛通灵停止生产经营后，销售渠道由通灵珠宝承继并进行统一管理，主要业务人员与公司及其分公司重新签订劳动合同。通过重组，公司减少了管理层级，对销售渠道的管理更加顺畅，提高了运营效率。

（2）简化重组程序、降低重组成本

诗维尼、欧钻珠宝、欧陆珠宝、青岛通灵的核心价值是其销售渠道和主要业务人员。通过重组，诗维尼、欧钻珠宝、欧陆珠宝、青岛通灵停止向其管理的渠道供货，而由通灵珠宝直接对相关渠道进行管理和供货，全面负责江苏省内加盟商及江苏省外市场的管理。整个重组过程，公司的销售业务未受到影响，实现了平稳过渡。采用非股权收购的重组方式，降低了公司的重组成本，减小

了公司重组的资金压力，有助于公司生产经营的正常运作。

4、认定为同一控制下业务合并的依据

诗维尼、欧陆珠宝、青岛通灵、欧钻珠宝等四家公司自成立以来即为公司实际控制人马峻、沈东军控制的公司，上述四家公司成立以来均从事“通灵”品牌珠宝的渠道建设、产品销售及推广。诗维尼、欧钻珠宝与通灵珠宝共用供货渠道，且日常经营均由通灵珠宝员工进行管理，产品销售亦遵循通灵珠宝统一指导定价。诗维尼、欧钻珠宝停止经营后，通灵珠宝承接了其管理的销售渠道。欧陆珠宝、青岛通灵的货品均由通灵珠宝进行供货，其下属直营店及商场专厅均遵循通灵珠宝的管理模式及产品定价。欧陆珠宝、青岛通灵停止经营后，通灵珠宝聘用了其所有人员，及承接了其管理的销售渠道。截至招股说明书签署日，上述四家公司与通灵珠宝的所有交易均履行完毕，且均已清算注销，其管理的销售渠道均纳入公司体系统一进行管理调配。销售人员及其销售渠道为上述四家公司的核心资源，通灵珠宝聘用了上述四家公司的所有员工并承接了其销售渠道后，虽然不涉及资产、负债等的转移，但遵照实质重于形式的原则，具备了投入、产出的能力，构成了完整的业务。

因此，通灵珠宝通过聘用同一控制下的公司的所有人员及承接其销售渠道的形式合并了诗维尼、欧陆珠宝、青岛通灵、欧钻珠宝的全部业务，属于同一控制下的业务合并。

（四）发行人资产重组的影响及分析

1、完善了公司的业务体系，增强公司资产完整性和业务独立性

公司在资产重组前，已经具备了较为完整的业务体系和面向市场独立经营的能力，在完成资产重组后，实际控制人投资的与发行人从事相似或相同业务的资产均整合进入发行人，销售渠道均纳入公司体系，由公司进行统一管理货品选择、货品采购、定价以及销售等事宜，发行人的资产完整性和业务独立性得到进一步的增强。

2、大幅降低公司与关联方的关联交易

2011 年之前，发行人曾与诗维尼、欧陆珠宝、青岛通灵存在产品购销的关联交易。经过业务整合，发行人大幅降低了与上述关联方之间的关联交易，截

至 2011 年 12 月底，发行人彻底消除了与上述关联方之间的关联交易。

3、消除了同业竞争

资产重组前，实际控制人持有公司控股子公司常州通灵、合肥通灵、太仓通灵以及张家港通灵的部分股权，并控制南京通灵、诗维尼、欧陆珠宝、青岛通灵、欧钻珠宝等公司，与发行人存在同业竞争关系。发行人通过股权收购和业务整合等方式进行资产重组后，实际控制人投资的与发行人从事相似或相同业务的资产均整合进入发行人，消除了同业竞争。

4、销售体系更加完善，运营效率显著提升

公司曾通过诗维尼、欧钻珠宝、欧陆珠宝、青岛通灵进行江苏省内加盟商、江苏省外加盟商以及江苏省外直销渠道的建设和管理，采取这种方式在一定程度上控制了公司开拓新市场面临的经营风险，但同时存在管理层级增加和分散等问题。本次资产重组完成后，诗维尼、欧钻珠宝、欧陆珠宝的销售渠道纳入公司整体销售渠道管理体系，减少了管理层级，由公司商品部根据货品库存、货品需求等信息统一进行货品选择、货品采购，管理更加精细化，提升了管理和运营的效率，降低了管理成本。

5、本次重组未导致发行人主营业务发生变化

江苏通灵于2011年4月收购了实际控制人持有的南京通灵的股权，根据《企业会计准则第20号》的规定，上述股权收购行为系同一控制下的企业合并，合并日为2011年4月30日。根据《企业会计准则第20号》的规定，江苏通灵翠钻有限公司通过聘用同一控制下的公司的所有人员及承接其销售渠道的形式合并了诗维尼、南京欧钻、欧陆珠宝、青岛通灵的全部业务，属于同一控制下的业务合并，合并日为上述公司停止经营的当月末。诗维尼、欧钻珠宝的合并日为2010年9月30日，欧陆珠宝的合并日为2011年9月30日，青岛通灵的合并日为2011年5月31日。

被重组方南京通灵、诗维尼、欧钻珠宝、欧陆珠宝、青岛通灵自报告期期初起与发行人受同一实际控制人控制。上述被重组方均从事“通灵”品牌珠宝产品的推广和销售，与发行人从事的珠宝首饰产品零售业务具有相关性。因此，报告期内发行人对关联方的重组整合有利于避免同业竞争，减少关联交易，增

强发行人资产的独立性和完整性，优化公司治理，确保规范运作，符合《首次公开发行股票并上市管理办法》第十二条“发行人最近 3 年内主营业务没有发生重大变化”的规定。

五、发行人历次验资情况

发行人设立以来历次验资情况及出资方式如下表：

事项	出资方式	验资报告	验证结果
公司设立，注册资本 200 万元	货币资金	南京公正会计师事务所于 1999 年 11 月 8 日出具了“宁公事验（1999）0502 号”《验资报告》	足额到位
第一次增资，注册资本增至 900 万元	货币资金、债权	江苏兴瑞会计师事务所有限公司于 2001 年 3 月 14 日出具“兴瑞验字（2001）第 235 号”《验资报告》	足额到位
第二次增资，注册资本增至 1, 500 万元	债权	江苏兴瑞会计师事务所有限公司于 2002 年 5 月 20 日出具“兴瑞验字（2002）第 0800 号”《验资报告》	足额到位
第三次增资，注册资本增至 4, 000 万元	债权	江苏兴瑞会计师事务所有限公司于 2003 年 9 月 1 日出具“兴瑞验字（2003）第 1731 号”《验资报告》	足额到位
整体变更为股份有限公司，注册资本 15, 000 万元	净资产折股	天衡会计师于 2011 年 12 月 9 日出具“天衡验字（2011）110 号”《验资报告》	足额到位
第四次增资，注册资本增至 17, 647. 06 万元	货币资金	天衡会计师于 2012 年 5 月 30 日出具“天衡验字（2012）00043 号”《验资报告》	足额到位
第五次增资，注册资本增至 18, 239. 67 万元	货币资金	天衡会计师于 2012 年 6 月 5 日出具“天衡验字（2012）00045 号”《验资报告》	足额到位

注：1、申报会计师对“宁公事验（1999）0502 号”验资报告进行了复核并出具了“天

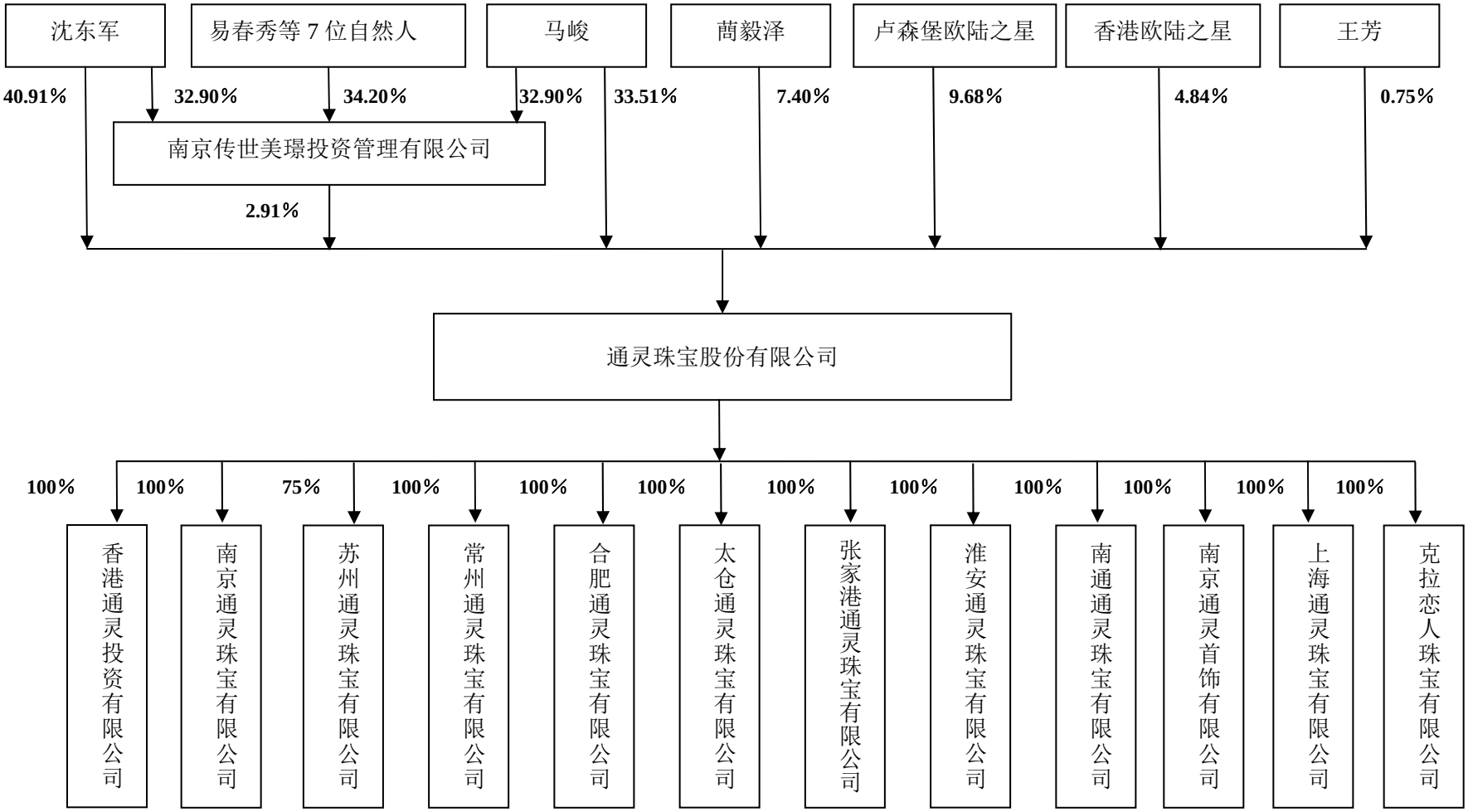
衡专字（2013）00697 号”验资复核报告，结论为：“江苏通灵账面记载的内容及原始单据与宁公事验（1999）0502 号验资报告不一致，江苏通灵翠钻有限公司出资设立时存在瑕疵，但后期全体股东缴存了现金和银行存款，实现了注册资本到位的目的，我们认为截至 2001 年 3 月 25 日止，江苏通灵翠钻有限公司已收到全体股东认缴的注册资本 200 万元，其中马峻出资 100 万元，沈东军出资 100 万元。”

2、申报会计师对“兴瑞验字（2001）第 235 号”《验资报告》进行了复核并出具了“天衡专字（2013）00719 号”验资复核报告，结论为：“兴瑞验字（2001）第 235 号”《验资报告》存在出资描述错误，审验程序不适当等瑕疵。截止 2001 年 3 月 25 日，江苏通灵已收到马峻和沈东军共同缴纳的注册资本人民币 700. 00 万元。连同前次出资累计注册资本为 900 万元，实收资本 900 万元，其中马峻出资 450 万元，沈东军出资 450 万元。”

六、发行人组织机构

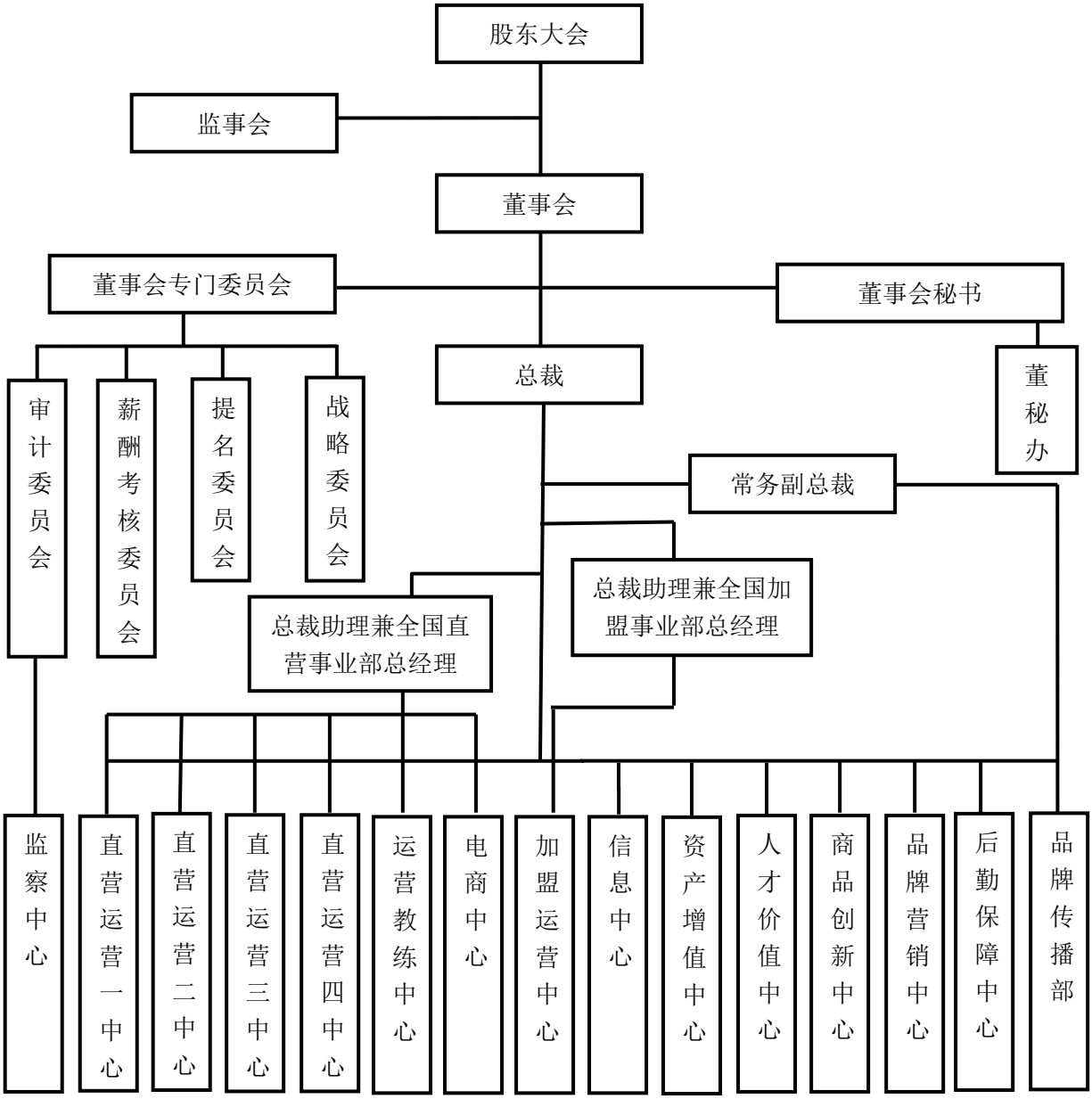
（一）发行人组织架构图

截至本招股说明书签署日，发行人的股权结构如下所示：


沈东军
易春秀等 7 位自然人
马峻
蔺毅泽
卢森堡欧陆之星
香港欧陆之星
王芳
40.91%
32.90%
34.20%
32.90%
33.51%
7.40%
9.68%
4.84%
0.75%
南京传世美璟投资管理有限公司
2.91%
通灵珠宝股份有限公司
100%
100%
75%
100%
100%
100%
100%
100%
100%
100%
100%
100%
香港通灵投资有限公司
南京通灵珠宝有限公司
苏州通灵珠宝有限公司
常州通灵珠宝有限公司
合肥通灵珠宝有限公司
太仓通灵珠宝有限公司
张家港通灵珠宝有限公司
淮安通灵珠宝有限公司
南通通灵珠宝有限公司
南京通灵首饰有限公司
上海通灵珠宝有限公司
克拉恋人珠宝有限公司

（二）发行人内部组织结构图

截至本招股说明书签署日，公司的内部组织结构如下：



（三）公司主要职能部门的工作职责

本公司的最高权力机构是股东大会，股东大会下设董事会，董事会向股东大会负责，公司实行董事会领导下的总裁负责制。在董事会的领导下，由总裁负责公司日常经营与管理。

各部门的主要职能如下：

职能部门	主要职能
监察中心	在审计委员会的领导下，对公司内部各职能部门及各子公司的业务进行内部审计，完善公司内控及风险管理体系。协助外部审计机构对公司进行审计工作。
后勤保障中心	负责公司仓库、物流管理、非商品物资采购、公司安全保障。
人才价值中心	根据公司的发展战略，规划、招聘、培训及调配人力资源；制定和有效实施公司的培训、薪酬、社会责任方案，构造和谐的劳资关系；公司规章制度的制定和管理。
资产增值中心（财务部）	负责建立并健全规范符合公司业务发展的财务核算体系、财务报告制度，进行有效的财务控制，确保财务工作有序进行。为公司从事的投融资以及经营决策提供财务支持。
品牌营销中心	负责公司整体品牌营销推广计划的制定、实施及管理，通过报刊、网络等媒体策划与实施品牌推广活动，并进行质量监控，提升公司品牌知名度、美誉度。负责 TESIRO 品牌客户关系管理，进行客户维护与开发。
商品创新中心	负责公司销售商品的设计、采购、配送及库存管理。确保商品的设计、款式符合市场需求及公司品牌定位；定期对市场价格进行调查分析，控制商品质量及采购价格；根据公司的销售情况合理安排商品采购计划及库存量，组织商品向各渠道配送，确保公司运营效率。
直营、加盟运营中心	负责所辖区域的整体市场工作计划的制定、部署及监督实施，包括人力资源、商品库存、财务费用管理等，推动所辖区域销售目标及利润贡献目标达成，提升公司品牌在所辖区域的知名度和认同度。
董秘办	负责拟定和执行公司各项与证券事务有关的制度，负责保持与证券监督管理部门、证券交易所及各中介机构的联系，及时、规范、准确披露有关信息等。
品牌传播部	负责品牌公关及传统日常公关活动；负责专项的公关事件；负责舆论及危机管理、媒体研究、媒介管理建设与维护；负责外协公关公司管理；根据公司战略目标，提出基于数字营销发展的规划，并制定相应的工作方向和计划；研究数字媒体的技术发展，并根据需求及资源引进开发相应的推广手段。

信息中心	负责公司整体信息系统规划、实施、维护、持续改进工作；负责公司核心 ERP 系统、OA 系统、网络系统、电子商务系统的维护、改进工作；负责相关业务部门业务创新的系统配合工作。

七、发行人控股及参股公司基本情况

（一）苏州通灵珠宝有限公司

苏州通灵的基本情况见本节“四、股份公司的重组情况”之“（一）1、收购苏州通灵股权”。

截至 2015 年末，该公司总资产 160.61 万元，所有者权益-794.19 万元；2015 年度实现净利润-199.51 万元。截至 2016 年 3 月末，该公司总资产 139.45 万元，所有者权益-802.99 万元；2016 年 1-3 月实现净利润-8.81 万元。以上数据已经天衡会计师审计。

苏州通灵2015年末净资产为负值，是由于房租成本较高而销售不理想导致亏损所致。

（二）常州通灵珠宝有限公司

常州通灵的基本情况见本节“四、股份公司的重组情况”之“（一）2、收购常州通灵股权”。

截至 2015 年末，该公司总资产 1,230.77 万元，所有者权益 1,152.15 万元；2015 年度实现净利润 79.89 万元。截至 2016 年 3 月末，该公司总资产 1,353.39 万元，所有者权益 1,239.54 万元；2016 年 1-3 月实现净利润 87.40 万元。以上数据已经天衡会计师审计。

（三）太仓通灵珠宝有限公司

太仓通灵的基本情况见本节“四、股份公司的重组情况”之“（一）3、收购太仓通灵股权”。

截至 2015 年末，该公司总资产 1,051.98 万元，所有者权益 1,000.15 万元；2015 年度实现净利润 181.27 万元。截至 2016 年 3 月末，该公司总资产 1,059.42

万元，所有者权益 1,031.82 万元；2016 年 1-3 月实现净利润 31.67 万元。以上数据已经天衡会计师审计。

（四）合肥通灵珠宝有限公司

合肥通灵的基本情况见本节“四、股份公司的重组情况”之“（一）4、收购合肥通灵股权”。

截至 2015 年末，该公司总资产 0.19 万元，所有者权益-1,179.35 万元；2015 年度实现净利润-1.64 万元。截至 2016 年 3 月末，该公司总资产 0.18 万元，所有者权益-1,179.36 万元；2016 年 1-3 月实现净利润-0.01 万元。以上数据已经天衡会计师审计。

合肥通灵2015年末净资产为负值，是由于房租成本较高而销售不理想导致亏损所致。目前，合肥通灵正在履行注销程序。

（五）张家港通灵珠宝有限公司

张家港通灵的基本情况见本节“四、股份公司的重组情况”之“（一）5、收购张家港通灵股权”。

截至 2015 年末，该公司总资产 258.79 万元，所有者权益 185.73 万元；2015 年度实现净利润-93.84 万元。截至 2016 年 3 月末，该公司总资产 200.64 万元，所有者权益 168.18 万元；2016 年 1-3 月实现净利润-17.55 万元。以上数据已经天衡会计师审计。

（六）南通通灵珠宝有限公司

南通通灵的基本情况见本节“四、股份公司的重组情况”之“（一）6、收购南通通灵股权”。

截至 2015 年末，该公司总资产 94.67 万元，所有者权益 94.67 万元；2015 年度实现净利润-0.24 万元。截至 2016 年 3 月末，该公司总资产 94.67 万元，所有者权益 94.67 万元；2016 年 1-3 月实现净利润 0 万元。以上数据已经天衡会计师审计。

目前，南通通灵正在履行注销程序。

（七）南京通灵珠宝有限公司

南京通灵的基本情况见本节“四、股份公司的重组情况”之“（二）收购南京通灵股权”。

截至 2015 年末，该公司总资产 1,589.69 万元，所有者权益-210.60 万元；2015 年度实现净利润-583.71 万元。截至 2016 年 3 月末，该公司总资产 1,659.84 万元，所有者权益-272.04 万元；2016 年 1-3 月实现净利润-61.44 万元。以上数据已经天衡会计师审计。

（八）淮安通灵珠宝有限公司

淮安通灵系由江苏通灵于 2008 年 1 月独资设立的一人有限责任公司，住所为淮安市淮海北路 43 号金马广场名品城 11 号房，法定代表人为马峻，注册资本与实收资本均为 100 万元，淮安通灵自设立以来股权结构未发生变化。主营业务为在淮安销售和推广“通灵”品牌珠宝。

截至 2015 年末，该公司总资产 78.99 万元，净资产-19.05 万元；2015 年度实现净利润-62.04 万元。截至 2016 年 3 月末，该公司总资产 52.27 万元，所有者权益-35.48 万元；2016 年 1-3 月实现净利润-16.43 万元。以上数据已经天衡会计师审计。

（九）南京通灵首饰有限公司

南京通灵首饰系由通灵珠宝于 2014 年 1 月 16 日独资设立的有限责任公司，住所为南京市溧水区东屏镇东湖南路 200−7 号，法定代表人为沈东军，注册资本与实收资本均为 100 万元。主营业务范围为：“珠宝饰品、工艺美术品、铂金制品及黄金制品的零售及售后服务；办公用品零售、批发；经营本企业自产产品及技术的出口业务和本企业所需的机械设备、零配件、原辅材料及技术的进口业务，但国家限定公司经营或禁止进出口的商品及技术除外；企业管理咨询服务。”

截至 2015 年末，该公司总资产 10,965.52 万元，所有者权益 8,180.81 万元；2015 年度实现净利润 3,559.70 万元。截至 2016 年 3 月末，该公司总资产 10,353.37 万元，所有者权益 9,264.61 万元；2016 年 1-3 月实现净利润 1,083.80 万元。以上数据已经天衡会计师审计。

发行人控股子公司南京通灵首饰于2014年1月成立，经审计的当年实现净利润为4, 521. 12万元，是因为发行人为了便于对加盟商管理及控制加盟业务的经营风险，由南京通灵首饰统一负责对加盟商的货品销售。

（十）上海通灵珠宝有限公司

上海通灵珠宝有限公司系由通灵珠宝于 2014 年 5 月 19 日独资设立的有限责任公司，住所为上海市浦东新区世纪大道 1701 号北塔 A1003B 室，法定代表人为沈东军，注册资本为 100 万元。主营业务范围为：“珠宝饰品、工艺美术品、铂金制品、黄金制品的销售、维修，办公用品的销售，从事货物及技术的进出口业务，企业管理咨询（除经纪）。”

截至 2015 年末，该公司总资产 115.08 万元，所有者权益 86.53 万元；2015 年度实现净利润-13.30 万元。截至 2016 年 3 月末，该公司总资产 99.81 万元，所有者权益 99.63 万元；2016 年 1-3 月实现净利润 13.10 万元。以上数据已经天衡会计师审计。

（十一）香港通灵投资有限公司

香港通灵投资有限公司系由通灵珠宝于 2015 年 1 月 13 日在香港注册成立的公司，公司编号为“2191157”，住所为香港旺角烟厂街 9 号兴发商业大厦 21 楼 01 室，法定股本为 10, 000 港币，已发行股份为 10, 000 港元，为发行人的全资子公司。目前，香港通灵尚未开展经营。

（十二）克拉恋人珠宝有限公司

克拉恋人珠宝有限公司系由通灵珠宝于 2016 年 2 月 5 日独资设立的有限责任公司，住所为北京市朝阳区光华路 9 号楼 8 层（08）805 室，法定代表人为沈东军，注册资本为 5000 万元。经营范围为：“批发珠宝首饰、工艺品、黄金制品、钟表、眼镜、文具用品。” 目前，该公司尚未开展经营。

八、股份公司发起人、持有股份公司 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况

（一）发起人情况

股份公司共有发起人四名，均为自然人，基本情况如下：

序号	发起人名称	持股数（万股）	占总股本比例（%）	身份证号码	住所
1	沈东军	7,462.50	49.75	32010219691106xxxx	南京市白下区白衣庵 7 号 xxx
2	马峻	6,112.50	40.75	32010319700818xxxx	南京市白下区马路街 34-3 号 xxx
3	蔺毅泽	1,350.00	9.00	32010619770912xxxx	南京市鼓楼区水佐岗三十二巷 27 幢 xxx
4	王芳	75.00	0.50	32010619701218xxxx	南京市玄武区锁金四村 14 幢 xxx
合　计		**15,000**	**100**	-	-

沈东军、马峻、蔺毅泽均为中国国籍，且拥有澳大利亚永久居留权，王芳为中国国籍，无永久境外居留权。公司发起人所持股份均不存在质押、冻结或其他有争议的情况。

（二）持有公司 5%以上股份的主要股东情况

1、卢森堡欧陆之星

Eurostar Diamonds International S.A.创建于1994年9月30日，注册号为B48916，住所为9B，Boulevard Prince Henri L-1724 Luxembourg（L-1724 卢森堡，9B，亨利王子大道），注册资本为197,175,371.79美元，其股东为设立于毛里求斯的Vulcan Corporation Ltd.，持有其100%的股权。卢森堡欧陆之星的营业范围为“集团公司的融资以及不限形式、不限国家地域实施同钻石与珠宝贸易、经营、进出口、批发、零售等直接或间接有关的所有交易。”

卢森堡欧陆之星是国际知名的钻石投资公司，其下属公司在 DTC 拥有看货商席位，与通灵珠宝有着良好的合作关系。为了扩大经营规模，增强公司竞争力，公司与卢森堡欧陆之星达成增资意向，卢森堡欧陆之星于 2012 年 3 月以每股 5.4543 元的价格认购公司 1,764.71 万元股份，占公司本次发行前股份数的比例

为 9. 68%。

截至 2015 年末，该公司总资产为 76,500.97 万美元，净资产 32,013.18 万美元；2015 年度实现净利润-2,997.75 万美元。以上数据未经审计。

2、蔺毅泽

蔺毅泽女士，1977 年 9 月出生，中国国籍，拥有澳大利亚长期居留权，大学专科学历。1999 年至今在公司任职，现任公司董事职务。

（三）实际控制人及其对外投资情况

1、实际控制人的基本情况

本公司的实际控制人为沈东军先生和马峻先生。本次发行前，马峻先生直接持有本公司 6, 112. 50 万元的股权，持股比例为 33. 51%；沈东军先生直接持有本公司 7, 462. 50 万元的股权，持股比例为 40. 91%。此外，沈东军先生和马峻先生通过持有传世美璟的股权间接控制公司 2. 91%的股权。马峻先生及沈东军先生合计控制公司的股权比例为 77. 33%。

2、实际控制人控制的其他企业的情况

（1）乐朗葡萄酒有限公司

乐朗葡萄酒有限公司成立于 2010 年 9 月 29 日，注册资本为 5000 万元，实收资本为 5000 万元，其中，沈东军出资 2450 万元，占注册资本的 49%；马峻出资 2450 万元，占注册资本的 49%；王芳出资 100 万元，占注册资本的 2%。住所为南京市雨花台区花神大道 19-2 号，法定代表人为沈东军，经营范围为“许可经营范围：预包装食品销售（按许可证所列范围经营）。一般经营范围：自营和代理各类商品和技术的进出口业务（国家限定公司经营或禁止进出口的商品和技术除外）；玻璃制品、包装材料的销售”。

截至 2015 年 12 月 31 日，该公司总资产 4,849.95 万元，净资产 3,494.77 万元；2015 年度实现净利润 356.26 万元。截至 2016 年 3 月 31 日，该公司总资产 4,952.22 万元，净资产 3,583.23 万元；2016 年 1-3 月实现净利润 88.46 万元。2015 年度数据经江苏瑞泽会计师事务所有限公司审计，2016 年 1-3 月数据未经审计。

（2）乐朗法国酒庄

乐朗法国酒庄的注册工商号为“波尔多工商注册号422 400 515”，营业执照号为“1999 D 00500”，注册日期为1999年4月6日。乐朗法国酒庄的公司类型为民营企业，注册资本为180, 000欧元，住所为“Château Laulan Ducos 33590 Jau Dignac et Loirac”，营业期限至2049年4月6日。乐朗法国酒庄的法定代表人为沈东军。乐朗法国酒庄为自主创建，主营业务为葡萄酒酿造。

乐朗法国酒庄的股权结构如下：

序号	股东姓名	出资额（欧元）	出资比例（%）
1	乐朗法国贸易	179, 985	99. 992
2	沈东军	15	0. 008
合　计		**180, 000**	**100**

乐朗法国酒庄 2015 会计年度（2014 年 9 月 1 日-2015 年 8 月 31 日）的总资产为 265. 90 万欧元，净资产为-81. 50 万欧元，净利润为-21. 12 万欧元。以上数据经 FIGÉCO TORRÉS 事务所审计。

（3）乐朗法国贸易

乐朗法国贸易的工商注册号为“530 572 338 R. C. S. BORDEAUX”，营业执照号为“2011 B 00750”，注册日期为2011年2月23日。乐朗法国贸易的公司类型为单一股权制公司，注册资本为12, 000欧元，对应1, 000股股份，每股12欧元。住所为“RTE de Vertamont 33590 Jau Dignac Et Loirac”，营业期限至2110年2月23日。乐朗法国贸易的总裁为沈东军，正式财务审计员为F. C. A FAVARD，COUGNON ET ASSOCIES有限责任公司，替补财务审计员为COUGNON Frédéric先生。乐朗法国贸易为自主创建，主营业务为“参与法国或国外所有公司的葡萄酒生产和/或销售”。

乐朗法国贸易的股权结构如下：

序号	股东姓名	所持股份（股）	出资额（欧元）	出资比例（%）
1	沈东军	490	5, 880	49
2	马　峻	490	5, 880	49

3	王　芳	20	240	2
合　计		**1, 000**	**12, 000**	**100**

乐朗法国贸易 2015 会计年度（2014 年 9 月 1 日–2015 年 8 月 31 日）的总资产为 216. 62 万欧元，净资产为 6.39 万欧元，净利润为 2.80 万欧元。以上数据经 FIGÉCO TORRÉS 事务所审计。

（4）传世美璟

传世美璟的具体情况参见本节“九、发行人股本情况”之“（二）2、南京传世美璟投资管理有限公司。”

截至 2015 年 12 月 31 日，该公司总资产 1, 188. 96 万元，净资产 1, 188. 95 万元；2015 年度实现净利润 171. 94 万元。截至 2016 年 3 月 31 日，该公司总资产 1, 421. 05 万元，净资产 1, 421. 04 万元；2016 年 1–3 月实现净利润 232. 08 万元。2015 年度数据经江苏兴瑞会计师事务所有限公司审计，2016 年 1–3 月数据未经审计。

（5）南京嘉东信息科技有限公司

南京嘉东信息科技有限公司成立于 2014 年 4 月 9 日，注册资本为 100 万元，其中，沈东军和马峭各认缴出资额 50 万元，各占注册资本的 50%。住所为南京市溧水区东屏镇东湖南路 200–31 号，法定代表人为沈东军，经营范围为“信息技术服务；从事计算机领域内的技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务；计算机及耗材、电子产品销售；软件与硬件的开发、销售与售后服务；计算机系统集成；网页设计；智能网络控制系统设备的设计及安装；网络系统工程设计与安装；房屋租赁”。

截至 2015 年 12 月 31 日，该公司总资产 304.33 万元，净资产 91.90 万元；2015 年度实现净利润-7.94 万元。截至 2016 年 3 月 31 日，该公司总资产 88.66 万元，净资产 88.66 万元；2016 年 1-3 月实现净利润-3.24 万元。以上数据未经审计。

（6）江苏翡翠网络科技有限公司

江苏翡翠网络科技有限公司成立于 2015 年 2 月 10 日，其住所为南京市雨花台区西春路 1 号北楼 6 层 641 室，注册资本为 10, 000 万元，其中，马峻和丁祖

胜各认缴出资额 6,000 万元和 4,000 万元，分别占注册资本的 60%和 40%，法定代表人为马峻，经营范围为“网络技术研发；软件研发、销售及网络销售、售后服务、技术咨询、技术服务；电子产品、计算机硬件、五金交电销售；商务信息咨询；商务培训服务。（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）”。

截至招股说明书签署日，江苏翡翠网络科技有限公司尚未开展经营活动。

（7）钻石影业有限公司

根据发行人提供的海宁市市场监督管理局于 2016 年 4 月 28 日核发的钻石影业《营业执照》（统一社会信用代码：91330481MA28ABTJ2G）及其章程，钻石影业的住所为中国（浙江）影视产业国际合作实验区基地海南市影视科创中心 16 楼 1607-19 室，注册资本为 5,000 万元，法定代表人为沈东军，经营范围为“制作、复制、发行：专题、专栏、综艺、动画片、广播剧、电视剧（凭有效广播电视节目制作经营许可证经营）；影视文化艺术活动组织策划；艺术造型、美术设计；影视道具与服装设计；影视服装、道具、器材批发及租赁；影视制作技术的研发；会议及展览服务；企业形象策划、影视文化信息咨询、摄影、摄像服务；电影、电视剧发行经纪代理；电影、电视剧剧本策划、创作；场景布置服务；设计、制作、代理国内各类广告；艺人经纪服务（营业线演出除外）（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）”，经营期限为 2016 年 4 月 28 日至 2036 年 4 月 27 日。钻石影业的股权结构为：

序号	股东姓名	出资方式	认缴出资额（万元）	认缴出资比例（%）
1	沈东军	货币	4,500	90
2	张　颖	货币	500	10
合　计			5,000	100

截至招股说明书签署日，钻石影业尚未开展经营活动。

（四）实际控制人持有发行人的股份的质押或争议情况

本公司实际控制人马峻先生和沈东军先生所持有的公司股份均不存在质押、冻结或其他有争议的情况。

九、发行人股本情况

（一）发行前后股本情况

根据 2014 年 2 月 17 日召开的公司 2014 年度第一次临时股东大会决议，公司本次发行新股和发售老股合计不超过 6,079.89 万股。新股发行数量根据募投项目资金需求和发行价格确定，发行前无法确定公司本次发行后股本结构。假设本次发行新股的数量为 6,079.89 万股，则本次发行前后公司的股本结构如下：

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（%）
有限售条件的股份	沈东军	7,462.50	40.91	7,462.50	30.68
	马峻	6,112.50	33.51	6,112.50	25.13
	卢森堡欧陆之星	1,764.71	9.68	1,764.71	7.26
	茼毅泽	1,350.00	7.40	1,350.00	5.55
	香港欧陆之星	882.35	4.84	882.35	3.63
	南京传世美璟投资管理有限公司	530.60	2.91	530.60	2.18
	王芳	137.01	0.75	137.01	0.56
本次发行的股份		—	—	6079.89	25.00
合　计		**18,239.67**	**100**	**24,319.56**	**100**

在本公司的股东中，沈东军系马峻的妹夫；马峻和茼毅泽是夫妻关系；南京传世美璟投资管理有限公司是实际控制人马峻和沈东军控制的公司，香港欧陆之星的实际控制人 Jiang Jacky 是卢森堡欧陆之星控股子公司上海欧陆之星的董事兼总经理。此外其他股东之间均各自独立，不存在关联关系。

（二）前十名股东情况

本次发行前公司共有七名股东，包括三名法人股东（卢森堡欧陆之星、香港

欧陆之星、南京传世美璟投资管理有限公司）及四位自然人股东（沈东军、马峻、蔺毅泽、王芳）。

1、香港欧陆之星

香港欧陆之星（Eurostar HK Holdings Limited）成立于2011年8月30日，公司编号为“1661086”，并于2012年10月24日更名为EURO DIAMOND (HK) LIMITED。截至招股说明书签署日，注册资本为10,000港元，股东为Dealer Global Limited（英属处女群岛注册公司）。注册地址为香港九龙尖沙咀东部科学馆道14号新文华中心B座8楼817室，主要从事珠宝投资业务。截至本招股说明书签署日，香港欧陆之星为Dealer Global Limited的全资子公司。

Dealer Global Limited系发行人董事Jiang Jacky实际控制并担任董事的公司。根据香港Harney Westwood & Riegels（香港衡力斯律师事务所）出具的法律意见书及南京妙文翻译有限公司出具的《翻译证明》，Dealer Global Limited成立于2011年12月8日，公司编号为1684597，注册资本为5,000美元，注册办事处为英属维尔京群岛托托拉岛罗德城离岸公司中心邮政信箱957号。根据对Jiang Jacky的访谈，并经查验Dealer Global Limited的股东名册，Dealer Global Limited目前为Jiang Jacky100%控股的公司。

Jiang Jacky的个人履历参见本招股说明书“第八节 董事、监事、高级管理人员及核心技术人员”的相关内容。

2、南京传世美璟投资管理有限公司

南京传世美璟投资管理有限公司成立于 2011 年 12 月 14 日，注册资本为 1163.80 万元，法定代表人为沈东军，经营范围为投资管理。南京传世美璟投资管理有限公司系由通灵珠宝员工投资成立的持股公司，截止 2016 年 3 月 31 日，其股权结构如下：

股东名称	身份证号码	出资额（万元）	出资比例	在公司任职情况
沈东军	32010219691106****	415.82	35.73%	董事长兼总裁
马峻	32010319700818****	415.82	35.73%	董事
易春秀	32042319760228****	116.40	10.00%	直营运营二中心负责人

王小文	42242119770826****	76. 80	6. 60%	总裁助理、监事
庄瓯	32010319660406****	76. 80	6. 60%	商品创新中心负责人、监事会主席
杨军	32070619770828****	25. 60	2. 20%	直营运营一中心负责人
张巍	31010719730404****	25. 60	2. 20%	直营运营四中心负责人
李子锋	41102219770412****	10.96	0.94%	全国加盟事业总经理
合计		**1,163. 80**	**100. 00%**	-

沈东军、马峻、易春秀、王小文、庄瓯的个人简历等情况参见“第八节 董事、监事、高级管理人员及核心技术人员”的相关内容。

杨军先生，中国国籍，无境外永久居留权，1977 年出生，大学专科学历。2000 年至 2003 年任职于江苏讯杰科技有限公司连云港店担任门市经理。2003 年 2 月至今任职于通灵珠宝股份有限公司，担任运营区域经理、市场部负责人、运营经理、运营总监等职务，现担任通灵珠宝股份有限公司第一运营中心负责人职务。

张巍先生，中国国籍，无境外永久居留权，1973 年出生，大学专科学历。1996 年 9 月至 2009 年 11 月任职于上海麦当劳食品有限公司。2010 年 7 月至 2010 年 9 月任职于上海爱屋（来伊份）食品有限公司。2010 年 10 月至 2013 年 1 月任职于通灵珠宝股份有限公司。2013 年 2 月至 2013 年 10 月任职于红星美凯龙家居集团股份有限公司。2014 年 1 月至今任通灵珠宝股份有限公司第四运营中心负责人。

李子锋先生，中国国籍，无境外永久居留权，1977 年出生，大学本科学历。1999 年 7 月至 2003 年 11 月就职于宝洁公司，任客户经理；2003 年 11 月至 2006 年 5 月就职于阿迪达斯公司，任北方区销售经理；2006 年 5 月至 2011 年 12 月就职于安踏公司，任中国北方区销售总监；2012 年 1 月至 2012 年 12 月就职于柒牌男装公司，任中国北方区销售总监；2013 年 11 月至今就职于通灵珠宝股份

有限公司，任全国加盟事业总经理。

（三）前十名自然人股东及其在发行人处任职情况

发行人有四位自然人股东，其在发行人处的任职情况如下：

序号	股东名称	现持股数（万股）	占总股本比例（%）	在发行人处的任职情况
1	沈东军	7,462.50	40.91	董事长兼总裁
2	马峻	6,112.50	33.51	董事
3	蔺毅泽	1,350.00	7.40	董事
4	王芳	137.01	0.75	董事兼副总裁

（四）股东中的战略投资者持股及其简况

通灵珠宝与Eurostar Diamonds International S.A.有着良好的长期合作关系，为扩大通灵珠宝的经营规模，增强竞争力，2011年11月20日，公司与Eurostar Diamonds International S.A.及Eurostar HK Holdings Limited签署《关于通灵珠宝股份有限公司之增资协议》（以下简称“增资协议”），同意Eurostar Diamonds International S.A.及Eurostar HK Holdings Limited对公司进行现金增资。增资完成后，Eurostar Diamonds International S.A.及Eurostar HK Holdings Limited分别持有公司1,764.71万股和882.35万股股份，占公司本次发行前股份数的比例分别为9.68%和4.84%。卢森堡欧陆之星、香港欧陆之星不存在实际控制关系，或股权、经营管理等方面的特殊协议安排。

认定卢森堡欧陆之星及香港欧陆之星为发行人战略投资者，主要是基于卢森堡欧陆之星是全球重要的钻石供应商，香港欧陆之星的实际控制人Jiang Jacky在钻石行业从业多年，是钻石行业的资深专家。卢森堡欧陆之星及香港欧陆之星在钻石行业具有资金、技术、管理、市场、人才优势，与发行人从事的钻石零售业务联系紧密，能够增强发行人核心竞争力和创新能力，拓展发行人产品市场占有率。卢森堡欧陆之星及香港欧陆之星分别持有公司1,764.71万股和882.35万股股份，占公司本次发行前股份数的比例分别为9.68%和4.84%，持股数量较大且持股时间较长，致力于长期投资合作，谋求获得长期利益回报。同时，Jiang Jacky

担任公司董事，对发行人的经营管理具有一定的影响力，可以通过自身丰富、先进的管理经验参与发行人的经营决策，改善发行人的治理结构。

2009年3月12日，卢森堡欧陆之星与江苏通灵签署关于转让“蓝色火焰”钻石切工的《转让协议》，主要内容如下：

（1）卢森堡欧陆之星将其研发的89面钻石切工技术（蓝色火焰钻石切工技术）无偿转让给江苏通灵，并同意江苏通灵就此技术在欧陆及全球范围内按照各国法律之规定申请专利权；

（2）江苏通灵保证取得此项技术的专利权后仅用于其进行珠宝销售；

（3）江苏通灵保证此技术的实际操作执行仍由江苏通灵委托卢森堡欧陆之星或卢森堡欧陆之星指定的合作方按此技术进行钻石切割以及钻石饰品的生产；

（4）卢森堡欧陆之星承诺按此技术进行切割的钻石仅限于销售给江苏通灵，并由江苏通灵将此技术命名为“蓝色火焰”。

通灵珠宝与 Eurostar Diamonds International S.A. 及 Eurostar HK Holdings Limited 同时就避免同业竞争，股份锁定期等进行了约定。

1、关于避免同业竞争的约定

鉴于 Eurostar Diamonds International S. A. 及 Eurostar HK Holdings Limited 主要在中国境外从事与通灵珠宝相同或相似的业务，为避免在通灵珠宝业务范围内产生同业竞争，Eurostar Diamonds International S. A. 及 Eurostar HK Holdings Limited 承诺，非经通灵珠宝书面同意，Eurostar Diamonds International S. A. 、Eurostar HK Holdings Limited 及其关联法人在增资协议签署之日起不得在中国大陆地区从事以下业务或商业活动：

（1）自营、与他人共同经营或为他人经营与通灵珠宝相同、相似或构成实质竞争的业务（包括但不限于钻石、宝石、翡翠、黄金、铂金的零售业务）；

（2）直接或间接投资其他与通灵珠宝同类型珠宝零售企业；

（3）采取参股、控股、联营、合营、合作或者其他任何方式直接或间接从事与通灵珠宝现在和将来业务范围相同、相似或构成实质竞争的业务，协助、促使或代表任何第三方以任何方式直接或间接从事与通灵珠宝现在和将来业务范

围相同、相似或构成实质竞争的业务；

（4）和任何珠宝零售企业结为战略伙伴关系或让其以“欧陆之星”或“Eurostar”名义进行对外宣传；

（5）将自己所拥有的珠宝品牌或注册商标授权中国大陆地区其他企业或机构使用。

2、关于股份锁定期的约定

（1）Eurostar Diamonds International S. A. 承诺：对于已持有的公司股份，自公司股票上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理该部分股份，也不由公司回购该部分股份。股份锁定期满后，Eurostar Diamonds International S. A. 作为通灵珠宝的战略合作伙伴，保证将最大程度保持在通灵珠宝的持股比例，共同为公司的未来发展而努力。上述锁定期满后，按锁定期满当月公司股价的平均价格折算，Eurostar Diamonds International S. A. 可将相当于原始出资额 9625. 28 万元减去其持有通灵珠宝股份期间累积获得的现金分红金额的股份减持出售；扣除上述可减持股份后的剩余股份的解禁按以下方式处理：解禁股份的比例不超过实际控制人马峻、沈东军及实际控制人亲属茜毅泽减持股份数量占其各自持有股份数量的比例中的最大值。

（2）Eurostar HK Holdings Limited 承诺：对于已持有的公司股份，自公司股票上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理该部分股份，也不由公司回购该部分股份。上述锁定期满后，每年转让的股份不超过所持公司股份总数的百分之二十五。

3、其他特别约定

（1）Eurostar Diamonds International S. A. 及其关联方向通灵珠宝所供应的商品及相关物资（含“蓝火”89 面切工钻石系列商品），其价格不得高于通灵珠宝在公开市场可购买价格。

（2）Eurostar Diamonds International S. A. 有权委派一名人员出任通灵珠宝董事。所有决策批准公司重大事项，Eurostar Diamonds International S. A. 委派的董事必须参加会议。

（五）发行人股东中私募投资基金的情况

报告期内，发行人股东中不存在私募投资基金。

十、发行人内部职工股的情况

截至本招股说明书签署日，本公司没有发行过内部职工股。

十一、工会持股、职工持股会持股、信托持股、委托持股等情况

股份公司设立以来，不存在工会持股、职工持股会持股、信托持股、委托持股或股东数量超过二百人的情况。

十二、员工及其社会保障情况

（一）员工情况

2013 年 12 月 31 日、2014 年 12 月 31 日、2015 年 12 月 31 日和 2016 年 3 月 31 日，公司在册员工分别为 2,226 人、2,345 人、2,335 人和 2,306 人。截至 2016 年 3 月 31 日，公司在册员工结构如下：

1、岗位类别

岗位类别	人数	所占比例
管理人员	543	23.55%
营销人员	1,757	76.19%
研发设计、技术人员	6	0.26%
总　计	**2,306**	**100.00%**

2、学历结构

学历类别	人数	所占比例
大学本科以上	378	16.39%
大中专	1,846	80.05%
其他	82	3.56%
总　计	**2,306**	**100.00%**

3、年龄结构

年龄区间	人数	所占比例
50 岁以上	135	5.85%

40-49 岁	142	6.16%
30-39 岁	907	39.33%
29 岁以下	1,122	48.66%
总　计	**2,306**	**100.00%**

（二）社会保障与福利情况

公司实行劳动合同制，公司与员工签订了劳动合同，双方按照劳动合同规定履行权利和义务，员工的聘用和解聘均依照《中华人民共和国劳动法》的相关规定办理，按规定确立劳动试用期、合同期限、工时制度、劳动保障以及劳动合同的变更、解除和终止。

报告期内，公司社保缴纳情况如下：

序号	项目	2016 年 3 月末	2015 年末	2014 年末	2013 年末
1	员工总人数	2,306	2,335	2,345	2,226
2	退休返聘及兼职人员数量	58	45	47	71
3	按法规规定需要缴纳人数	2,248	2,290	2,298	2,155
4	实际全额缴纳社会保险人数	2,248	2,290	2,298	2,155
5	实际缴纳社会保险金额（万元）	550.11	2,144.24	1,886.30	1, 706. 75
6	实际缴纳社会保险人数与按规定需要缴纳员工人数比例	100%	100%	100%	100%

公司自 2001 年 8 月开始按照规定缴纳全部社会保险险种。公司尚有少部分员工未缴纳社会保险，主要原因在于：（1）退休返聘人员，按规定公司不需要为其缴纳社会保险；（2）兼职人员（含在校大学生）。

报告期内，公司公积金情况如下：

序号	项目	2016 年 3 月末	2015 年末	2014 年末	2013 年末
1	员工总人数	2,306	2,335	2,345	2,226
2	退休返聘及兼职人员数量	58	45	47	71
3	按法规规定需要缴纳人数	2,248	2,290	2,298	2,155

4	实际缴纳公积金人数	2,248	2,290	2,298	2,155
5	实际缴纳公积金金额（万元）	164.75	641.26	561.87	497. 24
6	实际缴纳公积金人数与按规定需要缴纳员工人数比例	100%	100%	100%	100%

公司从 2007 年 7 月开始按照规定为全部人员缴纳住房公积金。公司尚有少部分员工未缴纳公积金，主要原因在于：（1）退休返聘人员，按规定公司不需要为其缴纳公积金；（2）兼职人员（含在校大学生）。

南京市劳动保障监察支队、太仓市人力资源和社会保障局、合肥市人力资源和社会保障局、淮安市清河区人力资源和社会保障局、苏州市社会保险基金管理中心、张家港市人力资源和社会保障局、常州市社会保险基金管理中心、南通市人力资源和社会保障局出具证明，确认自 2013 年 1 月至今，本公司及下属子公司没有违反国家劳动及社会保障法律法规而遭受行政处罚的记录。南京住房公积金管理中心、太仓市住房公积金管理中心、合肥市住房公积金管理中心、淮安市住房公积金管理中心、苏州市住房公积金管理中心、苏州市住房公积金管理中心张家港分中心、常州市住房公积金管理中心、南通市住房公积金管理中心出具《证明》：公司没有因违反公积金法律法规而受到行政处罚的情形。

（三）发行人的员工薪酬制度

发行人为了适应公司运营发展需要，体现公平、公开、奖优罚劣的原则，制定了《行政员工薪酬激励系统》、《直营店员工薪酬激励系统》等薪酬管理制度。

公司总部人员、运营管理人员的薪酬管理遵照《行政员工薪酬激励系统》中的相关规定执行，上述人员的薪酬主要由月固定工资、半年度绩效奖金和年度奖金三部分构成。月固定工资根据员工的职级确定，半年度绩效奖金根据公司半年度业绩情况及员工个人绩效评估成绩测算，年度奖金根据公司年度目标完成情况及个人年度业绩情况测算。对于当选年度优秀的员工可以享有一定额度的优秀员工激励奖金。同时，公司根据员工业绩，对于符合一定条件的员工在公司工作期间可获得定期或不定期的月固定工资调整即升职（级）调薪的机会。

公司直营店、专厅员工的薪酬管理遵照《直营店员工薪酬激励系统》中的相关规定执行，上述人员的薪酬主要由月固定工资、月度提成、半年度绩效奖金、

年度奖金等部分构成。月固定工资根据员工的岗位类别、个人素质能力、业绩表现等确定，月度提成根据月度销售毛利、月度提成系数、岗位类别等确定，半年度绩效奖金根据个人绩效评估成绩、所在门店半年度绩效目标完成情况等确定，年度奖金根据个人半年度绩效奖金及个人在公司的工作年限等确定。对于当选年度优秀的员工可以享有一定额度的优秀员工激励奖金。同时，公司根据员工业绩，对于符合一定条件的员工在公司工作期间可获得月固定工资调整即绩效调薪的机会。

（四）公司报告期内的员工薪酬及与当地平均工资水平比较情况

公司报告期内的员工薪酬及与当地平均工资水平的比较情况如下：

单位：万元

2013 年					
省份	岗位类别	工资收入总额	平均人数	平均工资水平	当地平均工资水平
江苏	管理人员	4,424.61	415	10.66	5.8
	营销人员	7,079.52	1,134	6.24	
	研发设计、技术人员	49.94	6	8.32	
上海	营销人员	360.62	45	8.01	6.04
北京	营销人员	101.93	14	7.28	6.95
天津	营销人员	163.25	25	6.53	5.11
浙江	营销人员	1,078.94	182	5.93	4.45
福建	营销人员	35.2	7	5.03	4.93
山西	营销人员	75.94	13	5.84	4.74
黑龙江	营销人员	0.49	1	0.49	3.82
重庆	营销人员	12.87	2	6.43	5.1
安徽	营销人员	1,071.98	171	6.27	4.78
山东	营销人员	502.27	97	5.18	4.64
辽宁	营销人员	211.12	47	4.49	4.63
湖南	营销人员	9.68	11	0.88	4.39
湖北	营销人员	218.22	43	5.07	4.63
河南	营销人员	97.43	19	5.13	4.05
陕西	营销人员	215.17	34	6.33	4.89
河北	营销人员	125.98	25	5.04	4.15
2014 年					
省份	岗位类别	工资收入总额	平均人数	平均工资水平	当地平均工资水平
江苏	管理人员	6,070.56	509	11.93	6.18
	营销人员	8,410.77	1,159	7.26	

	研发设计、技术人员	38.61	6	6.43	
上海	营销人员	302.35	30	10.08	6.54
北京	营销人员	120.78	16	7.55	7.76
天津	营销人员	204.63	35	5.85	5.62
浙江	营销人员	1,174.80	172	6.83	4.81
福建	营销人员	33.31	6	5.55	5.34
山西	营销人员	80.98	12	6.75	4.9
重庆	营销人员	28.7	6	4.78	5.56
安徽	营销人员	1,066.36	148	7.21	5.09
山东	营销人员	458.43	85	5.39	4.77
辽宁	营销人员	210.32	40	5.26	4.55
湖北	营销人员	257.39	44	5.85	5.2
河南	营销人员	117.67	18	6.54	4.99
陕西	营销人员	226.4	35	6.47	5.05
河北	营销人员	68.99	12	5.75	4.51
2015 年					
省份	岗位类别	工资收入总额	平均人数	平均工资水平	当地平均工资水平
江苏	管理人员	7,117.45	563	12.64	
	营销人员	8,077.32	1132	7.14	
	研发设计、技术人员	65.9	6	10.98	
上海	营销人员	332.97	21	15.86	
北京	营销人员	186.44	24	7.77	
天津	营销人员	259.48	41	6.33	
浙江	营销人员	1,174.44	180	6.52	
山西	营销人员	122.59	14	8.76	
四川	营销人员	45.12	14	3.22	
重庆	营销人员	127.27	19	6.7	
安徽	营销人员	1,037.28	163	6.36	
山东	营销人员	469.77	88	5.34	
辽宁	营销人员	150.43	26	5.79	
湖北	营销人员	261.1	44	5.93	
河南	营销人员	165.03	26	6.35	
陕西	营销人员	206.39	32	6.45	
河北	营销人员	62.16	13	4.78	
2016 年 1-3 月					
省份	岗位类别	工资收入总额	平均人数	平均工资水平	当地平均工资水平
江苏	管理人员	1,321.26	555	2.38	
	营销人员	2,548.81	1103	2.31	
	研发设计、技术人员	18.56	6	3.09	
上海	营销人员	90.58	21	4.31	
北京	营销人员	47.54	16	2.97	
天津	营销人员	76.46	36	2.12	

浙江	营销人员	355.02	170	2.09	
山西	营销人员	39.67	15	2.64	
四川	营销人员	45.28	24	1.89	
重庆	营销人员	34.69	23	1.51	
安徽	营销人员	335.36	175	1.92	
山东	营销人员	136.08	88	1.55	
辽宁	营销人员	43.43	28	1.55	
湖北	营销人员	68.79	42	1.64	
河南	营销人员	48.52	25	1.94	
陕西	营销人员	51.05	32	1.6	
河北	营销人员	27.64	13	2.13	

注：2015年官方平均工资水平尚未公布。2013年度黑龙江、湖南的员工薪酬较低，主要是由于所在地门店当年关店所致。

2013年-2015年，除北京、辽宁、重庆等省市出现员工薪资收入略低于当地平均水平外，90%左右的省份营销人员的薪资收入均高于当地平均水平，其中江苏、安徽、上海、浙江等省份营销人员的薪资水平均处于当地75分位左右，北京、辽宁、重庆等省市因门店进驻、运营时间较短，当地销售状况不佳，导致营销人员整体薪资水平不高。

（五）公司未来薪酬制度及水平变化趋势

公司未来一段时间内，公平、公开、奖优罚劣仍然是薪酬激励的指导原则，薪酬制度在保障员工基本薪酬的前提下，仍坚持薪酬设计和标准体系做到高薪酬、高责任、高价值、高贡献，薪酬结构注重高弹性和绩效工资，物质激励与精神激励、短期与长期激励相结合，注重激励的丰富化、系统化和及时化的薪酬策略和方向，同时积极予以创新，持续各岗位财务价值的开发及创造，并给予相关的激励回报，确保公司整体的薪酬激励能够吸引更多优秀人才加入，淘汰不合格人员。

在公司上述薪酬制度的驱动下，预计随着公司业绩的增长及人力成本的提高，公司的员工薪酬将有所增长。

（六）公司劳务派遣人员的情况

公司遵照《中华人民共和国劳动合同法》与员工签订了书面劳动合同，并依据国家法律法规为员工支付劳动报酬及缴纳社保公积金。公司不存在以劳务派遣形式用工的情形。

十三、主要股东及作为股东的董事、监事、高级管理人员的重要承诺

（一）避免同业竞争和减少关联交易的承诺

为避免今后与实际控制人及其控股企业间出现同业竞争，以及规范和减少与实际控制人及其控股企业之间的关联交易，维护公司的利益和保证公司的长期稳定发展，本公司实际控制人马峻、沈东军先生及实际控制人亲属蔺毅泽女士出具了《关于避免同业竞争的承诺函》。本承诺函的具体内容请参见本招股说明书“第七节 同业竞争与关联交易”之“二、关于同业竞争”。

（二）自愿股份锁定的承诺

详情请参阅本招股说明书“重大事项提示”之“三、公司股东股份锁定及减持价格承诺”的相关内容。

（三）稳定股价的承诺

发行人、控股股东、董事、监事、高级管理人的稳定股价承诺请参阅本招股说明书“重大事项提示”之“四、关于稳定股价的承诺”的相关内容。

（四）发行人及公司控股股东、董事、监事、高级管理人员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

详情请参阅本招股说明书“重大事项提示”之“五、发行人及公司控股股东、董事、监事、高级管理人员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”的相关内容。

（五）未履行承诺的约束措施的承诺

详情请参阅本招股说明书“重大事项提示”之“七、未履行承诺的约束措施”的相关内容。

（六）持股 5%以上股东的持股意向及减持意向

详情请参阅本招股说明书“重大事项提示”之“八、持股 5%以上股东持股意向及减持意向”的相关内容。

（七）董事、高级管理人员对公司填补回报措施能够得到切实履行作出的承诺

详情请参阅本招股说明书“第十一节 管理层讨论与分析”之“七、本次发行对即期回报摊薄的影响及应对措施”的相关内容。

（八）公司实际控制人做出的其他重要承诺

发行人控股股东、实际控制人沈东军、马峻承诺：

1、如发行人及其子公司因租赁沈东军、马峻的房屋存在产权瑕疵或者政府拆迁等原因而导致发行人及其子公司在合同到期前被迫搬迁，沈东军、马峻将一起全额补偿发行人及其子公司搬迁产生的费用和因搬迁造成的损失，保证发行人及其子公司不会因此遭受任何损失；

2、如因发行人租赁的房屋存在产权瑕疵等原因而导致发行人及其子公司在合同到期前被迫搬迁或对发行人及其子公司造成其他不利影响，沈东军、马峻一起全额补偿发行人及其子公司搬迁产生的费用和因搬迁造成的损失，保证发行人及其子公司不会因此遭受任何损失；

3、针对发行人承租的沈东军与马峻所有的位于南京市新街口正洪街综合楼 A 区 1 至 3 层房屋涉及与南京市住房和城市建设委员会的行政诉讼，沈东军、马峻承诺如发行人在合同到期前被迫搬迁，沈东军、马峻全额补偿发行人搬迁产生的费用和因搬迁造成的损失，保证发行人不会因此遭受任何损失。

十四、中介机构的重要承诺

详情请参阅本招股说明书“重大事项提示”之“六、中介机构关于为公司首次公开发行制作、出具的文件无虚假记载、误导性陈述或重大遗漏的承诺”的相关内容。

十五、本次新股公开发行和老股公开发售方案

详情请参阅本招股说明书“重大事项提示”之“一、本次新股公开发行和老股公开发售方案”的相关内容。

第六节　业务与技术

一、公司主营业务、主要产品及设立以来的变化情况

公司从事珠宝首饰产品的设计、研发及销售业务，产品定位于中高端珠宝首饰零售市场，主要产品为钻石饰品和翡翠饰品。公司致力于“TESIRO 通灵”、“传世翡翠”等自有品牌产品的设计、推广及渠道建设，力争打造中高端珠宝品牌形象。

公司主营业务与主要产品自设立以来未发生重大变化。

二、公司所处行业的基本情况

根据最新《国民经济行业分类》（GB/T4754-2011），公司所处行业为“F52 零售业”项下的“5245 珠宝首饰零售业”。按照中国证监会《上市公司行业分类指引》（2012 年修订），公司所处的行业为“F52 零售业”。

（一）行业管理体制

从我国的行业管理情况来看，珠宝首饰零售行业主管部门为商务部、国家发展与改革委员会和国土资源部珠宝玉石首饰管理中心。

商务部拟订国内外贸易和国际经济合作的发展战略、方针、政策，起草国内外贸易、国际经济合作和外商投资的法律法规，制定实施细则、规章；研究提出我国经济贸易法规之间及其与国际多边、双边经贸条约、协定之间的衔接意见。

国家发展与改革委员会及其各地分支机构，主要负责产业政策的制定，并监督、检查其执行情况，研究制定行业发展规划，指导行业结构调整，实施行业管理，参与行业体制改革、技术进步和技术改造、质量管理等工作。

国土资源部珠宝玉石首饰管理中心是一个从事珠宝玉石的鉴定、科研、教学、评估、媒体宣传和职业技能鉴定的国家事业性单位。

中国珠宝玉石首饰行业协会（以下简称“中宝协”）是本行业的自律组织，是经国家批准成立的全国性珠宝玉石行业的社会团体，主要负责组织行业专业培训工作；收集、整理、研究国内外行业信息，编辑出版有关书刊、报纸，及时反映行业的动态和经验，宣传主管部门的行业政策；开展国内和国际行业技术交流和合作；对国内外行业供需形势、管理体制、资源利用及保护、产业结构以及产

品进出口政策、价格政策和税收政策进行调查研究，为主管部门决策提出建议等。

目前，珠宝首饰零售行业属于市场化程度较高的行业，政府部门和行业协会仅对本行业实施行业宏观管理，企业的生产经营完全按照市场化方式进行。

（二）法律法规及行业政策

随着我国居民收入水平的提高，黄金、钻石、翡翠等珠宝饰品的消费量逐年增长，珠宝首饰零售行业呈现快速发展的趋势。与此同时，为规范及鼓励珠宝首饰行业的发展，我国出台的法律法规及行业政策亦日趋完善，涵盖了原材料供应、交易平台、税收环节等诸多方面。

近年来，我国出台的与珠宝首饰零售行业相关的法律法规及行业政策如下：

序号	名称	实施日期	行业影响
1	《中国珠宝玉石首饰行业自律公约》	2003 年 2 月	从行业自律角度进一步规范珠宝玉石首饰行业，鼓励、支持开展公平、公正、合法、有序的行业竞争，为珠宝首饰行业向进一步市场化和国际化发展提供了自律规范。
2	《国务院关于取消第二批行政审批项目和改变一批行政审批项目管理方式的决定》	2003 年 3 月	中国人民银行停止执行包括黄金制品生产、加工、批发、零售业务在内的 26 项行政审批项目，标志着黄金、白银等贵金属及其制品从管理体制上实现了市场的全面开放。
3	《关于规范珠宝首饰艺术品评估管理有关问题的通知》和《资产评估准则——珠宝首饰》	2007 年、2010 年	进一步引导和规范珠宝首饰艺术品评估。这些规定在珠宝企业的产品定价、融资、资产重组等方面发挥重要作用，搭起了珠宝首饰行业与资产评估行业的桥梁，为珠宝企业进入资本市场提供了技术支持和保障。
4	《财政部、海关总署、国家税务总局关于调整钻石及上海钻石交易所有关税收政策的通知》	2006 年 6 月	自上海钻石交易所销往国内市场的毛坯钻石，免征进口环节增值税；自上海钻石交易所销往国内市场的成品钻石，进口环节增值税实际税负超过 4%的部分由海关实行即征即退；对国内加工的成品钻石，通过上海钻石交易所销售的，在国内销售环节免征增值税。这些规定为我国珠宝首饰企业参与国际竞争、提高竞争实力提供了重要保障。
5	《关于促进黄金市场发展的若干意见》	2010 年 7 月	要求切实加大创新力度，积极开发人民币报价的黄金衍生产品，丰富交易品种，完善黄金市场体系，进一步深化市场功能，提高市场的规

			范性和开放性，促进形成多层次的市场体系。
6	《中共中央关于制定“十二五”规划的建议》	2010 年 10 月	坚持扩大内需特别是消费需求的战略，必须充分挖掘我国内需的巨大潜力，着力破解制约扩大内需的体制机制障碍，加快形成消费、投资、出口协调拉动经济增长新局面。
7	《关于“十二五”时期促进零售业发展的指导意见》	2012 年 2 月	深入贯彻落实科学发展观，以提升零售业整体发展水平为目标，以加快零售业发展方式转变、结构调整为主线，以扩大消费、增加就业、引导生产、改善民生、促进和谐为根本出发点和落脚点，深化流通体制改革，提高流通效率，降低流通成本，为我国经济和社会发展作出更大贡献。“十二五”时期，商品零售规模保持稳定较快增长，社会消费品零售总额年均增长 15%，零售业增加值年均增长 15%。

同时，国家制定和修订了一系列行业标准和规定，如《珠宝玉石名称》、《珠宝玉石鉴定》、《钻石分级》、《金银饰品标识管理规定》以及《首饰贵金属纯度的规定及命名方法》、《珠宝玉石及贵金属产品分类与代码》GB/T 25071-2010 国家标准等，对提高我国珠宝行业的整体水平、促进行业持续健康发展、参与国际竞争起到积极的作用。

（三）珠宝首饰零售行业概述

1、珠宝首饰产品定义及分类

珠宝首饰是指珠宝玉石和贵金属的原料、半成品，以及用珠宝玉石和贵金属的原料、半成品制成的佩戴饰品、工艺装饰品和艺术收藏品。根据 2010 年国家标准化管理委员会发布的《珠宝玉石及贵金属产品分类与代码》，珠宝玉石被定义为“对天然珠宝玉石和人工宝石的统称”，而贵金属则定义为“金、银和铂族金属的统称”。

珠宝首饰从材质上分主要包括：钻石、宝石、黄金、铂金、白银、珍珠、玉石、水晶、翡翠、玛瑙、珊瑚、琥珀、琉璃等；从功能上分主要包括头饰、耳饰、颈饰、胸饰、腰饰、手饰、脚饰、金银珠宝首饰、藏饰/民族饰品、手机饰品、首饰配件、珠宝原料、珠宝首饰包装及保养品、其他首饰饰品等。

根据国内外一般的商业习惯，将珠宝饰品分为五大类：①宝石饰品、②贵金属饰品、③珍珠饰品、④半宝石饰品、⑤人造珠宝。其中前三类为贵重珠宝。

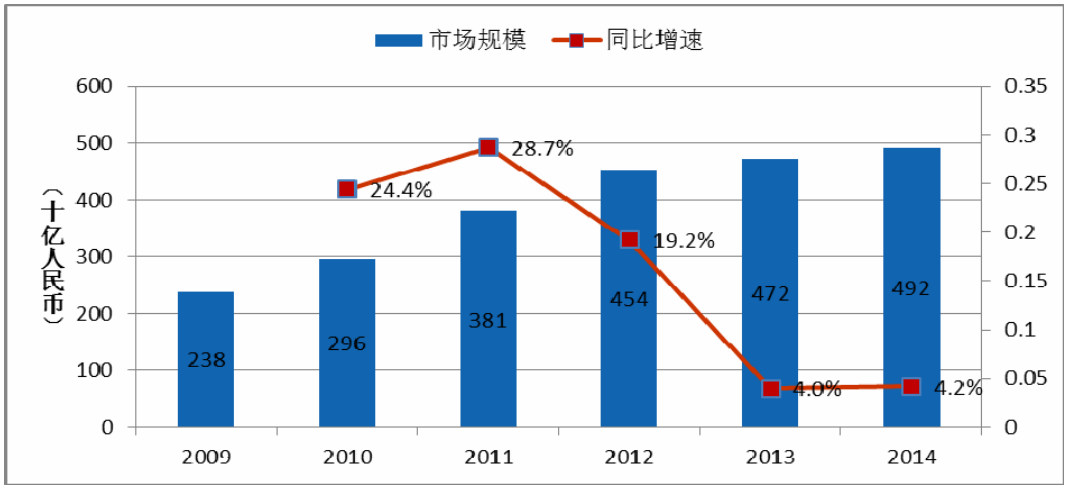
珠宝首饰产品分类

类别	内容
宝石饰品	钻石、红宝石、蓝宝石、祖母绿
贵金属饰品	黄金、白金、银
珍珠饰品	海水珍珠、淡水珍珠、大溪地珠、南洋珠
半宝石饰品	蛋白石、紫水晶、黄玉、翡翠、玉、电气石（碧玺）、拓榴石、黑宝石、猫眼石、珊瑚、虎眼石、其他如亚历山大石
人造珠宝	贝壳、珐琅、景泰蓝、合成宝石（如合成钻石、人造红宝、人造蓝宝、人造祖母绿、人造翡翠等）、平价金属（如铜、镀金、铜组合金、其他各种金饰品）、其他

2、珠宝首饰零售行业概况

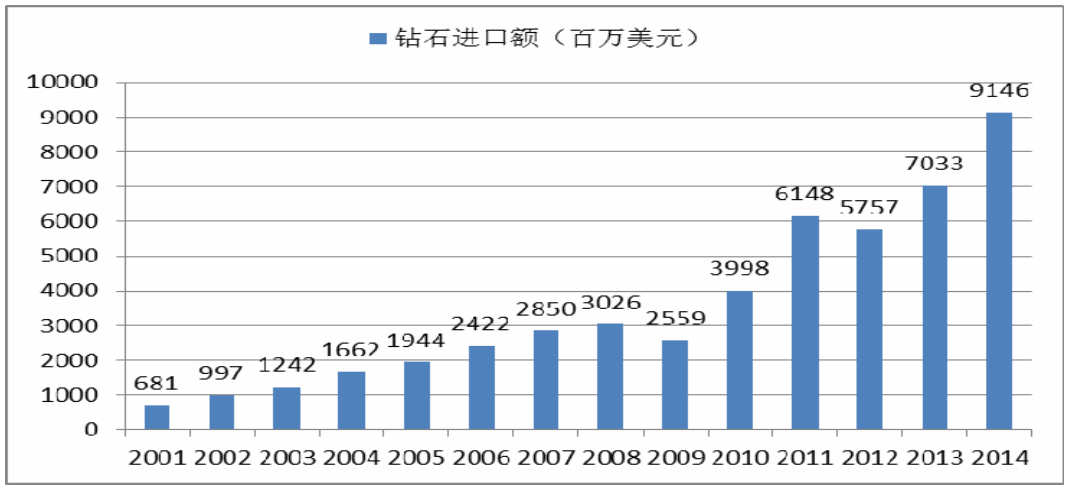
我国珠宝首饰行业起步于 20 世纪 80 年代初。当时，世界珠宝首饰产业逐步向亚洲地区转移，香港的珠宝制造业迅速崛起，在世界珠宝业中占据重要地位。而中国大陆低廉的人工成本和巨大的市场潜力，吸引了世界发达国家和地区的知名珠宝商纷纷进入中国。特别是毗邻香港的深圳特区通过承接香港的珠宝加工业务逐渐成为了我国重要的珠宝首饰加工制造中心。经过多年的发展，我国珠宝首饰的加工能力日趋完善，同时竞争亦日趋激烈。更多的珠宝企业开始由“制造型”向“设计创造型”转型，通过建立自有品牌和渠道向产业链的下游发展，参与珠宝零售市场的竞争。

近年来，得益于我国国民经济的较快发展和居民可支配收入的提高，我国珠宝首饰零售行业呈现了高速发展的态势，未来仍具有较大的增长潜力。根据 Euromonitor 数据显示，2013 年中国内地珠宝零售额达 4,720 亿元，2009-2014 年复合年增长率为 15.63%。根据中国珠宝行业网的数据显示，2015 年中国珠宝产品零售消费总额超过 5,500 亿元。预计未来几年，我国的珠宝首饰市场需求仍将稳步增长。



资料来源：中国产业信息网

合理预计未来几年，我国的珠宝首饰零售市场将继续以较高的速度增长，市场需求也将日趋多样化，市场将进一步细分。从珠宝产品消费结构来看，不同珠宝产品在我国的市场成熟程度有所不同。黄金饰品在中国文化中的基础较为深厚，是目前我国消费量最大的珠宝产品。钻石得益于 De Beers 数十年来的成功营销策略，其经典广告词“钻石恒久远，一颗永流传”，使得钻石饰品在年轻消费人群中日益流行，在我国珠宝产品中的消费占比稳步提高。翡翠是独具中国文化符号的珠宝产品，在我国也拥有较为稳定的消费人群。2001 年-2014 年，中国大陆进口成品钻石和钻石毛坯的金额的复合增长率约为 21%。



资料来源：海关总署，中金公司研究部

3、珠宝首饰零售渠道的构成

中国珠宝零售市场主要由三部分组成，即百货商场珠宝专厅、专营店和珠宝

市场三种形式。

（1）百货商场珠宝专厅

商场专厅主要指在大中型百货商场中开设的由珠宝首饰厂商经营的首饰专厅。它目前仍是国内珠宝首饰销售的主要形式之一。其优势表现在：有显著的客流量。由于大中型百货商场一般地处某一区域的商业中心，交通便利，知名度高，客流大，人气旺，其经营环境一般优于交易市场，诚信度较好。商场对于信誉和公众舆论的关注度高，所以服务的态度、服务的内容也较好，在诚信度方面有着显著的优势，经销商可借助这些优势得以迅速发展，促销力度较大。

由于商品类别多样化，所以商场进行促销活动的余地就比较大，不同楼层、不同商品在不同时期都可以进行促销活动，以吸引消费者的注意。而到珠宝柜台的客流量越大，创造的销售机会也就越大，经营风险相对较低。在珠宝业的发展阶段，珠宝首饰走进大商场直接面对众多的消费者，对普及知识、培育市场、引导消费等都起到了非常大的作用。

（2）珠宝专营店

珠宝专营店主要指单独开设的珠宝首饰专卖店。它是独立的门店，其经营模式与组织形式可以是独家老店，也可以是各类连锁等。专营店以消费需求为导向进行经营管理，最能突出该品牌的产品特色和经营特色，也更能满足消费者日益增强的个性化消费趋势。利用独立的门店，能很好地展示企业形象，突出企业经营理念和产品特色，经营者可以按照企业的总体规划和实施方案开展自己的营销活动，并可根据市场情况的变化，随时调整经营策略，如调整店堂布局、风格、经营品种、品牌推广、促销宣传等。国内珠宝专营店的规模普遍偏小，市场占有率在大多数地方也比百货商场要低，而且各地情况也有很大不同，在比较成熟的珠宝零售市场，珠宝专营店已经占据主导地位。以北京为例，目前北京珠宝零售市场形成了珠宝品牌专营店、商场珠宝专厅和专门珠宝市场三分天下的格局。

（3）珠宝市场

珠宝市场是以各地珠宝产业的发展为依托而形成的，集批量采购、集中供应、厂家直销、接单加工、电子商务、拍卖交易为主要形式，多功能、全方位、强辐

射、大流通、集约化、网络化、专业化的大型珠宝首饰综合服务平台。随着珠宝产业的快速成长和消费市场的不断扩大，从 2000 年至今，迅速建立起大大小小近百家专业珠宝市场。珠宝市场以批发业务为主起步，随着口碑传承珠宝商圈的影响力与日俱增，珠宝市场内的珠宝零售业务发展迅速。

（4）其他渠道

此外，珠宝零售渠道还包括电视购物、电子商务以及量贩式渠道等等。每克拉美、全城热恋等量贩式的渠道、电子商务渠道（钻石小鸟）也逐渐兴起。

对于消费者而言，一般在百货公司购物时，较有信心，也较为放心。同时对于珠宝零售商而言，百货公司珠宝专厅的扩张成本较低，并且客流量较大。因此，来自百货市场珠宝专厅途径销售的市场比例将不断攀升。根据 Frost＆Sullivan 报告，预测来自百货公司珠宝专厅的珠宝首饰销售于 2010 年至 2015 年复合年增长率为 40. 1%。

4、珠宝零售渠道的营运模式

中国珠宝零售渠道按照营运模式划分，可分为自营模式、加盟模式、联营模式。

（1）自营模式

自营模式是指珠宝品牌公司出资开设直营店或者在商场开设专厅进行零售，自营店的货品所有权归属于公司；店面形象由公司负责按统一形象标准装修，货品由公司自主统一配送及摆置，并运用公司 ERP 统一管理，由公司聘请的营业员销售导购。

（2）加盟模式

加盟模式是指由加盟商出资开设的独立店铺或专厅，由加盟商自行负责管理并承担相应责任，加盟店的货品所有权归属于加盟商。店面形象由品牌商负责按统一形象标准装修，并提供相应的人员培训、开店指导以及后续经营指导等一系列服务。

（3）联营模式

联营模式是指由品牌商和加盟商共同合作经营的模式，双方共同负责管理以及承担相应责任。一般成立由双方参股的公司，联营店的货品所有权归属联营店。店面形象由品牌商负责按统一形象标准装修，并提供相应的人员培训、开店指导以及后续经营指导等一系列服务。

就珠宝零售商而言，自营零售点仍然是一种重要的营运模式，因为与加盟和联营模式相比，自营模式能给予珠宝零售商较大的经营控制权，也更接近零售客户。同时，自营模式能够节省流通环节，使得珠宝零售商可以享受更大的利润空间。但是，由于地域方面的限制，开设数量众多的自营店需要耗费大量资金，所以加盟和联营模式作为一种既具成本优势又行之有效的扩张方式在中国珠宝零售商中盛行，尤其是在二、三线城市。

（四）珠宝首饰零售行业竞争情况

1、珠宝首饰零售行业的竞争格局

（1）市场竞争激烈，市场集中度逐渐提升

现阶段国内珠宝首饰零售行业处于完全竞争阶段，国内市场上品牌较多，国外奢侈品牌如 Cartier（卡地亚）、Tiffany（蒂芙尼）、Bvlgari（宝格丽）及香港品牌周大福、周生生、谢瑞麟、六福等均已进入中国市场。目前，我国珠宝首饰市场已逐步形成了境内品牌、香港品牌、国外品牌珠宝企业三足鼎立的竞争局面。目前，中国珠宝首饰行业属于朝阳行业，仍处于高速发展阶段，没有一家企业处于绝对优势地位，市场集中度较低。但随着市场竞争的深入，优势企业的品牌影响力不断增强以及销售渠道的覆盖范围不断扩大，市场集中度正在提升。

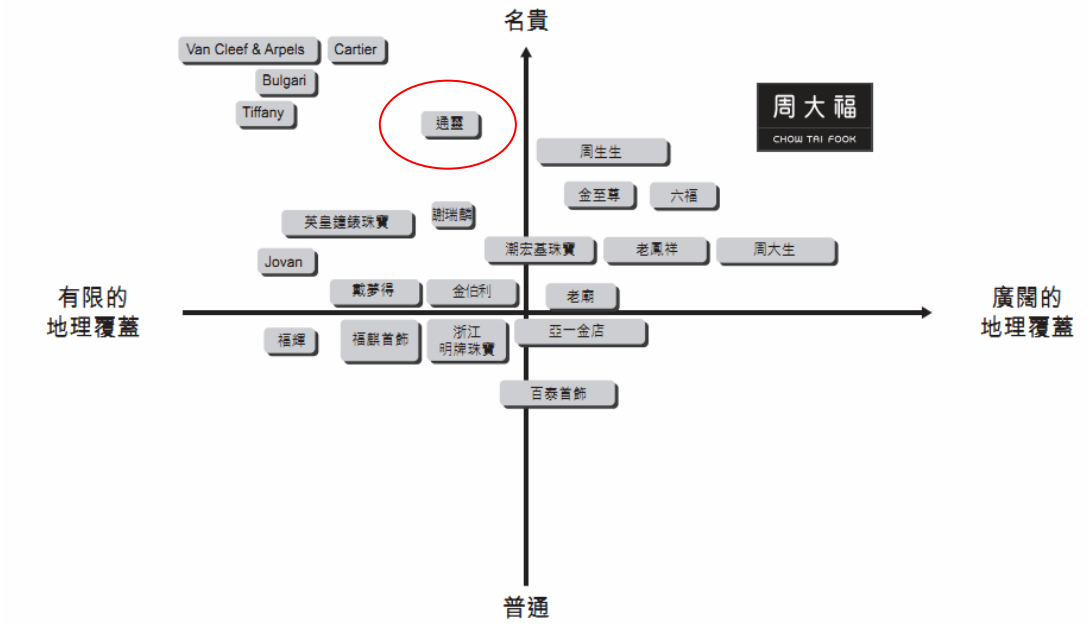
（2）品牌及渠道逐渐成为珠宝零售企业的竞争核心

珠宝产品的消费具有单件价值较高，体现消费者审美、个性等特征，因此品牌知名度高、信誉良好的珠宝产品更容易获得消费者青睐。品牌优势对于扩大客户群体和市场影响力，增加顾客忠诚度有着举足轻重的作用。而且具有品牌优势的公司也将获得更高的产品附加值和毛利，因此近年来，各大主要珠宝公司已逐步加快品牌建设，提高盈利能力和竞争力。

另一方面，从珠宝首饰产业链环节来看，主要涉及到原材料开采、加工冶炼、

毛坯加工、珠宝首饰制作和销售等五个环节。随着产业分工深化和市场竞争渐趋激烈，珠宝首饰产业链的价值结构变动较大，纯粹的制造业务在产业链中的地位不断下降，设计开发、营销网络和售后服务价值不断增强。从珠宝行业产业链上各个环节的毛利率情况来看，零售商的毛利率要远超批发商的毛利率和制造商的毛利率，零售终端已经成为目前整个珠宝首饰产业链中增值最大的环节。因此，快速的扩张、通过建立全国性范围的营销网络控制零售终端从而获得销售的主动权为品牌带来溢价，将是众多强势品牌的必然选择。

目前，中国主要珠宝首饰企业的品牌定位及渠道建设情况如下图：



资料来源：《周大福招股章程》

（3）珠宝企业通过不同的市场定位和产品定位实施差异化竞争

目前，在中国珠宝市场上，高端市场（奢侈品市场）主要由国际一线知名品牌占据，如卡地亚、蒂芙尼等凭借悠久的品牌历史和精湛的设计工艺已经逐渐形成各具特色的珠宝首饰文化，受到消费者的追捧。该类品牌打造的核心竞争优势在于设计、款式和工艺水平，主要满足的是目标消费者的审美消费需求，因此在原材料的基础上，可以获得更多来自于“设计”的溢价。区别于国际品牌的高端定位，国内品牌（包括香港品牌）的定位多数集中在中高端层次，以中产阶级和工薪阶层为主要目标消费群体，该类消费者有一定的价格敏感度，产品款式和保

值增值属性兼顾。目前，中高端市场仍是我国市场容量和增长潜力最大的市场层级。

此外，从销售产品品类上看，高端市场的主要产品为毛利率较高的镶嵌饰品，而中端市场的主要产品则是毛利率相对较低的黄金和铂金饰品。由于高端品牌单件商品价格较高，因此存货周转率相对较低，而中端品牌由于单件商品价格相对较低且部分珠宝公司批发业务占比较高，因此存货周转率较高。此外，高端品牌的销售费用要高于中端品牌。

2、进入珠宝首饰零售行业的主要障碍

（1）品牌壁垒

珠宝首饰产品由于直接面对最终消费者，而且一般价值较高，这决定了品牌对于珠宝首饰企业的重要性。珠宝品牌的塑造是一个长期的过程，需要持续的投入，不仅是长期的资金投入，更重要的是价值观的持续输出。不同珠宝品牌往往蕴含了其特有的设计理念、品牌定位以及文化元素，获得消费者的认同并产生吸引力需要经过长久经营的沉淀和积累，这种品牌的核心竞争力树立了极高的行业进入门槛。

（2）资金壁垒

珠宝首饰行业是资本密集型行业，行业内企业都需要较多的资金购买价值较高的黄金、铂金、钻石等原材料，同时对于采用自营店销售的企业还需要大量的产品进行铺货，并辅以一定的流动资金作为周转，资金需求量较大。本行业的新进入者面临一定的资金壁垒。

（3）设计壁垒

随着社会的发展及人民生活水平的提高，珠宝首饰消费者对款式、内涵及外观设计极其看重。因此，珠宝企业需要具备紧跟甚至引领市场潮流的能力及相应的产品设计能力。这依赖于珠宝首饰企业具备较强的设计师团队以及良好的产品设计制度与体系，或者整合利用外部设计资源的能力。因此，进入珠宝首饰行业的设计门槛较高。

（4）营销渠道建设及管理壁垒

营销渠道是珠宝零售企业的核心资源，是提升品牌知名度和市场影响力以及提高产品盈利能力的关键所在。建设覆盖面广、质量高的销售终端是珠宝零售企业的主要竞争策略之一，而城市核心商圈的销售门店往往具有稀缺性，因此导致建设终端渠道的竞争较为激烈。此外，建立稳定、高质量的营销渠道还需要有一套完善、科学的管理体系和管理制度相配套，需要培养大批具备货品管理、人员管理、品牌形象管理以及跨区域供应链管理能力的专业人员。营销渠道建设及管理能力对新进入者形成较大的挑战。

（五）市场供求状况及其变动原因

从我国珠宝市场发展的历程和重点区域看，珠宝首饰的消费与我国经济的发展呈现正相关，经济发展越快，居民消费能力越强，珠宝首饰市场就越大。随着我国经济的进一步发展，消费结构的进一步变化，未来珠宝首饰零售市场无疑具有更加美好的前景。

1、消费结构变化将驱动我国珠宝首饰行业继续快速增长

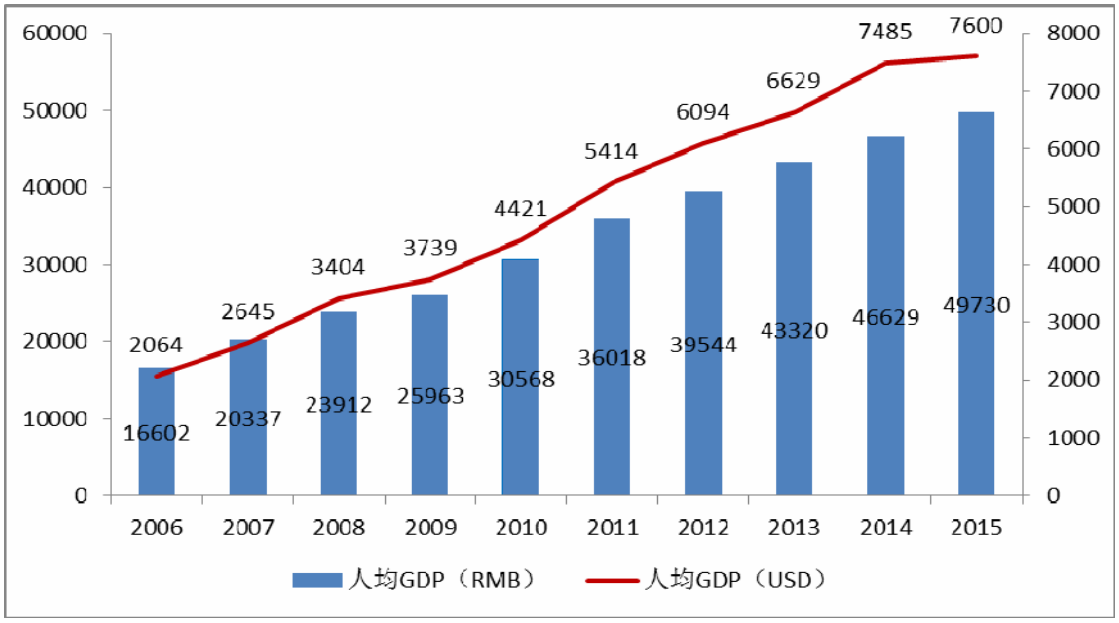
世界经济发展的历史表明，当人均 GDP 超过 1000 美元时，进入第一轮消费升级阶段，对大宗商品如房屋、汽车和品牌产品的消费需求加速。当人均 GDP 超过 3000 美元以后，往往是一个地区的经济变动较快的阶段，城市化、工业化的进程也会加速发展，而居民消费类型则将发生大转变，形成第二次消费升级浪潮。我国人均 GDP 于 21 世纪初超过 1000 美元，房地产、汽车、家电等行业迎来快速发展的十年。伴随着我国人均 GDP 于 2008 年和 2010 年分别达到 3000 和 4000 美元，高端享受型消费将明显受益于消费升级的大趋势。借鉴美国珠宝消费历史，2011 年中国人均 GDP 水平超过 5000 美元相当于美国 20 世纪 60 年代后期的水平，在随后的 10 年里美国珠宝消费快速提升，消费占比提升一倍，中国的珠宝消费也有望迎来快速增长期。

收入持续增长提升珠宝消费倾向。中国经济的高速增长带来居民收入持续增长，进而对居民消费偏好和消费倾向产生了重要影响。自 2008 年至 2014 年，中国城镇人均可支配收入年复合增长率达到 10. 93%。与收入的稳定增长形成对比，

按国家统计局市场分类，2008 年至 2014 年金银珠宝类成交额的年复合增长率为 16. 27%，明显高于居民收入增速。未来居民收入持续增长、尤其是中产阶级不断崛起的长期趋势对珠宝首饰消费提升形成长期利好。

2006-2015 年中国人均国内生产总值（GDP）

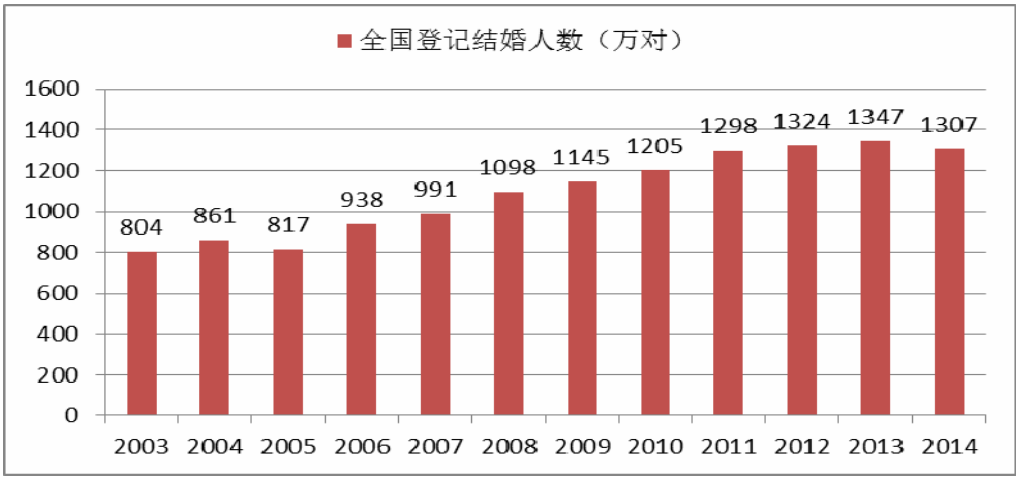
单位：元、美元



资料来源：国际货币基金组织（IMF）

2、婚庆刚性需求保持稳定增长，并逐步向情感消费扩展

根据上海钻交所成品钻石的进口统计数据，中国已经成为全球仅次于美国的第二大钻石消费市场。根据戴比尔斯的调查报告，婚戒消费仍是中国目前乃至未来的钻石消费的主要方式，而逐渐扩大的中产阶层是购买钻石的主要人群。其 2009 年调查报告显示在北京、上海和深圳等一线城市，每 10 对新婚夫妇中的 8 对会有意愿购买结婚钻戒。随着中国经济的发展和消费者消费观念的转变，钻石消费在满足传统婚庆刚性需求外，逐步向情感消费扩展，开始成为订婚日、结婚纪念日、父母生日等表达情感的方式；从单一的戒指消费到戒指、吊坠、耳钉、手链等个性化、套系化的饰品扩展，钻石饰品消费迎来新的发展机遇。



资料来源：2012 中国珠宝玉石首饰年鉴、民政部

3、审美消费趋势为珠宝行业打开新的发展空间

我国在 60、70 年代的出生的群体目前仍继续维持中国传统的消费习惯，但是在第三次人口出生高峰成长起来的 80 后和 90 后，无论在接受的教育、成长的社会环境、还是在主流价值观等方面或者说从更多的生活角度实现与国际接轨，传统的消费习惯有所转化，也包括根深蒂固的珠宝消费行为，珠宝首饰购买频率会更灵活，不同时间也会拥有不同的珠宝消费需求形成饰品消费“快时尚”文化，满足不同场合不同的佩戴需要，不同的心情和对象也需要装饰不同的风格和偏好。

随着改革开放以来出生的年轻人群逐渐走向社会，消费能力不断增强，具备“现代消费意识”的消费者将带来审美消费趋势的形成。毫无疑问，具有典型审美特征的珠宝也将受益于新一代年轻人的审美消费需求。

4、珠宝首饰消费更加多元化

根据 Frost＆Sullivan 报告，2010 年，中国成为全球第二大珠宝市场，仅次于美国（2010 年，美国珠宝零售总额超过 5000 亿人民币）。受适婚人群规模扩大、居民可支配收入的提高以及整体经济表现强劲的持续影响，Frost＆Sullivan 报告预测 2010 年至 2015 年中国珠宝零售市场的复合年增长率将超过国内经济生产总值的增速。在美国、欧洲等西方国家和地区，珠宝首饰类的消费中黄金占比很少，人们佩戴珠宝更加偏向个性十足的钻石和彩宝，而我国因受传统文化影响，黄金的购买一直在珠宝消费中占有很大比例。而近年来，我国的珠宝消费开始走

向多元化，K 金与钻石镶嵌类、翡翠玉石类、铂金、彩宝、珍珠等其他珠宝饰品的消费市场逐渐成熟。

（六）行业利润率水平

一般情况下，珠宝首饰零售行业的毛利率在 20%—50%左右。珠宝零售企业由于品牌影响力、产品结构及营运模式的不同导致盈利能力存在一定的差异。首先，随着珠宝首饰零售行业的发展，行业内企业的竞争进一步体现为以品牌为核心的综合实力竞争，品牌影响力大的企业享有更高的品牌溢价。其次，不同类别的珠宝产品利润水平不同，贵金属首饰相对较低，而钻石、翡翠等镶嵌类首饰较高。因此，以钻石、翡翠等镶嵌类首饰为主的企业具备较高的毛利率水平。此外，不同营运模式下，直营方式的毛利率较高，以商场专厅实现销售的毛利率次之，加盟模式的毛利率也较直营模式低。因此，销售模式的不同也会导致企业间毛利率存在一定差异。

（七）影响中国珠宝首饰行业发展的有利和不利因素

1、有利因素

（1）国家产业政策支持

中国政府为鼓励和发展珠宝玉石首饰行业，先后出台了不少有利的政策措施。关税总水平不断降低，已从 2001 年 12 月 15. 3%已下调到 2006 年的 10%左右。上海钻石交易所、上海黄金交易所先后运行；黄金、白银等贵金属及其制品市场全面开放；钻石进口环节增值税大幅降低。2003 年 5 月，中国人民银行停止执行包括黄金制品生产、加工、批发、零售业务在内的 26 项行政审批项目，标志着黄金、白银等贵金属及其制品从管理体制上实现了市场的全面开放。在黄金和钻石的进口税收政策方面，国家也给予优惠，对进口黄金和黄金矿砂免征进口环节增值税，对从上海钻石交易所销往国内市场的毛坯钻增值税全免，成品钻石进口环节增值税实际税负超过 4%的部分由海关实行即征即退，在产业政策上给予珠宝首饰行业以极大的支持。

（2）行业自律不断加强，市场竞争机制不断完善

为了培育和规范珠宝玉石首饰市场，国家已经相继制定了一系列标准和规

定，如《珠宝玉石名称》、《珠宝玉石鉴定》、《钻石分级》、《珍珠分级》及《金银饰品标识管理规定》、《首饰贵金属纯度的规定及命名方法》等等。各省市也制定有多项办法、标准等。这些为规范市场和参与国际竞争奠定了良好的基础。为加强行业自律，中国珠宝玉石首饰行业协会制定了《珠宝玉石首饰行业自律公约》，还多次召开行业自律会议，出台相关自律的规章制度，接受国家有关部门委托开展市场质量检查，不断探索新时期行业自律工作的经验，通过自我约束，中国珠宝行业实现良性的发展。

（3）中国经济稳步高速的增长，珠宝消费强劲

自 20 世纪 80 年代中国改革开放以来，中国经济一直处于持续快速的发展时期。中国经济稳步高速的增长及随之带来的人均可支配收入不断增加为中国珠宝市场的繁荣和产业发展提供了坚实的物质基础。按人均 GDP 标准测算，中国正处于消费多元化阶段（人均 GDP4, 000−10, 000 美元），而这种消费能力的提升以及消费升级将有力地推动珠宝首饰行业的发展。据预测，2020 年以前，中国的中产阶层顾客将从目前的 1 亿人增加到 6 亿人左右，中国中产阶层的扩大将推动高档终端消费快速增长。其次，我国人口出生率较高的上世纪八十年代中后期出生的人群将于 2007 年至 2016 年左右进入婚龄，婚庆消费也将增加珠宝首饰的消费需求。

2、不利因素

（1）产品差异小，品牌影响力有待加强

从总体上看，我国珠宝首饰产品的工艺水平、款式设计、价格档次等差异较小。这主要是由于目前我国的珠宝首饰企业创新意识薄弱、投入不足导致的。众多珠宝首饰企业的产品在品种、品质、外观款式和风格上非常相似, 也导致了无法突出各自品牌的特色，品牌影响力较弱。

（2）行业集中度低

中国珠宝首饰行业仍处于快速发展阶段，企业众多而分散，市场集中度较低，由于众多的珠宝企业创新能力不足，品牌影响力弱，往往导致行业内出现依靠价格竞争等竞争层次偏低的情况，阻碍了行业的健康发展。

（八）行业特征

1、行业技术水准

珠宝行业的发展水平一方面体现在珠宝首饰产品的设计及加工工艺上，另一方面则体现在对品牌的塑造以及销售渠道的建设管理上。

（1）设计及加工工艺

我国珠宝行业从承接境外的珠宝加工业务起步，经过多年的发展，我国珠宝首饰加工工艺水平不断提高，已有多项技术和工艺属于世界首创或处于世界领先水平。目前，中国已经发展成为世界上规模最大的珠宝首饰加工基地。而且随着国内一些大型珠宝企业对技术骨干、设计大师等人才的引入，以及对设计的重视，中国珠宝首饰设计水平也在不断提高，特别是在与国际领先珠宝企业的竞争中，我国珠宝企业不断吸收借鉴先进的设计理念，并融入中国本土的设计文化，在设计创意、设计理念、艺术表现手法上同国际先进水平的差距正逐渐缩小。

（2）品牌建设及渠道管理能力

珠宝零售企业的核心竞争能力越来越体现为品牌的影响力和渠道的覆盖范围。我国珠宝行业在起步阶段对品牌塑造的投入不足，经过多年的发展，越来越多有实力的珠宝企业开始重视品牌的塑造，将企业自身的经营理念、产品定位、价值观等通过品牌展现给消费者，形成对消费者的吸引力，提高客户的忠诚度。虽然目前国内品牌与国际一线知名品牌如卡地亚、蒂芙尼等的影响力尚存在差距，但是随着我国珠宝市场不断增长和企业品牌建设的持续投入，未来国内品牌的影响力也会被更多的消费者所认可。

此外，珠宝企业的品牌形象需要通过产品来传达给消费者，而广阔的销售渠道是其重要途径之一。经过多年的发展，国内的品牌珠宝企业通过在主要城市设立直营店、商场专厅，发展品牌代理商等方式拓展自身的销售空间，培养了大量具备门店管理、品牌营销、物流配送等方面专业知识的人才，同时利用信息化的物流财务管理系统，已经具备了管理庞大销售网络的能力。

2、行业的周期性、区域性或季节性特征

珠宝首饰行业的发展速度与国民经济发展速度具有正相关性。随着国民经济的发展、居民可支配收入的提高，居民对珠宝首饰的购买力和购买欲望也会随之增强，从而带动珠宝首饰行业的快速发展。因此，该行业的周期性与国家经济增长的周期性基本保持一致。

从区域分布上看，境内珠宝首饰企业分布不平衡，存在一定的区域性特征。境内较有实力的珠宝首饰品牌均分布在沿海经济发达地区，如明牌珠宝在浙江，潮宏基在广东，豫园商城、老凤祥在上海，通灵珠宝在江苏，企业和品牌的发展与经济发达的沿海省市紧密相连，主要竞争市场也集中于此。本行业地域分布不均衡主要原因是：珠宝首饰相对价格较高，而在珠宝首饰企业集中地，居民生活水平较高，这为珠宝首饰行业的发展提供了物质基础；珠宝首饰代表着时尚，地处上述地区的居民易于接触和接受时尚潮流和趋势，这也为该地区珠宝首饰企业发展提供了空间。

从季节特征上看，本行业主要受节假日和婚庆消费影响，不具有明显的季节性特征，一般重大节假日的销售收入较高，相对而言，一季度（含春节）的销售收入会略高于其他季度。

（九）上下游行业之间的关联性及上下游行业发展状况

珠宝首饰行业的上游是黄金、铂金、钻石、宝玉石的开采、冶炼、毛坯加工行业。随着上游行业生产工艺的不断进步，不断为珠宝首饰行业提供高质量的产品，可有效满足珠宝首饰行业技术、工艺的需求，提高行业产品质量，促进行业的发展。

珠宝首饰行业的下游为产品的最终消费者。我国拥有巨大的人口基数，而且随着人均可支配收入的不断提高、城市化进程的推进以及珠宝消费的多元化发展，保证了我国珠宝首饰行业拥有广阔且日益扩大的消费群体。

三、公司在行业中的竞争地位

（一）主要竞争对手及其市场份额

1、主要竞争者简况

目前，通灵珠宝的主要竞争对手是在国内市场具有较强品牌影响力和区域覆盖范围较广的香港品牌珠宝公司及国内品牌珠宝公司。

（1）周大福珠宝金行有限公司

周大福为香港知名珠宝首饰品牌，创建于 1929 年，香港上市公司（01929. HK）。该公司旗下有周大福和 CTF2 两个品牌，其中 CTF2 定位为时尚珠宝。该公司自 1998 年进入中国珠宝首饰零售市场，凭着丰富的黄金珠宝品牌管理经验、终端经营能力、雄厚的资金实力，在规模、拓展速度及品牌影响力上均不断提升。

（2）周生生集团国际有限公司

周生生是香港知名珠宝品牌，创建于 1938 年，香港上市公司（0116. HK）。该公司旗下有周生生和点睛品两个品牌，其中点睛品定位为时尚珠宝，同时通过合作、代理或经销形式引进众多国外珠宝品牌。

（3）谢瑞麟珠宝（国际）有限公司

谢瑞麟为香港知名珠宝首饰品牌，创建于 1960 年，香港上市公司（0417. HK）。该公司旗下有谢瑞麟和 SAXX 两个品牌，其中 SAXX 定位为时尚珠宝。谢瑞麟的优势产品以铂金珠宝首饰为主。它一直致力于打造中高档珠宝品牌形象，注重终端形象维护及产品和服务的质量。通过与中国企业合作成立北京谢瑞麟珠宝有限公司拓展中国市场。

（4）广东潮宏基实业股份有限公司

潮宏基是大陆知名珠宝品牌，境内上市公司（002345），从事时尚珠宝首饰产品的设计、研发、生产及销售，主要产品为 K 金珠宝首饰，核心业务是对“潮宏基”和“VENTI”两个珠宝品牌的连锁经营管理。

（5）浙江明牌珠宝股份有限公司

明牌是大陆知名珠宝品牌，境内上市公司（002574），从事黄金、铂金以及镶嵌类饰品的设计、研发、生产及销售，核心业务是对“明”牌珠宝品牌的连锁经营管理。

（6）深圳市爱迪尔珠宝股份有限公司

爱迪尔是大陆知名珠宝品牌，境内上市公司（002740），集珠宝首饰产品设计生产加工、品牌连锁为一体的珠宝企业，采用加盟商加盟销售和非加盟商经销销售相结合的业务模式，开展“IDEAL”品牌珠宝首饰的设计、生产与销售。

2、发行人在行业内的竞争地位

经过数十年的快速发展，通灵珠宝在品牌营销策划能力、设计能力以及管理能力等方面积累了丰富的经验，储备了一批中高端的零售终端，品牌影响力不断提高。公司专注于钻石饰品和翡翠饰品市场，与国内主要珠宝零售商周大福、谢瑞麟、潮宏基、明牌珠宝、爱迪尔等上市公司的营业收入对比情况如下：

单位：万元

主要竞争对手	产品类别	2013 年（或 2014 财政年度）营业收入	2014 年（或 2015 财政年度）营业收入	2015 年（或 2016 财政年度）营业收入
明牌珠宝	黄金饰品、铂金饰品、镶嵌饰品，其中黄金饰品占比 90%左右	855,780.38	684,211.16	523,965.63
潮宏基	K 金饰品、铂金饰品、足金饰品，其中足金饰品占比 40%左右	207,404.23	247,038.15	269,071.47
谢瑞麟	钻石、彩宝、珍珠、素金首饰等，以钻石饰品为主	338,083.33	322,583.33	294,905.17
周大福	黄金、铂金、珠宝首饰、钟表等，其中黄金首饰占比 70%左右	6,450,591.67	5,356,416.67	4,715,958.33
爱迪尔	以钻石饰品为主	79,896.43	88,490.17	83,951.56
本公司	钻石饰品、翡翠饰品,以钻石饰品为主	116,225.50	143,242.39	149,081.81

注：香港上市公司销售收入以 1/1.2 汇率折算。谢瑞麟财政年度为上年 3 月 1 日至当年 2 月 28 日；周大福财政年度为上年 4 月 1 日至当年 3 月 31 日。

（二）发行人的竞争优势

1、品牌优势是通灵珠宝的核心竞争优势

围绕“为下一代珍藏”的品牌核心价值，通灵珠宝通过长期持续的努力，成功塑造了“通灵珠宝”独特的中高端品牌形象。凭借品牌形象的有效传播，通灵珠宝获得了广泛的品牌知名度、美誉度和忠诚度，在市场上形成了良好的口碑，赢得了众多消费者对产品的认可和品质的信任。随着多年来品牌战略的发展，品牌优势已经成为通灵珠宝的核心竞争优势，使通灵珠宝的产品获得了较高的品牌溢价。

（1）品牌定位“为下一代珍藏”，引导顾客购买行为从单纯性消费转变为情感投资

通灵珠宝的品牌定位主张是创造值得“为下一代珍藏”的中高端珠宝品牌。中国文化重视下一代的传承，财富的传承、精神的传承、感情的传承等。通灵珠宝“为下一代珍藏”的品牌定位准确把握住了中国消费者这种重视传承的情感需求和价值观念，将消费者对通灵珠宝饰品的选择也从单纯的购买转化为了长期的情感珍藏。通灵珠宝差异化的品牌定位超越了婚庆消费的红海市场，开辟了珠宝情感消费的蓝海市场。其目标客户也从结婚人群这一相对狭窄的群体有效延伸到了 25-49 岁年龄段注重品质、品味与生活享受、具有较强家庭观念的中高层消费者。同时，“为下一代珍藏”的品牌定位，也表达了通灵珠宝一直努力为中国市场带来高品质的钻石产品，使钻石不仅作为爱的礼物，还寄寓一种情感，值得消费者珍藏与传承，更易于得到消费者的品牌认同。

（2）持续累积的品牌资产与竞争对手形成有力的品牌区隔

通灵珠宝多年来坚持在中国市场推广比利时优质钻石和文化理念，与比利时王室的良好合作关系，形成了与大部分珠宝品牌相区隔的王室品牌资产优势。作为通灵珠宝的重要品牌资产，比利时王室为通灵珠宝品牌的传播带来丰富的品牌联想，增加了消费者对通灵珠宝品牌的选择和信任。比利时政府授予了总裁沈东军先生“比利时优质切工钻石中国推广第一人”，比利时王室授予沈东军先生“利奥波德军官级国王勋章”等荣誉，比利时王后见证通灵珠宝“王后”、“皇家全火

彩”系列产品发布，在比利时红星航线博物馆永久珍藏“安特卫普之星”系列产品等，对通灵珠宝的发展给予了高度的认可和支持。消费者在了解了通灵珠宝与比利时文化渊源之后，也表达了强烈的认同和好感，增加了对品牌的信赖和消费欲望。

①2011 年 5 月，比利时国家博物馆 MAS 博物馆落成，通灵珠宝的钻石饰品成为其馆藏珍品，通灵珠宝藉此推出“皇家博物馆”系列产品，成为其高端产品系列的代表。

②2013 年 9 月，通灵珠宝总裁沈东军受到比利时新任国王接见，比利时王后见证通灵珠宝“王后”（MY QUEEN）系列发布。

③2013 年 9 月，通灵珠宝发布“安特卫普之星”系列，“安特卫普之星”系列首件作品被比利时红星航线博物馆永久珍藏。

④2013 年 10 月，为表彰通灵珠宝沈东军多年以来在中国坚持不懈的推广比利时优质切工钻石，比利时政府授予其“比利时优质切工钻石中国推广第一人”。

⑤2015 年 7 月 1 日，比利时联邦议会主席 Siegfried Bracke(西格弗里特•布拉克)授予通灵珠宝总裁沈东军“利奥波德军官级国王勋章”，以表彰其为中比两国的经济文化交流以及比利时优质切工钻石文化推广所作出的卓越贡献。这是比利时王室第一次将该级别勋章授予中国工商界人士。

（3）多元化的子品牌运作方式，借助个性化的子品牌故事打动不同层级的消费者

通灵珠宝的品牌管理采用独特的子品牌运作方式，旗下的子品牌分别拥有不同的产品内涵，针对时尚、婚庆、个性、创意等不同的消费需求层级，巧妙地将“为下一代珍藏”的核心价值和持续累积的王室品牌资产进行了落地转化。通过宣导子品牌特色鲜明的设计款式、差异化的情感体验、美好的产品故事，打造出通灵珠宝独有的产品生命力。而多个子品牌产品之间的关系既相互区隔又相互补充，市场人群细分化程度较高。通灵珠宝多元化的子品牌运作凸显了市场差异性，不仅塑造了子品牌个性，更凭借其多个子品牌产品在销售过程中占有更大的细分市场空间，为获得较高的市场占有率奠定了基础。

配合子品牌的运作方式，通灵珠宝对子品牌负责人实施“品牌经理制”，由品牌经理对子品牌的知名度和产品的销售量负全责，其主要职责包括从市场调查、产品定位、新品研究与开发、品牌推广、活动方案确定及开展到产品市场反馈评估与分析等品牌产品的全线管理工作。不同的品牌经理各自专注于所辖子品牌不同的理念和形象，确保通灵珠宝的每一个子品牌产品和情感都独具一格，满足不同的消费需求。

（4）实施超级单品战略，重点培育有特色、有专利的产品作为销售支柱

目前，产品缺乏个性、款式雷同等几乎成为占据中国珠宝市场 80%份额的众多国内品牌的共同形象，纷繁杂乱的款式让众多消费者做选择时无可适从。与其他品牌形成鲜明区隔的是，通灵珠宝很早就开始实施超级单品战略，以培育独特切工，独特设计的产品作为塑造品牌差异化的重点，通过坚持主推单一产品，在消费者心中建立清晰、巩固的品牌印象。旗下的“蓝色火焰”、“MY QUEEN（王后）”系列产品分别独有切工专利和设计专利，在满足消费者情感消费需求的同时，通灵珠宝的品牌印记也很自然的刻入到了消费者的心中。

（5）深度植入娱乐营销，打造公司品牌、产品与剧情全融合的营销新模式

通灵珠宝以全新的娱乐营销模式打造了“2015 偶像剧王”《克拉恋人》，通过人物、剧情设定及场景打造，传播通灵珠宝品牌及“为下一代珍藏”的品牌定位，有效扩展了品牌知名度和美誉度。通灵珠宝对该剧的植入以公司和珠宝行业作为剧情发展背景，所有观众在观剧的同时也记住了通灵珠宝的所有信息，并将对剧中人物和剧情的情感自动转移到了通灵品牌和产品上。随着《克拉恋人》的播出，通灵珠宝跨跃性地完成了品牌在全国范围的阶段性突破。此外，围绕《克拉恋人》的传播热度，通灵珠宝还顺势选择唐嫣作为品牌形象代言人，推出“百变风情嫣”系列、“钻石嫣”等新的子品牌，将影视资产持续最大化的发挥效益。

此外，与国际知名奢侈品牌采用的跨界娱乐营销模式一样，通灵珠宝通过赞助世界著名电影节，极大提升了其国际化品牌的知名度和美誉度。通灵珠宝距今已连续 7 年与柏林电影节合作，成为柏林电影节唯一指定珠宝。这使得通灵珠宝不但进入到更为广阔的世界舞台，更得到了众多政商名人、影视明星的欣赏和认可，成功地将消费者对明星名人的关注转移到对通灵珠宝品牌的关注。同时，借

助柏林电影节的资产转化，通灵珠宝专门开发了“BERLIN STAR（柏林之星）”、“SHOOTING STAR（梦想之星）”等多个子品牌，品牌产品的国际化程度不断提升。

2、自主研发设计优势

公司始终致力于产品创新，为消费者提供设计独特、品质卓越的产品。通灵珠宝“蓝色火焰”系列产品是拥有 89 面切工的钻石产品，相对于传统的 57-59 面切工的钻石，其光线折射更加丰富。近年来，“蓝色火焰”获得一系列荣誉，并因此形成了通灵珠宝独特的产品优势。2013 年 2 月，比利时政府为通灵珠宝“蓝色火焰”切工钻石颁奖。2013 年 7 月，国土资源部珠宝玉石首饰管理中心、国家珠宝玉石质量监督检验中心在北京共同宣布，授予通灵珠宝专利产品“蓝色火焰”钻石革新设计奖。

此外，公司注重引进和培养珠宝首饰设计师团队。目前公司拥有专业的珠宝设计团队，拥有 5 位资深珠宝首饰设计师。公司不断吸取国际珠宝饰品设计潮流元素，在创造和巩固经典的基础上，不断推陈出新，设计推出了“穿越时空”、“凝爱”、“皇家博物馆”高端典藏、“红毯”系列钻石饰品以及“传世翡翠”高端翡翠饰品。

3、渠道开发及渠道管理经验优势

在渠道开发方面，公司实行“商业销售部战略统筹，运营中心区域拓展”的方式。商业销售部根据公司战略发展和市场发展趋势，统筹安排未来公司各渠道营销网络的拓展目标、具体发展计划等；运营中心根据公司战略发展，及区域市场特点，开发新的店面、专厅并发展加盟。两者紧密结合，相辅相成，使营销渠道的开发层次清晰。

近三年，公司积极开拓直营店，并通过与王府井、百盛集团、大洋百货、金鹰国际、万达集团、华地集团等国内具有影响力的百货连锁集团进行合作，大力发展专厅。公司门店开拓经验丰富，与国内多家大型百货连锁集团进行长期合作，同时具有良好的品牌影响力，为项目的实施奠定了良好的基础。

借助多年来营销网络渠道管理经验，公司已形成包含开店流程、店铺审核、店铺形象管理、店员培训、订货制度、产品价格控制、信息化管理系统、店铺营

销活动、货品管理、资金结算、店铺绩效考核和激励机制等方面的一套成熟直营店管理模式及加盟店管理方法，有力地支持了公司营销网络的拓展与维护。此外，公司建立了一套完善的营销管理人才培训体系，培养了一批营销管理人才，具有丰富的营销网络管理经验，为公司未来的可持续拓展提供了保证。

4、销售网络优势

珠宝行业的终端零售模式及其规模决定着销售效率和公司的品牌形象。公司营销网络采用“自营为主，加盟为辅”方式，自营店主要为公司设立的通灵珠宝形象旗舰店和标准店，以及在商场开设的专厅。近几年，公司自营店和加盟店数量稳步增长。截至 2016 年 3 月 31 日，公司门店数量达到 477 家，其中自营店 261 家（包括旗舰店、标准店和专厅），加盟店 216 家，覆盖北京、上海、江苏、浙江、安徽等 18 个省市自治区，营销渠道已具一定规模。

5、供应链整合优势

公司通过科学制定采购计划，保障公司库存维持在合理而安全的水平；在委托加工及成品检测方面，公司定期对加工商品进行评定，并制定加工产品检测标准和相关办法，对加工工序及最终成品质量指标进行量化；在加盟商管理及直营店管理方面，公司通过制定直营店相关管理办法及连锁店加盟店管理办法，在产品配备、产品结构、产品陈列、存货、现金管理等方面进行统一管理控制。公司通过信息化管理系统，对库存和配货及网点销售情况进行监控，确保产品销售渠道和现金流动的通畅。

经过多年的品牌运作，公司积累了丰富优质的供应商、物流及渠道资源，与供应链各方构成了长期而稳定的合作关系。同时，公司已建成以 ERP 管理系统为平台，门店、商品部、仓储物流以及公司各相关部门共同参与的供应链管理体系，以实现对客户需求、门店库存及补货、供应商及渠道动态等信息的及时掌控和快速反应。

（三）发行人的竞争劣势

1、营销网络有待进一步完善

虽然公司目前的营销网络已覆盖了国内主要的消费热点城市，但受资金实力

的制约，公司的营销网络相对周大福、周生生等竞争对手仍有一定差距，有待进一步完善。

2、品牌影响力有待进一步提升

经过多年的品牌积累和持续的品牌投入，公司在国内珠宝市场形成了一定的品牌影响力和市场美誉度，具有一定的品牌优势，但珠宝品牌的塑造是一个长期的过程，需要持续的投入，不仅是长期的资金投入，更重要的是价值观的持续输出，与国际知名品牌相比，本公司的品牌影响力有待进一步提升。

3、融资渠道相对单一

珠宝零售行业是资本高度密集的行业，品牌推广及渠道建设均需要投入大量的资金，融资渠道是否通畅是决定珠宝零售企业发展的关键要素，也是进入本行业的重要门槛。目前，公司大量的资金需求基本依靠积累的自有资金、股东增资扩股资金及银行贷款来满足，在一定程度上制约了公司的发展速度。

四、公司主营业务的具体情况

公司从事高档时尚珠宝首饰产品的设计、研发及销售，核心业务是对“TESIRO 通灵”和“传世翡翠”两个珠宝品牌的连锁经营管理。

（一）公司品牌定位

“TESIRO 通灵”品牌定位于以钻石为主的中高端镶嵌类首饰，“传世翡翠”品牌定位于中高端翡翠镶嵌类首饰及纯翡翠首饰，其宣传语为“为下一代珍藏”，其核心文化内涵为：通灵珠宝——“一个专门提供可以收藏、适合传承的钻石及翡翠饰品的高端珠宝品牌。”

（二）公司产品简介

公司主营钻石饰品和翡翠饰品，其主要子品牌系列简介如下：

类别	产品系列	产品图片	产品简介

钻石饰品	蓝色火焰		蓝色火焰是通灵珠宝旗下高端珠宝品牌，主营蓝色火焰真心钻石饰品，独有的 89 切面，比 57 面切工钻石多出 56%，火彩更为璀璨，曾获比利时政府颁发奖项。
	王后		MY QUEEN（王后）是为纪念比利时国王菲利普和王后玛蒂尔德加冕而设计，并于 2013 年 9 月 27 日在钻石之都安特卫普，由比利时国王菲利普、王后玛蒂尔德和通灵珠宝 CEO 沈东军先生共同发布。MY QUEEN（王后）系列，两个心型爪托，与托起的钻石，形成镂空的心型镶口，360 度展示钻石火彩。
	骑士		2015 年 7 月，比利时王室授予通灵珠宝总裁沈东军先生“利奥波德军官级勋章”，通灵珠宝基于对“当代骑士精神”的深刻理解，与比利时钻石技艺大师共同研发了象征男士勇气与无往不胜的荣耀的男士钻饰——KNIGHT（骑士）系列。
	皇家博物馆		2011 年通灵珠宝受邀参加了在“世界钻石之都”安特卫普举行、由比利时国王亲临揭幕的“MAS 博物馆”开馆仪式，为了纪念这重要时刻，通灵珠宝发布了 ROYAL MUSEUM(皇家博物馆)系列。
	安特卫普之星		通灵珠宝为继承比利时 550 年钻石文化，设计出“安特卫普之星”系列，并由安特卫普市副市长 Philip Heylen 亲自命名，其作品也被比利时红星线博物馆永久珍藏。

	红毯 MINI		红毯 MINI 系列是通灵珠宝为国际明星高端定制的 STARLET（红毯）系列精简版，它保留了 STARLET（红毯）系列的设计精髓，将设计感与时尚感完美结合。
	梦想之星		SHOOTING STAR（梦想之星）是通灵珠宝为柏林电影节 European Shooting Stars（欧洲梦想之星）专门开发的子品牌。
	百变风情		MIRAGE（百变风情）以风格时尚、潮流多变的钻石饰品，为年轻女性打造多样的百变魅力，满足她们百变配搭的需求。
	柏林之星		BERLIN STAR（柏林之星）是为纪念通灵珠宝与柏林电影节合作 5 周年而设计。首款产品由电影节主席 Dieter 结合欧洲文化元素跨界创意设计。柏林之星设计大胆，运用线条勾勒和双色交织，体现精致简约的风格。
	非你莫属		ONLY YOU （非你莫属）系列是由通灵珠宝从《非你莫属》节目成功招聘的首饰设计师，结合自己参加节目以及对“非你莫属”的情感的理解为来源，创作出能够给予“非你莫属”承诺，表达“非你莫属”情感的饰品。2013 年 10 月，首款作品在 HRD Awards 2013 国际钻石首饰设计大奖

			赛颁奖典礼上发布。
	皇家全火彩		通灵珠宝设计镶嵌“Ultra Flame Class Diamond”（“全火彩”级钻石）的结婚钻戒系列，并获邀参展 2015 年米兰世博会。全球仅有少量的钻石可被筛选打造“皇家全火彩”级钻石，火彩极致璀璨。
	穿越时空		“穿越时空”系列，是“两钻同坯”的结婚对戒。每一对对戒上的两颗钻石，都是由同一钻坯切割而来，象征“天生一对，永不分离”的美好爱情。
	岁月留痕		“岁月留痕”系列，采用独特的“三层蜕变”创意设计，让戒指的颜色随着佩戴时间，经历三层蜕变。第一层代表初见，第二层代表磨合，第三层代表厮守。
	布拉格之恋		2014 年 5 月 23 日，通灵珠宝携手《布拉格之恋》主演朱丽叶·比诺什，于 67 届戛纳电影节共同发布“PRAGUE（布拉格之恋）”系列钻饰。该系列作品灵感皆取自布拉格城市中最负盛名的建筑，造型精致，风格简约，融合了艺术和梦想的平衡，将建筑艺术之美浓缩于珠宝设计之中，充满了对爱情甜蜜的向往，用艺术赞美和祝福爱情。
	Love Plus		通灵珠宝 Love Plus（爱＋）系列，寓意着“爱的延伸”。

	守护		钻石可以在相应的轨道里自由地滑动。轨道象征家庭，每一颗钻石都象征着一位家庭成员，寓意在爱的守护下，恒久环绕在 TA 的身边。
	一声一世		通灵珠宝 LOVE VOICE（一声一世）系列，以爱的宣言为设计灵感，将消费者对彼此爱情话语的声波纹铭刻在钻戒上，将转瞬即逝的爱刻成印记，用时间见证爱的诺言。
翡翠饰品	传世翡翠		通灵传世翡翠是通灵珠宝旗下翡翠品牌，柏林电影节指定珠宝。
	传世翡翠—“飞天”系列		采用传统敦煌飞天元素，时尚与文化的完美结合，极具“现代东方美”。

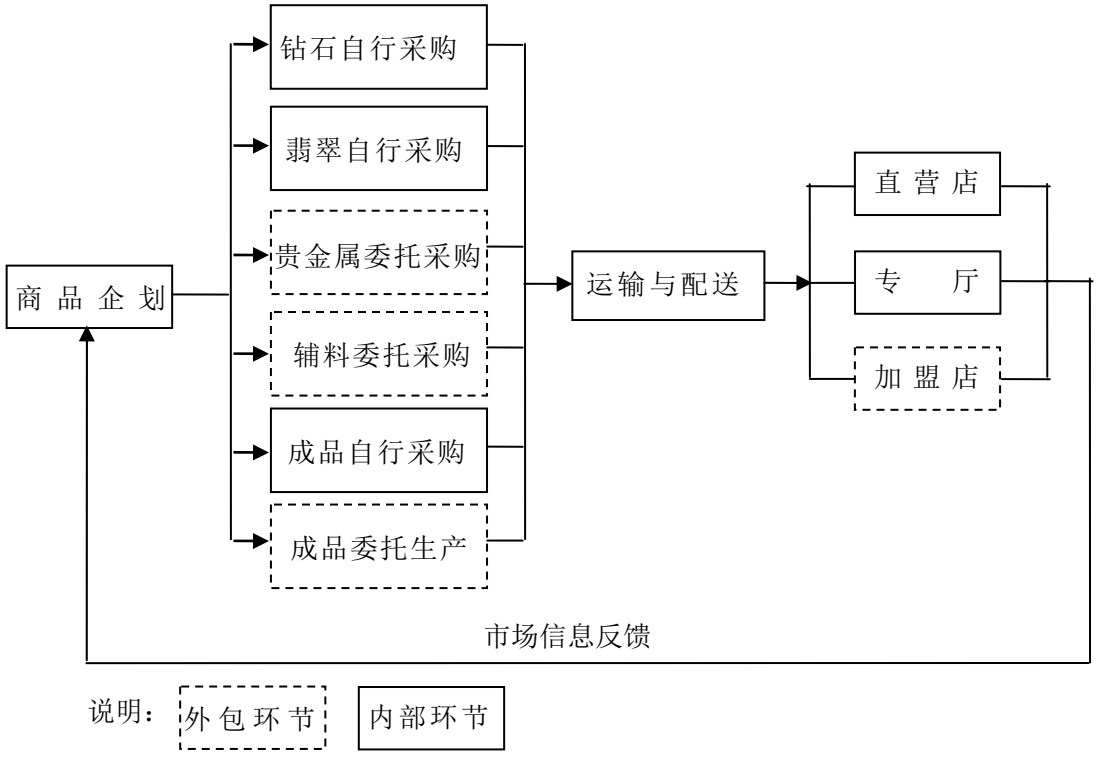
	传世翡翠—“传·韵”系列		精选缅甸著名坑口原石，以圆润蛋面为主石造型。融合东西方文化精髓，将东方翡翠的温婉与西方钻石的璀璨凝于一物。

资料来源：通灵珠宝股份有限公司

（三）公司的主要业务流程

公司是国内镶嵌类珠宝首饰品牌的主要零售商之一，以自主设计为主、生产外包、直营店、专厅与加盟相结合的经营模式进行自有品牌产品的生产和销售。

公司主要业务流程如下图所示：



商品企划环节，包含根据市场信息反馈，对首饰款式进行设计并发出采购清单。

委外加工环节，公司基于“Q. C. D. S”（即质量、成本、交货及服务能力）

原则确定合格供应商，由公司提供具体产品设计样式、样品及加工要求，由加工企业组织生产，公司对产品进行逐个质量验收，产品使用公司产品商标，由公司独家采购后销售。

物流环节，公司根据各门店的销售、巡展、营销活动等情况制定货品的配送计划，配送计划经主管人员批准后按照公司的操作规范对货品进行收取和交接，同时保留交接单据以备查验。公司每月月初对上月配送计划执行情况进行总结及费用分析，确保安全情况下合理降低配送成本。

终端销售环节，终端门店的销售人员根据公司制定的货品陈列和客户服务等制度进行产品的销售，向消费者传递公司的品牌理念及产品特色。

（四）主要经营模式

1、采购-生产模式

公司商品采购由商品部统一负责，采购商品包括钻石、翡翠及贵金属主要原材料、镶嵌首饰用配件、少数半成品和部分成品。主要原材料及配件根据销售计划按需采购，并根据日常销售情况及订单变化进行及时补货。

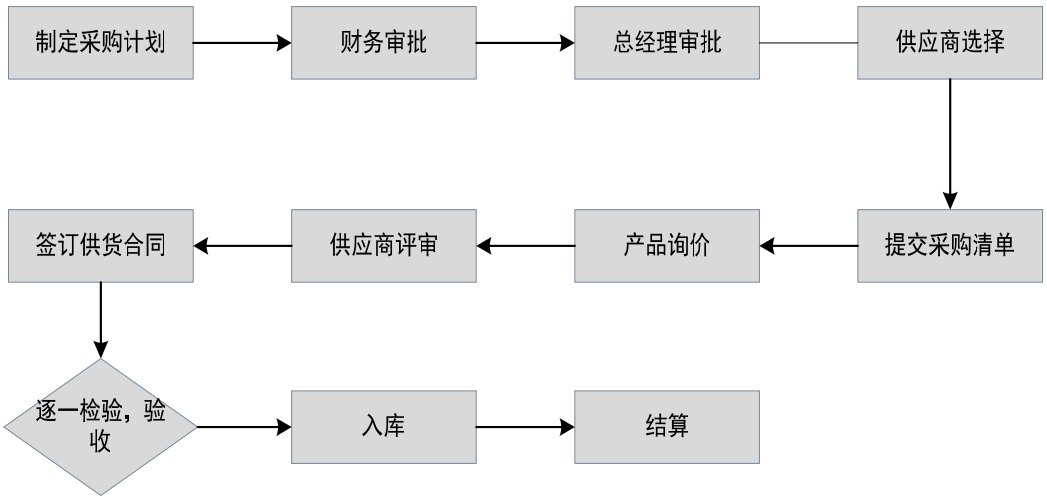
由于公司以销售钻石镶嵌类饰品和翡翠镶嵌类饰品为主，钻石和翡翠在公司的原材料成本中的占比较高。公司对外直接采购部分成品钻石和翡翠毛料委托加工厂商进行镶嵌加工。同时，公司也向部分加工厂商直接采购已镶嵌的钻石及翡翠首饰成品。

①成品钻石的采购模式

钻石是一种从上游开采到中游供应都受到国际寡头垄断的资源，国际寡头对市场实行配售制。由于钻石市场的投机行为较少，钻石的价格相对稳定。

公司根据《上海钻石交易所交易规则》的规定，向上海钻石交易所的会员单位采购钻石。上海钻石交易所是经国务院批准设立于上海浦东新区的为国内外钻石商提供的一个交易场所，按照国际钻石交易通行的规则运行。公司根据自身的库存情况及市场需求情况，每月向三至四家钻石交易所会员单位进行询价，公司通过比价后确定供应商。公司对供应商提供的产品从重量、颜色、净度和切工等方面进行鉴定，经鉴定合格后采购入库。

钻石原材料采购流程

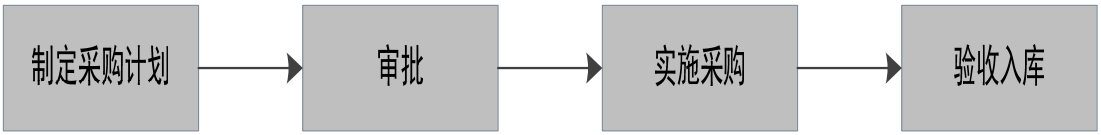


②翡翠毛料的采购模式

公司翡翠玉石毛料主要通过参加缅甸翡翠公盘采购，目前公司采购的翡翠玉石毛料主要为翡翠毛料切片，价值相对容易判断，采购风险较易控制。缅甸政府在二十世纪六十年代初将所有的矿产资源收归国有后，于 1964 年 3 月开始举办翡翠玉石毛料公盘。公盘，是指卖方把准备交易的物品在市场上进行公示，让业内人士或市场根据物品的质料，评议出市场上公认的最低交易价格，再由买家在该价格的基础上竞买。公司参加公盘时，根据自身原材料库存及需求情况，在参加竞买的翡翠毛料中选择符合自身需求的标的物。确定好竞买对象和竞买价后，填写竞买投标单，在投标日对竞买对象进行投标。中标后，公司与组委会签订《中标合同》，并委托专业的外贸公司负责标的物的进口，办理货款支付、通关、运输等事宜。

③首饰成品的采购模式

公司首饰成品是由公司商品部挑选国内外设计独特、制作精良、整体质量上乘的成品，直接采购并在公司营销网络中进行销售。其采购流程如下：



2、公司委托加工情况

①发行人委托加工的主要内容

发行人部分产品生产采用委托加工模式。公司自主设计产品，向生产企业提供产品设计样版、产品制作工艺标准、产品质检标准及部分成品钻石、翡翠毛料等原材料，指导监督委托加工企业按流程完成加工过程，产品验收后支付受托企业加工费、部分原材料费用等，并实现对外销售。

②委托加工成本占生产成本的比重

报告期内，公司委托加工成本及占生产成本的比重如下表所示：

单位：万元

项目	2016 年 1-3 月	2015 年度	2014年度	2013年度
委托加工成本总额	3,724.92	12,583.04	15,701.30	10,265.28
生产成本总额	16,402.97	44,545.67	63,205.25	36,767.14
比例	22.71%	28.25%	24.84%	27.92%

公司委托加工成本总额中主要包括：1、委托加工方提供的黄金、铂金等金料；2、委托加工方提供的钻石以及其他辅料；3、委托加工费。

③主要外协方基本情况

主要外协方的基本情况如下：

名称	成立日期	注册资本	经营范围	股权结构（出资比例：%)
南华荟珠宝（深圳）有限公司	2013.12.16	500 万元	从事珠宝首饰（含黄金，K 金，铂金，钯金，白银，翡翠，钻石，各类宝石）的生产加工；珠宝首饰（不含裸钻及黄金、银等贵金属原材料）的批发，进出口及相关配套业务（不涉及国营贸易管理商品，涉及配额、许可管理及其他专项规定管理的商品，按照国家有关规定办理）。	武晔懋：95.00% 韩秀英：5.00%
深圳市行行行实业有限公司	2001.3.19	3000 万元	兴办实业；铂金、钻石等珠宝首饰及珠宝、金表壳的生产及销售；黄金饰品的批发和销售。	高锦和：99.30 高凯：0.70

深圳市星光达珠宝首饰实业有限公司	1997.11.24	3000 万元	铂金、黄金、K 金饰品、银饰品、旅游用品、钻石珠宝、宝玉石、珍珠、镶嵌饰品、工艺礼品的生产加工、销售其他国内贸易；从事货物及技术的进出口业务。	林南坤:5.00 林畅伟：95.00
深圳市永基泰珠宝有限公司	1999.1.7	500 万元	黄金、铂金、K 金、钯金、白银、翡翠、工艺品、珠宝镶嵌饰品的生产加工、购销；钟表、K 金眼镜的购销；国内贸易，从事货物及技术的进出口业务。	陈辉环：90.00 郑崇洲：10.00
深圳市缘与美实业有限公司	2001.5.30	1200 万元	兴办实业，铂金、玉石、首饰、黄金制品的生产及销售，国内商业、物资供销业；货物进出口、技术进出口。	林志超：30.00 阮子琼：70.00
上海欧宝丽实业有限公司	2010.3.11	注册资本:5000 万元 实收资本:5000 万元	实业投资，投资管理，投资咨询，珠宝首饰、工艺品、旅游纪念品的销售，从事货物与技术的进出口业务，会展业务。	倪秀芳 19.80 欧陆之星钻石（上海）有限公司：80.20

上表中，除上海欧宝丽实业有限公司在卢森堡欧陆之星对发行人增资后成为发行人关联方之外，其他加工商与发行人均不存在关联关系。

④报告期各期的委托加工成本构成、委托加工方提供的材料及加工费的公允性

报告期内，公司委托加工成本构成情况如下：

单位：万元、件、元/件

项目	2016年1-3月	2015年度	2014年度	2013年度
委托加工交易总额	3,724.92	12,583.04	15,701.3	10,265.3
其中：委托加工方提供钻石	12.96	35.67	484.82	622.8
委托加工方提供金料	2,675.35	9,192.30	11,615.40	7,526.12
委托加工费	1,036.61	3,355.07	3,601.08	2,116.36
委托加工产品数量	66,219.00	216,361	250,239	160,485
平均加工费	156.54	155.07	143.91	131.87

由上表可见，公司委托加工成本中委托加工方提供金料成本及加工费占比较高，委托方提供钻石成本占比较低。公司对于委托加工方提供的金料系根据当期上海黄金交易所公布的市场价格进行结算。对于委托加工费，公司每年会向委托加工商进行询价，根据委托加工商提供的报价，选择性价比高的委托加工商进行饰品加工。委托加工费结合不同产品款式、加工难易程度、人力成本等确定。委托加工方提供的钻石主要是少量的钻石辅石，公司根据委托加工方提供的报价参考市场价格协商确定，综上，委托加工方提供的材料及加工费定价公允。

⑤公司控制外协加工生产质量及工艺损耗的主要措施

公司产品生产采用外协加工方式，公司提供主要原材料，相关辅助材料如配件由委托加工企业根据公司要求采购，并安排生产。公司提供具体产品设计样式、样品及加工要求，由加工企业组织生产，公司对产品进行逐个质量验收，产品使用公司产品商标，由公司独家采购后销售。公司主要通过生产订单排期、产品质量检验等手段来严格控制交货期、产量、质量及工艺处理，以确保产品品质及交货期适应公司品牌标准和销售需要。发行人控制外协加工生产质量及工艺损耗的主要措施主要通过以下几个关键环节实现：

A、委托加工厂商甄选

公司建立了有效的货品采购和供应商管理制度。公司成立商品部负责货品的采购和对供应商的选定、管理，对选定的供应商，公司与之达成长期供应合作协议，确定双方权利和义务并定期对供应商进行评价，确定信用等级，优胜劣汰。供应商选择的基本原则是“Q.C.D.S”原则：即质量、成本及价格、交付能力以及服务。在上述原则基础上，同时根据商品的特性考虑供应商的行业地位、团队建设和管理能力、新品开发能力以及商品工艺等因素进行选择。

公司对产品进行分类，主要包括原料、成品、新品、特殊货品四类，其中原料又分为钻石、翡翠、金料等。根据产品分类情况对分类市场进行竞争分析，了解行业的领导者，市场的发展趋势以及各大供应商在市场中的定位，建立初步的供应商数据库，并通过实地考察，确定合适供应商，建立供应商档案。公司通过与供应商共享信息，对供应商给予协助，帮助供应商降低成本、改进质量、加快产品开发进度；与供应商建立相互信任的关系，提高效率，降低交易成本。同时，

公司建立了供应商评价体系，对供应商评价的主要指标包括交货质量、交货期、准确率等。通过评价，把结果反馈给供应商，和供应商共同探讨问题产生的根源，并采取相应的措施予以改进。

B、生产过程跟踪及产品质量控制

公司对委托加工产品从原材料交接、生产工艺确认、成品质量检测到入库的整个流程实行严格的控制措施，以保证产品质量可靠，并且符合公司的设计要求。首先，公司在向委托加工厂商移交钻石及翡翠原料时，需经双方对所移交原料的数量、品质等进行检测确认无误后，由委托加工厂商签署原料接收凭证，做到事前留痕；其次，公司向委托加工厂商提供所需产品的具体款式及设计图样，委托加工厂商根据公司的需求进行镶嵌、抛光等加工工艺生产成品。对于翡翠饰品的加工，公司向委托加工企业派驻专人对产品的整个生产过程进行跟踪检查，以保证加工的成品及损耗符合预先设计的要求；最后，公司对成品进行逐个质量检测，对于不合格的产品退回委托加工厂商进行重新加工，合格的产品与库存管理员进行货品交接及入库。

C、采购、付款等方面的内部控制制度建设及运行情况

发行人制定了《钻石、翡翠委外加工管理规定》、《供应商管理规定》、《采购核价管理规定》、《招标采购管理规定》等制度，对翡翠、钻石等原材料采购及委托加工的申请、审核和批准，协议签订以及验收制定了明确的规定，切实规范公司采购行为，明确相关部门职责和流程。发行人钻石、翡翠等原材料的总体采购经办流程为：各专卖店每月制定货品需求表，经专卖店负责人审批后递交至商品部，商品部对各专卖店的月需求进行汇总，与当前库存进行对比，根据库存制定要货单，经商品部总监审批后下单采购。

a、翡翠原石采购及加工

对于翡翠原石采购，发行人根据需求派遣有专业原石采购资质的人员参加缅甸公盘购买翡翠原石。采购人员采购的翡翠原石通过有资质的外贸公司报关进口后运送至发行人的委托加工厂，按照国家规定需缴纳相应税费由发行人承担，并支付报关公司交易总金额 1%-2%的佣金。发行人派驻专人于翡翠委托加工厂，监督翡翠原石的接收、原石切割取料、翡翠成品制作、成品验收的整个过程，并将

信息及时反馈到公司总部。发行人根据委托加工厂提供的辅料、加工产品的数量及耗费的工时与委托加工厂结算加工费。

b、成品钻石采购及加工

对于成品钻石的采购，发行人在每月盘点结束后进行库存货品的汇总分析，结合公司同期销售数据及本年度销售预测制定采购计划，确保有效库存；发行人根据采购计划向供应商进行询价后对各家供应商的价格表进行汇总分析，按照同一维度进行比价，优先选出性价比高的裸钻。发行人在经过比价、议价后出具最终的采购计划书，采购计划书需通过公司的确认审批方可进行要货。供应商将发行人采购的裸钻在规定时间内送达后，发行人指定专人根据采购订单进行货品的清点签收。并由公司鉴定人员根据国检的检测标准进行裸钻 4C（颜色、净度、切工、重量）的鉴定。将符合要求的裸钻入库，不符合要求的货品第一时间退给供应商，并进行书面确认。发行人根据销售情况进行库存分析后，制定钻石首饰成品做货计划并通过公司审批。审批过的做货计划由专人到委托加工厂进行款式挑选及下单。加工厂根据发行人的需求计划安排生产，产品经验收合格后发行人根据加工厂提供辅料的金额、加工数量及工时等向加工厂结算加工费。

c、付款

发行人商品部采购人员核对发票、验收记录后连同采购合同交财务人员复核记账；财务人员发现合同、发票、验收记录核对不符的退还采购人员，查明原因后，经适当层级管理人员批准后入账；期末由商品部会同仓库提供货到票未到的按供应商名称、品名、规格数量、金额的清单给财务部门作为暂估入账依据，财务部门复核后入账。发行人货款支付经商品部有权批准的管理人员审批后交财务部门审核，审核付款期限金额是否符合合同规定、与发票金额是否一致等；经财务部门审核后的付款凭据交其他各级管理人员审核批准后办理付款；商品部采购人员办妥付款手续之后及时登记供应商台帐，并定期与财务核对一致。

保荐机构抽查了发行人大额采购和货款支付凭证，取得公司采购合同或协议、采购发票、入库凭证、款项支付、审批程序及相应账务处理记录以核查采购流程的规范性，并实地走访了主要委托加工供应商，核查是否存在重大质量问题的情形。经核查，公司与主要委托加工商合作良好，无重大质量纠纷，采购均有

正式签订的采购协议，经过质量检验，办理入库手续，获取供应商正规发票，货款支付有完备的审批手续，因此，保荐机构认为发行人控制外协加工生产质量及工艺损耗的内控措施建立完善，运行情况良好。

2、销售模式

（1）销售模式分类

公司的销售模式主要分为直营、专厅和加盟等三种模式。在直营和专厅模式下，产品的所有权归属于公司，公司在产品销售后确认收入。在加盟模式下，产品的所有权归属于加盟商，公司在产品销售给加盟商后确认收入。各销售模式的具体介绍如下：

模式		简介
自营	直营	公司设立通灵珠宝的旗舰店和标准店，直接向终端消费者进行销售。
	专厅	公司在各城市的商场设立专厅，自行铺货。终端消费者购买货品后，由商场代为收取货款并定期与公司进行对账结算，在扣除商场返点后，将剩余货款确认为收入。
加盟		加盟商在公司授权下开设通灵珠宝形象的加盟店，自行负责经营所需费用。公司在将货品批发给加盟商时确认收入。公司根据协议的约定，为加盟商提供人员及经营管理培训、装修设计等方面的服务。

报告期内，不同销售模式下主营业务收入的占比情况如下表所示：

单位：万元、%

项 目	2016 年 1-3 月		2015 年		2014 年		2013 年	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
直营	14,744.95	33.49	52,715.87	35.75	58,086.47	40.77	58,595.58	50.70
专厅	20,059.36	45.57	64,780.28	43.93	54,783.50	38.46	41,610.71	36.00
加盟	9,217.18	20.94	29,964.86	20.32	29,587.36	20.77	15,367.12	13.30
合 计	**44,021.48**	**100.00**	**147,461.01**	**100.00**	**142,457.32**	**100.00**	**115,573.40**	**100.00**

注：报告期内，直营销售收入中分别包含销售给上海欧宝丽金料 198.67 万元、1,751.95 万元、975.90 万元和 227.60 万元，以下同口径。

（2）销售定价模式

根据市场差异程度，如消费习惯、消费水平、竞争状况等，产品档次及定位的不同，公司产品定价亦有所不同。钻石饰品和翡翠饰品的定价受到钻石/翡翠

基准价、饰品金/银/铂金等基准价、镶嵌加工费和其他费用的影响，钻石基准价由钻石的重量、切工、颜色、净度等决定。公司产品定价在确保一定的毛利率原则下，确定价格区间范围，综合分析市场反馈的实际销售数据、竞争对手价格、销售毛利率水平、价格趋势和销售趋势等因素，定期对指导价格水平进行评估和适时调整。公司产品销售价格的制定和调整均由公司总部统一审批后下达。

（3）销售、收款、资金管理等方面的内控制度建设及运行情况

①销售及收款

发行人主要有三种销售方式：1、直营店销售：即公司自己开设门店销售的模式，采取现款现货的零售销售方式，不存在赊销，客户较零散；2、加盟商销售：由公司运营部门负责联系接洽加盟商，确定加盟商后经审批签订特许加盟协议，加盟商根据当地的市场需求及门店经营情况向发行人采购货品，发行人在收到加盟商预付款之后，根据订单发货；3、专厅销售：专厅系发行人在百货商场设立专厅，运营部门负责确定具体商场，经审批后签订联营合同，日常实现的销售货款由商场代为收取，发行人与商场每月进行对账扣除商场返点后确认销售收入。

确认应收账款：1、直营店销售属于零售，无应收账款，只有小额的 POS 款跟银行有一个结算期；应收 POS 余额根据与银行对账单核对确认期末余额；2、加盟商销售采取先付款后发货的方式，商品部根据订单制定收款通知交到财务部，财务部根据客户实际汇款情况记录相应的预收账款，每月根据加盟商进货和换货情况开具发票；记录收入同时冲抵预收账款；3、专厅销售属于在商场设柜台销售，先由商场对外零售收取货款，然后根据联合销售合同约定的结算期与商场对账开票确认收入，同时记录相应的应收账款。

收款：直营店属于零售，现款现货交易，客户的支付方式主要有现金和银行刷卡两种方式；加盟商销售是预收款后发货的模式，商品部根据客户订单制定收款通知单交到财务部，财务部根据加盟商汇款记录编制收款凭证，附相关单证，交会计主管复核；专厅销售在与商场结算开票确认收入后一般在 30 天内由商场将货款通过银行账户汇给公司。

对账：直营店销售的应收账款为应收银行的 POS 款的时间差导致，公司每月从银行拿对账单和实际销售的 POS 刷卡记录核对，核对应收 POS 款余额的准确性；加盟商销售模式下，公司每月与加盟商对账一次确认预收加盟商款项的准确性；专厅销售模式下，商场每半年发函与公司核对应收账款余额；上述核对如有差异，应收账款主管将立即进行调查。如调查结果表明需调整账务记录，应收账款主管将编制应收账款调节表和调整建议，连同应收账款账龄分析报告一并交至会计主管复核，经财务经理批准后方可进行账务处理。

②现金销售占比及资金管理

发行人制定了《公司资金管理规定》对资金账户管理、直营店资金管理、公司总部资金管理、公司收据管理等进行了详细的规定。

发行人总部及各直营店的资金账户由总部财务部门统一管理，各直营店货款通过网银自动归集到总部，财务部通过银行缴款单、发票、银行对账单审核货款的准确性。直营店对外支付零星费用由店长备用金支付，大额转账付款由总部代为支付。直营店收银员每天需将现金销售款及时解缴到开户银行货款账户，上午班所收货款需在当天下午存入银行，下午班所收货款需在次日上午存入银行，且不得与次日上午销售货款一并存入。为控制资金风险，当天下午班现金销售货款在银行打烊前半小时前超过人民币 2 万元的，除客流高峰情况外，一般均需在当天下午存入银行。直营店货款存入银行账户后自动归集到总部账户。直营店不得欠款销售，须保证销售收款完整一致。销售开票及收款数据需及时录入 ERP 系统，以便及时核对。监察中心对直营店进行财务审计时，对直营店销售和资金存缴数据进行抽样稽核。

发行人报告期内现金销售金额及占比情况如下：

单位：万元

年份	2016年1-3月	2015年度	2014年度	2013年度
现金销售收入	1,567.07	5,792.16	8,048.55	10,795.90
主营业务收入	44,021.48	147,461.01	142,457.32	115,573.40
占比	3.56%	3.93%	5.65%	9.34%

保荐机构抽查了公司销售相关凭证单据，核查产品销售模式和销售政策、定价政策、应收账款回收情况、销售发票开具等。经核查，发行人的销售确认均附

有相关规定的支持性文件（包括销售订单、客户货品签收单、专厅结算单、向客户开具的发票、银行收款凭证等），并都具有完备的审批手续，因此，保荐机构认为发行人的销售、收款、资金管理等方面的内控制度建立完善，运行情况良好。

3、产品设计模式

公司产品设计由商品部下属的设计团队专门负责。公司产品设计坚持中高端品牌定位及市场导向，研究珠宝的镶嵌工艺、设计和搭配最新发展动向，紧跟国际珠宝饰品时尚潮流趋势和个性需求，结合中国销售市场的特征和审美特点，进行独立自主的钻石及翡翠镶嵌首饰的设计。同时，为了丰富公司的产品款式，在产品加工过程中也会借鉴和参考委托加工厂商提供的设计思路，对于符合公司产品特点及定位的设计款式由公司买断后独家使用。

公司设计的新品包括年度新品和为节假日或指定活动而设计的特色新品，此外还包括积分赠品等。公司根据上一年度销售情况，进行产品销售分析评估，对受欢迎的系列产品持续设计推出新款，淘汰滞销款式或进行设计改良；此外，设计团队与品牌管理部门紧密合作，配合定位创意部市场推广为节假日或指定活动而设计的主题特色产品。以及为配合年末会员回馈活动，设计不同类型的积分赠品。

4、品牌运营管理模式

（1）品牌运作

公司的品牌运作以品牌营销中心为主导，从策划制定到最终实施的一整套流程中，与商品创新中心、运营中心等各中心密切配合，坚持“传播品牌核心价值”的基本理念，以文化及价值内涵提升产品层次，通过实行金字塔形市场营销，加大销售网点所在区域的市场推广投入，追求品牌知名度与业绩增长的有效配比。

公司品牌运作总体分为六个作业模块进行。策略模块负责概念设计、产品主要消费群体的市场定位、表达的核心理念等整体运作计划；产品模块根据整体品牌运作计划，将所需产品的概念、定位等信息传送给商品创新中心设计模块，由设计模块负责产品的材料选择、设计及打样；体验模块主要负责产品销售过程中的消费者体验活动的策划等；市场模块负责具体的市场营销，包括各类广告投放、

明星合作、促销活动方案等，并指导运营中心市场活动的开展实施；会员营销模块主要负责会员的管理、市场调查分析、客户满意度调查等工作；公关模块整合各项资源和创意，对品牌推广进行补充或全新的策划设计，并负责管理微博、网络媒体公关等方面工作。

（2）品牌推广

公司采用金字塔型市场推广模式，将投入的重点放在营销网络所属省市地区，通过运用广告、新闻公关及促销活动，令更多消费者认识公司的产品，在目标市场中建立强大的品牌知名度。公司特别注重店铺的陈列，合理的布置可加强公司的品牌形象，同时在为顾客营造舒适的购物环境方面起关键作用。此外，公司通过多种渠道进行宣传推广活动：

广告投放：公司根据品牌发展战略及年度运营计划，结合经济及行业发展态势，制定广告投放计划。公司的广告投放渠道包括报刊、杂志、电视、电台、网络媒体、户外、及新媒体等各主流媒体。公司重视电影节赞助、国际合作、明星代言、影视剧深度植入等深度内容传播营销方式提升品牌知名度和偏好度,同时在重点市场，增加电台、报刊、重点商圈及人流密集处户外媒体投放等宣传方式。

会员营销：公司每年专门针对 VIP 顾客进行深度维系，通过包含会员杂志、品牌及产品画册等物料向公司重要 VIP 推广钻石与翡翠文化、新品与优惠等讯息。此外，公司还会定期安排专题讲座、会员答谢等活动进行重要 VIP 的维系和回馈。公司通过一系列的品牌宣传活动培养已有客户对通灵珠宝的价值认同感和忠诚度，并通过俱乐部的建立，进行会员的长期维系和精准沟通。

娱乐营销：通过国内外明星的广泛合作，为其提供参加国内外电影节、电影首映礼及其他社交活动的高端定制珠宝。公司赞助国际大型电影节——柏林电影节，并成为其一级合作伙伴，每年为出席电影节的明星提供顶级珠宝首饰，包括国际著名影星章子怡、洛丽塔•斯坦恩、诺拉•冯•沃尔德斯塔腾、德国著名主持人安博、茱莉安•柯勒等，同时也为窦骁、周冬雨、倪妮、张逗逗、范冰冰、赵薇、张雨绮、林鹏参加柏林电影节、中国华表奖、金鸡百花电影节及各类电影节提供珠宝首饰。近年，公司在影视合作中发展品牌推广，以公司为原型主题，总裁沈东军先生参与演出的电视连续剧《克拉恋人》获得广泛关注，并通过与该剧

主演 Rain、唐嫣、罗晋等明星合作，进一步加大公司品牌在全国范围内的推广，向公众传达通灵珠宝“为下一代珍藏”的核心观念。

活动营销：公司每年与各类机构合作，组织大型的影视、慈善及艺术鉴赏与文化推广等活动。以国际柏林电影节为国际品牌宣传平台，成立专门的柏林电影节品牌策划团队，对柏林电影节期间的产品展示、明星合作、发布会等一系列活动进行系统策划与实施，并通过《TESIRO 通灵 闪耀柏林电影节》专刊，向国内客户全程立体化的介绍。此外，公司还通过组织新品发布会、珠宝巡展、客户答谢会等活动全面推广公司的品牌。

新媒体营销：利用新媒体平台进行营销，通过制定线上线下互动的整体运营策略，策划的线上互动活动，对公司自有新媒体平台运营和推广，实现流量/粉丝量的持续增长，扩大口碑传播。

电子商务：近年来，随着互联网和电子商务的蓬勃发展，越来越多的消费者尤其是年轻消费者通过网络购买珠宝首饰产品，为此，公司除传统线下直营和加盟渠道外，还大力发展电子商务渠道。截至 2016 年 4 月 30 日，公司的电子商务渠道已经覆盖了淘宝（天猫）、京东商城、苏宁易购、1 号店、唯品会等主流电子商务平台。线上电子商务平台都通过直营电商模式开展业务，直接面对终端消费者服务。2016 年公司成立克拉恋人珠宝有限公司，专门定位于线上业务的发展与经营。同时借助现象级电视剧《克拉恋人》的影响，成立了针对 18-28 岁的更加年轻的线上时尚品牌“CLA LOVER”，新品牌将更加突出为年轻时尚人群提供个性化的珠宝设计和服务，继续通过“影视娱乐”的品牌传播策略进行深度品牌传播。预计电商通过专业化运作，未来二到三年将以领先于线上珠宝行业的速度增长。

5、运营管理模式

（1）新店开设管理

①自营店开设

为确保新设店面与公司整体发展战略及地区网络规划相匹配，并且降低单店经营风险，公司制定了一套严格的新店开设制度及流程，对公司的旗舰店、标准

店、专厅的开设进行有效管理。

公司自营店开设前由商业销售部负责进行严格的市场调研及评估，详细了解目标地区的经济发展、市场环境、消费者特征及消费习惯、主要竞争品牌分布及其优劣势、人力资源成本等情况，之后编制详细的市场调研分析报告，递交公司管理层讨论审批。在开店过程中，商业销售部负责店面设计、装修及工程审核；商品部负责制定店面铺货产品结构及库存，并负责商品物流运输、产品陈列；品牌营销中心负责新店品牌推广策划工作；运营中心负责具体的市场需求调研、人员招聘、培训等工作。

②加盟店开设

根据《商业特许经营备案管理办法》的规定，公司向国家商务部办理了特许经营备案手续。公司形成了规范的品牌加盟管理体系和制度，对加盟店实施了良好的风险控制。

公司进行加盟商审核时，要求其符合下列条件：认可通灵珠宝企业文化、管理模式和通灵珠宝品牌经营理念，具有良好的商业信誉，具备良好的品牌维护意识和运营经验，与公司签署《特许加盟合同》；产品使用“通灵珠宝”品牌标识；按公司的要求统一零售价，统一店面形象、柜台形象，根据公司的要求开展产品的推广以及品牌宣传等活动，严格服从公司品牌与市场运作统一管理。同时，公司为加盟商提供店员的培训、开店指导、产品推广以及销售支持、市场调研等服务。加盟商需遵守公司《连锁店货品配备及货品结构调整规定》、《关于连锁店商品类台账管理规定》、《关于连锁店饰品调价操作流程》等各项规定，公司对加盟商销售的控制力较强，可以将其纳入自身的销售网络管理。

（2）日常管理机制

公司制定了一套完善的店铺日常管理及巡检监督机制，所在运营中心对新开店的利润情况进行跟踪，并根据销售情况着手从货品结构、人员培训等方面进行整改，或利用公司总部资源进行管理改进，如规定时间仍未达到盈利目标，则总部将进行再次评估，确定是否关店。

同时，公司制订了详细的终端巡查盘点的相关条例，不定期、不定点、不预

告前提下，对销售网络进行巡查监督管理。

（3）关店制度

公司制定了《通灵珠宝股份有限公司撤店制度》，根据战略部署的调整、自营店的实际运营情况、各地经济发展的状况等因素对不适合继续运营的自营店实行理性地市场退出政策。同时，公司制定了与加盟商终止合同的相关管理办法，对加盟商的撤店管理的内部控制流程进行了明确规定。

（4）信息化管理

公司总部及各门店架设信息化管理系统，对总部原材料、成品的采购、库存，各店面各款式商品的销售、库存及人员情况进行实时的数据管理，利于市场分析，实时调整品牌推广策略，把握消费者的偏好，为产品设计提供灵感和方向，并为公司各项管理决策提供相应的信息管理支持。

6、公司的仓储物流模式

由于钻石、翡翠、贵金属价格较高，价格波动对存货价值影响明显，因此公司实行严格的“按需采购，市场补充”的原则，原材料库存较少。金银类贵金属价格波动明显，公司根据成本控制原则，在低价时预购部分贵金属，备一定量存货，以抵御原材料成本风险。公司采用自有的物流系统，运输原材料至各加工企业，并将产成品运送回南京总部，按照配送计划，将产品发往各销售网点。

公司信息化管理系统中有库存模块，通过全国联网的信息系统，实时查看总公司的库存及各销售网点的库存销售数据，由总公司根据产品在各区域的销售和库存水平进行有效的调配和调拨，确保库存产品的保值和消化。

（五）公司营销网络情况

1、公司的营销网络规模及布局

公司具有较强的渠道拓展及运营能力，2013 年至 2015 年，公司门店数量的年复合增长率为 23.69%。截止 2016 年 3 月 31 日，本公司在全国拥有直营店 73 家、专厅 188 家以及加盟店 216 家，覆盖北京、上海、江苏、浙江、安徽等 18 个省市自治区，营销渠道已具一定规模。

2、营销网络拓展的具体情况

报告期内，公司的营销网络拓展情况如下表所示：

2016 年 3 月末				
模式	**期初店数**	**本期增加**	**本期减少**	**期末店数**
直营店	71	5	3	73
专厅	184	5	1	188
加盟店	203	13	-	216
合计	458	23	4	477
2015 年				
模式	**期初店数**	**本期增加**	**本期减少**	**期末店数**
直营店	77	4	10	71
专厅	167	37	20	184
加盟店	163	67	27	203
合计	407	108	57	458
2014 年				
模式	**期初店数**	**本期增加**	**本期减少**	**期末店数**
直营店	66	13	2	77
专厅	134	51	18	167
加盟店	102	69	8	163
合计	302	133	28	407

2013 年				
模式	**期初店数**	**本期增加**	**本期减少**	**期末店数**
直营店	66	9	9	66
专厅	132	25	23	134
加盟店	88	25	11	102
合计	286	59	43	302

报告期内，公司的渠道拓展策略具有以下特点：在保持直营店的数量相对稳定的基础上，加大加盟店和专厅的建设力度，特别是专厅的数量增加最为显著。主要原因为：1、在公司融资渠道单一、资金相对短缺的情况下，公司通过在城市热门商圈的百货商场中开设专厅相对于开设直营店可以节约大量的门店租金，特别是随着公司销售渠道的拓展，公司不断向新的城市开拓业务，开设专厅有利于市场培育的同时减小经营风险；2、随着近年来我国城市化进程的发展，多数城市逐步形成自身规模化的商圈，并建设了大量的购物中心等设施，形成消费集群效应，公司通过在百货商场中开设专厅可以充分利用上述集群效应带来的便利增加客户资源。3、相对于加盟店而言，专厅销售可以获得更高的产品毛利。

报告期内，公司的各类销售门店数量总体保持增长态势，各年度间由于经营状况不佳、商圈变化等原因公司对销售门店进行优胜劣汰，适当调整、撤销部分门店，各类门店撤店情况统计如下：

直营店					
撤店原因	2016 年 1-3 月	2015 年	2014 年	2013 年	合计
业绩欠佳	-	2	-	3	5
商圈变化	3	6	1	3	13
公司主体变更	-	-	-	-	-
合同到期房东不续签	-	2	1	3	6
专厅					
撤店原因	2016 年 1-3 月	2015 年	2014 年	2013 年	合计
品牌调整	-	-	-	-	-
商圈变化	-	-	4	1	5
商场停止合作	-	8	4	10	22
业绩欠佳	1	12	8	12	33
商场回款违约	-	-	-	-	-
转加盟	-	-	2	-	2
加盟店					

撤店原因	2016年1-3月	2015年	2014年	2013年	合计
收回直营	-	-	1	1	2
业绩欠佳	-	6	3	4	13
渠道变更	-	6	-	1	7
签约加盟商变更	-	15	4	5	24

3、主要直营店的店面名称、地址、营业面积、开业时间、租金水平、装修支出、员工人数情况

序号	店面名称	地址	营业面积（平方米）	开业时间	装修支出（万元）	租金水平（万元）	员工人数
1	苏州观前街店	苏州市平江区观前街246号	650.00	2006年10月	152.52	970.25	20
2	常州南大街一店	常州南大街100号	435.00	2000年1月	30.42	615.26	20
3	连云港步行街中街店	连云港市新浦陇海步行街中街2号楼128号	132.50	2000年1月	4.45	60.00	9
	连云港步行街东街店	连云港市新浦陇海步行街东街	252.05	2006年4月	7.66	113.00	12
4	合肥万达店	合肥市包河万达广场室内步行街4号楼1-29号商铺	168.61	2010年12月	122.97	109.97	20
5	南京新街口店	南京市正洪街综合楼A区1至3层部分（A区2）	685.95	2001年4月	140.52	398.00	18
6	南京新街口万达店	南京市洪武路88号万达购物广场一层3号3铺	513.22	2003年12月	34.30	510.80	16
7	靖江南京路店	靖江市靖城镇上海城D幢南京路121号	330.75	2002年2月	5.68	135.00	18
8	泰兴鼓楼南路店	泰兴镇鼓楼南路32号	129.29	2002年2月	83.49	149.51	15
9	宜兴蛟桥河步行街	宜兴市蛟桥河步行街3号楼	334.17	2001年8月	142.17	215.06	15

	店	一、二层103-106、203-206号					
10	南通南大街一店	南通市南大街41号	302.52	2000年1月	103.36	330.53	16
11	张家港杨舍步行街店	张家港杨舍步行街12号	480.00	2003年4月	72.21	438.00	14
12	江阴人民中路二店	江阴市人民中路158号	125.00	2008年8月	104.01	339.08	12
13	无锡人民中路店	无锡市崇安区人民中路139号	55.00	2007年2月	174.27	326.60	14
14	昆山人民南路店	昆山市玉山镇人民南路正阳桥堍	297.86	2007年4月	81.96	305.00	9
15	泰州中央商场店	泰州市海陵区济川路泰州万达广场内购物中心一层1082A号	60.00	2008年1月	134.21	164.98	20
16	太仓新华街店	太仓市城厢镇新华街5号	103.00	2002年9月	1.28	88.00	11
17	上海淮海中路店	淮海中路528-532号1-3号楼商铺	630.00	2007年1月	14.58	464.20	15
18	南京湖南路二店	南京市湖南路115号	370.00	2005年6月	38.97	287.50	10
19	靖江骥江中路店	靖江市德城城市广场2115号	193.00	2009年10月	4.53	161.97	13
20	南京江宁万达店	南京市江宁区东山街道上元大街420号，竹山路68号南京江宁万达广场一层1041、1042号	195.90	2013年12月	61.84	77.74	5

4、主要专厅的店面名称、地址、营业面积、开业时间、装修支出、员工人数情况

序号	店面名称	地址	营业面积（平方米）	开业时间	装修支出（万元）	员工人数

1	南京中央商场专厅	南京市中山南路 79 号 1 楼	73	2010 年 1 月	35.29	8
2	盐城金鹰专厅	江苏省盐城市浠沧商业街 15 号楼 151011 室	50	2010 年 3 月	38.82	8
3	南通文峰专厅	南通市南大街 3-21 号文峰大世界一楼 TESIRO 通灵珠宝专柜	30	2010 年 12 月	56.19	10
4	扬州文昌阁金鹰专厅	江苏省扬州市汶河路 120 号金鹰购物中心 TESIRO 通灵珠宝专柜	50	2009 年 9 月	33.45	8
5	徐州金鹰专厅	徐州市中山北路 2 号金鹰国际购物中心一楼 TESIRO 通灵珠宝专柜	50	2010 年 3 月	30.74	8
6	无锡商业大厦专厅	无锡市中山路 343 号商业大厦 B 幢负一楼	132.86	2011 年 1 月	52.17	14
7	泰州金鹰专厅	泰州市东进东路 18 号 TESIRO 通灵珠宝专柜	30	2009 年 10 月	18.65	8
8	南京新百专厅	南京市中山南路 3 号（南京新街口百货商店股份有限公司）	39	2010 年 1 月	15.70	4
9	合肥鼓楼百货专厅	合肥市宿州路 96 号	24	2007 年 4 月	19.12	9
10	淮安中央新亚专厅	淮安市清河区淮海东路 142 号中央新亚一楼 TESIRO 通灵珠宝专柜	80	2010 年 9 月	24.07	9
11	南通八佰伴专厅	南通南大街八佰伴楼下 TESIRO 通灵珠宝专柜	50	2012 年 9 月	20.62	8
12	南京新街口金鹰专厅	南京市汉中路 89 号金鹰国际购物中心	35	2010 年 4 月	46.54	6
13	南通金鹰专厅	南通南大街 28 号金鹰国际一楼 TESIRO 通灵珠宝专柜	42	2010 年 8 月	19.43	5
14	宿迁金鹰专厅	江苏省宿迁市西湖路 1 号金鹰国际购物中心 TESIRO 通灵珠宝专柜	105	2011 年 12 月	25.91	7
15	芜湖华亿专厅	芜湖市中山路步行街安徽商之都华亿购物中心一楼	55	2006 年 5 月	29.93	5

16	泰州第一百货专厅	泰州市海陵北路 299 号泰州第一百货商店一层 TESIRO 通灵珠宝专柜	104	2011 年 6 月	40.27	8
17	苏州久光百货专厅	苏州市工业园区旺墩路 268 号久光百货一楼珠宝区 TESIRO 通灵珠宝	55	2013 年 9 月	14.94	6
18	通州文峰专厅	通州文峰大世界一楼珠宝区通灵珠宝专柜	64	2007 年 2 月	4.88	5
19	宜兴华地专厅	宜兴市人民中路 227 号	60	2010 年 10 月	17.34	5
20	马鞍山八佰伴专厅	马鞍山湖东中路大华国际广场 2 栋	48	2011 年 4 月	22.55	7
21	淮安金鹰专厅	淮安市淮海东路 130 号金鹰国际购物中心一楼 TESIRO 通灵珠宝专柜	50	2010 年 11 月	17.61	7
22	靖江文峰专厅	靖江市人民北路 1 号文峰大世界一楼通灵珠宝专厅	45	2011 年 8 月	15.48	7
23	镇江八佰伴专厅	镇江市中山东路 288 号八佰伴一楼 TESIRO 通灵珠宝专柜	38	2012 年 9 月	23.11	6
24	无锡八佰伴百货专厅	无锡市中山路 168 号八佰伴百货二层	33	2014 年 2 月	12.05	6
25	江阴华地百货专厅	江阴人民中路 19 号华地百货一楼	18	2013 年 7 月	30.65	6
26	溧阳金鹰专厅	江苏省溧阳市天目路 8 号金鹰国际购物中心一楼 TESIRO 通灵珠宝专柜	40	2012 年 1 月	23.12	6
27	海门大东方专厅	海门市解放中路 369 号大东方百货专厅一楼	104	2011 年 10 月	20.12	6
28	苏州木渎天虹专厅	苏州吴中区木渎镇金山路 47 号新华商业广场天虹商场 A 座一楼	100	2011 年 12 月	64.44	6
29	溧阳八佰伴专厅	溧阳市燕山路 2 号 TESIRO 通灵珠宝专柜	48	2010 年 8 月	64.54	6
30	昆山商厦专厅	昆山市玉山镇南城河岸 2 号	81	2013 年 12 月	60.27	5

31	徐州百大专厅	江苏省徐州市中山南路 1 号徐州百大一楼珠宝区 TESIRO 通灵	46	2006 年 12 月	17. 04	7
32	苏州广济南路新苏天地专厅	苏州市广济南路 219 号新苏天地商场 1F	90	2011 年 11 月	49. 53	6

报告期内，公司专厅装修费用的摊销政策均为分三年平均摊销。

5、主要直营店、专厅报告期内的营业收入、营业税金缴纳及净利润情况

单位：万元

序号	店面名称	项目	2016 年 1-3 月	2015 年度	2014 年度	2013 年度
1	苏州观前街店	营业收入	875.49	3,262.20	3,345.04	4,128.25
		营业税金及附加	54.57	202. 73	255. 17	306. 73
		净利润	150.25	345.47	591.24	651.66
2	常州南大街一店	营业收入	767.25	2,410.43	3,025.70	3,383.01
		营业税金及附加	79.06	178. 56	225. 5	293. 18
		净利润	226.96	571.91	951.97	1,264.40
3	连云港步行街中街店、连云港步行街东街店	营业收入	430.20	1, 648. 61	2, 079. 25	2, 034. 88
		营业税金及附加	85.10	220. 28	220. 73	115. 66
		净利润	100.83	427. 99	833. 99	797. 83
4	合肥万达店	营业收入	567.17	1, 962. 66	2, 047. 63	1, 682. 14
		营业税金及附加	91.74	225. 34	219. 21	148. 74
		净利润	192.19	714. 40	957. 37	722. 96
5	南京新街口店	营业收入	393.90	1, 722. 80	2, 008. 65	2, 316. 10
		营业税金及附加	-	–	–	–
		净利润	120.97	566. 24	637. 74	746. 13
6	南京新街口万达店	营业收入	327.40	1, 609. 64	1, 884. 03	2, 334. 53
		营业税金及附加	-	–	–	–
		净利润	61.30	347. 62	499. 99	762. 69
7	靖江南京路店	营业收入	450.90	1, 561. 67	1, 879. 31	1, 479. 31
		营业税金及附加	29.42	97. 14	112. 75	86. 96
		净利润	190.26	611. 20	879. 74	565. 85
8	泰兴鼓楼南路店	营业收入	367.41	1, 520. 86	1, 655. 08	1, 563. 45
		营业税金及附加	23.26	94. 69	96. 92	83. 13
		净利润	132.94	562. 53	687. 25	679. 04
9	宜兴蛟桥河步行街店	营业收入	292.35	1, 254. 84	1, 552. 88	1, 273. 18
		营业税金及附加	102.57	205. 68	179. 41	64. 06
		净利润	-69.20	85. 79	531. 83	356. 78
10	南通南大街一店	营业收入	479.64	1, 998. 38	1, 547. 15	187. 95

序号	店面名称	项目	2016 年 1-3 月	2015 年度	2014 年度	2013 年度
		营业税金及附加	105.79	255. 15	159. 54	9. 91
		净利润	-74.00	-10. 46	38. 49	-351. 97
11	张家港杨舍步行街店	营业收入	335.66	1,241.34	1,439.43	1,598.45
		营业税金及附加	20.23	79. 50	82. 27	106. 72
		净利润	34.88	100.88	306.78	418.98
12	江阴人民中路二店	营业收入	295.17	1, 519. 83	1, 457. 43	1, 561. 78
		营业税金及附加	18.69	92. 43	85. 31	92. 31
		净利润	59.36	342. 96	358. 27	367. 03
13	无锡人民中路店	营业收入	460.76	1, 562. 98	1, 359. 62	1, 693. 01
		营业税金及附加	30.03	99. 10	80. 87	95. 02
		净利润	156.19	408. 99	322. 85	495. 14
14	昆山人民南路店	营业收入	300.74	1, 019. 73	1, 354. 48	1, 283. 24
		营业税金及附加	49.29	129. 60	101. 55	73. 3
		净利润	-6.26	9. 37	367. 57	358. 62
15	泰州中央商场店	营业收入	316.98	1, 079. 26	1, 349. 57	1, 254. 16
		营业税金及附加	20.26	66. 69	82. 82	73. 92
		净利润	23.64	69. 58	297. 26	238
16	太仓新华街店	营业收入	270.15	1,203.25	1,296.17	1,409.21
		营业税金及附加	25.85	130. 50	139. 01	136. 62
		净利润	82.38	414.49	561.03	594.66
17	上海淮海中路店	营业收入	510.51	1, 540. 71	1, 261. 41	1, 180. 87
		营业税金及附加	93.04	175. 65	160. 63	137. 5
		净利润	14.54	22. 72	-5. 06	-120. 37
18	南京湖南路二店	营业收入	164.73	855. 93	1, 096. 75	1, 071. 41
		营业税金及附加	-	-	-	-
		净利润	19.74	165. 61	261. 94	232. 23
19	靖江骥江中路店	营业收入	244.75	1, 003. 31	1, 023. 21	1, 066. 37
		营业税金及附加	15.16	62. 32	62. 3	62. 62
		净利润	91.62	327. 68	376. 3	364. 63
20	南京江宁万达店	营业收入	216.70	927. 83	613. 85	27. 24
		营业税金及附加	-	-	-	-
		净利润	102.36	417. 69	246. 41	7. 37
21	南京中央商场专厅	营业收入	526.98	1, 786. 88	1, 827. 83	1, 650. 85
		净利润	265.41	837. 09	896. 41	738. 89
22	盐城金鹰专厅	营业收入	472.60	1, 580. 80	1, 687. 64	1, 076. 58
		净利润	278.42	855. 04	937. 61	541. 87
23	南通文峰专厅	营业收入	578.26	1, 673. 46	1, 520. 91	1, 286. 22
		净利润	327.10	860. 25	780. 52	645. 89
24	扬州文昌阁金鹰专厅	营业收入	433.74	1, 381. 17	1, 435. 53	1, 259. 24
		净利润	231.28	681. 34	640. 48	583. 42

序号	店面名称	项目	2016 年 1-3 月	2015 年度	2014 年度	2013 年度
25	徐州金鹰专厅	营业收入	286.65	1, 165. 85	1, 227. 77	1, 083. 64
		净利润	133.37	556. 10	651. 1	568. 76
26	无锡商业大厦专厅	营业收入	551.89	1, 644. 00	1, 221. 91	986. 95
		净利润	269.75	772. 57	553	434. 25
27	泰州金鹰专厅	营业收入	472.59	1, 610. 66	1, 146. 08	946. 82
		净利润	283.44	858. 84	623. 9	503. 46
28	南京新百专厅	营业收入	166.97	767. 05	1, 070. 66	958. 83
		净利润	85.87	348. 85	491. 03	432. 08
29	合肥鼓楼百货专厅	营业收入	292.76	790. 27	994. 4	1, 038. 70
		净利润	165.07	403. 42	532. 91	523. 46
30	淮安中央新亚专厅	营业收入	349.07	1, 089. 43	976. 01	798. 57
		净利润	192.78	557. 23	502. 12	390. 78
31	南通八佰伴专厅	营业收入	246.42	995. 48	946. 55	854. 73
		净利润	145.81	523. 87	492. 55	446. 4
32	南京新街口金鹰专厅	营业收入	175.80	606. 10	945. 31	862. 68
		净利润	64.33	221. 64	335. 87	298. 52
33	南通金鹰专厅	营业收入	193.57	741. 07	930. 21	738. 38
		净利润	121.10	401. 62	477. 96	344. 41
34	宿迁金鹰专厅	营业收入	367.57	1, 076. 06	887. 39	558. 38
		净利润	220.52	596. 62	489. 55	293. 12
35	芜湖华亿专厅	营业收入	118.65	775. 09	869. 8	640. 26
		净利润	65.70	403. 72	455. 65	315. 3
36	泰州第一百货专厅	营业收入	247.40	940. 85	847. 06	729. 16
		净利润	142.93	512. 45	482. 76	379. 33
37	苏州久光百货专厅	营业收入	120.43	760. 83	829. 55	165. 95
		净利润	51.36	387. 24	406. 91	68. 8
38	通州文峰专厅	营业收入	254.15	692. 17	818. 32	618. 09
		净利润	149.41	373. 41	443. 77	307. 39
39	宜兴华地专厅	营业收入	194.25	904. 21	763. 52	699. 31
		净利润	106.60	483. 26	399. 5	355. 44
40	马鞍山八佰伴专厅	营业收入	172.42	645. 14	751. 86	790. 81
		净利润	84.85	291. 02	341. 76	374. 18
41	淮安金鹰专厅	营业收入	244.80	798. 98	676. 44	590. 52
		净利润	148.13	448. 72	366. 98	302. 1
42	靖江文峰专厅	营业收入	240.54	886. 67	666. 17	522. 77
		净利润	163.85	509. 43	363. 53	271. 91
43	镇江八佰伴专厅	营业收入	132.89	554. 51	606. 62	462. 26
		净利润	74.64	276. 58	308. 11	226. 95
44	无锡八佰伴百货	营业收入	194.19	839. 50	600. 66	-

序号	店面名称	项目	2016 年 1-3 月	2015 年度	2014 年度	2013 年度
	专厅	净利润	96.69	413. 34	267. 73	-
45	江阴华地百货专厅	营业收入	334.56	771. 41	569. 57	162. 05
		净利润	179.06	371. 62	266. 87	71. 2
46	溧阳金鹰专厅	营业收入	121.61	531. 14	562. 95	310. 36
		净利润	68.33	280. 64	284. 27	159. 52
47	海门大东方专厅	营业收入	204.99	582. 48	542. 81	457. 17
		净利润	117.40	307. 85	278. 99	225. 25
48	苏州木渎天虹专厅	营业收入	170.93	627. 05	542. 37	444. 99
		净利润	92.86	327. 54	307. 89	215. 87
49	溧阳八佰伴专厅	营业收入	202.94	527. 78	542. 14	464. 63
		净利润	112.86	268. 43	265. 21	210. 12
50	昆山商厦专厅	营业收入	197.53	697. 03	443. 59	41. 85
		净利润	103.17	335. 56	239. 78	20. 45
51	徐州百大专厅	营业收入	161.60	493. 65	443. 49	448. 17
		净利润	78.39	226. 89	248. 67	237. 21
52	苏州广济南路新苏天地专厅	营业收入	203.53	489. 98	390. 63	405. 78
		净利润	122.66	247. 61	190. 12	162. 94

注：1、公司销售珠宝首饰不缴纳营业税。公司销售珠宝首饰过程中面临的主要税种包括增值税、消费税（零售环节）、城建税、教育费附加等。

2、首饰消费税的纳税环节为零售环节征收，由于专厅模式下，公司产品直接销售对象为商场，不属于零售环节，因此不缴纳消费税。同时，由于专厅为非纳税主体，该模式下销售产生的增值税，由公司总部统一缴纳，因此，也无法单独计算城建税、教育费附加等。综上导致公司专厅不存在单独缴纳的营业税金及附加。

3、上表中部分南京直营店与公司总部合并纳税，营业税金及附加无法分割。

6、报告期各期新开店相关费用支出情况及会计核算方法、 经营状况及盈利情况

（1）新开直营店相关费用支出情况及会计核算方法、经营状况及盈利情况

直营店的相关费用支出主要包括人工成本、租赁物管费、装修费、广告宣传费等。其中，装修费按照装修总支出三年期限平均摊销。

①2016 年 1-3 月

2016 年 1-3 月，公司新增直营店 5 家。当期相关费用支出、经营情况及盈

利情况如下所示：

单位：万元

项目	2016 年 1-3 月
主营业务收入	242.53
主营业务成本	73.94
费用合计	224.45
其中：人工成本	57.70
租赁物管	23.21
装修费	2.83
广告宣传	-
营业利润	-54.84

②2015 年度

2015 年，公司新增直营店 4 家。各期相关费用支出、经营情况及盈利情况如下所示：

单位：万元

项目	2015 年度	2016 年 1-3 月
主营业务收入	1,083.65	633.96
主营业务成本	366.70	206.88
费用合计	854.05	306.51
其中：人工成本	127.49	60.65
租赁物管	492.69	159.52
装修费	54.94	13.25
广告宣传	46.86	0.29
营业利润	-137.10	120.85

③2014 年度

2014 年，公司新增直营店 13 家。各期相关费用支出、经营情况及盈利情况如下所示：

单位：万元

项目	2014 年度	2015 年度	2016 年 1-3 月
主营业务收入	407.08	2,168.64	730.70
主营业务成本	148.17	789.96	243.43
费用合计	451.20	1,424.61	393.23
其中：人工成本	103.41	353.82	104.24
租赁物管	167.93	568.16	135.95

装修费	60.24	184.77	69.19
广告宣传	54.39	63.68	
营业利润	-192.17	-45.93	94.22

④2013 年度

2013 年，公司新增直营店 9 家。各期相关费用支出、经营情况及盈利情况如下所示：

单位：万元

项目	2013 年度	2014 年度	2015 年度	2016 年 1-3 月
主营业务收入	487.55	3,561.03	4,304.61	1,085.14
主营业务成本	173.06	1,188.56	1,434.26	334.68
费用合计	431.24	1,963.65	2,088.83	589.06
其中：人工成本	134.74	771.40	793.58	243.68
租赁物管	232.08	746.67	650.07	166.40
装修费	10.71	146.13	107.99	20.59
广告宣传	18.72	152.35	123.76	11.77
营业利润	-116.74	408.82	781.52	164.11

（2）新开专厅相关费用支出情况及会计核算方法、经营状况及盈利情况

专厅的相关费用支出主要包括人工成本、商场费用、装修费、广告宣传费等。其中，装修费按照装修总支出三年期限平均摊销。

①2016 年 1-3 月

2016 年 1-3 月，公司新增专厅 5 家。当期相关费用支出、经营情况及盈利情况如下所示：

单位：万元

项目	2016 年 1-3 月
主营业务收入	86.31
主营业务成本	38.97
费用合计	24.82
其中：人工成本	12.91
商场费用	0.37
装修费	2.15
广告宣传	7.36
营业利润	22.52

②2015 年

2015 年，公司新增专厅 37 家。当年相关费用支出、经营情况及盈利情况如下所示：

单位：万元

项目	2015 年度	2016 年 1-3 月
主营业务收入	3,439.61	2,172.54
主营业务成本	1,492.93	881.94
费用合计	869.92	382.69
其中：人工成本	326.74	198.47
商场费用	121.63	56.58
装修费	160.78	54.08
广告宣传	168.21	43.33
营业利润	1,076.76	907.91

③2014 年

2014 年，公司新增专厅 51 家。各期相关费用支出、经营情况及盈利情况如下所示：

单位：万元

项目	2014 年度	2015 年度	2016 年 1-3 月
主营业务收入	4,191.48	10,756.27	3,199.53
主营业务成本	1,869.11	4,774.88	1,323.55
费用合计	861.09	1,904.51	540.40
其中：人工成本	176.37	709.06	242.39
商场费用	208.92	411.77	98.73
装修费	151.85	396.71	127.66
广告宣传	221.77	203.19	39.01
营业利润	1,461.30	4,076.88	1,335.58

④2013 年

2013 年，公司新增专厅 25 家。各期相关费用支出、经营情况及盈利情况如下所示：

单位：万元

项目	2013 年	2014 年	2015 年度	2016 年 1-3 月
主营业务收入	1,830.06	5,195.68	5,902.35	1,816.08
主营业务成本	894.53	2,321.00	2,684.49	758.68
费用合计	560.69	1,086.54	1,005.14	246.61
其中：人工成本	216.21	451.93	442.92	126.50

商场费用	140.32	264.48	218.81	51.76
装修费	53.66	210.10	182.75	36.42
广告宣传	88.69	74.78	76.70	16.30
营业利润	373.83	1,788.14	2,212.72	810.79

7、发行人对加盟店的折扣政策、返点政策及结算政策

报告期内，公司对加盟店定价及折扣政策为：按照零售基准价乘以一定系数，作为批发价，公司对加盟商的定价同时根据批量大小、交货周期适当调节。公司钻石镶嵌饰品产品零售基准价由钻石基准价、钻石饰品金基准价、加工费和证书费、标签费等其他费用的总和乘以一定倍数构成。钻石基准价为钻石重量、切工、颜色、净度决定的钻石市场价；钻石饰品金基准价由金料成本和预期毛利率决定；加工费由镶嵌工艺复杂程度和镶嵌数量决定；倍数由公司根据实际销售情况制定。

2013 年公司未制定对加盟店的返点政策。自 2014 年 1 月 1 日起，公司对加盟店开始实行如下返点政策：

（1）享受进货返点政策加盟店如符合以下条件：

①考核期没有受到 B 类以上处罚，C 类处罚不超过 2 次；

②所辖店厅神秘顾客体验得分 80 分以上；

③训练稽核成绩 70 分以上；

④加盟店年度广告支出占比达到公司要求。

（2）适用周期

所有已签约加盟店的自然年度进货额数据，即每年的 1 月 1 日-12 月 31 日。

（3）返点优惠

对于满足以上条件的加盟店，返点优惠如下：

加盟商进货返利表（单位：万元）					
名称	**第一档**	**第二档**	**第三档**	**第四档**	**第五档**
区间上限（包含）	500	600	700	800	无

区间下限（不包含）	0	500	600	700	800
返利率	0%	2%	2.5%	4%	5. 5%
注一：根据地市场（江苏、安徽）加盟店进货额每档基数提高 200 万元； 注二：激励金额计算方法举例如下，某新兴（除江苏、安徽外）市场加盟店进货达 850 万元，激励金额=100 万×2%+100 万×2.5%+100 万×4%+50 万×5.5%＝11.25 万元；					

（4）返点的发放

以年度考核周期内加盟商实际进货（含新店首批进货）为统计依据，同时依据公司对加盟商广告费用支出的考核情况对返点激励金额进行一定折扣，计算该加盟商实际所应享有的激励。加盟运营中心每年 3 月 1 日前提交上年度申请加盟店享有进货返利的请示批复，经公司资产增值中心、商品创新中心会签，报公司审批通过后，以冲抵后续进货货款的方式返还。

2013 年-2014 年，发行人对加盟店采用钱货两讫的结算模式，不存在给予加盟店客户信用期的情形。为了促进优质加盟商多开店，尤其是鼓励老加盟商发展新市场，从而提高公司的加盟拓展速度，进一步占据市场份额，公司自 2015 年开始实行货款支付优惠政策，允许对部分优质加盟商给予一定信用期。

享受货款支付优惠政策的条件（需同时具备）：

①门店保有量为 3 家及以上，且年进货额在 600 万元及以上的加盟商；

②首家门店累计运营时间在 1 年及以上的加盟商；

③在加盟期间无诚信及违规问题的加盟商；

④用于 2015 年渠道拓展的新开门店首批进货货款。

根据加盟商申请，并经公司审核后决定满足上述条件的加盟商新开门店首批进货货款可以申请分期支付货款。首次付款占总货款的 50%及以上，款到发货。剩余货款可以分两期支付，第二期应当支付未付款项的 50%，并在三个月内付清，第三期应当六个月内付清。

8、主要加盟店的实际控制人、店面名称、地址、营业面积、开业时间等情况

序号	实际控制人	省份	加盟店名称	地址	营业面积（平方米）	开业时间
1	包进师、郑国祥	江苏	江苏盐城阜宁阜城大街店	阜宁县阜城大街 59 号太平洋百货一楼	100	2010 年 3 月
2	曹远宏	安徽	安徽蚌埠百大二店专厅	蚌埠市蚌山区中山街蚌埠百大购物中心 TESIRO 通灵专厅	42	2013 年 9 月
3		安徽	安徽蚌埠百大一店	蚌埠市淮河路 962 号蚌埠百货大楼一楼 TESIRO 通灵专厅	18	2013 年 9 月
4		安徽	蚌埠新世纪专厅	安徽省蚌埠市蚌山区新世纪国际购物中心，一楼通灵珠宝专厅	56	2013 年 9 月
5		安徽	蚌埠万达店	蚌埠市东海大道与工农路交叉口	106	2014 年 12 月
6		安徽	安徽巢湖百大专厅	巢湖市人民路和团结路交叉口百大购物中心	30	2010 年 9 月
7		安徽	巢湖安德利专厅	安徽省巢湖中路 79 号安德利购物中心一楼通灵珠宝	40	2015 年 4 月
8		安徽	太和大润发店	安徽省合肥巢湖市居巢区人民路 10 号	55	2014 年 9 月
9		安徽	铜陵雨润广场专厅	安徽省铜陵市长江中路雨润中央商场一楼通灵珠宝专厅	80	2014 年 4 月
10		安徽	铜陵合百专厅	安徽省铜陵市长江路百大购物一层	33	2015 年 2 月
11		安徽	安徽宿州商之都专厅	安徽省宿州市汴河中路商之都一楼 TESIRO 通灵专柜	90	2011 年 10 月
12		安徽	安徽宿州国贸专厅	安徽省宿州市淮海中路 63 号皖北国贸购物中心一楼	80	2012 年 9 月
13	陈为建	江苏	高邮世贸广场专厅	高邮市通湖路世贸广场	105	2014 年 12 月
14		江苏	江苏扬州高邮温州商贸城店	高邮市通湖路 199 号 3 栋 103-106(北海苏果东 30 米)	160	2006 年 4 月

序号	实际控制人	省份	加盟店名称	地址	营业面积（平方米）	开业时间
15	管晓军、潘文萍	山东	山东潍坊世纪泰华专厅	山东省潍坊市奎文区东风东街世纪泰华广场一楼 TESIRO 通灵	60	2010 年 6 月
16		山东	潍坊中百专厅	山东潍坊市潍城区胜利西街中百大厦一楼通灵专柜	38	2011 年 12 月
17	何金飞	江苏	江苏宿迁泗洪泗洲大街店	泗洪县第一街 A1009	95	2010 年 1 月
18	何向庆、缪云仙	浙江	浙江义乌工人西路店	义乌市工人西路 63 号	120	2010 年 3 月
19		浙江	浙江义乌银泰专厅	工人西路 15 号银泰百货二楼 TESIRO 专厅	33	2012 年 4 月
20	姜怀榕	江苏	江苏南通如东文峰专厅	新文峰大世界一楼 TESIRO 通灵珠宝专厅	78	2006 年 12 月
21		江苏	江苏南通如皋南步行街店	如皋市南步行街 142-144 号	100	2010 年 3 月
22		江苏	江苏南通如皋文峰专厅	如皋市中山路 418 号文峰大世界一楼 TESIRO 通灵专厅	63	2010 年 11 月
23		江苏	如东幸福路店	南通市如东县掘港镇幸福路 2 号新文峰大世界旁	199	2014 年 8 月
24	焦丽华、曹冰、曹莹	河北	北京通州万达广场店	北京市通州区万达广场 1 号门一层通灵珠宝 1027 号	96	2014 年 10 月
25		山东	淄博茂业时代广场专厅	山东省淄博市临淄区茂业时代广场	58	2015 年 1 月
26		山东	淄博银座专厅	山东省淄博市张店区柳泉路 128 号淄博银座商城	35	2015 年 3 月
27	刘芳、刘璠	安徽	安徽六安百大金商都专厅	六安市皖西路与梅山路交汇处百大金商都购物中心一楼通灵珠宝专厅	32	2009 年 9 月
28		安徽	安徽六安商之都专厅	六安市解放路与人民路交岔口商之都一楼 TESIRO 通灵专厅	70	2009 年 9 月

序号	实际控制人	省份	加盟店名称	地址	营业面积（平方米）	开业时间
29		安徽	六安白云商厦专厅	安徽省六安市解放路白云商厦一楼星光珠宝区	38	2014 年 12 月
30	刘富艺	江苏	江苏徐州邳州宏大店	邳州市青年东路宏大财富中心一楼	150	2009 年 10 月
31		江苏	江苏徐州邳州欢乐买专厅	邳州市人民路欢乐买专厅	80	2010 年 8 月
32	刘卫	江苏	东台海陵南路国贸专厅	东台市海陵南路 2 号国贸大厦一楼通灵珠宝专厅	40	2011 年 12 月
33		江苏	江苏南通东台金东广场店	东台市金东广场 A105、A106	160	2006 年 4 月
34	刘阳、樊梅	安徽	安徽滁州商之都专厅	滁州市天长东路 157 号商之都一楼 TESIRO 通灵专厅	40	2009 年 10 月
35		安徽	安徽滁州白云专厅	安徽省滁州市琅琊区白云商厦通灵专厅	70	2011 年 4 月
36		安徽	滁州大金新百百货专厅	安徽省滁州市琅琊区南谯北路与琅琊大道交汇处大金新百商厦一楼	80	2013 年 1 月
37	刘玉华、彭菲	安徽	安徽淮南家乐福店	淮南市田家庵区家乐福时代广场一楼通灵珠宝	130	2010 年 5 月
38		安徽	安徽淮南百大商厦专厅	淮南市田家庵区人民南路 318 号淮南百大购物中心一楼 TESIRO 通灵专厅	50	2009 年 6 月
39		安徽	淮南华联商厦专厅	淮南市田家庵区朝阳东路华联商厦一楼通灵珠宝	30	2014 年 1 月
40	马启贵	安徽	安徽阜阳国贸专厅	阜阳市人民东路 1 号国贸商城一楼 TESIRO 通灵专厅	60	2009 年 7 月
41		安徽	安徽阜阳星光专厅	阜阳市人民中路 42 号星光珠宝城 1 楼	30	2010 年 12 月

序号	实际控制人	省份	加盟店名称	地址	营业面积（平方米）	开业时间
42		安徽	阜阳商厦专厅	地址阜阳市颍上北路阜阳商厦一楼通灵珠宝专厅	20	2013 年 12 月
43		安徽	太和人民中路店	阜阳市太和县健康路和人民路交叉口	100	2014 年 11 月
44		安徽	阜阳香港财富广场专厅	阜阳市人民东路香港财富广场一楼	70	2014 年 9 月
45		安徽	合肥肥西百大专厅	合肥市肥西县巢湖路与派河大道交叉口肥西百大一楼通灵专厅	70	2014 年 1 月
46		安徽	合肥滨湖百大专厅	合肥市滨湖新区徽州大道紫云路交叉口 滨湖百大一楼	50	2014 年 3 月
47		安徽	合肥肥东老街店	安徽省肥东县店埠镇老街北工商银行隔壁通灵珠宝	70	2015 年 4 月
48		河南	洛阳丹尼斯百货专厅	河南省洛阳市南昌路 130 号丹尼斯百货一楼通灵珠宝专柜	60	2013 年 7 月
49		河南	洛阳中央百货大楼专厅	河南省洛阳市中州中路 287 号中央百货大楼一楼	70	2015 年 1 月
50		河南	河南信阳金鑫赛博专厅	信阳市东方红大道西亚和美广场一楼	40	2013 年 9 月
51	倪洁、陈理斌	浙江	浙江台州椒江耀达专厅	浙江省台州市椒江区市府大道 289 号耀达百货二楼通灵珠宝	50	2014 年 6 月
52		浙江	台州椒江锦江百货专厅	浙江省台州市椒江区解放南路 251-253 号锦江百货一楼	40	2014 年 9 月
53		浙江	温岭银泰城店	浙江温岭九龙大道银泰城一楼 1F005	110	2014 年 4 月
54	沈跃武、屠红卫、杨荣跃、谢以香、张平	江苏	江苏淮安金湖金城商厦店	金湖县人民路 56 号金城商厦东首	150	2010 年 5 月
55		江苏	宝应苏中中路店	扬州宝应文峰大世界斜对面苏中中路通灵珠宝专卖店	180	2014 年 12 月

序号	实际控制人	省份	加盟店名称	地址	营业面积（平方米）	开业时间
56		江苏	江苏扬州宝应文峰专厅	宝应县文峰商场一楼 TESIRO 专厅	88	2011 年 5 月
57	汪厚德、方伶杰	湖北	宜昌夷陵大洋专厅	宜昌市夷陵大道 56 号大洋百货一楼（443000）	50	2012 年 11 月
58		湖北	宜昌水悦城店	湖北省宜昌市发展大道 13 号宜昌水悦城购物中心一楼	104	2014 年 12 月
59		湖南	岳阳光宏广场百盛专厅	湖南省岳阳市岳阳楼区得胜北路光宏广场百盛一楼通灵珠宝	80	2012 年 12 月
60	王燕、季云翔	江苏	淮安盱眙皇剑专厅	江苏省淮安市盱眙金鹏大道 17 号皇剑国际购物中心一楼通灵珠宝	80	2014 年 3 月
61		江苏	建湖东方广场店	建湖县人民中路东方广场肯德基北侧	130	2014 年 8 月
62	王泽斌	安徽	安徽天长天发广场店	天长市天康大道与新河南路交汇处天发广场一号楼 TESIRO 通灵专卖店	150	2010 年 10 月
63		安徽	安徽天长康宁商厦专厅	安徽省天长市康宁购物广场一楼	40	2012 年 1 月
64	杨俊晖、杨超武	江苏	江苏南京溧水通济街店	溧水县永阳镇通济广场 9 幢 18-19 号	90	2010 年 9 月
65	印勤	江苏	江都工农路店	扬州市江都区工农路 18 号	100	2013 年 1 月
66		江苏	江苏扬州江都商场店	江都市工农路江都商城一楼通灵专厅	60	2006 年 3 月
67	郁丹丹、杜玉文、李万辉	安徽	安徽安庆新百专厅	安庆市人民路 416 号新百黄金商场 TESIRO 通灵专厅	35	2010 年 4 月
68		安徽	安徽安庆人民路店	安徽省安庆市迎江区人民路 368 号通灵珠宝	135	2012 年 12 月

序号	实际控制人	省份	加盟店名称	地址	营业面积（平方米）	开业时间
69	张国华	江苏	江苏镇江丹阳大润华店	江苏省丹阳市新民东路 37 号	100	2012 年 7 月
70		江苏	高淳二店	高淳淳溪镇淳中路 10 号县人民医院对面富克斯流行广场	47	2015 年 6 月
71		江苏	江苏南京高淳百大专厅	高淳县通贤街百货大厦一楼 TESIRO 通灵珠宝专柜	60	2010 年 1 月
72	曹德标、张蔚梅	江苏	江苏南通海安人民中路店	海安县人民中路 32-4 号	170	2005 年 11 月
73		江苏	南通海安文峰大世界专厅	海安县宁海南路 2 号文峰大世界一楼	56	2011 年 12 月
74	郑卫星	江苏	江苏泰州兴化马桥路店	兴化市马桥路 17 号	200	2005 年 10 月
75		江苏	兴化东方商厦专厅	兴化市英武中路 9 号（新苏果超市对面）	90	2012 年 5 月

9、发行人特许经营合同中关于退换货的具体规定、报告期各期加盟店退货、换货的金额和原因

一般情况下，加盟店不允许退货。如因加盟店经营不善导致关店需要退货，或者因加盟期满双方不再续约，加盟店需要退货。加盟店需提前 60 天向发行人提出退货申请，发行人书面同意后给予加盟店退货。退货具体遵照以下规定操作：

（1） 如所退货品可直接上柜，发行人只收取折旧费；

（2） 如所退货品无法再直接上柜销售、须进行有关维修处理的，发行人将收取相应费用。

（3） 加盟店因经营不善造成的关店，加盟店退回发行人货品的同时必须提供商品退货折让证明。

（4） 加盟店因关店的退货饰品，经检验确定货值后，发行人出具结算单与加盟店签字确认后，在三个月内支付退货款项。

发行人特许经营活动中关于换货条款的具体规定如下：

（1）加盟店开业 4 个月内，加盟店享受首批进货额 50%的货品换货，换货次数不做限制。

（2）开业超过 6 个月的加盟店，每 4 个月有适量的换货限额，且需在 4 个月内一次性调换完成。下个周期的 1 日重新核算换货限额（1 月 1 日，5 月 1 日，9 月 1 日）。

售前货品换货限额 =上周期现金进货金额*10%

售后货品换货限额 =上周期现金进货金额*8%

售前货品主要是指未曾产生过销售的货品，售后货品主要指以小换大等情况回收的货品。

（3）因扩店、更改店址使得柜台铺货量和铺货结构发生变化的，需要进行调换货的，加盟店负责人在歇业期间向发行人提交货品结构调整书面报告。经批准后，由发行人配合连锁店一次性完成货品结构调整，调换货额度不做限制。

报告期内，退货情况均由关店原因导致，具体如下：

单位：万元

项目	2016年1-3月	2015年度	2014年度	2013年度
退货金额	-	2, 465. 83	398. 66	484. 28
退货家数	-	16	4	5

报告期内，换货情况具体如下：

单位：万元

项目	2016年1-3月	2015年度	2014年度	2013年度
换货金额	2,144.48	5, 611. 14	4, 668. 17	3, 198. 02
占加盟商销售收入比例	23.27%	18.73%	15.78%	20.81%
换货原因	新店换货、款式更换	新店换货、款式更换	新店换货、款式更换	新店换货、款式更换

报告期内，公司换货比例占加盟模式下销售收入的比例较大。这主要是因为报告期内，公司加大了加盟渠道的拓展力度，加盟店数量总体保持增长态势。为支持加盟商更好拓展当地销售渠道，减少加盟商新店开设过程中存在的因不了解当地钻石镶嵌饰品、翡翠饰品消费习惯而滞销的风险，允许加盟店新开 4 个月内享受首批进货额 50%的货品换货、换货次数不做限制的政策优惠。因钻石镶嵌饰品、翡翠饰品具有周转率较慢的经营特点，加盟商为规避自身的经营风险，均享受了这一换货政策。此外，在老店的后续经营过程中，出于调整款式结构的考虑，加盟商也会定期对加盟店中的铺货进行款式更换。

10、报告期各期新增加盟店首次铺货及后续年度进货的收入构成及占比

（1）2016 年 1-3 月

2016 年 1-3 月，公司新增加盟店 13 家，首次铺货收入为 1,818.27 万元，占报告期内向 2016 年 1-3 月新增加盟店全部销售收入的比例为 95.39%。新增加盟店后续进货收入 87.92 万元，占向 2016 年 1-3 月新增加盟店全部销售收入的 4.61%。

（2）2015 年度

2015 年度，公司新增加盟店 67 家，首次铺货收入为 9, 685. 13 万元，占报告期内向 2015 年度新增加盟店全部销售收入的比例为 60.72%。新增加盟店后续进货收入 6,264.53 万元。其中 2015 年度后续进货收入 3,385.81 万元，占报告期内向 2015 年度新增加盟店全部销售收入的比例为 21.23%；2016 年 1-3 月后续进货收入 2,878.72 万元，占报告期内向 2015 年度新增加盟店全部销售收入的比例为 18.05%。

（3）2014 年度

2014 年，公司新增加盟店 69 家，首次铺货收入为 11, 769. 71 万元，占报告期内向 2014 年度新增加盟店全部销售收入的比例为 42.40%。新增加盟店后续进货收入合计为 15,987.06 万元。其中，2014 年度后续进货收入 5,111.41 万元，占报告期内向 2014 年度新增加盟店全部销售收入的比例为 18.42%；2015 年度后续进货收入 8, 448. 90 万元，占报告期内向 2014 年度新增加盟店全部销售收入的比例为 30.44%；2016 年 1-3 月后续进货收入 2,426.75 万元，占报告期内向 2014 年度新增加盟店全部销售收入的比例为 8.74%。

（4）2013 年度

2013 年，公司新增加盟店 25 家，首次铺货收入为 4, 809. 72 万元，占报告期内向 2013 年度新增加盟店全部销售收入的比例为 38.53%。新增加盟店后续进货收入为 7,672.24 万元。其中，2013 年度后续进货收入 1, 909. 46 万元，占报告期内向 2013 年度新增加盟店全部销售收入的比例为 15.30%；2014 年度后续进货收入 2, 749. 90 万元，占报告期内向 2013 年度新增加盟店全部销售收入的比例为 22.03%；2015 年度后续进货收入 2, 360. 20 万元，占报告期内向 2013 年度新增加盟店全部销售收入的比例为 18.91%；2016 年 1-3 月后续进货收入 652.68 万元，占报告期内向 2013 年度新增加盟店全部销售收入的比例为 5.23%。

因此，报告期内，公司加盟模式下收入的构成占比情况如下表所示：

单位：万元

项目	2016年1-3月	2015年度	2014年度	2013年度
加盟模式下实现收入	9,217.18	29,964.86	29,587.36	15,367.12

其中：首次铺货	1,818.27	9,685.13	11,769.71	4,809.72
占比	19.73%	32.32%	39.78%	31.30%
后续进货	7,398.91	20,279.73	17,817.65	10,557.40
占比	80.27%	67.68%	60.22%	68.70%

11、报告期各期末加盟店存货情况

报告期内，公司加盟店期末存货情况如下：

单位：件、万元

库龄	2013 年末		2014 年末	
	数量	金额	数量	金额
1 年以内	43, 174. 50	12, 638. 31	75, 071. 00	21, 625. 78
1-2 年	18, 028. 00	6, 219. 61	19, 060. 00	6, 291. 63
2-3 年	8, 719. 50	3, 120. 24	10, 469. 00	3, 868. 95
3 年以上	8, 461. 50	2, 224. 56	12, 142. 50	3, 845. 85
总计	78, 383. 50	24, 202. 71	116, 742. 50	35, 632. 22
库龄	2015 年末		2016 年 3 月末	
	数量	金额	数量	金额
1 年以内	88, 667. 00	24, 501. 30	89, 077. 00	27, 903. 08
1-2 年	30, 451. 00	9, 980. 01	33, 864. 50	12, 289. 48
2-3 年	8, 328. 00	3, 046. 64	8, 877. 50	3, 452. 94
3 年以上	15, 857. 50	5, 515. 38	16, 129. 50	6, 213. 53
总计	143, 303. 50	43, 043. 32	147, 948. 50	49, 859. 02

报告期内，公司各期末加盟店存货金额随着加盟店开店数量的增加而逐渐增长，各期末加盟店平均存货金额基本保持稳定，具体情况如下：

单位：万元

项 目	2013 年末	2014 年末	2015 年末	2016 年 3 月末
加盟店家数	102	163	203	216
平均存货金额	237. 28	218. 60	212. 04	230. 83

（六）发行人报告期主要产品销售情况

1、按产品分类主营业务收入

报告期内公司主营业务收入分产品构成如下：

单位：万元、%

项 目	2016 年 1-3 月		2015 年		2014 年		2013 年	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
钻石饰品	40,080.76	91.05	130,876.41	88.75	119,483.43	83.87	95,234.95	82.40

翡翠饰品	2,706.23	6.15	12,431.37	8.43	15,067.80	10.58	17,286.31	14.96
其他饰品	1,234.50	2.80	4,153.23	2.82	7,906.09	5.55	3,052.14	2.64
合　计	**44,021.48**	**100.00**	**147,461.01**	**100.00**	**142,457.32**	**100.00**	**115,573.40**	**100.00**

2、按产品种类分类主营业务收入

报告期内，发行人主营业务收入按产品种类划分情况如下：

单位：件、万元、元/件

2016 年 1-3 月				
类别	数量	金额	占比	单价
挂饰	36, 105. 00	8, 889. 35	20. 20%	2, 462. 08
戒指	43, 757. 00	31, 580. 68	71. 74%	7, 217. 29
耳饰	4, 089. 00	1, 307. 98	2. 97%	3, 198. 79
手镯	1, 459. 00	1, 255. 65	2. 85%	8, 606. 24
其他	18, 427. 50	987. 82	2. 24%	536. 06
赠品	16, 159. 00	-		
合计	119, 996. 50	44, 021. 48	100. 00%	3, 668. 56
2015 年度				
类别	数量	金额	占比	单价
挂饰	127, 385. 00	33, 254. 93	22. 55%	2, 610. 58
戒指	133, 363. 00	102, 083. 90	69. 23%	7, 654. 59
耳饰	13, 563. 00	3, 953. 80	2. 68%	2, 915. 14
手镯	4, 883. 00	4, 590. 21	3. 11%	9, 400. 39
其他	53, 656. 00	3, 578. 17	2. 43%	666. 87
赠品	69, 690. 00		-	
合计	402, 540. 00	147, 461. 01	100. 00%	3, 663. 26
2014 年度				
类别	数量	金额	占比	单价
挂饰	108, 510. 50	32, 194. 98	22. 60%	2, 966. 99
戒指	138, 946. 00	95, 427. 19	66. 99%	6, 867. 93
耳饰	14, 348. 00	3, 877. 06	2. 71%	2, 702. 16
手镯	5, 168. 00	5, 620. 62	3. 95%	10, 875. 81
其他	48, 204. 50	5, 337. 47	3. 75%	1, 107. 26
赠品	90, 352. 00		-	
合计	405, 529. 00	142, 457. 32	100. 00%	3, 512. 88
2013 年度				
类别	数量	金额	占比	单价
挂饰	95, 359. 00	28, 493. 09	24. 65%	2, 987. 98
戒指	100, 369. 00	76, 486. 75	66. 18%	7, 620. 56
耳饰	10, 047. 50	2, 976. 94	2. 58%	2, 962. 87
手镯	4, 749. 00	5, 468. 30	4. 73%	11, 514. 63
其他	11, 374. 50	2, 148. 32	1. 86%	1, 888. 72

赠品	64, 967. 00		-	
合计	286, 866. 00	115, 573. 40	100. 00%	4, 028. 83

报告期内，公司销售的各类产品中戒指的销售收入占比最高，其次为挂饰，两者销售占比合计达到90%左右。

3、按销售模式分类主营业务收入

报告期内，公司主营业务收入按销售模式分类构成及单店销售情况如下：

单位：个、万元

2016 年 1-3 月				
类别	**数量**	**金额**	**占比**	**单店销售**
直营	73	14,744.95	33.49%	201.99
专厅	188	20,059.36	45.57%	106.7
加盟	216	9,217.17	20.94%	42.67
合计	**477**	**44,021.48**	**100.00%**	**92.29**
2015 年度				
类别	**数量**	**金额**	**占比**	**单店销售**
直营	71	52,715.87	35.75%	742.48
专厅	184	64,780.28	43.93%	352.07
加盟	203	29,964.86	20.32%	147.61
合计	**458**	**147,461.01**	**100.00%**	**321.97**
2014 年度				
类别	**期末数量**	**金额**	**占比**	**单店销售**
直营	77	58,086.47	40.77%	754.37
专厅	167	54,783.50	38.46%	328.04
加盟	163	29,587.36	20.77%	181.52
合计	**407**	**142,457.32**	**100.00%**	**350.02**
2013 年度				
类别	**数量**	**金额**	**占比**	**单店销售**
直营	66	58,595.58	50.70%	887.81
专厅	134	41,610.71	36.00%	310.53
加盟	102	15,367.12	13.30%	150.66
合计	**302**	**115,573.40**	**100.00%**	**382.69**

报告期内，公司在保持直营店的数量相对稳定的基础上，加大加盟店和专厅的建设力度，特别是专厅的数量增加最为显著。同时，专厅单店销售收入稳定增长，导致公司专厅模式下实现的销售收入逐年增长。

同时，随着公司品牌影响力的不断提升和公司加盟商成功模式的不断推广，公司加盟店的数量逐年稳步增长，导致加盟模式下实现的收入稳定增长。

报告期内，公司专厅的单店销售金额不断提升，但是公司直营店的单店销售金额不断下降，同时在直营店数量保持稳定的情况下，专厅和加盟店的数量增长显著，导致综合单店销售水平逐年下降。公司直营店单店销售金额逐年下降的主要原因在于：

（1）直营店受到消费者行为习惯改变的影响

随着社会文化的日益多元化，产品和服务的日益丰富，消费者在选择购物地点和购买方式上都较之以往有很大的变化，人们不仅追求物质的满足，更注重精神方面的享受。城市居民消费行为的多样化导致珠宝零售业态向多元化的业态结构发展。例如，伴随着市场经济的发展，商业竞争日益加剧，大型购物中心应运而生。这种商业形式聚拢了众多零售业态和餐饮、娱乐服务形式，充分展示“一站式满足”的理念，成为目前大力发展的零售业态。多元化的零售业态对公司原有的直营店业态造成冲击，对直营店的到店率、成交转化率均造成影响。因此，报告期内，受到消费者对于购物地点消费行为多元化的影响，公司直营店单店销售出现下滑趋势。

（2）直营店面临城市商业分散化冲击

随着近年来城市化进程的加快，商业地产快速发展，对原有城市商圈产生了一定冲击，呈现出城市商业分散化的特征。为应对激烈的市场竞争、稳定所在市场的市场份额、进一步扩大品牌影响力和销售网络覆盖范围，公司加大了对原有市场新兴商圈专厅和加盟店的拓展力度。虽然新开专厅和加盟店在一定程度上对原处于中心商圈的直营店销售造成了冲击，产生分流效应，使直营店的销售出现下滑态势。但是，新开专厅和加盟店完善了公司销售网络的覆盖范围，依托新兴零售业态，对于稳定和扩大市场份额具有积极作用。

总体来看，报告期内，公司销售收入稳步增长，消费者对于购物地点消费行为多元化、城市商业分散化冲击对公司直营店单店销售收入的影响，已通过加大在多元化的零售业态开设专厅和加盟店的力度、扩大销售网络覆盖范围的应对策略予以消除。

4、按地区分类主营业务收入

报告期内公司主营业务收入按地区分类构成如下：

单位：万元，%

地区	2016 年 1-3 月		2015 年		2014 年		2013 年	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
江苏	29,889.24	67.90	103,449.83	70.15	101,262.22	71.08	86,103.80	74.50
鲁皖豫	8,860.00	20.13	28,337.47	19.22	26,795.51	18.81	18,885.57	16.34
沪浙闽	3,130.98	7.11	9,542.73	6.47	9,060.99	6.36	6,913.63	5.98
京津冀晋	1,088.59	2.47	3,191.42	2.16	2,133.69	1.50	1,557.59	1.35
湘鄂赣	246.24	0.56	1,234.29	0.84	999.66	0.70	693.40	0.60
吉辽黑	301.56	0.69	567.96	0.39	990.93	0.70	322.42	0.28
川渝陕	499.82	1.14	1,021.13	0.69	801.91	0.56	1,096.99	0.95
云蒙琼	5.05	0.01	116.17	0.08	412.42	0.29	-	-
合计	**44,021.48**	**100.00**	**147,461.01**	**100.00**	**142,457.32**	**100.00**	**115,573.40**	**100.00**

5、发行人主要产品产能利用率、产销率情况

公司将相对低附加值的生产环节全面外包，自主掌控设计、品牌推广和终端销售等最具价值的核心环节，既降低了生产环节和规模扩张过程中的风险，又能够最大程度地集中资源，专注于珠宝首饰的设计开发、品牌推广和营销渠道建设。由于公司生产完全外包，因此不存在产能过剩或产能利用率不足的问题。

我国作为全球制造业中心和世界知名的珠宝首饰加工基地，总体产能充足，且工艺达到国际先进水平。由于发行人的委托加工厂商资源丰富，不会因为门店数量规模扩大，销量大幅增加，而导致产能不足的情形。

6、发行人报告期内不同销售模式下前五名门店销售情况

报告期内，发行人直营模式、专厅模式、加盟模式等三种销售模式下，销售前五名门店情况如下：

①直营模式

序号	2016 年 1-3 月		
	客户名称	销售收入（万元）	占营业收入的比例
1	苏州观前街店	875.49	1.97%
2	常州南大街一店	767.25	1.73%
3	合肥万达店	567.17	1.28%

4	上海淮海中路店	510.51	1.15%
5	南通南大街三店	479.64	1.08%
合计		**3,200.06**	**7.22%**
序号	**2015 年**		
	客户名称	**销售收入（万元）**	**占营业收入的比例**
1	苏州观前街店	3,262.20	2.19%
2	常州南大街一店	2,410.43	1.62%
3	南通南大街三店	1,998.38	1.34%
4	合肥万达店	1,962.66	1.32%
5	南京新街口店	1,722.80	1.16%
合计		**11,356.47**	**7.63%**
序号	**2014 年**		
	客户名称	**销售收入（万元）**	**占营业收入的比例**
1	苏州观前街店	3,345.04	2.34%
2	常州南大街一店	3,025.70	2.11%
3	连云港东街及中街店	2,079.25	1.45%
4	合肥万达店	2,047.63	1.43%
5	南京新街口店	2,008.65	1.40%
合计		**12,506.27**	**8.73%**
序号	**2013 年**		
	客户名称	**销售收入（万元）**	**占营业收入的比例**
1	苏州观前街店	4,128.25	3.55%
2	常州南大街一店	3,383.01	2.91%
3	南京新街口万达店	2,334.53	2.01%
4	南京新街口店	2,316.10	1.99%
5	南通二店	2,160.05	1.86%
合计		**14,321.94**	**12.32%**

②专厅模式

序号	**2016 年 1-3 月**		
	客户名称	**销售收入（万元）**	**占营业收入的比例**
1	上海文峰商贸有限责任公司、南通文峰商贸采购批发有限公司	1,450.33	3.27%
2	南京中央商场集团联合营销有限公司	1,047.55	2.36%
3	盐城金鹰国际购物中心有限公司	557.71	1.26%
4	无锡商业大厦大东方股份有限公司	551.89	1.24%
5	合肥百货大楼集团股份有限公司	550.53	1.24%
合计		**4,158.01**	**9.37%**
序号	**2015 年**		
	客户名称	**销售收入（万元）**	**占营业收入的比例**
1	上海文峰商贸有限责任公司 南通文峰商贸采购批发有限公司	4,224.62	2.83%
2	南京中央商场集团联合营销有限公司	3,961.10	2.66%

3	合肥百货大楼集团股份有限公司	1,769.49	1.19%
4	无锡商业大厦大东方股份有限公司	1,644.00	1.10%
5	泰州金鹰商贸有限公司	1,610.66	1.08%
合计		**13,209.87**	**8.86%**

序号	**2014 年**		
	客户名称	**销售收入（万元）**	**占营业收入的比例**
1	南京中央商场集团联合营销有限公司	4,059.34	2.83%
2	上海文峰商贸有限责任公司 南通文峰商贸采购批发有限公司	4,036.97	2.82%
3	合肥百货大楼集团股份有限公司	1,959.09	1.37%
4	盐城金鹰国际购物中心有限公司	1,687.65	1.18%
5	扬州金鹰国际实业有限公司	1,435.53	1.00%
合计		**13,178.58**	**9.20%**

序号	**2013 年**		
	客户名称	**销售收入（万元）**	**占营业收入的比例**
1	南京中央商场集团联合营销有限公司	3,507.04	3.02%
2	上海文峰商贸有限责任公司 南通文峰商贸采购批发有限公司	3,056.98	2.63%
3	合肥百货大楼集团股份有限公司	1,916.21	1.65%
4	扬州金鹰国际实业有限公司	1,259.24	1.08%
5	徐州金鹰国际实业有限公司	1,083.62	0.93%
合计		**10,823.09**	**9.31%**

③加盟模式

序号	**2016 年 1-3 月**		
	客户名称	**销售收入（万元）**	**占营业收入的比例**
1	合肥金贵珠宝有限公司	916.41	2.06%
2	安徽宝华首饰有限责任公司	706.38	1.59%
3	高邮市裕源银楼	334.45	0.75%
4	兴化店（郑卫星）	276.07	0.62%
5	南通新世界珠宝城有限公司	266.86	0.60%
合计		**2,500.17**	**5.62%**

序号	**2015 年**		
	客户名称	**销售收入（万元）**	**占营业收入的比例**
1	合肥金贵珠宝有限公司	2,930.59	1.97%
2	安徽宝华首饰有限责任公司	2,599.48	1.74%
3	南通新世界珠宝城有限公司	1,230.66	0.83%
4	曹德标	1,082.00	0.73%
5	兴化店（郑卫星）	993.66	0.67%
合计		**8,836.39**	**5.94%**

序号	**2014 年**		
	客户名称	**销售收入（万元）**	**占营业收入的比例**
1	合肥金贵珠宝有限公司	2,128.52	1.49%
2	安徽宝华首饰有限责任公司	1,793.12	1.25%

3	南通新世界珠宝城有限公司	937.58	0.65%
4	高邮店（刘晓凤）	793.05	0.55%
5	台州市椒江百泰百货有限公司	791.84	0.55%
合计		**6,444.11**	**4.49%**
序号	**2013 年**		
	客户名称	**销售收入（万元）**	**占营业收入的比例**
1	南通新世界珠宝城有限公司	880.12	0.76%
2	兴化店（郑卫星）	715.53	0.62%
3	安徽宝华首饰有限责任公司	712.49	0.61%
4	开封市昊燊商贸有限公司	640.8	0.55%
5	曹德标	603.29	0.52%
合计		**3,552.23**	**3.06%**

直营销售模式、专厅销售模式下，前五大直营店、专厅相对稳定，但前五大直营店销售收入占全部营业收入比例不断降低，前五大专厅销售收入占全部营业收入比例不断上升。

加盟销售模式下，前五大加盟商销售收入占营业收入的比例较为稳定且占比较低，仅为 4%左右。公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员和持股 5%以上的股东，均没有在加盟商中拥有权益。

（七）报告期内主要产品原材料采购及其供应情况

1、报告期公司的采购情况

报告期内，公司主要采购的原材料为钻石、翡翠、金料。公司主要有以下几种采购方式：

①直接采购原料，用于委托其他单位加工。

②采购成品，直接销售。

③委托其他单位加工时，受托加工单位提供一部分的原料。

报告期内具体采购情况如下表：

采购方式	**货物种类**	**2016年1-3月**	
		采购金额（万元）	**占比**
原材料采购	钻石	10,963.24	51.13%
	翡翠	577.42	2.69%
	金料	6.11	0.03%
	彩宝		

成品采购	钻石镶嵌饰品	4,891.97	22.81%
	翡翠饰品	276.13	1.29%
	彩宝镶嵌饰品	260.25	1.21%
	素金	738.15	3.44%
	其他	5.31	0.02%
受托加工方提供	钻石	12.96	0.06%
	金料	2,675.35	12.48%
	其他	1,036.61	4.83%
合计		21,443.50	100.00%

采购方式	货物种类	2015年	
		采购金额（万元）	占比
原材料采购	钻石	19,057.70	35.64%
	翡翠	978.66	1.83%
	金料	309.64	0.58%
	彩宝	63.53	0.12%
成品采购	钻石镶嵌饰品	17,395.37	32.53%
	翡翠饰品	112.26	0.21%
	彩宝镶嵌饰品	57.55	0.11%
	素金	2,825.96	5.28%
	其他	89.63	0.17%
受托加工方提供	钻石	35.67	0.07%
	金料	9,192.30	17.19%
	其他	3,355.03	6.27%
合计		**53,473.30**	**100.00%**

采购方式	货物种类	2014年	
		采购金额（万元）	占比
原材料采购	钻石	38,122.72	40.26%
	翡翠	8,357.06	8.83%
	金料	1,048.47	1.11%
成品采购	钻石镶嵌饰品	27,438.11	28.98%
	翡翠饰品	109.47	0.12%
	素金	2,810.83	2.97%
	其他	1,105.89	1.17%
受托加工方提供	钻石	484.82	0.51%
	金料	11,615.40	12.27%
	其他	3,601.08	3.80%
合计		**94,693.85**	**100.00%**

采购方式	货物种类	2013年	
		采购金额（万元）	占比
原材料采购	钻石	14,930.75	28.90%
	翡翠	2,713.23	5.25%
	金料	11.09	0.02%

成品采购	钻石镶嵌饰品	19,693.28	38.12%
	翡翠镶嵌饰品	1,394.66	2.70%
	素金	2,341.98	4.53%
	其他	309.94	0.60%
受托加工方提供	钻石	622.8	1.21%
	金料	7,526.12	14.57%
	其他	2,116.36	4.10%
合计		**51,660.21**	**100.00%**

2、报告期内向前五名供应商采购情况

公司报告期内向前五名供应商采购金额及其占比情况如下：

（1）2016 年 1-3 月

序号	单位名称	采购内容	金额（万元）	占采购总额比例
1	上海欧宝丽实业有限公司 欧陆之星钻石（上海）有限公司	钻石饰品 钻石	10,203.08	47.58%
2	金嘉福钻石（上海）有限公司	钻石	2,885.85	13.46%
3	深圳市星光达珠宝首饰实业有限公司	委托加工	1,978.89	9.23%
4	华比钻石（上海）有限公司	钻石	1,443.73	6.73%
5	深圳市缘与美实业有限公司	委托加工	1,251.16	5.83%
	合计		**17,762.71**	**82.83%**

（2）2015 年

序号	单位名称	采购内容	金额（万元）	占采购总额比例
1	上海欧宝丽实业有限公司 欧陆之星钻石（上海）有限公司	钻石饰品 钻石	30,557.92	57.15%
2	深圳市缘与美实业有限公司	委托加工	4,960.93	9.28%
3	金嘉福钻石（上海）有限公司	钻石	3,640.81	6.81%
4	深圳市星光达珠宝首饰实业有限公司	委托加工	3,599.00	6.73%
5	华比钻石（上海）有限公司	钻石	2,839.59	5.31%
	合计		**45,598.25**	**85.28%**

（3）2014 年

序号	单位名称	采购内容	金额（万元）	占采购总额比例
1	上海欧宝丽实业有限公司 欧陆之星钻石（上海）有限公司	委托加工 钻石	42,550.72	44.93%
2	金嘉福钻石（上海）有限公司	钻石	14, 910. 52	15. 75%
3	华比钻石（上海）有限公司	钻石	8, 637. 49	9. 12%
4	云南湄伊萨国际货运代理有限公司	翡翠	8, 357. 06	8. 83%
5	深圳市缘与美实业有限公司	委托加工	4,903.93	5.18%

	合计		**79,359.72**	**83.81%**

（4）2013 年

序号	单位名称	采购内容	金额（万元）	占采购总额比例
1	上海欧宝丽实业有限公司 欧陆之星钻石（上海）有限公司	委托加工 钻石	23,123.79	44.75%
2	金嘉福钻石（上海）有限公司	钻石	8,524.61	16.50%
3	华比钻石（上海）有限公司	钻石	4,506.29	8.72%
4	深圳市星光达珠宝首饰实业有限公司	委托加工	3,363.56	6.51%
5	深圳市缘与美实业有限公司	委托加工	2,923.02	5.66%
	合计		**42,441.27**	**82.14%**

欧陆之星钻石（上海）有限公司、上海欧宝丽实业有限公司系发行人股东卢森堡欧陆之星控制的公司，公司董事 Jiang Jacky 在欧陆之星钻石（上海）有限公司、上海欧宝丽实业有限公司拥有权益，除此之外，以上供应商均与公司不存在关联关系，公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员和持股 5%以上的股东，均没有在供应商中拥有权益。

（八）环保情况

公司从事珠宝产品零售，所处行业不属于高污染行业，本公司产品主要通过委托加工方式进行生产，不存在高危险、重污染的情况，公司严格按照相关环境管理条例规范项目建设和日常经营行为。发行人及其控股子公司自 2013 年 1 月 1 日以来能够遵守国家和地方的环保法律、法规和规范性文件，未因发生环境违法行为而受到环保部门的行政处罚。

五、公司主要固定资产情况

公司固定资产包括房屋及建筑物、专用设备、运输设备及其他设备，目前使用状况良好。截至2016年3月31日，公司固定资产情况如下表：

类别	固定资产原值（万元）	固定资产净值（万元）
房屋及建筑物	11,056.07	7,106.19
专用设备	529.93	200.76
运输设备	499.83	294.02
其他设备	2,948.22	968.13
合计	15,034.05	8,569.09

（一）房屋建筑物

1、自有房屋及建筑物

截至 2016 年 3 月 31 日，公司共拥有房产 5 处，目前均已领取权属证书，具体情况如下表：

序号	证号	建筑面积（平方米）	坐落	用途	他项权利	取得方式
1	宁房权证玄变字第 386203 号	86.1	江苏南京市童卫路 7 号 10 栋 1 单元 302 室	成套住宅	否	购置
2	宁房权证玄变字第 386204 号	95.08	江苏南京市童卫路 7 号 10 栋 2 单元 604 室	成套住宅	否	购置
3	扬房权证广字第 0111058656 号	322.03	文昌中路 269 号时代广场	非居住-分公司营业用	否	购置
4	镇房权证字第 0201003029100110 号	169.77	江苏省镇江市中山东路 333 号太和广场 107 号	商业	否	购置
5	宁房权证雨初字第 333858 号	24,880.14	江苏省南京市雨花台区花神大道 19 号	公司总部办公楼	抵押	自建

2、公司租赁使用的房屋

截至 2016 年 3 月 31 日，公司及其控股子公司存在下列租赁房产：

序号	出租人	承租人	店面名称	承租房屋坐落	租赁面积（M²）	租赁期限	房产证号
1	南京华阳置业集团有限公司	通灵珠宝	南京湖南路二店	南京市湖南路 115 号	370	2015-6-11 至 2016-6-10	宁房权证鼓变字第 253951 号
2	南京行宫饭店	通灵珠宝	南京太平南路店	南京市白下区太平南路 104 号	276.7	2014-7-16 至 2017-7-15	宁房权证白初字第 222357-4 号
3	南京荣浦百货有限公司	通灵珠宝	南京金浦广场店	南京浦口区文德路 3 号金浦购物中心	90.45	2015-7-22 至 2017-12-31	暂无
4	徐林喜	通灵珠宝	金坛分公司	金坛市东门大街仓房 26 幢 83 号	182.97	2014-12-1 至 2016-11-30	常金字第 0021226

							号
5	周罕	通灵珠宝	溧阳分公司	溧阳西大街 10 号	375. 6	2013-12-26 至 2016-12-25	溧房权证溧交字第 42724 号
6	缪正明	通灵珠宝	仪征分公司	仪征市真州镇国庆路 3 号	105. 1	2011-5-8 至 2016-5-8	镇共字第 11809 号
7	山东恒隆地产有限公司	通灵珠宝	济南恒隆广场店	济南市历下区泉城路 188 号	83	2015-7-27 至 2017-7-26	济房权证历字第 208220 号
8	耿孝亮	通灵珠宝	宿迁分公司	宿迁市幸福中路 75 号	140	2015-11-16 至 2018-12-31	宿迁字第 46-A-823
9	镇江百盛商城有限公司恒盛购物广场	通灵珠宝	镇江分公司	中山东路 254 号商业城购物广场	135	2010-10-1 至 2016-10-31	商业字第 0656 号
10	张忠明	常州通灵	常州通灵	常州南大街 100 号	435	2015-1-1 至 2019-12-31	常房权证字第 00159665 号、常房权证字第 00159660 号、常房权证字第 00159661 号、常常房权证字第 00159666 号、常房权证字第 00159641 号、常房权证字第 00159640 号
11	胡世巧、洪万亮	通灵珠宝	常州分公司	常州市南大街 50 号	180. 69	2011-5-20 至 2016-5-19	常权证第 00043353 号、常房权证第 00058999

							号
12	武汉万达东湖置业有限公司	通灵珠宝	武昌分公司	武汉中央文化区商业步行街 J2 区 J2-2-11 号	255.81	2015-7-1 至 2017-6-30	武房权证昌字第 2012009395 号
13	宜兴市长桥河步行街商业管理有限公司	通灵珠宝	宜兴分公司	宜兴市蛟桥河步行街 3 号楼一、二层 103-106、203-206 号	334.17	2016-5-1 至 2019-4-30	宜国用（2005）字第 041097334 号
14	杭州萧山二轻购物中心有限公司	通灵珠宝	萧山分公司	萧山市市心路 128 号	280	2013-12-25 至 2016-12-24	杭房权证萧字第 1368485 号
15	唐静芳	通灵珠宝	昆山分公司	昆山市玉山镇亭林路 39 号	124.5	2015-9-18 至 2017-9-17	昆房权证玉山字第 101008550 号
16	昆山奥派服饰有限公司	南京通灵	昆山人民路分公司	昆山市玉山镇人民南路 128 号	130	2016-4-11 至 2019-4-25	昆房权证玉山字第 101051307 号
17	太仓华联商厦有限公司	太仓通灵	太仓通灵	太仓市城厢镇新华街 5 号	103	2015-10-21 至 2016-10-20	77 字第 2-2698 号
18	苏忠合	通灵珠宝	绍兴解放北路店	绍兴市解放北路润和世纪广场 101 室	158.21	2012-3-20 至 2017-3-19	绍房权证府山字第 0000129982 号
19	苏州食品商场有限公司	苏州通灵	苏州通灵	苏州市平江区观前街 246 号	650	2011-10-1 至 2016-9-30	苏房权证市区字第 10008526 号
20	吴江市华夏百信通讯数码有限公司	通灵珠宝	苏州石路店	苏州市金阊区永福街 30 号、西民庆里 48 号	320	2012-11-5 至 2016-11-5	丘（地）号 338704-73
21	顾裕红	通灵珠宝	吴江分公司	吴江市松陵镇北新路 37#东底层	106.97	2013-10-8 至 2016-10-22	吴房权证松陵字第

							01005249号
22	高震宇	通灵珠宝	吴江舜新店	盛泽镇舜新中路	150	2011-11-1至2016-11-30	吴房权证盛泽字第02013220号
23	上海淮海商业（集团）有限公司	通灵珠宝	上海分公司	淮海中路528-532号1-3号楼商铺	630	2013-9-1至2016-8-31	卢房地卢字1998第001118号
24	无锡国网经贸有限公司	通灵珠宝	无锡分公司	无锡崇安区中山路289号	298	2013-8-2至2016-8-1	锡房权证字第WX1000435177号
25	张锡岗、朱耀中	通灵珠宝	无锡人民中路店	无锡崇安区人民中路125号	411.25	2013-12-10至2016-12-9	锡房权证崇安字第WX1000008841号
26	陈晓忠、周文琴	张家港通灵	张家港通灵	张家港杨舍步行街12号	480	2010-6-4至2016-6-3	张房权证杨字第0000123864号
27	洪万明	通灵珠宝	江阴人民中路分公司	江阴市人民中路70号、72号	216.5	2013-8-1至2016-7-31	澄字第010501821号
28	勇小瑜	通灵珠宝	江阴人民中路二店	江阴市人民路步行街87-91号	190	2015-4-15至2017-4-14	澄房权字第0130833号
29	马鞍山万达广场商业管理有限公司	通灵珠宝	马鞍山分公司	马鞍山市雨山区万达广场室内步行街1020号商铺	132.68	2014年9月19日至2017年6月18日	房地权证马房字第2014041003号
30	江阴万达广场投资有限公司	南京通灵	南京通灵江阴万达分公司	江阴万达广场1021-A号商铺	107	2014年7月1日至2017年6月30日	澄房权证江阴字第jy10029415
31	黄炎	通灵珠宝	南通分公司	南通市南大街41号	302.52	2013-6-18至2016-6-17	南通房权证字第11169175号

32	茅思文	通灵珠宝	启东分公司	启东市人民中路576号	117.32	2016-3-18至2019-3-17	汇龙字第050041号
33	泰州海陵万达广场投资有限公司	通灵珠宝	泰州分公司	泰州市海陵区济川路泰州万达广场内购物中心一层1078A号	80	2015-7-1至2018-6-30	泰房权证海陵字第1000046237号
34	王梅	通灵珠宝	姜堰分公司	姜堰市步行街广茂大厦115-8、215-9、215-10号	416	2012-3-28至2017-3-27	30036919号
35	梅焱	通灵珠宝	泰兴分公司	泰兴镇鼓楼南路32号	129.29	2012-1-29至2018-1-28	泰兴字第062140号
36	张亮、张莉			泰兴镇鼓楼南路西侧38号	129.29	2012-1-29至2018-1-28	泰兴字第00077467号
37	王建兵、成红			泰兴镇鼓楼南路34号	129.29	2012-1-29至2018-1-28	泰兴字第056990号
38	陈峰			泰兴镇鼓楼南路36号	129.29	2012-1-29至2018-1-28	泰兴字第058516号
39	杜王兵	通灵珠宝	靖江第二分公司	靖江市德城城市广场2号楼2115号	192.2	2015-10-1至2017-9-30	靖房权证城字第79900号
40	刘刚	通灵珠宝	徐州分公司	徐州市金地商都一期3-142	76.33	2014-8-26至2017-8-31	徐房权证鼓楼字第74819号
41	海门文化宫	通灵珠宝	海门分公司	海门解放中路117号	116	2013-1-5至2018-1-4	海证房字第100054-1
42	合肥天鹅湖万达广场投资有限公司	通灵珠宝	合肥怀宁路店	合肥市天鹅湖万达广场内购物中心一层1-30号	204.68	2015-4-2至2017-7-19	房地权证合产字第8110027995号
43	芜湖万达广场有限公司	通灵珠宝	芜湖赭山东路店	芜湖市镜湖区万达广场内购物中心1层01-31号	110.81	2015-9-7至2016-8-6	芜国用（2011）第076、077号、078号
44	张秀珍	通灵珠宝	南京大厂店	南京市六合区大厂葛关路298号1017	72.14	2013-9-10至2016-9-15	宁房产证六转字第216638号
45	苏立国	通灵	南京大厂店	南京市六合区大	72.12	2013-9-10至	宁房产证

		珠宝		厂葛关路 298 号 1018		2016-9-15	六转字第 210140 号
46	南京江宁万达广场有限公司	通灵珠宝	南京江宁万达店	南京市江宁区东山街道上元大街 420 号，竹山路 68 号南京江宁万达广场一层 1041、1042 号	195.9	2013-12-21 至 2016-9-20	宁房权证江商字第 JN002318 71 号
47	南京万达广场投资有限公司	通灵珠宝	南京河西万达广场店	南京建邺万达广场室内步行街一层 105 号	120.32	2013-8-25 至 2016-8-24	宁房权证建初字第 349170 号
48	沈东军、马峻	通灵珠宝	新街口分公司	南京市正洪街综合楼 A 区 1 至 3 层部分（A 区 2）	685.95	2008-10-18 至 2020-12-31	暂无
49	沈东军、马峻	通灵珠宝	南京洪武路店	南京市洪武路 88 号万达购物广场一层 3 号 3 铺	513.22	2009-2-8 至 2020-12-31	宁房白共字第 26437 号、26437 号、229553 号、229552 号
50	沈东军、马峻、马峭、蔺毅泽	常州通灵	常州通灵珠宝有限公司	常州市南大街 100 号	161.93	2009-1-1 至 2018-12-31	常房权证字第 00160731 号、常房共字第 00160731-1 号、00160731-2 号、00160731-3 号
51	沈东军、马峻	淮安通灵	淮安通灵珠宝有限公司	淮安市金马广场 43 号名品城 11 号	255.2	2008-3-8 至 2018-3-7	淮房权证清河字第 200907540 号、200907543 号、200907542 号
52	沈东军、马峻	通灵珠宝	常熟分公司	常熟市方塔街 45 号华莎广场一楼	308.25	2009-1-1 至 2018-12-31	熟房权证虞山字第 00111547

							号、00111548号、00111549号
53	蔺毅泽、马峭	通灵珠宝	盐城分公司	盐城市区浠沧商业街15幢楼111室	132.56	2008-1-1至2017-12-31	盐房权证市区字第083657号，盐房市区共字第01512号、013511号、013510号
54	沈东军、马峻、马峭、蔺毅泽	通灵珠宝	泰州坡子街专卖店	泰州市海陵区海陵北路288号一层二单元169-171号	466.51	2009-1-1至2018-12-31	泰房权证海陵字第30072029号、30072031号、30072033号
55	沈东军、马峻	通灵珠宝	连云港步行街东街店	连云港市新浦陇海步行东街3号楼一层104号	252.05	2008-1-1至2017-12-31	连房权证新字第X00149025号
56	沈东军、马峻	通灵珠宝	连云港分公司	连云港市新浦陇海步行街中街2号楼128号	132.5	2008-1-1至2017-12-31	连房权证新字第X00111326号
57	沈东军、马峻	通灵珠宝	靖江分公司靖江南京路店	靖江市靖城镇上海城D幢南京路121号	330.75	2008-1-1至2020-12-31	靖房权证城字第00029991号
58	合肥万达广场投资有限公司	通灵珠宝	合肥分公司	合肥市包河万达广场室内步行街4号楼1-29号商铺	168.61	2014年3月1日至2017年2月28日	房地权证合产字第110113085号
59	常州武进万达广场投资有限	南京通灵	南京通灵常州武进万达店	常州武进万达广场室内步行街一层1058号商铺	75.16	2014年8月8日至2017年5月7日	暂无

	公司						
60	宜兴万达广场有限公司	南京通灵	南京通灵宜兴分公司	宜兴市东虹东路万达广场室内步行街一层 1025 号商铺	137	2014 年 6 月 1 日至 2017 年 5 月 31 日	宜房权证宜城字第 1000098783 号
61	天津恒隆地产有限公司	通灵珠宝	南京通灵天津分公司	天津市和平区兴安路 166 号天津恒隆广场 2044 号商铺	178	交付日起至 2017 年 7 月 7 日	暂无
62	无锡英特宜家置业有限公司	通灵珠宝	南京通灵无锡锡山分公司	无锡市荟聚·云林购物中心 L11 层 8-11-14-SU 单元商铺	65	交付日起三年	锡房权证字第 XS1000981215 号
63	芜湖苏宁云商商贸有限公司	通灵珠宝	南京通灵芜湖镜湖分公司	芜湖市镜湖区中和路 11 号芜湖苏宁广场 106 号商铺	72	2014 年 9 月 30 日至 2017 年 9 月 29 日	芜房地权证镜湖字第 2014854691 号
64	镇江万达广场投资有限公司	南京通灵	南京通灵珠宝有限公司镇江分公司	镇江市润州区黄山西路 19 号镇江万达广场室内步行街 2 楼 2001 号商铺	75.38	2014 年 8 月 12 日至 2017 年 8 月 11 日	镇房权证润字第 9006962500 号
65	重庆龙湖成恒地产开发有限公司	南京通灵	南京通灵珠宝有限公司重庆第一分公司	重庆市渝中区长江 2 路 174 号龙湖时代天街商场 B 馆-L1-08 号	74.05	2014 年 8 月 20 日至 2017 年 8 月 19 日	101D 房地证 2011 字第 00052 号
66	华润置地（重庆）有限公司	南京通灵	南京通灵珠宝有限公司重庆第二分公司	重庆市九龙坡区重庆华润中心万象城第 LG 层 LG167 号商铺	76	2014-9-15 至 2016-9-14	暂无
67	华润新鸿基房地产（无锡）有限公司	南京通灵	南京通灵珠宝有限公司无锡万象城分公司	无锡市滨湖区金石路 88 号无锡万象城第 1 层 50 号商铺	111	2014-7-30 至 2017-7-29	暂无
68	青岛李沧万达广场投资有限公司	南京通灵	南京通灵珠宝有限公司青岛第一分公司	青岛市李沧区巨峰路 178 号李沧万达广场室内步行街一层 137 号商铺	115.17	2014 年 8 月 11 日至 2017 年 8 月 10 日	青房地权市字第 201115437 号

69	北京英特宜家置业有限公司	通灵珠宝	通灵珠宝股份有限公司北京第一分公司	北京市大兴区欣宁大街 15 号荟聚•西红门购物中心 L11 层 4-01-107-SU 单元	115	2014-10-30 至 2017-10-29	暂无
70	郑州万达广场投资有限公司	南京通灵	南京通灵珠宝有限公司郑州分公司	郑州市中原区中原中路 171 号 11 号楼郑州中原万达广场室内步行街一层 1050 号商铺	68.97	2014 年 12 月 15 日至 2017 年 10 月 27 日	郑房权证字第 1201010506 号
71	上海钻石交易所有限公司	上海通灵	上海通灵珠宝有限公司	上海市浦东新区世纪大道 1701 号中国钻石交易中心大厦北塔 A1003B 室	42.9	2014 年 10 月 1 日至 2015 年 9 月 30 日	沪房地浦字（2011）第 010457 号
72	廖丽红	南京通灵	南京通灵珠宝有限公司宁波分公司	宁波市海曙区碶闸街 133 号-8	163	2015 年 2 月 10 日至 2017 年 12 月 31 日	甬房权证海曙字第 200832909 号
73	沈阳恒隆地产有限公司	通灵珠宝	通灵珠宝股份有限公司沈阳中街恒隆分公司	沈阳市沈河区中街路 128 号皇城恒隆广场 158-2 店铺	76	2015 年 9 月 1 日至 2017 年 8 月 31 日	沈房权证中心字第 N060272811 号
74	华润置地(合肥)有限公司	南京通灵	南京通灵珠宝有限公司合肥分公司	合肥市政务区万象城 B1-28 号商铺	130	起租日起 3 年	暂无
75	苏州吴中万达广场投资有限公司	南京通灵	南京通灵珠宝有限公司吴中分公司	苏州吴中万达广场一层 1047 号商铺	112.98	2015 年 12 月 11 日至 2018 年 9 月 10 日	暂无
76	淮安万达广场投资有限公司	通灵珠宝	淮安分公司	淮安市清河区万达广场步行街 1 层 1-79、80 号商铺	64.78	2016-1-1 至 2018-11-30	暂无
77	苏州万达广场投资有限公司	南京通灵	苏州平江万达店	苏州市人民路 3188 号万达广场步行街 A1 一层 123 号商铺	123.74	2015-12-31 至 2018-12-30	暂无
78	无锡惠山万达	南京通灵	无锡惠山万达店	无锡惠山万达广场步行街一层	120.58	2015-12-1 至 2018-11-30	暂无

	广场有限公司			1F-06 商铺			
79	沈阳万达房地产有限公司	南京通灵	沈阳太原街万达店	沈阳市和平区太原南街 2 号万达广场步行街一层 107 号商铺	104. 61	2016-1-9 至 2019-1-8	暂无
80	北京野力房地产开发有限公司	克拉恋人	-	北京市朝阳区光华路 9 号楼 8 层（08）805 室	350.24	-	X 京房权证朝字第 1496496 号

注：1、截至招股说明书签署日部分已到期的房产尚在办理续租手续；2、根据发行人陈述，截至招股说明书出具日，上表第16项租赁的出租方昆山奥派服饰有限公司（以下简称“昆山奥派”）尚未向发行人提供房屋产权人同意其将房屋转租给发行人的证明文件。根据昆山奥派出具的《承诺函》，“我方（注：昆山奥派）确保贵方（注：南京通灵）在合约期间所享有的租赁权益不受损害，如租赁期间发生产权人不同意转租收回物业等影响贵方无法正常经营之情形，我方将前述情形发生后5个工作日内退回贵方已缴纳的剩余租期的租金”、“我方承诺承租期间发生产权人不同意转租收回物业等影响贵方无法正常经营之情形，我方除承担第一条约定的赔偿外，额外再承担贵方实际的装修损失（具体金额双方协商）。”

截至 2016 年 3 月 31 日，发行人及其控股子公司存在的未取得房产证的租赁房屋均用于开设直营店，具体情形如下：

序号	出租人	承租人	店面名称	承租房屋坐落	租赁面积（M2）	租赁期限	房产证号
1	南京荣浦百货有限公司	通灵珠宝	南京金浦广场店	南京浦口区文德路3号金浦购物中心	90.45	2015-7-22 至 2017-7-21	暂无
2	沈东军、马峻	通灵珠宝	新街口分公司	南京市正洪街综合楼A区1至3层部分（A区2）	685.95	2008-10-18 至 2020-12-31	暂无
3	常州武进万达广场投资有限公司	南京通灵	南京通灵常州武进万达店	常州武进万达广场室内步行街一层1058号商铺	75.16	2014年8月8日至2017年5月7日	暂无
4	天津恒隆地产有限公	南京通灵	南京通灵天津分公司	天津市和平区兴安路166号天津	178	交付日起至2017年7月7日	暂无

	司			恒隆广场2044号商铺			
5	华润置地（重庆）有限公司	南京通灵	南京通灵珠宝有限公司重庆第二分公司	重庆市九龙坡区重庆华润中心万象城第LG层LG167号商铺	76	2014-9-15至2016-9-14	暂无
6	华润新鸿基房地产（无锡）有限公司	南京通灵	南京通灵珠宝有限公司无锡万象城分公司	无锡市滨湖区金石路88号无锡万象城第1层50号商铺	111	2014-7-30至2017-7-29	暂无
7	北京英特宜家置业有限公司	通灵珠宝	通灵珠宝股份有限公司北京第一分公司	北京市大兴区欣宁大街15号荟聚•西红门购物中心L11层4-01-107-SU单元	115	2014-10-30至2017-10-29	暂无
8	华润置地(合肥)有限公司	南京通灵	南京通灵珠宝有限公司合肥分公司	合肥市政务区万象城B1-28号商铺	130	起租日起3年	暂无
9	苏州吴中万达广场投资有限公司	南京通灵	南京通灵珠宝有限公司吴中分公司	苏州吴中万达广场一层1047号商铺	112.98	2015年12月11日至2018年9月10日	暂无
10	淮安万达广场投资有限公司	发行人	淮安分公司	淮安市清河区万达广场步行街1层1-79、80号商铺	64.78	2016-1-1至2018-11-30	暂无
11	苏州万达广场投资有限公司	南京通灵	苏州平江万达店	苏州市人民路3188号万达广场步行街A1一层123号商铺	123.74	2015-12-31至2018-12-30	暂无

12	无锡惠山万达广场有限公司	南京通灵	无锡惠山万达店	无锡惠山万达广场步行街一层1F-06商铺	120.58	2015-12-1至2018-11-30	暂无
13	沈阳万达房地产有限公司	南京通灵	沈阳太原街万达店	沈阳市和平区太原南街2号万达广场步行街一层107号商铺	104.61	2016-1-9至2019-1-8	暂无

上述 13 处房屋无房产证，大致可以分为两类，具体情况为：

1、可以办理房产证但取得房产证尚需时间

对于上述第 3、4、5、7、8、9、10、11、12、13 项房产，其房产证正在办理过程中，对于第 6 项房产由于项目尚未全部竣工，待竣工后可以取得房产证。

2、因实际建筑与建设规划有出入导致无法办理房产证

①对于上述第 1 项发行人租赁的南京市浦口区文德路 3 号金浦购物中心 1 楼 A3 区（南京金浦广场店），出租方为南京荣浦百货有限公司。因该房屋属于业主小产权房，致该地块房产无法正常办理房产相关手续。

②上述第 2 项租赁房屋无房产证。根据沈东军、马峻出具的《有关南京市正洪街综合楼 A 区房屋所有权证的说明》，以及南京市房地产管理局备案登记文件，“该房屋于 2001 年 4 月 9 日由产权人沈东军、马峻从南京振宏民防开发公司购得，签订了商品房买卖契约，并经南京市房地产管理局进行了备案。但是由于该房屋在建设时超出了当时申请规划的面积和楼层，导致该幢大厦在建好后一直未能办理合法的产权证书。同时，此房屋于 2007 年进入南京市规划拆迁范围，拆迁人为南京苏宁置业有限公司，但由于所有权人与拆迁人一直未能达成一致补偿意见而无法拆迁”。

该等租赁房产虽然存在产权瑕疵，但不会对发行人的经营造成影响。第一，该等房产多是由于开发商所在项目尚未完全竣工等原因导致目前未能取得房产证，待该等阻却事由消除，出租方即可办理相关产权手续。第二，对于由于后期施工与当时规划有出入而不能办理房产证的两处房产，发行人与相关出租方在房屋租赁合同中均有明确的权利、义务条款，并就由于租赁房产产权瑕疵导致发行

人发生损失的补偿约定。具体内容包括：“出租方保证不因租赁房屋可能的产权纠纷、产权变动以及与他人纠纷影响承租方对租赁物的正常经营使用”；“任何一方违反租赁合同约定的义务，除根据相应条款承担责任外，还应赔偿对方违约金。如给对方造成损失的，还应赔偿对方的全部损失”。发行人实际控制人沈东军、马峻亦出具承诺，对租赁关联方房屋的，如因房屋产权原因对发行人造成损失或不利影响，沈东军、马峻将全额赔偿发行人遭受的损失。

（二）其他主要固定资产

截至2016年3月31日，本公司除房屋建筑物外其他主要固定资产如下：

序号	设备名称	原值（万元）	账面价值（万元）
1	轿车	499.83	294.02
2	监控系统	494.00	197.93
3	空调	425.66	92.38
4	电脑	416.53	200.75
5	保险柜	282.85	110.88
6	办公家具	372.54	52.90
	小计	2,491.41	948.86

六、公司主要无形资产情况

公司无形资产主要包括土地使用权、软件、商标和专利等。截至2016年3月31日，公司无形资产净值为2,045.08万元，其中土地使用权净值为1,132.72万元。

（一）土地使用权

发行人拥有国有土地使用权情况如下：

序号	证书号码	座落	使用权面积（平方米）	终止日期	用途	使用权类型	他项权利
1	宁雨国用（2012）第03567号	雨花台区花神大道19号	14,197.1	至2056-11-28	工业用地（科研）	出让	抵押
2	宁玄国用（2012）第05676号	玄武区童卫路7号10幢2单元604室	40.6	至2069-2-24	城镇单一住宅用地	出让	无
3	宁玄国用（2012）第05677号	玄武区童卫路7号10幢1单元302室	36.8	至2069-2-24	城镇单一住宅用地	出让	无

4	扬国用（2002K）字第 20952 号	文昌中路 269 号时代广场 A80、A81 室	71.73	至 2039 年 4 月 8 日	商服	出让	无
5	镇国用（2012）第 8861 号	中山东路 333 号太和广场第 1 层 107 室	31.4	至 2033 年 12 月 28 日	批发零售用地	出让	无

（二）商标

截至 2016 年 5 月 5 日，发行人拥有境内注册商标情况如下：

序号	注册商标号	注册商标名称	核定使用类别	注册有效期	取得方式	他项权利
1	1409674	传世	第 35 类	2010-6-14 至 2020-6-13	继受取得	无
2	1428313	传世	第 14 类	2010-8-7 至 2020-8-6	继受取得	无
3	1434331	通灵	第 14 类	2010-8-21 至 2020-8-20	继受取得	无
4	1544814	通世傳靈	第 16 类	2011-3-28 至 2021-3-27	原始取得	无
5	1635641	通灵翠	第 35 类	2011-9-14 至 2021-9-13	继受取得	无
6	3047746	通灵	第 18 类	2014-2-21 至 2024-2-20	原始取得	无
7	3047747	通灵	第 9 类	2014-1-28 至 2024-1-27	原始取得	无
8	3560220	通灵	第 14 类	2004-11-28 至 2014-11-27	继受取得	无
9	3699707	通灵	第 40 类	2005-8-14 至 2015-8-13	原始取得	无

序号	注册商标号	注册商标名称	核定使用类别	注册有效期	取得方式	他项权利
10	3720259	全火彩	第 14 类	2005-9-21 至 2015-9-20	原始取得	无
11	3720260	通灵	第 6 类	2005-7-7 至 2015-7-6	原始取得	无
12	3758951	Style [格调]	第 14 类	2005-11-14 至 2015-11-13	原始取得	无
13	3758952	蓝色火焰	第 14 类	2005-11-14 至 2015-11-13	原始取得	无
14	3773668	SYLVANIA 特维尼	第 14 类	2005-12-7 至 2015-12-6	原始取得	无
15	3899240	百变风情	第 14 类	2006-6-21 至 2016-6-20	原始取得	无
16	3984514	精彩人生	第 14 类	2006-10-7 至 2016-10-6	原始取得	无
17	4045900	求爱	第 14 类	2006-12-28 至 2016-12-27	原始取得	无
18	4137067	平安	第 14 类	2007-6-28 至 2017-6-27	原始取得	无
19	4189407	新郎	第 14 类	2007-5-21 至 2017-5-20	原始取得	无
20	4830267	TESIRO	第 14 类	2009-1-14 至 2019-1-13	原始取得	无
21	4926058	TESIRO	第 14 类	2009-2-21 至 2019-2-20	原始取得	无
22	4968706		第 14 类	2009-3-14 至 2019-3-13	原始取得	无

序号	注册商标号	注册商标名称	核定使用类别	注册有效期	取得方式	他项权利
23	5146278	组 织 智 慧 ORGANIZATION WISDOM	第 9 类	2009-3-21 至 2019-3-20	原始取得	无
24	5146279	公 司 智 慧 COMPANY WISDOM	第 9 类	2009-3-21 至 2019-3-20	原始取得	无
25	5146280	组 织 智 慧 ORGANIZATION WISDO	第 16 类	2009-5-28 至 2019-5-27	原始取得	无
26	5146281	公 司 智 慧 COMPANY WISDOM	第 16 类	2009-5-28 至 2019-5-27	原始取得	无
27	5146282	组 织 智 慧 ORGANIZATION WISDOM	第 35 类	2009-12-21 至 2019-12-20	原始取得	无
28	5146284	组 织 智 慧 ORGANIZATION WISDOM	第 41 类	2009-7-14 至 2019-7-13	原始取得	无
29	5146285	公 司 智 慧 COMPANY WISDOM	第 41 类	2009-8-14 至 2019-8-13	原始取得	无
30	5154445	穿越时空之爱 DESTAIME	第 14 类	2009-05-28 至 2019-05-27	原始取得	无
31	5176458	穿越时空的爱 DESTAIME	第 14 类	2009-5-28 至 2019-5-27	原始取得	无
32	5190656	傳世	第 14 类	2009-6-7 至 2019-6-6	继受取得	无
33	5294832	企业智慧 Company Wisdom	第 16 类	2009-7-14 至 2019-7-13	原始取得	无
34	5294833	企业智慧 Company Wisdom	第 9 类	2009-5-7 至 2019-5-6	原始取得	无
35	5359881	易克拉	第 14 类	2009-8-28	原始	无

序号	注册商标号	注册商标名称	核定使用类别	注册有效期	取得方式	他项权利
				至 2019-8-27	取得	
36	5469633	ekela	第 42 类	2009-9-21 至 2019-9-20	原始取得	无
37	5469634	ekela	第 14 类	2009-8-21 至 2019-8-20	原始取得	无
38	5469635	蓝火	第 14 类	2009-8-28 至 2019-8-27	原始取得	无
39	5846683	平安	第 40 类	2010-2-7 至 2020-2-6	原始取得	无
40	5846684	传世	第 37 类	2010-2-7 至 2020-2-6	原始取得	无
41	5846685	通灵	第 37 类	2010-2-7 至 2020-2-6	原始取得	无
42	6072381	ekela	第 35 类	2010-5-14 至 2020-5-13	原始取得	无
43	6753308	传世	第 44 类	2010-5-14 至 2020-5-13	原始取得	无
44	6753309	传世	第 36 类	2010-4-21 至 2020-4-20	原始取得	无
45	6753801	传世	第 29 类	2010-11-7 至 2020-11-6	原始取得	无
46	6753802	传世	第 27 类	2010-8-7 至 2020-8-6	原始取得	无
47	6753803	传世	第 22 类	2010-7-28 至 2020-7-27	原始取得	无

序号	注册商标号	注册商标名称	核定使用类别	注册有效期	取得方式	他项权利
48	6753804	传世	第 15 类	2010-3-28 至 2020-3-27	原始取得	无
49	6753805	传世	第 6 类	2010-4-7 至 2020-4-6	原始取得	无
50	6753806	传世	第 5 类	2010-9-14 至 2020-9-13	原始取得	无
51	6753807	传世	第 4 类	2010-5-21 至 2020-5-20	原始取得	无
52	6892958	聪明淘钻	第 14 类	2010-4-28 至 2020-4-27	继受取得	无
53	6892959	聪明淘钻	第 35 类	2010-8-7 至 2020-8-6	继受取得	无
54	6892960	穿爱	第 14 类	2010-4-28 至 2020-4-27	原始取得	无
55	6892961	弘歷牌	第 14 类	2010-4-28 至 2020-4-27	原始取得	无
56	6892962	籃色火焰	第 14 类	2010-5-28 至 2020-5-27	原始取得	无
57	6892963	Blue Flame	第 14 类	2011-4-14 至 2021-4-13	原始取得	无
58	6990640	護駕	第 14 类	2010-5-28 至 2020-5-27	原始取得	无
59	7086522	淘钻	第 42 类	2010-11-7 至 2020-11-6	继受取得	无
60	7086523	淘钻	第 35 类	2010-8-28 至 2020-8-27	继受取得	无

序号	注册商标号	注册商标名称	核定使用类别	注册有效期	取得方式	他项权利
61	7086524	淘钻	第 14 类	2010-7-7 至 2020-7-6	继受取得	无
62	7086525	問天	第 14 类	2010-7-7 至 2020-7-6	原始取得	无
63	7124881		第 14 类	2010-7-14 至 2020-7-13	继受取得	无
64	7237919	ShootingStar	第 14 类	2010-7-21 至 2020-7-20	原始取得	无
65	7237920	BF	第 14 类	2010-7-21 至 2020-7-20	原始取得	无
66	7816374	supernova	第 14 类	2011-1-7 至 2021-1-6	原始取得	无
67	7816384	TESIRO	第 43 类	2011-1-28 至 2021-1-27	原始取得	无
68	8337043	GAIA	第 14 类	2011-6-7 至 2021-6-6	原始取得	无
69	8337064	GAIA	第 35 类	2011-10-28 至 2021-10-27	原始取得	无
70	8364567	NUOVA	第 14 类	2011-6-21 至 2021-6-20	原始取得	无
71	9108011	凝爱	第 14 类	2012-2-14 至 2022-2-13	原始取得	无
72	9569235	TESIRO	第 14 类	2013-1-14 至 2023-1-13	原始取得	无
73	9726900	Walk of Fame	第 14 类	2013-1-21 至 2023-1-20	原始取得	无

序号	注册商标号	注册商标名称	核定使用类别	注册有效期	取得方式	他项权利
74	9797208	凝 爱 Eternal Moment	第 14 类	2012-9-28 至 2022-9-27	原始取得	无
75	9806137	传·熙	第 14 类	2012-10-7 至 2022-10-6	原始取得	无
76	9806144	传·泽	第 14 类	2012-10-7 至 2022-10-6	原始取得	无
77	9806184	传·禄	第 14 类	2012-10-7 至 2022-10-6	原始取得	无
78	9806250	传·裕	第 14 类	2012-10-7 至 2022-10-6	原始取得	无
79	9806258	传·爱	第 14 类	2012-10-7 至 2022-10-6	原始取得	无
80	9806268	传·润	第 14 类	2012-10-7 至 2022-10-6	原始取得	无
81	9806278	传·佑	第 14 类	2012-10-7 至 2022-10-6	原始取得	无
82	9806289	传·逸	第 14 类	2012-10-7 至 2022-10-6	原始取得	无
83	9806294	传·缘	第 14 类	2012-10-7 至 2022-10-6	原始取得	无
84	9806302	传·境	第 14 类	2012-10-7 至 2022-10-6	原始取得	无
85	9810421	传·韵	第 14 类	2012-10-7 至 2022-10-6	原始取得	无
86	3047745	通灵	第 25 类	2013-05-14 至 2023-05-13	原始取得	无

序号	注册商标号	注册商标名称	核定使用类别	注册有效期	取得方式	他项权利
87	3097680	素白	第 14 类	2013-03-28 至 2023-03-27	原始取得	无
88	3073883	TLCZ	第 14 类	2013-03-14 至 2023-03-13	原始取得	无
89	3094536	心灵之约	第 14 类	2013-03-28 至 2023-03-27	原始取得	无
90	1922987	情人眼泪	第 14 类	2012-10-07 至 2022-10-06	原始取得	无
91	1923172	午夜妖姬	第 14 类	2012-10-07 至 2022-10-06	原始取得	无
92	1923180	爱我所爱	第 14 类	2012-10-07 至 2022-10-06	原始取得	无
93	11329811	通灵傳世	第 14 类	2014-1-7 至 2024-1-6	原始取得	无
94	11329821	通灵传世	第 14 类	2014-1-7 至 2024-1-6	原始取得	无
95	11490552	岁月留痕	第 14 类	2014-02-21 至 2024-02-20	原始取得	无
96	11491009	岁月无痕	第 14 类	2014-02-21 至 2024-02-20	原始取得	无
97	11707333	爱的档案	第 16 类	2014-04-07 至 2024-04-06	原始取得	无
98	11707074	FAMILY TREASURE	第 16 类	2014-04-14 至 2024-04-13	原始取得	无
99	11706927	健康档案	第 9 类	2014-04-14 至 2024-04-13	原始取得	无

序号	注册商标号	注册商标名称	核定使用类别	注册有效期	取得方式	他项权利
100	11706920	爱情档案	第 9 类	2014-04-14 至 2024-04-13	原始取得	无
101	11706905	情感档案	第 9 类	2014-04-14 至 2024-04-13	原始取得	无
102	11706892	家庭档案	第 9 类	2014-04-14 至 2024-04-13	原始取得	无
103	11706867	宝宝档案	第 9 类	2014-04-14 至 2024-04-13	原始取得	无
104	11706839	爱的档案	第 9 类	2014-04-14 至 2024-04-13	原始取得	无
105	12028102	Blue Flame	第 14 类	2014-06-28 至 2024-06-27	原始取得	无
106	12412222	TESIRO	第 39 类	2014-09-21 至 2024-09-20	原始取得	无
107	12283996	家的档案	第 9 类	2014-08-21 至 2024-08-20	原始取得	无
108	12386601	穿越时空	第 14 类	2014-09-14 至 2024-09-13	原始取得	无
109	12283945	爱的档案	第 9 类	2014-08-21 至 2024-08-20	原始取得	无
110	12022436	Blue Flame	第 14 类	2014-06-28 至 2024-06-27	原始取得	无
111	13258769	TESIRO 通灵	第 14 类	2015-03-28 至 2025-03-27	原始取得	无
112	13258777	TESIRO 通灵	第 14 类	2015-04-07 至	原始	无

序号	注册商标号	注册商标名称	核定使用类别	注册有效期	取得方式	他项权利
				2025-04-06	取得	
113	13294654	SHOOTING STAR	第 14 类	2015-01-14 至 2025-01-13	原始取得	无
114	13294664	SHOOTING STAR	第 14 类	2015-01-14 至 2025-01-13	原始取得	无
115	13878901		第 9 类	2015-03-14 至 2025-03-13	原始取得	无
116	13878945		第 14 类	2015-04-28 至 2025-04-27	原始取得	无
117	14164623	LOVE VOICE	第 14 类	2015-04-21 至 2025-04-20	原始取得	无
118	14171817	Ultra Flame	第 14 类	2015-04-28 至 2025-04-27	原始取得	无
119	14171825	Ultra Flame Class	第 14 类	2015-04-28 至 2024-04-27	原始取得	无
120	14171852	皇家全火彩	第 14 类	2015-04-28 至 2025-04-27	原始取得	无
121	14171866	TESIRO MY QUEEN	第 14 类	2015-04-28 至 2025-04-27	原始取得	无
122	14171884	STARLET MINI	第 14 类	2015-04-28 至 2025-04-27	原始取得	无
123	14171899	TESIRO STARLET	第 14 类	2015-04-28 至 2025-04-27	原始取得	无
124	14171912	TESIRO EMPRESS	第 14 类	2015-05-07 至 2025-05-06	原始取得	无
125	14171926	通灵王后	第 14 类	2015-05-07 至	原始	无

序号	注册商标号	注册商标名称	核定使用类别	注册有效期	取得方式	他项权利
				2025-05-06	取得	
126	14171951	MIRAGE	第 14 类	2015-05-07 至 2025-05-06	原始取得	无

发行人编号为“3560220”、“3720259”、“3699707”、“3720260”、“3758952”、“3773668”、“3758951”、“3899240”、“4045900”等注册商标已办理完毕续展手续，续展有效期为 10 年。

发行人拥有如下境外注册商标权：

序号	注册商标号	注册商标	核定使用类别	注册有效期	取得方式	他项权利	地区
1	013309547	Blue Flame New Generation Diamond	第 14 类	2014-9-30 至 2024-9-29	原始取得	无	欧盟
2	007408388	Blue Flame	第 14、36、42 类	2008-11-12 至 2018-11-11	原始取得	无	欧盟
3	004734844	TESIRO	第 14、35、42 类	2005-11-10 至 2015-11-9	原始取得	无	欧盟
4	0767117	Blue Flame	第 14、36、42 类	2014-11-8 至 2024-11-7	原始取得	无	比利时
5	01376241	藍色火焰	第 14 类	2009-9-1 至 2019-8-31	原始取得	无	台湾
6	301287612	藍色火焰	第 14 类	2009-2-16 至 2019-2-15	原始取得	无	香港
7	301287603	Blue Flame	第 14 类	2009-2-16 至 2019-2-15	原始取得	无	香港

发行人持有的“004734844”注册商标已续展完毕，有效期至 2025 年 11 月 10 日。

（三）专利

截至 2016 年 5 月 5 日，发行人拥有如下在中国大陆地区的专利权：

序号	专利号	专利名称	专利类型	申请日期	有效期	取得方式	专利权人	他项权利
1	ZL201220414449.9	一种钻石火彩观测仪	实用新型	2012-8-21	10 年	原始取得	发行人	无
2	ZL201320120064.6	一种钻石台面自旋转式戒指	实用新型	2013-3-16	10 年	原始取得	发行人	无
3	ZL201220344194.3	一种戒指	实用新型	2012-7-16	10 年	原始取得	发行人	无
4	ZL200930003817.4	钻石(89 cut)	外观设计	2009-2-10	10 年	原始取得	发行人	无
5	ZL200930350196.7	钻石（蓝色火焰）	外观设计	2009-11-20	10 年	受让取得	发行人	无
6	ZL201130363327.2	对戒（“穿越时空的爱”同坯对戒-1）	外观设计	2011-10-14	10 年	原始取得	发行人	无
7	ZL201130363352.0	对戒（“穿越时空的爱”同坯对戒-2）	外观设计	2011-10-14	10 年	原始取得	发行人	无
8	ZL201130363378.5	对戒（“穿越时空的爱”同坯对戒-3）	外观设计	2011-10-14	10 年	原始取得	发行人	无
9	ZL201130363406.3	对戒（“穿越时空的爱”同坯对戒-4）	外观设计	2011-10-14	10 年	原始取得	发行人	无
10	ZL201130363452.3	对戒（“穿越时空的爱”同坯对戒-5）	外观设计	2011-10-14	10 年	原始取得	发行人	无
11	ZL201130363442.X	对戒（“穿越时空的爱”同坯对戒-6）	外观设计	2011-10-14	10 年	原始取得	发行人	无
12	ZL201130363494.7	对戒（“穿越时空的爱”同坯对戒-7）	外观设计	2011-10-14	10 年	原始取得	发行人	无

13	ZL201130363495.1	对戒（“穿越时空的爱”同坯对戒-8）	外观设计	2011-10-14	10 年	原始取得	发行人	无
14	ZL201130363533.3	对戒（“穿越时空的爱”同坯对戒-9）	外观设计	2011-10-14	10 年	原始取得	发行人	无
15	ZL201130363532.9	对戒（“穿越时空的爱”同坯对戒-1 0）	外观设计	2011-10-14	10 年	原始取得	发行人	无
16	ZL201130468758.5	钻戒(凝爱钻戒-1)	外观设计	2011-12-9	10 年	原始取得	发行人	无
17	ZL201130468853.5	钻戒(凝爱钻戒-2)	外观设计	2011-12-9	10 年	原始取得	发行人	无
18	ZL201130468812.6	钻戒(凝爱钻戒-3)	外观设计	2011-12-9	10 年	原始取得	发行人	无
19	ZL201130468869.6	钻戒(凝爱钻戒-4)	外观设计	2011-12-9	10 年	原始取得	发行人	无
20	ZL201130468891.0	钻戒(凝爱钻戒-5)	外观设计	2011-12-9	10 年	原始取得	发行人	无
21	ZL201130469004.1	钻戒(凝爱钻戒-6)	外观设计	2011-12-9	10 年	原始取得	发行人	无
22	ZL201230337031.8	钻戒（博物馆系列-1）	外观设计	2011-7-19	10 年	原始取得	发行人	无
23	ZL201230335510.6	钻戒（博物馆系列-2）	外观设计	2011-7-19	10 年	原始取得	发行人	无
24	ZL201230335508.9	钻戒（博物馆系列-3）	外观设计	2011-7-19	10 年	原始取得	发行人	无
25	ZL201230335509.3	钻戒（博物馆系列-4）	外观设计	2011-7-19	10 年	原始取得	发行人	无
26	ZL201130374101.2	钻戒（博物馆系列-5）	外观设计	2011-10-20	10 年	原始取得	发行人	无

27	ZL201230005613.6	钻戒（K 铂金-7-凝爱）	外观设计	2012-1-10	10 年	原始取得	发行人	无
28	ZL201230005609.X	钻戒(凝爱 K 玫瑰金-4）	外观设计	2012-1-10	10 年	原始取得	发行人	无
29	ZL201230005615.5	钻戒（K 黄金-7-凝爱）	外观设计	2012-1-10	10 年	原始取得	发行人	无
30	ZL201230005623.X	凝爱钻戒(K 玫瑰金-7）	外观设计	2012-1-10	10 年	原始取得	发行人	无
31	ZL201230337032.2	吊坠(穿越时空的爱同坯双心吊坠-1）	外观设计	2012-7-19	10 年	原始取得	发行人	无
32	ZL201320042460.1	一种多功能档案册收纳盒	实用新型	2013-1-26	10 年	原始取得	发行人	无
33	ZL201330279072.0	戒指（新凝爱）	外观设计	2013-6-25	10 年	原始取得	发行人	无
34	ZL201330279062.7	包装盒（爱的档案）	外观设计	2013-6-25	10 年	原始取得	发行人	无
35	ZL201520356586.5	一种具有 77 个切面的钻石	实用新型	2015-5-29	10 年	原始取得	发行人	无
36	ZL201520356616.2	一种具有 73 切面的圆琢型心形影像钻石	实用新型	2015-5-29	10 年	原始取得	发行人	无
37	ZL201520356617.7	一种具有 89 个切面的圆琢型心形影像钻石	实用新型	2015-5-29	10 年	原始取得	发行人	无
38	ZL201520356743.2	一种圆琢型心形影像钻石	实用新型	2015-5-29	10 年	原始取得	发行人	无
39	ZL201530168821.1	瓶	外观设计	2015-5-29	10 年	原始取得	发行人	无

发行人拥有如下 3 项在境外地区的专利权：

序号	专利号	专利名称	专利类型	有效期	取得方式	专利权人	他项权利	地区
1	D135467	八十九面切工的钻石（台湾）	新式样	2010-6-21 至 2021-9-3	原始取得	发行人	无	台湾
2	09014059	八十九面切工的钻石（香港）	外观设计	2009-8-31 至 2014-8-30	原始取得	发行人	无	香港
3	nr1043954	蓝色火焰切工专利	外观设计	2008-11-21 至 2018-11-21	原始取得	发行人	无	欧盟

发行人编号为“09014059”的香港外观设计专利的注册有效期已延续至 2019 年 8 月 30 日。

七、特许经营权

截至本招股说明书签署之日，公司未拥有特许经营权。

八、公司境外经营情况

通灵珠宝于 2015 年 1 月 13 日在香港注册成立全资子公司香港通灵投资有限公司，该公司编号为“2191157”，住所为香港旺角烟厂街 9 号兴发商业大厦 21 楼 01 室，法定股本为 10,000 港币，已发行股份为 10,000 港元。截至本招股说明书签署之日，香港通灵尚未开展生产经营活动。

九、公司研发设计情况

（一）公司产品研发设计体系

1、研发机构构成及人员

公司自成立以来就设有自己的产品研发部门，每年为公司研发数以百计的新款产品。目前公司的设计部门隶属商品创新中心，共有设计研发人员 5 名，含设计主管一名，设计人员毕业于中国地质大学，南京艺术学院等优秀学府，还有海外留学的设计师，拥有 5 年以上珠宝首饰设计经验的设计师占 80%。公司的产品能够在近年获得畅销很大程度上受益于该团队的款式设计与创新能力。公司为保

证设计师的设计理念始终与国内外时尚同步，每年组织设计人员参与一次国内外大型的珠宝首饰展览会，例如深圳珠宝展、香港珠宝展等。

此外，在坚持自主设计创新的基础上，公司也积极借鉴外部的设计灵感和资源，特别是委托加工商为了加强其自身的竞争力会提供其设计的产品款式供客户挑选，公司选中能体现公司品牌定位的设计方案和款式后，会与委托加工商进行“封版”，即该款式只能为通灵珠宝加工。目前，公司系列化的产品独立自主设计，其他非系列化的产品主要利用委托加工商的设计资源。

2、公司产品研发设计流程

公司在产品设计上处于国内同行业的先进水平。每年设计和推出数以百计的新产品。设计开发人员通过市场调研和资讯渠道，了解珠宝首饰的最新流行与消费趋势，掌握竞争对手的优劣势和最新动态，分析本品牌产品现状，按照营销中心提出的开发计划，结合市场需求和品牌定位，设计新产品样式，通过不定期的市场试销，为新产品的推出提供决策依据。

目前主要的产品需求包括三类：品牌代表产品（子品牌产品）、明星佩戴类奢华产品及常规产品，其中品牌代表产品为按照品牌产品定位不断突出原创设计、提升品牌形象的特色产品。明星佩戴类产品主要是公司与柏林电影节合作及平时提供给明星走秀的豪华产品，常规产品是公司针对以前销售期间畅销、热销的产品经过改进后开发出来的产品。

（二）公司研发设计的主要产品

公司不断挖掘品牌价值及内涵，目前已经通过原创设计形成了众多系列化的产品，主要产品的具体情况如下：

序号	产品系列	产品特点
1	新一代钻石蓝色火焰	89 个切面切工钻石，公司专利产品，获得比利时政府颁发奖项，众多中外明星佩戴出席电影节等重要活动场合。
2	高端典藏皇家博物馆系列	设计源于欧洲古典艺术，风格复古、奢华。
3	结婚钻戒“凝爱”系列	采用独特心形镶口设计的结婚钻戒系列，两个心形抓托，与托起的钻石，形成镂空的心形镶口，这种

		设计能够 360 度展示钻石火彩。
4	结婚对戒“穿越时空”系列	两钻同胚的结婚对戒，每一对对戒上的两颗钻石，都是由同一钻胚切割而来，象征天生一对永不分离的美好爱情。

公司正在开发和试销中的系列产品如下：

序号	产品系列	产品特点
1	骑士系列	骑士系列是结合通灵珠宝总裁沈东军先生获得比利时王室授予的“利奥波德军官级勋章”的公关事件，产品以 60°V 独特设计，作为象征男士勇气与荣耀的男士钻饰系列。
2	彩宝系列	彩宝系列是结合通灵珠宝的各项影视和明星资产新开发的产品品类，包括针对大众人群研发的“秘密花园”时尚彩宝线和满足中高端人群消费需求的经典珍藏彩宝线“影后”系列。
3	翡翠系列	“翡翠恋人”系列是融合东西方文化精髓，在产品设计上将东方翡翠的温婉与西方钻石的璀璨凝于一体的镶嵌类翡翠系列。

（三）新产品研发战略及推广的主要措施

通灵珠宝致力于向消费者展示高端经典的品牌形象，在产品研发设计过程中注重于赋予产品更多的内涵及典型特征，并根据不同消费人群设计符合目标受众审美偏好且竞争对手难以复制的产品，使消费者在感知和感受上得到统一。公司针对成功的产品系列会不断推出新款产品，并着力于实现向消费者所提供的产品能够满足“高质量、高工艺、高舒适度、高稳定性”的原则。

公司产品研发并推出后将结合市场需求及品牌定位采取多种推广措施及媒介向消费者展示。具体推广措施包括：1、媒体宣传：在保留传统媒体（如广播、报刊、户外大牌）宣传方式的基础上，开拓新媒体的宣传，如网站、微博、微信等方面。同时，利用线上线下与客户（包括潜在客户）进行互动推动新品推广；2、市场活动：公司通过开展形式多样的市场活动，在不同的市场区域对新品进行宣传和推广；3、通过参与各类文艺活动进行产品推广，如与柏林电影节、上海电影节等国内外大型项目合作，提高新品在国内外市场的知名度。

十、主要产品的质量控制情况

（一）质量控制措施

公司严格执行国家、行业相关标准，建立了完善的内部控制制度和检验标准。按照产品技术标准和客户要求，公司建立了完善的质量管理体系及产品检验体系，在产品研发、原材料采购、生产、销售等环节实施严格的质量控制措施并持续改进，质量控制流程和标准具体如下：

1、采购环节：《货品采购及供应商管理》。

2、贮存环节：《商品盘点管理规定》、《商品短少、损坏上报管理规定》、《货品邮寄、收货管理规定》、《直营店要货及库存控制管理规定》、《连锁店货品配备及货品调整规定》、《质量保证书管理规定》。

3、生产环节：《货品生产流程及操作手册》、《产品质量验收标准》。

4、售后服务环节：《会员管理规定》、《售后服务条例》、《顾客资料收集管理规定》、《专卖店顾客投诉管理规定》、《市场调研管理制度》。

（二）质量纠纷

公司各种产品与服务均符合国家和行业颁布的有关产品技术标准。南京市质量技术监督局、苏州市太仓质量技术监督局、淮安市质量技术监督局、江苏省苏州质量技术监督局、苏州市张家港质量技术监督局、江苏省南通质量技术监督局、江苏省常州质量技术监督局为公司出具《证明函》，证明公司自 2013 年 1 月 1 日以来，一直遵守国家及地方有关产品技术质量方面的法律、法规，不存在因违反产品质量、技术标准等方面的规定而遭受行政处罚的情况。公司也未出现过重大质量纠纷。

第七节　同业竞争与关联交易

一、公司独立性

（一）资产完整情况

公司具备与经营有关的业务体系及相关资产，合法拥有与经营有关的土地、房产、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。

（二）人员独立情况

公司劳动、人事及工资管理完全独立于股东。公司高级管理人员都专职在本公司工作并领取薪酬，未在其他单位兼职。公司具有独立的人事任免权力，董事会成员、监事会成员和高级管理人员均通过合法程序产生，不存在实际控制人及主要股东干预公司董事会和股东大会作出的人事任免决定的情况。公司拥有自己的经营管理人员，对员工实行聘任制。公司设有管理部门负责劳动、人事及工资管理，并制定一系列规章制度。公司的财务人员没有在实际控制人控制的其他企业中兼职。

（三）财务独立情况

本公司设有独立的财务部门，配备了专职的财务人员，建立了独立的财务核算体系和财务管理制度，独立进行财务决策，实施严格的内部审计制度。公司在银行独立开设账户，未与股东单位或其他任何单位或个人共用银行账户；公司作为独立的纳税人，依法独立进行纳税申报，履行缴纳义务，不存在与股东混合纳税的情况。

（四）机构独立情况

公司依法设立股东大会、董事会、监事会及总裁负责的管理层，法人治理结构完整。公司建立了适应经营管理需要的组织结构，各职能部门按照《公司章程》规定的职责独立运作，独立于各股东。

（五）业务独立情况

公司拥有独立完整的研发、供应、销售系统，具有独立面向市场自主经营的能力，不存在依赖公司实际控制人及其控制的其他企业从事生产经营的情形。

保荐机构就公司独立性发表意见如下：通灵珠宝自设立以来，严格按照《公司法》、《证券法》和《公司章程》及其他法律法规和规章制度的要求规范运作，在资产、人员、财务、机构、业务等方面均独立于实际控制人及其控制的其他企业，具有完整的业务体系及面向市场独立经营的能力。

二、关于同业竞争

（一）同业竞争情况

公司主要从事钻石饰品、翡翠饰品、素金饰品等珠宝饰品的销售业务，推广“通灵”珠宝品牌及拓展销售渠道，并对特许加盟商进行规范管理。

公司实际控制人为马峻和沈东军，截至招股说明书签署日，实际控制人除控制本公司外，控制的其他企业情况如下：

序号	公司名称	股权结构	主营业务
1	乐朗葡萄酒	沈东军 49%、马峻 49%、王芳 2%	葡萄酒销售
2	乐朗法国贸易	沈东军 49%、马峻 49%、王芳 2%	参与法国或国外所有公司的葡萄酒生产和/或销售
3	乐朗法国酒庄	乐朗法国贸易 99. 992%、沈东军 0. 008%	葡萄酒酿造
4	传世美璟	马峻、沈东军各 35. 73%	投资管理
5	嘉东信息	沈东军、马峭各 50%	互联网信息服务
6	翡翠网络	马峻 60%、丁祖胜 40%	网络技术研发
7	钻石影业	沈东军 90%、张颖 10%	影视剧制作、发行

公司的实际控制人马峻和沈东军控制的其他企业均没有从事与公司相同或相似的业务，与公司不存在同业竞争的情况。

（二）拟投资项目的同业竞争情况

本次募集资金投资项目包括营销网络建设项目、企业信息化管理系统建设项目、设计中心建设项目以及补充营运资金，均围绕公司的主营业务展开，由公司独立实施。公司本次募集资金拟投资项目实施后，不存在与实际控制人产生同业竞争或影响公司生产经营独立性的情况。

（三）避免发生同业竞争的有关协议和承诺

为避免今后的同业竞争，维护公司的利益和保证公司的长期稳定发展，公司实际控制人马峻、沈东军先生、持股 5%以上的股东蔺毅泽女士分别出具《关于避免同业竞争的承诺函》，作出以下承诺：

1、截至本承诺函出具之日，本人未曾直接或间接投资于任何与通灵珠宝现有业务存在竞争的公司、企业或其他经营实体；本人直接或间接投资的企业与通灵珠宝不存在同业竞争。在今后的任何时间内，本人或本人届时控股或实际控制的公司将不会直接或间接从事任何与通灵珠宝现有主要业务存在竞争的业务活动。

2、若通灵珠宝认为本人或本人控股或实际控制的公司从事了对通灵珠宝的业务构成竞争的业务，本人将及时转让或者终止、或促成本人控股或实际控制的公司转让或终止该等业务。若通灵珠宝提出受让请求，本人将无条件按公允价格和法定程序将该等业务优先转让、或促成本人控股或实际控制的公司将该等业务优先转让给通灵珠宝。

3、若通灵珠宝今后从事新的业务领域，则本人或本人控股、实际控制的其他公司将不从事与通灵珠宝新的业务领域相同或相似的业务活动。

4、如果本人或本人控股或实际控制的企业将来可能获得任何与通灵珠宝产生直接或者间接竞争的业务机会，本人将立即通知通灵珠宝并尽力促成该等业务机会按照通灵珠宝能够接受的合理条款和条件首先提供给通灵珠宝。

5、本人将保证合法、合理地运用股东权利，不采取任何限制或影响通灵珠宝正常经营的行为。

6、如因本人或本人控股或实际控制的公司违反本承诺而导致通灵珠宝遭受损失、损害和开支，将由本人予以全额赔偿。

三、关联方与关联关系

（一）实际控制人

马峻与沈东军直接和间接合计控制公司 77.33%的股份，为本公司实际控制人；实际控制人的详细情况参加“第五节 发行人基本情况”之“八、股份公司发起人、持有股份公司 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况”之“（三）实际控制人及其对外投资情况”。

（二）持有公司 5%以上股份的其他股东

持有公司 5%以上股份的其他股东包括卢森堡欧陆之星、茜毅泽。卢森堡欧陆之星和茜毅泽的详细情况请见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“八、股份公司发起人、持有股份公司 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况”。

（三）控股子公司

序号	公司名称	股权结构	与公司关联关系
1	苏州通灵	通灵珠宝 75%、蒋雁 25%	控股子公司
2	常州通灵	通灵珠宝 100%	全资子公司
3	合肥通灵	通灵珠宝 100%	全资子公司
4	太仓通灵	通灵珠宝 100%	全资子公司
5	张家港通灵	通灵珠宝 100%	全资子公司
6	淮安通灵	通灵珠宝 100%	全资子公司
7	南通通灵	通灵珠宝 100%	全资子公司
8	南京通灵	通灵珠宝 100%	全资子公司
9	南京通灵首饰	通灵珠宝 100%	全资子公司

10	上海通灵	通灵珠宝 100%	全资子公司
11	香港通灵	通灵珠宝 100%	全资子公司
12	克拉恋人	通灵珠宝 100%	全资子公司

（四）实际控制人控制的其他企业

序号	公司名称	股权结构	与公司关联关系
1	传世美璟	马峻、沈东军各持有其 35. 73%股权、易春秀等其他 7 位股东持有其 28.54%股权	同受实际控制人控制
2	乐郎葡萄酒	沈东军 49%、马峻 49%、王芳 2%	同受实际控制人控制
3	乐朗法国贸易	沈东军 49%、马峻 49%、王芳 2%	同受实际控制人控制
4	乐朗法国酒庄	乐朗法国贸易 99. 992%、沈东军 0. 008%	同受实际控制人控制
5	嘉东信息	沈东军、马峭各 50%	同受实际控制人控制
6	翡翠网络	马峻 60%、丁祖胜 40%	同受实际控制人控制
7	钻石影业	沈东军 90%、张颖 10%	同受实际控制人控制

（五）其他关联方

本公司的其他关联方包括：

1、公司的董事、监事及高级管理人员及其关系密切的家庭成员（包括配偶、年满 18 周岁的子女及其配偶、父母及配偶的父母、兄弟姐妹及其配偶、配偶的

兄弟姐妹、子女配偶的父母）；

2、上述人员直接或间接控制的，或者由其担任董事、高级管理人员的除发行人及其控股子公司以外的法人或其他组织。

该类关联方中，报告期内主要包括：

（1）南京百星易网络科技有限公司

百星易科技系发行人实际控制人之一、董事马峻担任总经理的公司。百星易科技成立于 2007 年 5 月 9 日，注册资本为 350 万元，实收资本为 300 万元，法定代表人为严学东，住所为南京市鼓楼区芦席营 68 号，经营范围为“计算机网络应用软件开发、销售；提供相关技术服务及咨询服务；婚庆服务；婚庆产品销售；经济信息咨询、展览展示服务、会务服务”。

截至招股说明书签署日，百星易科技的股权结构如下：

序号	股东姓名	出资方式	认缴出资额（万元）	实缴出资额（万元）	认缴出资比例（%）
1	严学东	货币	178.63	178.63	51.04
2	马　峻	货币	93.67	93.67	26.76
3	贝治发	货币	58.35	58.35	16.67
4	王　哲	货币	19.35	19.35	5.53
合　计			**350.00**	**350.00**	**100.00**

（2）欧陆之星钻石（上海）有限公司

上海欧陆之星系发行人董事 Jiang Jacky 担任总经理、董事的公司，成立于 2002 年 2 月 9 日，注册资本为 1,500 万美元，卢森堡欧陆之星与 Austar Diamond and Jewellery Company 的持股比例分别为 66.67%和 33.33%，住所为上海市浦东新区世纪大道 1701 号中国钻石交易中心大厦北塔 A1001 室，经营范围为在上海钻石交易所开展钻石（不含金银）的交易（包括转口贸易、加工贸易、进出口业务）。

（3）上海欧宝丽实业有限公司

上海欧宝丽系发行人董事 Jiang Jacky 担任总经理、董事的公司。根据上海欧宝丽现时持有的《企业法人营业执照》（注册号：310115001208248），上海欧宝丽成立于 2010 年 3 月 11 日，注册资本为 5000 万元，实收资本为 5,000 万元，法定代表人为倪秀芳（发行人董事 Jiang Jacky 之母），住所为浦东新区浦建路 1432 号 202 室，经营范围为“实业投资，投资管理，投资咨询（除经纪），珠宝首饰、工艺品、旅游纪念品的销售，从事货物与技术的进出口业务，会展服务（企业经营涉及行政许可的，凭许可证经营）”。

截至招股说明书签署日，上海欧宝丽的股权结构如下：

序号	股东姓名/名称	出资方式	出资额（万元）	出资比例（%）
1	上海欧陆之星	货币	4,010	80.2
2	倪秀芳	货币	990	19.8
合　计			**5,000**	**100**

（4）维真珠宝（上海）有限公司

维真珠宝（上海）有限公司系发行人董事 Jiang Jacky 及其母亲倪秀芳担任董事的公司。该公司成立于 2012 年 2 月 24 日，注册资本为 5,000 万元，Sakha Diamond 和上海欧宝丽分别持有其 51%和 49%的股份，法定代表人为倪秀芳，住所为上海市南丹东路 109 号 4 幢 146 室，经营范围为“珠宝、首饰、工艺品（文物除外）、珠宝首饰保养器具和维修器具的批发、佣金代理（拍卖除外）、进出口（毛钻、裸钻除外）以及相关咨询服务。（不涉及国营贸易管理商品，涉及配额、许可证管理商品的，按国家有关规定办理申请）（涉及行政许可的，凭许可证经营）”。

（5）Austar Diamond

Austar Diamond 系发行人董事 Jiang Jacky 在澳大利亚注册的商号。经查验 Austar Diamond 的《商号注册证书》，Austar Diamond 的注册证号为 BN98564773，住所为 16 Murray Island Sylvnia Waters Nsw 2224。该商号的有效期为 2011 年 4 月 12 日至 2017 年 4 月 12 日。

（6）Dealer Global

Dealer Global 系发行人董事 Jiang Jacky 实际控制并担任董事的公司。Dealer Global 成立于 2011 年 12 月 8 日，公司编号为“1684597”，注册资本为 100 美元，注册办事处为“P.O.Box957,Offshore Incorporations Centre,Road Town ,Tortola ,British Virgin Islands”。Dealer Global 为 Jiang Jacky100%控股的公司。

（7）香港欧陆之星

香港欧陆之星系发行人董事 Jiang Jacky 实际控制的公司，成立于 2011 年 8 月 30 日，公司编号为“1661086”，并于 2012 年 10 月 24 日更名为 EURO DIAMOND (HK) LIMITED。截至招股说明书签署日，注册资本为 10,000 港元，股东为 Dealer Global Limited（英属处女群岛注册公司）。注册地址为香港九龙尖沙咀东部科学馆道 14 号新文华中心 B 座 8 楼 817 室，主要从事珠宝投资业务。香港欧陆之星为 Dealer Global Limited 的全资子公司。

（8）Austar Investment

Austar Investment 系发行人董事 Jiang Jacky 实际控制并担任董事的公司。根据 Austar Investment 的公司注册证书及其在澳大利亚证券投资委员会登记信息，Austar Investment 成立于 2010 年 3 月 24 日，公司编号为“142 761 288”，公司为股份有限公司，公司注册资本与实收资本均为 5,000 美元，注册地址为“19 Wellesley Road Pymble Nsw 2073”。Austar Investment 为 Jiang Jacky100%控股的公司。

（9）广州欧宝丽珠宝有限公司

广州欧宝丽系发行人董事 Jiang Jacky 担任董事长的公司。根据广州欧宝丽现时持有的《企业法人营业执照》（注册号：440101000175023），广州欧宝丽成立于 2005 年 11 月 3 日，注册资本为 806.4150 万元，法定代表人为姜杰（Jiang Jacky），住所为广州市番禺区石基镇永善村永峰路 6 号，经营范围为“设计、生产、加工、销售：珠宝饰品（经营范围涉及法律、法规禁止经营的不得经营，涉及许可经营的凭许可证经营）”。广州欧宝丽已于 2014 年 7 月 21 日注销。

（10）Euro Jewelry

Euro Jewelry 系发行人董事 Jiang Jacky 担任董事的公司。根据 Euro Jewelry 的公司注册证书、股份分配申报表以及在香港公司注册处网上检索取得的资料，Euro Jewelry 成立于 2013 年 3 月 14 日，公司编号为“1875010”，注册资本为 10,000 美元。Euro Jewelry 的股权结构如下：

序号	股东姓名/名称	出资额（美元）	出资比例（%）
1	Kaushik Kirtilal MEHTA	4,690	46.90
2	Captain Wealth	3,300	33.00
3	Sachin Dinukumar MEHTA	1,005	10.05
4	Wenson Investments Limited	1,005	10.05
合 计		**10,000**	**100**

（11）Captain Wealth

Captain Wealth 系发行人董事 Jiang Jacky 实际控制并担任董事的公司。根据 Captain Wealth 的公司注册证书、股东名册、董事名册，Captain Wealth 成立于 2011 年 7 月 13 日，公司编号为“1660615”。Captain Wealth 为 Jiang Jacky100%控股的公司。

（12）Sakha Diamond

Sakha Diamond 系发行人董事 Jiang Jacky 担任代表社长（董事长）的公司。Sakha Diamond 系在日本大阪证券交易所上市的公司。Sakha Diamond 成立于 1965 年 5 月 24 日，公司法人编号为“0106-01-031144”，总店位于东京都墨田区千岁丁目 12 番 7 号，经营范围为“公司的经营目的是通过持有经营以下事业的公司或经营同等事业的外国公司的股票或股权，对于这些公司的事业活动实施掌控和管理：钻石的研磨、宝石、半宝石的进出口及销售；贵金属产品的制造、进出口及销售；钻石、矿物等原石的进出口及销售；钻石、宝石、钟表、箱包、贵金属产品及日用品杂货类的基于网络等的销售；不动产的买卖、租赁、管理及中介斡旋；金钱的借贷及其他金融业务；金融及不动产的相关咨询业务；古旧物品、古旧美术品、绘画、古董的买卖及接受委托销售；贵金属、古旧物品、古旧美术品、绘画、古董等的拍卖企划、承办、运营；有价证券的保有、运用及投资；各种大型活动的企划、运作；硬币分选机及 LED 灯、报警设备的销售；特许连锁的经营；

接受企业管理部门委托业务；前述各项附带的一切业务”。

Sakha Diamond 的前十大股东情况如下：

序号	股东姓名/名称	持有股票数（千股）	持有股票数相对于已发行股票总数的比例（%）
1	宗教法人慈照会	36,008	10.81
2	香港欧陆之星	31,616	9.49
3	严健军	15,429	4.63
4	安东光辉	12,000	3.60
5	CREDIT AGRICOLE (SUISSE) S.A. SINGAPORE BRANCH	7,550	2.26
6	PHILLIP SECURITIES (HONGKONG) LIMITED	5,591	1.67
7	HAITONG INTERNATIONAL SECURITIES COMPANY LIMITED 700700	5,372	1.61
8	HSBC BROKING SEC. (ASIA)	5,143	1.54
9	EFG BANK AG, HONGKONG A/C CLIENT	3,562	1.06
10	ABN AMRO NOMINEES SERVICES (HONGKONG) LIMITED	2,970	0.89
合　计		**125,244**	**37.56**

（13）Rich Max Group

Rich Max Group 系发行人董事 Jiang Jacky 担任董事的公司。Rich Max Group 为 2011 年 7 月 29 日在香港注册成立的公司，公司编号为 1648165，住所为 Room 817, 8/F, Tower B, New Mandarin Plaza , 14 Science Museum Road , Tsim Sha Tsui East , Kowloon。Rich Max Group 的法定股本为 10,000 港元，已发行股本为 10,000 港元，其股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（港元）	出资比例（%）
1	Mega Union Global Trading Limited	8,000	80
2	Euro HK Holdings Limited	2,000	20
合　计		**10,000**	**100**

（14）南京广联汽车配件有限公司

南京广联汽车配件有限公司（以下简称“广联汽配”）系发行人董事茼毅泽曾经控制并担任执行董事兼总经理的公司。广联汽配成立于 2011 年 8 月 2 日，设立时的注册资本与实收资本均为 50 万元，茼毅泽持有其 90%的股权并担任执行董事兼总经理，其经营范围为“汽配、摩配、金属、工艺美术品、建材、五金、水暖、陶瓷”。2013 年 7 月 3 日，茼毅泽将其持有的广联汽配股权转让给徐强并不再担任任何职务。此后广联汽配不再是发行人的关联方。

四、关联交易

（一）经常性关联交易

1、关联销售

关联方名称	2016 年 1-3 月		2015 年度		2014 年度		2013 年度	
	金额（万元）	占全部销售金额的比例（%）	金额（万元）	占全部销售金额的比例（%）	金额（万元）	占全部销售金额的比例（%）	金额（万元）	占全部销售金额的比例（%）
上海欧宝丽实业有限公司	227.60	0.51	975.90	0.65	1,751.95	1.22	198.67	0.17
维真珠宝（上海）有限公司	-	-	-	-	769.10	0.54	276.71	0.24
合　计	227.60	0.51	975.90	0.65	2,521.05	1.76	475.38	0.41

上海欧宝丽为发行人加工钻石镶嵌饰品需要使用金料，而发行人存在部分“以小换大”业务产生的金料需要进行处置，故发行人将废旧金料经过提纯处理后提供给上海欧宝丽，定价以上海金交所的当日金价为准。

此外，发行人委托上海欧宝丽加工钻石镶嵌饰品，基于长期的合作关系，上海欧宝丽给予发行人应付账款较长的信用期。2014年以后，上海欧宝丽考虑自身的资金成本，经与发行人协商，部分委托加工中需要使用的黄金由发行人提供，

发行人从上海金交所会员单位采购黄金后平价销售给上海欧宝丽。维真珠宝是上海欧宝丽的关联公司，部分销售通过维真珠宝完成。

2、关联采购

关联方名称	2016 年 1-3 月		2015 年度		2014 年度		2013 年度	
	金额（万元）	占全部采购金额的比例（%）	金额（万元）	占全部采购金额的比例（%）	金额（万元）	占全部采购金额的比例（%）	金额（万元）	占全部采购金额的比例（%）
欧陆之星钻石（上海）有限公司	4,659.39	21.73	10,728.49	20.06	12,295.75	12.98	1,961.63	3.80
上海欧宝丽实业有限公司	5,543.69	25.85	19,829.43	37.08	30,254.97	31.95	21,162.15	40.96
乐朗葡萄酒有限公司	-	-	34.69	0.06	-	-	-	-
合　计	**10,203.08**	**47.58**	**30,592.61**	**57.20**	**42,550.72**	**44.93**	**23,123.79**	**44.76**

卢森堡欧陆之星是国际知名的钻石投资公司，其下属公司在 DTC 拥有看货商席位。由于看好中国大陆的钻石消费市场，卢森堡欧陆之星在上海钻石交易所投资成立了欧陆之星钻石（上海）有限公司、上海欧宝丽实业有限公司，负责中国大陆成品钻石的销售，客户包括周生生、通灵、潮宏基等中国知名珠宝零售商。2012 年 6 月，卢森堡欧陆之星作为战略投资者对发行人增资，持有发行人本次发行前 9.68%的股份，上海欧陆之星、上海欧宝丽成为发行人的关联方。报告期内，通灵珠宝向上海欧陆之星、上海欧宝丽采购的钻石均参考国际钻石牌价并结合钻石的重量、切工、颜色、净度（4c）进行定价。保荐机构对发行人报告期内采购的成品钻石根据重量划分为不同分数段，并对报告期内通灵珠宝向上海欧陆之星、上海欧宝丽采购的钻石价格与通灵珠宝向上海钻石交易所内其他会员单位采购的同等分数段的钻石价格进行对比，同时与同时期国际钻石牌价进行对比。经核查，不存在发行人向上海欧陆之星、上海欧宝丽低价采购钻石虚增利润的情形。而且由于通灵珠宝向上海欧宝丽、上海欧陆之星采购的钻石主要用于加工其 89 个切面的专利产品“蓝色火焰”，该产品由于钻石切面的增加导致钻石在切割打磨的过程中的损耗要比普通切工的钻石大，导致其成本更高，因此通灵珠宝向上海欧陆之星、上海欧宝丽采购的成品钻石价格一般会高于通灵珠宝自其它钻交所会员单位采购的同等品质的成品钻石价格。

综上，保荐机构经核查认为，发行人向上海欧陆之星、上海欧宝丽采购的成

品钻石定价公允。

2015 年度，公司向乐朗葡萄酒有限公司采购葡萄酒用于营销活动，以乐朗葡萄酒有限公司向其经销商销售的价格进行定价。

3、关联租赁

单位：元

出租方名称	承租方名称	租赁资产情况	租赁起始日	租赁终止日	2016 年 1-3 月租金	2015 年度租金	2014 年度租金	2013 年度租金	租赁收益确定依据
马峻、沈东军、马峭、蔺毅泽	常州通灵珠宝有限公司	常州市南大街商业步行街 100 号	2009-1-1	2018-12-31	363,000.00	1,452,000.00	1,320,000.00	1,200,000.00	市场价
马峻、沈东军	淮安通灵珠宝有限公司	淮安市金马广场 43 号名品城 11-12 号房	2008-3-8	2018-3-7	345,000.00	1,415,919.47	1,546,386.10	1,381,527.80	市场价
马峻、沈东军	通灵珠宝股份有限公司	南京市正洪街 30 号	2008-10-18	2020-12-31	995,000.01	3,980,000.00	4,800,000.00	4,800,000.00	市场价
马峻、沈东军	通灵珠宝股份有限公司	南京市洪武路 88 号万达购物广场一层 3 号 3 铺	2009-2-8	2020-12-31	1,272,500.01	5,090,000.00	5,600,000.00	5,600,000.00	市场价
马峻、沈东军	通灵珠宝股份有限公司	常熟市方塔街 45 号	2009-1-1	2018-12-31	577,500.00	2,310,000.00	2,310,000.00	2,100,000.00	市场价
马峻、沈东军、马峭、蔺毅泽	通灵珠宝股份有限公司	泰州市海陵北路 288 号二单元 169—171 号	2009-1-1	2018-12-31	340,000.00	1,360,000.00	2,090,000.00	1,900,000.00	市场价
马峻、沈东军	通灵珠宝股份有限公司	靖江市上海城南京路 119、121、123、125、127 号和江丰路 150、	2008-1-1	2020-12-31	337,500.00	1,350,000.00	1,150,000.00	1,150,000.00	市场价

出租方名称	承租方名称	租赁资产情况	租赁起始日	租赁终止日	2016 年 1-3 月租金	2015 年度租金	2014 年度租金	2013 年度租金	租赁收益确定依据
		156、158 号							
马峭、蔺毅泽	通灵珠宝股份有限公司	盐城市浠沧商业街 15 号楼 111 室	2008-1-1	2017-12-31	120,000.00	480,000.00	885,781.00	805,255.00	市场价
马峻、沈东军	通灵珠宝股份有限公司	连云港市新浦陇海步行街中街 2-128	2008-1-1	2017-12-31	150,000.00	600,000.00	531,468.33	483,153.00	市场价
马峻、沈东军	通灵珠宝股份有限公司	连云港市新浦陇海步行街东街	2008-1-1	2017-12-31	282,499.98	1,130,000.00	1,062,936.57	966,306.00	市场价
通灵珠宝股份有限公司	乐朗葡萄酒有限公司	南京市雨花台区花神大道 19 号	2010-10-1	2017-12-31	12,500.00	50,000.00	50,000.00	335,808.13	市场价
通灵珠宝股份有限公司	南京传世美璟投资管理有限公司	南京市雨花台区花神大道 19 号	2011-8-1	2017-12-31	6,000.00	24,000.00	24,000.00	29,000.00	市场价

报告期内，发行人的关联租赁主要包括：（1）发行人租赁实际控制人在南京、常州、淮安、常熟、靖江、泰州、盐城、连云港等地的房产用于开设直营店；（2）实际控制人投资的乐朗葡萄酒有限公司、南京传世美璟投资管理有限公司向发行人租赁办公场地。上述租赁行为均参照当地相近物业租赁的市场价格支付租金。

（1）发行人租赁实际控制人房产

公司从事珠宝零售业务，主要采用开设直营店、商场专厅以及发展加盟商等三种模式开展业务。公司开设的直营店主要在城市热门商圈通过租赁方式取得营业用物业。通过采用这一模式，一方面可以避免公司自行购置物业占用大量资金，公司节约的资金可用于开拓新的渠道，加快资金周转速度，提高资金使用效率；另一方面，随着城市的发展可能导致城市热门商圈发生转移，公司通过租赁物业的方式将更加灵活的应对该风险。因此，通过租赁物业用于开设直营店是珠宝零售行业通行的做法。

报告期内，发行人向实际控制人租赁的房产均位于各城市的主要商圈。2013年以来，租金系参照独立第三方提供的市场参考价格由公司董事会审议决定，关联董事回避表决，并由独立董事发表意见。同时，发行人每两年根据市场价格对租金价格进行调整，确保价格的公允性。因此，发行人向实际控制人租赁房产开设直营店的行为有利于减小公司的资金压力，有利于公司业务的稳定发展，对公司的资产完整性及业务独立性不构成重大不利影响。

（2）乐朗葡萄酒有限公司、南京传世美璟投资管理有限公司租赁公司办公场所

公司与乐朗葡萄酒有限公司签订《房屋租赁合同》，将位于南京市雨花台区花神大道 19 号一楼办公楼及负一楼仓库租赁给乐朗葡萄酒有限公司用于办公，租赁期限为 5 年，自 2010 年 10 月 1 日至 2017 年 12 月 31 日。

公司与南京传世美璟投资管理有限公司签订《房屋租赁合同》，将公司位于南京市雨花台区花神大道 19-3 号的房屋租赁给南京传世美璟投资管理有限公司作为营业场所，租赁期限自 2011 年 8 月 1 日至 2017 年 12 月 31 日。

（二）偶发性关联交易

报告期内，关联方为公司提供的担保，均为无偿担保；截至 2016 年 3 月 31 日，未发生银行要求关联方履行担保义务的情形。关联方提供担保的具体情况如

下：

担保方	被担保方	担保金额（元）	担保原因	担保起始日	担保到期日	担保是否已经履行完毕
马峻、沈东军[注 1]	通灵珠宝股份有限公司	30,000,000.00	银行贷款	2012 年 2 月 24 日	2013 年 2 月 24 日	是
马峻、沈东军[注 1]	通灵珠宝股份有限公司	30,000,000.00	银行贷款	2012 年 5 月 28 日	2013 年 5 月 28 日	是
马峻、沈东军[注 2]	通灵珠宝股份有限公司	240,000,000.00	银行贷款、银行承兑汇票	2013 年 8 月 29 日	2014 年 8 月 29 日	是
马峻、沈东军[注 3]	通灵珠宝股份有限公司	50,000,000.00	银行贷款	2013 年 12 月 19 日	2014 年 12 月 19 日	是
沈东军[注 4]	通灵珠宝股份有限公司	120,000,000.00	银行贷款	2014 年 9 月 15 日	2015 年 9 月 14 日	是
马骏[注 5]	通灵珠宝股份有限公司	80,000,000.00	银行贷款、银行承兑汇票	2015 年 4 月 8 日	2016 年 4 月 7 日	否
沈东军[注 5]	通灵珠宝股份有限公司	80,000,000.00	银行贷款、银行承兑汇票	2015 年 4 月 8 日	2016 年 4 月 7 日	否
沈东军[注 6]	通灵珠宝股份有限公司	200,000,000.00	银行贷款、银行承兑汇票	2015 年 7 月 23 日	2016 年 7 月 22 日	否

[注 1]公司股东马峻、沈东军分别与中信银行签订《最高额保证合同》保证金额 8000 万元，保证期限：2012 年 2 月 24 日起至 2013 年 2 月 24 日；公司股东马峻、沈东军所拥有的南京市洪武路 88 号 3 室、4 室的房产为公司向中信银行的借款 3000 万元提供抵押（担保期：2012 年 5 月 28 日至 2013 年 5 月 28 日）。

[注 2] 公司股东马峻、沈东军分别与工商银行签订《最高额保证合同》保证金额 12000 万元，为公司 2013 年向工商银行借款 4000 万元和开具银行承兑汇票 7800 万元提供保证，2014 年已兑付银行承兑汇票 7800 万元同时又开具银行承兑汇票 8000 万元。保证期限：2013 年 8 月 29 日起至 2014 年 8 月 29 日。

[注 3] 公司股东沈东军与中信银行签订《最高额保证合同》保证金额 5000 万元（保证期限：2013 年 12 月 19 日起至 2014 年 12 月 19 日）同时公司股东马峻、沈东军所拥有的南京市洪武路 88 号 3 室、4 室的房产共同为公司向中信银行的借款 2500 万元提供担

保（担保期：2013 年 12 月 19 日起至 2014 年 12 月 19 日），公司已于 2014 年 5 月偿还中信银行该笔贷款。

［注 4］公司股东沈东军与工商银行签订《最高额保证合同》保证金额 12000 万元（保证期限：2014 年 9 月 15 日起至 2015 年 9 月 14 日）。

［注 5］公司股东马峻、沈东军分别与平安银行签订《最高额保证合同》保证金额各 8000 万元（保证期限：2015 年 4 月 8 日起至 2016 年 4 月 7 日）。公司股东马峻、沈东军所拥有的南京市洪武路 88 号 3 室、4 室的房产以及砂珠巷小区 2501-2508、2804-2806 的办公用房共同作为抵押物。

［注 6］公司股东沈东军与工商银行签订《最高额保证合同》保证金额 20000 万元（保证期限：2015 年 7 月 23 日起至 2016 年 7 月 22 日）。

（三）关联方资金往来

报告期内，发行人与传世美璟之间曾发生临时性资金往来，由于拆借时间较短，未收取或支付资金使用费或利息。具体情况如下：

单位：万元

时间	资金借出方	金额	平均占用期间
2013 年 4 月	通灵珠宝	184.60	18 天

2013年4月，发行人对传世美璟“其他应收款”的往来明细如下：

单位：元

时间	期初数	借方发生额	贷方发生额	期末数
2013 年 4 月 30 日	-	1,300,256.31	-	1,300,256.31
2013 年 5 月 31 日	1,300,256.31	545,753.68	-	1,846,009.99
2013 年 5 月 31 日	1,846,009.99	-	1,200,000.00	646,009.99
2013 年 5 月 31 日	646,009.99	-	646,009.99	-

上述资金往来的原因是当时通灵珠宝变更POS款结算服务机构，部分门店在操作过程中误将传世美璟的账户与POS刷卡机进行了绑定，导致传世美璟代收了部分POS款，公司在发现错误后及时予以纠正。

目前，公司在资金管理和使用、对外担保、对外借款以及关联交易等方面，已经严格按照制定的资金管理制度和各项内控制度，履行相应的审批程序和决策程序，使各项管理制度得以严格有效地执行，确保了公司在财务方面与实际控制人及其控制的其他企业保持独立。

（四）关联交易余额情况

1、应收账款

关联方名称	2016-3-31		2015-12-31		2014-12-31		2013-12-31	
	金额（元）	比例（%）	金额（元）	比例（%）	金额（元）	比例（%）	金额（元）	比例（%）
乐朗葡萄酒有限公司	-	-	-	-	-	-	95,909.38	0.10
传世美璟	-	-	-	-	-	-	29,000.00	0.03
维真珠宝	-	-	-	-	1,696,940.00	1.65	1,704,500.00	1.76
合　计	-	-	-	-	1,696,940.00	1.65	1,829,409.38	1.89

注：表中比例为关联交易所产生的科目余额占总科目余额的比例

发行人对乐朗葡萄酒有限公司、南京传世美璟投资管理有限公司的应收账款系应收乐朗葡萄酒有限公司、南京传世美璟投资管理有限公司租赁发行人办公场所的租金及物业管理费。

2、预付账款

关联方名称	2016-3-31		2015-12-31		2014-12-31		2013-12-31	
	金额（元）	比例（%）	金额（元）	比例（%）	金额（元）	比例（%）	金额（元）	比例（%）
马峻	-	-	100,227.26	0.24	1,534.91	0.00	133, 103. 19	0. 22
沈东军	-	-	100,227.25	0.24	1,534.91	0.00	133, 103. 19	0. 22
上海欧宝丽	-	-	-	-	-	-	3, 336, 900. 85	5. 45
合　计	-	-	**200,454.51**	**0.48**	**3,069.82**	**0.00**	**3, 603, 107. 23**	**5. 88**

报告期内，发行人对马峻、沈东军的预付账款系预付的房屋租金；发行人对上海欧宝丽的预付账款系预付的购货款。

3、应付票据

关联方名称	2016-3-31		2015-12-31		2014-12-31		2013-12-31	
	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）
上海欧宝丽	-	-	-	-	6,000.00	85.71	6,500.00	38.69
上海欧陆之星	1,650.00	100.00	-	-	1,000.00	14.29	-	-
合　计	**1,650.00**	**100.00**	-	-	**7,000.00**	**100.00**	**6,500.00**	**38.69**

报告期内，发行人对上海欧宝丽、上海欧陆之星的应付票据系发行人开具汇票用以支付向上海欧宝丽、上海欧陆之星采购钻石等原材料的货款。

4、应付账款

关联方名称	2016-3-31		2015-12-31		2014-12-31		2013-12-31	
	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）
上海欧陆之星	8,772.89	30.24	8,566.25	31.11	6,511.72	14.89	2,804.09	16.16
上海欧宝丽	6,385.28	22.01	5,293.67	19.22	14,539.05	33.24	-	-
乐朗葡萄酒有限公司	-	-	34.69	0.13	-	-	-	-
合　计	**15,158.16**	**52.25**	**13,894.61**	**50.46**	**21,050.77**	**48.12**	**2,804.09**	**16.16**

报告期内，发行人对上海欧陆之星、上海欧宝丽的应付账款系发行人向上海欧陆之星、上海欧宝丽采购钻石形成的应付货款，发行人对乐朗葡萄酒的应付账款系发行人向乐朗葡萄酒采购葡萄酒形成的应付货款。

5、预收账款

关联方名称	2016-3-31		2015-12-31		2014-12-31		2013-12-31	
	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）
乐朗葡萄酒有限公司	3.75	0.54	5.00	0.27	4.00	0.33	-	-
传世美璟	1.80	0.26	2.40	0.13	-	-	-	-
合　计	**5.55**	**0.80**	**7.40**	**0.40**	**4.00**	**0.33**	**-**	**-**

报告期内，发行人对乐朗葡萄酒有限公司、传世美璟的预收账款系预收的房屋租金。

6、其他应付款

关联方名称	2016-3-31		2015-12-31		2014-12-31		2013-12-31	
	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）
沈东军	203.75	4.15	-	-	-	-	-	-
马峻	203.75	4.15	-	-	-	-	-	-
合　计	407.50	8.30	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**

发行人对马峻、沈东军的其他应付款系发行人租赁马峻、沈东军房产应付的

房屋租金。

五、关联交易的决策权力和程序的规定

本公司在章程及其他内部规定中明确了关联交易决策的权力与程序，《公司章程》规定了关联股东或利益冲突的董事在关联交易表决中的回避制度。同时，公司在《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《独立董事工作制度》、《关联交易管理制度》中对关联交易决策的权力与程序作了更加详尽的规定。

1、《公司章程》对关联交易决策权限与程序的具体规定

（1）第七十七条规定：“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。

在股东大会对关联交易事项审议完毕且进行表决前，关联股东应向会议主持人提出回避申请并由会议主持人向大会宣布。在对关联交易事项进行表决时，关联股东不得就该事项进行投票，并且由出席会议的监事、独立董事予以监督。在股东大会对关联交易事项审议完毕且进行表决前，出席会议的非关联股东（包括代理人）、出席会议监事、独立董事有权向会议主持人提出关联股东回避该项表决的要求并说明理由，被要求回避的关联股东对回避要求无异议的，在该项表决时不得进行投票；如被要求回避的股东认为其不是关联股东不需履行回避程序的，应向股东大会说明理由，被要求回避的股东被确定为关联股东的，在该项表决时不得进行投票。如有上述情形的，股东大会会议记录人员应在会议记录中详细记录上述情形。”

（2）第一百一十二条规定：“董事与董事会会议决议事项所涉及的企业有关联关系的，不得对该项决议行使表决权，也不得代理其他董事行使表决权。该董事会会议由过半数的无关联关系董事出席即可举行，董事会会议所作决议须经无关联关系董事过半数通过。出席董事会的无关联董事人数不足3人的，应将该事项提交股东大会审议。”

2、《关联交易管理制度》对关联交易决策权限的具体规定

（1）公司与关联自然人发生的交易金额在 30 万元以上的关联交易（公司提供担保除外），应当由总裁向董事会提交议案，经董事会批准后生效。公司不得直接或者通过子公司向董事、监事、高级管理人员提供借款。

（2）公司与关联法人发生的交易金额在 300 万元以上，且占公司最近一期经审计净资产绝对值 0.5%以上的关联交易（提供担保除外），应当经董事会批准后生效。

（3）公司与关联人发生的交易（公司获赠现金资产和提供担保除外）金额在 3000 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，应当聘请具有执行证券、期货相关业务资格的中介机构，对交易标的进行评估或审计，并将该交易提交股东大会审议。

（4）公司为关联人提供担保的，不论数额大小，均应当在董事会审议通过后提交股东大会审议。

（5）公司董事、监事及高级管理人员应当关注公司是否存在被关联人占用资金等侵占公司利益的问题。公司独立董事、监事至少应当每季度查阅一次公司与关联人之间的资金往来情况，了解公司是否存在被董事、监事、高级管理人员、控股股东、实际控制人及其关联人占用、转移公司资金、资产及其他资源的情况，如发现异常情况，应当及时提请公司董事会采取相应措施。

（6）因关联人占用或转移公司资金、资产或其他资源而给公司造成损失或可能造成损失的，公司董事会应当及时采取诉讼、财产保全等保护性措施避免或减少损失，并追究有关人员的责任。

六、最近三年一期执行关联交易的情况

公司最近三年一期发生的关联交易均已履行了公司章程规定的程序，独立董事对上述关联交易履行的审议程序的合法性和交易价格的公允性发表了无保留意见：“通灵珠宝股份有限公司最近三年一期发生的关联交易合法、有效，遵循了公平、公正、合理的原则，未违反交易发生当时相关法律、法规和公司章程的规定；关联交易的决策和批准程序符合公司章程及相关法律法规的规定，关联交易定价公允，交易条件不存在对交易之任何一方显失公平的情形，也不存在影响发行人独立性的情形或损害公司及公司中小股东利益的内容。”

七、减少和规范关联交易的措施

公司实际控制人马峻先生、沈东军先生及其亲属通过股权转让、注销等方式对其投资的与公司业务相同或相近的关联公司进行了清理，大幅降低了公司与实

际控制人及其控制的企业之间的关联交易规模。

本公司以维护股东利益为原则，尽量减少关联交易，对于不可避免的关联交易，本公司在《公司章程》、《关联交易决策制度》中规定了关联交易的回避制度、决策权限、决策程序等内容，并在实际工作中充分发挥独立董事的作用，以确保关联交易价格的公开、公允、合理，从而保护股东利益。

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、高级管理人员及核心技术人员简介

（一）董事会成员

公司董事会现由八名董事组成，其基本情况如下：

1、沈东军先生，1969 年 11 月出生，中国国籍，拥有澳大利亚长期居留权，南京大学商学院博士后，澳门科技大学工商管理博士，香港科技大学 EMBA，公司实际控制人之一。1987 年至 1997 年，任南京航空公司旅行社销售主任、总经理；1999 年至 2011 年，任公司总经理；2011 年至今，任公司董事长兼总裁。

2、马峻先生，1970 年 8 月出生，中国国籍，拥有澳大利亚长期居留权，毕业于中国地质大学，大学专科学历。1990 至 1994 年，任云南瑞丽泰和珠宝公司业务员；1994 至 1997 年，任南京广联汽配公司经理，1999 年至今在公司先后任职董事长、执行董事、董事等，公司实际控制人之一。

3、蔺毅泽女士，1977 年 9 月出生，中国国籍，拥有澳大利亚长期居留权，大学专科学历。1999 年至今在公司任职，现任公司董事职务。

4、Jiang Jacky 先生，1963 年 3 月出生，澳大利亚籍，拥有境外永久居住权，硕士研究生学历，高级工程师，上海交通大学毕业，长江商学院 EMBA。2002 年至今任欧陆之星钻石（上海）有限公司副董事长兼总经理，日本萨哈钻石株式会社（上市公司）社长。中国珠宝首饰行业协会副会长，比利时钻石高阶层议会（中国）主席。

5、王芳女士，1970 年 12 月出生，中国国籍，无永久境外居留权，新加坡南洋理工大学与上海交通大学高级工商管理硕士。1990 年 7 月至 1996 年 7 月，任跃进汽车集团齿轮公司设备员；1996 年 7 月至 2002 年 3 月，任南京麦当劳餐饮食品有限公司人力资源部负责人；2002 年 3 月至今，在公司先后任职副总经理、常务副总裁等职位。现任本公司常务副总裁、董事兼董事会秘书。

6、周婷女士，1978 年 4 月出生，中国国籍，无永久境外居留权，博士研究生学历，奢侈品行业专家。2007 年 9 月至 2014 年 6 月，在对外经济贸易大学奢侈品研究中心任执行主任；2014 年 6 月至今，在上海要客网络科技有限公司任部门经理。现任本公司独立董事。

7、陈冬华先生，1975 年 12 月出生，中国国籍，无永久境外居留权，上海财经大学管理学（会计学）博士，香港科技大学公司治理研究中心博士后，现任南京大学商学院会计学系教授、博士生导师、党支部书记。2006 年被教育部授予新世纪优秀人才，财政部首届会计学术领军人物，南京大学首届青年骨干教师，教育部重点人文社会科学研究基地----上海财经大学会计与财务研究院研究员，中国会计学会财务成本分会理事，国家自然科学基金委通讯评议专家。2011 年 11 月至今，任本公司独立董事。

8、韩顺平先生，1966 年 7 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，博士研究生学历，管理学教授。1987 年至 2002 年先后任南京理工大学经济管理学院年级主任、办公室主任、副教授等职；2003 年起至今，先后任南京大学商学院 MBA 教育中心主任、市场营销系副主任、主任等职。现任南京大学商学院市场营销系教授、院长助理、澳门科技大学兼职教授、台湾东吴大学客座教授、美国匹兹堡大学访问教授。主要从事市场营销、服务管理的教学和研究工作；已经出版著作/教材 6 部、发表论文 30 余篇、主持国家自然科学基金等课题十余项，曾为百余家企业进行营销管理培训。现任本公司独立董事。韩顺平先生已向公司提交辞职申请，待公司增补新的独立董事后辞职生效。

本届董事会成员由公司第二届董事会提名委员会提名，并由公司 2015 年第一次临时股东大会选举产生。

（二）公司监事会成员

1、刘昆女士，1978年9月出生，中国国籍，无永久境外居留权，本科学历。2001年至2003年先后在北京《京华时报》、《财经时报》任职记者；2004年在中国人力资源开发网上海站工作，任职编辑；现任公司人才价值中心经理，主要负责制度管理、流程管理、项目管理、知识管理、会议管理等。现为公司职工监事。

2、王小文先生，1977年8月出生，中国国籍，无永久境外居留权，工商管理硕士学位。1999年至2000年，任职北京华联综合超市华东区中山店人事主管；2000年至2001年，任职南京天技集团管理部经理助理；2001年至2011年，历任公司人力资源部负责人、总经办战略实施负责人，现任公司总裁助理。现为公司监事。

3、庄瓯先生，1966 年 4 月出生，中国国籍，无永久境外居留权，大学专科学历。1992 年至 2003 年于南京电炉厂工作，任技术副厂长；2003 年至 2006

年于奥迪康（中国）听力技术有限公司工作，历任生产部、物流部、客服部经理；2006 年至今于公司任职商品创新中心负责人。现为公司监事会主席。

本届监事会成员庄瓯、王小文由各股东一致提名，并由公司 2015 年第一次临时股东大会选举产生，职工监事刘昆由公司职工代表大会选举产生。

（三）其他高级管理人员

朱跃华女士，1977 年 1 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，会计学本科，注册会计师。2000 年 7 月参加工作，先后就职于上海三君药业南京办事处、南京东方拓普信息网络有限公司、南京中诚信会计师事务所、江苏天华大彭会计师事务所有限公司，历任财务会计、审计经理等职务。2010 年 7 月加入本公司，现任公司财务负责人。

（四）核心技术人员

易春秀女士，中国国籍，无境外永久居留权，1976 年出生，大学专科学历。1997 年 10 月至 2003 年 11 月任职于中国百胜南京肯德基公司担任餐厅经理以及泰丰餐饮有限公司（溧阳肯德基公司）企划经理；2003 年 11 月至今任职于通灵珠宝股份有限公司历任运营经理、运营总监等职务，现为公司直营运营二中心负责人。

二、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员持有公司股份情况

（一）截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员所持公司股份情况

董事、监事、高级管理人员、核心技术人员直接持有发行人股份情况如下：

姓名	职务	持股数（万股）	持股比例（%）
沈东军	董事长兼总裁	7, 462. 50	40. 91
马峻	董事	6,112.50	33. 51
蔺毅泽	董事	1,350.00	7. 40
王芳	董事兼常务副总裁	137.01	0. 75

合　计	15,062.01	82. 57

传世美璟持有发行人 530. 60 万股股份，占本次发行前公司股份的 2. 91%，董事、监事、高级管理人员、核心技术人员通过持有传世美璟的股份间接持有发行人股份的情况如下：

姓名	职务	持有传世美璟股份比例	间接持股数（万股）	间接持股比例
沈东军	董事长兼总裁	35.73%	189.58	1.04%
马峻	董事	35.73%	189.58	1.04%
王小文	监事	6.60%	35.02	0.19%
庄瓯	监事会主席	6.60%	35.02	0.19%
易春秀	直营运营二中心负责人	10%	53.06	0.29%
合　计		**94.66%**	**502.26**	**2.75%**

董事 Jiang Jacky 先生通过其 100%控制的香港欧陆之星持有公司 882.35 万股股份，占本次发行前公司股份的 4.84%。

截至本招股说明书签署日，本公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属除上述持股情况外，不存在其他直接或间接持有本公司股份的情况。

（二）公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员所持公司股份的质押或冻结情况

截至本招股说明书签署日，本公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员所持有的本公司股份不存在质押或被冻结的情况。

（三）最近三年公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员所持公司股份的增减变动情况

姓名	2013.12.31		2015.12.31	
	股份（万股）	比例（%）	股份（万股）	比例（%）
沈东军	7, 637. 07	41. 87	7,649.59	41.94
马峻	6, 287. 07	34. 47	6,299.59	34.54

注：表格中持股数包括直接和间接持股。

除上述变动情况外，报告期内公司其他董事、监事、高级管理人员及核心技术人员持有本公司的股份未发生变动。

三、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员其他对外投资情况

姓名	在发行人处任职	被投资单位	出资额	持股比例（%）
马峻	董事	乐朗葡萄酒	2, 450 万元	49
		法国乐朗	5, 880 欧元	49
		传世美璟	410.34 万元	35.26
		南京百星易网络科技有限公司	93. 67 万元	26. 76
		南京海阅显示技术有限公司	45 万元	30
		翡翠网络	6,000 万元	60
沈东军	董事长、总裁	乐朗葡萄酒	2, 450 万元	49
		法国乐朗	5, 880 欧元	49
		传世美璟	410.34 万元	35.26
		嘉东信息	50 万元	50
Jiang Jacky	董事	Austar Diamond	5, 000 美元	100
		Dealer Global	5, 000 美元	100
王芳	董事	乐朗葡萄酒	100 万元	2
		法国乐朗	240 欧元	2
		南京瑞西源科技有限公司	10 万元	20
周婷	独立董事	上海要客网络科技有限公司	12.48 万元	6
		北京丰采文化传媒有限公司	2 万元	20

截至本招股说明书签署日，本公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员除上述对外投资外，无其他对外投资情况。

四、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的兼职情况

公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员除在发行人及其子公司任职以外的其他兼职情况如下：

姓名	在发行人处担任职务	任职的其他单位	职务	任职的其他单位与发行人的关系
沈东军	董事长、总裁	传世美璟	执行董事	发行人股东、实际控制人控制的其他企业
		乐朗葡萄酒	执行董事	发行人实际控制人控制的其他企业
		乐朗法国酒庄	合伙人	发行人实际控制人控制的其他企业
		乐朗法国贸易	总裁	发行人实际控制人控制的其他企业
		嘉东信息	执行董事	发行人实际控制人控制的其他企业
马　峻	董事	南京百星易网络科技有限公司	总经理	-
		南京海阅显示技术有限公司	监事	-
		翡翠网络	执行董事	发行人实际控制人控制的其他企业
Jiang Jacky	董事	Dealer Global	董事	发行人股东香港欧陆之星的母公司
		香港欧陆之星	执行董事	发行人股东
		Austar Diamond	注册商号	----
		Austar Investment	董事	----

姓名	在发行人处担任职务	任职的其他单位	职务	任职的其他单位与发行人的关系
		上海欧陆之星	董事、总经理	发行人供应商
		上海欧宝丽	董事、总经理	发行人供应商
		Captain Wealth	董事	----
		深圳市欧陆之星钻石饰品有限公司	监事	----
		Euro Jewelry Limited	董事	----
		Sakha Diamond Corp	代表社长	----
		Rich Max Group Holdings Limited	董事	----
		维真珠宝（上海）有限公司	担任董事、母亲倪秀芳担任董事	----
王芳	董事	南京瑞西源科技有限公司	监事	----
陈冬华	独立董事	南京大学商学院	教授	----
		协鑫集成科技股份有限公司	独立董事	----
		江苏德威新材料股份有限公司	独立董事	----
		南京科远自动化集团股份有限公司	独立董事	----
		幸福蓝海影视文化集团股份有限	独立董事	----

姓名	在发行人处担任职务	任职的其他单位	职务	任职的其他单位与发行人的关系
		公司		
		南京银行股份有限公司	独立董事	----
韩顺平	独立董事	南京大学商学院	院长助理、教授	----
		营销科学学报（GMS）编辑委员会	编委	----
		南京钢铁股份有限公司	独立董事	----
周婷	独立董事	上海要客网络科技有限公司	部门经理	----
		对外经济贸易大学	教学	
		北京丰采文化传媒有限公司	执行董事	----

除上表所示外，公司其他董事、监事、高级管理人员及核心技术人员没有在实际控制人控制的法人单位（本公司除外）、本公司控制的法人单位、同行业其他法人单位担任职务的情况。

五、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的报酬安排

姓名	职务	2015 年在本公司领取的报酬（万元）
沈东军	董事长兼总裁	295.08

马峻	董事	150.18
蔺毅泽	董事	12.27
Jiang Jacky	董事	-
王芳	董事兼常务副总裁	147.20
周婷	独立董事	7.31
陈冬华	独立董事	8.00
韩顺平	独立董事	8.00
刘昆	监事	17.46
王小文	监事	37.19
庄瓯	监事会主席	37.80
朱跃华	财务负责人	27.59
易春秀	直营运营二中心负责人	43.97

上述人员的薪酬包括领取的工薪、奖金、津贴及所享受的其他待遇等，公司目前未设置认股权，也没有退休金计划。

六、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员之间存在的亲属关系

本公司董事长沈东军先生系董事马峻先生的妹夫，董事马峻先生与董事蔺毅泽女士系夫妻关系，除此以外，公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员之间不存在其他亲属关系。

七、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的协议安排和重要承诺

（一）协议安排

根据国家有关规定，公司与全体高级管理人员、核心技术人员及在公司有其它任职的董事、监事签订了《劳动合同书》，与核心技术人员签订了《保密协议》。2011 年 7 月 1 日，发行人董事王芳与发行人签订《增资协议》，约定自协议签署当日其与发行人签署服务期限为七年的劳动合同，同时约定在与发行人缔结劳动关系之日起至劳动关系终止满 2 年之日止应当遵守竞业限制义务，如王芳存在违反竞业限制义务、未达到承诺的服务年限而离职等情形，发行人有权要求王芳支付五十万元违约金；2011 年 7 月 1 日，监事庄瓯、王小文、核心技术人员易春

秀与发行人、发行人实际控制人签订了《协议书》，约定自协议签署当日其与发行人签署服务期限为七年的劳动合同，同时约定在与发行人缔结劳动关系之日起至劳动关系终止满 2 年之日止应当遵守竞业限制义务，如上述人员存在违反竞业限制义务、未达到承诺的服务年限而离职等情形，其必须向发行人或传世美璟指定的第三方转让所持有的传世美璟的股权。

除此之外，本公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员未与公司签订其它任何协议。

（二）重要承诺

公司董事、监事、高级管理人员的相关承诺详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“十三、主要股东及作为股东的董事、监事、高级管理人员的重要承诺”的相关内容。

八、董事、监事、高级管理人员的任职资格

本公司的董事（含独立董事）、监事、高级管理人员不存在《公司法》第一百四十七条、《首次公开发行并上市管理办法》第十六条所规定的情形，且不存在被中国证监会确定为市场禁入人员且禁入尚未解除的情形，其任职资格符合有关法律、法规、规章和规范性文件以及公司章程的规定。本公司的董事、监事每届任期为三年，高级管理人员的任职由董事会聘任或解聘，符合我国现行有关法律、法规和公司章程的规定。

九、董事、监事、高级管理人员的变动情况

（一）最近三年董事的任免及其变化

1、2011 年 12 月 9 日，公司创立大会选举产生了股份公司第一届董事会成员共 6 名, 选举沈东军、马峻、王芳为股份公司第一届董事会董事，选举范从来、孔雨泉、陈冬华为股份公司第一届董事会独立董事，任期从决议作出之日起三年。2011 年 12 月 12 日，发行人召开第一届董事会第一次会议，选举沈东军为董事长。

2、2011 年 12 月 31 日，公司召开 2011 年第二次临时股东大会选举蔺毅泽为股份公司第一届董事会董事，任期从决议作出之日起至本届董事会到期止。

3、2012 年 6 月 28 日，公司召开 2011 年年度股东大会选举 Cheng Baolin 为股份公司第一届董事会董事，任期从决议作出之日起至本届董事会到期止。

4、2012 年 10 月 22 日，孔雨泉先生因个人工作原因辞去独立董事职务，公司召开 2012 年第五次临时股东大会审议通过了《关于同意孔雨泉辞去公司董事会独立董事职务的议案》及《关于选举韩顺平担任公司独立董事的议案》。

5、2013 年 3 月 20 日，Cheng Baolin 先生因个人工作原因辞去董事职务，公司召开 2013 年第一次临时股东大会审议通过了《关于同意 Cheng Baolin 辞去公司董事会董事职务的议案》及《关于选举 Jiang Jacky 担任公司董事的议案》。

6、2015 年 1 月 5 日，公司召开 2015 年第一次临时股东大会审议通过了《关于选举第二届董事会董事的议案》，选举沈东军、马峻、蔺毅泽、王芳、Jiang Jacky 为第二届董事会董事，选举陈冬华、韩顺平、周婷为第二届董事会独立董事。第二届董事会董事任期自决议作出之日起算，任期三年。2015 年 1 月 12 日，经发行人第二届董事会第一次会议审议通过，选举沈东军为董事长。

（二）最近三年监事的任免及其变化

2011年12月9日，公司创立大会选举庄瓯、王小文为股份公司第一届监事会监事，上述监事与由股份公司职工代表大会选举产生的刘昆共同组成股份公司第一届监事会，任期从决议作出之日起三年。2011年12月12日，公司监事会选举庄瓯为监事会主席。

2015年1月5日，公司召开2015年第一次临时股东大会选举庄瓯、王小文为股份公司第二届监事会监事，上述监事与由股份公司职工代表大会选举产生的刘昆共同组成股份公司第二届监事会，任期从决议作出之日起三年。2015年1月12日，公司监事会选举庄瓯为监事会主席。

（三）最近三年高级管理人员的任免及其变化

1、2011 年 12 月 12 日，经股份公司董事会决议，聘任沈东军为总经理；聘任王芳为副总经理；聘任王少劼为董事会秘书兼财务负责人。上述高管任期自股份公司营业执照核发之日起三年。

2、2012 年 4 月 18 日，发行人召开第一届董事会第五次会议，聘任周义成为财务负责人，王少劼不再担任公司财务负责人。

3、2012 年 7 月 2 日，发行人召开第一届董事会第七次会议，同意周义成辞去财务负责人职务，聘任王少劼为公司财务负责人。

4、2015 年 1 月 12 日，经发行人第二届董事会第一次会议审议通过，聘任沈东军为总裁；聘任王芳为副总裁；聘任王少劼为董事会秘书兼财务负责人。

5、2015 年 6 月 9 日，因发行人原董事会秘书、财务负责人王少劼辞职，发行人召开第二届董事会第三次会议，聘任王芳为董事会秘书，聘任朱跃华为财务负责人。

上述变动情况属于公司正常人事调整，均履行了法定程序，对公司的生产经营未产生重大影响。

第九节　公司治理

自股份公司设立以来，本公司已建立健全了股东大会、董事会、监事会等组织机构，制定并完善了《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》、《独立董事工作制度》、《关联交易管理制度》、《重大经营与投资决策管理制度》、《融资与对外担保管理制度》、《总裁工作细则》、《董事会秘书工作细则》等各项管理制度，公司股东大会、董事会、监事会能够按照《公司法》和《公司章程》等有关规定规范有效地运作，规范的法人治理体系得以逐步建立。

目前，公司已经建立了相互独立、权责明确、相互监督的董事会、监事会和经理层，组建了较为规范的内部组织结构。公司各项管理制度配套齐全，股东大会、董事会、监事会、经理层之间职责分工明确，依法规范运作，无违法违规情形。公司规范的治理结构，有效地促进了公司管理效率的提高，并保障了各项生产经营活动的有序进行。

一、股东大会制度的建立健全及运行情况

2011 年 12 月 9 日，公司召开创立大会暨第一次股东大会，审议通过了《公司章程》，选举产生了公司第一届董事会、监事会。2015 年 1 月 5 日，公司召开 2015 年第一次临时股东大会，选举产生了公司第二届董事会、监事会。截至本招股说明书签署日，公司股东大会严格依据《公司法》及公司章程的相关规定召开会议，分别就制定股东大会议事规则等制度、关联交易决策、对外担保、股利分配等议题作出决议。

（一）股东的权利和义务

公司章程规定，公司股东享有下列权利：（一）依照其所持有的股份份额获得股利和其他形式的利益分配；（二）依法请求、召集、主持、参加或者委派股东代理人参加股东大会，并行使相应的表决权；（三）对公司的经营进行监督，提出建议或者质询；（四）依照法律、行政法规及本章程的规定转让、赠与或质押其所持有的股份；（五）查阅本章程、股东名册、公司债券存根、股东大会会议记录、董事会会议决议、监事会会议决议、财务会计报告；（六）公司终止或者清算时，按其所持有的股份份额参加公司剩余财产的分配；（七）对股东大会

作出的公司合并、分立决议持异议的股东，要求公司收购其股份；（八）法律、行政法规或本章程规定的其他权利。

公司章程规定，公司股东承担下列义务：（一）遵守法律、行政法规和本章程；（二）依其所认购的股份和入股方式缴纳股金；（三）除法律、法规规定的情形外，不得退股；（四）不得滥用股东权利损害公司或者其他股东的利益；不得滥用公司法人独立地位和股东有限责任损害公司债权人的利益；公司股东滥用股东权利给公司或者其他股东造成损失的，应当依法承担赔偿责任。公司股东滥用公司法人独立地位和股东有限责任，逃避债务，严重损害公司债权人利益的，应当对公司债务承担连带责任。（五）法律、行政法规及本章程规定应当承担的其他义务。

（二）股东大会的职权

公司章程规定，股东大会是公司的最高权力机构，依法行使下列职权：（一）决定公司的经营方针和投资计划；（二）选举和更换非由职工代表担任的董事、监事，决定有关董事、监事的报酬事项；（三）审议批准董事会的报告；（四）审议批准监事会的报告；（五）审议批准公司的年度财务预算方案、决算方案；（六）审议批准公司的利润分配方案和弥补亏损方案；（七）对公司增加或者减少注册资本作出决议；（八）对发行公司债券作出决议；（九）对公司合并、分立、解散、清算或者变更公司形式作出决议；（十）修改本章程；（十一）对公司聘用、解聘会计师事务所作出决议；（十二）审议批准本章程第四十条规定的担保事项；（十三）审议公司在一年内购买、出售重大资产超过公司最近一期经审计总资产30%的事项；（十四）审议批准变更募集资金用途事项；（十五）审议股权激励计划；（十六）审议法律、行政法规、部门规章或本章程规定应当由股东大会决定的其他事项。

公司章程规定下列对外担保行为，须经股东大会审议通过：（一）单笔担保额超过公司最近一期经审计净资产 10%的担保；（二）公司及其控股子公司的对外担保总额，超过公司最近一期经审计净资产 50%以后提供的任何担保；（三）为资产负债率超过 70%的担保对象提供的担保；（四）按照担保金额连续十二个月内累计计算原则，超过公司最近一期经审计总资产 30%的担保；（五）按照担保金额连续十二个月内累计计算原则，超过公司最近一期经审计净资产的 50%，

且绝对金额超过 5000 万元以上；（六）对股东、实际控制人及其关联人提供的担保；（七）证券交易所或公司章程规定的其他担保情形。

《股东大会议事规则》第六条规定发生的交易（公司受赠现金资产及用于公司销售的商品采购除外）达到下列标准之一的，须经股东大会审议通过：（一）交易涉及的资产总额占公司最近一期经审计总资产的 50%以上，该交易涉及的资产总额同时存在账面值和评估值的，以较高者作为计算数据；（二）交易标的（如股权）在最近一个会计年度相关的营业收入占公司最近一个会计年度经审计营业收入的 50%以上，且绝对金额超过 10,000 万元；（三）交易标的（如股权）在最近一个会计年度相关的净利润占公司最近一个会计年度经审计净利润的 50%以上，且绝对金额超过 10,000 万元；（四）交易的成交金额（含承担债务和费用）占公司最近一期经审计净资产的 50%以上，且绝对金额超过 10,000 万元；（五）交易产生的利润占公司最近一个会计年度经审计净利润的 50%以上，且绝对金额超过 10,000 万元；上述指标计算中涉及的数据如为负值，取其绝对值计算。

（三）股东大会议事规则

1、会议的召集

股东大会分为年度股东大会和临时股东大会。年度股东大会每年召开一次，于上一会计年度结束后的 6 个月内举行。临时股东大会不定期召开，出现《公司法》第一百零一条规定或《公司章程》规定的应当召开临时股东大会的情形时，临时股东大会在 2 个月内召开。

独立董事有权向董事会提议召开临时股东大会。监事会有权向董事会提议召开临时股东大会，并应当以书面形式向董事会提出。单独或者合计持有公司 10%以上股份的股东有权向董事会请求召开临时股东大会，并应当以书面形式向董事会提出。

2、议案的提交

提案的内容应当属于股东大会职权范围，有明确议题和具体决议事项，并且符合法律、行政法规和本章程的有关规定。公司召开股东大会，董事会、监事会以及单独或者合并持有公司 3%以上股份的股东，有权向公司提出提案。

单独或者合并持有公司 3%以上股份的股东，可以在股东大会召开 10 日前提

出临时提案并提交召集人。召集人应当在收到提案后 2 日内发出股东大会补充通知，通知临时提案的内容。

除前款规定的情形外，召集人在发出股东大会通知后，不得修改股东大会通知中已列明的提案或增加新的提案。股东大会通知中未列明或不符合公司章程的提案，股东大会不得进行表决并作出决议。

3、会议的出席

登记在册的所有股东或其代理人，均有权出席股东大会，并依照法律、行政法规及本章程行使表决权。股东可以亲自出席股东大会，也可以委托代理人代为出席和表决。

法人股东应由法定代表人或者法定代表人委托的代理人出席会议。法定代表人出席会议的，应出示本人身份证、能证明其具有法定代表人资格的有效证明和持股凭证；委托代理人出席会议的，代理人应出示本人身份证、法人股东单位的法定代表人依法出具的书面委托书和持股凭证。

个人股东亲自出席会议的，应出示本人身份证或其他能够表明其身份的有效证件或证明；委托代理他人出席会议的，应出示本人有效身份证件、股东授权委托书和持股凭证。

4、股东大会决议

股东大会决议分为普通决议和特别决议。股东大会作出普通决议，应当由出席股东大会的股东（包括股东代理人）所持表决权的二分之一以上通过。股东大会作出特别决议，应当有出席股东大会的股东（包括股东代理人）所持有表决权的三分之二以上通过。

下列事项由股东大会以普通决议通过：（一）董事会和监事会的工作报告；（二）董事会拟定的利润分配方案和弥补亏损方案；（三）董事会和监事会成员的任免及其报酬和支付方法；（四）公司年度预算方案、决算方案；（五）公司年度报告；（六）除法律、行政法规规定或者本章程规定应当以特别决议通过以外的其他事项。

下列事项由股东大会以特别决议通过：（一）公司增加或者减少注册资本；（二）公司的分立、合并、解散和清算；（三）本章程的修改；（四）公司在一年内购买、出售重大资产或者担保金额超过公司最近一期经审计总资产 30%的；

（五）股权激励计划；（六）法律、行政法规或本章程规定的，以及股东大会以普通决议认定会对公司产生重大影响的、需要以特别决议通过的其他事项。

股东（包括股东代理人）以其所代表的有表决权的股份数额行使表决权，每一股份享有一票表决权。公司持有的本公司的股份没有表决权。且该部分股份不计入出席股东大会有表决权的股份总数。

股东大会审议关联交易事项时，关联股东不参加表决，其所代表的股份不计入该表决有效票总数内。股东大会决议应当充分披露非关联股东的表决情况。

（四）股东大会运行情况

自 2011 年 12 月 9 日召开公司创立大会以来，公司按照《公司法》及公司章程的规定，共召开了 22 次临时股东大会、5 次年度股东大会。股东大会认真审议了包括决定公司公开发行股票并上市等一系列应由股东大会审议决定的议案，行使了股东大会的权力，履行了股东大会的职责。

二、董事会制度的建立健全及运行情况

2011 年 12 月 9 日，公司召开创立大会暨第一次股东大会，选举产生了公司第一届董事会。2015 年 1 月 5 日，公司召开 2015 年第一次临时股东大会，选举产生了公司第二届董事会。截至本招股说明书签署日，董事会根据公司章程的规定召开董事会会议，对公司生产经营计划、管理人员任命等事项进行审议并作出了决议。

（一）董事会的构成

公司设董事会，是公司的经营决策机构，对股东大会负责。董事会由八名董事组成，其中独立董事三名，设董事长一名，公司设董事会秘书。

（二）董事会的职权

公司章程规定，董事会行使下列职权：（一）召集股东大会，并向股东大会报告工作；（二）执行股东大会的决议；（三）决定公司的经营计划和投资方案；（四）制订公司的年度财务预算方案、决算方案；（五）制订公司的利润分配方案和弥补亏损方案；（六）制订公司增加或者减少注册资本、发行债券或其他证券及上市方案；（七）拟订公司重大收购、收购本公司股票或者合并、分立、解

散及变更公司形式的方案；（八）本章程第四十一条规定的、股东大会按照谨慎授权的原则授予的相关权限；（九）决定公司内部管理机构的设置；（十）聘任或者解聘公司总经理、董事会秘书；根据总经理的提名，聘任或者解聘公司副总经理、财务负责人等高级管理人员，并决定其报酬事项和奖惩事项；（十一）制订公司的基本管理制度；（十二）制订本章程的修改方案；（十三）管理公司信息披露事项；（十四）向股东大会提请聘请或更换为公司审计的会计师事务所；（十五）听取公司经理人员的工作汇报并检查其工作；（十六）拟定并向股东大会提交有关董事报酬的事项；（十七）法律、行政法规、部门规章或本章程授予的其他职权。

（三）董事会的权限

股东大会根据有关法律、行政法规的规定，按照谨慎授权原则，授予董事会下述权限：（一）决定公司最近一期经审计净资产 50%以内的对外投资、委托理财事项。董事会在审议对外投资事项时，必须经全体董事的三分之二以上审议同意；（二）决定公司最近一期经审计总资产 30%以内的收购、出售资产事项；（三）对于贷款事项，董事会每年四月份之前召开会议，在不超过上一年度末经审计总资产 50%的范围内核定当年度贷款规模，以及在此规模内公司以其资产为上述贷款提供担保的事项。对于发生在当年度贷款规模范围内的贷款事项，董事会不再另行召开会议审议，统一授权董事长签署相关协议；（四）上述授权与有关法律、法规、规范性文件不一致的，以法律、法规、规范性文件为准。

（四）董事会议事规则

董事会会议分为定期会议和临时会议。董事会每年应当至少在上下两个半年度各召开一次定期会议。在发出召开董事会定期会议的通知前，董事会办公室应当逐一征求各董事的意见，初步形成会议提案后交董事长拟定。董事长在拟定议案前，应当视需要征求经理和其他高级管理人员的意见。

有下列情形之一的，董事会应当召开临时会议：（一）代表十分之一以上表决权的股东提议时；（二）三分之一以上董事联名提议时；（三）监事会提议时；（四）董事长认为必要时；（五）二分之一以上独立董事提议时；（六）经理提

议时；（七）证券监管部门要求召开时；（八）公司章程规定的其他情形。

董事会会议由董事长召集和主持；董事长不能履行职务或者不履行职务的，由副董事长召集和主持；未设副董事长、副董事长不能履行职务或者不履行职务的，由半数以上董事共同推举一名董事召集和主持。

董事会会议应当有过半数的董事出席方可举行。有关董事拒不出席或者怠于出席会议导致无法满足会议召开的最低人数要求时，董事长和董事会秘书应当及时向监管部门报告。

董事原则上应当亲自出席董事会会议。因故不能出席会议的，应当事先审阅会议材料，形成明确的意见，书面委托其他董事代为出席。

出现下述情形的，董事应当对有关提案回避表决：（1）《上市规则》规定董事应当回避的情形；（2）董事本人认为应当回避的情形；（3）《公司章程》规定的因董事与会议提案所涉及的企业有关联关系而须回避的其他情形。

在董事回避表决的情况下，有关董事会会议由过半数的无关联关系董事出席即可举行，形成决议须经无关联关系董事过半数通过。出席会议的无关联关系董事人数不足三人的，不得对有关提案进行表决，而应当将该事项提交股东大会审议。

（五）董事会运行情况

公司董事会严格按照《公司法》及公司章程的规定规范运作，公司董事会自成立以来共召开 29 次董事会，拟订了一系列关系公司经营、发展和投资等重大事项的议案供股东大会决策，严格执行股东大会的决议，履行职责情况良好。

三、监事会制度的建立健全及运行情况

2011 年 12 月 9 日，公司召开创立大会暨第一次股东大会，选举产生了公司第一届监事会。2015 年 1 月 5 日，公司召开 2015 年第一次临时股东大会，选举产生了公司第二届监事会。截至本招股说明书签署日，监事会根据公司章程的规定召开监事会会议，对选取监事会主席、年度监事会工作报告等议案进行了审议。

（一）监事会的构成

公司设监事会，监事会由 3 名监事组成。监事会设主席 1 人。由全体监事过

半数选举产生。监事会主席召集和主持监事会会议，监事会主席不能履行职权或者不履行职务的，由半数以上监事共同推举一名监事召集和主持监事会会议。

监事会由 2 名股东代表和 1 名职工代表组成。股东代表监事由股东大会选举产生，职工代表监事由公司职工代表大会民主选举产生。

（二）监事会的职权

公司章程规定，监事会行使下列职权：（一）应当对董事会编制的公司定期报告进行审核并提出书面审核意见；（二）检查公司财务；（三）对董事、高级管理人员执行公司职务的行为进行监督，对违反法律、行政法规、本章程或者股东大会决议的董事、高级管理人员提出罢免的建议；（四）当董事、高级管理人员的行为损害公司的利益时，要求董事、高级管理人员予以纠正；（五）提议召开临时股东大会，在董事会不履行《公司法》规定的召集和主持股东大会职责时召集和主持股东大会；（六）向股东大会提出提案；（七）依照《公司法》第一百五十二条的规定，对董事、高级管理人员提起诉讼；（八）发现公司经营情况异常，可以进行调查；必要时，可以聘请会计师事务所、律师事务所等专业机构协助其工作，费用由公司承担。

（三）监事会的议事规则

监事会会议分为定期会议和临时会议。监事会定期会议应当每六个月至少召开一次。出现下列情况之一的，监事会应当在十日内召开临时会议：（一）任何监事提议召开时；（二）股东大会、董事会会议通过了违反法律、法规、规章的各种规定和要求、公司章程、公司股东大会决议和其他有关规定的决议时；（三）董事和高级管理人员的不当行为可能给公司造成重大损害或者在市场中造成恶劣影响时；（四）公司、董事、监事、高级管理人员被股东提起诉讼时；（五）公司、董事、监事、高级管理人员收到证券监管部门处罚或者被上海证券交易所公开谴责时；（六）证券监管部门要求召开时；（七）公司章程规定的其他情形。

监事会决议应当经半数以上监事通过。

监事会会议由监事会主席召集和主持；监事会主席不能履行职务或者不履行职务的，由监事会副主席召集和主持；未设副主席、副主席不能履行职务或者不履行职务的，由半数以上监事共同推举一名监事召集和主持。

监事会会议应当由全体监事的过半数以上出席方可举行。相关监事拒不出席或者怠于出席会议导致无法满足会议召开的最低人数要求的，其他监事应当及时向监管部门报告。

董事会秘书和证券事务代表应当列席监事会会议。

（四）监事会的运行情况

公司监事会自成立以来共召开 11 次监事会，严格按照《公司法》及公司章程的相关规定审议监事会职权范围内的事项，规范运作，检查公司财务，监督公司董事、经理和其他高级管理人员履行职责情况，按时召开会议审议相关议案，履行职责情况良好。

四、独立董事制度的建立健全及运行情况

（一）独立董事选举情况

2011 年 12 月 9 日，公司召开创立大会暨第一次股东大会选举范从来先生、孔雨泉先生、陈冬华先生为独立董事。2012 年 10 月 22 日，孔雨泉先生因个人工作原因辞去独立董事职务，公司召开 2012 年第五次临时股东大会审议通过了《关于同意孔雨泉辞去公司董事会独立董事职务的议案》及《关于选举韩顺平担任公司独立董事的议案》。2015 年 1 月 5 日，公司召开 2015 年第一次临时股东大会，选举陈冬华、韩顺平、周婷为第二届董事会独立董事。公司独立董事人数及三名独立董事的任职资格、独立性要求均符合中国证券监督管理委员会颁布的《关于在上市公司建立独立董事制度的指导意见》，《上市公司治理准则》及国家有关法律、法规和公司章程的有关规定。

（二）独立董事发挥作用的制度安排

根据独立董事工作细则规定：独立董事是指符合有关法律、法规和公司章程规定条件，不在公司担任除独立董事外的任何其他职务，并与公司及公司主要股东不存在可能妨碍其进行独立客观判断关系的董事。

公司董事会成员中应当有三分之一以上独立董事，其中至少有一名会计专业人士。独立董事对公司及全体股东负有诚信与勤勉义务。独立董事应当忠实履行职务，维护公司利益，尤其要关注中小股东的合法权益不受损害。独立董事应当

独立履行职责，不受公司主要股东、实际控制人或者其他与公司存在利害关系的单位或个人的影响。

独立董事原则上最多在五家上市公司兼任独立董事，并确保有足够的时间和精力有效地履行独立董事的职责。

独立董事必须具有独立性，下列情形的人员不得担任公司的独立董事：（一）在本公司或者本公司附属企业任职的人员及其直系亲属、主要社会关系（直系亲属是指配偶、父母、子女等；主要社会关系是指兄弟姐妹、岳父母、儿媳女婿、兄弟姐妹的配偶、配偶的兄弟姐妹等）；（二）直接或间接持有公司已发行股份1%以上或者是公司前十名股东中的自然人股东及其直系亲属；（三）在直接或间接持有公司已发行股份 5%以上的股东单位或者在公司前五名股东单位任职的人员及其直系亲属；（四）最近一年内曾经具有前三项所列举情形的人员；（五）为公司或者其附属企业提供财务、法律、咨询等服务的人员；（六）《公司章程》规定的其他人员；（七）中国证监会认定的其他人员。

独立董事应当按时出席董事会会议，了解公司的生产经营和运作情况，主动调查，获取做出决策所需要的情况和资料。独立董事应当向公司年度股东大会提交全体独立董事年度报告书，对其履行职责的情况进行说明。

董事会会议应当由独立董事本人出席，独立董事因故不能出席的，可以书面委托其他独立董事代为出席。委托书应当载明代理人的姓名、代理事项和权限、有效期限，并由委托人签名或盖章。代为出席董事会议的独立董事应当在授权范围内行使独立董事的权利。独立董事未出席董事会会议，亦未委托其他独立董事代表出席的，视为放弃在该次会议上的投票权。

为了充分发挥独立董事的作用，独立董事除具有《公司法》和其他相关法律、行政法规及《公司章程》赋予董事的职权外，公司还赋予独立董事行使以下职权：（一）重大关联交易（指公司拟与关联人发生的交易总额高于 300 万元或高于公司最近经审计净资产值的 5%的关联交易）应由 1/2 以上的独立董事认可后，提交董事会讨论；独立董事作出判断前，经全体独立董事同意后可以聘请中介机构出具独立财务顾问报告，作为其判断的依据；（二）经 1/2 以上的独立董事同意后向董事会提议聘用或解聘会计师事务所；（三）经 1/2 以上的独立董事同意后可向董事会提请召开临时股东大会；（四）经 1/2 以上的独立董事同意后可提议

召开董事会；（五）经全体独立董事同意后可独立聘请外部审计机构和咨询机构，对公司具体事项进行审计和咨询；（六）经 1/2 以上的独立董事同意后可以在股东大会召开前公开向股东征集投票权。

（三）独立董事实际发挥作用的情况

公司三名独立董事自聘任以来均能严格按照法律、行政法规、规范性文件及公司章程等规定认真履行独立董事职责，在规范公司运作，加强风险管理，完善内部控制，提高董事会决策水平等方面起到了积极的作用。

报告期内，公司独立董事出席董事会会议，参与有关事项的审议并发表意见，不存在连续两次未亲自出席也不委托其他董事出席董事会会议的情况。独立董事参与有关事项的审议并发表了独立董事意见，其对有关事项的表决意见均系独立作出，未出现对有关政策事项曾提出异议的情形。本公司独立董事就公司的关联交易发表了独立意见：“通灵珠宝股份有限公司最近三年发生的关联交易合法、有效，遵循了公平、公正、合理的原则，未违反交易发生当时相关法律、法规和公司章程的规定；关联交易的决策和批准程序符合公司章程及相关法律法规的规定，关联交易定价公允，交易条件不存在对交易之任何一方显失公平的情形，也不存在影响发行人独立性的情形或损害公司及公司中小股东利益的内容。”

五、董事会秘书制度的建立健全及运行情况

（一）董事会秘书制度安排

公司章程规定：公司设董事会秘书，负责公司股东大会和董事会会议的筹备、文件保管以及公司股东资料管理，办理信息披露事务等事宜。董事会秘书应遵守法律、行政法规、部门规章及本章程的有关规定。

（二）董事会秘书的职责

董事会秘书的主要职责是：（一）负责公司和相关当事人与证券交易所及其他证券监管机构之间的沟通和联络；（二）负责公司信息披露事务，协调公司信息披露工作，组织制定信息披露事务管理制度，督促公司和相关信息披露义务人遵守信息披露相关规定；并按照有关规定向证券交易所办理定期报告和临时报告

的披露工作；（三）负责公司投资者关系管理和股东资料管理工作，接待投资者来访，回答投资者咨询，向投资者提供公司信息披露资料；负责保管公司股东名册、董事和监事及高级管理人员名册、控股股东及董事、监事和高级管理人员持有本公司股票的资料，以及股东大会、董事会会议文件和会议记录等；协调公司与证券监管机构、股东及实际控制人、保荐人、证券服务机构、媒体之间的信息沟通；（四）组织筹备董事会会议和股东大会，参加股东大会、董事会会议、监事会会议及高级管理人员相关会议，负责股东大会、董事会会议记录工作并签字；准备和提交有关会议文件和资料；（五）负责公司信息披露的保密工作，制订保密措施，促使董事、监事和其他高级管理人员以及相关知情人员在信息披露前保守秘密，并在内幕信息泄露时及时采取补救措施，同时向证券交易所报告；（六）关注媒体报道并主动求证真实情况，督促董事会及时回复上海证券交易所所有问讯；（七）组织董事、监事和高级管理人员进行证券法律法规、本规则及相关规定的培训，协助前述人员了解各自在信息披露中的权利和义务；（八）督促董事、监事和高级管理人员遵守法律、法规、规章、规范性文件、本规则、上海证券交易所相关规定及公司章程，切实履行其所作出的承诺；在知悉公司作出或可能作出违反有关规定的决议时，提醒并立即如实向上海证券交易所报告；（九）《公司法》、《证券法》、中国证监会和上海证券交易所要求履行的其他职责。

（三）董事会秘书履行职责情况

本公司董事会秘书自聘任以来，严格按照法律、行政法规、规范性文件及公司章程和《董事会秘书工作细则》等规定认真履行各项职责。

六、董事会专门委员会的设置及运行情况

公司董事会设立了战略委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会、审计委员会等四个专门委员会，由董事组成，其中至少有一名独立董事。

（一）战略委员会

1、人员组成

战略委员会由三名成员组成，具体为：沈东军（主任委员）、马峻、周婷。

2、职责权限

战略委员会的主要职责权限：（一）对公司长期发展战略规划进行研究并提出建议；（二）对公司章程规定须经董事会批准的重大投资融资方案进行研究并提出建议；（三）对公司章程规定须经董事会批准的重大资本运作、资产经营项目进行研究并提出建议；（四）对其他影响公司发展的重大事项进行研究并提出建议；（五）对以上事项的实施进行检查；（六）公司董事会授予的其他职权。

3、议事规则

战略委员会由主任委员负责召集，主任委员因故不能履行职务时，由主任委员指定的其他委员召集；主任委员未指定人选的，由战略委员会的独立董事委员召集。

战略委员会会议应由三分之二以上的委员出席方可举行；每一名委员有一票表决权；会议做出的决议，必须经全体委员的过半数通过。

战略委员会会议讨论与委员会成员有关联关系的议题时，该关联委员应回避。该战略委员会会议由过半数的无关联关系委员出席即可举行，会议所作决议须经无关联关系的委员过半数通过；若出席会议的无关联委员人数不足战略委员会无关联委员总数的二分之一时，应将该事项提交董事会审议。

（二）提名委员会

1、人员组成

提名委员会由三名成员组成，具体为：沈东军、周婷（主任委员）、陈冬华。

2、职责权限

提名委员会的主要职责权限是：（一）根据公司经营活动情况、资产规模和股权结构对董事会的规模和构成向董事会提出建议；（二）研究董事、总经理和其他高级管理人员的选择标准和程序，并向董事会提出建议；（三）广泛搜寻合格的董事、总经理和其他高级管理人员的人选；（四）对董事候选人和总经理人选进行审查并向董事会提出书面建议；（五）对须提请董事会聘任的其他高级管理人员进行审查并提出书面建议；（六）公司董事会授予的其他职权。

3、议事规则

提名委员会由主任委员负责召集，主任委员因故不能履行职务时，由主任委员指定的其他委员召集；主任委员未指定人选的，由提名委员会的另一名独立董

事委员召集。

提名委员会会议应由三分之二以上的委员出席方可举行；每一名委员有一票表决权；会议做出的决议，必须经全体委员的过半数通过。

提名委员会会议讨论与委员会成员有关联关系的议题时，该关联委员应回避。该提名委员会会议由过半数的无关联关系委员出席即可举行，会议所作决议须经无关联关系的委员过半数通过；若出席会议的无关联委员人数不足提名会无关联委员总数的二分之一时，应将该事项提交董事会审议。

（三）薪酬与考核委员会

1、人员组成

薪酬与考核委员会由三名成员组成，具体为：陈冬华、韩顺平（主任委员）、蔺毅泽。

2、职责权限

薪酬委员会的主要职责权限是：（一）根据董事及高级管理人员管理岗位的主要范围、职责、重要性以及其他相关企业相关岗位的薪酬水平制定薪酬计划或方案；（二）薪酬计划或方案主要包括但不限于绩效评价标准、程序及主要评价体系，奖励和惩罚的主要方案和制度等；（三）审查公司董事（非独立董事）及高级管理人员的履行职责情况并对其进行年度绩效考评；（四）负责对公司薪酬制度执行情况进行监督；（五）公司董事会授予的其他职权。

3、议事规则

薪酬与考核委员会由主任委员负责召集，主任委员因故不能履行职务时，由主任委员指定的其他委员召集；主任委员未指定人选的，由薪酬与考核委员会的另一名独立董事委员召集。

薪酬与考核委员会会议应由三分之二以上的委员出席方可举行；每一名委员有一票表决权；会议做出的决议，必须经全体委员的过半数通过。

薪酬与考核委员会会议讨论与委员会成员有关联关系的议题时，该关联委员应回避。该薪酬与考核委员会会议由过半数的无关联关系委员出席即可举行，会议所作决议须经无关联关系的委员过半数通过；若出席会议的无关联委员人数不足该薪酬与考核委员会无关联委员总数的二分之一时，应将该事项提交董事会审

议。

（四）审计委员会

1、人员组成

审计委员会由三名成员组成，具体为：陈冬华（主任委员）、韩顺平、蔺毅泽。

2、职责权限

审计委员会的主要职责权限是：（一）指导和监督公司内部审计制度的建立和实施；（二）每季度召开会议审议内部审计部门提交的工作计划和报告等；（三）每季度向董事会报告一次，内容包括内部审计工作进度、质量以及发现的重大问题等；（四）协调内部审计部门与会计师事务所、国家审计机构等外部审计单位之间的关系。

3、议事规则

审计委员会例会每季度至少召开一次，由审计委员会主任委员负责召集，主任委员因故不能履行职务时，由主任委员指定的其他委员召集；主任委员未指定人选的，由审计委员会的另一名独立董事委员召集。临时会议由审计委员会委员提议召开。

审计委员会会议应由三分之二以上的委员出席方可举行；每一名委员有一票表决权；会议做出的决议，必须经全体委员的过半数通过。

审计委员会会议讨论与委员会成员有关联关系的议题时，该关联委员应回避。该审计委员会会议由过半数的无关联关系委员出席即可举行，会议所作决议须经无关联关系的委员过半数通过；若出席会议的无关联委员人数不足审计委员会无关联委员总数的二分之一时，应将该事项提交董事会审议。

（五）专门委员会的运行情况

各专门委员会自设立以来，均按照公司章程和各专门委员会工作制度运作，对完善公司的治理结构起到良好的促进作用。

七、发行人报告期违法违规行为情况

发行人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，发行人及其董事、监事和高级管理人员均严格按照公司章程及相关法律法规的规定开展经营，不存在违法违规行为，也不存在被相关主管机关处罚的情况。

八、发行人报告期资金占用和对外担保情况

报告期内，发行人与传世美璟之间曾发生临时性资金往来，由于拆借时间较短，未收取或支付资金使用费或利息。具体情况如下：

单位：万元

时间	资金借出方	金额	平均占用期间
2013 年 4 月	通灵珠宝	184.60	18 天

目前，发行人建立了严格的资金管理制度，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。

发行人的公司章程中已明确对外担保的审批权限和审议程序，公司近三年不存在为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业进行违规担保的情形。

九、发行人内部控制制度情况

（一）公司针对其股权结构、行业等特点建立的保证其内控制度完整合理有效、公司治理完善的具体措施

公司在改制设立股份公司后即已建立并不断完善有关内控制度，且根据公司本身特点在有关内控制度中做了针对性规定和设计。

1、与股权结构特点相关的针对性措施

公司股权结构的特点在于实际控制人直接和间接的持股比例合计较其他股东具有较大优势。本次发行完成后，尽管实际控制人控制的公司股份比例有所下降，但仍处于绝对控股地位，若其利用控股地位，通过行使表决权对公司人事、经营决策等进行控制，存在对公司及公司其他股东利益产生不利影响的可能。

针对上述特点，公司采取了以下完善内控制度的具体措施：

（1）在《公司章程》中做出了防止控股股东、实际控制人利用其控制地位损害公司利益的制度安排。

《公司章程》的有关规定包括但不限于：

①公司的控股股东、实际控制人员不得利用其关联关系损害公司利益。违反规定给公司造成损失的，应当承担赔偿责任。

公司控股股东及实际控制人对公司和公司社会公众股股东负有诚信义务。控股股东应严格依法行使出资人的权利，控股股东不得利用利润分配、资产重组、对外投资、资金占用、借款担保等方式损害公司的合法权益，不得利用其控制地位损害公司的利益。

②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。

在股东大会对关联交易事项审议完毕且进行表决前，关联股东应向会议主持人提出回避申请并由会议主持人向大会宣布。在对关联交易事项进行表决时，关联股东不得就该事项进行投票，并且由出席会议的监事、独立董事予以监督。在股东大会对关联交易事项审议完毕且进行表决前，出席会议的非关联股东（包括代理人）、出席会议监事、独立董事有权向会议主持人提出关联股东回避该项表决的要求并说明理由，被要求回避的关联股东对回避要求无异议的，在该项表决时不得进行投票；如被要求回避的股东认为其不是关联股东不需履行回避程序的，应向股东大会说明理由，被要求回避的股东被确定为关联股东的，在该项表决时不得进行投票。如有上述情形的，股东大会会议记录人员应在会议记录中详细记录上述情形。

③股东大会选举两名以上董事、监事时，应实行累积投票制。

（2）在《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《独立董事工作制度》中对与关联方之间发生的关联交易需履行的程序作了严格规定，并制定了专门的《通灵珠宝股份有限公司关联交易管理制度》，从不同的角度对规范和减少关联交易作了制度性安排。

①《公司章程》第七十七条规定：“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。”

②《关联交易管理制度》第三条规定：“公司的关联交易应当遵循以下基本原则：（一）平等、自愿、等价、有偿的原则；（二）公平、公正、公开的原则；（三）关联方如在股东大会上享有表决权，除特殊情况外，均应对关联交易事项

回避表决；（四）与关联方有任何利害关系的董事，在董事会就该关联交易事项进行表决时，应当回避；若因特殊情况无法回避，应按本制度规定程序参与表决，但必须单独出具声明；（五）公司董事会应当根据客观标准判断该关联交易是否对公司有利，必要时应聘请专业评估机构或独立财务顾问发表意见。”

《关联交易管理制度》第八条规定：“公司与关联自然人发生的交易金额在30万元以上的关联交易（公司提供担保除外），应当由总裁向董事会提交议案，经董事会批准后生效并及时披露。公司不得直接或者通过子公司向董事、监事、高级管理人员提供借款。”

《关联交易管理制度》第九条规定：“公司与关联法人发生的交易金额在300万元以上，且占公司最近一期经审计净资产绝对值0.5%以上的关联交易（提供担保除外），应当经董事会批准后生效并及时披露。”

《关联交易管理制度》第十条规定：“公司与关联人发生的交易（公司获赠现金资产和提供担保除外）金额在3000万元以上，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，除应当及时披露外，还应当聘请具有执行证券、期货相关业务资格的中介机构，对交易标的进行评估或审计，并将该交易提交股东大会审议。”

《关联交易管理制度》第十一条规定：“公司为关联人提供担保的，不论数额大小，均应当在董事会审议通过后提交股东大会审议。公司为持有本公司5%以下股份的股东提供担保的，参照前款的规定执行，有关股东应当在股东大会上回避表决。”

《关联交易管理制度》第十四条规定：“因关联人占用或转移公司资金、资产或其他资源而给公司造成损失或可能造成损失的，公司董事会应当及时采取诉讼、财产保全等保护性措施避免或减少损失，并追究有关人员的责任。”

③《独立董事工作制度》第十八条规定：“独立董事除具有《公司法》和其他相关法律、行政法规及《公司章程》赋予董事的职权外，公司还赋予独立董事行使以下职权：重大关联交易（指公司拟与关联人发生的交易总额高于300万元或高于公司最近经审计净资产值的5%的关联交易）应由1/2以上的独立董事认可后，提交董事会讨论；独立董事作出判断前，经全体独立董事同意后可以聘请中介机构出具独立财务顾问报告，作为其判断的依据。”

通过上述较有针对性的制度安排，公司可有效控制股权结构的特点所可能致使的实际控制人不当控制风险，确保内控的可靠及公司治理的完善。

2、与行业特点相关的针对性措施

公司主要从事珠宝设计、生产与零售业务，公司在制定有关内控制度时除应按照中国证监会、证券交易所有关上市公司治理的要求执行外，还按照其生产经营的特点制定和完善有关特别制度。根据日常生产经营需要，公司制订了生产经营相关的多项制度，包括但不限于《员工招募录用程序的规定》、《员工外派管理规定》、《员工内购饰品管理规定》、《最具行动力员工评选的规定》、《专卖店“商品标价签”标价方式的规定》、《商品调拨管理规定》、《商品代表工作指导手册》、《商品调价标签更换的规定》、《商品服务相关规定》、《商品盘点工作的规定》、《专卖店商品类台帐管理规定》、《质量保证书查询的规定》、《陈列及陈列展示道具管理规定》、《工艺师维修业务管理规定》、《金料回收兑换操作规定》、《直营店（厅）开业流程》、《直营店（厅）撤店流程》、《直营店薪资制作发放的规定》、《直营店培训员管理规定》、《直营店员工绩效管理系统》、《“连锁店商品安全检查表”使用规定》、《运营中心市场人员下店工作管理规定》、《连锁店激励办法》、《连锁店广告管理制度》、《加盟连锁店管理费收费规定》、《大型促销活动管理规定》、《专卖店顾客投诉管理的规定》、《客户体验终端执行办法》等。

上述制度的制定与实施系公司从生产经营的实际需求出发，为加强内部控制而制定的有关专项制度，有利于公司根据行业特点采取具有针对性的内控完善举措。

（二）公司管理层对内部控制的自我评估意见

公司已按照《公司法》和有关监管部门要求及《公司章程》的规定，设立了股东大会、董事会、监事会，在公司内部建立了与业务性质和规模相适应的组织结构，各部门有明确的管理职能，部门之间及资产的维护与保管由不同的部门或人员相互牵制监督。公司制定了《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》、《独立董事制度》、《董事会秘书工作细则》等制度保证三会的规范运作。

此外，为确保公司生产经营正常进行，加强内部管理，提高管理水平，公司

还制定了《总裁工作细则》、《重大经营与投资决策管理制度》、《融资与对外担保管理制度》、《关联交易管理制度》等一系列制度。这些内部管理与控制制度以公司的基本管理制度为基础，涵盖了财务预算、物资采购、产品销售、对外投资、人事管理、内部审计等整个生产经营管理过程，确保各项工作都有章可循，形成了规范的管理体系。

公司在内部控制建立过程中，充分考虑了自身行业的特点和公司多年管理经验，保证了内控制度符合公司业务管理的需要，对经营风险起到了有效的控制作用。

公司制订内部控制制度以来，各项制度均得到有效的执行，对于公司加强管理、规范运行、提高经济效益以及公司的长远发展起到了积极有效的作用。

综上所述，公司管理层认为：公司现有内部控制制度能够适应公司管理的要求，能够对编制真实、公允的财务报表提供合理的保证，能够对公司各项业务活动的健康运行及国家有关法律法规和公司内部规章制度的贯彻执行提供保证。随着公司的不断发展，管理层也将根据公司发展的实际需要，对内部控制制度不断加以改进和完善，从而使内控制度得到进一步和提高，更加适应公司未来发展的需要。

（三）会计师对公司内部控制的鉴证意见

天衡会计师事务所根据《中国注册会计师其他鉴证业务准则第 3101 号—历史财务信息审计或审阅以外的鉴证业务》及《内部控制审核指导意见》，于 2016 年 4 月 22 日出具了天衡专字（2016）00849 号《内部控制鉴证报告》，对公司内部控制制度进行了评估，认为：通灵珠宝公司按照《内部会计控制规范》及相关具体规范制定的各项内部控制制度、措施于 2016 年 3 月 31 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。

第十节　财务会计信息

除特别说明外，本节披露或引用的财务会计数据，均引自经天衡会计师事务所（特殊普通合伙）审计的财务报表。本公司提醒投资者关注本招股说明书所附的发行人三年一期财务报告和审计报告全文，投资者欲更详细地了解本公司报告期的财务状况，请阅读本招股说明书附录之财务报告及审计报告全文。

一、发行人最近三年一期主要财务报表

（一）合并财务报表

合并资产负债表

单位：元

项目	2016-3-31	2015-12-31	2014-12-31	2013-12-31
流动资产：				
货币资金	79, 362, 465. 86	87, 924, 393. 11	73, 095, 261. 72	67, 452, 645. 79
应收账款	133, 497, 608. 76	128, 663, 229. 06	97, 154, 478. 05	75, 379, 712. 86
预付款项	36, 787, 520. 55	41, 182, 840. 95	41, 787, 163. 48	61, 279, 024. 32
其他应收款	9, 605, 759. 07	8, 862, 645. 72	11, 505, 320. 39	9, 716, 967. 38
存货	1, 130, 429, 942. 52	1, 108, 239, 020. 58	1, 250, 986, 392. 04	956, 381, 925. 78
其他流动资产	9, 909, 235. 10	14, 991, 227. 79	24, 915, 187. 87	3, 940, 102. 57
流动资产合计	1, 399, 592, 531. 86	1, 389, 863, 357. 21	1, 499, 443, 803. 55	1, 174, 150, 378. 70
非流动资产：				
投资性房地产	2, 910, 153. 19	2, 986, 182. 45	7, 634, 305. 33	8, 183, 500. 82
固定资产	85, 690, 938. 00	86, 666, 694. 04	86, 591, 821. 91	90, 142, 650. 33
无形资产	20, 450, 838. 19	20, 927, 485. 56	16, 058, 392. 23	14, 118, 180. 65
长期待摊费用	31, 403, 238. 81	36, 491, 553. 07	32, 377, 453. 15	26, 947, 826. 93
递延所得税资产	14, 977, 933. 89	15, 404, 549. 57	9, 637, 073. 80	5, 218, 941. 71
其他非流动资产	16, 914, 433. 89	8, 715, 518. 89	-	-
非流动资产合计	172, 347, 535. 97	171, 191, 983. 58	152, 299, 046. 42	144, 611, 100. 44
资产总计	1, 571, 940, 067. 83	1, 561, 055, 340. 79	1, 651, 742, 849. 97	1, 318, 761, 479. 14

合并资产负债表（续）

单位：元

项　　目	2016-3-31	2015-12-31	2014-12-31	2013-12-31
流动负债：				
短期借款	50, 000, 000. 00	50, 000, 000. 00	70, 000, 000. 00	65, 000, 000. 00
应付票据	16, 500, 000. 00	15, 000, 000. 00	70, 000, 000. 00	168, 000, 000. 00
应付账款	290, 122, 574. 70	275, 381, 765. 24	437, 442, 183. 69	173, 487, 001. 84
预收款项	6, 903, 724. 27	18, 523, 564. 63	12, 136, 466. 08	5, 165, 963. 38
应付职工薪酬	13, 780, 740. 55	22, 512, 126. 70	26, 885, 989. 98	18, 037, 974. 90
应交税费	60, 488, 804. 75	37, 414, 277. 98	19, 806, 200. 40	24, 903, 436. 22
应付利息	70, 228. 49	70, 228. 49	128, 333. 33	104, 977. 17
其他应付款	49, 088, 744. 28	61, 589, 219. 67	52, 417, 929. 24	38, 234, 541. 26
流动负债合计	486, 954, 817. 04	480, 491, 182. 71	688, 817, 102. 72	492, 933, 894. 77
非流动负债：				
递延收益	8, 168, 714. 75	8, 151, 623. 25	11, 033, 137. 51	10, 322, 617. 90
非流动负债合计	8, 168, 714. 75	8, 151, 623. 25	11, 033, 137. 51	10, 322, 617. 90
负债合计	495, 123, 531. 79	488, 642, 805. 96	699, 850, 240. 23	503, 256, 512. 67
所有者权益（或股东权益）：				
实收资本（或股本）	182, 396, 700. 00	182, 396, 700. 00	182, 396, 700. 00	182, 396, 700. 00
资本公积	441, 836, 078. 84	441, 836, 078. 84	441, 836, 078. 84	441, 836, 078. 84
盈余公积	52, 004, 387. 11	52, 004, 387. 11	36, 911, 602. 22	23, 530, 501. 66
未分配利润	402, 586, 854. 95	398, 160, 840. 87	292, 234, 928. 10	168, 617, 902. 47
归属于母公司所有者权益合计	1, 078, 824, 020. 90	1, 074, 398, 006. 82	953, 379, 309. 16	816, 381, 182. 97
少数股东权益	-2, 007, 484. 86	-1, 985, 471. 99	-1, 486, 699. 42	-876, 216. 50
所有者权益合计	1, 076, 816, 536. 04	1, 072, 412, 534. 83	951, 892, 609. 74	815, 504, 966. 47
负债和所有者权益总计	1, 571, 940, 067. 83	1, 561, 055, 340. 79	1, 651, 742, 849. 97	1, 318, 761, 479. 14

合并利润表

单位：元

项　　目	2016 年 1-3 月	2015 年	2014 年	2013 年
一、营业总收入	444, 162, 734. 42	1, 490, 818, 094. 51	1, 432, 423, 914. 02	1, 162, 254, 970. 11
其中：营业收入	444, 162, 734. 42	1, 490, 818, 094. 51	1, 432, 423, 914. 02	1, 162, 254, 970. 11
二、营业总成本	331, 693, 000. 63	1, 253, 502, 000. 35	1, 201, 833, 260. 58	998, 370, 067. 50

其中：营业成本	193, 650, 925. 69	688, 579, 210. 36	665, 672, 467. 20	518, 301, 403. 97
营业税金及附加	11, 829, 247. 37	46, 598, 213. 82	39, 671, 976. 94	40, 088, 194. 03
销售费用	96, 557, 837. 18	391, 430, 008. 06	383, 084, 677. 11	348, 778, 639. 16
管理费用	27, 218, 479. 70	115, 835, 402. 79	103, 038, 668. 11	82, 508, 736. 48
财务费用	1, 917, 991. 00	6, 831, 697. 41	7, 094, 113. 19	6, 810, 278. 23
资产减值损失	518, 519. 69	4, 227, 467. 91	3, 271, 358. 03	1, 882, 815. 63
三、营业利润（亏损以“-”号填列）	112, 469, 733. 79	237, 316, 094. 16	230, 590, 653. 44	163, 884, 902. 61
加：营业外收入	597, 725. 44	5, 538, 503. 70	1, 867, 914. 48	4, 775, 288. 75
其中：非流动资产处置利得	1, 719. 95	7, 417. 44	43, 417. 99	53, 938. 82
减：营业外支出	329, 141. 63	1, 778, 576. 02	1, 953, 029. 56	5, 016, 144. 87
其中：非流动资产处置损失	100, 730. 06	214, 685. 30	80, 195. 87	241, 464. 50
四、利润总额（亏损总额以“-”号填列）	112, 738, 317. 60	241, 076, 021. 84	230, 505, 538. 36	163, 644, 046. 49
减：所得税费用	28, 334, 316. 39	60, 556, 096. 75	59, 117, 895. 09	48, 240, 732. 36
五、净利润（净亏损以“-”号填列）	84, 404, 001. 21	180, 519, 925. 09	171, 387, 643. 27	115, 403, 314. 13
归属于母公司所有者的净利润	84, 426, 014. 08	181, 018, 697. 66	171, 998, 126. 19	116, 552, 980. 14
少数股东损益	-22, 012. 87	-498, 772. 57	-610, 482. 92	-1, 149, 666. 01
六、其他综合收益的税后净额	-	-	-	-
七、综合收益总额	84, 404, 001. 21	180, 519, 925. 09	171, 387, 643. 27	115, 403, 314. 13
归属于母公司所有者的综合收益总额	84, 426, 014. 08	181, 018, 697. 66	171, 998, 126. 19	116, 552, 980. 14
归属于少数股东的综合收益总额	-22, 012. 87	-498, 772. 57	-610, 482. 92	-1, 149, 666. 01
八、每股收益：				
（一）基本每股收益	0. 46	0. 99	0. 94	0. 64
（二）稀释每股收益	0. 46	0. 99	0. 94	0. 64

合并现金流量表

单位：元

项　　目	2016 年 1-3 月	2015 年	2014 年	2013 年
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	501, 234, 011. 46	1, 713, 638, 602. 45	1, 669, 089, 749. 49	1, 363, 133, 756. 65
收到的税费返还	202, 438. 99	375, 797. 86	39, 952. 22	-
收到其他与经营活动有关的现金	536, 869. 70	8, 771, 100. 45	6, 017, 895. 50	6, 487, 143. 50
经营活动现金流入小计	501, 973, 320. 15	1, 722, 785, 500. 76	1, 675, 147, 597. 21	1, 369, 620, 900. 15
购买商品、接受劳务支付的现金	245, 835, 037. 91	902, 873, 100. 71	986, 091, 297. 13	861, 952, 044. 19
支付给职工以及为职工支付的现金	61, 072, 894. 00	214, 509, 031. 58	182, 668, 557. 11	162, 060, 063. 70
支付的各项税费	64, 547, 195. 69	247, 210, 207. 21	211, 190, 289. 18	181, 302, 077. 30
支付其他与经营活动有关的现金	54, 711, 950. 02	219, 619, 353. 37	224, 033, 763. 87	198, 567, 514. 23
经营活动现金流出小计	426, 167, 077. 62	1, 584, 211, 692. 87	1, 603, 983, 907. 29	1, 403, 881, 699. 42
经营活动产生的现金流量净额	75, 806, 242. 53	138, 573, 807. 89	71, 163, 689. 92	-34, 260, 799. 27
二、投资活动产生的现金流量：				
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	58, 012. 08	13, 538. 09	49, 893. 34	144, 120. 38
投资活动现金流入小计	58, 012. 08	13, 538. 09	49, 893. 34	144, 120. 38
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	8, 442, 341. 33	47, 786, 293. 45	32, 509, 457. 86	23, 921, 392. 12
支付其他与投资活动有关的现金	8, 198, 915. 00	-	-	-
投资活动现金流出小计	16, 641, 256. 33	47, 786, 293. 45	32, 509, 457. 86	23, 921, 392. 12
投资活动产生的现金流量净额	-16, 583, 244. 25	-47, 772, 755. 36	-32, 459, 564. 52	-23, 777, 271. 74
三、筹资活动产生的现金流量：				

取得借款收到的现金	-	50, 000, 000. 00	70, 000, 000. 00	65, 000, 000. 00
筹资活动现金流入小计	-	50, 000, 000. 00	70, 000, 000. 00	65, 000, 000. 00
偿还债务支付的现金	-	70, 000, 000. 00	65, 000, 000. 00	30, 000, 000. 00
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	67, 546, 653. 47	54, 387, 150. 04	33, 292, 866. 78	1, 919, 054. 84
筹资活动现金流出小计	67, 546, 653. 47	124, 387, 150. 04	98, 292, 866. 78	31, 919, 054. 84
筹资活动产生的现金流量净额	-67, 546, 653. 47	-74, 387, 150. 04	-28, 292, 866. 78	33, 080, 945. 16
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	-388, 272. 06	-84, 771. 10	31, 357. 31	19, 490. 01
五、现金及现金等价物净增加额	-8, 711, 927. 25	16, 329, 131. 39	10, 442, 615. 93	-24, 937, 635. 84
加：期初现金及现金等价物余额	86, 424, 393. 11	70, 095, 261. 72	59, 652, 645. 79	84, 590, 281. 63
六、期末现金及现金等价物余额	77, 712, 465. 86	86, 424, 393. 11	70, 095, 261. 72	59, 652, 645. 79

（二）母公司财务报表

资产负债表

单位：元

项　　目	**2016-3-31**	**2015-12-31**	**2014-12-31**	**2013-12-31**
流动资产：				
货币资金	75, 880, 413. 12	79, 859, 941. 67	65, 856, 945. 20	62, 964, 641. 11
应收账款	159, 965, 508. 55	151, 618, 826. 59	110, 974, 696. 96	87, 120, 895. 57
预付款项	27, 660, 769. 74	29, 312, 663. 51	32, 923, 560. 53	56, 244, 925. 30
其他应收款	7, 937, 163. 20	7, 628, 382. 29	11, 286, 796. 15	9, 304, 553. 40
存货	1, 130, 429, 942. 52	1, 096, 420, 411. 05	1, 237, 843, 552. 68	956, 381, 925. 78
其他流动资产	2, 471, 311. 40	3, 366, 035. 34	13, 315, 007. 69	2, 918, 606. 46
流动资产合计	1, 404, 345, 108. 53	1, 368, 206, 260. 45	1, 472, 200, 559. 21	1, 174, 935, 547. 62
非流动资产：				
长期股权投资	15, 260, 725. 79	15, 260, 725. 79	15, 260, 725. 79	13, 260, 725. 79
投资性房地产	2, 910, 153. 19	2, 986, 182. 45	7, 634, 305. 33	8, 183, 500. 82

固定资产	84, 838, 654. 36	85, 890, 526. 24	85, 964, 154. 61	89, 945, 250. 64
无形资产	20, 450, 838. 19	20, 927, 485. 56	16, 058, 392. 23	14, 118, 180. 65
长期待摊费用	26, 771, 067. 91	32, 228, 310. 28	29, 070, 820. 61	25, 844, 480. 93
递延所得税资产	12, 190, 411. 91	11, 498, 999. 80	9, 949, 386. 98	5, 877, 228. 22
其他非流动资产	16, 914, 433. 89	8, 715, 518. 89	-	-
非流动资产合计	179, 336, 285. 24	177, 507, 749. 01	163, 937, 785. 55	157, 229, 367. 05
资产总计	1, 583, 681, 393. 77	1, 545, 714, 009. 46	1, 636, 138, 344. 76	1, 332, 164, 914. 67

资产负债表（续）

单位：元

项　　目	**2016-3-31**	**2015-12-31**	**2014-12-31**	**2013-12-31**
流动负债：				
短期借款	50, 000, 000. 00	50, 000, 000. 00	70, 000, 000. 00	65, 000, 000. 00
应付票据	16, 500, 000. 00	15, 000, 000. 00	70, 000, 000. 00	168, 000, 000. 00
应付账款	290, 294, 096. 39	275, 553, 286. 93	437, 442, 183. 69	173, 487, 001. 84
预收款项	114, 186, 123. 69	87, 861, 014. 24	55, 196, 811. 82	26, 265, 060. 20
应付职工薪酬	12, 316, 343. 50	20, 743, 012. 52	24, 861, 459. 12	17, 510, 605. 72
应交税费	54, 315, 506. 14	27, 374, 528. 14	8, 717, 420. 83	21, 857, 558. 09
应付利息	70, 228. 49	70, 228. 49	128, 333. 33	104, 977. 17
其他应付款	44, 625, 156. 17	57, 065, 330. 78	46, 198, 098. 59	35, 297, 809. 38
流动负债合计	582, 307, 454. 38	533, 667, 401. 10	712, 544, 307. 38	507, 523, 012. 40
非流动负债：				
递延收益	7, 081, 938. 11	7, 017, 886. 87	9, 493, 164. 81	9, 352, 035. 25
非流动负债合计	7, 081, 938. 11	7, 017, 886. 87	9, 493, 164. 81	9, 352, 035. 25
负债合计	589, 389, 392. 49	540, 685, 287. 97	722, 037, 472. 19	516, 875, 047. 65
所有者权益（或股东权益）：				
实收资本（或股本）	182, 396, 700. 00	182, 396, 700. 00	182, 396, 700. 00	182, 396, 700. 00
资本公积	438, 757, 538. 21	438, 757, 538. 21	438, 757, 538. 21	438, 757, 538. 21
盈余公积	51, 687, 448. 32	51, 687, 448. 32	36, 594, 663. 43	23, 213, 562. 87
未分配利润	321, 450, 314. 75	332, 187, 034. 96	256, 351, 970. 93	170, 922, 065. 94
所有者权益（或股东权益）合计	994, 292, 001. 28	1, 005, 028, 721. 49	914, 100, 872. 57	815, 289, 867. 02
负债和所有者权益	1, 583, 681, 393. 77	1, 545, 714, 009. 46	1, 636, 138, 344. 76	1, 332, 164, 914. 67

（或股东权益）总计				

利润表

单位：元

项　　目	2016 年 1-3 月	2015 年	2014 年	2013 年
一、营业收入	392, 184, 739. 56	1, 375, 965, 326. 44	1, 328, 771, 217. 80	1, 091, 440, 114. 38
减：营业成本	182, 200, 926. 46	688, 616, 056. 28	678, 483, 122. 99	519, 142, 162. 13
营业税金及附加	9, 202, 883. 85	37, 925, 550. 83	30, 678, 296. 72	30, 660, 182. 75
销售费用	78, 105, 273. 79	327, 733, 139. 89	333, 731, 202. 58	291, 338, 236. 76
管理费用	25, 848, 324. 97	109, 289, 971. 40	101, 689, 374. 15	82, 452, 335. 35
财务费用	1, 675, 215. 66	6, 165, 732. 34	6, 644, 513. 28	5, 400, 581. 68
资产减值损失	2, 701, 597. 21	3, 007, 664. 49	5, 188, 793. 02	4, 635, 648. 07
加：公允价值变动收益（损失以“-”号填列）	-	-	-	-
投资收益（损失以“-”号填列）	-	-	3, 400, 000. 00	-
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	-	-	-	-
二、营业利润（亏损以“-”号填列）	92, 450, 517. 62	203, 227, 211. 21	175, 755, 915. 06	157, 810, 967. 64
加：营业外收入	381, 491. 59	1, 267, 097. 68	1, 842, 130. 00	4, 689, 701. 19
其中：非流动资产处置利得	1, 719. 95	7, 253. 99	40, 515. 76	51, 100. 88
减：营业外支出	303, 918. 07	1, 706, 405. 41	1, 801, 013. 18	4, 968, 769. 40
其中：非流动资产处置损失	93, 985. 93	210, 585. 87	73, 334. 42	221, 539. 32
三、利润总额（亏损总额以“-”号填列）	92, 528, 091. 14	202, 787, 903. 48	175, 797, 031. 88	157, 531, 899. 43
减：所得税费用	23, 264, 811. 35	51, 860, 054. 56	41, 986, 026. 33	43, 640, 391. 93
四、净利润（净亏损以“-”号填列）	69, 263, 279. 79	150, 927, 848. 92	133, 811, 005. 55	113, 891, 507. 50
五、综合收益总额	-	-	-	-
归属于母公司所有者的综合收益总额	69, 263, 279. 79	150, 927, 848. 92	133, 811, 005. 55	113, 891, 507. 50
归属于少数股东的综合收益总额	-			

现金流量表

单位：元

项　　目	2016 年 1-3 月	2015 年	2014 年	2013 年
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	473, 378, 456. 88	1, 599, 039, 193. 22	1, 565, 751, 734. 31	1, 292, 581, 608. 29
收到的税费返还	-	-	-	-
收到其他与经营活动有关的现金	518, 057. 26	3, 786, 467. 68	3, 384, 934. 66	6, 388, 441. 86
经营活动现金流入小计	473, 896, 514. 14	1, 602, 825, 660. 90	1, 569, 136, 668. 97	1, 298, 970, 050. 15
购买商品、接受劳务支付的现金	246, 155, 939. 96	902, 330, 486. 20	984, 247, 918. 05	861, 956, 056. 61
支付给职工以及为职工支付的现金	54, 338, 539. 30	193, 166, 500. 24	170, 716, 831. 65	146, 932, 689. 80
支付的各项税费	49, 800, 067. 33	204, 849, 561. 92	164, 231, 890. 56	156, 615, 594. 84
支付其他与经营活动有关的现金	44, 119, 100. 89	169, 831, 306. 84	184, 894, 736. 63	160, 882, 397. 70
经营活动现金流出小计	394, 413, 647. 48	1, 470, 177, 855. 20	1, 504, 091, 376. 89	1, 326, 386, 738. 95
经营活动产生的现金流量净额	79, 482, 866. 66	132, 647, 805. 70	65, 045, 292. 08	-27, 416, 688. 80
二、投资活动产生的现金流量：				
收回投资收到的现金	-	-	-	-
取得投资收益收到的现金	-	-	3, 400, 000. 00	-
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	73, 657. 78	75, 125. 35	198, 056. 46	125, 832. 57
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	-	-	-	-
收到其他与投资活动有关的现金	-	-	-	-
投资活动现金流入小计	73, 657. 78	75, 125. 35	3, 598, 056. 46	125, 832. 57
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	7, 552, 212. 47	42, 804, 057. 43	30, 689, 534. 98	22, 588, 210. 16

投资支付的现金	-	-	2,000,000.00	-
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	-	-	-
支付其他与投资活动有关的现金	8,198,915.00	-	-	-
投资活动现金流出小计	15,751,127.47	42,804,057.43	32,689,534.98	22,588,210.16
投资活动产生的现金流量净额	-15,677,469.69	-42,728,932.08	-29,091,478.52	-22,462,377.59
三、筹资活动产生的现金流量：				
吸收投资收到的现金	-	-	-	-
取得借款收到的现金	-	50,000,000.00	70,000,000.00	65,000,000.00
发行债券收到的现金	-	-	-	-
收到其他与筹资活动有关的现金	-	-	-	-
筹资活动现金流入小计	-	50,000,000.00	70,000,000.00	65,000,000.00
偿还债务支付的现金	-	70,000,000.00	65,000,000.00	30,000,000.00
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	67,546,653.47	54,387,150.04	33,292,866.78	1,498,333.33
支付其他与筹资活动有关的现金	-	-	-	-
筹资活动现金流出小计	67,546,653.47	124,387,150.04	98,292,866.78	31,498,333.33
筹资活动产生的现金流量净额	-67,546,653.47	-74,387,150.04	-28,292,866.78	33,501,666.67
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	-388,272.05	-28,727.11	31,357.31	19,490.01
五、现金及现金等价物净增加额	-4,129,528.55	15,502,996.47	7,692,304.09	-16,357,909.71
加：期初现金及现金等价物余额	78,359,941.67	62,856,945.20	55,164,641.11	71,522,550.82
六、期末现金及现金等价物余额	74,230,413.12	78,359,941.67	62,856,945.20	55,164,641.11

二、财务报表的编制基础、合并报表范围及变化情况

（一）财务报表的编制基础

本公司以持续经营为基础，根据实际发生的交易和事项，按照财政部颁布的《企业会计准则-基本准则》及具体会计准则、应用指南、解释以及其他相关规定进行确认和计量，在此基础上编制财务报表。

本财务报表为本公司首次申请公开发行股票所编制的报表，申报期间为2013年1月1日至2016年3月31日，公司2013年度、2014年度、2015年度、2016年1-3月的财务报表按照财政部2006年颁布的《企业会计准则》及其相关规定编制。

（二）合并财务报表范围及变化情况

1、合并范围内公司情况

（1）通过设立或投资等方式取得的子公司

单位：万元

子公司全称	子公司类型	注册地	注册资本	经营范围
南京通灵珠宝有限公司	全资子公司	南京	100	珠宝饰品加工、销售；工艺美术品、办公用品、黄金制品销售。
苏州通灵珠宝有限公司	控股子公司	苏州	100	珠宝饰品、钻石饰品、工艺美术品、办公用品、铂金制品及黄金饰品的零售、修理、改制，以旧换新。
常州通灵珠宝有限公司	全资子公司	常州	100	珠宝饰品、工艺美术品、铂金饰品、办公用品的销售；黄金制品零售。
合肥通灵珠宝有限公司	全资子公司	合肥	100	珠宝饰品、工艺美术品、铂金饰品的加工、销售；黄金制品零售、维修、加工、办公用品销售。
太仓通灵珠宝有限公司	全资子公司	太仓	100	珠宝饰品、金银饰品、工艺美术及铂金饰品的加工、销售、修理改制、以旧换新。

张家港通灵珠宝有限公司	全资子公司	张家港	100	珠宝饰品、工艺美术品、铂金饰品加工、销售；黄金饰品零售，修理改制，以旧换新服务；办公用品购销。
淮安通灵珠宝有限公司	全资子公司	淮安	100	珠宝首饰、工艺美术品零售、文具用品批发、零售。
南通通灵珠宝有限公司	全资子公司	南通	50	珠宝饰品、工艺美术品、铂金制品、黄金制品的零售、收购、加工、修理、以旧换新。
南京通灵首饰有限公司	全资子公司	南京	100	珠宝饰品、工艺美术品、铂金制品及黄金制品的零售及售后服务；办公用品零售、批发。
上海通灵珠宝有限公司	全资子公司	上海	100	珠宝饰品、工艺美术品、铂金制品、黄金制品的销售、维修，办公用品的销售，从事货物及技术的进出口业务，企业管理咨询（除经纪）。
香港通灵投资有限公司	全资子公司	香港	1 万港币	-
克拉恋人珠宝有限公司	全资子公司	北京	5,000	批发珠宝首饰、工艺品、黄金制品、钟表、眼镜、文具用品。

2、报告期内合并范围的变动情况

2016 年 2 月 5 日，子公司克拉恋人珠宝有限公司新设成立，2016 年 1-3 月纳入合并范围。

2015 年 1 月 30 日，子公司香港通灵投资有限公司新设成立， 2015 年纳入合并范围，香港通灵尚未开展经营。

2014 年新纳入合并范围的主体如下：

单位：元

子公司名称	期末净资产	本期净利润
南京通灵首饰有限公司	46,211,152.16	45,211,152.16
上海通灵珠宝有限公司	998,369.13	1,630.87

三、审计意见

本公司已聘请天衡会计师对公司 2016 年 3 月 31 日、2015 年 12 月 31 日、2014 年 12 月 31 日、2013 年 12 月 31 日的合并及母公司资产负债表，2016 年 1-3 月、2015 年度、2014 年度、2013 年度的合并及母公司利润表、合并及母公司现金流量表、合并及母公司所有者权益变动表，以及财务报表附注进行了审计。天衡会计师对上述报表出具了标准无保留意见的天衡审字（2016）01362 号《审计报告》。

天衡会计师认为，通灵珠宝公司财务报表在所有重大方面按照企业会计准则的规定编制，公允反映了通灵珠宝公司 2016 年 3 月 31 日、2015 年 12 月 31 日、2014 年 12 月 31 日及 2013 年 12 月 31 日的合并及母公司财务状况，2016 年 1–3 月、2015 年度、2014 年度及 2013 年度的合并及母公司经营成果和现金流量。

四、报告期内主要会计政策和会计估计

（一）收入确认方法

1、销售商品收入确认时间的具体判断标准

在已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方，既没有保留通常与所有权相联系的继续管理权，也没有对已售出的商品实施有效控制，收入的金额、相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量，相关的经济利益很可能流入时，确认销售商品收入。

公司实施会员积分政策，顾客前次消费额产生的积分，可以在下次消费时抵用。授予顾客的会员积分作为销售交易的一部分。销售取得的货款或应收货款在商品销售或劳务提供产生的收入与会员积分的公允价值之间进行分配，取得的货款或应收货款扣除会员积分公允价值的部分后确认为收入，会员积分的公允价值确认为递延收益。会员积分确认的递延收益以授予顾客的积分为基准，并根据公司已公布的积分使用方法和积分的预期兑付率后，按公允价值确认。

在顾客兑换会员积分或失效时，将原计入递延收益的与所兑换积分相关的部分确认为收入。

2、提供劳务的确认依据：

（1）在交易的完工进度能够可靠地确定，收入的金额、相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量，相关的经济利益很可能流入时，采用完工百分比法确认提供劳务收入。

确定完工进度可以选用下列方法：已完工作的测量，已经提供的劳务占应提供劳务总量的比例，已经发生的成本占估计总成本的比例。

（2）在提供劳务交易结果不能够可靠估计时，分别下列情况处理：

A、已经发生的劳务成本预计能够得到补偿的，按照已经发生的劳务成本金额确认提供劳务收入，并按相同金额结转劳务成本。

B、已经发生的劳务成本预计不能够得到补偿的，将已经发生的劳务成本计入当期损益，不确认提供劳务收入。

3、让渡资产使用权的确认依据：

在收入的金额能够可靠地计量，相关的经济利益很可能流入时，确认让渡资产使用权收入。

4、收入确认的具体原则

公司主要销售钻石、翡翠等珠宝饰品，其销售模式分为直营、专厅和加盟三种模式。各销售模式下收入确认的具体标准如下：

（1）在直营模式下，公司设立通灵珠宝的直营店，直接向终端消费者进行现款现货销售，在商品售出后，按售价确认收入。公司在商品售出交付给消费者后，已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方，既没有保留通常与所有权相联系的继续管理权，也没有对已售出的商品实施有效控制，收入的金额、相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量，相关的经济利益已经流入，符合《企业会计准则》关于收入确认的相关要求。

（2）在专厅模式下，终端消费者购买商品后，由商场代为收取货款并定期与公司进行对账结算。公司在收到商场的结算清单时开具销售发票，按扣除商场返点后的剩余货款确认为收入。专厅模式下，商场在向消费者销售商品后，公司即已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方，既没有保留通常与所有权

相联系的继续管理权，也没有对已售出的商品实施有效控制，在收到商场结算单据时，收入的金额、相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量，相关的经济利益很可能流入，符合《企业会计准则》关于收入确认的相关要求。

（3）在加盟模式下，产品的所有权归属于加盟商，公司取得加盟商签署的货品交接结算单时开具销售发票，确认收入。公司取得加盟商签署的货品交接结算单并开具销售发票后，已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方，既没有保留通常与所有权相联系的继续管理权，也没有对已售出的商品实施有效控制，收入的金额、相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量，相关的经济利益很可能流入，符合《企业会计准则》关于收入确认的相关要求。

（二）金融资产的核算方法

1、金融资产

（1）金融资产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、贷款及应收款项、持有至到期投资和可供出售金融资产。金融资产的分类取决于本公司对金融资产的持有意图和持有能力。

（2）金融资产于本公司成为金融工具合同的一方时，按公允价值确认。对于以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产，相关交易费用直接计入当期损益；对于其他类别的金融资产，相关交易费用计入初始确认金额。

（3）金融资产的后续计量

以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产，采用公允价值进行后续计量，公允价值变动形成的利得或损失，计入当期损益。

贷款及应收款项和持有至到期投资，采用实际利率法，按摊余成本进行后续计量，终止确认、减值以及摊销形成的利得或损失，计入当期损益。

可供出售金融资产，采用公允价值进行后续计量，公允价值变动计入其他综合收益，在该可供出售金融资产发生减值或终止确认时转出，计入当期损益。可供出售债务工具投资在持有期间按实际利率法计算的利息，计入当期损益。可供出售权益工具投资的现金股利，在被投资单位宣告发放股利时计入当期损益。

对于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成本法计量。

（4）金融资产减值

本公司在期末对以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产以外的金融资产的账面价值进行检查，有客观证据表明该金融资产发生减值的，确认减值损失，计提减值准备。

①以摊余成本计量的金融资产的减值准备，按该金融资产预计未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提，计入当期损益。

本公司对单项金额重大的金融资产单独进行减值测试，对单项金额不重大的金融资产，单独或包括在具有类似信用风险特征的金融资产组合中进行减值测试。单独测试未发生减值的金融资产，无论单项金额重大与否，仍将包括在具有类似信用风险特征的金融资产组合中再进行减值测试。已单独确认减值损失的金融资产，不包括在具有类似信用风险特征的金融资产组合中进行减值测试。

对以摊余成本计量的金融资产确认资产减值损失后，如有客观证据表明该金融资产价值已经恢复，且客观上与确认该损失后发生的事项有关，原确认的减值损失予以转回，计入当期损益。

②可供出售金融资产减值：

当综合相关因素判断可供出售权益工具投资公允价值下跌是严重或非暂时性下跌时，表明该可供出售权益工具投资发生减值。其中“严重下跌”是指公允价值下跌幅度累计超过 50%；“非暂时性下跌”是指公允价值连续下跌时间超过 12 个月，持续下跌期间的确定依据为自可供出售金融资产下跌时起至资产负债表日连续下跌的时间。

可供出售金融资产的公允价值发生非暂时性下跌时，即使该金融资产没有终止确认，原直接计入资本公积的因公允价值下降形成的累计损失，予以转出，计入当期损益。

对可供出售债务工具投资确认资产减值损失后，如有客观证据表明该金融资

产价值已经恢复，且客观上与确认该损失后发生的事项有关，原确认的减值损失予以转回，计入当期损益。

可供出售权益工具投资发生的减值损失，不通过损益转回。

（5）金融资产终止确认

当收取某项金融资产的现金流量的合同权利终止或将所有权上几乎所有的风险和报酬转移时，本公司终止确认该金融资产。

金融资产整体转移满足终止确认条件的，本公司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，与原直接计入股东权益的公允价值变动累计额之和。

2、金融负债

（1）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其他金融负债。

（2）金融负债在初始确认时以公允价值计量。对于以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债，相关交易费用直接计入当期损益；对于其他金融负债，相关交易费用计入初始确认金额。

（3）金融负债的后续计量

①以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债，包括交易性金融负债和指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债，采用公允价值进行后续计量，公允价值变动形成的利得或损失，计入当期损益。

②其他金融负债，采用实际利率法，按摊余成本进行后续计量。

（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，本公司终止确认该金融负债或其一部分。

3、金融资产和金融负债的公允价值确定方法

公允价值，指市场参与者在计量日发生的有序交易中，出售一项资产所能收到或者转移一项负债所需支付的价格。金融工具存在活跃市场的，本公司采用活跃市场中的报价确定其公允价值。活跃市场中的报价是指易于定期从交易所、经纪商、行业协会、定价服务机构等获得的价格，且代表了在公平交易中实际发生的市场交易的价格。金融工具不存在活跃市场的，本公司采用估值技术确定其公允价值。估值技术包括参考计量日市场参与者在主要市场或最有利市场中使用的价格、参照实质上相同的其他金融工具当前的公允价值、现金流量折现法和期权定价模型等。

（三）存货的确认、计量和跌价准备

1、存货的分类

本公司存货包括原材料、委托代销商品、委托加工物资、库存商品、低值易耗品等。

2、存货的计价方法

原材料中的翡翠及钻石、委托加工物资中的翡翠及钻石、委托代销商品、库存商品发出时采用个别计价法核算,原材料中的金料及后勤物资、委托加工物资中的金料发出时采用加权平均法核算，低值易耗品采用领用时一次摊销法核算。

3、存货可变现净值的确定依据及存货跌价准备的计提方法

存货可变现净值按存货的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用以及相关税费后的金额确定。

期末，按照单个存货成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备，计入当期损益；以前减记存货价值的影响因素已经消失的，减记的金额应当予以恢复，并在原已计提的存货跌价准备金额内转回，转回的金额计入当期损益。对于数量繁多、单价较低的存货，按存货类别计提存货跌价准备。

4、存货的盘存制度

存货的盘存制度为永续盘存制。

5、低值易耗品和包装物的摊销方法

周转材料包括低值易耗品和包装物等，在领用时采用一次转销法进行摊销。

（四）长期股权投资

1、重大影响、共同控制的判断标准

（1）本公司结合以下情形综合考虑是否对被投资单位具有重大影响：是否在被投资单位董事会或类似权利机构中派有代表；是否参与被投资单位财务和经营政策制定过程；是否与被投资单位之间发生重要交易；是否向被投资单位派出管理人员；是否向被投资单位提供关键技术资料。

（2）若本公司与其他参与方均受某合营安排的约束，任何一个参与方不能单独控制该安排，任何一个参与方均能够阻止其他参与方或参与方组合单独控制该安排，本公司判断对该项合营安排具有共同控制。

2、投资成本确定

（1）企业合并形成的长期股权投资，按以下方法确定投资成本：

①对于同一控制下企业合并形成的对子公司投资，以在合并日取得被合并方所有者权益在最终控制方合并财务报表中账面价值的份额作为长期股权投资的投资成本。

分步实现的同一控制下企业合并，在合并日根据合并后应享有被合并方净资产在最终控制方合并财务报表中的账面价值的份额，确定长期股权投资的初始投资成本；初始投资成本与达到合并前长期股权投资账面价值加上合并日进一步取得股份新支付对价的账面价值之和的差额，调整资本公积（资/股本溢价），资本公积不足冲减的，冲减留存收益。合并日之前持有的股权投资，因采用权益法核算或金融工具确认和计量准则核算而确认的其他综合收益暂不进行会计处理，直至处置该项投资时采用与投资单位直接处置相关资产或负债相同的基础进行会计处理；因采用权益法核算而确认的被投资单位净资产中除净损益、其他综合收益和利润分配以外的所有者权益其他变动，暂不进行会计处理，直至处置该项投资时转入当期损益。其中，处置后的剩余股权根据本准则采用成本法或权益法核算的，其他综合收益和其他所有者权益应按比例结转，处置后的剩余股权改按金

融工具确认和计量准则进行会计处理的，其他综合收益和其他所有者权益应全部结转。

②对于非同一控制下企业合并形成的对子公司投资，以企业合并成本作为投资成本。

追加投资能够对非同一控制下的被投资单位实施控制的，以购买日之前所持被购买方的股权投资的账面价值与购买日新增投资成本之和，作为改按成本法核算的初始投资成本；购买日之前持有的被购买方的股权投资因采用权益法核算而确认的其他综合收益，在处置该项投资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。购买日之前持有的股权投资按照《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》有关规定进行会计处理的，原计入其他综合收益的累计公允价值变动应当在改按成本法核算时转入当期损益。

（2）除企业合并形成的长期股权投资以外，其他方式取得的长期股权投资，按以下方法确定投资成本：

①以支付现金取得的长期股权投资，按实际支付的购买价款作为投资成本。

②以发行权益性证券取得的长期股权投资，按发行权益性证券的公允价值作为投资成本。

（3）因追加投资等原因，能够对被投资单位施加重大影响或实施共同控制但不构成控制的，应当按照《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》确定的原持有股权的公允价值加上新增投资成本之和，作为改按权益法核算的初始投资成本。原持有的股权投资分类为可供出售金融资产的，其公允价值与账面价值之间的差额，以及原计入其他综合收益的累计公允价值变动应当转入改按权益法核算的当期损益。

3、后续计量及损益确认方法

（1）对子公司投资

在合并财务报表中，对子公司投资按“（十）合并财务报表的编制方法”进行处理。

在母公司财务报表中，对子公司投资采用成本法核算，在被投资单位宣告分派的现金股利或利润时，确认投资收益。

（2）对合营企业投资和对联营企业投资

对合营企业投资和对联营企业投资采用权益法核算，具体会计处理包括：

对于初始投资成本大于投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值份额的，其差额包含在长期股权投资成本中；对于初始投资成本小于投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值份额的，其差额计入当期损益，同时调整长期股权投资成本。

取得对合营企业投资和对联营企业投资后，按照应享有或应分担的被投资单位实现的净损益和其他综合收益的份额，分别确认投资损益和其他综合收益并调整长期股权投资的账面价值；按照被投资单位宣告分派的现金股利或利润应分得的部分，相应减少长期股权投资的账面价值。

在计算应享有或应分担的被投资单位实现的净损益的份额时，以取得投资时被投资单位可辨认净资产的公允价值为基础确定，对于被投资单位的会计政策或会计期间与本公司不同的，权益法核算时按照本公司的会计政策或会计期间对被投资单位的财务报表进行必要调整。与合营企业和联营企业之间内部交易产生的未实现损益按照持股比例计算归属于本公司的部分，在权益法核算时予以抵消。内部交易产生的未实现损失，有证据表明该损失是相关资产减值损失的，则全额确认该损失。

对合营企业或联营企业发生的净亏损，除本公司负有承担额外损失义务外，以长期股权投资的账面价值以及其他实质上构成对被投资单位净投资的长期权益减记至零为限。被投资企业以后实现净利润的，在收益分享额弥补未确认的亏损分担额后，恢复确认收益分享额。

对于被投资单位除净损益、其他综合收益和利润分配以外所有者权益的其他变动，调整长期股权投资的账面价值并计入资本公积。处置该项投资时，将原计入资本公积的部分按相应比例转入当期损益。

4、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，

采用权益法核算的长期股权投资，处置时，采用与被投资单位直接处置相关资产或负债相同的基础，按相应比例对原计入其他综合收益的部分进行会计处理。

因处置部分权益性投资等原因丧失了对被投资单位共同控制或重大影响的，处置后的剩余股权按《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》核算，其在丧失共同控制或重大影响之日的公允价值与账面价值间的差额计入当期损益。原股权投资因采用权益法核算而确认的其他综合收益，应当在终止采用权益法核算时采用与被投资单位直接处置相关资产或负债相同的基础进行会计处理。

因处置部分权益性投资等原因丧失了对被投资单位控制的，在编制个别财务报表时，处置后的剩余股权能够对被投资单位实施共同控制或重大影响的，改按权益法核算，并对剩余股权视同自取得时即采用权益法核算进行调整。处置后剩余股权不能对被投资单位实施共同控制或重大影响的，按《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》的有关规定进行会计处理，其在丧失控制权之日的公允价值与账面价值间的差额计入当期损益。

（五）投资性房地产的确认与后续计量

1、计量模式

本公司采用成本模式对投资性房地产进行后续计量，在使用寿命内扣除预计净残值后按年限平均法计提折旧或进行摊销。

类别	使用寿命	预计净残值率(%)	年折旧（摊销）率(%)
房屋及建筑物	20 年	5	4.75
土地使用权	法定使用年限		按法定使用年限确定

2、投资性房地产减值测试方法及减值准备计提方法

本公司在资产负债表日根据内部及外部信息以确定投资性房地产是否存在减值的迹象，对存在减值迹象的投资性房地产进行减值测试，估计其可收回金额。

可收回金额的估计结果表明投资性房地产的可收回金额低于其账面价值的，投资性房地产的账面价值会减记至可收回金额，减记的金额确认为资产减值损失，计入当期损益，同时计提相应的减值准备。

投资性房地产减值损失一经确认，在以后会计期间不得转回。

（六）固定资产的核算及减值准备

1、固定资产确认条件

固定资产同时满足下列条件的予以确认：（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。与固定资产有关的后续支出，符合上述确认条件的，计入固定资产成本；不符合上述确认条件的，发生时计入当期损益。固定资产按照成本进行初始计量。

2、各类固定资产的折旧方法

本公司采用直线法计提固定资产折旧，各类固定资产使用寿命、预计净残值率和年折旧率如下：

类别	折旧年限（年）	预计净残值率（%）	年折旧率（%）
房屋及建筑物	20 年	5	4.75
运输设备	10 年	5	9.50
专用设备	5 年	5	19.00
其他设备	5 年	5	19.00

本公司至少在每年年度终了对固定资产的使用寿命、预计净残值和折旧方法进行复核。

3、固定资产的减值测试方法及减值准备计提方法

本公司在资产负债表日根据内部及外部信息以确定固定资产是否存在减值的迹象，对存在减值迹象的固定资产进行减值测试，估计其可收回金额。

可收回金额的估计结果表明固定资产的可收回金额低于其账面价值的，固定资产的账面价值会减记至可收回金额，减记的金额确认为资产减值损失，计入当期损益，同时计提相应的减值准备。

固定资产减值损失一经确认，在以后会计期间不得转回。

（七）无形资产的核算及减值准备

1、无形资产初始确认

无形资产按照取得时的成本进行初始计量。

2、无形资产的摊销方法

（1）对于使用寿命有限的无形资产，在使用寿命期限内，采用直线法摊销。

类别	使用寿命
土地使用权	法定使用年限
非专利技术	法定使用年限
商标权	法定使用年限

本公司至少于每年年度终了对无形资产的使用寿命及摊销方法进行复核。

（2）对于使用寿命不确定的无形资产，不摊销。于每年年度终了，对使用寿命不确定的无形资产的使用寿命进行复核，如果有证据表明其使用寿命是有限的，则估计其使用寿命，并按其使用寿命进行摊销。

3、无形资产减值

本公司在资产负债表日根据内部及外部信息以确定无形资产是否存在减值的迹象，对存在减值迹象的无形资产进行减值测试，估计其可收回金额。此外，无论是否存在减值迹象，本公司至少于每年年度终了对使用寿命不确定的无形资产估计其可收回金额。

可收回金额的估计结果表明无形资产的可收回金额低于其账面价值的，无形资产的账面价值会减记至可收回金额，减记的金额确认为资产减值损失，计入当期损益，同时计提相应的减值准备。

无形资产减值损失一经确认，在以后会计期间不得转回。

（八）借款费用的核算方法

借款费用包括借款利息、折价或溢价的摊销、辅助费用以及因外币借款而发生的汇兑差额等。可直接归属于符合资本化条件的资产的购建或者生产的借款费用，予以资本化，计入相关资产成本；其他借款费用计入当期损益。

1、借款费用资本化的确认条件

当资产支出已经发生、借款费用已经发生且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时，开始借款费用的资本化。符合资本化条件的资产在购建或者生产过程中发生非正常中断、且中断时间连续超过

3 个月的，暂停借款费用的资本化。当所购建或者生产的资产达到预定可使用或者可销售状态时，停止借款费用的资本化，以后发生的借款费用计入当期损益。

2、借款费用资本化金额的计算方法

①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所发生的借款费用（包括借款利息、折价或溢价的摊销、辅助费用、外币专门借款本金和利息的汇兑差额），其资本化金额为在资本化期间内专门借款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。

②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所发生的借款费用（包括借款利息、折价或溢价的摊销），其资本化金额根据在资本化期间内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。

（九）同一控制下和非同一控制下企业合并的会计处理

1、同一控制下企业合并

参与合并的各方在合并前后均受同一方或相同的多方最终控制且该控制并非暂时性的，为同一控制下企业合并。合并方在企业合并中取得的资产和负债，以被合并方的资产、负债（包括最终控制方收购被合并方而形成的商誉）在最终控制方合并财务报表中的账面价值为基础，进行相关会计处理。合并方取得的净资产账面价值与支付的合并对价账面价值（或发行股份面值总额）的差额，调整资本公积（股本溢价），资本公积（股本溢价）不足以冲减的，调整留存收益。合并日为合并方实际取得对被合并方控制权的日期。

通过多次交易分步实现的同一控制下企业合并，合并方在取得被合并方控制权之前持有的长期股权投资，在取得原股权之日与合并方和被合并方同处于同一方最终控制之日孰晚日与合并日之间已确认有关损益、其他综合收益和其他所有者权益变动，分别冲减比较报表期间的期初留存收益或当期损益。

2、非同一控制下企业合并

参与合并的各方在合并前后不受同一方或相同的多方最终控制的，为非同一

控制下企业合并。购买方支付的合并成本是为取得被购买方控制权而支付的资产、发生或承担的负债以及发行的权益性证券在购买日的公允价值之和。付出资产的公允价值与其账面价值的差额，计入当期损益。购买日是指购买方实际取得对被购买方控制权的日期。

购买方在购买日对合并成本进行分配，确认所取得的被购买方各项可辨认资产、负债及或有负债的公允价值。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。

通过多次交易分步实现的非同一控制下企业合并，对于购买日之前持有的被购买方的股权，按照该股权在购买日的公允价值进行重新计量，公允价值与其账面价值的差额计入当期投资收益；购买日之前持有的被购买方的股权涉及其他综合收益以及其他所有者权益变动的，与其相关的其他综合收益、其他所有者权益变动转为购买日所属当期投资收益，由于被投资方重新计量设定受益计划净负债或净资产变动而产生的其他综合收益除外。

（十）合并财务报表的编制方法

合并财务报表的合并范围以控制为基础确定，包括本公司及本公司的子公司（指被本公司控制的主体，包括企业、被投资单位中可分割部分、以及企业所控制的结构化主体等）。子公司的经营成果和财务状况由控制开始日起至控制结束日止包含于合并财务报表中。

本公司通过同一控制下企业合并取得的子公司，在编制合并当期财务报表时，视同被合并子公司在本公司最终控制方对其实施控制时纳入合并范围，并对合并财务报表的期初数以及前期比较报表进行相应调整。

本公司通过非同一控制下企业合并取得的子公司，在编制合并当期财务报表时，以购买日确定的各项可辨认资产、负债的公允价值为基础对子公司的财务报表进行调整，并自购买日起将被合并子公司纳入合并范围。

子公司所采用的会计期间或会计政策与本公司不一致时，在编制合并财务报表时按本公司的会计期间或会计政策对子公司的财务报表进行必要的调整。合并

范围内企业之间所有重大交易、余额以及未实现损益在编制合并财务报表时予以抵消。内部交易发生的未实现损失，有证据表明该损失是相关资产减值损失的，则不予抵消。

子公司少数股东应占的权益和损益分别在合并资产负债表中股东权益项目下和合并利润表中净利润项目下单独列示。

子公司少数股东分担的当期亏损超过了少数股东在该子公司期初所有者权益中所享有的份额的，其余额应当冲减少数股东权益。

因处置部分股权投资或其他原因丧失了对原有子公司控制权的，对于剩余股权，按照其在丧失控制权日的公允价值进行重新计量。处置股权取得的对价与剩余股权公允价值之和，减去按原持股比例计算应享有原有子公司自购买日开始持续计算的净资产的份额之间的差额，计入丧失控制权当期的投资收益，同时冲减商誉。与原有子公司股权投资相关的其他综合收益、其他所有者权益变动，在丧失控制权时转为当期投资收益，由于被投资方重新计量设定受益计划净负债或净资产变动而产生的其他综合收益除外。

通过多次交易分步处置对子公司股权投资直至丧失控制权的，需考虑各项交易是否构成一揽子交易，处置对子公司股权投资的各项交易的条款、条件以及经济影响符合以下一种或多种情况，表明应将多次交易事项作为一揽子交易进行会计处理：（1）这些交易是同时或者在考虑了彼此影响的情况下订立的；（2）这些交易整体才能达成一项完整的商业结果；（3）一项交易的发生取决于其他至少一项交易的发生；（4）一项交易单独看是不经济的，但是和其他交易一并考虑时是经济的。

不属于一揽子交易的，对其中每一项交易分别按照前述进行会计处理；若各项交易属于一揽子交易的，将各项交易作为一项处置子公司并丧失控制权的交易进行会计处理；但是，在丧失控制权之前每一次处置价款与处置投资对应的享有该子公司净资产份额的差额，在合并财务报表中确认为其他综合收益，在丧失控制权时一并转入丧失控制权当期的损益。

（十一）应收款项坏账准备的计提方法

1、单项金额重大并单项计提坏账准备的应收款项

单项金额重大的判断依据或金额标准	单项金额重大的应收账款及其他应收款为期末余额大于等于 100 万元的应收款项；
单项金额重大并单项计提坏账准备的计提方法	单独进行减值测试，根据其预计未来现金流量现值低于其账面价值的差额，确认减值损失，计提坏账准备。

2、按组合计提坏账准备的应收款项

（1）确定组合的依据及坏账准备的计提方法

确定组合的依据	
组合 1	相同账龄的应收款项具有类似信用风险特征
按组合计提坏账准备的计提方法	
组合 1	账龄分析法

（2）账龄分析法

账龄	应收账款计提比例（%）	其他应收款计提比例（%）
1 年以内的 POS 款	0	0
1 年以内的其他款项	5	5
1 至 2 年	20	20
2 至 3 年	50	50
3 年以上	100	100

（3）单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的应收款项

单项计提坏账准备的理由	客户公司破产、清算、解散、法律诉讼等确定无法收回的应收款项
坏账准备的计提方法	对无法收回的应收款项全额计提坏账准备

（十二）长期待摊费用

长期待摊费用按其受益期平均摊销。如果长期待摊的费用项目不能使以后会计期间受益的，将尚未摊销的该项目的摊余价值全部转入当期损益。

（十三）会计政策、会计估计变更

1、重要会计政策变更

2014 年初，财政部分别以财会【2014】6 号、7 号、8 号、10 号、11 号、14 号及 16 号发布了《企业会计准则第 39 号——公允价值计量》、《企业会计准则第 30 号——财务报表列报（2014 年修订）》、《企业会计准则第 9 号——职工薪酬（2014 年修订）》、《企业会计准则第 33 号——合并财务报表（2014 年修订）》、《企业会计准则第 40 号——合营安排》、《企业会计准则第 2 号——长期股权投资（2014 年修订）》及《企业会计准则第 41 号——在其他主体中权益的披露》，要求自 2014 年 7 月 1 日起在所有执行企业会计准则的企业范围内施行，鼓励在境外上市的企业提前执行。同时，财政部以财会【2014】23 号发布了《企业会计准则第 37 号——金融工具列报（2014 年修订）》，要求在 2014 年年度及以后期间的财务报告中按照该准则的要求对金融工具进行列报。

公司于 2014 年 7 月 1 日开始执行前述新颁布或修订的企业会计准则，新准则的执行对公司报告期内的财务报表项目及金额无影响。

2、重要会计估计变更

报告期内，公司无重要会计估计变更情况。

（十四）前期会计差错更正

公司报告期内无前期会计差错更正事项。

五、税项

1、主要税种及税率

税种	计税依据	税率
增值税	销项税额减可抵扣进项税后的余额	6%、17%
消费税	应税消费品的销售额	5%
营业税	房租等收入	5%
城建税	应缴增值税、消费税、营业税税额	5%[注 1]、7%
教育附加	应缴增值税、消费税、营业税税额	5%

税种	计税依据	税率
企业所得税	应纳税所得额	25%、16.5%[注 2]

注 1：公司子公司南京通灵首饰有限公司适用 5%，公司及其他子公司适用 7%。

注 2：公司子公司香港通灵投资有限公司利得税适用 16.5%。

2、税收优惠及批文

公司子公司上海通灵珠宝有限公司根据钻石（财税【2006】第 065 号），自上海钻石交易所销往国内市场的成品钻石，进口环节增值税实际税负超过 4%的部分由海关实行即征即退。

六、经注册会计师核验的非经常性损益明细表

根据天衡会计师出具的“天衡专字（2016）00847 号”《通灵珠宝股份有限公司非经常性损益明细表审核报告》，最近三年及一期公司非经常性损益明细如下表：

单位：元

项　　目	2016 年 1-3 月	2015 年	2014 年	2013 年
非流动性资产处置损益，包括已计提资产减值准备的冲销部分；	-99,010.11	-207,267.86	-36,777.88	-187,525.68
计入当期损益的政府补助，但与公司正常经营业务密切相关，符合国家政策规定、按照一定标准定额或定量持续享受的政府补助除外；	202,438.99	4,580,000.00	350,000.00	3,439,300.00
除上述各项之外的其他营业外收入和支出；	165,154.93	-612,804.46	-398,337.20	-3,492,630.44
税前非经常性损益合计	268,583.81	3,759,927.68	-85,115.08	-240,856.12
减：非经常性损益的所得税影响数	68,729.27	949,937.92	12,566.45	-60,399.80
税后非经常性损益	199,854.54	2,809,989.76	-97,681.53	-180,456.32
减：归属于少数股东	-1,266.90	363.74	114.35	1,521.08

的税后非经常性损益				
归属于母公司股东的税后非经常性损益	201, 121. 44	2, 809, 626. 02	-97, 795. 88	-181, 977. 40
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	84, 224, 892. 64	178, 209, 071. 64	172, 095, 922. 07	116, 734, 957. 54

七、分部报告

报告期内，主营业务收入、成本具体情况如下：

1、主营业务按销售模式分类列示如下：

单位：元

行业名称	2016 年 1-3 月		2015 年度	
	主营业务收入	主营业务成本	主营业务收入	主营业务成本
直营店	147,449,485.52	49,461,211.18	527,158,733.09	191,078,804.45
专厅	200,593,579.57	83,440,758.98	647,802,760.76	300,300,759.37
加盟商	92,171,760.95	59,128,958.92	299,648,587.51	192,010,061.67
合计	440,214,826.04	192,030,929.08	1,474,610,081.36	683,389,625.49

（续）

行业名称	2014 年度		2013 年度	
	主营业务收入	主营业务成本	主营业务收入	主营业务成本
直营店	580,864,652.74	216,253,500.17	585,955,751.48	213,438,980.37
专厅	547,834,965.48	249,422,184.46	416,107,136.78	198,775,628.38
加盟商	295,873,586.70	195,956,462.86	153,671,154.78	103,083,319.69
合计	1,424,573,204.92	661,632,147.49	1,155,734,043.04	515,297,928.44

2、主营业务按品种类别列示如下：

单位：元

产品名称	2016 年 1-3 月		2015 年度	
	主营业务收入	主营业务成本	主营业务收入	主营业务成本
钻石饰品	400,807,557.12	174,552,595.34	1,308,764,101.79	612,427,259.21

产品名称	2016 年 1-3 月		2015 年度	
	主营业务收入	主营业务成本	主营业务收入	主营业务成本
翡翠饰品	27,062,297.01	8,758,924.18	124,313,686.97	42,670,855.63
其他饰品	12,344,971.91	8,719,409.56	41,532,292.60	28,291,510.65
合计	440,214,826.04	192,030,929.08	1,474,610,081.36	683,389,625.49

（续）

产品名称	2014 年度		2013 年度	
	主营业务收入	主营业务成本	主营业务收入	主营业务成本
钻石饰品	1,194,834,274.53	547,544,082.71	952,349,521.90	440,301,165.50
翡翠饰品	150,678,045.63	56,567,186.58	172,863,075.37	51,848,795.66
其他饰品	79,060,884.76	57,520,878.20	30,521,445.77	23,147,967.28
合计	1,424,573,204.92	661,632,147.49	1,155,734,043.04	515,297,928.44

3、主营业务按地区列示如下：

单位：元

地区名称	2016 年 1-3 月		2015 年度	
	主营业务收入	主营业务成本	主营业务收入	主营业务成本
江苏	298,892,436.85	121,472,126.04	1,034,498,320.93	447,846,716.24
鲁皖豫	88,599,995.27	46,612,021.59	283,374,695.96	159,485,246.85
沪浙闽	31,309,818.94	13,076,737.04	95,427,318.84	44,285,379.77
京津冀	10,885,926.96	5,718,661.74	31,914,187.96	16,693,094.60
湘鄂赣	2,462,351.35	1,212,556.00	12,342,906.10	6,692,140.51
吉辽黑	3,015,638.26	1,618,407.27	5,679,595.87	3,211,764.34
川渝陕	4,998,167.48	2,282,890.95	10,211,324.70	4,469,931.68
云蒙琼	50,490.93	37,528.45	1,161,731.00	705,351.50
合计	440,214,826.04	192,030,929.08	1,474,610,081.36	683,389,625.49

（续）

地区名称	2014 年度	2013 年度

	主营业务收入	主营业务成本	主营业务收入	主营业务成本
江苏	1,012,622,180.89	440,915,810.17	861,037,959.41	361,222,207.89
鲁皖豫	267,955,098.94	150,070,425.65	188,855,738.03	101,273,454.14
沪浙闽	90,609,881.80	41,100,162.51	69,136,289.59	31,547,561.36
京津冀晋	21,336,862.24	11,052,849.60	15,575,902.93	8,033,034.02
湘鄂赣	9,996,604.90	5,598,722.04	6,934,009.81	4,642,644.67
吉辽黑	9,909,273.85	6,152,517.65	3,224,216.20	1,950,840.10
川渝陕	8,019,084.61	4,078,883.03	10,969,927.07	6,628,186.26
云蒙琼	4,124,217.69	2,662,776.84	-	-
合计	1,424,573,204.92	661,632,147.49	1,155,734,043.04	515,297,928.44

八、最近一年末主要资产情况

（一）投资性房地产

公司投资性房地产系出租的房产，采用成本模式进行后续计量。截至 2016 年 3 月 31 日，投资性房地产的基本情况如下：

单位：元

投资性房地产	折旧年限	账面原值	累计折旧	账面价值
房屋及建筑物	20 年	6,402,463.62	3,492,310.43	2,910,153.19

（二）固定资产

截至 2016 年 3 月 31 日，公司固定资产类别、折旧年限、原值、累计折旧及净值等情况如下：

单位：元

类　别	折旧年限	账面原值	累计折旧	账面价值
房屋及建筑物	20 年	110,560,693.52	39,498,780.13	71,061,913.39
专用设备	5 年	5,299,302.11	3,291,725.63	2,007,576.48
运输设备	10 年	4,998,328.63	2,058,155.44	2,940,173.19
其他设备	5 年	29,482,172.33	19,800,897.39	9,681,274.94
合计		**150,340,496.59**	**64,649,558.59**	**85,690,938.00**

（三）无形资产

截至 2016 年 3 月 31 日，公司无形资产明细情况如下：

单位：元

项　目	账面原值	累计摊销	账面价值
土地使用权	13,370,471.95	2,043,280.55	11,327,191.40
软件	16,514,332.74	7,390,685.95	9,123,646.79
合计	**29,884,804.69**	**9,433,966.50**	**20,450,838.19**

公司土地使用权系公司总部所在地的土地使用权，权证编号为宁雨国用（2012）第 03567 号，土地使用权摊销期限系按土地使用权期限 50 年摊销。

九、主要债项

（一）短期借款

截至 2016 年 3 月 31 日，短期借款余额为 5,000.00 万元。

单位：元

借款方	借款银行	合同编号	金额
通灵珠宝	工商银行	2015 年直营字 0158 号	20,000,000.00
通灵珠宝	工商银行	2015 年直营字 0128 号	30,000,000.00

上述借款系由公司总部大楼房产抵押以及沈东军个人提供担保。

（二）应付票据

截至 2016 年 3 月 31 日，应付票据余额为 1,650.00 万元，具体情况如下：

序号	对方名称	金额(万元)	票据种类
1	欧陆之星钻石（上海）有限公司	1,650.00	银行承兑

（三）应付账款

截至 2016 年 3 月 31 日，应付账款余额为 290,122,574.70 元，其中应付关联方款项情况如下：

单位：元

关联方名称	与本公司的关系	金额
欧陆之星钻石（上海）有限公司	持有公司 9.68%股权的股东 Eurostar Diamonds International S.A.之控股子公司	87,728,863.52
上海欧宝丽实业有限公司	欧陆之星钻石（上海）有限公司的控股子公司	63,852,752.67
合计		151,581,616.19

十、所有者权益变动情况

报告期内，公司所有者权益变动情况如下表所示：

单位：元

项　　目	2016-3-31	2015-12-31	2014-12-31	2013-12-31
实收资本（或股本）	182, 396, 700. 00	182, 396, 700. 00	182, 396, 700. 00	182, 396, 700. 00
资本公积	441, 836, 078. 84	441, 836, 078. 84	441, 836, 078. 84	441, 836, 078. 84
盈余公积	52, 004, 387. 11	52, 004, 387. 11	36, 911, 602. 22	23, 530, 501. 66
未分配利润	402, 586, 854. 95	398, 160, 840. 87	292, 234, 928. 10	168, 617, 902. 47
归属于母公司所有者权益合计	1, 078, 824, 020. 90	1, 074, 398, 006. 82	953, 379, 309. 16	816, 381, 182. 97
少数股东权益	-2, 007, 484. 86	-1, 985, 471. 99	-1, 486, 699. 42	-876, 216. 50
所有者权益合计	1, 076, 816, 536. 04	1, 072, 412, 534. 83	951, 892, 609. 74	815, 504, 966. 47

十一、现金流量情况

单位：元

项 目	2016 年 1-3 月	2015 年	2014 年	2013 年
经营活动产生的现金流量净额	75,806,242.53	138,573,807.89	71,163,689.92	-34,260,799.27
投资活动产生的现金流量净额	-16,583,244.25	-47,772,755.36	-32,459,564.52	-23,777,271.74
筹资活动产生的现金流量净额	-67,546,653.47	-74,387,150.04	-28,292,866.78	33,080,945.16
汇率变动对现金及现金等价物的影响	-388,272.06	-84,771.10	31,357.31	19,490.01
现金及现金等价物净增加额	-8,711,927.25	16,329,131.39	10,442,615.93	-24,937,635.84

十二、财务报表附注中的重要事项

（一）资产负债表日后非调整事项

截至 2016 年 3 月 31 日，公司不存在需要披露的重大承诺事项和重大资产负债表日后事项，不存在需要披露的其他重要事项。

（二）或有事项

截至本招股书签署日，本公司无需披露的或有事项。

（三）承诺事项

截至本招股书签署日，本公司无需披露的承诺事项。

（四）其他重要事项

截至本招股书签署日，本公司无需披露的其他重要事项。

十三、最近三年一期主要财务指标

（一）主要财务指标

项　目	2016 年 1-3 月 /2016-3-31	2015 年 /2015-12-31	2014 年 /2014-12-31	2013 年 /2013-12-31
流动比率	2.87	2.89	2.18	2.38
速动比率	0.55	0.59	0.36	0.44
资产负债率（母公司）	37.22%	34.98%	44.13%	38.80%
应收账款周转率（次）	3.39	13.20	16.60	16.10
存货周转率（次）	0.17	0.58	0.60	0.54
息税折旧摊销前利润（万元）	12,337.70	28,265.30	26,675.20	19,561.74
归属于母公司所有者的净利润（万元）	8,442.60	18,101.87	17,199.81	11,655.30
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润（万元）	8,422.49	17,820.91	17,209.59	11,673.50

利息保障倍数	149.76	57.89	52.43	106.35
每股经营活动产生的现金流量净额（元/股）	0.42	0.76	0.39	-0.19
每股净现金流量（元/股）	-0.05	0.09	0.06	-0.14
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	0.85%	0.89%	0.46%	0.27%

计算公式如下

流动比率＝流动资产÷流动负债

速动比率＝（流动资产－存货）÷流动负债

资产负债率＝（负债总额÷资产总额）×100%

应收账款周转率＝营业收入÷平均应收账款账面价值余额

存货周转率＝营业成本÷平均存货余额

息税折旧摊销前利润＝利润总额＋财务费用＋折旧摊销

利息保障倍数＝息税前利润÷利息费用

每股经营活动产生的现金流量＝经营活动产生的现金流量净额÷期末普通股份总数

每股净现金流量＝现金及现金等价物净增加额÷期末普通股份总数

（二）最近三年一期净资产收益率及每股收益

根据《公开发行证券的公司信息披露编报规则第 9 号——净资产收益率和每股收益的计算及披露》（2010 年修订），公司最近三年一期净资产收益率和每股收益情况如下：

（1） 净资产收益率

报告期利润	**加权平均净资产收益率%**			
	2016 年 1-3 月	**2015 年**	**2014 年**	**2013 年**
归属于公司普通股股东的净利润	7.56	17.59	19.57	15.37
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	7.54	17.32	19.58	15.40

加权平均净资产收益率的计算公式如下：

加权平均净资产收益率=P0/(E0 ＋ NP÷2 ＋

Ei×Mi÷M0–Ej×Mj÷M0±Ek×Mk÷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；Ei 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；Ej 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；Mi 为新增净资产次月起至报告期期末的累计月数；Mj 为减少净资产次月起至报告期期末的累计月数；Ek 为因其他交易或事项引起的净资产增减变动；Mk 为发生其他净资产增减变动次月起至报告期期末的累计月数。

（2） 每股收益

期间	2016 年 1-3 月		2015 年		2014 年		2013 年	
	基本每股收益	稀释每股收益	基本每股收益	稀释每股收益	基本每股收益	稀释每股收益	基本每股收益	稀释每股收益
归属于公司普通股股东的净利润	0.46	0.46	0.99	0.99	0. 94	0. 94	0. 64	0. 64
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	0.46	0.46	0.98	0.98	0. 94	0. 94	0. 64	0. 64

基本每股收益的计算公式如下：

基本每股收益=P0÷S

S=S0＋S1＋Si×Mi÷M0–Sj×Mj÷M0-Sk

其中：P0 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于普通股股东的净利润；S 为发行在外的普通股加权平均数；S0 为期初股份总数；S1 为报告期因公积金转增股本或股票股利分配等增加股份数；Si 为报告期因发行新股或债转股等增加股份数；Sj 为报告期因回购等减少股份数；Sk 为报告期缩股数；M0 报告期月份数；Mi 为增加股份次月起至报告期期末的累计月数；Mj 为减少股份次月起至报告期期末的累计月数。

在资产负债表日至财务报告批准报出日之间发生派发股票股利、公积金转增股本、拆股或并股，影响发行在外普通股或潜在普通股数量，但不影响所有者权益金额的，应当按调整后的股数重新计算各比较期间的每股收益。

十四、盈利预测报告

发行人未编制盈利预测报告。

十五、股份公司设立以来的资产评估情况

（一）股份公司设立时的资产评估情况

2011 年 11 月 28 日，北京天健兴业资产评估有限公司出具“天兴评报字（2011）第 703 号”《资产评估报告书》，以 2011 年 9 月 30 日为评估基准日，对公司整体变更时点的全部资产和负债进行评估。公司未对本次评估结果进行账务处理。

1、评估方法

本次评估采用成本法，成本法评估是选用合适的评估方法对各单项资产进行评估后，加和得出净资产评估值。

2、评估结果

经北京天健兴业资产评估有限公司评估，在评估基准日 2011 年 9 月 30 日，江苏通灵翠钻有限公司净资产价值评估结果如下：

单位：万元

项　　目	账面价值	评估价值	增减值	增值率%
流动资产	111,470.35	118,873.00	7,402.65	6.64
非流动资产	15,966.44	20,466.29	4,499.85	28.18
其中：长期投资	2,449.97	5,756.48	3,306.51	134.96
投资性房地产	1,142.19	1,775.35	633.16	55.43
固定资产	9,652.99	9,609.57	-43.42	-0.45
无形资产	1,434.81	2,039.81	605.00	42.17
长期待摊费用	926.69	926.69		
递延所得税资产	359.78	358.38	-1.40	-0.39
资产总计	127,436.79	139,339.29	11,902.50	9.34
流动负债	81,844.54	81,844.54		

非流动负债	105.61	105.61		
负债总计	81,950.15	81,950.15		
股东权益合计	45,486.64	57,389.14	11,902.50	26.17

（二）公司 2013 年 6 月末珠宝类存货资产的评估情况

2013 年 11 月 8 日，中恒誉资产评估有限公司出具“中恒誉评报字(2013)第 1030 号”《鉴定评估报告》，以 2013 年 6 月 30 日为评估基准日，对公司珠宝类存货价值进行评估。公司未对本次评估结果进行账务处理。

1、评估方法

本次评估结合成本法和市场法进行综合分析和评估。

2、评估结果

经中恒誉资产评估有限公司评估，在评估基准日 2013 年 6 月 30 日，通灵珠宝股份有限公司珠宝类存货评估结果如下：

单位：万元

项目	账面价值	评估值	增减值	增值率
贵金属饰品	3,024.26	2,781.23	-243.04	-8.04%
钻石饰品	60,996.38	66,328.22	5,331.84	8.74%
翡翠饰品	27,630.06	29,402.57	1,772.51	6.42%
彩宝饰品	166.54	175.89	9.36	5.62%
原材料	9,400.41	11,197.60	1,797.19	19.12%
其它	528.87	486.98	-41.89	-7.92%
合计	101,746.53	110,372.49	8,625.97	8.48%

（三）公司 2015 年 6 月末珠宝类存货资产的评估情况

2015 年 8 月 7 日，中恒誉资产评估有限公司出具“中恒誉评报字(2015)第 1028 号”《鉴定评估报告》，以 2015 年 6 月 30 日为评估基准日，对公司珠宝类存货价值进行评估。公司未对本次评估结果进行账务处理。

1、评估方法

本次评估结合成本法和市场法进行综合分析和评估。

成本法是按现时条件下重新复制或购置一项全新状态的被评估资产所需要的费用，同时扣减各种损耗价值来确定被评估资产价值的方法。

市场比较法是通过市场调查，选择与评估对象相同或相似的资产作为对比参照物，分析参照物的成交价和交易条件，并就影响价格的有关因素进行对比调整，从而确定评估对象价值的一种资产评估方法。

2、评估结果

经中恒誉资产评估有限公司评估，在评估基准日 2015 年 6 月 30 日，通灵珠宝股份有限公司珠宝类存货评估结果如下：

单位：万元

项目	期末成本(含税)	评估值	增减值	增值率
贵金属饰品	2,955.49	2,345.74	-609.75	-20.63%
钻石饰品	74,605.85	72,891.89	-1,713.96	-2.30%
翡翠饰品	29,194.96	32,021.23	2,826.27	9.68%
彩宝饰品	210.63	220.64	10.01	4.75%
原材料	18,650.29	18,405.00	-245.29	-1.32%
其它	282.90	274.90	-8.00	-2.83%
合计	125,900.12	126,159.40	**259.28**	**0.21%**

（四）公司 2016 年 3 月末珠宝类存货资产的评估情况

2016 年 5 月 6 日，中恒誉资产评估有限公司出具“中恒誉评报字(2016)第 1018 号”《鉴定评估报告》，以 2016 年 3 月 31 日为评估基准日，对公司珠宝类存货价值进行评估。公司未对本次评估结果进行账务处理。

1、评估方法

本次评估结合成本法和市场法进行综合分析和评估。

成本法是按现时条件下重新复制或购置一项全新状态的被评估资产所需要的费用，同时扣减各种损耗价值来确定被评估资产价值的方法。

市场比较法是通过市场调查，选择与评估对象相同或相似的资产作为对比参照物，分析参照物的成交价和交易条件，并就影响价格的有关因素进行对比调整，

从而确定评估对象价值的一种资产评估方法。

2、评估结果

经中恒誉资产评估有限公司评估，在评估基准日 2016 年 3 月 31 日，通灵珠宝股份有限公司珠宝类存货评估结果如下：

单位：万元

项目	期末成本(含税)	评估值	增减值	增值率
贵金属饰品	3,101.48	2,643.42	-458.06	-14.77%
钻石饰品	72,204.97	72,458.68	253.71	0.35%
翡翠饰品	30,585.66	32,239.30	1,653.64	5.41%
彩宝饰品	752.22	761.83	9.61	1.28%
原材料	24,931.13	23,577.45	-1,353.68	-5.43%
其他	275.16	261.68	-13.48	-4.90%
合计	131,850.62	131,942.36	91.74	0.07%

十六、历次验资情况

公司历次验资情况如下：

1、1999 年 11 月 8 日，江苏通灵翠钻有限公司设立时，注册资本为 200 万元，南京公正会计师事务所出具“宁公事验（1999）0502 号”《验资报告》，验证出资到位。

2、2001 年 3 月 14 日，公司注册资本增至 900 万元时，兴瑞会计师出具“兴瑞验字（2001）第 235 号”《验资报告》，验证出资到位。

3、2002 年 5 月 20 日，公司注册资本增至 1500 万元时，兴瑞会计师出具“兴瑞验字（2002）第 0800 号”《验资报告》，验证出资到位。

4、2003 年 9 月 1 日，公司注册资本增至 4000 万元时，兴瑞会计师出具“兴瑞验字（2003）第 1731 号”《验资报告》，验证出资到位。

5、2011 年 12 月 9 日，公司改制设立股份公司时，天衡会计师出具“天衡验字（2011）110 号”《验资报告》，验证公司已收到全体股东缴纳的注册资本合计 15,000 万元。

6、2012 年 5 月 30 日,公司注册资本增至 17,647.06 万元时，天衡会计师出具“天衡验字（2012）00043 号”《验资报告》，验证出资到位。

7、2012 年 6 月 5 日,公司注册资本增至 18,239.67 万元时，天衡会计师出具“天衡验字（2012）00045 号”《验资报告》，验证出资到位。

8、申报会计师对“宁公事验（1999）0502 号”验资报告进行了复核并出具了“天衡专字（2013）00697 号”验资复核报告，结论为：“江苏通灵账面记载的内容及原始单据与宁公事验（1999）0502 号验资报告不一致，江苏通灵翠钻有限公司出资设立时存在瑕疵，但后期全体股东缴存了现金和银行存款，实现了注册资本到位的目的，我们认为截至 2001 年 3 月 25 日止，江苏通灵翠钻有限公司已收到全体股东认缴的注册资本 200 万元，其中马峻出资 100 万元，沈东军出资 100 万元。”

9、申报会计师对“兴瑞验字（2001）第 235 号”《验资报告》进行了复核并出具了“天衡专字（2013）00719 号”验资复核报告，结论为：“‘瑞验字（2001）第 235 号’《验资报告》存在出资描述错误，审验程序不适当等瑕疵。截止 2001 年 3 月 25 日，江苏通灵已收到马峻和沈东军共同缴纳的注册资本人民币 700.00 万元。连同前次出资累计注册资本为 900 万元，实收资本 900 万元，其中马峻出资 450 万元，沈东军出资 450 万元。”

第十一节　管理层讨论与分析

本公司董事会提请投资者注意以下讨论与分析应结合本公司业经审计的财务报表及报表附注和本招股说明书揭示的其他财务信息一并阅读。非经特别说明，均以合并数反映。

一、财务状况分析

（一）资产结构分析

1、资产构成及其变化情况

报告期内，公司各类资产构成情况如下：

单位：万元、%

项　目	2016-3-31		2015-12-31		2014-12-31		2013-12-31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
流动资产	139,959.25	89.04	138,986.34	89.03	149,944.38	90.78	117,415.04	89.03
非流动资产	17,234.75	10.96	17,119.20	10.97	15,229.90	9.22	14,461.11	10.97
资产合计	157,194.01	100.00	156,105.53	100.00	165,174.28	100.00	131,876.15	100.00

（1）公司资产总额相对稳定

从资产规模来看，2013 年末至 2016 年 3 月末，公司总资产分别为 131,876.15 万元、165,174.28 万元、156,105.53 万元和 157,194.01 万元；2014 年末资产总额同比增长 25.25%，2015 年末资产总额同比下降 5.49%，2016 年 3 月末资产总额与 2015 年末基本持平，资产总额的变化主要系因存货余额的波动导致。

（2）资产结构保持相对稳定

从资产结构来看，公司资产中主要为流动资产，2013 年末至 2016 年 3 月末流动资产占比分别为 89.03%、90.78%、89.03%和 89.04%，流动资产占比较高且相对稳定。

2、流动资产构成及变化趋势

报告期内，公司流动资产的构成情况如下：

单位：万元、%

项　　目	2016-3-31		2015-12-31		2014-12-31		2013-12-31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
货币资金	7,936.25	5.67	8,792.44	6.33	7,309.53	4.87	6,745.26	5.74
应收账款	13,349.76	9.54	12,866.32	9.26	9,715.45	6.48	7,537.97	6.42
预付款项	3,678.75	2.63	4,118.28	2.96	4,178.72	2.79	6,127.90	5.22
其他应收款	960.58	0.69	886.26	0.64	1,150.53	0.77	971.70	0.83
存货	113,042.99	80.77	110,823.90	79.74	125,098.64	83.43	95,638.19	81.45
其他流动资产	990.92	0.71	1,499.12	1.08	2,491.52	1.66	394.01	0.34
流动资产合计	139,959.25	100.00	138,986.34	100.00	149,944.38	100.00	117,415.04	100.00

由上表可以看出，本公司流动资产中存货占比最大，占比在 80%左右。各流动资产项目具体分析如下：

（1）货币资金分析

报告期内，本公司货币资金结构如下表所示：

单位：万元、%

项　　目	2016-3-31		2015-12-31		2014-12-31		2013-12-31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
现金	33.47	0.42	37.65	0.43	27.39	0.37	34.25	0.51
银行存款	7,737.78	97.50	8,604.79	97.87	6,982.14	95.52	5,931.02	87.93
其他货币资金	165.00	2.08	150.00	1.71	300.00	4.10	780.00	11.56
货币资金合计	7,936.25	100.00	8,792.44	100.00	7,309.53	100.00	6,745.26	100.00

公司货币资金主要系银行存款，其他货币资金系银行承兑汇票的保证金。

2014 年末、2015 年末货币资金总额分别较上期末增长了 8.37%、20.29%，2014 年后，随着公司经营的不断积累，经营活动现金流量充裕，公司的货币资金余额逐渐增长。2016 年 3 月末货币资金较上期末减少 9.74%，主要系因当期支付“分配股利、利润或偿付利息支付的现金”6,754.67 万元，导致货币资金余额减少。

（2）应收账款分析

①报告期内，本公司应收账款的变动情况如下表所示：

单位：万元

项目	2016-3-31	2015-12-31	2014-12-31	2013-12-31
应收账款账面价值	13,349.76	12,866.32	9,715.45	7,537.97
占营业收入比例	30.06%	8.63%	6.78%	6.49%

公司应收账款期末余额逐年增长，应收账款期末余额占当期营业收入的比例也逐年增长。公司运营模式分为直营店、专厅、加盟商三种，其中：直营店销售一般为现款销售，对加盟商的销售大部分为款到发货，应收账款期末余额主要系对专厅的应收未结算款项。应收账款期末余额逐年增长，应收账款期末余额占当期营业收入的比例逐年增长，与专厅模式下销售额及销售占比逐年增长相符。

截至 2016 年 3 月 31 日，单项金额重大并单项计提坏账准备的应收账款情况如下：

单位：万元

应收账款（按单位）	2016 年 3 月 31 日			
	应收账款	坏账准备	计提比例	计提理由
连云港九龙大世界商贸有限公司	111. 49	111. 49	100. 00%	对方单位资金周转困难
合计	111. 49	111. 49		--

报告期内，按账龄分析法计提坏账准备的应收账款账面余额的账龄结构如下：

单位：万元、%

项　目	2016-3-31		2015-12-31		2014-12-31		2013-12-31	
	账面余额	比例	账面余额	比例	账面余额	比例	账面余额	比例
应收 pos 款	338.90	2.41	715.62	5.29	172.70	1.68	203.33	2.56
1 年以内	13,609.20	96.71	12,714.97	93.97	9,933.34	96.86	7,702.74	97.12
1 至 2 年	94.64	0.67	70.93	0.52	123.56	1.20	14.48	0.18
2 至 3 年	12.82	0.09	29.46	0.22	14.48	0.14	10.92	0.14
3 至 4 年	16.64	0.12		-	10.92	0.11		
合　计	**14,072.20**	**100.00**	**13,530.99**	**100.00**	**10,254.98**	**100.00**	**7,931.46**	**100.00**

截至 2016 年 3 月 31 日，应收账款主要系对专厅的销售未结算款项、以及部分加盟商应收的款项，除上述对连云港九龙大世界商贸有限公司的应收账款外，不存在大额应收款项不能及时回收的风险。

②报告期各期末发行人应收账款中主要客户的应收账款金额及占比情况如下：

单位：万元、%

往来单位名称	2016 年 3 月末		2015 年末		2014 年末		2013 年末	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
南京中央商场(集团)联合营销有限公司	1,231.75	8.68	987.45	7.24	623.73	6.08	498.94	6.29
南通八佰伴商贸股份有限公司	62.99	0.44	92.84	0.68	77.00	0.75	437.50	5.52
合肥百货大楼集团股份有限公司	153.57	1.08	193.65	1.42	170.26	1.66	436.00	5.50
上海文峰商贸有限责任公司、南通文峰商贸采购批发有限公司	349.65	2.47	369.82	2.71	362.86	3.54	347.48	4.38
徐州金鹰国际实业有限公司	71.85	0.51	127.90	0.94	249.84	2.44	309.20	3.90
盐城金鹰国际购物中心有限公司	151.25	1.07	203.00	1.49	160.89	1.57	124.49	1.57
合肥百盛逍遥广场有限公司	55.07	0.39	65.63	0.48	79.59	0.78	67.87	0.86
盐城商业大厦股份有限公司	114.82	0.81	37.06	0.27	469.99	4.58	131.36	1.66
南京新街口百货商店股份有限公司	132.05	0.93	85.86	0.63	322.42	3.14	88.78	1.12
安徽华亿工贸集团有限公司	488.63	3.45	362.71	2.66	179.85	1.75	138.49	1.75
苏州石路新苏天地商业发展有限公司(原苏州新苏天地商业发展有限公司)	396.25	2.79	397.41	2.91	-	-	167.45	2.11
合肥金贵珠宝有限公司	210.63	1.49	397.11	2.91	-	-	-	-
安徽宝华首饰有限责任公司	176.46	1.24	321.46	2.36	-	-	-	-

往来单位名称	2016 年 3 月末		2015 年末		2014 年末		2013 年末	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
郑州丹尼斯百货有限公司	321.01	2.26	211.45	1.55	67.17	0.65	132.57	0.11
合计	3,915.98	27.61	3,853.35	28.25	2,763.60	26.94	2,880.13	34.77

报告期内，新增主要门店应收账款余额及占比情况如下：

单位：万元、%

2016 年 3 月末新增门店应收账款		
新增店面名称	金额	占比
浙江嘉兴八佰伴专厅	58.83	0.41
杭州大厦百货专厅	36.42	0.26
合计	95.25	0.67
2015 年末新增门店应收账款		
新增店面名称	金额	占比
芜湖华亿蓝火专厅	169.51	1.24
宁波东门银泰百货专厅	131.12	0.96
连云港九龙商场专厅	111.49	0.82
宜兴八佰伴专厅	99.12	0.73
郑州大卫城丹尼斯百货专厅	83.20	0.61
无锡百盛专厅	83.07	0.61
昆山金鹰天地专厅	80.97	0.59
芜湖星隆华亿专厅	77.65	0.57
常州购物中心专厅	66.82	0.49
成都群光广场专厅	65.75	0.48
绍兴银泰百货专厅	55.43	0.41
北京龙湖百盛专厅	51.88	0.38
苏州石路国际商城专厅	42.69	0.31
盐城金鹰蓝火专厅	36.70	0.27
东营银座专厅	36.64	0.27
芜湖银泰专厅	35.12	0.26
合计	1,227.16	9.00

2014 年末新增门店应收账款		
新增店面名称	**金额**	**占比**
无锡八佰伴百货专厅	171.63	1.67
盐城聚龙湖金鹰专厅	121.36	1.18
吴江万亚专厅	107.1	1.04
南通中南百货专厅	104.86	1.02
常州武进富克斯专厅	99.84	0.97
苏州美罗商场专厅	98.81	0.96
南京新百蓝色火焰专厅	84.29	0.82
宁波银泰临时展柜	77.94	0.76
常熟百盛专厅	68.07	0.66
张家港曼巴特广场专厅	59.44	0.58
无锡茂业百货专厅	46.9	0.46
太仓华联商厦专厅	39.09	0.38
南通城市广场文峰专厅	38.06	0.37
苏州泰华商城专厅	34.42	0.34
连云港苏宁广场专厅	34.21	0.33
太原柳巷茂业专厅	34.1	0.33
烟台振华商厦专厅	32.24	0.31
常州新世纪专厅	30.48	0.30
南通圆融金鹰蓝火专厅	30.39	0.30
合计	1,313.23	12.78
2013 年新增门店应收账款		
新增店面名称	**金额**	**占比**
苏州久光百货专厅	75.33	0.95
无锡万达百货专厅	55.19	0.70
昆山商厦专厅	48.96	0.62
泰兴鼓楼购物中心专厅	46.28	0.58
武汉新世界中心专厅	44.85	0.57
德基广场有限公司南京德基专厅	35.73	0.45
西安东大街开元专厅	33.24	0.42
苏州绿宝广场专厅	33.22	0.42

合计	372.80	4.70

③公司与专厅的结算政策及主要专厅的期后回款情况

公司与专厅所在商场的结算情况基本一致，除一家专厅为半月结算一次外，其他专厅均为按月结算。公司与专厅结算后，即开票确认收入，专厅一般在收到发票后30日内付款，少数专厅在收到发票后45或60个工作日付款。

报告期内主要专厅应收账款的期后回收情况如下：

单位：万元

2016-3-31		
专厅名称	**应收余额**	**回款期间**
南京中央商场(集团)联合营销有限公司(南京中央商场专厅)	717.97	部分回款
南京中央商场集团联合营销有限公司（淮安中央新亚专厅）	414.42	部分回款
苏州新苏天地商业发展有限公司	396.25	部分回款
南京万尚商城有限公司 (南京同曦假日百货万尚城专厅)	311.24	部分回款
芜湖华亿蓝火专厅	305.76	暂未回款
苏州美罗商场专厅	267.23	部分回款
常州武进富克斯专厅	251.82	部分回款
无锡百盛专厅	204.59	暂未回款
泰州第一百货商店股份有限公司(泰州第一百货专厅)	203.32	暂未回款
张家港曼巴特广场专厅	196.34	部分回款
泰州金鹰商贸有限公司(泰州金鹰专厅)	181.45	部分回款
张家港市凯丽百货有限公司(张家港凯丽专厅)	181.31	部分回款
无锡商业大厦大东方股份有限公司 (无锡商业大厦专厅)	171.71	暂未回款
杭州银泰世纪百货有限公司（杭州庆春路银泰专厅）	170.64	1 个月以内
上海新世界专厅	166.45	部分回款
扬州金鹰国际实业有限公司(扬州金鹰专厅)	162.03	部分回款
南通文峰专厅	161.04	暂未回款
安徽华亿工贸集团有限公司 (芜湖华亿专厅)	160.97	暂未回款
苏州天虹商场有限公司木渎店(苏州木渎天虹专厅)	156.89	部分回款
杭州西湖银泰专厅	152.54	部分回款

盐城金鹰国际购物中心有限公司（盐城金鹰专厅）	151.25	部分回款
合肥大洋专厅	149.30	暂未回款
德基广场有限公司（南京德基专厅）	148.93	部分回款
徐州中央百货大楼股份有限公司（徐州百大专厅）	137.95	部分回款
南京新街口百货商店股份有限公司(南京新百专厅)	132.05	部分回款
金鹰国际商贸集团（中国）有限公司（南京新街口金鹰专厅）	130.99	暂未回款
江阴华地百货有限公司(江阴华地百货专厅)	130.17	暂未回款
吴江万亚专厅	127.84	部分回款
苏州观前美罗专厅	121.99	暂未回款
南京大洋百货有限公司江北分公司（南京桥北大洋专厅）	120.99	暂未回款
常州新北万达百货专厅	119.74	部分回款
郑州丹尼斯百货有限公司	119.10	暂未回款
郑州大卫城丹尼斯百货专厅	117.51	暂未回款
盐城商业大厦股份有限公司（盐城商业大厦专厅）	114.82	暂未回款
淮安金鹰国际购物中心有限公司 （淮安金鹰专厅）	113.59	部分回款
泰州茂业天地专厅	112.90	部分回款
连云港九龙商场专厅	111.49	暂未回款
常州购物中心临时展柜	109.87	暂未回款
宿迁金鹰国际购物中心有限公司（宿迁金鹰专厅）	104.43	暂未回款
久光百货有限公司(苏州久光百货专厅)	101.20	部分回款
山西铜锣湾国际购物中心有限公司	101.04	部分回款
成都群光广场专厅	100.61	暂未回款
小计	**7,611.73**	

2015-12-31		
专厅名称	**应收余额**	**回款期间**
南京中央商场(集团)联合营销有限公司(南京中央商场专厅)	520.40	3 个月以内
苏州新苏天地商业发展有限公司	397.41	部分回款
南京中央商场集团联合营销有限公司（淮安中央新亚专厅）	303.11	1 个月以内
泰州金鹰商贸有限公司(泰州金鹰专厅)	262.67	1 个月以内
久光百货有限公司(苏州久光百货专厅)	231.14	3 个月以内

苏州观前美罗专厅	226.12	4 个月以内
昆山商厦专厅	217.95	1 个月以内
南京大洋百货有限公司江北分公司（南京桥北大洋专厅）	211.75	2 个月以内
盐城金鹰国际购物中心有限公司（盐城金鹰专厅）	203.00	1 个月以内
杭州武林银泰专厅	186.35	1 个月以内
芜湖华亿蓝火专厅	169.51	部分回款
常州武进富克斯专厅	165.89	2 个月以内
南通文峰专厅	164.64	1 个月以内
无锡商业大厦大东方股份有限公司 (无锡商业大厦专厅)	161.43	2 个月以内
扬州金鹰国际实业有限公司(扬州金鹰专厅)	153.67	1 个月以内
吴江万亚专厅	152.00	2 个月以内
宜兴华地百货有限公司 （宜兴华地专厅）	143.10	1 个月以内
苏州美罗商场专厅	142.26	4 个月以内
合肥大洋专厅	140.14	1 个月以内
南京万尚商城有限公司 (南京同曦假日百货万尚城专厅)	133.16	2 个月以内
银泰百货宁波鄞州有限公司(宁波鄞州万达银泰专厅)	132.88	1 个月以内
宁波东门银泰百货专厅	131.12	3 个月以内
徐州金鹰国际实业有限公司（徐州金鹰专厅）	127.90	1 个月以内
上海新世界专厅	117.77	2 个月以内
安徽华亿工贸集团有限公司 (芜湖华亿专厅)	115.55	部分回款
常州新北万达百货专厅	112.71	2 个月以内
连云港九龙商场专厅	111.49	暂未回款
江阴华地百货有限公司(江阴华地百货专厅)	106.67	1 个月以内
杭州西湖银泰专厅	106.30	5 个月以内
泰州第一百货商店股份有限公司(泰州第一百货专厅)	101.62	2 个月以内
小计	**5,449.71**	
2014-12-31		
专厅名称	**应收余额**	**回款期间**
盐城商业大厦股份有限公司（盐城商业大厦专厅）	469.99	1 月以内
南京新街口百货商店股份有限公司(南京新百专厅)	322.42	3 月以内

南京中央商场(集团)联合营销有限公司(南京中央商场专厅)	316.70	1 月以内
徐州金鹰国际实业有限公司（徐州金鹰专厅）	249.84	1 月以内
江阴华地百货有限公司(江阴华地百货专厅)	239.99	1 月以内
镇江八佰伴专厅	214.76	1 月以内
南京大洋百货有限公司（南京大洋百货专厅）	205.44	2 月以内
南京中央商场集团联合营销有限公司（淮安中央新亚专厅）	188.58	1 月以内
久光百货有限公司(苏州久光百货专厅)	182.74	1 月以内
安徽华亿工贸集团有限公司 (芜湖华亿专厅)	179.85	3 月以内
无锡八佰伴百货专厅	171.63	1 月以内
无锡商业大厦大东方股份有限公司 (无锡商业大厦专厅)	168.12	1 月以内
盐城金鹰国际购物中心有限公司（盐城金鹰专厅）	160.89	1 月以内
金鹰国际商贸集团（中国）有限公司（南京新街口金鹰专厅）	139.80	1 月以内
扬州金鹰国际实业有限公司(扬州金鹰专厅)	133.87	1 月以内
泰州金鹰商贸有限公司(泰州金鹰专厅)	132.10	1 月以内
苏州万千百货专厅	130.47	2 月以内
盐城聚龙湖金鹰专厅	121.36	1 月以内
宜兴新苏南商厦有限责任公司（宜兴新苏南专厅）	121.21	1 月以内
合肥大洋专厅	114.39	1 月以内
南京商厦股份有限公司（南京商厦专厅）	110.00	2 月以内
吴江万亚专厅	107.10	2 月以内
南通中南百货专厅	104.86	1 月以内
小计	**4,286.11**	
2013-12-31		
专厅名称	**应收余额**	**回款期间**
南通八佰伴专厅	437.50	3 月以内
合肥百货大楼集团股份有限公司	436.00	1 月以内
上海文峰商贸有限责任公司	310.32	1 月以内
徐州金鹰国际实业有限公司（徐州金鹰专厅）	309.20	4 月以内
南京中央商场(集团)联合营销有限公司(南京中央商场专厅)	217.60	1 月以内
苏州新苏天地商业发展有限公司	167.45	4 月以内

张家港市凯丽百货有限公司(张家港凯丽专厅)	150.62	1 月以内
泰州金鹰商贸有限公司(泰州金鹰专厅)	150.15	1 月以内
南京大洋百货有限公司（南京大洋百货专厅）	147.91	2 月以内
安徽华亿工贸集团有限公司 (芜湖华亿专厅)	138.49	1 月以内
南通金鹰国际购物中心有限公司（南通金鹰专厅）	135.23	1 月以内
盐城商业大厦股份有限公司（盐城商业大厦专厅）	131.36	4 月以内
南京中央商场集团联合营销有限公司（淮安中央新亚专厅）	128.82	1 月以内
盐城金鹰国际购物中心有限公司（盐城金鹰专厅）	124.49	1 月以内
扬州金鹰国际实业有限公司(扬州金鹰专厅)	114.44	1 月以内
无锡商业大厦大东方股份有限公司 (无锡商业大厦专厅)	112.98	1 月以内
镇江八佰伴专厅	106.91	2 月以内
郑州丹尼斯百货有限公司	101.57	1 月以内
小计	**3,421.04**	

注：由于2016年3月末至招股说明书签署日时间较短，2016年3月末的部分应收账款暂未收回；2015年部分专厅由于商场资金链出现问题等原因导致回款较慢。

如上表所述，大部分专厅均能在约定付款期内付款。公司与商场的合作协议，一般一年一签，部分条款细节会根据上年情况有所调整，在此期间，商场会适当推迟货款的回款时间，因此导致部分商场回款期限为3-4个月。

④应收账款坏账准备计提情况

报告期各期末，公司严格按照其会计政策计提应收账款坏账准备。各期末应收账款余额、坏账准备余额及当期计提坏账金额情况如下：

单位：万元

项目	2016-3-31	2015-12-31	2014-12-31	2013-12-31
应收账款余额	14,183.69	13,642.48	10,254.98	7,931.46
坏账准备余额	833.93	776.16	539.54	393.49
计提坏账金额	57.77	236.62	146.04	31.52

（3）预付账款分析

公司大额的预付款项主要为预付房租及装修费用。

报告期内，公司预付账款的账龄如下表所示：

单位：万元，%

项　目	2016-3-31		2015-12-31		2014-12-31		2013-12-31	
	账面余额	比例	账面余额	比例	账面余额	比例	账面余额	比例
1 年以内	3,624.12	98.51	4,056.92	98.51	4,109.32	98.34	6,030.83	98.42
1 至 2 年	23.95	0.65	26.99	0.66	24.66	0.59	73.76	1.20
2 至 3 年	-	-	0.04	-	23.44	0.56	2.00	0.03
3 年以上	30.68	0.84	34.34	0.83	21.31	0.51	21.31	0.35
合　计	**3,678.75**	**100.00**	**4,118.28**	**100.00**	**4,178.72**	**100.00**	**6,127.90**	**100.00**

截至 2016 年 3 月 31 日,预付款项金额前五名单位情况如下：

往来单位名称	金额（万元）	预付时间	款项性质
张忠明	354.62	2015 年	预付房租
廖丽红	297.45	2015 年预付 294.20 万元;2016 年预付 3.25 万元	预付房租
张锡岗	225.63	2015 年预付 62.33 万元; 2016 年预付 163.30 万元	预付房租
中恒誉资产评估有限公司	129.00	2016 年	预付评估费
洪万明	114.00	2015 年	预付房租
合计	1,120.70	-	-

（4）其他应收款分析

公司其他应收款主要为房租的押金。

报告期内，公司其他应收款的账龄如下表所示：

单位：万元，%

项　目	2016-3-31		2015-12-31		2014-12-31		2013-12-31	
	账面余额	比例	账面余额	比例	账面余额	比例	账面余额	比例
1 年以内	530.93	28.10	493.89	27.12	695.39	36.61	525.20	34.12
1 至 2 年	443.62	23.48	388.47	21.33	340.62	17.93	463.97	30.14
2 至 3 年	202.59	10.72	212.59	11.67	434.83	22.89	203.15	13.20
3 至 4 年	398.61	21.09	392.30	21.54	158.49	8.34	196.39	12.76
4 至 5 年	106.28	5.62	121.99	6.70	192.31	10.12	40.20	2.61
5 年以上	207.57	10.99	211.97	11.64	77.71	4.09	110.52	7.18

合计	**1,889.61**	**100.00**	**1,821.21**	**100.00**	**1,899.36**	**100.00**	**1,539.43**	**100.00**

公司直营店的经营场所大部分为租赁取得，在租赁开始日均需缴纳一定金额的押金，在租赁结束后押金方才退回。而公司直营店经营场所的租赁期限较长，因此该部分押金对应的其他应收款账龄较长。

截至 2016 年 3 月 31 日，其他应收款金额前五名单位情况如下：

单位名称	款项的性质	期末余额	账龄
宜兴长桥河步行街管理公司	押金	97.58	2-3 年：1 万元，3-4 年：96. 58 万元
上海淮海商业（集团）有限公司	押金	85.00	3-4 年
宋军	押金	56.89	1 年以内：0. 10 万元，1-2 年：56. 79 万元
廖丽红	押金	50.00	1-2 年
镇江百盛商城有限公司	押金	50.00	5 年以上
合计		**339.47**	

（5）存货分析

① 存货构成

报告期内，本公司存货构成变化如下表所示：

单位：万元，%

项　　目	**2016-3-31**		**2015-12-31**		**2014-12-31**		**2013-12-31**	
	金额	**比例**	**金额**	**比例**	**金额**	**比例**	**金额**	**比例**
原材料	11,330.97	10.02	6,448.52	5.82	7,166.52	5.73	3,539.47	3.70
库存商品	91,394.44	80.85	91,405.14	82.48	107,146.54	85.65	87,003.05	90.97
委托加工物资	10,317.59	9.13	12,970.24	11.70	10,785.58	8.62	5,095.67	5.33
合计	**113,042.99**	**100.00**	**110,823.90**	**100.00**	**125,098.64**	**100.00**	**95,638.19**	**100.00**

从类别来看，存货主要由原材料、库存商品和委托加工物资构成。其中，库存商品占比最高，平均占比 80%以上。

报告期内，公司存货余额及当年销售收入、销售成本的变动情况如下：

单位：万元、%

项目	**2016-3-31/ 2016 年 1-3 月**	**2015-12-31/ 2015 年**	**2014-12-31/ 2014 年**	**2013-12-31/ 2013 年**

	金额	变动	金额	变动	金额	变动	金额
存货余额	113,042.99	2.00	110,823.90	-11.41	125,098.64	30.80	95,638.19
营业收入	44,416.27	19.17	149,063.44	3.68	143,768.49	23.21	116,689.74
营业成本	19,365.09	12.49	68,698.00	3.58	66,325.77	28.86	51,470.92

注：2016年1-3月营业收入、营业成本变动系与2015年全年数据的1/4比较所得。

2014年存货余额增长率与销售收入、销售成本增长率变动趋势相匹配；2015年营业收入、营业成本同比均小幅上升，但存货余额下降了11.41%，2016年3月末存货余额增长幅度小于营业收入、营业成本增长幅度，系因2015年公司对2014年末存货库存进行分析时认为公司存货余额偏高，因此，2015年后加强了对存货余额的管理，导致2015年末、2016年3月末存货余额规模略有下降。

②期末存货具体构成及库龄等情况

按照直营店和专厅分类、产品分类，报告期各期存货余额的构成、库龄情况如下：

单位：万元

模式	产品种类	库龄	2013/12/31	2014/12/31	2015/12/31	2016/3/31
直营店	钻石饰品	1 年以内	8, 123. 89	11, 180. 64	6, 608. 11	3, 989. 14
		1-2 年	3, 398. 13	2, 762. 20	4, 428. 73	7, 011. 66
		2-3 年	4, 916. 67	1, 531. 64	1, 266. 53	1, 297. 65
		3 年以上	4, 440. 19	4, 069. 20	2, 631. 01	2, 490. 22
		小计	20, 878. 88	19, 543. 68	14, 934. 38	14, 788. 67
	翡翠饰品	1 年以内	1, 159. 75	945. 12	822. 64	632. 57
		1-2 年	952. 74	584. 22	551. 18	1, 102. 26
		2-3 年	5, 537. 79	600. 76	393. 75	372. 57
		3 年以上	3, 490. 84	5, 845. 62	6, 662. 67	7, 634. 79
		小计	11, 141. 13	7, 975. 71	8, 430. 24	9, 742. 19
	其他饰品	1 年以内	733. 57	971. 2	576. 34	258. 21
		1-2 年	248. 34	227. 49	148. 21	435. 55
		2-3 年	192. 27	93. 22	95. 34	88. 28
		3 年以上	300. 85	218. 33	163. 23	167. 63
		小计	1, 475. 03	1, 510. 24	983. 12	949. 67
专厅	钻石饰品	1 年以内	9, 570. 37	17, 190. 39	12, 534. 87	7, 917. 21
		1-2 年	4, 486. 68	4, 039. 97	8, 777. 89	13, 075. 55
		2-3 年	5, 249. 22	2, 401. 36	2, 431. 09	2, 118. 16
		3 年以上	3, 589. 26	5, 862. 90	4, 423. 38	4, 105. 59

		小计	22,895.53	29,494.62	28,167.23	27,216.51
	翡翠饰品	1年以内	717.02	659.5	748.61	516.42
		1-2年	669.3	449.52	468.84	906.60
		2-3年	3,077.45	447.96	312.78	289.55
		3年以上	1,571.34	3,772.64	3,792.85	3,290.31
		小计	6,035.11	5,329.62	5,323.08	5,002.88
	其他饰品	1年以内	517.57	1,033.33	859.26	379.70
		1-2年	234.45	203.21	216.27	617.94
		2-3年	168.2	88.87	85.40	76.28
		3年以上	94.08	116.83	110.15	140.68
		小计	1,014.30	1,442.23	1,271.08	1,214.60
仓库	钻石饰品	1年以内	13,470.55	30,668.69	21,957.94	4,548.96
		1-2年	1,268.01	2,350.86	4,520.08	23,297.10
		2-3年	1,818.55	1,532.56	1,586.33	1,776.95
		3年以上	2,262.73	4,094.95	4,227.73	4,793.92
		小计	18,819.84	38,647.07	32,292.08	34,416.93
	翡翠饰品	1年以内	1,372.04	6,945.95	992.43	4,022.19
		1-2年	455.55	266.94	4,789.81	1,696.60
		2-3年	5,672.31	340.94	243.76	316.28
		3年以上	2,798.42	10,297.42	9,091.35	8,525.44
		小计	10,298.32	17,851.26	15,117.35	14,560.51
	其他饰品	1年以内	2,591.30	2,596.29	3,630.01	555.86
		1-2年	96.31	132.12	125.03	3,902.98
		2-3年	49.36	126.43	111.03	134.59
		3年以上	343.1	449.37	439.27	557.61
		小计	3,080.07	3,304.21	4,305.34	5,151.04

其中，钻石饰品、翡翠饰品的库龄情况如下：

产品种类	库龄	2013/12/31	2014/12/31	2015/12/31	2016/3/31
钻石饰品	1年以内	31,164.81	59,039.72	41,100.92	16,455.31
	1-2年	9,152.82	9,153.03	17,726.70	43,384.31
	2-3年	11,984.44	5,465.56	5,283.95	5,192.76
	3年以上	10,292.18	14,027.05	11,282.12	11,389.73
	小计	62,594.25	87,685.37	75,393.69	76,422.11
翡翠饰品	1年以内	3,248.81	8,550.57	2,563.68	5,171.18
	1-2年	2,077.59	1,300.68	5,809.83	3,705.46
	2-3年	14,287.55	1,389.66	950.29	978.40
	3年以上	7,860.60	19,915.68	19,546.87	19,450.54
	小计	27,474.56	31,156.59	28,870.67	29,305.58

公司经营钻石饰品和翡翠饰品等珠宝类商品零售业务，钻石饰品和翡翠饰品具有单位价值高、周转速度慢的特点。钻石饰品的消费主要为婚庆消费，市场需求相对稳定，具有一定的刚性。相对而言，翡翠具有更强的收藏和投资属性，市场需求的波动性较大，容易受到宏观经济水平及消费者消费能力的影响。

由上表可见，公司钻石饰品的库龄相对较短，3年以上的钻石饰品占当期钻石饰品存货的比例较低，分别为16. 44%、16. 00%、14. 96%和14. 90%。公司为了提升钻石饰品的周转速度，逐步推动系列化产品的占比，目前排名前45名的款式已占据销售的70%左右，提高了存货利用率。同时，出于陈列丰富性的考虑，公司会设计陈列一些体现品牌个性、设计风格相对夸张的产品，这些产品对吸引顾客、增加靠柜率起到了非常重要的作用，相对而言销售比较困难，周转慢，但对于提升品牌形象而言是不可或缺的。公司翡翠饰品的库龄较长，3年以上的翡翠饰品占当期翡翠饰品存货的比例分别为28. 61%、63. 92%、67. 70%和66. 37%。这主要是因为翡翠原材料稀缺，而且需要通过缅甸进口，容易受到缅甸政局动荡的影响，为了控制原材料采购风险，公司提前储备了一些库存。

公司对于库龄较长的商品会进行具体分析，对于未来具有一定增值空间及收藏价值的商品，比如翡翠、克拉钻戒等，公司将继续保留并销售；对于因地区间差异，销售较困难的商品，公司会调拨至其他地区进行销售；对于部分因款式陈旧、消费者喜好变化等原因，预计销售困难的饰品，公司会将其拆分，重新设计新的款式后进行销售。

③公司存货盘点制度

公司存货具有单位价值高的特点，为了确保存货安全，公司对除金料、分数段在 5 分以下的碎钻之外的珠宝类存货实行个别条码管理，即每件商品自质检合格入库后就会对应唯一的条码，该条码录入的信息反映了该件存货的材质、类别、品质、成本、售价等信息，之后的流转、盘点以及售后服务等均可据此追踪。公司在日常经营中建立了严格规范的存货盘点制度。根据公司规定，公司的直营店、专厅每周一至周四根据销售工作量选择一天进行周盘；长江以北各直营店、专厅在每月上半月，自行选择一天进行月盘点，长江以南直营店、专厅在每月下半月自行选择一天进行月盘点；南京各直营店、专厅每月第三周周一、周二进行月盘点。商品创新中心外联模块每月对商品创新中心总库、电商各库位货品进行全面

盘点。此外，为加强商品监督，确保商品账实相符，全国运营中心内部各直营店、专厅对库存商品的种类、数量进行跨区域互查盘点，每家直营店、专厅必须半年内完成一轮次互查盘点。商品创新中心代表公司对直营店、专厅库存商品的种类、数量进行不定期抽查盘点。盘点过程中，盘点人员对存货进行逐个扫码，ERP 系统将盘点结果与实时库存情况进行比对，并生成盘点盈亏报表。各门店及商品部会根据盘点盈亏情况向公司管理层书面请示，审批通过后财务部根据审批意见进行账务处理。

对于报告期内的各期末盘点，公司履行的盘点情况如下：

A、盘点人员：商品部指派专人担任总部、重要的直营店和专厅盘点人，进行盘点和记录工作；其他各直营店、专厅商品保管人员担任盘点人，总部仓库保管人员、电商运营中心商品保管人员担任协点人，负责货品搬运及整理工作。

B、盘点计划

盘点前，参与盘点人员召开会议并布置任务，对存货存放方式、分散于各地存货汇总方式、盘点计量工具和测量方法、存放外单位存货的存放地点和保管责任等进行了解，并对存货收发截止和盘点期间存货移动情况、盘盈、盘亏分析、调查和处理进行统一安排。

C、盘点方法

公司对存货实行永续盘存法。即公司设置了各种有数量、金额的存货明细账，根据有关出入库凭证，逐日逐笔登记原材料、库存商品等的收发领退数量和金额，随时结出账面结存数量和金额。采用永续盘存制，可以随时掌握各种存货的收发、结存情况，有利于存货的各项管理。盘点比例为 100%。

D、盘点范围和程序

依据公司存货存放的地点，公司分别对其总部、子公司、直营店、专厅的原材料、库存商品、委托加工物资等进行盘存。

a、总部、重要的直营店和专厅

责任部门	存货类别	盘点方法
商品部、运营中心、财务部	原材料	a、商品部人员将黄金等贵金属逐一称重，财务人员汇总盘点记录，进行账实核对；b、商品部人员对成品钻石按品类逐一称重并核点数量、鉴别真伪，比对钻石证书所载

责任部门	存货类别	盘点方法
		信息，财务人员汇总盘点记录，进行账实核对。
商品部、运营中心、财务部	库存商品	商品部人员用条码机对库存商品的条形码进行扫描，扫描形成盘点明细清单（包含序号、条形码、品名、款号、证书号、总重等相关信息），财务人员将其与库存商品明细账进行核对，确认是否账实相符。

b、子公司、其他直营店和专厅

责任部门	存货类别	盘点方法
运营中心、财务部	库存商品	直营店、专厅商品保管人员用条码机对库存商品的条形码进行扫描，扫描形成盘点明细清单（包含序号、条形码、品名、款号、证书号、总重等相关信息），财务人员将其与库存商品明细账进行核对，确认是否账实相符。

c、委托加工物资

部门	存货类别	盘点方法
商品部、财务部	委托加工物资	由商品部人员与委外单位按货品品类对账，财务人员将其对账结果与委托加工物资明细账进行核对，确认是否账实相符。

E、盘点情况汇总及账务处理

盘点完毕后，盘点人员将系统生成的盘亏盘盈报表，对盘盈和盘亏的存货明晰责任，向公司管理层书面请示，批复后财务部根据审批意见进行账务处理。报告期内，除 2016 年 3 月 31 日盘点存在盘亏饰品 7,188.34 元外，其他各期账实相符。

④存货减值情况

公司综合考虑产品市场供需状况、同行业市场价格、未来销售趋势等因素，确保产品获得一定的毛利率水平的原则下，确定产品销售价格。在既定的定价模式下，销售价格均涵盖了各项成本费用、税负和合理的利润空间。报告期内，公司各类产品的销售毛利率如下：

项 目	2016 年 1-3 月	2015 年	2014 年	2013 年

钻石饰品	53.05%	53.31%	54.51%	54.27%
翡翠饰品	66.65%	65.75%	62.73%	70.33%
其他饰品	31.76%	32.03%	27.78%	24.99%
合　计	53.59%	53.76%	53.90%	55.90%

公司进行存货减值测试时，在计算可变现净值的过程中，采用的公式为可变现净值=产品售价-加工成产品尚需投入的成本-估计销售费用-估计相关税费，其中，产品售价为当期期末产品销售价格，加工成产品尚需投入的成本=账面价值*加工费率，估计销售费用=产品售价*销售费用率，估计相关税费=产品售价*税率，加工费率=加工费/采购成本，销售费用率=销售费用/营业收入，税率=营业税金及附加/营业收入。

同时考虑以下因素：

A、公司期末库存商品的销售价格已考虑成本、估计的销售费用、相关税费和合理利润水平，基于公司既定的定价政策下，各类库存商品的可变现净值通常高于其账面价值；

B、公司期末原材料、在产品和委托加工物资经加工为钻石镶嵌饰品、翡翠镶嵌饰品等产品后的估计售价，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，一般能保持一定的盈利空间。

C、公司的存货主要是黄金、铂金等贵金属、翡翠原石、成品钻石、翡翠饰品、钻石饰品等，其中，黄金、铂金等贵金属、翡翠原石、成品钻石用于加工成翡翠饰品及钻石饰品对外销售。公司的金料全部用于委托加工镶嵌首饰，不存在单独销售金料的情形。钻石饰品的销售价格稳定，波动幅度较小，翡翠饰品由于翡翠原料的稀缺，销售价格总体呈上升趋势。此外，珠宝首饰的物理属性决定了在个别款式滞销时可回收进行再加工，且翻新的成本费用率较低。

D、公司毛利较高且毛利率波动较小，降低了存货可变现净值低于成本的可能性。

综合考虑上述因素，经减值测试，公司报告期各期末存货可变现净值高于账面价值，无须计提减值准备，具体情况如下：

单位：万元

项目	2016 年 3 月 31 日			2015 年 12 月 31 日		
	账面余额	可变现净值	跌价准备	账面余额	可变现净值	跌价准备
原材料	11, 330. 97	21, 199. 64	-	6, 448. 52	10, 030. 39	-
库存商品	91, 394. 44	308, 038. 10	-	91, 405. 14	254, 166. 38	-
委托加工物资	10, 317. 59	19, 635. 98	-	12, 970. 24	22, 214. 35	-
合计	113, 042. 99	348, 873. 71	-	110, 823. 90	286, 411. 12	-
项目	2014 年 12 月 31 日			2013 年 12 月 31 日		
	账面余额	可变现净值	跌价准备	账面余额	可变现净值	跌价准备
原材料	7, 166. 52	11, 448. 76	-	3, 539. 47	5, 361. 53	-
库存商品	107, 146. 54	186, 038. 66	-	87, 003. 05	155, 574. 80	-
委托加工物资	10, 785. 58	20, 665. 25	-	5, 095. 67	9, 045. 95	-
合计	125, 098. 64	218, 152. 67	-	95, 638. 19	169, 982. 28	-

保荐机构和会计师经核查后认为：报告期内，发行人各期末存货可变现净值高于账面成本，不存在计提存货跌价准备的情形；发行人存货减值准备的计提情况符合谨慎性原则。

⑤对比同行业上市公司存货占比及存货周转率情况，分析存货余额变化及原因

报告期内，发行人及境内同行业上市公司存货余额占总资产的比例如下：

公司名称	2015-12-31	2014-12-31	2013-12-31
明牌珠宝	30.93%	36.30%	43.96%
潮宏基	37.95%	36.72%	43.25%
老凤祥	42.51%	44.39%	53.77%
东方金钰	58.43%	77.34%	79.63%
爱迪尔	30.05%	39.88%	37.87%
平均	39.97%	46.93%	51.70%
本公司	70.99%	75.74%	72.52%

注：数据来源于 wind 资讯或上市公司公开披露报告中相关数据计算所得。

报告期内，发行人及境内同行业上市公司存货周转率情况如下：

项目	公司名称	2015 年	2014 年度	2013 年度
存货周转率（次）	明牌珠宝	2.89	3.16	3.67
	潮宏基	1.04	1.06	1.01

	老凤祥	6.51	5.90	5.90
	东方金钰	1.53	0.96	1.37
	爱迪尔	1.92	2.32	2.70
	平均	2.78	2.68	2.93
	本公司	0.58	0.60	0.54

注：数据来源于 wind 资讯或上市公司公开披露报告中相关数据计算所得。

珠宝行业存货余额及存货占总资产的比例普遍较高，本公司存货占总资产的比例高于同行业上市公司平均水平，与东方金钰的存货占比相当。明牌珠宝、潮宏基、老凤祥、爱迪尔的存货余额占总资产的比例低于本公司，主要原因如下：一方面，明牌珠宝、潮宏基、老凤祥的黄金类饰品比例高于本公司，商品平均单价低于本公司，因此本公司用于铺货的存货商品金额较大；另一方面，上述四家公司均含有产品的生产环节，因此相应的固定资产等非流动资产金额较大，导致存货余额占总资产的比例降低。

公司存货周转率低于行业平均水平，存货周转率与产品结构及公司自身经营模式特点相关。贵金属产品毛利率低、周转速度快，而单位价值更高的钻石、翡翠镶嵌类产品毛利率高、周转速度慢；从销售模式来看，批发销售的周转率水平高于零售销售的周转率水平。报告期内，本公司产品结构以镶嵌类饰品为主，销售模式以终端零售为主，因此导致公司的存货周转率低于行业平均水平。

综上所述，公司主要经营单位价值较高的钻石、翡翠镶嵌类产品的零售业务，产品销售周期较长，因此期末用于铺货的存货余额较高；公司并不包含产品的生产环节，且公司直营店销售的场所大多通过租赁取得，因此公司固定资产金额较小，导致存货占资产的比例较高。

公司存货余额较高，与其经营模式、产品销售周期等情况相匹配。存货余额的变动总体上与公司销售收入、销售成本的变动相匹配。

⑥主要直营店、专厅存货余额

报告期内，主要直营店、专厅存货余额情况如下：

单位：万元

直营店

店面名称	2016/3/31	2015/12/31	2014/12/31	2013/12/31
上海淮海中路店	2,427.96	2,122.86	1,120.82	1,378.37
宜兴蛟桥河步行街店	1,869.39	1,807.28	677.85	1,678.84
苏州观前街店	1,086.34	1,158.34	1,247.30	1,654.93
南通南大街三店	1,301.13	799.78	994.94	917.19
合肥万达店	817.02	782.84	654.61	1,352.62
江阴人民中路二店	387.76	755.14	575.9	555.96
宁波天一广场二店	425.69	689.91	-	-
常州南大街一店	748.36	681.93	1,238.44	1,230.70
泰兴鼓楼南路店	583.35	669.57	449.26	469.8
南京新街口店	538.55	663.59	1,727.15	2,981.79
江阴人民中路翡翠店	388.05	587.67	476.88	626.94
南京新街口万达店	1,774.97	566.77	597.52	1,083.26
连云港步行街东街店	434.96	524.39	350.14	354.6
靖江南京路店	530.66	491.46	820.71	683.99
太仓新华街店	386.23	451.28	374.76	417.93
南京江宁万达店	410.97	446.73	201.32	338.99
无锡人民中路店	378.19	435.11	858.96	822.43
张家港杨舍步行街店	405.83	354.12	432.99	561.62
淮安金马广场店	370.56	352.99	520.07	334.29
无锡中山路一店	307.93	349.32	380.72	572.31
扬州文昌中路店	298.7	344.34	341.07	671.99
泰州坡子街店	391.02	340.6	489.27	383.88
溧阳西大街店	295.08	339.3	407.71	757.44
南京湖南路二店	244.62	315.21	1,079.55	672.69
重庆龙湖时代天街购物中心店	277.58	303.99	-	-
昆山人民南路店	241.25	285.66	240.83	270.56
靖江骥江中路店	283.33	277.83	367.11	447.33
天津恒隆广场店	275.22	276.73	256.46	-
盐城浠沧店	377.79	275.67	414.52	393.77
南京太平南路店	247.26	268.67	356.5	393.48
常熟方塔街店	271.6	268.06	1,076.55	490.57
合肥天鹅湖万达店	261.58	264.3	257.96	226.89
合计	19,038.93	18,251.44	18,987.87	22,725.16
专厅				
店面名称	2016/3/31	2015/12/31	2014/12/31	2013/12/31
盐城金鹰专厅	786.48	742.66	997.65	356.07
青岛麦凯乐专厅	337.88	699.13	764.03	254.29
苏州久光百货专厅	624	640.17	675.28	923.8
无锡商业大厦专厅	659.51	586.44	1,431.76	1270.75
扬州文昌阁金鹰专厅	308.83	534.53	390.49	440.75

太原铜锣湾专厅	632.76	404.47	209.42	288.1
西安小寨赛格专厅	399.48	400.1	199.28	198.73
青岛台东利群专厅	389.52	368.43	264.31	243.99
天津乐天百货专厅	315.12	361.85	203.03	333.41
南京德基专厅	407.53	351.72	962.23	883.09
淮安中央新亚专厅	310.54	346.72	288.56	250.91
宜兴华地专厅	333.58	335.06	289.35	488.19
烟台振华商厦专厅	373.98	334.22	310.09	-
盐城商业大厦专厅	329.6	330.43	259.29	197.75
南京新百蓝色火焰专厅	347.37	329.71	371.08	-
南京新街口金鹰专厅	393.88	319.45	957.82	477.05
徐州金鹰专厅	348.98	313.43	330.51	596.15
西安东大街开元专厅	361.73	309.81	166.44	306.62
南通文峰专厅	330.74	299.05	342	496.93
南通金鹰专厅	292.05	287.62	303.34	47.19
常州武进八佰伴专厅	255.76	279.02	262.45	196.36
宜兴新苏南专厅	259.15	268.76	134.89	200
天津伊势丹专厅	267.54	265.4	455.67	169.88
南通八佰伴专厅	267.3	264.73	272.42	450.4
无锡八佰伴百货专厅	221.49	250.47	275.75	-
宿迁金鹰专厅	197.31	246.9	190.28	221.12
张家港商业大厦专厅	109.99	245.53	113.18	-
海门大东方专厅	233.46	240.6	689.59	202.19
通州文峰专厅	303.89	237.1	171.66	226.88
郑州人民路丹尼斯百货专厅	207.65	230.2	156.21	161.76
淮北金鹰专厅	201.95	229.34	145.8	144.63
淮安金鹰专厅	381.62	219.72	198.09	168.45
溧阳八佰伴专厅	148.09	219.27	116.11	183.72
常州武进富克斯专厅	212.51	218.65	224	-
合肥鼓楼百货专厅	246.43	217.57	270.4	371.29
南通圆融金鹰蓝火专厅	224.29	216.81	749.89	-
南阳丹尼斯百货专厅	140.17	204.43	129.94	130.66
常熟华地百货专厅	148.22	200.84	236.2	357.86
合计	12,310.38	12,550.34	14,508.49	11238.97

主要直营店、专厅各期末存货余额波动较大，尤其2015年后较多店面的存货余额有所下降，主要与公司的经营策略有关，2014年后，公司开始逐渐调整存货铺货策略，目前大部分店面减少了铺货数量，适当控制总体存货余额，在店面布

置上更加注重客户体验，适当增加客户休息区域，同时增加了用单独高柜展示明星饰品的陈列方式，彰显高端产品的档次，这导致店面的平均铺货余额下降。

此外，公司每年会举行数次的大型巡展活动，将公司总部的部分新款商品送往做活动的店面进行巡展，做巡展的店面进行适当的宣传，如邀请会员参与，进行演出展示等活动，活动结束后，巡展的商品还回公司总部。此巡展活动的存在，导致部分店面某个期末存货余额偏高。

⑦存货余额较大店面的分析

报告期内，存货余额较大的直营店、专厅单位面积的存货余额情况如下：

单位：平方米、万元、万元/平方米

2016-3-31				
类别	店面名称	面积	存货余额	单位面积存货余额
直营店	上海淮海中路店	630.00	2,427.96	3.85
	宜兴蛟桥河步行街店	334.17	1,869.39	5.59
	南京新街口万达店	513.22	1,774.97	3.46
	南通南大街三店	302.52	1,301.13	4.30
	苏州观前街店	650.00	1,086.34	1.67
	合肥万达店	168.61	817.02	4.85
	常州南大街一店	435.00	748.36	1.72
	泰兴鼓楼南路店	129.29	583.35	4.51
	南京新街口店	685.95	538.55	0.79
	靖江南京路店	330.75	530.66	1.60
	连云港步行街东街店	252.05	434.96	1.73
	宁波天一广场二店	163.00	425.69	2.61
	南京江宁万达店	195.90	410.97	2.10
	张家港杨舍步行街店	480.00	405.83	0.85
	泰州坡子街店	60.00	391.02	6.52
	江阴人民中路翡翠店	280.00	388.05	1.39
	江阴人民中路二店	125.00	387.76	3.10
	太仓新华街店	103.00	386.23	3.75
	无锡人民中路店	55.00	378.19	6.88
	盐城浠沧店	132.56	377.79	2.85
	淮安金马广场店	255.20	370.56	1.45
	无锡中山路一店	298.00	307.93	1.03
专厅	泰州金鹰专厅	30.00	790.84	26.36
	盐城金鹰专厅	50.00	786.48	15.73
	重庆环球金融中心专厅	73.00	690.37	9.46

	无锡商业大厦专厅	132.86	659.51	4.96
	太原铜锣湾专厅	63.00	632.76	10.04
	苏州久光百货专厅	55.00	624.00	11.35
	南京德基专厅	97.80	407.53	4.17
	西安小寨赛格专厅	65.00	399.48	6.15
	南京新街口金鹰专厅	35.00	393.88	11.25
	青岛台东利群专厅	60.00	389.52	6.49
	淮安金鹰专厅	50.00	381.62	7.63
	烟台振华商厦专厅	54.40	373.98	6.87
	西安东大街开元专厅	91.00	361.73	3.98
	南京中央商场专厅	73.00	356.28	4.88
	徐州金鹰专厅	50.00	348.98	6.98
	南京新百蓝色火焰专厅	70.00	347.37	4.96
	青岛麦凯乐专厅	47.20	337.88	7.16
	苏州石路国际商城专厅	65.00	334.23	5.14
	宜兴华地专厅	60.00	333.58	5.56
	南通文峰专厅	30.00	330.74	11.02
	盐城商业大厦专厅	54.00	329.60	6.10
	江阴华地百货专厅	18.00	325.67	18.09
	苏州美罗商场专厅	100.00	323.26	3.23
	天津乐天百货专厅	79.00	315.12	3.99
	淮安中央新亚专厅	80.00	310.54	3.88
	扬州文昌阁金鹰专厅	50.00	308.83	6.18
	通州文峰专厅	64.00	303.89	4.75

2015-12-31

类别	店面名称	面积	存货余额	单位面积存货余额
直营店	上海淮海中路店	630.00	2,122.86	3.37
	宜兴蛟桥河步行街店	334.17	1,807.28	5.41
	苏州观前街店	650.00	1,158.34	1.78
	南通南大街三店	302.52	799.78	2.64
	合肥万达店	168.61	782.84	4.64
	江阴人民中路二店	125.00	755.14	6.04
	宁波天一广场二店	163.00	689.91	4.23
	常州南大街一店	435.00	681.93	1.57
	泰兴鼓楼南路店	129.29	669.57	5.18
	南京新街口店	685.95	663.59	0.97
	江阴人民中路翡翠店	280.00	587.67	2.10
	南京新街口万达店	513.22	566.77	1.10
	连云港步行街东街店	252.05	524.39	2.08
	靖江南京路店	330.75	491.46	1.49
	太仓新华街店	103.00	451.28	4.38
	南京江宁万达店	195.90	446.73	2.28

	无锡人民中路店	55.00	435.11	7.91
	张家港杨舍步行街店	480.00	354.12	0.74
	淮安金马广场店	255.20	352.99	1.38
	无锡中山路一店	298.00	349.32	1.17
	扬州文昌中路店	322.03	344.34	1.07
	泰州坡子街店	60.00	340.60	5.68
	溧阳西大街店	375.60	339.30	0.90
	南京湖南路二店	370.00	315.21	0.85
	重庆龙湖时代天街购物中心店	74.05	303.99	4.11
	昆山人民南路店	297.86	285.66	0.96
	靖江骥江中路店	193.00	277.83	1.44
	天津恒隆广场店	178.00	276.73	1.55
	盐城浠沧店	132.56	275.67	2.08
	南京太平南路店	276.70	268.67	0.97
	常熟方塔街店	308.25	268.06	0.87
	合肥天鹅湖万达店	204.68	264.30	1.29
专厅	南京中央商场专厅	73.00	992.56	13.60
	盐城金鹰专厅	50.00	742.66	14.85
	青岛麦凯乐专厅	47.20	699.13	14.81
	重庆环球金融中心专厅	73.00	676.66	9.27
	苏州久光百货专厅	55.00	640.17	11.64
	无锡商业大厦专厅	132.86	586.44	4.41
	扬州文昌阁金鹰专厅	50.00	534.53	10.69
	泰州金鹰专厅	30.00	527.11	17.57
	启东文峰大世界专厅	40.00	438.67	10.97
	江阴华地百货专厅	18.00	423.33	23.52
	太原铜锣湾专厅	63.00	404.47	6.42
	西安小寨赛格专厅	65.00	400.10	6.16
	合肥商之都专厅	31.00	381.19	12.30
	青岛台东利群专厅	60.00	368.43	6.14
	天津乐天百货专厅	79.00	361.85	4.58
	南京德基专厅	97.80	351.72	3.60
	淮安中央新亚专厅	80.00	346.72	4.33
	宜兴华地专厅	60.00	335.06	5.58
	烟台振华商厦专厅	54.40	334.22	6.14
	盐城商业大厦专厅	54.00	330.43	6.12
	南京新百蓝色火焰专厅	70.00	329.71	4.71
	南京新街口金鹰专厅	35.00	319.45	9.13
	徐州金鹰专厅	50.00	313.43	6.27
	西安东大街开元专厅	91.00	309.81	3.40
	南通文峰专厅	30.00	299.05	9.97

	南通金鹰专厅	42.00	287.62	6.85
	常州武进八佰伴专厅	57.00	279.02	4.90
	宜兴新苏南专厅	50.00	268.76	5.38
	天津伊势丹专厅	49.70	265.40	5.34
	南通八佰伴专厅	50.00	264.73	5.29
2014-12-31				
类别	店面名称	面积	存货余额	单位面积存货余额
直营店	南京新街口店	685.95	1,727.15	2.52
	苏州观前街店	650.00	1,247.30	1.92
	常州南大街一店	435.00	1,238.44	2.85
	上海淮海中路店	630.00	1,120.82	1.78
	南京湖南路二店	370.00	1,079.55	2.92
	常熟方塔街店	308.25	1,076.55	3.49
	南通南大街三店	302.52	994.94	3.29
	无锡人民中路店	55.00	858.96	15.62
	靖江南京路店	330.75	820.71	2.48
	沈阳中街恒隆广场店	53.00	679.19	12.81
	宜兴蛟桥河步行街店	334.17	677.85	2.03
	合肥万达店	168.61	654.61	3.88
	南京新街口万达店	513.22	597.52	1.16
	江阴人民中路二店	125.00	575.90	4.61
	无锡万象城店	111.00	523.80	4.72
	淮安金马广场店	255.20	520.07	2.04
	镇江商业城购物广场店	135.00	513.46	3.80
	萧山市心路店	280.00	506.28	1.81
	泰州坡子街店	60.00	489.27	8.15
	江阴人民中路翡翠店	280.00	476.88	1.70
	泰兴鼓楼南路店	129.29	449.26	3.47
	张家港杨舍步行街店	480.00	432.99	0.90
	宁波天一广场店	120.00	427.92	3.57
	盐城浠沧店	132.56	414.52	3.13
	溧阳西大街店	375.60	407.71	1.09
	无锡中山路一店	298.00	380.72	1.28
	太仓新华街店	103.00	374.76	3.64
	靖江骥江中路店	193.00	367.11	1.90
	南京太平南路店	276.70	356.50	1.29
	连云港步行街东街店	252.05	350.14	1.39
	扬州文昌中路店	322.03	341.07	1.06
	武汉水果湖店	255.81	304.04	1.19
专厅	无锡商业大厦专厅	132.86	1,431.76	10.78
	盐城金鹰专厅	50.00	997.65	19.95
	南京德基专厅	97.80	962.23	9.84

	南京新街口金鹰专厅	35.00	957.82	27.37
	东营振华百货专厅	78.00	840.30	10.77
	青岛麦凯乐专厅	47.20	764.03	16.19
	杭州庆春路银泰专厅	32.00	758.23	23.69
	南通圆融金鹰蓝火专厅	127.00	749.89	5.90
	海门大东方专厅	104.00	689.59	6.63
	苏州久光百货专厅	55.00	675.28	12.28
	天津伊势丹专厅	49.70	455.67	9.17
	连云港苏宁广场专厅	48.00	442.41	9.22
	南京中央商场专厅	73.00	440.89	6.04
	宁波鄞州万达银泰专厅	30.00	419.35	13.98
	扬州文昌阁金鹰专厅	50.00	390.49	7.81
	泰兴鼓楼购物中心专厅	13.00	380.51	29.27
	溧阳金鹰专厅	40.00	371.97	9.30
	南京新百蓝色火焰专厅	70.00	371.08	5.30
	南通文峰专厅	30.00	342.00	11.40
	徐州金鹰专厅	50.00	330.51	6.61
	泰州金鹰专厅	30.00	319.72	10.66
	烟台振华商厦专厅	54.40	310.09	5.70
	南通金鹰专厅	42.00	303.34	7.22
2013-12-31				
类别	店面名称	面积	存货余额	单位面积存货余额
直营店	南京新街口店	685.95	2,981.79	4.35
	宜兴蛟桥河步行街店	334.17	1,678.84	5.02
	苏州观前街店	650.00	1,654.93	2.55
	上海淮海中路店	630.00	1,378.37	2.19
	合肥万达店	168.61	1,352.62	8.02
	常州南大街一店	435.00	1,230.70	2.83
	南京新街口万达店	513.22	1,083.26	2.11
	南通南大街三店	302.52	917.19	3.03
	无锡人民中路店	55.00	822.43	14.95
	镇江商业城购物广场店	135.00	820.83	6.08
	溧阳西大街店	375.60	757.44	2.02
	靖江南京路店	330.75	683.99	2.07
	南京湖南路二店	370.00	672.69	1.82
	扬州文昌中路店	322.03	671.99	2.09
	江阴人民中路翡翠店	280.00	626.94	2.24
	无锡中山路一店	298.00	572.31	1.92
	张家港杨舍步行街店	480.00	561.62	1.17
	江阴人民中路二店	125.00	555.96	4.45
	芜湖镜湖万达店	110.81	544.68	4.92
	湖州红旗路店	180.00	493.75	2.74

	常熟方塔街店	308.25	490.57	1.59
	北京东方银座店	115.00	473.45	4.12
	泰兴鼓楼南路店	129.29	469.80	3.63
	宁波天一广场店	120.00	462.94	3.86
	常州南大街二店	180.69	451.65	2.50
	靖江骥江中路店	193.00	447.33	2.32
	太仓新华街店	103.00	417.93	4.06
	萧山市心路店	280.00	415.42	1.48
	盐城浠沧店	132.56	393.77	2.97
	南京太平南路店	276.70	393.48	1.42
	泰州坡子街店	60.00	383.88	6.40
	无锡中山路二店	113.00	382.99	3.39
	连云港步行街东街店	252.05	354.60	1.41
	吴江永康路店	106.97	349.97	3.27
	江阴人民中路一店	107.00	339.47	3.17
	南京江宁万达店	195.90	338.99	1.73
	嘉兴禾兴南路店	140.00	337.56	2.41
	武汉水果湖店	255.81	335.28	1.31
	南通南大街二店	110.00	334.44	3.04
	淮安金马广场店	255.20	334.29	1.31
	绍兴润和世纪广场店	158.21	307.85	1.95
	大连新玛特店	109.00	302.89	2.78
专厅	南京中央商场专厅	73.00	1,926.02	26.38
	无锡商业大厦专厅	132.86	1,270.75	9.56
	苏州久光百货专厅	55.00	923.80	16.80
	南京德基专厅	97.80	883.09	9.03
	徐州金鹰专厅	50.00	596.15	11.92
	南通文峰专厅	30.00	496.93	16.56
	宜兴华地专厅	60.00	488.19	8.14
	马鞍山八佰伴专厅	48.00	479.63	9.99
	南京新街口金鹰专厅	35.00	477.05	13.63
	南通八佰伴专厅	50.00	450.40	9.01
	扬州文昌阁金鹰专厅	50.00	440.75	8.81
	合肥鼓楼百货专厅	24.00	371.29	15.47
	溧阳金鹰专厅	40.00	370.99	9.27
	常熟华地百货专厅	70.00	357.86	5.11
	盐城金鹰专厅	50.00	356.07	7.12
	天津乐天百货专厅	79.00	333.41	4.22
	西安东大街开元专厅	91.00	306.62	3.37

报告期各期末，各直营店、专厅单位面积的平均存货余额差异较大，总体而言，专厅单位面积存货平均余额大于直营店单位面积存货平均余额。报告期末，存货余额较大的直营店、专厅的平均存货余额情况如下：

单位：万元/平方米

店面名称	2016-3-31	2015-12-31	2014-12-31	2013-12-31
直营店	2.48	1.99	2.33	2.73
专厅	6.77	7.37	10.24	10.17

2013年直营店、专厅的单位面积平均存货余额相对较高，2014年后，单位面积平均存货余额总体呈下降趋势；2014年后，公司开始逐渐调整存货铺货策略，目前大部分店面减少了铺货数量，适当控制总体存货余额，在店面布置上更加注重客户体验，适当增加客户休息区域，同时增加了用单独高柜展示明星饰品的陈列方式，彰显高端产品的档次，这导致店面的平均铺货余额下降。

2014年末专厅的单位面积平均存货余额偏高，系因2014年末时，部分专厅参加了公司大型巡展活动，公司总部拨出大量商品在该部分专厅陈列，待活动结束后，用于巡展的商品会返回总部，因此，导致2014年末，专厅的单位面积平均存货余额偏高。

⑧评估机构对发行人报告期期末珠宝类存货价值的评估情况

公司委托中恒誉资产评估有限公司分别以2013年6月30日、2015年6月30日、2016年3月31日为评估基准日，对公司珠宝类存货价值进行评估。

经中恒誉资产评估有限公司评估，在评估基准日 2013 年 6 月 30 日，通灵珠宝股份有限公司珠宝类存货评估结果如下：

单位：万元

项目	账面价值	评估值	增减值	增值率
贵金属饰品	3, 024. 26	2, 781. 23	-243. 04	-8. 04%
钻石饰品	60, 996. 38	66, 328. 22	5, 331. 84	8. 74%
翡翠饰品	27, 630. 06	29, 402. 57	1, 772. 51	6. 42%
彩宝饰品	166. 54	175. 89	9. 36	5. 62%
原材料	9, 400. 41	11, 197. 60	1, 797. 19	19. 12%

其它	528.87	486.98	-41.89	-7.92%
合计	101,746.53	110,372.49	8,625.97	8.48%

经中恒誉资产评估有限公司评估，在评估基准日 2015 年 6 月 30 日，通灵珠宝股份有限公司珠宝类存货评估结果如下：

单位：万元

项目	期末成本(含税)	评估值	增减值	增值率
贵金属饰品	2,955.49	2,345.74	-609.75	-20.63%
钻石饰品	74,605.85	72,891.89	-1,713.96	-2.30%
翡翠饰品	29,194.96	32,021.23	2,826.27	9.68%
彩宝饰品	210.63	220.64	10.01	4.75%
原材料	18,650.29	18,405.00	-245.29	-1.32%
其它	282.90	274.90	-8.00	-2.83%
合计	125,900.12	126,159.40	259.28	0.21%

经中恒誉资产评估有限公司评估，在评估基准日 2016 年 3 月 31 日，通灵珠宝股份有限公司珠宝类存货评估结果如下：

单位：万元

项目	期末成本(含税)	评估值	增减值	增值率
贵金属饰品	3,101.48	2,643.42	-458.06	-14.77%
钻石饰品	72,204.97	72,458.68	253.71	0.35%
翡翠饰品	30,585.66	32,239.30	1,653.64	5.41%
彩宝饰品	752.22	761.83	9.61	1.28%
原材料	24,931.13	23,577.45	-1,353.68	-5.43%
其他	275.16	261.68	-13.48	-4.90%
合计	131,850.62	131,942.36	91.74	0.07%

报告期内，评估机构采用成本法和市场法对发行人珠宝类存货进行评估，以评估对象的重置成本作为其评估价值。在成本法下，评估机构以中国大陆主要珠宝首饰加工制造企业原材料及产成品交易市场和工艺制作市场中的基准日价格数据作为计算参数。其中，贵金属饰品成本=基础金价×贵金属含量百分比×重量+工费，贵金属基准价为当期上海黄金交易所发布的价格；钻石镶嵌饰品成本=钻石克拉单价×钻石重量+基础金价×贵金属含量百分比×【镶嵌贵金属重量/（1-损耗率）】+工费，钻石价格取值以当期上海钻石交易所交易价格为准；其他

饰品的估值计算是从购置成本的角度进行。在市场法下，评估机构选择与评估对象相同或相似的资产作为对比参照物，分析参照物的成交价和交易条件，并就影响价格的有关因素进行对比调整，从而确定评估对象价值。

报告期内，发行人的评估值较账面值发生增减值，主要是由于当期基础金价、钻石单价等原材料价格发生波动导致评估对象的重置成本较其账面值存在差异导致的。

⑨评估机构对发行人 2016 年 3 月 31 日珠宝类存货进行评估的过程

中恒誉资产评估有限公司是经由财政部批准、工商管理部门登记注册的珠宝首饰艺术品专业资产评估机构，发行人委托中恒誉资产评估有限公司对发行人截止 2016 年 3 月 31 日的珠宝首饰存货进行了评估。

A、评估过程

评估人员在进行现场工作清查前，制定现场清查实施计划，按资产类型和分布特点，分组派出专业人员分赴南京总部、深圳委外工厂以及各地门店。现场主要工作程序包括：

a、由具备珠宝鉴定专业资质的评估人员核实资产

评估机构获取了发行人截止 2016 年 3 月 31 日的存货清单及明细表，在此基础上，评估机构结合公司存货的特点、存货管理制度、过去的评估经验，对存货评估范围、区域、时间、人员及注意事项进行确定与安排，自 2016 年 3 月底开始逐店进行存货盘点及评估工作，具体如下表所示：

区域	范围	盘点时间	评估（盘点）人员	翡翠饰品数量（件）	钻石饰品数量（件）
北京	北京复兴门百盛专厅	2016/3/28	全承慧子、温晓娜		196.00
	北京龙湖百盛专厅		全承慧子、郭晓花		380.00
	北京王府井百货大楼专厅		全承慧子、张娟		407.00
	北京英特宜家购物中心店		全承慧子、李爽	67.00	518.00
温州	温州银泰百货世贸专厅	2016/3/28	张佰峰、李燕燕		429.00
溧阳	溧阳八佰伴专厅	2016/3/28	刘结文、冯仙	83.00	309.00
	溧阳金鹰专厅		刘结文、王丽	85.00	341.00

	溧阳西大街店		曲梦、潘蓉洁	205.00	546.00
宁波	宁波第二百货专厅	2016-3-28～2016-3-30	张佰峰、梁慧		508.00
	宁波东门银泰百货专厅		张佰峰、王婷婷	30.00	486.00
	宁波奉化银泰专厅		张佰峰、梁慧		538.00
	宁波环球城银泰专厅		张佰峰、王婷婷		455.00
	宁波江东银泰专厅		张佰峰、王婷婷	12.00	451.00
	宁波天一广场二店		张佰峰、梁慧	81.00	773.50
	宁波天一银泰百货专厅		张佰峰、梁慧		295.00
	宁波鄞州万达银泰专厅		张佰峰、王婷婷		567.00
南通	南通八佰伴专厅	2016-3-28～2016-3-31	焦兴华、陈玉霞	122.00	622.00
	南通城市广场文峰专厅		焦兴华、王冰燕、杨霞		375.00
	南通金鹰专厅		焦兴华、李铁泉、卢长敏	118.00	460.50
	南通南大街三店		焦兴华、李铁泉	339.00	912.00
	南通文峰专厅		焦兴华、李烽		777.00
	南通圆融金鹰蓝火专厅		焦兴华、王冰燕	115.00	497.00
	南通中南百货专厅		焦兴华、王冰燕	61.00	376.00
宜兴	宜兴八佰伴专厅	2016/3/29	刘结文、郭田云	82.00	311.00
	宜兴和信专厅		刘结文、王冠英		347.50
	宜兴华地专厅		刘结文、王萍	123.00	276.00
	宜兴蛟桥河步行街店		曲梦、郭田云	460.00	701.00
	宜兴万达广场店		刘结文、朱存神	40.00	217.00
	宜兴新东方百货专厅		曲梦、王萍	77.00	235.00
	宜兴新苏南专厅		曲梦、薛莲	101.00	264.00
启东	启东人民中路店	2016/3/29	焦兴华、邱惠香	103.00	576.00
	启东文峰大世界专厅		焦兴华、张云云	64.00	453.00
海门	海门大东方专厅	2016/3/29	焦兴华、袁红、施向妹	114.00	494.00

	海门文峰专厅		焦兴华、袁红	90.00	406.00
	海门文化宫店		焦兴华、袁红	96.00	396.00
天津	天津恒隆广场店	2016-3-29～2016-3-30	全承慧子、张冬雪	137.00	519.00
	天津乐天百货专厅		全承慧子、杜婧然	191.00	460.00
	天津乐天文化专厅		全承慧子、吉艳楠	115.00	402.00
	天津伊势丹专厅		全承慧子、李晓晨	234.00	504.00
	天津金元宝专厅		全承慧子、刘浩		435.00
通州	通州文峰专厅	2016/3/30	焦兴华、褚丽	144.00	593.00
绍兴	绍兴百盛专厅	2016-3-30～2016-3-31	张佰峰、王菊花		411.00
	绍兴金帝银泰百货专厅		张佰峰、孔祥冉		434.00
	绍兴银泰百货专厅		张佰峰、陈妃		360.50
无锡	无锡八佰伴百货专厅	2016-3-30～2016-4-1	曲梦、杨娴媛	53.00	511.00
	无锡百盛专厅		曲梦、陈丹丹		282.00
	无锡惠山万达店		曲梦、赵春眉		363.00
	无锡茂业百货专厅		刘结文、杨志新	79.00	429.00
	无锡人民中路店		曲梦、聂幸琴	184.00	629.50
	无锡商业大厦专厅		刘结文、杨凌云	184.00	1,131.00
	无锡万达百货专厅		刘结文、李艳	73.00	373.00
	无锡万象城店		刘结文、黄燕	79.00	440.00
	无锡宜家购物中心店		曲梦、朱晓华	4.00	427.00
	无锡中山路一店		刘结文、代林	138.00	483.00
常熟	常熟百盛专厅	2016/3/31	焦兴华、苏红		336.00
	常熟方塔街店		焦兴华、苏红、张瑞敏	86.00	475.00
	常熟华地百货专厅		焦兴华、苏红、李超	64.00	333.00
诸暨	诸暨雄风百货专厅	2016/3/31	张佰峰、李高青		346.00
	诸暨一百专厅		张佰峰、阮洁洁		393.00
沈阳	沈阳乐天百货专厅	2016-3-31～2016-4-1	全承慧子、常宏		573.00
	沈阳中街恒隆广场店		全承慧子、李娜		473.00

	沈阳中街新玛特专厅		全承慧子、郭宏玉		565.00
	沈阳太原街万达店		全承慧子、闫维		800.00
	沈阳中兴商业大厦专厅		全承慧子、吴茜		568.00
张家港	张家港凯丽专厅	2016/4/1	焦兴华、陈若峰	26.00	310.00
	张家港曼巴特广场专厅		焦兴华、陈若峰	1.00	368.00
	张家港商业大厦专厅		焦兴华、陈若峰		323.00
	张家港杨舍步行街店		焦兴华、陈若峰	261.00	493.00
上虞	上虞大通专厅	2016/4/1	张佰峰、詹利利		355.00
吴江	吴江盛泽舜新路店	2016/4/1	刘结文、曹丹	87.00	251.00
	吴江万亚专厅		刘结文、王文娟		382.50
	吴江永康路店		刘结文、周燕		418.00
苏州	苏州观前街店	2016-4-1～2016-4-4	曲梦、张丽	378.00	1,251.50
	苏州观前美罗专厅		曲梦、李莉	49.00	340.00
	苏州广济南路新苏天地专厅		刘结文、王月娟		288.00
	苏州久光百货专厅		曲梦、袁丽丽	129.00	495.00
	苏州绿宝广场专厅		曲梦、李晓燕		321.00
	苏州美罗商场专厅	2016-4-1～2016-4-4	曲梦、石力锋	83.00	431.00
	苏州木渎天虹专厅		曲梦、曹萍	59.00	371.00
	苏州平江万达店		刘结文、李忠丽	48.00	294.00
	苏州人民商场专厅		刘结文、钱露露		238.00
	苏州石路店		刘结文、彭哲威	97.00	384.50
	苏州石路国际商城专厅		刘结文、王赞月	132.00	319.00
	苏州天虹百货专厅		曲梦、张颖	85.00	387.00
	苏州吴中万达店		曲梦、张冲	31.00	295.00
金华	金华天地银泰专厅	2016/4/2	张佰峰、张巧婷		536.50

宿迁	宿迁金鹰专厅	2016/4/5	张佰峰、方孝玲	118.00	388.00
	宿迁水韵城店		张佰峰、方孝玲	73.00	280.00
	宿迁幸福路店		张佰峰、方孝玲	113.00	245.00
徐州	徐州百大专厅	2016-4-5～2016-4-7	张佰峰、陈红	120.00	368.00
	徐州金鹰人民广场专厅		张佰峰、朱琳		301.00
	徐州金鹰专厅		张佰峰、朱琳	133.00	478.50
	徐州银座商城专厅		张佰峰、朱琳		267.00
	徐州云龙万达店		张佰峰、朱琳		270.00
	徐州中山北路店（金地店）		张佰峰、朱琳	137.00	419.00
太原	太原柳巷茂业专厅	2016/4/6	全承慧子、王剑慧	2.00	626.00
	太原铜锣湾专厅		全承慧子、王洁	125.00	803.00
淮北	淮北淮海中路华松专厅	2016/4/6	张佰峰、叶青		300.00
	淮北金鹰专厅		张佰峰、刘欢		430.00
泰州	江苏通灵翠钻有限公司泰州坡子街店	2016-4-6～2016-4-7	焦兴华、傅红霞	120.00	712.00
	泰州第一百货专厅		焦兴华、傅红霞		442.00
	泰州金鹰专厅		焦兴华、傅红霞	142.00	644.00
	泰州茂业天地专厅		焦兴华、傅红霞		410.00
	泰州万达店		焦兴华、傅红霞		379.00
	泰州文峰专厅		焦兴华、傅红霞		321.00
杭州	杭州百货大楼专厅	2016-4-6～2016-4-8	曲梦、张显翠		294.00
	杭州城西银泰专厅		曲梦、章碧韵		358.00
	杭州大厦百货专厅		曲梦、李太慧	1.00	504.00
	杭州湖滨银泰百货专厅		曲梦、管晴霞		358.00
	杭州临平银泰专厅		曲梦、邵芬		316.00
	杭州庆春路银泰专厅		曲梦、吴金燕		421.00
	杭州武林银泰专厅		曲梦、马瑛莹		357.00

	杭州西湖银泰专厅		曲梦、甘海平		334.00
萧山	萧山市心路店	2016-4-6～2016-4-8	曲梦、缪华	11.00	864.00
	萧山银隆百货专厅		曲梦、陈捷		428.00
姜堰	姜堰步行街店	2016/4/7	焦兴华、彭美娟	79.00	470.00
扬州	扬州京华城金鹰专厅	2016-4-7～2016-4-8	焦兴华、朱丽伟	70.00	500.00
	扬州文昌阁金鹰专厅		焦兴华、朱丽伟	115.00	627.00
	扬州文昌中路店		焦兴华、朱丽伟	94.00	540.00
南京	南京百家湖金鹰专厅	2016-4-7～2016-4-12	刘结文、周艳梅		422.00
	南京大厂永利广场店		刘结文、祝莉莉	86.00	319.00
	南京德基专厅		刘结文、韩俊	27.00	457.00
	南京河西万达店		刘结文、李学毳	118.00	450.00
	南京湖南路二店		刘结文、庄慧	144.00	502.00
	南京江宁万达店		刘结文、马凤玲	150.00	563.00
	南京金浦广场店		刘结文、孙玉婷	21.00	457.00
	南京桥北大洋专厅		刘结文、章莺	27.00	323.00
	南京商厦专厅		刘结文、唐倩	2.00	394.00
	南京太平南路店		刘结文、冯娟娟	179.00	627.00
	南京太平洋商场专厅		刘结文、陆骏		346.00
	南京同曦假日百货万尚城专厅		刘结文、孙海平	90.00	297.00
	南京新百蓝色火焰专厅		刘结文、顾有飞		565.00
	南京新百专厅		刘结文、顾有飞		490.00
	南京新街口大洋专厅		刘结文、陈利云	32.00	385.00
	南京新街口店		刘结文、沈莉	250.00	639.00
	南京新街口金鹰专厅		刘结文、阚伟	73.00	575.00
	南京新街口万达店		刘结文、张欣	219.00	740.00
	南京中央商场专厅		刘结文、郑力	48.00	797.00
	南京珠江路金鹰天地专厅		刘结文、张静	32.00	272.00

仪征	仪征国庆路店	2016/4/8	焦兴华、杜晶晶	122.00	374.00
连云港	连云港步行街东街店	2016/4/8	张佰峰、蒋月月、王佳佳	200.00	774.00
	连云港步行街中街店		张佰峰、蒋月月	123.00	548.00
	连云港苏宁广场专厅		张佰峰、蒋月月、雷婷婷	81.00	436.00
	连云港中央商场专厅		张佰峰、蒋月月、高寰	103.00	429.00
湖州	湖州爱山银泰百货专厅	2016/4/8	曲梦、严丽华		449.00
	湖州银泰百货专厅		曲梦、严丽华		335.00
海宁	海宁银泰专厅	2016/4/9	曲梦、陆燕		313.00
嘉兴	嘉兴戴梦得专厅	2016/4/9	曲梦、程庆美		344.00
	嘉兴万达百货专厅		曲梦、马亚芳		309.00
	嘉兴八佰伴专厅		曲梦、钟媛媛		
芜湖	芜湖百大专厅	2016-4-9～2016-4-10	焦兴华、王庆		170.00
	芜湖华亿蓝火专厅		焦兴华、王庆		439.00
	芜湖华亿专厅		焦兴华、王庆		389.00
	芜湖镜湖万达店		焦兴华、王庆	179.00	244.00
	芜湖侨鸿（金鹰）专厅		焦兴华、王庆		
	芜湖苏宁广场店		焦兴华、郭鹭		214.00
	芜湖新百专厅		焦兴华、王庆		286.00
	芜湖星隆华亿专厅		焦兴华、王庆		229.00
	芜湖银泰专厅		焦兴华、王庆	136.00	260.00
淮安	淮安金马广场店	2016-4-9～2016-4-10	张佰峰、刘珠帜	196.00	754.00
	淮安金鹰专厅		张佰峰、刘珠帜	93.00	505.50
	淮安万达店		张佰峰、刘珠帜	74.00	248.00
	淮安中央新亚专厅		张佰峰、刘珠帜	129.00	620.00
马鞍山	马鞍山八佰伴专厅	2016/4/11	焦兴华、阎艳	99.00	348.00
	马鞍山金鹰专厅		焦兴华、阎艳		470.00
	马鞍山万达店		焦兴华、朱莹莹		511.00
盐城	盐城金鹰蓝火专厅	2016/4/11	张佰峰、陈艳华		229.00
	盐城金鹰专厅		张佰峰、陈艳华	162.00	735.50

	盐城聚龙湖金鹰专厅		张佰峰、陈艳华	92.00	396.00
	盐城浠沧店		张佰峰、陈艳华	161.00	638.00
	盐城商业大厦专厅		张佰峰、韦玲	132.00	610.00
南京总部	通灵珠宝股份有限公司	2016-4-13～2016-4-15	焦兴华、刘结文、全承慧子、曲梦、张佰峰、吴英宏、相良萍、吕月红、庄蕾、宋丽、刘传仙、常桂萍、孙蓉、李蓉、沙敏、陈琳	12,504.50	63,857.00
武汉	武汉世贸专厅	2016/4/16	张佰峰、钱红	6.00	541.00
	武汉水果湖店		张佰峰、钱红	148.00	515.00
	武汉王府井专厅		张佰峰、钱红		404.00
	武汉徐东销品茂专厅		张佰峰、钱红	15.00	460.00
	武汉中商购物广场专厅		张佰峰、钱红		336.00
郑州	郑州大卫城丹尼斯百货专厅	2016-4-17～2016-4-18	张佰峰、付聪		354.00
	郑州人民路丹尼斯百货专厅		张佰峰、建珍珍	72.00	462.00
	郑州中原万达店		张佰峰、闫亚如		336.00
南阳	南阳丹尼斯百货专厅	2016/4/18	张佰峰、马秀		501.00
昆山	昆山金鹰天地专厅	2016-4-19～2016-4-20	曲梦、范燕	2.00	464.00
	昆山前进百盛专厅		曲梦、张丹丹		327.00
	昆山人民南路店		曲梦、郭惠芳	155.00	490.00
	昆山商厦专厅		曲梦、孙凌燕	2.00	499.00
	昆山亭林路店		曲梦、唐文娟	129.00	252.00
太仓	太仓华联商厦专厅	2016/4/20	曲梦、王志瑾		357.00
	太仓新华街店		曲梦、李晓红	150.00	516.00
镇江	镇江八佰伴专厅	2016-4-20～2016-4-21	全承慧子、周筠	30.00	313.00
	镇江万达广场店		全承慧子、李玲		333.00
	镇江商业城购物广场店		全承慧子、孙鹏	163.00	460.00
	镇江商业城专厅		全承慧子、刘静、陈诚	42.00	285.00

扬中	扬中商城专厅	2016/4/21	全承慧子、殷娜	86.00	334.00
	扬中雨润中央专厅		全承慧子、高琪	71.00	289.50
上海	上海淮海中路店	2016/4/21	曲梦、薛致远	434.00	1,012.00
	上海新世界专厅		曲梦、孔翠翠		383.00
西安	西安东大街开元专厅	2016-4-21～2016-4-22	焦兴华、崇彦军		623.00
	西安民生百货骡马市专厅		焦兴华、崇彦军	173.00	528.50
	西安曲江银泰专厅		焦兴华、崇彦军	25.00	626.00
	西安西大街百盛专厅		焦兴华、崇彦军	76.00	351.00
	西安小寨赛格专厅		焦兴华、崇彦军		545.00
丹阳	丹阳华地专厅	2016/4/22	全承慧子、夏黎芳、徐琴	70.00	337.00
	丹阳金鹰专厅		全承慧子、沈燕华、姚伟	43.00	350.00
烟台	烟台振华购物中心专厅	2016/4/22	张佰峰、杜雪娟	111.00	449.00
	烟台振华商厦专厅		张佰峰、王海镇	64.00	826.00
青岛	青岛黄岛麦凯乐专厅	2016-4-22～2016-4-24	曲梦、胡丽丽	96.00	406.00
	青岛黄岛长江利群专厅		曲梦、丁浩		345.00
	青岛李沧万达店		曲梦、石栋	91.00	589.00
	青岛利群财富广场专厅		曲梦、陆婷婷	86.00	370.00
	青岛麦凯乐专厅		曲梦、郭永峰	93.00	852.00
	青岛台东利群专厅		曲梦、石荣荣	72.00	884.00
	青岛新都心麦凯乐专厅		曲梦、李家运		517.00
	青岛阳光百货专厅		曲梦、于笑笑		337.00
成都	成都春熙茂业专厅	2016/4/23	焦兴华、谢玲丽		325.00
	成都群光广场专厅		焦兴华、谢玲丽		330.00
	成都盐市口茂业专厅		焦兴华、谢玲丽		341.00

	成都总府路王府井专厅		焦兴华、谢玲丽		252.00
金坛	金坛八佰伴专厅	2016/4/23	全承慧子、许丹丹	49.00	269.00
	金坛东门大街店		全承慧子、姜小莉	87.00	314.00
济南	济南恒隆广场店	2016/4/23	张佰峰、刘彩凤		497.00
	济南银座商城专厅		张佰峰、刘彩凤、顾蓓蓓		366.00
	济南玉函银座专厅		张佰峰、刘彩凤、王静	140.00	485.00
聊城	聊城五星百货专厅	2016/4/23	张佰峰、金廷敏、杨玉敏		582.00
常州	常州武进八佰伴专厅	2016-4-23～2016-4-25	全承慧子、居翠、李兰	72.00	272.00
	常州武进富克斯专厅		全承慧子、陆琅怡、李兰		493.50
	常州武进万达店		全承慧子、陈燕丽、李兰		342.00
	常州南大街一店		全承慧子、张婕	216.00	940.00
	常州新北万达百货专厅		全承慧子、张娜		364.00
	常州新世纪专厅		全承慧子、杨华霞		365.00
	常州购物中心专厅		全承慧子、王莉		368.00
合肥	合肥百大 CBD 专厅	2016-4-23～2016-4-26	刘结文、林美慧		375.00
	合肥百货大楼专厅		刘结文、李婷		327.00
	合肥百盛商场专厅		刘结文、余小兵		452.00
	合肥大洋专厅		刘结文、刘梅		421.00
	合肥港汇专厅		刘结文、贾斌		463.00
	合肥鼓楼百货专厅		刘结文、张萍	4.00	508.00
	合肥乐普生专厅		刘结文、李洁		278.00
	合肥商之都专厅		刘结文、张艳		430.00
	合肥天鹅湖万达店		刘结文、彭莉萍	100.00	671.00
	合肥万达店		刘结文、李鑫鑫	218.00	987.00
	合肥万象城店		刘结文、刘彬		488.00
东营	东营百货大楼专厅	2016/4/24	张佰峰、李菲		383.00
	东营利群商厦专		张佰峰、张艳华	75.00	256.00

	厅				
	东营银座专厅		张佰峰、赵佳新	114.00	358.00
	东营振华百货专厅		张佰峰、赵佳新	149.00	437.00
平度	平度利群专厅	2016/4/24	曲梦、徐燕		481.00
重庆	重庆华润万象城店	2016/4/25	焦兴华、黄修竹	75.00	337.00
	重庆环球金融中心专厅		焦兴华、程伟	66.00	472.00
	重庆龙湖时代天街购物中心店		焦兴华、王晓惠	12.00	392.00
泰兴	泰兴鼓楼购物中心专厅	2016/4/26	张佰峰、周晓华		482.00
	泰兴鼓楼南路店		张佰峰、周晓华	261.00	749.50
靖江	靖江骥江中路店	2016-4-26～2016-4-27	张佰峰、徐小丽	169.00	558.50
	靖江南京路店		张佰峰、徐小丽	252.00	795.50
	靖江文峰专厅		张佰峰、徐小丽	73.00	332.00
江阴	江阴人民中路二店	2016-4-27～2016-4-28	张佰峰、唐琳娟	162.00	647.50
	江阴人民中路翡翠店		张佰峰、唐琳娟	265.00	299.00
	江阴华地百货专厅		张佰峰、黄霞	91.00	640.00
	江阴万达广场店		张佰峰、黄霞	55.00	372.00

评估机构对评估范围内的珠宝首饰资产进行了全面系统的清点核查工作，重点核查资产的种类及数量，对通灵珠宝提供的资产清单基本信息，包括品名、数量、贵金属重量及纯度、钻石及镶嵌钻石重量及品质级别等进行了核查，并对流通中的资产进行了充分的关注。经现场清点核查后，由双方工作人员在实时存货盘点表上签字确认。

b、对资产进行描述、记录并照相

评估人员对资产进行全面清点盘查后，根据货品的种属、款式、物理状态等，对各类别资产进行详细描述、记录以及照相。

c、根据材质品质特点，现场进行种属鉴定、价值分析等

具有珠宝鉴定资质的评估人员现场对珠宝资产进行种属鉴定、鉴定复核、品质分析以及价值分析等工作。评估人员对资产进行分类分析，例如贵金属类重点关注了重量、标识印记以及检验纯度等，钻石饰品类重点关注了颜色、净度、切工等品质要素，宝玉石饰品类重点关注了主石种属、颜色、净度、重量等品质要

素。此外，还对鉴定证书的可靠性及实物与证书的对应情况进行了查验。

d、分析估算：评估机构本着独立、公正、客观的原则，结合评估对象特点，分析、整理评估工作资料，根据评估目的合理选择评估方法和技术参数，分析、归纳、判断、计算，得出评估结论。

e、综合分析、内部复核，独立撰写评估报告。

B、关于评估机构如何判断存货的真伪和档次

评估机构参与本次珠宝评估的评估人员都是长期从事珠宝鉴定业务、经过专门训练并获得珠宝评估相关资质证书、具有较高实际操作能力的专业人员。在现场评估中，根据通灵珠宝存货的特点，评估人员使用 10 倍放大镜、珠宝手电等便携设备，对珠宝实物进行种属鉴定、品质分析，并对货品证书进行了鉴定复核。

在此过程中，评估人员依据的国家标准包括：GB 11887－2012《首饰 贵金属纯度的规定及命名方法》、GB/T 16552－2010《珠宝玉石 名称》、GB/T 16553－2010《珠宝玉石 鉴定》、GB/T 16554－2010《钻石分级》、GB/T 23885－2009《翡翠分级》等。

同时，评估人员在现场根据不同种属的珠宝玉石，有侧重的进行了相关鉴定及分级工作。具体如下：

1、贵金属类重点关注了重量、标识印记以及检验纯度等；

2、钻石饰品类重点关注了重量、颜色、净度、切工等品质要素；

3、翡翠类饰品重点关注了翡翠的颜色、透明度、质地、净度、雕工等品质要素；

4、宝玉石饰品类重点关注了主石种属、颜色、净度、重量等品质要素。

下面以钻石、翡翠的鉴定为例，简要说明评估人员鉴别货品真实性的方法：

1、钻石的鉴定和评价

10X 放大镜是鉴定钻石的重要的工具，评估人员凭借 10X 放大镜来完成现场的钻石的鉴定和进行分级。主要步骤如下：

（1）观察钻石内部特征

钻石为天然矿物，一般都带有矿物包体、生长结构等各种天然的信息，这是钻石与其他人工仿制品的根本区别。

（2）观察腰部特征

由于钻石硬度很大，在加工时绝大多数钻石的腰部不抛光而保留粗面。这种粗糙而均匀的面呈毛玻璃状，又称“砂糖状”。而钻石的仿制品由于硬度小，虽然腰部亦都不精抛光，但在粗面上仍可保留打磨时的痕迹，如可见平行排列的抛光磨痕等，此外，为了获得最大质量，天然钻石腰围及其附近常常保留原始晶面，在许多钻石的腰部都可发现三角形、阶梯状生长纹或原始晶面等，据此即可准确地判断钻石的真伪。

（3）切磨质量的观察

钻石是一种贵重的高档宝石，其切磨质量要求很高，而且由于硬度最大，所以通常成品钻石“面平棱直”，棱线锐利，比率适中，修饰度好，很少出现大量的“尖点不尖”、“尖点不齐”、“抛光纹”等现象。而钻石的仿制品（合成立方氧化锆等）相对价格低廉，硬度小，棱线呈圆滑状，在反射光下为一条亮线，切磨质量往往较低，很难与钻石相混。

2、翡翠的鉴定及评价

评估人员利用 10x 放大镜及珠宝手电，仔细检查翡翠饰品，利用专业技能，判断区分天然翡翠（俗称“A 货”）、漂白充填处理翡翠（俗称“B”货）、染色处理翡翠（俗称“C 货”）及其仿制品，主要步骤如下：

（1）观察“翠性”和结构

翡翠的“翠性”，是指翡翠的矿物晶体面或解理面呈现的闪光面。“翠性”的明显程度是晶体颗粒大小的反映，矿物晶体颗粒越粗大，“翠性”越明显。此外，天然翡翠表面常出现“微波纹”，这是由于长柱状、束状晶体略具定向分布因硬度差异所造成的，是翡翠内部结构的外在反映。借助反射光在翡翠的表面寻找“翠性”以及“微波纹”，在透射光下注意观察翡翠特有的纤维交织结构，是天然翡翠特有的鉴定特征。而经处理的“B”货、“C”货翡翠，由于受到强酸强碱浸泡腐蚀，在表面及内部沿矿物晶体间形成溶蚀，产生内部的连通式裂隙，结构变得松散，在透射光照射下，可见内部纵横交织的裂隙；在反射光条件下，可观察到表面的溶蚀凹坑或蛛网状网纹。

（2）颜色

翡翠的颜色丰富多彩，不仅要观察颜色的色调，也要注意观察颜色的组合和分布(俗称“色根”)，以区别于其他相似玉石；还要观察颜色的分布，判断颜色

为原生还是次生或经人工染色所致。“B 货”翡翠的颜色分布无层次感，颜色分布漂浮无根，基底变得过于干净苍白。“C”货翡翠颜色沿颗粒间隙分布形成网脉状，或在较大裂隙咎聚集形成色团，颜色过于鲜艳，与基底的关系不自然。

（3）光泽

由于翡翠具有较高的折射率和较高的硬度，通常呈玻璃光泽。而“B”货、“C”货翡翠经强酸浸泡处理后，结构疏松，光泽变弱，呈蜡状光泽或树脂光泽。

经评估人员基于其专业技能对发行人存货实物进行现场鉴定并与国家相关质量鉴定部门出具的产品证书进行复核，发行人的珠宝存货货真价实。

C、关于评估过程中如何防止发行人串货

评估机构根据发行人截止 2016 年 3 月 31 日的珠宝类存货清单，结合存货的分布区域制定评估计划和人员安排，对发行人的存货进行现场核查。评估人员采取以下措施防止出现串货现象：1、评估人员预先取得发行人所有门店的地址和联系人等信息，评估具体行程事先未告知发行人，采用突击式到店的方式；2、在评估的过程中，不同区域同时开展工作，避免逐省逐区推进；3、评估人员在取得货品清单后，首先进行条码比对，确保不同的存货区域没有相同条码的货品，对于存货报表中存货结构相似的门店同时进行评估。

此外，评估人员根据各门店评估的具体时间与门店货品管理人员对柜台货品及各个细分库位的货品进行盘点，并签字确认《资产汇总表》。评估人员对基准日与实际盘点时间段内的门店货品销售情况、调入、调出等情况进行数据倒推（实存数+销售数量-调入+调出），对基准日的数据进行核实，看数据是否相符，如存在差异，查找原因并说明。关于门店货品销售及货品调动等情况，评估人员要求门店出示相关销售票据、审批单等资料并进行查验。同时，评估人员还关注了货品的唯一性和防伪价签，对比鉴定证书上相应的序列编号、品质及出证时间等，防止出现串货的情况。

D、计算各类存货重置成本的方法、过程，参数是如何选取的

在评估过程中，评估机构根据评估对象的材质、种类和品质级别等，进行分类、价值估算并得出评估结论。

a、贵金属饰品

评估机构选取评估基准日上海黄金交易所公布的黄金交易价格作为评估基

本参数，具体如下：

上海黄金交易所收盘价	
评估基准日	2016 年 3 月 31 日
Au9999	255.70 元/克
Pt9995	215.03 元/克
Ag9999	3.3500 元/克

贵金属饰品重置成本的计算公式为：贵金属饰品重置成本=K×重量+工费，其中：K=基础金价×贵金属含量百分比，例如 2016 年 Au750 黄金饰品 K 取值 191.8916 元/克、2016 年 Pt950 饰品 K 取值￥204.4666 元/克。

根据市场上贵金属首饰的加工费，工费取值如下：

K 金常规工费	10～45 元/克
Pt 金常规工费	10～45 元/克

b、钻石饰品

钻石镶嵌饰品重置成本的计算公式为：钻石镶嵌饰品重置成本=钻石克拉单价×钻石重量+镶嵌贵金属重量×H+工费，其中，H=贵金属基础价×贵金属含量百分比/（1-损耗率）。

评估机构将钻石按重量区间（如 5 分、10 分、20 分等）分成若干批次，根据钻石品质级别（颜色 D-E-F-G-H-I-J-K-L-M-N，净度 IF-VVS-VS-SI-P）、琢型（圆钻型、方形刻面、心形刻面等）、切工影响（极好、很好、好等）及供求影响等，从批量重置的角度，对同一重量区间的钻石根据钻石 4C 分级标准，进行分析、判断，建立有效的钻石分析模型，克拉单价以评估基准日时点的国际国内钻石交易行情为参考，综合分析后，确定相应的钻石克拉单价。

根据评估对象款式特点和市场行情，镶嵌工费参数如下：

单位：元/件

款式	男戒	女戒	手镯	手链	链牌
工费	180-260	60-100	230-500	180-300	100-150
款式	吊坠	耳饰	胸针及其他	情侣戒	
工费	50-110	70-150	150-180	80-180	

根据评估对象款式特点和市场行情，损耗参数如下：

项目	K 金类	铂金类
损耗率	10%～15%	11%～17%

c、翡翠饰品

翡翠饰品：根据翡翠饰品的颜色、种质、透明度、净度、形状、款式等特征，通过现场实物品质分析，得出初估值。通过进一步市场行情分析后，调整得出基准日估值。

d、彩宝饰品

根据彩宝饰品主石的种类、品质级别等特征，现场进行综合分析得出初估值。经过进一步市场行情分析后得出基准日估值。

e、原材料

原材料中包括成品钻石、宝玉石、翡翠毛料、贵金属等。成品钻石价格以国际国内钻石交易正常交易行情为参考。宝玉石原料价格主要以中国大陆主要珠宝交易市场行情为参考，从批量购置的角度进行估值。贵金属基准价以上海黄金交易所收盘价为基础参数，结合资产状态，考虑相关费用等。翡翠毛料根据其颜色、种质、透明度、净度等特征，通过现场实物品质分析，得出评估值。

f、其它

存货中的其它类别主要为发行人销售过程中向客户提供的赠品，评估机构根据具体类别进行估值，如贵金属类主要为银饰，依据饰品的贵金属含量、款式等特征，现场根据其成本进行初步估值判断，再经过进一步分析市场行情后，得出评估值。非贵金属类赠品，如绳、铜等，则判断其成本合理性进行估值采信。

综上，评估机构通过对各类别资产的评估计算，得出分类评估值，最终汇总得出总评估值。

（6）其他流动资产分析

其他流动资产主要系待抵扣增值税进项税，报告期内余额如下：

单位：万元

项目	2016-3-31	2015-12-31	2014-12-31	2013-12-31
待抵扣的进项税	990.92	1,495.63	2,179.92	394.01
待抵扣消费税	-	-	308.48	-

项目	2016-3-31	2015-12-31	2014-12-31	2013-12-31
预交营业税、城建税、教育费附加、房产税	-	3.50	3.13	-
合计	990.92	1,499.12	2,491.52	394.01

3、非流动资产构成及变化趋势

报告期内，公司非流动资产的构成情况如下：

单位：万元，%

项　　目	2016-3-31		2015-12-31		2014-12-31		2013-12-31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
投资性房地产	291.02	1.69	298.62	1.74	763.43	5.01	818.35	5.66
固定资产	8,569.09	49.72	8,666.67	50.63	8,659.18	56.86	9,014.27	62.33
无形资产	2,045.08	11.87	2,092.75	12.22	1,605.84	10.54	1,411.82	9.76
长期待摊费用	3,140.32	18.22	3,649.16	21.32	3,237.75	21.26	2,694.78	18.63
递延所得税资产	1,497.79	8.69	1,540.45	9.00	963.71	6.33	521.89	3.61
其他非流动资产	1,691.44	9.81	871.55	5.09	-	-	-	-
非流动资产合计	17,234.75	100.00	17,119.20	100.00	15,229.90	100.00	14,461.11	100.00

由上表可以看出，公司非流动资产主要系投资性房地产、固定资产、无形资产、长期待摊费用等，各项目具体分析如下：

（1）投资性房地产分析

公司投资性房地产系出租的房产，采用成本模式进行后续计量。截至 2016 年 3 月 31 日，投资性房地产的基本情况如下：

单位：万元

投资性房地产	折旧年限	账面原值	累计折旧	账面价值
房屋及建筑物	20 年	640.25	349.23	291.02

（2）固定资产分析

公司固定资产主要系房屋建筑物，报告期内不存在重大变化。

截至 2016 年 3 月 31 日，公司固定资产构成情况如下表：

类别	固定资产原值（万元）	固定资产净值（万元）

房屋及建筑物	11,056.07	7,106.19
专用设备	529.93	200.76
运输设备	499.83	294.02
其他设备	2,948.22	968.13
合计	15,034.05	8,569.09

总体而言，珠宝首饰行业具有固定资产比例偏低的特点，公司固定资产占资产总额比例较低与行业特点相吻合。报告期内，公司未对固定资产计提减值准备。公司管理层认为，公司固定资产不存在可收回金额低于其账面价值的情况，因此无需计提固定资产减值准备。

（3）无形资产分析

公司无形资产包括土地使用权、软件。截至 2016 年 3 月 31 日，公司无形资产明细情况如下表所示：

项目	账面原值（万元）	账面价值（万元）
土地使用权	1,337.05	1,132.72
软件	1,651.43	912.36
合计	2,988.48	2,045.08

（4）长期待摊费用分析

报告期内，公司的长期待摊费用主要是待摊销的装修费用，其他系一次性支付一年以上的房租及少量的物业管理费，具体情况如下：

单位：万元

项目	2016-3-31	2015-12-31	2014-12-31	2013-12-31
装修费	3,105.53	3,588.02	3,156.73	2,511.20
其他	34.80	61.14	81.02	183.58
合计	3,140.32	3,649.16	3,237.75	2,694.78

（5）递延所得税资产分析

报告期内，公司递延所得税资产主要系因资产减值损失、未弥补亏损、预提费用产生的可抵扣暂时性差异而确认的，其中资产减值损失包括应收账款坏账准备、其他应收款坏账准备。递延所得税资产余额构成情况如下：

单位：万元

项目	2016-3-31	2015-12-31	2014-12-31	2013-12-31
资产减值准备	440.74	427.78	322.09	240.31
以后年度可弥补亏损	437.22	406.05	91.82	23.52
递延收益	204.22	203.79	275.83	258.07
预提费用	415.62	415.62	273.97	-
未实现内部销售利润	-	87.22	-	-
合计	**1,497.79**	**1,540.45**	**963.71**	**521.89**

（6）其他非流动资产分析

公司其他非流动资产系预付的购买软件款及电视剧项目投资款，报告期内，其他非流动资产构成情况如下：

单位：万元

项目	2016-3-31	2015-12-31	2014-12-31	2013-12-31
预付软件款	871.55	871.55	-	-
其他[注]	819.89	-	-	-
合计	1,691.44	871.55	-	-

[注]：2016 年 1 月，公司与海宁东开之星影视投资有限公司联合投资摄制“翡翠恋人”电视剧，公司支付 8,198,915.00 元作为“翡翠恋人”电视剧项目投资款。

4、资产减值准备分析

公司严格执行资产减值损失计提政策，对可能发生的各项资产减值损失充分计提了资产减值准备。报告期内，各项资产减值准备余额情况如下：

单位：万元

项目	2016-3-31	2015-12-31	2014-12-31	2013-12-31
应收账款坏账准备	833.93	776.16	539.54	393.49
其他应收款坏账准备	929.03	934.95	748.82	567.73
合计	**1,762.96**	**1,711.11**	**1,288.36**	**961.22**

（二）负债结构分析

1、负债构成及其变化情况

报告期内，公司各类负债构成情况如下：

单位：万元，%

项　　目	2016-3-31		2015-12-31		2014-12-31		2013-12-31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
流动负债	48,695.48	98.35	48,049.12	98.33	68,881.71	98.42	49,293.39	97.95
非流动负债	816.87	1.65	815.16	1.67	1,103.31	1.58	1,032.26	2.05
负债合计	49,512.35	100.00	48,864.28	100.00	69,985.02	100.00	50,325.65	100.00

公司负债中主要为流动负债，2013 年末至 2016 年 3 月末，公司负债分别为 50,325.65 万元、69,985.02 万元、48,864.28 万元和 49,512.35 万元。2014 年末负债总额相对较高，公司 2014 年经营业绩较好，公司相应增加了采购，随着存货的增长，公司应付的采购货款相应增加，导致 2014 年末负债总额上升。

2、流动负债构成及其变化情况

报告期内，公司流动负债的构成情况如下：

单位：万元，%

项　　目	2016-3-31		2015-12-31		2014-12-31		2013-12-31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
短期借款	5,000.00	10.27	5,000.00	10.41	7,000.00	10.16	6,500.00	13.19
应付票据	1,650.00	3.39	1,500.00	3.12	7,000.00	10.16	16,800.00	34.08
应付账款	29,012.26	59.58	27,538.18	57.31	43,744.22	63.51	17,348.70	35.19
预收款项	690.37	1.42	1,852.36	3.86	1,213.65	1.76	516.60	1.05
应付职工薪酬	1,378.07	2.83	2,251.21	4.69	2,688.60	3.90	1,803.80	3.66
应交税费	6,048.88	12.42	3,741.43	7.79	1,980.62	2.88	2,490.34	5.05
应付利息	7.02	0.01	7.02	0.01	12.83	0.02	10.50	0.02
其他应付款	4,908.87	10.08	6,158.92	12.82	5,241.79	7.61	3,823.45	7.76
流动负债合计	**48,695.48**	**100.00**	**48,049.12**	**100.00**	**68,881.71**	**100.00**	**49,293.39**	**100.00**

由上表可以看出，本公司流动负债主要包括应付账款、应付票据、短期借款、应交税费、其他应付款，具体分析如下：

（1）短期借款

为应对业务规模快速扩大带来的流动资金需求，公司增加了短期借款融资，公司资产流动性良好，不存在短期偿债风险。

截至 2016 年 3 月 31 日，公司短期借款余额为 5,000 万元，具体情况如下：

单位：万元

借款方	借款银行	合同编号	金额
通灵珠宝	工商银行	2015 年直营字 0158 号	2,000.00
通灵珠宝	工商银行	2015 年直营字 0128 号	3,000.00

上述工商银行 5,000 万元借款系由公司总部大楼房产抵押以及沈东军个人提供最高额保证。

（2）应付票据

报告期内，公司应付票据情况如下：

单位：万元

票据种类	2016-3-31	2015-12-31	2014-12-31	2013-12-31
银行承兑汇票	1,650.00	1,500.00	3,000.00	7,800.00
商业承兑汇票	-	-	4,000.00	9,000.00
合计	1,650.00	1,500.00	7,000.00	16,800.00

截至 2016 年 3 月 31 日，应付票据余额为 1,650.00 万元，具体情况如下：

序号	对方名称	金额(万元)	票据种类
1	欧陆之星钻石（上海）有限公司	1,650.00	银行承兑

公司开具承兑汇票的对方均为公司长期合作的供应商。由于公司 2013 年度现金流较为紧张，同时获取银行贷款需要支付较高的资金成本，公司基于与供应商之间长期稳定的合作关系以及良好的信用基础，开始采用票据的方式支付部分货款，公司与上述供应商的采购交易真实，不存在虚开票据违规融资的情形。

根据发行人提供的银行承兑汇票、商业承兑汇票、《银行承兑协议》、发行人应付账款（包括暂估应付账款、应付货款）台账，报告期（2013年1月1日至2016年3月31日）内，发行人开具/申请开具的票据情况如下：

序号	出票日	出票人	到期日	票据金额(元)	截至出票日前一日的应付账款金额	收款人

					是否大于出票金额	
1	2013. 7. 4	发行人	2014. 1. 3	38, 000, 000. 00	是	深圳市翠绿首饰股份有限公司
2	2013. 9. 13	发行人	2014. 3. 13	15, 000, 000. 00	是	深圳市星光达珠宝首饰实业有限公司
3	2013. 9. 13	发行人	2014. 3. 13	25, 000, 000. 00	是	上海欧宝丽
4	2013. 12. 26	发行人	2014. 6. 25	40, 000, 000. 00	否	上海欧宝丽
5	2013. 12. 31	发行人	已作废	50, 000, 000. 00	是	深圳市翠绿首饰股份有限公司
6	2014. 1. 24	发行人	2014. 7. 24	40, 000, 000. 00	是	深圳市翠绿首饰股份有限公司
7	2014. 4. 15	发行人	2014. 10. 10	40, 000, 000. 00	是	深圳市翠绿首饰股份有限公司
8	2014. 7. 4	发行人	2015. 1. 3	40, 000, 000. 00	是	上海欧宝丽
9	2014. 10. 31	发行人	2015. 4. 30	20, 000, 000. 00	是	上海欧宝丽
10	2014. 10. 31	发行人	2015. 4. 30	10, 000, 000. 00	是	上海欧陆之星
11	2015. 1. 27	发行人	已作废	40, 000, 000. 00	是	上海欧宝丽
12	2015. 2. 15	发行人	2015. 5. 15	20, 000, 000. 00	是	上海欧宝丽
13	2015. 6. 24	发行人	2015. 12. 24	30, 000, 000. 00	是	上海欧宝丽
14	2015. 7. 7	发行人	2015. 10. 7	10, 000. 00	是	上海欧陆之星
15	2015. 9. 23	发行人	2016. 3. 22	15, 000, 000. 00	是	深圳市星光达珠宝首饰实业有限公司
16	2016. 1. 29	发行人	2016. 4. 28	16, 500, 000. 00	是	上海欧陆之星

注：2013 年 12 月 26 日，发行人向上海欧宝丽开具 4000 万元票据的金额大于截至出票日前一日的应付账款金额，是由于发行人 2013 年末向上海欧宝丽采购了一批钻石，应付账款记账的时点稍晚于票据开票时间。

报告期内，发行人不存在收到、背书票据的情形。

根据发行人提供的购销合同、票据、应付账款台账及其陈述，保荐机构及发行人律师认为，报告期内，发行人开具的票据具有真实的交易关系和债权债务关系。

（3）应付账款

报告期内应付账款余额及账龄结构情况如下：

单位：万元，%

项　目	2016-3-31	2015-12-31	2014-12-31	2013-12-31

	账面余额	比例	账面余额	比例	账面余额	比例	账面余额	比例
1 年以内	28,833.63	99.38	25,295.22	91.86	42,620.44	97.43	17,315.64	99.81
1 至 2 年	129.74	0.45	2,187.70	7.94	1,094.80	2.50	33.06	0.19
2 至 3 年	20.40	0.07	26.80	0.10	28.98	0.07	-	-
3 年以上	28.49	0.10	28.46	0.10	-	-	-	-
合　计	**29,012.26**	**100.00**	**27,538.18**	**100.00**	**43,744.22**	**100.00**	**17,348.70**	**100.00**

公司应付账款期末余额总体较高，2014 年末应付账款、应付票据合计金额较 2013 年末增加了 16,595.52 万元，主要原因系 2014 年经营业绩较好，公司相应增加了采购，随着存货的增长，公司应付的采购货款相应增加；2015 年末应付账款、应付票据合计金额较 2014 年末减少了 21,706.04 万元，系因 2015 年存货采购金额相对较小，同时偿还了较大金额的 2014 年采购货款导致；2016 年 3 月末应付账款余额较 2015 年末变动较小。

公司应付账款余额较高，应付账款占负债的比例高于同行业上市公司，主要因公司的产品结构与其他公司不同所致。其他珠宝首饰类上市公司的产品中，包括较高比例的黄金饰品，而黄金主要通过上海黄金交易所采购，对于该部分黄金采购一般要求现款提货，不会存在大额的应付账款。而公司的主要产品系钻石、翡翠饰品，供应商均给予一定的信用期，而且钻石、翡翠饰品的单位价值较高，产品周转较慢，因此供应商给予的信用期限亦相对较长。另外，公司与主要的供应商多为长期的合作关系，公司盈利能力、行业口碑等得到各供应商的认可，在公司业务拓展资金压力较大的情况下，主要供应商给予相对较长的信用期支持。因此，公司的应付账款余额相对较高，与其自身特点相符。

（4）预收款项

公司预收款项主要系预收的加盟商货款，公司在加盟商运营模式下，大部分采用先收款后发货的销售模式，预收账款余额系款项已收货物尚未配发所致。2014 年后加盟模式下销售收入增长较为迅速，因此 2014 年末、2015 年末预收款项余额有较大幅度增长，预收款项具体余额变动情况如下：

单位：万元

项目	2016-3-31	2015-12-31	2014-12-31	2013-12-31
预收款项	690.37	1,852.36	1,213.65	516.60

项目	2016-3-31	2015-12-31	2014-12-31	2013-12-31
合计	690.37	1,852.36	1,213.65	516.60

（5）应付职工薪酬

报告期内，公司的应付职工薪酬如下表所示：

单位：万元

项目	2016-3-31	2015-12-31	2014-12-31	2013-12-31
应付职工薪酬	1,378.07	2,251.21	2,688.60	1,803.80

（6）应交税费

报告期内，公司应交税费明细情况如下：

单位：万元

项目	2016-3-31	2015-12-31	2014-12-31	2013-12-31
增值税	1,255.67	885.42	809.01	1,154.68
消费税	183.52	838.62	153.01	206.68
营业税	0.09	-	0.94	19.60
企业所得税	2,979.47	1,725.34	593.18	857.36
个人所得税	1,434.06	61.22	245.57	26.82
印花税	-	-	1.90	0.11
城建税	98.67	116.51	83.57	98.44
教育费附加	71.96	86.31	67.44	74.56
地方基金	0.45	0.92	1.08	2.63
房产税	22.47	24.56	22.24	49.46
土地使用税	2.52	2.52	2.66	-
合计	**6,048.88**	**3,741.43**	**1,980.62**	**2,490.34**

（7）其他应付款

公司其他应付款主要系应付的店面装修费、个人借款、广告费等。

截至 2016 年 3 月 31 日，公司其他应付款按应付款项性质分类情况如下：

款项性质	金额（万元）	占比
保证金及押金	2,172.77	44.26
装修工程费用	1,080.54	22.01
应付广告费	252.72	5.15
其他	368.81	7.51
应付商场费用	371.38	7.57
应付房租	662.65	13.50
合计	4,908.87	100.00

3、非流动负债构成及其变化情况

报告期内，公司非流动负债的构成情况如下：

单位：万元，%

项　　目	2016-3-31		2015-12-31		2014-12-31		2013-12-31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
递延收益	816.87	100.00	815.16	100.00	1,103.31	100.00	1,032.26	100.00
非流动负债合计	816.87	100.00	815.16	100.00	1,103.31	100.00	1,032.26	100.00

公司的递延收益为销售过程中赠送的会员积分所产生，报告期内，会员积分产生的递延收益变动情况如下：

单位：万元

项　目	2016-3-31	2015-12-31	2014-12-31	2013-12-31
期初余额	815.16	1,103.31	1,032.26	1,021.46
本期增加	100.29	141.55	767.57	823.46
本期减少	98.58	429.70	696.52	812.66
期末余额	816.87	815.16	1,103.31	1,032.26

截至2015年12月31日，公司会员规模达41. 60万人。报告期内，公司的会员积分政策如下表所示：

项目	2015 年 7 月至今	2013 年-2015 年 6 月末
会员类别	铂金 VIP：累计消费＜1 万元； 钻石 VIP：1 万元≤累计消费＜10 万元； 克拉 VIP：10 万元≤累计消费＜50 万元； 蓝钻 VIP：累计消费≥50 万元。	普通会员：在通灵珠宝消费任意金额； 铂金会员：两年内累计消费达到 8000 元小于 2 万元； 钻石会员：两年内累计消费达到 2 万元。

积分	会员以消费实际支付金额换算积分（不含礼金券等），每 1 元消费额获得 1 个消费积分；首次正价购买或使用推荐券购买享受消费积分；消费低于 VIP 折扣时享 0.5 倍消费积分；素金、特价类商品享 0.5 倍消费积分；会员生日当月消费可享双倍积分。（新积分政策实施后，原有的会员礼金积分、礼品积分统一乘以 1000 换算为现有消费积分）	普通会员：购买积分类饰品（素金、特价或特殊强调饰品除外）的累计金额每满 1000 元即可获得 1 个礼品积分，升级成为铂金、钻石会员后，可随时参照积分礼品兑换手册自由兑换相应礼品。 铂金、钻石会员：持卡购买积分类饰品（素金、特价或特殊强调饰品除外）的累计金额每满 1000 元即可获得 1 个礼品积分及 1 个礼金积分。 会员生日、结婚纪念日当月持卡购买积分类饰品（素金、特价或特殊强调饰品除外）的累计金额可享受双倍积分礼遇。 礼金积分可购买店内在售饰品（素金及特殊强调饰品除外），每 1 个积分可兑换 20 元积分专用礼金券额；礼品积分可参加积分兑换礼品活动，参照积分礼品手册自由兑换相应礼品。
积分有效期	获得的积分当日起两年内有效，如在两年内未新增积分，则原有积分自动清零，如在两年内有新增积分，有效期从积分新增日顺延两年。	会员卡有效期为两年，从首次消费日算起，持卡再次消费，有效期从最后消费日顺延两年，会员卡处于有效期阶段， 其累计的积分均有效；对于会员卡未在两年内消费的，会员卡暂时失效，在失效的两年内，会员消费达到一定条件，可以激活原卡内的积分。

公司实施积分计划，顾客前次消费额产生的积分，可以在下次消费时抵用。授予顾客的积分奖励作为销售交易的一部分。销售取得的货款或应收货款在商品销售或劳务提供产生的收入与会员积分的公允价值之间进行分配，取得的货款或应收货款扣除会员积分公允价值的部分后确认为收入，会员积分的公允价值确认为递延收益。会员积分确认的递延收益以授予顾客的积分为基准，并根据公司已公布的积分使用方法和积分的预期兑付率后，按公允价值确认。在顾客兑换会员积分或失效时，将原计入递延收益的与所兑换积分相关的部分确认为收入。

（三）偿债能力分析

1、报告期内公司相关财务指标

报告期内，公司流动比率、速动比率、资产负债率、息税折旧摊销前利润及利息保障倍数有关指标如下：

项　　目	2016-3-31	2015-12-31	2014-12-31	2013-12-31
流动比率	2.87	2.89	2.18	2.38
速动比率	0.55	0.59	0.36	0.44
资产负债率	31.50%	31.30%	42.37%	38.16%
项　　目	**2016 年 1-3 月**	**2015 年**	**2014 年**	**2013 年**
息税折旧摊销前利润（万元）	12,337.70	28,265.30	26,675.20	19,561.74
利息保障倍数	149.76	57.89	52.43	106.35

2、可比境内上市公司相关财务指标

项目	公司名称	2015 年末	2014 年末	2013 年末
流动比率	明牌珠宝	4.10	5.54	4.68
	潮宏基	1.52	1.91	2.97
	老凤祥	1.73	1.51	1.54
	东方金钰	1.58	1.10	1.39
	爱迪尔	4.87	2.64	2.84
	平均	2.76	2.54	2.68
	本公司	2.89	2.18	2.38
速动比率	明牌珠宝	2.40	3.44	2.54
	潮宏基	0.60	0.80	1.08
	老凤祥	0.91	0.75	0.60
	东方金钰	0.58	0.15	0.14
	爱迪尔	3.32	1.54	1.70
	平均	1.56	1.34	1.21
	本公司	0.59	0.36	0.44
资产负债率（%）	明牌珠宝	38.31	39.04	41.00
	潮宏基	41.28	44.33	28.64
	老凤祥	53.06	59.99	58.57
	东方金钰	70.96	83.43	82.75
	爱迪尔	19.52	36.32	33.35
	平均	44.62	52.62	48.86
	本公司	31.30	42.37	38.61

注：数据来源于 wind 资讯或上市公司公开披露报告中相关数据计算所得。

报告期内，公司息税折旧摊销前利润绝对额较高，利息保障倍数较高，偿债

能力较强。

报告期内，公司资产负债率低于行业平均水平，公司平均资产负债率在 40%左右。上述同行业公司中，东方金钰资产负债率较高，公司的资产负债率与同行业其他四家公司平均值基本相当。

报告期内，公司流动比率、速动比率略有波动，公司流动比率与同行业上市公司平均水平基本相当；公司速动比率高于东方金钰但低于同行业上市公司平均水平，这与公司存货占比低于东方金钰但高于同行业上市公司平均水平的情况相匹配。

（四）资产周转能力分析

1、报告期内公司相关财务指标

报告期内，公司应收账款周转率、存货周转率指标如下：

项　　目	2016-3-31	2015-12-31	2014-12-31	2013-12-31
应收账款周转率（次）	3.39	13.20	16.60	16.10
存货周转率（次）	0.17	0.58	0.60	0.54

2、可比境内上市公司相关财务指标

项目	公司名称	2015 年	2014 年	2013 年
应收账款周转率（次）	明牌珠宝	9.04	12.89	15.29
	潮宏基	17.78	21.62	25.38
	老凤祥	98.81	150.25	153.11
	东方金钰	39.00	173.35	807.65
	爱迪尔	3.19	6.50	9.34
	平均	33.56	72.92	202.15
	本公司	13.20	16.60	16.10
存货周转率（次）	明牌珠宝	2.89	3.16	3.67
	潮宏基	1.04	1.06	1.01
	老凤祥	6.51	5.90	5.90
	东方金钰	1.53	0.96	1.37
	爱迪尔	1.92	2.32	2.70
	平均	2.78	2.68	2.93
	本公司	0.58	0.60	0.54

注：数据来源于 wind 资讯或上市公司公开披露报告中相关数据计算所得。

（1）应收账款周转率比较

总体而言，珠宝首饰行业具有应收账款周转率偏高、存货周转率偏低的特征。同行业上市公司中各公司的应收账款周转率差异较大，且年度之间波动也较大，公司报告期内应收账款周转率变动相对较小，应收账款周转率水平与同行业上市公司中明牌珠宝、潮宏基、爱迪尔平均水平相当。

（2）存货周转率比较

公司存货周转率低于行业平均水平，存货周转率与产品结构及公司自身经营模式特点相关，同行业上市公司的主要产品及销售模式与公司存在差异，具体情况如下：

A、经营产品的差异

项目	明牌珠宝	潮宏基	老凤祥	东方金钰	爱迪尔	本公司
传统黄金首饰	高	中	高	高	少	少
钻石饰品	少	中	少	少	极高	高
翡翠饰品	极少	极少	极少	高	少	中

注：潮宏基主营 K 金首饰

B、销售模式的差异

项目	明牌珠宝	潮宏基	老凤祥	东方金钰	爱迪尔	本公司
直营店模式	少	少	少	少	少	高
专厅模式	中	高	少	少	少	高
加盟商模式	少	少	中	少	高	少
经销模式	高	极少	高	高	中	无

注：经销模式是指珠宝公司面向一般客户进行非品牌的批发销售。

一般情况下，传统的黄金金条及黄金饰品毛利率低、周转速度快，而单位价值相对较高的钻石镶嵌类产品毛利率高、周转速度慢，翡翠饰品周转速度较钻石饰品更慢；从销售模式来看，批发销售如加盟、经销销售的存货周转率高，而零售销售如直营店、专厅的存货周转率水平低。

老凤祥主营产品以黄金类饰品为主，且主要采用加盟、经销的销售模式，因此其存货周转率最高；明牌珠宝主营产品以黄金类饰品为主，且其主要采用经销

及专厅相结合的销售模式，因此其存货周转率次之；爱迪尔主要经营钻石镶嵌类饰品，但其几乎全部采用加盟、经销的销售模式，因此其存货周转率低于明牌珠宝；潮宏基主营 K 金首饰且以专厅自营为主，东方金钰主营翡翠原石、翡翠饰品的批发业务，因此潮宏基、东方金钰的存货周转率相对较低；发行人主营钻石饰品、翡翠饰品，且主要采用直营店、专厅的零售销售模式，因此存货周转率最低。

此外，同行业上市公司中经营模式以自营业务模式为主的有谢瑞麟、潮宏基、周大福，发行人与谢瑞麟、潮宏基、周大福的存货周转率对比情况如下：

公司名称	产品结构	存货周转率类别	2015 年（或 2016 财年）	2014 年（或 2015 财年）	2013 年（或 2014 财年）
谢瑞麟	钻石、彩宝、珍珠、素金首饰等，以钻石饰品为主	整体存货周转率	1.14	1.13	1.31
		钻石饰品存货周转率	-	-	-
潮宏基	K 金饰品、铂金饰品、足金饰品，其中足金饰品占比 40%左右	整体存货周转率	1.04	1.06	1.01
		钻石饰品存货周转率	-	-	-
周大福	黄金、铂金、珠宝首饰、钟表等，其中黄金首饰占比 70%左右	整体存货周转率	1.15	1.10	1.61
		珠宝镶嵌饰品存货周转率	0.58	0.61	0.68
发行人	钻石饰品、翡翠饰品，以钻石饰品为主	整体存货周转率	0.58	0.60	0.54
		钻石饰品存货周转率	0.75	0.73	0.71

注：1、谢瑞麟财政年度为上年 3 月 1 日至当年 2 月 28 日；周大福财政年度为上年 4 月 1 日至当年 3 月 31 日。2、由于周大福未详细披露分产品的毛利率，故以其综合毛利率计算其珠宝镶嵌饰品存货周转率，周大福的珠宝镶嵌饰品主要为钻石镶嵌饰品。

由上表可见，发行人的整体存货周转率低于谢瑞麟、潮宏基的整体存货周转率，这主要是由于发行人的产品结构与谢瑞麟、潮宏基存在差异，谢瑞麟、潮宏基的产品中均有一定比例的周转率相对较高的黄金类饰品，而发行人的销售产品中包含了周转率相对较低的翡翠饰品。2013 年-2015 年，发行人钻石饰品的存货周转率分别为 0.71、0.73、0.75，略低于谢瑞麟、潮宏基整体存货周转率（由于谢瑞麟、潮宏基未详细披露其存货的产品构成，故无法计算其钻石饰品的存货

周转率），若考虑到谢瑞麟、潮宏基受到周转速度更快的黄金类饰品对其整体存货周转率提升的影响，可以大致推测发行人钻石饰品的存货周转率与谢瑞麟、潮宏基的钻石饰品的存货周转率相当。

发行人的整体存货周转率低于周大福的整体存货周转率，也是由于发行人与周大福的产品结构存在差异导致的，周大福的销售产品包括黄金产品、铂金/K金饰品、珠宝镶嵌首饰（主要为钻石镶嵌首饰）、钟表等，以黄金、铂金/K金饰品为主，2014-2016财政年度，周大福黄金、铂金/K金饰品的销售占比为70%左右。周大福各财年年报中详细披露了存货的分产品构成，但未详细披露分产品的毛利率，故以其综合毛利率计算其珠宝镶嵌饰品存货周转率（珠宝镶嵌饰品的毛利率实际应高于其综合毛利率，即珠宝镶嵌饰品的实际存货周转率应低于以综合毛利率计算的存货周转率）。经测算，2014-2016 财政年度，周大福的珠宝镶嵌饰品的存货周转率为0.68、0.61、0.58，与发行人的整体存货周转率相当。

综上，保荐机构、会计师经核查后认为：公司的存货周转率低于行业平均水平，系由公司的主营产品、经营模式与同行业其他公司的差异决定的，公司的存货周转率低于行业平均水平合理。

二、盈利能力分析

公司经过十多年的发展，已逐步形成了渠道、管理、品牌等方面的竞争优势，并凭此确立了在珠宝首饰行业的领先地位，公司的收入、盈利能力分析如下：

（一）营业收入分析

单位：万元

项目	2016年1-3月	2015年	2014年	2013年
主营业务收入	44,021.48	147,461.01	142,457.32	115,573.40
其他业务收入	394.79	1,620.80	785.07	652.09
合计	**44,416.27**	**149,081.81**	**143,242.39**	**116,225.50**

公司2013年至2016年1-3月，主营业务收入占比分别为99.44%、99.45%、98.91%、99.11%。公司其他业务收入主要系投资性房地产租金收入，加盟费收入等，金额较小。以下仅对主营业务进行详细分析：

1、主营业务收入按产品分类

单位：万元、%

项 目	2016-3-31		2015 年		2014 年		2013 年	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
钻石饰品	40,080.76	91.05	130,876.41	88.75	119,483.43	83.87	95,234.95	82.40
翡翠饰品	2,706.23	6.15	12,431.37	8.43	15,067.80	10.58	17,286.31	14.96
其他饰品	1,234.50	2.80	4,153.23	2.82	7,906.09	5.55	3,052.14	2.64
合 计	44,021.48	100.00	147,461.01	100.00	142,457.32	100.00	115,573.40	100.00

公司产品包括钻石饰品、翡翠饰品以及其他饰品。报告期内，公司主营业务收入主要来自于钻石饰品的销售收入，且钻石饰品收入占比逐年提高，翡翠饰品收入占比逐渐降低。

（1）报告期内，各类产品的销售单价及其变动情况如下：

单位：元/件、件

年度	2016 年 1-3 月			2015 年		
	销售数量	销售单价	单价变动	销售数量	销售单价	单价变动
钻石饰品	93,268.00	4,297.37	-2.23%	297,761.00	4,395.35	-20.75%
翡翠饰品	3,507.00	7,716.65	-11.20%	14,306.00	8,689.62	-11.63%
其他饰品	23,221.50	531.62	15.81%	90,473.00	459.06	1.48%
年度	2014 年			2013 年		
	销售数量	销售单价	单价变动	销售数量	销售单价	单价变动
钻石饰品	215,431.00	5,546.25	21.99%	209,467.00	4,546.54	-
翡翠饰品	15,324.00	9,832.81	41.12%	24,809.50	6,967.62	-
其他饰品	174,774.00	452.36	-22.06%	52,589.50	580.37	-

注：镶嵌饰品由于品种繁多、价格差异较大，上述钻石饰品、翡翠饰品、其他饰品的销售单价系以主营业务收入除以销售数量测算。

因公司每件产品差异较大，导致平均单价波动幅度较大，总体而言， 2014 年钻石饰品、翡翠饰品平均销售单价有所提高，2015 年平均单价有所降低；其他饰品销售收入较低，销售数量波动较大，平均销售单价呈现先降后升的趋势。

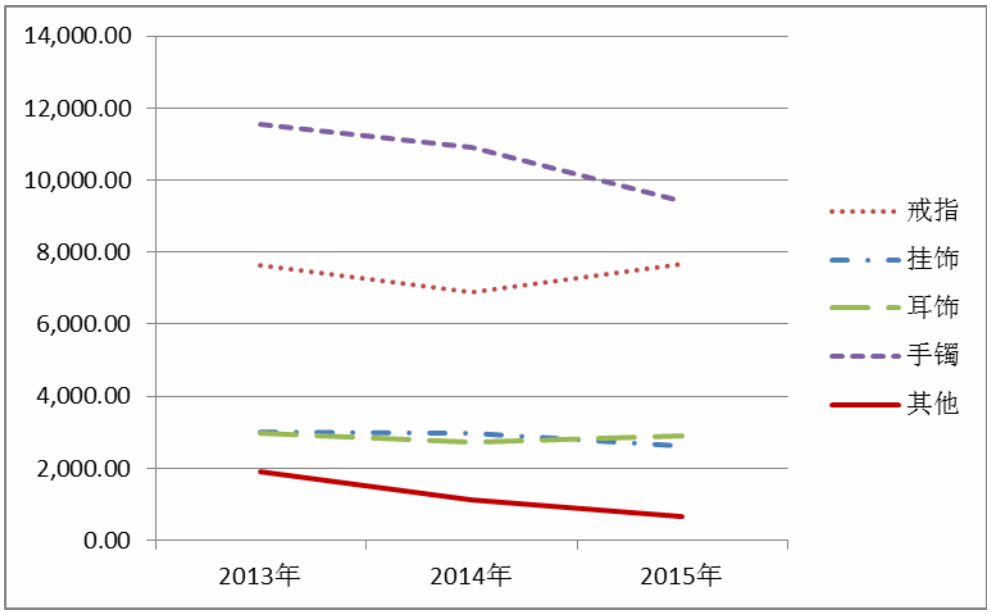
（2）报告期内，公司按具体的饰品种类分类的销售情况如下：

单位：件、万元、元/件

2016 年 1-3 月				
类别	数量	金额	占比	单价
挂饰	36,105.00	8,889.35	20.20%	2,462.08
戒指	43,757.00	31,580.68	71.74%	7,217.29
耳饰	4,089.00	1,307.98	2.97%	3,198.79
手镯	1,459.00	1,255.65	2.85%	8,606.24
其他	18,427.50	987.82	2.24%	536.06
赠品	16,159.00	-		
合计	119,996.50	44,021.48	100.00%	3,668.56
2015 年度				
类别	数量	金额	占比	单价
挂饰	127,385.00	33,254.93	22.55%	2,610.58
戒指	133,363.00	102,083.90	69.23%	7,654.59
耳饰	13,563.00	3,953.80	2.68%	2,915.14
手镯	4,883.00	4,590.21	3.11%	9,400.39
其他	53,656.00	3,578.17	2.43%	666.87
赠品	69,690.00		-	
合计	402,540.00	147,461.01	100.00%	3,663.26
2014 年度				
类别	数量	金额	占比	单价
挂饰	108,510.50	32,194.98	22.60%	2,966.99
戒指	138,946.00	95,427.19	66.99%	6,867.93
耳饰	14,348.00	3,877.06	2.71%	2,702.16
手镯	5,168.00	5,620.62	3.95%	10,875.81
其他	48,204.50	5,337.47	3.75%	1,107.26
赠品	90,352.00		-	
合计	405,529.00	142,457.32	100.00%	3,512.88
2013 年度				
类别	数量	金额	占比	单价
挂饰	95,359.00	28,493.09	24.65%	2,987.98
戒指	100,369.00	76,486.75	66.18%	7,620.56
耳饰	10,047.50	2,976.94	2.58%	2,962.87
手镯	4,749.00	5,468.30	4.73%	11,514.63
其他	11,374.50	2,148.32	1.86%	1,888.72
赠品	64,967.00		-	
合计	286,866.00	115,573.40	100.00%	4,028.83

报告期内，公司销售的各类产品中戒指的销售收入占比最高，其次为挂饰，两者销售占比合计达到90%左右。

主要饰品类别的销售单价波动情况如下：



如上图所示：戒指、耳饰的平均单价波动趋势一致，为2014年有所下滑、2015年平均单价回升；挂饰、手镯的平均单价2013年以来一直处于下滑的态势。

公司针对不同的消费人群和品牌内涵推出不同的系列化产品，并结合市场竞争情况、消费者偏好以及整体宏观经济环境等制定产品推广策略，不同的系列化产品在产品风格、饰品类别、产品价位等方面均存在一定的差别，以尽可能的满足更多的消费者需求。比如，公司的“安特卫普之星”、“蓝色火焰”、“博物馆”、“MY QUEEN”、“FAMILY”、“布拉格之恋”、“穿越时空”、“岁月留痕”系列化产品以戒指类饰品为主，挂饰类饰品为辅，其中“安特卫普之星”、“蓝色火焰”、“博物馆”、“MY QUEEN”定位相对高端，价格较高；公司的“ShootingStar”、“百变风情”、“柏林之星”、“非你莫属”、“钻石嫣”系列产品以挂饰类产品为主，戒指类饰品为辅；公司的“LOGO款”、“红毯MINI”系列产品以挂饰类产品为主，耳饰类产品为辅。

报告期内，由于公司产品推广策略、消费者偏好、消费能力等综合因素变化导致了戒指、挂饰、耳饰等品类产品销售数量及销售单价的波动。

在戒指方面，2013年，通灵珠宝强调高端品牌的定位，推广欧洲风格系列化产品，如“MY QUEEN”、“博物馆”、“蓝色火焰”等系列化产品，上述系列化产品的单价相对较高，导致2013年销售单价较高。2014年，公司对以前年度的销

售情况进行分析后，发现各品类的销售单价虽然整体上升，但是销售数量出现了下滑，而且消费人群的年龄结构偏老龄化，更倾向于具有一定经济基础的人士，影响到年轻消费人群的积累，因而公司推出了 “布拉格之恋”、“柏林之星”等单价相对低的系列化产品，导致“MY QUEEN”、“博物馆”、“蓝色火焰”等单价较高的系列化产品的销售占比下降，戒指的整体单价下降。2015年，国内资本市场的回暖等因素导致消费者消费能力增强，消费者对高端珠宝饰品的需求增强，公司单价较高的“安特卫普之星”、“蓝色火焰”、“博物馆”、“MY QUEEN”等系列化产品的销售占比显著提升，特别是单价在10万以上的“安特卫普之星”系列产品销售占比上升幅度较大，导致公司的戒指平均销售价格上升。

在挂饰方面，公司不断加强对年轻消费人群的覆盖，随着公司主要面向年轻消费人群的“柏林之星”、“非你莫属”、“钻石嫣”等系列产品的推出及销售占比上升，导致报告期内挂饰的平均销售单价下降。

公司手镯类饰品主要为翡翠手镯，由于翡翠饰品具有投资、收藏属性，容易受到宏观经济环境波动的影响，近年来翡翠市场持续低迷，导致手镯的平均单价2013年以来一直处于下滑的态势。

公司的耳饰类饰品主要包括“博物馆”、“MY QUEEN”、“柏林之星”、“红毯MINI”、“ShootingStar”等系列产品，报告期内，耳饰类饰品的单价波动与戒指类饰品的波动一致，主要受到单价相对较高的“博物馆”、“MY QUEEN”等系列产品的销售占比波动的影响。

2、主营业务收入按销售模式分类

（1）报告期内，公司主营业务收入按销售模式分类构成及单店销售情况如下：

单位：个、万元

2016 年 1-3 月				
类别	数量	金额	占比	单店销售
直营	73	14,744.95	33.49%	201.99
专厅	188	20,059.36	45.57%	106.7
加盟	216	9,217.17	20.94%	42.67
合计	477	44,021.48	100.00%	92.29
2015 年度				

类别	数量	金额	占比	单店销售
直营	71	52, 715. 87	35. 75%	742. 48
专厅	184	64, 780. 28	43. 93%	352. 07
加盟	203	29, 964. 86	20. 32%	147. 61
合计	458	147, 461. 01	100. 00%	321. 97
2014 年度				
类别	期末数量	金额	占比	单店销售
直营	77	58, 086. 47	40. 77%	754. 37
专厅	167	54, 783. 50	38. 46%	328. 04
加盟	163	29, 587. 36	20. 77%	181. 52
合计	407	142, 457. 32	100. 00%	350. 02
2013 年度				
类别	数量	金额	占比	单店销售
直营	66	58, 595. 58	50. 70%	887. 81
专厅	134	41, 610. 71	36. 00%	310. 53
加盟	102	15, 367. 12	13. 30%	150. 66
合计	302	115, 573. 40	100. 00%	382. 69

公司的销售模式分为直营店、专厅、加盟店的销售。总体而言，直营店模式销售收入占比逐年降低，专厅、加盟模式销售收入占比逐年上升。

发行人各类销售模式下，直营店的单店销售最高，专厅的单店销售次之，而加盟商的单店销售最低。这主要是由于发行人各类门店在结算价格、经营年限、地域分布、门店面积等方面存在差异导致的。

在加盟店与直营、专厅的比较方面，首先，发行人对加盟商的销售系以产品的批发价格结算，发行人对加盟商的销售价格低于发行人直营、专厅等零售终端的销售价格；其次，为了开发潜在市场，扩大销售渠道的覆盖面，发行人在部分有潜力的次级城市加大了加盟商的开发力度，且主要分布在江苏省外，截止 2016 年 3 月末，江苏省外的加盟店数量为 165 家，占所有加盟店的比例为 76. 39%。加盟商在新的市场环境中需要时间来培育消费者对公司品牌的认可度和忠诚度。因此，发行人对加盟商单店销售低于直营、专厅的单店销售。

在直营、专厅的比较方面，首先，作为消费品零售终端，门店经营的时间越长，成熟度越高，越有可能吸引消费者。通灵珠宝成立之初，主要通过开设直营店的模式进行业务开拓，发行人目前的直营店大多开店时间较长，平均经营年限在六年以上，经历了市场竞争的优胜劣汰，这些成熟门店的经营地往往占据所在城市的核心商圈。相对而言，专厅的经营年限较短，部分新开门店尚需时间培育

消费者群体。其次，江苏省是通灵珠宝的优势市场区域，经过多年的经营，通灵珠宝在江苏省内积累了较好的品牌美誉度，消费者对通灵珠宝的品牌认可度较高。发行人的直营店主要集中在江苏省内，截止 2016 年 3 月末，江苏省内直营店家数为 54 家，占所有直营店的比例为 73. 97%。相对而言，专厅主要分布于江苏省外，截止 2016 年 3 月末，江苏省外的专厅数量为 99 家，占所有专厅的比例为 52. 66%。再次，直营店是通灵珠宝向终端消费者展示品牌形象的核心场所，经营面积一般较大，平均单店面积为 200 平米左右，供消费者挑选的商品较丰富，有利于提高成交转化率。相对而言，专厅的平均单店面积较小，一般在 50 平米左右。因此，专厅的单店销售低于直营的单店销售。

（2）直营店、专厅及加盟店退换货情况及会计处理

①直营店、专厅及加盟店退换货政策及会计处理

公司直营店、专厅的销售模式，实际上均为直接面向终端客户的零售行为，相关的退换货政策一致。终端客户在购买货品 7 日内，如果商品存在质量缺陷，客户可以要求退换货，退换货时的会计处理方式为：公司冲减当期的销售商品收入，同时冲减当期销售商品成本。

公司的加盟销售模式下，退换货的政策如下：

加盟商换货条款的具体规定如下：1、加盟店开业 4 个月内，加盟店享受首批进货额 50%的货品换货，换货次数不做限制。2、开业超过 6 个月的加盟店，每 4 个月有适量的换货限额，且需在 4 个月内一次性调换完成。

换货的会计处理：公司按先退货后销售进行会计处理，即按需要更换的原货物原价扣除损耗后的金额冲减当期的销售收入和销售成本，再以更换后的新货物的价值确认新的销售收入、销售成本。加盟商换货时，公司不退相关货款，该货款用于抵减该加盟商后续的进货款项。

公司与加盟商签订的特约加盟协议明确约定：加盟商在进货后不得以任何理由要求退货。但如果加盟商经营不善导致无法继续经营的，公司为维护自身商品品牌价值，防止加盟商低价抛货对公司商品品牌的消极影响，经加盟商申请，公司一般会同意其退货。

加盟商退货时的会计处理：按退货货物原价扣除损耗后的金额冲减退货当期的销售收入和销售成本。

②报告期内，公司的退换货情况

报告期内，公司直营店、专厅实际发生的退换货金额极小。

报告期内，加盟商发生的退货行为均由关店原因导致，具体如下：

单位：万元

项目	2016年1-3月	2015年	2014年	2013年
退货金额	-	2,465.83	398.66	484.28
退货家数	-	16	4	5

其中，2015年发生退货金额较大，主要系以前年度开设的加盟店于2015年关店退货所致，退货金额对各期损益影响较小，具体如下：

单位：万元

项目	2015年	2014年	2013年	2013年以前	合计
退货对应各期间确认收入金额	163.09	1,091.49	931.00	280.25	2,465.83
当期加盟模式实现销售收入	29,964.86	29,587.36	15,367.12	-	-
占比	0.54%	3.69%	6.06%	-	-

报告期内，加盟商的换货情况具体如下：

单位：万元

项目	2016年1-3月	2015年度	2014年度	2013年度
换货金额	2,144.48	5,611.14	4,668.17	3,198.02
占加盟商销售收入比例	23.27%	18.73%	15.72%	20.73%
换货原因	新店换货、款式更换	新店换货、款式更换	新店换货、款式更换	新店换货、款式更换

报告期内，公司换货比例占加盟模式下销售收入的比例较大。这主要是因为报告期内，公司加大了加盟渠道的拓展力度，加盟店数量总体保持增长态势。为支持加盟商更好拓展当地销售渠道，减少加盟商新店开设过程中存在的因不了解当地钻石镶嵌饰品、翡翠饰品消费习惯而滞销的风险，允许加盟店新开4个月内享受首批进货额50%的货品换货、换货次数不做限制的政策优惠。因钻石镶嵌饰品、翡翠饰品具有周转率较慢的经营特点，加盟商为规避自身的经营风险，均享

受了这一换货政策。此外，在老店的后续经营过程中，出于调整款式结构的考虑，加盟商也会定期对加盟店中的铺货进行款式更换。

③公司退换货的会计处理是否符合《企业会计准则》的规定。

《企业会计准则》有关销售退回的规定：对于已确认收入的售出商品发生退回的，企业一般应在发生时冲减当期销售商品收入，同时冲减当期销售商品成本。

《企业会计准则》同时规定：附有销售退回条件的商品销售，是指购买方依照有关协议有权退货的销售方式。在这种销售方式下，企业根据以往经验能够合理估计退货可能性且确认与退货相关负债的，通常应在发出商品时确认收入；企业不能合理估计退货可能性的，通常应在售出商品退货期满时确认收入。

公司在直营店、专厅之间面向终端消费者的销售中，虽然有在 7 日内，因公司产品质量问题的承诺，但因质量问题实际发生的退换金额极小，根据以往经验，无需确认与退货相关的负债。

公司在对加盟商的销售中，虽然实际发生了加盟商的退货行为，但公司与加盟商签订的特约加盟协议明确约定“加盟商在进货后不得以任何理由要求退货”，因此加盟商没有退货的权利，不属于“附有销售退回条件的商品销售”。

因此，保荐机构、会计师经核查后认为：发行人的退换货的会计处理符合《企业会计准则》的规定。

3、主营业务收入地区构成

单位：万元，%

地区	2016 年 1-3 月		2015 年		2014 年		2013 年	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
江苏	29,889.24	67.90	103,449.83	70.15	101,262.22	71.08	86,103.80	74.50
鲁皖豫	8,860.00	20.13	28,337.47	19.22	26,795.51	18.81	18,885.57	16.34
沪浙闽	3,130.98	7.11	9,542.73	6.47	9,060.99	6.36	6,913.63	5.98
京津冀晋	1,088.59	2.47	3,191.42	2.16	2,133.69	1.50	1,557.59	1.35
湘鄂赣	246.24	0.56	1,234.29	0.84	999.66	0.70	693.40	0.60
吉辽黑	301.56	0.69	567.96	0.39	990.93	0.70	322.42	0.28
川渝陕	499.82	1.14	1,021.13	0.69	801.91	0.56	1,096.99	0.95
云蒙琼	5.05	0.01	116.17	0.08	412.42	0.29	-	-

合计	**44,021.48**	**100.00**	**147,461.01**	**100.00**	**142,457.32**	**100.00**	**115,573.40**	**100.00**

长期以来，江苏市场一直系公司的优势区域，通灵珠宝在江苏区域具有较高的品牌影响力，在江苏省内的销售收入占比较高；近两年来公司逐渐加大对江苏省外地区的业务拓展，江苏区域的销售收入占比总体呈下降的趋势，其中在安徽、浙江地区的销售收入增长可观，对公司业绩的贡献越来越大；同时，公司亦重视对其他区域的业务覆盖，截至目前，公司销售经营已覆盖 18 个省市自治区。

4、主营业务收入季节性分析

本行业不具有明显的季节性，一般重大节假日的销售收入较高，相对而言，一季度（含春节）的销售收入一般略高于其他季度。

报告期内不同季度间的销售收入情况如下：

单位：万元、%

季度	**2016 年 1-3 月**		**2015 年**		**2014 年**		**2013 年**	
	金额	**比例**	**金额**	**比例**	**金额**	**比例**	**金额**	**比例**
1 季度	44,021.48	100.00	33,619.47	22.80	39,183.69	27.51	33,203.21	28.73
2 季度			42,607.41	28.89	36,234.21	25.44	27,612.07	23.89
3 季度			32,429.76	21.99	32,867.79	23.07	27,649.04	23.92
4 季度			38,804.37	26.32	34,171.63	23.98	27,109.10	23.46
合计	**44,021.48**	**100.00**	**147,461.01**	**100.00**	**142,457.32**	**100.00**	**115,573.40**	**100.00**

5、主要销售客户分析

公司的销售模式主要分为直营、专厅和加盟等三种模式，在直营模式下，公司的客户多为终端的消费者，较为零散；因此公司主要的客户系商场专厅及加盟商。

报告期内，主要专厅及加盟商的销售情况如下：

单位：万元、%

专厅								
客户名称	**2016 年 1-3 月**		**2015 年**		**2014 年**		**2013 年**	
	金额	**占比**	**金额**	**占比**	**金额**	**占比**	**金额**	**占比**

南京中央商场集团联合营销有限公司	1,047.55	2.36	3,961.10	2.66	4,059.34	2.83	3,507.04	3.02
上海文峰商贸有限责任公司、南通文峰商贸采购批发有限公司	1,450.33	3.27	4,224.62	2.83	4,036.97	2.82	3,056.98	2.63
合肥百货大楼集团股份有限公司	550.53	1.24	1,769.49	1.19	1,959.09	1.37	1,916.21	1.65
扬州金鹰国际实业有限公司	433.74	0.98	1,381.17	0.93	1,435.53	1.00	1,259.24	1.08
徐州金鹰国际实业有限公司	286.65	0.65	1,165.85	0.78	1,227.77	0.86	1,083.62	0.93
金鹰国际商贸集团（中国）有限公司	175.80	0.40	606.10	0.41	945.31	0.66	862.68	0.74
盐城金鹰国际购物中心有限公司	557.71	1.26	1,580.80	1.06	1,687.65	1.18	1,076.57	0.93
无锡商业大厦大东方股份有限公司	551.89	1.24	1,644.00	1.10	1,221.91	0.85	986.95	0.85
泰州金鹰商贸有限公司	472.59	1.06	1,610.66	1.08	1,146.08	0.80	946.82	0.81
合计	**5,526.79**	**12.46**	**17,943.79**	**12.04**	**17,719.65**	**12.37**	**14,696.11**	**12.64**

加盟商

客户名称	**2016 年 1-3 月**		**2015 年**		**2014 年**		**2013 年**	
	金额	**占比**	**金额**	**占比**	**金额**	**占比**	**金额**	**占比**
南通新世界珠宝城有限公司	266.86	0.60	1,230.66	0.83	937.58	0.65	880.12	0.76
兴化市顺鑫金店	276.07	0.62	993.66	0.67	633.20	0.44	715.53	0.62
安徽宝华首饰有限责任公司	706.38	1.59	2,599.48	1.74	1,793.12	1.25	712.49	0.61
曹德标	230.98	0.52	1,082.00	0.73	782.24	0.55	603.29	0.52
金坛市环球商贸行	259.34	0.58	240.60	0.16	278.38	0.19	265.63	0.23
江苏宏信商贸股份有限公司	148.59	0.33	506.84	0.34	510.73	0.36	588.05	0.51
合肥金贵珠宝有限公司	916.41	2.06	2,930.59	1.97	2,128.52	1.49	410.01	0.35
淮南华宝珠宝首饰销售有限公司	140.9	0.32	371.14	0.25	656.06	0.46	424.65	0.37
商丘市翠微商贸有限公司	53.22	0.12	88.35	0.06	570.40	0.40	-	-
高邮市裕源银楼	334.45	0.75	929.32	0.62	793.05	0.55	482.30	0.41

（原高邮店（刘晓凤））								
台州市椒江百泰百货有限公司	67.09	0.15	209.93	0.14	791.84	0.55	-	-
合计	**3,400.29**	**7.64**	**11,182.57**	**7.51**	**9,875.12**	**6.89**	**5,082.07**	**4.38**

报告期内，专厅及加盟模式下新增主要门店（年销售收入大于 200 万元）的销售收入及占比情况如下：

单位：万元、%

2016 年 1-3 月新增主要门店销售收入			
新增店面名称	**经营模式**	**金额**	**占比**
河南新乡新玛特专厅	加盟	212.09	0.48%
河北秦皇岛现代购物中心专厅	加盟	172.41	0.39%
河北唐山远洋城店	加盟	172.21	0.39%
江苏南京高淳八佰伴专厅	加盟	163.44	0.37%
安徽六安霍山凤莱福珠宝城专厅	加盟	159.72	0.36%
安徽广德百大专厅	加盟	156.35	0.36%
山东青岛城阳利群专厅	加盟	155.22	0.35%
河南驻马店解放大道乐山百货专厅	加盟	154.13	0.35%
安徽铜陵大洋百货专厅	加盟	147.41	0.33%
山东潍坊寿光市中百大厦专厅	加盟	125.66	0.29%
山东潍坊谷德广场专厅	加盟	119.87	0.27%
江苏泗洪文化大世界店	加盟	103.82	0.24%
浙江嘉兴八佰伴专厅	专厅	50.28	0.11%
合计		1,892.61	4.29%
2015 年新增主要门店销售收入			
新增店面名称	**经营模式**	**金额**	**占比**
昆山金鹰天地专厅	专厅	482. 92	0. 33%
江苏宿迁泗阳哥伦布专厅	加盟	401. 17	0. 27%
安徽铜陵合百专厅	加盟	368. 63	0. 25%
安徽阜阳界首人民路专厅	加盟	310. 99	0. 21%

大丰人民南路二店	加盟	306. 62	0. 21%
安徽阜阳万达广场店	加盟	303. 65	0. 21%
江苏南京高淳富克斯专厅	加盟	295. 55	0. 20%
蚌埠怀远禹王中路店	加盟	277. 62	0. 19%
兴化安丰店	加盟	268. 59	0. 18%
山东淄博银座商城专厅（新）	加盟	264. 88	0. 18%
安徽滁州定远曲阳路店	加盟	255. 15	0. 17%
安徽合肥肥东老街店	加盟	243. 19	0. 16%
河南商丘永城百花路店	加盟	233. 56	0. 16%
河南焦作解放中路店	加盟	231. 58	0. 16%
河南安阳万达广场店	加盟	229. 61	0. 16%
安徽六安寿县时代广场店	加盟	229. 43	0. 16%
安徽蚌埠五河专厅	加盟	228. 52	0. 15%
洛阳九都丹尼斯专厅	加盟	221	0. 15%
山东淄博茂业时代广场专厅	加盟	219. 76	0. 15%
江苏徐州睢宁百盛润家专厅	加盟	215. 79	0. 15%
安徽宣城商之都专厅	加盟	214. 09	0. 15%
河北廊坊万达广场店	加盟	207. 65	0. 14%
河南商丘夏邑县府西路店	加盟	205. 55	0. 14%
济宁贵和购物中心专厅	加盟	203. 3	0. 14%
泰州茂业天地专厅	专厅	203. 23	0. 14%
芜湖银泰专厅	专厅	202. 38	0. 14%
晋中平遥田森汇店	加盟	202. 37	0. 14%
浙江台州临海银泰百货专厅	加盟	201. 19	0. 14%
合计		7, 227. 97	4. 93%

2014 年新增主要门店销售收入

新增店面名称	经营模式	金额	占比
苏州美罗商场专厅	专厅	828.26	0.58%
连云港虚沟文峰专厅	专厅	791.84	0.55%
盐城聚龙湖金鹰专厅	专厅	672.21	0.47%
无锡茂业百货专厅	专厅	610.03	0.42%
无锡八佰伴百货专厅	专厅	600.66	0.42%
商丘商字店	加盟	570.40	0.40%

滁州来安白云商厦专厅	加盟	467.73	0.33%
黄山新安北路店	加盟	454.79	0.32%
繁昌龙华广场店	加盟	381.96	0.27%
宁国津河东路店	加盟	351.59	0.24%
巢湖人民路店	加盟	347.08	0.24%
马鞍山和县文昌中路店	加盟	310.49	0.22%
全椒奥康步行街店	加盟	298.10	0.21%
宿松人民路店	加盟	293.45	0.20%
蚌埠万达店	加盟	286.45	0.20%
嵊州北直街店	加盟	268.81	0.19%
桐乡新卉广场店	加盟	264.50	0.18%
温岭银泰城店	加盟	261.44	0.18%
北京通州万达广场店	加盟	260.83	0.18%
玉溪桂山路店	加盟	260.09	0.18%
青州世纪泰华专厅	加盟	253.33	0.18%
哈尔滨中央商城专厅	加盟	242.57	0.17%
铜陵雨润广场专厅	加盟	241.55	0.17%
亳州利辛龙凤祥专厅	加盟	240.14	0.17%
宣城叠嶂中路店	加盟	232.60	0.16%
宜昌水悦城店	加盟	231.91	0.16%
赤峰维多利广场专厅	加盟	227.69	0.16%
秦皇岛茂业商城专厅	加盟	226.90	0.16%
启东吕四港店	加盟	226.73	0.16%
徐州丰县解放路店	加盟	223.31	0.16%
响水双园路店	加盟	218.96	0.15%
射阳步行街店	加盟	218.37	0.15%
建湖东方广场店	加盟	213.95	0.15%
戴南戴泽路店	加盟	212.48	0.15%
合计		11,791.20	8.20%
2013 年新增主要门店销售收入			
新增店面名称	**经营模式**	**金额**	**占比**
开封市金鑫专厅	加盟	381. 56	0. 33
四川绵阳涪城路店	加盟	362. 30	0. 31

淄博银座商城专厅(新)	加盟	350.01	0.30
六安大别山西路店	加盟	332.58	0.29
池州东华东商贸店	加盟	280.70	0.24
开封大商新玛特专厅	加盟	259.24	0.22
马鞍山当涂金凤缘专厅	加盟	234.88	0.20
安徽无为西大街店	加盟	224.06	0.19
西安东大街开元专厅	专厅	221.91	0.19
黄山巴黎春天专厅	加盟	210.51	0.18
洛阳丹尼斯百货专厅	加盟	208.16	0.18
滁州大金新百百货专厅	加盟	204.99	0.18
无锡万达百货专厅	专厅	200.27	0.17
合计		3,471.18	2.97

总体而言，公司主要从事珠宝首饰产品的零售业务，终端消费者较为分散。在商场专厅、加盟模式下的经营渠道及经营业绩较为稳定，主要门店实现的销售收入及新增门店实现的销售收入占总销售收入的比例较低，不存在对重大客户的销售依赖。

6、现金销售情况

（1）现金销售的内控管理制度及流程

发行人直营店销售中存在部分现金销售的行为，发行人制定了现金销售相关的内控管理制度及操作流程。

直营店收银员每天需将现金销售款及时解缴到开户银行货款账户，上午班所收货款需在当天下午存入银行，下午班所收货款需在次日上午存入银行，且不得与次日上午销售货款一并存入。为控制资金风险，当天下午班现金销售货款在银行打烊前半小时前超过人民币2万元的，除客流高峰情况外，一般均需在当天下午存入银行。直营店货款存入银行账户后自动归集到总部账户。直营店不得欠款销售，须保证销售收款完整一致。销售开票及收款数据需及时录入ERP系统，以便及时核对。监察室对直营店进行财务审计时，对直营店销售和资金存缴数据进行抽样稽核。

（2）现金销售前十名的店面情况

报告期内，发行人现金销售中前十名的直营店名称、销售金额、现金销售占比情况如下：

单位：万元

2016 年 1-3 月前十名现金销售直营店情况			
店面名称	**现金销售金额**	**销售金额**	**现金销售占比**
常州南大街一店	94.19	767.25	12.28%
泰兴鼓楼南路店	78.87	367.41	21.47%
连云港步行街中街店	72.59	430.20	16.87%
无锡人民中路店	66.13	460.76	14.35%
靖江南京路店	62.76	450.90	13.92%
南通南大街三店	58.93	479.64	12.29%
宜兴蛟桥河步行街店	55.96	292.35	19.14%
泰州坡子街店	54.26	316.98	17.12%
启东人民中路店	53.51	146.72	36.47%
靖江骥江中路店	50.28	244.75	20.54%
合计	**647.48**	**3,956.96**	**16.36%**
2015 年前十名现金销售直营店情况			
店面名称	**现金销售金额**	**销售金额**	**现金销售占比**
常州南大街一店	296.42	2,411.21	12.29%
靖江南京路店	286.00	1,561.67	18.31%
泰兴鼓楼南路店	253.54	1,520.86	16.67%
江阴人民中路二店	208.55	1,519.83	13.72%
连云港步行街中街店	193.63	1,648.61	11.75%
宜兴蛟桥河步行街店	189.63	1,254.84	15.11%
泰州坡子街店	185.00	1,079.26	17.14%
苏州观前街店	176.14	3,263.71	5.40%
南京新街口万达店	173.84	1,609.64	10.80%
南通南大街三店	172.46	1,998.38	8.63%
合计	**2,135.21**	**17,868.01**	**11.95%**
2014 年前十名现金销售直营店情况			
店面名称	**现金销售金额**	**销售金额**	**现金销售占比**

常州南大街一店	387.27	3,071.14	12.61%
靖江南京路店	386.96	1,879.31	20.59%
苏州观前街店	325.05	3,353.83	9.69%
泰兴鼓楼南路店	325.01	1,655.08	19.64%
宜兴蛟桥河步行街店	305.03	1,552.88	19.64%
江阴人民中路二店	264.40	1,457.43	18.14%
张家港杨舍步行街店	233.91	1,458.60	16.04%
南通南大街三店	222.56	1,547.15	14.38%
无锡人民中路店	204.62	1,359.62	15.05%
靖江骥江中路店	194.55	1,023.21	19.01%
合计	**2,849.36**	**18,358.25**	**15.52%**
2013 年前十名现金销售直营店情况			
店面名称	**现金销售金额**	**销售金额**	**现金销售占比**
苏州观前街店	540.82	4,139.21	13.07%
常州南大街一店	503.78	3,390.40	14.86%
靖江南京路店	374.61	1,479.31	25.32%
无锡中山路二店	373.65	1,072.98	34.82%
江阴人民中路二店	367.76	1,561.78	23.55%
张家港杨舍步行街店	321.74	1,602.49	20.08%
泰兴鼓楼南路店	301.56	1,563.45	19.29%
南通南大街二店	297.09	2,165.07	13.72%
宜兴蛟桥河步行街店	274.63	1,273.18	21.57%
南京新街口万达店	271.99	2,334.53	11.65%
合计	**3,627.63**	**20,582.41**	**17.62%**

（二）利润的主要来源及其相关因素分析

1、利润的主要来源

报告期内，公司利润总额构成情况如下：

单位：万元

项目	2016 年 1-3 月	2015 年	2014 年	2013 年
营业毛利	25,051.18	80,223.89	76,675.14	64,395.36

其中：主营业务毛利	24,818.39	79,122.05	76,294.11	64,043.61
其他业务毛利	232.79	1,101.84	381.04	351.75
营业利润	11,246.97	23,731.61	23,059.07	16,388.49
营业外收支净额	26.86	375.99	-8.51	-24.09
利润总额	11,273.83	24,107.60	23,050.55	16,364.40
净利润	8,440.40	18,051.99	17,138.76	11,540.33

公司其他业务毛利及营业外收支净额均较小，公司利润主要来源于主营业务贡献，仅对主营业务毛利进行分析。

2、主营业务毛利构成分析

（1）不同产品的毛利分析

单位：万元、%

产品	2016 年 1-3 月		2015 年		2014 年		2013 年	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
钻石饰品	22,625.50	91.16	69,633.68	88.01	64,729.02	84.84	51,204.84	79.95
翡翠饰品	1,830.34	7.37	8,164.28	10.32	9,411.09	12.34	12,101.43	18.90
其他饰品	362.56	1.46	1,324.08	1.67	2,154.00	2.82	737.35	1.15
合　计	24,818.39	100.00	79,122.05	100.00	76,294.11	100.00	64,043.61	100.00

从产品构成角度来看，公司毛利主要来源于钻石饰品、翡翠饰品，两者毛利贡献合计占 98%左右，其中：钻石饰品毛利额占比逐年提高，翡翠饰品毛利额占比逐年降低。

（2）不同销售模式毛利分析

单位：万元、%

销售模式	2016 年 1-3 月		2015 年		2014 年		2013 年	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
直营	9,798.83	39.48	33,607.99	42.48	36,461.12	47.79	37,251.68	58.17
专厅	11,715.28	47.20	34,750.20	43.92	29,841.28	39.11	21,733.15	33.93
加盟	3,304.28	13.31	10,763.85	13.60	9,991.71	13.10	5,058.78	7.90
合　计	24,818.39	100.00	79,122.05	100.00	76,294.11	100.00	64,043.61	100.00

从销售模式来看，公司毛利主要来源于直营模式，但直营模式的毛利占比出现逐年递减的趋势，相应专厅、加盟模式的毛利占比逐年提升，截至 2016 年 3

月末，专厅模式的毛利贡献达到 47.20%，加盟模式的毛利贡献达到 13.31%。

（三）主营业务毛利率分析

1、不同产品毛利率分析

项目\年份	2016 年 1-3 月	2015 年	2014 年	2013 年
钻石饰品	56.45%	53.21%	54.17%	53.77%
翡翠饰品	67.63%	65.67%	62.46%	70.01%
其他饰品	29.37%	31.88%	27.24%	24.16%
合　计	**56.38%**	**53.66%**	**53.56%**	**55.41%**

公司钻石饰品、翡翠饰品的销售毛利率略有波动，但变动幅度较小。其他饰品虽然销售规模较小，但种类繁多，各个品种饰品毛利率差异较大，导致公司各年度其他饰品的毛利率有所波动，如 2015 年后其他饰品中增加了彩宝的销售，该部分产品毛利率相对较高，导致 2015 年后其他饰品平均毛利率上升。

不同产品的结构变化对毛利率的影响分析如下：

	2016 年 1-3 月			2015 年		
	收入占比	毛利率	对销售毛利率贡献度	收入占比	毛利率	对销售毛利率贡献度
钻石饰品	91.05%	56.45%	91.16%	88.75%	53.21%	88.01%
翡翠饰品	6.15%	67.63%	7.38%	8.43%	65.67%	10.32%
其他饰品	2.80%	29.37%	1.46%	2.82%	31.88%	1.68%
合计	100.00%	56.38%	100.00%	100.00%	53.66%	100.00%
	2014 年			2013 年		
	收入占比	毛利率	对销售毛利率贡献度	收入占比	毛利率	对销售毛利率贡献度
钻石饰品	83.87%	54.17%	84.83%	82.40%	53.77%	79.96%
翡翠饰品	10.58%	62.46%	12.34%	14.96%	70.01%	18.90%
其他饰品	5.55%	27.24%	2.82%	2.64%	24.16%	1.15%
合计	100.00%	53.56%	100.00%	100.00%	55.41%	100.00%

随着钻石饰品的销售收入占比逐年提升，钻石饰品销售对毛利率的贡献度也逐年增长，2013 年至 2016 年 1-3 月钻石饰品对毛利率贡献度分别为 79.96%、84.83%、88.01%、91.16%。

翡翠饰品虽然毛利率高于钻石饰品，但由于其销售收入占比有所下降，导致其对毛利率的贡献也逐渐下降。

2、不同销售模式毛利率分析

项目\年份	2016 年 1-3 月	2015 年	2014 年	2013 年
直营	66.46%	63.75%	62.77%	63.57%
专厅	58.40%	53.64%	54.47%	52.23%
加盟	35.85%	35.92%	33.77%	32.92%
合　计	**56.38%**	**53.66%**	**53.56%**	**55.41%**

公司的销售模式有直营、专厅、加盟三种，其中加盟店模式下的销售毛利率最低、专厅稍高、直营最高。

专厅模式和加盟模式比较而言，在专厅销售模式下，公司拥有终端销售的控制权，能充分享受流通环节的利润，而加盟店销售模式下，加盟商分享了部分销售环节利润，因此专厅销售毛利率与加盟店销售毛利率相比较高。

直营模式和专厅模式比较而言，在专厅模式下，终端消费者购买货品后，由商场代为收取货款并定期与公司进行对账结算，在扣除商场返点（一般为销售收入的 15%～30%）后，将剩余货款确认为收入；而在直营模式下，公司设立旗舰店和标准店，直接向终端消费者收取货款进行销售。直营店的运营费用作为公司销售费用核算。因此，直营模式具有“高毛利、高费用”的特点，其毛利率高于专厅模式。

不同销售模式的变化对销售毛利率的影响分析如下：

	2016 年 1-3 月			2015 年		
	收入占比	毛利率	对销售毛利率贡献度	收入占比	毛利率	对销售毛利率贡献度
直营	33.49%	66.46%	39.48%	35.75%	63.75%	42.47%
专厅	45.57%	58.40%	47.20%	43.93%	53.64%	43.91%
加盟	20.94%	35.85%	13.31%	20.32%	35.92%	13.60%
合　计	100.00%	56.38%	100.00%	100.00%	53.66%	100.00%
	2014 年			2013 年		
	收入占比	毛利率	对销售毛利	收入占比	毛利率	对销售毛利

			率贡献度			率贡献度
直营	40.77%	62.77%	47.78%	50.70%	63.57%	58.17%
专厅	38.46%	54.47%	39.11%	36.00%	52.23%	33.93%
加盟	20.77%	33.77%	13.10%	13.30%	32.92%	7.90%
合　计	100.00%	53.56%	100.00%	100.00%	55.41%	100.00%

公司直营模式下的销售占比逐年降低，导致其对毛利率的贡献逐年降低；随着各大型零售商场的快速拓展，可用于直营模式的优质店面资源日渐稀缺，另外大型商场商业位置优越，具有大量客流保证，并且开展专厅模式销售的前期及固定费用较小，公司逐渐侧重于专厅模式的拓展，近年专厅的销售收入及对利润的贡献逐渐提升。

3、同行业可比上市公司毛利率对比分析

（1）报告期内，可比上市公司的销售毛利率情况如下：

公司名称	2015 年（或 2016 财年）	2014 年（或 2015 财年）	2013 年（或 2014 财年）
明牌珠宝	7.62%	8.66%	5.54%
潮宏基	36.91%	33.64%	29.61%
老凤祥	8.39%	8.77%	7.97%
东方金钰	8.75%	6.69%	3.76%
谢瑞麟	45.54%	46.47%	43.73%
周大福	27.64%	29.67%	27.33%
六福集团	-	24.07%	21.93%
爱迪尔	21.13 %	22.48 %	23.24 %
发行人	53.66%	53.56%	55.41%

注：数据来源于 wind 资讯或上市公司公开披露报告中相关数据计算所得。谢瑞麟财政年度为上年 3 月 1 日至当年 2 月 28 日；周大福财政年度为上年 4 月 1 日至当年 3 月 31 日。

从综合毛利率而言，同行业上市公司仅有谢瑞麟与本公司毛利率较为接近，其他公司与本公司总的毛利率差异悬殊，这主要系产品结构不同导致，珠宝首饰产品可分为镶嵌类首饰、黄金首饰和铂金首饰等。镶嵌类首饰主要包含钻石、翡翠玉石镶嵌饰品等，具有单位价值高、周转速度慢、毛利率高的特点，而黄金首饰、铂金首饰等贵金属首饰具有周转速度快、毛利率低的特点。

主要境内上市公司产品毛利率

产品/公司名称	2015 年		2014 年		2013 年	
	镶嵌类	黄金类	镶嵌类	黄金类	镶嵌类	黄金类
明牌珠宝	33.05%	5.96%	30.65%	6.50%	32.36%	3.53%
潮宏基	47.17%	11.04%	47.63%	8.93%	50.16%	13.47%
老凤祥	10.20%	1.75%	10.25%	-0.26%	8.77%	9.64%
东方金钰	58.57%	2.06%	54.52%	0.65%	42.78%	-2.97%
爱迪尔	20.54%	-	21.44%	-	22.81%	-
发行人	54.29%	-	55.10%	-	56.26%	-

注：数据来源于 wind 资讯或上市公司公开披露报告中相关数据计算所得；发行人毛利率系钻石饰品、翡翠饰品合计毛利率。

各上市公司按产品分类的口径并不完全一致，表中镶嵌类、黄金类毛利率数据分别取自各公司以下产品类别数据：明牌珠宝“镶嵌类饰品、黄金饰品”；潮宏基“K 金珠宝首饰、足金饰品”及“时尚珠宝首饰、传统黄金首饰”；老凤祥“珠宝首饰、黄金交易”；东方金钰“珠宝玉石首饰、黄金饰品”；爱迪尔“钻石镶嵌饰品”。

从综合毛利率而言，同行业上市公司仅有谢瑞麟与本公司毛利率较为接近，其他公司与本公司销售毛利率差异悬殊。珠宝首饰行业不同公司毛利率差异主要由如下两个因素决定：

①销售模式的差异

项目	潮宏基	明牌珠宝	老凤祥	谢瑞麟	周大福	爱迪尔	六福集团	本公司
直营店模式	少	少	少	少	少	少	少	高
专厅模式	高	中	少	高	高	少	高	高
加盟商模式	少	少	中	少	少	高	中	少
经销模式	极少	高	高	无	少	中	少	无

注：经销模式是指珠宝公司面向一般客户进行非品牌的批发销售。客户不得对外使用珠宝公司品牌，珠宝公司也不对经销商提供除货品质量保证以外的其他服务。

珠宝首饰行业的上市公司一般采用以自营店（包括直营店和专厅）为主的直销模式或以加盟、经销为主的销售模式。对于直销模式，由于产品直接面向终端消费者，定价较高；对于加盟或经销模式，销售环节相应增加，需让利一部分给经销商或加盟商，销售价格低于零售价格，相应降低了毛利率。毛利率较高的潮宏基、谢瑞麟等公司，其主要采用直销的模式进行销售，其毛利率相应较高；而

毛利率较低的明牌珠宝、老凤祥，其主要采用经销模式进行销售，其毛利率相应较低。

②产品结构的差异

项目	潮宏基	明牌珠宝	老凤祥	谢瑞麟	周大福	爱迪尔	六福集团	本公司
钻石饰品占比	中	低	低	高	中	高	中	高
翡翠饰品占比	极少	极少	极少	无	极少	少	极少	中
黄金、铂金饰品占比	中	高	高	低	高	少	中	少

在珠宝首饰行业中，由于钻石镶嵌饰品对工艺水平、款式时尚性提出了更高的要求，加之钻石较贵金属的更加稀缺性，一般钻石镶嵌饰品的毛利率高于黄金、铂金饰品的毛利率。同行业不同上市公司由于其产品结构不尽相同，也在一定程度上造成毛利率有所差异。

公司报告期内毛利率高于同行业上市公司水平，一方面，公司珠宝首饰产品主要采用直营+专厅的模式对外销售，相对于加盟模式，在一定程度上提高毛利率；另一方面，公司珠宝首饰产品主要为钻石、翡翠饰品，相对于纯粹的黄金、铂金饰品，有利于提升公司的综合毛利率。因此，公司的综合毛利率情况符合公司的产品结构和销售模式特点。

（3） 同行业上市公司中钻石饰品毛利率比对

公司销售的产品中钻石饰品占比最高，2015 年钻石饰品销售占比达 88.75%，因同行业上市公司按产品披露的口径差异较大，以下仅选择与钻石饰品较贴近上市公司相关产品的毛利率进行比较分析。

可比上市公司的钻石镶嵌饰品销售毛利率情况如下：

公司名称	2015 年（或 2016 财年）	2014 年(或 2015 财年）	2013 年(或 2014 财年）
明牌珠宝	33.05%	30.65%	32.36%
潮宏基	47.17%	47.63%	50.16%
谢瑞麟	45.54%	46.47%	43.73%
爱迪尔	20.54%	21.44%	22.81%
发行人	53.21%	54.17%	53.77%

注：明牌珠宝列示的为“镶嵌饰品”毛利率、潮宏基列示的为“时尚珠宝首饰”或“K

金珠宝首饰”毛利率、谢瑞麟列示的为综合毛利率、爱迪尔列示的为“钻石镶嵌饰品”的毛利率、发行人列示的为“钻石饰品”毛利率。谢瑞麟财政年度为上年 3 月 1 日至当年 2 月 28 日。

同类的产品采用不同的经营模式时，其销售毛利率不同，其中采用不同经营模式的毛利率水平如下：直营>专厅>加盟>经销。

公司采用直营、专厅、加盟的经营模式，2015 年公司上述三种模式实现的销售收入占比分别为 35.75%、43.93%、20.32%。

明牌珠宝主要采用经销、自营的经营模式，且其自营模式中主要采用专厅自营，因此其镶嵌饰品毛利率水平较低。

潮宏基主要采用自营、加盟的经营模式，且其自营模式中主要采用专厅自营；因此潮宏基的 K 金珠宝首饰（时尚珠宝首饰）的毛利率略低于公司的钻石饰品毛利率水平。

谢瑞麟的主营产品以钻石镶嵌产品为主，且其主要采用专厅自营的经营模式。公司采用较高比例的直营店自营，因此，公司的钻石饰品毛利率略高于谢瑞麟的毛利率。

爱迪尔主要采用加盟、经销的经营模式，其直营模式的销售比例仅为 1%左右，因此其钻石镶嵌饰品的毛利率最低。据爱迪尔招股说明书披露，其 2013 年、2014 年 1-6 月直营业务中钻石镶嵌类饰品的销售毛利率为 55.18%、55.28%，与公司的钻石饰品毛利率相当。

公司主要采用直营、专厅的零售销售模式，销售费用相对较高，具有高毛利率、高销售费用率的特点。上述公司的销售费用率情况如下：

公司名称	2015 年	2014 年	2013 年
明牌珠宝	3.65%	2.76%	2.50%
潮宏基	21.93%	19.76%	17.93%
爱迪尔	6.01%	4.89%	4.36%
本公司	26.26%	26.74%	30.01%

注：谢瑞麟系香港上市公司，其并未单独披露销售费用情况。

假设销售费用亦是销售成本的构成因素，则以（销售收入-销售成本-销售费

用）/销售收入计算的修正毛利率情况如下：

公司名称	2015 年	2014 年	2013 年
明牌珠宝	29. 40%	27. 89%	29. 86%
潮宏基	25. 24%	27. 87%	32. 23%
爱迪尔	14. 53%	16. 55%	18. 45%
发行人	26. 95%	27. 43%	23. 76%

如果剔除销售费用率的差异，公司的钻石饰品销售毛利率水平与明牌珠宝、潮宏基基本相当。

保荐机构、会计师经核查后认为：公司销售毛利率高于同行业上市公司，主要是由于销售模式、产品结构差异所造成。同时，公司通过实施高端的品牌定位策略，积累了较高的品牌知名度和忠诚度，享有一定的品牌溢价。因此，公司销售毛利率高于同行业上市公司平均水平具有合理性。

（四）经营成果变化综合分析

单位：万元，%

项　目	2016 年 1-3 月		2015 年		2014 年		2013 年
	金额	变动	金额	变动	金额	变动	金额
一、营业收入	44,416.27	19.17	149,081.81	4.08	143,242.39	23.25	116,225.50
减：营业成本	19,365.09	12.49	68,857.92	3.44	66,567.25	28.43	51,830.14
营业税金及附加	1,182.92	1.54	4,659.82	17.46	3,967.20	-1.04	4,008.82
销售费用	9,655.78	-1.33	39,143.00	2.18	38,308.47	9.84	34,877.86
管理费用	2,721.85	-6.01	11,583.54	12.42	10,303.87	24.88	8,250.87
财务费用	191.80	12.30	683.17	-3.70	709.41	4.17	681.03
资产减值损失	51.85	-50.94	422.75	29.23	327.14	73.75	188.28
二、营业利润	11,246.97	89.57	23,731.61	2.92	23,059.07	40.70	16,388.49
加：营业外收入	59.77	-56.83	553.85	196.51	186.79	-60.88	477.53
减：营业外支出	32.91	-25.98	177.86	-8.93	195.30	-61.07	501.61
三、利润总额	11,273.83	87.06	24,107.60	4.59	23,050.55	40.86	16,364.40
减：所得税费用	2,833.43	87.16	6,055.61	2.43	5,911.79	22.55	4,824.07
四、净利润	8,440.40	87.02	18,051.99	5.33	17,138.76	48.51	11,540.33

注：2016 年 1-3 月的变动数系与 2015 年全年金额的 1/4 比较所得。

1、营业收入变动分析

报告期内，营业收入变动的具体原因请参见本节“二、盈利能力分析”之“（一）营业收入分析”的相关内容。

2、主营业务成本变动分析

发行人的主要产品包括钻石饰品、翡翠饰品及其他饰品，报告期内各类产品的主营业务成本及其变动情况如下表所示：

单位：万元、%

项目	2016 年 1-3 月		2015 年		2014 年		2013 年
	金额	变动	金额	变动	金额	变动	金额
钻石饰品	17,455.26	14.01	61,242.73	11.85	54,754.41	24.36	44,030.12
翡翠饰品	875.89	-17.89	4,267.09	-24.57	5,656.72	9.10	5,184.88
其他饰品	871.94	23.28	2,829.15	-50.82	5,752.09	148.49	2,314.80
合计	19,203.09	12.40	68,338.96	3.29	66,163.21	28.40	51,529.79

注：2016 年 1-3 月的变动数系与 2015 年全年金额的 1/4 比较所得。

2013 年至 2016 年 1-3 月，主营业务成本分别为 51,529.79 万元、66,163.21 万元、68,338.96 万元和 19,203.09 万元。2014 年主营业务成本同比增长 28.40%、2015 年主营业务成本同比增长 3.29%；而 2014 年主营业务收入同比增长 23.26%、2015 年主营业务收入同比增长 3.51%。总体而言，主营业务成本的变动趋势与主营业务收入的变动趋势一致。

发行人从事珠宝首饰产品的零售业务，主营业务成本中主要由钻石、翡翠及黄金等原材料成本构成，其他加工成本占比较小。报告期内，各类产品的单位成本及其变动情况如下：

单位：件、元/件

年度	2016 年 1-3 月			2015 年		
	销售数量	单位成本	成本变动	销售数量	单位成本	成本变动
钻石饰品	93,268.00	4,297.37	-2.23	297,761.00	4,395.35	-20.75
翡翠饰品	3,507.00	7,716.65	-11.20	14,306.00	8,689.62	-11.63
其他饰品	23,221.50	531.62	15.81	90,473.00	459.06	1.48

年度	2014 年			2013 年		
	销售数量	单位成本	成本变动	销售数量	单位成本	成本变动
钻石饰品	215,431.00	5,546.25	21.99	209,467.00	4,546.54	-
翡翠饰品	15,324.00	9,832.81	41.12	24,809.50	6,967.62	-
其他饰品	174,774.00	452.36	-22.06	52,589.50	580.37	-

注：镶嵌饰品由于品种繁多、价格差异较大，上述钻石饰品、翡翠饰品、其他饰品的单位成本系以主营业务成本除以销售数量测算。

因公司每件产品差异较大，导致平均单位成本波动幅度较大，总体而言，2014 年钻石饰品、翡翠饰品平均单位成本大幅度上升，2015 年后平均单位成本逐渐降低；其他饰品销售成本总额较低，销售数量波动较大，平均单位成本呈现先降后升的趋势。总体而言，公司钻石饰品、翡翠饰品单位成本变动趋势与单位售价变动趋势一致。

3、期间费用分析

报告期内，公司期间费用及占营业收入比重情况如下：

单位：万元，%

项　目	2016 年 1-3 月		2015 年		2014 年		2013 年	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
销售费用	9,655.78	21.74	39,143.00	26.26	38,308.47	26.74	34,877.86	30.01
管理费用	2,721.85	6.13	11,583.54	7.77	10,303.87	7.19	8,250.87	7.10
财务费用	191.80	0.43	683.17	0.46	709.41	0.50	681.03	0.59
合　计	12,569.43	28.30	51,409.71	34.48	49,321.75	34.43	43,809.77	37.69

公司短期借款较少，财务费用金额及其占营业收入的比例均较小；期间费用中销售费用占比最高，2013 年至 2016 年 1-3 月，销售费用占期间费用比例分别为 79.61%、77.67%、76.14%和 76.82%。

报告期内，公司的销售费用、管理费用的金额逐年上升；销售费用占营业收入的比例总体呈下降趋势，管理费用占营业收入的比例相对稳定。

（1）销售费用

报告期内，各销售费用具体项目的金额及变动情况如下：

单位：万元，%

项目	2016 年 1-3 月		2015 年		2014 年		2013 年
	金额	变动	金额	变动	金额	变动	金额
工资薪酬	3,677.68	12.49	13,077.28	2.47	12,761.88	12.31	11,363.05
租赁费	2,839.42	-2.87	11,693.49	-3.90	12,168.02	-5.77	12,913.50
广告宣传费	906.69	-33.16	5,425.76	14.65	4,732.58	27.06	3,724.81
长期资产折旧摊销	711.87	4.36	2,728.53	19.01	2,292.67	9.18	2,099.85
低值易耗品	219.64	-44.67	1,587.95	-21.39	2,020.10	110.68	958.86
商场费用	687.30	20.75	2,276.73	15.00	1,979.80	12.06	1,766.77
水电费	87.63	3.84	337.56	-9.03	371.05	-8.29	404.60
咨询服务费	149.45	-25.63	803.80	-14.28	937.66	54.51	606.86
差旅费	127.63	37.58	371.07	83.49	202.23	-9.84	224.30
办公通讯费	65.23	-20.59	328.59	-1.89	334.93	7.92	310.34
修理费	19.62	-44.70	141.92	5.00	135.17	67.18	80.85
业务招待费	28.97	25.70	92.19	6.59	86.49	49.68	57.78
其他	134.65	93.65	278.12	-2.72	285.88	-21.95	366.29
合计	9,655.78	-1.33	39,143.00	2.18	38,308.47	9.84	34,877.86

注：2016 年 1-3 月的变动数系与 2015 年全年金额的 1/4 比较所得。

销售费用中主要系工资薪酬、租赁费、广告宣传费及折旧摊销等支出，主要销售费用对应的详细内容如下表：

项目	对应的内容
租赁费	直营店租赁费用
长期资产折旧摊销	店面固定资产、装修费用折旧摊销
低值易耗品	主要系商品的包装盒、包装袋费用等
商场费用	主要系支付给商场的专厅的 POS 机费用及商场的水电费、管理费等

报告期内，营业收入金额及变动情况如下：

单位：万元，%

项目	2016 年 1-3 月		2015 年		2014 年		2013 年
	金额	变动	金额	变动	金额	变动	金额
营业收入	44,416.27	19.17	149,081.81	4.08	143,242.39	23.25	116,225.50

注：2016 年 1-3 月的变动数系与 2015 年全年金额的 1/4 比较所得。

报告期内，直营店、专厅数量及变动情况如下：

项目	2016 年 3 月末	2015 年末	2014 年末	2013 年末
直营店	73	71	77	66

专厅	188	184	167	134

报告期内，随着公司店面的不断拓展以及人工成本的上升，销售人员工资薪酬总额逐年增长，工资薪酬的增长与公司店面数量增长、人力平均成本增长的情况相符。

长期资产折旧摊销主要系店面的固定资产、装修费用的折旧摊销费用，2014 年公司新开直营店 13 家、专厅 51 家，2015 年新开直营店 4 家、专厅 37 家，2016 年 1-3 月新开直营店 5 家、专厅 5 家，因此相应的长期资产折旧摊销金额增长逐年增长。

商场费用主要系支付给商场的专厅 POS 机费用及商场的水电费、管理费。报告期内，随着专厅数量、专厅销售收入的不断增长，商场费用亦不断增长。

其他主要销售费用分析如下：

①租赁费用变化情况

租赁费系公司开设直营店租赁经营门店的费用支出。

公司的直营店仅扬州文昌中路店系自有房产，其他直营店均通过租赁方式取得。报告期内，公司直营店家数变化情况如下：

2016 年 1-3 月				
模式	期初店数	本期增加	本期减少	期末店数
直营店	71	5	3	73
2015 年				
模式	期初店数	本期增加	本期减少	期末店数
直营店	77	4	10	71
2014 年				
模式	期初店数	本期增加	本期减少	期末店数
直营店	66	13	2	77
2013 年				
模式	期初店数	本期增加	本期减少	期末店数
直营店	66	9	9	66

报告期内，公司直营店租赁面积及单位租金变动情况如下：

单位：平方米、元/年/平方米

项目	2016 年 1-3 月	2015 年	2014 年	2013 年

面积	14,177.04	14,405.87	14,844.43	15,511.63
单位租金	8,011.32	8,117.17	8,197.03	8,325.04

报告期内，公司直营店单位租金水平逐渐下降，主要原因有：部分直营店租期到期后，租赁价格重新谈判，因近年商业地产租赁压力较大，部分直营店租金水平下降；对于部分经营业绩不佳的店面，迫于租金压力，会在附近区域选择租金成本较低的店面继续经营；当年新开的店面相对面积较小，位置相对较偏，单位面积租金成本降低；新开店面需要一定的选址、谈判时间，新开店与关店之间存在一定的时间差，该段时间里不会产生租金，导致租金下降。

如：苏州观前街店因其附近修建地铁的缘故，近两年租金连续降低，2013年、2014年的平均年租金下降200万元左右。

迫于租金成本压力，南京湖南路一店换址到南京金铺广场经营，徐州中山东路店换址到徐州金地店运营，南通南大街一店换址到南大街三店经营，马鞍山解放路店换址到马鞍山万达店经营，北京东方银座店换址到北京英特宜家购物中心经营，淮安清江商场店换址到淮安镇淮楼东路经营。上述店面经营位置的变化，导致2013年租金水平下降233. 85万元，2014年租金水平下降197. 47万元。

②广告宣传费情况

广告宣传费系广告、业务宣传及促销品费用等。

公司的广告宣传方式较多，主要包含：广播电台广告；户外公交、地铁、楼体墙面广告；影视剧植入广告、互联网软文；门店活动、促销品赠送等。

公司的广告费用发生地域分布广泛，大部分广告宣传由公司员工与广告制作商直接洽谈，并无较固定的主要广告代理商。报告期内，公司主要广告商及广告费用支出情况如下：

单位：万元

2016 年 1-3 月			
广告商	**类别**	**合同名**	**广告费用**
KBBGmbH	活动	柏林电影节	88.17
CLY Communication GmbH	活动	金熊休息室	74.03
罗晋（上海）影视文化工作室	其他	品牌宣传合作合同（罗晋）	51.50
南京王朝美博国际会展服务有	活动	通灵珠宝 2015 圣诞商场展	47.55

限公司			
南京地铁德高广告有限公司	户外	新街口地铁站超级灯箱广告	33.56
European Film Promotion e.V.	活动	2016 年 shooting stars 费用	28.79
南京雅诺广告传媒有限公司	活动	南京罗晋明星活动宣传费	27.96
南京灵动信息技术有限公司	网络	腾讯朋友圈广告框架合同	18.11
无锡广播电视发展有限公司	电台	无锡电台广告发布合同 FM106.9、FM91.4	12.80
安徽广播电视台交通广播	电台	安徽电台广告发布合同（2015）	10.67
上海华扬联众数字技术有限公司南京分公司	网络	“柏林之星&布拉格之恋”新媒体推广合同	10.38
小计			**403.52**
2015 年			
广告商	**类别**	**合同名**	**广告费用**
印纪影视娱乐传播有限公司	电视	克拉恋人品牌内容合作合同	566.04
KBB GmbH	活动	柏林电影节费用	395.99
北京合润德堂文化传媒股份有限公司	电视	影视剧《钻石前男友》费用	283.02
上海唐嫣影视文化工作室	其他	唐嫣服务协议书	272.73
天津市莉翔广告有限公司	电台	天津音乐电台广播合同 FM99.0	207.25
北京普雷创新文化传播有限公司	电视	《非你莫属》栏目宣传合作协议	159.54
南京华泽广告传媒有限公司	电台	FM97.5 江苏经典流行音乐频率（2015 年）	131.18
无锡广播电视发展有限公司	电台	无锡电台广告发布合同 FM106.9、FM91.4	100.40
浙江海宁君和传媒有限公司	网络	通灵珠宝宣传推广合作协议	94.34
CLY Communication GmbH	活动	金熊休息室 CLY	91.50
北京时尚方向广告有限公司	报纸	《时尚芭莎》广告别册-201405 月刊	89.62
南京万通文化传媒有限公司	户外	无锡站台户外广告发布合同	86.28
浙江交通旅游传媒有限公司	电台	浙江交通之声 FM93 电台广告发布合同	74.91
杭州如祺文化创意有限公司	其他	图书创作合作协议	66.04
常州广视传媒有限公司	电台	常州人民广播电台 FM90、FM93.5	63.25
苏州广播广告有限公司	电台	苏州交通电台广告发布合同（2014）	55.60
北京杰智广告传媒有限公司	电视	影视剧《钻石前男友》植入营销策划协议	53.76
小计			**2,791.45**
2014 年			
广告商	**类别**	**合同名**	**广告费用**
KBB GmbH	活动	柏林电影节费用	388.59

CLY Communication GmbH	活动	金熊休息室 CLY 搭建费用	161.48
南京华泽广告传媒有限公司	电台	江苏电台经典流行音乐频率 fm97.5	128.09
无锡广播电视发展有限公司	电台	无锡电台广告发布合同	108.68
北京时尚方向广告有限公司	报刊	《时尚芭莎》广告别册-201405 月刊	107.87
南京迪度广告有限公司	电视	克拉恋人营销策划服务	104.71
江苏人民广播电台	电台	FM101.1 江苏交通广播电台广告发布合同	99.06
南京万通文化传媒有限公司	户外	无锡公交站台广告	98.2
天津市莉翔广告有限公司	电台	天津音乐电台广播合同	97.18
印纪影视娱乐传播有限公司	电视	克拉恋人品牌内容合作合同	94.34
青岛同步广告传播有限公司	电台	青岛电台广告发布合同	84.73
远誉广告（中国）有限公司西安分公司	电台	西安 FM93.1 电台广播	73.76
南京地铁德高广告有限公司	墙体	南京地铁新街口站灯箱广告	71.96
宁波德高贝登广告有限公司	户外	宁波站台户外发布合同	67.92
常州广播电视台	电台	常州人民广播电台交通频率 FM90、FM103.4 、莫文蔚演唱会-常州电台广告	66.79
南通广电传媒广告有限公司 、南通广播电视台	电台	南通交通广播 FM92.9	62.03
浙江交通旅游传媒有限公司	电台	浙江交通之声 FM93 电台广告	57.55
天津凤凰铭道文化传播有限公司	网络	《凤凰网》柏林电影节专题报道、戛纳电影节凤凰网合作费用	57.55
小计			1930.49
2013 年			
广告商	类别	合同名	广告费用
KBB GmbH	活动	柏林电影节费用	422.81
南京梅迪派勒公交广告有限公司	车身	南京公交车车身广告发布合同	154.75
江苏人民广播电台	电台	FM101.1 江苏交通广播电台广告发布合同	143.87
无锡广播电视发展有限公司	电台	无锡电台广告发布合同	92.22
扬子晚报广告中心（新华日报社）	报刊	扬子晚报软文广告费发布合同	91.98
北京时尚方向广告有限公司	报刊	《时尚芭莎》广告合同	77.1
青岛同步广告传播有限公司	电台	青岛电台广告发布合同	73.45
南京万通文化传媒有限公司	户外	无锡公交站台广告 2013 年	64.87
常州广播电视台	电台	常州人民广播电台交通频率 FM90、FM103.4	54.54
小计			**1,175.59**

（2）管理费用

单位：万元，%

项目	2016 年 1-3 月		2015 年		2014 年		2013 年
	金额	变动	金额	变动	金额	变动	金额
工资薪酬	1,611.76	-5.08	6,792.20	12.15	6,056.34	36.88	4,424.61
办公通讯费	81.17	6.33	305.35	1.93	299.56	-2.39	306.90
折旧摊销费	255.00	8.09	943.64	14.44	824.60	-5.48	872.39
交通差旅费	234.11	-8.24	1,020.60	4.56	976.05	48.52	657.20
业务招待费	103.36	-21.17	524.49	-27.66	725.07	22.87	590.13
水电费	24.37	-15.43	115.25	-6.15	122.80	11.25	110.38
咨询服务费	78.66	-38.08	508.12	88.00	270.27	-48.98	529.73
租赁费	161.04	19.85	537.49	130.30	233.39	43.27	162.90
各项税费	41.64	-36.40	261.86	-23.66	343.00	10.78	309.61
其他	130.74	-8.98	574.55	26.89	452.79	57.75	287.02
合计	2,721.85	-6.01	11,583.54	12.42	10,303.87	24.88	8,250.87

注：2016 年 1-3 月的变动数系与 2015 年全年金额的 1/4 比较所得。

2014 年后，管理费用总额总体上随公司营业收入增长而有所增长，管理费用增长幅度与营业收入增长幅度基本相当。

公司2014年管理费用中工资薪酬为6, 056. 34万元，同比增长36. 88%。2014年工资薪酬大幅增加的原因如下：

管理人员数量增长，截止2014年12月31日，公司管理人员为557人，2013年末管理人员数量为466人，人数增长19. 53%；

公司管理人员薪酬进行了调整，根据2013年7月-2014年6月公司整体业绩情况，2014年7月起管理人员平均享有10%左右的加薪；

各地区社保、公积金基数调整，每年各地区社保、公积金基数会相应调增，导致管理费用中工资薪酬的成本增加。

（3）财务费用

报告期内，公司财务费用明细情况如下：

单位：万元

项目	2016 年 1-3 月	2015 年	2014 年	2013 年
利息支出	75.79	423.74	448.16	155.33
减：利息收入	17.91	60.86	57.74	42.70
POS 手续费	82.95	285.49	295.30	543.01
汇兑损益	38.83	8.48	-3.14	-1.95
其他手续费	12.14	26.32	26.83	27.34
合计	**191.80**	**683.17**	**709.41**	**681.03**

财务费用的波动主要与 POS 手续费、利息支出相关，其中 POS 手续费主要系直营店 POS 机的手续费， 2014 年 POS 手续费下降较多，主要系因直营店总体销售收入下滑以及银联下调了刷卡手续费率所致。根据“发改价格[2013]66 号”、“银发[2012]263 号文”规定，自 2013 年 2 月 25 日起全面执行调整后的《银行卡刷卡手续费标准》，珠宝金饰类银行卡刷卡手续费标准从原来的 2%下调至 1.25%。

（4）期间费用率与境内同行业上市公司比较分析

项目	公司名称	2015 年	2014 年	2013 年
销售费用率	明牌珠宝	3.65%	2.76%	2.5%
	潮宏基	21.93%	19.76%	17.93%
	老凤祥	1.55%	1.71%	1.75%
	东方金钰	0.58%	0.83%	0.36%
	爱迪尔	6.01%	4.89%	4.36%
	本公司	26.26%	26.74%	30.01%
管理费用率	明牌珠宝	1.10%	0.77%	0.72%
	潮宏基	2.52%	2.00%	1.69%
	老凤祥	1.24%	1.26%	1.14%
	东方金钰	0.59%	0.66%	0.52%
	爱迪尔	2.67%	2.13%	2.24%
	本公司	7.77%	7.19%	7.10%

注：数据来源于 wind 资讯或上市公司公开披露报告中相关数据计算所得。

因公司经营模式的差异，同行业上市公司之间的期间费用率差异很大，总体而言，公司的销售费用率、管理费用率均高于同行业其他公司。同行业公司中，潮宏基的期间费用率也较高，系因其也主要采用直营、专厅的经营模式有关。本

公司的期间费用率比潮宏基更高，系因本公司采用直营模式的比例要高于潮宏基，与本公司特有的“高毛利、高费用”特点相符。

4、资产减值损失分析

报告期内各期计提资产减值损失的情况如下：

单位：万元

项目	2016 年 1-3 月	2015 年	2014 年	2013 年
坏账损失	51.85	422.75	327.14	188.28
合计	51.85	422.75	327.14	188.28

5、营业外收支分析

（1）营业外收入

报告期内，公司营业外收入金额较小，其主要为政府补助，具体情况如下：

单位：万元

项目	2016 年 1-3 月	2015 年	2014 年	2013 年
非流动资产处置利得	0.17	0.74	4.34	5.39
其中：固定资产处置利得	0.17	0.74	4.34	5.39
政府补助	20.24	458.00	35.00	343.93
其他	35.78	95.11	147.45	128.20
合计	59.77	553.85	186.79	477.53

（2）营业外支出

报告期内，公司营业外支出明细如下：

单位：万元

项目	2016 年 1-3 月	2015 年	2014 年	2013 年
固定资产处置损失	10.07	21.47	8.02	24.15
捐赠支出	-	114.82	89.50	100.00
赔偿支出	-	-	-	296.42
其他	22.84	41.57	97.78	81.05

项目	2016 年 1-3 月	2015 年	2014 年	2013 年
合计	32.91	177.86	195.30	501.61

赔偿支出主要系撤店发生的赔偿支出。

（五）非经常性损益分析

报告期内，公司的非经常性损益具体明细详见本招股书之“第十节　财务会计信息”之“六、经注册会计师核验的非经常性损益明细表”。

单位：万元

项目	2016 年 1-3 月	2015 年	2014 年	2013 年
归属于母公司股东的税后非经常性损益	20.11	280.96	-9.78	-18.20
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	8,422.49	17,820.91	17,209.59	11,673.50

三、现金流量分析

报告期内的现金流量情况如下：

单位：万元

项 目	2016 年 1-3 月	2015 年	2014 年	2013 年
经营活动产生的现金流量净额	7,580.62	13,857.38	7,116.37	-3,426.08
投资活动产生的现金流量净额	-1,658.32	-4,777.28	-3,245.96	-2,377.73
筹资活动产生的现金流量净额	-6,754.67	-7,438.72	-2,829.29	3,308.09
现金及现金等价物净增加额	-871.19	1,632.91	1,044.26	-2,493.76

2013 年至 2016 年 1-3 月，公司现金及现金等价物净增加额分别为-2,493.76 万元、1,044.26 万元、1,632.91 万元和-871.19 万元。总体来看，公司现金流量情况良好。

2013 年经营活动产生的净现金流量为负，主要系因当期支付的货款金额相对较高所致；2014 年后经营活动产生的现金流量净额较高，主要系因当期销售收入增长较大，销售商品收到的现金较多所致。

公司业务处于不断拓展之中，因此每年的投资活动产生的现金流量净额为

负。

2014 年筹资活动产生的现金流量净额为负，主要系因当期支付股利、偿还利息 3,329.29 万元；2015 年筹资活动产生的现金流量净额为负，主要系因偿还债务支付的现金比取得借款收到的现金多 2,000.00 万元，并且当期支付股利、偿还利息 5,438.72 万元；2016 年 1-3 月筹资活动产生的现金流量净额为负，主要系因当期分配股利、利润或偿付利息支付的现金为 6,754.67 万元。

四、资本性支出分析

（一）报告期内主要资本性支出情况

单位：万元

项 目	2016 年 1-3 月	2015 年	2014 年	2013 年
固定资产	157.86	543.22	545.34	334.23
无形资产	21.34	681.33	334.27	110.11
合计	179.20	1,224.55	879.61	444.34

（二）未来可预见的重大资本性支出计划及资金需求量

在未来两到三年内，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的营销网络项目、设计中心项目及信息化系统建设项目中的相关的资本性支出。具体情况详见本招股说明书“第十三节　募集资金运用”之“一、本次募集资金投资项目概况”。

五、发行人财务状况和盈利能力的未来趋势

（一）发行人主要财务优势

1、主营业务突出，盈利能力较强

公司主要从事钻石、翡翠饰品的销售经营，2013 年至 2016 年 1-3 月公司净利润分别为 11,540.33 万元、17,138.76 万元、18,051.99 万元和 8,440.40 万元。公司净利润增长较快，总体而言，公司盈利能力较强。

2、资产质量优良，偿债能力良好

报告期内，公司应收账款周转率和存货周转率指标平稳，应收账款和存货管理良好，资产流动性较好。同时，报告期内利息保障倍数一直维持在较高水平，偿债能力良好。

3、内控制度严格，财务风险较低

报告期内，公司制定并严格执行各项财务、内控制度，同时，公司实行稳健的财务政策，最大程度地控制财务风险。

（二）盈利能力未来趋势分析

根据 Euromonitor 数据显示，2013 年中国内地珠宝零售额达 4,720 亿元，2009-2014 年复合年增长率为 15.63%。根据中国珠宝行业网的数据显示，2015 年中国珠宝产品零售消费总额超过 5,500 亿元。未来几年，我国的珠宝首饰零售市场将继续保持高速增长，市场需求也将日趋多样化，市场将进一步细分，品牌将成为珠宝首饰企业与竞争对手拉开差距的关键。据中国珠宝玉石首饰管理中心预测，中国将在 2020 年成为世界上最大的珠宝首饰消费市场。因此，珠宝首饰行业发展前景广阔。

如果公司本次公开发行股票成功，一方面能改善公司的资产负债结构；另一方面，随着募集资金的投入，公司的经营规模将进一步扩大，同时也能提高通灵珠宝品牌的知名度和美誉度，提升公司的品牌形象，进一步巩固和发展品牌优势，在充分享受市场成长所带来的发展机会时不断提升竞争力。

六、未来分红回报规划

为了明确本次发行后对新老股东权益分红的回报，进一步细化《公司章程（草案）》中关于股利分配原则的条款，增加股利分配决策透明度和可操作性，便于股东对公司经营和分配进行监督，公司制定《通灵珠宝股份有限公司股东未来分红回报规划》（2014 年-2016 年）（以下简称《规划》），并经公司董事会和股东大会分别审议通过。具体内容如下：

（一）分红回报规划

1、制定《规划》的原则

公司着眼于长远和可持续发展，综合考虑公司目前及未来盈利规模、现金流量状况、发展所处阶段、项目投资资金需求、本次发行募集资金情况、银行信贷及外部融资环境等因素，建立对投资者持续、稳定、科学的回报规划与机制，从而对利润分配作出制度性安排，以保证利润分配政策的连续性和稳定性。公司采取以现金分红为主，并优先采用现金分红的利润分配方式。在保证公司股本规模和股权结构合理的前提下，公司可以在实施现金分红的同时进行股票股利分配。

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，公司进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到20%。

2、股东回报规划制定周期

公司至少每三年重新审阅一次股东分红回报规划，对公司股利分配政策作出适当且必要的修改，确定该时段的股东回报计划，并由公司董事会结合具体经营数据，充分考虑公司目前盈利规模、现金流量状况、发展所处阶段及当期资金需求，制订具体的年度或中期分红方案。

3、《规划》关于未来三年具体的分红计划

鉴于2014年-2016年是公司实现跨越式发展目标的关键时期，根据《公司章程（草案）》、业务发展目标以及公司实际情况，公司将借助募集资金和留存未分配利润，进一步拓展公司的销售渠道及珠宝研发设计能力，巩固和提高公司在珠宝零售市场的竞争优势和市场占有率。

公司在足额预留法定公积金、盈余公积金以后，综合考虑所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，公司进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到20%。在确保足额现金股利分配的前提下，公司可以另行增加股票股利分配和公积金转增股本等方式。

公司在每个会计年度结束后，由董事会提出分红议案，并由股东大会审议通过。公司接受所有股东对公司分红的建议和监督。

（二）公司未来分红回报规划的合理性分析

中国证监会 2013 年 11 月 30 日发布的《上市公司监管指引第 3 号——上市公司现金分红》第五条明确规定，上市公司董事会应当综合考虑所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，区分下列情形，并按照公司章程规定的程序，提出差异化的现金分红政策：

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

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

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

公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，可以按照前项规定处理。

目前，公司业务处于快速发展时期，销售门店数量处于扩张阶段。预计未来几年公司将通过不断完善和拓展公司现有营销网络，提高产品研发设计能力、更新升级信息管理系统来进一步提升品牌形象和公司管理能力，公司的持续发展尚需要进行大规模的资本性投入。因此，发行人目前正处于成长期且有重大资金支出安排，本次股东回报规划明确了未来公司进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 20%。

基于上述，公司管理层认为，本次股东回报规划明确了未来公司进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 20%是合适的，也是符合公司当前实际情况的。公司留存的未分配利润将用于公司主营业务，进一步扩大公司规模，促进公司持续发展。

七、本次发行对即期回报摊薄的影响及应对措施

（一）募集资金到位当年每股收益变化情况

1、假设条件

（1）本次发行预计于 2016 年 6 月 30 日实施完毕。该完成时间仅为估计，最终以实际发行完成时间为准。

（2）不考虑本次发行募集资金到账后，对公司生产经营、财务状况（如财务费用、投资收益）等的影响。

（3）本次发行股份数量的上限为 6,079.89 万股，发行完成后公司的股份总数为 24,319.56 万股，该发行股数以经证监会核准发行的股份数量为准；本次发行募集资金总额为 79,493.00 万元，未考虑扣除发行费用的影响，最终以经中国证监会核准的实际发行完成情况为准。

（4）免责声明：以上假设及关于本次发行前后公司主要财务指标的情况仅为测算本次发行摊薄即期回报对公司主要财务指标的影响，不代表公司对 2016 年度经营情况及趋势的判断，不构成公司的盈利预测，投资者不应据此进行投资决策，投资者据此进行投资决策造成损失的，公司不承担赔偿责任。

2、对主要财务指标的影响

项目	2015 年度/2015 年 12 月 31 日	2016 年度/2016 年 12 月 31 日	
		本次发行前	本次发行后
股本（万股）	18,239.67	18,239.67	24,319.56
情形 1:2016 年净利润与 2015 年持平			
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润（万元）	17,820.91	17,820.91	17,820.91
基本每股收益（元）	0.98	0.98	0.84
稀释基本每股收益（元）	0.98	0.98	0.84
情形 2:2016 年净利润较 2015 年增长 5%			
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润（万元）	17,820.91	18,711.96	19,647.55
基本每股收益（元）	0.98	1.03	0.92
稀释基本每股收益（元）	0.98	1.03	0.92

情形 3:2016 年净利润较 2015 年增长 10%			
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润（万元）	17,820.91	19,603.00	19,368.03
基本每股收益（元）	0.98	1.07	0.91
稀释基本每股收益（元）	0.98	1.07	0.91

注：1、本次发行前基本每股收益=当期扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润÷发行前总股本；

2、本次发行后基本每股收益=当期扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润÷（发行前总股本+本次新增发行股份数×发行月份次月至年末的月份数÷12）。

（二）本次发行的必要性和合理性

本次发行募集资金投资于公司营销网络建设等项目，有利于公司把握珠宝零售行业发展的机遇，进一步拓展公司销售渠道，提高公司品牌竞争力。本次募资资金投资项目的必要性和合理性详见招股说明书“第十三节 募集资金运用”的相关内容。

（三）本次募集资金投资项目与公司现有业务的关系，公司从事募集资金项目在人员、技术、市场等方面的储备情况

本次发行募集资金投资于公司营销网络建设等项目，均围绕公司珠宝零售的主营业务展开。经过多年的经营发展，公司的销售渠道已覆盖国内众多省份，通灵珠宝对消费者的品牌影响力显著增强。公司在设计管理、品牌管理、采购管理、存货与物流管理、渠道管理、资金管理、会计核算、投融资管理方面形成了一整套完整的管理制度，尤其是对于珠宝行业连锁经营最为重要的品牌、渠道、存货和现金管理方面积累了丰富的经验，形成了一整套行之有效的内控体系，培养和储备了一批经验丰富的管理人才。

（四）填补回报的具体措施

1、积极推进实施公司发展战略，提升公司品牌影响力

通灵珠宝以“为消费者提供高品质和高价值的珠宝首饰，使 TESIRO 成为人们渴望拥有、世代珍藏的珠宝品牌”为使命，始终坚持“进取、行动、责任、协作、创新”的核心价值观，创建具有高度责任感、积极进取的团队，并立足珠宝首饰零售行业，提升设计水平和品牌价值，深度挖掘国内珠宝首饰的消费理念与消费文化的变动趋势，加快营销网络建设，拓展中高端市场，不断推进公司的品牌战略，努力将 TESIRO 打造为深入人心的国际高端珠宝品牌。

2、强化募集资金管理，提高募集资金使用效率

公司已制定《募集资金使用管理制度》，募集资金到位后将存放于董事会指定的专项账户中。公司将定期检查募集资金使用情况，确保募集资金使用合法合规。

公司将通过有效运用本次募集资金，改善融资结构，提升盈利水平，进一步加快既有项目效益的释放，增厚未来收益，以填补股东即期回报下降的影响。

3、进一步提高公司管理能力和效率

公司将进一步建立高效的售后服务体系，形成标准化的服务流程与规章，以优良服务提升品牌的竞争力；进一步完善营销网络的内部管理，建立扁平化的营销组织结构，提升销售终端的管理效率，降低运营成本。

4、进一步提升产品设计能力

通灵珠宝经过多年经营，已具备独特的品牌形象与产品特色，未来将进一步提升产品设计能力，争取在产品设计、开发上形成独特的优势，并形成持续创新的能力，以此提升品牌附加值，甚至引领整个市场潮流。公司将加大设计人才的引进力度，强化公司在设计开发领域的能力，建立创新的激励、激发制度，并形成良好的创新氛围。同时，积极参与国际交流以保持设计理念的时尚性和前瞻性。

5、进一步加大市场拓展及渠道建设

公司已形成了以华东地区为中心并覆盖全国的珠宝首饰销售网络，近年取得了良好的销售业绩。从分布区域来看，公司自营店主要位于华东地区，网点密集度和品牌认知度较高，是公司重点发展的成熟市场。但是公司在其它区域的营销网络建设相对滞后，尤其是西北、西南、华南市场的辐射力和渗透力不足，阻碍

了对当地客户信息、市场需求信息的把握。公司将进一步加大市场拓展及渠道建设，形成涵盖全国七大区域、辐射能力更强的营销网络，增强销售网络稳定性，实现对目标客户的有效覆盖。

（五）董事、高级管理人员对公司填补回报措施能够得到切实履行作出的承诺

公司董事、高级管理人员根据中国证监会相关规定对公司填补回报措施承诺如下：

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

2、承诺对董事和高级管理人员的职务消费行为进行约束；

3、承诺不动用公司资产从事与其履行职责无关的投资、消费活动；

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

5、承诺拟公布的公司股权激励的行权条件与公司填补回报措施的执行情况相挂钩。

保荐机构经核查认为，发行人所预计的即期回报摊薄情况合理，并已制订填补即期回报的相关措施，发行人董事、高级管理人员已作出承诺，保障公司即期回报被摊薄的填补措施能够得到切实履行，符合《国务院办公厅关于进一步加强资本市场中小投资者合法权益保护工作的意见》、《关于首发及再融资、重大资产重组摊薄即期回报有关事项的指导意见》等文件中关于保护中小投资者合法权益的要求。

第十二节　业务发展目标

一、公司发展规划

（一）公司发展战略

伴随珠宝首饰零售行业快速发展和公司竞争实力不断提高，通灵珠宝以“为消费者提供高品质和高价值的珠宝首饰，使 TESIRO 成为人们渴望拥有、世代珍藏的珠宝品牌”为使命，始终坚持“进取、行动、责任、协作、创新”的核心价值观，创建具有高度责任感、积极进取的团队，并立足珠宝首饰零售行业，提升设计水平和品牌价值，深度挖掘国内珠宝首饰的消费理念与消费文化的变动趋势，加快营销网络建设，拓展中高端市场，不断推进公司的品牌战略，努力将 TESIRO 打造为深入人心的国际高端珠宝品牌。

（二）未来发展目标

专注于比利时优质切工钻石的推广及传世翡翠文化的传播，为消费者提供值得“为下一代珍藏”的传世珠宝。在巩固现有行业地位的前提下以优质的产品和服务进一步开拓市场，将公司品牌打造成具有国际影响力的珠宝品牌。加大对品牌建设和产品设计的投入，充分发挥公司在品牌、资金、网络、服务、团队上的优势，大力提升公司品牌形象和市场份额，并积极开拓高端市场和国际市场，力争跻身国际顶级珠宝品牌之列。

二、实施上述目标的具体计划

（一）品牌推广计划

公司始终致力于建设有国际竞争力的民族品牌，逐步将“TESIRO”品牌价值塑造为公司的核心竞争力之一。近几年公司通过与国内外大型电影节合作、平面立体广告宣传、在各地参与或举办大型活动等，使品牌的知名度和美誉度有了极大提升。公司将通过长期的战略规划将 TESIRO 打造成享誉国际的品牌。在未来 2-3 年内，公司拟用以下措施增强品牌附加值：

1、强化公司员工的品牌意识，聘请资深的广告策划专员，扩大品牌策划和推广团队，为公司品牌推广及宣传奠定基础。

2、实施独特的子品牌策略，品牌营销中心主持及驱动多个子品牌的产品线管理，指引产品开发方向，精准定位不同的市场消费需求，扩大产品区隔，提高市场竞争力。

3、增加品牌推广的经费，加大品牌推广力度，尤其是在强势媒体的广告投入；继续通过行业杂志、展会等形式树立品牌形象，保持加盟商对公司品牌理解的统一性；积极开展市场调研、广告策划、事件营销，加大投入，与强势媒体和知名公关公司合作，策划有影响力的公关活动，提高品牌的知名度和美誉度；此外，公司还将根据地域差异因地制宜地进行品牌推广，对重点区域精耕细作，从而强化宣传。

4、加强公司销售终端的建设，继续对旗舰店、标准店、专厅、加盟店的标准化管理，推进建立公司第三代店面形象标准，树立员工的品牌服务意识。

5、重视终端消费体验管理，致力于为消费者提供优越的购物环境和购物体验，不断完善渠道服务，深化品牌印记。

6、加大影视剧娱乐营销投入，通过定制剧、植入剧等方式，深度绑定公司核心推广资源。通过电影、电视剧的方式将公司的核心理念、品牌优势、产品差异化特点、公司运营能力等向消费者及合作客户传达，让消费者及合作商通过最直白的方式理解 TESIRO，使得品牌的知名度、美誉度进一步提升。

（二）市场拓展计划

1、利用本次募集资金在未来三年内投资 56,533 万元用于营销网络建设，争取在 2015 年将公司门店数量扩大到 300 多家。

2、建立高效的售后服务体系，形成标准化的服务流程与规章，以优良服务提升品牌的竞争力。

3、进一步完善营销网络的内部管理，建立扁平化的营销组织结构，提升销售终端的管理效率。

（三）提升设计能力计划

珠宝首饰不仅仅只是一种消费品，还具备一定的时尚性。珠宝首饰企业若要形成自身的品牌形象与特色，提升品牌附加值，甚至引领整个市场潮流，就必须在产品设计、开发上形成独特的优势，并形成持续创新的能力。因此，公司计划加大设计人才的引进力度，强化公司在设计开发领域的能力，建立创新的激励、激发制度，并形成良好的创新氛围。为此，公司计划在未来增加用于设计开发和相关配套建设及人才引进的经费。公司一方面将利用本次募集资金购置先进的珠宝打样设备，另一方面将积极参与国际交流以保持设计理念的时尚性，在条件成熟的情况下聘任更多国际知名设计师担任公司设计顾问。

（四）信息化管理系统建设计划

公司是行业内较早应用 ERP 系统的企业之一，本次募集资金投资项目将全面升级改造企业信息化管理系统。具体包括：SAP ERP 系统、门店零售系统（POS）、电子商务平台（OMS）、客户关系管理系统（CRM）、商业智能（BI）系统、人力资源管理系统（HR）。通过此次企业信息化升级，将明显提升企业信息化管理水平。逐步打通线上与线下渠道，实现全渠道营销，全面满足不同渠道客户的需求。同时提升业务与财务一体化的发展水平，实现在人、财、物方面综合管理水平的全面提高。

（五）人才扩充培养计划

公司历来十分重视各类人才的引进和培养工作，努力为员工搭建发挥才干的平台。为顺利完成中长期发展目标，在人才战略方面，公司将坚持“文化认可、才干匹配、业绩导向、内外公平、多序发展”宗旨，结合员工实际情况和职业愿景制定员工个人发展计划和重点人才培养计划，保证核心人才能力不断强化的同时，促进员工队伍总体规模壮大。

1、公司将在未来三年内从社会招聘一批具有现代连锁零售企业中高层管理经验的人才，强化中层人才队伍；同时，从高校招收一批设计、营销、管理类专业的毕业生，扩充到各一线岗位，作为公司的储备人才。

2、建设一整套系统化、制度化的人力资源管理体系，结合人力资源管理系统完善相关的激励、考核及管理制度，追求人力资源与企业的科学匹配。

3、创造一个学习型队伍，坚持全员培训为基础、分层培训为重点，不定期开展各种专业和非专业的培训。

（六）融资计划

公司目前正处于高速发展阶段，产品研发设计、信息化管理系统建设和营销网络建设等都迫切需要大量资金，且珠宝首饰零售行业本就属于资金密集型的行业，因此未来公司对流动资金的需求量较大，仅靠商业银行贷款难以满足公司未来经营管理的需要。因此公司需要开辟新的融资渠道，若公司能成功上市，将有效缓解短期内的资金瓶颈，同时也为公司进一步融资甚至进军国际市场创造良好的条件。下一阶段公司将在追求股东利益最大化的前提下，立足项目实施和业务发展需要，通过不同的融资渠道分阶段、低成本的筹集资金，注意风险控制的同时充分运用财务杠杆并发挥资本市场的融资功能，既保证稳健的资产负债结构，又不断拓展融资渠道，在时机成熟时采用合适的再融资方式融入资金，以适应公司日益扩张的规模，推动公司更快速、健康、持续的发展。

三、拟定上述计划的假设条件和困难

（一）拟定上述计划的假设条件

本公司制定本发展规划所依据的主要假设条件如下：

1、公司本次发行上市计划能顺利实现，募集资金按计划到位；

2、公司所遵循的现行法律、法规以及国家有关行业政策将不会发生重大变化，并能被较好执行；

3、公司所在行业及市场处于正常的发展状态，原材料价格和产品售价均能处于正常变动范围内，不会出现重大的市场突变情形；

4、公司主要经营所在地区以及业务涉及地区的社会经济环境无重大变化；

5、不会发生对公司经营业务造成重大不利影响以及导致公司财产重大损失的任何不可抗力事件或任何不可预见的因素。

（二）实现上述发展目标面临的主要困难及解决措施

本公司实施上述计划面临的主要困难是：

1、募集资金到位前，由于融资渠道有限，发展所需的资金是最大问题。目前公司业务发展所需要的资金主要通过自有资金和银行贷款解决，因此资金短缺是公司实施上述计划的最大障碍。

2、本次募集资金到位后，公司的资产规模将迅速增长。在资金运用规模扩大和业务快速拓展的背景下，公司在资源配置、运营管理、资金管理以及内部控制等方面将迎来新的挑战。此外，公司战略计划的实施必须有相应的人才支持，设计、营销和管理等方面人才的引进和培养将是公司发展过程中的重中之重。

为克服面临的困难，使计划得以顺利实施，公司将加强内部管理，在不断提高产品质量的同时充分发挥公司的成本控制优势，提高市场竞争力；加大设计开发投入的力度，提升公司自主原创设计能力，进而提高公司的核心竞争力；通过增加人才培养和引进方面的投入，不断提高员工素质，并在努力打造核心技术核心工艺的同时组建一个成熟的团队；加大市场开拓力度，凭借品牌优势、质量优势及渠道优势，不断提高公司产品的市场份额；持续健全和完善公司法人治理结构，强调规范运作，力争尽快成功上市，募集资金到位后加快拟投资项目的建设进度，使营销网络尽快带来经济效益，进一步提升公司的竞争优势。

四、上述业务发展计划与现有业务的关系

发行人上述业务发展计划与现有业务是相辅相成的关系：现有业务是发展计划的基础，是实现业务发展计划的前提；业务发展计划是现有业务的延伸，是对现有业务的进一步扩展。

上述发展计划中涉及的产品开发和技术创新等均为发行人现有业务的延伸，是发行人业务的纵向和横向拓展，发展计划中的其他规划也是做强做大公司主业的举措，并充分利用了发行人现有业务的技术条件、人才储备、管理经验、客户基础和营销网络，与现有业务具有十分紧密的一致性和延续性。

五、本次募集资金的运用对实现上述业务目标的作用

本次公司向社会公开发行股票，将为实现公司既定的经营目标提供充足的资金来源，保证公司拟投资项目的顺利开展。募集资金的运用对本公司实现未来发展计划有着深远的意义，可以使公司经营规模迅速扩大，解决目前企业发展所遇到的资金短缺瓶颈，市场竞争力得以提升；同时也为公司在资本市场上持续融资开辟了通道，使公司未来发展有了资金保证，并通过成为公众公司提高了公司的知名度和社会影响力，增强了公司员工的凝聚力和对公司所需优秀人才的吸引。因此，本次股票发行所募集的资金对于实现公司业务目标具有关键作用。

第十三节　募集资金运用

一、本次募集资金投资项目概况

（一）预计募集资金总量

经公司 2014 年 1 月 21 日第一届董事会第十五次会议决议及 2014 年 2 月 17 日召开的 2014 年第一次临时股东大会审议通过，公司拟公开发行人民币普通股（A 股），公开发行数量不超过 6,079.89 万股，具体募集资金数额将根据市场情况和向投资者询价情况确定。

（二）募集资金投资项目的资金预算

1、本次募集资金投资项目的资金预算

本次发行所募集的资金，根据公司的发展规划和轻重缓急程度按顺序拟投资于以下用途：（1）营销网络建设项目；（2）企业信息化管理系统建设项目；（3）设计中心建设项目；（4）补充流动资金，资金预算如下表所示：

序号	项目名称	拟投入募集资金（万元）	建设期
1	营销网络建设项目	56,533.00	36 个月
2	企业信息化管理系统建设项目	6,947.00	24 个月
3	设计中心建设项目	1,713.00	12 个月
4	补充流动资金	14,300.00	—
共计		79,493.00	—

2、募集资金投入进度情况

本次发行所募集资金投入时间进度及履行的审批、核准或备案情况如下表所示：

单位：万元

项目名称	募集资金投入时间进度			资金投入合计	核准或备案文号
	第一年	第二年	第三年		
营销网络建设项目	15,565	17,945	23,023	56,533	宁发改外经字（2013）499 号

企业信息化管理系统建设项目	4,357.00	2,590.00	-	6,947.00	雨发改项字（2013）43号
设计中心建设项目	1,713.00	-	-	1,713.00	雨发改项字（2013）42号

注：第一年指2014年，以此类推；上述募集资金运用计划仅是对拟投资项目的大体安排，其实际投入时间将根据募集资金实际到位时间和项目进展情况适当调整。

（三）实际募集资金管理和缺口安排

2013年6月30日召开的2013年第二次临时股东大会及2014年4月8日召开的2014年第三次临时股东大会审议通过本次募集资金投资于上述用途。本公司根据上述项目的实际进度，将通过自筹资金支付部分项目款项，在本次募集资金到位后，部分募集资金将用于置换上述项目中公司已预先投入的自筹资金。具体置换金额将根据证券监督主管部门及上海证券交易所相关规定并经相关会计师事务所审计后确定。如本次募集资金不能满足拟投资项目的资金需求，公司将通过自筹的方式解决资金缺口。公司已制定《通灵珠宝股份有限公司募集资金管理办法》，并经2013年6月11日第一届董事会第十二次会议审议通过，募集资金将存放于董事会决定的专项账户。本公司将严格按照《通灵珠宝股份有限公司募集资金管理办法》的要求管理和使用募集资金。

（四）募集资金投资项目符合国家产业政策、环境保护、土地管理以及其他法律、法规和规章规定

公司本次募集资金投资项目均围绕公司珠宝零售业务展开，已在主管部门备案，募集资金投资项目符合国家产业政策、投资管理政策以及其他法律、法规和规章的规定。

公司本次募集资金投资项目不涉及产品生产环节，产生的污染物很少，根据主管部门出具的建设项目环境影响审查批复，募集资金投资项目符合国家环境保护政策。

设计中心建设项目及企业信息化管理系统建设项目位于公司现有的总部办公大楼中，已取得土地使用权证书；营销网络建设项目的实施地点系公司未来开

设的直营店面、专厅，为公司合法租赁取得或者商场提供，公司募集资金投资项目建设符合国家土地政策。

综上，保荐机构及发行人律师认为，公司的募集资金投资项目符合国家产业政策、环境保护、土地管理以及其他法律、法规和规章规定。

二、募集资金使用背景

（一）珠宝行业发展迅速

我国珠宝首饰行业历史悠久，由于历史原因，我国珠宝行业发展较为缓慢。20 世纪 80 年代，我国珠宝行业伴随改革开放而逐步复兴，近三十年来我国经济持续快速发展，国民收入、消费能力及社会消费品零售总额持续增长，人们的消费结构随着 GDP 的增长也发生了一定变化，在基本生活需求得到满足且质量不断提升的情况下，珠宝首饰等高档消费品的需求呈现快速增长的趋势,目前我国已成为仅次于美国的世界第二大珠宝市场。根据 Euromonitor 数据显示，2013 年中国内地珠宝零售额达 4,720 亿元，2009-2014 年复合年增长率为 15.63%。根据中国珠宝行业网的数据显示，2015 年中国珠宝产品零售消费总额超过 5,500 亿元。预计未来几年，我国的珠宝首饰市场需求仍将稳步增长。珠宝行业的快速发展为公司募集资金项目提供了良好的市场空间。

（二）珠宝市场需求日益旺盛

近年来我国的通货膨胀压力较大,国内投资渠道相对有限,人们对于资产保值的需求较为强烈。钻石、翡翠等高档珠宝作为稀有资源，具有不可复制和不可再生的特点，其保值增值作用越来越受到人们的重视。

此外，我国建国以来最大的生育高峰期发生在上个世纪八十年代中后期，人口出生率达到了 21%。此段生育高峰期出生的人群将于 2007 年至 2016 年左右进入适婚年龄。根据民政部公布数据，2013 年我国结婚登记人数为 1,347 万对。据估算，每年婚庆消费市场规模达 5,000 亿元。婚庆消费成为了年轻人消费珠宝的重要方式。

同时，资料显示，我国妇女人均拥有珠宝首饰的件数远低于发达国家水平。随着人们生活水平的不断提高，追求美和个性的需求上升，预计未来女性首饰市场潜力巨大。

（三）珠宝消费结构有待优化

我国珠宝产业持续发展吸引国外高端珠宝品牌卡地亚（Cartier）、蒂芙尼（Tiffany）、宝格丽（Bvlgari）等及中国香港地区珠宝品牌周大福、周生生、谢瑞麟等纷纷进入我国内地市场。国外高端珠宝主要布局在国内经济发达城市，占领的是高端珠宝市场，追求产品的尊贵与奢华，走高端路线，依靠品牌创造价值。而从中高档市场来看，香港和内地的珠宝品牌集中于此。其中，香港地区包括：周大福、周生生、谢瑞麟等，内地品牌包括：老凤祥、明牌珠宝、潮宏基、豫园商城、通灵珠宝等境内知名品牌定位于中高端市场。中高端珠宝首饰市场占了整个珠宝首饰市场较大比例，而香港珠宝行业更是凭借工艺上的领先地位和一脉相承的文化理念在国内的珠宝市场占据优势地位。从低档市场来看，处于这一档次的企业数量众多，大多规模较小，且分散于全国各地，没有较突出且有影响力的品牌。

珠宝行业近三十年的高速发展加剧了市场竞争，过度的低端产品竞争导致同质化程度较高，众多的珠宝小型企业缺乏核心竞争力，设备陈旧且工艺粗糙，所生产的产品一味奉行“拿来主义”，对品牌产品只是简单的抄袭、模仿，致使产品没有设计理念、文化内涵，从而无法建立自身的品牌特色，最终造成资源的大量浪费。

（四）品牌和渠道成为珠宝行业竞争的重要手段

目前，珠宝首饰行业企业众多，市场集中度较低。由于珠宝首饰价值较高，消费者购买时品牌和质量逐渐成为主要考虑因素。对于珠宝首饰行业而言，企业是否有核心竞争力在于对产业链是否有控制力。随着产业分工深化和市场竞争渐趋激烈，珠宝首饰产业链的价值结构变动较大，纯粹的制造业务在产业链中的地位不断下降，设计开发、营销网络和售后服务价值不断增强。从目前我国珠宝首饰市场竞争看，品牌竞争和设计款式的竞争是目前竞争的重点，具有品牌认可度高、设计能力强的企业容易被终端渠道商和消费者认可，而不注重品牌建设和产品设计的企业将在这种竞争氛围下被挤出市场。

同时，对珠宝首饰行业而言，销售渠道是珠宝首饰产业链中增值最大的环节。并且零售终端直接接触目标消费群体，是企业进行品牌建设的重要渠道。因此，在珠宝生产企业发展战略框架中，虽然资金、品牌、产品等元素都是支撑企业发

展的重要因素，但是在行业快速发展、品牌林立的背景下，稳步扩张、建立全国范围内的营销网络，是企业发展壮大的必经之路。越来越多的珠宝首饰企业通过扩张并控制终端营销网络以求掌握销售的主动权以获取品牌效应带来的溢价。

以上竞争态势决定了一家成功的珠宝首饰企业必须在产品设计、品牌维护、渠道建设等方面具有自己独特的竞争优势。

关于珠宝首饰行业的详细情况，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”中相关内容。

三、募集资金投资项目的必要性

公司自开展业务之初专注于珠宝首饰产品的设计、研发及销售，根据公司发展战略，本次募集资金运用将围绕主业进行，首先用于强化公司营销网络的建设，扩大销售网络规模，以提高市场占有率；其次用于公司信息化管理系统建设，将建立一个采购、销售、服务、财务、办公及决策等统一协同管理的平台，以提高公司管理效率；再次将投资于设计中心建设项目，进一步提高公司的设计水平，巩固设计优势。

本次募集资金项目是在公司现有业务的基础上，通过扩大公司营销网络，打造先进的信息化管理系统，同时提高公司设计能力，从而提升公司的整体竞争力，本次募集资金项目的实施不会改变公司现有生产经营模式。

（一）营销网络建设项目的必要性

1、 渠道拓展是当前行业竞争力的核心

目前，我国较世界发达国家人均珠宝消费额显著偏低，随着未来我国居民收入水平的提高及消费结构的升级，我国珠宝首饰零售市场需求将进一步扩大。从行业本身特点来讲，目前我国珠宝首饰零售行业集中度较低，未来市场竞争将会加剧，行业整合更加深入，行业内不注重设计、品牌建设乏力、零售渠道狭窄的企业将会在竞争中被淘汰。加强渠道建设来拓展销售，以在日益激烈的竞争格局中胜出，是通灵珠宝获得更大市场份额，成为行业领先企业的必然选择。

本项目旨在扩展和完善全国范围内的营销网络，有利于公司提高主营业务规模，拥有高端珠宝品牌的连锁运营能力，保持公司在国内珠宝首饰零售市场的竞争优势，进一步巩固公司在行业中的地位。

2、品牌建设符合未来行业发展趋势

随着消费者对珠宝首饰品质要求的提高，知名度高、有品牌信誉的企业销售的珠宝产品越来越受到亲睐，在消费升级驱动本行业增长的现阶段，品牌优势对于扩大客户群体和市场影响力，增加客户忠诚度有着举足轻重的作用。通灵珠宝自成立以来一直坚持“成为国际高端珠宝首饰品牌”的发展战略，近年来更是逐步加快品牌建设的投入。

本项目计划建立覆盖面更广的销售网络，旨在将品牌宣传与终端销售更紧密地集合在一起。以直营零售网络终端作为企业形象、品牌形象的直接宣传渠道，为消费者提供良好的服务体验，将消费者对于品牌的关注具体转化为对新店及新产品的关注，提高消费者进店频率，进而有效地提升品牌形象、产品形象和销售业绩。

3、扩大自营规模是发挥自营模式优势的需要

通灵珠宝选择自营为主、兼顾加盟的销售模式。自营模式的主要优点在于毛利率远高于加盟模式，盈利能力强，并且对门店具有完全控制能力，有利于公司维护品牌形象，从而避免了加盟模式对门店的控制能力较弱，品牌维护成本较高，外延扩展过快可能导致管理滞后的缺点。通灵珠宝选择自营模式进行渠道扩张更有利于品牌建设，公司大幅提升直营店数量，充分发挥直营店在品牌形象建设、产品展示和消费者体验营造方面不可替代的作用，以最为直接的方式向消费者传达通灵珠宝的品牌形象和“为下一代珍藏”的价值观，诠释公司钻石、翡翠饰品的品牌文化，实现品牌形象与文化的传播，有助于提升品牌影响力，对周边区域及下属县市区形成辐射作用，提高整个区域内门店的经营绩效。此外，通灵珠宝具有的产品品质保证和售后服务等方面的优势将在自营模式中逐渐显现，体现出自营渠道终端反馈功能的重要性。

已具备规模和品牌领先优势的通灵珠宝自营门店近三年显著提高，自营店数量约 200 家。本次募投项目将集中力量扩大自营店规模，在未来三年新增 63 家直营店（包括 8 家旗舰店、55 家标准店），58 家专厅，新增营业面积 11,500 平方米，新店全部投入运营后，自营店铺数量超过 300 家。此外，募投项目预计将为公司带来 68,856 万元的年均营业收入，10,840 万元的年均净利润，将对公司业绩发展产生深远的影响。

4、优化营销网络布局的需要

截至 2016 年 3 月末，公司在上海、江苏、安徽、浙江等 18 个省市自治区拥有门店数量达到 477 家，其中自营店 261 家，加盟店 216 家，形成了以华东地区为中心并覆盖全国的具规模的珠宝首饰销售网络，近年取得了良好的销售业绩。从分布区域来看，公司自营店主要位于华东地区，网点密集度和品牌认知度较高，是公司重点发展的成熟市场。但是公司在其它区域的营销网络建设相对滞后，尤其是西北、西南、华南市场的辐射力和渗透力不足，阻碍了对当地客户信息、市场需求信息的把握。

本次项目拟在安徽、北京、福建、河北、河南、湖北、江苏、辽宁、山东、山西、陕西、四川、天津、浙江、重庆等 18 个省市区新设自营门店 121 家，其中包括 8 家旗舰店、55 家标准店和 58 家专厅。

募投项目中直营店的建设数量增加主要是基于以下考虑，首先随着近年来我国城市化进程的发展，消费者的消费习惯也出现了新的特点，多数城市建设了大量的集休闲、购物、娱乐为一体的休闲购物中心等商业地产项目（如万达广场等），发行人通过与商业地产开发商签订门店租赁协议开设直营店可以充分享受其消费集群效应；其次，随着公司的品牌影响力的提高以及被更多的消费者认可，公司可以与商业地产开发商协商签订一揽子的门店进驻协议，分享商业地产商扩张的成果，节约公司寻找门店资源和租金谈判的成本；最后，由于直营店的门店租金相对固定，公司开设直营店能更多的享有收入增加带来的规模效应。

标准店旨在发挥辐射作用和示范作用，达到“以点带面”的效果；同时，本着谨慎投资的原则，公司充分发挥专厅建设资金占用少、风险较低、市场见效快等优势，加强同国内主要百货连锁集团的合作，进行专厅的建设。本项目将继续巩固公司华东地区市场，加大华北、华中区域的网络布局，渗透东北、西北、西南、华南地区的二三线城市，形成涵盖全国七大区域、辐射能力更强的营销网络，增强销售网络稳定性，实现对目标客户的有效覆盖。

5、有利于公司获得稀缺的门店资源

国内大中型城市的核心商圈是指该市高级百货、客流量大的机场以及高端星级酒店为代表的商业中心或区域性中心。核心商圈一般交通便捷、贸易发达和人流量大，是零售业的必争之地，资源较为稀缺。在各类不同的核心商圈中，具有

高级百货、高档购物中心等高端零售渠道的综合性购物商圈最适合从事珠宝首饰的销售。而珠宝首饰零售对门店位置要求非常高，地段好、价格适中的门店资源一直是业内企业抢夺的热点。目前，北京、上海、深圳、天津、南京、合肥、武汉、杭州等一线城市的商业规划日渐成熟，优质门店资源越来越稀缺，竞争愈加激烈，而广大二三线城市正处在城市化进程提速、商圈建设数量和规模不断增加的黄金时期，优质商圈及门店资源层出不穷。通过本项目的建设实施，公司不仅要在全国各区域中心城市及重要市场的核心商圈进行战略性布局，更将重点投向二三线城市，抢占优质的门店资源，把握市场先机，确保在行业竞争中保持领先优势，促进公司长远发展战略的实现。

6、有利于进一步降低营销成本

直营店是公司顶级珠宝饰品理念的体现，是公司对外宣传的名片，直营店的建立具有良好的广告效应。合理的店面布局不仅可以增加公司在原有市场的品牌知名度，还能辐射新的市场，有效减少公司的广告投入，提高宣传效果。

同时，直营店和专厅的建设也将有效分摊公司人力和物力投入费用。在原有渠道、物流、仓储库存及各项管理资源有效整合的前提下，营销网络规模的扩大能够有效地降低单店的营销成本及各项费用，增加利润空间。

（二）企业信息化管理系统建设项目的必要性

1、符合珠宝首饰零售行业企业信息化建设的发展趋势

我国珠宝首饰市场正在从以往的规模效益型向品牌效益型转变。珠宝企业要使自己的商品拥有一定的市场占有率，必须建立自己的品牌。珠宝的个性化、高品位化，要求珠宝企业必须向品牌效益转轨，珠宝经营需由传统的经营管理方式加快进入到品牌、网络营销及信息管理的时代。中国珠宝首饰零售行业企业多而分散，还没有建立严格意义上的分销体系，而更多利用传统零售业渠道。珠宝企业的经营管理没有跟上市场步伐，很多企业内部没有建立过信息管理系统，所以在管理信息化的过程中，基本数据整理及配套管理制度等方面的工作量很大。

面对珠宝首饰零售行业产品品类繁多、款式更新速度快、珠宝首饰价格昂贵，占用的资本金额大、库存周转率偏低等特点，企业在产品设计、运输配送和销售的过程里必须具备高度自动化及快速反应能力，因而对完备的信息化管理系统建

设需求更加迫切。面对客户需求复杂多变的市场环境，中国珠宝首饰零售行业也逐步认识到信息化管理的重要性。我国的珠宝零售企业与时俱进，从进销存、管理信息系统（MIS）起步，经过 ERP、分销资源计划（DRP）、门店零售系统（POS），迈向“横向一体化”的供应链信息化与集成，通过电子商务、商业智能、供应商管理，确保企业在发展中保持自身的管理与竞争优势。因此，信息化建设成为了我国珠宝首饰零售行业的重要发展趋势。

2、有助于提升公司对门店进行精细化管理

门店作为提供产品与服务的主要渠道，其经营状况的优劣直接决定着企业的经营业绩好坏。在零售业空前发展的今天，中国各零售企业都面临激烈的市场竞争，消费市场不断细分，经营业态日益多元化，很多企业正通过开设新店、购并重组等措施朝着规模化、区域化、连锁经营的方向发展。在珠宝首饰零售行业，上述趋势表现为企业的终端门店在数量上升，地理分布范围更为广阔，产成品的品类与结构愈发复杂，因此公司信息数据处理压力日趋加大。珠宝零售企业需要的不仅仅是门店零售系统（POS），更需要具有分析、补货功能、商业智能的系统。

作为一个对营销渠道建设高度依存的品牌珠宝零售企业，公司运营管理的重要手段之一就是营销网络的实时监控和动态管理。本项目的建设，将通过增加数据分析、战略分析、经营分析等智能化功能模块，提升公司对市场快速反应的要求，并着重解决定位和预测目标客户群、重点商圈挖掘与评估、现有门店关键绩效评估与诊断、门店转型建议等问题。同时，通过本项目实施，公司可以充分利用信息技术，实现对分散在全国各地的销售终端实时地进行集中管理，对数据进行实时汇总分析，从而提升公司对各个销售终端的精细化管理。

3、有助于提升公司对供应商管理能力

当前零售行业中的供应商管理早已不是单纯地对供应商进行“压价”，而是通过品类规划、产能优化、成本分析等方法降低库存，降低成本，提高运作效率，增加企业竞争力。利用信息化管理系统可以使公司及时了解各供应商生产进度计划、原料进度计划以及对供应商进行价格表综合查询，从而加强对供应商产能及进度的管理能力，提升上下游业务环节的协同能力。

本项目的建设包括对采购和生产环节的信息化建设，将有利于货品管理、库

存控制、质量控制和流程监督。通过本项目的建设，公司将实现对供应商的原料、成品等进行科学的管理，维持合理的库存水平，减少库存对流动资金的占用；本项目还对供应链流程进行优化，提高供应链预测和管理准确性，从而有效控制供应链管理成本，缩短采购周期，降低采购存货成本。因而供应链信息化管理，本质是一系列业务改进优化策略，能够为企业带来实实在在的业务改进。

4、有助于公司对供应链进行整合

零售不能只依赖渠道，而是要整合下游的供应链资源，其目的是满足消费者需求，形成一个有效、快速的供应链。国际上先进零售商的供应链往往具有科技含量大、网络化、智能化程度高的特点，并依靠高科技支持，以商用卫星系统、商业电子数据处理系统、管理信息系统、决策支持系统为核心，形成以网络为辅助的商业自动化，从而改变了传统零售业的运作方式。而且使顾客资料的搜集与分析、销售资料、补货系统、营销手段的调整等都可用现代化的电子技术进行管理。

零售行业如果依赖人力方式凭经验采购、销售、物流、财务处理，往往是低效的，且随意性、主观性较大，而信息化的手段可以被应用到供应链的各个层面。本项目的建设不仅能使公司内部的业务流程运行更为科学有效，也能够整合企业供应链上的各个环节，提高公司上下游业务的协同能力。管理流程与信息技术的有机结合，可使公司建立现代化零售流通管理体系，实现对供应链的一体化管理以及对供应链各环节上的资源整合。

5、为公司的战略决策提供重要依据

企业在动态的、复杂的市场环境下做出科学合理的战略决策，需要有重要的市场数据与信息作为支撑。本项目的建设将采用先进的信息化数据平台，利用数据挖掘与数据分析功能为企业提供大量及时的市场信息，使企业能及时地、全面地及准确地了解市场信息，从而使公司管理层对商业环境的变化做出准确及时的分析与判断。

（三）设计中心项目建设的必要性

1、设计能力是珠宝首饰零售企业核心竞争力的体现

珠宝首饰的艺术设计、工艺越来越被消费者看重，产品设计能力已经成为珠

宝企业获得市场份额的核心竞争力。目前市场上，国内品牌的珠宝首饰品种相对国际高端品牌蒂凡尼和卡地亚而言，设计相对单一、缺乏原创性。近几年国内品牌越来越意识到设计能力的重要性，加速提高产品设计能力，使得企业竞争力有所提升。

公司是国内钻石和翡翠文化的重要推动者，是国内领先的中高端珠宝首饰零售企业。近年来公司已经建成了覆盖上海、江苏、浙江、安徽等 18 个省市自治区的营销网络，销售收入迅速增长，盈利能力大幅提升。未来国内珠宝首饰零售市场前景广阔，为适应公司业务的进一步发展，公司必须提升设计能力，把握市场动脉，提升品牌价值。本项目的实施，有利于公司引导和发展国内中高端珠宝首饰的设计理念，并结合公司更加完善的设计能力，实现跨越式发展，进一步巩固公司在行业中的地位。

本次项目建设，公司拟建立设计处和加工处，在完善设计能力基础上，进一步扩大研发设计团队，巩固公司的设计优势，提升总体设计能力，增强设计稳定性，充分发挥设计团队的创意和理念；通过对现有的设计团队的调整，可以有效地对原有设计内容进行补充，形成多层次创意理念，增强设计研发能力，提升“通灵珠宝”品牌影响力。本项目建设顺应了行业发展的趋势，有利于公司把握市场先机，促进战略目标的实现。

2、提升设计能力是适应珠宝消费需求结构趋于多元化的需要

珠宝消费回归审美诉求，消费品需求结构未来更趋多元化。在国外，尤其欧美发达国家，饰品消费都以发挥装饰作用为主，即珠宝首饰以审美消费为主，用于保值和增值的投资属性并不强。因此，具备明显保值增值功能但款式和设计并不丰富的纯黄金首饰在国外并不受到欢迎。在消费观念逐渐转变的情况下，尤其是随着年轻一代逐渐成为城市消费主流，审美消费诉求强烈的年轻消费者将会对投资需求和装饰需求进行明显区隔。其中，更多的投资需求可以通过各种理财渠道包括购买实物钻石或者翡翠来实现；而珠宝首饰在回归审美诉求之后，将通过丰富的设计和款式来承担更多的装饰作用。尽管黄金的市场价值占据绝对龙头地位，但近年来用于首饰的钻石消费量增速要明显高于黄金，这明确显示了珠宝首饰消费的多元化趋势，而且这一趋势正在加速形成。产品设计与款式的丰富需要以强大的设计团队为依托，因此，本项目建设有利于把握产品结构多元化带来的

设计多样性需求。

3、提升设计能力可以有效提高品牌影响力，使产品获得较高的附加值

极高的知名度、信任度和美誉度是国际性品牌竞争力的综合表现，它既代表品牌价值和国际影响，又体现一个品牌的文化特质和优秀传统。在当今国际市场上的每个品牌几乎都蕴含着一个品牌的文化和特质，并主导着一些行业和产品，成为世界第一和世界一流的象征。在消费升级驱动行业增长的现阶段，品牌优势对于扩大客户群体和市场影响力，增加顾客忠诚度有着举足轻重的作用。具有品牌优势的公司往往能够获得更高的产品附加值和毛利，因此近年来，各大主要珠宝零售企业通过加强品牌建设来提高品牌竞争力。

公司设计实力和创新能力是公司品牌建设的重要组成部分，在公司历史发展进程中，起到了积极的促进作用，但随着珠宝首饰零售行业的不断发展，新的竞争形势对公司设计和创新能力提出了更高要求，没有强大的设计团队，公司难以获得长足发展和取得理想的回报。目前，公司设计团队工作场地有限，设计和开发设备有所欠缺，不利于激发设计师灵感，也缺乏直观的设计感受，因此，公司需要进一步扩大设计师的创意空间和提高硬件要求，完善设计团队的基础设置和人员配备，以提高设计效率和设计能力。

4、项目建设有利于引进顶尖设计人才和培养优秀的设计团队

目前我国珠宝首饰行业集中度较低，有五万多家各类珠宝企业，但大部分企业规模较小与国际珠宝企业相比，国内企业设计能力尚有一定差距。未来，随着珠宝首饰行业迅猛发展和市场竞争日益激烈，国内品牌企业愈加重视对珠宝设计水平的提升和对高级设计人才的引进。

本项目设计中心的建设为公司吸引高级专业人才搭建重要平台和基础。公司将通过项目的实施加强设计师队伍的建设，采用各种形式吸引优秀的设计人员，通过与高校与知名的国际设计机构联合，通过对口培训等形式，强化设计人员专业水平；积极拓宽人才引进渠道，实行内部发掘和招揽社会人才相结合，积极引进国内、国际高级专业设计人才，使公司的设计平台与国际行业接轨，确保公司引进的产品，充分满足客户的需求。

（四）补充流动资金的必要性和管理运营安排

1、未来主营业务扩展所需资金缺口大，补充流动资金可支撑公司业务快速扩张

珠宝零售行业是典型的资金密集型行业，具有存货价值高、资金周转速度较慢的行业特点。珠宝零售企业在原料采购及产品销售过程中一般都将发生较大额的资金占用，故其欲达到一定的经营规模，拥有充足的营运资金是必要条件。公司在门店数量不断增加、销售规模逐渐增长的同时，应收账款、预付账款和存货等经营性占用项目也大幅增加，从而对营运资金的需求不断增加，而近年来公司以自有资金对营运资金的补充有限。公司 2013 年度、2014 年度及 2015 年度合并报表的应收账款、预付账款和存货项目合计额分别为 109, 304. 07 万元、138,992.80 万元和 127,808.51 万元，营运资金的需求已对公司的业务发展产生了较大压力。公司目前处于门店数量不断增加、销售收入逐渐增长的时期，公司通过前期建设的销售渠道，已为后续发展奠定了良好的基础。根据公司未来三年发展所需资金测算，公司尚需资金缺口较大，通过本次募集资金补充公司流动资金，将有力支撑公司业务快速扩张，实现公司的战略和业务规划。

2、营销费用投入需要补充流动资金

通灵珠宝长期致力于品牌驱动型组织的打造，目前已连续 7 年成为柏林电影节的主赞助商（2014 年已升格为一类赞助商），在今后几年，公司将加大和国际级电影节及国际知名影星的合作，提升品牌知名度，扩大品牌影响力。此外，通灵珠宝将加大在全国市场的营销投入力度，在重点市场进行电台、户外、地铁、市场活动等多媒介的投入。

3、公司电子商务运营也需要投入大量资金

随着互联网尤其是移动互联网对商业生态的重大影响，珠宝企业也需要加大对 O2O（全称 Online To Offline，又被称为线上线下电子商务）业务的研究与投入，目前公司除了在天猫、京东、苏宁易购等电商平台开始运营以外，还将投入资金到官网、APP、微信等互联网工具，打造全渠道的销售平台，并通过移动互联网增加和客户的沟通交流，提升品牌影响力。

四、募投项目可行性及董事会意见

2014 年 3 月 24 日，公司召开第一届董事会第十七次会议，审议通过了《关于公司申请首次公开发行股票募集资金投资项目及可行性的议案》。经审议，董事会认为公司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，具有可行性。具体依据如下：

（一）我国珠宝行业持续受益于居民收入增长和消费升级

世界经济发展的历史表明，当人均 GDP 超过 1000 美元时，进入第一轮消费升级阶段，对大宗商品如房屋、汽车和品牌产品的消费需求加速。当人均 GDP 超过 3000 美元以后，往往是一个地区的经济变动较快的阶段，城市化、工业化的进程也会加速发展，而居民消费类型则将发生大转变，形成第二次消费升级浪潮。我国人均 GDP 于 20 世纪初超过 1, 000 美元，房地产、汽车、家电等行业迎来快速发展的十年。伴随着我国人均 GDP 于 2010 年和 2012 年分别达到 4, 000 美元和 6, 000 美元，高端享受型消费将明显受益于消费升级的大趋势。居民收入持续增长提升珠宝消费倾向。国民经济的高速增长带来居民收入持续增长，进而对居民消费偏好和消费倾向产生了重要影响。自 2008 年至 2014 年，中国城镇人均可支配收入年复合增长率达到 10. 93%。与收入的稳定增长形成对比，按国家统计局市场分类，2008 年至 2014 年金银珠宝类成交额的年复合增长率为 16. 27%，明显高于居民收入增速。未来居民收入持续增长、尤其是中产阶级不断崛起的长期趋势对珠宝首饰消费提升形成长期利好。

（二）国家产业政策提供制度保障

随着上海钻石交易所和上海黄金交易所在 2000 年和 2002 年的相继成立，我国的珠宝首饰行业正以前所未有的速度走向成熟规范并与国际接轨。我国相继制定了关于珠宝玉石鉴定、分级、纯度规定、命名方法、质量监督检查办法等纲领性文件，为规范市场并为中国珠宝首饰企业参与国际竞争奠定了良好基础。在税收政策方面，我国按照加入世贸组织的承诺，积极调整相关政策，为我国珠宝首饰企业在逐步参与国际竞争的同时提高竞争实力提供了重要保障。在行业自律方面，我国于 2003 年制定了《中国珠宝玉石首饰行业自律公约》，该公约为行业内企业提供了公平、公正、合法、有序竞争的行业行为准则，为珠宝首饰企业

进一步走向市场化和国际化发展提供了自律规范。国家为珠宝首饰行业制定的相应规范与鼓励政策，为我国珠宝首饰企业创造了良好的外部环境。

（三）公司拥有优秀的基础资源和平台，为项目建设提供支持

经过多年的经营，公司已经成为中国珠宝首饰行业的骨干企业之一，公司拥有包括良好的研发设计团队、生产工艺、营销网络等在内的资源和平台。公司拥有研发设计、销售等各类专业人才，与业内众多生产工艺领先的加工厂商建立了稳定的合作关系，通过研发人员自主研发以及合作研发的模式攻克了许多行业的工艺难点，产品品质与行业地位达到了新的高度；公司营销渠道已具一定规模，客观上为公司近一步打造通灵珠宝品牌、拓展市场打下了基础。

（四）公司具有多年成功运营管理经验

经过多年的经营发展，公司在设计管理、品牌管理、采购管理、存货与物流管理、渠道管理、资金管理、会计核算、投融资管理方面形成了一整套完整的管理制度，尤其是对于珠宝行业连锁经营最为重要的品牌、渠道、存货和现金管理方面积累了丰富的经验，形成了一整套行之有效的内控体系。

五、募集资金项目具体情况

（一）营销网络建设项目

1、项目基本情况

本项目拟投资 56,533 万元，根据公司发展战略投资于营销网络建设，在安徽、北京、河北、河南、黑龙江、湖北、江苏、辽宁、内蒙古、山东、山西、陕西、上海、四川、天津、浙江、重庆等 18 个省市区新设 63 家自营店（包括 8 家旗舰店、55 家标准店）和 58 家专厅，共计 121 家。新建旗舰店、标准店和专厅与原有自营店、加盟店构成合理区域布局，进一步扩大和完善公司的营销网络。

本次募投项目营销网络建设布局情况如下表所示：

区域	包含省市	募投项目新建		
		旗舰店	标准店	专厅
华东	上海、浙江、安徽、山东、江苏	6	24	26
华北	北京、天津、河北、山西、内蒙古	0	6	11
华南	广西	0	0	2

华中	河南、湖北	0	9	6
西北	陕西	1	4	4
西南	四川、重庆	1	6	5
东北	黑龙江、辽宁	0	6	4
	合计	**8**	**55**	**58**

2、项目定位

（1）商业定位

依据公司发展战略，公司将在现有业务及营销模式基础上逐步建立起一个全方位、多层次的现代化营销网络。在全国各区域核心城市、各省会中心城市逐步建立直营店和专厅，拓展自营销售网络。直营店和专厅进驻全国重点高档商业区域，锁定中高档消费群体。

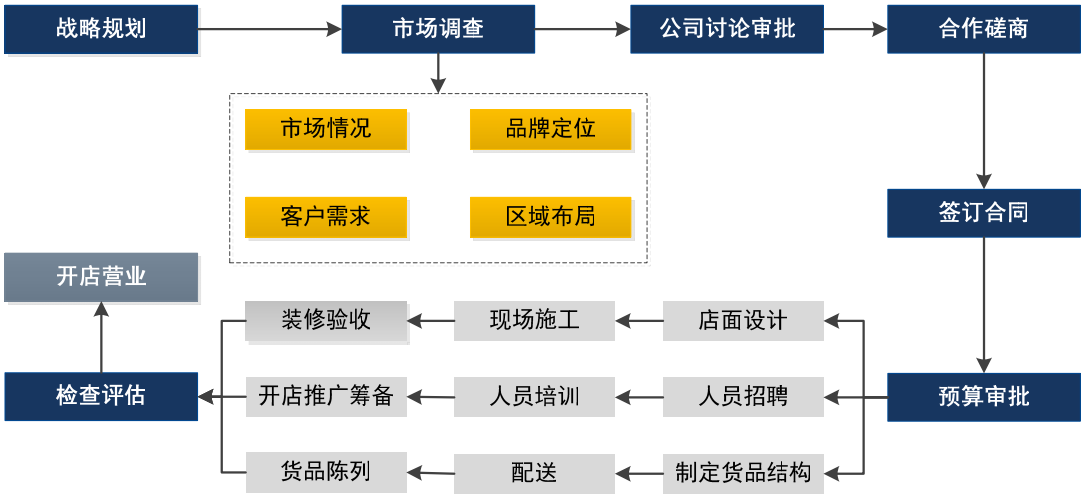
（2）市场定位

根据公司发展战略，针对新店所处位置分布的不同消费群体，配合当地区域消费者消费习惯、消费水平等特点，公司计划以第三代品牌形象配合该项目实施。新的自营店将打造从品牌推广、CI 系统、经营理念、装潢格调等方面进行全新包装，以崭新的面貌呈现在消费者面前，并将作为连锁复制的标杆，为未来公司在全国更多的区域进行外延式扩张铺垫。

3、项目实施程序

本项目涉及地域广、店铺数量多，公司根据自营店开设标准化流程，对项目的前期调研、建设实施及运营进行统一管理与控制。

自营店开设标准流程图示如下：



4、项目建设方案

（1）旗舰店新建方案

本项目计划第一年新建 2 家旗舰店、第二年新建 3 家旗舰店，第三年新建 3 家旗舰店，全部建设完成后，新增营运面积为 2,000 ㎡。门店分布及建设规模明细如下：

旗舰店建设期门店分布和建设规模明细表如下：

省份	城市	第一年建设		第二年建设		第三年建设	
		数量	面积（㎡）	数量	面积（㎡）	数量	面积（㎡）
安徽	合肥	0	0	**1**	**250**	0	0
	芜湖	**1**	**250**	0	0	0	0
北京	北京	0	0	0	0	0	0
河北	唐山	0	0	0	0	0	0
河南	洛阳	0	0	0	0	0	0
	南阳	0	0	0	0	0	0
湖北	荆州	0	0	0	0	0	0
	襄樊	0	0	0	0	0	0
	宜昌	0	0	0	0	0	0
江苏	盐城	0	0	0	0	0	0
	扬州	0	0	0	0	0	0
	镇江	0	0	0	0	0	0
辽宁	大连	0	0	0	0	0	0
	抚顺	0	0	0	0	0	0
	沈阳	0	0	0	0	0	0
山东	东营	0	0	0	0	0	0
	济南	0	0	0	0	**1**	**250**
	青岛	0	0	**1**	**250**	0	0
	烟台	0	0	0	0	0	0
	淄博	0	0	0	0	0	0
山西	太原	0	0	0	0	0	0
陕西	宝鸡	0	0	0	0	0	0
	西安	0	0	0	0	**1**	**250**
	咸阳	0	0	0	0	0	0
四川	成都	0	0	0	0	0	0
	绵阳	0	0	0	0	0	0
天津	天津	0	0	0	0	0	0
浙江	湖州	0	0	0	0	0	0
	杭州	0	0	0	0	**1**	**250**
	嘉兴	0	0	0	0	0	0
	宁波	**1**	**250**	0	0	0	0
	绍兴	0	0	0	0	0	0

重庆	重庆	0	0	**1**	**250**	0	0
小计		**2**	**500**	**3**	**750**	**3**	**750**

（2）标准店新建方案

本项目计划第一年新建 18 家标准店、第二年新建 15 家标准店，第三年新建 22 家标准店，全部建设完成后，新增营运面积为 6, 600 ㎡。

标准店建设期门店分布和建设规模明细表如下：

省份	城市	第一年建设		第二年建设		第三年建设	
		数量	面积（㎡）	数量	面积（㎡）	数量	面积（㎡）
安徽	合肥	1	120				
	芜湖	1	120				
北京	北京			1	120	1	120
河北	唐山	1	120				
河南	洛阳					1	120
	南阳			1	120	1	120
湖北	荆州	1	120			1	120
	襄樊			1	120	1	120
	宜昌			1	120	1	120
江苏	南通	1	120				
	常州			1	120	1	120
	盐城	1	120	1	120		
	扬州	1	120			1	120
	镇江					1	120
辽宁	大连	1	120			1	120
	抚顺			1	120	1	120
	沈阳	1	120			1	120
山东	东营	1	120				
	青岛	1	120			1	120
	烟台	1	120			1	120
	淄博			1	120		
山西	太原	1	120				
陕西	宝鸡					1	120
	西安	1	120			1	120
	咸阳					1	120
四川	成都	1	120	1	120		
	绵阳			1	120		
天津	天津			1	120	1	120
浙江	湖州			1	120	1	120
	嘉兴	1	120			1	120
	宁波	1	120			1	120
	绍兴			1	120	1	120

重庆	重庆	1	120	2	240		
小计		18	2,160	15	1,800	22	2,640

（3）专厅新建方案

本项目计划第一年新设 16 家专厅、第二年新设 23 家专厅，第三年新设 19 家专厅，全部建成后，新增营运面积为 2,900 ㎡。

专厅建设期布局和规模明细表如下：

省份	城市	第一年建设		第二年建设		第三年建设	
		数量	面积(㎡)	数量	面积（㎡）	数量	面积（㎡）
安徽	芜湖	1	50	0	0	0	0
北京	北京	0	0	1	50	0	0
广西	桂林	0	0	0	50	0	0
	南宁	0	0	0	0	1	50
河北	保定	0	0	1	50	0	0
	石家庄	1	50	0	0	0	0
	唐山	0	0	0	0	1	50
河南	洛阳	0	0	0	0	1	50
	南阳	0	0	0	0	1	50
黑龙江	大庆	0	0	1	50	0	0
	哈尔滨	0	0	0	0	1	50
湖北	黄石	0	0	1	50	0	0
	荆州	0	0	0	0	1	50
	襄樊	0	0	0	0	1	50
	宜昌	1	50	0	0	0	0
江苏	南通	0	0	1	50	0	0
	常州	1	50	0	0	0	0
	南京	1	50	0	0	1	50
	苏州	1	50	1	50	0	0
	无锡	1	50	2	100	2	100
	镇江	1	50	0	0	0	0
辽宁	锦州	1	50	0	0	0	0
	沈阳	0	0	1	50	0	0
内蒙古	呼和浩特	1	50	1	50	2	100
山东	东营	0	0	1	50	0	0
	青岛	0	0	1	50	0	0
	烟台	1	50	0	0	0	0
	淄博	0	0	0	0	0	0
山西	太原	0	0	0	0	1	50
陕西	宝鸡	0	0	0	0	1	50
	西安	1	50	1	50	0	0
	咸阳	0	0	1	50	0	0

上海	上海	0	0	1	50	1	50
四川	成都	1	50	1	50	0	0
	德阳	0	0	1	50	0	0
	绵阳	1	50	0	0	0	0
天津	天津	0	0	1	50	1	50
浙江	杭州	0	0	1	50	1	50
	湖州	1	50	0	0	0	0
	嘉兴	0	0	1	50	1	50
	宁波	0	0	1	50	1	50
	绍兴	1	50	0	0	0	0
重庆	重庆	0	0	1	50	0	0
小计		**16**	**800**	**23**	**1150**	**19**	**950**

5、项目投资

（1）投资预算

序号	类别	投资额（万元）	占比	第一年投资（万元）	第二年投资（万元）	第三年投资（万元）
1	装修投入	3, 165	5. 60%	945	1, 040	1, 180
2	设备投入	1, 711	3. 03%	516	557	638
3	租赁费用	7, 500	13. 27%	2, 300	2, 250	2, 950
4	铺货资金	34, 680	61. 34%	10, 440	11, 180	13, 060
4. 1	旗舰店铺货	5, 600	9. 91%	1, 400	2, 100	2, 100
4. 2	标准店铺货	19, 800	35. 02%	6, 480	5, 400	7, 920
4. 3	专柜铺货	9, 280	16. 42%	2, 560	3, 680	3, 040
5	铺底流动资金	9, 477	16. 76%	1, 364	2, 918	5, 195
	合计	**56, 533**	**100. 00%**	**15, 565**	**17, 945**	**23, 023**

本项目募集资金总额为 56, 533 万元，其中固定资产投资为 4, 876 万元，主要用于门店装修工程建设和设备投资。本项目根据市场状况和公司历史经验估算，总计需投入 34, 680 万元用于旗舰店、标准店和专柜的铺货；9, 477 万元作为铺底流动资金，用于营销网络项目建设期及建成初期试运营时的日常开支，包括员工培训费、水电费及其他经营费用。

（2）项目投资具体情况

A、旗舰店

旗舰店开设预算主要包括房屋租赁费用、装修费用、店铺铺货资金、设备投资及包含人员费用、培训费用等的流动资金。

其中，装修、租金、铺货资金、设备投入情况将以公司现有网络中旗舰店各项指标作为设计本次募投项目旗舰店投资的依据，旗舰店铺货、房租、装修测算依据表如下所示：

类别	单位预算
装修投入（万元/㎡）	0.25
租赁费用（万元/㎡/年）	1.00
铺货资金（万元/㎡）	2.80

旗舰店单店设备投资明细表如下：

序号	设备名称	数量	单价（万元）	单店投资（万元/店）
1	自动报警器	1	0.50	0.50
2	监控系统	1	5.00	5.00
3	电脑	4	0.50	2.00
4	空调	10	0.60	6.00
5	保险柜	6	0.50	3.00
6	数码相机	1	0.30	0.30
7	打印机	1	0.20	0.20
8	点钞机	1	0.10	0.10
9	路由器	1	0.15	0.15
10	电子秤	1	0.60	0.60
11	税控机	1	0.45	0.45
12	沙发	1	2.00	2.00
13	彩电	1	0.80	0.80
14	吸尘抛光一体机	1	0.30	0.30
15	扫描仪	1	0.10	0.10
16	传真机	1	0.20	0.20
	合计			**21.70**

本项目计划三年内开设 8 家旗舰店，单店面积 250 ㎡，根据各年的投资计划，旗舰店投资明细汇总计算如下：

	第一年	第二年	第三年	合计
门店数量（家）	2	3	3	8
面积（㎡）	500	750	750	2,000
租金（万元）	500	750	750	2,000
装修（万元）	125	188	188	500
铺货金额（万元）	1,400	2,100	2,100	5,600
设备投资（万元）	43	65	65	174

B、标准店

标准店开设预算主要包括房屋装修费用、租赁费用、店铺铺货资金、设备投

资及包含人员费用、培训费用等的流动资金。

其中，装修、租金、铺货资金、设备投入情况将以公司现有网络中标准店各项指标作为设计本次募投项目标准店投资的依据，标准店铺货、房租、装修测算依据表如下所示：

类别	单位预算
装修投入（万元/㎡）	0.25
租赁费用（万元/㎡/年）	0.83
铺货资金（万元/㎡）	3.00

标准店单店设备投资明细表如下：

序号	设备名称	数量	单价（万元）	单店投资（万元/店）
1	自动报警器	1	0.50	0.50
2	监控系统	1	5.00	5.00
3	电脑	4	0.50	2.00
4	空调	6	0.60	3.60
5	保险柜	4	0.50	2.00
6	数码相机	1	0.30	0.30
7	打印机	1	0.20	0.20
8	点钞机	1	0.10	0.10
9	路由器	1	0.15	0.15
10	电子秤	1	0.60	0.60
11	税控机	1	0.45	0.45
12	沙发	1	1.00	1.00
13	彩电	1	0.80	0.80
14	吸尘抛光一体机	1	0.30	0.30
15	扫描仪	1	0.10	0.10
16	传真机	1	0.20	0.20
	合计			**17.30**

本项目计划三年内新建 55 家标准店，单店面积 120 ㎡，根据各年的投资计划，标准店投资明细汇总计算如下：

	第一年	第二年	第三年	合计
门店数量（家）	18	15	22	55
面积（㎡）	2,160	1,800	2,640	6,600
租金（万元）	1,800	1,500	2,200	5,500
装修（万元）	540	450	660	1,650
铺货金额（万元）	6,480	5,400	7,920	19,800
设备投资（万元）	311	260	381	952

C、专厅

专厅开设预算主要包括房屋装修费用、店铺铺货资金、设备投资及包含人员费用、培训费用等的流动资金。

其中，装修、铺货资金、设备投入情况将以公司现有网络中专厅各项指标作为设计本次募投项目专厅投资的依据，专厅铺货、装修测算依据表如下所示：

类别	单位预算
装修投入（万元/㎡）	0.35
铺货资金（万元/㎡）	3.20

单店设备投资明细表如下：

序号	设备名称	数量	单价（万元）	单厅投资（万元/厅）
1	自动报警器	1	0.50	0.50
2	监控系统	1	5.00	5.00
3	电脑	2	0.50	1.00
4	保险柜	3	0.50	1.50
5	数码相机	1	0.30	0.30
6	打印机	1	0.20	0.20
7	点钞机	1	0.10	0.10
8	路由器	1	0.15	0.15
9	电子秤	1	0.60	0.60
10	税控机	1	0.45	0.45
11	扫描仪	1	0.10	0.10
12	传真机	1	0.20	0.20
合计				**10.10**

本项目计划三年内新设 58 个专厅，单个专厅面积 50 ㎡，根据各年的投资计划，专厅投资汇总如下表：

	第一年	第二年	第三年	合计
门店数量（家）	16	23	19	**58**
面积（㎡）	800	1,150	950	**2,900**
装修投入（万元）	280	402.5	332.5	**1,015**
设备投入（万元）	161	232	192	**585**
铺货资金（万元）	2,560	3,680	3,040	**9,280**

6、环境影响及拟采取的措施

本项目主要为商业流通环节的建设，在建设过程中，公司将严格遵守国家和当地有关环境保护的法律、法规的规定，与生产型项目相比，不存在污染。根据《中华人民共和国环境影响评价法》第十六条和《建设项目环境影响评价分类管

理名录》的规定，营销网络建设项目不属于环保法规规定的建设项目，不需要进行项目环境影响评价，亦不需要取得主管环保部门对上述项目的审批文件。

7、项目组织及实施

本项目拟实施 8 家旗舰店、55 家标准店和 58 家专厅的拓展，单店实施周期为 4-6 个月。本项目中所有店铺将分批实施，总体建设期预计 36 个月。具体进度安排如下：

表：直营店单店/专厅单厅进度计划

项目名称	单店/单厅建设进度					
	1	2	3	4	5	6
房屋租赁与装修						
设备购买与调试						
人员招聘培训						
验收及试运营						

表：项目进度安排表

阶段	工作落实内容	周期
第一阶段	租赁商业房产、制定门店建设方案，规划设计，工程装修施工	1–2 个月
	制定门店建设方案，规划设计，工程施工设计	1–2 个月
第二阶段	设备选择、购买、安装及调试	1–2 个月
第三阶段	人员招聘、培训	2–3 个月
第四阶段	工程验收、试营业	1–2 个月

8、项目效益预测

本项目测算方法为现金流量折现法，系以现金的收入与现金的支付作为计算的依据，在此基础下，核算现金收支的实际净流量。其中现金收入包括全部的销货收入、固定资产、无形资产余值的回收以及营运资金的回收，现金支出包括固定资产及无形资产的购置、流动资金的投入、付现成本（即用现金的支付的生产成本、期间费用、营业税金及附加等）以及企业所得税。

计算现金净流量时，设定固定资产、无形资产及营运资金的投入发生在期初，固定资产按照折旧政策，折旧年限后最后一年收回，无形资产及营运资金收回发生在期末，其他经营性现金收支均发生在期末。固定资产及土地使用权余值的回收不考虑公允价值的变动。在计算项目净现值时，假设内部报酬率为 12%（参考市场上未上市企业在民间的融资利率平均水平）。

经测算，项目税后内部回报率 20.44%，投资回收期 5.99 年（含 36 个月建设期）；项目税前内部回报率 33.30%，投资回收期 4.96 年（含 36 个月建设期）。

（二）企业信息化管理系统建设项目

1、项目基本情况

公司拟投资 6,947 万元用于企业信息化管理系统建设。本项目计划在公司现有 ERP、OA 系统基础上搭建企业信息化平台，包括应用系统平台、呈现展示平台以及支撑平台，应用系统平台包括人力资源管理系统（HR）、商业智能（BI）系统、门店零售系统（POS）等内容。

2、项目定位

随着公司业务的增长和营销网络的扩张，公司对企业信息化建设需求迫切，公司计划在现有的信息化管理系统基础上全面启动并建设能完全实现产、供、销、人、财、物的集成管理，并整合需求链、供应链，可实现各子系统的一体化的信息化管理系统。

通过本项目的实施，公司将建立一个采购、销售、服务、财务、办公及决策等统一协同管理的平台，将为公司管理层的决策分析提供更为科学准确的信息，提高公司管理效率，为公司的业务实施创新、管理和营运创新、战略与商业模式创新提供数据及决策平台，提高企业运营效率和效益，为公司战略规划的实现提供坚实保障。

3、企业信息管理系统建设方案

根据公司信息化建设整体规划方案，本项目企业信息化管理系统建设包括应用系统平台、呈现展示平台、支撑平台的建设。其中，应用系统平台包括客户关系管理（CRM）、ERP 系统、门店零售系统（POS）、人力资源管理系统（HR）、知识管理系统（KMS）、商业智能系统（BI）、OA 系统等系统；呈现展示平台包括决策分析、企业门户、协同办公等；支撑平台包括软件支撑平台及硬件支撑平台等内容。

序号	平台	信息化管理系统构成	具体构成	备注
1	应用系统平	客户关系管理（CRM）	客户关系管理（CRM）	新建

2	台	ERP 系统	财务管理、分销零售管理以及采购库存管理	新建
3		门店零售系统（POS）	门店零售系统（POS）	新建
4		人力资源管理系统（HR）	人力资源管理系统（HR）	新建
5		知识管理系统（KMS）	知识管理系统（KMS）	新建
6		商业智能系统（BI）	商业智能系统（BI）	新建
7		OA 系统	OA 系统	升级
9	呈现展示平台	决策分析	基于商业智能系统（BI）	新建
10		企业门户	企业门户	新建
11		协同办公	基于 OA 系统	升级
12	支撑平台	软件支撑平台	系统集成	新建
13			移动平台	新建
14			备份系统	升级
15			微软大客户协议	升级
16		硬件支撑平台	总部无线网络漫游	新建
17			UPS 系统	升级
18			视频会议系统	新建

（1）应用系统平台

①客户关系管理（CRM）

构建一整套以客户为中心的有关客户、营销、销售、服务与支持信息的数据库，帮助市场人员了解渠道，建立和优化前端业务流程，对收集的信息进行深层次分析和挖掘，发现最有价值的客户、潜在的客户和新的市场，创造业务良机。可以与 SCM、ERP 系统无缝集成，实现实时的数据交换，增强公司与合作伙伴、客户间的联系，加快客户服务与支持响应速度，增强企业在电子商务时代的竞争优势。

②财务管理（ERP）

强化财务核算、报表管理、全面预算、资金管理、资产管理等管理，采用一套账务管理模式，利用网络技术，完善公司内控体系，提升公司财务管理水平，为公司其他业务部门提供有力支持。

③分销零售管理（ERP）

通过供应链分销管理系统实现全公司数据共享、实时汇总分析，加强供应商及采购管理，合理控制库存，有效制定销售计划，管控价格，掌握销售业绩，提

高业务信息传递的效率，强化公司对终端业务的支持和管理。

④采购库存管理（ERP）

采购管理具体涵盖供应商管理、价格管理、采购计划、采购申请、询/报价、合同管理、采购订单等业务；库存管理业务，具体涵盖包括物料主数据管理，库存收、发、转、退、盘点等。

⑤门店零售系统（POS）

安全高效的零售门店管理系统，有力的支持保障企业零售网络的快速扩张，支持离线和在线操作两种方式。零售门店管理模块可以简化收银业务、进行重点客户管理、促销及员工业绩管理、精细化单品管理、掌握实时销售与库存、进行商业数据采集等。

⑥人力资源管理模块（HR）

人力资源管理是根据公司发展战略对人才的需求，通过对公司员工的招聘、培训、上岗、考核、激励、调整等一系列过程，规范、合理、透明的对人力资源进行配置。

⑦知识管理系统（KMS）

构建企业知识库管理体系（简称 KMS，knowledge management system），能够快速分析企业知识结构、分类存储知识数据、共享知识应用、规范办公管理、优化办公流程、提升管理效率，从而达到知识的学习、共享、再利用和创新的目的，有利于企业核心竞争力的进一步提升。

⑧商业智能（BI）系统

商业智能系统是为公司领导提供的高级智能分析的平台，它能够不断改进业务流程，为高级管理人员的决策提供科学、准确的信息依据。商业智能是（简称 BI，Business Intelligence）对财务管理系统、销售系统、采购系统、库存系统、设备管理系统和人力资源系统等系统信息的集成。通过商业智能系统，企业管理人员可以获得来自企业内部各部门信息系统的实时综合数据，为决策制定者了解企业内外部环境，制定相关决策提供科学、有效的数据依据。主管人员使用商业

智能系统设定业绩目标，科学考核企业内部各个领域的业绩，当某些业务指标超出企业计划范围的时候，商业智能系统能够通过软件报警提醒通知相关部门主管，有效提高管理层应对突发事件的响应能力。

⑨ OA 系统

构建自动化办公系统，包括流程管理、文档管理、会议管理、车辆管理、任务计划管理及数据中心等，实现高效、透明、规范的数字化办公系统。

（2）呈现展示平台

①决策分析

根据企业战略管理需要形成企业的战略管理模型，基于该模型利用系统工具，实现对企业全面业务状况、财务状况等综合查询及监控。

②企业门户

联接企业内部和外部的网站，无缝地集成企业的内容、商务和社区，为企业提供一个单一的访问企业各种信息资源的入口，使企业的员工、客户、合作伙伴和供应商等都可以通过这个门户获得个性化的信息和服务。提供能够将人们集合到一起的集成和协作技术，可以对其进行个性化设计来满足不同用户的需要。

③协同办公

以先进的计算机和现代通信技术为主要手段，以实现组织内的关键办公应用为导向，搭建一个覆盖全单位的办公自动化信息平台。最终实现以管理人性化、信息资源化、传输网络化为标志的现代化办公。

（3）支撑平台

①软件支持平台

面向服务的集成总线，可扩展性高，更方便的集成新的应用，基于组件的开发思路，彻底分离业务逻辑，提高可复用性，集中管理、分散控制。系统集成是通过各个系统的不同接口，进行流程的梳理，从而把各个流程系统的数据进行集成。

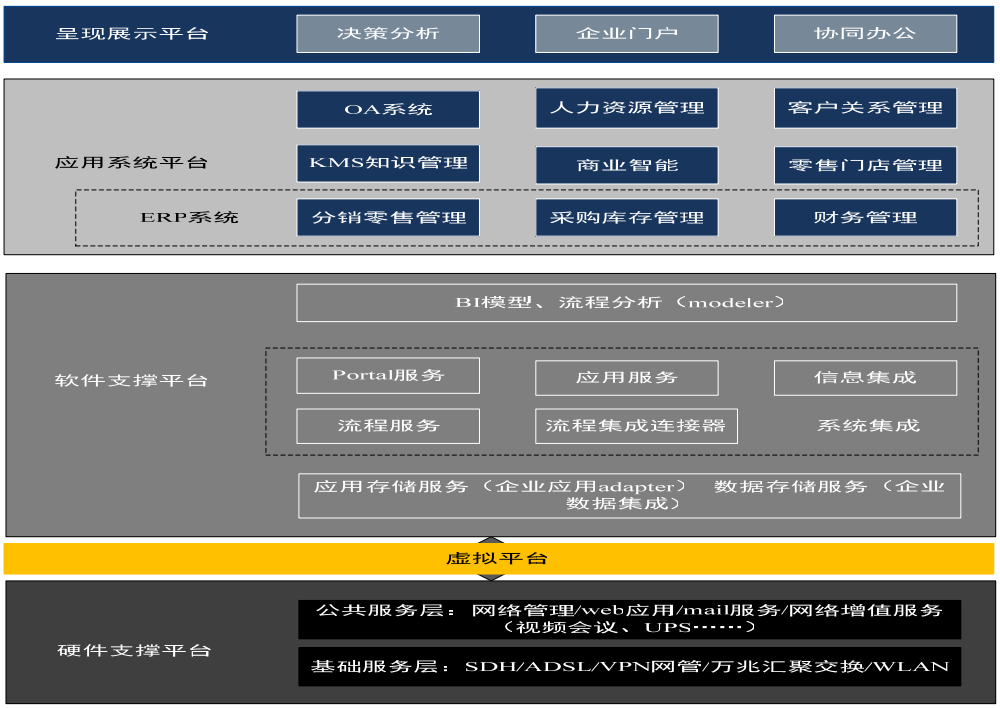
②虚拟平台

是通过软件系统，采用虚拟化的技术，整合所有的存储及服务器等硬件资源，动态地分配硬件资源，为企业提供更有效率的硬件支撑平台。

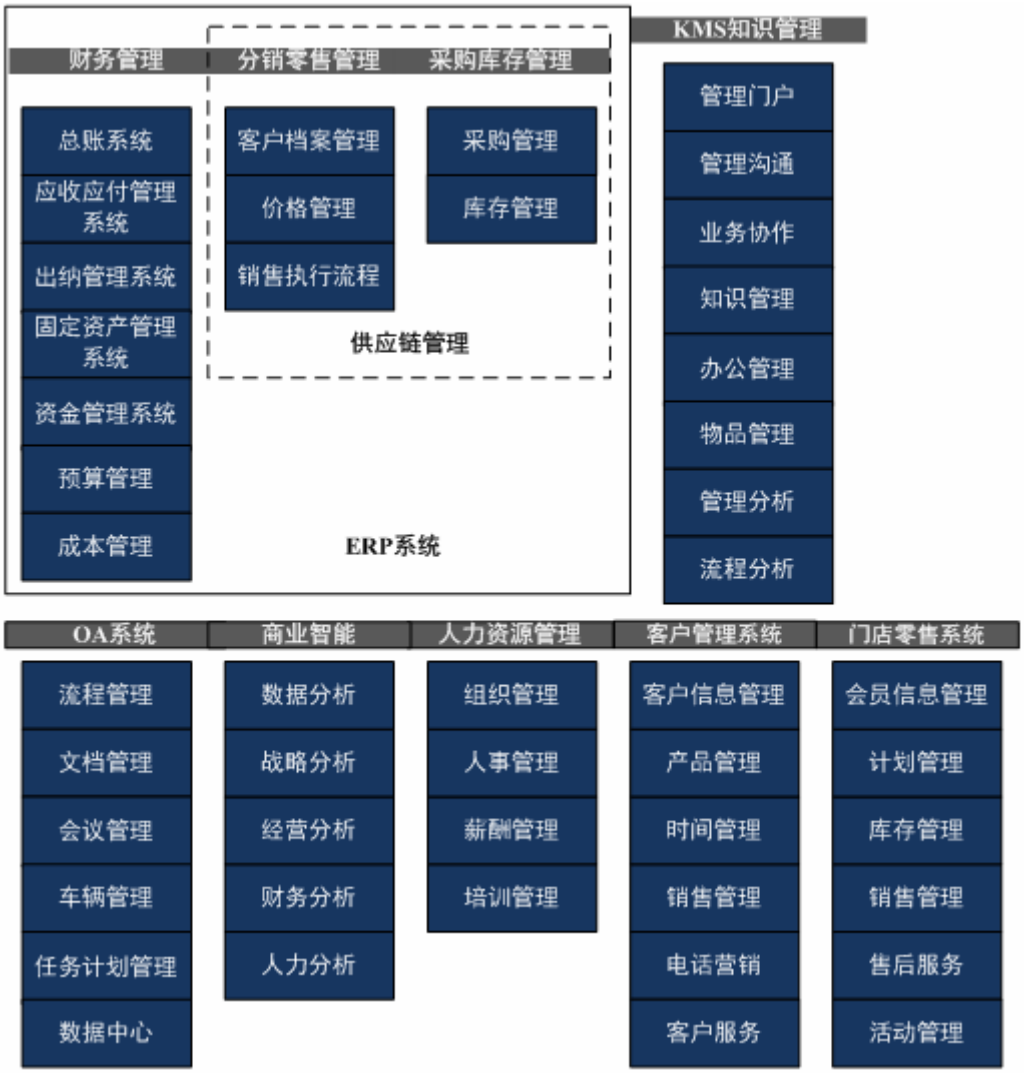
③硬件支撑平台

在网络条件下，将各种网络硬件设备进行有效部署，实现在降低成本并提高工作效率的同时，支持更为动态灵活的基础架构。

图表：各模块系统架构



图表：功能架构



4、项目投资

项目总投资额为 6, 947 万元，其中硬件投资 2, 497 万元，软件投入 4, 450 万元，其中实施费用 1, 220 万元。项目分 2 年投资，公司将挑选有实力的软件制作公司进行本项目的软硬件配置、相关程序编写及系统集成。

企业信息化管理系统建设项目投资计划表：

序号	项目	募集资金投入（万元）	占比	募集资金第一年投入（万元）	募集资金第二年投入（万元）
1	硬件投资	2, 497	35. 94%	1, 577	920
1. 1	IT 机房建设及硬件设施	935	13. 46%	630	305
1. 2	网络设备	145	2. 09%	130	15
1. 3	终端门店设备	1, 417	20. 40%	817	600
2	软件投入	4, 450	64. 06%	2, 780	1, 670

2. 1	软件实施费用	1, 220	17. 56%	520	700
2. 2	软件系统	3, 230	46. 49%	2, 260	970
	合计	**6, 947**	**100. 00%**	**4, 357**	**2, 590**

（1）企业信息化管理系统硬件投资计划如下表：

序号	设备名称	数量	单价（万元）	小计（万元）
1	小型机服务器	2	150	300
2	磁盘阵列	1	100	100
3	刀片机（2unix+3X86）	3	70	210
4	VPN 设备	1	10	10
5	负载均衡设备	1	40	40
6	更换 UPS 电池	128	0. 156	20
7	总部无线网络	1	20	20
8	ipad	620	0. 35	217
9	光纤交换机	4	15	60
10	门店 POS 机	600	1	600
第一年投资合计				**1, 577**
11	门店 UPS	600	1	600
12	视频会议系统	1	50	50
13	虚拟带库	1	15	15
14	刀片机（5X86）	2	70	140
15	磁盘阵列	1	100	100
16	邮件网关	1	15	15
第二年投资合计				**920**
硬件合计				**2, 497**

（2）企业信息化管理系统软件投资计划如下：

序号	软件名称	数量	单价（万元）	小计（万元）
1	Oracle 数据库	1	150	150
2	ERP 软件	1	500	500
3	POS 软件	600	2	1, 200
4	ERP+POS 实施	1	500	500
5	商业智能（BI）	1	80	80
6	BI 实施	1	20	20
7	移动平台	1	50	50
8	备份系统	1	20	20
9	虚拟化平台	1	60	60
10	微软大客户协议	1	200	200
第一年投资合计				**2, 980**
11	HR 系统	1	300	300
12	HR 系统实施	1	500	250

13	CRM 系统	1	300	300
14	CRM 系统实施	1	400	200
15	知识管理系统	1	100	100
16	KMS 系统实施	1	150	100
17	企业门户	1	150	150
18	OA 系统升级	1	20	20
19	系统集成整合	1	100	100
20	ERP 及 POS 维护	1	200	150
第二年投资合计				**1, 670**
软件合计				**4, 450**

5、环境影响及拟采取的措施

本项目主要为企业信息管理系统的建设，在建设过程中，公司将严格遵守国家和当地有关环境保护的法律、法规的规定，与生产型项目相比，不存在污染。企业信息化系统建设项目已通过南京市雨花台区环境保护局审批（雨环登【2013】23 号），同意本项目实施。

6、项目组织及实施

考虑目前的信息化现状本着实用性、科学合理性，可扩展性的原则采用“总体规划、分步实施”的实施策略，建设期为 24 个月。

图表：企业信息化管理系统建设进度

项目实施内容	第一年				第二年			
	1- 3 月	4-6 月	7-9 月	10-12 月	1- 3 月	4-6 月	7-9 月	10-12 月
项目筹备								
设备招标并签订采购合同								
OA 系统升级								
ERP 系统部署								
POS 系统部署								
CRM 系统部署								
资金管理								
预算管理								
知识管理								
HR 系统部署								
BI 系统部署								
决策分析平台								
移动商务								

企业门户								
信息化试运行								
项目建成全部投入使用								

（1）第一阶段，完成公司企业规范化管理的要求，以 ERP 系统（包括供应链、财务管理、成本管理）及门店零售为实施目标，完成公司管控目标。

实施范围包括：公司总部、各业务部门及门店。

实施模块包括：ERP 模块（含财务管理、供应链管理、成本管理）、门店零售管理（POS）。

实施周期：7-8 个月，前面需要 1-3 个月的系统调研及签订合同，后续需 2-3 个月试运行。

（2）第二阶段，完成企业规范化管理的要求，以人力资源（HR）、客户关系（CRM）、协同管理（OA）为实施目标，让企业全面实现规范信息化，业务标准化。完成 ERP 模块（含财务管理、供应链管理、成本管理）及门店零售管理（POS）的试运行。着手 BI 系统的前期调研工作。

实施范围包括：公司总部及各门店和经销商；实施模块包括：人力资源（HR）、客户关系（CRM）、协同管理（OA）、ERP 系统（试运行）；实施周期：7-8 个月。

（3）第三阶段，完成企业集团化管理目标，以 ERP 模块（含资金管理、预算管理）实现企业全面预算，资金精细化过程管理，全面建立企业物流的科学化管理；利用决策分析的实施与上线（BI 系统），为企业管控提供简单、易用、体系化的决策指标分析预测平台；完成移动商务和企业门户项目的建设；完成知识管理（KMS）系统的建设；完成人力资源（HR）的试运行。最终，信息化管理系统正式实施使用。

实施范围包括：公司总部、各经销商、门店；实施模块包括：ERP 模块（资金管理、预算管理）、商业智能（BI）、决策分析报表系统、知识管理（KMS）；实施周期：8-9 个月。

（三）设计中心建设项目

1、项目基本情况

公司拟在南京总部实施设计中心建设项目，所需场地面积为 200 ㎡。设计中心主要职能为钻石及翡翠饰品的创意设计、计算机辅助设计、样品制作与工艺研究；进行产品陈列及展示设计；配合品牌管理部的品牌推广方案，进行新产品开发应答，并负责设计、评审、试制、试销等工作，加速公司新产品开发和推广进程，提高公司的市场竞争能力。项目完成后，公司将新增 26,000 个款式的设计能力。根据实际资金需求，项目总投资为 1,713 万元，建设周期为 12 个月。

2、项目定位

公司专注于珠宝饰品的设计及零售服务，以成为国际顶级珠宝品牌为发展方向，以提升设计能力、增加业务承接能力以及工艺创新为战略方针。公司计划利用部分募集资金投入设计中心的建设，在充分发挥现有先进的设计理念及工艺优势的基础上，进一步加强新工艺、新技术的研发与创新能力。

设计中心建设项目将会紧紧围绕公司的主营业务，依托公司现有的技术和业务体系，以市场发展和客户需求为指引，进行工艺升级和产品的丰富，为公司竞争力的提升和公司的长久发展奠定坚实的基础。

本项目的实施不会改变公司现有的商业模式，设计中心的建设将会大大提高公司的持续盈利能力和整体竞争力。

3、设计中心建设方案

设计中心主要负责钻石及翡翠饰品的创意设计、计算机辅助设计、样品制作与工艺研究；进行产品陈列及展示设计；配合品牌管理部的品牌推广方案，进行新产品开发应答，并负责设计、评审、试制、试销等工作，加速公司新产品开发和推广进程，提高公司的市场竞争能力。

本募投项目建成后，公司产品的设计能力将大大提升，设计款式将从目前的 1.3 万种款式增加到 3.9 万款。募投项目实施前后产品款式数量如下表所示：

图表：新增设计款式

类别	当前款式（个）	募投新增款式（个）	总款式（个）
钻石饰品	10,000	20,000	30,000
翡翠饰品	2,000	5,000	7,000
其它	1,000	1,000	2,000
合计	**13,000**	**26,000**	**39,000**

4、项目投资

本项目使用募集资金总量为 1,713 万元，其中，装修投入 100 万元，硬件设备投资为 947 万元，软件投资 50 万元，研发设计费用 616 万元，主要用于设计人员工资、培训、设计咨询等费用。

图表：设计中心建设项目投资明细表

序号	项目	募集资金投入（万元）	占比
1	场地装修投入	100	5.84%
2	固定资产及硬件设备投入	947	55.28%
3	软件投资	50	2.92%
4	研发设计费用	616	35.96%
4.1	研发人员工资	316	18.45%
4.2	培训费	150	8.76%
4.3	咨询费	150	8.76%
	合计	**1,713**	**100.00%**

（1）固定资产及硬件设备投入

序号	设备名称	数量	单价（万元）	合计（万元）
1	美国喷蜡机	9	60.00	540.00
2	德国激光刻字机	8	40.00	320.00
3	国产激光电焊机	2	8.00	16.00
4	电脑	28	1.00	28.00
5	抛光机	10	0.50	5.00
6	首饰加工工作台	10	0.10	1.00
7	作业台工具	5	0.10	0.50
8	绘图工具	10	0.10	1.00
9	超声波清洗机	2	1.00	2.00
10	滚珠边机	1	2.00	2.00
11	水焊机	1	1.00	1.00
12	砂轮机	1	0.50	0.50
13	喷沙机	1	1.00	1.00

14	电金机	1	0. 20	0. 20
15	电金恒温搅拌机	1	0. 60	0. 60
16	电流电压机	1	0. 60	0. 60
17	蒸气机	1	1. 00	1. 00
18	压片机	1	2. 00	2. 00
19	拉线机	1	0. 50	0. 50
20	压模机	1	1. 00	1. 00
22	打印机	3	0. 60	1. 80
23	复印机-理光 Aficio MP W3601	1	18. 50	18. 50
24	海尔 KFR-56LW 空调	2	1. 40	2. 80
	合计	**101**		**947. 00**

（2）软件投资

序号	软件名称	数量	单价（万元）	合计（万元）
1	CAD 建模 5. 19	8	2	16
2	PhotoshopCS5	8	2	16
3	Corldraw9. 0	8	2. 25	18
	合计	**24**		**50**

（3）设计中心人员费用

序号	职位	招聘人数	人员年工资（万元）
1	精通设计制作总监	1	20
2	新产品企划总监	2	30
3	设计师	8	96
4	CAD 工程师	4	48
5	雕蜡师	2	24
6	起版师	2	30
7	镶嵌师	2	24
8	抛光师	2	24
9	出货检验	5	20
	合计	**23**	**316**

5、环境影响及拟采取的措施

本项目主要为企业设计研发中心的建设，在建设过程中，公司将严格遵守国家和当地有关环境保护的法律、法规的规定，与生产型项目相比，不存在污染。设计中心建设项目已通过南京市雨花台区环境保护局审批（雨环登【2013】24号），同意本项目实施。

6、项目组织及实施

本项目建设周期为 12 个月，计划分三个阶段实施完成。

表：项目实施进度

项目计划	项目建设期											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
场地装修阶段												
设备购买调试阶段												
人员招聘和培训阶段												

装修工程承包商的选择和主要设备的采购均须通过招标方式、本着“公开、公平、公正、竞争择优”的原则决定。承包商应具有独立的法人资格，具备市政公用工程施工总承包的资质，并且具有设计中心建设装修施工业绩。设备的供应商应具独立法人资格，具有相应设备的生产能力。装修工程及设备采购招标将在协议生效后的 1 个月内施行，并根据施工进度决定具体设备的采购实施进度。

（1）第一阶段：场地装修

在施工图设计完成后，即可全面施工。本阶段主要任务是现场装修施工，设备、管线、电气、仪表的安装。对于本项目而言，由于工期安排时间较短，部分工作交叉进行，在主体工程进行施工图设计期间，可提前施工部分单项工程。

（2）第二阶段：设备安装调试

本阶段的主要工作是进行公用系统安装，空调净化装修，各输配系统工艺管道的安装，设备安装，同时购买项目所需设备。

（3）第三阶段：人员招聘及培训

本阶段主要工作是人员招聘和对招聘的人员进行培训。

六、募集资金运用影响分析

本次募集资金投资项目建成后，公司销售渠道将得到较大扩充、营销网络将得以进一步优化、设计能力和管理能力将得以进一步提升，从而全面提高公司的市场竞争能力，提高公司的经济效益。

（一）对净资产和每股净资产的影响

截至 2016 年 3 月 31 日，公司净资产为 107,681.65 万元，每股净资产为 5.90

元。本次发行募集资金到位后，净资产规模将会有大幅提高，每股净资产数额也相应提高。

（二）对资产结构的影响

本次募集资金到位后，公司的资产负债率将大大降低，资产负债结构得到改善，公司偿债风险将大大降低，利用财务杠杆融资的能力将会提高，公司自有资金实力和银行偿债能力将进一步增强，将会有助于推动公司业务快速发展，增强公司持续融资能力和抗风险能力。

（三）对公司净资产收益率和盈利能力的影响

由于募集资金投资项目存在一定的建设期，在短期内净资产收益率会有一定程度的下降。但从中长期看，随着募集资金投资项目的顺利实施，公司的营业收入与利润水平将大幅增长，公司的盈利能力和净资产收益率将得到大幅提高。在主营业务收入结构方面，本次募集资金投资项目实施后，公司主营业务中自营销售收入比重将进一步提高，公司将通过持续的品牌建设和营销推广，提高公司盈利能力；项目实施完成后，预计每年平均新增业务收入 68,856 万元，新增利润 10,840 万元。

（四）对资本结构的影响

募集资金到位后，公司将引进社会公众股股东，有利于优化公司股权结构，实现投资主体多元化，进一步完善公司法人治理结构。

第十四节　股利分配政策

一、股利分配政策

本公司《公司章程》规定：

1、公司分配当年税后利润时，应当提取利润的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50%以上时可不再提取。

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。在提取法定公积金后，是否提取任意公积金由股东大会决定。公司弥补亏损和提取公积金后所余税后利润，按照股东持有的股份比例分配，但本章程规定不按持股比例分配的除外。

3、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。公司持有的本公司股份不参与分配利润。

4、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。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%。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。

5、公司实行连续、稳定的利润分配政策，公司的利润分配应重视对投资者的合理回报并兼顾公司的可持续发展。公司采取现金或者股票的方式分配利润，积极推行现金分配的方式。

二、最近三年股利分配情况

本公司历年利润分配符合国家有关法律、法规和《公司章程》的有关规定。最近三年股利分配的具体情况如下：

经 2014 年 3 月 5 日召开的公司 2014 年第二次临时股东大会决议，公司以 2013 年末总股本 18, 239. 67 万股为基数，每 10 股派发现金股利 1. 92 元，计派发现金股利 3, 500 万元。

经 2015 年 3 月 23 日召开的公司 2015 年第二次临时股东大会决议，公司以 2014 年末总股本 18, 239. 67 万股为基数，每 10 股派发现金股利 3. 29 元，计派

发现金股利 6,000 万元。

经 2016 年 3 月 7 日召开的公司 2015 年度股东大会决议，公司以 2015 年末总股本 18, 239. 67 万股为基数，每 10 股派发现金股利 4. 39 元，计派发现金股利 8,000 万元。

除此之外，公司报告期内未实施过其他利润分配行为。

三、本次发行后的股利分配政策

根据发行人拟订的《公司章程（草案）》的规定，公司分配当年税后利润的顺序为：

公司分配当年税后利润时，提取利润的 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。

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。

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。

公司弥补亏损和提取公积金后所余税后利润，按照股东持有的股份比例分配，但本章程规定不按持股比例分配的除外。

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。

公司持有的本公司股份不参与分配利润。

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，资本公积金不得用于弥补公司的亏损。

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％。

公司利润分配政策为：

1、公司实行连续、稳定的利润分配政策，重视对投资者的合理回报并兼顾

公司的可持续发展。

公司的利润分配形式：公司采取现金、股票或二者相结合的方式分配利润，以现金分红为主，并优先采用现金分红的利润分配方式。

公司的利润分配期间：公司一般进行年度利润分配，董事会也可以根据公司的资金需求状况提议进行中期利润分配。

2、综合考虑所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，公司进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 20%。

公司股利分配不得超过累计可供分配利润的范围。

3、公司发放股票股利的条件：若公司快速成长，且董事会认为公司股票价格与公司股本规模不匹配时，在确保上述现金利润足额分配的前提下，可以提出股票股利分配方案。

4、公司现金分红的条件为：如公司当年度实现盈利，在依法弥补亏损、提取法定公积金、盈余公积金后有可分配利润的，公司应当进行现金分红；公司利润分配不得超过累计可分配利润的范围，如无重大投资计划或重大现金支出发生，单一年度以现金方式分配的利润不少于当年度实现的可分配利润的 20%。

前款所称“重大投资计划或者重大现金支出”系指以下情形之一：①公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或者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、收购资产或者购买设备累计支出达到或超过公司最近一期经审计总资产的 30%。满足上述条件的重大投资计划或者重大现金支出须由董事会审议后提交股东大会审议批准。

5、公司利润分配方案应由董事会制订。

在具体方案制订过程中，董事会应充分研究和论证公司现金分红的时机、条件和最低比例、调整的条件以及决策程序要求等事宜，通过多种渠道充分听取中小股东、独立董事、监事及公司高级管理人员的意见。

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。

6、利润分配方案经董事会通过后，交由股东大会审议。

股东大会对现金分红具体方案进行审议时，应当通过现场、电话、公司网站及交易所互动平台等媒介主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流，充分听取中小股东的意见和诉求，并及时答复中小股东关心的问题。审议利润分配方案应采取现场投票和网络投票相结合的方式，为中小股东提供便利。

7、股东大会审议通过利润分配方案 2 个月内，董事会必须实施利润分配方案。

8、公司不进行现金分红时，董事会就不进行现金分红的具体原因、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，并在公司指定媒体上予以披露。

9、如遇到战争、自然灾害等不可抗力时，并对公司生产经营造成重大影响，或公司自身经营状况发生重大变化时，公司可对利润分配政策进行调整。

10、公司对本章程规定的既定利润分配政策尤其是现金分红政策作出调整的，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；且有关调整利润分配政策的议案，需事先征求独立董事及监事会的意见，经公司董事会审议通过后，方可提交公司股东大会审议，该事项须经出席股东大会股东所持表决权 2/3 以上通过。

董事会应就调整利润分配政策做专题讨论，通过多种渠道充分听取中小股东、独立董事、监事及公司高级管理人员的意见。独立董事应就利润分配调整方案发表明确意见，公司应在发布召开股东大会的通知时，公告独立董事意见。

股东大会对利润分配政策进行审议时，应当通过现场、电话、公司网站及交易所互动平台等媒介主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流，充分听取中小股东的意见和诉求，并及时答复中小股东关心的问题。

审议利润分配政策调整方案应采取现场投票和网络投票相结合的方式，为中小股东提供便利。必要时独立董事可公开征集中小股东投票权。

四、本次发行前滚存利润的分配安排

2013 年 6 月 30 日召开的公司 2013 年第二次临时股东大会，对本次发行前滚存利润分配方案作出如下决议：本次公开发行股票前实现的滚存未分配利润由发行后的新老股东共享。

第十五节　其他重要事项

一、信息披露制度和投资者服务计划

本公司已根据有关法律法规的要求，制订了严格的信息披露基本制度；公司股票如果能够成功发行并上市，将严格按照信息披露制度对外进行信息披露。

公司负责信息披露事宜和与投资者联系的部门：董秘办

信息披露负责人：王芳

地　　址：南京市雨花台区花神大道 19 号

联系电话：025-52486808

传　　真：025-52486732

电子信箱：tesiro-dm@tesiro. com

网　　址：www. tesiro. com

二、重要合同

截至招股说明书签署日，公司已签署、正在履行的重大合同如下：

（一）重要借款及授信合同

2015 年 7 月 29 日，公司与中国工商银行股份有限公司江苏省分行营业部签署《流动资金借款合同》（编号：2015 年直营字 0128 号），公司向该行借款 3,000 万元，借款期限为 12 个月。

2015 年 9 月 14 日，公司与中国工商银行股份有限公司江苏省分行营业部签署《流动资金借款合同》（编号：2015 年直营字 0158 号），公司向该行借款 2,000 万元，借款期限为 12 个月。

2016 年 4 月 5 日，公司与中国工商银行股份有限公司江苏省分行营业部签署《流动资金贷款合同》（编号：2016 年直营字 0028 号），公司向该行借款 3,000 万元，借款期限为 12 个月。

（二）抵押合同

2015 年 9 月 1 日，发行人与中国工商银行股份有限公江苏省分行营业部签署《南京市房地产抵押合同》，以自有坐落于南京市雨花台区花神大道 19 号房产（宁房权证雨初字第 333858 号）为发行人与该银行签署的编号为 2015 年直营字 0158 号的《流动资金贷款合同》的 2,000 万元借款本金提供抵押担保。

（三）重要租赁合同

公司已订立或正在履行的部分重大租赁合同如下：

出租方	店面名称	面积（平方米）	租赁期限	租金（万元/年）	备注
苏州食品商场有限公司	苏州观前街店	650.00	2011.10.1-2016.9.30	750.00	每年按 3%递增
上海淮海商业（集团）有限公司	上海淮海路店	630	2013.09.01-2016.08.31	525.30	

（四）重要专厅联营合同

发行人签署的部分专厅联销合同如下：

序号	合同相对方	合同期限	合同扣点
1	南通文峰商贸采购批发有限公司	2015-9-1至2016-8-31	翡翠：19%。
2	泰州金鹰商贸有限公司	2015-10-1至2016-9-30	珠宝：21%。

注：合同扣点：表示对方从发行人专柜的当月实际销售额中提成的比例。

（五）重要加盟合同

发行人签署的部分特许加盟协议如下：

序号	区域	加盟商名称	合同期限
1	义乌	义乌天石珠宝有限公司	2012-7-8至2017-7-7

（六）电视剧联合投资摄制协议

2016 年 1 月 8 日，公司与海宁东开之星影视投资有限公司签署《电视剧联合投资摄制协议》，联合投资及合作拍摄电视连续剧《翡翠恋人》（暂定名），公司投资额为 819.89 万元，占该剧总投资的 5%。

三、对外担保情况

截至本招股说明书签署日，公司及公司控股子公司对外未提供担保。

四、重大诉讼或仲裁情况

截至本招股说明书签署日，除下述诉讼事项外，发行人、发行人实际控制人马峻、沈东军及发行人控股子公司，发行人董事、监事、高级管理人员和核心技术人员，均没有作为一方当事人的重大诉讼或仲裁事项。

（一）实际控制人涉及的城市房屋拆迁纠纷的诉讼

2007年9月14日，南京市房产管理局向江苏苏宁置业有限公司颁发《房屋拆迁许可证》（宁拆许字（2007）第042号），该许可证对包括沈东军、马峻拥有的位于南京市新街口正洪街综合楼A区1至3层房屋进行拆迁。拆迁过程中，该处房产经评估的房屋拆迁补偿价为22, 871, 296元，定附着物及补助费为800, 495元，拆迁补偿款合计为23, 671, 791. 00元。另江苏苏宁置业有限公司提供中山北路217号2层、银河国际广场两处的产权调换房屋供马峻、沈东军选择实行产权调换。当事双方对拆迁补偿分歧较大，无法达成一致。江苏苏宁置业有限公司就上述房屋拆迁补偿事宜向南京市住房和城乡建设委员会提请裁决。2011年6月29日，南京市住房和城乡建设委员会作出宁房裁字（2011）第0034号《城市房屋拆迁纠纷裁决书》，裁决如下：一、申请人应当按照评估机构出具的本市正洪街综合楼A区1至3层部分（A区2）房屋的评估价款22, 871, 296元，对被申请人实行货币补偿。二、申请人应当按照规定标准向被申请人支付拆迁补助费。三、被申请人应当在接到本裁决书之日起的第16日，完成本市正洪街A区1至3层部分（A区2）房屋的搬迁。

马峻、沈东军对裁决不服，于2011年8月31日以南京市住房和城乡建设委员会为被告向南京市白下区人民法院发起行政起诉，请求判令撤销被告作出的宁房裁字（2011）第0034号《城市房屋拆迁纠纷裁决书》。

2013年1月24日，白下法院作出“（2012）白行初字第35号”《行政判决书》，判决驳回沈东军、马峻的上述诉讼请求。沈东军、马峻不服白下法院“（2012）白行初字第35号”《行政判决书》，向南京市中级人民法院提起上诉。

2013年8月2日，南京市中级人民法院作出“（2013）宁行终字第43号”《行政

判决书》，撤销原南京市白下区人民法院“（2012）白行初字第35号”《行政判决书》，撤销市住建委作出的“宁房裁字（2011）第0034号”房屋拆迁纠纷裁决书，责令市住建委重新作出房屋拆迁纠纷裁决。

根据江苏省高级人民法院出具的“（2015）苏行申字第00286号”《受理行政再审申请案件暨告知合议庭组成通知书》，2015年9月23日，江苏省高级人民法院立案受理苏宁置业的再审申请。

截至招股说明书签署日，该诉讼案件仍在审理过程中。

需要说明的是，截至招股说明书签署日，该等行政诉讼涉及的房屋由发行人承租并用于经营。

保荐机构及发行人律师认为，发行人实际控制人的行政诉讼涉及的房屋虽然目前由发行人承租并用于对外经营，但由于：（1）发行人与发行人实际控制人签订的《房屋租赁合同》中均约定，如租赁房屋由于政府规划等原因需要拆迁，沈东军、马峻应当在第一时间通知发行人并协助发行人取得拆迁方面的权益；（2）沈东军、马峻已出具《承诺函》，承诺如在合同到期前被迫搬迁，沈东军、马峻将全额补偿发行人搬迁产生的费用和因搬迁造成的损失，保证发行人不会因此遭受任何损失。因此，保荐机构及发行人律师认为，该行政诉讼不会对发行人的持续经营产生影响。

（二）发行人与苏州石路新苏天地商业发展有限公司的联营合同诉讼案件

根据发行人提供的《起诉状》，2016年1月5日，因苏州石路新苏天地商业发展有限公司（以下称“苏州石路”）违反《联营合同》拖欠货款，发行人向苏州市姑苏区人民法院提起诉讼，要求苏州石路退还发行人质量保证金1万元、支付货款3, 338, 058. 36元及利息76, 775. 34元，并由苏州石路股东承担连带责任。

截至招股说明书签署日，该诉讼案件仍在法院立案过程中。

（三）发行人与连云港九龙大世界商贸有限公司的联销合同仲裁案件

2015年9月25日，因连云港九龙大世界商贸有限公司（以下称“九龙商贸”）

违反《九龙大世界联销合同书》拖欠货款及暂停联销门店的运营，发行人向连云港仲裁委员会提交仲裁申请，要求九龙商贸退还发行人保证金1万元、支付货款1, 113, 613. 4元及利息8, 522. 54元、违约金198, 778. 7元。

2015年10月26日，连云港仲裁委员会向发行人出具“（2015）连仲字第0672号”《受理通知书》。截至招股说明书签署日，该仲裁案件仍在进行当中。

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：

沈东军　　马峻　　蔺毅泽

Jiang Jacky　　王芳　　周婷

陈冬华　　韩顺平

全体监事：

庄瓯　　刘昆　　王小文

其他高级管理人员：

朱跃华

通灵珠宝股份有限公司

2016 年 6 月 17 日

二、保荐人（主承销商）声明

本公司已对招股说明书及其摘要进行了核查，确认不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

项目协办人：

唐建强

保荐代表人：

沙伟　　胡宏辉

法定代表人：

吴晓东

华泰联合证券有限责任公司

2016年 6月 7日

三、发行人律师声明

本所及经办律师已阅读招股说明书及其摘要，确认招股说明书及其摘要与本所出具的法律意见书和律师工作报告无矛盾之处。本所及经办律师对发行人在招股说明书及其摘要中引用的法律意见书和律师工作报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

律师事务所负责人签名：

张利国

经办律师签名：

臧　欣　　刘斯亮

北京国枫律师事务所

2016 年 8 月 17 日

四、承担审计业务的会计师事务所声明

本所及签字注册会计师已阅读招股说明书及其摘要，确认招股说明书及其摘要与本所出具的审计报告、内部控制鉴证报告及经本所核验的非经常性损益明细表无矛盾之处。本所及签字注册会计师对发行人在招股说明书及其摘要中引用的审计报告、内部控制鉴证报告及经本所核验的非经常性损益明细表的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

签字注册会计师：

常桂华　　张炜

单位负责人：

余瑞玉

天衡会计师事务所（特殊普通合伙）

2016 年 6 月 17 日

五、承担验资业务的会计师事务所声明

本所及签字注册会计师已阅读招股说明书及其摘要，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，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

签字注册会计师：

贾丽娜　　常桂华

单位负责人：

余瑞玉

天衡会计师事务所（特殊普通合伙）

2016 年 6 月 17 日

六、承担验资复核的会计师事务所声明

本所及签字注册会计师已阅读招股说明书及其摘要，确认招股说明书及其摘要与本所出具的验资复核报告无矛盾之处。本所及签字注册会计师对发行人在招股说明书及其摘要中引用的验资复核报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

签字注册会计师：

常桂华　　张炜

单位负责人：

余瑞玉

天衡会计师事务所（特殊普通合伙）

2016年6月17日

七、承担评估业务的资产评估机构声明

本机构及签字注册资产评估师已阅读招股说明书及其摘要，确认招股说明书及其摘要与本机构出具的资产评估报告无矛盾之处。本机构及签字注册资产评估师对发行人在招股说明书及其摘要中引用的资产评估报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

签字注册资产评估师：_____

李琪

李道忠

中国注册资产评估师 李道忠 11020134

资产评估机构负责人：_____

孙建民

北京天健兴业资产评估有限公司

2016年 6月17日

发行人资产评估机构

关于承担评估业务的签字资产评估师离职的声明

本机构出具的《江苏通灵翠钻有限公司拟股份改制项目资产评估报告书》（天兴评报字（2011）第 703 号）之评估业务的签字资产评估师李琪（证书编号：11000380）已从本机构离职，特此声明。

资产评估机构负责人：

孙建民

北京天健兴业资产评估有限公司

2016 年 6 月 17 日

八、承担评估业务的资产评估机构声明

本机构及签字注册资产评估师已阅读招股说明书及其摘要，确认招股说明书及其摘要与本机构出具的资产评估报告无矛盾之处。本机构及签字注册资产评估师对发行人在招股说明书及其摘要中引用的资产评估报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

签字注册资产评估师：

焦兴华

中国注册 珠宝评估师 焦兴华 10120004

刘结文

中国注册 珠宝评估师 刘结文 10050015

资产评估机构负责人：

郭　涛

中国注册 珠宝评估师 郭涛 10050002

中恒誉资产评估有限公司

2016 年 6 月 17 日

第十七节　备查文件

投资者可以查阅与本次公开发行有关的所有正式法律文件，该等文件也在指定网站上披露，具体如下：

（一）发行保荐书及发行保荐工作报告；

（二）财务报表及审计报告；

（三）内部控制鉴证报告；

（四）经注册会计师核验的非经常性损益明细表；

（五）法律意见书及律师工作报告；

（六）公司章程（草案）；

（七）中国证监会核准本次发行的文件；

（八）其他与本次发行有关的重要文件。

文件查阅时间：工作日上午 9:00－11:30，下午 1:30－5:00

文件查阅地点：

（一）发行人：通灵珠宝股份有限公司

办公地址：南京市雨花台区花神大道 19 号

联系人：王芳

联系电话：025-52486808

（二）保荐人（主承销商）：华泰联合证券有限责任公司

办公地址：江苏省南京市江东中路 228 号华泰证券广场 1 号楼

联系人： 沙伟、胡宏辉

联系电话：025-83389999